

## 特定商取引に関する法律第8条第1項に基づく業務停止命令及び 第7条第1項に基づく指示並びに第8条の2第1項に基づく業務禁止命令

### 1 事業者の概要

- (1) 事業者名 株式会社セロウングループ (法人番号 1011801038706)  
代表者 代表取締役 内之倉 嘉希 (うちのくら よしき)  
所在地 東京都千代田区飯田橋 1-5-8  
設立 令和3年1月28日  
資本金 300万円  
業務内容 ガス給湯器交換工事等 (訪問販売)  
「設備えもん」という名称で訪問販売を行っていた。
- (2) 事業者名 株式会社日本エナジー (法人番号 8011001164718)  
代表者 代表取締役 マンニミット・ヨタティス  
所在地 東京都渋谷区代々木 5-64-4  
設立 令和6年9月12日  
資本金 100万円  
業務内容 「設備えもん」という名称で、株式会社セロウングループと共同で訪問販売を行っていた。

### 2 東京都における相談件数・相談概要 (令和8年3月25日時点)

- (1) 相談件数 令和6年度 8件、令和7年度 184件  
(2) 平均契約金額 約25万円 (最高金額: 約70万円)  
(3) 平均契約者年齢 75.2歳 (最高年齢: 97歳)

### 3 業務停止命令 (法人) の内容

令和8年4月1日 (命令の日の翌日) から令和8年6月30日までの間 (3か月間)、特定商取引に関する法律第2条第1項に規定する訪問販売に関する業務のうち、次の業務を停止すること。

- (1) 契約の締結について勧誘すること。  
(2) 契約の申込みを受けること。  
(3) 契約を締結すること。

#### 4 不適正な取引行為の内容

不適正な取引行為	特定商取引に関する法律の条項等
<p>株式会社セロウングループ（以下「セロウングループ」という。）は、東京都千代田区飯田橋（以下省略）を本店とし、令和5年夏頃から、消費者宅を訪問し、ガス給湯器・熱源機本体の交換や追い焚き配管洗浄等の売買・役務提供契約（以下「本件契約」という。）を法第2条第1項に規定する訪問販売により行っている。</p> <p>なお、セロウングループは、訪問販売による本件契約の勧誘、契約締結及び履行等の事業活動について「設備えもん」の名称を用いており（以下「設備えもん事業」という。）、東京都内における設備えもん事業の活動は、概ね令和7年1月頃から認められる。</p>	
<p>セロウングループは、令和7年1月に、株式会社日本エナジーと業務委託契約を締結し、その支援のもとで、設備えもん事業を運営している。</p> <p>株式会社日本エナジー（以下「日本エナジー」という。）は、東京都渋谷区代々木（以下省略）を本店とし、マンニミット・ヨタティス氏を代表取締役とし、営業及び販売の代行、業務受託及び代理店業務や営業に関するコンサルティング業を設立目的として、令和6年9月に設立された法人である。</p> <p>日本エナジーの従業者2名であるところ、両名ともセロウングループへ出向し設備えもん事業に従事している。マンニミット・ヨタティス氏は、セロウングループ「取締役」（未登記）山口ヒロ氏として、設備えもん事業全体を統括する立場にあり、もう1名も本件契約の勧誘・契約締結業務に精通した上で、機器保守管理部第2課「課長」として、アポイント業務を総括する立場にある。</p> <p>設備えもん事業においては、営業・契約締結等の営業方法や施工等の履行に関する重要事項について、セロウングループ代表取締役内之倉嘉希氏、取締役（未登記）山口ヒロ氏ことマンニミット・ヨタティス氏（日本エナジー代表取締役）及び機器保守管理部統括責任者 瀬川幸太氏の3名の話し合いの上、決められている。</p> <p>以上を総合的に勘案すると、セロウングループと日本エナジーが共同して設備えもん事業の運営を行っていると思われる。</p>	<p>法第2条第1項 訪問販売の該当性</p>
<p>設備えもん事業において、次のとおり、アポインター（訪問の約束を取り付ける者）及びクローザー（契約担当者）は、本件契約の勧誘に先立って、販売目的を告げていなかった。</p> <p>アポインターは、飛び込み営業で消費者宅を訪れ「給湯器安全基準確認書」等の様式を用いて、設置されているガス給湯器の情報（型式・メーカー、設計上の標準使用期間の経過等）を点検と称して収集し、この後に「詳しい人」や「専門家」が点検のために来てくれると言って、クローザーの訪問約束を取り付けていた。</p> <p>消費者が「大丈夫です、結構です。」と言って突然の訪問を断っても、アポインターは「点検は無料だから。外から見るだけだから。」等と言って点検し、訪問の約束を取り付ける際に、クローザーの点検が本件契約の勧誘を目的とする</p>	<p>法第3条 勧誘目的の明示</p>

