

「クレジット」に関する相談の概要

- 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に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：「クレジット」（販売信用）に関する相談

（個品割賦購入あっせんトラブルを中心に分析）

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15年4月～19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19年4月～20年1月受付の相談データから抽出したものである。

1. 「クレジット」に関する相談件数

ここで取り上げる「クレジット」とは、商品やサービスの販売代金を後払いにする「販売信用」のことで、今回は、支払いの全部又は一部に「クレジット」を利用した契約等に関する相談について分析した。

「クレジット」を利用した相談件数の推移をみると、15年度の相談件数は2万件近くの相談が寄せられていたが、16年度以降減少傾向にある。しかしながら、相談全体に占める割合では、16年度の7.1%から、17年度には9.6%、18年度には9.7%と増加している（図-1）。

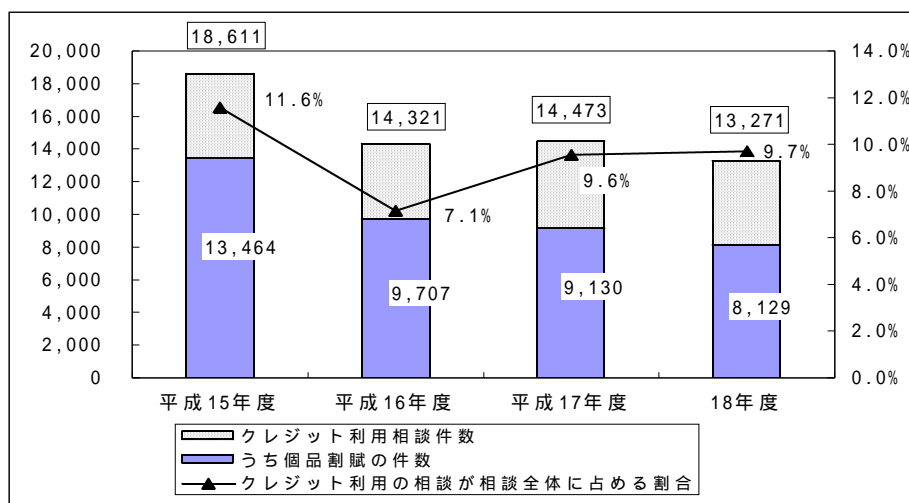
「クレジット」の形態別に割合を示したものが「図-2」である。各年度とも「個品割賦」が最も多く、次いで「総合割賦」となっている。「個品割賦」とは、信販会社等が、消費者と特定の商品ごとに個別に割賦契約を結ぶことにより代金を一括して販売会社に支払い、後に消費者が2か月以上かつ3回以上に分割して信販会社等に支払う方法である。「総合割賦」とは、主にクレジットカード等を利用して2か月以上かつ3回以上に分割して、またはリボルビング方式で信販会社等に支払う方法である。

この4年間の推移をみると、「個品割賦」の占める割合は15年度以降年々減少している。一方で「総合割賦」、「翌月一括・ボーナス一括」等の割合が増加している。これは主に「クレジットカード」を利用した相談の割合が増加していることによるものと考えられる。

