

平成 26 年 11 月 27 日
独立行政法人国民生活センター

消費者契約法に関連する消費生活相談の概要

全国の消費生活センターには、消費者と事業者との間で締結される商品やサービスの契約に関して多数の相談が寄せられており、消費生活相談の現場では各種の法令等に基づき、その被害の救済に取り組んでいます。なかでも、消費者契約法（以下、法）は、あらゆる消費者契約を対象として、事業者の不当な勧誘や不当な契約条項によって被害を受けた消費者の事後救済を可能とするものであり、消費者契約にかかわるトラブルを解決する有効な手段として活用されています。

国民生活センターでは、法に関連する消費生活相談を整理し、事業者の不当な勧誘や不当な契約条項について、代表例と傾向をまとめています^(注1)。

1. 法に関連する消費生活相談の概要

法に関連する消費生活相談として、事業者の「不当な勧誘（4条関連）」と「不当な契約条項（8～10条関連）」の代表的な例とその件数について、直近3年度分を以下にまとめました〔表1〕。

（1）不当な勧誘（4条関連）

「販売方法」に関する相談のうち、代表的な販売手口等を挙げています。このうち、「(1)消費者を誤認させる勧誘」では、「虚偽説明」が41,437件（2013年度。以下同じ）、「説明不足」が41,005件、「サイドビジネス商法」が7,804件となっていますが、これらは主に事業者のセールストークに問題のあったものです。また、「販売目的隠匿」が12,766件、「無料商法」が29,542件、「点検商法」が6,074件、「身分詐称」が11,210件となっていますが、これらは主に勧誘の入り口の段階で消費者を誤認させる手口です。「(2)消費者を困惑させる勧誘」では、「強引・強迫」行為に関する相談件数が多く、68,515件でした。「(3)その他不適切な勧誘」では、「二次被害」が12,126件、「次々販売」が8,670件、「判断能力に問題のある人の契約」が10,252件となっています。

（2）不当な契約条項（8～10条関連）

「契約・解約」に関する相談のうち、不当条項に関連する相談の内容を挙げています。法9条1号に関連する「解約料」に関する相談は30,657件、9条2号に関連する「遅延金」に関する相談は6,035件、10条に関連する「保証金等」の相談は16,510件となっています。

