

消費生活相談における約款中の不当条項及び不当な勧誘行為について
(国民生活審議会 消費者団体訴訟制度検討委員会 ヒアリング資料)

平成16年7月2日

独立行政法人 国民生活センター

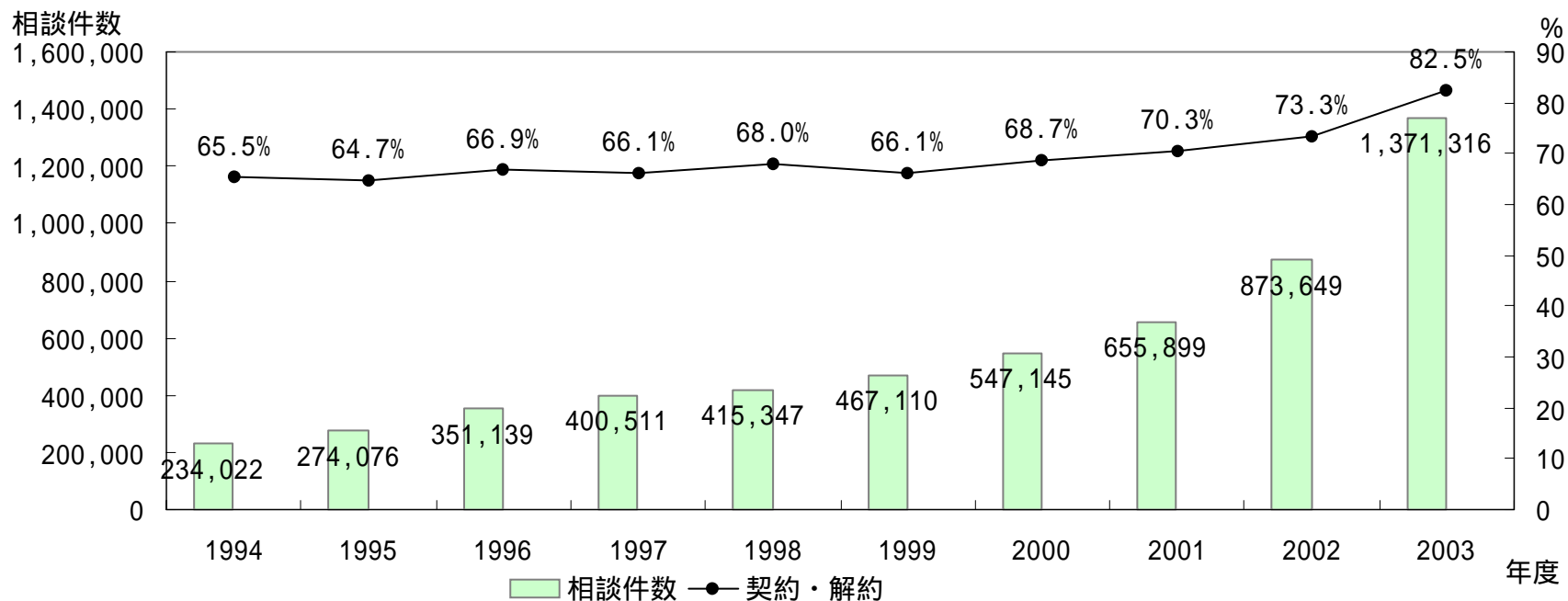
1. 消費者トラブルの現状

(1) 被害の急増(図表1)

消費者トラブルは年々増加している。2003年度に全国消費生活情報ネットワーク・システム(PIO-NET)に登録された相談件数は130万件を超えており、前年度の約1.6倍、10年前の約6.3倍にまで増えている。

相談内容別に見ると、「契約・解約」に関する相談が多く寄せられている。

(図表1) 消費生活相談の年度別総件数の推移



(備考) データは2004年5月末までの登録分。

(2) 多数被害の発生(図表2のうち「件数」)

事業者が同様の販売方法・手口を反復継続することにより、多数の被害が発生している。

(3) 少額被害の多発(図表2のうち「平均契約金額」)

消費者トラブルにおいては、比較的少額な被害が多発している。

(4) 悪質・巧妙な手口(図表2のうち「特徴等」)

点検商法やSF商法など高齢者等社会的弱者を狙った被害も後を絶たず発生している。

(図表2) 販売方法・手口別にみた相談の特徴(2002年度)

