

個別クレジット契約の取消しに係る紛争  
(美容器購入契約) 案件

報 告 書

(東京都消費者被害救済委員会)

平成26年7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25年12月24日に知事が委員会へ紛争処理を付託した「個別クレジット契約の取消しに係る紛争（美容器購入契約）」について、平成26年7月10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26年7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	
1	申立人の主張	2
2	相手方乙社の主張	2
第 4	委員会の処理と結果	
1	処理の経過と結果	2
2	申立人からの事情聴取	3
3	相手方乙社からの事情聴取	3
4	あっせん案・調停案	3
5	相手方乙社があっせん案及び調停案に不同意であった主な理由等	3
第 5	報告にあたってのコメント	
1	あっせん案の考え方について	4
2	同種・類似被害の再発防止に向けて	1 2
■資料		
1	申立人からの事情聴取	1 8
2	相手方乙社からの事情聴取	1 9
3	「個別クレジット契約の取消しに係る紛争（美容器購入契約）」 処理経緯	2 0
4	東京都消費者被害救済委員会委員名簿	2 1

## 第1 紛争案件の当事者

申立人(消費者) 1名 20歳代女性  
相手方(事業者) 2社 甲社:株式会社 a l b i t (東京都渋谷区円山町5番3号)  
美容器等の販売業者<sup>注1)注2)</sup>  
乙社:中野殖産株式会社(兵庫県尼崎市昭和通一丁目4番1号)  
個別信用購入あっせん業者(クレジット業者)

## 第2 紛争案件の概要

申立人の主張による紛争案件の概要は、次のとおりである。

平成22年7月、申立人は繁華街で信号待ちをしている時に、「ネイルの練習をしています。練習台になってくれませんか。」と女性に声をかけられ、甲社の店舗<sup>注3)</sup>に連れて行かれた。

ネイルの施術中に、芸能人のメイクを担当しているという男性が現れ、美容に関する話をしてくれた。その日は、ネイリストの都合で施術は途中で終わり、別の日に施術の続きをしてもらうことになった。

後日、ネイリストから「ネイルの続きをします。」という電話があり、再び店舗に出向いたところ、前回と同じ男性がいた。その男性に、化粧品の成分と注意点が書かれているプリントを渡され、「市販の化粧品には、肌を乾燥させるなど、肌を荒らす成分や、シミやシワの原因になる成分が含まれている。」、「市販の化粧品には発ガン性がある成分が含まれている。」等と言われ、「市販の化粧品を使うと、ガンになる。」、「一度悪くなった肌の状態は戻らない。」等と説明された。男性の話を聞いた申立人は、怖くなり、「このままではまずいな。」と思うようになった。更に男性は「甲社の美容器を使うと、化粧品の成分が本来届かなければならない肌の奥の方まで届く。」、「エステは大した効果がないのに高額な費用がかかるが、美容器ならば、自分で毎日ケアができる。」と言って美容器の購入を勧めてきた。その上、「分割払いを利用する

注1) 平成24年6月27日、東京都は甲社に対して、特定商取引法第8条の規定に基づき、業務の一部を停止(3か月)すべきことを命じた。認定した違反行為は、販売目的隠匿(同法第3条)、不実告知(同法第6条第1項)、公衆の出入りする場所以外の場所での勧誘(同法第6条第4項)、迷惑勧誘・迷惑解除妨害(同法第7条第4号、施行規則第7条第1号)及び虚偽記載教唆(同法7条第4号、施行規則第7条第4号)である。

[http://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.jp/torihiki/shobun/documents/shobun\\_20120627.pdf](http://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.jp/torihiki/shobun/documents/shobun_20120627.pdf)

注2) 本件を付託するにあたり、事務局から甲社宛に文書を郵送したが、宛所不明で返送され、また電話は繋がらない状況であった。申立人が提出した契約書に記載されている店舗の住所と、甲社の法人登記上の住所は同一であったが、当該住所地に甲社の実体は確認できなかった。そのため本件では、甲社に対する事情聴取及びあっせん・調停は実施することができず、乙社に対してのみ、あっせん・調停等を行った。

注3) 申立人の聴取によると、当該店舗は雑居ビルの一室にあり、入口には店名が貼ってあったが、それ以外に看板等の表示はないため、店舗の存在には気づきにくく、また、店内にはテーブルが配置されていただけで美容器等は陳列されておらず、化粧品や美容器を販売している店舗という雰囲気ではなかったということであった。

と、毎月の支払いは月々の携帯電話料金と同じぐらいなので、負担にはならない。」等と言われたので、申立人は乙社の個別クレジット 30 回払いを利用して、甲社から美容器を購入した。

購入後、美容器を使用したか、肌に合わなかったのか、かえって肌が荒れてしまった。また、美容器でケアをする時間がなかなか取れず、結局、美容器を使わなくなってしまった。しかし、販売業者やクレジット業者には特に連絡を取らず、クレジット代金は口座から引き落とされ続けた。

クレジットの支払いが終わる平成 25 年 1 月頃、ふと美容器のことを思い出し、甲社のことをインターネットで調べてみたところ、不実のことを告げるなど不適正な取引行為があったとして、甲社が行政処分を受けていることを知った。行政処分の原因となった事例の内容を読むと、自分が受けた勧誘の内容と同じであり、その時に初めて自分も騙されて契約を結んでいたことに気が付いた。

そこで、申立人は販売業者である甲社と、クレジット業者である乙社に、契約の取消しを主張したが、甲社とは連絡が取れなかった。また、乙社は、申立人が納得して契約を結んでいることなどを理由に取消しを認めず、紛争となった。

### 第 3 当事者の主張

事情聴取時における当事者の主張は、以下のとおりである。

#### 1 申立人の主張

行政処分の原因となった事例の内容と、自分が受けた勧誘時の状況は酷似している。騙されて契約を結んだので、契約の取消しを求める。返金して欲しい。  
(詳細は資料 1 のとおり)

#### 2 相手方乙社の主張

- (1) 個別クレジット契約時に申立人に電話で直接確認をした際、「勧誘時に販売目的を告げられているか。」「商品の説明に十分納得しているか。」「現物を確認した上で購入を決めているか。」などの質問に対し、申立人はすべて「はい。」と答えしており、特に問題は見受けられなかった。
- (2) 申立人は美容器を使用しているし、契約から 3 年も経っている。クレジット代金も完済しており、今さら取り消しには応じられない。  
(詳細は資料 2 のとおり)

### 第 4 委員会の処理と結果

#### 1 処理の経過と結果

本件は、平成 25 年 12 月 24 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、その処理が、あっせん・調停第二部会（以下「部会」という。）に委ねられた。

部会は、平成 26 年 1 月 23 日から平成 26 年 5 月 23 日までの 5 回に渡って開催された。(処理経過は資料 3 のとおり)

紛争は、「あっせん」、「調停」のいずれもが相手方乙社の拒否により不調となったため、平成26年5月28日、本部会による解決の処理手続きを終えることとした。

## 2 申立人からの事情聴取

平成26年1月23日の第1回部会において、申立人から事情聴取を行った。  
(詳細は資料1のとおり)

