

法務大臣認証

消費者取引裁判外紛争解決手続 Consumer ADR

平成30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。
<http://hojo.keirin-autorace.or.jp>

はじめに

ここに、NACSの平成30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番でのクレームや相談をもとに、紛争解決に向けた活動を実施している。そこでは、各種のクレームや相談から、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消費者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。

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、恐らく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も期待されるわけで、悪質な詐欺まがいの問題というより、ルールの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言えよう。

今後とも、NACSのConsumer ADRへのご支援をお願いしたい。

平成31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(2018P-105)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	57
4. 2 「裁定手続移送準備会議」での検討項目	57
4. 3 付託への準備、主な検討事例（継続事例）	59
5. Consumer ADR 「裁定手続」の実施事例	74

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・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 82

〔2〕 事業者への要請

（1） 訪問販売事業者に対する要請・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 88

（2） 通信販売事業者に対する要請・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 90

（3） 電話勧誘販売事業者に対する要請・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 92

（4） 特定継続的役務提供事業者に対する要請・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 94

〔3〕 消費者への要請・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 96

6. 2 Consumer ADR の現状と今後の課題・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 98

【参考資料】

Consumer ADR 業務規程・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 101

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、消費者と事業者の間の情報の質・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。

「裁定手続き移送準備」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 30 年 4 月 1 日から平成 31 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

足立 明巳

委員

赤井 カホル

乾 撰子

田村 朋子

大道 不二子

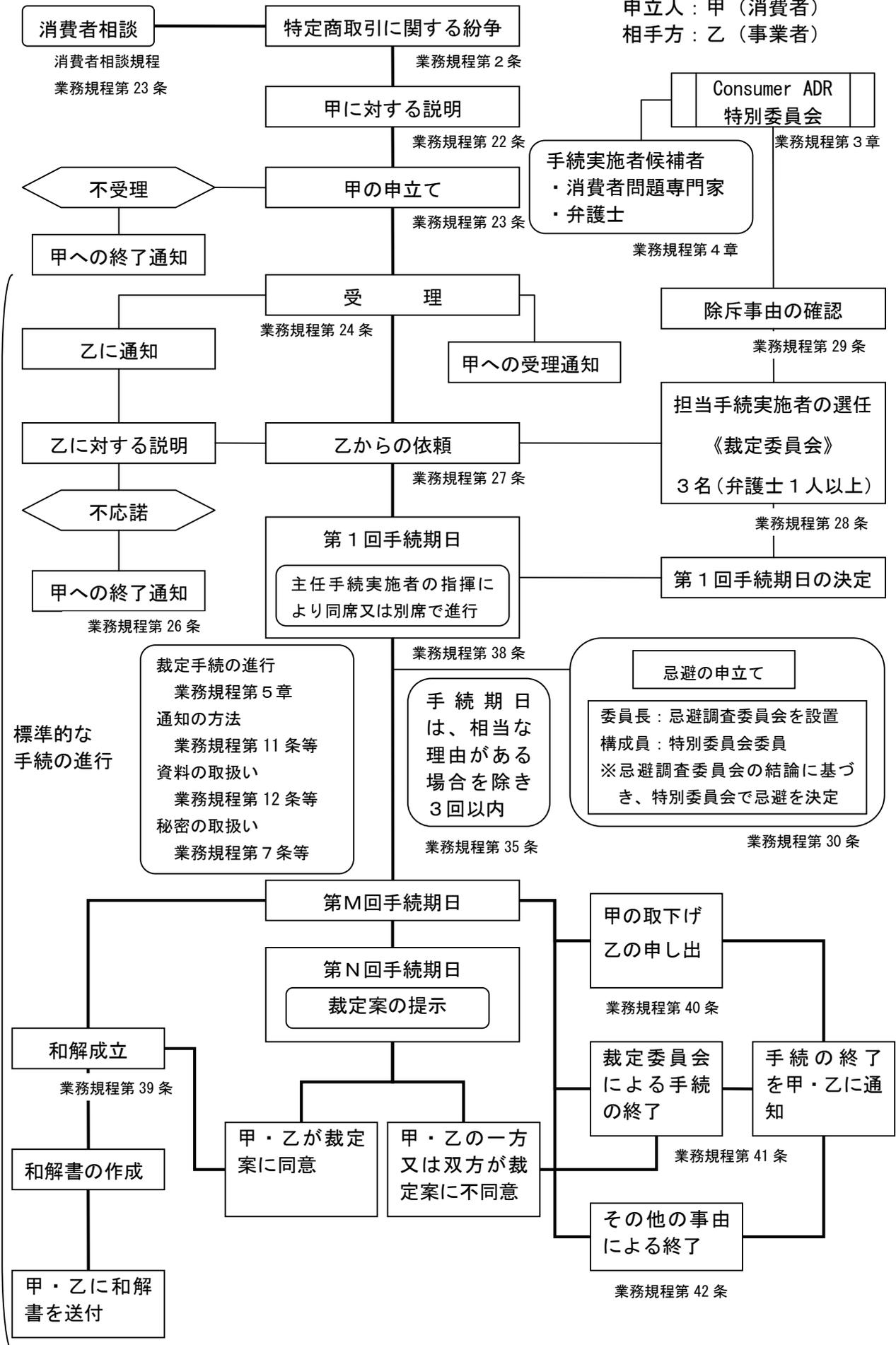
森田 里花

竹内 久江 (平成 30 年 12 月辞任)

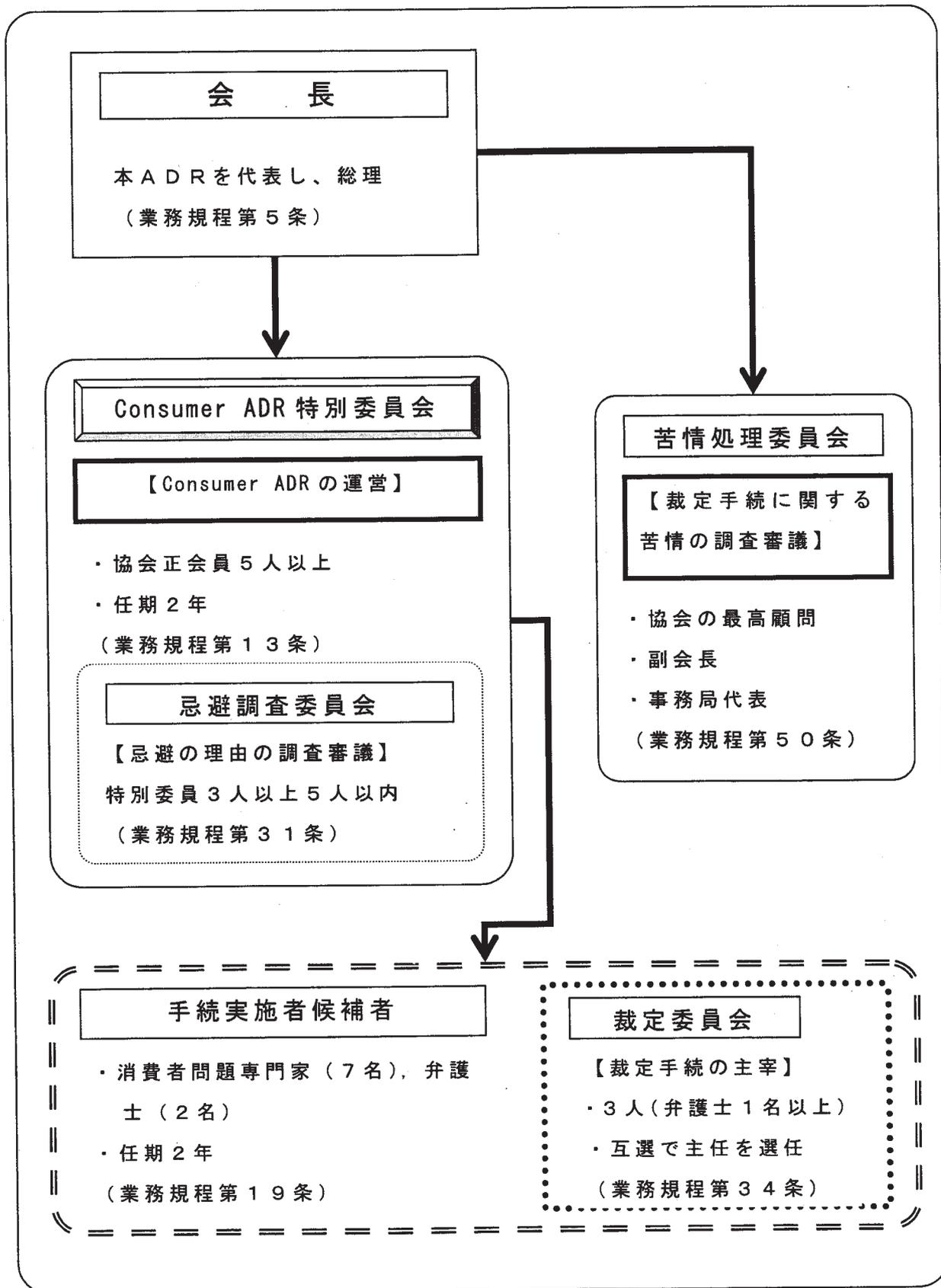
樋口 容子 (平成 30 年 12 月選任)

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 30 年 4 月 1 日～平成 31 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・木曜日	10 時～16 時

相談受付・相談処理件数の内訳

総受付件数	1237 件		
(処理件数内訳) 当日終了件数	1229 件		
継続件数	8 件		
		裁定手続移送準備会 議への付託件数	8 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 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・木曜日 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：1,237 件

平成 30 年 4 月 1 日～平成 31 年 3 月 31 日

相談受付 102 日 相談処理日総数 200 日

平成 30 年度の NACS ウィークエンド・テレホン（以下、WET という）の相談件数は 1,237 件（本部 606 件、西日本支部 631 件）で、昨年度の 1,518 件に比べ 18.6%の減少となった。そのうち、継続相談は 8 件、調停・裁定件数は前年度 0 件だったが今年度は 1 件となった。

消費生活センターが休日のため利用できない消費者に向けて、NACS は土日に相談窓口（WET）を開設している。相談者を地域別にみると、相談件数が最も多い都道府県は、大阪府で、次いで東京都、兵庫県、埼玉県、千葉県、神奈川県の間となっており、必ずしも人口の数と相談件数が比例していない。これは、関東地区の 1 都 3 県は、土日のいずれか、あるいは両方の曜日に消費生活センターが開設されているのに対し、大阪府や兵庫県では開設されていないことが理由として考えられる。

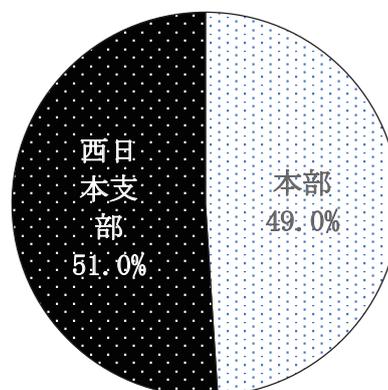
商品・役務別では、運輸・通信サービスが最も多く、続いて、土地・建物、教養娯楽品と、ここ数年は順位の変化がない。例年に比べ相談件数に変化があった商品としては、光熱水品が挙げられる。光熱水品の相談件数は、平成 28 年度が 4 件、平成 29 年度が 11 件であったが、今年度は 22 件と、電力およびガスの小売自由化に伴い、年々増加している。

その他、相談を内容別に分類して集計した際、例年は、契約・解約、販売方法、接客対応の順で相談件数が多かったが、今年度は、接客対応が 4 番目に下がり、価格料金が 3 番目に上がった。価格料金に関連する商品・役務としては、運輸・通信サービスや光熱水品の相談が多く、「今より安くなる」「本日中に契約すれば値引きする」等の勧誘に惹かれて契約したが、実際には業者が言うほど安くならなかったとの苦情が多くみられた。

(1) 相談受付件数

N=1,237

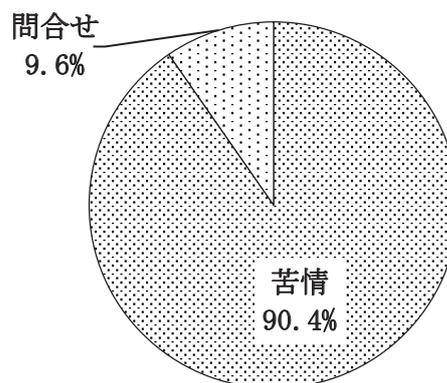
受付支部	件数	%
本部 (51日)	606	49.0%
西日本支部 (51日)	631	51.0%
合計	1,237	100.0%



今年度の相談窓口開設は、102 日と昨年と同日数であった。

(2) 受付区分別 N=1,237

受付区分	件数	%
苦情	1,118	90.4%
問合せ	119	9.6%
合計	1,237	100.0%



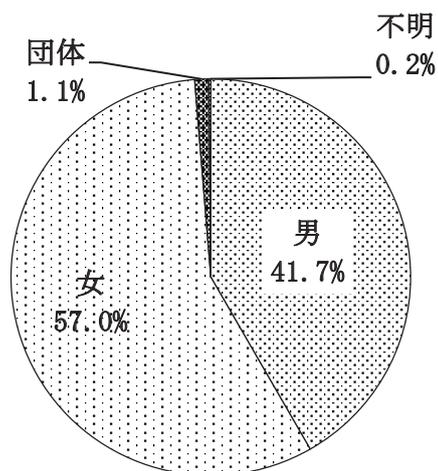
受付区分別では、1,237件の相談のうち、苦情が1,118件(90.4%)を占め、問合せが119件(9.6%)あった。

(3) 相談者と当事者の性別

性別で見ると、相談者では男性516件(41.7%)、女性705件(57.0%)、当事者では男性539件(43.6%)、女性673件(54.4%)であった。例年通り、女性からの相談比率が高かった。

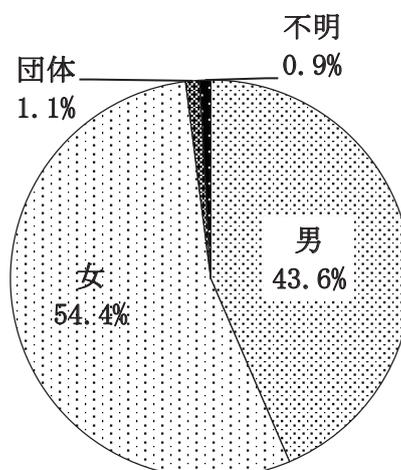
① 相談者の性別 N=1,237

受付区分	件数	%
男	516	41.7%
女	705	57.0%
団体	14	1.1%
不明	2	0.2%
合計	1,237	100.0%



② 当事者の性別 N=1,237

受付区分	件数	%
男	539	43.6%
女	673	54.4%
団体	14	1.1%
不明	11	0.9%
合計	1,237	100.0%



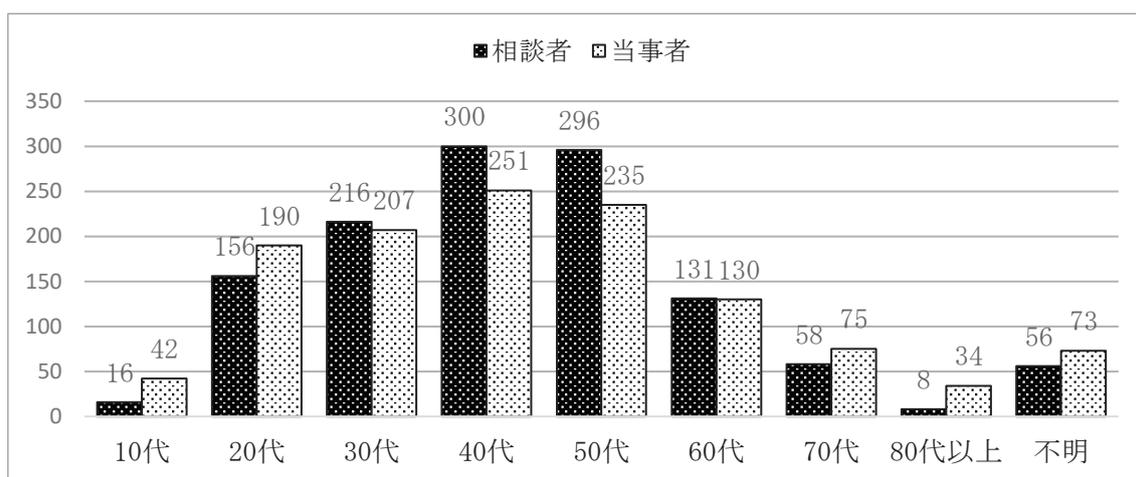
(4) 相談者と当事者の年代別

N=1,237

年代	相談者	%	当事者	%
10代	16	1.3%	42	3.4%
20代	156	12.6%	190	15.4%
30代	216	17.5%	207	16.7%
40代	300	24.3%	251	20.3%
50代	296	23.9%	235	19.0%
60代	131	10.6%	130	10.5%
70代	58	4.7%	75	6.1%
80代以上	8	0.6%	34	2.7%
不明	56	4.5%	73	5.9%
合計	1,237	100.0%	1,237	100.0%

相談者：13.9%
当事者：18.8%

相談者：5.3%
当事者：8.8%



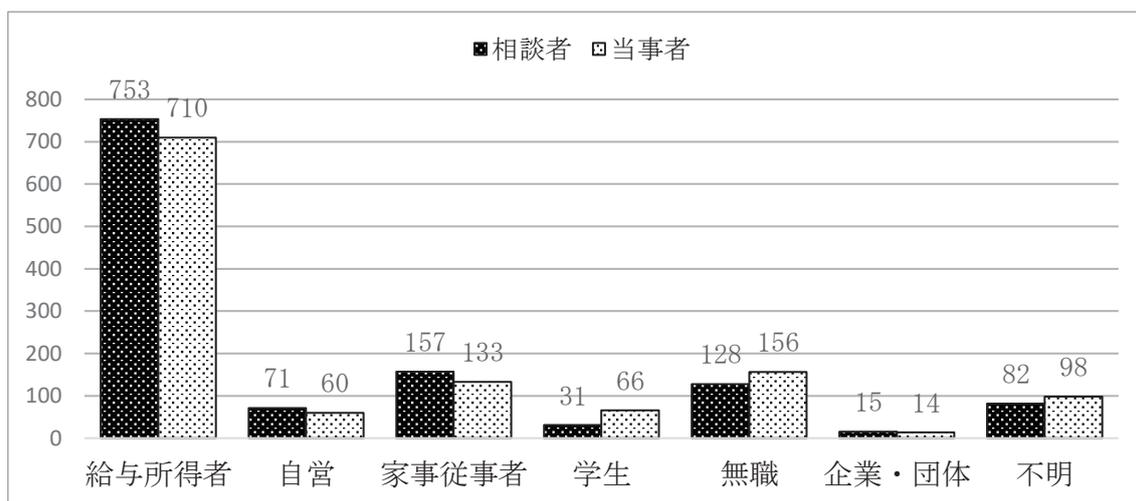
相談者の年代別では、40代が300件(24.3%)と最も多く、50代296件(23.9%)、30代216件(17.5%)、20代156件(12.6%)、60代131件(10.6%)の順となり、20代から60代で88.9%を占めた。ほかに、未成年者や学生、高齢者については、周囲の家族や親戚からの相談、いわゆる相談者と当事者が異なる相談が189件あった。

