

5 販売購入形態別相談件数

(1) 販売購入形態別相談件数

令和5年度の相談件数を販売購入形態別で見ると、「店舗購入」は28,501件で、全相談の22.0%を占めている。ショートメッセージやメール等による架空請求の相談等の「不明・無関係」の割合は令和4年度から上昇に転じ、令和5年度は26.5%と増加した。

一方、「特殊販売」は66,608件で、全体に占める割合は51.4%と前年度からほぼ横ばいで、高止まりしている。

特殊販売の内訳を見ると、令和5年度も引き続き「通信販売」(構成比 37.5%)が最も多く、次いで「訪問販売」(8.5%)、「電話勧誘販売」(3.4%)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	令和元年度	2年度	3年度	4年度	5年度
全相談件数	139,305 (100.0%)	136,635 (100.0%)	124,095 (100.0%)	130,088 (100.0%)	129,681 (100.0%)
店舗購入	32,374 (23.2%)	30,422 (22.3%)	27,388 (22.1%)	29,903 (23.0%)	28,501 (22.0%)
特殊販売（店舗外販売）	62,965 (45.2%)	71,195 (52.1%)	64,798 (52.2%)	67,186 (51.6%)	66,608 (51.4%)
訪問販売	10,835 (7.8%)	10,509 (7.7%)	11,671 (9.4%)	10,138 (7.8%)	11,069 (8.5%)
通信販売	43,905 (31.5%)	53,470 (39.1%)	46,337 (37.3%)	50,639 (38.9%)	48,682 (37.5%)
マルチ(まがい)商法	1,745 (1.3%)	1,338 (1.0%)	1,172 (0.9%)	873 (0.7%)	632 (0.5%)
電話勧誘販売	4,806 (3.4%)	3,673 (2.7%)	3,803 (3.1%)	3,885 (3.0%)	4,430 (3.4%)
ネガティブオプション	280 (0.2%)	821 (0.6%)	318 (0.3%)	255 (0.2%)	309 (0.2%)
訪問購入	593 (0.4%)	721 (0.5%)	835 (0.7%)	772 (0.6%)	859 (0.7%)
他の無店舗販売	801 (0.6%)	663 (0.5%)	662 (0.5%)	624 (0.5%)	627 (0.5%)
不明・無関係	43,966 (31.6%)	35,018 (25.6%)	31,909 (25.7%)	32,999 (25.4%)	34,572 (26.6%)

(2) 特殊販売の契約当事者年代別相談件数

令和５年度の特特殊販売を形態別に、契約当事者の年齢別構成比を示したものが「表－18」である。

屋根工事や新聞等に係る契約の相談が多い「訪問販売」では、「70歳以上」の割合が37.6%と最も多く、60歳以上の高齢者が全体の47.4%を占める。

インターネット通販等が多い「通信販売」では、「50歳代」が19.7%と最も多く、次いで「70歳以上」が17.4%、「60歳代」が15.3%、「40歳代」が15.2%と続く。

他の内職・副業等のサイドビジネス商法の相談が多い「マルチ(まがい)商法」では、「20歳代」が33.1%と最も多い。

副業サポートのトラブルに関する相談の多い役務その他サービスや光ファイバー回線契約の解約の相談が多い「電話勧誘販売」では、「70歳以上」が26.1%と最も多く、60歳以上の高齢者で全体の37.3%を占める。

心当たりのない荷物が代引で届く等の相談が多い「ネガティブオプション」は、「70歳以上」が21.0%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53.2%と最も多く、60歳以上の高齢者で全体の66.7%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」は、「70歳以上」が22.3%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「50歳代」、「60歳代」、「40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。

