

モデル・タレント養成講座等の契約 に係る紛争案件

報 告 書

(東京都消費者被害救済委員会)

平成23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、あっせん、調停等を行う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。

消費者から、東京都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って消費生活上の被害を受けた旨の申出があり、その内容から必要と判断されたときは、知事は、消費生活相談として処理するのとは別に、委員会に解決のための処理を付託します。

委員会は、付託を受けた案件について、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ともに、解決にあ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あ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ご活用いただいております。

本書は、平成22年11月25日に知事が委員会へ紛争処理を付託した「モデル・タレント養成講座等の契約に係る紛争」について、平成23年5月18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、広くご活用いただければ幸いです。

平成23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	3
1	申立人の主張	3
2	相手方の主張	3
第 4	委員会の処理	3
1	処理の経過と結果	3
2	申立人からの事情聴取	4
3	相手方からの事情聴取	4
4	合意書	4
第 5	報告にあたってのコメント	5
1	本件契約における問題点	5
2	あっせん案の考え方	19
3	同種・類似被害の再発防止に向けて	20
■	資 料	
1	「モデル・タレント養成講座等の契約に係る紛争」 処理経緯	24
2	申立人からの事情聴取	25
3	相手方からの事情聴取	27
4	東京都消費者被害救済委員会委員名簿	28

第1 紛争案件の当事者

申立人（消費者） 2名
申立人A：20歳代女性
申立人B：30歳代女性
相手方（事業者） 3社
株式会社 甲社：芸能プロダクション等の運営
株式会社 乙社：芸能スクール等の運営
株式会社 丙社：信販会社

第2 紛争案件の概要

アルバイトを探していた申立人A及びBは、求人誌等で、エキストラなどの仕事があるとの広告を見て、オーディションを受けた。しかし、実際は、レッスンの受講などが必要であると言われ、レッスン受講や研究生登録などの契約を結ぶことになった。各申立人の主張による概要は、以下のとおりである。

（申立人A）

上京後アルバイトを探していた申立人Aは、平成21年2月、携帯の求人サイトで日払いのエキストラのアルバイトを見つけ、オーディションを受けに行った。写真撮影やモデルウォークのビデオ撮影等を行った後、担当者から「こういう仕事をしている人達は、100万円から300万円のレッスン料を払って自分を磨いているのだよ。」と言われた。

「そんなお金は払えない。」と答えたところ、「他の事務所では、〇〇ちゃん、△△ちゃん、□□ちゃん（〇〇等は有名タレント固有名詞）も、会社がお金を負担して、育ててもらったんだよ。こんなふうに輝きたければ、連絡しておいで。会社としての特別扱いも可能だからね。」と言って名刺を渡された。

アルバイトをする必要があったので、同年3月事務所を訪れたところ、「レッスンを受講する契約」（以下「レッスン受講契約」という。）、「研究生として登録する契約」（以下「研究生登録」という。）、「プロフィールの作成やエステ、ヘアメイク、写真撮影、ホームページへの掲載などのサービスを商品構成にしたコース」（以下「プロフィール等作成コース」という。）を勧められた。合計金額は約140万円だったが、「この金額は、形式的にかかるので無視していい。あなたは、特待生だから、こんなにはかからない。」と約60万円に減額され、「他の子達は、このお金を払っているから、このことを絶対に言っちゃいけないよ。」と念を押された。

契約を迷っていると、「今のあなたにお金がないのはわかっている。仕事はたくさんあるので、仕事をしてから返していけばいい。エキストラのアルバイト等で生活し、活躍している子はたくさんいる。」と言われ契約を行った。

レッスンに通って、まもなく、事業者への不安が募ったため、1カ月ほどでレッスンに

行けなくなり、解約の申出をした。

後日、相手方から残金の請求があったが納得できず、紛争となった。

(申立人B)

平成19年秋頃、アルバイトを探していた申立人Bは、求人情報誌で「芸能のお仕事あります」という記事を見つけた。歌手を志望していた申立人Bは、歌うことで報酬を得られるアルバイトができることに魅力を感じた。

オーディションの際、担当者から、携帯メールに仕事の依頼がたくさん来ているのを見せてもらい、「今のあなたの実力なら、70万円で登録できる。」と言われ、初めてお金がかかることが分かった。後日、お金がかかることを理由に断った。

1年後、「あなたの歌がよかったので、もう一度オーディションを受けてもらえないか。」と電話があった。お金がかかることが分かっていたので断ったが、「金額は各人ごとに違う。費用がかからない場合もある。」と言われ、であればオーディションの最後まで残りたいと思った。数回の面接等を受け、「今のあなたの登録料は、50万円。」と言われた。

担当者から「分割もできる。月にいくらまで払えますか。」と言われたので、「月に1万円も払えない。」と答えたところ、「1万円ずつ返している人もいるけれど、それだとうちがしてあげられる内容が変わってくる。人生は一度きりなのだから、どうせやるなら、ローンを早く返した方がやる気も上がる。」、「ローンをどンドン返すためにも、仕事を振っていくように努力する。」と何度も言われ、仕事を確実にまわしてもらえるように思えた。

平成20年11月、「レッスン受講契約」、「研究生登録」及び「プロフィール等作成コース」を勧められ、合計金額は約140万円であった。

申立人Bは、歌は別の先生に師事していたので、レッスン(91万円、契約書に会社が投資とする旨の記載あり)は必要なかったため、「なぜ、レッスン生の契約をしなければならないのか。」、「会社が投資とするとは、どういう意味か。」と質問したところ、担当者は「これは、形式上こう書くもので、会社はあなたに91万を投資して、あなたは半分を払うので、91万は、あなたの関知するお金ではない。」と説明された。

契約後、5カ月経っても仕事をまわしてもらえなかったのが催促し、21年4月、赤坂のライブハウスに出演させてもらったが、報酬はもらえなかった。全部で5回ほどのライブ等に出演したが、いずれも報酬はもらえなかった。

申立人Bは、勧誘及び契約時の説明と実態の違いから、解約を求めたが、相手方から届いた解約書には残金を支払うこと及び退所後1年間の芸能活動の中止を約束させる記載があったため、納得できず、紛争となった。

第3 当事者の主張

1 申立人の主張

(申立人A)

日払いのエキストラのアルバイトを希望していた。「仕事を紹介するに当たり登録説明会に来てくれ。」と連絡があったので、面接を受けに行った。レッスン等の契約に当たり、「仕事をしてローンを返していけばいい。」と言われ契約を行った。レッスン以外の活動も行っておらず、また仕事もまわしてもらっていないので、契約の解除を求めるとともにホームページ上の写真等の個人データについて削除を求める。

(申立人B)

求人情報誌に「芸能のお仕事あります」という記事があったので連絡をとった。担当者から「ローンをどんどん返すためにも、仕事を振っていくように努力する。」と何度も言われ、仕事を確実にまわしてもらえるように思え、契約を行った。勧誘及び契約時の説明と実態の違いから、契約の解除を求めるとともにホームページ上の写真等の個人データについて削除を求める。また、1年間の芸能活動の中止を約束させられることについても承諾できない。

2 相手方の主張

担当者からは、ローンを返すために仕事を提供するというような説明は行っていないと確認をしている。勧誘に当たって、業務提供誘引販売取引の誤解を招かないようクーリング・オフ制度等も含めた内容についての社員教育を行っている。

モデルや歌手といった希望があれば、オーディションを受けてもらっている。不合格の場合、どうしても仕事をしたいのであれば、エキストラ登録をする方もいるし、研究生として勉強をするならば研究生登録をしてくださいと説明をしている。

申立人Aについては、当初、エキストラのアルバイトが希望だったが、面接の結果、本人がモデルを希望していたのでオーディションを受けてもらった。モデルの仕事をするために登録をしてレッスン等で勉強をしてもらう必要があった。

申立人Bについても、歌の仕事をするためには、レッスンを受けてもらう必要があった。

1年間の活動中止については、ホームページに掲載したり、本人に名刺を渡したりなどしていることから、解約後すぐにフリーや別の所属で活動すると混乱が生じたりトラブルの原因になることから、このような規定を設けている。

第4 委員会の処理

1 処理の経過と結果

平成22年11月25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、あっせん・調停部会（以下「部会」という。）に処理が委

