

学習教材の購入契約に係る紛争案件

(報 告 書)

平成 15(2003)年 9 月 2 日

横浜市消費生活審議会

目次

第1	審議の経過及び結果.....	1
第2	紛争の概要.....	2
1	当事者.....	2
	申出人（消費者）・相手方（事業者）・関連信販会社	
2	紛争案件の概要.....	2
3	当事者双方の主な主張.....	3
	（1）申出人（消費者）	
	（2）相手方（事業者）	
第3	案件の処理.....	5
1	申出人（消費者）に対する聴き取り.....	5
2	相手方（事業者）に対する聴き取り等.....	7
3	教材製作事業者への質問及び回答.....	10
4	あっせんの成立.....	11
第4	報告にあたっての委員コメント.....	13
1	本案件の審理について.....	13
2	申出人（消費者）に対して.....	14
3	相手方（事業者）に対して.....	15
4	その他.....	17
	（1）教材製作事業者に対して	
	（2）信販会社に対して	
	（3）その他	
【参考資料】		
資料1	付託書.....	20
資料2 - 1	横浜市消費生活審議会へ付託した旨の通知（事業者）.....	21
資料2 - 2	横浜市消費生活審議会へ付託した旨の通知（信販会社）...	22
資料3	受諾書.....	23
資料4	横浜市消費生活審議会委員名簿.....	24
資料5	横浜市における消費者被害救済制度の仕組み.....	25
資料6	横浜市消費生活条例／同条例施行規則（抜粋）.....	26
資料7	報告書関連法令（抜粋）.....	27

第1 審議の経過及び結果

横浜市消費生活審議会（以下「審議会」という。）は、横浜市消費生活条例（以下「条例」という。）第41条に基づき、平成15年5月9日付経消第29号をもって、横浜市長（以下「市長」という。）から「学習教材の購入契約に係る紛争案件」についての処理を付託された。

この案件の、消費者（市内在住の40歳代女性、以下「申出人」という。）と相手方事業者（以下「A社」という。）との概要等については、「第2 紛争の概要」第2項のとおりである。

審議会では、紛争の迅速な解決を図るために、速やかに横浜市消費生活審議会消費者被害救済部会（以下「部会」という。）を開催し、その中で直ちにあっせん・調停担当委員4名（学識経験者2名・消費者委員1名・事業者委員1名、以下「担当委員」という。）を部会委員から選任して、今後の審理計画や審理事項等について調整のうえ、審理を開始し、これにつきA社及び関連信販会社（以下「B社」という。）に対し通知した。

担当委員は、本案件における契約の経緯や事情などについて、申出人及びA社に対する聴き取りが各1回、担当委員による本案件の解決に向けた検討や調整が3回、計5回にわたり審理を行った。さらに、教材製作会社（以下「C社」という。）に対しても、教材の内容や消費者への対応について、本審議会事務局（以下「事務局」という。）である横浜市（以下「市」という。）を通じて、聴き取りを実施した。

A社に対する聴き取りの中で、本案件の解決を図りたいとの申し出がA社からなされたので、担当委員は、A社の申出内容を確認のうえ申出人に伝えたところ、A社の申出内容を受諾するとの申出人の意思を確認したため、「あっせんの成立」として審理を終結するものとした。

その後、本案件における手続書面の確認と市長への報告書に関する調整などを行い、審議会委員全員に確認のうえ、平成15年9月3日に市長へ本報告書を提出した。

第2 紛争の概要

1 当事者

- | | |
|------------------|----|
| (1) 申出人(消費者) | 1名 |
| (2) 相手方(教材販売事業者) | A社 |
| (3) 関連事業者 | |
| 信販会社 | B社 |
| 教材製作事業者 | C社 |

2 紛争案件の概要

A社は、神奈川県内にある学習教材の販売会社で、主に小学生・中学生を対象とした高校受験対策(内申点対策)用の家庭用学習教材の販売に関する事業を神奈川県・東京都内を中心に行っている。今回の紛争に至った経緯の概要については次のとおりである。

- (1) A社の担当者は、当初小学生の子供がいる申出人宅に電話連絡をし、申出人が高校受験について興味があることを確認したうえで、申出人宅を訪問することについて承諾を求めた。
- (2) この連絡後A社の販売担当者は、申出人宅を訪問(2回)し、子供の成績や教育、横浜市内の進学事情等について説明するとともに、家庭教師や学習塾との比較をしながら、教材による学習及びその購入を勧めた。
- (3) 申出人は、当時特に子供の教育について悩んでおり、これまで子供に教材を使わせたことがない中で子供が実際に将来5年の長期にわたり教材を使うことに不安を感じ、高額でもあったので迷っていた。

しかし申出人は、A社の話からこの教材がA社の販売担当者により子供へ「勉強を教えてくれる内容を含むもの」と考えた結果、平成14年9月にクレジットによる小学校5年生から中学校3年生までの5年分の全教材の一括購入契約(総額約120万円、月額約2万円の60回分割払い)をした。

- (4) 教材が到着した際に、申出人は、教材について問い合わせたところ、その教材の契約は自分が考えていた内容とは違うことが分かった。申出人が

A社に連絡すると、A社の販売担当者は申出人宅に赴き、子供に説明をしながら教材を使わせるなどの対応をしてくれたものの、その時にも自分が考えていた内容とは違うと感じていた。なお、A社から届いた教材は小学生分を開封し、その一部を使用した。中学生分は未開封・未使用である。

- (5) その後、申出人はどのようにして良いか悩んでいたが、教材到着時期がいわゆるクーリング・オフ期間（特定商取引法に規定する、契約後無条件に解約できる期間を設定した制度。訪問販売の場合は8日間。）を過ぎていたこともあり、ややあきらめた気持ちで3カ月以上の日時を経過させてしまっていた。しかし、ある時知人から横浜市消費生活総合センター（以下「センター」という。）を紹介されたので、平成15年1月に相談をした。
- (6) 相談を受けたセンターは、申出人に対しB社へ支払い停止抗弁書の提出を助言するとともに、A社に連絡して解約による解決を図るよう要請した。
- (7) センターにおいては、申出人とセンターの要請に応じたA社との間に2回にわたり話し合いが行われたが、双方の主張が平行線であったため、合意による解決がなされなかった。
- (8) センターから報告を受けた市では、センターによる解決が困難であると判断し、申出人に対し本案件の解決を希望している旨を確認のうえ、条例の規定に基づき、審議会に付託した。

3 当事者双方の主な主張

(1) 申出人（消費者）

これまで子供には教材などを使わせて勉強させた事がなかった。また、長期間（小学校5年生から中学3年生の5カ年）の継続的使用を予定する高額（総額約120万円）な教材の支払いも自分にとって小さな負担ではなかった。それでも契約したのは、A社の販売担当者の説明で、「今すぐに（子供が勉強を）始めなければならない」、「何かあればA社の販売担当者が勉強を教えてくれる」、「そのためには今すぐにこの教材を買わなければ」と考えてしまったことによるものだと思う。具体的には、上記では「将来県立高校統廃合が進むと、学区内の 高校や 高校もその対象となり、一定の学力レベルを確保しなければ進学できない」や、「中学生からではなく、今か

