

NACS

キャンセル なんでも 110 番

～ネット通販、スポーツクラブ、旅行、通信、
結婚式場、新型コロナウイルス関連などなど～

報告書



消費者庁イラスト集より

2020 年度

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

NIPPON ASSOCIATION OF CONSUMER SPECIALISTS



競輪の補助事業

この報告書は、競輪の補助金により作成しました。

<http://jka-cycle.jp>

2020年度 NACS なんでも 110 番事業

「キャンセルなんでも 110 番」報告書

～ネット通販、スポーツクラブ、旅行、通信、結婚式場、
新型コロナウイルス関連などなど～

目次

	ページ
NACS110 番(2020 年度)のご報告	1
I. 実施要綱	
I-1 実施要綱	2
I-2 事前研修会の開催	3
II. 相談受付概要	
III. 相談事例と相談内容別の問題点	
III-1 分野別相談事例	
1. ネット通販	17
2. スポーツクラブ	22
3. 旅行	23
4. 通信	25
5. 結婚式場	27
6. 新型コロナウイルス関連	28
7. その他	29
III-2 アドバイザーコメント	38

IV. 提言・要望

IV-1 提言・要望 40

IV-2 関係機関への要望 42

V. 広報活動・掲載メディア

V-1 広報活動 46

V-2 掲載メディア 46

VI. その他 110 番関連資料 48

事前講座風景・相談風景・110 番チラシ

『NACS「なんでも 110 番」一覧』・110 番対応者

NACS110 番 (2020 年度) のご報告

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

ここに NACS110 番(2020 年度)の報告書をお届けします。

NACS110 番は、今回で 33 回を数えます。報告書を見返すと、その時々、社会問題や立法的課題を反映した興味深い問題が並んでおり、NACS は、これらの報告書をもとに関係諸機関に対する提言や、審議会での発言、消費者啓発などに取り組んできました。その意味では、110 番は、NACS が消費者問題と直接に向き合うまたとない機会です。今回のテーマは、「消費者トラブル キャンセルなんでも 110 番～ネット通販、スポーツクラブ、旅行、通信、結婚式場、新型コロナウイルス関連などなど～」というもので、昨年度に続き横断的に問題に対応しようとするものです。不当な勧誘行為とりわけ「つけ込み」についての規制の必要性が叫ばれている中、実際にどんな形で消費者が困惑させられているか、新型コロナ禍におけるトラブルや「つけ込み被害」に巻き込まれているかを、浮き彫りにしようというものです。

東京相談室では 10 月 4、11、18、25 日(日)、大阪相談室では 10 月 3、10、17、24 日(土)に実施しました。相談受付件数は、東京・大阪合計で 109 件に上りました。コロナ禍の大変な時期でしたが、大阪と東京で 8 日間にわたって実施された 110 番では、相変わらずの架空請求のみならず、副業サイトから怪しげな情報商材への勧誘や、トイレ詰まりで焦っているところにつけ込んだ過大な請求、新型コロナの感染拡大に対する不安につけ込んだ不当な勧誘行為まで、いまだきの世相を反映した怪しげな勧誘・広告等の相談を受けました。相談内容は多岐にわたりますが、全体のほぼ半数がインターネットを利用した通信販売の相談であることは自粛による自宅での生活やネット利用を反映したものでしょう。お試しのつもりで申し込んだのに意図せず定期購入になってしまったサプリメント、トライアルのつもりが継続会員になった質問回答サイト、フリマアプリで買ったイヤホンがニセモノだった、注文した商品が届かない、届いた商品が粗悪品だった、さらにはアダルトサイトのワンクリック請求など様々です。相談員は相談を受けながら、インターネットで相談者が利用したサイトを特定・確認し、回答するという作業で、1 件の相談時間が以前と比べて長くなりがちでした。鍵の開錠サービス、火災保険を使った住宅リフォーム、電話勧誘販売による果物の販売、賃貸アパートの退去に伴う原状回復、通信契約の解約などの相談、子どものオンラインゲームによる高額課金や、収入減を補うための副業(情報商材など)の相談、さらに食事のデリバリーサービスの二重課金など、新型コロナウイルス感染防止のために在宅時間が増えた影響によるものと思われる。ネット社会での消費者問題には、今後とも注意が必要です。

受け付けた相談数は決して多いものではありませんが、こうして「110 番」にまでたどり着いて相談できた消費者は、氷山の一角です。巧妙化する不当勧誘・不当請求に対し、声をあげずに泣き寝入りしている消費者は沢山居るはずです。

NACS では、相談事例等を分析して、今後の提言などに是非役立てたいと考えています。本報告書が関係諸機関において、十分に活用していただけることを心から祈念しております。

2020 年 12 月

☆この事業は競輪の補助(2020P-113)を受けて実施することができました。

I. 実施要綱

I-1 実施要綱

以下の事業内容で110番を実施しました。

消費者トラブル キャンセルなんでも110番

～ネット通販、スポーツクラブ、旅行、通信、結婚式場、
新型コロナウイルス関連などなど～

近年スマートフォンが普及し、誰でも簡単にインターネット取引ができる時代になりました。しかし、その一方で取引相手の所在地が外国だったり、「初回無料」「お試し〇〇円」という安い値段に惹かれて注文したはずが購入回数の縛りがある定期購入だったり、と思いがけない契約になることがあります。あわてて解約を申し出ても、解約を受けてくれない、高額な解約料を請求された、というトラブルが生じています。複雑な仕組みの通信契約、SNSがきっかけで契約した「必ず儲かる」という情報商材などの解約に関する相談も依然数多く寄せられています。

また本年は、新型コロナウイルス感染予防のための活動自粛による、旅行関連、結婚式場、スポーツジム、卒業式で着用予定だった貸衣装等のキャンセルの相談が急増しました。

以上のことから、本年の「なんでも110番」はキャンセルについて取り上げ、キャンセルに関わる広告表示や決済手段なども含め、幅広くご相談を受け付けることといたしました。

寄せられた相談、苦情内容を集計、抽出、分析し、その背景にある問題点を精査して、現在の法規制の不備等、関係諸機関に情報提供及び提言をしていきたいと思っております。

記

日 時 : 東京相談室 2020年10月4日、11日、18日、25日(日)
午前10時～午後4時
大阪相談室 2020年10月3日、10日、17日、24日(土)
午前10時～午後4時

電 話 : 東京相談室 03-6450-6631 (FAX 03-6450-6591)
大阪相談室 06-4790-8110

主催・相談対応 : (公社)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)
アドバイザー : 瀬戸 和宏 弁護士

I-2 事前研修会の開催

今回のテーマは、「キャンセルなんでも 110 番」～ネット通販、スポーツクラブ、旅行、通信、結婚式場、新型コロナウイルス関連などなど～ です。

本年は新型コロナウイルス感染者急増を受けて緊急事態宣言が出され、スポーツクラブ、旅行、結婚式場などが休止・延期になり、それらのキャンセルの相談が増えました。一方ネット通販の定期購入の相談も増えています。事前研修では、「民法」、「電子商取引法」や「消費者契約法」、「特定商取引法」、「割賦販売法」等に造詣の深い弁護士を講師に招き、相談担当者が共通の認識、最新の情報を共有して 110 番当日に備えました。

東京

事前研修

内容 : 「キャンセルに係る消費者トラブルの対応について
～解除・取り消し・無効・キャンセル料など～
～特定商取引法、消費者契約法、割賦販売法の活用を中心にして～

日時 : 2020年9月16日(金) 午後7時～9時

会場 : 全国婦人会館 2階会議室及び ZOOM(オンライン)

講師 : 弁護士 瀬戸 和宏 氏

日弁連消費者問題対策委員会 幹事

東京弁護士会 消費者問題特別委員会 委員

クレジット・リース被害対策弁護団(団長)

適格消費者団体 特定非営利活動法人消費者機構日本 理事

大阪

事前研修

内容 : 「消費者問題における多様なキャンセルについて」

日時 : 2020年9月30日(日) 午後2時～4時

会場 : 大阪産業創造館 6階会議室 E および ZOOM(オンライン)

講師 : 弁護士 薬袋 真司 氏

大阪弁護士会消費者保護委員会 委員

日弁連消費者問題対策委員会 幹事

消費者六法編集委員

II. 相談受付概要

2020年度の110番事業では、「『消費者トラブル キャンセルなんでも110番』～ネット通販、スポーツクラブ、旅行、通信、結婚式場、新型コロナウイルス関連など～」を、10月3日（土）、4日（日）、10日（土）、11日（日）、17日（土）、18日（日）、24日（土）、25日（日）の計8日間、東京と大阪の2か所で実施しました。相談件数は8日間で109件ありました。

近年、インターネット環境が整い、特にスマートフォンが普及したことにより、誰でも簡単にインターネット取引ができる時代になりました。

本年2月以降コロナ禍に由来する旅行や結婚式場のキャンセルの相談が急増しました。現在も相談件数は減ったものの、新型コロナ関連の相談は引き続きNACS相談室に入ってきています。

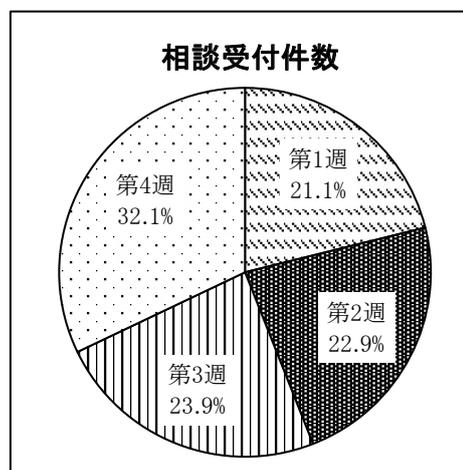
このような状況を受け、今年度のテーマを「幅広い分野のキャンセルに関わる事案」としました。今年度は相談の受付形態を変え、10月の土・日のウィークエンド・テレホンと同時開催としました。

以下に記載した、110番で受け付けた相談についての集計をもとに、問題点を抽出し、関連法令等の見直しの必要性を提言していきたいと考えています。

II-1 相談受付件数

相談受付件数は109件となりました。

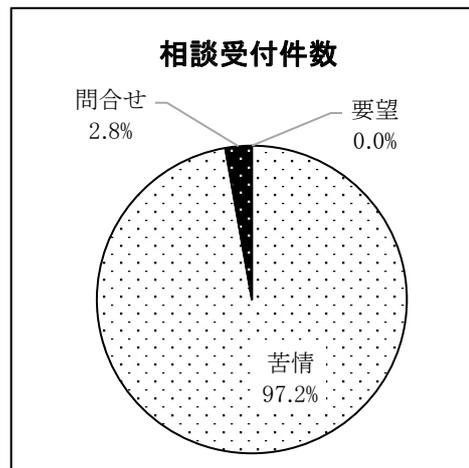
相談件数	東京	大阪	計	比率 (%)
第1週	10 (4日)	13 (3日)	23	21.1%
第2週	12 (11日)	13 (10日)	25	22.9%
第3週	14 (18日)	12 (17日)	26	23.9%
第4週	21 (25日)	14 (24日)	35	32.1%
総計	57	52	109	100.0%



Ⅱ－２ 相談区分

相談区分別では、109件の相談のうち苦情が106件(97.2%)を占めました。

区分	計	比率(%)
苦情	106	97.2%
問合せ	3	2.8%
要望	0	0.0%
総計	109	100.0%



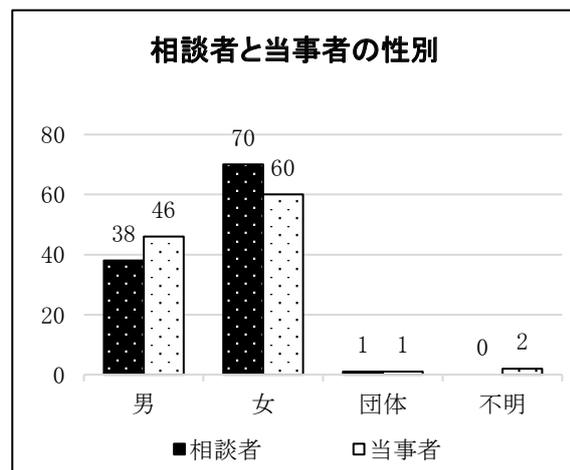
Ⅱ－３ 相談者・当事者の属性

相談者・当事者の属性を、性別、年代別、職業別に比較しました。相談者とは、当窓口で電話をしてきた人、当事者とは実際に契約を行っている、または事業者と相対している人をいいます。性別で見ると、相談者では男性38件、女性70件、当事者では男性46件、女性60件と、相談者・当事者ともに女性からの相談が多くありました。

相談者の年代別では、50代が33件と最も多く、次いで40代22件でした。また、10代では、周囲の家族等からの相談が、当事者からの相談を上回りました。80代では、家族等からの相談が、当事者からの相談と同数でした。

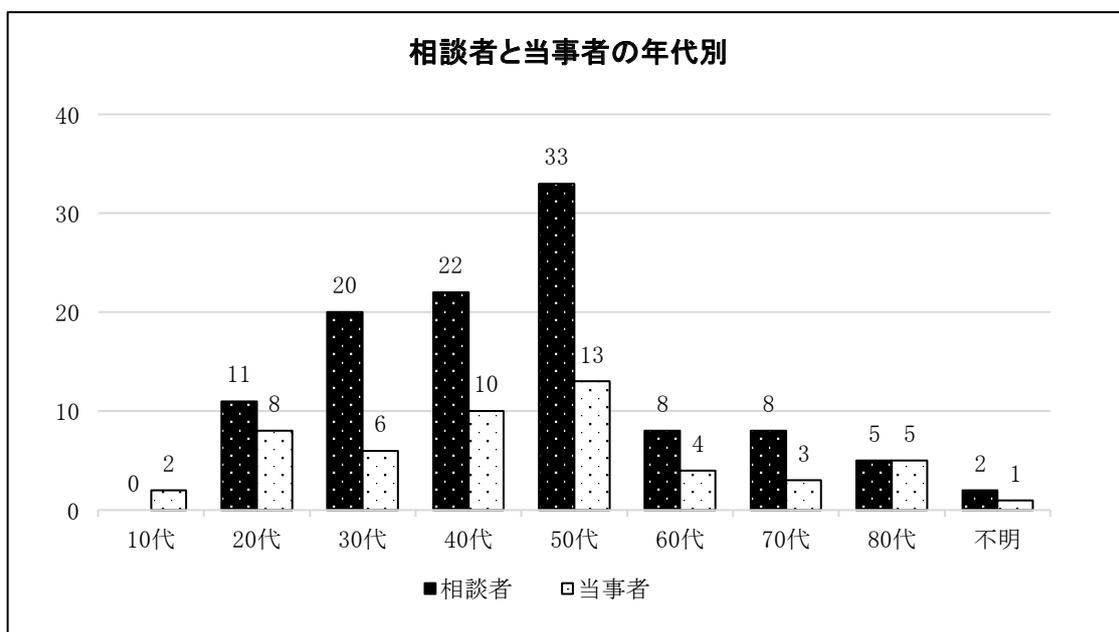
①相談者・当事者の性別

性別	相談者	比率(%)	当事者	比率(%)
男	38	34.9%	46	42.2%
女	70	64.2%	60	55.0%
団体	1	0.9%	1	0.9%
不明	0	0.0%	2	1.8%
総計	109	100.0%	109	100.0%



