

5 販売購入形態別相談件数

(1) 販売購入形態別相談件数

平成27年度の相談件数を販売購入形態別で見ると、「店舗購入」は40,566件であり、全相談の31.8%を占めている。

一方、「特殊販売」は64,076件であり、前年度(63,141件)と比べて1.5%の増加となった。「特殊販売」の全体に占める割合は50.2%であり、前年度(48.9%)と比べ1.3ポイント上昇している。

特殊販売の内訳を見ると、平成27年度も引き続き「通信販売」(構成比34.9%)が最も多く、次いで「訪問販売」(8.1%)、「電話勧誘販売」(4.6%)となっている。(表-17)

表-17 販売購入形態別相談件数の推移

単位：件

販売購入形態	23年度	24年度	25年度	26年度	27年度
全相談件数	123,746 (100.0%)	118,208 (100.0%)	126,951 (100.0%)	129,040 (100.0%)	127,646 (100.0%)
店舗購入	44,270 (35.8%)	41,496 (35.1%)	42,554 (33.5%)	41,762 (32.4%)	40,566 (31.8%)
特殊販売(店舗外販売)	56,122 (45.4%)	53,646 (45.4%)	59,512 (46.9%)	63,141 (48.9%)	64,076 (50.2%)
訪問販売	10,990 (8.9%)	10,758 (9.1%)	10,583 (8.3%)	10,350 (8.0%)	10,349 (8.1%)
通信販売	36,199 (29.3%)	34,416 (29.1%)	38,135 (30.0%)	42,854 (33.2%)	44,495 (34.9%)
マルチ(まがい)商法	1,193 (1.0%)	1,211 (1.0%)	1,371 (1.1%)	1,531 (1.2%)	1,438 (1.1%)
電話勧誘販売	6,369 (5.1%)	5,898 (5.0%)	6,950 (5.5%)	6,307 (4.9%)	5,903 (4.6%)
ネガティブオプション	133 (0.1%)	187 (0.2%)	481 (0.4%)	161 (0.1%)	194 (0.2%)
訪問購入	-	-	858 (0.7%)	968 (0.8%)	856 (0.7%)
他の無店舗販売	1,238 (1.0%)	1,176 (1.0%)	1,134 (0.9%)	970 (0.8%)	841 (0.7%)
不明・無関係	23,354 (18.9%)	23,066 (19.5%)	24,885 (19.6%)	24,137 (18.7%)	23,004 (18.0%)

※平成24年度の「訪問販売」には、特定商取引法改正により新設された販売購入形態「訪問購入」(平成25年2月21日以降受付の相談に適用)を含む。

(2) 特殊販売の契約当事者年代別相談件数

平成27年度の特種販売の形態別に、契約当事者の年齢別構成比を示したものが「表-18」である。

新聞や工事契約などが多い「訪問販売」では、「70歳以上」の全体に占める割合が38.8%と最も多く、60歳以上の高齢者が全体の50.2%を占める。

インターネット通販などが多い「通信販売」では、「40歳代」が20.3%と最も多く、「30歳代」から「50歳代」までで全体の53.0%を占める。

健康食品や内職・副業の契約が多い「マルチ(まがい)商法」では、「20歳代」が40.6%と最も多い。

光ファイバーや役務その他サービスの契約が多い「電話勧誘販売」では、「70歳以上」が41.2%と最も多く、60歳以上の高齢者で全体の56.1%を占める。

健康食品や書籍などを一方的に送りつけて代金を請求する「ネガティブオプション」は、「70歳以上」が41.2%と最も多い。

消費者の自宅など営業所以外の場所において商品を買取る「訪問購入」は、「70歳以上」が48.8%と最も多く、60歳以上の高齢者で全体の7割近くを占める。

展示販売や店舗ではない場所での販売などの「他の無店舗販売」でも、「70歳以上」が23.3%と最も多い。

「特殊販売」全体の中で最も相談件数が多いのは「70歳以上」で、次に「40歳代」「50歳代」の順となっている。いずれの年代でも「通信販売」の相談件数が最も多く、次いで「訪問販売」となっている。なお、「70歳以上」の相談のうち「訪問販売」の割合は他の年代に比べて多く、「70歳以上」の特種販売の相談全体のうち3割以上を占めている。

表-18 特殊販売の形態別契約当事者年代別相談件数(平成27年度)