らの準備が必要」と言われ、では「僕（A社販売担当者）が責任を持ってサポートするから大丈夫」や、「僕の担当する子で教材が続けられない子供はいない」、さらにでは「あと1セット」「今ならば特別価格」との話が担当者から出された。

しかし、実際の対応は自分が考えていた内容と違っていただけに教材が届いた後に初めて気がついた。このような教材と最初から分かっていたら、契約をしなかった。教材が届いたときは既にクーリング・オフ期間を過ぎており、またこの件は夫にも話していないので一時は（解約を）あきらめていたが、今は未使用である中学生分だけでも、何とか解約してもらいたい。

（2）相手方（教材販売事業者）

訪問や勧誘の際のトークについては社員に対し日ごろから指導を徹底しており、特にオーバートークのないよう注意をしているところである。

したがって、県立高校の統廃合について具体的な高校名を出して説明するようなこともないし、価格などについて値引きをするような話もしていない。ましてや強引な販売などはしていない。

「担当者が責任を持ってサポート」というのは、「勉強を教える」ということではなく、「はっぱをかける(励ます)」ということである。「勉強を教える」と考えているのは消費者の誤解であり、当社はあくまでも教材販売の会社なので、それはできない。この教材の付帯サービスとして、C社が行っている、<教材の「使い方」に関するお客様の電話やFAXによる問い合わせに答える>というシステムもあるが、それも同様のものと考えている。

また、小学校5年生から中学3年生までの全教材の契約というのは、教材の購入契約としては一般的なことと考えており、高校受験対策においてこの時期の一貫した学習というのは非常に重要なことである。

なお、教材はどの教科書にも合った内容で子供のやる気を促すような「つくり」になっているので、決して難しい内容ではないと思う。

この他、解約については、その申し出が「クーリング・オフ期間でなければ絶対に受けない」ということではないが、期間が経ち過ぎているのではないか。契約から3カ月以上経過していれば解約には応じられない。

第3 案件の処理

1 申出人（消費者）に対する聴き取り【第1回審理】

平成15年5月22日の第1回審理において、申出人に対する聴き取りが行われた。主な内容及び結果は次のとおりである。

(1) A社の電話連絡から訪問、教材の購入契約、教材到着時の状況、センターへの申し出までの経過について

【第2-2「紛争案件の概要」(1)～(5)の内容を説明・確認】

(2) A社の訪問時の説明内容について

説明は、宣伝用パンフレット（以下「パンフレット」という。）によるものではなく、進学が目安となる成績が記載されている県立高校の一覧表と、バインダーに綴った状態になっている教材とによるものが中心であった。パンフレットは、袋ごと渡され、後で見た。自分としては進学や教材に関する知識もなかったため、高校の統廃合をはじめとした周辺事情の情報に関する説明に動かされ、教材の説明の際A社の販売担当者が「子供が教材で勉強するのを一緒にやってくれる」という印象を受けてしまった。

(3) 説明・契約時のA社の対応について

教材の勧誘や契約書面の作成において無理強いや強引な部分はなかった。担当者の方も若々しく、説明も明快に聞こえ、まるで「先生」のようなイメージで、決して悪い印象ではなかった。

ただ、「契約」と決まった時点から担当者の対応が素早く、その時は少しとまどった。説明については長く感じたが、教材の申し込みから契約まではあっという間に感じた。

(4) 契約をした理由について

（長期の継続的使用を予定する教材の契約や金額について）

自分は、ちょうどこの時、子供が小学校5年生の1学期を過ぎた大事な時期と考え、子供の勉強と将来（進学）にかなり悩み、焦っていた。その中でA社の担当者の話を聞き、「教材の付帯サービスの他に、担当者が勉強を見に来てくれるこの教材であれば、子供も勉強をするのではないか。」と考え、ま

た残りが「あと1セット」と言われ、あわてて契約してしまった。

教材の予定する学習期間（5年間）については、当初は話が出なかった。期間が長く続けられるかどうか不安に思っていたので、中学生からの販売についても質問したが、「うちは中学生からの販売は受けていない」と言われた。

また、金額についても当初は見当もつかず、担当者の説明では総額ではなく、月々の支払額しか聞かされなかった。しかし、契約時に聞かされた時には「高い」と感じ、クレジットも負担に感じたが、担当者から「今からの準備が必要」と言われ、また、「教材を使って子供と一緒に勉強をしてくれる」のであれば、これまで教材を使ったことのない子供でも使い続けられると思ひ、金額も「家庭教師付きの教材」と考えれば、それほど高額ではないのかも知れないと思ひ、納得してしまった。

（5）クレジット申込書面の記載について

自分が記載した箇所は住所・氏名・電話番号の他に、支払い口座の欄。「商品引渡時期」欄については、時間指定はしたが、日付指定はしていない。なぜこの日（契約から14日後）になっているのか分からない。

（6）A社の滞在時間（契約時）について

訪問の約束時間は午後3時ごろで、気がついた時には4時を過ぎていた。

（7）商品到着時の対応について

大きな段ボール箱が2つ（小学生用・中学生用）まとめて送られてきた。

中には教材と使用ガイド（以下「ガイド」という。）が入っており、送付元はC社であった。自分としては、A社の担当者が教材を持参し、勉強スケジュールを決めたうえで教えてくれるものと思っていたのでびっくりした。

また、この時初めてA社とC社が別会社であることが分かった。C社に問い合わせ、A社との関係を聞き、後でパンフレットやガイドをよく付け合わせて見ると、教材の内容が自分のイメージと大きく違うことに気がついた。

（8）クーリング・オフについて

以前から知っていたが、担当者からの説明はなかった。しかしその期間が8日間と知っていたために教材が送られた時には「期間を過ぎている」と思ひ、また教材の内容を勘違いした自分も悪いとも思ったので、ややあきらめた気持ちになり解約の申出をしなかった。しかし、知人からセンターを紹介

され、相談を勧められたので、時間は経ってしまっていたが相談に赴いた。

(9) 商品の現在の状況について

小学生・中学生がそれぞれセットで梱包されており、小学生分については開封し、そのうち5年生の分は使用した。現在は子供も教材を使わなくなってしまい、家に置いてあるだけの状態である。

(10) 解約の意思について

センターの相談の段階でもお話ししているが、解約については中学生分だけでもお願いしたい。できれば早く解決してもらいたい。

2 相手方（事業者）に対する聴き取り等【第2回・第3回審理】

(1) 第2回審理

平成15年6月20日の第2回審理では、相手方であるA社に対して聴き取りを行う予定であったが、A社の事情により急遽欠席の申し出があったので、当日は担当委員による今後の進め方などについて審理が行われた。

その結果、A社に対する聴き取りの日程を再度調整することとし、前回の申出人からの聴き取り内容やA社への質問事項の確認などが行われた。

(2) 第3回審理

前回の審理経過を踏まえ、平成15年7月11日に第3回審理を開催し、A社に対する聴き取りが行われた。

A社から担当者の上司2名が出席し実施したが、主な内容及び結果は次のとおりである（内容には後日A社から確認したものを含む。）

なお、聴き取りの冒頭でA社から担当委員に対し前回審理における欠席のお詫びがなされた。

電話連絡（アポイントメント）と訪問時の対応について

当社の業務は、教材の訪問販売であるが、まず名簿会社から購入した名簿を元に、小学校のお子さんをもつお母さんを中心に電話をかける。

その際「義務教育期間の勉強と高校受験対策についてご説明したい」と申し出て、承諾が得られれば概ね1週間以内で訪問日を約束したうえで、訪問している。したがって当社はいわゆる「飛び込みセールス」は一切していない。訪問するとまず今の高校や学区、高校受験対策や内申点対策などの教育

