

法務大臣認証

消費者取引裁判外紛争解決手続 Consumer ADR

令和元年度 報告書

NACS

NIPPON ASSOCIATION OF CONSUMER SPECIALISTS

公益社団法人 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会
Consumer ADR 特別委員会



競輪の補助事業

この報告書は、競輪の補助により作成しました。
<https://hojo.keirin-autorace.or.jp/>

はじめに

ここに、NACS の令和元年度における ADR に関する活動報告書をお届けする。NACS では、それぞれの構成員の所属する消費者団体・事業者・行政機関等の消費者関連部門での活動を背景に、その専門性を活かしながら、消費者相談業務に取り組むとともに、各種の ADR に関与しており、NACS 自身も、平成 20 年 3 月に ADR 法に基づいて認証された消費者のための裁判外紛争解決機関、民間型 ADR の一つとしての活動を本格的に開始している。

ここでは、消費者相談室でのウィークエンド・テレホンや、消費者相談 110 番での相談をもとに、紛争解決に向けた活動を実施している。ADR では、各種の相談から、問題点を整理して解決に向けた助言を行い、必要に応じて事業者と交渉を重ね、最終的に消費者に軸足を置いた Consumer ADR に向かうことになる。そのため、双方の同意に基づく和解が成立する数は、必ずしも多くないが、むしろそのプロセスこそが重要な役割を演じており、問題発見や解決指針を策定する場としても重要である。その成果は、各種の問題提起や政策的提言にも結びつくことが期待される。

本報告書では、ADR 裁定手続だけではなく、年間 1000 件近くの WET の相談事例から特徴的な事例を取り上げ、アドバイスや解説をしている。

今年度は、5 年間で 1 千万円以上の健康食品を展示販売（実態は SF 商法）で購入した高齢者の裁定手続を中心に報告書をまとめた。相手方事業者に弁護士がつき、申立人の主張と相反する主張を展開し、当初は、解決金額についても契約金額とは程遠い額の提示しかなかった。しかし、ADR 裁定委員会が、丁寧な聞き取りと詳細な情報収集等を行い、2 回の裁定手続を経て、直近 1 年間の契約金額相当額を申立人へ返金することで和解が成立した。

ADR の利用者の自主性を尊重しつつ、当事者のプライバシーや企業秘密等にも配慮した紛争解決への行程は、従来の司法や行政における紛争解決とは異なる柔軟性を有しており、それだけに実態に即した解決が可能といえる。それ故、悪質な詐欺まがいの問題というより、ルールが確立していない新たな問題についての適正な解決を求める良識ある事業者にとっても、有意義な紛争解決手段となることが期待される。

今後とも、NACS の Consumer ADR へのご支援をお願いしたい。

令和 2 年 3 月

公益社団法人 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会
(NACS)

会長 河上正二

☆この事業は競輪の補助（2019P-116）を受けて実施しました。

Consumer ADR 報告書

目次

はじめに

1. Consumer ADR の概要	
1. 1 Consumer ADR の目的	4
1. 2 Consumer ADR の手続	4
1. 3 Consumer ADR の体制	4
1. 4 Consumer ADR の実施方法	5
1. 5 Consumer ADR の実施場所	5
1. 6 Consumer ADR の実施時期	5
2. Consumer ADR の実施計画	
2. 1 「相談受付・相談処理」	6
2. 2 「裁定手続移送準備会議」	6
2. 3 「裁定委員会」	6
3. 「相談受付・相談処理」の実施と結果の分析	
3. 1 「相談受付・相談処理」の実施内容	10
3. 2 「相談受付・相談処理」の結果分析	12
3. 3 当日事例の検討	22
4. 「裁定手続移送準備会議」の実施と結果の分析	
4. 1 「裁定手続移送準備会議」の実施内容	53
4. 2 「裁定手続移送準備会議」での検討項目	53
4. 3 付託への準備、主な検討事例（継続事例）	54
5. Consumer ADR 「裁定手続」の実施事例	63

6. おわりに	
6. 1 行政・事業者・消費者への要請	
〔1〕行政への要請	77
〔2〕事業者への要請	
(1) 訪問販売事業者に対する要請	83
(2) 通信販売事業者に対する要請	84
〔3〕消費者への要請	86
6. 2 Consumer ADR の現状と今後の課題	90

【参考資料】

Consumer ADR 業務規程	93
-------------------	----

1. Consumer ADR の概要

1. 1 Consumer ADR の目的

当協会は、「裁判外紛争解決手続の利用の促進に関する法律」（以下、「ADR 法」という）の施行に先駆け、平成 15 年から Consumer ADR の実証実験を行ってきた。その実績を基に、平成 20 年 3 月、法務大臣の認証を取得し「かいけつサポート」として Consumer ADR を実施している。

Consumer ADR は、消費者と事業者間の情報の質・量や交渉力に格差があるという消費者取引の特性を考慮した手続となっている。その上で、紛争当事者の自主的な紛争解決の努力を尊重しつつ、公正かつ適正に、紛争の実情に即した迅速な解決を図り、消費者の利益の擁護又は増進に寄与することを目的としている。

1. 2 Consumer ADR の手続

Consumer ADR の裁定手続を申立てるには、まず当協会の消費者相談室が実施している「消費者相談」（ウィークエンド・テレホン）で相談をする必要がある。「消費者相談」の段階で、相談者への助言だけで紛争が解決する場合もあるし、相談室から斡旋をすることで解決する場合もある。しかし、解決困難な事例の場合、消費者と事業者の当事者双方の承諾を得て「裁定手続」に付託していくことになる。そのような場合でも、相談の段階で詳細な聞き取りを行うため紛争の論点の整理ができ、スムーズに「裁定手続」へ移行することができる。

消費者の申立てにより「裁定手続」を開始するにあたり、紛争が「特定商取引法」に関わるか等の要件を確認する。申立を受理したのち、相手方である事業者へ連絡し「裁定手続」への参加を促す。事業者の同意が取れ次第、特別委員会で手続実施者を選任し「裁定委員会」を開催する。「裁定委員会」では、担当手続実施者が双方の主張をよく聞き、和解案等を示し紛争解決へ至るよう手続を進める。

1. 3 Consumer ADR の体制

当協会に設置された「Consumer ADR 特別委員会」が中心となって運営に当たり、以下の 3 セクションにおいて事業を実施する。

- 「相談受付・相談処理」 消費者相談室
- 「裁定手続移送準備会議」 Consumer ADR 特別委員会
- 「裁定委員会」 担当手続実施者

各セクションに責任者として、相談室長、委員長、主任手続実施者を置く。

1. 4 Consumer ADR の実施方法

- 「相談受付」は、土曜日・日曜日に電話で実施する。
- 「相談処理」は、平日に実施する。
- 「裁定手続移送準備会議」は、原則として月 1 回開催し、事案の検討等を行う。
- 「裁定委員会」は、裁定手続の開始により適宜開催する。

消費者相談の受付は、行政の相談窓口の多くが休みである土・日曜日に電話で実施する。

継続相談の処理（仲介・あっせん）については平日に実施する。

「裁定手続移送準備」会議は毎月 1 回、案件の検討・審議を行なう。

Consumer ADR 「裁定委員会」は紛争事案の発生に応じて開催する。

1. 5 Consumer ADR の実施場所

- 「相談受付」 公益社団法人 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会（NACS）消費者相談室
- 「相談処理」 NACS 西日本支部事務所
- 「裁定手続移送準備会議」 NACS 西日本支部事務所
- 「裁定委員会」 裁定手続が開始し次第、その都度会場を設定する。

1. 6 Consumer ADR の実施時期

平成 31 年 4 月 1 日（2019 年 4 月 1 日）から令和 2 年 3 月末日（2020 年 3 月末日）とする。

2. Consumer ADR の実施計画

2. 1 「相談受付・相談処理」

「相談受付」は、毎週土曜・日曜日に実施する。電話で相談を受け、その内容により助言、情報提供等を行い、必要に応じて仲介・あっせんを行う。相談を担当する者は、消費生活アドバイザー、消費生活コンサルタント、消費生活相談員、消費生活専門相談員の資格を有し、行政機関の消費生活相談員、過去に行政機関で消費生活相談員をしていた者及び当協会の相談員実務研修を修了した者である。

「相談処理」は、平日に、土曜・日曜日に受けた相談の中で複雑な事案を継続相談として、担当者が再度聞き取りや調査を行い、交渉等を実施し解決を図る。解決に至らなかった継続相談のうち、特定商取引に関する紛争であり、裁定手続が必要と考えられる事案を、「裁定手続移送準備会議」へ移送する。

2. 2 「裁定手続移送準備会議」

「裁定手続移送準備会議」は、原則として毎月1回開催し、Consumer ADR 特別委員会が会議を担当する。そこでは、移送されてきた継続相談について裁定手続による解決が可能かを検討する。また、事業の報告書の作成についても検討する。

裁定手続による解決が可能とされた継続相談について、当事者から申立及び同意を受けた場合は、「裁定委員会」開催に向けて手続期日及び場所の設定、手続実施者の選任等の準備を実施する。

2. 3 「裁定委員会」

「裁定委員会」は、手続期日において、紛争当事者から提出された申立書及び資料を参考に、当事者双方の意見や主張を聞き、自発的な紛争解決（和解）ができるように手続きを実施する。

「裁定委員会」は、予め会長によって任命された裁定手続実施者の候補者名簿から Consumer ADR 特別委員会が選任した3名の担当手続実施者によって構成される。3名のうち1名は弁護士が担当する。

裁定手続実施者の候補者

弁護士

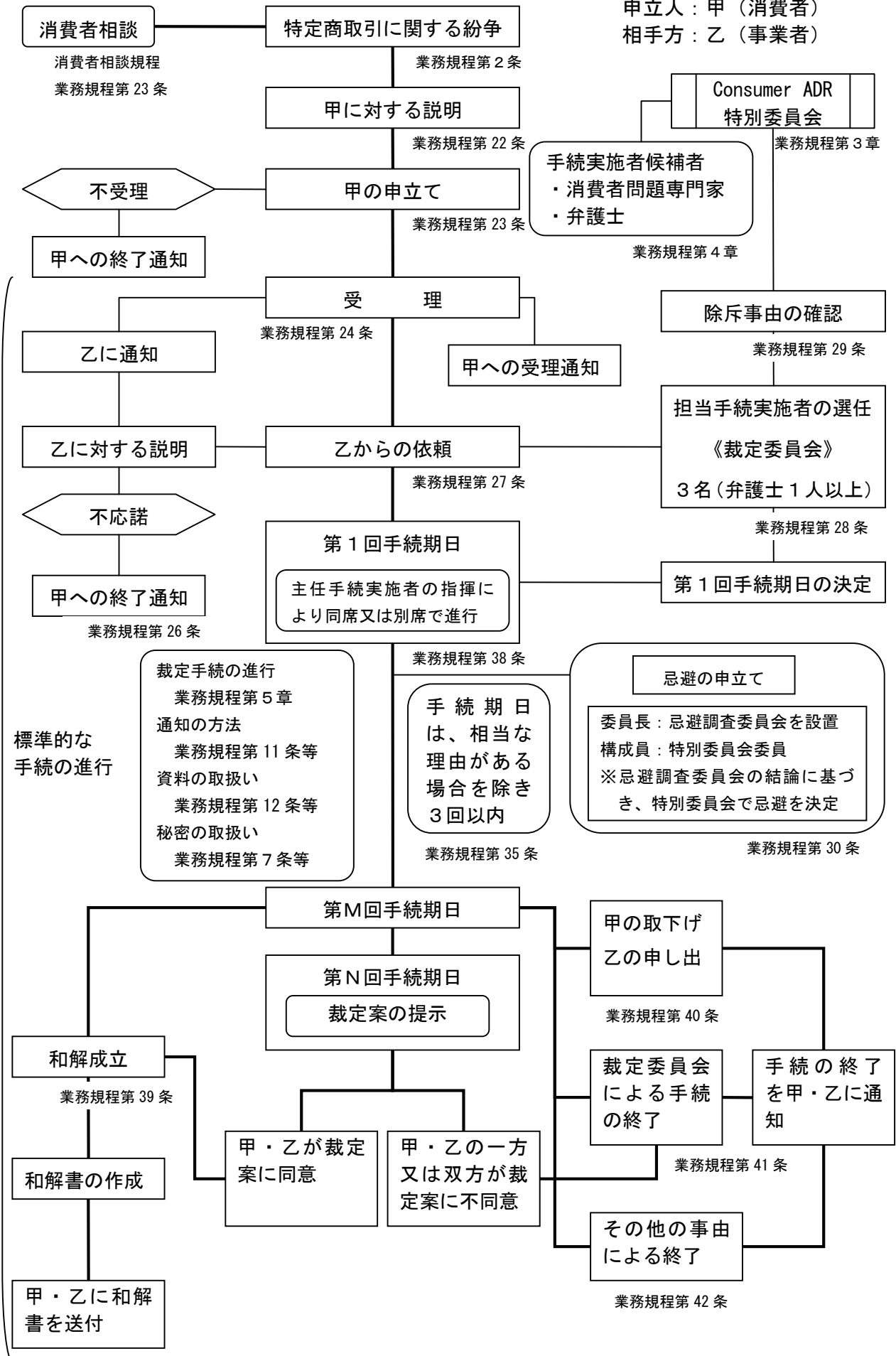
五條 操

Consumer ADR 特別委員会

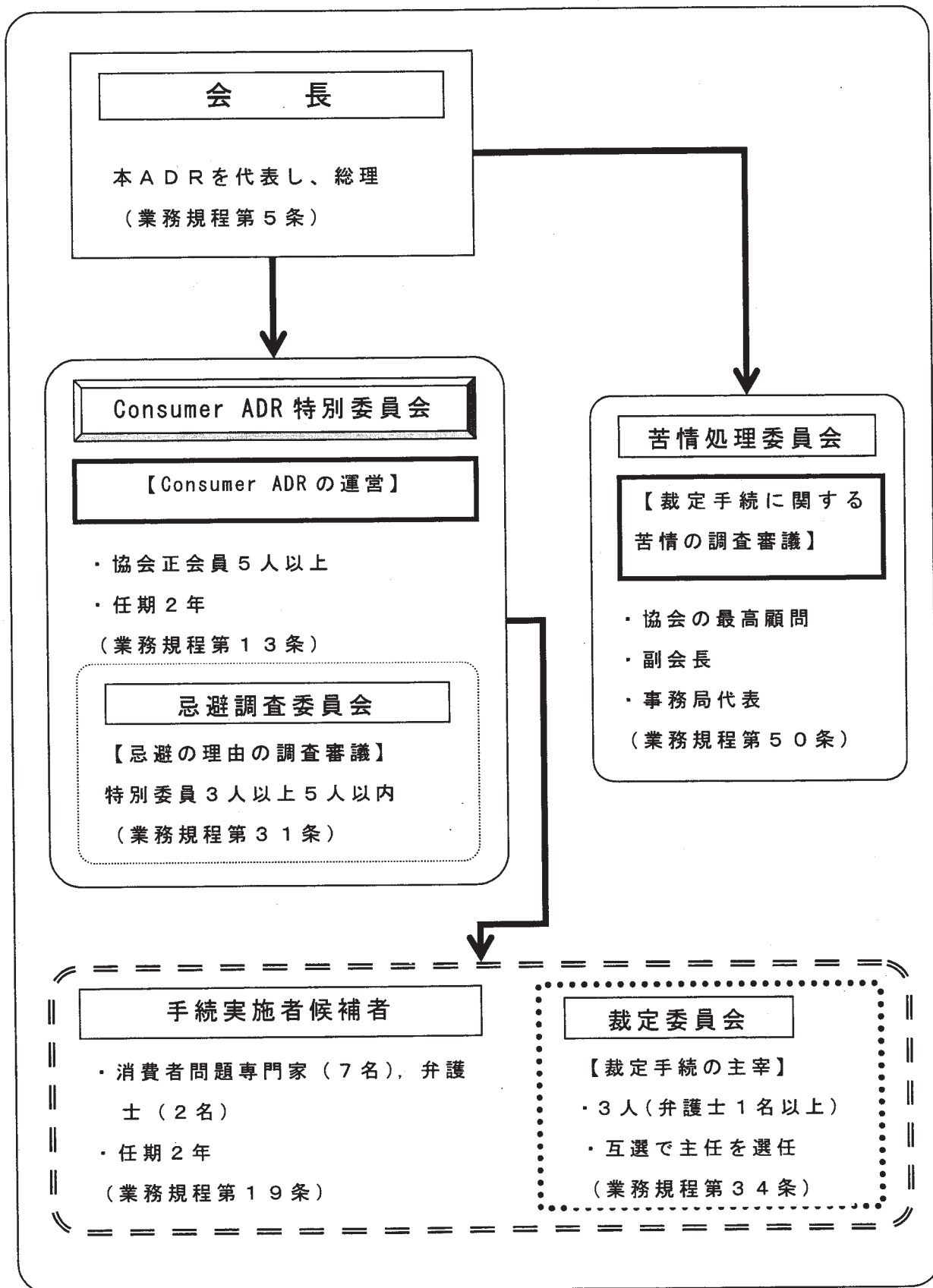
委員長	樋口 容子
委員	赤井 カホル
	乾 撰子
	高田 悦子
	田村 朋子
	森田 里花

Consumer ADR 手続の流れ

申立人：甲（消費者）
相手方：乙（事業者）



Consumer ADR 組織図



3. 「相談受付・相談処理」の実施と結果の分析

3. 1 「相談受付・相談処理」の実施内容

「相談受付」は、毎週土曜・日曜日に実施した（年末年始・祝日を除く）。全国から電話で相談を受付け、その内容により助言、情報提供等を行い、必要に応じて仲介・あっせんを行った。

「相談処理」は、平日に、土曜・日曜日に受けた相談の中で複雑な事案を継続相談として、担当者が再度聞き取りや調査を行い、交渉等を実施し解決を図った。解決に至らなかった継続相談のうち、特定商取引に関する紛争であり、裁定手続が必要と考えられる事案を、「裁定手続移送準備会議」へ移送した。

Consumer ADR 受付件数等

【実施時期】	平成 31 年 4 月 1 日～令和 2 年 3 月末日 (2019 年 4 月 1 日～2020 年 3 月末日)		
【受付日】	本部	: 毎週 日曜日	11 時～16 時
	西日本支部	: 毎週 土曜日	10 時～16 時
【処理日】	西日本支部	: 月・水・金曜日	10 時～16 時

相談受付・相談処理件数の内訳

総受付件数	1025 件		
(処理件数内訳) 当日終了件数	1004 件		
継続件数	21 件		
		裁定手続移送準備会 議への付託件数	21 件
		裁定手続件数	1 件

実施要領

名 称： Consumer ADR

消費者相談「NACSウィークエンド・テレホン」（通称 WET）

本部	【電話番号】	03-6450-6631
	【F A X】	03-6450-6591
	【相談受付日】	毎週 日曜日 11時～16時
西日本 支部	【電話番号】	06-4790-8110
	【F A X】	06-4790-8110
	【相談受付日】	毎週 土曜日 10時～16時
	【相談処理日】	毎週 月曜日・水曜日・金曜日 10時～16時
【H P】	http://nacs.or.jp	

受付内容： ①「特定商取引法」にかかわる紛争

② 消費者契約に関するトラブル

③ 消費生活一般相談（商品の選び方、製品事故等）

④ 消費生活に関する意見や要望

⑤ その他

3. 2 「相談受付・相談処理」の概要

相談受付概要

受付総数：1,025 件

2019年4月1日～2020年3月31日

相談受付 100 日

相談処理日総数 200 日

2019年度のNACSウィークエンド・テレホン（以下、WET）の相談件数は1,025件（東京525件、大阪500件）で、昨年度の1,237件に比べ17.1%の減少となった。そのうち、継続相談は21件、調停・裁定件数は1件となった。

NACSでは、居住地の消費生活センターが土日閉所していることにより、利用できない消費者のために、緊急の相談窓口としてWETを開設している。東京・大阪の2カ所で、助言と他機関の紹介、必要に応じて継続相談や斡旋を行っている。

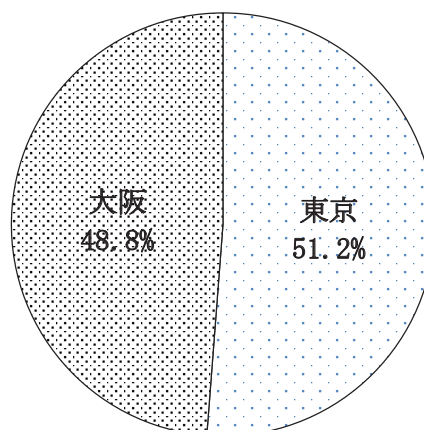
今年度の特徴としては、全体の相談件数が減少しているにも関わらず、定期購入（※）の相談件数が、昨年度は26件であったのに対し、今年度は48件と大幅に増加したことが挙げられる。これは、事業者が動画共有サービスやSNS等を巧みに利用した広告で消費者を誘引するのに対して、消費者自身がSNS等を気軽に信用し安易に契約してしまう特性も大きいと考えられる。

また、「カイロプラクティックの講座に出向くと、講座の中盤で、350万円の代理店契約の書面を渡された」「エステ店に施術を受けに出向いたところ、マッサージ師になるための30万円の講座を強引に勧められて契約したがやめたい」等、ビジネスに不慣れな消費者に高額な代理店契約を締結させようとしたり、施術を受けに来た消費者に施術者になるための高額な講座の勧誘を行ったりする副業紹介の相談も見受けられた。

※定期購入：低価格や無料で試せるとしながら、その条件として、数カ月間、継続して購入しなければならない等、縛りがある契約。

（1）相談受付件数 N=1,025

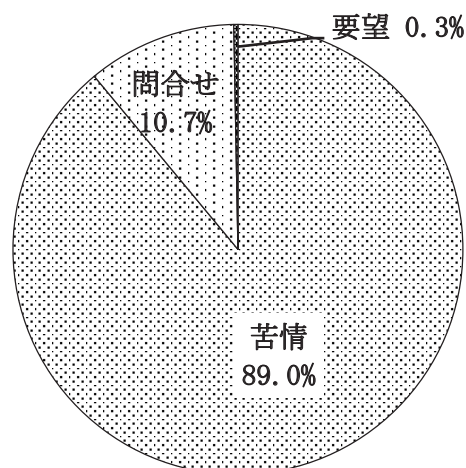
受付支部	件数	%
東京（50日）	525	51.2%
大阪（50日）	500	48.8%
合計	1,025	100.0%



今年度の相談窓口開設は、台風19号の影響で東京、大阪それぞれ1日ずつ休止となったため、100日であった。

(2) 受付区分別 N=1,025

受付区分	件数	%
苦情	912	89.0%
問合せ	110	10.7%
要望	3	0.3%
合計	1,025	100.0%



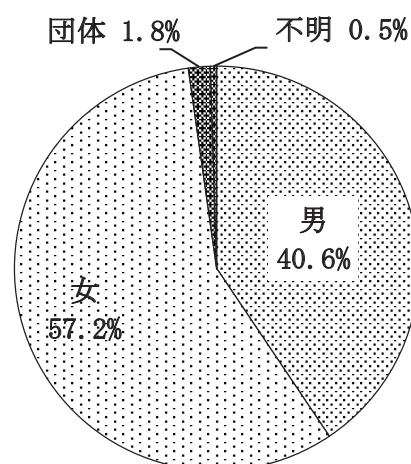
受付区分別では、苦情が 912 件 (89%) を占め、問合せが 110 件 (10.7%)、要望が 3 件 (0.3%) あった。

(3) 相談者と当事者の性別

性別で見ると、相談者では男性 416 件 (40.6%)、女性 586 件 (57.2%)、当事者では男性 445 件 (43.4%)、女性 555 件 (54.1%) であった。例年通り、女性からの相談比率が高かった。

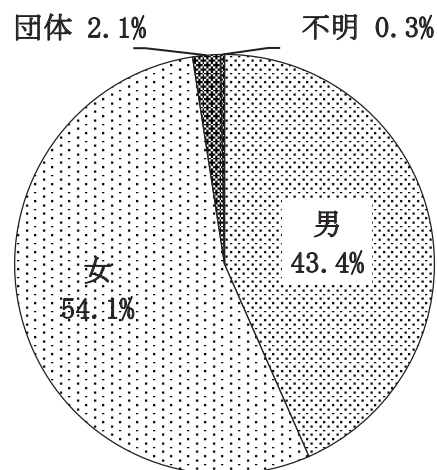
① 相談者の性別 N=1,025

性別	件数	%
男	416	40.6%
女	586	57.2%
団体	18	1.8%
不明	5	0.5%
合計	1,025	100%



② 当事者の性別 N=1,025

性別	件数	%
男	445	43.4%
女	555	54.1%
団体	22	2.1%
不明	3	0.3%
合計	1,025	100%



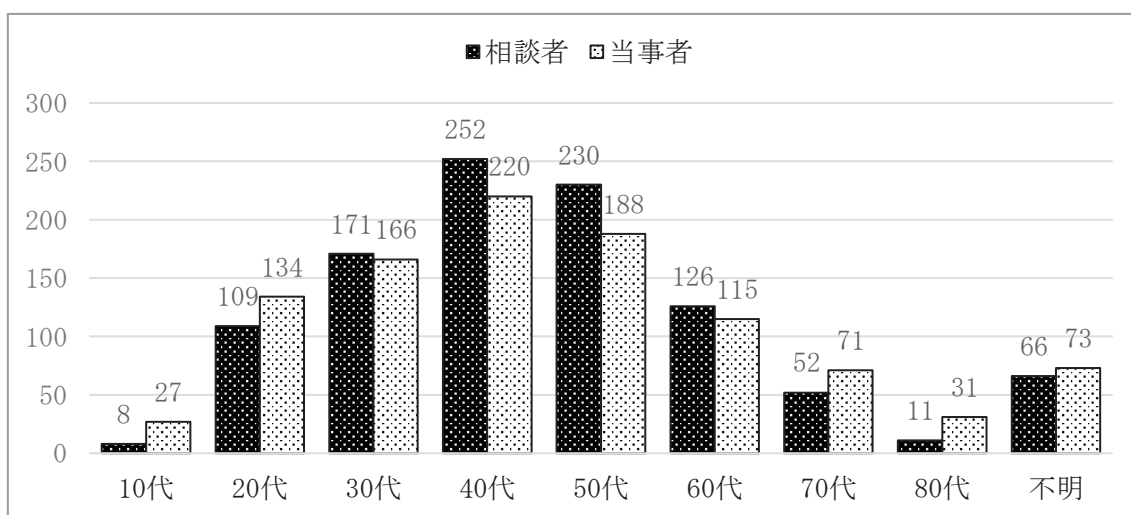
(4) 相談者と当事者の年代別

N=1,025

年代	相談者	%	当事者	%
10代	8	0.8%	27	2.6%
20代	109	10.6%	134	13.1%
30代	171	16.7%	166	16.2%
40代	252	24.6%	220	21.5%
50代	230	22.4%	188	18.3%
60代	126	12.3%	115	11.2%
70代	52	5.1%	71	6.9%
80代	11	1.1%	31	3.0%
不明	66	6.4%	73	7.1%
合計	1,025	100.0%	1,025	100.0%