事例としては、「①娘が疎遠だった中学時代の友人に誘われて化粧品や健康食品を買った。クーリング・オフしたい。」、「②息子がSNSで誘われた投資セミナーに行き、仮想通貨を買うために90万円支払ったが、仮想通貨を貰えないまま解約させられた。」、「③80歳の認知症の母が電話勧誘で化粧品を注文してしまった。受取りたくない。」、「④2カ月前に亡くなった母が契約していた葬祭互助会の満期の会費30万円を使わなかったので解約したら解約料が高額だった。」などがある。

(5) 相談者と当事者の職業別

N=1,237

職業別	相談者	%	当事者	%
給与所得者	753	60.9%	710	57.4%
自営	71	5.7%	60	4.9%
家事従事者	157	12.7%	133	10.8%
学生	31	2.5%	66	5.3%
無職	128	10.3%	156	12.6%
企業・団体	15	1.2%	14	1.1%
不明	82	6.6%	98	7.9%
合計	1,237	100.0%	1,237	100.0%



相談者の職業別件数は給与所得者が753件(60.9%)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わかる。続いて、家事従事者157件(12.7%)、無職128件(10.3%)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%と、年々増加傾向にある。

(6) 相談者の地域別

N=1,237

都道府県	件数	%
北海道	29	2.3%
青森県	2	0.2%
宮城県	9	0.7%
秋田県	1	0.1%
山形県	4	0.3%
福島県	9	0.7%
茨城県	19	1.5%
栃木県	5	0.4%
群馬県	11	0.9%
埼玉県	79	6.4%
千葉県	58	4.7%
東京都	224	18.1%
神奈川県	56	4.5%
新潟県	13	1.1%
富山県	3	0.2%
石川県	5	0.4%
福井県	3	0.2%
山梨県	7	0.6%
長野県	8	0.6%
岐阜県	10	0.8%
静岡県	19	1.5%
愛知県	16	1.3%
三重県	22	1.8%
滋賀県	13	1.1%
京都府	28	2.3%
大阪府	254	20.5%
兵庫県	110	8.9%
奈良県	34	2.7%
和歌山県	8	0.6%

鳥取県	4	0.3%
島根県	3	0.2%
岡山県	5	0.4%
広島県	11	0.9%
山口県	6	0.5%
徳島県	3	0.2%
香川県	13	1.1%
愛媛県	11	0.9%
高知県	2	0.2%
福岡県	24	1.9%
佐賀県	5	0.4%
長崎県	6	0.5%
熊本県	9	0.7%
大分県	2	0.2%
宮崎県	4	0.3%
鹿児島県	5	0.4%
沖縄県	4	0.3%
海外	2	0.2%
不明	59	4.8%
合計	1,237	100.0%

相談者を地域別にみると、相談件数が最も多い都道府県は、大阪府の254件で、続いて、東京都224件、兵庫県110件、埼玉県79件、千葉県58件、神奈川県56件の順となった。必ずしも人口の数と相談件数が比例していない。これは、関東地区の1都3県や愛知県、福岡県など、人口が500万人を超える都道府県では、土日のい

ずれか、あるいは両方の曜日に消費生活センターが開設されているのに対し、大阪府や兵庫県では、土曜・日曜のいずれも開設されていないことが理由として考えられる。

(7) 商品・役務別（重複分類）

N=1,237、M=1,376

商品	件数
A 商品一般	66
B 食料品	67
C 住居品	40
D 光熱水品	22
E 被服品	68
F 保健衛生品	42
G 教養娯楽品	79
H 車両・乗り物	62
I 土地・建物・設備	164
J 他の商品	1
商品（A～J）小計	611

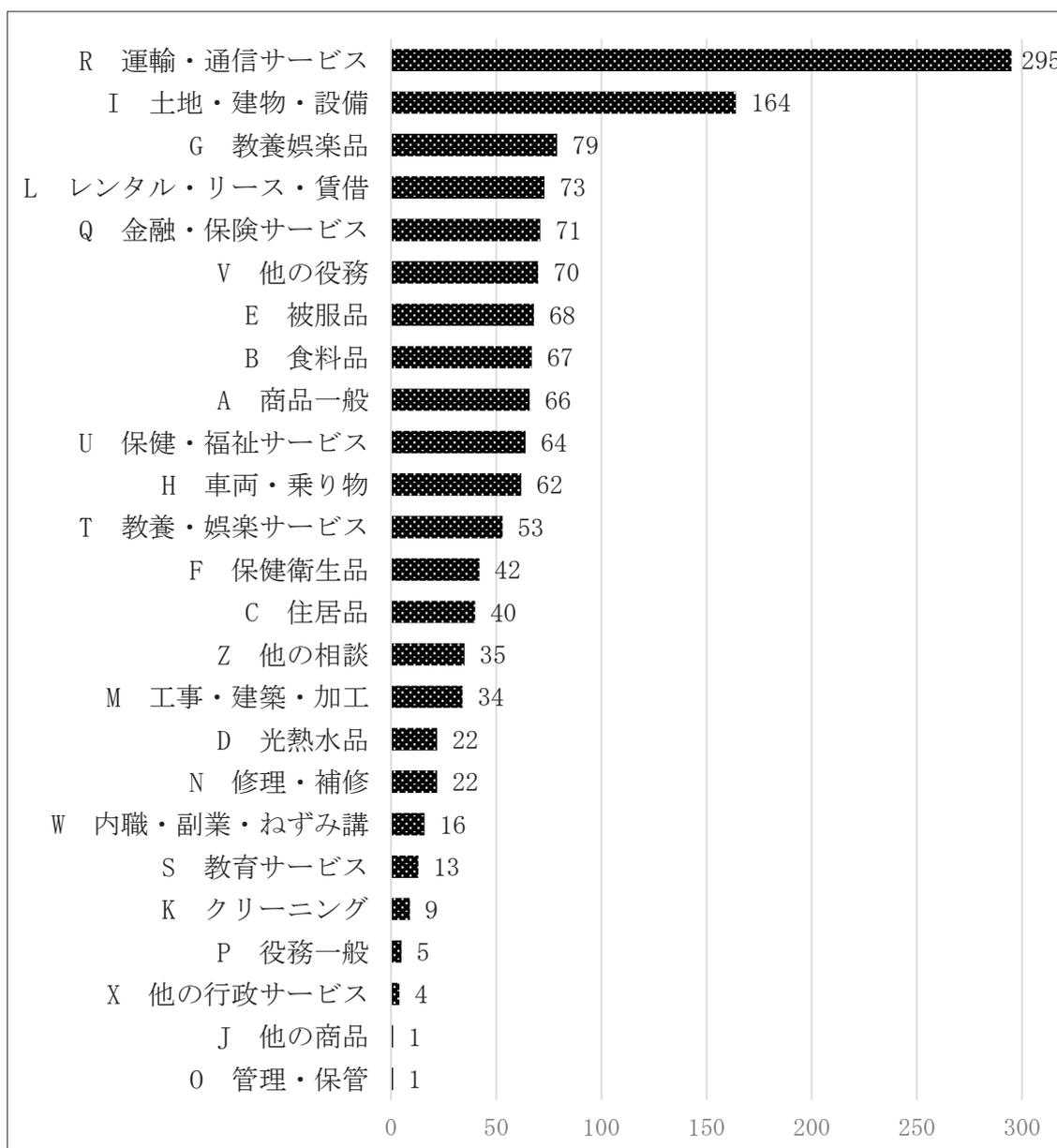
役務	件数
P 役務一般	5
Q 金融・保険サービス	71
R 運輸・通信サービス	295
S 教育サービス	13
T 教養・娯楽サービス	53
U 保健・福祉サービス	64
V 他の役務	70
W 内職・副業・ねずみ講	16
X 他の行政サービス	4
役務（P～X）小計	591
Z 他の相談	35
合計	1,376

商品関連役務	件数
K クリーニング	9
L レンタル・リース・賃借	73
M 工事・建築・加工	34
N 修理・補修	22
O 管理・保管	1
優先コード（K～O）小計	139

相談を、商品（A～J）、商品関連役務（K～O）、役務（P～X）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1,376件となった。

商品・役務別では、運輸・通信サービスが295件と最も多く、続いて、土地・建物164件、教養娯楽品79件となり、ここ数年順位の変化がない。運輸・通信サービスのうち、運輸サービスに関する相談は24件、通信サービスに関する相談は271件と、通信サービスに関する相談が大半を占めている。ただし、運輸・通信サービスについては、昨年度に比べると109件減少した。これは、通信サービスの相談に含まれている、ワンクリック請求や架空請求の相談件数が落ち着いたためと考えられる。

昨年までと比較して、相談件数に変化があった商品として、光熱水品が挙げられる。光熱水品の相談件数は、平成28年度が4件、平成29年度が11件であったが、今年度は22件と、電力およびガスの小売自由化に伴い、年々増加している。



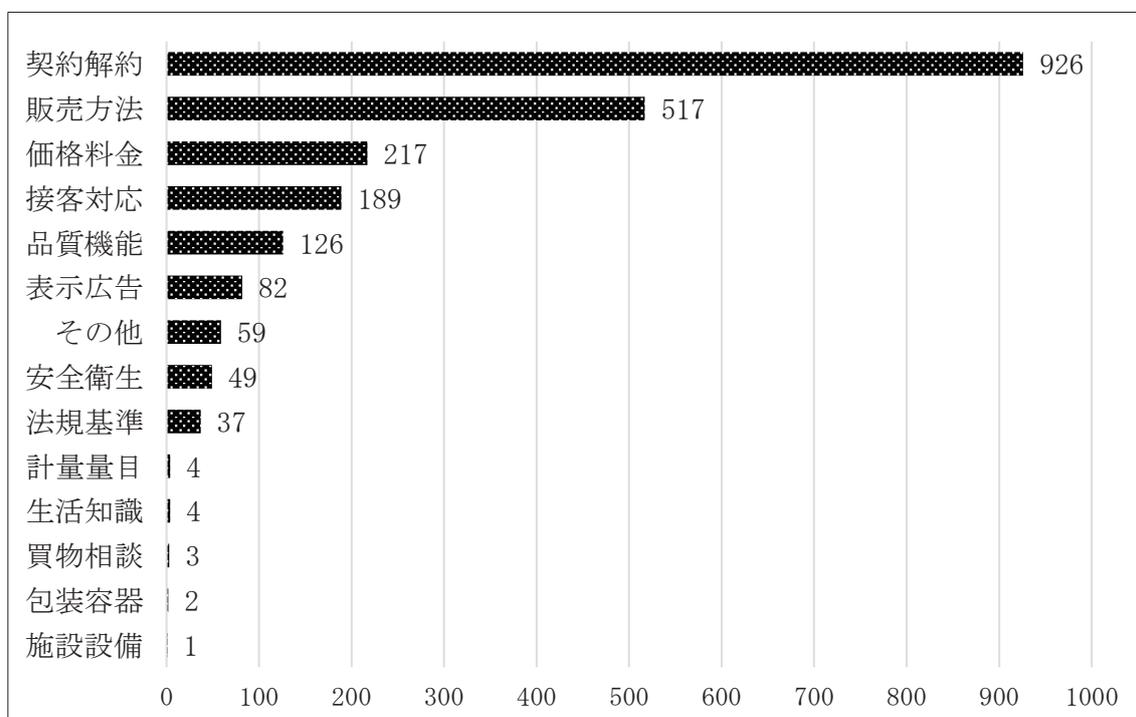
(8) 相談内容別（重複分類）

N=1,237、M=2,216

内容別	件数	%
契約・解約	926	41.8%
販売方法	517	23.3%
価格料金	217	9.8%
接客対応	189	8.5%
品質機能	126	5.7%
表示広告	82	3.7%
その他	59	2.7%
安全衛生	49	2.2%
法規基準	37	1.7%
計量量目	4	0.2%
生活知識	4	0.2%
買物相談	3	0.1%
包装容器	2	0.1%
施設設備	1	0.0%
合計	2,216	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、926件（41.8%）、続いて、販売方法517件（23.3%）、価格料金217件（9.8%）、接客対応189件（8.5%）、品質機能126件（5.7%）の順となった。

昨年度までと比較すると、例年、3番目に多かった接客対応が4番目に下がり、価格料金の順位が3番目に上がった。価格料金に関連する商品・役務で最も多かったのは、運輸・通信サービス、次いで光熱水品であった。相談内容を見ると、「今より安くなる」「本日中に契約すれば値引きする」等の勧誘に惹かれて契約したが、実際には業者が言うほど安くならなかったとの苦情が多くみられた。



(9) 販売購入形態別

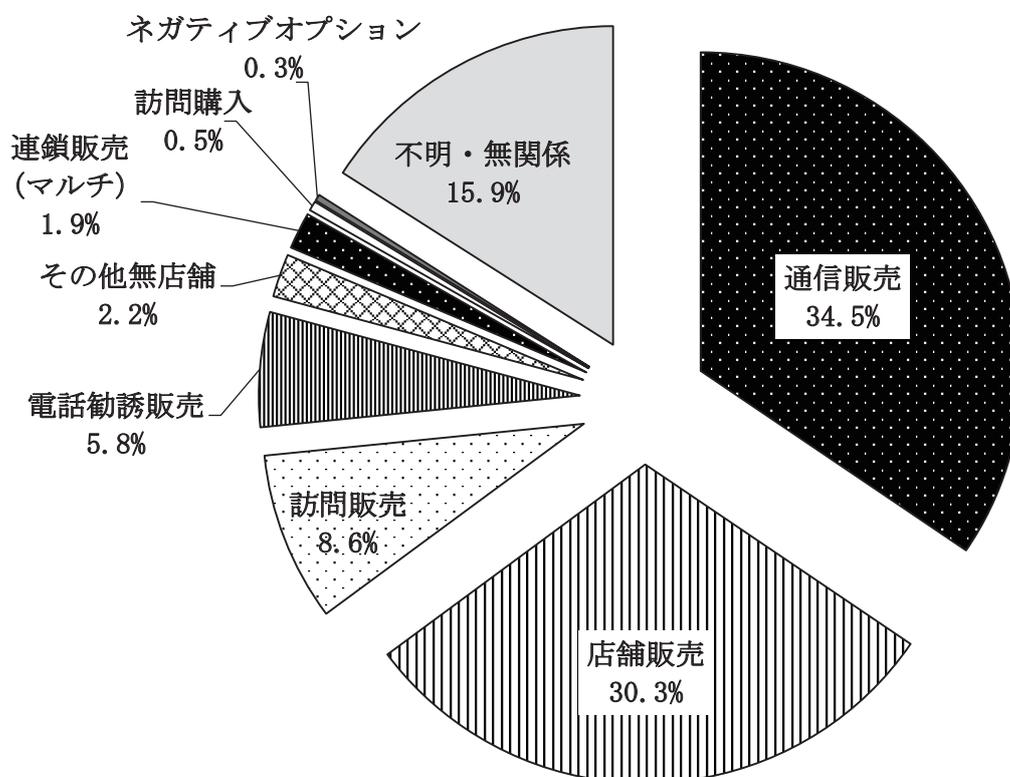
N=1,237

販売購入形態別	件数	%
通信販売	427	34.5%
店舗販売	375	30.3%
訪問販売	106	8.6%
電話勧誘販売	72	5.8%
その他無店舗	27	2.2%
連鎖販売（マルチ）	23	1.9%
訪問購入	6	0.5%
ネガティブオプション	4	0.3%
不明・無関係	197	15.9%
合計	1,237	100.0%

販売購入形態別では、通信販売が 427 件（34.5%）と最も多く、次いで、店舗販売 375 件（30.3%）、訪問販売 106 件（8.6%）、電話勧誘販売 72 件（5.8%）の順となった。

通信販売のうち、商品・役務別では「アダルト情報サイト」と「SMS による架空請求」に関する相談が最も多く、次いで「健康食品」、「化粧品」が続いた。

店舗販売では、「賃貸アパート・賃貸マンション」、「中古車」「医療サービス」、「エステ」「携帯電話」の相談が多かった。



(10) 支払形態別

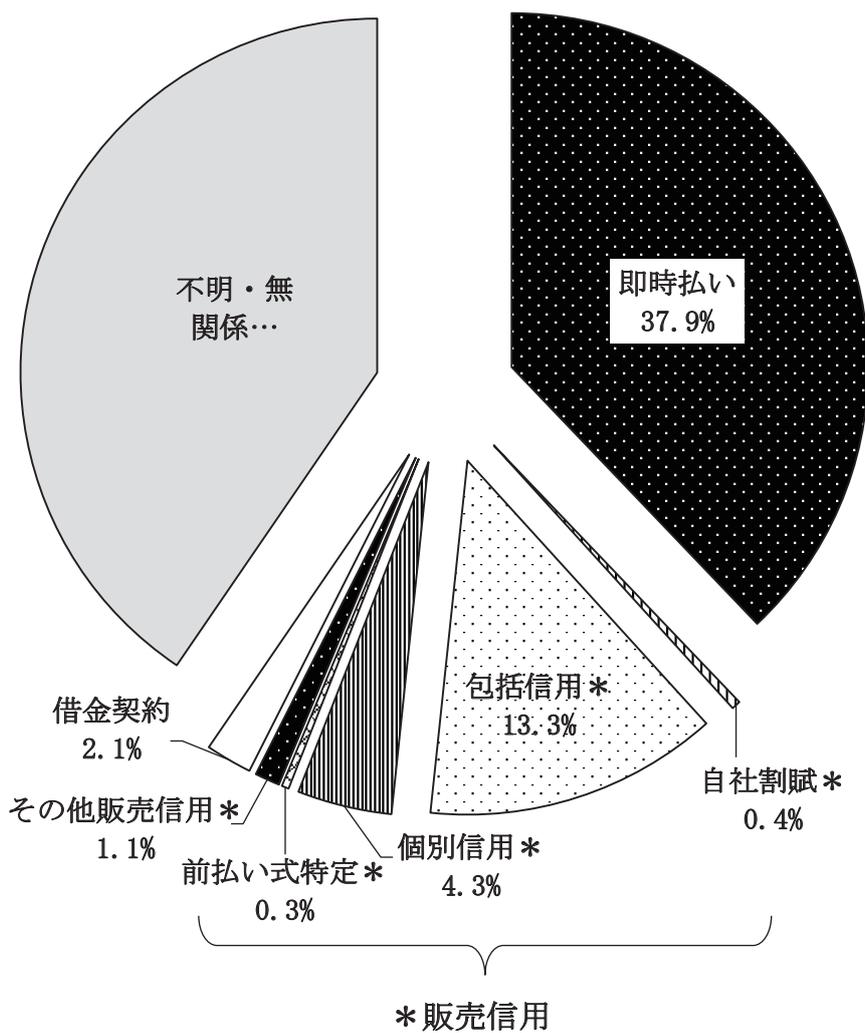
N=1,237

支払形態別	件数	%
即時払い	469	37.9%
自社割賦*	5	0.4%
包括信用*	165	13.3%
個別信用*	53	4.3%
前払い式特定*	4	0.3%
その他販売信用*	14	1.1%
借金契約	26	2.1%
不明・無関係	501	40.5%
合計	1,237	100.0%