## 3 相手方乙社からの事情聴取

平成26年2月17日の第2回部会において、相手方乙社より事情聴取を行った。  
(詳細は資料2のとおり)

## 4 あっせん案・調停案

- (1) 本部会が、平成26年5月2日付けで申立人及び相手方乙社に提示したあっせん案は次のとおりである。
  - ア 相手方乙社は申立人に金312,320円の返還義務があることを確認し、申立人の指定する金融機関口座に、平成26年6月16日までに、全額を振り込む方法により支払う。なお、振込手数料は相手方乙社の負担とする。
  - イ 申立人と相手方乙社は、本件契約に関して、両者間には本あっせん条項以外、相互に何らの債権・債務関係のないことを確認する。
- (2) 調停案を示すにあたり、本部会は、あっせん案の提示した内容で解決することが社会的に公正かつ妥当であると確認し、平成26年5月15日付けで相手方乙社に提示した調停案は、あっせん案と同様のものとなった。

## 5 相手方乙社があっせん案及び調停案に不同意であった主な理由等<sup>注4)</sup>

### (1) 「あっせん案」及び「調停案」に不同意であった主な理由

#### ア 割賦販売法第35条の3の13第1項第6号の該当性

本件販売業者が行った「購入者等の判断に影響を及ぼすこととなる重要なもの」に関する不実の告知に該当しうるものを、本部会付託以前に申立人から当社に送付された解約通知請求書面において検討した。しかし、販売業者が行った勧誘時の説明は、概ね顔の皮膚の状況や、シワの防止効果に関するものであり、極めて个性的かつ主観的な判断によるものである。このことについて申立人は、「美容器の効果は感じられない。」と主観的に述べているのみで、具体的な根拠は示していない。部会は販売業者の不実告知を主張するのであれば、美容器の効果を科学的に検証し、その結果を明らかにすべきである。

#### イ その他販売方法の問題点

当社が申立人に対して行った確認電話通話記録から分かるとおり、販売業者の販売方法や契約書面の作成及びクーリング・オフの告知等についても、全く違法な点はなかった。

---

注4) 委員会事務局要約

#### ウ 申立人の解約申出の不純性

本件売買契約において、申立人の購入意思決定の判断に影響を及ぼすような不実の告知があれば、相当な時期に解約や既払金返還請求が行われるはずである。申立人は2年半にわたる分割払いの支払期間中、何の苦情もなく美容器を使い続けておきながら、その後になって、美容器に効果が見られないとして取消しを主張することは、極めて奇異なことである。

申立人の美容器を使えるだけ使って、その代金を取り戻そうという考えは、極めて不純である。

#### (2) その他東京都の消費者紛争処理に関する主な意見等

貴センターの紛争処理手続きの中に「あっせん」手続きがあることは、極めて有意義なことと思われる。

しかし、貴会が示したあっせん案には、割賦販売法第35条の3の13第1項第6号に該当する事実の具体的内容が全く記載されておらず、事実認定の理由の記載もなかったため、当社においてあっせん案を検討することができなかった。せつかく、あっせんを行う組織があるのにも関わらず、機能しないのは誠に残念なことである。

## 第5 報告にあたってのコメント

### 1 あっせん案の考え方について

相手方甲社（以下「販売業者」という。）は、交差点で信号待ちをしている申立人に「無料でネイルの練習をさせて欲しい。」と声をかけ、店舗に同行しているが、理由を付けて一旦申立人を帰宅させている。後日、販売業者は申立人を電話で店舗に呼び出し、美容器を購入させているのだが、この販売方法は、特定商取引に関する法律（昭和51年6月4日法律第57号。以下「特定商取引法」という。）第2条第1項第2号で規定する訪問販売（いわゆるキャッチセールス）に該当する。

また、美容器を購入させる際、芸能界でメイクを担当していると称する男性が、「市販の化粧品には発ガン性がある成分が含まれているので、市販の化粧品を使うとガンになる。」「市販の化粧品には肌荒れを引き起こす成分が入っており、市販の化粧品を使い続けると肌が荒れる。」などと不実のことを告げている。<sup>注5)</sup> この勧誘時の説明は、同法第6条により禁止される「顧客が当該売買契約等の締結を必要とする事情に関する事項（同条第1項第6号）」に係る不実告知に該当する。それにより、申立人は販売業者から告げられた内容が事実であると誤認して契約を締結している

<sup>注5)</sup> 先述のとおり、平成24年6月27日、東京都は本件の販売業者（甲社）に対して、特定商取引法第8条の規定に基づき、業務の一部を停止（3か月）すべきことを命じた。

販売業者（甲社）は勧誘に際し、市販で広く使われている有名化粧品について、「5年使うと発ガン性のある成分によって、日本の人口の0.5%、1万1,500人がガンになる。」「十何種類の成分のうち5種類くらいだけが発ガン性のない成分で、それ以外は全部、発ガン性のある成分でできているから、この化粧品を使い続けるとガンになってしまう。」などと、客観的に実証された科学的根拠がないにもかかわらず、使用によりガンになると不安をあおるようなことを告げていた。このことが行政処分において特定商取引法第6条第1項で禁止する不実告知として認定されている。

ので、同法第9条の3第1項第1号により、本件美容器の売買契約を取り消すことができる。

上記のとおり、不実のことを告げて消費者の不安をあおり、商品を売りつける等、販売業者の勧誘方法は悪質である。しかし、本件のクレジット業者は、販売業者がキャッチセールスを行っている会社だということを認識しながら加盟店契約締結時にその勧誘方法などについて十分な調査を行っていない。また、クレジット実行時の申立人に対する意思確認についても、型通りの質問をただけで、申立人からの確かな答えを引き出すような質問の仕方をしていなかった。

申立人は勧誘の際に告げられた不実の内容を真実だと誤認して、本件美容器の売買契約及び本件クレジット契約を締結したと確認できたので、割賦販売法（昭和36年7月1日法律第159号）第35条の3の13により個別クレジット契約を取消し、クレジット業者に対して既払金の返還を請求できるものと考えた。

なお、特定商取引法第9条の3及び割賦販売法第35条の3の13では、取消権の時効を、追認をすることができる時より6月間、また、契約の時より5年間としている。<sup>注6)</sup> 本件の契約は平成22年7月14日に締結されたものであり、5年は経過していない。また、当部会で申立人に聴取を行ったところ、申立人が、本件の販売業者が行政処分を受けたという情報を見て、販売業者の不実告知に影響されて契約を締結したことに気が付いたのは、平成25年1月頃であり、同年5月に本件の販売業者及びクレジット業者に取消しを求める書面を送付したとのことであった。このことより、本件の取消権の行使は、時効期間内に行使されたものと確認できる。