} 相談者：11.4%
 } 当事者：15.7%

} 相談者：6.2%
 } 当事者：9.9%



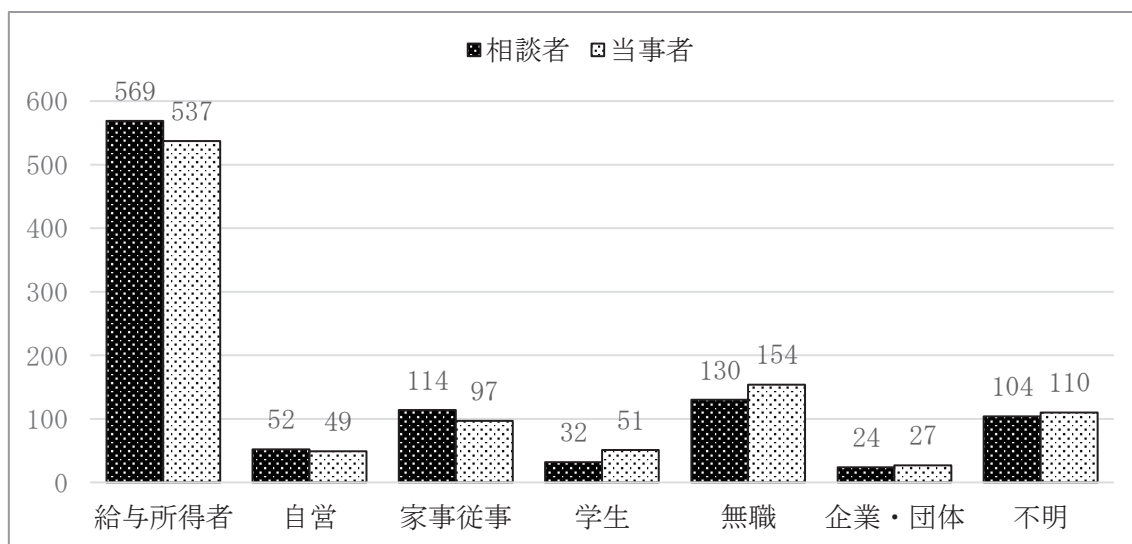
20代から60代のいわゆる現役世代からの相談が86.6%を占めている。70代以上の高齢者からの相談は6.3%でPIO-NETの年代別割合の約19%と比べて3分の1である。休日に開設しているWETの意義は大きいといえる。

事例としては、「①20歳の息子が、マルチ商法で化粧品を契約。消費者金融で35万円を借りさせられて支払った」「②中学生の息子が、お試し500円で、にきび化粧品を購入。後で、4回継続が条件の定期購入と判明した。解約したい」「③70代の叔父が店舗でスマホを契約。その数時間後、やはり使えないと思い解約を申し出たが拒否された。8日間以内なのに解約できないのか」「④一人暮らしで80代の父が、訪問販売で1カラット100万円のダイヤを契約した。解約させたい」等がある。

(5) 相談者と当事者の職業別

N=1,025

職業	相談者	%	当事者	%
給与所得者	569	55.5%	537	52.4%
自営	52	5.1%	49	4.8%
家事従事	114	11.1%	97	9.5%
学生	32	3.1%	51	5.0%
無職	130	12.7%	154	15.0%
企業・団体	24	2.3%	27	2.6%
不明	104	10.1%	110	10.7%
合計	1,025	100.0%	1,025	100.0%



相談者の職業別件数は給与所得者が569件(55.5%)と最も多く、平日に消費生活センターに相談することが困難と思われる層に利用されていることが分かる。続いて、無職130件(12.7%)、家事従事者114件(11.1%)、となっている。無職の人の割合は、平成28年度7.6%、平成29年度8.7%、平成30年度10.3%と、年々増加傾向にある。

また、企業・団体からの相談も、平成30年度15件(1.2%)に比べ、今年度は24件(2.3%)と増加している。事例としては、「①“あなたのネットショップが検索したときに上位にくるようにしてあげる”と、電話で3時間も勧誘され、根負けして契約。解約したい」「②電話で“3週間無料で求人広告を掲載しないか”と勧誘され申込んだ。後日、広告業者から無料の広告期間が経過したとして、16万円の請求書が届いた」等がある。

(6) 相談者の地域別 N=1,025

都道府県	件数	%
北海道	28	2.7%
青森県	2	0.2%
宮城県	2	0.2%
秋田県	4	0.4%
山形県	4	0.4%
福島県	2	0.2%
茨城県	9	0.9%
栃木県	4	0.4%
群馬県	7	0.7%
埼玉県	66	6.4%
千葉県	56	5.5%
東京都	196	19.1%
神奈川県	51	5.0%
新潟県	9	0.9%
富山県	1	0.1%
石川県	8	0.8%
福井県	1	0.1%
山梨県	2	0.2%
長野県	14	1.4%
岐阜県	9	0.9%
静岡県	24	2.3%
愛知県	19	1.9%
三重県	10	1.0%

滋賀県	10	1.0%
京都府	35	3.4%
大阪府	181	17.7%
兵庫県	86	8.4%
奈良県	26	2.5%
和歌山県	6	0.6%
鳥取県	2	0.2%
島根県	2	0.2%
岡山県	5	0.5%
広島県	12	1.2%
山口県	3	0.3%
徳島県	1	0.1%
香川県	6	0.6%
愛媛県	9	0.9%
高知県	4	0.4%
福岡県	21	2.0%
長崎県	2	0.2%
熊本県	11	1.1%
大分県	1	0.1%
宮崎県	1	0.1%
鹿児島県	3	0.3%
沖縄県	4	0.4%
京都	1	0.1%
不明	65	6.3%
合 計	1025	100.0%

相談者を都道府県別にみたときの相談件数は、多い順に東京都 196 件、大阪府 181 件、兵庫県 86 件、埼玉県 66 件、千葉県 56 件、神奈川県 51 件となった。一方、都道府県別の人口数は、多い順に東京都、神奈川県、大阪府、愛知県、埼玉県となり、人口数と WET の相談件数は比例していない。人口数に比べ、WET の相談件数が少ない都道府県は、行政による休日の相談窓口が充実していることがうかがえる。

(7) 商品・役務別（重複分類）

N=1,025、M=1,132

商 品	件数
A 商品一般	40
B 食料品	78
C 住居品	39
D 光熱水品	22
E 被服品	70
F 保健衛生品	55
G 教養娯楽品	69
H 車両・乗り物	35
I 土地・建物・設備	113
J 他の商品	1
商品（A～J）小計	522

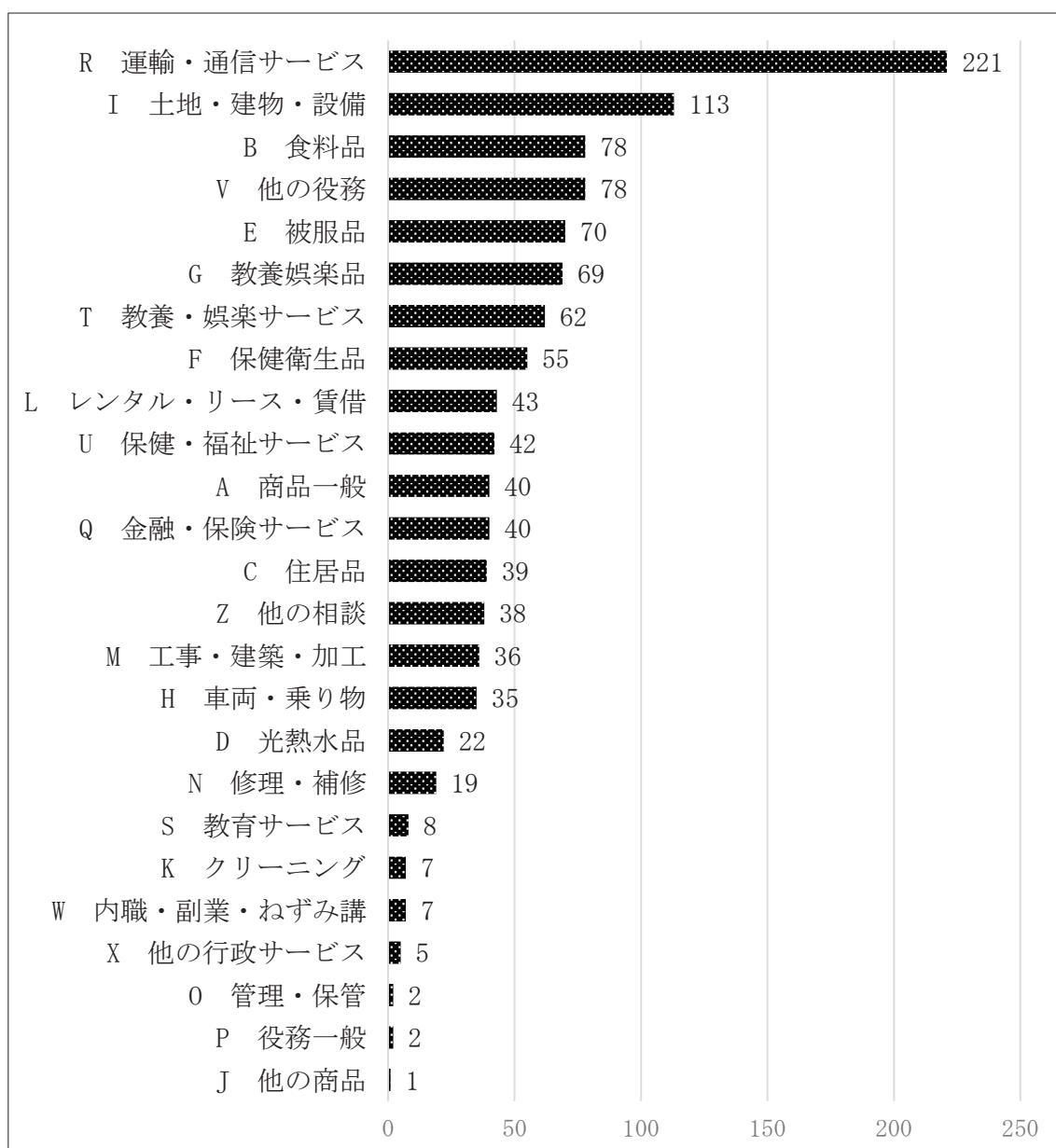
役 務	件数
P 役務一般	2
Q 金融・保険サービス	40
R 運輸・通信サービス	221
S 教育サービス	8
T 教養・娯楽サービス	62
U 保健・福祉サービス	42
V 他の役務	78
W 内職・副業・ねずみ講	7
X 他の行政サービス	5
役務（P～X）小計	465
Z 他の相談	38
合 計	1,132

商品関連役務	件数
K クリーニング	7
L レンタル・リース・賃借	43
M 工事・建築・加工	36
N 修理・補修	19
O 管理・保管	2
優先コード（K～O）小計	107

相談を、「商品」「商品関連役務」「役務」に分類した。「商品関連役務」は、商品に関連して提供される役務であるため、それぞれの役務は関連する商品と重複して計上されており、総数は1,132件となった。

商品・役務別では、運輸・通信サービスが221件と最も多く、続いて、土地・建物・設備113件、食料品78件、他の役務78件、被服品70件の順となった。

さらに、主なものの内訳を見ると、運輸・通信サービス221件のうち、運輸サービスの相談は16件、通信サービスの相談は205件と、例年どおり通信サービスに関する相談が大半を占めた。次に、土地・建物・設備113件のうち、賃貸アパート等に関する相談が36件、工事に関する相談が32件となった。また、食料品78件のうち、39件が健康食品の定期購入に関する相談であった。



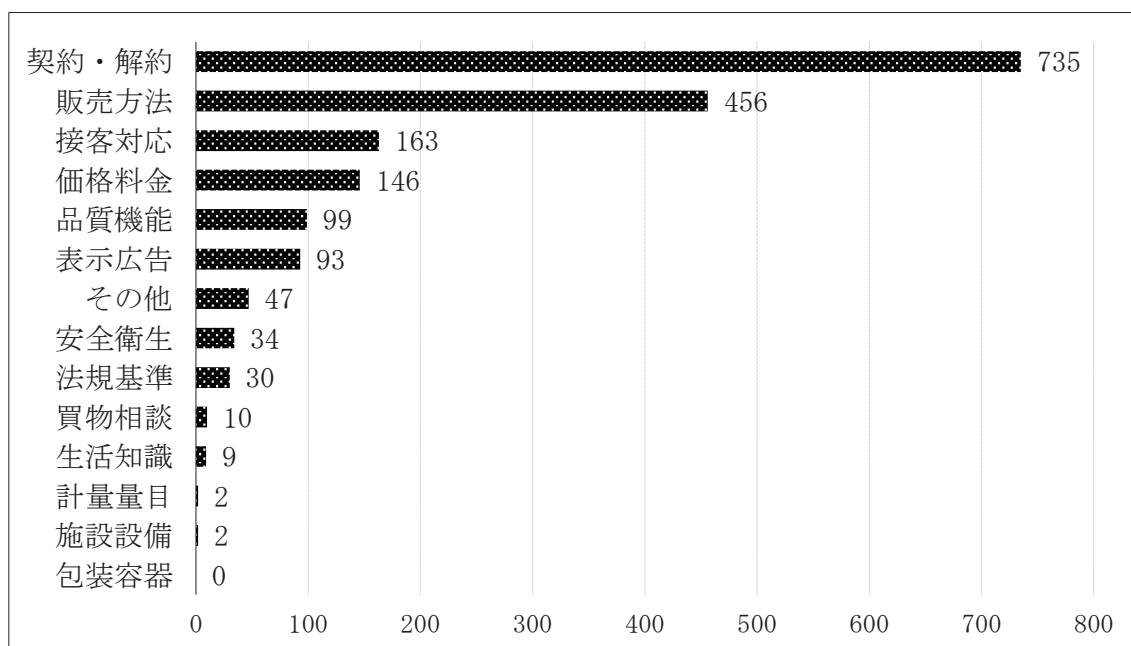
(8) 相談内容別（重複分類）

N=1,025、M=1,826

内容別	件数	(%)
契約・解約	735	40.3%
販売方法	456	25.0%
接客対応	163	8.9%
価格料金	146	8.0%
品質機能	99	5.4%
表示広告	93	5.1%
その他	47	2.6%
安全衛生	34	1.9%
法規基準	30	1.6%
買物相談	10	0.5%
生活知識	9	0.5%
計量量目	2	0.1%
施設設備	2	0.1%
包装容器	0	0.0%
合計	1,826	100.0%

相談内容を、14項目の内容別に分類して集計した。最も多かったのは、契約・解約で、735件（40.3%）、続いて、販売方法456件（25.0%）、接客対応163件（8.9%）、価格料金146件（8.0%）、品質機能99件（5.4%）の順となった。

契約・解約では、キャンセル料に関する相談が67件あった。事例には、「新型コロナウイルスの影響で、卒業式が中止になったため、袴の貸衣装のキャンセルを申出たところ、キャンセル料を請求された」、「新型コロナウイルスの感染が心配なので、国内パック旅行をキャンセルしたいが、自己都合によろしてキャンセル料を取られるのが納得いかない」など、新型コロナウイルスに関連する相談が見受けられた。



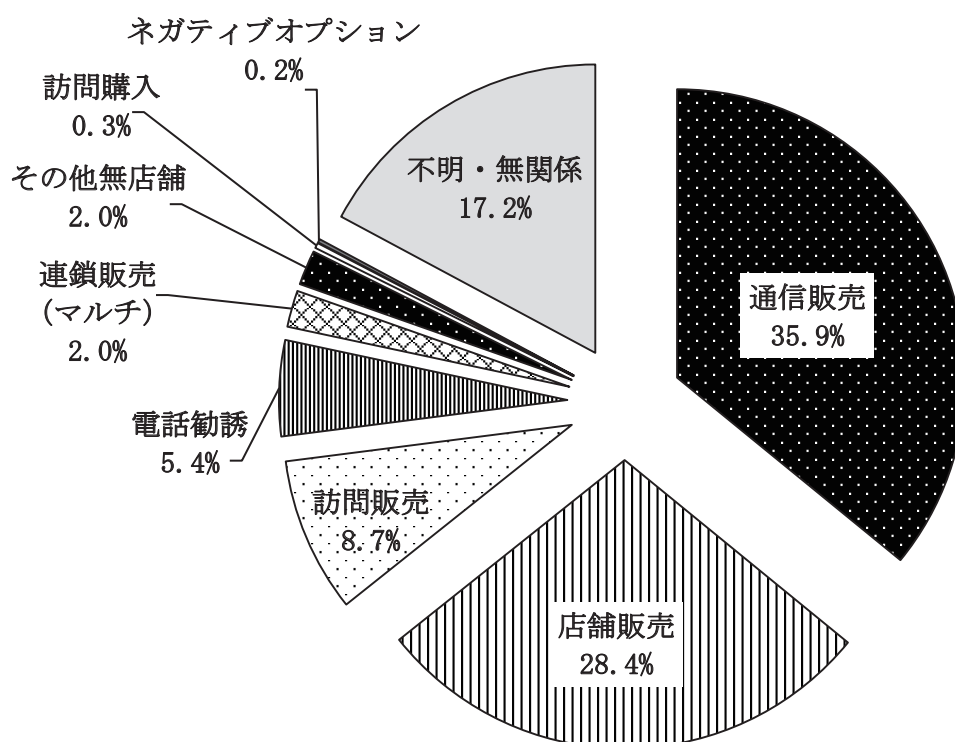
(9) 販売購入形態別

N=1,025

販売購入形態	件数	%
通信販売	368	35.9%
店舗販売	291	28.4%
訪問販売	89	8.7%
電話勧誘販売	55	5.4%
連鎖販売 (マルチ)	21	2.0%
その他無店舗	20	2.0%
訪問購入	3	0.3%
ネガティブオプション	2	0.2%
不明・無関係	176	17.2%
合計	1,025	100.0%

販売購入形態別では、通信販売が368件(35.9%)と最も多く、次いで、店舗販売291件(28.4%)、訪問販売89件(8.7%)、電話勧誘販売55件(5.4%)の順となった。

通信販売のうち、商品・役務別では「健康食品」に関する相談が最も多く、次いで「アダルト情報サイト」「化粧品」が続いた。「健康食品」「化粧品」については、「お試しのつもりで申し込んだのに数カ月の継続が条件の定期購入だった」との相談が大半を占めた。



(10) 支払形態別

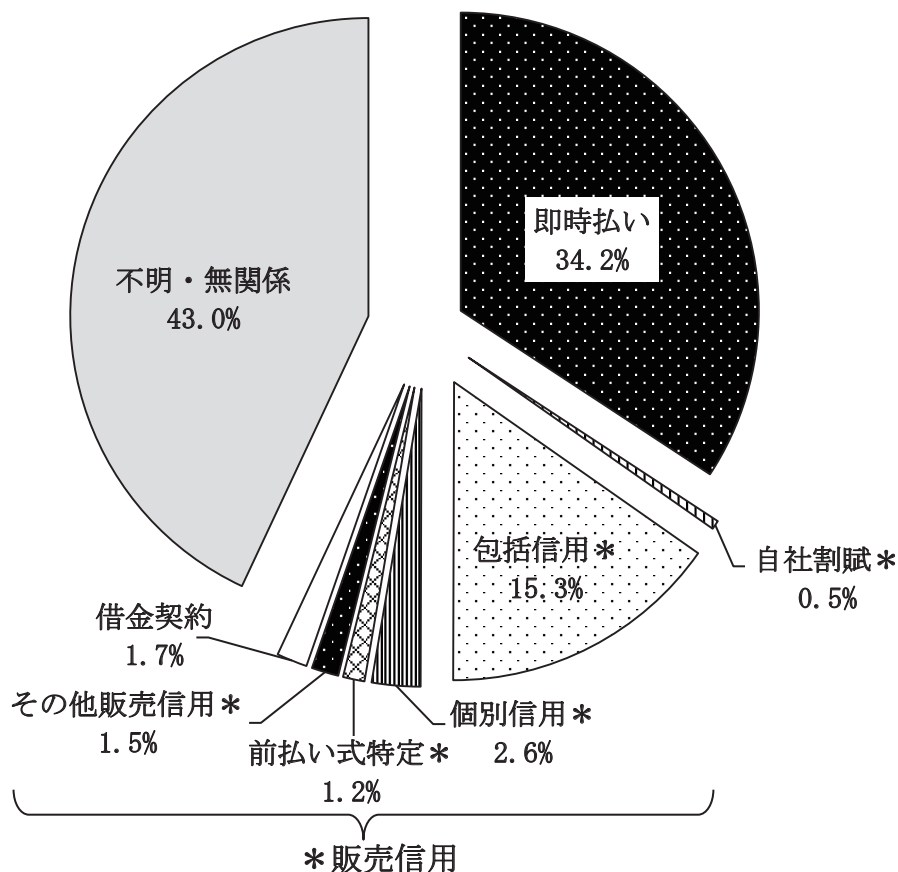
N=1,025

支払形態	件数	%
即時払い	351	34.2%
自社割賦*	5	0.5%
包括信用*	157	15.3%
個別信用*	27	2.6%
前払い式特定*	12	1.2%
その他販売信用*	15	1.5%
借金契約	17	1.7%
不明・無関係	441	43.0%
合計	1,025	100.0%

販売信用

支払形態別では、即時払いが351件(34.2%)で最も多かった。販売信用では、包括信用が157件(15.3%)あった。包括信用のうち117件が「2カ月内払い(マンスリークリア)」であった。

「*」は販売信用



3. 3 当日事例の検討

＜プロバイダ料金が安くなると電話で言われ契約したが、契約先が変わっていた。解約したい＞

受付年月日	平成 31 年 4 月 6 日
相談者性別	男性
相談者年齢	70 歳代
相談者職業	無職
相談者居住地	大阪府

① 相談概要

5 日前、現在使用中のプロバイダ事業者名を名乗って、今よりもプロバイダ料金が安くなると電話があった。てっきり同じ事業者だと思って契約したが、後日、聞いたことのない事業者から書面が届き、光回線の別会社への乗換え契約だとわかった。書面には初期契約解除の記載がある。書面受領日は契約日より 4 日後である。解約したい。

② アドバイス

初期契約解除制度について説明したうえで、初期契約解除については書面受領日から 8 日以内に書面で契約先へ通知すればよいと説明。ハガキに必要事項を書いた後、両面コピーを取り、郵便局から特定記録郵便か簡易書留で送付するよう助言した。合わせて、書き方について不安な点があれば、居住地の消費生活センターに確認するよう伝えた。

＜解説＞

平成 27 年 2 月より、大手電話会社から光回線を借り受けた事業者（以下「光コラボ事業者」）の参入が増えたことで、光コラボに関する相談は後を絶たない。さらに、令和元年 7 月より、光コラボの回線同士であれば事業者変更（再転用）で気軽に乗換えられるようになった。光コラボ事業者は、提供する光回線サービスに、プロバイダや携帯電話等のさまざまなサービスを組合わせた販売もしている。本事例のように「現在契約している会社と思わせるような勧誘で、別の会社との契約になるとは思わなかった」「安くなると勧誘されても、他のオプションが付加されて現在の料金よりも高くなった」等の相談も依然として目立っており、自身の契約先や契約内容をきちんと把握したうえで契約に臨む必要がある。

光コラボの契約は、「電気通信事業法」の解約ルールである初期契約解除制度の対象となり、契約書面受領日を起算日として 8 日以内であれば、契約者から一方的な契約の解除ができる。契約解除をした場合、違約金を支払う必要はないが、契約解除までに利用

したサービスの利用料、工事費、事務手数料は支払う必要がある。(工事費と事務手数料は法令で上限額が定められている。)

また、業界団体である電気通信サービス向上推進協議会の自主基準「電気通信事業者の営業活動に関する自主基準及びガイドライン」により、光回線契約、光回線解約とCATVについては工事前であれば無償解除できるとされている。また、初期契約解除期間経過後であっても、今よりも料金が安くなると言われ契約したが、安くなるどころか逆に高くなった等、事実と違う勧誘により誤認して契約した場合には、「消費者契約法」により取消が可能である。

平成 28 年に「電気通信事業法」が改正され、契約書面の交付義務、初期契約解除制度、不実告知等の禁止、勧誘継続行為の禁止、代理店に対する指導等の措置義務等、消費者保護ルールが充実・強化された。また、事業者には高齢者・障害者等、配慮が必要となる利用者に対して、その知識、経験、契約目的に配慮した説明を行うことが義務付けられる等、適合性の原則を順守した販売方法が求められる。消費者も勧誘を受けた時には、すぐには契約せず、現在の契約内容と勧誘された内容等を十分に比較・検討し、必要がなければ、あいまいな返事をしないできっぱり断ることが大事である。

契約した認識がなくても契約になっているケースもあるため、覚えのない事業者から書面が届いたらすぐに内容を確認し、事実と違う場合は速やかに事業者へ申出ることが必要である。消費者保護ルールにより、事業者への行為規制の遵守が求められるが、消費者側にも契約内容を十分理解し、交付された契約書面をしっかりと確認することが求められる。

<高齢の母の家の鍵が開かなくなったので、ネットでみつけた事業者に依頼した。見積もなく高額な料金を請求され、納得がいかない>

受付年月日	平成 31 年 4 月 6 日
相談者性別	女性
相談者年齢	50 歳代
相談者職業	家事従事者
相談者居住地	不明

相談概要

母から自宅の鍵が開かなくなったと電話があったので、ネットで見つけた事業者に見に行ってもらった。事業者が来ると見積もなく、特殊な鍵だからと取り外してくれたが、「鍵穴掃除 12 万 8600 円」と書かれた請求書を出された。母は「お金の管理は娘がし

ているので持ち金がない」と言ったが、事業者は「今日中に支払ってもらわないと困る。今から銀行と一緒にいこう」と言われたという。母は、高額な請求に困惑したが、支払わないと帰ってくれないと思い1万円だけ支払い、事業者からは、残金は後日振込むように言われたという。

アドバイス

単に事業者に見に来てもらい、見積りを依頼するつもりであったが、料金や契約内容の説明もなく鍵を取り外したということであれば、訪問販売に該当すると考えられる。また、強引な料金の取立て等事業者のやり方にも問題がある。残金を振込む前に、当事者と共に居住地の消費生活センターに相談するよう助言した。

<解説>

鍵の修理、水漏れ修理やトイレ修理等、日常生活での緊急のトラブルに修理を急ぐあまり、ネットやマグネットシール等でみつけた事業者に依頼することが多い。修理内容や料金について十分な検討ができないまま契約してしまった結果、トラブルにつながってしまうというケースが少なくない。こういったレスキューサービスは、内容が様々であり、現場の状況次第では説明された料金どおり依頼できるとは限らない。「業界 NO.1」「業界最安値」等と広告に記載されていても安易にとびつかず、契約する場合は相見積を取るなど十分に検討して決めたいが、修理を急ぐあまり実際は難しいことが多い。少なくとも、見積りに来てもらう時は、見積りにあたって料金が発生するのか、依頼せずにキャンセルしたときにキャンセル料が発生するのか等をあらかじめ事業者を確認したい。料金やサービス内容に納得できない場合は、きっぱり契約を断ることも必要だ。また、見積りをするだけのつもりで事業者を呼んだにもかかわらず、その場で契約を結ばされたり、依頼した修理とは別の契約内容を結ばされた場合などは、「特定商取引法」上の訪問販売に該当し、クーリング・オフ等ができると考えられる。クーリング・オフは法的に不備のない契約書面を受取った日から8日以内であれば、無条件解除が可能である。法定書面が交付されていなければクーリング・オフ期間は進行しないため、いつまでもクーリング・オフが可能である。