販売信用

支払形態別では、即時払いが469件(37.9%)で最も多かった。販売信用では、包括信用が165件(13.3%)あり、年々増加している。なお、包括信用のうち116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

＜整骨院で12回分の回数券を購入したが、使い切るほど通うかはわからない。未使用のうちに解約したい＞

受付年月日	平成30年8月18日
相談者性別	女性
相談者年齢	40歳代
相談者職業	給与所得者
相談者居住地	大阪府

① 相談概要

整骨院でお得だと言われ、施術用の割引回数券を購入したが解約したい。回数券の券面に「納入されたお金は一切返金しない。」とあった。12回で16万円のコース。症状によっては12回も通うかどうかわからない。まだ一度も利用していないうちに解約返金してもらいたい。

② アドバイス

「消費者契約法」でいかなる理由があっても解約、返金できないとか一切返金しないというのは不当条項となる可能性がある。また、整骨院の施術については準委任契約と考えられる。「民法」の委任の解除の考え方について説明し、消費者側からも整骨院側からも解除することは可能であるので、解約条件を話合うよう助言した。自主交渉では「民法」や「消費者契約法」の考え方を整骨院に説明することは難しいと思われるため、居住地の消費生活センターに相談するように伝えた。

〈解説〉

整骨院の施術は準委任契約であるため、その解除には「民法」委任契約の規定が準用される。事例のように、約款で解約条件が規定されていれば、まずはその規定に縛られることになるので、解約返金はできないと整骨院からは回答されることになる。しかし、この解約条件規定が、解除により事業者が発生する平均的な損害を超えて消費者に負担を求める内容であれば、平均的な損害を超える部分についてこの規定は無効となる。事例の場合は、役務提供前であり、事業者側の実損害はほとんどないと考えられる。よって、割引のない通常の料金で消費者が施術の都度、支払いをする契約に変更する旨を申出でてみて、変更に伴う事務手数料分が必要であればそれを差し引き返金するよう交渉する余地はある。

回数券については、一般に「資金決済法」により規制される。相談事例のケースでは、整骨院がこの回数券の前払式支払手段発行者にあたると主張しているようだが、財務局への届出基準を満たしていない小規模事業者と思われるため、法の規制は受けないと考えられる。故にこの回数券を現金化することに問題はないと思われる。

割安、お得感のある言葉につられて回数券購入しても、返金されないケースや、事業者の破綻により利用できなくなるケースもある。本当に利用できる回数か、必要なサービスかをよく考えて契約すべきである。

＜ウィッグが必要になり、展示販売会に出かけたところ、強引に勧められ購入してしまった。似合わないので解約したい＞

受付年月日	平成 30 年 9 月 1 日
相談者性別	女性
相談者年齢	50 歳代
相談者職業	給与所得者
相談者居住地	石川県

① 相談概要

癌になりウィッグが必要になったため、病院の掲示板でチラシを見て展示販売会に出かけた。店員に「似合うと思う。ちょっとボリュームを抑えたら大丈夫です。」などと強引に勧められ、断っていたら「ここでの展示会は今日が最後だから。」と無理矢理ウィッグを被らされた。強引さに根負けして購入してしまったが、やはり似合わないの
で解約したい。契約書には、納品前だと 8 日間のクーリング・オフができると書かれているが、納品後は店側との話し合いになると書かれている。解約できるだろうか。

② アドバイス

購入時の強引な対応などを申出て販売店と話合うよう助言した。販売店の対応に納得できない場合は居住地の消費生活センターに相談するように伝えた。

〈解説〉

ウィッグは、価格や種類が多様で中にはかなり高額なものもあり、購入に当たっては慎重に検討する必要がある。訪問販売で購入するケースであればクーリング・オフの適用がある。事例のように展示販売会で購入する場合は、当該展示会が、「店舗」に当たるかが問題になる。通達によれば、店舗に類する場所といえるには、「①最低 2、3 日以上の期間にわたって、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展示場等販売のために固定的設備を備えている場所で販売を行うもの」の条件を満たす必要がある。事例の展示会が、これらの条件を満たした場合には、店舗での契約となり、「特定商取引法」に規定されているクーリング・オフの適用はない。

ウィッグは、個別に発注する商品の性質上、店側が自主的にクーリング・オフの制度を設けている場合もみられるが、その期間内に解約を申出るケースは少ないと考えられる。

この事例の場合には、断っていたにもかかわらず無理矢理ウィッグを被らされたりしていることから、退去妨害による購入契約の取消も考えられるが、立証の困難さもあり、

勧誘時に断りきれず購入してしまうと商品完成後の解約は難しい。
購入後、アフターケア（ウィッグや頭髪の手入れ等）のため店舗を訪れる度に、新しいウィッグや関連商品等を強引に勧められるという相談も寄せられている。
購入する際には、商品代金以外にアフターケアの内容やその料金、補修をしてくれる保証期間等、細かい契約条件を契約書面等で確認すべきであろう。

＜10歳の息子がスマホでオンラインゲームをした際、無料のはずが4万2600円の課金があった。＞

受付年月日	平成30年10月13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

① 相談概要

母親である私のスマホで10歳の息子にオンラインゲームをさせていたところ、課金されないように設定していたのに、4万2600円の請求があった。息子に聞くと最初に無料で付与されていたポイントも減っているという。返金してほしい。

② アドバイス

請求は携帯電話会社から、電話料金の請求とともに来ていた。携帯電話会社とプラットフォームに問い合わせして、課金されないように設定していたと主張することと、未成年者の利用であることを伝え、未成年者契約として取消しできないか検討を求めるよう助言した。携帯電話会社やプラットフォームの対応に納得できないときは、居住地の消費生活センターに相談するように伝えた。

〈解説〉

オンラインゲームには、ゲーム会社が自社サイトなどで直接提供するものと、別会社のプラットフォーム上で提供するものがある。事例の場合は、後者のプラットフォーム上で提供されたゲームで、この提供業者をプラットフォームと呼んでいる。オンラインゲームの決済方法にはクレジットカード、プリペイド式電子マネー、キャリア課金などがある。事例の場合は携帯電話会社から請求が来ているのでキャリア課金で決済されている。

スマホ等の通信機器の普及により、子どもは容易にオンラインゲームで遊ぶことができるようになり、親の承諾無く高額な利用に至るケースも増えている。

まずは、ゲーム会社に対して未成年者取消を求めることになるが、携帯キャリアとの契約は親権者であると考えられることから、未成年者取消が可能かの問題となる。

事業者が未成年者の詐術を問題としてきた場合には、「電子商取引及び情報財取引等に関する準則」において、以下のとおり規定されている。

「未成年者が詐術を用いたと認められるか否かは、単に未成年者が成年者を装って生年月日（又は年齢）を入力したことのみにより判断されるものではなく、当該未成年者の年齢、商品・役務の性質、商品の対象者、事業者が設定する年齢入力のための画面の構成等の個別具体的な事情を考慮した上で実質的な観点から判断されるものと解される。」
実務上は、プラットフォームが初回に限り取消に応じているのが現状であるが、最近では取消や解約に一切応じない場合もある。親のしっかりとした監視が望まれる。

＜死亡した母親が契約していた新聞購読契約が解約できない＞

受付年月日	平成 30 年 3 月 24 日
相談者性別	男性
相談者年齢	40 歳
相談者職業	給与所得者
相談者居住地	京都府

① 相談概要

同居していた母が昨年 9 月、新聞購読の契約更新をしていたらしい。12 月に亡くなったため来訪した集金人に解約の意思を伝えたところ「解約できない。解約するなら 2 万円分ぐらいは購読してもらわないと。」と言われ、そのまま継続している。先日、職場の同僚から「それはおかしい。」と指摘された。

アドバイス

契約当事者が死亡しているのに解約できないという説明は問題であると伝えた。再度、新聞販売店の責任者に経緯を伝えて解約を申出るよう助言した。併せて、新聞セールスインフォメーションセンターを案内した。

＜解説＞

インターネットの急速な普及とともに新聞の購読者数が減少するなかで、新聞販売店による顧客獲得のために強引な勧誘や高額な景品の提供、先付契約、長期にわたる契約が行われ、トラブルになることがある。中でも契約者の年齢が年々高くなっており、購読期間が終わるまでの間に、入院、失業、死亡などの理由で購読を続けられなくなるというケースも増えている。もともと景品については「景品表示法」「新聞業における景品類の提供の制限に関する公正競争規約」でも提供できる景品の範囲は、取引の価額の 8% または 6 か月分の購読料金の 8% のいずれか低い金額（通常、最高で 2,000 円程度）と定められている。しかし、遵守されないケースやトラブルが後を絶たないことを受け、新聞公正取引協議会と一般社団法人日本新聞協会は平成 25 年 11 月 21 日付けで「新聞購読契約に関するガイドライン」を定めている。ガイドラインでは読者にやむを得ない正当な理由があれば解約できると定め、＜解約に応じるべき場合＞と＜丁寧に話し合い解決すべき場合＞とに分け、具体的な事例を列挙している。契約者の死亡、病気、入院などは＜解約に応じるべき場合＞の具体例に該当する。また、法律の上限を超える景品を提供していた場合、解約にあたって景品の返還を求めてはならないと定めている。なお、訪問販売により過量の商品等を購入した場合、特定商取引法の解除や消費者契約

法上の取消の余地があるので、上記ガイドラインに該当しない場合でも、契約の解消が可能かの検討が必要である。

トラブル防止には、販売店への公正競争規約の遵守やガイドラインの徹底が必要だ。消費者も購読の意思がなければきっぱり断ることや、景品に釣られたり勧誘員の言動に左右されずに、契約は慎重にすることが大事である。特に、高齢者には家族や周囲の見守りが必要である。

＜定期購入と知らずにネット通販で申し込んだ男性化粧品を解約したい＞

受付年月日	平成 30 年 4 月 7 日
相談者性別	男性
相談者年齢	50 歳
相談者職業	給与所得者
相談者居住地	三重県

① 相談概要

昨夜、ネット広告を見て男性化粧品を申し込んだ。初回 980 円となっていたが、申込受付メールを見ると最低 4 か月の購入が求められていた。2 回目以降は 5480 円と高額になるので断りたいと思い、問い合わせ先に購入契約を解約したい旨のメールを 2 回送った。申込みにあたっては、申込ボタンをクリックすると個人情報を入力する画面となり、入力後、申込内容確認画面となった。申込確定ボタンの近くに「基礎化粧品は継続して使用することを勧める。最低 2 か月の利用が必要。」といった文言が書いてあったが、定期購入とは気づかなかった。

② アドバイス

申込確認画面に一定の説明があったようだが、相談者は詳しく総額表示を確認していない。再度確認し、平日に居住地の消費生活センターに、解約が可能か相談するよう助言した。

〈解説〉

通信販売は非対面販売であるため広告や契約条件等の記載について「特定商取引法」の規制を受ける。通信販売にクーリング・オフ制度はないが、返品の可否や条件などは広告に記載された内容に従うことになる。もともとスマホの画面は小さく、なおかつ事業者のスマホ画面HPに低価格で商品が購入できることを強調して表示されている場合が多い。定期購入が条件であることを小さく表示、何度もスクロールしなければ契約内容の表示を見られないために、定期購入が条件であることを認識せずに商品を注文してしまいトラブルになるケースが急増した。そのため平成 29 年 12 月 1 日に「特定商取引法」施行規則が改正され、通信販売の広告に表示する事項として商品の売買契約を 2 回以上継続して締結する必要があるときは、総額、契約期間など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みをさせようとする行為に係るガイドライン」も改正され、申込みの最終確認画面では、商品の引渡しの回数、各回ごとの商品代金、送料、支払総額などの記載が求められるよ

うになった。

定期購入に対し新しい規制は導入されたが、これらの規制を潜脱し消費者に誤解を与えるような表示もなお多い。消費者も注文する前には、契約内容や解約条件をしっかりと確認することが大事である。

＜ネットでみつけた業者に自宅洗面所の水漏れを見に来てもらったが、頼んでもない作業をされ高額な修理代を請求された。納得がいかない＞

受付年月日	平成 30 年 4 月 21 日
相談者性別	女性
相談者年齢	60 歳
相談者職業	家事従事者
相談者居住地	大阪府

① 相談概要

自宅洗面所で水漏れが生じた。ネットでみつけた修理業者にみにきてもらった。その際、頼んでもいない高圧洗浄も必要と言われ 15～20 万円という見積金額を提示された。承諾したが、結局 25 万円を請求されることになった。後日、指定口座に振込むよう言われたが納得がいかない。焦っていたので高いと思いながら見積に承諾してしまった。契約書面等はもらっていない。

② アドバイス

同種事例について情報提供し、訪問販売のクーリング・オフについて説明をした。書面不交付をもとにクーリング・オフを主張するよう伝え、その際は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＞

水漏れ修理やトイレ修理、鍵の修理など日常生活での緊急のトラブルに修理等を急ぐあまり、ネットやマグネットシール等でみつけた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。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、見積をとるだけのつもりで事業者を呼んだにも関わらず、その場で契約を結ばされた場合や、依頼した修理とは別の内容の契約を結ばされた場合等、「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、いつでもクーリング・オフが可能である。

このようなトラブルに備えるために、緊急に修理を依頼できる事業者について、日頃から情報収集しておくようにしたい。

＜ネットで申し込んだカードがリボ払いになっていた。余分にかかった手数料を返金してほしい＞

受付年月日	平成 30 年 4 月 21 日
相談者性別	男性
相談者年齢	20 歳
相談者職業	給与所得者
相談者居住地	京都府

① 相談概要

ネットで申し込んだカードがリボ払いになっており、気づいたときにはクレジット決済額が 30 万円になっていた。自分はそんな契約をしたつもりはない。承諾していないし、翌月一括払であれば不要な手数料を支払ったことになり、差額分を返金してほしい。ネットで調べると、同じような事例がたくさん書かれている。

② アドバイス

契約時に支払条件がリボ払いになっていたかどうかについては不明なため、当初の契約に関しては確認できない。契約書や利用規約を確認するよう伝えた。

〈解説〉

クレジットカードの支払方法には、一括払いや分割払いのほかに、利用金額や件数に関わらず、毎月一定の額（定額方式）や割合（定率方式）を支払うリボルビング払い（以下「リボ払い」という）がある。リボ払いはカードの利用額が支払残高に組込まれ、毎月手数料（金利）が生じる仕組みである。月々の支払いを一定額に抑えられる反面、支払い期間が長期化し、高額な手数料が発生する。その結果、残高がいくらで支払期間はいつまであるかなどの認識が薄れてしまい、いつまでも無意識のまま支払っているケースもある。

カードを申込み際には、初期設定がリボ払いになっているカードもあるので、支払方法や規約をしっかりと確認することが大事である。特に注意したいのが自動リボ設定である。利用金額が一定額になると自動的にリボ払いになり、設定を解除しない限りカードを利用すると支払は全てリボ払いになるので気を付けたい。また、利用明細はウェブでしか見られないことが多いが、必ず確認し、不審なことがあればすぐにカード会社に問い合わせることが大切である。

＜夫が所有する山林を売るつもりで契約書を交わしたら山林の交換の契約だった＞

受付年月日	平成 30 年 5 月 22 日
相談者性別	女性
相談者年齢	70 歳代
相談者職業	家事従事者
相談者居住地	大阪府

① 相談概要

夫が以前から所有する山林があり、その山林を売りたいと思っていたところ、知らない不動産業者から「土地を売らないか。」と電話があり、夫は来訪を承諾した。4 日前自宅へ業者が来た。夫は山林を 600 万円で売る契約をした。不動産業者から 20 万円を請求され、仲介手数料が 20 万円なのだと思って、現金で支払った。後日売買契約書を見ると、＜600 万円で山林を売って 620 万円の山林を買う＞という交換のような契約になっていた。結果、20 万円を払って所有していた山林を手放し、不要な山林を所有してしまった。このことを居住地の消費生活センターへ相談すると無料法律相談を案内された。「クーリング・オフできる可能性は低いですが、内容証明で通知を出しておくように。」と助言を受けて作成中である。警察にも詐欺だと相談した。内容証明に弁護士や警察に相談したことを書いた方がいいのだろうか。

② アドバイス

原野商法二次被害の事例を紹介し、無料法律相談の弁護士は受任契約を交わしていないので、一般的には契約解除通知には弁護士名は記載しないと説明した。

〈解説〉

過去に原野商法の被害に遭い、処分が困難な山林や原野を所有している高齢者を狙って「土地を高値で買取る。」などの電話勧誘をきっかけに土地売却を勧める二次被害が増えている。事業者は契約内容の詳細を説明せず、手続き費用などの名目でお金を要求するが、実際は原野の売却と同時に新たな原野等の土地の購入契約をさせられる。消費者に新たな土地を購入したとの自覚はなく、騙されたと気づいた時には既に購入した土地は登記済みになっていることも多い。原野等は宅地建物取引業法上の「宅地」に該当しないので、訪問販売や電話勧誘での原野等の取引は、原則「特定商取引法」の適用対象であり、同法で定められた書面の交付義務がある。従って、書面を受取った日から 8 日間はクーリング・オフの適用がある。しかし、消費者がクーリング・オフ通知を出しても対応されず、事業者と連絡が取れなくなることも多い。事業者が口頭で説明した内容

と契約書に記載された内容が異なっている場合、悪質な勧誘を行っており詐欺の可能性もある。宅地建物取引業の免許をもつ事業者からの勧誘であってもトラブルになることがあるので、原野や山林の買取り話には慎重に対応してほしい。原野商法の二次被害では、高齢者が対象になる場合が多く、家族や周囲の人が気を配ることが求められる。

〈無料通話アプリの広告にあった仮想通貨で儲ける話の動画を見て、情報商材を契約した。相手が信用できないので返金してほしい〉

受付年月日	平成 30 年 5 月 16 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	愛知県

① 相談概要

10 日前に無料通話アプリの広告にあった仮想通貨で儲ける動画を見て、仮想通貨の儲け話を教わるコミュニティに入るため、情報商材を 2 社と契約し、クレジットカードで決済した。1 社 25 万円、もう 1 社 49 万 8000 円の合計 74 万 8000 円だった。代金を支払ったので領収書が欲しいと申出たが、メールで「入金を確認しました。」と返事がくるだけで領収書が発行されない。2 社とも信用できなくなったので返金してほしい。クレジットカード決済欄にアルファベット 3 文字の記載があり、決済代行業者のようだが、連絡先がわからない。販売事業者の住所はレンタルオフィスだった。

