

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26年度の相談件数を販売購入形態別で見ると、「店舗購入」は41,762件であり、全相談の32.4%を占めている。

一方、「特殊販売」は63,141件であり、前年度(59,512件)と比べて6.1%の増加となった。「特殊販売」の全体に占める割合は48.9%であり、前年度(46.9%)と比べ2.0ポイント上昇している。

特殊販売の内訳を見ると、平成26年度では「通信販売」(構成比33.2%)が最も多く、次いで「訪問販売」(8.0%)、「電話勧誘販売」(4.9%)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	22年度	23年度	24年度	25年度	26年度
全相談件数	125,706 (100.0%)	123,746 (100.0%)	118,208 (100.0%)	126,951 (100.0%)	129,040 (100.0%)
店舗購入	48,720 (38.8%)	44,270 (35.8%)	41,496 (35.1%)	42,554 (33.5%)	41,762 (32.4%)
特殊販売(店舗外販売)	53,817 (42.8%)	56,122 (45.4%)	53,646 (45.4%)	59,512 (46.9%)	63,141 (48.9%)
訪問販売	11,513 (9.2%)	10,990 (8.9%)	10,758 (9.1%)	10,583 (8.3%)	10,350 (8.0%)
通信販売	33,024 (26.3%)	36,199 (29.3%)	34,416 (29.1%)	38,135 (30.0%)	42,854 (33.2%)
マルチ(まがい)商法	1,195 (1.0%)	1,193 (1.0%)	1,211 (1.0%)	1,371 (1.1%)	1,531 (1.2%)
電話勧誘販売	6,484 (5.2%)	6,369 (5.1%)	5,898 (5.0%)	6,950 (5.5%)	6,307 (4.9%)
ネガティブオプション	227 (0.2%)	133 (0.1%)	187 (0.2%)	481 (0.4%)	161 (0.1%)
訪問購入	-	-	-	858 (0.7%)	968 (0.8%)
他の無店舗販売	1,374 (1.1%)	1,238 (1.0%)	1,176 (1.0%)	1,134 (0.9%)	970 (0.8%)
不明・無関係	23,169 (18.4%)	23,354 (18.9%)	23,066 (19.5%)	24,885 (19.6%)	24,137 (18.7%)

※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26年度の特種販売の形態別に、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37.9%と最も多く、60歳以上の高齢者が全体の半数近くを占める。

インターネット通販などが多い「通信販売」では、「40歳代」が20.9%と最も多く、「30歳代」から「50歳代」までで全体の53.6%を占める。

健康食品や化粧品の契約が多い「マルチ(まがい)商法」では、「20歳代」が45.4%と最も多い。

金融商品や光ファイバーの契約が多い「電話勧誘販売」では、「70歳以上」が45.7%と最も多く、60歳以上の高齢者で全体の61.4%を占める。

書籍や健康食品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39.8%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48.5%と最も多く、60歳以上の高齢者で全体の6割以上を占める。

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23.2%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」「30歳代」の順となっている。いずれの年代でも「通信販売」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26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	26年度計
訪問販売	145 (1.4%)	1,258 (12.2%)	690 (6.7%)	874 (8.4%)	868 (8.4%)	1,192 (11.5%)	3,919 (37.9%)	1,404 (13.6%)	10,350 (100.0%)
通信販売	2,140 (5.0%)	5,041 (11.8%)	7,623 (17.8%)	8,971 (20.9%)	6,367 (14.9%)	5,005 (11.7%)	4,284 (10.0%)	3,423 (8.0%)	42,854 (100.0%)
マルチ(まがい)商法	30 (2.0%)	695 (45.4%)	148 (9.7%)	149 (9.7%)	125 (8.2%)	122 (8.0%)	152 (9.9%)	110 (7.2%)	1,531 (100.0%)
電話勧誘販売	18 (0.3%)	195 (3.1%)	321 (5.1%)	565 (9.0%)	588 (9.3%)	991 (15.7%)	2,883 (45.7%)	746 (11.8%)	6,307 (100.0%)
ネガティブオプション	2 (1.2%)	3 (1.9%)	12 (7.5%)	12 (7.5%)	16 (9.9%)	14 (8.7%)	64 (39.8%)	38 (23.6%)	161 (100.0%)
訪問購入	0 (0.0%)	16 (1.7%)	49 (5.1%)	61 (6.3%)	113 (11.7%)	164 (16.9%)	469 (48.5%)	96 (9.9%)	968 (100.0%)
他の無店舗販売	19 (2.0%)	81 (8.4%)	118 (12.2%)	142 (14.6%)	124 (12.8%)	146 (15.1%)	225 (23.2%)	115 (11.9%)	970 (100.0%)
特殊販売計	2,354 (3.7%)	7,289 (11.5%)	8,961 (14.2%)	10,774 (17.1%)	8,201 (13.0%)	7,634 (12.1%)	11,996 (19.0%)	5,932 (9.4%)	63,141 (100.0%)

