

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、電話など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567件であり、前年度に比べ30.3%減少している。平成16年11月11日付の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、「アクセサリ」「複合サービス会員」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。一方で増加が目立ったものとしては、駅で英語に関するアンケートに答えたら後日説明会に呼ばれ、「このままだと就職ができない」などと脅されて契約したという「教室・講座」、勧誘の電話で呼び出されて近くの喫茶店などでマンション購入の契約をしてしまったが解約したいという「集合住宅」があげられる。(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	20年度	19年度	商品・役務名	20年度	19年度
1 アクセサリ	128	205	12 紳士洋服	9	4
2 役務一般	115	223	12 理美容器具・用品	9	8
複合サービス会員	111	216	美顔器	6	7
その他	4	7	その他	3	1
3 教室・講座	60	45	14 和服	8	12
外国語・会話教室	23	15	14 内職・副業	8	11
精神修養講座	15	13	その他	77	110
その他	22	17	計	567 (0.5%)	813 (0.6%)
4 役務その他	28	29	全相談件数	125,281 (100.0%)	142,760 (100.0%)
5 商品一般	27	37			
6 他の教養娯楽品	24	28			
絵画・書画	13	21			
その他	11	7			
7 文具・事務用品	20	32			
コンピュータソフト	13	16			
その他	7	16			
8 集合住宅	16	8			
8 学習教材	16	48			
教養娯楽教材	8	20			
資格取得用教材	1	11			
その他	7	17			
10 化粧品	11	8			
10 商品相場	11	5			

契約当事者の属性をみると、性別では男性が57.0%を占めているが、構成比では前年度から1.2ポイント減少している。一方で女性は43.0%を占め、構成比では前年度から1.2ポイントの増加となっている。年代別では「20歳代」が51.4%と最も多く、次いで「30歳代」が24.5%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(128件減)しており、他の年代もほぼ減少しているが「60歳代」の相談件数のみが増加(5件増)している。

職業別では、「給与生活者」(69.6%)が最も多くなっている。次に「学生」の占める割合が増加し、約1割を占めている。「家事従事者」、「無職」はほぼ同じ割合で1割に満たない。支払方法別では「個品割賦」が35.4%と3割以上を占めるのが特徴である。

平均契約金額は「140万4千円」と高額で、平均既払金額は「34万円」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」などが多く、販売方法が悪質である相談が多く寄せられていることがわかる。(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	20年度	19年度		
相談件数	567	813		
性別	男性	322	467	
	女性	243	336	
	団体	1	-	
	不明	1	10	
年代別	19歳以下	10	13	
	20歳代	284	412	
	30歳代	135	210	
	40歳代	51	79	
	50歳代	22	26	
	60歳代	25	20	
	70歳以上	25	26	
	不明	15	27	
職業別	給与生活者	378	567	
	自営・自由業	20	22	
	家事従事者	40	57	
	学生	63	62	
	無職	42	67	
	その他・不明	24	38	
支払方法別	信用供与有	現金払	150	175
		他の前払式	3	2
		不明	50	95
		小計	203	272
	信用供与無	自社割賦	17	11
		総合割賦	9	14
		個品割賦	201	344
		その他	22	9
		不明	4	11
	小計	253	389	
	その他	借金契約	11	22
		不明・無関係	100	130
	平均契約金額(千円)	1,404	1,197	
	平均既払金額(千円)	340	323	

項目	20年度	19年度
解約	238	318
高価格・料金	168	203
二次被害	145	293
強引	131	149
虚偽説明	124	235
販売目的隠匿	123	149
クリーニングオフ	115	184
電話勧誘	83	143
返金	81	65
長時間勧誘	72	91

