

家庭用医療布団等の連鎖販売取引に係る紛争

報 告 書

(東京都消費者被害救済委員会)

平成28年11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28年7月19日に知事が委員会へ紛争処理を付託した「家庭用医療布団等の連鎖販売取引に係る紛争」について、平成28年11月29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28年11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	委員会による処理開始と当事者の主張等	
1	申立人の主張	1
2	相手方の状況	3
3	相手方への協力要請	3
4	相手方の連鎖販売取引の仕組み	4
第 4	委員会の処理結果	5
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	5
2	今後の課題	14
■	資 料	
1	申立人からの事情聴取	18
2	「家庭用医療布団等の連鎖販売取引に係る紛争」処理経過	20
3	東京都消費者被害救済委員会委員名簿	21

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） 1社 株式会社アシスト※
本店所在地：大阪市西区江戸堀二丁目1番1号
事業内容：家庭用医療布団及び化粧品類を扱う連鎖販売取引業等（連鎖販売取引の統括者）

※申立人が契約した当時の相手方の会社名は、ロイヤルジャパン株式会社（東京都新宿区西新宿六丁目5番1号）であった。

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26年12月、友人に誘われ、喫茶店で20歳代前半の男性3人（以下「代理店ら」という。）と会った。趣味の話などで盛り上がり親しくなったところで、家庭用医療布団の紹介販売の話になった。代理店らに「この布団を使うと、肩こり、腰痛が良くなる。」と言って布団類とベッド併せて約100万円分の契約を勧められたが、ベッドは持っているので、約60万円の布団類一式を買うことにした。代理店らに「100万円分買えば紹介販売のビジネス会員になることができ利益が入る。」などと言われたが、ビジネスをやる気は無いと言って断った。しかし代理店らから「僕たちが何とかするから大丈夫。とりあえず仲間に入ってくれればいい。」、「布団と合わせて100万円になるよう化粧品類を見繕っておく。」などと言われ、その場の雰囲気から断りきれず、商品の内訳も分からないまま約40万円の化粧品類を購入し、ビジネス会員契約を結ぶことになった。化粧品類の具体的な商品名や数量が書かれていない契約書に署名をし、その場で消費者金融に連れて行かれ、代理店らに現金を渡した。

「肩こり、腰痛が良くなる。」と勧められて購入した布団は、効果が感じられず使っていない。また、化粧品類は髪や肌に合わず、代理店らに返品したいと申し入れたが、対応されないまま放っておかれた。そこで化粧品類は処分してしまった。

もともと積極的に紹介販売ビジネスに参加するつもりはなかったため、自分から他の人に商品を紹介したりはしていない。

その後、相手方に契約解除と返金を求めたが、何の対応もなかった。

第3 委員会による処理開始と当事者の主張等

本件は、平成28年7月19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。

1 申立人の主張

部会における事情聴取時の申立人の主張は、次のとおりである。

(1) 平成26年12月、友人に飲み会に行こうと誘われて行ってみると、飲み会ではな

く喫茶店に連れて行かれた。そこには 20 歳代の男性 3 人（代理店ら）がおり、自己紹介で「僕たちは医療関係の製品を販売する代理店をやっている。」と言われた。会話が弾み、意気投合したところで「僕たちの仲間になって、一緒に遊んだり、イベントをやったりしようよ。」と言われた。

- (2) 翌日の平成 26 年 12 月 2 日、再度彼らに誘われて喫茶店で会い、家庭用医療布団の購入を勧められた。「この医療布団は電磁波を発生し、肩こり、腰痛が良くなる。」、「血圧が下がる。」、「姿勢が悪かった人が良くなって元気になった。」などと説明され、64 万 8,000 円（税込金額）の布団類一式を購入することにした。布団類だけでいいと言ったが、会員になって販売する立場になるために、100 万円分の契約を結ばなければならないと言われた。その際に、販売手数料として、一人に売れば商品代金の 10 パーセントぐらいの利益が入ると言われた。
- (3) 「ビジネスをやる気は無い。」と言って断ったが、「やる気が無くてもとりあえず友達を連れてきてさえくればいい。」、「何も分からなくても俺たちが何とかするから大丈夫。」と言われた。また、「お金が無い。」と言って断ると、「お金は作ればいい。」と言われ、断れなくなってしまった。
- (4) 最初は布団類と共にベッドを勧められたが、ベッドは持っているので要らないと言って断ると、購入金額を 100 万円以上にするために化粧品類を勧められた。代理店らから「金額が 100 万円になるように、僕たちが化粧品類を見繕っておく。」と言われ、具体的にどのような商品なのか分からないまま、43 万 2,000 円（税込金額）分の化粧品類を購入した。
- (5) 契約したその場で貸金業者に連れて行かれ、友人の分も併せて 200 万円分のキャッシングをさせられた。
- (6) 布団類購入契約書及びビジネス会員契約書の日付は平成 26 年 12 月 2 日だが、化粧品類購入契約書の日付だけは、平成 26 年 12 月 3 日になっている。化粧品類の契約日については、購入する化粧品類の内訳も分からないまま署名押印した契約書を代理店らに渡したところ、翌日の日付が記入されていた。
- (7) 契約の際に、書面に書かれている「クーリング・オフのお知らせ」を示され、「嫌だったら 1 週間の間ならやめられる。」と言われた。しかし契約後数日間は代理店らから「一緒に頑張ろう。」等の連絡があり、連絡を取り合っていた間はやめようとは思わなかった。クーリング・オフ期間が 20 日間だとは知らなかった。
- (8) 購入したシャンプーを使って見たが、髪が軋み、とても使えるものではなかった。代理店らに苦情を伝えたが、返品返金を口では了承しつつも、何も対応されなかった。その後化粧品類は処分してしまった。布団を使って見たが疲れが取れず、効果はなかった。
- (9) 代理店らから「誰か紹介して。」と言われるので、友人を会わせたこともあったが、ただ会わせただけであり、マージンを得た等は一切ない。
- (10) 代理店らを通じて知り合った友人に、消費生活センターに相談した方が良いと言われ、平成 27 年 11 月 12 日に消費生活センターに相談した。その時に相手方が行政処分を受けたことを知った。同日、相手方に契約解除を求める手紙を送った。
- (11) できれば化粧品類の分も含めて全額返金して欲しいが、できないのであれば布団類を返品するので、その分を返金して欲しい。
(詳細は資料 1 のとおり)

2 相手方の状況

平成 27 年 1 月 8 日に、消費者庁は本件相手方であるロイヤルジャパン株式会社に対し、特定商取引に関する法律（以下「特定商取引法」という。）第 39 条第 1 項に基づき、9 か月間、連鎖販売取引に関する業務の一部（新規勧誘、申込受付及び契約締結）の停止を命じた。消費者庁が認定した違反行為は、勧誘目的の不明示、不実告知、重要事項不告知、公衆の出入りしない場所での勧誘、債務不履行、断定的判断の提供、迷惑勧誘、適合性原則違反である。

