

相談が相次ぐ「パソコン内職」

—高額な商品等を購入させる内職の契約は避ける—

「パソコン内職」とは、自宅でパソコンを使ってホームページ作成やデータ入力等の内職をしないかと勧誘し、内職に必要であると教材等を販売する取引である。このような「仕事を提供すると勧誘し商品等を販売する取引」を特定商取引に関する法律(以下、特定商取引法)では、「業務提供誘引販売取引」として2001年6月1日から規制している。

しかし、法施行後も業務提供誘引販売取引に係る相談は、毎年1万件を超えている。内職には「チラシ配り内職」、「あて名書き内職」、「テープライト内職」等があるが、なかでもパソコンを使う「パソコン内職」は、パソコンの家庭への普及(*1)を背景に増加を続け、2003年度には約7,700件に上った。

相談内容は、「月3～4万円は稼げるので、教材代を払っても報酬が手元に残る」、「仕事をするためには試験を受けてもらう必要があるが、誰でも簡単に合格できるから大丈夫」等と、月々の収入を保証したり、簡単に利益が得られることを強調したりして誘うことが多い。ところが、実際には「セールストークのような収入は得られない」、「業者の社内試験が難しくて合格できない」等の苦情になっている。相談からみると仕事を提供すると勧誘しながら、実は商品等を販売することが目的と思えるケースがあり、法施行前と苦情内容に目立った変化はない。

相談の約85%がクレジットを利用した契約で、手数料を含めると平均契約金額は約72万円である。収入のない主婦に数十万円の契約をさせたケースも多い。

このような状況の中で、2003年度には販売業者の倒産等の相談が「パソコン内職」の相談の4割を超え、クレジット会社の加盟店審査・管理の問題が浮き彫りになった。また、消費者は100万円近くの契約を家族に知らせずに契約したために、販売業者等が倒産後、支払いの目途が立たなくなってしまったというケースもある。

そこで法施行後も相談が多い「パソコン内職」の問題点を整理・分析し、消費者被害の未然防止・拡大防止のために、契約にあたっての注意点等を情報提供するとともに、関係機関への要望等を行うこととする。

(*1) 内閣府経済社会総合研究所による消費動向調査(2004年3月実施)によるとパソコンの全世帯の普及率は1999年3月は29.5%、2000年3月は38.6%、2001年3月は50.1%、2002年3月は57.2%、2003年3月は63.3%、2004年3月は65.7%である。

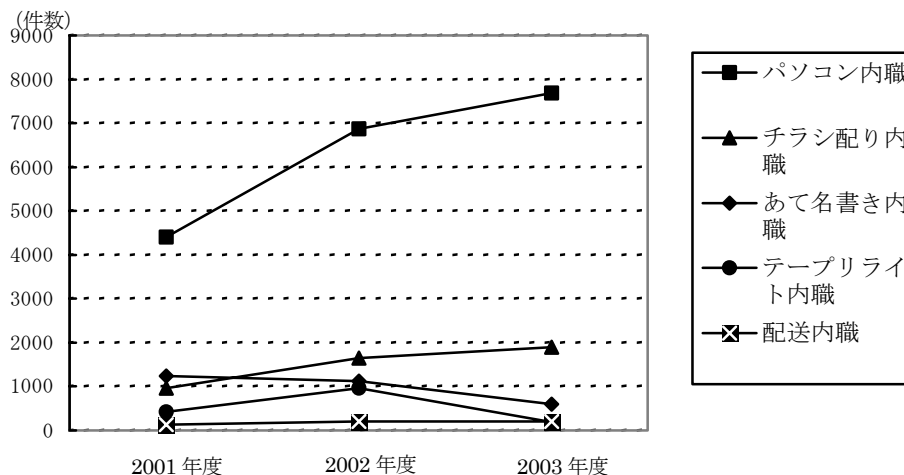
1. 「パソコン内職」の相談の増加

PIO-NET(全国消費生活相談情報ネットワーク・システム)に2004年7月31日までに入力された「パソコン内職」の相談は、2001年度から2003年度までに累計で18,968件寄せられており、2003年度は対前年度を1割強上回る約7,700件に達している。

