

くらしにいかす

No.43

最近よくある 契約トラブル

～気を付けたい手口～



葛飾区消費生活センター

はじめに

わたしたちは、日常生活で必要な商品やサービスを事業者から購入するなどして生活しています。何十年も前には、生活に必要なものをお店に買いに行くスタイルが普通でした。その後、生活は豊かになり、商品やサービスは多様化しています。取引のスタイルも多様化しています。

1960年代には、訪問販売や通信販売などが始まり、2000年代になるとスマートフォンの普及により通信販売の多くはネット通販となりました。

このように取引方法が多様化することによって、必要なものをお店に買いに行くスタイル以外の様々なビジネスモデルが生まれています。これらのビジネスモデルの多様化は生活を便利にするものではありませんが、反面、特徴を知らないままに「お店で買い物をする」感覚でいると様々なトラブルに遭遇する可能性が高くなります。中には、消費者に知識がないことをいいことに、悪質なやりかたをする事業者もいます。

そこで、この冊子では、「最近、多くのトラブルが発生している典型的な事例」をご紹介します。あわせて、どのような問題点があるのか、トラブルを防止するためにはどんなことに気を付けたらよいのか、被害にあった場合に何ができるのか(中には、救済が難しいため、被害防止が何よりも大切なケースもありますが…)なども取り上げています。

ただ、最も大切なことは、納得できないとかよくわからないことに遭遇したら、すぐに消費生活センターに相談してみるということです。そのために、この冊子がお役に立てれば幸いです。

目 次

1	点検商法(1).....	1
2	点検商法(2).....	3
3	次々販売被害	5
4	くらしのレスキュー・・・トイレが詰まった！	7
5	訪問買い取り被害 ・・・なんでも買い取ります	9
6	テレビショッピングのはずが	11
7	サブストラブル	13
8	ネット通販 ・・・ニセサイト	15
9	ネット通販 ・・・定期購入(1).....	17
10	ネット通販 ・・・定期購入(2).....	19
11	SNSによる情報商材被害	21
12	脱毛サービスの中途解約	23
13	送り付け商法	25
最後に...	見守りの重要性.....	27

1

点検商法（1）

事例

作業服の男性が来た。「通りかかったら屋根が壊れているのを見つけた。無料で点検しましょうか」と親切そう。



古い一戸建てなので心配になり、無料ならと依頼。



男性は屋根に上がり、屋根の一部を壊して写真を撮る。消費者にそれを見せ「今工事をしないと大変なことになる」と勧誘



すぐに工事をしてくれるというので、あせって依頼。後で知人の紹介の工務店に見てもらったところ「最近壊した跡がある。それ以外に問題はなく、修理の必要もない」ことが判明。



問題点

「無料で点検してあげましょう」という点検商法は昔からある悪質訪問販売です。

リフォーム工事契約が目的なのに、それを隠して近づき不安を与えて契約させる点に問題があります。

最近の手口は、壊れていない屋根を壊して、その写真を見せて「壊れている箇所の工事が必要」と不当に高額な契約をさせる悪質さが目立ちます。

消費者は、屋根と一緒に上がることはできないので、相手に悪意がある場合にはこんなことになってしまいます。

基本的なこと

建物の点検は高い技術が必要なので信頼できる工務店に依頼することが大切です。

突然やってきた知らない業者に点検や工事の依頼をするのは危険です。

対処法

訪問してきた見知らぬ業者には、無料といわれても点検を頼まないことです。これは、親切のためにやっているものではありません。

老朽化などで心配な時は、技術面なども含めて信頼できる工務店などに依頼しましょう。

本件の契約は、クーリング・オフができます。

しかし、クーリング・オフしても壊された屋根をきちんと修理しなければならない点は残ります。

悪質な業者に元に戻すように請求する権利(原状回復請求権)はあります。

しかし、現実的には技術面にも不安があり、信頼できるかわからない業者に依頼するのは、不安があります。また、場合によっては報復の危険もあるので避けた方が安全ではないかと思われます。

