

成人になる君のために

～消費者契約編～

< 概論 >

平成29年3月31日初回発行

制作・著作； 神戸市消費生活マスター法律問題研究会

制作支援； 神戸市市民参画推進局消費生活課

法律監修； 弁護士会 鈴木尉久

目次

I. 講義のためのガイド・ブック	P3
1. 本教材が目指すもの.....	P4
(1) 目的及び目標.....	P4
(2) 消費者教育に係る公的機関の指針との接点	P5
① 消費者教育の推進に関する法律との接点	P5
② 神戸市消費生活あんしんプラン 2020 との接点.....	P5
③ 高等学校学習指導要領との接点	P5
2. 本教材の構成	P6
(1) 第一部. 「契約」とは？ またその注意点とは？	P6
(2) 第二部. 消費者契約で被害にあったら、どうする？	P6
3. 構成内容の解説	P7
(1) 第一部	P7
① 契約は身近な行為.....	P7
② 契約の基本ルールと契約で注意すべきこと.....	P8
③ 消費者契約における問題点と特別法による消費者保護	P9
(2) 第二部 取引における消費者被害にあったら、どうする？.....	P9
II. 講義の流れ（参考例）	P10
III. 参考事例	P33
1. 勧誘を断り切れずに契約してしまって後悔する事例	P34
(1) 連鎖販売取引（マルチ商法）で多額の借金を抱え、友達も離れていった事例	P34
(2) キャッチセールスで不要なものを購入してしまった事例.....	P38
2. 契約条件をよく確認しなかったために後悔する事例	P40
(1) インターネット通信販売で、返品をめぐり困ったことになった事例	P40
(2) 売手のマーケティング戦略に目を奪われ、契約条件まで考えがおよばなかった事例 ...	P42
3. 安直な行動や間違った知識で困ったことになった事例.....	P44
(1) インターネット通信販売（クレジット契約を絡めて）	P44
(2) アフィリエイトに関する事例	P47
【あとがきに代えて】	P48
<本教材作成関係者の紹介>	P51

1.

講義のためのガイド・ブック

I. 本教材が目指すもの

【本教材の目的と目標】

本教材は、消費者問題のうち「契約」という法律行為に焦点を絞り、若者に考える材料を提供することを目的とします。

なぜなら、未成年者のうち重要な契約を親権者が行っていたものの成人となってからは自らの責任で行動し法的責任を負担しなければなりません、それにもかかわらず、多くの若者は「契約」という法律行為についてその意味やルールを誰にも教えられることもなく社会に出て、問題にぶつかることになっていると考えるからです。例えば、成人になった途端にマルチ商法の餌食に遭い多額な借金を抱え生活に困窮する事例や、逆にマルチ商法の加害者に無意識のうちになってしまう事例は、その典型ともいえます。

若者が取引における消費者被害に遭わないために又は逆に消費者被害の加害者とならないために、若者に対し消費者契約に関する適切な情報を提供するとともに、若者一人一人が公正で持続可能な市場社会を形成する主体であるとの認識を涵養することが必要であろうと考えます。

ところで、平成28年9月1日、法務省が民法の成人年齢を20歳から18歳に引き下げる改正案を来年の通常国会に提出する方針を固めてパブリックコメントの募集を始めました。成人年齢の引き下げが現実味を帯びてきたわけです。上記のような典型事例をはじめとする消費者トラブルが高校生で起こりうることに対応する必要があります。若者に対する消費者教育もそのひとつの対応策でしょう。折しも今年（平成28年）3月、「神戸市消費生活あんしんプラン2020」が公表されました。本教材が、消費者・事業者・行政が一体となって進める「消費者市民社会」形成のための計画推進にあたって、その基本施策のひとつである消費者教育の一助となれば幸甚です。

本教材は以下の目標に沿って話を進めてまいります。

1. 第一部において達成したい目標は次の通りです。

- (1) 現代社会において、私たちの生活が他者の提供する製品やサービスなしには成り立たないことを再確認し、「契約」が身近な行為として行われていることに目を向ける。
- (2) 「契約」の基本ルール（私法の指導原理）を理解し、「意思表示」の重要性に目を向ける。
- (3) 消費者契約の問題点に目を向け、消費者保護ルールの特徴を知る。
- (4) 以上を通じて、取引における消費者被害に遭わないための注意点を考える。

2. 第二部において達成したい目標は次の通りです。

消費者は単なるサービスの受け手という受け身の存在になるのではなく、また消費

を個人の欲求を満たすものとのみ捉えることに終わらず、消費者が健全な市場社会を形成する重要な役割を担っていることに目を向ける。

【消費者教育に係る公的機関の指針との接点】

行政が行う消費者教育に関する政策や、学校教育現場で行われる学習指導の方針との関係は次の通りです。

1. 消費者教育の推進に関する法律等との接点

消費者教育の推進に関する法律（平成24年8月22日公布、以下「消費者教育推進法」と言う。）、及び消費者教育の推進に関する基本的な方針（平成25年6月28日閣議決定、以下「消費者教育基本方針」と言う）との関係においては、第一部及び第二部を通し、次の点に重点を置きます。

- (1) 消費者教育推進法第3条（基本理念）に則って行う。特に①消費生活に関する知識を「実践的な能力」に結び付けること、②「主体的に消費者市民社会の形成に参画し、その発展に寄与することができる」ことについて、その力を育むことを旨として行う。
- (2) 消費者教育基本方針に示された「契約締結による権利や義務を明確に理解でき、違法・不公正な取引や勧誘に気付き、トラブルの回避や事業者等に対して補償、改善、再発防止を求めて適切な行動をとることができる力」（Ⅱ-1-(1)-③-イ）を育むことを目指す。

2. 神戸市消費生活あんしんプラン2020との接点

神戸市が平成28年3月に発表した神戸市消費生活あんしんプラン2020（以下「神戸市プラン2020」）が示した目標に関し、本教材は、成人期（若者）の「自立した生活の確立」という命題に目を向け、その中でも特に「消費者契約」に焦点を当てて、考える機会を提供することを目指します。

3. 高等学校学習指導要領との接点

高等学校学習指導要領（平成21年12月、平成26年1月一部改訂、文部科学省）との接点については、次のように考えます。

(1) 家庭基礎

「消費生活と生涯を見通した経済の計画」に示された「適切な意思決定に基づいて行動できるようにする」、その一助になると考えます。契約や現代社会における課題を中心に取り上げ、消費者問題が生じる背景や守られるべき消費者の権利について、具体的に考える機会を提供します。

(2) 現代社会

「現代の経済社会と経済活動の在り方」の中の「市場社会の機能と限界」で示され

た「経済活動を支える私法に関する基本的な考え方」を提供します。また、取引における消費者被害を取り上げることで、学習指導要領が示すところの「幸福、正義、公正」について考察するきっかけを持ってもらえるものと考えます。さらに「現代社会に対する関心」を高め、主体的に社会と関わる中で、若者が自己の成長を図れるよう、講義の内容を構成します。

(3) 今後の展望

平成28年8月5日、中央教育審議会から次期高等学校教育指導要領素案が公表されました。これから周知、教科書の作成及び検定・採択等を経て、高等学校は平成34年度より実施の予定であるといえます。

この改定の方向性として注目するのは、「予測困難な時代に、一人一人が未来の創り手となる」ということがあります。この方向性の姿勢に対してはOECD（経済開発協力機構）も高く評価しているといえます。教育課程企画特別部会の論点整理によると、未来を創る子供たち一人一人に求められるのは、「他者と一緒に生き、課題解決のための力」を育むことであり、「解き方があらかじめ定まった問題を効率的に解き」、「定められた手続きを効率的にこなす」ことに止まらず、「社会の変化に主体的に向き合って関わり合い」、「よりよい社会と幸福な人生を自ら創り出していける」、そうした力を育むことが「一層重要になる」と言います。

本教材も短時間の講義内容で不十分ではありますが、この点に助力できればうれしく思います。ただし、今後、「問題解決の力」を「どのように学ぶか？」（アクティブラーニング）という観点での工夫をしていかなければならないと考えています。

Ⅱ. 本教材の構成

第一部. 「契約」とは？ またその注意点とは？

- (1) 契約は身近な行為
- (2) 契約の基本ルールと契約するときに注意すべきこと
- (3) 消費者契約における問題点と特別法による消費者保護

第二部. 消費者契約で被害にあったら、どうする？

- (1) 交渉における基本姿勢
- (2) あなたに起こった消費者被害はあなた一人の問題に留まらない。
- (3) まとめ

Ⅲ. 構成内容の解説

本教材の構成に沿って解説します。また、講義を進めるにあたって理解を促す効果があるであろうと我々が考えた手法を列挙しますので、必要に応じて活用してください。

なお、文中に用いたイラストは消費者庁HPのイラスト集に掲載されているものです。

1. 第一部の(1) 契約は身近な行為

<解説> 「契約」に関する民法典の規定は、第三編「債権」法に納められています。同じ民法典のなかでも、「親族」法や「相続」法などと比べるとこむずかしいイメージが強く、こうした法律の規定は専門家が使うものだとして敬遠されがちになるのではないのでしょうか。