単位：件

販売購入形態	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	その他不明	27年度 計
訪問販売	151 (1.5%)	1,016 (9.8%)	746 (7.2%)	908 (8.8%)	862 (8.3%)	1,175 (11.4%)	4,019 (38.8%)	1,472 (14.2%)	10,349 (100.0%)
通信販売	1,925 (4.3%)	4,649 (10.4%)	7,358 (16.5%)	9,045 (20.3%)	7,212 (16.2%)	5,956 (13.4%)	4,685 (10.5%)	3,665 (8.2%)	44,495 (100.0%)
マルチ(まがい)商法	36 (2.5%)	584 (40.6%)	186 (12.9%)	136 (9.5%)	138 (9.6%)	110 (7.6%)	120 (8.3%)	128 (8.9%)	1,438 (100.0%)
電話勧誘販売	12 (0.2%)	216 (3.7%)	395 (6.7%)	610 (10.3%)	554 (9.4%)	879 (14.9%)	2,434 (41.2%)	803 (13.6%)	5,903 (100.0%)
ネガティブオプション	1 (0.5%)	11 (5.7%)	18 (9.3%)	13 (6.7%)	19 (9.8%)	18 (9.3%)	80 (41.2%)	34 (17.5%)	194 (100.0%)
訪問購入	0 (0.0%)	8 (0.9%)	26 (3.0%)	55 (6.4%)	87 (10.2%)	172 (20.1%)	418 (48.8%)	90 (10.5%)	856 (100.0%)
他の無店舗販売	10 (1.2%)	86 (10.2%)	104 (12.4%)	122 (14.5%)	120 (14.3%)	117 (13.9%)	196 (23.3%)	86 (10.2%)	841 (100.0%)
特殊販売 計	2,135 (3.3%)	6,570 (10.3%)	8,833 (13.8%)	10,889 (17.0%)	8,992 (14.0%)	8,427 (13.2%)	11,952 (18.7%)	6,278 (9.8%)	64,076 (100.0%)

(3) 訪問販売

訪問販売に関する相談件数は10,349件であり、全相談件数の8.1%を占める。件数は前年度より1件減少している。

相談件数を商品・役務別に上位10位まで示したものが「表-19」である。

最も多い相談は「工事・建築・加工」(1,204件)であり、主な内訳は「屋根工事」や「塗装工事」等である。

第2位は「放送・コンテンツ等」(1,114件)である。公共放送の受信料に関する訪問等の「テレビ放送サービス」や、ケーブルテレビの契約等の「有線テレビ放送」が多い。

第3位は「書籍・印刷物」(995件)であるが、その殆どが「新聞」である。

増加の割合が目立つものとしては、「光ファイバー」「ビジネス教室」などがあげられる。

相談内容をキーワード別で見ると、「解約一般」では、「新聞」「光ファイバー」に関する相談が多い。また、「高価格・料金」では「修理サービス」「屋根工事」などが多く、「強引」では、「新聞」「テレビ放送サービス」が多い。(表-20)

表-19 訪問販売 商品・役務別相談件数

単位：件			
商品・役務名	27年度	26年度	対前年度比
1 工事・建築・加工	1,204	1,178	102.2%
屋根工事	319	271	117.7%
塗装工事	229	188	121.8%
衛生設備工事	150	175	85.7%
2 放送・コンテンツ等	1,114	1,013	110.0%
テレビ放送サービス	637	573	111.2%
有線テレビ放送	389	359	108.4%
3 書籍・印刷物	995	1,052	94.6%
新聞	982	1,040	94.4%
4 インターネット通信サービス	773	565	136.8%
光ファイバー	591	376	157.2%
5 役務その他	705	652	108.1%
広告代理サービス	118	130	90.8%
ホームページ作成代行	67	81	82.7%
6 修理・補修	363	319	113.8%
修理サービス	350	315	111.1%
7 レンタル・リース・貸借	299	341	87.7%
リースサービス	240	294	81.6%
8 食器・台所用品	268	317	84.5%
浄水器	250	284	88.0%
9 生命保険	239	224	106.7%
普通生命保険	173	169	102.4%
10 教室・講座	211	175	120.6%
ビジネス教室	63	46	137.0%
タレント・モデル養成教室	52	40	130.0%
訪問販売 計	10,349	10,350	100.0%
全相談件数に占める割合	(8.1%)	(8.0%)	

表-20 訪問販売 相談内容別件数

単位：件			
内容キーワード	27年度	26年度	対前年度比
1 解約一般	3,583	3,539	101.2%
2 高価格・料金	1,717	1,820	94.3%
3 強引	1,680	1,719	97.7%
4 クーリングオフ一般	1,595	1,598	99.8%
5 契約書・書面一般	1,447	1,342	107.8%