不適正な取引行為	特定商取引に関する法律の条項等
<p>ことを消費者に告げていなかった。</p> <p>クローザーは、アポインターが訪問の約束を取り付けた日時に「ガス給湯器のカバーを外して中を見たい」等と点検を口実に消費者宅を訪れ、消費者を点検に立ち合わせて、本件契約の勧誘・契約締結を行っていた。</p> <p>消費者が「ガス供給事業者の人が点検に来て、大丈夫と言っていたから。」と言って、点検を断ろうとしても「ガス供給事業者の人は器具を見ていかないから。」等と点検を受けるよう消費者に促し、クローザーの点検が本件契約の勧誘を目的とすることを、点検に先立って消費者に告げていなかった。</p>	
<p>設備えもん事業において、本件契約締結時に、クローザーが消費者に交付する書面（以下「交付書面」という。）について、次のとおり記載不備が認められた。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・セロウングループが様式を定めた交付書面の中で「工事請負契約」等とあっておきながら、工事項目欄の「撤去、工事」と記載した役務に対する対価を明示していなかった。</li> <li>・メーカーによるガス給湯器等の製品保証とは別に、独自の工事に関する「7年保証」を設けている。この「7年保証」は特約と認められるところ、保証内容について、交付書面に記載や添付をしていなかった。</li> <li>・契約担当者氏名欄に、氏のみ記載した交付書面が複数認められる等、契約担当者氏名の記載に不備があった。</li> </ul>	<p>法第5条第1項 契約書面記載不備</p>
<p>消費者が名刺や交付書面に記された電話番号へ架電し、契約をキャンセルしたいとクーリング・オフ期間内に申し出ているにもかかわらず、対応した従業員は「給湯器を既に発注したからクーリング・オフはできない」「もう発注してしまったため、ガス給湯器を購入しなければならない。」等と不実のことを告げた上で、契約金額の減額を提案するなどしていた。</p>	<p>法第6条第1項第5号 不実告知</p>
<p>クローザーは、消費者に対し「2個部品がダメになっている。使えないから替えた方がいい。」「管の色が変わっている。危ない。片方の交換だけで3万円かかり、交換だと傷がつくため3年くらいしか持たない。その後は全部ダメになる。」等、部品交換だけではすぐに本体交換が必要となる旨の事実と異なる説明をして本件契約を勧誘し、この説明を事業者内で「イタチごっこ」と称していた。</p>	
<p>クローザーは「古い給湯器が結構いい値で売れるので、今なら10万円で下取りする。」等、消費者に対し、現在使用中のガス給湯器等が故障していない「今」の状態であれば、下取りによる値引きが可能である旨の説明をして本件契約を勧誘し、この説明を内部で「リサイクル」と称していた。</p> <p>しかし、実際には、消費者宅から引き取ったガス給湯器等をスクラップ用の回収に出しており、いわゆるリサイクルによる「結構いい値」で売れた実績はなかった。</p>	<p>法第6条第1項第7号 不実告知</p>

不適正な取引行為	特定商取引に関する法律の条項等
<p>また、クローザーは交付書面のガス給湯器等の本体価格欄にメーカー希望小売価格を記載し、その価格と1件あたりの契約目標額（約25万円）との差額内で、「下取り」等と称する値引き額を設定していたにもかかわらず、消費者に対し「今なら」リサイクルにより値引きが可能であるかのように告げて、本件契約締結を急かしていた。</p>	

