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６年度の相談件数を販売購入形態別で見ると、「店舗購入」は29,186件で、全相談の22.0％を占めている。電話やショートメッセージ、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６年度は38,358件となった。

一方、「特殊販売」は64,998件で、全体に占める割合は49.0％と令和５年度から2.4ポイント減少している。

特殊販売の内訳を見ると、令和６年度も引き続き「通信販売」(構成比 33.6％)が最も多く、次いで「訪問販売」(9.3％)、「電話勧誘販売」(4.3％)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	２年度	３年度	４年度	５年度	６年度
全相談件数	136,635 (100.0%)	124,095 (100.0%)	130,088 (100.0%)	129,681 (100.0%)	132,542 (100.0%)
店舗購入	30,422 (22.3%)	27,388 (22.1%)	29,903 (23.0%)	28,501 (22.0%)	29,186 (22.0%)
特殊販売（店舗外販売）	71,195 (52.1%)	64,798 (52.2%)	67,186 (51.6%)	66,608 (51.4%)	64,998 (49.0%)
訪問販売	10,509 (7.7%)	11,671 (9.4%)	10,138 (7.8%)	11,069 (8.5%)	12,271 (9.3%)
通信販売	53,470 (39.1%)	46,337 (37.3%)	50,639 (38.9%)	48,682 (37.5%)	44,596 (33.6%)
マルチ(まがい)商法	1,338 (1.0%)	1,172 (0.9%)	873 (0.7%)	632 (0.5%)	549 (0.4%)
電話勧誘販売	3,673 (2.7%)	3,803 (3.1%)	3,885 (3.0%)	4,430 (3.4%)	5,683 (4.3%)
ネガティブオプション	821 (0.6%)	318 (0.3%)	255 (0.2%)	309 (0.2%)	285 (0.2%)
訪問購入	721 (0.5%)	835 (0.7%)	772 (0.6%)	859 (0.7%)	870 (0.7%)
他の無店舗販売	663 (0.5%)	662 (0.5%)	624 (0.5%)	627 (0.5%)	744 (0.5%)
不明・無関係	35,018 (25.6%)	31,909 (25.7%)	32,999 (25.4%)	34,572 (26.6%)	38,358 (29.0%)

(2) 特殊販売の契約当事者年代別相談件数

令和６年度の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40.0％と最も多く、60歳以上の高齢者が全体の49.5％を占める。

インターネット通販等が多い「通信販売」では、「70歳以上」が19.8％と最も多く、次いで「50歳代」が18.5％、「60歳代」が16.0％、「40歳代」が13.8％と続いている。

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44.1％と最も多い。

給湯器の無料点検や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28.5％と最も多く、60歳以上の高齢者で全体の40.3％を占める。

心当たりのない荷物が代引配達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22.8％と最も多い。

購入業者が消費者の自宅等を訪問し、商品を買い取る「訪問購入」は、「70歳以上」が52.6％と最も多く、60歳以上の高齢者で全体の65.2％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23.8％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６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	６年度 計
訪問販売	196 (1.6%)	1,845 (15.0%)	913 (7.4%)	828 (6.7%)	1,075 (8.8%)	1,167 (9.5%)	4,903 (40.0%)	1,344 (11.0%)	12,271 (100.0%)
通信販売	1,216 (2.7%)	4,013 (9.0%)	4,747 (10.6%)	6,140 (13.8%)	8,229 (18.5%)	7,135 (16.0%)	8,819 (19.8%)	4,297 (9.6%)	44,596 (100.0%)
マルチ(まがい)商法	4 (0.7%)	242 (44.1%)	55 (10.0%)	39 (7.1%)	56 (10.2%)	42 (7.7%)	56 (10.2%)	55 (10.0%)	549 (100.0%)
電話勧誘販売	46 (0.8%)	802 (14.1%)	532 (9.4%)	488 (8.6%)	744 (13.1%)	673 (11.8%)	1,619 (28.5%)	779 (13.7%)	5,683 (100.0%)
ネガティブオプション	1 (0.4%)	19 (6.7%)	22 (7.7%)	28 (9.8%)	50 (17.5%)	46 (16.1%)	65 (22.8%)	54 (19.0%)	285 (100.0%)
訪問購入	0 (0.0%)	26 (3.0%)	31 (3.6%)	51 (5.9%)	100 (11.5%)	110 (12.6%)	458 (52.6%)	94 (10.8%)	870 (100.0%)
他の無店舗販売	10 (1.3%)	89 (12.0%)	92 (12.4%)	93 (12.5%)	102 (13.7%)	89 (12.0%)	177 (23.8%)	92 (12.3%)	744 (100.0%)
特殊販売　計	1,473 (2.3%)	7,036 (10.8%)	6,392 (9.8%)	7,667 (11.8%)	10,356 (15.9%)	9,262 (14.2%)	16,097 (24.8%)	6,715 (10.4%)	64,998 (100.0%)

