

## 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、電話などで呼び出す販売手口であり、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430件であり、前年度に比べ24.2%減少している。商品・役務別に見ると、最も多かった相談が、過去に会員となった複合サービス会員を退会したい、といった相談が主な「役務一般」、次に「アクセサリー」となっているが、いずれも前年度より件数が減少している。第3位の「教室・講座」は件数が増えているが、なかでも「外国語・会話教室」の件数増加が大きい。第4位は、タレント・モデル内職が多い「内職・副業」、第5位が新築分譲マンションが多い「集合住宅」の順となっている。(表-29)

契約当事者の属性をみると、年代別では30歳代以下の年齢で76.4%を占めており、若い世代に多い契約トラブルであることがわかる。職業別では、「給与生活者」(64.2%)が最も多いが、「学生」(13.9%)「無職」(10.7%)もそれぞれ1割を超えている。

相談内容では、「強引」「販売目的隠匿」「長時間勧誘」などがあげられる。また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」は、前年度の半数以下に減少したものの、多く見られる。アンケートの回答者や、過去に被害にあった消費者を狙って誘い出し、悪質な勧誘方法で契約させるといった相談が少なくないことがわかる。(表-30)

### (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、路上や近くの営業所等で契約させる販売手口であり、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、620件あり、前年度に比べ24.8%減少している。

商品・役務別に見ると、第1位はエステティックサービスがほとんどを占める「理美容」であるが、前年度より件数は減少している。第2位の「教室・講座」も減少しているが、その中の「外国語・会話教室」については、アポイントメントセールス同様、前年度より件数が増加している。第3位は「絵画・書画」などの「他の教養娯楽品」である。その他、前年度より増加が目立つ相談としては、「内職・副業」「医療」などがあげられる。「内職・副業」の中では、「タレント・モデル内職」が多くを占める。また「医療」の中では、美容医療などの医療サービスが多い。(表-31)

契約当事者の属性をみると、性別では「女性」が全体の8割近くを占める。年代別では「20歳代」が73.1%、「19歳以下」が6.8%を占めており、29歳以下の若者で8割を占める。職業別では、「給与生活者」(56.3%)が最も多いが、「学生」(26.9%)も全体の4分の1を占める。アポイントメントセールスと並んで、若者に多い契約トラブルということがわかる。

主な相談内容では、「販売目的隠匿」「強引」「長時間勧誘」「虚偽説明」が多く、また「無料商法」や「アンケート商法」も比較的上位にあることから、「今なら無料体験実施中」「アンケートにお答えください」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-32)

表-29 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	21年度	20年度
1 役務一般	92	115
複合サービス会員	88	111
その他	4	4
2 アクセサリー	80	128
3 教室・講座	77	60
外国語・会話教室	44	23
精神修養講座	13	15
その他	20	22
4 内職・副業	19	8
* タレント・モデル内職	13	—
その他	6	8
5 集合住宅	18	16
新築分譲マンション	12	11
その他	6	5
6 役務その他	17	28
結婚相手紹介サービス	5	2
その他	12	26
* 7 パソコン・パソコン関連用品	12	—
* パソコンソフト	11	—
その他	1	—
7 学習教材	12	16
教養娯楽教材	6	8
その他	6	8
9 化粧品	11	11
* 10 デリバティブ取引	9	—
* 海外商品先物等	8	—
その他	1	—
小計	347	382
その他	83	185
計	430 (0.3%)	567 (0.5%)
全相談件数	128,154 (100.0%)	125,281 (100.0%)

注：\*印は平成21年度より新設されたキーワードのため、前年度との比較はできない。

表-30 アポイントメントセールス相談内容別件数 単位：件

項目	21年度	20年度
相談件数	430	567
性別		
男性	236	322
女性	192	243
団体	0	1
不明	2	1
年代別		
19歳以下	9	10
20歳代	208	284
30歳代	100	135
40歳代	38	51
50歳代	16	22
60歳代	22	25
70歳以上	22	25
不明	15	15
職業別		
給与生活者	264	378
自営・自由業	11	20
家事従事者	35	40
学生	57	63
無職	44	42
その他・不明	19	24
主な相談内容		
解約	164	238
高価格・料金	130	168
強引	125	131
クリーニングオフ	99	115
販売目的隠匿	84	123
虚偽説明	77	124
電話勧誘	76	83
返金	71	81
二次被害	67	145
長時間勧誘	66	72

表-31 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	21年度	20年度
1 理 美 容	103	116
エステティックサービス	99	114
そ の 他	4	2
2 教 室 ・ 講 座	86	112
外国語・会話教室	47	42
タレント・モデル養成教室	27	27
そ の 他	12	43
3 他 の 教 養 娯 楽 品	80	121
絵 画 ・ 書 画	74	86
そ の 他	6	35
4 理 美 容 器 具 ・ 用 品	70	76
美 顔 器	60	67
そ の 他	10	9
5 化 粧 品	62	103
6 内 職 ・ 副 業	43	16
*タレント・モデル内職	38	—
そ の 他	5	16
7 健 康 食 品	31	35
8 医 療	19	5
9 役 務 そ の 他	14	72
10 ア ク セ サ リ ー	13	25
小 計	521	681
そ の 他	99	144
計	620 (0.5%)	825 (0.7%)
全 相 談 件 数	128,154 (100.0%)	125,281 (100.0%)