②相談者・当事者の年代別

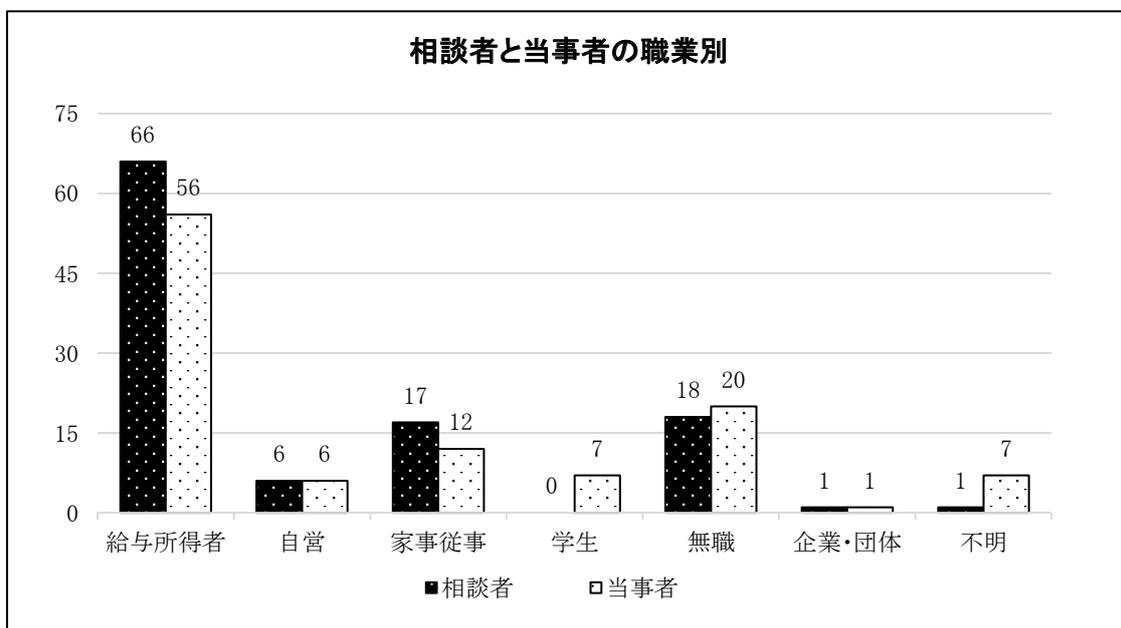
年代別	相談者	比率(%)	当事者	比率(%)
10代	0	0.0%	2	1.8%
20代	11	10.1%	8	7.3%
30代	20	18.3%	6	5.5%
40代	22	20.2%	10	9.2%
50代	33	30.3%	13	11.9%
60代	8	7.3%	4	3.7%
70代	8	7.3%	3	2.8%
80代	5	4.6%	5	4.6%
90代	0	0.0%	0	0.0%
不明	2	1.8%	1	0.9%
総計	109	100.0%	109	100.0%



③相談者・当事者の職業別

職業別では、相談者・当事者ともに給与所得者からの相談が最も多く、66件でした。これは、NACSが行う土日の相談窓口「ウィークエンド・テレホン(WET)」にもみられる傾向であり、平日の日中は仕事で相談できない人が「110番」を利用したものであると考えられます。次に多いのは、相談者・当事者とも無職で、相談者18名、当事者20名でした。

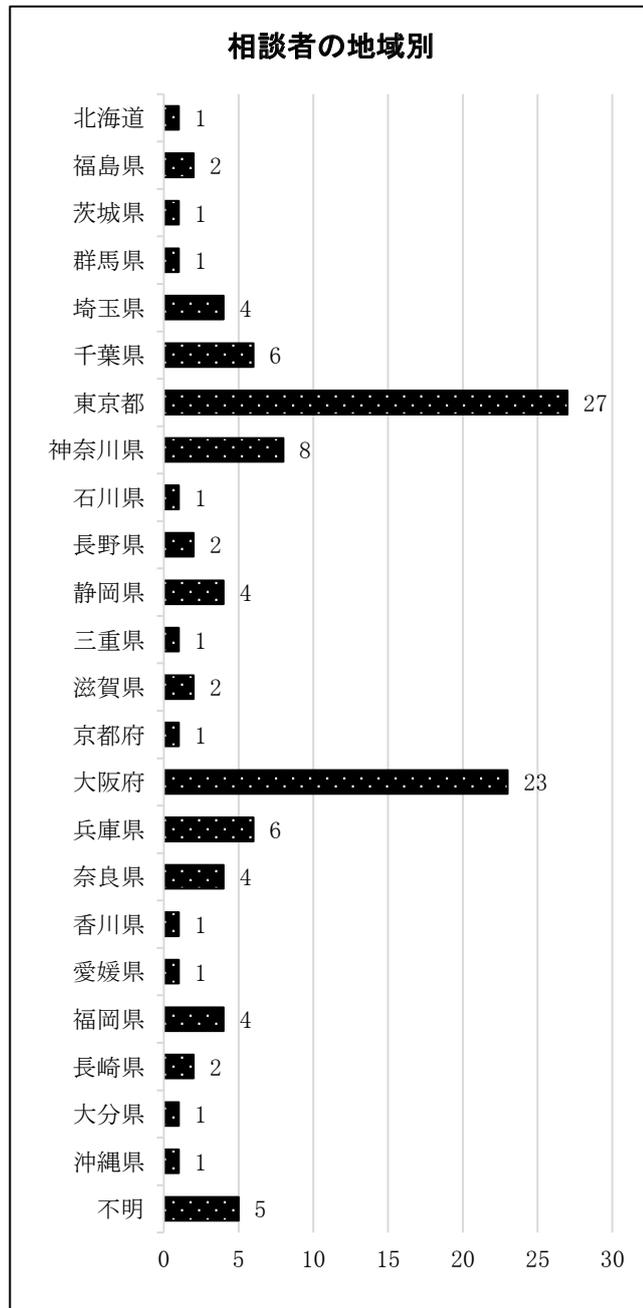
職業別	相談者	比率(%)	当事者	比率(%)
給与所得者	66	60.6%	56	51.4%
自営	6	5.5%	6	5.5%
家事従事	17	15.6%	12	11.0%
学生	0	0.0%	7	6.4%
無職	18	16.5%	20	18.3%
不明	1	0.9%	1	0.9%
総計	59	100.0%	59	100.0%



④相談者の地域別

都道府県別で最も多かったのは、東京都27件、次いで大阪府23件となりました。3位は神奈川県8件、4位は千葉県と兵庫県が同数で各6件の相談がありました。今年は東京都と大阪府が突出していました。インターネットで土日の相談窓口を検索され、相談される方が多くありました。

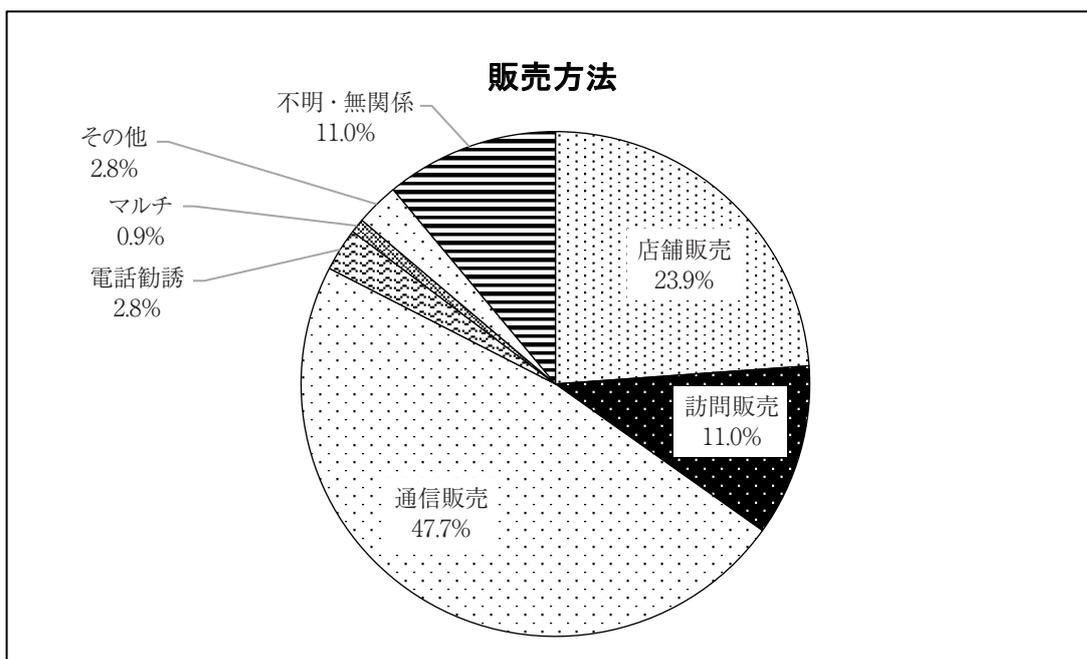
地域別	相談件数	比率(%)
北海道	1	0.9%
福島県	2	1.8%
茨城県	1	0.9%
群馬県	1	0.9%
埼玉県	4	3.7%
千葉県	6	5.5%
東京都	27	24.8%
神奈川県	8	7.3%
石川県	1	0.9%
長野県	2	1.8%
静岡県	4	3.7%
三重県	1	0.9%
滋賀県	2	1.8%
京都府	1	0.9%
大阪府	23	21.1%
兵庫県	6	5.5%
奈良県	4	3.7%
香川県	1	0.9%
愛媛県	1	0.9%
福岡県	4	3.7%
長崎県	2	1.8%
大分県	1	0.9%
沖縄県	1	0.9%
不明	5	4.6%
総計	109	100.0%



Ⅱ－４ 販売方法

販売方法では通信販売がほぼ半数を占めました。インターネットの普及とコロナ禍で通信販売を利用する人が増え、トラブルも増加していることがうかがわれます。店舗販売が約24%とそれに続き、訪問販売などの相談も11%ありました。

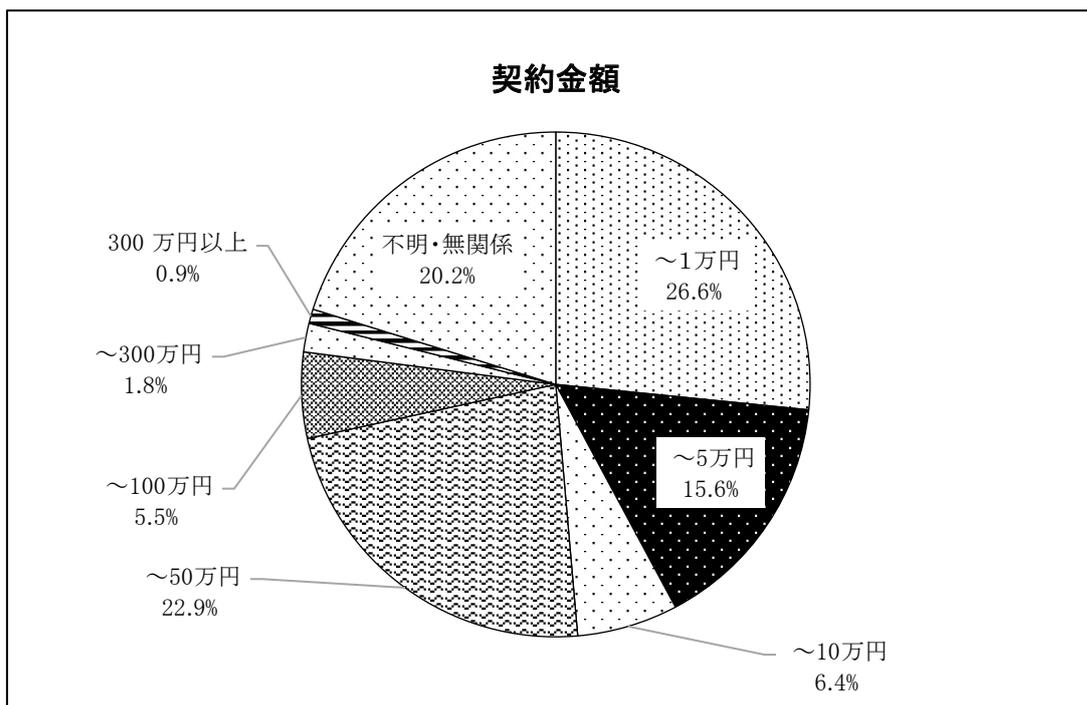
販売方法	計	比率(%)
店舗販売	26	23.9%
訪問販売	12	11.0%
通信販売	52	47.7%
電話勧誘	3	2.8%
マルチ	1	0.9%
その他	3	2.8%
不明・無関係	12	11.0%
総計	109	100.0%



Ⅱ－５ 契約金額

契約金額別にみると、金額に無関係な相談を除いて、1万円未満が29件と最も多く、次いで、10万円以上50万円未満が25件、1万円以上5万円未満が17件の順となっています。

