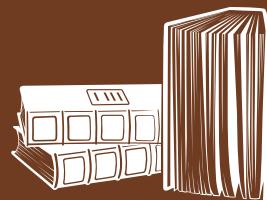




暮らしの判例



国民生活センター 消費者判例情報評価委員会

消費者問題を考えるうえで参考になる判例を解説します

電話勧誘販売によって締結されたスピリチュアル講座受講契約のクーリング・オフと「営業のために」の該当性が争われた事例

自宅にいながら収入が得られるようにオラクルカードリーディング（占いのカードの読み方）のセッションを募集したりしたものの収入を得るに至らなかつた者が、スピリチュアル講師の養成等を行つてゐる事業者との電話勧誘販売により講座の受講契約を締結した後に、クーリング・オフを主張した場合において、当該契約が「営業のために若しくは営業として」締結されたとはいえないとして、クーリング・オフによる解除を認め、事業者の請求を棄却した事例
(伊丹簡易裁判所令和5年10月20日判決、『消費者法ニュース』138号117頁)

原告：X（講座を運営する個人事業者）
被告：Y（自営の開業届をしている個人）
関係者：A（Xの生徒で、SNS投稿者）

事案の概要

Yは、2007年ころ、夫と離婚し、その後は、スイミングスクールのコーチとベビーシッターの仕事で、子ども2人を養ってきた。ところが、2017年1月ころから体調不良に悩むようになり、同年2月ころにIgA腎症を患っていることが判明した。それからは、自宅療養することになり、貯金を切り崩して生活するようになった。

Yは、2019年9月ころ、自宅にいながら収入が得られるように自営の開業届を税務署に提出した。ただし、事業内容は、以前から興味のあったオラクルカード、ベビーマッサージ等を広く浅く設定したものであつて、具体的な開業計画はなかった。とにかく第一歩を踏み出すつもりで開業届を出した。

Yは、2001年7月ころ、スイミングスクールのコーチの活動のためにブログを開設していた。そのブログを利用して、2020年3月20日には、カードリーディングの申込みページをリースし、同年4月24日には、カードリーディングのオンラインセッションを募集したり、

ウェブショップの利用を案内したりした。しかし、オンラインセッションは、友達や知人に参加してもらつたにすぎず、ウェブショップが利用されることもなく、収入を得るには至らなかつた。

Yは、2020年6月ころ、SNSで、Xの生徒であるAの投稿を見る機会があった。そこには、Aが病気を克服して収入を得るようになった成功体験が語られていた。それ以降、AとXのライブ配信をSNSでよく見るようになった。そこにコメントをしたのが機縁となり、Xが募集していた無料相談に応募して、同年7月16日、Xとウェブ会議システムで会話した。すると、Xが、Yがスイミングスクールのコーチ当時に教えていた生徒の母親であることがわかり、急に距離が縮まった。そこで、Xに対し、Aのように健康を回復して収入を得るにはどうしたらよいか尋ねたところ、Aが実践していたような、スピリチュアル講座、レイキ（手かざしにより靈氣を与える民間療法）及び継続セッション（起業）の各講座を受講するよう勧められた。Yは、受講料の支払いに不安を覚えたものの、Xからの「大丈夫。大丈

夫。売上が出だしたらすぐに払えるわよ。Yさんだったら大丈夫よ。」という言葉で、何とかなるのではないかと思った。その申込みに際し、YはXに誓約書を提出(郵送)した。

Yは、2020年8月8日、Xと直に会う機会を得た。そこで、Xのようになるにはどうしたらよいか尋ねたところ、さらに△△女神講座及びライタリアンレイキ講座を受講するよう勧められた。その申込みに際し、YはXに新たな誓約書を提出(郵送)した。そこでは、受講講座は、スピリチュアル講座、レイキ、継続セッション(起業)、△△女神講座、ライタリアンレイキ講座とされ、受講料総額は166万7600円、その支払い方法は、2020年8月から2027年3月まで毎月末日限り1カ月当たり2万620円の80回払い(ただし、既払額1万8000円を除いたもの)とされている。

XとYは、本件契約締結に際し、誓約書を2回交わしただけで、申込み書面や契約書面は作成しなかった。いずれの誓約書にも「すべての講座は、途中でやめることは致しかねますのでご注意ください。また個人により感じ方が違うのでクレーム対応も致しかねます。一方的にキャンセルをされても、お支払いは続きますのでご注意ください。」との文言が記載されている。