しかし現代社会においては、日常の買い物、マンションを借りること、電車に乗ること、お金を借りること、お金を働いて稼ぐこと等々を想起してみれば解るように、私たちの生活には常に他者の協力が欠かせません。「債権」法は、こうした日常生活にまつわる行為における他者との権利・義務関係を、法律上の効果を含めて整理したものと言えるでしょう。

講義は、まず、「契約」にかかわる「債権」法の以上のような役割を説くことから始めますが、「契約」が身近な存在であることを実感できるようにするためには、以下のような質問やクイズを使うことも良い方法だと考えます。また、質問やクイズによって講義を始めることは、講師と聴衆の間にある距離感を取り払う、いわばアイス・ブレイカーの役割も果たしてくれるでしょう。

<理解を促すためのツールの例>

以下に示すツール例は参考にすぎません。講義時間や聴衆の関心事にあわせて工夫されることを望みます。

- (1) 会場参加者に、今朝起きてから会場へ来るまでに「契約」に関わったかどうかを尋ねる。「契約」には関わっていないという参加者には、さらに次のような質問を試みる。

<質問例>

- ① 朝食は何を食べましたか？ その材料はどこで買いましたか？
 - ② 新聞は読みましたか？
 - ③ 学校までの交通はどうしましたか？
 - ④ スマホは操作しましたか？ 音楽を聞きながら学校に来ましたか？
- 等々。

全て「契約」と無関係ではないことに気付いてもらう。

(2) クイズ；次の行為は「契約」と言えるでしょうか？

<クイズ例>

- ① コンビニでおにぎりを買った。
- ② 学食の券売機で定食券を買った。
- ③ 自転車を駅の有料駐輪場に預けた。
- ④ 理髪店で髪を整えてもらった。
- ⑤ 登校するため市バスに乗った。
- ⑥ オンラインゲームで仮想通貨を使いアイテムを買った。
- ⑦ ネットオークションで革ジャンを競り落とし、出品者と代金の支払い日と品物を届ける日を決めた。
- ⑧ 風邪を引いたみたいでしんどいので、近くの診療所で診てもらった。
- ⑨ 友達が家に遊びに来たので、ピザを出前してもらった。
- ⑩ 家にかかってきた電話を携帯に転送できるようにした。

<質問・クイズの解説>答えは、全部「契約」になります。第一部（1）での講義の目当ては、講師と聴衆の間にある距離感を緩和すること（アイス・ブレイカー）を兼ねて、「契約」が身近な存在であると、あらためて確認することにありますから、多くの時間を割く必要はありません。また、正答を競うような複雑な質問やクイズにしないうように配慮することが肝要です。

2. 第一部(2) 契約の基本ルールと契約で注意すべきこと

<解説> ここでは、「債権」法の指導原則である「私的自治」について説明します。そのうえで、「契約の自由」の原則とその原則の裏返しとも言える「自己責任」の原則について理解を促し、「契約」という法律行為が自己責任のもとに法律効果（債権・債務）を生じさせるものであることに目を向けてもらいます。そうすることで、日常生活に身近な存在である契約（第一部（1））を責任が伴うものとして捉えるよう、促すことになるでしょう。



私たちは気分や感情に支配されて簡単に契約をしてしまうことや、本意ではないのに勧誘を断り切れず契約してしまふことがあります。また、取引条件をよく確認せず相手任せで気楽に契約してしまふこともあります。「契約の自由」と「自己責任」の原則の下では、本人の「意思表示」がとても重要な要素になることを、身近な事例を取り上げて考えてもらいましょう。取り上げる事例については、できるだけ講師自身が体験したことをもとに取り上げることが最善です。下記の事例はあくまで参考として考えてください。

また、「契約の自由」の理解を促すためには、市民社会（資本主義社会）が誕生した歴史を紐解いて解説することも有効かもしれません。

ところで、ここで展開する論点の「契約の自由」と「自己責任」ですが、高度に技術や取引形態が発達した現代社会においては、個々の消費者と事業者の間で情報量・質及び交

渉力に均衡がとれていない場合が多く、特に巧妙で悪質な勧誘方法に多くの消費者が対応できないことがあります。後述の第一部（3）及び第二部の理解が必要になりますので、「契約の自由」と「自己責任」だけが独り歩きしないよう配慮することが肝要です。

<理解を促すための事例>

ここで紹介する事例は、神戸市消費生活マスター法律問題研究会のメンバーが、体験又は見聞きしたこと等をもとに脚色を加えて作成したものです。予めお断りいたします。後掲「Ⅲ. 参考事例」をご覧ください。

3. 第一部(3) 消費者契約における問題点と特別法による消費者保護

<解説> ところで、「自己責任」により慎重に契約したつもりでも、実は「そんなはずではなかった」という事態は起こりえます。全国の消費生活センター等に寄せられる相談からも、そのようなケースを多く窺うことができます。

その原因については様々な意見や学説があることですが、ここでは「消費者と事業者との間の情報の質及び量並びに交渉力の格差」

（消費者基本法や消費者契約法の目的規定中の文言）に焦点を当て、事業者の一定の行為により消費者が誤認又は困惑するケースとその救済策についての知識を提供します。

知識の提供にあたっては、具体的に行うことが大切です。上記2.「契約の基本ルールと契約する時に注意すること」で紹介した事例を挟みながら説明するのが良いでしょう。



4. 第二部. 取引における消費者で被害にあったら、どうする？

<解説> 以上のように消費保護に関する知識をお話してきましたが、相手のある取引における消費者被害の解決を、単なる技術問題とのみ捉えて解決することは難しいことです。法律を大上段に構えろと思わぬ反撃を受ける可能性もあります。そのように、消費者が一人で取引における消費者被害に対応することは困難をきわめることでしょう。勢い、泣き寝入りをしてしまうことになりかねません。より多くの味

方を得て相手の意見も聞き、また公正な立場の意見を取り入れて、冷静に対応することが肝要です。

また、あなたの消費者契約の問題はあなた一人の問題に止まらないことが多いともいえます。あなたの問題をあなた一人で抱え込まず情報を共有することで、あなたの問題がよりよい社会を作るための種になるかもしれません。

この講では、公正で持続可能な社会を作っていくために、自立した消費者が主人公としての役割を果たし、産業界・行政・消費者団体と連携していくことの重要性について触れることを眼目とします。そのために、産業界が消費者保護に取り組んでいること、消費生活センターをはじめとした行政の役割、消費者の声を束ねる消費者団体の役割を、その施策の具体例を交えて紹介します。



Ⅱ.

講義の流れ

(参考例)

<注意事項>

以下の資料（PPT）はあくまでも参考例として、50分間の授業時間を想定するとともに、「自立した意思決定」をテーマに作成しています。

Table 1

成人になる君のために
～消費者契約編～
<概論>
<プレゼンテーション用PPT参考例>

制作・著作：神戸市消費生活マスター法律問題研究会
制作支援：神戸市市民参画推進局消費生活課
法律監修：兵庫県弁護士会 弁護士鈴木耐久

1

Table 2

消費者契約とは？

⇨(事業者と個人の取引契約)⇨

※ 掲載のイラストは、消費者庁HPのイラストを使用

2


Table 3




Table 4

そこで、2つのお話をします。

第一部
「契約」について知っておきたい大切なこと
～「契約」の基本ルール、「消費者契約」の特別ルール～



第二部
消費者契約で被害に遭ったときの態度
～あなたの被害はあなた一人だけの問題に留まらない～



4

Table 5



Table 6



Table 7



Table 8




Table 9



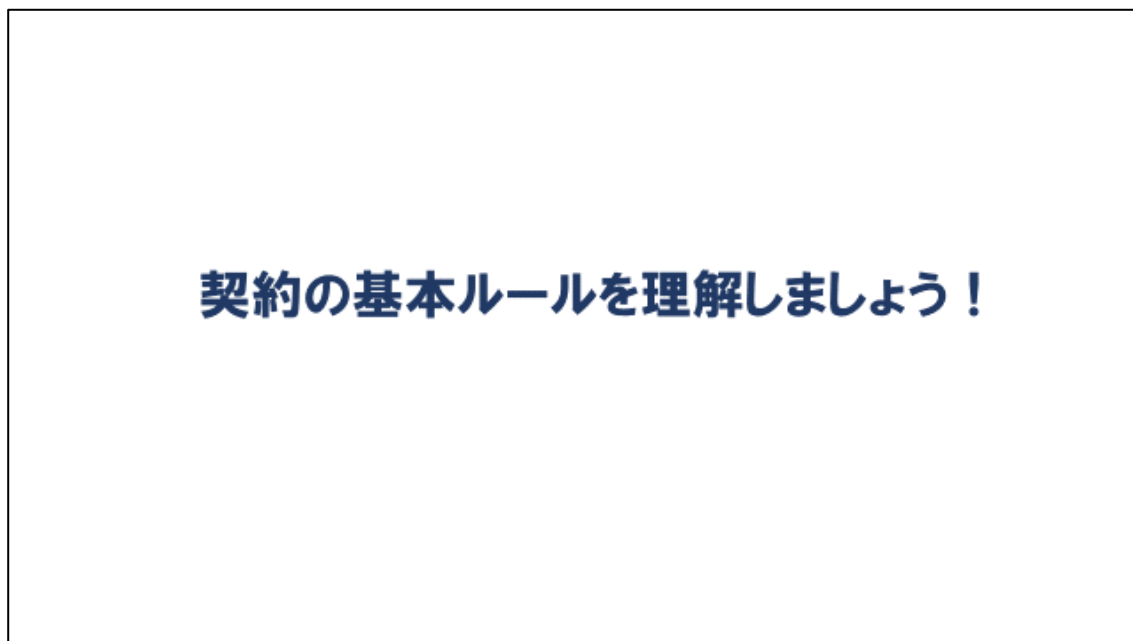
Table 10

アンケートに回答してから4時間。
Aさんは何度も「今日は時間がない。」「高額で支払えない。」と言ったが、強引な勧誘に根負けし化粧品セットとエステ20回分のチケット合わせて30万円を超える契約を分割払いで締結した。



