

呼び出して高額な商品を購入させる

アポイントメントセールスのトラブルが年々増加

2002年6月6日
国民生活センター

アポイントメントセールスによる消費者のトラブルは、突然、電話やはがきで「安く旅行やスキーに参加できる会に入会しないか」「当選したので景品を取りに来るように」などと誘われ、消費者が指定された場所に出向くことから始まる。担当者から旅行やスキーの話や会員の特典などについて長時間にわたって説明を受け、興味を示すと入会の条件が提示される。その条件とは、100万円もするようなアクセサリーや絵画、パソコンなどの購入契約を結ぶこと。

この段階に至ると、消費者が入会や商品購入をいくら断っても業者は執拗に勧誘を繰り返す。消費者は諦めて仕方なく高額なクレジット契約、月々の支払額は、小遣い程度で済むなどと説得され、契約を締結してしまう。

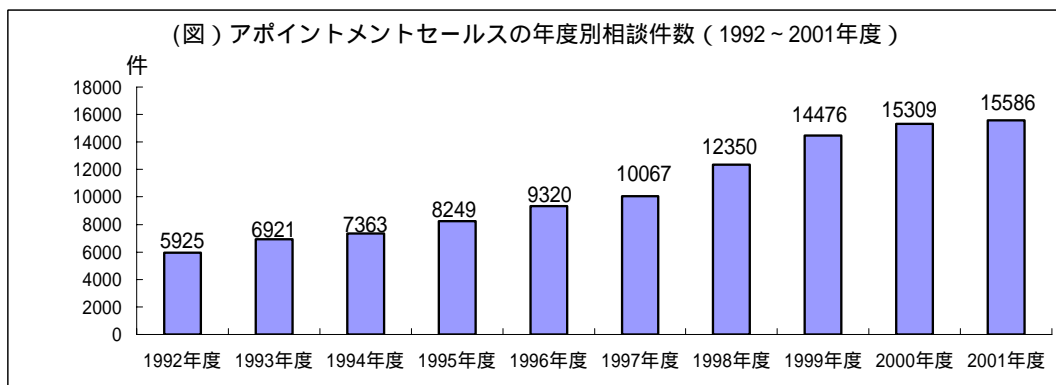
こうしたアポイントメントセールスによるトラブルは、20歳代の若者に多く起きている。その中には、高額なクレジットの支払いに苦しんでいる者もいる。

アポイントメントセールスの相談は、10年前にはほとんどみられなかった二次被害（一度被害に遭った人を再び勧誘して、二次的な被害を与えるケース）やデート商法（デートを装って勧誘する商法）に関連したものが最近急増しているとともに、強引な勧誘、長時間にわたる勧誘、夜間の勧誘、クーリング・オフの回避などに関連したものが増え、このところ増加の一途をたどっている。

今回、トラブルの実態をまとめ、こうしたアンフェアな商法に巻き込まれないように注意を呼び掛けることにした。

1. 相談件数

1992年度以降年々増加し、特に1997年度以降は1万件を超えている。



* この情報は、PIO - NET(全国消費生活情報ネットワーク・システム)に入力された相談をまとめたもので、消費者に被害防止のための注意を促すことを目的に情報提供するものである。

(本件連絡先 消費者情報部 03 3443 8666)

以下、最近の5年間（1997～2001年度）についてまとめた。（総件数 67,788件）

2. 契約当事者について（不明を除く。以下同様）

トラブルは、20歳代の若者に圧倒的に（86%）多く、男性が女性の1.6倍、サラリーマンなどの給与生活者や学生に集中（89%）している。

（1）年代別

20歳代 56,593件(85.7%) 30歳代 4,488件(6.8%) 10歳代 1,982件(3.0%)
の順。

（参考：2000年度的全相談の年代別比率は、20歳代26%、30歳代24%、10歳代3%）

（2）性別

男性 40,437件(61.2%) 女性 25,685件(38.8%)

（参考：同、性別比率は、男性4対女性6）

（3）職業別

給与生活者 43,785件(67.6%) 学生 13,702件(21.1%) 無職 3,724件(5.7%)
の順。

（参考：同、職業別比率は、給与生活者44%、学生5%、無職13%）

3. 金額

平均購入契約金額 98万6600円 平均支払金額 23万0000円

平均購入契約金額、平均支払金額ともこの5年間毎年1～3万円づつ上昇し続けている。

4. トラブル発生地域

首都圏が最も多いが、全国的にトラブルが発生している。

5. 相談が多い商品

順位	商 品	件数
1	アクセサリー（ネックレス、指輪など）	21,690
2	サービス会員（旅行や買物が安い特典がある会など）	7,920
3	教養娯楽教材（一般教養ビデオ教材など）	5,570
4	絵画	4,590
5	パソコン	4,260

相談が最も多い商品は、この6年間「アクセサリー」。それ以前は、教養娯楽教材が多かった。

6. 相談内容の変遷

- ・問題のある勧誘の中で相談件数が一番多い「長時間にわたる勧誘」（2001年度2,860件）は、この5年間で1.6倍に、10年前と比べると3.7倍になっている。
- ・2番目に多い「強引な勧誘」（同、2,850件）は5年間で1.9倍に、10年前に比べ3.2倍になっている。
- ・3番目に多い「ウソの説明」（同、2,090件）による勧誘は、5年間では1.9倍、10年間

