

IV 「クレジット」に関連する相談の概要

－MECONIS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MECONIS（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16年4月～20年9月の相談データ
ただし、ここで取り上げた相談事例は、平成20年4月～21年1月の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」に関連する相談件数

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、ここでは、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、16年度、17年度の相談件数は1万4千件を越えるほどの相談が寄せられていたが、18年度、19年度は、1万3千件台と減少している。また、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%と増加していたが、19年度は9.1%と減少している。20年度上半期における「クレジット」に関連する相談件数は5,561件となっており、対前年同期(6,887件)と比べると19.3%の減少、相談全体に占める割合も8.7%と減少している（図-1）。

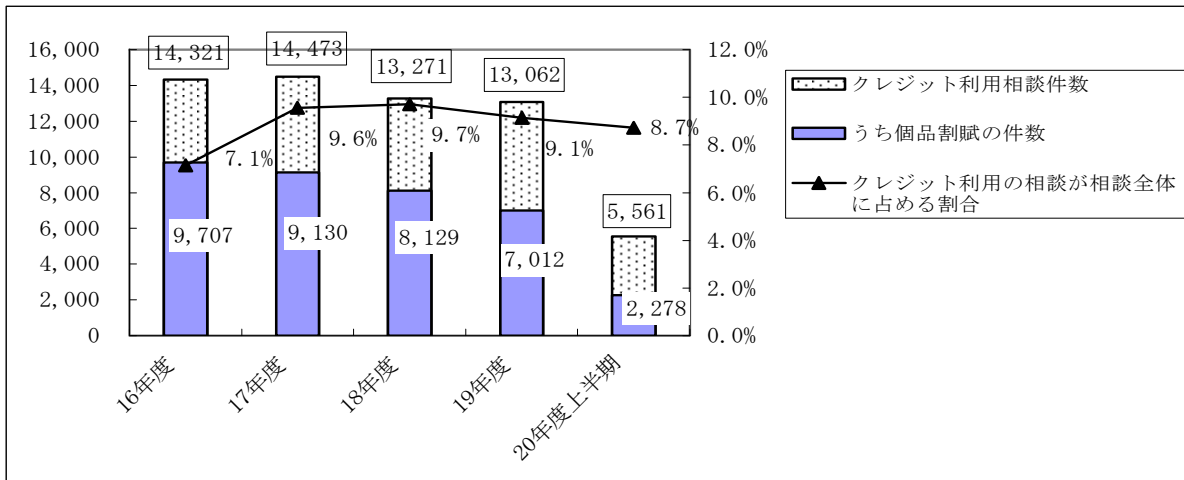
「クレジット」の形態別に割合を示したものが「図-2」である。各年度とも「個品割賦」が最も多く、次いで「総合割賦」となっている。「個品割賦」とは、信販会社等が、消費者と特定の商品ごとに個別に割賦契約を結ぶことにより代金を一括して販売会社に支払い、後に消費者が2か月以上かつ3回以上に分割して信販会社等に支払う方法である。「総合割賦」とは、主にクレジットカード等を利用して2か月以上かつ3回以上に分割して、またはリボルビング方式で信販会社等に支払う方法である。

この4年間の推移をみると、16年度以降、「個品割賦」の占める割合が大きく減少している。一方で「総合割賦」、「翌月一括・ボーナス一括」等の割合が年々増加している。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が増加の一因であると考えられる。

