

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29年度の相談件数を販売購入形態別で見ると、「店舗購入」は34,662件で、全相談の29.3%を占めている。

一方、「特殊販売」は59,713件で、全体に占める割合は50.4%である。前年度(51.0%)と比べ0.6ポイント減少している。

特殊販売の内訳を見ると、平成29年度も引き続き「通信販売」(構成比35.0%)が最も多く、次いで「訪問販売」(8.6%)、「電話勧誘販売」(3.8%)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	25年度	26年度	27年度	28年度	29年度
全相談件数	126,951 (100.0%)	129,040 (100.0%)	127,646 (100.0%)	120,813 (100.0%)	118,361 (100.0%)
店舗購入	42,554 (33.5%)	41,762 (32.4%)	40,566 (31.8%)	36,763 (30.4%)	34,662 (29.3%)
特殊販売(店舗外販売)	59,512 (46.9%)	63,141 (48.9%)	64,076 (50.2%)	61,555 (51.0%)	59,713 (50.4%)
訪問販売	10,583 (8.3%)	10,350 (8.0%)	10,349 (8.1%)	9,532 (7.9%)	10,167 (8.6%)
通信販売	38,135 (30.0%)	42,854 (33.2%)	44,495 (34.9%)	43,294 (35.8%)	41,374 (35.0%)
マルチ(まがい)商法	1,371 (1.1%)	1,531 (1.2%)	1,438 (1.1%)	1,595 (1.3%)	1,828 (1.5%)
電話勧誘販売	6,950 (5.5%)	6,307 (4.9%)	5,903 (4.6%)	5,149 (4.3%)	4,444 (3.8%)
ネガティブオプション	481 (0.4%)	161 (0.1%)	194 (0.2%)	236 (0.2%)	204 (0.2%)
訪問購入	858 (0.7%)	968 (0.8%)	856 (0.7%)	939 (0.8%)	895 (0.8%)
他の無店舗販売	1,134 (0.9%)	970 (0.8%)	841 (0.7%)	810 (0.7%)	801 (0.7%)
不明・無関係	24,885 (19.6%)	24,137 (18.7%)	23,004 (18.0%)	22,495 (18.6%)	23,986 (20.3%)

(2) 特殊販売の契約当事者年代別相談件数

平成29年度の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。

「訪問販売」では、「70歳以上」の全体に占める割合が40.4%と最も多く、60歳以上の高齢者が全体の52.0%を占める。

「通信販売」では、「40歳代」が19.4%と最も多く、「30歳代」から「50歳代」までで全体の52.0%を占める。

「マルチ(まがい)商法」では、「20歳代」が39.4%と最も多い。

「電話勧誘販売」では、「70歳以上」が38.6%と最も多く、60歳以上の高齢者で全体の52.3%を占める。

商品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39.7%と最も多い。

購入業者が消費者の自宅等を訪問し、商品を買取る「訪問購入」は、「70歳以上」が49.5%と最も多く、60歳以上の高齢者で全体の67.4%を占める。

展示販売・屋台など店舗とは呼べ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20.7%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い。「20歳未満」では「通信販売」に次いで多いのが「マルチ(まがい)商法」であるが、他の年代では「訪問販売」となっている。

表-18 特殊販売の形態別契約当事者年代別相談件数(平成29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	29年度計
訪問販売	131 (1.3%)	886 (8.7%)	704 (6.9%)	912 (9.0%)	887 (8.7%)	1,178 (11.6%)	4,104 (40.4%)	1,365 (13.4%)	10,167 (100.0%)
通信販売	1,136 (2.7%)	4,173 (10.1%)	6,092 (14.7%)	8,013 (19.4%)	7,398 (17.9%)	5,902 (14.3%)	4,981 (12.0%)	3,679 (8.9%)	41,374 (100.0%)
マルチ(まがい)商法	149 (8.2%)	721 (39.4%)	250 (13.7%)	168 (9.2%)	134 (7.3%)	114 (6.2%)	138 (7.5%)	154 (8.4%)	1,828 (100.0%)
電話勧誘販売	6 (0.1%)	214 (4.8%)	268 (6.0%)	437 (9.8%)	473 (10.6%)	611 (13.7%)	1,715 (38.6%)	720 (16.2%)	4,444 (100.0%)
ネガティブオプション	1 (0.5%)	13 (6.4%)	22 (10.8%)	29 (14.2%)	17 (8.3%)	15 (7.4%)	81 (39.7%)	26 (12.7%)	204 (100.0%)
訪問購入	2 (0.2%)	10 (1.1%)	24 (2.7%)	55 (6.1%)	107 (12.0%)	160 (17.9%)	443 (49.5%)	94 (10.5%)	895 (100.0%)
他の無店舗販売	9 (1.1%)	120 (15.0%)	97 (12.1%)	137 (17.1%)	104 (13.0%)	72 (9.0%)	166 (20.7%)	96 (12.0%)	801 (100.0%)
特殊販売計	1,434 (2.4%)	6,137 (10.3%)	7,457 (12.5%)	9,751 (16.3%)	9,120 (15.3%)	8,052 (13.5%)	11,628 (19.5%)	6,134 (10.3%)	59,713 (100.0%)

