

平成30年度

消費者相談報告書

経済産業省

(本編)

I. 消費者相談受付体制の概要	1
II. 平成30年度消費者相談件数	4
III. 平成30年度消費者相談の動向	12
IV. 平成30年度消費者相談事例	41

(資料)

・平成30年度消費者相談統計資料	81
------------------	----

(参考)

・関係団体	98
・経済産業省消費者相談室一覧	104

ま え が き

経済産業省では、当省所管の法律、物資やサービスについて、消費者からの苦情、相談、問い合わせを受け付け、消費者に対して制度上の助言や情報提供等の業務を行っています。

また、消費者から得られた情報をもとに消費者をめぐる状況を把握し、これらを消費者行政に的確に反映させるよう努めています。

本報告書は、平成30年度に経済産業省の消費者相談室が受け付け、処理を行った様々な消費者相談について、体系的に整理し、その概要をまとめたものです。

当省としましては、寄せられた相談等を踏まえ、引き続き関係法令の厳正な運用を図り、消費者に所管法令についての助言や適切な情報提供を行っていくとともに、消費者トラブルの減少に向けて消費者庁との連携にも努めてまいります。

また、消費者トラブルの未然防止のためには、関係業界において適正な消費者取引を行うよう一層の自助努力を進めるとともに、消費者においても、常日頃からこうしたトラブルに巻き込まれないよう自ら注意することも重要です。

本報告書が、関係行政機関はもとより、広く各方面において相談業務等の参考になれば幸いです。

令和元年10月

経済産業省商務・サービスグループ消費者相談室

目 次

I. 消費者相談受付体制の概要	1
1. 消費者相談の定義.....	1
2. 経済産業省の消費者相談受付体制.....	1
3. 消費者相談の分類.....	2
II. 平成30年度消費者相談件数	4
1. 消費者相談受付件数.....	4
2. 窓口別相談件数.....	4
3. 受付方法別相談件数.....	5
4. 属性別相談件数.....	6
5. 契約関係・製品関係・その他相談件数.....	8
6. 事項別相談件数と相談の特徴.....	9
7. 商品別相談件数.....	11
III. 平成30年度消費者相談の動向	12
1. 事項別消費者相談の動向.....	12
(1) 契約関係.....	12
①割賦販売.....	13
②前払割賦.....	14
③訪問販売.....	15
④通信販売.....	16
⑤電話勧誘販売.....	17
⑥連鎖販売取引.....	18
⑦特定継続的役務提供.....	19
⑧業務提供誘引販売取引.....	20
⑨訪問購入.....	21
⑩先物取引.....	22
⑪契約その他.....	23
(2) 製品関係.....	24
①品質性能.....	25
②安全性.....	26
③サービス.....	27
④表示.....	28

相談例 E : 高校生の娘が SNS でお試しの化粧品を購入したところ、定期購入だった (通信販売) …	5 2
相談例 F : 電話予約フォームから依頼してかかってきた電話で、勧誘を受け、契約をしたが、電話勧誘販売に当たるか (電話勧誘販売) …	5 5
相談例 G : 行政処分を受けた連鎖販売業者が説明会を開催している (連鎖販売取引) …	5 8
相談例 H : クーリング・オフを申し出たところ、既に施術を 1 回受けているので中途解約になると言われたが、クーリング・オフできないのか (特定継続的役務提供) …	6 1
相談例 I : 勧誘の際に言われた収入と実際の収入に大きな差があり、契約を解除したい (業務提供誘引販売取引) …	6 7
相談例 J : クーリング・オフしたいと連絡したが、買取業者に品物は返却できないと言われた (訪問購入) …	7 0
相談例 K : 注文していない商品が突然送られてきた (送付け商法) …	7 3
相談例 L : 突然事業者から電話があり、カフェで会って勧誘され、原油の先物取引契約をしてしまった (先物取引) …	7 4
相談例 M : 長期使用製品安全点検制度について確認したい (製品の安全性) …	7 7
参考 クーリング・オフの通知書面の書き方について …	7 9

(資料) 平成 3 0 年度消費者相談統計資料

第 1 表 受付局別相談件数 …	8 1
第 2 表 受付局別・受付方法別相談件数 …	8 1
第 3 表 事項別・商品大分類別相談件数 …	8 2
第 4 表 事項別・商品小分類別相談件数 …	8 3
第 5 表 勧誘場所・勧誘方法・支払方法・相談内容等集計表 …	8 9
(1) 勧誘場所 …	8 9
(2) 契約締結場所 …	8 9
(3) - 1 勧誘方法 …	9 0
(3) - 2 契約 (申込) 方法 …	9 0
(4) 勧誘者 …	9 1
(5) 支払方法 …	9 1
(6) - 1 相談内容 (苦情) …	9 2
(6) - 2 相談内容 (問い合わせ) …	9 2
(6) - 3 事項別・相談内容別受付件数 …	9 3

第6表	事項別・受付局別相談件数	94
第7表	商品別・受付局別相談件数	95
第8表	事項別相談件数推移	96
第9表	商品別相談件数推移	97
(参考1)	関係団体	98
(参考2)	経済産業省消費者相談室一覧	104

I. 消費者相談受付体制の概要

1. 消費者相談の定義

本報告書においては、経済産業省本省及び経済産業局（沖縄総合事務局を含む。）の消費者相談室に、一般消費者、地方公共団体、消費生活センター及び消費者団体等から寄せられた相談で、「相談受付カード」に記録された「苦情」、「問い合わせ」及び「要望」を総称して消費者相談と捉えています。

2. 経済産業省の消費者相談受付体制

経済産業省では、昭和40年10月に消費生活改善苦情処理制度（現在は、経済産業省消費者相談処理制度）を発足させ、消費者からの相談を直接受け付けています。

昭和50年7月には、本制度を更に拡充するため、当時の通商産業省本省及び通商産業局（沖縄総合事務局を含む。）に消費者相談室を設け、消費者からの相談受付の一元化を行い現在に至っています。さらに、平成10年6月からは電子メールによる受付を開始しました。

受け付けた消費者相談の内容は、消費者情報関連データベースに登録・蓄積をし、その情報は、必要に応じて経済産業省内の関係各課に情報提供するなど、消費者保護行政を進めていく上の資料として活用されています。

（消費者相談受付体制については、図1. を参照）

<消費者相談関係資料の経済産業省ホームページアドレス先>

消費者行政の推進「消費者相談」

<https://www.meti.go.jp/policy/economy/consumer/index.html>

3. 消費者相談の分類

(1) 事項別分類

消費者相談は、相談の種類を大きく「契約関係」、「製品関係」及び「その他」に分類し、関係法令又は行政領域の観点から、次のように分類しています。

<契約関係：11項目>

- | | | |
|------------|-------------|---------|
| ①割賦販売 | ②前払割賦 | ③訪問販売 |
| ④通信販売 | ⑤電話勧誘販売 | ⑥連鎖販売取引 |
| ⑦特定継続的役務提供 | ⑧業務提供誘引販売取引 | ⑨訪問購入 |
| ⑩先物取引 | ⑪契約その他 | |

<製品関係：6項目>

- | | | |
|-------|------|--------|
| ①品質性能 | ②安全性 | ③サービス |
| ④表示 | ⑤規格 | ⑥計量・価格 |

<その他：2項目>

- | | |
|-------|------|
| ①個人情報 | ②その他 |
|-------|------|

(2) 相談内容別分類

「契約関係」に分類されたものは、その相談内容によって次の12項目に分類しています。

- | | | |
|--------|----------|-------------|
| ①勧誘・強引 | ②勧誘・不実虚偽 | ③書面不交付・不備 |
| ④未成年等 | ⑤債務不履行 | ⑥クーリング・オフ関係 |
| ⑦解約関係 | ⑧業者の信頼性 | ⑨違約金の妥当性 |
| ⑩情報提供 | ⑪過量販売 | ⑫その他 |

(3) 商品別分類

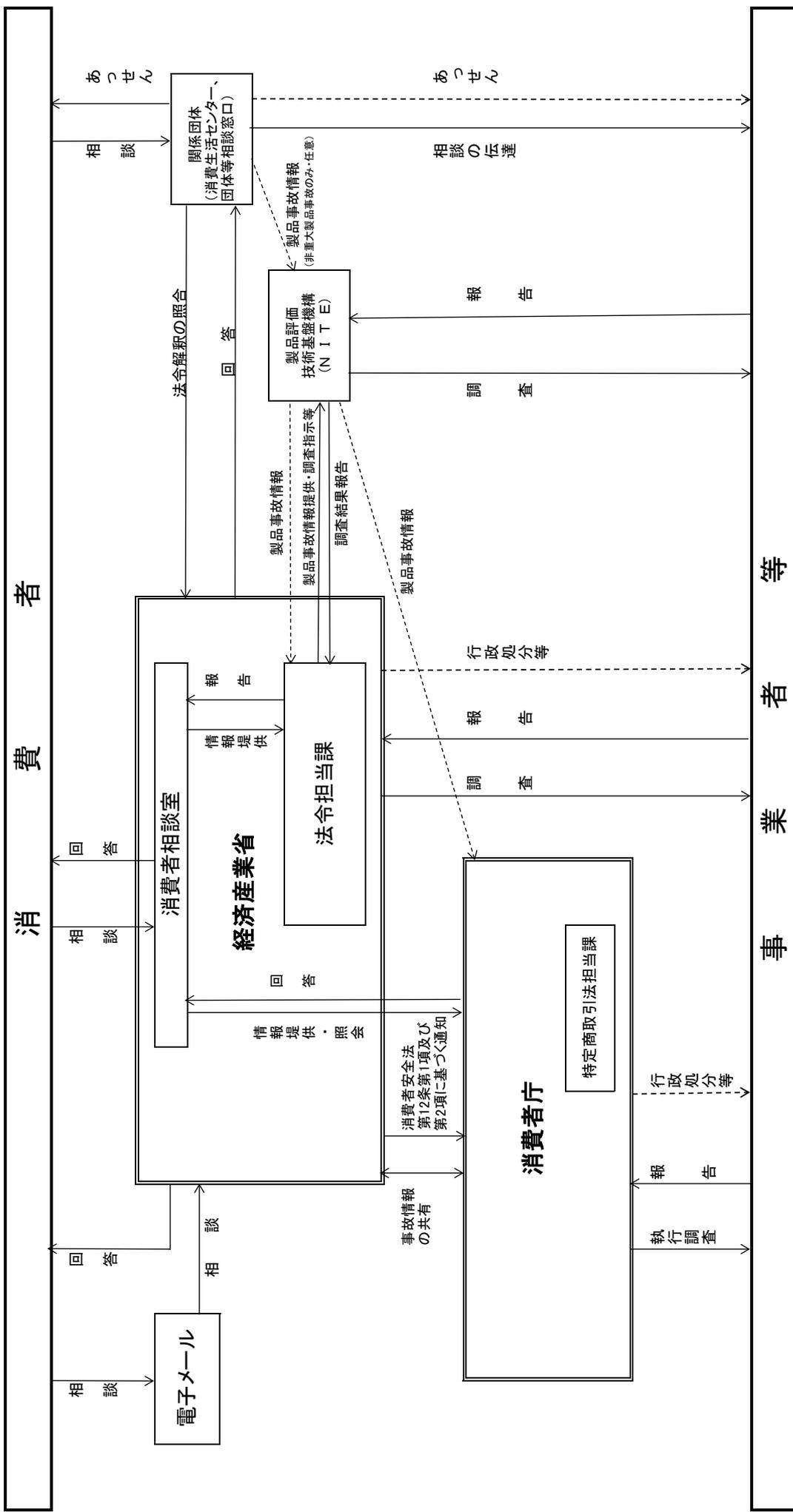
消費者相談の対象となっている商品については、大きく次の9項目（以下「商品大分類」という。）に分類しています。

- | | | |
|--------|----------|------------|
| ①繊維製品 | ②電気製品 | ③機械器具 |
| ④住居 | ⑤台所・家庭用品 | ⑥文化・スポーツ用品 |
| ⑦エネルギー | ⑧役務 | ⑨その他 |

（中分類、小分類については、巻末資料の第4表を参照）

図1. 経済産業省の消費者相談受付体制

(令和元年10月1日現在)



注)この表は、経済産業省(本省、経済産業局、沖縄総合事務局)に入った消費者相談の処理体制を示したもので、消費生活センターに寄せられた消費者相談についての流れは省略しています。

Ⅱ. 平成30年度消費者相談件数

1. 消費者相談受付件数

受付件数: 7, 163件 (対前年度比: ▲1. 9%)

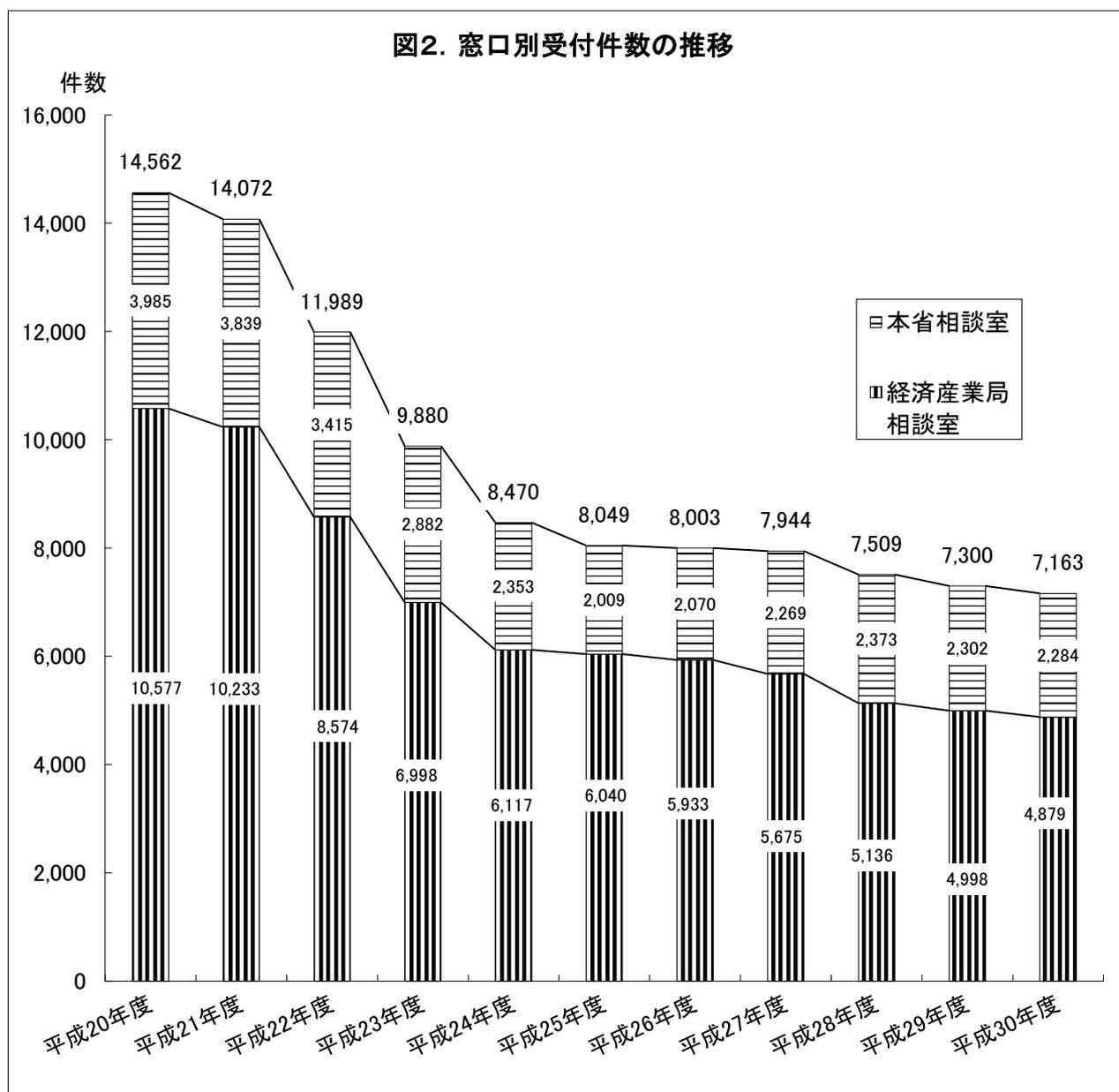
○ 平成30年度における経済産業省消費者相談室の消費者相談件数は7, 163件(前年度比 ▲1. 9%)となり、平成20年度以降、11年連続で減少しました。

2. 窓口別相談受付件数

本省消費者相談室: 2, 284件 (対前年度比: ▲0. 8%)

経済産業局消費者相談室: 4, 879件 (対前年度比: ▲2. 4%)

(81頁を参照)

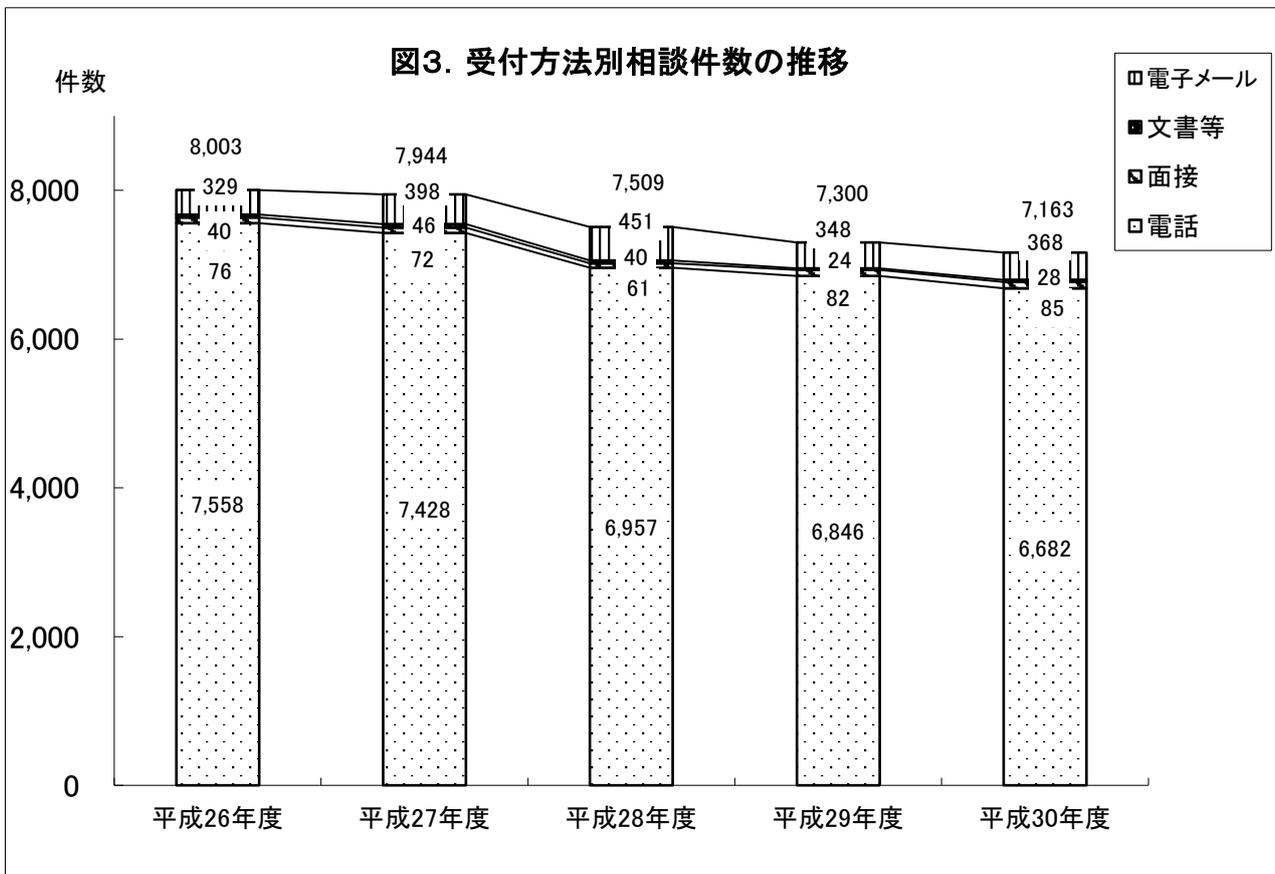


3. 受付方法別相談件数

電 話: 6,682 件 (対前年度比: ▲ 2.4%)
 面 接: 85 件 (対前年度比: 3.7%)
 文 書 等: 28 件 (対前年度比: 16.7%)
 電子メール: 368 件 (対前年度比: 5.7%)

〈受付方法別相談件数〉

	平成28年度	平成29年度	平成30年度
合 計	7,509 (100.0)	7,300 (100.0)	7,163 (100.0)
対前年度比(%)	▲ 6.2	▲ 2.8	▲ 1.9
電 話	6,957 (92.6)	6,846 (93.8)	6,682 (93.3)
対前年度比(%)	▲ 8.0	▲ 1.6	▲ 2.4
面 接	61 (0.8)	82 (1.1)	85 (1.2)
対前年度比(%)	▲ 19.7	34.4	3.7
文書等	40 (0.5)	24 (0.3)	28 (0.4)
対前年度比(%)	0.0	▲ 40.0	16.7
電子メール	451 (6.0)	348 (4.8)	368 (5.1)
対前年度比(%)	37.1	▲ 22.8	5.7



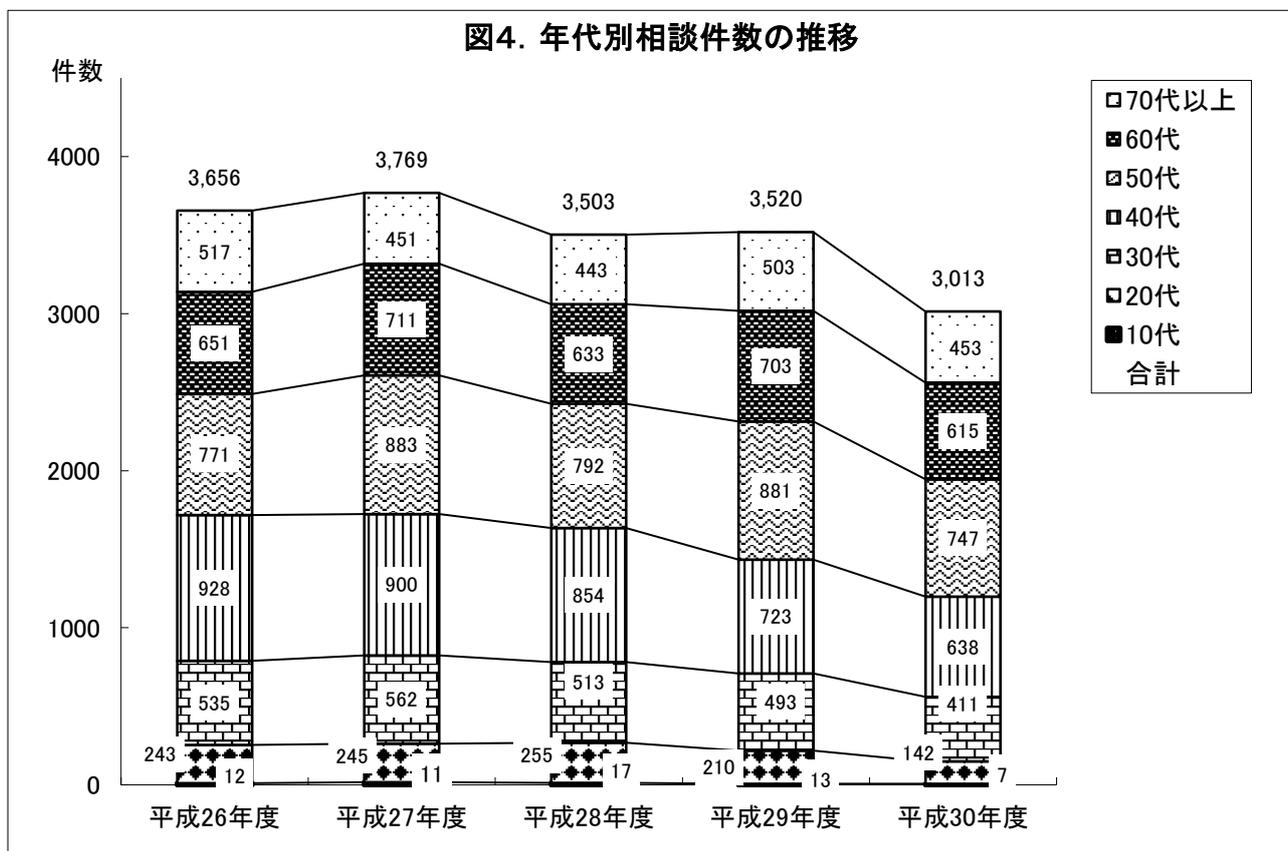
4. 属性別相談件数

(1) 相談者の年代

○ 相談者の年代別では、年齢が判明している3,013人のうち、50歳代の方からの相談が747件（構成比24.8%）と最も多く、次に40歳代の方からの相談が638件（同21.2%）、60歳代の方からの相談が615件（同20.4%）、70歳代以上の方からの相談が453件（同15.0%）、30歳代の方からの相談が411件（同13.6%）の順となっています。

〈相談者の性別及び年代別構成〉

	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上	不明	無し	合計	構成比(%)
男	5	78	248	357	439	396	283	595	46	2,447	34.2
女	2	62	158	277	305	213	166	293	35	1,511	21.1
不明		2	4	1	3	4	2	26	3,043	3,085	43.1
団体等			1	3		2	2	72	40	120	1.7
合計	7	142	411	638	747	615	453	986	3,164	7,163	100.0
構成比(%)	0.1	2.0	5.7	8.9	10.4	8.6	6.3	13.8	44.2	100.0	—

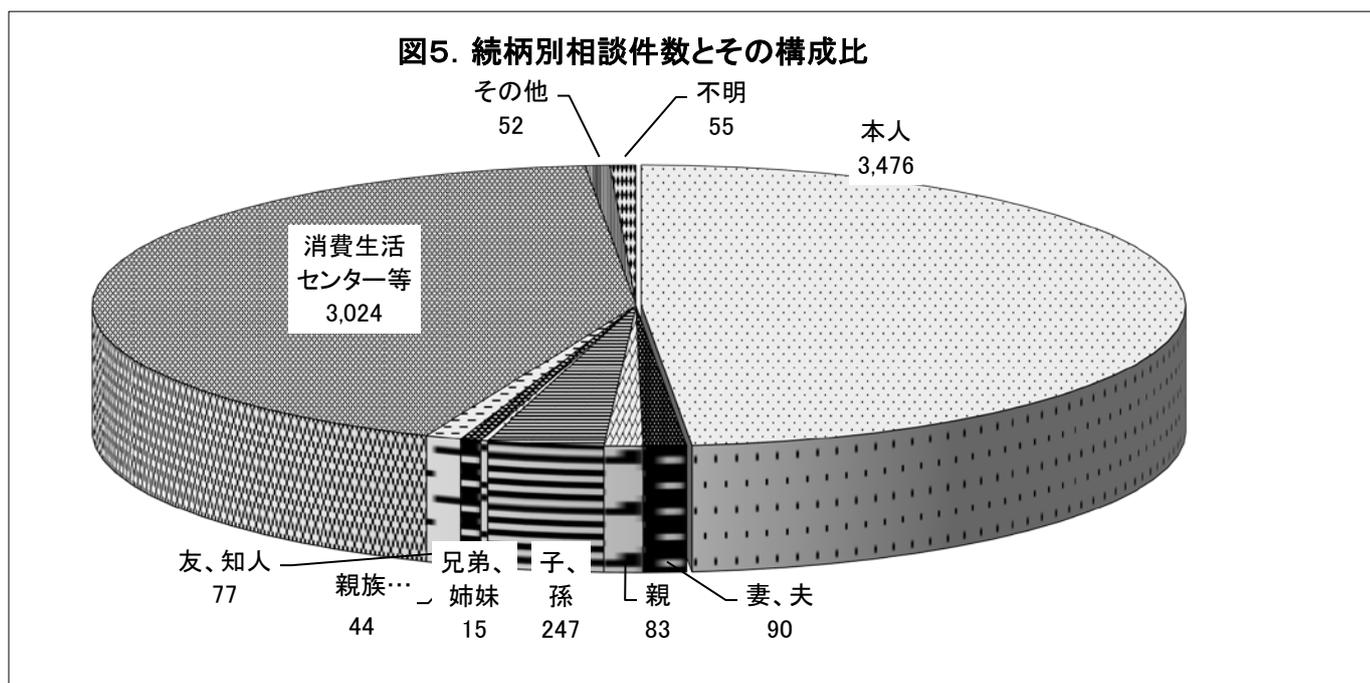


(2) 相談者の続柄

○ 相談者の続柄別では、本人からの相談が3,476件(全体構成比48.5%)と過半数弱を占め、前年度に引き続き最も多く、次いで消費生活センター等からの相談(法令解釈の照合や情報提供)が3,024件(同42.2%)となっています。