特定商取引法の規制前も、業務を提供すると言って勧誘し、高額な物品等を購入させる取引

は「内職」・「モニター商法」と言われ、実際には説明どおりの収入が得られない等のトラブルが多かった。しかし、法規制後も報酬等について過大なセールストークによる勧誘が行われており、相談は依然として多い。また、2003年度は、シェアの大きい業者が倒産したり、業者と連絡が取れなくなった、所在が分からなくなったなどの相談が4割を超え、相談件数を押し上げた。

(図1) 業務提供誘引販売取引の相談で多い内職の種類と件数



	2001年度 (%)	2002年度 (%)	2003年度 (%)
パソコン内職	4412 (61.6)	6875 (63.7)	7681 (72.6)
チラシ配り内職	960 (13.4)	1642 (15.2)	1902 (18.0)
あて名書き内職	1234 (17.2)	1117 (10.3)	597 (5.6)
テープリライト内職	419 (5.9)	962 (8.9)	190 (1.8)
配送内職	135 (1.9)	205 (1.9)	208 (2.0)
合計	7160 (100)	10801 (100)	10578 (100)

※1 「パソコン内職」はPIO-NETの分類上では、「ワープロ・パソコン内職」であるが、そのほとんどが「パソコン内職」であるため、ここでは「パソコン内職」とした。なお、「パソコン内職」で販売される商品は、CD-ROMやテキストなどのほかに、数は少ないがパソコン本体を販売しているケースもある。

※2 PIO-NETでは「業務提供誘引販売」という分類は2001年6月以降から行っている。従って、2001年度の相談件数は6月から翌3月までの集計結果である。

2. 相談の特徴

※ (図2～7および表1は後掲参考資料参照)

(1) 販売方法

電話で業者から勧誘される「電話勧誘販売」が81%を占める(図2)。

(2) 契約金額

平均契約金額は約72万円で、契約金額が50～100万円未満が最も多く7割を超える(図3)。

(3) 支払い方法

相談の84%がクレジット(「個品割賦購入あっせん」)を利用した支払いである(図4)。

(4) 契約当事者のプロフィール

①男女別構成比では約8割が女性で、PIO-NETに入力されている全相談(女性が約5割)と比べて「パソコン内職」の相談は女性の割合が高いといえる(図5)。

②平均年齢は30歳代が45%、20歳代が30%で、20～30歳代で8割近くになる(図6)。

③職業別では家事従事者の割合が52%と最も高く、次いで給与生活者が35%である(図7)。

(5) 「パソコン内職」の倒産等の割合

2003年度には、業者が自己破産をしたり、連絡が取れなくなってしまったなどの倒産等の相談が42%を占めた(表1)。

3. 相談概要

【事例1】必ず合格すると言われたが、10回以上受けても合格しない社内試験

業者から「在宅でパソコンの仕事をしなさいか。簡単な試験に合格すれば仕事を提供する」と電話があった。「教材のCD-ROM(約68万円)を見れば誰でもホームページが作成できるので、試験には必ず合格する」と説明された。いったん断わったが、後日「人数が限られているので、早くしないと仕事ができない。皆さんご主人には内緒でやっている。毎月最低2～3万円、多い人は10万円以上稼いでいる。クレジットの返済もその中から払える」と再度電話があり契約した。

試験は別の業者が運営しており、最初の試験は合格したが、ホームページ作成の試験は10回以上受けても合格できなかった。教材にはホームページ作成方法の記載はなく、自分で市販の本を買って勉強をした。試験に合格できず、仕事ももらえない。騙されたと思うので、解約したい。業者から渡された契約書には、クーリング・オフは8日間になっていて、業務提供の条件などの記載はなかった。
(20歳代 女性 給与生活者)

【事例2】クレジット会社に実態と違うことを言うように販売業者が指示

求人情報誌で、在宅でパソコンを使った仕事ができるという広告があり業者に電話した。資料請求すると業者から電話がかかってきて、説明を受けた。広告には教材の販売があることや、業務の条件などは記載されていなかったが、「仕事をするためには、簡単な試験があって、仕事のためにCD-ROM教材を買ってもらい、それを見れば誰でも合格できる。仕事のはかどり次第で1日1～2時間程度働けば、月4～5万円稼げる。教材と仕事の紹介料で約65万円必要だが、紹介料だとクレジットが組めないの、クレジット会社からの「確認の電話」(*2)には、教材だけを買ったことにしてほしい。教材の月々の支払いは、収入でまかなえる」と説明された。