このような事業者とのトラブルに備えるために、トラブルが起こった時の初期対応や緊急に修理を依頼できる事業者について、日頃から日常生活の緊急情報を収集しておくように心がけておくことが賢明である。

＜一人暮らしの義母が、訪問で大手電力会社の委託事業者とガス契約をしていた。信用できる事業者か＞

受付年月日	平成 31 年 4 月 6 日
相談者性別	男性
相談者年齢	30 歳代
相談者職業	給与生活者
相談者居住地	和歌山県

相談概要

昨日、一人暮らしをしている 70 歳の義母の家に、大手電力会社から委託されたという事業者が訪問してきた。検針票が見たいと言われ、ガスと電気を一本化すれば料金がお得になると勧誘され契約したようだ。大手電力会社の HP には、検針票の提示を求めたりしないと書かれてあった。悪質業者と契約したのではないだろうか。

アドバイス

居住地の消費生活センターの開設日だったため、契約書を手元に置き、まずは電話で問い合わせるよう連絡先を案内した。

＜解説＞

平成 28 年 4 月に電力の小売全面自由化が始まり、その 1 年後にあたる平成 29 年 4 月より、ガスの小売全面自由化が始まった。これまで、都市ガスの契約は地域ごとに特定の事業者としか契約できなかったが、電力と同様、自由化により複数の様々な業種や業態の事業者の中から消費者が契約先を選択することが可能となった。それに伴い、新たなガス小売事業者、新たなメニューでのガスの供給が行われることになり、自由化前と異なり、電気や光回線、ホームセキュリティー等とのセット割引、ポイント還元サービス等様々な料金メニューやサービスが多様化し、事業者間の競争も活発化している。安くなるからと勧誘されてもその場ですぐに契約せずに、切替で本当にメリットがあるかどうか検討することが大事である。また、ガスの契約の切替にあたっては、現在契約している内容を確認し、切替によりどの程度割引になるのか、割引の条件はあるかなど確認する必要がある。安くなると言われたが、必要のないサービスとセットになっているために結果的に高額になることもあるので注意が要る。今回の事例のように、大手電力会社がガスも販売していることは考えられるが、どこの電力・ガス会社と契約しているのか分からないということがないように、大手電力会社へ本当に委託事業者かどうかの真偽を確認してほしい。また、検針票には、顧客番号や供給地点特定番号等、重要な個人情報が含まれているので扱いには慎重になるべきだ。さらに、ガス小売事業者は、料

金や契約先、解約料など契約内容について契約締結前に説明することが義務付けられている。ガス小売事業者から電話や訪問販売等で勧誘を受け、ガスの切替契約について承諾した場合は、法定書面交付日より 8 日以内ならクーリング・オフが可能である。また、法定書面不交付であればクーリング・オフは進行せず、改めてクーリング・オフできる書面が交付されてから 8 日間はクーリング・オフが可能となる。ガスの契約先を変更する際には、ガス小売事業者にしっかりと契約内容を確認し、納得したうえで契約することが大事である。

ガスの小売全面自由化に関し、制度や仕組で不明な点や不審なことなどあれば、経済産業省電力・ガス取引監視等委員会の相談窓口（03-3501-5725）へ相談が可能である。

<スマートフォンに宅配業者を騙る SMS が届いた。フィッシング詐欺にあったのではないかと>

受付年月日	令和元年 6 月 28 日
相談者性別	女性
相談者年齢	50 歳代
相談者職業	給与生活者
相談者居住地	大阪府

相談概要

スマートフォンへ宅配業者から「お客様宛にお届けがありました、不在のため持ち帰りました。配達物は下記よりご確認ください」という内容の SMS が届いた。再配達のために記載されていた URL をタップしたところ、宅配業者の HP と思われるサイトが表示され、ID とパスワードを入力した。しかし、何か怪しいと気づき 15 分後に ID とパスワードを変更したが、詐欺にあったと思う。キャリア決済を利用しているので心配である。

アドバイス

宅配業者を騙る偽メールによる被害が多数寄せられている。ID とパスワードを入力し送信しているので、変更までのわずかな時間になりすましによる詐欺被害が発生しているかもしれない。キャリア決済を提供している携帯会社に請求状況を確認するとともに、被害が確認できた場合は、居住地の消費生活センターへ相談するよう伝えた。

＜解説＞

フィッシング詐欺とは、携帯電話会社や大手宅配業者、プラットフォーム事業者、金融機関等を名乗るメールや SMS を送りつけ、本物そっくりの偽サイトにアクセスさせ、重要情報を入力させて詐取するというものである。特に、スマートフォンの SMS を利用してフィッシングサイトに誘導する手口が横行している。偽メッセージを送って不正アプリをインストールさせたり、ID とパスワードを入力させて詐取したりという被害が多数ある。不正アプリをインストールしてしまうと、スマホが不正操作され、自分のスマホから同様な偽 SMS を他の人たちへ送られてしまう他、盗んだ ID とパスワード等により通信事業者のキャリア決済（携帯料金と一緒に商品の代金などを支払う方法）が利用され、身に覚えのない通販サイトでの利用請求を受けるという被害ケースがある。万が一、不正アプリをインストールしてしまった場合は、速やかに機内モードで通信を遮断し、アプリ等を削除する必要がある。詳しい対処法は、独立行政法人情報処理推進機構（IPA）の HP が参考になる。また、ID とパスワード等を入力してしまった場合は、速やかにパスワードを変更し、携帯電話会社へ相談することが賢明だ。

第三者により不正に利用されたとしても、本人のパスワード等の管理不足とみなされ、利用規約等を根拠に使用者自身に支払義務が課されることが多い。但し、令和元年 8 月末、携帯電話会社 3 社がこのような被害を受けて、キャリア決済の不正被害に対し利用規約を改定して補償制度を導入した。

しかい、利用者をだまそうとする SMS メールは多く出回っているうえ、偽サイトは巧妙に作られているので、見分けることは簡単ではない。被害にあわないためには、日頃から、SMS やメールの URL をすぐにタップせず、公式サイトなどの確かな情報源から真偽を確認することが大事である。また、「心当たりがないメッセージは開かない」「信頼できるところからしかアプリはダウンロードしない」「電話番号やパスワードなど重要な情報は安易に入力しない」ことが賢明である。消費者にも、情報収集と見極め力が求められる。

＜中学生の息子が、親に断りなくスマートフォンで「お試し 500 円」のニキビ化粧品を購入した。その後、4 回の定期購入が必要だと分かった。解約したい＞

受付年月日	令和元年 7 月 6 日
相談者性別	女性
相談者年齢	30 歳代
相談者職業	無職
相談者居住地	広島県

相談概要

中学生の息子が、スマートフォンで親に断りなくニキビ化粧品を購入した。「1 回限りお試し 500 円」で購入できると思っていたみたいだが、初回の荷物が届いた時に、2 回目以降は 6980 円になる 4 回の定期購入だと分かった。申込フォームには、親権者の承諾の有無をチェックする欄があったが、息子が勝手に承諾のチェックを入れた。登録のないメールは届かない設定にしているので、注文確認メールは送られてきたかどうかは分からない。昨日、2 回目の荷物が届いたが開封せずに置いている。中学生の息子には高額で支払えないので解約したい。

アドバイス

事業者に未成年者取消を申出るように伝えた。まずは、メールで事業者へ連絡し、親権者としての解約を申出ておき、居住地の消費生活センターに相談するよう伝えた。

<解説>

中学生や高校生が、サプリメントや化粧品、脱毛剤等の「実質無料」「500 円」「お試し」等の SNS 広告を見て、インターネット通販から、1 回だけのつもり注文したところ、2 回目の商品が届き定期購入になっていたと気づくケースが多い。2 回目以降は価格が数千円と高額になる事に驚き解約を申出ても、定期購入が条件になっているので回数分は購入するよう言われたり、1 回目の商品を定価で購入するよう求められ、中学生や高校生には高額な請求をされることがある。

「民法」では、未成年者の契約には親権者などの法定代理人の同意が必要とされ、法定代理人の同意がない未成年者契約は取消ができるとされている。親権者または未成年者本人が取消を申出れば、契約は最初からなかったことになるので代金の支払義務はなくなり、受取った商品がある場合は残っている商品を現状のまま返還すればよい。

当該事例のように、申込画面に親権者承諾のチェック欄を設けている場合、事業者が「親権者の承諾がある」とか、「未成年者の詐術に当たる」と主張することが考えられる。

しかし、経済産業省の「電子商取引及び情報財取引等に関する準則」では、「電子商取引の現状に鑑みて生年月日や年齢を入力したことのみによって詐術を用いたと判断されるものではなく、未成年者の具体的年齢、商品・役務の性質、商品などの対象者、事業者が設定する成年・未成年者の判別のための画面構成・しくみなどといった個別具体的な事情を考慮し、実質的な観点から判断されるもの」とされている。また、利用規約の一部に「未成年者の場合は親権者の同意が必要です」と記載してあるのみである場合、詐術には当たらないと例示されている。このことから、未成年者が親権者承諾のチェックをして申込んだ場合には、法定代理人の同意がないので未成年者契約の取消ができると考えられる。判断に迷った時には居住地の消費生活センターへ相談してほしい。

「民法」の改正により、令和 4 年 4 月 1 日から成年年齢が 20 歳から 18 歳に引き下げ

られる。成年に達すると親の同意がなくても契約ができるようになるため、18 歳になれば高校生であっても未成年者契約の取消はできなくなる。商品を購入する前には契約内容や返品・解約条件についての表示を確認し、慎重に契約することが求められる。

<半年前、ネットの質問サイトを利用した。思いがけず会員契約になっており、クレジットカードで月会費を半年分支払っていた。解約したい>

受付年月日	令和元年 7 月 20 日
相談者性別	女性
相談者年齢	60 歳代
相談者職業	給与生活者
相談者居住地	大阪府

③ 相談概要

半年前、ネットの質問サイトを利用しクレジットカード決済した。一度限りと思っていたところ、会員契約になっていて月会費が引き落とされていた。カード明細書を確認したところ、会員契約が半年継続し、総額 1 万 6200 円を支払っていたことが分かった。解約したい。クレジットカード会社に連絡したところ、消費生活センターへ相談するようにと言われた。

④ アドバイス

質問サイトの HP から通常解約手続きができると説明したが、自分でできる自信がないとの事で、カード会社にサイトの連絡先を尋ねて解約手続きを取るようにと助言した。

<解説>

困っていることをネットで検索すると、24 時間、医療や法律、パソコンサポート等、様々な分野の専門家と一対一でやり取りできるという、海外の質問サイトが表示されることがある。このような質問サイトを利用したところ、「1 回限りの支払いだと思っていたのに月会費を継続請求された」「トライアルで申込みと、知らない間に会員登録された」「解約したいが連絡方法が分からない」等というトラブルが多く寄せられている。サイトの広告や申込画面には、料金や支払い方法、解約等の利用条件は書かれておらず、画面の片隅に表示される利用案内や利用規約の内容を確認しなければ、毎月定額料金がかかることが分からない。さらに相談者の利用料金は、相談者本人がサイトにログインし確認しなければならないという問題点がある。「特定商取引法」では、本件のような

場合、通信販売において顧客の意に反して契約の申込をさせようとする行為として行政処分の対象となる。申込を行う際には、申込の内容を容易に確認・訂正できるようにしなければならない。同法の確認措置が講じられていない場合には、「電子消費者契約法」により、契約は錯誤により無効であると主張できると考えられる。しかし、国内法上の規制を理由に返金を求めても、海外事業者であるこの質問サイトでは、返金に応じることがないのが実情である。クレジットカードを利用停止や解約している場合でも、事業者との契約を解約しないままにしていると支払義務が生じてしまう可能性もある。まずは、サイト上の問合せフォームやメールを利用し、質問サイトへ返金や解約を申出るべきである。

＜高齢の母が不要なものを買取ると訪問した事業者に貴金属 10 点を売却したが、クーリング・オフしたい。事業者に個人情報悪用されないか不安だ＞

受付年月日	令和元年 8 月 3 日
相談者性別	女性
相談者年齢	50 歳代
相談者職業	不明
相談者居住地	大阪府

相談概要

先日、高齢の両親が出かけようとしているところに「不要なものを買取ります」とリサイクルショップの店員が来訪し、後日の訪問日を約束した。昨日、事業者が来て、「家にあるものを色々見せてください」と言うので、母がネックレスやリング等の貴金属を見せた。その場で、貴金属 10 点を 1 万 3000 円で買取られた。その際、母の健康保険証のコピーを求められた。母が貴金属を渡したことを後悔していたので、本日、リサイクルショップへ電話をしたら、クーリング・オフに応じてくれた。しかし、住所・氏名を記入した契約書や保険証のコピーの返却を断られた。このリサイクルショップをネット検索したが、HP 等を確認できず信用できない。個人情報悪用されないか不安だ。

アドバイス

訪問購入のトラブルについて情報提供した。クーリング・オフした場合でも契約書や関係書類を返却する規定はないので、事業者が拒否した場合は返還ないし破棄請求は容易でないと思われる。契約書や保険証だけでは悪用は困難と思われるが、注意するよう伝えた。事業者の所在については、古物商営業許可番号を公安委員会に問合せよう助言した。

＜解説＞

買取り業者が、「不要なものを何でも買取る」と言って訪問してきて、突然、貴金属の売却を迫り、高価な貴金属を安価に買取り持ち去る消費者被害が平成 22 年頃から急増した。高齢の女性が狙われることが多く、不意打ち的に勧誘されるので、買取り価格が妥当であるかを判断することができないまま強引に売却を迫られ、後になって返品を求めても「すでに処分した」などと言われ取戻せないケースがほとんどだった。そのため、平成 25 年 2 月から、訪問による買取りは、「特定商取引法」上の訪問購入として規制された。クーリング・オフ制度が導入され、契約書面を受取ってから 8 日以内は無条件で解約できる。買取り業者は、購入者に、事業所の名称、連絡先、品物の種類や特徴、購入価格等が記載された契約書面を交付しなければならない。クーリング・オフ期間中は、商品の引渡しを拒むこともできるので、売却の契約をしてもその場で物品を渡す必要はない。さらに、同法では、事業者が、①消費者から依頼もないのに突然訪問し勧誘すること（不招請勧誘）②事業者名、買取る物品の種類、勧誘の目的を明示せず勧誘すること③消費者が断った場合に居すわることや再勧誘をすること等を禁止している。その上、訪問購入は、取引される古物の中に窃盗の被害品等が混在する恐れがあることから、「古物営業法」の規制を受ける。盗品等の売買の防止、速やかな発見等を図ることを目的とし、所管は警察庁。このため買取り業者は、営業所が所在する都道府県の公安委員会から古物商の許可を得る必要がある。また、古物商（買取り業者）は、古物を受取り、または引渡したときは、その都度、取引年月日、古物の品目および数量、古物の特徴、取引の相手方の住所・氏名・職業・年齢、相手方の本人確認を行なうために取った措置を帳簿等に記録しなければならない。「貴金属を売ったら、健康保険証のコピーを取られた。悪用が心配だ」というこの相談では、取引額が 1 万円以上の場合に、買取り業者には相手方確認義務・記録義務が課せられているからである。

一方、「個人情報保護法」では、訪問購入業者が個人情報取扱事業者となり、この帳簿等の記載は同法の保有個人データに該当すると考えられる。保有個人データについて個人情報取扱事業者は、同法に則り適切に管理する義務がある。

このように、買取り業者には厳しい規制が設けられているが、規制内容をよく理解していない事業者も多く、貴金属を強引に買取るトラブルは相変わらず発生している。消費者も不要な勧誘はきっぱり断り、事業者に貴金属を安易に見せることは避けてほしい。

＜ネット検索した副業紹介サービスで、男性の相談を聞くだけで稼げるサイトに登録した。サイト運営業者にお金を支払ったが報酬がもらえない＞

受付年月日	令和元年 8 月 10 日
相談者性別	女性
相談者年齢	30 歳代
相談者職業	無職
相談者居住地	大阪府

① 相談概要

2 日前に「副業」をインターネット検索した。副業紹介サービスで、男性の相談を聞くだけで稼げるというサイトを見つけた。会員登録が無料だったので登録したら、出会い系サイトだった。登録後 7 回ほど男性とメール相談を行った時に、サイト運営業者から報酬を受取るためには 5000 円を振込むようにというメールが届いた。仕方なくクレジットカードで支払ったが報酬はもらえず、さらに 1 万円を請求された。今までに合計 5 万円を支払ったが、報酬は受け取っていない。出会い系サイトに騙されたと思うので、返金してほしい。

② アドバイス

既にクレジットカード会社には相談済みとのことだった。今までの経緯を時系列に書面にまとめ、居住地の消費生活センターに相談するよう案内した。

＜解説＞

ネット広告を見て、意図せず出会い系サイトに登録し料金を請求されるケースが増えている。収入を得たいと思っている消費者が、内職やアルバイト等の情報をインターネット検索し、就職情報サイトや副業紹介サイト、バイト情報等のネット広告を見て、メールを交換するだけで高額の収入が得られるサイトに登録し、後日、サイトからメールが届き、出会い系サイトと気づかず登録するというケースが多い。出会い系サイトの多くはメール交換をするたびに費用が発生する仕組みになっており、サイト業者は個別にメールを送信し報酬を受取るために有料ポイントを購入するよう勧誘する。相談相手は、いわゆるサクラである可能性が高く、消費者が相談相手とメールを続けても報酬を受取ることはできない。「特定商取引法」の通信販売には広告規制があり、誇大や虚偽の広告は禁止されているが、民事的な取消権はない。そのため、出会い系サイト運営業者に返金を求めても不当な取引とは認めず対応しないことが多い。まずは今までの経緯や納得できないことを書面にまとめ、それまでにやり取りしたメールを保存することが重要である。平成 28 年に改正された「割賦販売法」では、クレジットカード番号等取扱契約締結事

業者（アクワイアラーや決済代行業者）は登録が必要になり、利用者からの苦情情報に対して、加盟店の調査を義務付け、調査結果に応じた措置を講じることが求められる。また、クレジットカード発行会社（イシューア）には業務適正化義務がある。出会い系サイトは決済代行業者等の加盟店であると思われ、クレジットカードを利用している場合には、クレジットカード発行会社や決済代行業者に対し不当な取引であると認めさせるよう交渉することが必要である。早めに消費生活センターへ相談してほしい。

＜3日前にパソコンを使用していたら警告音が鳴り、書いてあった番号に電話をかけた。詐欺にあったと思う＞

受付年月日	令和元年8月17日
相談者性別	女性
相談者年齢	50歳代
相談者職業	給与生活者
相談者居住地	不明

相談概要

3日前にパソコンを使用していたら「ウイルスに乗っ取られた」という内容のメッセージと警告音が鳴った。慌てて記載されていた電話番号に電話をかけた。ウイルスソフトを入れていると話したが「当該ウイルスソフトが弱いので、すぐに対策した方がよい」と言われたため、7万5000円をクレジットカードで支払った。1ヶ月前にも同じようなことがあり、5万5000円でサポート契約をしていたので、相談したところ「詐欺だと思う」と言われた。知人にも相談したら「詐欺だ」と言われたため、カードを解約した。今後どうしたらよいか。

アドバイス

相談者の受注確認メールの情報から、当該事業者の規約が確認できた。7日以内であれば返金規定を設けていたため相談者に伝え、当該事業者に対して返金を求めるメールを送信するよう助言し、併せて居住地の消費生活センターにも相談するよう助言した。また、おそらく1ヶ月前の事業者も同様に海外の悪質なパソコンソフト会社と思われるので、同時に相談するよう助言した。パソコンから当該ソフトを削除する方法等はメーカーの顧客センターに相談するよう説明した。

＜解説＞

独立行政法人情報処理推進機構（IPA）の HP には、平成 28 年から「偽警告に関する相談事例」を掲載している。IPA は「警告画面はウイルス感染の有無に関わらず表示される。実際のウイルス感染の有無は、自身のセキュリティソフトで確認を行ってください」とし、遠隔操作の結果については「パソコン内の情報が流出した可能性は否定できないが、これまでに寄せられた相談では『パソコン内の情報窃取』『ウイルス感染』といった二次被害は確認していない」としている。

本件のように当該事業者の利用規約に返金条件がある場合は、消費者から当該事業者へメールで返金を求める方法がある。また事業者の利用規約に返金条件がなかったとしても、「特定商取引法」では、販売業者又は役務提供事業者が、電話をかけ又は政令で定める方法により電話をかけさせ、その電話で商品や役務等の勧誘をして申込を受ける販売方法を電話勧誘販売として規制し、一定の事項（サービスの内容、クーリング・オフ、中途解約の計算方法、関連商品等）を記載した書面（法定書面）の交付を義務づけている。この法定書面が交付されていない場合は、今からでもクーリング・オフを主張することができる。当該事業者が海外の事業者であり、英語での解約文の書き方が分からない場合は、CCJ（越境消費者センター）へ相談する方法がある。なお、クレジットカード番号を伝えた場合は、悪用を防止するためクレジットカード番号を変更した方がよい。インターネットには本件のような事案ばかりではなく、フィッシングサイトへ誘導される事案も多い。できるだけ、事前に詐欺業者の手口を知り、安易に電話やメール、ID やパスワードを入力しないことが大切である。

＜語学教室の受講をやめたいと申出たところ、引き留めるようなことを言われすぐに応じてもらえなかった。やめられるだろうか＞

受付年月日	令和元年 8 月 31 日
相談者性別	女性
相談者年齢	30 歳代
相談者職業	給与生活者
相談者居住地	兵庫県

相談概要

当該語学教室は外国人の先生が主催している。「月謝をその都度払うのは面倒であろうから」と言われ、3 カ月分を契約時に支払った。契約書はなく、「受講に関するお願い」のようなものを受領している。それによると、「やめたいときは前月の 10 日までに申

出るように」とのこと。1回受講したが、先生があまり日本語を話すことができず、希望するような内容の受講ができないため、解約を申出た。すると、語学教室側は別の話に切替えるなどして、解約についての話を避けているようであった。「受講に関するお願い」に書いてあるとおりにすれば、解約できるのだろうか。

アドバイス

「特定商取引法」に規定する特定継続的役務提供契約に該当する語学教室（契約期間2月を超え、金額5万円を超える）であれば、法定書面受領日から8日間はクーリング・オフ可能である。また、クーリング・オフ期間経過後、契約期間内であれば、中途解約することもでき、中途解約時に語学教室が請求できる損害賠償額の上限も定められている。今回は「月謝制」の教室ということであるが、実態としては同法の規定に該当する可能性がある。どのように主張するかについては、居住地の消費生活センターに相談の上、相手方と交渉するよう助言した。

<解説>

契約期間が2カ月を超え、契約金額が5万円を超えるいわゆる語学教室の場合、「特定商取引法」では役務提供事業者に対して一定の事項（サービスの内容、クーリング・オフ、中途解約の計算方法、関連商品など）を記載した書面（法定書面）の交付が義務づけられている。この法定書面が交付されていないのであれば、今からでもクーリング・オフを主張することができる。

一方、契約期間は2カ月を超えても、契約金額が5万円を超えず「特定商取引法」の特定継続的役務提供に該当しない場合は民法の準委任契約と考え、事例のように解約条件が決められているのであれば、その条件に従って解約を申出ることになる。その場合は、口頭より書面で申出た方がよい。解約を申出る書面はコピーして当該事業者へ特定記録郵便または簡易書留で送付し、書面のコピーと送付記録は一緒に保管しておく。日付を確定させた上で返金交渉を行った方が消費者にとって有利である。

他にもスポーツジムの契約やピアノのレッスンなど、月謝制の役務提供契約には解約時のトラブルが多い。入会時には役務提供の内容や解約条件を確認する必要がある。できれば書面での交付を依頼し、その書面は保存するようにしたい。

＜ネットでサブりを注文。初回お試し 100 円だったのに、勝手に 2 回目以降も送ると言う＞

受付年月日	令和元年 9 月 28 日
相談者性別	女性
相談者年齢	40 歳代
相談者職業	給与生活者
相談者居住地	沖縄県

相談概要

10 日程前、ネットで「送料を 100 円払えばお試しを送ってくるというサブり」をクレジットカード決済で注文した。定期購入になっていないかを十分画面で確認したので、間違えるはずはない。サブりが届いてしばらく放置していたが気になり、開封すると 40 袋で 3 万 9600 円の請求が来ると書いてあった。驚いて事業者の HP を見ると、書きかえてあり、「解約は何回か取らないとできない」などとあった。驚いて事業者に電話すると、初めから書いてあったと主張。違うと言うと豹変し口論となり、クレジットカード会社に相談すると「まだ請求は上がっていないので、請求元からの情報が届いたら社内で調査について検討する。当該カードは解約し新しく発行する」と回答した。どうも、話ができるような事業者ではない。3 万 9600 円は払わないといけなくなるかも知れないが、あまりにもひどい。この先どのようにすればよいか。

アドバイス

居住地の消費生活センターに、クレジットカード会社の話も含め相談するよう助言した。

＜解説＞

SNS やネットに表示された「お試し」「送料のみ」との広告につられて、1 回だけのつもりで注文すると以降毎月商品が届き、解約の電話をすると複数回購入後でないと言われ解約できないと言われたとの相談が、各地の消費生活センターに多く寄せられている。通信販売を規制する「特定商取引法」の施行規則が平成 29 年 12 月 1 日に改正され、商品の売買契約を 2 回以上継続して締結する必要があるときは、契約期間、総額等の取引内容を表示することが義務付けられた。また、「インターネット通販における意に反して契約の申込をさせようとする行為に係るガイドライン」も改正され、申込の最終確認画面には、商品の引き渡し回数、各回の商品代金、送料、支払い総額等の記載が求められるようになった。

令和元年 12 月 26 日付けで、消費者庁は、ある通販事業者を「顧客の意に反して通信販売に係る売買契約の申込をさせようとする行為」に該当するとして、通信販売に関す

る業務の一部（広告、申込受付及び契約締結）を停止するよう命じている。
消費者は商品を注文する前に「購入条件」（定期購入の有無）「返品特約」（返品条件の有無、解約の申出方法）等をリンク先で確認したり、運営会社の情報等を「特定商取引法に基づく表記」で確認し、できれば記載内容を保存しておくことが大事である。

<電話でアンケートを求められ、その後店舗に呼ばれ、高額な指輪を購入してしまった。解約したい>

受付年月日	令和元年 10 月 19 日
相談者性別	男性
相談者年齢	20 歳代
相談者職業	無職
相談者居住地	神奈川県

相談概要

スマホで「アンケートに答えて欲しい」と同年代の女性から電話があり、休日の過ごし方や結婚願望について答えた。女性は宝石取扱業者であると言い、店舗で会う約束をした。店舗に出向き、1 時間ほど宝石の説明を受け 133 万円の指輪を購入することになった。断りきれず契約したが、高額な指輪を解約したい。

アドバイス

販売目的を伝えず店舗に呼び出し、断わる雰囲気を与えず契約をさせていること等、勧誘時に問題がある可能性を伝えた。契約書面など書類一式を持参し、居住地の消費生活センターへ相談するよう助言した。

