

## 「電話勧誘」に関する相談概要

- M E C O N I S 情報から -

この記事は、東京都消費生活総合センター及び都内区市町村の消費生活相談窓口寄せられた相談情報をM E C O N I S（東京都消費生活相談情報オンラインシステム）を用いて分析したものである。

分析項目：「電話勧誘」に関する相談

分析データ：東京都消費生活総合センター及び都内区市町村の消費生活相談窓口で受け付けた平成14年4月～18年3月（4年間）の相談データ

ただし、ここで取り上げた相談事例は、平成18年1月～18年9月受付の相談データから抽出したものである。

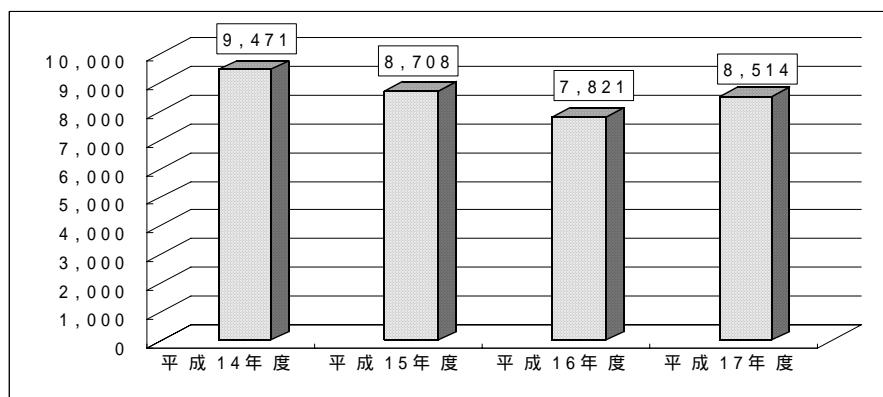
消費生活相談窓口寄せられた相談をみると、自宅や勤務先にかかってきた電話による勧誘や、チラシ等を見て事業者に電話したところ意図していなかった勧誘を受けたなど、電話勧誘がトラブルのきっかけとなっているものが多い。そこで今回は、電話による勧誘がきっかけとなった相談（以下「電話勧誘」に関する相談）について分析する。

\*ここで分析する「電話勧誘」に関する相談とは、電話で契約の誘因や申込みが行われた相談のほか、「着物の展示会が行われるので来店してください」等、広告・宣伝の手段として電話が使われたものを含む。

### 1. 相談件数

「電話勧誘」に関する相談件数の推移をみると、平成14年度から平成16年度まで減少していたが、平成17年度は、対前年度比8.9%と増加に転じている。17年度が増加に転じた要因は、後述する外国為替証拠金取引、未公開株、投資用マンション等、利殖を強調した電話勧誘の相談が増加したことによるものと考えられる。

【図 - 1】「電話勧誘」相談件数



### 2. 商品・役務

「電話勧誘」に関する相談について商品・役務別に上位10位まで示したのが「表 - 1」である。

14年度から16年度にかけては、「資格講座」に関する相談が最も多くなっているが、年々その件数は減少しており、17年度（499件）には14年度（1,328件）の3分の1の件数となっている。

代わって増加が目立つのは、「電話サービス」「株」「為替相場」「新築分譲マンション」に関

する相談である。「電話サービス」は、16年度は329件であったが17年度には899件と1年間で500件を超える増加がみられ、主に直収型固定電話サービスや優先接続サービス等の強引な勧誘による相談が寄せられた。「株」は、16年度には82件であったものが、17年度には514件と急増している。16年度、17年度の「株」の相談のうち8割が「未公開株」に関する相談である。また「為替相場」に関する相談も15年度は126件であったものが、16年度273件、17年度297件と増加が見られ、16年度、17年度ともその9割以上が「外国為替証拠金取引」に関する相談であった。「新築分譲マンション」に関する相談は、14年度の269件から年々増加し、17年度は509件と約2倍の件数となっている。職場への投資用分譲マンションの執拗な電話勧誘に関する相談が多い。

【表 - 1】「電話勧誘」商品・役務別相談件数 (単位：件)