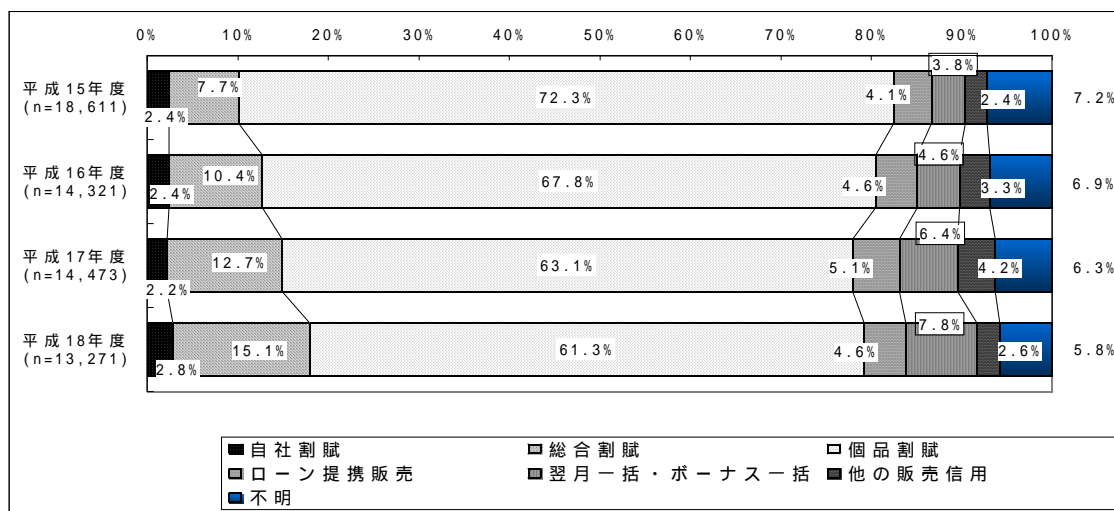
「クレジット」を利用した相談を販売購入形態別に割合を示したものが「図-3」である。家庭訪販やキャッチセールス等の「訪問販売」が最も多く、次いで「店舗購入」、「通信販売」の順となっている。この4年間の推移をみると、「訪問販売」の占める割合は減少しており、代わって「店舗購入」、「通信販売」の占める割合が増加している。

