

連鎖販売取引の解約に係る紛争案件

報 告 書

(東京都消費者被害救済委員会)

平成15年5月



東京都生活文化局

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、「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付属機関」である東京都消費者被害救済委員会を設置しております。

消費者から、消費生活総合センター等の都の相談機関に、事業者の事業活動により消費生活上の被害を受けた旨の申出があると、その内容によって必要と判断された場合には、消費生活相談として処理するのとは別に、知事から東京都消費者被害救済委員会に解決のための処理を付託します。

委員会は付託を受けると、あっせんや調停等により、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同時に、解決にあたっての考え方や判断を示します。

この、委員会の紛争を解決するにあたっての考え方や判断、処理の経過や結果は、消費生活条例に基づき広く都民のかたがたや関係者にお知らせして、同種あるいは類似の紛争の解決に役立てていただくことにより、他の被害の救済や被害の未然防止のために影響をもたらしていきます。

この報告書は、平成14年10月31日に知事から委員会に解決のための処理を付託した「連鎖販売取引の解約に係る紛争」の、委員会における処理の経過と結果について、平成15年5月22日に委員会から知事へ提出された報告を、上記の目的で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、広くご活用願えれば幸いです。

平成15年5月

東京都生活文化局

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	当事者の主張	4
第 4	委員会の処理	4
1	処理の経過と結果	4
2	申立人からの事情聴取	5
3	事業者からの事情聴取	5
4	合意書	7
第 5	報告にあたってのコメント	9
1	申立人らが被った被害の性質	9
2	相手方の販売システムの性質	10
3	本件契約の効力	11
4	原状回復義務の範囲	13
5	同種・類似被害の救済について	13

資料

- 1 「連鎖販売取引の解約に係る紛争案件」処理経緯
- 2 東京都消費者被害救済委員会委員名簿

第1 紛争案件の当事者

申立人（消費者）6名（A:20歳、B:24歳、C:22歳、D:26歳、E:26歳、F:26歳）
相手方（事業者）1社

第2 紛争案件の概要

相手方は、連鎖販売取引（マルチ商法）により自動車ケミカル製品のエンジン添加剤等の商品（以下「カー用品」という。）を販売する事業者（株式会社）である。

申立人らは、平成14年2月から7月にかけて、学校の同窓生等の知人から誘われ、相手方が実質的に主催する旅行や飲み会等に参加することで、相手方との接触が始まった。（なお、申立人らは、相手方からそれぞれ別に本件取引に勧誘されたものであるが、その勧誘の基本的な特徴は共通するものがあるので、特に断らない限り、申立人らにつきまとめて記述する。）

申立人らは、その後、同人らの知人から再度「飲み会に行こう。」「前のメンバーで集まる。」等と呼び出され、目的地に向かう途上で「3つのクラブの説明会に行く。イベントや旅行に参加できるクラブがある。」等と説明され、相手方の営業所にある説明会場に連れて行かれた。

説明会場においては、大音響の音楽が鳴り響く異様な雰囲気の中、申立人らは、事業者スタッフ（以下「社員」という。）から3つのクラブ（イベントや旅行に参加できるクラブ、商品を安く購入できるクラブ、連鎖販売業を行うクラブ）の説明を受け、連鎖販売業で取り扱うカー用品の実験実演を見学させられた。

説明会終了後、申立人らは、その場で、それぞれの知人からクラブメンバーとなることを勧められたが、「契約内容がよく分からない。」「お金がない。」「ビジネスに興味がない。」等の理由を述べて躊躇し、勧誘を断ると、会場にいた社員等が次々に近寄り、一緒にやろうと連呼し、申立人らに握手を求める等してクラブへの入会を執拗に勧誘した。

申立人らは、クラブの内容に疑問を持ちつつも、知人等に「イベントや旅行に参加できるクラブだけ利用すればいい。」等と言われ、自らもそう思うに至り、相手方の主催するクラブのメンバーとなることに同意した。

申立人らは、翌日等に再度相手方の営業所に赴き、それぞれの知人（これらの知人がメンバー契約により連鎖販売における申立人の直近の上位者となった。以下「直上」という。）を相手方とする内容のメンバー契約書に署名した。契約書の内容につき、連鎖販売業が主目的で商品を購入する必要があるように思われ、疑問を抱いた申立人が質問すると、「クラブを使うにはそれなりの負担をする必要がある。」「商品の購入は年会

費のようなもの」等と説明された。申立人らは、知人からの勧誘であること、イベント等へ参加できるメンバーであること、勧誘の雰囲気にも飲まれたこと等の事情から、メンバー契約書に署名し、メンバー契約の内容になっているカー用品 4 セットを購入し、7 万 1 千円を支払ってクラブのメンバーとなった。

