

## 7 主な商法別相談件数

### (1) アポイントメントセールス

「アポイントメントセールス」とは、販売意図を明らかにしないで、または他の人に比べて著しく有利な条件で契約できるといって、電話等で事務所等に呼び出し契約をせまる販売手口であり、訪問販売の一形態である。

アポイントメントセールスとしての相談件数は813件であり、前年度に比べ20.9%減少している。平成16年11月11日付で施行された特定商取引法改正により、販売目的を告げずに勧誘することが明確に禁止されたことが相談件数の減少に影響しているものと思われ、ここ数年減少を続けている。

商品・役務別に見ると、「複合サービス会員」、「アクセサリ」が相変わらず上位に挙がっているものの、相談件数はそれぞれ減少している。(表-37)

表-37 アポイントメントセールス商品・役務別相談件数

単位：件

商品・役務名	19年度	18年度	商品・役務名	19年度	18年度
1 役務一般	223	283	10 和服	12	7
複合サービス会員	216	265	11 内職・副業	11	14
その他	7	18	12 理美容器具・用品	8	7
2 アクセサリ	205	247	美顔器	7	4
3 学習教材	48	51	その他	1	3
教養娯楽教材	20	26	12 食器・台所用品	8	5
資格取得用教材	11	10	浄水器	8	5
その他	17	15	その他	0	0
4 教室・講座	45	78	12 化粧品	8	20
外国語・会話教室	15	21	12 集合住宅	8	5
精神修養講座	13	19	その他	91	120
その他	17	38	計	813	1,028
5 商品一般	37	32	(0.6%)	(0.8%)	
6 文具・事務用品	32	40	全相談件数	142,760	136,692
コンピュータソフト	16	18	(100.0%)	(100.0%)	
印鑑	8	7			
小型コンピューター	7	10			
その他	1	5			
7 役務その他	29	46			
折とうサービス	4	4			
その他	25	42			
8 他の教養娯楽品	28	51			
絵画・書画	21	47			
その他	7	4			
9 理美容	20	22			
エステティックサービス	18	17			
その他	2	5			

契約当事者の属性をみると、性別では男性が58.2%を占めている。相談件数は減少しているが、構成比では前年度(55.4%)から2.8ポイントの増加となった。年代別では「20歳代」が52.4%と最も多く、次いで「30歳代」が26.7%となっている。前年度と比較すると「20歳代」の相談件数は大きく減少(136件減)しており、「40歳代」の相談件数が増加(21件増)している。

職業別では、「給与生活者」(73.2%)が最も多い。前年度に引き続き「学生」の占める割合が減少し、「家事従事者」、「無職」とともにそれぞれ約1割を占める結果となっている。支払方法別では「個品割賦」が42.3%と4割を占めるのが特徴である。

平均契約金額は「119万7千円」と高額で、平均既払金額は「32万3千円」となっており、いずれも前年度と比べて高額になっている。

相談内容では、過去に悪質商法の被害にあった消費者を再度勧誘する販売手口である「二次被害」、「虚偽説明」、「販売目的隠匿」、「強引」、「長時間勧誘」、「次々販売」など、販売方法が悪質な相談が多く寄せられている。(表-38)

表-38 アポイントメントセールス相談内容別件数

単位：件

項	目	19年度	18年度	
相	談 件 数	813	1,028	
性	男 性	467	560	
	女 性	336	451	
	団 体	-	5	
	不 明	10	12	
年	19 歳 以 下	13	7	
	20 歳 代	412	548	
	30 歳 代	210	265	
	40 歳 代	79	58	
	50 歳 代	26	32	
	60 歳 代	20	23	
	70 歳 以 上	26	44	
	不 明	27	51	
職	給 与 生 活 者	567	710	
	自 営 ・ 自 由 業	22	27	
	家 事 従 事 者	57	80	
	学 生	62	90	
	無 職	67	75	
	そ の 他 ・ 不 明	38	46	
支	信	現 金 払	175	214
		他 の 前 払 式	2	-
		不 明	95	100
		小 計	272	314
	用	自 社 割 賦	11	16
		信 用 供 与 有	14	6
		個 品 割 賦	344	491
		そ の 他	9	11
		不 明	11	20
		小 計	389	544
	他	借 金 契 約	22	20
		不 明 ・ 無 関 係	130	150
	平均契約金額(千円)		1,197	972
	平均既払金額(千円)		323	268

