

### くらしの危険を防ぐには～ III 悪徳商法について！

山田 俊一

はじめに

写真 1 は三重県伊賀市の社会福祉協議会の活動の一環として、お年寄りの前で「悪徳商法」をテーマにした寸劇を披露している写真である。

写真－1 悪徳商法寸劇のシーン



出所：毎日新聞 2008年9月11日付け

読売新聞 2008年9月10日付けによると、国民生活センターへの認知症や知的障害などで判断力の不十分な人の契約紛争相談件数が 2007 年度 1 万 25 件、3 年連続で 1 万件を超っていて相談件数の高止まり傾向が続いていると報じている。また、20 歳代前半の若者も契約紛争相談も後を絶たない昨今である。

業者と消費者の契約紛争について主な問題悪徳商法の事例および勧誘の手口・特徴・問題点を探り、それらへの個人としての対処方法・心構え、被害を防ぐための法などの規制、設置される事が期待され

ている「消費者庁」などを考えてみる。詐欺的な契約紛争についてはここでは論じない。

## 1 相談の種類

図1-1は(社)全国消費生活相談員協会に「週末電話相談事例集」の2007年度版の目次である。この事例集も契約紛争の事例が多くみられる。

図1-1 相談の種類

<b>CASE:1</b> <b>高齢者への 過量販売</b> 薬をやめてこっちは 飲むように言われて…… ②	<b>CASE:2</b> <b>結婚式場の 解約</b> 追加料金があるなんて 聞いてない! ④	<b>CASE:3</b> <b>語学学校の 倒産</b> ポイントがたくさん残って いるのに……返金して! ⑥
<b>CASE:4</b> <b>海外事業への 投資</b> 必ず儲かるって言われて 契約したけど…… ⑧	<b>CASE:5</b> <b>アダルトサイトの 不当請求</b> どうして私の電話番号が わがったの?! ⑩	<b>CASE:6</b> <b>多重債務</b> 借金で首がまわらない 助けて……! ⑫
<b>CASE:7</b> <b>インターネット オークション</b> お金をはらったのに 人形が届かない! ⑭	<b>CASE:8</b> <b>食品の安全</b> そうめんにとそば粉が 混じっていた! ⑯	<b>CASE:9</b> <b>海外宝くじ</b> えっ! ロトに当選!? ⑰

出所：(社)全国消費生活相談員協会編 「こんな相談ありました」平成19年度版 目次

相談件数も表1-1に示す通り2007年度を除き年々増加傾向である。2007年度は減少しているが原因は明示されていない。おそらく消費者生活センター、担当省庁の相談窓口が利用されやすくなったことで、当協会は週末の相談に対応していて他の相談窓口が広がったことが原因だと思われる。相談内容件数では契約・解約が最多数で販売方法、価格・料金と続いている。

契約・解約の相談件数が相談件数のなんと83.8%を示している。消費者はよく契約内容を理解せず、

なんとなく、恐怖感の内に、錯誤に陥れ、又、理解能力のない消費者を相手に対して巧妙に契約を締結している場合が多くみられるようである。このような消費者を騙すような契約を「悪徳商法」とされ消費者が多大な損害を被っていて大きな社会問題の一つとなっている。

表1-1 年推移契約件数、商品・サービス別、内容分類別相談件数

年度別相談件数

10年度	11年度	12年度	13年度	14年度	15年度	16年度	17年度	18年度	19年度
414	493	757	1,368	1,971	2,852	3,239	3,316	3,472	3,300

商品・サービス別相談件数(上位5位)

順位	商品・サービス	件数	割合(%)
1	運輸・通信サービス	1,261	38.2
2	金融・保険サービス	290	8.8
3	教養・娯楽品	235	7.1
4	教養・娯楽サービス	205	6.2
5	レンタル・リース・貸借	198	6.0

内容分類別相談件数(上位5位)

(複数回答)

順位	内容分類	件数	割合(%)
1	契約・解約	2,766	83.8
2	販売方法	1,391	42.2
3	価格・料金	403	12.2
4	接客対応	383	11.6
5	品質・機能・役務品質	283	8.6

出所：(社)全国消費生活相談員協会編 「こんな相談ありました」平成19年度版 はしがき

## 2 おもな問題商法

表2-1 主な問題商法

商法の名称	主な商品・サービス	主な勧誘の手口・特徴と問題点
マルチ商法 (連鎖販売取引)	健康食品・美顔器・浄水器 化粧品・ファックス	販売組織に加入し、購入した商品を知人に売り、組織に勧誘し、それぞれがさらに加入者を増やすことによりマージンが入ると言う商法。加入者にとっては勧誘された時点のもうけ話と違って思うように売れず、多額の借金と商品の在庫を抱えることになる。合法的なものもある。悪質なものが問題である。
ネズミ講 (無限連鎖講)	金銭・有価証券などの配当	後から加入した者が支出した金銭等を先に加入した者が受け取る配当組織。開設・運営・勧誘を禁止する法がある。インターネットによる勧誘を「マネーゲーム」と称されている。ネズミ講は金銭によるもので、商品が介在するものはマルチ商法である。
アポイントメント セールス	アクセサリ・複合サービス・会員・絵画	「抽選に当選したので景品を取りにきて」「特別にモニターに選ばれた」「いい人に逢わせる」など他の人と比べて有利な条件を強調して電話などで呼び出し商品やサービスを契約させる。
キャッチセールス	化粧品・美顔器・エステ 絵画	路上でアンケート調査などと称して喫茶店・営業所に連れて行き、契約に応じない限り、帰れないような雰囲気にして商品・サービスを契約させる。
無料商法	電話情報サービス・エステ 化粧品	「無料招待」「無料サービス」「無料体験」など「無料」をセールスポイントにし人を集め、高額な商品・サービスを契約させる。
サイドビジネス 商法	健康食品・化粧品・パソコンの内職	「内職・副業になる」「脱サラできる」などで収入絡みの契約をさせる。
催眠(SF)商法	布団・電気治療器具 健康食品	「商品の無料配布・低廉販売」などで人を集め、締め切った会場で得た気分を高揚させ市場価格より高額な商品売り付ける。
ネガティブ オプション	雑誌・ビデオソフト・新聞 書籍	商品を一方的に送りつけ、消費者が受け取った以上、購入代金を支払ねばならないと勘違いして支払うことを狙う商法。代金引換郵便の悪用とか、福祉目的をよそうようにし、商品を買わせる場合もある。送りつけ商法。
点検商法	床下換気扇・上下水道 布団・浄水器・耐震工事	点検すると言いつつ家に上がり込み、「床下が傷んでいる」「シロアリが居る」「布団にダニがいる」「地震に弱い」など不安をあおって商品・サービスを契約させたり工事を請け負ったりする商法。
資格商法	行政・司法書士等の資格 取得の講座	電話等で「受講すれば資格がとれる」などと執拗に勧誘し教材の契約をさせる。
デート商法	アクセサリ・絵画	出会い系サイト・メール等でデートを装い契約させる商法。契約後は行方不明となる場合が多い。

出所：国民生活センター編「くらしの豆知識 '08」2007年9月 p.60,61

## キャッチセールス

2008年8月28日

駅前や街頭で「アンケートに答えて」「モデルをやりませんか」などの誘い文句で声をかけ、店舗や事務所に連れて行って、商品やサービスを契約させる商法をキャッチセールスといいます。主に20歳代に多く、契約した商品・サービスは女性ではエステティックサービス、化粧品、男性では絵画が上位を占めています。

### [PIO-NETに寄せられた相談件数の推移]

年度	2003	2004	2005	2006	2007	2008
相談件数	9,164	7,595	6,909	5,884	4,398	815(前年同期 1,428)

※件数は2008年8月21日現在

### [最近の事例]

- ・街で「エステに興味あるか」と話しかけられて無料エステを受けた。このままどんどん太ると言われ、痩身エステの契約をした。今からでも解約できるか。
- ・昨日駅前で声をかけられ、手相を無料で見ると言われた。その後先生に見せた方がいいと言われ、連絡先を伝えたが大丈夫か。
- ・繁華街で声をかけられ手相を見てもらい、事務所に行って有料鑑定を受けた。セミナーも勧誘され断ったが個人情報の悪用が心配だ。
- ・大学生の娘が繁華街で「モデルにならないか」と声をかけられ、写真撮影代、メイク代等の費用として4万円支払った。信用できるか。
- ・繁華街で無料でネイルをすると誘われ、サロンに出向いた。安く施術をするために、高額な契約が必要と拘束され、契約した。払えない。
- ・失業して気落ちしている時に街頭で声をかけられ、運気が上がる、と言われて水晶の置物を購入したが、分割払いにした代金がもう支払えない。解約できないか。
- ・通行中に声を掛けられ店舗へ行き、勧められるまま、きのこの健康食品を購入したが自分の体には合わなかった。高い。返品したい。
- ・駅前で「とてもいい人相をしている。無料で見てあげる」と言われ承知したら最終的に高額な水晶を契約させられた。情報提供したい。
- ・3週間前、街頭で無料のスキンケアを勧められ予約を取り昨日施術を受けた。無料エステ付の化粧品を契約したがクーリングオフ希望。

## 「デート」を口実に販売目的を隠して異性に近づく商法

2008年7月24日

デート商法とは、勧誘時に言葉巧みな話術で異性に好意を抱かせ、それにつけ込んで商品等を販売する商法で、時には相手が抱いた好意を利用してクーリング・オフ(無条件解約)をさせないように誘導することもあります。

最近では、出会い系サイトで知り合った異性が販売員だったというケースや、自宅への電話がきっかけでメールをやり取りするようになり、実際に会ったところ販売員だったという事例が、目立ちます。当初「商品販売のため」という目的を聞かされないまま、実際に会うとアクセサリーや服などの購入を勧められ、高額な契約をさせられる相談が寄せられています。