2

点検商法（2）

事例

突然訪問してきた男性から、「ドローンで屋根の状態を見たら傷んでいることがわかり、修理が必要。」と屋根の写真を見せられて…



老朽化した一戸建てなので、写真を見てあせる。でもお金はないというと…



男性「損害保険が使えるので費用はかからない。保険申請の代行もしてあげる」



無料で修理できるなら、と契約して任せることに…



保険は下りず、高額な修理費用と保険の代行費用を請求されている・・・



問題点

最近の新手の手口ではドローンを使うものが出ています。

頼みもしないのに、ドローンで屋根を調べるのはプライバシーなどの点からも問題です。

また、見せられた写真が、「あなたの家の屋根」の写真かどうかはわかりません。

さらに、損害保険の対象になるのは災害などによる修理費用のみです。家が古くなり修理が必要になった場合は損害保険の対象にはなりません。

老朽化による修理を災害による修理と偽り、修理費用も水増しして申請すると、詐欺の加担者になることもあります。

保険の申請手続きは、保険会社や損保協会に聞いて自分でできることです。高額な代行手数料を支払って業者に依頼する必要はありません。

対処法

見ず知らずの業者の説明をうのみにするのは危険です。無料とか確約という言葉に乗せられないようにしましょう。

建物の老朽化などで心配な時は、信頼できる工務店などに調べてもらうようにしましょう。信頼できる調査には、業者の誠実性と高い技術が必要です。費用が掛かっても、きちんとした業者に依頼するようにしないと、調査の意味がありません。

損害保険については、証券番号を確認して、保険会社か損保協会に問い合わせるようにしましょう。

自分で確認して、詐欺の加担者にならないようにしましょう。

建物の修理の契約も、損害保険の代行契約も、訪問勧誘によるものであれば適正な契約書面を受け取った日から計算して8日間はクーリング・オフができます。

契約書面をもらっていない場合には、8日を経過していても、工事に着手していても、クーリング・オフができます。

3

次々販売被害

事例

町で声をかけられて知り合いになった同年代の女性に誘われて宝飾品の展示販売会に行った。つきあいで宝飾品を購入した。老後のための夫婦の貯えがあったので、その中から支払った。

その後、販売業者から展示販売会の案内状が送られてくるようになった。

もう買うつもりはなく、行かなかった。

業者から電話があり、「買わなくても見るだけでも命の洗濯になる」「人生楽しまなくては」といわれた。

それもそうだと思い、夫の介護で楽しいこともない毎日なので、出向くことにした。

行けば楽しく、「お似合い」などとみんなに勧められて買ってしまう。

何点か購入していたら、販売業者が企画するパーティーに招かれた。

購入者ばかりが、購入した宝飾品を身に付けて参加するもので、お互いに購入商品を比較して盛り上がる。参加すると楽しくて、やめられなくなった。

行けば、次の展示会の参加を約束することになり、展示会では必ず買う羽目になる。

購入する宝飾品は身に着けることはなく、老後の貯えはなくなった。

問題点

1回ごとの契約は、それほど非常識なものではなくても、同様の種類の商品やサービスを必要もないのに次々と契約させるタイプの悪質商法です。

この事例では、宝飾品の販売で、展示会への勧誘と購入者のみを対象としたパーティーを毎月開催し、顧客を煽って競わせて不必要な高額な宝飾品を次々と購入させていました。

消費者は、経済的にひっ迫し、日々の生活費も圧迫される状態になっていました。

次々販売の被害としては、最近は住宅修理でも多発しています。

点検商法による被害に気が付かないと、業者は次々と「あちらも修理が必要」「こちらの修理が必要」と不必要な修理工事の契約をさせ、経済的な収奪をするだけでなく、不必要な工事で家をめっちゃめっちゃにするケースもあります。

