

「インフルエンサー養成講座契約に係る紛争」はあっせん解決しました ～SNSやウェブ会議をきっかけにした高額な契約トラブルに注意！～

都内の消費生活センターには、SNSやウェブ会議を用いて、インフルエンサーを養成するための高額な講座を契約させるトラブルについて、相談が寄せられています。

本日、知事が東京都消費者被害救済委員会に付託していた標記紛争について、あっせん解決したと報告がありましたので、お知らせします。

本件紛争(インフルエンサー養成講座契約のトラブル)の概要

SNS のアカウントに届いたDM（ダイレクトメッセージ）をきっかけとして、ウェブ会議でインフルエンサー養成講座の受講を勧誘され、契約。1か月後、解約を申し出るとトラブルに。



「インフルエンサーになりませんか？」という DM に興味を持ったので返信すると、後日ウェブ会議をすることに。



ウェブ会議でインフルエンサー養成講座を勧められ、約80万円(クレジット手数料含め約100万円)で契約。



仕事が忙しく受講できないため解約を申し出ると、入会金(講座料金の8割)は返金されないとされた。

消費者へのアドバイス

- ▶ インフルエンサーに興味を持ち、話を聞くだけのつもりでウェブ会議に参加していても、高額な契約を勧誘されることがあるので、注意しましょう。勧誘時のやり取りの画面や契約書などの関係書類は必ず保存しておきましょう。
- ▶ 事業者から「分割払いにすればいい」、「すぐに取り返せる」などと言われても、借金やクレジットを利用してまで契約すべきかよく考えましょう。講座等を受講しても必ず仕事や報酬につながるわけではありません。
- ▶ 事業者から指示されても、年収等を偽って、借金やクレジット契約を申し込むことはやめましょう。
- ▶ おかしいと思ったら、トラブルになったときは、消費者ホットライン（**188**番）へ電話をしましょう。

詳しくはこちらをご覧ください。



<https://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.lg.jp/sodan/kyusai/>



【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

東京都消費者被害救済委員会とは

東京都消費者被害救済委員会(会長 沖野 眞已 東京大学大学院法学政治学研究科教授)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。

東京都消費者被害救済委員会報告「インフルエンサー養成講座契約に係る紛争」

紛争の概要

- 【申立人】 20歳代 男性
【相手方】 販売会社：インフルエンサー養成講座運営事業者
クレジット会社：個別クレジット業者
【申立人の主張による紛争の概要】

SNSのアカウントに「インフルエンサーになりませんか」というDMが届いた。興味を持ったので返信し、販売会社とウェブ会議をすると、担当者はこれまでの経歴や今後の夢を聞いたり、SNSに投稿した写真を褒めたりして、「素質がある」と言ってきた。そして、インフルエンサー養成講座を受講すれば、現役インフルエンサーが講師として指導するなど様々なサポートを受けられるので、フォロワー数も伸びてもっと収入を得られるようになると説明した。費用については、「約80万円で高いですけど。月額だったら払えない額ではないのでは」と言われ、さらに「インフルエンサーになったら案件とかで収入も入ってくるし、あなたなら返せますよ」などと勧められて、月額約3万円、36回払いの個別クレジット契約をした。このとき、手数料を含めると総額が約100万円になるということは説明されなかった。個別クレジット契約書はクレジット会社からメールで届き、入会契約書は数日後に販売会社から自宅に郵送された。

1か月後、仕事が忙しくサービスを受ける時間もないため、解約したいと販売会社に伝えると、「やめてもお金は払い続けるんだから、続けた方が絶対いい」、「忙しいなら休んだらどうか」と説得され受講を休止したが、個別クレジットの支払いは止まらなかった。

家族の勧めで消費生活センターに相談し、販売会社とクレジット会社に解約を申し出たが、販売会社からは、講座料金の8割は入会金となっており、解約しても返金されないと言われた。