申立人らは、カー用品の知識及びその販売経験がないだけでなく、運転免許を持っていない者もあり、また、そもそも事業の経験を有しておらず、その職歴、経験、年齢、知識、財産等において事業者として適切かつ必要な知識や能力を有していなかった。しかし、メンバー契約の締結後、すぐに直上や相手方の代理店等から、「ビジネスもやってみたら。」等と勧誘され、断れないまま、特約店となる目標日を決められた。また、申立人らは、メンバーに必要な知識を学ぶためとして、学習会（ゼミ等）への参加を承諾させられ、続いて仕事の空き時間に連日相手方の営業所への来所を求められ、来所できない日には、直上に電話連絡することを指示される等、短期間に集中的な学習会への参加を求められた。

相手方が実施する学習会は、3 日から 5 日の日程で行われた。申立人らは、相手方の社員等から、商品の取扱方法や連鎖販売の方法、利益、連鎖販売業の特約店となるための知識、販売手法について一応の説明を受けたが、事業者としての基本的な知識や事業計画、収益性、他の同種商品との競争力等についての十分な説明はなされなかった。

学習会の最終段階において、申立人らは、相手方の社員、直上等から特約店契約の締結を勧誘され、その際に特約店となるために必要な金額が 87 万 6 千円であると示されたため、高額な金額に驚き、お金がないからやめる等とその勧誘を断ると、直上や上位の代理店等から、特約店を目指してメンバー契約を続けるよう執拗に説得された上、社員との面接に連れて行かれ、「自分で決めたことを、今になって止めるのは人として間違っている。」「あなたのために使った時間を返してください。」等と社員から強圧的で執拗な説得を受けた。申立人らがそれでも躊躇し、やめると言い続けると、社員が怒鳴って威迫することもあった。さらに引き続き上位の代理店等が入替わり立ち代り申立人を諫める等、申立人らに対する長時間にわたる説得が行われた。中には数日にわたり説得を受けた申立人もいた。

相手方の社員等の勧誘を断りきれないと諦めた申立人らは、やむを得ず直上や社員等から指示されるまま、親や信販会社から金銭を借り入れ、特約店契約の締結に必要な資金を調達した。それでも資金が不足する申立人 A、B、C、E は、相手方の社員から個人的に金を貸すと持ちかけられ、断ることができず、借りるに至った。

申立人らは、以上の勧誘を受け、事業者として適切かつ必要な知識・能力を有しないまま、直上を相手方とする特約店契約を締結させられるに至った。申立人らは、その際、契約金額（特定負担）87 万 6 千円を支払い、カー用品 56 セットの商品を購入させられ、申立人 B、C、D、E、F は、購入した商品 56 セットのうち 52 セットを事業者の倉庫

に保管し、4セットのみを自宅等へ持ち帰った。申立人Aは、4セットも直上が預かった
ので、商品は全く受け取っていない。

特約店契約の締結後、申立人らは、直上や社員の指示で作成したリストをもとに、直
上に付き添われつつ、友人等を説明会に呼んでメンバー契約を締結するよう勧誘したり、
カー用品のごく一部を販売したりしたが、友人等からは勧誘を断られ、連絡を拒絶され
る等したため、申立人らは、実際にも連鎖販売業を続けていくのは到底無理と感じた。

特約店契約のクーリング・オフ期間(20日間)が到来する直前に、申立人らは、相手
方の社員から契約継続の意思を確認され、やめたい意思を積極的に示した申立人B、E、
Fは、再び社員、直上、上位代理店等から執拗な説得を受ける等した。申立人らは、こ
のような意思確認、説得等によって、特約店契約を続けるしかないと諦めざるをえず、
会員らの前で、「続ける。」等と明言させられ、特約店契約時にクーリング・オフ用に
渡されていた葉書に、クーリング・オフはせず契約を継続する旨を記載するよう言われ、
相手方本社あてに郵送させられた。

申立人らは、その後も更に上位のランクの会員となるよう勧誘を受け続け、学習会等
において、相手方の社員から「傘下にメンバーができたので代理店となる資格ができた。」
「メンバーを特約店にして自らは代理店を目指すように。」と言われたこと等から、特
約店契約を続けるのはいよいよ無理であると思うに至った。

申立人らは、相手方が契約締結の前に十分な説明を行わないこと、イベント等に参加
するだけでも可と説明しながら、実は連鎖販売業を行う道しか用意されていないこと等に
疑問を抱き、また親や自分が誘った友人から「勧誘方法や販売方法がおかしい。」等と
指摘され、あるいは消費生活センター等のホームページを見て、相手方の連鎖販売業に
問題があると思うに至った。

申立人らは、自ら勧誘した者に謝罪してクーリング・オフ等を勧めるとともに、相手
方に対して申立人らの契約の解約と、売却済み等で返品不可能なものを除いた商品の引
取りと返金を希望したが、相手方は解約には応じたものの、商品の受取りと返金には応
じなかった。