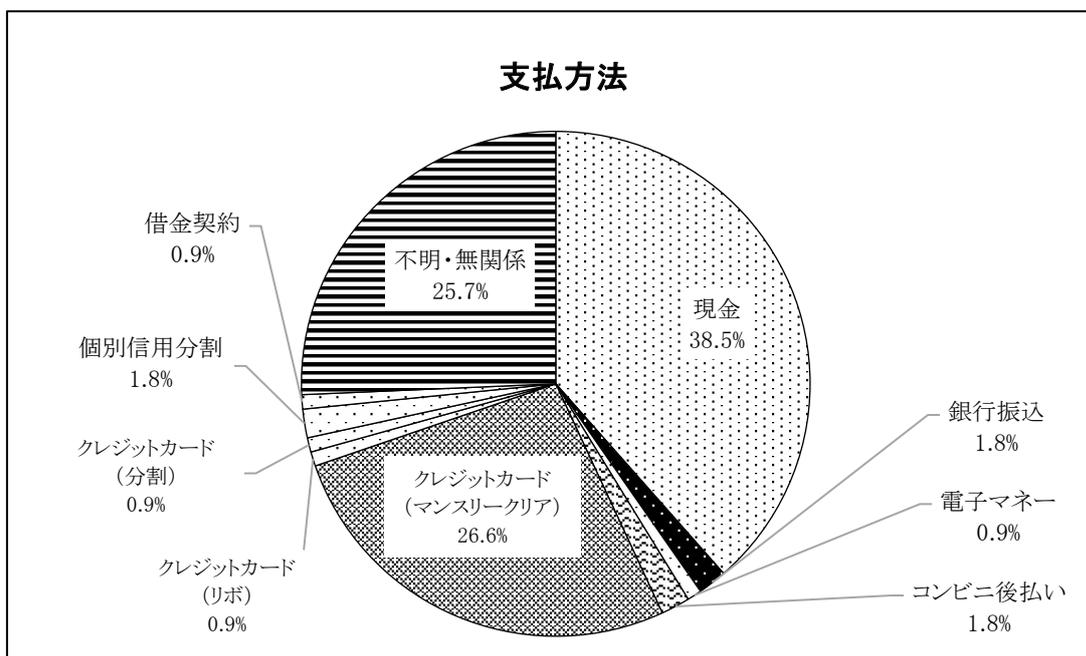
契約金額	計	比率(%)
～1万円	29	26.6%
～5万円	17	15.6%
～10万円	7	6.4%
～50万円	25	22.9%
～100万円	6	5.5%
～300万円	2	1.8%
300万円以上	1	0.9%
不明・無関係	22	20.2%
総計	109	100.0%



II-6 支払方法

支払方法別にみると、現金払いが42件で最も多く、次いでクレジットカード（マンスリークリア）が29件となりました。

支払方法	計	比率(%)
現金	42	38.5%
銀行振込	2	1.8%
電子マネー	1	0.9%
コンビニ後払い	2	1.8%
クレジットカード（マンスリークリア）	29	26.6%
クレジットカード（リボ）	1	0.9%
クレジットカード（分割）	1	0.9%
個別信用分割	2	1.8%
借金契約	1	0.9%
不明・無関係	28	25.7%
総計	59	100.0%



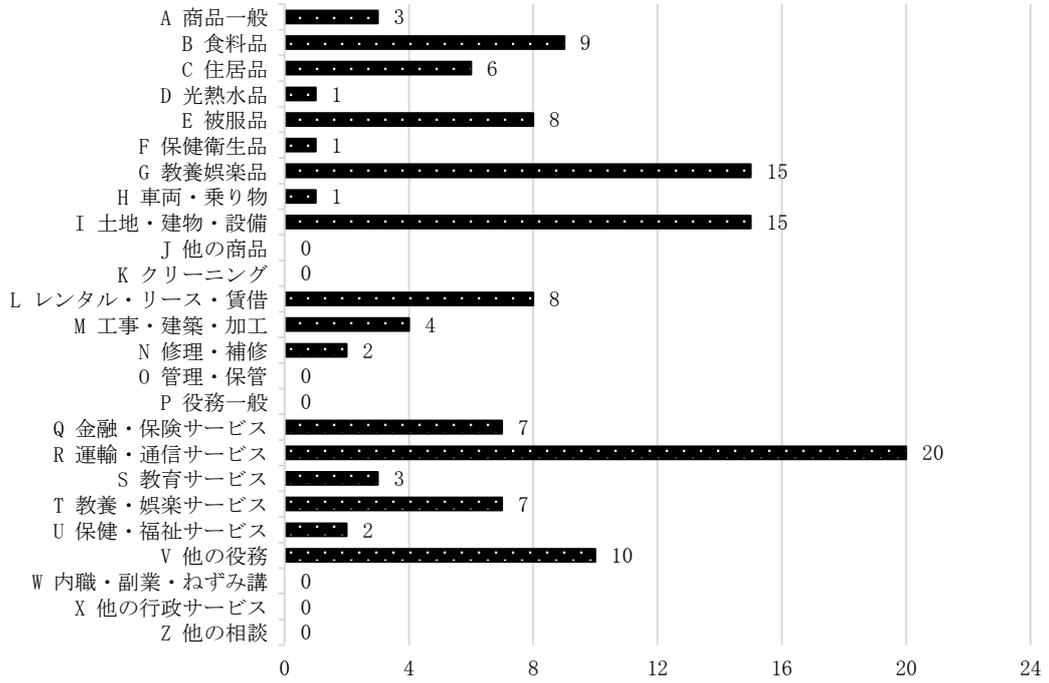
Ⅱ－７ 商品・役務別分類

相談を、商品（A～J）、商品関連役務（K～O）、役務（P～X）、他の相談（Z）に分類しました。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に重複して計上されており、総数は122件になっています。

役務のうちR（運輸・通信サービス）に分類されている20件に関しては半数近くがアダルトサイトに関する相談であり、他にはオンラインゲーム、話し相手になって収入が得られるという副業などがありました。Q（金融・保険サービス）に関しては保険に関する相談。T（教養娯楽サービス）では旅行、スポーツクラブに関する相談がありました。

商品		商品関連役務		役務	
A商品一般	3	Kクリーニング	0	P役務一般	0
B食料品	9	Lレンタル・リース・賃借	8	Q金融・保険サービス	7
C住居品	6	M工事・建築・加工	4	R運輸・通信サービス	20
D光熱水品	1	N修理・補修	2	S教育サービス	3
E被服品	8	O管理・保管	0	T教養・娯楽サービス	7
F保健衛生品	1	優先コード（K～O）小計	14	U保健・福祉サービス	2
G教養娯楽品	15			V他の役務	10
H車両・乗り物	1			W内職・副業・ねずみ講	0
I土地・建物・設備	15			X他の行政サービス	0
J他の商品	0			役務（P～X）小計	49
商品（A～J）小計	59			Z他の相談	0
				総計	122

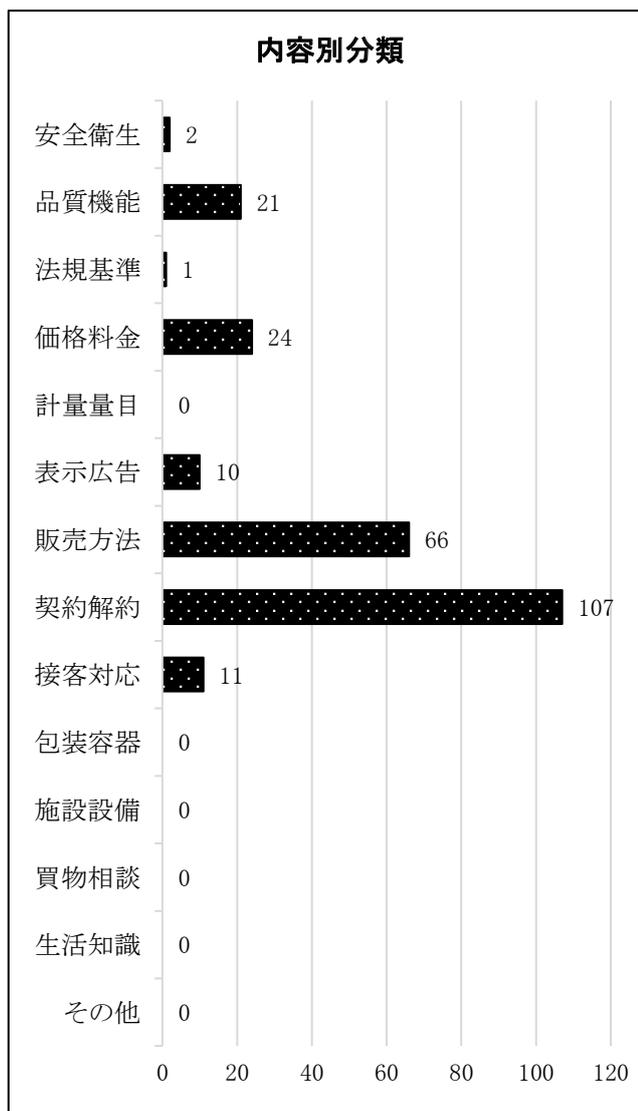
商品・役務別分類



II-8 内容別分類

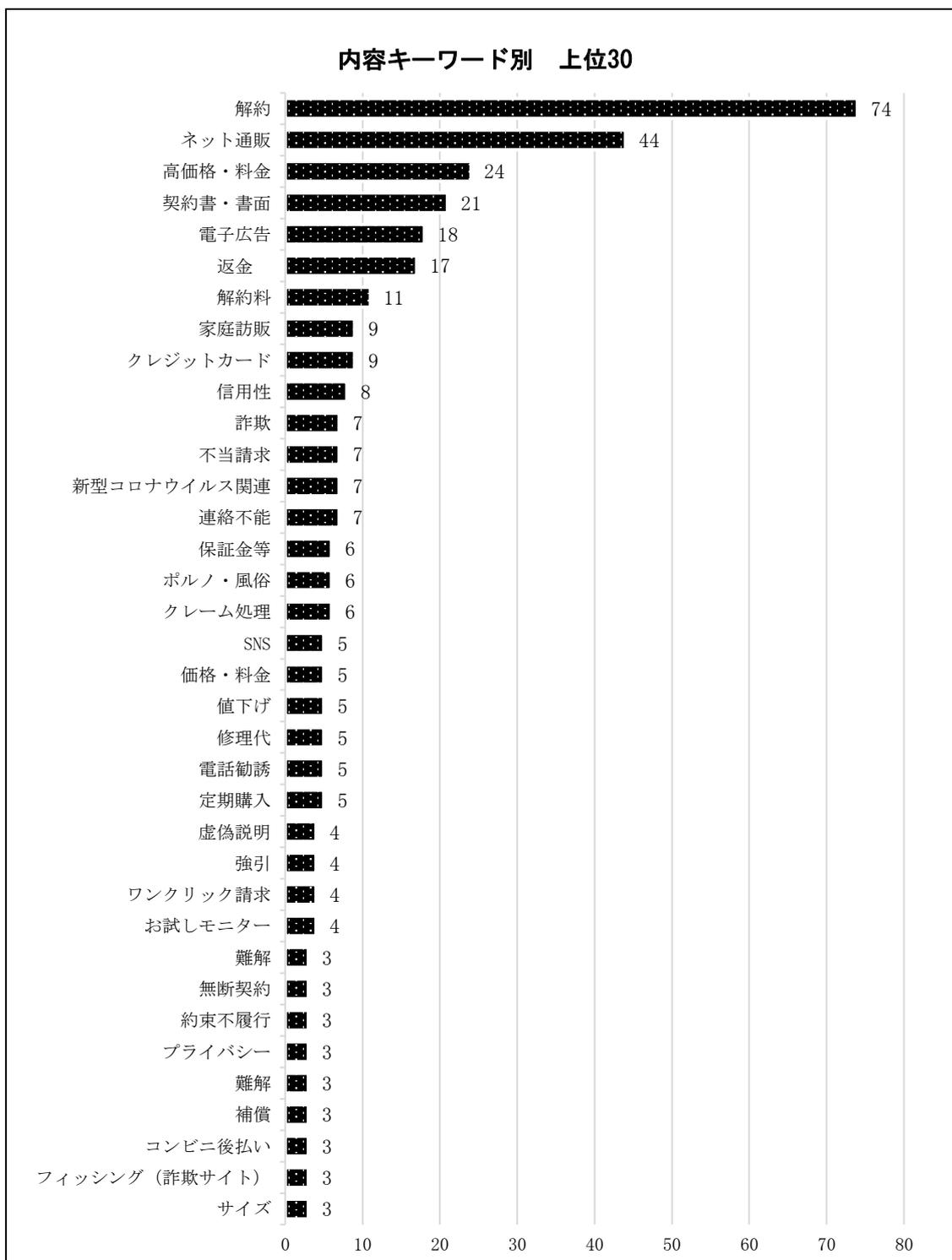
相談内容を、14項目の分類別で集計しました。内容別分類では、契約・解約に関する相談が107件と最も多く、続いて販売方法66件、価格・料金24件の順となり、昨年と同様の結果となりました。

内容別分類	計	比率 (%)
安全衛生	2	0.8%
品質機能	21	8.7%
法規基準	1	0.4%
価格料金	24	9.9%
計量量目	0	0.0%
表示広告	10	4.1%
販売方法	66	27.3%
契約解約	107	44.2%
接客対応	11	4.5%
包装容器	0	0.0%
施設設備	0	0.0%
買物相談	0	0.0%
生活知識	0	0.0%
その他	0	0.0%
総計	242	100.0%



