

2020年度消費者取引裁判外紛争解決手段（Consumer ADR）

法務大臣認証

消費者取引裁判外紛争解決手続 Consumer ADR 報告書

2021年3月



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 委員会



競輪の補助事業

この報告書は、競輪の補助により作成しました。

<https://jka-cycle.jp>

はじめに

ここに、NACS の 2020 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、2008 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。そこでは、消費者相談室でのウィークエンド・テレホン (WET) や、消費者相談 110 番での相談をもとに、紛争解決に向けた活動を実施している。ADR では、各種の相談から、問題点を整理して解決に向けた助言を行い、必要に応じて事業者と交渉を重ね、最終的に消費者に軸足を置いた Consumer ADR に向かうことになる。そのため、双方の同意に基づく和解が成立する数は、必ずしも多くないが、むしろそのプロセスこそが消費者・事業者間の双方向のコミュニケーション・ツールとして重要な役割を演じており、問題発見や解決指針を策定する場としても重要である。その成果は、各種の問題提起や政策的提言にも結びつくことが期待される。

本年度は ADR 裁定手続に進んだ案件はなかったが、相当数のトラブルが相談室の助言やあっせんによって解決している。本報告書では、2020 年度に受付けた約 800 件の WET の相談事例から特徴的な事例を取り上げ、アドバイスや解説をしている。

本年度は、新型コロナ禍で、相談活動も通常と異なる形態を余儀なくされ、さまざまな困難が存在したが、関係者の努力により、一定の成果を挙げることができた。

本報告書では、コロナ禍による生活様式の変化に伴い、特に本年度、被害相談が多かった定期購入の通信販売の事例や火災保険の保険金で住宅修繕ができると勧誘する点検商法による訪問販売の事例などを中心に報告書をまとめた。

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

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

2021 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 (2020P-113) 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・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 5
- 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」の概要・・・・・・・・・・ 12
- 3. 3 当日事例の検討・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 22
- 3. 4 継続相談処理事例の一覧・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 33

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・・・・・・・・・・ 40
- 4. 2 「裁定手続移送準備会議」での検討項目・・・・・・・・・・ 40
- 4. 3 付託への準備、主な検討事例（継続事例）・・・・・・・・・・ 42

5. おわりに

5. 1 行政・事業者・消費者への要請

〔1〕 行政への要請・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・60

〔2〕 事業者への要請

（1） 訪問販売事業者に対しての要請・・・・・・・・・・・・64

（2） 電話勧誘販売事業者に対しての要請・・・・・・・・・・・・65

（3） 通信販売事業者に対しての要請・・・・・・・・・・・・65

（4） 決済代行事業者に対しての要請・・・・・・・・・・・・66

（5） 後払決済代行事業者に対しての要請・・・・・・・・・・・・66

〔3〕 消費者への要請・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・67

5. 2 ADR の現状と今後の課題・・・・・・・・・・・・・・・・・・71

【参考資料】

Consumer ADR 業務規程

1. Consumer ADR の概要

1. 1 Consumer ADR の目的

NACS 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」とする。）の施行に先駆け、2003 年から Consumer ADR の実証実験を行ってきた。その実績を基に、2008 年 3 月に法務大臣の認証を取得し、「かいけつサポート」として Consumer ADR を実施している。

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

1. 2 Consumer ADR の手続

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

消費者の申立による「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、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 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 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、月曜日・水曜日・木曜日に実施する。
- 「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曜日・日曜日に電話で実施する。

継続相談の処理（仲介・あっせん）は、月曜日・水曜日・木曜日に実施する。

「裁定手続移送準備」会議は毎月1回、案件の検討・審議を行なう。

「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・相談処理」
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（東京相談室・大阪相談室）
- 「裁定手続移送準備会議」 NACS 事務所、またはテレビ会議（Zoom）
- 「裁定委員会」 紛争事案の発生に応じて、その都度会場を設定する。

1. 6 Consumer ADR の実施時期

2020年4月1日から2021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・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」は月曜日・水曜日・木曜日に行う。土曜日・日曜日に受けた相談の中で複雑な事案を継続相談とし、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 委員会が会議を担当する。ここでは、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 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

堀川 直資

Consumer ADR 委員会

委員長

松本 恭子

委員

小西 和恵

櫻木 和美

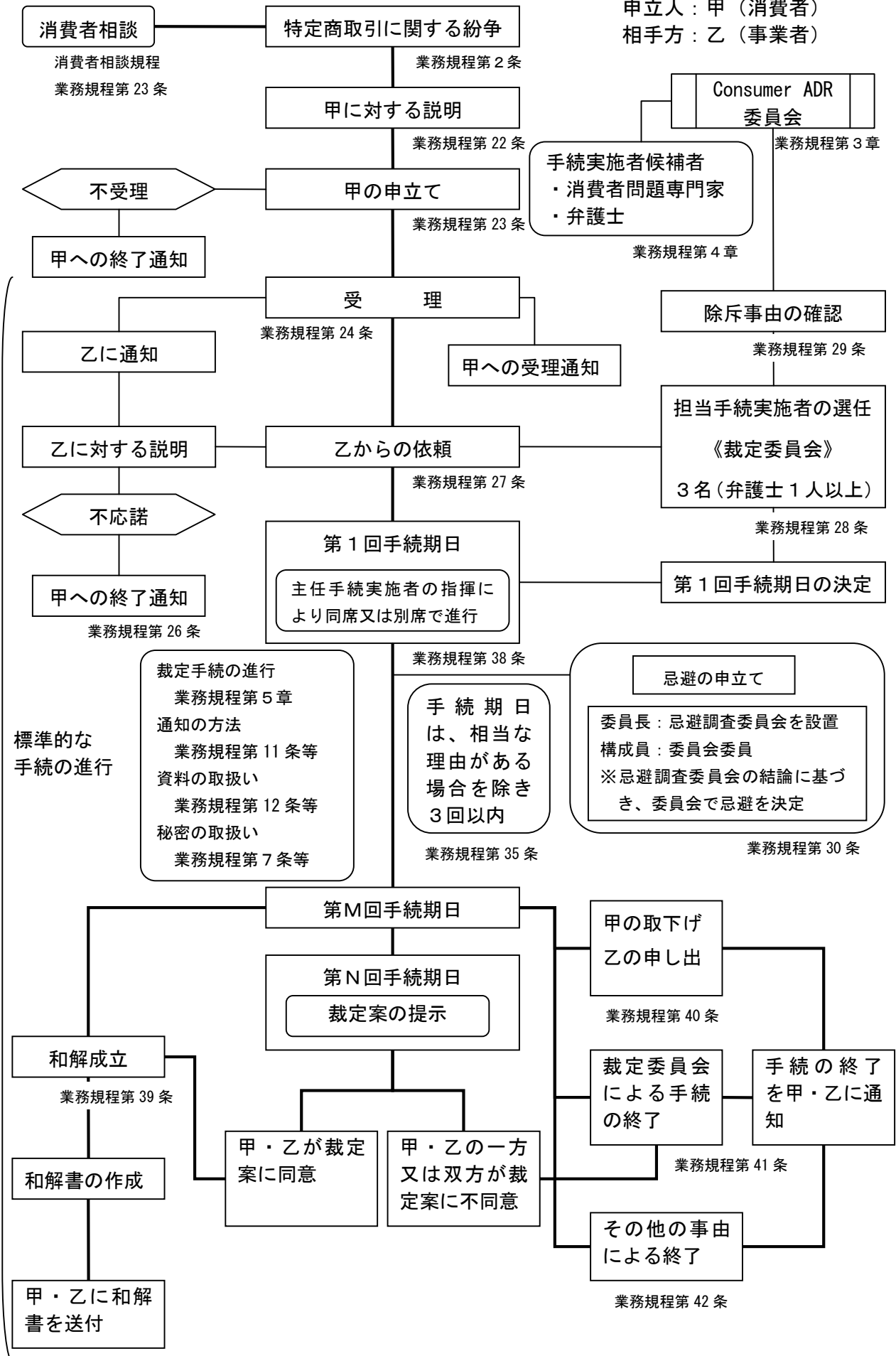
中野子 礼子

樋口 容子

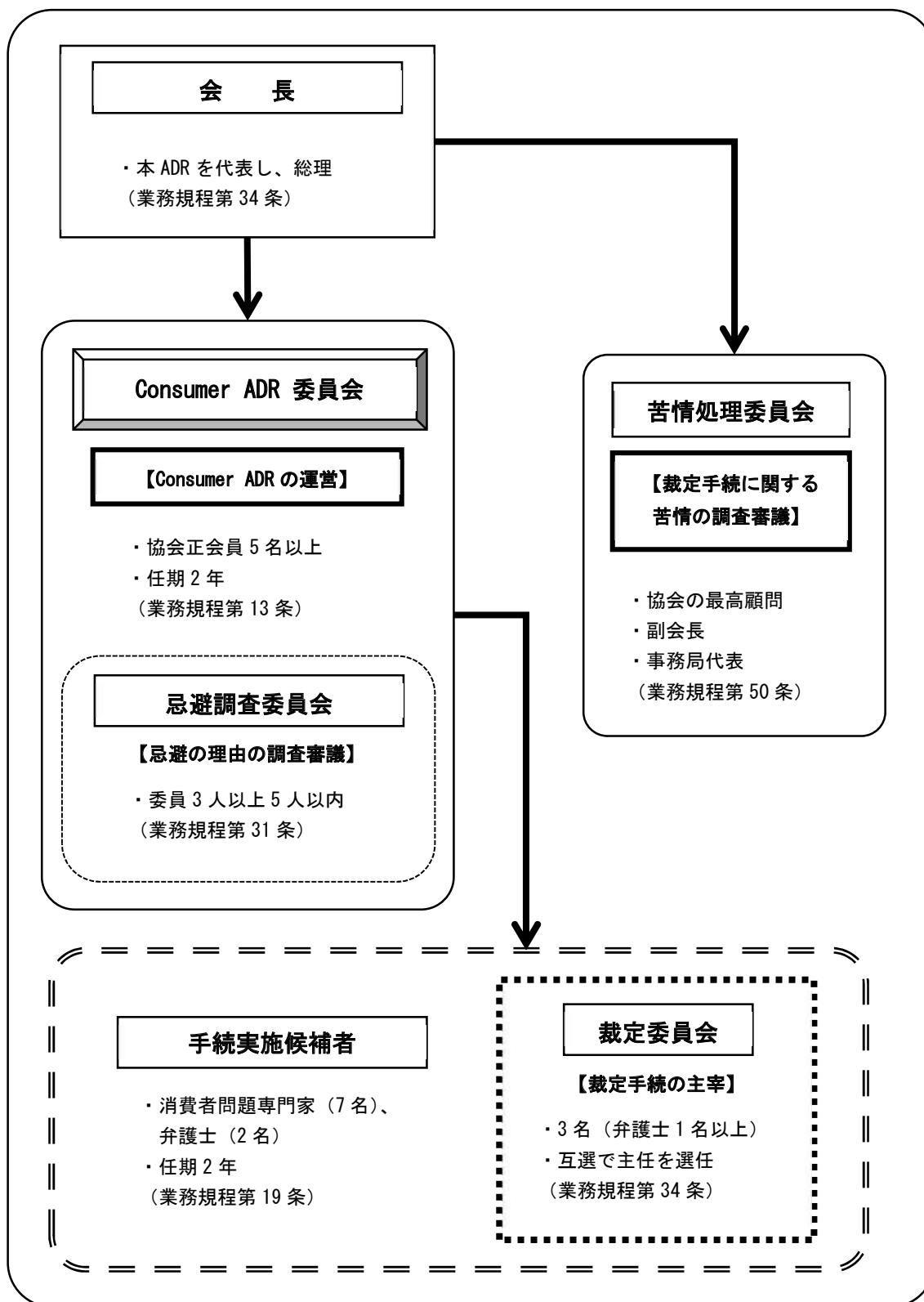
武藤 京子

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・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」は月曜日・水曜日・金曜日に実施した。土曜日・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。

Consumer ADR 受付件数等

【実施時期】	2020年4月1日～2021年3月末日		
【受付日】	東京相談室	: 毎週 日曜日	11時～16時
	大阪相談室	: 毎週 土曜日	10時～16時
【処理日】	東京相談室	: 月・水・金曜日	10時～16時

相談受付・相談処理件数の内訳

総受付件数	818件		
(処理件数内訳) 当日終了件数	792件		
継続件数	26件		
		裁定手続移送準備会 議への付託件数	0件
		裁定手続件数	0件

実施要領

名 称： Consumer ADR

消費者相談「ウィークエンド・テレホン」（通称 WET）

東京 相談室	【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
	【相談処理日】	毎週 月曜日・水曜日・金曜日 10時～16時
大阪 相談室	【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
【H P】	https://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：818 件

2020 年 4 月 1 日～2021 年 3 月 31 日

相談受付 81 日

相談処理日総数 203 日

2020 年度の NACS ウィークエンド・テレホン（以下、「WET」とする。）の相談件数は 818 件（東京 390 件、大阪 428 件）である。コロナ禍による緊急事態宣言の発出により休業期間が生じ、昨年度の 1,025 件に比べ 20%の減少となった。そのうち、継続相談は 26 件、調停・裁定件数は 0 件であった。

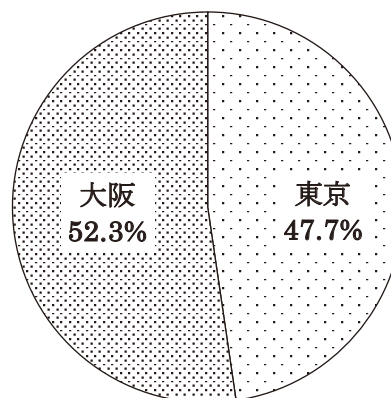
NACS では、居住地の消費生活センターが土日閉所していることにより、利用できない消費者のために、緊急の相談窓口として WET を開設している。東京・大阪の 2 カ所で、助言と他機関の紹介、必要に応じて継続相談や斡旋を行っている。

毎年秋の土日 2 日間で実施している「なんでも 110 番」を、今年度は WET と同時開催により 10 月の毎週土日に行った。今年度は「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～」をテーマとしたため、当該期間に受付けたキャンセルに関する相談に関しては本報告書の相談件数から除外している。110 番の報告書も併せてご覧いただきたい。

今年度の特徴としては、コロナ禍の相談受付中止により相談件数が減少しているにもかかわらず通信販売に関する相談が 315 件あり、全相談件数の 38.5%を占め、昨年度よりも高い割合となった。その内 246 件がネット通販だった。これは外出制限によりテレワークも増え、在宅時間が増えたことが要因と考えられる。中でも定期購入に関連した相談件数は、昨年度は 48 件であったのが、今年度は更に増えて 53 件となった。その他、「結婚式を延期したが、やはりキャンセルしたい」という新型コロナウイルスに関連する相談も目立った。

(1) 相談受付件数 N=818

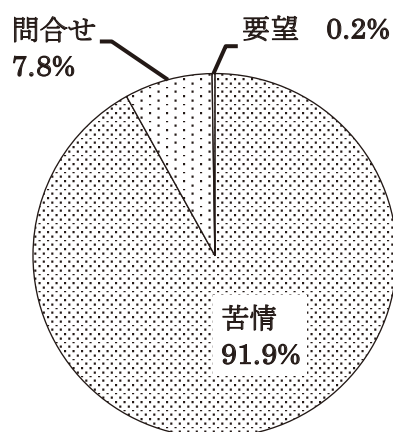
受付支部	件数	%
東京（40日）	390	47.7%
大阪（41日）	428	52.3%
合計	818	100.0%



今年度の相談窓口開設は、新型コロナウイルス感染拡大による緊急事態宣言発出の影響で東京、大阪ともに休止期間があり、81 日であった。

(2) 受付区分別 N=818

受付区分	件数	%
苦情	752	91.9%
問合せ	64	7.8%
要望	2	0.2%
合計	818	100.0%



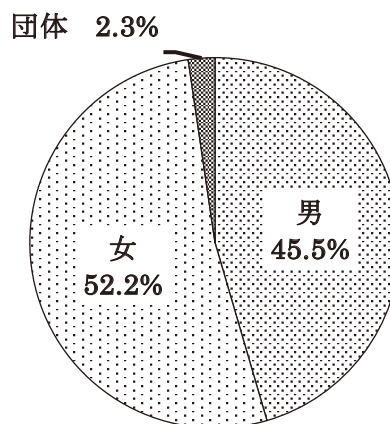
受付区分別では、苦情が752件(91.9%)を占め、問合せが64件(7.8%)、要望が2件(0.2%)あった。

(3) 相談者と当事者の性別

性別で見ると、相談者では男性372件(45.5%)、女性427件(52.2%)、当事者では男性399件(48.8%)、女性395件(48.3%)であった。例年通り、女性からの相談比率が高かった。

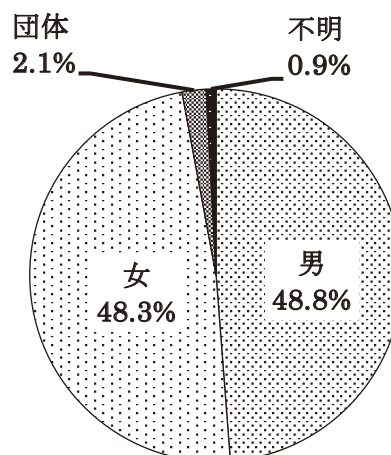
① 相談者の性別 N=818

性別	件数	%
男	372	45.5%
女	427	52.2%
団体	19	2.3%
不明	0	0.0%
合計	818	100.0%



② 当事者の性別 N=818

性別	件数	%
男	399	48.8%
女	395	48.3%
団体	17	2.1%
不明	7	0.9%
合計	818	100.0%



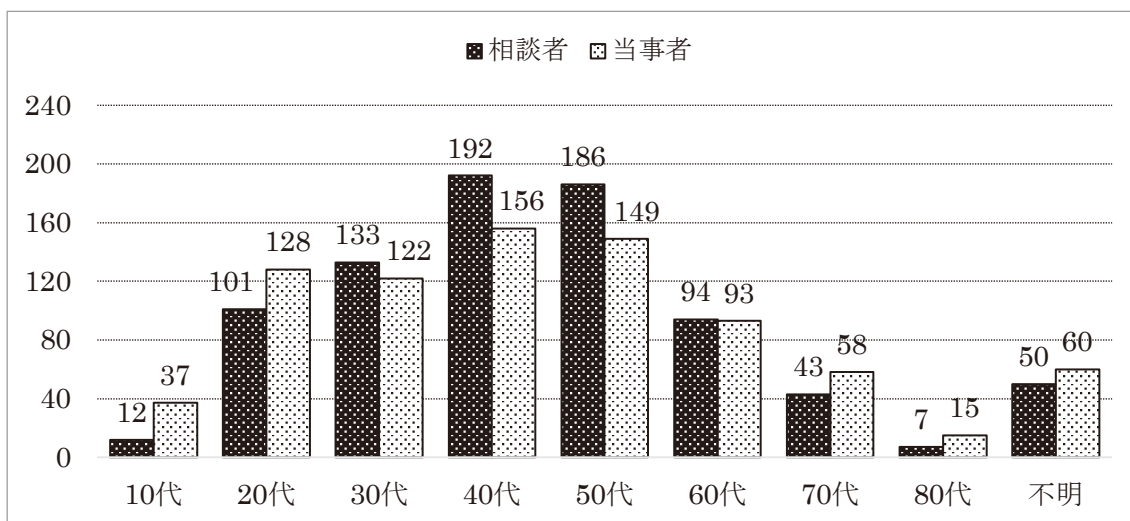
(4) 相談者と当事者の年代別

N=818

年代	相談者	%	当事者	%
10代	12	1.5%	37	4.5%
20代	101	12.3%	128	15.6%
30代	133	16.3%	122	14.9%
40代	192	23.5%	156	19.1%
50代	186	22.7%	149	18.2%
60代	94	11.5%	93	11.4%
70代	43	5.3%	58	7.1%
80代	7	0.9%	15	1.8%
不明	50	6.1%	60	7.3%
合計	818	100.0%	818	100.0%