相手方は、平成 27 年 1 月 1 日付で、ロイヤルジャパン株式会社から株式会社ロイヤルグループへ商号変更し、同年 1 月 16 日付で登記されていた。また、同年 6 月 28 日付で茨城県常総市水海道宝町に本店を移転していた。

更に、本委員会が本件紛争処理を開始した後の平成 28 年 7 月 27 日に株式会社アシストへ商号を変更し、本店所在地を大阪市へ移転した。そして、同年 8 月 19 日に解散の決議をし、10 月 31 日に清算終了した。

3 相手方への協力要請

委員会事務局は、平成 28 年 7 月 19 日に、本件紛争が委員会へ付託され紛争処理手続が行われることを相手方に電話で連絡し、併せて文書を送付した。相手方の対応は、責任者不在のため答えられない、折り返し連絡をするというものだった。しかしその後、委員会事務局から何度相手方へ電話をしても電話に出ず、留守番電話に伝言を残しても、相手方から一切連絡がなかった。

部会は、相手方に対し、事情聴取への出席や関係資料の提出などを文書により要請することとし、これらの文書を相手方の本店所在地と元代表取締役の住所の両方へ郵送した。しかし、この要請に対しても相手方からの回答や連絡は一切なかった。

そこで、平成 28 年 8 月、委員会事務局員が相手方元代表取締役の住所を尋ねた。表札に「ロイヤル ○○（○○は元代表取締役名）」と掲示されていたため、出席依頼や質問事項への回答依頼文書を差置きしたが、これに対しても回答がなかった。なお、部会が相手方に対し回答を求めた質問事項は、事業概要、申立人の契約に関する事項、希望する解決方法等である。

<相手方に対する紛争処理への協力要請の経過>

- 7 月 19 日 委員会事務局から相手方へ電話連絡し、本件紛争処理を委員会が行う旨を伝える。相手方は、代表取締役から連絡させると回答した。
- 7 月 20 日 紛争処理手続きへの協力を求める書面を本店所在地へ郵送する。
(この間、相手方から電話連絡がなかった。)
- 8 月 3 日 元代表取締役住所へ協力を求める書面を郵送するが、何の反応もなかった。
- 8 月 12 日 事情聴取への出席依頼文書を本店所在地及び元代表取締役住所へ郵送する。
- 8 月 24 日 回答期日（8 月 22 日）を過ぎても、相手方から反応がないため再度期日を設定し、事情聴取への出席依頼文書を元代表取締役住所（表札に「ロイヤル ○○（元代表取締役の姓）」の表示）に差置きした。
- 8 月 31 日 本件紛争に係る質問事項への回答及び資料の提出を依頼する文書を元代表取締役住所へ郵送する。
- 9 月 12 日 期日（9 月 9 日）を過ぎても回答がなかったため、再度、質問事項への回答及び資料の

- 提出依頼する文書を郵送する。期日（9月23日）を過ぎても回答がなかった。
- 9月28日 元代表取締役住所へあっせん案を郵送する。
期日（10月11日）を過ぎても回答がなかった。
- 10月17日 調停案の受諾勧告を相手方本店所在地及び代表清算人住所へ郵送する。
期日（10月27日）を過ぎても回答がなかった。
- 10月31日 代表清算人住所へ調停案への回答を求める文書を差置きした。
- 11月2日 相手方より回答はなかった。

※ 上記のほか、委員会事務局から相手方に対し30回以上架電したが、留守番電話になってしまい、対応等を依頼する伝言を残したが相手方から何の反応もなかった。

4 相手方の連鎖販売取引の仕組み

本委員会では東京都消費生活条例第29条第8項に基づき調査を行い、次のことが分かった。

相手方の規約では、相手方の認定を受けたビジネス会員が、相手方が提供する商品を購入する顧客を見つけてきて、相手方と顧客との間で商品の売買契約のあっせんを行うとしている。契約の締結は相手方と顧客の間で行われ、ビジネス会員は相手方からあっせんや顧客獲得のための活動の対価を受け取ることができるとしている。

ビジネス会員には、統括販社代理店、販社代理店、代理店、正会員といったランクがあり、統括販社代理店の傘下にグループを形成する。ビジネス会員は、正会員からスタートするが、正会員として相手方のビジネスに加入するためには、家庭用医療布団（相手方が治療器と称する敷布団）と上掛を併せて50万円以上購入することが条件となっている。正会員が昇格基準の条件を満たすと、代理店、販社代理店、統括販社代理店へと昇格することができる。昇格の条件は、表1のとおりであった。

《表1》 特定負担及び特定利益について

資格	加入・昇格の条件（特定負担）	特定利益
正会員	治療器と上掛のセットで50万円以上の購入	直接紹介実績の10%
代理店	半月の売上実績 200万円以上かつ直紹介実績 150万円以上	売上実績の25%
販社代理店	半月の売上実績 300万円以上かつ直紹介実績 150万円以上	売上実績の30%
統括販社代理店	1か月の累計売上実績 1,000万円以上かつ直属販社代理店を2社以上育成	売上実績の50%

ビジネス会員が商品を販売すると、商品代金に対して各ランクに応じた手数料率を掛けた金額が特定利益として支払われる。代理店、販社代理店、統括販社代理店に対しては、その傘下に属する会員等が商品を販売すると、傘下の会員等の手数料を差し引いた販売手数料がその上位の会員に支払われる仕組みになっているようであり、各会員に支払われる特定利益を合計すると、商品代金のうちの50パーセント程度が特定利益として分配されるようである。

第4 委員会の処理結果

部会は、平成28年8月4日から同年10月14日までの5回に渡って開催された。（処理経過は資料2のとおり）

平成28年9月28日、あっせん案を申立人及び相手方に送付した。申立人からはあっせん案を受諾する旨の回答があったが、相手方からは回答がなかった。

同年10月17日、相手方に調停案を送付し、受諾の勧告を行ったが、相手方からは何も回答がなかった。

部会は、「あっせん」、「調停」のいずれもが、相手方の拒否により不調となったため、平成28年11月4日、本部会による解決処理の手続きを終えることとした。

あっせん案・調停案の内容

1 あっせん案

- (1) 申立人と相手方は、平成27年11月12日付けで本件契約が解除されたことを確認する。
- (2) 相手方は申立人に金108万円の返還義務があることを確認し、申立人が指定する金融機関口座に、平成28年11月15日までに全額を振り込む方法により返還する。なお、振込手数料は相手方の負担とする。
- (3) 申立人は相手方に対し、家庭用医療布団一式を平成28年11月15日までに、相手方の住所あてに返還する。なお、送料は相手方の負担とする。
- (4) 申立人及び相手方の間には、本件に関して、本あっせん条項のほか互いに何ら債権債務関係のないことを確認する。

2 調停案

調停案を示すに当たり、あっせん案の提示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、調停案はあっせん案と同様のものとなった。