### [PIO-NETに寄せられた相談件数の推移]

年度	2003	2004	2005	2006	2007	2008
相談件数	2,057	1,548	1,447	1,284	900	136(前年同期 183)

※件数は2008年7月17日現在

### [最近の事例]

- ・メル友になった男性に強く勧められて、仕方なくダイヤのネックレスやイヤリングを購入した。デート商法だとネットで知ったので、解約したい。
- ・電話で男性からデートに誘われた。喫茶店に連れて行かれ、高額なネックレスを購入したが、良く考えると必要がなく解約したい。
- ・メル友に会おうと言われてデートしたら、宝石を買わされた。解約できるか。
- ・知り合った男の子とデートの約束をした。仕事場に連れて行かれて競馬ソフトを購入した。解約したい。
- ・出会い系サイトで知り合った男性と付き合い、宝石を持って欲しいと言われ契約。3ヶ月後にまた契約。友人におかしいと言われたが、どうしたらよいか。
- ・出会い系サイトで知った男性から高額な指輪とペンダントを購入した。さらに男性にサラ金で借金してお金を渡したが、返金してくれない。

## 商品の販売であることを隠して近付いてくる商法

2008年7月24日

本来の目的が商品の販売であるのに、消費者にはそのことを隠して近付く商法のトラブルが多く寄せられています。

### [PIO-NETに寄せられた相談件数の推移]

年度	2003	2004	2005	2006	2007	2008
相談件数	19,150	20,247	24,766	22,965	18,018	2,711(前年同期 3,202)

※件数は2008年7月17日現在

### [最近の事例]

- ・自宅に業者が来訪し、古紙を回収するというので鍵を開けたら執拗に新聞を勧められ契約してしまった。解約したい。
- ・「学力を調べさせてください」と言って訪ねてきて、補修用教材を勧誘する業者。信用できるか。
- ・不用品回収を偽って、布団を販売する訪問業者の情報を提供したい。古着を渡そうとしたところ、布団を買わないと古着は受け付けないと言われた。
- ・エアコンのクリーニングをすると電話があり、自宅に来てもらった。ダニが取れるという掃除機を購入したが、ダニが取れず、解約したい。
- ・10年近く使用しているミシンの修理を依頼したら、部品がなく修理できないといわれ、高額なミシンを勧められた。
- ・エアコンのクリーニングを行うからと電話があり、来訪して掃除をしてもらった後、勧められて掃除機を購入した。
- ・エアコンの掃除を安くするという電話があり、来てもらった。その際にマッサージ機を勧められ、断ることが出来なかった。
- ・人を誘うバイトと説明されて、電位治療器のマルチ販売ビジネスを契約したが、家族に反対された。商品は既に受け取ったが、解約は可能か。
- ・自宅に「水の検査に来ました」と業者が訪ねて来た。浄水器を購入したが解約したい。
- ・過去に床下換気扇を設置した業者から、点検とアフターサービスに伺いたいと電話が来た。結果、訪問され高額な白蟻駆除の契約に至る。
- ・自宅を建築した工務店の関係業者のような様子で訪問した業者と、換気扇フィルターを購入契約をしてしまった。クーリングオフしたい。

## 高齢者への次々販売

2008年8月18日

1人の消費者に業者(複数の業者の場合も含む)が商品等を次々と販売するトラブルを「次々販売」として分類をしています。この「次々販売」のトラブルが、最近、高齢者(ここでは60歳以上)に増えています。

### [PIO-NETに寄せられた相談件数の推移]

年度	2003	2004	2005	2006	2007	2008
相談件数	6,743	7,194	10,129	7,759	6,822	1,413(前年同期 1,567)

※件数は2008年8月7日現在

### [最近の事例]

- ・床下にファンを取り付け、さらにやりたくないと言ったのに強引に勧められて高額な外壁塗装工事を行った。年金生活であり支払いが難しい。解約し返金してほしい。
- ・一人暮らしの夫の母が布団を次々と購入している。年金で何とか支払っているが、借金でもしたら自分達に負担があるのでと心配。
- ・遠方で一人暮らしの高齢の母が電話勧誘の業者から、この6年で仏像や掛軸など総額100万円を次々に契約した。やめさせたい。
- ・高齢の母が押し入れ用すのこや乾燥剤を非常に高い値段で購入していた。事業者は解約を認めたが返金されない。どうしたらよいか。
- ・以前購入した布団の点検と称して訪問を受け、新しい布団の契約をってしまった。この業者を告発したい。
- ・一人暮らしで精神疾患を患っている母が近所の人に勧誘され、血糖値が下がるからと浄水器を購入した。その他にもいろいろなものを契約していることがわかった。問題ある勧誘だ。
- ・一人暮らしの親が高額の布団を次々と購入していることがわかった。布団の検査と称して家に上がりこみ、無理やり契約させられた。
- ・5年前にシロアリ駆除を依頼してから、次々と床下換気扇や耐震補強工事を勧めてくる業者の信用性を教えてほしい。
- ・親がアクセサリーと着物を次々に購入し、支払いが困難である。弁護士が交渉しても販売店が応じない。

## 薬効うたう

2008年7月24日

「この健康食品を飲めば病気が治る」など、本来うたってはいけない薬事的効果をうたって売りつけるのが薬効をうたった商法です。これらに関する相談が寄せられています。

### [PIO-NETに寄せられた相談件数の推移]

年度	2003	2004	2005	2006	2007	2008
相談件数	3,522	3,332	4,414	4,622	4,829	811(前年同期 749)

※件数は2008年7月17日現在

### [最近の事例]

- ・癌の父親の話をしたら、友人が抗酸化食品を勧めてくれた。4本購入を約束したが、説明を聞くとマルチのような気がして不安だ。そこで渡された体験談集にはアトピーやにきびが良くなった、癌の予防にもなる、と効果がうたわれている。
- ・電位治療機を購入しようと検討中。指導員が「あらゆる病気に効果がある。言っではいけないけれど」と売っている。問題はないか。
- ・知人に、便秘に効果があるというカルシウム剤の健康食品を勧められている。購入を迷っているが、どのように判断すればよいか。
- ・血圧が下がると言われて電位治療器を購入した。却って血圧が上がり不整脈が出た。話が違うので返品したい。
- ・友人に誘われて電位治療器の体験に通った。血圧が下がるといわれ購入したが、電磁波が出ていると聞き心配になった。解約したい。
- ・赤ら顔が治るというエステティックサービスの新聞広告を見て資料を取り寄せ電話をしたら60万円持参しろと言われ不審。
- ・あらゆる病気に効果がある、鎮痛作用があるというのでイオン発生器を購入したが効果が感じられない。イオン発生の有無を調べたい。
- ・知人に「目にいい」というルテインのサプリメントを勧められている。人を紹介すると収入になるともいう。信用できるか。



## 二次被害

2008年8月18日

一度被害に遭った人を再び勧誘して、二次的な被害を与えるケースを「二次被害」として分類しています。

### [PIO-NETに寄せられた相談件数の推移]

年度	2003	2004	2005	2006	2007	2008
相談件数	42,555	35,327	28,171	22,795	18,471	3,878(前年同期 4,724)

※件数は2008年8月7日現在

### [最近の事例]

- ・以前に購入した別荘地を売りたい人がいるので整地するよう勧められ契約したが売れず、協力金を払えば売れると言われ払ったが売れず、困っている。
- ・高齢の母に業者からの勧誘電話が絶えず困っている。数年前に電話帳からも削除した。その他に拒否する方法はないか。
- ・以前会員権購入詐欺、その会費詐欺にひっかかった。その被害額に慰謝料を加えた額を配当金として払うという詐欺被害を報告する。
- ・8年前に契約した司法書士の通信教育の契約が継続しており、次の教材を購入する義務があり、代金を支払えと電話があり困っている。
- ・昨年、ワンクリック詐欺に会いサイト料を支払った。その際に自宅の電話番号を伝えたためかその後も料金の請求を受けている。
- ・契約した高額な宝石が価値のないものと判明し、その代金を取り戻せると電話があったが信用できるか。
- ・弁護士事務所を名乗るところから電話があり、以前契約した資格業者が訴訟する、和解すれば安く済むと言う。信用できるか。
- ・以前契約した資格講座の被害者が、裁判でお金を取り戻すための仲介をしていると電話があり代金の振込みを依頼されたが信用できるか。
- ・「電験3種の受験講座をやめるとの意思表示がない。延滞料金が発生するかもしれない」とのしつこい電話が職場にかかる。やめさせたい。
- ・約1年半前、以前契約した会員サービスを退会するために、100万円の版画を購入したが、解約したい。

## 電気通信機器を販売する「いわゆるマルチ商法」

2008年7月24日

知人から知人へと勧誘してビジネスを展開する、いわゆるマルチ商法でパソコンや電話機などの通信機器が販売されることがあります。

### [PIO-NETに寄せられた相談件数の推移]

年度	2003	2004	2005	2006	2007	2008
相談件数	2,109	2,225	1,972	1,541	1,849	296(前年同期 268)

※件数は2008年7月17日現在

### [最近の事例]

- ・代理店になれば収入が得られると友人から誘われてインターネット接続端末を契約したが、解約したい。
- ・人を紹介すれば儲かると誘われ、インターネット専用端末を購入して会員になったが、解約したい。
- ・子どもがねずみ講のような組織に入ってインターネット端末機を購入し、代理店になる契約をした。失職して支払えなくなった。
- ・機械を買ってホームサーバーの代理店をしないかと友人に勧められた。人を紹介すると収入になるという。ねずみ講ではないか。
- ・親戚の者から多機能電話機を勧誘された。マルチ商法のように心配だ。やめさせたい。
- ・数年前、知人に勧誘されてネットワーク組織に入会した。高額な多機能電話機と共済を契約したが、騙されたようだ。返金を要求したい。
- ・数年前、知人から勧められてファックスを契約したが、実はマルチ組織に騙されていたことに気づいた。解約したい。
- ・インターネットの端末をマルチで販売する会に入っていたが、経営がおかしくなった。投資したお金も戻してくれないので困っている。
- ・以前、家族が友人から多機能電話機を購入して紹介販売すれば利益を得られると説明され、マルチ組織に加入したが、やめさせたい。