<解説>

販売目的であることを告げずに消費者を営業所へ呼出し、契約させる行為を「特定商取引法」ではアポイントメントセールスとして規定し、訪問販売の一種として規制している。訪問販売では、クーリング・オフの記載を含めて法律で定められた内容が記載された書面（法定書面）の交付が義務づけられている。法定書面が交付されている場合は、受取った日を含めて 8 日間はクーリング・オフができる。法定書面が交付されても記載内容に不備がある場合は、8 日間を過ぎてもクーリング・オフができる。また、不実のことを告げられて契約した場合は、「特定商取引法」又は「消費者契約法」の不実告知により取消ことができ、消費者が退去する意思を示したにもかかわらず事業者が消費

者を退去させなかった場合は、「消費者契約法」で取消することができる。さらに、令和元年 6 月 15 日から施行されている「改正消費者契約法」では、「好意の感情の不当な利用」いわゆる「デート商法等」での契約も、取消することができるとしている。

一方、「特定商取引法」では、主務大臣が販売業者等に対して、消費者の利益の保護を図るための措置を指示することができるとしている。20 歳代無職の男性に 133 万円の宝石を販売する行為は、「顧客の知識、経験及び財産の状況に照らして不相当と認められる勧誘を行うこと」と考えられ、指示の対象となる可能性がある。

最近では、20 歳代を中心に、いわゆる SNS で無料セミナーへ誘導され情報商材や投資の契約をしたり、高額な商品の購入契約をしたとの相談が寄せられている。勧誘方法がいわゆる SNS であっても、販売目的を明らかにせず消費者を営業所等へ呼出して契約させる行為も、アポイントメントセールスに該当する。不必要な契約をした場合は、できるだけ早く居住地の消費生活センターへ相談してほしい。

<写真を買取ってもらえるビジネスに入会したが、話が違うので返金して欲しい>

受付年月日	令和元年 10 月 19 日
相談者性別	女性
相談者年齢	40 歳代
相談者職業	家事従事者
相談者居住地	大阪府

相談概要

ネットビジネスを教えてくれるサイトで、この事業者は信用できるかのように紹介されていたので信用してしまった。ビジネスを始めるにあたり SNS で友達登録をして仕事の内容の動画を 4 回見た。仕事は自分の撮影した写真をアップするだけで、買取ってもらえるということだった。「1 日 1 万円以上稼ぐことができ、収入が無ければ全額返金保証」ともあった。入会金 9800 円を支払ったが契約書面等はもらっていない。

写真をアップしたら 1 枚 6000 円で買取ってもらえたが、買取金額が 1 万円以上にならないと換金できず、その後アップした写真は「認証中」となり買取ってもらえなくなった。そこで事業者サポート担当者に相談したところ、有料のサポートコースを紹介された。その話の途中で「そんな話は聞いていない。話が違う」と言い返したところ、電話を一方的に切られてしまった。そこで事業者にもメールで解約返金を申出たが、「情報商材なのでクーリング・オフはできない」という返事が届いた後、一切連絡が取れなくなった。

アドバイス

情報提供だけでよいとのことであったが、居住地の消費生活センターを紹介した。関係書類や契約時のサイトの画面を用意して相談するように助言した。

<解説>

インターネット上には様々な儲け話の情報が溢れ、「簡単に儲かる」という仕組みを説明する動画広告が流れている。信用できる事業者としてインターネット上で紹介されていても、安易に信じてしまうことなく、しっかり検証する必要がある。

「収入が無ければ全額返金」「儲からなければ返金保証」などと言った文言で勧誘されることも多い。また、収入を上げるためには、さらなる情報商材を購入するように勧められたり、サポートコースやセミナーを勧誘されたりすることもある。

インターネット通販で申込んだのであれば、一般的にクーリング・オフはできないし、情報商材の場合は、返品不可であることが多い。実際には事実と異なる勧誘が行われている可能性もあるが、事業者は否定することがほとんどであり、行政処分等がない限り、実態を立証することは簡単ではない。契約前に慎重に考えるべきである。

<インターネット公式サイトと勘違いしてラグビーのチケットを購入した。高額だったし、入場できないかもしれず解約したい>

受付年月日	令和元年 10 月 20 日
相談者性別	男性
相談者年齢	50 歳代
相談者職業	給与生活者
相談者居住地	大阪府

相談概要

2カ月前、インターネットで公式サイトと勘違いして、ラグビーワールドカップのチケットを購入した。代金9万円はクレジット決済した。しかし、購入後に転売仲介サイトだと分かった。「転売チケットは入場できない場合がある」と知ったので解約したいが、応じてもらえない。

アドバイス

転売サイトの規約には、「入場できなかった場合に限り代金が返金される」と記載されている。ただし、転売目的でチケットを販売する行為は禁止されているので、クレジッ

ト会社を通じて返金を求めることも考えられる。その場合は、居住地の消費生活センターに相談するよう助言した。

<解説>

相談者は、インターネットの検索サイトでラグビーワールドカップのチケットを検索したところ、リスティング広告（検索画面の上位に表示される広告）が表示され、その広告をクリックして、この事業者のウェブサイトを開いてしまったようだ。このサイトには、チケットの対象となるイベントや試合、アーティストの写真が多数掲載されているため、イベントの興行主が設けた公式サイトと勘違いしやすい。

購入後、正規のチケット販売サイトではなくチケット転売仲介サイトであったと知り、転売チケットでは入場できないのではと不安を覚え、解約を申出た。しかし、チケット転売仲介サイトは必ず入場できる旨を述べ、イベント開催前の解約には応じないことが多い。チケット転売仲介サイトでの取引では、様々なトラブルが発生している。相談者が心配しているように、「イベント興行主に禁止されている場合、転売チケットでは入場できない」ことがある。また、「お金を振込んだのにチケットが届かない」「入場できなかった場合に補償サービスが受けられない」といったトラブルも起きている。転売仲介サイトの利用規約等では、「転売チケットの購入者はキャンセルできない」となっている場合が多い。

インターネットでチケットを購入する際は、公式サイトかどうかよく確かめる必要がある。リスティング広告は検索結果のように表示されるが、付近に小さく「広告」と記載されているので判別できる。しかし、見逃しやすく誤解してしまいがちなので注意が必要である。

ラグビーワールドカップや今年夏のオリンピック・パラリンピックの開催に向け、「特定興行入場券の不正転売の禁止等による興行入場券の適正な流通の確保に関する法律」（略称：チケット不正転売禁止法）が令和元年6月14日から施行された。対象となるチケットは演劇・コンサート・スポーツなどのイベントのチケットのうち特定興行入場券に該当するものである。特定興行入場券とは、興行主が転売を禁止する旨を券面に表示しており、日時指定があり、座席指定の場合は購入者等の氏名・連絡先を確認しているチケットのことを言う。事業者は法の潜脱行為をすることなく適正なチケットの流通を確保して欲しい。

また、消費者も、転売が禁止されているチケットを非公式な販売サイトで転売することはやめた方がよい。特定興行入場券の要件を満たさなかったり、反復継続の意思がなかったりすれば「チケット不正転売禁止法」には違反しないが、買主とトラブルになり責任追及される恐れがある。興行主から許可を受けた公式のリセールサイトがあれば、それを利用することを勧める。

＜職場近くのファミリーレストランで、投資用ワンルームマンションを深夜 1 時前まで勧誘され、断りきれず契約書に署名してしまった。断りたい＞

受付年月日	令和元年 10 月 26 日
相談者性別	男性
相談者年齢	40 歳代
相談者職業	給与生活者
相談者居住地	大阪府

相談概要

1 週間前、職場に「話だけでも聞いてほしい」と電話があり、昨日、職場近くのファミリーレストランで事業者と会った。投資用ワンルームマンションを勧誘され断ったが、「呼ばれたから遠方からわざわざ来たのに」と言われた。長時間の勧誘に疲れたところで、「契約ではなく、住宅ローンが通るかどうかの審査だけでもしたい」と言われ、仕方なくローンの申請書と売買契約書に署名をし、保険証と免許書のコピーを渡した。書面の控えはもらっておらず、相手の携帯番号しかわからない。また、今日、駅前の喫茶店で会う約束をしている。相手に渡した書面を取返したい。警察にも相談をし、何かあれが知らせるように言われた。相手に電話をしても繋がらないので、相手に会いに行こうと思う。

アドバイス

同様の事例について情報提供をした。不動産取引に関する契約についてと長時間の勧誘のなか帰らせてもらえない行為について、説明をした。相手と連絡がつかなければ様子をみるよう話をし、居住地の消費生活センターにも相談するように伝えた。

＜解説＞

主に若い世代に対して、強引に投資用マンションを契約させるトラブルが後を絶たない。職場や携帯に何度もしつこく電話をかけてきたり、無理やり職場や自宅を訪ねて来たり、喫茶店やファミリーレストランで会う約束をさせられ、呼びだされ、長時間話を聞かされたりするケースが多い。契約の意思がない場合は、毅然とした態度で勧誘を断り、相手にしないことが肝要である。曖昧な返事をしていると、事業者のペースに巻き込まれ断れなくなってしまいがちである。

「宅地建物取引業法」では、宅地建物取引業者が自ら売主となる宅地又は建物を事業者の事務所以外の場所で売買契約を締結した場合、買主は書面によりクーリング・オフできると規定している。さらに、施行規則においては以下の点が禁止されている。

- ・勧誘に先だつて宅地建物取引業者の商号又は名称、勧誘を行う者の氏名、勧誘する目

的である旨を告げずに勧誘を行うこと

- ・相手方が契約を締結しない旨の意思（勧誘を引続き受けることを希望しない旨の意思を含む）を表示したにもかかわらず勧誘を継続すること
- ・迷惑を覚えさせるような時間の電話または訪問による勧誘

また、事業者が宅地建物取引業者ではない場合、「話だけ聞いて欲しい」と電話で呼出されているので訪問販売とも考えられ、「特定商取引法」により解約（クーリング・オフ）できる可能性もある。

<知人がインターネットで旅行の予約をして翌日キャンセルしたところ、全額返金できないと言われたという。納得できない>

受付年月日	令和元年 5 月 11 日
相談者性別	男性
相談者年齢	50 歳代
相談者職業	給与生活者
相談者居住地	奈良県

相談概要

3月3日に知人は、旅行費用比較サイトを利用して事業者を選び、ゴールデンウィークの旅行の申込を行った。翌3月4日にキャンセルをメールで行った。数日後に返って来たメールは英文で理解できなかった。4月20日にようやく日本語のメールが届いたが、そこには返金できない旨が書かれていた。旅行業者のホームページをよくよく見ると「全額返金できません」との表示があったという。翌日のキャンセルなのに一切返金できないというのは、一緒に旅行に行くことになっていた者として、納得できない。

アドバイス

契約時のホームページの内容等を確認しないと具体的なアドバイスができないため、契約者である知人に居住地の消費生活センターに相談するように勧めた。

<解説>

インターネットで旅行の情報収集を行い、ホテル・航空券・ツアーやアクティビティを予約・決済する人が増えている。この相談者の知人も、旅行費用比較サイトを利用して事業者を選んでる。このようなインターネットを活用して、オンラインで完結する旅行会社をOTA（オンライン・トラベル・エージェンツ）と呼ぶ。OTAには、直販・自社

サイト、場貸しサイト、メタサーチエンジン（複数の事業者の横断的検索が可能なサイト）や海外 OTA 等がある。OTA では以下のようなトラブル事例が発生している。

事例 1 高額な解約料を請求された

- ・予定が変わったのでキャンセルを申出たところ、高額なキャンセル料を請求された。

事例 2 入力内容を間違えた

- ・航空券を予約した際、間違えて姓と名を逆に入力したため航空会社から搭乗できないと言われた

事例 3 英語でしか対応してくれない

- ・ネットで予約した旅行の解約方法を窓口で問合せたところ、英語でしか対応してくれず話ができない
- ・問合せへの返信メールが英語で、内容が理解できない

事例 4 連絡先が分からない

- ・旅行を予約したサイトが不審なサイトだと分かったので解約したいが、解約方法が分からず、サイトの連絡先も分らない

OTA による予約では、消費者自らに細かい利用規約の確認・不明点の解消が求められている。そのため重要な情報を見逃してしまい、トラブルに繋がっている場合が多い。

OTA を使ってオンライン予約する場合、次のポイントを抑えることが重要である。

- ・サイト運営者の情報確認（会社名・住所・旅行業登録）
- ・顧客対応窓口の情報確認（問合せ手段・対応言語・受付時間）
- ・契約条件や予約内容の確認（契約先・支払代金・支払方法・決済時期・解約・変更条件・企画旅行か手配旅行か・利用規約）
- ・予約完了後の情報確認・保管

海外 OTA の場合は、日本の「旅行業法」の適用は原則ない。OTA は格安であるため解約できないことが多いので、消費者はしっかりと必要な情報を確認し、別の安い旅行を見つけたからと安易に解約を繰り返さないようにしてほしい。

<独居高齢の父が、訪問販売で 1 年間にわたり購入した高額な社債を解約させたい>

受付年月日	平成 31 年 4 月 21 日
相談者性別	男性
相談者年齢	50 歳代
相談者職業	給与生活者
相談者居住地	千葉県

相談概要

85歳の一人暮らしの父の家に社債の販売業者が来訪し、1年間で4口400万円の社債を購入させたようだ。社債を発行している会社はHPで探すことができ実在するようだが、聞いたことがない会社で、騙されているのではないかと心配だ。姉が父の家にある社債の申込書や払込み確認書を見て不審に思い、私に連絡してきた。信用できないので解約し返金してほしい。父も返金してほしいと言っている。どうしたらよいか。

アドバイス

父親の家を訪問してきたのが社債を発行している会社の社員なのか、全く違う会社の人なのか分からなかった。もし違う会社が社債の販売をしているのであれば、金融庁の登録が必要であり、訪問してきたときの経緯の確認も必要だと伝えた。無登録業者が販売した場合、「特定商取引法」の訪問販売と考えられ、契約書面不交付の場合や、契約書面に不備があればクーリング・オフが可能なケースもあるし、勧誘時のセールストークなどに問題があれば、問題点を指摘して解約の話合いが可能かもしれないと説明した。相談者の姉が父親の近くに住んでいるとのことなので、姉と本人が事業者から受け取った書類を持って、居住地の消費生活センターに早めに相談するよう助言した。

<解説>

「社債」とは、企業が資金を調達するために発行する「有価証券」（債券）で、返済期日や利息率が記されており、企業が投資家に対して発行する「借用証明書」の役割を果たすものである。償還期限を迎えると、貸したお金は利息付きで戻ってくるのが約束されているが、企業が破綻などの事態になった場合、返済されないリスクがある。業として「他社の社債」などの販売・勧誘を行うことができるのは、金融庁から免許、許可、登録を受けている金融商品取引業者（証券会社）に限られている。登録などを受けている事業者は、金融庁のHP「免許・許可・登録等を受けている業者一覧」で確認できる。「自社の社債」の販売は、当該社債の発行会社でも可能だが、一般的に発行体自らが不特定多数の者に対して、訪問販売や電話勧誘販売などで「社債」を販売することは考えられない。無登録の事業者や社債発行会社との直接取引は大変危険である。なお、平成28年「特定商取引法」の改正では、指定権利に「社債その他の金銭債権」「株式会社の株式、合同会社、合名会社若しくは合資会社の社員の持分若しくは社団法人の社員権又は外国法人の社員権でこれらの権利の性質を有するもの」が新たに加えられた。「金融商品取引法」の適用対象取引ではない、社債や株式などの訪問販売・通信販売・電話勧誘販売のケースには「特定商取引法」の規制が及ぶことになる。無登録業者による未公開株取引などはその典型例である。高齢者は老後のお金に対する不安も大きく、在宅率も高いので、訪問販売や電話勧誘等をきっかけに、このような投資取引の契約トラブルに巻き込まれやすいといえる。利息や

配当が滞ったり、事業者と連絡が取れなくなったり、事業者が逮捕されたりすることで、問題が表面化するケースも多いようだ。このような状況になった時は、通常、事業者の資金はほとんど残っておらず、被害の回復が困難である場合が多い。うまい投資話は鵜呑みにせず、お金を渡す前に親族や居住地の消費生活センターに相談してほしい。

<火災保険で雨樋の修理ができると勧誘され契約したが、解約したい>

受付年月日	令和元年6月9日
相談者性別	男性
相談者年齢	50歳代
相談者職業	給与生活者
相談者居住地	東京都

相談概要

事業者が来訪し「火災保険を使って家の雨樋の工事ができる」と言ったので保険の申請を依頼したが、キャンセルしたい。

昨日「近所で工事をしているが、騒音が出るので挨拶に来た」と言って男性が家に来た。ドアを開けると男性は「お宅の雨樋が破損しているが、冬の大雪のせいだと思う。保険が出れば無料で直せる」と言った。「火災保険の請求をして保険金が下りれば、その金額で雨樋の工事をする」との説明だった。それならばよいと思い依頼すると、後から査定の人に来て屋根に上がり写真を撮って、保険の申請をする旨、保険会社にも連絡した。保険の請求代行は無料との話であり、保険金が下りたらその金額をそのまま全額事業者に渡せば、その金額の範囲で工事をすることだった。そのときは納得していたが、後になって考えると保険金を全額事業者に渡すというのも不審だし、インターネットで調べると、このような事業者とのトラブルが起きているようで、心配になった。今日、事業者に電話をしてキャンセルする旨伝えたところ了承され、「保険会社にも請求取下げの旨連絡をしておく」と言われた。これで本当にキャンセルできているのか。

アドバイス

保険の申請代行業者をめぐる、同種のトラブル事例を紹介した。まだ契約書面を受取っていないのであれば、たとえ保険会社から申請書類が送られてきたとしても、送り返さなければ保険の申請はできないので、保険金が下りることはないと伝えた。しかし、キャンセルすることについて口頭でのやり取りしかしておらず、後からのトラブルを避けるために、契約解除通知を出しておくよう助言し、通知の出し方を説明した。

＜解説＞

近年、甚大な自然災害による住宅等の破損が多数発生している。そのような状況に伴い、「火災保険で自己負担なく修理ができると勧誘され契約したが、保険金申請代理手数料を請求された」「保険金が少なく修理契約を解約すると、高額な違約金を請求された」「保険金は事業者へ渡したのに工事をしてくれない」「ずさんな工事をされた」等というトラブルが起こっている。

損害保険は、火災や自然災害等の偶然の事故により、住宅等に生じた損害に応じて保険金が払われる。経年劣化による住宅の損傷や保険金申請代理手数料は、自然災害等の事故による損害ではないので、保険金の支払いの対象とはならない。

「自己負担なく修理工事ができる」と勧誘を受けても、保険金で修理工事がまかなえるかどうか、そもそも保険金が支払われるかどうか不明な状況での契約は、控えるべきだ。経年劣化の損傷を、自然災害によるものと偽って申請したことが後日判明した場合は、契約が解除されたり、保険金の返還を求められる等、場合によっては詐欺罪に問われる可能性もあることを、認識しておく必要がある。

訪問販売や電話勧誘販売で契約した場合は、不備のない書面が交付されて8日以内であればクーリング・オフができる。書面不交付や書面不備の場合は、8日を過ぎていてもクーリング・オフができる可能性があるため、居住地の消費生活センターに相談をしてほしい。

＜儲かると海外カジノのアフィリエイトを勧誘され契約したが、取消したい＞

受付年月日	令和元年6月30日
相談者性別	女性
相談者年齢	20歳代
相談者職業	給与生活者
相談者居住地	東京都

相談概要

友人に誘われ、海外カジノのアフィリエイトで儲けるために契約したが、儲からない。契約を取消して欲しい。昨年2月に友人から「アフィリエイトで儲けないか」と声をかけられた。事務所の会議室のようなところで、無料のセミナーがあり、「ネットカジノや海外の商品を日本に輸入することで儲かる」と説明を受けた。また、「友達を紹介すると3000円の紹介料が貰える」「グループで活動するので、自分が儲からなくてもグループの人が儲かっていれば自分にも収入がある」とのことだった。「登録には約20

万円かかる」というので、「高額でもあり儲からない場合を考えると怖い」と断った。しかし、「クレジットカードの分割払いを利用すれば毎月の支払は 5000 円と少額だし、クレジットカード会社の請求金額以上必ず儲かるから大丈夫」と言われた。5000 円位ならと思い契約したが、全く収入にならない。担当者に伝えると、「おかしいな」と言いながら、何もしてくれなかった。クレジットカード会社にも申出たが、「既に時間がたっているので払うように」と言われた。また、私を誘った友人や担当者とは連絡が取れない。話が違うので契約を取消してほしい。

アドバイス

まず、うまい話はないこと、海外カジノについても法律違反の可能性があることを伝えた。また連鎖販売取引に該当する可能性もある。相手は海外の事業者であり、20 日間のクーリング・オフを認めているが、それを過ぎてしまうと交渉が難しい。クレジットカード会社も直接加盟店契約を結んでおらず、契約してすぐであればチャージバックで返金されることもあるが、今回はチャージバック期間も過ぎていたので、事業者のサイトにログインして、契約解除を申出るしかないと説明した。消費生活センターに相談しても解決は難しいと思われるので、相談者には CCJ を案内した。

<解説>

友人からや SNS で、「誰でも簡単に高収入が得られる」と誘われて、安易に契約したが儲からないというトラブルは、特に若者に多い。今回は、「インターネット上のカジノのアフィリエイトで収入が得られる」「人を紹介すると報酬が得られる」という勧誘が行われている。

一般的な「アフィリエイト」は、インターネットを利用した広告の一種で、消費者が HP やブログなどを作成し、商品やサービスの広告宣伝を掲載して企業等のサイトへリンクを張り、その広告宣伝を閲覧した者が実際にその商品やサービスを購入した場合、売上の一部が自分の収益になるというものである。

当該事業者との取引では、「入会する紹介者やプレイする紹介者が増えることで報酬も増え、たくさんのユーザーに広がれば継続的な収入になる」といわれ、入会者は約 20 万円の登録料が必要である。商品やサービスの提供の事業であって、再販売、受託販売もしくは販売のあっせんをする者を特定利益があると誘引し、登録料や商品の購入等、特定負担を伴う取引であれば、連鎖販売取引に該当する。その場合、民事ルールとして 20 日間のクーリング・オフや取消制度、中途解約がある。契約書面が不交付なら 20 日間を過ぎてもクーリング・オフができる。

オンラインカジノの事業者は日本国内で勧誘を行っていても、事務所は海外にあるためメール対応のみというケースがほとんどだ。日本で勧誘を受けて契約をした場合は、日本の国内法が適用される。しかし、現実には海外の事業者が、日本の法律に基づいたク

ーリング・オフなどに対応することは少ない。オンラインカジノについて事業者は、海外に拠点があるので合法だと主張するが、日本の刑法の「賭博罪」に該当する可能性も否定できない。誰でも簡単に儲かるという話には、特段の注意が必要である。

<フリマアプリで購入した服が届かないのに、運営事務局はサポートをしてくれない>

受付年月日	令和元年 7 月 28 日
相談者性別	女性
相談者年齢	不明
相談者職業	給与生活者
相談者居住地	北海道

相談概要

個人間で出品できるフリマアプリを利用して、ワンピースを購入した。しかし、商品が1週間経っても届かず、追跡もできない方法で送付され、フリマアプリのサイトに問合せをしているが、全然対応してもらえない。

10 日前に出品者から購入をした。購入時発送方法未定となっており、出品者のプロフィールに「ノークレームノーリターン」となっていた。「発送した」と相手から連絡があったが、普通郵便でポスト投函したらしく追跡が不能。4 日経っても届かないので、「届かない」とメールをし、「出品サイトのルールとして、こういう場合、事故調査依頼をすることになっているのでその依頼をしてほしい」と出品者に再三頼んでいるが、「仕事で忙しい」等理由をつけてしてくれない。逆に、こちらに対し「商品到着しているのに、代金を支払わない」等と言いがかりをつけてくる。出品サイトの運営事務局にもこのことを伝え、対処を求めている。当初は、協力的だったが、「双方で話合え、これ以上サポートしない」との連絡が来て困っている。居住地の消費生活センターにも相談している。やり取りはすべて保存しているが、どうしたらよいか。

アドバイス

個人だと問合せフォームからしか連絡できないので、居住地の消費生活センターからフリマアプリのサイトへ交渉してもらうよう助言した。

<解説>

フリマアプリとは、広場や公園などで不用品を売買するフリーマーケットを、インターネット上で提供しているアプリ（コンテンツ）である。登録は、メールアドレスやパス

ワード、ニックネームなどによる簡単なもので、ネットオークションとは異なり、出品者が設定した販売価格で購入者は買うことができる。購入代金は先払いだが、一旦事業者が預かり、商品が購入者に届いたことが確認され、相互に評価が終了した後、事業者から出品者に支払われる仕組み（エスクローサービス）が利用される。

スマートフォンなどで、いつでもどこでも簡単に利用できる。そのため利用者が急増し、「商品が届かない」「偽物や破損した商品が届いた」「商品を送ったのに商品が届かない」と言われ、返金を求められた等のトラブルが起きている。

出品者も購入者も個人の場合は、個人間取引となり、「特定商取引法」の通信販売の規制は及ばない。フリマアプリサービス提供事業者は、場の提供者という立場なので、商品等に関するトラブルについては、原則、まずは取引の当事者間で交渉を行うことになる。利用規約にも、その旨が明記されている。ただし、「事業者の判断により、事業者も協議に入ることができるものとする」という記載もあるので、個人間で解決しないとか、相手方と連絡が取れなくなるなどの場合は、フリマアプリサービス提供事業者に相談することとなる。

商品の配送には、追跡番号や問合せ番号が付与されるサービスを利用すれば、少なくとも商品の授受に関するトラブルは防げる。また、「利用規約で禁止されている取引行為は絶対に行わないようにする」「未成年者がフリマアプリサービスを利用する場合は、家族で利用方法をきちんと確認する」等、利用に際して注意が必要である。

<4カ月前、ネットで購入したやせるガードルが、消費者庁より効果がないと発表されたので、解約したい>

受付年月日	令和元年9月21日
相談者性別	女性
相談者年齢	50歳代
相談者職業	家事従事者
相談者居住地	大阪府

相談概要

履くだけでやせるとのネット広告を見てガードルを購入。しかし、一昨日「消費者庁が『このガードルにはやせる効果が無い』と株式会社〇〇の行政措置を発表した。」とのニュースを聞いた。まだ商品は使用していないので、事業者に電話をかけ「返品した

い」と伝えた。しかし、事業者には、「ニュースの3日前から今日までの申込みであれば解約に応じるが、それより以前の契約の場合は解約できない」と言われた。虚偽の広告で騙されて購入したのだから、解約返金してほしい。

アドバイス

ウェブサイト上の下着の広告が、「やせる効果が無い」ということで、「景品表示法」に違反していたとしても、事業者が行政処分されるだけで、民事的な契約取消の効果はないということを説明した。そのうえで、消費者庁が発表した「効果が無い」との内容資料を持参して、居住地の消費生活センターへ相談してみるよう助言した。

<解説>

消費者庁は、株式会社〇〇に対し、販売する下着類が「景品表示法」の優良誤認表示に当たるとして措置命令を出した。消費者庁の発表によると、〇〇はガードルを販売する際に、ウェブサイト上に「履くだけでダイエット」「2週間で10センチ?!」等と表示していたとされている。さらに、これらの製品については、全国の消費生活センターに「効果がない」「返品できない」といった苦情が300件程寄せられていたとされている。消費者庁は同社に対し、表示の裏付けとなる資料の提出を求めていたが、同社からは根拠のある合理的な資料の提出はなかったため、同社に対し証拠違反したとして、消費者庁より差止や再発防止等を求める措置命令が出された。本件は、以上のように、「景品表示法」の優良誤認表示の措置命令が出された商品についての相談だが、「景品表示法」に違反しても、契約の効力を否定する民事効果を伴うものではなく、業務改善命令の対象となるのみである。

