

# アパレル関連商品転売の副業に係る紛争 案件

## 報 告 書

(東京都消費者被害救済委員会)

平成31年4月

東京都生活文化局

## はしがき

東京都は、6つの消費者の権利のひとつとして、「消費生活において、事業者によって不当に受けた被害から、公正かつ速やかに救済される権利」を東京都消費生活条例に掲げています。

この権利の実現をめざして、東京都は、都民の消費生活に著しく影響を及ぼし、又は及ぼすおそれのある紛争について、公正かつ速やかな解決を図るため、あっせん、調停等を行う知事の附属機関として東京都消費者被害救済委員会（以下「委員会」という。）を設置しています。

消費者から、東京都消費生活総合センター等の相談機関に、事業者の事業活動によって消費生活上の被害を受けた旨の申出があり、その内容から必要と判断されたときは、知事は、委員会に解決のための処理を付託します。

委員会は、付託を受けた案件について、あっせんや調停等により紛争の具体的な解決を図り、個別の消費者の被害を救済するとともに、解決にあたっての考え方や判断を示します。

この紛争を解決するにあたっての委員会の考え方や判断、処理内容等は、東京都消費生活条例に基づき、広く都民の方々や関係者にお知らせし、同種あるいは類似の紛争の解決や未然防止にご活用いただいております。

本書は、平成30年11月8日に知事が委員会へ紛争処理を付託した「アパレル関連商品転売の副業に係る紛争」について、平成31年4月25日に委員会から、審議の経過と結果について知事へ報告されたものを、関係機関の参考に供するために発行したものです。

消費者被害の救済と被害の未然防止のために、広くご活用いただければ幸いです。

平成31年4月

東京都生活文化局

# 目 次

第 1	紛争案件の当事者	1
第 2	紛争案件の概要	1
第 3	委員会による処理開始と当事者の主張	
1	申立人 A の主張	2
2	申立人 B の主張	3
3	申立人 C の主張	4
4	相手方の主張	5
第 4	委員会の処理結果	7
第 5	報告にあたってのコメント	
1	あっせん案の考え方について	7
2	同種・類似被害の再発防止に向けて	16
■	資 料	
1	申立人 A からの事情聴取	19
2	申立人 B からの事情聴取	21
3	申立人 C からの事情聴取	23
4	相手方からの事情聴取	25
5	「アパレル関連商品転売の副業に係る紛争」処理経過	28
6	東京都消費者被害救済委員会委員名簿	29

## 第1 紛争案件の当事者

申立人（消費者） 3名 申立人A：20歳代前半女性（給与生活者）  
申立人B：20歳代前半女性（給与生活者）  
申立人C：20歳代前半男性（学生）  
相手方（事業者） 1社 アパレル関連商品転売の副業に係る業務提供事業者

## 第2 紛争案件の概要

申立人（A、B、C）の主張による紛争案件の概要は、次のとおりである。

各申立人は、SNSで自分のファッション等の情報発信をしていたところ、平成30年5月から6月にかけて、それぞれのスマートフォンに、SNSのダイレクトメッセージ<sup>1</sup>で「アパレルのバイヤーだがセンスのある人をスカウトしている。1日1時間からでも在宅でできる仕事に興味はないか。」との連絡を受けた。どのような仕事か質問のメッセージを送ると、海外から商品を仕入れて、申立人がフリーマーケットアプリを利用して販売することで、安定して稼げる仕事だと返信があった。

詳しい説明をされると言われて相手方が案内した日時にビルの一室の事務所に出勤すると、それぞれに共通して、「外国に支社があり、その国の事業者からアパレル商品を買付けするルートを持っている。その国のアパレル商品の通信販売サイトを閲覧し、仕入れたい商品を選び、当社に依頼すると買付けて申立人に送るので、その商品を転売すると海外との価格差により利益を得られる。月10万円程度稼げる。」と説明された。

一通り説明が終わると、初めて「着手金30万円とサポート代金が毎月1万円必要だ。」と言われ、驚いて、帰って考えたいと伝えるなどしたが、すぐに契約をしないと契約の枠が埋まってしまうと言われるなどして、その場での決断を迫られ、契約を締結することとなった。

その後、各申立人は短時間の作業で儲かるビジネスという説明に疑問を持ち、翌日又は翌々日に解約をそれぞれ申し出たが、「契約書記載のとおり申立人らは個人事業主として契約しており、消費者ではないのでクーリング・オフは適用されない。サポートも開始している。」との理由で無条件での解約には応じてもらえなかったため、紛争となった。

## 第3 委員会による処理開始と当事者の主張

本件は、平成30年11月8日、東京都知事から東京都消費者被害救済委員会に付託さ

---

<sup>1</sup>ダイレクトメッセージ（DM）は、SNSの画面上ではなく、直接メッセージをやりとりすること（総務省総合通信基盤局消費者行政第一課青少年担当「インターネットトラブル事例集（平成29年度版）追補版」より）。

れ、同日、同委員会会長より、その処理が、あっせん・調停第二部会（以下「部会」という。）に委ねられた。

部会における事情聴取時の当事者の主張は、次のとおりである。

## 1 申立人Aの主張

- (1) アパレル企業に就職したばかりで、販売員の仕事をしている。バイヤー経験はない。
- (2) 自分のファッションについてSNSで情報発信をしていたところ、スマートフォンに「バイヤーの仕事をしている。センスのある方をスカウトさせていただいている。1日1時間からでも在宅でできるアパレルの仕事に興味はないか。」というSNSのダイレクトメッセージ(以下「メッセージ」という。)が届いた。メッセージには、社名も名前もなかったので、個人からだと思った。どんな仕事か問い合わせると、転売ビジネスであり、事務所で説明するので来たらどうかと誘われた。興味があったので仕事の内容を聞くだけのつもりで、案内された日時に事務所へ行く約束をした。
- (3) 事務所は小さなビルの一室で、インターホンを鳴らすとドアを開けてくれた。担当者から一対一で説明を聞いた。相手方から、就職サイトで募集していたが、本気でない人なども来るので、SNSで募る方が効率が良いからメッセージを送ったと、「選ばれた人」であるような言い方をされた。
- (4) パソコンでサイトの画面を見せられ、簡単な仕事の流れを紙に書きながら話をされたが、その紙はもらっていない。バイヤーの仕事は、仕入れルートを作るのに時間もお金もかかるが、相手方には、海外から仕入れるルートが整っているので、希望する商品を注文すれば簡単に仕入れができる、フリーマーケットアプリなどを利用して販売すれば、月10万円ぐらいの利益になる、個人ではできないことができるようになる、などと説明された。短時間で、インターネットのサイトを見るだけでできるならいいかなと思った。
- (5) 仕事の説明後、会社の人件費や輸入貿易代行費用として毎月1万円を1年間払ってもらう、更に相手方が持っているノウハウの提供及び申立人らに責任感を持ってもらうという理由で30万円が必要であると言われた。高額なので戸惑ったが、この仕事は、多分もうすぐ定員がいっぱいになると言われ、今契約しないとできなくなると思って承諾した。
- (6) 契約書の内容について特に説明はなく、日付や数字は言われたとおり自分で書いた。印鑑を持って来なかったと伝えると、指印でいいと言われた。契約書には事業者として契約する旨の記載があったが、それがどのような意味があるかについて説明はなかった。
- (7) 支払日を約束すれば今日からサポートできると言われたので、期日を告げると、その場でスマートフォンにノウハウに関するPDFデータが送られてきた。PDFデータは膨大な量だったので全部は読んでいない。PDFデータは保存しなかったので現在は見るできない。
- (8) 相手方の会社が事業としてどうして成り立つのか疑問で、その日のうちに、相手方にSNSで質問すると、「物流量に貢献し貿易業の飛躍につながるので御安心ください。」と返信があったが、よく理解できなかった。契約をやめたいと思い、翌日、白紙に戻したいとSNSでその旨伝えたと、戻ったところ、「契約してしまっているので解約できません。」と返信があった。更にクーリング・オフができると思い、SNSで伝える

と、「個人事業主として契約しているのでクーリング・オフは適用外だ。」と返信があった。

- (9) 不安になって消費生活センターに相談し、契約解除通知を相手方に送付した。相手方からは督促状が届いたが、まだ何もやっていないので支払いたくない。  
(詳細は資料1のとおり)

## 2 申立人Bの主張

- (1) アパレル企業の販売員の仕事に就職したばかりで、仕入れや転売の経験はない。
- (2) SNSで自分のファッションなどについて発信していたら、「私はアパレル商品のバイヤーの仕事をしている。センスのある人をスカウトしている。1日1時間からでもできるアパレルの仕事に興味はないか。」というメッセージが届いた。仕事の内容を質問すると、海外から仕入れた商品をフリーマーケットアプリを使って転売する、初月で約3～5万円、3か月ぐらいで10万円程は安定して稼げる、と返信があった。
- (3) 「損をすると怖い。」とメッセージを送ると、「御安心ください。事務所で説明します。」と返信があった。仕入れやバイヤーに興味があったので、話を聞こうと思い、出向く約束をした。送信者の社名や名前は分からなかった。
- (4) 道が分からなければ連絡するようにと相手方からのメッセージにあったので、連絡をして道案内してもらい事務所に着いた。事務所がある建物は小さめのビルで、階段を上ったところの一室だった。事務所では、担当者から一対一で説明を受けた。紙の資料を使って説明されたが、その紙はもらっていない。服を選ぶ方法や、商品がどのくらいの元値で入ってきて、売るとどれくらいの利益があるかについて、パソコンの画面を見せられ説明された。
- (5) 利益は一人では出せないなので、相手方からサポートと情報提供をしてもらい商品を選ぶ、それを輸入してもらい、自分の家に届いた商品をフリーマーケットアプリを利用して売るとのことだった。メッセージにあったとおり、1時間程度の作業で、3か月目ぐらいで月10万円程度の利益が出るのだと思った。
- (6) 説明の途中で、1年間の契約であり、相手方に買い付けてもらうサポート代金月1万円と着手金30万円が必要だと言われた。費用がかかるとは思っていなかったので高いと思った。相手方からは、クレジットカードで10万円を支払い、20万円は新しくクレジットカードを作り、どちらもリボ払いをすれば利益もあるし払えると言われた。
- (7) 何度も「家に帰って友人に聞いてから決めたい。」と言い、夕方に予定があることも事前に伝えていたが帰らせてくれず、午後4時過ぎから午後7時過ぎまで3時間ほど事務所に居た。担当者から「他にも面接に来る人がいるからそちらが決まったら、この話はなくなりますよ。」と言われた。延々と利益が出る話をされて、1年間だけなら、と思い契約してしまった。手持ちのクレジットカードで10万円をリボ払いで支払った。その場から帰りたいという気持ちが強かった。
- (8) 契約書には「事業者として」と記載があったが、説明は受けていない。金額や日付は言われたとおりに自分で記入し、指印を押した。その場でこのビジネスのノウハウが書かれたPDFデータがスマートフォンに送られてきた。半分ぐらいまでざっと見た。今は、PDFデータは見られなくなっている。
- (9) 契約後、支払いをした分の利益が取れるか明確ではなかったのと、相手方についてインターネットで検索したところ、あまり良いことが書いてなかったのも、やめたい

