

# 「学習教材の購入契約に係る紛争案件」報告書（概要）

## 1 紛争の概要

相手方（教材販売事業者。以下「A社」という。）は、神奈川県内にある学習教材の販売会社で、主に小・中学生を対象とした高校受験対策（内申点対策）用学習教材の販売に関する事業を神奈川県・東京都内を中心に行っている。A社の申出人（消費者。市内在住の40歳代女性。）に対する学習教材の勧誘から契約、そして付託までの経過は次のとおりである。

- (1) 2回にわたり申出人宅を訪問したA社が子供の成績や進路についてたずね、学習塾や家庭教師などと比較しながら5年分（小5～中3）の教材購入を勧めた。
- (2) 申出人は、これまで子供に教材を使わせた経験がなく、5年間の契約も長く、高額のうち子供が教材を使い続けることができるか不安で迷っていたが、勧誘時の説明でこの教材が「子供に勉強を教えてくれる内容を含むもの」と思い、5カ年分全教材の一括購入契約（クレジット総額約120万円）をした。
- (3) しかし、商品到着時（契約から14日後）、A社及び教材製作事業者（以下「C社」という。）へ問い合わせたところ、その教材は自分が考えていた内容とは違い、実際には勉強を教えてくれるものではなかった。申出人は、このような教材であれば月々の支払いも高額で負担が重いので、当初から契約をしなかったと主張し、横浜市消費生活総合センター（以下「センター」という。）に相談した。
- (4) センターに相談後、信販会社（以下「B社」という。）にも連絡したうえで、消費者・事業者による話し合いが行われたが、双方の合意による解決がなされなかった。（教材は中学生分が未使用）
- (5) 横浜市では、センターによる解決が困難と判断し、消費者の申し出内容について確認し、条例第41条の規定に基づき、横浜市長から横浜市消費生活審議会（以下「審議会」という。）へ付託した。
- (6) 付託された審議会では、同日消費者被害救済部会を開催し、担当委員4名を選任のうえ、審理を開始した。（審理スケジュールについては次頁【参考】のとおり）

## 2 審理のポイント及び主な主張（要旨）

審理のポイント	申出人（消費者）	相手方（A社）	その他（C社）
1 訪問（勧誘）時の説明	県立高校の統廃合の話などをされたうえで、A社販売担当者からは「今から準備が必要」「責任を持ってサポートする」などと言われ、この教材が「家庭教師付き教材」とってしまった。	統廃合に関する断定的な説明や「勉強を教える」という説明はしていない。担当者の「サポート」は「励ます」ということである。	勧誘時に、「過大な表現」は慎むように販売会社をお願いしている。
2 5カ年分全教材の一括購入（販売）契約	中学生からの販売について質問したが、「うち中学生からの販売は受けていない」と言われた。子供が教材を長く続けられるか不安だった。	高校受験（内申点）対策には一貫した学習が必要なので小・中学校のセット販売が基本。分売はお客様の希望に応じた例外的な対応である。	学年別・科目別に価格設定しているが、個々の販売方法は販売会社に任せてある。
3 申込書面（商品引渡時期）の記載	引渡時期は指定していない。教材到着時期がクーリング・オフ期間を過ぎていたので一時は解約をあきらめていた。	申込書の記載については、他の欄も含めて、申出人に対し内容を説明したうえで記入してもらった。	
4 パンフレット・ガイドの表現		教材の説明にパンフレットを使用するが、その内容は「勉強は教えられないが、連絡があればうかがう」との内容。	

### 3 あっせんの成立と審理の終結

A社からの聴き取りの中で、「申出人の意向に沿うようにしたいと考えている」との申し出があり、部会担当委員でこの内容についての審理が行われた結果、部会としてはA社の申し出を受けることとし、内容を確認のうえ申出人に伝えたと、申出人から受諾の意思が確認されたため、「あっせんによる解決」と判断し、処理することとした。併せて市を通じて確認した申出人の意向を踏まえ、A社から提示された具体的解決方法について審理を行った。この具体的な解決方法は「中学生分（翌学年以降の分）を解除し、小学生分については継続」というものであり、部会ではこの内容について当事者双方が受け入れ可能なあっせん案と認めたと、申出人の受諾の意思を最終的に確認したため、審理を終結した。

### 4 審理のポイントに対する委員コメント

本案件において当事者双方が紛争に至った最大の原因は、申出人と相手方であるA社との間に、商品に対する考え方の大きな食い違いが生じたまま、契約に至ってしまったことであり、その中で問題点として指摘すべきは次の三点である。

