

旅行や飲食等が格安になるとうたう会員権のトラブル －複合サービス会員の二次被害が急増－

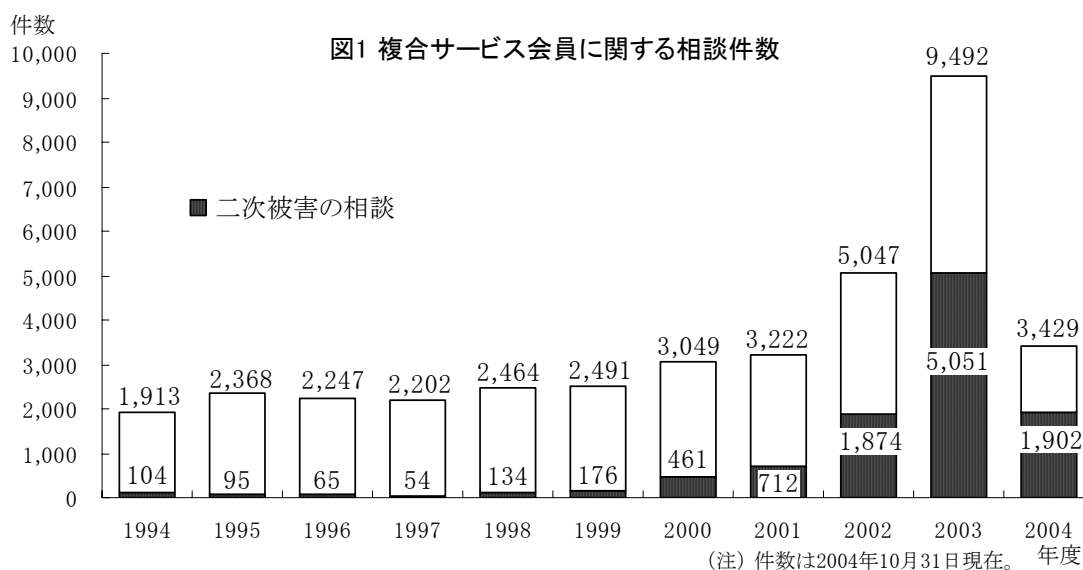
「ホテルを格安で利用できる」「ブランド品が割引になる」などの特典をうたう会員権（「複合サービス会員¹⁾」）契約で一度被害にあった人が再び別の被害にあうという、「複合サービス会員の二次被害²⁾」に関する相談が急増している。全国消費生活情報ネットワーク・システム（PIO-^{バイオ}NET）に登録された複合サービス会員に関する相談は、2001 年度の約 3 千件から 2003 年度の約 9 千件へと、わずか 3 年間で 3 倍近くまで増加した。この複合サービス会員に関する相談の中で最近増加が著しいのは、過去に複合サービス会員契約をしていた人を対象に「未払い料金がある」とか「まだ契約が継続している」などといった口実をつけて高額な追加料金や解約料を請求するという手口である。複合サービス会員の PIO-NET データを見ると、「二次被害」を除いた相談件数の伸びに比べて、「二次被害」に関する相談の増加は著しい。

そこで複合サービス会員の二次被害についてトラブル事例とその問題点、対応策を紹介する。

1. 相談件数等

①相談件数（1994～2004 年度）

2001 年度以降の相談件数は、2003 年度で前年度比 188% に激増した（図 1）。2004 年度は 10 月末時点で 3,429 件で、前年同時期の 3,361 件を上回っている。この中の「二次被害」が占める割合は、2000 年度の 15.1% から 2003 年度は 53.2% まで上昇している。相談内容を見ると「二次被害」以外の件数の増加は顕著でなく、「複合サービス会員」の相談件数の上昇は「二次被害」の増加によるものである。（件数は 2004 年 10 月 31 日現在。以下同。）