販売方法・手口	件数	平均契約金額(円)	特徴等
電話勧誘販売	90,329	586,416	不意打ち性や交渉過程が書面に残らないという特質により、強引な勧誘や明らかな虚偽説明が横行。法規制されており指定商品であればクーリングオフできるが、拒否する業者もいる。
家庭訪販	68,919	788,431	業者が消費者宅を訪問し、商品・サービスを販売するもの。強引な勧誘、夜間や長時間に及ぶ勧誘など、問題が多い。電話で在宅を確認した上で訪問するものもある。
サイドビジネス商法	31,703	601,910	「内職・副業(サイドビジネス)になる」「脱サラできる」等をセールストークに何らかの契約をさせる商法。「仕事を回す」と言って、講座・教材、パソコン等の契約をさせるものが目立つ。
被害にあった人を勧誘(二次被害)	21,827	617,206	一度被害にあった人を再び勧誘して、二次的な被害を与えること。「資格講座を解約してあげる」など前の被害の救済のように見せかけて、再度金銭を支払わせるケースが多い。
無料商法	20,802	394,254	「無料招待」「無料サービス」「無料体験」など「無料」をセールストークに広告でうたったりして人を集め、高額な商品やサービスを売りつける商法。
マルチ・マルチまがい取引	20,453	619,693	商品・サービスを契約して、次は自分が買い手を探し、買い手が増えるごとにマージンが入るネズミ講式の取引形態。買い手が次にその販売組織の売り手となり、組織が拡大していく。
販売目的隠匿	19,055	559,772	「ふとんのクリーニング」と言って訪問し掃除機を売りつけるなど、商品やサービスの販売であることを意図的に隠して近づき、不意打ち的に消費者に契約させるような販売方法。
アポイントメントセールス	18,359	1,062,849	「当選した」等販売目的を隠して、あるいは販売目的を告げてはいるものの「特別に選ばれた」などと有利な条件を強調して電話等で喫茶店や営業所に呼び出して販売する商法。
次々販売	14,197	1,682,729	一人の消費者に次から次へと契約させる販売方法。顧客名簿が業者間を流れ、複数の事業者に勧誘されるケースも多い。
点検商法	11,051	648,478	「点検にきた」と言って来訪し、修理不能・危険な状態・期限が切れているなど事実と異なることを言って新品や別の商品・サービスを売りつける商法。
SF商法	10,246	328,678	閉め切った会場に人を集め、日用品などをただ同然で配って雰囲気盛り上げた後、最終的に目的の高額な商品を売りつける商法。
キャッチセールス	9,623	525,316	街頭で消費者を呼び止め、喫茶店や営業所・店舗に連れ込み、商品やサービスを契約させる商法。

(備考)「消費生活年報2003」(国民生活センター、2003年)より作成。

2. 消費者契約における相談事例

(1) 約款中の不当条項に関する消費者トラブル

賃貸住宅の原状回復費用に関するトラブル

(事例)

2年間住んだ賃貸マンションを退去したが、ハウスクリーニングとリフォーム代の実費等を請求された。壁に穴をあけたので、弁償する意思はあるが、請求額が高額で負担が大きい。契約の特約事項に「明渡しの際、ハウスクリーニング、リフォームの費用は実費を申し受けます。明渡しの際、喫煙されていた場合はクロスの張り替え費用を申し受けます」とある。

現在国土交通省の「原状回復をめぐるトラブルとガイドライン」が指針となっているが、ガイドラインと異なる契約条項を締結したとしても、違法ではなく、何ら罰則はない。一般にはなお原状回復費用を借主負担とする契約も多く、複数の訴訟が提起されている。

東京都では、2004年3月に「東京における住宅の賃貸借に係る紛争の防止に関する条例」を公布した(2004年10月1日施行)。条例では、住宅を借りようとする者に対し、契約時点で宅地建物取引業者が次の内容を説明することを義務付けている。その内容は、退去時の通常の損耗等の復旧は、貸主が行うことが基本であること、入居期間中の必要な修繕は、貸主が行うことが基本であること、賃貸借契約の中で、借主の負担としている具体的な事項、修繕および維持管理等に関する連絡先である。説明を怠った場合や、理由なく調査に応じない場合などは、宅地建物取引業者の指導・勧告・公表を行うとされている。

大学学納金不返還条項に関するトラブル

(事例)

息子が大学に合格したため入学手続きをし、約140万円納めた。本命の大学に合格したことが分かったので、3月31日に先の大学に入学辞退を申し出た。しかし納入済みの入学金や授業料等は一切返金されないとされた。入学手続要項には、指定期日までに辞退を申し出た場合には、入学金を除いた納入金を返金するという項目があったが、