表－18 特殊販売の形態別契約当事者年代別相談件数(令和５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	５年度 計
訪問販売	155 (1.4%)	1,530 (13.8%)	870 (7.9%)	872 (7.9%)	1,054 (9.5%)	1,088 (9.8%)	4,158 (37.6%)	1,342 (12.1%)	11,069 (100.0%)
通信販売	1,434 (2.9%)	4,570 (9.4%)	5,395 (11.1%)	7,390 (15.2%)	9,568 (19.7%)	7,456 (15.3%)	8,465 (17.4%)	4,404 (9.0%)	48,682 (100.0%)
マルチ(まがい)商法	5 (0.8%)	209 (33.1%)	69 (10.9%)	62 (9.8%)	69 (10.9%)	61 (9.7%)	76 (12.0%)	81 (12.8%)	632 (100.0%)
電話勧誘販売	54 (1.2%)	578 (13.0%)	470 (10.6%)	430 (9.7%)	569 (12.8%)	495 (11.2%)	1,156 (26.1%)	678 (15.4%)	4,430 (100.0%)
ネガティブオプション	3 (1.0%)	17 (5.5%)	18 (5.8%)	38 (12.3%)	41 (13.3%)	44 (14.2%)	65 (21.0%)	83 (26.9%)	309 (100.0%)
訪問購入	0 (0.0%)	18 (2.1%)	23 (2.7%)	59 (6.9%)	92 (10.7%)	116 (13.5%)	457 (53.2%)	94 (10.9%)	859 (100.0%)
他の無店舗販売	6 (1.0%)	78 (12.4%)	70 (11.2%)	86 (13.7%)	89 (14.2%)	73 (11.6%)	140 (22.3%)	85 (13.6%)	627 (100.0%)
特殊販売 計	1,657 (2.5%)	7,000 (10.5%)	6,915 (10.4%)	8,937 (13.4%)	11,482 (17.2%)	9,333 (14.0%)	14,517 (21.8%)	6,767 (10.2%)	66,608 (100.0%)

(3) 訪問販売

訪問販売に関する相談件数は11,069件で、全相談件数の8.5%を占める。件数は前年度に比べ9.2%増加した。

相談件数を商品・役務別に上位10位まで示したものが「表－19」である。

最も多い相談は「工事・建築・加工」(2,320件)で、主に「屋根工事」や「衛生設備工事」などである。

第2位は「修理・補修」(1,651件)である。トイレのつまり解消修理などの「修理サービス」が多い。

第3位は「役務その他」(1,174件)であり、副業コンサルティング等の「役務その他サービス」や「廃品回収サービス」に関する相談が寄せられている。

商品・役務別上位10位で増加率が目立つものとしては、「給湯システム」「ソーラーシステム」「駆除サービス」等があげられる。

相談内容をキーワード別で見ると、「クーリングオフ一般」「高価格・料金」「解約一般」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	5年度	4年度 対前年度比
1	工事・建築・加工	2,320	2,539 91.4%
	屋根工事	1,279	1,557 82.1%
	衛生設備工事	263	273 96.3%
	塗装工事	181	191 94.8%
2	修理・補修	1,651	1,346 122.7%
	修理サービス	1,633	1,336 122.2%
3	役務その他	1,174	926 126.8%
	役務その他サービス	483	359 134.5%
	廃品回収サービス	219	213 102.8%
4	空調・冷暖房・給湯設備	635	166 382.5%
	給湯システム	482	97 496.9%
	ソーラーシステム	148	59 250.8%
5	書籍・印刷物	615	587 104.8%
	新聞	605	584 103.6%
6	衛生サービス	523	267 195.9%
	駆除サービス	410	187 219.3%
	建物清掃サービス	104	66 157.6%
7	電気	375	575 65.2%
8	インターネット通信サービス	372	388 95.9%
	光ファイバー	247	279 88.5%
9	放送	238	292 81.5%
	ケーブルテレビ放送	162	148 109.5%
	テレビ放映サービス一般	63	110 57.3%
10	教室・講座	172	216 79.6%
	ビジネス教室	65	83 78.3%
	タレント・モデル養成教室	43	53 81.1%
	訪問販売 計	11,069	10,138 109.2%
	全相談件数に占める割合	(8.5%)	(77.5%)

表－20 訪問販売 相談内容別件数

単位：件			
	内容キーワード	5年度	4年度 対前年度比
1	クーリングオフ一般	3,254	2,621 124.2%
2	高価格・料金	3,228	2,708 119.2%
3	解約一般	2,447	2,440 100.3%
4	契約書・書面一般	2,067	1,975 104.7%
5	電子広告	1,733	1,393 124.4%