## 点検商法

2008年7月24日

点検に来たと言って来訪し、「布団にダニがいる」「工事をしないと危険」などと言って商品やサービスを契約させる「点検商法」の被害が多数寄せられています。2004年秋の特定商取引法の改正により、勧誘の際には、販売目的の訪問であることを消費者に明示することが義務づけられ、また、消費者に、商品の価格、性能等に関する重要事項を故意に告げない行為を、虚偽説明と同様の罰則の対象とし、消費者は契約を取り消せるようになりました。

### [PIO-NETに寄せられた相談件数の推移]

年度	2003	2004	2005	2006	2007	2008
相談件数	13,781	13,321	12,816	8,319	6,432	1,090(前年同期 1,193)

※件数は2008年7月17日現在

### [最近の事例]

- ・排水管を格安で掃除すると言って訪問があった業者と排水管清掃、耐震金具設置、床下の消毒と炭、活水装置の契約をした。この業者について苦情はないか。騙されたのか。
- ・布団の点検をしたいという電話が頻繁に入り、断ることが出来ず今日来てもらうことになった。どのように断ったらよいか。
- ・親戚が以前購入した布団の点検と称して訪問を受け新しい布団の契約をしてしまった。この業者を告発したい。
- ・浄化槽清掃業者が来訪し点検をしてくれたが、継続的な契約は断ることにした。後から1回分の費用を請求されたが、支払うべきか。
- ・浄水器の点検に来た業者にイオン整水器を勧められて契約したが、よく考えてみると価格が高すぎるのでクーリング・オフしたい。
- ・入居したばかりのマンションに換気扇の点検と業者が訪問し、フィルターの交換、壁のコーティング等の契約をしたが解約したい。
- ・見知らぬ業者が床下換気扇の無料点検に来て3台壊れていると言われ付け替えた。不信感があるが、クーリング・オフした方がよいか。
- ・一人暮らしの母が高額の布団を購入していることがわかった。布団の検査と称してあがりこみ、無理やり契約させられた。解約希望。
- ・「ガスの検査に来た」と上がりこまれ、用紙に署名捺印をさせられた。ガス会社は派遣していないという。何か契約したことになるか。

### 3 クーリング・オフとは

対等の人々が自らの責任で情報を集め、それを基にして自由に交渉して契約内容を決定して合意すれば原則として契約は成立する。契約には権利と義務がともなう。国は権利を保護し、義務が不履行の場合は義務の履行を強制し、あるいは義務者は権利者に賠償責任を負うものである。契約当事者が対等な状況であることが前提である。近代国家では個人・消費者は圧倒的に業者・企業集団の情報量・立場の状況などに劣性な状況で契約を余儀なくされている。このような結果個人・消費者が非常に不利な契約により損害を被っていることを救済するために雇用には労働法、契約関連には消費者契約法・特定商取引法・割賦販売法、その他消費者の正当な権利を擁護している法律がある。契約による消費者事故に関連して、クーリング・オフ制度は消費者保護に重要な役割を担っている。

クーリング・オフ制度とは消費者が対等な立場でなく契約してしまった後冷静に考え直す時間を与え、一定期間であれば、無条件で契約を解除できる制度である。2008年6月18日にはより消費者の保護を強める割賦販売法・特定商品取引法の改正が公布され遅くとも2009年12月18日までは施行されるはこびとなっている。現クーリング・オフ制度の概要と改正点など課題を整理する。

表3-1の通信販売契約（インターネット販売含む）はクーリング・オフ制度は適用されない。通信販売は自ら積極的に契約をしているので、クーリング・オフ制度の保護はない。被害を最小限に止めるためには必ず通信販売契約では業者の返品対応の規定をよく吟味することが重要である。

表3-1、3-2がクーリング・オフ制度がある契約である。現在はマルチ商法・モニター商法などは全商品・サービス・役務が対象である、その他の取引では政令で指定されているものに限る。全商品等が対象になるのは2009年12月18日以降である。その間の取引契約は政令で指定されている商品等に限られているので注意が必要である。

また、契約が3000円未満の現金取引、消費したらクーリング・オフできないと記されている政令指定消耗品を消費した場合はクーリング・オフ制度は適用されない。

表 3 - 1 特 定 商 取 引 法 の ク ー リ ン グ ・ オ フ 制 度

取引形態	販売方法	クーリング・オフの有無と期間等	適用対象品目
訪問販売	家庭訪問等営業所以外でする契約、キャッチセールス、アポイントメントセールス、SF商法	8日間	指定商品・役務・権利
通信販売 (電子商取引を含む)	広告を見て、郵便・電話・FAX・パソコン等で申込みをする契約	適用外 (事業者により返品の特約がある)	指定商品・役務・権利
電話勧誘販売	事業者の電話勧誘により申し込みをする契約	8日間	指定商品・役務・権利
連鎖販売取引 (マルチ商法)	友人等を販売員に加入させて儲けるためにする、商品購入等の契約	20日間 (他に中途解約制度がある。入会して1年未満の人についての中途解約では、返品制度がある)	すべての商品・役務・権利
特定継続的 役務提供	店舗に自ら出向いてする契約も含む	8日間 (他に中途解約制度がある)	エステティックサロン、語学教室、学習塾、家庭教師、パソコン教室、結婚相手紹介サービス
業務提供誘引 販売取引 (内職・モニター商法)	提供される仕事で収入を得るためにする、仕事のために必要な商品の購入等の契約(店舗での契約も含む)	20日間	すべての商品・役務・権利

出所：(社)全国消費生活相談員協会編「こんな相談ありました '08」(社)全国消費生活相談員協会 2008年5月 p.20

表3-2 特定商取引法以外でのクーリング・オフ制度

取引形態	販売方法	期間
クレジット契約 (割賦販売法)	店舗外でのクレジット契約(2か月以上の期間で3回払い以上)を利用した指定商品・権利・役務の契約	8日間
生命・損害保険 (保険契約法)	申込者が日を通知して営業所を訪問し契約の申し込んだ以外の契約で、保険料の振込をしていない、期間1年を超える生命・損害保険契約	8日間
その他クーリング オフのある 契約	海外商品先物取引(海外先物取引規制法)14日間・商品ファンド契約(商品投資事業規制法)10日間・冠婚葬祭互助会契約(業界標準約款)8日間・宅地建物取引8日間・預託等取引契約14日間・投資顧問契約10日間・不動産共同事業契約8日間・小口債権販売契約8日間・ゴルフ会員権契約8日間	

出所：国民生活センター編「くらしの豆知識 '08」国民生活センター2007年9月 p.91 より山田作成

訪問販売を例にしてクーリング・オフする場合のチェックポイントを整理するとつぎのようである。2)

### ① 契約場所

契約場所は業者の店舗・営業所以外の場所でなければならない。自宅、喫茶店、路上、電話勧誘など、またキャッチセールス、アポイントセールス、催眠商法などの場合は店舗であっても可能である。

### ② 購入した商品

経済産業省の政令で指定されている商品・権利・役務(サービス)でなければならない。遅くとも2009年12月18日からは原則として全商品が対象となり消費者保護が強化される。それまでは指定されている消費・権利・役務のみが対象である。3)

### ③ 価格

現金の場合は3000円以上の取引であること。

### ④ 書面を受け取ってから期間は8日以内

契約書面を受け取ってから8日以内であること。書面が渡されていない場合や、記載内容に不備があれば8日過ぎていても可能である。

契約書面には以下の事項を記載されていなければならない。4)

- ①商品の種類、性能、品質に関する重要事項
- ②提供される役務を利用する業務の提供についての条件に関する重要事項
- ③特定負担に関する事項
- ④業務提供誘引販売契約の解除に関する事項
- ⑤業務提供誘引販売業を行う者の氏名、住所、電話番号、法人にあっては代表者の氏名
- ⑥契約の締結を担当した場合の氏名
- ⑦契約年月日
- ⑧商品名、商品の商標または製造者名
- ⑨特定負担以外の義務についての定めがあるときは、その内容
- ⑩割賦販売法に基づく抗弁権の接続に関する事項

その他、書面をよく読むべき旨を、赤枠の中に赤字で記載しなければならない。クーリング・オフの事項も赤枠の中に赤字で記載する。書面の字の大きさは8ポイント以上であることが必要としている。

### ⑤ 政令で指定された消耗品の場合

政令の別表第四に健康食品、防虫・防臭剤、生理用品、化粧品、浴用剤、ワックス、履物、壁紙など

は未使用であることが条件である。但し「使用するとクーリング・オフできなくなる」との書面記載がなければ使用・開封してもクーリング・オフが可能である。使用した分は支払義務がある。

### ⑥営業のための契約ではない

消費者保護の制度であるから、営業としての契約は適用されない。

### ⑦クーリング・オフは書面で行う

クーリング・オフは書面（ハガキでもよい）で行わなければならない。宛先は代表者宛てで書面はコピーしておく。配達記録郵便にすることが肝要である。勿論コピー・配達記録郵便の領収書は保管しておく。クレジット契約をしている場合はクレジット会社にも同時に発信する。

図 3-1 クーリング・オフの通知例

契約解除通知書  
契約年月日 平成〇年〇月〇日  
商品名 〇〇〇〇  
契約金額 〇〇〇〇円  
販売会社名 〇〇株式会社  
〇〇営業所  
担当 〇〇氏  
右記日付の契約は解除します。  
支払い済みの〇〇円を返金してください。  
商品は引き取ってください。  
平成〇年〇月〇日  
（契約者住所）〇市〇町〇丁目〇番地  
（契約者氏名）相談 太郎