〈相談者の続柄別構成〉

	本人	妻、夫	親	子、孫	兄弟、 姉妹	親族	友、知人	消費生活 センター等	その他	不明	合計
件数	3,476	90	83	247	15	44	77	3,024	52	55	7,163
構成比(%)	48.5	1.3	1.2	3.4	0.2	0.6	1.1	42.2	0.7	0.8	100.0



5. 契約関係・製品関係・その他相談件数

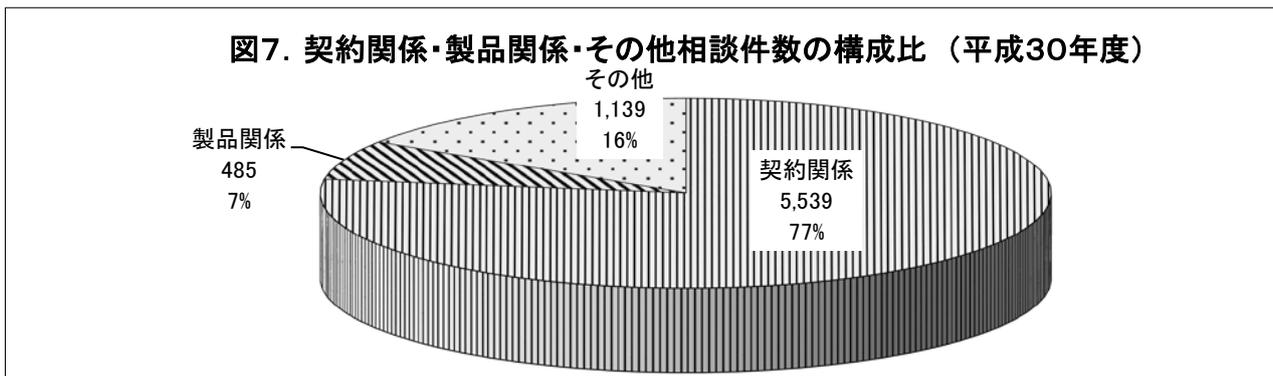
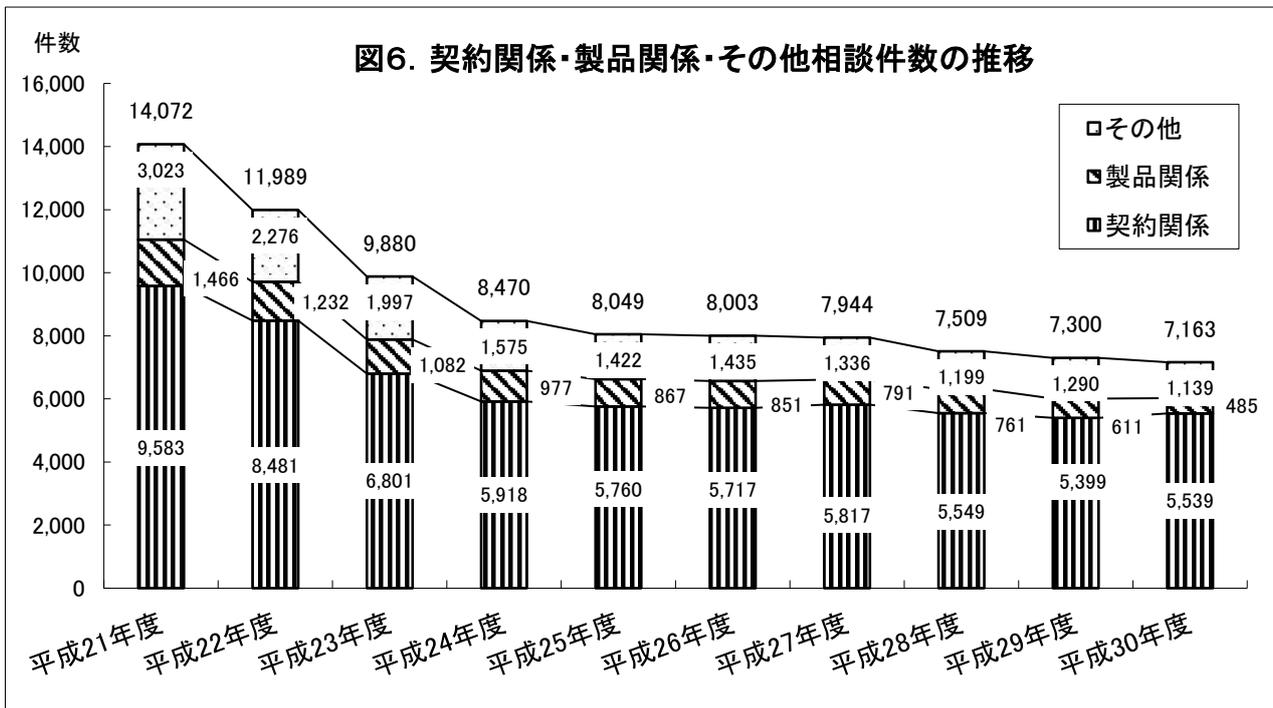
契約関係: 5,539 件 (対前年度比: 2.6%)
 製品関係: 485 件 (対前年度比: ▲20.6%)
 その他: 1,139 件 (対前年度比: ▲11.7%)
 合計: 7,163 件 (対前年度比: ▲1.9%)

○ 事項別における相談件数では、「契約関係」が5,539件で、前年度と比較すると140件の増加(2.6%増)、「製品関係」は485件で、前年度と比較すると126件の減少(▲20.6%)となりました。

〈契約関係・製品関係・その他相談件数〉

	平成28年度	平成29年度	平成30年度
相談件数(合計)	7,509 (100.0)	7,300 (100.0)	7,163 (100.0)
対前年度比(%)	▲ 5.5	▲ 2.8	▲ 1.9
契約関係	5,549 (73.9)	5,399 (74.0)	5,539 (77.3)
対前年度比(%)	▲ 4.6	▲ 2.7	2.6
製品関係	761 (10.1)	611 (8.4)	485 (6.8)
対前年度比(%)	▲ 3.8	▲ 19.7	▲ 20.6
その他	1,199 (16.0)	1,290 (17.7)	1,139 (15.9)
対前年度比(%)	▲ 10.3	7.6	▲ 11.7

* ()内の数値は、その年度に占める構成比(%)を表しています。



6. 事項別相談件数と相談の特徴

【改正割賦販売法に関する相談増】

全体の相談件数が減少傾向にある中で、「割賦関係」の相談が、前年度から106件増加し、平成25年度以降、最も多い993件となりました。このうち、改正割賦販売法に関する相談は138件となりました（前年度比91.7%増）。

〔具体的事例〕

- ・解約したいが事業者（加盟店）と連絡がとれない。決済代行業者は加盟店を指導できないのか。
- ・クレジットカードの不正利用にあった。決済時の本人確認を徹底してほしい。

【訪問販売が最も相談の多い取引形態に多い「住宅リフォーム」トラブル】

「訪問販売」は、1,182件で平成30年度最も相談の多い取引形態となりました。中でも、住宅リフォームに関する相談は、310件寄せられました（前年度比24.0%増）。

〔具体的事例〕

・事業者が突然自宅に訪れ、屋根に上り、瓦の応急措置が必要だと言われ、その場で契約をしてしまった。

【情報商材に関する相談が5割増 —「簡単に稼げる」という投資や副業の儲け話等—】

「仮想通貨で高収入」などの情報商材に関する相談が、前年度から160件増加し、483件となりました（前年度比49.5%増）。このうち、「電話勧誘販売」が185件（同83.2%増）、「通信販売」が93件（同13.4%増）、「訪問販売」が59件（同63.9%増）と増加しており、これらで7割弱を占めました。

【行政処分後に急増した相談事例】

平成30年12月に行政処分を受けた通信機器の連鎖販売業者に関する相談が83件寄せられました。特に、行政処分後の相談が急増しました。

〔具体的事例〕

- ・行政処分を受けたにも関わらず、全国説明会を開催しているが、問題ないのか。

<事項別相談件数>

事 項	相談件数				
	平成28年度	平成29年度	平成30年度	構成比(%)	対前年度 増減比率(%)
割 賦 関 係	842	887	993	13.9%	12.0
割 賦 販 売	572	640	720	10.1%	12.5
前 払 割 賦	270	247	273	3.8%	10.5
特 定 商 取 引 法 関 係	4,165	4,059	4,108	57.4%	1.2
訪 問 販 売	1,146	1,124	1,182	16.5%	5.2
通 信 販 売	1,277	1,213	1,136	15.9%	▲ 6.3
電 話 勧 誘 販 売	409	441	557	7.8%	26.3
連 鎖 販 売 取 引	344	402	363	5.1%	▲ 9.7
特 定 継 続 的 役 務 提 供	675	560	615	8.6%	9.8
業 務 提 供 誘 引 販 売 取 引	156	137	116	1.6%	▲ 15.3
訪 問 購 入	158	182	139	1.9%	▲ 23.6
先 物 取 引 関 係	48	22	22	0.3%	0.0
契 約 そ の 他	494	431	416	5.8%	▲ 3.5
製 品 関 係	761	611	485	6.8%	▲ 20.6
品 質 性 能	130	107	76	1.1%	▲ 29.0
安 全 性	86	93	100	1.4%	7.5
サ ー ビ ス	377	257	191	2.7%	▲ 25.7
表 示	93	87	67	0.9%	▲ 23.0
規 格	22	21	6	0.1%	▲ 71.4
計 量 ・ 価 格	53	46	45	0.6%	▲ 2.2
個 人 情 報 関 係	161	61	43	0.6%	▲ 29.5
そ の 他	1,038	1,229	1,096	15.3%	▲ 10.8
合 計	7,509	7,300	7,163	100.0%	▲ 1.9

(注)

- i) 『割賦販売』とは、割賦販売法にいう割賦販売(自社割賦、信用購入あっせん及びローン提携販売を含み、前払割賦を除きます)及びクレジットカード全般に関する相談をいいます。『前払割賦』とは、割賦販売法にいう「前払式割賦販売」及び「前払式特定取引」に関する相談をいいます。
- ii) 『訪問購入』とは、特定商取引法にいう訪問購入(物品を購入する事業者が、営業所以外の場所で売買契約の申し込みや契約を締結して行う物品の購入)に関する相談をいいます。(平成25年2月21日施行)
- iii) 『先物取引関係』とは、国内や海外の商品先物取引(旧商品取引所法及び旧海外商品市場における先物取引の受託等に関する法律の適用を受ける取引)に関する相談をいいます(金融先物取引等に関する相談は所管外のためここには含まれません)。
- iv) 『契約その他』とは、特定商取引法関係、割賦販売及び先物取引に該当しない当省所管物資及び役務に関する相談をいいます。
- v) 『個人情報関係』とは、個人情報に関する法律等を含む個人情報に関する相談をいいます。
- vi) 『その他』とは、「割賦関係」から「個人情報関係」までの事項に分類されない相談をいいます。

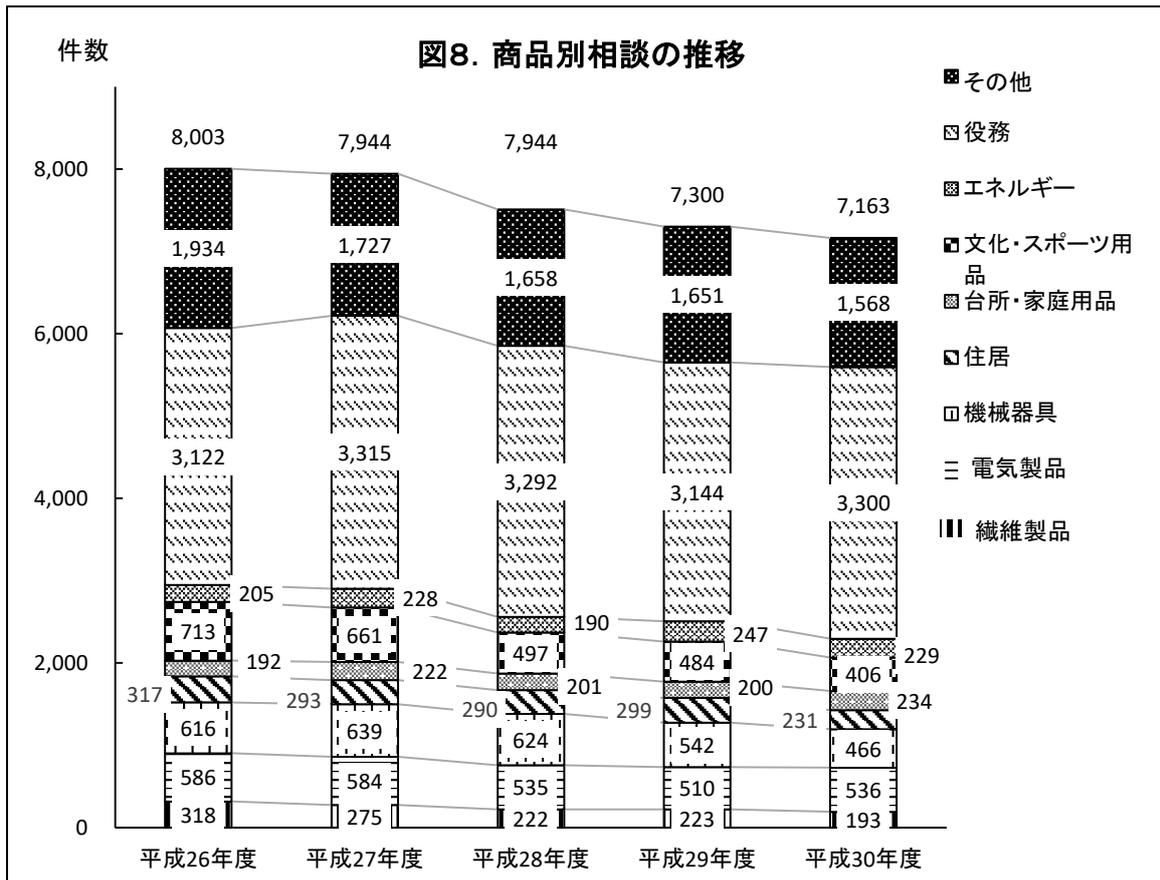
7. 商品別相談件数

○ 商品別における相談件数では、「役務」に関する相談が3,300件(構成比46.1%)と圧倒的に多く、次に「電気製品」に関する相談536件(同7.5%)、「機械器具」に関する相談466件(同6.5%)と続き、これらで全体の6割を占めました。

〈商品別相談件数〉

	平成28年度	平成29年度	平成30年度
繊維製品	222 (3.0)	223 (3.1)	193 (2.7)
前年度比(%)	▲ 19.3	0.5	▲ 13.5
電気製品	535 (7.1)	510 (7.0)	536 (7.5)
前年度比(%)	▲ 8.4	▲ 4.7	5.1
機械器具	624 (8.3)	542 (7.4)	466 (6.5)
前年度比(%)	▲ 2.3	▲ 13.1	▲ 14.0
住居	290 (3.9)	299 (4.1)	231 (3.2)
前年度比(%)	▲ 1.0	3.1	▲ 22.7
台所・家庭用品	201 (2.7)	200 (2.7)	234 (3.3)
前年度比(%)	▲ 9.5	▲ 0.5	17.0
文化・スポーツ用品	497 (6.6)	484 (6.6)	406 (5.7)
前年度比(%)	▲ 24.8	▲ 2.6	▲ 16.1
エネルギー	190 (2.5)	247 (3.4)	229 (3.2)
前年度比(%)	▲ 16.7	30.0	▲ 7.3
役務	3,292 (43.8)	3,144 (43.1)	3,300 (46.1)
前年度比(%)	▲ 0.7	▲ 4.5	5.0
その他	1,658 (22.1)	1,651 (22.6)	1,568 (21.9)
前年度比(%)	▲ 14.3	▲ 0.4	▲ 5.0
合計	7,509 (100.0)	7,300 (100.0)	7,163 (100.0)
前年度比(%)	▲ 5.5	▲ 2.8	▲ 1.9

* ()内の数値は、その年度に占める構成比(%)を表しています。



Ⅲ. 平成30年度消費者相談の動向

1. 事項別消費者相談の動向

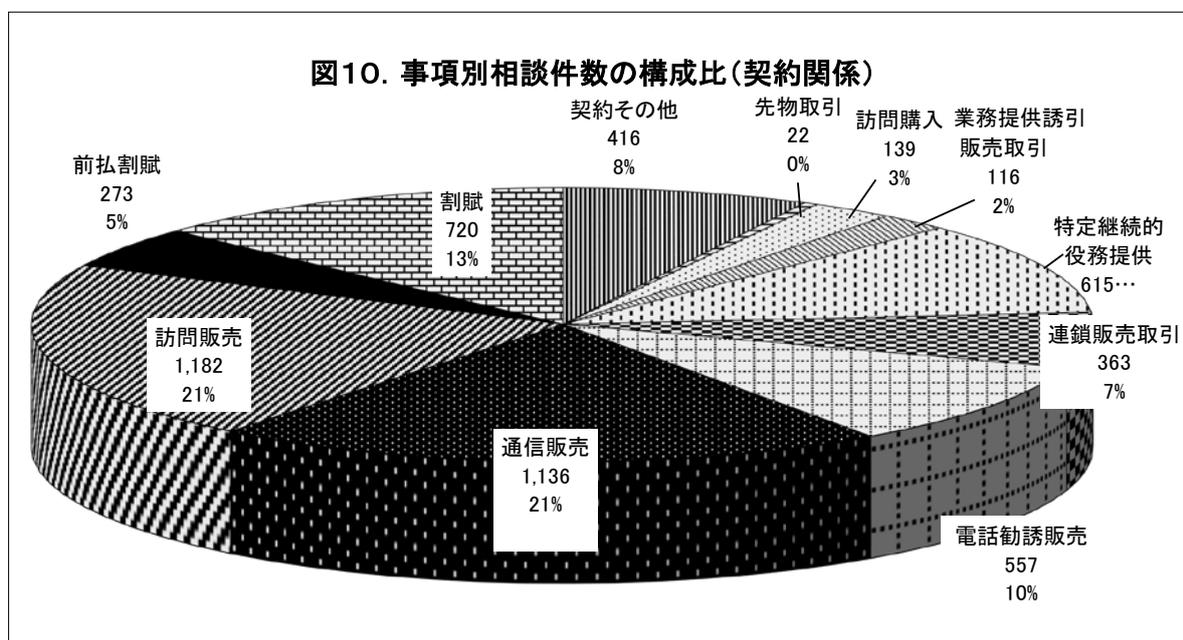
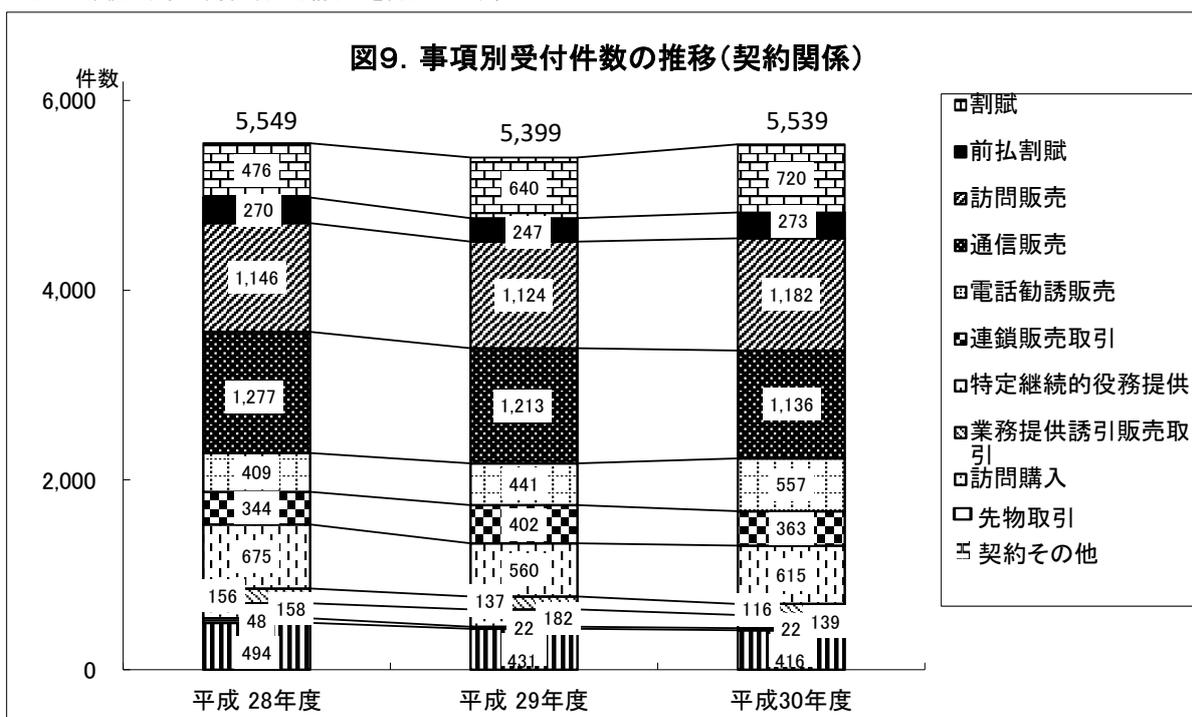
(1) 契約関係

- 「契約関係」における平成30年度の相談件数は5,539件で、前年度と比較すると140件の増加（前年度比2.6%増）となりました。
- 事項別に見てみると、「訪問販売」と「通信販売」で、「契約関係」の42.0%を占めました。

〈相談件数の推移〉

	平成28年度	平成29年度	平成30年度
相談件数	5,549 (73.9)	5,399 (74.0)	5,539 (77.3)
対前年度比(%)	▲ 4.6	▲ 2.7	2.6

* ()内の数値は、その年度に占める構成比を表しています。



①割賦

*割賦販売法にいう割賦販売(自社割賦、信用購入あっせん及びローン提携販売を含み前払割賦を除く)及びクレジットカード全般に関する相談を対象としています。

- 「割賦販売」(クレジットカードや個別のクレジットに関する相談)の相談件数は720件で、前年度と比較すると80件の増加(前年度比12.5%増)となりました。全相談件数に占める割合は前年度の8.8%から10.1%となりました。また、平成30年6月1日付けで施行された改正割賦販売法に関連する相談は126件含まれています。
- 相談内容としては、解約関係が71件(構成比9.9%)、不正利用・身に覚えのない請求に関する内容が70件(同9.7%)、与信拒否や支払見込額調査に関する内容、クレジット債務に係る手数料や一括返済等に関する内容が63件ずつ(同8.8%)となりました。
- 商品別に見ると、情報商材等の「情報処理・提供」が58件(構成比8.1%)となり、前年度の22件を上回ったうえ、商品別区分で最も多くなりました。次いで、「乗用自動車」が38件(同5.3%)と前年度の32件を上回り、7割強が個別信用購入あっせんによる支払方法となっています。さらに、前年度に最も多かった「運輸・通信サービス」は29件(同4.0%)となり、前年度の43件は下回ったものの、依然件数は多くなっています。また、継続的役務のうち「教育・エステ」は27件(同3.8%)となり、前年度の36件は下回ったものの、同様に件数は多くなっています。
- 支払方法別に見ると、「一括払い」が187件(構成比26.0%)と最も多く、前年度の159件(同24.8%)から約18%の増加となりました。次いで、「個別信用購入あっせん」は126件(同17.5%)となり、前年の118件(同18.4%)に対して微増、「包括信用購入あっせん」が72件(同10.0%)で前年度89件(同13.9%)から減少しています。一方、「リボ払い」は100件(同13.9%)で、前年度71件(同11.1%)から約41%の増加となりました。

(相談例A～Bを参照:41、43頁)

〈相談件数の推移〉

	平成28年度	平成29年度	平成30年度
相談件数	572 (7.6)	640 (8.8)	720 (10.1)
対前年度比(%)	▲4.2	11.9	12.5

* ()内の数値は、その年度に占める構成比(%)を表しています。

〈商品別相談件数順位〉

	平成28年度		平成29年度		平成30年度	
①	信用取引	281 (49.1)	信用取引	330 (51.6)	信用取引	333 (46.3)
②	その他の役務	57 (10.0)	その他の役務	55 (7.6)	情報処理・提供	58 (8.1)
③	乗用自動車	49 (8.6)	教育、エステ	36 (5.6)	その他の役務	54 (7.5)
④	通信装置・機器・付属品	21 (3.7)	乗用自動車	32 (4.4)	乗用自動車	38 (5.3)
⑤	教育、エステ	14 (2.4)	情報処理・提供	22 (3.4)	教育、エステ	27 (3.8)
⑥	情報処理・提供	11 (1.9)	通信装置・機器・付属品	13 (1.8)	通信装置・機器・付属品	19 (2.6)
⑦	食料品	8 (1.4)	書籍、教材	13 (2.0)	その他の継続的役務	18 (2.5)
⑧	冷暖房給湯設備・機器	6 (1.0)	電子計算機・関連機器類	6 (0.8)	繊維製品	14 (1.9)
⑨	趣味、娯楽	6 (1.0)	その他の継続的役務	6 (0.9)	書籍、教材	12 (1.7)
—	その他	56 (9.8)	その他	58 (8.1)	その他	73 (10.1)

*「信用取引」…カードや信販会社等に関する内容 「その他の役務」…旅行等の運輸・通信サービス等に関する内容

* ()内の数値は、その年度に占める構成比(%)を表しています。

〈相談内容別受付件数〉

勧誘・強引	勧誘・不実 虚偽	書面不交付・ 不備	未成年等	債務不履行	クーリ ング・オフ 関係	解約関係	業者の信頼性	違約金の 妥当性	情報提供	過量販売	その他	合計
3	4	31	1	8	22	71	7	2	31	0	540	720
(0.4)	(0.6)	(4.3)	(0.1)	(1.1)	(3.1)	(9.9)	(1.0)	(0.3)	(4.3)	—	(75.0)	(100.0)

* ()内の数値は、その年度に占める構成比(%)を表しています。

〈支払方法別受付件数〉

現金払い	カード一括	ローン	金消契約	個別信用購入 あっせん	包括信用 購入あっ せん	包括信用購入 あっせん(リ ボ)、割賦販 売(リボ)	前払い割賦	リース	その他	合計
10	187	2	1	126	72	100	0	0	222	720
(1.4)	(26.0)	(0.3)	(0.1)	(17.5)	(10.0)	(13.9)	—	—	(30.8)	(100.0)