事情について話している。今回、申出人にも同様の説明をしたと聞いている。

教材（内容・販売・価格）について

教材の内容については、平成 14 年度の学習指導要領の改訂に伴う最新版を発行した。使用教科書が異なっても対応できる内容である。細かい改訂などがある際は差し替えなどにより対応し、担当者が使い方を説明している。

また、教材の販売は小・中の一貫した学習が不可欠である高校受験（内申点）対策を目的としており、小学生分及び中学生分のセット販売が基本である。分売については同業他社でもしてはいないと思うが、当社でもこれまで分売はお客様の希望に応じての例外的な対応であった。

ただし、今回の例もあり、また神奈川県からも条例が改正され過量販売についての説明を受けたので、これからは分売を検討する方向で考えている。

さらに、教材の価格については他社と比較しても高くはないし、申出人に対しても金額は説明している。

訪問時の申出人への具体的な説明内容について

申出人への説明内容については、担当者に話を聞き確認した。

まず、「県立高校の統廃合の話はしたが、具体的な高校名（ 高校や高校）を出して、断定的な説明（両校が統廃合の対象である）はしていない」とのことだった。進学に関する新聞の切抜きや、高校のランク表などを使い一般的な説明をしている。このような説明をするのは、電話によるアポイントメントの際に「進学についてご説明します」という話にもかかわらず、訪問時にいきなり教材の販売について説明をするのはお客様に対して失礼と考えているからである。

そして訪問の際は、各担当者は常に「教育事情の話だけでも聞いてもらう」心構えで対応している。

次に、教材の説明は、実物の一部とパンフレットを使って説明しているが、その内容は「勉強は教えられないが、教材の使い方の指導は御連絡があればうかがって行う」とのことだった。「勉強を教える」と言っては家庭教師のような「学力の教授」にあたるので、営業担当者は説明していない。一般的には、「家庭用学習教材」として御理解をいただいている。「担当者によるサポート」もあくまでも「励ます」ということである。

また、C社による教材に付帯されている相談サービスも、いわゆる「お客様相談室」のようなものであり、この辺の説明は最も神経を使い、社内でも営業担当者へ指導をしている。

さらに、「あと1セット」「特別価格」という話だが、教材はお客様の契約内容を聞きC社に発注しているものなので、そのような状況はあり得ないし、また特別価格も存在しないので、そのような話はなかったと考えている。

申出人との契約について

担当者の説明から申出人は教材の内容や、担当者が家庭教師ではないことを理解してくれていると思っていた。申込書の役務欄も「無」となっているが、そこは申出人へ説明したうえで申込書を書いてもらった、と聞いている。

申出人との紛争解決の考え方について

他にもお客様から解約を希望され、お話し合いになったケースはあるが、折り合いをつけて解決を図ってきた。今回は、申出人に対しなぜもっと早く解約の意向を話してくれなかったのか、ということが言いたい。お申し込みから3カ月以上を経過し、その間は問い合わせもなかった。当社はクーリング・オフ期間を過ぎても、お客様から「教材が気に入らない」という申し出があれば一定期間内（概ね2週間位）は解約の対応はしている。

さらに、解決がここまで図れなかった理由として、センターの対応がある。本来双方の話を聴き中立・公正な判断をするはずの第三者であるセンターが、我々だけが一方的に悪いような言い方があって、それが何回かあったので、もうこれでは話し合いにならない、とってしまった。

ただし、最終的な結論としては申出人の意向に沿うようにしたいと考えている。その理由として、これ以上解決を引き伸ばしても双方の負担が大きいこと、さらに審議会や市の皆さんにこの間ご迷惑をおかけしたことを社内で考慮した結果である。また、本日の審理における委員の皆様からご意見やご質問をいただいた内容については社に持ち帰らせていただき、お客様が安心して教材をご購入できるよう法律や常識の範囲の中で対応していきたい。

教材製作会社（C社）との関係について

販売についてはあくまでも当社の方針に沿って行っており、C社からの販売に関する条件を付けられるなどの影響はない。ただ逆に、C社との間では、

商品設計・販売方法・役割分担などについて話す機会はあるものの、このシステムの位置付けや教材パンフレットやガイドの内容について意見を言える立場にはないことも事実である。

また、申出人への説明もそうであるが、C社の教材付帯サービスについても、これをメインに説明すると家庭教師と誤解をするお客様が出てくる可能性もあるため、販売担当者にはあくまでも「このシステムはサービスを提供するものではなくお客様相談窓口であり、契約は単なる教材の購入契約である」という説明をするよう徹底し、お客様から具体的な問い合わせがあれば、直接そのサービス窓口へ連絡するようお伝えしている。契約の主体は我々なので、その辺は責任を持ってやっている。

なお、お客様への教材の送付及び返品については、C社が直接対応しているので、返品の際の送料についてはクーリング・オフなどによらない限りはお客様の負担となっている。

3 教材製作事業者への質問及び回答

第3回審理におけるA社からの聴き取り終了後の担当委員打ち合わせの結果の中で、本件に関連して教材製作会社であるC社に対し教材やその付帯サービスに対する考え方などについて聴き取りを行う必要があるとして、次回審理への出席を要請することとなった。そこで、事務局である市からC社に対し審理への出席を2回要請した。

C社からは「スケジュール等の事情により審理には出席できないが、ご質問があればお答えしたい」との回答があり、担当委員の意向を踏まえた質問事項について事務局がC社に聴き取りを行った。その主な内容及び結果は次のとおりである（内容には後日C社から確認したものを含む。）

(1) 教材について

基本的な考え方は高校受験対策の教材である。小学校・中学校どの分野でも勉強できるように商品がつくられている。価格は科目別・学年別にも設定できるうえ、当然その中に付帯サービス部門の運営費も含まれると思う。一般的な書店に置いてある（市販されている）教材と比較して、教材構成、教材製作の仕組みの違い、アポイントメントをとるために必要な人件費や名簿の購入

費用・訪問経費などコスト面の違いがあるので価格は高くなっていると思う。

(2) 教材の付帯サービスについて

教材を販売した後の、いわゆる「アフターサービス」と考えている。お客様との話の中で結果的に勉強を教えるようなことはあっても、教材の活用促進の域を出ていないものと判断している。また、それは定期的なものではなく、「学力の教授」には決して該当しないものとする。サービスの名称にもそのようなイメージを与えないよう、配慮している。具体的なサービス内容は、教材の使い方の他に、たとえばお母さんからの勉強のやり方に関する相談を受け、励ますことなどがある。この窓口には常時20～30人のスタッフが配置されていて、子供や親からの相談が受けられるようになっている。主にファクシミリによるものが多いが、中には週3～4回も利用する人がいる。