そこで、申立人らは、消費生活総合センターに相談し、本件紛争を当委員会に付託し
て本件紛争を解決することを希望したものである。

なお、申立人Eは、執拗な勧誘を受けたため仕方なく相手方と代理店契約を締結した
が、その後、クーリング・オフを行使し、相手方から代理店契約の契約金額の返還を受
けた。

第3 当事者の主張

1 申立人らの主張

それぞれが締結したメンバー契約、特約店契約（本件契約ということもある。）は、冷静な判断を故意に妨げられた状態で締結させられたものであり、その手法は人の素直な心、謙虚な心に付け込む許しがたいものである。このようにして締結された本件契約には到底納得できないので、本件契約を全て解約し、支払った金額を全額返してほしい。

2 相手方の主張

本件契約は、クーリング・オフ期限を経過しているため、解約することはできないし、契約代金の返還及び商品の返品は受け付けられない。

また、申立人らが当社の倉庫に一時保管を依頼した商品について引き取る意志がない場合には、当社の規定に基づき申立人らの商品は処分する。

第4 当委員会の処理

1 処理の経過と結果

本件は、平成14年10月31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、同委員会会長により、その処理があっせん・調停部会（以下「当部会」という。）に委ねられた。

当部会は、平成14年11月27日以降8回にわたって部会を開催し、その間、各申立人及び相手方からの事情聴取により事実関係の把握に努めるとともに、それぞれの当事者から提出された契約書等の関連書類に基づいて慎重に審議を行い、解決の方向を検討した。

事情聴取においては、後記2、3のとおり、各申立人から、連鎖販売取引についての予備知識、カー用品の知識等、本件の連鎖販売に必要な事業者としての知識及び本件契約に至る経緯等を詳細に聴き取った。相手方からは、事業の実態、カー用品の競争力、品質等についての説明を求めた。

申立人らについては、遊び、交遊のクラブと思い、メンバー契約の勧誘に応じる等して本件契約の締結を進めるうちに、巧みに連鎖販売に引き込まれていること、販売知識については全くの素人であり、それぞれの職歴、経歴、年齢、知識、財産等の事情に照らし、事業者として適切かつ必要な知識、能力を有していない者であったこと、カー用品の知識もないこと等の事実関係が明らかとなった。

一方、相手方は、申立人らが納得の上で本件契約を締結し、自営業者として活動していたとして、相手方だけに非があるわけではないと主張したが、申立人らに対する勧誘

の内容、態様について明確に否定するものではなかった。

当部会においては、前記の確認にかかる事実関係を前提とし、本件紛争についての公正かつ妥当な解決の方向、内容を検討したが、本件紛争にかかる連鎖販売取引契約の締結については、少なくとも不当な勧誘が行われたことが認められ、本件契約を消費者契約法所定の誤認により締結したものであり、本件契約を取り消すことができるのが相当であるとの結論に至ったものである。

そして、当部会は、当部会の本件紛争の解決の考え方を説明したうえで、平成 15 年 4 月 15 日に相手方に対して、あっせん案を提示したところ、相手方があっせん受諾の意向を表明し、後記「4 合意書」記載の条件で申立人らと相手方との間で合意が成立するに至り、本件紛争が解決したものである。

2 申立人からの事情聴取

当部会は、平成 14 年 12 月 18 日の第 2 回部会において申立人 5 名（A、B、C、D、F）から、また平成 15 年 1 月 10 日、委員 2 名により申立人 E から、相手方と契約を締結したときの状況等について事情聴取を行った。

申立人別事情聴取結果は、別表 2～7 のとおりである。

3 事業者からの事情聴取

当部会は、平成 14 年 1 月 10 日の第 4 回部会において、相手方から、申立人らと本件契約に係わる事実関係等について事情聴取を行ったが、その概要は、次のとおりである。

(1) 相手方の連鎖販売システムの概要

当社は、連鎖販売業の事業者であった甲会社から 5 年前に移行して設立された。

当社は、この甲会社から商品を仕入れ、会員がその商品を買取り、再び販売するという連鎖販売システムをとっている。

会員のランクには「メンバー」「特約店」「代理店」がある。

(2) 遊びのイベントとビジネスの線引き

当社が主催するクラブに参加するためには、カー用品を購入しなければならないシステムになっている。

当社の営利事業に参加する者にとってのメリットは、商品が安く買えること、親睦のためのクラブやクラブで集まる会場・施設が利用できることである。

クラブ的な要素と事業との線引きをするために、事業をやる人と遊びだけの人とは線引きしている。しかし、この区分は、契約においてではなく、参加する人たちの感覚による。「メンバー」というランクは、カー用品を使ってもいいし、売ってもいいというものである。