契約後、社内試験を受けたが難しくなかなか合格できなかった。教材の内容も試験に合格で

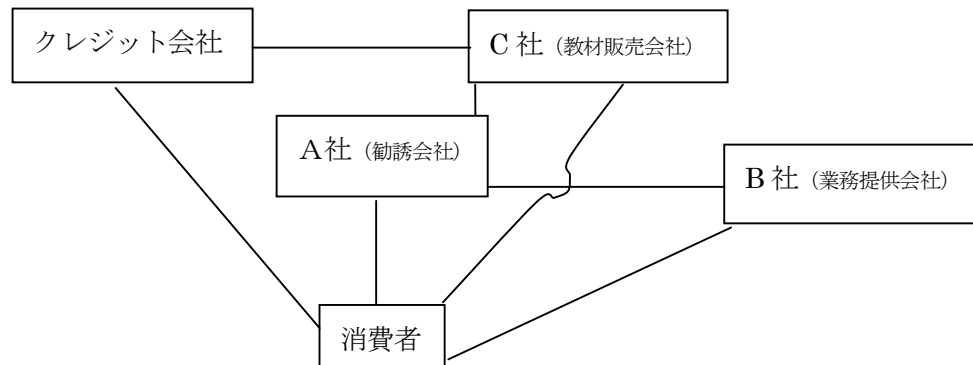
きるような内容ではない。約束通りの収入にならないので解約したい。話し合いの途中で、業者とは連絡がとれなくなった。
(30歳代 男性 給与生活者)

【事例3】複数の業者がかかわり、解約の申し出をしても業者間をたらい回し

突然A社から「在宅ワークに興味はないか」と電話があった。「簡単なテストの後、すぐに仕事がもらえて、1日3～4時間パソコン入力の仕事をすれば、必ず6～8万円稼げる。仕事がないということは絶対にない。もしそうであれば解約できる」と言われたので、学習用のCD-ROM(約65万円)をクレジットで契約した。

テストを受けB社に仕事の登録をし、何件か紹介されたが仕事が減り報酬が払われず、結局クレジットの支払いが収入を上回ってしまった。B社に何度も問い合わせたがらちがあかず、A社とも連絡がとれなくなった。当初と話が違うので解約したいと思い、クレジット会社に問い合わせると加盟店であるC社と話すように言われたが、C社は教材を卸しているだけなので関係ないと言って対応しない。契約時A社から複数の書面を受け取ったが、それぞれの書面に記載してある業者名がバラバラで、業者との契約関係がわかりにくかった。契約時に渡された書面には、業務提供の条件が書かれていなかった。
(30歳代 女性 家事従事者)

(契約関係)



【事例4】抗弁権が認められない消費者金融業者とのクレジット契約

折込み広告を見て資料請求した業者から電話がきて、「仕事をするには業務に必要なパソコンソフトを買ってもらう必要がある」と言われたので、30万円のソフトを購入した。「代金はうちのほうの業者から融資が受けられる」と説明され、勧誘された業者から契約書とローンの申込書が届き、書類に必要事項を記入し勧誘された業者に返送した。その後ローン会社から確認の電話が来て、30万円が自分の口座に振込まれた。最近になって、勧誘された業者と住所が同じなのに、社名が違う折込み広告を見て不信なので解約したい。

業者に19日目にクーリング・オフを申し出たが、手続きがとられないので、紹介された消費者金融業者に対して支払停止の抗弁を申し出た。しかし、消費者金融業者は、勧誘された業者との関連性を否定し、消費者との二者間契約であると主張して、抗弁を認めず支払いを請求されている。
(20歳代 女性 家事従事者)