と思った。

- (10) 契約日の翌々日に、解約したいとSNSで相手方に送った。また、消費生活センターに相談し、相手方に契約解除通知を送った。抗弁書を送付したらカード会社からの請求はなくなったが、相手方から「指定期限までに支払え。支払いが確認できなかった場合は、裁判所を通し法的手続きを取る。」という内容の督促状が2回届いた。解約して、払わずに終わりにしたい。  
(詳細は資料2のとおり)

### 3 申立人Cの主張

- (1) 大学生で、アパレル関係に関心があった。
- (2) 「バイヤーという仕事をしている。1日1時間からでもできるアパレルの仕事に興味はないか。」というSNSのメッセージが届いた。メッセージの相手は、最初は個人だと思った。社名や名前は分からなかった。
- (3) 興味があったので返信すると、海外から仕入れて、日本の転売サイトなどで売ることだった。料金を確認すると、月々2万円かかると返信があり、少しかかると思ったが、利益と換算したらプラスになって賄えるのではないかと思った。
- (4) なぜ自分にメッセージをくれたのか質問のメッセージを送ると、相手方からアカウントが大変魅力的な方を厳選して声を掛けた、と返信があり、SNSに自分自身のライフスタイル情報などを載せて発信していたので、自分が抜擢されたのかと思って気分が良かった。
- (5) 1日1時間程度の作業時間で初月で3~5万円、3か月目で月10万円ぐらい安心して稼げる、詳しい説明を聞いてみないかというメッセージがあり、取りあえず一度聞きに行こうと思った。
- (6) コンクリート造のアパートのような建物の階段を上ると、その一室が事務所だった。
- (7) 中に入り一対一で説明を聞いた。パソコンの画面で資料を少し見せられたが、ほとんど口頭で説明され、紙の資料やパンフレットはもらっていない。服の仕入先のサイトを見せられ、こういうところから仕入れ、日本のこうしたサイトで売るといような説明を受けた。海外の服を作っている会社から商品を選ぶ、会社を通して日本に商品を運び、フリーマーケットアプリを使って売るというイメージだった。
- (8) ノウハウ提供の後のサポート体制について質問すると、1人の契約者につき4人で対応していると言われたが、具体的なサポート内容の説明はなかった。1日に1~2時間の作業で、最初に送られてきたメッセージのような利益が出ると思った。
- (9) 説明の最後に、着手金として30万円と毎月1万円がかかると言われた。高いと思ったので考えていたら、相手方から決して高くないと言われた。説明の中で利益を上げられると言われていたこともあり、だんだんと高くないと感じてきた。やりたい方がたくさんいると言われ、口調もかなりハキハキとしてスピードも速かったので、洗脳されていたと思う。何とかなるかという思いで、指印を押して契約した。30万円は分割払いでいいと言われたので、当日クレジットカードで頭金3万5千円を支払った。
- (10) 契約書については、簡単に説明されただけだった。「事業者として委託する」という言葉の意味については説明を受けていない。契約書を見ると委託内容として、「購入希望商品のリサーチ、情報提供、発注媒介に関する業務営利目的としての販売業務、国内での市場リサーチ」と記載されているが、その業務は自分にはできない。

- (11) その場でPDFデータが、スマートフォンに送られてきた。内容の説明は受けていない。最初の5ページぐらいは見たが、簡単にはできない、難しいと思った。今は、PDFデータに接続できない。
- (12) 帰宅して、これはよくない、やりたくないと思ったので、先輩に相談をしたら、クーリング・オフ制度が使えるとアドバイスされ、契約締結の2日後に相手方にSNSで伝えた。相手方からは、事業者間契約だからクーリング・オフ制度は該当しないと返信があった。
- (13) 消費生活センターに相談後は、相手方とやり取りをしていない。できるだけ多く返金してほしい。  
(詳細は資料3のとおり)

#### 4 相手方の主張

- (1) 当社は転売ビジネスの支援が主体であり、輸入の作業、商品管理、配送をメインに行っている。当社の目的は海外との物流量の増大、輸入ルート強化、拠点の拡大である。
- (2) 集客は、インターネットの求人媒体に載せたり、SNSを利用して声を掛けたりして行っている。その中で興味を持ち、事務所に来た人に、主に口頭で説明した結果、希望する人に始めてもらっている。
- (3) SNSのメッセージを作成して送っているのは従業員であるが、本件申立人らへは誰が送ったのか分からない。メッセージを作って送る者と、事務所で当日説明する者とは違う人間である。
- (4) メッセージには、社名や氏名を記載していない。現在は、本件紛争時のメッセージとは、内容を変えている。未成年者にはメッセージを送らないという条件はあるが、特にこのような人と限定したり、スカウトするという感じでは送っていない。申立人3人が選ばれた特別の理由はない。たまたまSNSに返事をくれたから契約まで至った。
- (5) 説明は一対一で行っている。本件を担当した従業員には既に退職した者もいる。
- (6) 紙の資料も使って説明しているが、申立人らに渡している資料はない。大量の文字を読んで理解するのは難しく、むしろ言葉で説明し、質疑応答したほうが伝わると思ったからである。説明は1時間ぐらいだが、書類記入や契約となると合計2時間程度かかる。
- (7) 契約枠に限りはないので、申立人らに早く決めたほうがよい、という話はしていないはずだ。ただし、そういう話はしないようにとは特に言っていない。「簡単」、「絶対」といった誇大広告に当たるような説明はしないように指導している。
- (8) ビジネスの仕組みについては、大体の作業内容をパソコンの画面を見せながら説明し、継続して事業をするようにクライアント（申立人のような転売ビジネス希望者。以下、同様。）に話している。4名体制のサポートとは、個別のグループチャットを作り、質問に答える時間を設定して、販売に至るようにもっていくというサポートである。
- (9) 当社の仕組みを利用するメリットは2点ある。まず、海外から確実な商品の買付け・輸入ができ、トラブルが発生した場合でも、当社で返品その他の対応が効率的にできることである。以前、同様のビジネスをした時、届いた商品の半分は使い物になら



なかった。原価が安過ぎるので返送料だけで赤字になるが、当社で返品、返金対応をする。次に、送料、関税、為替手数料等、会社の利益部分を一切もらわないことである。利益を上げてもらうクライアントとずっと付き合いができれば会社として成り立つと考えて、この仕組みにしている。

- (10) 輸入した商品を売るのは申立人らであるが、販売する媒体への対応や、個人のECサイト作成など、知識がない方にはサポートをする。
- (11) クライアントが転売によって得られる利益については関与していない。当社の収益は、クライアントの支払う月額金と着手金である。
- (12) 契約書に「事業者として」という文言を入れているのは、物流量の増加にならないと当社にとって意味がないので、販売して利益を上げることに取り組んでもらい、クライアントと長い付き合いをするためである。商品を海外に発注して、日本の当社に届いたものを検品して、クライアントに配送するには人件費がかかるが、若い人でもインターネットでアパレルの商品を販売して利益が生まれる仕組みを作りたかった。しかし、サポート担当者が説明の対応をして、1か月ぐらい経って、「やめたい。」というのが一番マイナスになる。このためクーリング・オフは適用されないという説明を最近はするようにしている。ただし、申立人らが契約したときは、それ程知識がなかったので、担当者に対して、「事業者として」に関してきちんと説明するようには言っていなかった。
- (13) 「簡単に稼げると思っていたのに違う。」ということにならないため、「簡単に楽して稼げるというビジネスではないことを理解した」、「着手金及び月額費用の説明を十分に受けた」、「事業者間の取引であるため、クーリング・オフ、返金には該当しないことを理解した」等の書かれた宣誓書を作成し、署名・押印してもらっている。申立人Aからの提出はあったが、申立人B、申立人Cに関しては、当社にも宣誓書の記録が残っていない。現在は、全員に宣誓書を提出してもらっている。宣誓書の控えは、従業員には渡すよう指示しているが、申立人Aに渡したか否かは、その時、事務所に自分がいなかったので断言できない。
- (14) 申立人らの業務の一つである「リサーチ」とは、海外のサイトの画像を検索して商品を探す方法だが、インターネットで服を買うことができる人であれば、それほど難しいことではない。
- (15) 当初支払ってもらう着手金30万円は、PDFデータを読んでビジネスを開始してから1～2か月間の、サポートの利用頻度が高い時期に対応するスタッフの人件費である。一方、3か月目以降も、海外スタッフは買い付けをし、国内のスタッフは検品、配送をし続けるので、利用料として月額1万円を支払ってもらう。買い付け量が多い人に関しても、実績を作ってもらえるので、1万円に据え置いている。
- (16) 当社の説明資料に実績として記載があるように、1日平均1～2時間の作業で、月の利益を12万5千円ぐらい上げている人がいる。ただし、売上げに応じたマーゲンをもらうわけではないから、クライアントがどれくらい利益を上げているかは把握できない。
- (17) 契約書に「機密情報」を提供すると書いているが、これはPDFデータのことである。このデータに記載されている転売のノウハウさえあれば稼ぐことが可能なことから、データを閲覧できるようにした以上は、申立人3名がそれぞれSNS、書面で通知してきた本件の解約申出に対して、解約できないと断った。