対処法

最初の段階で被害に気付くことがポイントです。

早期の契約で消費生活センターに相談し、解決するとともに次の被害防止のための対策もあわせて協議し、対策を講じることが重要です。

訪問販売や電話勧誘販売による次々販売では、「ここから非常識な分量になる」段階以降の契約は、契約締結から1年以内であれば契約を解除できます。この場合は、解除した契約に関しては、業者の費用負担で商品を引き取ってもらい、支払い済みの代金は全額すみやかに返還するよう請求できます。

住宅の修理工事等でも、支払い済みの代金を全額返還するよう請求できます。上記以外の契約では、販売業者が「この消費者には必要のない分量になる」と認識しつつ契約させていれば、非常識なレベルに達した契約以降を取り消すことができます。

契約締結から5年以内で、消費者が契約を取消できると知ってから1年を超えていなければ取消が可能です。

4

くらしのレスキュー
…トイレが詰まった！

事例

トイレが詰まったので、このままでは困ると思い、スマホですぐに修理に来てくれる修理業者を検索。



一番安い業者がよいと思い、修理費用が1000円からと表示されていた業者に電話して「困っているので、すぐ修理に来てほしい」と依頼した。



業者はすぐ来て、その場で作業をして詰まりを直してくれた。



修理費用として20万円を請求された。「1000円からというのに納得いかない」と抗議したが、「呼ばれたから来たのだから、支払ってもらう」と強硬。



確かに修理に呼んだのは自分なので、しぶしぶ支払ったが納得いかない。



問題点

類似のトラブルは、鍵の紛失による鍵開け、害虫などの駆除でも起こっています。困った消費者が助けを求めて検索した業者を呼ぶスタイルが引き起こすトラブルのため、「暮らしのレスキュートラブル」などといわれています。突然の生活上のトラブルに困った消費者は、スマホで検索し、業者のホームページで「1000円から」「1980円から」などの表示を見てこの程度の価格帯と認識して電話で依頼しています。

ところが、ホームページなどで表示されていた料金と懸け離れた高額な請求を受けているケースがあります。これは、消費者にとっては不意打ちになっている問題点があります。事例によっては、広告表示の金額の実態はなく、おとり広告のケースもあります。

対処法

予防としては、ネット検索の結果だけで判断するのではなく、業者の住所・名称・評判(プラス面もマイナス面も)を調べることがポイントです。

トイレが詰まったりすると、使用できないことからあわててしまうことになります。普段から、近所で、いざとなったら使用することができるトイレの場所などを把握しておく、いざというときにあわてないで、ゆっくりと業者を調べるなどの対策を立てることができます。

何よりも、慌てないことが大切です。

ホームページでの表示とかけ離れた金額の場合は、特定商取引法の訪問販売に該当します。

契約書面の交付義務や8日間のクーリング・オフ制度の適用があります。

適正な契約書面をもらってから8日以内であれば、クーリング・オフができます。契約書面をもらっていない場合は、8日を経過してもクーリング・オフができる可能性があります。

契約書面をもらっていても、記載内容に問題があれば、8日を経過していてもクーリング・オフができる場合があります。業者からもらった契約書を持って消費生活センターなどに相談するとよいでしょう。

5

訪問買い取り被害 …なんでも買い取ります

事例

自宅に不要な呉服がたくさんあるので、買い取ってほしいと思い、スマホで買い取り業者を検索した。



何でも高額に買い取る、という表示を見て電話して事情を説明したところ、すぐ来てくれた。



用意した呉服類を見てから、貴金属や装身具類を見せてほしいといわれた。



断ろうとしたが、強硬だったのでしぶしぶ見せたところ、数千円を置いて全部持って行ってしまった。

呉服以外は処分するつもりはないので、返してほしい。



問題点

消費者は呉服の買い取りを依頼しているものの、貴金属類については予想外のことで不意打ちになっています。

→特定商取引法では、消費者が求めている場合以外は、訪問勧誘を禁止しています。

貴金属類の買い取りの評価は求めているないので、これは違法行為になります。

消費者が断っているのに、しつこく貴金属類を見せるように求める行為は違法です。

→特定商取引法では、消費者に求められて訪問した場合であっても、消費者に契約を断られたらそれ以上勧誘することを禁止しています。つまり、業者は、その段階で帰るべきであるということです。