あっせん解決の内容

本件入会契約は、特定商取引に関する法律（以下「特定商取引法」という。）で規定する電話勧誘販売に該当し、支払いは個別クレジット契約が成立していますが、販売会社及びクレジット会社が申立人に交付した契約書面はいずれも法定記載事項を満たしていませんでした。よって、委員会は、販売会社及びクレジット会社に対し、申立人の申出によりクーリング・オフがなされたことを認めるとともに、クレジット会社には、申立人による既払金の返金を求めるあっせん案を提示したところ、当事者三者で合意が成立しました。

ウェブ会議を利用した契約トラブル

都内の消費生活センターには、身近なSNSをきっかけとして、軽い気持ちで参加したウェブ会議で、高額な講座やスクール等の勧誘を受けたというトラブルに関する相談が多く寄せられています。

高額な契約は多くの場合、支払期間が長く、手数料の高いクレジット契約を勧められるため、契約前に支払期間や総額を確認する必要があります。また、契約書はもちろん、トラブルに備えて勧誘時のやり取りも保存することが重要です。

※1 ウェブ会議、オンライン会議、ウェブセミナー、オンラインミーティング等のキーワードで抽出

※2 2022年度、2023年度とも9月末までの相談件数



今後の東京都の対応

- ・消費者への注意喚起
- ・国や関係機関への情報提供
- ・都内の消費生活センターへの情報提供

消費者注意情報

- ・SNS等で広告する高額なキャリアアップセミナーにご注意ください！

<https://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.lg.jp/sodan/kinkyu/20230418.html>



東京都消費者被害救済委員会における審議の概要

あっせん案の考え方、法的問題点の検討

1 あっせん案の考え方

- (1) 本件は、販売会社が、ウェブ会議サービスの招待を申立人のメッセージアプリに送信し、ウェブ会議で本件契約の締結を勧誘し、契約締結へと至っていることから、特定商取引法上の「電話勧誘販売」に該当する。そのため、本件入会契約にはクーリング・オフ規定の適用がある。
- (2) 本件入会契約書及び本件個別クレジット契約書は、いずれも書面の記載事項に不備があるため、法定書面の受領はいまだないと言え、クーリング・オフ期間は満了していない。申立人は販売会社及びクレジット会社それぞれにクーリング・オフ通知を発しており、有効なクーリング・オフがなされている。
- (3) 本件においては、三者間清算がなされるべきことになり、具体的にはクレジット会社が申立人に対し、既払金全額(督促費用や遅延損害金に相当する金額を含む。)の返還を行うことになる。

2 その他の問題

- (1) 講座料金の8割を超える入会金の不返還条項は、入会金の名目で過大な違約金の取得や返還債務を免れることを可能とし、消費者契約法第9条第1項第1号、第10条に該当する可能性が高い。
- (2) 講座料金は、本件入会契約書に記載されているが、個別クレジットを利用することによる支払総額は、本件個別クレジット契約書に記載されており、その段階まで申立人には情報提供されていない。クレジットを利用する場合の支払総額は、実際に消費者が負担すべき総額であって、消費者が最も認識し、理解すべき事項であるから、情報提供のあり方として、問題があろう。
- (3) クレジット会社には加盟店の調査・管理義務があり、販売会社の入会契約書が消費者契約法、特定商取引法の書面として適切かどうか、加盟店審査時、与信時、苦情発生時等に確認する必要があった。また、販売会社が本件個別クレジット契約書に役務提供期間について誤った記入・入力をするなどしていたのに対し、クレジット会社は、そのそごに気づかず、与信を実行している。

同種・類似被害の再発防止に向けて

1 事業者に対して

- (1) 販売会社に対して
 - ア 広告表示や契約時の説明文書等には、講座の具体的内容、カリキュラム、講座料金の支払総額の正確な表示など、消費者が契約締結の合理的判断ができるよう明確であることが求められる。
 - イ 勧誘に当たっては、不適切な契約とならないよう、社員教育の徹底やマニュアルの整備等した上で、オンライン勧誘記録の保存など適正な勧誘行為だったか検証できる体制の構築が求められる。
 - ウ 講座料金中に入会金の割合が8割を占めるような場合、必要な費用を恣意的に入会金と授業料に振り分けることで、契約が途中で終了した場合等に返還金をできるだけ低減する目的があると推定されてもやむを得ない。適正な費用の振り分けを設定し、消費者に明示することが望まれる。
- (2) 個別クレジット業者に対して
 - ア 個別クレジット業者として加盟店調査を徹底し、加盟店のクレジット対象商品や契約書条項の変化に対応できるよう体制を確保するなど、適切な加盟店管理が望まれる。
 - イ 加盟店と消費者とのトラブルに対しては、解決にむけて積極的介入をすることが個別クレジット業者への信頼と適正優良な加盟店の維持につながるものと思われる。