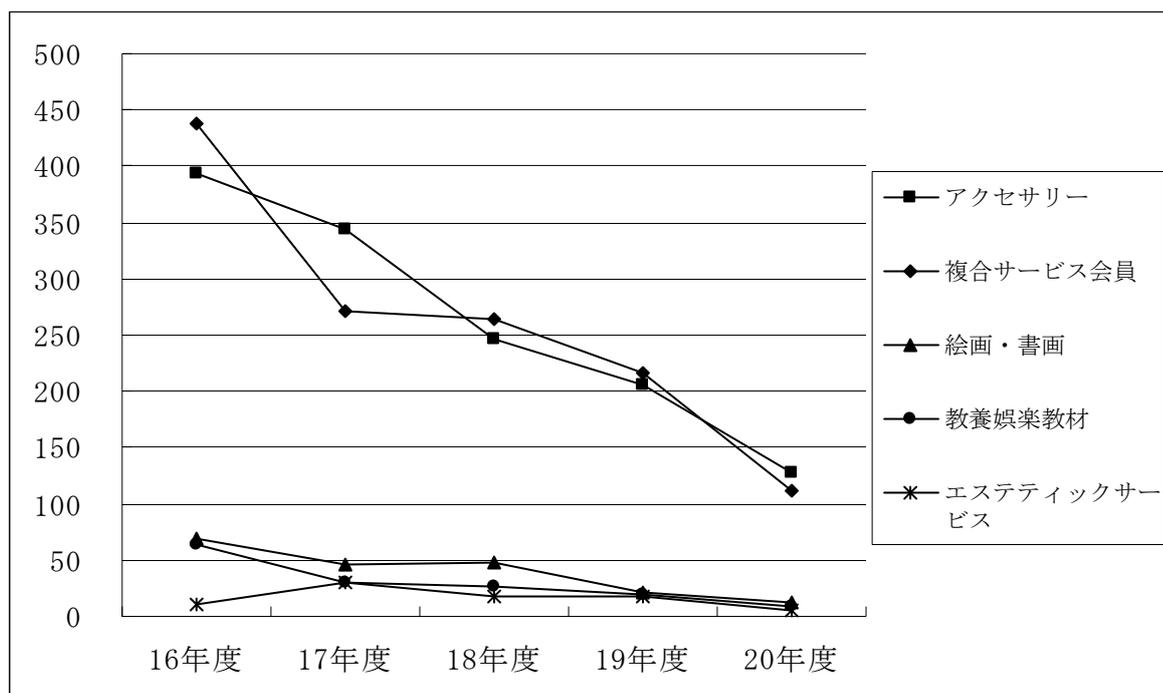
アポイントメントセールスの上位5品目について過去5年間の推移をみたのが、「表-39」と「図-11」である。過去5年間でみると、前年度に引き続き「アクセサリー」「複合サービス会員」が上位を占め、3位以下を大きく離しているが、いずれも相談件数は16年度に比べて大きく減少している。

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	16年度	17年度	18年度	19年度	20年度
アクセサリー	394	344 (87.3%)	247 (71.8%)	205 (83.0%)	128 (62.4%)
複合サービス会員	438	272 (62.1%)	265 (97.4%)	216 (81.5%)	111 (51.4%)
絵画・書画	70	46 (65.7%)	47 (102.2%)	21 (44.7%)	13 (61.9%)
教養娯楽教材	64	30 (46.9%)	26 (86.7%)	20 (76.9%)	8 (40.0%)
エステティックサービス	11	30 (272.7%)	17 (56.7%)	18 (105.9%)	6 (33.3%)
その他	678	479 (70.6%)	426 (88.9%)	333 (78.2%)	301 (90.4%)
計	1,655	1,201 (72.6%)	1,028 (85.6%)	813 (79.1%)	567 (69.7%)

(注) () 内数字は、対前年度比

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、825件あり、前年度（1,273件）に比べ35.2%（448件）と大きく減少している。

