

クレジット被害

高齢者等へのクレジット被害が深刻化する中で、国は関係法律の一部改正案を国会に提出した。都は、消費者被害の未然・拡大防止を図るため、国や区市町村などの関係機関と連携して、悪質事業者への取締りの強化などに取り組んでいく必要がある。

1 クレジットの現状

(1) クレジットとは

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、販売店と消費者とクレジット会社との三者間の契約である(図1)。

この仕組みは、手持ちの現金がなくても代金後払いで、高額な商品を購入できるという利便性がある反面、自己の支払能力を超えた契約をしてしまう危険性があり、多重債務や自己破産に陥るおそれがある。

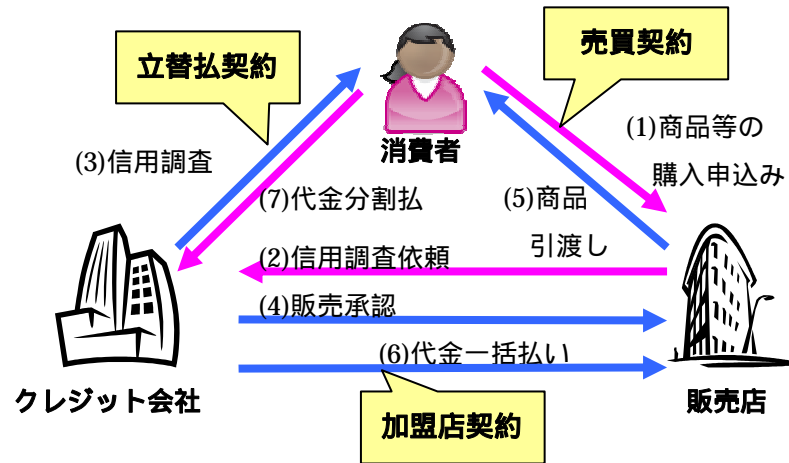
(2) クレジットの相談

クレジットを利用した相談件数は国、都ともに減少傾向にあるが(図2) 都内の消費生活相談窓口に寄せられた相談全体に占める割合では1割程度となっている。

クレジットに関する相談件数の約8割が「個品割賦」(個別の商品販売のたびに与信を行うもの)で、「個品割賦」に関する相談の約6割が訪問販売によるものである(図3)。

次に、年代別の相談件数の推移を見ると、20代の

図1 クレジットの仕組み



出所:(社)日本クレジット産業協会HPより作成

図2 国と都のクレジットに関する相談件数の推移

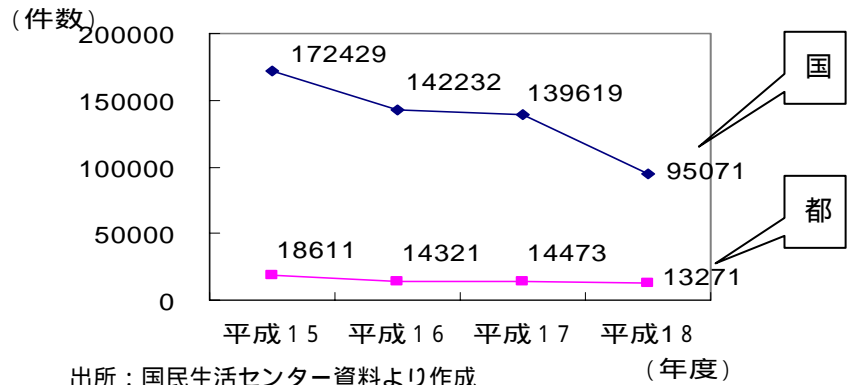
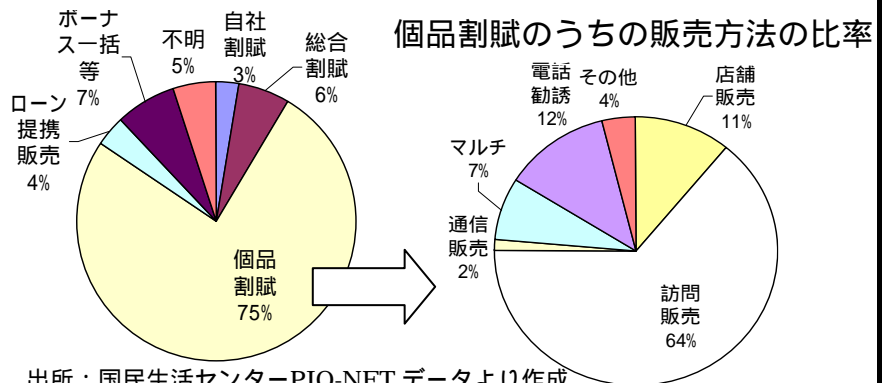
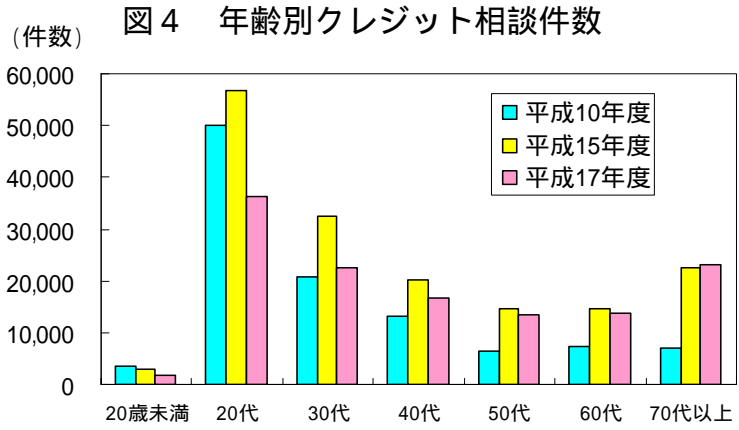