ここでは「クレジット」の相談のうち約6割と高い割合を占めている「個品割賦」購入あっせん契約トラブルを中心に分析を行う。

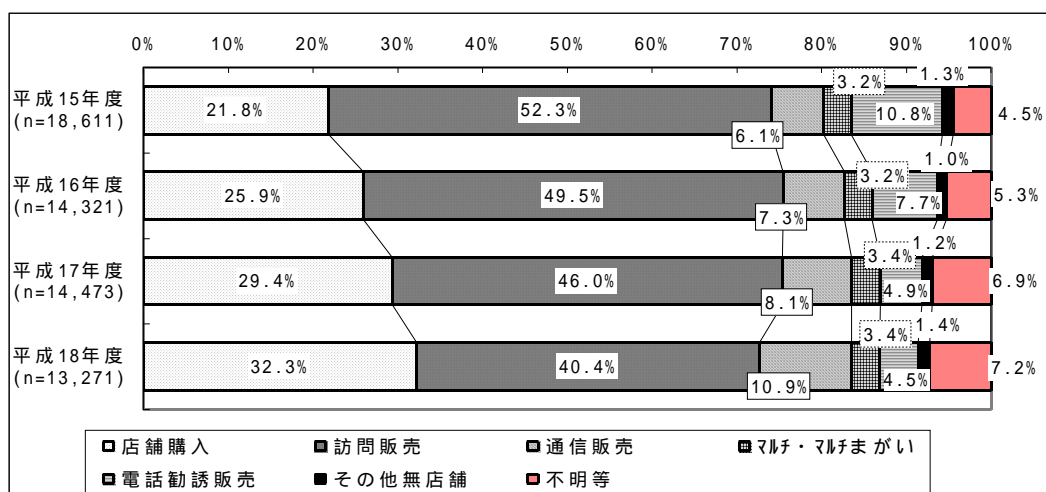
【図 - 1】「クレジット」相談件数



【図 - 2】「クレジット」形態別相談件数



【図 - 3】「クレジット」の相談 販売購入形態別割合

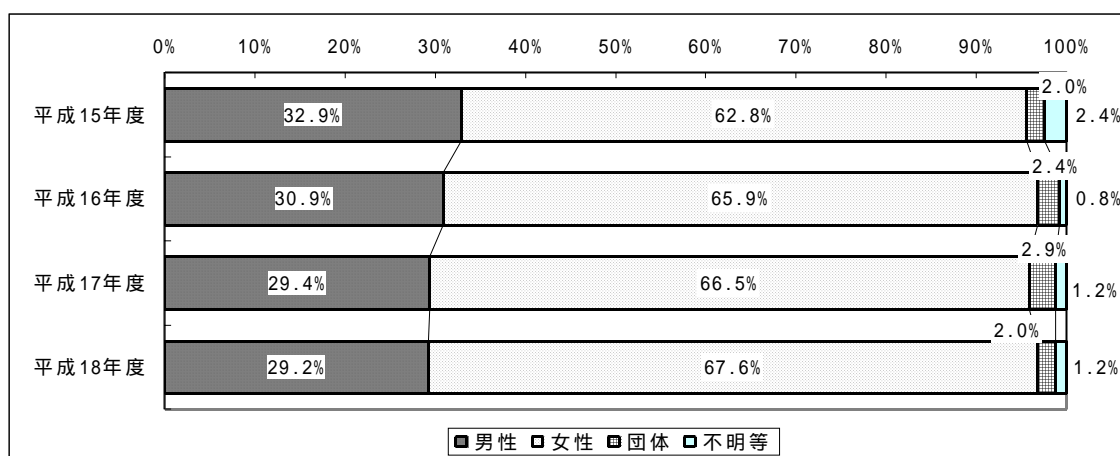


2. 契約当事者

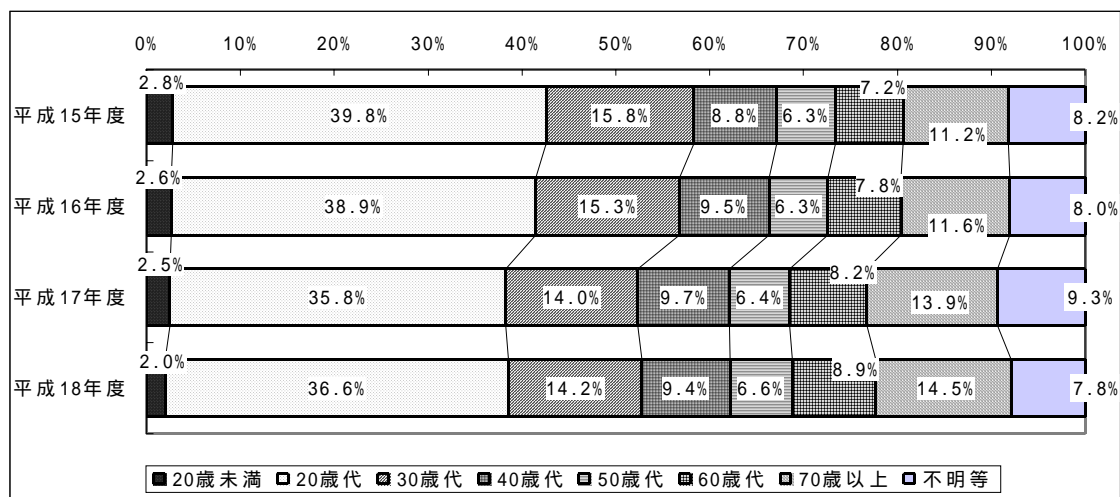
「個品割賦」に関する相談の契約当事者の属性について、「性別」、「年代別」、「職業別」に割合を示したものが「図 - 4」から「図 - 6」である。

「性別」では各年度とも「女性」が約6～7割を占め、「男性」を上回っている。「年代別」では「20歳代」が各年度とも約4割と最も多いが、「60歳以上」の高齢者の相談は年々増加しており、15年度には18.4%であったものが、18年度には23.4%と2割を超えている。「職業別」では、「給与生活者」が約4割と最も多いものの、「家事従事者」が約2割、「学生」、「無職」がそれぞれ1割以上あり、安定した収入が得にくいと思われる層の相談も多い。「無職」の割合は年々増加している。