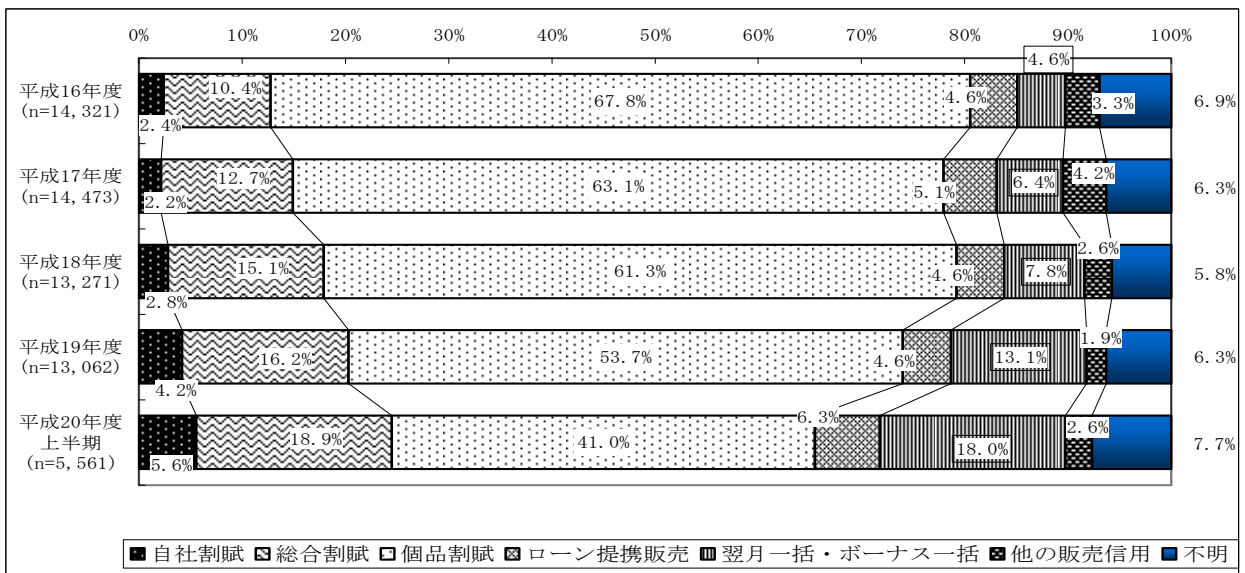
「クレジット」を利用した相談のうち、支払い手段として「クレジットカード」を利用した件数とその割合を示したものが、「図-3」である。16年度から19年度にかけて大きく増加しているのがわかる。20年上半期においては、その割合が約3割となっている。

「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-4」である。18年度まで、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」の順となっていたが、19年度以降は、「訪問販売」の割合は大きく減少し、代わって「店舗購入」が最も大きい割合を占めている。