(3) 訪問販売

訪問販売に関する相談件数は10,350件であり、全相談件数の8.0%を占める。件数は前年度より2.2%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「工事・建築・加工」(1,178件)であり、主な内訳は「屋根工事」や「塗装工事」等である。

第2位は「書籍・印刷物」(1,052件)である。そのほとんどが新聞購読契約であり、強引な勧誘で契約を迫るケースが多く見られる。

第3位は「放送・コンテンツ等」(1,013件)である。公共放送の受信料に関する問合せ等の「テレビ放送サービス」や、ケーブルテレビの工事契約等の「有線テレビ放送」が多い。

その他、増加が目立つものとして、「食器・台所用品」「インターネット通信サービス」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」が最も多い。また上位に「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	26年度	25年度	対前年度比
1 工事・建築・加工	1,178	1,137	103.6%
屋根工事	271	239	113.4%
塗装工事	188	242	77.7%
衛生設備工事	175	144	121.5%
2 書籍・印刷物	1,052	1,136	92.6%
新聞	1,040	1,116	93.2%
3 放送・コンテンツ等	1,013	935	108.3%
テレビ放送サービス	573	524	109.4%
有線テレビ放送	359	343	104.7%
4 役務その他	652	670	97.3%
広告代理サービス	130	102	127.5%
ホームページ作成代行	81	77	105.2%
5 インターネット通信サービス	565	456	123.9%
光ファイバー	376	305	123.3%
6 レンタル・リース・貸借	341	343	99.4%
リースサービス	294	288	102.1%
7 修理・補修	319	338	94.4%
修理サービス	315	328	96.0%
8 食器・台所用品	317	245	129.4%
浄水器	284	211	134.6%
9 衛生サービス	266	303	87.8%
建物清掃サービス	149	178	83.7%
駆除サービス	89	100	89.0%
10 他の住居品	240	230	104.3%
防災・防犯用品	162	153	105.9%
訪問販売 計	10,350	10,583	97.8%
全相談件数に占める割合	(8.0%)	(8.3%)	

表-20 訪問販売 相談内容別件数

単位：件

内容キーワード	26年度	25年度	対前年度比
1 解約一般	3,539	3,481	101.7%
2 高価格・料金	1,820	1,924	94.6%
3 強引	1,719	1,841	93.4%
4 クーリングオフ一般	1,598	1,783	89.6%
5 契約書・書面一般	1,342	1,327	101.1%

(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、電報、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42,854件となり、前年度と比べ4,719件増加(12.4%増)している。「特殊販売」の中では最も多く、全相談件数の33.2%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「放送・コンテンツ等」(21,147件)であり、通信販売全体の約半分を占める。その主なものは「アダルト情報サイト」、内容が不明な有料総合サイトの利用料請求などの「デジタルコンテンツ一般」や「出会い系サイト」である。