注：\*印は平成21年度より新設されたキーワードのため、前年度との比較はできない。

表-32 キャッチセールス相談内容別相談件数

単位：件

項 目	21年度	20年度	
相 談 件 数	620	825	
性 別	男 性	140	179
	女 性	473	640
	団 体	1	1
	不 明	6	5
年 代 別	19 歳 以 下	41	49
	20 歳 代	440	555
	30 歳 代	54	61
	40 歳 代	26	46
	50 歳 代	10	24
	60 歳 代	12	28
	70 歳 以 上	19	38
	不 明	18	24
職 業 別	給 与 生 活 者	332	437
	自 営 ・ 自 由 業	16	14
	家 事 従 事 者	40	62
	学 生	159	214
	無 職	43	66
	そ の 他 ・ 不 明	30	32
主 な 相 談 内 容	解 約	260	371
	高 価 格 ・ 料 金	218	279
	ク ー リ ン グ オ フ	160	240
	販 売 目 的 隠 匿	142	218
	強 引	126	159
	長 時 間 勧 誘	93	130
	返 金	83	100
	虚 偽 説 明	72	105
	無 料 商 法	71	89
	ア ン ケ ー ト 商 法	58	64

### (3) 利殖商法

「利殖商法」とは、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1,975件あり、前年度に比べて22.4%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、利殖商法の4割以上を占める。最も多く寄せられた「株」は前年度に比べて82.1%増と大きく増加した。第2位の「デリバティブ取引」は利殖商法全体の2割を占め、そのうち最も多いのが海外商品先物等の「商品デリバティブ取引」である。第3位は「ファンド型投資商品」、第4位が新築分譲マンション等の「集合住宅」となっている。(表-33)

契約当事者の属性を見ると、年代別では60歳以上の高齢者が68.8%と7割近くを占める。また前年度と比較すると60歳以上の高齢者の件数が増加し、特に「70歳以上」の件数増加が著しい。職業別では「無職」が最も多く45.7%を占め、次いで「給与生活者」25.2%、「家事従事者」20.2%となっている。平均契約金額は711万4千円、平均既払金額は577万4千円と、いずれも非常に高額となっている。

主な相談内容では、最も多い「電話勧誘」が前年度に比べてさらに件数も増加している。また「虚偽説明」「儲からない」「強引」「詐欺」「約束不履行」などが多く、悪質な勧誘が行われている様子がうかがえる。(表-34)

### (4) 次々販売

「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に次から次へと契約をさせるような販売手口である。

相談件数は1,291件あり、前年度より1.0%の増加である。

商品・役務別の第1位は「預貯金・証券等」であり、次々販売全体の約1割を占めるが、その8割を占める「株」の相談件数は、前年度に比べて4倍以上の急激な増加が見られる。第2位は「家具・寝具」であり、そのほとんどが「ふとん類」である。第3位の「理美容」は、その9割以上が「エステティックサービス」であるが、前年度と比べると41.9%の減少となっている。(表-35)

契約当事者の属性を見ると、年代別では60歳以上の高齢者が66.0%を占めるが、「20歳代」以下の若者も12.0%を占める。職業別では「無職」が47.3%と最も多く、次に「給与生活者」が25.8%を占めている。

主な相談内容としては、「家庭訪販」「電話勧誘」が上位にあがっている。また「強引」「判断不十分者契約」「虚偽説明」「二次被害」など、販売方法が非常に悪質であることがうかがえる。(表-36)

### (5) 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267件寄せられ、前年度より17.3%の減少であった。

商品別にみると、第1位は「健康食品」で、催眠商法の約3分の1を占めるが、前年度より件数は減少している。第2位は家庭用電気治療器具等の「医療用具」で、件数は前年度より25.8%の増加であった。第3位は「家具・寝具」であり、そのほとんどがふとん類である。(表-37)

契約当事者の属性については、性別では「女性」が8割以上を占め、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9割近くを占めている。主な相談内容としては、「効能・効果」「薬効うたう」が上位にあがり、何らかの健康不安をもっている消費者に対して、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。また「次々販売」「虚偽説明」「過量販売」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-38)

表-33 利殖商法商品・役務別相談件数

単位：件

商品・役務名	21年度	20年度
1 預貯金・証券等	845	774
株	670	368
その他	175	406
* 2 デリバティブ取引	384	—
* 商品デリバティブ取引	297	—
その他	87	—
* 3 ファンド型投資商品	350	—
4 集合住宅	191	153
新築分譲マンション	158	124
その他	33	29
* 5 パソコン・パソコン関連用品	27	—
6 各種会員権	22	18
7 役務その他	17	6
7 音響・映像製品	17	1
9 内職・副業	12	70
* 10 放送・コンテンツ等	11	—
* デジタルコンテンツ	11	—
その他	0	—
小計	1,876	1,022
その他	99	592
計	1,975 (1.5%)	1,614 (1.3%)
全相談件数	128,154 (100.0)	125,281 (100.0)