* ()内の数値は、その年度に占める構成比(%)を表しています。

②前払割賦

*割賦販売法にいう「前払式割賦販売」及び「前払式特定取引」に関する消費者相談を対象としています。

- 「前払割賦」の相談件数は273件で、前年度と比較すると26件の増加(前年度比10.5%増)となりました。全相談件数に占める割合は前年度の3.4%から3.8%となりました。このうち、冠婚葬祭互助会に関するものが255件と93.4%を占めています。改正割賦販売法に関連する相談は12件含まれています。
- 相談内容としては、「解約関係」の相談が207件(構成比75.8%)となりました。具体的には、「解約手数料が高い」、「解約手数料の計算方法が不明確だ」等の解約手数料に関する内容が91件、「本人が窓口に来ないと解約できないと言われた」等の解約方法に関する内容が52件、解約拒否に関する内容が21件、解約時の書類に関する内容が20件等、解約のための手続きの妥当性に関する相談が多く見られました。

(相談例Cを参照:45頁)

〈相談件数の推移〉

	平成28年度	平成29年度	平成30年度
相談件数	270 (3.6)	247 (3.4)	273 (3.8)
対前年度比(%)	▲ 16.4	▲ 8.5	10.5

*()内の数値は、その年度に占める構成比(%)を表しています。

〈相談内容別受付件数〉

勧誘・強引	勧誘・不実 虚偽	書面不交付・ 不備	未成年等	債務不履行	クーリング オフ 関係	解約関係	業者の信頼性	違約金の 妥当性	情報提供	過量販売	その他	合計
1	2	1	0	2	1	207	3	14	3	0	39	273
(0.4)	(0.7)	(0.4)	—	(0.7)	(0.4)	(75.8)	(1.1)	(5.1)	(1.1)	—	(14.3)	(100.0)

*()内の数値は、その年度に占める構成比(%)を表しています。

③訪問販売

*特定商取引に関する法律にいう「訪問販売」に関する消費者相談を対象としています。

- 訪問販売に関する相談では、相談件数は1,182件で、前年度と比較すると58件の増加(前年度比5.2%増)となりました。全相談件数に占める割合は前年度の15.4%から16.5%になり、最も相談の多い取引形態となっています。
- 相談内容としては、「クーリング・オフ関係」の相談が547件(構成比46.3%)と最も多く、次に「書面不交付・不備」の相談が174件(同14.7%)と続き、これらで全体の6割強を占めています。また、「解約関係」の相談は159件(同13.5%)となり、前年度に比べ14件増加しています。
- 商品別に見ると、商品の種類は多岐にわたりますが、主な商品としては、住宅リフォーム等の「工事、加工」が198件、シロアリほか害虫駆除等の「その他の役務」が145件、住宅設備の修理等の「修理・修繕、調整」が112件、情報商材等の「情報処理・提供」が62件、芸能レッスン等の「教養・娯楽」が39件、「冷暖房給湯設備・機器」が36件となっています。

(相談例Dを参照:47頁)

〈相談件数の推移〉

	平成28年度	平成29年度	平成30年度
相談件数	1,146 (15.3)	1,124 (15.4)	1,182 (16.5)
対前年度比(%)	▲14.9	▲1.9	5.2

* ()内の数値は、その年度に占める構成比(%)を表しています。

〈商品別相談件数順位(訪問販売)〉

順位	商品名	平成28年度		平成29年度		平成30年度	
		件数	構成比(%)	件数	構成比(%)	件数	構成比(%)
①	工事、加工	171	(14.9)	181	(16.1)	198	(16.8)
②	その他の役務	140	(12.2)	117	(10.4)	145	(12.3)
③	修理、修繕、調整	58	(5.1)	55	(10.4)	112	(9.5)
④	その他の機械器具	52	(4.5)	54	(4.8)	62	(5.5)
⑤	食料品	45	(4.0)	52	(4.6)	39	(3.3)
⑥	教養・娯楽	42	(3.7)	37	(3.3)	36	(3.0)
⑦	冷暖房給湯設備・機器	40	(3.6)	37	(3.1)	32	(2.7)
⑧	身辺細貨品	30	(2.7)	31	(2.8)	32	(2.7)
⑨	布団、毛布類	28	(2.5)	30	(2.7)	30	(2.5)
⑩	書籍、教材	28	(2.5)	30	(2.7)	26	(2.2)
—	その他	84	(7.5)	112	(10.0)	79	(6.7)

*「その他の役務」…シロアリほか害虫駆除等

「その他の機械器具」…浄水器、磁気治療器、健康機器等

* ()内の数値は、その年度に占める構成比(%)を表しています。

〈相談内容別受付件数(訪問販売)〉

勧誘・強引	勧誘・不実虚偽	書面不交付・不備	未成年等	債務不履行	クーリング・オフ関係	解約関係	業者の信頼性	違約金の妥当性	情報提供	過量販売	その他	合計
32	16	174	0	7	547	159	15	3	33	13	183	1,182
(2.7)	(1.4)	(14.7)	—	(0.6)	(46.3)	(13.5)	(1.3)	(0.3)	(2.8)	(1.1)	(15.5)	(100.0)

* ()内の数値は、その年度に占める構成比(%)を表しています。

④通信販売

*特定商取引に関する法律にいう「通信販売」に関する消費者相談を対象としています。

○通信販売に関する相談では、相談件数は1,136件で、前年度と比較すると77件の減少(前年度比▲6.3%)となりました。全相談件数に占める割合は前年度の16.6%から15.9%と低下しましたが、訪問販売に次いで、引き続き、相談の多い取引形態となっています。このうち、インターネットを利用した通信販売に関する相談が約8割を占め、最も多くなっています。

○相談内容としては、「解約関係」の相談が503件(構成比44.3%)と最も多く、次いで「広告表示」の相談が220件(同19.4%)となり、これらで全体の6割強を占めています。具体的には、「分かりにくい申込画面になっており、お試しのつもりで申し込んだ商品が定期購入になっていた」、「定期購入契約の総額表示がされていなかった」、「商品の未着又は不具合がある」、「ESTA(米国への電子渡航認証)申請のサイトを公式サイトだと思い申請したところ、申請代行業者であった」等の理由から解約したいといった相談が見られました。また、「解約したいのだが、インターネット通販サイトに住所や電話番号等の記載がない」、「記載された電話番号にかけるとつながらず、メールをしても返信がない」等の相談も見られました。

○商品別に見ると、多岐にわたっていますが、主な商品としては、健康食品を含む「食料品」が165件、オンラインゲーム等の「その他の役務」が138件、情報商材等の「情報処理、提供」が93件、「頭髪・皮膚用化粧品」が78件、ESTA(米国への電子渡航認証)申請代行業等の「預託、利殖、代行」が64件となっています。

(相談例Eを参照:52頁)

〈相談件数の推移〉

	平成28年度	平成29年度	平成30年度
相談件数	1,277 (17.0)	1,213 (16.6)	1,136 (15.9)
対前年度比(%)	7.3	▲5.0	▲6.3

* ()内の数値は、その年度に占める構成比(%)を表しています。

〈商品別相談件数順位〉

	平成28年度		平成29年度		平成30年度	
①	食料品	187 (14.6)	預託、利殖、代行	218 (18.0)	食料品	165 (14.5)
②	その他の役務	185 (14.5)	その他の役務	129 (10.6)	その他の役務	138 (12.1)
③	預託、利殖、代行	108 (8.5)	食料品	124 (10.2)	情報処理・提供	93 (8.2)
④	情報処理・提供	59 (4.6)	情報処理・提供	78 (6.4)	頭髪・皮膚用化粧品	78 (6.9)
⑤	遊興・鑑賞	51 (4.0)	頭髪・皮膚用化粧品	44 (3.6)	預託、利殖、代行	64 (5.6)
⑥	電子計算機、関連機器類	38 (3.0)	電子計算機、関連機器類	34 (2.8)	電子計算機、関連機器類	37 (3.3)
⑦	頭髪・皮膚用化粧品	37 (2.9)	女性用衣類	28 (2.3)	履物、かばん類	28 (2.5)
⑧	履物、かばん類	31 (2.4)	遊興・鑑賞	22 (1.8)	特殊化粧品 (日焼け止めクリーム、制汗剤等)	27 (2.4)
⑨	女性用衣類	27 (2.1)	男性用衣類	19 (1.6)	通信装置・機器・付属品	21 (1.8)
⑩	—	—	レジャー、娯楽用品・装置	19 (1.6)	遊興・鑑賞	18 (1.6)
—	その他	112 (8.8)	その他	124 (10.2)	その他	126 (11.1)

*「その他の役務」・・・オンラインゲーム等

* ()内の数値は、その年度に占める構成比(%)を表しています。

〈相談内容別受付件数〉

勧誘・強引	勧誘・不実 虚偽	書面不交付・ 不備	未成年等	債務不履行	クーリ ング・オ フ関係	解約関係	業者の信頼性	違約金の 妥当性	情報提供	過量販売	その他	合計
8	15	3	8	41	10	503	18	4	62	0	464	1,136
(0.7)	(1.3)	(0.3)	(0.7)	(3.6)	(0.9)	(44.3)	(1.6)	(0.4)	(5.5)	—	(40.8)	(100.0)

* ()内の数値は、その年度に占める構成比(%)を表しています。

⑤電話勧誘販売

*特定商取引に関する法律にいう「電話勧誘販売」に関する消費者相談を対象としています。

- 電話勧誘販売に関する相談では、相談件数は557件で、前年度と比較すると116件の増加(前年度比26.3%増)となりました。全相談件数に占める割合は前年度の5.4%から7.8%になりました。
- 相談内容としては、「クーリング・オフ関係」の相談が233件(構成比41.8%)と最も多く、次に「解約関係」の相談が83件(同14.9%)と続き、これらで全体の半数超を占めています。具体的には、「説明を聞こうと思って電話をかけてもらう予約をしたところ、かかってきた電話で購入の勧誘をされた」、「過去に行政処分を受けた事業者が同じような手口で勧誘を続けている」等の相談が見られました。
- 商品別に見ると、情報商材等の「情報処理・提供」が179件と最も多く、電話勧誘販売全体の32.1%を占めています。次に、健康食品を含む「食料品」が104件、通信回線契約等の「その他の役務」が75件となっています

(相談例Fを参照:55頁)

〈相談件数の推移〉

	平成28年度	平成29年度	平成30年度
相談件数	409 (5.4)	441 (6.0)	557 (7.8)
対前年度比(%)	▲ 9.7	7.8	26.3

* ()内の数値は、その年度に占める構成比(%)を表しています。

〈商品別相談件数順位〉

	平成28年度		平成29年度		平成30年度	
①	食料品	150 (36.7)	食料品	109 (24.7)	情報処理・提供	179 (32.1)
②	その他の役務	97 (23.7)	情報処理・提供	105 (23.8)	食料品	104 (18.7)
③	情報処理・提供	34 (8.3)	その他の役務	50 (11.3)	その他の役務	75 (13.5)
④	書籍、教材	12 (2.9)	電力	20 (4.5)	電力	43 (7.7)
⑤	教養、娯楽	10 (2.4)	書籍、教材	13 (2.9)	頭髮・皮膚用化粧品	18 (3.2)
⑥	電子計算機、関連機器類	7 (1.7)	頭髮・皮膚用化粧品	9 (2.0)	書籍、教材	9 (1.6)
⑦	工事、加工	7 (1.7)	電子計算機、関連機器類	6 (1.4)	教養、娯楽	6 (1.1)
⑧	その他の商取引	7 (1.7)	通信装置・機器、付属品	6 (1.4)	通信装置・機器、付属品	6 (1.1)
⑨	頭髮・皮膚用化粧品	5 (1.2)	その他の商取引	6 (1.4)	冷暖房給湯設備・機器	6 (1.1)
⑩	資格講座	5 (1.2)	—	—	—	—
—	その他	20 (4.9)	その他	38 (8.6)	その他	38 (6.8)

*「その他の役務」…通信回線契約等

「その他の商取引」…金融商品取引等

* ()内の数値は、その年度に占める構成比(%)を表しています。

〈相談内容別受付件数〉

勧誘・強引	勧誘・不実 虚偽	書面不交付・ 不備	未成年等	債務不履行	クーリ ング・オ フ関係	解約関係	業者の信頼性	違約金の 妥当性	情報提供	過量販売	その他	合計
36	9	50	0	3	233	83	9	0	29	3	102	557
(6.5)	(1.6)	(9.0)	—	(0.5)	(41.8)	(14.9)	(1.6)	—	(5.2)	(0.5)	(18.3)	(100.0)

* ()内の数値は、その年度に占める構成比(%)を表しています。

⑥連鎖販売取引

*特定商取引に関する法律にいう「連鎖販売取引」に関する消費者相談を対象としています。

○連鎖販売取引に関する相談では、相談件数は363件で、前年度と比較すると39件の減少(前年度比▲9.7%)となりました。全相談件数に占める割合は前年度の5.5%から5.1%になりました。相談件数は減少しているものの行政処分された特定の連鎖販売取引販売業者に関する相談が多く見られました。

○相談内容としては、「解約関係」の相談が89件(構成比24.5%)、「クーリング・オフ関係」の相談が58件(同16.0%)、次に「業者の信頼性」の相談が49件(同13.5%)、「情報提供」の相談が41件(同11.3%)となっています。具体的には、「行政処分を受けた事業者から勧誘をされている」、「行政処分を受けた事業者との契約を解約したが返金されない」等、行政処分を受けた事業者に関する相談が見られました。

○商品別に見ると、「通信装置・機器・付属品」に関する相談が72件、「その他」のうち仮想通貨に関する相談が47件、「頭髮・皮膚用化粧品」が36件、健康食品を含む「食料品」が35件となっています。

(相談例Gを参照:58頁)

〈相談件数の推移〉

	平成28年度	平成29年度	平成30年度
相談件数	344 (4.6)	402 (5.5)	363 (5.1)
対前年度比(%)	▲24.9	16.9	▲9.7

* ()内の数値は、その年度に占める構成比(%)を表しています。

〈商品別相談件数順位〉

	平成28年度		平成29年度		平成30年度	
①	食料品	73 (21.2)	食料品	63 (15.7)	通信装置・機器・付属品	72 (19.8)
②	頭髮・皮膚用化粧品	47 (13.7)	頭髮・皮膚用化粧品	38 (9.5)	頭髮・皮膚用化粧品	36 (9.9)
③	その他の役務	21 (6.1)	その他の機械器具	30 (7.5)	食料品	35 (9.6)
④	その他の機械器具	18 (5.2)	情報処理・提供	19 (4.7)	情報処理・提供	33 (9.1)
⑤	会員権	18 (5.2)	その他の役務	18 (4.5)	その他の役務	30 (8.3)
⑥	情報処理・提供	13 (3.8)	教養、娯楽	15 (3.7)	電子計算機、関連機器類	11 (3.0)
⑦	教養、娯楽	13 (3.8)	電力	14 (3.5)	電力	8 (2.2)
⑧	電子計算機、関連機器類	8 (2.3)	会員権	11 (2.7)	教養、娯楽	7 (1.9)
⑨	布団・毛布類	7 (2.0)	その他の商取引	6 (1.5)	レンタル、リース、賃借	6 (1.7)
—	その他	82 (23.8)	その他	144 (35.8)	その他	91 (25.1)

*「その他の役務」…ネットワークビジネス等 「その他の機械器具」…磁気治療器、健康機器、水処理器具等 「その他の商取引」…金融商品取引等

* ()内の数値は、その年度に占める構成比(%)を表しています。

〈相談内容別受付件数〉

勧誘・強引	勧誘・不実 虚偽	書面不交付・ 不備	未成年等	債務不履行	クー リ ン グ ・ オ フ 関 係	解約関係	業者の信頼性	違約金の 妥当性	情報提供	過量販売	その他	合計
8	5	31	1	0	58	89	49	0	41	0	81	363
(2.2)	(1.4)	(8.5)	(0.3)	—	(16.0)	(24.5)	(13.5)	—	(11.3)	—	(22.3)	(100.0)

* ()内の数値は、その年度に占める構成比(%)を表しています。

⑦特定継続的役務提供

*特定商取引に関する法律にいう「特定継続的役務提供」に関する消費者相談を対象としています。

- 特定継続的役務提供に関する相談では、相談件数は615件で、前年度と比較すると55件の増加(前年度比9.8%増)となりました。全相談件数に占める割合は前年度の7.7%から8.6%になりました。主な増加要因としては、美容医療に関する相談が77件となり、前年度(10件)と比較すると67件増加(前年度比670.0%増)したこと等に起因しています。
- 相談内容としては、「解約関係」の相談が299件(構成比48.6%)と最も多く、次に「クーリング・オフ関係」の相談が145件(同23.6%)、「書面不交付・不備」の相談が36件(同5.9%)となっています。中でも相談が多いのは、中途解約した場合の精算方法についての相談となっています。
- 分野別では、「エステティック」が225件(構成比36.6%)と最も多く、次に「美容医療」が77件(12.5%)、「学習塾」が75件(同12.2%)、「語学教室」が62件(同10.1%)、「パソコン教室」が59件(同9.6%)、「結婚相手紹介サービス」が51件(同8.3%)、「家庭教師」が50件(8.1%)となっています。

(相談例Hを参照:61頁)

〈相談件数の推移〉

	平成28年度	平成29年度	平成30年度
相談件数	675 (9.0)	560 (7.7)	615 (8.6)
対前年度比(%)	18.6	▲ 17.0	9.8

* ()内の数値は、その年度に占める構成比(%)を表しています。

〈役員別相談件数順位〉

	平成28年度		平成29年度		平成30年度	
	件数	構成比(%)	件数	構成比(%)	件数	構成比(%)
①	366	(54.2)	283	(50.5)	225	(36.6)
②	92	(13.6)	89	(15.9)	77	(12.5)
③	66	(9.8)	56	(10.0)	75	(12.2)
④	60	(8.9)	51	(9.1)	62	(10.1)
⑤	51	(7.6)	48	(8.6)	59	(9.6)
⑥	26	(3.9)	20	(3.6)	51	(8.3)
⑦	—	—	10	(1.8)	50	(8.1)
—	14	(2.1)	3	(0.5)	16	(2.6)

*「その他」…特定継続的役務提供の定義に関する相談等

* ()内の数値は、その年度に占める構成比(%)を表しています。

〈相談内容別受付件数〉

勧誘・強引	勧誘・不実 虚偽	書面不交付・ 不備	未成年等	債務不履行	クーリング・ オフ 関係	解約関係	業者の信頼性	違約金の 妥当性	情報提供	過量販売	その他	合計
2	3	36	0	5	145	299	4	15	4	0	102	615
(0.3)	(0.5)	(5.9)	—	(0.8)	(23.6)	(48.6)	(0.7)	(2.4)	(0.7)	—	(16.6)	(100.0)

* ()内の数値は、その年度に占める構成比(%)を表しています。

⑧業務提供誘引販売取引

*特定商取引に関する法律にいう「業務提供誘引販売取引」に関する消費者相談を対象としています。

○業務提供誘引販売取引に関する相談では、相談件数は116件で、前年度と比較すると21件の減少(前年度比▲15.3%)となりました。全相談件数に占める割合は前年度の1.9%から1.6%になりました。
 ○相談内容としては、「クーリング・オフ関係」の相談が43件(構成比37.1%)と最も多く、次に「解約関係」の相談が38件(同32.8%)と続き、これらで全体の約7割を占めています。
 ○商品別に見ると、情報商材等の「情報処理・提供」が39件、コンサルティング契約等の「その他の役務」が21件、健康食品等の「食料品」が12件、代理店契約等の「内職・副業」が10件、芸能関係のレッスン等の「教養・娯楽」が8件となっています。(相談例を参照:67頁)

〈相談件数の推移〉

	平成28年度	平成29年度	平成30年度
相談件数	156 (2.1)	137 (1.9)	116 (1.6)
対前年度比(%)	15.6	▲ 12.2	▲ 15.3

* ()内の数値は、その年度に占める構成比(%)を表しています。

〈商品別相談件数順位〉

	平成28年度		平成29年度		平成30年度	
①	情報処理・提供	26 (16.7)	情報処理・提供	59 (43.1)	情報処理・提供	39 (33.6)
②	食料品	23 (14.7)	内職・副業	20 (14.6)	その他の役務	21 (18.1)
③	教養・娯楽	21 (13.5)	その他の役務	15 (10.9)	食料品	12 (10.3)
④	内職・副業	21 (13.5)	教養・娯楽	13 (9.5)	内職・副業	10 (8.6)
⑤	その他の役務	20 (12.8)	資格講座	4 (2.9)	教養・娯楽	8 (6.9)
⑥	スキー、その他の運動用具	5 (3.2)	書籍、教材	2 (1.5)	資格講座	3 (2.6)
⑦	遊興、鑑賞	3 (1.9)	—	—	電子計算機、関連機器類	3 (2.6)
⑧	資格講座	3 (1.9)	—	—	洋服小物	3 (2.6)
—	その他	17 (10.9)	その他	12 (8.8)	その他	8 (6.9)

*「情報処理・提供」…情報商材等「内職・副業」…アフィリエイト等
 「その他の役務」…コンサルティング契約等、「教養・娯楽」…芸能関係のレッスン等
 *()内の数値は、その年度に占める構成比(%)を表しています。

〈相談内容別受付件数〉

勧誘・強引	勧誘・不実 虚偽	書面不交付・ 不備	未成年等	債務不履行	クーリ ング・オ フ関 係	解約関係	業者の信頼性	違約金の 妥当性	情報提供	過量販売	その他	合計
1	1	5	0	1	43	38	2	0	2	0	23	116
(0.9)	(0.9)	(4.3)	—	(0.9)	(37.1)	(32.8)	(1.7)	—	(1.7)	—	(19.8)	(100.0)

* ()内の数値は、その年度に占める構成比(%)を表しています。

⑨訪問購入

*特定商取引に関する法律にいう「訪問購入」に関する消費者相談を対象としています。

○訪問購入に関する相談では、相談件数は139件で、前年度と比較すると43件の減少(前年度比▲23.6%)となりました。全相談件数に占める割合は前年度の2.5%から1.9%になりました。
 ○相談内容としては、「クーリング・オフ関係」の相談が73件(構成比52.5%)と最も多く、次に「解約関係」の相談が11件(同7.9%)となり、「書面不交付・不備」の相談が8件(同5.8%)、勧誘・強引の相談が4件(同2.9%)等となっています。具体的には、「来訪要請に該当しクーリング・オフできない」、「クーリング・オフを申し出たところ返金しないと返品しないとされた」、「買取金額が少額の場合はクーリング・オフの適用除外か」、「買取商品の一部のみのクーリング・オフは可能か」等の相談が見られました。
 ○商品別に見ると、指輪、ネックレス等が38件、切手、古銭、貨幣等が12件となっています。

(相談例Jを参照:70頁)

〈相談件数の推移〉

	平成28年度	平成29年度	平成30年度
相談件数	158 (2.1)	182 (2.5)	139 (1.9)
対前年度比(%)	▲ 8.1	15.2	▲ 23.6

* () 内の数値は、その年度に占める構成比(%)を表しています。

〈商品別相談件数順位〉

	平成28年度		平成29年度		平成30年度	
①	装身具	50 (31.6)	装身具	51 (28.0)	装身具	38 (27.3)
②	美術工芸装飾品	13 (8.2)	美術工芸装飾品	20 (11.0)	美術工芸装飾品	12 (8.6)
③	二輪自動車	8 (5.1)	履物、かばん類	8 (4.4)	二輪自動車	7 (5.0)
④	履物、かばん類	5 (3.2)	和服	7 (3.8)	和服	5 (3.6)
⑤	その他の商取引	5 (3.2)	会員権	5 (2.7)	時計	5 (3.6)
⑥	和服	4 (2.5)	二輪自動車	5 (2.7)	楽器	5 (3.6)
⑦	乗用自動車	4 (2.5)	楽器	5 (2.7)	会員権	3 (2.2)
⑧	女性用衣類	3 (1.9)	商品券等	4 (2.2)	—	—
⑨	自転車	3 (1.9)	時計	3 (1.6)	—	—
⑩	ミシン	3 (1.9)	—	—	—	—
⑪	時計	3 (1.9)	—	—	—	—
-	その他	25 (15.8)	その他	35 (19.2)	その他	30 (21.6)

*「装身具」…指輪、ネックレス、イヤリング等 * () 内の数値は、その年度に占める構成比(%)を表しています。
 「美術工芸装飾品」…切手、古銭、貨幣等

勧誘・強引	勧誘・不実 虚偽	書面不交付・ 不備	未成年等	債務不履行	クーリ グ・オ フ 関係	解約関係	業者の信頼性	違約金の 妥当性	情報提供	過量販売	その他	合計
4	1	8	0	1	73	11	3	0	3	0	35	139
(2.9)	(0.7)	(5.8)	—	(0.7)	(52.5)	(7.9)	(2.2)	—	(2.2)	—	(25.2)	(100.0)

* () 内の数値は、その年度に占める構成比(%)を表しています。

⑩先物取引

*「先物取引」に関する消費者相談を対象としています。

○先物取引に関する相談は、相談件数は前年度と同数の22件であり、全相談件数に占める割合も前年度と同様の0.3%でした。
 ○相談内容としては、「解約関係」の相談が3件となっています。具体的には、「行政処分を受けた事業者と取引をしている」、「事業者の巧みな勧誘で契約をしてしまった」、「高齢者との先物取引をする事業者がいるが許可事業者か」等の相談が見られました。
 なお、22件の相談のうち、許可業者・登録業者に係る相談が15件(構成比68.1%)と多く、一方で無許可業者等に係る相談は2件(同9.1%)、事業者不明等が5件(同22.7%)となりました。また、勧誘場所について、自宅での勧誘が6件(同27.3%)となりました。
 ○商品別に見ると国内商品先物が10件で、この取引において具体的な商品として挙げたのは、金、白金等でした。
 (相談例L参照:74頁)

〈相談件数の推移〉

	平成28年度	平成29年度	平成30年度
相談件数	48 (0.6)	22 (0.3)	22 (0.3)
対前年度比(%)	20.0	▲ 54.2	0.0

* ()内の数値は、その年度に占める構成比(%)を表しています。

〈商品別相談件数順位〉

	平成28年度		平成29年度		平成30年度	
①	国内商品先物	18 (37.5)	国内商品先物	11 (50.0)	国内商品先物	10 (45.5)
②	先物、先物類似、その他の先物	13 (27.1)	先物、先物類似、その他の先物	7 (31.8)	先物、先物類似、その他の先物	7 (31.8)
③	先物関連取引	9 (18.8)	その他の商取引	2 (9.1)	その他の商取引	2 (9.1)
④	元物、元物類似、その他の先物(経済産業省所管物資)	2 (4.2)	情報処理・提供	1 (4.5)	預託、利殖、代行	1 (4.5)
⑤	海外商品先物	2 (4.2)	加工用基礎材、産業用機械	1 (4.5)		
⑥	ガソリン類	1 (2.1)	*「国内商品先物」…金、貴金属等 *()内の数値は、その年度に占める構成比(%)を表しています。			
⑦	国内公設先物(経済産業省所管物資)	1 (2.1)				
⑧	海外先物(経済産業省物資)	1 (2.1)				
⑨	加工用基礎材、産業用機械	1 (2.1)				

〈相談内容別受付件数〉

勧誘・強引	勧誘・不実虚偽	書面不交付・不備	未成年等	債務不履行	クーリング・オフ関係	解約関係	業者の信頼性	違約金の妥当性	情報提供	過量販売	その他	合計
1	1	0	0	0	1	3	1	0	0	0	15	22
(4.5)	(4.5)	—	—	—	(4.5)	(13.6)	(4.5)	—	(0.0)	—	(68.2)	(100.0)

