

ロードサービスの契約に係る紛争案件

報 告 書

(東京都消費者被害救済委員会)

令和6年8月

東京都生活文化スポーツ局

はしがき

東京都は、6つの消費者の権利のひとつとして、「消費生活において、事業者によって不当に受けた被害から、公正かつ速やかに救済される権利」を東京都消費生活条例に掲げています。

この権利の実現をめざして、東京都は、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、知事の附属機関として東京都消費者被害救済委員会（以下「委員会」という。）を設置しています。

知事は都内の消費生活センター等の相談機関に寄せられた相談のうち、委員会による処理が必要であると判断した案件を委員会に付託します。

委員会は、付託された案件について、あっせんや調停により紛争の具体的な解決を図り、個別の消費者の被害を救済するとともに、解決に当たっての考え方や判断を示します。

この紛争を解決するに当たっての委員会の考え方や判断、処理内容等は、東京都消費生活条例に基づき、広く都民の方々や関係者にお知らせし、同種あるいは類似の紛争の解決や未然防止に御活用いただいております。

本書は、令和6年1月5日に知事が委員会へ紛争処理を付託した「ロードサービスの契約に係る紛争」について、令和6年8月29日に委員会から、審議の経過と結果について知事へ報告されたものを、関係機関の参考に供するために発行したものです。

消費者被害の救済と被害の未然防止のために、広く御活用いただければ幸いです。

令和6年8月

東京都生活文化スポーツ局

目 次

第 1	紛争案件の当事者	1
第 2	紛争案件の概要	1
第 3	委員会による処理開始と当事者の主張	
1	申立人の主張	1
2	相手方への協力要請	4
第 4	委員会の処理結果	5
第 5	報告に当たってのコメント	
1	あっせん案の考え方について	6
2	同種・類似被害の再発防止に向けて	18
■	資 料	
1	相手方への協力要請経緯及び結果	27
2	処理経過	28
3	東京都消費者被害救済委員会委員名簿	29

第1 紛争案件の当事者

申立人（消費者） 1名 20歳代 男性
相手方（事業者） 1社 ロードサービス事業者

第2 紛争案件の概要

申立人の主張による紛争案件の概要は、次のとおりである。

自動車を車庫から出そうとしたところ後輪がロックして動かなくなった。インターネットでロードサービスを検索し、「2,480 円～」と広告に表示されていた番号に電話をしたところ、担当者を向かわせると言われた。事業者は到着すると自動車の状況を確認し、「整備工場に出す必要がある。」と言い、「このまま路上に車を出していると警察に車両を移動させられる可能性があるので、すぐに対応しないといけない。」とせかされた。その後、「整備工場に依頼した。これからレッカー車がくる。」と言われ、契約書面への記入を促され、支払は 14 万円と言われた。作業内容や代金の内訳について説明はなかったが、修理代が含まれているものだと思ってデビットカードで 14 万円を支払った。しばらくして、レッカー車が到着し、自動車を整備工場に運ぶと、事業者は帰っていった。しかし、整備工場で整備士に自動車を見てもらったところ、原因について「サイドブレーキじゃないですか。」、「直っていますよ。」と言われ、修理の必要はなかった。その後、自分で運転して帰った。

レッカー移動だけで 14 万円支払ったと分かり、翌日、消費生活センターに相談し、クーリング・オフ通知をメールで送信したが、応じてもらえない。

第3 委員会による処理開始と当事者の主張

本件は、令和6年1月5日、東京都知事から東京都消費者被害救済委員会に付託され、同日、同委員会会長より、その処理が、あっせん・調停第二部会（以下「部会」という。）に委ねられた。

部会における事情聴取等における当事者の主張は、次のとおりである。

1 申立人の主張

- (1) 数年前に自動車の運転免許を取得した。頻繁に運転していた時期もあったが、相手方と契約をした令和5年5月当時は、2週間に1回程度の運転頻度であった。
- (2) 一般的な前輪駆動のオートマチック車（以下「本件車両」という。）を自分名義で所有している。古い型式の自動車であり、サイドブレーキは足で踏むタイプではなく、ハンドブレーキのタイプである。車庫は自宅の半地下にあるため、入口部分のスロープに急な勾配があるほか、車庫自体に傾斜がついている。車庫の構造が特殊なため、坂道発進の要領でサイドブレーキを使いながら出入庫の運転操作をする必要がある。
- (3) 令和5年5月中旬、友人と本件車両で出かける約束をしていた。免許を取得したばかりの友人が本件車両を運転したいと望んだため、出庫から運転を友人に任せることにした。友人は、ハンドブレーキのタイプのサイドブレーキの扱いに慣れていなかったらしく、本件車両を発進させたときになかなかスロープを上げられなかった。タイヤの下で何

かを踏んだようなパキンという破裂音がした後、左後輪からギーという異音がして、左後輪がロックされたような状態になった。左後輪を引きずりながら、本件車両を車庫から出し、公道に停車させた。

- (4) 最初にパンクを疑い、タイヤを触ったが、タイヤに異常はなかった。
- (5) 次に、サイドブレーキを引いた状態で発進したのではと疑い、友人に、サイドブレーキを下げたかと聞いたところ、彼は下げていたと言った。自分でも試してみようとサイドブレーキを下ろして運転してみたが、やはり左後輪が固まっていて、回らなくなっている状態（以下「本件車両の不具合」という。）であることを確認した。古い型式の自動車なのでこれは故障ではないかと思った。
- (6) 加入している自動車保険にロードサービスが付帯されているため、保険会社に連絡したところ、交通事故時などの対応は保険の適用があるが、自宅での自動車トラブルは適用外と言われた。また、JAF¹には入会していなかった。
- (7) 修理を依頼したいと思い、スマートフォンで「車 修理 動かない」と検索して、インターネット上の修理業者を調べた。検索結果の上位にあったインターネット広告（以下「本件広告表示」という。）のトップページに、「すぐに駆けつけます」、「基本料金 2,480 円～」という表示があったので、作業料金については、簡単な修理の場合は、2,480 円ぐらいで済むかなと思った。本件車両の不具合がどの程度の故障なのか分からなかったが、高くても数万円程度かなと思った。このときに一番見ていたのがトップページの「2,480 円」の表示だったので、広告の後ろの方までスマートフォンの画面をスクロールして見ておらず、最後の方に小さな字で「基本料金のみの作業はございません」と書いてあることは知らなかった。作業内容については、広告を見ただけでは具体的なことは分からず、その場で直してもらうこともできるかもしれないが、難しければ修理工場のほうに搬送してもらう可能性も出てくるだろうとも思った。
- (8) 本件広告表示にあったフリーダイヤルに電話すると、広告表示先（相手方の屋号とは異なる名称）につながった。故障している可能性があるので見てほしいと伝え、本件車両の状況として、後輪が固まっていることとタイヤから破裂音のような音を聞いたことも説明した。相手からは、作業の内容や料金の説明は一切なかったが、自分からも質問はしなかった。本件車両の状況が分からず、見てもらった後でないと判断できないだろうと思ったからである。担当からかけ直しますということだけ言われた。
- (9) 数分後、男性から折り返しの電話があった。男性は、「お車の件で電話をしました。」と言い、事業者名や名前を名乗らなかった。本件車両の状況について聞かれたので、本件車両の不具合のほかタイヤから破裂音のような音を聞いたことを説明したが、このときも作業内容の話や代金の話は一切されなかった。住所を伝えると、「30 分から 1 時間後に到着する。」と言われた。
- (10) 約 1 時間後、「到着しました。」と電話があった。担当者は一人で車で来た。担当者は、相手方の事業者名と自分の名前を名乗った。本件広告表示の屋号とは異なる名称だったが、そのときは焦っていたのもあって気付かなかった。
- (11) 担当者が本件車両を見たときに、「あれ、パンクじゃないの。」と言ったので、パンクではなく、「後輪が固まってしまっている。」と担当者に説明した。担当者は本件車両の状況を外側から確認した後、車に乗ってサイドブレーキを激しく上下に動かしたり、

¹ 一般社団法人日本自動車連盟（以下「JAF」という。）。

アクセルやブレーキを踏んだりして点検していた。点検時間は5分から10分程度だった。

- (12) 担当者は、点検の後、「これは整備工場に出す必要があります。」「修理には12万ほどかかる。」と修理が必要であるというようなことを言っていたが、故障の原因について説明はなかった。見積書は渡されていない。何の代金かについての説明はなかった。レッカー車と整備工場の手配をされると言われたが、整備工場で何をするかといった説明は受けていない。そのときは、本件車両は故障してしまったという認識になっていたため、整備工場に持ち込んで修理をお願いし、レッカー移動も仕方ないと思い了解した。
- (13) 担当者は、「このまま路上に放置していたら警察に車両を移動させられる可能性もあるから今すぐ対応しないとイケない。」と言った。自宅前の公道は、少なくとも自動車がすれ違うことができる程度の道幅がある上、ほとんど自動車が通らない。普段から本件車両を一時的に停車していたとしても、あまり問題はないとの認識であったし、そのときもほとんど自動車が通らなかったが、焦っていたこともあり、担当者が言ったことをうのみにしてしまった。
- (14) レッカー車と整備工場の手配を了承した後、担当者から家の中で待つように言われた。家の中で待っている間に、担当者はレッカー車や整備工場の手配をしていたようだった。その後、「整備工場に依頼をしました。」「今からレッカー車が向かっています。」という説明を受けた。この時点では、まだ契約書や見積書は渡されていなかった。
- (15) その1時間半後、自宅前で待機していた担当者と呼ばれて玄関に出たところ、「支払は14万になります。」と言われ、契約書を渡された。12万円ほどかかると言われていたが、手配した際に修理代など全部含めて最終的に14万円になったという認識だった。このとき、契約書面の各作業項目など代金の内訳やクーリング・オフについての説明は一切なかった。

