

新聞広告への作品掲載の  
契約に係る紛争事件

報 告 書

平成22年5月

# 神奈川県消費者被害救済委員会

## 目 次

第1 紛争事件の概要	1
1 当事者	1
2 紛争の概要	1
3 審議経過及び解決内容	1
第2 あっせんの概要	2
1 当事者の主張	2
2 当事者からの事情聴取	2
3 あっせんの経過	3
4 合意書の取り交わし	3
第3 紛争に関する考察	3
1 事業者の勧誘行為の問題点	3
2 あっせん案の考え方	4
3 法律上の観点から	5
第4 被害の再発防止に向けて	8
1 事業者（同業者を含む。）に対して	8
2 消費者に対して	8
3 国（経済産業省）に対して	9
おわりに	9

### (資料)

- ・ 神奈川県消費者被害救済委員会の処理経過
- ・ 神奈川県消費者被害救済委員会（第15期）委員名簿

## 第1 紛争事件の概要

### 1 当事者

申立人（70歳代 女性）

事業者（雑誌及び新聞等の広告事業者）

### 2 紛争の概要（申立人の主張による。）

申立人は、電話により事業者から接触を受け、その前に美術館に出展して入賞した絵画（絵手紙）の新聞広告への掲載を持ちかけられた。

電話を受けた当初、申立人には有償契約であることが分からず承諾してしまい、口頭承諾の後に初めて契約金額を告げられたが、申立人は一度承諾したものを今更断ることに抵抗を感じ、後日送られてきた申込書に署名して返送した。

申立人は、その後も事業者から度重なる作品掲載の勧誘を受け、断る間もないまま実際に掲載されてしまったこともあり、その都度代金を支払い、契約総額は8,500,000円、支払総額も8,340,000円となっていた。

申立人の収入は年金によるもののみであり、老後の生活用に蓄えていた保険・貯蓄を取り崩して支払っていたことに納得がいかず、解約を申し出て、既払い金の返金を求めたが、これに事業者が同意せず紛争となった。

#### ○ 契約の概要

申込日	平成19年3月13日から同年10月11日までの間の計12回
掲載日	申込日の4日後から14日後の間に掲載
契約内容	絵画、俳句、短歌の新聞広告への掲載サービス
契約額	1回あたり160,000円から1,920,000円(合計8,500,000円)

### 3 審議経過及び解決内容

平成21年9月2日付けで、この紛争の解決を神奈川県知事から付託された神奈川県消費者被害救済委員会は、速やかな紛争解決を図るため、同日付であっせん部会を設け、審議・あっせんを開始した。

以降、2回にわたり同部会で審議するとともに、あっせんを行った結果、平成22年2月3日付けで、事業者は、申立人からの受領済みの金額8,340,000円のうち3,000,000円を返還するというあっせん内容で両当事者が合意し、解決した。

## 第2 あっせんの概要

### 1 当事者の主張

#### (1) 申立人の主張

申立人の収入は年金によるもののみであり、何度も断っていたが執拗な勧誘を受け契約してしまい、老後の生活用に蓄えていた保険、貯蓄等を取り崩して支払ったことに納得がいかず、解約を申し出て、既払い金の返金を求めた。

#### (2) 事業者の主張

広告掲載について友好的に、基本的には気持ちよく申立人から返事をいただき、掲載された広告には大変満足されていたし、毎回感謝の言葉をいただいていたので困惑しているが、申立人が最初に全契約の解約を申し出たときに広告料金16万円の債権放棄には応じていた。その後、この紛争事案が神奈川県消費者救済委員会に付託され、事業者が案件解決の協力を求められた際に、既払い金の一部返還に応じるとして、1,152,000円の返還を申し出、さらに早期解決のため500,000円の上乗せの提案をした。