項	目	19年度	18年度
主	解 約	318	436
	二 次 被 害	293	370
	虚 偽 説 明	235	343
	高 価 格 ・ 料 金	203	273
	ク ー リ ン グ オ フ	184	236
	販 売 目 的 隠 匿	149	240
	強 引	149	182
	電 話 勧 誘	143	154
	長 時 間 勧 誘	91	145
	次 々 販 売	73	78

アポイントメントセールスの上位5品目について過去5年間の推移をみたのが、「表-39」と「図-11」である。過去5年間でみると、「複合サービス会員」と「アクセサリー」が上位を占め、3位以下を大きく離しているが、いずれも相談件数は15年度に比べて大きく減少している。

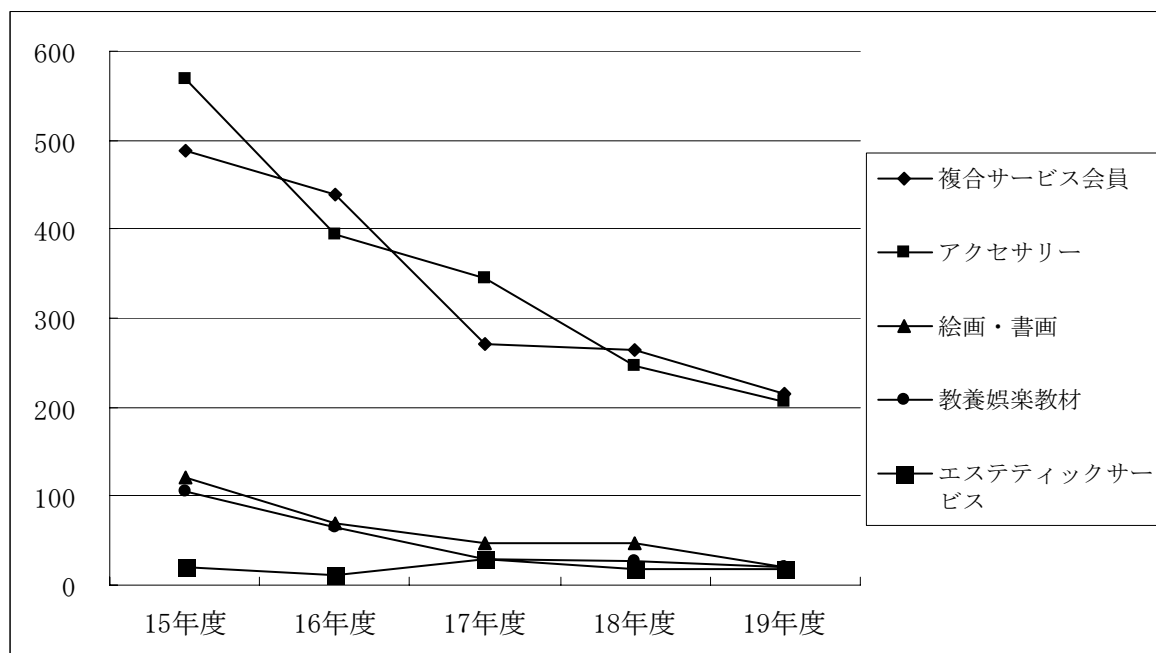
表-39 アポイントメントセールス上位5品目相談件数の推移

単位：件

商品・役務名	15年度	16年度	17年度	18年度	19年度
複合サービス会員	488	438 (89.8%)	272 (62.1%)	265 (97.4%)	216 (81.5%)
アクセサリー	568	394 (69.4%)	344 (87.3%)	247 (71.8%)	205 (83.0%)
絵画・書画	121	70 (57.9%)	46 (65.7%)	47 (102.2%)	21 (44.7%)
教養娯楽教材	106	64 (60.4%)	30 (46.9%)	26 (86.7%)	20 (76.9%)
エステティックサービス	20	11 (55.0%)	30 (272.7%)	17 (56.7%)	18 (105.9%)
その他	855	678 (79.3%)	479 (70.6%)	426 (88.9%)	333 (78.2%)
計	2,158	1,655 (76.7%)	1,201 (72.6%)	1,028 (85.6%)	813 (79.1%)