＜申立人の契約書面記載内容(抜粋)＞			ゴシック体：書面に印字されていた部分 明朝体：手書きされていた部分
基本料金+搬送料金	ご参考価格(税込)	税込金額	
出動料金	1台 ¥28,000(税込)	¥28,000	
空車回送料金 出動場所～案件発生場所 60 km	¥200/km(税込)	¥12,000	
搬送料金 案件発生場所～車両搬送先 5.5 km	¥800/km(税込)	¥4,400	
小計①(基本料金+搬送料金)		¥44,400	
追加作業記入欄		税込金額	
積み降ろし作業費用		¥25,000	
ウィンチ引き上げ作業費用		¥12,300	
緊急対応費用(30min ¥9,800) 車輛点検		¥29,400	
道路上危険作業費用		¥15,600	
人員増員1名(交通整理含む)		¥8,000	
(調整金 ¥780)		¥2,480	
カード(決)			
小計②(追加作業など)		¥95,600	
合計(①+②)税込 ※記入必須です		¥140,000	

- (16) 契約書に住所や氏名等を記入した後、担当者のスマートフォン上の決済サイトでデビットカード番号を入力し、14万円を支払った。
- (17) その30分後、家の中で待っていたところ、レッカー車の作業の音に気付いて外に出ると、本件車両がレッカー車に積まれようとしているところだった。「もうやっているじゃん。」と友人と話して、すぐにスマートフォンで動画を撮影した²³が、担当者に「撮影はやめてください。」と言われたので撮影を止めた。この時は気付かなかったが、後から動画を見て、本件車両の後輪は動いていたことに気付いた⁴。
- (18) レッカー車のドライバーは、一人で来ていて、事業者名や担当者名は名乗らなかった。作業後、レッカー車の助手席に乗って整備工場に同行するよう求められた。一人しか乗れないとのことだったので、自分が同行することとなった。この時点で相手方の担当者は帰っていった。
- (19) 整備工場に到着後、レッカー車の担当者は、整備工場の担当者に「お願いします。」と言って、本件車両を駐車場に駐車させ、すぐ帰ってしまった。整備工場の担当者への説明は済んでいると思っていたが、そうではなかったらしく、本件車両の状況について、整備工場の担当者から説明を求められた。
- (20) 状況を説明すると、整備工場の整備士から、原因について「サイドブレーキじゃないですか。」と言われ、本件車両を点検した後、「直っていますよ。」と言われた。整備士に契約書を見せたところ、「えぐいなー。」と驚き、これはひどい内容だという反応をして、本件車両の不具合は修理の必要はなかったことや、契約の実態はレッカーの移動だけで14万円を請求されたものであったことを教えてくれた。修理する必要はなく本件車両が動くと分かっていたら契約をしていなかったと思った。整備工場では修理もしていないし、費用も請求されていない。その後、自分で本件車両を運転して自宅に戻った。
- (21) 翌日、家族に勧められて消費生活センターに相談し、契約書面を受領した日の翌日とその4日後に、相手方にクーリング・オフ通知をメールで送信した。全額返金してほしい。

2 相手方への協力要請

部会は、相手方に対し、本件の事実関係を明らかにするため、事情聴取を行う部会への出席や本件に関する資料の提出等を求めたが、相手方はいずれも応じなかった。

また、あっせん案についての意見交換を行う部会への出席を求めたが、相手方は欠席した。

(1) 事情聴取への出席要請（第2回部会 令和6年3月6日）（第3回部会 同年4月2日）、書面による質問事項への回答要請

部会は、相手方に対し、事情聴取のための第2回部会への出席を要請し、相手方も承

² 部会は申立人から撮影した動画の提出を受け、内容を確認したところ、本件車両を積んだ車両は、故障車等の前輪又は後輪を吊り上げてけん引するタイプではなく、故障車等を積載して運ぶタイプだった。本報告書では、①申立人がレッカー車と説明していること、②相手方から事情聴取等の協力が得られず事実関係を明らかにすることができなかったことから本件車両を積んだ車両を「レッカー車」として説明する。

³ 動画を確認したところ、レッカー車に載せられる際に本件車両の後輪が動いている様子が記録されていた。

⁴ 部会において、申立人は、本件の契約時やレッカーで本件車両を搬送された際には、後輪が動いていることに気付いておらず、事後に録画した動画を見たときに後輪が動いていたことに気付いたと説明した。

諾した。しかし、相手方は、当日、部会に向かっている途中で車が故障し事故を起こしたため日程を変更してほしいと申立て、欠席した。

そこで、部会は、相手方の日程変更の希望に応じることとし、相手方と調整の上、再度日程を設けることとした。部会は、相手方に対し、事情聴取のための第3回部会への出席を再要請し、相手方も承諾した。しかし、相手方は、当日、緊急の作業依頼が入ったため再度日程を変更してほしいと申立て、再度部会を欠席した。

部会は、再度の日程変更の希望には応じられないが、本件に関する事実関係を明らかにするため、事情聴取に代える手続として、相手方に対し、書面による質問事項を送付し回答するよう要請した。しかし、これに対する相手方からの反応はなかったため、再三にわたり回答するよう促したが一切応じなかった。

(2) 本件に関する資料の提出要請

部会は、前記(1)の事情聴取への出席要請と併せて、相手方に本件に関連する資料の提出を要請したが、相手方からの反応はなかった。再三にわたり提出するよう促したが提出されなかった。

(3) あっせん案についての意見交換への出席要請（第5回部会 令和6年5月28日）

その後、部会は、相手方に対し、あっせん案についての意見交換のための第5回部会への出席を要請し、相手方も承諾した。しかし、相手方は、当日、体調不良を申立て、部会を欠席した（相手方への協力要請経緯及び結果の詳細は資料1のとおり。）。

第4 委員会の処理結果

部会は、令和6年1月31日から同年6月24日までの6回にわたって開催された（処理経過は資料2のとおり。）。

前述のとおり、相手方は部会での事情聴取、関係資料及び事情聴取の機会に代えた質問回答票の提出など、部会の協力要請に一切応じなかった。そのため、部会は、申立人の主張及び提出資料等により確認した事実に基づき、あっせん案を作成した。

部会が、当該あっせん案を当事者双方に提示したところ、双方が受諾し、紛争は、あっせんの成立により解決した。

合意書の内容は、次のとおりである。

【合意書の内容】

申立人と相手方が令和5年5月〇日に締結した契約（以下「本件契約」という。）について、以下のとおり合意する。

- 1 相手方は、本件契約が、令和5年5月〇日及び〇日通知の申立人による申出により、特定商取引に関する法律第9条に基づき解除（クーリング・オフ）されたことを認め、申立人が相手方に対し、本件契約の代金として支払った140,000円を申立人に対し返還する義務があることを認める。
- 2 相手方は、上記1の返還すべき金員140,000円を、申立人の指定する銀行口座に令和6年〇月〇日までに、全額を一括で振り込む方法により支払う。なお、振込手数料は、相手方の負担とする。
- 3 申立人と相手方は、本件契約に関して、本あっせん条項に定めるほか、何ら債権・債務のないことを相互に確認する。

第5 報告に当たってのコメント

1 あっせん案の考え方について

本件は、申立人が、本件車両の不具合のため、インターネットでロードサービス提供事業者を検索し、「2,480 円～」にてロードサービスを提供する旨の広告表示先に電話をかけ、本件車両の不具合への対応を要請したところ、相手方から折り返しの連絡があり、現地に臨場した相手方とロードサービス契約を締結した（以下「本件契約」という。）ものの、後日、特定商取引に関する法律（以下「特定商取引法」という。）第9条に基づきクーリング・オフ通知を発し、相手方に対して全額の返金を求めた事案である。

本件の解決に最も直結する問題点として、特定商取引法に関する①適用除外の問題、②クーリング・オフに関する問題を検討する。その上で③不当景品類及び不当表示防止法（以下「景品表示法」という。）に関する問題、④特定商取引法に関するその他の問題、⑤消費者契約法に関する問題、⑥民法に関する問題を順次検討する。

(1) 訪問販売の該当性

特定商取引法第2条第1項第1号によれば、訪問販売とは、「役務の提供の事業を営む者（以下「役務提供事業者」という。）が営業所、代理店その他の主務省令で定める場所（以下「営業所等」という。）以外の場所において（略）役務を有償で提供する契約（以下「役務提供契約」という。）の申込みを受け、若しくは契約を締結して行う（略）役務の提供」とされている。営業所等とは、通常の店舗とみなし得る場所以外の場所を指す。

本件は、相手方が申立人の自宅まで赴いた上で、申立人が、当該自宅又は自宅前の路上において、本件車両の不具合を説明して対応を求めたことを受けて、相手方がサービスを提供している。

以上から、営業所等以外の場所（自宅又は自宅前の路上）で契約の申込みを受け（申立人が本件車両の不具合を説明して対応を求めた）、若しくは契約（ロードサービス契約）を締結して行う役務の提供を行っていると言えるから、訪問販売に該当する。

(2) 訪問販売の適用除外の該当性

ア 問題の所在

本件契約は、申立人が本件車両の不具合について対応を依頼するため、本件広告表示を見て、電話をしたことを受けて、相手方が申立人の自宅を訪問した。

この点、特定商取引法第26条第6項第1号では、「その住居において売買契約若しくは役務提供契約の申込みをし又は売買契約若しくは役務提供契約を締結することを請求した者に対して行う訪問販売」は、同法第4条から第10条までの規定を適用しない旨を規定している。

そこで、同法第9条に基づくクーリング・オフの適否を検討するために、本件における事実関係を適用した場合に、上記適用除外に該当する訪問販売に当たると言えるかが問題となる。

イ 「役務提供契約の申込みをし」又は「役務提供契約を締結することを請求し」た者

(7) 特定商取引法第26条第6項第1号の解釈について⁵

同法第26条第6項第1号で規定する「役務提供契約の申込みをし」又は「役務提供契約を締結することを請求し」た者とは、役務の提供を受ける者（本件で言えば申立人）が「契約の申込み」又は「契約の締結」を明確に表示した場合が該当する。

本件契約においては、契約内容の詳細が確定していることを要しないが、契約の申込み又は締結をする意思をあらかじめ有し、その住居において当該契約の申込み又は締結を行いたい旨の明確な意思表示をした場合に、「請求した者」に該当する。