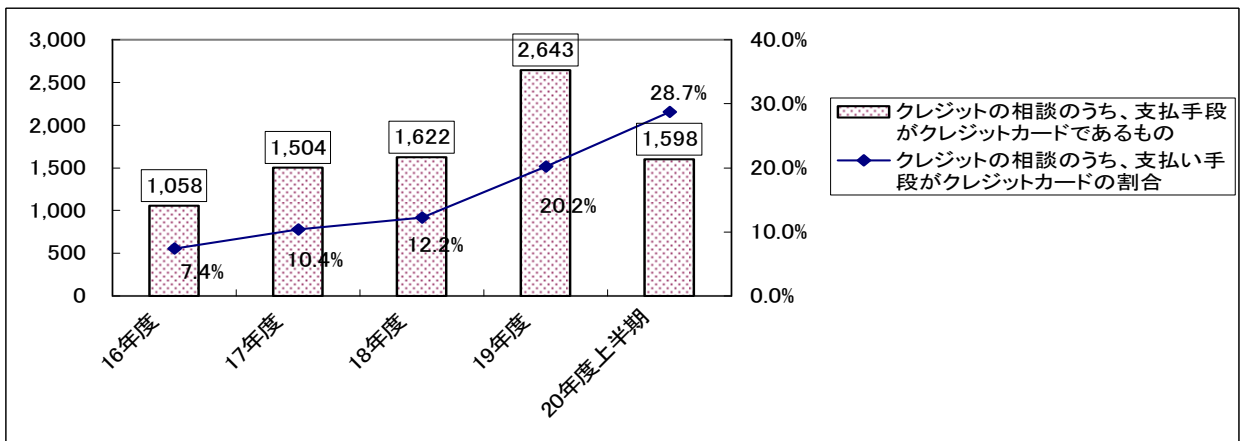
【図-1】「クレジット」相談件数



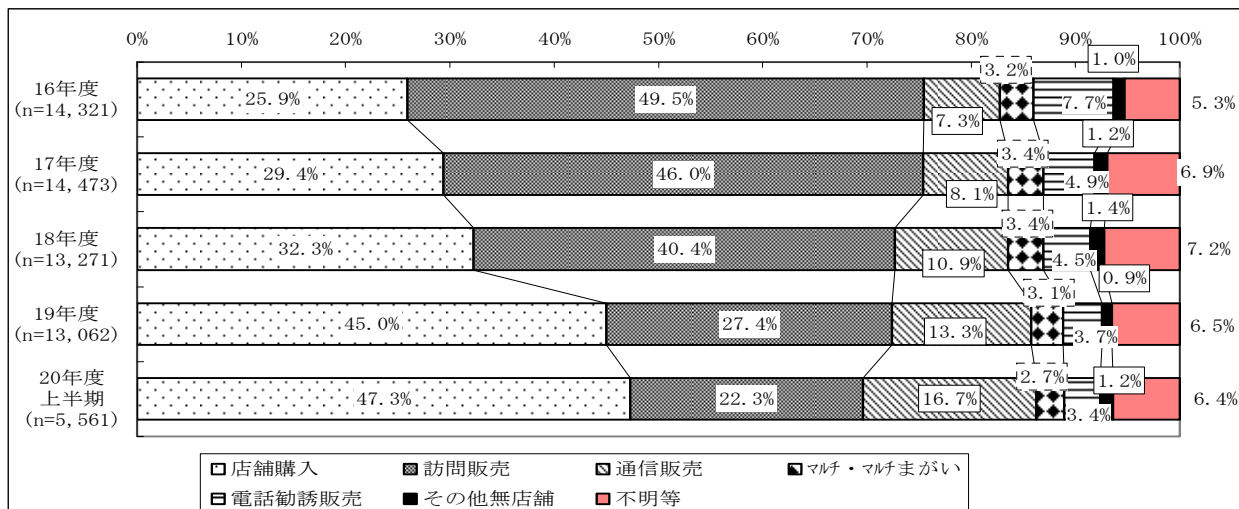
【図-2】「クレジット」形態別相談件数



【図-3】「クレジット」支払い手段として「クレジットカード」を利用している相談件数、割合



【図-4】「クレジット」の相談 販売購入形態別割合



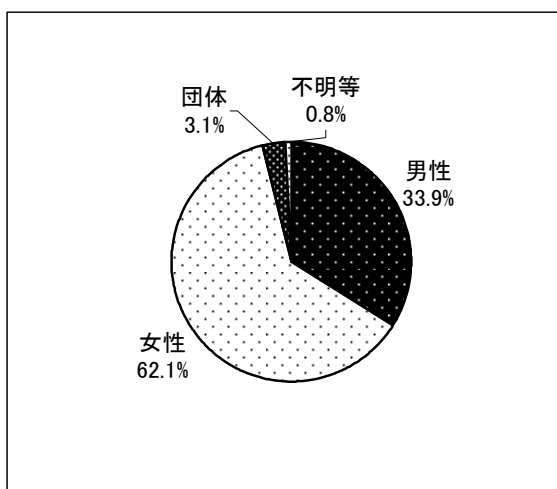
以下では「クレジット」の相談のうち高い割合を占めている「個品割賦」購入あっせん契約トラブルを中心に分析を行う。