商品・役務別に見ると、第1位は「他の教養娯楽品」であり、前年度より微増している。中でも絵画・書画の購入に関する相談が引き続き多くなっている。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」であるが、「美顔エステ」「痩身エステ」「脱毛エステ」いずれも相談件数は減少している。第3位は「教室・講座」であるが、「外国語・会話教室」「精神修養講座」「タレント・モデル養成教室」のいずれも相談件数は減少している。その他、前年度第1位であった「化粧品」は、前年度(260件)から大きく(157件)減少して第4位となった。一方、増加がみられたのは、「役務その他」(13件増)、「家庭用電気治療器具」(6件増)等であった。(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	20年度	19年度	商品・役務名	20年度	19年度
1 他 の 教 養 娯 楽 品	121	118	10 医 療 用 具	17	14
絵 画 ・ 書 画	86	80	家 庭 用 電 気 治 療 器 具	15	9
そ の 他	35	38	そ の 他	2	5
2 理 美 容	116	213	11 内 職 ・ 副 業	16	21
エ ス テ ッ ク サ ー ビ ス	114	207	12 他 の 教 養 ・ 娯 楽	15	17
美 顔 エ ス テ	44	66	撮 影 サ ー ビ ス	9	10
痩 身 エ ス テ	25	64	そ の 他	6	7
脱 毛 エ ス テ	15	18	12 他 の 運 輸 ・ 通 信	15	28
そ の 他	2	6	有 線 放 送	7	15
3 教 室 ・ 講 座	112	165	そ の 他	8	13
外 国 語 ・ 会 話 教 室	42	67	14 洋 装 下 着	12	20
精 神 修 養 講 座	32	50	15 学 習 教 材	11	9
タ レ ン ト ・ モ デ ル 養 成 教 室	27	40	そ の 他	59	86
そ の 他	11	8	計	825	1,273
4 化 粧 品	103	260	(0.7%)	(0.9%)	
5 理 美 容 器 具 ・ 用 品	76	155	全 相 談 件 数	125,281	142,760
美 顔 器	67	135	(100.0%)	(100.0%)	
そ の 他	9	20			
6 役 務 そ の 他	72	59			
祈 とう サ ー ビ ス	44	43			
仕 事 紹 介 登 録	19	14			
そ の 他	9	2			
7 健 康 食 品	35	54			
8 ア ク セ サ リ ー	25	37			
9 文 具 ・ 事 務 用 品	20	17			
印 鑑	18	15			
そ の 他	2	2			

契約当事者の属性をみると、性別では「女性」が8割近く(77.9%)と圧倒的に多い。年代別では「20歳代」が69.3%、「19歳以下」が6.1%を占めており、29歳以下の若者で7割を超えている。職業別では、給与生活者(55.1%)と学生(27.0%)と合わせて8割を占める。

支払方法は「個品割賦」を利用するものが、44.6%と5割近くを占めている。平均契約金額は、「57万6千円」であり、前年度に比べ4万8千円高くなっている。29歳以下の若者の契約が大半であると考ええると、非常に高額であるといえる。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が多く見られる。

主な相談内容は、「解約」、「高価格・料金」「クーリング・オフ」が前年同様に上位を占める。また「開運商法」の相談件数が増加している。「販売目的隠匿」、「無料商法」、「強引」「長時間勧誘」等が多いことから、「今なら無料体験実施中」などと言って消費者に接近し、社会経験が乏しく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	20年度	19年度		
相談件数	825	1,273		
性別	男性	179	214	
	女性	640	1,052	
	団体	1	-	
	不明	5	7	
	不明	5	7	
年代別	19歳以下	49	101	
	20歳代	555	889	
	30歳代	61	98	
	40歳代	46	34	
	50歳代	24	36	
	60歳代	28	25	
	70歳以上	38	49	
	不明	24	41	
職業別	給与生活者	437	650	
	自営・自由業	14	20	
	家事従事者	62	90	
	学生	214	370	
	無職	66	83	
	その他・不明	32	60	
支払方法別	信用供与無	現金払	187	232
		他の前払式	5	8
		不明	103	140
		小計	295	380
	信用供与有	自社割賦	30	21
		総合割賦	30	43
		個品割賦	368	686
		その他	16	27
		不明	17	30
	小計	461	807	
	その他	借金契約	11	17
		不明・無関係	58	69
	平均契約金額(千円)	576	528	
	平均既払金額(千円)	192	177	

項目	20年度	19年度
解約	371	592
高価格・料金	279	477
クーリングオフ	240	398
販売目的隠匿	218	319
強引	159	237
長時間勧誘	130	159
開運商法	110	93
虚偽説明	105	134
返金	100	145
無料商法	89	167

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、16年度以降は、「外国語・会話教室」のみ多少の増減は見られるものの、全ての品目で相談件数の減少が見られる。「エステサービス」は相談件数が第1位となったものの減少を続けている。「化粧品」の相談件数も16年度以降大きく減少し続けており、他の商品・役務との件数の差はあまりみられなくなっている。（表-42, 図-12）

