

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28年度の相談件数を販売購入形態別で見ると、「店舗購入」は36,763件で、全相談の30.4%を占めている。

一方、「特殊販売」は61,555件で、全体に占める割合は51.0%である。前年度(50.2%)と比べ0.8ポイント上昇している。

特殊販売の内訳を見ると、平成28年度も引き続き「通信販売」(構成比35.8%)が最も多く、次いで「訪問販売」(7.9%)、「電話勧誘販売」(4.3%)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	24年度	25年度	26年度	27年度	28年度
全相談件数	118,208 (100.0%)	126,951 (100.0%)	129,040 (100.0%)	127,646 (100.0%)	120,813 (100.0%)
店舗購入	41,496 (35.1%)	42,554 (33.5%)	41,762 (32.4%)	40,566 (31.8%)	36,763 (30.4%)
特殊販売（店舗外販売）	53,646 (45.4%)	59,512 (46.9%)	63,141 (48.9%)	64,076 (50.2%)	61,555 (51.0%)
訪問販売	10,758 (9.1%)	10,583 (8.3%)	10,350 (8.0%)	10,349 (8.1%)	9,532 (7.9%)
通信販売	34,416 (29.1%)	38,135 (30.0%)	42,854 (33.2%)	44,495 (34.9%)	43,294 (35.8%)
マルチ(まがい)商法	1,211 (1.0%)	1,371 (1.1%)	1,531 (1.2%)	1,438 (1.1%)	1,595 (1.3%)
電話勧誘販売	5,898 (5.0%)	6,950 (5.5%)	6,307 (4.9%)	5,903 (4.6%)	5,149 (4.3%)
ネガティブオプション	187 (0.2%)	481 (0.4%)	161 (0.1%)	194 (0.2%)	236 (0.2%)
訪問購入	-	858 (0.7%)	968 (0.8%)	856 (0.7%)	939 (0.8%)
他の無店舗販売	1,176 (1.0%)	1,134 (0.9%)	970 (0.8%)	841 (0.7%)	810 (0.7%)
不明・無関係	23,066 (19.5%)	24,885 (19.6%)	24,137 (18.7%)	23,004 (18.0%)	22,495 (18.6%)

※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28年度の特特殊販売の形態別に、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38.7%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20.0%と最も多く、「30歳代」から「50歳代」までで全体の52.6%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40.1%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39.6%と最も多く、60歳以上の高齢者で全体の53.4%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41.5%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53.8%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19.3%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」の特特殊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28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	28年度計
訪問販売	131 (1.4%)	875 (9.2%)	691 (7.2%)	823 (8.6%)	809 (8.5%)	1,098 (11.5%)	3,689 (38.7%)	1,416 (14.9%)	9,532 (100.0%)
通信販売	1,448 (3.3%)	4,315 (10.0%)	6,635 (15.3%)	8,676 (20.0%)	7,465 (17.2%)	6,011 (13.9%)	4,847 (11.2%)	3,897 (9.0%)	43,294 (100.0%)
マルチ(まがい)商法	86 (5.4%)	639 (40.1%)	183 (11.5%)	137 (8.6%)	139 (8.7%)	96 (6.0%)	116 (7.3%)	199 (12.5%)	1,595 (100.0%)
電話勧誘販売	12 (0.2%)	240 (4.7%)	355 (6.9%)	554 (10.8%)	521 (10.1%)	715 (13.9%)	2,037 (39.6%)	715 (13.9%)	5,149 (100.0%)
ネガティブオプション	5 (2.1%)	7 (3.0%)	14 (5.9%)	24 (10.2%)	14 (5.9%)	19 (8.1%)	98 (41.5%)	55 (23.3%)	236 (100.0%)
訪問購入	0 (0.0%)	19 (2.0%)	39 (4.2%)	57 (6.1%)	102 (10.9%)	145 (15.4%)	505 (53.8%)	72 (7.7%)	939 (100.0%)
他の無店舗販売	11 (1.4%)	94 (11.6%)	113 (14.0%)	115 (14.2%)	94 (11.6%)	109 (13.5%)	156 (19.3%)	118 (14.6%)	810 (100.0%)
特殊販売計	1,693 (2.8%)	6,189 (10.1%)	8,030 (13.0%)	10,386 (16.9%)	9,144 (14.9%)	8,193 (13.3%)	11,448 (18.6%)	6,472 (10.5%)	61,555 (100.0%)