図3 国のクレジット相談の内訳と



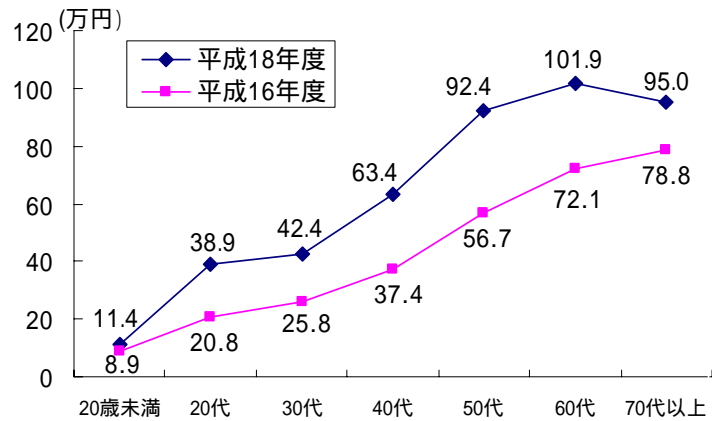
相談件数が多いが、最近では、60代以上の高齢者の相談件数が増加してきている(図4)。また、年代別クレジット利用額の推移においても、高齢者の契約金額が他の年代に比べ高くなっている(図5)。

消費生活センターに寄せられた相談事例等では、最近、「次々販売」が問題になっている。特に、ひとり暮らしや認知症等の高齢者など、明確な拒絶ができない者をねらって、悪質な訪問販売業者が必要のない商品を次々と勧誘して購入させ、クレジット会社が安易に与信をすることで、消費者の支払能力を無視した高額の契約をさせる過剰与信問題が深刻なものとなっている。



出所：国民生活センター資料より作成

図5 年代別クレジット利用額の推移



出所：国民生活センターPIO-NET データより作成

クレジットを悪用した被害事例

COLUMN

高齢者をねらう次々販売

【過剰与信(支払い能力以上の取引)契約問題】

埼玉県富士見市で起こったリフォーム詐欺事件。年金暮らしの認知症の高齢者に対し、10社以上の訪問販売業者が次々と必要性のないリフォーム工事をクレジットで契約させた。その総額は約5,000万円。年金収入しかないため支払い不能に陥り、クレジット会社から自宅を競売にかけられたため発覚し、社会問題になった。

(出所：経済産業省 関東経済産業局の緊急警報より)



2 クレジット問題の解消に向けた取組

(1) 国の取組

割賦販売法には、公正な取引ルールの確保と消費者保護の観点から、クレジットを「割賦購入あっせん」として、取引条件の表示や書面の交付、契約の申込みの撤回などが設けられている。しかしながら、クレジットを利用した悪質な販売勧誘等が後を絶たず、度重なる通達による行政指導や業界による自主規制などが行われたが、抜本的な解決には至らなかった。そこで、国は、産業構造審議会において消費者保護の観点から消費者被害の実態や現行制度の問題点の分析を開始し、平成19年12月、法改正を含む制度整備につい

て報告した。経済産業省はこれを受けて、平成20年3月、高齢者等に対し、個品割賦を利用した訪問販売などによる深刻な消費者被害に対処するため、「特定商取引に関する法律及び割賦販売法の一部改正案」を国会に提出した。