(注1) 法における不当行為については本資料4ページ参照。

〔表1〕法に関連する消費生活相談*の概要

| 年度 | | 2011年度 | 2012年度 | 2013年度 | 備考 | |
|------------------------|--|--|-----------------|--|---|--|
| 相談総件数 | | 883,890 | 860,497 | 939,043 | | |
| 「販売方法」に関する相談件数 | | 401,669 (45.4%) | 407,255 (47.3%) | 471,779 (50.2%) | | |
| 「契約・解約」に関する相談件数 | | 619,996 (70.1%) | 607,117 (70.6%) | 663,038 (70.6%) | | |
| 不当な勧誘 (4条関連) | 代表的な販売手口等 | (1)消費者を誤認させる勧誘:消費者契約法の不実告知、断定的判断の提供、不利益事実の不告知となるような販売手口の問題を含む相談。 | | | | |
| | | 虚偽説明 | 30,452 (7.6%) | 32,589 (8.0%) | 41,437 (8.8%) | 虚偽の説明により誤認した相談など。虚偽の説明があつた場合でも、他に具体的な手口がわかっているものは含まれない。架空・不当請求の相談は除外。 |
| | | 説明不足 | 37,383 (9.3%) | 38,392 (9.4%) | 41,005 (8.7%) | 勧誘の際の説明不足が原因で誤認した相談など。クレーム処理の際の説明不足も含む。 |
| | | サイドビジネス商法 | 8,564 (2.1%) | 8,263 (2.0%) | 7,804 (1.7%) | 「内職・副業(サイドビジネス)になる」「脱サラできる」などをセールストークにした手口により誤認した相談など。 |
| | | 販売目的隠匿 | 11,844 (2.9%) | 11,978 (2.9%) | 12,766 (2.7%) | 販売目的を隠した勧誘により誤認した相談など。アポイントメントセールスを含む。 |
| | | 無料商法 | 27,728 (6.9%) | 25,559 (6.3%) | 29,542 (6.3%) | 「無料サービス」「無料招待」「無料体験」など「無料」であることを強調した手口により誤認した相談など。 |
| | | 点検商法 | 5,000 (1.2%) | 5,299 (1.3%) | 6,074 (1.3%) | 「点検に来た」と来訪し、「水質に問題がある」「ふとんにダニがいる」など事実と異なることを言う手口により誤認した相談など。 |
| | 身分詐称 | 4,985 (1.2%) | 6,172 (1.5%) | 11,210 (2.4%) | 販売員が公的機関や有名企業の職員や関係者であるかのように思わせる手口により誤認した相談など。 | |
| | (2)消費者を困惑させる勧誘:消費者契約法の不退去、退去妨害となるような販売手口の問題を含む相談。 | | | | | |
| | 強引・強迫 | 53,921 (13.4%) | 60,960 (15.0%) | 68,515 (14.5%) | 強引・強迫行為により困惑した相談など。クレーム処理の際の行為等や電話による勧誘も含む。架空・不当請求の相談は除外。 | |
| | 長時間勧誘 | 3,988 (1.0%) | 3,831 (0.9%) | 3,673 (0.8%) | 長時間にわたる勧誘により困惑した相談など。電話による勧誘も含む。 | |
| | 夜間勧誘 | 1,873 (0.5%) | 1,739 (0.4%) | 1,760 (0.4%) | 夜間の勧誘により困惑した相談など。電話による勧誘も含む。 | |
| | (3)その他不適切な勧誘:ただちに現行の消費者契約法の対象とはならないが、不適切な勧誘として議論される販売方法の問題を含む相談。 | | | | | |
| | 二次被害 | 16,879 (4.2%) | 14,631 (3.6%) | 12,126 (2.6%) | 一度被害にあつた人を再び勧誘して、二次的な被害を与える手口。 | |
| 次々販売 | 9,160 (2.3%) | 8,722 (2.1%) | 8,670 (1.8%) | 一人の者に次々と契約をさせるような手口。勧誘を断れない消費者につけ込んで、不必要とも思える商品を購入させる相談など。 | | |
| 判断能力に問題のある人の契約 | 7,644 (1.9%) | 8,717 (2.1%) | 10,252 (2.2%) | 何らかの理由によって十分な判断ができない者の契約であることが問題となっている相談。いわゆる適合性原則に関連した相談など。 | | |
| 不当な契約条項 (8・9・10条関連) | 関連する相談の内容 | 解約料 | 26,298 (4.2%) | 28,959 (4.8%) | 30,657 (4.6%) | 契約の解除に伴う不当な損害賠償額の請求を定めた条項についての相談を含む、解約料に関する相談全般。 |
| | | 遅延金 | 5,993 (1.0%) | 6,420 (1.1%) | 6,035 (0.9%) | 金銭の支払いが遅延した場合の不当な損害賠償金を定めた条項についての相談を含む、債務の履行が遅れたことによる損害賠償金(遅延金、遅延損害金、遅延利息等)に関する相談全般。 |
| | | 保証金等 | 17,540 (2.8%) | 16,364 (2.7%) | 16,510 (2.5%) | 不動産賃貸借で、原状回復費用を不当に消費者に負担させることを定めた条項についての相談を含む、債務者が契約時に予め債権者等に対して預ける金銭(手付金、敷金、礼金、内金など)に関する相談全般。 |

* ()内の数値は、割合(%)。「販売方法」に関する相談、「契約・解約」に関する相談は相談総件数のうちの割合。「不当な勧誘(4条関連)」は、「販売方法」に関する相談のうちの割合。「不当な契約条項(8~10条関連)」は、「契約・解約」に関する相談のうちの割合。

* 不当な勧誘(4条関連)については、「販売方法」に関する相談のうち「代表的な販売手口等」を、不当な契約条項(8~10条関連)については「契約・解約」に関する相談のうち「(不当条項に)関連する相談の内容」を記載。