ねられた。部会は、平成22年12月21日の第1回から平成23年2月25日まで、6回に渡って開催され、あっせんの成立により解決した。

詳細は、資料1（24ページ）のとおりである。

2 申立人からの事情聴取

資料2（25、26ページ）のとおりである。

3 相手方からの事情聴取

資料3（27ページ）のとおりである。

4 合意書

(1) 紛争の当事者は、平成23年3月9日付けで、本件紛争に係る以下の内容の合意書を取り交わした。

（申立人A及び相手方（甲社、乙社、丙社））

ア 申立人Aと相手方との間で締結されたすべての契約を合意解除することを確認する。

イ 相手方は申立人Aに対して、連帯して受領済の金1万円を返還する。

ウ 相手方は前項の金1万円を、申立人Aの指定する金融機関口座に、平成23年3月31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。

エ 相手方は、保有する申立人Aに関する個人データの消去を行う。また、ホームページ上の写真等の個人データについては、削除を行う。

オ 申立人Aと相手方との間には、本件紛争に関して、本あっせん条項以外に相互に何らの債権・債務のないことを確認する。

（申立人B及び相手方（甲社、乙社、丙社））

ア 申立人Bと相手方との間で締結されたすべての契約を合意解除することを確認する。

イ 相手方は申立人Bに対して、連帯して受領済の金35万9200円を返還する。

ウ 相手方は前項の金35万9200円を、申立人Bの指定する金融機関口座に、平成23年3月31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。

エ 相手方は、保有する申立人Bに関する個人データの消去を行う。また、ホームページ上の写真等の個人データについては、削除を行う。

オ 相手方は、契約書等の規定にかかわらず、申立人Bの芸能活動の中止は求めない。

カ 申立人Bと相手方との間には、本件紛争に関して、本あっせん条項以外に相互に何らの債権・債務のないことを確認する。

第5 報告にあたってのコメント

1 本件契約における問題点

(1) 本件における契約内容

本件においては相手方（甲社、乙社、丙社）と申立人（A、Bそれぞれ）との間に、①研究生登録、②プロフィール等作成コース契約、③レッスン受講契約、④奨学金・特待生契約、⑤クレジット契約の5種の契約書面が交わされている。なお、①は、表題には「契約」の語は登場しないが、その前文には申立人それぞれと相手方甲社とが「…を目的とした契約をするものとする」と記載されている。

これらの契約については、主体と内容のいずれもかなり漠としている。書面からは、①は甲社との間の、③は乙社との間の、②は申立人Aの場合は乙社との、申立人Bの場合は甲社との間の契約となっており、⑤は丙社との間の契約である。これに対し、④については「契約」と題されているものの主体ははっきりせず、条項の中では「当プロダクション・スクール」という記載があり、「担当者」「総責任者」の署名捺印欄には甲社の担当者等の署名捺印があることから、甲社を一方の主体とするものであるとみられる。④には、乙社への入校費、カリキュラムレッスン、フリーレッスン、プロフィール等作成コース（又は登録）のすべてが、金額の内訳とともに記載され、総額と、「奨学金・特待生金」、総額から「奨学金・特待生金」を差し引いた「最終総合計金」という記載がされている。

	① 研究生登録	② プロフィール等作成コース	③ レッスン受講契約	④ 奨学金・特待生契約	⑤ クレジット契約
申立人A	甲社	乙社	乙社	甲社とみられる	丙社
申立人B	甲社	甲社	乙社	甲社とみられる	丙社

それぞれの契約内容については、①は「芸能業務全般で双方に利益を上げることを目的とした契約」、「【相手方】は本契約中、【申立人】のマネジメントの一切を引き受ける」、②は「【申立人】が芸能活動を円滑に目指す為に作られた商品」が「プロフィール等作成コース」であり、プロフィールの作成やエステ、ヘアメイク、写真撮影、ホームページへの掲載などのサービスが商品構成として掲げられている。④は、申立人からの誓約や約束の体裁をとっているが、他方で、期限の利益喪失・一括返還に関して「当プロダクション・スクール」の請求権が記載されるなど、その性格は不明瞭である。

これらの契約の実際の締結過程は、甲社の担当者のみが交渉、契約締結にあっている。

これらの契約書の記載内容、相手方3社の人的関係・資本関係・設立の経

緯、契約交渉過程・契約締結過程からすると、相手方と申立人との間には、(ア)研究生としての登録、それに伴う約束条項、(イ)プロフィール等作成コースという「商品」(役務)提供、(ウ)レッスン受講、(エ)クレジットを内容とする契約が締結されているとみられる。

これらについては、3つの見方ができる。第1は、甲社、乙社、丙社の3社が一体となった契約、第2は、甲社と乙社とが一体となった(ア)～(ウ)の契約と丙社による信用供与契約、第3は、甲社との間の(ア)の契約、甲社によって提供又はあっせんされる(イ)の契約、乙社によって提供され甲社のあっせんに係る(ウ)の契約、及び丙社による信用供与契約である。

このように、相手方と申立人との間の契約は、主体、契約内容ともに極めて不透明である。これらの契約は、一人の担当者のもとで、書面上も明瞭な区別ができない形で(特に④における金額の記載。また、申立人Bについては②と④においてはプロフィール等作成コースが50万円とされ、①において登録費が50万円と記載されている。)なされており、また、甲社と乙社とは、パンフレット等の外形も類似しており、もともと乙社に法人格がなかったこともあって、別主体であることを消費者からは認識しがたい。

また、申立人が負担するとされている金銭負担が何の代価であるかが不透明である。例えば、申立人Bの場合、上記のとおり、50万円という金額が①においては登録に対する負担と記載され、②④では②の代価と記載されている。可能性としては、①から導かれるマネージメント・サービス、②から導かれるエステ、写真撮影、ブログ指導・掲載など、③から導かれるスクール・レッスン(いずれも役務の提供を基本的な内容とする。)が、相当しうるものである。

(2) 業務提供誘引販売取引におけるクーリング・オフ

ア 「業務提供誘引販売取引」の該当性

本件は、アルバイトや仕事の募集の広告(求人情報誌、携帯電話求人サイト)を見てコンタクトをとった個人に対して、モデルや歌手として仕事をするためには、(1)の①の登録、②のプロフィール等作成コース、③のレッスン受講が必要であるとして、有償の役務提供ないしそのあっせんの契約を締結させるにいたっていることから、特定商取引に関する法律(以下「特商法」という。)第51条に規定される業務提供誘引販売取引の可能性がある。

モデルや歌手としての「仕事」をするためには、登録が必要であり、写真撮影やホームページへの掲載等のプロフィール等作成コースのサービス購入が必要であり、レッスン受講が必須であるとされている点は、相手方の説明からも認められる。

同条の「業務」は、「在宅ワーク、仕事、モニター業務等といったものの総称であり、例えば、業務提供誘引販売業を行う者とその相手方との間の委託契約、請負契約、雇用契約、代理店契約等を含む」とされている。

また、「その提供される役務を利用する業務」は、「有償で提供を受けた役務を利用して行う業務のことである。例えば、ワープロ研修という役務の提供を受けて修得した技能を利用して行うワープロ入力の在宅ワーク、インターネット上にホームページを作成する役務の提供を受けて、そのホームページを利用し、在庫管理等を行う業者の商品の広告や注文等の対応などを行う仕事等が該当する。」とされている。

前記(1)の①、②、③において提供される役務は、モデルや歌手としての「業務」をし、それによって収入を得るための、レッスンやホームページへの掲載などであって、レッスンを受講しないとモデルや歌手として活動できないという構造は、ワープロ研修を受けないとワープロ入力の在宅ワークの仕事をまわすことができない、というのと同様の構造と考えられる。エステや写真撮影等によるホームページへの掲載、ブログ開設についても、仕事での指名の基礎になるものである。したがって、そこには、「業務」との間にそれらを「利用して行う」という関係が認められる。①についても、仕事による収益のための前提とみることができる。

申立人は、いずれも、相手方のエキストラやモデル・タレント・歌手としての仕事の募集を見て相手方に連絡をとったところ、それらの仕事のためには上記の各種の契約が必要であると説明され、収入がないのでそのような負担はできないといったん断ったにもかかわらず、「形だけ。」「仕事を始めれば払える。」等の説明・勧誘があり、上記の各種の契約に至ったというものである。これによれば、業務提供利益を収受しうることをもって誘引し、特定負担を伴う契約締結へと至らしめていることが認められる。