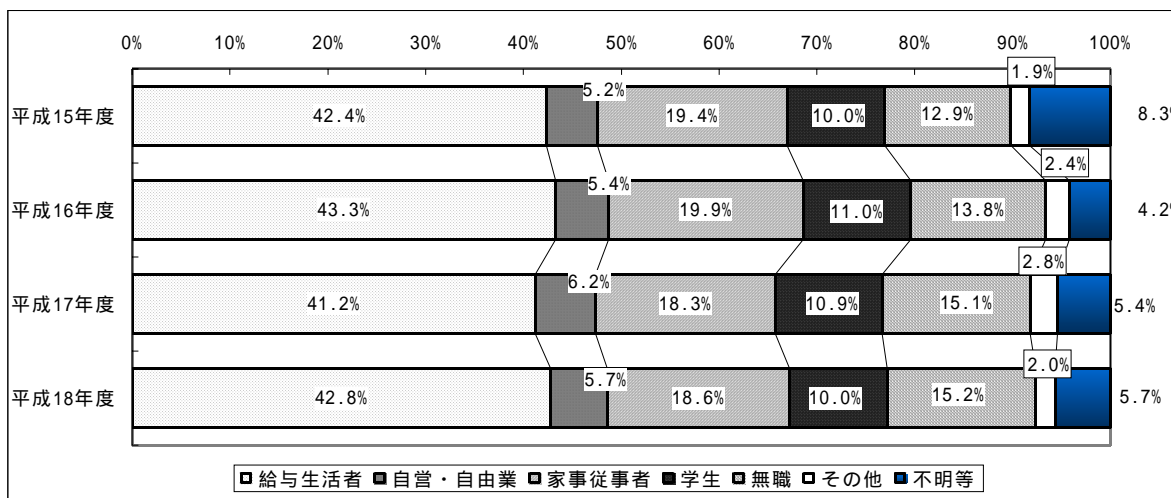
【図 - 4】「個品割賦」契約当事者性別割合



【図 - 5】「個品割賦」契約当事者年代別割合



【図 - 6】「個品割賦」契約当事者職業別割合

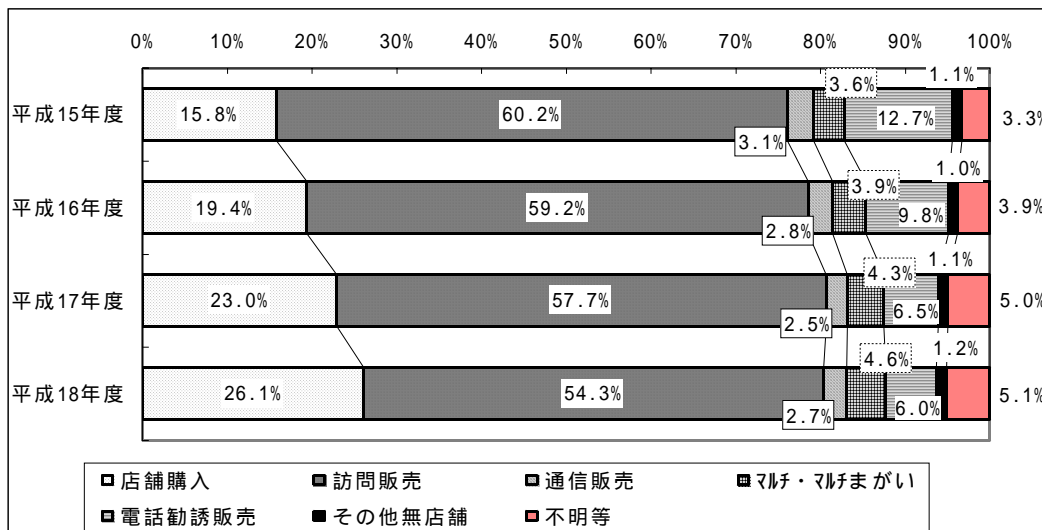


3. 販売購入形態

「個品割賦」に関する相談を販売購入形態別に割合を示したものが「図 - 7」である。

各年度とも、「訪問販売」が5～6割と最も多く、次いで「店舗購入」が多い。「訪問販売」の占める割合は年々減少しており、一方で「店舗購入」、「マルチ・マルチまがい」の占める割合が増加している。

