

「広告媒体」「広告と健康食品」の消費生活相談の概要

「広告媒体」とは、「P I O-N E T分類・キーワードマニュアル」において、広告メディアを指すキーワードであり、下位キーワードである「新聞広告」「折込広告」「投込広告」「雑誌広告」「カタログ・パンフレット」「テレビ広告」「ラジオ広告」「DM広告」「電子広告」を包含する上位キーワードである。

ここでは、都内の消費生活センターに寄せられた「広告媒体」に関する相談について、その特徴と傾向を分析する。(※)

また、「新聞広告」「折込広告」「雑誌広告」「テレビ広告」「ラジオ広告」において最も多くの相談が寄せられている「商品」である「健康食品」について、その特徴と傾向を各広告媒体別に分析する。

1 相談件数の推移

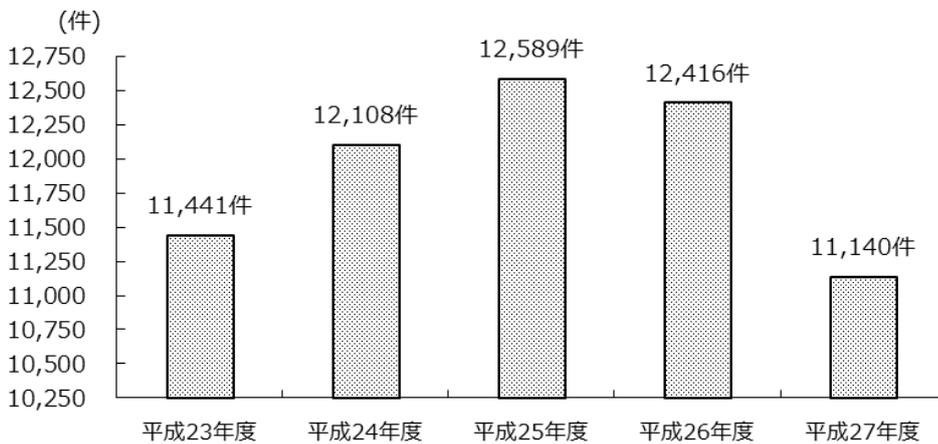
「広告媒体」に関する相談について、平成23年度から平成27年度までの相談件数の推移を示したものが「図-1」である。

平成27年度の相談件数は11,140件と、前年度に比べ10.3%の減少であった。

相談件数は平成23年度から平成25年度までは増加し、平成25年度には12,589件となり、平成26年度には若干減少するものの12,416件であった。

しかしながら、平成27年度は大きく減少し、平成23年度の件数を下回ることとなった。

【図-1】「広告媒体」に関する相談 相談件数の推移



※東京都消費生活総合センター及び都内区市町村の消費生活相談窓口寄せられた相談情報をP I O-N E T(全国消費生活情報ネットワーク・システム)を用いて分析したもの。

- 分析データ：平成23年4月～平成28年3月の相談データ
(平成28年8月31日現在の登録データで全期間の分析を行う。なお、データの内容精査等により、今後、集計値が変動する可能性がある。)

2 「広告媒体別」の相談件数

「広告媒体別」の平成23年度から平成27年度までの相談件数を示したものが「表-1」である。

「新聞広告」「折込広告」「投込広告」「雑誌広告」「カタログ・パンフレット」「DM広告」は、平成25年度以降、減少傾向にある。

「テレビ広告」「ラジオ広告」「電子広告」は、平成26年度まで増加傾向にあったが、平成27年度には減少した。

【表-1】 広告媒体別相談件数

	平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度
新聞広告	561	601	700	555	544
折込広告	700	659	637	615	497
投込広告	797	969	1,004	989	895
雑誌広告	818	616	486	374	224
カタログ・パンフレット	909	1,076	909	658	558
テレビ広告	315	318	400	445	347
ラジオ広告	48	64	67	75	74
DM広告	2,067	1,993	1,505	1,274	895
電子広告	5,053	5,716	6,690	7,227	7,009

※「広告媒体」は、「P I O - N E T 分類・キーワードマニュアル（2015年度版）」の掲載順に並べた。

※「DM広告」は、「DM広告」のうち「電子広告」にも該当するもの（電子メールによる広告）を除いて算出している。

3 「広告媒体別」の契約当事者属性

「広告媒体別」の契約当事者属性（平成27年度）を示したものが、「表-2」から「表-4」である。

「表-2」では契約当事者性別の相談件数を、「表-3」では契約当事者年齢別の相談件数を、「表-4」では契約当事者職業別の相談件数を示した。

【表-2】 広告媒体別 契約当事者性別相談件数（平成27年度）

	新聞広告	折込広告	投込広告	雑誌広告	カタログ・パンフレット
男性	245 (45.0%)	167 (33.6%)	315 (35.2%)	95 (42.4%)	191 (34.2%)
女性	281 (51.7%)	318 (64.0%)	509 (56.9%)	120 (53.6%)	333 (59.7%)
団体等	3 (0.6%)	0 (0.0%)	21 (2.3%)	5 (2.2%)	14 (2.5%)
不明	15 (2.8%)	12 (2.4%)	50 (5.6%)	4 (1.8%)	20 (3.6%)
合計	544 (100.0%)	497 (100.0%)	895 (100.0%)	224 (100.0%)	558 (100.0%)

	テレビ広告	ラジオ広告	DM広告	電子広告
男性	131 (37.8%)	38 (51.4%)	360 (40.2%)	3,048 (43.5%)
女性	197 (56.8%)	33 (44.6%)	474 (53.0%)	3,669 (52.3%)
団体等	3 (0.9%)	1 (1.4%)	32 (3.6%)	175 (2.5%)
不明	16 (4.6%)	2 (2.7%)	29 (3.2%)	117 (1.7%)
合計	347 (100.0%)	74 (100.0%)	895 (100.0%)	7,009 (100.0%)

【表－3】 広告媒体別 契約当事者年齢別相談件数（平成27年度）

	新聞広告	折込広告	投込広告	雑誌広告	カタログ・パンフレット
6歳以下	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
7～12歳	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
13～15歳	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	3 (1.3%)	0 (0.0%)
16～18歳	0 (0.0%)	0 (0.0%)	1 (0.1%)	3 (1.3%)	3 (0.5%)
19～29歳	1 (0.2%)	6 (1.2%)	34 (3.8%)	32 (14.3%)	33 (5.9%)
30～39歳	7 (1.3%)	19 (3.8%)	58 (6.5%)	32 (14.3%)	43 (7.7%)
40～49歳	16 (2.9%)	50 (10.1%)	86 (9.6%)	40 (17.9%)	61 (10.9%)
50～59歳	56 (10.3%)	64 (12.9%)	106 (11.8%)	29 (12.9%)	65 (11.6%)
60～69歳	130 (23.9%)	103 (20.7%)	170 (19.0%)	29 (12.9%)	95 (17.0%)
70～79歳	170 (31.3%)	129 (26.0%)	178 (19.9%)	27 (12.1%)	129 (23.1%)
80歳以上	114 (21.0%)	84 (16.9%)	147 (16.4%)	12 (5.4%)	60 (10.8%)
無回答(未入力)	50 (9.2%)	42 (8.5%)	115 (12.8%)	17 (7.6%)	69 (12.4%)
合計	544 (100.0%)	497 (100.0%)	895 (100.0%)	224 (100.0%)	558 (100.0%)

	テレビ広告	ラジオ広告	DM広告	電子広告
6歳以下	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	8 (0.1%)
7～12歳	0 (0.0%)	0 (0.0%)	1 (0.1%)	13 (0.2%)
13～15歳	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	45 (0.6%)
16～18歳	1 (0.3%)	0 (0.0%)	6 (0.7%)	81 (1.2%)
19～29歳	13 (3.7%)	1 (1.4%)	15 (1.7%)	1,251 (17.8%)
30～39歳	20 (5.8%)	2 (2.7%)	45 (5.0%)	1,518 (21.7%)
40～49歳	39 (11.2%)	4 (5.4%)	90 (10.1%)	1,552 (22.1%)
50～59歳	56 (16.1%)	7 (9.5%)	121 (13.5%)	1,017 (14.5%)
60～69歳	83 (23.9%)	15 (20.3%)	148 (16.5%)	549 (7.8%)
70～79歳	56 (16.1%)	24 (32.4%)	190 (21.2%)	216 (3.1%)
80歳以上	33 (9.5%)	10 (13.5%)	146 (16.3%)	63 (0.9%)
無回答(未入力)	46 (13.3%)	11 (14.9%)	133 (14.9%)	696 (9.9%)
合計	347 (100.0%)	74 (100.0%)	895 (100.0%)	7,009 (100.0%)

【表－4】 広告媒体別 契約当事者職業別相談件数（平成27年度）

	新聞広告	折込広告	投込広告	雑誌広告	カタログ・パンフレット
給与生活者	71 (13.1%)	98 (19.7%)	185 (20.7%)	89 (39.7%)	138 (24.7%)
自営・自由業	40 (7.4%)	23 (4.6%)	35 (3.9%)	12 (5.4%)	38 (6.8%)
家事従事者	132 (24.3%)	148 (29.8%)	217 (24.2%)	32 (14.3%)	132 (23.7%)
学生	0 (0.0%)	0 (0.0%)	12 (1.3%)	11 (4.9%)	14 (2.5%)
無職	243 (44.7%)	175 (35.2%)	307 (34.3%)	59 (26.3%)	164 (29.4%)
その他・不明	58 (10.7%)	53 (10.7%)	139 (15.5%)	21 (9.4%)	72 (12.9%)
合計	544 (100.0%)	497 (100.0%)	895 (100.0%)	224 (100.0%)	558 (100.0%)

