

## 「USBメモリを媒体とする投資関連学習教材の販売に係る紛争」が解決しました！

本日、東京都消費者被害救済委員会（会長 村千鶴子 弁護士・東京経済大学現代法学部教授）から「USBメモリを媒体とする投資関連学習教材の販売に係る紛争」（平成30年9月19日付託）について、相手方事業者が調停案を受諾したことから解決した、と知事に報告がありましたので、お知らせします。

### 【申立人らの主張による紛争の概要】

20歳代前半の申立人らは、友人から、勧誘目的を告げられないまま呼び出されて、相手方事業者を紹介され、投資学習教材が入ったUSBメモリ 58万円の購入を勧められました。教材どおりに投資すればみんながお金持ちになる、損は出ないなどと説明を受け、「すぐに返せる」などと消費者金融から購入資金を借り入れるよう強く勧められたため、借金をして契約しました。契約時には、第三者にUSBメモリを紹介し、その人が購入すれば、一人につき5万円を支払う旨説明されました。その後、消費者金融からの借入れの返済の負担等から解約を希望しましたが、相手方が応じなかったため紛争になりました。

### 【解決の内容】

委員会は、本件が、特定商取引法に規定する連鎖販売取引（いわゆるマルチ商法）に該当するため、同法に基づく中途解約を求めました。その結果、相手方事業者は、申立人らが支払った58万円のうち1割を除いた金額を申立人らに返還し、申立人らは相手方事業者にUSBメモリを返還するとの合意が成立しました。

### ◆ 本件のポイント

- ★本件は、いわゆるマルチ商法であり、特定商取引法の規定により、クーリング・オフ期間経過後でも、中途解約ができます。
- ★特定商取引法では、商品を使用した場合は中途解約できませんが、相手方事業者が「使用させた場合を除く」とされています。本件では、相手方がUSBメモリを使用させており、中途解約ができます。

### 消費者へのアドバイス ～投資用学習教材の勧誘に注意～

- ★ 投資の知識は、学習教材を購入してすぐに習得できるものではなく、実際に投資を始めるには一定の資金が必要です。また確実に利益が得られるものではなく、資金を失う可能性があります。こうしたことを十分認識し、慎重に対応しましょう。
- ★ 紹介料を得るため、友人等を強引に勧誘すると、人間関係にヒビが入ることもあるうえに、自らが消費者被害拡大の加害者となるおそれがあることに注意しましょう。
- ★ 契約トラブルでお困りの方は、最寄りの消費生活センターに相談してください。

詳しくはこちらをご覧ください。



<https://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.jp/>



【問合せ先】

東京都消費生活総合センター  
活動推進課

電話：03-3235-4155

## ◆ 今後の東京都の対応

### 1 国や関係機関への情報提供

報告書を送付し、施策や業務運営等の参考としていただくよう依頼します。

### 2 都内の消費生活センターへの情報提供

本件紛争解決にあたっての委員会の考え方を消費生活相談の現場などで活用してもらえよう、情報提供していきます。

### 3 消費者への注意喚起

東京くらしWEBで消費者に情報提供を行うとともに、SNSや紙媒体なども活用して、注意喚起を行っていきます。

《参考》耳を貸してほしい話（トラブル事例編）（平成30年10月） →

「20歳になった途端、投資用USB教材の勧誘のターゲットに！」



## 東京都消費者被害救済委員会「USBメモリを媒体とする投資関連学習教材の販売に係る紛争」報告書の概要

東京都消費者被害救済委員会とは、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、公正かつ速やかな解決を図るため、あっせん、調停等を行う知事の附属機関です。

### ◆ 紛争の概要

- 申立人2名 申立人A：20歳代前半の女性 申立人B：20歳代前半の男性
- 相手方：日経225先物取引※の学習用教材USBメモリの販売事業者
- 各申立人の主張による紛争の概要