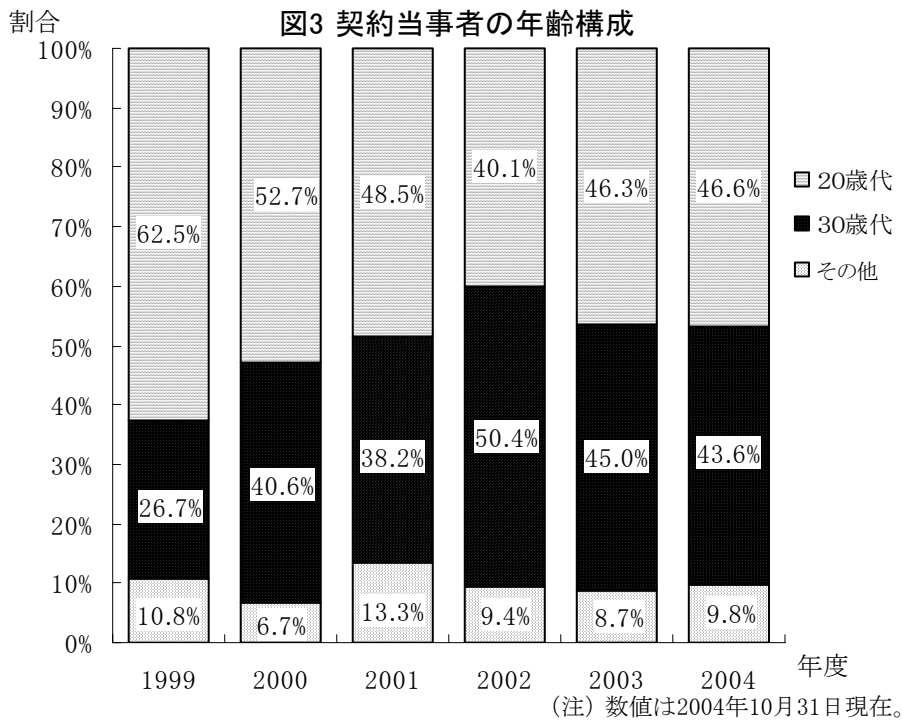
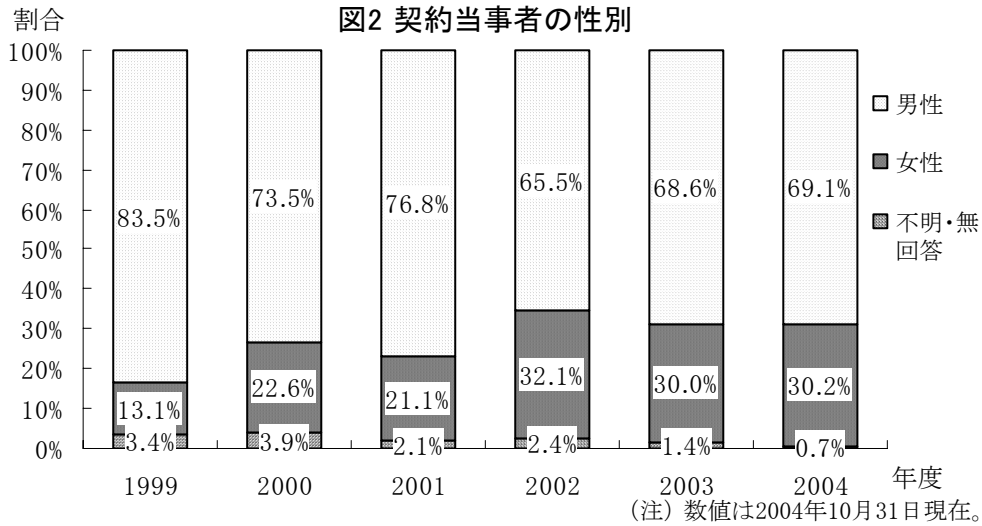