\* 具体的な相談事例は後記7を御参照ください。

## 5 指示（法人）の内容

違反行為の発生原因について、調査・検証し、再発防止策を講ずること。

その上で、本件業務停止命令に係る業務を再開するまでに、業務に従事する者にこれらを周知徹底すること。

## 6 業務禁止命令（個人）の内容

対象者	業務禁止命令の内容	命令の原因となった事実
内之倉 嘉希	令和8年4月1日（命令の日の翌日）から令和8年6月30日までの間（3か月間）、訪問販売に関する業務を新たに開始することを禁止する。	セロウングループの代表取締役であり、設備えもん事業の訪問販売における業務全般を統括管理し、営業方針等を決定するとともに営業に係る指揮命令を行うなど、当該業務の停止を命ぜられる業務の遂行に主導的な役割を果たしていた。
マンニット・ヨタティス		株式会社日本エナジーの代表取締役であるとともに、株式会社セロウングループ取締役として、設備えもん事業の訪問販売における業務全般を統括管理し、株式会社セロウングループ代表者らと協議して営業方針等を決定するとともに営業に係る指揮命令を行うなど、当該業務の停止を命ぜられる業務の遂行に主導的な役割を果たしていた。
瀬川 幸太		設備えもん事業のアポインター業務及びクローザー業務を行う機器保守管理部の統括責任者であり、設備えもん事業の訪問販売における勧誘営業方針等の協議に加わって決定に関与するとともに、アポインター業務及びクローザー業務の指揮命令を行うなど、当該業務の停止を命ぜられる業務の遂行に主導的な役割を果たしていた。

## 7 具体的な相談事例

### (1) 法第3条 勧誘目的不明示

#### 【事例1】

令和7年〇月、消費者が戸外にいと、若い男性から給湯器を点検するといっってチラシのようなものと「設備えもん お家のプロ」と書いてある名刺を受け取った。チラシには「給湯器安全基準確認書」と書いてあり、若い男性が「詳しい人が後でくるから」と言った。

その翌日、若い男性が言っていた詳しい人と思われる男性（以下「後からきた男性」という。）が訪ねてきた。前日に受け取った給湯器安全基準確認書を見せると、後からきた男性は「これはいいんです」「給湯器のカバーを外して中を見たい」と言った。消費者が「ガス供給事業者の人が点検に来て、大丈夫と言っていましたから」と言って断っても、後からきた男性は「ガス供給事業者の人は、器具は見えていないから」と何としてもカバーのねじをはずそうと粘った。消費者は、断っても引かないような態度を半ば強要と感じ、対応することにした。

後からきた男性から受け取った名刺の表面には「設備えもん お家のプロ」と書いてあり、有名なガス給湯器のメーカーの名称がはっきりと読める大きさに印刷されていたため、消費者はメーカーに関係があるのだろうと思った。

点検中、後からきた男性からガス給湯器の交換の勧誘を受け契約をした。

#### 【事例2】

令和7年〇月、作業服を着た30歳前後の男性が、ガス給湯器の点検をしていると言っって訪ねてきた（以下「訪ねてきた男性」という。）。訪ねてきた男性は名刺を差し出して名乗り「ガス給湯器の点検を無料で行っています」「ガス給湯器の点検に専門家が来ます」など、ガス給湯器の点検を勧めてきた。

突然の話だったので、消費者は「大丈夫です。」「結構です。」と断ったが、訪ねてきた男性はしつこい感じで、「点検は無料だから」「外から見ただけですから」「見るだけ」と何度もくいやがるように言うので、約束に応じてしまった。

約束の日時に、専門家らしき男性が訪ねてきて、名刺を差し出して名乗った。外から見ただけのはずだったが、男性がガス給湯器の点検前にお話しておきたいことがあるというので、家にあがってもらい、話を聞くことにした。男性は、「法律が変わって、ガス給湯器メーカーから何年かに一度の検査が必要になった。」「メーカーの依頼を受けて点検している。」という趣旨のことを言った。消費者は、ガス給湯器メーカーからの依頼と聞いてすっかり信用してしまった。点検中、男性からガス給湯器の交換の勧誘を受け契約をした。