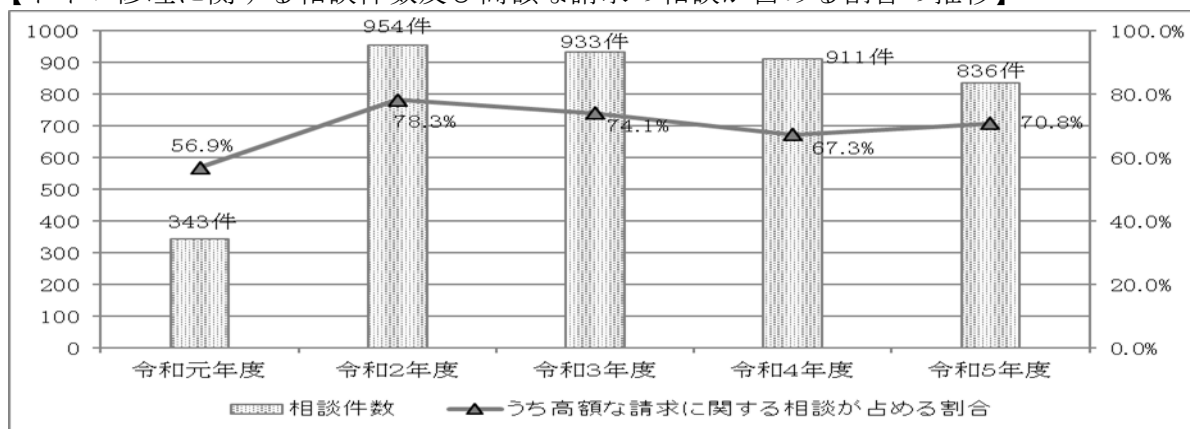
トピックス：「トイレの詰まり解消等修理」に関する相談が高止まり

トイレのつ詰まり等の修理に関する相談件数が836件で対前年度比91.8%と減少しているが、依然高い件数で推移している。相談の内容をみると高額な修理費用等の請求に係る相談が70.8%を占めている。

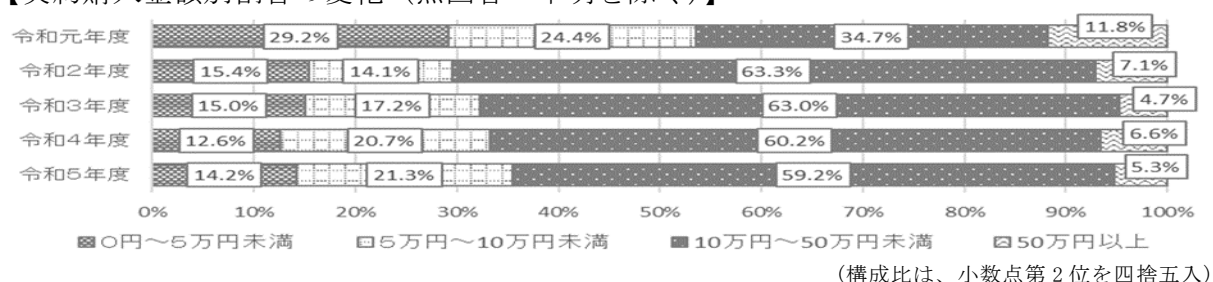
契約購入金額別割合（無回答・不明を除く）をみると、令和元年度は10万円未満の割合が半数以上を占めていたが、令和2年度から「10万円以上50万円未満」の割合が大きく増加し、令和5年度も59.2%を占めた。契約当事者の年代別割合では、20歳代（159件）が19.0%と最も多く、次に80歳以上（100件）が12.0%と多くなっている。

トイレをつまらせ、インターネットで見つけた料金の安い業者を呼んだ。結局、修理しても直らなかったのに高額な料金を請求された。返金をしてほしいという相談等が寄せられている。