(4) 通信販売

通信販売とは、通信手段(インターネット、郵便、電話、預貯金口座に対する払込み、ファクシミリ等)を用いて契約する販売方法であり、マルチ(まがい)商法、電話勧誘販売、ネガティブオプションにあたらぬ場合をいう。

通信販売に関する相談件数は44,495件となり、前年度と比べ1,641件増加(3.8%増)している。また、全相談件数の34.9%を占めており、店舗購入が全相談に占める割合(31.8%)を超えている。

相談件数を商品・役務別に上位10位まで示したものが「表-21」である。

最も多い相談は「放送・コンテンツ等」(22,654件)であり、通信販売全体の約半分を占める。その主なものは「アダルト情報サイト」、有料サイト利用料の架空請求などの「デジタルコンテンツ一般」、「出会い系サイト」等である。

増加の割合が目立つものとしては、「司法書士」「国内手配旅行」があげられる。

相談内容をキーワード別で見ると、「架空請求」「ワンクリック請求」が上位にあがっているが、「架空請求」では、「デジタルコンテンツ一般」が半数以上を占め、次いで「アダルト情報サイト」が多い。「ワンクリック請求」では、「アダルト情報サイト」がその殆どを占める。「解約一般」では、セキュリティソフトなどの「他のデジタルコンテンツ」「健康食品」に関する相談が多い。(表-22)

表-21 通信販売 商品・役務別相談件数

単位：件

商品・役務名	27年度	26年度	対前年度比
1 放送・コンテンツ等	22,654	21,147	107.1%
アダルト情報サイト	11,067	12,648	87.5%
デジタルコンテンツ一般	6,319	3,955	159.8%
出会い系サイト	1,159	1,418	81.7%
オンラインゲーム	557	591	94.2%
2 健康食品	1,437	789	182.1%
3 役務その他	1,387	1,251	110.9%
興信所	303	189	160.3%
司法書士	71	7	1014.3%
祈とうサービス	64	74	86.5%
4 商品一般	1,094	975	112.2%
5 インターネット通信サービス	936	680	137.6%
光ファイバー	341	184	185.3%
6 化粧品	879	582	151.0%
7 紳士・婦人洋服	846	964	87.8%
8 旅行代理業	838	557	150.4%
国内手配旅行	346	62	558.1%
海外手配旅行	141	204	69.1%
9 パソコン・パソコン関連用品	743	1,005	73.9%
パソコンソフト	241	508	47.4%
ノートパソコン	130	138	94.2%
モバイル専用端末機器	103	60	171.7%
10 履物	683	1,083	63.1%
運動ぐつ	317	520	61.0%
靴	291	484	60.1%
通信販売 計	44,495	42,854	103.8%
全相談件数に占める割合	(34.9%)	(33.2%)	

表-22 通信販売 相談内容別件数

単位：件

内容キーワード	27年度	26年度	対前年度比
1 インターネット通販	33,983	32,059	106.0%
2 ポルノ・風俗	10,621	12,148	87.4%
3 架空請求	10,022	6,478	154.7%
4 ワンクリック請求	8,460	10,163	83.2%
5 解約一般	8,401	8,462	99.3%

(5) マルチ(まがい)商法

いわゆる「マルチ商法」とは、商品等の購入契約と販売組織への加入をさせ、その者に新たな会員を集めさせることによって利益が得られるという販売方法をいい、特定商取引法第33条で「連鎖販売取引」として規制されている。

マルチ(まがい)商法に関する相談件数は1,438件で、前年度と比べて6.1%の減少であった。相談件数を商品・役務別に上位10位まで示したものが「表-23」である。

最も多い相談は「健康食品」、第2位は「内職・副業」、第3位は「化粧品」となっている。

増加の割合が目立つものとしては、旅行やリゾート施設などが安くなる「複合サービス会員」、「ビジネス教室」があげられる。

相談内容をキーワード別で見ると、「サイドビジネス商法」「紹介販売」「解約一般」が上位にあるが、いずれも「健康食品」「教養娯楽教材」に関する相談が多い。「返金」では、「ファンド型投資商品」「教養娯楽教材」が多い。(表-24)。

表-23 マルチ(まがい)商法 商品・役務別相談件数

単位：件

商品・役務名	27年度	26年度	対前年度比
1 健康食品	299	275	108.7%
2 内職・副業	157	116	135.3%
3 化粧品	140	180	77.8%
4 商品一般	97	105	92.4%
5 学習教材	79	164	48.2%
教養娯楽教材	75	142	52.8%
6 ファンド型投資商品	71	79	89.9%
7 教室・講座	67	44	152.3%
ビジネス教室	24	16	150.0%
精神修養講座	6	8	75.0%
8 役務一般	65	33	197.0%
複合サービス会員	61	32	190.6%
9 飲料	55	68	80.9%
10 パソコン・パソコン関連用品	45	58	77.6%
パソコンソフト	32	45	71.1%
マルチ(まがい)商法 計	1,438	1,531	93.9%
全相談件数に占める割合	(1.1%)	(1.2%)	