(*2)確認の電話とは、クレジット会社が購入者に対し、契約意思や内容等の確認をすることをいう。

4. 相談からみた問題点

(1) 「平均月収5～6万円」など架空体験談や不実告知で行政処分も

学習サポートや業務の内容に関する苦情もないわけではないが、苦情になる大部分が報酬に関するものである（事例1, 2, 3）。月々の収入について、「必ず〇円稼げる」などと保証もないのに甘い言葉で誘引する業者が多く見られる（*3）（*4）。なかには、パンフレットや広告に「数多くの企業より業務依頼を受けており、‘在宅ワーカーになっても仕事がない’といったことはありません」という趣旨の記載をしているが、実際には教材の売上代金によって在宅ワーカーの報酬をまかなっており、企業からの業務依頼は非常に少なく、特定商取引法違反によって行政処分を受けた業者もある。約束された収入が得られないという苦情からすると、仕事を提供すると勧誘しながら、実のところは商品等売りつけることを目的としていると思われるケースがある。

脆弱な資金でもすぐに参入できる仕組みから、商品等の販売に行き詰まると倒産等に陥り、結局は消費者に被害が及ぶことになる。

(2) 広告規制が守られていない

広告の媒体としては、新聞の折込み広告やホームページ、電子メールなどがある。特定商取引法では、「パソコン内職」等の業務提供誘引販売取引の広告については、①商品または役務の種類、②特定負担に関する事項、③業務については、その業務の提供条件などを記載することが義務付けられている（*5）。

しかし、現実には事例2のように、広告に収入が得られることは記載されていても、業務の提供によって購入しなければならないもの（「特定負担」）については記載されていないことが多い。

(3) 契約書を読んでも、責任の所在が明らかではない

勧誘業者、教材販売業者、学習サポート業者、業務の提供業者など関係業者が複数いて、関係が複雑であるというのが、業務提供誘引販売取引の特徴の1つである。

事例3の場合には、3枚の異なる契約書が消費者に渡されていた。1枚目は販売店名が空欄で、勧誘した販売代理店A社の名前が入った売買契約書、2枚目は教材を販売したC社の名前が入ったクレジット契約書。3枚目は学習サポートと業務提供をするB社の名前が入った業務委託契約書である。それぞれ1枚の紙に1社ずつの名前が入っており、消費者から見ると3社の関係がわかりにくい。

業務提供誘引販売取引の場合、消費者と業者の関係をみても、1つの業者が教材の販売から、学習サポートや業務提供を一手に行っているところもあるが、勧誘業者、教材販売業者、業務の提供業者等がそれぞれ異なる場合もある。消費者は、勧誘業者とのみやりとりをしているため、その他の業者と自分がどのような契約をしているのか、業者同士の契約関係がどのようなになっているのか理解できない。そのためトラブルになった場合には、苦情の申し出先がはっきりしないで業者間をたらい回しにされることがある（事例3）。

(4) クレジット会社の加盟店審査・管理が不十分である

パソコン内職では、2003年度には業者と連絡がとれなくなった、倒産してしまったという相談が4割を超えた(表1)。

そもそも数十万円もの教材を現金で購入する人は少ないはずである(図4)。クレジット契約がなければ、このような高額な取引は成り立たない。しかし販売業者等の倒産後、クレジット会社は加盟店が業務提供誘引販売取引をしていたことを知らなかったというケースが少なくない。これはクレジット会社が消費者へ「確認の電話」をする際に、商品の契約だけではなく、業務の提供があるかどうか確認することになっているが、確認が不十分であった結果と思われる(*6)。「確認の電話」については、販売業者が、業務提供誘引販売取引であることを隠すために、クレジット会社に対し教材の購入である等と消費者に事実と異なることを答えるように指示したケースもある(事例2)。クレジット会社は「確認の電話」をする際に、消費者へその趣旨を十分に説明すべきである。

また、勧誘業者や業務提供業者など加盟店以外の関連会社の存在を知らないなど、実態を把握していないケースがみられた(事例3)。

最近では、業務提供誘引販売取引であるという認識の下に、クレジット会社が加盟店契約を結んでいるケースもある。しかしながら、そういったケースでも約束された収入が入らないといった相談が見受けられる。クレジット会社には、具体的に業務の提供の実態があるかどうか、複数の関連会社がある場合にはそれらの責任関係など、さらに踏み込んだ加盟店審査・管理を望みたい。