} 相談者：13.8%
 } 当事者：20.1%

} 相談者：6.2%
 } 当事者：8.9%



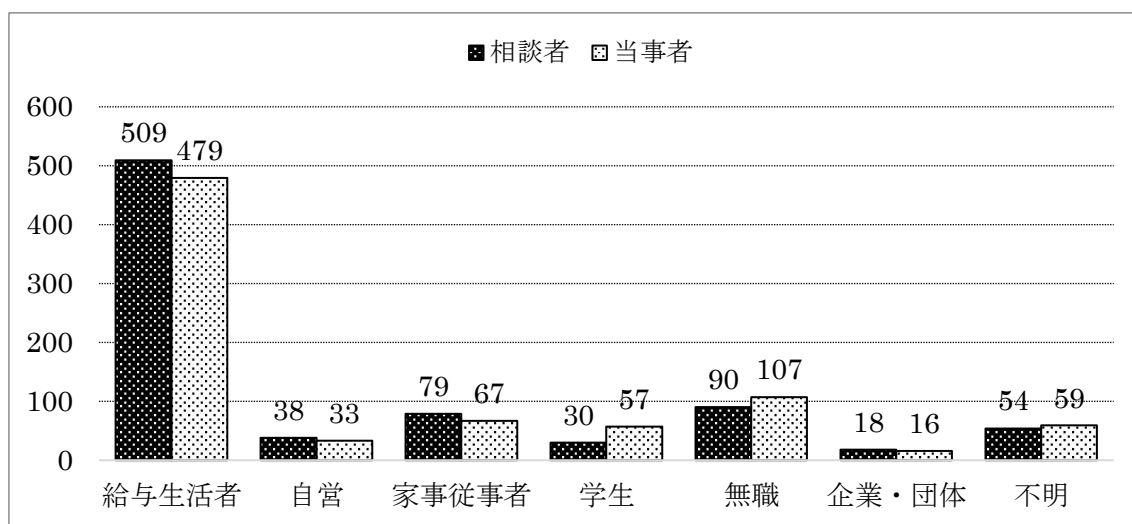
20代から60代の、いわゆる現役世代からの相談が86.3%を占めている。70代以上の高齢者からの相談は6.2%である。休日に開設しているWETの意義は大きいといえる。

事例としては、「10代の中学生が親のクレジットカードを使ってオンラインゲームに課金した」「10代の高校生がSNSの広告から安価で購入できると思って化粧品を契約したが定期購入だった」「20代の学生が自己啓発セミナーの契約を解約したい」「60代の男性が屋根の修理や保険で修理ができると勧誘された」「70代の母が電話回線をアナログに戻すというサポート契約をした」「一人暮らしの80代の女性が不用品処分のために訪問購入を利用したが貴金属のみの買取りだった」等の相談があった。

(5) 相談者と当事者の職業別

N=818

職業	相談者	%	当事者	%
給与生活者	509	62.2%	479	58.6%
自営	38	4.6%	33	4.0%
家事従事者	79	9.7%	67	8.2%
学生	30	3.7%	57	7.0%
無職	90	11.0%	107	13.1%
企業・団体	18	2.2%	16	2.0%
不明	54	6.6%	59	7.2%
合計	818	100.0%	818	100.0%



相談者の職業別件数は給与生活者が509件(62.2%)と最も多く、平日に消費生活センターに相談することが困難と思われる層に利用されていることが分かる。続いて、無職90件(11.0%)、家事従事者79件(9.7%)、となっている。無職の人の割合は、2019年度12.7%であったが2020年度11.0%と、やや減少した。

また、企業・団体からの相談は、2019年度24件(2.3%)で、今年度は18件(2.2%)とほぼ同じ割合である。企業・団体からの相談では「『求人サイトに2週間無料で広告を掲載する』と電話勧誘されて契約したら、後日高額請求された」「駅前の看板の更新料を払うようにと広告事業者が訪問してきたので支払ったが、契約はしていなかった。返金してほしい」等があった。

(6) 相談者の地域別 N=818

都道府県	件数	%
北海道	24	2.9%
青森県	0	0.0%
宮城県	1	0.1%
岩手県	2	0.2%
秋田県	2	0.2%
山形県	3	0.4%
福島県	4	0.5%
茨城県	4	0.5%
栃木県	4	0.5%
群馬県	7	0.9%
埼玉県	47	5.7%
千葉県	41	5.0%
東京都	162	19.8%
神奈川県	41	5.0%
新潟県	4	0.5%
富山県	3	0.4%
石川県	2	0.2%
福井県	0	0.0%
山梨県	0	0.0%
長野県	4	0.5%
岐阜県	8	1.0%
静岡県	20	2.4%
愛知県	27	3.3%
三重県	9	1.1%

滋賀県	6	0.7%
京都府	21	2.6%
大阪府	174	21.3%
兵庫県	64	7.8%
奈良県	21	2.6%
和歌山県	5	0.6%
鳥取県	1	0.1%
島根県	2	0.2%
岡山県	6	0.7%
広島県	4	0.5%
山口県	8	1.0%
徳島県	2	0.2%
香川県	8	1.0%
愛媛県	5	0.6%
高知県	0	0.0%
福岡県	20	2.4%
佐賀県	1	0.1%
長崎県	2	0.2%
熊本県	4	0.5%
大分県	2	0.2%
宮崎県	2	0.2%
鹿児島県	3	0.4%
沖縄県	7	0.9%
海外	5	0.6%
不明	26	3.10%
合計	818	100.0%

相談者を都道府県別にみたときの相談件数は、多い順に大阪府 174 件、東京都 162 件、兵庫県 64 件、埼玉県 47 件、千葉県 41 件、神奈川県 41 件、となった。一方、都道府県別の人口数は、多い順に東京都、神奈川県、大阪府、愛知県、埼玉県となり、人口数と WET の相談件数は比例していない。人口数に比べ、WET の相談件数が少ない都道府県は、行政による休日の相談窓口が充実していることがうかがえる。

(7) 商品・役務別（重複分類）

N=813、M=917

商品	件数
A 商品一般	48
B 食料品	65
C 住居品	25
D 光熱水品	14
E 被服品	44
F 保健衛生品	48
G 教養娯楽品	60
H 車両・乗り物	38
I 土地・建物・設備	118
J 他の商品	1
商品（A～J）小計	461

役務	件数
P 役務一般	1
Q 金融・保険サービス	31
R 運輸・通信サービス	146
S 教育サービス	11
T 教養・娯楽サービス	38
U 保健・福祉サービス	40
V 他の役務	51
W 内職・副業・ねずみ講	6
X 他の行政サービス	6
役務（P～X）小計	330
Z 他の相談	22
合計	917

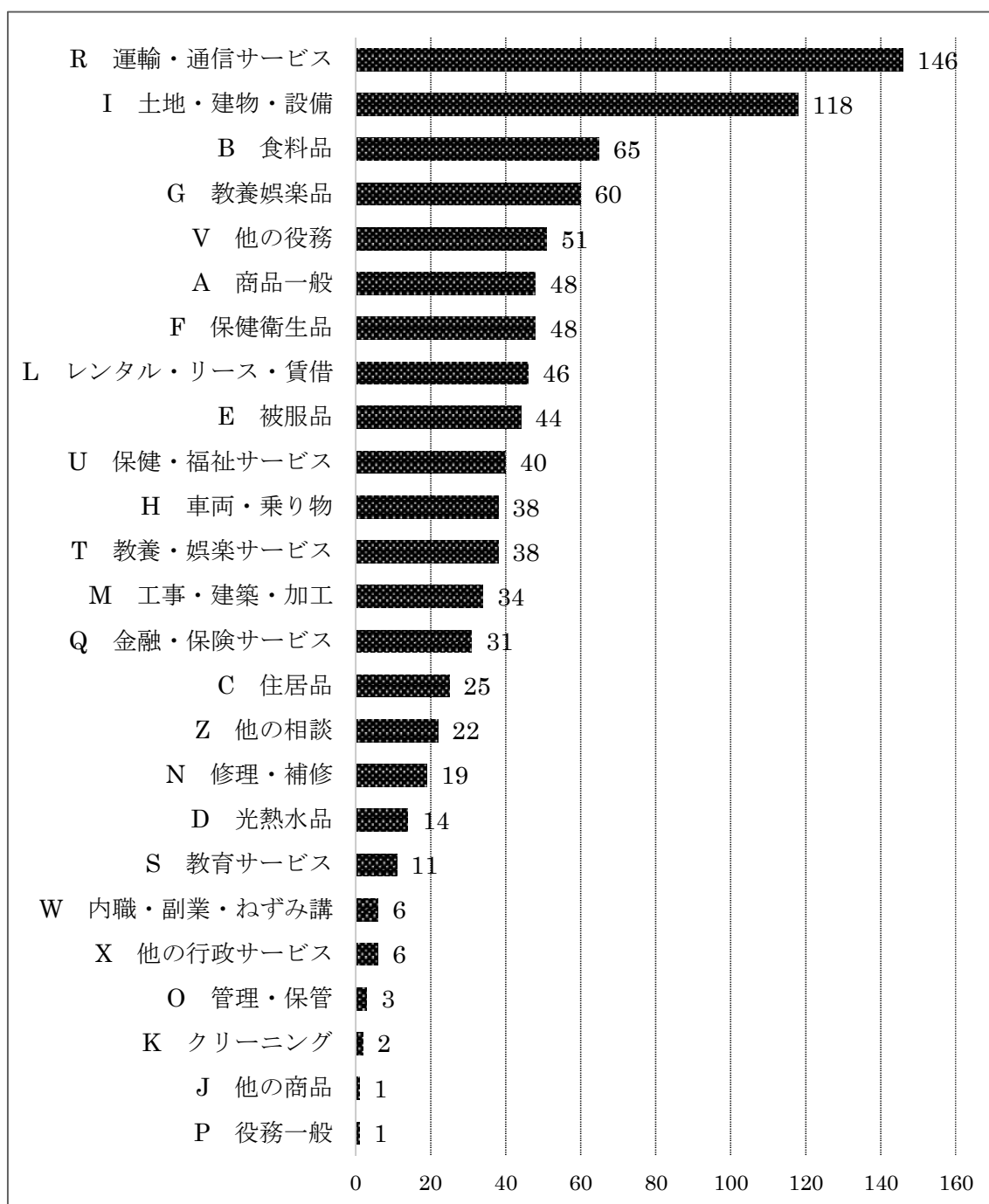
※東日本の不明 5 件を除いて集計

商品関連役務	件数
K クリーニング	2
L レンタル・リース・賃借	46
M 工事・建築・加工	34
N 修理・補修	19
O 管理・保管	3
優先コード（K～O）小計	104

相談内容を、「商品」「商品関連役務」「役務」に分類した。「商品関連役務」は、商品に関連して提供される役務であるため、それぞれの役務は関連する商品と重複して計上されており、総数は 917 件となった。

商品・役務別では、運輸・通信サービスが 146 件と最も多く、続いて、土地・建物・設備 118 件、食料品 65 件、教養娯楽品 60 件、他の役務 51 件、商品一般 48 件、保健衛生品 48 件の順となった。

さらに、主なものの内訳を見ると、運輸・通信サービス 146 件のうち、運輸サービスの相談は 9 件、通信サービスの相談は 137 件と、例年どおり通信サービスに関する相談が大半を占めた。次に、土地・建物・設備 118 件のうち、賃貸アパート等に関する相談が 32 件、工事に関する相談が 33 件となった。また、食料品 65 件のうち、39 件が健康食品の定期購入に関する相談であった。商品一般では宅配事業者を装った偽メールや、送り付け商法に関する相談が多く見受けられた。



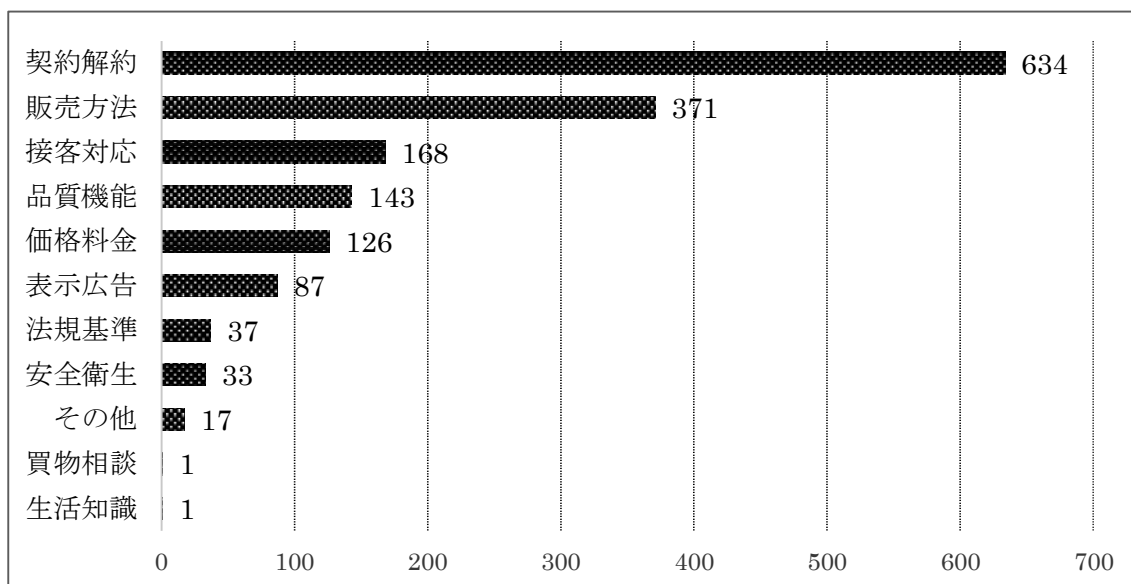
(8) 相談内容別（重複分類）

N=818、M=1,618

内容別	件数	%
契約解約	634	39.2%
販売方法	371	22.9%
接客対応	168	10.4%
品質機能	143	8.8%
価格料金	126	7.8%
表示広告	87	5.4%
法規基準	37	2.3%
安全衛生	33	2.0%
その他	17	1.1%
買物相談	1	0.1%
生活知識	1	0.1%
計量量目	0	0.0%
包装容器	0	0.0%
施設設備	0	0.0%
合計	1,618	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、634件（39.2%）、続いて、販売方法371件（22.9%）、接客対応168件（10.4%）、品質機能143件（8.8%）、価格料金126件（7.8%）の順となった。

契約・解約では、キャンセル料に関する相談が52件あった。事例には「海外の新婚旅行先の写真撮影で使用する予定のレンタルドレスを、渡航禁止を理由にキャンセルしたが、高額なキャンセル料を請求された」、「パラリンピックの延期を理由に、予約していたホテルをキャンセルしたら、規約通りの解約料を請求された」など、昨年度と同様に新型コロナウイルスに関連する相談が見受けられた。



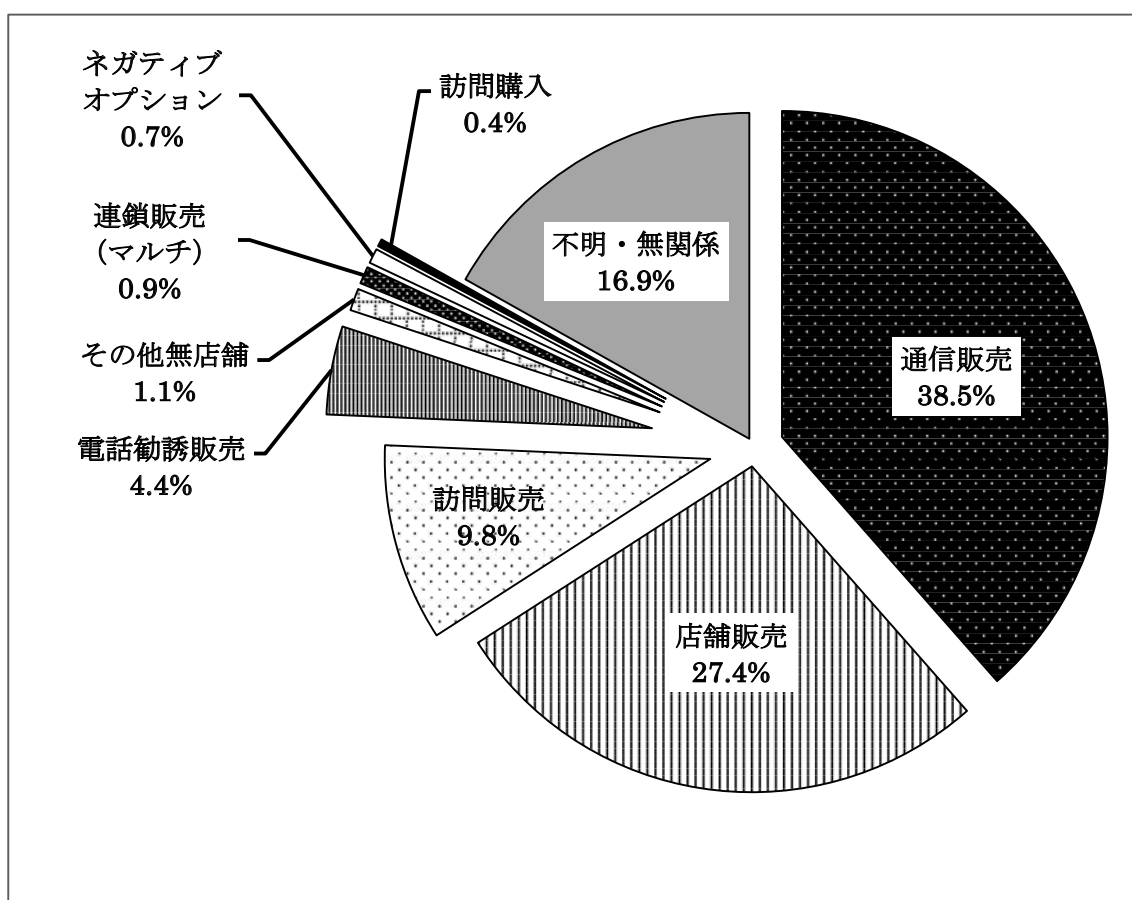
(9) 販売購入形態別

N=818

販売購入形態	件数	%
通信販売	315	38.5%
店舗販売	224	27.4%
訪問販売	80	9.8%
電話勧誘販売	36	4.4%
その他無店舗	9	1.1%
連鎖販売 (マルチ)	7	0.9%
ネガティブオプション	6	0.7%
訪問購入	3	0.4%
不明・無関係	138	16.9%
合計	818	100.0%

販売購入形態別では、通信販売が315件(38.5%)と最も多く、次いで、店舗販売224件(27.4%)、訪問販売80件(9.8%)、電話勧誘販売36件(4.4%)の順となった。

通信販売のうち、商品・役務別では「健康食品」に関する相談が最も多く、次いで「デジタルコンテンツその他」「化粧品」が続いた。「健康食品」「化粧品」では定期購入に関する相談が昨年度と同様に多く見られ、「デジタルコンテンツその他」では特に情報商材に関する相談が目立った。



(10) 支払形態別

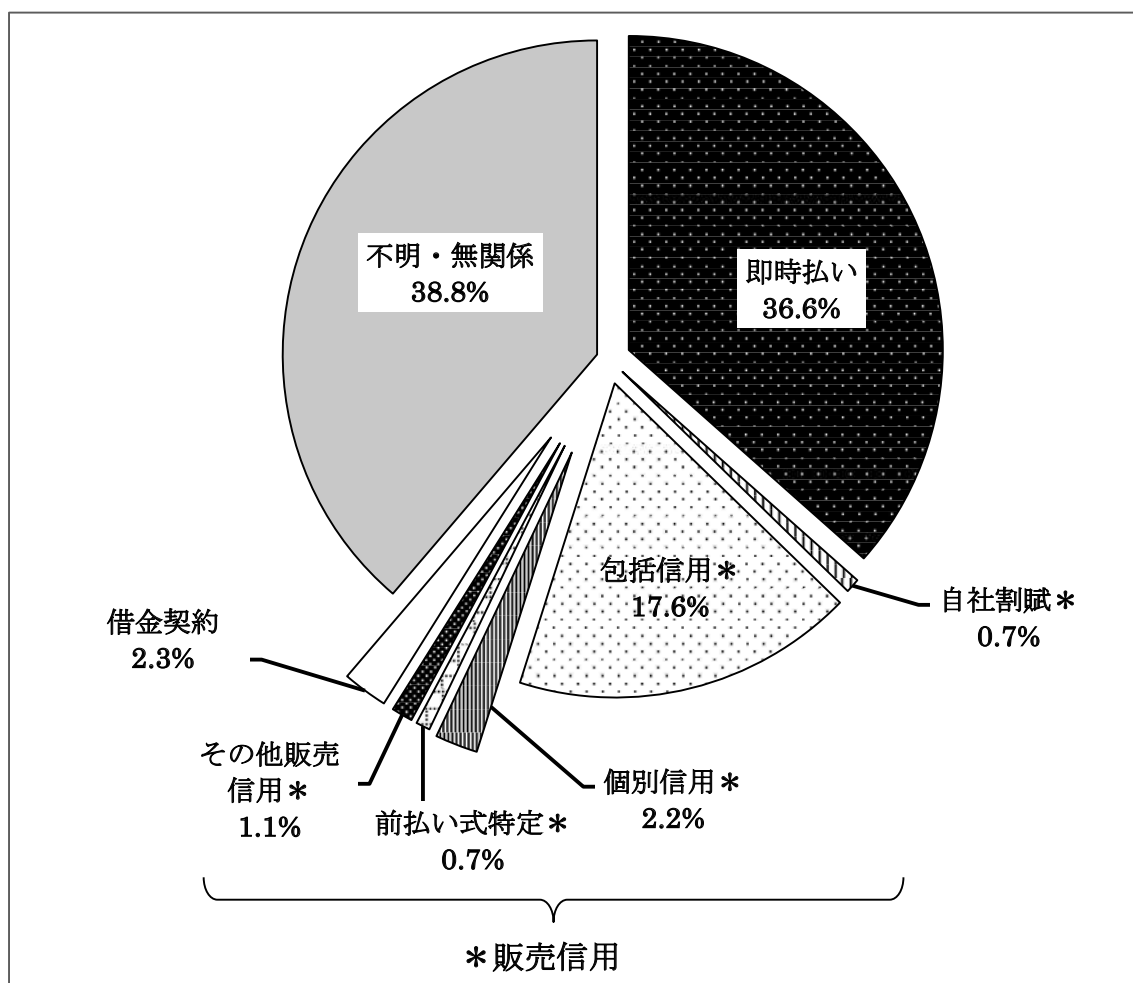
N=818

支払形態	件数	%
即時払い	299	36.6%
自社割賦*	6	0.7%
包括信用*	124	17.6%
個別信用*	18	2.2%
前払い式特定*	6	0.7%
その他販売信用*	9	1.1%
借金契約	19	2.3%
不明・無関係	317	38.8%
合計	818	100.0%