	テレビ広告	ラジオ広告	DM広告	電子広告
給与生活者	93 (26.8%)	14 (18.9%)	189 (21.1%)	3,649 (52.1%)
自営・自由業	22 (6.3%)	5 (6.8%)	53 (5.9%)	568 (8.1%)
家事従事者	87 (25.1%)	7 (9.5%)	182 (20.3%)	919 (13.1%)
学生	3 (0.9%)	1 (1.4%)	11 (1.2%)	449 (6.4%)
無職	84 (24.2%)	34 (45.9%)	327 (36.5%)	717 (10.2%)
その他・不明	58 (16.7%)	13 (17.6%)	133 (14.9%)	707 (10.1%)
合計	347 (100.0%)	74 (100.0%)	895 (100.0%)	7,009 (100.0%)

4 「広告媒体別」の契約購入金額

「広告媒体別」の契約購入金額別の相談件数（平成27年度）を示したものが「表-5」である。

【表-5】 広告媒体別 契約購入金額別相談件数（平成27年度）

	新聞広告	折込広告	投込広告	雑誌広告	カタログ・パンフレット
～1000円未満	13 (2.4%)	12 (2.4%)	5 (0.6%)	3 (1.3%)	8 (1.4%)
～1万円未満	140 (25.7%)	74 (14.9%)	103 (11.5%)	28 (12.5%)	45 (8.1%)
～5万円未満	141 (25.9%)	79 (15.9%)	77 (8.6%)	56 (25.0%)	45 (8.1%)
～10万円未満	15 (2.8%)	22 (4.4%)	37 (4.1%)	23 (10.3%)	13 (2.3%)
～50万円未満	42 (7.7%)	50 (10.1%)	65 (7.3%)	44 (19.6%)	67 (12.0%)
～100万円未満	14 (2.6%)	23 (4.6%)	27 (3.0%)	5 (2.2%)	25 (4.5%)
～500万円未満	22 (4.0%)	40 (8.0%)	30 (3.4%)	18 (8.0%)	38 (6.8%)
1億円未満	6 (1.1%)	11 (2.2%)	10 (1.1%)	2 (0.9%)	18 (3.2%)
1億円以上	0 (0.0%)	0 (0.0%)	1 (0.1%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
無回答	151 (27.8%)	186 (37.4%)	540 (60.3%)	45 (20.1%)	299 (53.6%)
合計	544 (100.0%)	497 (100.0%)	895 (100.0%)	224 (100.0%)	558 (100.0%)

	テレビ広告	ラジオ広告	DM広告	電子広告
～1000円未満	9 (2.6%)	0 (0.0%)	12 (1.3%)	169 (2.4%)
～1万円未満	50 (14.4%)	17 (23.0%)	76 (8.5%)	1,036 (14.8%)
～5万円未満	51 (14.7%)	20 (27.0%)	43 (4.8%)	1,380 (19.7%)
～10万円未満	5 (1.4%)	3 (4.1%)	15 (1.7%)	734 (10.5%)
～50万円未満	23 (6.6%)	3 (4.1%)	68 (7.6%)	1,322 (18.9%)
～100万円未満	7 (2.0%)	0 (0.0%)	28 (3.1%)	305 (4.4%)
～500万円未満	11 (3.2%)	0 (0.0%)	17 (1.9%)	249 (3.6%)
1億円未満	2 (0.6%)	1 (1.4%)	7 (0.8%)	54 (0.8%)
1億円以上	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	1 (0.0%)
無回答	189 (54.5%)	30 (40.5%)	629 (70.3%)	1,759 (25.1%)
合計	347 (100.0%)	74 (100.0%)	895 (100.0%)	7,009 (100.0%)

5 「広告媒体別」の商品・役務別上位と相談内容

ここでは、平成25年度から平成27年度までの相談について、「広告媒体別」に相談件数の多い商品役務を示し、それらの相談内容の特徴と傾向について分析する。「商品」と「役務」で相談内容の特徴と傾向が分かるため、「商品」と「役務」に分けた表を作成し、両者を分けて分析する。なお、年齢は「契約当事者年齢」を用いている。

(1) 「新聞広告」の商品・役務別上位

「新聞広告」で、相談件数の多い「商品」（平成25～27年度）を示したものが、「表-6」である。平成27年度の相談件数が最も多いのは「健康食品」であるが、これについては、次章「6 『広告』と『健康食品』」において詳述する。第2位は「ふとん類」であるが、「70歳以上」が5割以上を占め、「新聞広告で謳われていた効能・効果がないので返品したい」「品質が悪いので返品したい」などの相談が多い。第3位は「パソコン」であり、「50歳以上」が殆どを占めるが、「新聞広告を見てパソコンを注文したが中古だったので返品したい。新聞広告には『再生品』と書かれていたが、これが中古を指すとは理解できない」「新聞広告で『大手メーカーの製品』と広告していたのでサポートが受けられると思い購入したが、作動せずサポートも受けられない」との相談が寄せられている。

【表－6】新聞広告（商品）

	平成25年度(400件)		平成26年度(352件)		平成27年度(381件)	
1	健康食品	63	健康食品	50	健康食品	65
2	基礎化粧品	20	ふとん類	21	ふとん類	17
3	頭髪用化粧品	17	基礎化粧品	12	パソコン	17
4	音響・映像機器	17	頭髪用化粧品	12	電気掃除機類	15
5	ふとん類	14	音響・映像機器	11	基礎化粧品	15

「新聞広告」で、相談件数の多い「役務」（平成25～27年度）を示したものが、「表－7」である。平成27年度の相談件数が最も多いのは「工事・建築」であるが、「70歳以上」が5割以上を占め、「完成後の仕上がりに気になる箇所や不備がある」「新聞で広告されている事業者は信用できるか」「解約を申し出たら高額な違約金で不満」などの多岐にわたる相談が寄せられている。第2位は「教養娯楽サービスその他」であるが、その殆どが「競馬情報」に関するものであり、「新聞広告を見て競馬の予想情報を気軽に申し込んだが当たらない。その後、さらに高額な申込みを勧誘する強引な電話が来る」といった相談が多い。「新聞広告を見て競馬の情報を得てお金を渡し購入してもらった。当たったが配当金がもらえない」という詐欺の可能性のある相談も寄せられている。第3位は「役務その他サービス」であり、「パソコンを無料で回収するという新聞広告を見たが、信用できるか」と言った相談が多い。

【表－7】新聞広告（役務）

	平成25年度(297件)		平成26年度(202件)		平成27年度(163件)	
1	ファンド型投資商品	39	教養・娯楽サービスその他	35	工事・建築	20
2	教養・娯楽サービスその他	37	工事・建築	23	教養・娯楽サービスその他	20
3	工事・建築	32	広告代理サービス	13	役務その他サービス	11
4	広告代理サービス	10	海外パックスツアー	9	他の教室・講座	9
5	結婚相手紹介サービス	10	資格講座	8	広告代理サービス	6
			他の教室・講座	8		
			役務その他サービス	8		

（2）「折込広告」の商品・役務別上位

「折込広告」で、相談件数の多い「商品」（平成25～27年度）を示したものが、「表－8」である。平成27年度の相談件数が最も多いのは「健康食品」であるが、これについては、次章「6『広告』と『健康食品』」において詳述する。第2位は「ふとん類」であるが、「70歳以上」が5割以上を占め、「広告の写真と違って薄かった。業者に写真と違いすぎると申し出たが相手にされない」「広告のイメージと異なる粗悪品が2点多く納品された。粗悪品なので全て返品を申し出たが、自己都合分は不可と言われた」などの相談が寄せられている。第3位は「炊飯器」であるが、「新聞の折込広告で『20日のお試し期間内であれば返品可能』と書かれていた炊飯器を購入。品質に不満で返品しようと思ったが、商品に同梱されている明細に『通電後の商品は返品不可』と書かれていた。通電しないで試すことなどできないと思う」などの相談が寄せられている。

【表－8】折込広告（商品）

平成25年度(308件)		平成26年度(327件)		平成27年度(254件)	
1	健康食品	28	健康食品	37	健康食品
2	商品一般	15	ふとん類	27	ふとん類
3	基礎化粧品	14	商品一般	18	炊飯器
4	電気空調・冷房機器	10	ミシン	10	着物類
5	ミシン	9	電気掃除機類	10	電気掃除機類
	ふとん類	9	頭髪用具	10	基礎化粧品
	頭髪用具	9			墓

「折込広告」で、相談件数の多い「役務」（平成25～27年度）を示したものが、「表－9」である。平成27年度の相談件数が最も多いのは「工事・建築（64件）」であるが、「70歳以上」が5割以上を占める。相談内容をみると、「約束の期日になっても工事が開始されない」「施行が杜撰・不良」などの「約束不履行」に関する相談が21件、「見積と契約書の内容が違う」「価格のっていない書類にサインしろと言われた」などの「契約・見積」に問題があると思われる相談が7件あった。また、「新聞の折込広告で知った住まいに関する講習会（一般社団法人主催の場合もあれば、自治体施設で開催される場合もある）に出席し、そこで無料診断してもらった業者と契約したが不審」などの相談が12件、「無料で屋根・雨どい工事をするとの折込チラシを受け取ったが自治体を実施しているような内容だ」との相談が3件あり、「講習会商法」や「無料商法」などが疑われる。「新聞折込チラシには『屋根と外壁塗装で54万円の破格の値段』と書いてあったが、見積を取ったら90万円と高額だった」などの「広告と実際の金額等が違う」との相談は3件であった。なお、「新聞折込広告の事業者依頼したがネットの評判を見て不安になってきた。事業者の信用性を知りたい」などの「信用性」に関する相談は9件寄せられている。