2. 契約当事者

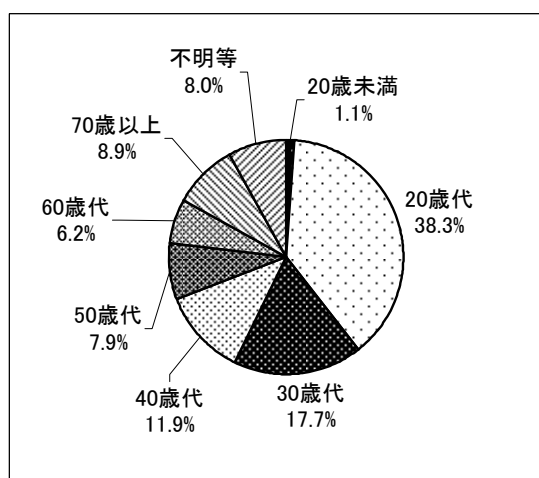
20年度上半期に寄せられた「個品割賦」に関する相談の契約当事者の属性について、「性別」、「年代別」、「職業別」に割合を示したものが「図-5」から「図-7」である。

「性別」では「女性」が約6割、「男性」が3割となっている。「年代別」では「20歳代」が約4割と最も多い。「60歳以上」の高齢者の相談は15.1%で、18年度（23.4%）に比べて減少している。「職業別」では「給与生活者」が約5割と最も多く、次いで「無職」、「家事従事者」、「学生」と続いており、安定した収入が得にくいと思われる層からの相談も多い。

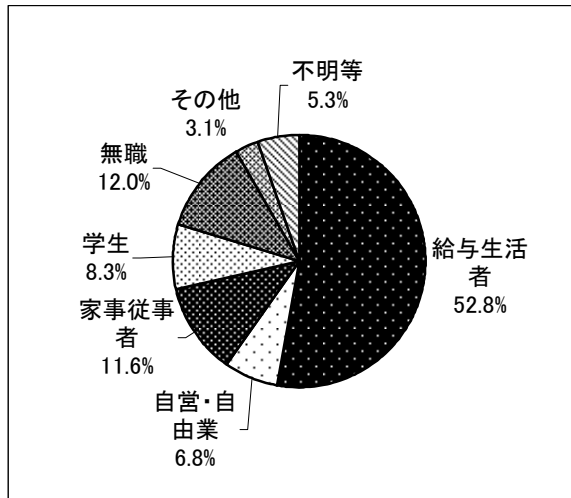
【図-5】「個品割賦」契約当事者性別割合
(20年度上半期 n=2,278)



【図-6】「個品割賦」契約当事者年代別割合
(20年度上半期 n=2,278)



【図-7】 「個品割賦」契約当事者職業別割合(20年度上半期 n=2,278)