ただ、広告上で、履くだけで容易に痩身効果が得られる旨の表示がなされており、実際にそのような効果がないということであれば、不実告知とみる可能性はある。京都の適格消費者団体 KCCN が、健康食品会社のチラシ広告の差止を提訴した裁判では、平成28年に最高裁で「広告も勧誘に当たりうる」との判断を得ており、今後の同種事例の判例などを注視していくことが重要である。消費者には、行政処分があったからといって、必ず解約の取消の対象となるわけではないので、こうしたウェブサイト上の広告を安易に信用しない慎重な姿勢が求められる。

*参考：消費者庁ホームページ

＜レンタルバイクのオーナーになると、何の負担もなく収入になると言われたが、収入がない。バイクのクレジット契約を解約したい＞

受付年月日	令和元年 10 月 19 日
相談者性別	女性
相談者年齢	30 歳代
相談者職業	給与所得者
相談者居住地	奈良県

相談概要

SNS で知り合った人から、「トライクという大型三輪バイクのオーナーになり、観光地等でレンタルすると、月々1万7000円の収入になる」と勧誘された。そこで、指定のバイク店から約300万円のバイクを購入し、毎月3万円の個別クレジットを組んだ。バイクの個別クレジット契約書しか受取っておらず、レンタル契約書等は受取っていない。契約後半年間程は、毎月、事業者からクレジット代金3万円とレンタル代1万7000円の計4万7000円が振込まれたが、今は滞っている。最近、最初に紹介してくれた知人とは連絡がとれなくなったし、個別クレジットの返済は困難になりしていない。バイクの購入契約を解約したい。

アドバイス

バイクの個別クレジット契約しかないことを前提とすれば、相談者は販売店に対し、支払を拒絶する理由はなく、相談者には個別クレジット会社への支払い義務があると思われる（なお、完済するまではバイクの所有権は個別クレジット会社にある）。

他方で、バイクの購入契約とオーナー契約が一体のものと評価できれば、レンタル料収入の未払は支払拒絶理由になる可能性があるが、本件ではオーナー契約の契約書面すら存在しておらず、立証は容易ではない。

次に、知人の勧誘内容が虚偽であり、販売業者がその事実を知っていれば、バイクの購入契約の取消が可能である。バイクのレンタルオーナーを勧誘した知人とバイク販売店には何らかの関係性があると考えられるが、販売業者が勧誘者の不実告知の実態等を知らなかったと主張した場合、バイク販売店に詐欺等に基づく契約取消の主張をするのは容易ではない。

一方、個別クレジット会社には、支払停止の抗弁を主張できるのではと考えられるが、契約時にレンタル契約の事実を告げず、自分で使用するバイクであると虚偽の申告をしていた場合、個別クレジット会社へのこうした主張は難しいといわざるを得ない。また、このまま支払いを放置すると、個別クレジット会社から訴訟を起こされる可能性もあるので、早急に法律相談を受けるよう助言した。

＜解説＞

近年、本件のように、「個別クレジット契約をした商品をレンタルすると、収入が得られる」と勧誘されるレンタルオーナー商法のトラブルが増えている。しかし、「特定商取引法」の「業務提供誘引販売取引」は、「販売した物品等を利用した業務を提供し、収入を得ることができると誘引する」と規定されているため、本件のような取引は一義的には該当せず、「業務提供誘引販売取引」としての解決は難しい。

次に、知人の勧誘内容に事実と反する点があった場合であるが、本件取引は事業のための契約と考えられるため、本件に消費者契約法の適用はないと解される（ただし、本件レンタル事業の実態が存在しない場合、そもそも「事業のための契約」とはいえないと解釈した上で、媒介委託を受けた事業者による不実告知として、「消費者契約法」により取消する可能性も考えられる）。

また、本件の勧誘が詐欺であった場合、アドバイスに記載したとおり、バイクの販売業者が知人による虚偽の勧誘を知っていた場合でないと「民法」上の取消はできない（なお、改正民法施行（令和2年4月1日）後の事例では、勧誘者による詐欺の事実をバイク販売業者が知ることも取消が可能になる）。

さらに、個別クレジット契約が訪問販売や電話勧誘販売に該当すれば、「割賦販売法」で、加盟店である販売業者等に、勧誘時の不実告知、故意の事実不告知等に関する事項を調査する義務が課せられている。その結果、もし不適正な勧誘があれば個別クレジット業者はクレジット契約を結ぶことができない。だが、本件のように調査対象に該当しない取引については、こうした加盟店調査義務についての法律上の規定はない。もっとも、個別クレジット契約は、契約に先立って、年収、預貯金等を調査する義務があり、支払可能見込額を超える時は個別クレジットの契約を締結してはならないと規定されている。本件のような30歳代女性への300万円もの与信は、過剰与信禁止義務違反であるという主張が可能ともいえる。しかしながら、こうした違反があったとしても、直ちにクレジット契約の効力を否定できるものではなく、法律の直接的な効果としては行政処分の対象となるのみである。

さらに、本件ではバイクの個別クレジット契約はしているが、バイクは相談者に引き渡されておらず、実際にバイクが存在しているかも判然としない。いわば架空の契約（空クレジット）とも評価可能なため、クレジット会社が実態のない契約を締結して立替払をさせたとして、相談者に対し責任を追求してくる可能性もある。

いずれにしても、本件のような契約は、消費者相談の現場の交渉では解決困難な案件といえる。消費者も、安易なサイドビジネスの話を鵜呑みにせず、高額なクレジット契約は完済まで支払の責任が生じることを十分に自覚することが大切である。

4. 「裁定手続移送準備会議」の実施と結果の分析

4. 1 「裁定手続移送準備会議」の実施内容

「裁定手続移送準備会議」では「相談受付・相談処理」から移送された継続事例について、Consumer ADR「裁定手続」に付託するかどうかを、「特定商取引法」等の規定に沿って検討した。

会議は、原則として毎月1回開催した。

4. 2 「裁定手続移送準備会議」での検討項目

● 特定商取引法についての検討

1. 勧誘方法・販売方法について

- ・販売目的の明示→訪問販売および訪問購入をする時に、その勧誘するに先立って目的、会社名、氏名を名乗っているか
- ・再勧誘→契約を断っている者に対して執拗な勧誘、再勧誘をしていないか

2. 禁止行為が存在するか

- ・不実告知→虚偽の説明や事実と異なることを言っていないか
- ・重要事項の故意の不告知→商品の内容や効果、価格等の重要な契約事項について故意に告げていないことはないか
- ・威迫・困惑→声を荒げたりして困惑させたり、不安を覚えさせたりしていないか
- ・販売目的隠匿→販売目的を隠して一般の人が自由に出入りしない場所に追い込んで勧誘していないか
- ・過量販売→通常必要とされる量を著しく超えていないか
- ・適合性の原則→知識・経験・財産力などに配慮されているか
- ・迷惑勧誘→執拗な勧誘や長時間勧誘、不適當な時間（午後9時から午前8時）に勧誘しなかったか
- ・虚偽記載→契約書面事項記載の中で職業や年齢に虚偽記載はないか
- ・通信販売の広告→広告の中に一定の事項について明確な表示がなされているか
- ・誇大広告→「事実に相違」「実際のものより有利・優良」と誤認させるような表示ではないか
- ・迷惑メール規制→事前の同意があったか

3. 契約書面の交付

- ・契約書面・申込書面・概要書面の交付→法定書面が渡されているか

4. クーリング・オフ

- ・クーリング・オフ妨害がなかったか

● 割賦販売法についての検討

裁定手続の対象ではないが、利害関係人として信販会社の参加が考えられることから、クレジット利用による支払いについても以下の点を検討した。

1. 既払い金返還制度→虚偽説明や過量販売による既払い金の返還請求を妨げていないか
2. 加盟店調査義務→販売業者の勧誘行為について調査がなされているか
3. 過剰与信→消費者の支払い能力を超える与信がされていないか

● 裁定手続の申立要件の検討

1. 紛争が特定商取引紛争に係る消費者契約（消費者契約法第2条第3項に規定する消費者契約）にあたるか
2. 申立人が、特定商取引の契約者又は特定商取引の契約の成立若しくは効力を争う者その他これに準じる者であるか
3. 申立てが不当な目的によるものでないか。申立てを受理することが Consumer ADR の趣旨に反するものにならないか
4. 申立てに係る事案がその性質上裁定手続を行うのに適さないことはないか

以上のような検討を経た結果、「健康食品等の販売に関する紛争」について裁定手続を実施することにした。

4. 3 付託への準備、主な検討事例（継続事例）

<ネット通販で歯のホワイトニング剤を購入した。特別モニター価格 980 円となっていたので申込んだら 2 回目の商品も届いた。解約したい>

受付年月日	令和元年 8 月 4 日	居住地	東京都
相談者性別	男性	契約年月日	令和元年 6 月 30 日
年代・職業	50 歳代・自営業者	支払方法	現金
商品・役務名	歯用ホワイトニング剤	契約金額	980 円
契約当事者	同じ人	既払金額	980 円

1 相談内容

スマホのバナー広告に、マニキュアのようなものを歯に塗布することで歯が白くなるとあった。あり得ないと思ったが、試しに購入することにした。特別モニター価格の 980 円を振込んだら、1 カ月後また商品が送られてきて 6350 円の請求になっていた。事業者「申込んでいない」とメールをしたが、「4 回の定期購入が条件になっている」という返信があった。バナー広告を見て申込んだが、4 回の継続が条件とは分からなかった。申込画面にも 4 回の総額は書かれていなかったと思う。4 回購入しなくてはならないか。

2 「相談受付・相談処理」と解決結果

定期購入に関する相談が多いことを伝え、メールでは、4 回継続が条件となっている契約なので解約不可と返信が来ても、電話で解約を申出してみるよう伝えた。後日、「事業者が電話が繋がらないので当相談室で斡旋してほしい」との連絡があった。HPを確認したところ、定期購入である旨の説明は記載されていたが、見落としてしまいそうな表示であった。事業者「解約の問合せをしたが、電話が混みあっている」とのことにつながるまでに 30 分以上かかった。「既に配達されている 2 回目の商品を返品するのであれば、1 回目の商品を通常価格で購入することで対応するが、広告画面には定期購入である旨、表示されていて最終確認画面にも表示している」とのことだった。2 回目の商品は未開封であり、相談者が送料負担で返品し、清算金については相談者宛にメールで連絡してもらったこととなった。1 回目の振込金 1058 円を事業者が相談者に返金、通常価格 8618 円に 2 回目の配送料 648 円を加えて事業者へ振込むことで相談者は了解した。さらに、ネット通販の広告には気をつけるよう助言し終了した。

3 問題点と今後の課題

通信販売での健康食品や化粧品等の定期購入に関する相談は依然として多く、平成

26年度に1925件であった相談件数が令和元年度は4月から11月末までではあるが既に29177件となっている。平成30年度は23002件であり、同時期で比較すると約2.3倍である（令和元年12月19日国民生活センター報道発表）。平成29年の「特定商取引法」の改正により行政規制が新設され（施行規則8条7号）定期購入に関する表示義務が追加・明確化された。申込・確認画面上に、定期購入契約であること、支払総額についても表示することが義務付けられ、具体的なケースについては、改正ガイドライン（インターネット通販における「意に反して契約の申込みをさせようとする行為」に係るガイドライン）に例示されている。にもかかわらず相談件数は増加している。

また「景品表示法」でも大きく書かれた「お試し価格」「初回、送料のみ」等の「強調表示」に対して、定期購入が条件となる小さい文字で書かれた「打ち消し表示」は優良誤認や有利誤認と判断される可能性もある。相談者からは、「定期購入であるとは思わなかった」「表示がなかった」等の申出が多いが、契約時の表示画面の確認は後日には難しいケースが多い。本事例についても、既に表示は変わっていて、初回モニター価格は980円で定期購入ではなく、回数の縛りもなくなっていた。

化粧品や健康食品の場合、皮膚障害や体調不良を起こすケースもあるが、診断書を取っても因果関係を証明することは難しい。解約できたとしても、お試し価格ではなく、通常価格で購入する必要がある等、高額な支払が発生するケースが多くみられる。今後も、行政は法令順守に関する監視、指導を徹底してほしい。事業者は、分かりやすい表示や、消費者が電話だけでなく解約に応じてもらえる連絡手段等、検討してほしい。消費者は定期購入が条件になっていないか、解約条件はどうか、商品の性質上、危害が発生する可能性もあることを考えて、慎重に判断する必要がある。

表示等、問題があると思われる場合は、消費者庁の「景品表示法違反被疑情報提供フォーム」から情報提供ができる。

<スマホのマッチングアプリで知合った人から指輪を購入し、クーリング・オフしたが返金されない>

受付年月日	令和元年8月4日	居住地	東京都
相談者性別	女性	契約年月日	令和元年6月16日
年代・職業	20歳代・給与生活者	支払方法	現金払い
商品・役務名	サファイアリング 本真珠 ネックレス・イヤリング	契約金額	108万円
契約当事者	同じ人	既払金額	108万円

1 相談内容

スマホのマッチングアプリで知合った男性 A と SNS や電話でのやり取りの後、会って食事をするようになった。約束の日の前日、「会社のイベントに参加しなくてはならなくなったので、先に会社に来てほしい」と言われた。駅で待合せて、ジュエリーが展示されているロビーに案内され、会話スペースで男性の涙ながらの身の上話を聞いた後、副社長も同席して、ジュエリーの会社で独立を目指す社員のためのイベントの説明を受けた。その後、何回か食事やカラオケに行ったが、カラオケの順番を待っているときに、副社長も合流し、その男性がデザインした指輪を勧められた。「使用する宝石を副社長が探し、自分のためにデザインしてくれた」と言われ、断り切れずに契約してしまった。契約金額は 100 万円で振込み半分、現金半分と言われたので、SNS に届いた入金先に振込んだ。「残りの 50 万円は、どうしても現金で持ち帰らないと制作に入れない」としつこく言われ、50 万円を ATM で下ろして、A に渡した。家に帰り、結局、ジュエリーを買わせるのが目的だったのではないかと思い、「クーリング・オフしたい」と電話し、契約解除通知を送付した。後日、居酒屋で会い、「解約合意書面を交わしたい」と言われたが、「店舗（会社）で記入したい」と伝えた。拒否され、結局カラオケ店で記入した。「返金は 1 か月以内」と書かれていたが、返金されない。商品は受取っていない。

2 「相談受付・相談処理」と解決結果

「特定商取引法」の訪問販売に該当し、クーリング・オフが適用される案件である。クーリング・オフ書面を発信することで、解約合意書を交わさなくても契約解除となる。解約合意書には、「延滞した場合は遅延損害金も含め返金する」と記載されていた。相談室から事業者に問合わせたとこ、**「現在、資金繰り苦しく、返金できない状態だが、必ず返金する」と**の回答だった。「月末までには入金する」と言いながら、入金がなく、その都度、返金交渉を行った。相談を受けてから、4 カ月後、50 万円が相談者の口座に振込まれた。その後も返金期日を知らせてくるが、残金の返金はされていない。連絡は取れていて残額の返金を求めて、交渉を継続している。

3 問題点と今後の課題

いわゆる恋人商法（デート商法）である。「特定商取引法」では、訪問販売が規定するアポイントメントセールスに該当する。

「アポイントメントセールスとは、電話、郵便、信書便、電報、ファクシミリ若しくは電子メールにより、若しくはビラ若しくはパンフレットを配布し若しくは拡声器で住居の外から呼び掛けることにより、又は住居を訪問して、当該売買契約又は役務提供契約の締結について勧誘をするためのものであることを告げずに営業所その他特定の場所への来訪を要請すること」と規定されている（特定商取引法 政令 1 条）。

クーリング・オフの適用があるが、行使期間を過ぎてしまうと、解約は難しく救済が困難な案件も多い。

平成 28 年の「消費者契約法」の改正により「恋愛感情等に乗じた人間関係の濫用」が取消する勧誘行為に追加されたが、条文の概要で事細かく解釈されていることで、却って取消ができない事例あると思われる。SNS やマッチングアプリが利用され、男女交際を求めて登録している人に対して、初めて会った日に契約させるケースもある。マッチングアプリ等に簡単に登録できることにより、勧誘する相手を探すことは容易である。初めて会った段階で、恋愛感情云々とまでは言い難いが、勧誘された側は、断ったら今後の発展はないと断りきれない状況になる場合が多いと思われる。

「改正消費者契約法」好意の感情の不当な利用（第 4 条第 3 項第 4 号）には、「当該消費者が、社会生活上の経験が乏しいことから、当該消費者契約の締結について勧誘を行う者に対して恋愛感情その他の好意の感情を抱き、かつ、当該勧誘を行う者も当該消費者に対して同様の感情を抱いているものと誤信していることを知りながら、これに乗じ、当該消費者契約を締結しなければ当該勧誘を行う者との関係が破綻することになる旨を告げることは、これを取消することができる」とされているが、具体的すぎることで、取消が難しいケースも多いと思われる。要件緩和の検討を求めたい。

＜痩身エステの契約をクーリング・オフしようと思ったが、施術時に使用するクリームはクーリング・オフできないと言われた＞

受付年月日	令和元年 8 月 4 日	居住地	東京都
相談者性別	女性	契約年月日	令和元年 7 月 27 日
年代・職業	20 歳代・給与生活者	支払方法	個別信用
商品・役務名	痩身エステ	契約金額	28 万 7388 円
契約当事者	同じ人	既払金額	1 万円

1 相談内容

3000 円で痩身エステの体験ができるエステティックサロンをネットでみつけ、店舗に出向いた。体験の施術後、18 回のコースを契約した。その際、施術時使用することでさらに効果が出やすくなるクリームを勧められた。「オプションの契約になるが、今日契約すれば安くなる」と説明され、オプションも契約した。6 日後、クーリング・オフしたいと電話で申出たら、オプションのクリームを使用する契約は 3 万円なのでクーリング・オフできないと言われた。「オプションの施術を消化し終わったら、痩身エステの契約を中途解約したらどうか」と勧められ、クーリング・オフしないことにしたが、全ての契約をクーリング・オフすることはできないのか。

2 「相談受付・相談処理」と解決結果

相談を受けたのは、クーリング・オフの行使期間を一日過ぎた9日目であった。相談者からの聴取では、施術時に使用するクリームは関連商品であると思われた。関連商品であれば、クーリング・オフは可能と思われるので、契約書面をFAXで送ってもらった。契約書面は、痩身エステの契約とクリームを使用する契約書面が別になっていて、関連商品としての記載はなかった。相談者には「特定商取引法」の継続的役務提供のクーリング・オフについて説明し、関連商品であれば、クーリング・オフできることを伝え、相談室から事業者に連絡して交渉することとした。

事業者には、「施術時に使用するクリームは関連商品であり、5万円に満たなくても本契約とともにクーリング・オフは可能である。相談者がクーリング・オフしたい旨、申出た時に、正しい説明がされていれば、期間内にクーリング・オフできたと思われるので、クーリング・オフでの対応してほしい」と伝えた。その後、事業者より、「担当者の知識不足で申し訳なかった。クーリング・オフで対応する」との回答があった。改めて相談者からクーリング・オフの通知を発信してもらい、契約解除となり、返金処理された。

3 問題点と今後の課題

エステティックの契約のうち、利用期間が1カ月を超え、総額が5万円を超えるものは、店舗での契約であっても特定継続的役務提供として「特定商取引法」が適用される。また、役務の提供を受けるために必要があるものとして販売された化粧品や健康食品は、関連商品として民事ルール（クーリング・オフや中途解約）の適用が可能である。

相談者は施術の担当者から、「痩身エステ契約は特定継続的役務提供に該当し、クーリング・オフが可能であるが、クリームを使用する5回分3万円の契約は別契約であり5万円に満たないので、クーリング・オフできない」と説明された。痩身エステの施術時に、更に効果を高めるために使用するクリームであれば、当然関連商品であり、主契約と同時にクーリング・オフが可能である。

相談者は「クリームがクーリング・オフできないのであれば、どうするのがよいか」と担当者に尋ね、5回分のエステの施術を受けクリームを使切って、中途解約することを勧められたという。間違った説明を受けることにより、クーリング・オフの行使期間が過ぎてしまったのであるから、「クーリング・オフ妨害があった場合のクーリング・オフできる期限の延長」が可能であると考えられる。

消費者庁の「特定商取引法ガイド」には、関連商品について以下のように記載されている。

[関連商品と交付書面について]

消費者としては、契約の際、交付された書面をよく確認し、役務の内容等必要事項を

確認する必要があります。特に、購入する必要がある商品と説明を受けた商品については、関連商品として交付書面に記載されているか、確認の上、契約を締結することが大切です。

なお、役務の提供契約の際に「これは買わないといけない。」ということ役務提供事業者が説明していた場合等、「役務の提供を受けるにあたって購入する必要がある商品」の販売を行っているにもかかわらず交付書面に記載がない場合は、書面不備により行政処分や刑事罰の対象となります。

特定継続的役務提供の販売形態に美容医療が追加され、エステティックサロンで受ける施術と同じような行為を医療機関で受ける場合も救済されるケースが増えたが、増毛、育毛等は、特定継続的役務提供に指定されていない。業界団体ではクーリング・オフや中途解約等、法律に準じたガイドラインを定めているが、加盟業者以外では適用されないケースもある。増毛、育毛等も特定継続的役務提供の類型に追加されることを希望する。

<息子宛に冷凍パンが代引で届いたが、誰も頼んでいなかった。返金して欲しい>

受付年月日	令和元年 6 月 23 日	居住地	熊本県
相談者性別	女性	契約年月日	令和元年 6 月 21 日
年代・職業	40 歳代・家事従事者	支払方法	現金
商品・役務名	冷凍パン	契約金額	7284 円
契約当事者	20 歳代・男性	既払金額	7284 円

1 相談内容

息子が 1 人で自宅にいた時に冷凍パンが届き、家族の誰かが頼んだものと思い、代金を払って受取った。しかし誰も注文した覚えがない。中には食べ方や事業者の広告が入っているだけで、契約書らしきものは入っていない。電話番号の記載もなかったので、事業者の HP で確認したら、電話での問合せは平日のみとなっていた。冷凍で届き、大きいので冷凍庫には入らない。届いた伝票の受付日は 2 日前になっており、住所と名前は息子のものだが、電話番号は違っていた。気持ちが悪いので、返品するので返金して欲しい。また、なぜ届いたか調べる方法はないか。

2 「相談受付・相談処理」と解決結果

送り主の冷凍パン事業者には、平日の問合せ先があるという事なので、明日、電話で誰が注文したかを問合せみるように助言した。家族や知合いの人が注文していない

場合、事業者の送り間違いの可能性もある。届いた冷凍パンの保管に困っていること、返品の可能性も尋ねてみるように伝えた。相談室から事業者に注文確認の問合せをすることも出来るので、結果を相談室に連絡して欲しいと伝えた。翌日、相談者から、「販売事業者に問合せたところ、大手ネット通販事業者を通した注文なので、ネット通販事業者に問合せるように言われた。ネット通販事業者からは、注文者である息子本人からの相談しか受け付けられないと言われたので、息子が帰ってきたら再度問合せてみる」との連絡があった。1週間後、相談室から相談者に結果を問合せたところ、「息子からネット通販事業者に調査依頼をした結果、息子のアカウントが盗まれて勝手に注文されたもので、詐欺による送付けであるとの結果報告を受けた」とのこと。「商品は着払いでネット通販事業者に返品した。代金は商品が届き次第、ネット通販事業者から返金される予定である。また、ネット通販事業者の指示でメールアドレスを変更し、以前のアカウントは停止した。」との報告があった。

3 問題点と今後の課題

「代引きで、注文した覚えのない商品が送られてきた」「海外から身に覚えのない荷物がポストに届いていた」等の不審な商品が届いたという相談が増えている。代引きとはネット通販などで購入した商品の代金を、商品到着と同時に配送業者に支払い、引換に商品を受取るサービスである。商品到着の確認ができる便利なサービスであるが、頼んだ覚えのない商品や、何者かが名前を勝手に使って注文した商品が代引きで届いたというトラブルも発生している。

海外から突然郵便受けに届いた荷物の中には、送付伝票に事業者名が無記名のもの、開封したら衣類やブランドバッグなどが簡易包装で入っただけで、送付状や請求書が同封されていないものなどがある。

いずれの場合も、注文した覚えのない商品が届いた場合には、①まず本人及び家族、友人など心当たりがないかを確認する②過去に注文済みの商品で、届いていないものがないかを確認する③いずれにも該当しない場合は、配送業者に事情を伝え、受取拒否が可能かどうか相談してみる④身に覚えのない商品であれば、安易に支払わず、可能であれば配送業者に一旦持帰ってもらう等の対応が必要である。

代引き商品をうっかり受取ってしまった場合は、荷物の発送元に身に覚えのない商品であることを伝え、返品や返金の依頼をすることになる。代引きによるトラブルを防ぐには、家族間で代引配達の場合の対応を決めておくことが有効である。

海外から届いた身に覚えのない商品には、中身が模造品の場合もあるので、更に注意が必要である。安易に海外へ送り返すと関税法上の問題が発生する可能性がある。また、誤配達だったと商品返還を求められる可能性もあるので、一定期間保管することが望ましい。

通信販売は自分の意志で好きな時に注文ができ、自宅に希望の商品が届くという便利

な購買ツールであり、若い人から高齢者に至るまで、利用者は増え続けている。中でもインターネット通販は、自分のアカウント登録だけで誰でも世界中とつながることができる。しかし、個人のアカウントやカード情報の乗っ取りやなりすまし、新手法の詐欺なども多発している。世界が相手だけに、一度トラブルになると、解決は消費者だけでは難しい。決済手段としてクレジットカード等を利用している場合には、利用者はクレジットカードに不正請求が上がっていないか、こまめに確認し、覚えのない請求に気付いたら早急にクレジットカード会社に不正請求の可能性と、カード番号の変更等を申出て、調査依頼をすることで被害を防ぐ必要がある。

ネット通販などで見られる詐欺的行為は刻々と進化し、もはや消費者の注意だけでは防ぎきれないのが現状である。インターネットの運営管理者やネット通販事業者、更に IT 事業を推進管理する国の機関には、国際間での更なる連携と情報共有をはかり、トラブル回避への早急な国際間のルール作りなど、一層の対策を取ることを期待する。

6. おわりに

6. 1 行政・事業者・消費者への要請

Consumer ADR は、消費者相談を前提とした手続になっている。毎週実施している電話による消費者相談（ウィークエンド・テレホン）には、実に様々な相談が寄せられている。これらの相談の中から、「特定商取引法」に抵触すると思われ、なおかつ解決が困難な事例等を検討していく過程で、各関係者に注意を促したい事項が生じてきた。そこで、規制を司る行政と、紛争の当事者となる事業者及び消費者に対して以下のような要請を行う。