(5) 一部の消費者金融業者は割賦販売法を遵守していない

相談の多くは、クレジット会社、販売業者、消費者によるクレジット契約(「個品割賦購入あっせん契約」)である。業務提供誘引販売取引では、個品割賦購入あっせん契約の場合、販売業者等から契約書とクレジット契約書を受け取ることが一般的である。ところが、最近、販売業者等から融資の契約書が渡されていても、融資する業者が販売業者等との関係を否定するために割賦販売法が適用されないことがある。通常のクレジット契約では、融資された代金は直接販売業者等に振り込まれるが、このようなケースでは消費者の手に入ったん渡り消費者から販売業者等に振込まれる場合もある。

1999年の割賦販売法改正の際に、金銭消費貸借契約を締結して消費者にいったん代金相当額の金銭を交付し、交付された金銭を消費者が自ら販売業者等に支払う形態の取引についても、販売業者等と消費者金融業者との間に密接な牽連関係がある場合(*7)には「割賦購入あっせん」に該当することが法文上明らかにされた(割賦販売法2条3項2号)。

事例4では、販売業者等から消費者金融業者のローン契約書が届く等、実態として業者間に牽連性があると認められるにもかかわらず、消費者金融業者は単なる金銭消費貸借契約で消費者との二者間契約であると主張し、消費者への請求をやめない。消費者保護規定である割賦販売法30条の4(*8)が遵守されていない。

また抗弁権を認めた場合でも業者の中には、割賦販売法や通達(*6)の存在を知らないという業者もあり、相談処理が難航することがある。

- (*3)消費者契約法4条1項2号では、「必ず〇円稼げる」など、将来において消費者が受けるべき金額その他変動が不確実な事項について断定的判断が提供され、その内容が確実であると誤認して契約をしたときは取消することができる。
- また、特定商取引法56条2号では、利益を生ずることが確実であると誤解させるような断定的判断を提供して勧誘することは、指示対象行為になっている。この指示に違反した者は、100万円以下の罰金が科せられる(特定商取引法72条2号)。
- (*4)特定商取引法52条1項4号では、業務提供利益(報酬)に関する事項等について、不実のことを告げる行為は禁止されている。これに違反した者は、2年以下の懲役又は300万円以下の罰金(併科あり)が科せられる(特定商取引法70条1号)。
- (*5)特定商取引法53条1項に違反して表示しなかった者は、100万円以下の罰金が科せられる(特定商取引法72条5号)。
- (*6)加盟店審査・管理については、2002年5月15日に経済産業省が「割賦購入あっせん業者における加盟店管理の強化について」という通達を(社)日本クレジット産業協会、(社)全国信販協会宛に行っている。その中で、「加盟店の審査・管理に際しては、加盟店が行う商品等の販売又は役務の提供がどのような方法によってなされているのかについて、当該加盟店のパンフレット、広告、契約書面等を取り寄せること等によって把握することなど」が挙げられている。また、「業務提供誘引販売取引に該当するか否かを確認するため、購入者等に対する契約意思の確認に際しては、①販売契約(役務の提供契約)の締結に際して、仕事が提供される、又は、仕事があっせんされる、という勧誘はなかったか、②提供又はあっせんされた仕事の報酬で商品の代金を支払うつもりではないか、を明示的に聞いて確認するほか、購入者等が見た広告の内容や当該購入者等に交付したパンフレットや契約書面等の内容を尋ね、加盟店管理において得ている情報と矛盾がないかどうか確認すること」としている。
- (*7)密接な牽連関係とは、一方の契約がなければ他方の契約もないという相互に密接な関係であり、加盟店契約が代表的なものである。
- (*8)割賦販売法30条の4は、購入者は販売業者が債務不履行である場合など販売業者との間で生じている事由をもって、支払いの請求をするクレジット会社に対抗することができる(抗弁権の接続)ことを定めている。

5. 消費者へのアドバイス

(1) 仕事をする前に何らかの代金を支払う契約は避けたほうがよい

相談からみると、勧誘時に説明された収入が得られないという相談が多い。収入が入る前に何らかの代金、とりわけ高額な代金の支払いがある契約は避けたほうがよい。

(2) 試験が簡単というセールストークは信じない

社内試験を受けたがなかなか合格できないという苦情も少なくない。簡単な試験で誰でも合格するようないい話はない。

(3) 概要書面・契約書面には必ず目を通し、報酬などを確認する

販売員は「必ず〇万円稼げる」などと収入の約束をすることが多いが、セールストークは後になって証拠が残らないので、立証が難しい。トラブルを避けるためには事前に渡された