- (1) A社における「訪問（勧誘）時の説明」が十分ではなかったのではないかという点。
- (2) A社におけるこの教材の「販売方法」、具体的には5年間分全教材の一括販売契約と、申込書面の「商品引渡時期」欄の記載については、その正当性に疑問は否めない点。
- (3) 「教材及びパンフレット・ガイドの内容」の表現に申出人が誤解をするような要因が内在していたのではないか、と考えられる点。

以上の考え方を踏まえると、申出人にも指摘すべき点はある。またA社に「強引な」販売は見られず、さらにA社の提案により解決、という点を考慮しても本案件が消費者に誤解や困惑をもたらす「過量な販売契約」としてその取消が十分に可能であったのではないかと、とも考えられる。

これらの問題点に対し、審議会としては

A社に対し、主に勧誘時の説明・申込書面の記載・教材の販売方法という点について、今後の事業活動において自主的な改善を求めたい。

C社に対し、教材に付属する相談サービスやパンフレット・ガイドの内容について、より適正な表現への変更を要望したい。

その他、申出人に対し契約にあたってのより慎重かつ的確な対応を求め、またB社には加盟店に対する一層の実態把握及び適正な審査・管理、消費者への与信に対し適切な配慮を行うことを要望したい。

(本案件に関する申出人、A社、B社、C社等に対する具体的なコメントは【概要（別紙）】のとおり)

### 【参 考】審理スケジュール

- (1) 平成15年 5月 9日 横浜市から審議会への付託、消費者被害救済部会開催（担当委員の選任）
- (2) 平成15年 5月22日 付託案件に係る審理（第1回）開催（申出人に対する聴き取り）
- (3) 平成15年 6月20日 付託案件に係る審理（第2回）開催（担当委員による意見調整）
- (4) 平成15年 7月11日 付託案件に係る審理（第3回）開催（A社に対する聴き取り）
- (5) 平成15年 7月24日 C社に対する聴き取り（事務局）
- (6) 平成15年 7月30日 付託案件に係る審理（第4回）開催（担当委員による意見調整）
- (7) 平成15年 8月18日 付託案件に係る審理（第5回）開催（担当委員による意見調整）
- (8) 平成15年 8月27日 消費者被害救済部会開催（審理結果の報告）
- (9) 平成15年 8月28日～消費者被害救済部会から審議会委員へ通知
- (10) 平成15年 9月 3日 本案件の審理に関する報告書を審議会から横浜市へ報告

報告にあたっての委員コメント<「報告書」13～19ページ>

(1) 本案件の審理について

本案件は結果的に、A社の「申出人の意向に沿って解決したい」との提案に応じて解決したものであったが、市長からの付託により審理が開始されて、最終的解決に結びついたものであり、条例に規定するあっせん・調停制度が有効に機能したものと評価できる。

そして、本案件において当事者双方が紛争に至った最大の原因は、申出人と相手方であるA社との間に、商品に対する考え方の大きな食い違いが生じたまま、契約に至ってしまったことであり、その中で問題点として指摘すべきは次の三点である。

A社における「訪問時の説明」が十分ではなかったのではないかという点。

A社におけるこの教材の「販売方法」、具体的には申込書面の「商品引渡時期」欄の記載と、5年間分全教材の一括販売契約については、その正当性に疑問は否めない点。

「教材及びパンフレット・ガイドの内容」の表現に申出人が誤解をするような要因が内在していたのではないかと考えられる点。

以上の考え方を踏まえると、申出人にも指摘すべき点があり、またA社に「強引な」販売は見られず、さらにA社の提案により解決、という点を考慮しても本案件が消費者に誤解や困惑をもたらす「過量な販売契約」としてその取消が十分に可能であったのではないかと考えられる。

(以下本案件に関する申出人、A社、信販会社B社、教材製作会社C社等に対するコメント)

(2) 申出人（消費者）に対して

本案件では特に、次の二点について指摘したい。

子供が将来の5年間継続して使用するか不確定である過量の教材を高額で一括購入する契約を、ほとんど他の情報もないまま決断するという点について、申出人自身として他社教材との比較検討や家族と話し合う、あるいは友人に相談するといった慎重な対応が消費者として必要ではなかったのか。センターへの相談まで3カ月以上経過し、この間A社・B社、C社にも問い合わせ・苦情の申し出などはしなかったということは、結果的に解決を遅らせてしまったことは否定できない。