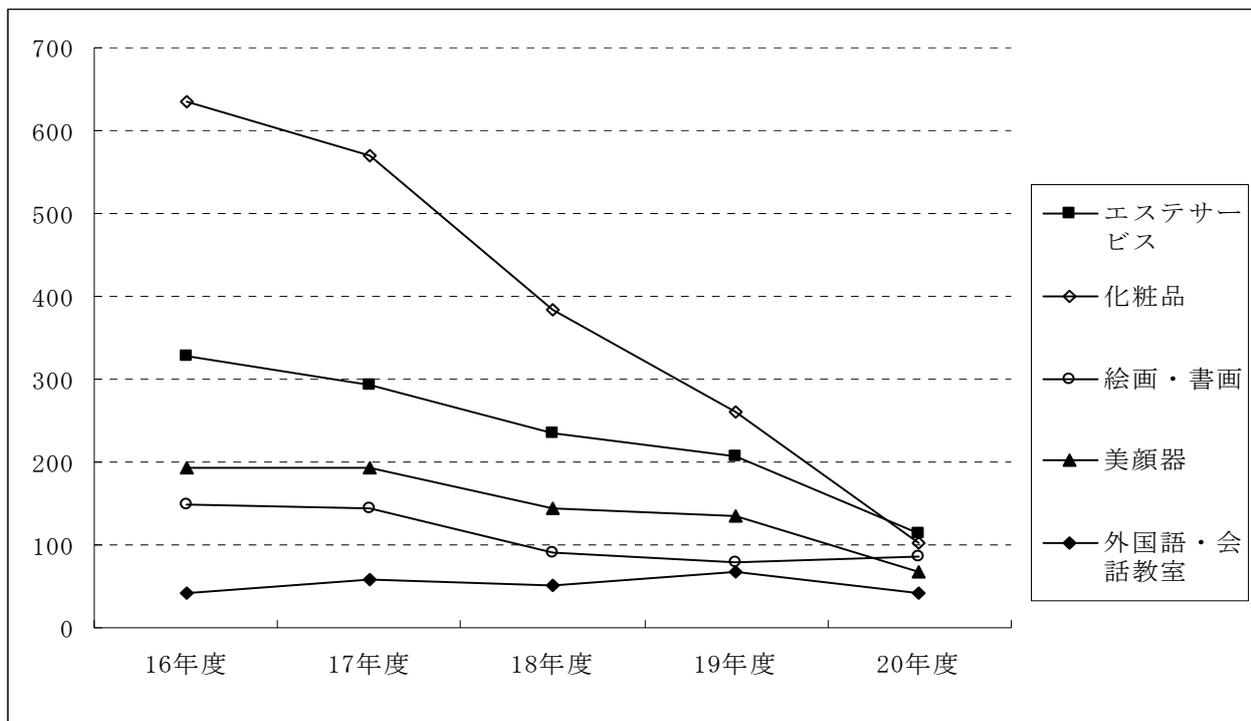
表-42 キャッチセールス上位5品目相談件数の推移

単位：件

商品・役務名	16年度	17年度	18年度	19年度	20年度
エステサービス	328	293 (89.3%)	234 (79.9%)	207 (88.5%)	114 (55.1%)
化粧品	636	569 (89.5%)	383 (67.3%)	260 (67.9%)	103 (39.6%)
絵画・書画	150	144 (96.0%)	91 (63.2%)	79 (86.8%)	86 (108.9%)
美顔器	194	193 (99.5%)	145 (75.1%)	135 (93.1%)	67 (49.6%)
外国語・会話教室	43	58 (134.9%)	52 (89.7%)	67 (128.8%)	42 (62.7%)
その他	722	750 (103.9%)	746 (99.5%)	525 (70.4%)	413 (78.7%)
計	2,073	2,007 (96.8%)	1,651 (82.3%)	1,273 (77.1%)	825 (64.8%)

(注) () 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323件と、前年度(418件)から22.7% (95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」(137件)で、催眠商法全体の約4割を占めており、前年度から引き続き第1位である。相談件数は前年度に比べて18件の減少であった。第2位は家庭用電気治療器具等の「医療用具」(62件)で、催眠商法全体の約2割を占めるものの、前年度から25件の減少であった。第3位は「家具・寝具(主にふとん類)」(41件)で12.7%を占めている。上位3品目は昨年度と変わらず、全体の7割以上を占めており、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割近く、年代別では、60歳以上の高齢者が9割近く、職業別では、「家事従事者」と「無職」で8割以上を占めている。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5.6%を占めている。「個品割賦」の割合は、前年度(7.9%)から2.3ポイント減少している。