(3) カー用品の商品としての特性

当社が取り扱っているカー用品の特徴は、自動車ケミカル用品として燃費の向上や排気ガスの減少を図るというものである。

カー用品は米国製であり、米国の乙会社から甲会社が輸入し、甲会社から相手方が購入している。

マーケットリサーチや品質の改良は設立以来、一度も行っていない。

(4) セット販売のメリットと商品管理

当社は、カー用品をセット販売している。「特約店」「代理店」の場合には、セットで購入してもらうシステムである。「メンバー」には4セットを渡している。

「特約店」には、個人によって異なるが、56セット渡している。「代理店」には、50セット渡している。購入したカー用品は、特約店等に持ち帰ってもらうのが原則であるが、大半は預かって、当社が保管している。

(5) 販売方法の指導

当社は、「メンバー」については、売る売らないにかかわらず、カー用品の使い方を教えている。「特約店」については、転売を前提として数十箱を買うので、売ることを指導している。

車のどの部位でどのように使用するものかということはマニュアルで説明している。

(6) 勧誘方法

当社は、「勧誘するときは目的は告げるように。」ということはきちんと指導している。それを確認する方法として、説明会に来たときに事前に説明を受けてきたかを確認している。参加者が説明会を聴いて「参加します。」と言った場合にも、その後にもう1回面接し、その後また何日かたってから契約をする際にもう1回確認している。

営業のやり方、説明・勧誘の仕方は、契約時に渡すマニュアルに記載してある。

「メンバー」になった人から事業をしたいという申出があれば、「特約店」の候補者として扱い、事業の説明をする。

学習会は、「メンバー」の人が小売をする場合もあるので、「メンバー」全員に受講してもらい、事業の説明をしている。

研修にはマニュアルを使うが、内容はその都度変わる。連鎖販売業の心構えや取り扱い商品についての説明が主体となっている。

(7) 希望する解決内容

相手方が申立人らを調査したところ、6人6通りで、少しニュアンスの違う部分もあったが、申立人の経済的な問題や、紹介者とのつき合いがある人もいることを考慮し、仕入れ代金や卸売利益を考慮して、商品の買い取りで解決したい。

できるだけ速やかに、円満に解決したい。

4 合意書

申立人らと相手方は、平成 15 年 5 月 6 日、本件紛争にかかる合意書を、次の内容で締結した。

(申立人 A)

- (1) 申立人 A と相手方は、平成 14 年 2 月 7 日付で締結したメンバー契約及び平成 14 年 2 月 18 日付で締結した特約店契約（以下 2 つの契約をあわせて「本件契約」という。）を合意解除し、相手方は申立人 A に金 947,000 円を返金する。このうち 546,000 円については、申立人 A の承諾のもとに平成 14 年 2 月 18 日付金銭消費貸借契約に基づく申立人 A の相手方社員 G に対する返済金に充当することとし、相手方が申立人 A に代わって社員 G に返済し、それを証するため社員 G 及び相手方は申立人 A に「領収書（兼確認書）」を発行するものとする。401,000 円の返金の方法については、申立人 A の指定する口座に、平成 15 年 5 月 9 日までに、1 回払いにより振り込むものとし、振込みに係る手数料は相手方の負担とする。
- (2) 申立人 A は、平成 15 年 5 月 9 日までに、本件契約で購入したキャブレッタークリーナー 1 本を相手方に返却する。
- (3) 申立人 A と相手方との間には、本あっせん条項以外には何らの債権債務のないことを確認する。
- (4) あっせん案の内容が的確に実行されるように、東京都消費者被害救済委員会事務局が履行を確認する。

(申立人 B)

- (1) 申立人 B と相手方は、平成 14 年 3 月 17 日付で締結したメンバー契約及び平成 14 年 4 月 14 日付で締結した特約店契約（以下 2 つの契約をあわせて「本件契約」という。）を合意解除し、相手方は申立人 B に金 938,000 円を返金する。返金の方法は、申立人 B の指定する口座に、平成 15 年 5 月 9 日までに、1 回払いにより振り込むものとし、振込みに係る手数料は相手方の負担とする。
- (2) 申立人 B は、平成 15 年 5 月 9 日までに、本件契約で購入したロングパワーセット 2 セット、ビューティーシャインセット 2 セット、MXP 2 本、キャブレッタークリーナー 1 本、フィニッシュレストラー 1 本、マグホイールクリーナー 1 本及びビニールラバードレッシング 1 本を相手方に返却する。
- (3) 申立人 B と相手方との間には、本あっせん条項以外には何らの債権債務のないことを確認する。
- (4) あっせん案の内容が的確に実行されるように、東京都消費者被害救済委員会事務局が履行を確認する。

(申立人 C)

- (1) 申立人 C と相手方は、平成 14 年 3 月 17 日付で締結したメンバー契約及び平成 14 年 3 月 25 日付で締結した特約店契約（以下 2 つの契約をあわせて「本件契約」という。）を合意解除し、相手方は申立人 C に金 916,400 円を返金する。返金の方法は、申立人 C の指定する口座に、平成 15 年 5 月 9 日までに、1 回払いにより振り込むものとし、振込みに係る手数料は相手方の負担とする。
- (2) 申立人 C は、平成 15 年 5 月 9 日までに、本件契約で購入したロングパワーセット 2 セット、ビューティーシャインセット 1 セット、カルナパワックス 1 本、フィニッシュレストラー 1 本及