販売信用

支払形態別では、即時払いが 299 件 (36.6%) で最も多かった。販売信用では、包括信用が 124 件 (17.6%) あった。包括信用のうち 112 件が「2 か月内払い(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

＜昨日「通気口の説明をさせてほしい。」と来訪した者を管理会社と思い部屋に入れた。部屋の防カビ・抗菌コーティングを勧められ契約したがクーリング・オフしたい＞

受付年月日	2020年8月15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	千葉県

相談概要

昨日、「入居時に説明し忘れたので、通気口の説明をさせてほしい。」と事業者が来訪した。マンションの管理会社かと思い、部屋に入れた。最初は、通気口の掃除方法などの説明をしてくれたが、途中から部屋全体の防カビ・抗菌コーティングを勧められ、「丁度この辺りを回っているところだし、お盆の期間は安くできる。」と言われ、風呂場やトイレ、室内の壁全部のコーティングを27万5000円で行う契約をした。作業は1週間後である。しかし、インターネットで調べたところ、事業者の信用性について不安を覚えたのでクーリング・オフしたい。契約書には、住所と名前、契約金額などが書かれている。裏には、クーリング・オフのことや、はがきの書き方が載っている。

アドバイス

契約した翌日の相談であるため、相談者に契約書控えの裏面の、クーリング・オフの記載について読み上げてもらい、契約書面の受領日から8日以内にクーリング・オフの通知を事業者に出せばよいことを伝えた。発信日が分かるように、特定記録郵便又は簡易書留で出すよう助言した。

＜解説＞

当事例では、消費者は訪問してきた事業者を管理会社と勘違いし、通気口の説明を聞くだけだと思って、家に入れてしまった。「特定商取引法」の訪問販売では、事業者は、訪問販売を行う際には、勧誘に先立って消費者に①事業者名、②契約の締結について勧誘する目的であること、③販売しようとする商品（役務）名を告げなくてはならないことが規定されている。しかし、事業者が違反行為を行ったとしても民事効果はない。そもそもコーティングが必要かどうかよく考え、必要な場合は、他社と比較検討するなど、防カビ、抗菌コーティングについて情報収集し、納得をした上で契約をすることが肝心である。突然勧誘を受けて断り切れずに契約してしまった場合は、クーリング・オフ制度を活用することが大切だ。

＜2 日前に家族が受取った荷物を開封したが、注文した覚えがない商品だった。返品せずに 14 日置いておけばいいとの情報を得たが大丈夫か＞

受付年月日	2020 年 8 月 16 日
相談者性別	男性
相談者年齢	40 歳代
相談者職業	給与生活者
相談者居住地	神奈川県

相談概要

2 日前、子供が私宛に届いた宅配便の荷物を受取った。最近ネット通販でいろいろな商品を注文したのでその一つかと思い開封したら、海外製のアダルト用品がぎっしり入っていた。注文した覚えがないし、送り主の住所は海外で、全て英文表記のため内容を読取れなかった。先日、クレジットカードでフィッシング詐欺の被害に遭い、クレジットカード会社に申出て解約し、新しいカードを作ったばかりだったので、それに関係しているかもしれない。警察に相談して得られた助言やインターネットの情報によると、注文した覚えのない荷物は、14 日間保管してその後は処分していいとのことだが、それで大丈夫か。

アドバイス

ネガティブ・オプションについて情報提供し、14 日間保管した後は、商品を処分できると伝えた。後日請求書が送られてきた場合は、消費者ホットラインに電話をかけて相談するよう助言した。

また、フィッシング詐欺の被害に遭い解約したクレジットカードについては、しばらくの間、身に覚えのない引落がないか注意するよう付言した。

＜解説＞

事業者から消費者へ、突然一方的に商品が送り付けられる商法を、送り付け商法もしくはネガティブ・オプションと言う。かつてはボランティア団体を名乗る者から商品が届き、同封された請求書によって募金感覚で代金を支払わせる手口が主流だったが、最近は海外の見知らぬ事業者から普通郵便で商品が届いたり、商品が届いても請求書が同封されていなかったりと、その手口も様々なかたちに変化している。

契約をしておらず商品を受取っただけでは、代金の支払義務は生じない。ネガティブ・オプションは「特定商取引法」で規制されており、消費者が商品代金を支払う必要はなく、事業者に商品の引取を要求してから 7 日間、もしくは商品が到着してから 14 日間が経過した後は、事業者はその商品の返還を請求することができない。

しかし本件のように、ネット通販を頻繁に利用している消費者が増加している昨今、身

に覚えがなくてもアカウントを利用して家族が商品を注文していたり、注文した商品の発送元が海外であるとの広告表示を見落していたり、事業者の商品配送ミスの場合もあり、ネガティブ・オプションと必ずしも断定できないケースがあるので注意が必要である。

商品を受取ってしまったら、まずは家族や友人に心当たりがないか、そして利用した通販サイトの注文履歴や通知メールの内容を確認するなど、商品が明らかに契約した覚えのないものであることを確かめることが肝要である。また、別途請求書が届いたりしないか、クレジットカードの利用明細に不審な請求がないかを小まめにチェックしてほしい。商品が未開封の場合は受取を拒否できるが、その際も、伝票に記載されている差出人の情報を記録しておき、万一に備えることが大切である。この場合も、前述のような不審な請求がないか注意しなければならない。

ネガティブ・オプションについては、「特定商取引法」の改正法案が本年の通常国会に提出された。この商法は消費者の混乱を招き負担が大きい。さらなる規制の強化を望みたい。

＜「SNS で稼げる副業」を提供するという事業者に、借金して 100 万円振り込んだ。
稼げないので返金してほしい＞

受付年月日	2020 年 8 月 29 日
相談者性別	女性
相談者年齢	20 歳代
相談者職業	給与生活者
相談者居住地	東京都

相談概要

インターネットで副業を探していた。「SNS で稼げる副業」という見出しを見つけ、リンク先を訪れてアカウント登録した。SNS 上で個人情報や副業の月収目標を書くよう要求され、回答した。事業者から、「どこかに動画を投稿するだけで 10 万円以上稼げる。」と説明された。最初にガイドブックの購入が必要だと言われ、その代金として 8000 円を、指定された銀行口座に振込んだ。ガイドブックは電子メールの添付ファイルで届き、そこには無料プランのほか、15～150 万円のサポートプランが紹介されていた。

以後は、事業者と電話でのやり取りに移行した。初心者は有料プランを選択するように勧められ、「後から稼げるので心配ない。」と説明されるままに 125 万円のプランに申し込んだ。この時は分割払いでよいという説明だったが、後日、一括で払うよう告げられ、お金がなければ消費者金融で借入せよ、と消費者金融のウェブサイトから借入する方法を指南された。指南されたとおりに借金を申し込むと 2 社から 50 万円ずつ借りられたので、借入れた直後、事業者の銀行口座に 100 万円振込んだ。残る 25 万円の支払は後でよいと言われた。

しかし、その後、最初の説明のように稼げないことがわかったので、SNS で事業者に解約を申出て返金を求めたが拒否された。契約書や領収書はもらっていない。解約して返金してほしい。

アドバイス

副業に関するトラブル事例を情報提供した。相談者は事業者の住所や連絡先が分かるということだった。契約に至るまでの経緯を記した、解約と返金を求める書面を、記録が残る方法で事業者に郵送した上で解約交渉するように助言した。時間がかかると借入金の金利や返済負担が増す恐れがあるため、速やかに交渉を開始する必要があると説明し、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＞

以前より、「副業で簡単に収入が得られる」とうたう勧誘に誘引され、収入が得られるどころか高額な支払をしたという消費者被害は見受けられた。最近では、新型コロナウ

イルス感染症拡大の影響により収入が減少したため、副業で収入を得たいと思う人が同様の被害に遭うケースが増えている。

SNS でやり取りしてガイドブックを購入した後、「ガイドブックに記載してあるプランについて説明をするから。」と事業者が勧誘する旨を伝えずに電話をかけたり、あるいは、「電話で説明するので都合のよい日時を指定するように。」と消費者に電話要請させた場合、販売目的隠匿による勧誘として「特定商取引法」の電話勧誘販売にあたり、クーリング・オフが適用される。しかし、事業者は電話勧誘を認めず、クーリング・オフに応じようとし不在なのが現状である。SNS でやり取りしてガイドブックを購入した後、消費者が自発的に電話をかけたり、あるいは、事業者が勧誘する旨を伝えた上で消費者に電話をかけさせた場合は「特定商取引法」の電話勧誘販売にはあらず、通信販売と認定されるためクーリング・オフは適用されない。

重要事項について事実ではないことを告げる不実告知や、必ず儲かるなど断定的判断の提供による勧誘を受けたことで誤認して申込をした場合には、「消費者契約法」(第4条)による取消を主張することになるが、現金払いだと事業者が簡単に返金に応じることはない。カードを利用している場合は、クレジットカード会社に支払停止の抗弁を主張して加盟店調査を求めることで、請求を停止したり与信契約を取消してもらえる場合がある。

「SNS で稼げる副業」を提供するというサイト運営事業者から、最初は安価な値段(8000円)でガイドブックを買う。ここまでは事業者の話信じたとしても、今回のケースは、高額なサポート費用を要求された時点で怪しい話だと気づかず、消費者金融で借金してまで100万円を支払っている。高額な先行投資する価値がある事業者なのか見極めようとする事なく、「稼げる」という甘言を簡単に信じてしまった。副業で簡単に収入が得られる方法など存在しないと見抜けるような消費者としての力をつけなければ、他の手法でまた簡単に騙されてしまうことが危惧される。

＜息子が、パソコンでインターネットを利用中、警告音が鳴った。記載の番号に電話したらウイルス感染していると言われ、高額なセキュリティソフトを勧誘された＞

受付年月日	2020年11月5日
相談者性別	女性
相談者年齢	50歳代
相談者職業	給与生活者
相談者居住地	東京都

相談概要

昨夜、息子がパソコンでインターネットを利用していたら、突然警告音が鳴り、ウイルス感染を伝える画面が表示された。母親である私が、慌てて記載されていた電話番号に電話をかけた。片言の日本語で、「ウイルスに感染しているので、すぐに対策した方がよい。セキュリティソフトは、1年契約で3万円だ。コンビニの電子マネーで支払うように。」と言われた。おかしいと思い、「今夜は遅いので、明日対応します。」と言って電話を切った。パソコンはその後開いていないが、今日は何度も電話がかかり、片言の日本語で話しかけてくるが、すぐに切っている。多分昨夜の相手からだと思うが、今後どうしたらよいか。

アドバイス

相手の電話番号しか分からないとの事だったので、電話で契約はしないと断るよう助言した。さらに、IPA（独立行政法人 情報処理推進機構）にも相談してみるよう勧めた。その上で、もしメールで請求などが届いた場合は、海外の事業者と思われるので、居住地の消費生活センターに相談し、CCJ（越境消費者センター）を紹介してもらい、助言を受けるよう伝えた。

＜解説＞

IPA のホームページには、2016 年から「偽警告に関する相談事例」を掲載している。IPA は「警告画面はウイルス感染の有無に関わらず表示される。実際のウイルス感染の有無は、自身のセキュリティソフトで確認を行ってください。」とし、事業者が消費者に代わりソフトウェアをインストールするなどの遠隔操作をした場合については、「パソコン内の情報が流出した可能性は否定できないが、これまでに寄せられた相談では『パソコン内の情報窃取』『ウイルス感染』といった二次被害は確認していません。」としている。

インターネット広告で消費者から電話をかけて契約すれば通信販売となるが、本件のように、かけた電話では申込まずに切って、その後、事業者から電話がかかってきた場合、その電話で申込めば電話勧誘販売になると考えられる。断っているのに何度もかけてくるの

は、再勧誘禁止規定違反に該当する。自分から電話しないこと、電話してもその場でカード番号などを伝えて申込まないことが重要である。

また、「特定商取引法」では、「販売事業者又は役務提供事業者が、電話をかけ又は政令で定める方法により電話をかけさせ、その電話で商品や役務等の勧誘をして申込を受ける」販売方法を電話勧誘販売として規制し、一定の事項を記載した書面（法定書面）の交付を義務付けている。この法定書面が交付されていない場合は、仮に契約が成立していたとしてもクーリング・オフを主張できる。

当該事業者が海外の事業者であり、英語での解約文の書き方が分からない場合は、CCJへ相談する方法がある。インターネットには本件のような事案ばかりではなく、フィッシングサイトへ誘導される事案も多い。できるだけ、事前に詐欺的な事業者の手口を知り、安易に電話やメールをしないことが大切である。

＜小学生の息子がスマートフォンでゲームのアイテムを購入。「20歳以上」にチェックを入れているので、年齢詐称で未成年者取消を認めないと言われた＞

受付年月日	2020年11月22日
相談者性別	女性
相談者年齢	40歳代
相談者職業	自営
相談者居住地	北海道

相談概要

小学3年生の息子が、月々の通信料金と合算して支払う方法で、スマートフォン（以下、「スマホ」とする。）のオンラインゲームのアイテムを、親に無断で6万9000円も購入していた。

通信会社に連絡したが、ゲーム開発会社と交渉するようと言われた。アプリの開発会社に連絡したところ、「決済は1回ごとに、『子ども／学生／20歳以上』にチェックを入れさせて認証している。息子は『20歳以上』にチェックを入れて、課金の決済を44回行った。年齢を詐称しているので、取消には応じない。」と言われた。相談者が業務に使っているスマホでゲームをしているのは知っていたが、課金しているとは思わなかった。未成年者取消はできないか。

アドバイス

「20歳以上」にチェックを入れさせて認証していたとのことだが、チェックを入れるだけで簡単に利用できるのであれば、認証方法に問題がある可能性もあるので、居住地

の消費生活センターに相談するよう助言した。

＜解説＞

「民法」では、未成年者の契約には、親権者などの法定代理人の同意が必要とされ、法定代理人の同意がない未成年者契約は取消すことができるとされている。

インターネット取引においては、未成年者を契約の当事者とするオンラインゲームなど的高額課金や、ダイエットサプリメントなどの定期購入がしばしば問題となっている。当事例のように、申込画面に「20 歳以上」のチェック欄を設けている場合、事業者が「未成年者の詐術に当たる」と主張することが考えられる。

経済産業省が公表している「電子商取引及び情報財取引等に関する準則」では、『『未成年者の場合は親権者の同意が必要である』旨を申込み画面上で明確に表示・警告した上で、申込者に生年月日等の未成年者か否かを判断する項目の入力を求めているにもかかわらず未成年者が虚偽の生年月日等を入力したという事実だけでなく、更に未成年者の意図的な虚偽の入力が『人を欺くに足りる』行為と言えるのかについて他の事情も含めた総合判断を要すると解される。』とされている。また、単に「成年ですか」との問いに「はい」のボタンをクリックさせる場合や、利用規約の一部に「未成年者の場合は法定代理人の同意が必要です」といった記載のみがある場合も詐術には当たらないとの例が示されている。

「準則」の考え方に従えば、未成年者が「20 歳以上」にチェックを入れただけでは、法定代理人の同意を得ているとは言えないので消費者は未成年者取消を主張できると考えられる。

「民法」改正により、2022 年 4 月から成年年齢が 20 歳から 18 歳に引下げられる。高校生でも 18 歳に達した者は未成年者取消ができなくなる。学校、家庭、社会において、成年になる前に、より実践的な消費者教育を受ける機会が必要である。若年消費者の被害防止のための、体系的な消費者教育プランの策定と法整備を求めたい。

参考：<https://www.meti.go.jp/press/2020/08/20200828001/20200828001-1.pdf>

「電子商取引及び情報財取引等に関する準則」（令和 2 年(2020 年)8 月経済産業省)

＜インターネット検索で見つけた家庭教師に体験レッスンを申込んだ。体験レッスンの際に、オンラインで面談し入会申込をしたが、解約したい＞

受付年月日	2020年11月29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	埼玉県

相談概要

9歳の子供のために家庭教師をインターネットで検索していたら、1か月の体験レッスンが受けられる事業者を見つけた。そのホームページには、「成果がなければ全額返金保証」と記載があり、まずは体験レッスンを申込んだ。そのレッスンの際に、オンライン面談で入会を勧められ応じたが、教材費が4万2000円と高額だったので、夫と相談してから決めると付け加えた。その後、クーリング・オフの記載がある申込書が届いたが、まだ提出はしていない。それなのに、教材が届き驚いた。指導料は月額6万円と高額で、契約を急かせる事業者の対応にも不信感を持った。契約は成立していないと思うが、解約したい。

アドバイス

事業者とのやり取りは、すべてオンラインで行っているとの事だった。口約束でも契約は成立するが、本件場合はオンライン面談での契約となるため、「特定商取引法」で定める電話勧誘販売に該当すると考えられる。そうであるなら、クーリング・オフの記載がある法定書面の交付が必要となり、クーリング・オフの記載のある書面を受領してから8日間以内であればクーリング・オフが可能となる。また、申込書面を提出していないことから、そもそも契約自体が成立していないとも考えられるが、念のため、事業者にクーリング・オフ通知を出しておくよう助言した。

＜解説＞

本件は、「特定商取引法」の電話勧誘販売としてとらえ、クーリング・オフを適用させた解決が図られた。しかし、契約期間が2か月を超え、契約金額が5万円を超えるいわゆる家庭教師の契約の場合、「特定商取引法」では特定継続的役務提供として、役務提供事業者に対して一定の事項（サービスの内容、クーリング・オフ、中途解約の計算方法、関連商品など）を記載した書面（法定書面）の交付が義務づけられている。また、クーリング・オフや中途解約も規定されている。本事例では、家庭教師の契約は月極契約であり、特定継続的役務提供契約の要件として定められている「2か月を超える」を満たしていないことから、同法の適用は難しいとも考えられる。けれども、4万2000

円の教材が関連商品の場合、教材使用期間により授業料が月謝払いでも特定継続的役務提供に該当する場合がある。特定継続的役務提供 Q&A（特定商取引法ガイド）（*）によれば、「1 か月単位で契約が更新される月謝制で学習塾の役務が提供されている場合、『政令で定める期間』を満たさないため、本章の規制を原則として受けませんが、例えば、役務の提供に必要である等として教材を販売しており、契約の実態として、役務の提供を受ける者が政令で定める期間を越えて契約に拘束されると判断される場合は、本章の規制を受ける場合があります。」と解説されている。「特定商取引法」の隙間をかいくぐろうとする事業者は多いが、法律の解釈を丁寧に読み込むことで、こうした相談事例の解決に導けることも考慮しておくことが大切である。

* <https://www.no-trouble.caa.go.jp/qa/continuouservices.html>

<独居高齢者が「電話で百科事典を買取る」という電話勧誘を受けたが、宝石や貴金属しか買取ってもらえなかった>

受付年月日	2020年11月30日
相談者性別	女性
相談者年齢	80歳代
相談者職業	無職
相談者居住地	千葉県

相談概要

数か月前のことだが、自宅に「百科事典など、使わない本があれば売っていただけませんか。」と男性から電話があった。処分しようと思っていた本も多かったので来訪を承諾した。翌日、男性が訪ねてきたので、本を見てもらおうと家へ上げたが、欲しいのは宝石だという。「本より宝石が欲しいんです。私も商売で来た。このままでは帰れない。」と言われ、サンゴの指輪と、約100枚の記念切手を5000円で売った。5000円にしかならないのかと思ったが、商売なので仕方がないかと思った。その後、営業員は自社に電話をし、「自分の態度がよかったかどうかを伝えてください。」と言うので、電話を代わった。本人がそばにいたので「態度は普通です。」と答えた。その後、1週間位して「なんでも買取る」という広告のチラシが入った。「手ぬぐい、毛布、いろいろ買います」と書かれていたので、日用品を始末しようと思っていたこともあり電話した。毛布とバスタオルを用意し、来訪した営業員を家に上げた。毛布を見て、「これもそうだけど違うんだよね。主に宝石なんだよね。」と言われた。結局毛布は買取らず、仕方なく見せた指輪3点を1万円で買っていった。2度とも同じ事業者であった。渡された書面と会社に販売態度について電話を入れることで気づいた。買取るといった品物は買取ら