- (18) 督促状を送ったのは、勝手にやめてしまえばいい、と思ってほしくなかったからである。
- (19) 申立人とのやり取り、集客方法については、顧問弁護士に確認しながら進めていた。事業者との取引なので業務提供誘引販売取引への該当性については適用除外だと考えている。  
(詳細は資料4のとおり)

## 第4 委員会の処理結果

部会は、平成30年11月22日から平成31年3月20日までの6回にわたって開催された(処理経過は資料5のとおり)。

部会においてあっせん案を作成し、当事者双方へ提示したところ、紛争は、あっせんの成立により解決した。

合意書の内容は、次のとおりである。

### 【合意書の内容】

申立人A、申立人B及び申立人Cと相手方の間で締結した契約(契約金額420,000円)に係る取引は、アポイントメントセールス(特定商取引法第2条第1項第2号、同施行令第1条第1号)及び業務提供誘引販売取引(特定商取引法第51条)に該当することから、以下のとおり合意する。

#### ○申立人A及び申立人Bについて

相手方は、特定商取引法第9条及び第58条に基づき申立人A及び申立人Bの契約解除(クーリング・オフ)を認め、相互に何ら債権債務がないことを確認する。

#### ○申立人Cについて

- 1 相手方は、特定商取引法第9条及び第58条に基づき契約解除(クーリング・オフ)を認め、申立人Cが相手方に支払った金銭の額である35,000円を申立人Cに返還する。返還方法は、申立人Cの指定する金融機関口座に、平成31年3月29日(金曜日)までに、全額を振り込む方法とする。なお、振込手数料は相手方の負担とする。
- 2 申立人Cと相手方の間には、上記の契約に関して、本あっせん条項以外、相互に何ら債権債務がないことを確認する。

## 第5 報告にあたってのコメント

### 1 あっせん案の考え方について

#### 一 訪問販売を理由とした契約解除——特定商取引法9条のクーリング・オフ規定

##### (1) 「訪問販売」であること

特定商取引法9条1項は「訪問販売における契約の申込みの撤回等」と題して、次のように、購入者若しくは役務の提供を受ける者は、「書面によりその売買契約若し

くは役務提供契約の申込みの撤回又はその売買契約若しくは役務提供契約の解除（…）を行うことができる。」ものと規定する。結論を先にいうと、本件はこれに該当する。

**【特定商取引法9条1項】**

「販売業者若しくは役務提供事業者が①営業所等以外の場所において商品若しくは特定権利若しくは役務につき売買契約若しくは役務提供契約の申込みを受けた場合②若しくは販売業者若しくは役務提供事業者が営業所等において特定顧客から商品若しくは特定権利若しくは役務につき売買契約若しくは役務提供契約の申込みを受けた場合におけるその申込みをした者又は販売業者若しくは役務提供事業者が営業所等以外の場所において商品若しくは特定権利若しくは役務につき売買契約若しくは役務提供契約を締結した場合（営業所等において申込みを受け、営業所等以外の場所において売買契約又は役務提供契約を締結した場合を除く。）若しくは販売業者若しくは役務提供事業者が営業所等において特定顧客と商品若しくは特定権利若しくは役務につき売買契約若しくは役務提供契約を締結した場合におけるその購入者若しくは役務の提供を受ける者（以下この条から第9条の3までにおいて「申込者等」という。）は、書面によりその売買契約若しくは役務提供契約の申込みの撤回又はその売買契約若しくは役務提供契約の解除（以下この条において「申込みの撤回等」という。）を行うことができる。」（①②の数字は事務局追加）

これは、不意打ち的な勧誘により契約をしてしまった場合に、いわゆるクーリング・オフと呼ばれる消費者を保護する権利を付与する立法である。クーリング・オフは、上記においては省略したが、法定書面の受領から8日まで認められている。したがって、法定書面の交付がない限りは、契約締結から何か月過ぎてもクーリング・オフが可能ということになる。

**(2) 営業所への誘引も訪問販売になりクーリング・オフ規定が適用になる**

**(一) 特定商取引法の規定——「特定顧客」への適用拡大**

本件事例は、消費者が自ら店舗に出向いて契約をしたので「訪問販売」には該当しないかのようなのであるが、クーリング・オフが認められる「訪問販売」は、上記特定商取引法9条1項の①の本来の訪問販売だけでなく、②のいわゆる誘引販売も訪問販売に準じて——法律上は訪問販売と擬制して——扱われているのである。上記規定の②の「特定顧客」に誘引販売に適用を拡大する意味が込められており、このことは「特定顧客」の定義を規定した特定商取引法2条1項2号を見れば分かる。以下のような規定である。

**【特定商取引法2条1項2号】**

「販売業者又は役務提供事業者が、営業所等において、営業所等以外の場所において呼び止めて営業所等と同行させた者その他政令で定める方法により誘引した者（以下「特定顧客」という。）から売買契約の申込みを受け、若しくは特定顧客と売買契約を締結して行う商品若しくは特定権利の販売又は特定顧客から役務提供契約の申込みを受け、若しくは特定顧客と役務提供契約を締結して行う役務の提供」

このように「特定顧客」は自ら営業所等に来たがそれが販売者等の「誘引」による場合には、クーリング・オフが認められることになる。ただし、その方法も巧妙に法の規制を潜り抜けられないように政令により柔軟に規制がされることになっている。そこで、下線部分の「その他政令で定める方法により誘引した」という部分の「政令」を次に確認したい。

## (二) 政令で定める方法による誘引

### ア 政令(特定商取引に関する法律施行令)

上記政令として、特定商取引に関する法律施行令(以下「施行令」という。)が制定されている。施行令1条1号に、誘引に関しては次のような規定が置かれている。

#### 【特定商取引に関する法律施行令1条1号】

「電話、郵便、民間事業者による信書の送達に関する法律（平成十四年法律第九十九号）第2条第6項に規定する一般信書便事業者若しくは同条第9項に規定する特定信書便事業者による同条第2項に規定する信書便（以下「信書便」という。）、電報、ファクシミリ装置を用いて送信する方法若しくは法第12条の3第1項に規定する電磁的方法（以下「電磁的方法」という。）により、若しくはビラ若しくはパンフレットを配布し若しくは拡声器で住居の外から呼び掛けることにより、又は住居を訪問して、当該売買契約又は役務提供契約の締結について勧誘をするためのものであることを告げずに営業所その他特定の場所への来訪を要請すること。」

なお、上記4行目で引用されている特定商取引法12条の3第1項は、承諾をしていない者に対する電子メール広告の提供の禁止等についての規定であり、「電磁的方法」を同じものとして、「電子情報処理組織を使用する方法その他の情報通信の技術を利用する方法であつて主務省令で定めるものをいう」というと規定している。

### イ 主務省令(特定商取引に関する法律施行規則)

特定商取引法の定義による「電磁的方法」の詳細を規定している主務省令は経済産業省による「特定商取引に関する法律施行規則」であり、この点につき次のように定めている。

#### 【特定商取引に関する法律施行規則11条の2】(電磁的方法)

「法第12条の3第1項に規定する電磁的方法（以下単に「電磁的方法」という。）は第1号及び第2号に掲げるものとし、令第1条第1号の電磁的方法は第1号から第3号までに掲げるものとする。

- 1 電話番号を送受信のために用いて電磁的記録を相手方の使用に係る携帯して使用する通信端末機器に送信する方法（他人に委託して行う場合を含む。）
- 2 電子メールを送信する方法（他人に委託して行う場合を含む。）
- 3 前号に規定するもののほか、その受信をする者を特定して情報を伝達するために用いられる電気通信（電気通信事業法（昭和59年法律第86号）第2条第1号に規定する電気通信をいう。）を送信する方法（他人に委託して行う場合を含む。）

下線部がアの施行令1条1号の電磁的記録であり——電磁的記録も規定により

内容が異なることになる——、これについては3号も適用がある。1号が電話番号で送ることができる携帯電話、スマホによるSMS（ショート・メッセージ・サービス）、2号が電子メールであり、3号はこれらでカバーされない方法を補完するために、「その受信をする者を特定して情報を伝達するために用いられる電気通信」としていわゆるSNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）を含めるために規定されたものである<sup>2</sup>。

結論としてSNSが政令で定める誘引方法に該当し、SNSにより誘引された特定顧客が契約を締結した場合にも、特定商取引法9条1項によりクーリング・オフが適用されることになる。

### (3) 適用除外について

#### (一) 消費者に適用を限定する一般規定はない

特定商取引法は、消費者契約法のように、「消費者」と「事業者」との契約であることを必要とし「消費者」を「個人」と定義するといった一般規定は有していない。消費者保護法の一環として消費者が念頭には置かれているものの（消費者庁取引対策課/経済産業省商務・サービスグループ消費経済企画室編『特定商取引法に関する法律の解説・平成28年度版』（商事法務）（以下「解説」という。）208頁は、特定商取引法を「一般消費者を保護するための法律」と明言する。）、消費者を対象とするものとは明記されず、規定により適用が個々の的に制限されているに過ぎない。

#### (二) 特定商取引法26条1項による適用除外

特定商取引法9条1項の「訪問販売」のクーリング・オフについては、特定商取引法26条1項に適用除外が定められており、その1号が本件では問題となる。次のような規定である。

##### 【特定商取引法26条1項1号】

「前3節の規定は、次の販売又は役務の提供で訪問販売、通信販売又は電話勧誘販売に該当するものについては、適用しない。

- 1 売買契約又は役務提供契約で、第2条第1項から第3項までに規定する売買契約若しくは役務提供契約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若しく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

この規定のポイントは下線部であり、申立人が本件契約を「営業のために若しくは営業として締結する」のであれば、特定商取引法9条1項のクーリング・オフは認められないことになる。証明責任はクーリング・オフを争う相手方事業者にある。

#### ア 単なる商行為の適用排除を変更

昭和63年改正前は、「売買契約でその購入者等のために商行為となるものに係る販売」を広く適用除外していた。昭和63年改正は、現行法のように変更を

<sup>2</sup> 特定商取引に関する法律施行規則の一部を改正する命令（平成29年6月30日公布、平成29年12月1日施行）

して、「営業のために若しくは営業として締結する契約」を適用除外とし、除外範囲を制限したのである。

改正の理由であるが、改正前規定では、転売利益を得る目的で商品を購入した場合(豊田商事事件における金地金の購入等)も、一般消費者であっても商行為として扱われ、適用除外になってしまうため、現在のような規定に変更されたものである(「解説」208頁はこの点のみを説明する)。