本命の大学の合格が分かったのが指定期日より後だったため、間に合わなかった。学生傷害保険費のみは返金されると言われたが、せめて授業料だけでも返金してほしい。

大学入学辞退者が支払った学納金の返還を求めても、学校側は学納金の不返還条項を盾に返還しないといった苦情から、弁護団が結成され集団訴訟が起きた。判決の動向としては、4月1日以前に入学辞退した者については、授業料の返還を命じているものが多い。その結果を受けて、多くの私立大学は授業料返還の制度を新設している。

ペットショップでの免責条項に関するトラブル

(事例)

ペットショップで子犬を購入した。5日後にパルボウイルスを発病し入院した。それから5日後に子犬は死亡した。ペットショップに補償を求めたが、販売契約書に『お買い上げ頂いた犬・猫は、他の一般商品と異なり、「いきもの」という特殊性をご理解いただきまして、「返品・返金・交換・金銭による補償」は一切できません。飼育管理上の過失に起因する死亡及び先天性によるもの（瑕疵担保責任）に関しての保証はできません』とあり、対応しない。納得できない。

ペットの売買契約では、まずペットを特定物と考えるのか、不特定物と考えるかによって、免責条項が不当条項に該当するかどうかで考え方が分かれる。さらに、ペットが病気の可能性もあるリスク込みの契約なのか、そうではないのかによってもかわってくる。消費者としては、健康な生き物を購入するというのが一般的な期待であり、約款に免責条項が含まれていたとしても、リスク込みの契約であるということは通常は考えられない。また、ペットの死因を確定し、例えば原因ウイルスの潜伏期間から、購入時点でウイルス感染していたものなのか、購入後に感染したもののかなど、瑕疵と言えるかどうかの検討もする必要がある。

中古自動車の解約違約金に関するトラブル

(事例)

中古車販売店に出向き、200万円の車を現金100万円とオートローン100万円で購入することにし、注文書にサインをした。しかし、オートローン申込書や自動車保管場所証明申請書、販売会社への委任状は未提出で、現金

も支払っていない。注文書に署名・捺印する前に、販売員から「早い時期ならキャンセル料は不要だが、点検や整備の作業を行った後はかかった費用を請求する」と説明されていた。

しかし、翌日キャンセルすると、約款を根拠に車両代金の15%（30万円）の違約金を請求された。

約款には、「契約の成立は、自動車の登録がなされた日、もしくは自動車の引き渡しを受けた日、私の依頼に基づく修理・改造・架装等、これに貴社が着手した日、信販会社のローン承認がなされた日、貴社の注文書に署名もしくは捺印された日のいずれか一番早い日とします」「万一私の都合で契約を撤回した場合は、損害賠償金（車両価格の100分の15）および損害作業金（実費）を請求されても異議ありません」と記載されている。

業界団体の標準約款では、契約の成立時期については、「自動車の登録がなされた日、注文により販売会社が修理・改造・架装等に着手した日、若しくは自動車の引渡しがなされた日のいずれか早い日とします。但し、割賦購入あっせん契約（割賦購入あっせん業者と購入者との契約をいう）の場合には、その契約の定めるところによるものとします」とある。

中古車販売業者は、業界団体に加盟していても、標準約款に準じていなかったり、アウトサイダーも少なくなく、独自の約款を使用していることも多い。

2002年7月19日に大阪地裁で、中古車販売のキャンセル料について消費者契約法9条1号により無効とした判決が出ている。

(2) 不当条項が改正された例

割賦販売法の抗弁権の接続条項の明文化

売買契約の支払いのために、クレジット会社と立替払契約をし、販売店の倒産などで商品を受け取っていない場合など販売店に債務不履行があった場合でも、クレジット会社から代金の請求を受けるというトラブルがあった。クレジット会社の請求の根拠として、立替払契約に購入者が購入契約上販売店に対して有する抗弁権をクレジット会社に対して主張できない旨の条項が含まれていた。

このような取引については、立替払契約と売買契約が経済的に密接な関係にあり、相互依存の関連性があるということから、信義則によってクレジット会社の請求を棄却するなど、販売店に対する抗弁権をクレジット会社に対抗することを認める判決が積み重ねられてきた。

その後昭和59年の割賦販売法の改正の際に、クレジット会社への抗弁の対抗が明文化された。

財形年金積立保険の約款の見直し

財形年金積立保険の約款には(事情の変更)として「当社は、財形法の改正その他事情の変更により特に必要があると認めた場合には、大蔵大臣の認可を得て、この普通保険約款の規定または保険料、積立金額等の計算の基礎を将来に向かって変更することがあります」等の規定があった。生命保険会社では、この約款の規定を根拠に、経済情勢等の変動による予定利率の変更は大蔵大臣の認可を受けているものであり、基本年金金額の減額は正当なものとの趣旨の説明を、契約者に対して行っていた。しかし、一般契約者は「その他事情の変更」が、経済情勢の変動による市場金利の低下等によって、適宜予定利率を変更する事ができるというふうには理解していなかったため、国民生活センターでは、(社)生命保険協会に対して、規定の内容について明確化するよう検討を求めた(平成11年3月)。