以上からすれば、申立人と相手方との間にされた①から④までの契約は特商法第51条にいう業務提供誘引販売取引に該当しうる。

これに対し、相手方からは、次の指摘がされている。(ア)エキストラ募集に対する応募については、登録は無料であり、負担は全く発生しない。モデルや歌手等の志望が確認される場合にのみ、上記の有償契約を締結することになる。実際、申立人は、ともに、最初の日には契約を締結していない。申立人の希望を確認したうえで、所定のプロセスを経て、後日、改めて契約を締結している。(イ)担当者は、契約締結に際し、仕事があるとか、収入が得られるといった話はしてはいけないこととしており、当該担当者もそのような言明はしていない。研究生の間は、研修中であって、仕事による収入は基本的に期待できないのであり、この点からも、仕事による収入を誘引とした勧誘をしてはならないことを担当者に申し渡している。

これらの指摘は、業務従事により得られる利益をもって誘引する行為はなされていないことを指摘するものと言える。申立人と相手方との間に言い分の食い違いのある点である。事実の確認はできないが、次の点に目を向ける必要がある。すなわち、(i) (ア)に関しては、特に申立人Aは、モデルを希望するというわけではなく、2度目の接触においても、とにか

く即日支払を受けられる仕事が欲しいという希望を伝えており、申立人Aに対して、負担を伴わないエキストラ登録と負担を伴うモデル等の研究生登録とが申立人Aに認識・理解可能な形で選択肢として提示されていたかは疑問であり、まして、申立人Aが自主的に後者を選び取ったと言えるかは疑問である。申立人Bについては、歌手志望ではあったが、高額な負担を伴う契約は断っており、レッスンについては別途受講しているため不要である旨を伝えていた。(ii) (イ)に関しては、他にも類似の相談が寄せられていること、申立人がともに同様の事情説明をしていること、担当者が基本的に一人(Aについては「専務」と2人)で、実際の勧誘の際の説明がどう行われているかの検証や監督が行われる体制になっていないこと、担当者は委託契約に基づき、出来高払い報酬となっており、しかも、出来高は、クレジット負担額に応じて定めるため、有償契約へと誘う強いインセンティブがあることの諸点を指摘することができる。(iii) また、何より、プロフィール等作成コース契約書には、キャスティング登録や出演などの仕事の依頼に関する記述・条項があり、また、研究生登録書にはマネージメント・サービスと出演等の報酬の条項があり、仕事が提供されそれによって報酬を得られることが前提となった契約条項となっている。(iv) 申立人は、ともに契約締結時に収入に困っている状態にあり、またそれを理由にいったん断っており、相手方から提供・あっせんされる仕事の収入がなければ返済の目途はたたない状態にあつて、担当者ひいては相手方にはそのような事情が伝えられていた。

イ クーリング・オフとその効果

本件の①から④までの契約が業務提供誘引販売取引に該当する場合、法定書面の受領から20日のクーリング・オフが保障される。本件においては、「契約締結から8日間」のクーリング・オフ条項がある。起算点及び期間のいずれについても記載不備であり、クーリング・オフ期間は進行していない。その段階で、申立人からは、契約解除の意思表示が書面によってなされている。

このため、本件が業務提供誘引販売取引に該当する場合には、クーリング・オフが有効になされたと言える。

クーリング・オフがされた場合の効果に関して、本件の場合には各種の役務の提供が一定範囲でなされているため、その扱いが問題となる。特商法58条は、訪問販売に関する同法9条と異なり、既に提供された役務の対価相当額その他の支払を要しない旨の明文(9条5項)を置いていない。そのため、その扱いに関しては、2つの考え方がある。

第1は、特別の規定がない以上、契約の拘束力が失われた場合の一般原則に従い、当事者双方が不当利得返還債務を負うという考え方である¹。この考え方は、規定のない事項については一般法の原則によることとなるとし、契約当事者双方が原状回復義務を負い、業務提供誘引販売業者の契

約相手方が引渡しを受けた商品の返還義務、商品を使用・消費していた場合にはそれによって得た利益相当額の返還義務を負うとしている。

第2は、本来、クーリング・オフが短期に限って無負担での契約からの離脱を保障する制度であることや、訪問販売の場合の立法趣旨に照らせば（特に個人を相手方とする）業務提供誘引販売取引の場合に扱いを異にするべきではなく、第9条第5項の準用ないし類推適用を認めるという考え方である²。

第2の考え方から検討すると、確かに、規定上、訪問販売の場合と業務提供誘引販売取引の場合とで違いがあり、このことは、平成20年改正後の割賦販売法第35条の3の10第11項、同条の3の11第13項においても鮮明になっている。そこでは、訪問販売や特定継続的役務提供等契約と、特定連鎖販売個人契約や業務提供誘引販売個人契約との間で線引きがされているように見える。しかし、業務提供誘引販売個人契約については、訪問販売や特定継続的役務提供等契約との間で別異の扱いをすべき理由は必ずしも十分とは言えない。

訪問販売に関する特商法9条5項の立法趣旨は、次のように説明されている。すなわち、役務提供契約については、「役務の提供がなされた後にクーリング・オフが行使された場合には、役務の提供そのものが不当利得となるため、上記のように役務提供事業者からの不当利得の返還請求を認めると、役務の提供を受けた者は、原状回復義務として提供された役務の対価相当額を役務提供事業者に支払わねばならなくなり、実質的な消費者保護にならない。また、その契約の性格から解除の効果が遡及しないものについては、既に提供された役務の対価が債務として存続することから、同様に消費者保護とならない。（中略）このような事態を回避するには、一般消費者の利益の保護を本旨とする本法の趣旨に従い、役務の提供契約に係る消費者がクーリング・オフを行うかどうかその権利の行使を留保した状況のもと、冷静に考慮し得るよう役務について特例を設ける必要がある。このため、同項により申込者等がクーリング・オフを行使した場合には、役務の提供がなされたときにおいても、役務提供事業者又は権利の販売業者は、その役務の提供の対価を請求できないこととしている。」³

このように、その立法趣旨は、事業者が消費者の熟慮を待たずに役務の提供を行うことでクーリング・オフによる救済を無意味化することの防止にある。このような扱いは、クーリング・オフ期間中は事業者による役務の提供を自粛する結果をもたらしうるが、訪問販売の場合には緊急性を要する役務提供取引がその形態（訪問販売）で行われることは考えにくく、また、取引実態への悪影響もないと判断されている。

その一方で、業務提供誘引販売取引の場合に別異の処理とする理由は詳らかにはされていないが、清算処理によってクーリング・オフによる救済が無意味化されることを回避すべきであるという立法趣旨は業務提供誘引販売取引についても妥当するものであろう⁴。両者の違いとして考えら

れるのは、特に、クーリング・オフ期間及び「業務」性の点である⁵。

クーリング・オフ期間については、訪問販売などの場合の8日間に比し、業務提供誘引販売取引の場合は20日間であって、その間の役務提供に伴うリスクを事業者が負担する場合には、取引への悪影響が懸念される。また、「業務」性に関して、業務提供誘引販売取引においては、役務の提供は業務のために必要であるという意味で付随的性格をもつものであって、訪問販売の場合のようにそれ自体が中心的ではなく、また、業務のための役務提供・受領であってむしろその性格はビジネス取引であるから、純然たる消費者取引に比し、消費者としての保護の必要性が相対的に低い、ということが考えられなくはない。しかし、業務提供誘引販売取引において、販売は直ちに負担を伴う現実のものであるのに対し、業務はその利益を收受し得るに止まる将来の不確実なものに過ぎない。さらに、業務提供誘引販売取引に関する規律を要請した取引実態をみると、内職商法やモニター商法にみられるように、「業務」はむしろ口実やおとりであって、その実態は商品の販売や役務の提供契約が中核であり、その点では、業務提供を口実とした、訪問販売（アポイントメントセールス等）とその実質が類似するものが少なくない。しかも、本件にも見られるように、契約相手方（購入者・役務受領者）は、（商品の売買契約や）役務提供契約について不要であると言っているにもかかわらず、業務のために必要であるとして、契約に至っているという状況が少なくない。このような事情を考慮すると、クーリング・オフ期間が相対的に長期であるとしても、その間の熟慮の確保の要請は訪問販売の場合に劣ることはなく、取引実態への悪影響も深刻なものとは思われず、むしろクーリング・オフによる救済の実効性が清算のあり方によって失われる懸念の方が大きいというべきであろう。そうだとすれば、連鎖販売取引については別段、消費者取引の実質をもつ業務提供誘引販売取引（個人契約）については、すでに履行された役務の清算に関して、訪問販売などにみられる対価請求制限の規定が類推されるべきであるという主張にも理があると考えられる。

