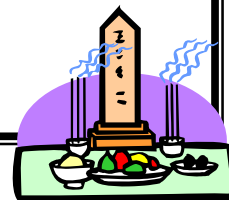


# 前払い型生前契約による葬儀サービスに係る 消費者被害防止に向けた提言（概要）



## 1 調査に至る経緯

### 【消費者被害の拡大のおそれがある困難事案】

- ・ 本人の葬儀施行について、費用の全額を一括または2分割により前払いして締結した契約の中途解約についての紛争事案
- ・ 返金額が契約金額の1/2、加入時に説明は受けていない

### 課題認識

生前契約は、契約当事者の死亡後履行されるものであり、履行の時期が不確定であり、一括前払いによる契約は、消費者のリスクが高いのではないかと。

- 3分割以上の前払い(冠婚葬祭互助会) 割賦販売法の適用  
(開業のためには許可・保証金制度・前受金保全措置の規制がある。  
許可要件として、約款規制と廃業等の場合の「役務の代替措置」の規制がある。)
- 一括又は2分割の前払い(報告事案) 消費者保護の法整備がされていない

解約条項は、消費者の利益を不当に害するもの(不当条項)ではないか。

葬儀サービスは、消費者と事業者の間に圧倒的な情報格差がありこれまでも消費者トラブルが増加傾向にあることに加え、消費者ニーズの多様化により、新たなかたちの葬儀サービスも増えていくことにより、新たな消費者被害が拡大していくのではないかと。

## 2 今回の調査・検討実施の背景

### (1) これまでの調査結果にみる葬儀サービスの問題点

平成17年7月:公正取引委員会  
「葬儀サービスの取引実態に関する  
調査報告書」

平成18年6月:国民生活センター  
「増加する葬儀サービスのトラブル」

平成19年10月:近畿管区行政評価局  
「葬儀業についての実態調査」

### 問題点

- ・ 料金表示や、資格等について、景品表示法に抵触するおそれのあるものがある
- ・ 葬儀サービスは、料金体系や内容等が複雑であるにもかかわらず、適切な情報提供が行われていない
- ・ 強引な勧誘が行われている
- ・ 検討するゆとりがない
- ・ 互助会の運営等にも問題がみられる