### 2 当事者からの事情聴取

○ 平成21年10月29日

第1回あっせん部会を開催し、申立人及び事業者からの事情聴取を実施した。

○ 申立人と事業者の発言概要

申立人	事業者
<p>○ 広告掲載の勧誘について 「すごくあなたの絵は評判が良いから。」と持ち上げ、「この次も出したいので、協力してください。」等と引き下がらないので、結局断れなかった。 半ば強制的だった。</p> <p>○ 事業者について Tシャツに絵をプリントして送ってきてくれたり、富士山の浅間神社の御札などを次から次へと送ってきて、そういうことで断りづらくしていたのだと思う。 最初のうちはそうでもなかったが、だんだん嫌になってきて、電話に出なくなかった。</p> <p>○ クーリング・オフについて 説明されていないが、後で書面に書いてあると気づいた。</p>	<p>○ 内容をよく説明して理解してもらい、本人にやってみようという意思があるということだったので、自宅に行って作品を撮影するか借りてきている。</p> <p>○ 先生（申立人）は非常に友好的で、喜んでもらった、と考えている。 判断力がないとか、明らかにお金がないとか、明らかに高齢すぎるとか、そういうことを、掲載するに当たっての判断基準としている。例えば、この人は認知症の疑いがあるということであれば、そういうものは掲載しないよという決まりが当初からあったが、先生はそういう場合にあたらないと考えた。</p> <p>○ 社内のルールでは、掲載日や金額などを全部良く説明して、クーリング・オフもできるので、文面に書いてある部分は全部読み上げて、申込書を書いてもらっている。</p>

### 3 あっせんの経過

○ 平成 21 年 12 月 11 日

第 2 回あっせん部会（平成 21 年 12 月 3 日）におけるあっせん案の審議の結果を受けて、事業者に対し申立人の支払済額（金 8,340,000 円）の返金を求めるあっせん案を、事業者に対し提示した。

○ 平成 21 年 12 月 24 日

事業者から、業績不振で従業員に冬季賞与も支給できないどころか、このまま業績が悪化していけば倒産、廃業もありうる現状で、3,000,000 円の返金を提示する旨の回答があった。

○ 平成 22 年 1 月 12 日

事業者の回答した金額を申立人へ提示したところ、申立人から受諾する旨の回答があった。

### 4 合意書の取り交わし

平成 22 年 2 月 3 日付けで、申立人と事業者の間で合意書が取り交わされた。概要は次のとおりである。

- (1) 申立人と事業者との間で締結された合計 12 件の新聞広告への作品掲載の契約について、事業者は受領済みの金 8,340,000 円の内 3,000,000 円を申立人に返還する。
- (2) 事業者は申立人に対し、前項の金 3,000,000 円を申立人の指定する申立人名義の金融機関口座に、平成 22 年 2 月 26 日までに全額を一括で振り込む方法により支払う。  
なお、振込手数料は事業者の負担とする。
- (3) 申立人と事業者の間には、本件に関し、合意書に定めた事項以外には、相互に何らの債権・債務がないことを確認する。

## 第 3 紛争に関する考察

### 1 紛争の原因

被害の原因が、申立人によれば、申立人の「面と向かって嫌と言えない」性格を良いことに、新聞広告掲載を、時には 1 か月間に数回にも及ぶ高い頻度で、かつ申立人の年齢・収入等の状況に比して著しく相当性を欠く高額な掲載料の請求を伴って頻繁に勧誘し、年金収入しかない申立人に数百万円もの契約を締結させたことにあると考えられる。

### 2 あっせん案の考え方

#### (1) 基本的な考え方

当委員会あっせん部会は、関連法令、経済産業省の見解等に照らして、事業

者と申立人との取引行為が、特定商取引に関する法律（以下「特商法」という。）第2条第3項に規定する「電話勧誘販売」に該当し、申立人は、特商法第24条第1項の規定に基づき、事業者との契約の解除（クーリング・オフ）が可能であることから、事業者は、少なくとも申立人から受領した金銭全額（金8,340,000円）及びそれに対する受領時からの法定利息（年5分）の返還義務を負うものとする。

かかる状況を踏まえて、利息については申立人に譲歩を求め、申立人が事業者に対して支払った8,340,000円を、申立人に返金するあっせん案を提示した。

## (2) あっせん修正案に至る経緯

上記あっせん当初案（8,340,000円の返還）に対して、事業者は書面不備記載以外の点について承服せず、また、全額を支払うとその後の経営の維持が困難になるとして上記のうち3,000,000円の返還で和解することを申し出たので、申立人に事業者の意向を伝えたところ、申立人が同意し、合意に至ったものである。

## 3 法律上の観点から

- (1) 本件は、70歳代の高齢の申立人の女性に対して、事業者が電話により、申立人の作品を広告へ掲載するように勧誘し、高額な広告掲載契約を多数回にわたり締結させ、合計8,340,000円もの支払いを行わされるにいたった事案である。
- (2) 上述のとおり、申立人に対する勧誘が電話によって行われたため、特商法第2条第3項所定の「電話勧誘販売」に該当するかどうかはまず問題となる。