## 2 法的問題点

### (1) 本件売買契約における問題点

#### ア 本件の販売方法がキャッチセールスに該当するか否かについて

いわゆるキャッチセールスに該当するか否かを論じるにあたって、本件の売買契約に至るまでの経緯を整理したい。本件の販売業者は、渋谷のスクランブル交差点で信号待ちをしている申立人に「ネイルの練習をさせて欲しい。」と言って声をかけ、雑居ビルにある店舗に連れて行き、商品を購入させている。ただ、最初に店舗に同行させた時には、ネイルを途中まで行っただけで、商品の販売は行わず、芸能界でメイクを担当し、美容に詳しいという男性（後に本件美容器の販売の勧誘を行うことになる。以下「販売担当従業員」という。）を申立人に紹介し、申立人はその男性ととりとめもない話をただけであった。その後、販売業者は理由を付けてネイルを途中で中断し、続きを別の日に行うと言って、一旦申立人を帰している。後日販売業者はネイルの続きをすると言って申立人を呼び出

注6) 特定商取引法第9条の3第4項

第1項の規定による取消権は、追認をすることができる時から6月間行わないときは、時効によって消滅する。当該売買契約又は当該役務提供契約の締結の時から5年を経過したときも、同様とする。

割賦販売法第35条の3の13第7項

第1項の規定による取消権は、追認をすることができる時から6月間行わないときは、時効によって消滅する。当該個別信用購入あつせん関係受領契約の締結の時から5年を経過したときも、同様とする。



し、申立人が再度店舗に行った時に、第一回目に話をした販売担当従業員が現れ、「美容の話をする。」と言って申立人を喫茶店に誘い、そこで本件美容器の購入の勧誘をしている。

特定商取引法第2条第1項第2号ではいわゆるキャッチセールスの要件を、「営業所等以外の場所で消費者を呼び止めて営業所等に同行させる」と定義している。本件は、販売業者が路上で、ネイルを名目に申立人を呼び止めて、店舗に同行させてはいるものの、理由を付けて申立人を一旦帰し、2度目以降の来店時に美容器の販売を行っていた。このようにキャッチされた状況から一旦消費者を離脱させた場合、いわゆるキャッチセールスの定義を満たすのかという疑問が生じる。

当部会で聴取したところ、申立人は「2度目以降の来店の際も、ネイルの続きをしてもらっただけで、商品を買わされるとは思ってもみなかった。」と述べており、1度目の来店と、2度目以降の来店には牽連関係があると判断できた。また、本件の販売業者が申立人に声をかけた目的は、美容器の売買契約を締結させるためであって、単にネイルの練習を無料で行うためではなかったことは、公表されている行政処分<sup>注7)</sup>の内容からも明白である。

以上のことから、当部会では、これら一連の販売方法は、特定商取引法第2条第1項第2号で規定するいわゆるキャッチセールスに該当すると判断した。

## イ 特定商取引法により取消しができるか否かについて

本件は、芸能界でメイクを担当していると称する販売担当従業員が、「市販の化粧品には発ガン性のある成分が含まれていて、市販の化粧品を使うと、ガンになる。」「市販の化粧品には肌荒れを引き起こす成分が入っており、市販の化粧品を使い続けると肌が荒れる。」などと何ら科学的根拠に基づかない不実のことを告げて不安をあおり、美容器を販売している。これは、特定商取引法第6条第1項第6号が禁止している「顧客が当該売買契約等の締結を必要とする事情に関する事項」に係る不実告知に該当する。また、申立人は、販売担当従業員から告げられた内容が事実であると信じ、怖くなって契約したと言っている。以上のことから、本件は同法第9条の3第1項第1号の要件を満たし、同条に基づいて美容器の売買契約を取り消すことができると判断した。

## ウ 悪質な勧誘方法について

本件の場合、販売業者が最初に申立人を店舗に連れて行った時には、ネイルをしながら販売担当従業員を申立人に紹介し、とりとめのない雑談をしたのみであった。親しく雑談をして申立人の警戒心を解いたところで、理由を付けてネイルを中断し、「別の日にネイルの続きを行う。」と言って申立人が再来店する状況を

<sup>注7)</sup> 本件の販売業者が行政処分を受けた際に特定商取引法第3条(販売目的隠匿)に違反するとして認定された不適正取引行為は以下のとおり

勧誘に先立って、消費者に対し、「ネイルの練習を無料でやらせてもらえませんか。」「パンフレットだけでももらいにお店に来てくれませんか。」などと告げ、美容器の販売が目的であることを明らかにしていなかった。

作り出している。当部会では、勧誘方法や、申立人が再来店した事情等をもとに、一連の美容器売買契約の勧誘であるとし、いわゆるキャッチセールスに該当すると判断したが、このような勧誘方法は、特定商取引法の適用を免れるための極めて悪質な手口であると言えよう。

また、2度目以降に呼び出した際には、1度目に店舗に訪れた際に親しく雑談をした販売担当従業員を再び登場させ、「美容の話をする。」と言って申立人を喫茶店に誘い、本件美容器の販売の勧誘を行うという手の込んだやり方で販売の勧誘を行っている。申立人は、喫茶店で美容器の販売の勧誘が行われるまで、販売業者の一連の行為が美容器の販売の勧誘のためのものであるとは気付かず、前回にも親しく雑談をした相手であることに心を許し、芸能界でメイクを担当していて美容に詳しいという販売担当従業員の言を信じて契約に至っていた。<sup>注8)</sup> このように、すぐに勧誘を始めず、時間をかけて消費者を信用させ、警戒心を解いたところで、契約を勧めるという手口は極めて巧妙である。

特定商取引法第3条では、「販売業者は、その勧誘に先立って、勧誘をする目的を告げなければならない。」としている。しかし、本件の販売業者は、「ネイルの練習をさせて欲しい。」とのみ声をかけている。また、再度店舗に来店した時に販売担当従業員から美容器の販売の勧誘を受けるまで、申立人は、事業者の一連の行為が美容器の販売のためのものであることに気付いていなかった。この販売業者の行為は、販売の目的を隠匿して消費者に接触したものであり、同条に違反するものである。

なお、先述したとおり、本件販売業者は平成24年6月27日に、特定商取引法に違反する行為を行ったことを理由に、同法第8条の規定に基づき、3ヶ月の業務停止命令を受けている。

## (2) 本件クレジット契約における問題点

### ア 割賦販売法平成20年の改正について

平成20年に特定商取引法とともに割賦販売法が改正され、個別クレジット業者に対して、加盟店管理義務（割賦販売法35条の3の5～第35条の3の7）を課すとともに、販売契約が特定商取引法によって取消することができる場合には、クレジット業者との個別クレジット契約も取り消すことができることとなった（割賦販売法第35条の3の13）。

この個別クレジットの取消制度の導入にあたっては、「個別クレジット業者は契約締結業務を販売業者等に委ねており、販売業者等はクレジット業者に代わって契約締結業務を担当しつつ商品を販売している。このような密接な取引関係にある以上、個別クレジット業者は、加盟店関係にある販売業者等による不実告知などの悪質な勧誘行為を調査する機会を当然に有しているし、容易に把握できる

<sup>注8)</sup> 先述の平成24年6月27日の行政処分では、本件の販売業者（甲社）のキャッチ担当の営業員が、美容カウンセラー役の営業員（以下「カウンセラー営業員」という。）のことを「有名雑誌のモデルのメイクをしたり、あの人が手がけたメイクのやり方の記事が掲載されたりする、すごい人」、「美容に詳しいすごい人で、〇〇大学で美容の講師をしている。」などと告げ、カウンセラー営業員自身も「大学や専門学校で美容の講師をしている。」と自己紹介するなど、事実とは異なる肩書き・経歴を告げていたことを、特定商取引法第6条第1項の不実告知と認定している。