ただ、自分から「買い取ってほしい呉服があるから」と呼んで自宅に招き入れていると、家の中には自分と業者しかいないということもあって、強い態度をとりにくくなるという点が問題です。

対処法

最も大切なことは質の良い業者を選ぶということです。

自分から業者を家に招き入れてしまうと、なかなか強い態度をとりにくくなります。

買い取ってほしいものがあって業者に来てもらう場合には、その業者の評判や信頼性をよく確かめて選ぶ姿勢が大切です。

チラシを見た、電話がかかってきた、ネットで検索して見つけた…などきっかけはいろいろですが、業者に連絡する前にネットなどでよい評判だけでなくマイナスの評判も調べましょう。

もし、事例のようないきさつで貴金属類を売却してしまった場合は、8日間のクーリング・オフ制度があります。

すみやかに消費生活センターに相談しましょう。

6

テレビショッピングの罠が…

事例

テレビショッピングを見ていて、欲しいものがあった。



注文しようとして電話をした。



その電話で別の高額商品を勧められた。これを買えば、欲しい商品はおまけとしてついてくるという。



よくわからないまま、成り行きで注文。



後でよく考えたら、高額商品は必要ない。電話の説明もよく聞き取れなかったので、やめたい。



問題点

消費者は、テレビ広告を見て注文するために電話をしています。違う契約内容や異なる商品を勧誘された消費者にとっては予想もしていないことで、不意打ちになります。

消費者が自分から電話をしているために、断りにくく感じる場合もあります。高齢者では、耳が遠くてよく聞き取れなかったということもあります。また、電話でのやり取りだけでは、詳しい契約内容までわからないことが多いのも問題です。

対処法

注文するつもりで電話をしたのに、その注文を受け付けるのではなく、別の契約内容や商品の契約を勧誘してきた場合には、断って電話を切るようにするのが一番の予防策です。

この時、「こちらの方がお得ですよ」といったセールストークに惑わされないようにしましょう。

消費者に「何の契約の勧誘をされるのかわからない」状態で電話をかけさせて、その電話で勧誘して契約を締結させた場合には、電話勧誘販売として次の規制があります。

- (1) 契約内容を記載した契約書面を消費者に渡さなければならない。
- (2) この契約書面を受取ってから8日間はクーリング・オフができます。契約書をよく確認して、これはいらないという場合にはクーリング・オフをしましょう。契約書をもらっていない場合には、契約から8日を経過していてもクーリング・オフができます。

7

サブスクトラブル

事例

1カ月、無料で動画を見ることができるサービスを見つけたので、登録した。



1カ月経過後、有料で見るほどのものではないと思い、有料の契約はしないことにして、そのままにしていた。



1年経過後、クレジットカード会社から「銀行の残高不足」とのメールが届いた。



銀行のネット通帳を確認したら、ここ1年程、毎月身に覚えのないカードの引き落としがされているのを発見した。



なんだろうと色々調べたら、有料の動画配信サービスの引き落としだった。全く利用していないので返金してほしい。



問題点

サブスクリプション(サブスク)とは、ネットによる契約でよく利用されるようになった新しい契約スタイルです。動画配信サービス、音楽配信サービス、オンラインゲーム、スマホの付帯サービスなどで見受けられます。

1カ月などの一定期間を定額料金で契約します。その期間内は何回利用しても料金は同じです。その期間内に解約手続きをとれば、期間満了で契約は終了します。解約手続きを取らないと、自動的に契約は更新される仕組みです。更新されると、一度もサービスを利用しなくても定額の料金がかかります。事例は、表示をよく確認しなかったためサブスクの仕組みに気が付かず、解約手続きをせずにいたことで何回も契約が更新され、その都度料金がクレジットカードで決済されていた事例です。