2 消費者に対して

- (1) オンライン講座受講契約など、高額な継続的役務提供契約の締結は慎重に検討すべきである。
- (2) トラブルになったときに備えて、契約関係書類や勧誘の記録・保存をしておくことが重要である。
- (3) 契約時の個人情報の提供は正確に行い、事業者の指示でも虚偽の記載・申告をしてはならない。

3 行政に対して

- (1) SNS等を端緒とする勧誘行為について、電話勧誘販売に該当しうることを事業者・消費者に対して周知し、注意喚起を徹底する必要がある。未成年者取消しによる保護の範囲が狭まっていること及び若年者に対して訴求力のあるインターネット取引の普及を考えると、若年者向けの対策が求められる。
- (2) 取引の電子化が進み、スマートフォンでの契約申込と契約書交付が認められてきているが、消費者への重要事項の伝達手段としては不十分である。実態を踏まえ、技術的側面からの検討も望まれる。

本件の詳細は、報告書をご覧ください。

東京都消費者被害救済委員会委員名簿

令和6年2月15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 已	東京大学大学院法学政治学研究科教授	会長 本件あつせん・調停部会長
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	本件あつせん・調停部会委員
野 田 幸 裕	弁護士	
洞 澤 美 佳	弁護士	
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	
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	
傳 田 純	東京都商工会連合会専務理事	

「ロードサービスの契約に係る紛争」はあっせん解決しました

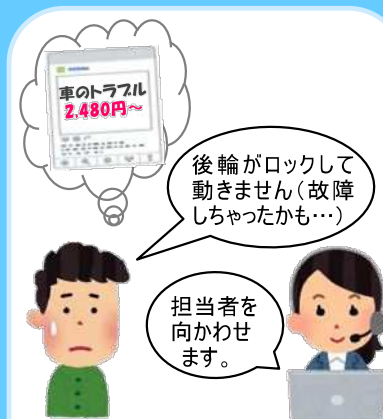
都内の消費生活センターには、インターネットで検索して依頼したロードサービスの契約に関する相談が多く寄せられています。

このような状況を踏まえ、都は標記紛争について、法的な考え方や問題点を整理して、同種の消費者被害の防止と解決にも役立てるため、東京都消費者被害救済委員会に解決を付託していました。本日、同委員会から知事に、あっせん解決したと報告がありましたので、お知らせします。

【あっせん解決の内容】

委員会は、標記の契約は特定商取引に関する法律の訪問販売に該当し、クーリング・オフが可能と判断しました。これに基づき、契約金全額の返金を求めるあっせん案を提示したところ、消費者と事業者との間で合意が成立し、解決に至りました。

【紛争の概要】



車のトラブル
2,480円～

後輪がロックして動きません(故障しちゃったかも…)