では3.9倍になっている。

- ・4番目に多い「商品の販売であることを隠して呼び出す」(同、2,050件)勧誘は、5年前の1.9倍、10年前の2.2倍になっている。
- ・5番目に多い「クーリング・オフ期間内の解約の申し出を断られた」(法律に抵触するおそれがある)(同、1,090件)という相談が、5年前の1.8倍、10年前の2.9倍になっている。
- ・10年前には、相談がほとんどみられなかった「異性間の感情を利用してデートを装って勧誘する」(デート商法)(同、990件)と「一度被害に遭った人を再び勧誘して、二次的な被害を与える」(二次被害)(同、980件)が、ここ5年間で、前者は5.0倍に、後者は7.7倍に急増した。

7. 主な事例

(1) 旅行や買物が安くなる会に誘われた。(販売目的の隠匿)(クーリング・オフの回避)

電話で「旅行や買物が安くなる会に興味はないか」と誘われ、会場へ出向いた。3時間に渡り会についての説明を受けた後、「入会するためには絵画を購入することが条件」と言われた。クレジットを利用して95万円と高いので購入を迷ったが仕方なく契約した。翌日思い直し、担当者に電話をして解約を申し出たが、「登録済みなのでできない」と断られた。
(20歳、男性、給与生活者)

(2) メル友のはずが...(強引な販売)

メールで知り合った女性から呼び出され会場で話をしていたところ、途中から知らない男性が加わり、いきなり「70万円の指輪を買え」と迫られ怖くなって契約した。しかし、払えない。
(20歳、男性、給与生活者)

(3) 楽しいデートのはずが...(デート商法)

男性から「宝石を見に来るように」との電話があり、指定された店に出向いた。40万円のサファイヤリングと100万円のダイヤのネックレスを勧められ、契約した。次に、ネックレスの購入を勧められたが、「これ以上は買えない」と断った。ところが、「貴方のためにお祝いをする」と誘われ、その際に、パールセットとダイヤのブレスレットを勧められ断り切れずに契約してしまった。
(20歳、女性、給与生活者)

(4) 以前入会していた会員権を解約する必要がある...(二次被害)

6~7年前に電話で呼び出され海外旅行が安く行ける会に入会し、同時にダイヤ指輪の購入契約をした。5年前、指輪の支払いが済んだので、旅行が安く行ける会についても退会手続きをした。ところが、先日、「退会の正式な手続きが済んでいないのに会費が未納になっている。退会するには300万円が必要」との連絡がきた。連絡してきたのは、以前の会社から債権を回収した業者とのこと。
(28歳、男性、給与生活者)

(5) 追いかけれ連れ戻された(長時間勧誘)(夜間勧誘)(強引な勧誘)

電話で呼び出されホテルで開かれていた宝飾品の展示会に出向いた。入場をためらっていたところ無理やり会場に連れ込まれ、夕方4時から夜10時まで買うようにとの勧誘を受けた。その後、一旦会場の外に出ることができたが、すぐに数人の販売員に追いかけて会場に連れ戻された。契約するまで帰してもらえないような状況に追い込まれて仕方なく100万円のダイヤのネックレスを契約した。
(22歳、女性、給与生活者)

(6) 断ると「鼻の骨を折る」と脅された。(強迫)

1年前アンケートに答えたところ、その後「当選した」との電話があり、出向いた。そこで、旅行に安く行ける会への入会を勧められたが、興味がないので入会を断った。すると突然、「鼻の骨を折る」と脅され恐くなり言われるままに英会話教材75万円のクレジット契約を結んでしまった。最近まで、消費生活センターがあることを知らず支払いを続けてきたが、やはり解約したい。
(24歳、男性、給与生活者)

8. 消費者へのアドバイス

(1) 知らない人や心当たりがない業者から誘われても絶対に出向かない。うまい話はあるはずがない。

- ・当選したので景品を渡すとか、有利な話があるので聞きにこないかなどという話に惑わされないこと。見ず知らずの人が親切で、うまい話をしてくれるはずがない。
- ・業者はこうしたやり方のプロである。消費者を手玉に取り契約させるのは朝飯前。
- ・万一、出掛けたとしても、不要な契約は、明確に断りの意思表示をすること。あいまいな態度は、業者に付け入るスキを与えることになる。

(2) 最近増えている二次被害にも注意が必要。

一度アポイントメントセールスで契約したことがある人に対して、知らない業者から連絡が入り、新たに金員を請求されるなど二次被害の相談が最近増えている。こうしたケースにも十分な注意が必要であり、同時に個人情報を簡単に他者に教えないように注意することが重要である。

(3) クーリング・オフで契約の解除が可能。

- ・アポイントメントセールスで契約した場合、クーリング・オフ制度の適用がある。契約を解除したい場合は、法定書面を渡されてから8日以内なら消費者の負担がなく無条件で契約の解除ができる。
- ・クーリング・オフは書面で行うように。

(4) 退去妨害の場合など、取り消しが考えられる。消費者契約法での対応。

クーリング・オフの期間が過ぎていても、消費者が、営業所などから帰りたいと意思表示をしているにも拘わらず帰してもらえないという退去妨害の状態に契約した場合やうその説明(不実告知)を受けた場合など、消費者契約法に抵触している時には、消費者契約法で契約を取消すことが考えられる。

(5) 早めに消費生活センターに相談するように。

クーリング・オフの仕方が分からない、業者との話し合いがこじれているなど解決が難しい場合など、消費生活センターに早めに相談を。

アポイントメントセールスとは、

「景品が当たった」「旅行に安く行ける、会って話をしたい」などと、販売目的を隠し、「あなただけは特別」などと、有利な条件を強調して電話やはがきで営業所や喫茶店に呼び出し、商品やサービスを契約させる商法のこと。

<title>アポイントメントセールスのトラブルが年々増加 呼び出して高額な商品を購入させる</title>