主な改正内容は次のとおりである。



規制の抜け穴の解消

現行法で規制対象となっていない「規制の抜け穴」を縫った新手の商法が次々と出現

規制の後追いからの脱却

- ・訪問販売等において、原則すべての商品・役務を規制対象とする。（現行の商品・役務の指定制を廃止）
- ・その上で、クーリング・オフ（一定期間内の契約解除）になじまない商品・役務（例：生鮮食品、葬儀）等は規制の対象外とする。
- ・割賦方式の定義を見直し、2か月以上後の1回払い、2回払いも規制対象とする。

訪問販売規制の強化（特定商取引法改正）

過量販売への規制

執拗な勧誘のため、「通常必要とされる量を著しく超えた」高額な商品等を契約



- ・訪問販売によって「通常必要とされる量を著しく超える」商品等を購入する契約を締結した場合、契約後1年間は契約の解除ができる。
- ・訪問販売業者に契約を締結しない旨の意思を示した場合、契約の勧誘をすることを禁止する。

クレジット規制の強化（割賦販売法改正）

過剰与信への規制

クレジット会社による支払い能力の審査が不十分なまま、契約が成立



クレジット会社の責任を強化

- ・クレジット会社に、訪問販売を行う販売店の売買契約について調査することを義務づける。
- ・訪問販売によって、販売店が虚偽説明や過量販売を行った場合、消費者が売買契約を解約すれば、クレジット会社に既に支払った代金の返還請求することができる。
- ・クレジット会社を登録制とし、立入検査、改善命令など、行政による監督制度を導入する。

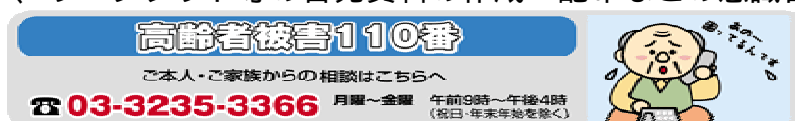
(2) 都の取組

都では、不適正取引による消費者被害防止するため、悪質事業者に対し法令に基づき厳正な処分・指導を行うとともに、消費生活相談をはじめ各種啓発講座の開催などを実施している。ところが、近年、高齢者の消費者被害は増加の一途を辿っており、クレジット被害などその中身も深刻なものとなっている。こうした高齢者の消費者被害に適切に対応するため、以下の取組を行っている。

高齢者への相談体制の充実等

都では、平成18年4月から、「高齢者被害110番」(高齢者本人と家族向け)と「高齢者消費者見守りホットライン」(介護事業者や民生委員等高齢者の身近にいる人向け)を開設し、専任相談員を配置して、高齢者被害者に対する相談体制を充実強化している。

また、敬老の日を含む9月を悪質商法による「高齢者被害防止キャンペーン月間」とし、ポスター、リーフレット等の啓発資料の作成・配布などの意識啓発も行っている。



悪質事業者に対する取締りの強化

都は、平成18年12月、第19次消費生活対策審議会の答申を踏まえ、東京都消費者条例(平成19年7月1日施行)を改正し、全国で初めて、国の法制の隙間を掻い潜る悪質業者に対して都独自に禁止命令を出したり、罰則を科すなど、悪質業者に対する取締りを一層強化した。

地域を核とした消費者被害防止のための仕組みづくり

都は、平成19年3月、第19次答申を踏まえ、高齢者を見守る地域のネットワークを核とした消費者被害防止のためのしくみづくりに活用できるよう、「地域におけるしくみづくりのガイドライン」を作成した。今後、ガイドラインの周知、普及を図り、概ね3年程度を目途に全区市町村において、地域の実情に応じた被害防止のしくみづくりが行われることにより都全域にわたるセーフティネットの構築をめざしている。

国への提案要求等

都は、平成19年7月、「割賦販売法」の改正について国に対し提案要求を行うとともに、都議会においても、平成19年第三回定例会において、「割賦販売法の改正に関する意見書」を採択した。これらにより、平成20年3月、国が、関係法律の一部改正案を国会に提出することにつながった。

3 悪質商法の根絶に向けて

高齢者等への個品割賦を利用した販売訪問等による被害が深刻化する中で、国は関係法律の一部改正案を国会に提出した。都は、消費者被害の未然・拡大防止を図るため、国や区市町村等の関係機関と連携して、相談体制・各種啓発事業の充実、悪質事業者への取締りの強化、地域におけるセーフティネットの構築などに取り組んでいくことが必要である。