立場にある。さらに、個別クレジット業者は、販売業者等に業務を一任した責任があり、またそれにより利益を享受しており、報償責任を負うべき立場にあると考えられる。したがって、販売業者等が不当な勧誘行為や過量販売等を行っている場合は、個別クレジット業者は、契約締結時にそのような事実を知っていたかどうかを問わず、既払金返還義務を負担すべきであるとする非常に強いペナルティを課したものである。」と説明がなされている<sup>注9)</sup>。

なお、改正割賦販売法は平成20年6月18日に公布され、クレジット業者の加盟店調査義務（同法第35条の3の5）及び取消し（同法第35条の3の13）に関する規定は、平成21年12月1日より施行されている。本件の契約は、改正法施行後である平成22年7月14日に締結されており、言うまでもなく、改正割賦販売法の規定が適用される。

## イ 個別クレジット業者の加盟店管理責任<sup>注10)</sup> について

割賦販売法において個別クレジット業者は、①加盟店契約締結の時、②特定契約<sup>注11)</sup> について消費者から契約の申込みがあった時、③契約締結後に消費者から苦情の申出があった時の3段階で加盟店調査を行うべきことが義務付けられている（同法第35条の3の5、同法施行規則第75条～第77条）。

すなわち、まず、①加盟店契約締結時には、販売業者等の販売形態などを調べ、販売業者等の業態が特定商取引法で規制している訪問販売等に該当する特定契約である場合には、販売業者等が、過去に行政処分を受けていないか、不当な勧誘行為を行っていないかなどを調査する義務を負う。そして、②特定契約について消費者から契約の申込みがあった場合には、特定商取引法で禁止している不当な勧誘行為や消費者契約法（平成12年5月12日法律第61号）第4条に該当する行為の有無等について、消費者に電話するなどして調査し、違反がある場合には契約の締結を禁止している。さらに、③クレジット契約締結後にも消費者から苦情の申出があった場合には、加盟店の調査を行う義務がある。

①の調査については、当部会の事情聴取で、クレジット業者の代表者が、「自ら販売業者の営業店を訪問して、加盟店に対する調査を行った。販売業者がキャッチセールスを行っている会社だと認識していた。」と述べている。キャッチセールスでは、一般の公衆の出入りしない場所において消費者を威迫・困惑させて契約を締結させたり、不実のことを告げて契約を締結させるといった不適正な行為が行われることが多い。したがって、販売業者がキャッチセールスを行っていることを認識していたのであるならば、消費者契約法や特定商取引法に違反するような販売方法を行っていないか否かについて、具体的に勧誘方法

注9) 第169回国会参議院会議経済産業委員会第15回（平成20年6月10日）政府委員答弁

注10) 個別クレジット業者に対して調査義務を課している取引類型は、訪問販売、電話勧誘販売、連鎖販売個人契約、特定継続的役務提供契約及び業務提供誘引販売個人契約である。これらは勧誘行為の不意打ち性、取引の誘引性、取引内容の複雑性という性質によって購入者等の契約締結に向けた意思表示に瑕疵が生じやすいことから、調査の対象としたものである。（「平成20年版割賦販売法の解説」経済産業省商務情報政策局取引信用課[編] 日本クレジット協会 178～179頁参照）

注11) 特定商取引法で規定する、訪問販売、電話勧誘販売、連鎖販売個人契約、特定継続的役務提供契約及び業務提供誘引販売個人契約のこと。

について質問するなどして、慎重に調査する必要がある。しかし、本件クレジット業者は十分な調査を行っておらず、この義務を果たしていなかった。

さらに、②の調査については、申立人が個別クレジット契約を申し込むにあたって、割賦販売法施行規則第76条第11項第5号（当該個別割賦信用あっせん販売等契約等に関する事項であって、当該申込みをした者の判断に影響を及ぼすこととなる事項につき、告げられた内容が事実であると誤認したかどうかの有無を確認すべきこと。）に基づき、申立人に電話で質問しているが、「商品の説明は十分に納得されていますか。」「強引に勧誘されたとか、脅迫めいた勧誘があったとか、契約するまでなかなか帰してもらえなかったなど、そういった状況はなかったですか。」等とマニュアルどおりの質問に終始していた。このことから、申立人の本件商品購入の意思決定にとって重要な要因となった販売業者の不実告知について申立人からの的確な答えを引き出すような質問をしていなかったことが分かる。

なお、クレジット業者に対する事情聴取の際に、質問事項の問題点を指摘したところ、「当該販売業者と加盟店契約を締結した頃は、クレジット業を始めたばかりで不備な点があったかもしれない。しかし、現在では経験を積んで、クレジット実行時の質問内容についても改善されている。」との答えであった。しかしながら、本件以後も、本件クレジット業者に関する同様の相談が、引き続き消費生活センターに寄せられている。

## ウ 割賦販売法により取消しができるか否かについて

割賦販売法第35条の3の13第1項では、「訪問販売を行う販売業者が、契約の締結について勧誘するに際し、以下の事項につき不実のことを告げる行為をしたことにより当該告げられた内容が事実であるとの誤認をしたことにより個別クレジット契約の申込み又は承諾の意思表示をしたときは、これを取り消すことができる。」と規定している。同条が対象とする不実告知の内容とは、①支払総額、②各回の支払額及び支払の時期並びに方法、③商品の種類及びその性能若しくは品質その他これらに類するものとして主務省令で定める事項のうち、購入者の判断に影響を及ぼすこととなる重要なもの、④商品の引渡時期、⑤販売契約の解除に関する事項、⑥前記のほか、販売契約に関する事項であって、購入者等の判断に影響を及ぼすこととなる重要なものである。（11頁参考を参照）

本件の販売業者は、「市販の化粧品を使うとガンになる。」などと何ら科学的根拠のない不実のことを告げて、申立人の不安をあおり本件美容器を売りつけている。そして、申立人は、告げられた内容が事実であると誤認し、この誤認が重大な動機となって本件美容器を購入している。

これら販売業者の説明が、特定商取引法第6条第1項第6号の「顧客が当該売買契約等の締結を必要とする事情に関する事項」に該当するのは、先述のとおりである。一方で、割賦販売法第35条の3の13第1項には、特定商取引法第6条第1項第6号と同じ規定が明示されていない。このことから、特定商取引法第6条第1項第6号の事由についての不実告知は、個別クレジット契約の取消事由にあたらないとの解釈を導き出す余地が生じる。

かつて、平成16年改正前の特定商取引法では、不実告知に係る禁止行為について、「販売業者等は、売買契約等の締結について勧誘するに際し、又は契約の解除等を妨げるため、当該売買契約等に関する事項であつて、購入者等の判断に影響を及ぼすこととなる重要なものにつき、不実のことを告げてはならない。」とのみ規定されていた。しかし、消費者保護の観点から、規制の実効性を高めるため、かつ、構成要件の明確化を図るために、平成16年の同法の改正により、不実の告知の対象となる事項が具体的に各号に列記されるよう改められている。<sup>注12)</sup>