順位	平成14年度(9,471)		平成15年度(8,708)		平成16年度(7,821)		平成17年度(8,514)	
1	資格講座	1,328	資格講座	1,014	資格講座	595	電話サービス	899
2	資格取得用教材	761	資格取得用教材	628	商品一般	546	フリーローン・サラ金	579
3	商品一般	468	商品一般	551	フリーローン・サラ金	528	株	514
4	フリーローン・サラ金	446	フリーローン・サラ金	533	新築分譲マンション	449	新築分譲マンション	509
5	ワープロ・パソコン内職	392	ワープロ・パソコン内職	423	資格取得用教材	439	資格講座	499
6	オンライン等関連サービス	333	新築分譲マンション	346	複合サービス会員	352	商品一般	496
7	教養娯楽教材	326	複合サービス会員	334	電話サービス	329	為替相場	297
8	新築分譲マンション	269	役務その他サービス	314	為替相場	273	資格取得用教材	240
9	複合サービス会員	253	教養娯楽教材	283	役務その他サービス	237	役務その他サービス	225
10	ふとん類	198	紳士録・名簿	203	ワープロ・パソコン内職	211	複合サービス会員	199

### 3. 相談内容

「電話勧誘」に関する相談について、内容キーワード別に上位10位まで示したのが「表 - 2」である。各年度とも「強引」、「虚偽説明」が上位に挙がっている。「販売目的隠匿」も多く（17年度は601件;12位）、勧誘方法に問題が多いことがわかる。

「二次被害」のキーワードは、いずれも上位に入っている。特に「資格講座」、「複合サービス会員」、「資格取得用教材」などの相談に多く付与されており、「以前の講座が未修了になっている。修了するためには新たな契約を行うか、解約金を支払わなければならない」等、過去に悪質商法の被害にあった消費者の名簿を悪用し再度勧誘する悪質な手口の相談が多数寄せられている。17年度に目立つキーワードとして「利殖商法」がある。商品・役務別でみたとおり、外国為替証拠金、未公開株、投資用マンション等利殖を強調して投資や出資を勧誘するケースが急増している。

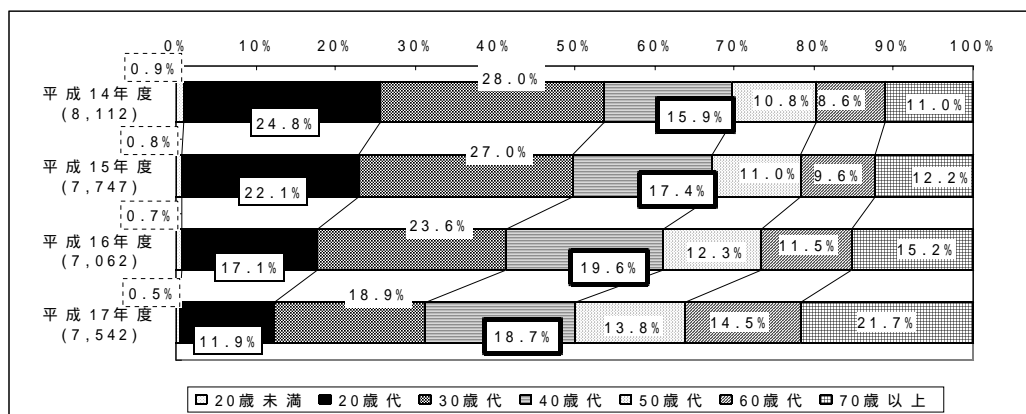
【表 - 2】「電話勧誘」内容キーワード別相談件数上位10位 (単位：件/複数集計)

順位	平成14年度(9,471)		平成15年度(8,708)		平成16年度(7,821)		平成17年度(8,514)	
1	強引	2,527	強引	2,202	強引	2,016	強引	2,445
2	解約	1,866	虚偽説明	1,562	解約	1,432	解約	1,768
3	クーリング・オフ	1,836	解約	1,510	二次被害	1,343	虚偽説明	1,309
4	虚偽説明	1,567	二次被害	1,391	虚偽説明	1,319	信用性	1,228
5	二次被害	1,338	クーリング・オフ	1,354	信用性	931	二次被害	1,019
6	信用性	1,107	信用性	972	クーリング・オフ	875	家庭訪販	1,007
7	家庭訪販	892	高価格・料金	731	家庭訪販	719	高価格・料金	867
8	高価格・料金	822	家庭訪販	692	高価格・料金	694	クーリング・オフ	759
9	サイドビジネス商法	660	サイドビジネス商法	584	プライバシー	542	利殖商法	682
10	販売目的隠匿	641	販売目的隠匿	511	販売目的隠匿	467	説明不足	669