第1の考え方により、規定のない場面での清算のあり方は一般法理によるとする場合、クーリング・オフの効果は不当利得返還（または原状回復）の問題となる⁶。この場合にもさらに2つの考え方がある。1つは、不当利得について類型論の考え方をとり、給付利得の類型であることから、受領した役務の返還、その現物返還はできないため、その相当価額を返還するという考え方である。他の1つは、類型論によらず、703条、704条の規定により、受益者の善意・悪意に応じて返還の範囲が定まるとする考え方である。

前者（類型論、役務の価額相当額の返還）の考え方による場合、受領した役務の価額評価の仕方が問題となる。これについては、客観的な価値とする考え方と主観的な価値とする考え方とがある。主観的な価値についても、個別の消費者（契約相手方）の純粋に主観的な評価を問題とするもの

ではなく、当該消費者の事情に照らした価値を問題とするものと考えられる。いずれの考え方によっても、また、特に客観的価値を問題とする場合にあっては、業務提供誘引販売取引における役務提供については、それが業務との結びつきによって意味をもつものであること（換言すれば、特に消費者にとっては、業務と切り離した場合に独立の意義をもたないこと）に留意すべきであろう⁷。また、この場合、役務の価額として相当な額であることの証明責任は事業者にあると考えられる⁸。

また、前者の考え方による場合、利得縮減の抗弁が認められる余地がないかはさらに問題となる。給付利得にあっては、取消原因や当事者の関与形態・事情等を勘案した返還範囲の調整の余地がないわけではないと考えられるためである。例えば、詐欺による取消しの場合であれば、不法原因給付（民法708条）に現れるクリーン・ハンズの原則から、返還請求を否定する見解もある。また、規範の目的を清算のあり方に反映させる見解もある⁹。クーリング・オフは無条件解除・解消であり、一方当事者の悪性を問題とするものではないが、消費者の熟慮に基づく意思決定という環境が整備されない状況が事業者の勧誘行為によって作出されていることに鑑みて、そのような環境下で意思決定を迫られた消費者の救済を図るための制度であることを考慮すると、その効果についても消費者の救済のための考慮がされるべきであり、純粋な双務契約の巻き戻しとして清算関係を規律するのは適切ではなく、消費者については（善意の受益者の）利得縮減の抗弁が認められると解する余地もある。

次に、後者の考え方による場合、本件の場合には申立人は善意の受益者と考えられ、現存利益の有無及び範囲が問題となる。この問題設定においては、特に、前述の業務提供誘引販売取引の特殊性、すなわち、提供された役務はそれを利用する業務の存在があってはじめて意味をもつものであること、汎用性のあるものであれば別段、通常は、特に消費者にとっては、当該役務は業務と切り離しては独立の意義をもたず、無価値といえ、したがって、利得は現存していないことが、意味をもつ。

「業務に従事するのに必要として消費者が研修等の役務提供を受けた場合、提供を受けた役務が当該の業務提供誘引販売取引とは独立した取引対象として実質的にも価値が認められるような場合には、役務提供により利益を受けたと認められる場合もある。このような場合には、その限度で利得を返還しなければならない場合もあろう。しかし、この場合の役務提供も元をただせば業務提供誘引販売業者が提供する業務に必要とされると誘引されたからこそ提供を受けることになったものであり、業務提供誘引販売取引自体が不要な契約であれば、結果的には押しつけられた利益と評価することも可能である。したがって、この様な評価が可能な場合には、価値のないものであるから消費者が利得をしているとはみられないとして返還義務はないと解することも可能ではないだろうか。」と指摘されている¹⁰。このように、汎用性がなく独立した価値をもたない役務について

は、価額相当額の評価においてゼロであると判断することや、また、客観的な価値の存在が認められるとしても利得が現存しないと言いうる。また、独立した価値をもちうる役務についても、それが押しつけられた利得であることをとらえて、清算においても「利得の押しつけ」「やり得」の防止と消費者救済の趣旨を入れて、現存利益を否定する余地もありうる。

本件の場合、提供された役務は、プロフィール等作成コース（申立人によるとその一部のみ）及びレッスン（予定回数の一部）である。まず、これらについては、その提供状況も不明であり（前記②の契約書に列記された役務のすべてが提供されたわけではないようである）、提供された役務と約定対価との対応関係も不明であって、まして、その価額評価は困難であることが指摘できる。次に、一連の役務のうち、特にレッスンの受講については、ある程度の汎用的な価値があり、その受講状況の詳細が明らかになれば、価額評価ができ、またその利益が存在するとも言えるようにも思える。しかし、芸能活動を志向するわけではなく、何であれ仕事が欲しいため相手方に接触している申立人Aの場合には、独立した価値はなく、まして、利益が現存するとは言い難い。申立人Bの場合は、レッスンの一部に意義が認められるものもないわけではない。しかし、申立人Bは別途以前からレッスンを受講しており、自らが選び取ったレッスン受講ではなく、これは、押しつけられたものという面もなくはなく、かえって、自らの望むレッスンの機会を妨げられたといえなくもないことを考えると、申立人Bについても返還すべき利益は現存しないと考えることもできる。

(3) 不実告知、適合性原則違反

ア 問題となる勧誘行為・態様

本件では、申立人はいずれも定期的な収入がなく、高額な負担には耐えることができないと述べて断っているにもかかわらず、相手方は、高額の負担を伴う、しかも、対価との対応関係も不透明な契約を強く勧めており、加えて、その対価に関して、現実には通常化しているにもかかわらずごく限られた人にだけ適用される特待生割引を申立人に適用するとして大幅な減額の印象（「二重価格表示」）を作り出している。また、相手方によれば所属生と研究生とは異なり、研究生の場合には出演なども専ら研修の一環でありそれに対する報酬が得られるということは基本的にはないとのことであるが、そうだとすれば、それにもかかわらず、マネージメントが行われたり、収入・報酬がある旨の記載のされた契約書面が交付されているほか、申立人によれば、マネージメントや仕事・報酬を前提とした説明・勧誘が担当者によってされているとのことである。たとえば、申立人Aによれば、支払はできないと言う申立人Aに対し、「形だけである」旨の説明がされたとのことであるし、また、申立人Bによれば、「お仕事によって支払はでき、プラスになることもあるかもしれない。」「支払負担額、毎月返済額の多寡によって受けられるマネージメントサービスの質が異

なる。」と告げられたとのことである。

イ 不実告知

このような勧誘行為は、役務の種類・内容等や特定負担や業務提供利益に関する事項についての不実告知に該当する可能性があるほか、たとえそうではないとしても、業務提供誘引販売取引の相手方の判断に影響を及ぼす重要な事項についての不実の告知に該当しうる(特商法 52 条 1 項 1 号、2 号、4 号及び 5 号)。

また、仮に業務提供誘引販売取引該当性を欠く場合であっても、これらの行為は、消費者契約法上の不実告知に該当しうる(消費者契約法 4 条 1 項 1 号。また、東京都消費生活条例 25 条 1 項 3 号、同条の 2、同規則第 6 条 2 号、3 号、12 条の 2 も参照)。申立人 A の場合はもとより、歌手を志望する申立人 B についても、相手方のいうように、仕事や報酬は期待できない研究生契約であるというのであれば特に事業性は認められず、消費者契約該当性に欠けるところはないと考えられる。

したがって、申立人は、これらを根拠として意思表示の取消しができる(特商法 58 条の 2 第 1 項 1 号、消費者契約法 4 条 1 項 1 号。なお、期間制限の問題がある。)。意思表示が取り消された場合の清算については、提供され受領された役務についての清算が問題となるが、この扱いについても、当該役務の価額評価や現存利益の判断が問題になる¹¹。

また、本件では、特待生割引として 40 万円や 50 万円といった額が減額されているが、「特待生」という表現や担当者の説明にもかかわらず、そのような減額は通常化しており、二重価格を形成している。二重価格の問題に関しては、宝飾品について、通常価格としての表示について重要事項該当性を認めた裁判例がある¹²。それと比較すると、本件では、代価の対象が何か自体が不透明であって、客観的な価格設定は想定しがたく、提供者の主観的かつ相対的な価値判断によって価格設定がされるものと解され、役務受領者にとっても、客観的な価格を検証しがたく、提供者から示される通常はどのような価格かが判断の決定要素になるのであって、宝飾品の事案以上に、提供者の意思決定において、通常一般的な価格(とされる事項)が、役務の質その他の内容に該当し、かつ、消費者の当該契約締結の意思決定にあたって通常影響を及ぼすべきものに該当するものと解される。