ず、目的は宝石を買取ることだとわかった。家に上げているし、怖かったので言われるままに売却に応じたが、「何でも買取」と言いつつ、実際は指輪などの宝石しか買取らない。クーリング・オフが記載された書面は受取った。既に取りが済んでいて、取戻したいとは考えていないが、同じような被害に遭う人もいると思うので情報提供したい。

アドバイス

「リサイクルショップが開店するので、商品を集めている」「不用品を何でも買取」という電話がかかってくるが、買取業者が欲しいのは貴金属であることが多い。家に上げてしまうと、部屋の中を探されたり、断り切れなくなることがあるので、決して家にはあげないこと。申出た商品を買取らないのであれば、きっぱり断ること。以上を助言し、情報提供として受付けた。

<解説>

高齢者は不用品を整理しようとして、訪問購入を利用するケースも多く、事業者の買取の目的は貴金属であることが多い。訪問購入は「特定商取引法」で規制され、契約書面の交付が義務付けられている。クーリング・オフ制度も導入され、クーリング・オフ期間中は購入者への物品の引渡しを拒むこともできるが、自動車（二輪のものは除く）、家具、家電（携行が容易なものを除く）、本、CDやDVD、ゲームソフト類、有価証券の場合は、訪問購入の規定の適用自体がないのでクーリング・オフが適用されない。不招請勧誘が禁止されているので、あらかじめ電話勧誘がある場合が多く、「何でも買取」というセールストークに不用品の処分を考えている高齢者は来訪を承諾してしまう。チラシを見て、自分から来訪要請する場合（*）、訪問購入に該当しないケースもある。見守りも含め、高齢者への情報提供、啓発が重要である。

*「いわゆる御用聞き取引」「いわゆる常連取引の場合」「転居に伴う売却の場合」は「特定商取引法」の訪問購入の適用除外になるが、再勧誘の禁止等一部規制は除外されない。

特定商取引法ガイド

不招請勧誘の禁止（特定商取引法第58条の6第1項）

事業者は、訪問購入に係る売買契約の締結についての勧誘の要請をしていない者に対し、相手方の自宅等で売買契約の締結について勧誘をし、又は勧誘を受ける意思の有無を確認してはいけません。いわゆる飛び込み勧誘や、単に相手方から査定の依頼があった場合に、査定を超えて勧誘を行うことは、法に抵触することになります。

<https://www.no-trouble.caa.go.jp/what/doortodoorpurchases/>

3. 4 継続相談処理事例の一覧

東京相談室

番号	受付月	申出者			商品・役務	相談内容
		年齢	性別	職業		
1	4	46	男	給与	ポケットWi-Fi	1月にポケットWi-Fiを利用する使い放題の通信契約を申し込んだ。2月に通信ができなくなり、解約しようと思った。その後、事業者から「通信障害があり、利用できなかったので、①無料で解約応じる、②2月、3月分の定額料金を無料にする」というメールが届いた。①か②のどちらか選択するようになっていたので、②の月額料金2か月分無料を選んだ。しかし、その後、また通信障害でインターネットが利用できなくなったので解約しようと思った。サポートセンターに連絡して手続きを取ろうと思っても、連絡が取れず、電話もつながらなかった。何度問合わせても返事がなかったのでWi-Fiルーターを送り返した。最近、事業者から「解約手続きもしないで送られてきた方へのメールです。」という通知が届き、2万900円の請求額が書かれていた。「解約したい」とサポートセンターにメールしても無視され、納得いかない。
2	5	20	男	学生	脱毛クリーム	スマホで動画サイトの広告から、脱毛クリームの販売ページにアクセスして申し込んだ。初回980円のコースは定期購入だったので、申込まなかった。3980円でいつでも解約できる商品を購入したつもりだったが、「7回目から解約できる」と自動返信メールに書かれていた。解約できないか。
3	7	75	女	無職	火災保険の請求代行	「古いテレビアンテナの撤去や調整を無料で行う」と書かれたチラシを見た。ちょうどアンテナを撤去したいと考えていたので、事業者に電話をかけて家に呼んだ。事業者は、アンテナの撤去を終えると「屋根瓦がずれているし、雨どいもブラブラしている。火災保険の保険金で修理できる。」と言った。「保険金を受け取るには、屋根瓦や雨どいの写真を添え、保険会社に保険金請求をする必要がある。当社は保険金請求の申請代行も行っている。」と言うので口頭でお願いし、契約者は夫にした。保険会社に自分で電話して、申請用の書類を送付してくれるように頼んだ。その後、給付された保険金で修理できるのか心配になり、息子に相談した。息子が、契約内容を確認するため事業者に電話すると、「まだ契約はしていないが、住所や名前は伺っている。」と言われたそうだ。申請代行を断りたい。

4	7	31	男	給与	スマホの通話料	携帯電話の高額な請求書が届きびっくりして、通話明細を取って確認したところ、11時間通話している状態になっていたことが分かった。母が友人に電話した後、切ったつもりでいたが、ずっと通話状態になっていたようだ。店舗で相談したが、通信会社の責任ではないので払ってもらえない、お客様相談窓口で電話しても無理だと言われた。
5	7	47	男	給与	AGA治療	数年前、AGA治療を別のクリニックで受けたが、料金が高額で治療効果もなかったため3ヶ月でやめた。インターネットで今回契約したクリニックを知ったが、サイトでは毎月1万7000円位で、現金払いとなっていたので、安いと思い、サポートセンターに電話で問合せた。詳しい話はクリニックで聞くよう言われ、昨日クリニックへ行った。内服薬と注射を希望したが、「サイトに記載の金額ではできない。」と言われた。「2日に1回の内服薬と9万円の注射1回で、4年契約の個別クレジット契約になる。」と言われた。総額43万100円で、初回は1万4390円、2回目以降は1万1700円の48回払いだ。クレジットの申込みをする時、クレジット会社から聞かれても、「あれを言うてはいけない」、「これを言うてはいけない。」等言われクリニックに不信感を持った。「契約の途中でやめても、受けた治療費だけを払えばいい。違約金などはない。」と言われたが、本当にそうなのか不安だ。クーリング・オフできるか。
6	7	45	女	自営	火災保険	8年前から更新を続けている1LDKの賃貸アパート。今まで火災保険は必要ないと思いつけないで更新してきた。自分の仕事は照明関係なので火事にならないようにコンロも使わずタバコも吸わず、1階なので水漏れもない。今回大家が相続で息子にかわり管理会社に変更になった。「今まで保険は契約しなかったから今回もつけたくない。」と伝えたら、「検討する。」と言ったのに返事がない。更新期限に間に合うか心配。管理会社からは「更新の契約書面が確定するまで更新料は支払わなくてよい。」と電話で言われている。
7	7	22	男	給与	牛乳の宅配	8日前に自宅に訪問販売の牛乳販売事業者がやってきて1か月6000円で2週間分は無料と言われたが、3か月以内に解約した場合は無料が有料となるとのこと。同居の母に反対されたので、解約したい。支払はコンビニ払い。
8	7	41	男	給与	金融関連サービスその他	一年以上前にポイント交換サイトに電話番号と住所名前を知らせて登録して利用していた。電話番号を変えたので運転免許証を送り、4万円のポイントを現金に交換しようとしたら「登録されている名前と一致しない。」と断られた。事業者のサポートセンターに連絡したが「うちではできない。」と言われた。

9	8	80	女	無職	屋根の修理塗装	<p>自宅前で家の新築工事をしていた。その工事業者だと名乗る者が家に来て、屋根に不具合がないか無料で点検してくれると言うので依頼したところ、「すぐに修理しないと雨漏りするようになる。」と言われ、契約した。屋根の修理塗装代として、80万円を現金で支払うという契約書に印を押した。あとで息子に屋根修理の話をする時、「今は雨漏りしていないのだから、よく考えた方がいい。」と言われたので、契約の2日後、契約書に記載してある住所にクーリング・オフのはがきを郵送した。</p> <p>同日、担当者の名刺に記載されていた電話番号に電話をかけて、クーリング・オフしたい旨を伝えたところ了承された。しかし、後日になって、クーリング・オフのはがきを受取人不在で家に戻ってきてしまった。契約書に記載されている住所に郵送したのに、名刺に記載されていた別の住所に転送されたらしい。実際にクーリング・オフできているか心配だ。</p>
10	8	30	男	給与	電気ガス	<p>契約中の電気会社だと思って、訪問してきた事業者に見せるところ、書き写されてしまった。電話番号も教えてしまった。事業者からは、「電気とガスのお客様番号」と、電気供給地点番号を書いた確認表を渡された。確認表に記載されていた事業者名が現在契約している電気会社とは違うことが判明し、不審に思った。事業者に電話して「新規契約するつもりはない。」と伝えたが、勝手に新規契約されていないか心配だ。</p>
11	8	69	男	不明	スポーツジム	<p>5日前に、娘がいつも通っている料理教室に行ったところ、関連会社のスポーツジム（以下、「ジム」とする。）のチラシが配布され、無料体験しないかと勧誘された。翌々日にジムに出向き、無料体験を受けた後に、「通常は1年間で11万9700円だが、今なら2か月間無料のキャンペーンをやっている。」と説明を受け、その場で年会費9万7260円の契約をした。しかし今はコロナ禍のため心配で、本人もやめたいと言っているが、やめられないだろうか。規約には「1年契約なので途中ではやめられない」と書いてある。まだ、ジムには通っていない。</p>
12	8	40	女	給与	サプリメント	<p>深夜にSNSでサプリメントの広告を見て注文した。広告の内容は詳しく覚えていないが、期間の縛りのない契約だった。初回で解約しようと思いい、事業者のホームページに掲載されている電話番号にかけたが繋がらない。対処法は。</p>
13	8	28	男	給与	投資マンション	<p>1週間前に突然事業者が自宅を訪問した。「不動産投資の話がある、投資の知識が必要。説明する。」と言われた。断ったが、帰らないのでしかたなく投資用マンションの勧誘を受けた。「数か月先に引っ越しを考えている。」と言ったら、「賃貸物件も紹介する。」と言われ、本日また訪問された。本日も断ったが、「正当な理由がない。」、「また来週訪問する。」と言われた。年収や職場名など個人情報を詳しく教えてしまった。契約する気はないが、勧誘を断るにはどうすればよいか。</p>

14	9	54	女	給与	サプリメント	<p>スマホで、通常価格6800円が今なら9円という広告を見た。「10日間の返金保証」も付いていたので、お試しのつもりで個人情報とクレジットカード情報を入力した。事業者から「注文ありがとう」というメールが届き、いろいろ入力しているうちに自分が何かを勘違いして申込んだのではないかと不安になった。翌日から事業者に電話をかけ続けたが、ずっとつながらない。事業者は取扱う商品によって電話番号を変えているようなので、いろいろな番号にかけてみたが、それでもつながらなかった。仕方がないので事業者の公式サイトから「10日間の返金保証を使って解約したい。」と申出たところ、しばらくして、私の場合は適用除外、という一文のみの返信があった。その後も電話をかけているが通じない。3日前、6袋分のサプリメントと、2万6978円の請求書が届いた。「10日間の返金保証」というのは、初回の9円のみが対象のようで、請求から9円分が減額されていた。もし9円のみが返金保証の対象であるなら、そのことを分かりやすく書くべきではないか。</p>
15	9	20	女	無職	サプリメント	<p>7月24日にスマホのネット通販でサプリメントを注文した。初回500円でいつでも中止・解約できるとされていた。1週間後に最初の商品が届いた。解約しようと電話を掛けたが平日の10時～16時までしか受付けず何度かけても電話が繋がらなかった。そこで、メールで解約を通知したが、「解約は電話でないと受け付けない」、「5回縛りが条件」等の返事しか来ず、解約できなかった。8月末に2回目の商品が届いてしまった。広告を確認すると2回目以降は7832円で、初回限りで解約する場合は1万2000円ぐらい払うことになっていた。コンビニ払いになっていたので初回と2回目の代金は払ったが、2回目の商品は手を付けずに保管してある。このままだと今週の金曜日に3回目が届いてしまうが受け取りたくない。2回目の商品を返品し、初回解約料の1万2000円とこれまでに払った金額の差額を追加で払っても良いので解約したい。</p>
16	9	72	男	無職	冷凍ハンバーグ	<p>6日前に購入した4個入り冷凍ハンバーグの内の1つを電子レンジで解凍して食べたら、中から紐のような物が出てきた。途中まで出したが、それ以上は出さずにそのままにしてある。この紐が何なのか、どのようにして食品に入ったのか、有害ではないか、今後発生しないようにどのような改善策をとるか、を知りたい。私から事業者と連絡すると握りつぶされてしまうと思うので、第三者であるそちらの相談室から連絡して欲しい。</p>

17	9	40	男	給与	インターネット通信サービス	2、3週間前に、独居の高齢の母がインターネット通信契約に関して電話勧誘を受けたが、利用しないので断ったようだ。しかし、2日前に聞いたことのない別の会社から「安心サポート契約」という書面が届いた。料金の欄には1万6500円と書いてあるが、母は契約した覚えはないと言っている。クーリング・オフについて記載があるがどうしたらよいか。
18	9	51	女	不明	美容液	高齢のおばは、遠方で一人暮らしをしている。スマホの広告を見て、お試して安く買えると思って美容液を注文したとのことだ。ところが最近販社からまた荷物が届いた。販促商品かと思って開封すると同じ商品が入っていて、定期購入だとわかったようだ。あわてて解約しようと販社に電話したが繋がらないらしい。支払いは銀行振込だが、納得していないのでまだ支払っていないそうである。
19	11	32	女	給与	ウェディング写真の撮影	10日前に、写真スタジオのサイト内にある広告を見た。SNSで事業者問合せをし、オンラインのテレビ電話を介して口頭説明を受け、スタジオの様子を見せてもらった。事業者からは、「サイトに掲載している撮影場所は、シンプルなものに改装する予定です。」と言われたが、希望のイメージを伝えて、来年2月12日を撮影日に決めて契約した。昨日、衣装を試着する目的でスタジオを訪れた際に、事業者から、改装後の撮影場所の様子をイラストで説明されたが、自分が希望したイメージとは違っていた。規約では、契約日から撮影日の8日前までに解約する場合は、解約料として契約金額の50%を支払うことになっている。契約から間もなく、まだ3か月以上も先の撮影なのに、規約通りに支払わなければならないのか。
20	11	33	女	給与	鍵の開錠	3日前、自宅の鍵が開かなくなった。インターネット検索して見つけた事業者電話して「鍵の状態を見に来てほしい。」と伝えたら、すぐに来てくれた。玄関の鍵を見て、「これは、10万円は超えるでしょう。キャンセルの場合は1万5000円になる。」と、その時初めて料金説明を受けた。高いと思ったが、キャンセル料を払うのは納得できなかったため、開錠を依頼した。結局、「料金は15万円になる。」と作業の前に言われたので、了承し、現金で支払った。あとで他の事業者の相場を調べたところ、開錠は2万円程度から、せいぜい支払った金額の半額程度（7～8万円）ということが分かった。居住地の消費生活センターに相談したが、「現金で支払ったのであれば、返金してもらうのは難しいのではないか。」と言われた。都道府県の消費生活センターに相談すると、「クーリング・オフのはがきだけでも出してみたらどうか。」と言われた。事業者にメールで返金の希望を伝えたが、まだ返事がない。返金してほしい。

21	11	不明	女	給与	シャンプーの定期購入	ネット通販でシャンプーを申し込んだ。広告画面からすぐ申込画面になった気がする。コンビニ後払いで購入できるので申し込んだが、「承認されないの代引きかクレジット払いに変更してほしい。」というメールが届いた。支払方法が変わるのであれば、購入したくない。メールには「商品の準備は出来ているのでキャンセルはできない。」と書かれている。キャンセルできないか。
22	12	30	女	給与	FX自動売買テキスト	インターネットの副業サイトに登録後、そこで見つけたFX取引事業者から説明を受けるため、予約フォームで電話予約を申し込んだ。翌日、事業者からサービス内容が書かれたPDFを受取り、電話による説明を受けた。借金や収入について質問され、「すぐ、お金を作り出せる。」という説明を聞いて、契約金額45万円の初級コースを申込みことにした。契約した商品はFX自動売買のアドバイスが書かれた「電磁的テキストとサポート」で、言われるままに所有するクレジットカードで10万円ずつ決済したが、40万円までしか決済できなかった。「残りの5万円をどうしますか。」と聞かれたので「考えさせてください。」と答えた。その後、クーリング・オフの告知がある契約書が届いた。契約金額は40万円に直されていた。同日に事業者から再度電話がかかってきて、「上位のプランの方がお金の回収期間が早くなる。」と勧誘され、90万円のコースにプラン変更した。支払いのためのクレジットカードを新しく作るよう助言されたが、審査に通らなかった。しかし、銀行のカードローンの申込が通ったので、50万円を借入れて振込んだところ、振込日を契約日とした新たな契約書（契約金額90万円）が届いた。この契約書の受領日から7日目にクーリング・オフの通知を出した。電話でもクーリング・オフを申出たが「初回契約書受取日からはクーリング・オフ期間が既に過ぎているので初回の40万円は返金できない。50万円を返金する。」と言われた。翌日、50万円の返金について定めた返金合意書を受取ったが、納得がいかない。とりあえず返金合意書を交わしてから、40万円の返金交渉をすればよいのだろうか。
23	12	50	男	給与	インターネット接続	1年間、月980円、2年目から4800円位の光回線を申し込んだ。ONU機器が送られてきたが、LANポート1がネット接続できない。最初の担当者は「他の方も同じ状況」と言って取り換えたが繋がらず、窓口のスーパーバイザーに話したら、「同様の障害情報は上がっていない。お客様の環境のせいです。」と言われた。2回取り換えても直らないので、「障害情報として上げて欲しい。ランク下でいいので機種を取り換えて欲しい。」と言ったが応じない。窓口は外部委託のようで、インターネット回線会社に話を繋げないことも不満。貴相談室から連絡してほしい。

24	12	59	男	給与	屋根工事	24日に事業者が訪ねてきて、火災保険の保険金を使った屋根の修理を勧められ、同意書に署名した。保険会社に電話して「請求のご案内」の資料を取り寄せた。保険が下りない場合は費用はかからず、下りた場合は保険の範囲内で修理工事、下りて工事をしない場合は35%の解約料がかかるという契約になっている。一応、父が電話でキャンセルを申出ているが心配だ。
----	----	----	---	----	------	--

大阪相談室

番号	受付月	申出者			商品・役務	相談内容
		年齢	性別	職業		
1	7	48	男	給与	注文住宅	2019年8月に建築条件付き土地を購入し、2020年4月に住宅建築工事契約をした。全額借金で、手持ちのお金を全く支払わなくてよい資金計画である。しかし、先日つなぎ融資の手数料として42万円を現金で支払うようにと請求書がきた。当初の計画と異なっていることに困惑している。住宅建築工事の着工までに、土地代金を支払いが必要で、そのためにつなぎ融資を借りるということは理解している。しかしその際に手数料がいるなどという説明は聞いていない。引渡しは1週間後である。支払う必要はあるのか。
2	9	28	男	給与	結婚式場	4月12日に来年10月10日に30万円の結婚式を行う予約をした。2か月前、妻の妊娠が発覚したことで、1年後のコロナの状況が心配で解約を申出た。その際、申込金10万円は返金不可と言われ不満である。契約書の解約した場合、「申込金の返金は求めない」というところにチェックを入れている。申込み当日、その項目等をよく読まずにチェックを入れた。

4. 「裁定手続移送準備会議」の実施と結果の分析

4. 1 「裁定手続移送準備会議」の実施内容

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

会議は、原則として毎月1回開催した。

4. 2 「裁定手続移送準備会議」での検討項目

● 特定商取引法についての検討

1. 勧誘方法・販売方法について

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

2. 禁止行為が存在するか

- ・不実告知→虚偽の説明や事実と異なることを言っていないか
- ・重要事項の故意の不告知→商品の内容や効果、価格等の重要な契約事項について故意に告げていないことはないか
- ・威迫・困惑→声を荒げたりして困惑させたり、不安を覚えさせたりしていないか
- ・販売目的隠匿→販売目的を隠して一般の人が自由に出入りしない場所に追い込んで勧誘していないか
- ・過量販売→通常必要とされる量を著しく超えていないか
- ・適合性の原則→知識・経験・財産力などに配慮されているか
- ・迷惑勧誘→執拗な勧誘や長時間勧誘、不適當な時間（午後9時から午前8時）に勧誘しなかったか
- ・虚偽記載→契約書面事項記載の中で職業や年齢に虚偽記載はないか
- ・通信販売の広告→広告の中に一定の事項について明確な表示がなされているか
- ・誇大広告→「事実と相違」「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・FAX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、クレジットカード利用による支払いについても以下の点を検討した。

1. 既払金返還制度→虚偽説明や過量販売による既払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→消費者の支払能力を超える与信がされていないか

● **裁定手続の申立要件の検討**

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

以上のような項目の精査・検討を経て、申出者と事業者の主張に隔たりがあり、解決困難な事案については Consumer ADR 「裁定手続」において解決を図るよう、申出者・事業者の双方にその利用を説明した。