【図 - 7】「個品割賦」販売購入形態別割合



4. 相談内容

「個品割賦」の相談について、年度別に内容キーワード別上位10位までを示したものが「表 - 1」である。各年度とも「解約」、「クーリングオフ」、「高価格・料金」が上位3位を占めており、また「家庭訪販」、「キャッチセールス」、「電話勧誘」などの販売形態に関するキーワードが上位に挙がっている。

また18年度には「虚偽説明」、「強引」、「販売目的隠匿」、「次々販売」等に関連した相談も多

く、販売方法に問題がある相談が多いことがわかる。

18年度の「個品割賦」の相談について、契約当事者の年代別に内容キーワード上位10位までを示したものが「表 - 2」である。年代別に販売形態の特徴をみると、「29歳以下」の若者の相談では、街頭で声をかけ営業所等で契約させる「キャッチセールス」や販売目的を告げずに電話で呼び出して高額な契約をさせる「アポイントメントセールス」によるトラブルが多く、「30～50歳代」では、在宅している主婦などに子どもの学習教材等を契約させる「家庭訪販」や、かつて複合サービス会員や資格講座等の契約をしていた人をターゲットに「サービスが終了していない」などといった契約を迫る「二次被害」のトラブルが多い。「60歳以上」の高齢者では、4割以上が「家庭訪販」によるもので、さらに「次々販売」、「判断能力不十分者契約」のキーワードが上位に挙がっており、在宅する機会の多い高齢者をターゲットにして、判断不十分な者に対して、次々と高額な契約を結ばせているケース等、適合性を欠くと思われる相談も多い。

【表 - 1】「個品割賦」内容キーワード上位10位

* 複数集計

	平成15年度		平成16年度		平成17年度		平成18年度	
1	解約	6,067	解約	4,491	解約	4,529	解約	3,960
2	ケリング オ	4,095	高価格・料金	2,961	高価格・料金	3,229	高価格・料金	3,109
3	高価格・料金	3,335	ケリング オ	2,915	ケリング オ	2,337	ケリング オ	2,019
4	家庭訪販	3,025	家庭訪販	2,264	家庭訪販	2,181	家庭訪販	1,867
5	電話勧誘	1,909	虚偽説明	1,370	虚偽説明	1,323	虚偽説明	1,198
6	虚偽説明	1,674	キャッチセールス	1,189	強引	1,193	強引	1,116
7	キャッチセールス	1,534	電話勧誘	1,166	販売目的隠匿	1,170	販売目的隠匿	1,065
8	アポイントメントセールス	1,418	アポイントメントセールス	861	キャッチセールス	1,148	キャッチセールス	966
9	強引	1,339	強引	860	電話勧誘	928	次々販売	881
10	販売目的隠匿	1,048	販売目的隠匿	852	次々販売	825	電話勧誘	866

【表 - 2】年代別内容キーワード上位10位（平成18年度）

* 複数集計

	29歳以下 (n=3,133)		30～50歳代 (n=2,458)		60歳以上 (n=1,901)	
1	解約	1,656	解約	1038	解約	937
2	高価格・料金	1,284	高価格・料金	847	家庭訪販	891
3	キャッチセールス	893	家庭訪販	720	高価格・料金	817
4	ケリング オ	881	ケリング オ	625	ケリング オ	443
5	販売目的隠匿	494	電話勧誘	425	次々販売	437
6	強引	477	虚偽説明	415	強引	326
7	虚偽説明	449	販売目的隠匿	271	販売目的隠匿	268
8	長時間勧誘	358	強引	269	虚偽説明	244
9	アポイントメントセールス	342	返金	210	判断不十分者契約	236
10	サイドビジネス商法	339	二次被害	207	電話勧誘	178