表-24 マルチ(まがい)商法 相談内容別件数

単位：件

内容キーワード	27年度	26年度	対前年度比
1 サイドビジネス商法	791	900	87.9%
2 紹介販売	535	586	91.3%
3 解約一般	520	560	92.9%
4 信用性	308	279	110.4%
5 返金	305	326	93.6%

(6) 電話勧誘販売

電話勧誘販売とは、事業者が電話をかけ、又はダイレクトメールなどの郵便物若しくは電子メールなどにより消費者に電話をかけさせて勧誘し、郵便等(郵便、ファクシミリ、銀行振込など)で契約を締結させる販売方法である。

電話勧誘販売に関する相談件数は5,903件で、前年度に比べ6.4%減少している。相談件数を商品・役務別に上位10位まで示したものが「表-25」である。

最も多い相談は、光ファイバーなどの「インターネット通信サービス」で、前年度に比べ59.0%増加している。第2位は、公的機関等を装った個人情報削除サービス等の相談が多い「役務その他」で、前年度に比べ22.9%減少している。第3位は不審な電話などの「商品一般」となっている。

増加の割合が目立つものとしては、老人ホーム入居権等の「老人ホーム」などがある。

相談内容をキーワード別で見ると、「解約一般」では、「光ファイバー」が半数近くを占め、次いで回線の種類が不明である「インターネット接続回線一般」に関する相談が多い。「強引」では「光ファイバー」「新築分譲マンション」が多く、「詐欺」では「役務その他サービス」「商品一般」、「虚偽説明」では「光ファイバー」「役務その他サービス」が多い。(表-26)

表-25 電話勧誘販売 商品・役務別相談件数

単位：件

商品・役務名	27年度	26年度	対前年度比
1 インターネット通信サービス	1,336	840	159.0%
光ファイバー	1,078	587	183.6%
2 役務その他	736	954	77.1%
役務その他サービス	462	673	68.6%
広告代理サービス	53	78	67.9%
3 商品一般	508	497	102.2%
4 集合住宅	245	266	92.1%
新築分譲マンション	118	140	84.3%
5 健康食品	238	239	99.6%
6 預貯金・証券等	233	492	47.4%
公社債	105	244	43.0%
株	89	171	52.0%
7 老人福祉・サービス	232	121	191.7%
老人ホーム	226	118	191.5%
8 ファンド型投資商品	191	458	41.7%
9 電報・固定電話	152	164	92.7%
I P 電話	71	83	85.5%
10 魚介類	141	203	69.5%
かに	89	149	59.7%
電話勧誘販売 計	5,903	6,307	93.6%
全相談件数に占める割合	(4.6%)	(4.9%)	

表-26 電話勧誘販売 相談内容別件数

単位：件

内容キーワード	27年度	26年度	対前年度比
1 解約一般	1,220	1,012	120.6%
2 信用性	1,119	1,262	88.7%
3 強引	1,035	1,176	88.0%
4 詐欺	781	1,020	76.6%
5 虚偽説明	764	960	79.6%

(7) ネガティブオプション

ネガティブオプションとは、購入の申込みをしていない者に一方的に商品を送りつけ、相手方から商品の返送又は購入しない旨の通知がない限り、勝手に購入の意思ありとみなして、その代金を請求するという販売方法である。

ネガティブオプションに関する相談件数は194件であり、前年度に引き続き100件台となった（平成25年度は481件）。商品・役務別では「健康食品」及び「書籍」が前年度に比べ急増している。（表-27）

相談内容をキーワード別で見ると、「無断契約」及び「返品」では、「健康食品」が最も多く、次いで身に覚えのない荷物等の「商品一般」に関する相談が多い。「中華人民共和国」では、「商品一般」が最も多く、次いで携帯電話保護フィルム等の「電話関連機器・用品」に関する相談が多い。（表-28）

表-27 ネガティブオプション 商品・役務別相談件数

単位：件

商品・役務名	27年度	26年度	対前年度比
1 健康食品	42	21	200.0%
2 書籍・印刷物	28	39	71.8%
書籍	17	7	242.9%
雑誌	3	17	17.6%
3 商品一般	26	21	123.8%
4 化粧品	11	14	78.6%
5 電話機・電話機用品	8	0	—
ネガティブオプション 計	194	161	120.5%
全相談件数に占める割合	(0.2%)	(0.1%)	