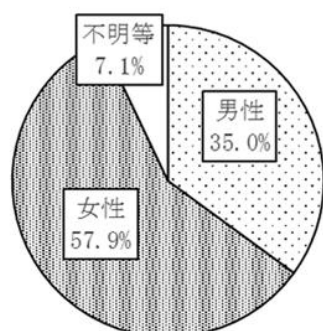
【トイレ修理に関する相談件数及び高額な請求の相談が占める割合の推移】



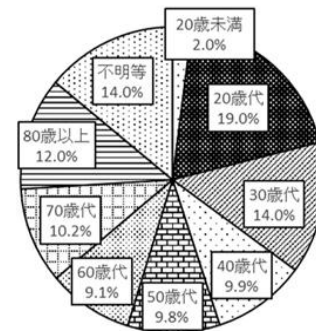
【契約購入金額別割合の変化（無回答・不明を除く）】



【契約当事者の男女別割合】



【契約当事者の年代別割合】



(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りない場合をいう。

通信販売に関する相談件数は48,682件で、「特殊販売」の中では最も多く、全相談件数の37.5%を占める。

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「化粧品」(6,603件)で、通信販売全体の13.6%を占める。主なものは「養毛剤」、「化粧クリーム」、「乳液」であるが、どれも定期購入に関する相談が多く寄せられている。

第2位は「健康食品」(3,000件)であり、「化粧品」と同じく定期購入に関する相談が多く寄せられている。

第3位は「役務その他」(2,708件)であり占いサイトや質問サイト、E S T Aの申請代行等の相談が寄せられている。

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」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	5年度	4年度	対前年度比
1	化粧品	6,603	9,252	71.4%
	養毛剤	941	324	290.4%
	化粧クリーム	910	1,718	53.0%
	乳液	900	1,465	61.4%
2	健康食品	3,000	2,681	111.9%
3	役務その他	2,708	2,292	118.2%
4	商品一般	2,656	2,549	104.2%
5	他の教養・娯楽	2,496	2,542	98.2%
	インターネットゲーム	930	789	117.9%
	出会い系サイト・アプリ	602	897	67.1%
6	紳士・婦人洋服	2,357	2,756	85.5%
7	娯楽等情報配信サービス	1,873	2,308	81.2%
	他の娯楽等情報配信サービス	573	557	102.9%
	アダルト情報	557	972	57.3%
	映像配信サービス	404	479	84.3%
8	他の教養娯楽品	1,306	1,237	105.6%
	タバコ用品	393	255	154.1%
9	かばん	1,051	1,033	101.7%
	紳士・婦人用バッグ	725	754	96.2%
10	他の金融関連サービス	959	713	134.5%
	金融関連サービスその他	561	436	128.7%
	金融コンサルティング	312	223	139.9%
	通信販売 計	48,682	50,639	96.1%
	全相談件数に占める割合	(37.5%)	(38.9%)	