5. 商品・役務

「個品割賦」の相談について、年度別に商品・役務別上位10位までを示したものが「表 - 3」である。

各年度とも上位10位内に挙がっているのが、「学習教材」、「教室・講座」、「エステティックサービス」、「アクセサリー」、「浄水器」、「ふとん類」、「化粧品」である。「個品割賦」でトラブルになる商品・役務は、この4年間においてはほぼ固定されている。18年度の特徴としては、高齢者を中心に家庭用電気治療器具などの「医療用具」や、「和服」に関する相談が増加しているこ

とがあげられる。

契約当事者の年代別に18年度の商品・役務別の上位5位までを示したものが「表 - 4」である。

「29歳以下」の若者では、「エステティックサービス」、「化粧品」、「美顔器」など理美容に関連した商品・サービスが上位に見られる。「30～50歳代」では、「学習教材」、「教室・講座」、「浄水器」が多く、「60歳以上」の高齢者では、「ふとん類」、「家庭用電気治療器具」、「浄水器」、「和服」に関する相談が多い。

【表 - 3】「個品割賦」商品・役務（大分類）別上位10位

	平成15年度(n=13,464)		平成16年度(n=9,707)		平成17年度(n=9,130)		平成18年度(n=8,129)	
1	学習教材	1,400	学習教材	970	教室・講座	804	理美容	705
	資格取得用教材	471	補習用教材	366	外国語・会話教室	468	エステティックサービス	675
	補習用教材	422	資格取得用教材	282	資格講座	172		
2	教室・講座	1,022	理美容	818	理美容	756	教室・講座	701
	外国語・会話教室	389	エステティックサービス	768	エステティックサービス	713	外国語・会話教室	335
	資格講座	376					資格講座	146
3	アクセサリ-	1,015	アクセサリ-	716	学習教材	650	アクセサリ-	621
					補習用教材	312		
					資格取得用教材	134		
4	食器・台所用品	977	教室・講座	660	アクセサリ-	642	学習教材	588
	浄水器	961	外国語・会話教室	286			補習用教材	277
			資格講座	214			教養娯楽教材	98
5	理美容	893	食器・台所用品	656	化粧品	533	食器・台所用品	548
	エステティックサービス	833	浄水器	642			浄水器	536
6	内職・副業	792	化粧品	589	食器・台所用品	532	化粧品	406
	ワープロ・パソコン内職	552			浄水器	522		
7	化粧品	765	家具・寝具	465	レンタル・リース・貸借	521	家具・寝具	372
			ふとん類	449	リースサービス	495	ふとん類	351
8	家具・寝具	651	理美容器具・用品	362	家具・寝具	468	医療用具	353
	ふとん類	637	美顔器	237	ふとん類	450	家庭用電気治療器具	163
9	文具・事務用品	525	内職・副業	351	理美容器具・用品	366	レンタル・リース・貸借	331
	コンピュータソフト	255	ワープロ・パソコン内職	224	美顔器	227	リースサービス	303
10	理美容器具・用品	511	健康食品	318	健康食品	354	和服	316
	美顔器	333						

【表 - 4】年代別商品・役務上位5位（平成18年度）

	29歳以下(n=3,133)		30～50歳代(n=2,458)		60歳以上(n=1,901)	
1	理美容	563	学習教材	431	家具・寝具類	265
	エステティックサービス	549	補習用教材	253	ふとん類	250
2	教室・講座	408	教室・講座	241	医療用具	256
	外国語・会話教室	221	外国語・会話教室	91	家庭用電気治療器具	132
3	アクセサリ-	349	食器・台所用品	140	食器・台所用品	209
			浄水器	135	浄水器	205
4	化粧品	346	自動車	118	和服	162
5	理美容器具・用品	185	アクセサリ-	118	アクセサリ-	131
	美顔器	131				