このほか、解約したくても解約手続きがわからない、IDを忘れてしまいアクセスできないままに料金が毎月決済されてしまう、などのトラブルがあります。

対処法

このタイプの被害では、予防がポイントです。後で、利用していないので返金してもらいたいと希望しても返金は難しいのが現実です。

無料サービスでも、表示を最後までよく確認しましょう。

サブスクの場合は、IDや解約手続きの方法などを記録しておきましょう。

クレジットカードの利用明細や、銀行通帳などをこまめにチェックすることも、被害に気づくきっかけとなります。

ネットで契約する場合は、申込入力後、送信ボタンを押す前に、最終確認画面をよく確認することです。

さらに、最終確認画面のスクリーンショットを撮り保存することが大切です。最終確認画面の表示内容が、サブスクとはわからないような誤認をさせる表示だった場合は、契約を取消できる可能性があります。その場合は、サービスを利用していなければ料金を返還してもらえ可能性があります。

8

ネット通販 …ニセサイト

事例

スマホのウェブページでほしい商品を検索した。



その後、スマホにほしい商品の広告がたくさん表示されるようになった。



ほしかったブランド物が激安で購入できる「いまだけ!!!」と広告が届き(ターゲティング広告)、チャンスと思い、販売業者の広告ページを見る余裕もなく、申込フォームに入力して、すぐに送信ボタンをクリックした。



前払いで指定された口座に代金を振り込んだが、商品が届かない。連絡も取れない。



問題点

この手法は、消費者から売買代金名目で金銭をだまし取る詐欺です。ネット上のショップは、玉石混交で、このような詐欺業者も少なくありません。

リアル店舗での買い物と同様、消費者は、良質な販売業者を選択する姿勢が大切です。

価格の比較で最も安い販売業者が、もっとも優良というわけではないことに、注意する必要があります。

詐欺的なケースでは、振込口座の名義が販売業者の名称と違うケースもあります。

口座名義が業者の正式名称と違う場合は、詐欺と疑うべきでしょう。

対処法

特定商取引法では、通信販売の広告には、業者の住所・名称・販売担当責任者・電話番号を表示することを義務付けています。確認をして、保存しておきましょう。

メールアドレスしか表示がない、ドメイン名しか表示がない、などの業者は避けるべきです。

虚偽の住所などの場合もあるので、ネットの住所検索で事前に調べるのもよい方法です。

代金の振込口座名義が販売業者の名義と違う場合も利用を避けましょう。

以前は、日本語が不自然なものもありましたが、最近では自然な日本語でも詐欺的なものがあるので、注意が必要です。

有名企業に成り済ます手口もあるので、気を付けましょう。

詐欺事案については、警察に届け出ましょう。

お金を取り戻すのは難しいことが多いので、被害の未然防止が大切です。

9

ネット通販 …定期購入（1）

事例

ソーシャルネットワークサービス（SNS）で流れてきた広告で、しわ取りクリームが初回だけ安価で試せるという。以前から興味があったが、高額なのでためらっていた商品だった。



リンクをクリックして販売業者のページに飛んだら、すぐに申込フォームが出てきたのでこれに入力して送信した。



すぐに初回分が届き、請求書通りお試し価格を振り込んだ。



翌月も届き、定価の請求書が同封されていた。



初回だけの購入のつもりだったので、電話で抗議したところ、「定期購入契約だ」と説明された。納得いかない。



問題点

○ 定期購入とは

初回お買い得、という表示がされているケースで、一定期間定価で購入することを条件に、初回のみが格安で購入できる取引形態です。一定期間購入することが条件になっていることに気づかないまま、初回だけのつもりで申込みをしてトラブルになるケースが多発しています。

○ ターゲティング広告による思い込みの危険

販売業者の広告ページの表示内容を確認しないまま、思い込みだけで申し込んで失敗することがあります。

広告を全部見ないままに、途中で出てくる申込フォームに入力してしまうと、その後に表示されている広告事項は見るができなくなってしまう。広告を最後までよく確認しないで申し込むのは危険です。

○ 申込内容の確認をしましたか

申込みフォームへ入力後、送信ボタンを押す前に申込内容を確認する画面が用意されています。この確認画面で、申込内容の確認をしていますか。確認しないで送信してしまうのは、危険です。