出所：（社）全国消費生活相談員協会編「こんな相談がありました平成 19 年度版」（社）全国消費生活相談員協会 2008 年 5 月 p. 21

### ⑧クーリング・オフで妨害があった場合

「クーリング・オフはできない」と言われた、脅かされて出来なかった、政令指定消耗品を試しに使うように言われて使ってしまったという場合は 8 日を過ぎてもクーリング・オフが可能である。業者から改めてクーリング・オフ記載の書面を渡されてから 8 日をすぎるまでは可能である。

### ⑨返金は出来たか

支払った金額は全額返金してもらおう。受け取った商品は業者側の費用で引き取ってもらおうよう要求する。業者は商品を引き取る義務がある。

### ⑩無事解決したら関係書類 5 年間の保管

商法 522 条では業者の債権は 5 年間で消滅時効が成立すると規定してある。その後のトラブルを防ぐために関係書類は 5 年間保管することが肝要である。

以上が訪問販売でのクーリング・オフのチェックポイントである。電話勧誘販売・連鎖販売取引（マルチ商法）・特定提供誘引販売取引（内職・モニター商法）なども同じような流れである。電話勧誘取引は訪問販売と同じくクーリング・オフ期間は 8 日で対象商品も同じである。他は期間 20 日で対象商品はすべてである（表 3-1）。特定商取引法以外でクーリング・オフが認められている取引形態は表 3-2 に示している通りである。

このようにクーリング・オフ可能期間が短いらいがあるが、民法の基本での契約の安定性を阻害する例外規定を克服して弱い消費者の権利を保護して消費者保護への意義は大きいのである。意に沿わない契約を消費者は解除出来るのであるが、高額商品は分割払いの場合が普通である。また、消費者・業者ともに1回の支払が少ないのは契約がまとまり易いので分割払いは両者に便利な制度であり現代の経済発展に寄与している。しかし現行法では購買契約其のものは解除出来るのであるが、割賦販売法でのクーリング・オフ制度の条件は消費者に厳しくクレジット会社が支払い済みの金額の消費者への全額返還義務は規定されていないのである。特定商取引法でのクーリング・オフ制度を利用しても今後の支払の拒否は法で守られているが、クレジット会社には既に支払った金額の返還をしてもらうには大きな困難があるのが現状なのである。

このように消費者保護が充分でない状況に鑑み 2008 年 6 月 18 日に特定商取引法と割賦販売法の改正が公布され 2009 年 12 月 18 日までに施行されるはこびとなっている。この改正内容と課題を次に整理を試みる。

#### 4 特定商取引法と割賦販売法の 2008 年 6 月改正

訪問販売での契約は高額商品で分割販売契約が伴う場合が多い。

図 4-1 はクレジットトラブルの例である。消費者はこのトラブルで多くの損害を被った。訪問販売でクーリング・オフした契約でもクレジット契約の伴う契約では、支払済みの金額を取り戻すことが困難である場合が多い、実質的には不可能な場合の事例がよくみられる。

図 4-1 クレジットを使った悪質商法の事故例

■ クレジットを使った  
主な悪質商法トラブル ■  
(日弁連パンフレットを基に作成)

<97年>

- ・ココ山岡が5年後に販売価格で買い戻す約束で宝石を販売、破綻（はたん）。契約概数10万人

<99年>

- ・ダンシングがモニター料支払いを約束して布団を販売、破綻。契約概数1万4000人
- ・愛染苑山久がモニター料支払いを約束して呉服を販売、破綻。契約概数1600人超

<02年>

- ・ジェイ・メディアが駅構内の電光広告料金にクレジットを使用し、破綻

<03年>

- ・アイディックが節電器と称して効果がない商品を販売。契約概数2000人超

<05年>

- ・埼玉の認知症高齢姉妹が住宅リフォーム次々販売で約5000万円の契約。自宅は競売に

<07年>

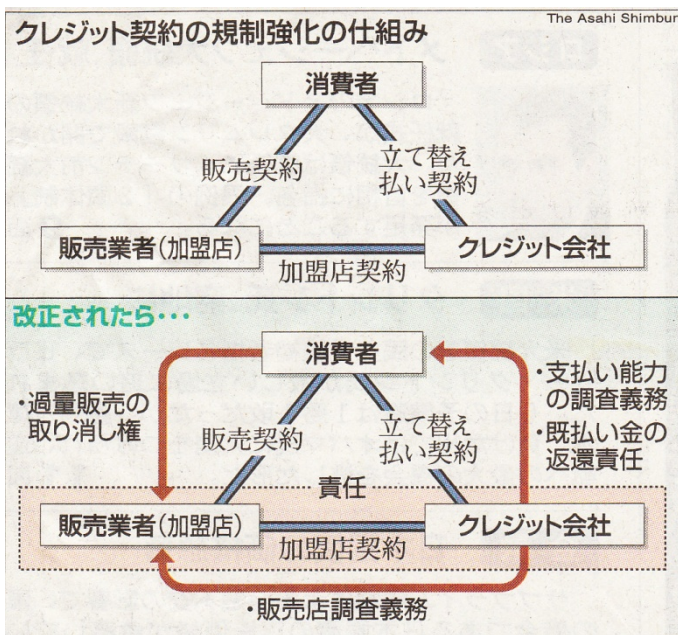
- ・アートクラシックスがレンタル料の支払いを約束して絵画を販売。暴力団幹部を逮捕
- ・愛染蔵が呉服の価値を偽って次々販売し、大阪府警が詐欺容疑で強制捜査
- ・キュートが真珠と多額の配当金が手に入ると約束し約50億円を集め、愛媛県警などが出資法違反・詐欺容疑で社長を逮捕

出所：2007 年 11 月 30 日付毎日新聞

このような事例にクレジット会社が悪徳商法を助長していると社会問題化し今回の改正でクレジット会社も共同責任があるものとされた。この改正ではカードでのクレジットは適用されない。商品購入時に個別にクレジットを申し込むものが対象である。

図4-2はクレジット契約の仕組みと改正点である。消費者は商品・サービス等の購入時クレジット契約を結ぶのであるが、契約がそれぞれ別の契約である認識が薄い。その結果トラブルになる場合が多くみられる。

図4-2 クレジット契約の仕組み



出所：2008年5月8日付朝日新聞

割賦販売法の主な改正点 5)

●契約書面の交付義務がある

クレジット会社は訪問販売等でクレジット契約を結ぶ時契約書面を交付しなければならない。消費者は訪問販売等で販売契約・クレジット契約をした場合は、ともにクーリング・オフができる。クーリング・オフされたクレジット会社は既払金の返還義務を負うことになっている。書面に不備があれば、正しい書面の交付までクーリング・オフ期間は延長される。

●過量販売契約の解除時にクレジット会社も既払金の返還義務ある

訪問販売契約が通常必要とされる数量以上とされ契約解除出来る場合は、これにともなうクレジット契約も同時に解除出来る。これはクレジット会社も即払金の返還義務あるものである。

高齢者が多く被害を被っていた契約である。次々販売契約の救済に有効な改正である。

●クレジットを利用する販売業者が販売契約やクレジット契約に嘘の説明（不実の告知）

消費者に嘘の説明で誤認させて契約させた場合は販売契約の取り消しと同時にクレジット契約も取り消しが出来る。クレジット会社は既払金の返還責任がある。クレジット会社に不注意があったかどうか



は問われず、クレジット会社は既払金の返還責任があるとしている。クレジット会社は販売会社にクレジット申込書類を預けその作成を委ねている。当然不当契約であれば共同責任であるとの趣旨である。

#### ●販売業者・契約消費者に対する調査義務

クレジット会社は訪問販売での契約を結ぶ時は販売会社の勧誘方法について調査しなければならない。不当勧誘行為による契約は結ぶことが禁止された（適正与信義務）。

さらに契約者の知識・経験・財産の状況や契約目的に照らして適正な業務を実施する義務がある。

いわゆる過剰与信防止はクレジット会社の努力規定であったのが明確な義務となった。過剰与信の基準については現在検討中である。

さらに顧客の苦情を迅速かつ適正に処理する義務も負うこととなっている。

#### ●契約者の過剰与信の規制強化

クレジット会社はクレジット契約を結ぶさい、顧客の年収、預貯金、クレジット債務などを調査する義務を負い、支払可能見込額を超えるクレジット契約は禁止されている。「支払可能見込額」とは、住居を処分することなく、かつ生活維持費を使用することなく支払可能な年間額を指す。調査に当たり指定信用情報機関<sup>6)</sup>を利用する義務も負っている。

#### ●割賦要件と指定商品制の廃止

割賦販売とは「2ヵ月以上かつ3回以上の分割払い」が現在の割賦販売法の要件である。改正では「2ヵ月以上の後払い」であれば1回払いも適用対象となった。対象商品・役務は特定商取引法と同じく原則として全商品・役務が対象となる。ただし、自社式割賦販売とローン提携販売では、割賦要件・指定商品制は維持される。注意する必要がある。

#### ●個別クレジット会社も登録制・行政規制

カード会社は登録され行政規制がされている。個別クレジット会社は何の規制もなかったのであるが改正法では登録制と改善命令等の行政規制が定められた。

### 特定商取引法の主な改正点

#### ●適用対象商品・役務は原則として全品

クーリング・オフ制度は訪問販売等の指定商品・役務から原則全商品が対象になる。権利は指定制がのこる（施設の使用権・チケット等）。

#### ●拒否者への再訪問勧誘禁止

訪問販売業者は勧誘をうけるかどうか意思の確認義務がある。また、契約を拒否した消費者への再勧誘は禁止された。

#### ●過量販売解除権

訪問販売により日常生活で必要とされる分量を著しく超える契約をした場合は原則として購入者はなんの条件なく契約を解除することが出来る。契約解除の行使期間は契約締結の日から1年以内である。契約自体が不当な契約であると推定されているからである。クレジット契約も同時に解除出来、既払金の返済責任もクレジット会社は負うことになっている。次々販売被害の救済を容易にする改正だといわれている。

