

# 一消費者トラブル情報一

<あいちクリオ通信 平成26年10月号 (No. 317) >

## 家庭教師の契約での注意点！

～長期間・高額な契約は慎重に～

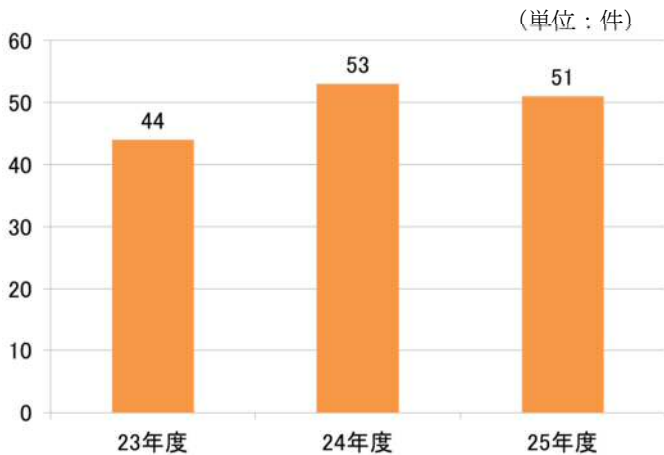
家庭教師の契約では、「受験対策はお早めに」と勧められ必要以上に長い期間の契約をさせられたり、「学習指導に必要」と説明され高額な教材をセット購入させられるなどのトラブルが多くなっています。

また、「料金が高額で支払えない」、「勧誘時の説明と実態が異なる」などの理由から解約を申し出ても業者が返金に応じなかったり、高額な解約料を請求されたなどの相談も寄せられています。

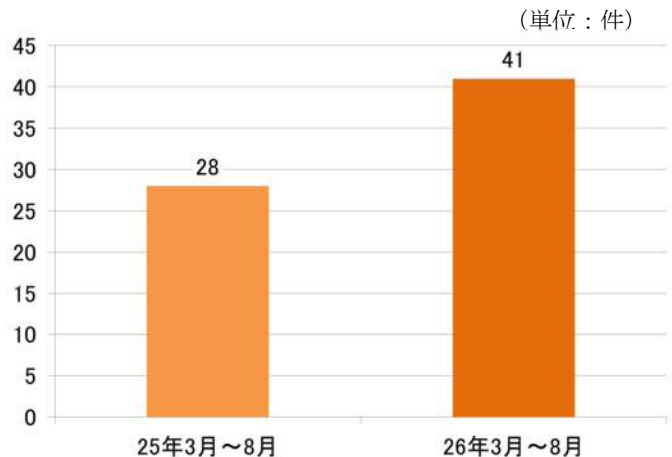
「このままでは志望校に合格できない」「必ず成績が上がる」などのセールストークに煽られがちですが、契約の際は契約条件を書面で十分確認し、初めから長期間の契約を避け、教材については必要最小限としましょう。

### ○家庭教師契約に関する相談件数の推移

[年度別相談件数の推移]



[平成26年3月～8月の相談件数の推移 (対前年同期)]



平成26年3月から平成26年8月までに寄せられた家庭教師契約に関する相談は41件となり、前年同期と比べて46.4%（13件）増加しました。

### 愛知県県民生活部県民生活課

\*この内容は、10月15日（水）午前10時から愛知県のWebページでご覧いただけます。

<http://www.pref.aichi.jp/kenmin/shohiseikatsu/>

または

広報誌・機関紙等への転載などに、ぜひご活用ください。

## 家庭教師契約の相談傾向

＜最近の相談事例から（平成26年3月～8月）＞

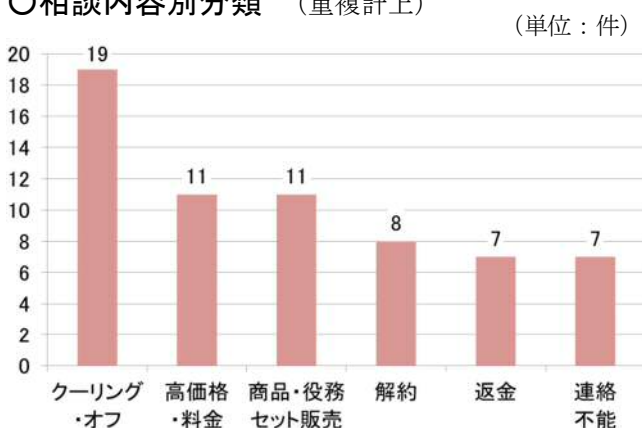
☆ 家庭教師契約に関する相談（41件）について相談内容別にみると、「クーリング・オフ」が19件と最も多く、次いで「高価格・料金」と「商品・役務セット販売」がそれぞれ11件となっています。