担当者を向かわせます。

車が故障したと思い、インターネットでロードサービスを検索。「2,480円～」と表示されたインターネット広告を見て、電話すると…

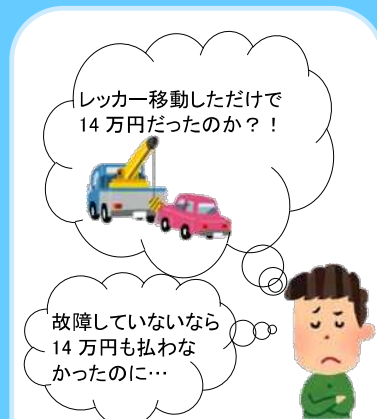


整備工場に出す必要があります。

修理が必要なのか…高額だけど仕方ない…

契約書
レッカー作業
ほか
¥140,000

到着した事業者から、整備工場に出す必要があると言われ、想定外の代金を告げられた。修理代だと思い、仕方なく応じた。



レッカー移動しただけで14万円だったのか？！

故障していないなら14万円も払わなかったのに…

整備工場で見てもらったが、修理は不要だった。事業者の対応や代金に納得できず、翌日解約を申し出たが、応じてもらえない。

消費者へのアドバイス

- ✓ インターネットで検索して依頼したロードサービスに関する契約トラブルが増えています。広告に表示された安価な代金等をうのみにせず、事前に作業内容や代金を確認しましょう。
- ✓ 自動車の故障等が生じた場合は、まず契約している保険会社等に問い合わせましょう。
- ✓ 日頃から、所有する自動車の状態を確認し、適切に整備を行いましょう。いざというときに困らないように、自動車保険に付帯しているロードサービスの内容や、他にどのようなロードサービスを利用できるか調べておきましょう。
- ✓ 想定外の高額な請求に困ったり、トラブルになった場合は、すぐに消費生活センターにご相談ください(消費者ホットライン「188」局番なし)。契約してしまっても、クーリング・オフできる場合があります。

詳しくはこちらをご覧ください。



<https://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.lg.jp/sodan/kyusai/>



【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

東京都消費者被害救済委員会とは

東京都消費者被害救済委員会（会長 沖野 眞己 東京大学大学院法学政治学研究科教授）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。

東京都消費者被害救済委員会報告「ロードサービスの契約に係る紛争」

紛争の概要

【申立人】 20歳代

【相手方】 ロードサービス事業者

【申立人の主張による紛争の概要】

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、担当者に向かわせると言われた。事業者は到着すると自動車の状態を確認し、「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イケない。」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。」「支払いは14万円になります。」と言われ、契約書面への記入を促された。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14万円も支払ったと分かり、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。

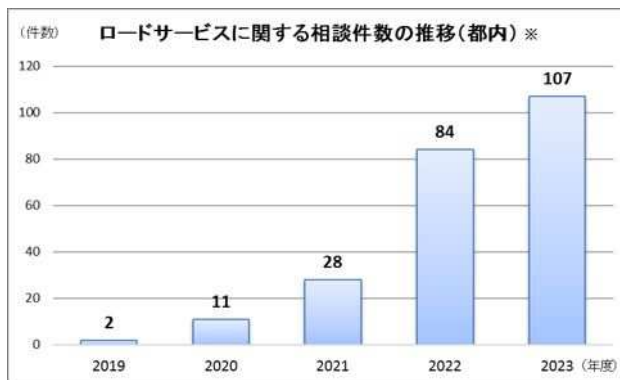
あっせん解決の内容

委員会は、本件契約は特定商取引に関する法律（以下「特定商取引法」という。）で規定する訪問販売に該当し、同法第9条に基づくクーリング・オフが認められると判断しました。これに基づき、委員会は、申立人が相手方に支払った契約金全額の返金を求めるあっせん案を提示したところ、当事者双方で合意が成立しました。

インターネットで検索して依頼したロードサービスの契約トラブル

自動車のトラブルは消費者自身での対処が困難なことが多いため、事業者に依頼することが一般的ですが、近年、インターネットで検索して依頼したロードサービスの契約に関する相談が増加しています。特に20～30歳代の若者のトラブルが目立ちます。

相談の多くは、突然のトラブルに慌ててしまい、インターネットで検索して、広告に表示された安さに惹かれ依頼したところ、事前に説明のなかった高額な請求をされたというものです。



※ インターネットで検索して依頼したロードサービス（自動車及びバイクのパンク、バッテリー上がり、キー閉じこみ等）のトラブルに関するもの

今後の東京都の対応

・消費者への注意喚起 ・国や関係機関への情報提供 ・都内の消費生活センターへの情報提供

東京都消費者被害救済委員会における審議の概要

あっせん案の考え方、法的問題点の検討

1 あっせん案の考え方

- (1) 本件契約は、営業所等以外の場所において契約の申込みを受け、若しくは契約を締結して行う役務の提供を行っているため、訪問販売に該当する。
- (2) 申立人は、インターネット広告上の「基本料金 2,480円～」の記載から想定できる程度の金額しか把握しておらず、14万円もの高額な契約を締結する意図はなかったと考えられる。このように、申立人は、契約の申込み又は締結を行いたいという明確な意思表示をしたとは言えないから、本件契約は特定商取引法のクーリング・オフの適用除外(※)とはならない。
※ 販売業者等が消費者の請求に応じて行うその住居における訪問販売は、クーリング・オフ等の規定が適用除外となる。
- (3) 申立人は、契約書面を受領した日から8日以内にメールによりクーリング・オフを通知していることから、クーリング・オフが成立している。