* ()内の数値は、その年度に占める構成比(%)を表しています。

⑪契約その他

*「当省所管の商品やサービス等の一般的な売買契約」に関する消費者相談を対象としています。

○契約その他に関する相談では、相談件数は416件で、前年度と比較すると15件の減少(前年度比▲3.5%)となりました。全相談件数に占める割合は前年度の5.9%から5.8%になりました。
 ○相談内容としては、「解約関係」の相談が96件で23.1%を占めました。具体的には、店舗での購入や契約に係る返品・返金・解約に関する内容、ゴルフ場会員権・リゾートクラブ会員権に関する内容等が見られました。
 ○商品別に見ると、運輸・通信サービスに関する内容が34件、電力に関する内容が22件、乗用自動車に関する内容が20件、食料品に関する内容が18件等となりました。

(相談件数の推移)

	平成28年度	平成29年度	平成30年度
相談件数	494 (6.6)	431 (5.9)	416 (5.8)
対前年度比(%)	▲7.5	▲12.8	▲3.5

* ()内の数値は、その年度に占める構成比(%)を表しています。

(商品別相談件数順位)

	平成28年度		平成29年度		平成30年度	
①	その他の役務	70 (14.2)	その他の役務	55 (12.8)	その他の役務	61 (14.7)
②	信用取引	29 (5.9)	食料品	24 (5.6)	電力	22 (5.3)
③	乗用自動車	27 (5.5)	会員権	19 (4.4)	乗用自動車	20 (4.8)
④	会員権	23 (4.7)	電力	19 (4.4)	食料品	18 (4.3)
⑤	電力	21 (4.3)	乗用自動車	18 (4.2)	会員権	17 (4.1)
⑥	LPガス	19 (3.8)	通信装置・機器・付属品	14 (3.2)	教養・娯楽	16 (3.8)
⑦	通信装置・機器・付属品	16 (3.2)	冷暖房給湯設備・機器	14 (3.2)	通信装置・機器・付属品	15 (3.6)
⑧	工事、加工	16 (3.2)	LPガス	13 (3.0)	印刷物	15 (3.6)
⑨	食料品	15 (3.0)	—	—	—	—
—	その他	47 (9.5)	その他	45 (10.4)	その他	60 (14.4)

*「その他の役務」・・・オンラインゲーム等の運輸・通信サービス等

* ()内の数値は、その年度に占める構成比(%)を表しています。

(相談内容別受付件数)

勧誘・強引	勧誘・不実 虚偽	書面不交付・ 不備	未成年等	債務不履行	クーリン グ・オフ 関係	解約関係	業者の信頼性	違約金の 妥当性	情報提供	過量販売	その他	合計
2	7	2	0	21	14	96	10	5	12	1	246	416
(0.5)	(1.7)	(0.5)	—	(5.0)	(3.4)	(23.1)	(2.4)	(1.2)	(2.9)	(0.2)	(59.1)	(100.0)

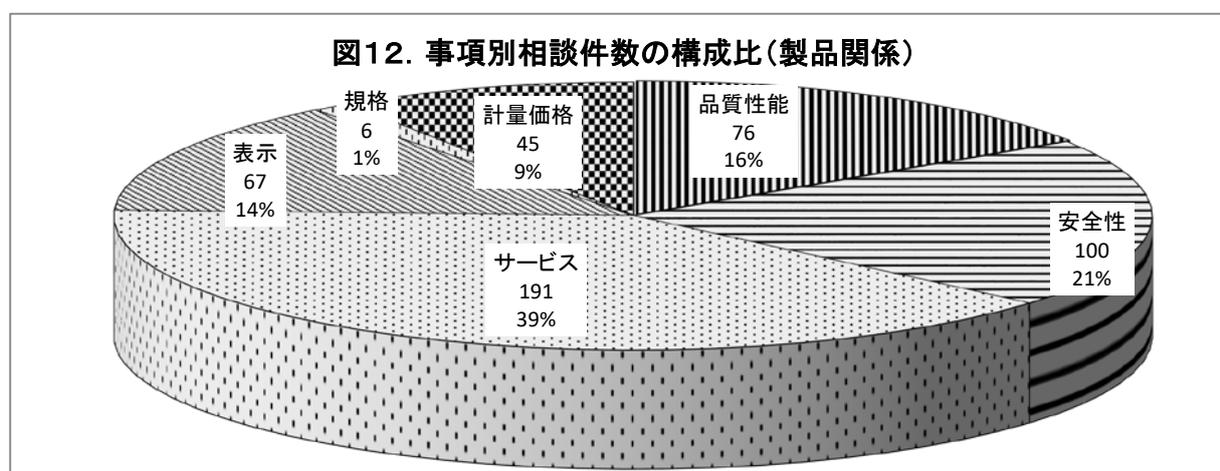
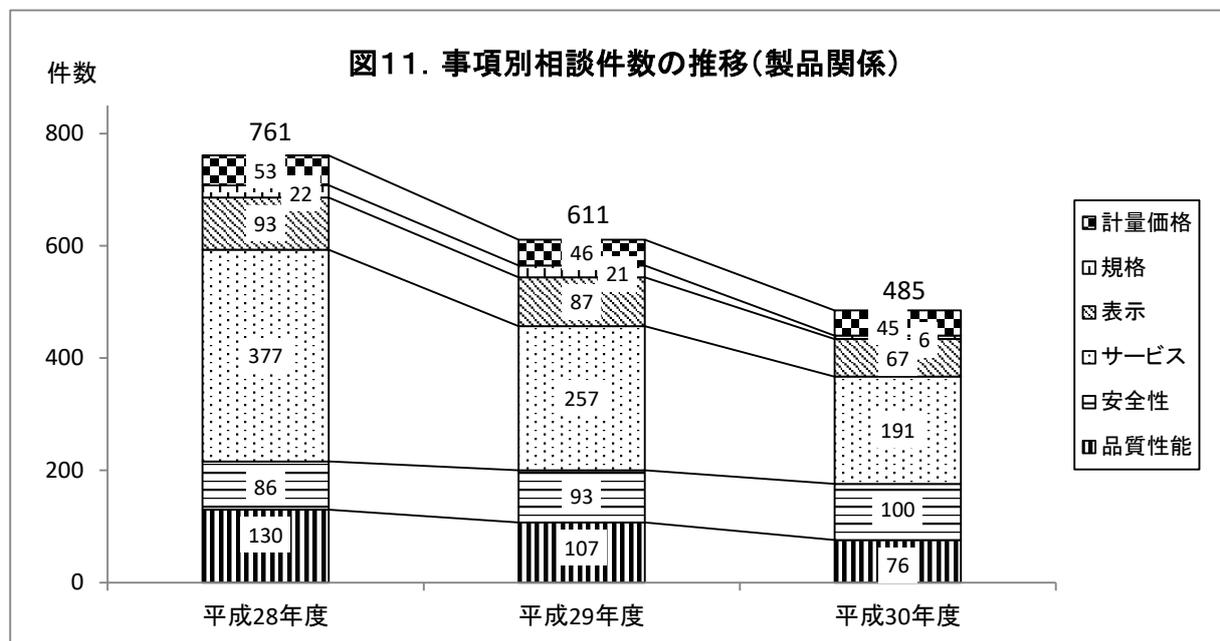
* ()内の数値は、その年度に占める構成比(%)を表しています。

(2) 製品関係

- 「製品関係」における30年度の相談件数は485件で、前年度と比較すると126件減少(▲20.6%)となりました。
- 事項別に見ると、事業者の修理対応等の相談が中心となる「サービス」が191件と最も多く、「製品関係」の4割を占めました。

	平成28年度	平成29年度	平成30年度
相談件数	761 (10.1)	611 (8.4)	485 (6.8)
対前年度比(%)	▲ 3.8	▲ 19.7	▲ 20.6

* ()内の数値は、その年度に占める構成比(%)を表しています。



①品質性能

*商品の構造、材質、成分等について、本来備えるべき機能の問題に関する相談や、当該商品の使用又は保管による機能低下等の問題に関する消費者相談を対象としています。

○「品質性能」に関する相談は76件で、前年度と比較すると31件の減少(前年度比▲29.0%)となりました。
 ○商品別に見ると、電気製品が32件と最も多く、次に機械器具が22件と続き、これらで相談の7割強を占めました。
 ○電気製品では携帯電話機、エアコン、電気洗濯機、電気冷蔵庫に関するもの、機械器具ではパソコン、乗用自動車に関する相談が多く、その相談内容は、主に製品の不具合に関するものでした。

	平成28年度	平成29年度	平成30年度
相談件数	130 (1.7)	107 (1.5)	76 (1.1)
対前年度比(%)	▲ 18.8	▲ 17.7	▲ 29.0

* ()内の数値は、その年度に占める構成比(%)を表しています。

〈商品別相談件数順位〉

	平成28年度		平成29年度		平成30年度	
①	電気製品	54 (41.5)	電気製品	47 (43.9)	電気製品	32 (42.1)
②	機械器具	36 (27.7)	機械器具	21 (19.6)	機械器具	22 (28.9)
③	住居	12 (9.2)	住居	20 (18.7)	住居	6 (7.9)
④	台所・家庭用品	12 (9.2)	台所・家庭用品	6 (5.6)	繊維製品	3 (3.9)
⑤	エネルギー	4 (3.1)	文化・スポーツ用品	5 (4.7)	台所・家庭用品	3 (3.9)
⑥	繊維製品	3 (2.3)	エネルギー	2 (1.9)	文化・スポーツ用品	3 (3.9)
⑦	文化・スポーツ用品	3 (2.3)	繊維製品	2 (1.9)	エネルギー	3 (3.9)
⑧	役務	2 (1.5)	役務	2 (1.9)	役務	2 (2.6)
—	その他	4 (3.1)	その他	2 (1.9)	その他	2 (2.6)

* ()内の数値は、その年度に占める構成比(%)を表しています。

②安全性

*製品等による一般消費者の生命、身体又は財産に対する危険、傷害の発生又は発生のおそれのあるもの等に関する消費者相談を対象としています。

○「安全性」に関する相談は100件となり、前年度と比較すると7件の増加(前年度比7.5%増)となりました。
 ○商品別に見ると、電気製品が47件と最も多く、次に機械器具が26件と続き、これらで相談の7割強を占めました。
 その相談内容は、携帯電話機、充電器、パソコン等の使用時の発熱等に関するものでした。
 (相談例Mを参照:77頁)

〈相談件数の推移〉

	平成28年度	平成29年度	平成30年度
相談件数	86 (1.1)	93 (1.3)	100 (1.4)
対前年度比(%)	▲ 8.5	8.1	7.5

* ()内の数値は、その年度に占める構成比(%)を表しています。

〈商品別相談件数順位〉

	平成28年度		平成29年度		平成30年度	
	件数	構成比(%)	件数	構成比(%)	件数	構成比(%)
①	電気製品	37 (43.0)	電気製品	51 (54.8)	電気製品	47 (47.0)
②	機械器具	22 (25.6)	機械器具	23 (24.7)	機械器具	26 (26.0)
③	住居	12 (14.0)	住居	5 (5.4)	住居	8 (8.0)
④	台所・家庭用品	4 (4.7)	台所・家庭用品	5 (5.4)	台所・家庭用品	7 (7.0)
⑤	繊維製品	2 (2.3)	文化・スポーツ用品	3 (3.2)	文化・スポーツ用品	6 (6.0)
⑥	文化・スポーツ用品	2 (2.3)	エネルギー	2 (2.2)	役務	2 (2.0)
⑦	エネルギー	1 (1.2)	役務	2 (2.2)	エネルギー	1 (1.0)
⑧	役務	1 (1.2)	繊維製品	2 (2.2)	-	-
-	その他	5 (5.8)	その他	0 (0.0)	その他	3 (3.0)

* ()内の数値は、その年度に占める構成比(%)を表しています。

③サービス

*商品の品質・性能等その特性維持に必要な点検、修理、部品交換及び保守、保証書及び補修用部品の最低保有期間等のアフターサービス等に関する消費者相談を対象としています。

○「サービス対応」に関する相談は191件で、前年度と比較すると66件の減少(前年度比▲25.7%)となりました。
 ○商品別に見ると、電気製品が75件と最も多く、次に機械器具が41件と続き、これらで相談の6割強を占めました。
 ○電気製品では携帯電話機に関するもの、機械器具ではパソコンに関する相談が多く、その相談内容は、製品の不具合や故障等の際のメーカー等の修理・保証に関するもの、パソコンの基本ソフトウェア(OS)の更新に関するもの、部品の保有期間に関するもの、顧客対応に係る苦情・要望等に関するものでした。

〈相談件数の推移〉

	平成28年度	平成29年度	平成30年度
相談件数	377 (5.0)	257 (3.5)	191 (2.7)
対前年度比(%)	17.8	▲ 31.8	▲ 25.7

* ()内の数値は、その年度に占める構成比(%)を表しています。

〈商品別相談件数順位〉

	平成28年度		平成29年度		平成30年度	
①	電気製品	119 (31.6)	電気製品	101 (39.3)	電気製品	75 (39.3)
②	機械器具	113 (30.0)	機械器具	45 (17.5)	機械器具	41 (21.5)
③	役務	54 (14.3)	役務	36 (14.0)	役務	21 (11.0)
④	エネルギー	22 (5.8)	エネルギー	19 (7.4)	エネルギー	11 (5.8)
⑤	文化・スポーツ用品	21 (5.6)	住居	13 (5.1)	文化・スポーツ用品	8 (4.2)
⑥	住居	15 (4.0)	文化・スポーツ用品	5 (1.9)	住居	7 (3.7)
⑦	台所・家庭用品	7 (1.9)	台所・家庭用品	4 (1.6)	台所・家庭用品	3 (1.6)
⑧	繊維製品	3 (0.8)	繊維製品	3 (1.2)	繊維製品	1 (0.5)
—	その他	23 (6.1)	その他	31 (16.2)	その他	24 (12.6)

* ()内の数値は、その年度に占める構成比(%)を表しています。

④表示

*商品の成分、性能、用途、その他の品質等の表示に関する消費者相談を対象としています。

○「表示」に関する相談は67件となり、前年度と比較すると20件の減少(前年度比▲23.0%)となりました。
 ○商品別に見ると、電気製品が22件と最も多く、次に繊維製品が13件、機械器具が8件と続き、これらで相談の6割強を占めました。
 ○電気製品ではACアダプター、充電器等の電源・配線機具類等に関するもの、繊維製品では男性用衣類に関するもので、その相談内容は、安全の表示マークや品質表示等に関するものでした。

〈相談件数の推移〉

	平成28年度	平成29年度	平成30年度
相談件数	93 (1.2)	87 (1.2)	67 (0.9)
対前年度比(%)	▲ 9.7	▲ 6.5	▲ 23.0

* ()内の数値は、その年度に占める構成比(%)を表しています。

〈商品別相談件数順位〉

	平成28年度		平成29年度		平成30年度	
①	電気製品	27 (29.0)	電気製品	25 (28.7)	電気製品	22 (32.8)
②	繊維製品	17 (18.3)	繊維製品	17 (19.5)	繊維製品	13 (19.4)
③	機械器具	9 (9.7)	機械器具	12 (13.8)	機械器具	8 (11.9)
④	台所・家庭用品	8 (8.6)	台所・家庭用品	7 (8.0)	文化・スポーツ用品	7 (10.4)
⑤	文化・スポーツ用品	8 (8.6)	文化・スポーツ用品	7 (8.0)	住居	2 (3.0)
⑥	住居	3 (3.2)	役務	5 (5.7)	台所・家庭用品	2 (3.0)
⑦	エネルギー	2 (2.2)	住居	3 (3.4)	役務	2 (3.0)
⑧	役務	1 (1.1)	-	-	エネルギー	1 (1.5)
-	その他	18 (19.4)	その他	11 (12.6)	その他	10 (14.9)

* ()内の数値は、その年度に占める構成比(%)を表しています。

⑤規格

*JIS規格や商品規格に関する相談を対象としています。

○「規格」に関する相談は6件となり、前年度と比較すると15件の減少(前年度比▲71.4%)となりました。
 ○商品別に見ると、電気製品及び機械器具がそれぞれ2件ずつであり、その相談内容は、スマートフォンの防水性能や電気設備に関する技術基準等に関するものでした。

〈相談件数の推移〉

	平成28年度	平成29年度	平成30年度
相談件数	22 (0.3)	21 (0.3)	6 (0.1)
対前年度比(%)	▲ 43.6	▲ 4.5	▲ 71.4

* ()内の数値は、その年度に占める構成比(%)を表しています。

〈商品別相談件数順位〉

	平成28年度		平成29年度		平成30年度	
①	電気製品	14 (63.6)	電気製品	5 (23.8)	電気製品	2 (33.3)
②	繊維製品	3 (13.6)	住居	4 (19.0)	住居	2 (33.3)
③	住居	3 (13.6)	機械器具	3 (14.3)	機械器具	2 (33.3)
④	機械器具	1 (4.5)	台所・家庭用品	2 (9.5)	-	-
⑤	台所・家庭用品	1 (4.5)	文化・スポーツ用品	2 (9.5)	-	-
⑥	-	-	繊維製品	2 (9.5)	-	-
⑦	-	-	役務	1 (4.8)	-	-

* ()内の数値は、その年度に占める構成比(%)を表しています。

⑥計量・価格

*計量及び価格全般に関する消費者相談を対象としています。

○「計量・価格」に関する相談は45件となり、前年度と比較すると1件の減少(前年度比▲2.2%)となりました。
 ○商品別に見ると、電力、ガス等のエネルギーが32件と相談の7割強を占め、その相談内容は、主に料金に関するものでした。

〈相談件数の推移〉

	平成28年度	平成29年度	平成30年度
相談件数	53 (0.7)	46 (0.6)	45 (0.6)
対前年度比(%)	▲ 29.3	▲ 13.2	▲ 2.2

* ()内の数値は、その年度に占める構成比(%)を表しています。

〈商品別相談件数順位〉

	平成28年度		平成29年度		平成30年度	
	件数	(構成比)	件数	(構成比)	件数	(構成比)
①	エネルギー	33 (62.3)	エネルギー	33 (71.7)	エネルギー	32 (60.4)
②	機械器具	8 (15.1)	機械器具	6 (13.0)	機械器具	2 (3.8)
③	電気製品	2 (3.8)	電気製品	2 (4.3)	電気製品	2 (3.8)
④	住居	2 (3.8)	住居	2 (4.3)	住居	2 (3.8)
⑤	文化・スポーツ用品	2 (3.8)	-	-	繊維製品	2 (3.8)
⑥	役務	2 (3.8)	-	-	役務	1 (1.9)
-	その他	4 (7.5)	その他	3 (6.5)	その他	4 (7.5)

* ()内の数値は、その年度に占める構成比(%)を表しています。

(3)その他

①個人情報

*個人情報に関する消費者相談を対象としています。

○個人情報に関する相談では、相談件数は43件で、前年度と比較すると18件の減少(前年度比▲29.5%)となりました。全相談件数に占める割合は前年度の0.8%から0.6%になりました。
○相談内容としては、個人情報の管理に関する相談がほとんどであり、具体的には、「個人情報が漏洩している」、「個人情報を目的外に利用されている」、「事業者が個人情報の削除に応じてくれない」等の相談が見られました。
なお、個人情報保護法は、平成27年9月に改正され、平成29年5月30日に全面施行となり、個人情報保護法に関する問合せや漏えい等事案への対応は、原則、個人情報保護委員会に一元化されています。

〈相談件数の推移〉

	平成28年度	平成29年度	平成30年度
相談件数	161 (2.1)	61 (0.8)	43 (0.6)
対前年度比(%)	▲12.5	▲62.1	▲29.5

* ()内の数値は、その年度に占める構成比(%)を表しています。

②その他

*「契約関係」及び「製品関係」「個人情報」のいずれにも分類されない消費者相談を対象としています。

「その他」には、経済産業省の施策等に関する一般的な問い合わせや、経済産業省の所管とはならない「消費者金融」、「電気通信サービス」、「保険」、「不動産関係」等の問い合わせ相談が含まれています。

○その他では、相談内容は多岐にわたっていますが、運輸・通信サービス、架空の訴訟に関するもの、再生可能エネルギー 固定価格買取制度(太陽光発電システム)、不動産に関する相談が多く見られました。

架空の訴訟に関する相談内容としては、「『消費料金に関する訴訟最終告知のお知らせ』というはがきが届いたが、どうしたらよいのか」、「訴訟取り下げ最終期日が明日となっており、連絡がない場合は、訴訟となり、不動産や給与を差し押

〈相談件数の推移〉

	平成28年度	平成29年度	平成30年度
相談件数	1,038 (13.8)	1,229 (16.8)	1,096 (15.3)
対前年度比(%)	▲9.9	18.4	▲10.8

* ()内の数値は、その年度に占める構成比(%)を表しています。

2. 商品別消費者相談の動向

(1) 商品大分類別相談件数の推移(「個人情報関係」「その他」を除く)

① 契約関係

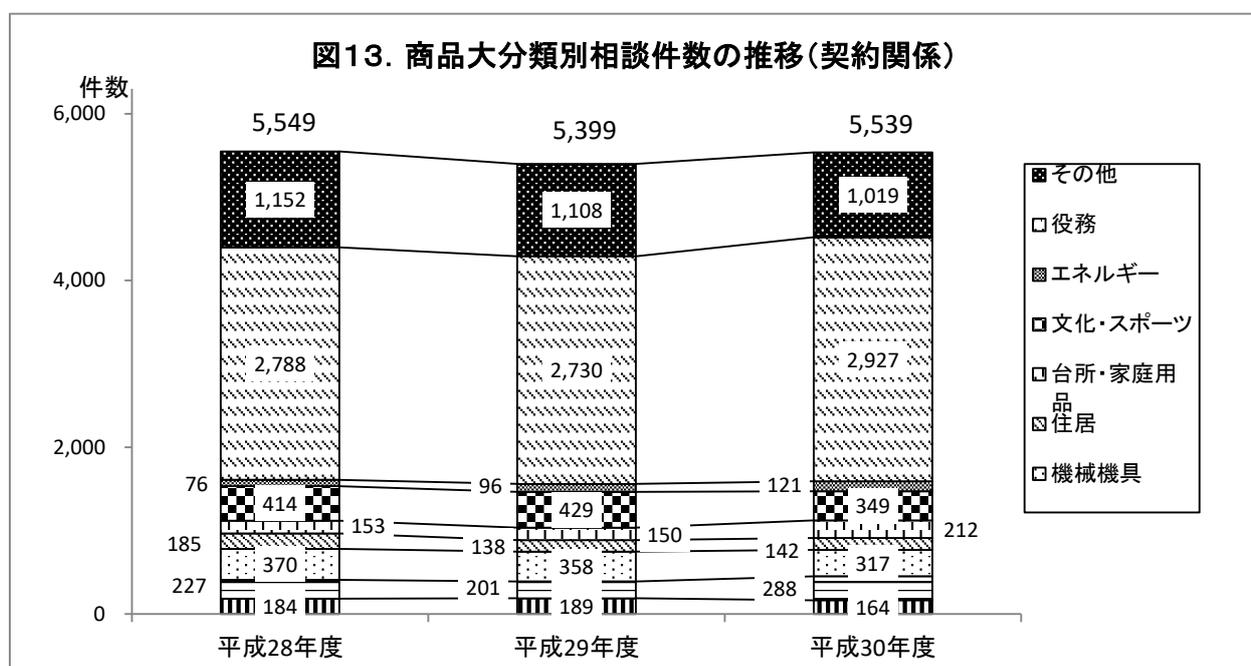
- 「契約関係」における平成30年度の相談件数は5,539件で、前年度と比較すると140件の増加(2.6%)となりました。
- 商品大分類別に見ると、「役務」が2,927件と最も多く、「契約関係」の過半数を占めました。

〈商品大分類別相談件数〉

	平成28年度	平成29年度	平成30年度
繊維製品	184 (3.3)	189 (3.5)	164 (3.0)
対前年度比(%)	▲ 18.9	2.7	▲ 13.2
電気製品	227 (4.1)	201 (3.7)	288 (5.2)
対前年度比(%)	▲ 9.6	▲ 11.5	43.3
機械器具	370 (6.7)	358 (6.6)	317 (5.7)
対前年度比(%)	▲ 12.3	▲ 3.2	▲ 11.5
住居	185 (3.3)	138 (2.6)	142 (2.6)
対前年度比(%)	1.1	▲ 25.4	2.9
台所・家庭用品	153 (2.8)	150 (2.8)	212 (3.8)
対前年度比(%)	▲ 11.0	▲ 2.0	41.3
文化・スポーツ用品	414 (7.5)	429 (7.9)	349 (6.3)
対前年度比(%)	▲ 28.1	3.6	▲ 18.6
エネルギー	76 (1.4)	96 (1.8)	121 (2.2)
対前年度比(%)	▲ 6.2	26.3	26.0
役務	2,788 (50.2)	2,730 (50.6)	2,927 (52.8)
対前年度比(%)	2.1	▲ 2.1	7.2
その他	1,152 (20.8)	1,108 (20.5)	1,019 (18.4)
対前年度比(%)	▲ 1.9	▲ 3.8	▲ 8.0
合計	5,549 (100.0)	5,399 (100.0)	5,539 (100.0)
対前年度比(%)	▲ 4.6	▲ 2.7	2.6

* ()内の数値は、その年度に占める構成比(%)を表しています。

* 「その他」: 食料品、内職、副業、先物関連取引等



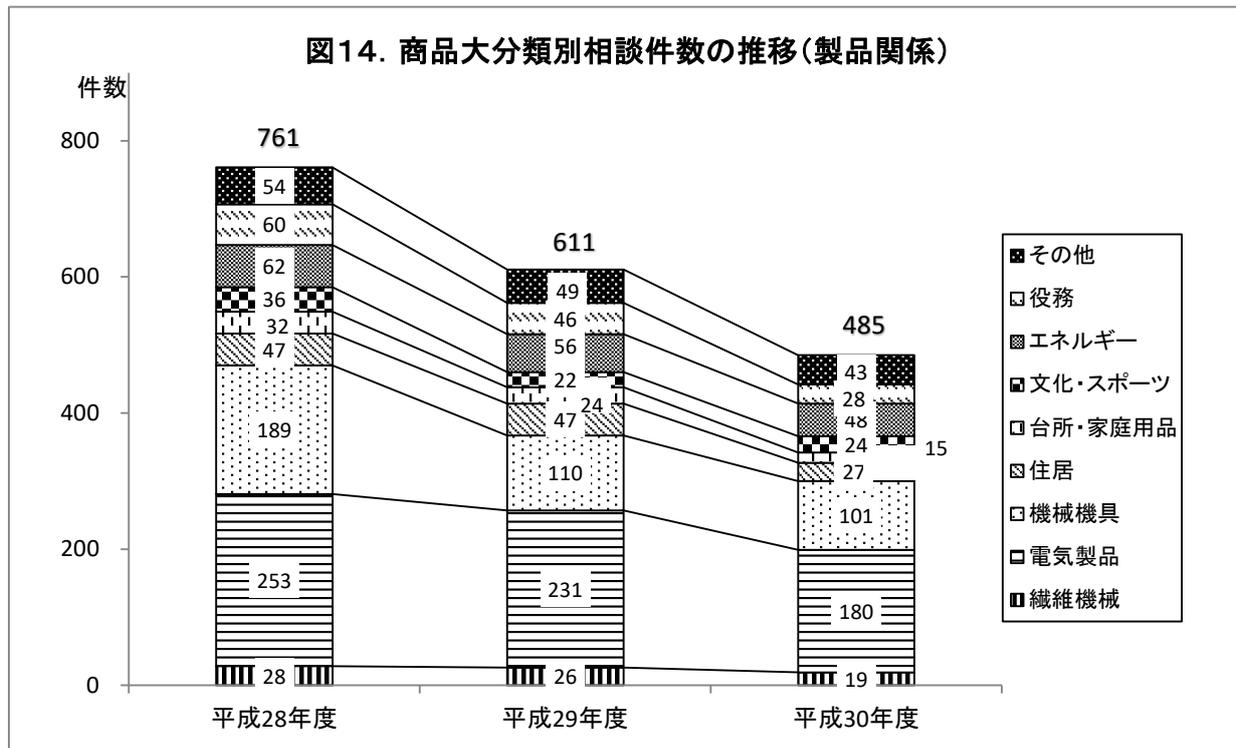
②製品関係

- 「製品関係」における平成30年度の相談件数は、485件で、前年度と比較すると126件の減少（▲20.6%）となりました。
- 商品大分類別にみると、「電気製品」が180件（構成比37.1%）と最も多く、次に「機械器具」が101件（同20.8%）と続き、これらで「製品関係」の6割弱を占めました。