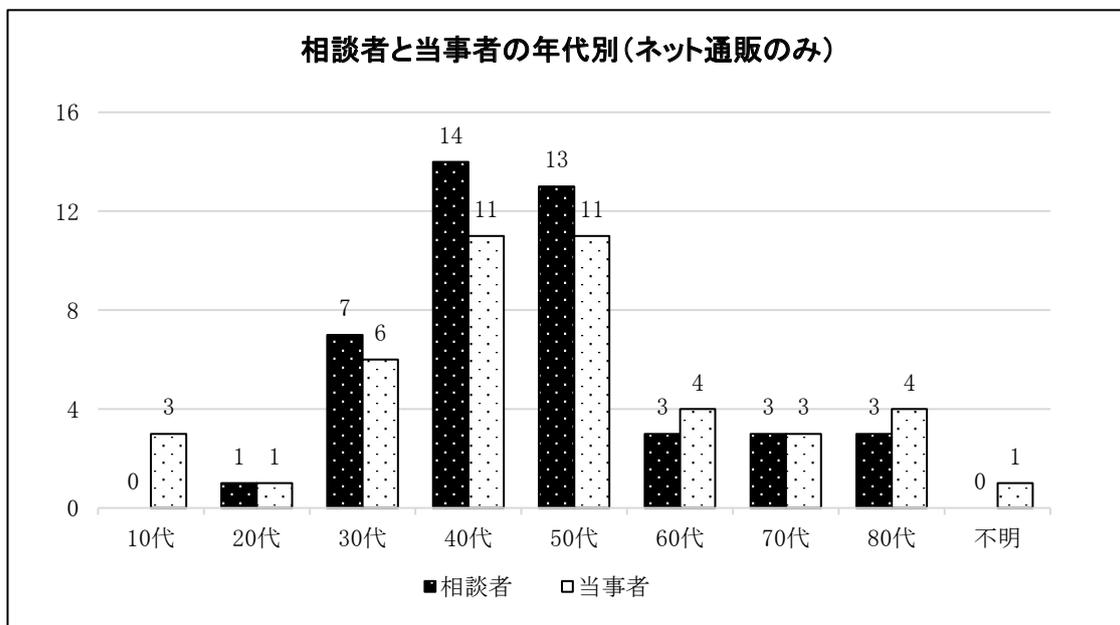
Ⅱ－9 内容キーワード別分類

内容キーワード別にみると、1位が「解約」で74件、2位が「ネット通販」44件、3位が「高価格・料金」24件の順となりました。また、「新型コロナウイルス関連」7件等、今回のテーマに沿った相談も寄せられました。



なお、ネット通販に関する相談を年齢別に集計したところ、40代と50代が6割を占めました。

年代別	相談者	比率(%)	当事者	比率(%)
10代	0	0.0%	3	6.8%
20代	1	2.3%	1	2.3%
30代	7	15.9%	6	13.6%
40代	14	31.8%	11	25.0%
50代	13	29.5%	11	25.0%
60代	3	6.8%	4	9.1%
70代	3	6.8%	3	6.8%
80代	3	6.8%	4	9.1%
90代	0	0.0%	0	0.0%
不明	0	0.0%	1	2.3%
総計	44	100.0%	44	100.0%



Ⅲ. 相談事例と相談内容別の問題点

Ⅲ-1 相談概要と問題点

1. ネット通販

①<解約した定期購入の不当請求>

(契約年月：2019年 相談者：女性 30歳代 給与所得者)

相談概要

昨年、ネット通販の定期購入で健康食品を注文した。業者が決めた回数を購入した後、解約できるという条件だった。指定回数を受け取り、代金は商品が届くたびにコンビニ後払いで支払った。最終の支払いを終えた後、業者に電話をして解約を申し出て、窓口の人は解約を了承してくれた。しかし、最近になって法律事務所から、5,000円程度の未払いがあると督促状が届いた。払ったはずだが、抜けがあったのかもしれないと思い支払った。それなのに、また今週、法律事務所から督促状が届いた。どうしたらよいだろうか。

助言

前回督促を受けた際に支払ったことを法律事務所に申し出るよう伝えた。そのとき、コンビニ後払いで支払った際の領収書を証拠として示せるとよいと話したが、既に捨ててしまったとのことだった。いずれにしても、行き違いがあるかもしれないため、まずは既払いであることを申し出るよう伝えた。また今後は、領収書を一定期間保管するよう助言した。

問題点

定期購入に限らず、法律事務所から督促状が届いたという相談は、各地の消費生活センターを含め、多く寄せられている。その際、いつどのような契約をした件に関する督促なのかが明記されていないため、消費者が困惑するという状況がよく見られる。事業者が、消費者へ短期間支払いが滞っただけでも法律事務所に督促業務を委任していることが、消費者を困惑させる一因になっている。事業者は、早期代金回収に向け、消費者を困惑させて支払わせるような手段を取るのではなく、契約者に説明を尽くしてトラブルを解決する姿勢を持つべきである。また、弁護士が、こうした委任を受けた場合、請求明細を示さず督促状のみを消費者に送るという請求方法を取ることに問題がある。

今回の事案についても、購入総回数のうち、いつの分の請求かを明記した督促状を送っていただければ、相談者が困惑することはなかったのではないかと。法律事務所からの督促請求という、消費者を不安にさせるような請求方法は、改善してほしい。また契約内容の

問い合わせに関しては、突然書面を送ってきた法律事務所に電話をかけることは、消費者の心理的負担が大きい。消費者の負担軽減のために、事業者へ問い合わせができる電話番号を表記するなどの配慮も求めたい。そして消費者も、領収書については、取引から5年間は手元に保管するよう心がけるべきである。少なくとも、いつ何を支払ったか記録を残すなどしておく必要がある。また支払い内容に疑問がある場合は、請求内容を事業者に確認してから支払うようにすべきである。

②<安さにつられ購入したサプリが定期購入で解約電話がつかない>

(契約年月：2020年10月 相談者：男性 50歳代 自営業者)

相談概要

10月初旬に500円の麴のサプリメントをインターネットで購入。商品が届いてから定期購入とわかり、解約は次回発送予定11月9日の10日前までに連絡するように書いてあった。定期購入と知らなかったと伝え、解約をしようと業者に電話するが繋がらない。購入時の画面を残しているが、定期購入との記載はなかった。このままでは解約できない。どうしたらよいか。

助言

定期購入の記載がないことに対する証拠があるなら、事業者はその旨をメールで申し出るように伝えた。それでも解決しない場合は、居住地のセンターで相談するように案内した。

問題点

この案件にかかわらず、「安さにつられて購入した商品が、定期購入であった。解約したい」という相談が多い。2017年12月1日に施行された「改正特定商取引法」で、定期購入に関し、広告内に定期購入契約であることを明記し、料金総額、契約期間などの取引内容の詳細を、わかりやすく表示するよう規定された。この改正を受け、規定の内容を記載する業者が増えているようには感じられる。しかし改正後、スマートフォンの場合などは、「とても小さい文字で表示されている」、「スクロールし続けると、解約条件や返品条件など重要なことを表記した部分にたどり着けない」などの問題から、相談は激増している。表記の仕方に問題があり、消費者が、これらの表記に気付かず契約してしまう例が後を絶たない。記載する文字の大きさや色についても、規定が必須である。早急に、この点についての規定の追加を求めたい。また、事例のように「解約したくても電話がつかない」という相談も多い。通信販売の場合は、通達により、電話番号は「確実に連絡がとれる番号を表示することを要する」とされている。全くつかないわけではないにしても、消費者が困惑するほどであれば、解約の機会を逸して

次の商品が届くなど問題は大きい。事業者には、電話回線を増やす、つながりやすい時間の案内を商品に同封する、他の連絡手段を提示するなど、対応の工夫が必要である。消費者に対しては、価格だけに気を取られて注文するのではなく、画面表示を隅々まで確認した上で、注文するよう求めたい。

③<質問サイトの契約をしたが無料期間中に解約したい>

(契約年月：2019年12月 相談者：女性 20歳代 無職)

相談概要

昨日、パソコンで質問サイトに質問し、昨夜のうちにすぐ回答を得た。お試し期間が8日間あり、それを過ぎると自動継続され有料になるので、お試し期間中に解約したい。解約方法がわからず困っているが、メール申し出ればよいか。

助言

一般に解約の条件は、規約に書かれていると説明した。まず、質問サイトの規約を確認するよう助言した。相談室でも業者のホームページを確認し、電話番号の記載も見つけたので、メールに加え、電話でも解約を申し出ておくよう伝えた。もしそれでも解約できないようであれば、居住地のセンターに相談するよう付言した。

問題点

この相談以外に、「申し込み画面の表示が見つらく、英語の検定試験を二重申し込みした。1回分の費用を返金してほしい」「注文したものが、インターネットの画面で見たものとイメージが異なる。返品返金の対応をしてほしい」など、ネット通販の解約に関する相談がたくさん寄せられた。相談内容から、業者のホームページ上で、消費者に不利な情報が明確に表示されていないという問題が明らかになった。また消費者の多くが「クーリング・オフしたい」と主張するが、通信販売にはクーリング・オフ制度がなく、返品特約通りの対応になるということが理解できていないことが浮き彫りになった。スマートフォンの普及に加え、新型コロナウイルス感染拡大防止に向けた外出自粛などにより、ネット通販を利用する機会が増加しているにもかかわらず、ネット通販を利用するにあたっての知識を消費者が持っていない、すなわち消費者啓発が普及していない。行政やネット通販を運営する事業者は、消費者とのトラブルをなくすために、積極的にネット通販時の注意点等を告知し、消費者啓発を早急かつ積極的に実施していく必要がある。また、通信販売は実際の商品を手にとって検討することはできない。それだけに広告は、商品を購入する場合の唯一の情報源になる。事業者は、消費者の購買欲をそそるような内容を記載することだけに注力せず、返品規定や消費者にとって不利益なことについて

も、分かりやすく表記し、適正な取引が行われることを意識して広告してほしい。そして消費者は、ネット通販の便利さだけに目を向けるのではなく、利用する側の自己責任として、規約をきちんと確認し理解した上で利用することを心がけてほしい。

④<スマートフォンで接続したアダルトサイトの高額請求>

(契約年月：2020年10月 相談者：男性 40歳代 給与所得者)

相談概要

昨日スマートフォンで、無料と思いアダルトサイトの動画を視聴している途中で年齢認証画面になり、18歳以上をクリックした。すると「会員登録完了、35万円の会費が発生している」という画面が現れ、同時にシャッター音がした。高額でもあるので、慌てて「間違えたので解約して欲しい」とSMSで申し出た。すぐに電話があり、「規約に書いてあるので支払わないと裁判沙汰になる」と脅されたが、どうすればよいか。

助言

典型的なワンクリック請求の手口であることを伝えた。登録金額35万円を業者が一方的に請求しているだけの状態で、契約が有効に成立しているとはいえない。よって、支払い義務はないと考えられるので、相手の請求に応じる必要は一切ないと説明した。現状では、電話番号以外の個人情報相手が知られているわけではないので、無視し続けければ、業者も請求をあきらめるはずであるため、電話がかかってくるまで無視し続けるよう助言した。

問題点

アダルトサイトのワンクリック請求については、近年減少傾向にはあるが、依然、多い相談の一つである。その背景として、契約の成立時期や要件について、知識があれば巻き込まれないトラブルであるにもかかわらず、基本的な消費者教育が十分行き渡っていないことが推考される。

また、電子商取引においては、消費者が契約内容を確認して訂正できる措置を事業者が講じていない場合、錯誤による取消しを主張できる。事例においても、年齢認証をクリックしただけで会員登録が完了、会費が発生しているので、錯誤取消しの主張が可能と考えられる。消費者に対し、錯誤についての考え方を普及することも重要である。

しかし、ワンクリック請求は詐欺的な事業者によるものが多く、連絡して取消しを主張したところで、応じないことが殆どである。契約が有効に成立していないことと併せて考えると、実務上は放置して連絡をしないという対応で足りうる案件である。それにも拘らず、事業者に連絡を取る相談者が後を絶たないのは、消費者教育が十分なされていないことに加え、例えば事例のように、シャッター音で顔を撮影されたと思わせ不安

を煽るなど、手口が巧妙化していることなどが挙げられる。通常の注意だけでは回避できない悪質なサイトの存在を踏まえ、ワンクリック請求対策の周知徹底を図るとともに、国や行政には悪質サイトの通報窓口の拡充と、取締まりの強化推進を求めたい。

⑤<フリマサイトで購入してすぐに故障した冷蔵庫の解約>

(契約年月：2020年9月 相談者：女性 50歳代 家事従事者)

相談概要

地域別のフリマサイトで中古の冷蔵庫を安く購入したところ、使い始めて2、3日で故障した。購入した相手に連絡したところ、自身で修理するよう言われた。冷蔵庫のメーカーに問合せすると、出張費と部品代がかかるという。修理代がかかるような冷蔵庫は解約したい。

助言

利用したサイトは基本的に個人間売買サイトであり、当事者間で解決をはかることになることを説明した。通常は中古であっても作動することを前提に売買するものであり、早期の故障であるため、まずは、出品者に修理対応を求めることとなる。修理が難しい場合は、代替品を求め、それも難しいということであれば、解約を申し出ることとなる。利用規約を確認し、サイト運営業者にも相談してみるよう助言した。また、法律的な見解は、法律相談を受けるように伝えた。

問題点

インターネット上で個人同士が物品を売買するフリマアプリは、個人間取引であり、運営会社は利用規約を定めているが、個々の取引は、出品者が設定したルールに基づくことになる。今回の事例のように欠陥商品だった場合は、改正民法の契約内容不適合(第562条、第563条)での交渉になると考えられる。もし当事者間では解決できない場合、フリマサービス運営会社の介入を求めたいところである。しかし、フリマ運営会社の利用規約では「運営事業者は利用者間のトラブルに介入しない」と定めている場合が多いため、運営会社の介入により、トラブルを解決することは難しい。

フリーマーケットは、フリマアプリを使って簡単に出品したり、各種ポイントを利用して購入ができたりと支払方法の選択肢も広がり、手軽に売買を楽しめるようになってきている。また、エスクローサービスや個人情報を開示せずに配送できるサービス等、安全に取引を行うためのサービスが設けられていることも多いが、トラブルは後を絶たない。

また、中古品を使用することで思わぬ事故が発生していることを製品評価技術基盤機構(NITE)が注意喚起している。多くの家電品は、「公正競争規約」により製造時期を

本体に明瞭に表示しているのので、購入にあたり、製造時からの経過年数、リコール製品ではないかを確認することも重要である。出品者も商品に取扱説明書を添付し、不具合や修理歴はないか、使用状況はどうであったかを情報提供することが望ましい。そしてアプリ運営会社には、事故やトラブルを防ぐため、中古家電品の取引については他の商品とは区別して、上記のような表示のルールを設け、通知を徹底して頂きたい。