#### 4. 契約当事者の属性

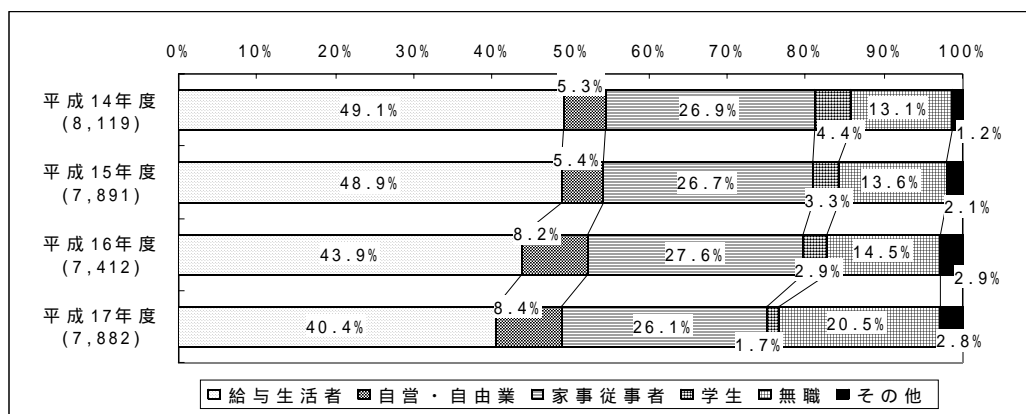
「電話勧誘」に関する相談の契約当事者の属性について、年代別、職業別に示したものが「図-2」「図-3」である。年代別では、この4年間で20～30歳代の割合が減少し、60歳以上の高齢者の割合が急増している。職業別では、「無職」の割合が急増しており、在宅する機会の多い高齢者がターゲットにされている現状がうかがわれる（割合は不明等を除く）。

【図-2】「電話勧誘」契約当事者年代別割合



\* 不明等を除く

【図-3】「電話勧誘」契約当事者職業別割合



\* 不明等を除く

#### 5. 販売購入形態

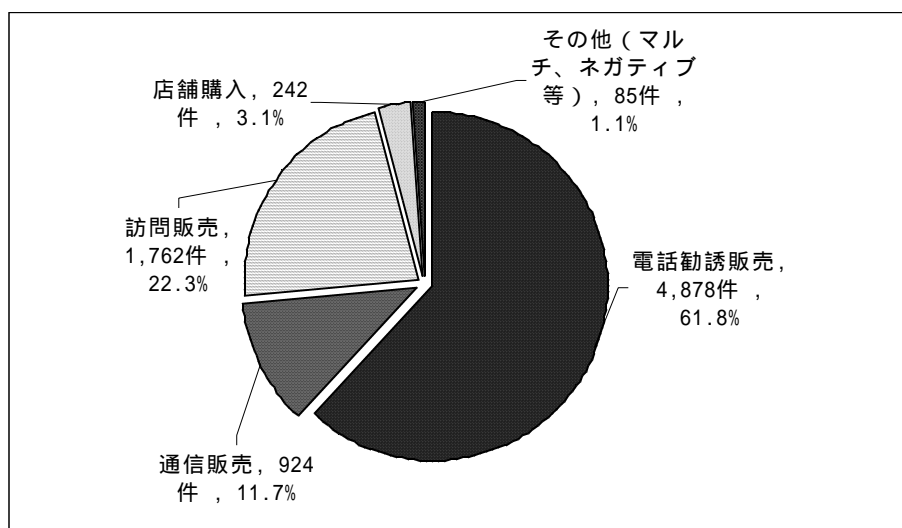
17年度の「電話勧誘」に関する相談を、販売購入形態別に示したものが、「図-4」である。

電話での勧誘後、事業者と対面することなく、郵便・FAX、預金口座等への払い込み等により契約を行う「電話勧誘販売」「通信販売」が最も多く、73.5%と全体の7割を占める。また電話勧誘後、事業者が自宅や勤務先に訪問するなどして勧誘・契約を行う「訪問販売」は2割を占めている。消費者が店舗に出向き契約・購入する「店舗購入」は3.1%である。

相談に付与されたキーワードをみると「家庭訪販（家庭に事業者が訪問）」は1007件、「職場訪販（職場に事業者が訪問）」57件、「展示販売（展示会等での販売）」17件であった。