〈商品大分類別相談件数〉

	平成28年度	平成29年度	平成30年度
繊維製品	28 (3.7)	26 (4.3)	19 (3.9)
対前年度比(%)	▲ 33.3	▲ 7.1	▲ 26.9
電気製品	253 (33.2)	231 (37.8)	180 (37.1)
対前年度比(%)	▲ 3.8	▲ 8.7	▲ 22.1
機械器具	189 (24.8)	110 (18.0)	101 (20.8)
対前年度比(%)	27.7	▲ 41.8	▲ 8.2
住居	47 (6.2)	47 (7.7)	27 (5.6)
対前年度比(%)	▲ 2.1	0.0	▲ 42.6
台所・家庭用品	32 (4.2)	24 (3.9)	15 (3.1)
対前年度比(%)	▲ 3.0	▲ 25.0	▲ 37.5
文化・スポーツ用品	36 (4.7)	22 (3.6)	24 (4.9)
対前年度比(%)	▲ 21.7	▲ 38.9	9.1
エネルギー	62 (8.1)	56 (9.2)	48 (9.9)
対前年度比(%)	▲ 27.9	▲ 9.7	▲ 14.3
役務	60 (7.9)	46 (7.5)	28 (5.8)
対前年度比(%)	▲ 9.1	▲ 23.3	▲ 39.1
その他	54 (7.1)	49 (8.0)	43 (8.9)
対前年度比(%)	▲ 8.5	▲ 9.3	▲ 12.2
合計	761 (100.0)	611 (100.0)	485 (100.0)
対前年度比(%)	▲ 3.8	▲ 19.7	▲ 20.6

* ()内の数値は、その年度に占める構成比(%)を表しています。



(2) 商品大分類別の動向

① 繊維製品

- 「繊維製品」に関する相談は193件で、前年度と比較すると30件の減少(▲13.5%)となりました。
 ○商品別で見ると、「布団・毛布類」が48件、「女性用衣類」が38件、「男性用衣類」が33件と多く、これらで相談の61.7%を占めました。

〈商品別相談件数の推移〉

	平成28年度	平成29年度	平成30年度
相談件数	222 (3.0)	223 (3.1)	193 (2.7)
対前年度比(%)	▲19.3	0.5	▲13.5

〈小分類商品別相談件数順位〉

* () 内の数値は、その年度に占める構成比を表している。

	平成28年度		平成29年度		平成30年度	
①	女性用衣類	43 (19.4)	布団・毛布類	46 (20.6)	布団・毛布類	48 (24.9)
②	布団・毛布類	42 (18.9)	女性用衣類	45 (20.2)	女性用衣類	38 (19.7)
③	男性用衣類	37 (16.7)	男性用衣類	36 (16.1)	男性用衣類	33 (17.1)

② 電気製品

- 「電気製品」に関する相談は536件で、前年度と比較すると26件の増加(5.1%)となりました。
 ○商品別で見ると、「通信装置・機器・付属品」が206件と最も多く、相談の38.4%を占めました。

〈商品別相談件数の推移〉

	平成28年度	平成29年度	平成30年度
相談件数	535 (7.1)	510 (7.0)	536 (7.5)
対前年度比(%)	▲8.4	▲4.7	5.1

〈小分類商品別相談件数順位〉

* () 内の数値は、その年度に占める構成比を表している。

	平成28年度		平成29年度		平成30年度	
①	通信装置・機器・付属品	170 (31.8)	通信装置・機器・付属品	158 (31.0)	通信装置・機器・付属品	206 (38.4)
②	映像機器・付属機器	62 (11.6)	映像機器・付属機器	55 (10.8)	映像機器・付属機器	36 (6.7)
③	その他の電気製品	33 (6.2)	電気冷暖房機器類	38 (7.5)	電気冷暖房機器類	29 (5.4)

③ 機械器具

- 「機械器具」に関する相談は466件で、前年度と比較すると76件の減少(▲14.0%)となりました。
 ○商品別で見ると、「電子計算機、関連機器類」が143件、「乗用自動車」が104件、「その他の機械器具」が62件と多く、これらで相談の66.3%を占めました。

〈商品別相談件数の推移〉

	平成28年度	平成29年度	平成30年度
相談件数	624 (8.3)	542 (7.4)	466 (6.5)
対前年度比(%)	▲2.3	▲13.1	▲14.0

〈小分類商品別相談件数順位〉

* () 内の数値は、その年度に占める構成比を表している。

	平成28年度		平成29年度		平成30年度	
①	電子計算機、関連機器類	183 (29.3)	電子計算機、関連機器類	131 (24.2)	電子計算機、関連機器類	143 (30.7)
②	乗用自動車	153 (24.5)	その他の機械器具	125 (23.1)	乗用自動車	104 (22.3)
③	その他の機械器具	102 (16.3)	乗用自動車	100 (18.5)	その他の機械器具	62 (13.3)

* 「その他の機械器具」：浄水器、磁気治療器、健康機器等

④住居

○「住居」に関する相談は231件で、前年度と比較すると68件の減少（▲22.7%）となりました。
○商品別で見ると、「冷暖房給湯設備・機器」に関する相談が101件と最も多く、相談の43.7%を占めました。

〈商品別相談件数の推移〉

	平成28年度	平成29年度	平成30年度
相談件数	290 (3.9)	299 (4.1)	231 (3.2)
対前年度比 (%)	▲ 1.0	3.1	▲ 22.7

〈小分類商品別相談件数順位〉

* () 内の数値は、その年度に占める構成比を表している。

	平成28年度		平成29年度		平成30年度	
①	冷暖房給湯設備・機器	90 (31.0)	冷暖房給湯設備・機器	146 (48.8)	冷暖房給湯設備・機器	101 (43.7)
②	その他の設備・機器	45 (15.5)	その他の設備・機器	29 (9.7)	その他の設備・機器	27 (11.7)
③	その他の家具	17 (5.9)	浴室、便所、洗面所設備・機器	20 (6.7)	消火器	15 (6.5)

* 「その他の設備・機器」：水栓、配水管等

⑤台所・家庭用品

○「台所・家庭用品」に関する相談は157件で、前年度と比較すると34件の増加（17.0%）となりました。

○商品別で見ると、「頭髮・皮膚用化粧品」が157件と最も多く、相談の67.1%を占めました。

〈商品別相談件数の推移〉

	平成29年度	平成29年度	平成30年度
相談件数	201 (2.7)	200 (2.7)	234 (3.3)
対前年度比 (%)	▲ 9.5	▲ 0.5	17.0

〈小分類商品別相談件数順位〉

* () 内の数値は、その年度に占める構成比を表している。

	平成28年度		平成29年度		平成30年度	
①	頭髮・皮膚用化粧品	106 (52.7)	頭髮・皮膚用化粧品	111 (55.5)	頭髮・皮膚用化粧品	157 (67.1)
②	その他の家庭用品	28 (13.9)	その他の家庭用品	18 (9.0)	香水・特殊化粧品	28 (12.0)
③	料理用具	17 (8.5)	家庭用化学製品	18 (9.0)	その他の家庭用品	13 (5.6)

⑥文化・スポーツ用品

○「文化・スポーツ用品」に関する相談406件で、前年度と比較すると78件の減少（▲19.1%）となりました。

○商品別で見ると、「身辺細貨品」が81件、「書籍、教材」が72件、「履物、かばん類」が45件「新聞、雑誌、定期刊行物等」45件と多く、これらで相談の48.8%を占めました。

〈商品別相談件数の推移〉

	平成28年度	平成29年度	平成30年度
相談件数	497 (6.6)	484 (6.6)	406 (5.7)
対前年度比 (%)	▲ 24.8	▲ 2.6	▲ 16.1

〈小分類商品別相談件数順位〉

* () 内の数値は、その年度に占める構成比を表している。

	平成28年度		平成29年度		平成30年度	
①	書籍、教材	90 (18.1)	身辺細貨品	88 (18.2)	身辺細貨品	81 (20.0)
②	身辺細貨品	72 (14.5)	書籍、教材	81 (16.7)	書籍、教材	72 (17.7)
③	履物、かばん類	52 (10.5)	新聞、雑誌、定期刊行物等	45 (9.3)	履物、かばん類	45 (11.1)

* 「身辺細貨品」：指輪、ネックレス等

⑦エネルギー

- 「エネルギー」に関する相談は247件で、前年度と比較すると57件の増加（30.0%）となりました。
 ○商品別で見ると、「電力」が148件と最も多く、相談の59.9%を占めました。

〈商品別相談件数の推移〉

	平成28年度	平成29年度	平成30年度
相談件数	190 (2.5)	247 (3.4)	229 (3.2)
対前年度比 (%)	▲ 16.7	30.0	▲ 7.3

〈小分類商品別相談件数順位〉

* () 内の数値は、その年度に占める構成比を表しています。

	平成28年度		平成29年度		平成30年度	
①	電力	98 (54.4)	電力	148 (51.6)	電力	159 (69.4)
②	LPガス	44 (22.8)	LPガス	40 (23.2)	LPガス	26 (11.4)
③	都市ガス	17 (7.5)	都市ガス	27 (8.9)	都市ガス	16 (7.0)
③	—	— —	—	— —	ガソリン類	16 (7.0)

⑧役務

- 「役務」に関する相談は3,300件で、前年度と比較すると156件の増加（5.0%）となりました。
 ○商品別で見ると、「その他の役務」に関する相談が782件と多く、相談の23.7%を占めました。

〈商品別相談件数の推移〉

	平成28年度	平成29年度	平成30年度
相談件数	3,292 (43.8)	3,144 (43.1)	3,300 (46.1)
対前年度比 (%)	▲ 0.7	▲ 4.5	5.0

〈小分類商品別相談件数順位〉

* () 内の数値は、その年度に占める構成比を表している。

	平成28年度		平成29年度		平成30年度	
①	その他の役務	861 (26.2)	その他の役務	690 (21.9)	その他の役務	782 (23.7)
②	教育、エステ	661 (20.1)	教育、エステ	575 (18.3)	教育、エステ	581 (17.6)
③	信用取引	340 (10.3)	信用取引	370 (11.8)	情報処理・提供	516 (15.6)

* 「その他の役務」：オンラインゲーム、アダルトサイト等

⑨その他

* ①～⑧までの商品群に該当しない商品についての消費者相談を対象としています。

- 「その他」に関する相談は1,568件で、前年度と比較すると83件の減少（▲5.0%）となりました。
 ○商品別で見ると、「食料品」に関する相談が430件と最も多く、相談の27.4%を占めました。

〈商品別相談件数の推移〉

	平成28年度	平成29年度	平成30年度
相談件数	1,658 (22.1)	1,651 (22.6)	1,568 (21.9)
対前年度比 (%)	▲ 4.0	▲ 0.4	▲ 5.0

〈小分類商品別相談件数順位〉

* () 内の数値は、その年度に占める構成比を表している。

	平成28年度		平成29年度		平成30年度	
①	食料品	560 (33.8)	食料品	432 (26.2)	食料品	430 (27.4)
②	その他の商取引	55 (3.3)	その他の商取引	50 (3.0)	その他の商取引	39 (2.5)
—	その他	870 (52.5)	その他	1,025 (62.1)	その他	990 (63.1)

* 「その他の商取引」：金、プラチナの現物取引等

(3) 商品小分類別の相談件数

- 平成30年度の相談件数を商品小分類別に見ると、「教育、エステ」に関する相談が581件と最も多く、前年度と比較すると6件の増加(1.0%)となりました。

商品小分類の順位

	平成28年度		平成28年度		平成30年度	
	商品小分類	件数	商品小分類	件数	商品小分類	件数
①	教育、エステ	661	教育、エステ	575	教育、エステ	581
②	食料品	560	食料品	432	情報処理、提供	516
③	信用取引	340	信用取引	370	食料品	430
④	情報処理、提供	283	情報処理、提供	349	信用取引	365
⑤	互助会、友の会	280	互助会、友の会	267	互助会、友の会	282
⑥	工事、加工	215	預託、利殖、代行	236	工事、加工	226
⑦	電子計算機、関連機器類	183	工事、加工	223	通信装置・機器・付属品	206
⑧	通信装置・機器・付属品	170	通信装置・機器・付属品	158	電力	159
⑨	乗用自動車	153	電力	148	頭髮・皮膚用化粧品	157
⑩	教養、娯楽	130	冷暖房給湯設備、機器	146	電子計算機、関連機器類	143
⑪	預託、利殖、代行	125	電子計算機、関連機器類	131	修理・修繕、調整	141
⑫	頭髮・皮膚用化粧品	106	その他の機械器具	125	乗用自動車	104
⑬	その他の機械器具	102	頭髮・皮膚用化粧品	111	冷暖房給湯設備・機器	101
⑭	電力	98	乗用自動車	100	教養、娯楽	99
⑮	冷暖房給湯設備、機器	90	教養、娯楽	96	身辺細化品	81
⑯	書籍、教材	90	身辺細貨品	88	預託、利殖、代行	77
⑰	修理、修繕、調整	77	修理、修繕、調整	84	書籍、教材	72
⑱	遊興、鑑賞	73	書籍、教材	81	その他の機械器具	62
⑲	身辺細貨品	72	映像機器・付属機器	55	その他の電気製品	62
—	その他の役務	861	その他の役務	690	その他の役務	782
—	その他	870	その他	1,025	その他	990

* 「その他」・・・不当請求等いずれにも属さない商品です。

3. 契約に係る勧誘場所、勧誘方法及び相談内容別の動向

(1) 勧誘場所、勧誘方法別相談件数

- 平成30年度の契約に係る勧誘場所の件数を見ると、「営業所外・自宅」が1,909件（構成比34.1%）と最も多く、次に「営業所等」（営業所と見なされる場合を含む）が770件（同13.7%）となっています。
- 勧誘方法では、「対面」が2,097件（同37.4%）と最も多く、次に「パソコン・ファックス（携帯端末を含む）」が819件（同14.6%）、「広告」が627件（同11.2%）、「電話」が592件（10.6%）となっています。

図15. 勧誘場所別の構成比

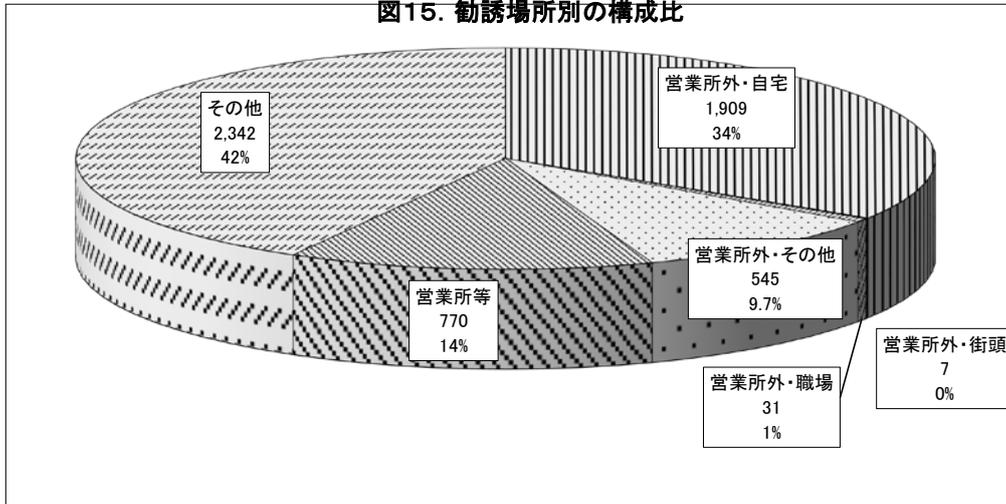
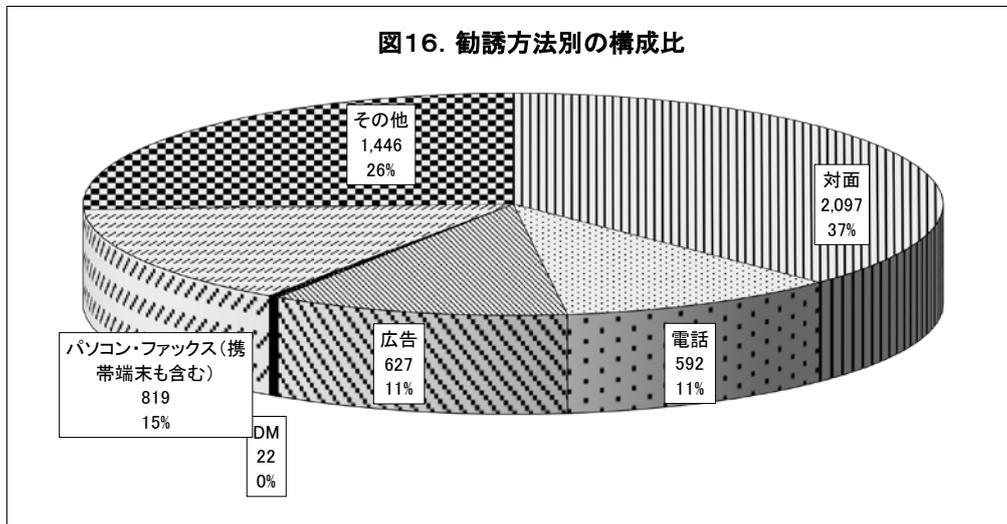


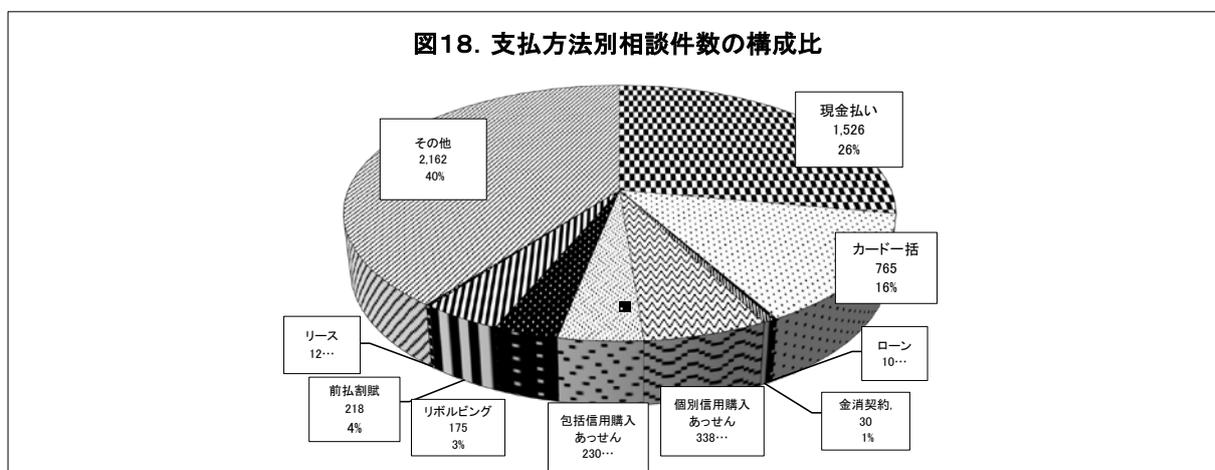
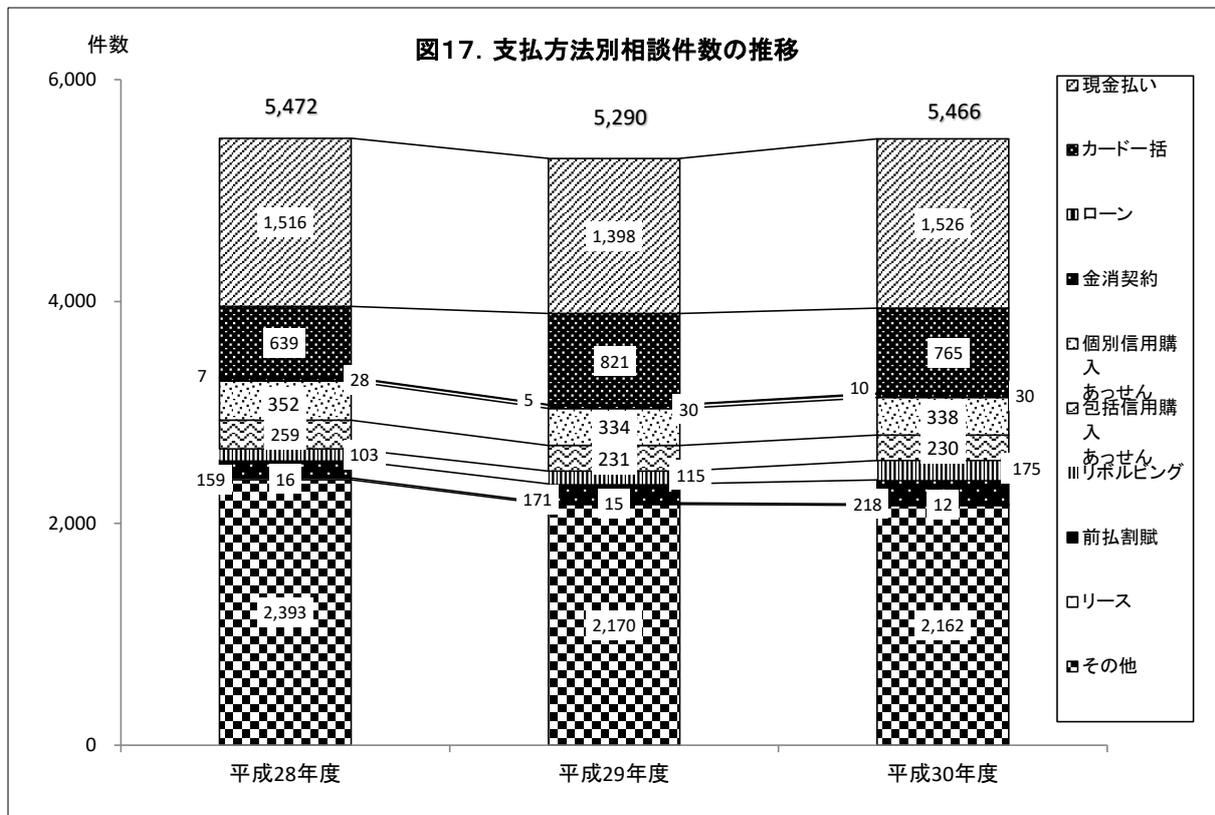
図16. 勧誘方法別の構成比



(2) 支払方法別相談件数

○ 平成30年度の「契約関係」に関する相談件数を支払方法別に見ると、「現金払い」が1,526件、「カード一括」が765件、「個別信用購入あつせん」が338件と多く見られました。

	現金払い	カード一括	ローン	金消契約	個別信用購入あつせん	包括信用購入あつせん	リボルビング	前払割賦	リース	その他	合計
平成28年度	1,516	639	7	28	352	259	103	159	16	2,393	5,472
平成29年度	1,398	821	5	30	334	231	115	171	15	2,170	5,290
平成30年度	1,526	765	10	30	338	230	175	218	12	2,162	5,466
対前年度比(%)	9.2	▲6.8	100.0	0.0	1.2	▲0.4	52.2	27.5	▲20.0	▲0.4	3.3
構成比(%)	27.9	14.0	0.2	0.5	6.2	4.2	3.2	4.0	0.2	39.6	100.0



注: 「ローン」とは割賦販売法上のローン提携販売。
「リボルビング」は、割賦販売(自社割賦、信用購入あつせん及びローン提携販売を含み前払割賦を除く)及びクレジットカード全般のリボルビング方式。
「その他」には、「支払方法に言及されなかった相談」、「支払方法が不明な相談」並びに自社割賦による販売が含まれる。

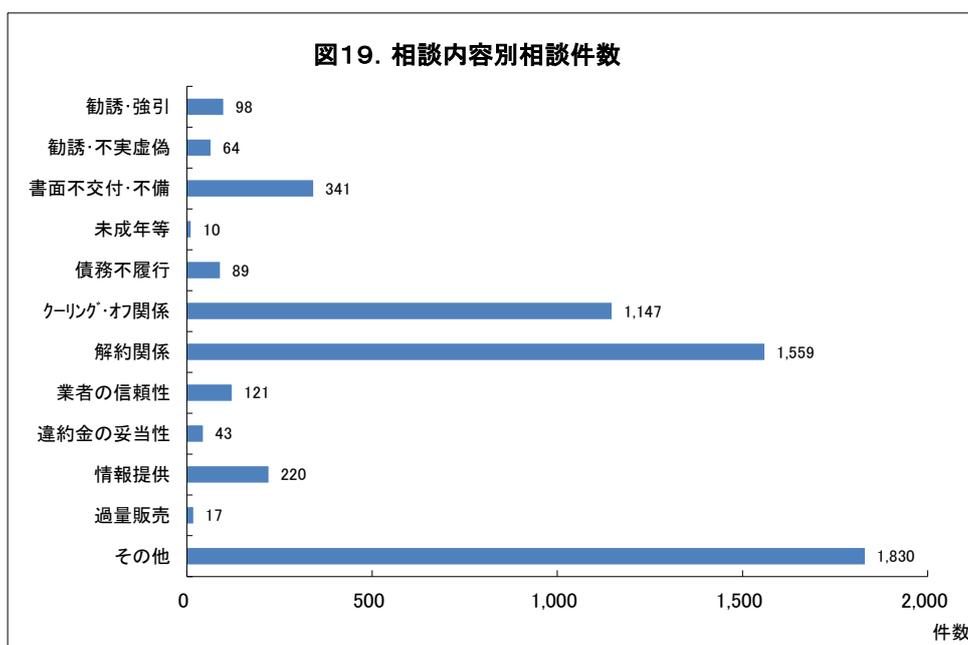
(3) 相談内容別相談件数

- 平成30年度の「契約関係」に関する相談件数を相談内容別に見ると、「解約関係」が1,559件（対前年度比：4.2%）、次に「クーリング・オフ関係」が1,147件（同12.6%）と多く、これらで相談内容の5割弱を占めました。

	平成28年度	平成29年度	平成30年度		対前年度比(%)
勧誘・強引	118	89	98	(1.8)	10.1
勧誘・不実虚偽	74	64	64	(1.2)	0.0
書面不交付・不備	270	288	341	(6.2)	18.4
未成年等	18	14	10	(0.2)	▲28.6
債務不履行	129	115	89	(1.6)	▲22.6
クーリング・オフ関係	986	1,019	1,147	(20.7)	12.6
解約関係	1,601	1,496	1,559	(28.1)	4.2
業者の信頼性	167	114	121	(2.2)	6.1
違約金の妥当性	60	43	43	(0.8)	0.0
情報提供	234	207	220	(4.0)	6.3
過量販売	8	13	17	(0.3)	30.8
その他	1,884	1,937	1,830	(33.0)	▲5.5
合計	5,549	5,399	5,539	(100.0)	2.6

* () 内の数値は、その年度に占める構成比を表しています。

* 「その他」・・・他の相談内容項目に該当しない問い合わせ等



平成30年度における消費者相談事例

この消費者相談事例は、平成30年度中に経済産業省消費者相談室に寄せられた相談の中から特徴的な相談例と消費者へのアドバイスをまとめたものです。悪質な勧誘等が行われたのではないかと疑われるケースもありますので、同様な勧誘等に十分注意をしてください。