② アドバイス

クレジットカード会社へ問い合わせし決済代行業者の連絡先を聞くよう助言した。さらに、クレジットカード会社へ、事業者へ解約返金交渉する旨を申出するよう助言した。あわせて、居住地の消費生活センターを案内した。

〈解説〉

ネット上には多種多様な儲け話の情報が溢れ、「簡単に誰でも儲かる。」という仕組みを実に巧みに説明する動画が流れている。簡単に儲けられると信じて高額の情報商材を購入するが、全く儲からない、といったトラブルが増加している。その中でも、仮想通貨の話題性に便乗した投資話で情報商材を購入するケースが目立っている。

インターネット広告から自分で申込んだ場合、「特定商取引法」の通信販売にあたり、クーリング・オフ制度の適用はない。同法の通信販売に関しては、広告規制があり、事業者は取引条件や事業者の氏名、住所、電話番号を表示する義務がある。また、誇大な広告や虚偽の広告は禁止されている。個別に配信される動画やメール広告は、消費者契約の勧誘に当たる可能性があり、「誰でも簡単に儲かる。」と告げることは、「消費者契約法」の断定的判断の提供に該当する可能性がある。

クレジットカード利用明細に、消費者が見たこともない決済代行業者の記号や名称が記載され

ていることもある。決済代行業者の存在により、本来クレジット契約をできなかった悪質な加盟店での利用が増えている。平成 28 年、「割賦販売法」改正により、決済代行業者が登録制になり加盟店管理義務が発生したが、販売事業者が非を認めないことも多い。クレジット業者には、業務適正化義務（第 30 条の 5 の 2）がある。購入者から苦情があれば迅速に調査し、問題があると判断されれば、悪質加盟店による被害を回復できるように適切な措置を取るよう求めたい。また、何度も情報商材の購入を繰り返しトラブルに遭っている消費者も多い。簡単な儲け話はない。消費者にも情報を見極める力を持つことが必要だ。

＜光回線を契約中の事業者からの電話を受け、システムが変わったと思ったが、別業者と契約していた。解約したい＞

受付年月日	平成 30 年 6 月 6 日
相談者性別	男性
相談者年齢	50 歳代
相談者職業	自営
相談者居住地	大阪府

① 相談概要

自宅に契約中の大手通信事業者を名乗る電話があり、光回線のシステムが変わったと思って契約した。契約書面が 3 日前に届き、内容を確認すると契約先が別業者になっていた。不本意なので解約したい。工事日が明日になっているので電話で解約を伝えたが、解約できるか。

② アドバイス

相談者に契約書面を確認してもらい、光回線契約は初期契約解除ができるので解約書面を特定記録郵便で出すよう助言した。念のためコピーを取るよう伝えた。さらに、相談者が転用承諾番号について十分な理解がないまま契約したことが分かったので、居住地の消費生活センターへ相談してみるよう伝えた。

〈解説〉

平成 27 年より大手通信事業者が光回線サービスの卸売りを開始した。卸売りの提供を受けた通信事業者が、電話勧誘等により光回線サービスとプロバイダーや携帯電話等のサービスを組合わせて消費者に営業活動をしている。このような勧誘に承諾した場合は、大手通信業者から光回線事業者に乗換える転用という手続をし、光回線事業者との契約になるが、複雑な光回線サービスの卸売りのしくみを理解していない消費者が多い。光回線事業者から大手通信事業者の関連会社を名乗り電話勧誘され、大手通信事業者の光回線のプラン変更や、料金が安くなる手続きだと思って契約をしてしまったという相談が多く寄せられている。

光回線契約は、「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である。契約書面の受領日を起算日とする 8 日間が経過するまでは、中途解約の違約金の負担なく契約解除ができる。ただし、事務手数料や解約までに利用したサービス料金や工事費は支払う必要がある。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およびガイドライン」により、光

回線契約、光回線契約と CATV 契約については、工事前であれば無償解除ができるとされている。

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など、消費者保護ルールが充実・強化された。事業者には改正された電気通信事業法を順守してほしい。さらに、消費者が複雑な契約内容を正しく理解して、契約が必要かどうかを判断できる説明を徹底してもらいたい。消費者も契約内容を十分確認し、理解できなかった場合や必要のない場合はきっぱりと断るべきである。

＜葬祭互助会の解約料が高額すぎる＞

受付年月日	平成 30 年 4 月 23 日
相談者性別	女性
相談者年齢	50 歳代
相談者職業	自営業
相談者居住地	和歌山県

① 相談概要

2 か月前に亡くなった母が契約していた葬祭互助会の満期の会費 30 万円を使わなかったため解約したら、解約料を 10% も取られた。高額で、納得できない。

② アドバイス

契約時の契約書の内容を見てしか判断できないことを伝え、契約書に解約料についてどのように書かれているか確認するように助言した。理解できない場合は、手元にある契約書面を持参して、居住地の消費生活センターに相談するように伝えた。

〈解説〉

冠婚葬祭互助会は前払いの分割方式（2 か月以上かつ 3 回以上に分割）で、会員から掛け金を預かり、冠婚葬祭に関するサービスの提供を行う、「割賦販売法」の前払式特定取引に当たる。

前払式特定取引契約約款の基準 「割賦販売法」第 35 条の 3 の 62 によると

- ① 会員からの解約の申出があった場合、すでに支払われた掛金から契約の締結及び履行のために通常要する費用を控除した額を払い戻すように定められている。
- ② 払戻額は会員が容易に計算できる方法により明確に表示するように定められている。
- ③ 会員による所定の手続による解約申出から 45 日以内の返金が義務付けられている。
昭和 59 年 2 月から平成 13 年 3 月までの互助協会の標準約款では 60 日以内となっている。

基準では解約手数料について、契約の締結及び履行のために通常要する費用としか定められていない。したがって、原則、約款の取決めに従うことになる。しかし、「消費者契約法」第 9 条 1 号に照らして、約款上の解約手数料の定めが事業者に発生する平均的な損害を超えると判断されれば、これを超える部分は支払う必要はなくなる。

葬儀費用に充てるため、かなり以前に冠婚葬祭互助会に入会した高齢者の方も多いため、契約内容を再度確認し、子や孫に伝えておくことも必要である。

＜パソコンがウィルスに感染していると警告表示が出たので、あわてて連絡をとってしまっただ＞

受付年月日	平成 30 年 5 月 5 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

① 相談概要

父のパソコンを操作していたら、「ウィルスに感染した」との警告表示が突然出た。あわてて、画面の指示にしたがって個人情報を登録してしまった。また、問合せ窓口に電話をするとたどたどしい日本語を話す人が出たので、おかしいと思い、電話を切った。そこで、クレジットカード会社に電話して、カードの支払の停止をお願いした。大丈夫だろうか。

② アドバイス

相談者に、ウィルス対策ソフトをインストールしてしまったのか、契約は解約できているのか確認したが、はっきり理解していなかった。インストールしようとして電話をかけ、おかしいと思い電話を切ったということなので、契約には至っていないようであるが、再度、確認する必要があると伝えた。個人情報を登録したようなので、念のために居住地の消費生活センターにも相談をするよう伝えた。

〈解説〉

パソコンの画面上に、突然「システムエラーになった。」「ウィルス感染!」「パソコンのスピードが落ちている。高速化が必要。」などの警告画面やエラー表示が現れたり、ウィルススキャンの開始の画面が表示され、慌ててソフトをインストールしてしまうトラブルが見受けられる。

独立行政法人情報推進機構（IPA）によると、「ウィルスに感染した」と警告画面が出たとしても、実際のウィルス感染はなく、設定により、ポップアップメッセージを繰り返して表示させているにすぎず、電話をかけさせるための単なる騙しにすぎないとのことである。慌ててソフトをインストールせず、セキュリティソフトのメーカーに直接確認する必要がある。

クレジットカード番号などの情報を安易に教えてしまうと、継続的な契約を申込んだことにされ、法的には契約が不成立と考えられる場合でも請求が止まらなくなることがあ

る。クレジットカード会社に契約状況を確認し、場合によっては、カード番号を変更する必要も出てくる。

＜1週間前に公共放送の人が来て契約をさせられた。テレビはないので、無効か取消を主張したい＞

受付年月日	平成30年10月27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

① 相談概要

自分にはパニック障害があり、訪問してきた人が何を言っているのか理解できない。「テレビは無い。」と言ったのに「そんなはずはない。」と言われ、クレジットカードを機械に読込まれた。クレジットカード会社に「取消してほしい。」と言ったが「そんなことはできない。放送事業者に直接言うように。」と言われた。契約の無効か取消をしたいと思うが、どう言えば良いだろうか。

② アドバイス

放送法について説明し、受信設備があれば契約義務があると伝えた。受信設備が無いのであれば契約義務はない。放送事業者に連絡し「テレビは家に無い。解除したい。」と相談してみるよう助言した。

〈解説〉

公共放送の受信契約の締結に関しては、強引であったという相談が多い。「テレビは家に無い。」と言っているのに、受信契約をさせ、カード支払の手続を強引に進めるやり方は問題である。衛星放送受信設備がないにもかかわらず、衛星放送契約を結ばされていたという相談もみられる。

受信契約及び受信料については、「放送法」第64条に「協会の放送を受信することのできる受信設備を設置した者は協会とその放送の受信についての契約をしなければならない。」と記載されている。さらに再放送された放送を受信する場合も受信契約の義務があると明文化されている。

事業者は、公共放送の意義と「放送法」の趣旨を丁寧に説明し、受信契約の締結を行うようにする必要がある。

また、受信料には、免除や家族割引の制度がある。生活保護受給者や住民税非課税の障害者、災害被災者等は、全額免除となる。視覚・聴覚障害者や重度の障害者等は半額免除となる。家族割引とは、同一家計で離れて暮らす家族や別荘などを対象に受信料を半

額に割引く制度である。

＜大学生の娘が、ショッピングモールの特設スペースでウォーターサーバーの契約をさせられた。不要なので解約させたい＞

受付年月日	平成 30 年 7 月 21 日
相談者性別	女性
相談者年齢	50 歳代
相談者職業	給与所得者
相談者居住地	兵庫県

① 相談概要

下宿している娘から連絡があり、昨日ウォーターサーバーが設置されたことを知った。ウォーターサーバーのレンタル代は無料で、契約期間は 3 年である。別途ミネラルウォーターのボトルを定期的に宅配で購入するシステムだ。娘は半年後に実家に戻ることを業者に伝えたが、転居しても契約の継続は出来ると言われたらしい。実家に帰ってくるし、不要なので解約させたい。

② アドバイス

まずは契約当事者である娘さんが、契約書の解約条項を確認したうえで、事業者へ解約したい旨伝えるよう助言した。事業者の回答に納得できない場合は、娘さんの居住地の消費生活センターに本人が相談するよう助言した。

〈解説〉

ショッピングモールなどの特設スペースで、ウォーターサーバーの勧誘を行っているのを見かける。「無料レンタル。いつでも解約できる。」「今だけキャンペーン中。」「安い料金でおいしい水が手軽に飲める。」などと勧誘され、便利でよさそうに思いうっかり契約してしまうことがある。

相談事例のようにサーバーの契約期間が複数年に定められていたり、途中で解約をした場合は、高額な解約料が発生したりするケースが多い。一定期間は無条件解約できてもサーバーの引取り料が必要であったり、購入した水が使い切れないなどの苦情もある。ボトルに入った水の交換が自分できちんとできるのか、など取扱い上の問題もある。契約場所が「特定商取引法」における営業所等に該当しない場合は、契約書面を受取って 8 日以内ならクーリング・オフができる。省令に定められている営業所等に該当するためには、以下の 3 要件をすべて満たす必要がある。①一定期間（2、3 日以上）にわたること。②消費者が商品を自由に選択できるように陳列されていること。③店舗

に類する販売のための施設を有している場所であること。③の要件を満たす場所としては、具体的には催事場、常設展示場、ホテル、体育館などとされている。

事例では、契約者が半年後に実家に帰ることを事業者に伝えているが、契約前に伝えたのであれば、「特定商取引法」の規定する過量販売に該当し契約締結から1年間は解除が可能である。また、特設スペースが店舗と判断されても、「消費者契約法」の規定する過量契約として取消の主張ができる。

勧誘時に「無料レンタル。いつでも解約できる。」等と言われ契約に至ったのであれば、

「特定商取引法」あるいは「消費者契約法」の不実の告知による取消が可能である。

無料とか、お得という言葉に惑わされず、本当に必要な商品なのか、よく考えることが大事である。

＜オンラインカジノをすれば儲かり、新しく会員を紹介すればお金がもらえるという契約をしたが、やめたい＞

受付年月日	平成 30 年 8 月 4 日
相談者性別	女性
相談者年齢	30 歳代
相談者職業	家事従事者
相談者居住地	福岡県

① 相談概要

ネット広告で事業者を見つけ電話をした。ネット上でカジノをすれば儲かり、新しく会員を勧誘すれば一人 5,000 円もらえると説明があった。迷ったが加入することにして、事業者に誘導され画面上で登録手続きをした。入会金が外貨表示になったので、海外の口座も開いたと思う。途中、解約について書かれた画面を見ようとしたが見られず、次の画面に進まされた。不安になり画面を一部コピーした。契約 10 日目に退会したいと SNS で伝えたが、引きとめられた。20 万円の会費を払ったのに、カジノのやり方も分からず、人を勧誘することもできず儲かりそうにない。事業者に解約を申出ても、はぐらかされる。次の説明会には行かないつもりだ。どうしたら解約できるのか。

② アドバイス

事業者の HP や SNS のやり取りなどを確認する必要があることを説明し、それらをプリントアウトしたうえで、居住地の消費生活センターに持参し相談するよう伝えた。

〈解説〉

誰でも簡単に高収入が得られるというネットの動画広告などを見て、安易に契約したが儲からないというトラブルが多い。新しく会員を紹介すればお金が貰えるという取引は、いわゆるマルチ商法と思われ、特定商取引法上の連鎖販売取引の規制を受ける可能性がある。商品や役務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など特定負担を伴う取引であれば連鎖販売取引に該当する。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すべてメール対応というケースがほとんどだが、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、注意が必要である。

＜SNS で知り合った人とダイビングの講習の申込みをし、後日、機材の購入もしたが解約をしたい。＞

受付年月日	平成 30 年 8 月 11 日
相談者性別	女性
相談者年齢	20 歳代
相談者職業	給与所得者
相談者居住地	兵庫県

① 相談概要

7月19日、SNSで知り合った人に誘われて、その人が勤めるダイビングショップに写真を見に行った。ダイビングの講習を勧められ申込みをした。講習費用42万円は、その店で紹介された消費者金融で60回払いの契約をした。初回支払いは9月である。8月7日に1回目の講習に行ったとき、機材をレンタルするより購入する方が得だと勧められ、機材127万円の契約を行った。支払いは事業者が指定する銀行カードローンを契約するよう言われたが、まだ手続きはしておらず解約したい。契約書面にはクーリング・オフ、中途解約について書かれている。

② アドバイス

8月7日に契約したダイビング機材については、すぐにクーリング・オフを行うこと、クーリング・オフの書面はコピーを保存し、特定記録郵便で出すことを伝えた。7月19日に契約した講習については、中途解約の手続きにのっとなって中途解約を行うことになるが、前もって居住地の消費生活センターに書面を持参して内容を見てもらうこと、念のため消費者金融には、中途解約する旨を伝えておくことを助言した。

〈解説〉

平成29年12月1日施行の「改正特定商取引法」の施行規則では、アポイントメントセールスの販売目的隠匿型誘引にSNSを利用した方法が追加された。店舗で契約をしていても訪問販売としての規制を受ける。また、金銭借入や預貯金の引出しなどに関し以下の禁止行為も導入された。契約の相手方の年収、預貯金又は借入れの状況や支払い能力に関する事項について虚偽の申告をさせたり、相手方の意に反して貸金業者の営業所、銀行の支店、ATMなどに連行することなどである。給与所得者とはいえ20歳代の若者に高額な契約をさせることは、適合性の原則違反に該当する恐れもある。平成28年5月24日、SNSで若者を呼出し、高額なスキューバダイビング講習の契約をさせていた業者に対し、「特定商取引法」の違反行為が認定され、3か月の業務停止命

令が出された。事業者が SNS を勧誘の手段として活用するケースが増えている。SNS は便利なツールだが、思わぬ落とし穴もあるので注意が必要である。

＜知人の紹介で中古車のカーシェアリングへ高額投資をした。内容に不信感があり解約したい＞

受付年月日	平成 30 年 9 月 30 日
相談者性別	男性
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

① 相談概要

1 週間前に近所のファミリーレストランで、仲の良い知人から紹介された中古車販売会社社長からカーシェアリングへの投資の話聞いた。中古の外車をローンで買って、会社に車を預けるのだが、契約期間は 2 年で、最初に 70 万円もらい、毎月カーシェアリングのお金をもらう仕組みである。2 時間ぐらい話を聞き、2 回目にファミリーレストランで会った時に車のローン契約書を書いた。車両代金は 500 万円で、2 台分を信販会社と銀行のローンで買った。信販が 470 万円、銀行は 500 万円のローンを組んだことになっているが、自分は実印と印鑑証明を社長に渡し、社長が代わりに銀行と信販会社に行き契約をしてきた。また自分の年収は 400 万円弱だが、ローンの契約書には「年収は 600 万円」と書かされた。車は会社で一括管理して、利用者である会員 200 人が会社に取りに行く仕組みとなっている。既に同様の投資をしている人はいるらしい。ローン契約書は書いたが、まだカーシェアリング契約は交わしていない。銀行と信販会社から「オートローンプログラム申込み有難うございました。」という書面は届いた。銀行へ問合せたところ、このローンの内容で審査をしていると言われた。よく考えると怪しいので解約したい。今後の対処法を知りたい。

② アドバイス

相談者に、早急に金融機関に問合せをして、審査が進んでいるか否かを確認するように助言した。このケースは新手の利殖商法の可能性もある。相談室では居住地の行政機関では判断が難しいことを伝え、法律相談で助言を受けるようにと伝えた。

〈解説〉

消費者の話だけでは、契約内容が消費者としての立場であるかどうかはつきりしない。また、このケースが新手の利殖商法で、どのような法律で規制されるのか、「特定商取引法」の業務提供誘引販売や「金融商品取引法」の預託商法などに該当するのかどうかは、契約書面等を確認した上で、関係機関で判断をしてもらう必要がある。新手の利殖

商法であれば、法規制の対象となるようにその販売方法等を行政機関等に伝え、被害が発生しないように検討してもらう事も重要である。

＜ネット通販でトートバッグを注文したが、届いた商品の色が画面で見たものと違う。
キャンセルしたい＞

受付年月日	平成 30 年 9 月 30 日
相談者性別	男性
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