### ア 特商法第2条第3項の適用について

特商法第2条第3項は、「電話勧誘販売」を、「役務提供事業者が、電話をかけ又は政令で定める方法により電話をかけさせ、その電話において行う役務提供契約の締結についての勧誘により、その相手方（以下「電話勧誘顧客」という。）から当該役務提供契約の申込みを郵便等により受け、若しくは電話勧誘顧客と当該役務提供契約を郵便等により締結して行う指定役務の提供をいう。」と規定している。

ここで「勧誘」とは、「販売業者等が顧客の契約締結の意思の形成に影響を与える行為」であり、消費者による申込み又は契約の締結が事業者の電話勧誘に起因して行われていることが要件となる。

また、本件は、新聞に作品と氏名を掲載する役務であるから、特商法の改正により平成21年12月に指定商品・役務制が撤廃される前から、特定商取引に関する法律施行令（以下「政令」という。）第3条第3項別表第3第16号「新聞への氏名、経歴その他の個人情報に関する情報の掲載」に該当した。

従って、本件電話勧誘によって、新聞紙上への絵画等の掲載の契約をしたことは、指定役務である「新聞への氏名、経歴その他の個人情報に関する情報の掲載」に係る役務提供契約の申込みを受け、若しくは当該役務提供契約を電話勧誘顧客と締結したことに当たるので、法第2条第3項に規定する電話勧誘販売に該当する。

イ 特商法第 26 条の適用除外の非該当性について

なお、申立人は、趣味の一環として絵画の作成を行っているのであり、絵画の販売などで収入を得たことはなく、反復継続して取引を行ってはいないため、「営業のためもしくは営業として」なされたわけではなく、特商法第 26 条第 1 項第 1 号の適用除外に該当しない。

また、特商法第 26 条第 3 項第 2 号（改正後の特商法では第 26 条第 6 項第 2 号）の適用除外は、通例の取引様態として、電話勧誘販売の方法による販売又は役務の提供が日常生活の中に支障なく定着している場合のことを言うが、通常購入者又は役務の提供を受ける者の利益を損なうおそれがないと認められる取引の態様であり、そもそも日常生活の中に支障なく定着しており、加えて、「継続的取引関係にある」との要件により、かかる要請を担保していると解されるところ、日常生活の中に支障なく定着しているとは言えない取引関係は、この類型から排除されると解されるべきである。

本件取引の形態から考えると、絵画等の多数回にわたる多額の新聞広告は日常生活の中に定着した取引態様とは言えない。

さらに、政令第 10 条により適用除外となる「取引」には、法律に違反する内容のあった取引は含まれない。具体的には、特商法第 16 条から第 25 条に規定する事項に違反する事項のあった取引は適用除外の要件となる「取引」には含まれない。次項で述べるとおり、事業者の申立人に対する勧誘・契約締結には、特商法に違反する行為が認められる。従って、本件紛争に係る 12 件の契約は全て特商法第 26 条に規定する適用除外には当たらない。

(3) 特商法の規定に対する違反行為について

ア 特商法第 18 条又は第 19 条の規定に対する違反（交付書面不備記載）

特商法第 18 条の適用を受ける取引について、役務提供事業者が交付する書面には、特商法第 18 条各号の事項が記載されていなければならない。特商法第 18 条の書面は特定商取引に関する法律施行規則（以下「省令」という。）第 17 条、第 19 条及び第 20 条に規定する内容を満たしていなければならない。

本件については、「申込書」の書面が、事業者が申込みを受けた後、申込みをした者に対し交付した書面であるが、法定記載事項の記載に不備があるかどうか問題となる。

具体的には、次の点について不備がある。すなわち、省令第 17 条第 1 号「役務提供事業者の氏名又は名称、住所及び電話番号並びに法人にあっては代表者の氏名」について「代表者の氏名」の記載がない。省令第 17 条第 2 号「役務提供契約の申込みを担当した者の氏名」について記載に不備がある。省令第 17 条第 5 号（改正後の特商法第 18 条第 1 号）「役務の種類」について具体的な記載がない。省令第 19 条第 2 項「書面には書面の内容を十分に読むべき旨を赤枠の中に赤字で記載しなければならない。」にもかかわらず赤枠や赤字での記載がない。省令第 20 条第 1 項の表第 3 号「役務提供契約の申込みの撤回に関する事項」イに規定する内容について、申込みの撤回の起算日の記載に不備があり、同号ロ、ハ、ホ及びヘに規定する内容について記載がない。