図-11 アポイントメントセールス上位5品目相談件数の推移

単位：件



## (2) キャッチセールス

「キャッチセールス」とは、繁華街等で通行人を呼び止め、路上から近くの営業所等に連れていき契約をせまる販売手口であり、訪問販売の一形態である。

キャッチセールスの相談件数は、1,273件あり、前年度（1,651件）に比べ22.9%（378件）の減少が見られる。

商品・役務別に見ると、第1位は「化粧品」であり、全体の約2割（20.4%）を占めているが、前年度に引き続き、相談件数は大きく減少(123件減)している。第2位は「理美容」であり、このほとんどが「エステティックサービス」である。第3位は「教室・講座」であり、そのうち「外国語・会話教室」と「タレント・モデル養成教室」でわずかながら増加が見られた。「外国語・会話教室」では「就職活動中に会社説明会の会場近くで、就職に必要な能力は何だと思うか」というアンケートに答えた後に、営業所で長時間勧誘されて英会話教室の契約をしたが、高額なので解約したい」といった「アンケート商法」に関連した相談が多く見られる。その他、増加がみられたのは、「有線放送」（11件増）、「祈とうサービス」（11件増）であった。一方、大きく減少したのは、前年度第2位であった「アクセサリ」である。前年度(177件)から140件減少して第8位の順位となった。（表-40）

表-40 キャッチセールス商品・役務別相談件数

単位：件

商品・役務名	19年度	18年度	商品・役務名	19年度	18年度
1 化粧品	260	383	10 内職・副業	21	13
2 理美容	213	236	11 洋装下着	20	16
エステティックサービス	207	234	12 役務一般	18	23
美顔エステ	66	90	複合サービス会員	16	21
痩身エステ	64	62	その他	2	2
脱毛エステ	18	16	13 文具・事務用品	17	31
その他	6	2	印鑑	15	26
3 教室・講座	165	170	その他	2	5
外国語・会話教室	67	52	13 他の教養・娯楽	17	24
精神修養講座	50	62	撮影サービス	10	22
タレント・モデル養成教室	40	36	その他	7	2
その他	8	20	15 医療	14	15
4 理美容器具・用品	155	168	15 医療用具	14	15
美顔器	135	145	家庭用電気治療器具	9	7
その他	20	23	磁気治療器具	5	6
5 他の教養娯楽品	118	120	その他	0	2
絵画・書画	79	91	その他	63	97
その他	39	29	計	1,273 (0.9%)	1,651 (1.2%)
6 役務その他	59	69	全相談件数	142,760 (100.0%)	136,692 (100.0%)
祈とうサービス	43	32			
仕事紹介登録	14	31			
その他	2	6			
7 健康食品	54	85			
8 アクセサリ	37	177			
9 他の運輸・通信	28	9			
有線放送	15	4			
その他	13	5			

契約当事者の属性をみると、性別では「女性」が圧倒的（83.1%）に多い。年代別では「20歳代」が、72.2%、次いで「19歳以下」が8.2%を占めており、29歳以下の若者で8割を超えている。職業別では、給与生活者（53.6%）と学生（30.5%）と合わせて8割を占めるが、前年度と比べると50歳以上の各年代でわずかながら増加が見られる。

支払方法は「個品割賦」を利用するものが、53.9%と5割以上を占めている。平均契約金額は、「52万8千円」である。前年度に比べ9万円低くなっている。29歳以下の若者の契約が大半であると考え、非常に高額であるといえる。またクレジットを利用させ、「月に数千円なら支払える」という勧誘トークで高額な契約をさせるケースも多く見られる。

主な相談内容は、「解約」、「高価格・料金」「クーリング・オフ」が多い。また、「販売目的隠匿」、「無料商法」や「アンケート商法」等が多いことから、「アンケートをお願いします」、「今なら無料体験実施中」などと言って消費者に接近し、収入が少ない若者に対して高額な契約を結ばせているケースが多いことがわかる。（表-41）

表-41 キャッチセールス相談内容別相談件数

単位：件

項目	19年度	18年度		
相談件数	1,273	1,651		
性別	男性	214	253	
	女性	1,052	1,383	
	団体	-	1	
	不明	7	14	
年代別	19歳以下	101	169	
	20歳代	889	1,201	
	30歳代	98	98	
	40歳代	34	40	
	50歳代	36	30	
	60歳代	25	17	
	70歳以上	49	44	
	不明	41	52	
職業別	給与生活者	650	792	
	自営・自由業	20	35	
	家事従事者	90	77	
	学生	370	570	
	無職	83	99	
	その他・不明	60	78	
支払方法別	現金払	232	256	
	他の前払式	8	2	
	不明	140	178	
	無小計	380	436	
	信用供与有	自社割賦	21	27
		総合割賦	43	31
		個品割賦	686	965
		その他	27	25
		不明	30	41
		小計	807	1,089
	その他	借金契約	17	44
		不明・無関係	69	82
	平均契約金額(千円)	528	618	
	平均既払金額(千円)	177	103	