とりわけ同条同項第6号については、「従来から不実告知の対象となる『顧客等の判断に影響を及ぼすこととなる重要なもの』に含まれていたが、平成16年改正時トラブルが急増していた点検商法等では、とくに商品購入の動機付けとなる背景・事情に関する不実告知が多かったことから明示的に規定したものである。」と説明されている。<sup>注13)</sup>

これらのことから、同条同項第7号が示す「購入者等の判断に影響を及ぼすこととなる重要なもの」には、第6号が示す「顧客が当該売買契約等の締結を必要とする事情に関する事項」が内含されていることは明らかであり、翻って、割賦販売法においても同様に、第35条の3の13第1項第6号が示す「購入者等の判断に影響を及ぼすこととなる重要なもの」には、明示こそされていないが、特定商取引法第6条第1項第6号が示す禁止事項が当然に含まれるものと考えられる。

また、「個別クレジット業者は加盟店関係にある販売業者等による不実告知などの悪質な勧誘行為を調査する機会を当然に有しているし、容易に把握できる立場にある。さらに、個別クレジット業者は、販売業者当に業務を一任した責任があり、それにより利益を享受している。よって、契約締結時に販売業者の不当な勧誘行為を知っていたか否かを問わず、既払金返還義務を負うべきである。」との割賦販売法立法時の政府委員の説明<sup>注14)</sup>からして、当部会では、本件のクレジット業者が販売業者による不実告知の有無を知っていたか否かによらず、取消しができるものと判断した。

以上のことから、当部会では、本件販売業者の不実告知の内容は、割賦販売法第35条の3の13第1項第6号で規定する「購入者等の判断に影響を及ぼすこととなる重要なもの」に該当し、本件の個別クレジット契約は同条により取消すことができると判断した。これは、消費者の意思決定における動機の重要性、本件では販売業者の不実告知が申立人の意思決定において重要な意味をもっていることを考慮すれば、当然のことと言えよう。

注12) 「平成24年版特定商取引に関する法律の解説」消費者庁取引対策課・経済産業省商務流通グループ消費経済企画室[編]商事法務 72頁参照

注13) 「平成24年版特定商取引に関する法律の解説」消費者庁取引対策課・経済産業省商務流通グループ消費経済企画室[編]商事法務 74頁参照

注14) 第169回国会参議院会議経済産業委員会第15回(平成20年6月10日)政府委員答弁

## エ まとめ

本件は、①販売業者の販売方法が悪質巧妙であり、しかも勧誘の際に申立人に対して行った不実告知が、申立人の契約の意思決定にとって重大な意味を持っていること。②クレジット業者が、加盟店契約を締結するにあたり、販売業者がキャッチセールスを行う事業者であることを認識していたにもかかわらず、特定商取引法に違反するような違法な勧誘行為が行われているか否かについて十分な調査をせずに、加盟店契約を締結していたこと。③クレジットを実行する際にも、販売方法等について電話で申立人に確認しているが、マニュアルどおりの質問に終始して、的確な答えを引き出すような質問の仕方をしていないこと。④販売業者が勧誘に際して行った不実告知は、特定商取引法第6条第1項第6号の禁止行為に該当し、これはクレジット契約の取消事由である割賦販売法第35条の3の13第1項第6号に該当すると判断できること。

以上により、申立人は、割賦販売法第35条の3の13に基づき本件クレジット契約を取消し、同条第4項に基づき、クレジット業者に対して既払金の返還請求ができると考えた。

(参考1)

### (特定商取引法第6条 禁止行為)

第1項 販売業者は勧誘をするに際し、次の事項につき、不実のことを告げる行為をしてはならない。

第1号 商品の種類、性能、品質、効能、商標、製造社名、販売数量

第2号 販売価格

第3号 代金の支払時期及び方法

第4号 商品の引渡し時期

第5号 クーリング・オフ等契約解除に関する事項

**第6号 顧客が当該売買契約等の締結を必要とする事情に関する事項**

**第7号 当該売買契約等に関する事情であって、顧客等の判断に影響を及ぼすこととなる重要なもの**

### (割賦販売法第35条の3の13 意思表示の取消し)

第1項 購入者は、販売店が訪問販売に係る個別クレジット契約について勧誘する際に、次に掲げる事項につき 不実のことを告げる行為をしたことにより、当該告げられた内容が事実であると誤認した場合、それによって行った契約の意思表示を取り消すことができる。

第1号 支払総額

第2号 支払時期、支払方法

第3号 商品の種類、性能、品質、商品の効能、商品の商標、製造者名、商品の販売数量、商品の必要数量

第4号 商品の引渡し時期

第5号 クーリング・オフや解除に関する事項

**第6号 当該売買契約等に関する事情であって、顧客等の判断に影響を及ぼすこととなる重要なもの**

## 2 同種・類似被害の再発防止に向けて

### (1) 事業者に対して

本件は、個別信用購入あっせん関係販売業者（以下「販売業者」という。）が、個別信用購入あっせん関係受領契約（以下「個別クレジット契約」という。）の締結について勧誘する際に、特定商取引法において禁止されている、商品の重要事項に関する情報について不実の告知を行い、それが事実であると信じた申立人が誤認をして個別信用購入あっせんを業とする者（以下「クレジット業者」という。）との間で美容器の売買代金についてクレジット契約をしたという事例である。

法律上の争点としては、割賦販売法第 35 条の 3 の 13 により、個別クレジット契約を取り消すことができるかが問題となった。

割賦販売法では、販売業者の違法行為であっても、個別クレジット契約までも取消しの対象としている。同法において当該規定を設けた理由は、クレジット業者の加盟店管理・監督懈怠の責任によるものであると考えられる。

すなわち、割賦販売法第 35 条の 3 の 5 は、クレジット業者に対し、①加盟店契約を締結するに際し、販売業者等が特定商取引法等に違反しないか事前に調査することを義務付け、②消費者が個別クレジット契約を締結するに際し、販売業者等が特定商取引法等に違反する行為を行っていないかどうか調査することを義務付けている。これにより、加盟店に違法な販売行為があった場合、クレジット業者は、販売業者等に対する管理・監督懈怠の責任が問われることになり、この効果として、消費者に個別クレジット契約からの解放を認めているのである。

本件を踏まえ、同種・類似の被害の再発防止に向けて、悪質な販売業者を排除するためにクレジット業者が行うべきことは、①加盟店契約締結時に、特定商取引法等に違反するおそれのある販売業者かどうかを厳格に調査すること。②個別クレジット契約時にあたっては、当該販売業者が特定商取引法等に違反する行為をしていないかどうかを十分に調査することということになる。

現在、割賦販売法施行規則及び日本クレジット協会<sup>注15)</sup>の自主規制ルールでは、販売業者に対する調査事項及び調査方法等が定められている。以下、本件との関係で注目すべき調査内容を、(参考2)において整理する。<sup>注16)</sup>

注15) 割賦販売法第 35 条の 18 第 1 項に基づく「認定割賦販売協会」として、経済産業大臣から認定を受けた団体。同条第 2 項に基づき、割賦販売等に係る取引の公正の確保を実現するために、業界における自主規制ルールを策定している。