### (2) 葬儀サービスについての新たなニーズ等

葬儀サービスに対する消費者ニーズは多様化し、自らの葬儀についてあらかじめ考え準備しておくという消費者ニーズも増えつつある。

葬儀をビジネスチャンスと捉え、新規に参入してくる事業者や、新たなサービスの提供を図る事業者が増えてきている。

### 3 今回の調査・検討

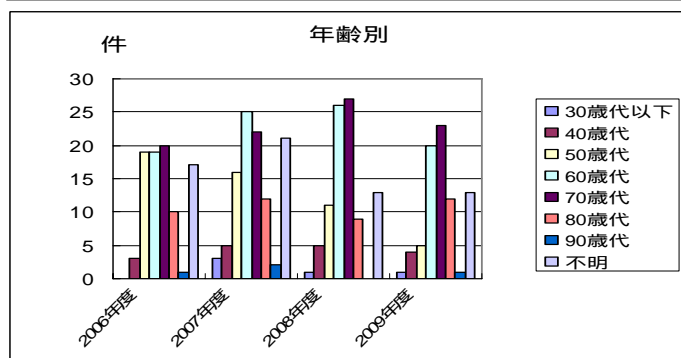
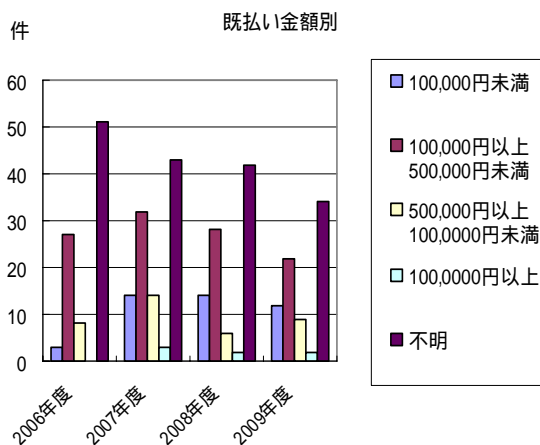
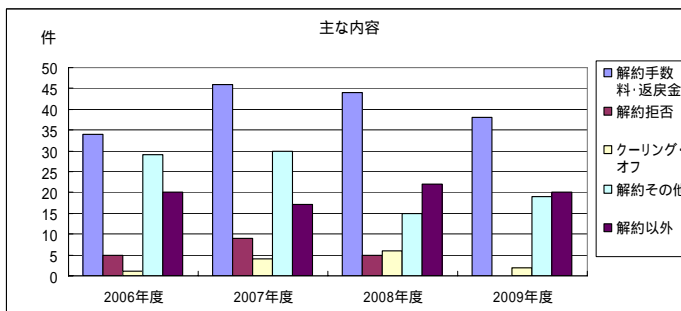
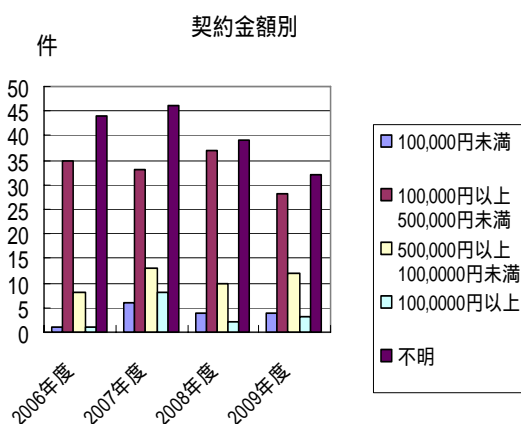
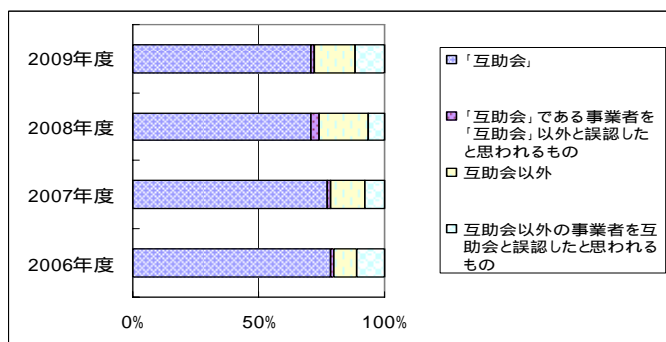
#### (1) 検討対象について

全額を前払いで契約を締結する「前払い型生前契約」のうち、葬儀社が設定しているコース(セット・プラン等の名称を用いるものもある、料金はコースごとに定額)のなかから選択するコースタイプの「一括(2分割)前払い型」生前契約を主な対象とする。

#### (2) 前払い型生前契約による葬儀サービスに係る相談・苦情の状況

##### 消費生活相談の状況

各消費生活センターが把握できた前払い型生前契約による葬儀サービスに係る相談事案等は、平成18年度以降366件、名称が明らかとなった事業者は22社であった。



#### 消費生活相談からみる前払い型生前契約による葬儀サービスの問題点

- 1) 強引な勧誘が行われていること
- 2) 事業者による説明が十分ではないこと
- 3) 中途解約における消費者の負担が大きいこと
- 4) 葬儀に対する契約意識が高いとは言えないこと

### (3) 葬儀業者の状況

県内で営業する葬儀業者 43 社に情報提供を依頼した。

【葬儀施行契約の勧誘や契約に当たり、消費者に提示又は交付している資料】

	通常の葬儀契約		前払い型生前契約	
	回答のあった事業者 (27社)	互助会系の6社を除く事業者 (21社)	回答のあった事業者 (11社)	互助会系の6社を除く事業者 (5社)
パンフレット	13(48%)	12(57%)	8(73%)	2(40%)
約款(規約)	2(7%)	2(10%)	8(73%)	2(40%)
契約書	3(11%)	3(14%)	6(55%)	4(80%)
見積書	13(48%)	11(52%)	4(36%)	2(40%)
請求書	8(30%)	7(33%)	2(18%)	0(0%)

#### 葬儀業者の情報提供に係る問題点

- 1) 勧誘や契約に当たり、消費者に提示又は交付している資料を有している事業者が少ないこと
- 2) 「契約書」を交付している事業者は非常に少ないこと
- 3) 見積書の内容がわかりにくいこと