① 相談概要

ビジネス、カジュアルの双方の場面で使えるという革製のトートバッグを、大手通販ショッピングモールに出店している店で見つけた。キャメル色を注文したが、届いた商品は画像と比べて光沢がなく、色も随分明るくてイメージと違う。注文する時、「思っていたものと違う、他の色が良かった、というお客様都合の返品交換の場合も、規約に基づいて対応する 30 日間返品・交換保証制度がある。」と書かれていたので安心していった。しかし、規約の中にはお客様都合の返品交換は受けていないと書かれていた。規約を読まなかった私も悪いが、解約できないだろうか。

② アドバイス

販社の HP で記載内容を確認したところ、大きく、「客の都合でも返品・交換の 30 日間保証がある。」と書いていながら、小さく「客の都合による返品はご遠慮いただいている。」との表示があり、相談者の話の通りで誤解しやすい表示であった。相談者に、表示に詳しい行政機関や通信販売の相談窓口にも、通販サイトの表示を見てもらって見解を聞くようにと助言した。その見解を元に事業者と交渉してはどうか、相談室の斡旋も可能と伝えた。相談者は自主交渉を試みるとの事だったので、相談終了とした。

〈解説〉

本件は直接商品を目にすることが出来ない通信販売なので、色については多少イメージと違うところがあるのは仕方のない話である。また相談室でも実物を見ていないので、相談者の話の限りで判断することになるが、事業者の HP で記載内容を確認したところ、「客の都合でも返品・交換の 30 日間保証がある。」と書いていながら、小さく「客の都合による返品はご遠慮いただいている。」との表示もあり、表示内容と打消し表示の内容があきらかに矛盾する誤解を招く表示であった。契約条項としてもいわゆる不意打ち条項であり、消費者契約法上無効となる可能性がある。

表示に詳しい行政機関や通信販売の相談窓口に通販サイトの表示の問題点を伝えることは、事業者の公正な表示への改善につながる。

＜80代の母が140万円の着物を買った後入院してしまい、店から請求書が届いた。母は意識がないが支払いは必要か＞

受付年月日	平成30年12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	京都府

① 相談概要

85歳の母が8か月前に呉服店で着物を買っていたらしい。母のところに呉服屋から140万円の請求書が届き、同居している兄が着物の購入に気付いたとのこと。着物を買って2か月後に母は倒れて入院し、今は話ができないので経緯は聞けない。母は呉服店に何回か行っていたようだが、年金暮らしなので高額な着物を買う余裕はないはずだし、月7万円で20回払いの分割払いだと店は言っているが、書面は無く口頭での約束のようだ。着物は既に受取っており母の自宅にあるが、1度も着てはいない。請求されている140万円は支払わなければならないか。

② アドバイス

着物を購入し、既に受取っているのであれば、原則としては購入代金を支払わない訳にはいかない。母親宅に契約書面がないか、また同じ店で買った着物がどのくらいあるかを呉服店に確認してみることを伝えた。さらに、同じ店から何度も高額な着物などを購入し、支払いが滞っているのに新たな契約をしていたなど、購入した経緯に不自然な点があれば、すぐに支払いはせずに店に購入の経緯を確認することも伝えた。納得がいかない点があれば、店に説明を求めて解約、返品、減額などについてよく話し合うようにとも伝えた。その上で、高齢者の契約であることから、居住地の消費生活センターにも相談してみるように付言した。

〈解説〉

母親は85歳と高齢である。事業者と客の間に信頼関係があったとしても、事業者は客の年齢や生活環境を考慮して、過量販売につながらないような配慮が必要である。本件は、事業者が、客に必要以上の着物類の購入を繰返し勧誘していた可能性がある。また、支払い方法が月額7万円ずつの分割払いであれば、自社割賦の契約として契約書面を出さなくてはならず、何も書面が渡されていないければ書面不交付が疑われる。相談者は母親とは同居をしておらず詳細は分からないとの事だが、母親宅に契約書面が残されている

ないかを確認する必要がある。入院中の母親に代わって相談者が、事業者と解約についての話し合いを進めていくことになると思われるが、以上のような経緯を、居住地の消費生活センターや法律相談などで説明し指示を仰いでいくことが、早期解決につながると思われる。

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、不適切な時間（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。これを受理することが 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、「家庭教師付き補習教材」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）

＜クリニックでひげ脱毛の契約をしたが、契約期間が過ぎているからと新たな料金を請求された。＞

受付年月日	平成 30 年 6 月 10 日	居住地	東京都
相談者性別	男性	契約年月日	不明
年代・職業	20 歳代・給与生活者	支払方法	現金・包括信用
商品・役務名	ひげ脱毛	契約金額	12 万 7000 円
契約当事者	同じ人	既払金額	12 万 7000 円

1 相談内容

クリニックのネット広告を見て、予約後店舗に出向き「6 か月間で 5 回通えるひげ脱毛」を、現金 10 万円を払って契約した。最近予約をし、昨日出向いて施術後「契約期間が過ぎているので 2 万 7000 円を払ってほしい。」と言われた。納得できなかったが、クレジットカードの翌月一括払いで決済した。契約期間が終了しているのなら、予約時に「契約は終了しているので、施術を受ける場合は新たに費用が発生する。」と教えてほしかった。

2 「相談受付・相談処理」と解決結果

相談者は当相談室での継続相談を要望し、契約書などを FAX で送る意向だったが、契約書は届かず、相談者とも連絡が取れないため、上記の情報以外は不明である。

3 問題点と今後の課題

平成 29 年 12 月 1 日に施行された「改正特定商取引法」における特定継続的役務提供に、美容医療契約が追加された。契約期間が 1 か月を超え、金額が 5 万円を超えるもので、美容の種類は「脱毛」「にきび、しみ、そばかす、ほくろなどの除去」「肌のしわ、たるみ取り」「脂肪の溶解」「歯の漂白」である。方法は光や音波の照射、薬剤の注入や塗布など主務省令で定められている。脱毛では「レーザー脱毛」や「針脱毛」が該当する。相談者の契約日が施行日以降で、施術が主務省令で定める方法であれば、「特定商取引法」の規制を受ける。禁止行為として書面の交付義務違反、誇大広告、不実告知、事実不告知、威迫、困惑などがある。それに伴い行政処分や罰則規定も定められている。また民事ルールとしては、クーリング・オフや中途解約、不実告知や事実不告知により誤認して契約の意思表示をした場合の取消権がある。

特定継続的役務提供には、美容医療を含めエステティック、語学教室、学習塾、

家庭教師などの在宅学習、パソコン教室、結婚相手紹介サービスの7種類がある。いずれも役務の内容や質の判断が困難だったり、役務の効果に対する消費者の期待と結果に隔たりがあったり、時には施術により身体に危害が発生することもある。さらに長期の継続的な契約に伴い、事業者の倒産や消費者の事情により役務が受けられなくなるなど状況が変わることもある。また、誇大広告や虚偽説明、次々販売による過量販売に至るケースもある。今回の事案については詳細が不明で、相談者とも連絡不能のため解決に向けた取組はできなかったが、どのような書面が交付されていたのか大変重要である。公益社団法人日本美容医療協会 (<http://www.jaam.or.jp/>) では、オンラインや電話で美容医療に関し、専門の医師から助言が受けられる。今回省令で定められ適用される美容医療の範囲は限られている。今後の動向を注視するとともに、適用範囲の拡大が望まれる。

＜結婚相手紹介サービスに入会したが、業者から紹介された女性はサクラだった
入会金と今までに支払った月会費等を返金してほしい。＞

受付年月日	平成 30 年 7 月 1 日	居住地	静岡県
相談者性別	男性	契約年月日	平成 30 年 1 月
年代・職業	40 歳代・公務員	支払方法	包括信用
商品・役務名	結婚相手紹介サービス	契約金額	14 万 1000 円
契約当事者	同じ人	既払金額	14 万 1000 円

1 相談内容

7 か月前、結婚相手を見つたたくて、ネットで探した結婚相手紹介サービスに申込をした。その後、ホテルのロビーで結婚アドバイザーの人と会って話を聞き、誠実そうな感じで印象がよかったため入会することにした。入会金 8 万円はカード決済し、月会費 9000 円は口座振替にした。別途、お見合い写真代 3000 円とお見合いが成立すれば紹介料として 4000 円を支払うことになった。

登録後、1 回目の女性と会ったが、すぐに返事をしなかったら一方的にキャンセルされた。その後紹介された女性は、こちらからメールをしてもすぐに相手からの返信が来なくなる。電話で交際を求めても、一方的に「交際をやめます。」と言われる。また、相手と交際の意思が合致しお見合いが成立した時に、それぞれが紹介料を支払うはずが、意思確認前に自分の紹介料を請求された上、相手の女性から「自分の分も払って。」と言われ更に不審感をもった。将来のパートナーとしてふさわしい女性を探し紹介してもらえと思っていたのに、紹介された女性と結婚どころか交際にも至らず、事業者が紹介した女性はサクラではないかという疑念を抱いた。事業者に「詐欺じゃないか。」と言って交渉し、入会金と今まで支払った月会費 6 か月分等の返金を求めたところ、本部で検討すると言われた。

2 「相談受付・相談処理」と解決結果

受付時、継続相談希望で対応し、契約書等を FAX して欲しい旨伝えた。その後、連絡が取れなくなった。約 2 週間後、相談者から「自主交渉した結果、入会金 8 万円と月会費 6 か月分にあたる 5 万 4000 円が返金された。事業者から謝罪の一言がなかったが、返金に応じているので、紹介した女性がサクラであることを半分認めているのかと思う。」と報告があった。

3 問題点と今後の課題

結婚相手紹介サービス（契約期間が 2 か月を超え 5 万円を超える契約）は、「特定商取法」の特定継続的役務提供取引として規制されている。特定継続的役務提供取引に該当すれば、契約書面を渡された日から 8 日間は店舗であっても無

条件で解除（クーリング・オフ）することができ、クーリング・オフ期間を過ぎても契約期間は中途解約することが可能である。サービス開始後の法定解約料の上限は、2万円または、未使用サービス料金の残額2割のいずれか低い額と決められている。相談者は結婚相手紹介サービス業者が紹介した女性は、「サクラで詐欺である。」と主張し、特定継続的役務提供取引の中途解約ではなく契約取消を希望した。お見合い相手がサクラだということが真実であれば、成婚の可能性がないのにその可能性があるとして欺罔して、入会金や月会費や紹介料などを詐取しており詐欺取消が可能であるが、通常その立証は相当困難である。事業者がサービス内容や効果について事実と反することを告げ、消費者が誤認して契約した場合には、「特定商取引法」や「消費者契約法」で取消できる。当該事例では、相談者が結婚相手紹介サービスの内容に不審や不満を抱いて強く解約を求めた結果、相談者の希望通り返金に至ったものである。

近年、未婚化・晩婚化が進む少子高齢化社会の中で、結婚に向けて積極的な活動を求められるようになり、婚活をサポートする結婚相手紹介サービスが注目されている。結婚相手紹介サービスは、実際にサービスを受けてみなければ、その内容に満足が得られるか分からず、相手の希望や相性の要素が大きく結婚相手が見つかるかどうか不確実なサービスである。勧誘時の「絶対結婚できる。」「希望の相手をたくさん紹介する。」「会員はエリート限定」等、過度の期待を抱かせるセールストークや、成婚率などの広告を鵜呑みにせず、自分に合ったサービスが受けられるかどうか慎重に判断することが求められている。

＜亡くなった兄がビジネスセミナーの契約をしていたようで、弁護士事務所から督促状が届いた＞

受付年月日	平成 30 年 11 月 11 日	居住地	神奈川県
相談者性別	男性	契約年月日	平成 29 年 7 月 30 日
年代・職業	50 歳代・給与生活者	支払方法	包括信用
商品・役務名	イングリッシュビジネスコーチ養成講座	契約金額	62 万 5000 円
契約当事者	50 歳代・男性	既払金額	62 万 5000 円

1 相談内容

昨年、平成 29 年 1 月に兄が死亡した。母親などが相続の手続を済ませ、兄のクレジットカードは、平成 29 年 7 月に解約になっている。今年の 10 月になって、弁護士事務所から、未払いのカード利用料金 5 か月分、約 19 万円の請求が届いた。弁護士事務所にも問合せたところ、カード引落にしていたビジネスセミナーの月 2 万 5000 円などの支払が滞り、クレジットカード会社が弁護士事務所へ回収を依頼したとわかった。

督促状には、請求額の記載はあったが、契約内容や残債などの情報はなかった。事業者名はわかったが、インターネット上では、詳しい契約情報はなかった。事業者にも電話をしても電話には出ず、メールをしても返事がない。

契約内容を把握したうえで、正式な解約を伝えて欲しい。また、残債情報も知りたい。平日は仕事の都合で、どこにも相談できないので、当相談室に相談した。事業者となんとか連絡を取って欲しい。

2 「相談受付・相談処理」と解決結果

弁護士事務所から届いた書面と添付されていたクレジットカード会社の利用明細書を送付してもらった。確認したところ、平成 29 年 11 月 23 日から平成 30 年 7 月 22 日までの利用 8 か月分と遅延損害金の合計 19 万 4769 円の請求であった。この中には、死亡後も解約できていなかった携帯電話料金やインターネットサービス利用料金も含まれていた。

相談者は、毎月請求されている 2 万 5000 円がなんのことかわからないので、決済代行業者に問合せし、請求元の事業者を調べていた。当相談室から、事業者にも連絡を取り、契約内容を尋ねた。すると、イングリッシュビジネスコーチ養成講座で、受講期間は 1 年間、契約金額 62 万 5000 円（25 回分割払）であるとの返事であった。

事業者には、契約書面を送付して欲しいと依頼するが、送付はなかった。事業者は、契約者死亡で未受講である平成 29 年 1 月から 3 月の 3 か月分は返金する。契約者の死亡と相続人の確認をしたいので、確認できる書類を送付して欲

しいと要求があった。相談者に伝え、相談者は戸籍謄本の写しを送付した。相続人は、契約者の母と相談者である弟であるが、母の了解のもと、相談者の銀行口座を連絡した。返金を確認し、終了した。相談者の仕事の都合で、平日の昼間は連絡が取りにくかったため、メールを使うなどして、解決に至った。

3 問題点と今後の課題

相談者は、一人暮らしだった兄が急死したため、内容のわからない請求を受け、当惑し、相談してきた。兄のクレジットカードは解約になっていたようだが、死亡後も請求は続いていた。郵便物や残されている書類、通帳のお金の動きなどをしっかり確認し、契約先に死亡したことを伝え、解約手続を行う必要があった。

事業者のホームページを見てみると、事業内容は、「自己啓発セミナー、ビジネスセミナー、コーチングセミナーの企画・運営、教材販売及び経営コンサルティング事業」とある。「圧倒的な結果と成長をもたらすエキスパートコーチが、1年で年収3000万円以上、3年で年収1億円以上を稼ぐための“エキスパートビジネスモデル”を教える」と書かれていた。

契約者がどういう経緯で勧誘され、申込に至ったのかは今になっては不明であるが、ビジネスでの成功を夢見て契約したと推測される。しかし、簡単に誰もが成功する法則や方法はない。

また、近年、全国の消費生活センターに情報商材に関連する相談が増加している。

情報商材とは、インターネットの通信販売で、副業、投資やギャンブルなどで高額収入を得るためのノウハウなどと言って販売されている情報のことである。「簡単な作業で月に数百万円を稼ぐ」「〇万円が〇億円になる投資法」といったお金儲けのノウハウと称して、インターネットなどで取引される情報である。「儲からなければ返金保証」「万全のサポート体制」などと勧誘されることも多い。

情報商材はPDF形式などの電子媒体で取引されることが多く、パソコンやスマートフォンなどを使ってダウンロードや閲覧する。事業者によっては、動画やメールマガジン、アプリケーションで配信したり、冊子やDVD等に加工して契約者に送付したりする場合もある。情報商材そのものだけでなく、情報商材をきっかけに高額なコンサルティングやビジネスセミナー、ソフトウェアなどを勧めるケースもある。契約書にもアフィリエイト、ビジネスサポート、コンサルティング、業務委託などの名称が用いられていることがある。

簡単に高額収入を得られることを強調する広告・宣伝や次々に契約をさせる強引な勧誘は問題である。利用者が急増している通信販売において、広告規制だけでなく、虚偽・誇大広告に基づく契約の取消権を「特定商取引法」に導入するように求めたい。

＜FX取引のソフトを購入し、指定された海外の口座を開設・入金していたが、突然凍結され出金できなくなった＞

受付年月日	平成 30 年 12 月 17 日	居住地	大阪府
相談者性別	男性	契約年月日	不明
年代・職業	50 歳代・給与生活者	支払方法	包括信用・現金
商品・役務名	FX取引・自動売買ソフト	契約金額	250 万円
契約当事者	同じ人	既払金額	250 万円

1 相談内容

ネット通販で FX 取引の自動売買ソフトを 50 万円で購入し、海外の口座を開設し、香港の口座に 200 万円入金していたが、「急に口座が凍結になり引き出せなくなった。」との英文メールが届いた。ソフトを販売した事業者も「FX 運用業者と連絡が取れなくなった、自分たちも騙された。」と言っているが、販売会社に代金を返金してほしい。

2 「相談受付・相談処理」と解決結果

相談者は、現時点では FX 運用利益は 10 万円超とのことであった。FX 取引の自動売買ソフト代 50 万円はクレジットカードで一括払である。既に販売会社へ通知書面を出しているというので、併せてクレジットカード会社と決済代行業者へも出したうえで返金交渉するよう助言した。当相談室で再度聞き取りをし、契約書面等を送るよう伝えたが送付はなかった。聞き取りの際に相談者から、同様な投資取引を繰り返しているような発言もあり、当該相談者を「消費者」と捉えてよいのか疑問の余地があった。その後、相談者から連絡がなかったため自主交渉に委ねることにした。

3 問題点と今後の課題

FX 取引とは、外国為替証拠金取引のことを言う。証拠金をもとに外国通貨の取引開始時に売買した価格と反対売買時の価格の差額を損益として清算し、差額のみによって決済される差金決済取引である。通貨の現物が消費者の手に入る取引ではない。

FX 取引は為替変動などのリスクを伴うだけではなく、消費者が預けた証拠金をもとに業者は、最大その 25 倍ものレバレッジをかけた取引ができるというリスクの高い取引である。最近では、事例のようにインターネットの広告を見て、国内の事業者から FX 取引のソフトを購入後、海外の口座に入金して海外の FX 運用業者を通じて取引を行うことでトラブルになるケースがある。海外の事業者の取引の実態、国内の事業者と海外の FX 運用業者との関係性にも不明な点

が多く、トラブルが生じた際の解決が難しい。むろん海外の事業者であっても、日本の顧客との間で FX 取引などの店頭デリバティブ取引やその媒介等を業として行う場合には、金融商品取引業の登録が必要であり、「金融商品取引法」の規制を受ける。登録については金融庁 HP「免許・許可・登録を受けている業者一覧」(<http://www.fsa.go.jp/menkyo/menkyo.html>)