第2位は「修理サービス」であるが、「70歳以上」が6割以上を占め、「新聞折込チラシの事業者依頼しようかと思っているが、信用できるか」「新聞折込チラシを見て依頼したが、チラシより高額の料金で契約した」「見積も提示されず修理された」などの相談が寄せられている。

第3位は「スポーツ・健康教室」であり、「ホットヨガなどのヨガ教室」「スポーツクラブ・ジム等」に関する相談がその殆どを占めるが、「折込チラシを見てホットヨガの体験に出向き、『今契約すれば入会金と2か月分の月謝無料』などと汗だくのなか説明され契約。やめたいが契約書に半年後までの継続で中途解約はできないとの記載があった」などの相談が寄せられている。

【表－9】折込広告（役務）

平成25年度(325件)		平成26年度(281件)		平成27年度(242件)	
1	工事・建築	75	工事・建築	65	工事・建築
2	エステティックサービス	20	修理サービス	17	修理サービス
3	修理サービス	19	エステティックサービス	17	スポーツ・健康教室
4	美容医療*	18	美容医療*	14	廃品回収サービス
5	スポーツ・健康教室	11	廃品回収サービス	12	美容医療*
					エステティックサービス
					移動通信サービス

※「美容医療*」は、「医療サービス」のうち、特性キーワード「美容医療」が付与された相談。

(3) 「投込広告」の商品・役務別上位

「投込広告」で、相談件数の多い「商品」（平成25～27年度）を示したものが、「表－10」である。平成27年度の相談件数が最も多いのは「商品一般」であるが、「不用品買い取り業者の投げ込みチラシが入っているが、この業者は信用できるか」「郵便受けに沢山の投げ込み広告が入り迷惑だ」との相談が多くを占める。第2位は「電気」であるが、『電力が安くなる』というチラシ「電力会社からの『点検』のチラシ」に関する相談が寄せられた。第3位は「着物類」であるが、「着物を高く買い取るというチラシが投函されているが、信用できる業者だろうか」と言った相談が多い。

【表－10】投込広告（商品）

平成25年度(246件)		平成26年度(220件)		平成27年度(155件)		
1	商品一般	29	商品一般	37	商品一般	36
2	健康食品	13	着物類	17	電気	7
3	土地・建物・設備一般	11	防災・防犯用品	7	着物類	7
4	新築分譲マンション	11	中古分譲マンション	7	パソコン	5
5	新聞	10	健康食品	7	新聞	5
					宅地	5
					建具	5
					トイレ設備	5
					健康食品	5

「投込広告」で、相談件数の多い「役務」（平成25～27年度）を示したものが、「表－11」である。平成27年度の相談件数が最も多いのは「建物清掃サービス」であるが、「排水管高圧洗浄の『キャンペーン』『地域一斉工事』とのチラシ」に関する相談が殆どを占める。第2位は「工事・建築」であるが、「リフォーム事業者の『施工不良』『次々販売』『風呂やトイレ工事の『高額請求』『損害保険利用による無料屋根修理』など多岐にわたる相談が寄せられている。第3位は「廃品回収サービス」であるが、「無料で家電・パソコンなどの廃品回収をするとのチラシ」に関する相談が多くを占める。

【表－11】投込広告（役務）

平成25年度(750件)		平成26年度(763件)		平成27年度(735件)		
1	建物清掃サービス	146	建物清掃サービス	149	建物清掃サービス	114
2	工事・建築	114	工事・建築	117	工事・建築	109
3	修理サービス	70	廃品回収サービス	94	廃品回収サービス	84
4	廃品回収サービス	69	修理サービス	60	修理サービス	71
5	有線テレビ放送	42	有線テレビ放送	58	インターネット接続回線	67
6	エステティックサービス	35	役務その他サービス	33	有線テレビ放送	44
7	耐震診断サービス	30	エステティックサービス	25	役務その他サービス	38
8	フリーローン・サラ金	26	インターネット接続回線	23	耐震診断サービス	19
9	役務その他サービス	24	フリーローン・サラ金	21	フリーローン・サラ金	14
10	インターネット接続回線	16	ハウスクリーニング	18	他のネット通信関連サービス	13
					不動産仲介サービス	13

(4) 「雑誌広告」の商品・役務別上位

「雑誌広告」で、相談件数の多い「商品」（平成25～27年度）を示したものが、「表-12」である。平成27年度の相談件数が最も多いのは「健康食品」であるが、これについては、次章「6 『広告』と『健康食品』」において詳述する。第2位は「ブレスレット」であるが、4件全てが「開運ブレスレット」に関する相談である。第3位は「基礎化粧品」と「雑誌」である。「基礎化粧品」の相談では、「地域情報誌で見つけた化粧品が初回だけ30%引きで買えるとあったので購入。肌に合わないのので、業者に返品を申し出たが『使用後は返品できない。広告に書いてある』と言うので、よく見ると、小さな文字で『未開封に限り、8日以内なら返品できます』と書いてあった」との相談が寄せられている。「雑誌」では、「雑誌に付属のハガキを送るとアダルトDVD当選との広告を見て雑誌を買ったが、3か月経っても商品が届かない」「本屋で定期購入しているアロマの雑誌でもれなくプレゼントされるというアロマグッズを応募したが、約束日に商品が届かない」との相談が寄せられている。

【表-12】雑誌広告（商品）

平成25年度(143件)		平成26年度(80件)		平成27年度(66件)	
1	健康食品	28	健康食品	17	健康食品
2	ブレスレット	15	四輪自動車	7	ブレスレット
3	雑誌	13	ブレスレット	5	基礎化粧品
			雑誌	5	雑誌

「雑誌広告」で、相談件数の多い「役務」（平成25～27年度）を示したものが、「表-13」である。平成27年度の相談件数が最も多いのは「エステティックサービス」であるが、「無料情報誌を見て体験エステに行った」「初回が安くなるというフリーペーパーを見て選んだ」「雑誌でエステのモニター募集を見て応募した」などを契機として高額なコース契約を締結したものの、「解約したい」「事業者が閉鎖した」との相談が多い。「フリーペーパーに『耳に金粒を貼るだけで食欲が減る。1回無料』と広告があったので、電話予約して来店したところ、担当者に『この金粒を耳に貼ってこのサプリを食べれば3食しっかり食べても大丈夫。私はこの方法で8kg痩せた。このままではあなたは病気になる』と言われ、3ヶ月分33万円のダイエットサプリの勧誘を受けた」との相談、「無料タウン誌の広告を見て、3千円的美顔エステを受けに店に行った。皮膚科のシミ取りは表面のみだが、深いシミを浮かび上がらせる化粧品12万9千円と浮かび上がったシミを取る美颜エステ初回2か月分6万3千円の契約をした」との相談も寄せられている。

【表-13】雑誌広告（役務）

平成25年度(341件)		平成26年度(291件)		平成27年度(158件)	
1	エステティックサービス	50	電話音声情報	32	エステティックサービス
2	アダルト情報サイト	35	エステティックサービス	31	工事・建築
3	電話音声情報	30	美容医療*	28	異性交際関連サービス
4	美容医療*	22	アダルト情報サイト	24	電話音声情報
5	異性交際関連サービス	18	異性交際関連サービス	20	役務その他サービス
	祈とうサービス	18			

※「美容医療*」は、「医療サービス」のうち、特性キーワード「美容医療」が付与された相談。

第2位は「工事・建築」であるが、「電話帳で見つけた」事業者に関する相談が6割を占め、その他は「ミニコミ誌に載っていた失敗しない業者選びの記事」「投げ込みのコミュニティ誌の広告」「リフォーム雑誌に掲載」「地域情報誌の広告に載っていた」事業者に関する相談であるが、相談内容は、「施工が杜撰・不良」という相談が多い。「電話帳にいつも広告が記載されている工務店に自宅に来てもらったら自宅図面だけ預かられて見積られない（契約当事者は足が不自由）」「電話帳に大きく載っていた業者に来てもらったが、蛇口に耳を当てて音を聞いただけで『漏水していない』と言って8千円も取られた。電話帳には『出張料3千円』の記載はあるが、『調査費は有料』との記載がなく『見積無料（修理費）に含む』との記載があり、調査費無料と誤解する」との相談もあった。

第3位は「異性交際関連サービス」であるが、「雑誌広告で『セレブ女性と交際で高収入』との記載を見て入会金を払ったが紹介されない、別料金を請求された」などの相談が多い。

(5)「カタログ・パンフレット」の商品・役務別上位

「カタログ・パンフレット」で、相談件数の多い「商品」（平成25～27年度）を示したものが、「表-14」である。平成27年度の相談件数が最も多いのは「商品一般」であるが、「カタログギフトの有効期限切れ」「通販会社のカタログ停止」「劇場型勧誘の入口と思われるパンフレット」に関わる相談が多い。第2位は「健康食品」であるが、「定期購入紹介のパンフレット」「講習会商法で配布されたパンフレット」「マルチ商法で知人等から配布されたパンフレット」「送り付けられた健康食品に同封されているパンフレット」に関わる相談が多い。第3位は「コレクション用品」であるが、殆どが「古銭のパンフレットが届いた後、同時期に『古銭を高く買い取りたいので名前を貸してほしい』と別会社から電話が入った」などの古銭購入の劇場型勧誘に関する相談が殆どである。