(3) 教材販売会社(A社)との関係について

個々の販売については販売会社に任せてあるので、要望に応じて教材を卸しているだけ、というのが実態だが、メーカーとしては販売会社に対して、

アフターサービスはメーカーでするので(販売会社は)しないでほしい教材の付帯サービスについて(売るための)「過大な表現」は慎むようにと機会があればお願いしている。今業界では家庭教師付きの教材販売が多くなっている傾向にあるが、当社の教材と付帯サービスはそのようなものではないので明確な説明が大事であると思う。

(4) 本件に対する考え方

販売会社であるA社からおおまかに経緯を聞いたが、販売時のやりとりの中で双方の理解の食い違いがあったのではないかと考える。

4 あっせんの成立【第4回・第5回の審理他】

(1) 第4回審理

平成15年7月30日の第4回審理では、当初予定していたC社聴き取りに代わって事務局がC社から聴き取った内容を報告し、第3回審理においてA社からの申し出内容についての審理が行われた。その結果、部会としてはA社の申し出を受けて、この申し出内容を確認のうえ申し出人に伝えたところ、申し出人から受諾の意思が確認されたため、あっせんによる解決と判断し、処理することと

した。併せて第3回審理終了後、市を通じて申出人に確認した意向を踏まえ、A社から提示された具体的解決方法について、審理を行った。その内容は、

申出人の商品（教材）購入契約については、その中学生分（翌学年以降の分）を解除し、小学生分については継続とする。

に伴いA社は、クレジット契約や支払方法の変更など申出人の意向に沿った内容を踏まえ、信販会社へ手続きを行うよう通知する。

申出人は、に伴い契約解除分の学習教材を平成15年8月5日までに相手方指定の送付場所へ返品する。

に係る費用については、当事者双方の意向を踏まえ、申出人負担とする。

A社は、の手続きについては、申出人によるの対応を確認の後、できるだけ速やかに処理を行うものとする。

であり、この内容について審理においても当事者双方が受け入れ可能なあっせん案と認めたとうえで、申出人も受諾する意思が事務局の報告により確認されたため、担当委員は審理を終結するものとした。

（2）第5回審理

平成15年8月18日の第5回審理では、本案件における手続書面の確認と、付託した市長への報告内容（報告書）に関して担当委員による調整が行われた。

（3）その他

第5回審理開催の後、平成15年8月27日に部会が開催され、本案件の経過等が報告され、確認された。その後審議会委員全員の確認が行われ、審議会から本案件についての報告書が平成15年9月3日に市長へ提出された。

第4 報告にあたっての委員コメント

1 本案件の審理について

本案件は結果的に、A社の「申出人の意向に沿って解決したい」との提案に応じて解決したものであった。

本案件も、「エステティックサロンにおける美容器具及び健康食品の購入に係る紛争案件」(平成14年度第1号案件)と同様、市長からの付託により審理が開始されて、最終的解決に結びついたものであり、条例に規定するあっせん・調停制度が有効に機能したものと評価できる。

さて、本案件において当事者双方が紛争に至った最大の原因は、申出人と相手方であるA社との間に、商品に対する考え方の大きな食い違いが生じたまま、契約に至ってしまったことであろう。

これに関連し、本案件の問題点として指摘すべきは、主に次の三点である。

第一に、「訪問時の説明」である。訪問時A社が申出人に対し行った説明の内容は、詳細では当事者双方に主張の違いはあるものの、必ずしも十分なものではなかったのではないかと、ということである。

第二に、この教材の「販売(契約)方法」である。申込書面における「商品引渡時期」欄がどちらの都合によって記載されたかについては、当事者双方の主張に齟齬があるものの、実際の商品の引き渡しはクーリング・オフ期間経過後に行われたため、後述のようにクーリング・オフの実施が容易ではなくなったのである。また、特に小学校5年生から中学校3年生にかけての5年間分全教材の一括販売契約について、A社は当初「この業界では一般的な契約」と主張していたが、その正当性につき疑問は否めない。

第三に、この「商品すなわち教材及びパンフレット・ガイドの内容」である。パンフレットには「この教材を買い与えれば容易に教育効果があがる」との断定的表現が随所に見られ、また、教材に付属されているガイドには「教材に関する相談サービスが学力の教授とは異なる」ことが明確に消費者に理解しうるようには表現されていない。

このような表現の中に、今回申出人が誤解をするような要因が内在していたのではないかと考えられる。

これらの点からすれば、本案件については、申出人の契約からセンターへの相談に至る対応にも指摘すべき点はあること、またA社に対する「販売に強引な点は見られない」と申出人が自認していること、さらにA社自らの提案により解決に至ったことなどを考慮しても、教材の契約方法や5カ年分の一括契約という内容は、消費者に対し誤解や困惑をもたらす「過量な販売契約」として、その取消しが十分に可能であったのではないかと考えられる。

このような考え方を踏まえ、以下本案件に関する申出人、A社、信販会社であるB社、さらに教材製作会社であるC社等に対しコメントしたい。

2 申出人（消費者）に対して

申出人は、これまで子供に教材などを使わせて勉強をさせた経験はなく、契約時には子供の勉強や将来のことでかなり悩んでいた。加えて、A社には申出人が聴き取りの中で述べるように「無理強いや強引な態度はなかった」としても、申出人を契約に至らせる巧みなセールストークがあったものと推認される。

しかしながら、申出人の対応にも、次の問題点が考えられる。

第一に、今回の契約に関し、たとえ教材の説明が誤解を与えるものであったとしても、子供が将来の5年間継続して使用するか不確実である過量の教材を高額で一括購入する契約を、ほとんど他の情報もないまま決断するという点については、申出人自身として、他社教材との比較検討や家族と話し合う、あるいは友人に相談するといった慎重な対応が消費者として必要ではなかったのか、と考える。

第二に、教材到着以降の対応である。申出人は、教材が到着してから、教材が自分のイメージした内容と違ったものである事に気づいているが、この時に「ややあきらめた気持ち」になって、「A社には解約の申し出をしなかった」としている。クーリング・オフ期間を過ぎてからの到着という事情もあったが、センターに相談するまで3カ月以上も経過し、この間A社・B社、さらにはC社にも問い合わせ・苦情の申し出などはしなかったということになると、事業者の「もっと早く相談してくれれば良かった」「解決の余地はあった」との主張を前提にすれば、結果的に解決を遅らせてしまったことは否定できない。

今後は以上の指摘点を踏まえ、より慎重かつ的確な対応を求めたい。

事業者の商品やサービスに関する販売方法が多様化・巧妙化する中で、一般の消費者に対しても、契約に関する認識や注意については一層の取り組みを求めたい。

3 相手方（教材販売事業者）に対して

A社については、本案件について審議会の要請に対し聴き取り等に応じ、消費者の立場を配慮し検討を重ねた結果、解決に向けた判断を自ら申し出たことが、本付託案件の迅速な解決につながったものとする。

ただし、審議会としては、A社の申出人との契約に関し、次の三点について指摘したい。

第一に、電話によるアポイントメントを含む勧誘時の説明である。1（「本案件の審理について」）でも触れたが、これに関する当事者双方の主張は食い違っており、一概には判断できないが、少なくとも教材に関して申出人の理解を得るための説明が十分であったとは言えない状況である。申出人は、教材の内容に対する理解もそうだが、教材販売会社（A社）と教材製作会社（C社）の区別も訪問時（契約時）には明確に判別できていなかった。また、現在の進学事情に関する説明も、たとえ申出人のためのものであっても、日ごろ情報が少ない申出人にとっては、誤解が生じる可能性もあったのではないかと考える。