（※日経平均株価（225銘柄）という株価指数を対象にし、将来の上がり下がり予想する取引）

#### 申立人A

以前のアルバイト先の先輩であったCに、Cが所属する販売組織である相手方から本件USBメモリを購入するよう勧誘を受けた。USBメモリ内の教材を学ぶことによって、著名なトレーダーの手法による日経225先物取引が誰でも可能になり、この手法に基づく投資をすればみんながお金持ちになると説明され、Cから「一緒に稼いで楽しいことをしよう。早く一緒に勉強しよう。」などと強く勧められたため、その気になり、その場で提示された契約の概要を説明する書面に署名した。当初、購入代金58万円は貯金をして用意するつもりだったが、Cから「お金を借り入れた上で投資を行いながら返済の方が効率的だ。」と強く勧められたので、消費者金融から借り入れ、その金で平成29年10月に代金を支払い、契約をした。なお、契約をする際に、相手方から他の第三者にUSBメモリを紹介し、その者が実際に購入すれば、一人につき5万円支払う旨説明された。

その後、消費者金融への返済の不安や、友人のアドバイスもあり、解約を希望したが、相手方が応じなかったため紛争になった。

#### 申立人B

高校時代の仲の良い友人Dから紹介したい人がいると平成30年3月に呼び出されたところ、相手方の販売組織の上位者を紹介され、本件USBメモリの購入の勧誘を受けた。USBメモリに記録された日経225先物取引の手法に従って取引をすれば90%の確率で投資利益を上げることができる、損は出ないとの説明だった。勧誘が4、5時間にも及び、また信頼していた友人Dから「稼げるのだから一緒に稼ごう。」と強く勧められたので、提示された契約の概要を説明する書面に署名、押印した。購入代金の58万円については、Dと相手方から消費者金融から借り入れて用意することを提案され、「借入をしてもすぐに返せる。借りた分以上の利益を出せる。」と言われたため、すぐに返済できるのであればと消費者金融3社から借り入れ、支払った。なお、第三者にUSBメモリを紹介し、その者が実際に購入すれば、一人につき5万円支払うと言われていたが、紹介することはできなかった。

消費者金融からの借金が家族に知られ、毎月の返済の問題もあり、解約を希望したが、相手方が応じなかったため紛争になった。

## ◆ 調停解決の内容

～当初相手方はあっせん案を受諾しなかったが、その後、同じ内容の調停案を受諾し解決～

特定商取引法に定める連鎖販売取引であることから同法に基づく中途解約を認め、相手方は58万円のうち52万2千円を申立人らに一括して返還する。申立人らは、相手方から受け取ったUSBメモリを、相手方に返還する。

## ◆ 主な審議内容

### 1 連鎖販売取引は中途解約が可能である

本件契約が、相手方も自認する「連鎖販売取引」であることを前提とするならば、特定商取引法の中途解約規定の適用が可能であり、既に商品販売がなされている場合は商品売買契約も中途解約が可能である。なお、本件契約書面では、中途解約の場合に、「契約時の喫茶店代と移動代」「契約書面の印刷費用や領収書の印紙代」等を控除することとされているが、これらは特定商取引法により事業者が控除が予定されている「契約解除及び履行のために通常要する費用」ということはできない。相手方は販売価格の10分の1に相当する額である5万8千円を留保できるに過ぎない。（特定商取引法の規定で、中途解約の場合に事業者が解約料等として請求できる額の上限は、購入代金の1割とされている。）