注16) 「平成 20 年版割賦販売法の解説」経済産業省商務情報政策局取引信用課 [編] 日本クレジット協会 178 頁以降参照

(参考2)

#### 【加盟店契約時調査】

##### 割賦販売法施行規則第76条第4項

- ・個別信用購入あっせんにより販売する商品等の種類（第1号）
- ・見本、カタログ等の勧誘の際に使用する資料（第2号）
- ・商品の効能等についての根拠資料（第3号）

##### 日本クレジット協会自主規制規則第26条及び第28条

- ・商品等見本、カタログ、パンフレット、チラシその他の勧誘に使用する書類
- ・販売条件提示のための書類、契約書、申込書、注文書その他の割賦販売法に定める書面
- ・不実告知に起因する苦情がある場合は、商品の品質や効能等に係るものの裏付けとなる根拠資料

#### 【個別クレジット契約時の調査】

##### 割賦販売法施行規則第76条第11項

- ・申込書面記載事項に関する誤認（第1号）
- ・商品の効能や特定利益等に関する断定的判断の提供の有無（第2号、第77条第1項第1号）
- ・付随商品等の申込書面に記載されていない事項で申込者の判断に影響を及ぼすものの有無等（第3号及び第4号）
- ・その他申込者の判断に影響を及ぼすものに関する誤認の有無等（第5号）

残念ながら、上記のとおり調査方法が整備されているにもかかわらず、本件のような悪質な販売業者が加盟店調査を潜り抜けて、消費者に被害を与えているのが現状である。

そもそもキャッチセールス等の特定商取引法の対象となる取引行為の場合、購入者がどうしてその商品を購入したかという「動機」が極めて重要な問題となる。本件のように、30万円以上もする美容器を、20歳代の女性が購入するのは、通常では考えられない。クレジット業者は、そのような高額な商品を購入するのは何らかの特別な「動機」があると考えべきであり、購入者に対し、どうしてそのような商品を購入するに至ったのか、その「動機」にまで掘り下げて確認をする必要がある。キャッチセールス等によって、若い女性が、不要不急の高額な商品を購入させられるのは、販売業者によって何らかの不適切な行為が行われたものと、まず疑う姿勢が必要なのではないだろうか。

なお、本件の申立人は、販売業者に不実のことを説明されたために、怖くなって美容器を購入したとのことであった。このような契約は、特定商取引法により取消される可能性がある。クレジット業者にしても、取消の対象となるような契約に対し、その代金を立替えることはリスクが大きく、与信することに慎重にならざるを得ないであろう。すなわち、クレジット業者が、購入者の契約意思を確認する際、商品購入の「動機」についても確認していれば、消費者被害は未



然に防止できるのである。

もともと、加盟店契約時の調査や個別クレジット契約の調査を十分に行うことは、契約取消しによる既払金の返還という、クレジット業者にとっての重大な損失を未然に防ぐことに繋がり、ひいては個別クレジット契約の適正な運用に資することになる。つまり、加盟店調査・監督責任を十分に果たすことは、クレジット業者にとっても、クレジット事業の展開にメリットがあると言えよう。

## (2) 消費者に対して

平成 25 年 3 月に実施された東京都生活文化局による「若者の消費者被害に関する調査」<sup>注17)</sup>によると、回答者の若者（18 歳から 29 歳までの男女 3,000 人）の内の 89.5%がキャッチセールスについて認知しており、そのうち 69.0%の若者がその手口を知っていると回答している。そして、悪質商法の被害に遭ったと回答した 119 人（全体の 4.0%）のうち、キャッチセールスの被害人数は 29 人（全体の 1.0%）であった。実際にキャッチセールスの被害に遭う若者は全体からみれば少数ではあるが、確実に存在はしているのである。

キャッチセールスについては、特定商取引法第 2 条第 1 項第 2 号において、「営業所等以外の場所で消費者を呼び止めて営業所等に同行させる」と定義されている。本件は、販売業者が路上で「ネイルの練習をさせて欲しい。」と言って申立人を呼び止めて、店舗に同行させてはいるものの、その場では美容器の販売を行わずに申立人を帰宅させ、2 度目以降の来店時に美容器の販売を行っていた。当部会では、販売業者の勧誘方法や、申立人が再来店した事情等をもとに、事実経過を全体として観察して一連の美容器売買契約の勧誘であるとし、特定商取引法の規定するいわゆるキャッチセールスに該当すると判断したが、このような勧誘方法は、同法の適用を免れようとする極めて巧妙かつ悪質な手口であると言えよう。

### 【最近のキャッチセールスの事例】

- ・ アンケートを口実に路上で消費者を呼び止め、アンケートの謝礼を渡すと告げて後日店舗に来店するよう予約させる。
- ・ アンケートを行うと言って呼び止めて店舗に同行し、その後タレントにスカウトするかのようにはじめめかし、審査の可否を伝えると言って、後日再来店を促す。

上記の事例からも分かるとおり、巧妙な方法で特定商取引法等の適用をすり抜けるケースや、本件のように、時間をかけて消費者の警戒心を解いたところで契約を勧めるケースなどが多く見受けられる。

加えて、本件の販売業者は、行政処分を受けた後所在不明の状態であり、販売業者に対する責任の追及ができない。

このようにキャッチセールスの手口が巧妙になっている一方、悪質な販売業者に対する責任追及が難しいケースが増え、被害回復が難しくなっている。

<sup>注17)</sup> 平成 25 年 3 月 22 日 東京都生活文化局消費生活部企画調整課  
[http://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.jp/chousa/chousa\\_etc/documents/c130322\\_all.pdf](http://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.jp/chousa/chousa_etc/documents/c130322_all.pdf)

この意味で、被害を未然に防止することこそが大切であり、消費者が、①声をかけられて店舗に同行される段階、②商品に関する説明の段階、③商品の売買契約及び個別クレジット契約をする段階、④クレジット業者から商品購入についての意思確認があった段階で、次のような行動をすることが大切である。

#### ① 声をかけられて店舗に同行される段階

悪質商法による被害防止の最も有効な方法は、声をかけられた時点で、勧誘を拒否することである。販売業者は言葉巧みに勧誘をするので、一旦彼らの話を聞いてしまうと、彼らの思いどおりに話が進む危険が生ずるので、まずは話を聞かないようにすることが大切だ。しかし、本件のように「ネイルの練習をさせて欲しい。」などと真の意図を隠して勧誘されるとなかなか断わりづらいという面があることも確かである。したがって、人通りの多い繁華街などでそのような言葉をかけられること自体が不自然であり、何か別の目的があると疑うよう日頃から心がけておく必要がある。そして、そのような勧誘に遭った場合は、無視をするか、はっきりと拒否をすることが大切である。

#### ② 商品に関する説明の段階

この段階において、販売業者の説明に疑問を感じたならば、話の途中であっても直ちに聞くことを止め、その場から立ち去る勇気が必要である。

#### ③ 消費者が商品の売買契約及び個別クレジット契約をする段階

この段階では、販売員の言いなりにすぐにその場で契約書に署名・押印せず、一旦自宅に持ち帰り、冷静になって考える態度が重要である。販売員の影響力がない場で、友人や第三者に相談するのも一つの方法だろう。他人がその話を聞けば、それがいかに不合理で不自然なことかすぐに判断することができるからである。