で確認できる。しかし、国内のソフト販売業者、海外の FX 運用業者との契約内容や提携内容など両者の関係性がよく分からなかったり、消費者との取引内容や取引条件が明確でない場合など、トラブル解決の糸口がみつからない。さらに、FX 運用業者と連絡がとれない状況では、国内の関係業者であるソフト販売事業者、決済代行会社、クレジットカード会社を相手に交渉することになる。FX 取引は、高度な専門知識が要求されるうえ、リスクの高い取引であるので、取引の仕組が理解できないときは契約しないことが賢明だ。金融庁では FX 取引に関する注意事項をまとめており、中でも海外に所在する無登録 FX 事業者との取引についての注意喚起を呼びかけている。ネット広告などで「絶対儲かる。」などのセールストークを鵜呑みにせず、消費者自身も情報収集して取引に伴うリスクを理解し、無登録事業者との契約は行わないなど慎重な対応が求められる。

しかし、投資や儲け話に興味のある消費者の中には、一度失敗しても何度も同じトラブルにあうケースが少なくない。自己責任が問われることを認識してもらいたい。

また、無登録事業者とのトラブルが多いことから、金融庁は無登録事業者へも監視の目を向けてほしい。

＜システムを動かすだけで大金が入ると言われ、システム代金を振込んだ。返金して欲しい＞

受付年月日	平成 30 年 12 月 23 日	居住地	新潟県
相談者性別	女性	契約年月日	平成 30 年 12 月 16 日
年代・職業	50 歳代・給与生活者	支払方法	現金
商品・役務名	オンラインカジノサイト	契約金額	9 万 8000 円
契約当事者	同じ人	既払金額	5 万 4000 円

1 相談内容

1 時間で 200 万円もの大金が稼げるという、メールが何度も届いていた。そんなに儲かるのかと、そのメールに返信した。無料で 1 週間利用できるシステムが提供された。システムを動かすだけで大金が入ってくる仕組のようだった。インターネット上でカジノをやっているようであった。仕組はよくわからないが、6000 万円ほどの金額になった。システム代金 9 万 8000 円を振込めば、1 週間以内に 6000 万円が受取れると言われた。それで、まず 5 万 4000 円を振込んだ。その後、入金は来月の半ば以降になるとメールが届いた。話が違くと、メールと電話で何度も苦情を伝えたら、今日の午前中になって、消費生活センターから電話をもらえば、振込んだ 5 万 4000 円を返金すると言われた。相談室から電話して欲しい。

2 「相談受付・相談処理」と解決結果

相談者には、当相談室の立場と消費生活センターではないことを説明した。そして、居住地の消費生活センターに相談に行くように伝えた。しかし、相談者は韓国に滞在中で、国際電話でかけてきていた。数日中には帰国予定とのことであったが、相談者はかなりあせっており、当相談室から、事業者に連絡をすることを強く希望された。

当相談室から、事業者に電話をかけたところ、電話に出たのはアルバイトで「上席がおらず、火曜日以降ならいる。」とのことであった。12 月 25 日に担当者から相談室に連絡があり、5 万 4000 円は返金すると言ってきた。相談者本人にも返金する旨の連絡をするように依頼した。その後、相談者から「今、事業者から電話があったが、返金するからお待ちくださいというだけで、どのように返金するのかはっきり言わない。」と電話があった。

翌日 26 日に、また、相談者から電話があり、「昨日の夕方に事業者から入金すると連絡があったが、午前中に確認したが返金が無い。昨日手続すれば、今日の午前中には届いているはずだ。」と言う。相談室から、事業者を確認すると、「指定の口座に振込めない。他の口座を教えて欲しい。」とのこと、相談者に状況を伝え、他の銀行口座を連絡してもらった。

その約1時間半後、相談者から、「入金を確認できた。ありがとう。」と電話があった。

年末が迫るなか、海外滞在中の相談者の要望に素早く対応し、再三の働きかけで、相談日からわずか3日で、振込んだ全額が返金された。

3 問題点と今後の課題

相談者はオンラインカジノに参加していたようだが、どうして簡単にお金が増えていくのかそのシステムがわかっていなかった。大金が受取れると言って、お金を振込ませる詐欺的なサイトと思われる。また、日本国内でオンラインカジノに参加することは、賭博罪に該当する可能性がある。

迷惑メールに返信したことでトラブルに巻きこまる人が後をたたない。架空請求のメールは大量に送りつけられている。心当たりのない不審なメールやSMS（ショートメッセージサービス）が届いた時の基本的な対処方法は、開かず削除することである。「未納料金がある。」「当選金を受取れる。」「大金を稼げる。」「完全無料のシステム。」といった言葉には注意が必要である。相談者は、大金が稼げるという言葉に誘引され返信した。そして、詐欺的なサイトに誘導され、トラブルに巻き込まれてしまった。

迷惑メールとは「特定電子メール法」に違反していると思われる以下のようなメールと定義されている。

- ・送信に同意した覚えのない広告宣伝メール
- ・表示義務違反メール
- ・送信者情報（電子メールアドレス、IPアドレス、ドメイン名等）偽装メール

迷惑メール対策としては、以下の3点が重要である。

①迷惑メールが届いたら、開かずに削除、反応しない

実在の事業者名が記載されていて、迷惑メールか本物のメールか判断がつかない場合は、その事業者のホームページや問合せ窓口に直接連絡をとり、事業者の名前を騙るメール等の注意喚起がないかを確認する。

②技術的な仕組みを活用する

携帯電話、プロバイダー、セキュリティソフトなど、迷惑メール対策サービスを活用する。また、迷惑メールに添付されたウィルス対策として、OSやセキュリティソフトを最新の状態に更新しておく。

③関係機関に情報提供する

- ・「迷惑メール相談センター」（一般財団法人 日本データ通信協会）

<https://www.dekyo.or.jp/soudan/index.html>

総務省の委託を受け、「特定電子メールの送信の適正化等に関する法律」に違反する迷惑メールに関する情報を収集

・「こちら日本産業協会の迷惑メール情報提供受付ページです」

(一般財団法人 日本産業協会)

<http://www.nissankyo.or.jp/spam/index.html>

消費者庁の委託を受け「特定商取引法」の表示義務に違反する電子メール広告に関する情報を収集

・「迷惑メール情報提供用ソフトウェア」(総務省 迷惑メール情報提供用プラグイン)

<http://plugin.antispam.soumu.go.jp/>

総務省が「特定電子メール法」に違反していると思われるメールの情報収集・分析に資するため、迷惑メール情報提供用プラグインを開発し、平成 30 年 3 月にウェブサイト上で配布開始した。一度の操作で最大 50 通の迷惑メールをまとめて送信可能である。

以上のような対策をとり、迷惑メールからトラブルに巻き込まれることのないように、また、情報提供することで迷惑メールを減らすように、消費者の賢明な対応が望まれる。

＜実家に帰省した際、母親宅に未使用の化粧品が3箱あり、母が100万円以上のクレジット契約をしていたと分かった。解約したい＞

受付年月日	平成31年1月6日	居住地	神奈川県
相談者性別	女性	契約年月日	不明
年代・職業	50歳代・給与生活者	支払方法	個別信用
商品・役務名	化粧品	契約金額	100万円
契約当事者	70歳代・給与生活者	既払金額	不明

1 相談内容

今年の正月に実家に帰省した際、不明な荷物が多数積み上がっていた。母には数年前から認知証の症状が出ていたが、問いただすと化粧品の勧誘を断り切れずに購入していたと分かった。契約時期や内容の詳細は不明だが、現在分かっているのは、3年前から同じ信販会社で通算100万円以上のクレジットを組んでおり、返済期間も7年と長期のようだ。母が使うには商品の量が多過ぎる上、高額なクレジット契約をしており問題だ。母はまだ成年後見制度の利用はしていないが、現状、母が一人で事業者交渉するのは困難だと思われる。母に対して、事業者が今後一切勧誘しないようにしたい。また不要な化粧品の契約は解約したい。

2 「相談受付・相談処理」と解決結果

母親から可能な範囲で話を聞き取り、勧誘の様子や契約までの経緯を文書にまとめるよう助言した。その文書に解約したいという要望や今後の勧誘を断りたいという意思表示を記載した上、母親の名前で、事業者とクレジット会社に、簡易書留など記録の残る形で送付するよう説明した。母親の自宅に契約書のコピーがないか確認し、なければ、事業者やクレジット会社から取り寄せる方法もあると伝えた。勧誘の様子や契約場所によっては「特定商取引法」の適用や契約時期によっては、同法や「消費者契約法」の過量販売解除権の主張が可能かもしれないと説明した。相談者が当相談室での継続相談を希望したが、連絡は入っていない。

3 問題点と今後の課題

近年、事例のような判断力不足の高齢者の消費者被害が多発している。事業者が、判断能力が不十分であったり、認知症等を患った高齢者に対して、不必要な契約を締結させる被害事例がその典型である。

改正前の「消費者契約法」ではこのような事例を対象とした規制はなく、被害救済のためには、「民法」の不法行為や公序良俗違反の規定を使うしかなく、問題解決には難しい側面があった。改正された「消費者契約法」では、判断能力

が不十分であることにつけ込んで大量に商品を購入させた事例のようなケースに対応するため、この契約の効力を否定する、過量契約取消権の規定を設けている。「特定商取引法」にも過量販売解除権の規定がある。ただし、同規定と「消費者契約法」の過量契約取消規定とを比較した場合は以下のような差異がある。

「特定商取引法」の場合は、規制対象は訪問販売と電話勧誘に限定されるが、「改正消費者契約法」の場合は規制対象として特に販売形態に対する限定はない。事業者が過量であることを認識していたか否かについては、両法とも、認識していたことが必要であるが、「特定商取引法」においては、1回の取引で過量になる場合は事業者の主観的要件は不要とされている。なお、過量の考え方については、「特定商取引法」では、契約の目的となるものの分量等が日常生活において通常必要とされる分量等を著しく超えることとされ、「消費者契約法」では、契約の目的となるものの分量等が当該消費者にとっての通常の分量等を著しくこえること、となっており、その考え方に大きな差異はない。具体的には過量に当たらない分量の目安として、公益社団法人日本訪問販売協会のウェブサイトが参考になる。 <http://jdsa.or.jp/quantity-guideline/>

権利行使の期間については、「特定商取引法」では、契約の締結の時から1年とされており、「消費者契約法」では、追認できる時から1年、契約時から5年とされている。

高齢者の判断力不足に乗じて、過量販売が行われた場合には、その事例に応じて、各法の規制を適用し、消費者救済を図る必要がある。しかし、判断力の不十分な消費者から勧誘時の聞き取りをすることは難しく、また本人が被害にあって自覚がないことが多い。規制の権利を行使できる期間も1年という期限があり、被害に気付くのが遅れば救済は困難になる。家族や周囲の人が高齢者を見守ることや、早めに専門機関である消費生活センター等に相談することが大切である。

＜電話勧誘で、3000円で清掃をするというキャンペーンを申込んだら、清掃後に傷やひびを付けられ、事業者に修復を求めても応じてくれない＞

受付年月日	平成 30 年 12 月 15 日	居住地	大阪府
相談者性別	女性	契約年月日	平成 28 年 2 月 19 日
年代・職業	50 歳代・無職	支払方法	現金
商品・役務名	衛生設備清掃サービス	契約金額	3000 円
契約当事者	同じ人	既払金額	3000 円

1 相談内容

電話で衛生設備清掃のキャンペーンを紹介されて、3000 円で希望個所を清掃してくれるというので、申込んだ。来訪した作業員に 3000 円を支払い、浴室と台所の流し台の清掃を依頼した。すると、担当作業員の仕事が杜撰で、浴槽に傷をつけられたり、浴室のタイル部分がひび割れ水漏れしたり、コーキング材を間違えて使用され、浴室も台所の流し台もボロボロにされた。そこで、後日、事業者の修復を依頼したが、満足のいく対応をしてもらえない。浴室はすべて新しくしてほしいし、台所の流し台も新しいものと入れ替えてほしい。消費生活センターや弁護士相談も利用して何度も交渉しているが、事業者は全く応じず納得できない。

2 「相談受付・相談処理」と解決結果

相談者は当相談室での継続相談を要望し、契約書などをメールで送付してきた。当相談室から事業者連絡し、概要を尋ねると、「相談者の住宅は築 40 年で経年劣化がひどく、我々が付けたとされる傷やタイルのひび割れは、元々あったものである。修復はかなりしているが、これ以上の対応はできない。3000 円のお試し清掃サービスで、これ以上の対応を求められても、大変困惑している。」とのことだった。以上のことから、相談者には裁判所での調停を案内した。

3 問題点と今後の課題

リフォーム業者などが、電話で消費者にキャンペーンを謳い、無料や数千円程度の清掃作業を勧誘することが多い。事業者は、そうした勧誘により、後の高額なリフォーム契約などを勧誘するきっかけとしている場合がほとんどである。この相談者も、そうした事業者の勧誘され、3000 円という低価格で浴室と台所の流し台周りの清掃を依頼したとのことだった。ところが、担当者の作業が杜撰で浴室も流し台も傷をつけられたことが問題になった。しかし、築 40 年以上経過している住宅の水回りは、経年劣化している場合が多く、こうした作業により目立たなかった傷が目につくようになったということが考えられた。今回は事業者には大きな問題があったとは考えにくいですが、こうしたリフォーム

業者により、「今すぐリフォームしないと大変なことになる」などと不安を煽る勧誘をされ、高額なリフォーム契約を結んでしまう事例が後を絶たない。特に、近年のような自然災害が頻発し、リフォームが必要とされる状況下ではなおさらである。建築業法では、500万円未満の建築やリフォーム作業しかしない場合、事業者は登録を必要とされていない。しかし500万円未満といえども、消費者にとっては大変高額であり、未登録の事業者と契約することになるのは不安なことである。悪質なリフォーム業者が、高齢者などに、高額で杜撰な契約を次々とし多重債務に陥る消費者もいるのである。500万円未満の工事を行うリフォーム業者に対し、営業許可制度を適用できるよう建設業法が改正されることを求めたい。

5. Consumer ADR「裁定手続」の実施事例

[事例1] 訪問販売による家庭教師と補習用教材の中途解約返金に関する紛争

受付年月日	平成30年5月19日	居住地	大阪府
相談者性別	女性	契約年月日	平成29年6月28日
年代・職業	40代・給与生活者	支払方法	現金払い・個別信用
商品・役務名	家庭教師と補習用教材	契約金額	90万6448円
契約当事者	同じ人	既払金額	19万3648円

【裁定手続】

申立書受理日（裁定手続開始日）	平成30年9月2日
相手方依頼日	平成30年9月5日
手続終了日	平成30年10月1日
申立人	上記の相談者
相手方（事業者）	A 派遣センター(法人登記無し。個人事業者) 所在地 大阪府
利害関係人（信販会社）	B クレジット 所在地 北海道
商品	家庭教師・ 補習用教材（5教科・中学1年～3年分）

1. 事案の概要

〈申立人の主張〉

平成29年6月に自宅に電話があり、家庭教師についての郵便物を送らせてもらって良いか聞かれて、送ってもらうことにした。ダイレクトメールには、家庭教師は週に1回で1か月1万3,000円とあり、この金額なら、なんとか家計管理上も払っていきそうだと説明に来てもらうことにした。6月28日に事業者の販売員が来た。費用について説明された際に「月に3万円」と言われ意味が分からず、1万3000円で毎月支払いは足りると思っていたので、おかしいと思い、払えなくなったら困るという気持ちもあって、解約するときにはどうなるのか聞いてみた。「家庭教師は無条件でやめられて、教材は残る。」と言われて、家庭教師に教材が込になるので3万円という金額になるのだと理解した。販売員は「教材を頼まなくても家庭教師は頼める。」と説明をするその一方で、

「当社の家庭教師はこの教材で研修してもらっており、この教材を使って教えてもらうため、この教材が分かっていなかったら成績が上がらないことが多い。他家で家庭教師だけのところは成績を上げることが出来ていない。だから教材も一緒に頼んでもらう方がよい。」とまで言われたので、娘の成績を上げるという結果を出してもらうには、教材が必須と思い、高額だったが、契約するに至った。支払方法については、家庭教師は現金で毎月払い、教材はクレジット会社に分割で払うのだと聞いた。「クレジット契約をしたので、後日、信販会社から確認の電話があるから、家庭教師と教材は別契約だと答えるように。」と指示された。その際、教材が推奨商品だという説明を受け、関連商品ではないとも聞いたのだが、具体的には法的な違いの説明はなかった。夕方4時から来て7時まで3時間も説明されたため疲れており、そのまま契約してしまった。

家庭教師の先生の授業が始まったが、先生から、「私が使い易い別の教材を買って欲しい。」言われた。1万円ほどの、市販の参考書や問題集を10冊買わされた。次に、先生から「授業は週2回でないと無理。」と言われ、週2回に増やすことになり、不信感を持った。家庭教師は最初に購入した教材を使うことは少なく、授業時間数も増えたことにはさらに不安が募った。先生の教え方も子供の話しでは「自習が多く、それなら一人で勉強しているほうがいい。分からないところは、聞いても、『教科書を見なさい。』と言って、先生はスマホを見ていることもある。」ということで、娘が泣き出すような日もあり、この先生には辞めてもらった。

家庭教師が研修を受けて使うというので教材を購入したのに、家庭教師を解約する際に、教材は関係無いとばかりに解約返品出来ないと事業者言われ、おかしいと思い、消費生活センターに相談した。

消費生活センターでは前述のような私の話を聞いて、未使用の中学2年、3年の教材の解約返金を求めたが、事業者が、推奨商品であるため、解約返金には応じないと主張し、家庭教師が勝手に購入した教材代1万円と増やした授業分8万円の返金を提案してきた。しかし、納得できず、消費生活センターの斡旋では解決しなかった。

センターに相談したことで、「特定商取引法」では、家庭教師という継続的役務は関連商品となる教材を購入した際には、同時に2つとも中途解約できると知った。よって事業者に対して、以下のように求める。

- ・今回の教材の契約については、勧誘時のセールストークと、実際の利用状況から最初に購入した教材のセットは関連商品であると認め、中途解約精算の手続をすること。

- ・「特定商取引法」に基づく過量販売解除権の行使を認め、少なくとも、解約申出時に使用していない中学2年、中学3年の教材については解約返金処理を行うこと。

信販会社に対しては、当該信販会社が、公益社団法人日本訪問販売協会の賛助会員であることから法的認識力も高いと思うので、事業者の管理責任の観点も含め、上記の事業者への要求につき認めるよう求める。

＜相手方事業者の対応＞

当初、当相談室から電話で交渉した際は補習用教材を推奨商品と主張し中途解約返金は認めないが、Consumer ADR の裁定手続には協力すると回答があった。

その後、裁定手続のための日程設定の段階で、申立人の主張通りの条件で解約する、金額としては既払金放棄で応じると回答があった。

＜相手方信販会社の対応＞

既払金は、19 万 3648 円。7 月 12 日付で赤伝処理をしており、9 月 14 日現在、信販契約はない。

2. 主な論点

(1)相手方事業者に対して

①継続的役務の中途解約に伴う関連商品の返品について(「特定商取引法」第 48 条の 1、第 48 条の 2)