<注> 他の事例を33ページ以降に掲載しています。ご利用ください。

Table 11



契約の基本ルールを理解しましょう！

Table 12

民法


私人(自然人・法人)間の関係を規律する法律です。
法を体系づけるうえで、軸となる考え方があります。

↓

私的自治; **契約の自由**

↓

法的拘束力=債務の発生(責任)



12

Table 13

「契約」の自由とは？

意に反して契約を
迫られたら、
思い出してね！

1. 「契約」をする自由、しない自由
2. 「契約」の相手方を選択する自由
3. 「契約」の方式を決める自由
4. 「契約」の内容を決める自由

13

Table 14

現行法体系における「契約の自由」

民法の契約に関する規定のほとんどは、
任意規定（公の秩序に関しない規定）です。

任意規定は、契約内容の自由によって、
特約で排除できることとなります。

Table 15

Aさんの自己責任と言って済ませてよいの？

- ◆勧誘員は化粧品・エステの契約締結について勧誘することを告げず、不意打ち的に呼び止めてショッピングに同行させ、
- ◆エステルームという人の出入りしない場所(断りづらい環境)において勧誘しました。
- ◆Aさんが「高額で買えない」と購入を拒否しているのに、長時間にわたってしつこく購入を迫りました。



16

Table 16

消費者契約法(特別法)による「特約」の制限
任意規定の適用による場合に比べて、
消費者の権利を制限し、
又は消費者の義務を重くする
消費者契約の条項であって、
信義則に反して**消費者の利益を一方的
に害するものは無効とする**

Table 17

消費者保護のための 特別ルールが必要なワケ

消費者が自ら意思決定したのだから
責任を負うというのであれば、
消費者が自ら意思決定するための前提として、
**消費者が合理的判断をできる
環境整備が必要。**

Table 18

消費者の「合理的判断」を阻害する環境

情報力・交渉力



分業により成り立つ市場社会
においては、
事業者と消費者間に、
**情報力及び交渉力の
構造的な格差が存在する。**

Table 19

このような環境の下では、
事業者による適切な情報が提供されないと、消費者は、
自己に適した選択をすること(合理的判断)が困難になります。

適切な情報の提供とは、専門家にしか解らないような情報
ではなく、判断力が低下してくる高齢者や社会経験の乏しい
若年者などの状況に応じたものでなければならないの
ではないでしょうかね。



19

Table 20

ときには悪質な勧誘者が、消費者が知らないこと
につけ込んで、合理的判断を脅かす状況をつくる
こともあります。




成人になると、こうした悪質な勧誘による消費者被害が、
件数も金額も増えるので、注意が必要です。

Table 21

<p>そこで…</p> <p>消費者・事業者間の情報量・質、交渉力の格差から生じる取引の危険を是正することが必要だと考えられるようになります。</p> <p>その結果、近年、民法の特別法が制定されるようになりました。</p> <p>代表例として…</p> <p>消費者契約法（平成13年4月1日施行後、平成28年6月に2度目の改正が公布）</p> <p>事業者の不適切な勧誘行為や、消費者に一方的に不利な特約に対する契約の特別ルールを定めています。</p> <p>特定商取引法（昭和51年「訪問販売法」施行後、幾多の改正を経て現行法へ）</p> <p>消費者トラブルが特に多い7つの取引類型について、契約の特別ルールと行政規制に関する規定を定めています。</p>

21

Table 22

<p>Aさんのケースに特定商取引法を当てはめると</p> <p>……</p> <p>キャッチ・セールスは「訪問販売」</p> <p>エステは「特定継続的役務提供」</p> <p>クーリングオフができるほか、</p> <p>エステに関しては、クーリングオフ期間を経過した後も法定の費用を支払って、将来に向けて契約を解除することができます。</p>	<p>クーリング・オフ</p> 
---	--

22

Table23

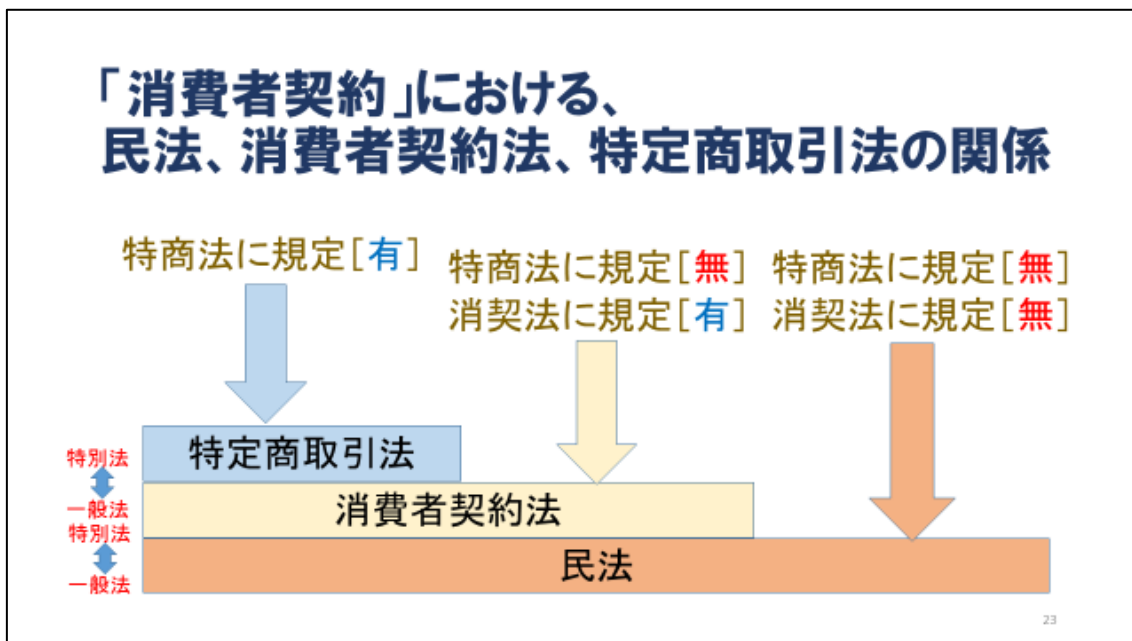


Table 24

消費者契約の特別ルールは、事後的な被害救済のためのルールです。

要りません!

トラブルになる前に、**本心**をはっきり**表示**するほうが、余計な労力をかけずに済みそうですね。

契約する・しないは自由です!

Table 25

<p>【まとめ】 契約の基本ルールでは、</p> <p>契約成立には、相対立する意思表示の合致が必要。 契約は自由である。 契約は法律関係(権利・義務)を形成し、責任を伴う。</p> <p>消費者契約の特別ルールでは、</p> <p>意思表示に必要な情報力・交渉力格差の是正が必要。 事後的な被害救済ルールだが、未だ万能薬ではない。 事前の被害防止を忘れてはならない。</p>
--

Table 26

<p>被害防止のための情報の吟味</p> <p>吟味すべき情報の「重要」な事項</p> <p>1. 契約の目的となるものの 質、用途、その他の内容 対価、その他の取引条件</p> <p>2. 契約相手の情報</p>
--

Table 27

<p style="text-align: center;">情報を吟味して行動に結び付ける力は何か？</p> <p>いったん立ち止まれる力(「契約の目的そのものに対して吟味する力」) 「本当にそれが必要なのだろうか?」、「他に選択肢はないのか?」など</p> <p>比較検討する力(「質・用途」と「価格」のバランスについて吟味する力) 「価格と品質等が必要性に合っているか?」、「付いている機能は全部必要?」など</p> <p>リスクを感じ取る力(「対価」や「その他の取引条件」を吟味する力) 「代金の支払い時期と商品の受取時期に不安はないか?」、「支払えるか?」など</p> <p>確認する力(「その他の取引条件」を吟味する力) 「返品条件は?」、「商品に不具合があったときの条件は?」、「その他の取引条件は?」</p>

Table28

<p style="text-align: center;">第二部</p> <p style="text-align: center;">取引における消費者被害 に遭ったら、どうする?</p> <p style="text-align: right;">26</p>
--