(3) 訪問販売

訪問販売に関する相談件数は9,532件で、全相談件数の7.9%を占める。件数は前年度より7.9%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「放送・コンテンツ等」(1,186件)である。公共放送の受信料に関する訪問などの「テレビ放送サービス」や、ケーブルテレビの契約などの「有線テレビ放送」が多い。

第2位は「工事・建築・加工」(1,145件)で、主に「屋根工事」や「塗装工事」などである。

第3位は「書籍・印刷物」(804件)であるが、そのほとんどが「新聞」である。

増加が目立つものとしては、「山林」「駆除サービス」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」が第1位である。このキーワードが付されたものは「新聞」「光ファイバー」に関する相談が多い。また第2位に「強引」があり、販売方法に問題のある事例が多いことがわかる。(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	28年度	27年度	対前年度比
1 放送・コンテンツ等	1,186	1,114	106.5%
テレビ放送サービス	853	637	133.9%
有線テレビ放送	245	389	63.0%
2 工事・建築・加工	1,145	1,204	95.1%
屋根工事	320	319	100.3%
塗装工事	196	229	85.6%
衛生設備工事	136	150	90.7%
3 書籍・印刷物	804	995	80.8%
新聞	793	982	80.8%
4 役務その他	777	705	110.2%
広告代理サービス	110	118	93.2%
廃品回収サービス	81	61	132.8%
5 インターネット通信サービス	606	773	78.4%
光ファイバー	437	591	73.9%
6 修理・補修	380	363	104.7%
修理サービス	375	350	107.1%
7 土地	277	179	154.7%
山林	168	98	171.4%
8 生命保険	257	239	107.5%
普通生命保険	172	173	99.4%
9 衛生サービス	233	209	111.5%
建物清掃サービス	121	126	96.0%
駆除サービス	82	56	146.4%
10 レンタル・リース・貸借	217	299	72.6%
リースサービス	163	240	67.9%
訪問販売 計	9,532	10,349	92.1%
全相談件数に占める割合	(7.9%)	(8.1%)	

表-20 訪問販売 相談内容別件数

単位：件

内容キーワード	28年度	27年度	対前年度比
1 解約一般	3,240	3,583	90.4%
2 強引	1,635	1,680	97.3%
3 高価格・料金	1,602	1,717	93.3%
4 クーリングオフ一般	1,444	1,595	90.5%
5 契約書・書面一般	1,385	1,447	95.7%

(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43,294件となり、「特殊販売」の中では最も多く、全相談件数の35.8%を占める。ただし、前年度と比べ1,201件減少(2.7%減)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-21」である。

最も多い相談は「放送・コンテンツ等」(18,889件)で、通信販売全体の約4割を占める。その主なものは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」や「アダルト情報サイト」「出会い系サイト」などである。

第2位は「健康食品」(2,629件)で、前年度に比べて83.0%増加と大きく増加している。このうち、「定期購入」に関する相談が多く含まれている。

その他、増加が目立つものとしては、「海外募集型企画旅行」「興信所」があげられる。

相談内容をキーワード別で見ると、「インターネット通販」「架空請求」「ポルノ・風俗」などが上位にあがっており、架空・不当請求に関連する相談が多いことがわかる。(表-22)