項目	19年度	18年度
解約	592	774
高価格・料金	477	646
クーリング・オフ	398	578
販売目的隠匿	319	441
強引	237	284
無料商法	167	211
長時間勧誘	159	236
アンケート商法	159	193
返金	145	121
虚偽説明	134	208

キャッチセールスの上位5品目の過去5年間の推移を見ると、14年度以降は、「外国語・会話教室」を除いて、全ての品目で相談件数の減少が見られる。「化粧品」は相変わらずトップを占めているものの18年度以降、相談件数は大きく減少しており、他の商品・役務との件数の差は縮まってきている。(表-42、図-12)

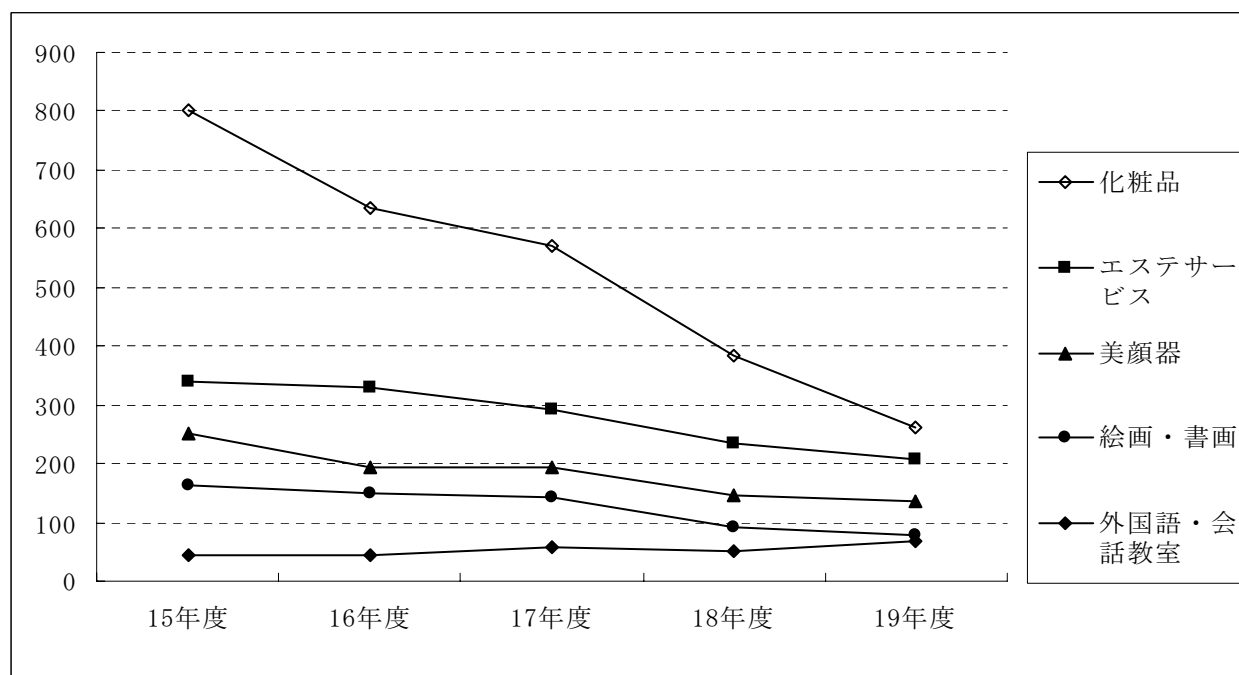
表-42 キャッチセールス上位5品目相談件数の推移

単位：件

商品・役務名	15年度	16年度	17年度	18年度	19年度
化粧品	802	636 (79.3%)	569 (89.5%)	383 (67.3%)	260 (67.9%)
エステサービス	340	328 (96.5%)	293 (89.3%)	234 (79.9%)	207 (88.5%)
美顔器	251	194 (77.3%)	193 (99.5%)	145 (75.1%)	135 (93.1%)
絵画・書画	163	150 (92.0%)	144 (96.0%)	91 (63.2%)	79 (86.8%)
外国語・会話教室	44	43 (97.7%)	58 (134.9%)	52 (89.7%)	67 (128.8%)
その他	855	722 (84.4%)	750 (103.9%)	746 (99.5%)	525 (70.4%)
計	2,455	2,073 (84.4%)	2,007 (96.8%)	1,651 (82.3%)	1,273 (77.1%)