## イ 「営業のために若しくは営業として」かどうかは実質判断がされる

### (7) 営業「のために」または営業「として」について

「解説」通達746頁は、特定商取引法26条1項1号について、次のように説明をしている。

「本号の趣旨は、契約の目的・内容が営業のためである場合に本法が適用されないという趣旨であって、契約の相手方の属性が事業者や法人である場合を一律に適用除外とするものではない。」「例えば、一般事業者名で契約を行っていても、購入商品や役務が、①事業用というよりも主として個人用・家庭用に使用するためのものであった場合は、原則として本法は適用される。②特に実質的に廃業していたり、事業実態がほとんどない零細事業者の場合には、本法が適用される可能性が高い。」(①②の数字は事務局追加)

①②の点については、消火器販売や電話機リースについて裁判例によってクーリング・オフが認められている(大阪高判平15・7・30 消費者ニュース57号155頁、名古屋高判平19・11・19 判タ1270号433頁、東京地判平20・7・29 判タ1285号295頁)。

### (イ) 本件について——「営業」自体については議論なし

ところが、本丸ともいうべき基準たる「営業」については政令や省令、更には通達によっても明らかにされていない。現在、現実空間ではなく、インターネット空間において個人が自由に取引を行うことができる状態であり、現実空間でも行商や自動車で乗り付けて食品を販売したりする無店舗営業もあり、インターネット空間での無店舗「営業」を「営業」と認めることに支障はない。一方、個人がインターネット上で商行為をただけでは当然には「営業」にはならず、「業」として行っているといえるだけの、継続性また生活における重要度が必要である。

基準を示すのは難しいが、クーリング・オフを認めた趣旨から単純な個人に準ずる者かどうかを決め手となり、実質的判断によらざるを得ない。ケースバイケースで考えなければならず、本件相談事例は、フリーマーケットアプリを利用して個人的に不用品等を処分した経験のある者もいるが、インターネットでの転売取引は初めてであり、これで成功して取引を拡大していけば「営業」とされる可能性はあるが、本格的に行うかどうかのいわば「お試し期間」であり、コンビニ等のフランチャイズ<sup>3</sup>のように初めからお試しではな

<sup>3</sup> 公正取引員会「フランチャイズ・システムに関する独占禁止法上の考え方について」(平成14年4月24日 改正：平成23年6月23日)によれば、フランチャイズ・システムの定義は様々であるが、一般的には、本部が加盟者に対して、特定の商標、商号等を使用する権利を与えるとともに、加盟者の物品販売、サービス提供その他の事業・経営について、統一的な方法で統制、指導、援助を行い、これらの対価として加盟者が本部に金銭を支払う事業形態であるとされている。

く「営業」を開始する意気込みで行っているわけではない。

単に「商行為」を行う目的では適用排除にはならないものとした趣旨からして、申立人らが本件契約を締結した際には、未だ申立人らにとって行う転売行為は「営業」とまでいえるものではなかったものといえる。

#### (4) 本件におけるクーリング・オフの有効性

申立人らは、特定商取引法9条1項に基づきそれぞれ締結した契約を解除(クーリング・オフ)することができる。申込者等が特定商取引法5条の書面を受領した日(その日前に4条の書面を受領した場合にあっては、その書面を受領した日)から起算して8日を経過するまで、「書面」にて契約解除ができる(特定商取引法9条2項により、発信主義)。

1. 申立人Aは、平成30年5月に契約を締結し、その翌日にSNSにより解約を申し出て、契約を締結した3日後に契約解除通知を送付している。
2. 申立人Bは、平成30年6月に契約を締結し、その2日後にSNSにより解約を申し出て、契約を締結した7日あるいは8日後に契約解除通知を相手方に送付した。
3. 申立人Cは、平成30年6月に契約を締結し、その2日後にSNSで解約を申し出た。

いずれも、SNSを「書面」と認めるならば、8日以内に解除の意思表示をしていることになる。SNSを書面と認めなくても、相手方による特定商取引法4条、5条の要件を充たした法定書面の交付がないので、申立人Cも改めて書面による解除が未だ可能な状態であった。

## 二 業務提供誘引販売取引を理由とした契約解除——特定商取引法58条1項のクーリング・オフ

### (1) 業務提供誘引販売取引への該当性

申立人らと相手方との本件契約は、以下のように特定商取引法51条1項に規定する「業務提供誘引販売取引」に該当する。適用除外については後述する。

#### (一) 「業務提供誘引販売取引」の意義

特定商取引法51条1項は、「業務提供誘引販売取引」を次のように定義する。

##### 【特定商取引法51条1項】

「この章並びに第58条の23、第66条第1項及び第67条第1項において「業務提供誘引販売業」とは、物品の販売(そのあつせんを含む。)又は有償で行う役務の提供(そのあつせんを含む。)の事業であつて、その販売の目的物たる物品(以下……「商品」という。)又はその提供される役務を利用する業務(その商品の販売若しくはそのあつせん又はその役務の提供若しくはそのあつせんを行う者が自ら提供を行い、又はあつせんを行うものに限る。)に従事することにより得られる利益(以下……「業務提供利益」という。)を収受し得ることをもつて相手方を誘引し、その者と特定負担(その商品の購入若しくはその役務の対価の支払又は取引料の提供をいう。以下この章及び第58条の23第1項第3号において同じ。)を伴うその商品の販売若しくはそのあつせん又はその役務の提供若し

くはそのあつせんに係る取引（その取引条件の変更を含む。以下「業務提供誘引販売取引」という。）をするものをいう。」

ここで「業務」とは、「解説」366 頁によれば、「在宅ワーク、仕事、モニター業務等といったものの総称」とされている。相手方との委託契約、請負契約、雇用契約、代理店契約等を含むものとされている。

## （二） 本件取引の業務提供誘引販売取引該当性

相手方は、本件契約書を「業務委託契約書」と称しているが、申立人と相手方との「業務委託契約」なるものは、申立人らが相手方に仲介を依頼して海外からアパレル関連商品を輸入し、これを申立人らがフリーマーケットアプリを利用してインターネット上で転売して収益を得ることをサポートし、その対価として契約時 30 万円、毎月 1 万円の一律の料金を支払わせるものである。申立人がアパレル商品転売という「業務」による利益獲得という利益收受を目的とし、相手方がこれを仲介するとともにそのための必要なサポートを随時提供するという役務提供がなされている。

以上から、本件申立人 3 人の相手方との取引は、いずれも特定商取引法 51 条 1 項にいう「業務提供誘引販売取引」に該当する。

## （2） 適用制限について——特定商取引法 58 条 1 項括弧書き

### （一） 「個人」への限定

特定商取引法 58 条 1 項の「業務提供誘引販売取引」のクーリング・オフについては、適用除外規定を置くのではなく、同項のクーリング・オフの権利が認められる「相手方」の要件が括弧書きで規定されている。

#### 【特定商取引法 58 条 1 項括弧書き】

「……業務提供誘引販売契約の相手方（その業務提供誘引販売業に関して提供され、又はあつせんされる業務を事業所等によらないで行う個人に限る。以下この条から第 58 条の 3 までにおいて「相手方」という。）……」

この規定からは、業務提供誘引販売契約につきクーリング・オフが認められるためには、次の①、②二つの要件を充たすことが必要になる。適用除外ではなく、適用のための要件とされているため、クーリング・オフを主張する側が要件充足につき証明責任を負うことになる。

- |            |                  |
|------------|------------------|
| ① 態様における要件 | 「事業所等」によらないで行うこと |
| ② 主体における要件 | 「個人」であること        |

「解説」370 頁では、この制限の趣旨について、「法人及び事業所等を構えて業務を行う個人は、一般的に商取引に習熟したものと考えられ、これら条項の保護の対象とするまでの必要もないと考えられることから、適用から除外したものである。」と説明されている。

下線部の「商取引に習熟」しているということが、クーリング・オフによる保護が必要ないことの根拠である。「事業所等を構えて業務を行う個人」はもはや個人ではなく事業者になるはずである。そうすると、要するに、消費者契約法の「個人」のみに適用しようとするのと変わらないことになる。



## (二) 「事業所等」についての解説

ところが、特定商取引法 58 条 1 項括弧書きについては、「個人」よりも「事業所等」に注目して解説がされている(「解説」371 頁)。

「ここでの『事業所等』とは、当該業務を行うことを目的とし、相当程度の持続性を有する施設を意味する。例えば、自宅とは別に、店舗や事業専用の場所を構えて、そこで永続的に業務を行う場合や、関係する業規制法上の許可や届出等の適正な手続きをした上でこれに対応した実質のある事業を行っているような場合については、一般的にこの『事業所等』に該当するものと考えられ、このような場所で業務を行う個人は、通常、これら条項の適用の対象外となる。」「一方、例えば、自宅の一室に私用のために置いてあるパソコンを使って業務を行うような場合には、一般的に『事業所等』には当たらず、このように自宅で業務を行う個人は本法の適用の対象となる。」

(一)に見たように、事業所すなわち事業を行っている場所かどうかは、要するに「事業」を行っているのか「事業者」なのかということに帰着する。いずれにせよ、本件は上記の下線部の例に該当する。すなわち、自宅で私用のパソコンを用いて、フリーマーケットアプリを利用する等して商品の販売をしようとする「個人」は、「事業所等」で営業を行うものではなく、営利目的で商行為を行っていようと、特定商取引法 58 条の適用対象ということになる。ただし、その限界付けは社会通念(要するに常識)によって判断するしかないが、これらの個人が取引量を拡大して相当の収益を継続的に上げられるようになれば、それ以降は個人ではなく事業者、その自宅は事業所と考えることが可能になる。