☆ 契約当事者を年代別でみると「40代」が最も多く、性別では「女性」が全体の約8割を占めるなど、子育て世代の母親からの相談が中心となっています。また、指導対象としては中学生が23件（56.1%）と半数を占めており、高校進学を控えた生徒が多い傾向があります。

☆ 契約購入金額別では、「50万円以上100万円未満」が14件と最も多く全体の34.1%を占め、次いで「5万円以上50万円未満」の7件（17.1%）となっています。

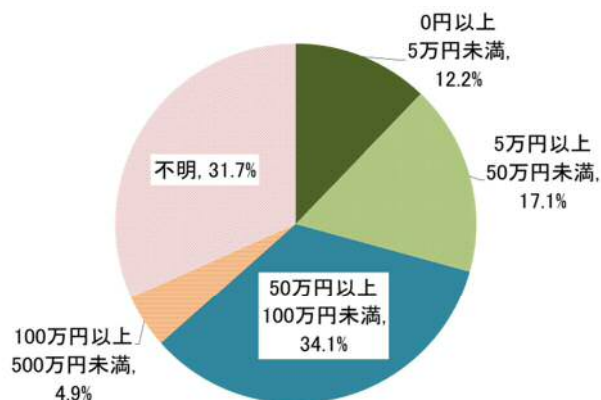
### 【家庭教師契約に関する相談状況（平成26年3月～8月）】

#### ○相談内容別分類（重複計上）



- 【クーリング・オフ】 クーリング・オフの希望、方法など
- 【高価格・料金】 契約金額が高額など
- 【商品・役務セット販売】 教材のセット販売に関する苦情など
- 【解約】 契約の解約希望など
- 【返金】 返金希望、返金に関する苦情など
- 【連絡不能】 業者と連絡が取れないなど

#### ○契約購入金額別相談件数



契約購入金額	件数(件)
0円以上5万円未満	5
5万円以上50万円未満	7
50万円以上100万円未満	14
100万円以上500万円未満	2
不明	13
合計	41

#### ◆契約当事者の年齢別

①40代：27件（65.9%） ②30代：7件 ほか

#### ◆契約当事者の性別

①女性：34件（82.9%） ②男性：7件

#### ◆契約購入金額

平均：49万6千円 最高額：108万円

#### ◆既払金額

平均：5万2千円 最高額：56万円

#### ○指導対象別

学校別	件数(件)	構成比 (%)
小学生	9	22.0%
中学生	23	56.1%
高校生	1	2.4%
不明	8	19.5%
合計	41	100.0%



## 相談事例

家庭教師と教材3年分の契約をしたが、教材が高額であるため解約したい。(40代 男性)

中学2年生の娘がいる。自宅に家庭教師の無料体験の勧誘電話があり来訪を受けた。指導は週1回で1時間、交通費は別途と説明を受け、中1の復習用から中学卒業までの3年間分の要点指導書と学力診断テスト(指導料込)690,000円を分割払いで契約した。支払い総額は790,000円。しかし、教材が高額であり、契約後にネットで検索したら業者の悪評があったので契約を解除したい。登録料金3万円は担当者に現金で払った。

(助言) 特定継続的役務提供及び関連商品について説明し、業者と分割払い代行業者宛にクーリング・オフ書面を送るよう助言した。

契約時の説明と全く異なる教師が派遣されたため解約返金希望。(40代 男性)

「医学部出身の教師を派遣する。成績が上がる。今申し込まないと希望の教師が派遣できなくなる」と説明を受け、1年間の契約をした。指導の直前になって業者から提案された教師の経歴を聞くと、文系学部出身で経験1年未満だった。医学部出身者を派遣すると言ったので契約したが、約束どおりの教師が派遣できないなら解約すると申し出ると、クーリング・オフ期間を過ぎたため2万円の違約金がかかると言われた。まだ指導も受けていないため、支払い済みの指導料3万円を返金してほしい。