新型コロナウイルス感染拡大の影響もあり、EC取引は増加している。フリマアプリ利用者は若者や主婦層だけでなく、終活の目的で利用する高齢者も増加傾向にあるため、今後はトラブルも増加すると思われる。消費者は、個人間取引は他の取引以上に自己責任が求められることを認識する必要がある。利用する際には、運営会社の利用規約、商品の説明や取引条件などを確認し、トラブルに巻き込まれないよう自衛することが大切である。フリマサービス運営事業者には、消費者が安全・安心してサービスを利用するためのサポートや支援をより一層強化することを求める。

2. スポーツクラブ

①<「半年だけ通う」と伝えていたスポーツジムの解約>

(契約年月：2019年12月 相談者：女性 20歳代 無職)

相談概要

知人が通っているスポーツジムに、「6月まで通う」という約束で、知人とジムの社長立会いのもと入会契約した。入会直後に新型コロナが流行し始めたので、ジムに通わなかった。その後政府から緊急事態宣言が出されてジムが休業したので、6月まで通わずすぐに退会したいと思い、申し出た。ジム側からは「通常、退会の手続きはジムで行っている。休業中の退会の受付方法は検討中のため、決まり次第連絡する」との回答であった。その後連絡がなく、ホームページを確認したところ、「解約手続きはジムで行うが、手続きのための来所日時は事前予約が必要。6月上旬から順次解約手続きを行う」と記載があった。入会当初、ジムに通うのは6月までと伝えていたし、休業中に退会の申し出もしたので、解約処理はジム側でしてくれると思っていた。10月になって、ジムから「5月から9月までの会費が未納になっている。2週間以内に支払うように」という書面が届いた。入会期間を伝えた上で入会したので、支払いたくない。

助言

入会時に、ジムの規約など書面が交付されているはずである。解約時は、その書面の記載に沿う方法で解約手続きが必要となるため、まず規約を確認するよう説明した。解約を申し出る電話をした際、新型コロナの流行でジムが休業中は、通常とは異なる形で解約手続きをとるという内容の説明があったのであれば、会費の支払いを拒否すること

は難しい。ジム側と話し合うべきであると助言した。

問題点

事業者は、契約時に、消費者が解約する際どのような手続きが必要か、しっかりと説明する責任がある。また、今回の新型コロナの流行によるジムの休業など、不測の事態が生じた場合、契約の履行や解約について、迅速に対応する備えが必要である。消費者は、契約する際に、退会や解約についての規約を確認する習慣を身に着ける必要がある。また、自らが契約当事者である事を自覚し、「事業者が対応してくれるであろう」というような他人任せの姿勢を改善する必要がある。

3. 旅行

①<インターネットで予約した、GoTo トラベルキャンペーン対象ホテルのキャンセル料>

(契約年月：2020年10月 相談者：女性50歳代 給与所得者)

相談概要

母が「友人と、GoTo トラベル事業を利用して近隣のホテルを利用したい」と言ったため、旅行会社のサイトから、1泊2日2食付きのツインの部屋を、2室4名分予約した。申し込み画面に表示された旅行代金は、給付金が事前に差し引かれており、表示通りの代金を銀行から振り込んだ。宿泊1週間前に送られてきた確認書を見ると、キャンセルの場合は、正規の代金を基に算出したキャンセル料となることが記載されていた。給付金を差し引いた額に対するキャンセル料でないのは、仕方がないことか。

助言

この事業は「新型コロナウイルスにより大きなダメージを受けている旅行業、宿泊業、観光施設や交通機関の活性化」を目的としたものである。よって、解約料が「割引前の旅行代金」を基に、キャンセル料金を算出されるのは仕方ないと助言した。

問題点

行政は、この事業に関して、消費者にとってのメリットだけでなく、その趣旨を広く周知すべきである。消費者に対し、事業担当省庁が作成している公式ホームページを確認した上で予約をするよう働きかけることも大切である。事業者は、キャンセルに関する規約を予約前に確認できるよう、画面にわかりやすく表記する必要がある。消費者は通信販売を利用する場合、広告や申込時に表示される内容をしっかりと確認することが大事である。また新型コロナウイルスの感染状況により、キャンペーンの内容は流動

的になる。予約前に、観光庁が出している公式ホームページで、キャンペーンの概要などを確認しておく、トラブルに巻き込まれることが減ると思われる。

②<予約内容通りの移動手段が用意されていなかった募集型旅行>

(契約年月：2020年10月 相談者：男性 70歳代 無職)

相談概要

旅行会社が募集した旅行に夫婦で参加した。旅行行程の中で、「駅から港への移動が、新型コロナ感染拡大防止のためにタクシー」となっていることに惹かれ、夫婦でその旅行を申し込み、参加した。しかし旅行当日になりタクシー移動ではなく、マイクロバスに変更になった。当初よりマイクロバス移動と告げられていたら、旅行を申し込まなかった。募集条件や旅行前に配布された旅行行程表と内容が異なったことに関し、返金などを求めることは可能か。また旅行後、新型コロナに感染した場合は、治療費の請求はできるか。

助言

旅行行程表と実際の旅行内容が異なることは、約束不履行である。よって、タクシーとマイクロバスの費用の差額の返金を求めることは可能ではないかと助言した。旅行後新型コロナに感染した場合の治療費の請求は専門機関に助言を求めるよう伝えた。

問題点

事業者は、「新型コロナ感染予防のためにタクシー利用」として旅行の募集をしていたにもかかわらず、マイクロバスを利用したことを消費者が不満に思うのは当然のことである。実務上、旅行内容の変更が不可避なケースも考えられるが、消費者に納得のいく理由の説明や代替案を提示すべきであったといえる。加えて、表示と実際が異なり、競争事業者より著しく優良と誤認されるのであれば、景品表示法の不当表示に該当する可能性がある。当該事例が直ちに該当するとはいえないが、募集内容は消費者にとって合理的な選択をするための重要な情報であるため、事業者は真摯に向き合い表示をする必要がある。新型コロナ感染拡大を警戒しながら生活する、With コロナ社会のビジネスのあり方や危機管理について、事業者はしっかりと対策してほしい。

③<1年前に申し込み、新型コロナの流行で延期になった海外旅行のキャンセル料>

(契約年月：2019年12月 相談者：女性 40歳代 家事従事者)

相談概要

1年前に、所属している団体で、数十人で海外旅行を申し込んだ。1人当たり50万円をすでに支払っている。旅行は今年の9月に予定していたが、新型コロナの影響で来年4月に延期になった。来年4月に新型コロナが終息しているとは考えにくいので、キャンセルしたい。今キャンセルすると、自己都合によるキャンセル扱いとなり違約金10万円が必要と言われている。キャンセル理由が新型コロナ感染を危惧してのキャンセルであるにもかかわらず、違約金が高過ぎる。

助言

目的地まで飛行機が運航されない、予約したホテルが営業されていないなど、新型コロナ感染拡大によって予定通りの旅行ができないなどでない限り、自己都合によるキャンセルと扱われるのは仕方がないのではないかと助言した。

問題点

本案件のキャンセルが消費者の自己都合によるキャンセルに該当するとしても、消費者契約法第9条1号により、契約の解除に伴い生じるであろう「平均的な損害の額」を超えるキャンセル料を請求されていないかどうかを確認する必要がある。

4. 通信

①<機種変更後も継続されていたオプション契約。2年分のオプション代金を返金してほしい>

(契約年月：2016年2月 相談者：女性 50歳代 給与所得者)

相談概要

4年前、大手携帯電話ショップでスマートフォンを契約した際、携帯電話会社でない別会社の故障・盗難補償オプション（月額1,320円）を契約して、クレジットカード決済した。2年前に機種変更した際、新しい契約に携帯電話会社の補償サービスが付いていることに気づかず、現在も別会社のオプション代金をクレジットカードで支払っていることに最近気づいた。別会社のホームページを確認すると、現在は補償サービスの新規申込みは終了している様子。クレジットカード会社へ請求を止めてほしいと相談すると「まず、ご本人でオプションサービスを解約していただく必要がある」と説明された。別会社の電話番号はわかる。2年分の料金を返金してほしい。

助言

相談室で補償サービス業者のホームページを確認したところ、補償サービスの新規申

込みは終了しているが、既契約者のサービスは現在も継続して行っていた。役務の提供が行われており、契約関係が継続している場合、相談者が利用したか否かにかかわらず、オプションの月額料金は請求される。また当該オプションは、携帯電話会社が提供しているものではなく、代理店（大手携帯電話ショップ）独自のオプションのため、「電気通信事業法」では携帯電話会社が交付する契約書に記載義務はなく、説明義務もない。以上の点から、オプション契約そのものが違法とは言えず、サービスも提供されているため、過去2年間の既払い金の全額返金は難しい。ただし、4年前の契約時に、携帯電話ショップ側の説明に虚偽があるなどの問題があれば、ショップと自主交渉されるよう助言した。携帯電話会社には、代理店指導を行う義務があるため、携帯電話会社へも申し出るよう助言した。なお、クレジットカード会社は、補償サービス会社のオプション代金を契約者に代わって立て替え払いをしているだけであり、返金交渉の相手方ではない旨を付言した。

問題点

「電気通信事業法」で、オプション契約のことを「付随有償継続役務」という。電気通信事業法では、契約前の提供条件の説明事項と契約成立時の交付書面への記載事項を、基本説明事項とその他に分けて細かく規定している。オプションサービスは「その他」に入る。オプション契約は、説明義務の対象となっていない。また、電気通信事業者が提供するオプションは契約書面への記載義務があるが、代理店が提供するオプションは契約書面への記載義務はない。しかし「電気通信事業法の消費者保護ルールに関するガイドライン」では、「代理店独自のオプションがある場合には、その内容を記載した書面を利用者に交付するといった手段を定めることが必要である」「電気通信役務契約と契約変更・契約解除の方法が異なる場合には、その旨が明確になることが求められる」としている。代理店独自オプションについても、統一的なフォーマット等による書面の交付が必要と思われる。

②＜モバイル Wi-Fi ルーターの解約を申し出たところ、契約時に貼ったシールの裏紙まで返品が条件といわれ不満＞

（契約年月：2020年4月 相談者：女性 30歳代 給与所得者）

相談概要

半年前、データ量無制限をうたうモバイル Wi-Fi ルーターを契約した。2か月前、無制限プラン終了のお知らせが送付され、納得できない場合は、解除料無料で解約を承ると記載があったため、電話で解約を申し出た。ところが、契約時にルーター本体に ID やパスワードが書かれたシールを貼るが、シールの裏紙を含め、契約当初に事業者から送られたものすべてを返品することが条件と説明された。通常、本体にシールを貼った後、

シールの裏紙は捨てる。シールの裏紙まで返品を求めるのは不当で納得できない。事業者に強く抗議したところ、その後事業者への電話が全くつながらなくなり、解約手続きが進まない。

助言

当該ケースは、宣伝していた「無制限プラン」を終了することによる解除料なしでの解約の提示であり、シールの裏紙の保管が必要と周知していた場合を除き、シールの裏紙まで返品する必要があるとは考えにくい。相談者が電気通信事業者へ経緯書を送付することで、当相談室や居住地の消費生活センターでの問い合わせや事実確認は可能と伝えた。また、自主交渉する場合は、電話だけでなくメールや問い合わせフォームから問い合わせるよう助言した。

問題点

インターネット回線は、道路と同じで、利用する人が多いと渋滞する。特にインターネットは、一部の人が、動画視聴やオンラインゲームなど大量なデータ利用をすることにより、回線(トラヒック)が混雑し、多数の契約者の速度が遅くなるなど悪影響が生じる。そこで多くの通信事業者では、顧客の利用データ量の上限を設けて、上限を超える利用者の速度制限や、データ量の追加購入を促している。このケースは、モバイルWi-Fi ルーター事業者がデータ使用量無制限をうたいながら、実際は極端に大量に利用する一部顧客に通信制限をしており、それが発覚した。事業者では、事実上「無制限」サービスは提供できないと判断し、代替措置または解除料なしの解約を顧客に提案しており、顧客にとっては想定外の事態である。仮に事業者が本当にシールの裏紙まで返却を強いるのであれば、是非はともかく、お知らせに明記すべきと思われる。また、「無制限」でないにもかかわらず、「無制限」をうたって販売することは、利用者を不当に誘引し、契約させる行為として、電気通信事業法第1条の「利用者利益の保護」の趣旨に反するとも言える。

5. 結婚式場

①<コロナ禍で来月予定のレストランでの結婚式二次会をキャンセルしたいが、代行業者からキャンセル料50%と言われた。キャンセル料に不納得>
(契約年月：2020年6月 相談者：男性 20歳代 給与所得者)

相談概要

結婚予定の契約当事者。新型コロナウイルスの影響で4か月前に行う予定だった結婚式を来月に延期していた。結婚式後に式場とは別の場所でレストラン貸切りの会費制二

次会をすることにして、インターネットで見つけた二次会代行業者とも契約をしていたが、それも延期していた。来月予定の式は親族など内輪で行うことにして二次会は中止にしようとして昨日代行業者に連絡したところ、「規約に不可抗力で解約の場合は両者とも責を負わないとの条項があり、感染症の場合とあるが、新型コロナウイルスは感染症でないので正規のキャンセル料を申し受ける」と言われた。正規のキャンセル料は契約額 40 万円の 50%なので 20 万円となり、来月になると更に高くなる。規約を見ると単に感染症とあり、具体的病名の記載はない。納得いかないが、請求通りのキャンセル料を払わなければいけないのか。

助言

厚生労働省のホームページには「新型コロナウイルス感染症」と書かれている。外務省の渡航情報、自治体の自粛要請やヨーロッパの都市ロックダウンの情報などからも世間一般の考え方では新型コロナウイルスは感染症と言えるのではないか。規約に具体的病名の記載がないことから感染症と考えられると強く交渉するよう助言した。更に「消費者契約法」第 10 条で、消費者の利益を一方的に制限する条項は無効としている。万一キャンセル料がかかることになっても、「消費者契約法」第 9 条で、平均的損害額を超える部分の請求は無効となっていることを説明した。