1 「複合サービス会員」：旅行や飲食店、映画などの複数のサービスが格安になるとうたう会員権。

2 「二次被害」：一度被害を受けた人が再度被害にあうこと。ただしここでは、勧誘を受けただけで契約まで至らなかったケースも「被害」に含めている。

②二次被害の契約当事者の属性（1999～2004 年度）

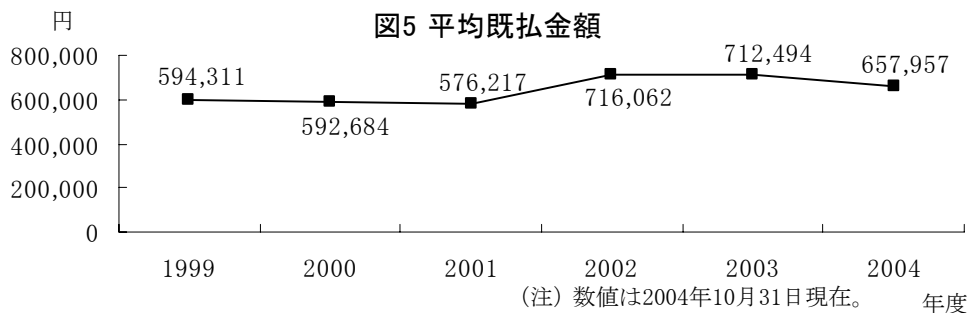
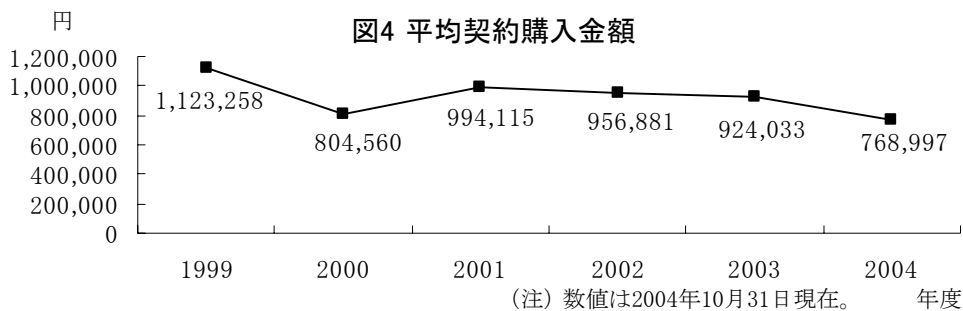
多いのは、20～30 歳代の男性である。2004 年度の相談では、男性 69.1%、女性 30.2%だった（図 2、表 1）。また、20 歳代 46.6%、30 歳代 43.6%で、この二つの年代で 90.2%を占めている（図 3、表 2）。職業別分類では、給与生活者が最も多い（表 3）。



③二次被害の相談の契約購入金額等³（1999～2004 年度）

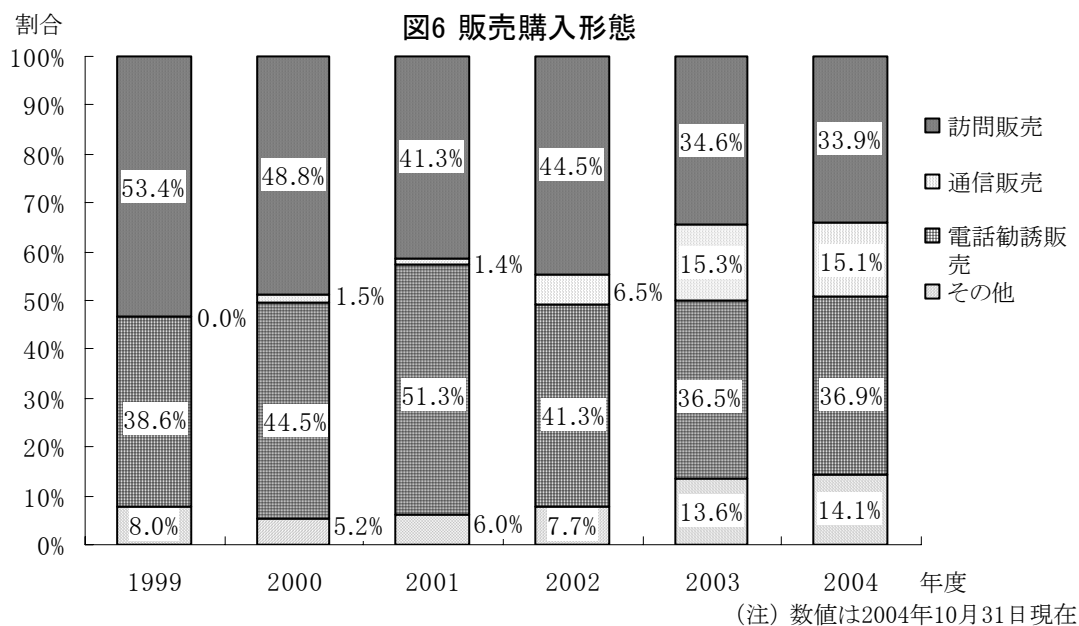
2004 年度の二次被害の相談の契約購入金額の平均は約 76 万円、既払金額の平均は約 65 万円だった（図 4、図 5）。金額は減少する傾向にある。