Table 29

ここでクイズです。

日本における消費者被害金額は、
次のどれ？（平成27年度消費者庁推計値）

- ① 約6百億円
- ② 約6千億円
- ③ 約6兆円

27


Table 30

商品・サービスに係る
消費者被害の推計額は、

約 6.1兆円

（平成28年6月9日消費者庁発表）

人口一人当たり
年間約5万円が、
何らかの**トラブル**
が発生している契
約によって支払
われていることに。



※全国の消費生活センターに寄せられた相談の平均的被害額と消費者意識調査による被害割合をもとに推計された、平成27年度の数値です。

28

Table 31

合理的な判断をしたつもりでも、被害に遭うことも・・・

あなたが被った消費者被害は、あなた一人だけの問題ではありません。

取引における消費者被害に遭った時の態度

についてお話しします。




Table 32

第一部で、
消費者が自己決定を責任を持って行うには、
一定の環境整備が必要であることを考えて
きました。

35


Table 3 3

1. あきらめたり、泣き寝入りしてはいけません！

自らの意思決定が、どこで、どう間違った方向へ進んだのか、**まずは整理**してみましよう。

必要な態度


感情的に相手を責めない！
消費生活相談センターに相談しましょう！



36

Table 34

よい事業者は消費者の声を大切にします。






事業者でつくる**協会などの団体**は、**消費者取引の適正化**に向けたさまざまな取り組みをすすめています。

Table 35

2. あなたに起こった消費者被害は、
あなた一人の問題ではない
ことを認識しましょう！

消費生活センターに相談しましょう！
消費生活センターを利用すると、

相談情報は「PIO-NET」という情報網に集約され、
行政機関に情報共有されます。(個人情報を除く)



33

Table 36

そうするとどうなるか？

STOP! 消費者被害の拡大を防ぐことが
期待できます。



 社会の実情に応じた
法律の制定や改正に
つながる可能性が出てきます。

Table 37


 **STOP!** 消費者被害の拡大を防ぐことが期待できます。

国又は都道府県
法規に違反する悪質な事業者の勧誘行為に対して、**行政指導**や営業停止などの**行政処分**を行い、市場の健全化に努めています。

神戸市
「**神戸市民のくらしを守る条例**」を制定。条例により不当な取引行為を禁止するのをはじめ、消費生活情報の収集・発信、消費者教育などの対応を行っています。

40

Table 38

 **社会の実情に応じた法律の制定や改正につながる可能性が出てきます。**

現行の法制度では解決できない問題もあるからです。

41

Table 39

消費者基本法 第二条

「消費者政策」は、


……消費者の**安全が確保され**、商品及び役務について**消費者の自主的・合理的な選択機会が提供され**、
……………(略)……………
並びに消費者に被害が生じた場合には**適切かつ迅速に救済されること**が、**消費者の権利であること**を尊重する……………(ことを)**基本として行わなければならない**。

42

Table 40

泣き寝入りしなければならないような消費者被害に対しては、**適切かつ迅速に救済されるよう**、粘り強く国に働きかけていくことが大切です。

そこで、
消費者の声を反映して働く
消費者団体の役割
が重要になります。



43


Table 41

消費者団体の一例を紹介します。

適格消費者団体(コラム参照)は、不当な広告や契約条項について「**差止請求訴訟**」を提起できる制度を活用しています。

あなたが寄せた消費生活相談情報が、この制度を使う上で重要なのです。


<コラム> 適格消費者団体
平成28年4月現在、全国に14の適格消費者団体が存在しています。
兵庫県にはNPOひょうご消費者ネットがあり、消費者問題解決に熱心な一般消費者や消費生活相談員をはじめ、弁護士、司法書士といった法律専門家によって運営されています。



39

Table 42

多くの人が、
トラブルに遭っても泣き寝入りせざるを得ない実情




平成28年10月1日以降、多数の消費者に財産被害が発生した場合、特定適格消費者団体に、**個々の消費者に代わって訴訟を提起できる新たな制度がスタートしました。**
(消費者の財産的被害の集団的な回復のための民事の裁判手続の特例に関する法律)

Table 43



Table 44

契約の成否はあなたの意思表示にかかっている！
目の前の欲求のみに惑わされて即断せず、
契約内容を確認する慎重さを持ってください。
被害に遭った場合は、必ず消費生活センター
に相談して下さい。



暮らしやすい社会をつくるには不断の努力が必要！
公正で暮らしやすい社会の発展のために産業界・行政・
消費者団体に取り組んでいることに目を向けてください。

未来の社会は、君たちの力によって輝くことでしょう。

47

Ⅲ.

参考事例

<注意事項>

ここに掲載しました参考事例は、本教材の作成にかかわったメンバー（メンバー名は巻末掲載）が個々に経験又は見聞きしたことに脚色を加えて作成したものです。消費者契約の法律効果を具体的に捉えるためのツールとしてご利用ください。

1. 勧誘を断り切れずに契約してしまって後悔する事例

(1)連鎖販売取引(マルチ商法)で多額の借金を抱え、友達も離れていった事例

野田氏(1期)提出事例

連鎖販売取引(マルチ商法) ロールプレイ

私:会場の学生に演じていただく 同一サークルの先輩:会場の学生 or 講師 が演じる

同一サークルの先輩

投資用 DVD を購入したんだけどね。これを使えば誰でも儲かるって言われて、半信半疑だったけど有名人のお墨付きもあったから自分も使ってみただけど・・・、なかなかこれが役に立つ優れたものでね～。実際に使ってみたら、早速 10 万円儲けが出たんだ。

私

へえ～？そんなに儲かる方法があるんだ。

同一サークルの先輩

(DVDを見せながら)興味ある？あまり人には教えたくはないんだけど、君は信頼おけそうだから、紹介するよ。

まずは、その投資セミナーへ一緒に行ってみないか？

投資セミナー会場へ。そこで DVD 購入の勧誘を受ける

同一サークルの先輩

DVD 一式 40 万円、ちょっと値が張るけどまだ安い方だよ、それに、すぐに元は取り戻せるから。

私

そんな大金、持ってないですよ。

同一サークルの先輩

ローンでもいいんだよ。それに、君、バイトしているんだろ？だったら、未成年者でもキャッシングできるんだよ。

私

お金を借りるんですか？そこまでして買うのはどうも・・・

同一サークルの先輩

実は、この DVD を紹介すれば紹介料が入るんだよ。一人 10 万円。4 人紹介するだけで元は取れるよ。

4 人くらい簡単だろ。僕も助かるしさ。お互いウィンウィンだろ。先輩を助けると思って、ね、いいだろ。

先輩の積極的な勧誘に断り切れず購入。ローンを組みました。

でも、結局、儲けも出ず、紹介も出来ず、ローンだけ残り、また、友達からは不審がられ友達が減っていきました。

.....
演じてみての感想を聞く。

- ・よく似た事例を聞いたことがあるか？
- ・体験したことは？
- ・問題点は何だろうか？（あえて講師からは何も伝えず）感じたままを挙げてもらう。

<<<契約する・しないは自由>>>

- ・契約を思いとどまることは出来なかったのか
 - ・そんなうまい儲け話はない。簡単に儲かる話はない。
 - ・自分にとってその商品が本当に必要だったのか。
 - ・将来の儲け・楽しみをあてにして、借金をして物を購入しようとする姿勢。
 - ・購入後にどんなトラブルが起きるか、を想像する。予備知識はあるか。
 - ・この勧誘・契約は怪しいと気付く消費者力

<<<一旦契約が成立すると責任が生まれる>>>

- ・契約は成立したか
 - ・契約とは・・・当事者の一方の「申込」と他方の「承諾」で意思表示が一致した場合に契約が成立。
 - ・どの時点で成立・・・口約束も契約
 - ・正しい契約か・・・契約書の内容を確認。うまい話は詐欺も疑う。

<<<トラブルを回避できる力>>>

- ・契約に際して確認すべきこと
 - ・商品についての信頼性、必要度・・・要らない物ははっきり断る
- ・契約書を交わす重要性
 - ・説明を受けた話と実際の契約内容は同じものか。合意の内容を双方が確認。
内容を確認しないまま、また曖昧なまま、押印やサインをしない。
トラブルになった時、重要な証拠。
 - ・契約書面内容・・・書面の不備はないか。クーリングオフの記載、説明はあったか
 - ・返品は可能か、DVD が何本もある場合、一部開封し残りは未開封の場合、全部未開封の場合
- ・返品の場合の返金額・返金方法（すぐ現金で返金？後日振込み？後日なら何日後？）

<<<トラブルに遭った時の行動>>>

- ・契約後、契約解除したい

・適用される法律

民法・・・詐欺、未成年者取消、

特定商取引法・・・不実告知、

クーリングオフ: 20 日間、書面記載や説明がなければ、20 日間過ぎてもクーリングオフ可能

訪問販売を主張した場合、クーリングオフ: 契約書面交付日より8日間

消費者契約法・・・不実告知、業者の意図的な不告知による誤認契約は契約取消対象(誤認に気付いて 6 か月、契約締結から 5 年)