問題点

今回のコロナ渦では不可抗力についての規定がない事業者が多くて混乱を招いているが、不可抗力の条項を規定している事業者にも更にきめ細かな基準が求められる。また、今回の場合、事業者は開催できると主張、消費者は参加者たちの事情を考慮して開催不可能と判断したが、事業者側にも開催してクラスターが発生した場合、風評被害を受けるリスクもある。

6. 新型コロナウイルス関連

①<新型コロナの影響でベトナム留学が延期となった。まもなくビザが下りると聞いたが、入国後の一時滞在指定ホテル代が高額らしく不満>

(契約年月：2020年4月 相談者：女性 30歳代 給与所得者)

相談概要

ベトナム留学が延期され、現在自宅待機でビザの発行待ちである。今までは入国時に拘束される5日間のホテル代は相手国負担だったらしいが、同じ待機仲間からの最新の情報では、高級ホテルでの滞在を指定され、高額なホテル代を請求されると聞いた。現在、留学先の大学からリモートで授業を受けているが、なかなか思うように質疑がで

きない。早く現地に出向きたいが、相手国の方針が次々に変わり困っている。

助言

留学先の国や大学から最新情報を入手して、自分で対応していくしかないと思われる。留学生に不利な条件や、納得がいかない内容に気付いたら、国の留学生担当部署に申し出るように伝え、了承された。

問題点

海外への留学は、受け入れる相手国の国内事情によって、状況の変化はやむを得ないと思われる。新型コロナという感染症の拡大で状況は刻一刻と変化し、日本でも海外でも予測不可能な中での判断を強いられている。たまたまタイミングよく出国ができたとしても、現地の状況次第で足止めされる可能性があり、覚悟が必要である。行政機関は留学を希望者に対して、専用サイトなどで常に最新情報を提供して欲しい。留学希望者も現地の最新情報を入手するとともに、気になる点を大使館や文部科学省の留学生対応窓口に問合せ、安全性を確認の上、慎重に出国判断をして欲しい。

7. その他

①<賃貸マンションの鍵を失くし、ネット検索で見つけた事業者に、鍵開錠を依頼した。来訪後「鍵交換が必要」と言われ、高額料金を請求された>

(契約年月：2020年10月 相談者：男性 30歳代 給与所得者)

相談概要

スマートフォンで検索した時に、「鍵開け 5,000円から」となっていたので、連絡して「鍵を開けてほしい」と依頼した。事業者が来訪したが、鍵の状態を見て「この鍵は防犯性の高いディンプルキーなので、壊さないと開錠できない。鍵を交換することになるがいいか」と聞かれたが、部屋に入れないと困るので了承した。作業完了後、請求書を見せられて、「9万5,000円」と言われた。高額で支払えないと言ったが、「クレジットカードでいい」と言われ、仕方なくクレジットカードで支払った。しかし、冷静になって考えると、高額過ぎると思う。作業前に、金額の説明もなかったので納得できない。鍵の開錠費用は支払うが、鍵の交換費用はキャンセルしたい。

助言

インターネットで事業者のホームページを見て、「鍵の開錠サービス」を依頼している。従って、鍵の開錠サービスは、事業者が自宅に来て契約をしても、「特定商取引法」訪問販売には該当しない。(特定商取引法：適用除外第26条第1項)しかし、来

訪後、突然「鍵交換が必要」と言われ契約した鍵交換については、不意打ち性のある契約で、「特定商取引法」訪問販売に該当する可能性がある。したがって、鍵交換契約だけはクーリング・オフの主張が可能と思われる。以上を伝え、請求明細書の中の、鍵開錠サービスの代金は支払いをするが、鍵の交換契約はクーリング・オフをすると申し出て、返金交渉するよう助言した。

問題点

鍵開錠やトイレの詰まり、水漏れ修理等、生活の中で緊急性を要するサービスを、インターネット検索で見つけた事業者には作業を依頼したところ、高額な金額を請求されたというトラブルが多く発生している。ホームページに価格が表示されていても、これらの作業は現場の状況次第で作業の内容が変わるため、必ずしも広告の表示通りの価格とは限らない。来訪後、事業者には「見積もりをしてほしい」と依頼して、点検の後に必ず見積もりを取る必要がある。見積もりで金額の提示が事前にあった時は、後で高額過ぎると主張するのは原則困難となる。一方、鍵開錠やトイレの詰まりサービスを依頼した時に、来訪後、突然鍵交換や便器交換が必要と言われ契約をした時は、来訪要請した契約ではなく、特定商取引法訪問販売に該当する可能性が高いと思われる。しかし、クーリング・オフ記載がある契約書面を交付している事業者は少なく、事業者が「特定商取引法」の主旨を理解しないと、解決は困難となる。

②<夜中に賃貸アパートの自室のトイレが詰まり、インターネットで探した業者に依頼したが、高額請求された。支払ったが減額してほしい>

(契約年月：2020年10月 相談者：女性 30歳代 給与所得者)

相談概要

賃貸アパートに住んでいる。昨日、夜中にトイレが詰まり、インターネットで検索した修理業者に連絡した。近くにいる修理業者が来てくれるとのことだった。その後電話がかかってきたので、料金を聞いたが、見なければわからないと言われた。自宅に来た事業者は、現場を見て薬剤を注入した。薬剤を入れても、改善せず、「高圧洗浄を行うので10万円くらいかかる」と言われた。夜中で怖くて何も言えずにやってもらって、詰まりは改善したが15万円請求された。その場でクレジットカードを使い、15万円を決済した。後から冷静になって考えると、通常よりかなり高額な請求をされたのではないかと思う。管理会社に相談したが、「あなたが詰ませたのだから、うちはどうすることもできない」と言われた。減額交渉はできないか。

助言

事前に受けた説明と違うのであれば、交渉できると思われるが、金額が高いというこ

とだけで、交渉することはむずかしい。夜間の作業でもあり、代金を既に支払っている
ので、納得して支払ったと主張される可能性がある。管理会社に通常依頼している修理
業者の修理代を確認し、依頼した業者のホームページと比較して、交渉してみたらどう
かと助言した。

問題点

「トイレの詰まり」の修理代金に関しては以前から相談が多く、国民生活センターの
報道発表でも注意喚起がなされている。

インターネットで事業者を検索し「1,000円～」等の表示を見て申し込んだが、修理
してもらった際の見積もりでは高額な提示があったという相談や、本事例のように修理後
に高額な請求をされたという相談もある。実際の修理代と乖離した料金表示は問題であ
る。

インターネット上では「出張費・見積もり 無料」と表示されているがキャンセルに
ついての表示がなく、来訪時に「キャンセルするならキャンセル料がかかる」と告げら
れるケースもある。事業者はキャンセル料が発生する場合は分かりやすく表示してほし
い。現場を見なければ、修理料金の見積もりができないケースもあり、休日、深夜料金
の加算もあると思われるが、料金については目安となる料金表の提示を求めたい。

またトラブルが発生すると、ほとんどの場合、消費者は来訪した事業者（提携事業
者）と直接交渉することになる。しかしインターネット等を見て修理を依頼するのであ
り、トラブルの解決が困難な場合は運営事業者の介入が必要であると思われる。

消費者には、緊急時の修理依頼であっても修理前に作業料金を調べる等、納得して契
約することが求められる。

③<損害保険を使って無料で屋根修理ができると勧められ、サポート契約を したが、解約時に高額な解約料がかかると分かり不満>

(契約年月：2020年9月 相談者：男性 70歳代 無職)

相談概要

1か月前に訪れた担当者から、「昨年の台風で屋根が傷んでいる家が多いので、無料で
点検します」と言われた。梯子を持ってきていたのでお願いしたところ、屋根瓦がず
れている写真を見せられた。「仮修理をしたが、損害保険を使うと無料で補修ができ
るのでサポートします。工事業業者も紹介します」と言われた。無料ならと思いサポ
ート契約書にサインをした。1か月経って、担当者から「保険の請求はしましたか、ま
だならサポートに伺います」と言われた。保険会社に電話をしたら、保険の手続き
は事業者に頼まなくてもできるのでサポートを依頼する必要はないと言われた。改
めて1か月前の契約書の控えを見たら、サポート契約を解約すると、9万7,000
円の解約料が必要と書

かれています。また裏面にはクーリング・オフのお知らせも書かれていた。解約したいが、解約料がかかるという説明がなかったので、解約料を払う必要があるか。

助言

相談者から事業者に「サポートの必要がないので来訪はお断りします。」と電話で伝えるように、解約料を請求されたら「契約書に書かれている解約料は契約時に説明を受けていないので、合意内容ではない。解約料が発生するなら契約はしなかった」と伝えてみるように助言した。状況を見て、書面で改めて通知する方法もあると伝え、了承された。

問題点

無料点検で屋根の不具合を指摘し、加入している損害保険で無料修理ができると言って、保険代行やサポートを口実に屋根工事の契約を取り付ける訪問販売が急増し、解約トラブルも多く発生している。無料という言葉に費用の発生はないと判断して軽い気持ちで契約書にサインをしているが、サポート契約書には、保険申請前の解約は9万7,000円の解約料、保険申請後の解約は保険料の50%が解約料としてかかると記載されている。解約料としての根拠が不明瞭で、消費者に多大な負担を求める契約内容となっている。損害保険で工事代が無料になると言っても、そこには保険契約当事者が保険金を支払ってきたという事実があるので、当然の権利であり、勧誘してきた事業者の功績ではない。高額な解約料や手数料の請求は「消費者契約法」の平均的損害の規定を逸脱していると考えられる。消費者の弱みに付け込み、公平性を欠く無料商法には更なる規制が必要である。後を絶たない問題勧誘には消費者自身も情報のアンテナを張り、早めのキャッチと周囲との情報の共有を心がけることが肝心である。

④<経年劣化で雨漏りする。インターネットで、火災保険を申請すれば保険金で修理できるという業者を見つけ保険申請代行を依頼したが、やめたい>

(契約年月:2020年12月 相談者:男性 40歳代 給与所得者)

相談概要

経年劣化で家の雨どいから雨漏りしている。昨日、インターネットで、「火災保険の申請をすれば、家を修理するための保険金がもらえる」と宣伝する事業者を見つけた。事業者に電話すると、「台風などの自然災害で破損したことにすれば、保険金で修理できる」と言われ、保険会社への申請をお願いした。健康保険証の写真をメールで送信するように言われたので送った。修理工事の話はなかったので頼んでいない。

その後、インターネットで調べると怪しい業者だということがわかり、保険申請はしないでほしいと思い直した。火災保険の申請代行料について何も提示されていないので

金額は不明だが、保険会社への申請は依頼したので、やめることができるだろうか。

助言

経年劣化による雨漏りでは火災保険の保険金請求は行えず、虚偽の申請をすれば保険金詐欺の共犯になる可能性があるかと伝えた上で、メールなど証拠が残る方法で、「保険の申請は行わないことにした」と業者に連絡するように助言した。不当なキャンセル料を請求された際は、再度相談してほしいと伝えた。

問題点

保険申請を依頼して、翌日に断るのであれば、事業者にも実質的な損害は発生していないと考えられる。

今回は、火災保険の申請代行のみだが、申請代行と工事契約をセットで販売する事業者が多い。経年劣化による住宅修理やリフォームであっても、「台風や水害で壊れたことにすれば保険金がおおりる」「保険申請代行も行う」と強引に勧誘してくる訪問販売事業者もいる。保険申請代行と工事契約をした後、インターネットなどで業者の悪い評判を知り、キャンセルを申し出ると高額なキャンセル料を請求されるといったトラブルに巻き込まれたり、工事を行った場合でも、杜撰な工事だったというケースも報告されている。

今回の事例は、自ら事業者に電話しているのでクーリング・オフは適用されない。依頼時に保険金額請求の申請代行手数料やキャンセル時の違約金などの契約内容を確認し、慎重な判断を心がけることが肝心である。

⑤<副業サイトで相談相手になる仕事に登録したら次々と登録料などの費用を請求された。不審なのでクレジット契約を取り消したい>

(契約年月：2020年10月 相談者：女性 20歳代 無職)

相談概要

現在求職中。1週間前にインターネットで探して、チャットで相談相手になるとお金が稼げるという副業サイトに登録した。翌日、登録料として3万3,000円、チャットを開く費用等の名目で1万1,000円を請求され、更に翌日にも3万3,000円と次々に請求されて、全てクレジットカードの翌月一括払いで決済した。不審に思い、インターネットで評判を調べたら、詐欺サイトであるとの書き込みがあった。クレジットカード決済を取り消したい。サイトには事業者の電話番号はない。怖いのもう事業者のサイトを開きたくない。クレジットカードの利用明細を確認したところ、利用先は決済代行業者の名前になっている。どうすればよいか。

助言

事業者との間で行ったスマートフォンのやり取りの画面を、証拠としてスクリーンショットなどで保存しておくよう伝えた。クレジットカード会社に連絡して事情を説明してカードの利用停止や再発行の手続きをするなど被害の拡大を防止するよう助言した。翌日相談室に電話するよう案内しあっせんに入ることにした。

問題点

「仕事を提供するので収入が得られる」という口実で消費者を誘引し、仕事に必要であるとして、商品等を売って金銭負担を負わせる取引は、業務提供誘引販売として「特定商取引法」で規制されている。本事例について事業者が提供するサービスの詳細は不明であるが、事業者が提供するサイトのチャットで事業者の顧客の相談相手をして報酬を得るために相談者が使用するシステムの利用料などの費用を支払うのであれば、業務提供誘引販売に該当する可能性がある。業務提供誘引販売に該当する契約を行った場合、事業者は「特定商取引法」第 55 条に基づき書面を相手方に交付することが義務付けられており、消費者は書面を受領してから 20 日間を経過するまでの間クーリング・オフができるが、本件事業者は書面を交付していなかった。