#### ●迷惑広告メールの送信禁止

広告メールの氾濫に対する規制強化として事前の承諾を得た消費者以外には広告メールを送信するこ

とが禁止された。事前承諾を得るにはどうするかは現在具体的にどのようなものか検討中である。この規定は改正公布から6ヶ月以内に施行される（'08年12月18日以内）。

#### ●通信販売における解約返品制度

通信販売の広告に解約返品に関する表示がない時は商品を受け取った日から8日間無条件で解約返品が出来る。クーリング・オフとは異なり解約返品を制限する表示があれば購入者の無条件の解約返品は出来ないし、返品費用は購入者の負担である。

これらの改正が施行されれば悪徳商法から購入者の被害はかなり救済されると思われる。その意味では画期的な消費者擁護の規制である。

クレジット会社の調査義務・既払金の返還責任は特商法の適用取引（通信販売は除く）にのみ限られている。また、販売業者が倒産した場合クレジット会社は返金責任がない。これは意図的な倒産を図る販売業者との契約は救済されない恐れがある。

宝石販売で大きな問題になった「ココ山岡」事件、呉服など展示会販売など店舗販売でのクレジット会社の既払金の返還責任はない。店舗販売・通信販売などでの購入者の被害が多発していることを考えるとまだ課題は残っている。勿論購入者の自己防衛も必要である。

## 5 契約を途中でやめる方法

契約は何らかの理由がなければ勝手にやめられない。これは現在社会で契約は経済活動の根底となっているからである。契約は自由と言っても公序良俗違反・錯誤・意思無能力者による契約は社会秩序・公平性から無効な契約である。無効契約は最初から契約に効力がない契約であり、契約成立後契約を途中でやめることはことなる。ここでは後から途中で契約をやめる場合を整理してみる。7)

#### ●クーリング・オフ出来る場合

前に述べたように一定の条件のもとでクーリング・オフ制度では消費者は契約を一方的にやめることができる。消費者保護の規定である。

#### ●民法など一般法でやめられる場合

①未成年者・高齢者など制限行為能力者の契約で取消できる契約をした場合

②詐欺・脅迫による契約

#### ●消費者契約法による契約をやめる場合

クーリング・オフ制度は現法律では商品・役務等が特定されている、また、取消期間が短い。クーリング・オフ制度が適用されない場合（対象商品・訪問販売以外の契約・クーリング・オフ期日過ぎ）などに消費者契約法で契約を途中でやめることに利用されている。

誤認・困惑などでの契約した場合

- ◆重要事項の不実告知（物品・権利・役務その他契約の目的となる質・用途や対価など取引に関する事項）
- ◆断定的判断の提供（確実に儲かる等で勧誘）
- ◆不利益事実の不告知（重要事項に関する事項も含む）

- ◆退去妨害（店舗などで退去を妨害され仕方なくした契約など）
- ◆不退去（訪問販売など退去を求めても帰らず仕方なくした契約など）

以上のような場合は契約をやめる権利がある。

消費者契約法での契約をやめるには、成立要件は厳格であるが、手続きは簡単であるクーリング・オフ制度より成立要件は緩やかであるため消費者に立証責任が生じる場合もあり手続きが煩雑である。原状回復義務なども微妙な違いがあるようである。

### ●契約解除ができる場合

クーリング・オフ制度・消費者契約法等で契約を途中でやめられない場合でも契約をやめられる場合がある。

契約の約定を相手が守らない（債務不履行）や瑕疵があり契約の目的が達成されない場合には法律で契約解除権が認められている（法定解除権）。契約時契約解除理由の約定がありその理由が発生した場合、契約時「手付け」が払われている場合、契約の履行のまえに一方が手付金を放棄するとか、2倍の金額を返せば契約解除ができる（約定解除権）。

また、中途契約の制限・損害賠償等の額を高額に定めていて契約条項が一方的に消費者に不利な内容で信義誠実に反する場合などは消費者契約法により不当な条項として無効を主張できる。

債務不履行もなく、契約で解除できる場合を約定なくとも当事者が話し合い解除するという合意ができれば解除ができる。これを合意解除という。クーリング・オフ制度や消費者契約法での契約をやめることが出来ない場合消費者のトラブルの解決に利用されている。

### ●委任契約・請負契約の中途解約

資格試験講座受講契約などの委任契約やリフォーム工事などの請負契約は、相手側に生じている損害を支払うことで中途契約が出来る。

### ●特定継続的役務提供の関連商品の解約

表5-1の6業種は特定商取引法で理由に関係なく中途解約ができる。事業者を支払う損害賠償金額の上限も規制されている。

表5-1 特定商取引法での解約権のある業種と損害賠償金額の上限

役務の種類	サービス利用前	サービス利用後
エステティックサービス	2万円	未使用サービス料金の1割か2万円のいずれか低い額
外国語会話教室	1万5000円	未使用サービス料金の2割か5万円のいずれか低い額
パソコン教室	1万5000円	未使用サービス料金の2割か5万円のいずれか低い額
学習塾	1万1000円	2万円か月謝相当額のいずれか低い額
家庭教師	2万円	5万円か月謝相当額のいずれか低い額
結婚相手紹介サービス	3万円	未使用サービス料金の2割か2万円のいずれか低い額

出所：国民生活センター「くらしの豆知識'8」p.109

主契約に付随する化粧品・教材等関連商品購入契約も解約できる。使用した商品分は負担する必要がある。事業者自体が倒産した場合などは実質的に支払った金額を取り戻すことは困難である。

#### ●マルチ商法の解約

マルチに加入後1年以内に退会した場合は、退会前90日以内に受け取った商品で未使用であれば特定商取引法で解約・返品が出来る。

一定の期間権利が行使されない時は権利が消滅します（時効）。消費者の相手は事業者であるから原則として5年である。飲食など1～3年の短い時効やクーリング・オフ・消費者契約法ではより短い時効が定められているから注意が肝要である。

## 6 損害を取り戻す方法と相談先

前章5では法律的な契約解除の概要を整理したものである。実際の消費者紛争の解決方法をここでは整理してみる。

国民生活センター・消費者センターに相談する、示談による方法、ADR・仲裁センターによる方法、訴訟による方法、犯罪の疑いある場合は刑事告発などである。8)

#### ●消費者生活センターに相談する

消費者トラブルで被害を被って泣き寝入りする消費者もまだかなり多数に昇ると推定される。一つの泣き寝入りは次々の消費者被害が拡大する可能性がある。泣き寝入りせず各市町村の消費者生活センターにおもむき、又電話でも相談に行くことが重要である。消費者センターは業者に対して強い権限はないが業者を呼び出し話し合いに応ずるように勧告してくれる。場合によっては専門の相談者（弁護士会の紛争解決センター等）を紹介もしてくれる。専門知識のない消費者にとっては心強い味方である。相談することによりマスコミが広く世論に問題を取り上げてくれる場合も期待できる。

#### ●当事者による示談

消費者が業者と相対で話し合いトラブルを解決する方法である。示談は短時間で解決、費用も少ない、双方の諒解での解決であるから解決内容が履行されやすい。専門家（例えば弁護士等）が仲に入っているれば解決の公正が保たれるが、知識豊富な業者に対して素人である消費者個人での示談交渉では解決の公正さに疑問が残る。

示談が成立したら強制執行付き示談書の公正証書にすることが肝要である。

#### ●ADR・仲裁センターによる方法

各地の弁護士会が運営している消費者トラブル解決センターに相談する。9)

2008年9月現在全国で25弁護士会が29センターを設置している。「仲裁センター」、「あっせん・仲裁センター」、「示談あっせんセンター」、「紛争解決センター」、「法律相談センター」、「民事紛争処理センター」、「ADRセンター」10) などと呼ばれている。千葉県・茨城県の弁護士会には設置されていないが東京都・埼玉県の弁護士会には設置されているから近くの弁護士会を利用することが出来る。

この解決センターは相談消費者の代理人ではなく双方の言い分をよく聞き、当事者の十分な話し合いを促し、どちらかに軍配をあげると言うことでなく当事者がお互いに納得がいく解決案を探り紛争解決を目指すものである。

当事者が仲裁を同意した場合は仲裁人が紛争の仲裁判断を作成する。仲裁判断は裁判所の確定判決と同じ効力が認められている。不満があっても再度裁判で争うことはできない。

期間も裁判に比べればかなり短いし、費用も比較的かからない。費用は各組織で異なるが、例えば表6-1は東京弁護士会の費用に関する規定である。

表6-1 東京弁護士会の費用

費用	
<p>手続の費用としては、申立手数料、期日手数料、成立手数料が必要です。            事案によっては、鑑定料、出張交通費、日当等の実費が別途必要となります。</p>	
申立手数料	10,500円 申立人が申立て時に支払います。 ただし、東京弁護士会の法律相談センターで法律相談を受けた場合は、5,250円
期日手数料	5,250円 申立人、相手方双方があっせん・仲裁期日ごとに納めていただきます。
成立手数料	和解成立の場合又は仲裁判断がなされた場合に解決額に応じて一定の金額を納めていただきます。 事案の内容により増額又は減額される場合があります。申立人と相手方との負担割合は当事者の話し合い又はあっせん人・仲裁人が決定します。
解決額が	
125万円未満の場合	8%
125万円以上500万円未満の場合	10万円
500万円以上1,500万円未満の場合	15万円
1,500万円以上1億円未満の場合	1%
1億円以上の場合	0.5%+50万円