4. 3 付託への準備、主な検討事案（継続事例）

<インターネットでいつでも解約できる脱毛クリームを購入したつもりが、6回購入が条件の定期購入になっていた>

受付年月日	2020年5月17日	居住地	千葉県
相談者性別	男性	契約年月日	2020年5月16日
年代・職業	20歳代・学生	支払方法	コンビニ後払い
商品・役務名	脱毛クリーム	契約金額	3980円
契約当事者	同じ人	既払金額	0円

1 相談内容

スマホで動画サイトの広告から、脱毛クリームの販売ページにアクセスして申込み。初回980円のコースは定期購入だったので、申込みなかった。3980円でいつでも解約できる商品を購入したつもりだったが、「7回目から解約できる」と自動返信メールに書かれていた。解約できないか。

2 「相談受付・相談処理」と解決結果

相談室で販売事業者のホームページを確認したところ、相談者が申込み契約は縛りのない定期購入契約のようだった。相談室より販売事業者に問い合わせ、相談者はいつでも解約可能な契約を申込みしていることを確認した。初回の商品到着から1カ月後に2回目の商品が届くので、2回目の商品到着の10日前までにサポートセンターに電話を入れることで解約できるとのことだった。相談者に上記を伝えたところ、「インターネットの書込には、『契約時の電話番号でサポートセンターに架電すると拒否される』とあった。」とのことだった。何かあれば再度相談するよう伝えたが、解約できたとの連絡があり終了とした。

3 問題点と今後の課題

定期購入に関する相談は相変わらず多い。本件は動画サイトの広告を見て申込みしているが、販売事業者が何種類もの広告を載せているケースも見られる。広告によってキャンペーン内容が異なり、購入条件も異なる。相談者は3980円の、縛りのない定期購入のコースを申込みしたが、自動返信メールには「いつでも解約可能」とは書かれておらず、「6回継続して購入しなければ返金保証を受けられない」と書かれていたので、心配になったようだ。相談者の申込み広告を直接確認することはできなかったが、「定期縛りなし、180日間返金保証付き」の契約内容であった。販売事業者のホームページでは、現在「初回980円」の定期購入キャンペーンは実施されていないようで、定価の半額の3980円で購入できるコースのみとなっている。定期購入の縛りはなく、いつでも解約は可能であるが、以前の広告に記載されていた「定期縛りなし(いつでも解約可能)」の表示はない。解約については分かりやすく表示されている。また、もう一つの条件として、「180日間全額返金保証」が目立つように大きく表示されている。6回継続して購入すれば、返金保証を受けられるという。返金保証があるということで安心する消費者も多いが、返金を受けるには条件が厳しく、十数点の書類をもれなく送付する必要がある、容易ではない。解約に関しては、電話のみの受付であるにもかかわらず、サポートセンターが平日の17時までしか受付しないのは問題である。

夜間の受付も含め、FAX やメール等による解約も受けけるよう要望する。キャンペーンによって購入条件が異なることから、消費者は自分の申し込んだ画面をスクリーンショットで保存するなど、契約内容をしっかり把握する必要がある。また「返金保証」をうたう広告は多いが、返金保証を受けるための条件は厳しいことを知ってほしい。

＜事業者の来訪を受けた際、屋根瓦がずれており火災保険で修理できると言われ、保険会社への申請代行を頼んだが断りたい＞

受付年月日	2020年7月12日	居住地	東京都
相談者性別	女性	契約年月日	不明
年代・職業	70歳代・無職	支払方法	不明
商品・役務名	火災保険の申請サポート	契約金額	不明
契約当事者	夫	既払金額	0円

1 相談内容

「古いテレビアンテナの撤去や調整を無料で行う」と書かれたチラシを見た。ちょうどアンテナを撤去したいと考えていたので、事業者に電話をかけて家に呼んだ。事業者は、アンテナの撤去を終えると「屋根瓦がずれているし、雨どいもブラブラしている。火災保険の保険金で修理できる。」と言った。「保険金を受け取るには、屋根瓦や雨どいの写真を添え、保険会社に保険金請求をする必要がある。当社は保険金請求の申請代行も行っている。」と言うので口頭でお願いし、契約者は夫にした。保険会社に自分で電話して、申請用の書類を送付してくれるように頼んだ。その後、給付された保険金で修理できるのか心配になり、息子に相談した。息子が、契約内容を確認するため事業者電話すると、「まだ契約はしていないが、住所や名前は伺っている。」と言われたそう。申請代行を断りたい。

2 「相談受付・相談処理」と解決結果

相談者はできれば自分で連絡したくないとのことで、後日、相談室から事業者に電話をかけた。チラシに記載のない、火災保険の申請代行を勧誘しているので、相談者からの訪問要請があっても訪問販売に該当し、クーリング・オフが適用されることを伝えた。事業者は、「契約はまだ成立していないからクーリング・オフ通知は不要。」と述べ、電話連絡にてキャンセル処理してもらった。相談者にキャンセル処理されたことを伝え、今後は契約内容を確認してよく考えてから依頼するよう助言した。

3 問題点と今後の課題

まず、チラシでアンテナの撤去や調整を無料で行うとうたい、消費者宅に訪問した際に、チラシに記載されていない火災保険申請代行の勧誘を行っていることが問題である。典型的な点検商法であり無料商法である。

今回の事例は、屋根瓦のずれや雨どいのぶらつきが自然災害に起因するのか経年劣化によるものなのかは不明だが、リフォーム業者から「台風や水害で壊れたことにすれば保険金がおおりる。」「保険金を使って工事ができるから工事をしないか。」「保険の申

請代行を行う。」と言われ、強引に勧誘されるケースが多い。火災保険に風水災特約が付いていれば、自然災害であれば保険金請求を行うことができるが、経年劣化の場合は請求できない。自然災害によると偽って保険金請求することには問題がある。

成功報酬制で、保険金が下りなかった場合には費用はかからないが、保険金が下りた場合は申請サポート料金として、保険金の3割から5割程度の料金を払う契約になっている。また、保険金の認定後に工事契約のキャンセルを申出た場合は、下りた保険金の3割から5割程度を違約金として支払う契約になっている。払う相手は、工事の契約を結んだ工事業業者か、業者指定の工事業業者である。

「消費者契約法」(第9条)では「当該消費者契約の解除に伴う損害賠償の額を予定し、又は違約金を定める条項であつて、これらを合算した額が、当該条項において設定された解除の事由、時期等の区分に応じ、当該消費者契約と同種の消費者契約の解除に伴い当該事業者が生ずべき平均的な損害の額を超えるもの 当該超える部分」は無効と定められている。高額な請求をされても合理的な金額を超えるキャンセル料を支払う必要はない。

今回の事例は、消費者の自宅で勧誘を行い、申込みを受けているので「特定商取引法」の訪問販売に該当する。消費者が自ら事業者に電話をかけて訪問要請しているが、チラシに書いていない火災保険の申請代行の勧誘を受けているので、自宅で契約の申込等を請求した者にかかる適用除外には該当しない。このため、クーリング・オフが適用される。

保険申請は消費者自らが簡単に行うことができる。工事は信頼のおける事業者へ依頼することが大切である。申請代行を依頼した際は、代行手数料の有無やキャンセル時の違約金といった契約内容を確認し、必要がなければ勧誘されてもきっぱり断ることが必要である。

消費者が申請書類を送ってくれるよう保険会社に依頼した時に、忠告されてキャンセルに至るケースもあるが、保険会社には、火災保険契約時や契約更新時に、住宅修理サービスのトラブルに関する注意喚起チラシを保険証券と一緒に同封するなど、未然防止策がとられることを望む。

＜家に来た業者に、屋根を修理した方がよいと言われ契約した。クーリング・オフしたが、通知ハガキが不在で戻ってきて心配だ＞

受付年月日	2020年8月23日	居住地	東京都
相談者性別	女性	契約年月日	2020年8月10日
年代・職業	80歳代・無職	支払方法	現金
商品・役務名	屋根の修理塗装	契約金額	80万円
契約当事者	同じ人	既払金額	0円

1 相談内容

自宅前で家の新築工事をしていました。その工事業者だと名乗る者が家に来て、屋根に不具合がないか無料で点検してくれると言うので依頼したところ、「すぐに修理しないと雨漏りするようになる。」と言われ、契約した。屋根の修理塗装代として、80万円を現金で支払うという契約書に印を押した。あとで息子に屋根修理の話をする時、「今は雨漏りしていないのだから、よく考えた方がいい。」と言われたので、契約の2日後、契約書に記載してある住所にクーリング・オフのハガキを郵送した。同日、担当者の名刺に記載されていた電話番号に電話をかけ、クーリング・オフしたい旨を伝えたところ了承された。しかし、後日になって、クーリング・オフのはがきを受取人不在で家に戻ってきてしまった。契約書に記載されている住所に郵送したのに、名刺に記載されていた別の住所に転送されたいらしい。実際にクーリング・オフできているか心配だ。

2 「相談受付・相談処理」と解決結果

相談の翌日、相談室から相談者に電話をかけたところ、居住地の消費生活センターから事業者にも連絡してもらい、クーリング・オフできたことがわかった。「クーリング・オフの書面は再送せず、戻ってきたハガキをセンターで保管してもらった。」とのこと。クーリング・オフは発信主義であり、事業者が書面を受け取らなくても契約は解除になる旨を伝えた。

3 問題点と今後の課題

最初は無料で点検するというセールストークで近づき、「点検の結果、すぐに修理しないと雨漏りするようになる。」と伝え、考える時間を与えずに高額な契約を結ばせている。典型的な無料商法であり点検商法である。今回、自宅前の新築工事を請け負った事業者だと称して相談者に近づいたものの、事実かどうかは疑わしい。クーリング・オフ通知に関しても、書留で郵送した場合、事業者が故意に受取らないことも想定できる。今回の相談者は、無料商法や点検商法についての知識はなかったが、相談できる家族が身近におり、また、当相談室や消費生活センターに相談することによってクーリング・オフが適用された。しかし、相談する人もなく、相談できる機関があることさえ知らなかった場合、無事にクーリング・オフできなかった可能性も考えられる。消費生活センターは高齢者が集まる趣味の集まりなどに出向いて、高齢者に被害が多い無料商法や点検商法、クーリング・オフについても様々な啓発活動を行っている。しかし、それらの集まりに来ない人もいる。情報にアクセスできない高齢者が、事業者の言葉を信じて、言われるがままに次々と工事を依頼し、数年にわたって総額800万円もの無駄な工事をさせられたという事例さえある。消費生活センターの存在すら知らない高齢者も少なくないので、地方自治体は高齢者宅を戸別訪問するなど、消費

者被害未然防止のための情報提供を行う努力をする必要がある。現在、消費生活センターなど関係機関では啓発業務を行なっているところであるが、判断力が不十分な高齢者の契約トラブルが増えていることに鑑み、消費者トラブル未然防止のための啓発業務に一層取り組んでいくことが望まれる。

＜訪問した事業者を契約中の電気会社と誤ってしまい、検針票を見せてしまった。契約が切換えられていないか心配だ＞

受付年月日	2020年8月23日	居住地	東京都
相談者性別	男性	契約年月日	まだ契約していない
年代・職業	30歳代・給与生活者	支払方法	不明
商品・役務名	電力	契約金額	不明
契約当事者	同じ人	既払金額	0円

1 相談内容

契約中の電気会社だと思って、訪問してきた事業者に見せられたところ、書き写されてしまった。電話番号も教えてしまった。事業者からは、「電気とガスのお客番号」と、電気供給地点番号を書いた確認表を渡された。確認表に記載されていた事業者名が現在契約している電気会社とは違うことが判明し、不審に思った。事業者に電話して「新規契約するつもりはない。」と伝えたが、勝手に新規契約されていないか心配だ。

2 「相談受付・相談処理」と解決結果

電気やガスの契約を切替えるには、①契約名義、②住所、③顧客番号、④供給地点特定番号が必要になる。これらの事項は、現在契約中の事業者の検針票に記載されている。訪問した事業者が相談者に渡した確認表を、メールに添付する形で相談室へ送ってもらったところ、検針票の記載情報が写し取られていることが判明した。契約中の電気会社と勘違いして検針票を見せただけで、当該事業者と契約するつもりがなく、申込したという認識もないのであれば、契約は成立していないと思われる。仮に申込済として扱われていたとしても、後から電話で「契約するつもりはない。」と伝え、事業者が異議なく了承したのであれば契約は解除されていると思われる。しかし、心配なら現在契約している電気・ガスの事業者にも今回の件を話して、契約解除の意思がない旨を伝えておくよう助言した。また、後日、案内書などの書類が当該事業者から送られてこないか注意してほしいと伝えた。

その後、相談者の希望により、相談室から当該事業者に問い合わせた。契約は成立していないことを確認し、相談者に伝えて了解されたため、相談を終了とした。

3 問題点と今後の課題

2016年4月に電気、2017年4月にガスの小売業への参入が全面自由化され、商店も含むすべての消費者が、契約する電力会社やガス会社を自由に選べるようになった。訪問販売や電話勧誘販売によって、小売電気事業者やガス小売事業者と電気・ガスの

供給契約の勧誘、契約を行う場合には「特定商取引法」の規制がかかる。本件は契約中の電力会社の人と勘違いして、検針票を見せてしまったとのことであるが、事業者は勧誘に先立って氏名や勧誘目的を明示しなければならない。

なお、訪問販売や電話勧誘販売で契約した場合、事業者は「特定商取引法」に基づく書面を交付する義務があり、消費者はクーリング・オフの記載のある書面を受領してから8日間を経過するまではクーリング・オフできる（※1）。

切替に必要な住所や供給地点特定番号等の情報は、現在契約している会社が発行する検針票に記載されている。検針票の記載情報を伝えたと、勝手に別の会社への切替手続きをされたというトラブルもあるので、消費者は安易に検針票の記載情報を伝えないように気をつけてほしい。

小売電気事業・小売ガス事業を営もうとする者及び小売供給の登録を受けようとする者は、経済産業大臣の登録を受ける必要がある。登録事業者の連絡先などは資源エネルギー庁のホームページ内「登録事業者一覧」に掲載されている。「電気事業法」「ガス事業法」では、「事業者は、需要家と小売供給契約の締結又は媒介等をしようとするときは、料金その他の供給条件について、需要家に対し説明すること」が義務付けられている。また、原則として、当該説明をするときは、「需要家に対し、料金その他の供給条件を記載した契約締結前交付書面を交付し、契約を締結したときは、遅滞なく、事業者等の氏名及び住所、契約年月日、料金その他の供給条件を記載した契約締結後交付書面を交付しなければならない」とされている（※2）。

電気とガスのセットプランだけでなく、「他のオプションサービスの料金を払うことを条件に安くなる」プラン、「一定期間以上の利用を条件とし、期間内に解約をすると違約金が発生する」プラン、市場連動型プランなど様々なプランがある。自由化により、消費者は事業者やプランを自由に選択できるようになった。事業者は営業に関する指針に沿った丁寧な説明や書面の交付等を心掛けてほしい。

消費者は、契約内容や、料金の割引期間等の契約条件、解約の際の負担の有無などについて事業者の説明を求め、書面を請求し、説明された内容と相違がないか、よく読んで確認し、メリット・デメリットを把握した上で契約するようにしたいものである。

※1 電気及び都市ガスの小売全面自由化に伴い、電気については一般送配電事業による最終保障供給及び離島供給が、都市ガスについては一般ガス導管事業による最終保障供給がそれぞれクーリング・オフの適用除外になっている。

※2 「電気の小売営業に関する指針」経済産業省（令和2年9月29日最終改定）
20200929002-1.pdf (meti.go.jp)
「ガスの小売営業に関する指針」経済産業省（令和元年9月30日最終改定）
20190930.pdf (meti.go.jp)

＜3日前、娘が無料体験をしてジムに入会した。2か月間無料と言われ、クレジットカードで約10万円の年間契約をしたが、コロナ禍で心配になりやめたい＞

受付年月日	2020年8月18日	居住地	群馬県
相談者性別	男性	契約年月日	2020年8月15日
年代・職業	60歳代	支払方法	カード1回払い
商品・役務名	スポーツジム	契約金額	9万7260円
契約当事者	女性 30歳代	既払金額	0円

1 相談内容

5日前に、娘がいつも通っている料理教室に行ったところ、関連会社のジムのチラシが配布され、無料体験しないかと勧誘された。翌々日にジムに出向き、無料体験を受けた後に、「通常は1年間で11万9700円だが、今なら2か月間無料のキャンペーンをやっている。」と説明を受け、その場で年会費9万7260円の契約をした。しかし今はコロナ禍のため心配で、本人もやめたいと言っているが、やめられないだろうか。規約には「1年契約なので途中ではやめられない」と書いてある。まだ、ジムには通っていない。

2 「相談受付・相談処理」と解決結果

本人から電話があり、契約の詳細を確認した。通っている料理教室の隣にあり、系列会社でなんとなく断りにくく、契約してしまったとのことだった。支払はクレジットカードで一括払いにした。「通常は年間契約だが、特別に7か月たてばやめられる。」と言われたとのことだった。「特定商取引法」の特定継続的役務提供における中途解約について説明し、ジムについては適用されないが、準ずる形で対応してもらおうよう交渉してはどうかと助言した。まずは相談者本人から解約の申出をするよう伝えた。後日相談者からジムに話をしたところ、「年会費の10%と約3000円の事務手数料で解約に応じる」との提示があった。当事者は提示を受入れ解約することだったため、相談を終了とした。

3 問題点と今後の課題

当事例のジムはキャンペーンと称して、2か月間無料で会費を安くする代わりに中途解約できない年間契約をさせている。「特定商取引法」の特定継続的役務提供は、①エステティック、②美容医療、③語学教室、④家庭教師、⑤学習塾、⑥結婚相手紹介サービス、⑦パソコン教室の7類型に該当する役務が対象で、クーリング・オフや中途解約の規定も定められている。一方、同様の長期・継続的な役務提供で、その対価も高額であるジムや、その他の教室、専門学校等は定めがない。事業者には、「特定商法取引法」の特定継続的役務提供における規定と同様の考え方で、中途解約等に応じてほしい。今後の法律改正で、条件に該当する全ての役務提供取引が「特定商取引法」の対象になることを望む。

新型コロナウイルスの感染拡大で、我々の生活様式や考え方が一変した。活動自粛を余儀なくされ、本年度は旅行関連や結婚式、ジムなどのキャンセルの相談が多く見受けられた。事業者の責任でもなく、消費者の責任でもない不測の事態であるため、納得がいかなければ交渉をすることになるが、原則は契約した内容にのっとる。消費者は、日頃から自分の契約内容をよく確認をすることが重要である。事業者も不測の事態であることを考慮し、話し合いに応じてもらいたい。

<1週間前に、定期購入期間の縛りがないサプリメントをインターネットで注文した。解約しようと思い電話をしたが繋がらない>

受付年月日	2020年8月23日	居住地	神奈川県
相談者性別	女性	契約年月日	2020年8月16日
年代・職業	40歳代・給与生活者	支払方法	コンビニ後払い
商品・役務名	サプリメント	契約金額	1690円
契約当事者	同じ人	既払金額	0円

1 相談内容

深夜に SNS でサプリメントの広告を見て注文した。広告の内容は詳しく覚えていないが、期間の縛りのない契約だった。初回で解約しようと思い、事業者のホームページに掲載されている電話番号にかけたが繋がらない。対処法は。

2 「相談受付・相談処理」と解決結果

相談室からも事業者に数度電話をかけてようやくつながったが、当初事業者は相談者の登録を否定した。後日、相談者に初回金額 845 円のコンビニ後払いの請求書が届き、契約先として別の事業者の存在が浮かび上がった。相談室はこれら 2 社に根気よく電話をかけ、同時進行で交渉を進めた。それにより 2 社の電話番号やメールアドレスなどが共通することが分かり、同一事業者の疑いが生じた。交渉時、相談室は 2 社に対し、解約時の連絡の取りづらさや契約内容の分かりにくさについて問題提起し、事業者双方の関係について問合わせたが、明確な回答は得られなかった。最終的に、相談室が最初に電話をかけた事業者が相談者の中途解約を認めた。そして、①初回のみでの解約で、規約どおりに通常価格の 9600 円を支払う、②2 回目での解約にして、本来なら 3 回目以降の解約で適用される初回金額 845 円を特例として認め、2 回目の割引価格 5708 円と合わせた 6553 円を支払うという二案を提示してきた。また、相談者が実際には 2 つのコースを申し込んでいるとの説明があり、両方に同じ解約条件を提案するとのことだった。事業者は 2 つの解約条件のうち、お得という理由で②の案を勧めてきた。

相談室は相談者に事業者からの回答を伝える際、2 つの契約をしたのかと尋ねたところ、相談者はそれを認めたが、事業者からの提案の受諾を全て拒絶した。相談室は、今後支払拒否をすれば事業者が法的措置をとる可能性があるかと相談者に伝え、あっせん不調として終了した。