### 2 中途解約ができない場合の「商品を使用した」場合には該当しない

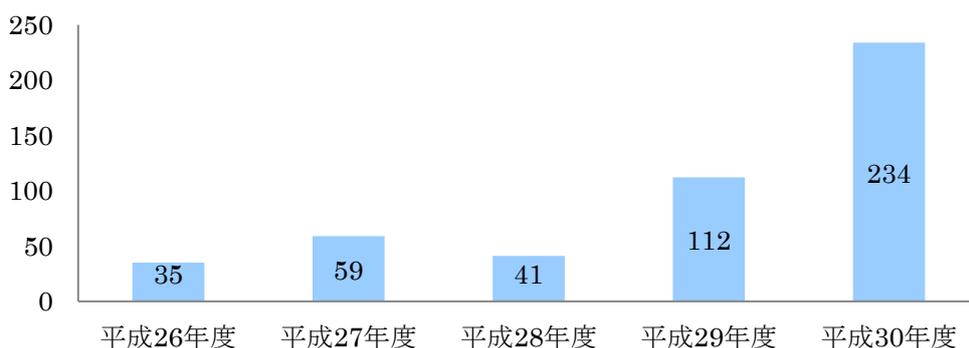
特定商取引法は「商品を使用した」場合は、中途解約できない旨規定するが、事業者が「当該商品を使用させた場合を除く」としている。申立人らは、USBメモリの購入後、相手方のメンバーの勧めにより、メンバー所有のパソコンで1回閲覧したのみである。相手方の行為は、まさに「使用させた場合」にあたり、中途解約できない場合には該当しない。

### 3 投資に関する知識・経験がなく定期収入がない学生に、消費者金融からの借入を勧めて契約させたとするならば、適合性原則に違反する

申立人らは、本件契約の勧誘者からUSBメモリの購入資金の借入を勧められたと証言している。申立人らは契約時学生であり、投資にかかる知識、経験は全くなく、収入もアルバイト収入のみであった。近い将来における投資はもとより、USBメモリの購入資金を用意できない学生であるにもかかわらず、申立人らの知識、経験、資力を十分確認しないまま、消費者金融からの借入を前提として本件契約を締結させたことは、特定商取引法が規定する「適合性原則」に違反しているものと評価できる。

適合性原則違反による勧誘であることを理由に、申立人らは、相手方に対し、不法行為に基づきUSBメモリ購入代金相当額の損害賠償請求が可能と考えられる。

《参考》投資関連学習教材USBメモリの連鎖販売取引に関する相談件数の推移（東京都内）



※：平成30年度は、速報値

## ◆ 同種・類似被害の再発防止に向けて

### 1 事業者に対して求めること

#### (1) 適合性原則の遵守

申立人らは、20歳代の若者で投資についての知識、経験はなく、購入代金は消費者金融からの借入れで調達し、購入した。事業者は、消費者の知識、経験、財産の状況に照らして不相当と認められる勧誘をしてはならない。

#### (2) 中途解約への誠実な対応

特定商取引法の規定では、連鎖販売取引において、消費者は中途解約をすることができ、中途解約の場合には損害賠償額の予定や違約金の定めがあるときでも、事業者は契約解除及び履行のために通常要する費用を越える額を請求できないとされている。事業者は消費者の中途解約権について十分認識し、誠実に対応してほしい。

### 2 消費者に対して求めること

#### (1) 知識習得の困難さや投資リスクの認識

投資手法は、学習教材を購入したからといって簡単に習得できるものではなく、実際に投資を行うには、一定の資金が必要である。また投資は確実に利益が得られるものでないことを認識してほしい。

#### (2) 連鎖販売取引のリスクの認識

連鎖販売取引においては、本件のように、友人や知人を紹介すれば紹介料が得られるとされるが、簡単に紹介できる訳ではなく、紹介した友人や知人をリスクにさらしたり、仲が気まずくなり、友人を失ったりすることもある。こうした危険性があることを十分に認識してほしい。

### 3 行政に対して求めること

#### (1) 啓発活動の強化

本件のような被害が多発しているため、若者（学生、20歳代前半を含む）に対する啓発活動を強化する必要がある。

#### (2) 行政の法執行の強化

法執行部門は、相談情報を常にチェックし、速やかな調査を行い、適正な処分・指導を実施すべきである。

## ★ 困ったときにはまず相談を！！

おかしいなと思ったら、

最寄りの消費生活センターにご相談ください。

## アパレル関連商品転売の副業に係る紛争が解決しました ～簡単に利益が得られるとする副業の勧誘に注意しましょう！～

都内の消費生活センターには、「稼げる」と勧誘されて、いわゆる「転売ビジネス」の高額契約をしてしまったという消費生活相談が増加しています。事業経験のない消費者が、副業に関する契約をした場合の考え方や問題点を整理して、今後、同種・類似紛争の解決に役立てるため、都は、東京都消費者被害救済委員会（会長 村千鶴子 弁護士・東京経済大学現代法学部教授）に標記紛争の解決を付託していました。