(イ) 本件事実関係

本件手続上明らかな資料等を前提とすると、申立人が相手方への電話をする前に見たという本件広告表示は、基本料金として「2,480 円～」という金額は表示されていた。

当該広告表示における屋号は相手方の屋号とは異なるものの、広告に表示されているフリーダイヤルに電話をすると受付が受信対応し、その後相手方から折り返しの電話がなされて出動要請に至っていることから、相手方が利用している広告表示であると言える。

しかしながら、本件広告表示上、料金表や作業内容、総額が認識できる表示は見当たらない。

この点、申立人によれば、①申立人が見た広告表示はもちろんのこと、その後②申立人が広告記載の連絡先に電話をしたとき、③申立人が担当者から電話を受けたときのいずれの時点においても、本件車両の不具合の作業内容・代金は全く示されなかったという。

そして、上記②から③までの過程において、本件車両の不具合に関する作業内容・代金に関する説明がなかったとの点は、申立人の供述のみでこれを裏付ける客観的な証拠はない。しかし、本件車両の不具合のような車両の故障の場合、一般的には、現地で車両の状態を見なければ、必要とされる適切な対応方法（修理の要否、方法、程度など）を特定し、あらかじめ作業内容を確定することが困難であると思われる。そのため、少なくとも、②や③のように現場に臨場する前の段階で、車両の具体的な不具合に応じた個別具体的な作業内容及び金額を明らかにすることが困難と考えるのが合理的であるから、申立人の供述には一定の信用性がある。他方、本件手続上明らかな資料等を前提にすると、申立人の供述に相反する資料はない。

以上のことから、申立人は、①申立人が見た広告、②申立人が電話をしたとき、③申立人が相手方から電話を受けたときのいずれの時点においても、作業内容・代金は示されておらず、相手方が現地に臨場するまでの間は、具体的な作業内容はもちろんのこと、代金についても広告表示上の「2,480 円～」との限度で想定し得る程度の金額しか把握していなかったものと考えられる。

これに対して、本件事案における実際の請求額（相手方が申立人の自宅又は自宅前路上で提示した金額）は14万円であった。

⁵ 「令和3年版 特定商取引に関する法律の解説」消費者庁取引対策課＝経済産業省商務・サービスグループ消費経済企画室編（商事法務）、237頁参照。

(ウ) 本件の適用除外の該当性

「その住居において・・・役務提供契約の申込みをし又は・・・役務提供契約を締結することを請求した」とは、遅くとも、相手方から折り返しの電話を受けて対応を依頼したときを言うと考えられる。

この点、申立人は、相手方に対して支払う役務提供代金について、広告表示上の「2,480 円～」を前提に来訪を要請していたが、実際の請求額との間には相当な開きがあった。

そもそも、消費者が自宅での契約締結を要請した場合が適用除外とされているのは、消費者があらかじめ契約を締結する意思を有した上で自宅への来訪を要請している以上、不意打ち的な取引にはならないと考えられるからである。この点、役務提供事業者等が広告等で安価な料金のみを表示しており、これに基づいて消費者が訪問を依頼したにもかかわらず、広告等での表示額と実際の請求額に相当の開きがあったような場合、来訪を要請した段階においては、消費者は広告等で表示されていた安価な料金で契約を締結する程度のみを有しておらず、実際の請求額ほど高額な価格での契約を締結する意思を有していなかったと言える。すなわち、消費者が来訪を要請した時点において、具体的な作業内容及び作業代金を説明されない場合、消費者は、その時点では、実際の請求額による契約を締結するかどうかの意思決定をすることができなかったと言える。したがって、結果的に実際の請求額について新たにその場での即時の判断が求められることになるから、実際の請求額が、消費者が事前に知り得た金額をはるかに上回る金額による請求であった場合には、不意打ち的な取引がなされたものというべきである。以上より、実際に請求された金額で契約の申込み又は締結を行いたい旨の明確な意思表示をしたと言えないような場合には、当該消費者は「請求した者」には該当せず、適用除外に当たらないと考えられる。

なお、本件広告表示にあるように「2,480 円～」として、一見すると「～」の表示によって 2,480 円を上回る金額が請求される余地がある表示がなされていたとしても、本件広告表示のような安価な役務提供がなされることを強調した広告表示がなされる一方で、かかる表示を打ち消すに足りるだけの明瞭な表示がなされていなかったことからすれば、「2,480 円～」の記載から想定できる金額の範囲は相当程度限定されるものと言わざるを得ない。

したがって、申立人は、実際に請求された高額な請求額で契約を締結する意思は有していなかったものと言うべきである。

以上より、申立人は、契約の申込み又は締結を行いたい旨の明確な意思表示をしたとは言えないから、「役務提供契約の申込みをし」又は「役務提供契約を締結することを請求し」た者とは言えず、適用除外の対象とはならないと考えられる⁶。したがって、本件契約は、特定商取引法第 4 条から第 10 条までの規定の適用を受ける。

⁶ 「訪問販売等の適用除外に関する Q & A」 Q 2、Q 3 参照（消費者庁 特定商取引法ガイド）
<https://www.no-trouble.caa.go.jp/qa/exclusion.html>

(3) クーリング・オフについて

ア クーリング・オフの該当性について

以上より、本件契約は特定商取引法の訪問販売に該当するため、同法第9条のクーリング・オフの規定の適用を受ける。

本件では、申立人が契約書面⁷を受領した翌日に1度目のクーリング・オフ通知書をメールで送信したが、記入漏れがあったことからその4日後に再送している（メールの送信状況は部会で確認済み）。そしていずれの日であっても、契約書面を受領した日から8日以内にメールにより通知していることから、クーリング・オフが成立している。

イ クーリング・オフが成立したときの効果

(7) 返還金額

申立人は相手方にデビットカードにより14万円を支払っているため、相手方は特定商取引法第9条第6項に基づき、申立人に対し速やかに返還する義務を負う。

(4) 既履行の役務の提供の対価及び違約金等について

本件では、相手方が申立人の自宅まで臨場し、本件車両の不具合の状況を確認した上で、整備工場へ搬送するためのレッカー移動の手配をするなど既に一定の役務を提供しているが、特定商取引法第9条第5項により当該役務の対価を請求することはできず、また、同条第3項によりクーリング・オフに伴う損害賠償又は違約金の支払を請求することもできない。

(4) その他の問題点

ア 景品表示法について

景品表示法第5条第2号は、事業者に対し、「自己の供給する商品又は役務の価格その他の取引条件について、実際のものよりも取引の相手方に著しく有利であると一般消費者に誤認される表示であって、不当に顧客を誘引し、一般消費者による自主的かつ合理的な選択を阻害するおそれがある表示」（有利誤認表示）を禁止している。

申立人によれば、本件広告表示には、トップページに「2,480円～」との記載があり、あたかも安い料金でロードサービスが提供されるかのような表示がなされていたとのことであった。

本件広告表示は令和5年9月頃には閲覧ができない状態となっていたため、これを再現⁸したものを当部会で確認したところ、そのトップページ冒頭で「車のトラブルおまかせください」「〇〇が即解決!」とした上で「Web限定73%OFF」と表示して「基

⁷ 後述するとおり、申立人が相手方から受領した契約書面には一部記載の不備があり、法定記載事項を遵守していないといえるから、クーリング・オフ期間進行の起算点となる特定商取引法第5条の書面を受領していないと考えられる。その場合には、そもそもクーリング・オフ期間が進行していないこととなるので、8日間経過後であってもクーリング・オフを申し出ることは可能である。しかしながら、本件では不備の如何に関わらず、申立人が速やかにクーリング・オフを行使していることから、本件事案に限っていえば、この点を指摘する実益はあまりない。

⁸ 本件広告表示のページのURLを申立人が記録していたため、インターネット資料のアーカイブから再現したもの。部会において、契約当時に申立人が見たものであることを確認した。

本料金 9,256 円」とある金額部分だけを抹消線で削除した上で「2,480 円～（税込）」との記載がなされていた。また、そのすぐ下、サイトのトップページの中央に「Web 限定努力の 73%OFF」とした上で、「WEB からのお申し込みの方限定！」として、金額部分については、上記と同様の表示がなされており、役務提供代金が「2,480 円～」から提供されているかのように記載されている（他の費用の表示はなされていない。）。さらに、ページをスクロールしていくと、料金プランとある部分でも「バッテリー上がり」「故障車けん引」「パンク」「燃料切れ」「雪トラブル」と項目があり、いずれもその対価について「基本料金 9,256 円 ▶ 2,480 円～（税込）」のみが表示されており、その他の費用は掲載されていないことから、やはりこれらの役務提供代金も 2,480 円から提供されているかのように記載されている。

ところが、ページをさらに複数回スクロールさせた先には「基本料金＋作業料金＋材料費」との記載とともに、微細な文字で「※基本料金のみの作業はございません」との表示が記されている。かかる表示は、そこに至るまでの間は全く表れておらず、むしろ、当該表示に至るまでの間は、基本料金のことだけが、他の表示よりもサイズの大きな文字や太字のフォントを用いて繰り返し強調されてきていた。そして、スクロールした先に至って初めて、相手方に支払う費用が基本料金だけでは完結しないことが表示されているのである。しかし、ここでも、作業料金や材料費の具体的な金額は全く示されていない。

<本件広告表示の内容(抜粋)⁹>

【トップページの表記】

Web 限定努力の 73%OFF

基本料金 9,256 円 ▶ WEB からお申し込みの方限定 2,480 円（税込）～

【トップページから 1 回程度スクロールした先のページの表記】

料金プラン

バッテリー上がり	昼間、一般道での応急指導作業 基本料金 9,256 円 ▶ 2,480 円（税込）～
故障車けん引	昼間、一般道での故障けん引 基本料金 9,256 円 ▶ 2,480 円（税込）～
パンク	夜間、一般道でのスペアタイヤとの交換 基本料金 9,256 円 ▶ 2,480 円（税込）～
燃料切れ	昼間、高速道路での燃料切れ給油作業 基本料金 9,256 円 ▶ 2,480 円（税込）～
雪トラブル	雪でタイヤが取られ動かない。車けん引き 基本料金 9,256 円 ▶ 2,480 円（税込）～