(3) 訪問販売

訪問販売に関する相談件数は12,271件（対前年度比110.9%）で、全相談件数の9.3%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－19」である。

最も多い相談は「工事・建築・加工」(2,110件)で、主に「屋根工事」や「電気工事」等である。

第２位は「役務その他」(1,698件)であり、ガス給湯器やブレーカー（分電盤）等の無料点検等の「役務その他サービス」や「解錠サービス」に関する相談が寄せられている。

第３位は「修理・補修」(1,475件)である。トイレのつまり解消修理等の「修理サービス」が多い。

商品・役務別上位10位で増加率が目立つものとしては、「ブレーカー」「電気工事」「解錠サービス」「蓄電池」「カギ」「給湯システム」「ソーラーシステム」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	６年度	５年度	対前年度比
1	工事・建築・加工	2,110	2,320	90.9%
	屋根工事	687	1,279	53.7%
	電気工事	355	126	281.7%
	衛生設備工事	328	263	124.7%
2	役務その他	1,698	1,174	144.6%
	役務その他サービス	745	483	154.2%
	解錠サービス	469	192	244.3%
	廃品回収サービス	235	219	107.3%
3	修理・補修	1,475	1,651	89.3%
	修理サービス	1,460	1,633	89.4%
4	空調・冷暖房・給湯設備	1,362	635	214.5%
	給湯システム	1,038	482	215.4%
	ソーラーシステム	317	148	214.2%
5	衛生サービス	814	523	155.6%
	駆除サービス	643	410	156.8%
	建物清掃サービス	147	104	141.3%
6	電気	572	375	152.5%
7	書籍・印刷物	523	615	85.0%
	新聞	516	605	85.3%
8	他の住宅設備	470	136	345.6%
	ブレーカー	263	31	848.4%
	蓄電池	121	50	242.0%
9	インターネット通信サービス	342	372	91.9%
	光ファイバー	218	247	88.3%
10	他の住居品	169	103	164.1%
	カギ	77	32	240.6%
	訪問販売　計	12,271	11,069	110.9%
	全相談件数に占める割合	(9.3%)	(8.5%)	

表－20　訪問販売　相談内容別件数

単位：件

	内容キーワード	６年度	５年度	対前年度比
1	クーリングオフ一般	4,084	3,254	125.5%
2	高価格・料金	3,718	3,228	115.2%
3	解約一般	2,429	2,447	99.3%
4	契約書・書面一般	2,414	2,067	116.8%
5	点検商法	2,370	1,558	152.1%

（複数選択項目）

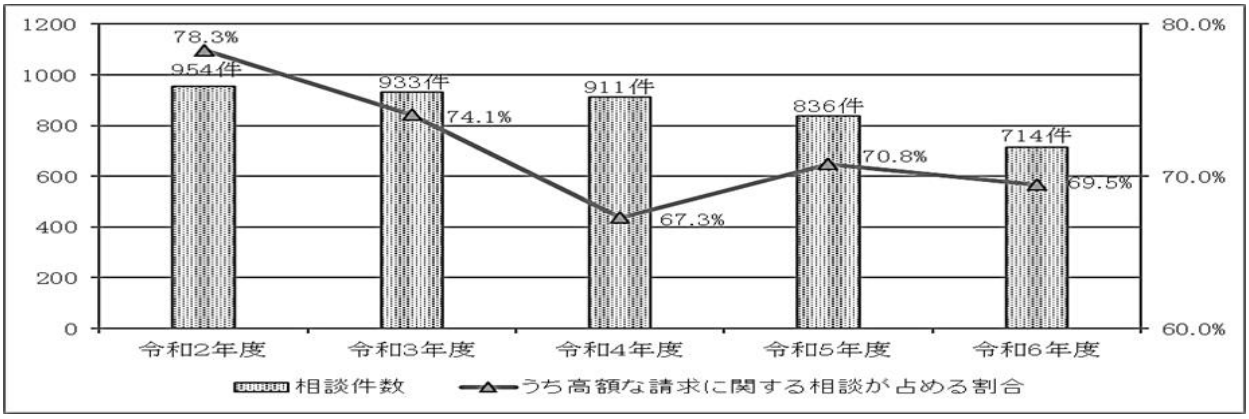
トピックス：「トイレのつまり解消等修理」に関する相談が高止まり

トイレのつまり等の修理に関する相談件数が 714 件と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 69.5%を占めている。