³ データベースの性質上、二次被害の契約購入金額・既払金額に一回目の契約時の金額が合計されている場合がある。また「平均金額」は、金額が不明である相談を除いた相談件数で合計金額を除いた数値である。



④二次被害の販売購入形態 (1999～2004 年度)

「電話勧誘販売」とアポイントメントセールスなどの「訪問販売」が多い(図6、表4)。最近では、葉書や封書などによる身に覚えのない請求を含む「通信販売」が増加している。



2. 二次被害の相談事例

①未納会費を不当請求

「以前契約したレジャー会員権の支払いが滞っている」と業者から電話があった。そのレジャー会員権は消費生活センターの斡旋によって解約したので支払いは残っていない。「折返し電話するので連絡先を教えてください」と業者に言ったが、業者は教えず、「親が保証人だから交替せよ」と言う。(20歳代 男性 自営・自由業)

②不当な違約金を請求

6年前に絵画とサービス会員の契約をしたことがあるが、別の業者から「会員サービスを一度も利用していないので、違約金を支払うように」と電話で呼び出され、業者の所在地近くの飲食店で会った。業者は、「75才までの生涯契約であり、今まで一度も利用がなく違約金として73万円支払え」と言う。(20歳代 男性 無職)

③公的機関をかたって勧誘

10年前に英会話教材を契約した際、メンバーズクラブの契約も同時に結び、月会費を払い続けていた。最近になって、「公的機関の依頼で、過去にメンバーズクラブの被害にあった人に対して調査をしている」という電話があった。会って話がしたいと言われたので、会う約束をしたが信頼できるか。(20歳代 男性 給与生活者)

④解約代行をうたって別の契約を結ばせる

3年近く前に宝飾品2点を購入したが、最近になって「リゾート会員権を購入した形にすれば宝飾品の契約を無効にできる」と電話で勧誘され、リゾート会員権の購入を承諾した。業者が提携している貸金業者から融資を受けてリゾート会員権の会費を支払い、宝飾品の契約を解約するために、業者から紹介された弁護士に委任状を提出した。その後、宝飾品の代金を請求している信販会社2社に抗弁書を出したようだが、信販会社からは「抗弁を認めない」という旨の通知が来て、いまだに宝飾品代金の支払い督促を受けている。(20歳代 女性 給与生活者)

⑤架空請求

「退会手続きのために必要」という、覚えのない会員の退会手続き費用を請求する電話が実家にあり、親が携帯の電話番号を教えてしまった。会員になった覚えは全くなかったが、「手続きをしないと大変なことになる」と脅され、言われるままに5万円を個人名義の口座に振り込んだ。「退会のために必要」と言われ、次々と総額100万円程を振り込んだ。(20歳代 男性 給与生活者)