### (4) 前払い型生前契約の内容について

【約款・規約の比較】

	互助会約款	コースタイプ生前契約
契約の目的	加入者が将来行う冠婚葬祭に備える。	加入者が、自己が死亡の際、所定の葬儀施行を請求する権利を取得し、事業者が葬祭の施行を行う義務を負う。
役務対象者	加入者並びに同居家族	加入者のみ
役務の種類・内容	コース名、契約金額、月掛金額、支払回数、支払い方法、支払時期が表示。各コースのセット内容は一覧表で表示。	「払込方法」条項の中で、コース名のみ表示(各コースの内容についての記載はない)。
名義等変更手続	事業者の承諾を得て名義変更可。手数料 500 円。	同居の家族の場合は、名義変更可。手数料 1,000 円。
支払い方法	100～200 回の月払い。まとめ払いの割引制度有。	「各コース別一般価格の半額(会員価格)」を、一括又は二分割払い(1 年以内)。
早期利用費	加入後 6 ヶ月以内の役務提供の請求には 1 万円の付加金有。	加入後一定期間内の役務提供には、加入コースに応じた付加金有。
掛金の保全等	月掛金の 1/2 相当額が、営業保証金及び前受業務保証金として、法務局及び互助会保証(株)等へ供託し、保全。	(なし)
加入者の権利保護	互助会加入者役務保証機構((社)全日本冠婚葬祭互助協会内)加盟互助会への移籍による役務提供の代行や、営業保証金及び前受業務保証金からの弁済の措置。	契約の目的を果たせなくなったときは、支払済金額を返金する。地域外への転居の場合は、移転先の業者をあっせん、それができない場合は、手数料 20% を引き、返金する。
解約返戻金	加入者の申出により解約可。支払済額に応じて 0～約 90% の解約返戻金。	加入者の申出により解約可。返金は契約金額の 1/2。

## 一括（2分割）前払い型生前契約における問題点

- 1) 契約の履行を保障するための措置や、事業が破綻した場合の対応についての法的な規制がないこと
  - ・割賦販売法の規制を受けない
    - 経営基盤の弱い事業者の参入が自由
    - 契約内容や約款等について事前に指導を受けない
    - 履行に必要な資金の保全や、廃業等した場合の対応は、事業者の判断
- 2) 履行内容を明記した契約書面が交付されていないものがあること
- 3) 中途解約等において、消費者に過大の負担を負わせるものがあること
  - 解約条項：中途解約した場合、解約料等の名目で返金額が大幅に減らされるものがあるが、合理性は見出し難く、消費者契約法第9条第1号により無効とされる可能性が高い。関係する諸経費を勘案しても、解約料は、通常の事務的な経費に基づき算出するのが妥当と思われる。
  - 早期付加金：契約後一定期間内に死亡した場合、追加料金を徴収する旨の規定（高額なもので50万円）があるが、合理的な根拠は見出せず、消費者契約法第10条により無効とされる可能性が高い。

## 4 消費者被害の防止に向けて

今回の調査・検討を踏まえ、前払い型生前契約に関する消費者被害を防止するために、行政・消費者・事業者等に次のように提言する。

### 消費生活相談における留意事項

可能な限り、契約書面等により事実関係を確認すること



訪問販売の場合には、特定商取引法の適用を検討すること

2009年12月1日から原則「すべての役務」が特定商取引法の適用対象となり、葬儀サービスにも適用されることとなった。

#### 【勧誘方法に関するトラブル】

- >>訪問販売では、勧誘に先立って、事業者名や勧誘目的であること並びに販売しようとする商品等の種類について告げなければならない。（特定商取引法第3条）
- >>消費者が契約締結の意思がないことを示した場合の、勧誘の継続・再勧誘の禁止。（特定商取引法第3条の2）

#### 【商品の説明、契約内容に関するトラブル】

- >>契約に当たり、事業者が契約内容や解約条件等の説明をしていない場合、禁止行為に該当する。（特定商取引法第6条第2号）
- >>法定事項を記載した契約書面の交付義務（特定商取引法第4条及び第5条）  
まとめて「一式」と記載されていたり、パンフレットが添付されているだけの場合には、法定事項を満たしていない可能性が高い。

#### 【解約条件に関するトラブル】

- >>解約料が「互助会」等と比べ高額（一般に契約金額の半額）である。
- >>契約に当たり、事業者が解約条件の説明をしていない場合、禁止行為に該当する。（特定商取引法第6条第2号）