【トップページから複数回スクロールした先のページの表記】

必ず作業前に作業内容とお見積もりを提示させていただきます。

基本料金 + 作業料金 + 材料費

※基本料金のみの作業はございません

⁹ 本件広告表示の原文のまま引用。

さらに、申立人に交付した契約書面¹⁰を見ると、「基本料金+搬送料金」とされているにもかかわらず、「基本料金」の金額を表示する欄は一切なく（手書きで追記することもできない）、代わりにあらかじめ印刷された文字で「出動料金」「1台¥28,000（税込）」「空車回送料金」「¥200/km（税込）」「搬送料金」「¥800/km（税込）」とされた上で、その直下に「小計①（基本料金+搬送料金）」を表示する欄が設けられ、上記三つの項目を合計する仕様となっている。なお、印刷されている金額はいずれも契約書上は参考価格として表示されているが、出動料金だけでも28,000円となることから、基本料金の金額をはるかに上回った金額になる（なお、割引前の基本料金を前提としても同様の指摘ができる。）。加えて「小計②（追加作業など）」に対応した内訳に記載されている役務はいずれも広告に記載のない項目であり、料金もこれに対応するものは広告でも一切表示されていなかった。

また、実際に申立人が請求された金額は、14万円であったことは既に指摘したとおりである。

以上を踏まえると、広告においても基本料金だけの作業が存在しないことが明かされているとはいえ、トップページから複数回スクロールした先にある表示であり、基本料金の表示と比べても、また、それ単体として見た場合にも分かりにくい表示である上、本件広告表示からすれば「2,480円～」（なお、割引前の金額は「9,256円」）が太字で大きく繰り返し強調されていることからすれば、広告ではあたかも、安価な「2,480円」から役務を提供するかのように価格を見せかけていると言わざるを得ない。

しかし、実際は、申立人に交付した契約書面の記載事項からも明らかとなっており、2,480円はおろか9,256円であっても、その金額では役務提供がなされることはおよそあり得ない料金体系となっている。さらに言えば、実際の請求額も14万円と本件広告表示上の表示額から相当程度かい離れた金額となっている。

この点、本手続においては、相手方からの事情聴取ができなかったため、相手方が本件広告表示の表示内容の決定に関与していたかどうかは不明である。仮に、相手方が本件広告表示の内容の決定に関与していた場合には、本件広告表示における表示は、役務の取引の価格その他の取引条件について、実際のものよりも著しく有利であると一般消費者に誤認される表示であって、不当に顧客を誘引し、一般消費者による自主的かつ合理的な選択を阻害するおそれがあると認められることから、有利誤認表示として景品表示法第5条第2号に違反する可能性がある。

イ 特定商取引法上の問題点

(7) 書面不備（特定商取引法第4条、第5条）

本件において申立人が交付を受けた契約書面では、以下に指摘するような複数の不備がある。こうした不備は、特定商取引法が、消費者が契約内容を理解できるようにするために法定記載事項を定めその遵守を求めた趣旨を没却するものである。特定商取引法第5条第1項所定の書面は、消費者がこれを受領した日をもってクーリング・オフ期間の起算点としても機能するものであるが、本件のような不備書面を受領したとしてもクーリング・オフ期間の起算点とする前提を欠いていると言わざるを得ず、クーリング・オフ期間は進行しないと指摘できる。

¹⁰ 本報告書3頁、契約書面抜粋参照。

a 役務の種類

役務における「種類」とは、役務が特定できる事項をいうが、申立人が相手方から受領した契約書面では、本件における追加作業について「（調整金 ¥780）」という記載が含まれている。しかし、かかる記載だけでは、どのような役務に該当するのかが全く不明であるから記載に不備があるというべきである（同法第4条第1項第1号、通達¹¹第2節3(2)(i)）。

b 役務の対価

「（調整金 ¥780）」と称する役務の税込金額を「2,480 円」と記載している点の算出根拠が不明である。また、各追加作業の税込金額と追加作業の合計額が一致しておらず、記載に不備があると言ふべきである（同法第4条第1項第2号）。

c 支払の方法

申立人は、実際にはデビットカードで決済を行ったが、契約書面では「カード決」とあるだけで、クレジットカードによるものか、デビットカードによるものが判然としない。しかし、デビットカードとクレジットカード決済は異なる支払方法であるから、判別できるように記載する必要がある。したがって、両者の区別が判別できない記載には不備がある（同法第4条第1項第3号、通達第2節3(2)(ii)）。

d 契約の解除に関する事項

クーリング・オフの行使方法について、電磁的記録（メール）によってもできる旨の記載が一部欠けており、記載内容に不備がある（同法第4条第1項第5号、省令¹²第7条第1項）。

e 契約締結の年月日

本件の契約書面には、（作業完了日の記載はあるが）契約日の記載がなされておらず記載に不備がある（同法第4条第1項第6号、省令第5条第3号）。

f 書面の内容を十分に読むべき旨の記載

書面の内容を十分に読むべき旨を赤字の中に赤字で記載しなければならないがその記載がなく、記載には不備がある（同法第5条第1項、省令第6条第2項）。

(イ) 不実告知（特定商取引法第6条第1項）

特定商取引法第6条第1項は、役務提供事業者が、訪問販売に係る役務提供契約の締結について勧誘をするに際し、同法第1項所定の事項について不実のことを告げる行為をしてはならないと規定している。ここにいう同法第1項所定の事項には、役務の内容等に関する事項（同項第1号）や顧客が当該役務提供契約の締結を必要とする事情に関する事項（同項第6号）などがある。

本件は、後に消費者契約法の指摘において詳述するとおり、レッカー移動をする前には既に本件車両の不具合が解消されていたにもかかわらず、相手方が「整備工場に出す必要がある。」等と告げていると考えられることから、役務の内容等に関

¹¹ 「特定商取引に関する法律等の施行について」（通達）（令和5年4月21日 各経済産業局長及び内閣府沖縄総合事務局長宛て 消費者庁次長・経済産業省大臣官房商務・サービス審議官）。

¹² 「特定商取引に関する法律施行規則」（昭和51年11月24日 通商産業省令第89号）。

する事項又は顧客が当該役務提供契約の締結を必要とする事情に関する事項について不実のことを告げる行為を行ったと解される。また、本項における不実告知は、客観的に事実と反することを告げていた場合でも該当することから、相手方において本件車両の不具合が解消されていたことを知らずに告げていたのだとしても、不実告知の成立を妨げるものではない。

そして、不実告知は、禁止行為として行政処分の対象となるだけでなく、取消権も付与されていることから、同法に基づく不実告知に基づいて本件契約を取り消すことができる。

(ウ) 迷惑勧誘（第7条第1項第5号、省令第18条第1号）

迷惑を覚えさせるような仕方で勧誘する行為は特定商取引法第7条第1項第5号及び省令第18条第1号により業務改善の指示の対象となる。

申立人によると、相手方から本件契約の勧誘に際し、「このまま路上に放置していたら警察に車両を移動させられる可能性もあるから今すぐ対応しないといけない」と説明されたとのことである。この点、相手方が作成した契約書上も（本件現場においてその項目が本当に必要だったのかどうか、との点は置いておくとしても）道路上危険作業費用が計上されていることから、相手方がこうした発言をした可能性も否定はできないところ、仮にこうした発言をしていた場合、現場が住宅地の車通りの多くない道路¹³とのことであることも踏まえると、このような「せかす行為」は迷惑勧誘に当たる可能性がある。

ウ 消費者契約法上の問題点

(ア) 事業者の努力義務（第3条第1項第2号）

消費者契約法第3条第1項第2号は、事業者に対して、契約について勧誘をするに際しては、消費者の理解を深めるために、個々の消費者の年齢、心身の状態、知識及び経験を総合的に考慮した上で消費者契約の内容についての必要な情報を提供しよう努力義務を課している。

本件広告表示では、複数回スクロールをした先において初めて、基本料金のみの作業がない旨が微細な文字で記載されており、かつ、その文字のすぐ近くに「基本料金+作業料金+材料費」と記載がされている。

他方で、既に指摘したとおり、本件広告表示のトップページ及びそれに続く内容ではいずれも基本料金のことが強調されているのみで、それ以外の費用については何らの言及もされていない。

契約代金は、提供する役務の内容と同様に契約の中心的な内容でもあることからすれば（消費者の最も関心を持つ取引条件の一つでもある）、消費者契約の内容についての必要な情報であることは明らかであるところ、もし、作業の費用が基本料金にとどまらないというのであれば、相手方は契約の実態と整合するように説明（表示）すべきであって、本件広告表示に見られるような基本料金に偏向したアンバランスな表示で完結するのではなく、基本料金以外に要する費用（作業費用や材料費等）についても基本料金に関する表示と同等に表示を行うべきであった。

¹³ 道路の状況については、本報告書3頁、第3-1(13)参照。

また、相手方が申立人に提供した役務の内容についても同様の指摘ができる。

契約書面に記載されている役務内容は、「運搬」、「積み込み」、「ウィンチ引き上げ」等とあり、領収書にも「運搬費用として」と記載されていることからすれば、相手方が申立人に提供した主要なサービスはレッカー移動の提供であったことがうかがわれる。

しかしながら、申立人によれば、少なくとも、相手方から「整備工場に出して修理をする必要がある。」と言われ、整備工場で修理をする契約内容だと思って契約をしたとの認識であった。すなわち、申立人は、修理代金が請求額に含まれているものと認識していたものであって、契約書面の記載内容と申立人の認識には食い違いがあったと言える。

この点、本手続上では相手方からの聴取ができなかったために、現実にはいかなる説明内容を行ったかとの点について相手方の言い分は確認できていない。

しかし、申立人は、元々本件車両の不具合を解消してもらう（すなわち車両を修理してもらう）目的で相手方の来訪を求めたことからすれば、相手方に修理を含めた対応を求めていることは明らかである。

そして、相手方が現場に臨場後、本件車両の状態を確認するために本件車両の動作確認を行っていた事実、その後、相手方の判断で手配したレッカー車で整備工場まで搬送されている事実は、相手方の事情聴取を行ってなくても本手続において認定可能な事実と考えられるところ、本件車両の不具合が解消されていないと申立人が認識していた状況下で本件車両を整備工場に搬送することとなったことからすれば、申立人が、相手方との契約内容について整備工場に搬送して修理されることまでが契約内容に含まれているものと思い込み誤解してしまったことはある意味止むを得ないことであったと言える。