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

(1) 法的問題点及び適用法令等

まず、本件の商品売買契約及びビジネス会員契約が、特定商取引法第33条で規定する連鎖販売取引に該当するか検討する。連鎖販売取引に該当した場合、クーリング・オフ、不実告知による取消しが認められるか、また、認められた場合、その効果として当事者はどのような権利・義務を負うか、以下で順次検討する。

ア 連鎖販売取引の該当性

特定商取引法第33条第1項では連鎖販売取引を、商品のあっせんをする者等を、特定利益を収受し得ることをもって誘引し、その者と特定負担を伴う商品の販売等に係る取引をすることと定義している。

本件申立人は、代理店らから、販売する立場になれるよう 100 万円分の商品を購入しなければならないと言われ、契約総額が 100 万円（税込金額 108 万円）になるよう布団類と共に化粧品類を購入している。また、その際に申立人は、一人に売れば商品代金の 10 パーセントぐらいの利益が入ると言われている。つまり、申立人は勧誘時に特定利益の説明を受けており、また特定負担を伴っている契約であることが分かる。よって、本件契約は連鎖販売取引に該当すると判断した。

なお、布団類の購入契約書及びビジネス会員契約書の契約日は 12 月 2 日であるが、化粧品類の購入契約書の契約日は 12 月 3 日になっているため、化粧品類購入契約は別個の契約ではないかとも考えられる。しかし、申立人は布団類購入契約及びビジネス会員契約並びに化粧品類購入契約を同じ日に、同じ機会に申込みをしており、また、すぐに販売する立場になれるように 100 万円分購入しなければならないと言われ化粧品類を購入している。これらのことから、まとめて特定負担 108 万円（税込金額）を伴う取引であることに何ら問題はなく、布団類購入契約及びビジネス会員契約並びに化粧品類購入契約は、一連の連鎖販売取引であると判断した。

イ クーリング・オフ

(7) クーリング・オフの行使の可否

連鎖販売取引においてクーリング・オフができるのは、連鎖販売加入者、つまり連鎖販売業者が連鎖販売契約を締結した場合におけるその契約の相手方であり、商品の販売等を店舗等によらないで行う個人（無店舗個人）に限られている（特定商取引法第 40 条）。本件の申立人は無店舗個人である。本件は、交付された契約書面（特定商取引法第 37 条第 2 項）に記載不備が認められ、また、申立人によれば代理店らにはクーリング・オフを阻害する行為があったようである。したがって、申立人は、クーリング・オフが可能である。

a 書面に関する問題

連鎖販売を行う者は、無店舗個人と連鎖販売契約を締結した場合、遅滞なく必要事項が記載された契約書面（法定書面）を交付しなければならない。記載事項は特定商取引法第 37 条第 2 項及び特定商取引法施行規則（以下「省令」という。）第 29 条及び第 30 条に定められている。法定された記載事項は原則として一通の文書に必要事項が正確に洩れなく記載されていることを要する。契約書面の交付が事業者には義務付けられているのは、契約内容が正確に記載されている法定書面を確認した上で、クーリング・オフすべきか否かを考える機会を与えるためであり、書面上に記載しきれない場合等は、「別紙による」旨を記載し、特定商取引法第 37 条第 2 項書面との一体性が明らかになるよう交付すべきと解されている。

特定商取引法第 40 条は、原則として特定商取引法第 37 条第 2 項書面を受領した日をクーリング・オフ期間の起算日としている。法定書面が交付されていなかったり、不備書面や虚偽書面しか交付されていなかったりした場合は、クーリング・オフ期間はスタートせず、新たに適法な書面が交付され 20 日を経過するまではクーリング・オフが可能である。

申立人が本部会に提出した書類には、ビジネス会員規約等本件連鎖販売の概要が記された書面が無く、法定書面は交付されなかったと考えることもできた。しかし、ビジネス会員申込書の「概要書面」、「契約書面」、「商品購入申込書」の受領を確認する欄にチェックが付いていたことから、概要書面等の交付があった可能性も否定できなかった。だがこれらの書面が交付されていたとしても、以下のような理由から契約書面に不備があったと言わざるを得ない。

まず、本件の契約書面には、「商品等の種類・性能・品質に関する事項」（特定商取引法第 37 条第 2 項第 1 号）、「特定利益に関する事項」（省令第 29 条第 5 号、省令第 30 条第 1 項第 7 号）、「連鎖販売取引に伴う特定負担に関する事項」（特定商取引法第 37 条第 2 項第 3 号、省令第 30 条第 1 項第 2 号）が書かれていなかった。これら法定記載事項が書かれた書面が別紙として付いていたとも考えられないではないが、本部会で別途入手した相手方の概要書面は複数枚からなっており、頁数が記入されているのに対して、申立人が本部会に提出した契約書面には頁数が記載されていなかった。また、「別紙による」旨も記載されておらず、契約書面と別紙とが合綴されている痕跡もなかった。これらのことから、そのような書面はついていなかったとみるのが合理的である。

なお、特定商取引法第 37 条第 1 項で交付を義務付けている概要書面に、法定記載事項が書かれ交付されているので十分であるとの主張がなされることも考えられる。しかし、勧誘に際し交付した概要書面に、特定商取引法第 37 条第 2 項で規定する必要記載事項の記載があったとしても、それは第 37 条第 2 項でいう契約書面の交付とはみなされない。契約書面の交付は、契約内容を明らかにし、後日契約内容を巡るトラブルを防止するという趣旨に加えて、クーリング・オフの規定を前提に、既に契約した者にその契約についての熟慮を促すという目的を持つものであるから、第 1 項の概要書面をもって第 2 項の契約書面に代えることは許されないのである。¹

以上により、本件の相手方が交付した契約書面には明らかに不備があると判断した。

b クーリング・オフを阻害する行為

連鎖販売取引のクーリング・オフ期間は 20 日であるが、無店舗個人の連鎖販売加入者に対して連鎖販売業者が虚偽の説明をしたり、威迫を行ったりしたために、連鎖販売加入者が誤認・困惑してクーリング・オフをしなかった場合には、特定商取引法第 37 条第 2 項の書面の交付を受けた日から起算して 20 日を経過した場合であっても、いつまでもクーリング・オフを行使することができるとしている（特定商取引法第 40 条）。

申立人が受領した商品購入に係る契約書面には、訪問販売の場合のクーリング・オフ（クーリング・オフ期間は 8 日間）も併記されていた。その上、

¹ 消費者庁取引対策課・経済産業省商務流通保安グループ消費経済企画室編『平成 24 年版特定商取引に関する法律の解説』（以下『解説』で引用する。）（商事法務、2014 年）235 頁参照