今後は以上の指摘点を踏まえ、申出人に対し契約にあたってのより慎重かつ確かな対応を求めたい。

(3) 相手方（教材販売事業者、A社）に対して

本案件では、A社と申出人との契約に関し、次の三点について指摘したい。

電話によるアポイントメントを含む勧誘時の説明、少なくとも教材に関して申出人の理解を得るための説明が十分であったとは言えない状況である。申出人は教材の内容もそうだが、A社とC社の区別も訪問時（契約時）には明確に判別できていなかった。また、現在の進学事情に関する説明も、たとえ申出人のためであっても、日ごろ情報が少ない申出人にとって、誤解が生じる可能性もあったのではないかと。申込書面の記載（商品の引渡時期）、書面の「商品引渡時期」欄の記載がクーリング・オフ期間を超えた期間（契約から14日後）となっていた。これが結果的に解決を遅らせてしまった要因の一つと考えれば、この書面における「商品引渡時期」欄の記載は、非常に大きな問題と考えざるを得ず、A社は、消費者が引渡された商品を見てからクーリング・オフを適用できるように、商品配送の時期をクーリング・オフ期間内に設定するべきであったと考える。

この教材の販売方法。申出人はA社の対応に「強引な販売はなかった」としているが、数力年分の多量かつ高額な商品についての販売契約における消費者の心理的かつ経済的な負担を考えると、この契約自体に問題がない、とは決して言い切れない。A社として「分売も可能」であるならば、訪問時に消費者

に対し分売について予め説明をすべきであった。

これらの指摘を踏まえると、A社の電話によるアポイントメントを含む勧誘時の説明や販売方法・内容は、条例第27条第1項第1号の「不当な勧誘行為」、同項第3号の「不当な内容の契約締結」に該当すると言ってもよい。また、平成15年7月1日に改正施行された神奈川県消費生活条例（以下「県条例」という。）の中でも、本案件のような販売方法は「不当な取引行為」における「過量販売」の事例としてとりあげられている。

審議会ではA社に対し、主に勧誘時の説明・申込書面の記載・教材の販売方法という点について、今後の事業活動において自主的な改善を求めたい。

#### （４）その他

教材製作事業者（C社）に対して

今回審議会では、教材製作会社からも事務局を通じて聴き取りを行ったが、その結果を受け、次の三点について指摘したい。

- ・教材のパンフレットには、商品の効果に関する断定的な表現が随所に見受けられた。また、県条例の中で本案件のような販売方法が「過量販売」の事例にあげられたことから、本教材が分売可能であることをパンフレットに表示するなど、今後の販売事業者・消費者間のトラブル予防のために、パンフレットの表現については一層の配慮が必要と考える。
  - ・教材の特長を説明するガイドについて、その表現には「教材に関する相談サービスが学力の教授とは異なる」ことが明確に表現されておらず、消費者によっては「勉強を教えてくれる」との印象を与えられるものであった。審議会としては、このパンフレット・ガイドにおける表現とA社・C社における説明は明らかに食い違いのあるものと考えざるを得ず、一般的には使用説明書に記載されている製品とは別の商品を購入させられたものと同様とも受け取れる。
- 以上から、審議会としてはC社に対し、教材に付属する相談サービスやパンフレット・ガイドの内容について、より適正な表現の変更を要望したい。
- ・教材に関する価格については、クレジット総額で約120万円、月約2万円になる。A社は「同業他社と比較し高くはない」とのことだったが、「学力の教授を伴わない教材の使い方指導」を受けられるにとどまる教材の価格として市販の教材と比較すればそうとも言い切れない。

信販会社（B社）に対して

加盟店を通して広範囲にわたり顧客を獲得している信販会社は、加盟店事業内容について審査・管理を行う社会的な責任があるものと考えられ、特に本件の場合は、加盟店の取り扱う商品（教材）についてより深い理解が必要であったものと考えられる。

またできれば、商品の引渡時期についても、クーリング・オフ期間内かどうかのチェックを、またその記載の徹底を図ってもらいたい。

以上の内容も含め、審議会ではB社に対し、今後加盟店に対する一層の実態把握及び適正な審査・管理を、また消費者への与信に対し適切な配慮を行うことで加盟店・消費者間トラブルの未然・拡大防止に一層努めるよう要望したい。

その他（クーリング・オフの規定等について）

- ・本案件の審理の中で、具体的な解決及び販売における問題点とともに、この教材がいわゆる「役務付商品」であるかどうか論点となったが、今後はこのようなトラブルを避けるために、改めてこのような教材について明確に「役務付商品」であることを位置付けることが必要と考える。
  - ・本案件の「教材の到着時期」に関連して、クーリング・オフ期間の起算日についても、今後のトラブル防止のために、「商品到着時とする」などの対応が必要であると考えられる。
- 以上については、たとえば将来の法令改正の際には、検討のうえ、実現されるよう、特定商取引法の所管機関である経済産業省に対し要望したい。

さらに、このような紛争の未然防止のために、経済局並びに教育委員会など公的部門における一層の消費者教育への取り組みも必要不可欠であるし、この他本案件に関しては、消費者が何かあればできるだけ早くセンター窓口を利用できるよう、その周知にも一層の取り組みが必要であると考えられる。