しかも、本件事案では、突然の自動車の不具合（後輪がロックして動かない）という申立人が冷静な判断を行うことが困難な状況であったことに加え、相手方においても申立人が抱いていた期待について容易に想定できたはずであることをも考慮すれば、相手方は、申立人が役務提供の内容について誤解をしないよう、役務提供の範囲を明示すべく、相手方が本来提供する役務の内容と整備工場で提供してもらう役務の内容を分別した上で、相手方の作業内容や費用について、分かりやすく丁寧に説明するよう努める義務があったと言える。

なお、申立人によれば、契約書面の追加作業記入欄の各項目などの記載内容についても説明してもらっていなかったとのことである。この点については相手方の事情聴取ができいていないため、事実を認定することは困難であるものの、仮に申立人の供述どおりであったとすれば、やはり上記のような指摘が当てはまることは言うまでもない。

(イ) 本件事案における契約の成立時期等

本件では、次項に指摘する消費者契約法上の取消権の適否を検討する前提として、どの段階で契約が成立したかとの点を念のため検討する必要がある。

この点、相手方が申立人の自宅に臨場した際に、申立人が本件車両の状態を説明し、相手方に対応を求め、相手方がこれに応じて作業を開始していることを踏まえると、相手方が申立人の申出に応じた時点をもってロードサービス契約が成立した

とも考え得る（A説）¹⁴。

しかしながら、申立人の訴える不具合に対して、具体的にどのような役務を提供する必要があるかは、現実に相手方において本件車両の状態を確かめなければ、役務の内容を決めることは困難であるとも考えられる。そうだとすれば、申立人の説明は申込みの誘引であって、相手方は申立人の説明を踏まえ、車両の状態を確認した上で提供する役務及び金額を確定して申立人にこれを提示し（契約の申込み）、申立人が承諾した時点（本件でいえば、申立人が相手方の作成した契約書に署名をした時点）でロードサービス契約が成立したとも考え得るところである（B説）。

さらに、①電話で出動要請に応じて現地に出動し点検作業をする契約、②点検実施後必要な対応を行うことについての契約（本件で言えば、本件車両をレッカー移動する契約）がそれぞれ個別に成立したと考えることもできる（C説）。

いずれの考え方も可能であると考えられるが、一般に、ロードサービス契約を締結するには、消費者が訴える不具合について、事業者が実際の車両の状態を確かめなければ、提供する役務の内容（及びこれに伴う金額）を決めることは困難であるように思われる。そのことからすれば、ロードサービスにおける出動→点検の作業は、契約の内容を確定するための必要不可欠な準備行為と位置付けられると考えられる。この点、本件について言えば、まず本件広告表示で「01 お電話・メールで問合せ▷02 駆けつけ▷03 調査▷04 解決▷05 お支払い」等と表示されていることから分かるように、「駆けつけ」→「調査」を踏まえてトラブル解決に結びつくサービス内容が決定される流れとなっている。したがって、調査が終了した段階で具体的に契約の内容が決定されることを前提とした表示と言える。また、実際にも本件では、調査実施後に金額が確定し（具体的には、相手方が契約書を申立人に示し、申立人の署名を得ている）、その後にレッカー移動をしているから、申立人が契約書に署名をした段階で合意が成立していると考えられる。そうだとすると、契約の成立時期としては、修理の可否の判断を含め、車両の状態を確認した上で役務及び金額を確定してこれを提示し契約内容が決定されるB説によって考えるか、段階を踏まえそれぞれ個別の契約が成立すると考えるC説と考えるのが適当であるようにも思われる。

もっとも、本件でいえば、契約書の体裁等も出動→点検→対応に係る項目が全て一体の契約書にまとめられており、契約ごとに内訳が分類されているわけでもなく、申立人も、契約が一体のものとの前提の下でクーリング・オフを通知している。これらを踏まえると、本件ではC説のように段階ごとに別個独立の契約が成立しているというよりは、出動→点検→対応までの一連の流れが不可分一体で構成された契約であるとするのが当事者の合理的意思表示にも合致するものと思われる。

そこで、以下はかかる理解に基づき、本件における契約の成立時期はB説であることを前提として検討したい。

¹⁴ なお、消費者がコールセンターへ電話をしたことを受けて、相手方から折り返しの電話があった際に、出動要請をしていることからこの時点で契約が成立しているとする考え方もあり得るが、車両の状態を確認しておらず、修理の可否も不明である段階でロードサービス契約が成立したとするのは、契約の実態（特にタイヤ交換やバッテリー上がり対応等と異なる非定型的な修理対応の場合）や当事者の意思とも整合しないようにも思われる。このような場合に契約の成立を認める余地があるとすると、むしろ本文中のC説のような考え方の方がなじむように思われる。

(ウ) 不実告知に基づく取消しの可否

消費者契約法第4条第1項第1号は、事業者が消費者契約の締結について勧誘をするに際し、重要事項について事実と異なることを告げることにより消費者が当該告げられた内容が事実であるとの誤認をし、それによって当該消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示をしたときは、これを取り消すことができるとしている。ここにいう「重要事項」とは、①当該消費者契約の目的となるものの質、用途その他の内容であって、消費者の当該消費者契約を締結するか否かについての判断に通常影響を及ぼすべきもの（第4条第5項第1号）、②当該消費者契約の目的となるものの対価その他の取引条件であって、消費者の当該消費者契約を締結するか否かについての判断に通常影響を及ぼすべきもの（同項第2号）、③当該消費者の生命、身体、財産その他の重要な利益についての損害又は危険を回避するために通常必要であると判断される事情（同項第3号）とされている。

そこで、本件について検討するに、本件車両の不具合は、後輪がロックして動かないというものであったが、部会が、申立人が相手方の役務提供の状況の一部を撮影した動画を確認したところでは、後輪は動いているものと認められた¹⁵。また、申立人によると、搬送先の整備工場の整備士から原因は「サイドブレーキじゃないですか」、「直っていますよ」と言われ、修理が必要のないものだったと言われたと説明しているところ、実際にもその日、整備工場で特段修理等することなく、整備工場からそのまま申立人が本件車両に乗って運転して自宅に帰ってもいる。このことからレッカー移動前には既に本件車両の不具合は解消されており、レッカー移動する必要性はなかったものと考えられる（なお、申立人は、レッカー移動前に既に後輪が動いていたことには気付いていなかったと考えるのが自然である。もしもその段階で申立人が後輪の動きに気が付いていたのであれば、わざわざ本件車両をレッカー移動してまで整備工場に搬送することを依頼するはずもないし、14万円もの費用を払うとは考えにくい。）。

しかるに、申立人によれば、相手方は申立人に対して故障の原因について説明せず、「これは整備工場に出す必要があります。」旨告げたとのことである。この点、相手方からの事情聴取はできなかったとはいえ、実際に本件車両は相手方が手配した整備工場までレッカー車で搬送されている事実からすれば、その前提として、相手方が申立人に対し、レッカー移動をする必要性を説明するために上記発言（あるいはこれに類する発言）をなしたものと考えても何ら不自然なところはない（相手方が申立人の了解を取らずに勝手に整備工場に搬送する理由がない。）。

そうだとすると、客観的にはレッカー移動前には既に後輪が動いていたのだから、本来、レッカーを手配して本件車両を整備工場に運び込む必要はなかったにもかかわらず、相手方は、ロードサービス契約の締結について勧誘をするに際し、本件車両の不具合が解消されておらず、不具合を解消するためにはレッカー移動して整備工場で修理対応してもらう必要があるとして①本件契約の目的となる内容であってロードサービス契約を締結するか否かについての判断に通常影響を及ぼすべきもの、又は②本件車両の不具合という損害を解消するために通常必要であると判断される事情について事実と異なることを告げることにより申立人が相手方から告げられた

¹⁵ 本報告書4頁、第3 1 (17)参照。

内容が事実であるとの誤認をし、それによって本件ロードサービス契約の締結を承諾する旨の意思表示をしたと言えるから、消費者契約法第4条第1項第1号に基づき本件契約を取り消すことができるというべきである。

なお、特定商取引法所定の不実告知と同様に、消費者契約法における不実告知も、事業者の認識は要せず、客観的に事実と反することを告げていた場合でも該当することから、相手方において本件車両の不具合が解消されていたことを知らずに告げていたのだとしても、不実告知の成立を妨げるものではない。

エ 民法上の問題点

(7) 暴利行為（民法第90条）

本件では、暴利行為による無効が考えられる。民法に直接の規定はないが、公序良俗違反の一類型として、暴利行為が問題とされている。古くからの基準では、「他人の窮迫軽卒もしくは無経験を利用し著しく過当なる利益の獲得を目的とする法律行為」は公序良俗に違反して無効であるとされていたが¹⁶、消費者取引や投資取引の場面において事業者が不当な勧誘手段により契約を締結し、利益を得るというタイプのものが増えている。

暴利行為の成否は、契約締結過程の不当性（主観的要素）と契約から得る利益の不当性（客観的要素）との相関的な判断により決まるが、最近では、法律行為をするかどうかを合理的に判断することができない事情があることにつけ込んで、相手方の意思決定の自由を奪う点が特に問題視されている。

本件で、相手方は、申立人自らでは対処ができない車両の不具合という非常事態の状況につけ込んで契約を締結させているという側面がある。ましてや、申立人が見た本件広告表示では、「2,480円～」という金額以外、作業料金や材料費等参考になる金額は一切表示されていなかったにもかかわらず、実際の契約金額は14万円であり、事前に申立人が知り得た金額をはるかに上回っている。こうした点を考慮すると、本件を暴利行為により無効とすることが十分に考えられる。

本件申立人は、幸いにも契約締結後早い時期に消費生活センターに相談し、クーリング・オフ期間中に権利行使することができたが、この期間を過ぎてしまった場合の対応として、民法第90条に基づく暴利行為の適用が重要な意味を持つ。