(括弧内数字は、対前年度比)

図-12 キャッチセールス上位5品目相談件数の推移



### (3) 催眠（SF）商法

「催眠（SF）商法」とは、閉め切った会場等に人を集め、日用品等をただ同然で配って雰囲気盛り上げた後、最終的に高額な商品売りつける商法であり、「新製品普及会」というところが始めたことから、その頭文字をとって『SF商法』とも呼ばれる。

相談件数は418件と、前年度(718件)から41.8% (300件) 減と大きく減少した。

商品別にみると、第1位は「健康食品」(155件)で、催眠商法全体の約4割を占めており、前年度第3位から順位を上げている。相談件数は前年度に比べて34件の増加であった。第2位は家庭用電気治療器具等の「医療用具」(87件)で、催眠商法全体の2割を占めるものの、前年度から198件の減少であった。第3位は「家具・寝具(主にふとん類)」(56件)で13.4%を占めている。上位3品目は昨年度と変わらず、全体の7割を占めており、いずれも健康不安をあり、高額な商品を購入させている事例が目立つ。(表-43)

契約当事者の属性を見ると、性別では「女性」が8割、年代別では、60歳以上の高齢者が9割、職業別では、「家事従事者」と「無職」で8割を占めている。SF商法では女性の高齢者の被害が多いことがわかるが、いずれも相談件数は大きく減少している。

支払方法では、「現金払」が46.4%、「個品割賦」が7.9%を占めている。「個品割賦」の割合は、前年度(20.1%)から12.2ポイント減少している。

平均契約金額は、「71万4千円」であり、前年度に比べ「30万2千円」高くなっている。

主な相談内容としては、「高価格・料金」、「解約」、「クーリング・オフ」、「強引」などが上位に挙がっており、「強引に契約させられたが、高額であり解約したい」といった相談が多い。また「効能・効果」、「薬効うたう」のキーワードが上位に挙がっており、何らかの健康不安を持っている消費者に対して、商品の効能・効果や、薬効をうたって商品を販売していることが伺える。「販売目的隠匿」、「次々販売」のキーワードも見られ、販売方法に問題がある相談が多い。(表-44)

表-43 催眠（SF）商法 商品・役務別相談件数

単位：件

商品・役務名	19年度	18年度
1 健康食品	155	121
2 医療用具	87	285
家庭用電気治療器具	46	166
磁気治療器具	36	109
その他	5	10
3 家具・寝具	56	141
ふとん類	55	141
その他	1	0
4 商品一般	53	82
5 食料品一般	12	12
6 他の保健衛生品	9	19
放射性岩石	5	14
その他	4	5
6 食器・台所用品	9	10
浄水器	8	8
その他	1	2
その他	37	48
計	418 (0.3%)	718 (0.5%)
全相談件数	142,760 (100.0)	136,692 (100.0)

表-44 催眠（SF）商法 相談内容別相談件数

単位：件

項目	19年度	18年度		
相談件数	418	718		
性別	男性	87	122	
	女性	297	554	
	団体	8	6	
	不明	26	36	
年代別	19歳以下	0	0	
	20歳代	6	4	
	30歳代	9	12	
	40歳代	12	14	
	50歳代	18	47	
	60歳代	82	132	
	70歳以上	232	431	
	不明	59	78	
職業別	給与生活者	35	58	
	自営・自由業	19	22	
	家事従事者	126	234	
	学生	2	1	
	無職	178	327	
	その他・不明	58	76	
支払方法別	信用供与無小計	現金払	194	266
		他の前払式	-	1
		不明	64	118
		小計	258	385
	信用供与有	自社割賦	12	13
		総合割賦	0	2
		個品割賦	33	144
		その他	4	14
		不明	1	8
	小計	50	181	
	その他	借金契約	-	2
		不明・無関係	110	150
	平均契約金額(千円)		714	412
	平均既払金額(千円)		284	153
主な相談内容	高価格・料金	150	282	
	解約	103	151	
	クリーニングオフ	85	305	
	効能・効果	70	87	
	信用性	68	67	
	販売目的隠匿	58	167	
	次々販売	42	39	
	返金	36	54	
	薬効うたう強引	34	29	
	33	83		