(助言) 「契約時に医学部出身の教師の指導を受けるという約束で契約をした。しかし派遣教師についての不実告知(事実と異なることを告げる)があったため、消費者契約法と特定商取引法の不実告知による誤認として取り消す。全額返金してほしい」と書面通知することを助言した。その後、業者より全額返金された。

## アドバイス

### <契約をやめたいときは>

#### ●クーリング・オフ、中途解約できます

家庭教師の契約は、契約金額が5万円を超え、指導期間が2か月を超える場合は特定商取引法に定める「特定継続的役務提供」の対象となり、契約書を受け取った日を含めて8日間はクーリング・オフができます。

また、クーリング・オフ期間が過ぎた場合は法律で定められた解約料を支払って中途解約が可能です。なお、指導のために必要と説明されて購入した教材(関連商品※)であれば、未使用分については解約ができます。

#### ※関連商品

政令で定められている商品で、書籍(教材を含む)、学習用ソフト(カセット・テープ、CD、DVDなど)、ファクシミリ機器、テレビ電話

### <トラブルにあわないために>

#### ●契約条件は書面で確認を

勧誘時に説明を受けた契約条件と実態が異なるとの相談が寄せられています。セールストークを鵜呑みにせず、契約時には指導内容や教材の関連性などを必ず書面で確認しましょう。また、分からない点については説明を求め、十分納得してから契約しましょう。

#### ●長期にわたる契約や大量の教材購入は避けましょう

契約時には、指導方法や教材が子どもに適しているか、長期間継続できるかどうかは判りません。一度に長期間の契約をしたり、大量の教材を購入することは避けましょう。

お困り際には、早めに最寄りの県民生活プラザ又は  
お住まいの市町村の消費生活相談窓口にご相談ください。  
最寄りの消費生活相談窓口はこちらから → 0570-064-370 (消費者ホットライン)



## 消費生活相談の概要 一速報一

＜平成26年度（4月～8月）の相談の特徴＞

平成26年8月に、愛知県の8か所の県民生活プラザに寄せられた相談の件数は1,334件となり、平成26年8月までに寄せられた本年度の相談件数の累計は7,535件となりました。この件数は、前年同期（7,730件）と比べて**2.5%（195件）減少**しています。

県民生活プラザ別相談件数（平成26年4月～平成26年8月） 単位：件

期間	中央	尾張	海部	知多	西三河	豊田	東三河	新城	計
H26年度(4～8)	3,564	737	417	631	1,177	245	664	100	7,535
前年同期	3,336	840	457	675	1,161	419	697	145	7,730
8月	666	112	88	125	192	41	102	8	1,334

☆ **40代からの相談が多い・70歳以上の相談が減少**……………表1

契約当事者を年代別にみると、「40代」が1,514件で最も多く全体の20.1%を占め、次いで、「30代」の1,189件（15.8%）、「50代」の1,043件（13.8%）の順となっています。

増加件数からみると、「40代」が対前年同期153件増（1,514件）と最も増加している一方、「70歳以上」は同310件減（1,070件）となっており、最も減少しています。

☆ **運輸通信サービスに関する相談が増加**……………表2-1・2

**品目別**にみると、デジタルコンテンツ、インターネット接続回線などの「運輸通信サービス」が2,780件で最も多く、次いで、電話機・電話機用品、パソコンなどの「教養娯楽品」の572件、ファンド型投資商品、公社債などの「金融保険サービス」の525件の順となっています。増加件数の多いものは、デジタルコンテンツ、インターネット接続回線などの「運輸通信サービス」が対前年同期404件増（2,780件）となっています。

また、更に細かい分類である**商品等別**にみると、「デジタルコンテンツ」が2,152件で最も多く、次いで、「インターネット接続回線」の200件、「工事・建築」の193件の順となっています。増加件数の多いものは、「デジタルコンテンツ」の対前年同期367件増（2,152件）、「インターネット接続回線」が同27件増（200件）、「携帯電話サービス」が同10件増（132件）、「化粧品」が同7件増（83件）となっています。