申立人によると、代理店らに「クーリング・オフ期間は1週間だ。」と伝えられたようであり、その意味で不実告知がなされたといえる。

これらにより、申立人はクーリング・オフ期間が1週間だと誤認したといえよう。なぜならば、申立人は、肩こり、腰痛が良くなるといわれ布団類を購入したが、効果が感じられずにほとんど使用していない。化粧品類も申立人には合わないため使用できなかったという。1週間以内に分からなかった商品の不満は、契約から20日以内に判明したものである。これらの代金は合計108万円と高額であり、同様の立場にある消費者であれば、クーリング・オフ期間が20日と聞かされていれば、当然のことながらクーリング・オフを行使したであろう。よって、申立人はその誤認により、20日を経過するまでにクーリング・オフを行使しなかったとみるのが十分に可能である。

c まとめ

以上により、本件連鎖販売契約は平成27年11月12日に申立人によりなされた契約解除の申出、すなわちクーリング・オフにより解除されたことになる。本件契約の解除により、本件契約を構成する布団類購入契約も化粧品類購入契約の効力も遡及的に消滅すると解される²。

(4) クーリング・オフの効果

連鎖販売契約が解除されると、申立人は受け取った商品を相手方に返還する義務を、相手方は受け取った代金を申立人に返還する義務を互いに負う。だが、連鎖販売取引のクーリング・オフの効果につき特定商取引法第40条では、相手方はその連鎖販売契約の解除に伴う損害賠償又は違約金の支払を請求できないこと（第1項第2文）、及び、既に引き渡された商品の引取費用は連鎖販売業者が負担すること（第3項）との規定しかなく、訪問販売のクーリング・オフのように、事業者は商品が使用された利益相当額の支払いを請求できない旨の規定はない³。規定されている以外の事項については、民法の一般原則によることになり、契約の相手方が引渡しを受けた商品を使用したり、消費したりした場合、連鎖販売業者は相手方の利得相当額の請求を行うことができるとされている⁴。しかしこれに対しては、クーリング・オフという無条件解約を認めた趣旨からすれば消費者に不当利得の返還義務はなく⁵、事業者に書面不交付等の重大な法律違反が認められる場合には使用利益を請求することは信義則により

² 『解説』265頁参照。圓山茂夫『詳解特定商取引法の理論と実務〔第3版〕』〔以下、『詳解特定商取引法』で引用する。〕（民事法研究会、2014年）514頁は、連鎖販売契約が解除されると、「組織加入の契約と特定負担の契約が一個である場合はもとより、形式上、別々の契約とされている場合でも全体が契約解除される。」としている。

³ 訪問販売については特定商取引法第9条第5項において「販売業者は、商品の売買契約につき申込みの撤回等があつた場合には、既に当該売買契約に基づき引き渡された商品が使用されたときにおいても、申込者等に対し、当該商品の使用により得られた利益に相当する金銭その他の金銭の支払を請求することができない。」と規定されている。

⁴ 『解説』254頁

⁵ 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5版〕』〔以下、『ハンドブック』で引用する。〕（日本評論社、2014年）549頁

許されない⁶との主張がみられる。

連鎖販売取引にあって、訪問販売のような商品の使用利益に関する特則（特定商取引法第9条第5項）が設けられなかったのは、連鎖販売取引は訪問販売と異なり、収益の獲得を目的とする取引であることから、顧客の保護の内容が弱くてもやむを得ないと考えたと推測される⁷。しかし、連鎖販売取引において、クーリング・オフが導入された理由として、「連鎖販売取引においては、組織、契約内容が複雑なこと、勧誘にあたり巧みな言葉で必ず利益があがると信じ込まされてしまうこと等により、商取引に不慣れな個人が契約内容を理解しないまま一時的な興奮に駆られて契約し、後日トラブルを生じたり、思わぬ損失を被る場合が少なくない。本条は、このような被害を防止し、商取引に不慣れな個人の保護を図るため、いわゆるクーリング・オフ制度を導入し、契約の締結後一定期間内は無条件で契約の解除を行うことができることとしたものである⁸。」と説明されている。しかも、平成8年の法改正により、「14日間のクーリング・オフ期間では、商取引に不慣れな一般消費者が実際に販売活動等を試み当該事業を続けるか否かを冷静に判断する期間としては不十分である。」として、20日間に延長された⁹。これに対して、訪問販売におけるクーリング・オフが設けられた理由としては、「訪問販売においては、購入者又は役務の提供を受ける者が受動的な立場に置かれ、契約締結の意思形成において販売業者又は役務提供事業者の言辞に左右される面が強いため、契約締結の意思が不安定なまま契約の申込みや締結に至り、後日履行や解約をめぐる紛争が生じることが少なくない。¹⁰」ということがあげられている。両者を比較してみると、連鎖販売取引の顧客の要保護性が訪問販売の顧客と比較して決して弱いとはいえない。

また、後にみるように、不実告知による取消しにあっては、申立人が善意であれば、返還義務の範囲は現存利益に限られる。連鎖販売取引のクーリング・オフが認められるのは、商取引に不慣れな個人が契約内容を理解しないまま一時的な興奮に駆られて契約をしてしまう危険性がきわめて大きいからであった。とすれば、両者のバランスからしても、連鎖販売取引にあってクーリング・オフがなされた場合に、申立人が使用利益相当額の全額の返還をしなければならないとすれば合理的とはいえない。

無店舗個人である連鎖販売加入者がクーリング・オフにより負う使用利益等の返還義務は、一種の不当利得返還義務と解される¹¹ことから、民法第703条により、本件の申立人が善意であれば、布団類の使用利益、処分した化粧品類につき現存利益がある限りで、相手方に返還をすれば足りると解すべきであろう。後に述べる不実告知による取消しの効果がここでも妥当する。

⁶ 『詳解特定商取引法』516頁

⁷ 『ハンドブック』724頁

⁸ 『解説』251頁

⁹ 『解説』251頁

¹⁰ 『解説』85頁

¹¹ 売買契約解除の結果買主が負うべき目的物使用収益による利益償還義務は、いわゆる原状回復義務に基づく一種の不当利得返還義務と解すべきであると解されている（最判昭和34年9月22日民集13巻11号1451頁）。

本件においては、申立人が化粧品類を処分した際も、申立人が布団類を占有していたほとんどの期間においても、申立人は善意であり、布団類の使用利益、処分した化粧品類につき現存利益はなかったとみることができる。そこで、申立人は相手方に対して布団類の使用利益の返還、化粧品類の客観的価値に相当する金銭の返還は不要である（「ウ 不実告知による取消し（イ）不実告知による取消しの効果」で詳しく述べる。）。

以上により、申立人は手元にある布団類を相手方に返還すれば足り、他方、申立人は相手方に対し支払った代金 108 万円の返還を求めることができると解される。

ウ 不実告知による取消し

(7) 不実告知の要件

特定商取引法第 34 条第 2 項では、一般連鎖販売業者の禁止行為として、契約締結について勧誘をするに際しての不実告知が規定されている。不実告知が禁止される事項としては、①商品の種類及び性能若しくは品質、②特定負担に関する事項、③当該契約の解除に関する事項、④特定利益に関する事項、⑤その連鎖販売業に関する事項であって、連鎖販売取引の相手方の判断に影響を及ぼすこととなる重要なものの 5 つが列記されている。