マンスリークリアのクレジットカード契約は包括信用購入あっせん該当しないため、「割賦販売法」上の抗弁権の接続はないが、クレジットカード番号等取扱契約締結事業者であるアクワイアラーに同法に基づいて加盟店調査を求めることができる。調査の結果加盟店の販売方法に問題があると判断された場合、自主規制によりクレジット契約の取消処理の対応をするクレジット会社も多いが、海外の決済業者を経由するなど契約関係が複雑になっていて消費者自身の申し出だけでは解決しない場合もある。登録クレジットカード番号等取扱契約締結事業者には加盟店契約締結時にきちんと調査を行い、悪質加盟店を排除することが期待される。

第三者とメールでやり取りをするとお金がもらえるという手口は以前から散見され、メールを送受信するためのポイントを買わされたり、システム利用料を払わされたりしたが、約束した報酬をもらえないという相談が多い。コロナ禍で仕事がなくなったり給料が減ったりしたことで、自宅でインターネットを使った副業を探す人が増えているが、仕事を始めるにあたって、登録料やシステム料などの名目で金銭の負担が発生する契約には消費者も注意が必要である。

⑥<相手の話を聴くと報酬を得られるサイトから、お試しに振り込まれた 500 円の取扱について>

(契約年月：2020 年 10 月 相談者：女性 30 歳代 給与生活者)

相談概要

夫が病気になり、在宅でできる仕事を探していた。2日前、メールで相手の話を聴くとお金がもらえるというサイトに登録した。1カ月間話を聴くと20万円の報酬を受け取ることができ、お試しで500円を入金すると言われ、銀行口座や、免許証のコピーをメールで送った。話を聴いていると、相手が病気で余命2ヶ月という話になり、怪しいと思い、相手の人にはこのサイトを退会するので話を聴くことができないとメールし、サイトにも退会を伝えた。その後サイトにはログインできなくなった。すでに口座に500円が入金されている。どうしたらよいか。

助言

副業紹介サイトなどの同様事例や注意点について説明した。アドバイザー弁護士に、お試しに入金された500円の取り扱いについて相談したところ、不法原因給付と考え返金する必要はない、銀行口座番号は変更しておいた方が良くとのこと。以上を相談者に説明し、500円については何もする必要がない、銀行口座番号は変更するように、免許証のコピーをメールで送ってしまった件については信用情報機関に問い合わせるよう伝えた。

問題点

仕事をするためにサイトに登録したつもりが、報酬を支払う手続き費用などと言って、逆にお金を繰り返し請求され、報酬を受け取ることができないという事例が多くある。

本件は、サイト運営事業者が先に500円を入金することで、相談者を信用させ、その後さまざまな名目でお金を請求しようとしていたと考えられる。通常、契約を解除した際、サイト事業者は500円の返還請求をすることができますが、アドバイザー弁護士の見解では、不法な原因により給付されているため、返還請求できないことから、返金をする必要はないとのことだった。

相談者が怪しいと思い、やり取りを中止したことで支払いは免れたが、個人情報教えてしまっているため、悪用される恐れがある。副業で収入を得ようとする気持ちに付け込んで、お金を騙し取ろうとする事業者がいることに注意が必要である。一旦お金を支払ってしまうと、取り戻すのが困難な場合が多い。

⑦<賃貸住宅を退去後、原状回復費用として敷金を上回る額を請求された> (契約年月：2018年 相談者：男性 20歳代 給与所得者)

相談概要

1年8か月居住した賃貸住宅を先月退去した。管理会社から原状回復費用について明細書が送付されてきたが、入居時に敷金として支払った11万円を上回る額で納得でき

ない。

入居中家賃の滞納はなく、部屋は丁寧に使用し、不注意による汚れや傷はなかったのに、ハウスクリーニング費用を請求されている。賃貸借契約書の特約には、ハウスクリーニングについては管理会社が必要か否か判断すると記載があるが、判断の基準は示されておらず請求の根拠が不明だ。

敷金が原状回復費用の一部として使われるのは仕方ないが、返還されないと規約に書かれていることにも納得いかない。

助言

国土交通省の「原状回復をめぐるトラブルとガイドライン」について話し、通常損耗・経年劣化による原状回復費用は貸主が負担すべきと考えられると定義されていることを伝え、項目ごとに減額交渉されてはいかがかと助言した。また、敷金は家賃を滞納したり、部屋の施設を壊すなど契約違反をした時の担保として借主から貸主に預ける金銭であることから、今回の事例では返金が相当と思われると伝えた。自治体の賃貸専門相談窓口についても情報提供した。

問題点

退去時のトラブルを防ぐために、入居時の部屋の状況が基準になることから、汚れや傷などがあれば記録に残し、貸主、借主双方で確認しておくことが有効と思われる。修復費用の明細書が届いた時点では借主に支払い義務はないため、借主は国土交通省のガイドライン等を参考に、賃貸借契約書の特約等も確認した上で負担額を算定し、話し合いで精算金額を決めることが望ましい。判断に迷う時は自治体の賃貸専門相談窓口等の活用も一案と思われる。

2020年4月に施行された「改正民法」の条文で原状回復や敷金返還義務についてのルールが明確化された。

『原状回復については、賃借人は、賃借物を受け取った後に生じた損傷について原状回復義務を負うこと、しかし、通常損耗や経年変化については原状回復義務を負わないことが明記され、敷金については、賃貸借契約が終了して賃貸物が返還された時点で敷金返還債務が生じること、その額は受領した敷金の額からそれまでに生じた金銭債務の額を差し引いた残額であることなどが明記されている』（法務省ホームページより引用）

⑧<携帯電話利用料や買物代等をクレジットカードで払っていたが、勝手にリボ払いに変更されていた。解約したいが高額な手数料を払いたくない>

(契約年月：2018年1月 相談者：女性 30歳代 給与所得者)

相談概要

携帯電話代、テレビ・電話・インターネット利用料、買物代等をクレジットカードで払っていて、毎月数万円の請求だった。4か月前から毎月5,000円の請求になり、おかしいと思った。クレジットカード会社に電話をして確認すると、「7か月前にキャンペーンの電話をした際、リボ払いに変更されている」と言われた。キャンペーンの電話があったことは覚えているが、内容は覚えていない。「リボ払いを解約したい」と伝えたら、「一括で27万円の支払いと手数料5,000円が必要だ」と言われた。高額な手数料を払いたくない。

助言

クレジットカード会社のポイントキャンペーンなどの特典を得るには、リボ払いに変更することが条件になっていることがあると伝え、キャンペーンの内容などを事業者を確認するよう助言した。また手数料5,000円の根拠の説明を求めるよう伝えた。リボ払いの設定を解除しても、それ以前のカード利用料はリボ払いを続ける必要がある。手数料を抑えるためには返済期間を短縮する必要があるので、月々の返済額を増額するか、返済残高の一部または全部を繰り上げて早めに返済するよう伝えた。

問題点

リボ払いでは、利用金額や回数に関わらず、あらかじめ決めた一定額で毎月支払いをするが、カード利用額が支払い残高に組み込まれ、毎月手数料が生じる。月々の支払いを一定額に抑えることができる一方、支払いが長期化し、消費者が意図しない高額な手数料が発生することがある。無意識のうちにリボ払いに設定していたり、うっかりリボ払いに申し込んでしまい、「勝手に」リボ払いにされてしまったと勘違いしてしまうケースがある。

無意識のうちにリボ払いになったケースには、①申し込み時の初期設定が自動的にリボ払いになっていた、②リボ専用カードを申し込んだ、③「利用額が月〇万円以上になると自動的にリボにする」と言ったサービスがついていた、などがある。リボ専用カードや自動リボ設定の説明では、年会費優遇やポイント付与など申込みの特典が強調され、消費者の目がこれらの有利な点に向きがちである。また、ポイントキャンペーンなどの特典を得るためには、リボ払いに変更することが条件になっていることがあり、この特典のためにリボ払いに申し込んだことを忘れ何もしないでいると、その後の利用はリボ払いになる。

カードの利用明細を確認することで、リボ払いに気付くことができるが、最近は電子明細が増えており、取扱いが面倒で確認を後回しにする人が多い。電子明細であっても定期的に確認することが必要である。

Ⅲ-2 消費者トラブル「キャンセル なんでも 110 番」

～ネット通販、スポーツクラブ、旅行、通信、結婚式場、
新型コロナウイルス関連などなど～

アドバイザー弁護士からのコメント

弁護士 瀬戸 和宏

今年の「なんでも 110 番」は、東京相談室では 10 月の毎週日曜日に、大阪相談室では毎週土曜日に実施され、109 件もの相談を受けた。

コロナ禍の下、コロナ関連の相談が多いかと思っただが、コロナが直接に影響している相談としては、結婚式関連のキャンセル、旅行の移動手段の変更についての苦情、自動車教習所の休校、濃厚接触者の疑いからキャンセルせざるを得なかったなどで、意外と少なかった。ただ、通信販売に関する相談は、コロナの影響もしていると思われる。

「キャンセル」というと、自己都合による契約解消の申し入れというイメージを持つ。しかし、コロナでやむなく「キャンセル」をする場合、「自己都合」と断定するのは問題がある。事業者も、顧客が来ず、休業を余儀なくされたり、経営も大変だと思うが、安全を確保した上でサービスを提供できない以上は、危険負担の債務者主義により、代金や違約金の請求を諦めてもらう必要がある。他方、利用していた事業者が倒産してしまえば、コロナ後に不便になるのは消費者である。行政や社会による支援も必要だが、消費者の無理のない範囲での支援もあってよい。

寄せられた相談内容を検討すると、自己都合というより、契約の不成立や錯誤、不実告知等を理由とする取消し、事業者の債務不履行を理由に解除などを主張できると思われる事案も少なくなかった。また、解約を不当に制限されている事案もあり、結局、契約を解消した場合に、約定とおりの代金や違約金を支払わなければならないのか、という問題に収斂する。相談内容をよく聞き取り、消費者に支払い義務が生じる場合なのか、支払う金額が適正なのかを検討する必要がある。前者については適切なアドバイスがされていたと思う。後者については、「平均的な損害」が問題となっている。

事前学習会で、予約も「予約契約」であり、No Show（飲食店における無断キャンセル）の問題などは、事業者側に立って考えてみることも大切だと話した。今回、たまたま、不動産業者からの貸室賃貸借契約の相談で、「ほかにも部屋を見に来た人もいるが、その人は検討中でまだ契約していない。今、申込みに来ている人と契約をしたいが問題無いか」という相談があった。事業者からの相談なので回答は控えられている。「決めかねている人」の立場が気になるところである。

種々多様な相談が寄せられたが、インターネットでの定期購入契約の相談が目立った。

この問題については、平成 29 年 12 月 1 日に施行された改正特商法で、表示義務の追加・明確化が図られたが、相談は無くならず、本年 6 月 26 日、内閣府消費者委員会から『『悪質なお試し商法』に関する意見』が出されているところである。

苦情の多くは、定期購入契約だとは分からなかったというものであり、その原因は、事業者の作成した申込画面にある。消費者契約法第 3 条 1 項は、「消費者契約の内容が、その解釈について疑義を生じない明確なもので、かつ、消費者にとって平易なものになるように配慮すること」を求めている。誤解を生じない画面を作ることは事業者の責務であり、しかも、極めて容易で、且つ格別の費用を要するとも思われない。適正な営業を行う事業者への悪影響も考えれば、分かりやすい表示画面でなければ、速やかに市場から撤退させ、且つ利益を吐き出させるようにして欲しい。

もう一つの苦情は、解約申入れの方法が電話に限られ、しかもその電話が通じず、解約できないというものがある。注文をインターネットで受けるのであれば、解約もインターネットで受けることに技術的な支障はないはずであるのに、これをしないのは、解除妨害であろう。

さらに、同業の弁護士として耳の痛い話だが、定期購入契約を解消したにもかかわらず、法律事務所から請求を受けた、架空請求なので放置して良いかという相談が目立つようになった。問題の 1 つは、法律事務所が請求する債権の内容が特定されていないことにある。単に、幾ら支払えと書かれているだけで、何年何月分の何の代金（料金）なのかが明示されていない。これが訴状であれば、裁判所から補正を求められることは確実である。そこで、法律事務所に請求内容を確認しようとして電話をしても繋がらない、というのが第 2 の問題。法律事務所も、内容の特定しないのでは請求できないのだから、請求内容を特定して通知を出すべきであり、通知を出した以上は、問合せに答えられる体制を整えるべきである。あまりにも、不適正な請求が多く、しかも、問合せに対応しないなど不誠実な対応が続けば、弁護士一般への社会の信頼が崩れる。弁護士会としての対応を求めたいところである。

なお、たとえ架空請求であっても、裁判所からの通知（支払督促や訴状）を放置すると不利益を受けるので、必ず対応する必要がある。

以上

IV. 提言・要望

IV-1 提言・要望

【インターネット取引業界へ】

今年度の「キャンセルなんでも 110 番」で受け付けた相談 109 件のうち通信販売に関連する相談件数は 52 件で、49.7%を占めました。その中でネット通販に関する相談は 44 件でした。ウイルス感染拡大に伴い、テレワークの普及で在宅時間も増え、ネット通販も今まで以上に身近なものになりました。相談者の年代別では 40～50 歳代が 6 割を占めました。全年代にわたっていました。これはスマートフォンの普及もあり、高齢者を含めた幅広い世代でネット利用が浸透してきたことが原因の一つだと思われます。

定期購入について：「お試し」などと安い価格で消費者を惹きつけ、実際は何回かの購入が条件の定期購入だったという相談が減りません。①誇大広告や商品を優良誤認させる広告をしない、②申込最終画面に定期購入であることが別のサイトに飛んだり、スクロールしたりしなくても確認できる画面構成にする、③消費者からの解約申し入れ先として電話窓口はそのままに、それ以外メールや問い合わせフォームから申し出られるように、複数の手段を用意する、ことを望みます。

消費者が誤認しない、しよりのないわかりやすい表現を要望します。

デジタルプラットフォーム運営事業者について：ネット通販、鍵の開錠・トイレや排水管のつまり解消サービス関連、フリマ・オークションサイト、など、事業者と消費者、あるいは消費者間でトラブルになった場合、当事者間で解決できないときは、プラットフォームがあっせん解決に努めるよう、要望します。そのためにもプラットフォームは事業者の所在地や連絡先の確認をしてください。