対処法

- (1) 販売業者の評判を調べましょう。リアルなお店での買い物の場合と同じように、信頼できる良質な販売業者を選ぶことが大切です。販売業者の住所や名称を確認して、ネットで評判を調べましょう。良い評判だけでなく、マイナスの情報も意識して集めて総合的に判断しましょう。
- (2) 広告と最終確認画面を細かいところまでしっかり確認しましょう。これらの表示が読みにくい、見つけにくい、などの業者は避けましょう。
- (3) 最終確認画面は、スクリーンショットを撮り、保存しましょう。

おかしいと思ったら、最終確認画面がわかる資料を持って消費生活センターに相談しましょう。最終確認画面の表示が消費者に誤認させる表示内容の場合は、契約を取消できる可能性があります。

10 ネット通販 …定期購入（2）

事例

SNSで流れてきた広告で、しわ取りクリームが初回だけ安価で試せるという。SNSには大きく「いつでも解約可能」と表示されていた。



初回だけ購入して、あとは解約するつもりでリンクをクリックして販売業者のページに飛び、すぐ出てきた申込フォームに入力して送信した。



すぐに初回分が届き、請求書通りお試し価格を振り込んで支払った。



直後に解約しようとしたら、解約手続きできる期間は一週間の限定された期間で、電話でしか受け付けられないことがわかった。



何回も電話をしているが、ずっと話し中で全く通じない。



解約できないまま、次の商品と請求書が届いた。



問題点

○ 定期購入とは

初回お買い得、という表示がされているケースで、一定期間定価で購入することを条件に、初回のみが格安で購入できる取引形態です。いつでも解約可能と謳いながら、実際には解約できないケースも多く、トラブルが多発しています。

○ 解約手続きに制約がある

契約はネットで簡単にできるのに、解約は期間制限や手続き方法に制約を設けているのは、問題です。無料通信アプリでないと解約を受け付けないとか、解約の際に身分証明書などの提出を条件にしているケースもあります。

対処法

(1) 広告をよく見て、良心的な業者を選択

リアルなお店での買い物の場合と同じように、信頼できる良質な販売業者を選ぶことが大切です。ネットショップは、目で見て判断する方法が使えません。

販売業者の住所や名称を確認して、ネットで評判を調べましょう。良い評判だけでなく、マイナスの情報も意識して集めて総合的に判断します。

(2) 広告で解約方法を確認

解約可能と表示されていても、具体的な手続きなどに関することも広告で確認しましょう。返品、解約の可否や具体的な方法は、広告に表示する義務があります。

具体的な手続き方法の表示がない場合には、避けたほうが安全です。

解約期間の制限がある、解約方法が電話だけとか無料通信アプリのみ、など制限があるものは避けるのが安全です。

(3) 最終確認画面の確認と保存

申込入力をしたら、送信前に最終確認画面を丁寧に確認しましょう。さらに、スクリーンショットを撮るなどして保存しておきます。

おかしいと思ったら、最終確認画面がわかる資料を持って消費生活センターに相談しましょう。最終確認画面の表示が消費者に誤認させる表示内容の場合は、契約を取消できる可能性があります。

11

SNS による情報商材被害

事例

日ごろから、自宅にいながらネットで手軽に儲かる副業に興味があり、SNSで発信したり儲け話に関するSNSをよく見ていた。



SNS上に、様々な儲け話の情報が流れてくるようになり、SNSでも儲け話の情報が中心に表示されるようになった。



興味深くSNSなどをみていたら、ダイレクトメッセージ(DM)が送られてきて「よい話がある」という。



DMで「興味がある」と返信したところ、オンラインで説明するという。



送られてきたアドレスでオンラインにアクセスして話を聞いた。簡単に儲かる話に興味を持ったが、「お金がない」というと「アプリローンがある」と教えてくれて、画面共有で申込方法も指導してくれた。