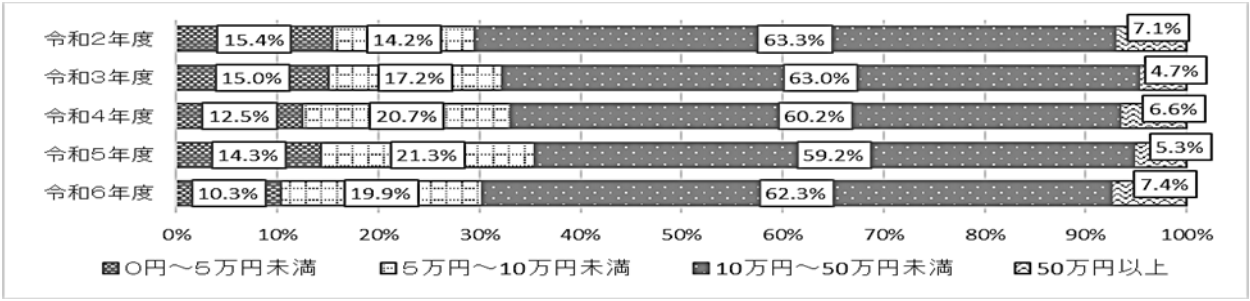
契約購入金額別割合（無回答・不明を除く）をみると、最も多いのは「10 万円以上 50 万円未満」であり、令和６年度も 62.3%を占めた。契約当事者の年代別割合では、20 歳代（165 件）が 23.1%と最も多く、次に 30 歳代（93 件）が 13.0%と多くなっている。

自宅のトイレがつまり、インターネットで料金の安い業者を見つけ呼んだ。最初に料金を示さず作業して、結局、解消しなかったのに十数万円の料金を請求された。返金してほしい等の相談が寄せられている。