#### (4) 利殖商法

利殖商法とは、株取引のように損をする可能性がある取引で「絶対に儲かる」、「損はさせない」、「3年後には5倍になる」などと断定的な勧誘をしたり、通常では考えられないほどの大きな利益を強調するなど、利殖になることを強調して投資や出資を勧誘する販売方法である。

相談件数は前年度に比べて3.2%(53件)の増加であった。商品別にみると、第1位は、「預貯金・証券等」であり、前年度に比べてわずかながら相談件数が減少した。そのうち、「株」の相談件数(454件)は、前年度から23.1%(136件)減と大きく減少しており、代わって匿名組合等への出資や投資など「他の預貯金・証券等」に分類される相談(326件)が30.9%(77件)増加した。第2位の「商品相場」では、前年度から引き続き、ロコ・ロンドン金取引等の「金相場」に関する相談が増加し、「金相場」に関する相談(220件)は、前年度と比べて、33.3%(55件)増となった。第3位は「集合住宅」であり、前年度同様、電話による「新築分譲マンション」の執拗な勧誘に関する相談が多く寄せられているものの、相談件数はわずかながら減少している。

増加が目立ったのは、「内職・副業」に関する相談(126件)で、前年度に比べて、2.3倍(70件増)であった。和牛預託を募集していた事業者が倒産したことにより、「配当がされない」、「出資金は返金されるのか」といった相談が急増し、「預託内職」に関する相談が前年度の3.1倍に増加した。(表-45)

契約当事者の属性を見ると、性別では「女性」の相談が大きく増加し、「男性」が42.7%、「女性」が57.3%となり、「男性」「女性」の順位が逆転した。年代別では「60歳以上」の高齢者が60.9%、職業別では「無職」が36.9%、「給与生活者」が27.2%、「家事従事者」が24.7%を占めている。前年度と比較して、「70歳以上」の割合が3.4ポイント増加し、相談件数も75件増加している。60歳以上でみると100件の増加であった。

支払方法別では、「現金払」が69.2%と最も多い。

平均契約金額は「699万8千円」、平均既払金額は「589万3千円」と非常に高額であり、さらにいずれも前年度より高額になっている。

主な相談内容としては、「虚偽説明」、「詐欺」、「強引」などが上位に挙がっており、悪質な勧誘が行われている様子が見える。また、「約束不履行」のキーワードが前年度に比べて132件増加している。(表-46)

表-45 利殖商法商品・役務別相談件数

単位：件

商品・役務名	19年度	18年度
1 預貯金・証券等	834	879
株	454	590
他の預貯金・証券等	326	249
その他	54	40
2 商品相場	455	450
金相場	220	165
石油相場	70	118
為替相場	58	42
その他	107	125
3 集合住宅	128	144
新築分譲マンション	111	124
その他	17	20
4 内職・副業	126	56
預託内職	92	30
その他	34	26
5 健康食品	16	6
6 他の金融関連サービス	15	10
その他	131	107
計	1,705 (1.2%)	1,652 (1.2%)
全相談件数	142,760 (100.0)	136,692 (100.0)

表-46 利殖商法相談内容別件数

単位：件

項目	19年度	18年度		
相談件数	1,705	1,652		
性別	男性	719	874	
	女性	964	752	
	団体	4	3	
	不明	18	23	
年代別	19歳以下	4	-	
	20歳代	95	92	
	30歳代	125	138	
	40歳代	181	204	
	50歳代	225	236	
	60歳代	391	366	
	70歳以上	593	518	
	不明	91	98	
職業別	給与生活者	430	507	
	自営・自由業	144	147	
	家事従事者	390	317	
	学生	34	27	
	無職	583	517	
	その他・不明	124	137	
支払方法別	信用供与無	現金払	1,180	1,159
		他の前払式	4	1
		不明	283	230
	小計	1,467	1,390	
	信用供与有	自社割賦	1	1
		総合割賦	2	-
		個品割賦	13	6
		その他	31	16
		不明	6	3
	小計	53	26	
	その他	借金契約	31	17
		不明・無関係	154	219
	平均契約金額(千円)		6,998	6,818
	平均既払金額(千円)		5,893	5,675
主な相談内容	返金	639	533	
	電話勧誘	629	712	
	解約	628	603	
	儲からない	340	309	
	虚偽説明	323	391	
	家庭訪販	322	256	
	約束不履行	297	165	
	信用性	270	293	
	詐欺	259	248	
	強引	222	280	