無店舗個人の連鎖販売加入者は、一般連鎖販売業者が連鎖販売契約の締結について勧誘する際に、特定商取引法第 34 条第 2 項の規定に違反して不実のことを告げたことにより、当該告げられた内容が事実であるとの誤認をし、これにより連鎖販売契約の申込みまたはその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している（特定商取引法第 40 条の 3 第 1 項第 3 号）。

本件にあつては、申立人は無店舗個人であり、代理店らには少なくとも「商品の性能若しくは品質」に関する不実告知と、「特定負担に関する事項」の不実告知があったと考えられる。

a 商品の性能・品質に関する不実告知

相手方のカタログを見ると、商品を説明する際、「治る」、「効く」という用語の使用を禁止しているが、申立人によると、本件代理店らは、家庭用医療布団の勧誘に当たって「この布団を使うと、肩こり、腰痛が良くなる。」、「すごく姿勢が悪かった人が良くなって元気になった。」、「血圧が下がる。」、「電磁波を使っている体調が良くなる。」等と告げていたようである。

一般的な消費者は、「肩こり、腰痛が良くなる。」と聞けば、「肩こり、腰痛が治る。」「肩こり、腰痛に効く。」と考えるであろう。また、平成 27 年 1 月 8 日になされたロイヤルジャパン株式会社に対する消費者庁の行政処分においても、「高血圧が改善する。」「血圧が安定する。」「体が曲がっている人でも正常になる。」といった説明が不実告知であると認定されている。

申立人は「肩こりに効くのであれば購入したい。」と思つて布団類を購入しており、代理店らによる商品の性能・品質に関する不実告知によって申立

人が誤認をして契約をしたことが認められる。

b 特定負担に関する不実告知

代理店らは、ビジネス会員になって販売する立場になるために、100 万円の契約をしなければならないと申立人に告げていたようである。しかし、相手方の規約によれば、ビジネス会員になる条件は 50 万円以上の契約であって、100 万円の契約までは求められていない。

したがって、申立人は代理店らの不実告知により誤認して、108 万円の特定負担を伴う契約をしたことが認められる。

c まとめ

以上からすると、申立人は、布団類の性能・品質及び特定負担に関する代理店らの不実告知によって、布団類により肩こり、腰痛が良くなると誤認し、また、ビジネス会員になるために 100 万円の契約が必要だと誤認して、布団類購入契約、化粧品類購入契約を含めた本件連鎖販売契約の申込みの意思表示をしたと考えられる。よって、特定商取引法第 40 条の 3 第 1 項第 3 号に基づき、申立人は本件連鎖販売契約を取り消すことができると判断した。

(4) 不実告知による取消しの効果

取消しの効果については、特定商取引法に特別な規定がないので、民法の一般原則である不当利得の考え方によることになる。消費者の返還義務については、民法第 703 条の適用が問題となり、給付の時に取り消すことができることを知らなかった場合には、消費者はその利益の存する限度において、すなわち現存利益の範囲でのみ返還すればよいことになる。

本件においては、申立人が布団類、化粧品類を得たときには、不実告知等で契約を取り消すことができるということを知らなかったことは明らかである。布団類を使用した時も、化粧品類を使った時や処分した時も、当該契約を取り消すことができることを知らなかったといえよう。したがって、布団類購入契約、化粧品類購入契約を含めた本件連鎖販売契約が取り消された場合、申立人は相手方に対して支払った代金 108 万円の返還を求めことができ、他方、相手方に対して布団類、化粧品類を返還する義務の範囲は、いわゆる現存利益を返還すればよいということになる。

布団類に関しては、申立人はその手元にある布団類を返還すれば足り、その布団類の使用利益の返還をする必要はないと解される。申立人は確かに布団類を若干使用しているため、そのことによる申立人の出費の節約があればその返還が求められよう。しかし、申立人が購入した布団類はかなり特殊なものであり、日常使うはずの出費を免れたとはいえない。また、申立人はすでに布団を有しているため、通常使っている布団類の使用料につき出費を免れたということも考えにくい。その意味においても、購入した布団類を使用したことにより出費の節約があったとみることはできない。

これに対して、化粧品類は若干使ってみたものの後に処分してしまっており、申立人は相手方に受け取った化粧品類の返還はできなくなっている。ここでの

現存利益を具体的にどのように解するかについては議論の余地があろう¹²。

本部会において申立人に事情を聴取したところ、申立人は相手方のシャンプーを使ってみたが髪が軋み、とても使えるものではなかったという。そこで申立人は代理店らに化粧品類の返品・返金を求めたのだが、代理店らは了承したにもかかわらず、何ら対処しなかったとのことである。つまり、化粧品類を使用したことによって化粧品類が申立人にとって全く価値がないことが分かったが、申立人は当該契約を解除ないし取り消すことはできないと考えていたために処分してしまったのである。

問題は、このような事情があった場合、現存利益の判断につき、化粧品類が十分使えるものを全て使ってしまった場合と全く同じように考えることが妥当なのかである。本件の場合、現実の問題として、申立人は受け取った化粧品類によってほとんど何らの出費の節約もなかったことは明らかである。多少なりとも出費を免れたとすることは妥当でない。

ただ、現存利益の解釈にあたり、当事者の過責（悪意・善意、社会的非難される行為・容態も含む広い意味）を考慮すべきとする見解¹³もあり、異なった結論になることも考えられる。だが、たとえ過責を考慮すべきとしても、本件においては、申立人は商品の返還義務を免れ、相手方に化粧品類の代金全額の返還を求めることができると解すべきであろう。申立人が化粧品類を処分した経緯からすれば、申立人が化粧品類を処分したことによりそれなりの合理性があったといえる。少なくとも不合理であったとはいえない。他方、化粧品類を購入するに至った経緯からすれば、相手方には、極めて重大な過責があったと考えられる。しかも、現に申立人には出費の節約はない。とすれば、申立人に現存利益があったとみることは、両当事者間の公平の見地からしても合理性はない。

(ウ) 統括者の善意無過失

もっとも、代理店である勧誘者が不実告知を行っても、連鎖販売取引の統括者である相手方がそのことを「知らなかったとき」には、取消権は認められない（特定商取引法第40条の3第1項ただし書）。しかし、「知らなかったとき」とは、通達¹⁴第3章13(3)によれば、過失なく知らなかったとき（善意無過失）のことであり、統括者は勧誘者に勧誘を行わせている以上、善意無過

¹² 本部会において、本件における現存利益について以下のとおりの議論がなされた。

申立人が化粧品類をすべて使ってしまったような場合、申立人が通常使っている化粧品類の代金の出費を免れたと解され、その合計額が現存利益となる。この点については異論がない。相手方のシャンプーは300mlで4,000円であるのに対し、申立人は通常450ml、2,000円のシャンプーを使っている。申立人が使用しているシャンプーを相手方のシャンプーと同じ量に換算すると1,333円となる。このことから申立人が通常使用しているシャンプーの価格は、相手方のシャンプーの価格4,000円の3分の1となり、これにより申立人は化粧品類代金43万2,000円のうち3分の1の出費を免れたと解される。その金額が現存利益と考えられよう。