3 問題点と今後の課題

初回購入価格が通常よりかなり安く設定されている一方、複数回の購入が条件になっている定期購入でトラブルになるケースが後を絶たない。

定期購入に関する消費生活相談件数は、令和 2 年版（2020 年版）消費者白書※1)によれば、2015 年から 2019 年までの 4 年間に 10 倍以上に増加している。

特に、本件のように SNS の広告をきっかけに事業者のホームページを閲覧したが、契約内容をはっきりと認識せずに商品を購入したことによるトラブルが生じたり、解約しようとしても事業者と連絡がつかないため手続困難となるケースが目立つ。

消費者は、商品を注文する際には価格だけでなく、定期購入が条件となっていないか、解約や返品ができる場合の条件はどうなっているかなど、事前にしっかり確認する必要がある。

相談室が問合わせた 2 つの事業者は、おそらく同一と思われる。しかし、事業者が本件のような消費者を困惑させる通信販売を行っても、そして事業者が法人名を変えて、同様の販売方法を繰り返しても現行法では規制されない（※2）。

また、「特定商取引法」に定められている通信販売広告の表示事項には、事業者の氏名または名称、住所、電話番号などが含まれるが、つながらない電話番号や返信の来ないメールアドレスが広告に表示されていても、法に定められた義務を果たしているとは言えない。

消費者庁の「特定商取引法及び預託法の制度の在り方に関する検討委員会」より出された 2020 年 8 月 19 日付の報告書(※3)では、「消費者に定期購入であることを明示しつつも、いつでも解約可能、と称して契約を締結させ、解約に応じない又は解除のためのハードルを意図的に上げ、明示しない」ことを具体的な手口とする「詐欺的な定期購入商法」としている。

上記報告書に書かれているように、定期購入における消費者の解約を不当に妨害する行為の禁止、解約権等の民事ルールの創設が望まれる。

※1 令和 2 年版（2020 年版）消費者白書

https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/white_paper/2020/

※2 2016 年（平成 28 年）の「特定商取引法」改正で、業務停止を命ぜられた法人の取締役などが、停止の範囲内の業務を新たに法人を設立して継続することが禁止されたが、業務停止に至る以前に次々と法人名を変えることまでは規制されていない。

https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_transaction/amendment/2016/pdf/trade_index_1_170907_0001.pdf

※3 消費者庁「特定商取引法及び預託法の制度の在り方に関する検討委員会」報告書

https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_transaction/meeting_materials/assets/consumer_transaction_cms202_200819_03.pdf

＜スマホを見て、理想的な身体になるためのサプリメントを注文した。お試しのつりが定期購入だった。納得がいかない＞

受付年月日	2020年9月6日	居住地	東京都
相談者性別	女性	契約年月日	2020年8月30日
年代・職業	50歳代・給与生活者	支払方法	カード1回払い
商品・役務名	サプリメント	契約金額	2万6978円
契約当事者	同じ人	既払金額	0円

1 相談内容

スマホで、通常価格 6800 円が今なら 9 円という広告を見た。「10 日間の返金保証」も付いていたので、お試しのつもりで個人情報とクレジットカード情報を入力した。事業者から「注文ありがとうございます」というメールが届き、いろいろ入力しているうちに自分が何かを勘違いして申込んだのではないかと不安になった。翌日から事業者に電話をかけ続けたが、ずっとつながらない。事業者は取扱う商品によって電話番号を変えているようなので、いろいろな番号にかけてみたが、それでもつながらなかった。仕方がないので事業者の公式ホームページのマイページから「10 日間の返金保証を使って解約したい。」と申出たところ、しばらくして、私の場合は適用除外、という一文のみの返信があった。その後も電話をかけているが通じない。3 日前、6 袋分のサプリメントと、2 万 6978 円の請求書が届いた。「10 日間の返金保証」というのは、初回の 9 円のみが対象のようで、請求から 9 円分が減額されていた。もし 9 円のみが返金保証の対象であるなら、そのことを分かりやすく書くべきではないか。

2 「相談受付・相談処理」と解決結果

相談室でインターネット検索をし、事業者のホームページ、オンラインショップ、当該商品のみを扱った広告ページを見つけた。これらのうち、当該商品の広告ページには「9 円で初回購入できて返金保証がある定期コース」のことが記載されていた。相談者はこのページで購入したと思われたが、相談者からの明確な回答はなかった。相談者から事業者とやりとりしたメールを転送してもらい、事業者へ数度電話をかけてようやくつながった。事業者は、相談者が返金保証の対象外であるのは、定期コースではなく一括コースの契約をしているからだと主張した。相談室が確認した当該商品の広告のいずれにも一括コースの記載はなかった。そのことを事業者に指摘したところ、「ホームページには表示しておらず、申込者に限りダイレクトメールなどで紹介している。特別なコースなので価格的にお得になるが、返金保証はない。」とのことだった。相談者から転送されたメールを確認すると、最初に申込をした翌日に、定期コースから一括コースに変更されていた。このことを相談者に伝えると、相談者はコース変更したことを認めた。一括コースのことは初回注文のサンクスメールで知ったとのことだった。相談者から転送されたメールの中にサンクスメールは含まれておらず、相談室では一括コースの広告内容と入力画面を見ることができなかった。相談者は価格が安くなるからコース変更したとの認識しかなく、定期コースの初回代金 9 円と 10 日間の返金保証以外、契約内容をほとんど承知していなかった。相談者が言うには「変更手続はメール連絡ではなく、新しい申込画面から行った。いろいろ入力しなくてはいけなかったのが画面をよく見なかった。」とのことだった。相談者は一括コースを解約して請求書通りの金額を支払うことを了承し、終了した。

3 問題点と今後の課題

幅広い世代へのスマホの普及と新型コロナウイルスの影響により、インターネット通販の利用者が激増している。それに伴い、インターネット上で定期購入契約をしてトラブルになるケースも増加している。

既に2016年の「特定商取引法」改正により、定期購入の場合の広告表示事項として、定期購入契約である旨とともに、支払金額、契約期間、商品の引渡時期、代金の支払時期などの販売条件の表示が義務付けられている。しかし、本件の相談者のように、メリット以外の契約内容がおぼつかない購入者が多く、一方で事業者は法律の定めに従い表示をしていると主張するため、消費生活相談の現場でもあっせん交渉が困難を極めているのが現状である。

また、ひとつの商品に関して事業者のホームページ以外にアフィリエイトページなど様々な広告が存在しており、その内容が短期間に微妙に書き換えられている様子が見られるものもある。広告の記載内容の中でメリットが強調された部分に気を取られ、消費者が誤認して契約したとしても、その広告を見つけ出すのは難しい。

さらに最近では、最初に「お試し価格」「いつでも解約」「返金保証」などの文言で勧誘し、定期購入の申込をした後に、一般の広告には表示されていない別の商品や長期の定期購入契約を勧めるという、おとり広告的な手法のトラブルが増えている。本件でも、相談者は定期購入契約後のサンクスメールに記載されていた広告がきっかけで、特別なコースと称する一括コースに契約変更した。事業者がサンクスメールなど、「契約内容や契約の履行に関する事項を通知するメール」上で付随的に広告をすることは、「特定商取引法」では禁止されていない。しかし、だからといって前述の不意打ち性の高い手法で勧誘を行ってよいのか、甚だ疑問である。

事業者は、多数の広告をインターネット上に展開して消費者を勧誘するのであれば、契約後の通知メールなどで消費者に契約内容を詳細にわかりやすく知らせ、それを保存しておくよう注意喚起してほしい。また、消費者は、購入や契約変更の手続をする前に、自身が契約しようとしている内容がどのようなものなのかをしっかりと理解すること。その内容が分かりにくいのであれば、広告がいかに魅力的であっても注文手続に進まないこと。そして注文手続をするのであれば、広告や入力画面を保存するなど慎重に対処してほしい。

2021年3月5日に「特定商取引法」の改正法案が閣議決定された。その中に定期購入契約に対する規制内容が含まれている。今後の成り行きを注視していきたい。

＜独居の母が電話でインターネットに関する勧誘を受けた。本人は覚えがないというが有料の安心サポートの契約書が届いた。クーリング・オフできるか＞

受付年月日	2020年9月20日	居住地	群馬県
相談者性別	男性	契約年月日	2020年9月3日
年代・職業	40歳代・給与生活者	支払方法	不明
商品・役務名	通信の安心サポート	契約金額	1万6500円
契約当事者	女性 70歳代	既払金額	0円

1 相談内容

2、3週間前に、独居の高齢の母がインターネット通信契約に関して電話勧誘を受けたが、利用しないので断ったようだ。しかし、2日前に聞いたことのない別の会社から「安心サポート契約」という書面が届いた。料金の欄には1万6500円と書いてあるが、母は契約した覚えはないと言っている。クーリング・オフについて記載があるがどうしたらよいか。

2 「相談受付・相談処理」と解決結果

契約書を確認したが、契約内容の詳細はわからなかった。電気通信サービス契約であれば初期契約解除できるが、書面にはクーリング・オフについての記載しかなかった。

契約書の記載例に従い、まずは相談者に通知を出してもらった。相談室から事業者に電話をしたところ、「解除通知を受領した。クーリング・オフについて了解した。」とのことだった。契約内容について尋ねたところ、「インターネットを利用していないのに光電話を使っている消費者に、アナログ回線に戻すことを勧め、同時にアナログ回線に戻すためのサポート契約を結んだ。電話だけでなく電気や保険等についての困りごとの相談にも乗る。最初に事務手数料が1万6500円かかり、その後月々880円の契約。1年縛りで、クーリング・オフ期間経過後は解約料が1万450円かかる。」という説明であった。契約当事者は、自分でインターネット回線を解約し、固定電話をアナログ回線に戻していたことが判明した。

3 問題点と今後の課題

本事例は、インターネットを利用しないにもかかわらず光回線で光電話を使っている人に対し、「固定電話をアナログ回線に戻すと料金が安くなる。サポートをするので簡単に戻せる。」と勧誘し、有料のサポート契約をさせている。サポート契約は、アナログ回線に戻すサポートだけではないが、有料であり、期間の縛りがある。当事者は、契約の内容の説明を電話で受けているはずだが、理解していないばかりか、契約をしたこと自体認識していなかった。そもそもアナログ回線に戻すために有料サポート契約が必要であるかどうかも疑問である。

昨今、電気通信サービスは、ますます複雑化してきており、サービス内容や料金、さらに解約時の条件などを理解するのは容易ではない。消費者は突然の電話や訪問による勧誘により通信契約を変更し、その際にセット契約やその他オプション契約などが事業者の言いなりになってしまうことが多々ある。特に通信契約に疎い高齢者は、自分が現在どんな通信契約をしているかわからない人もいたり、勧誘により新しい契約をしたという認識すらない人もいて、初期契約解除やクーリング・オフができるのに、送られてきた契約書を見過ごしてしまい、トラブルが深刻になることがある。

類似の例で、光コラボの契約をする際に不要なオプション契約を結ばせるトラブルも相変わらず発生している。光コラボに転用すると料金が安くなると言われ契約するが、同時にオプション契約も結ばされ、かえって高額になってしまうケースであり、本事例と同様のことが見受けられる。

消費者は、「安くなるから」「お得だから」との言葉で安易に契約せず、内容をよく確認することが必要である。事業者は、電話や訪問での勧誘は、回数を重ね、十二分に丁寧な説明を行ってほしい。消費者の理解が難しい場合は家族などの同席も必要である。メリットだけを強調し、デメリットや重要なことを伝えないことは厳禁である。

<通信販売で申し込んだウェディング撮影が、伝えていたイメージと違うので解約したいが、解約料が高額である>

受付年月日	2020年11月1日	居住地	千葉県
相談者性別	女性	契約年月日	2020年10月22日
年代・職業	30歳代・給与生活者	支払方法	カード1回払い
商品・役務名	ウェディング写真撮影	契約金額	20万円
契約当事者	同じ人	既払金額	10万円

1 相談内容

10日前に、写真スタジオのホームページ内にある広告を見た。SNSで事業者に問い合わせをし、オンラインのテレビ電話を介して口頭説明を受け、スタジオの様子を見せてもらった。事業者からは、「ホームページに掲載している撮影場所は、シンプルなものに改装する予定です。」と言われたが、希望のイメージを伝えて、来年2月12日を撮影日に決めて契約した。昨日、衣装を試着する目的でスタジオを訪れた際に、事業者から、改装後の撮影場所の様子をイラストで説明されたが、自分が希望したイメージとは違っていた。規約では、契約日から撮影日の8日前までに解約する場合は、解約料として契約金額の50%を支払うことになっている。契約から間もなく、まだ3か月以上も先の撮影なのに、規約通りに支払わなければならないのか。

2 「相談受付・相談処理」と解決結果

原則として規約に従うこととなるが、金額については話し合いができることと、一般的に相手方に発生した損害は請求される可能性が高いことを説明した。まずは事業者に解約の意思を伝え、解約料の内容について確認するよう助言した。その後、相談者から「事業者に解約を申出たところ、『ドレス、日時、スタッフを押さえたので、規約通り解約料を支払ってほしい。』と言われた。」と連絡があった。当相談室で事業者と交渉したが応じず、規約どおりの50%の解約料を主張し、あっせん不調となった。後日、「納得できず、他の相談機関にも相談したが、事業者は交渉に応じることなく、結局規約通りに50%の解約料を支払った。」と相談者から報告があった。

3 問題点と今後の課題

広告を見た消費者が自らメールや電話で申し込んだ場合は、通信販売にあたる。しか

し、SNS での問い合わせに対し、事業者から電話がかかってきて、その電話で申込んだ場合は電話勧誘販売となる。ウェブ会議アプリも電話に該当するが（※1）、一般的には、事業者からメールなどで予め通話に必要なアドレスを示され、消費者がそのアドレスにアクセスする形になるので、消費者が電話をかけたと評価され、通信販売に該当することになる（※2）。

本年度はコロナ禍の影響により、このようなインターネットを利用した双方向の会議アプリを用いた勧誘が多くみられるようになった。本件のように自ら探した広告を見て問い合わせをする場合には、一般の電話勧誘販売のような不意打ち性はないが、テレビ電話でのやり取りの中で、事業者のリードで勧誘が進み、事業者が提案する契約内容について消費者が十分に検討する時間がないまま申込に至ってしまうケースも多く、トラブルになっている。申込や問い合わせの電話で、消費者が申込んだ以外の商品や役務の勧誘を受けた場合については、通信販売ではなく電話勧誘販売の類型にすべきであるし、あるいは一定の条件で法定解除権を定める必要があるのではないだろうか。

事業者が通信販売の広告に販売条件を表示する場合の表示事項については「特定商取引法」で規定されているが、キャンセルの可否や違約金については原則、広告に記載されていた条件による。通信販売の解除に係る違約金の条件等については同法に規定はないので、当該違約金の規定が有効か否かについては「消費者契約法」の平均的損害についての考え方（※3）で検討することになる。

写真スタジオでの、ウェディング写真の撮影にかかる解約料については、特別な法律の規制はなく、業界団体が定めるモデル約款のようなものもない。同業他社のホームページに掲載されている規約を確認しても、各社ごとにかなりばらつきがある。また、本件契約には撮影だけでなく貸衣装も含まれるとのことなので、公益社団法人日本ブライダル振興協会の「結婚式場・披露宴会場におけるモデル約款」の解約規定を参考に交渉する余地もあるのではないかと考えられる。

なお、本件は契約後 10 日で、契約時にはまだ衣装も特定していない状態であり、解約を申出た時点で撮影日が 3 か月以上先であることから、事業者が他の契約を入れることは十分可能であると考えられる。また、「ドレス、日時、スタッフを押さえた。」という事業者の説明には合理性がなく、50%の違約金は同業他社やブライダル協会のモデル約款と比べても高額である。

スマホやデジタルカメラの性能が向上し、誰でも手軽に写真撮影を楽しめるようになったが、七五三や成人式、結婚式など人生の節目となるイベントでは、プロの手で良い写真を残したいという消費者も多い。業界の健全な発展のために、「消費者契約法」の趣旨を踏まえた自主ルール of 制定が望まれる。

※1

「特定商取引に関する法律・解説（平成 28 年度版）」（特定商取引法ガイド HP 掲載）有線、無線その他の電磁的方法によって、音声その他の音響を送り、伝え、又は受けるものである限り、スカイプ等インターネット回線を使って通話する IP 電話等も「電話」に含まれる。

※2

事業者が、「特定商取引法」電話勧誘販売で規定する、政令で定める方法により電話をかけさせた場合は電話勧誘販売に該当する場合もある。

「特定商取引法施行令」（政令）第 2 条

①電話、郵便、信書便、電報、ファクシミリ若しくは電磁的方法により、又はビラ

若しくはパンフレットを配布して、当該売買契約又は役務提供契約の締結について勧誘をするためのものであることを告げずに電話をかけることを要請すること。

②電話、郵便、信書便、電報、ファクシミリ若しくは電磁的方法により、他の者に比して著しく有利な条件で当該売買契約又は役務提供契約を締結することができる旨を告げ、電話をかけることを要請すること（当該要請の日前に当該販売又は役務の提供の事業に関して取引のあった者に対して要請する場合を除く。）。

※3

「消費者契約法」第9条 次の各号に掲げる消費者契約の条項は、当該各号に定める部分について、無効とする。

一 当該消費者契約の解除に伴う損害賠償の額を予定し、又は違約金を定める条項であって、これらを合算した額が、当該条項において設定された解除の事由、項であって、これらを合算した額が、当該条項において設定された解除の事由、時期等の区分に応じ、当該消費者契約と同種の消費者契約の解除に伴い当該事業者が生ずべき平均的な損害の額を超えるもの 当該超える部分

＜自宅の鍵の開錠をインターネット広告で見た事業者に依頼したら、高額請求された。全額を現金で支払済だが返金してほしい＞

受付年月日	2020年11月1日	居住地	大阪府
相談者性別	女性	契約年月日	2020年10月29日
年代・職業	30歳代・給与生活者	支払方法	現金
商品・役務名	鍵の開錠	契約金額	15万円
契約当事者	同じ人	既払金額	15万円

1 相談内容

3日前、自宅の鍵が開かなくなった。インターネット検索して見つけた事業者に電話して「鍵の状態を見に来てほしい。」と伝えたら、すぐに来てくれた。玄関の鍵を見て、「これは、10万円は超えるでしょう。キャンセルの場合は1万5000円になる。」と、その時初めて料金説明を受けた。高いと思ったが、キャンセル料を払うのは納得できなかったため、開錠を依頼した。結局、「料金は15万円になる。」と作業の前に言われたので、了承し、現金で支払った。あとで他の事業者の相場を調べたところ、開錠は2万円程度から、せいぜい支払った金額の半額程度（7～8万円）ということが分かった。居住地の消費生活センターに相談したが、「現金で支払ったのであれば、返金してもらうのは難しいのではないか。」と言われた。都道府県の消費生活センターに相談すると、「クーリング・オフのはがきだけでも出してみたらどうか。」と言われた。事業者にメールで返金の希望を伝えたが、まだ返事がない。返金してほしい。

2 「相談受付・相談処理」と解決結果

事業者から返信がなければ電話で返答を求めることと、金額に納得できなければ当室であっせんが可能かもしれないことを伝えた。しかし、既に全額支払い済みであることから、訪問販売のクーリング・オフを主張しても、事業者が認めなければ全額返金

は難しいと思われることも伝えた。その後、相談者から、「事業者から返答もないし、今回はこれ以上の交渉はしない事にした。」との連絡を受けた。

3 問題点と今後の課題

近年、鍵の開錠やトイレの詰まりなど緊急性の高いトラブルが起きた際に、インターネット広告を見た消費者が電話をかけ、派遣された事業者から高額請求されたり、適切な修理をしてもらえなかったりするトラブルが増加している。こうしたトラブルの多くは、入口となったページに記載されている修理金額が著しく安く、実際に請求される金額と大きくかけ離れているために起きている。消費者は事業者との情報格差から、修理代金の妥当性を判断できない。そのため、「高額では？」との感覚を持ちつつも事業者の言い値を受け入れるケースは少なくない。このようなサービスは、今すぐ対応しなければ生活に著しく支障をきたすことが多く、加えて事業者が現場の状況を確認しなければ費用の見積を出すことが難しいこともあり、消費者がつけ込まれる余地が生まれやすいと思われる。本件では事業者のホームページ上の記載は不明であるものの、契約金額が15万円と高額な上、事業者には「解約料が1万5000円かかる。」という、契約を断らせないようにする言動がみられる。また、消費者がインターネット広告を見て呼び出したとはいえ、鍵の状態を見てもらうだけのつもりで事業者を呼んだにもかかわらず、その場で契約を結ばされていることから、極めて不意打ち性が高い契約内容である。「特定商取引法」上の訪問販売に該当し、クーリング・オフができると考えられる。しかし、悪質な事業者はクーリング・オフ通知を受けても対応せず、即時に現金で支払ってしまうと、事業者に何らかの返金に応じてもらうのはほぼ困難である。消費者は、料金に納得できない場合はすぐに支払わず、消費生活センターに相談することと、不測の事態に備えて、あらかじめ信頼のおける事業者を調べておくことも必要である。また、事業者には、例えばホームページ上に状況に応じたきめ細かな料金プランを掲載するなど、消費者が安心して納得できる広告表示に努めてもらいたい。