その他、増加が目立つものとして、「興信所」「行政書士」などがあげられる。

相談内容をキーワード別で見ると、「インターネット通販」「ポルノ・風俗」「ワンクリック請求」「架空請求」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	26年度	25年度	対前年度比
1 放送・コンテンツ等	21,147	16,619	127.2%
アダルト情報サイト	12,648	9,061	139.6%
デジタルコンテンツ一般	3,955	3,185	124.2%
出会い系サイト	1,418	1,456	97.4%
オンラインゲーム	591	725	81.5%
2 役務その他	1,251	957	130.7%
興信所	189	79	239.2%
折とうサービス	74	64	115.6%
行政書士	56	19	294.7%
3 履物	1,083	1,229	88.1%
運動ぐつ	520	628	82.8%
靴	484	534	90.6%
4 パソコン・パソコン関連用品	1,005	1,091	92.1%
パソコンソフト	508	623	81.5%
ノートパソコン	138	133	103.8%
モバイル専用端末機器	60	62	96.8%
5 商品一般	975	855	114.0%
6 かばん	833	921	90.4%
婦人用バッグ	533	526	101.3%
リュックサック	71	76	93.4%
7 健康食品	789	910	86.7%
8 家具・寝具	709	607	116.8%
ベッド	72	59	122.0%
いす	60	49	122.4%
マットレス	51	35	145.7%
9 インターネット通信サービス	680	559	121.6%
光ファイバー	184	122	150.8%
10 婦人洋服	674	607	111.0%
婦人コート	127	122	104.1%
通信販売 計	42,854	38,135	112.4%
全相談件数に占める割合	(33.2%)	(30.0%)	

表-22 通信販売 相談内容別件数

単位：件

内容キーワード	26年度	25年度	対前年度比
1 インターネット通販	32,059	27,240	117.7%
2 ポルノ・風俗	12,148	8,718	139.3%
3 ワンクリック請求	10,163	7,668	132.5%
4 解約一般	8,462	7,658	110.5%
5 架空請求	6,478	3,735	173.4%

(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1,531件で、前年度と比べて11.7%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「学習教材」となっている。

その他、増加が目立つものとして、「教養娯楽教材」、「浄水器」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」「クーリングオフ一般」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」、「思ったように利益があがらないため解約したい」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	26年度	25年度	対前年度比
1 健康食品	275	306	89.9%
2 化粧品	180	168	107.1%
3 学習教材	164	77	213.0%
教養娯楽教材	142	68	208.8%
4 内職・副業	116	59	196.6%
5 商品一般	105	130	80.8%
6 食器・台所用品	101	41	246.3%
浄水器	83	31	267.7%
7 ファンド型投資商品	79	61	129.5%
8 飲料	68	43	158.1%
9 パソコン・パソコン関連用品	58	77	75.3%
パソコンソフト	45	71	63.4%
10 教室・講座	44	46	95.7%
ビジネス教室	16	27	59.3%
精神修養講座	8	4	200.0%
マルチ(まがい)商法 計	1,531	1,371	111.7%
全相談件数に占める割合	(1.2%)	(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	26年度	25年度	対前年度比
1 サイドビジネス商法	900	784	114.8%
2 紹介販売	586	509	115.1%
3 解約一般	560	488	114.8%
4 返金	326	317	102.8%
5 クーリングオフ一般	284	283	100.4%

(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6,307件で、前年度に比べ9.3%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「役務その他」で、前年度に比べ64.2%増加している。「公的機関を名乗る人から『あなたの個人情報が出ていますので削除する』と電話があったが、不審だ」といった相談が多く寄せられた。第2位は光ファイバーなどの「インターネット通信サービス」、第3位は不審な電話などの「商品一般」となっている。その他、増加が目立つものとして、IP電話などの「電報・固定電話」などがある。

相談内容をキーワード別で見ると、「強引」「詐欺」「虚偽説明」などが上位にあることから、悪質な勧誘、販売が行われている場合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	26年度	25年度	対前年度比
1 役務その他	954	581	164.2%
役務その他サービス	673	297	226.6%
広告代理サービス	78	85	91.8%
2 インターネット通信サービス	840	420	200.0%
光ファイバー	587	290	202.4%
3 商品一般	497	362	137.3%
4 預貯金・証券等	492	716	68.7%
公社債	244	318	76.7%
株	171	310	55.2%
5 ファンド型投資商品	458	649	70.6%
6 集合住宅	266	347	76.7%
新築分譲マンション	140	194	72.2%
7 健康食品	239	1,306	18.3%
8 魚介類	203	198	102.5%
かに	149	135	110.4%
9 電報・固定電話	164	108	151.9%
IP電話	83	49	169.4%
10 放送・コンテンツ等	131	123	106.5%
有線テレビ放送	42	51	82.4%
テレビ放送サービス	19	15	126.7%
電話勧誘販売 計	6,307	6,950	90.7%
全相談件数に占める割合	(4.9%)	(5.5%)	