【表-14】カタログ・パンフレット（商品）

	平成25年度(380件)	平成26年度(318件)	平成27年度(265件)
1	商品一般 58	商品一般 39	商品一般 38
2	健康食品 22	健康食品 23	健康食品 20
3	新築分譲マンション 19	貴金属 11	コレクション用品 8
4	携帯電話 9	四輪自動車 10	墓 7
5	基礎化粧品 8	新築分譲マンション 9	電気 6
	四輪自動車 8		

「カタログ・パンフレット」で、相談件数の多い「役務」（平成25～27年度）を示したものが、「表-15」である。平成27年度の相談件数が最も多いのは「老人ホーム」であるが、「老人ホーム入居権等の劇場型勧誘の入口と思われるパンフレット」に関する相談が殆どである。第2位は「移动通信サービス」であるが、「パンフレットには『3日で1GBの帯域制限についてはかかる場合がある』と記載があったが、店頭では『こう書いてあるが実際には大丈夫』と言われたので契約。実際には検索をかけるだけでも時間がかかり使えない」など「店頭等での説明」と「パンフレットの記載」が違うとの相談が多い。第3位は「海外パックスツアー」であるが、「パンフレットに記載のツアータイトルに『景観を楽しむ』とあったが、実際には景観が全く見えないツアーだった」など「ツアーの実態」と「パンフレットの記載」が違うとの相談が多い。

【表-15】カタログ・パンフレット（役務）

平成25年度(526件)		平成26年度(339件)		平成27年度(293件)		
1	ファンド型投資商品	132	ファンド型投資商品	47	老人ホーム	23
2	公社債	69	公社債	24	移动通信サービス	21
3	株	30	工事・建築	20	海外パックスツアー	16
4	移动通信サービス	28	インターネット接続回線	16	ファンド型投資商品	15
5	工事・建築	17	海外パックスツアー	16	インターネット接続回線	15
6	海外パックスツアー	16	移动通信サービス	14	工事・建築	14
7	役務その他サービス	14	老人ホーム	13	普通生命保険	9
					公社債	9

(6)「テレビ広告」の商品・役務別上位

「テレビ広告」で、相談件数の多い「商品」（平成25～27年度）を示したものが、「表-16」である。平成27年度の相談件数が最も多いのは「健康食品」であるが、これについては、次章「6『広告』と『健康食品』」において詳述する。第2位は「電気掃除機類」であるが、『頑固な汚れが落ちる』と宣伝されていたが、汚れが落ちないスチームクリーナー「10分も経たずに電源が切れるコードレスタイプ掃除機」に関する相談が多い。第3位は「鍋・釜類」であるが、『油不要で焦げない』と宣伝されていたフライパンが、宣伝通りに使用してもすぐに焦げ付く」との相談が多い。

【表-16】テレビ広告（商品）

平成25年度(227件)		平成26年度(211件)		平成27年度(198件)		
1	健康食品	38	健康食品	28	健康食品	34
2	商品一般	12	基礎化粧品	16	電気掃除機類	15
3	他の台所用品	11	頭髮用具	9	鍋・釜類	10
4	基礎化粧品	11	英会話教材	8	商品一般	7
5	電気掃除機類	10	電気掃除機類	7	基礎化粧品	7
	ふとん類	10	婦人下着	7		
			他の理美容器具	7		

「テレビ広告」で、相談件数の多い「役務」（平成25～27年度）を示したものが、「表-17」である。第1位から第3位までの「フリーローン・サラ金」「司法書士」「弁護士」は、いずれも「過払金請求に関するテレビCMは信用できるか」との相談が殆どである。

【表-17】テレビ広告（役務）

平成25年度(170件)		平成26年度(234件)		平成27年度(149件)		
1	フリーローン・サラ金	27	フリーローン・サラ金	67	フリーローン・サラ金	32
2	工事・建築	17	司法書士	40	司法書士	28
3	司法書士	11	移动通信サービス	18	弁護士	8
4	移动通信サービス	9	弁護士	15	移动通信サービス	8
5	テレビ放送サービス	8	工事・建築	11	スポーツ施設利用	5
					インターネット接続回線	5
					美容医療*	5

※「美容医療*」は、「医療サービス」のうち、特性キーワード「美容医療」が付与された相談。

(7) 「ラジオ広告」の商品・役務別上位

「ラジオ広告」で、相談件数の多い「商品」（平成25～27年度）を示したものが、「表-18」である。平成27年度の相談件数が最も多いのは「健康食品」と「英会話教室」であるが、「健康食品」については、次章「6『広告』と『健康食品』」において詳述する。「英会話教室」は、「『英会話CDサンプル無料』とラジオで宣伝していたので電話で申し込みをして商品を受領」し、無料だと思っていたところ、「請求書が届いた」「弁護士事務所から請求書が届いた」との相談が多く寄せられている。第3位は「電気空調・冷房機器」であるが、「使うと『ああ、涼しい!』とパーソナリティが何度も言っていた扇風機を購入したが、説明と違い涼しくない」「ラジオのショッピング番組でエアコンの宣伝をしていたので問い合わせたら商品代以外の高額料金がかかるとわかり不満」などの相談が寄せられている。

【表-18】ラジオ広告（商品）

平成25年度(53件)		平成26年度(64件)		平成27年度(55件)		
1	英会話教材	7	英会話教材	10	健康食品	8
2	音響・映像機器	4	着物類	6	英会話教材	8
3	※3位が5件あるため割愛		頭髮用化粧品	5	電気空調・冷房機器	5
			音響・映像機器	5		

「ラジオ広告」で、相談件数の多い「役務」（平成25～27年度）を示したものが、「表-19」である。第1位の「司法書士」は、「過払金請求に関するラジオやテレビの宣伝は信用できるか」との相談が殆どである。

【表-19】ラジオ広告（役務）

平成25年度(14件)		平成26年度(11件)		平成27年度(18件)		
1	フリーローン・サラ金	3	フリーローン・サラ金	6	司法書士	7
2	弁護士	2	司法書士	3	※以下、全て1件なので割愛	
3	移动通信サービス	2	※以下、全て1件なので割愛			

(8) 「DM広告」の商品・役務別上位

「DM広告」で、相談件数の多い「商品」（平成25～27年度）を示したものが、「表-20」である。平成27年度の相談件数が最も多いのは「商品一般」であるが、「内容の不明なダイレクトメールが届く」「身に覚えがないダイレクトメールが来て不審」「当該通販会社からのダイレクトメールが届く。登録を抹消してほしいと申し出ても『本人と確認できない』と断られた」「高齢独居の母に大量のダイレクトメールが届くのを止めたい」などの相談が寄せられている。第2位は「宅地」であるが、「不動産会社からの『土地を売らないか』というハガキやダイレクトメールが届く」との相談が殆どである。第3位は「健康食品」であるが、「サプリメント購入後、当該会社からのダイレクトメールが電話で断っても止まらない」「聞いたことのない事業者からダイレクトメールが届く」「届いたダイレクトメールを見て高齢の親がSF商法の集まりに出かけてしまう」「高齢独居の親に様々なダイレクトメールが届いているので、開封しないままだったら、覚えのない健康食品の事業者からの督促状が来ていた」などの相談が寄せられている。

【表-20】DM広告（商品）

	平成25年度(517件)		平成26年度(519件)		平成27年度(369件)	
1	商品一般	94	商品一般	94	商品一般	65
2	宅地	37	健康食品	35	宅地	26
3	健康食品	33	宅地	34	健康食品	22
4	新築分譲マンション	17	中古住宅	17	着物類	17
5	プレスレット	15	土地・建物・設備一般	15	土地・建物・設備一般	14
6	着物類	13	着物類	13	ふとん類	12
7	音響・映像ソフト	11	補習用教材	12	他の集合住宅	10
					中古住宅	10

※「DM広告」のうち「電子広告」にも該当するもの（電子メールによる広告）を除いて算出している。

「DM広告」で、相談件数の多い「役務」（平成25～27年度）を示したものが、「表-21」である。第1位の「フリーローン・サラ金」は、「消費者金融からのダイレクトメール」「いわゆるヤミ金からと思われるダイレクトメール」「不動産担保ローンのダイレクトメール」に関する相談が殆どを占める。「ダイレクトメールをきっかけにヤミ金等から借金をし、返済が困難、取り立てが厳しい」との相談も寄せられている。第2位は「教養・娯楽サービスその他」であるが、「競馬情報のダイレクトメール」「『懸賞金を受け取る権利がある』との書面」に関する相談が殆どを占める。「『懸賞金を受け取る権利がある』との書面が届いたので、クレジットカード番号を送ったら、クレジットカードへの不当請求が続いている」との相談も寄せられている。第3位は「宝くじ」であるが、「海外宝くじのダイレクトメール（国内での海外宝くじの購入・販売は違法）」に関する相談が殆どを占める。「海外宝くじ」では、「ダイレクトメールが届いたので手数料を支払ってしまった」との相談も寄せられている。

【表-21】DM広告（役務）

	平成25年度(978件)		平成26年度(751件)		平成27年度(523件)	
1	ファンド型投資商品	177	ファンド型投資商品	75	フリーローン・サラ金	52
2	宝くじ	119	宝くじ	71	教養・娯楽サービスその他	40
3	教養・娯楽サービスその他	103	教養・娯楽サービスその他	71	宝くじ	39
4	フリーローン・サラ金	65	役務その他サービス	58	不動産仲介サービス	33
5	公社債	55	フリーローン・サラ金	50	ファンド型投資商品	20
6	役務その他サービス	53	不動産仲介サービス	35	役務その他サービス	20
7	株	43	募金	28	募金	14
8	募金	37	祈とうサービス	22	金融関連サービスその他	13
9	不動産仲介サービス	28	移動通信サービス	20	祈とうサービス	12
10	エステティックサービス	21	公社債	18	移動通信サービス	12