- ・クーリングオフ期間が経過していても中途解約は可能。クーリングオフが出来るからと安易に契約してはいけない。

実際には(業者によっては)大変な労力を必要とする。

・業者は簡単には解約に応じない。言葉巧みに引き止める可能性が大きい・・・一人で立ち向かうのは難しい・・・消費者センターへ相談。

・キャッシングにクーリングオフはない・・・返済のために、ショッピング枠の現金化・・・多重債務の始まり

・次に誰かを誘えばあなたも加害者に

・今後の行動

- ・泣き寝入りしない。毅然とした姿勢。諦めない。

- ・この勧誘・契約は怪しいと気付く消費者力

- ・次の被害者を産まない、産ませない。

一人でも声を上げることで悪質な商法をなくしていく、という消費者としての自覚、問題意識を持つ。

萬代氏(5期)及び菅野氏(3期)共同提出事例

※文中のイラストは、消費者庁のイラスト集を使用

① エピソード3
マルチ商法には気をつけて編

① 友人や先輩が 目的を明かさず に誘い出す

先輩！
元気でした？
食事ですか？
いいですよ。

久しぶりだな。
いい話があるんだ。
食事でも行かないか？

【大学生 20歳以上】

② 内容がよくわからない投資用DVDなどの商品の購入を勧める

近い将来始まる投資
サービスがあるんだよ
このDVDにはその儲
かるノウハウが紹介さ
れているんだ。
50万円だけとすぐ取り
返せるよ。

「食事をしていてと男が現れた。
「すごい人なんだ。
話だけでも聞いてみな。」
と先輩に紹介された。」

③ 「お金がない」と言うと借金を勧める

すぐに儲けて返せるよ。
とりあえず学生ローンで
借りればいい。
アルバイトの月収を多め
に申告して、ダブルス
クルールのための費用だ
と云えば、借りられるよ。
セミナーなどで儲けるサ
ポート体制もあるから。

50万円なんて払えるわけがない。
「そんなお金用意できない。」と断ったんだけど...

④ 断れない雰囲気をつくり
現金(借金)で購入させる

借金の申込

投資用DVDの購入

「自分には無理だ。」と何度も
言ったのに、しつこく勧誘され
先輩の顔も潰せないと思っ
た。

⑤ DVDを見るがもうからない
学生ローンの返済日も迫る

どうしよう!!!
借金も返せない...

こんな内容、
自分には
やっぱり無理
だあ...

⑥ 新たに友だちを紹介してくれたら
紹介料がもらえる と言われる

まだ儲けが
でてないから
大変だろう。
友だちを紹介
してくれたら
紹介料として
8万円支払うよ。

ローン(借金)の返済日が
迫ったある日、あの男から
呼び出された。

借金を返すために誰かを紹介しないといけなくなる。
そして先輩が自分を食事に誘ったのも、紹介料をもら
うためだったとわかりショックを受ける。
仕方なく自分も、友人に誘ったりしたが断
られるばかりで、投資の利益も紹介料も得
られず、借金の支払いだけが残った。

お金だけでなく、大切な
友人も失うかもしれません

さて、この場合は

クーリング・オフできるでしょうか？

マルチ商法
(最近では「ネットワークビジネス」
と称していることもある)



クーリング・オフできます

(2) キャッチセールスに遭い、不要なものを購入してしまった事例

岡本氏(3期)提出事例 ※文中のイラストは、消費者庁のイラスト集を使用。

エピソード1



A子さんは真面目で大人しい性格の女性です。

周りの人からも「A子さんは、いい人よ」と、よく言われます。

実際、A子さんが他人と口論するようなところを見かけた人がいません。

そんなA子さんが、ある日、街角で勧誘員の男性に声をかけられました。

勧誘員は「近くの店舗で、無料の美容講習やっています。」と誘います。

A子さんは、無料ならいいかと思い、その男性についていきました。



お店では個室に案内され、美容アドバイザーという女性がいて、実際に化粧品を使って化粧の仕方を講習してくれました。



しかし、講習は無料というから来たのに、講習が終わると、化粧品の購入を勧められました。

化粧品をセットで購入すると、総額5万円のところを、**今なら3万8千円**にするといいいます。

A子さんは化粧品を**買う気持ちはなかった**のですが、断ったら「親切に美容アドバイスをしてくれた人に悪い」という気持ちもあり、「今なら安くする」という熱心な勧誘に十分考える余裕もなく、化粧品セットを購入してしまいました。

でも、毎日の生活費にも困っているのに、こんな高額な買い物をしてしまったことを**今は後悔**しています。





＜契約の基本ルールに照らして考える＞

A子さんの場合に立ち戻って考えてみましょう！
 他人を思いやる優しい気持ちをもったA子さん
 の人柄は、掛け替えのないものです。また、A子
 さんの納得できない気持ちもわからないわけではあ
 りません。

しかし、契約の基本ルールに従えば、Aさんは、内
 心の本当の気持ちに反したとしても、詐欺や脅迫され
 等の特別の事情がない限り、「買います」という意思表
 示を取り消すことができず、**商品代金支払い債務を負うこと**
 になります。「**意思表示**」は重要です。