表-22 通信販売 相談内容別件数

単位：件

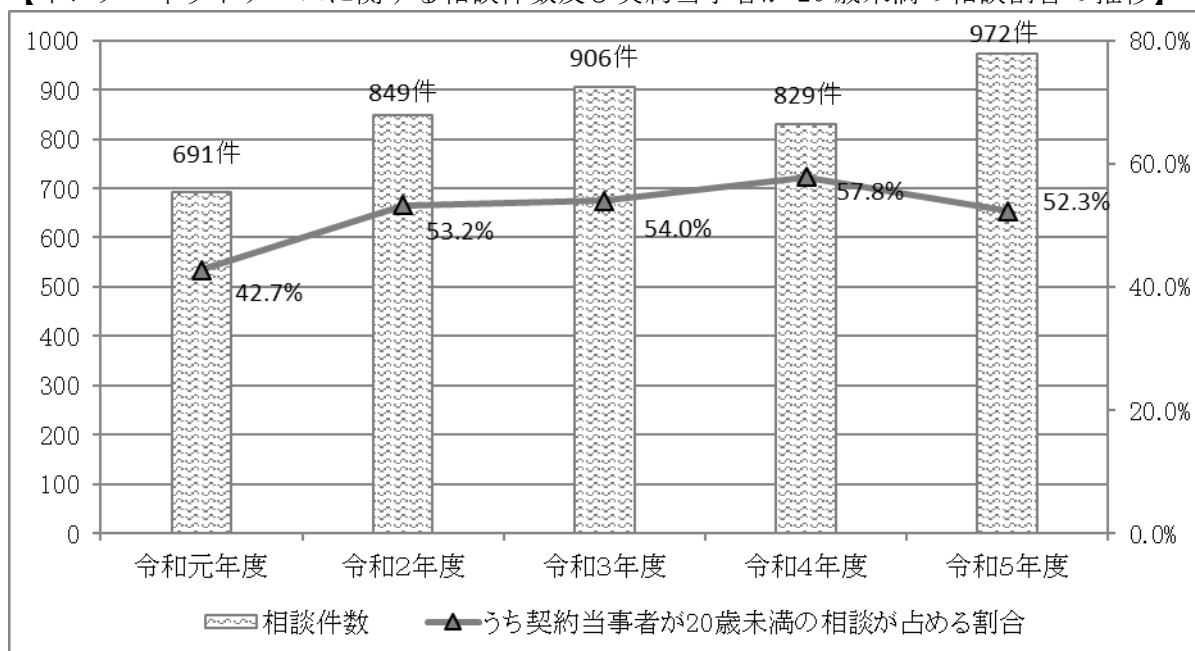
	内容キーワード	5年度	4年度	対前年度比
1	インターネット通販	34,870	38,126	91.5%
2	解約一般	19,249	21,702	88.7%
3	電子広告	13,822	15,438	89.5%
4	返金	10,580	9,637	109.8%
5	定期購入	9,534	11,665	81.7%

トピックス：インターネットゲームに関する相談件数が増加

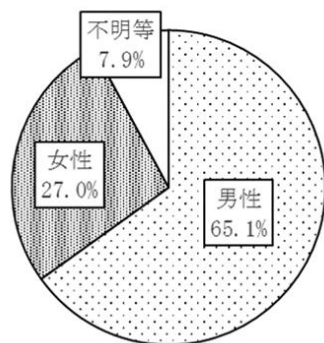
インターネットに接続して、同時に複数の人が参加する「インターネットゲーム」に関する相談は972件であり、対前年度比117.2%と増加した。契約当事者の年齢をみると、20歳未満の割合が令和2年度から50%を上回っており、令和5年度も52.3%となっている。また、20歳未満のうち9割以上を18歳未満が占めている。

契約当事者の男女別割合では、男性が65.1%を占める。契約当事者の年代別では20歳未満（508件）が最も多い。そのほか、40歳代以外で前年度から増加している。小学生の子どもが、インターネットゲームで親の許可無く高額な課金をしていたことがわかり、返金を求めたいという相談が多く寄せられた。

【インターネットゲームに関する相談件数及び契約当事者が20歳未満の相談割合の推移】



【契約当事者の男女別割合】



(構成比は、小数点第2位を四捨五入)

【契約当事者の年代別件数】

	5年度件数	4年度件数	対前年度比
20歳未満	508	479	106.1%
18歳未満	488	462	105.6%
18歳、19歳	20	17	117.6%
20歳代	89	70	127.1%
30歳代	88	73	120.5%
40歳代	72	74	97.3%
50歳代	66	34	194.1%
60歳代	32	18	177.8%
70歳以上	19	13	146.2%
不明等	98	68	144.1%
計	972	829	117.2%

(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れば紹介料・報酬等が得られると告げて組織を拡大させていく販売方法であり、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。また、「マルチまがい商法」とは、実態はマルチ商法であるにもかかわらず、契約後に誰かを紹介したら報酬等が得られると告げるなど特定商取引法で規定されている連鎖販売取引の要件（定義）に該当しないように装うことで、規制逃れ（脱法）を図ろうとするものである。

マルチ(まがい)商法に関する相談件数は632件で、前年度に比べ27.6%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」（80件）であり、「母がマルチ商法の会員になり、毎月健康食品を購入していてお金が無くならないか心配だ。」等の相談が寄せられている。