※「DM広告」のうち「電子広告」にも該当するもの（電子メールによる広告）を除いて算出している。

(9)「電子広告」の商品・役務別上位

「電子広告」で、相談件数の多い「商品」（平成 25～27 年度）を示したものが、「表-22」である。平成 27 年度の相談件数が最も多いのは「健康食品（414 件）」であるが、「継続」「定期購入」との単語が出てくる相談が合わせて 263 件、「お試し」「初回無料」「初回数百円」「送料のみ」との単語が出てくる相談が合わせて 181 件あり、相談の多くを占めている。健康食品の内容は、「酵素食品」「ダイエットサプリメント」「バスタップサプリメント」「乳酸菌のサプリメント」「すっぽんエキス」などが多い。内容キーワードでみると、「解約」に関する相談が 300 件、「連絡不能」に関する相談が 64 件、「返品」に関する相談が 62 件あった。なお、「SNS」を経由した相談は 48 件である。

第 2 位は「四輪自動車（95 件）」であるが、「中古」との単語が出てくる相談が 76 件あり、相談の多くを占めている。内容キーワードでみると、「解約」に関する相談が 39 件、「解約料」に関する相談が 22 件、「返金」に関する相談が 16 件あった。「約束不履行」「機能故障」「故障頻発」に関する相談も多く寄せられている。

第 3 位は「基礎化粧品（81 件）」であるが、「継続」「定期購入」との単語が出てくる相談が合わせて 33 件、「お試し」「初回無料」「初回数百円」「送料のみ」「サンプル」「モニター」との単語が出てくる相談が合わせて 29 件あり、相談のうちかなりの割合を占めている。内容キーワードでみると、「解約」に関する相談が 46 件、「返品」に関する相談が 17 件、「連絡不能」に関する相談が 12 件あった。なお、「SNS」を経由した相談は 22 件である。

【表-22】電子広告（商品）

	平成25年度(2,532件)		平成26年度(2,409件)		平成27年度(2,404件)	
1	パソコンソフト	188	パソコンソフト	170	健康食品	414
2	健康食品	146	健康食品	168	四輪自動車	95
3	四輪自動車	141	婦人用バッグ	106	基礎化粧品	81
4	運動靴	117	靴	105	パソコンソフト	68
5	婦人用バッグ	85	四輪自動車	104	商品一般	59
6	靴	83	運動靴	87	紳士・婦人用バッグ	56
7	商品一般	76	商品一般	68	運動靴	54
8	財布類	70	財布類	55	靴	47
9	腕時計	49	音響・映像機器	44	携帯電話	41
10	パソコン	47	パソコン	39	音響・映像機器	40
			腕時計	39		

「電子広告」で、相談件数の多い「役務」（平成 25～27 年度）を示したものが、「表-23」である。平成 27 年度の相談件数が最も多いのは「役務その他サービス」であるが、「開錠サービス」「カウンセリング」「ESTA申請代行サービス」「データ復旧サービス」「ビジネスコンサルティング」など多岐にわたるサービスの相談が寄せられている。内容キーワードで見ると、「解約」に関する相談が 86 件、「返金」に関する相談が 53 件、「連絡不能」に関する相談が 15 件あった。

第 2 位は「他のデジタルコンテンツ」であるが、「情報商材」「セキュリティソフト」「ポイントサイト」「副業サイト」「占いサイト」など多岐にわたる相談が寄せられている。内容キーワードで見ると、「解

約」に関する相談が78件、「返金」に関する相談が49件、「連絡不能」に関する相談が24件あった。

第3位は「興信所」であるが、「アダルトサイトでワンクリック請求に遭い、ネットで探した探偵に相談した」「有料サイト業者から覚えのない請求を受け、ネット上の調査業者に依頼した」との相談が多くを占める。

【表-23】電子広告（役務）

	平成25年度(4,138件)		平成26年度(4,799件)		平成27年度(4,593件)	
1	エステティックサービス	235	役務その他サービス	258	役務その他サービス	297
2	役務その他サービス	221	エステティックサービス	224	他のデジタルコンテンツ	239
3	フリーローン・サラ金	168	フリーローン・サラ金	220	興信所	235
4	出会い系サイト	150	他のデジタルコンテンツ	176	エステティックサービス	195
5	他のデジタルコンテンツ	148	興信所	168	移動通信サービス	164
6	移動通信サービス	148	出会い系サイト	155	修理サービス	157
7	美容医療*	136	美容医療*	145	フリーローン・サラ金	152
8	工事・建築	131	移動通信サービス	126	美容医療*	140
9	興信所	119	修理サービス	124	出会い系サイト	140
10	賃貸アパート	110	賃貸アパート	116	他の内職・副業	120

※「アダルト情報サイト」「デジタルコンテンツ@」を除く（殆どがワンクリック請求・架空請求であるため）。

※「美容医療*」は、「医療サービス」のうち、特性キーワード「美容医療」が付与された相談。

6 「広告」と「健康食品」

ここでは、「新聞広告」「折込広告」「雑誌広告」「テレビ広告」「ラジオ広告」において最も多くの相談が寄せられている「商品」である「健康食品」について、特徴と傾向を媒体別に分析する。

(1) 「新聞広告」と「健康食品」(65件)

契約当事者の性別で見ると、「男性」が35件(53.8%)、「女性」が30件(46.2%)である。

契約当事者の年齢で見ると、「70～79歳」が27件(41.5%)、「80歳以上」が18件(27.7%)であり、「70歳以上」の高齢者が占める割合が7割近くに達している。

主な相談内容を見ると、生じているトラブルは主に次の4つのパターンに集約される。

「パターン1」は、「『初回限定』『お試し』『〇〇に効く』といった新聞広告を見て『1回』のつもりで電話等で注文したところ『定期購入』になっていた」であり、18件の相談が寄せられている。

「パターン2」は、「『効能・効果』に関する新聞広告の記載を見て注文したが、効果が感じられないので解約したいができない」というものであり、3件の相談が寄せられている。

「パターン3」は、「『別の商品』の新聞広告を見て電話をかけた際に『別の商品』ではなく『健康食品』の電話勧誘を受けて注文してしまった」「『別の商品』の新聞広告を見て注文したところ、当該事業者から『別の商品』だけでなく『健康食品』が送り付けられてきた」などの「健康食品以外の新聞広告」を契機とした「健康食品」のトラブルであり、14件の相談が寄せられている。

「パターン4」は、「注文した覚えのない健康食品が送り付けられてきたので、事業者には電話すると、『新聞広告を見て注文している』と言われた」「知らない業者から『新聞広告を見て頼んだ健康食品を送る』という電話が入る」というものであり、4件の相談が寄せられている。

各パターンごとに経緯を見ていくと、「パターン1」においては、「新聞広告を見て電話をした際に事業者から受ける勧誘」「新聞広告を見て検索した事業者のホームページ」がトラブルの契機となっている。「パターン2」では「『一定期間試さないとな効果が不明』『摂取にあたり自分の身体状況と商品の詳細の確認が必要』といった健康食品が持つ性質」と「連絡先などの事業者情報が新聞広告という一過性の媒体に記載されること」との間で生じるタイムラグがトラブルの契機となっている。他方、「パターン3」では、「健康食品以外の新聞広告」を見た消費者に対する「健康食品」の勧誘や送り付けが原因でトラブルが生じている。「パターン4」では、「健康食品の送り付け」「健康食品を送る」という不審な電話が本来のトラブルである可能性が高く、その場合「新聞広告」は事業者の消費者や消費生活センターへの弁明に使われている。

以下、特徴的な事例について各パターンごとにまとめた。

【パターン1】

■事例1 (契約当事者/60歳代/男性)

新聞広告に「初回限定お試し」と記載されていたので、電話で注文した。

→ その際、電話で事業者に「初回のみでなく2～3週間は見てほしい」と言われたので、2週間分を申し込み、支払った。

→ その後、申し込んだ2週間分だけでなく、さらに1か月分が送られてきた。

→ 事業者には電話で問い合わせると「申し込みの際に定期継続の説明をしている」と言われた。

■事例2（契約当事者/80歳代/男性）

新聞広告に「頻尿に効く」と記載があったため、かぼちゃ種子油「1カ月分」を電話で注文した。

→ 商品が届かなかったのを忘れていたら、「15日分の健康食品2袋」、「健康食品1カ月分（1,080円）＋定期コース1カ月分（5,250円）の請求書」とプレゼントのせっけんが送付されてきた。

→ 消費生活センターが事業者にお問い合わせすると「1回目に新聞広告を見て当事者が申し込んだ時に宅配会社のメール便で健康食品を送付した。定期購入については、1回目の注文時に当事者に確認し、了承されている」と回答される。

→ 「注文時に事業者から定期購入を勧められたが、試していないのではっきり断っている」旨、消費生活センターに伝える。

→ 消費生活センターが新聞広告を詳細に確認すると「今なら、もう1個無料プレゼント、1,000円（税抜）」と大きく記載があるが、「定期購入」の文言は全く記載がなかった。