なお、仮に売買契約及び個別クレジット契約が成立してしまったとしても、クーリング・オフの期間内ならば、特定商取引法や割賦販売法により、いずれの契約も無条件で解除できる。消費者においては、売買契約書をよく読み、「クーリング・オフ」による売買契約の解約について注意を払って欲しい。もっともそのためには、クーリング・オフ制度等について周知徹底させることも重要であり、関係機関による消費者教育が望まれる。

#### ④ クレジット業者から商品購入についての意思確認があった段階

この段階で消費者は、販売業者の勧誘方法の問題点について注意を促すような文書（例えば、クレジット業者が提供する「勧誘方法等確認のお願い」のような文書）に目を通し、クレジット業者の契約意思の確認の際には、なぜ自分が当該商品を購入するに至ったのかについて、積極的に説明をすべきである。そうすれば、販売業者による不実の告知等の不当な勧誘行為が行われたことが明らかになり、クレジット業者は自社の加盟店が行っている勧誘方法を把握することができる。クレジット業者が自社の加盟店の状況を正確に判断することは、更なる被害の防止に繋がる。

また、消費者は本当にクレジット代金を支払ってまでも商品を購入する必要があるのか冷静になって考え直し、クレジット業者からの意思確認の際には、購入にあたって悩んだことや、商品を購入するに至った「動機」等について、クレジ

ット業者に自分の考えを正確に伝えるべきである。そうすることにより、クレジット業者は売買契約等において不当な勧誘が行われたことを認識でき、与信に対し慎重になる。クレジット契約が成立しないことによって、消費者被害は未然に防止されることになる。

しかしながら、本件の申立人は、①～④までの機会に被害防止の措置を講じることなく、割賦払代金をすべて支払った後で、自分が被害に遭ったことに気付いている。このことから、キャッチセールスの手口の巧妙さが分かるだろう。消費者自身が悪質商法に対する警戒を日頃から自覚することはもちろんであるが、関係機関が消費者教育を継続していくことも重要である。

もっとも、本件の申立人のように、販売業者と連絡が取れなくなった場合であっても、クレジット業者に対し、割賦販売法に基づき個別クレジット契約を取り消すことができる場合もある。販売業者への責任追及が事実上できないからといってあきらめることなく、最寄りの消費生活センター等関係諸機関に相談することをお勧めする。

### (3) 行政に対して

#### ア 割賦販売法第 35 条の 3 の 13 の適用範囲の明確化

割賦販売法第 35 条の 3 の 13 では、販売業者による不実告知により、購入者が当該告げられたことが事実であると誤認して契約した場合は、個別クレジット契約を取り消すことができるとしている。しかし、割賦販売法第 35 条の 3 の 13 第 1 項には不実告知の対象として、「顧客が当該売買契約等の締結を必要とする事情に関する事項」という規定はない。

当部会では、販売業者が行った不実告知の内容が、「動機」に関するものであっても、割賦販売法第 35 条の 3 の 13 第 1 項第 6 号で規定する「購入者等の判断に影響を及ぼすこととなる重要なもの」に含まれると判断した。しかしながら一方、特定商取引法第 6 条第 1 項第 6 号で規定する「顧客が当該売買契約等の締結を必要とする事情に関する事項」については、割賦販売法には明記されていないとして否定的に解釈され、消費生活相談の現場において割賦販売法による解決が困難になるケースも見受けられる。

だが、そもそも割賦販売法第 35 条の 3 の 13 は、売買契約が取り消せる場面と、クレジット契約が取り消せる場面は可及的に一致させることが望ましいとして新設された規定である。割賦販売法第 35 条の 3 の 13 の実効性を高めるためにも、誤認による取消しの対象となる事項を定めた同条第 1 項において、特定商取引法第 6 条第 1 項第 6 号と同様の規定（具体的には、「顧客が当該売買契約等の締結を必要とする事情に関する事項」）を立法により新設し、適用範囲の明確化を図るべきである。

#### イ 加盟店管理の強化

先述のとおり、割賦販売法第 35 条の 3 の 5 では、クレジット業者に対し、特定商取引法 5 類型を取引の対象とする販売業者等に対する加盟店管理・監督義務を定めている。

しかし本件は、加盟店契約を締結するにあたり、クレジット業者の代表者が

販売業者の営業所を訪問してはいるものの、販売業者から提出された標準契約書がエステティック契約の契約書であり、美容器等物品販売の契約書ではなかったことすら気付かない等、販売業者の営業実態を正確に把握しているとは言いがたいものであった。

また、本件のクレジット業者は、クレジット契約時に電話で申立人に対し契約内容の確認はともかく、美容器を購入する「動機」に関する販売業者の不実告知の有無については確認を怠っていた。

従来から、個別クレジットの場合、加盟店である販売業者などが不当な勧誘行為を行った場合であっても、クレジット業者がそれを知りうる立場でありながら与信をすることで、消費者被害を生むという構造的な問題がある。この問題に対して、改正割賦販売法では加盟店管理の強化を求め、同条を新設したのである。しかし、当部会で審議されたクレジット業者の加盟店管理の実態は、型どおりの調査であり、申立人の被った消費者被害を未然に防ぐには極めて不十分であったと言わざるを得ない。

そもそも現行の割賦販売法施行規則及び日本クレジット協会の自主規制ルールに従って加盟店調査を行ったとしても、契約に至った「動機」について確認することは難しい。更に言えば、販売業者の不適切な勧誘行為について十分にその実態を把握しようとしなない一部の個別クレジット業者の意識の低さにこそ、重大な問題があると言えるだろう。

本件の販売業者は平成24年に特定商取引法に基づき行政処分を受けているが、その後も類似の販売方法を行っている事業者が行政処分を受けている。また、クレジット業者の加盟店が行った不法行為による消費者被害は、割賦販売法改正後も引き続き消費生活センターに寄せられている。