(3) 訪問販売

訪問販売に関する相談件数は10,167件で、全相談件数の8.6%を占める。件数は前年度より6.7%増加している。

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」(1,446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」(1,290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」(739件)であるが、そのほとんどが「新聞」である。

第4位は「役務その他」(734件)で、その半数を占める「役務その他サービス」では、「火災保険・地震保険で家の修理ができるので申請代行すると謳う業者の訪問」に関する相談が多く寄せられている。

増加が目立つものとしては、「山林」「都市ガス」「タレント・モデル養成教室」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」が第1位で、「強引」が第2位である。(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	29年度	28年度	対前年度比
1 放送・コンテンツ等	1,446	1,186	121.9%
テレビ放送サービス	1,089	853	127.7%
有線テレビ放送	265	245	108.2%
2 工事・建築・加工	1,290	1,145	112.7%
屋根工事	418	320	130.6%
塗装工事	200	196	102.0%
衛生設備工事	178	136	130.9%
3 書籍・印刷物	739	804	91.9%
新聞	732	793	92.3%
4 役務その他	734	777	94.5%
役務その他サービス	367	339	108.3%
廃品回収サービス	98	81	121.0%
5 土地	500	277	180.5%
山林	308	168	183.3%
6 インターネット通信サービス	477	606	78.7%
光ファイバー	344	437	78.7%
7 修理・補修	457	380	120.3%
修理サービス	451	375	120.3%
8 ガス	276	87	317.2%
都市ガス	176	29	606.9%
9 衛生サービス	274	233	117.6%
建物清掃サービス	166	121	137.2%
10 教室・講座	269	211	127.5%
タレント・モデル養成教室	85	43	197.7%
ビジネス教室	83	69	120.3%
訪問販売 計	10,167	9,532	106.7%
全相談件数に占める割合	(8.6%)	(7.9%)	

表-20 訪問販売 相談内容別件数

単位：件

内容キーワード	29年度	28年度	対前年度比
1 解約一般	3,136	3,240	96.8%
2 強引	1,787	1,635	109.3%
3 クーリングオフ一般	1,726	1,444	119.5%
4 高価格・料金	1,639	1,602	102.3%
5 契約書・書面一般	1,605	1,385	115.9%

(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41,374件となり、「特殊販売」の中では最も多く、全相談件数の35.0%を占める。ただし、前年度と比べ1,920件減少(4.4%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」(15,196件)で、通信販売全体の36.7%を占める。主なものは「デジタルコンテンツ一般」であるが、大手通販サイト事業者を名乗ってコンテンツ利用料を請求する架空請求の相談が多く寄せられた。

第2位は「健康食品」(2,915件)であるが、定期購入に関する相談が多く寄せられている。定期購入に関しては次ページに詳述する。

このほか、増加が目立つのは、「商品一般」であるが、「法務省管轄支局」など国の機関を想起させる名称ではがきを送り付け金銭要求する架空請求の相談が多く寄せられている。