平均契約金額は、「55万5千円」であり、前年度に比べ「15万9千円」安くなっているが、平均既払い金額は「45万円」であり、前年度より16万6千円高くなっている。

主な相談内容としては、「高価格・料金」、「解約」、「クーリング・オフ」などが上位に挙がっており、「わけが判らないうち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あがっており、何らかの健康不安をも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うかがえる。「販売目的隠匿」、「次々販売」「虚偽説明」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（S F）商法 商品・役務別相談件数

単位：件

商品・役務名	20年度	19年度	
1 健康食品	137	155	
2 医療用具	62	87	
家庭用電気治療器具	45	46	
	磁気治療器具	13	36
	その他	4	5
3 家具・寝具	41	56	
ふとん類	41	55	
	その他	0	1
4 商品一般	31	53	
5 アクセサリー	8	6	
6 食器・台所用品	7	9	
浄水器	5	8	
	その他	2	1
7 食料品一般	6	12	
8 他の保健衛生品	4	9	
放射性岩石	2	5	
	その他	2	4
9 空調・冷暖房機器	2	1	
9 スポーツ用品	2	4	
その他	23	26	
計	323 (0.3%)	418 (0.3%)	
全相談件数	125,281 (100.0)	142,760 (100.0)	

表-44 催眠（S F）商法 相談内容別相談件数

単位：件

項目	20年度	19年度		
相談件数	323	418		
性別	男性	63	87	
	女性	246	297	
	団体	7	8	
	不明	7	26	
年代別	19歳以下	1	0	
	20歳代	5	6	
	30歳代	6	9	
	40歳代	7	12	
	50歳代	15	18	
	60歳代	63	82	
	70歳以上	190	232	
	不明	36	59	
職業別	給与生活者	25	35	
	自営・自由業	6	19	
	家事従事者	75	126	
	学生	2	2	
	無職	180	178	
	その他・不明	35	58	
支払方法別	信用供与無	現金払	150	194
		他の前払式	-	-
		不明	56	64
		小計	206	258
	信用供与有	自社割賦	12	12
		総合割賦	2	0
		個品割賦	18	33
		その他	4	4
		不明	3	1
		小計	39	50
その他	借金契約	1	-	
	不明・無関係	77	110	
平均契約金額(千円)	555	714		
平均既払金額(千円)	450	284		
主な相談内容	高価格・料金	109	150	
	解約	76	103	
	クーリングオフ	66	85	
	効能・効果	56	70	
	返金	47	36	
	薬効うたう	41	34	
	販売目的隠匿	40	58	
	信用性	36	68	
	次々販売	30	42	
	虚偽説明	22	29	

(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5.3%(91件)の減少であった。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(368件)は、前年度から18.9%(86件)減と減少している。また「他の預貯金・証券等」(313件)が4.0%(13件)減少した。第2位の「商品相場」では、「金相場」に関する相談(153件)が多数を占めるが、前年度と比べて、67件の減となっている。代わりに、「石油相場」が32件の増となっている。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、相談件数はわずかながら増加している。

(表-45)

契約当事者の属性を見ると、「男性」が44.4%、「女性」が55.6%となり、「女性」がわずかに多い。年代別では「60歳以上」の高齢者が61.1%、職業別では「無職」が38.2%、「給与生活者」が28.8%、「家事従事者」が23.0%を占めている。前年度と比較して、「70歳以上」の割合が3.6ポイント増加し、相談件数も23件増加している。

支払方法別では、「現金払」が65.2%と最も多い。

平均契約金額は「979万2千円」、平均既払金額は「821万7千円」と非常に高額であり、前年度と比較するといずれも200万円以上高額となっている。

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うかがえる。また、「電話勧誘」「家庭訪販」のキーワードが前年度に比べて増加している。(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	20年度	19年度
1 預貯金・証券等	774	834
株	368	454
他の預貯金・証券等	313	326
その他	93	54
2 商品相場	405	455
金相場	153	220
石油相場	102	70
為替相場	46	58
その他	104	107
3 集合住宅	153	128
新築分譲マンション	124	111
その他	29	17
4 内職・副業	70	126
預託内職	44	92
その他	26	34
5 文具・事務用品	29	16
6 商品一般	21	15
その他	162	131
計	1,614 (1.3%)	1,705 (1.2%)
全相談件数	125,281 (100.0)	142,760 (100.0)