第二に、申込書面の記載（商品の引渡時期）である。書面の「商品引渡時期」欄の記載がクーリング・オフ期間を超えた期間（契約から14日後）となっていた。申出人は「日付を指定した覚えはない」「教材が到着した後解約の申出をしようと思ったが、既にクーリング・オフ期間を過ぎていたのであきらめの気持ちになっていた」と主張しているが、結果的にそのことが解決を遅らせてしまった要因の一つと考えれば、この書面における「商品引渡時期」欄の記載は、非常に大きな問題と考えざるを得ない。

この点について、A社は、消費者が引渡された商品を見てからクーリング・オフを適用できるように、商品配送の時期をクーリング・オフ期間内に設定すべきであったと考える。

第三に、この教材の販売方法である。確かに、申出人はA社の対応について「強引な販売はなかった」とし、A社も当該契約については「高校受験対策の

ために必要」と述べている。しかし、数カ年分の多量かつ高額な商品についての販売契約における消費者の心理的かつ経済的な負担を考えると、この契約自体に問題がない、とは決して言い切れない。

特に「過量な販売契約」の相談は、A社のみではなくセンターに寄せられる家庭用学習教材に関する苦情相談事例でもかなりの比率を占めている状況にあるが、A社はその聴き取りの中で「例外的な対応として、お客様が希望すれば分売も可能」としていた。そうであるならば、訪問時に消費者に対し分売について予め説明をすべきであった。分売及びその説明をすることは、事業者にとっても却ってメリットになることもあるのではないかと考える。

なお、A社の電話によるアポイントメントを含む勧誘時の説明や販売方法・内容は、条例第27条第1項第1号の「不当な勧誘行為」、同項第3号の「不当な内容の契約締結」に該当すると言ってもよい。また、平成15年7月1日に改正施行された神奈川県消費生活条例（以下「県条例」という。）の中でも、本案件のような販売方法は「不当な取引行為」における「過量販売」の事例としてとりあげられている。

審議会ではA社に対し、主に勧誘時の説明・申込書面の記載・教材の販売方法という点について、今後の事業活動において自主的な改善を求めたい。

本事案で販売された学習教材は、たとえば古典的名著、歴史書ないし辞典などのように必要に応じて日常で反復して使用されるものではなく、その内容が小中学校の各年次における教育課程に的確に対応していればこそ、その年次・学期を過ぎた児童がこれを再び使用する可能性は非常に少ない。しかも、将来の予測が困難な現在、ある児童が5年先においても同一の学習教材を継続して使用するか否かは、きわめて不確実である。このような学習教材の特質からして、長期間の継続使用を前提とした多量一括購入は、消費者側にとって極めてリスクの高い取引である。

そのような「過量販売」となりうる販売方法は、社会的にも不当性の高いものであると言わざるを得ない。

4 その他

(1) 教材製作事業者に対して

今回審議会では、本案件に関連するとして当事者双方以外に教材製作会社（C社）からも事務局を通じて聴き取りを行ったが、その結果を受け、次の三点について指摘したい。

第一に、教材のパンフレットについてである。パンフレットには「この教材を買い与えれば容易に学習効果が上がり、また勉学意欲が持続する」ような、商品の効果に関する断定的な表現が随所に見受けられた。また、上述のように、県条例の中で本案件のような販売方法が「過量販売」の事例にあげられたことから、本教材が分売可能であることをパンフレットに表示するなど、今後の販売事業者・消費者間のトラブル予防のために、パンフレットの表現については一層の配慮が必要と考える。

第二に、教材の特長を説明するガイドについてである。その表現には「教材に関する相談サービスが学力の教授とは異なる」ことが明確に表現されておらず、消費者によっては「勉強を教えてくれる」との印象を与えられるものであった。参考までに、別の教材製作会社の教材及び相談サービスについて調べてみると、そこはサービスの名称も「お客様相談窓口」となっており、実際の対応も明確に説明されていた。

特に、このパンフレットやガイドの具体的な表現を見ると、「先生」や「問題や使い方分からないことや、学校の勉強で分からなかったことの質問に電話及びファックスで答える」などの記載が認められる。これに対する聴き取り等の中でのA社及びC社の回答はともに「この教材は学力の教授を伴わない、教材の使い方の指導」に限定されているとのことであった。

しかし、審議会としては、このパンフレット・ガイドにおける表現とA社・C社における説明は明らかに食い違いのあるものと考えざるを得ず、一般的には使用説明書に記載されている製品とは別の商品を購入させられたものと同様とも受け取れる。

申出人からの説明のとおり、たとえ訪問時の説明や教材の勧誘にこれらのパンフレットやガイドが直接使用されていないとしても、「営業担当者がパンフレットやガイドの表現に近い説明（トーク）を用いて教材購入の勧誘を行

ったのではないか」ということが十分に推測され、その結果消費者が陥った教材に対する誤解は当然のもの、と解釈され得るところである。

他方、営業担当者がこの説明を省略するか、誤解するような説明しかしていなかったとすれば、それは契約における重要な要素に関する説明を怠ったこととなり、「錯誤に基づく契約の無効」、あるいは説明を怠ったことを理由とする「申込の意思表示の取消」の問題を生じさせるケースではなかったとも考えられる。

以上から、審議会としてはC社に対し、教材に付属する相談サービスやパンフレット・ガイドの内容について、より適正な表現の変更を要望したい。

第三に、この教材に関する価格についてであるが、本案件の教材はクレジット総額で約120万円、月約2万円になる。販売会社であるA社はこれについて、「同業他社と比較し高くはない」とのことだったが、「学力の教授を伴わない教材の使い方指導」を受けられるにとどまる教材の価格として市販の教材と比較すればそうとも言い切れない。A社・C社は訪問販売のコスト等を高価格の理由としてあげているが、それが合理的理由とは解せられない。

価格の合理性は、同業他社との比較だけではなく、教材そのものの効用と市販されている教材の価格等との比較にも求められるべきである。

そのような観点から相談サービスの実際の内容とこの教材の価格を考慮すると、やはり本案件の教材購入契約（及びそれに伴うクレジット契約）の効力をそのまま維持しうるか疑問が生じるといえる。

（2）信販会社に対して

本案件に関して、審議会ではB社に対し、付託の際にその内容等を通知しただけで聴き取りなどは特に行わなかったが、当然の事ながらクレジット申込書の内容を含め本案件においては、B社がA社と申出人の購入契約について責任や問題がなかった、との認識を持っているわけではなく、ここではB社の加盟店管理責任についても言及しておきたい。

加盟店を通して広範囲にわたり顧客を獲得している信販会社は、加盟店事業内容について審査・管理を行う社会的な責任があるものと考えられるからである。特に本件の場合、加盟店の取り扱う商品（教材）についてより深い理解が必要であったものと考えられる。

