

## サイドビジネスとしてのインターネット広告代理店契約に係る紛争案件 報告書 (概要)

### 第1 紛争の概要

販売会社らは、新聞の折り込み広告でインターネット広告代理店を募集し、パソコン等を販売している事業者であった。同社は、初心者でも高収入になるとの広告を見て説明会に出向いた申立人らに対して、「インターネット上のショッピングモールに載せる広告の受注をとる仕事で、在宅でもあるいはサイドビジネスとしてでもできる。簡単に顧客から広告契約が取れ、高収入になる。」等のセールストークで勧誘し、その場で契約をするかどうかの決断を迫り、広告代理店契約をさせた。

また、同広告代理店契約と同時に、広告代理店の仕事を行うためにはパソコン等の購入が必要であるとして、クレジットを利用し945,000円(税込み)のパソコン等売買契約を結ばせた。

しかし、現実には説明と違い、申立人らが努力しても、広告を一件も受注できず、申立人らは契約そのものに疑問がわき、解約を申し出たが対応してもらえなかった。そのため、申立人らから相談を受けた消費生活総合センターでは、販売会社と交渉を重ねたが、代理人弁護士名の内容証明郵便で、解約すべき事由がない。また、広告募集という事業活動によって利益を得ようとしている人が消費者と言えるのか、根本的な疑問がある。いかなる根拠でセンターが介入するのか。」との回答及び質問書を寄せ解約に応じようとしなかった。

解約を希望する申立人らは、解約を認めない事業者の対応は了承できないとして、消費者被害救済委員会での解決を希望し、都は委員会に処理を付託した。

### 第2 審議の経過及び結果

#### 審議経過

平成12年7月に付託されて以来、あっせん部会13回を開催し審議した。

審議の過程で、販売会社及びその関連会社が実質的に倒産・所在不明であることが判明し、一方の直接の当事者が不在となる事態となった。このため、あっせん部会は、申立人ら、信販会社及び信販会社の加盟店からそれぞれ事情を聴き、審議した。

#### あっせん案の提示とその結果

平成13年2月に、申立人ら及び信販会社に対して、「立替払契約の残債務額のうち、申立人らは各々金50,000円を、金80,000円を、金100,000円を、信販会社に対して支払う。信販会社は、申立人に対する残余の額の残債務を免除する。信販会社は、本件関係物件(パソコンセット)の所有権を放棄する。本あっせんにより信販会社が各申立人に債務免除した部分については、他の相手方事業者(販売会社、関連会社)及び信販会社の加盟店に対して各事業者との契約及びその他の法律の規定により適切に請求するものとする」との内容のあっせん案を提示した。

このあっせん案を当事者双方が受諾し、同年3月に合意書を取り交わし、本委員会の処理手続きは終了した。

なお、加盟店は、クレジット契約書の中に当事者として表示されておらず、直接の契約関係に立っていないので、あっせんの相手方にしていないが、本案件において重要な役割を果たし、信販会社との関係では主な責任があると考えられるので、あっせん案の中に特に加盟店に関して記した。

### 第3 報告にあたってのコメント

#### ビジネス勧誘販売被害者の消費者性

もともと事業者ではなかった個人が、原則として、はじめて、無店舗で、従来の仕事や生活を維持しつつ、サイドビジネスないし内職的になしうる仕事であると勧誘されて、その仕事に必要なものとして商品・サービスを購入させられる場合には、そのような個人はなお消費者としての保護を受けるに値する。確実に利益を得られるとして勧誘された仕事が実際にはそのようなものでなかった場合には、そのような個人は「事業を行う者」といえる段階にまで達していないと考える。

本案件のような代理店商法は、内職商法やモニター商法と共通の性質を持っていて、不況下でこの種の商法が増加していることから、本件の審議中に訪問販売法の改正（特定商取引に関する法律」に改称）により、この種の商法は業務提供誘引販売取引として新たな規制を受けることとなった。

#### 消費者と販売会社との契約の性質

本案件の契約は代理店契約を主たるねらいとしつつ、それをあらわにしたのではその加入金等の対価の支払いにクレジット契約を利用できないため、パソコン等の売買代金の形をとってクレジット契約の対象としたもので、パソコンの売買契約と代理店契約は、合わせて一つの契約である。

#### 販売会社の違法な勧誘行為

販売会社の勧誘行為の問題点としては、容易に高額収入が得られるかのような誇大広告 多額の収益が確実であるかのような断定的なトーク 仕事の勧誘を装って来店させ、その実質は広告には書かれていない高額商品（パソコンセット）を購入させた目的隠匿型の消費者勧誘 代理店の加入金等を加算し商品一式としてクレジット契約をさせたという実態と合わない契約書面作成の問題等があり、消費生活条例施行規則の不適正な取引行為に関する規定に該当するおそれがある。

また、平成12年に成立した消費者契約法上の誤認行為の3つの類型すべてに該当するおそれがあり、本年4月の法施行後であれば消費者は取消権を行使できる可能性が高い。

さらに、本年6月施行ではあるが特定商取引に関する法律においても、判断に影響を及ぼす重要事項の不告知・不実告知 誇大広告にあたり、これらは禁止されている。

#### 加盟店の関与と責任

本案件においては、販売会社は信販会社の直接の加盟店ではなく、加盟店の子加盟店のさらに関係会社（販売会社）が信販会社のクレジットの仕組みを利用しているという特徴があり、「子加盟店」と名義の第三者利用」という二つのパターンが重複して現れている。加盟店は子加盟店による名義の流用を認識していた。

消費者との関係では、契約の当事者ではない加盟店が契約上の責任を負うことはないが、販売会社の違法な商法を認識していたような場合には、不法行為責任を負う可能性もある。

また、クレジットがなければ消費者はこのような契約をすることはなく被害を被ることもなかったという点を考慮すると、販売会社による消費者被害惹起に寄与した点からも、非難を免れない。さらに、加盟店契約上、加盟店の責任は信販会社との関係では相当に重く、本案件の最終的解決のために事業者側で損失の負担を決めるにあたっては、主たる責任を負うべき地位にあると考える。

#### 信販会社の責任

信販会社の加盟店に対する一般的監督責任はいくつかの判例や学説では認められており、本委員会も強調してきた。本案件では、加盟店ではなく、加盟店の下の子加盟店らの行為が問題となっている。

クレジットの仕組みを利用する間接的な子加盟店という扱いは、子加盟店に対する監督の面で無責任状態を引き起こしやすく、今後は直接の加盟店契約の形とし責任の所在を明確にさせるべきである。