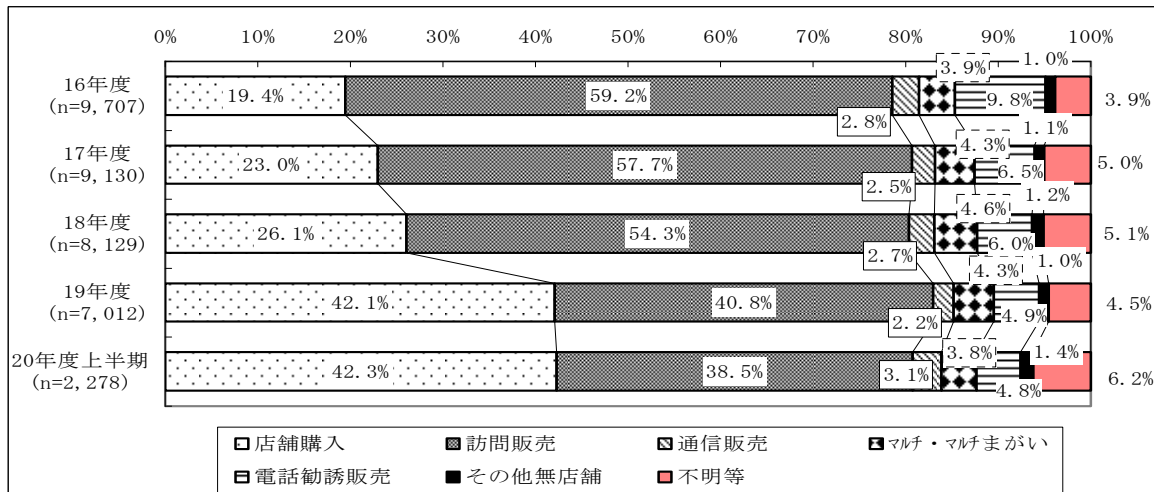


3. 販売購入形態

「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-8」である。

各年度とも、18年度まで「訪問販売」が5～6割と最も多く、次いで「店舗販売」が2～3割りなっていたが、19年度以降は、「訪問販売」の占める割合は大きく減少し、「店舗販売」が最も大きい割合を占めている。

【図-8】 「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」、「高価格・料金」が上位2位を占めており、また販売形態としては「家庭訪販」、「キャッチセールス」のキーワードが上位に挙がっているが、相談件数はいずれも減少している。

また19年度以降の特徴としては、「倒産」、「約束不履行」のキーワードが上位に挙がっており、これは英会話教室や、エステサロンの閉鎖や倒産が19年度以降相次いでいることが要因であ

る。クレジットを利用して前払いをしていた消費者から、「事業者が倒産し、サービスを受けることができない」、「エステサロンが突然閉鎖してしまったが、返金はされるのか」といった相談が多く寄せられている。

20 年度上半期の「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」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、かつて資格講座等の「電話勧誘」によるトラブルが多い。「60 歳以上」の高齢者では、4 割が「家庭訪販」によるもので、さらに「次々販売」のキーワードも上位に挙がっている。また、いずれの年代においても「倒産」、「約束不履行」のキーワードが入っている。

【表-1】「個品割賦」内容キーワード上位 10 位

* 複数集計

	平成16年度		平成17年度 (n=9, 130)		平成18年度 (n=8, 129)		平成19年度 (n=7, 012)		平成20年度上半期 (n=2, 278)	
1	解約	4, 491	解約	4, 529	解約	3, 960	解約	3, 653	解約	1, 148
2	高価格・料金	2, 961	高価格・料金	3, 229	高価格・料金	3, 109	高価格・料金	2, 082	高価格・料金	697
3	クーリングオフ	2, 915	クーリングオフ	2, 337	クーリングオフ	2, 019	家庭訪販	1, 205	家庭訪販	365
4	家庭訪販	2, 264	家庭訪販	2, 181	家庭訪販	1, 867	クーリングオフ	1, 086	倒産	313
5	虚偽説明	1, 370	虚偽説明	1, 323	虚偽説明	1, 198	倒産	1, 084	約束不履行	308
6	キャッチセールス	1, 189	強引	1, 193	強引	1, 116	約束不履行	969	クーリングオフ	289
7	電話勧誘	1, 166	販売目的隠匿	1, 170	販売目的隠匿	1, 065	返金	884	返金	277
8	ポイントセールス	861	キャッチセールス	1148	キャッチセールス	966	虚偽説明	848	虚偽説明	277
9	強引	860	電話勧誘	928	次々販売	881	強引	755	強引	271
10	販売目的隠匿	852	次々販売	825	電話勧誘	866	キャッチセールス	687	キャッチセールス	210

【表-2】年代別内容キーワード上位 10 位 (20 年度上半期)

* 複数集計

	29歳以下 (n=899)		30～50歳代 (n=854)		60歳以上 (n=343)	
1	解約	522	解約	372	解約	163
2	高価格・料金	311	高価格・料金	216	家庭訪販	133
3	キャッチセールス	187	家庭訪販	177	高価格・料金	121
4	強引	148	倒産	137	次々販売	46
5	倒産	136	約束不履行	129	虚偽説明	36
6	返金	135	クーリングオフ	121	約束不履行	36
7	クーリングオフ	130	虚偽説明	113	強引	36
8	販売目的隠匿	113	説明不足	99	契約	32
9	約束不履行	112	返金	99	倒産	32
10	虚偽説明	106	電話勧誘	90	返金	32