またできれば、商品の引渡時期についても、クーリング・オフ期間内かどうかのチェックを、またその記載の徹底を図ってほしい。

以上の内容も含め、審議会ではB社に対し、今後加盟店に対する一層の実態把握及び適正な審査・管理を、また消費者への与信に対し適切な配慮を行うことで加盟店・消費者間トラブルの未然・拡大防止に一層努めるよう要望したい。

(3) その他

本案件に関連し、まず特定商取引法の中で規定する「特定継続的役務提供」及び「クーリング・オフ」について触れておきたい。

本案件の審理の中で、具体的な解決及び販売における問題点とともに、この教材がいわゆる「役務付商品」であるかどうかも論点となった。

今後はこのようなトラブルを避けるために、改めてこのような教材について明確に「役務付商品」であることを位置付けることが必要であるとする。

また、本案件の「教材の到着時期」に関連して、クーリング・オフ期間の起算日についても、今後のトラブル防止のために、「商品到着時とする」などの対応が必要であるとする。

以上については、たとえば将来のw法令改正の際には、検討のうえ、実現されるよう、特定商取引法の所管機関である経済産業省に対し要望したい。

さらに、前回の「エステティックサロンにおける美容器具及び健康食品の購入に係る紛争案件」(平成14年度第1号案件)の中でも同様に指摘したが、このような紛争を未然に防止するためには、経済局並びに教育委員会など公的部門における一層の消費者教育への取り組みも必要不可欠である。

この他本案件に関しては、消費者が何かあればできるだけ早くセンターの相談窓口を利用できるよう、その周知にも一層の取り組みが必要であると考えられる。

(資料1)

(様式5)

経消第29号
平成15年5月9日

付 託 書

横浜市消費生活審議会
会長 鈴木 深雪 様

横浜市長 中田 宏

「学習教材の購入契約に係る紛争案件」(平成15年度 第1号案件)について、
横浜市消費生活審議会消費者被害救済部会に付託します。

記

1 紛争案件の当事者

(1) 申出人(消費者)

(2) 相手方(事業者)

甲社

(3) 信販会社

乙信販

2 紛争案件の概要

(1) 相手方の事業活動

学習教材の販売事業

(2) 契約の内容

契約金額合計： 円(クレジット総額)

(3) 消費生活相談の経緯

平成15年	月	日	消費者が横浜市消費生活総合センターに相談
平成15年	月	日	消費者が事業者に内容証明書を送付し、解約要請
平成15年	月	日	消費者が信販会社に抗弁書を提出
平成15年	月	日	横浜市消費生活総合センターにおいてあっせん
平成15年	月	日	消費者が事業者に内容証明書を再度送付し、解約を要請
平成15年	月	日	横浜市消費生活総合センターにおいて再あっせん

(A4)

(資料 2 - 1)

(様式 2)

平成 1 5 年 5 月 1 4 日

あっせん・調停通知書

甲社
代表取締役 様

横浜市消費生活審議会
消費者被害救済部会 部会長 長井 圓

当部会では、消費生活に関する民事上のトラブルを、裁判手続きを経ないで簡易・迅速・低廉に解決するため、あっせん・調停を行っております。

あっせん・調停は、双方のご意見をお聞きしたうえで中立・公正な立場からの解決に向けた助言を行い、解決案を提示します。

このたび、(申出人) 氏と(相手方) 貴社との「学習教材の購入契約に係る紛争案件」(平成 1 5 年度 第 1 号案件) を当部会で取り扱うこととなりました。

なお、今後の日程、処理方法については、後日改めてお知らせいたします。

消費者被害救済部会のシステムなどについてのご質問などは、下記事務局までお尋ねください。

(事務局)

横浜市中区港町 1 - 1
横浜市経済局消費経済課
電話 6 7 1 - 2 5 6 8

(A 4)

(資料 2 - 2)

(様式 2)

平成 1 5 年 5 月 1 4 日

あっせん・調停通知書

乙信販

様

横浜市消費生活審議会
消費者被害救済部会 部会長 長井 圓

当部会では、消費生活に関する民事上のトラブルを、裁判手続きを経ないで簡易・迅速・低廉に解決するため、あっせん・調停を行っております。

あっせん・調停は、双方のご意見をお聞きしたうえで中立・公正な立場からの解決に向けた助言を行い、解決案を提示します。

このたび、(申出人) 氏と(相手方)甲社との「学習教材の購入契約に係る紛争案件(平成 1 5 年度 第 1 号案件)」を当部会で取り扱うこととなりました。

消費者被害救済部会のシステムなどについてのご質問などは、下記事務局までお尋ねください。

(事務局)
横浜市中区港町 1 - 1
横浜市経済局消費経済課
電話 6 7 1 - 2 5 6 8

(A 4)

(資料3)

(様式7)

受 諾 書

平成15年5月9日、経消第29号により横浜市消費生活審議会消費者被害救済部会に付託されました「学習教材の購入契約に係る案件(平成15年度第1号案件)につきましては、以下のとおりあっせんが成立しましたので、本受諾書3通を作成し、当事者双方及び横浜市消費生活審議会消費者被害救済部会がそれぞれその1通を保管します。

受諾条項

- 1 平成 年 月 日に締結された学習教材の購入契約については、その中学生分(翌学年以降の分)を解除し、その小学生分については継続とする。
- 2 相手方は、1に伴い、クレジット契約や支払方法の変更など申出人の意向に沿った内容を踏まえ、信販会社へ手続を行うよう通知する。
- 3 申出人は、1・2に伴い契約解除分の学習教材を平成15年 月 日までに相手方指定の送付場所へ返品する。
- 4 3に係る費用については、当事者双方の意向を踏まえ、申出人の負担とする。
- 5 相手方は、1・2の手続きについては、申出人による3の対応を確認の後、できるだけ速やかに処理を行うものとする。

平成15年 月 日

申出人 住所 横浜市 区
(消費者)氏名 印

相手方 住所 神奈川県
(事業者)氏名
代表取締役 印

横浜市消費生活審議会
消費者被害救済部会 部会長 長 井 圓 印

(A4)

(資料4)

第4次横浜市消費生活審議会委員名簿

(平成15年9月現在)

		備考
	いわみや ひろし 岩宮 浩	(社)横浜市工業会連合会 会長
	うめだ さよこ 梅田 小夜子	消費生活コンサルタント横浜会
	こばやし としゆき 小林 俊行	横浜弁護士会
	こやま ひろひこ 小山 弘彦	(社)日本通信販売協会 常務理事
	さとう とうじ 佐藤 東司	(社)全国信販協会 専務理事
	しもやち ふじこ 下谷内 富士子	消費生活コンサルタント横浜会
	すずき みゆき 鈴木 深雪	日本女子大学家政学部 教授
	たかい かえこ 高井 佳江子	横浜弁護士会
	たかや しょうじ 高屋 彰二	(社)日本訪問販売協会 専務理事
	たざわ けんいち 田沢 健一	家電製品PLセンター センター長
	ないとう ひでよ 内藤 英代	横浜市消費生活推進員 代表
	ながい まどか 長井 圓	横浜国立大学大学院国際社会科学部 教授
	にしむら たかお 西村 隆男	横浜国立大学教育人間科学部 教授
	はっとり たかこ 服部 孝子	横浜市消費者団体連絡会 事務局長
	ひうら みちえ 日浦 美智江	社会福祉法人訪問の家 理事長
	ひらかわ かねひろ 平川 兼寛	横浜商工会議所常議員 小売部委員会委員長
	ほしの ひでき 星野 秀紀	横浜弁護士会
	みやもと かずこ 宮本 一子	(社)日本消費生活アドバイザー-コンサルタント協会 消費生活研究所長
	もうない りょういち 毛内 良一	神奈川県生活協同組合連合会 専務理事
	やくしじ くにと 薬師寺 國人	鎌倉女子大学家政学部 教授
専門委員	あだち かずし 安達 和志	神奈川大学法学部 教授