今回の教材の契約については、事業者に対し、勧誘時のセールストークと、実際の利用状況から関連商品であると認め、中途解約清算の手続をするよう求める。

②過量販売契約の解除(「特定商取引法」第 9 条の 2)

事業者は、中学 1 年から中学 3 年までの 3 年分の学習教材をまとめて購入させているが、公益社団法人日本訪問販売協会が平成 21 年 10 月 8 日付で提示した「通常、過量には当たらないと考えられる分量の目安」によれば、小・中・高の学習教材については、「原則、1 人が使用する量として 1 年間に 1 学年分」とされる基準を大きく上回っており、過量販売と考えざるを得ない。その為、「特定商取引法」に基づく過量販売解除権の行使を事業者は認め、少なくとも、解約申出時に到来していない学年分については解除返金処理を行うよう求める。

(2)利害関係人信販会社に対して

当該信販会社が公益社団法人日本訪問販売協会の賛助会員である事から、②の規定に関し十分な認識は持っていた事は明白であり、また、クレジット契約締結の確認事項で教材は別契約か否かを明確に聞き取りしようとしていることから、①の関連商品か否かについても、問題として認識していたと推察できる。よって信販会社に対しては、加盟店の管理責任の観点も含め、①、②の要求につき認めるよう求める。

小・中・高の学習教材については、「原則、1 人が使用する量として 1 年間に 1 学年分」とされる基準を大きく上回っており、過量販売と考えざるを得ない。そのため、「特定商取引法」に基づく過量販売解除権の行使を販売店は認め、少なくとも、解約申出時に

到来していない学年分については解除返金処理を行うよう求める。

3. 手続きの経過と結果

・5月19日

申立人からウィークエンド・テレホン (WET) に、前記の内容の相談が入った。消費生活センターでの事業者を交えた面談があるとのことなので、それを優先しその結果よって再度連絡をくれるよう伝えた。

・5月26日

申立人から WET に、センターでの斡旋が不調に終わったので、当相談室にこの件を依頼したいと電話があった。

・6月14日

家庭教師依頼申込書、売買契約書、クレジット申込書、「付帯サービスについて」を FAX で受領した。

・6月22日

事業者と交渉をしたが、「申立人の主張は認められない。ADR を実施するのであれば協力する。」との回答を得た。裁定手続への移行を考慮し、事業者に ADR について説明をした。

申立人へ事業者の回答を伝え、ADR についても言及したところ手続きを依頼したいとの返答があった。

・8月28日

ADR 特別委員会で、裁定手続実施の方法等について検討をした。

・9月2日

申立人に ADR 手続について説明した。その後、申立人が申立書を作成し、委員長へ提出したので、裁定手続が開始した。(Consumer ADR 業務規程第 23 条・第 25 条)

・9月5日

事業者に裁定委員会の日程を前もって伝えるため、委員長同席のもと担当委員が電話した。その際、信販会社も来てもらう予定であることも告げたところ、参加の意向を示した。

同日、事業者から折り返し電話があり、「消費者の言い分どおりの条件で解約する。中学 2 年 3 年の教材の当方への返品と、申立人が既払金を放棄することで合意する。」と回答があった。委員長より再度解約条件の確認電話を事業者に行ない、和解書と手続終了申出書を後日送付すると伝えた。

同日、経過を申立人に電話にて簡単に説明。事業者の提示条件で合意するとの回答を得た。

裁定委員会の期日上の和解ではないため、担当弁護士に依頼し和解書の作成をすることになった。

・9月20日

申立人、事業者が和解書に署名捺印をし、それぞれに1部交付した。

・9月22日

申立人が商品を事業者に返品した。

・10月1日

事業者から手続終了申出書の送付があり、当該ADR手続は終了した。(Consumer ADR業務規程第40条)

裁 定 手 続 申 立 書

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 御中

作 成 年 月 日	平成 30 年 9 月 2 日
申 立 人	住所（所在地）（〒 - ） 大阪府 氏名 （☎ - - ） Ⓜ （代理人又は補佐人） 住所（所在地）（〒 - ） 氏名
相 手 方	住所（所在地）（〒 ） 大阪府 氏名（会社名・代表者名）（☎ - - ） A 派遣センター 代表者
申 立 趣 旨	申立人は、相手方に対して、 購入した教材（中学 1～3 年用 国語・英語・数学・社会・理科）のうち、 未使用分である中学 1 年用社会・理科、中学 2～3 年用国語・英語・数学・ 社会・理科の教材を返品したい。また、CMS（登録費）とされるものについて、 ほぼ利用していないので返金して欲しい。
紛 争 の 要 点	後記記載のとおり
上記のとおり裁定手続を求めます。	

紛争の要点（下記のとおり）

家庭教師を依頼するつもりだったが、来訪した販売員から、「教材を購入しなくても家庭教師は頼めるが、当社の家庭教師は、この教材で研修受けているので、この教材を使って教えることになる。この教材が分かっていたら成績が上がらないことが多い。だから教材も一緒に購入した方が良い。」と言われ中学 3 年分の教材を契約した。

このことから、

- ① 当該教材は、販売時のセールストークや、家庭教師が一部使用して授業をしていた状況から、関連商品と考えられ、中途解約を求める。
- ② 事業者は、中学 1 年から中学 3 年までの 3 年分の学習教材をまとめて購入させているが、公益社団法人日本訪問販売協会が平成 21 年 10 月 8 日付で提示した「通常、過量に当たらないと考えられる分量の目安」で、小・中・高の学習教材については、「原則、1 人が使用する量として 1 年間に 1 学年分」とされる基準を大きく上回っており、過量販売と考えざるを得ない。その為、特商法に基づく過量販売解除権の行使を販売店は認め、少なくとも、解約申し出時に到来していない学年分については解約返金処理を行うよう求める。

以上

添付書類

- ・ DM
- ・ 売買契約書
- ・ クレジット書面
- ・ 付帯サービスの説明
- ・ 家庭教師依頼申込書
- ・ 家庭教師講習料の表
- ・ バインダー式教材（数学、国語、英語）
- ・ 内申対策テスト（英語）
- ・ 相談者からの聞き取り書面

手続終了申出書

平成 30 年 10 月 1 日

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 御中

[事業者]

住所 大阪府

名又は名称 A 派遣センター ㊤

平成 30 年 9 月 5 日電話にて、貴委員会に実施を了承した「家庭教師と補習用教材に関する紛争」の裁定手続について、下記理由により終了を申し出ます。

記

1. 紛争の内容

家庭教師と教材の契約をした申立人から、「家庭教師の指導方法に不満があるので解約したい。」と言われ家庭教師の解約に応じたが、同時に購入した教材についても未使用分を解約したいとの申出があった。教材については、別契約と考えていたため断ったところ、トラブルとなった。

2. 裁定手続の終了を申出る理由

申立人との間で和解が成立したため。

以上

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（以下、「ウィークエンド・テレホン」という）を前提とした手続になっており、毎週実施しているウィークエンド・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ことにした。

〔1〕 行政への要請

近年、消費者関連法の改正が相次ぎ、規制や執行体制が強化されているが、まだまだ多くの課題がみられる。行政に対して、以下の要請をする。

【「改正特定商取引法」による積極的な執行と更なる被害の救済と防止を】

○不招請勧誘の事前拒否制度の導入を

平成 29 年 12 月 1 日に「改正特定商取引法」が施行された。しかし、今回の改正にも、訪問販売や電話勧誘販売に対する、不招請勧誘禁止規定は導入されなかった。

今年度も高齢者や判断力不十分者への訪問販売や電話勧誘販売の相談が多かった。訪問販売では、新聞や健康食品、化粧品、ミシン、排水管の清掃、外壁や屋根などのリフォーム工事などの相談がみられた。また、電話勧誘販売では、健康食品、化粧品、カニなどの海産物の相談があった。

脆弱性のある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ホームページ等の電子広告の追加を

「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、ホームページ等の電子広告は来訪要請の手段から除かれている。ホームページを見て、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。

ホームページ等の電子広告も、アポイントメント・セールスの来訪要請手段に追加すべきである。

○美容医療サービスの対象の拡大を

美容医療サービスが特定継続的役務提供の対象となったが、役務だけでなく、施術方法による限定が加えられている。例えばサービス提供期間が1か月以内または、支払金額が5万円以内にとどまる美容医療サービスは規制対象にならない。しかし、美容医療サービスについては、契約を急がされ、緊急性のない高額な手術を即日施術されたという相談事例も後を絶たない。消費者の健康被害や経済的被害を防ぐために適用範囲の拡大を要望する。

○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

今年度の相談を販売購入形態別に見てみると、通信販売（主にインターネット通販）が第1位になっている。SNSには「誰でも必ず儲かる。」「簡単な作業で月に数百万稼げる。」「在宅スマホで稼げる人続出!」「仮想通貨で儲ける方法」などという広告や投稿が溢れている。こうした広告等を見て、高額収入を得るためのノウハウなどといって販売されている情報商材を購入したというトラブルの相談が増加している。通信販売には広告規制があり、消費者に誤解を与えないために表示内容を規定している。また、返品特約等の記載方法もガイドラインで例示し、事業者には遵守するよう求めている。しかし、法の趣旨を理解しない事業者も多く、解約や返品にあたりトラブルとなることが多い。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ない事業者も多い。虚偽・誇大広告により誤認して契約を申込んだ場合には取消することができる等の規定が必要である。

○インターネット通販のガイドラインの周知徹底と法制化を

「お試し」や「1回だけ」のつもりで500円程度の健康食品を注文したところ、実際は定期購入契約であり、「解約ができない」あるいは「解約の条件に通常価格との差額として数千円を請求された」というようなインターネット通信販売のトラブルが全国で急増した。これを受けて、消費者庁は平成29年11月1日付の「特定商取引法に関する法律等の施行について」の通達の中で、インターネット通販での定期購入に関して、最終確認画面に定期購入の契約内容が全て表示されていない場合や定期購入が容易に認識できない離れた場所に表示されている場合は、不適法とした。

しかし、事業者の中には「法律ではなくガイドラインだから」と交渉に応じない者もいる。また、ガイドラインを守っているという事業者でも、確認画面での総額表示の記載が小さな字であったり、わかりにくい場所に表示されていたりする。ガイドライン制度の事業者への周知徹底と法制化を要望する。

○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の連絡が取れなくなるケースも多く、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もの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。

○継続的役務提供の特徴に鑑みた規制の検討を

特定継続的役務提供については、法律を遵守しない小規模事業者や個人事業者も多い。そもそも「特定商取引法」という法律も知らない事業者もいる。こうしたことから、特定継続的役務提供については、書面不交付や書面不備、高額な関連商品の中途解約に関してトラブルが多い。今年度の Consumer ADR「裁定手続」を実施したのも家庭教師と補習用教材の中途解約返金に関する紛争であった。関連商品については過量販売の禁止、中途解約については具体的な清算基準を政令で示して欲しい。

また、特定継続的役務提供として規定されていない多くの継続的役務提供についても同様の問題が起きている。例えば「スポーツ教室」「ビジネス講座」「増毛・育毛サービス」「鍼灸治療院」等である。継続的役務の特徴に鑑みた規制の検討を要望したい。

○違反行為を繰り返す事業者の取締りや罰則を適切に執行

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などである。

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」が遵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。

【「改正電気通信事業法」に更なる消費者保護規定を】

○初期契約解除制度の見直しと統一ルールを

電気通信事業法の改正により初期契約解除制度が創設され、トラブルが少なくなった。しかし依然として、光コラボレーション事業者が「大手通信会社の代理店である。」「現在契約中の通信会社である。」「光回線のシステムが変わった。」「料金が安くなる。」などと電話勧誘をして、光回線サービスの転用をさせることがある。この場合、消費者は初期契約解除制度を利用しても、契約解除までに行われた工事費用、事務手数料、利用したサービス料は契約に基づき支払う必要がある。また、以前の契約を一旦終了したことによる長期割引分の損失についても補填を受けられない。電気通信事業にも訪問販売・電話勧誘販売による契約については、完全なクーリング・オフ制度の導入を望む。また、クーリング・オフ期間に切替え工事をした場合には、旧事業者の解約や再契約に生じる費用、損害についても補填しなければならない等の条項も検討して欲しい。

さらに、初期契約解除対象と指定されている通信役務のうち、確認措置が講じられた役務については、初期契約解除に代えて確認措置が適用される。この確認措置による契約解除は、電波状況が不十分、あるいは契約前の説明義務等の法令遵守状況が基準に適合しない場合である。高齢者や障害者にとって適切な説明がなかったことの主張は容易ではなく、確認措置による契約解除は有効に機能しないことも懸念される。消費者にとって、初期契約解除や確認措置の適用は複雑で分りにくい。理解しやすい統一ルールにして欲しい。

○代理店の管理と消費者がわかりやすく安全に取引ができるしくみの構築を

電気通信サービスは、老若男女を問わず消費者の基本的な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となっている。各社によって様々な種類の商品やサービスが提供され、消費者の選択の幅が広がる一方で、契約内容が複雑化し消費者にとってはわかりにくいものとなっている。

今回の改正で、電気通信事業者は契約書の交付が義務づけられた。しかし、消費者が同意すれば、電磁的方法での提供も可能である。総務省の見解では料金の変更については書面交付が必要であるが、付加的なものやサービスの停止についての書面交付は義務付けられていない。利用している消費者にとって、サービス等の変更がわかりやすく伝わるようにするべきである。

電気通信サービスの契約と付随するアプリ等の契約は年々複雑になり、消費者にはますますわかりにくくなっている。通信契約した際にセットで申込んだ別事業者との有料サービスについては「電気通信事業法」の初期契約解除制度等の対象とならない。販売方法によっては「特定商取引法」の電話勧誘販売等に該当する場合もあるが、個別に解除しなければならない。また、電気やガスの自由化に伴い、異なる法律の規制を受ける契約を「セットで購入すれば安くなる。」という売り方も増えている。

消費者にとって契約時の窓口は1つだが、解約はそれぞれ別の事業者に申出なければならないこともある。代理店の管理と消費者がよりわかりやすく安全に取引ができるためのしくみが求められる。シンプルで分りやすい契約が必須となることで消費者の安全・安心を促す市場形成を要望する。

【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に「販売店におけるセキュリティ対策の実施」と「クレジットカード会社による加盟店の管理」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（イシューア）と加盟店と契約を締結する会社（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。

○マンスリークリア取引に抗弁の接続規定の導入を

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、「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。

○カード発行会社の義務を強化

消費者が加盟店とトラブルになった時、交渉する相手として、まず、カード発行会社を考えるであろう。消費者には、加盟店と契約締結する会社は、直接関わりがなく、情報もないため、交渉を行ったり、悪質な加盟店のクレームを伝えたりすることは困難である。「割賦販売法」では、包括クレジット業者には、加盟店調査義務や適切に苦情に対応する義務が課せられている。しかし、カード発行会社の対応には格差があるのが現状である。苦情発生時、カード発行会社に対して、「加盟店と契約を締結する会社への情報提供義務（通知義務）」と「消費者に対しての苦情対応に関する説明義務」を徹底すべきである。

【「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】

○改正法の事業者への周知と啓発を

これまで「特定商取引法」の過量販売解除の対象とならなかった店舗での過量販売や「消費者契約法」の取消の主張が難しかったいわゆる動機に関する不実告知による錯誤について取消の主張ができるようになることは相談現場で大いに役に立つ。しかし、こうした法規制を理解しない事業者の説得は難しいので、各所管において事業者への周知と啓発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

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。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。

【仮想通貨取引に更なる規制を】

昨年1月に仮想通貨が不正送金され、流出してしまうという事案が発生した。盗んだ犯人は未だ捕まっていない。また、現在、半数近くの仮想通貨交換業者が仮想通貨の証拠金取引を提供している。我が国では仮想通貨が投機の対象として取引されているのが実態である。平成30年3月から12月にかけて金融庁に「仮想通貨交換業に等に関する研究会」が設置され、報告書が取りまとめられた。同報告書では、仮想通貨交換業者並びに仮想通貨デリバティブ取引を業として行う者に対して、金融商品取引の規制と同等もしくはそれ以上の規制を課す必要があると提言された。また、仮想通貨の呼称を暗号資産（クリプトアセット）に変更することも決められた。これは、日本円やドルなどの法定通貨と誤解される恐れがあるためと、国際会議では暗号資産という表現が主流であるためである。この報告書で示された規制の見直しの提言が、確実に立法化されることを要望する。

【成年年齢引下げに向けて消費者教育の充実を】

成年年齢が2022年4月から、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。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。最新の情報と十分な啓発が必要である。中学校、高校での消費者教育が果たす役割はたいへん重要である。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

訪問販売は現在「特定商取引法」（以下、「特商法」という）で規制されている。この法律は当初「訪問販売等に関する法律」という名称であり、訪問販売は「特商法」の根幹をなす取引類型と言える。

一般的に指摘される訪問販売の問題点として、飛び込み訪問や突然の電話後に訪問するという不意打ち性、家庭など他の人の目が届かない場所という閉鎖性、断られても速やかに退去しないとといった執拗性などが挙げられる。取引価格については、市場に流通している同種商品等と比べて、相対的に高額になる場合が多く、販売員の成功報酬や出向く営業にかかる費用等が含まれると思われる。

一括ではとても払えない数十万円もする高額な商品やサービスも、販売業者が加盟店となっている信販会社と60回、120回などの長期分割払いやボーナス払いを併用すると、月々の支払は格段に安くなる。訪問販売業者の「1日コーヒー1杯分の支払でこの商品があなたのものに。」は、古典的なセールストークとして有名である。支払の容易さが強調され、うっかり契約してしまうことから、消費者が支払い困難に陥るトラブルが多発した。このような状況に対し、2008年に「特商法」「割賦販売法」が改正された。個別信用購入あっせんを行う信販会社には、訪問販売を含め電話勧誘販売など5つの取引類型の販売業者の勧誘について調査義務が課せられた。加盟店の選別や打ち切りにより個別信用購入あっせんでの契約は激減した。しかし、いまだに問題のある個別信用購入あっせんを行う信販会社の存在は少なくない。

当会のウイークエンド・テレホンに寄せられた相談の中で訪問販売の事例を改めて検討すると、新聞購読や健康食品、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みられる。そして、これらの契約当事者は高齢者が多く、相談は家族からのものがほとんどである。その背景には核家族化や独居世帯の増加、また家族と暮らしていても昼間一人で在宅する割合が高いことが考えられる。高齢者は健康、孤独、お金の3Kに関心が高く、判断力も低下しがちである。販売業者が内容をよく理解させないまま契約をさせたり、家族には契約したことを言わないように促す等、問題のある事業者は後を絶たない。

