

訪問販売の学習教材販売によるトラブルにご注意！

～勧誘行為に問題があった**日本ライブラリー**のトラブル事例を紹介します～

日本ライブラリー（学習教材の訪問販売事業者）の相談は、消費者機構日本が実施した110番とホームページ情報提供システムに寄せられました。日本ライブラリーと関連事業者は、平成19年2月16日に破産手続が開始されています。

国民生活センターの消費生活相談データベースによれば、訪問販売による学習教材の契約・解約に関する相談は年間8千件ほど寄せられています。

今後、消費者が類似の被害に遭わないために、当機構に寄せられた日本ライブラリーの相談事例を紹介するとともに注意喚起を行います。

相談事例 ※当機構に寄せられた相談を総合した事例概要です。

日本ライブラリーは、事業者Aの販売代理店として、訪問販売で主に小・中学生用の学習教材を販売していました。

日本ライブラリーは、消費者が以前、他社から購入していた学習教材のアフターフォローと称したり、日本ライブラリーが行った電話アンケートに回答した家庭に子供の発育診断と称して訪問していました。

訪問後は、事業者Aの学習教材を、通常価格より安くないにもかかわらず“モニター価格”と称し、「今ならモニター価格。次はこの価格では購入できない」などと言ったセールストークで勧誘し、また、事業者Aが設定した販売価格より高額な価格を設定して学習教材を販売していました（消費者機構日本に相談を寄せた相談者の平均契約金額は約314万円）。

また、学習教材を使用する子供の年齢に照らし、不適切といえる長期間の学習教材を契約（幼児に対し、小学1年生～中学3年生までの学習教材を契約）させているケースがありました。

平成18年3月、事業者Aより、事業者Aの学習教材を日本ライブラリーから購入していた消費者に、日本ライブラリーとの代理店契約を解除した旨と、事業者Aが設定していた学習教材の販売価格表が通知されると、各地の消費生活センター等に相談（表）が多数寄せられるようになりました。

問題点

日本ライブラリーの販売行為には、下記のような問題があると思われます。

○学習教材の販売目的にもかかわらず、その旨を告げず、「アフターフォロー」「発育診断」と称して消費者宅を訪問していた。

⇒特定商取引法第3条 勧誘目的等の明示違反

○通常価格より安い価格を「モニター価格」と称し消費者を勧誘していた。

⇒特定商取引法第6条1項2号 商品の販売価格等の不実告知に該当

○幼児に小学1年生～中学3年生（9年間分）の、不相当といえる長期間の商品を販売していた。

⇒東京都消費生活条例 第25条1項3号 不適正な取引行為に該当

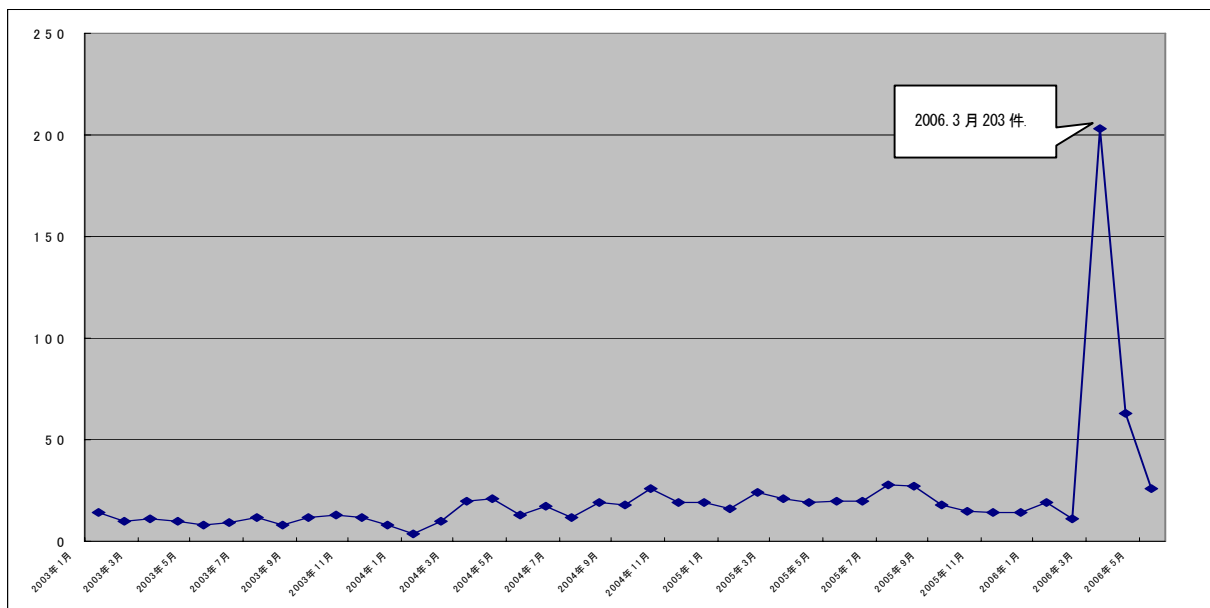
覚えておいて下さい！

○訪問販売には、不意打性などの問題点が指摘されています。訪問販売の営業マンは、飛び込みや事前の電話約束等で消費者宅を訪問し、他の人の目が届かない家庭内で、営業マンの主導で勧誘を行います。消費者のなかには、営業マンに早く帰ってほしいとの理由から契約してしまうケースがあるようです。また、訪問販売の学習教材は、一般に書店等で販売されている教材より価格が高額な場合が多いようです。本当に必要なものなのか、慎重に考えてから契約しましょう。

○契約書面を受領した日から8日間は書面によるクーリング・オフが可能です。契約を考えたときは、クーリング・オフを活用しましょう。クーリング・オフの詳細について知りたいときは、最寄りの消費生活センターに問い合わせして下さい。

○クーリング・オフの期間が過ぎてしまっても、事業者から商品の販売価格などについて事実でないことを言われて、それを事実と誤って信じて契約した場合や、事業者がわざと商品の種類や販売価格などの重要な事実を言わなかったことにより、その事実がないものと誤って信じて契約した場合には、契約が取り消せることがあります（取り消せる期間は、誤って信じていたと気がついたときから6ヶ月間で、契約してから5年を経過すると時効によって消滅します）。あきらめずに、最寄りの消費生活センターに相談しましょう。

(表) 日本ライブラリーに関するPIO-NET 全国の消費生活相談情報の件数



※平成18年7月に国民生活センターに法人文書開示請求を行い、消費者機構日本で作成したグラフです。