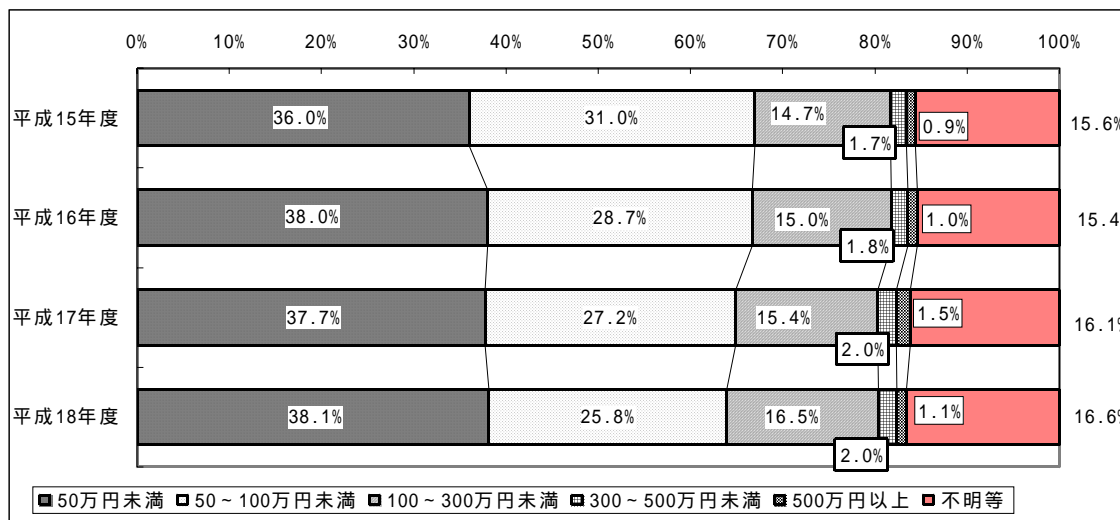
6. 契約購入金額

「個品割賦」の相談について、契約購入金額別の割合を示したものが「図 - 8」、平均契約購入金額を示したものが「表 - 5」、18年度の年代別の平均契約購入金額を示したものが「表 - 6」である。

各年度とも「50万円未満」が約4割、「50～100万円未満」が約2～3割と高い割合を占めている。

この4年間の推移では、「50～100万円未満」の割合が減少し、「100～300万円未満」の割合が増加している。平均契約購入金額を見ると、17年度の「96万3千円」を除いては、およそ80万円台で前後している。年代別の平均契約購入金額では、18年度においては、30歳以上のすべての年代でおおむね90万円を超えており、「補習用教材」、「和服」、「自動車」などで高額な契約が目立つ。

【図 - 8】「個品割賦」契約購入金額別割合



【表 - 5】「個品割賦」平均契約購入金額（単位：円 / 100円未満四捨五入）

平成15年度	平成16年度	平成17年度	平成18年度
840,500	875,400	963,000	882,900

【表 - 6】「個品割賦」年代別平均契約購入金額（単位：円 / 100円未満四捨五入）

年代別平均契約購入金額	平成15年度	平成16年度	平成17年度	平成18年度
20歳未満	439,400	460,900	470,300	419,100
20歳代	781,200	755,700	757,800	766,200
30歳代	877,800	990,700	1,053,900	1,024,500
40歳代	970,700	1,026,900	1,147,000	895,900
50歳代	892,300	965,700	1,075,600	1,009,400
60歳代	980,900	1,160,000	1,080,000	956,200
70歳以上	844,800	789,200	1,139,500	959,300

7. 相談事例 * () は契約当事者の属性

(1) エステティックサービス

街で美顔エステを無料体験してアンケートに答えてほしいと声を掛けられた。二日後に店に向き無料体験をした。アンケート用紙に気になるところは脱毛と記入したら、美顔より脱毛をしたほうが良いと言われ、30万円のコースを勧められた。高くて契約できないと断ったら、値段を

下げて、月5千円で出来るとしつこく勧められて断れず契約してしまった。高額なのでクーリング・オフしたい。(20歳代/女性)