契約内容がわかる概要書面と契約書面に目を通し、必ず仕事の条件や内容、報酬額などを確認する。

(4) クレジット契約を組むために契約内容と実態が違うような契約はしない

販売員から「仕事をするための費用だとクレジットが組めないのでクレジット会社には教材を買ったと答えるように」などと、業務の提供があることを隠すように指示されることがある。このような場合、販売業者がクレジット会社との間で業務提供誘引販売取引であることを隠していることが多い。無理な契約はトラブルになることが多いので、クレジット会社の「確認の電話」には、実態と違うことを答えるように頼まれても断る。

(5) トラブルに気がいたら早めに消費生活センターに相談する

「業務提供誘引販売取引」であれば、契約書を受け取った日から20日間はクーリング・オフ(無条件解除)ができる。たとえクーリング・オフ期間が過ぎても不審に思ったら消費生活センター等に早めに相談する。

6. 要望・情報提供先

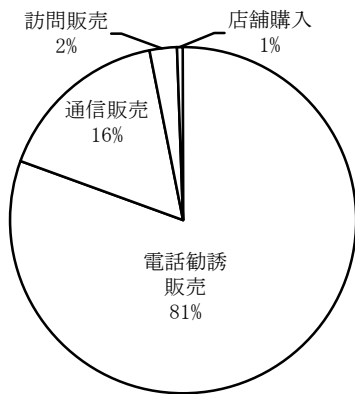
「パソコン内職」の相談に占める倒産等の相談の割合は、2003年度には急増し、「パソコン内職」の相談の4割を超えた。多くのクレジット会社は割賦販売法30条の4に基づく抗弁を認めているが、一部消費者金融業者は消費者との金銭消費貸借契約が割賦販売法2条3項2号(「個品割賦購入あっせん契約」)であると考えられるケースでも、支払い停止の抗弁を認めない。また、倒産等によって、売買契約がパソコン内職に伴う商品等の契約であることをクレジット会社が十分認識していなかったこと等も見受けられた。

そこで、経済産業省商務情報政策局取引信用課に対して、①消費者保護の観点から割賦販売法2条3項2号(「個品割賦購入あっせん契約」)に該当する契約については、割賦販売法30条の4(抗弁権の接続)を遵守するよう指導等を行うこと、②適正な加盟店審査・管理が行われるようクレジット会社への指導を徹底することを要望した。また、(社)日本クレジット産業協会、(社)全国信販協会に対しては、①的確な「確認の電話」等により加盟店の実態を把握し、適正な加盟店審査・管理が行われるようクレジット会社への指導の徹底、②責任を持つ業者を加盟店とし、関連業者の管理の強化、③加盟店総合情報交換制度の有効活用を要望した。併せて、金融庁監督局銀行第二課金融会社室と(社)全国貸金業協会連合会に対し、情報提供することとする。