【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】

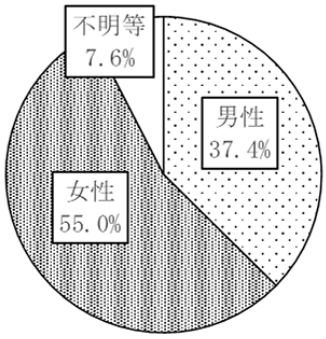


【契約購入金額別割合の変化（無回答・不明を除く）】



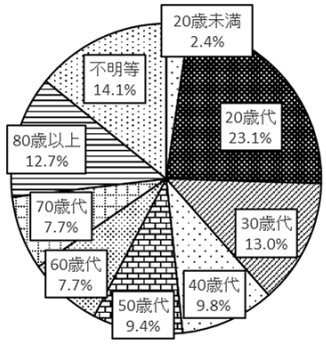
（構成比は、小数点第 2 位を四捨五入）

【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割合】



（構成比は、小数点第 2 位を四捨五入）

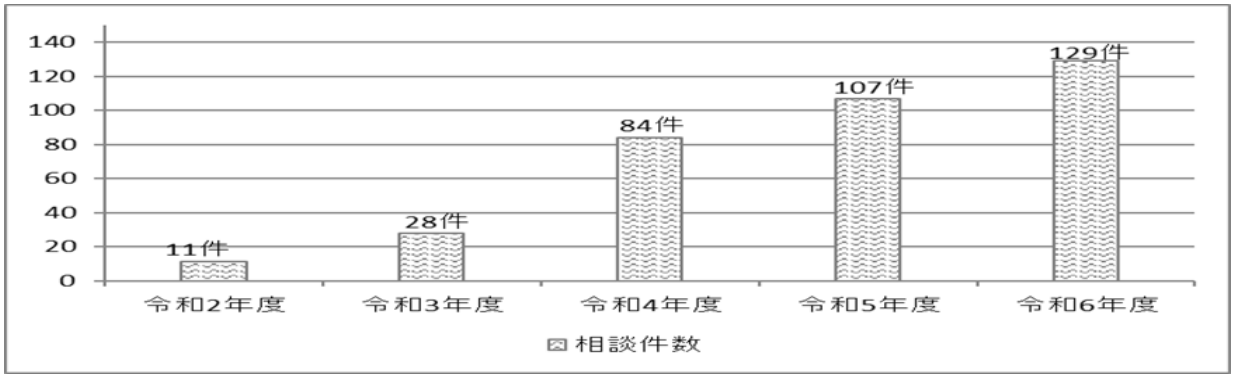
トピックス：「ロードサービス」に関する相談が大きく増加

ロードサービスのトラブルに関する相談件数が 129 件で対前年度比 120.6%と大きく増加している。

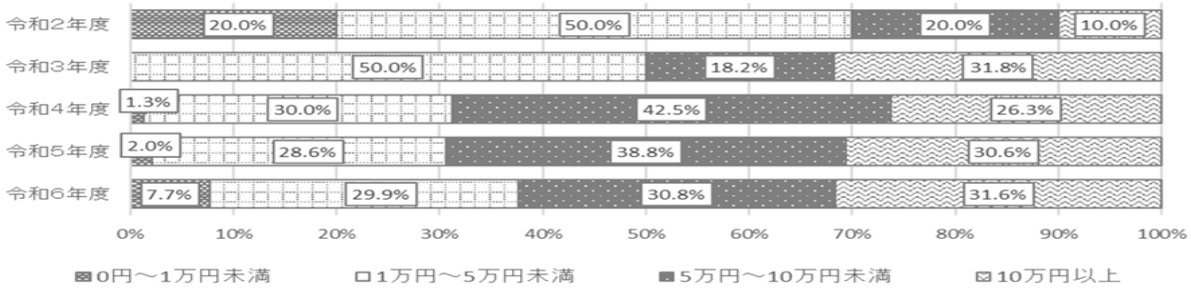
契約購入金額別割合（無回答・不明を除く）をみると、令和６年度は「10 万円以上」が 31.6%と最も多い。契約当事者の男女別割合では、男性が 70.5%を占める。契約当事者の年代別件数では、20 歳代（41 件）が 31.8%と最も多い。

車を出そうとしたところバッテリーがあがっていたので、あわててインターネットで検索し「1,980 円から」と記載のあった業者に連絡した。電話で費用を聞くと数千円と言われたので依頼した。業者が作業を始めると、もっと強力な方法を使わないと直らないと言われ応じた。作業後、６万円支払った。高過ぎると思うので返金してもらいたい等の相談が寄せられている。

【ロードサービスに関する相談件数の推移】

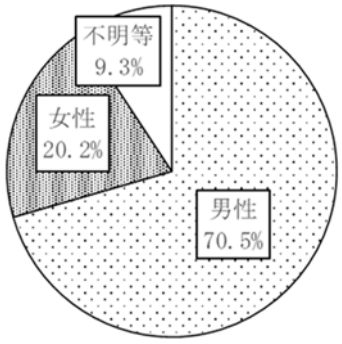


【契約購入金額別割合の変化（無回答・不明を除く）】



（構成比は、小数点第２位を四捨五入）

【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】

	6年度件数	5年度件数	対前年度比
20歳未満	5	3	166.7%
20歳代	41	31	132.3%
30歳代	18	25	72.0%
40歳代	19	17	111.8%
50歳代	16	16	100.0%
60歳代	11	0	-
70歳以上	3	4	75.0%
不明等	16	11	145.5%
計	129	107	120.6%