〔1〕行政への要請

【「特定商取引法」等による積極的な執行と更なる被害の救済と防止を】

○誇大な広告や虚偽の広告により誤認した契約に取消権の導入を望む

近年、インターネットで簡単に情報を得られるようになり、「簡単に高収入」といったSNS広告や勧誘につられ、若者や高齢者までが高額な契約をしてしまうトラブルが急増している。今年度のNACSウィークエンド・テレホンにおいても、「ネットで、お金儲けのノウハウと称する情報商材を購入したが、儲からない」「ネットで誰でも稼げる転売ビジネスの情報商材を申込み、さらに電話で勧誘され高額のサポート契約をしたが、まったくサポートを受けられず儲からない」「メールするだけで高収入がもらえる副業サイトに登録したが、儲からない」等の相談が寄せられた。

インターネット上では、広告規制を守らない事業者が多く、「簡単に高額収入になる」と強調した広告や宣伝で勧誘する虚偽・誇大広告が溢れている。長々と、「儲けた」という人々の話が写真入りで掲載され、「必ず儲かる」という言葉が強調された表示が何回も現れるため、消費者はこのような広告や表示を真に受けて申し込んでしまうことになる。法外な価格で何度も購入してしまう消費者も多いが、実際に儲かることはほとんどない。また、虚偽・誇大広告を見て購入し納得できない商品が届いても、「返品不可」の特約を理由に返品に応じてもらえない事例も後を絶たない。「簡単に高収入」と強調した広告は、「特定商取引法」では誇大広告に当たり禁止されているが、民事的な取消権はなく、このような事案から消費者を守るためには現行の法制度では不十分であるといえる。虚偽・誇大広告により誤認して申し込んだ場合には、取消することができる等の民事的な規制の導入が求められる。

さらに、誇大な広告や虚偽の広告は、「景品表示法」の不当表示に当たる可能性もある。こうした表示に対して、「景品表示法」による行政指導の徹底を要望する。そのうえ、「消費者安全法」に基づき、消費者の利益を不当に害するおそれのある行為（虚偽・誇大な広告・表示及び不実告知）については、消費者被害の発生又は拡大の防止に資する情報の公表をし、このような事例を注意喚起することが重要である。さらに、法律に抵触する事業者への厳格な措置を求める。

○インターネット通販のガイドラインについて、事業者への周知の徹底および規制の強化を求める

インターネット通販の定期購入トラブルの急増に伴い、平成 29 年 12 月より施行の「特定商取引法」の施行規則及びガイドラインで、表示義務の追加、明確化がなされた。「商品の売買契約を 2 回以上継続して締結する必要がある場合は、最終確認画面にも、買い手が支払うことになる総額、契約期間、その他の販売条件を表示すること」が義務付けられた。しかし、その後も定期購入のトラブルは増加しており、今年度もウィークエンド・テレホンには、「ネットで、お試し無料でサプリメントを申込んだら、10 日後に 4 カ月分が届き 4 万円を請求された」「全額返金保証特典での返金を求めたが、送付状やパッケージの同封が条件になっていた」「初回解約可能の定期購入を解約しようとしたが、解約申請期間は商品到着日から 2 日間だけだった」「目元がピーンとなる美容液を購入したが、何の効果もない。解約したいが 4 回購入しないと解約できない」「解約申請を電話ですることになっているが、電話がつながらず解約できない」等の相談があった。

事業者のサイトは、「お試し無料」等の目立つ広告に比べ、「申込の撤回、売買契約の解除、返品特約の条件等」の記載は目立たず、定期購入であることが分かりにくい。また、「いつでもやめられる」「初回解約可能」「全額返品保証」等の有利な取引条件を強調した表示に対し、何らかの例外がある旨を記載する打消し表示が小さいことや、強調表示と打消し表示が別の画面に表示されるため、消費者は例外なく解約や返品ができると認識してしまうことが多い。データや体験談を用いた広告で、サプリメントや化粧品の効果を実際よりも強調する表示にも問題がある。最近では、スマートフォンでインターネット通販を利用する人が増え、パソコンに比べ広告画面が小さく、最初の画面から何度もスクロールして見るため、大きな文字や画像しか目に入ってこず、小さな文字の記載は見落としがちになることが多い。そうしたことから、消費者が、サイト内をくまなく確認して契約条件を把握するのは難しいといえる。事業者は、スマートフォンにおけるこうした表示の特徴や問題点を把握し、申込の撤回、売買契約の解除に関すること、特約、返品特約等、消費者が見やすい箇所に明瞭に判読できるように表示する必要がある。インターネット通販ガイドライン制度の事業者への周知徹底、および法制度の強化を望む。

○インターネット通販事業者の事業者表記を適正なものに

インターネット通販では、トラブル発生後に事業者と連絡が取れなくなるケースも多い。そのようなケースでは、事業者の「特定商取引法」の表記が適正でない事例もよく見受けられる。販売事業者の住所や電話番号を絶対的記載事項とするとともに、法人の場合には、番号制度によって付与された法人番号の表示を義務付けるべきである。

○「特定商取引法」の規制を守っていない事業者への行政指導を望む

最近の SF 商法では、数日間の臨時の会場ではなく、3 カ月以上長期に渡って販売会場が設営されるようになった事案も多い。そのため、高齢者が無料や安価に販売さ

れる商品を目当てに会場に通い続け、トラブルにあう事例も増加している。「高額商品を次々勧められ、支払困難になるまで過量販売され、大切な老後資金を取り崩してまで購入する」というような事案が目立っている。契約者の多くは高齢者で、健康への不安や日常生活の寂しさから、自ら積極的に販売会に出向き、判断力の低下につけ込まれトラブルになるが、高齢者からの訴えは少なく、家族や周囲から相談が寄せられるケースが多い。

「特定商取引法」では、店舗に類するものとは、①最低 2、3 日以上の間期間にわたって、②商品を陳列し、消費者が自由に商品を選択できる状態のもとで、③展示会場等販売のための固定施設を備えている場所で販売するものとされ、この 3 点すべてを満たさなければならない。そのため、通年営業の店舗であっても、ただ同然の日用品で客を誘引し、大勢の来場者が説明を聞いて盛り上がるという特殊な状況や、その影響が残っている状況下で商品の勧誘を受け、会場に通い続けるためには勧められた商品を買わなくてはならないという雰囲気になっていること等があれば、契約にあたって本人の自由意思が、事業者や会場の雰囲気等によって阻害されているといえる。よって②の消費者が自由に商品を選択できる状態とはいえない。したがって、このような販売方法は SF 商法に該当すると考えられるので、以下のような同法の規制を受ける。①法定書面を受け取ってから 8 日以内は、クーリング・オフができる。②日常生活に必要な量を著しく超える商品を購入させられた場合には、契約取消ができる。③勧誘時に、特定の病気に効果があるとする説明やセールストークがあれば、不実告知により契約取消ができると考えられる。④高齢者の判断不足に乗じた契約締結や、顧客の知識、経験、財産に照らして不相当と認められる勧誘は、禁止されている。しかし、近年、通年営業の店舗であることを理由に、「特定商取引法」の規制を守っていない事業者が見受けられる。こうした、「特定商取引法」の規制を理解しようとしぬ事業者への行政指導を要望する。

○不招請勧誘の事前拒否制度の導入を望む

今年度のウィークエンド・テレホンにおいても、在宅率の高い高齢者が、「訪問販売」「電話勧誘販売」「訪問購入」でトラブルなる相談が多く寄せられた。こうした脆弱な消費者のトラブル防止のため、事前に訪問販売や電話勧誘販売の勧誘を拒否した者に対する勧誘を、禁止する制度が導入されるべきである。玄関先に貼るいわゆる「訪問勧誘お断りステッカー」について主務省庁は、「契約を締結しない旨の意思の表示には当たらない」と解釈している。一方では「消費生活条例」で、いわゆる「訪問勧誘お断りステッカー」の貼付に反する訪問勧誘に対して、規制を及ぼす自治体もある。自治体の「消費生活条例」での規制の一層の推進を望む。

○アポイントメント・セールスの来訪要請手段に HP 等の電子広告の追加を望む

「改正特定商取引法」では、アポイントメント・セールスの来訪要請手段に SNS が新たに追加された。しかし、HP 等の電子広告は来訪要請の手段から除かれている。HP を見て、事業者のもとへ出向き、契約に至ってしまう消費者は多い。HP 等の電子

広告も、アポイントメント・セールスの来訪要請手段の一つの手法として考慮されるべきである。

○違反行為を繰返し行う事業者への取締りや罰則を適切に執行

同じく、「改正特定商取引法」では、事業者がますます悪質化していることから、執行体制が強化された。業務停止命令の期間の延長・業務停止命令の対象の拡大・公示送達制度の導入等である。

違法事業者には、立入検査等を行い適切な処分をすることが重要である。「特定商取引法」が順守されることにより、事業者の適正化が図られ、被害の防止と健全な経済競争の環境が整備されることを期待する。

【令和元年 10 月 1 日施行「改正電気通信事業法」の周知と行政指導の強化を】

○「電気通信事業法」の法改正により、勧誘時の消費者への十分な説明を望む

令和元年 10 月 1 日から、「改正電気通信事業法」が施行された。主な改正点は、

- ① 自己の名称を告げずに勧誘する行為の禁止
- ② 販売代理店への届出制度の導入
- ③ 移動通信の通信料金と端末代金の完全分離等

等である。

平成 28 年の「電気通信事業法」の改正で初期契約解除制度が創設され、電気通信事業者の代理店に対する指導等の措置義務が明文化された。しかし、電気通信サービスの勧誘・契約の締結は、電気通信事業者自身だけでなく、電気通信事業者から委託を受けた販売代理店が重要な役目を果たしており、移動通信サービスの販売代理店による不適切な電話勧誘による苦情は続いている。

本年度のウィークエンド・テレホンにおいて、「プロバイダ料金が安くなると勧誘され申込んだが、知らない事業者だった」「今よりも光回線の料金が安くなると勧誘され変更したが、安くならない」「大手通信会社を名乗っていた」「通信速度が遅い」等の相談があった。令和元年 10 月 1 日から施行された「改正電気通信事業法」では、代理店を対象とした届出制度が導入され、電気通信事業者または販売代理店について、通信サービスの勧誘に先立ち「自己の氏名もしくは名称」または「勧誘である旨」を告げずに勧誘する行為を禁止し、違反した場合には業務停止命令の対象になる等、利用者保護のためのルールが強化された。改正内容の事業者への周知の徹底を要望する。

○高齢者にも分かりやすく安全に取引できる仕組の構築を望む

電気通信サービスは、老若男女を問わず消費者のコミュニケーションツールとして、日々の生活に欠かせないものになっている。各社によって様々な種類の商品やサービスが提供され、消費者の選択が広がる一方で、解約内容が複雑化し消費者にとっては分かりにくいものになっている。令和元年 10 月 1 日、モバイル市場の競争促進のための改正として、移動通信役務を提供する総務大臣の指定を受けた電子通信事業者について、利用者に対し、①通信料金と端末代金の完全分離等事業者間の適正な競争関係を阻害する恐れのある利益提供を行うこと（通信料金と端末代金の完全分離）、②当

該契約を行うことを不当に妨げることにより電気通信事業間の適正な競争関係を阻害する提供条件を約すること（期間拘束など行き過ぎた囲い込みの是正）を禁止行為として規制し、新たなガイドラインが制定された。

代理店の勧誘行為を適正化するとともに、現状の複雑な通信サービス契約を消費者にとって理解しやすい仕組にしていくよう、事業者への指導を徹底する必要がある。消費者が安心して、電気通信サービスを利用できるような市場が形成されることを要望する。

【消費者被害回復に向けて「割賦販売法」の更なる改正を】

平成 30 年 6 月 1 日に「改正割賦販売法」が施行された。より安全・安心なクレジットカード利用環境を整備するため、「販売店におけるセキュリティ対策の実施」と「クレジットカード番号等取扱契約締結事業者の登録制度の創設とともに、加盟店の調査及び措置」等が義務づけられた。改正の背景には、加盟店におけるカード番号等の漏えいや、不正利用の被害の増加がある。また、カード発行会社（以下、イシューアー）と加盟店契約会社（以下、アクワイアラー）が別会社となるオフアス取引の増加により、悪質加盟店に対する管理が行き届かないこともあった。

今回の改正では、包括クレジット業者に対する従来苦情の適切処理義務は、苦情の伝達義務になった。消費者からの苦情を受けたイシューアーは、その苦情を速やかにアクワイアラー等に伝達する。そして、加盟店調査措置義務を負うアクワイアラー等がイシューアーと相互に連携して悪質加盟店の排除をするという趣旨である。しかし、イシューアーの対応には格差があるのが現状である。改正内容の事業者への周知の徹底を要望する。

○マンスリークリア取引に抗弁の接続規定の導入を望む

マンスリークリア取引の相談件数は、年々増加している。相談現場では、支払方法が要件に満たないことを承知したうえで、消費者に抗弁を接続してもらうこともある。平成 26 年 8 月 26 日付の消費者委員会の「クレジットカード取引に関する消費者問題についての建議」では、「経済産業省は、翌月一括払い（マンスリークリア）の取引における消費者被害の防止及び回復を図るため、翌月一括払い（マンスリークリア）の取引について、包括信用購入あっせん取引と同様の抗弁の接続等の制度整備に向けた措置を講ずること」とされている。消費者被害回復に向け、マンスリークリア取引について、「割賦販売法」の更なる改正を要望する。

【「改正消費者契約法」事業者への周知と一般的な「つけ込み型」勧誘にも取消権を】

○事業者への改正内容の周知の徹底を望む

「消費者契約法」の平成 30 年改正では、不当な勧誘があった場合の取消権が新たに追加された。そのうちつけ込み型勧誘は以下のように分類されている。

不安をあおる 3 類型（①社会生活上の経験が乏しいことから願望の実現に過大な不安を抱く消費者をあおる告知、②加齢又は心身の故障によりその判断力が著しく低下

していることから現在の生活の維持に過大な不安を抱く消費者への不安をあおる告知、③靈感その他の特別の能力による知見として不安をあおる告知) と、④恋愛に乗じた人間関係の乱用によるもの、である。平成 28 年には、過量な内容の契約や動機に関する不実告知の取消権も認められており、これらの改正は、いずれも消費者の利益擁護の観点から意義がある。けれども、こうした法規制を理解しない事業者は多く、トラブルの軽減には必ずしもつながっていないと思われる。行政の各所管において、改正内容の事業者への周知の徹底が行われることを期待する。

○高齢者・若年成人・障害者等の知識・経験・判断力の不足を不当に利用し過大な不利益をもたらす契約に取消権を望む

平成 30 年の改正では、不安をあおる類型と恋愛感情等に乗じる類型に取消権が認められた。しかし、これは「つけ込み型」勧誘の一部に過ぎない。「つけ込み型」の勧誘については、判断力が低下した高齢者や社会経験の乏しい若年者を中心に、深刻な消費者被害をもたらしている。

今年度の Consumer ADR「裁定手続」で扱ったのは、まさにこうした「つけ込み型」勧誘であり、判断力の低下した高齢女性が、孤独や健康の不安から数年間にわたり健康食品の店舗に通い、過量の健康食品等を老後資金がなくなるまで次々購入した事案であった。また、ウィークエンド・テレホンでも、成人になったばかりの社会経験の不足した大学生に被害が多い「つけこみ型」の勧誘として、「知人から投資のための高額な USB メモリを学生ローンで契約。借金の返済に困窮した後で、友人を誘えばマージンが得られると勧誘された」という相談もあった。

高齢者・若年成人・障害者等の知識・経験・判断力の不足を不当に利用し、過大な不利益をもたらす契約の勧誘が行われた場合の、取消権が創設されることを要望する。民法改正による成年年齢引下げが実施されるまでに、実現されるべきである。

【成年年齢引下げに向けて消費者教育の充実を】

○幼少期からの早期の消費者教育の充実を望む

成年年齢が令和 4 年 4 月より、20 歳から 18 歳に引下げられる。これにより、18 歳・19 歳が契約当事者となった場合、未成年者取消の対象とならなくなることから、これまで 20 歳になると増えていた消費者トラブルが、18 歳・19 歳にも拡大していくことが懸念される。20 歳未満ではネット取引の被害が多く、20 歳代になるとネットでの高額な情報商材や副業紹介への投資、マルチ商法、エステ、美容医療等、社会的経験の乏しさにつけ込まれたスカウト詐欺的取引の相談が増えている。若者が狙われやすい取引、決済方法等は刻々と変化しており、最新の情報と十分な啓発が必要である。幼稚園、小学校、中学校、高校での消費者教育が果たす役割は大変重要である。こうした啓発は現場の家庭科や社会科、生活科等の先生のみでは難しいと思われる。文科省と連携し、相談経験の豊富な消費生活相談員等が学校教育に関われるような体制作りを要望する。

〔2〕事業者への要請

(1) 訪問販売事業者に対しての要請

「特定商取引法」では、「通常の店舗等以外の場所で行われる商品等の販売又は役務の提供」と「特定の方法により誘引した顧客に対する通常の店舗等で行われる商品等の販売又は役務の提供」を訪問販売として規定している。特定商取引法ガイドには「最も一般的な訪問販売は、消費者の住居をセールスマンが訪問して契約を行うなどの販売方法です。そのほか、喫茶店や路上での販売、またホテルや公民館を一時的に借りるなどして行われる展示販売のうち、期間、施設等からみて、店舗に類似するものとは認められないものも訪問販売に該当します」とあり、また「営業所等で行われた契約であっても、訪問販売に該当する場合があります。たとえば、路上等営業所以外の場所で消費者を呼び止めて営業所等に同行させて契約させる場合(いわゆるキャッチセールス)や、電話や郵便、SNS等で販売目的を明示せずに消費者を呼び出したり、『あなたは特別に選ばれました』等、ほかの者に比べて著しく有利な条件で契約できると消費者を誘って営業所等に呼び出したりして契約させる場合(いわゆるアポイントメントセールス)がそれに当たります」としている。

今年度のウィークエンド・テレホンに寄せられた訪問販売に関する相談には、「電気・ガスの小売り自由化に伴い代理店が来訪し、契約先の変更とは知らずに契約させられた」「台風等で被害にあった家へ事業者が来訪し、家屋の修理を保険で行えると説明され保険の代理申請の契約をさせられた」「排水管やトイレ、鍵等の修理をネットで検索した事業者へ依頼した結果、高額な請求を受けた」等がある。

こういったトラブルの当事者の多くは高齢者である。原因として高齢者は一人暮らしの割合が高く、家にいる時間が長いだけでなく、社会の変化に対応できないこと等が考えられる。

「電気事業法」と「ガス事業法」の改正が平成28年と平成29年の4月にあり、それぞれ小売りが自由化された。今まで、電気は〇〇会社、ガスは△△会社と契約先は決まっていたのに、突然事業者が来訪し「電気やガスが安くなる」と説明され、契約先の変更とは知らずに契約をしてしまう事例が後を絶たない。また、最近では自然災害で屋根瓦等が破損する被害が発生しているが、その修理代を火災保険で補うと勧められると、保険申請の煩わしさから申請代行の契約をしてしまう高齢者の事例も多くみられる。

排水管やトイレ、鍵の修理等、いわゆる「暮らしのレスキューサービス」の料金に関するトラブルは、幅広い年齢層から相談がある。消費者が冷蔵庫等に貼るマグネットシールや電話帳、インターネット等で「早い、安い、24時間対応可能」との広告を見て事業者へ修理依頼をした結果、高額な請求を受けるといったものが多い。このような修理の場合は、電話で事業者に料金を聞いても、「現場に行かないと分からない」と言われ、料金が不明なまま依頼することになるケースがほとんどである。消費者は請求額が高額だと思っても、自らが事業者へ修理依頼をしていることや、修理が完了

していること、事業者からその場での決済を求められること等から支払ってしまう。後刻、事業者へクーリング・オフを求めても、来訪要請に該当し「特定商取引法」の適用除外であるとして対応されない。こういったトラブルに対し、平成 30 年 8 月、適格消費者団体が水道工事業者に対し、「電話での作業要請によって実際に締結された工事請負契約が、一律に同法に規定されている適用除外に該当することはあり得ず、当該事業者が原則としてクーリング・オフの適用がない旨を告知することは不実告知である」として、不実告知等差止請求訴訟を提起した。この件は令和元年 12 月に、「クーリング・オフ告知文言目録記載の各文言が記載された契約書を使用しない」等で和解となった。裁判所から出された和解提案の理由に、「作業内容や価格は作業員が住居を訪れて水道の現状を確認しなければ確定できないことから、架電の時点では、被告らから提供を受ける役務の内容を認識した上で、被告らとの間で契約をする意思を明確に有しているとは評価できない」とし、クーリング・オフの適用を認める趣旨が示された。

事業者に対し、訪問販売では契約当事者が高齢者であることが多いため、商品、サービスの内容を分かりやすく具体的に説明した上で、市場価格と比しても適正な価格で販売することを求める。

平成 28 年 4 月 28 日の衆議院消費者問題に関する特別委員会の附帯決議には「3. 高齢者等に対する訪問販売及び電話勧誘販売による被害の未然防止が喫緊の課題であることに鑑み、法執行の強化等の対策を推進するとともに、事業者による自主規制の強化を促すこと。また、引き続き高齢者等の被害が多発した場合には、勧誘規制の強化についての検討を行うこと」とある。事業者による自主規制の強化を切に希望する。

(2) 通信販売事業者等に対する要請

通信販売は、通常、事業者が通信販売の広告を行い、購入者等が郵便、電話等の通信手段により契約の申込をすることによって行われ、「特定商取引法」で規制されている。そのため、広告には、消費者の購入意思形成のために必要な情報が十分に、かつ正確に表示されなければならない。また、「特定商取引法」では、通信販売に対する規制として、誇大広告の禁止や広告表示に関する規制があるほか、販売価格・役務の対価、代金等の支払時期・方法、商品の引渡時期等、事業者の氏名・名称、住所、電話番号、売買契約の申込の撤回、または売買契約の解除に関する事項（いわゆる返品特約を含む）等一定事項について表示することが義務づけられている。「特定商取引法」における広告の記載事項に違反した場合や、虚偽広告または優良・有利と誤認させる広告をした者は、刑事罰、行政処分の対象となる。

このように通信販売は、「特定商取引法」で厳しい規制があるにもかかわらず、昨年の消費生活年報によると、平成 30 年度における相談のうち、「通信販売」に関する相談の占める割合は 29.9%と平成 11 年度以降、販売形態別で最も高く、中でも「インターネット通販」に関する相談が激増している。ウィークエンド・テレホンに寄せら

れる通信販売の相談でも、「SNS がきっかけで」といったトラブル事例が目立つ。これは、インターネット、特にスマートフォンやタブレット端末等インターネットモバイル媒体が消費者の取引手段として浸透し、電子商取引市場を拡大させていることが背景にあると思われる。令和元年 5 月に経済産業省が発表した「電子商取引に関する市場調査の報告概要」でも、国内 BtoC-EC 通販の推定市場規模は、前年の 16.5 兆円から 18 兆円に成長し、更に、売主が個人である国内 CtoC-EC 市場（個人間取引）規模も拡大し続けている。こうしたことから、今後の消費者トラブルを回避するため、様々な取組や規制が必要となってくる。

今年度、ウィークエンド・テレホンに寄せられたインターネット通販における具体的な相談事例としては、「100 円お試し価格の格安価格で除毛クリームを頼んだところ、実際は定期購入だった」「ネットで検索した副業サイトでお金儲けのノウハウと称する情報商材を購入させられ、多額のお金を支払ったが役に立たない」「パソコン画面に警告音とともにポップアップ画面が出て、セキュリティソフトを契約したが、海外事業者との不要な契約と分かった」「海外に拠点を置くチケット転売サイトから高額なチケットを購入したが、公式サイトではなかった」等のトラブルがある。また、「フリマアプリで出品し、落札された商品の評価がされず、代金が振込まれない」等、現行の「特定商取引法」では規制の難しい CtoC トラブルも増えている。事業者についても国内にとどまらず、海外の事業者との取引も多数みかけられるが、海外事業者でも日本国内での販売については、国内法の遵守が求められる。

平成 29 年 12 月に「特定商取引法」が改正され、「商品の売買契約を 2 回以上継続して締結する必要があるときは、その旨及び金額、契約期間その他の販売条件を表示すること」が義務付けられた。また、定期購入に関するトラブルについての問題提起により法律改正もなされた。事業者がこうしたことを遵守しているとしても、実際は「〇〇コース」と独自のネーミングで表示し、「初回無料」等の文字を大きく目立たせ、定期購入コースの回数縛りの打消し表示が小さなフォントで、うっかり見落とししかねない表示等も散見される。また、広告において、商品の性能を説明するために各種データが用いられるが、その裏付けが不明瞭だったり、信頼性に疑問が生じる表示や、実際に使用する場合の条件ではない実験結果の表示だったり等、誤認するおそれのあるものもあった。このようなことを受けて、令和元年 9 月適格消費者団体が、サプリメント通販事業者に対し、実際は複数回の定期購入が必要なのに、「初回無料」を強調して 1 袋分のみ、無料で購入できるかのように表示するのは、「景品表示法」の有利誤認に当たるとして、表示の是正を求め、差止請求訴訟を起こしている。また、消費者庁がウェブサイト上の下着の広告について、「痩せる効果がない」ということで、「景品表示法」の優良誤認表示に当たるとして措置命令を出している。さらに、令和 2 年 2 月、「たった 3 日、塗って寝ただけで 20 年悩んでいたシミが跡形もなく消滅！！」と広告表示をしたウェブサイト業者に対し、当該表示の裏付けとなる合理的根拠が示されないということで、「景品表示法」の規定に基づき、課徴金納付命令を出している。通信販売は非対面方式であり、広告や表示は消費者が契約に至る重要な要素であるゆ

え、通信販売事業者の広告に対する責任は重い。消費者が安心して通信販売を利用するためにも、通信販売事業者は、広告表示について、「特定商取引法」をはじめ様々な消費者関連法および各ガイドラインを遵守していくことが厳しく求められる。

また、インターネット通販をショッピングサイトで利用する消費者は、単に商品を販売店と契約したつもりが、販売事業者に場を提供しているプラットフォーム事業者、決済を代行する事業者、カード会社、商品を発送する事業者等、多くの事業者が決済も含めた契約に関わっていることに気付いていないことが多い。よって、トラブルが生じた場合等、消費者はどこへ連絡すればいいのか分からないということも起こる。こうした現状を受けて、平成 30 年 5 月から消費者委員会に「オンラインプラットフォームにおける取引の在り方に関する専門調査会」が設置された。同調査会が発表した、プラットフォーム事業者をめぐる取引環境の整備については、国際的にも取組が進められているとして重要視され、わが国でもデジタル市場のルール整備の実現に向むけて動き出している。

昨年の消費者白書によると、インターネット通販を利用する上で、消費者が消費者保護に関して事業者に期待するものとして、悪質な出展者の取り締まり強化、トラブル時の解決対応、表示・説明内容の信頼性向上等を挙げている。これらの期待に応えるためにも、事業者に対しては、法律やガイドラインの遵守の他、消費者に分かりやすい表示及び苦情処理体制の整備と強化を求める。

【3】消費者への要請

今年度も NACS ウィークエンド・テレホンには様々な相談が寄せられた。特に目立った相談は、次の 2 つであった。1 つは「誰でも簡単に高収入を得られる」という SNS などの宣伝文句や勧誘につられて「情報商材」「副業紹介」の高額な契約をしたが全く儲からないというもの。もう 1 つは、インターネット通販で「お試し」「一回だけ」のつもりで 500 円程度の健康食品や化粧品を注文したが、実際は定期購入で解約を申出ると、「解約できない」と言われた。あるいは、解約の条件として通常価格との差額を請求されたというものである。