また、本件の現存利益については次のようにも考えられる。相手方のビジネス会員規約では、商品代金の50パーセント程度が特定利益としてビジネス会員に分配される仕組みとなっている。商品代金から特定利益を差し引いた残りの50パーセントのうち、統括者である相手方が得る利益を更に差引くと、商品の原価は商品代金の4分の1以下になるだろう。このことから化粧品類価格43万2,000円の4分の1以下の金額が現存利益となることも考えられる。

¹³ 谷口知平『不当利得の研究 再版』（有斐閣、1965年）333頁～444頁、我妻栄『民法講義V4債権各論下巻一』（一五七二）～〔一五七六〕（岩波書店、1972年）等

¹⁴ 平成25年2月20日『特定商取引に関する法律等の施行について』

失ということは通常考えられない。この善意無過失の立証責任は統括者にあるが、その立証がなされることは実務上考えにくいとの指摘がある。本件の統括者にあつては、たとえ善意であつたとしても過失がなかったとは言えないであろう。

そこで、申立人は本件連鎖販売契約を取り消すことができ、本件連鎖販売契約は遡及的に無効となる。それに伴い、布団類購入契約も化粧品類購入契約も無効となる¹⁵。

(イ) 取消権の消滅時効

なお、この取消権は、追認することができる時から6月間行わないとき、また、契約の締結の時から5年を経過したときに、時効によって消滅する（特定商取引法第40条の3第2項、同法第9条の3第4項）。

追認することができる時とは、申立人が自ら誤認していたことに気付いた時である。本件の場合、早くても申立人が消費生活センターに相談をした平成27年11月12日の時点であろう。申立人はその日に、相手方に対して、契約の解除または取り消す旨の意思表示を行っている。むろん、本件一連の契約を締結した平成26年12月2日、3日から5年を経過していない。

(オ) まとめ

以上により、本件一連の連鎖販売取引は、特定商取引法第40条の3により取り消すことも可能である。取消しによる清算においても、申立人は手元にある布団類をそのままの状態で見返すだけでよく、相手方に対しては108万円全額の返還を求めることができる。

(2) あっせん案の考え方

ア クーリング・オフ

本件一連の契約は特定商取引法第33条で規定する連鎖販売取引に該当する。申立人に交付された契約書面には不備があり、また、申立人によると、代理店らにおいてクーリング・オフを阻害する行為があつたと考えられることから、契約書面交付より20日間を経過しているが、申立人は本件連鎖販売契約をクーリング・オフできる。そこで、平成27年11月12日に申立人が相手方に契約解除を求める書面を発信し、クーリング・オフを行使したことにより、本件取引を構成する布団類購入契約及び化粧品類購入契約の効力も遡及的に消滅したと解される。

イ 不実告知による取消し

商品の性能・品質及び特定負担に関して不実告知があつたと考えられ、そのことによって申立人が誤認をして申込みをしていることから、特定商取引法第40条の3により申立人は本件連鎖販売契約を取り消すことができる。平成27年11月12日に申立人が相手方に契約解除を求める書面を発信して、取消権を行使し

¹⁵ 『解説』265頁参照

たことにより、本件の連鎖販売契約は取り消されており、それに伴い、本件連鎖販売取引を構成する布団類購入契約も化粧品類購入契約の効力も失われたと解される。

ウ 解除及び取消しの効果

クーリング・オフ又は取消しの結果、申立人は相手方に対して、布団類及び化粧品類の代金として支払った 108 万円全額の返還を求めることができる。他方、申立人は、手元にある布団類を相手方に返還する義務がある。

申立人は、布団類、化粧品類の給付を受けた時には、本件連鎖販売契約を取り消すことができるということを知らなかった、つまり善意であった。また、クーリング・オフに関しても、申立人は善意であったと解することができる。そこで、いずれの場合にあっても、民法第 703 条に基づき、申立人の返還義務の範囲は現存利益にとどまる。したがって、申立人においては布団類の使用利益の返還義務はない。また、化粧品類は申立人により一部使用され、残りは処分されたため、相手方に化粧品類を返還することができないが、化粧品類の客観的価値に相当する金銭の返還は不要である。つまり、申立人は相手方に対して化粧品類の代金についても全額の返還を求めることができると解するのが相当である。

2 今後の課題

(1) 若年層における連鎖販売取引に関する問題点

東京都内の消費生活センターに寄せられる連鎖販売取引（マルチ及びマルチまがい商法）に係る相談件数の内、20 歳代未満及び 20 歳代からの相談件数は約 4 割を占めている。若年層に連鎖販売取引の被害が多い理由としては、社会経験の未熟な者が勧誘の対象になっていることや、若年層の就職難などが背景にあると考えられている。

連鎖販売取引は、会員を増やすことにより利益が入るシステムであり、身近な友人や同僚が勧誘のターゲットとなることが多い。これまでも、若者の友人関係や先輩後輩関係を利用した勧誘によって多大な負担を強いられたという相談例が多く見られた。最近ではスマートフォンのアプリの普及等により、見知らぬ若者同士の繋がりがすぐにできあがって、頻繁に連絡を取合うことにより、その繋がりが更に緊密化する傾向にあり、一旦このような販売組織に取り込まれると抜け出すことが難しい状況にある。このような実情を踏まえ、今後の課題として次の諸点が留意される。

《表 2》東京都内の消費生活センターに寄せられたマルチ（まがい）商法の相談件数

	平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度
相談件数	1,193	1,211	1,371	1,531	1,438
20歳代以下の相談件数	443	464	639	725	620
20歳代以下の相談件数の割合	37.1%	38.3%	46.6%	47.3%	43.1%

東京都消費生活総合センター消費生活相談年報より各年次を抜粋

(2) 消費者に対して

連鎖販売取引においては、友人・知人等から紹介を受け、言葉巧みに誘われるために断りきれず、特定負担を伴う取引に同意をしてしまうケースが少なくない。しかしその後、商業活動に関する知識、経験の乏しい一般消費者が、商人の立場に立って商品の販売活動を行っていく難しさに直面するケースが多く見受けられる。この取引は上層の会員に利益が集中する仕組みとなっていることが多く、組織に加入するために高額な特定負担を伴う契約をしても、それを上回る利益を出すのは非常に難しい取引である。安易な気持ちで契約するようなものではない。

そこでまず消費者においては、不要な契約を結んでしまっただけで被害に遭わないためにも、必要のない商品は買わないこと、高額な商品については品質や分量など十分に調査してから購入するという習慣を身につけることが必要である。会話が盛り上がり断りにくい雰囲気になることもあるだろうが、友人関係を優先させても最終的には契約者本人が責任を負わなければならない。その場の雰囲気に流されて契約するのではなく、はっきりと断る勇気が必要である。