出所：東京弁護士会 <http://toben.or.jp/news/dispute/center.html>

### ●都道府県の消費者苦情処理委員会による方法

都道府県には条例により、消費者トラブルのあっせん・調停を行う機関として「消費者苦情処理委員会」がある。消費者・事業者・弁護士・学識経験者などで構成されている。図6-1は東京都の救済制度である。しかしこの機関は十分に活用されていない。理由は条例上また運用上「住民生活に著しく影響を及ぼすおそれがあるもの」などと公共性が要件となっていて知事が付託を行うという仕組みとなっていて利用しにくいからである。消費者トラブルが多発する現況から適用条件の緩和が望まれる。東京都の実績 11) をみると、1976年より2008年7月24日まで扱った事例は36件に過ぎない。千葉県・茨城県では処理件数の実績は1~2件のようである。

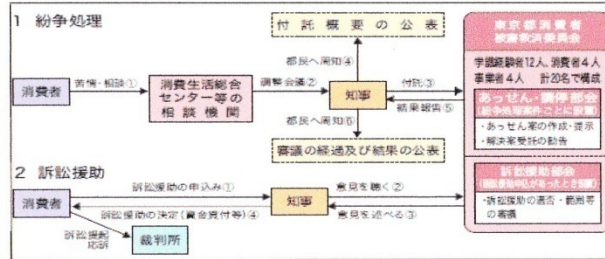
図6-1 東京都の救済制度の概要

東京都消費者被害救済委員会による救済制度

東京都消費者被害救済委員会

消費生活総合センター等の相談機関に寄せられた苦情・相談のうち、都民の消費生活に著しく影響を及ぼし、又は及ぼすおそれのある紛争について「あっせん」や「調停」を行い、その解決にあたる、「東京都消費生活条例」で設置された知事の附属機関です。また、知事は委員会の意見を聴いて、消費者訴訟に対して、訴訟資金の貸付等の必要な援助を行います。

(1)消費者被害の発生



(2)委員会への紛争処理の付託要件

1. 消費生活総合センター等の相談(苦情処理)機関に寄せられた案件であること。
2. 都民の消費生活に著しく影響を及ぼし、又は及ぼすおそれのある紛争であること。

(3)訴訟援助の要件

被害を受けた都民が、事業者を相手に提起するか事業者に提訴された場合で、次の要件を満たすもの。

なお、知事が特に必要と認める場合は、1の要件にかかわらず援助することができる。

1. 訴訟費用が被害額を超え、又はそのおそれがあるため自ら訴訟により被害の救済を求めることが困難であること。
2. 同種被害が多数生じ、又は生ずるおそれがあること。
3. 消費者被害救済委員会で審議に付された案件であること。
4. 3月以上引き続き都内に住所を有すること。

出所：東京都消費生活センター <http://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.jp/sodan/kyusai/index.html>

●民事訴訟による解決法

民事上の終局的な紛争解決は裁判手続きによる必要がある。時間と費用がかかるが裁判所の判断は権威がある。場合には消費者行政のガイドラインにもなり、国の行政をも動かして消費者保護の強化にも影響があった。

裁判手続きには調停手続・督促手続・訴訟手続がある。

調停手続とは当事者同士の話し合いの中に裁判所に入ってもらって公平で威厳のある解決案を探るものである。申し立て裁判所は簡易裁判所である。話し合いは裁判官と2人以上の調停委員にそれぞれの言い分を個別に訴え調停してもらうものである。調停でまとまった内容は調停調書といって強制執行も可能な確定判決と同じ効力がある。費用と時間も本裁判より低費用で短期である。直接裁判所におもむき相談ができる。

督促手続とは債権者からの申し立てにより、原則として債務者の住所のある地域の簡易裁判所の裁判所書記官が債務者に金銭等の支払を命ずる制度である(民事訴訟法382条以下)。一般的にはサラ金業者が債務者に貸金取り立ての手段として使われている司法手続きである。

特徴は書記官が債務者の言い分を聞かないで金銭等の支払を命じる「支払督促」を発する。債務者は支払督促の送付を受けた日から2週間以内に「督促異議の申し立て」をすることが出来る。異議申し立てがない場合、債権者は強制執行の申し立てが出来る。異議申し立てがあれば通常の訴訟手続きに移行する。調停と同様消費者が書記官に相談できる。

少額訴訟とは簡易裁判所において通常訴訟手続の中で60万円以下の金銭支払い請求に見合った時間と費用と労力で紛争解決を図る制度である。ただ相手の同意が必要である。同意がなければ通常の訴訟手続きとなる。裁判の簡易・迅速を旨とするため証拠は裁判当日に提示出来るものに限る、分割払い支払

猶予の判決もある。原告は同一裁判所で年に10回までしか利用できない。一番の特徴は1日で、しかも60分ぐらいで裁判官をまじえ円卓で証拠書類により訴えを主張し判決が下されることである。この判決に基づき強制執行も可能である。判決に対して異議申し立てにより通常の手続きで再審理は出来るが控訴は出来ない。消費者自身で訴訟提起も出来るが司法書士・弁護士など代理人を立てた方が無難である。

通常の訴訟手続の場合、訴訟金額140万円を超えない場合は簡易裁判所（裁判官1人）で140万円を超える場合は地方裁判所で行われる。訴訟手続きなど複雑で専門的であるので弁護士に代理人を依頼しなければならない。時間も費用もそれなりに掛かり消費者にとっては重い負担である。

## ●刑事告訴・告発

業者に犯罪の疑いがある場合は刑事手続による解決である。告訴・告発により業者は示談のために被害弁償などと紛争解決する場合もあるが、相手側に資産がない場合にはそれまでである。

## 7 被害にあわないために

高田橋厚男氏「<sup>こうだばし</sup>悪徳商法の手口を見抜く」によると12)詐欺師や悪徳商人に騙されやすい消費者の性格を分類している。高田橋氏は長年地方自治体で消費者相談者としての経験から騙されやすい性格を7項目に類型化している。

- ① 人の言うことを鵜呑みにしやすい人
- ② 人に同情しやすい人
- ③ 物事を慎重に考えない人
- ④ 儲けようという意識の強い人
- ⑤ 早とちりしやすい人
- ⑥ 自分だけと自負心の強い人
- ⑦ 自己コントロールできない人

それぞれ自己の性格を7項目に照らしてみるとすべて「ノー」と言える人は少ないのではないかと。結局誰でも騙されやすい危険があるのではないだろうか。

一方高田橋氏は嘘を平気でつく人の性格類型を5項目挙げている。

- ① 勝手に自己中心的な人
- ② 短気で、開き直る人
- ③ 思いやりのない人
- ④ 神経質で、細かなことを気にする人
- ⑤ 金銭にこだわりの強い人

このような典型的な人なかなか身近に見られることは稀なのではないか。

しかし我々は「嘘も方便」と意識するか別として「嘘」も世の中穏やかに過ごすために、自分の立場や地位を守るために、名誉やプライドを守るために無意識に「嘘」により社会生活を維持してもいるとも思われる。例えば「嘘の涙」「居留守」「見栄の嘘」「へりくだりの嘘」「とぼけ顔の嘘」「お世辞の嘘」「おべっか」「儀式の嘘」「挨拶言葉」「狸寝入り」「おとり調査」「議会等の答弁」「商品の宣伝広告」「政

治での公約」など思いついただけでも数に限りない。

なぜ、消費者は悪徳商人の旨い話にのってしまうのだろうか。

消費者は「良い商品をより安く買って得をしたい」という欲望がある。業者から「貴方だけ」「今回限り」「良く似合う」「この漢方薬はよく効く」など甘いセールストークにうっかり平常心を失ってしまつて望まない契約をしてしまう。旨い話には心するしか騙されない方法はないのではないか。

木本錦哉・佐藤圭吾・春日寛監修「悪徳商法被害例と救済法」13)によると「利口な消費者になるために」と予防法10か条を提示している。

#### ① ドアを開けないで対応しよう

訪問販売の販売員は販売のプロである。販売員の訓練はドアをいかにして開けさせるかが第一だといわれている。

ドアを開ける前に名前・要件を聞いて間をとり心のゆとりを取ることが重要である。

#### ② 来訪者の名前と目的を聞こう

セールスだとわかった時は毅然と断る。最初の消費者の受けこたえで契約可能かどうか判断しているとのこと。

#### ③ 簡単な署名捺印はしない

契約に関する認識が一般にうすいきらいがある。口約束でも契約は成立するし、文章での署名捺印は契約した内容の証明である。約束は当事者どうし守らなければならないし、守らない場合は国が強制力行使し守らせるのである。署名捺印は時間をおいてよく理解してからするようにする。

#### ④ 困った時は消費者センターに相談する

困った時は1日でも早く消費者センターに相談する。訪問は勿論電話での相談も受け付けています。地方自治体により時間・曜日（土曜・日曜・祭日受付休み）により受付をしていない場合もありますが、（社）全国消費生活相談員協会は週末専門に相談を受け付けている地方自治体もある。

#### ⑤ はっきり断れる自分になろう

訪問販売は勿論電話勧誘にたいしても優柔不断は禁物である。このような態度はセールスマンに付け込まれる機会を与えてしまう場合が多いと言われている。はっきりと決断の態度を示す話し方で意思表示が出来る習慣をつけることが肝要である。

#### ⑥ 親は子離れ、子は親離れ

若者がマルチ商法などに加入するなど若者の悪徳商法の被害も増えている。このような場合親はオロオロするのでなく子を突き放すべきである。被害金額は人生の授業料だと諦め、子を突き放すことにより子が今後健全な社会生活をしていくための判断力を養うことになる。