なお、特に優良であるから特待生として割引を受けることができるという相手方(担当者)の説明は、二重価格に関わるだけではなく、「仕事」に結びつくだらうという期待を申立人に抱かせるという面もある。

ウ 適合性原則違反

アのように、相手方による勧誘行為は、申立人(業務提供誘引販売取引の相手方)の「知識、経験及び財産の状況に照らして不相当と認められる

勧誘」に該当しうるものであり、取引の公正を損ない申立人の利益を害するおそれのあるものであって、指示（等）の対象となりうる（特商法 56 条 1 項 4 号、同法施行規則 46 条 3 号）。

(4) 広告

申立人は、携帯電話の求人サイトや求人情報誌における相手方の求人広告をみて、相手方に連絡をとり、契約締結へと至っている。本件において申立人が見た特定の求人サイトでの広告や求人情報誌における広告は現存する資料が示されていないが、同様のものとみられる相手方の広告は、相手方提供資料や被害救済委員会事務局収集資料として示されている。それらの広告においては、全く負担がなく登録ができる旨、また必要ならばレッスン受講もできる旨の記載がされている。前者は、エキストラの場合であって、モデルや歌手などの芸能活動のための登録の場合は別であるというのが相手方の説明であるが、そのことは広告からはうかがい知ることができない。レッスン受講を含め一定の費用負担がありうることは何ら言及されていない。

広告が「勧誘に際し」に該当するかどうかは議論がありうるが、不特定多数を対象とするものであっても、それが個別の契約締結勧誘の前提として組み込まれ、個々の相手方に期待を生じさせているときは、広告内容を打ち消す具体的な説明等がない限りは、広告等でなされた表示や説明が、不実告知（前記（3）イ参照）や不利益事実の不告知（消費者契約法 4 条 2 項、特商法 52 条 1 項、参照）に該当することがあるというべきであろう。

また、本件が業務提供誘引販売取引に該当するときは、これらの広告は、業務提供誘引販売取引についての広告に要請される必要事項の表示がなく、また、業務提供利益や特定負担等に関して誇大広告に該当しうるものである（特商法 53 条、54 条）。

(5) 不当条項

ア 中途解約の場合の特待生免除額支払

本件の契約中④には、「次の項目に違反した場合は特待生免除の放棄とみなし、いかなる理由があろうとも、当プロダクション・スクールより登録又は所属、生徒に対して一方的に本契約を解除し、奨学金・特待生全額を請求致します」とし、項目の 1 つに、「中途解約した場合」が掲げられている。また、「特待生は各種値引き、免除を他の所属者などへ、いかなる理由事情が有っても口外漏洩しない事を確認する」という項目も掲げられている。

特待生免除額は、現実には、全員が特待生免除を受けていながら、中途解約がされたときは理由のいかんを問わず、免除対象額を含めて返還義務を負うことが定められ、また、特待生免除については一切口外しないこととされその違反についても免除額の全額返還が定められている。この条項については、実際には、当該条項を根拠として特待生免除額を

請求する扱いは行われていないとのことである。

当該条項は、消費者の解除の場合の違約金・損害賠償額の予定条項としての性格をもつものと解することができる。当該条項は消費者（申立人）の解約権を実質的に制限する過大な違約金・損害賠償額予定条項であって、不当条項といわざるをえない。二重価格表示の一環をなす特待生免除を実質的な解約制限にも用いている点で、本件の特待生免除に関する一連の条項は、消費者に対して与える不利益がきわめて大きいものと思われ、単なる過大な違約金・損害賠償額予定条項の問題性に尽きない面もうかがわれる。

違約金・損害賠償額予定条項であるとみた場合にも、一般に消費者からの契約解除の場合の違約金・損害賠償額予定条項に関しては、業務提供誘引販売取引にあっては役務の提供開始後の場合は提供された当該役務の対価に相当する額を超える金額の支払を請求することはできない（特商法 58 条の 3 第 1 項 3 号）。また、消費者契約にあっては、その場合、当該事業者が生ずべき平均的損害を超える部分は無効である（消費者契約法 9 条 1 号）。

イ 1 年間の芸能活動停止

本件の契約中①には、退所完了後「【申立人】は1年間の芸能活動の中止を約束するものとする。万一その期間中に芸能活動を行った場合、【相手方】は【申立人】に損害賠償を請求することが出来る」旨の条項がある。申立人Aには芸能活動の希望はなく、当該条項を問題としていないが、申立人Bにとっては当該条項は自身のその後の活動を制約するもので、それに拘束されるものではないことを望んでいる。

当該条項は、申立人の職業選択の自由を制約するものであって、その効力は合理的な範囲に制限されるべきものである。相手方は、当該条項の有効性及び正当性に関して、他の事務所に所属して芸能活動が行われると混乱をもたらすので、1年間という限られた期間のみ活動を制約しているとのことである。しかし、申立人は研究生であって、所属生・所属タレントとしての活動はしておらず、また、売出し前にファンがつかないなどの事情もない。したがって、指摘されるような混乱が生じる懸念は存在しない。当該条項については、事務所の投資の回収のためという面もありうるが、研究生についてはその芸能活動のために事務所からの投資は行われていない模様である。特待生免除の部分が事務所からの投資であるとの手書き記載も契約書にはみられるが、前記のような特待生免除の実情に照らすとこれをもって、競業避止・活動停止を基礎づける投資と見ることは困難である。以上の点からすれば、申立人の地位にある者に対して、1年間の芸能活動をおよそ禁止する条項は、申立人の職業選択の自由を不当に害するものであって、公序良俗違反にも該当しうると考えられ、また、当該条項がない場合に比して消費者の権利を一方的に制

限り、信義則に反する条項とすることができ、民法 90 条や消費者契約法 10 条により、無効となる可能性の高いものと解される。

(6) 個人情報の処理

本件諸契約により、相手方は、申立人の個人情報を取得・保有し、また、写真を含めた個人情報を相手方の管理するホームページにおいて掲載・公開している。申立人は、相手方によるホームページへの登録データの掲載の停止、相手方の保有する登録データの削除を希望している。

申立人から相手方に提供された申立人の写真（肖像）や個人情報を相手方が保有し、利用できるのは、申立人と相手方との間の契約に基づくものであるが、その保有も、また利用や公表・掲示も、契約上許容された範囲にとどまると解される。そして、どこまでが契約上許容された範囲であるかは、契約の解釈の問題であり、最終的には信義則に照らして判断されることになろう。その観点からすると、契約が解消された場合には、引き続き登録情報を公表・掲示することはもはや相手方に許容されてはいないと考えられるから、他方当事者である申立人は、契約上（契約終了後の余後効として）ホームページ上の個人データの掲載の停止・情報の抹消を求めることができると解される。

また、本件諸契約についてクーリング・オフや意思表示の取消しがされる場合には、契約締結当初の意思決定やその環境に何らかの不十分さがある場合であり、それらによって契約が解消される場合には、個人情報・データの提供自体についても「清算」を要し、その保有に合理的な理由がない限り、申立人は相手方に対し、申立人が提供し、相手方の保有する個人情報の削除を求めることができると解することができるのではないかと考えられる。

(7) クレジットの扱い

本件においては、①から④までの契約とともに⑤のクレジット契約を締結した旨の書面が交わされている。しかし、クレジット会社（丙社）は、本件のクレジット契約の締結に当たり、何ら具体的な行動をしていない模様である。すなわち、クレジット契約の締結は、①から④の契約とともに、甲社の同一担当者（甲社からの委託を受けた者）が勧誘、説明を行っており、申立人に対して、クレジット利用の意思についての確認や、支払能力についての確認などが、クレジット会社（丙社）からなされた形跡はない。このような事情は、他の事情とあいまって、相手方は 3 社であっても一体であっても、申立人と相手方との間になされた諸契約も一体的なものと解することにつながりうる。

仮に、そうではなく、クレジット契約が、甲社等とは別主体であるクレジット会社によって締結されていると解する場合、上記のように、クレジット会社が意思確認や支払能力の確認をしていないことは問題である。