※この件は、また後で取り上げます。



＜契約の特別ルールに照らして考える＞

**「消費者契約」の特別ルールを
 A子さんのケースに当てはめると…** **クーリング・オフ**

キャッチ・セールスも「訪問販売」と解釈さ
 れています。特定商取引法が適用されます。

消費者に考える時間を十分に与えない**不意打ち的な勧誘**
方法には、「**クーリング・オフ**」という制度が定められるよう
 になりました。

頭を冷やす
 ちよっと
 な興味ある

萬代氏(5期)及び菅野氏(3期)共同提出事例

※文中のイラストは、消費者庁のイラスト集を使用

～エピソード2
 キャッチセールス編

簡単な
 アンケートに
 こだわって
 ませんか？

「少しの時間なら」と
 アンケートに回答したAさん
 すると…

お肌の
 診断？
 ちよっと
 な興味
 ある

あまり時間がない
 ので、それでも受け
 入れさせていただきます。

ご協力ありがとうございます
 もう少しお時間よろしければ
 ショップの方で
 お肌の診断チェックをさせて
 もらうのも無料です。

こちらの化粧品「
 せひ当店の美顔エステ
 を含ませて」
 今日は無料で体験して
 ね

家ではこちらのス
 チーマーでお手入れ
 して下さればさらに
 効果があります。







入店から
 3時間以上
 次に商品を紹介された

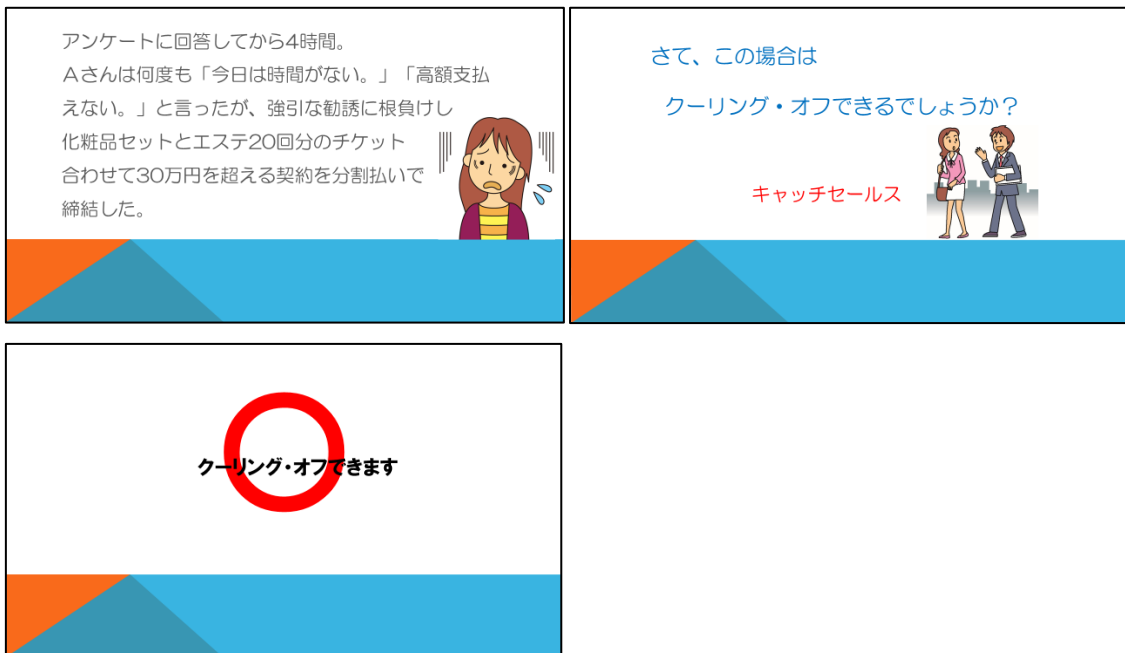
エステサロン「Kobee」へ
 案内され、お肌診断チェックを
 受けました。

オイル肌肌のようにね。
 基礎化粧品
 何使ってらっしゃいますか？

こちらの化粧品で
 若いうちからお手
 入れしていただ
 くと、これからも
 安心よ。

スチーマー

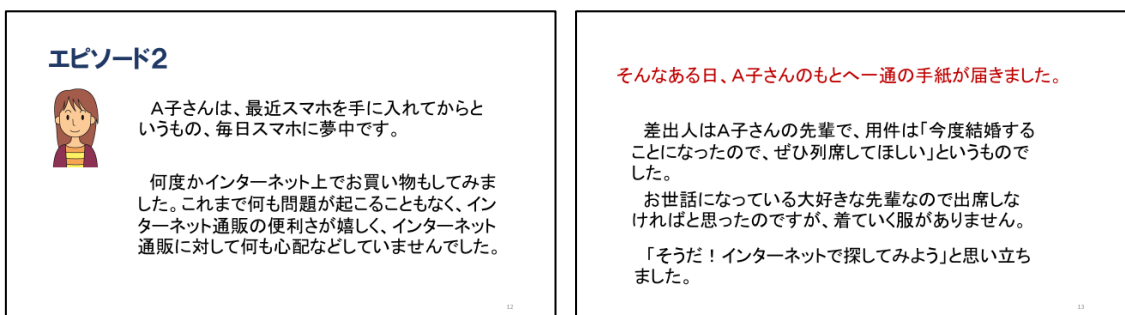


2. 契約条件をよく確認しなかったために後悔する事例

(1) インターネット通信販売で、返品をめぐり困ったことになった事例

岡本氏(3期)提出事例

※文中のイラストは、消費者庁のイラスト集を使用。





披露宴の服装について調べると、通信販売のサイトが多数あることがわかりました。

いろんなパーティ用ドレスの写真を見ているうちに次第にほしいと思う気持ちが高まり、写真で気に入った一着を選んで購入の申込をすることにしました。

ドレスに合わせてパンプスも、購入を申し込みました。

14

7日目に商品が両方も一緒に届きました。

するとどうでしょう。ドレスは、Bさんがスマホのモニターで見た色合いと少し違うのです。

試着してみましたが、写真で見たモデルのイメージ通りとはいきません。胸のあたりも少しきつい感じがします。

15

一方、パンプスのほうは試着してみるとサイズはピッタリで気に入りました。

履いたまま外に出て履き心地を試していたところ、うっかり玄関口の段差につま先が軽く当たってしまいました。

驚いたことに、軽く当たっただけのつま先部分の底皮が、数センチはがれてしまったのです。

16



滅多に怒ったことのないAさんでしたが、販売店に興奮して電話をしました。

「こんな粗悪品を送ってきて、何考えているの!」「ドレスもパンプスも返品するからお金を返して頂戴!」と。

しかし、事情を聞いた販売店は、「ドレスの返品には手数料と返送料がAさんの負担になります」と言い、「パンプスの返品を承ることはできませんが、修理をさせていただきます」と言います。

Aさんは納得がいきませんが、どうなのでしょうか?

17

<契約の基本ルールに照らして考える>



Aさんの場合に立ち戻って考えてみましょう!

他人を思いやる優しい気持ちを持ったAさんの人柄は、掛け替えのないものです。また、Aさんの納得できない気持ちもわからないわけではありません。

しかし、契約の基本ルールに従えば、Aさんは、内心の本当の気持ちに反したとしても、詐欺や脅迫された等の特別な事情がない限り、「買います」という意思表示を取り消すことができず、**商品代金支払い債務を負うこと**になります。「**意思表示**」は重要です。

※この件は、また後で取り上げます。



18

<契約の特別ルールに照らして考える>

エピソード1の場合、

Aさんの優しい人柄については、「**契約は別物**」と**考えて、「要りません!」**と、はっきり断ることが大切です。

しかし、Aさんが十分に考える余裕を与えられない状況に追い込まれたのは、**相手にも責任の一端がないとは言えません。**

「**無料の講習会**」と言って誘いながら、不意打ち的な方法で、高価な化粧品購入を勧誘したのですから。



19

エピソード2「通信販売」の場合はどうでしょうか?

「通信販売」には、ケース1のような「不意打ち」的要素がないため、「クーリング・オフ」制度は適用されないとされています。



「不意打ち」的要素とは、電話勧誘や訪問勧誘のように、突然に勧誘することが消費者に十分考える余裕を与えないため、そのように言われています。

20

すべての「契約」で言えることです...

誰と...契約するのか!

(相手の債務不履行リスクの回避ができていますか?)

何を...契約するのか!

(商品の仕様、サービスの内容、etc. は、確認できていますか?)

どのような条件で...契約するのか!

(返品条件、解約条件、その他の取引条件は確認できていますか?)

しっかり確認しないと、あとで契約したことを後悔することになりかねません。

21



通信販売の取引条件に関しては、例えば、こんな複雑なものも目にします。

あるサプリメントのネット通販の広告です。

安心!「110日後の全額返金保証制度」

品質には自信を持ってお勧めしています。しかし、3か月毎日お飲みいただいたにもかかわらず、ご満足いただけなかったら、

ご購入代金を全額返金します。

詳しくはコチラをご覧ください。

コチラをクリックすると...

24

返品申請の条件

- ・毎日飲み続けていること。
- ・購入日から7日以内に飲み始めること。
- ・定められた期間(105日~110日に弊社必着)に返品申請をすること。
- ・初回配送商品のアルミパウチ・納品書、2回目配送商品の化粧箱、アルミパウチ、納品書、3回目配送商品の化粧箱、アルミパウチ、納品書、4回目配送商品の化粧箱、アルミパウチ、納品書を郵送いただくこと。
- ・キャンペーンのご利用は一人一回限り。5回目の発送以降は返金をお受けできません。

25

(2) 売り手のマーケティング戦略に目を奪われ、契約条件まで考えがおよばなかった事例

田村氏(4期)提出事例 ※文中のイラストは、消費者庁のイラスト集を使用。

エピソード

Mさんは、真面目で大人しい性格の女性です。
最近食べ過ぎて、運動不足だと感じていました。

そこで、身長に対する肥満度の指標BMIを計算したところ、25以上で要注意でした。

また、腹囲も90以上と要注意でした。

「ダイエットは、しなくエッてッはト！」

さっそく、Mさんは、ネットでダイエットを検索したところ、

「余りにも多い選択肢を「選べなく」なるよね」

ダイエット食品がたくさん紹介されていて、どうしたら良いかわかりませんでした。

「DHA」「ビタミン」「酵素」

そんなMさんが、ある日、テレビを見ていたら、有名なタレントさんが、

「ダイエット食品Aを3ヶ月間試食したら「体重が4.3kg減り、腹回りがこんなに引き締まった」「毎日体重計を見るのが楽しめた」と得意そうにおしゃべりされていました。

「凄い！」

また、別の日、Mさんが、テレビを見ていたらダイエット食品の特集がありました。

その中で、ダイエット食品Aが、また、紹介されていました。

「体脂肪を燃焼させる効果が高い成分を一定量含んでおり、体脂肪を減少させ、BMIの改善に役立つこともある。」

「これだわ」

機能性表示食品として届出されている。

そこでMさんは、さっそく、ネットで、ダイエット食品Aを検索しました。

ネット通販で、ダイエット食品Aが販売されていました。

「初回限定 特別価格」「お値段は半額です」「3ヶ月間試食して効果が見られない時は、残り分返品して下さい」「返品分は無料です」

「チャンス」

そこでMさんは、ネット通販の規約も良く確認しないまま

「ダイエット食品AはテレビでもしてだしBMIの改善に役立つぞうだし機能性表示食品だし今、お買い得だし」

ダイエット食品Aの試食を申込みをしました。

「大丈夫かしら？」

でも、3ヶ月過ぎても効果が見られなかったため、取消すことにしました。

「なかなか保有効果もあげ間違いを認められないよね？」

しかし、なかなか取消せないようだ。

Mさんは納得がいきませんが、どうなのでしょう？」

<契約の基本ルールに照らして考える>

Mさんの場合に立ち戻って考えてみましょう！

Mさんは、肥満度の結果にショックを受けていた。
ネットで、ダイエットを検索したら

ダイエット食品 → いっぱいあるよね →

Mさんは、無意識のうちに
選択のヒントを探していました。

Mさんの意思の変化

有名なタレントや、テレビの特集で、
ダイエット食品Aを認知した。

ダイエット食品Aは
体脂肪を燃焼させる効果がある
「良さそう」、「使ってみたいな」と買いたい欲求が高まった。

「安い」「お得」
「初回限定 特別価格」「お値段は半額です」

売手手のマーケティング戦略(商品を知り→感情を刺激→購入行動)

**事業者の戦略に踊らされた
気持ちもわからないわけではありません。**

しかし、契約の基本ルールに従えば、Mさんは、内心の本当の気持ちに反したとしても、詐欺や脅迫された等の特別な事情がない限り、「買います」という意思表示を取り消すことができず、**商品代金支払い債務を負うこと**になります。「**意思表示**」は重要です。

※この件は、また後で取り上げます。

<契約の特別ルールに照らして考える>

クーリング・オフとは

消費者に考える時間を十分に与えない
不意打ち的な勧誘方法には、「**クーリング・オフ**」という制度が定められるようになりました。

クーリング・オフ
頭を冷やす

- 一定期間であれば、無条件で契約を解除できる。
- 契約した後、頭を冷して考え直す期間。
- 特定商取引法で定められている。

1.クーリング・オフできるか

① 取引形態(商法名)は 通信販売以外か
② 契約日はいつ 契約書面の受領日から8日以内か
速達販売取引(マルチ商法) 20日
業務提供取引(販売取引) 内閣府商法) 20日
③ 契約対象は何か クーリング・オフ適用除外商品・サービスでないか
契約締結後直ちに履行される債務 マッサージ、カラオケなど
契約締結後すまやかに提供される必要がある債務
自動車販売、電気・ガス、携帯電話など通信、新聞販売など
政令指定消耗品を使用・消費してよいか
健康食品、化粧品、石鹸、履き物、防虫剤など
④ いくらで購入したか 総額が3000円未満の現金取引ではないか