■事例3（契約当事者/年齢不明/男性）

新聞の全面広告を見て電話注文した。

→ お試し価格で3袋届いた。

→ 全て消費しないうちにまた2袋届き、代金の振込用紙が同封されていた。

→ 事業者「1度注文しただけで2度目は注文した覚えはないので、未開封につき返品したい」と連絡したら、「返送可能期間を経過したので、不可」と言われた。

■事例4（契約当事者/60歳代/女性）

新聞紙面で「送料500円の負担のみでお試しサプリメントが受け取れる」との広告を見た。

→ 注文しようと電話を数回かけたがなかなか繋がらないので、しかたなく広告に掲載されていたQRコードからサイトに入り注文し、商品が届いた。

→ 500円を支払ったが、1カ月後に再び商品が届き、3,900円の振込用紙が同封されていた。

→ 驚いて事業者にお問い合わせすると「全4回のコースに申し込んだことになっており、2回目からは3,900円である」「サイトに記載があり解約はできない」と言われる。

【パターン2】

■事例1（契約当事者/年齢不明/女性）

高齢のせいかな頻尿に困っていたところ「頻尿に効果がある」という健康食品の広告が目にとまった。

→ 電話で注文し、先週着払いで届いた。

→ 開梱すると「腸の悪い人は摂取を控えるように」とあったが、自分は昨年腸の具合が悪く4回入院した。

→ 開封せずに電話で解約の申し出をしたところ、「返品を受け付ける」と言われ送り返した。

→ その後、「商品が届いた」とも「返金する」とも連絡がないので、電話をかけてみたが繋がらない。

→ 新聞広告を見て商品注文をしたのだが、新聞は捨ててしまっていて当時繋がった電話番号はわからない。

■事例2（契約当事者/70歳/女性）

「体の節々の痛みには効果がある」というようなイタドリの新聞広告を見て健康食品を申し込んだ。

→ 1年間飲んだが効果がなかった。「1週間前に申し出れば解約できる」と書いてある。

→ 今日が期限なので昨日から事業者へ解約の電話をしているが「電話が混み合っている」というテープが流れて電話が繋がらない。

→ 消費生活センターから事業者へ電話をしてみたところ、電話が繋がった。

【パターン3】

■事例1（契約当事者/70歳代/男性）

新聞の1面広告に有名男性がブルゾンを着ている写真が載っていた。1枚980円と安いので、コールセンターに電話をして3枚申し込んだ。

→コールセンターの女性にサプリメントを勧められ、「1回500円」というので、2種類申し込んだ。その際に、「品物を送り付けることはありません」と説明された。

→1か月後に突然「サプリメント在中」という荷物が来る。

→驚いてクレームの電話を業者にしたが、「初回の箱に『必要なければ連絡ください』という紙が入っていたはず」と言われた。

■事例2（契約当事者/年齢不明/男性）

新聞広告で炊飯器をハガキで注文した。

→事業者から電話があり、息子が電話で対応していた。

→炊飯器が届くと一緒に黒酢が入っており、「定期購入になる」と書面に記載があった。

→事業者へ電話して「黒酢は返品する」と伝え、事業者の指示通り代引きで返送したが、その後も請求書が送られてくる。新聞広告は捨ててしまった。

→消費生活センターから事業者を確認すると「新聞広告には『炊飯器の送料が1,500円かかる』と記載し、注文のあった客に電話して同じ金額で『黒酢のセットに変更できる』と提案し、変更希望の方に黒酢を送付。その後、電話でキャンセルがなければ翌月以降定期購入になる」との回答があった。

【パターン4】

■事例1（契約当事者/70歳/女性）

注文していない健康食品が送られてきた。

→2回目に健康食品が送られてきた時（3か月前）に事業者へ電話をしたところ、「では、処分してください」と言われたが、処分はせず、開封しなかった。

→その後、振込用紙が送られてきたが手違いと思い無視していた。

→昨日、最終通達と赤いスタンプが押された封筒が届き、「ご入金頂けない場合は、顧問弁護士を通じて法的な手段を取らせて頂くこととなります」と記載があった。

→消費生活センターから事業者へ電話をすると「新聞広告から電話でズボン4着の注文を受けた際、健康食品の購入を勧めた。ズボン4着の代金と初回キャンペーン定期コース600円の代金を代引きでもらっている。3か月前に電話をもらった記録はある。止めてほしいという記録であり、処分していいと言った記録はない」と回答された。

■事例2（契約当事者/70歳/女性）

自宅に電話が入り、名前を呼び掛けられ「注文があったコンドロイチンとヒアルロン酸の健康食品を送る。

6ヵ月分24,000円だ。届いたら宅配業者に払って」と言われた。

→覚えがないので「いつ頃の注文か」「どんな方法で注文したか」と事業者へ質問したところ、「9月中旬頃に電話をもらった。新聞広告だ」と言われる。

→事業者は「3か月分12,000円にしてもよい」と言っていたが、近くにいた夫に「覚えのないことを言っている」と話して電話に出てもらったところ、電話が切れた。

(2) 「折込広告」と「健康食品」(30件)

契約当事者の性別で見ると、「男性」が9件(30.0%)、「女性」が19件(63.3%)である。

契約当事者の年齢で見ると、「70～79歳」が11件(36.7%)、「80歳以上」が6件(20.0%)であり、「70歳以上」の高齢者が占める割合が半数を超えている。

主な相談内容を見ると、生じているトラブルは主に次の4つのパターンに集約される。

「パターン1」は、「折込チラシを見て健康食品の『お試し』『サンプル』を頼んだ」はずが「定期コースになっていた」「『継続しない場合は〇日までに申し入れればキャンセル可能』ということだったので、事業者に電話をしているが全く通じない」「振込票が届いた」「高額な商品が送付されてきた」というものであり、8件の相談が寄せられている。

「パターン2」は、「折込チラシの『文言』や『体験談』を見て詳細を聞くために電話したら、その電話で勧誘され、高額な契約をさせられた」というもので、2件の相談が寄せられている。

「パターン3」は、「『別の商品』の折込チラシを見て注文したところ、『別の商品』だけでなく『健康食品』が送り付けられてきた」というもので、3件の相談が寄せられている。

「パターン4」は、「『健康講座』『ダイエット体験』などの折込チラシを見て会場に行ったら、SF商法や体験談商法などの会場だった」「健康食品の送り付けがあり、事業者に電話すると『折込広告を見て注文を受けた』と言われた」というものであり、6件の相談が寄せられている。

【パターン1】

■事例1 (契約当事者/70歳代/男性)

新聞の折込広告を見て、ノコギリヤシの健康食品1,000円のお試し購入を電話で申し込んだ。

→すぐに届き、コンビニ払いで支払った。

→事業者から「定期コースが予約されているので、解約するなら発送前の25日までに申し出るように」との手紙が届いた。

→定期コースを予約した覚えはなく、電話で注文した際にそのような説明を受けた覚えもない。販売店のフリーダイヤルに電話しても、「混み合っている」とのメッセージが流れて全然通じない。

■事例2 (契約当事者/80歳代/男性)

2か月前、新聞折込チラシに「便秘に効果がある」という酵素食品サプリメントのことが載っていた。

「500円でサンプルが買える」と言うので、ハガキで申し込んだ。

→自宅に商品は届いていないのに、振込票が郵送されたので放置していた。

→その後また振込票は届いたが、商品は届いていないので支払うつもりはない。行政の啓発誌にも「怪しい業者には連絡しないでおくように」と書いてあったので、自分からは連絡しなかった。

→消費生活センターから事業者に連絡したところ、「商品は特定信書便で自宅ポストに入れた」「宅配便ではなく直接手渡ししていないので、過去に届かないという事故も発生している。高齢者の中にはすっかり飲んでしまっても届いていないと主張される方もいる」との回答があった。

■事例3 (契約当事者/80歳代/女性)

新聞の折込チラシを見て「初回サンプルを1,500円」で注文し、代引引換で支払った。

→その後、事業者からたびたび電話があり「1年間は飲み続けた方がよい。特別に無料でサンプルを送る」と言われた。「息子に相談する」と言って曖昧な返事をした。

→昨日、ポストにサンプルが投函されていた(1箱税別29,800円する商品)。

【パターン2】

■事例1（契約当事者/70歳代/男性）

最近、腰痛がひどく整形外科で診察を受けたら椎間板がつぶれていると言われ、今も通院しているがなかなか改善しない。

→数日前、「ヨシキリザメの軟膏100%を使用している健康食品」の折込チラシに「軟骨の再生画像や驚異的効果」という文言を見て、チラシにある「健康相談窓口」に問い合わせた。チラシには商品名や価格は一切記載がなかった。

→その電話で「サメ軟膏の効果」について説明されたが、「効果が表れるには時間がかかる」と言われ、1年分の購入を勧められた。

→1年分が53万円と聞き、あまりの高額に驚いたが、妻の介護もしており今後が非常に心配だったので、申込みをした。

【パターン3】

■事例1（契約当事者/70歳代/女性）

母が折込チラシを見て「寝具」を電話で注文したところ、健康食品のサンプルが同封されていた。

→昨日、サンプルではない健康食品が届き、請求書が同封されていた。

→不審に思って事業者に電話したところ「サプリメントを買わない場合には寝具到着後1週間以内に断らなければ定期購入になる」と説明された。

→説明を聞いたかどうかの母の記憶ははっきりしないようだ。

【パターン4】

■事例1（契約当事者/不明/不明）

注文していない健康食品が自宅に届き、受け取った。

→届いた外箱の送付表には何の商品か記載されていなかったもので、発送元へ電話したら、「折込広告を見て注文を受けた」と言われた。

■事例2（契約当事者/70歳/女性）

新聞の折込広告で「健康講座」を知った。

→「食パン3斤が無料でもらえる」「その他健康にまつわる話がいろいろと聞ける」というので、元新聞販売店で、今空き店舗になっていた会場に出向いて見た。

→会場で、血管年齢を若返らせる話と認知症にならないための話を聞き、血管年齢を若返らせるための健康食品を勧められ、健康食品を1年分購入した。

（店舗形態等から販売方法はSF商法であると考えられる事例であった）

■事例3（契約当事者/30歳代/女性）

「ダイエットに効果的」と書かれた新聞折込のチラシを見て、「耳つぼダイエット」に出かけた。

→試しで耳つぼのマッサージを受けた後、美容のことやダイエットについて説明を受け、「ダイエットをすると栄養が偏る」「栄養を補給する必要がある」と沢山のサプリメントを勧められた。「施術の期間が3か月なので、3か月分はサプリメントも必要」と言われた。