電話勧誘では、勧誘時に「結構です」などの曖昧な断り方をしたことを逆にとり商品が送りつけられたり、断ったにもかかわらず商品が送付されてきた等「ネガティブオプション」の事例も見られる（割合は不明等を除く）。

【図 - 4】「電話勧誘」販売購入形態別割合(17年度)

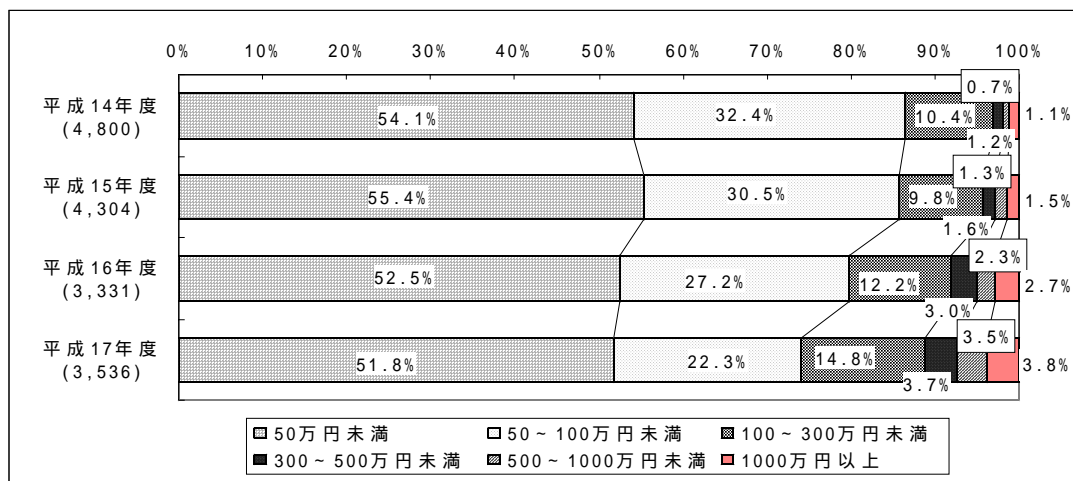


\* 不明等を除く

## 6. 契約購入金額

「電話勧誘」に関する相談について、契約購入金額の割合の推移を示したのが「図 - 5」、平均契約購入金額を示したのが「表 - 3」である。契約購入金額別の割合では、各年度とも「50万円未満」が5割と最も高い割合を占めているが、高額な契約金額の割合が年々増加しているのがわかる。平均契約購入金額を見てもこの4年間で2倍近い金額となっている。平均契約金額が高額なものとしては、投資用マンションや未公開株、商品相場（為替相場、商品先物取引等）等があげられる。特に商品相場等では、始めは少ない金額であっても、追加で出資を迫られ何度も出資してしまうケースも多く高額な被害が増加している（割合は不明等を除く）。

【図 - 5】「電話勧誘」契約購入金額別割合



\* 不明等を除く

【表 - 3】「電話勧誘」平均契約購入金額（単位：千円）

平成14年度	平成15年度	平成16年度	平成17年度
862,900	931,500	1,402,500	1,643,000

## 7. 年代別の特徴

17年度の「電話勧誘」に関する相談について、契約当事者の年代別に商品・役務上位5位まで示したのが「表 - 4」、年代別の平均契約購入金額を示したのが「表 - 5」である。20～30歳代では「資格講座」が多い。30～40歳代では「新築分譲マンション」が多く投資用マンションに関する相談が多い。50歳代以上になると「電話サービス」、「株」、「為替相場」に関する相談が多い。「フリーローン・サラ金」に関する相談は、20歳代～60歳代の各年代で見られる。平均契約金額をみると、20歳未満を除き各年代とも100万円以上であり、電話勧誘をきっかけとした相談では、年代を問わず契約金額が高額な相談が多いことがわかる。