⑥別の事業者に情報が漏洩

2年前に電話で呼び出されて、旅行が安くなる会員契約をしたが、結局クーリングオフした。その会員契約に関して「会員のデータ抹消処理の手続きをする必要があるので連絡が欲しい」という内容の電話や手紙が別の業者から届く。(20歳代 女性 給与生活者)

3. 問題点

(1) 偽りの説明で呼び出す

「未納会費がある」とか「サービスを利用していないので違約金が必要」などと根拠のない説明で呼び出して別の契約を結ばせるという相談事例がある。他にも、「不良会員になっている」「一度もレジャーを利用しないのは不当会員であり訴訟になる」などという不当な口実で消費者を不安にさせたり、「消費生活センター」や「消費者支援センター」「法律事務所」などの名をかたって信頼させる手口。

(2) 過去の契約に関する記憶があいまいなところにつけ込む

多くの相談事例では、初めの会員契約から数年経ってから未納会費などの請求を受けている。すでに会員契約の書類等がなくなっていたりして、契約に関する記憶があいまいになっていることが多い。そこにつけ込んで、すでに解約されていたり、契約自体が成立していないにもかかわらず「会費が未納である」「延滞費が発生している」などの不当な請求をする事例。

(3) トラブル解決を持ちかけ、解約代行料を請求する

会員契約の支払いを続けている人を狙って、「高額な解約料を減額するよう交渉する」「今後請求が来ないようにする」などとトラブル解決を持ちかけ、別の契約を結ばせたり、高額な解約代行料を要求するという相談事例。

(4) 架空請求がある

会員契約をしたことがない人に対しても「会費が未納になっている」という請求が来るケースがある。架空請求の口実として複合サービス会員の契約が利用されている。

(5) 個人情報漏洩している疑いがある

契約した業者以外の第三者と見られるものが不正な請求をしている事例が散見される。契約内容などの契約者の個人情報が会員権販売業者から漏洩していると考えられる。

4. 消費者へのアドバイス

(1) 業者の説明を鵜呑みにしない

業者は様々な口実を用いて消費者を誘い出し、新たな契約を結ばせようとする。「不良会員になっている」「解約されていない」など、事実でない説明もあるので、業者の話は鵜呑みにしない。この商法の悪質性は消費者の記憶があいまいな点を狙っていることである。突然この種の連絡があったら、まず連絡（電話）を聞くだけにし、こちらからは連絡しない。

(2) 身に覚えのない請求は安易に支払わない

以前の契約を解約しているにもかかわらず、「未納代金がある」と言って高額な代金を請求する例もある。虚偽の説明が横行しているので注意する。過去の契約書が残っている場合は、お金を支払う前に契約内容をもう一度確認する。

また、一度も契約したことのない人に未納会費を請求している事例がある。根拠のない架空請求のケースもあるので、身に覚えのない請求は支払わない。

(3) 新たな契約を結ばされたらクーリング・オフを利用する

販売目的を隠した電話で呼び出されて契約した場合などはクーリング・オフの対象となる。法定書面を渡されてから 8 日以内であれば、事業者にはクーリング・オフの通知をすることで、無条件に契約を解除できる。

(4) 消費生活センターへ相談する

トラブルになったら最寄りの消費生活センターもしくは警察に相談する。

本件問い合わせ先：独立行政法人国民生活センター
情報分析部 TEL：03-3443-1793

○複合サービス会員の二次被害に関する相談件数等（件数は2004年10月31日現在）

表1 契約当事者の性別

	1999年度	2000年度	2001年度	2002年度	2003年度	2004年度
男性	147(83.5%)	339(73.5%)	547(76.8%)	1,227(65.5%)	3,467(68.6%)	1,314(69.1%)
女性	23(13.1%)	104(22.6%)	150(21.1%)	602(32.1%)	1,514(30.0%)	574(30.2%)
不明・無回答	6(3.4%)	18(3.9%)	15(2.1%)	45(2.4%)	70(1.4%)	14(0.7%)