→高額だと思ったが、「ダイエットするには最低必要」と言われ、勧められるまま「3か月分7種類合計30万円以上」も契約してしまった。書面にはクーリングオフの記載がある。

(3)「雑誌広告」と「健康食品」(16件)

契約当事者の性別で見ると、「男性」が5件(31.3%)、「女性」が9件(56.3%)である。

契約当事者の年齢で見ると、「13～15歳」が1件、「16～18歳」が2件、「19～29歳」が1件、「30～39歳」が1件、「60～69歳」が4件、「70～79歳」が3件、「80歳以上」が2件である。

主な相談内容を見ると、生じているトラブルは主に次の3つのパターンに集約される。

「パターン1」は、「雑誌に『今なら送料だけで無料サンプルが貰える』という痩身サブリの広告を見てネット注文したら定期コースだった」「雑誌で見つけた男性用サプリメントを1箱だけ申し込んだつもりが2回目を送付されてきた」などの「定期購入」や「継続」に関するものであり、6件の相談が寄せられている。

「パターン2」は、『雑誌の〇〇が治ったという体験談』、『〇〇に効くという雑誌広告』を見て購入したが、効果がないので返金・返品したいと言ったら脅された、直接来ないでくれと言われた」というものであり、3件の相談が寄せられている。

「パターン3」は、『耳つぼダイエット』の折込チラシを見て会場に行ったら、『サプリメントを取らないと意味がない』などと強引な勧誘を受け、施術とサプリメントがセットになった高額なコース契約をさせられた」「製薬会社を名乗って『頼んだ健康食品を送る』という不審な電話があり、『雑誌か新聞の広告を見て頼んでいる』と言われた」というもので、2件の相談があった。

「問題表示」に関する相談は1件寄せられている。

【パターン1】

■事例1(契約当事者/10歳代/女性)

1カ月前、中学2年の娘が読んでいた少女雑誌に痩身サブリの広告が載っていた。「今なら送料だけで無料サンプルが貰える」と書いてあったので、娘が母親である自分の名前でネット注文をした。

→その後、「60粒入り」のサンプルを飲んだが効果が感じられず、追加の注文はしなかった。

→昨日、事業者から「120粒入り」のサブリが2箱届き、中には9,250円の振込用紙が入っていた。

驚いて調べてみると「3回の継続購入が無料サンプルの購入条件」となっていて、「3回目までは解約ができない」ことがわかった。

→娘がネット注文した時に自分も一緒に業者のHPを見ていたが、こういう条件が付いていることには全く気付かなかった。

→消費生活センターが雑誌に掲載された広告内容と事業者のHPの記載を確認したところ、雑誌には「今なら無料(送料300円負担)で初月購入が可能」とあり、HPには「実質無料定期コース」とあり、「特別価格でのご案内のため、購入の条件として3回の継続が約束になる」という説明があった。

■事例2(契約当事者/10歳代/男性)

雑誌で見つけた男性用サプリメントを買おうと思い、スマートフォンで雑誌にあったQRコードを利用し、サイトに入った。

→サイトに一箱12,000円とあり、注文し、後日代引配達で届いた。その中に同封されていた手紙に「続けて買うと安くなる。希望の人はメールをくれるように」と書いてあったので、自分には必要がないと思い、破棄した。

→数日後、2回目のサプリメントが配達され、誰も家にいなかったので不在連絡票が残されてあった。

まだ受け取っていないし、注文していない。

■事例3（契約当事者/60歳代/女性）

以前ショウガの健康食品を注文し、代引きでしばらく定期購入していた。インターネットはしないので、雑誌を見て申し込んだと思う。1年以上前に解約した。

→ここ1年は届いていなかったが、先月突然代引き配達で届いた。

→頼んでいないことを伝え、受取拒否した。

→先週6本届き、16,800円を請求されたが、同様に断った。

【パターン2】

■事例1（契約当事者/70歳代/男性）

父親の病気の症状が進んでいるが、高齢のため治すことが難しい。そのため、両親が「悪いところが小さくなる。医者に見放された人も治ったと書かれた体験談が記載されている雑誌」を見て、漢方が入った健康食品を購入し、飲んだ。

→飲んで全く変化がないので、両親が「返金してほしい」と通販会社に申し出た。

→通販会社が両親に「脅迫しているのか」などいろいろと言ったようだが、最終的には「商品代40,000円のうち18,000円を返す」と言ったようだ。

→今後も高齢の両親を脅かすような電話をしてくるのではないかと心配だ。

■事例2（契約当事者/60歳代/女性）

妻が雑誌広告で知ったらしい「めまいに効く」というサプリメントを購入。商品が来てから代金を振り込む方式だと言う。

→妻は2か月間サプリを飲んだが効果がないので1カ月半前に電話で断った。その際事業者には「すでに郵送した。返送してください」と言われ、やむを得ず引き取った。

→「返送してください」と言われたが、自分としては直接返品しに会社に行きたい。その旨主張すると事業者は「直接来ないでほしい」と言う。怪しい会社なので、来られると困るのではないか。

【パターン3】

■事例1（契約当事者/30歳代/女性）

地域情報誌の「通常料金2,000円が初回は無料」という耳つぼダイエットの広告を見て、体験の申込みをした。

→昨日出向き、すぐに施術を受けられると思ったら、担当者から体験談や食生活改善等の説明の後、「サプリメントと一緒に取らないと意味がない」と言われ、120万円の高額なコースを勧められた。

→払えないと断ると「今やらないとダメだ」と言われ、契約しないと施術が受けられない雰囲気だったので、仕方なく週2回の施術とサプリメントの40万円のコースを契約した。

■事例2（契約当事者/70歳代/女性）

電話で製薬会社を名乗り、「頼んだ健康食品が出来上がった」と言われた。

→身に覚えがなかったので「頼んでいない」と伝えたが、「雑誌か新聞の広告を見て頼んでいる」と言われた。「コンドロイチンのようなもの」だと言う。

→送られて来たらどうしたらいいか。「2万円くらい」だと言う。

【問題表示関連】

■事例1（契約当事者/年齢不明/男性）

「男性器を増大する効果がある」と雑誌広告に記載している商品があるが、毎回特価という記載をしている。法律違反ではないか。

（4）「テレビ広告」と「健康食品」（34件）

契約当事者の性別で見ると、「男性」が5件（14.7%）、「女性」が28件（82.4%）である。

契約当事者の年齢で見ると、「19～29歳」が1件、「30～39歳」が2件、「40～49歳」が2件、「50～59歳」が8件、「60～69歳」が9件、「70～79歳」が2件、「80歳以上」が7件である。

主な相談内容を見ると、生じているトラブルは主に次の3つのパターンに集約される。

「パターン1」は、「定期購入」に関するものであり、22件の相談が寄せられているが、「飲んだら吐いた』『体調が悪くなったと感じた』場合の中途解約」、「注文した覚えがないが『認知症がある』消費者との契約』『目方が違う』と感じて返品した際のトラブル」「テレビCMに記載があったが消費者が『定期購入』のCMとは思わなかった場合のトラブル」などの相談が目立つ。

「パターン2」は、『ダイエット効果がある』と宣伝していたCMが、現在は『ダイエット効果について言及しない』CMに変更されている」というものであり、1件寄せられている。

「パターン3」は、「テレビCMで『試供品を無料で送ります』と宣伝していたので、注文したら、品物とともに請求書が届いた」というもので、1件の相談があった。

【パターン1】

■事例1（契約当事者/50歳代/女性）

テレビCMを見て健康食品をインターネットで注文した。定期購入が前提で500円の購入キャンペーンだった。

→注文後3日で届きすぐ飲んだが、2～3時間後に吐いた。その翌々日再度飲んだが同様に吐いた。

→自分の体質に合わない成分が入っていると思うので、解約を申し出たところ「3回の定期購入が前提の500円提供キャンペーンなので、1回で解約であれば500円ではなく定額3,300円と送料630円を支払ってください」と事業者と言われて不満。

■事例2（契約当事者/50歳代/女性）

テレビCMを見て、すっぽん入りの健康食品の定期コースを申し込んだ。

→最近体調が思わしくないで「やめたい」と電話したところ、「まだ発送前だが、半月前の申し出が必要なので、今月は止められない。来月から止める」と言われた。

→そのことは契約書に書いてあるが、まだ発送前であれば止めてほしい。

■事例3（契約当事者/80歳代/女性）

年齢なりに認知症状がある。2年前にテレビ通販番組を見て、健康食品を注文したことがあるが、単発注文ではなく、定期購入だったことが後からわかり、断った経緯がある。

→その後何も注文した覚えはないが、昨日健康食品がまた届いた。同時に代金振込用圧着ハガキも届いた。

→商品は未開封で6個ある。6個全て昨日届いたのか、いくつかは以前届いていたのか、わからない。

代金振込用圧着ハガキも3通あるが、それぞれいつ届いたのか不明。

→消費生活センターより事業者に電話し状況を確認すると「相談者は6か月前に電話で『当該商品・月2袋コース』を注文している。4回計8袋配達済み。2か月前に本人より停止したいと連絡を受け、以後発送はしていない。支払状況は初回と3回目は入金済んでいる」とのことであった。