#### ⑦ 隣り近所と情報ネットワークをつくろう

近所付き合いが希薄になっている昨今隣り近所のお付き合いは悪徳商法の防止に役に立っている。

#### ⑧ 秘密のない家庭で生きがいをもとう

家庭内での内緒での悪徳契約した場合そのまましていると被害がより過大になっていく例がよくみられる。その場合ほど家庭内で相談すべきである。また、趣味などを持ち自分の生きがいを持つことにより積極的な社会生活を過ごすことになり、自分の意思を明確にできる決断力をやしなってくれる。



⑨ わがままな消費者が悪徳商法をはびこらせる

いわゆる「クレマー」消費者の権利を振りかざし消費者エゴが増えている。このようなことは間接的ではあるが悪徳商法をはびこらせていく。

⑩ 消費者教育を学校や家庭にひろげよう

物を買うとはサービスを受けるとはなど基本的な社会生活の中で行われている「契約の意味」、「悪徳商法とは」「悪徳商法への対処制度」など消費者教育が小、中、高校、大学でより時間をかける必要がある。消費者教育が広がり健全な社会生活での判断力が養われることを期待している。

消費者が悪徳業者に騙されないためには両氏の提示には留意するのは勿論であるが、当たり前であるが消費者個人が社会生活において契約する場合慎重に対処することである。時には時間をおいて契約の内容を精査する余裕が欲しい。身近な人に相談することも適正な契約かどうかの判断の手助けとなる。世の中には旨い話はないのであるが、つい、私欲に勝てなくて失敗してしまう例もおうおうにある。なかなか難しいが欲張らないことである。結局は契約にあたって慎重に私欲を抑えることに尽きるようだ。

おわりに

表8-1は国民生活センターと日本消費者協会の2008年の消費者10大ニュースである。食への不安は昨年に続き上位に位置している。医療・年金など社会保障制度への不安も強い。

悪徳商法に関する状況も関心を集めている。悪徳商法対策では割賦販売法・特定商取引法が改正され2009年末には施行されることは消費者保護対策として有効な手段となることが期待されている。しかし消費者行政の一元化をはかる消費者庁設置は本年審議されなく2009年に先送りされている。

表8-1 消費者問題10大ニュース

■消費者問題10大ニュース（順不同）	
国民生活センター	日本消費者協会
中国製冷凍ギョーザ、事故米事件など、食の不安が広がる	後期高齢者医療制度がスタート
こんにゃくゼリーで再び死亡事故、リコール製品の事故も	自分の責任で年金を確かめるねんきん特別便
さまざまな健康食品に対する安全の確保や正しい表示が課題に	中国製食品に毒物が入られた事件
携帯電話トラブル多く、悪質商法に使われるケースも	暮らしの必需品の相次ぐ値上げで大きな不安
怪しい出資やマルチ取引の被害、後を絶たず	消費者庁創設と消費者行政一元化の動き
消費生活相談は5年連続100万件超、架空請求もなお根強い	特定商取引法・割賦販売法がついに改正
消費者庁設置のための法案提出、地方への支援策も	信じがたい、許しがたい事故米事件
国民生活センター、裁判外紛争処理のための委員会を設置へ	こんにゃくゼリーでまたも死亡する事故
特定商取引法・割賦販売法が大幅改正、悪質商法対策が進む	パロマ湯沸かし器に改正消費生活用製品安全法の危害防止命令
市場の監視役で、不当な契約を被害者に代わってやめさせるよう求められる適格消費者団体に期待	京都議定書発効、洞爺湖サミット開かれる

出所：朝日新聞2008年12月20日付け

2008年12月29日付け読売新聞によると、調査会社富士経済は2010年にはインターネットや携帯電話による通信販売が、03年2兆6,911億円の約1.8倍4兆9,444億円まで拡大すると予測している。7兆円台の全国百貨店、5兆円台のドラッグストアに迫る規模になる、その半分以上の売上をネット通販が占めると、また、携帯電話での通販の購買層は10歳代後半から20歳代前半を中心として伸びるとしている。

国民生活センター2008年12月17日にテレビショッピングに関するトラブルの状況を公表した。14) 放送メディアの発展によりテレビを媒体としての商品購入は飛躍的に増加している。それにともない消費者センターへの相談が前年度比2006年度29.2%、2007年度が22.7%増となり、相談内容は「契約・解約」が77.7%である。相談者の66.9%が50歳代以上である。テレビショッピングはクーリング・オフ制度は適用されない。解約・返品方法は業者にゆだねられている。国民生活センターは問題として業者側では①表示内容の理解がされにくい表示②誤解を与えるトーク、購買心をあおる演出③返品をめぐるトラブル④会員契約を勧められる場合がある。消費者へのアドバイスは①慎重に②商品の機能等十分に確認③返品にかんする条項を確認などである。

この報告から業者に勿論課題はあるが、残念ながら購買する消費者の慎重さに欠ける状態が見受けられる。今後訪問販売トラブルと同じく多彩なメディアをつうじての通信販売トラブルは社会問題化する可能性があるように思われる。

内閣府の「消費者行政に関する世論調査」15)によると「国民生活センター」を知らない人が32.5%にも達している。驚きの報告である。

調査は2008年10月16日～26日、全国の20歳以上の男女3,000人を面接調査である。回収率は61.8%である。

「国民生活センター」の認知度で「名前も活動も知らない32.5%」・「わからない3%」が合わせて35.5%である。「名前も活動も知っている」は15.3%に過ぎない。「名前は聞いた事があるが活動は知らない」が49.2%である。年齢別では「名前も活動もしらない」が20歳代48.2%、70歳以上が39.9%である。

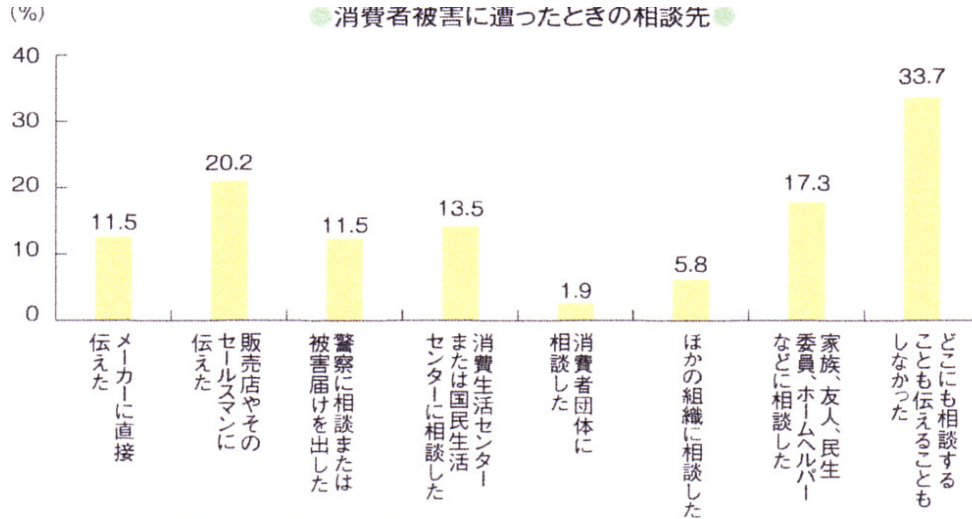
「国民生活センター」の活動を知っているひとは15%にすぎなく85%のひとは国民生活センターの活動を知らない報告である。特に「国民生活センター」の活動を知っている20歳代は6.5%、70歳以上では12.2%である。悪徳商法の被害を被っている年代は若者・高齢者層が多数であることを考えると消費者行政の進展のなさが思いやられる。

2008年12月26日に公表した国民生活白書16)で振り込め詐欺や悪徳商法の被害者の3分の1がどこにも相談をしなかったという報告をしている。図8-1によると相談をしなかった被害者が33.7%、相談した先では販売店・そのセールスマンが20.2%、家族・友人・民生委員などが17.3%、消費者生活センター・国民生活センターが13.5%、メーカーと警察にそれぞれ11.5%である。図8-2での消費者・生活者の窓口の認知度・信頼度の調査報告によると行政の窓口をまったく知らないひとが、30%弱である。国民生活センターの報告では国民生活センターを知らない人が32.5%である。数字的には白書は少ないが両調査の30%弱と32.5%とも現在の消費者・生活者の行政窓口の認知度を示している。

信頼度については例えば消費者生活センターの認知度は60%弱に対して信頼度はわずか20%にも達していない。国は消費者行政として認知度の向上、及び信頼度の向上をより強化する必要がある。

表8-2では2006・2007年度の消費者被害による経済的損失額を推定している。年度最大3兆4,000億円でGDPの0.7%弱を占めているとしている。

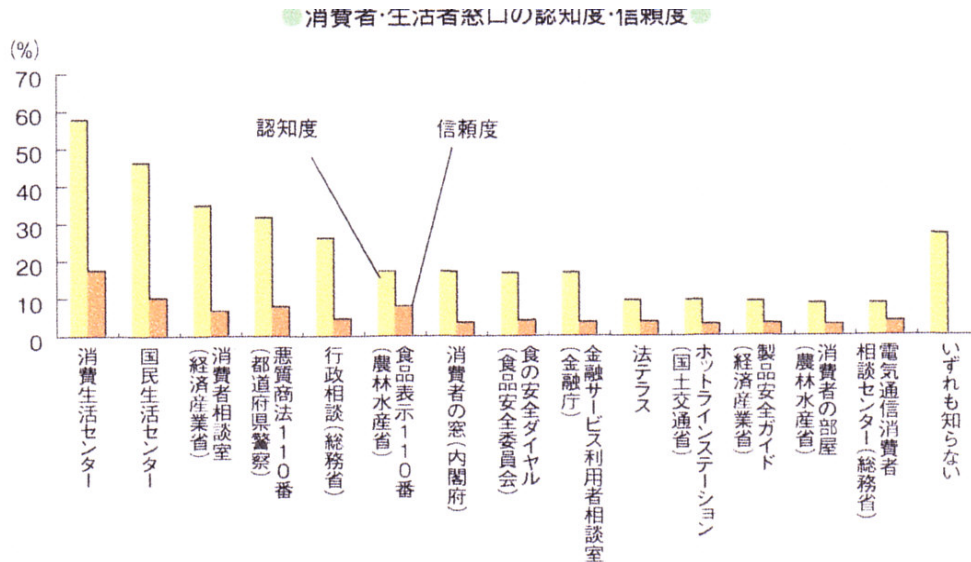
図8-1 消費者被害に遭ったときの相談先



- (備考) 1. 内閣府「国民生活選好度調査」(2008年)により特別集計。  
 2. 2006年度中に、購入した商品や利用したサービスについて被害を受けたり、また、振り込め詐欺による被害を受けたことがあると回答した人のうち、「その被害について、どこかに相談したり、伝えたりしましたか。(あてはまるもの全てに○)」という問いに対し回答した人の割合。  
 3. 回答者は、全国の15歳以上80歳未満の男女104人(「無回答」を除く)。