## (3) クーリング・オフの有効性

本件取引が「業務提供誘引販売取引」に該当するため、特定商取引法 58 条 1 項に基づき、申立人らはそれぞれ契約を解除(クーリング・オフ)することができる。55 条 2 項の書面を受領した日から起算して 20 日を経過するまで、「書面」にて解除ができる(58 条 2 項により、発信主義)。業務提供誘引販売取引は、契約内容が複雑であり、また、実際に業務に従事してみなければ期待したとおりの業務提供利益が得られるか否かの判断が困難であるため、クーリング・オフを認めると共にその期間が 20 日と長期に設定されている(「解説」402 頁)。

申立人らの解約状況は、既に述べたので繰り返さない。20 日以内に解約の申出がされている。

## 三 人的適用要件についての結論——法の不統一による混乱

以上みたように、規定の仕方は異なるが、適用要件ないし適用制限については、実際には「個人」に限定されるという点は、訪問販売及び業務提供誘引販売取引は共に同様である。結論として、消費者契約法と変わらず、それは妥当であると考えられる。

法の生成の過渡期であり、人的な適用の資格要件については、今後立法により整理されるべき課題である。

本件はこの適用の限界事例を考えさせるよい機会になる事例であり、本件の各申立人の事例については、未だ「営業」、「事業所等」という要件を充たさないという、説明の形式は異なるが、その内実の実質的判断は共通しており、「訪問販売」、「業

務提供誘引販売取引」のいずれについても申立人らにクーリング・オフが認められるべきである。

#### 四 特定商取引法の禁止行為の該当性

本件の相手方の行為には、特定商取引法の禁止行為に該当する可能性があるので、事業者への啓発のためにまとめておきたい。

##### (1) 罰則の適用がある行為

###### (一) 特定商取引法 55 条 1 項・2 項の違反(概要書面・契約書面の交付義務違反)

まず、業務提供誘引販売取引において、契約締結までに概要書面の交付が義務付けられているが、その交付がされていない。また、交付された「業務委託契約書」は、業務提供誘引販売取引の法定記載事項を満たした書面となっていない。これは特定商取引法 55 条 1 項・2 項の違反となり、指示・業務停止命令、業務禁止命令の理由になるだけでなく、100 万円以下の罰金が適用になる(特定商取引法 71 条)。

###### (二) 特定商取引法 6 条 4 項、52 条 3 項違反(公衆の出入りする場所以外での勧誘)

また、契約の締結について勧誘するためのものであることを告げずに「公衆の出入りする場所以外の場所」に誘引して契約の締結について勧誘することを禁止した特定商取引法 6 条 4 項、52 条 3 項の違反も考えられる。違反行為に対しては、特定商取引法 70 条により 3 年以下の懲役又は 300 万円以下の罰金が科せられる。SNS で申立人を呼び出すことも勧誘に該当することは先に述べたとおりである。「公衆の出入りする場所以外の場所」とは、「不特定多数の一般人が自由に出入りしていない場所」であり、「事業者の事務所」はこれに該当すると説明されている(「解説」83 頁)。本件はこれに該当する。

###### (三) 特定商取引法 6 条 1 項、52 条 1 項違反(不実告知)

さらには、1 日 1 時間で誰でも容易に収入が得られるかのように説明をしており、これは特定商取引法 6 条 1 項、52 条 1 項の禁止する不実告知になる可能性がある。ただし、刑事罰との関係では慎重な運用が必要である。また、枠が決まっていると述べて、申立人らを契約に追い込んだが、それは虚偽であったならばこれも不実告知になるが、この点は事実関係について当事者の意見が食い違っているので、仮にそうであったならばということになる。この禁止に違反するものと認められれば、特定商取引法 70 条により 3 年以下の懲役又は 300 万円以下の罰金が科せられる。

##### (2) 行政処分の対象のみに該当する行為

###### (一) 特定商取引法 3 条、51 条の 2 違反(勧誘目的を示さない呼出行為)

相手方は、SNS により勧誘の意図を告げずに個人として呼び出しており、勧誘に先立ち氏名、名称、販売目的を告げていないため、特定商取引法 3 条、51 条の 2 に違反している。

###### (二) 特定商取引法 56 条 1 項 2 号違反(断定的判断の提供)

「1 日 1 時間からでも 10 万円程度の利益が取れる」と断定的に説明している

が、誰でもそのような利益を実現できるものではなく、海外から輸入して転売するビジネスであれば、為替の変動及び相手国の法令、制度等の変更に伴うリスクもあり得る。不確実な事実について断定的な判断を提供した行為とみられる。

「1日1時間からでも10万円程度の利益が取れる」という説明が契約をするかどうかの大きな決め手になった行為である。断定的判断を禁止した、特定商取引法56条1項2号に違反することになる。

### (三) 特定商取引法56条1項3号(迷惑勧誘行為)

申立人Bについては、「帰りたい」と何度も告げているのにこれに応じずに勧誘を続け、結果として3時間に及ぶ勧誘により契約締結をさせたものであり、この相手方担当者の行為は特定商取引法56条1項3号により禁止される迷惑勧誘行為になる可能性がある。

### (四) 特定商取引法施行規則7条1項1号、46条1項1号(解除妨害)

申立人AとBが解除を申し立てたのに対して、解除を否定して督促状を送ったり、法的措置をとることを述べて解除を断念させようとしており、これは解除を妨害することであるといえる。クーリング・オフの対象にならないと相手方が考えていたとしても、表記規定の規制対象たる行為に該当する。

## 2 同種・類似被害の再発防止に向けて

### (1) はじめに

本件は、SNSによる勧誘から、興味を持った消費者（ほとんどが若者）を相手方が指定するビルの一室に誘い出し、パソコンの画面を見せながら、本件契約について、インターネットを用いたバイヤー業務と販売業務をするという事業活動的行為で、サイトビジネスとして利益を計上できると説明する。説明を受けた若者はこれを信じて言われるままに契約書に調印する。画面による説明であり、説明資料は全く消費者の手元に残らない。

既にアポイントメントセールス等の呼び出し手段はSNSにシフトしている。また、インターネットを活用することで、消費者が販売する立場となることも容易になり、このような機会は今後一層増加すると考えられる。

本来、事業活動を行うための契約は、十分な社会経験と段階を踏んだ契約締結過程が必要である。しかし、本件の勧誘対象者たる申立人3人は、20歳代前半の実社会経験の乏しい若者であり、高額な費用が必要な事業活動の勧誘とは考えず出向いたその場で契約締結に至っている。SNSは、新たなコミュニケーションのツールであるが、一方で、SNS上に自らの情報を発信している若者がターゲットになってしまった。

それだけに再発防止の必要性は重要であり、喫緊の課題である。

### (2) 事業者に対して

ア 前項「あっせん案の考え方について」で、述べたとおり、仮に契約書面に契約の相手方が「事業者」と明示していても、勧誘対象者に反復して事業を継続して営業活動を行っている実態がなければ、特定商取引法の適用があることを肝に銘じる

べきである。

イ また、SNSにより勧誘目的を告げず来訪させ、契約誘引の場に誘い出すことはアポイントメントセールスに該当する。このような場合、特定商取引法の行政処分の対象となることがあるし、同法によって契約の取消しや解除が認められる場合もある。事案が悪質な場合、特に法定書面不交付や公衆の出入りしない場所での勧誘については刑罰の適用の余地があることを事業者は認識する必要がある。

ウ さらに、「1日1時間程度で月10万円程度の利益が取れる」といった説明による勧誘は断定的判断の提供として、同様に行政処分の不利益があることを注意すべきである。

### (3) 消費者に対して

ア 自らSNSの発信をすることは、新しい分野に進出する機会を得る上で有意義な手段といえよう。しかしながら、自らプライバシーを不特定多数の人にさらすことになる。とりわけ発信する消費者の関心事項やニーズを自ら世間に示すことになるので、悪質な誘引、契約を行って利益をもくろむ事業者のターゲットになりかねず、様々な消費者被害に巻き込まれかねないことを認識しなければならない。

イ 自分の将来の仕事について夢と不安を抱える若者にとって、インターネットを駆使したサイドビジネスは魅力的に感じるであろう。インターネットで買い物をすることに慣れている若者が、その延長線上で事業者から直接送信されたSNSによるビジネスの勧誘に対して、あたかも自分が選ばれたかのように受け止めて接触し、事業者が示す書面を慎重に確認しないまま契約してしまった場合、その契約を解消するには様々な制約が生じることを忘れないようにしてもらいたい。

ウ 本件3人の申立人は、契約をした数日後に消費生活センターに相談して、クーリング・オフの書面を出すなどの措置を講じることができた。このような迅速な対処が被害防止につながることを知っておくことが重要である。

### (4) 行政などに対して

ア SNSにより断定的判断や虚偽事実を告げて説明の場へ勧誘し、契約を締結させる行為は、SNS等インターネットになじんでいる若者をターゲットにした勧誘方法であり、若者の消費者被害をもたらす可能性が少なくない。それだけに、インターネット上への個人情報の発信や、インターネットを通じて知った未知の第三者と直接接触することの危険性については、幼いうちから教育して認識させるように努める必要がある。その上で、高校生の年齢までにはインターネットでの勧誘及び契約のリスクについて徹底した教育の機会を持つことが必要である。成年年齢が18歳に引き下げられる2022年4月1日を控え、是非そのような教育システムを作り上げるよう関係部門が連携して企画し、実施する必要がある。

イ インターネットを駆使した勧誘、契約による消費者被害は短期間で被害が発生し、拡大する。したがって、情報収集を注意深く行い、迅速な業務停止命令等の行政処分を実施することが望まれる。

ウ 本件では、業務経験のない若者が契約書上「事業者として」所定の取引をすると書かれていたことから、事業者側が消費者契約法や特定商取引法の適用を否定しようとした。消費生活センターにおいては、このような事業者の主張にとらわれるこ

となく、また形式的な解釈にこだわらず、第5で述べた実質論に基づいた苦情処理のためのあっせんを行い、積極的に消費者保護に取り組む必要がある。そのためにも、消費生活センターのインターネットを駆使した情報発信や、消費生活センターの電話番号「消費者ホットライン188」の活用を都民に呼びかける努力を期待したい。

エ 本件のような案件は短期間に大きな被害が発生しがちである。行政処分に要する時間を考えると、適格消費者団体が事態を察知したら迅速に問題のある業務内容を特定して、その停止を事業者に勧告し、場合によっては速やかに差止訴訟を提起することも期待される。そのために行政の把握した情報を迅速かつ適切に適格消費団体に提供する体制の構築を心がけていただきたい。