(割賦販売)

1. 相談事例

相談例A 翌月一括払いで支払っていたつもりだったが、リボ払いだった

買物の決済手段としてクレジットカードを利用している。支払い方法は、翌月一括払いで、手数料はかからないと思っていた。また、利用明細は紙で届くのではなくWEBだったため、よく確認していなかったが、後になって手数料が含まれていることに気がついた。翌月一括払いではなく、リボ払いになっていたようだ。

2. ここに注意！

割賦販売取引では、クレジット会社は利用者に対し、クレジットカード発行時に、支払期間・支払回数、手数料率等を記載した書面を交付し、取引条件を表示することを義務づけています。クレジット会社から渡される利用規約や契約書面等を確認し、手数料率等の契約内容を確認することが重要です。

また、クレジットカードを利用して商品等を購入したときも、クレジット会社は利用者に対し、一定の事項を記載した書面を交付し、契約内容を明らかにしなければなりません。

3. 消費者の方々へのアドバイス

〈包括クレジット〉

◎ 割賦販売法では、消費者がクレジットカードを提示して販売業者等（加盟店）で商品等を購入し、クレジット会社が当該商品等の代金を消費者に代わって販売会社に立替払いをし、後日、消費者が当該代金をクレジット会社に2ヶ月を超えて支払う取引を「包括信用購入あっせん」と言います。消費者が取引条件等を十分に比較検討できるよう、クレジットカード会社には、クレジットカードを利用者に交付等する時点までに、以下の取引条件を記載した書面を利用者に交付する義務が課されています。

・リボルビング方式の場合

記載事項：弁済すべき時期、弁済金の額の算定方法

手数料率（実質年率）

弁済金の額の具体的算定例

極度額の定めがあるときはその金額

カード等の利用に関する特約があるときはその内容

（法第30条第2項、施行規則第37条第3項）

・包括方式の場合

記載項目：支払期間、支払回数

手数料率（実質年率）

支払総額の具体的算定例

極度額の定めがあるときはその金額

カード等の利用に関する特約があるときはその内容

（法第30条第1項、施行規則第36条第3項）

- ◎ また、クレジットカード会社には、クレジットカードの利用（商品等の購入）時に、リボルビング方式の場合は、購入商品等の現金販売価格、弁済金の支払方法等を、包括方式の場合は、支払総額、各回ごとの支払額・時期・方法等をそれぞれ記載した書面を交付することが義務づけられています。さらに、リボルビング方式の場合は、リボ払いに係る弁済金の支払請求前に、あらかじめ、弁済金を支払うべき時期、弁済金の額・その算定根拠を記載した書面を交付することが義務づけられています。なお、当該書面の交付は、利用者の承諾を得て、電磁的方法により提供することも認められています。

（法第30条の2の3、法第30条の6により準用される法第4条の2）

一方、販売業者等（加盟店）には、クレジットカードの利用（商品等の購入）時に、現金販売価格、商品の引渡時期、契約の解除に関する事項等について、利用者に対し、書面で交付するか、利用者の承諾を得て、電磁的方法により提供することが義務づけられていましたが、平成28年の割賦販売法の改正（平成30年6月1日施行）により、当該書面交付義務が緩和され、電子メール等による情報提供が可能となりました。ただし、利用者から書面の交付を求められたときは、遅滞なく、書面を交付しなければなりません。

（法第30条の2の3第4項、同条第5項）

- ◎ なお、利用者が、後からリボ払いに変更することが可能な、いわゆる「後リボ特約」が付されているクレジットカードについても、リボルビング方式に準じて取り扱うべきと考えられています。具体的には、クレジットカード交付時の表示義務（法第30条）との関係においては、後リボ特約が付されたクレジットカードを交付する場合には、交付時において表示義務を履践すべきと解されています。また、販売契約締結時の書面交付義務（同法第30条の2の3）との関係においては、後リボ特約に従いリボ払いへの変更がなされた場合には、同条の規定が適用可能と解されています。

(割賦販売)

1. 相談事例

相談例B 身に覚えのない請求があった

保有しているクレジットカードで身に覚えのない請求が複数回あった。いずれもインターネット旅行代理店で利用されてしまったようだ。クレジットカードの請求を止めたい。また、クレジットカード会社に対して不正利用の調査を求めたい。

2. ここに注意！

「クレジットカードの請求を止めたい」という点に関しては、割賦販売法第30条の4、第30条の5で、販売業者又は役務提供事業者との間で生じている事由をもって、購入者等は、商品、指定権利、役務に係る請求について、支払の請求をする包括信用購入あっせん^(注)業者（以下、クレジット会社）に対抗することができる（＝クレジット会社の支払の請求を拒むことができる）とされています。

ただし、この支払停止の抗弁権は、クレジット会社の支払の請求を拒むことができるという規定であり、クレジット会社に対して商品の売買契約等に係る解除や取消を行うことができるものではないため、クレジットの債務がなくなるというものではありません。

また、抗弁申立後のクレジット会社の対応に関しては同法に定めはなく、請求を再開する時期、手続きなどは各クレジット会社の判断で行われます。支払停止の抗弁後の対応については、クレジット会社に確認することが必要です。

「クレジットカード会社に不正利用の調査を求めたい」という点に関しては、平成28年の割賦販売法の改正（平成30年6月1日施行）により、クレジットカード番号等取扱契約締結事業者（販売業者等に対しクレジットカードの取扱いを認める契約を締結するクレジット会社やこれと同等の機能を有する決済代行業者）について、登録制が導入されるとともに、加盟店調査（悪質加盟店の是正・排除、クレジットカード番号等の適切な管理、不正利用防止のための調査）を行うことが義務づけられました。

(注) 包括信用購入あっせん：購入者等がクレジットカード等の提示等をし、販売業者等から商品購入等を行う際に、あっせん業者が、購入者及び販売業者等との契約に従い、販売業者等に対して商品代金等に相当する額を交付し、その後購入者等があっせん業者に対し当該額を一定の方式により支払っていく取引形態（いわゆるクレジットカード）。

3. 消費者の方々へのアドバイス

◎ 割賦販売法では、消費者保護の観点から、販売業者等からの商品の引渡しが無い等の場合に、購入者等は、販売業者又は役務提供事業者との間で生じている事由をもって、支払の請求をするクレジット会社に対抗する（＝クレジット会社の支払請求を拒む）ことができます。個別クレジットによる契約も同様です。

「販売業者又は役務提供事業者に対して生じている事由」とは、具体的には次のようなものが挙げられます。ただし、次に記載した例示に限定されているものではありません。

- (i) 購入者等の契約意思形成過程の瑕疵（例 錯誤による無効、詐欺による取消）
- (ii) 契約の履行関係（例）

ア 商品の引渡し、役務の提供

- a 引渡しが行われない、役務が提供されない-引渡し、提供との同時履行の抗弁権
- b 見本、カタログと異なる物の引渡し-代物の引渡しとの同時履行の抗弁権
- c 引き渡すべき時期に引き渡されない-損害賠償請求権

イ 商品の瑕疵

- a 明らかな瑕疵の存在-修補又は代物の引渡しとの同時履行の抗弁権
- b 隠れたる瑕疵の存在-損害賠償請求権、修補又は代物の引渡しとの同時履行の抗弁権

(iii)取消、解除による債権債務関係の消滅（上記の(i)及び(ii)と重複する部分あり）

（法第30条の4、第30条の5、第35条の3の19）

◎ クレジット会社は販売業者や役務提供事業者とは異なり、売買契約又は役務提供契約の当事者ではないため、購入者等と販売業者等との間での問題の解決が迅速に円滑に図られるよう、購入者等が抗弁を行う際に、クレジット会社の求めに応じてその事由を記載した書面を提出するよう努めなければならないこととしています。ただし、支払総額が下記に満たないものについては、この規定の対象外となります。

- ・クレジットカードでの支払（リボ払いを除く）、個別クレジット 4万円
- ・クレジットカード（リボ払い）での支払 3万8千円

◎ 平成28年の割賦販売法の改正（平成30年6月1日施行）により、クレジットカード番号等取扱契約締結事業者（加盟店に対しクレジットカードの取扱いを認めるクレジットカード会社やこれと同等の機能を有する決済代行業者）は、経済産業省に備える登録簿に登録を受けなければならないこととされました。また、登録を受けたカード会社等に対し、加盟店調査を行うことを義務づけ、加盟店調査を実施した結果、加盟店におけるカード番号等の適切な管理等が不十分であることが判明した場合には、契約を締結しない又は必要な対策を早急に講じるべく指導等を行わなければならないこととされました。

（法第35条の17の2、法第35条の17の3、法第35条の17の8）

登録クレジットカード番号等取扱契約締結事業者一覧等については、下記をご覧ください。

<https://www.meti.go.jp/policy/economy/consumer/credit/115tourokujigyousyairan.html>

(前払割賦)

1. 相談事例

相談例C 解約手続きに不当な条件をつけられ、解約返戻金をすぐに支払ってもらえない

互助会業者の勧誘員が、80代の母親を定期的に訪問し度々勧誘した。母は頼まれると嫌とは言えない性格で、互助会の契約をさせられた。

しかし、急にお金が必要になったため、母が勧誘員に解約を申し出たところ、「理由がないと解約できない。解約すると葬儀等で50万円程度損をする」等と言われ、解約しないよう説得された。勧誘員に言っても手続きが進まないのので、息子である私が直接、事業者の営業所に連絡し解約を申し出たが、「本人が来所しないと解約できない」と断られた。そこで本部の相談窓口へ電話し「契約者の母は足が悪いので出歩けない」ことなどを話して、何とか郵送で解約できることになった。しかし、返金について「解約は毎月5日に締めている。振り込みは翌月の末日になる」と言われた。「至急お金が必要だ」と言っても「法律に従っている」と言われ、すぐに支払ってもらえない。何とかできないか。

2. ここに注意!

割賦販売法では、2月以上の期間にわたり、かつ、3回以上に分割して掛金を受領し指定役務の施行を行う冠婚葬祭互助会は、「前払式特定取引業」として規制しており、年間取引額が1千万円に満たない場合を除いて、経済産業大臣の許可を受ける必要があります（同法第35条の3の61）。許可に際しては、約款の内容が経済産業省令で定める基準に適合している必要があります。この「前払式特定取引契約約款の基準」には、契約の解除に伴う損害賠償等の額に関して、購入者等の申出により契約を解除する場合、解約の手続による申出があった日から45日以内の一定の期間内に、購入者がすでに支払った金額から契約の締結及び履行のために通常要する費用の額を控除した額の金銭を払い戻す旨が定められていること、かつ、その額が購入者等が容易に計算することができる方法等により明確に表示されていることとしています。しかし、解約手数料の金額等に関しては、同法には定めはないため、解約手数料の考え方や解約手続きについては、契約約款を確認することが必要です。

また、平成29年の割賦販売法施行規則の改正（平成30年6月1日施行）により、約款の基準として「前払式特定取引契約約款の交付の時期及び交付の方法」が追加されるとともに、約款を交付する場合における交付・再交付に関する内容の基準（その交付の時期、交付の方法、購入者等から当該約款の再交付を求められたときは、遅滞なく再交付する旨）が追加され、契約約款記載事項の履行を事業者に求めています。

3. 消費者の方々へのアドバイス

◎ 割賦販売法では、「前払式特定取引」は、経済産業大臣の許可を受けた者でなければ、業として営んではいけない（年間の販売額が1千万円未満の場合は除く。）と規定しています。許可の基準の一つとして、契約約款の内容が経済産業省令・内閣府令で定める基準に適合することが必要とされています。

◎ 前払式特定取引契約約款の基準としては、以下のような事項が規定されています。

○事業者の名称及び住所、商品又は指定役務の種類等、契約金額（総額）、各回ごとの支払金額・支払回数・支払時期・方法、契約約款の交付の時期及び交付の方法（平成29年新設）が記載される欄があること

○記載すべき事項として以下が記載され、かつその内容が基準に合致すること

- ・領収証の発行に関すること
- ・商品の代金又は指定役務の対価の完済後の通知に関すること
- ・商品の引渡し又は指摘役務の提供の時期に関すること
- ・購入者等が支払うべき契約金額以外の金銭に関すること
- ・契約の解除に関すること
- ・契約の解除に伴う損害賠償等の額に関すること

（内容の基準）

購入者等の責に帰すべき事由による契約解除の場合には当該契約解除の日から、購入者等の申出による契約解除の場合には契約解除の手続きによる申出の日から、それぞれ45日以内の一定の期間内に、購入者等がすでに支払った金額から契約締結及び履行のために通常要する費用の額を控除した額の金銭を払い戻す旨が定められていること。かつ、その額が購入者等が容易に計算することができる方法により明確に表示されていること。 等

- ・前払式特定取引契約約款の交付及び再交付に関すること（平成29年新設）

（内容の基準）

前払式特定取引契約約款を交付する場合の交付時期、交付の方法が定められていること。
購入者等から当該約款の再交付を求められたときは、遅滞なく、当該約款を再交付する旨が定められていること。

等

○次の事項が記載されていないこと

- ・前払式特定取引契約約款の再交付をする場合において、その再交付に通常要する費用を超えて手数料を徴収すること。
- ・契約締結後に前払式特定取引業者が購入者等の同意を得ることなく契約内容の変更又は契約金額の引上げを行うことができること。
- ・購入者等からの契約の解除ができない旨の特約
- ・契約に係る商品又は指定役務の内容について、著しく事実に相違する事項若しくは実際のものよりも著しく優良であると人を誤認させるような事項又は商品又は指定役務の取引条件について、著しく有利であると人を誤認させるような事項（平成29年改正）
- ・そのほか、法令に違反する特約又は購入者等に著しく不利となる特約 等

(訪問販売)

1. 相談事例

相談例D 行政処分された事業者が名称を変え、値引きするからと事務所へ出向かせ契約させた

「過去、工事をされた会員を対象に、リフォーム契約を値引きする」と言って事業者が自宅を訪ねてきた。見積りをした後、「事務所に来所して契約すれば、外壁の塗装工事を値引きする」と言われた。値引率が高かったので承諾し、事業者の事務所に出向いた。その際受け取った契約書にクーリング・オフの記載は無かった。契約した後に、行政処分を受けた事業者であることを知った。信用できないので解約したい。また、このような契約は訪問販売には該当しないのか尋ねたい。

2. ここに注意！

営業所等以外の場所において契約の申込みを受け、若しくは契約を締結して行う商品等の販売や役務の提供は、特定商取引法の「訪問販売」に該当します。上記の相談事例において、自宅で勧誘を受け、自宅で契約を締結したのであれば、「訪問販売」に該当すると考えられます。また、営業所等で行われた契約であっても、「訪問販売」に該当する場合があります。いわゆるキャッチセールスやアポイントメントセールス^(注1)がそれに当たります。

「訪問販売」に該当する場合には、法定要件を満たした契約書面を受領した日から起算して8日間は書面により申込みの撤回や契約の解除（クーリング・オフ）を行うことができます。例えば、工事契約の場合などの訪問販売による契約は、契約内容を記載した書面を受領した日から起算して8日以内であれば、工事が終わっていても損害賠償又は違約金の請求を受けることなく、書面によりクーリング・オフ（契約の解除）ができます。クーリング・オフの結果、事業者は無償で原状回復することを求めることができます。工事が終了してしまっただけからといってクーリング・オフができなくなる訳ではありません。

また、法定書面が交付されていない場合には、クーリング・オフをする権利が留保されていることとなります。

クーリング・オフの記載がない等重要な事項が記載されていない契約書面を受領した場合や、「当該契約はクーリング・オフできない」と契約の解除に関する事項について不実のことを告げる行為をしたことにより契約の解除を妨げられた場合には、改めて法定要件を満たす書面を受領した日から起算して8日間は書面によりクーリング・オフができることとなります。

なお、特定商取引法では、販売業者等が自らの意思で消費者の住居を訪問して販売を行うのではなく、購入者の請求^(注2)に応じて、購入者の住居で販売等を行った訪問販売の場合（いわゆる来訪要請）には、契約書面の交付、クーリング・オフ規定等の事業者に対する規制の適用が除外されます。

(注1) 「キャッチセールス」とは、路上等営業所以外の場所で呼び止めて営業所などに同行させて契約させる場合、また、「アポイントメントセールス」とは、電話や郵便、SNS等で販売目的を明示せずに消費者を呼び出したり、ほかの者に比べて著しく有利な条件で契約できると誘って営業所等に呼び出したりして契約させる場合がこれに当たります。

(注2) 消費（購入）者が、購入したい商品について、自宅で契約の申込みをすることや契約の締結をする等の明確な意思表示をしていた場合、その他販売業者等に対して取引行為を行いたい旨の明確な意思表示をしていた場合には、消費（購入）者の請求による販売（いわゆる来

訪要請)となり、適用除外となります。一方で、例えば、消費者が商品等について問合せ等をした際に、事業者から「お宅に訪問して、説明をしたい。」等の申出があり、それを承諾した場合には、消費(購入)者から訪問による販売を「請求」したとは言えません。このような場合には、同法の訪問販売に該当することになります。

特定商取引法のクーリング・オフの通知書面の書き方例は79ページをご参照ください。

※クーリング・オフを行う際には、後々のトラブルを避けるためにも特定記録郵便、書留、内容証明郵便などで行うことが薦められます。

3. 消費者の方々へのアドバイス

訪問販売とは、住居や喫茶店、路上等での営業所以外の場所で行う商品、権利の販売又は役務(サービス)の提供のことをいいます。営業所等で行われた契約であっても、営業所以外で呼び止めて営業所等に同行させ契約させる場合(いわゆるキャッチセールス)や、電話や郵便、SNS等で販売目的を明示せずに消費者を呼び出したり、ほかの者に比べて著しく有利な条件で契約できると誘って呼び出したりして契約させる場合(いわゆるアポイントメントセールス)は、訪問販売の規制が適用されます。

●勧誘や契約行為に関する規制

- ◎ 特定商取引法では、訪問販売において、事業者が氏名等の明示が義務づけられています。事業者は、訪問販売をしようとするときには、その勧誘に先立って、消費者に対し、事業者の氏名又は名称、勧誘の目的で来訪した旨、商品やサービスの種類を明らかにしなくてはなりません。
(事業者の氏名等の明示 法第3条)
- ◎ 事業者は、訪問販売に係る当該売買契約又は当該役務提供契約を締結しない旨の意思表示をした者に対し、引き続き又は再度訪問し、当該契約について勧誘することは禁止されています。
(再勧誘の禁止 法第3条の2)
- ◎ 事業者が訪問販売をし、消費者から申込みを受けた際や契約が締結された際には、商品又は役務の価格、代金の支払時期、方法等について記載した書面を交付することが義務づけられています。
(書面の交付 法第4条、法第5条)
- ◎ 訪問販売で勧誘する際、事業者の次のような行為は、特定商取引法で禁止されています。
 - ・事実と異なることを告げること (不実告知)
 - ・重要な事項を故意に告げないこと (重要事項不告知)
 - ・威迫して困惑させること (威迫困惑)
 - ・キャッチセールスやアポイントメントセールスと同様の方法で誘引された消費者に対して、事業者の事務所、個人の住居、ホテルや公共施設の会議室、カラオケボックス等で勧誘すること (公衆の出入りする場所以外の場所での勧誘)
(禁止行為 法第6条)

●申込みの撤回や契約解除に関する規制

- ◎ 法定書面を受領した日から起算して8日間はクーリング・オフができます。

例えば、工事契約の場合などの訪問販売による契約は、契約内容を記載した書面を受領した日から起算して8日以内であれば、工事が終わっていても損害賠償又は違約金の請求を受けることなく、書面によりクーリング・オフ（契約の解除）ができます。クーリング・オフの結果、事業者は無償で原状回復することを求めることができます。工事が終了してしまったからといってクーリング・オフができなくなる訳ではありません。

事業者が法定書面を交付しなかった場合や、法定書面にクーリング・オフができる旨が記載されていないなどの重要な事項が記載されていない場合には、クーリング・オフをする権利が留保されていることとなります。

また、事業者の側に申込みの撤回等について不実告知又は威迫行為があり、それにより消費者が誤認又は困惑してクーリング・オフを行わなかったときは、契約内容を記載した書面を受領した日から起算して8日を経過していても、新たにクーリング・オフができる旨を明示した書面を受領した日から起算して8日間が経過するまでクーリング・オフができます。

（クーリング・オフ制度 法第9条）

- ◎ 訪問販売で、申込者に契約を締結する特別な事情がなく、日常生活において通常必要とされる分量を著しく超える商品又は役務等の契約（いわゆる過量販売）をした場合には、契約締結後1年間は、その契約の申込みの撤回又は解除を行うことができます。

（過量販売の申込みの撤回又は解除 法第9条の2）

- ◎ 勧誘に際して、事業者側の不実告知や重要事項の故意の不告知により、消費者が誤認して行った契約の申込みや承諾の意思表示は、取消しができます。その行使期間は、追認をすることができる時から1年間に延長されています。

（不実告知等による取消し 法第9条の3）

<参考>

●訪問販売、通信販売、電話勧誘販売の適用除外

訪問販売、通信販売及び電話勧誘販売においては、原則、全ての商品、権利、役務が特定商取引法の対象となっています。なお、権利については、指定権利制が廃止され、従前の①施設を利用し又は役務の提供を受ける権利のうち、国民の日常生活に係る取引において販売されるものであって政令で定められているものに加え、②社債その他の金銭債権、③株式会社の株式、合同会社、合名会社若しくは合資会社の社員の持分若しくはその他の社団法人の社員権又は外国法人の社員権でこれらの権利の性質を有するものの3つを特定権利としています。①については政令で、保養のための施設又はスポーツ施設を利用する権利、映画、演劇、音楽、スポーツ、写真又は絵画、彫刻その他の美術工芸品を鑑賞し、又は観覧する権利、語学の教授を受ける権利と定めています。

ただし、上記3類型の取引には適用除外規定が設けられており、特定商取引法の適用が全面適用除

外となる取引と、書面の交付やクーリング・オフ等、一部の規定が適用除外となる取引があります。
(特定商取引法の適用が全面的に除外される取引)

○事業者間取引、本邦外に在る者に対する取引、国又は地方公共団体等が行う取引

○他の法令の規制があるため同法の適用が除外されるもの

・金融取引に関するもの

(例：有価証券の売買、預貯金業務、保険の引受等)

・通信・放送に関するもの

(例：電話、インターネット接続サービス、ケーブルテレビ、衛星放送等)

・運輸、旅行に関するもの

(例：航空運送事業、鉄道事業、バス・タクシー、フェリー等の運送、旅行業等)

・法律に基づく国家資格を得て行う業務に関するもの

(例：公認会計士、土地家屋鑑定士、行政書士、税理士、社会保険労務士等)

・その他類型

(例：商品先物取引、自動車整備業、倉庫業、国民年金、信用購入斡旋、積立式宅地建物販売、
海外商品取引、商品投資顧問業、不動産特定共同事業、裁判外紛争解決手続等)

(特定商取引法の適用が部分的に除外される取引)

○書面交付及びクーリング・オフが適用除外とされるもの

・当該役務の全部の履行が契約の締結後直ちに行われることが通例の役務(例：キャッチ
セールスで行われる飲食店、マッサージ、カラオケボックス等)

○クーリング・オフが適用除外とされるもの

・購入者等との間で販売条件等の交渉が相当の期間にわたり行われるのが、通常取引態様で
ある商品・役務

(例：自動車販売、自動車リース等)

・契約締結後速やかに提供されない場合には、その提供を受ける者の利益を著しく害するおそ
れのある役務

(例：電気・ガス・熱の供給、葬儀等)

・商品の使用、一部の消費により価値が著しく減少するおそれがある商品を使用し又はその全
部若しくは一部を消費したとき(消費させた場合を除く)

(例：化粧品、毛髪用材、石けん、配置薬等8品目)

・少額取引 3,000円未満の現金取引

(適用除外 法第26条)

●個別クレジットで決済した訪問販売、電話勧誘販売、連鎖販売取引、特定継続的役務提供、業務提供誘引販売取引のクーリング・オフについて(割賦販売法)

特定商取引法が適用される取引の5類型(訪問販売、電話勧誘販売、連鎖販売取引、特定継続的役務提供、業務提供誘引販売取引)において、個別クレジットを利用して商品の購入等をした場合(個別クレジット契約)、割賦販売法では、クレジット会社に対してクレジット契約のクーリング・オフを行うことができるとしています。この場合、クレジット会社に対して行ったクーリング・オフにより、販売業者等に対する売買契約等もクーリング・オフされたも

のとみなされます（クーリング・オフ連動）。

これにより、クレジット会社に支払った既払金は、クレジット会社から返金を受けることができ、販売業者に直接支払った現金（頭金など）は、販売業者等から返金を受けることができます。消費者が既に受け取った商品は販売業者に返すこととなります。

ただし、上記5類型であっても、包括信用購入あっせん（いわゆるクレジットカードでの決済）については、クーリング・オフ制度は適用されません。

○割賦販売法では、特定商取引法によってクーリング・オフができる場合、個別クレジット契約自体もクーリング・オフができる規定を設けています。個別クレジット会社に対して、個別クレジット契約をクーリング・オフすると、販売契約も基本的にクーリング・オフされたものとして取り扱われます。（クーリング・オフ連動）

効果として、

- ・個別クレジット契約がクーリング・オフされると、購入者等が反対の意思表示をしている場合を除き、販売契約もクーリング・オフされます。
- ・個別クレジット会社は、クーリング・オフに伴う損害賠償又は違約金を請求することはできません。
- ・販売会社は、クーリング・オフがあった時点で既に立替金を受領しているときは、これを個別クレジット会社に返還しなければなりません。
- ・個別クレジット会社は、クーリング・オフがあった時点で既払金があるときは、これを購入者等に返還します。

（割賦販売法 第35条の3の10、第35条の3の11）

○個別クレジットのクーリング・オフは、クレジット契約書面を受領した日から起算して8日間（訪問販売、電話勧誘販売、特定継続的役務提供）又は20日間（連鎖販売取引、業務提供誘引販売取引）行うことができます。

クレジット会社、販売会社等によるクーリング・オフ妨害が行われた場合には、改めてクーリング・オフができる旨を明示した書面を受領した日から起算して8日間又は20日間が経過するまでクーリング・オフできます。

（割賦販売法 第35条の3の10、第35条の3の11）

○割賦販売法上のクーリング・オフの通知書面の書き方例は80ページをご参照ください。

※クーリング・オフを行う際には、後々のトラブルを避けるためにも特定記録郵便、書留、内容証明郵便などで行うことをお勧めします。

※クーリング・オフとは、一定期間無条件で申込みの撤回又は契約を解除できる制度で、法律の条文そのものには「クーリング・オフ」という表現はありません。したがって、通知書面には「契約の解除」と記載します。

(通信販売)

1. 相談事例

相談例 E 高校生の娘がSNSでお試しの化粧品を購入したところ、定期購入だった

高校生の娘が、SNSの広告から、まつげ用美容液をお試し価格で購入した。それ以来、2週間ごとに商品が送られてくるようになり、初めて定期購入であったことに気がついた。小遣いの範囲で支払えるものではないし、定期購入であるとの認識もなかったため、契約を解約したい。

2. ここに注意！

特定商取引法では、販売業者等が通信販売広告に表示すべき事項を定めています。ここでいう通信販売広告とは、販売業者等が通信手段により申込みを受けて商品の販売等を行うことを意図していると認められるものをいいます。販売業者等は、特定商取引法の規定に基づいて、販売条件を表示しなくてはなりません。また、申込内容は、容易に確認し訂正できる方法である必要があります。小さい文字で非常に見づらく、他の事項に埋没している状態である場合は、容易に確認し訂正できることが求められます。