更なる消費者被害を生まないためにも、加盟店管理責任に係る同法の施行規則等を見直すなど、割賦販売法の実効性の確保に努めることを求める。

## 資料 1

### 申立人からの事情聴取

項目	内容
契約内容	<p>契約日 平成 22 年 7 月 14 日</p> <p>契約内容 美容器の売買契約及び個別クレジット契約（30 回払い）</p> <p>契約金額 商品代金：30 万円 割賦支払総額：36 万 2,320 円</p>
店舗に連れて行かれた状況	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 渋谷の交差点で女性に、「ネイルの練習をさせて欲しい。」と声をかけられ、その女性に店舗まで連れて行かれた。</li> <li>・ 看板等の表示はなく、分かりにくい場所に店舗があった。店内にはテーブルがあるだけで、商品や美容器は陳列されていなかった。</li> </ul>
ネイルの最中に現れた男性の印象	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ ネイリストに「彼は美容関係のことに詳しく、色々知っているので話を聞いてみたら。」と勧められ、男性の話を聞くことにした。</li> <li>・ 気さくに話してくれる人だったので、別に悪い感じはなかった。</li> </ul>
勧誘時の状況	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 1 回目の来店時は、ネイリストの都合で施術が途中で終わった。</li> <li>・ 後日、ネイルの続きをしようと言って電話がかかってきたので、再度来店した。商品を買わされるとは思ってもみなかった。</li> <li>・ 前回話をした男性に、化粧品の成分と注意点が書かれているプリントを渡された。印を付けたり、イラスト等を描きながら、「市販の化粧品には発ガン性がある成分が含まれている。」「市販の化粧品には肌荒れを引き起こす成分が入っている。」と説明された。</li> <li>・ 美容器が欲しかったわけではないが、「市販の化粧品を使うと、ガンになる。」等と言われ、怖くなった。「肌は、一度悪くなると戻らない。」等と言われ不安になり、美容器を買うことに決めた。</li> </ul>
クレジット業者による確認電話	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ クレジット業者である相手方乙社から、契約確認の電話が、契約の翌日ぐらいにかかってきたが、出勤の準備をしている時だったので、あまり深く考えず、「はい、はい。」と答えた。</li> </ul>
美容器使用後の感想	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 仕事の都合で不規則な生活を送っているため、美容器でケアをする時間が取れなかった。</li> <li>・ 美容器が肌に合わなかったのか、肌がかゆくなり、使わなくなった。</li> <li>・ 肌荒れの原因が分からなかったため、美容器を返品しなかった。</li> </ul>
解約しようと思った状況	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 分割払いが終わる頃に、美容器のことを思い出し、インターネットで調べてみたところ、販売業者が行政処分を受けたという情報が出てきた。自分が受けた勧誘と、行政処分の原因となった事例の内容は酷似しており、騙されて契約を結んだことに気が付いた。</li> </ul>
希望する解決方法	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 騙されて契約を結んだので、契約を取り消したい。</li> </ul>

## 資料 2

### 相手方乙社からの事情聴取

項 目	内 容
加盟店数とその業態	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 現在稼働している加盟店で 30 件ぐらいで、その大半が特定商取引法の適用を受ける業態である。</li> </ul>
本件の販売業者（甲社）との加盟店契約について	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 本件の販売業者は加盟契約を取り次ぐ会社（以下「代行会社」という。）から紹介された。</li> <li>・ 本件の販売業者が、キャッチセールスをしていることは、認識していたが、「キャッチする際に美容器の販売目的を告げている。」と言っていたので大丈夫だと思った。</li> <li>・ 本件の販売業者から提出された標準契約書は、エステの契約書であり、物販の契約書ではなかったが、代行会社を送ってきた書類を持っていただけだったので、気付かなかった。</li> <li>・ 適切な契約書を求めるなど、販売業者に対して指導等は特に行わなかった。</li> <li>・ 加盟店契約当時は認識不足で、代行会社の言うとおりにやっていた。最近は法律などを勉強して理解している。</li> </ul>
申立人の契約に関して	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ クレジット契約時の調査の際に録音した確認電話通話記録からも分かる通り、「勧誘目的を告げられたか。」「強迫めいた勧誘はなかったか。」「商品の説明に納得しているか。」「商品を確認したか。」等の質問をしたが、申立人の回答に問題はなかった。</li> <li>・ 当社として確認すべきことは、すべて確認している。</li> <li>・ 「市販の化粧品を使っていると、肌が荒れる。ガンになる。」等の説明があったかどうかまでは、確認しない。</li> </ul>
本件の販売業者（甲社）との加盟店契約の解除について	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 商品未納に関する苦情が多いので、加盟店契約を解除した。</li> <li>・ 勧誘方法に問題があると認識したのは、行政処分の後である。加盟店契約を解除した後なので、苦情調査は行っていない。</li> <li>・ 申立人については支払いを続けており、問題がなかったため、勧誘方法や美容器購入に至った経緯などについて調べなかった。</li> </ul>
希望する解決方法	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 申立人は美容器を使用しているし、クレジット代金も完済している。契約から 3 年も経っており、解約は認めない。</li> <li>・ 割賦販売法に基づき取消しを主張するのであれば、裁判で争う。顧問弁護士もそのように言っている。</li> </ul>

### 資料3

#### 「個別クレジット契約の取消しに係る紛争（美容器購入契約）」処理経緯

日 付	部会回数等	内 容
平成25年 12月24日	【付託】	<ul style="list-style-type: none"> <li>・紛争の処理を知事から委員会会長に付託</li> <li>・あっせん・調停第二部会の設置</li> </ul>
平成26年 1月23日	第1回部会	<ul style="list-style-type: none"> <li>・紛争内容の確認</li> <li>・申立人からの事情聴取</li> </ul>
2月17日	第2回部会	<ul style="list-style-type: none"> <li>・相手方乙社からの事情聴取</li> </ul>
3月20日	第3回部会	<ul style="list-style-type: none"> <li>・問題点の整理</li> <li>・あっせん案の考え方の検討</li> </ul>
5月1日	第4回部会	<ul style="list-style-type: none"> <li>・相手方乙社にあっせん案の考え方等を示し、意見交換</li> <li>・あっせん案、合意書案の確定</li> </ul>
5月2日	(あっせん案)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・あっせん案を紛争当事者双方に提示 (申立人は受諾、相手方乙社は拒否)</li> </ul>
5月15日	(調停案)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・相手方乙社に調停案を勧告 (相手方乙社は拒否)</li> </ul>
5月23日	第5回部会	<ul style="list-style-type: none"> <li>・報告書の検討</li> </ul>
5月28日	(通知)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・当事者に処理手続きの打切りについて通知</li> </ul>
7月10日	【報告】	<ul style="list-style-type: none"> <li>・知事への報告</li> </ul>

氏名		備考
学識経験者委員		(16名)
安藤朝規	弁護士	本件あつせん・調停部会長
上柳敏郎	弁護士	
大澤彩	法政大学法学部准教授	
沖野眞巳	東京大学大学院法学政治学研究科教授	会長代理
織田博子	駿河台大学大学院法務研究科教授	本件あつせん・調停部会委員
角紀代恵	立教大学法学部教授	
鎌野邦樹	早稲田大学大学院法務研究科教授	
川地宏行	明治大学法学部教授	
佐々木幸孝	弁護士	
執行秀幸	中央大学大学院法務研究科教授	
千葉肇	弁護士	
中野和子	弁護士	
平野裕之	慶應義塾大学大学院法務研究科教授	
村千鶴子	弁護士・東京経済大学現代法学部教授	会長
山口廣	弁護士	
米川長平	弁護士	
消費者委員		(4名)
奥田明子	東京都地域消費者団体連絡会 代表委員	
佐野真理子	主婦連合会 参与	
橋本恵美子	東京都生活協同組合連合会 常任組織委員	
宮原恵子	特定非営利活動法人東京都地域婦人団体連盟 総務部 部長	
事業者委員		(4名)
栗山昇	東京都商工会連合会 副会長	
中村幸夫	一般社団法人東京工業団体連合会 専務理事	
橋本昌道	東京商工会議所 常任参与	
穂岐山晴彦	東京都中小企業団体中央会 常勤参事	