☆ **通信販売に関する相談が多い**……………表3-1・2

**店舗外取引**に関する相談は5,041件で、総相談件数7,535件の66.9%を占めています。このうち、「通信販売」に関する相談が3,489件で最も多く店舗外取引に関する相談の69.2%を占め、次いで、「訪問販売」の731件（14.5%）、「電話勧誘販売」の589件（11.7%）の順となっています。

また、店舗外取引に関する相談を**販売方法別・商品別**にみると、通信販売の「デジタルコンテンツ」が2,140件で最も多くなっています。増加件数の多いものは、通信販売の「デジタルコンテンツ」が対前年同期369件増（2,140件）、「興信所」が同23件増（39件）、「音響・映像機器」が同18件増（33件）、電話勧誘販売の「インターネット接続回線」が同15件増（90件）、マルチ商法の「化粧品」が同13件増（22件）、訪問販売の「テレビ放送サービス」が同12件増（48件）となっています。

表1 年代別相談件数

単位：件

区分	未成年	20代	30代	40代	50代	60代	70歳以上	不明	計
26年度(4~8)	408	846	1,189	1,514	1,043	917	1,070	548	7,535
構成比(%)	(5.4)	(11.2)	(15.8)	(20.1)	(13.8)	(12.2)	(14.2)	(7.3)	(100.0)
前年同期	383	838	1,196	1,361	940	1,004	1,380	628	7,730
対前年同期 増減数	(+25)	(+8)	(-7)	(+153)	(+103)	(-87)	(-310)	(-80)	(-195)
対前年同期 増減率(%)	(+6.5)	(+1.0)	(-0.6)	(+11.2)	(+11.0)	(-8.7)	(-22.5)	(-12.7)	(-2.5)
8月	84	153	213	269	172	173	184	86	1,334

表2-1 品目別相談件数

単位：件

区分	商品計	主なもの			サービス計	主なもの				他の相談計	計
		教養 娯楽品	被服品	住居品		運輸通信 サービス	金融保険 サービス	教養娯楽 サービス	保健福祉 サービス		
26年度(4~8)	2,691	572	401	330	4,797	2,780	525	270	217	47	7,535
構成比(%)	(35.7)	(7.6)	(5.3)	(4.4)	(63.7)	(36.9)	(7.0)	(3.6)	(2.9)	(0.6)	(100.0)
前年同期	3,085	560	402	329	4,582	2,376	723	285	245	63	7,730
対前年同期 増減数	(-394)	(+12)	(-1)	(+1)	(+215)	(+404)	(-198)	(-15)	(-28)	(-16)	(-195)
対前年同期 増減率(%)	(-12.8)	(+2.1)	(-0.2)	(+0.3)	(+4.7)	(+17.0)	(-27.4)	(-5.3)	(-11.4)	(-25.4)	(-2.5)
8月	441	95	69	63	886	533	104	40	36	7	1,334

※主な商品等 教養娯楽品…電話機・電話機用品69件、パソコン55件、音響・映像機器54件など  
 被服品…財布類38件、婦人用バッグ36件、運動ぐつ26件、靴25件、着物類23件など  
 住居品…布団類52件、浄水器48件、電気冷蔵庫21件、洗剤等16件、いす類12件など  
 運輸通信サービス…デジタルコンテンツ2,152件、インターネット接続回線200件など  
 金融保険サービス…ファンド型投資商品98件、公社債63件、生命保険60件など  
 教養娯楽サービス…旅行代理業21件、資格講座21件、宝くじ20件など  
 保健福祉サービス…エステティックサービス74件、医療サービス29件など