出所：国民生活白書 <http://www5.cao.go.jp/seikatsu/whitepaper/index.html>

図8-2 消費者・生活者窓口の認知度・信頼度



- (備考) 1. 内閣府「国民生活選好度調査」(2008年)により特別集計。  
 2. 「次の相談窓口等のうち、あなたが知っているもの、および信頼しているものはどれですか。(それぞれあてはまるもの全てに○)」という問いに対して回答した人の割合。

出所：国民生活白書 <http://www5.cao.go.jp/seikatsu/whitepaper/index.html>

表 8 - 2 2006・2007 年度の消費者被害による経済的損失額の推計

● 2006・2007年度の消費者被害による経済的損失額の推計結果 ●

〈推計の種類〉	2006年度	2007年度
〈PIO-NETデータを基にした推計〉	225.7万件	
①契約金額ベース	約3兆2,324億円(0.63%)	約3兆3,922億円(0.66%)
②既支払金額ベース(信用供与置き換え)	約2兆3,611億円(0.46%)	約2兆4,535億円(0.48%)
③既支払金額ベース(信用供与置き換えせず)	約1兆7,297億円(0.34%)	約1兆8,706億円(0.36%)
〈アンケートを基にした推計〉		
①支払金額ベース	約2兆3,816億円(0.47%)	—
②被害該当金額ベース	約8,883億円(0.17%)	—

- (備考) 1. PIO-NETデータを基にした推計は内閣府「国民生活選好度調査」(2008年)、国民生活センターPIO-NETデータにより内閣府において推計。  
 2. PIO-NETデータは第2-1-5図及び第2-1-16図と同様。うち②については、クレジット契約などの信用供与が付されている案件について、既支払金額を契約金額に置き換えて推計。  
 3. アンケートを基にした推計は内閣府「国民生活選好度調査」(2008年)により推計。  
 4. ( )内の数値はGDP比。

出所：国民生活白書 <http://www5.cao.go.jp/seikatsu/whitepaper/index.html>

2008年9月25日付け朝日新聞によると、地方自治体が消費者生活センターの相談をNPO法人などへの「外注化」が進んでいると報じている。その理由は経費が減り、現場の雇用の安定につながるとしている。大阪、青森、京都、佐賀など約10都道府県が相談や啓発などの事業の一部またはすべて民間に委託している。受け皿の多くはNPO法人で①地元の消費者団体②自治体の非常勤消費者相談員が弁護士らと設立したNPO法人である。

青森県では03年に県内の相談員らがNPO法人を立ち上げ、04年度に県内の市町から消費者相談を受諾し、今では20市町中17市町の相談をしている。県の働きがきっかけである。相談員は多くの場合非常勤職員であり1年毎の契約で3年ないし5年で「雇止め」である。待遇も年収200万円に満たない人が多い、全国の自治体の統計では1996年度から消費者行政の予算は減り続け2006年度は約116億円で5年前1995年度200億円と比べると42%もの大幅減である(17)。このように消費者相談員の身分の不安定性、待遇の劣悪さが十分な相談を受ける専門性・情熱・問題解決能力など課題であったし現在でも解決しなければならない課題である。また、自治体側には財政難で相談行政の予算の先細りである。青森県の消費者行政予算は委託後の04年度は前年より約5,300万円減少した。委託費全体は04年度8,200万円が08年度は7,000万円、佐賀県では06年度1,324万円が07年度は1,180万円になり08年度は1,459万円と増額している。このような事情が「外注化」がおこなわれている模様である。

一方では「外注化」に心配する声もある。「全国消費生活相談協会」の下谷富士子理事は「経験豊富な相談員ほど住民に高い相談サービスを提供するのに、3~5年で雇止めにする自体がおかしい。消費者相談は被害者を救うだけでない。「今どんなことが町に起きているか」を役所が知り施策に反映させて未然防止していく役割がある。外注化しては自治体職員が問題を切実に感じられなくなるのではないかと批判している。日本消費者協会の山田英郎参与は「事例は年々悪質化し、相談の解決にはますます時間とノウハウが必要となっているのに、自治体は相談件数が減ると経費を削りがち。特に4年目以降は委

託費節減の圧力にさらされているのでは」と懸念している。

これらの事情が国民生活白書で報告された「消費者・生活者行政相談窓口」の認識度の不徹底や低い信頼度、また、相談をしない被害者が被害者の3分に1もいるという調査結果であると考えられる。

消費者基本法では「消費者の権利の尊重及びその自立の支援その他の基本理念を定め」ている。それに鑑み政府は各省が分割管轄している消費者行政の一元化を目的とする「消費者庁」を設置しようとしている。設置法案は今だに審議されずにいる。2009年1月5日からの通常国会で審議する予定であるが審議入りが何時になるか、成立するかは不透明である。

政府は消費者を悪徳商法などから救済する行政機構を十分に機能させ、それに従事する職員の能力向上に予算も充分配慮し堅実な消費者を育成することに力を集中するよう期待をしたい。消費者個人も契約に当たりより慎重にして悪徳商法に騙されないようになることは勿論である。

## 注

- 1) 国民生活センター <http://datafile.kokusen.go.jp/wadai/kateikyoushi.html>
- 2) 国民生活センター編集「くらしの豆知識 '08」国民生活センター2007年9月 p. 93, 94
- 3) 経済産業省 <http://www.no-trouble.jp/search/tokushoho/index.html>
- 4) 経済産業省 <http://www.meti.go.jp/policy/consumer/tokushoho/gaiyou/gyoutei.html>
- 5) 国民生活センター編集「くらしの豆知識 '09」国民生活センター2008年9月 p. 210~214
- 6) 貸金業法・割賦販売法などで2009年6月から施行される。信用情報の適切な管理や全件登録などの条件を満たす信用情報機関を金融庁が指定する制度である。貸金業者が借り手の総借入残高を把握できる仕組みを整備するものである。
- 7) 国民生活センター編集「くらしの豆知識 '09」国民生活センター2008年9月 p. 62~65
- 8) 木本錦哉・佐藤圭吾・春日寛監修「悪徳商法被害例と救済法」自由国民社2002年4月 p. 26~40
- 9) 日弁連 <http://www.nichibenren.or.jp/legal-aid/consultation/houritu7.html>
- 10) ADR(Alternative Dispute Resolution)は「裁判外紛争解決」などと呼ばれている。裁判を起こすのではなく当事者以外の第三者に関わってもらって紛争解決を図るものである。解決方法は「あっせん」「調停」「仲裁」がある。
- 11) 東京くらしWEB <http://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.jp/sodan/kinkyu/index.html>
- 12) 高田橋厚男「悪徳商法の手口を見抜く」ぎょうせい2005年6月 p. 3~14
- 13) 木本錦哉・佐藤圭吾・春日寛監修「悪徳商法被害例と救済法」自由国民社2002年4月 p. 53~68
- 14) 国民生活センター <http://www.kokusen.go.jp/news/data/n-20081217-1.html>
- 15) 内閣府 <http://www8.cao.go.jp/survey/h20/h20-shohisha/2-3.html>
- 16) 国民生活白書 <http://www5.cao.go.jp/seikatsu/whitepaper/index.html>
- 17) 中日新聞2008年2月14日付け

## 参考文献

貸金業法

割賦販売法

刑法

商法

消費者基本法

消費者契約法

特定商取引法

民法

木本錦哉・佐藤圭吾・春日寛監修「悪徳商法被害例と救済法」自由国民社 2002年4月

国民生活センター編集「くらしの豆知識‘08」国民生活センター2007年9月

国民生活センター編集「くらしの豆知識‘09」国民生活センター2008年9月

(社)全国消費生活相談員協会編「こんな相談がありました平成19年度版」(社)全国消費生活相談員協会 2008年5月

高田橋厚男「悪徳商法の手口を見抜く」ぎょうせい 2005年6月

村千鶴子「市民のための消費者契約法」中央経済社 2001年4月

朝日新聞

中日新聞

日本経済新聞

毎日新聞

読売新聞

経済産業省 <http://www.meti.go.jp/policy/consumer/tokushoho/gaiyou/gyoutei.html>

経済産業省 <http://www.no-trouble.jp/search/tokushoho/index.html>

国民生活センター <http://www.kokusen.go.jp/>

国民生活白書 <http://www5.cao.go.jp/seikatsu/whitepaper/index.html>

東京くらしWEB <http://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.jp/sodan/kinkyu/index.html>

東京都消費生活 <http://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.jp/sodan/kyusai/index.html>

東京弁護士会 <http://www.toben.or.jp/news/dispute/center.html>

内閣府 <http://www8.cao.go.jp/survey/h20/h20-shohisha/2-3.html>

日弁連 <http://www.nichibenren.or.jp/legal-aid/consultation/houritu7.html>