びマグホイールクリーナー 1本を相手方に返却する。

- (3) 申立人Cと相手方との間には、本あっせん条項以外には何らの債権債務のないことを確認する。
- (4) あっせん案の内容が的確に実行されるように、東京都消費者被害救済委員会事務局が履行を確認する。

(申立人D)

- (1) 申立人Dと相手方は、平成14年4月16日付で締結したメンバー契約及び平成14年4月24日付で締結した特約店契約(以下2つの契約をあわせて「本件契約」という。)を合意解除し、相手方は申立人Dに金893,000円を返金する。返金の方法は、申立人の指定する口座に、平成15年5月9日までに、1回払いにより振り込むものとし、振込みに係る手数料は相手方の負担とする。
- (2) 申立人Dは、平成15年5月9日までに、本件契約で購入したロングパワーセット4セット及びビューティーシャインセット4セットを相手方に返却する。
- (3) 申立人Dと相手方との間には、本あっせん条項以外には何らの債権債務のないことを確認する。
- (4) あっせん案の内容が的確に実行されるように、東京都消費者被害救済委員会事務局が履行を確認する。

(申立人E)

- (1) 申立人Eと相手方は、平成14年6月23日付で締結したメンバー契約及び平成14年6月30日付で締結した特約店契約(以下2つの契約をあわせて「本件契約」という。)を合意解除し、相手方は申立人Eに金942,000円を返金する。返金の方法は、申立人Eの指定する口座に、平成15年5月9日までに、1回払いにより振り込むものとし、振込みに係る手数料は相手方の負担とする。
- (2) 申立人Eは、平成15年5月9日までに、本件契約で購入したロングパワーセット4セット及びビューティーシャインセット4セットを相手方に返却する。
- (3) 申立人Eと相手方との間には、本あっせん条項以外には何らの債権債務のないことを確認する。
- (4) あっせん案の内容が的確に実行されるように、東京都消費者被害救済委員会事務局が履行を確認する。

(申立人F)

- (1) 申立人Fと相手方は、平成14年7月2日付で締結したメンバー契約及び平成14年7月25日付で締結した特約店契約(以下2つの契約をあわせて「本件契約」という。)を合意解除し、相手方は申立人Fに金920,000円を返金する。返金の方法は、申立人の指定する口座に、平成15年5月9日までに、1回払いにより振り込むものとし、振込みに係る手数料は相手方の負担とする。
- (2) 申立人Fは、平成15年5月9日までに、本件契約で購入したロングパワーセット3セット及びビューティーシャインセット3セットを相手方に返却する。
- (3) 申立人Fと相手方との間には、本あっせん条項以外には何らの債権債務のないことを確認する。
- (4) あっせん案の内容が的確に実行されるように、東京都消費者被害救済委員会事務局が履行を確認する。

第5 報告にあたってのコメント

本件紛争の解決として、申立人らと相手方との間で締結されたと認められる本件メンバー契約及び本件特約店契約の効力については、少なくとも消費者契約法所定の誤認に該当する取消原因が認められるものであり、申立人らが既に本件メンバー契約等の契約につき取消しの意思表示をしていると認められる事情の下においては、相手方は、申立人が払った金額を返還するとともに、申立人らは受け取ったカー用品を返還すべきものと判断した。

この判断の理由は、次のとおりである。

1 申立人らが被った被害の性質（消費者被害といえるか）

本件紛争の相手方は、連鎖販売取引（マルチ商法）によりカー用品を販売する事業者であり、相手方は申立人らが事業者として取引を行った旨を主張している。

連鎖販売取引は、物品（権利を含む）の販売（あっせんを含む）、有償で行う役務の提供（あっせんを含む）の事業であって、販売の目的物である商品の再販売、受託販売、あっせんをする者又は同種役務の提供・あっせんをする者を特定利益（その商品の再販売、受託販売、販売のあっせんをする他の者又は同種役務の提供、あっせんする他の者が提供する取引料その他の経済産業省令で定める要件に該当する利益の全部又は一部）が得られるとあって勧誘し、その者に特定負担をさせる取引である（特定商取引法 33 条 1 項）。連鎖販売取引は、形式的には事業者と事業者の間における取引であるから、その加入者が商品・サービスの再販売等の意思を有する限り、一般的にはその加入者は事業者であると認められる。