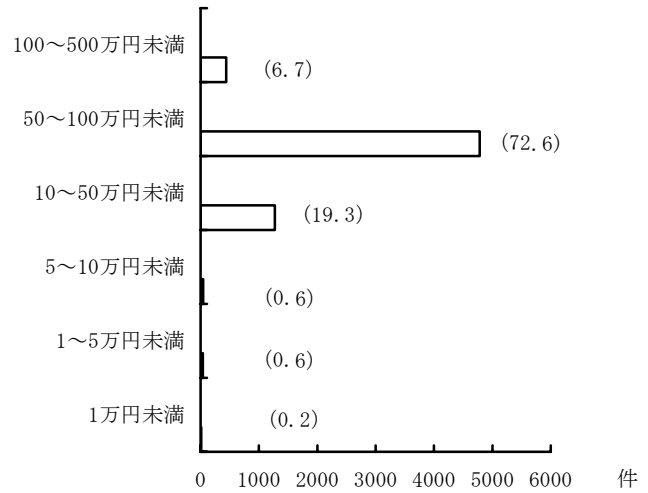
参考資料

●以下は2004年7月31日までにPIO-NET（全国消費生活相談情報ネットワーク・システム）に入力された2003年度の「パソコン内職」の情報である。

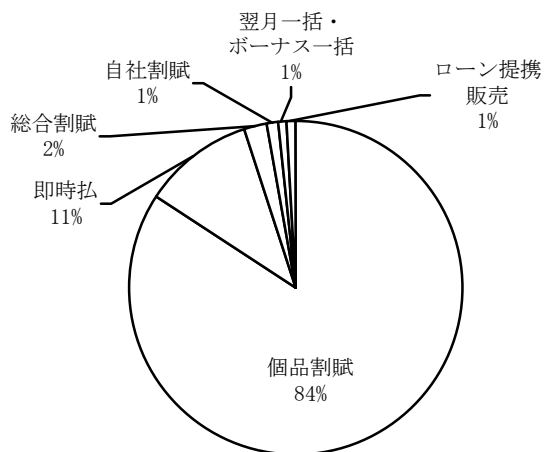
(図2) 販売形態別割合



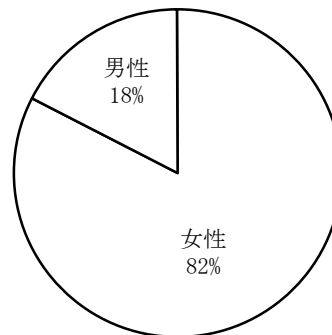
(図3) 契約金額の分布 (構成比: %)



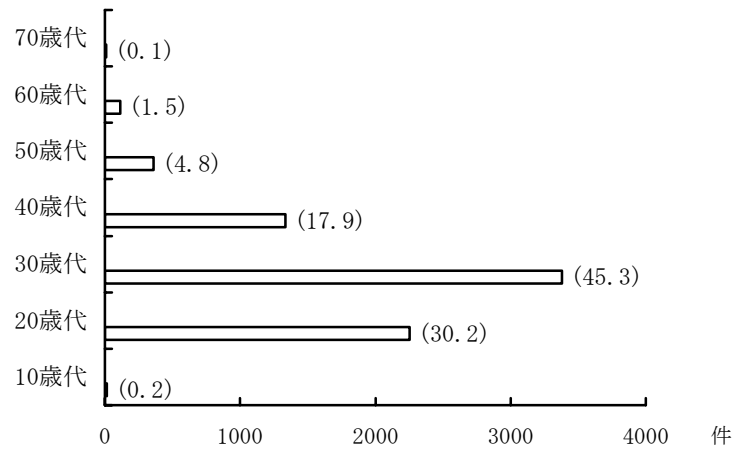
(図4) 支払い方法別割合



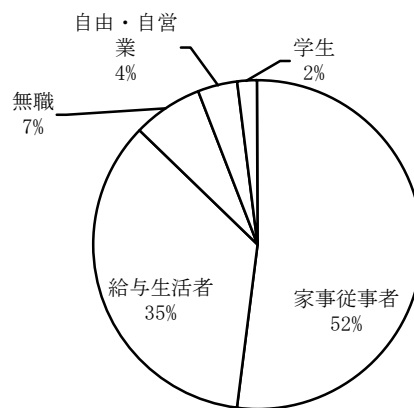
(図5) 契約当事者の性別構成比



(図6) 契約当事者の年代別分布 (構成比：%)



(図7) 契約当事者の職業別割合



(表1) 倒産等 (※1) の相談件数 (構成比：%)

年度	パソコン内職の件数	倒産等の件数
2001年度	4 4 1 2	1 6 2 (3. 7)
2002年度	6 8 7 5	3 2 3 (4. 7)
2003年度	7 6 8 1	3, 2 6 0 (42. 3) (※2)

※1 倒産等とは、「倒産」、「連絡不能」、「所在不明」をいう。

※2 シェアの大きな業者の倒産に関する相談が、約3分の1を占めているが、その他にも200社ほど倒産等の相談が寄せられた。

<title>相談が相次ぐ「パソコン内職」－高額な商品等を購入させる内職の契約は避ける－</title>