また、支払った金額を取り戻そうとして、友人や知人等を強引に誘ってしまったり、虚偽の説明など不当勧誘を行ってしまい、被害者が加害者となってしまいうケースも少なくない。自らを律して、他人に被害を与えるような行為には関与しないという勇気も必要である。

仮に連鎖販売取引に加入してしまったとしても、特定商取引法では20日間のクーリング・オフ期間を設けており、クーリング・オフ期間を過ぎてしまった場合でも中途解約が可能である。また、不実告知等により誤認して結んだ場合などは取消しも可能である。不要な契約だったと考えた場合や、契約内容を理解しないまま一時的な興奮に駆られて契約したものの販売活動による成果が得られない場合、不実告知などにより誤認して契約した場合などは、すぐに最寄りの消費生活センターへ相談されることを勧める。

しかし、いずれの場合においても、商品の返還等の清算が必要となる。本件のように商品等を廃棄した場合は、これら解約権等を行使したとしても被害を回復することが困難になることも少なくない。消費者がクーリング・オフや中途解約のやり方についても学んでおくならば、商品を開封したり、不要だからと安易に廃棄したりすることなく、被害額を減少させることができるだろう。クーリング・オフや中途解約、取消しに関しては、事業者が交付する概要書面や契約書面に記載されているので、契約書面等にはよく目を通して欲しい。

連鎖販売取引のみならず、消費者問題について自ら情報を収集することは、非常に大切である。最近では、大学や専門学校でも新入学時に消費者講座を設けるところも増えているが、自分の身を守るためには意識してそのような学ぶ機会を利用することも大事である。

(3) 事業者に対して

ア 一般連鎖販売業者に対して

連鎖販売取引の場合、当事者として現れる事業者には、連鎖販売業の運営を決定するなど一連の連鎖販売業を実質的に統括する「統括者」（特定商取引法第33条第2項）及び、統括者がその統括する一連の連鎖販売業に係る連鎖販売取引に

ついて勧誘を行わせる「勧誘者」（同法第 33 条の 2）、並びにそれ以外に連鎖販売業を行う「一般連鎖販売業者」（同法第 33 条の 2）が挙げられる。これらの者に対しては、特定商取引法第 33 条の 2 以下の行為規制があり、不実告知等の禁止行為も定められている。特に一般連鎖販売業者は商取引に関する知識や経験が乏しい一般消費者であることが多いため、ここでは一般連鎖販売取引業者に対して提言する。

本件においては、20 歳代の若者らが友人関係を利用し、一般連鎖販売業者として販売活動を行っていた。しかし、たとえ商業活動に関する知識や経験が乏しい者であったとしても、連鎖販売組織において勧誘行為等を行う際には特定商取引法の規制を受ける。飲み会と称し本来の勧誘目的を告げないで呼び出す行為や、不実のことを告げて勧誘をする行為等は、行政規制（特定商取引法第 38 条第 3 項による指示及び第 39 条第 3 項による業務停止命令）及び罰則（同法第 70 条以下）の対象となることを肝に銘じて欲しい。

一般連鎖販売業者においては、特定負担を上回る利益を得ようとして強引な勧誘行為等を行いがちであるが、連鎖販売取引は容易に利益を得られるものではない。特定商取引法は取引に不慣れた個人の保護を図るために中途解約の規定（特定商取引法第 40 条の 2）を設けている。入会后 1 年経たないのであれば、引き渡しを受けた日から 90 日を経過していない未使用の商品について、代金の 10 パーセント以内の違約金を支払えば返品ができる。中途解約のみならず、場合によっては取消し等ができる可能性もあるので、契約等に関して困ったことがあるならば、すぐに最寄りの消費生活センターに相談されたい。

イ 統括者等に対して

勧誘者や一般連鎖販売業者が法律に反して強引な勧誘等を行うことをなくすため、特に統括者は、勧誘者や一般連鎖販売業者に対して違法行為を行わないように指導・教育する義務があるというべきである。しかし、実際は不当又は不適切な勧誘が行われることが多く、商業経験に乏しい一般人に相当額の損害が発生することも少なくない。統括者は、連鎖販売取引の相手方の利益の保護を第一に考え、統括者自身はもとより、勧誘者や一般連鎖販売業者に対して、法令順守を徹底すべきである。

また、統括者は解約時の清算の際に連帯責任を負うのであるから、勧誘者や一般連鎖販売業者が、法を遵守した販売を行っているか、勧誘を行っているか等を常に確認するべきである。

また、概要書面や契約書面に記載された義務の履行を実効性あるものとするために、消費者からの苦情窓口を設けてそれを契約書に記載すべきである。そして、消費者からの苦情に対して、法律に従った適時適切な対応を取ることができるよう組織を整備すべきである。

(4) 行政に対して

連鎖販売取引においては、クーリング・オフの効果について、解除に伴う損害賠償・違約金の請求禁止と商品の引き取り料の事業者負担しか規定がなく、その他利得の返還については民法の不当利得規定に委ねられている。しかし、民法に委ねる

と、クーリング・オフの趣旨に反する結果となる場合もあり、また、事案解決に困難が生じる。そこで、訪問販売等と同様に、商品・役務について一切の利得返還を求められないことを特定商取引法に定めることを期待する。

このように法律による救済も整備が必要であるが、何よりも消費者教育が必要である。友人関係や知人関係のために、なんとなく断りづらいというだけで 100 万円もの商品を購入してしまうということは、消費者に消費生活上の行動規範が確立していないと言わざるを得ない。大学や専門学校、職場等に消費者講座への参加を広く呼びかけ、被害の芽を摘み取る必要がある。