イ 特商法第 21 条第 1 項の規定に対する違反（不実告知）

特商法第 21 条第 1 項は、「販売業者又は役務提供事業者は、電話勧誘販売に係る売買契約若しくは役務提供契約の締結について勧誘をするに際し、又は電話勧誘販売に係る売買契約若しくは役務提供契約の申込みの撤回若しくは解除を妨げるため、次の事項につき、不実のことを告げる行為をしてはならない。」と規定している。「不実のことを告げる行為」とは、虚偽の説明を行うこと、すなわち事実と異なることを告げる行為のことである。そして、次の事項の中に、特商法第 21 条第 1 項第 5 号の「当該役務提供契約の申込みの撤回又は当該役務提供契約の解除に関する事項」があるが、これは、特商法第 24 条に規定するクーリング・オフに関する事項のほか、それ以外に契約の解除ができる場合及びその解除を行ったときの損害賠償又は違約金についての取決め等のことである。

本件では、申込書面上に「掲載はクーリング・オフ期間経過後とする」と記載があるにもかかわらず、新聞のバックナンバーにより、クーリング・オフ期間経過前に掲載されていることが確認されており、「当該役務提供契約の申込みの撤回又は解除に関する事項」の不実の告知に該当する。

ウ 特商法第 22 条第 3 号に基づく省令第 23 条第 3 号の規定（適合性原則）に対する違反（適合性原則違反）

省令第 23 条第 3 号は、「顧客の知識、経験及び財産の状況に照らして不相当と認められる勧誘を行うこと。」と適合性の原則を規定している。具体的には、販売業者等が顧客に対して、その商品等に関する知識や経験の不足につけ込む勧誘や、財産の状況に照らして不相応な支出を強いる契約の勧誘を行うことは本号に当たる。

本件については、本件事業者 1 社だけで 8,500,000 円、他の事業者分も合わせると約 1,400 万円もの契約勧誘・請求を平成 19 年 3 月～10 月の間に立て続けに受けている。他方、申立人は、新聞に作品を掲載することに対して知識や経験がなく、年金収入等しかない高齢者であり、そのような者に対する不相応な支出を強いることに他ならないのであり、省令第 23 条第 3 号に該当するものと判断できる。

(4) 特商法第 24 条の「電話勧誘販売における申込みの撤回又は契約の解除」（クーリング・オフ）の適用について（クーリング・オフの起算日の留保）

特商法 24 条第 1 項は、「申込者等が第 19 条の書面を受領した日（その日前に第 18 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 日を経過したとき。ただし、申込者等が、役務提供事業者が特商法第 21 条第 1 項の規定に違反して申込みの撤回等に関する事項につき不実のことを告げる行為をしたことにより当該告げられた内容が事実であるとの誤認をし、又は役務提供業者が同条第 3 項の規定に違反して威迫したことにより困惑し、これらによって当該期間を経過するまでに申込みの撤回等を行わなかった場合には、当該申込者等が、当該役務提供事業者が経済産業省令で定めるところにより当該役務提供契約の申込みの撤回等を行うことができる旨を記載して交付した書面を受領した日から起算して 8 日を経過したとき。」とクーリング・オフ即ち申込みの撤回又は契約の解除ができる場合を規定している。



販売業者等がこれらの書面を交付しなかった場合には、クーリング・オフの起算点は進行しない。また、これらの書面に重要な事項が記載されていない場合も、クーリング・オフの起算日は進行しない。特に、クーリング・オフに関する記載事項が満たされていない書面は、特商法第 24 条 1 項にいう「第 18 条又は第 19 条の書面」とは認められない。

本件において、事業者は、申立人に対し特商法第 18 条又は第 19 条に規定する書面を交付しなければならないが、事業者が申立人に交付した「新聞広告掲載申込書（本人控）」や「広告掲載契約書」（こちらについては、上記指摘以外に申込日等も記載されていない）には、クーリング・オフに関する必要な記載事項が記載されていないなど重要な事項が記載されていないため、「第 18 条又は第 19 条の書面」とは認められず、クーリング・オフの起算日が留保されている。

また、上記(3)イから、特商法第 21 条第 1 項の「当該役務提供契約の申込みの撤回又は解除に関する事項」の不実の告知に該当すると考えるので、本件では、平成 19 年 11 月に申立人により事業者へ送られた手紙により、クーリング・オフの意思表示がされていると解される。従って、事業者には少なくとも受領した金銭全額及び利息の返還義務がすでに発生している。