【表 - 4】「電話勧誘」年代別商品・役務上位5位（17年度）

順位	20歳未満(35)		20歳代(901)		30歳代(1,428)		40歳代(1,407)	
1	学習塾	7	資格講座	89	資格講座	181	新築分譲マンション	204
2	オンライン等関連サー	5	複合サービス会員	83	フリーローン・サラ金	161	資格講座	132
3	補習用教材	3	フリーローン・サラ金	75	新築分譲マンション	132	フリーローン・サラ金	119
4	商品一般	2	商品一般	72	商品一般	94	商品一般	82
5	外国語・会話教室	2	資格取得用教材	71	資格取得用教材	83	補修用教材	74
順位	50歳代(1,039)		60歳代(1,094)		70歳代(1,125)		80歳以上(513)	
1	電話サービス	95	株	166	電話サービス	242	電話サービス	141
2	フリーローン・サラ金	94	電話サービス	158	株	115	株	36
3	株	90	為替相場	77	為替相場	72	為替相場	24
4	資格講座	61	フリーローン・サラ金	47	役務その他サービス	53	広告代理サービス	22
5	新築分譲マンション	58	商品一般	47	商品一般	43	商品一般	22

【表 - 5】「電話勧誘」年代別平均契約購入金額（17年度）

20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	80歳以上
596,500	1,206,800	1,334,600	1,605,100	1,732,900	2,402,100	1,904,200	1,874,800

## 8. 相談事例

### (1)電話サービス

・大手の電話会社を名乗り、基本料金が安い電話サービスを勧める電話を受けた。まず名前や住所を聞かれたので答えると後から電話をかけると言われたので、断ったところ上司に代わり、「説明に納得しましたよね」としつこく勧誘してきた。「契約しません」と言い切ったが、後日また電話があり、しつこく勧誘する。契約する気がないので困惑している。どうしたらよいか。(50歳代/女性)

### (2)フリーローン・サラ金

・いきなりローン会社から電話があり、その後10日間毎日、低利の借金融資を勧誘された。50万円借りる事にしたら、最初に3万円振り込むよう指示され、振り込んだら再度3万円請求されて振り込んだ。次にまた3万円と言われたので不審に思った。全て電話でのやりとりで事業者の実態は分からない。不審なので返金してほしい。(50歳代/男性)

### (3)新築分譲マンション

・職場に投資マンションの勧誘の電話が執拗にかかり困っている。以前電話がかかってきた時に、税金対策になると言われ、つい話を聞いてしまったために、その後も度々職場に勧誘の電

話がある。何度も断っているのに、会って話そうとか、脅しに近い口調で誘い、断り続けているが、業務にも支障が出て困っている。対処法を教えて欲しい。(40歳代/男性)

#### (4)未公開株

・電話で未公開株を勧められて購入した。半年後に上場と言われていたのに事業者から連絡がなく、こちらから電話をしても通じないので初めて会社まで出向いたところ、看板だけあって事務所が無かった。周囲の事務所等に聞いてまわり、そこで初めて、代表者が詐欺で逮捕されていることがわかった。株券は本物だが、譲渡制限があり、別の人の個人名が記載されている。どうしたらよいか。(70歳代/男性)

### 9.「電話勧誘」について

電話による勧誘は、多くの場合、消費者が望んでいないにもかかわらず不意に勧誘を受けるもので、消費者が受動的な立場におかれる勧誘方法である。電話勧誘の中で契約の申込みをする「電話勧誘販売」等と、電話勧誘後自宅や勤務先に事業者が訪問し契約を締結する「訪問販売」等に大別されるが、いずれも契約の意思形成が不安定なまま申込みや契約の締結を迫られる可能性が高い。また電話という伝達手段の容易性や匿名性から、虚偽の説明がされたり、強引で執拗な勧誘が行われるなど、勧誘時の問題が多くみられる。しかし後からトラブルになっても、電話での勧誘内容等の不当性を証明することは困難な場合が多い。

特定商取引法では、不意打ち性が高く、執拗な勧誘にさらされやすい「電話勧誘販売」や「訪問販売」において、政令で指定された商品や役務であれば、販売目的や販売する商品・役務の種類等の明示、書面交付義務、再勧誘の禁止等を定めているが相談は後を絶たない。事業者は、法令を遵守し、適正な営業活動を行ってほしい。

トラブルを防ぐためには、勧誘を受けた時に、勧誘の目的をよく確認し、必要のない場合はきっぱりと断る姿勢が大切である。事業者によっては、脅しや脅迫的な態度がみられる場合もあるが、毅然とした対応を行い、曖昧な対応は避けなければならない。また不用意に家族構成や資産状況等の個人情報漏らさないように注意する必要がある。契約に際しては、セールストークを鵜呑みにすることなく、契約内容を書面等で十分に理解し納得してから契約をするようにしてほしい。トラブルになってしまった場合は早めに消費生活センター等に相談してほしい。