なお、契約締結時期に照らし、本件に適用されるものではないが、平成

20年の割賦販売法改正により、個別のクレジット契約について次の扱いがされることに留意すべきである。すなわち、(ア)業務提供誘引販売取引について、個別クレジット契約を利用して業務提供誘引販売取引（個人契約）の申込みや締結がされた場合、個別クレジット契約についても、法定書面受領日から20日間、クーリング・オフが認められている（割賦販売法35条の3の11）。(イ)個別信用購入あっせん業者には、個別クレジット契約の締結にあたり、個別支払可能見込額算定のための調査を行い、それを超える与信となるときは与信契約を締結してはならず（同法35条の3の3、35条の3の4）、厳格な与信管理が要求される。(ウ)業務提供誘引販売個人契約などの場合、その勧誘に関し、各種の調査義務が課され、不実告知等の特定商取引法上の一定の禁止行為や消費者契約法4条1項から3項までに該当する行為があったことが調査から判明したときはクレジット契約の申込みに対し承諾をしてはならず（割賦販売法35条の3の5、35条の3の7、同法施行規則75条～77条）、加盟店管理や契約締結の適正確保のより具体的な責務を負う。

¹ 消費者庁HP（<http://www.no-trouble.jp/>）『特定商取引に関する法律の解説（逐条解説）平成21年版』305頁。

² なお、齋藤雅弘＝池本誠司＝石戸谷豊『特定商取引法ハンドブック』（第4版）615頁は、明文の規定が置かれていないとしても、消費者が提供された役務については不当利得返還（原状回復）義務を負わないと解することも可能である、とする。また、平成20年改正によって明文化された使用利益に関する言及であるが、後藤卷則＝池本誠司『割賦販売法』289～290頁は、「文言上は、訪問販売のクーリング・オフのみを対象とし、かつ耐久財を『使用』した場合の利得についてのみ規定しているが、こうした立法趣旨に照らせば、電話勧誘販売その他の取引類型についても、また消費財を『消費』した場合の利得についても同様に返還義務を負わないものと解すべきである」とする。規定の不在は決定的ではないとする見解といえよう。また、特商法上の取消権の行使の効果に関してであるが、クーリング・オフ規定の類推が考えられるとするものとして、角田美穂子「特定商取引法上の取消の効果について」横浜国際経済法学14巻3号54頁以下、61～62頁、参照。

³ 前掲『特定商取引に関する法律の解説（逐条解説）平成21年版』51頁。

⁴ 丸山絵美子「消費者契約における取消権と不当利得法理」（1）筑波ロー・ジャーナル創刊号130頁。

⁵ その他、適用除外などもあるが、それらを含め、詳細は、丸山・前掲130頁以下を参照。

⁶ 前掲『特定商取引に関する法律の解説（逐条解説）平成21年版』は、契約の解除という点から原状回復とする。

⁷ 締結された契約によって実現されようとした目的に即して、提供された役務が客観的に相当な価値を有しているかを問うべきであるという指摘として、角田・前掲、参照。また、業務提供誘引販売取引における役務につき、圓山茂夫『詳解特定商取引法の理論と実務

(第2版)』667頁も参照。

⁸ 圓山・前掲667頁。角田・前掲66頁も参照。

⁹ 詳細は、角田・前掲57頁以下を参照。

¹⁰ 齋藤ほか・前掲ハンドブック707頁。

¹¹ これについては、前記(2)イ、丸山・前掲117頁以下を参照。

¹² 大阪高判平成16年4月22日消費者法ニュース60号156頁(消費者法判例百選33)。

2 あっせん案の考え方

(1) 業務提供誘引販売該当性とクーリング・オフの適用、現存利益返還の要否

本件において、相手方3社と申立人それぞれとの間でなされた取引は、前記1「本件契約における問題点」(2)アで検討したとおり、特商法第51条の業務提供誘引販売取引の可能性がある。

しかし、相手方は、業務提供誘引販売取引において求められる法定（同法55条）の書面を交付していない。クーリング・オフ期間について、法律上は20日間であるところ（同法58条1項）、相手方の書面にはクーリング・オフ期間は「8日以内」と記載されている。そうすると、申立人はいずれも、相手方に対し、本件契約について、クーリング・オフをすることができ、支払済みの金員の返還を求めることができることとなる。

なお、申立人は、写真撮影やホームページ掲載等の役務、相当回数（約30回及び約15回）のレッスンを受講しているが、前記1「本件契約における問題点」(2)イで詳細に検討したところに照らし、これら役務に関し、クーリング・オフに伴って返還すべきものはない。

また、相手方の申立人に対する勧誘行為は、特商法や消費者契約法上の不実告知に該当し、申立人は意思表示の取消しをなしうる。さらに、特商法上の適合性原則違反の問題もある。

あっせん案においては、これまで検討した法律上の問題点の存在や、申立人と相手方双方の状況や意向をふまえて、相手方3社は連帯して、申立人それぞれに対し、それぞれ受領済みの金員全額を返還すべきであるとした。

(2) 個人情報削除の要否

相手方は、申立人の個人情報を取得・保有し、写真を含めた個人情報を相手方の管理するホームページ上において掲載・公開している。

しかし、前記1「本件契約における問題点」(6)で検討したとおり、申立人は、契約上、また契約取消しに伴い、同個人情報の削除や同ホームページ上の個人情報の掲載の停止・情報の抹消を求めることができると解される。申立人の意思に反してホームページにおける掲載・公開が継続されるとすると、人格権・人格的利益を害するものであって、相手方の行為により申立人に損害が発生し続けるといえる。

あっせん案においては、これら法律上の問題点の存在や、申立人と相手方双方の状況や意向を踏まえて、相手方は、保有する申立人の個人情報を削除し、相手方が管理しているホームページ上の写真を含む申立人の個人情報の掲載の停止・情報の抹消をすべきであることとした。

(3) 競業避止義務の有無

本件の契約中には、「退所完了の際は、【相手方】は多方面に配布済みの【申立人】の資料等の回収、及び営業、売り込み活動の停止報告、解約の為、【申立人】は1年間の芸能活動の中止を約束するものとする。万一その

期間中に芸能活動を行った場合、【相手方】は【申立人】に損害賠償を請求することが出来る。」との記載がある。

しかし、前記1「本件契約における問題点」(5)イで検討したとおり、申立人には、職業選択の自由があり、他方、相手方は申立人に対し、競業禁止・活動停止を基礎づけるような事情があるとみることは困難であり、これら条項は、民法90条や消費者契約法10条により、無効となる可能性が高いものと解される。

あっせん案においては、これら法律上の問題点の存在や、申立人と相手方双方の状況や意向をふまえて、相手方は、申立人Bに対し、芸能活動の中止を約束させるものではないことを確認するべきであるとした。

3 同種・類似被害の再発防止に向けて

芸能界への憧れを背景に、芸能プロダクション等が開設するモデル・タレント養成講座に関する若者の消費者トラブルは相変わらず多い。平成21年度における同種トラブルの相談件数の約半数が、20歳台以下の女性から寄せられたものであった。

主なケースとして、求人あるいはオーディション広告、または街頭でのスカウトからオーディション等を受けて、モデルやタレント、歌手への途が開かれるかのような説明をされて、養成講座等の契約を行うというものである。

トラブルの内容としては、①消費者の当初の思惑（「芸能界で仕事ができる」など）と異なる高額な負担を伴う養成講座の契約をさせられる、②当初説明されていたような仕事がない、③レッスン内容に不満がある、④解約時に既払い受講料の返還に応じない、④契約内容が曖昧であり、不当な契約条項が使われている、などがある。

このようなトラブルの今後の防止に向けて、事業者に対して次のとおり是正を求めるとともに、消費者にも注意を喚起したい。

(1) 事業者に対して

ア 広告について

本件相手方と同種の事業を営む（以下「本業種」という。）事業者の中には、求人広告等によって、消費者を事務所に来訪させ、養成講座等の勧誘を行っている場合が見受けられる。このような場合には消費者は予期しなかった不意打ち的な勧誘を受けることになる。講座等を受けることが仕事をするための条件であるならば、そのことをあらかじめ広告に記載すべきである。なお、後述のとおり、この種の取引は業務提供誘引販売取引に当たる場合が多いと考えられることから、その場合、広告には養成講座の受講が条件であること及びその負担額について表示しなければならず、著しく事実と反する誇大広告などは禁止されている

(特商法 53 条、54 条)。

法律上の義務の有無にかかわらず、事業者としては、広告を見た若者に誤解を生じさせることがないように適正な広告を行うことが求められる。

イ 契約締結に際して

トラブル例の中には、養成講座等の契約を締結させることを告げず、求人面接など他の目的で営業所等を来訪させて、養成講座受講を勧誘している例が見受けられる。このような場合にはアポイントメント・セールスとして特商法の適用により（同法 2 条 1 項 2 号、同政令 1 条 1 号）、同法のクーリング・オフ規定(9 条)及び書面交付義務（4 条及び 5 条）などを遵守しなければならない。