* 「販売方法」と「契約・解約」、「代表的な販売手口等」と「関連する相談の内容」の各項目は、すべて複数回答項目。

* 不当な勧誘(4条関連)及び不当な契約条項(8~10条関連)の各項目は、消費者契約法の対象となる相談を含むものであるが、すべてが同法の対象となる相談ではない。

* データは2014年9月末日までのPIO-NET(全国消費生活情報ネットワーク・システム)^(注2)登録分。

(注2) PIO-NET(パイオネット:全国消費生活情報ネットワーク・システム)とは、国民生活センターと全国の消費生活センター等をオンラインネットワークで結び、消費生活に関する情報を蓄積しているデータベースのこと。

[表 1]に示した不当な勧誘の代表的な販売手口等のうち、「虚偽説明」は、2013年度の相談件数が前年度に比べ約9,000件（約1.3倍）増加しています。内容をみると、ファンド型投資商品や健康食品の相談が非常に多く寄せられています。ファンド型投資商品では、買え買え詐欺（劇場型勧誘）による社債などの金融商品の勧誘に関する相談が増加しています。「説明不足」については、携帯電話サービス、インターネット接続回線、モバイルデータ通信等の情報通信関連の相談が非常に多くなっています。また、「身分詐称」の2013年度の相談件数が、前年度に比べ約5000件（約1.8倍）増加しています。これは、公的機関をかたる電話や封書の送付に関する相談が多く寄せられたことによるものと考えられます。「強引・強迫」については、相談件数が毎年増加しています。内容をみると、健康食品や新聞、ファンド型投資商品に関する相談が上位を占めています。

なお、2012年度には健康食品の送りつけ商法に関する相談が急増し、2013年度も引き続き健康食品に関する相談が多く寄せられました。健康食品に関する相談は、「虚偽説明」や「強引・強迫」の他、「販売目的隠匿」、「無料商法」、「二次被害」、「次々販売」などの項目でも多くみられました。

また、不当な契約条項に関連する相談の内容のうち、「解約料」では、賃貸住宅に関する相談の他、携帯電話サービス等の情報通信関連の相談が多く寄せられています。

2. 情報提供先

消費者庁 消費者教育・地方協力課

消費者庁 消費者制度課

内閣府消費者委員会事務局

＜消費者契約法における不当行為の例＞

| 不当行為の類型 | | 具体的に想定される 不当勧誘行為・不当契約条項の例 | |
|-----------|------------------------------|-------------------------------------|---|
| 不当な勧誘行為 | 誤認類型 | (1) 不実告知 (4条1項1号) | 「この機械を取り付ければ電話代が安くなる」と勧誘し、実際にはそのような効果のない機械を販売 |
| | | (2) 断定的判断の提供 (4条1項2号) | 元本保証のない金融商品を「確実に値上がりする」と説明して販売 |
| | | (3) 不利益事実の不告知 (4条2項) | 眺望・日照を阻害する隣接マンション建設計画を知らながら、「眺望・日照良好」と説明し、当該マンション建設計画の事実を説明しないで販売 |
| | 困惑類型 | (4) 不退去 (4条3項1号) | 消費者の自宅等において、消費者が帰ってほしい旨を告げているのに、長時間にわたり勧誘 |
| | | (5) 退去妨害 (4条3項2号) | 事業者の販売店等で、消費者が帰りたい旨を告げているのに、長時間にわたり勧誘 |
| 不当契約条項の使用 | (1) 事業者の損害賠償責任を免除する条項 (8条) | いかなる理由があっても事業者は一切損害賠償責任を負わないものとする条項 | |
| | (2) 消費者が支払う違約金等を予定する条項等 (9条) | 消費者が解約した場合、支払済みの代金を一切返金しないとする条項 | |
| | (3) 消費者の利益を一方的に害する条項 (10条) | 賃貸借契約において、借主に過重な原状回復義務を課す条項 | |

※ 出典：「消費生活相談の事例から見た消費者契約法の問題点と課題（中間整理）」（国民生活センター平成19年3月22日公表）

＜参考URL＞

- ・「消費者契約法の運用状況に関する検討会報告書」

http://www.caa.go.jp/planning/pdf/141015_report_whole.pdf

- ・消費者の窓

（内閣府旧国民生活局で行っていた消費者政策の関係法令「消費者契約法」のページ）

<http://www.consumer.go.jp/kankeihourei/keiyaku/index.html>