現状、訪問販売では不招請勧誘は禁止されておらず、自由に勧誘することができ、消費者が断った場合において、さらに勧誘することが禁止されるにとどまっている。悪質な訪問販売による被害を未然に防止するため対応策のひとつとして、「訪問販売お断りステッカー」がある。主務省庁は運用指針で、これらのステッカーは、契約を締結しない旨の意思の表示には当たらないという解釈である。他方、地方自治体における消費者保護条例の運用などに、前記の解釈が影響を与えるものではないことも示している。条例により、訪問販売お断りシールや貼り紙を貼付している場合は、「拒絶の意思を表明している」と認め、消費者に対し勧誘する行為を禁止する自治体も多い。訪問販売

お断りステッカーやシール、張り紙がある場合には、事業者はその位置付けを理解し、法令上の禁止の有無に関わりなく、商道德として消費者の意思を尊重する姿勢を持ってほしい。「売り手よし、買い手よし、世間よし、三方よしで商売繁盛」という考え方で、事業を継続する姿勢をもっていただきたい。

(2) 通信販売事業者等に対する要請

通信販売は「特定商取引法」（以下、「特商法」という）で規制されている。

「特商法」において、通信販売とは、事業者が新聞、雑誌、インターネット等で広告し、郵便、電話等の通信手段により申込みを受ける取引のことを指すが、そこから電話勧誘販売に該当するものは除かれている。「特商法」では、通信販売に対する規制としては、行政規制として、誇大広告の禁止や広告表示に関する規制等があり、民事ルールとして、契約の申込みの撤回または契約の解除や事業者の行為の差止請求についての定めがある。

近年は新聞・雑誌・折込広告やDM、テレビやラジオだけでなく、スマートフォンをはじめとするネット環境の普及により、インターネット通販(以下、「ネット通販」という)の利用者が拡大しており、当会ウィークエンド・テレホンや全国の消費生活センターに寄せられる通信販売の相談でも、ネット通販に関する相談が激増している。ネット通販すなわち電子商取引に関する市場調査の結果を経済産業省が取りまとめた報告概要によれば、国内 BtoC-EC 市場(個人対事業者)規模が 16.5 兆円に成長し、国内 CtoC-EC 市場(個人間取引)規模も拡大しているという。

具体的な相談事例としては、「親名義のクレジットカードに未成年の子どもが利用した高額なオンラインゲーム料金の請求があった。」「お試しだと思い購入した化粧品等の商品が決められた回数購入する形態(定期購入)だった。」等、ネット通販ならではのトラブルに加えて、「フリマアプリで個人から購入した商品が偽物だった。」等、現行の「特商法」では規制の難しいトラブルも登場している。

通信販売では、広告を見た消費者が自らの意志で商品・サービスなどの申込をするため、当然訪問販売のようなクーリング・オフの適用はなく、それゆえ、通販事業者の広告に対する責任は重い。「特商法」には、通信販売の誇大広告について、適格消費者団体による差止請求ができると規定されている。

クロレラ販売の広告手法を巡る訴訟の最高裁判決(平成 28 年 1 月 24 日)においては、「不特定多数にあてた広告が一律に勧誘に当たらないということとはできない。」といった判断を下し、広告も差止めの対象になるとし、「消費者契約法」での不当勧誘による取消の可能性も示した。通信販売業者に対しては、現状の法および各ガイドラインを遵守し、今後の法改正も見すえた上での広告表示について一考を促したい。

また、新たな問題として、オンラインゲームやフリマアプリなどの事例にみられるような場貸しサイトを運営するプラットフォームと呼ばれる事業者の存在も注目されている。消費者は大手ショッピングモールや、フリマアプリ運営業者であるプラットフォームに大きな信頼を寄せており、一部の消費者はプラットフォームを通信販売業者そのものであると誤認している。これらの事業者は、直接商品販売や役務提供をする通信販売業者ではないため、現行の「特商法」の法規制が及ばず、トラブルの解決には各事業者の自主規制に委ねるしかない側面がある。

しかしながら、こうしたプラットフォームに対する規制に向けての動きも出てきている。「電子商取引及び情報財取引等に関する準則」平成 29 年度改正版では、「ユーザー間取引プラットフォーム」の運営事業者には、どのような業規制が適用されるかが検討されている。また、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、実際にプラットフォーム 3 社が調査会に参加し、各社の利用規約にもとづき、取引の安全についてプレゼンを行っている。EU 諸国のプラットフォーム規制についても調査会では有識者による報告がなされており、今後のプラットフォームの責任規制について参考になると思われる。

「インターネット取引は自己責任」という一言で、消費者に責任を負わせる時代ではない。通信販売業者と同様に、こうしたプラットフォーム事業者に対しても一層の自主規制による真摯な取り組みを求めたい。

(3) 電話勧誘販売事業者に対しての要請

当会ウィークエンド・テレホンによる相談を販売形態別にみると、通信販売に関するものが最も多く、次いで訪問販売と電話勧誘販売に関するものが続く。中でも、在宅率の高い高齢者が、訪問販売や電話勧誘販売で被害にあうことが多い。

寄せられた相談内容を見ても、突然、電話で「以前、蟹を買ってもらった業者です。今回も注文してもらっていた蟹を送ります。」「準備ができたので健康食品を送ります。」等と言われ、強引に商品が送り付けられたり、「どこか体に痛いところはないですか。どんな痛みにも効く電気治療器の説明に伺いたい。」等と言われ、訪問のきっかけづくりにされたことから次々販売につながり、多額な被害に陥るケースがある。中でも、本人だけではなく、家族や同居人が、送られてきた蟹や健康食品等を代引きで支払ってしまうことがある。判断力の低下した高齢者にいたっては、契約の有無を覚えていないことや契約先・契約内容がわからない等の状況は深刻さを増すばかりである。

電話勧誘の問題点は、不意打ち性や覆面性で、消費者が電話に出てしまうことが多く、出ると電話を切りにくく、生活を妨害されやすいことと言える。こうした事業者からの強引な勧誘から消費者を守るために、「特定商取引法」（以下、「特商法」という）による規制を受けている。特商法第 16 条では、「事業者は勧誘に先立ち事業者等の氏名、商品若しくは権利または役務の種類、契約の締結を目的とした勧誘であることを告げなければならない」とある。しかし、実際には事業者名等を告げなかったり、大手事業者名を騙ることも多く、仮に告げたとしても早口だったり、なじみのない横文字で話したり等、事業者がどこまで法律を遵守しているかは疑問が残る。また、同法第 17 条では、「契約の締結をしない意思表示をした者に対して勧誘をしてはならない」と定めており、これらに違反した事業者は行政処分の対象となる。しかし、断られてもしつこく勧誘する事業者は後を絶たない。事業者を規制するルールがあるにも関わらず、消費者側で迷惑電話お断りサービスの利用や通話録音装置の設置などで自衛する対策を取らざるを得ないことが現状である。

このような問題の対応策の一つとして、アメリカはじめ諸外国では、電話による勧誘を望まない消費者に事前に登録してもらい、登録された電話番号への電話勧誘を禁止する仕組み“Do Not Call 制度”を実施している。今後、日本での導入も期待される。

さらに、訪問販売では既に規制されている過量販売の問題がある。電話勧誘販売においても、強引な勧誘等により消費者にとって通常必要とされる分量を著しく超える健康食品やサプリメント類を次々に契約させるトラブルが目立った。例えば、健康食品等、前回の購入で 1 年分の使用量に相当する分量を購入しているのに、1 か月後にさらに 1 年分の使用量に相当する分量を販売するなどのケースである。このようなトラブルを受けて、平成 29 年 12 月施行の「改正特商法」で、電話勧誘販売でも過量販売による契約解除権が設けられた。

このように法律が整備されつつあるが、根本的には事業者が法律を遵守しなければ消費者被害が減ることはない。電話勧誘販売事業者団体には、一般社団法人日本コールセンター協会があり、自主行動基準などが定められ活用されている。今後は、会員のみならず非会員への働きかけや、更なる消費者被害の未然防止を図り、高齢者や判断不十分者にも配慮するよう、電話勧誘販売事業者全体で取組んでほしい。そして、電話勧誘販売事業者の更なるコンプライアンスの遵守と意識向上を切望する。

(4) 特定継続的役務提供事業者に対しての要請

特定継続的役務提供取引にあたるエステや家庭教師や学習塾等のサービスは、身体の美化や知識の向上を目的としているが、受けてみないと効果が分からず、すべての人が目的を達成できるか不確実な特性がある。消費者は誇大広告や虚偽説明から過大な効果を期待し、高額で長期間の契約を一括払いやクレジット契約で前払いすることが多い。結果が実現しないと気付いたときや、長期間の契約期間中に、病気・けが、失業などでサービスを受けられなくなることもあるが、「解約が認められない。」「解約料が高額である。」等トラブルが多発している。

こうした特定継続的役務提供取引では、平成 11 年に①エステティック②語学教室③家庭教師の在宅学習④学習塾の 4 業種が指定され、平成 16 年に⑤パソコン教室⑥結婚相手紹介サービスが、平成 29 年 2 月 1 日政令改正により⑦美容医療が追加された。現在 7 業種の特定継続的役務提供取引に対して、誇大広告・不実告知等の不当勧誘の禁止、概要書面の交付義務、前払式取引への財務内容等の開示、クーリング・オフ、中途契約、取消権の規定が置かれた。サービスの評価の難しい長期契約において、事業者は「特定商取引法」を遵守し、契約前に可能なかぎり詳しい情報を消費者に提供することが求められる。現状では、契約後かなりの期間が経過した後の解約トラブルが発生している。たとえば、サービスの提供に当たって購入が必要と言われて購入した商品で、政令で指定されている関連商品(エステの化粧品や健康食品、家庭教師や学習塾の教材等)は、クーリング・オフや中途契約ができるとされている。しかし、政令で指定されている商品について関連商品でないからと、消費者が解約を訴えても返品・解約を拒絶する事業者も多く、問題になっている。

今年度の Consumer ADR「裁定手続」を実施したのは、「家庭教師と補習用教材の中途解約返金に関する紛争」であった。事業者は月謝制の家庭教師を隠れ蓑にして、教材として使用することを前提に、高額で過量の補習用教材をセット契約しながら、教材は推奨品と主張し、返品・解約はできないと説明し販売していた。

さらに、美容医療サービスでは、雑誌やホームページの誇大広告や消費者にクリニックにおいて施術の必要性を誇大に強調したり、執拗に勧誘して契約を締結させたり、長期継続的な契約であるのに中途解約しないなどのトラブルが多発した。

そのため、平成 29 年 12 月 1 日に改正「特定商取引法」が施行され、美容医療のうち、(1)脱毛、(2)にきび・しみ等の除去、(3)しわ・たるみの軽減、(4)脂肪の減少、(5)歯の漂白等について、特定の方法によるものはクーリング・オフや中途解約ができるようになった。しかし、適用になる役務は上記のものだけであり、一回限りの施術(プチ整形と呼ばれる手術や包茎手術等)については適用対象外である。特定継続的役務提供取引の対象にはならない施術の高額な費用請求が問題になっており、緊急性のない高額な手術を即日施術される被害をなくすため、事業者・医療関係者にインフォームドコンセントの徹底を求めたい。また、平成 30 年 6 月 1 日に施行された改正「医療法」

によれば、これまで「広告」にあたらないとされていた美容医療サービスも含め医療機関のウェブサイト、メルマガ等についても規制の対象になった。美容医療のウェブサイトの広告等が受診のきっかけとなっており、治療等の内容・効果の体験談及び誤認されるおそれのあるビフォーアフターの写真の掲載は認められないとされた。

なお、特定継続的役務として規定されている役務以外の「スポーツ教室」、「ビジネス講座」、「増毛・育毛サービス」、「鍼灸治療院」等の多くの継続的役提供取引についても消費者被害が後を絶たない状態が続いている。事業者・医療関係者には「特定商取引法」に準じた対応を要望する。

〔3〕消費者への要請

インターネットの急速な広がりと共に、社会はめまぐるしく変化している。情報の洪水は新たな消費者トラブルを引起している。一方、高齢化社会の到来で、高齢者や判断力不十分者が訪問販売や電話勧誘販売でトラブルに遭ったという相談も多い。

「電気通信サービス」の利用は、老若男女を問わず消費者の基本的な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。電気通信事業者による様々な商品やサービスの広がりや消費者の選択の幅が広がるが、契約内容が複雑で消費者にとってはわかりにくい。

SNS にあふれる広告には、「簡単な作業で必ず儲かる。」「仮想通貨で儲ける方法」等の言葉が目立つ。広告を信じて高額料金を払ったが、「収入にはつながらない。」「解約を主張しても返金されない。」という相談が数多く寄せられている。簡単に儲かるという言葉は、社会通念を逸脱した情報であるという事を冷静になって判断して欲しい。

また、ネット上の広告を見て、「お試し」や「1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ら、実際は定期購入契約で、注文の取消しを伝えしたが、「解約ができない。」「解約の条件として通常価格との差額を請求された。」というトラブルが急増している。広告をよく見直すと、定期購入である事や総額表示などが確認できるが、「お試し」や「初回のみ」などの文言は、消費者の意識に強く焼付くことから、価格や購入回数等の重要な表示を見落とししてしまう。得する情報の裏には、失う何かがあることを肝に銘じて慎重に判断してもらいたい。

光コラボレーション事業者の勧誘には、「大手通信会社の代理店である。」「現在契約中の通信会社である。」「料金が安くなる。」などと謳い、電話だけで転用をさせることがある。解約の場合、消費者は8日以内なら初期契約解除制度を利用できるが、契約解除までに行われた工事費用、事務手数料、利用したサービス料などは請求される。電気やガスの自由化に伴い、異なる法律の規制を受ける契約を「セットで購入すれば安くなる。」という売り方も増えている。安さの裏には複雑な契約リスクが潜んでおり、注意が必要である。

「訪問販売」による高齢者の契約トラブルには、新聞購読や健康食品、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などがある。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のものがほとんどである。高齢者は昼間1人で在宅する割合が高く、孤独や判断力の低下に付け込まれて被害に遭いやすい。さらに、被害が想定できても契約内容が当事者から聞き取り困難であったり、家族に契約を知られて頑なになったりすることも多い。消費者が1度断った場合の再勧誘は禁止されているが、現実には次々に勧誘されている場合もある。地域の人による見守りが効力を発揮することもあり、地域の連携を活用することが必要である。

「電話勧誘販売」には、健康食品、化粧品、蟹等の海産物の相談がある。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。」

「どこか体に痛いところはないですか。」等と言って、強引に商品を送付したり、訪問の事前予告電話がきっかけで次々販売につながるケースもある。突然の電話の後に、送付された蟹や健康食品などを代金引換郵便で受取っても、契約先・契約内容がわかればクーリング・オフの通知を出して、返品、返金を求めることは出来る。気付いたら早めに消費生活センターに相談して欲しい。

電話による勧誘は、不意打ち性や覆面性から消費者が電話に出てしまうことが多く、出ると電話を切りにくい。事業者は勧誘に先立ち事業者等の氏名、商品若しくは権利または役務の種類、契約の締結を目的とした勧誘であることを告げなければならないが、実際には事業者名など告げられないことが多く、仮に告げられても早口・横文字を多用されたりして、聞取れないことが多い。契約を1度断った場合の再勧誘は禁止されているので、不要ならきっぱり短く断る勇気が必要である。他にも、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、自衛する対策も検討する必要がある。

「特定継続的役務提供取引」は、現在①エステティック、②語学教室、③家庭教師の在宅学習、④学習塾、⑤パソコン教室、⑥結婚相手紹介サービス、⑦美容医療が規制の対象となっている。これらの業種には、誇大広告・不実告知等の不当勧誘の禁止、概要書面の交付義務、前払式取引への財務内容等の開示、クーリング・オフ、中途契約、取消権の規定がある。サービスの契約は受けてみないと効果が分からず、目的が達成できるか不確実である。過大な効果を期待し、高額で長期間の契約を一括払いやクレジット契約で前払いすることも多いが、結果が得られない時や長期間の契約期間中に、病気・けが、失業などでサービスを受けられなくなると、中途解約時の解約料などでトラブルになりやすい。高額、長期契約になりやすいので、事業者を選ぶ際には、契約期間、サービス内容、価格、解約時のリスクなど事前情報を元に慎重に検討することが大切である。

一方、美容医療サービスでは、美容医療のウェブサイトの広告等が受診のきっかけとなる場合がある。治療等の内容・効果の体験談及び誤認されるおそれのあるビフォーアフターの写真の掲載は禁止されているが、クリニックが施術の必要性を誇大に強調したり、執拗に勧誘して不安をあおって契約を締結させる場合もある。また、特定継続的役務提供取引の対象にはならない施術や、緊急性のない高額な手術を即日施術として勧めることもある。急がせる施術や高額手術などが提示されたら、一旦断って周りの人に相談したり、セカンドオピニオンでの情報収集も検討して欲しい。

2022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若者には、常に情報のアンテナを四方にめぐらすとともに、社会の中でのバランス感覚を身に着けていくことを望みたい。

6. 2 Consumer ADR の現状と今後の課題

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 開設してから 12 年目となる。ADR としては、「特定商取引法」という法律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 で手続き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ていく。段階としては、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、今年度からは、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。

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、消費者にとり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すために、Consumer ADR の現状と今後の課題について以下検証していきたい。

（1）ADR 機関としての認知度の向上

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 8 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。こうした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

21 世紀を迎え、消費者関連法規が次々と制定、改正され、また消費者庁の設立をはじめとした消費者行政の推進が行われた結果、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、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へ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

平成24年に消費者教育推進法が施行され、学校における消費者教育の必要性が叫ばれるようになった。さらに、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た。選挙権年齢の18歳引下げ時には、学校であまり教育されてこなかった選挙について授業時間が増加したと言われている。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・テレホンでも、若年層からの相談は後を絶たない。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、制度についても高校生までには教育していくことを検討していきたい。また、学校現場でもADR制度についての教育を実施してもらいたい。

平成30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

石原 絹子

伊東 広美

乾 摂子

岩田 静代

大井 菜子

大西 幸恵

岡本 由美

香浦 奈美

勝又 恵美子

亀田 康子

河井 恵子

木村 嘉子

久保田 直子

河口 早苗

河野 順子

古賀 万里子

小西 和恵

金藤 博子

櫻木 和美

澤井 和美

白井 宗子

瀬川 和代

大道 不二子

武井 紀子

竹内 久江

田辺 尚代

谷口 貴代美

田村 朋子

寺園 純子

仲澤 悦子

中野 赫子

中野 賀予子

中野子 礼子

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

松尾 亜沙子

松本 恭子

三輪 泰子

村上 博子

牟田 洋子

森田 里花

山内 恵香

山岸 直子

山口 知香

山本 いく子

山本 英利子

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

ConsumerADR 業務規程

目次

- 第1章 総則 (第1条—第3条)
 - 第2章 Consumer ADRの通則 (第4条—第12条)
 - 第3章 Consumer ADR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Consumer ADR（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 Consumer ADR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Consumer ADR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Consumer ADR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みなす。

(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Consumer ADR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 Consumer ADR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、Consumer ADR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 消費者であつて、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、適度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つて、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って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って納付したときは、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。

平成 30 年度

消費者取引裁判外紛争解決手続

Consumer ADR 報告書

平成 31 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