表-34 利殖商法相談内容別件数

単位：件

項目	21年度	20年度
相談件数	1,975	1,614
性別		
男性	966	705
女性	973	883
団体	9	5
不明	27	21
年代別		
19歳以下	0	1
20歳代	70	79
30歳代	126	131
40歳代	193	183
50歳代	196	200
60歳代	406	317
70歳以上	885	616
不明	99	87
職業別		
給与生活者	462	434
自営・自由業	148	140
家事従事者	371	346
学生	15	10
無職	838	576
その他・不明	141	108
平均契約金額(千円)	7,114	9,792
平均既払金額(千円)	5,774	8,217
主な相談内容		
電話勧誘	969	648
返金	599	546
解約	593	524
虚偽説明	422	317
儲からない	371	351
信用性	358	264
家庭訪販	347	355
強引	335	246
詐欺	260	202
約束不履行	254	259

※：\*印は平成21年度より新設されたキーワードのため、前年度との比較はできない。

なお、平成20年度以前に多かった「商品相場」（平成20年度：405件）は、平成21年度からほとんどが「商品デリバティブ取引」などの「デリバティブ取引」に区分変更された。

また、平成21年度に新設された「ファンド型投資商品」は、平成20年度以前は「預貯金・証券等」中の「他の預貯金・証券等」（平成20年度：313件）や、「内職・副業・相場」中の「預託内職」（平成20年度：44件）などに区分されていた。

表-35 次々販売 商品・役務別相談件数

単位：件

商品・役務名	21年度	20年度
1 預貯金・証券等	138	45
株	112	26
その他	26	19
2 家具・寝具	128	117
ふとん類	125	116
その他	3	1
3 理美容	90	155
エステティックサービス	84	150
その他	6	5
4 工事・建築・加工	81	95
* 5 放送・コンテンツ等	76	—
* 出会い系サイト	57	—
その他	19	—
6 役務・その他	67	44
7 アクセサリー	63	66
ネックレス	20	29
その他	43	37
* 8 デリバティブ取引	62	—
* 海外商品先物等	48	—
その他	14	—
9 他の教養・娯楽	51	49
10 食器・台所用品	38	51
浄水器	34	49
その他	4	2
小計	794	622
その他	497	656
計	1,291 (1.0%)	1,278 (1.0%)
全相談件数	128,154 (100.0)	125,281 (100.0)

表-36 次々販売 相談内容別件数

単位：件

項目	21年度	20年度
相談件数	1,291	1,278
性別	男性	413
	女性	847
	団体	15
	不明	16
年代別	19歳以下	7
	20歳代	139
	30歳代	107
	40歳代	98
	50歳代	63
	60歳代	142
	70歳以上	663
	不明	72
職業別	給与生活者	315
	自営・自由業	79
	家事従事者	222
	学生	27
	無職	577
	その他・不明	71
主な相談内容	解約	511
	家庭訪販	470
	高価格・料金	434
	電話勧誘	301
	強引	269
	判断不十分者契約	207
	虚偽説明	201
	返金	197
	二次被害	165
	クーリングオフ	138

注：\*印は平成21年度より新設されたキーワードのため、前年度との比較はできない。

表-37 催眠（S F）商法 商品・役務別相談件数

単位：件

商品・役務名	21年度	20年度
1 健康食品	94	137
2 医療用具	78	62
家庭用電気治療器具	60	45
磁気治療器具	10	13
その他	8	4
3 家具・寝具	24	41
ふとん類	22	41
その他	2	0
4 商品一般	23	31
5 アクセサリー	7	8
小計	226	279
その他	41	44
計	267 (0.2%)	323 (0.3%)
全相談件数	128,154 (100.0)	125,281 (100.0)

表-38 催眠（S F）商法 相談内容別相談件数

単位：件

項目	21年度	20年度	
相談件数	267	323	
性別	男性	42	63
	女性	215	246
	団体	5	7
	不明	5	7
年代別	19歳以下	0	1
	20歳代	4	5
	30歳代	8	6
	40歳代	7	7
	50歳代	11	15
	60歳代	41	63
	70歳以上	168	190
	不明	28	36
職業別	給与生活者	24	25
	自営・自由業	2	6
	家事従事者	86	75
	学生	1	2
	無職	124	180
	その他・不明	30	35
主な相談内容	高価格・料金	95	109
	解約	75	76
	クリーニングオフ	52	66
	効能・効果	46	56
	返金	41	47
	次々販売	37	30
	信用性	31	36
	虚偽説明	28	22
	薬効うたう	25	41
	過量販売	21	18