相談内容をキーワード別で見ると、「インターネット通販」「解約一般」「架空請求」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	29年度	28年度	対前年度比
1 放送・コンテンツ等	15,196	18,889	80.4%
デジタルコンテンツ一般	7,347	7,556	97.2%
アダルト情報サイト	2,565	6,159	41.6%
出会い系サイト	898	1,022	87.9%
オンラインゲーム	522	521	100.2%
2 健康食品	2,915	2,629	110.9%
3 商品一般	2,579	1,273	202.6%
4 化粧品	1,792	1,252	143.1%
5 紳士・婦人洋服	1,484	1,027	144.5%
6 役務その他	1,232	2,029	60.7%
役務その他サービス	758	919	82.5%
興信所	78	620	12.6%
7 インターネット通信サービス	1,069	1,162	92.0%
他のネット通信関連サービス	670	554	120.9%
光ファイバー	268	408	65.7%
8 旅行代理業	688	1,050	65.5%
海外募集型企画旅行	161	541	29.8%
海外手配旅行	132	107	123.4%
9 パソコン・パソコン関連用品	639	793	80.6%
パソコンソフト	199	307	64.8%
ノートパソコン	129	120	107.5%
10 家具・寝具	557	693	80.4%
ベッド類	79	106	74.5%
椅子	55	57	96.5%
通信販売 計	41,374	43,294	95.6%
全相談件数に占める割合	(35.0%)	(35.8%)	

表-22 通信販売 相談内容別件数

単位：件			
内容キーワード	29年度	28年度	対前年度比
1 インターネット通販	30,533	32,579	93.7%
2 解約一般	11,220	10,424	107.6%
3 架空請求	10,114	9,087	111.3%
4 電子広告	6,236	6,156	101.3%
5 返金	5,706	5,434	105.0%

＜インターネット通販等で「お試し」のつもりで健康食品などを申し込んだら、実際には「定期購入」だったという相談が増加＞

インターネット通販等で、1回だけのお試しのつもりで健康食品や化粧品などの購入を申し込んだら、実は、4～6回購入しなければならない「定期購入」だったという相談が前年度に急増したが、平成29年度はさらに増加している。（図-2）男女別では75.0%が女性であり、年代別で見ると40、50歳代の相談が特に多い。（図-3）（表-23）