## (5) 次々販売に関する相談

「次々販売」とは、一事業者又は複数の事業者が一人の消費者をターゲットに次から次へと契約をさせるような販売手口である。

19年度の相談件数は1,558件あり、前年度と比べると271件、14.8%の減少である。

商品・役務別の第1位は「理美容」であり、前年度に比べて21.7%(35件)の増加であった。「理美容」の相談のうち、「エステティックサービス」が98.5%を占めており、契約当事者の7割が「20歳代」である。第2位は「家具・寝具」であり、前年度に比べて24.0%(60件)の減少であった。「家具・寝具」の相談のうち95.8%が「ふとん類」であり、契約当事者の8割が60歳以上の高齢者である。第3位は「アクセサリー」と「工事・建築・加工」であった。また、第6位の「食器・台所用品」は前年度の1.4倍に増加しており、前年度第9位から順位をあげている。(表-47)

契約当事者の属性を見ると、性別では「女性」が73.2%、年代別では60歳以上の高齢者が54.2%、「20歳代」が21.1%、職業別では「無職」が39.2%、「給与生活者」が31.8%を占めている。

支払方法別に見ると「個品割賦」が37.9%と最も多くなっているが、前年度(48.1%)より10.2ポイント減少している。

平均契約金額は「255万7千円」、平均既払金額は「174万7千円」と非常に高額であり、いずれも前年度より高額となっている。

主な相談内容としては、「解約」、「高価格・料金」、「家庭訪販」が上位に挙がっている。また、「強引」「虚偽説明」、「判断不十分者契約」など販売方法が非常に悪質であることがうかがえる。また「二次被害」、「過量販売」に関する相談では件数が増加している。(表-48)

表-47 次々販売 商品・役務別相談件数

単位：件

商品・役務名	19年度	18年度
1 理 美 容	196	161
エステティックサービス	193	148
そ の 他	3	13
2 家 具 ・ 寝 具	190	250
ふ と ん 類	182	237
そ の 他	8	13
3 ア ク セ サ リ ー	99	144
3 工 事 ・ 建 築 ・ 加 工	99	109
増 改 築 工 事	19	23
屋 根 工 事	15	26
そ の 他	65	60
5 教 室 ・ 講 座	82	65
資 格 講 座	30	33
そ の 他	52	32
6 食 器 ・ 台 所 用 品	75	54
浄 水 器	72	52
そ の 他	3	2
7 学 習 教 材	64	62
教 養 娯 楽 教 材	22	14
そ の 他	42	48
8 和 服	60	114
9 他 の 教 養 娯 楽 品	51	39
絵 画 ・ 書 画	33	30
そ の 他	18	9
10 健 康 食 品	49	53
そ の 他	593	778
計	1,558 (1.1%)	1,829 (1.3%)
全 相 談 件 数	142,760 (100.0)	136,692 (100.0)

表-48 次々販売 相談内容別件数

単位：件

項 目	19年度	18年度		
相 談 件 数	1,558	1,829		
性 別	男 性	406	478	
	女 性	1,110	1,310	
	団 体	26	15	
	不 明	16	26	
年 代 別	19 歳 以 下	9	13	
	20 歳 代	312	327	
	30 歳 代	147	176	
	40 歳 代	109	114	
	50 歳 代	102	105	
	60 歳 代	156	230	
	70 歳 以 上	646	770	
	不 明	77	94	
職 業 別	給 与 生 活 者	471	539	
	自 営 ・ 自 由 業	61	115	
	家 事 従 事 者	302	355	
	学 生	67	73	
	無 職	580	637	
	そ の 他 ・ 不 明	77	110	
支 払 方 法 別	信 用 供 与 無	現 金 払	491	446
		他 の 前 払 式	9	5
		不 明	241	226
		小 計	741	677
	信 用 供 与 有	自 社 割 賦	29	22
		総 合 割 賦	21	22
		個 品 割 賦	591	879
		そ の 他	39	57
		不 明	29	36
		小 計	709	1,016
	そ の 他	借 金 契 約	9	20
		不 明 ・ 無 関 係	99	116
	平均契約金額(千円)		2,557	2,046
	平均既払金額(千円)		1,747	1,251
主 な 相 談 内 容	解 約	744	893	
	高 価 格 ・ 料 金	575	711	
	家 庭 訪 販	566	675	
	強 引	290	359	
	虚 偽 説 明	249	297	
	判 断 不 十 分 者 契 約	220	258	
	電 話 勧 誘	209	213	
	返 金	201	124	
	二 次 被 害	183	160	
	過 量 販 売	182	138	