(4) 錯誤取消し（民法第95条）

特定商取引法又は消費者契約法における不実告知で指摘した事実関係を踏まえると、少なくとも民法第95条による錯誤取消しについても検討すべきであろう。すなわち、同条は表意者が法律行為の基礎とした事情についての認識が真実に反する錯誤に基づくものであって、その事情が法律行為の基礎とされていることが表示されており、その錯誤が法律行為の目的及び取引上の社会通念に照らして重要なものであるときは、取り消すことができると規定している。

そこで本件事案を当てはめて考えてみると、本件はレッカー移動前に本件車両の不具合が解消されていたにもかかわらず、申立人は相手方から「これは整備工場に出す必要があります。」と言われたことにより、相手方と契約を締結するに至って

¹⁶ 大判昭和9・5・1民集13巻875頁。

いるのであるから、申立人が法律行為の基礎とした事情（整備工場に出す必要があると言われた事実（＝本件車両の不具合が未だ解消されておらず修理が必要であるという事情））について、その認識が真実に反する（実際には既に後輪は動いており、本件車両の不具合は解消されていた）錯誤に基づくと言える。しかも、申立人の錯誤は相手方の発言によって誘発されているのであるから、本件車両が、修理が必要な状態であるとの認識が相手方に表示されていることは明らかである。

なお、レッカー移動前に既に本件車両の不具合が解消されていたとして、申立人がそのことに気が付かなかったことにつき重大な過失があったと言えるかどうかは問題となり得るが、突然の自動車の不具合（後輪がロックして動かない）という申立人が冷静な判断を行うことが困難な状況にあったことに加え、事業者である相手方から整備工場に必要だと言われたため、必要性を誤解するのは止むを得ないと言えるから、申立人の錯誤が故意にも匹敵するほどの著しい落ち度とまでは言えないと考える。また、仮に、申立人の錯誤に重大な過失があったのだとしても、本件の一連の状況を踏まえると、むしろ事業者である相手方が申立人に錯誤があることを重大な過失によって知らなかった、あるいは相手方が申立人と同一の錯誤に陥っていたと言うべきであるから、錯誤による取消権の行使の余地はあると考えられる。

2 同種・類似被害の再発防止に向けて

(1) ロードサービスをめぐる状況

ロードサービス利用契約をめぐる消費者トラブルが最近、全国的に増加し、都内における相談件数も増加している¹⁷。中でも、本件のように、インターネットで検索して依頼する契約に関する相談が増えている。自動車の利用に際し、突発的な事象が発生し、消費者が冷静な判断が困難な状況において、検討する時間が十分でないまま、契約の締結について判断することとなり、それがトラブル・被害につながっている。自動車の故障・不具合はそれほど頻繁に起こるものではなく、消費者にとって、契約に対する相場観が形成されにくいこともトラブルの一因であろう。こうした背景を踏まえ、同種・類似被害の再発防止について考えてみたい。

(2) 事業者に対して

ア ロードサービスの産業上の位置付け

(ア) ロードサービスとは

ロードサービスは、生活上、自動車を運転する中で故障・事故等が起こったときに利用するサービスである。その内容について、業界の主要な事業者である JAF¹⁸ のロードサービス利用約款によると、ロードサービスとは、自動車の走行に関し支

¹⁷ 独立行政法人国民生活センター「インターネットで依頼したロードサービスのトラブル急増－20 歳代や学生は特に注意を！－」（以下「国民生活センター・注意喚起」という）（令和 5 年）
(https://www.kokusen.go.jp/news/data/nr-20230719_1.html)。

¹⁸ JAF の会員数は、令和 3 年度に 2000 万名に到達している。警察庁の統計によると、令和 2 年における運転免許保有者数は約 8200 万人であり、そのうち JAF 会員である人の割合は 24% 程度となる。JAF「JAF 会員数が過去最多の 2000 万名に到達～運転免許保有者の 4 人に 1 人が会員に～」（令和 3 年）(<https://jaf.or.jp/common/news/2021/20211108-001>)、及び警察庁「令和 2 年版 運転免許統計」（令和 3 年）(https://www.npa.go.jp/publications/statistics/koutsuu/menkyo/r02/r02_main.pdf) 参照。

障が生じた場合の救援をいう。救援内容は、現場応急作業、けん引・搬送作業等である。

○ ロードサービスの内容

- 現場応急作業：鍵の閉じ込み等におけるドアロックの開錠作業、燃料切れ時における燃料の補給作業、タイヤパンク時におけるスペアタイヤ交換・応急修理、バッテリー上がり等の点検および応急作業など。
- けん引・搬送作業：自動車が故障・事故等により自力走行不能の状態となり、かつ、現場での応急作業では復旧が困難と認められる場合に最寄りの自動車ディーラー、または利用者が指定する場所までけん引・搬送する作業。

参照：JAFロードサービス利用約款（以下「JAF約款」という）（令和6年4月1日最終改正）（<https://jaf.or.jp/common/call-road-service/before-calling/road-service-terms>）

ロードサービスの利用について、個人のドライバーは、会員を対象としてサービスを提供するJAF、その他レッカー事業者等、又は自動車保険（任意保険）に付帯されるロードサービスを利用するなどの方法がある¹⁹。

ロードサービス、レッカーについては、事業としての法令上の許可等の規制はない。ただし、積載車により故障車等を有償で運送するには、運送業としての営業許可（一般貨物自動車運送業の許可、貨物自動車運送事業法第3条）（緑ナンバー）が必要とされる。そして、ウインチ（巻き上げ機）などの機械を操作・運転するには、そのための資格が必要となる。なお、平成23年9月より、一定の要件の下、自家用車積載車（白ナンバー）が有償運送の許可を得ることが可能となった（道路運送法第78条、道路運送法施行規則第51条の16）²⁰。

(イ) ロードサービスの産業上の分類

ロードサービスの産業上の分類について、従来は「主として、道路上の事故車、故障車等を前輪または後輪を吊り上げて排除するサービスを提供する事業」である「レッカー車業」は「その他サービス業」に分類されているに過ぎなかった。近年、災害、事故等への対応について、その公共的・社会的役割が重要性を増していることから、令和5年6月に日本標準産業分類が改定され、「運輸に付帯するサービス業」の細分類項目として「レッカー・ロードサービス業」が新設された（令和6年4月1日施行）²¹。

¹⁹ JAFは非会員も定められた利用料を支払うことにより、サービスを利用することができる。

²⁰ 一般社団法人神奈川県自動車整備振興会、神奈川県自動車整備商工組合「自家用車積載車による有償運送許可について」（令和5年）（<https://www.car-jp.com/topics/2023/09/11/yuushouannai202309.pdf>）参照。

²¹ 総務省産業分類改定研究会産業分類検討チーム第5回資料「資料5『レッカー車業』の細分類項目の新設の可否について」（令和3年）（https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/kenkyu/industrial_classification/kenkou_dai5kai.html）

○ レッカー・ロードサービス業

レッカー車により事故車等を移動させるサービス及びそれに附帯する緊急的なロードサービスを提供する事業所をいう。

なお、前者又は後者のサービスのみのみを提供する事業所も本分類に含まれる。

参照：総務省「日本標準産業分類（令和5年7月告示） 分類項目名、説明及び内容例示の新旧対照表」（https://www.soumu.go.jp/toukei_toukatsu/index/seido/sangyo/R05sinkyu.html）。

レッカー事業を営む事業者の属性について、分類の改定を検討する際に実施した、レッカー事業に関する実態調査によると、対象事業者 3,100 事業者余りのうち回答のあった約 570 事業者について、レッカー事業と他の事業（自動車整備業、自動車販売業等）を営む兼業の事業者が8割を超えるという²²。

イ 事業者に求められる取組

(7) ロードサービスの利用と契約の流れ

まず、ロードサービス利用に関する契約の流れを簡単に整理する。

○ ロードサービス利用に関する契約の流れ（以下「契約の流れ」という。）

【1】利用者からの救援要請

- ・事業者の選定、連絡、来訪の要請
- ・この時点で契約内容は未確定である。

【2】現場における対応

- ・救援を要請した内容に基づき、点検を行い、作業内容が決まる。
- ・契約を締結する。
- ・（内容により）現場で作業を行う。（又は【3】へ）

【3】修理工場等までの運搬、引継ぎ

⇒ 契約締結後、【2】、【3】を完了し、契約が終了する。

上記契約の流れの【1】について、通常、サービスを利用しようとする者は、事業者連絡を行う際に、自動車の故障・不具合に関して、救援を要請する内容、場所等の必要な事項について伝えることを求められる。しかし、前で検討したように²³、その時点では作業内容は確定せず、【2】の現場における点検後に確定することとなる。そして作業内容により利用料金が決まる。契約締結後は、内容により、現場で作業が行われる、又は【3】により、自動車を修理工場等へ運搬し、作業が引き継がれる。

(イ) ロードサービスの利用と料金に関する情報の提供

利用料金の構成は、おおよそ次のように整理できる。

²² 総務省産業分類改定研究会産業分類検討チーム第9回資料「資料2-1 レッカー事業の新規立項の検討」（令和4年）（https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/kenkyu/industrial_classification/kentou_dai9kai_00001.html）。

²³ 本報告書14頁、第5-1(4)ウ(i)本件事案における契約の成立時期等 参照。

- 利用料金の構成
 - ・基本料 出動料金など
 - ・作業料
 - ・けん引・運搬料
 - ・部品・油脂・燃料代などから構成される。
- 参照：JAF約款

そこで、契約に際して、提供するサービスの内容と料金に関する情報を、消費者に適切に提供するために、事業者に求められる事項として、次の2点を指摘したい。

- ① 提供するロードサービスの内容と料金について、料金表をあらかじめ明示する。併せて、契約の手順を具体的に示す。（「契約の流れ」【1】の段階）に対応する。）
- ② 消費者から救援の要請があったときに、自動車の状況を適切に把握し、契約を締結する前に、提供するサービス内容及び費用について、消費者に対し、十分に説明を行う。（「契約の流れ」【2】の段階に対応する。）