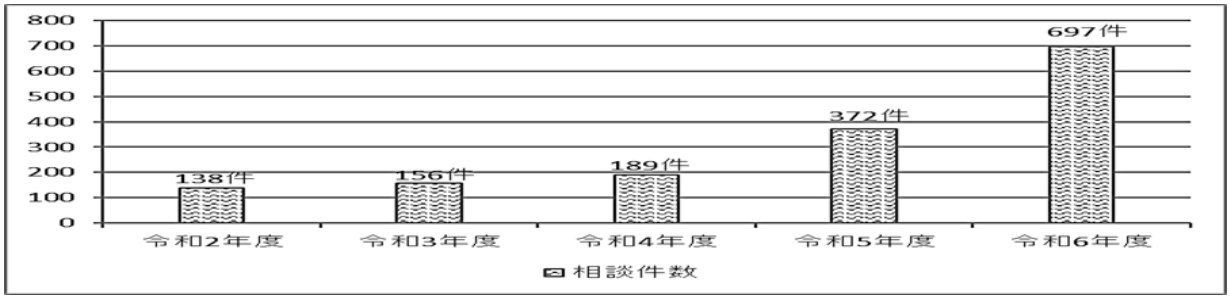
トピックス：「ソーラーシステム（太陽光発電）」に関する相談が大幅に増加

補助金が出ると言われソーラーシステムを設置したが補助金が出ない等のトラブルに関する相談件数が 697 件で対前年度比 187.4％と大幅に増加している。

相談内容別上位 10 位で見ると、「家庭訪販」が 322 件と最も多く、「信用性」「約束不履行」が続いている。契約当事者の男女別割合では、男性が 61.1％を占める。契約当事者の年代別件数では、40 歳代（134 件）が 19.2％と最も多く、次に 30 歳代（97 件）、60 歳代（97 件）が 13.9％と多くなっている。

太陽光発電システムと蓄電池で補助金が出ると知り、インターネットで検索して見つけた複数の業者から見積りをとった。一番安価な見積りの業者と契約したが、他の業者と比べると、施工内容が大きく異なり、工事金額や補助金の額も大きく違った。なぜこんなに違うのか分からず不安だという相談等が寄せられている。

【ソーラーシステム（太陽光発電）の交換に関する相談件数の推移】



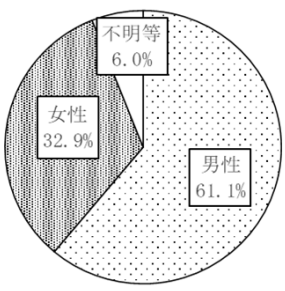
【相談内容別相談件数　上位 10 位】

順位	内容KW	6年度件数	5年度件数	対前年度比
1	家庭訪販	322	168	191.7%
2	信用性	214	98	218.4%
3	約束不履行	133	53	250.9%
4	解約一般　※1	121	79	153.2%
5	契約書・書面一般　※2	101	45	224.4%
6	見積り一般　※3	95	36	263.9%
7	高価格・料金	81	67	120.9%
8	連絡不能	80	29	275.9%
9	虚偽説明	74	40	185.0%
10	説明不足	73	41	178.0%

（複数選択項目）

※1「解約一般」は、解約拒否以外の解約に関する相談
※2「契約書・書面一般」は、書面不交付、書面偽造、書面不備以外の契約書・書面に関する相談
※3「見積り一般」は、見積り作成料以外の見積りに関する相談

【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】

	6年度件数	5年度件数	対前年度比
29歳以下	18	8	225.0%
30歳代	97	67	144.8%
40歳代	134	62	216.1%
50歳代	92	54	170.4%
60歳代	97	48	202.1%
70歳代	91	46	197.8%
80歳以上	70	31	225.8%
不明等	98	56	175.0%
計	697	372	187.4%

(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ない場合をいう。

通信販売に関する相談件数は44,596件で､「特殊販売」の中では最も多く､全相談件数の33.6%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」(4,464件)で、通信販売全体の10.0%を占める。主なものは「乳液」､「化粧クリーム」､「養毛剤」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」(4,130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」(2,572件)であり、占いサイトや質問サイト、ＥＳＴＡ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	６年度	５年度	対前年度比
1	化粧品	4,464	6,603	67.6%
	乳液	809	900	89.9%
	化粧クリーム	492	910	54.1%
	養毛剤	468	941	49.7%
2	健康食品	4,130	3,000	137.7%
3	役務その他	2,572	2,708	95.0%
4	商品一般	2,543	2,656	95.7%
5	他の教養・娯楽	2,158	2,496	86.5%
	インターネットゲーム	770	930	82.8%
	出会い系サイト・アプリ	467	602	77.6%
6	紳士・婦人洋服	2,058	2,357	87.3%
7	娯楽等情報配信サービス	1,731	1,873	92.4%
	他の娯楽等情報配信サービス	597	573	104.2%
	映像配信サービス	419	404	103.7%
	アダルト情報	398	557	71.5%
8	他の教養娯楽品	1,048	1,306	80.2%
	ペット用品	207	192	107.8%
9	パソコン・パソコン関連用品	818	815	100.4%
	パソコン	418	423	98.8%
10	教室･講座	815	772	105.6%
	ビジネス教室	195	189	103.2%
	他の教室･講座	150	170	88.2%
	通信販売　計	44,596	48,682	91.6%
	全相談件数に占める割合	(33.6%)	(37.5%)	