緊急修理について：鍵の開錠・トイレのつまり解消サービスについて：①ホームページ上には一連の作業工程を記載し、具体的な作業内容と価格を明記すること、②消費者宅に向いた際は、作業前に作業内容と価格について説明し、消費者の了解をとること、③キャンセル料について明記するよう求めます。

【消費者へ】

ウイズ (With) コロナの中で、新しい生活様式が採り入れられています。在宅の機会が増え、またスマホの普及もあり、インターネット取引が益々増えると思われます。ネットリテラシーを上げましょう。インターネットで取引する場合は、契約内容を保存しておくで安心です。また、必ず儲かるという副業の話は、信用できません。簡単に儲かるという甘い話はないことを肝に銘じて頂きたいと思ひます。また、スポーツジムや結婚式場、旅行の契約をするときは利用規約を確認し不測の事態での解約条項を確認するようにしてください。

緊急修理を依頼するときは、作業内容や価格の説明を受けて検討することが大事です。

2020年12月11日、以下の要望書を関係省庁に送りました。

(送付先)

- ・消費者委員会 委員長 山本 隆司 様
- ・消費者庁 長官 伊藤 明子 様
- ・表示対策課 課長 西川 康一 様
- ・取引対策課 課長 笹路 健 様
- ・消費者政策課 課長 内藤 茂雄 様
- ・消費者制度課 課長 黒木 理恵 様
- ・消費者教育推進課 課長 吉村 紀一郎 様
- ・地方協力課 課長 小堀 厚司 様

- ・経済産業省 商務・サービスグループ
商取引監督課 課長 阿部 康幸 様
消費・流通政策課 課長 伊藤 政道 様

消費者トラブル防止に関する要望書
「キャンセルなんでも110番を実施して」

時下、貴職ますますご清祥のこととお慶び申し上げます。

当協会(NACS)は、創設以来時宜を得たテーマで毎年110番活動を実施しています。今年度は10月の毎週土曜日・日曜日の8日間、「キャンセルなんでも110番～ネット通販、スポーツクラブ、旅行、結婚式場、新型コロナウイルス関連などなど～」というテーマで実施いたしました。

近年スマートフォンが普及し、誰でも簡単にインターネット取引ができる時代になりました。しかし、その一方で取引相手の所在地が外国だったり、「初回無料」「お試し〇〇円」という安い値段に惹かれて注文したはずが購入回数の縛りがある定期購入と思いがけない契約になることがあります。あわてて解約を申し出ても、解約の電話が通じない、解約を受けてくれない、高額な解約料を請求された、というトラブルが生じています。複雑な仕組みの通信契約、安価な費用を強調するネット広告を見て申し込む緊急修理サービス、SNSがきっかけで契約した「必ず儲かる」という情報商材などの解約に関する相談も依然数多く寄せられています。

また本年は、新型コロナウイルス感染予防のための活動自粛による、旅行関連、結婚式場、スポーツジム、卒業式で着用予定だった貸衣装等のキャンセルの相談が急増しま

した。

以上のことから、本年の「なんでも 110 番」はキャンセルについて取り上げ、キャンセルに関わる広告表示や決済手段なども含め、幅広くご相談を受け付けることといたしました。トラブルになる契約のきっかけが多くの場合、「安い費用」「儲け話」等の消費者心理につけ込むインターネットによる勧誘や広告です。そのような勧誘や広告は、法律の規制をかいくぐり、多くの問題を発生させています。平成 29 年 12 月 1 日に施行された改正特商法で、表示義務の追加・明確化が図られましたが、相談は無くなっていません。また改正消費者契約法ではつけ込み型勧誘の適用範囲が広がり、解決の一助となることが期待されていますが、積み残された課題も多く、活用されるまでにはまだ道のは長いと思われまます。

今年度の「NACS なんでも 110 番」では、ネット通販、スポーツクラブ、旅行、通信、結婚式場、新型コロナウイルス関連のキャンセルをテーマに相談を受け、苦情内容を集計・分析し、その背景にある問題点を精査する中で以下のような意見・提言を取りまとめました。本書面による意見・要望が消費者被害の未然防止並びに消費者政策に反映されることを期待するものです。

記

1. 特定商取引法のインターネット通販のガイドラインの改正、を求めます。

「お試し」などと低額や金額で消費者を誘い、商品を定期購入させる商法による被害が後を絶ちません。顧客の意に反して契約の申し込みをさせる商法については、法律改正の動きがありますが、①誇大広告や商品を優良誤認させる広告の禁止、②申込最終画面に定期購入であることが別のサイトに飛んだり、スクロールしたりしなくても確認できるサイトにすること(特定商取引法ガイドラインの改正)、を求めます。

2. デジタルプラットフォーム運営事業者が介在する消費者取引においてトラブル発生の際の介入を法的に義務付けることを求めます。

<フリマサイトで購入してすぐに故障した冷蔵庫解約したい>という相談が寄せられました。

デジタルプラットフォーム運営事業者が介在するサイトでの契約ですが、インターネット上で個人同士が物品を売買するフリマアプリは、個人間取引であり、運営会社は利用規約を定めていますが、個々の取引は、出品者が設定したルールに基づくこととなります。今回の事例のように欠陥商品だった場合は、改正民法の契約内容不適合(第 562

条, 第 563 条)」での交渉になると考えられます。もし当事者間では解決できない場合、フリマサービス運営会社の介入を求めたいところですが、フリマ運営会社の利用規約では「運営事業者は利用者間のトラブルに介入しない」と定めている場合が多いため、運営会社の介入により、トラブルを解決することは難しいケースが見受けられます。

フリマは、アプリを使って簡単に出品したり、各種ポイントを利用して購入ができるなど支払方法の選択肢も広がり、手軽に売買を楽しめるようになってきています。また、エスクローサービスや個人情報を開示せずに配送できるサービス等、安全に取引を行うためのサービスが設けられていることも多いのですが、トラブルは後を絶たちません。フリマアプリ利用者は若者や主婦層だけでなく、終活の目的で利用する高齢者も増加傾向にあるため、今後はトラブルも増加すると思われます。

3. 緊急時に修理を依頼する事業者の適正な修理料金の表示を求めます。

<夜中に賃貸アパートの自室のトイレが詰まり、インターネットで探した事業者に依頼したが、高額請求された。支払ったが減額してほしい>

緊急時に修理を依頼することが多い「鍵の開錠サービス」「トイレの詰まり」「水漏れ」などの契約では、事業者のホームページに記載している金額や修理を依頼する際の見積り金額と現地で修理する際に提示される見積もり金額が乖離しているケースが散見されます。目安となる修理料金、その他必要な料金の提示を求めます。訪問販売であっても来訪要請であれば、「特定商取引法 26 条」に該当しますが「来訪要請したか」「問い合わせか」の判断はむずかしいのが現状です。被害が救済されるよう具体的な判断基準を通達などで示してください。また、つけ込み型勧誘の規制の検討を要望します。

4. 副業に関して、業務提供誘引販売取引の規制強化を求めます。

<副業サイトで相談相手になる仕事に登録したら次々と登録料などの費用を請求された。不審なのでクレジットを取り消したい>

1 週間前にインターネットで探してチャットで相談相手になるとお金が稼げるという副業サイトに登録した。翌日、登録料として 3 万 3,000 円、チャットを開く費用等の名目で 1 万 1,000 円を請求され、更に翌日にも 3 万 3,000 円と次々に請求されて、全てクレジットカードの翌月一括払いで決済したという相談です。

「仕事を提供するので収入が得られる」という口実で消費者を誘引し、仕事に必要であるとして、商品等売って金銭負担を負わせる取引は業務提供誘引販売取引として「特定商取引法」で規制されています。本事例について事業者が提供するサービスの詳細は不明ですが、事業者が提供するサイトのチャットで事業者の顧客の相談相手をして報酬を得るために相談者が使用するシステムの利用料などの費用を支払うのであれば

業務提供誘引販売に該当する可能性があります。業務提供誘引販売に該当する契約を行った場合、事業者は「特定商取引法」第 55 条に基づき書面を相手方に交付することが義務付けられています、消費者は書面を受領してから 20 日間を経過するまでの間クーリング・オフができますが、本件事業者は書面を交付していませんでした。

以上

V. 広報活動・掲載メディア

V-1 広報活動

消費者庁の記者クラブ等を通じて新聞社やテレビ局に広報活動を行いました（右写真）。併せて、チラシをマスコミ・全国主要消費生活センター・消費者団体等に送付し、開催の周知に努めました。



マスコミや行政機関他各社には、新聞・WEB等での報道をいただきましたことを深く感謝し、今後さらなるご指導・ご支援をお願いいたします。

今後もNACSなんでも110番の意義を、報道機関をはじめ一般の方々にお知らせし、効果的な広報にしたいと考えています。

V-2 掲載メディア

- ・新聞 ニッポン消費者新聞WEB 9月11日、11月5日
 ニッポン消費者新聞 10月1日、12月1日

- ・NACSホームページ・広報紙
 ホームページ 本部、東日本支部、西日本支部
 東日本支部 「いーすと」 (7・8月号、9月号、10月号、12月号)
 本部 「NACS news」 2020年秋号
 西日本支部 「ハーモニー」 (10月号、11月号、12月号)

- ・その他消費者団体
 一般社団法人全国消費者団体連絡会「消費者ネットワーク」275号

- ・メルマガ NACSメールニュース 10月8日 70号、11月8日 71号

- ・SNS 京都府消費生活安全センター Twitter 9月9日
 ニッポン消費者新聞 Facebook 9月20日

VI. その他110番関連資料

事前講座風景

《東京》



《大阪》



相談風景

《東京》



《大阪》



消費者トラスル

KEIRIN

キャンセル なんでも 110 番

～ネット通販、スポーツクラブ、旅行、通信、結婚式場、新型コロナウイルス関連などなど～



キャンセル
できないの？



電話相談・10時～16時

土曜日 10月 3日・10日・17日・24日 **06-4790-8110**

電話相談・10時～16時

日曜日 10月 4日・11日・18日・25日 **03-6450-6631**

主催：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

後援：近畿経済産業局 東京都 大阪府 京都府 奈良県



全国消費者団体連絡会
CONSUMERS JAPAN

nacs

消費生活イラスト集より

『 NACS「なんでも 110 番」一覧 』

昭和 63 年（1988 年） 「高齢者なんでも 110 番」	平成 16 年（2004 年） 「通信サービストラブルなんでも 110 番」
平成元年（1989 年） 「生活設計なんでも 110 番」	平成 17 年（2005 年） 「金融サービストラブルなんでも 110 番」
平成 2 年（1990 年） 「クレジットなんでも 110 番」	平成 18 年（2006 年） 「クレジット・ローンなんでも 110 番」
平成 3 年（1991 年） 「旅行なんでも 110 番」	平成 19 年（2007 年） 「クレジットなんでも 110 番」
平成 4 年（1992 年） 「塾・英会話・エステなんでも 110 番」	平成 20 年（2008 年） 「通信なんでも 110 番」
平成 5 年（1993 年） 「資格商法なんでも 110 番」	平成 21 年（2009 年） 「カードなんでも 110 番」
平成 6 年（1994 年） 「商品事故なんでも 110 番」	平成 22 年（2010 年） 「サギ商法なんでも 110 番」
平成 7 年（1995 年） 「金融商品なんでも 110 番」	平成 23 年（2011 年） 「通信トラブルなんでも 110 番」
平成 8 年（1996 年） 「金融商品なんでも 110 番」	平成 24 年（2012 年） 「キャンセルなんでも 110 番」
平成 9 年（1997 年） 「通信トラブルなんでも 110 番」	平成 25 年（2013 年） 「健康食品なんでも 110 番」
平成 10 年（1998 年） 「契約トラブルなんでも 110 番」	平成 26 年（2014 年） 「ネット取引なんでも 110 番」
平成 11 年（1999 年） 「インターネットトラブルなんでも 110 番」	平成 27 年（2015 年） 「高齢者・障がい者 消費者トラブルなんでも 110 番」
平成 12 年（2000 年） 「儲け話なんでも 110 番」	平成 28 年（2016 年） 「広告・宣伝・表示なんでも 110 番」
平成 13 年（2001 年） 「金融トラブルなんでも 110 番」	平成 29 年（2017 年） 「訪販・電話勧誘・クレジットから 仮想通貨まで なんでも 110 番」
平成 14 年（2002 年） 「くらしの契約トラブルなんでも 110 番」	平成 30 年（2018 年） 「不当請求・架空請求 なんでも 110 番」
平成 15 年（2003 年） 「継続サービス契約トラブルなんでも 110 番」	令和元年（2019 年） 「もうけ話、怪しい勧誘・広告 なんでも 110 番」

110 番対応者

東京

生駒薫	大井菜子	小笠原むつみ	岡本由美	角濱ひとみ	木村嘉子
金藤博子	見野悦子	櫻木和美	佐竹愛子	大道不二子	武井紀子
中野子礼子	長谷川ゆかり	福長恵子	藤井檀	松本恭子	山本いく子

大阪

伊東広美	香浦奈美	河野順子	沢井馨子	田村朋子	仲澤悦子
中野賀予子	西田智子	林多恵	福井多恵子	町田弘美	山内恵香
山木香代	山口知香	蓮菜穂子			

アドバイザー : 弁護士 瀬戸和宏

報告書作成者 (◎は責任者)

伊東広美	香浦奈美	角濱ひとみ	木村嘉子	見野悦子	金藤博子
櫻木和美	佐竹愛子	大道不二子	武井紀子	中野子礼子	長谷川ゆかり
樋口容子	◎福長恵子	松本恭子	山口知香		

★110 番当日に発表した速報と報告書の実数、分析の結果が多少異なることをお断りいたします。無断転載禁止

発行 2020年12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
110番実行委員会

〒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 <https://nacs.or.jp/>

本報告書の内容は、無断転載を禁止します。

nacs

NIPPON ASSOCIATION OF CONSUMER SPECIALISTS

この事業は競争の補助（2020P-113）を受けて実施しました。