## 資料 1

### 申立人Aからの事情聴取

項目	内容
契約時の申立人の状況	<ul style="list-style-type: none"> <li>・学校を卒業し、アパレル企業に就職したばかりで、販売員の仕事をしている。バイヤーの仕事はしていないし、過去にもバイヤーやインターネットショップの仕事の経験はない。</li> <li>・自分の服や、それを着た自分の姿などをSNSで発信していた。</li> </ul>
相手方を知ったきっかけと事務所にし向くまで	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「バイヤーの仕事をしている。センスのある方をスカウトさせていただいている。1日1時間からでも在宅でできるアパレルの仕事に興味はないか。」というSNSのダイレクトメッセージ（以下「メッセージ」という。）が届いた。メッセージを送った人の社名はなく、個人からだと思った。名前もなかったが、アカウント名などから女性だと思っていた。</li> <li>・バイヤーを志望していて興味があったので、どんな仕事かと質問のメッセージを送ったところ、転売ビジネスとのことで、住まいはどこかと返信があったので、都内だと伝えたら、事務所で説明するのでいかがか、というメッセージが届いた。</li> <li>・勉強になりそうだと思い、話を聞くだけのつもりで、案内された日時に事務所へ行くことにした。</li> </ul>
事務所での説明の状況	<ul style="list-style-type: none"> <li>・事務所は小さなビルの一室で、インターホンを鳴らすとドアを開けてくれた。</li> <li>・一対一で説明を受け、他に人はいなかった。</li> <li>・相手方の担当者から、就職サイトで募集していたが、本気でない人、興味本位の人も連絡をしてくるし、センスに個人差があるので、SNSで募る方が効率が良いのでメッセージを送らせていただいていると、選ばれた人のような感じの言い方をされた。</li> <li>・担当者のパソコンでサイトの画面を見せられ、簡単な仕事の流れのメモを書きながら説明をされたが、その紙を含め、資料は何ももらっていない。</li> </ul>
本件転売ビジネスについて	<ul style="list-style-type: none"> <li>・バイヤーの仕事は難しく、仕入れのルートを作るには年月もお金もかかるが、相手方が輸入代行業をしていて、海外の工場から仕入れるルートが整っているの、希望する商品を簡単に仕入れることができる」と説明された。</li> <li>・水着を例に出し、原価が幾らで、幾らで仕入れて、フリーマーケットアプリを利用して、幾らで売ると幾らの差額が出るという説明があった。1週間で5着売ったとして、毎月10万円ぐらいの利益になると言われた。</li> <li>・自分で仕入れると関税がかかるし、海外のインターネットサイトでは原価で売っていないが、相手方を通せば原価プラス相手方が輸入する際の関税で一気に輸入するので費用が余りかからない、相手方が入ることで個人ではできないことができるようになる」と説明された。</li> <li>・最初に受け取ったメッセージに1日1時間からできるとあったので、説明を聞いた時も、空き時間にインターネットを短時間見るだけでできるならいいかなと思った。</li> </ul>
費用に関する説明と契約時の状況	<ul style="list-style-type: none"> <li>・1時間から1時間半ぐらい事務所にいたが、説明が始まってから30分以上経ち、仕事の流れを説明された後で、「事業主さんには1万円だけ払っていただき、会社の人件費や輸入貿易代行費用とする。」、「ノウハウを提供したり、このビジネ</li> </ul>

	<p>スをすることに責任感を持ってもらうという意味合いで 30 万円を払っていただく。」と言われた。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・自分で一からすることを考えたら安いのかもかもしれないと思ったが、費用のことは最初に聞いていなかったのが戸惑ったし、「責任感を持ってもらう。」という理由には納得できなかった。しかし、相手方の説明が続いていたので話を聞いていた。</li> <li>・高額な費用がかかるのでどうしようかと思っていると、この仕事をできる人に制限がある、多分もうすぐ定員がいっぱいになってしまうと言われたので、今契約しないと、せっかくのチャンスを逃してしまうと思い承諾してしまった。</li> <li>・相手方は契約書面を持って来て、「さっき話した内容と同じことが書かれているので一応目を通してください。」と言った。契約書について説明はなく、日付や数字は、相手方から言われたとおり自分で書いた。</li> <li>・印鑑を持っていなかったが、指印でいいと言われたので、契約書に指印を押した。</li> <li>・契約書には、事業者として契約する旨の記載があったが、「事業者」という言葉にどのような意味があるのか説明はなかった。</li> </ul>
PDFデータについて	<ul style="list-style-type: none"> <li>・いつ 30 万円払うか期日を言ってくれたら今日からサポートを開始できる、期間は今日から 1 年間と言われたので、支払う日を告げたところ、その場で相手方とやり取りするためのチャットのアプリをダウンロードさせられ、そこに PDF データが送られてきた。</li> <li>・PDF データについては、帰ってからでも読んでくださいと言われた。その場で PDF を開いたが、全部を読んではいない。PDF データは膨大な量で、しかも、契約したことに迷いがあったので、帰宅後も見なかった。その後、PDF データに接続できなくなり、ダウンロードしていなかったので見ることができなくなった。</li> </ul>
契約締結後の経緯	<ul style="list-style-type: none"> <li>・どのような利益で相手方が会社として成り立っているのか疑問になり、契約した日の夜、SNS で質問をしたところ「貿易業の卸業をメインの収益として会社が成り立っている。（申立人が）物流量に貢献することで貿易業の飛躍につながっていくので御安心ください。」と返信があったが、よく理解できなかった。もう一度考えて、やはり 30 万円を払うことはできないと思った。</li> <li>・急かされたこともあって焦って契約してしまったと思い、友人に相談したら、「もう一回考えたほうがいい。」と言われた。自分でも冷静に考え直した結果、契約をやめようと思った。</li> <li>・契約した翌日、白紙に戻したいと相手方に SNS で伝えたところ、契約をしているので解約できない、と返信があった。その 2 日後、クーリング・オフができると思って SNS で相手方に伝えたら、個人事業主として契約しているのでクーリング・オフは適用外という返信があった。</li> <li>・不安になって消費生活センターに相談し、契約解除の書面を通知したが、その後、相手方から督促状が届いた。</li> </ul>
申立人の希望	<ul style="list-style-type: none"> <li>・まだ何もやっていないので、支払いたくない。</li> </ul>

## 資料 2

### 申立人Bからの事情聴取

項目	内容
契約時の申立人の状況	<ul style="list-style-type: none"> <li>・学校を卒業し、アパレル企業の販売員の仕事に就職したばかりである。仕入れや転売の経験はない。</li> <li>・自分のファッションなどについてSNSで情報発信していた。</li> </ul>
相手方を知ったきっかけと事務所に出席まで	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「私はアパレル商品のバイヤーの仕事をしている。センスのある方をスカウトしている。1日1時間からでもできるアパレルの仕事に興味はないか。」というSNSのダイレクトメッセージ（以下「メッセージ」という。）が届いた。送信者は、その会社の従業員だと思ったが、社名や名前は分からなかった。</li> <li>・仕事の内容や収入について質問のメッセージを送ると、相手方から、海外から商品を仕入れてフリーマーケットアプリを使って売る、月の利益は初月で約3～5万円、3か月ぐらいうると10万円程は安定して稼げる、ちなみに住まいはどこか、と返信があった。</li> <li>・「興味はあるが損をすることがあるでしょうか、怖い。」とメッセージを送ると、「御安心ください。事務所で説明します。」と返信があった。仕入れやバイヤーに興味があったので、話を聞きに行く約束をした。</li> </ul>
事務所での説明の状況	<ul style="list-style-type: none"> <li>・事務所の場所が分からなかったが、その場合は連絡してくださいとメッセージにあったので、電話をして道案内してもらった。</li> <li>・事務所がある建物は小さめのビルで、階段を上がったところの一室だった。室内は比較的狭く、相手方の担当者と一対一で説明を聞いた。</li> <li>・パソコンや紙の資料を使って説明されたが、その紙の資料は何ももらっていない。</li> </ul>
本件転売ビジネスについて	<ul style="list-style-type: none"> <li>・パソコンの画面を見せられて、どうやって服を選択するかということや、元値とそれを売ったときにどれくらいの利益があるのかについて教えてもらった。</li> <li>・利益を出すことは一人ではできないので、相手方がサポートをしてくれるとのことだが、具体的なサポートの内容は分からなかった。</li> <li>・商品の情報を提供してもらい、その中から選んで輸入し、自宅に商品が届くので、それをフリーマーケットアプリを使って売るとのことだった。自分はフリーマーケットアプリを使って買った経験はあるけれど売った経験はないが、友達もフリーマーケットアプリを利用して売っているので、それほど難しくなくできると思った。</li> <li>・作業時間は、メッセージにあったとおり1日1時間ぐらあれば、3か月目ぐらいには10万円の収入を得ることができるのだと思った。</li> </ul>
費用に関する説明と契約時の状況	<ul style="list-style-type: none"> <li>・相手方の事務所には午後4時過ぎから7時過ぎまで3時間ほど居たが、説明の半ばぐらいで、相手方に頼んで買い付けてもらうのでサポート代として1万円と、着手金30万円がかかると言われた。サポートの期間は1年間とのことだった。着手金の具体的な内容は分からない。</li> <li>・30万円は払えないと言うと、「クレジットカードで残高枠分の10万円をリボ払いにする。残りの20万円は新しくクレジットカードを作り、それもリボ払いで月々払える額で払っていったら、利益もあるから払える。」と言われた。</li> </ul>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>・費用がかかるとは思ってはなく、高いと思った。不安のほうが大きく、「家に帰って、友人に聞いてから決めたい。」と何度も言った。しかも、6時半に予定があることを事前に伝えていたにもかかわらず、帰らせてくれなかった。帰りたかったが、自分から立ち上がって急に帰る行動まではできなかった。</li> <li>・「この次にも、明日にも、やりたいと面接をしに来る人がいるから、その人で決まってしまうたら、この話はなくなりますよ。」と言われた。相手方とかなりやり取りして粘り、「詐欺ですよね。」とも言ったら、「詐欺だったら事務所を持たない。」と言われた。延々と利益が出る話をされ、利益が取れるのだったら、1年だけだったらと思い契約してしまった。帰りたいたいという気持ちが強かった。</li> <li>・契約書面に言われたとおりに金額や日付を自分で記入し、判子を持っていなかったため指印を押した。</li> <li>・契約書面に記載された「事業者として」については、説明を受けていない。</li> <li>・手持ちのクレジットカードで10万円をリボ払いで支払った。</li> </ul>
PDFデータについて	<ul style="list-style-type: none"> <li>・相手方に言われたチャットのアプリを登録すると、スマートフォンにこのビジネスのノウハウが書かれたPDFデータが送られてきた。PDFデータは、翌日ぐらいに半分ぐらいまで、読むというよりはざっと見た。</li> <li>・今は、このPDFは見られなくなっている。</li> </ul>
契約締結後の経緯	<ul style="list-style-type: none"> <li>・契約後、不安があると相手方にメッセージを送ると、収益を出すことは難しくないと思う、サポートもあるなど、大丈夫だという意味の返信があった。しかし、支払いをした分の利益が取れるのか確かではなく、相手方についてインターネットで調べると、あまり良いことが書いてなかったため、やめたいと思った。</li> <li>・契約した翌々日、お金のことが不安だと相手方にSNSで伝え、更に「解約を考えている。8日以内なのでよろしく。」と、クーリング・オフもできるかもしれないと思ってSNSで伝えると、「残金は利益が出てから払うようにしてもいい。」と返信があり、話が変わってきたので、ますます信じられなくなった。</li> <li>・消費生活センターに相談して、相手方に契約解除通知書を、またクレジット会社に抗弁書を出したところ、クレジット会社の請求は止まった。</li> <li>・相手方から「指定期限までに支払い。支払いが確認できなかった場合は、裁判所を通して法的手続きを取る。」という内容の督促状が2回届いた。</li> </ul>
申立人の希望	<ul style="list-style-type: none"> <li>・解約して、払わないで終わりにしたい。</li> </ul>