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」、「浄水器」、「化粧品」である。19 年度以降の特徴としては、「携帯電話機」、「携帯電話サービス」が上位に挙がってきている。

契約当事者の年代別に 20 年度上半期の商品・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」が多く、「60歳以上」の高齢者では、「浄水器」、「ふとん類」、「家庭用電気治療器具」、など健康に関連した商品の相談が多い。

【表-3】「個品割賦」商品・役務（大分類）別上位10位

	平成17年度 (n=9,130)		平成18年度 (n=8,129)		平成19年度 (n=7,012)		平成20年度上半期 (n=2,278)	
1	教室・講座	804	理美容	705	教室・講座	1379	理美容	360
	外国語・会話教室	468	エステティックサービス	675	外国語・会話教室	1059	エステティックサービス	342
	資格講座	172			資格講座	114		
2	理美容	756	教室・講座	701	理美容	691	教室・講座	192
	エステティックサービス	713	外国語・会話教室	335	エステティックサービス	661	外国語・会話教室	70
			資格講座	146			資格講座	
3	学習教材	650	アクセサリ	621	学習教材	510	学習教材	145
	補習用教材	312			補習用教材	257	補習用教材	71
	資格取得用教材	134			教養娯楽教材		教養娯楽教材	
4	アクセサリ	642	学習教材	588	食器・台所用品	412	アクセサリ	138
			補習用教材	277	浄水器	410		
			教養娯楽教材	98				
5	化粧品	533	食器・台所用品	548	アクセサリ	376	食器・台所用品	113
			浄水器	536			浄水器	111
6	食器・台所用品	532	化粧品	406	化粧品	277	自動車	107
	浄水器	522						
7	レンタル・リース・貸借	521	家具・寝具	372	自動車	254	文具・事務用品	97
	リースサービス	495	ふとん類	351			携帯電話	55
8	家具・寝具	468	医療用具	353	理美容器具・用品	222	レンタル・リース・貸借	90
	ふとん類	450	家庭用電気治療器具	163	美顔器	151	リースサービス	86
9	理美容器具・用品	366	レンタル・リース・貸借	331	電報・電話	207	化粧品	83
	美顔器	227	リースサービス	303	携帯電話サービス	204		
10	健康食品	354	和服	316	文具・事務用品	179	電報・電話	97
					携帯電話	80	携帯電話サービス	78

【表-4】年代別商品・役務上位5位（平成20年度上半期）

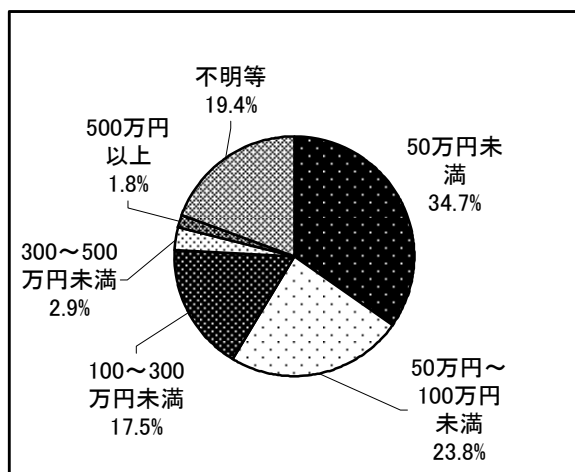
	29歳以下 (n=899)		30～50歳代 (n=854)		60歳以上 (n=343)	
1	理美容	247	学習教材	109	食器・台所用品	48
	エステティックサービス	241	補習用教材	68	浄水器	47
2	教室・講座	116	理美容	101	和服	30
	外国語・会話教室	52	エステティックサービス	90		
3	アクセサリ	66	教室・講座	65	家具・寝具類	29
			資格講座	27	ふとん類	28
4	化粧品	51	文具・事務用品	55	レンタル・リース・貸借	28
			携帯電話	41	リースサービス	26
5	理美容器具・用品	40	自動車	52	医療用具	22
	美顔器	30			家庭用電気治療器具	14