また、トラブル事例では本件のように、養成講座を受けることが仕事をあっせんする条件となっている例が多い。このように、仕事をあっせんすることを告げて、そのために必要な養成講座を受けるように勧誘している場合には、特商法の業務提供誘引販売取引に該当することになり（同法 51 条以下）、この場合には概要書面の交付（55 条 1 項）、20 日間のクーリング・オフ（58 条）など訪問販売以上の厳しい規制を受けることになる。また前述のとおり受講などが仕事の条件となっていること、受講料などの負担、あっせんされる仕事の内容などについて広告、概要書面に記載される必要があるので、消費者の誤認に基づくトラブルの未然防止に役立つと思われる。

本業種の業界においては、勧誘や契約条項の形態によっては、業務提供誘引販売取引に該当するとの認識が未だ一般的ではないようであるが、消費者とのトラブル防止のために、同取引に該当する場合も念頭に置いた上で業務体制の整備を図ることを求める。

ウ 中途解除時の受講料の返還について

本業種の事業者の中には、中途解約の場合に「既納付の受講料などは一切返還しない」とする約を用いている場合が多い。また本件では、中途解約の場合には特待生として免除された金額の支払義務が定められていた。これらの契約条項は、解除の場合の違約金・損害賠償額の予定条項としての性質をもつものと解することができる。しかし業務提供誘引販売取引に該当する取引に関しては、例え違約金等の特約がある場合であっても提供済みレッスンの対価（及び法定利率の損害金）、あるいはレッスン提供前であれば契約締結、履行に通常要する費用以上の請求はできない（同法 58 条の 3 第 1 項 3 及び 4 号）。仮に同取引に該当しないものであっても、消費者契約法 9 条 1 号により事業者が生じる平均的損害以上の違約金などは請求できないものであるため、上記のような約定は早急に是正すべきである（特に特待生免除額の支払条項は、そ

の二重価格表示の問題に加え、消費者の解約権行使を実質的に阻むもので、その不当性は顕著である。) 。

エ 不当な契約内容の是正

本業種の事業者が用いている契約書には、その内容が曖昧で不明確であったり、事業者の仕事に斡旋してもらおう立場の消費者という関係を反映して、契約内容が信義則に照らし消費者の利益を一方的に害していると考えられる不当な契約条項が存在している場合がある（例えば、本件においては、一律に1年間芸能活動を行わない旨の約定）。

事業者としては、契約内容を消費者にとって明確かつ平易なものとなるよう配慮するとともに（消費者契約法3条）民法、消費者契約法、特商法などに照らし、消費者の利益を害することがないように契約内容全般を見直し、必要な是正を行うべきである。

オ 不当な勧誘を監督する体制の強化

本業種の事業者の中には、若者を勧誘する業務を外部に委託し、成約に至った受講契約等の出来高で報酬を支払う方式を採用しているものが本件相手方を含め少なくないようである。このような場合、勧誘を行う者は成約件数を上げるために、強引あるいは欺瞞的な勧誘に至る可能性が危ぶまれる。事業者としては、不当な勧誘が行われないう、通常の場合以上に勧誘を行う者を監督する体制を強化することが求められる。

カ 与信審査の厳格化

所得の少ない若者にとって養成講座の受講料などは高額で、現金での支払いは困難であるため、クレジット契約を利用することが多い。近年の割賦販売法の改正により、クレジット契約、とりわけ個別信用購入あっせん（カードを利用せず個々の取引ごとにクレジット契約書を交わすもの）に関しては、与信審査などで信販会社に厳しい法的義務が課せられるようになった。

本件は改正された割賦販売法が施行される前の事案ではあったが、信販会社である丙社がクレジット契約の締結手続をすべて芸能プロダクションである甲社に任せて与信面の調査は特段行っていなかったことが明らかになっている。

信販会社と販売・役務提供会社が関連会社の場合、ともすれば与信面の調査がおざなりになりがちであるが、このようなあり方は過剰与信の弊害から消費者を保護しようとする割賦販売法の改正に逆行するものといえる。

信販会社としては、割賦販売法に従って、独自に厳格な与信調査を行うべきである。

(2) 消費者に対して

ア モデル・タレント・歌手として活躍することを夢見ている若者は多いと思われる。しかし、そのような心情を巧みにとらえてビジネスとして収益を挙げようとする事業者がいることも認識しておく必要がある。

とりわけ、当初の段階で高額な負担を伴う契約を勧められた場合には、慎重に対処する必要がある。執拗に勧誘されたり、あるいは「あなたには才能がある。」などと心を惹かれるような勧誘をされても、冷静さを失わないことが重要であり、決してその場で即断するのではなく、事業者に対する情報を十分に収集したり、社会経験が豊かな周囲の人たちに相談して対応すべきである。

また、養成講座のようなサービスでは、あらかじめ講座の内容やレベルを知ることができないので、自分に適したものであるかを当初に判断することは困難な場合がある。また長期間にわたるサービスであるので、その間に消費者側の事情が変わることもありえる。そのようなことを考えると、当初に高額な金額を一時払いすることは大きなリスクを伴うものであるということを念頭に慎重に判断することが大切である。

イ 受講契約書やプロダクションの所属契約書には、消費者の権利を制限したり、義務を加重する不利益な契約条項が記載されている場合が少なくない。事業者側の説明を鵜呑みにせず、契約内容を自ら読んで、納得できないところは事業者に説明を求める等して、契約内容を十分理解し、将来発生する可能性のある解約などの事態も考慮に入れた上で、利害得失を慎重に検討し、契約を締結することが望まれるところである。

資料 1

「モデル・タレント養成講座等の契約に係る紛争」処理経緯

日 付	部会回数等	内 容
平成 22 年 1 1 月 2 5 日	【付託】	<ul style="list-style-type: none"> ・紛争案件の処理を知事から委員会会長に付託 ・あっせん・調停部会の設置
1 2 月 2 1 日	第 1 回部会	<ul style="list-style-type: none"> ・紛争内容の確認 ・処理方針の検討 等
平成 23 年 1 月 5 日	第 2 回部会	<ul style="list-style-type: none"> ・申立人からの事情聴取 (契約に至った経緯、勧誘及び契約時の状況、相手方の説明内容、希望する解決内容 等) ・問題点の整理
1 月 1 3 日	第 3 回部会	<ul style="list-style-type: none"> ・相手方からの事情聴取 (事業概要、申立人への勧誘及び契約時の説明内容、紛争の事実関係に関する事項、解決に向けた考え方 等) ・問題点の整理
1 月 2 4 日	第 4 回部会	<ul style="list-style-type: none"> ・問題点の整理 ・あっせん案の考え方の検討
2 月 3 日	第 5 回部会	<ul style="list-style-type: none"> ・相手方にあっせん案の考え方等を示し、意見交換 ・あっせん案及び合意書の検討 ・報告内容の骨子の検討
2 月 7 日	(あっせん案)	<ul style="list-style-type: none"> ・あっせん案を紛争当事者双方に提示
2 月 2 5 日	第 6 回部会	<ul style="list-style-type: none"> ・報告書の内容を検討
3 月 9 日	(合意書)	<ul style="list-style-type: none"> ・合意書の取り交わし
5 月 1 8 日	【報告】	<ul style="list-style-type: none"> ・知事への報告

資料 2

申立人からの事情聴取

(申立人 A)