第2位は「商品一般」（66件）であり、「家族がマルチ組織に加入し、のめりこんでいる。やめさせたい。」等の相談が多く寄せられている。

第3位は「内職・副業」で、主なものは「他の内職・副業」であり、SNSで知り合った人紹介されたアフィリエイトの副業でのトラブル等の相談が寄せられた。

相談内容をキーワード別で見ると、「サイドビジネス商法」「解約一般」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	5年度	4年度	対前年度比
1	健康食品	80	78	102.6%
2	商品一般	66	84	78.6%
3	内職・副業	62	106	58.5%
	他の内職・副業	48	96	50.0%
4	他の金融関連サービス	61	80	76.3%
	金融コンサルティング	38	60	63.3%
	金融関連サービスその他	21	16	131.3%
5	化粧品	46	72	63.9%
6	役務一般	41	58	70.7%
	複合サービス会員	38	53	71.7%
7	教室・講座	35	64	54.7%
	ビジネス教室	31	45	68.9%
8	ファンド型投資商品	33	39	84.6%
9	役務その他	25	31	80.6%
10	移動通信サービス	20	25	80.0%
	携帯電話サービス	12	16	75.0%
	マルチ(まがい)商法 計	632	873	72.4%
	全相談件数に占める割合	(0.5%)	(0.7%)	

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	5年度	4年度	対前年度比
1	サイドビジネス商法	290	424	68.4%
2	解約一般	202	337	59.9%
3	返金	154	285	54.0%
4	紹介販売	143	238	60.1%
5	信用性	114	151	75.5%

(6) 電話勧誘販売

電話勧誘販売とは、事業者から消費者の自宅や職場に電話等（電話、郵便物、ＳＮＳ、電子メール等）をかけたり、または消費者から電話等（電話、ＷＥＢ会議等）をかけさせたりし、その電話で商品やサービス等の勧誘をして申込みを受け、契約を締結する販売方法である。

電話勧誘販売に関する相談件数は4,430件で、前年度に比べ14.0%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－25」である。

最も多い相談は「役務その他」であり、ＳＮＳ等を通じての副業サポートに関するトラブルの相談が多く寄せられた。第2位は光ファイバー回線の契約トラブル等の「インターネット通信サービス」であった。第3位は「魚介類」であり、解約に関する相談が多く寄せられた。

増加率で見ると、「給湯システム」が激増しており、給湯器の点検との連絡があり、後日訪問すると言われた。訪問を承諾したが、信用できる業者か不安になったので、断りたい等の相談が寄せられた。そのほか「金融関連サービスその他」も増加しており、電話で暗号資産での投資を勧められ応じてしまったが、不審なので返金してもらいたい等の相談が寄せられた。

相談内容をキーワード別で見ると、「解約一般」「クーリングオフ一般」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	5年度	4年度	対前年度比
1	役務その他	826	633	130.5%
	役務その他サービス	573	407	140.8%
	広告代理サービス	129	121	106.6%
2	インターネット通信サービス	679	503	135.0%
	光ファイバー	514	382	134.6%
3	魚介類	302	536	56.3%
4	商品一般	245	159	154.1%
5	教室・講座	244	206	118.4%
	ビジネス教室	142	105	135.2%
6	内職・副業	232	192	120.8%
	他の内職・副業	196	176	111.4%
7	他の金融関連サービス	213	146	145.9%
	金融コンサルティング	152	111	136.9%
	金融関連サービスその他	57	26	219.2%
8	健康食品	132	114	115.8%
9	電気	130	179	72.6%
10	空調・冷暖房・給湯設備	107	22	486.4%
	給湯システム	93	12	775.0%
	電話勧誘販売 計	4,430	3,885	114.0%
	全相談件数に占める割合	(3.4%)	(3.0%)	

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	5年度	4年度	対前年度比
1	解約一般	1,240	1,154	107.5%
2	クーリングオフ一般	841	933	90.1%
3	ＳＮＳ	671	527	127.3%
4	信用性	605	518	116.8%
5	電子広告	580	509	113.9%