本日、同委員会よりあっせん解決したと知事に報告がありましたので、お知らせします。

### 【紛争の概要】

20代前半の申立人3名は、「短時間でできる在宅の仕事に興味はないか。」とSNSのメッセージで呼び出され、「当社のルートで海外から商品を仕入れて、フリーマーケットアプリを利用して転売することで安定して稼げる。」と説明された後に、突然、着手金30万円とサポート代月額1万円の契約を迫られ、応じてしまいました。その後、このビジネスに疑問を持ち、翌日又は翌々日にクーリング・オフを申し出ましたが、クーリング・オフは消費者には適用されるが、この契約は事業者間契約だから適用除外と言われ、紛争になりました。

### 【あっせん解決の内容】

委員会では、当該取引は、特定商取引法のアポイントメントセールス及び業務提供誘引販売取引に該当するとして、同法に基づきクーリング・オフを認め、既払金のある申立人には全額返金するとの合意が成立しました。

### ◆ 本件のポイント

- ★「短時間の作業で高収入が得られる」という事業者の説明は、特定商取引法で規制する断定的判断提供にあたり、行政処分の対象となり得ます。
- ★相手方が契約書に「事業者としての契約である」と記載していても、事業の経験がなく実態として消費者である者が契約した場合、消費者保護の規定が適用されるべきです。

### 消費者へのアドバイス ～“稼げる”と言われても、契約は慎重に～

- ★ 簡単に稼げるなどと勧誘されても、すぐに契約せず慎重に考えましょう。周囲の方々も、若者が消費者被害にあわないよう、相談に乗るなどしてください。
- ★ SNSで事業者が接近してることがあります。消費者被害に注意しましょう。
- ★ 副業の契約でトラブルにあったら、諦めずに消費生活センター（消費者ホットライン188）に相談しましょう。

詳しくはこちらをご覧ください。

東京くらしWEB 

<https://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.jp/>



### 【問合せ先】

東京都消費生活総合センター  
活動推進課

電話：03-3235-4155

## ◆ 今後の東京都の対応

### 1 国や関係機関への情報提供

報告書を送付し、施策や業務運営等の参考としていただくよう依頼します。

### 2 都内の消費生活センターへの情報提供

本件紛争解決にあたっての委員会の考え方を消費生活相談の現場などで活用してもらえよう、情報提供していきます。

### 3 消費者への注意喚起

東京くらしWEBで消費者に情報提供を行うとともに、SNSなども活用して、注意喚起を行っていきます。

《参考》過去の注意喚起情報「インターネットで手軽に一儲け?!」 →



特に若者に対しては、大学等への啓発リーフレット配布や、新入生ガイダンス等での出前講座の実施を通じて、消費者トラブルへの注意を呼び掛けていきます。

## 東京都消費者被害救済委員会「アパレル関連商品転売の副業に係る紛争」報告書の概要

東京都消費者被害救済委員会とは、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、公正かつ速やかな解決を図るため、あっせん、調停等を行う知事の附属機関です。

## ◆ 紛争の概要

- 申立人 3名 申立人A：20歳代前半女性（給与生活者）  
申立人B：20歳代前半女性（給与生活者）  
申立人C：20歳代前半男性（学生）
- 相手方 アパレル関連商品転売の副業に係る業務提供事業者
- 契約内容 アパレル関連商品転売ビジネスに係るノウハウ情報の提供及びサポート