Yは、2022年3月28日、Xに対して、クーリング・オフによって本件契約を解除する旨の書面を送信した。他方、Xは、本件契約に基づく、①未払受講料分割金37万1160円及びこれに対する訴状送達の日以降の民法所定の遅延損害金、②本訴提起後に弁済期が到来する、2022年7月から2027年3月までの受講料分割金として、毎月末日限り1カ月当たり金2万260円の各支払いを求めた。

理由

(Xの請求棄却)

特定商取引法(以下、特商法)26条1項1号は、電話勧誘販売における売買又は役務提供契

約で、その申込みをした者が「営業のために若しくは営業として」締結するもの又は購入者又は役務の提供を受ける者が「営業のために若しくは営業として」締結するものに係る販売又は役務の提供については、いわゆるクーリング・オフ等に関する規定を適用しないと定めるところ、その規定の文言等からも明らかだとおり、その趣旨は、特商法が消費者保護を目的とするものであることから、契約の目的、内容が営業のためのものである場合には適用除外とし、事業者が営業活動に関連して行う取引については、私的自治又は業界の商慣習に委ねるのを相当とするというものである。そうであれば、仮に申込みをした者、購入者又は役務の提供を受ける者が事業者であったとしても、これらの者にとって、「営業のために若しくは営業として」締結するものでない販売又は役務の提供については、これを特商法の適用対象外とするものではないと解するのが相当である。

そうすると、「営業のために若しくは営業として」する取引か否かは、契約書の契約名義などといった形式的なものだけでなく、当該取引の実態から判断すべきであり、仮に申込みをした者、購入者又は役務の提供を受ける者が事業者であっても、これらの者にとって、「営業のために若しくは営業として」締結するものではない取引までも特商法が適用されないと解するのは相違ではないというべきである。

XがYに勧めた各講座は、基本的に、心身を整えることを目的としており、センタリング(神や高次の力の存在に気付き、それとつながるための実践)、グラウディング(自分と地球を意図的につなげて、精神的なエネルギーと身体的なエネルギーのバランスを取ること)等を踏まえて、他人に寄り添える愛の心をもって社会進出し、各人が成功することを企図している。仮にカードリーディングの技能だけをさらに高めるのが目的であれば、他の講座が別に用意されている。

Yが、Xと本件契約を締結した当時、カード

リーディングのための活動実態はほとんどなく、一定の収入を得ることもできていなかったのであるから、反復継続的な営業活動があったとは言い難い。仮にこれが営業であったとしても、Yが受講した講座は、心身を安定させることが主目的であって、Yの受講動機も、Aのように健康になりたいというものであったから、本件契約は、「営業のために若しくは営業として」締結されたものとはいえない。また、Yは、本件契約の締結を目的として無料相談に応募したのではないから、電話勧誘販売の適用除外（特商法26条7項1号）にも該当しない。そうすると、Xの電話勧誘に起因して行われた本件契約には、特商法の適用があるというべきである。

事業者は、消費者と契約を締結したときは、法定書面（特商法18条、19条）を交付する義務を負い、同書面が交付されていない場合は、クーリング・オフの行使期間制限に関する起算日（特商法24条1項）が開始しないことから、消費者はいつでもクーリング・オフを行えることができる。Yは、Xに対し、2022年3月28日、クーリング・オフの権利行使をしているから、これにより本件契約は、有効に解除されたというべきである。

解説

1. 電話勧誘販売における「電話」

本件で、YはXとのSNSでのやりとりからウェブ会議システムによる無料相談に誘導され、ウェブ会議システム上の会話において、多数の講座を受講するように勧誘され、それらの講座の申込みをするに至っている。

特商法の電話勧誘販売における「電話」は、電話会社が提供している電話サービスに限らず、インターネット回線を使って通話する形式を用いた場合であっても「電話」に該当するとされており（通達「特定商取引に関する法律等の施行について」法第2条（定義）関係）、本件のようなウェブ会議システムに誘導しての勧誘は電話勧

誘販売に該当する。

2. 「営業のために若しくは営業として」

特商法は、一定のタイプの取引について行政規制を課すとともに、クーリング・オフ等の救済手段を取引相手方に与えている。規制対象である取引のうち、訪問販売、電話勧誘販売、通信販売については、契約の申込みをした者や契約の相手方が「営業のために若しくは営業として」締結するものについては適用除外とされている（特商法26条1項1号）。また、特定継続的役務提供（特商法50条1項1号）と訪問購入（特商法58条の17第1項1号）についても、類似の適用除外規定が置かれている。