表2 契約当事者の年齢構成

	1999年度	2000年度	2001年度	2002年度	2003年度	2004年度
10歳未満	1(0.6%)	0(0.0%)	0(0.0%)	0(0.0%)	0(0.0%)	0(0.0%)
10歳代	0(0.0%)	0(0.0%)	1(0.1%)	3(0.2%)	2(0.0%)	0(0.0%)
20歳代	110(62.5%)	243(52.7%)	345(48.5%)	752(40.1%)	2,341(46.3%)	887(46.6%)
30歳代	47(26.7%)	187(40.6%)	272(38.2%)	945(50.4%)	2,271(45.0%)	829(43.6%)
40歳代	9(5.1%)	11(2.4%)	69(9.7%)	114(6.1%)	310(6.1%)	125(6.6%)
50歳代	0(0.0%)	1(0.2%)	3(0.4%)	8(0.4%)	26(0.5%)	22(1.2%)
60歳代	0(0.0%)	0(0.0%)	1(0.1%)	0(0.0%)	6(0.1%)	3(0.2%)
70歳代	0(0.0%)	0(0.0%)	0(0.0%)	0(0.0%)	2(0.0%)	3(0.2%)
80歳代	0(0.0%)	0(0.0%)	0(0.0%)	0(0.0%)	0(0.0%)	0(0.0%)
90歳以上	0(0.0%)	0(0.0%)	0(0.0%)	0(0.0%)	1(0.0%)	0(0.0%)
不明・無回答	9(5.1%)	19(4.1%)	21(2.9%)	52(2.8%)	92(1.8%)	33(1.7%)

表3 契約当事者の職業

	1999年度	2000年度	2001年度	2002年度	2003年度	2004年度
給与生活者	148(84.1%)	370(80.3%)	584(82.0%)	1,465(78.2%)	3,994(79.1%)	1,558(81.9%)
自営・自由業	6(3.4%)	13(2.8%)	27(3.8%)	60(3.2%)	152(3.0%)	45(2.4%)
家事従事者	2(1.1%)	32(6.9%)	28(3.9%)	164(8.8%)	428(8.5%)	145(7.6%)
学生	2(1.1%)	8(1.7%)	16(2.2%)	16(0.9%)	92(1.8%)	33(1.7%)
無職	9(5.1%)	13(2.8%)	27(3.8%)	82(4.4%)	186(3.7%)	69(3.6%)
不明・無回答	9(5.1%)	25(5.4%)	30(4.2%)	87(4.6%)	199(3.9%)	52(2.7%)

表4 販売購入形態

	1999年度	2000年度	2001年度	2002年度	2003年度	2004年度
店舗購入	3(1.7%)	4(0.9%)	5(0.7%)	4(0.2%)	24(0.5%)	9(0.5%)
訪問販売	94(53.4%)	225(48.8%)	294(41.3%)	834(44.5%)	1,748(34.6%)	645(33.9%)
通信販売	0(0.0%)	7(1.5%)	10(1.4%)	122(6.5%)	773(15.3%)	287(15.1%)
マルチ・マルチまがい	0(0.0%)	1(0.2%)	1(0.1%)	1(0.1%)	2(0.0%)	0(0.0%)
電話勧誘販売	68(38.6%)	205(44.5%)	365(51.3%)	774(41.3%)	1,845(36.5%)	701(36.9%)
ネガティブ・オプション	0(0.0%)	0(0.0%)	0(0.0%)	0(0.0%)	2(0.0%)	0(0.0%)
その他無店舗	1(0.6%)	2(0.4%)	8(1.1%)	12(0.6%)	34(0.7%)	18(0.9%)
不明・無関係	10(5.7%)	17(3.7%)	29(4.1%)	127(6.8%)	623(12.3%)	242(12.7%)

<title>旅行や飲食等が格安になるとうたう会員権のトラブラー複合サービス会員の二次被害が急増</title>