2 その他の問題点

- (1) インターネット広告には、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おり、実際の役務の価格よりも著しく有利であると消費者に誤認される表示であって、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。
- (2) 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。」等と不実のことを告げていたと考えられる。また、本件の契約書面には、役務の対価や契約日などに複数の記載不備があった。
- (3) 作業費用が「2,480円～」の基本料金にとどまらないのであれば、相手方は契約の実態と整合するように説明・表示すべきであった。また、本件契約の主要なサービス内容はレッカー移動の提供だったが、相手方から説明がなかったこともあり、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。突然の自動車の不具合という冷静な判断が困難な状況であったこと等を考慮すれば、相手方は、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。

同種・類似被害の再発防止に向けて

1 事業者に対して

- (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ことが必要である。また、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、十分に説明を行うことが求められる。
- (2) 事業者は、提供する役務について自ら広告・表示を行う以外の場合においても、関係者間で情報の確認、共有を行うなど、不当景品類及び不当表示防止法に則った広告・表示となるようにすることが望ましい。

2 消費者に対して

- (1) 自動車を運転する人は、日頃から所有する自動車の状態を確認し、適切に整備を行わなければならない。自動車に故障・不具合が起きたときの対処について、ロードサービスの利用を想定し、普段から予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。
- (2) 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は、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。
- (3) 実際に修理等が必要となった場合、「基本料金」以外に費用がかかる可能性が高い。契約書面に記載されている各項目が、いかなる作業に対応しているか確認し、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。

3 行政に対して

- (1) 「ロードサービス」がどのようなサービスなのか、消費者に対して周知を図っていくことが求められる。特にトラブルの相談が多い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。
- (2) 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組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。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。

本件の詳細は、報告書をご覧ください。

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 已	東京大学大学院法学政治学研究科教授	会長
後 藤 巻 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	

あっせん解決しました 「高齢者が次々に締結した住宅関連リフォーム工事等の契約に係る紛争」 ～ 次々販売が増えていきます 契約は慎重にしましょう ～

都内の消費生活センターには、高齢者が自宅において、次々に住宅関連リフォーム工事等の勧誘を受け、契約を締結したことに伴う、トラブルの相談が多く寄せられています。

このような状況を踏まえ、都は標記紛争について、法的な考え方や問題点を整理して、同種の消費者被害の防止と解決にも役立てるため、東京都消費者被害救済委員会に解決を付託していました。本日、同委員会から知事に、あっせん解決したと報告がありましたので、お知らせします。

【あっせん解決の内容】

委員会は、標記の契約はそれぞれ特定商取引に関する法律の訪問販売に該当し、いずれもクーリング・オフが成立していると判断しました。これに基づき、既払金全額の返金を求めるあっせん案を提示したところ、消費者と事業者との間で合意が成立し、解決に至りました。

【紛争の概要】

契約 1	契約 2	契約 3・4
トイレ工事	水回り設備工事	電気工事・住宅メンテナンスサービス
事業者が突然訪問し、困りごとを尋ねられたので、トイレの心配事を話した。後日、再訪があり、何を工事するのか分からなかったが、勧められるまま契約。工事が終わると、便器から床や壁まで全部交換されていた。	そのトイレ工事の日、事業者から、水回り設備工事を勧誘された。よく分からなかったが、水漏れが起きたら嫌だと思い契約した。後日、工事が行われた。洗面所の壁に沿って白いパイプが出現していて、驚いた。	その水回り設備工事の日、今度は、電気工事を勧誘された。困ったことはなかったし、何の工事をするのか、全く分からなかったが、言われるままに契約。断ったつもりでいた住宅メンテナンスサービスも契約していた。