なお、連鎖販売取引（特商法34条1項）と業務提供誘引販売取引（特商法52条1項）では、商品の販売等を店舗によらないで行う個人は、営業を行っているのではあるが、特商法に基づく救済を受けることができる。

消費者契約法（以下、消契法）では、消費者とは「個人（事業として又は事業のために契約の当事者となる場合におけるものを除く。）をいう」（消契法2条1項）とされており、消費者保護を受けられないメルクマールとして「事業」概念が用いられている。「事業」は、一定の目的をもって反復継続して行われる行為であれば、営利目的のものに限らないので、「営業」より広い概念である。もっとも、実際の運用では、あまり大きな差は見られないとの見方もある。

むしろ両者で違いがあるのは、特商法は適用除外規定であるから、販売業者等の側が「営業のために若しくは営業として」であることを立証する必要があるが、消契法は「消費者」の定義規定となっており、一般的には、消契法による取消しや無効を主張する消費者側が立証しなければならないという点である（消費者庁「逐条解説」第2条（定義））。特商法においては、事業者ではあっても営利を目的としていない場合には、保護を受けやすい表現となっている。

参考判例①は、自宅で理髪店を営む者が訪問

販売業者の勧誘により多機能電話機を購入させられ、業者の指導により契約書面上に理髪店の屋号を記載したとしても、業務用に利用することはほとんどなく自宅用のものであると認められるときは、「営業のために」する取引には当たらないとした。

参考判例②は、消火器販売業者が自動車販売会社に対して、従来から取引のある消火器販売業者であると誤信させるような態様で消火器の訪問販売をした事例で、購入者は各種自動車の販売、修理のサービス等を業とする会社であって、消火器を営業の対象とする会社ではないから、適用除外に該当しないとした。

参考判例③は、購入者が、内職としてもっぱら賃金を得る目的をもって医療事務という労務に服しようとして、電話勧誘販売による医療事務速習講座のCD、テキストを購入したのであるから、「営業のために若しくは営業として」本件教材を購入したものではないとした。

参考判例④は、個人で印刷画工業を営んでいた者が訪問販売による電話機リース契約を締結した事例で、本件リース物件は複数の従業員がいることを想定したものであり、契約者の行う仕事との関連性も必要性も極めて低いことなどから、「営業のために若しくは営業として」締結されたものであるとは認められないとした。

参考判例⑤は、社会保険労務士に対し訪問販売により高性能の電話機をリース契約で販売した事例で、購入者は社会保険労務士事務所を営んでいるものの、実態としては社会保険労務士としての活動をほとんど行っていないから、リース契約は「営業のために若しくは営業として」締結されたものではないとした。

参考判例⑥は、税理士2名に対して訪問販売により電話機リース契約を締結した事例で、税理士の業務もそれが実際上営利の目的をもって行われることがあることは否定できないなどとしたうえで、税理士業務の実態やリース物件の利用状況などを踏まえて1名について営業とし

ての該当性を認定し、1名について否定した。

判例の傾向からは、個人事業者による契約が、その事業目的達成のためになされたものであることが客観的、外形的に判断できれば「営業のために若しくは営業として」締結された契約と評価されるが、個人事業者が必ずしも必要でない高機能電話機を購入し、営業用にはほとんど使っていなかったような場合には、「営業のために若しくは営業として」の要件は満たしていないとされる。

3. 公序良俗

本件で、Yは、クーリング・オフの主張に加えて、本件契約は、その料金体系が、提供する内容に比較して著しく高額であるから公序良俗に反し、消費者の利益を一方的に害する条項があるから、いずれにしても無効であるとの主張をしているが、この点については、裁判所は判断を示していない。

対象とされた講座はスピリチュアル関係であり、その内容いかんでは、価値がほとんどない情報商材の販売商法のように、勧説手法(例えば、AのSNS投稿がステルスマーケティングである場合など)とも併せて公序良俗違反による無効が認定される可能性もある。

参考判例

- ①越谷簡易裁判所平成8年1月22日判決
(『消費者法ニュース』27号39頁)
- ②大阪高等裁判所平成15年7月30日判決
(『消費者法ニュース』57号155頁)
- ③名古屋高等裁判所平成15年12月25日判決
(『消費者法ニュース』59号87頁)
- ④名古屋高等裁判所平成19年11月19日判決
(『判例タイムズ』1270号433頁)
- ⑤東京地方裁判所平成20年7月29日判決
(『判例タイムズ』1285号295頁)
- ⑥大阪地方裁判所平成21年10月30日判決
(『判例タイムズ』1339号131頁)