指示どおり操作し、借金をして100万円で儲かるノウハウを購入した。儲けで簡単に返済できるはずだった(そう説明された)。



情報商材の内容を見たが、よく理解できず、儲からない。借金の返済をしなくてはならないので、困っている。



問題点

内容がわからないままに「儲かるノウハウ」との説明で高額な契約をしています。しかも、借金をして支払っているため、被害は深刻です。相手がどこの誰なのか、信頼できるかどうかを調べているとは言えません。

基礎知識

まず、簡単に儲かる方法などはないと心得ましょう。

投資とは、リスクをとることを意味します。つまり、投資とは、儲かる場合もあるし損をする場合もある、将来が不確実なものです。

具体的な投資の仕組みやコストを知ったうえで、よく勉強して自分の判断でリスクをとる必要があります。よくわからないけど、指示に従えば儲かる、などということはあり得ないわけです。

「儲け」の内容は、様々で時代による変遷があります。

FXやバイナリーオプションなどの投資、投資で絶対もうかる方法の伝授、様々な怪しげな副業、最近では暗号資産による投資などがあります。

副業では、振り込め詐欺の末端を担うような犯罪の世界に誘導されてしまう、危険なものもあります。

具体的な内容や仕組みがわからないものに手を出すのは危険です。

対処法

詐欺的投資などの被害では、契約相手が不明のため救済が困難なケースが少なくないので、注意しましょう。

簡単に儲かる話には耳を貸さないことが最善の予防です。

投資で、利益が約束されているものは信用してはいけません。

副業の場合には、具体的な業務内容をしっかり確認することが大切です。

また、副業の内容が犯罪に手を貸すものかもしれません。犯罪に引き込まれてしまうと、犯罪組織から抜け出すことができなくなります。

契約をしようとする場合は、相手を確認し、信用性などを慎重に調べること、契約内容をよく吟味することが大切です。

12

脱毛サービスの中途解約

事例

脱毛してみたいという気持ちがあり、ネットで情報収集していたところ、無料でカウンセリングをしているという業者の表示を見た。



無料でカウンセリングだけを受けてみるつもりで脱毛サロンに出向いた。



カウンセリングルームで、カウンセラーと二人になり、この脱毛サロンでは、きれいに脱毛できるとの強い説得を受けた。

「今日は契約するつもりはないから」と断ったが、「今日契約すれば、10%割引で契約できる」と勧誘された。



少しでも安く契約できればお得と思い、結局契約した。半年で30回利用でき、30万円だった。



4回利用したのちに解約することにした。



サロンから「最初の3回が有料で、1回10万円。あとの27回は無料サービスなので、返金はない」と言われた。



契約書を確認したら、サロンの説明通りの内容だった。契約するときには説明されたかもしれないが、気にも留めていなかった。でも、納得できない。

問題点

無料カウンセリングだけのつもりで出かけたのに、当日に契約してしまったことが、そもそも問題です。

契約する際には、業者に関すること、提供されるサービスの内容や価格、契約条件などをよく確認し、複数の業者と比較検討することが大切です。

当日の契約であれば割引きになるとか、契約者の枠があとわずかで、今契約しないと埋まってしまう…などのセールストークを用いて、消費者の比較検討や熟慮の余裕を奪う手法はしばしば用いられますが、良心的とは言えないと思われます。

対処法

契約する前に同種のサービスについての情報を収集し、比較検討することが大切です。

その際に、価格が安いほど良いわけではなく、単価や途中の解約、清算ルールなども含めて比較検討しましょう。

法外に安価を謳っているケースでは、おとり広告の危険もあります。

さらに、契約する前に契約書の内容をよく読んで確認することが重要です。業者の説明と契約内容が違う場合には、契約を避けましょう。

特定商取引法では、エステサロンや医療機関における脱毛サービスのうち、合計金額が5万円を超え、サービス提供期間が1か月を超える契約では、中途解約できるものと定めています。これに反する特約は無効です。