表-46 利殖商法相談内容別件数

単位：件

項目	20年度	19年度
相談件数	1,614	1,705
性別		
男性	705	719
女性	883	964
団体	5	4
不明	21	18
年代別		
19歳以下	1	4
20歳代	79	95
30歳代	131	125
40歳代	183	181
50歳代	200	225
60歳代	317	391
70歳以上	616	593
不明	87	91
職業別		
給与生活者	434	430
自営・自由業	140	144
家事従事者	346	390
学生	10	34
無職	576	583
その他・不明	108	124
支払方法別		
信用供与無		
現金払	1,053	1,180
他の前払式	4	4
不明	301	283
小計	1,358	1,467
信用供与有		
自社割賦	0	1
総合割賦	4	2
個品割賦	11	13
その他	25	31
不明	2	6
小計	42	53
その他		
借金契約	9	31
不明・無関係	205	154
平均契約金額(千円)	9,792	6,998
平均既払金額(千円)	8,217	5,893
主な相談内容		
電話勧誘	648	629
返金	546	639
解約	524	628
家庭訪販	355	322
儲からない	351	340
虚偽説明	317	323
信用性	264	270
約束不履行	259	297
強引	246	222
詐欺	202	259

(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。

20年度の相談件数は1,278件あり、前年度と比べると280件、18.0%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20.9%(41件)の減少であった。「理美容」の相談のうち、「エステティックサービス」が96.8%を占めており、契約当事者の6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38.4%(73件)の減少であった。「家具・寝具」の相談のうちのほとんどが「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位は屋根工事や増改築・塗装工事などを次々と契約させるという「工事・建築・加工」であった。また、第5位の「他の運輸・通信」は前年度のほぼ2倍に増加している。これは携帯の出会い系サイトなどの使用料金を払い込むと、次々と身に覚えのないサイトの使用料請求が来るといった相談が多い。(表-47)

契約当事者の属性を見ると、性別では「女性」が67.1%、年代別では60歳以上の高齢者が54.0%、「20歳代」が19.6%、職業別では「無職」が36.9%、「給与生活者」が35.9%を占めている。

支払方法別に見ると、「現金払」が40.1%と最も多くなっており、前年度(31.5%)より8.6ポイント増加している。

平均契約金額は「250万2千円」、平均既払金額は「194万3千円」と非常に高額であり、また平均既払金額は前年度より19万6千円高くなっている。

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。(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	20年度	19年度
1 理 美 容	155	196
エステティックサービス	150	193
そ の 他	5	3
2 家 具 ・ 寝 具	117	190
ふ と ん 類	116	182
そ の 他	1	8
3 工 事 ・ 建 築 ・ 加 工	95	99
4 ア ク セ サ リ ー	66	99
5 他 の 運 輸 ・ 通 信	58	30
電話情報提供サービス	52	28
そ の 他	6	2
6 教 室 ・ 講 座	56	82
外国語・会話教室	32	5
そ の 他	24	77
7 食 器 ・ 台 所 用 品	51	75
浄 水 器	49	72
そ の 他	2	3
8 他 の 教 養 娯 楽 品	49	51
絵 画 ・ 書 画	40	33
そ の 他	9	18
9 預 貯 金 ・ 証 券 等	45	29
株	26	12
そ の 他	19	17
10 役 務 ・ そ の 他	44	48
広告代理サービス	14	11
そ の 他	30	37
そ の 他	542	659
計	1,278 (1.0%)	1,558 (1.1%)
全 相 談 件 数	125,281 (100.0)	142,760 (100.0)