## (6) 業務提供誘引販売取引

業務提供誘引販売取引とは、仕事を紹介すると勧誘し、高額な商品や役務の契約をさせる販売取引であり、特定商取引法第51条に規定されている。

19年度の業務提供誘引販売取引の相談件数は387件であり、前年度と比べて199件、34.0%の減少となっている。

商品・役務別に見ると、第1位は「内職・副業」であるが、前年度に比べて相談件数は大きく減少している。このうち「ワープロ・パソコン内職」が約5割を占めている。第2位は「教室・講座」であり、このうち「タレント・モデル養成講座」で約7割を占める。「タレント・モデル養成講座」は前年度より11件の増加であった。第3位は「学習教材」であり、前年度と比べてわずかながら減少（15件減）している。

(表-49)

契約当事者の属性をみると、性別では「女性」が76.8%、年代別では「20歳～40歳代」で79.7%を占める。前年度と比べると、各年代で相談件数の減少がみられるが、特に「20歳代」は大きく減少し、「20歳代」の占める割合も、前年度(43.6%)から6.7ポイント減少し、36.9%となった。職業別では、「給与生活者」が44.5%、「家事従事者」が29.8%の順となっている。

支払方法別は、「現金払い」(38.0%)、「個品割賦」(21.4%)となっている。前年度と比べると「個品割賦」の件数は大きく減少している。平均契約金額は、「52万円」であった。

主な相談内容としては、「サイドビジネス商法」が最も多い。また「インターネット」や「電子広告」のキーワードが上位に入っており、インターネットに関連した相談が多く寄せられている。(表-50)

表-49 業務提供誘引販売取引商品・役務別相談件数

単位：件

商品・役務名	19年度	18年度
1 内職・副業	173	247
ワープロ・パソコン内職	82	142
配達内職	9	14
販売業内職	3	11
あて名書き内職	12	11
チラシ配り内職	12	10
その他	55	59
2 教室・講座	114	112
タレント・モデル養成教室	76	65
パソコン・ワープロ教室	13	18
その他	25	29
3 学習教材	24	39
資格取得用教材	12	24
教養娯楽教材	7	11
その他	5	4
4 文具・事務用品	14	26
コンピュータソフト	13	12
その他	1	14
4 他の教養・娯楽	13	11
撮影サービス	10	11
その他	3	0
3 役務その他	12	22
仕事紹介登録	9	21
その他	3	1
その他	37	129
計	387 (0.3%)	586 (0.4%)
全相談件数	142,760 (100.0)	136,692 (100.0)

表-50 業務提供誘引販売取引相談内容別件数

単位：件

項目	19年度	18年度
相談件数	387	586
性別		
男性	89	143
女性	294	437
団体	-	-
不明	4	6
年代別		
19歳以下	11	17
20歳代	136	243
30歳代	102	132
40歳代	56	81
50歳代	39	53
60歳代	21	26
70歳以上	4	5
不明	18	29
職業別		
給与生活者	161	239
自営・自由業	22	37
家事従事者	108	143
学生	25	65
無職	46	67
その他・不明	25	35
支払方法別		
信用供与無		
現金払	147	170
他の前払式	4	2
不明	55	81
小計	206	253
信用供与有		
自社割賦	5	10
総合割賦	15	16
個品割賦	83	191
その他	10	6
不明	7	13
小計	120	236
その他		
借金契約	14	25
不明・無関係	47	72
平均契約金額(千円)	520	642
平均既払金額(千円)	226	149
主な相談内容		
サイドビジネス商法	220	367
解約	145	231
信用性	111	147
インターネット	110	114
高価格・料金	99	174
電子広告	84	85
電話勧誘	81	131
返金	74	82
内職・商品セット契約	66	171
虚偽説明	65	118