### 資料 3

#### 申立人Cからの事情聴取

項目	内容
契約時の申立人の状況	<ul style="list-style-type: none"> <li>・大学生で、SNSを使ってライフスタイルや自分自身のファッションなどの発信に力を入れていた。アパレル関係に関心はあったが、アパレル関連の仕事の経験はなく、仕入れの経験もない。</li> </ul>
相手方を知ったきっかけと事務所に外向くまで	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「バイヤーという仕事をしている。1日1時間からでもできるアパレルの仕事に興味はないか。」というSNSのダイレクトメッセージ（以下「メッセージ」という。）が届いた。アパレルには興味があったので、詳細を聞こうと思い返信した。</li> <li>・海外から仕入れて日本の転売サイトで売るとの返信があった。学生なので高額が必要だったら無理だと思って、こちらが払う料金はあるか質問のメッセージを送ると、1人に対して4名体制でサポートしているため、月々2万円かかると返信があった。少し費用がかかると思ったが、2万円以上利益がでるならば、プラスなと思った。</li> <li>・なぜ自分に連絡をくれたのか質問すると、「アカウント自体が大変魅力的なために厳選した中からお声をかけさせていただいた。」という返信があり、自分が抜擢されているのかという思いになり、気分が良かった。</li> <li>・「1日1時間程度の作業時間で初月で3～5万円、3か月目ぐらいで10万円ぐらいは安定して稼げる。」とメッセージがあった。</li> <li>・詳しい説明を聞いてみないかとメッセージがあり、取りあえず一度、事務所に説明を聞きに行くことにした。</li> <li>・メッセージの相手は、最初は個人だと思ったけれど、事務所で説明をするというので会社だと思ったが社名や名前は分からなかった。</li> </ul>
事務所での説明の状況	<ul style="list-style-type: none"> <li>・事務所は、コンクリート造りのアパートのような建物の一室で、階段を上がるとドアがあり、表札が出ていた。相手方から一対一で説明を聞いた。他の人の出入りはなかった。</li> <li>・ほとんど口頭で説明されたが、担当者のパソコンの画面を見せられながらも説明された。こちらのことを聞くというよりはプレゼンテーションのような感じでひたすら話され、紙に書いた資料やパンフレットはなく、何ももらっていない。</li> </ul>
本件転売ビジネスについて	<ul style="list-style-type: none"> <li>・服を仕入れているサイトの画面を見せられて、こういったところから仕入れて、日本のこういったサイトで売ると説明された。社名は分からないが、海外の服を作っている会社から商品を選び、会社を通して日本に商品が運ばれ、日本のフリーマーケットアプリを利用して売る、というイメージだった。</li> <li>・相手方は、転売のやり方を提供し、サポートをしてくれるのだと思った。</li> <li>・「事業者扱いです。」と強く言われたが、それに関する説明はなく、自分はその意味が分からなかった。</li> <li>・1人の契約者につき4人で対応しているとメッセージに書いてあったので、サポート体制について質問をしたが、具体的な内容は説明されなかった。</li> <li>・1日に1～2時間の作業で、最初に送られてきたメッセージにあったような利益が出ると思ったので、このビジネスをやるかやらないか、どうしようかと思っていた。</li> </ul>

費用に関する説明と契約時の状況	<ul style="list-style-type: none"> <li>・説明の最後に、着手金30万円と月額1万円が必要だと言われた。30万円は何に対して支払うのか具体的な説明はなかった。</li> <li>・30万円は高額だし、最初に聞いていた金額と違うので、更にどうしようかと迷って考えていた。やれば何とかなるのではないかという思いと、ここはやめとこうという気持ちが半々だったが、相手方から、理由は特に言われなかったが、これは決して高くない値段だと言われ、利益を上げることができると説明されていたこともあって、だんだんと高くないのかもしれないと感じてきた。</li> <li>・相手方から、「やりたいと言う方がいっぱいいる。」とも言われ、遠回しに早くやった方がよいようなことを言われた。説明の口調もハキハキとしてスピードも速かったので、洗脳されたようだった。断ろうとかとも思ったが断れず、説明を受けたからにはやるしかない、何とかなるという思いで契約してしまった。</li> <li>・契約書は、30万円の話が出た後に示された。簡単に説明されただけで、「事業者として受託する」の意味については全く説明を受けていないので、意味が分からなかった。契約書に委託内容として「購入希望商品のリサーチ、情報提供、発注媒介に関する業務営利目的としての販売業務、国内での市場リサーチ」と記載されていたが、（今考えると）自分にはできない。</li> <li>・相手方から言われたとおりに、契約書面に自分で記入し、印鑑を持っていなかったため指印を押した。</li> <li>・30万円の支払いについては、分割払いでいいと言われたので、契約をした日は頭金として3万5千円をクレジットカード翌月一回払いで支払った。</li> </ul>
PDFデータについて	<ul style="list-style-type: none"> <li>・契約後その場で、ノウハウのようなPDFデータが、スマートフォンに送られてきた。PDFデータの内容に関する説明は受けていない。最初の5ページぐらいは見したが、簡単にはできない、難しいと思った。</li> <li>・今は、このPDFに接続することができず、データは見られない。</li> </ul>
契約締結後の経緯	<ul style="list-style-type: none"> <li>・帰宅してから、やはりこれはよくないのでやりたくないと思い、先輩に相談したら、7日間以内だったらクーリング・オフ制度を使えるとアドバイスされ、契約した2日後に相手方に解約したいとSNSで伝えた。</li> <li>・相手方から、事業者間契約だからクーリング・オフの制度は該当しないと返信があったので、消費生活センターに相談した。</li> </ul>
申立人の希望	<ul style="list-style-type: none"> <li>・支払った金額のうち、できるだけ多くを返してほしい。</li> </ul>

## 資料 4

### 相手方からの事情聴取

項目	内容
相手方について	<ul style="list-style-type: none"> <li>・転売ビジネスの支援が主体であり、輸入の作業、商品管理、配送をメインに行っている。</li> <li>・当社の目的は海外との物流量の増大、輸入ルートの強化、拠点の拡大である。</li> </ul>
集客方法等について	<ul style="list-style-type: none"> <li>・インターネットの求人媒体に掲載もするが、SNSのダイレクトメッセージ（以下「メッセージ」という。）を利用して声を掛け、その中で興味を持ち事務所に来た人に説明をし、希望した人に始めてもらっている。</li> <li>・流通量が多い女性用アパレルについて詳しい人に取り組んでもらいたいと考えており、また、自分が着る服を安く仕入れることができるだけでなく、販売もして利益を出したいと考えている人がいたので、集客にSNSを使っている。</li> <li>・メッセージを作成して送っているのは従業員であるが、本件申立人らへの送信者は分からない。メッセージの作成・送信者と事務所で説明する人は違う人である。</li> <li>・メッセージには、社名や氏名を記載していない。</li> <li>・現在は、本件紛争時のメッセージと内容を変えている。</li> <li>・特にこの人と特定して、スカウトするという感じで、メッセージを送っていないが、未成年者には送らないという条件はある。申立人3人が選ばれた理由は特にない。たまたまSNSに返事をくれたから契約へと話が進んだ。</li> <li>・クライアント（申立人らのような相手方との契約者）の9割が初心者である。</li> </ul>
説明について	<ul style="list-style-type: none"> <li>・担当者が一対一で説明している。本件を担当した社員には既に退職した者もいる。</li> <li>・申立人3人に説明する際、紙に書いて説明しているが、大量の文字を読んで理解するのは難しく、直接言葉で説明したり、質疑応答のほうが伝わっていると思うので、資料等の紙に書かれたものを申立人らに渡していない。</li> <li>・説明は1時間ぐらいで終わるが、書類記入や契約を合わせると2時間程度である。</li> <li>・契約枠に限りはないので、申立人らに早く決めたほうがよいという話はしていないはずだが、従業員に対して、そういった話をしないようにとは特に言っていない。</li> <li>・「簡単」、「絶対」などの誇大広告に当たる説明はしないよう指導している。</li> <li>・ビジネスの仕組みについては、大体の作業内容をパソコンの画面を見せながら説明し、クライアントにビジネスを継続してもらうように話している。</li> </ul>
本件転売ビジネスの特徴	<ul style="list-style-type: none"> <li>・4名体制のサポートとは、個別のグループチャットを作り、質問に答える時間を設定して、グループチャットの中でやり取りを進めながら、販売に至るようにもっていくサポートである。</li> <li>・転売ビジネスの仕組みを使うメリットは2点ある。①海外から確実な商品の買い付けができ、トラブルに遭った場合でも当社が返品や返金などの対応を効率的に行うことができる。以前同様のビジネスをした時、届いた商品の半分は使い物にならなかったが、原価が安過ぎるので海外への返送料だけで赤字になる。これを踏まえ、当社でトラブルに対応している。②利益を上げてもらうクライアントと長く付き合いができれば会社として成り立つと考えて、送料、関税、為替手数料、インボイス作成費用等、会社の利益を乗せる部分を一切もらっていない。</li> <li>・輸入した商品を売るのは申立人であるが、販売する媒体への対応、個人のECサイ</li> </ul>