そこで、まず、申立人らが消費者として本件契約を締結したのかどうか、すなわち、申立人らの主張が、当委員会が救済することを目的としている消費者被害に当たるかどうかを検討したところ、次のような事実関係を確認することができた。すなわち、申立人らは、初めから事業活動に参加する意思をもつ者はおらず、友人・知人に誘われたこともあり、遊びのクラブと思って契約を進めるうちに巧みに連鎖販売に引き込まれていること、相手方は、メンバー契約、特約店契約、代理店契約の締結を勧誘するシステムを作り、当初のメンバー契約の段階からカー用品の販売を行っており、相手方の社員らによる勧誘も執拗で、友人・知人関係を巧みに利用した形態を組織的にとっていること、申立人らが特約店契約の締結を拒絶すると、相手方の社員らによる長時間にわたる勧誘が繰り返して行われたこと、申立人らは、カー用品の知識、その販売の経験がないだけでなく、事業の経験を有しておらず、また、申立人らの職歴、経験、年齢、知識、財産等の事情に照らし、事業者として適切かつ必要な知識、能力を有しているものではなく、相手方もこれらの事情を容易に認識することができたものであること、申立人らは、カー用品を実

際に販売する意欲もなく、近親等に対してごく一部のカー用品を販売することができたにすぎず、申立人らが保有するカー用品の大半は相手方に保管されたままになっていること等の事情が認められる。

このような事実関係に照らし、申立人らが連鎖販売の主目的である事業活動を行う意思をもたず、また実際にも営業活動もほとんどしていないことが明らかであるだけでなく、申立人らが本来カー用品の販売といった事業を行うことに必要な適格性を有していなかったことも窺うことができ、申立人らは、形式上は、事業者としての再販売システムの中に取り込まれた者であるが、実際には、消費者として本件契約の当事者になった者であり、その実態も消費者ということができると判断した。

2 相手方の販売システムの性質（商品販売の実質を有するか）

上記のように、連鎖販売取引は、商品等を販売する組織がピラミッド状に増えて行く取引であることをその本質とする。次に、相手方が勧誘した本件取引が商品販売の実質を有するものであるかどうかにつき検討した。

本件契約締結の経緯及びこれに伴う商品の流れを再確認すると、以下のようなものである。

申立人らは、友人・知人等に相手方の営業所にある説明会場に連れて行かれ、その知人等に「イベントや旅行に参加できるクラブだけ利用すればいい」等と言われてメンバー契約を締結した。その内容は、連鎖販売業が主目的で商品を購入する必要があったが、申立人らは、「商品の購入は年会費のようなもの」等と説明された。

メンバー契約の締結直後に、申立人らは、直上等から「ビジネスもやってみたら」と勧められ、連鎖販売業の特約店となるための知識や販売手法を学習したが、特約店契約の契約金額が87万6千円と示されたため、契約の締結を断ったものの、執拗に説得され、指示されるままに親や信販会社から借入れをし、それでも資金が不足する申立人らは、個人的に貸付をすると持ちかけられて特約店契約を締結した。

申立人BないしFは、特約店契約で購入した商品56セットのうち52セットを相手方の倉庫に保管し、4セットのみを自宅等へ持ち帰り、申立人Aは4セットも直上が預かったので、商品は全く受け取っていない。

申立人らは、一時期、社員や直上に促され、友人等を説明会に呼んでメンバー契約させたり、商品を販売しようとしたが、販売ができた商品はごくわずかであり、大多数の者から誘いを断われ、申立人らの連絡を拒絶されるなどした。

以上の経緯からすると、相手方が構築した本件事業が再販売を目的とした組織であるとすれば、カー用品という商品を販売する意思も能力も実績もない申立人らを特約店に昇進させること自体が問題であるというべきである。

なお、参考までに付言するに、商品販売の伴わない勧誘、昇進行為は、ねずみ講（無限連鎖講）に極めて近い行為である。無限連鎖講の防止に関する法律によると、金品を出捐することにより会員になれる金銭配当組織であること、2以上の倍率で後続の会員が増加するものであること、先順位の会員が後順位の会員の出捐する金員から、自分の出捐した金品の価額または数量を上回る金品を受領することを内容としていること、という各要件を満たす場合には、その金銭配当組織を無限連鎖講と定義し、これを全面的に禁止し、開設者、運営者に刑罰を科している（同法2条、3条、5条）。連鎖販売業は、特定利益を得るより先に多額の特定負担をさせるものであるから、仮に連鎖販売業の名のもとに商品の販売活動を行わず、加入者の勧誘・昇進行為のみが行なわれるとすれば、このような実態を有する連鎖販売取引は、無限連鎖講の防止に関する法律の一種の脱法行為になるということもできる。

連鎖販売取引と無限連鎖講の区別は判例でも問題にされてきたところであるが、商品の仕入れ価格と販売価格に大きな差があったり、組織の運営者が商品の販売にほとんど努力せず、もっぱら会員の勧誘に重点を置いているような場合には無限連鎖講と認められる可能性が大きいといえることができる。