表－22　通信販売　相談内容別件数

単位：件

	内容キーワード	６年度	５年度	対前年度比
1	インターネット通販	30,784	34,870	88.3%
2	解約一般	17,616	19,249	91.5%
3	電子広告	12,606	13,822	91.2%
4	返金	10,363	10,580	97.9%
5	定期購入	8,500	9,534	89.2%

(複数選択項目)

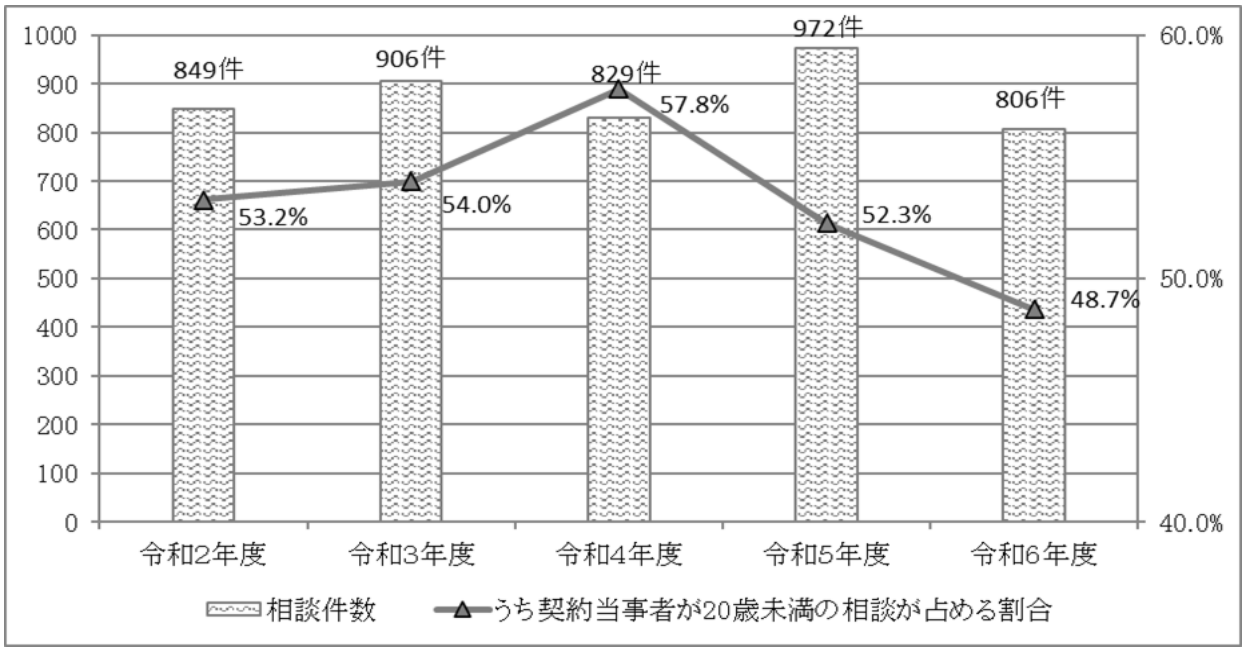
トピックス：インターネットゲームに関する相談件数及び 20 歳未満の割合が高止まり

「インターネットゲーム」に関する相談は 806 件と依然として高止まりしている。契約当事者の年齢をみると、20 歳未満が 48.7％と依然として割合が多く、そのうち 18 歳未満が 46.7％と９割以上を占めている。