### ○ 申立人の主張による紛争の概要

各申立人はSNSで自分のファッション等の情報発信をしていたところ、平成30年5月から6月にかけて、それぞれのスマートフォンに、SNSのダイレクトメッセージで「アパレルのバイヤーだがセンスのある人をスカウトしている。1日1時間からでも在宅でできる仕事に興味はないか。」との連絡を受けた。どのような仕事か質問のメッセージを送ると、海外から商品を仕入れて、申立人がフリーマーケットアプリを利用して販売することで、安定して稼げる仕事だと返信があった。

詳しい説明をされると言われて、相手方が案内した日時にビルの一室の事務所に出向くと、共通して、「外国に支社があり、その国の事業者から、アパレル商品を買付けるルートを持っている。その国のアパレル商品の通信販売サイトを閲覧し、仕入れたい商品を選び、当社に依頼すると買付けて申立人に送るので、その商品を転売すると海外との価格差により利益が得られる。月に10万円程度は稼げる。」と説明された。

一通り説明が終わると、初めて「着手金30万円とサポート代金の毎月1万円が必要だ。」と言われ、驚いて、帰って考えたいと告げるなどしたが、すぐに契約をしないと契約の枠が埋まってしまうと言われるなどして、その場での決断を迫られ、契約を締結することとなった。

その後、各申立人は短時間の作業で儲かるビジネスという説明に疑問を持ち、翌日又は翌々日に解約をそれぞれ申し出たが、「契約書記載のとおり申立人らは個人事業主として契約しており、消費者ではないのでクーリング・オフは適用されない。サポートも開始している。」との理由で無条件での解約には応じてもらえないため、紛争となった。

## ◆ あっせん解決の内容 ～当事者双方があっせん案を受諾し解決～

相手方は、特定商取引法に基づき申立人らのクーリング・オフを認め、相互に何ら債権債務がないことを確認する。また相手方は、申立人Cが支払った既払金3万5千円を返還する。

## ◆ 主な審議内容

### 1 本件契約は、特定商取引法の訪問販売に該当する

勧誘目的を告げずに営業所その他特定の場所へ来訪要請をすることを、特定商取引法2条1項2号では「訪問販売（アポイントメントセールス）」と定義しており、来訪要請の手段が、いわゆるSNSによる場合を含んでいるので、本件契約はアポイントメントセールスに該当する。

申立人らは、クーリング・オフの申出期間内に、契約解除を申し出ていることから、クーリング・オフが成立する。

### 2 本件取引は、特定商取引法の適用除外に該当しない

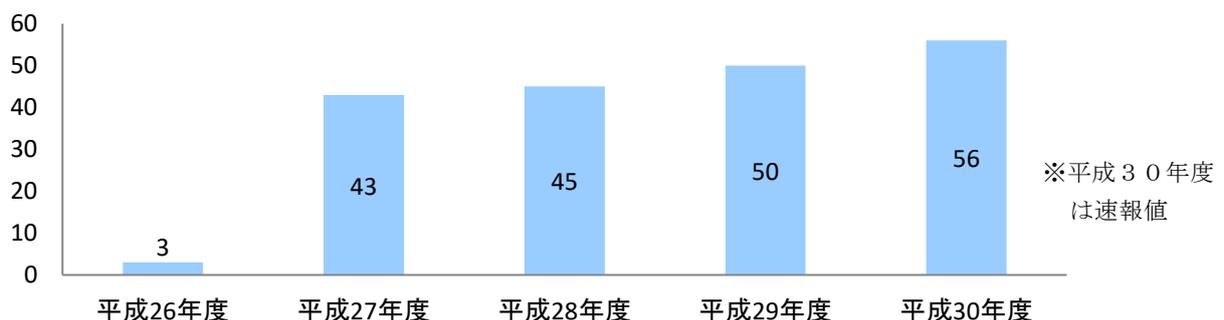
特定商取引法は、「訪問販売」のクーリング・オフについて、「営業のために若しくは営業として締結するもの」は適用しないとしている。相手方は、「申立人らは個人事業主として契約しており、消費者ではないのでクーリング・オフは適用されない。」と主張した。