表-21 通信販売 商品・役務別相談件数

単位：件

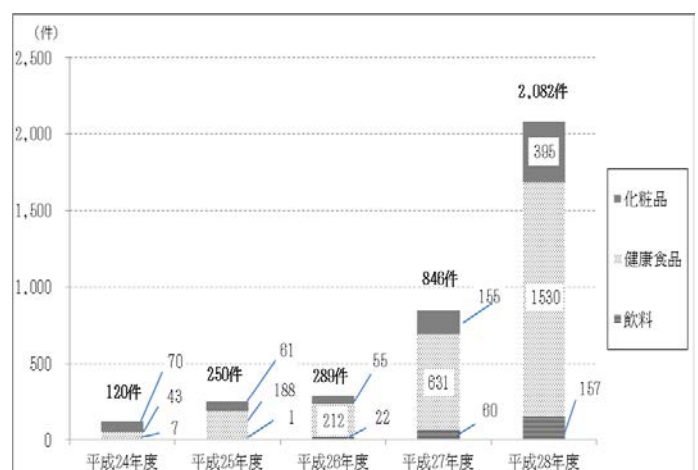
商品・役務名	28年度	27年度	対前年度比
1 放送・コンテンツ等	18,889	22,654	83.4%
デジタルコンテンツ一般	7,556	6,319	119.6%
アダルト情報サイト	6,159	11,067	55.7%
出会い系サイト	1,022	1,159	88.2%
オンラインゲーム	521	557	93.5%
2 健康食品	2,629	1,437	183.0%
3 役務その他	2,029	1,387	146.3%
興信所	620	303	204.6%
解約代行サービス	59	53	111.3%
祈とうサービス	57	64	89.1%
4 商品一般	1,273	1,094	116.4%
5 化粧品	1,252	879	142.4%
6 インターネット通信サービス	1,162	936	124.1%
光ファイバー	408	341	119.6%
7 旅行代理業	1,050	838	125.3%
海外募集型企画旅行	541	64	845.3%
海外手配旅行	107	141	75.9%
8 紳士・婦人洋服	1,027	846	121.4%
9 パソコン・パソコン関連用品	793	743	106.7%
パソコンソフト	307	241	127.4%
ノートパソコン	120	130	92.3%
モバイル専用端末機器	80	103	77.7%
10 家具・寝具	693	604	114.7%
ベッド類	106	61	173.8%
椅子	57	48	118.8%
ソファー	55	48	114.6%
通信販売 計	43,294	44,495	97.3%
全相談件数に占める割合	(35.8%)	(34.9%)	

表-22 通信販売 相談内容別件数

単位：件

内容キーワード	28年度	27年度	対前年度比
1 インターネット通販	32,579	33,983	95.9%
2 解約一般	10,424	8,401	124.1%
3 架空請求	9,087	10,022	90.7%
4 ポルノ・風俗	6,310	10,621	59.4%
5 電子広告	6,156	4,841	127.2%

<参考：「定期購入」に関する相談件数の推移>



(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1,595件で、前年度と比べて10.9%の増加であった。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「化粧品」、第3位は「内職・副業」となっている。

増加が目立つものとしては、「ビジネス教室」「リゾート会員権」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」「返金」「信用性」が上位にあり(表-24)、相談内容としては、「副業として知人・友人に紹介されて契約したが問題がありそうなので解約したい」「聞いていたような報酬・利益が得られないので解約したい、また返金してほしい」といったものが多い。

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	28年度	27年度	対前年度比
1 健康食品	196	299	65.6%
2 化粧品	190	140	135.7%
3 内職・副業	187	157	119.1%
4 商品一般	162	97	167.0%
5 教室・講座	116	67	173.1%
ビジネス教室	74	24	308.3%
精神修養講座	11	6	183.3%
6 ファンド型投資商品	97	71	136.6%
7 各種会員権	88	37	237.8%
リゾート会員権	85	32	265.6%
8 役務一般	81	65	124.6%
複合サービス会員	80	61	131.1%
9 学習教材	55	79	69.6%
教養娯楽教材	44	75	58.7%
10 放送・コンテンツ等	51	42	121.4%
マルチ(まがい)商法 計	1,595	1,438	110.9%
全相談件数に占める割合	(1.3%)	(1.1%)	

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	28年度	27年度	対前年度比
1 サイドビジネス商法	869	791	109.9%
2 紹介販売	615	535	115.0%
3 解約一般	585	520	112.5%
4 返金	347	305	113.8%
5 信用性	341	308	110.7%

(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5,149件で、前年度に比べ12.8%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」である。第2位は、公的機関等を装った個人情報削除サービスなどの相談が多い「役務その他」、第3位は不審な電話などの「商品一般」となっている。

増加が目立つものとしては、「モバイルデータ通信」「有線テレビ放送」などがある。

相談内容をキーワード別で見ると、「解約一般」「強引」「信用性」「虚偽説明」「説明不足」などが上位にあることから、問題のある勧誘、販売が行われていることが多いことがうかがえる。(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	28年度	27年度	対前年度比
1	インターネット通信サービス	1,203	1,336	90.0%
	光ファイバー	997	1,078	92.5%
2	役務その他	620	736	84.2%
	役務その他サービス	345	462	74.7%
	広告代理サービス	68	53	128.3%
3	商品一般	407	508	80.1%
4	健康食品	255	238	107.1%
5	集合住宅	240	245	98.0%
	新築分譲マンション	107	118	90.7%
6	放送・コンテンツ等	204	140	145.7%
	デジタルコンテンツ	145	100	145.0%
	有線テレビ放送	32	16	200.0%
7	電報・固定電話	190	152	125.0%
	I P電話	109	71	153.5%
8	魚介類	158	141	112.1%
	かに	85	89	95.5%
9	移动通信サービス	125	62	201.6%
	モバイルデータ通信	100	44	227.3%
10	老人福祉・サービス	106	232	45.7%
	老人ホーム	103	226	45.6%
	電話勧誘販売 計	5,149	5,903	87.2%
	全相談件数に占める割合	(4.3%)	(4.6%)	