表2-2 商品等別相談件数

単位：件

区分	順位	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
26年度(4~8)	デジタルコ ンテンツ	インターネット 接続回線	工事・建築	四輪自動車	健康食品	携帯電話 サービス	ファンド型 投資商品	修理サービ ス	化粧品	エステティク サービス	
	2,152	200	193	144	134	132	98	87	83	74	
前年同期	1,785	173	209	164	482	122	180	99	76	96	
対前年同期 増減数	(+367)	(+27)	(-16)	(-20)	(-348)	(+10)	(-82)	(-12)	(+7)	(-22)	
対前年同期 増減率(%)	(+20.6)	(+15.6)	(-7.7)	(-12.2)	(-72.2)	(+8.2)	(-45.6)	(-12.1)	(+9.2)	(-22.9)	
8月	デジタルコ ンテンツ	インターネット 接続回線	工事・建築	携帯電話 サービス	四輪自動車	ファンド型 投資商品	健康食品	修理サービ ス	フリーロー ン・サラ金	電話機・電 話機用品	
	418	35	31	24	23	21	16	16	14	14	

※この他、商品(サービス)を特定できないものを分類した「商品一般」が392件あります。

※デジタルコンテンツとは、インターネットを通じて得られるアダルトサイトや出会い系サイトなどの情報のことです。

表3-1 店舗外取引に関する相談件数

単位：件

区分	訪問販売	通信販売	電話勧誘販売	マルチ商法	送りつけ商法	訪問購入	その他無店舗	計
26年度(4~8)	731	3,489	589	108	15	40	69	5,041
構成比(%)	(14.5)	(69.2)	(11.7)	(2.1)	(0.3)	(0.8)	(1.4)	(100.0)
前年同期	791	3,064	984	95	41	54	81	5,110
対前年同期増減数	(-60)	(+425)	(-395)	(+13)	(-26)	(-14)	(-12)	(-69)
対前年同期増減率(%)	(-7.6)	(+13.9)	(-40.1)	(+13.7)	(-63.4)	(-25.9)	(-14.8)	(-1.4)
8月	131	631	95	15	3	12	15	902

表3-2 店舗外取引に関する相談の商品等別件数

(1) 訪問販売

単位：件

区分\順位	1	2	3	4	5
26年度(4~8)	工事・建築	テレビ放送サービス	インターネット接続回線	新聞	ソーラーシステム
	90	48	43	36	30
対前年同期増減数	100	36	36	35	30
	(-10)	(+12)	(+7)	(+1)	(0)
8月	工事・建築	新聞	テレビ放送サービス	インターネット接続回線	ソーラーシステム
	11	9	7	6	6

(2) 通信販売

単位：件

区分\順位	1	2	3	4	5
26年度(4~8)	デジタルコンテンツ	健康食品	興信所	財布類	音響・映像機器
	2,140	46	39	36	33
対前年同期増減数	1,771	57	16	30	15
	(+369)	(-11)	(+23)	(+6)	(+18)
8月	デジタルコンテンツ	パソコン	興信所	健康食品	運動ぐつ
	417	7	7	6	5

(3) 電話勧誘販売

単位：件

区分\順位	1	2	3	4	5
26年度(4~8)	インターネット接続回線	ファンド型投資商品	公社債	健康食品	株
	90	58	48	35	28
対前年同期増減数	75	77	53	334	38
	(+15)	(-19)	(-5)	(-299)	(-10)
8月	インターネット接続回線	ファンド型投資商品	公社債	株	フリーローン・サラ金
	17	10	6	5	3

(4) マルチ商法

単位：件

区分\順位	1	2	3	4	5
26年度(4~8)	健康食品	化粧品	ファンド型投資商品	ミネラルウォーター	浄水器
	26	22	9	8	3
対前年同期増減数	32	9	2	6	1
	(-6)	(+13)	(+7)	(+2)	(+2)
8月	ファンド型投資商品	化粧品	健康食品	販売業内職	浄水器
	4	3	3	1	1

(5) 送りつけ商法

単位：件

区分\順位	1	2	3	3	3
26年度(4~8)	健康食品	鮮魚	化粧品	単行本	菓子類
	5	2	1	1	1
対前年同期増減数	18	1	2	2	0
	(-13)	(+1)	(-1)	(-1)	(+1)
8月	健康食品				
	3				

(6) 訪問購入

単位：件

区分\順位	1	2	2	2	5
26年度(4~8)	四輪自動車	ネックレス	靴	着物類	布団類
	6	3	3	3	2
対前年同期増減数	7	3	0	0	0
	(-1)	(0)	(+3)	(+3)	(+2)
8月	ネックレス	靴	布団類	指輪	着物類
	2	2	1	1	1