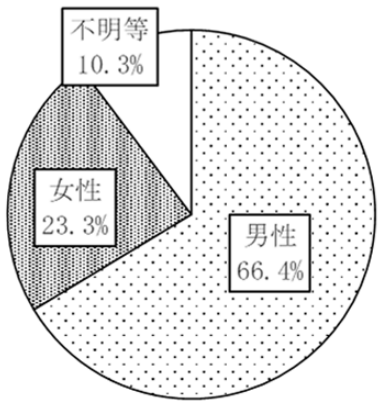
契約当事者の男女別割合では、男性が 66.4%を占める。

小学生の子どもが、インターネットゲームで親の同意を得ず、高額な課金をしていたことがわかり、返金してもらいたいとの相談が多く寄せられた。

【ｲﾝﾀｰﾈｯﾄｹﾞ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】

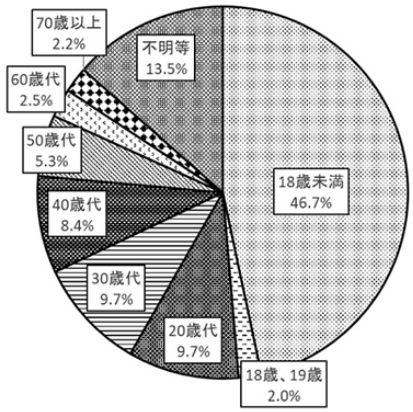


【契約当事者の男女別割合】



（構成比は、小数点第 2 位を四捨五入）

【契約当事者の年代別割合】



（構成比は、小数点第 2 位を四捨五入）

(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を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549件で、前年度に比べ13.1%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「内職・副業」(85件)で、主なものは「他の内職・副業」であり、「ＳＮＳで知り合った人にアフィリエイトの副業に誘われ仕事を始めるにあたって最初に保証金を納めたが、他の人を紹介しないと儲からないと分ったので解約したい。」等の相談が寄せられた。

第２位は「健康食品」(69件)、第３位は「化粧品」(52件)であり、ともに「娘がマルチ商法の会員になり、毎月商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。

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	６年度	５年度	対前年度比
1	内職・副業	85	62	137.1%
	他の内職・副業	80	48	166.7%
2	健康食品	69	80	86.3%
3	化粧品	52	46	113.0%
4	商品一般	48	66	72.7%
5	役務その他	43	25	172.0%
6	教室・講座	41	35	117.1%
	ビジネス教室	27	31	87.1%
7	他の金融関連サービス	40	61	65.6%
	金融コンサルティング	31	38	81.6%
	金融関連サービスその他	8	21	38.1%
	ファンド型投資商品	21	33	63.6%
8	役務一般	17	41	41.5%
9	複合サービス会員	16	38	42.1%
10	他の教養・娯楽	13	9	144.4%
	マルチ(まがい)商法　計	549	632	86.9%
	全相談件数に占める割合	(0.4%)	(0.5%)	

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	６年度	５年度	対前年度比
1	サイドビジネス商法	289	290	99.7%
2	解約一般	172	202	85.1%
3	返金	134	154	87.0%
4	クーリングオフ一般	127	110	115.5%
4	紹介販売	127	143	88.8%

（複数選択項目）

(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5,683件で、前年度に比べ28.3%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」（1,173件）であり、ガス給湯器の無料点検を装った電話勧誘や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」（683件）であった。第３位は「商品一般」（465件）であり、電話が使えなくなる等の不審な電話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」（295件）が対前年度比317.2%と激増している。「給湯器の無料点検の連絡があり、点検後交換の必要性を言われ交換契約を結んでしまい、後で考えると高過ぎるので解約したい。」等の相談が寄せられた。そのほか「携帯電話サービス」（98件）も対前年度比196.0%と大幅に増加しており、通信業者を名乗ってスマホに電話があり、個人情報を伝えてしまい不安である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	６年度	５年度	対前年度比
1	役務その他	1,173	826	142.0%
	役務その他サービス	898	573	156.7%
	広告代理サービス	140	129	108.5%
2	インターネット通信サービス	683	679	100.6%
	光ファイバー	503	514	97.9%
3	商品一般	465	245	189.8%
4	教室・講座	424	244	173.8%
	ビジネス教室	222	142	156.3%
5	魚介類	385	302	127.5%
6	空調・冷暖房・給湯設備	316	107	295.3%
	給湯システム	295	93	317.2%
7	内職・副業	294	232	126.7%
	他の内職・副業	259	196	132.1%
8	移動通信サービス	172	106	162.3%
	携帯電話サービス	98	50	196.0%
	モバイルデータ通信	70	53	132.1%
9	電気	148	130	113.8%
10	他の金融関連サービス	145	213	68.1%
	金融コンサルティング	108	152	71.1%
	金融関連サービスその他	34	57	59.6%
	電話勧誘販売　計	5,683	4,430	128.3%
	全相談件数に占める割合	(4.3%)	(3.4%)	