6. 契約購入金額

「個品割賦」の相談について、20年度上半期の契約購入金額別の割合を示したものが「図-9」、17年度から20年度上半期の年代別の平均契約購入金額を示したものが「表-5」である。

各年度とも「100万円未満」で58.5%を占めているが、ここ数年では減少傾向にあり、対して「100万円以上」の割合が増加傾向にある。年代別の平均契約購入金額では、20年度上半期においては、年代が高くなるほど平均契約金額もあがる傾向がある。70歳代では、200万円を超える金額となっており、「和服」や、光通信機器の「リースサービス」などで高額な契約が目立つ。

【図-9】 「個品割賦」 契約購入金額別割合 (20 年度上半期)



【表-5】 「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	17年度	18年度	19年度	20年度上半期
20歳未満	470,300	419,100	555,800	539,100
20歳代	757,800	766,200	743,100	827,000
30歳代	1,053,900	1,024,500	870,400	896,400
40歳代	1,147,000	895,900	1,065,900	1,233,900
50歳代	1,075,600	1,009,400	846,500	1,201,300
60歳代	1,080,000	956,200	1,149,300	949,200
70歳以上	1,139,500	959,300	1,170,100	2,404,300
全体	963,000	882,900	878,000	1,088,600

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

ドラマにも使われたエステサロンなので見学だけでもこないかと、街で誘われてエステ店に連れて行かれた。通常高額な施術が18歳～23歳くらいの若い人には特別割引で受けられるといわれて、美顔エステと化粧品、健康食品など30万円を、36回払いのローンで契約した。そのときは収入も安定していたが、仕事が変わり支払い困難に。それほど美容に興味もなく、エステも1回受けただけ。解約したい。(20歳代/女性)

(2) 健康食品

食料品を格安の100円で買うことができるのが魅力で、2か月間、毎日のように仮設店舗に健康講座を聞きに行き、この間に9回にわたり、健康食品を大量に購入した(総額200万円)。6件は現金払いとクレジット一括払いだが、3件はクレジットの返済が残っている。買った商品は販売員がいうほどの効果はないし、失職して収入が減ったので、未開封のものは返品して解約したい。(70歳代/男性)

知人に、肝臓によく、1週間ほどで体調がよくなるとウコンのサプリメントを勧められた。また人に紹介すると一人9千円の紹介料が入り、その紹介者が次に別の人を紹介すれば、10人に達するまで紹介料が入るのでビジネスにもなる、紹介相手は知人が探してくれるというので、25万円の商品を買った。1か月引用したが効果は感じられず、知人は約束した紹介相手

も探さない。未開封の分だけでも解約しようと思って連絡したが、担当者が応じてくれない。解約できないか。（40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クレジットを利用した相談件数は、減少傾向にあり、特に個品割賦を利用している相談件数が減少している。平成20年6月に改正された割賦販売法では、個品割賦事業者の登録制を新たに導入し、またクレジット事業者に対して、適正与信義務、過剰与信規制などを課しており、これによりクレジット契約を悪用して不適正な契約を締結させていた事業者が排除されていくことが期待される。

信販会社においては、法改正の趣旨を踏まえ、より一層加盟店の管理、指導に努め、また十分に与信審査を行い、不適正な与信を行わないように徹底してほしい。

一方で、クレジットカードを利用した相談の割合は増加しており、リボルビング払いなどにより多重債務に陥っている事例も見られる。

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。