また、依然として架空請求のメールの相談も多かった。「注文していない USB やモバイルバッテリーが届いたがどうすればよいか」「注文した覚えのない美顔器を発送するといったメールが送られてきたがどうすればよいか」という相談もあった。

【特に若者に注意してほしいこと】

大学生等の若者から、以下のような相談があった。

- ①友人から誰でも簡単に高収入が得られると誘われ、無料のセミナーに参加した。

「海外オンラインカジノのアフィリエイトで儲かる」「人を紹介すると報酬が得られる」と勧誘され、登録料 20 万円を月々 5000 円の分割払で支払っているが、全く収入にならない。
(20 歳代 女性 給与生活者)

海外オンラインカジノについては、事業者は海外に拠点があるので合法だと主張するが、日本の刑法の賭博罪に該当する可能性も否定できない。また、「人を紹介すると報酬が得られる」と言われていることから連鎖販売取引に該当する可能性がある。しかし、契約先は海外の事業者で 20 日間のクーリング・オフは認めているが、その期間が過ぎていると非常に交渉が難しい。

②高校時代の友人に誘われカフェに行ったところ、知らない人がいて、良い話があると切出され、詳しい話を聞くために事務所に行き説明を受け、投資のためのノウハウが入った高額な USB メモリを購入した。「ノウハウに従って投資をすれば絶対に儲かる」と言われ興味を持った。商品代金が約 60 万円と高額なので、「払えない」と断ったが「学生ローンで借りればよい」と言われた。「みんな借金しているが、必ず儲かるのですぐに返済できる」と言われ、断れなかった。

(20 歳代 男性 学生)

契約者は、投資に関する知識や経験がない学生で定収入もない。そのような者が「USB メモリを購入する資金がない。」と断っているのに、勧誘者は消費者金融会社に連れて行き、借金をさせて契約させた。「特定商取引法」施行規則では、顧客の知識、経験及び財産の状況に照らして不相当と認められる勧誘を行うことを禁止している。さらに通達では「例えば、大学生に消費者金融業者から借入れをさせてまで勧誘することが該当する」と具体的に示されている。

同様事例では事業者が勧誘時には投資の話だけをし、後から「人を紹介すると利益が得られる」という話を持ち出す、いわゆる「後出しマルチ」という形で連鎖販売取引の規制の及ばないケースも多い。

いったん契約すると簡単に解約することはできない。人間関係を利用して契約を勧められ、急かされて契約したり、借金をしたりすることのないよう、きっぱり断る勇気が必要である。

【特に高齢者に注意してほしいこと】

在宅率の高い高齢者は訪問販売、訪問購入、電話勧誘販売でトラブルに遭いやすい。訪問販売による高齢者の契約トラブルには、新聞、健康食品、化粧品、葬祭互助会、外壁や屋根等のリフォーム工事、電気やガスの自由化に伴うもの等がある。電話勧誘販売には、食品、健康食品、化粧品、光回線等の相談がある。突然、電話で「以前、蟹を買ってもらった業者です」「注文してもらっていた健康食品を送ります」「電話料金が安くなります」「固定電話が使えなくなります」等と言ってくる。強引に商品を送ってきたり、電話がきっかけで訪問されて次々販売につながったりするケースもある。

「知らない人にはドアを開けず、家に入れない」「いつも留守番電話に設定し、知らない人からの電話には出ない」「迷惑電話お断りサービスの利用や通話録音装置の設

置」等も検討してほしい。財産や家族構成等の情報もむやみに教えてはいけない。訪問販売・訪問購入・電話勧誘販売で契約し、解約したい場合は、契約書を受取った日から8日間はクーリング・オフができる。このことを覚えておき、速やかに、居住地の消費者センターやNACS ウィークエンド・テレホンに相談してほしい。

しかし、実際に相談が入るのは、その契約を知った娘や息子など家族からであることが多い。一人暮らしの高齢者が増えており、孤独や判断力の低下に付込まれて被害に遭いやすい。今年度のConsumer ADR「裁定手続」を実施した健康食品の紛争も、当事者は一人暮らしの高齢者で、貯蓄がほとんどなくなっていることに気づいた息子からの申出であった。家族の見守り、地域の人による見守りが必要であることを改めて認識した事案であった。

【成年年齢引下げに向けて注意してほしいこと】

令和4年4月から、成年年齢が20歳から18歳に引下げられる。社会経験が浅い18歳・19歳が契約当事者となった場合、未成年者取消の対象とならない。エステや美容医療、マルチ商法や情報商材等、若者がターゲットとなる取引やその決済手段等は日々変化している。被害に遭わないために、どんな消費者被害が起きているのか、情報のアンテナを四方に巡らすとともに、社会の中でのバランス感覚・金銭感覚を身に付けてほしい。

【インターネット通販で契約する際に気をつけてほしいこと】

インターネット通販でのトラブルの相談がたいへん多かった。契約するに当たっては、以下のことを必ず確認してほしい。

①契約先：「スポーツやコンサートのチケットを購入したが公式サイトではなく転売サイトだった」「健康食品の解約をしようとしたが、電話番号がわからない」等といった相談があった。通信販売の場合「特定商取引法」に基づく表示をしっかりと確認してほしい。特に、事業者の所在地・電話番号の有無等を確認してから契約する必要がある。

②契約内容・解約条件：「お試し無料と記載があったダイエットサプリを注文した。初回無料分が届いた10日後に、4か月分20袋が4万円で送付されてきた」「福利厚生クラブの会員サイトで利用料金が安くなるゴルフ場の利用クーポンを購入したが、希望しているゴルフ場では利用できなかった」等といった相談があった。

パソコンからではなく、スマートフォンでインターネット通販を利用する人が増えている。スマートフォンの広告画面は画面が小さいこともあり、延々とスクロールすることで続き、同じような広告内容や特典が繰返されることも多く、大事な契約内容が見過されやすい。小さな字で書かれていることも見逃さず、最後までしっかり確認する必要がある。申込時の事業者からの確認画面も十分に確認し、契約期間・回数・金額（単価・支払総額）・使用条件そして解約条件（解約の申出手段・期間など）を把握することが重要である。

【簡単にすぐに儲かる話は世の中に無いと肝に銘じること】

儲け話として「情報商材」「副業紹介」の相談が多かった。いずれも初期投資が大きく全く儲からないという内容で、詐欺に近い事業者に騙されていた。簡単にすぐに儲かる話は世の中に無いことを肝に銘じ、うまい話には裏があると疑う姿勢を持つてほしい。家庭内でもこういった教育を幼少期から徹底することを望む。

6. 2 ADRの現状と今後の課題

(1) 当会 ADR の現状

今年度は当協会が、平成 20 年 3 月に消費者団体として初めて法務大臣認証を受け Consumer ADR を開設してから 13 年目となる。ADR としては、「特定商取引法」に特化して取組んでおり、消費者に寄り添う Consumer ADR を目指している。ADR で手続される消費者取引の紛争は、当協会が毎週土曜日、日曜日にそれぞれ大阪、東京で開設している消費者相談窓口（ウイークエンド・テレホン）での相談から、その場で解決できない事案を取り上げることとしている。そうした事案に継続的に対応していく中で、解決困難となった場合、消費者と事業者の当事者双方の承諾を得て Consumer ADR に付託していくことになる。

また、平成 30 年度からは、ADR 委員会の裁定部門を大阪事務所にも設置し、大阪での ADR 裁定を目指すこととした。これは、東京を中心とした関東地域には、国民生活センターをはじめ、数多くの機関や団体が消費者紛争の ADR を開設しており、大阪を中心とした関西地方では、そうした ADR 機関がわずかしかないという点に着目したからである。

今年度、Consumer ADR の「裁定手続」に移送された案件は 1 件であった。継続相談として付託への検討案件は 21 件あったが、そのほとんどが相談者・事業者との斡旋段階で解決が図られ、裁定には至らなかった。しかし、超高齢社会の進行、IT 化の急速な進展、さらには巧妙で複雑化した新手の悪質商法の出現などで、消費者被害は相変わらず後を絶たない現状がある。裁判より手続きが簡便で経済的な負担も少なく、短時間での紛争解決を目指している Consumer ADR は、消費者にとっても、事業者にとっても非常に有効な紛争解決手段といえるものである。より一層の利用促進を目指したい。

(2) 今後の課題

① ADR 機関としての認知度の向上

深刻な消費者被害の救済方法を知らない多くの消費者に対し、Consumer ADR の果たすべき役割は大きいと考える。NACS ではホームページ上に相談事例や報告書の抜粋等を掲載しているが、それだけでは広報機能を十分に果たしているとはいえない。今後は、地方行政、特に各消費生活センターや地域包括支援センター、また適格消費者団体などへ、当会 ADR の役割について積極的な情報提供を行い、理解を深めていただきたいと考えている。

② 事業者への ADR 機関の理解促進

近年、消費者関連法規が次々と制定、改正され、また消費者庁を中心に消費者行政の推進が積極的に行われた結果、悪質業者でなくても、多くの事業者が多種多様な消費者トラブルに真摯に対応しなければならなくなった。当会の ADR では、「特定商取引法」に特化した裁定を行っているため、消費者被害に遭っている消費者だけではな

く、「特定商取引法」関連の紛糾した消費者トラブルを抱えている事業者にとっても、利用しやすい仕組みとなっていると思われる。当会のADRは、消費者側からの申出を受け事業者に通知をすることで運用されているが、事業者にも、中立、公正で非公開での斡旋を行うという利便性の高い手続きを十分に理解してもらい、迅速で簡便な裁定に協力を求めたい。規制緩和により事業者に対する事前規制が縮小される中にあり、ADR機関の整備は消費者の安心・安全な暮らしを実現するために必要なセーフティネットである。

事業者や業界団体に対して、ADR機関としての機能や役割の理解促進に努めたい。

③学校におけるADR制度の周知

2022年4月より成年年齢が18歳に引き下げられることから、学校現場では学童期からの消費者教育が重要視されるようになってきている。昨今、インターネットの普及により消費者被害が若年層へと拡大しており、休日開催している当会のウィークエンド・テレホンは、若年層にも相談しやすくなっていると思われる。そうした現状を鑑み、学校現場での消費者教育に基づくADR制度の周知に努めていきたい。

図らずも当会では、30年以上にわたり、学校への消費者問題に関する講師派遣事業を展開してきた。今後、ADR制度に関しても、高校生までは教育していくことを検討していきたい。また、学校でもADR制度についての教育を実施してもらいたい。

④インターネットを利用した相談受付の検討

当会の週末相談は、電話での相談が中心であり、ネット世代の若年層からは、相談を受けにくい仕組みとなっている。スマホなどを通じた、インターネット、特にSNSなどを使用した相談の手法も考えていくことが今後の大きな課題といえる。こうした手法を用いることで、ADRにつながる相談件数を増やしていきたい。

令和元年度 Consumer ADR 従事者名簿

赤井 カホル

秋元 栄子

足立 明巳

生駒 薫

石川 広美

石原 絹子

乾 摂子

大井 菜子

大垣 和枝

大西 幸恵

岡本 由美

奥田 雅子

香浦 奈美

勝又 恵美子

亀田 康子

河井 恵子

木戸 聡子

木村 嘉子

桑村 文子

河野 順子

古賀 万里子

小西 和恵

金藤 博子

櫻木 和美

沢井 馨子

白井 宗子

鈴木 久美恵

大道 不二子

高田 悦子

武井 紀子

田辺 尚代

田村 朋子

寺藺 純子

仲澤 悦子

中野 赫子

中野 賀予子

中野子 礼子

中村 英子

西田 智子

長谷川 ゆかり

林 多恵

福井 多恵子

福島 寿美

福長 恵子

藤井 檀

藤瀬 幸枝

正保 洋子

町田 弘美

松尾 亜沙子

松本 恭子

丸山 なぎさ

三輪 泰子

牟田 洋子

武藤 京子

村上 博子

森田 里花

山内 恵香

山木 香代

山岸 直子

山口 知香

山本 いく子

山本 英利子

蓮 奈穂子

渡辺 悦子

消費者相談 「NACSウィークエンド・テレホン」

消費者相談室長 樋口 容子

【参考資料】

ConsumerADR 業務規程

目次

- 第1章 総則（第1条—第3条）
- 第2章 ConsumerADR の通則（第4条—第12条）
- 第3章 ConsumerADR 特別委員会（第13条—第18条）
- 第4章 手続実施者の候補者（第19条—第20条）
- 第5章 裁定手続
 - 第1節 裁定手続の実施の依頼等（第21条—第27条）
 - 第2節 手続実施者（第28条—第34条）
 - 第3節 裁定手続の進行（第35条—第38条）
 - 第4節 裁定手続の終了（第39条—第42条）
- 第6章 手続実施記録等（第43条—第45条）
- 第7章 費用（第46条—第48条）
- 第8章 苦情処理（第49条—第50条）
- 第9章 補則（第51条—第52条）
- 附則

第1章 総則

（目的）

第1条 この規程は、公益社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会（以下「本会」という。）が行う次条第1項に規定する ConsumerADR（以下「本ADR」という。）の実施体制、運営方法等に関する基本的事項及び手続的事項を定め、もって本ADRの円滑な運営に資することを目的とする。

（本ADRの意義及び趣旨）

第2条 本ADRは、特定商取引に関する法律（昭和51年法律第57号）に規定する特定商取引に関する紛争（次項、第21条及び第23条第5項第1号において「特定商取引紛争」という。）に関し、消費者（消費者契約法（平成12年法律第61号）第2条第1項に規定する消費者をいう。第13条第3項、第19条第2項第1号及び第23条第1項において同じ。）に関する諸問題について専門的知見を有する者及び弁護士から選任される手続実施者をもって組織する裁定委員会（第34条第1項に規定する裁定委員会をいう。第7条第1項及び第22条第1項第6号において同じ。）が、中立公正な立場から、紛争の当事者双方の主張及び意見を聞くなどして、話し合いによる解決を試み、その解決に至らない場合には、裁定案（第38条第5項に規定する裁定案をいう。）を提示して和解の成立を図る手続（以下「裁定手続」という。）を行う業務をいう。

2 本ADRは、特定商取引紛争に係る消費者契約（消費者契約法第2条第3項に規定する消費者契約をいう。）の特質を考慮し、紛争の当事者の自主的な紛争解決の努力を尊重しつつ、公正かつ適正に実施し、紛争の実情に即した迅速な解決を図るものとする。

（用語）

第3条 この規程において使用する用語は、特別の定めのある場合を除くほか、裁判外紛争解決手続の利用の促進に関する法律（平成16年法律第151号）において使用する用語の例による。

第2章 ConsumerADRの通則

(業務を行う日及び時間等)

第4条 本ADRに関する問合せ及び裁定手続の申立ての受付を行う日及び時間帯は、月曜日、水曜日及び木曜日の午前10時から午後4時までとする。ただし、国民の祝日に関する法律(昭和23年法律178号)に規定する休日及び年末年始(12月29日から1月3日までの日)には、これらを行わない。

2 消費者相談(公益社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会消費者相談規程(この項において「消費者相談規程」という。)に規定する消費者相談をいう。第23条第2項及び第29条第1項第6号において同じ。)の受付については、消費者相談規程の定めるところによる。

3 本ADRを行う事務所を本会に置く。

(業務運営)

第5条 本会の会長(以下「会長」という。)は、本ADRを代表し、総理する。

2 会長は、本ADRの運営を、第3章に規定するConsumerADR特別委員会に行わせる。

(裁定手続の代理人等)

第6条 裁定手続については、弁護士及び法令により裁定手続上の行為をすることができる者でなければ、代理人となることができない。

2 前項の規定にかかわらず、特別委員会委員長(第15条第1項に規定するConsumerADR特別委員会の委員長をいう。以下この章において同じ。)又は主任(第34条第3項に規定する主任手続実施者をいう。以下この条及び第30条第1項において同じ。)は、特に必要があると認めるときは、次の各号に掲げる者を代理人とすることを許可することができる。

(1) 紛争の当事者の権利利益の保護及び裁定手続の円滑な進行のために相当と認められる者

(2) 裁定手続の申立人(以下「申立人」という。)の三親等内の親族又は同居の親族

3 補佐人は、特別委員会委員長又は主任の選任後はその主任の許可を得て、紛争の当事者又は代理人とともに手続期日に出席することができる。

4 補佐人は、第2項各号のいずれかに該当する者でなければ、前項の許可を受けることができない。

5 補佐人は、出席した手続期日において、主任の許可を得て陳述することができる。この場合において、その陳述は、紛争の当事者又は代理人が直ちに取り消さないときは、当該紛争の当事者又は代理人が自らしたものとなす。

(裁定手続の非公開等)

第7条 裁定手続は、公開しない。ただし、裁定委員会は、紛争の当事者の同意を得て、申立人の三親等内の親族又は同居の親族であって、相当と認める者の傍聴を許可することができる。

2 本会は、本ADRに関する研究又は研修の資料として活用するため、紛争の当事者の同意を得て、終了した裁定手続の概要(紛争の当事者及び関係者の氏名又は名称並びに事案の具体的内容が具体的に特定できないようにすることその他の紛争の当事者及び関係者の秘密の保持に配慮した措置を講じたものに限る。)を、印刷物の配布その他の方法により公表することができる。

(守秘義務)

第8条 本会の役員及び職員(臨時的に任用された者を含む。)、候補者(第19条第1項に規定する手続実施者の候補者をいう。次項及び第10条第3項において同じ。)、特別委員会の委員(第13条第3項に規定するConsumerADR特別委員会の委員をいう。次項において同じ。)、苦情処理委員会の委員(第50条第3項に規定する苦情処理委員会の委員をいう。次項において同じ。)、事務担当職員(第18条第1項に規定する事務担当職員をいう。次項において同じ。)その他本ADRの関係者は、正当な理由なく、事案の内容、裁定手続の経緯及び結果その他職務上知り得た事実を漏らしてはならない。その職を退いた後も同様とする。

- 2 本会の役員、候補者、特別委員会の委員、苦情処理委員会の委員及び事務担当職員は、その就任後速やかに、特別委員会委員長に対し、本ADRの業務に関し知り得た秘密を漏らさないことを約する旨の誓約書を提出しなければならない。
- 3 特別委員会委員長は、本会の役員に対し、当該役員の就任後速やかに、第1項の規定の趣旨及び同項に規定する義務を遵守すべき旨を記載した書面を交付し、その内容を説明しなければならない。

(個人情報の取扱い)

第9条 本ADRに関して作成し、又は取得した個人情報の取扱いについては、この規程又は個人情報保護規程（公益社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会個人情報保護規程をいう。次項において同じ。）の定めるところによる。

- 2 個人情報の取扱いに関し、この規程及び個人情報保護規程の定めるところが異なる場合には、特別委員会委員長と個人情報管理責任者（個人情報保護規程第12条に規定する個人情報管理責任者をいう。）が協議し、会長の承認を得てこの規程又は個人情報保護規程のいずれの定めるところによるかを定める。

(不当な影響の排除)

第10条 本会の役員は、手続実施者が裁定手続の実施に当たり独立して行う職務に関し、直接又は間接に命令若しくは指示又は不当な関与をしてはならない。

- 2 手続実施者は、裁定手続に関し、法令、この規程その他の定めを遵守し、裁定手続の実施に当たっては、何人からも命令又は指示を受けず、中立性を保持しつつ公正にその職務を行わなければならない。
- 3 本会の役員は第1項に規定する義務を履行するため、候補者は前項に規定する義務を履行するため、それぞれその義務を遵守することを約する書面をその就任後速やかに会長に提出しなければならない。
- 4 特別委員会委員長は、本会の役員に対し、当該役員の就任後速やかに、第1項の規定の趣旨及び同項に規定する義務を遵守すべき旨を記載した書面を交付し、その内容を説明しなければならない。

(通知)

第11条 裁定手続に関する通知については、この規程の定めるところにより通知すべき事項を記載した書面を配達証明郵便に付して紛争の当事者に送付する方法により行うものを除き、当該書面を通常の取扱いによる郵便に付する方法、ファクシミリ、電子メール又は電話により行う。

- 2 紛争の当事者に対する通知のうち、通知すべき事項を記載した書面を配達証明郵便に付して紛争の当事者に送付する方法以外の方法により行うものは、その相手方（電話による通知にあつては、通話者の氏名及び通知を受けるべき相手方との関係を含む。）、通知の内容、方法及び日時を記録しなければならない。

(資料の取扱い)

第12条 紛争の当事者から提出された資料は返還しない。ただし、資料を提出した紛争の当事者から返還の請求があつたときは、特別委員会委員長は、写しを作成し、以後、当該写しを手続実施記録（第44条第1項に規定する手続実施記録をいう。第22条第1項第4号において同じ。）の一部として保管し、当該資料を返還する。

第3章 ConsumerADR 特別委員会

(設置及び組織)

第13条 本会は、本ADRの運営に当たらせるため、ConsumerADR 特別委員会（以下「特別委員会」という。）を設置する。

- 2 特別委員会は、5人以上の委員をもって組織する。
- 3 特別委員会の委員（以下この章において「委員」という。）は、本会正会員であつて消費者に関する諸問題

に係る相談業務に関し3年以上の実務経験を有する者のうちから、会長が任命する。

- 4 禁固以上の刑に処せられ、その刑の執行を終わり、又は刑の執行を受けることがなくなった日から5年を経過しない者は、前項の規定にかかわらず、委員となる資格を有しない。
- 5 委員の任期は、任命の日から2年とし、再任を妨げない。

(委員の解任)

第14条 会長は、委員が前条第4項の規定により委員となる資格を有しないこととなったときは、その委員を解任しなければならない。

- 2 会長は、委員が次の各号のいずれかに該当するときは、その委員を解任することができる。
 - (1) 心身の故障のため職務の執行に堪えられないと認められるとき。
 - (2) 職務上の義務違反その他委員たるに適しない非行があると認められるとき。
- 3 会長は、前項第2号の規定により委員を解任しようとするときは、あらかじめ、当該委員に弁明の機会を与えなければならない。

(委員長等)

第15条 特別委員会に委員長（以下「委員長」又は「特別委員会委員長」という。）を置く。

- 2 委員長は、委員のうちから会長が任命する。
- 3 委員長は、特別委員会の事務を統括する。
- 4 この規程に定めるもののほか、特別委員会の運営に関し必要な事項は、委員長が特別委員会に諮って定める。
- 5 委員長に事故があるとき、又は委員長が欠けたときは、会長は、必要に応じ、委員のうちから委員長の職務の全部又は一部を臨時に代理する者を指名するものとする。

(議事等)

第16条 特別委員会は、委員の過半数の出席がなければ、会議を開くことができず、その議事は、出席者の過半数で決し、可否同数のときは、委員長の決するところによる。

- 2 特別委員会の決議について特別の利害関係を有する委員は、議決に加わることができない。
- 3 前項の規定により議決に加わることができない委員の数は、第1項に規定する出席した委員の数に算入しない。
- 4 特別委員会の議事については、議事録を作成する。
- 5 前各項に定めるもののほか、議事の手続その他特別運営委員会の運営に関し必要な事項は、特別委員会が定める。

(書類の備置きに関する事務)

第17条 特別委員会は、次の各号に掲げる書類を本ADRを行う事務所に備え置く。

- (1) 特別委員会の委員名簿
 - (2) 特別委員会議事録
 - (3) 手続実施者の候補者名簿
 - (4) 裁定手続に関する説明書
 - (5) 裁定手続申立書その他裁定手続に用いる書面の様式を表示する文書
 - (6) 裁定手続申立書受付簿
 - (7) 期日調書
 - (8) その他本ADRの実施に関し必要な書類
- 2 前項の各書類の記載事項及び様式、調製の方法並びに備置きに関し必要な事項は、この規程に定めるもののほか、特別委員会が定める。

(事務担当職員)

第18条 委員長は、事務担当職員（本会の職員であって、特別委員会の事務を処理させるために委員長が任命する職員をいう。次項、第44条第3項及び第45条第3項において同じ。）を置くことができる。

2 事務担当職員は、委員長の指揮監督を受けて、この規程に定めるもののほか、委員長から指定を受けた事務を処理する。

第4章 手続実施者の候補者

(手続実施者の候補者)

第19条 本会は、次項に定めるところにより、裁定手続を行う手続実施者の候補者（以下「候補者」という。）を確保する。

2 候補者は、次の各号に掲げる者のうちから、特別委員会の意見を踏まえ、当該各号に掲げる者1人以上を含む10人以内の数を定めて会長が任命する。

(1) 本会正会員であって、各地の消費生活センター等において消費者に関する諸問題に係る相談業務について3年以上の実務経験を有する者

(2) 長年にわたり消費生活に関する各種活動に関与し功績のあった者であって、裁定手続の手続実施者としてふさわしい者として本会の理事会が推薦した者

(3) 弁護士

3 第13条第4項の規定は、候補者の資格について準用する。

4 候補者の任期は、任命の日から2年とし、再任を妨げない。

(手続実施者候補者名簿)

第20条 委員長は、候補者の氏名その他特別委員会が別に定める事項を記載した候補者の名簿（当該名簿に記載すべき事項を記録した電磁的記録を含む。以下「候補者名簿」という。）を作成し、本ADRを行う事務所に備え置く。

2 委員長は、候補者について、前条第3項において準用する第13条第4項に規定する事由の有無を定期的に、及び随時確認し、その結果に基づき、候補者名簿の変更その他の必要な措置を講じるものとする。

第5章 裁定手続

第1節 裁定手続の実施の依頼等

(裁定手続の対象)

第21条 裁定手続は、特定商取引紛争を対象として行う。

(裁定手続の説明)

第22条 特別委員会は、紛争の当事者との間で裁定手続を実施する契約を締結するまでに、当該紛争の当事者に対し、次の各号に掲げる事項について、これを記載した書面を交付し、又はこれを記録した電磁的記録を提供して、説明しなければならない。

(1) 第28条に規定する担当手続実施者の選任に関する事項

(2) 第46条に規定する申立費用に関する事項

- (3) 裁定手続の開始から終了に至るまでの標準的な手続の進行
 - (4) 裁定手続において陳述される意見若しくは提出され若しくは提示される資料に含まれ、又は手続実施記録に記載されている紛争の当事者又は第三者の秘密の取扱いの方法
 - (5) 紛争の当事者が裁定手続を終了させるための要件及び方式
 - (6) 裁定委員会が裁定手続によっては紛争の当事者間に和解が成立する見込みがないと判断したときは、速やかに当該手続を終了し、その旨を紛争の当事者に通知すること
 - (7) 紛争の当事者間に和解が成立した場合には和解書（第 39 条第 1 項に規定する和解書をいう。以下この号において同じ。）を作成すること及び和解書の作成者、通数その他当該和解書の作成に係る概要
- 2 特別委員会は、前項の規定による説明をしたときは、紛争の当事者から説明を受けた旨を記載した書面（ファクシミリ装置又は電子メールにより送信される通信内容の記録を含む。）を受け取るよう努めるものとする。
 - 3 特別委員会は、前項の書面の受取りに代えて、電話により、紛争の当事者から、第 1 項の規定による説明を受けた旨を聴取することができる。この場合においては、聴取の内容及び年月日を記録するものとする。
 - 4 相手方（次条第 4 項第 2 号に規定する裁定手続の相手方をいう。）に対する説明は、第 1 回の手続期日における手続を開始する前までに必ず終えておかななければならない。