上記①について、本件事案において、申立人が事業者に関する情報を得たのは、インターネット広告である。本件広告表示には、ウェブ限定で基本料金が通常料金よりも安く、「基本料金 2,480 円（税込）～」と強調して表示される一方、複数回スクロールした離れた場所に、「※基本料金だけの作業はございません。」と、より小さな字で注意書きとして書かれており、打消し表示がなされていた。そして、申立人が本件広告表示を見てフリーダイヤルに電話をしたとき、及びその後、担当者から折り返しの電話があったときのいずれにおいても、作業の内容や料金に関する説明は一切なかったという。

さらに、上記②に関して、実際に現場で点検後、行われることとなった作業について、申立人が理解できるような説明はなされず、申立人が本件車両は故障してしまつたと認識した状態で作業が進められた。利用代金も本件広告表示に示されている金額とはかなり開きがある14万円を請求された。

このようなトラブルを防止するためには、事業者が広告・表示を行う際に、事業活動の実態を踏まえて行うこと（景品表示法第26条〔事業者が講ずべき表示の管理上の措置〕、及び事業者が講ずべき景品類の提供及び表示の管理上の措置についての指針²⁴参照）、同様に、契約内容を確定する前提として、自動車の状態に関する確認を適正に行い、どのような作業が必要か、そして各費用と作業との対応関係を明確に示し、見積書を示して説明する等、事業者から消費者に分かりやすく説明することが求められる（消費者契約法第3条第1項）。

なお、本件において、相手方に対する事情聴取を実施できていないため、広告を行っている主体と役務を提供する主体との関係は明らかではない。しかし、役務の取引を行う事業者は、自ら広告・表示を行う以外の場合においても、関係者間で情

²⁴ 平成26年内閣府告示第276号。

報の確認、共有を行うなど、景品表示法に則った広告・表示となるようにすることが望ましい。

また、消費者は、ロードサービスに関する作業の専門性、及び当該契約を利用する機会が限定されることから、知識・経験に乏しく、契約内容を理解することは容易ではない。例えば、提供されるサービスについて、整備工場等へ「運搬する」ことが必要とされる場合、どのような手段で運ぶのか。レッカー車、積載車、ウィンチの使用の有無など、専門用語を理解することは、一般消費者にとって簡単ではない。こうした点を踏まえ、事業者には、消費者に対する説明を十分尽くすよう努めてもらいたい。

(f) 契約書の作成

本件において、事業者が作成した契約書には、特定商取引法上、複数の不備が指摘されている。消費者が契約内容を理解することを妨げないよう、事業者には、同法に則った適正な契約書の作成が求められる。

ウ レッカー・ロードサービス業界に求められる取組

前述のように、本業界は、令和5年に日本産業分類が改定され、「レッカー・ロードサービス業」に分類され、産業上の位置付けが明確化されたところである。

現状において、本業界は中小企業が多く、かつあまり組織化されていないため、契約の適正化へ向けて行動する機運が醸成されにくいことが考えられる。

しかし、産業分類が改定され、今後、市場の成熟が期待されるという点で、例えば、広告・表示や契約の適正化を図っていくために、景品表示法に基づき、業界による自主ルールとして表示規約（公正競争規約）（第31条）を策定するなど、自主的な取組を通じて、ルールを業界に波及させていく、あるいは適正に契約を行い、質の高いサービスを提供する事業者を優良事業者として評価する仕組みを構築することなどを通じて、市場の透明性及び信頼性を高めていく取組に期待したい。

(3) 消費者に対して

ア ロードサービス利用に対する準備・検討・選択

自動車の故障・不具合という突発的な事象の発生に対して、消費者に求められる行動とはどのようなものであろうか。

自動車の故障・不具合に関して、国土交通省が実施している自動車の路上故障に関する実態調査によると、「一般道路」、「高速道路」のいずれにおいても、タイヤの故障発生件数の割合が高いこと、及び「一般道路」については、バッテリーの故障発生件数の割合が高いことが指摘されている²⁵。

同様に、令和5年度におけるJAFの年間ロードサービス件数（四輪）は次のとおりである²⁶。一般道路については、約220万件のうち、第1位は「過放電バッテリー」で約73.5万件（34.75%）、第2位は「タイヤのパンク、バースト、エア不足」で

²⁵ 国土交通省「令和4年度路上故障の実態調査結果」（https://renrakuda.mlit.go.jp/renrakuda/common/data/r4_jittai.pdf）

²⁶ JAF「ロードサービス救援データ JAFロードサービス 主な出動理由TOP10 2023年度 年間『四輪』」（<https://jaf.or.jp/common/safety-drive/library/road-service-report>）。

約 41.5 万件（19.61%）などとなっている。

高速道路については、約 6.6 万件のうち、第 1 位は「タイヤのパンク、バースト、エア不足」で約 2.5 万件（40.10%）、第 2 位は「燃料切れ」で約 6,700 件（10.53%）などとなっている。

自動車を運転するためには、道路運送車両法に基づき、自動車検査証の交付を受けなければならない（第 58 条 自動車検査登録制度）。そして、自動車の使用者には、自動車の点検、及び整備を行う義務があり（第 47 条）、日常点検、及び定期点検を行うこととされる（第 48 条 自動車点検基準²⁷）。

そこで、自動車を運転する人は、日頃から、自身が所有する自動車の状態を確認、把握し、適切に整備を行わなければならない。その中で、自動車に故障・不具合が起きたときの対処について、何が必要か整理し、準備しておくことになるだろう。ロードサービスの利用に際しては、あまり経験がない不慣れな契約となりやすく、冷静な判断が困難な状況においてサービスを利用することになりやすい点に留意したい。

このような事態に備えておく方法として、ロードサービスの利用を想定し、普段からあらかじめどのようなサービスを利用するかについて調べておくことが考えられる。例えば、前述の JAF の会員となること、あるいは自身が加入している自動車保険（任意保険）付帯のロードサービス²⁸を利用することにより、自動車の故障・不具合が起こったときに、必要なサービスを受けることができる。これらのサービスを利用する際には、あらかじめサービス内容について定める約款を読み、サービス内容（保険であれば補償の対象範囲）、かかる費用（保険であれば補償金額・上限額）、手続等を確認しておきたい。上記以外にも、ロードサービスが提供されているので、調べてみるとよいだろう。

この点について、前出の国民生活センターの注意喚起によると、契約当事者には 20 歳代、及び学生が多いことが指摘されている。一方、一般社団法人日本損害保険協会が、消費者を対象として実施したロードサービスに関するアンケート調査²⁹によると、18～19 歳、20 歳代、30 歳代といった若い年代層において、ロードサービスに関する消費者トラブル（「広告と異なる高額な費用を請求された」「広告に記載のない多額のキャンセル料を請求された」）に対する認知度、あるいは、行政や事業者・事業者団体から発信される注意喚起に対する認知度が、他の年代層と比べて低くなる傾向が見られる。自身が利用する自動車保険、及び自動車保険とセットになっているロードサービスに関する認知度についても、18～19 歳、20 歳代、30 歳代は、他の年代層に比べて低くなる傾向が見られる。そこで、特に若い年代層はロードサービスの利用に対する意識を高め、注意を向けてほしい。

これに対し、保険の対象外である場合を含め、上記のサービスを利用しない場合は、

²⁷ 昭和 26 年運輸省令第 70 号。

²⁸ 令和 5 年 3 月末における自家用普通乗用車の任意自動車保険の普及率は 8 割程度である。なお、ロードサービスの付帯の有無等については、契約内容による。損害保険料率算出機構「2023 年度 自動車保険の概況」（令和 6 年）114～115 頁（https://www.giroj.or.jp/publication/outline_j/）。一般社団法人日本損害保険協会「ロードサービス業者との料金トラブルにご注意ください」（更新：2024.05.10）（<https://www.sonpo.or.jp/news/caution/road-service.html>）。

²⁹ 一般社団法人日本損害保険協会「ロードサービスに関する消費者アンケート調査結果」（令和 5 年）（以下「ロードサービス調査結果」という）（https://www.sonpo.or.jp/news/release/2023/pdf/20231222_01.pdf）。

自身で事業者を探すことになる。今回の事案のように、インターネット広告を見て、サービスの利用を依頼する場合、広告で強調される費用の安さに目が行き、「事業者を選ぶ」という視点が見落とされていないだろうか。サービスの利用を検討する事業者をその広告だけで判断してよいか、慎重に考えたい。特定の事業者の広告だけに頼りすぎず、複数の情報源を参照し、事業者がどのような事業能力を有するかについて十分確認した上で、選定する必要がある。広告上、他社との比較が掲載されていても、それだけで判断せず、他の事業者の情報も探すようにしたい。

イ ロードサービスの内容と費用に対する考え方

ロードサービスの提供を受ける際には、前述のように、消費者からの救援要請を受けて出動する、現場で自動車の状況を確認する、及び必要な対応を確定した上で修理等を行うという流れで作業が進められる。サービス内容と費用について、一般に、実際に修理等が必要となった場合、基本料金・出動料金以外に費用がかかる可能性が高い。

その費用の内訳について、契約書に記載される各項目が、いかなる作業に対応しているか確認する必要がある。費用はだまかに、基本料金・出動料金、各作業に関する料金、及び運搬料金に分けられる。ここでは、契約を締結する際に広告などで見かける「〇〇〇円～」という表示とキャンセル料に関する表示に着目する。

(7) 基本料金、出動料金

消費者から救援の要請を受けて出動する場合、「現場に来てもらう」ことに対する費用として、「基本料金」などの名目で費用が請求される。その中に、点検作業に関する費用が含まれるかどうかを含め、費用の内訳を確認する必要がある。なお、あらかじめロードサービスに関する契約を締結している場合はその費用がかからない場合もある。例えば、JAFにおいて、会員の基本料金・出動料金は無料、非会員は有料となっている。

ロードサービスが緊急対応であることに乗じて、広告において、基本料金・出動料金が安く表示されたり、それだけで作業をしてもらえるように表示されたりすることがある。本件において、申立人は、スマートフォンで見た広告の記載から、簡単な修理であれば、基本料金として示された「2,480円」で済むものと認識しており、離れた場所に記載されていた、基本料金のみ作業はないという打消し表示に気付いていなかった。このような事業者による広告表示に問題が指摘され得る³⁰一方、消費者も、自身の関心のある情報だけを拾い読みし、うのみにすることなく、「基本料金」が何の費用であるかをしっかり確認してほしい。