表-28 ネガティブオプション 相談内容別件数

単位：件

内容キーワード	27年度	26年度	対前年度比
1 無断契約	48	45	106.7%
2 返品	27	—	—
3 中華人民共和国	24	5	480.0%
3 代引配達	24	14	171.4%
5 電話勧誘	19	20	95.0%

(8) 訪問購入

訪問購入とは、購入業者が消費者の自宅等を訪問し、売買契約の申込みを受け、又は、売買契約を締結して物品等を購入することである。

訪問購入に関する相談件数は856件となっている。商品・役務別では「アクセサリ」が最も多く、次いで、買い取り業者からの電話勧誘に関する相談などの「商品一般」が多く、「和服」「紳士・婦人洋服」「被服品一般」がこれに続く。(表-29)

相談内容をキーワード別で見ると、「電話勧誘」では「被服品」「アクセサリ」に関する相談が多い。「強引」では「アクセサリ」に関する相談が最も多く、次いで「被服品」に関する相談が多く寄せられている。(表-30)

表-29 訪問購入 商品・役務別相談件数

単位：件

商品・役務名	27年度	26年度	対前年度比
1 アクセサリ	182	201	90.5%
指輪	66	52	126.9%
ネックレス	54	53	101.9%
2 商品一般	123	153	80.4%
3 和服	76	99	76.8%
着物類	62	86	72.1%
4 紳士・婦人洋服	61	72	84.7%
5 被服品一般	54	70	77.1%
6 自動車	47	61	77.0%
普通・小型自動車	31	43	72.1%
7 履物	43	35	122.9%
8 洋服一般	31	20	155.0%
9 他の教養娯楽品	24	31	77.4%
コレクション用品	10	11	90.9%
10 その他の商品	21	28	75.0%
貴金属	20	28	71.4%
訪問購入 計	856	968	88.4%
全相談件数に占める割合	(0.7%)	(0.8%)	

表-30 訪問購入 相談内容別件数

単位：件

内容キーワード	27年度	26年度	対前年度比
1 電話勧誘	463	551	84.0%
2 信用性	305	348	87.6%
3 強引	151	179	84.4%
4 クーリングオフ一般	137	105	130.5%
5 契約書・書面一般	78	87	89.7%

(9) 他の無店舗販売

他の無店舗販売とは、①露店、屋台、その他これらに類する店（バス、トラックに物品を陳列して消費者が自由に商品を選択できる場合など）での販売、②ホテル、公会堂、体育館、集会場などで2日以上の期間にわたって行われる展示販売、③その他店舗とは呼べないところでの販売である。

他の無店舗販売に関する相談件数は841件である。商品・役務別では、最も多いのが廃品回収サービスなどの「役務その他」、次に多いのがビジネス教室・精神修養講座などの「教室・講座」である。（表-31）

相談内容をキーワード別で見ると、「解約一般」では、「ファンド型投資商品」「ミネラルウォーター」などに関する相談が寄せられている。「返金」では、「パーキング」「ファンド型投資商品」などに関する相談が、「高価格・料金」では、「パーキング」「修理サービス」などに関する相談が寄せられている。（表-32）

表-31 他の無店舗販売 商品・役務別相談件数

単位：件

商品・役務名	27年度	26年度	対前年度比
1 役務その他	68	72	94.4%
廃品回収サービス	19	16	118.8%
祈とうサービス	10	6	166.7%
2 教室・講座	55	50	110.0%
ビジネス教室	12	19	63.2%
精神修養講座	11	3	366.7%
3 管理・保管	54	39	138.5%
パーキング	40	33	121.2%
4 工事・建築・加工	51	51	100.0%
工事・建築	47	50	94.0%
5 レンタル・リース・貸借	37	61	60.7%
賃貸アパート	16	30	53.3%
6 飲料	31	25	124.0%
ミネラルウォーター	19	12	158.3%
7 修理・補修	26	22	118.2%
修理サービス	26	22	118.2%
7 ファンド型投資商品	26	29	89.7%
9 融資サービス	21	26	80.8%
フリーローン・サラ金	19	23	82.6%
9 内職・副業	21	15	140.0%
他の無店舗販売 計	841	970	86.7%
全相談件数に占める割合	(0.7%)	(0.8%)	

表-32 他の無店舗販売 相談内容別件数

単位：件

内容キーワード	27年度	26年度	対前年度比
1 解約一般	212	252	84.1%
2 返金	142	173	82.1%
3 高価格・料金	133	173	76.9%
4 信用性	110	93	118.3%
5 説明不足	102	118	86.4%