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	６年度	５年度	対前年度比
1	解約一般	1,515	1,240	122.2%
2	クーリングオフ一般	1,009	841	120.0%
3	信用性	930	605	153.7%
4	ＳＮＳ	792	671	118.0%
5	電子広告	757	580	130.5%

（複数選択項目）

(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285件で、前年度に比べて7.8%の減少であった。

最も多い相談は「商品一般」、第２位は「魚介類」、第３位は「健康食品」「洋装下着」「紳士・婦人洋服」「化粧品」である。（表－27）

相談内容をキーワード別で見ると、「代引配達」「返金」「返品」が多い。「代引配達」に関しては、「身に覚えのない商品が届き代金引換だと言われ、よく見ずに代金を支払って受け取ってしてしまった。頼んでいないものなので返金してほしい。」との相談が多く寄せられた。（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	６年度	５年度	対前年度比
1	商品一般	61	84	72.6%
2	魚介類	19	8	237.5%
3	健康食品	14	16	87.5%
3	洋装下着	14	0	－
3	紳士・婦人洋服	14	13	107.7%
3	化粧品	14	17	82.4%
	ネガティブオプション　計	285	309	92.2%
	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	６年度	５年度	対前年度比
1	代引配達	72	100	72.0%
2	返金	53	44	120.5%
3	返品	45	30	150.0%
4	中華人民共和国	37	32	115.6%
5	個人情報	35	22	159.1%

（複数選択項目）

(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870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」「クーリングオフ一般」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	6年度	5年度	対前年度比
1	アクセサリー	195	182	107.1%
	指輪	68	50	136.0%
	アクセサリー一般	65	66	98.5%
	ネックレス	47	55	85.5%
2	商品一般	142	166	85.5%
3	他の教養娯楽品	51	42	121.4%
	コレクション用品	15	10	150.0%
4	自動車	40	63	63.5%
	普通・小型自動車	23	46	50.0%
5	和服	35	34	102.9%
	着物類	33	32	103.1%
6	履物	34	11	309.1%
7	時計	30	23	130.4%
	腕時計	27	21	128.6%
8	役務その他	28	16	175.0%
	廃品回収サービス	16	11	145.5%
9	他の商品	26	32	81.3%
	貴金属	25	31	80.6%
10	家具・寝具	25	14	178.6%
	訪問購入　計	870	859	101.3%
	全相談件数に占める割合	(0.7%)	(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	6年度	5年度	対前年度比
1	信用性	236	245	96.3%
2	クーリングオフ一般	231	212	109.0%
3	電話勧誘	158	220	71.8%
4	強引	156	134	116.4%
5	契約書・書面一般	126	112	112.5%

(複数選択項目)

(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日以上の期間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744件である。商品・役務別では、役務その他サービス、廃品回収サービス等の「役務その他」が最も多く、次に多かったのが衛生設備工事等の「工事・建築・加工」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	６年度	５年度	対前年度比
1	役務その他	67	43	155.8%
	役務その他サービス	30	17	176.5%
	廃品回収サービス	7	9	77.8%
2	工事・建築・加工	61	31	196.8%
	衛生設備工事	10	8	125.0%
3	レンタル・リース・貸借	45	27	166.7%
	賃貸アパート	14	9	155.6%
4	管理･保管	42	47	89.4%
	パーキング	34	35	97.1%
5	飲料	31	15	206.7%
	ミネラルウォーター	19	5	380.0%
6	移動通信サービス	27	18	150.0%
	携帯電話サービス	20	13	153.8%
7	旅客運送サービス	26	19	136.8%
	タクシーサービス	18	13	138.5%
8	教室・講座	25	28	89.3%
	自動運転教習所	8	3	266.7%
9	修理・補修	24	29	82.8%
	修理サービス	23	29	79.3%
10	健康食品	20	6	333.3%
	他の無店舗販売　計	744	627	118.7%
	全相談件数に占める割合	(0.6%)	(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	６年度	５年度	対前年度比
1	解約一般	179	154	116.2%
2	返金	156	130	120.0%
3	高価格・料金	133	114	116.7%
4	説明不足	99	88	112.5%
5	契約書・書面一般	79	78	101.3%

（複数選択項目）