(5) 特商法以外の法律の適用可能性について

消費者契約法第 4 条第 1 項は「消費者は、事業者が消費者契約の締結について勧誘をするに際し、当該消費者に対して次の各号に掲げる行為をしたことにより当該各号に定める誤認をし、それによって当該消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示をしたときは、これを取り消すことができる。」と規定し、第 1 号として「重要事項について事実と異なることを告げること。当該内容が事実であるとの誤認」と規定している。ここで「告げる」の内容については、内閣府が平成 14 年に公表した逐条解説消費者契約法によると、「『告げる』については、必ずしも口頭によることを必要とせず、書面に記載して消費者に知悉させるなど消費者が実際にそれによって認識し得る態様の方法であればよい。」としている。

従って、本件契約は、消費者契約法第 4 条第 1 項によって取り消すことも可能であり、平成 19 年 11 月に申立人より送られた手紙はこの点でも有効であると判断される。

(6) 小結

以上の次第であり、申立人が事業者に対して行ったクーリング・オフないしは取消しの意思表示は有効であると考えられ、法律的な観点からすれば、事業者は、申立人から受領した金銭全額（金 8,340,000 円）及びそれに対する法定利息（年 5 分）の返還義務を負っている状態にあると考える。

なお、事業者は、事情聴取の際に、すでに広告が掲載されて経費がかかっていることなどを申し述べているが、法律的に考えれば、少なくとも特商法が要求する事項を記載した書面の交付がなされていない以上、経費がかかっていることなどは、解除を妨げる理由にはならないと言わざるを得ない。本来、電話勧誘販売を業とする事業者である以上、必要事項の記載がある書面

の交付など特商法で最低限要請される事業者の義務を果たすことが求められているのである。その義務が十分遵守されていない点について強く指摘せざるを得ない。

#### 第4 被害の再発防止に向けて

##### 1 事業者（同業者を含む。）に対して

本件において、事業者には、電話勧誘販売について特商法および関連法令上求められている義務違反が認められる。とりわけ、①交付書面の不備記載、②クーリング・オフに関する不実告知、③顧客の知識・経験・財産状況に照らして不相当と認められる勧誘を禁じる適合原則に対する違反は重大である。事業者に対しては、これらの法令の遵守について、再認識を求めるものである。

本件は、法的には、特商法に基づくクーリング・オフの起算日が留保されたままであり、申立人の意思表示によって契約が解除された結果、事業者は、申立人から受領した金銭全額及びそれに対する法定利息の返還義務を負っており、この状態において本あっせんが行われた。事業者としては、クーリング・オフの説明を申立人に行ったと主張しているが、申込書等にあるクーリング・オフの記載の不備等、法令上求める説明がされたとはいえない。事業者は申立人からの提訴がたまたまなかったことに甘んじることなく、同種の問題が過去及び現在に存在していないかどうかを見直し、将来同種の問題を生じさせることのないよう、直ちに見直しに着手されたい。

本件では、事業者が申立人の性格、知識・経験の不足等につけ込んで勧誘し、その年齢・収入等に照らして不相応な支出を強いた、と社会的に評価されても反論の困難な取引が行われた。また、本件あっせんのための調査過程では、申立人に対し、他の事業者からの同種の勧誘が頻繁かつ執拗に存在した事実も判明している。このような取引形態は明らかに持続可能なものとはいえない。

一方、事業者が当委員会のあっせんに応じ、迅速な問題解決に向けて積極的に臨んだことは評価できる。事業者は、消費者からの信頼を損なわない努力を怠らないことが、長期的に事業を成功・継続・発展させて行くための絶対の条件であることを深く認識し、本紛争事件を契機に、顧客の勧誘方法に対する抜本的で早急な見直しを求めるものである。

##### 2 消費者に対して

法令がどれほど整備されても、消費者と事業者とが公平でお互いに満足のゆく取引を行うためには、消費者自身の熟慮に基づいた責任ある判断が欠かせない。本紛争事件において消費者は、当初から心底当該契約をしたいと考えていたわけではなく、むしろ本心としては契約をしたくないが、事業者の説明を聞いて契約せざるを得ないと思い込み、12回に及ぶ契約を行った事情が判明している。消費者は、そのような形で同種の紛争に巻き込まれないようにするために、契約に際しては不本意ながら契約をするということを避け、十分に納得したうえで契約する一方、躊躇されるときは勇気をもって拒絶するなど、明確な意思表示をするように努める必要がある。