(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309件で、前年度に比べて21.2%の増加であった。

最も多い相談は「商品一般」、第2位は「化粧品」、第3位は「健康食品」である。（表－27）

相談内容をキーワード別で見ると、「代引配達」「連絡不能」「インターネット通販」が多い。「代引配達」に関しては、「身に覚えのない商品が代引で届き、代金を支払って受け取ってしまった。返金してほしい。」との相談が多く寄せられている。（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	5年度	4年度	対前年度比
1	商品一般	84	63	133.3%
2	化粧品	17	10	170.0%
3	健康食品	16	10	160.0%
4	書籍印刷物	14	7	200.0%
5	紳士・婦人洋服	13	7	185.7%
	ネガティブオプション 計	309	255	121.2%
	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	5年度	4年度	対前年度比
1	代引配達	100	88	113.6%
2	連絡不能	48	45	106.7%
3	インターネット通販	45	29	155.2%
4	返金	44	48	91.7%
5	中華人民共和国	32	26	123.1%

(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859件となっている。商品・役務別では「アクセサリー」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等の「商品一般」が多い。(表－29)

相談内容をキーワード別で見ると、「信用性」「電話勧誘」が多い。(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	5年度	4年度	対前年度比
1	アクセサリー	182	197	92.4%
	アクセサリー一般	66	54	122.2%
	ネックレス	55	58	94.8%
	指輪	50	72	69.4%
2	商品一般	166	121	137.2%
3	自動車	63	33	190.9%
	普通・小型自動車	46	21	219.0%
4	他の教養娯楽品	42	41	102.4%
	コレクション用品	10	14	71.4%
	人形	5	8	62.5%
5	和服	34	49	69.4%
	着物類	32	47	68.1%
6	他の商品	32	30	106.7%
	貴金属	31	30	103.3%
7	食器・台所用品	31	15	206.7%
	食器	28	14	200.0%
8	紳士・婦人洋服	29	24	120.8%
9	時計	23	27	85.2%
	腕時計	21	22	95.5%
10	音響・映像製品	19	11	172.7%
	訪問購入 計	859	772	111.3%
	全相談件数に占める割合	(0.7%)	(0.6%)	

表－30 訪問購入 相談内容別件数

単位：件

	内容キーワード	5年度	4年度	対前年度比
1	信用性	245	216	113.4%
2	電話勧誘	220	207	106.3%
3	クーリングオフ一般	212	192	110.4%
4	強引	134	153	87.6%
5	契約書・書面一般	112	121	92.6%

(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、集会場等で2日以上にわたって行われる展示販売、③その他「店舗」とはいえ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627件である。商品・役務別では、パーキング等の「管理・保管」が最も多く、次に多いのが、役務その他サービス、廃品回収サービス等の「役務その他」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」が多い。（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	5年度	4年度	対前年度比
1	管理・保管	47	45	104.4%
	パーキング	35	40	87.5%
2	役務その他	43	47	91.5%
	役務その他サービス	17	20	85.0%
	廃品回収サービス	9	9	100.0%
3	工事・建築・加工	31	48	64.6%
	衛生設備工事	8	15	53.3%
4	修理・補修	29	31	93.5%
	修理サービス	29	31	93.5%
5	教室・講座	28	18	155.6%
	ビジネス教室	7	2	350.0%
6	レンタル・リース・貸借	27	33	81.8%
	賃貸アパート	9	13	69.2%
7	旅客輸送サービス	19	20	95.0%
	タクシーサービス	13	13	100.0%
8	移動通信サービス	18	17	105.9%
	携帯電話サービス	13	13	100.0%
9	郵便・貨物運送サービス	17	10	170.0%
	引越	15	7	214.3%
10	飲料	15	27	55.6%
	他の無店舗販売 計	627	624	100.5%
	全相談件数に占める割合	(0.5%)	(0.5%)	

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	5年度	4年度	対前年度比
1	解約一般	154	159	96.9%
2	返金	130	114	114.0%
3	高価格・料金	114	142	80.3%
4	説明不足	88	96	91.7%
5	契約書・書面一般	78	79	98.7%