＜必ずもうかると言われ、電話勧誘で FX 取引の情報商材の契約をし、その後高額なコースに変更した。クーリング・オフしたが一部のみ解約と言われ納得いかない＞

受付年月日	2020年12月20日	居住地	東京都
相談者性別	男性	契約年月日	2020年11月22日
年代・職業	60歳代・給与生活者	支払方法	翌月一括払い、借金契約
商品・役務名	FX自動売買テキスト、サポート	契約金額	90万円
契約当事者	同じ人	既払金額	90万円

1 相談内容

インターネットの副業サイトに登録後、そこで見つけた FX 取引事業者から説明を受けるため、予約フォームで電話予約を申込んだ。翌日、事業者からサービス内容が書かれた PDF を受取り、電話による説明を受けた。借金や収入について質問され、「すぐ、お金を作り出せる。」という説明を聞いて、契約金額 45 万円の初級コースを申込みことにした。契約した商品は FX 自動売買のアドバイスが書かれた「電磁的テキストとサポート」で、言われるままに所有するクレジットカードで 10 万円ずつ決済したが、40 万円までしか決済できなかった。「残りの 5 万円をどうしますか。」と聞かれたので「考えさせてください。」と答えた。その後、クーリング・オフの告知がある契約書面が届いた。契約金額は 40 万円に直されていた。同日に事業者から再度電話がかかってきて、「上位のプランの方がお金の回収期間が早くなる。」と勧誘され、90 万円のコースにプラン変更した。支払いのためのクレジットカードを新しく作るよう助言されたが、審査に通らなかった。しかし、銀行のカードローンの申込が通ったので、50 万円を借入れて振込んだところ、振込日を契約日とした新たな契約書面（契約金額 90 万円）が届いた。この契約書の受領日から 7 日目にクーリング・オフの通知を出した。電話でもクーリング・オフを申出たが「初回契約書受取日からはクーリング・オフ期間が既に過ぎているので初回の 40 万円は返金できない。50 万円を返金する。」と言われた。翌日、50 万円の返金について定めた返金合意書を受取ったが、納得がいかない。とりあえず返金合意書を交わしてから、40 万円の返金交渉をすればよいのだろうか。

2 「相談受付・相談処理」と解決結果

返金合意書に「事業者と契約者との間に今後一切の債権債務がない」という一文があるかを相談者に確認したところ、あるとのことだった。そうであれば、合意書を交わしてしまうとそれ以上の交渉ができなくなる。納得できないのであれば署名しないで交渉するよう助言し、相談室で継続相談として受付けた。

相談室より FX 取引事業者に連絡し、相談者が送付したクーリング・オフ書面を確認してもらった。「最初に勧誘されて申込んだコースについて、契約金額 40 万円と記載された契約書面が送られてきたが、その後電話で勧誘され、90 万円のコースに変更したので 90 万円の契約しかない。」という相談者の主張を伝えた。相談者は 90 万円の契約書を受領してから 8 日以内にクーリング・オフの通知を発信しているので、「特定商取引法」の電話勧誘販売の規定に従って、キャンセル処理と返金を求めた。90 万円のうち、クレジットカードで決済した 40 万円は決済代行業者を通してキャンセル処理され、銀行から借りて支払った 50 万円は返金され終了となった。

3 問題点と今後の課題

相談者はFX取引の知識、経験はなく、副業サイトに登録し、簡単に収入を得られるという説明を信じて契約した。昨今、副業や情報商材に関する同様な相談が多く見受けられる。副業や投資で高収入を得るためのノウハウとして作成され、インターネットなどで販売されている情報商材は、スマホやパソコンでダウンロードできたり、DVDやUSBメモリの形で提供される場合もある。入口は無料の副業サイトや少額な情報商材のインターネット通販であることが多く、先ずインターネット通販で少額な契約をさせ、その後、電話で高額な契約を勧誘し、申込や代金決済はインターネットで行うというケースが多く見られる。本件は電話勧誘販売と思われ、電話勧誘販売の法定書面が交付されているので、クーリング・オフの適用が可能であった。

相談者は初級コースの40万円の契約を90万円のコースに変更したので、契約は1つであり、90万円の契約についてクーリング・オフ書面を発信し、クレジットカードで決済した40万円と現金で振込んだ50万円の返金を求めた。ところが、事業者は相談者からのクーリング・オフの申出に対して、初級コースの40万円の契約と、2回目の90万円の契約の2つの契約が成立していると主張した。「クレジットカードで決済した40万円の契約は、クーリング・オフ期間の8日間が既に経過しているので返金に応じられない。」として、90万円の契約に関する返金合意書を送付してきた。返金については「90万円の契約の内、未納の40万円を差し引いた50万円を返金する。」となっていた。また、合意書には「事業者と契約者との間に今後一切の債権債務がない。」という文言もあった。契約に慣れていない消費者には理解できず、言われるままに合意書に署名してしまう可能性がある。本件はクーリング・オフで解決できたが、クーリング・オフ期間を過ぎた契約に関しての被害救済は難しい。

契約前に内容を確認することができず、通信販売であることが多い情報商材において、簡単に高収入を得られると強調する広告や表示に関して虚偽・誇大広告に基づく取消権を「特定商取引法」に導入するよう求めたい。また、広告も勧誘に該当する（最高裁判決）ことから、「消費者契約法」の不実告知による取消も考えられるのではないかと。

決済方法としてクレジットカードが利用される場合が多いが、クレジットカード会社、決済代行業者には加盟店管理の徹底を要望する。

また、消費者は契約内容、解約条件等をしっかり確認してほしい。副業・情報商材など、安易に収入が得られることはないことではないので、儲かると勧誘されても応じないことが肝要である。

5. おわりに

5. 1 行政・事業者・消費者への要請

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

〔1〕行政への要請

近年、消費者関連法の改正が相次ぎ、事業者に対する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見られる。行政に対して、以下の要請をする。

【「特定商取引法」などによる積極的な執行と更なる被害の救済と防止を】

○「特定商取引法」契約書面等の交付義務はその立法趣旨に鑑み堅持を

特定商取引法は、通信販売を除く 6 つの取引類型について事業者には契約書面等の提供を義務付けているところ、国のデジタル化推進を受けて、消費者庁から、「電磁的方法による交付を消費者の承諾のある場合に限って認める」という規制緩和法案が 3 月 5 日に閣議決定され、通常国会に提出された。

この点、事業者から規制緩和要望が出された事例（オンライン上で契約が完結する英会話教室）のように、事業者からの勧誘行為が介在せず、消費者のニーズがあり、さらに消費者の承諾を得る手続きが確保できる場合は、電磁的方法による書面の交付を認めるという規制緩和には、合理性や必要性の観点から考慮の余地があると考えられる。しかし、訪問販売、訪問購入、電話勧誘販売については、その勧誘が不意打ち的であるという特性、また、連鎖販売取引、業務提供誘引販売取引については、消費者が契約内容を十分認識しないまま、あるいは誤認して契約を結びがちであるという特性に鑑み、書面による交付が義務付けられたという立法の経緯がある。加えて、これらの取引はその勧誘過程には対面が含まれるなど、書面での交付は容易であることから、電磁的交付を認める必要性があるとはいえない。

「特定商取引法」において、特定の取引類型に書面交付の義務が課された経緯、及び立法の趣旨を尊重し、これらの取引については契約書面等の交付義務を堅持することを要望するとともに、安易な規制緩和（例外的に電子交付を認めること）については慎重に対応されることを強く求める。

また、一部の継続的役務提供取引について規制緩和の検討が行われるとしても、その検討の過程では、これまで苦情対応や被害救済にあたってきた相談員や弁護士等からも意見聴取を行い、その声を反映した施策が講じられることを強く求める。さらに、消費者被害の発生を防止する観点から、特に次の点の実現は不可欠である。

- 消費者から得られる承諾は真意に基づく明示的なものでなければならず、安易に承諾が取得されないための手立てを講ずること

- 消費者に対し、承諾前において承諾の効果等について十分な情報提供がされるよう措置を講ずること
- 電磁的方法による提供方法は、書面と同様に、一覧性を保った形で閲覧可能であり、かつ、消費者にとって容易に保存可能であること
- 契約書面等を電磁的方法により提供する場合のクーリング・オフ期間の起算点を明確にするとともに、消費者の有効な承諾を得たかどうかの立証責任は、事業者側にあることを明確にすること
- 電磁的方法による提供を可能とした場合には、その後の消費者取引の状況や法令等の運用状況について、その実態を把握し、法令に違反した事業者に対しては、迅速かつ厳正な法執行を行うとともに、上記措置の実効性を検証し、必要に応じた見直しを含め検討を行うこと

○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

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

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

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

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

インターネット通販の定期購入トラブルの急増に伴い、2017年12月より施行の「特定商取引法」で、表示義務の追加、明確化がなされた。「商品の売買契約を2回以上継続して締結する必要がある場合は、最終確認画面にも、買手が支払うことになる総額、契約期間、その他の販売条件を表示すること」が義務付けられた。しかし、その

後も定期購入のトラブルは増加しており、ウィークエンド・テレホンには、「インターネットで、お試し無料でサプリメントを申込んだら、10日後に2回目の商品が届き、4回の定期購入で解約はできないと言われた。」「全額返金保証特典での返金を求めたが、送付状やパッケージの同封が条件になっていた。」「初回解約可能の定期購入を解約しようとしたが、解約の電話が全くつながらなかった。」などの相談があった。

事業者のインターネット上の広告は、「お試し無料」などの文言に比べ、申込の撤回、売買契約の解除、返品特約の条件の記載は目立たず、定期購入であることが分かりにくい表示になっている場合が多い。また、「初回解約可能」「全額返金保証」などの有利な取引条件を強調した表示に対し、何らかの例外がある旨を記載する打消し表示が小さいことや、強調表示と打消し表示が別の画面に表示されるため、消費者は、「例外なく解約や返品ができる」と誤認しがちになる。データや体験談を用いた広告では、商品の効能や効果を実際よりも強調する表示にも問題がある。最近では、スマートフォンでインターネット通販を利用する人が増えているが、パソコンに比べ広告画面が小さく、最初の画面から何度もスクロールして見なければならぬため、大きな文字や画像しか目に入りやすく、小さな文字の記載は見落としがちになる。消費者がサイト内を詳細に確認し契約条件を把握するのは困難といえる。

事業者は、スマートフォンにおける表示の特徴や問題点を把握し、「申込の撤回」「売買契約の解除に関すること」「特約」「返品特約」など、消費者が見やすい箇所に、明瞭に表示する必要がある。「特定商取引法」のインターネット通販のガイドラインでは、「顧客がパソコンの操作を行う際、申込となることを容易に認識できるように表示していない場合や、申込を受ける場合において、顧客が申込の内容を容易に確認および訂正できるようにしていない場合には、『顧客の意に反して契約の申込をさせようとする行為』として、行政処分の対象となります。」と規定されている。しかし、その実効性は極めて低いといえ、事業者への周知徹底、および行政措置の徹底を求める。さらに、ガイドラインでは、その強制力には限界があると思われ、法律としてさらなる厳格な規定を設けるよう、法制度の強化を望む。

○インターネット通販事業者の事業者表記を適正なものに

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

○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
「特定商取引法」の2016年改正では、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の一つの手法とすべきである。

○違反行為を繰返し行う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、「特定商取引法」の2016年改正では、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。違反事業者には、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」の法執行を厳格化することで、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望む。

○不招請勧誘の事前拒否制度の導入を

ウィークエンド・テレホンには、在宅率の高い高齢者が、「訪問販売」「電話勧誘販売」「訪問購入」でトラブルになる相談が多く寄せられている。こうした脆弱な消費者のトラブル防止のため、事前に訪問販売や電話勧誘販売の勧誘を拒否した者に対する勧誘を、禁止する制度が導入されるべきである。なお、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、消費者庁は「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、自治体の中には「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ところもある。まずは、自治体の「消費生活条例」での規制の一層の推進を望むとともに、消費者庁は、被害の絶えない実情に鑑み、解釈の変更を行うべきである。

【「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】

○事業者への改正内容の周知の徹底を

「消費者契約法」の2018年改正では、不当な勧誘があった場合の取消権が新たに追加された。そのうち、つけ込み型勧誘は以下のように分類されている。

不安をあおる3類型（①社会生活上の経験不足を不当に利用し、願望の実現に過大な不安を抱く消費者に対しその不安をあおる告知、恋愛感情等に乗じた人間関係の濫用によるもの、②加齢又は心身の故障によりその判断力が著しく低下していることから現在の生活の維持に過大な不安を抱く消費者に対しその不安をあおる告知、③靈感その他の特別の能力による知見として重大な不利益を与える事態が生ずる旨を示して不安をあおる告知）である。2016年には、過量な内容の契約や動機に関する不実告知の取消権も認められており、これらの改正は、いずれも消費者の利益擁護の観点から意義がある。けれども、こうした法規制を理解しない事業者は多く、トラブルの軽減には必ずしもつながっていないと思われる。行政の各所管において、改正内容の事業者への周知の徹底が行われることを期待する。

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

2018年の改正では、不安をあおる類型と恋愛感情等に乗じる類型に取消権が認められた。しかし、これは「つけ込み型」勧誘の一部に過ぎない。「つけ込み型」の勧誘については、判断力が低下した高齢者や社会経験の乏しい若年者を中心に、深刻な消費者被害をもたらされている。

ウィークエンド・テレホンでも、成人になったばかりの社会経験の不足した大学生に被害が多い「つけこみ型」の勧誘として、「知人の紹介で投資のためのソフトが入っている高額なUSBメモリーを購入。学生ローンを借りて支払ったが、儲けが出ず返済に困るようになったときに、友人を誘えばマージンが得られると勧誘された。」という、いわゆる「後出しマルチ」の相談もあった。

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

【成年年齢引下げに向けて消費者教育の充実を】

○幼少期からの早期の消費者教育の充実を

成年年齢が2022年4月より、20歳から18歳に引下げられる。これにより、18歳・19歳が契約当事者となった場合、未成年者取消の対象とならなくなることから、これまで20歳になると増えていた消費者トラブルが、18歳・19歳にも拡大していくことが懸念される。20歳未満ではインターネット取引の被害が多く、20歳代になるとインターネットでの高額な情報商材や副業紹介への投資、マルチ商法、エステ、美容医療など、社会的経験の乏しさにつけ込まれる詐欺的取引の相談が増えている。若者が狙われやすい取引、決済方法等は刻々と変化しており、最新の情報と十分な啓発が必要であり、幼稚園、小学校、中学校、高校での消費者教育が果たす役割は大変重要となってくる。2017年に告示された新学習指導要領では、消費者教育の推進が大きくうたわれているが、学校現場での家庭科や社会科、生活科等の先生のみでは、実効性のある消費者教育の実施は難しいと思われる。今後は、文科省と連携し、相談経験の豊富な消費生活相談員や、弁護士など等が学校教育に関わ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「特定商取引法」で規制されている。「特定商取引法」では、「通常の店舗等以外の場所で行われる商品等の販売又は役務の提供」と「特定の方法により誘引した顧客に対する通常の店舗等で行われる商品等の販売又は役務の提供」を訪問販売として規定している。

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などが含まれていると思われる。

ウィークエンド・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、ふとんや浄水器、新聞購読などの相談に加え、家屋の修理が保険でできると説明して火災保険の申請代行や修理工事を行う事業者への相談などが増えていることがわかる。こうしたトラブルの契約当事者は高齢者が多く、家族からの相談がほとんどである。原因としては、高齢者は家にいる時間が長いだけでなく、社会の変化に対応できていないことなどが考えられる。販売事業者が内容をよく理解させないまま契約させたり、家族には契約したことを言わないように促すなど、問題のある勧誘行為が後を絶たない。現状、訪問販売では不招請性勧誘は禁止されておらず自由に勧誘することができるが、勧誘に際して氏名等と勧誘目的、販売する商品などを明示することが義務付けられており、勧誘を受ける意思を確認するように努めなければならないとされている。また、消費者が断った場合において更に勧誘することは禁止されている。

訪問販売事業者に対しては、コンプライアンスの遵守と意識向上を強く求める。

(2) 電話勧誘販売事業者に対しての要請

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の被害にあうことが多い。

電話勧誘販売には、不意打ち性、覆面性、架電の容易性、架電の反復性などの特性があり、いったん電話に出て、事業者が話し始めてしまうと消費者は電話を切りにくく、断り切れずに承諾してしまいがちである。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」による規制を受けている。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、これに反した事業者は行政処分の対象になる。しかし、断られてもしつこく勧誘し続ける事業者は後を絶たない。

さらに、訪問販売と同様に電話勧誘販売においても、強引な勧誘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過量販売に関するトラブルが目立った。相談室にも同様な相談が多く寄せられている。このようなトラブルを受けて、2017年12月施行の「改正特定商取引法」で、電話勧誘にも過量販売による契約解除権が設けられた。

2020年はコロナ禍の影響により、貸会議室などを使ったセミナーに代わって、アプリのビデオ通話やウェブ会議を利用した新しいタイプの電話勧誘販売が登場した。多くはインターネットの副業サイトや投資情報サイトから無料の会員登録を行ったり、安価な情報商材を購入した顧客に電話をかけ、あるいは、勧誘目的を告げずにウェブ会議で行う説明会に参加させて、高額な投資用ツールや副業ツールの販売またはコンサルティング契約などを勧誘するものである。多くの事業者は電話勧誘販売の該当性を否定し、書面すら交付していない。

法整備がなされても、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には訪問販売事業者と同様、コンプライアンスの遵守と意識向上を切望する。

(3) 通信販売事業者に対しての要請

通信販売は「特定商取引法」で規制されている。同法において、通信販売とは、事業者が新聞、雑誌、インターネットなどで広告し、郵便、電話等の通信手段により申込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省かれている。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などがあり、民事ルールとして、契約の申込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・折込広告やダイレクトメール、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インターネット環境の普及により、インターネット通販の利用者が拡大しており、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、インターネット通販に関する相談が激増している。

2017年12月には、「特定商取引法」の施行規則が改正され、「商品の売買契約を2回以上継続して締結する必要があるときは、その旨及び金額、契約期間、その他の販売条件」が広告表示義務事項に追加された。しかし、「初回無料」などの文字を大きく目立たせるのに対し、定期購入コースの回数縛りの打消し表示の文字は小さく、消費者を錯誤させる広告が散見されるため、定期購入に関するトラブルは減っていない。

通信販売は非対面方式であり、広告や表示は消費者が契約に至る重要な要素であるゆえ、通信販売事業者の広告に対する責任は重い。

また、通信販売は、国内にとどまらず、海外の事業者との取引も多くあるが、海外事業者についても、日本国内の販売については国内法の遵守が求められる。

ショッピングサイトなどの場貸しサイトを運営するプラットフォーマーやフリマサイトの運営事業者は、直接商品販売や役務提供をする通信販売事業者ではないため、現行の「特定商取引法」の法規制が及ばず、トラブル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。「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ことのないよう、一層の自主規制による真摯な取組を求めたい。

(4) 決済代行事業者に対しての要請

自らがクレジットカード会社の加盟店となり、他の事業者にクレジットカード決済を利用させる決済代行事業者がある。

以前より、「副業で簡単に収入が得られる」とうたう勧誘に誘引され、収入が得られるどころか高額な支払をしたという消費者被害は見受けられた。最近では、新型コロナウイルス感染症拡大の影響により収入が減少したため、副業で収入を得たいと思う人が同種の被害に遭うケースが増えている。

騙されたことに気がついた消費者がウィークエンド・テレホンや消費生活センターなどに相談すると、支払をクレジットカード決済していた場合は、クレジットカード会社と決済代行事業者、サイト運営事業者に、契約に至るまでの経緯を記した書面を送付して調査、取消、返金を求めるようにとの助言を受ける。クレジットカード会社が、副業から出会い系のサクラサイトに誘導する消費者被害だと認識し、与信契約を取消して決済金額を返金処理するまで、決済代行事業者は、十分な調査を行わず、取消処理をしないケースもあった。決済代行事業者は自社の取引先であるサイト運営事業者の事業内容が適切であるかどうかを調査すべきである。

過去の消費者庁の資料では「出会い系サイトでは決済代行事業者を介在しないクレジットカード決済は確認されなかった」と報告されている。副業で誘引する出会い系のサクラサイトだけでなく、投資サイトなど、本来クレジットカード決済を利用できない悪質な事業者のサイトであるのに、決済代行事業者が介在することでクレジットカード決済が利用できるという現状もある。

マンスリークリアでクレジットカードを利用する場合は「割賦販売法」の規制対象外ではあるが、決済代行事業者は消費者トラブルに適切な対応をすべく、しっかり加盟店調査を行うことを求めたい。

(5) 後払決済代行事業者に対しての要請

後払決済代行とは、インターネット通販事業者等が利用する立替払型の後払決済サービスのことをいう。新型コロナウイルス感染症拡大の影響により通販利用者が激増するにつれて、立替払型の後払決済サービスを利用するインターネット通販事業者も増えた。