## 【クーリング・オフ】

>> 「生前契約」は、特定商取引法に基づくクーリング・オフの対象となる。

### 消費者契約法の適用を検討すること

- ・一括(2分割)前払い型生前契約は、販売方法に関わらず消費者契約法の適用を受ける。当事者間の契約事項であっても、消費者の権利を著しく害するものであれば無効を主張できることを念頭に置き、十分検討することが必要。

### 【勧誘における説明】

>>勧誘に当たり、消費者の意思を左右するような重要事項について、事実と異なる説明により消費者が誤認、あるいは、不利な点の説明をしないことにより消費者が不利益になる事実はないと誤認した場合は、契約の取り消しの主張ができる。

(消費者契約法第4条第1項、同条第2項)

### 【消費者の利益を害するような契約条項】

>>高額な解約料は根拠に合理性がなく、平均的損害の額を超えるものであれば、不当な損害賠償に該当する可能性がある。(消費者契約法第9条第1項)

あっせんに当たっては、合理的な算出根拠等の有無を確認すべきである。

>>早期の葬儀施行に課せられる付加金は、その合理的な根拠の有無等により、消費者の利益を一方的に害するものとして不当条項に該当する可能性がある。

(消費者契約法第10条)

## 行政に向けての要望

一括(2分割)前払い型生前契約による葬儀サービスに関し、消費者保護のための法整備を図ること

- ・短期間のうちに高額な契約金を全額払うことから、消費者にとっては、「前払式特定取引」よりも高いリスクを負うものとなっている。
- ・今後、消費者被害の拡大が予想されることから、国においては、このような取引に関し、割賦販売法における前受け金の保全措置や約款の適正化、事業者の経営状況の審査など、消費者保護のための法整備を図るべきである。
- ・そのためにも、早急に一括(2分割)前払い型生前契約の実態について、調査するべきである。

### 葬儀サービスに関する学習機会や情報の提供及び情報共有を図ること

- ・特に住民に身近な県や市町村が、消費者団体、社会福祉協議会、民生・児童委員、婦人会など、地域における多様な主体と連携し、生涯学習の様々な場面で、葬儀サービスに関する情報の提供や、学習機会を提供することが求められる。
- ・立法が想定しない新たな葬儀サービスなどによる消費者被害防止のため、国と地方自治体が連携を強化し、情報の共有に努めるべきである。

## 消費者に向けて

不要な勧誘・十分理解できない契約はきっぱり断る

- ・どのような方法がよいかということも含め、よく検討し、不要であると思う勧誘や内容が十分理解できない勧誘などは、きっぱりと断る勇気を持つことが重要である。



### 家族とよく相談し、情報を共有しておく

- ・安心して納得のいく葬儀が行われるようにするためには、生前契約に限らず、自分が望む葬儀のかたちやそのための準備方法などを家族に伝えるとともに、家族の希望する葬儀のあり方についての意見を聞き、よく話し合うことが重要である。
- ・生前契約を選択する場合には、説明や契約の際、家族も同席し、納得いくまで説明を聞くことが望ましい。

### 契約内容等を確認し、納得してから契約し、契約内容を書面に残す。

- ・見積書を基に、料金や内容に不明な点がないよう、確認することが重要である。
- ・個々の料金の妥当性について検討するとともに、見積もりに含まれない必要経費の有無や、追加サービスの可能性についても十分に確認することが必要である。
- ・自分で十分理解ができないときは、いったん交渉を保留して、家族や親戚、知人等へ相談するなど、疑問点の解消に努めることが必要である。
- ・生前契約では、解約や契約内容の変更に関する条件や、履行を保証するための措置などについて、納得できるものであるか確認することも重要である。
- ・具体的な契約内容の確認に留意し、契約内容を書面に残す。

### 葬儀に関する情報収集に努める

- ・生前契約では、事業者の破綻や倒産の場合の、契約の履行や前払い金の返金を保証する法的なシステムは整備されておらず、確実に契約に基づく葬儀を施行できる事業者を選択することが重要であり、事前に情報収集をしておく必要がある。
- ・しかし、特に生前契約に関しては履行が数十年も先になることが想定されるため、消費者が合理的な選択をするための仕組みは何もないのが現状である。

### 困った時は消費生活センターに相談する

- ・葬儀サービスの勧誘や、契約内容、施行について、困ったことがあったり、不審に思うことがあれば、最寄りの消費生活センターや県消費者センターに相談すること。

### 消費者団体へ向けて

葬儀サービスは、地域の文化やしきたりなどを反映していることも多いことから、地域に密着した活動を行っている消費者団体が、その地域の実情を踏まえ、行政や地域に根ざした機関・団体などと連携して、積極的に情報や学習機会の提供をすることが期待される。