: 会長、 : 副会長

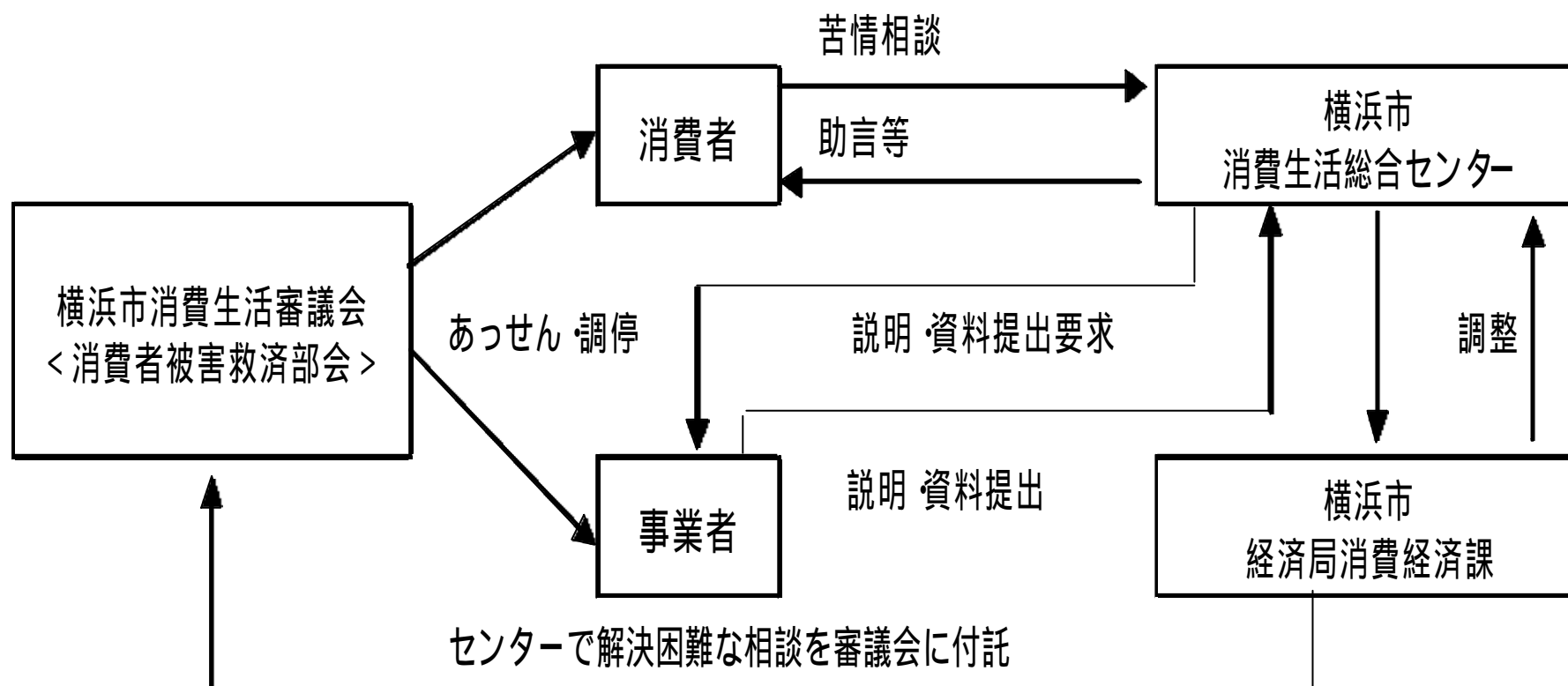
: 消費者被害救済部会委員 (: 本案件における担当委員)

: 条例・施行規則及び消費生活関連施策の在り方に関する専門部会委員 (は部会長)

(敬称略・五十音順)

(資料5)

横浜市における消費者被害救済制度の仕組み



(資料 6)

横浜市消費生活条例 / 同条例施行規則 (抜粋)

横浜市消費生活条例

(あっせん及び調停)

第 41 条 市長は、前条第 1 項の措置をとったにもかかわらず解決することが困難な紛争について、その公正かつ速やかな解決を図るため、審議会のあっせん又は調停に付することができる。

横浜市消費生活条例施行規則

(あっせん又は調停の開始の通知)

第 16 条 審議会は、条例第 41 条の規定によりあっせん又は調停を開始しようとするときは、その旨を当該被害の申出人及びその相手方となる事業者(以下「紛争当事者」という。)に通知するものとする。

(あっせん又は調停の終結)

第 17 条 審議会は、紛争当事者間にあっせんが成立し、又は紛争当事者が調停案を受諾したときは、当該あっせん又は調停を終了する。

2 審議会は、あっせん又は調停によっては紛争の解決の見込みがないと認めるとき、又は紛争当事者が訴訟を提起したときは、あっせん又は調停を打ち切ることができる。

3 審議会は、前 2 項の規定によりあっせん又は調停を終結したときは、その経過及び結果を市長に報告するものとする。

4 市長は、審議会のあっせん又は調停に付された紛争のうち、特に必要があると認めるものの審議会におけるあっせん又は調停の経過及び結果を、市民に明らかにするものとする。

(資料7)

～報告書関連法令(抜粋)～

特定商取引法(関連部分抜粋)

第2章 訪問販売、通信販売及び電話勧誘販売

(訪問販売における書面の交付)

第4条 販売業者又は役務提供事業者は、営業所等以外の場所において指定商品若しくは指定権利につき売買契約の申込みを受け、若しくは指定役務につき役務提供契約の申込みを受けたとき又は営業所等において特定顧客から指定商品若しくは指定権利につき売買契約の申込みを受け、若しくは指定役務につき役務提供契約の申込みを受けたときは、直ちに、経済産業省令で定めるところにより、次の事項についてその申込みの内容を記載した書面をその申込みをした者に交付しなければならない。ただし、その申込みを受けた際その売買契約又は役務提供契約を締結した場合においては、この限りでない。

1. 商品若しくは権利の販売価格又は役務の対価
2. 商品若しくは権利の代金又は役務の対価の支払の時期及び方法
3. 商品の引渡時期若しくは権利の移転時期又は役務の提供時期
4. **第9条**第1項の規定による売買契約若しくは役務提供契約の申込みの撤回又は売買契約若しくは役務提供契約の解除に関する事項(同条第2項から第7項までの規定に関する事項を含む。)
5. 前各号に掲げるもののほか、経済産業省令で定める事項

(訪問販売における契約の申込みの撤回等)