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	28年度	27年度	対前年度比
1	解約一般	1,225	1,220	100.4%
2	強引	874	1,035	84.4%
3	信用性	841	1,119	75.2%
4	虚偽説明	707	764	92.5%
5	説明不足	610	566	107.8%

(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236件で、前年度に比べて21.6%の増加であった。商品・役務別では、「雑誌」に関する相談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」「代引配達」「中華人民共和国」が上位3位を占めている。(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	28年度	27年度	対前年度比
1 健康食品	59	42	140.5%
2 書籍・印刷物	44	28	157.1%
書籍	18	17	105.9%
雑誌	17	3	566.7%
3 商品一般	28	26	107.7%
4 他の教養娯楽品	15	4	375.0%
5 魚介類	10	4	250.0%
かに	3	3	100.0%
ネガティブオプション 計	236	194	121.6%
全相談件数に占める割合	(0.2%)	(0.2%)	

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	28年度	27年度	対前年度比
1 無断契約	49	48	102.1%
2 代引配達	45	24	187.5%
3 中華人民共和国	28	24	116.7%
4 不当請求一般	27	13	207.7%
5 返品	26	27	96.3%

(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などを購入することである。

訪問購入に関する相談件数は939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、商品買取り業者からの電話勧誘に関する相談などの「商品一般」である。(表-29)

相談内容をキーワード別で見ると、「電話勧誘」「信用性」「強引」が上位3位を占める。(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	28年度	27年度	対前年度比
1 アクセサリ	200	182	109.9%
指輪	65	66	98.5%
ネックレス	48	54	88.9%
2 商品一般	144	123	117.1%
3 履物	75	43	174.4%
4 和服	69	76	90.8%
着物類	61	62	98.4%
5 紳士・婦人洋服	62	61	101.6%
6 自動車	58	47	123.4%
普通・小型自動車	37	31	119.4%
7 被服品一般	55	54	101.9%
8 他の教養娯楽品	31	24	129.2%
コレクション用品	14	10	140.0%
9 洋服一般	30	31	96.8%
10 カメラ類	24	19	126.3%
訪問購入 計	939	856	109.7%
全相談件数に占める割合	(0.8%)	(0.7%)	

表-30 訪問購入 相談内容別件数

単位：件

内容キーワード	28年度	27年度	対前年度比
1 電話勧誘	485	463	104.8%
2 信用性	369	305	121.0%
3 強引	184	151	121.9%
4 クーリングオフ一般	134	137	97.8%
5 契約書・書面一般	95	78	121.8%

(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810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」、次に多いのがパーキングなどの「管理・保管」である。（表-31）

相談内容をキーワード別で見ると、「解約一般」「返金」「高価格・料金」が上位3位を占めている。（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	28年度	27年度	対前年度比
1 役務その他	83	68	122.1%
廃品回収サービス	19	19	100.0%
折とうサービス	6	10	60.0%
2 管理・保管	43	54	79.6%
パーキング	37	40	92.5%
3 工事・建築・加工	41	51	80.4%
工事・建築	36	47	76.6%
3 教室・講座	41	55	74.5%
ビジネス教室	15	12	125.0%
精神修養講座	6	11	54.5%
5 レンタル・リース・貸借	34	37	91.9%
賃貸アパート	17	16	106.3%
6 飲料	32	31	103.2%
ミネラルウォーター	22	19	115.8%
7 修理・補修	29	26	111.5%
修理サービス	29	26	111.5%
8 ファンド型投資商品	28	26	107.7%
9 融資サービス	26	21	123.8%
フリーローン・サラ金	22	19	115.8%
9 旅客運送サービス	26	15	173.3%
タクシーサービス	17	8	212.5%
他の無店舗販売 計	810	841	96.3%
全相談件数に占める割合	(0.7%)	(0.7%)	

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	28年度	27年度	対前年度比
1 解約一般	218	212	102.8%
2 返金	152	142	107.0%
3 高価格・料金	130	133	97.7%
4 説明不足	108	102	105.9%
5 契約書・書面一般	96	98	98.0%