しかし、個人がインターネットで商行為をただけでは当然に「営業」にはならず、「業」として行っているといえるだけの、継続性また生活における重要度が必要である。申立人らが本件契約を締結した際には、インターネットでの転売取引は初めてであり、申立人らにとって行う転売行為は「営業」とまでいえるものではなかったといえる。したがって、本件取引は、特定商取引法が適用される。

### 3 本件契約は、業務提供誘引販売取引にも該当する

申立人らと相手方との本件契約では、申立人らがアパレル商品転売という「業務」による利益收受を目的とし、相手方がこれを仲介するとともに、必要なサポートを随時提供するという役務提供がなされている。以上から、本件取引は、特定商取引法51条1項の「業務提供誘引販売取引」に該当する。業務提供誘引販売取引において、クーリング・オフが認められるためには、申立人らが、例えば、店舗や事業専用の場所を構えていない個人であることを要する。自宅の私用パソコンを使って業務を行う本件は、本条の適用対象となる。したがって1と同様、申立人らは、申出期間内に、契約解除を申し出ていることから、クーリング・オフが成立する。

《参考》いわゆる「転売ビジネス」に関する相談件数の推移（東京都内）



## ◆ 同種・類似被害の再発防止に向けて

### 1 事業者に対して求めること

- (1) 消費者保護規定の適用については、勧誘対象者の実態に基づいて判断すること  
仮に契約書面上「事業者」の契約であると明示されていても、勧誘対象者に反復して事業を継続し営業活動を行っている実態がなければ、特定商取引法の適用があることを認識するべきである。
- (2) 販売目的の明示、契約書の交付等、特定商取引法を遵守すること  
SNSにより勧誘目的を告げず来訪させ、契約を誘引することはアポイントメントセールスに該当する。このような場合、特定商取引法の行政処分の対象となることがあるし、同法によって契約の取消しや解除が認められる場合もある。事案が悪質な場合、特に法定書面不交付などについては刑罰の適用の余地があることを事業者は認識する必要がある。
- (3) 勧誘に際し、利益について確実であると断定的な説明をしないこと  
「1日1時間程度で月10万円程度の利益が取れる」といった説明による勧誘は断定的判断の提供として、行政処分の不利益があることを注意すべきである。

### 2 消費者に対して求めること

- (1) SNSでのプライバシー発信の危険性の認識  
SNSで情報発信することは、プライバシーを不特定多数の人にさらすことになる。悪質な誘引、契約をもくろむ事業者のターゲットになりかねず、消費者被害に巻き込まれかねないことを認識しなければならない。
- (2) 契約する場合は、契約書面を良く読むなど慎重に  
若者にとって、インターネットを駆使したサイドビジネスは魅力的に感じるかもしれないが、事業者が示す書面を慎重に確認しないまま、契約してしまわないようにしてもらいたい。

### 3 行政に対して求めること

- (1) 消費者に対する啓発活動、教育の推進  
SNSを利用した個人情報の発信やSNSを通じて知った第三者と直接接触することの危険性については、幼児期から教育して認識させるように努める必要がある。成年年齢が18歳に引き下げられることを踏まえ、高校生の年齢までには、インターネット上での勧誘及び契約リスクについて教育の機会を持つことが必要である。関係部門が連携し、そのような教育システムを構築すべきである。
- (2) 消費生活センターにおける積極的なあっせん情報発信  
消費生活センターでは、事業者側が「事業者として契約したものだ」と消費者法の適用を否定したとしても、実態に即した処理を行い、積極的に消費者保護に取り組む必要がある。また、注意喚起の情報発信や消費生活センターの電話番号「消費者ホットライン188」の周知を期待する。

## ★ 困ったときにはまず相談を！！

おかしいと思ったら、最寄りの消費生活センターにご相談ください。