消費者へのアドバイス

- ✓ 突然訪問してきた事業者から「困ったことはないですか」などと聞かれても、安易に「見てほしい」と事業者に依頼したり、家に上げたりせず、慎重に対応しましょう。
- ✓ 工事を勧められても、その場ですぐに契約せずに、家族や身近な人に相談し、複数の事業者から見積りをとって工事の必要性、内容、金額等を十分に検討しましょう。
- ✓ 事業者の口頭での説明をうのみにせず、契約書面の内容をきちんと確認し、分からないことや納得できないことがあるうちは、契約書面にサインしないことが重要です。
- ✓ 想定外の高額な請求に困ったり、トラブルになった場合は、すぐに消費生活センターにご相談ください。契約してしまっても、クーリング・オフできる場合があります。(消費者ホットライン「188」局番なし)

詳しくはこちらをご覧ください。



<https://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.lg.jp/sodan/kyusai/>



【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

東京都消費者被害救済委員会における審議の概要 ～高齢者が次々に締結した住宅関連リフォーム工事等の契約に係る紛争～

東京都消費者被害救済委員会（会長 沖野 眞已 東京大学大学院法学政治学研究科教授）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。

本件は、令和6年5月30日に東京都知事から同委員会に解決を付託し、審議が行われました。

付託の背景 ～ いわゆる「次々販売」に関する契約トラブルは高齢者の割合が高い ～

都内の消費生活センターには、いわゆる「次々販売（※）」に関する相談が多く寄せられており、中でも「工事・建築」の「訪問販売」に関する相談は年間114件と多くなっています。これを年齢別で見ると、契約当事者が高齢者（60歳以上）である割合が9割と非常に高く、その平均契約金額も増加傾向であり、被害が拡大しています（いずれも2023年度）。2024年度は11月末時点で前年度同期の件数を既に上回り、高齢者が占める割合も9割弱で依然として高い傾向を示しています。

※ 次々販売…一事業者又は複数の事業者が一人の消費者に次から次へと商品売買や役務提供の契約をさせる販売方法



紛争の概要

- 【申立人】 80歳代 無職 一人暮らし
【相手方】 リフォーム工事業者
【契約内容】 契約1 トイレ工事 契約2 水回り設備工事 契約3 電気工事
契約4 住宅メンテナンスサービス（以下、併せて「本件契約」という。）
（契約金額：契約1～3：合計約360万円、契約4：月額約6千円）

【申立人の主張による紛争の概要】

突然訪問してきた事業者に「何かお困りごとはないですか。」と言われた。トイレの排水管が逆勾配であることが気になっていると話したところ、事業者は、何かを取り替えなくてはならないと言ってその日は帰った。

後日、事業者が見積書を持って来訪した。トイレは詰まったことはなく流れも悪くなかったが、詰まると下階の人に迷惑を掛けると思い、契約に応じた。

工事後、排水管だけでなく便器から壁紙・床材まで交換されていることに気が付いた。逆勾配が気になっていただけで、ここまで交換する気は全くなかった。

トイレ工事の日に水回り設備工事の契約を勧誘され、さらに水回り設備工事の日に電気工事、住宅メンテナンスサービスと次々に勧誘され、それぞれ契約した。いずれも工事の必要性や詳細の説明はなく、勧誘されたその日のうちに、言われるままに契約書面に署名した。

全ての工事が終了し代金を支払った後に、経緯を知った親族におかしいと言われ、消費生活センターに相談をした。契約書面に不備があるので、クーリング・オフが可能だとアドバイスされ、4件の契約全てについてクーリング・オフ通知書を出したが、事業者は全額返金を認めず、一部返金を提案してきた。納得がいかない。

あっせん解決の内容

委員会は、本件契約は特定商取引に関する法律（以下「特定商取引法」という。）で規定する訪問販売に該当するところ、相手方が申立人に交付した契約書面はいずれも法定記載事項に不備があるため、申立人の申出によるクーリング・オフが成立していると判断しました。

