

「アポイントメントセールスによる宝飾品購入契約に係る紛争案件」報告書（概要）

1 紛争の概要

申立人らは、宝飾品販売会社の従業員から、展示会に来ないかなどと携帯電話で勧誘され、店に出向いたところ、ダイヤのペンダントなどを見せられ、「結婚指輪になるから」などと購入を勧められた。申立人らは、「収入が低くて支払いきれない」等と断ったにもかかわらず、長時間にわたる言葉巧みで執拗な勧誘を受け、断りきれずにクレジットで宝飾品の購入契約を締結した。そのうちの1名は、販売員に同行され銀行口座を作らされるなどした上で契約させられている。その後、申立人らは、収入に見合わない契約のため、クレジットの支払いが滞り、クレジット契約について、支払回数を大幅に増やす内容に変更した。しかし、変更後も支払えなくなり、販売会社に解約を申し出た。しかし、「契約当事者の責任を果たすべきだ」などと拒否され、信販会社にも抗弁書を送付したが、クレジット契約が金銭消費貸借契約になっているので、抗弁は受け入れられない等と言われ、紛争となった。

2 解決の内容

本件契約については、販売会社及び信販会社が、キャンセル処理し取引がなかったものとして取り扱うことで一致していたが、申立人との間では合意手続きが行われたわけではないため、紛争が解決した状態であることを確認する趣旨のあっせん案を、甲社及び信販会社に提示した。

申立人と販売会社との間では、本件契約は取引がなかったものとして合意解除し、申立人は商品を返却すること、申立人と信販会社との間では、販売会社の合意解除を受け、申立人から既に受領していた金額は返金するという内容で合意し、解決した。

3 報告に当たったコメント

(1) 本件取引の問題点

本件取引の当事者

本件取引は、商品を所有し、展示する販売会社（以下「乙社」という。）の店舗に、別の販売会社（以下「甲社」という。）の従業員が消費者を呼び出して勧誘・販売し、契約締結の際は、甲社従業員のほか、乙社従業員が消費者と面談し、契約書面を作成するというものである。また、契約書面等の記載も、販売店、販売契約先、販売契約店という売り主を示す類似した表現が、異なる当事者を表すものとして使用され、消費者にとって販売の相手方が誰なのか分かりにくい状況である。

顧客に適合しない契約を勧誘したこと

申立人らは共に独身男性であるが、特に宝飾品に関心を有していた訳でも具体的な結婚の予定があったわけでもなく、当該商品であるプライダルセット購入の必要性や動機が存在しなかったと言える。また、アルバイトで、支払いの見込みに不安があるにもかかわらずクレジット契約で購入するように勧誘が行われたことが明らかである。さらに、申立人1名は預金口座を親に管理されている状況であり、そのような点などもふまえると、本件は、申立人らに適合しない契約の勧誘であり、問題があるといえる。

電話呼び出しの問題点

甲社は、宝飾品の販売目的であることを告げないで呼び出した疑いがある。甲社はこの点を否定するが、申立人らは、少なくとも販売目的の呼び出しであることを意識しないまま出向いたものであるから、販売目的が明確に認識できる呼び出し方法がとられていたかについては強い疑いが残るところであり、適切さを欠いていたものといえる。

勧誘態様の問題点

甲社は、申立人らが「給料が少ないので高いものは買えない」等伝えて拒絶しても執拗に勧誘を行っている。また、申立人の1名については、預金口座を親に管理されているため、新たに預金口座を開設するよう求め、甲社従業員が印鑑を用意し、申立人に同行して預金口座を開設させている。

本件売買契約の効力

甲社の勧誘行為は、顧客として適合性の原則に反するものであると考える。総合的に評価すると、全体として著しく正義の観念に反し、公序良俗に違反する可能性がある。

(2) 信販会社の問題点

加盟店管理の問題

信販会社は、販売会社が、高額な宝飾品を若者に販売していることを把握しており、支払能力を超えた消費者に与信している恐れが強いことを認識し得たのではないかと思われる。また、顧客の抗弁などから、より早期に加盟店に対する適切な措置を取り得たと考えられ、加盟店管理が十分であったとは言い難いと思われる。

準消費貸借の問題

信販会社は、支払困難の申し出を受け、申立人1名については、クレジット契約を金銭消費貸借契約に再契約している。これは三者間（消費者・販売会社・信販会社）契約の一部を構成していたものを切り取って二者間（消費者・信販会社）契約の形にしたもので、旧債務において支払うべき金銭を目的物として消費貸借を成立させているので、準消費貸借といえる。このような手法による支払条件変更手続をとることにより、消費者の抗弁対抗を事実上抑制するおそれがある。しかし、準消費貸借が締結された場合は、旧債務の抗弁はそのまま引き継がれるのが原則であり、抗弁が切断されると解すべきものではない。

(3) あっせん案における考慮点

本件は、相手方事業者の間では取引がなかったものとして取り扱うことで一致していることが確認できたが、消費者との間では合意手続きが行われたわけではない。そのため、紛争が解決した状態であることを確認する趣旨のあっせん案を提示し、相手方当事者としては甲社及び信販会社とした。

(4) 消費者及び事業者に対する要望

事業者に対する要望

勧誘にあたり、販売目的の告知にあたる言葉を形式的にちりばめても、消費者がそれに気づきにくいのであれば、脱法行為的色彩を帯びると言える。また、勧誘対象者の選定にあたり、いわゆる名簿業者から購入した名簿を利用することは、まもなく施行される個人情報保護法の規定と抵触する危険性があり、今後、法令に抵触しないような慎重な運営が求められる。さらに、いわば不要不急の高額商品の販売においては、消費者が明らかに資金的な無理をして購入することがないよう、慎重な勧誘行動が望まれる。信販会社においても、与信にあたっては、同様に、十分な配慮が強く求められるものである。

消費者に対する要望

アポイントメントセールスが不適正な取引に結びつく危険性は従前から指摘されているが、消費者にはまだこの点の認識が薄い。携帯電話・インターネット等による見知らぬ相手との接触がもたらす危険性を、消費者に対して周知させることが望まれる。