図-2 「定期購入」に関する相談件数の推移

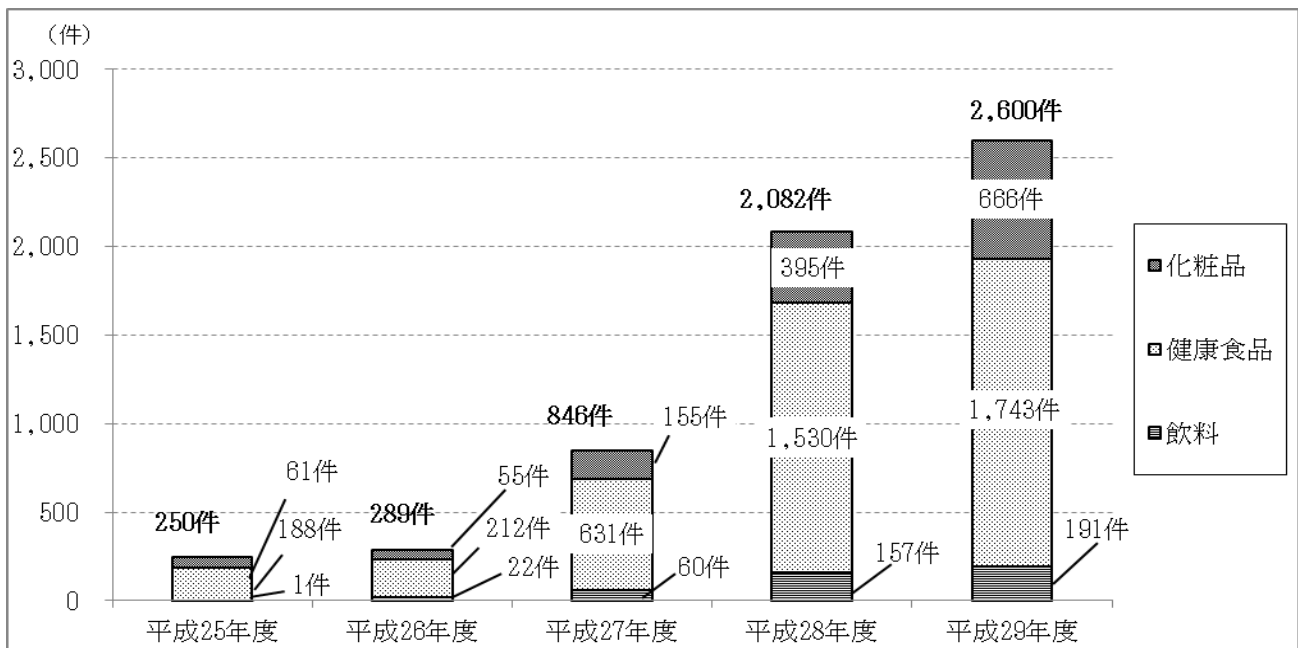


図-3 契約当事者の男女別割合

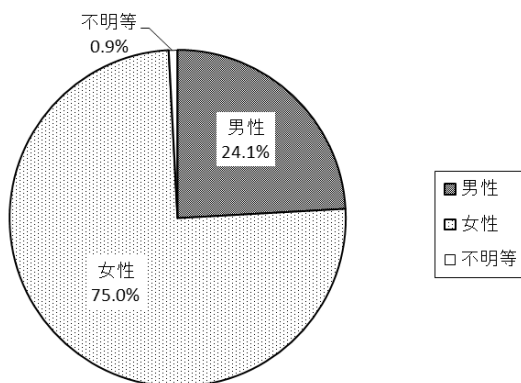


表-23 契約当事者の年代別別割合（単位：件）

	29年度	28年度	対前年度比
20歳未満	164	111	147.7%
20歳代	312	196	159.2%
30歳代	379	376	100.8%
40歳代	649	567	114.5%
50歳代	543	448	121.2%
60歳代	286	174	164.4%
70歳以上	153	102	150.0%
不明等	114	108	105.6%
計	2,600	2,082	124.9%

(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1,828件で、前年度と比べて14.6%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-24」である。

最も多い相談は「商品一般」で、第2位は「健康食品」、第3位は「教室・講座」となっている。

増加が目立つものとしては、「ビジネス教室」「ファンド型投資商品」「教養娯楽教材」「金融関連サービスその他」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」が上位にある。(表-25)

表-24 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	29年度	28年度	対前年度比
1 商品一般	211	162	130.2%
2 健康食品	208	196	106.1%
3 教室・講座	185	116	159.5%
ビジネス教室	154	74	208.1%
精神修養講座	4	11	36.4%
4 内職・副業	164	187	87.7%
5 ファンド型投資商品	153	97	157.7%
6 化粧品	142	190	74.7%
7 学習教材	106	55	192.7%
教養娯楽教材	86	44	195.5%
8 放送・コンテンツ等	81	51	158.8%
デジタルコンテンツ	81	51	158.8%
9 他の金融関連サービス	63	21	300.0%
金融関連サービスその他	59	16	368.8%
10 飲料	61	42	145.2%
マルチ(まがい)商法 計	1,828	1,595	114.6%
全相談件数に占める割合	(1.5%)	(1.3%)	

表-25 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	29年度	28年度	対前年度比
1 サイドビジネス商法	949	869	109.2%
2 紹介販売	702	615	114.1%
3 解約一般	671	585	114.7%
4 返金	403	347	116.1%
5 信用性	356	341	104.4%

(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4,444件で、前年度に比べ13.7%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-26」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の電話などの相談が多い「役務その他」、第3位は大手企業・公的機関などを名乗る不審な電話などの「商品一般」となっている。

増加が目立つものとしては、「都市ガス」「モバイルデータ通信」などがある。

相談内容をキーワード別で見ると、「解約一般」が第1位であり、「強引」が第2位である。（表-27）

表-26 電話勧誘販売 商品・役務別相談件数

単位：件

商品・役務名	29年度	28年度	対前年度比
1 インターネット通信サービス	1,124	1,203	93.4%
光ファイバー	930	997	93.3%
2 役務その他	356	620	57.4%
役務その他サービス	184	345	53.3%
広告代理サービス	46	68	67.6%
3 商品一般	272	407	66.8%
4 移动通信サービス	195	125	156.0%
モバイルデータ通信	172	100	172.0%
5 魚介類	186	158	117.7%
かに	77	85	90.6%
6 集合住宅	183	240	76.3%
新築分譲マンション	81	107	75.7%
7 ガス	167	39	428.2%
都市ガス	129	27	477.8%
8 放送・コンテンツ等	157	204	77.0%
デジタルコンテンツ	119	145	82.1%
有線テレビ放送	21	32	65.6%
9 電報・固定電話	149	190	78.4%
I P 電話	79	109	72.5%
10 土地	143	100	143.0%
山林	67	46	145.7%
電話勧誘販売 計	4,444	5,149	86.3%
全相談件数に占める割合	(3.8%)	(4.3%)	

表-27 電話勧誘販売 相談内容別件数

単位：件

内容キーワード	29年度	28年度	対前年度比
1 解約一般	1,250	1,225	102.0%
2 強引	799	874	91.4%
3 信用性	747	841	88.8%
4 説明不足	593	610	97.2%
5 虚偽説明	547	707	77.4%