改正特定商取引法（平成29年12月1日施行）では、いわゆる定期購入契約（商品の売買契約を2回以上継続して締結する必要があるとき）に関しては、販売業者等に通信販売の広告やインターネット通販における申込み・確認画面上に、定期購入契約である旨及び金額（支払代金の総額等）、契約期間その他の販売条件を表示する義務を追加しています。注文の前に通信販売広告をよく読み、記載内容をよく確認しておくことが大切です。

この販売条件の中には返品特約も含まれており、返品特約がある場合には、消費者にとって見やすい箇所において明瞭に判読できるように表示することや、容易に認識できるように表示することが求められます。

返品特約が記載されている場合は、その条件（特約）が有効となり、当該返品特約に従うこととなりますが、記載されていない場合は、商品を受け取った日から起算して8日間は契約の申込みの撤回や契約の解除を行うことができます。商品が既に消費者に引き渡されている場合は、送料は消費者が負担して返却することができます。一度購入したものは返品不可と記載があった場合には、商品に隠れた瑕疵（傷や欠陥）がない限り、原則として返品できません。こうした場合の返品や返金については、民法、消費者契約法により解決を目指すこととなり、その交渉には大変な時間や労力を要する場合があります。

そのほか、インターネットショッピングでは、返品をしようとしても事業者となかなか連絡がとれず交渉が難航する相談も多数見受けられますので、注意が必要です。

3. 消費者の方々へのアドバイス

● 広告表示に関する規制

◎ 特定商取引法で規定する通信販売広告の表示事項は、「販売価格」、「送料」、「その他の負担すべき金銭」、「代金の支払時期や支払方法」、「商品の引渡時期」、「返品特約（その特約の有無を含む）」、「事業者の名称」、「事業者の住所」、「事業者の電話番号」、「法人がインターネットで広告する場合に限っては代表者氏名（又は通販業務担当者の氏名）」等です。

スマートフォンやタブレット端末を利用しての通信販売であっても、表示義務がありますので、

サイト上の表示事項を確認して、取引内容を十分理解することが大切です。

(広告の表示 法第11条)

- ◎ 特定商取引法では、顧客の意に反して契約の申込みをさせようとする行為は禁止されています。例えば、インターネットによる通信販売において、①あるボタンをクリックすれば、それが有料の申込みとなることを、消費者が容易に認識できるように表示していないこと、②申込みをする際、消費者が申込内容を容易に確認し、かつ、訂正できるように措置していないことが、禁止行為として処分の対象となっています。

定期購入契約に関しては、例えば、申込みの最終確認画面に、商品の売買契約を2回以上継続して締結する必要がある旨、販売条件を表示する必要があります。具体的には、契約期間（商品の引渡し回数）消費者が支払うこととなる金額（各回ごとの商品の代金、送料及び支払総額）及びその他の特別の販売条件がある場合はその内容が求められています。

(顧客の意に反して契約の申込みをさせようとする行為の禁止 法第14条)

<参考>

顧客の意に反して契約の申込みをさせようとする行為について、具体的にどのようなケースが該当するかは、「インターネット通販における『意に反して契約の申込みをさせようとする行為』に係るガイドライン」を参照してください。

http://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_transaction/amendment/2016/pdf/amendment_171206_0007.pdf

●誇大広告に関する規制

- ◎ 通信販売においては、誇大広告等（著しく事実に相違する表示、実際のものより著しく優良・有利であると人を誤認させるような表示）が禁止されています。

(誇大広告等の禁止 法第12条)

●商品や特定権利の返品についての規制

- ◎ 通信販売には、訪問販売や電話勧誘販売のように無条件解約（クーリング・オフ）制度はありません。しかし、特定商取引法では、広告に返品について特段の記載がない場合には、商品を受け取った日から起算して8日間は、契約の申込みの撤回や契約の解除を行うことができると規定しています。その場合、返還に要する費用は消費者が負担しなければなりません。

ただし、事業者が広告にあらかじめ「返品不可」、「契約成立後の解約は不可」等、返品ができない旨の特約を記載している場合には、原則として契約の解除ができません。

このため、注文の前に通信販売広告をよく読み、「返品できるのか」、「返品期間は定められているのか」、「返品条件はどのようになっているのか」など返品特約の記載内容をよく確認しておくことが大切です。

(申込みの撤回又は契約の解除 法第15条の3)

<参考>

特定商取引法では、返品特約の表示については、「顧客にとって見やすい箇所において明確に判読できるように表示すること」と規定されています。顧客が認識しやすい返品特約の表示方法

や、返品特約が容易に認識できない表示方法については、「通信販売における返品特約の表示についてのガイドライン」で具体例を示しています。

http://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_transaction/amendment/2012/pdf/130220legal_6.pdf

- ◎ インターネットショッピングモールに出店している販売業者との取引でトラブルになった場合、交渉の相手方となるのは販売業者であり、特定商取引法での表示義務がかかる対象もサイト運営事業者ではなく、販売業者です。特定商取引法では、「事業者の住所や電話番号」等の連絡先の表示が義務づけられており、「住所」については現に活動している住所、「電話番号」については確実に連絡がとれる番号を記載する必要があります。申込み前には必ず、販売業者の連絡先表示を確認しましょう。インターネットショッピングでは、日本語の表記が不自然なサイト、正規販売店の販売価格と比較して、極端な低価格を表示しているサイト、連絡手段が電子メールのみのサイト等の利用は控えましょう。

- ◎ 「電子商取引及び情報財取引等に関する準則」において、インターネット等を利用した商取引における未成年者による意思表示等について考え方が示されています。無用なトラブルに巻き込まれないためにも、画面上の表示等に十分留意しましょう。

「電子商取引及び情報財取引等に関する準則」については、下記をご覧ください。

https://www.meti.go.jp/policy/it_policy/ec/

(電話勧誘販売)

1. 相談事例

相談例 F 電話予約フォームから依頼してかかってきた電話で、勧誘を受け、契約をしたが、電話勧誘販売に当たるか

インターネットで「FX自動収益システム」の広告を見て、パンフレットを取り寄せた。その内容にわからないところがあったため、単に問い合わせをしようと思い、インターネットの専用フォームから、電話予約を行った。

翌日、予約の時間に事業者から電話があり、その中で事業者から勧められて、「FX自動収益システム」をダウンロードする契約を結んでしまった。価格は30万円で、クレジットカードで6回分割で支払うことになった。この電話から3日後に、契約書面を受領した。

契約書面には、クーリング・オフの記載があったので、思い直して、電話から7日後に、クーリング・オフの書面を発送したところ、事業者は、「電話勧誘販売ではないため、クーリング・オフには応じられない」と主張している。本件は、電話勧誘販売に当たるのではないか。

2. ここに注意！

特定商取引法では、販売業者等が電話をかけ又は事業者の巧みな働きかけにより消費者が電話をかけさせられ、その電話において契約の締結について勧誘を受けたことにより、契約を締結して行う商品の販売等を「電話勧誘販売」として定義しています。

ただし、消費者が販売業者等に対して契約締結のために電話をかけるよう「請求」したことに応じて、電話をかけて電話勧誘販売を行う場合は、書面の交付やクーリング・オフ等の一部の規定が適用されないこととされています。しかし、ここで適用除外となるのはあくまでも、「契約の申込み又は契約の締結をするために」事業者に電話をかけることを請求した場合であり、本事例のように、消費者が単に商品等の問い合わせを目的として事業者からの電話を請求した場合については、適用除外とはならないと解されています。電話においては、架電の容易性という特性からも消費者が問い合わせ等の目的で気軽に事業者に電話をするよう請求しがちですが、「商品内容を聞きたいから電話してくれ」と依頼したからといって直ちに契約締結しようという意思があるとまでは言えず、むしろ説明を聞くために請求する場合が通常であると考えられます。したがって、ここでいう「請求」の程度は、「〇〇を購入したいので、電話されたい」等と依頼して契約の申込み又は契約の締結を明確に表示した場合や、当該事業者との平常の取引関係等から客観的にみて購入等の意思が明らかである場合に限られます。

電話勧誘販売取引に該当する場合には、法定要件を満たした契約書面を受領した日から起算して8日間は、書面により申込みの撤回や契約の解除（クーリング・オフ）をすることができます。また、法定書面が交付されていない場合は、クーリング・オフをする権利が留保されていることになります。

電話勧誘販売において、当該売買契約等を締結しない旨の意思を表示した消費者に対し、同じ電話で引き続き、又は再度電話をかけ直して勧誘をすることは、特定商取引法で禁止されています。曖昧な返事はせず、はっきりと契約する意思がないことを伝えましょう。

特定商取引法のクーリング・オフの通知書面の書き方例は79ページをご参照ください。

※クーリング・オフを行う際には、後々のトラブルを避けるためにも特定記録郵便、書留、内容証明郵便などで行うことが薦められます。

3. 消費者の方々へのアドバイス

- ◎ 法定書面を受領した日から起算して8日間は書面によりクーリング・オフができます。事業者が法定書面を交付しなかった場合や、法定書面にクーリング・オフができる旨が記載されていないなど重要な事項が記載されていない場合には、クーリング・オフをする権利が留保されていることとなります。
- また、事業者が、クーリング・オフに関する事項について、事実と違うことを告げたり、威迫したりすることによって、消費者が誤認・困惑してクーリング・オフしなかった場合には、上記期間を経過していても、その事業者がクーリング・オフできる旨を記載した書面を改めて交付し、8日間が経過するまでの間は、クーリング・オフできます。

(クーリング・オフ制度 法第24条)

- ◎ 電話勧誘販売の際、消費者が通常必要とされる量を著しく超える商品若しくは特定権利の購入や役務の提供を受ける契約をした場合には、契約締結後1年間は、契約の申込みの撤回又は契約の解除ができます。

(過量販売の申込みの撤回又は契約の解除 法第24条の2)

- ◎ 勧誘に際して、事業者側の不実告知や重要事項の故意の不告知により、消費者が誤認して行った契約の申込みや承諾の意思表示は、取消しができます。その行使期間は、追認をすることができる時から1年間に延長されています。

(不実告知等による取消し 法第24条の3)

- ◎ 事業者は、勧誘に先立って、消費者に対して以下の事項を告げなければなりません。

- ・事業者の氏名(名称)
- ・勧誘を行う者の氏名
- ・販売をしようとする商品(権利、役務)の種類
- ・契約の締結について勧誘する目的である旨

(氏名等の明示 法第16条)

- ◎ しつこい勧誘に対しては、契約しないことをはっきり言いましょう。

電話勧誘販売において、当該売買契約等を締結しない旨の意思を表示した消費者に対し、同じ電話で引き続き、又は再度電話をかけ直して勧誘をすることは、特定商取引法で禁止されています。曖昧な返事はせず、はっきりと契約する意思がないことを伝えましょう。

(再勧誘の禁止 法第17条)

- ◎ 早く電話を切りたいために、「とりあえず資料だけでも送ってください。」などと安易に資料を

請求することは、事業者氏名、住所、電話番号などを知らせることになってしまいます。また、曖昧な返事をしたために、事業者から「あなたは資料の申込みをされたでしょう。それは契約したことになるのですよ。」と虚偽のことを言われ、契約の締結を迫られる悪質なケースなども見られます。不必要な契約は、はっきり断ることが大事です。

(連鎖販売取引)

1. 相談事例

相談例 G 行政処分を受けた連鎖販売業者が説明会を開催している

友人の紹介で連鎖販売業者と600万円超の契約をした。3か月間は配当を受け取った。

この事業者は、行政処分を受けたにも関わらず、某市で全国説明会を開催した。出席した友人の話では、役員が「これまで通り営業していくので心配する必要はない。」と言ったようだ。友人も「事業者名を変えた契約書を作って継続していくので大丈夫。」と言っている。別の市でも説明会を開催することになっている。行政処分を受けているにも関わらず説明会を開催している。問題ないのか。

2. ここに注意!

個人を販売員として勧誘し、さらに次の販売員を勧誘させる形で、販売組織を連鎖的に拡大して行う特定負担を伴う商品の販売又はあっせんなどに係る取引のことを「連鎖販売取引」といい、特定負担を回収し、さらに儲けようとするために商取引に不慣れな者を次々に勧誘することが多く見られるのが、この取引の特徴です。特定商取引法では、「連鎖販売業」を次のように規定しています。

- 1) 物品の販売（又は役務の提供など）の事業であって
- 2) 再販売、受託販売もしくは販売のあっせん（又は役務の提供もしくはそのあっせん）をする者を
- 3) 特定利益が得られると誘引し
- 4) 特定負担を伴う取引（取引条件の変更を含む）をするもの

具体的には、「あなたが勧誘して組織に加入する人が提供する取引料の〇〇パーセントがあなたのものになる」とか「あなたが勧誘して組織に加入する人が購入する商品の代金の〇〇パーセントがあなたのものになる」などと言って人々を勧誘し（このような利益を「特定利益」といいます）、取引を行うための条件として、1円以上の負担をさせる（この負担を「特定負担」といいます）場合であれば「連鎖販売取引」に該当します。

連鎖販売取引を行うときには、勧誘に先立って、消費者に対し、勧誘を行う者の氏名（名称）や商品の種類、特定負担を伴う契約について勧誘をする目的である旨を告げなければなりません。しかし、実際には、単なる食事会、ホームパーティ、同窓会などと目的を偽って告げられ、会場に行ってみると言葉巧みに勧誘されたというトラブルも多く見受けられますので、十分注意してください。

また、連鎖販売取引に該当する場合には、法定要件を満たした契約書面を受領した日又は再販売をする商品の引渡しを受けた日のどちらか遅い日から起算し20日間は書面により契約の解除（クーリング・オフ）を行うことができます。また、法定書面が交付されていない場合は、クーリング・オフをする権利が留保されていることとなります。

なお、勧誘に関して不実のことを告げられたり、故意に事実を告げない行為が行われ、その結果、誤認して行った契約の申込みや承諾の意思表示は、クーリング・オフ期間経過後であっても、取り消すことができます。

一部の成功例を強調し、あたかも全員が成功するかのよう勧誘されることもあります。

友人などからの話であっても安易に信用せず、契約を締結するか冷静に判断することが大切です。

特定商取引法のクーリング・オフの通知書面の書き方例は79ページをご参照ください。

※クーリング・オフを行う際には、後々のトラブルを避けるためにも特定記録郵便、書留、内容証明郵便などで行うことが薦められます。

3. 消費者の方々へのアドバイス

- ◎ 統括者（連鎖販売業を実質的に掌握している者）、勧誘者（統括者が勧誘を行わせる者）、一般連鎖販売業者（統括者又は勧誘者以外の連鎖販売業を行う者）は、連鎖販売取引を行うときには、勧誘に先立って、統括者、勧誘者又は一般連鎖販売業者の氏名又は名称（勧誘者、一般連鎖販売業者にあっては統括者の氏名又は名称を含む）、特定負担を伴う契約について勧誘をする目的である旨、商品又は役務の種類を明らかにしなくてはなりません。

（氏名等の明示 法第33条の2）

- ◎ 特定負担を伴う取引についての契約の締結について勧誘をするためのものであることを告げずに同行させた者等に対して、公衆の出入りする場所以外の場所（例：事業者の事務所、個人の住居、ホテルの部屋や会議室、公共施設等の会議室、カラオケボックス、貸し切り状態の飲食店等）で勧誘することは禁止されています。

（禁止行為 法第34条第4項）

- ◎ 連鎖販売業を行う者は、契約の締結前には、その連鎖販売業の概要を記載した書面（概要書面）、契約の締結後には、遅滞なく、契約内容について明らかにした書面（契約書面）を交付しなければなりません。

（書面の交付 法第37条）

- ◎ 消費者（無店舗個人）は、契約書面を受領した日又は再販売をする商品につき、最初の引渡しを受けた日のどちらか遅い日から起算して20日間はクーリング・オフができます。事業者が法定書面を交付しなかった場合や、法定書面にクーリング・オフができる旨が記載されていないなどの重要な事項が記載されていない場合には、クーリング・オフをする権利が留保されていることとなります。

また、事業者の側に契約の解除について不実告知又は威迫行為があり、消費者が誤認又は困惑してクーリング・オフを行わなかったときは、クーリング・オフ期限が延長されます。

（クーリング・オフ制度 法第40条）

- ◎ 連鎖販売契約を結んで組織に入会した消費者（無店舗個人）は、クーリング・オフ期間の経過後も、将来に向かって連鎖販売契約を解除できます。そのようにして退会した消費者は、以下の条件をすべて満たせば、商品販売契約を解除することができます。この規定は、仮に、「商

品販売契約は解除しない」と主張する事業者がいた場合にも消費者が対抗し解約をできるように規定したものです。

- 入会后1年を経過していないこと
- 引渡しを受けてから90日を経過していない商品であること
- 商品を再販売していないこと
- 商品を使用又は消費していないこと
(商品の販売を行ったものがその商品を使用又は消費させた場合を除く)
- 自らの責任で商品を滅失又はき損していないこと

(中途解約・返品ルール 法第40条の2)

- ◎ 勧誘に際して事業者側の不実告知や重要事項の故意の不告知により、消費者が誤認して行った契約の申込みや承諾の意思表示は、取消しができます。

(不実告知等による取消し 法第40条の3)

- ◎ ノウハウや得意先の無い状態で、素人がいきなり収益を得られる事業というものは、そうそうありません。「多量の商品を購入したが、思ったように売れず、収入にならない」といったケースも見られます。また、同僚や友人を勧誘することが多いため、職場での信頼や友人関係を壊すことにつながったり、場合によっては会社の就業規則や学校の校則に違反することにもなりかねません。取引の仕組みやリスク等をよく理解し、冷静な判断をすることが重要です。

(特定継続的役務提供)

1. 相談事例

相談例 H クーリング・オフを申し出たところ、既に施術を1回受けているので中途解約になると言われたが、クーリング・オフできないのか

5回コース、約16万円、期間は1年間という医療レーザー脱毛の契約を申し込んだ。

1回目の施術を受けに来院したところ、レーザー脱毛前の除毛処理がきちんとできていないと病院スタッフに怒られた。その日は施術を受けたが、これ以上通うのは嫌だと思い、クーリング・オフを口頭で告げたところ、「既に施術を1回受けているのでクーリング・オフはできない。中途解約になる。清算書を作成して送る。」と言われた。クーリング・オフできないのか。

2. ここに注意！

特定商取引法で定める「特定継続的役務提供」とは、政令で定める「特定継続的役務」を、一定期間を超える期間にわたり、一定金額を超える対価を受け取って提供することを指します。要件に該当すれば、店頭契約も規制対象となります。

「特定継続的役務」とは、役務提供を受ける者の身体の美化、知識・技能の向上などの目的を実現させることをもって誘引されるが、その目的の実現が確実でないという特徴を持つ有償の役務で、政令で指定するものがこれに該当します。現在、政令では、「エステティックサロン」「美容医療」「語学教室」「家庭教師」「学習塾」「パソコン教室」「結婚相手紹介サービス」の7役務が指定されています。

特定継続的役務提供に該当するかどうかは、契約内容をよく確認する必要があります。例えば、月謝制であっても、契約の実態が役務の提供を誘引として教材を販売している等の場合のように、実質的に拘束される役務提供期間が2ヶ月を超える期間にわたると判断される場合には特定継続的役務提供に該当する場合があります。

特定商取引法の特定継続的役務提供に該当する場合には、法定要件を満たした契約書面を受領した日から起算して8日間は既に役務の提供が行われたときにおいても契約の解除（クーリング・オフ）を行うことができます。また、特定継続的役務提供契約は、クーリング・オフ期間経過後も役務提供期間内であれば役務提供受領者は将来に向かって契約を解除することができます（中途解約）。中途解約時の精算に関しては、既提供部分の対価の算出は、契約締結時の単価を上限とし、解約時のみに高額な単価を定めていても無効となると解釈を示しています。仮に、解約時に異なる単価で精算する旨の記載があったとしても「提供された役務の単価」の計算に用いる単価は、契約締結の際の単価となります。また、キャンペーン価格で契約したにもかかわらず、契約書には通常価格の単価を記載していた場合には、法第42条に規定する「金銭の額」が不適切な記載の契約書面に該当することとなります。

特定商取引法のクーリング・オフの通知書面の書き方例は79ページをご参照ください。

※クーリング・オフを行う際には、後々のトラブルを避けるためにも特定記録郵便、書留、内容証明郵便などで行うことが薦められます。

3. 消費者の方々へのアドバイス

- ◎ 特定継続的役務とは、一定期間を超える期間にわたり、一定金額を超える対価を受け取り役務を提供（役務を受ける権利の販売も含む。）するものが規制の対象となります。

平成28年の特定商取引法の改正（平成29年12月1日施行）により、「いわゆる美容医療」が特定継続的役務提供の規制対象に追加され、現在、以下の7役務が特定継続的役務として指定されています。

特定継続的役務（※4）	期間	金額
いわゆるエステティック 人の皮膚を清潔にし若しくは美化し、体型を整え、又は体重を減するための施術を行うこと	1月を超えるもの	いずれも 5万円を 超えるもの （※3）
いわゆる美容医療 人の皮膚を清潔にし若しくは美化し、体型を整え、又は体重を減じ、又は歯牙を漂白するための医学的処置、手術及びその他の治療を行うこと（美容を目的とするものであって、主務省令で定める方法によるものに限る。）	1月を超えるもの	
いわゆる語学教室 語学の教授（入学試験に備えるため又は大学以外の学校における教育の補習のための学力の教授に該当するものを除く。）	2月を超えるもの	
いわゆる家庭教師（※1） 学校（小学校及び幼稚園を除く。）の入学試験に備えるため又は学校教育（大学及び幼稚園を除く。）の補習のための学力の教授（役務提供事業者が用意する場所以外の場所において提供されるものに限る。）	2月を超えるもの	
いわゆる学習塾（※1）（※2） 入学試験に備えるため又は学校教育の補習のための学校（大学及び幼稚園を除く。）の児童、生徒又は学生を対象とした学力の教授（役務提供事業者の事務所その他の役務提供事業者が当該役務提供のために用意する場所において提供されるものに限る。）	2月を超えるもの	
いわゆるパソコン教室 電子計算機又はワードプロセッサの操作に関する知識又は技術の教授	2月を超えるもの	

いわゆる結婚相手紹介サービス 結婚を希望する者への異性の紹介	2月を 超えるもの	
-----------------------------------	--------------	--

- (※1)「家庭教師」および「学習塾」には、小学校又は幼稚園に入学するためのいわゆる「お受験」対策は含まれません。
- (※2)「学習塾」には、浪人生のみを対象にした役務(コース)は含まれません(高校生と浪人生が両方含まれるコースは全体として対象になります)。
- (※3)入学金、受講料、教材費、関連商品の販売など、契約金の総額が5万円を超えていると対象になります。
- (※4)役務の内容がファックスや電話、インターネット、郵便等を用いて行われる場合も広く含まれます。

(定義 法第41条)

- ◎ 以下の場合などには、特定商取引法の特定継続的役務提供に係る規定が適用されません。
- ・事業者間取引の場合
 - ・海外にいる人に対する契約
 - ・国、地方公共団体が行う販売又は役務の提供
 - ・特別法に基づく組合、公務員の職員団体、労働組合がそれぞれの組合員に対して行う販売又は役務の提供
 - ・事業者がその従業員に対して行った販売又は役務の提供の場合

(適用除外 法第50条)

- ◎ 事業者が特定継続的役務提供又は特定権利販売について契約する場合には、それぞれ以下の書面を消費者に渡さなければならないと定められています。また、これらの書面に記載すべき内容についても定められています。

A：契約の締結前に、当該契約の概要を記載した書面(概要書面)

B：契約の締結後に遅滞なく、契約内容について明らかにした書面(契約書面)

(書面の交付 法第42条)

- ◎ 誇大広告や著しく事実と相違する内容の広告による消費者トラブルを未然に防止するために、役務の内容などについて、「著しく事実と相違する表示」や「実際のものより著しく優良であり、若しくは有利であると人を誤認させるような表示」を禁止しています。

(誇大広告等の禁止 法第43条)

- ◎ 特定継続的役務提供における、以下のような不当な行為を禁止しています。
- 契約の締結について勧誘を行う際、又は締結後、その解除を妨げるために、事実と違うことを告げること
 - 契約の締結について勧誘を行う際、又は締結後、その解除を妨げるために、故意に事実を告げないこと
 - 契約の締結について勧誘を行う際、又は締結後、その解除を妨げるために、相手を威迫して困惑させること

- ◎ 特定継続的役務提供の契約をした場合は、法定要件を満たした書面を受け取った日から起算して8日間以内であれば、消費者は事業者に対して、書面により契約（※関連商品の販売契約を含む）の解除（クーリング・オフ）をすることができます。
- 事業者が法定書面を交付しなかった場合や、法定書面にクーリング・オフができる旨が記載されていないなどの重要な事項が記載されていない場合には、クーリング・オフをする権利が留保されていることとなります。
- また、事業者が、契約の解除に関して事実と違うことを告げたり威迫したりすることにより、消費者が誤認・困惑してクーリング・オフをしなかった場合には、上記期間を経過していても、消費者はクーリング・オフをすることができます。

「関連商品」について、特定継続的役務の提供の際、消費者が購入する必要がある商品を「関連商品」として位置付け、消費者が本体の特定継続的役務提供などの契約をクーリング・オフ（又は中途解約）した場合には、その関連商品についてもクーリング・オフ（又は中途解約）することができることとしています。具体的には、以下のものが政令で関連商品として指定されています。

○エステティック

- ・いわゆる健康食品、栄養補助剤等
- ・化粧品、石けん（医薬品を除く）及び浴用剤
- ・下着
- ・いわゆる美顔器、脱毛器等

○美容医療

- ・いわゆる健康食品、栄養補助剤等
- ・化粧品
- ・マウスピース（歯牙の漂白のために用いるものに限る。）及び歯牙の漂白剤
- ・医薬品及び医薬部外品であって、美容を目的とするもの

○語学教室、家庭教師、学習塾

- ・書籍（教材を含む）
- ・カセット・テープ、CD、CD-ROM、DVD等のいわゆる学習用ソフト
- ・ファクシミリ機器及びテレビ電話

○パソコン教室

- ・電子計算機及びワードプロセッサ並びにこれらの部品及び付属品・書籍、カセット・テープ、CD、CD-ROM、DVD等によりプログラム等を記録したもの

○結婚相手紹介サービス

- ・真珠並びに貴石及び半貴石
- ・指輪その他の装身具

ただし、「関連商品」のうち、一度開封したり一部を使用又は消費すると商品価値がなくなる「消耗品」については、以下のものが政令で指定されています。法定書面に、これらの商品の名称や商品を特定できる事項と、その商品を使用したり一部を消費したときには契約の解除ができないことが正しく記載されている場合には、クーリング・オフの対象にはなりません。

○エステティック

- ・いわゆる健康食品、栄養補助剤等
- ・化粧品、石けん（医薬品を除く。）及び浴用剤

○美容医療

- ・いわゆる健康食品、栄養補助剤等
- ・化粧品
- ・マウスピース（歯牙の漂白のために用いるものに限る。）及び歯牙の漂白剤
- ・医薬品及び医薬部外品であって、美容を目的とするもの

（クーリング・オフ制度 法第48条）

- ◎ 消費者は、クーリング・オフ期間の経過後においても、将来に向かって特定継続的役務提供契約など（関連商品の販売契約を含む）を解除（中途解約）することができます。その際、事業者が消費者に対して請求し得る損害賠償などの額の上限は、以下の通りです（それ以上の額をすでに受け取っている場合には、残額を返還しなければなりません）。

A. 契約の解除が役務提供開始前である場合	
契約の締結および履行のために通常要する費用の額として役務ごとに政令で定める以下の額。	
エステティック	2万円
美容医療	2万円
語学教室	1万5,000円
家庭教師	2万円
学習塾	1万1,000円
パソコン教室	1万5,000円
結婚相手紹介サービス	3万円

B. 契約の解除が役務提供開始後である場合（aとbの合計額）	
a 提供された特定継続的役務の対価に相当する額	
b 当該特定継続的役務提供契約の解除によって通常生ずる損害の額として役務ごとに政令で定める以下の額	
エステティック	2万円又は契約残額※の10%に相当する額のいずれか低い額

美容医療	5万円又は契約残額の20%に相当する額のいずれか低い額
語学教室	5万円又は契約残額の20%に相当する額のいずれか低い額
家庭教師	5万円又は当該特定継続的役務提供契約における一か月分の授業料相当額のいずれか低い額
学習塾	2万円又は当該特定継続的役務提供契約における一か月分の授業料相当額のいずれか低い額
パソコン教室	5万円又は契約残額の20%に相当する額のいずれか低い額
結婚相手紹介サービス	2万円又は契約残額の20%に相当する額のいずれか低い額

※「契約残額」とは、契約に関する役務の対価の総額から、すでに提供された役務の対価に相当する額を差し引いた額のことです。

(中途解約 法第49条)

◎ 事業者が契約の締結について勧誘を行う際、以下の行為をしたことにより、消費者がそれぞれ以下の誤認をすることによって契約の申込み又はその承諾の意思表示をしたときには、その意思表示を取り消すことができます。

- 事実と違うことを告げられた場合であって、その告げられた内容が事実であると誤認した場合
- 故意に事実を告げられなかった場合であって、その事実が存在しないと誤認した場合
(不実告知等による取消し 法第49条の2)

(業務提供誘引販売取引)

1. 相談事例

相談例Ⅰ 勧誘の際に言われた収入と実際の収入に大きな差があり、契約を解除したい

インターネット上の求人サイトに氏名や連絡先等を登録したところ、後日、データ入力の仕事を提供する電話があった。「ITスキルはどの程度か」尋ねられ、「文書作成はできるが表計算ソフトは不得手だ」と答えた。「あなたのスキルでは、毎月7万円位の収入になる」と言われた。データ入力の仕事に就くためには業者が販売する約40万円のソフトを購入する必要があったため契約し、頭金20万円を振り込んだ(残金は毎月一定額を振込)。契約締結後、初めの2か月間はレベルに見合ったデータ入力の仕事が提供されたが、3か月目以降は、提供されるデータ入力の内容が難しくなり、手に負えなくなった。

現在までに得られた収入は僅か6,000円であるため契約解除と返金を求めたい。確実に収入が得られる保証がないにもかかわらず、勧誘時に「毎月7万円位の収入になる」等と告げることは不実告知に該当するのではないか。

2. ここに注意!