### (2) 法第6条第1項第5号 不実告知（解除に関する事項）

#### 【事例3】

令和7年〇月、消費者が契約締結をした日の夜、帰宅した家族に契約をしたことを話した。家族は、ガス給湯器はちゃんと使えているので事業者の言っていることがおかしいのではないか、事業者へ連絡した方がよいと言った。

消費者は、契約締結の翌日に、受け取った書類に書いてあった電話番号に電話をかけた。対応に出た人に事情を話すと、「もう発注してしまったため、ガス給湯器を購入しなければいけない。」と言われた。そのため、消費生活センターへ相談をした。

#### 【事例4】

令和7年〇月、契約締結後、消費者は冷静になって契約について考えると、どうも変だという気持ちが強くなってきたため、当日の夜、家族に相談したところ「やめた方がいいのではないか。」と言われた。

契約締結した翌々日に事業者へ架電し「考え直したい」と話したところ、契約担当者から電話がかかってきて「(給湯器を)既に発注したからクーリング・オフはできない。」と言われた。困ってしまい、消費生活センターへ相談することにした。

### (3) 法第6条第1項第7号 不実告知(判断に影響を及ぼす事項)

#### 【事例5】

令和7年〇月、作業服姿の男性は、給湯器につながっている管2本を見て、「排水管の管が赤くなっている、ガス管の色が変わっている、危ない」などと言った。消費者は「危ない」と聞いて不安になり、対処方法を訪ねると、作業服姿の男性は「片方の交換だけで3万円かかる。交換だと傷がつくため3年くらいしか持たない。その後は全部ダメになる」と言った。それを聞いた消費者は、1本3万円で、2本交換すると6万円かかるがそれで3年しかもたないので、3年後には新品の給湯器に交換しなければならない。それならば、今新品に交換した方が全体としては安くすむと思った。

#### 【事例6】

令和7年〇月、作業服姿の男性は、検査のために給湯器のカバーを外した。給湯器につながっている2本の管を見て、「〇〇年経っていて、古くなっている。2個部品がダメになっている。使えないから替えた方がよい。」と言った。消費者は部品が古くなっているなら、部品の交換だけでなく給湯器を交換しないといけないという説明もあり鵜呑みにしてしまった。

#### 【事例7】

令和7年〇月、ガス給湯器の点検をしながら、作業服姿の男性は、こういう状態になったら危ないですよ。」「今すぐにどうかなるとは言わないが、これから冬になると故障してもすぐに直してもらえないから大変ですよ。」などと言った。それを聞いた消費者は、冬場は外で工事をする人も大変であるし、お湯が使えないと寒い思いをすると、作業服姿の男性の言うことももっともだと納得した。

とはいえ、ガス給湯器が使えていたため、消費者が「急いで交換をする必要がないですよ、秋でもよいですよ」と言うと、作業服姿の男性は「今なら古い給湯器を下取りするので10万円引きになる」とその日に契約をすると安くできると言うので、消費者はその場で契約することにした。

#### 【事例8】

令和7年〇月、作業服姿の男性は、「(交換費用が)〇〇万円だが、古い給湯器が結構いい値で売れるので、今なら10万円で下取りする」と言った。消費者は、今契約すれば10万円も値引きになるのか。年金で生活しているので、10万円安くなるのは助かると思った。

#### 【事例9】

令和7年〇月、作業服姿の男性から家庭用ガス機器の交換を勧められた。消費者は、安ければ交換してもよいと思い値段を尋ねると「約〇〇万円」と言われて驚いて「高いね」と率直に言った。作業服姿の男性からは、「工事、撤去、7年保証も全て0円です。安くなっていますよ。」と言い、消費者が躊躇していると、さらに「使用中の家庭用ガス機器を引き取りします。それで〇〇万円安くなります。」と言った。消費者は、安くなるなら契約しておこうと思った。