(2)外国語・会話教室

路上でアンケートに答えてと呼び止められて回答後、電話がかかってきて、お店まで出向くように言われた。話を聞くだけのつもりで出向いたが、「学生もみんなバイトをして払っているの、何とかなる」、「他社よりも安い」、「親には話さないように」などと3~4時間勧誘されて英会話教室と教材を契約してしまった。よく考えると高額だし、支払いが困難なので解約したい。(20歳代/男性)

(3)アクセサリ

2年前に携帯電話に男性から電話があり、断ったが話だけでもと言われ店に言った。ダイヤのネックレスを長時間勧誘され、高額なので断ったが、月にいくらなら払えるかと聞かれ、結局信販の分割で5年払いの契約をした。その数ヶ月後に、「あなたのためにリングを作った、あなたに買ってもらわないと困る」と言われ更に契約をした。契約金額が150万円を超えており、高額で支払えないので解約したい。(20歳代/女性)

(4)補習用教材

電話で「塾へ通っているだけでは成績はあがらない、今から頑張れば絶対に成績があがる」と言われて、家庭学習の話聞くために来訪してもらった。「わからないところは電話で聞ける」、「月々3万円で成績があがる」などと6時間も説明されて、正常な判断ができず、9教科の3学年分の学習教材を契約した。冷静に考えると高額なので解約したい。(30歳代/女性)

(5)浄水器

知人に勧められて浄水器を購入。人に勧めて販売するとマージンがもらえると説明された。高額だが、知人との関係もあり仕方がないかと思いついて契約。友人に話すと、それはマルチ商法ではないか、法律でも規制がされ、自分も法令遵守の責任があると言われて怖くなった。クレジットで支払う予定で、審査が通らないことを考えて、複数社の信販会社の申込書を書かされて提出していることも不審に感じている。解約することはできるか。(20歳代/女性)

(6)ふとん類

買い物帰りに声を掛けられ、空き地に建ったテント会場に入った。「欲しい人は手を挙げて」と言われて、次々と日用品をくれた後、「布団が欲しい人」と言われて、手を挙げると40万円ふとんセットが当たったと言われた。「いらない」と強く断ったが、結局20万円の掛け布団を買うことになり、その場で8千円払い、残りは毎月末に振り込むことを約束した。不要なものなので解約したい。(70歳代/女性)

(7)和服

同居している高齢の母の支出額が増えていることに気づき聞いたところ、観劇会などに呼び出されて高額な着物を次々と契約していたがわかった。信販会社に尋ねてみると、2回にわたり4

50万円の着物の契約をしていた。月々の引落額は、年金額を上回っている。年金生活者にこんな高額な与信はおかしいのではないか。(70歳代/女性)

8. 「クレジット」に関する相談について

クレジットは、適正に利用すれば手元に現金がなくても代金後払いで、高額な商品やサービスの購入ができるという利便性がある。しかしながら、自らの支払能力を超えた契約をしてしまう危険性があり、さらに多重債務や自己破産に至るという可能性も含んでいる。

センターに寄せられている個品割賦を利用した相談をみると、「虚偽説明」、「販売目的隠匿」、「強引」など販売方法に問題があると思われる相談が多く、また消費者の支払い能力を無視した販売により高額な被害が生じているケースが多い。

また、次々販売等において年金生活者や判断能力が不十分な高齢者が、高額なクレジット契約をしている事例が目立つ。こうした背景には、クレジット会社が販売方法に問題がある事業者とも加盟店契約を行っていることや、十分な審査をすることなく過剰な与信を行っている現状がある。

クレジット会社においては、より一層加盟店の実態把握、管理、指導に努めてほしい。また不適正な与信や、支払い能力を超える過剰与信が被害をさらに拡大させていることから、与信の際は、十分に審査を行い、過剰な与信を行わないように徹底してほしい。

消費者においては、安易にクレジット契約をすることなく、クレジットの仕組み、利率や返済期間、支払い総額などをよく理解し、さらに長期に渡って支払っていくことができるのか等を十分に検討し、慎重に判断してほしい。

トラブルになった時には早めに消費生活センターに相談してほしい。