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	26年度	25年度	対前年度比
1 信用性	1,262	1,095	115.3%
2 強引	1,176	1,691	69.5%
3 詐欺	1,020	1,170	87.2%
4 解約一般	1,012	909	111.3%
5 虚偽説明	960	1,202	79.9%

(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161件であり、前年度の約3割と大きく減っている。商品・役務別では「健康食品」が、前年度の1割以下と激減している。(表-27)

相談内容をキーワード別で見ると、「無断契約」「不当請求一般」「電話勧誘」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	26年度	25年度	対前年度比
1 書籍・印刷物	39	57	68.4%
雑誌	17	20	85.0%
カレンダー	8	0	—
2 健康食品	21	269	7.8%
3 商品一般	21	43	48.8%
4 化粧品	14	16	87.5%
5 音響・映像製品	7	5	140.0%
ネガティブオプション 計	161	481	33.5%
全相談件数に占める割合	(0.1%)	(0.4%)	

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	26年度	25年度	対前年度比
1 無断契約	45	174	25.9%
2 不当請求一般	29	111	26.1%
3 電話勧誘	20	133	15.0%
4 契約書・書面一般	17	23	73.9%
5 連絡不能	14	30	46.7%

(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等を購入することである。

訪問購入に関する相談件数は968件となっている。商品・役務別では最も多いのが「アクセサリ」、次に多いのが、商品買い取りの電話勧誘に関する相談などの「商品一般」である。その他、増加が目立つものとして「履物」があげられる。(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位を占めている。(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	26年度	25年度	対前年度比
1 アクセサリ	201	209	96.2%
ネックレス	53	57	93.0%
指輪	52	56	92.9%
2 商品一般	153	118	129.7%
3 和服	99	87	113.8%
着物類	86	73	117.8%
4 被服品一般	70	61	114.8%
5 自動車	61	65	93.8%
普通・小型自動車	43	45	95.6%
6 婦人洋服	58	46	126.1%
7 履物	35	5	700.0%
8 他の教養娯楽品	31	32	96.9%
コレクション用品	11	14	78.6%
9 役務その他	29	28	103.6%
# 他の商品	28	32	87.5%
貴金属	28	31	90.3%
訪問購入 計	968	858	112.8%
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	26年度	25年度	対前年度比
1 電話勧誘	551	477	115.5%
2 信用性	348	280	124.3%
3 強引	179	153	117.0%
4 解約一般	105	95	110.5%
4 クーリングオフ一般	105	115	91.3%

(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970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」、次に多いのが賃貸アパートなどの「レンタル・リース・賃借」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	26年度	25年度	対前年度比
1 役務その他	72	94	76.6%
廃品回収サービス	16	26	61.5%
折とうサービス	6	13	46.2%
せん定等サービス	6	3	200.0%
2 レンタル・リース・賃借	61	56	108.9%
賃貸アパート	30	24	125.0%
3 工事・建築・加工	51	74	68.9%
工事・建築	50	72	69.4%
4 教室・講座	50	35	142.9%
ビジネス教室	19	6	316.7%
スポーツ・健康教室	4	4	100.0%
5 管理・保管	39	40	97.5%
パーキング	33	36	91.7%
6 ファンド型投資商品	29	24	120.8%
7 旅客運送サービス	29	30	96.7%
タクシーサービス	17	21	81.0%
8 融資サービス	26	38	68.4%
フリーローン・サラ金	23	36	63.9%
9 飲料	25	78	32.1%
ミネラルウォーター	12	65	18.5%
10 郵便・貨物運送サービス	23	24	95.8%
引越	16	13	123.1%
他の無店舗販売 計	970	1,134	85.5%
全相談件数に占める割合	(0.8%)	(0.9%)	

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	26年度	25年度	対前年度比
1 解約一般	252	267	94.4%
2 返金	173	184	94.0%
2 高価格・料金	173	217	79.7%
4 説明不足	118	131	90.1%
5 約束不履行	111	95	116.8%