（裁定手続の申立て）

第 23 条 消費者であって、特定商取引の契約者又は特定商取引の契約の成立若しくは効力を争う者その他これに準ずる者として委員長が認めた者は、裁定手続の申立てをすることができる。

- 2 裁定手続の申立てをしようとする者は、まず消費者相談を受けなければならない。
- 3 第 1 項の申立ては、裁定手続申立書（以下「申立書」という。）を特別委員会に提出してしなければならない。
- 4 申立書には、次の各号に掲げる事項を記載しなければならない。ただし、第 3 号に規定する事項については、委員長が申立人からその内容を聞き取り、記載することができる。
 - (1) 申立人の氏名及び住所（代理人又は補佐人を選任したときは、その者の資格（代理人が弁護士又は法令により裁定手続上の行為をすることができる者でない場合にあつては当該代理人と申立人との関係を含む。）、その氏名及び住所を含む。）
 - (2) 裁定手続の相手方（以下「相手方」という。）の氏名又は名称及び住所
 - (3) 申立ての趣旨及び紛争の要点
- 5 申立書には、次に掲げる資料を添付しなければならない。
 - (1) 特定商取引紛争に係る契約書又はその写し
 - (2) 代理人を選任したときは、その権限を証する書面（代理人が弁護士又は法令により裁定手続上の行為をすることができる者以外の者であるときは、申立人との関係を証する書面を含む。）
 - (3) 前 2 号に掲げるもののほか、申立てに係る裁定手続の実施に関し参考となる資料

（申立ての受理又は不受理）

第 24 条 委員長は、適式な申立てがされたときは、第 4 項各号のいずれかに該当する場合を除き、これを受理する。

- 2 申立てがこの規程に従っていないものである場合には、委員長は、相当の期間を定め、その期間内に補正すべきことを求めるものとする。ただし、その不備が速やかに補正することができるものであると認めるときは、当該申立てを受理した上で、相当の期間内に補正させることができる。
- 3 申立てがこの規程に違反し、かつ、その不備が補正できないものであるとき又は前項本文の規定により補正を求めた場合において補正がされないときは、委員長は、これを受理しない。
- 4 前号に定める場合のほか、申立てが次の各号のいずれかに該当するときは、これを受理しない。
 - (1) 申立てが不当な目的によるものであり、これを受理することが本 ADR の趣旨に反することとなるとき。
 - (2) 申立てに係る事案がその性質上裁定手続を行うのに適さないと認めるとき。
- 5 委員長は、申立書を受け付けたときは、速やかに、申立ての要件の具備及び前項各号に規定する事由の有無

を審査し、受理するか又は受理しないかを決定する。

6 委員長は、前項の決定を行うに際し必要があるときは、特別委員会に諮るものとする。

7 委員長は、申立てを受理し、又は受理しない旨の決定をしたときは、速やかに、申立人に対し、決定の内容（申立てを受理しない旨の決定にあつてはその理由の要旨を含む。）及びその年月日を記載した書面を配達証明郵便に付して送付する方法により通知する。

8 委員長は、申立てを受理しない旨の決定をしたときは、申立人に対し、申立書を前項の書面とともに送付して返還する。この場合においては、委員長は、申立書（前条第5項各号に規定する資料を含む。）の写しを作成し、本ADRを行う事務所に保管するものとする。

（裁定手続の開始）

第25条 裁定手続は、裁定手続の申立てを受理した時に開始する。

（相手方に対する確認）

第26条 委員長は、申立てを受理したときは、速やかに、相手方に対し、申立てに応じて裁定手続の実施を依頼するか否かを確認するため、その意思について照会する書面を配達証明郵便に付する方法により送付しなければならない。

2 前項の書面には、その受領後14日以内に、申立てに応じて裁定手続の実施を依頼するか否かについて回答を求める旨を記載するとともに、次条第1項の裁定手続依頼書、第22条第1項に規定する説明事項を記載した書面及び申立書の写し又は申立ての概要を記載した書面を添付する。

3 委員長は、第1項の書面を送付する前に、相手方に対し、電話等により当該書面を送付する旨及びその趣旨を説明するよう努める。

4 委員長は、相手方が申立てに応じて裁定手続の実施を依頼することを促すこと等により、裁定手続が円滑に進行するよう努めるものとする。

5 相手方が裁定手続の実施を依頼しない旨の回答をしたとき又は第2項に規定する期間内に回答をしないときは、裁定手続は終了する。

6 前項の規定により裁定手続が終了したときは、委員長は、裁定手続が終了した旨、その理由及び年月日を記載した書面を作成し、速やかに申立人に対し配達証明郵便に付して送付する方法により通知しなければならない。

7 第24条第8項の規定は、第5項の規定により裁定手続が終了した場合に準用する。この場合において、「申立てを受理しない旨の決定をしたとき」とあるのは「第5項の規定により裁定手続が終了したとき」と読み替える。

（相手方の依頼）

第27条 相手方は、裁定手続の実施を依頼する旨を記載した裁定手続依頼書を委員会に提出する方法のほか、ファクシミリ、電子メール又は電話により裁定手続の実施を依頼することができる。

2 委員長は、電話により裁定手続の実施の依頼を受けたときは、通話者の氏名及び相手方との関係並びに電話により裁定手続の実施の依頼を受けた旨及びその年月日を記録しなければならない。

第2節 手続実施者

（担当手続実施者の選任）

第28条 特別委員会は、申立てに係る案件ごとに、相手方から裁定手続の実施の依頼を受けた後、候補者名簿に記載されている者のうちから、当該案件に係る裁定手続の実施を担当する手続実施者（以下「担当手続実施者」という。）三人を選任する。

2 担当手続実施者のうち少なくとも一人は、弁護士でなければならない。

- 3 特別委員会は、担当手続実施者として、当該案件の裁定手続を行うにふさわしい者であって、その公正性に疑いを生じさせるおそれのないものを選任しなければならない。
- 4 当事者の一方又は双方から、特定の者（候補者名簿に記載されている者に限る。）を担当手続実施者に選任することを希望する旨の申出があったときは、これを尊重して選任する。
- 5 担当手続実施者として選任された候補者は、特別の支障がある場合を除き、受任を拒んではならない。
- 6 委員長は、担当手続実施者に対し、申立ての内容及び紛争の当事者の状況を説明し、関係書類を添えて、裁定手続の実施を委嘱する。
- 7 委員長は、担当手続実施者の選任後遅滞なく、紛争の当事者に対し、担当手続実施者の氏名及び第 35 条第 1 項の規定により決定した第一回の手続期日を通知しなければならない。
- 8 特別委員会は、担当手続実施者に欠員を生じたときは、直ちに補充しなければならない。
- 9 委員長の職にある者は、担当手続実施者となることができない。

（担当手続実施者の除斥）

第 29 条 候補者は、次の各号のいずれかに該当するときは、申立てに係る案件の裁定手続について、担当手続実施者となることができない。

- (1) 候補者又はその配偶者若しくは配偶者であった者が当該案件の紛争の当事者であるとき、又は当該案件について当事者と共同権利者、共同義務者若しくは償還義務者の関係にあるとき。
- (2) 候補者が紛争の当事者の四親等内の血族、三親等内の姻族若しくは同居の親族であるとき、又はあったとき。
- (3) 候補者が紛争の当事者の後見人、後見監督人、保佐人、保佐監督人、補助人、補助監督人であるとき。
- (4) 候補者が当該案件について証人又は鑑定人となったとき。
- (5) 候補者が紛争の当事者の代理人又は補佐人であるとき、又はあったとき。
- (6) 候補者が当該案件に係る消費者相談を担当した者であったとき。
- (7) 候補者が当該案件について仲裁判断に関与したとき。

2 特別委員会は、選任を予定する候補者に対し、あらかじめ、前項各号に規定する事由がないことを確認しなければならない。

3 前項の規定による確認は、委員長が選任を予定する候補者に対し、口頭で第 1 項各号に規定する事由の有無について聞き取る方法により行う。

4 担当手続実施者は、第 1 項各号のいずれかに該当することとなったとき又はそのおそれがあると思料するときは、直ちに委員長にその旨を報告しなければならない。

（担当手続実施者の忌避）

第 30 条 紛争の当事者は、担当手続実施者に裁定手続の公正な実施を妨げるおそれがある事由があるときは、その事由を記載した書面を特別委員会に提出して、当該担当手続実施者の忌避を申し出ることができる。ただし、手続期日においては、主任に対し、口頭で申し出ることを妨げない。

2 担当手続実施者は、裁定手続の公正な実施を妨げるおそれがある事実があるときは、遅滞なく、これを紛争の当事者に開示するとともに、開示した旨を特別委員会委員長に報告しなければならない。

3 紛争の当事者は、前項の規定による開示を受けた場合において、その日から原則として 14 日以内の特別委員会委員長が指定する日を経過したときは、やむを得ない事由がある場合を除き、開示を受けた事実に基づいて忌避を申し出ることができない。

4 特別委員会委員長は、忌避の申出があったときは、速やかに、次条第 1 項に規定する忌避調査委員会を設置し、忌避の原因の有無について調査審議させ、その結果を特別委員会に報告させるものとする。

5 特別委員会は、前項の規定による報告に基づき、忌避の申出に係る担当手続実施者に忌避の原因があるかどうかについて審査し、当該申出に理由があるか否かの決定をする。

6 特別委員会委員長は、前項の決定がされたときは、速やかにその内容を紛争の当事者に通知しなければならない。

(忌避調査委員会)

第31条 忌避調査委員会は、忌避の申出に係る担当手続実施者に忌避の原因があるかどうかを調査審議する。

- 2 忌避調査委員会は、委員3人以上5人以内をもって組織する。
- 3 忌避調査委員会の委員（以下この条において「委員」という。）は、特別委員会委員（忌避の申出に係る担当手続実施者であるものを除く。）のうちから、特別委員会委員長が指名する。
- 4 忌避調査委員会にその委員長（以下「忌避調査委員長」という。）を置き、委員の互選によってこれを定める。
- 5 忌避調査委員長は、忌避調査委員会の事務を統括する。
- 6 忌避調査委員会は、その委員の過半数が出席しなければ、会議を開き、議決することができない。
- 7 忌避調査委員会の議事は、会議に出席した委員の過半数で決し、可否同数のときは、忌避調査委員長の決するところによる。
- 8 忌避調査委員長は、第1項の調査審議が終了したときは、速やかに、その結果を特別委員会に報告しなければならない。
- 9 忌避調査委員会は、前項の規定による報告をしたときに解散する。

(担当手続実施者の辞任)

第32条 担当手続実施者は、正当な理由があるときは、委員長の承認を得て辞任することができる。

(担当手続実施者の解任)

第33条 委員長は、担当手続実施者が次の各号のいずれかに該当するときは、特別委員会の決議に基づき、これを解任する。

- (1) 第29条第1項各号に規定する事由があるとき。
 - (2) 忌避の申出に理由があると認めるとき。
 - (3) 心身の故障のため、職務の執行に支障があり、又はこれに堪えないと認めるとき。
- 2 担当手続実施者が前項第1号又は第3号に該当するかどうかの判断は、委員長が事実関係の調査（当該担当手続実施者からの聞き取りによるものを含む。）をして行うものとする。

(裁定委員会)

第34条 裁定手続は、三人の担当手続実施者をもって構成する合議体（以下「裁定委員会」という。）が行う。

- 2 裁定委員会の議事は、担当手続実施者の全員一致をもって行う。
- 3 裁定委員会に主任手続実施者（以下「主任」という。）を置き、担当手続実施者の互選によってこれを定める。
- 4 主任は、裁定手続に関し、手続期日（第一回の手続期日を除く。）の指定及び手続期日における指揮を行うほか、裁定手続を効率的に行うため、必要に応じ、期日外において、紛争の当事者に対しその準備の求めを行う。

第3節 裁定手続の進行

(手続期日及びその場所)

第35条 第一回の手続期日は、委員長が、紛争の当事者及び担当手続実施者の日程を調整し、決定する。

- 2 第二回以降の手続期日は、委員長において、緊急を要する場合を除き、遅くとも手続期日の7日前までに紛争の当事者に通知しなければならない。ただし、手続期日においては、主任は、7日以内の日を次回の手続期日として指定し、委員長による通知に代えて、その場で、自ら口頭で指定した手続期日の日時その他必要な事項を告げることができる。
- 3 手続期日の開催場所は、委員長が、紛争の当事者の意見を聴いて、決定する。

- 4 手続期日は、紛争の当事者双方が出席して開催する。
- 5 裁定手続は、相当な理由がある場合を除き、3回以内の手続期日において終了するものとする。

(当事者の主張及び準備)

第36条 主任は、相手方に対し、第一回の手続期日の前に、裁定手続の申立てに対する主張及び意見を記載した書面の提出を求めることができる。

- 2 主任は、紛争の当事者に対し、その主張を明確にし、又は紛争の解決に必要な書類その他の資料を補充することを求めることができる。

(利害関係人の参加)

第37条 裁定委員会は、相当と認めるときは、紛争の当事者の同意を得て、次の各号に掲げる者であって、裁定手続の結果に利害関係を有するもの(第43条第2項において「利害関係人」という。)を裁定手続に参加させることができる。

- (1) 割賦販売法(昭和36年法律第159号)が適用されることとなる事業者又は業者
- (2) その他前号に準ずるものとして裁定委員会が認めた者

(裁定手続の進行方法)

第38条 裁定委員会は、手続期日において、紛争の当事者から提出された申立書及び資料を参酌し、自発的な紛争解決に至るよう努めるものとする。

- 2 主張は、書面又は手続期日における口頭によるものとする。
- 3 裁定手続は、紛争の当事者の双方を同席させて行う。ただし、主任は、必要と認めるときは、交互面接方式(紛争の一方の当事者を一時離席させた状態で、紛争の他方の当事者からその主張及び意見を聞き、次いで、当該紛争の他方の当事者を一時離席させた状態で、当該紛争の一方の当事者からその主張及び意見を聞くことを、必要な範囲で繰り返す方式をいう。)により行うことができる。
- 4 裁定委員会は、手続期日において、申立人及び相手方の順に主張及び意見を聞き、必要に応じて、和解案を示すなどして裁定手続を進めるものとする。
- 5 裁定委員会は、紛争の当事者が申立てに係る紛争を自発的に解決することが困難であるが、なお和解成立の可能性があると認めるときは、裁定案(紛争の当事者双方の衡平に配慮し、一切の事情を見て、当該紛争の当事者双方の申立ての趣旨に反しない限度で、裁定委員会が、当該紛争の解決のために作成する最終の和解案をいう。次項、第8項及び第41条第1項第3号において同じ。)を作成し、手続期日において、これを紛争の当事者に提示することができる。
- 6 紛争の当事者は、前項の裁定案の提示を受けたときは、その提示を受けた手続期日終了後14日以内に裁定委員会又は委員長に対し、同意又は不同意のいずれかの意思の表示をしなければならない。この場合において、紛争の当事者が14日以内に意思の表示をしないときは、不同意の意思を表示したものとみなす。
- 7 前項に規定する意思の表示は、その内容を記載した書面を郵便で送付する方法、ファクシミリ、電子メール又は電話により行うことができる。この場合において、電話により意思の表示がされたときは、委員長は、その事実、内容及び日時を記録しなければならない。
- 8 紛争の当事者双方が裁定案に同意する旨の意思の表示をした場合には、その最後の意思の表示が到達した時に紛争の当事者間に和解が成立したものとみなす。

第4節 裁定手続の終了

(和解の成立)

第39条 特別委員会は、裁定手続において紛争の当事者間に和解が成立したときは、和解書(和解の内容及び成立の年月日を記載した書面をいう。以下この条において同じ。)を作成し、担当手続実施者が署名し、又は記名

押印するものとする。この場合において、作成すべき和解書の通数は、紛争の当事者の数に一を加えた数とする。

- 2 委員長は、紛争の当事者に対し、前項の和解書を直接交付し、又は配達証明郵便に付する方法により送付する。
- 3 裁定手続は、前項の規定により紛争の当事者に和解書を交付し、又は送付したときに、終了する。

(申立ての取下げ及び終了の申出)

第40条 申立人が申立てを取り下げようとするときは裁定手続申立ての取下書を、相手方が裁定手続の終了を申し出ようとするときは裁定手続終了の申出書を、それぞれ特別委員会に提出しなければならない。ただし、手続期日においては、裁定委員会に対して口頭で行うことを妨げない。

2 前項の取下書又は申出書には、次の各号に掲げる事項を記載しなければならない。

(1) 当事者の氏名又は名称及び住所（代理人又は補佐人を選任したときは、その者の資格、氏名及び住所を含む。）

(2) 紛争の内容

(3) 申立ての取下げ又は裁定手続の終了の申出の理由

3 委員長は、前項の書面を受領したときは、速やかに、紛争の当事者に対し、裁定手続を終了した旨及びその年月日を記載した書面を配達証明郵便に付する方法により送付しなければならない。

4 手続期日において口頭により申立ての取下げ又は裁定手続の終了の申出がされたときは、主任において、紛争の当事者に対し、その場で、口頭により裁定手続が終了した旨の通知をすることができる。この場合においては、主任は、委員長に対し、遅滞なく、裁定手続が終了した旨、その理由及び年月日を報告しなければならない。

5 第3項の規定は、委員長が前項の規定による報告を受けた場合に準用する。この場合において、「前項の書面を受領した」とあるのは「主任から裁定手続が終了した旨の報告を受けた」と、「配達証明郵便」とあるのは「通常の取扱いによる郵便」とそれぞれ読み替える。

(和解が成立する見込みがない場合)

第41条 裁定委員会は、次の各号のいずれかに該当する場合には、紛争の当事者間に和解が成立する見込みがないものとして、速やかに、決定をもって裁定手続を終了させるものとする。

(1) 紛争の一方の当事者が正当な理由なく2回以上手続期日に欠席したとき。

(2) 紛争の一方の当事者が和解をする意思がないことを明確にしたとき。

(3) 紛争の当事者の一方又は双方が裁定案に同意しなかったとき。

(4) 直ちに和解が成立する見込みがなく、かつ、事案の性質、紛争の当事者が置かれている状況等にかんがみ、裁定手続を続行することが、紛争の当事者の一方又は双方に対し、和解が成立することにより通常得られることとなる利益を上回る不利益を与える蓋然性があると裁定委員会が判断したとき。

(5) 前各号に掲げるもののほか、紛争の当事者間に和解が成立する見込みがないと判断すべき事情があると裁定委員会が判断したとき。

2 前項の規定により裁定手続が終了したときは、主任は、速やかに、委員長に対し、その旨を書面により報告しなければならない。

3 前項の規定により報告を受けた委員長は、和解が成立する見込みがないものとして裁定手続を終了した旨、その事由及び年月日を記載した書面を作成し、速やかに当事者に対し配達証明郵便に付して送付する方法により通知しなければならない。

(裁定手続の終了)

第42条 裁定手続は、前三条の規定による場合のほか、次の各号のいずれかに該当する場合に、終了する。

(1) 申立てに係る事案が和解に適さないと裁定委員会が判断したとき。

(2) 紛争の当事者が不当な目的で裁定手続の申立てをし、又は依頼をしたと裁定委員会が判断したとき。

(3) 紛争の当事者の一方又は双方が主任の指揮に従わないため、裁定手続の実施が困難であると裁定委員会が判断したとき。

2 前条第2項及び第3項の規定は、裁定委員会が前項の規定により裁定手続を終了した場合に準用する。この場合において、前条第3項中「和解が成立する見込みがないものとして」とあるのは「第42条第1項の規定により」と読み替える。

第6章 手続実施記録等

(期日調書)

第43条 主任は、手続期日ごとに期日調書を作成し、これに署名し、又は記名押印しなければならない。

2 前項の期日調書には、手続期日の日時及び場所、出席した紛争の当事者の氏名（代理人又は補佐人が出席したときはその氏名を含む。）、利害関係人が手続期日に参加した場合にあってはその者の氏名又は名称及び担当手続実施者の氏名並びに実施した手続の経過の概要を記載する。

(手続実施記録)

第44条 特別委員会は、裁定手続ごとに、次の事項を記録した手続実施記録（以下この条及び次条において「手続実施記録」という。）を作成し、当該裁定手続が終了した日から10年間保存する。

- (1) 紛争の当事者から依頼を受けて裁定手続を実施する契約を締結した年月日
- (2) 当事者の氏名又は名称（代理人又は補佐人を定めたときはその氏名を含む。）
- (3) 担当手続実施者の氏名
- (4) 裁定手続において請求がされた年月日及び当該請求の内容
- (5) 裁定手続の実施の経緯
- (6) 裁定手続の結果（裁定手続の終了の理由及び年月日を含む。）
- (7) 裁定手続において和解が成立したときは、その内容

2 前条に規定する期日調書は、手続実施記録の一部とする。

3 手続実施記録は、委員長が作成する。ただし、委員長は、本ADRの円滑な遂行のため適当と認めるときは、事務担当職員に手続実施記録の作成を命ずることができる。

4 手続実施記録は、これに含まれる紛争の当事者及び第三者の秘密を保持するため、施錠することができる保管庫等の保管設備に保管し、及び電磁的記録が保存された電子計算機に備えられたファイルその他これに準ずる方法への不正なアクセスを防止する措置を講じる。

5 特別委員会は、紛争の当事者から提出された資料を手続実施記録の付属書類として保管する。

(保存書類の管理等)

第45条 手続実施記録（前条第2項の期日調書及び第5項に規定する付属書類を含む。以下この条において同じ。）に記録された情報は、第7条第2項の規定により研究又は研修の資料として活用し、又は公表する場合を除き、すべて秘密とする。

2 手続実施記録の管理責任者を委員長とする。

3 委員長は、事務担当職員を手続実施記録の取扱責任者とすることができる。この場合においては、事務担当職員は、委員長の指揮監督を受けて手続実施記録の保管に関する事務を担当する。

4 手続実施記録は、文書にあっては施錠のできる保管庫に保管し、電磁的記録にあっては当該記録のアクセス制御に係るパスワードを設定し、当該保管庫及びその鍵並びに電磁的記録及びそのパスワードは、いずれも委員長が管理する。

5 本会の役員、職員又は担当手続実施者（候補者を含む。）が手続実施記録を閲覧し、又は貸出しを受けるには、あらかじめ委員長の指定を受け、又は個別に委員長の許可を得なければならない。

6 手続実施記録の全部又は一部を本ADRを行う事務所外に搬出するについては、搬出者、搬出する記録並びに搬出及び返還の日時を記録にするものとする。

7 保存期間を経過した手続実施記録は、委員長において、文書の記載事項が判読できないように裁断し、又は電磁的記録には無効情報を上書きする等の方法により記録された情報が復元できない措置を講じ、当該記録を完全に消去する方法により廃棄するものとする。

第7章 費用

(申立費用)

第46条 申立人は、裁定手続の申立てと同時に、特別委員会に対し、申立費用として5,000円を納付しなければならない。

2 前項の規定により納付された申立費用は、申立てを受理した以後は返還しない。ただし、相手方が裁定手続の実施を依頼しなかったとき、又は裁定手続の実施を依頼したにもかかわらず、手続期日に出席することなく、当該裁定手続が終了したときは、申立人に対し、納付された申立費用の半額を返還する。

3 申立費用は、裁定手続の申立てが受理されなかったときは、申立人に対し、その全額を返還する。

(支払方法)

第47条 申立費用は、原則として、現金をもって納付しなければならない。ただし、あらかじめ本会が指定する金融機関の預金口座へ振り込むことにより納付することを妨げない。

2 申立人が前項ただし書の規定により申立費用を本会が指定する金融機関の預金口座への振り込むことにより納付したときは、遅滞なく、これを証する書面を委員長に提示するものとする。

(費用の減額)

第48条 委員長は、事案の内容、申立人の置かれている状況その他一切の事情を考慮して、特別委員会に諮り申立費用の一部を減額することができる。

第8章 苦情処理

(苦情の取扱い)

第49条 裁定手続に関して苦情のある者は、その概要を記載した苦情申出書を特別委員会に提出して苦情の申出をすることができる。

2 特別委員会委員長は、前項の苦情申出書を受け付けたときは、次条第1項に規定する苦情処理委員会を招集し、その苦情に係る事情の調査及び苦情処理の方法の審議を行わせ、その結果を特別委員会に報告させるものとする。

3 特別委員会は、前項の規定による報告を受けたときは、当該報告に基づき苦情処理の方法について審議し、決定する。

4 特別委員会委員長は、前項の規定による決定の定めるところに従い苦情を処理し、その結果を苦情の申出をした者に書面又は口頭により通知しなければならない。

(苦情処理委員会)

第50条 会長は、裁定手続に関する苦情の調査及び苦情処理の方法を審議させるため苦情処理委員会を設置する。

- 2 苦情処理委員会は、委員 3 人をもって組織する。
- 3 苦情処理委員会の委員（以下この条において「委員」という。）は、本会の最高顧問、副会長及び事務局代表の職にある者各 1 名（いずれも本ADRの運営及び執行に関係しない者に限る。）を会長が任命する。
- 4 苦情処理委員会にその委員長（以下「苦情処理委員長」という。）を置き、委員の互選によってこれを定める。
- 5 苦情処理委員長は、会務を総理する。
- 6 苦情処理委員会は、すべての委員が出席しなければ、会議を開き、議決することができない。
- 7 苦情処理委員会の議決は、委員の過半数で決することとし、可否同数のときは、苦情処理委員長が決する。
- 8 苦情処理委員会は、前条第 2 項の規定により招集されたときは、苦情に係る事情を調査した上、苦情処理の方法について審議し、決定する。
- 9 苦情処理委員長は、前項の規定による決定がされたときは、速やかに、特別委員会に対し、同項に規定する調査の結果及び決定に係る苦情処理の方法を報告しなければならない。

第9章 補則

（規程の公開等）

第 51 条 この規程は、本ADRを行う事務所に備え置き、来訪した者の求めに応じ、これを閲覧させるほか、本会のホームページに掲載する方法により公表する。

2 特別委員会は、裁判外紛争解決手続の利用の促進に関する法律第 11 条第 2 項の規定に基づき、認証紛争解決事業者である旨並びに本ADRの内容及びその実施方法を記載した書面を本ADRの事務所に備え置く。

（規程に定めのない事項）

第 52 条 この規程に定めるもののほか、裁定手続の実施に当たって必要な事項は、会長の承認を得て、特別委員会において定める。

附 則

（施行期日等）

- 1 この規程は、本会が裁判外紛争解決手続の利用の促進に関する法律第 5 条の認証を取得した日から施行する。
- 2 この規程の施行前に申立てを受理した裁定手続については、なお従前の例による。
- 3 この規程の改正部分は平成 23 年 4 月 1 日から施行する。
- 4 この規程は、平成 27 年 3 月 7 日に改定し、平成 26 年 11 月 30 日から施行する。
- 5 この規程は、平成 30 年 10 月 6 日に改定し、平成 30 年 6 月 11 日から施行する。

令和元年度

消費者取引裁判外紛争解決手続

Consumer ADR 報告書

令和2年3月発行

公益社団法人 消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会

Consumer ADR 特別委員会

〒150-0002 東京都渋谷区渋谷 1-17-14 全国婦人会館 2F

TEL 03-6434-1125

FAX 03-6434-1161

HP <http://nacs.or.jp>



NACS

NIPPON ASSOCIATION OF CONSUMER SPECIALISTS

公益社団法人 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会