中途解約した場合には、利用済みのサービスの対価(契約時の単価が上限)と、一定の解約手数料を支払うこととなります。解約手数料は、エステでは2万円、美容医療では5万円が上限とされ、これを超える特約は無効です。

したがって、契約するときには、契約時単価がいくらなのか、合理的なのか、よく考えましょう。

13

送り付け商法

事例

注文していないのに、ある日ショートメッセージサービス（SMS）で「注文の商品を送る」との連絡がくる。（この連絡はないケースも少なくない）



宅配便やゆうパックなどで商品が届く。代引きの場合もある。
（2023年10月に詐欺罪で逮捕されたのは、この手口）



代引きの場合は、代金を支払い受け取ってしまう。



開けてみたり、家族に聞いたりして、注文したものではないことがわかる。



問題点

消費者が注文していないのに、商品を送り付けてきて代金を請求する手口です。

代引き郵便などで送り付けてくるケースもあります。

2023年10月には、代引き郵便を悪用して送り付け商法を行っていたグループが千葉県警に詐欺罪で逮捕されています。報道によれば、被害は38都道府県の420人におよび、被害総額はおよそ4000万円にのぼるとみられています。

基礎知識

注文していないのに送り付けられた商品は、受け取る義務はなく、代金を支払う義務也没有ありません。

特定商取引法では、注文していないのに送り付けられた商品をまちがって受け取ってしまった場合、保管義務はなく、ただちに処分できる旨の規定を定めています。

対処法

家族の誰かが注文したものだど勘違いして代引きで支払ってしまった場合には、理論的には販売業者に対して勘違いだったことを理由に返金の要求ができます。

しかし、送り付け業者は、詐欺罪で逮捕されるケースもあることからそもそも良心的なビジネスをしているとはいえません。そのため、話し合いによって取り戻すことはむずかしいことが多いのが現実です。

そこで、予防するための対策が重要になります。

対策としては、下記の2点が大切です。

- 1 通販などを利用する際には、あらかじめ家族間で情報を共有すること。
- 2 宅配などでは送り主を確認し、心当たりのないものは受け取らないこと。

最後に… 見守りの重要性

○ 高齢者、障がい者の見守りの重要性

高齢者や障がい者のなかには、自分から消費生活センターに相談できないケースが少なくありません。特に、判断力が低下している場合には、その傾向が強くなります。すると、次々販売などの被害に発展することもあります。次々販売の被害にあうと、生活が破綻してしまう危険があります。

そのために、早期に周りの人達が気がついて、消費生活センターにつなぐことが大切です。

○ なぜ自分から相談しないのか

自分から相談しない理由はいろいろと考えられます。理由は複合的なこともあります。

- ・被害とは気が付かない。
- ・相談できる場所を知らない。
- ・自分のしたことは自分の責任だと思っている場合もある。
- ・プライドが邪魔をしている。（自分は絶対に間違わないという「確証バイアス」が強いケースなど。）
- ・家族に知られることを心配している。

○ 見守りとは何か

…見守りとは「監視」ということではありません。

普段から付き合う関係を作り、気軽に挨拶や雑談などをする人間関係を大切にすることです。

ちょっとしたおせっかいを大切に。具体的には、消費生活上ちょっと気になることがあったら、消費者生活センターに相談できることを伝えるなどです。はやめの相談が被害の防止や早期解決に結びつきます。

これは、お互いさまで、見守る人と見守られる人とか厳密に分けることができるものでもありません。みんなで、住みやすい地域にしていくということです。

著者紹介



村 千鶴子 氏

著者経歴

名古屋大学法学部卒業

1978年から弁護士

2004年から東京経済大学現代法学部教授（消費者法担当）

現在

日本消費者法学会理事

日本弁護士連合会消費者問題対策委員会委員

国民生活センター客員講師

国民生活センター消費者判例評価検討委員会委員

東京都消費者被害救済委員会会長

財団法人日本消費者協会理事長

特定非営利活動法人消費者機構日本副理事長 など

著書「消費生活相談員のための消費者3法の基礎知識」中央経済社

「消費者のための民法入門」新世社 など