また、違法行為に対する行政指導についても、相談現場からの情報に基づき迅速かつ厳正な対応が求められる。

資料 1

申立人からの事情聴取

項目	内容
契約内容	<ul style="list-style-type: none"> ・ 布団類及び化粧品類購入並びにビジネス会員契約 ・ 契約金額：108 万円（税込金額）
誘われた時の状況	<ul style="list-style-type: none"> ・ 学生の頃の友人に男の子との飲み会に誘われた。時間が空いていたし、場所も近かったので、軽いノリで飲み会に行くことにした。 ・ 飲み会だと思って出向いたが喫茶店に連れて行かれた。友人に飲み会ではないことを指摘したところ、「男の子達からそう言われた。」と言われた。 ・ 喫茶店には 20 歳代の男性 3 人がいた。彼らは医療関係の製品の販売代理店だということだった。 ・ 会話が盛り上がり、「みんなでチームになって、一緒に集まったりして、ワイワイ楽しくやろう。」と言われ、「あなたはお年寄りに接するのが上手そうだから、お年寄りと話をして商品を勧めたらいい。」と言われた。 ・ ビジネスを一緒にやる仲間という感じではなく、ただ一緒に活動する仲間という認識だった。 ・ 2～3 時間ほど喫茶店にいた後、また会おうと言って帰宅した。 ・ 1 回目に会った時に無料通話アプリにグループ登録をし、帰宅後に「頑張っていこう。」というようなやり取りをした。やり取りの中で「今度会う時は契約して」という話になり、1 回目に会った翌日に印鑑をもって会いに行くことになった。
布団類購入契約について	<ul style="list-style-type: none"> ・ 「この布団を使うと、肩こり、腰痛が良くなる。」「すごく姿勢が悪かった人がよくなって元気になった。」「血圧が下がる。」「電磁波を使っている体調が良くなる。」と言われた。 ・ 敷布団から電磁波を発生し、掛布団を掛けることによって電磁波がとおる構造になっており、掛布団と敷布団を一緒に使うと体に電磁波が入ってくるという仕組みらしい。 ・ 自分の体調をよくするために布団を買おうと思った。誰か他の人に商品を販売して利益を得ようとは思っていなかった。 ・ 契約後布団が届き、使ってみたが疲れが取れず、効果は無かった。
ビジネス会員契約について	<ul style="list-style-type: none"> ・ 布団類だけでいいと言ったが、すぐに販売する立場になれるよう 100 万円分購入しなければならないと言われた。 ・ ビジネスをやる気は無いと伝えたが、「やる気が無くても、とりあえず友達を連れてきてくれれば、そこから僕たちが商品を買わせるようにする。」「何も分からなくても俺たちが何とかするから大丈夫。」「とりあえず仲間に入ってくれればいい。」と言われ、断れない雰囲気になった。「お金が無い。」と言ったが、「お金は作ればいい。」と言われた。 ・ 販売手数料として一人に売れば商品代金の 10 パーセントぐらいの利益が入ると言われたが、ビジネスをやる気は無かったので正確には覚えていない。

項目	内容
化粧品類購入契約について	<ul style="list-style-type: none"> ・ 会員になるためには契約額を100万円にする必要がありベッドを勧められた。しかしベッドは持っているので化粧品類を購入することになった。 ・ 布団と合わせて100万円になるように化粧品類を見繕っておくので、契約書の署名欄にとりあえず署名押印するよう言われた。商品の内訳など何も書かれていない契約書に署名押印し、代理店らに渡した。 ・ 「商品が届いたら開けて使ってみて。」と言われたので、使ってみたが、シャンプーは髪がギシギシする感じがあって、とても使えるものではなかった。 ・ 私は普段シャンプーやコンディショナーを美容院で購入し、その価格は1本2,000円ぐらいである。 ・ 化粧品類はとても使えるものではなかったので、返品したいと代理店の男に伝えた。しかし商品を引き取ると返事されたが、実際は何も対応されなかった。その後私が引っ越しをした際に、不要な商品だから捨てた方が良いと思い、化粧品類は全て処分してしまった。
消費者金融での借入れ	<ul style="list-style-type: none"> ・ 「100万円もすぐには用意できない。」と伝えたが、「今すぐお金が欲しい。消費者金融で借りればいい。」と言われた。 ・ キャッシングをするのは初めてだった。 ・ お金を借りることができなかった友人の分100万円も併せ、合計200万円を私が借りることになった。 ・ 消費者金融3社から100万、50万、50万の合計200万円を借り、現金を代理店である男に渡した。
クーリング・オフに関する認識	<ul style="list-style-type: none"> ・ 書面に書かれている「クーリング・オフのお知らせ」をさらっと示され、嫌だったら1週間の間ならばやめられると言われた。 ・ 契約直後は代理店らと頻繁に連絡を取っており、特にやめようとは思わなかった。しばらく経った後、やらなければよかったと思うようになった。 ・ クーリング・オフ期間が20日間だとは聞いていないし、知らなかった。
ビジネスとの関わり	<ul style="list-style-type: none"> ・ 最初からビジネスはやる気は無いと言っていた。 ・ 友人の1人に少しだけ商品を見せたこともあるが、買う気は示さなかった。 ・ 代理店らから「誰か紹介して。」と言われるので、喫茶店で代理店らに友人を会わせたこともあった。しかし、その友人には「彼らの言うことは聞かなくてもいいよ。」と裏で伝えていた。 ・ 友人を紹介したからといってマージンをもらった等は一切ない。
消費生活センターに相談した経緯	<ul style="list-style-type: none"> ・ 代理店らの仲間から相談した方が良いと言われて、消費生活センターに相談をした。消費生活センターに相談した時に相手方が行政処分を受けていることを知った。
希望する解決内容	<ul style="list-style-type: none"> ・ 今思うと、代理店らは私を会員にすれば利益が得られると思って私を会員にしたのではないだろうか。 ・ できれば化粧品類の分も含め全額返金して欲しいが、布団類を返品するのでその分を返金して欲しい。

資料 2

「家庭用医療布団等の連鎖販売取引に係る紛争」処理経過

日 付	部会開催等	内 容
平成 28 年 7 月 19 日	【付託】	・紛争案件の処理を知事から委員会会長に付託 ・あっせん・調停第二部会の設置
8 月 4 日	第 1 回部会	・紛争内容の確認 ・申立人からの事情聴取
8 月 12 日		・相手方へ事情聴取への出席を要請 (相手方からの反応なし)
8 月 30 日	第 2 回部会	・相手方への対応の検討
8 月 31 日		・相手方へ質問票を送付
9 月 12 日	第 3 回部会	・問題点の整理
9 月 12 日		・相手方へ質問事項への回答を要請
9 月 27 日	第 4 回部会	・あっせん案の考え方等の検討 ・あっせん案の確定
9 月 28 日	(あっせん案)	・あっせん案を紛争当事者双方に提示 (申立人は受諾、相手方は無回答)
10 月 14 日	第 5 回部会	・調停案の確定 ・報告書の検討
10 月 17 日	(調停案)	・調停案を相手方に提示し受諾を勧告 (相手方は無回答)
10 月 31 日		・相手方に対し、再度回答を要請 (相手方は無回答)
11 月 8 日	(通知)	・当事者双方に処理手続の打切りを通知
11 月 29 日	【報告】	・審議の経緯と結果を知事へ報告

資料3

東京都消費者被害救済委員会委員名簿

平成28年11月29日現在

氏名	現職	備考
学識経験者委員		(16名)
安藤朝規	弁護士	
石川博康	東京大学社会科学研究所教授	
上柳敏郎	弁護士	
大迫恵美子	弁護士	
大澤彩	法政大学法学部教授	
角紀代恵	立教大学法学部教授	
鎌野邦樹	早稲田大学法学学術院教授	
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	本件あつせん・調停部会長
角田美穂子	一橋大学大学院法学研究科教授	
千葉肇	弁護士	会長代理
中野和子	弁護士	本件あつせん・調停部会長
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	
消費者委員		(4名)
池田京子	東京都生活協同組合連合会 常任組織委員	
佐野真理子	主婦連合会 参与	
西澤澄江	東京都地域消費者団体連絡会 共同代表	
宮原恵子	特定非営利活動法人東京都地域婦人団体連盟理事	
事業者委員		(4名)
栗山昇	東京都商工会連合会 副会長	
佐藤成知	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	