「クーリング・オフ」に
適用されない
不意打ち的な勧誘方法

2. 中途解約できるか

特定継続的役務提供の下記の指定業種は
中途解約権があります

8日過ぎても、利用しても、中途解約できる
また、関連商品として政令で指定されたものも一
体として中途解約できる

① エステティックサロン ④ 学習塾
② 語学教室 ⑤ パソコン教室
③ 家庭教師 ⑥ 結婚相手紹介サービス

違約金特約があれば消費者に支払の義務あり
返還の費用は消費者負担

対象外で
ダメのようね！

3. 契約を取消せないか

① 契約場所はどこ
業者の店舗や営業所など以外か
販売目的で告知された通りに行かず、申込みと異なる場合
② 契約者は誰
父母(法定代理人)の同意を得ずに行った
未成年の契約は取消せる
③ 消費者契約法で考えてみる
① かつの情報を与えられた場合
② 消費者に不利な情報が提供されない場合
③ 不確実な情報を事実な情報として告げられた場合
④ 勧誘の場所から出ていけぬ、又出て行かせぬ場合

対象外で
ダメのようね！

<以上を総合して考える>

<p>反省すべき点</p> <p>良く考えたら、ダイエット食品Aを試食するだけで、適切な運動、食生活もしてなかった。また、本当に、食品Aはダイエットにどの程度効果があるのか確認不足であった。ネット通販の規約も良く見てなかった。</p> <p>事業者にも有利な規約が、デフォルト値に設定されていることが多いので注意が必要です。</p>	<p>民にはまらないためには、必要な情報の入手も大切だよな!</p> <p>「機能性表示食品」の表示は、2015年4月より届制で表示可能となった。 (消費者庁の食品表示のホームページで確認できる。)</p> <p>食品A一般消費者向け資料。効用については、「改善に役立つこともある。」テストケースの母体も200人程度であり、改善値も1%程度であった。</p> <p>なんだ、この程度であったのか!</p>
<p>今回のエピソードを通して「意思決定」の大切さについて色々学んだよね!</p> <p>一瞬 「自分の考えは正しいのか」 批判する習慣を 身につけることが 大切なんだよ!</p>	

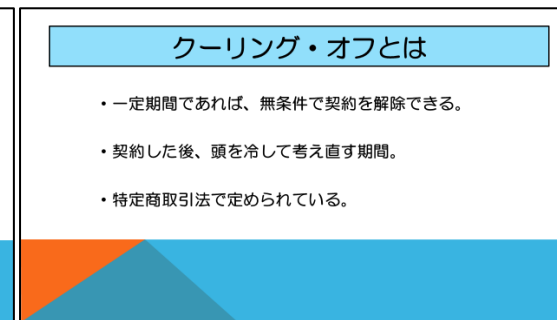
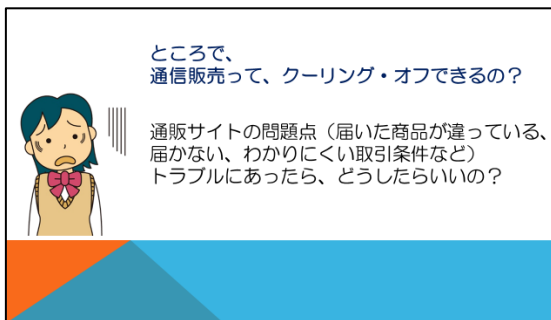
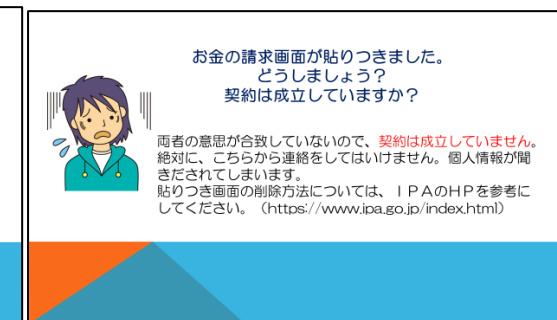
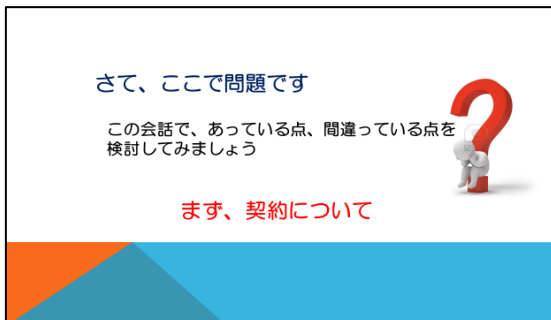
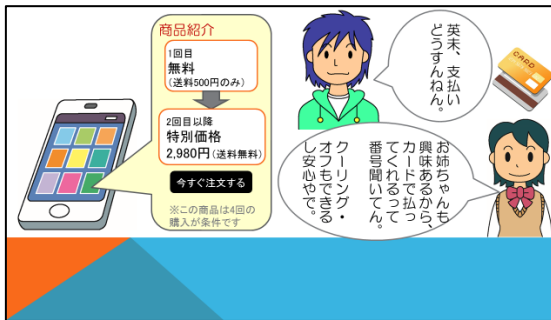
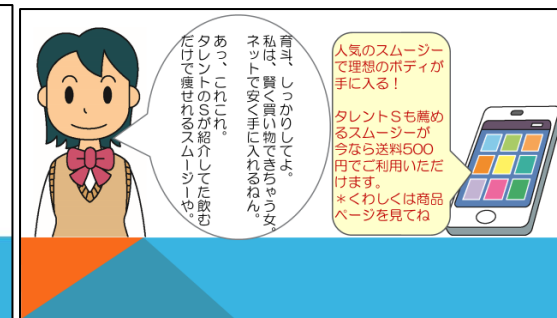
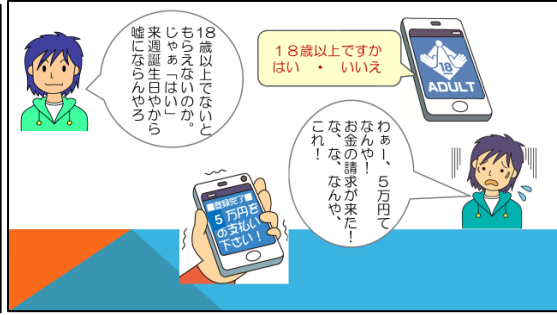
3. 安直な行動や間違った知識で困ったことになった事例

(1) インターネット通信販売(クレジット契約を絡めて)

萬代氏(5期)及び菅野氏(3期)共同提出事例

※文中のイラストは、消費者庁のイラスト集を使用。





クーリング・オフできる取引

- ①訪問販売：店舗以外の場所で勧誘されおこなった取引（キャッチセールスなど）
- ②電話勧誘販売：電話で勧誘されおこなった取引
- ③特定継続的役務提供契約：外国語教室やエステなど継続的に役務を提供する取引
- ④連鎖販売取引
：次々に販売員を勧誘させ、販売組織を連鎖的に拡大して行う商品・役務の取引
- ⑤業務提供誘引販売取引
：内職を勧誘し、仕事に必要な高価な商品等を先に購入させる取引
- ⑥訪問購入：業者が家にやってきて品物を買取取る取引

クーリング・オフすると・・・

- ・支払済みの代金は全額返金される。
- ・商品の送料は業者の負担で返品できる。
- ・返金にかかる振込手数料なども業者負担。
- ・サービスを受けていても、代金を払わなくてよい。
- ・工事が始まっていても業者負担で元に戻してもらえる。
- ・浄水器や布団などは使っていてもそのまま返せばよい。

クーリング・オフできないものは

- ・訪問販売などで3000円未満の商品を現金で払った場合
- ・通信販売
- ・スーパーやデパートなどの店舗で購入した場合
- ・化粧品などの指定消耗品を自分から使用した場合（連鎖販売取引）
- ・自動車（リース契約含む）

※訪問購入については、書籍・DVD・家具・家電なども

通信販売ではクーリング・オフの制度が適用されません

「返品特約」は販売事業者によってさまざまです。
特売品や特殊な商品などは返品不可の場合もあります。

「返品特約」その他の取引条件をよく確認しましょう！
不安があれば、問い合わせたうえで納得して契約しましょう！

契約は難しいもの。取引条件をよく確認して！

通信販売の場合

特にネット通販では、取引の相手が見えません。サイトがいつの間にか消えてしまうこともあります。



通信販売の広告では、一つの画面に記載できる情報は限られます。欲求を喚起する情報が前面に出やすく、こまかい取引条件を見落としがちになります。

それから・・・

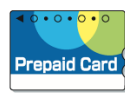
他人のクレジットカードを使ってはいけませんね。
パスワードも、使いまわさないようにしましょう。