相手方への事情聴取の結果によると、カー用品は、米国の乙会社が製造した商品で、長期にわたり同種の取引が行われてきたというものであり、本件事業に参加した者に再販売させる商品として、同種の商品が多数販売され、激しい競争が行われている状況の下においては、上記の諸事情に照らすと、無限連鎖講、あるいは公序良俗違反として問題とすることができる余地がないでもない。

3 本件契約の効力

(1) クーリング・オフ

ところで、本件では、以上のような検討のほか、クーリング・オフの権利の行使の可否が問題になるところである。

本件では、仮に本件契約が連鎖販売取引に当たるとした場合であっても、申立人らの有していたクーリング・オフの権利の行使が妨害されているとの問題がある。

連鎖販売取引は、その取引に参加する者が無限に増加していかないと、その参加者の投下した金額を回収できないという構造をもっているにもかかわらず、この点を秘して、高い利益が得られるように見せかけて参加者を誘い入れる誘惑的な取引である。このような事情に鑑み、特定商取引法は、同法所定の書面を受領した日から20日間は無理由・無条件で契約を撤回・解除することができる権利（クーリング・オフの権利）を消費者に与えている（同法40条）。また、消費者がクーリング・オフの権利を確実に行使することができるために、クーリング・オフについて記した上記書面の交付を義務づけ、その交付がなかったり、交付があってもその記載に不備があったような場合には、クーリング・オフ期間の経過後にもクーリング・オフ

の権利を行使することができる」とされている。

本件では、相手方から申立人らに対する書面の交付もあり、その記載にも欠けたところはないが、申立人らは、特約店契約のクーリング・オフ期間の到来直前に、相手方の社員らから契約継続の意思を確認され、止めたい旨の意思を示すと、再び執拗な説得等を受け、相手方の営業所長（社員）に面接させられ、クーリング・オフ用に渡されている葉書に継続する意思を記載するよう言われて相手方本社あてに出させられている。本件契約の締結に至る経緯、本件契約の内容のほか、このようなクーリング・オフの妨害が行われたことに鑑みると、申立人らは、クーリング・オフ期間経過後であっても、クーリング・オフの権利を有効に行使できると解することが合理的であり、相当であるということもできる。このように解することが、「連鎖販売業に係る連鎖販売取引についての契約の解除を妨げるため、人を威迫して困惑させてはならない」とする特定商取引法の規定（同法 34 条 3 項）の趣旨にも合致するということができる。

もっとも、本件では、申立人らの受けた被害の十分な救済を図るとの観点からは、クーリング・オフの権利を行使しただけでは適切であるとはいえないので、続いて、消費者契約法所定の取消権の行使の可否について検討を進めることとしたい。

（２）消費者契約法所定の取消

申立人らは、上記のとおり、友人・知人らに相手方の営業所にある説明会場に連れて行かれ、３つのクラブ（イベントや旅行に参加できるクラブ、商品を安く購入できるクラブ、連鎖販売業を行なうクラブ）の説明を受けた。友人・知人に「イベントや旅行に参加できるクラブだけ利用すればいい」等と言われてメンバーとなることに同意し、メンバー契約を締結したが、上記３つのクラブは一応別個のものであるとしても、メンバー契約を締結した申立人らがその後も相手方の執拗かつ組織的で、巧みな説得、勧誘により連鎖販売取引に引き込まれて行く過程をみると、メンバー契約は、申立人らを連鎖販売取引に引き込むための手段、方便にすぎず、メンバー契約の勧誘の段階から特約店契約の勧誘が開始されているとみるのが相当である。申立人らは、メンバー契約締結の勧誘の時点においては、相手方が勧誘する取引がカー用品の販売であることの説明を受けないまま、上記のとおりカー用品を購入させられ、しかも、カー用品の知識、その販売の経験がないだけでなく、事業の経験を有していなかったものであるし、申立人らの職歴、経験、年齢、知識、財産等の事情に照らし、事業者として適切かつ必要な知識、能力を有しているものではなく、これらの事情は相手方において認識していたか、少なくとも容易に認識することができたわけである。申立人らに対して本件事業を行う特約店契約の締結を勧誘するに当たっては、申立人らが十分に理解することができるように適切な説明が行われるべきであったにもかかわらず、相手方が申立人らに対してこのような

適切な説明を行った形跡が認められない。かえって、相手方は、申立人らに対して、メンバー契約の締結の直後からカー用品の販売を目的とする特約店契約の締結を執拗かつ組織的に勧誘し、申立人らがその締結を拒絶した後も執拗かつ組織的に勧誘して特約店契約の締結をさせるに至ったものである。その間に、申立人らの事業者としての適性に配慮した形跡が全くないだけでなく、カー用品の特性、本件事業の収益力、販売活動等、特約店契約を締結するのに必要な契約の内容につき事実と異なった説明・勧誘を行ったものといえることができる。結局、メンバー契約、特約店契約ともに、相手方の不実の事実の告知により重要事項（契約の目的となるものの内容）を誤認して本件契約したものであると認めることが相当である（同法4条1項1号）。したがって、申立人らは、本件契約につき誤認に基づき取り消すことが可能である。

