

# いわゆる「つけ込み型」勧誘に関する相談事例の仮分析

○ 2018年11月から、PIO-NETの指定文字列として「つけ込み」(下記の定義参照)を追加。1カ月程度の試行後、本格運用。

- ( ① 契約当事者が若年である(18歳~30歳。ただし、事業者と同程度の知識・経験を有すると思われる場合は対象外)  
 ② 契約当事者の認知能力の低下等  
 … ①又は②により、消費者の判断力が不足していることを事業者が知りながら、その状態を利用して契約させる場合 )

○ 2019年5月13日までに登録があった事例505件を消費者庁において精査し、いわゆる「つけ込み型」不当勧誘に該当する疑いがある373件について分類しつつ、仮分析を行った。

表：主体別の相談事例の分類（%は、主体（最左欄）ごとの相談件数に対する割合）

主体	消費者の事情	事業者の行為態様			契約の内容		(参考) 情報商材関係
	判断力低下	浅慮	幻惑	困惑	過量	不要物 (過量以外)	
高齢者 (n=133)	60%程度	10%以下	5%以下	10%以下	10%程度	40%程度	1%以下
障がい者 (n=34)	70%程度	5%程度	10%以下	15%程度	5%以下	25%程度	5%程度
若者 (n=206)	0%	40%程度	40%程度	20%程度	1%以下	5%以下	35%程度

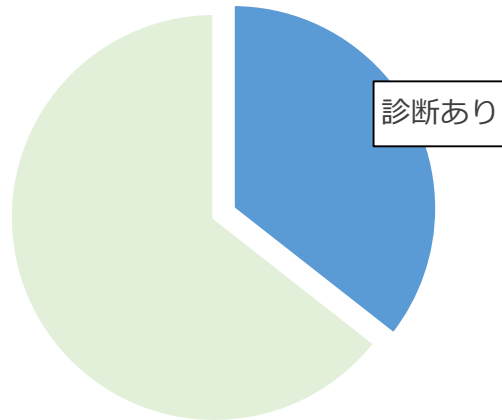
- ◆ 高齢者、障がい者に係る事例は、事業者の行為態様の問題としてとらえられるものの割合が低い。一方、契約内容の問題としてとらえられるものは比較的多数存在。  
→ ただし、過量の問題としてとらえられるケースは必ずしも多くない。
- ◆ 若者に係る事例は事業者の行為態様の問題としてとらえられるものの割合が比較的高い。

※なお、上記はPIO-NETのデータをもとに消費者庁において各項目に該当すると疑われるものについて分類・整理したものであり、個別の事例について記載内容を超えて内容確認を行ったものではない。

# 各項目の内訳について①

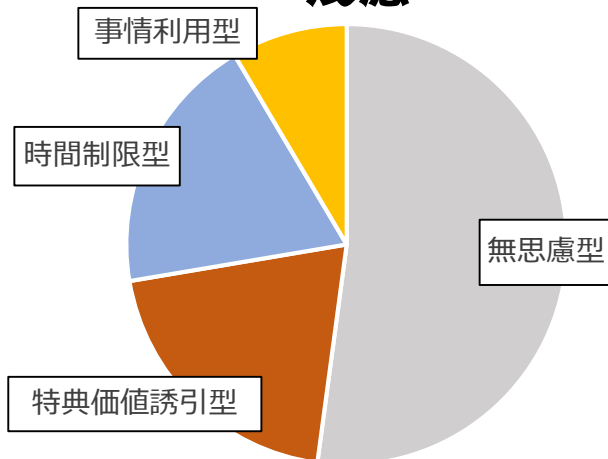
○ 分類した各項目について、「資料2」の分析枠組みに留意しつつ、以下のとおり更なる分類を実施

## 判断力低下



- ◆ 相談概要において、医者による認知症等の診断がある旨明示されているもの、又は後見申立て予定など診断に準じた事情が明示されているもの（「**診断あり**」）は、約35%
- ◆ 残りの約65%は、診断等についての明示はないものの、「判断力が怪しくなってきた」等、契約者の判断能力の低下について何らかの言及があるもの