項目	内 容
契約内容	<p>契約日 平成 21 年 3 月 5 日</p> <p>商 品 ・ レッスン受講契約 ・ 研究生登録 ・ プロフィール等作成コース</p> <p>合計契約金額 725,200円 既払金 10,000円</p>
契約のきっかけ	<ul style="list-style-type: none"> ・ 携帯の「働く」というカテゴリーのメニューサイトのパート・アルバイト欄から検索し、「日払い可能、〇千円から□万円のエキストラ、未経験者、1日短期OK」という相手方の求人サイトを見つけた。 ・ 当該サイトから申込み後、「仕事を紹介するに当たり登録説明会に来てくれ。」と相手方から電話があった。 ・ 履歴書と職務経歴書を持ち説明会に行くと、オーディション会場であったので驚いた。 ・ 「必ず仕事はまわる。」と聞き、他のバイトも探していたため、この日は登録しなかった。
契約時の状況	<ul style="list-style-type: none"> ・ やはり日払いの仕事がしたく、前回もらった担当者の名刺に電話をしたところ、「仕事はあるよ。」とのことだったので、後日、事務所を訪問した。 ・ 担当者はP氏で、「エキストラのように立っているだけでも、未経験者は、必ず一、二回はレッスンを受けてから（仕事に）行ってほしい。万単位の仕事を探すのだったらなおさら。」と言われた。また、「すべての仕事において可能性があるから、すべてのレッスンを受けてみてくれ。」という説明等を1～2時間受け、その流れから契約になった。 ・ クレジットの契約も含め契約のすべては、担当者のP氏と行った。 ・ 各契約書に記載されている金額について、「この金額は形式的にかかるので無視していい。あなたは特待生だから、こんなにはかからない。」とP氏から説明された。 ・ 特待生として減額された金額についてP氏から、「とりあえず、これだけの金額は仕事内で払ってもらおう。仕事をしていく中で、何%か給料から引いていくからね。」と説明をされた。 ・ クレジットの契約について、支払の用途が立たなかったため、クレジットは組めないと伝えたところ、「出世払いで、うちの会社がお金を借りるのだから、あなたの名義で借りるのではないから違うでしょう。」とP氏から説明された。
契約後の状況	<ul style="list-style-type: none"> ・ レッスンに通って、まもなく、事業者への不安が募ったため、P氏に確認したところ相手にしてもらえなかった。 ・ P氏の連絡先が変更になっても連絡先を教えてもらえず、連絡がつかなくなった。
希望する解決内容	<ul style="list-style-type: none"> ・ 契約の取消しを求める。 ・ 受講したレッスン代以外の残額は支払いたくない。 ・ ホームページ等の個人データについて削除を求める。

(申立人B)

項目	内 容
契約内容	契約日 平成20年11月12日 商 品 ・レッスン受講契約 ・研究生登録 ・プロフィール等作成コース 合計契約金額 644,000円 既払金 359,200円
契約のきっかけ	<ul style="list-style-type: none">平成19年秋頃、書店のアルバイト情報誌で、「芸能のお仕事がしたい方」、「歌のアルバイト」という記載を見つけ、電話をしたところ、「面接に来てください。」と言われ、事務所を訪問した。何度か事務所を訪れ、面接等を受け、その場で歌ったりなどしました。担当者は、携帯のメールに仕事の依頼がたくさん来ているところを見せてくれた。その時の担当者から「今のあなたの実力なら、70万円で登録できる。」と言われ、初めてお金がかかることが分かった。後日、お金がかかるので断った。
契約時の状況	<ul style="list-style-type: none">1年後に電話がかかってきたときに、歌が良ければ、もっといい条件で登録できて仕事をまわしてもらえろと思ひ、面接に行った。今度は、「登録料は50万円。」と言われた。担当者のQ氏から「分割もできる、月にいくらまで払えますか。」と言われたので、「月に1万円も払えない。」と答えたところ、「1万円以上でやった方が、こちらとしてもやってあげられることが変わってくる。お仕事が入ってくれば、月々のローン返済額の負担も減るわけだから大丈夫。」と言われた。また、「ローンをどんどん返すためにも、仕事を振っていくように努力する。」と何度も言われ、仕事を確実にまわしてもらえるように思え、契約を行った。クレジットの契約も含めて契約のすべては、担当者のQ氏と行った。契約書に手書きで「91万円会社が投資する」旨の記載があったことから、契約の総計の141万円も含めて、Q氏から「会社があなたに100万円投資するから、約半分の50万円を払うと思ってくれればいい。」と説明されたが、何回聞いても、よくわからなかった。また「ライブのいいところは、けっこうギャラも入ったりする。ローンは、月に約1万8千円だけど、お仕事が来てギャランティがもらえれば軽減されるでしょう。収入は人によって違うけど、逆にお金がたまっちゃうこともあるかもしれないよね。」と説明された。
契約後の状況	<ul style="list-style-type: none">5回ほどライブに出演させてもらったが、いずれも報酬はもらえなかった。Q氏に請求すると「お金のことを言ったらだめですよ。評判が悪くなりますよ。」と言われた。
希望する解決内容	<ul style="list-style-type: none">解約に当たって、残額は支払いたくない。可能であれば既払金の返金も希望する。1年間の活動中止を約束させられることについては、納得できない。ホームページ等の個人データについて削除を求める。

資料 3

相手方からの事情聴取

項目	内容
契約のきっかけ	<ul style="list-style-type: none"> ・二人とも、仕事を求めてアプローチをしてきたことは、認識をしている。 ・（申立人A）当初はエキストラのアルバイト希望であったが面接の結果、本人の希望がモデルであったため、オーディションを受けてもらった。
契約に至った経緯	<ul style="list-style-type: none"> ・（申立人A）モデルの仕事をするために研究生登録をし、レッスン等で勉強してもらう必要があった。 ・（申立人B）歌の仕事をするために研究生登録をし、レッスンを受けてもらう必要があった。
契約価格等	<ul style="list-style-type: none"> ・通常、「プロフィール等作成コース」は、「レッスン受講契約」「研究生登録」等と併せて契約してもらっている。 ・普通に契約すると、合計金額は100万円～150万円になるが、減額をするので平均すると、40万円～60万円程度になる。 ・減額（奨学金・特待生）は、契約者の大部分が受けている。
勧誘について	<ul style="list-style-type: none"> ・本件の担当者（P及びQ）から、ローンを返すために仕事をどんどん提供するというような説明は行っていないと確認をしている。 ・モデルや歌手といった本人の希望に応じ、オーディションを受けてもらい、不合格の場合、どうしても仕事がしたいのであれば、エキストラ登録をする方もいるし、研究生として勉強をするならば、研究生の登録をしてくださいと説明している。 ・担当者は委託社員で、報酬は契約金額（実際の支払額）の出来高払である。 ・勧誘に当たって、業務提供誘引販売取引の誤解を招かないようクーリング・オフ制度等も含めた内容について社員教育を行っているが、ルールの文章化やチェック体制等は設けていない。
クレジット契約	<ul style="list-style-type: none"> ・クレジットの契約に当たって、信販会社自らは与信調査及び確認は行ってはいないが、担当者が行った面接等を引き継いで確認をしている。
不返還条項	<ul style="list-style-type: none"> ・中途解約した場合、特待生免除の放棄とみなして奨学金等を全額請求されると契約書上規定されているが、実際には、履行した分だけを請求するような取扱いをしている。
活動中止について	<ul style="list-style-type: none"> ・活動中止の1年間については、ホームページは削除をしても履歴が残るため混乱を避けるため、やむを得ない期間と考える。
希望する解決内容	<ul style="list-style-type: none"> ・あっせん額について、ある程度、柔軟な対応を検討したいと考えているが、既に履行した申立人の利益について勘案を希望する。

資料 4

東京都消費者被害救済委員会委員名簿

委員（20名）

平成23年4月1日現在

氏 名	現 職	備 考
学識経験者委員		(12名)
淡 路 剛 久	早稲田大学大学院法務研究科教授	会長
安 藤 朝 規	弁護士	
上 柳 敏 郎	弁護士	本件あつせん・調停部会委員
沖 野 眞 己	東京大学大学院法学政治学研究科教授	本件あつせん・調停部会委員
織 田 博 子	駿河台大学大学院法務研究科教授	
鹿 野 菜穂子	慶應義塾大学大学院法務研究科教授	
後 藤 卷 則	早稲田大学大学院法務研究科教授	
桜 井 健 夫	弁護士	
佐々木 幸 孝	弁護士	本件あつせん・調停部会長
千 葉 肇	弁護士	
野 澤 正 充	立教大学大学院法務研究科教授	
米 川 長 平	弁護士	
消費者委員		(4名)
有 田 芳 子	主婦連合会 環境部長	
伊 藤 眞理子	東京都生活協同組合連合会 常任組織委員	
奥 田 明 子	東京都地域消費者団体連絡会 代表委員	本件あつせん・調停部会委員
飛 田 恵理子	特定非営利活動法人東京都地域婦人団体連盟 生活環境部部长	
事業者委員		(4名)
小 川 高 宜	東京工業団体連合会 専務理事	
井 上 敏 夫	東京都商工会連合会 副会長	
堀 内 忠	東京都中小企業団体中央会 専務理事	本件あつせん・調停部会委員
渡 邊 順 彦	東京商工会議所 常議員	

平成23年5月

**モデル・タレント養成講座等の契約に係る紛争案件
報告書**

編集 東京都生活文化局
発行 東京都消費生活総合センター活動推進課
(東京都消費者被害救済委員会事務局)
所在地 東京都新宿区神楽河岸1-1
電話 03-3235-4155