### 事業者に向けて

- ・葬儀サービスの特性を踏まえ、消費者への説明責任を認識し、説明や情報提供を行う
- ・葬儀サービスの料金体系や内容は、消費者にとってなじみがなく非常にわかりにくいことから、事業者には、消費者の知識や経験、心情などに十分配慮し、消費者が理解できるように説明や情報提供を行うことが求められる。

- ・説明や情報提供に当たっては、消費者が誤認したり、事業者との認識に齟齬をきたすことのないよう、葬儀サービスの料金や内容を消費者が理解できるように明瞭かつ正確に示した説明資料を用いて行われることが必要である。
- ・事業者により異なる見積書の費目などについて、規格化や基準の作成などの取組が進められることが望まれる。

#### 勧誘方針を明確にし、従業員に徹底する

- ・事業者においては、勧誘を行う従業員に対し、消費者の意に反した強引な勧誘、事実と異なる説明、あるいは、重要説明事項を説明しないことなど、法に抵触する勧誘行為の禁止を徹底させる必要がある。
- ・広告宣伝は、正確であることはもとより、消費者にとってわかりやすく、合理的な判断の材料となるものであり、誇大広告や、過度に偏ったイメージを植えつける広告は、法の規制を待つことなく、企業の自主的な判断により速やかに排除されるべきである。
- ・勧誘や説明に当たっての基本的な考え方や、消費者への配慮や具体的説明事項等を明確にし、勧誘方針としてまとめ、社内外に対して周知するとともに、社員教育に活かし、また、実際の勧誘時における実態を把握して、的確な対応を行うべきである。

#### コンプライアンス（法令遵守）の推進と、契約内容の適正化を図る

- ・不当条項に該当する可能性の高い「解約料」と「早期付加金」について、該当する事業者は、速やかに契約条項を見直し、適正化を図るべきである。
- ・契約の適正な履行のためには、契約内容を正確かつ明確に記載した契約書面を残すことは不可欠である。
- ・事業者においては、関係する法令の遵守に向けた取組みを推進し、契約に対する認識を深め、契約行為の適正化を図るべきである。

#### 前受け金の分離保管等の安全対策を講ずる

事業者においては、将来の履行を確実なものとする措置や、履行が不可能となった場合においても消費者の権利を擁護するための措置を講ずることが求められる。

#### 経営基盤の安定化を図る

長期にわたり安定した事業活動が継続されるため、事業者は経営基盤の安定化に努めるべきである。



千葉県消費者行政審議会委員名簿

(消費者苦情処理部会委員は そのうち、今回の調査検討担当委員は )

	氏 名	役 職 名	部 会
	(学識経験を有する者)		
会 長	鎌野 邦樹	早稲田大学大学院法務研究科教授	
副会長	楠本 くに代	金融消費者問題研究所代表	
	石田 幸枝	船橋市消費生活センター消費生活相談員	
	上原 章	国民生活センター紛争解決委員会事務局参事役	
	梅田 徹	麗澤大学外国語学部教授	
	陶山 嘉代	弁護士	
	滝沢 昌彦	一橋大学大学院法学研究科教授	
	村 千鶴子	弁護士(東京経済大学現代法学部教授)	部会長
	(消費者を代表する者)		
	飯田 和子	千葉県連合婦人会理事	
	国松 実枝子	千葉家庭裁判所調停委員	
	田島 博良	(社)千葉県労働者福祉協議会副会長	
	山田 多恵子	消費者団体千葉県連絡会事務局長	
	和田 三千代	千葉県消費者団体連絡協議会会長	
	(事業者を代表する者)		
	伊藤 秀秋	(社)日本訪問販売協会専務理事	
	笹川 恭広	日本チェーンストア協会(イオンリテール(株)総務部次長)	
	林 茂壽	全国農業協同組合連合会千葉県本部運営委員会会長	
	猿田 寿男	千葉県商工会議所連合会専務理事	
	(市町村)		
	佐久間 隆義	千葉県市長会(市原市長)	
	川崎 吉則	千葉県町村会(栄町長)	
	(県職員)		
	市原 久夫	千葉県環境生活部長	
	【専門委員】		
	澤田 仁史	弁護士	