その後、生命保険会社各社は約款の「事情の変更」の理由に「著しい経済変動」という言葉を書き加えるようになったほか、当時の金融監督庁では、平成12年5月に保険業法施行規則を改正し、保険会社が保険料率その他の契約内容の全部又は一部を変更することを約した保険契約については、保険契約の内容が変更されることがある場合の要件、変更箇所、変更内容及び保険契約者に内容の変更を通知する時期が明確に定められていること、保険会社が保険契約者に対して、保険契約の内容の変更を通知した場合、当該保険契約者等が不利益を受けることなく当該保険契約を将来に向かって解除できるものであることを要件とした。

(3) 不当な勧誘行為に関する消費者トラブル

勧誘方法に問題がある業者には、国民生活センターより業務改善を求めている。最近の事例は以下の通りである。

英会話・パソコン教室

(事例)

携帯電話に業者から電話があり、パソコンと英会話の学校で、就職について説明しているので学校に来て欲しいとしつこく勧誘され、出向く約束をした。友人と会う約束があったので、その時間までと伝えていたのに、時間を過ぎても説明が続き、友人から電話が来ても電話にでないようにと言われた。断わっても説明が繰り返され、4時間半も経ったので、契約しないと帰れないと思い、英会話、パソコン教室と教材の購入をした。後日クレジット契約書を書き、再度学校に出向いたところ、隣で勧誘をされていた男性が席を立とうとしたら腕をつかまれているのを見て恐くなった。

その後、授業料が高額だったので解約を申し出たが、もう一度学校に来るように言われた。説得されてしまうのではないかと心配である。解約したい。

(問題点の指摘)

- ・長時間に渡り執拗に勧誘している。
- ・消費者は学生(成年)であるにもかかわらず、親権者の同意もなく、クレジットの支払にボーナス払いを併用している。

など

(改善の内容)

- ・勧誘が長時間に渡る場合には、顧客の意思を確認し、上司の判断を仰ぐ
- ・目的を告げて呼び出す

など

学習教材販売業者

(事例)

業者から「子供の勉強方法をアドバイスしたい」と電話があったので、訪問を了承した。学校や塾のありかたについて4時間説明されたが、教材の内容や価格など具体的な話には至らず、後日の再訪問の約束をした。約束の日と同じ販売員がやってきて、「わからないことはフリーダイヤルで指導が受けられる」と言われたが、指導方法や教材について詳しい説明はなく、延々と勉強の必要性が説明されるばかりだった。「考えたい」と断わったが、「今日中に決めてほしい」と言われ、契約しないと帰ってくれそうもなかったので小学校4年生から中学3年生までの補習用教材を購入した。

子供が勉強してわからないことがあったので、フリーダイヤルに電話をすると、勉強は教えてもらえず、営業所に電話するように指示され、営業所に電話しても、子供は全く何を言っているのか理解できなかった。家庭教師のような指導が受けられると思っていたのに話が違うので解約したい。

(問題点の指摘)

- ・一回目の訪問では販売目的を告げていない。
- ・「考えたい」と言ったにもかかわらず、「今日中に決めてほしい」といって契約させている。
- ・6年分の教材販売は過量である。

(改善の内容)

- ・長時間勧誘の禁止
- ・クーリング・オフを妨害するような行為の禁止
- ・過量販売にならないように十分な説明を行うこと

連鎖販売取引業者(マルチ業者)

(事例)

以前から喘息やアトピーで悩んでいたところ、職場の上司から「喘息によく効く健康食品がある。自分の祖父はこれでもよくなった」と連鎖販売の会社が販売している健康食品を勧められ、断わりきれず契約した。使用してみると、

体中に吹き出物がでた。勧誘された上司に勧められた病院に行くと、その病院にもこの会社の商品が置いてあり、診察中にも商品を勧められた。少し体調が回復したので、もともと服用していた薬を飲もうとすると、勧誘された上司に止められ、体調が悪化した。

(問題点の指摘)

- ・研修用パンフレットに薬事法違反と思われる記載が多い。
- ・医師の連鎖販売組織への加入を認め、医師が患者に商品をすすめるのは好ましくない。

(改善の内容)