第9条 販売業者若しくは役務提供事業者が営業所等以外の場所において指定商品(その販売条件についての交渉が販売業者と購入者との間で相当の期間にわたり行われることが通常の取引の態様である商品として政令で定める指定商品を除く。以下この項において同じ。)若しくは指定権利若しくは指定役務につき売買契約若しくは役務提供契約の申込みを受けた場合若しくは販売業者若しくは役務提供事業者が営業所等において特定顧客から指定商品若しくは指定権利若しくは指定役務につき売買契約若しくは役務提供契約の申込みを受けた場合におけるその申込みをした者又は販売業者若しくは役務提供事業者が営業所等以外の場所において指定商品若しくは指定権利若しくは指定役務につき売買契約若しくは役務提供契約を締結した場合(営業所等において申込みを受け、営業所等以外の場所において売買契約又は役務提供契約を締結した場合を除く。)若しくは販売業者若しくは役務提供事業者が営業所等において特定顧客と指定商品若しくは指定権利若しくは指定役務につき売買契約若しくは役務提供契約を締結した場合におけるその購入者若しくは役務の提供を受ける者(以下この条において「申込者等」という。)は、次に掲げる場合を除き、書面によりその売買契約若しくは役務提供契約の申込みの撤回又はその売買契約若しくは役務提供契約の解除(以下この条において「申込みの撤回等」という。)を行うことができる。

1. 申込者等が**第5条**の書面を受領した日(その日前に**第4条**の書面を受領した場合にあつては、その書面を受領した日)から起算して8日を経過したとき。

第4章 特定継続的役務提供

(定義)

第41条 この章において「特定継続的役務提供」とは、次に掲げるものをいう。

1. 役務提供事業者が、特定継続的役務をそれぞれの特定継続的役務ごとに政令で定める期間を超える期間にわたり提供することを約し、相手方がこれに応じて政令で定める金額を超える金銭を支払うことを約する契約(以下この章において「特定継続的役務提供契約」という。)を締結して行う特定継続的役務の提供

(資料7)

2. 販売業者が、特定継続的役務の提供（前号の政令で定める期間を超える期間にわたり提供するものに限る。）を受ける権利を前号の政令で定める金額を超える金銭を受け取つて販売する契約（以下この章において「特定権利販売契約」という。）を締結して行う特定継続的役務の提供を受ける権利の販売

2 この章及び第67条第1項において「特定継続的役務」とは、国民の日常生活に係る取引において有償で継続的に提供される役務であつて、次の各号のいずれにも該当するものとして、政令で定めるものをいう。

1. 役務の提供を受ける者の身体の美化又は知識若しくは技能の向上その他のその者の心身又は身上に関する目的を実現させることをもつて誘引が行われるもの
2. 役務の性質上、前号に規定する目的が実現するかどうかが確実でないもの

特定商取引に関する法律施行令（関連部分抜粋）

（特定継続的役務）

第12条 法第41条第2項の特定継続的役務は、別表第5の第1欄に掲げる役務とする。

別表第5（第11条、第15条、第16条関係）

特定継続的役務	特定継続的役務提供の期間	契約の解除によって通常生ずる損害の額	契約の締結及び履行のために通常要する費用の額
人の皮膚を清潔にし若しくは美化し、体型を整え、又は体重を減ずるための施術を行うこと。	1月	2万円又は当該特定継続的役務提供契約に係る特定継続的役務の対価の総額から提供された特定継続的役務の対価に相当する額を控除した額（2の項において「契約残額」という。）の100分の10に相当する額のいずれか低い額	2万円
語学の教授（学校教育法（昭和22年法律第26号）第1条に規定する学校、同法第82条の2に規定する専修学校若しくは同法第83条第1項に規定する各種学校の入学者を選抜するための学力試験に備えるため又は同法第1条に規定する学校（大学を除く。）における教育の補習のための学力の教授に該当するものを除く。）	2月	5万円又は契約残額の100分の20に相当する額のいずれか低い額	15,000円
学校教育法第1条に規定する学校（小学校及び幼稚園を除く。）、同法第82条の2に規定する専修学校若しくは同法第83条第1項に規定する各種学校の入学者を選抜するための学力試験（4の項において「入学試験」という。）に備えるため又は学校教育（同法第1条に規定する学校（大学及び幼稚園を除く。）における教育をいう。同項において同じ。）の補習のための学力の教授（同項に規定する場所以外の場所において提供されるものに限る。）	2月	5万円又は当該特定継続的役務提供契約における1月分の役務の対価に相当する額のいずれか低い額	20,000円
入学試験に備えるため又は学校教育の補習のための学校教育法第1条に規定する学校（大学及び幼稚園を除く。）の児童、生徒又は学生を対象とした学力の教授（役務提供事業者の事業所その他の役務提供事業者が当該役務提供のために用意する場所において提供されるものに限る。）	2月	2万円又は当該特定継続的役務提供契約における1月分の役務の対価に相当する額のいずれか低い額	11,000円

(資料7)

神奈川県消費生活条例(関連部分抜粋)

第2章 消費者の権利の確立

第3節 取引行為の適正化

(不当な取引行為の禁止)

第13条の2

4 事業者は、消費者に不当に不利益となる内容の条項を含む商品売買契約等を締結させる不当な行為として別表第4に掲げる行為をしてはならない。

別表第4(第13条の2、第21条、第27条関係)

5 消費者に不当に過大な量の契約商品等又は不当に長期にわたって供給される契約商品等の購入を内容とする条項を含む商品売買契約等を締結させる行為

(事例)

訪問販売で「小、中一貫して学習することで効果が上がる」と言って、小学校4年生から中学校3年生までの6年分の学習教材を購入させる。

横浜市消費生活条例(関連部分抜粋)

第4章 適正な事業活動の確保

第3節 適正な取引の確保

(不当な取引行為の禁止)

第27条 市長は、事業者が消費者との間で行う取引に関して、次のいずれかに該当する行為を、不当な取引行為として規則で定めることができる。

- (1) 消費者に対して、販売の意図を隠して接近し、又は商品若しくはサービスの内容、取引条件、取引の仕組み等について、重要な情報を故意に提供せず、若しくは誤信を招く情報を提供して、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為
- (3) 消費者に著しく不当な不利益をもたらすことが明白な事項を内容とする契約を締結させる行為

横浜市消費生活条例施行規則(関連部分抜粋)

第4章 適正な事業活動の確保

(不当な取引行為)

第12条 条例第27条第1項に規定する不当な取引行為は、別表のとおりとする。

別表(第12条)

(平8規則109・平12規則76・平13規則43・一部改正)

- 1 条例第27条第1項第1号の規定に該当する不当な取引行為
 - (1) 商品若しくはサービスの販売の意図を明らかにせず、若しくはその販売以外のことを主要な目的であるかのように告げて消費者に近寄り、若しくは電話等の通信手段を用いて連絡をとり、又はそのような広告等で消費者を誘引することにより、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為
 - (3) 商品又はサービスの販売に際し、消費者が契約締結の意思を決定する上で重要性を有する事項について、虚偽の事実又は誤信させるような事実を告げて、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為
- 3 条例第27条第1項第3号の規定に該当する不当な取引行為
 - (5) 消費者にとって不当に過大な量の商品若しくはサービス又は不当に長期にわたって供給される商品若しくはサービスの購入を内容とする契約を締結させる行為