	<p>トの作成など、知識がない人にはサポートをする。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・クライアントが転売によって得られる利益について当社は関与していない。発注ページを共有しているので、発注状況と商品の販売場所は大体分かるが、完全なデータは個人が利益を開示しないと分からない。</li> </ul>
<p>宣誓書について</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「簡単に稼げると思っていたのに違う。」と契約してからやめたくならないため、「簡単に楽しく稼げるというビジネスではないことを理解した」、「着手金及び月額費用の説明を十分に受けた」、「事業者間の取引のため、クーリング・オフ、返金には該当しないことを理解した」等の書かれた宣誓書を作成し、契約に際し、署名・押印してもらって提出を求めている。</li> <li>・申立人Aが提出した宣誓書は当社にあるが、申立人B、Cの宣誓書はない。宣誓書を求めることが社内で浸透しきっていなかったのかもしれない。現在は全員に宣誓書を提出してもらっている。宣誓書の控えは契約者に渡すよう従業員に指示しているが、申立人Aに渡したか否かは、その場に自分がいなかったので断言できない。</li> </ul>
<p>契約書面に記載されている文言について</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「事業者として」という文言を記載したのは、物流量の増加にならないと当社にとって意味がないので、販売して利益を上げることに取り組んでもらい、クライアントと長い付き合いをするためである。商品を海外に発注して、日本に届いたものを検品して、クライアントに配送するには人件費がかかるが、若い人がインターネットでアパレルを販売して利益が生まれる仕組みを作りたかったので、当社は利益を余り取っていない。ビジネスのノウハウが書いてあるPDFデータを読んで転売ビジネスを始めた最初の1～2か月はつまづくので、サポート担当者が説明をしている。説明の対応をして1か月ぐらい経って、「やめたい。」というのは当社にとって一番のマイナスになる。「クーリング・オフしてください。」と言うのであれば、最初から契約してほしくない。最近では、クーリング・オフは適用されないことを説明するようにしているが、申立人らが契約したときは、販売担当者に対して、「事業者として」に関してきちんと説明するようには言っていなかった。</li> <li>・業務委託内容の一つとして契約書に記載されている「購入希望商品のリサーチ、情報提供、発注に関する業務営利目的としての販売業務、国内での市場リサーチ」とは、利用者数が一番多い国内の媒体(サイト)で、その商品が売れた時期等の実績のデータを見て、それを参考に海外のサイトで同じ商品を探して、それを輸入して販売する作業のことである。販売したい商品が掲載されている媒体の画像と全く同じ商品を画像検索の方法で探すので、それほど難しいことではない。インターネットショッピングで服を買うことができる人ならばできる。</li> <li>・「相手方は申立人に対し業務を委託し、申立人は受託する」と記載したのは、顧問弁護士に相談した結果、申立人の指示で当社が商品の買い付けを行うが、このビジネスに関しては当社からの委託になると思ったからである。</li> </ul>
<p>着手金 30万円 の根拠</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・PDFデータを読んで転売ビジネスをスタートする際、最初の1～2か月ぐらいの質問の多い時期に、質問のサポートに応じる従業員に対する料金である。その後はクライアントの理解が進むので、3か月目ぐらいからはサポートの人件費がかからない。固定費用、従業員の給料を払わないといけないので、1～2か月間サポートをして、3か月目からは輸入代行だけで終わるという予測のもとで30万円としている。</li> </ul>

月額1万円の根拠	<ul style="list-style-type: none"> <li>・3か月目以降も、海外の現地スタッフは買い付けをし、国内スタッフも検品、配送をし続けるので、この人件費として月額1万円を設定している。買い付け量が多い人も、当社の作業は増えるが実績を作ってもらえることから一律1万円としている。</li> </ul>
相手方の利益について	<ul style="list-style-type: none"> <li>・海外スタッフの利用料、海外のインターネット環境に対応した発注シートを当社が作成し送信する料金を月額金と着手金で受領し、これが当社の収益となっている。</li> </ul>
クライアントの利益	<ul style="list-style-type: none"> <li>・当社に関する説明資料に記載があるように、1日平均1～2時間の作業で、月の利益が12万5千円ぐらいの実績を上げているクライアントがいる。</li> <li>・手数料を取らず原価だからこそ、クライアントが利益を上げられる。ただし、売上に応じたマージンをもらうわけではないから、クライアントがどれくらい利益を上げているのかは、正確には把握できていない。</li> <li>・クライアントは、利益から着手金を償却することになる。</li> </ul>
支払方法について	<ul style="list-style-type: none"> <li>・支払方法は現金、クレジットカード、送金等あるが、特にこだわっていない。クレジットカードを取り入れている理由は、取り組みやすいようにするためである。</li> </ul>
PDFデータについて	<ul style="list-style-type: none"> <li>・PDFデータは、仕入れや販売に関するノウハウであり、契約書面に記載された「機密情報」に当たる。調べてデータを取りPDFデータを作成する作業には時間がかかっている。PDFの内容は更新している。</li> <li>・申立人らからは支払いがなく、付き合いがなくなるのでグループチャットに登録しておく必要がないと考えた。したがって今は、申立人らはPDFデータを見ることはできない。</li> </ul>
解約への対応	<ul style="list-style-type: none"> <li>・PDFデータの情報を渡しているなので、それさえあれば稼ぐことも可能なことから、データを送り、閲覧できるような状態である以上、本件の解約申出に対して、解約はできないと断った。</li> <li>・「好きにやめてしまえばいい。」と思ってほしくなかったなので、督促状を送った。</li> </ul>
特定商取引法に対する見解	<ul style="list-style-type: none"> <li>・アポイントメントセールスの該当性については、本件契約当時は分かっていた部分が多かったとは思いますが、申立人とのやり取り、集客方法については、顧問の弁護士に確認しながら進めていた。</li> <li>・業務提供誘引販売取引への該当性については、事業者なので除外だと考えている。1～2か月取り組んで、情報を抜き取ってやめられるということを一番してほしくないで、そうならないように、事業者として理解をしてください、と伝えている。</li> </ul>
解決案について	<ul style="list-style-type: none"> <li>・申立人A、申立人B、申立人Cに対して、今後請求しない。</li> <li>・申立人Cについては、受領した3万5千円を返金する。</li> </ul>

## 資料 5

### 「アパレル関連商品転売の副業に係る紛争」処理経過

日 付	部会開催等	内 容
平成30年 11月 8日	【付託】	<ul style="list-style-type: none"> <li>・紛争案件の処理を知事から委員会会長に付託</li> <li>・あっせん・調停第二部会の設置</li> </ul>
11月22日	第1回部会	<ul style="list-style-type: none"> <li>・紛争内容の確認、申立人からの事情聴取</li> </ul>
11月26日	第2回部会	<ul style="list-style-type: none"> <li>・申立人からの事情聴取</li> </ul>
12月20日	第3回部会	<ul style="list-style-type: none"> <li>・相手方からの事情聴取</li> </ul>
平成31年 1月24日	第4回部会	<ul style="list-style-type: none"> <li>・法的問題点の検討、あっせん案の考え方等の確定</li> </ul>
2月26日	第5回部会	<ul style="list-style-type: none"> <li>・相手方にあっせん案の考え方等を示し、意見交換</li> <li>・あっせん案の検討</li> <li>・報告書骨子の検討</li> </ul>
3月 4日	(あっせん案)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・あっせん案を紛争当事者双方に提示</li> </ul>
3月20日	第6回部会	<ul style="list-style-type: none"> <li>・報告書内容の検討</li> </ul>
3月27日	(合意書)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・C案件合意書の取り交わし</li> </ul>
4月 1日	(合意書)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・A案件、B案件合意書の取り交わし</li> </ul>
4月25日	【報告】	<ul style="list-style-type: none"> <li>・知事への報告</li> </ul>

## 資料6

## 東京都消費者被害救済委員会委員名簿

氏名		備考
学識経験者委員		(16名)
石川 博康	東京大学社会科学研究所教授	
上柳 敏郎	弁護士	
大迫 恵美子	弁護士	
大澤 彩	法政大学法学部教授	
角 紀代恵	立教大学法学部教授	
鎌野 邦樹	早稲田大学大学院法務研究科教授	
川地 宏行	明治大学法学部教授	
執行 秀幸	中央大学大学院法務研究科教授	
角田 美穂子	一橋大学大学院法学研究科教授	
千葉 肇	弁護士	会長代理□
中野 和子	弁護士	
野田 幸裕	弁護士	
平野 裕之	慶應義塾大学大学院法務研究科教授	本件あつせん・調停部会委員
宮下 修一	中央大学大学院法務研究科教授	
村 千鶴子	弁護士・東京経済大学現代法学部教授	会長
山口 廣	弁護士	本件あつせん・調停部会長
消費者委員		(4名)
池田 京子	東京都生活協同組合連合会 常任組織委員	
佐野 真理子	主婦連合会 参与	
西澤 澄江	東京都地域消費者団体連絡会 共同代表	
宮原 恵子	特定非営利活動法人東京都地域婦人団体連盟 理事	
事業者委員		(4名)
小林 治彦	東京商工会議所 理事	
佐藤 成知	一般社団法人東京工業団体連合会 専務理事	
傳田 純	東京都商工会連合会 専務理事	
穂岐山 晴彦	東京都中小企業団体中央会 常勤参事	