表-48 次々販売 相談内容別件数

単位：件

項 目	20年度	19年度		
相 談 件 数	1,278	1,558		
性 別	男 性	409	406	
	女 性	834	1,110	
	団 体	17	26	
	不 明	18	16	
年 代 別	19 歳 以 下	7	9	
	20 歳 代	237	312	
	30 歳 代	132	147	
	40 歳 代	91	109	
	50 歳 代	91	102	
	60 歳 代	129	156	
	70 歳 以 上	524	646	
	不 明	67	77	
職 業 別	給 与 生 活 者	432	471	
	自 営 ・ 自 由 業	79	61	
	家 事 従 事 者	207	302	
	学 生	42	67	
	無 職	445	580	
	そ の 他 ・ 不 明	73	77	
支 払 方 法 別	信 用 供 与 無	現 金 払	512	491
		他 の 前 払 式	10	9
		不 明	185	241
		小 計	707	741
	信 用 供 与 有	自 社 割 賦	40	29
		総 合 割 賦	30	21
		個 品 割 賦	354	591
		そ の 他	31	39
		不 明	30	29
	小 計	485	709	
	そ の 他	借 金 契 約	13	9
		不 明 ・ 無 関 係	73	99
	平均契約金額(千円)		2,502	2,557
	平均既払金額(千円)		1,943	1,747
主 な 相 談 内 容	解 約	585	744	
	高 価 格 ・ 料 金	483	575	
	家 庭 訪 販	437	566	
	強 引	235	290	
	虚 偽 説 明	185	249	
	判 断 不 十 分 者 契 約	185	220	
	電 話 勧 誘	180	209	
	返 金	169	201	
	二 次 被 害	145	183	
ク ー リ ン グ オ フ	121	141		

(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。

20年度の業務提供誘引販売取引の相談件数は320件であり、前年度と比べて67件、17.3%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増加している。このうち「ワープロ・パソコン内職」が約5割を占めている。またドロップ SHIPPING やアフィリエイトの内容を含む「他の内職・副業」も3割近くを占める。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7割以上を占める。第3位は「学習教材」であり、前年度と比べて件数は半減（12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72.3%、年代別では「20歳～40歳代」で8割近くを占めるが、前年度と比べると「20歳代」と「30歳代」の占める割合が、前年度から減少している。職業別では、「給与生活者」が34.7%、「家事従事者」が25.0%の順となっている。

支払方法別は、「現金払」（36.3%）、「個品割賦」（21.6%）となっている。前年度と比べるとどちらの件数も減少している。平均契約金額は、「55万4千円」であり、前年度と比べて3万4千円高くなっている。

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	20年度	19年度
1 内職・副業	178	173
ワープロ・パソコン内職	85	82
他の内職・副業	53	47
あて名書き内職	11	12
配達内職	9	9
その他	20	23
2 教室・講座	80	114
タレント・モデル養成教室	60	76
資格講座	11	10
その他	9	28
3 学習教材	12	24
教養娯楽教材	8	7
資格取得用教材	3	12
その他	1	5
4 文具・事務用品	8	14
コンピュータソフト	7	13
その他	1	1
4 他の教養・娯楽	8	13
撮影サービス	7	10
その他	1	3
6 役務その他	6	12
仕事紹介登録	4	9
その他	2	3
その他	28	37
計	320 (0.3%)	387 (0.3%)
全相談件数	125,281 (100.0)	142,760 (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	20年度	19年度		
相談件数	320	387		
性別	男性	88	89	
	女性	230	294	
	団体	1	-	
	不明	1	4	
年代別	19歳以下	14	11	
	20歳代	108	136	
	30歳代	80	102	
	40歳代	60	56	
	50歳代	29	39	
	60歳代	17	21	
	70歳以上	5	4	
不明	7	18		
職業別	給与生活者	107	161	
	自営・自由業	38	22	
	家事従事者	77	108	
	学生	28	25	
	無職	58	46	
	その他・不明	12	25	
支払方法別	信用供与無	現金払	116	147
		他の前払式	3	4
		不明	37	55
		小計	156	206
	信用供与有	自社割賦	13	5
		総合割賦	25	15
		個品割賦	69	83
		その他	5	10
		不明	7	7
	小計	119	120	
	その他	借金契約	8	14
		不明・無関係	37	47
	平均契約金額(千円)		554	520
	平均既払金額(千円)		195	226
主な相談内容	サイドビジネス商法	211	220	
	解約	125	145	
	インターネット	117	110	
	電子広告	103	84	
	信用性	92	111	
	高価格・料金	74	99	
	電話勧誘	68	81	
	虚偽説明	66	65	
	返金	61	74	
	内職・商品セット契約	50	66	