- ・薬事法に抵触する研修用パンフレットの使用・配布禁止

複合サービス会員権販売業者

(事例)

「至急お伝えしたいことがあるため、電話をしてほしい」という葉書が届いたので、電話をしたところ、「抽選でプレゼントがもらえる」と言われ、会う約束をした。ホテルの喫茶店で世間話をした後、旅行が割引になったり、特定の会社で敷金・礼金を払わずに入居できるなど会員サービスの説明を受け、このサービスを受けるにはDVDソフト(総額約70万円)が必要と購入を勧められ契約した。

航空券の手配を依頼してみると、2～3%しか割引されず、サービス内容に疑問を持った。DVDソフトも契約の条件だったので購入しただけで、不必要であるので解約したい。

(問題点の指摘)

- ・販売目的を告げずに呼び出している。
- ・敷金・礼金なしで入居できると説明しているが、もともとその会社は敷金・礼金は収受していない。
- ・DVDソフトを購入することで、いろいろなサービスが受けられると説明しているが、実際はDVDソフトと会員サービスは全く別の契約であり、それぞれの説明をすべきであること。

(改善の内容)

- ・判断能力の低い者、社会的弱者など商品の内容や契約書面を理解できない者への販売の禁止
- ・脅迫的、威迫的な勧誘の禁止
- ・商品に関する不実告知の禁止

など

複合サービス会員権の解約をすると勧誘して新たな商品を販売する業者

(事例)

業者から電話があり、「あなたの情報がリストに載っており、このままでは情報が流出する」と言われ会う約束をした。喫茶店で業者と会い、話を聞いたところ、旅行に安く行けたり、ライブのチケットが取れるサービスの説明をされ、以前契約したパソコンや宝石の契約の支払いを止めてあげると説明され信用した。宝飾品のカタログを見せられ、この中から好きな物を選ぶように言われたので、指輪を選んだ。今までの契約の書類は一式業者に渡したが、結局支払いは止まらない上、さらに指輪の代金も請求されている。話が違うので解約したい。

(問題点の指摘)

- ・他業者と行った契約の解除をあっせんすると思わせる勧誘をしている

など

(改善の内容)

- ・営業目的隠匿の禁止
- ・顧客が以前契約していた業者との契約解除のあっせんの禁止
- ・虚偽説明、脅迫行為の禁止

など

エステ業者

(事例)

キャッチセールスでエステの体験をした後、勧誘を受け、顔の吹き出物に悩んでいると伝えると、販売員から「体内に不純物がたまり、排出するところがないので顔に吹き出物ができる。脂肪のまわりに老廃物がたまって血液の流れも良くない」と説明され、美顔エステ、痩身エステ、化粧品を契約した。高額なので解約したい。

(問題点の指摘)

- ・薬事法に抵触するような勧誘をしている
- ・クレジット契約書に、虚偽の収入を記載させている

(改善の内容)

- ・キャッチセールス行為の縮小・廃止
- ・薬事法に抵触するセールストークの禁止
- ・支払能力を超える高額販売の防止
など

3. 消費者トラブルへの対応方法（図表3）

消費者個人による自主交渉

- ・消費者は事業者と自主交渉することができるが、消費者と事業者の間には情報の質及び量並びに交渉力の格差があるために、消費者個人が自主交渉によりトラブルを解決することは困難である場合が少なくない。

国民生活センターや全国の消費生活センター等への相談

- ・消費者は国民生活センターや消費生活センター等に相談することで、情報提供、自主交渉助言、苦情の処理のあっせん等により、トラブルの解決を図ることができる。
- ・国民生活センターや消費生活センター等では、PIO-NET に蓄積された消費生活相談情報等を調査・分析し、事業者や業界団体へ要望等するほか、関係省庁へ要望・情報提供、マスコミ発表やホームページを通じて消費者へ情報提供することにより、消費者被害の未然防止・拡大防止に努めている。

行政による対応

- ・行政においては、消費者問題に係る法律の制定・改正及び業法による行政処分・行政指導等により、消費者被害の未然防止・拡大防止に努めている。

消費者個人による訴訟の提起

- ・消費者は司法救済を求めることができるが、被害額が少額であること、経済的・時間的負担が大きいこと等のために、消費者個人が訴訟を提起することは困難である場合が少なくない。

消費者団体訴訟制度

- ・消費者被害の発生を未然防止・拡大防止するためには、行政による対応だけでなく、消費者団体に差止請求権等を認めることも必要である。

(図表 3) 消費者トラブルへの対応方法