■事例4（契約当事者/60歳代/女性）

テレビCMを見て、昨年からすっぽんエキス入りの黒酢を定期購入している。

→今年2月頃、飲まずに貯まっていた商品の中から1つを取り出して開封したところ、目方が極端に少ないように感じられた。そこで中身を取り出して数えてみたら、24粒しか入っていなかった。通常は62粒入りなので、すぐその場で事業者に電話をかけた。

→オペレーターに「本当に今開けたのか。パッケージの開封部分の切れ端は残っているか」などいろいろと尋ねられたが埒があかず、後日上司の男性と話をし、新しい商品と交換して目方不足の原因も報告してもらうことになった。

→3月中旬に新しい商品が届いたので返送したが、その後連絡がなかったので、自分の方から電話した。しかし対応した男性は自分が返送した商品を検品しておらず、「自己都合による交換」という扱いをされた。杜撰な対応に憤慨し「もう要らない。新しく届いた商品も返品する」と言い捨て自分から電話を切った。

→3月26日付けで返品したが、その後返金はなく、連絡も一切ない。このまま無視するつもりなのか。返金と目方不足の調査結果の報告を求めたい。

■事例5（契約当事者/50歳代/女性）

1カ月前、テレビCMで「送料の500円を負担すればよい」と言うので、すっぽんのサプリメントを電話で注文した。

→数日後に商品が届き、送料の500円を振り込んだ。

→数日前にまたサプリメントと商品代金2,958円の振込用紙が届いた。事業者に「自分は1回分だと思って注文した」と伝えたところ、「テレビCMは4か月継続すれば、初回は送料500円で購入できるという定期購入のCMです」と言われた。

→CMでは、定期購入の案内はしておらず、送料のみの500円で販売しているようなことを言っていたと思う。自分は継続するつもりはなかったし、ネットにも悪質な販売だと書き込みがあった。

→消費生活センターより事業者に確認したところ、「定期購入については注文の電話番号と同時に記載しており、注文を受ける際にも定期購入の条件についてはお客様に説明した上で注文を受けている」とのことであった。

→消費生活センターでテレビCMの動画を確認したところ、定期購入についての記載はされていた。

【パターン2】

■事例1（契約当事者/60歳代/女性）

1年半前、「女優のダイエット前とダイエット後の姿を見せ、『ダイエットに効果がある』と宣伝する」テレビCMを頻繁に放映していたので、効果を信じて1袋1,600円程の商品をまとめて購入した。

→その後、飲み続けていたが、痩せないどころか逆に体重が増えてしまった。

→今も同局で同じ商品のテレビCMが放映されているが、ダイエット効果には触れずに「飲むとパワーアップする」というような内容に変わっている。

- 本当にダイエット効果があるのかどうか不審に思い、販社に電話したところ、対応したオペレーターからは「いろいろなタイプのCMがあるので」などと言われ、はっきりした回答がなかった。
- 商品はまだ一袋残っている。何となく納得できない。

【パターン3】

■事例1（契約当事者/60歳代/男性）

テレビを見ていたら「試供品を無料で送ります」と宣伝していた。

- 事業者注文したら「送ります」と言われた。有料という説明は受けていない。
- 品物が届いたが、請求書がついていた。どうなっているのか。

(5)「ラジオ広告」と「健康食品」(8件)

契約当事者の性別で見ると、「男性」が3件、「女性」が4件である。

契約当事者の年齢で見ると、「50～59歳」が2件、「60～69歳」が2件、「70～79歳」が2件、「80歳以上」が2件であり、全ての事例が「50歳以上」であった。

主な相談内容を見ると、生じているトラブルは主に次の3つのパターンに集約される。

「パターン1」は、「定期購入」に関するものであり、5件の相談が寄せられている。「他にも沢山サプリを飲んでいるので止めたいが、電話が通じない」「イメージと違うので解約したいが、他の会社に電話がかかってしまう」「今回購入したのも含めサプリメントを全て止めたら、湿疹が消えた。事情を説明して定期便の中止を希望したが『最低3か月の継続である』と言われた」「1回限りの注文だと思っていたが、翌月も商品が送られてきた（契約当事者は独居の全盲の高齢者）」が相談の内容である。

「パターン2」は、「電話での事業者の説明をめぐるトラブル」であり、「ラジオショッピングで紹介していたサプリメントを購入しようと思い、かけた電話で、電話の最後に『荷造り手数料』もかかると言われた」との相談が寄せられている。

「パターン3」は、「返品をめぐるトラブル」であり、「ラジオで宣伝していたサプリメントを電話で注文したが返品したくなり、国民の長期休暇を避けて事業者に電話したら、『商品到着後8日を過ぎているので返品できない』と言われた」との相談が寄せられている。

「パターン4」は、「送り付けを疑った高齢者との電話注文の有無をめぐるトラブル」である。

【パターン1】

■事例1（契約当事者/50歳代/女性）

ラジオの放送を聞いて、サプリメントを電話で申し込んだ。「定期コースにすると4,000円位が1,980円になる」と聞いて申し込んだ。

- しかし、他にもサプリメントを飲んでいるのでやめたい。連絡を入れているがなかなか電話が通じない。
- 怪しくないか。1回目の商品は届いている。

■事例2（契約当事者/70歳代/女性）

ラジオショッピングで桑の葉の健康食品が2袋で6,000円だったので、電話で申し込んだ。今後は2ヶ月ご

とに定期的に送られてくるようだ。

→桑の葉というので野菜の代わりになるかと思ったが、代わりにはならないとわかったので解約したい。

→業者に連絡したが他の会社に電話がかかる。メモした電話番号で申し込んだので間違いはないはずだ。

■事例3（契約当事者/60歳代/女性）

2か月前、ラジオCMを聴いて、しじみのサプリメントを電話で注文した。「定期便にすると購入代金が安くなる」とのことだったので、定期便にした。

→しばらく飲んだが、あまり効果が実感できなかったのので、販社に電話で相談すると、「1日2粒飲んでいたのを3粒に増やしてみる」よう勧められ、増やしたところ、5日後から片方の膝下に湿疹が出た。

→その後交互に湿疹が出たので、飲むのをやめて皮膚科を受診した。

→医師には「見ただけでは原因はわからない」と言われ、薬を処方された。

→医師に処方されたステロイドは体質に合わないので使用しなかった。元々サプリメントを7種類摂取しているので、それも全てやめてみた。すると3日後に湿疹が消えた。

→販社に電話し、事情を説明して「体質に合わないようなので、定期便は中止し、最後の3箱目（未開封）は返品したいと申し出たが、「定期便は最低3か月継続することになっているので、返品には応じられない」とのことだった。

■事例4（契約当事者/80歳代/男性）

トイレが近いので改善するために、ラジオで宣伝していた健康食品の会社に自分で電話をして注文した。「1回限り」の注文だと思っていた。

→ところが、翌月も商品が送られてきて中には請求書が入っていた。注文していないので費用を支払いたくない。

→独居だが息子が来訪していたので、消費生活センターから事実関係を確認した。一度本人（なお、本人は全盲である）が業者に掛け合っており、『2度目の購入は業者側から購入意向の電話があるはずだ』と主張して電話を切ったが、また請求が来ている」とのこと。息子と本人と一緒に業者に電話して確認してもらったところ、『2度目の購入は業者側から電話する』というのは本人の勘違いで基本的には定期購入であり、やめたい場合は本人が申し出ることになっている。その旨書いた書面も一緒に梱包されている」とのことであった。

【パターン2】

■事例1（契約当事者/50歳代/男性）

昨日ラジオショッピングで紹介していたサプリメントを購入しようと思い電話をかけた。

→「商品代金」と「代引き手数料」のことは電話の初めに説明があった。住所、氏名、電話番号、生年月日などを告げた後、最後の段階で「荷造り手数料950円がかかります」と告げられた。

→その時は既に5分くらい話をしていたので、今さら止めるとは言いづらく了解してしまっただが、今日になり、やはりこのような売り方は納得できないと思った。

→キャンセルできるとかできないとかの説明は聞いたかもしれないし、聞かなかったかもしれない。覚えていないのだが、今から止めることはできるだろうか。

【パターン3】

■事例1（契約当事者/70歳代/男性）

ラジオで宣伝していたダイエットサプリメントを電話で注文し、コンビニで3千円を支払った。

→商品が届いた後、食前にサプリメントを飲んだ後に、糖尿病の薬を飲むのが煩わしく、続けられるか不安になり電話したら、「翌月からの配送を中止する」と言われた。

→その後、国民の長期休暇に入り、業者も休みだと思って返品の電話を控え、休み明けの本日電話で返品を申し出たら、「商品到着後8日を過ぎている」という理由で断られた。

→そのような規約は知らないし、商品がいつ届いたかいつ注文したか忘れた。

【パターン4】

■事例1（契約当事者/80歳代/性別不明）

突然、自宅の自分宛に覚えのない注文明品が届いている。

→自分が腰痛持ちであることを知っているのか、封筒に「腰痛のための指ヨガ」等と記載されている。湿布などが入っているのだろうか。怪しい。

→消費生活センターから事業者に連絡したところ、「返品は可能」ということだったので開封。会員番号を事業者に伝えたところ、「ラジオ広告で本人からの依頼で注文を受けた」との回答があった。