なお、念のため付言すると、本件契約書では、クーリング・オフ期間経過後も解約が可能であるが、その場合には返金を認めない旨が規定されているが、クーリング・オフ期間経過後でも事業者が債務不履行があれば申立人らは契約を解除して返金を求めることができるのはもちろんであり（民法545条1項）、また、相手方と申立人らの間で本件契約を合意解除した場合にも、相手方は返金義務を負うものである。この条項が、本件のような場合にまで解除に伴う返金を認めない趣旨であるとするれば、消費者契約法10条の規定により無効であるというべきである。

4 原状回復義務の範囲

上記のとおり、申立人らは、相手方に対して本件契約を取り消したものであるから、双方とも原状回復義務を負うものであり、申立人らは、受け取ったカー用品の返還義務を負う。

他方、相手方は、本件契約の対価として受領した金銭を返還すべき義務を負うといえることができるが、申立人らがカー用品の一部につき費消し、あるいは他に販売したものもあるため、その調整が必要となる。

本件においては、申立人らと相手方との間で上記内容の合意が成立したところであるが、その際、カー用品の評価を行い、相手方が返還すべき対価からその評価に係る金額を控除して、合理的な調整を行ったものである。

5 同種・類似被害の救済について

今回6名の申立人についてあっせん解決を図ったが、都内の消費生活センター等には本件の申立人以外に解決していない相談もあるということである。

本件事業者には、それらの相談に対しても、本件の解決に沿った対応を望みたい。

また、他の同種営業を行う事業者においても、紛争を発生させることのない適正な事業活動が強く望まれる。

「連鎖販売取引の解約に係る紛争案件」処理経過

開催年月日	会議名等	内 容
平成 14 年 10 月 31 日	(改正運営要綱により総会は開かず)	紛争案件の処理を知事から委員会に付託、部会の設置
平成 14 年 11 月 27 日	第 1 回あっせん・調停部会	紛争内容の確認、処理方針の検討等
平成 14 年 12 月 18 日	第 2 回あっせん・調停部会	申立人 A、B、C、D、F からの事情聴取
平成 15 年 1 月 10 日		申立人 E からの事情聴取
平成 15 年 1 月 10 日	第 3 回あっせん・調停部会	相手方事業者からの事情聴取
平成 15 年 1 月 31 日	第 4 回あっせん・調停部会	事情聴取内容の確認、あっせんの考え方の整理
平成 15 年 2 月 14 日		部会長と事業者との面談
平成 15 年 2 月 14 日	第 5 回あっせん・調停部会	法的論点の整理
平成 15 年 3 月 6 日	第 6 回あっせん・調停部会	あっせん案の検討
平成 15 年 3 月 27 日	第 7 回あっせん・調停部会	あっせん案の決定、合意書及び報告書の検討
平成 15 年 4 月 15 日		あっせん案を文書提示、双方受諾
平成 15 年 4 月 25 日	第 8 回あっせん・調停部会	あっせん成立の報告、報告書の決定
平成 15 年 5 月 6 日		合意書の締結
平成 15 年 5 月 22 日		知事への報告

東京都消費者被害救済委員会委員名簿

氏 名	現 職	備 考
学識経験者委員 10名 (50音順)		
淡路 剛久	立教大学法学部教授	
金岡 昭	弁護士	
北河 隆之	弁護士、明海大学教授	
後藤 巻則	早稲田大学法学部教授	本案件のあっせん・調停部会委員
桜井 健夫	弁護士	本案件のあっせん・調停部会委員
高野 真人	弁護士	
野澤 正充	立教大学法学部助教授	
升田 純	聖心女子大学教授、弁護士	本案件のあっせん・調停部会長
松本 恒雄	一橋大学大学院法学研究科教授	
山本 豊	上智大学法学部教授	
消費者委員 4名		
奥 利江	主婦連合会 常任委員	
矢野 洋子	東京都生活協同組合連合会 理事	
飛田 恵理子	特定非営利法人 東京都地域婦人団体連盟 生活環境部副部長	
寺田かつ子	東京都地域消費者団体連絡会 代表委員	本案件のあっせん・調停部会委員
事業者委員 4名		
渡邊 順彦	東京商工会議所 議員	
牧 祥平	東京都中小企業団体中央会 常任理事	
島野 清	東京都商工連合会 副会長	本案件のあっせん・調停部会委員
遠藤 貞夫	東京工業団体連合会 専務理事	
臨時委員		
澤 充	日本大学医学部眼科学教室教授	
専門員		
徳永 祐司	国立医薬品食品衛生研究所 環境衛生化学部第2室長	