## 浅慮

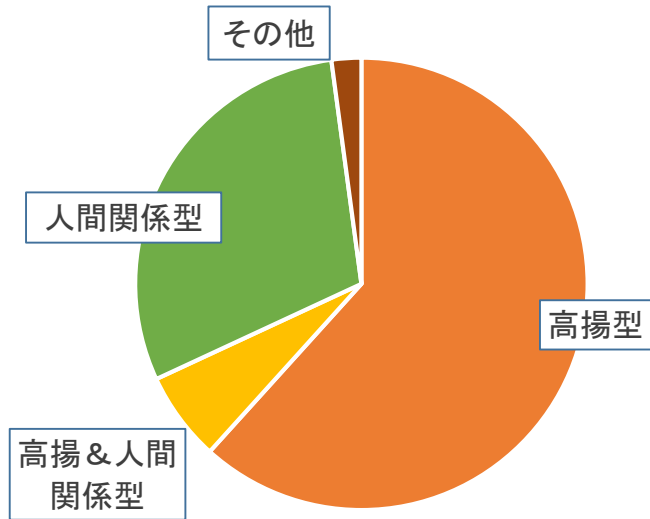


※各項目に重複なし

- ◆ 「価格・商品内容を確認せずに契約した」等、消費者が契約内容について十分に検討せずに契約してしまったと疑われる事例（「**無思慮**」型）が約半数
- ◆ 残りの半数は、事業者の行為によって消費者が浅慮に陥ったことが疑われる事例。これらは、概ね以下のように分類しうる。
  - 「**特典価値誘引**」型（約20%）：「無料お試し」等の文句によって誘引され、本契約についてよく吟味しないまま契約してしまうもの
  - 「**時間制限**」型（約20%）：「今だけ」等の文句により検討時間を制限し、契約をせかすもの
  - 「**事情利用**」型（約10%）：疾病（認知症を除く）、身内の不幸、過去の消費者被害等、当該消費者固有の事情に乗じて契約を締結させるもの

## 各項目の内訳について②

### 幻惑



◆以下の2つのパターンが大半を占める。

#### 「高揚」型(約60%):

成功例を見せるなどして「儲かるかも」という期待を抱かせて高揚させ、契約をさせるもの

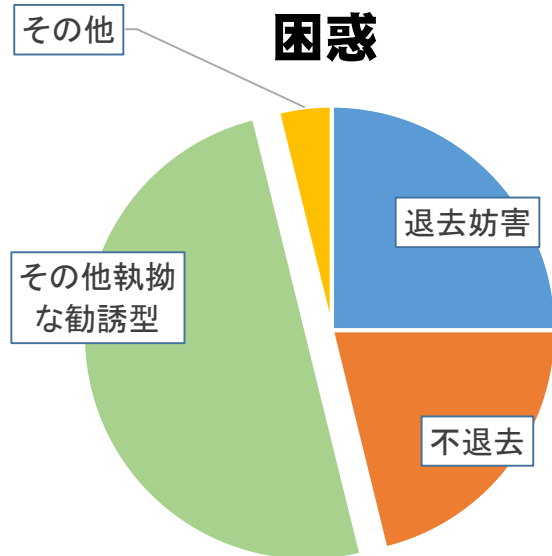
→ このうち約40%が情報商材に係る事案。

#### 「人間関係」型(約30%):

デート商法など、親密な人間関係を利用して勧誘の場を誘引し、契約させるもの(※困惑には該当しないもの)

※ なお、同一の事例内において、上記の双方の要素に該当すると疑われるものもあった(「高揚&人間関係」型)

### 困惑



◆現行法の「不退去」・「退去妨害」(4条3項1号、2号)と疑われるものは約45%を占める。

◆約半数は、消費者が勧誘を「断り切れずに」契約してしまった事例であるが、上記2類型に該当すること等の不当性が明確に判断できないもの(「その他執拗な勧誘」型)

(注)事業者の勧誘が長時間に及んだというものや、複数人で勧誘されたというものを含む。