とりわけ、高額の契約をする場合には特に慎重な対応が必要であり、たとえ自己の資産をもって支出をする際にも、判断に迷ったときは、周囲にいる身内の者、友人等、信頼できる第三者の意見を聴き、時間をかけて冷静に対応することにより、一層適切な判断ができるものと考えられる。契約するかしないか躊躇されるときに一人で思い迷った挙句に決断して判断を誤ることは多々見受けられることである。

今後、本紛争事件を反省材料として、同種の問題に巻き込まれることのないよう、周囲の意見にも十分に耳を傾け、随時相談をし、自分自身としても十分に納得のゆく判断を行うよう、努めていただきたい。

### 3 国に対して

本件紛争の解決にあたり、その前提となる特商法による電話勧誘販売の該当性等に関する法令の一般的解釈等につき、当委員会の照会に対して経済産業省が迅速な回答を提供していただいたことに感謝する。

本紛争事件に関する事業者及び消費者からの事情聴取等を通じて、新聞広告事業には広域的なエリアを対象として事業展開をするものがあること、その事業内容によっては提供されるサービスと対価との著しい不均衡等の不適切なものが存在すること、とりわけ、一人の消費者が特定の事業者と契約した後に、同種の他の多数の事業者からの同種の申込みが相次ぎ、その結果として甚大な二次的被害を及ぼすものがあることも判明した。このように本紛争事件におけるあっせんの当事者となった事業者のほかにも、同様に契約の効力について問題のある多数の事業者が存在することは看過できない。

これらの事業者は、事業者自身が申立人に送付した書面の記載によれば、その所在が全国にわたっているが、存在や実態について不明のものが多く、消費者から不当に得た利益を返還することもないまま、なんらの措置もとられていない状態である。こうした事業者及び事業実態の存在も踏まえ、国においては、消費者被害を防止するための取組を一層進めていただきたい。

### おわりに

本紛争事件は、当委員会のあっせんにより、申立人及び事業者が歩み寄り、幸運にも双方の合意を得ることができた。しかし、当委員会は、これが問題の最終的な解決とはいえ、多くの課題が残されていると考えている。今後、一層の高齢化が進む中で、電話による物品の販売や役務の提供など、様々な勧誘を受けて消費者が適切な判断をすることができず、同種の紛争がさらに繰り返されることを、当委員会としても強く懸念するところである。

当委員会による本紛争事件の解決事例及びそこで明らかになった事情が、今後の同種の紛争の解決に資するものであることを期待するとともに、このような紛争が繰り返されないよう、事前に回避するためにも、事業者、業界、消費者及び行政に対して当委員会が要望した事項が着実に実現されることを切に望むものである。

(資 料)

○ 神奈川県消費者被害救済委員会の処理経過

年月日	事項	内容等
平成21年9月2日	神奈川県消費者被害救済委員会の開催	・紛争処理を知事から付託 ・あっせん部会の設置
平成21年10月29日	第1回あっせん部会の開催	・申立人からの事情聴取 ・事業者からの事情聴取 ・事情聴取後の検討
平成21年12月3日	第2回あっせん部会の開催	・あっせん案の検討・決定
平成21年12月11日	事業者へあっせん当初案を提示	※平成21年12月24日 事業者からあっせん当初案に対する回答を受理
平成22年1月12日	あっせん修正案を検討・決定し申立人へ提示	※平成22年1月12日 申立人からあっせん修正案に対する回答を受理
平成22年2月3日	合意書の取り交わし	※指定口座に返金があったことを、申立人に確認済
平成22年5月13日	神奈川県消費者被害救済委員会の開催	神奈川県知事へあっせん終了の報告

## (資料)

## ○ 神奈川県消費者被害救済委員会（第15期）委員名簿

平成22年5月13日現在

委員（9名 うち本件あつせん部会委員は4名）

区分	氏名	現職	備考
学識経験者委員	浦川 道太郎	早稲田大学大学院法務研究科教授	・会長
	清野 幾久子	明治大学法科大学院教授	・会長代行
	松尾 弘	慶應義塾大学法科大学院教授	・本件あつせん部会長
	北田 幸三	弁護士	
	芳野 直子	弁護士	・本件あつせん部会委員
消費者委員	大手 恭子	神奈川県消費者団体連絡会幹事	・本件あつせん部会委員
	荻野 節子	特定非営利活動法人 神奈川県消費者の会連絡会理事	
事業者委員	〔東 利之 平成22年3月31日まで〕 島津 直美	神奈川県商工会連合会 専務理事	
	〔佐野 博行 平成22年3月31日まで〕 望月 良治	神奈川県中小企業団体中央会 (事務局長) 業務推進部長	・本件あつせん部会委員