消費者トラブルを引き起こす定期購入契約を行う通信販売事業者に対しては、適格消費者団体が差止め請求を行ったり、消費者庁が「特定商取引法」に基づく行政処分を行ったりしているが、同様の事業者が次々と現れ、被害が一向に収まらない。クレジットカード事業者は、「割賦販売法」の加盟店管理責任上、このような加盟店との契約を差控える傾向にあり、問題のある通信販売事業者がこのようなビジネスモデルを

継続できる背景には、立替払型の後払決済代行業者の存在がある。立替払型の後払決済代行業者は通信販売事業者に対して、商品代金回収を保証し、代金請求に関する督促業務を行なう。

後払決済代行業者には、定期購入の通信販売が社会問題となっていることを認識し、消費者から苦情が入った加盟店を調査し、被害拡大防止のための適切な対応をすることを求めたい。

【3】消費者への要請

本年は、新型コロナウイルス感染拡大のため生活が一変し、ステイホームを強いられた。スマートフォンの普及も相まって、若者から高齢者までインターネットの利用がますます増加した。その結果、ウィークエンド・テレホンでもインターネット通販を中心に、副業サイトやサクラサイト、SNS がきっかけの儲け話や未成年者のオンラインゲームの課金など、インターネットに関するトラブルの相談が目立った1年であった。また、相変わらず高齢者を中心に電話勧誘、訪問販売、訪問購入等での不意打ち性のある相談も多かった。

【インターネットのトラブルについて注意してほしいこと】

① インターネット通販の定期購入について

サプリメントや化粧品等のインターネット通販の定期購入の相談は、ますます増えている。インターネット通販に不慣れな中高年齢層からの相談が多いが、事業者の広告表示や申込内容も巧妙に変化してきている。申込のきっかけが、消費者自らが検索して公式ホームページから注文するというよりも、SNS の閲覧時などに広告が出てきて、思わず目に留まり注文するケースが頻発している。更に申込後に、もっとお得だという広告を特別にメール等で送り、それが多量で高額な一括購入の誘いであったりする不意打ち性のある事例も見受けられた。パソコンではなく、気軽さからスマートフォンを利用している人が圧倒的であるが、スマートフォンの広告画面は画面が小さいこともあり、スクロールすることで延々と続き、同じような広告内容や特典が繰返されることも多く、大事な契約内容が見過されやすい。消費者は、「無料」「安い」「お試し」などの「強調表示」だけに目を奪われずに、どのような契約なのか、解約、返品はできるのか、必ず隅々まで広告や確認画面に目を通すように心がけるべきである。特に条件や制限がある場合に書かれている「打消し表示」については、小さな字で書かれていることも多く、細心の注意が必要である。また、SNS 等に出てきた広告画面は後から見ようと思っても確認できないことが多いため、いざという時のために、広告画面とともに、自分の注文した申込画面等をスクリーンショット、写真、印刷等で残しておきたい。

② 注文した商品が届かない場合

「インターネット通販で商品を注文したが、商品が届かない」「偽物や注文と違う商品が届いた」などの相談も目立った。前払いで振り込んでしまった場合は返金は難しいが、金融機関や警察に相談し、「振り込め詐欺救済法」を使って、いくらかでも取戻しができるかどうか問うことになる。通信販売の場合「特定商取引法」に基づく表示をしっかりと確認してほしい。特に、事業者の所在地・電話番号の有無等を確認してから契約する必要がある。トラブルがあった場合、連絡が取れなかったり、海外の事業者であると交渉ができず解決は難しくなる場合があるからである。また、インターネット上では個人情報の漏洩が日常茶飯事に起こっている。個人情報の不正取得を目的とする悪質な事業者の場合、一度漏れてしまった情報は、削除は不可能であるのでこの点からも事業者選びは慎重にしたい。

③ パソコンからの警告音や表示のトラブル

パソコンでインターネットサイトを閲覧中に「あなたのパソコンがウイルスに侵されています。」などと警告音や表示が出て、慌てて電話をすると「このままにしておくとパソコンが壊れてしまいます。ウイルスを急いで除去します。」などと言われ、代金を支払ってしまうというトラブルは、数年続いている。最近は、支払いをクレジットカードではなく、コンビニで電子マネーを購入させる手口に変化している。購入後、電子マネーの番号を連絡すると「今の電子マネーは無効なのでまた購入するように」などと嘘を言われ、嘘を信じて次々に電子マネーを購入し支払ってしまう詐欺的な事例が出てきている。日頃からウイルスソフトをインストールし、何かあった時に慌てずサポートが受けられるような事業者を探しておくことが肝心である。

④ 儲け話や副業、情報商材について

コロナ禍で収入の減少した人や自宅にいる時間が長くなった人が多くなったせいか、副業サイトや儲け話等の情報商材で高額な契約をしてしまう人が後を絶たない。「誰でも簡単に稼げる」「短時間で〇万円以上の収入」などという言葉に惹かれ、高額な代金を支払ったが、話が違って全く稼げなかった、役に立たない情報だったので解約したいという相談が多い。いずれも初期投資が大きく全く儲からないという内容で、詐欺に近い事業者に騙されている。簡単にすぐに儲かる話は世の中に無いことを肝に銘じ、うまい話には裏があると疑う姿勢を持ってほしい。家庭内でもこういった教育を幼少期から徹底することを望む。

⑤ 子供のオンラインゲームの課金について

子供がオンラインゲームを行って、高額な課金をしてしまったという相談も相変わらずウィークエンド・テレホンに入ってきた。コロナ禍で部活動などの学校生活や、大勢で遊ぶことが制限されたことが要因の一部になっていると考えられる。保護者は多忙で、スマートフォンやインターネットに関して疎く、子供がどのようにインターネットを利用しているか無関心であるケースが多い。子供にスマートフォンやタブレットを使わせるのであれば、まず子供が利用する端末の機能を制限できる「ペアレンタルコントロール機能」を使い、子供が危険な機能を利用したり、有害なサイトにア

クセスしたり、またオンラインゲーム等などの有料アプリへの課金をするなどの制限をすることが肝要である。そして、保護者もインターネット・リテラシーの向上に努め、家庭内でよく話し合いをし、安心・安全にインターネットを利用してほしい。

【訪問販売や電話勧誘で注意してほしいこと】

① 火災保険を使ったリフォーム工事について

「無料で屋根の点検やアンテナ撤去を行う」というチラシや電話勧誘があり、依頼すると、点検や撤去の後「屋根が壊れているが、火災保険を使って工事ができる。保険の申請のサポートを行うので任せてくれ。」と勧誘をしてくる事例が頻繁に見受けられる。クーリング・オフ期間を過ぎてから解約するには、下りた保険金の4～5割もの違約金を支払わなければならない契約になっていることが多く、トラブルの要因となっている。保険金は、自然災害が原因で壊れた場合は下りるが、経年劣化等の場合は下りない。まして保険申請は、自分で簡単にできるものである。工事事業者に関しては、多くの自治体が登録制度を設けており、相談に応じて登録事業者を紹介している。また（公財）住宅リフォーム紛争処理支援センターが行っている見積りチェックも利用し、信頼のおける事業者を比較検討し決めることがトラブルの回避となる。

② 特に高齢者と周囲の人に

高齢者は在宅率が多く、電話勧誘や訪問販売によりトラブルに巻き込まれるケースが多い。電話勧誘は、消費者が電話に出て話を聞いてしまうと、つい事業者のペースに巻き込まれてしまい、契約にまで至ってしまうことが多い。財産や家族構成等の情報はむやみに教えるはいけない。「いつも留守番電話に設定し、知らない人からの電話には出ない」「迷惑電話お断りサービスの利用や通話録音装置の設置」なども検討してほしい。またやむを得ず電話に出た場合は、相手の話を聞かないで、きっぱりと断るよう努めてほしい。

訪問販売は、「知らない人にはドアを開けず、家に入れない」という事を徹底し、必ずインターフォン越しに毅然と対処することが重要である。断っても事業者が帰らない場合は、勇気を出して110番をすることも一法である。

訪問販売・電話勧誘販売で契約し、解約したい場合は、契約書を受取った日から8日間はクーリング・オフができる。このことを覚えておき、速やかに、居住地の消費生活センターやウィークエンド・テレホンに相談してほしい。

実際に相談が入るのは、その契約を知った娘や息子など家族からであることが多い。一人暮らしの高齢者が増えており、孤独や判断力の低下につけ込まれて被害に遭いやすい。電話勧誘や訪問販売がきっかけに悪質な事業者にターゲットにされ次々と契約をさせられることも間々あるので気を付けたい。未然防止、早期発見に周囲の見守りが重要である。家族やヘルパー、ケアマネージャー、地域包括センター等が連携し、必要であれば金銭管理や成年後見制度を利用することも検討したい。

【訪問購入で注意してほしいこと】

訪問購入の相談も引き続き目立っている。以前から不用品の処分困っていたり、コロナ禍で片付をして不用品が出てきたところに、タイミングよく「不用品はなんでも引き取ります。」と電話がかかると、取りに来てくれるので助かったと訪問の約束をしてしまう。しかし、訪れた事業者は用意していた不用品には目もくれず、結局貴金

属や古銭、切手等の金目の物が目当てで、消費者がそれらを出してくるまで帰らなかったり、強引に買い取ると言って持ち帰ってしまうケースが依然として多い。訪問購入も「特定商取引法」のクーリング・オフ制度が適用になった。訪問購入で物品を売った場合、クーリング・オフの適用期間中は、そのまま売却品を自宅に置いておくことも可能である。実際にクーリング・オフ回避をする事業者がいたり、売却したものと違うものが返却されるケースもあるので、法律を頭に入れておきたい。

事業者の訪問は、不意打ち性があり、信用性も定かではない。いったん自宅に入れてしまうと契約するまでなかなか帰らないことが多い。事業者のうまい言葉や強引さに消費者は冷静さを失ってしまうので、訪問販売同様に、安易に事業者を自宅に招き入れないようにすることが肝心である。

【コロナ禍での解約について注意してほしいこと】

本年は新型コロナ感染拡大で、緊急事態宣言が出たり、行動自粛の要請が出て、結婚式や、スポーツジム、旅行関連の解約の相談が相次いだ。コロナ禍で心配だからというだけの理由での解約であれば、消費者の自己都合になりかねない。事業者がコロナ対策を行いながら契約を履行することができるのであれば、解約に関しても規定通りとなると考える。新型コロナの感染状況は日々変わっている。契約前にキャンセルする場合を考慮し、解約条件も含めて契約内容をよく確認することが重要である。

5. 2 ADRの現状と今後の課題

(1) 当協会 ADR の現状

今年度は当協会が、2008年3月に消費者団体として初めて法務大臣認証を受け Consumer ADR を開設してから14年目となる。ADR としては、「特定商取引法」に特化して取組んでおり、消費者に寄り添う Consumer ADR を目指している。ADR で手続される消費者取引の紛争は、当協会が毎週土曜日、日曜日にそれぞれ大阪、東京で開設している消費者相談（ウィークエンド・テレホン）での相談の中から、相談室で継続的に斡旋を行ってもなお解決困難な事案について、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。

今年度、継続相談として付託への検討案件は26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。今年度は、新型コロナウイルスの感染拡大により、ウィークエンド・テレホンの相談室も一時閉鎖を余儀なくされ、また、当委員会もウェブ会議による開催を原則とするなど、消費生活相談や ADR の場においても、新しい生活様式に即した活動方法を検討する必要に迫られた。

消費者の消費行動にも変化が生じ、外出自粛や店舗等における消費活動が制限される一方で、これまでとは異なる新たな消費者トラブルも散見されるようになった。特に IT 化は益々加速し、販売事業者等のウェブサイトだけでなく、SNS や会議アプリ、動画サイトなどの様々なインターネットツールを利用する取引が老若男女問わず幅広い世代に広がり、利便性を提供する一方で、不慣れた消費者の不注意につけ込む悪質商法も次々に出現し、新たな消費者被害が発生している。

裁判より手続きが簡便で経済的な負担も少なく、短時間での紛争解決を目指している Consumer ADR は、消費者にとっても、事業者にとっても非常に有効な紛争解決手段といえるものである。今後の一層の利用促進のために Consumer ADR の現状と課題について検討する。

(2) 今後の課題

① ADR 機関としての認知度の向上

巧妙で複雑な悪質商法の被害に遭った消費者が、自力で被害を回復することは容易ではない。消費者被害の救済方法を知らずに泣き寝入りをしている消費者に対し、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、一般消費者に向けて当協会そのものの社会的認知度を上げると共に、国の行政機関、各自治体の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、当協会 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

2020年2月に法務省が公表した「認証紛争解決事業者の取扱件数」によれば、2018年度、115機関の総受理件数は1654件で既済件数1326件の内、成立は723件だが、304件が不応諾となっている。一部のADR機関においては応諾義務が課せられているものの、4、5件に1件はせつかく消費者が申出をしても手続きが進まないということが起きている。当会のADRは、消費者側からの申出を受け事業者に通知をすることで運用されているが、事業者にも、中立、公正で非公開での斡旋を行うという利便性の高い手続きを十分に理解してもらい、迅速で簡便な裁定に協力を求めたい。規制緩和により事業者に対する事前規制が縮小される中にあり、ADR機関の整備は消費者の安心・安全な暮らしを実現するために必要なセーフティネットである。事業者や業界団体に対して、ADR機関としての機能や役割の理解促進に努めたい。

「裁判外紛争解決手続の利用の促進に関する法律」については、2013年に法務省において「ADR法に関する検討会」が行われ、2014年3月の報告書において検討課題が示されたもののその後改正は行われていない。ADRが紛争解決の手段としてより活用されるように、事業者に応諾義務を課し不応諾の事業者にペナルティを与えるようなしくみを盛り込んだ法改正を求めたい。

③ 学校におけるADR制度の周知

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

図らずも当協会では、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。今後はADR制度に関しても、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、学校でもADR制度についての教育を実施してもらいたい。

③ インターネットを利用した相談受付、オンラインによる裁定の検討

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

また、近年のIT技術の飛躍的進歩やAI技術の発展に伴い、オンラインでの紛争解決手続であるODR（Online Dispute Resolution）の在り方に注目が集まっている。「成長戦略フォローアップ」（2020年7月17日閣議決定）を受けて、2020年10月より法務省の「ODR推進検討会」では、ADRのオンラインでの非対面・遠隔での相談や手続の実施等に関する検討等が行われている。オンラインによる相談や手続の実施が行え

るようになれば、当事者の所在地に影響されず、近くにADR機関のない地方の消費者や遠方の事業者にとってもADRが利用しやすくなるというメリットがある。検討会の行方を注視し当団体においても前向きに検討していきたい。

2020年度 Consumer ADR 従事者名簿

生駒 薫	櫻木 和美	福井 多恵子
伊東 広美	佐竹 愛子	福長 恵子
大井 菜子	沢井 馨子	藤井 檀
大西 幸恵	白井 宗子	前田 裕子
小笠原 むつみ	鈴木 久美恵	町田 弘美
岡本 由美	武井 紀子	松尾 亜沙子
香浦 奈美	田辺 尚代	松本 恭子
亀田 康子	谷村 嘉彦	丸山 なぎさ
角濱 ひとみ	田村 朋子	武藤 京子
河井 恵子	仲澤 悦子	村上 博子
木戸 聡子	中野 赫子	山内 恵香
木村 嘉子	中野 賀予子	山木 香代
桑村 文子	中村 英子	山岸 直子
見野 悦子	西田 智子	山本 いく子
小西 和恵	長谷川 ゆかり	山本 英利子
金藤 博子	林 多恵	吉原 由紀子
坂本 かよみ	樋口 容子	蓮 奈穂子

消費者相談「NACSウィークエンド・テレホン」

理事 (Consumer ADR委員会・消費者相談室担当)

大道 不二子

東京相談室長

中野子 礼子

大阪相談室長

山口 知香

【参考資料】

Consumer ADR 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、委員会委員長(第15条第1項に規定するConsumer ADR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、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のものとみなす。

(裁定手続の非公開など)

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。)、委員会の委員(第13条第3項に規定するConsumer ADR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、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、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 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、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 委員会委員長は、本会の役員に対し、当該役員の就任後速やかに、第1項の規定の趣旨及び同項に規定する義務を遵守すべき旨を記載した書面を交付し、その内容を説明しなければならない。

(通 知)

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

- 2 紛争の当事者に対する通知のうち、通知すべき事項を記載した書面を配達証明郵便に付して紛争の当事者に送付する方法以外の方法により行うものは、その相手方（電話による通知にあっては、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ったときは、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委員会（以下「委員会」という。）を設置する。

- 2 委員会は、5人以上の委員をもって組織する。
- 3 委員会の委員（以下この章において「委員」という。）は、本会正会員であっ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 委員会に委員長（以下「委員長」又は「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、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、委員会の運営に関し必要な事項は、委員長が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 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 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 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、議事の手続その他委員会の運営に関し必要な事項は、委員会が定める。

(書類の備置きに関する事務)

第17条 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) 委員会の委員名簿
- (2) 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、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、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、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 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 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 委員会は、前項の書面の受取りに代えて、電話により、紛争の当事者から、第 1 項の規定による説明を受けた旨を聴取することができる。この場合においては、聴取の内容及び年月日を記録するものとする。
 - 4 相手方（次条第 4 項第 2 号に規定する裁定手続の相手方をいう。）に対する説明は、第 1 回の手続期日における手続を開始する前までに必ず終えておかななければならない。

（裁定手続の申立て）

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

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

（申立ての受理又は不受理）

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

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

- 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、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っ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 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 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、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 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 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 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、その結果を委員会に報告させるものとする。
- 5 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 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、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、委員会委員長が指名する。
- 4 忌避調査委員会にその委員長（以下「忌避調査委員長」という。）を置き、委員の互選によってこれを定める。
- 5 忌避調査委員長は、忌避調査委員会の事務を統括する。
- 6 忌避調査委員会は、その委員の過半数が出席しなければ、会議を開き、議決することができない。
- 7 忌避調査委員会の議事は、会議に出席した委員の過半数で決し、可否同数のときは、忌避調査委員長の決するところによる。
- 8 忌避調査委員長は、第1項の調査審議が終了したときは、速やかに、その結果を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、委員会の決議に基づき、これを解任する。

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

(裁定委員会)

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

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

第3節 裁定手続の進行

(手続期日及びその場所)

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

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

5 裁定手続は、相当な理由がある場合を除き、3回以内の手続期日において終了するものとする。

(当事者の主張及び準備)

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

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

(利害関係人の参加)

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

(1) 割賦販売法(昭和36年法律第159号)が適用されることとなる事業者又は業者

(2) その他前号に準ずるものとして裁定委員会が認めた者

(裁定手続の進行方法)

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

2 主張は、書面又は手続期日における口頭によるものとする。

3 裁定手続は、紛争の当事者の双方を同席させて行う。ただし、主任は、必要と認めるときは、交互面接方式(紛争の一方の当事者を一時離席させた状態で、紛争の他方の当事者からその主張及び意見を聞き、次いで、当該紛争の他方の当事者を一時離席させた状態で、当該紛争の一方の当事者からその主張及び意見を聞くことを、必要な範囲で繰り返す方式をいう。)により行うことができる。

4 裁定委員会は、手続期日において、申立人及び相手方の順に主張及び意見を聞き、必要に応じて、和解案を示すなどして裁定手続を進めるものとする。

5 裁定委員会は、紛争の当事者が申立てに係る紛争を自発的に解決することが困難であるが、なお和解成立の可能性があると認めるときは、裁定案(紛争の当事者双方の衡平に配慮し、一切の事情を見て、当該紛争の当事者双方の申立ての趣旨に反しない限度で、裁定委員会が、当該紛争の解決のために作成する最終の和解案をいう。次項、第8項及び第41条第1項第3号において同じ。)を作成し、手続期日において、これを紛争の当事者に提示することができる。

6 紛争の当事者は、前項の裁定案の提示を受けたときは、その提示を受けた手続期日終了後14日以内に裁定委員会又は委員長に対し、同意又は不同意のいずれかの意思の表示をしなければならない。この場合において、紛争の当事者が14日以内に意思の表示をしないときは、不同意の意思を表示したものとみなす。

7 前項に規定する意思の表示は、その内容を記載した書面を郵便で送付する方法、ファクシミリ、電子メール又は電話により行うことができる。この場合において、電話により意思の表示がされたときは、委員長は、その事実、内容及び日時を記録しなければならない。

8 紛争の当事者双方が裁定案に同意する旨の意思の表示をした場合には、その最後の意思の表示が到達した時に紛争の当事者間に和解が成立したものとみなす。

第4節 裁定手続の終了

(和解の成立)

第39条 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 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 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、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、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委員会に提出して苦情の申出をすることができる。
- 2 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、その結果を委員会に報告させるものとする。
 - 3 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 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、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 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、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。
- 6 この規程は、2020年6月13日から施行する。

2020 年度

消費者取引裁判外紛争解決手続

Consumer ADR 報告書

2021 年 3 月発行

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 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>



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