カードの種類について



クレジット
カード



プリペイド
カード

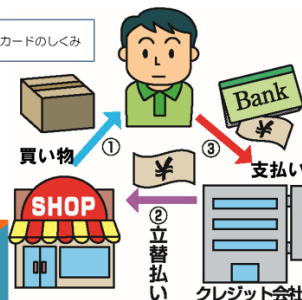


ポイント
カード



Electronic
money

クレジットカードのしくみ




クレジットカードでの支払いは、
借金です！

決済をするときに返済についても
考えましょう！

(2)アフィリエイトに関する事例

菅野氏(3期)提出事例 ※文中のイラストは、消費者庁のイラスト集を使用。

エピソード(アフィリエイト、サイドビジネス商法)




Aさんは飲食店でアルバイトをしながら生活しています。

最近欲しいブランドバッグを見つけ、もう少し稼ぎたいと思っていました。


インターネットで何か効率のいいアルバイトがないか検索していました。

【在宅ワーク】アルバイト募集、時給1100円スタート




ちょっと気になるサイトを見つけ、申込みをしました。


すると1時間後、サイトの担当者からAさんに電話が入り、仕事の内容について説明されました。




この仕事は自宅で、ブログなどのホームページで提携する企業の広告を貼ってもらい紹介してもらい、いわゆるアフィリエイトです。だいたい月30～40万円の収入になりますよ。




アフィリエイトって聞いたことある～。興味はあるけどブログとかやったことないし、私には無理そうだわ



ホームページの制作はこちらが用意するシステムを使ってもらいますので心配ありません。サポート体制がしっかりしていますから安心です。基本契約料とホームページ制作料で最初に**39万円の資金が必要**となりますが、**1ヶ月で必ず回収**できますから心配ありませんよ。




39万円なんて支払うのは難しい・・・



紹介する**消費者金融**で借りればいいですよ。1ヶ月で回収できますから、問題ありません。

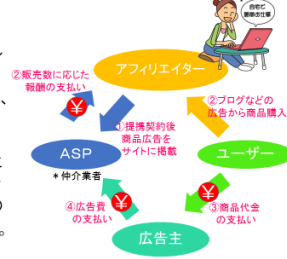
事業者と言われるままに消費者金融でお金を借りて契約を提携し、ブログをスタートさせたAさん。

しかし、半年たっても月1万円程度の収入しかありません。事業者のサポートを要請しましたが、「ブログをもっと更新するように」と言われたり、効果的な集客サポートには別途料金がかかると言われた。



アフィリエイトとは

- ホームページ、ブログやメールマガジンを閲覧したユーザーが掲載されたリンクをクリックし、商品を購入したり、サービスを申し込んだりした場合、商品の売上高の一部やサービスに賦課された額のお金がそのサイト、ブログやメールマガジンの運営者に還元されるシステム。インターネット広告の一つ。



①提携契約後商品広告をサイトに掲載
②ブログなどの広告から商品購入
③商品代金の支払い
④広告費の支払い

ASP *仲介業者

②販売数に応じた報酬の支払い

サイドビジネス商法の問題点

- 簡単に儲かるかのように説明する
- 勧誘時の説明と実際の内容が大きく異なる
 - ・十分なサポートがある → さらなる請求を求められることも
 - ・高額収入を得られる
- 業務に必要として高額な商品や教材の購入をさせられる
- 高額な費用の支払いに消費者金融やクレジットカード等を利用させる

【あとがきに代えて】

平成29年2月25日に開催された、神戸市市民参画推進局市民生活部消費生活課主催の「消費生活マスター活動報告会」における報告内容をもって、「あとがき」といたします。

研究会活動の報告

活動名称：消費者教育教材

「成人になる君のために～消費者契約編～〈概論〉の作成

研究会メンバー：野田 ひな子（1期）、岡本 啓文（3期）、菅野 みき（3期）、炭谷 英一（4期）、田村 泰造（4期）、緋本 順子（4期）、小笹 淳（5期）、島津 聖香（5期）、中村 真理子（5期）、萬代 淳子（5期）

報告者（発表者）： 菅野 みき（3期）、萬代 淳子（5期）

1. 本年度の活動目標

私たちは、“神戸市消費生活あんしんプラン2020”に基づき、神戸市の消費者行政に関し、市民参画の立場で貢献することを会の目的に設定し、本年度は「消費者教育のための教材作り」を目標に活動をスタートしました。

2. 活動内容

いざ「教材づくり」と言っても、特に消費者教育においては法律部分の解説は使用する言葉など慎重に作成されるべきと考えるため、私たちにできるか大きな不安でした。幸い、平成27年度の活動でつながりができた、適格消費者団体・特定非営利活動法人ひょうご消費者ネットより、私たちの活動への協力も可能であるとの力強いメッセージをいただき、進みだすことができました。

私たちは消費者教育の対象を「成人を間近にした若者」にしました。高校や大学教養課程の若者が社会に出て意思決定することが求められるその前に、心の準備をしてもらいたいという思いからでした。また作成した教材は研究会メンバーや他の出前講座講師だけでなく、できれば学校教育者の方にも教育現場で使っていただけるものに仕上げようと、高校の公民の教科書を含めたさまざまな教材を収集し、検討を進めました。

こうした検討の中、平成28年9月1日、法務省が民法の成人年齢を20歳から18歳に引き下げる改正案を翌年の通常国会に提出する方針を固め、パブリックコメントの募集を始めました。成人になったばかりの若者は、消費者トラブルの被害者となるばかりか、加害者にもなってしまう事件に巻き込まれやすく、私たちは多くの事例を見聞きしています。ですから作成している教材がとても重要となることを感じるようになりました。

た。

一定の体裁がまとまってきた昨年 11 月より、ひょうご消費者ネットへ法律上の助言を要請し、鈴木尉久弁護士にリーガルチェックをいただきました。また 12 月には会議の場にお越しいただき、ご指摘部分について直接説明を伺い、次のようなことを学びました。①法を論理的に体系づけている原理・原則を正確に理解すること、②その理解は知識のみに終わらず、他者、特に弱い立場に立つ人の思いに共感し、そのおかれた環境を思い量ることができること、であったと思います。鈴木先生が消費者の失敗を「自己責任」として片づけてしまう理不尽さを指摘される場面で、特に感じられたことでした。

また教材の作成途中でしたが、「育英高等学校」「兵庫県立神戸鈴蘭台高校」より神戸市に消費生活講座の要請があり、当研究会のメンバーが講師として登壇しました。先生方から学校における消費者教育の状況について伺うことができ、さらに実際の高校生の反応を見ることができました。そうしたことが教材づくりに大いに役立ちました。

学校に出講させていただいて

講座では、消費者として事業者と対峙するために、民法だけではなく、特別法としての消費者関連法があることを知ってもらい、若者が被害に遭いやすい事例をまじえて、消費者関連法を理解しておくことの有用性を説明することを盛り込みましたが、授業 1 コマ (50 分) という時間では、伝えるだけで精一杯でした。

また、こちらの言葉を受け取ってもらえてないと感じる場面もあり、もっと参加してもらおう工夫が必要だと感じました。しかし、聞いていないふりをしながらも、聞いてくれていることもあると信じて発信し続けることも大切だと同時に感じました。

今後さらに、消費者教育として伝えたい「自ら情報収集して、考え、意思決定することの大切さを理解してもらう」ために、例えば、携帯電話の契約や住宅の賃貸借などこれから出会う身近な課題について「どのように情報収集するか」「優先順位は何か」「どれだけ時間をかけて考えるか」など、『意思決定するためのワークショップ』を構成したいと考えます。その中で、自分とは違う解答を共有することも重要だと考えます。また伝える事例・考える課題、共有する価値観は、学校によって異なるため、統一した教材を目指すのではなく、核になる共通部分に加え、学校の先生方と消費者教育の機会を共有させていただく私たちとで作り上げる「セミオーダー型」が講座の質および結果に結びつくだろうとも感じました。

3. 教材の概要

第一章で講師用のガイド・ブックを記しました。本教材の位置づけを明確にするためです。第二章では参考例として、授業の中で行う講義の流れを示しました。授業の時間 (一コマ 50 分等) に合わせて使っていただくことが可能です。第三章は研究会メンバーが経験し又は見聞きしたトラブル事例に脚色を加えた事例を紹介しています。

4. 今後の活動目標、取組み予定

出前講座では、「生徒・学生が自ら調べ考えることが出来る講座」の要望が先生からありました。また高校生の反応からも、今後「問題解決の力」を「どのように学ぶか？」（アクティブラーニング）という観点での工夫が必要だと考えています。具体的にはこれから検討しますが、①スマホの契約、②賃貸住宅の契約、③ネット通販の契約、④アルバイトなどの労働契約などがアイデアとして挙がっています。

平成29年3月31日初回発行

本教材作成に関わった者の紹介

＜制作・著作；消費生活マスター法律問題研究会＞

野田ひな子（1期）、岡本啓文（3期）、菅野みき（3期）、
炭谷英一（4期）、田村泰造（4期）、緋本順子（4期）、
小笹淳（5期）、島津聖香（5期）、中村真理子（5期）、
萬代淳子（5期）、

※（ ）内は、神戸市コンシューマースクール卒業年度

＜制作支援；神戸市市民参画推進局消費生活課＞

事務局 川上峻介

＜法律監修；弁護士＞

弁護士会 鈴木尉久