(イ) キャンセル料金

現場に出動して、自動車の状況を確認した上で、契約しない場合も考えられる。

その場合の費用について、消費者が救援を要請したときに、基本料金・出動料金

³⁰ 消費者庁「打消し表示に関する表示方法及び表示内容に関する留意点（実態調査報告書のまとめ）」（平成30年6月）（https://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180607_0004.pdf）参照。

等をキャンセル料（取消料）として請求される場合がある。

しかし前述のように、ロードサービスの契約は、一般に現場で自動車の状況を確認して初めて、必要とされる作業内容が明らかとなる。したがって、インターネット広告を見て、現場への来訪を要請しただけでは、契約内容は確定しない。そのため、その後の作業を依頼しないこととなった場合に一定の費用を請求するのは、「キャンセル料」というよりも、出勤に関する費用あるいは確認・点検費用ということになるのではないか。この点について、事業者は明瞭に示す必要があるが、消費者も、事業者がどのような対応を取るのか、内容と費用を確認しておきたい。インターネット広告には、電話相談、出張費用、見積り費用を「無料」としていても、契約しない場合に別途、料金を請求される可能性もあるので注意が必要である。

ウ 契約内容の確認とトラブル発生時の対応

本件において、申立人は、整備工場に搬送して修理をしてもらうことが契約内容に含まれるものと誤解していた。契約書面にも不備が見られた。そこで、契約内容を適切に理解して契約を締結するために、消費者は、契約を締結する前に、契約内容について見積書での説明を求める等、事業者十分に確認し、内容に不明な点がある場合等は納得できるまで説明を求めてほしい。

そして、事業者の対応に納得できない等、トラブルが発生したときは、消費者ホットライン188（消費生活センター）に相談することを勧めたい。

(4) 行政に対して

ア 消費者に対する取組

自動車の故障・不具合に際し、消費者がロードサービスを利用していく上で、その状況を踏まえて、必要なサービスを受けるために、行政に対応が求められる点として、次の事項を指摘したい。

第一に、「ロードサービス」がどのようなサービスなのか、サービスの利用者である消費者に、情報提供を行い、周知を図っていくことが求められる。例えば、自動車免許の取得、更新時、あるいは、点検時などに、ロードサービスに関する情報提供、消費者トラブルの注意喚起を行うことはできないだろうか。

第二に、特に、トラブルの相談が多い年代とされる、若い年代層に向けた情報提供・注意喚起を強化してもらいたい。前述のロードサービス調査結果に見られるように、若い年代層においては、行政からの注意喚起に対する認知度は必ずしも高くない。そこで、インターネット上で検索したときに、消費生活センターからの注意喚起の情報が上位に表示されるようにするなど、情報の発信の仕方を工夫し、情報提供の充実・強化につなげてもらいたい。

イ 事業者に対する取組

前述のように、昨年、産業上の分類として、レッカー・ロードサービス業が位置付けられたところである。しかし、現状においては、ロードサービスの利用に関し、適正なサービスの利用を妨げ、消費者の信頼を損なうトラブルが発生し、増加している。その中で、行政には、今後、業界によるロードサービス利用契約の適正化に向けた取り組みを進展させていけるよう、支援していくことが求められる。

取組に対する視点について、前述のような、優良事業者を評価する仕組みの構築など、ロードサービスの提供に関する事業者の技術力、対応能力、及び事業体制について消費者が確認・検討し、サービスを選択できるよう、契約の内容・プロセスの透明性を高めることが考えられる。

そして、本件事案のように、インターネット、スマートフォン等の普及により、インターネット広告を見て、サービスを依頼する機会が近年、増加している。消費者が実際に受けるサービスの内容を十分に理解せず、契約することのないよう、事業者が契約前に見積書を示して説明する、適正な契約書を作成する、作業を進める中で適時適切に説明を行うといった、契約を適正に行うことを促す取組を進めてもらいたい。

資料 1

相手方への協力要請経緯及び結果

日 付	事情聴取出席依頼、文書による質問の回答依頼及び意見交換出席依頼	資料提出依頼
令和6年 2月1日	第2回部会(事情聴取)への出席を依頼(書面)	資料提出依頼(書面)
2月16日		資料提出期限 提出を督促(※1)
3月6日	第2回部会(相手方欠席、事情聴取実施できず) 定刻になっても到着しないため、部会は以下の対応を実施 ・相手方に状況を知らせるよう連絡(電話、メール) →相手方から、メール受信 【メール要旨】部会に向かう途中に事故を起こしたため、出席できない、 部会日程を再設定してほしい。 ・相手方に部会開催中に電話で話したい旨連絡(メール) →部会開催中連絡を待ったが、相手方からの連絡は一切なかった。 ・部会は、事情聴取実施のため部会日程の再設定を決定	資料提出なし
3月14日	第3回部会(事情聴取)への出席を再依頼(書面)	資料提出再依頼 (書面)
4月2日	第3回部会(相手方欠席、事情聴取実施できず) ・定刻時のタイミングで、相手方からメール受信 【メール要旨】緊急の作業依頼が入ったため、出席できない、部会日程を 再設定してほしい。 ・相手方に部会開催中に電話で話したい旨連絡(メール) →部会開催中連絡を待ったが、相手方からの連絡は一切なかった。 ・部会は、事情聴取実施のための部会日程の再々設定は困難と判断 文書による質問の回答依頼に切り替えることを決定	資料提出なし
4月4日	文書による質問の回答を依頼(書面)	資料提出再々依頼 (書面)
4月15日	回答提出期限 回答提出を督促(※2)	
	文書による質問への回答なし	資料提出なし
4月22日	第4回部会 相手方が事情聴取に出席せず、文書による質問の回答もせず、資料提出にも応じないため、部会で確認した事実に基づき、あっせん案を慎重に検討	
4月23日	第5回部会(あっせん案の意見交換)の出席を依頼(書面)	
5月28日	第5回部会(相手方欠席、意見交換実施できず) 定刻になっても到着しないため、部会は以下の対応を実施 ・相手方に状況を知らせるよう連絡(電話、メール) →相手方から、受電 【電話要旨】体調が悪いため、部会に出席できない。 ・相手方に電話で意見交換をすることは可能かと問うたところ、相手方は無理だと述べた。 そのため、あっせん案を郵送する旨を伝えたところ、相手方が承諾した。	
5月29日	相手方にあっせん案を提示	
6月7日	相手方はあっせん案に応諾	

※1 この日以降も継続して提出を促したが、資料の提出はなかった。

※2 この日以降も継続して提出を促したが、文書による質問の回答はなかった。

資料 2

「ロードサービスの契約に係る紛争」処理経過

日 付	部会開催等	内 容
令和 6 年 1 月 5 日	【付託】	・ 紛争の処理を知事から委員会会長に付託 ・ あっせん・調停第二部会の設置
1 月 3 1 日	第 1 回部会	・ 紛争内容の確認 ・ 申立人からの事情聴取
2 月 1 日		・ 相手方へ事情聴取の出席を要請 (相手方から出席との回答)
3 月 6 日	第 2 回部会	・ 相手方への事情聴取を行う予定としていたが、相手方が欠席 ・ 今後の対応について検討
3 月 1 4 日		・ 相手方へ事情聴取の出席を要請(再依頼) (相手方から出席との回答)
4 月 2 日	第 3 回部会	・ 相手方への事情聴取を行う予定としていたが、相手方が欠席 ・ 今後の対応について検討
4 月 4 日		・ 文書による質問事項への回答を要請 (相手方から回答なし)
4 月 2 2 日	第 4 回部会	・ 法的問題点の整理 ・ あっせん案の考え方の検討
4 月 2 3 日		・ 相手方へ意見交換の出席を要請 (相手方から出席との回答)
5 月 2 8 日	第 5 回部会	・ 相手方にあっせん案の考え方等を示し、意見交換を予定していたが、相手方が欠席 ・ あっせん案、合意書案の確定 ・ 報告書骨子の検討
5 月 2 9 日	(あっせん案)	・ あっせん案を紛争当事者双方に提示 (申立人、相手方受諾)
6 月 2 4 日	第 6 回部会	・ 報告書の検討
6 月 2 7 日	(合意書)	・ 合意書の取り交わし
8 月 2 9 日	【報告】	・ 知事への報告

資料 3

東京都消費者被害救済委員会委員名簿

令和6年8月29日

氏 名	現 職	備 考
学識経験者委員 (16名)		
石 川 博 康	東京大学社会科学研究所教授	
大 迫 恵 美 子	弁護士	
大 澤 彩	法政大学法学部教授	
大 塚 陵	弁護士	
沖 野 眞 己	東京大学大学院法学政治学研究科教授	会長
後 藤 卷 則	早稲田大学名誉教授・弁護士	会長代理
志 水 芙 美 代	弁護士	
菅 富 美 枝	法政大学経済学部教授	
高 木 篤 夫	弁護士	
野 田 幸 裕	弁護士	
洞 澤 美 佳	弁護士	本件あつせん・調停部会長
本 間 紀 子	弁護士	
宮 下 修 一	中央大学大学院法務研究科教授	
山 口 由 紀 子	相模女子大学人間社会学部教授	本件あつせん・調停部会委員
山 城 一 真	早稲田大学法学学術院教授	
吉 村 健 一 郎	弁護士	
消費者委員 (4名)		
江 木 和 子	東京都地域消費者団体連絡会共同代表	
黒 崎 照 子	特定非営利活動法人東京都地域婦人団体連盟理事	
田 辺 恵 子	主婦連合会副会長	
星 野 綾 子	東京都生活協同組合連合会常任組織委員	
事業者委員 (4名)		
大 下 英 和	東京商工会議所理事・産業政策第二部部長	
大 畑 章	一般社団法人東京工業団体連合会専務理事	
加 藤 仁	東京都中小企業団体中央会常勤参事	
渡 辺 由 佳	東京都商工会連合会専務理事	