これに基づき、委員会は、申立人が相手方に支払った金額（全額）の返金を求めるあっせん案を提示したところ、当事者双方で合意が成立しました。

1 あっせん案の考え方

- (1) 本件契約は、いずれも役務の提供を目的としたものであり、事業者が営業所等以外の場所である申立人の自宅を訪問し、当該自宅において契約を締結していることから、特定商取引法にいう「訪問販売」に該当する。
- (2) 本件契約においてそれぞれ交付された契約書面は、いずれも書面の記載事項に不備があるため、特定商取引法に定める法定書面に該当せず、クーリング・オフ期間は進行していない。よって、申立人が契約解除通知書を発出した時点において、クーリング・オフが成立している。

2 その他の法的問題点

- (1) 工事の必要性が十分に確認されていないにもかかわらず、工事が必要であると告げて契約1～3を勧誘し、契約締結に至っている状況から、不実告知(特定商取引法及び消費者契約法)に該当し、取消しの対象となり得る。
- (2) 消費者契約法は、事業者が契約の勧誘を行うに際して、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、必要な情報を提供することを事業者の努力義務として求めている。申立人は、契約1～3の工事の必要性や内容を十分に理解していなかったと考えられ、事業者が申立人に対して十分な説明をしておらず、当該努力義務に違反する可能性が高い。

同種・類似被害の再発防止に向けて

1 事業者に対して

- (1) 勧誘に当たっては、消費者が理解できるよう分かりやすい表現で、ゆっくりと大きな声で話したり、ときには図面を示す等して、丁寧な説明を心掛けるとともに、消費者の希望をよく確認し、納得のいくサービスを提供するよう心掛けること、消費者の理解度を確認した上で契約手続を進めることが大切である。
- (2) 高齢者の場合には、家族や親族等の同席や意向確認を徹底し、高齢者一人に契約するか否かの判断を迫ることは厳に慎むべきである。
また、勧誘の後、数日の期間を置き、家族等の第三者に相談をしたり、冷静に考えるための時間的猶予を与える配慮も大切である。
- (3) 見積書を提示するに当たり、現場の事前調査を怠ることがあってはならない。

2 消費者に対して

- (1) 突然の訪問者に対しては、警戒心を持って対応し、安易に家に上げることのないよう注意する。
- (2) 契約について不安に思う場合には、事業者から即断を求められても、自分一人で判断せず、家族や親族等、信頼できる第三者に相談することが大事である。契約後であっても、おかしいと思ったらためらわず第三者に相談してみることが、トラブルを最小限に食い止める上でも大事である。
- (3) 契約書面に署名・捺印する前に、交付された書面の内容をきちんと確認することが大切である。契約後であっても、冷静になって読み返すと見落としなどに気付き、契約を解消できる場合もある。
- (4) 十分に判断できない高齢者の場合には、本人が被害に遭っているとの認識を持ちにくく、家族や親族等が実際に足を運んで確認するなどの、周囲の見守りが大切である。

3 行政に対して

- (1) 消費者が住宅関連リフォーム工事契約においてトラブルを回避できるよう、被害事例を紹介するなどして契約時の注意点について啓発活動に努めるとともに、「住宅リフォーム事業者団体登録制度」の周知も含め、住宅リフォーム業者の選び方についても、広く情報提供すべきである。
- (2) 消費者安全確保地域協議会(見守りネットワーク)は、地域住民と事業者、行政機関が連携し、協力し合うことで消費者被害の防止・救済の実効性を高める重要な枠組みである。各地の先進的な取組を参考に、行政だけでなく、民間や地域との連携を深め、重層的に見守る体制を構築することで、消費者が安心して生活できる環境を整備することが重要である。

本件の詳細は、報告書をご覧ください。

今後の東京都の対応

○消費者への注意喚起 ○国や関係機関への情報提供 ○都内の消費生活センターへの情報提供

東京都消費者被害救済委員会委員名簿

令和7年1月29日現在

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 間 紀 子	弁護士	本件あつせん・調停部会委員
宮 下 修 一	中央大学大学院法務研究科教授	本件あつせん・調停部会長
山 口 由 紀 子	相模女子大学人間社会学部教授	
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	