(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204件で、前年度に比べて13.6%の減少であった。商品・役務別では、「商品一般」「健康食品」「書籍・印刷物」に関する相談が多い。「商品一般」には、「身に覚えがなく中身も不明」「不審なので開けていない」といった内容の相談が寄せられている。(表-28)

相談内容をキーワード別で見ると、「中華人民共和国」「無断契約」「連絡不能」が上位3位を占めている。上位にある「中華人民共和国」に関しては、「中国から身に覚えのない荷物が届いた」との相談が多く寄せられている。(表-29)

表-28 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	29年度	28年度	対前年度比
1 商品一般	32	28	114.3%
2 健康食品	29	59	49.2%
3 書籍・印刷物	23	44	52.3%
書籍	14	18	77.8%
カレンダー	4	5	80.0%
4 魚介類	14	10	140.0%
かに	5	3	166.7%
5 化粧品	13	3	433.3%
ネガティブオプション 計	204	236	86.4%
全相談件数に占める割合	(0.2%)	(0.2%)	

表-29 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	29年度	28年度	対前年度比
1 中華人民共和国	37	28	132.1%
2 無断契約	35	49	71.4%
3 連絡不能	32	18	177.8%
4 代引配達	28	45	62.2%
5 返品	23	26	88.5%

(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895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-30)

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-31)

表-30 訪問購入 商品・役務別相談件数

単位：件

商品・役務名	29年度	28年度	対前年度比
1 アクセサリ	203	200	101.5%
指輪	58	65	89.2%
ネックレス	50	48	104.2%
2 商品一般	133	144	92.4%
3 履物	93	75	124.0%
4 和服	63	69	91.3%
着物類	50	61	82.0%
5 紳士・婦人洋服	42	62	67.7%
6 被服品一般	33	55	60.0%
7 他の教養娯楽品	31	31	100.0%
コレクション用品	19	14	135.7%
8 洋服一般	27	30	90.0%
9 役務その他	26	13	200.0%
廃品回収サービス	17	10	170.0%
10 自動車	25	58	43.1%
普通・小型自動車	17	37	45.9%
訪問購入 計	895	939	95.3%
全相談件数に占める割合	(0.8%)	(0.8%)	

表-31 訪問購入 相談内容別件数

単位：件

内容キーワード	29年度	28年度	対前年度比
1 電話勧誘	435	485	89.7%
2 信用性	262	369	71.0%
3 強引	211	184	114.7%
4 クーリングオフ一般	162	134	120.9%
5 契約書・書面一般	79	95	83.2%

(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801件である。商品・役務別では、廃品回収サービスなどの「役務その他」が最も多く、次に多いのがパーキングなどの「管理・保管」である。（表-32）

相談内容をキーワード別で見ると、「解約一般」「高価格・料金」「返金」が上位3位を占めている。（表-33）

表-32 他の無店舗販売 商品・役務別相談件数

単位：件

商品・役務名	29年度	28年度	対前年度比
1 役務その他	77	83	92.8%
廃品回収サービス	23	19	121.1%
不動産仲介サービス	5	3	166.7%
2 管理・保管	65	43	151.2%
パーキング	59	37	159.5%
3 工事・建築・加工	53	41	129.3%
工事・建築	52	36	144.4%
4 教室・講座	47	41	114.6%
ビジネス教室	22	15	146.7%
精神修養講座	5	6	83.3%
5 飲料	44	32	137.5%
ミネラルウォーター	35	22	159.1%
6 旅客運送サービス	29	26	111.5%
タクシーサービス	21	17	123.5%
7 レンタル・リース・貸借	28	34	82.4%
賃貸アパート	7	17	41.2%
8 ファンド型投資商品	24	28	85.7%
9 放送・コンテンツ等	22	18	122.2%
投資情報サイト	4	1	400.0%
9 内職・副業	22	22	100.0%
他の無店舗販売 計	801	810	98.9%
全相談件数に占める割合	(0.7%)	(0.7%)	

表-33 他の無店舗販売 相談内容別件数

単位：件

内容キーワード	29年度	28年度	対前年度比
1 解約一般	223	218	102.3%
2 高価格・料金	153	130	117.7%
3 返金	144	152	94.7%
4 契約書・書面一般	109	96	113.5%
5 説明不足	106	108	98.1%