業務提供誘引販売取引に該当する場合には、事業者は、契約締結までに概要書面を、契約締結後に契約書面をそれぞれ交付しなければなりません。また、法定要件を満たした契約書面を受領した日から起算して20日間は書面により契約の解除(クーリング・オフ)を行うことができます。

契約書面にクーリング・オフに関する事など、重要な事項が記載されていない場合には、クーリング・オフの起算日は進行しないと解されています。

仕事に就くため又は収入を得るために、仕事の提供やあっせんをするという事業者から、先行して多額の商品を購入したり、高額な講習料を負担しなければならないということは、常識的に考えにくいところです。業務が提供され収入が得られるので、先行の費用は取り戻せると勧誘されても、実際には思ったような収入が得られないこともあります。契約者の能力が仕事を提供する能力に達していないなどとして、事業者が仕事の提供を渋るケースなども多く見られています。契約の前に、業務を実際に提供するとされている会社に詳しい説明を求めたり、ホームページで当該事業者の情報を点検するなど、慎重に対応することが必要です。

特定商取引法のクーリング・オフの通知書面の書き方例は79ページをご参照ください。

※クーリング・オフを行う際には、後々のトラブルを避けるためにも特定記録郵便、書留、内容証明郵便などで行うことが薦められます。

3. 消費者の方々へのアドバイス

◎ 特定商取引法の規制対象となる「業務提供誘引販売取引」は次のように定義されています。

- ① 物品の販売(そのあっせんを含む。)又は有償で行う役務の提供(そのあっせんを含む。)の事業であって
- ② その販売の目的物たる物品(以下「商品」という。)又はその提供される役務を利用する業務(その商品の販売若しくはそのあっせん又はその役務の提供若しくはそのあっせんを行う者

が自ら提供を行い、又はあっせんを行うものに限る。)に従事することにより得られる利益
(以下「業務提供利益」という。)を収受し得ることをもって相手方を誘引し

③その者と特定負担を伴うその商品の販売若しくはそのあっせん又はその役務の提供又はそのあっせんに係る取引

※「業務提供利益」とは、業務提供誘引販売取引の相手方を勧誘する際の誘引の要素となる利益であり、その利益とは、提供又はあっせんされる業務に従事することにより得られる収入のこととされています。

また、「業務」とは、「その役務の提供」等を行う者が「自ら提供を行う」もの又は「あっせんを行う」ものとされています。

(定義 法第51条)

業務提供誘引販売取引に当たる例としては、以下のようなものがあります。

- ・販売されるソフトウェアを使用して行うホームページ作成の在宅ワーク
- ・販売される着物を着用して展示会で接客を行う仕事
- ・販売される健康寝具を使用した感想を提供するモニター業務
- ・購入したチラシを配布する仕事
- ・パソコン研修という役務の提供を受けて修得した技能を利用して行うデータ入力の在宅ワーク
- ・インターネット上にホームページを作成する役務の提供を受けて、そのホームページを利用し、在庫管理等を行う業者の商品の広告や注文等の対応などを行う仕事

◎ 業務提供誘引販売業者は、業務提供誘引販売取引を行うときには、勧誘に先立って、消費者に対して、氏名や特定負担を伴う取引について勧誘する旨などを告げなければなりません。

(氏名等の明示 法第51条の2)

◎ 業務提供誘引販売取引業者が、契約の締結について勧誘を行う際、又は締結後に取引の相手方に契約を解除させないようにするために、嘘をつくことや威迫して困惑させるなど不当な行為をすることを禁止しています。

(禁止行為 法第52条)

◎ 業務提供誘引販売業を行う者が業務提供誘引販売取引について広告する場合には、法で定めた記載事項を表示することが義務づけられます。

(広告の表示 法第53条)

◎ 誇大広告や著しく事実と相違する内容の広告による消費者トラブルを未然に防止するため、表示事項等について、「著しく事実と相違する表示」や「実際のものより著しく優良であり、若しくは有利であると人を誤認させるような表示」を禁止しています。

また、未承諾者に対する電子メール広告の提供も禁止されています。

(誇大広告の禁止等 法第54条、法第54条の3)

- ◎ 業務提供誘引販売業を行う者は、業務提供誘引販売取引について契約する場合には、それぞれ以下の書面を消費者に渡さなければならないと定められています。また、これらの書面に記載すべき内容についても法で定められています。

A：契約の締結前に、当該業務提供誘引販売業の概要を記載した書面（概要書面）

B：契約の締結後に遅滞なく、契約内容について明らかにした書面（契約書面）

(書面の交付 法第55条)

- ◎ 業務提供誘引販売取引の契約をした場合でも、法定要件を満たした契約書面を受領した日から起算して20日間は書面により契約の解除（クーリング・オフ）を行うことができます。

事業者が法定書面を交付しなかった場合や、法定書面にクーリング・オフができる旨が記載されていないなどの重要な事項が記載されていない場合には、クーリング・オフをする権利が留保されていることとなります。

業務提供誘引販売業を行う者が、契約の解除に関して事実と違うことを言ったり威迫したりすることにより、消費者が誤認・困惑してクーリング・オフしなかった場合には、上記期間を経過していても、消費者はクーリング・オフをすることができます。

(クーリング・オフ制度 法第58条)

- ◎ 業務提供誘引販売業を行う者が、契約の締結について勧誘をする際、以下のような行為をしたことにより、消費者がそれぞれ以下のような誤認をしたことによって契約の申込み又はその承諾の意思表示をしたときには、その意思表示を取り消すことができます。

・事実と違うことを告げられた場合であって、その告げられた内容が事実であると誤認した場合

・故意に事実を告げられなかった場合であって、その事実が存在しないと誤認した場合

(不実告知等による取消し 法第58条の2)

(訪問購入)

1. 相談事例

相談例 J クーリング・オフしたいと連絡したが、買取業者に品物は返却できないと言われた

近所の業者に「売りたいものがあるので、見積もりをしてもらいたい」と連絡したところ、業者が自宅を訪ねてきた。当初は、いくらくらいになるのか知りたかっただけだったが、結局、業者の求めに応じてダイヤのリング、サンゴ、ベッ甲のかんざしを売った。しかし、ベッ甲のかんざしだけは大事なもののなので返してもらいたいと思い直し、業者に電話をしたところ、「返せませんよ。契約書にも、返せませんと書いてあります。」と言われた。契約書を確認すると確かに「返却はできません。」と記載してあった。契約してからまだ6日しか経過していないが、返してもらえないのか。

2. ここに注意！

自宅を訪れた事業者が貴金属等を強引に買い取るといった被害が急増したことから、特定商取引法において「訪問購入」についての規制が追加されています（平成25年2月21日施行）。

訪問購入については、いわゆる飛び込み勧誘が禁止されています。例えば、「不要な着物を売りたいので、契約について話を聞きたい」と、ある特定の物品について消費者から勧誘の要請を受けて訪問をする場合であっても、訪問した際に「いらぬ指輪もあれば、売ってくれないか」等とその他の物品について勧誘をすることも、不招請勧誘として禁止されています。また、購入業者には勧誘目的の明示や書面の交付が義務づけられました。

売主である消費者は、法定要件を満たした契約書面を受領した日から起算して8日間は書面により申込みの撤回又は契約の解除（クーリング・オフ）が可能で、販売代金を返還し、購入業者に引き渡した物品を取り戻すことができます。また、クーリング・オフ期間中は、物品の引渡しを拒み、手元に置いておくこともできます。

特定商取引法のクーリング・オフの通知書面の書き方例は79ページをご参照ください。

※クーリング・オフを行う際には、後々のトラブルを避けるためにも特定記録郵便、書留、内容証明郵便などで行うことが薦められます。

3. 消費者の方々へのアドバイス

◎ 特定商取引法は、「訪問購入」とは、物品の購入を業として営む者が営業所等以外の場所において、売買契約の申込みを受け、又は売買契約を締結して行う物品の購入をいうと定義しています。

(定義 法第58条の4)

◎ ただし、以下の物品、取引態様については、規制の適用除外となります。

○政令で指定された規制の適用対象から除外されている物品（政令第16条の2）

- ① 自動車（二輪のものを除く）
- ② 家庭用電気機械器具（携行が容易なものを除く。）

- ③ 家具
- ④ 書籍
- ⑤ 有価証券
- ⑥ レコードプレーヤー用レコード及び磁気的方法又は光学的方法により音、映像又はプログラムを記録した物

○適用除外となる取引態様

①訪問購入に係る規制の全てが適用されない場合【全面適用除外】

事業者間取引、本邦外に在る者に対する取引、国又は地方公共団体等が行う取引及び事業者会社内で従業員に対して行う取引については、訪問購入の規定の適用を受けません。

②事業者の氏名等明示（法第58条の5）、勧誘意思確認義務及び再勧誘の禁止（法第58条の6第2項、第3項）以外の規定が適用されない場合【部分的適用除外】

- ・消費者自ら自宅での契約締結を請求した場合（法58条の17第2項第1号）
- ・いわゆる御用聞き取引の場合（政令第16条の3第1号）
- ・いわゆる常連取引の場合（政令第16条の3第2号及び第3号）
- ・転居に伴う売却の場合（政令第16条の3第4号及び省令第56条）
（適用除外 法第58条の17）

- ◎ 購入事業者が、売買契約の締結に関する勧誘の要請をしていない消費者に対して、営業所等以外の場所で勧誘を行うことはできません。また、消費者から勧誘の要請を受けて訪問した場合も、勧誘に先立って、消費者に勧誘を受ける意思があるかを確認しなければなりません。また、一度、取引を断った消費者に対して再勧誘することも禁止となります。

（不招請勧誘の禁止等 法第58条の6）

- ◎ 訪問購入事業者は、契約に際し、物品の種類や特徴、購入価格、引渡しの拒絶やクーリング・オフに関する事項などの取引内容を明確にする事項が記載された書面を売主である消費者に交付しなければなりません。

（書面の交付 法第58条の7、第58条の8）

- ◎ 売主である消費者は、クーリング・オフが認められる8日間は、債務不履行に陥ることなく、購入者に対し物品の引渡しを拒むことができます。

（物品の引渡しの拒絶 法第58条の15）

また、購入事業者は物品の引渡しを受ける時点で消費者に対し、この期間において物品の引渡しを拒むことができることを告げなければなりません。

（物品の引渡しの拒絶に関する通知 法第58条の9）

また、購入事業者が物品の引渡しを受けるために、上記引渡しの拒絶ができる等のことについて不実のことを告げたり、人を威迫して困惑させることは禁止されています。

（物品の引渡しに関する禁止行為 法第58条の10）

◎ 訪問購入契約が締結された場合であっても、法定要件を満たした契約書面を受領した日から起算して8日以内であれば、売主である消費者は、無条件で契約の解除が可能です。クーリング・オフは、売主が購入事業者に対し書面を発した時に効力が発生します。
売主である消費者がクーリング・オフを行った場合、購入事業者は損害賠償や違約金を請求することはできません。また、代金の返還費用や利息は、購入事業者が負担することになります。
(クーリング・オフ制度 法第58条の14)

◎ クーリング・オフの実効性を担保するため、購入事業者がクーリング・オフ期間中に売主から引渡しを受けた物品を第三者に引渡すときは、第三者に対して、引き渡した物品がクーリング・オフの対象物品であることを書面で通知することが義務づけられています。
(物品を引き渡した第三者への通知 法第58条の11の2)
また、売主である消費者に対しては、第三者に物品を引渡した旨を通知しなければなりません。
(第三者への物品の引渡しについての消費者への通知 法第58条の11)

(送り付け商法)

1. 相談事例

相談例 K 注文していない商品が突然送られてきた

自宅に郵便物が届き、開けてみるとカレンダーが入っていた。同封の文書には、寄付を募るような内容も書かれており、振込用紙も同封されていた。送り主の住所は私書箱で、電話番号の記載もあるが、未だ電話はしていない。カレンダーを注文した覚えもないし、寄付をするつもりもない。カレンダーは処分してかまわないだろうか。

2. ここに注意！

特定商取引法では、購入の申込みをしていない者に、販売事業者が一方的に商品を送り付け、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があるとみなして代金の請求をするネガティブ・オプション（送り付け商法）に関する規定を定めています。本規定が適用される要件は、①売買契約の申込み行為であること、②商品の送付が行われたことの2つです。

商品の送付があった日を含む14日間、又は商品の引取りの請求をした日を含む7日間が経過した場合は、販売事業者は商品の返還を請求することができなくなります。

商品を送り付けられた消費者は、14日間又は7日間は自宅などに保管して、転売や廃棄などをしないようにしましょう。送り返してほしいと言われても送料を負担する必要もなく、配送手続きの義務もありません。事業者から代金の請求があったら警察に相談することをお薦めします。

3. 消費者の方々へのアドバイス

- ◎ 特定商取引法では、申込者等以外の者に対して売買契約の申込みをし、かつ、その申込みに係る商品を送付した場合等において、商品の送付があった日から起算して14日を経過する日（商品の送付を受けた者が販売事業者に対して商品の引取りの請求をした場合には、請求をした日から起算して7日を経過する日）までに、商品の送付を受けた者が申込みを承諾せず、かつ、販売事業者がその商品の引取りをしないときは、販売事業者は送付した商品の返還を請求することができません。

(法第59条)

(先物取引)

1. 相談事例

相談例 L 突然事業者から電話があり、カフェで会って勧誘され、原油の先物取引契約をしてしまった

事業者から電話があり、「今、先物がすごく上がっている。話を聞きませんか。」と言われ、突然の電話に驚いたが、後日、カフェで会って話を聞くことにした。

カフェで、原油の商品先物取引について勧誘され、契約をした。

早速、国内市場で取引をしたところ、値上がりして利益が出た。その後、事業者から電話があり、「この取引をいったん手じまいして、通常取引をしないか。」と勧誘されたので、さらに契約を締結した。

その後、毎日のように売買をしていたが、損が増えていったので、取引を躊躇していたところ、事業者から「新聞を見て判断してはいけない。自分で判断すべきだ。これからは値上がる。」と強気で何度も言われたので、信じて取引を続けたが、結局、損は増えるばかりだ。

2. ここに注意!

商品先物取引は、一般的な商取引とは異なり、事前取引の仕組みやルールを充分理解し、商品知識や商品の需要動向等を知ることが必要です。取引は少額の証拠金（総額の5～10%）を担保として預託し、売買を行います。証拠金の額に比べて10数倍～20数倍の取引をするため、相場の変動により大きな利益を期待できる反面、それと同等の損失を被る可能性がある「ハイリスク・ハイリターン」の取引です。商品の価格は日々変動するため、相場の動きを自ら確認できる方法等を知った上で、自己責任のもとで取引を行ってください。商品先物取引法では、商品先物取引事業者に対して、商品先物取引の仕組み・リスク等の説明を義務づけるとともに、利益を生じることが確実であると誤認させるような断定的な判断の提供や迷惑勧誘などの不当な勧誘を禁止しています。また、取引の申込み等を行わないことを意思表示した顧客に対して勧誘することや、勧誘の要請をしていない顧客への訪問や電話による契約締結を勧誘することも禁じられています（＝不招請勧誘の禁止。注）。特に取引の未経験者（一部を除く）については禁止の対象となっています。

なお、国内商品市場取引、外国商品市場取引及び店頭商品デリバティブ取引を業として行う事業者は、国から「商品先物取引事業者」として許可を受けなければなりません。しかし、「無許可事業者から、訪問や電話での勧誘を受けた」等の相談も寄せられています。許可事業者かどうかを確認し、無許可事業者との取引は行わないように注意してください。

(注) 不招請勧誘については、一定の例外（損失限定取引の勧誘等）を除き、禁止していますが、商品先物取引法施行規則等の改正（平成27年6月1日施行）において、例外となる類型に以下が追加されました。

- ・ハイリスク取引（※）の経験者（自社契約者）への勧誘
（※）ハイリスク取引とは、商品先物取引、金融店頭デリバティブ取引、金融市場デリバティブ取引及び有価証券の信用取引をいう。
- ・ハイリスク取引の経験者（他社との契約者）への勧誘（ただし、一定の手続きが必要）
- ・一定の要件（下記）を満たす未経験者に対する勧誘
（1）65歳未満の者

- (2)主として年金等により生計を維持している者でないこと
- (3)年収800万以上又は金融資産2,000万円以上の者であり、取引上のリスク等について適切に理解している者や、商品先物の専門的知識を有すると考えられる資格（弁護士、公認会計士等）を有する者。

3. 消費者の方々へのアドバイス

商品先物取引法では、事業者に対して、契約締結前の書面交付や交付時の説明義務、勧誘時等の禁止行為を定め、顧客保護を図っています。事業者が法令を遵守しているかどうかは、取引を行う上での信頼性にもつながりますので、事前に規制の概要を把握しておきましょう。

●契約締結前の顧客保護体制

- ◎ 商品先物取引業者は、契約締結前に、顧客に対して法令で定められた記載事項を記載した書面を交付するとともに、交付書面に掲げる事項について商品デリバティブ取引の仕組み・リスク等を説明することが義務づけられています。

（書面交付及び説明義務 法第217条及び第218条）

- ◎ 商品先物取引業者は、顧客の知識、経験、財産の状況及び商品取引の目的に照らして不相当と認められる勧誘を行い、顧客の保護に欠けるような取引を行ってはなりません。

（適合性の原則 法第215条）

- ◎ 商品先物取引業者は、契約締結前の措置として、ハイリスク取引の未経験者に対して、年齢、年収又は金融資産申告書の確認、取引のリスク（損失額が証拠金の額を上回るおそれがあること等）を理解していることを確認するテストを実施することが義務づけられています。

さらに、契約後の措置として、上記未経験者に対しては、契約を締結した日から14日以内を熟慮期間として設定し、その期間を経過しないと取引の勧誘を行うこと及び取引の指示を受けることができないとしています。未経験者から申込みを受けた事業者は、投資上限額（年収と保有金融資産額の合計の3分の1の額を上限額とし、その額を超えて設定してはならない。）を設定し、契約締結から1年間は、投資上限額を超えた取引証拠金等は受領できず、証拠金が投資上限額に達した場合には、決済を結了しなければならないとしています。

●不当な勧誘等の禁止

- 利益を生じることが確実であると誤認させるような断定的判断を提供し、又は確実であると誤認させるおそれのあること（「必ず儲かる」、「損はさせない」など）を告げて勧誘すること。 （断定的判断の提供の禁止）
- 顧客に対し虚偽のことを告げること。 （虚偽事実の告知の禁止）
- 取引を行わない旨の意思表示をした顧客に対し、勧誘すること。 （再勧誘の禁止）
- 夜間・早朝、勤務時間中等の迷惑な時間帯での電話、訪問による勧誘、顧客の意思に反した長時間の勧誘、大声を挙げる等威迫し、困惑させ、又は不安の念を生じさせるような勧誘等を行うこと。 （迷惑勧誘）

- 勧誘に先立ち、会社名や商品先物取引の勧誘である旨を告げないこと、勧誘を受ける意思の確認を行わないこと。 (勧誘を受ける意思の確認)
- 勧誘の要請をしていない個人顧客に対し、訪問し、又は電話をかけて、商品取引契約の締結を勧誘すること。 (不招請勧誘の禁止)
- 国内外の商品市場取引につき、顧客が指示しなければならない事項(数量、対価の額又は約定価格等)について、顧客から指示を受けずに取引の注文を受けること。 (一任売買の禁止)
- 顧客からの注文を執行する前に自己のために売付け又は買付けをすること (フロントランニングの禁止)
- 顧客に対し、同一の商品取引所の同一の商品について、同一の限月の売建玉と買建玉を同一枚数取引することを勧めること。 (両建て勧誘の禁止)
- 取引を止めたいと申し出た顧客者に対して取引継続を勧めること。 (仕切り拒否の禁止)
(法第214条各号、施行規則第103条第1項各号)

●損失補てん等の禁止

- ◎ 商品先物取引業者、顧客側のいずれも損失補填の申込みや約束等をする事、実際に補填をすることを禁止しています。

(法第214条の3第1項)

- ◎ 取引の媒介を行う商品先物取引仲介業者についても、顧客に対し、商品デリバティブ取引の仕組み・リスクを説明する義務があり、顧客に対して、不確実な事項について断定的判断を提供し、又は確実であると誤認させるおそれがあることを告げて勧誘することなどが禁止されています。

(法第240条の16及び第240条の18)

●許可を受けた先物取引事業者、登録のある商品先物取引仲介事業者

- ◎ 経済産業省では、ホームページ上で先物取引事業者等一覧、商品先物取引仲介事業者等一覧を公表していますので、勧誘をしてくる事業者の名称と許可番号を確認してください。そして、無許可事業者から勧誘を受けても、契約・取引を行わないよう、十分に注意してください。また、経済産業省及び農林水産省では、「商品先物取引業者」の許可を受けた業者を公表するとともに、無許可で商品先物取引業を行っていることを確認した者に、警告を発出する他、対象となる者の名称等を公表しています。併せて確認することをお勧めします。

(法第192条及び第240条の3)

商品先物取引制度の詳細、先物取引事業者等一覧等については、下記をご覧ください。

<https://www.meti.go.jp/policy/commerce/index.html>

(製品の安全性)

1. 相談事例

相談例 M 長期使用製品安全点検制度について確認したい

自宅で使用している石油給湯器が10年目を迎え、メーカーから法定点検の封書が届いた。消費生活用製品安全法に基づく長期使用製品安全点検についての記載があり、法定点検を受ける日の希望日を記入してください等と書かれているが、本当に必要な点検なのか。

2. ここに注意!

製品を長期間使用することに伴い発生する経年劣化による製品事故を防止し、製品を安全に使用できるようにするため、平成21年4月1日から「長期使用製品安全点検制度」、「長期使用製品安全表示制度」が設けられています。(平成21年(2009年)4月1日以降に販売された製品が対象となります。)

「長期使用製品安全点検制度」は、経年劣化による重大事故発生のおそれが高い製品を対象とし、その製品の所有者が製造・輸入事業者に対して所有者情報を提供することによって、製造・輸入事業者が設計標準使用期間に応じて、所有者情報の登録された住所に点検時期を通知し、消費者の求めに応じて、点検、修理に有償で応じる制度です。現在、浴室用電気乾燥機を含めた9品目^(注1)が対象製品(特定保守製品)となっています。

また、「長期使用製品安全表示制度」は、重大事故発生率は高くないものの、事故件数が多い製品を対象とし、製造・輸入事業者が、設計標準使用期間を製品に表示する制度です。経年劣化によるリスクの注意喚起の表示等により、消費者に情報提供を行う制度です。現在、5品目^(注2)が対象製品となっています。

(注1)

<特定保守製品>

- ・屋内式ガス瞬間湯沸器(都市ガス用、LPガス用)
- ・屋内式ガスふろがま(都市ガス用、LPガス用)
- ・石油給湯器
- ・石油ふろがま
- ・密閉燃焼式石油温風暖房機
- ・ビルトイン式電気食器洗機
- ・浴室用電気乾燥機

※上記の特定保守製品には、点検時期のお知らせ機能(お知らせランプが点灯/点滅する等)を搭載しているものもあります。

(注2)

- ・扇風機
- ・電気冷房機(エアコン)
- ・換気扇
- ・ブラウン管テレビ
- ・洗濯機

※洗濯機(乾燥装置を有するものを除く。)及び脱水機(洗濯機と一体になっているものに限る。)

3. 消費者の方々へ

製品が古くなると部品等が劣化し、火災や死亡事故を起こすおそれがあります。

◎ 「長期使用製品安全点検制度」では、消費者自身による点検が難しく、経年劣化による重大製品事故のおそれが高い9品目を「特定保守製品」に指定しています。特定保守製品について経年劣化に起因する事故が生じた場合、ご自身だけではなく他人にも危害を及ぼすおそれがあることにも留意して、点検期間中に点検を行う等、製品の保守に努めてください。また、所有者が所有者情報を提供することで、製造・輸入事業者は、所有者に特定保守製品の点検時期や特定保守製品の適切な保守に関する通知を行うことが可能となります。対象製品を購入した際は、所有者登録を行ってください（なお、所有者登録以降に所有者の居住地や所有者の変更等登録事項に変更があった場合には、できるだけ製品や添付文書に表示された連絡先に連絡を行ってください。）。

登録した所有者に対して、点検期間が開始する6か月前から点検期間開始日までの間に、製造・輸入事業者から、特定保守製品のため点検を行う必要があること、点検を求める場合の連絡先、点検料金の内訳及び金額の目安等を記載した点検通知が届きますので、点検を受けましょう。

※特定保守製品の所有者登録と点検等の保守は、所有者（消費者等）の責務です。

また、平成21年4月1日よりも前に製造・購入された該当製品についても、製造時期を確認し、メーカーによる点検を受けましょう。

◎ 「長期使用製品安全表示制度」では、5品目について、設計上の標準使用期間と経年劣化についての注意喚起等の表示を行うこととしています。

対象製品には、次の表示事項を、機器本体の見やすい箇所に、明瞭に判読でき、かつ容易に消えない方法で表示することとされています。

- ・ 製造年
- ・ 設計上の標準使用期間（標準的な使用条件の下で使用した場合に安全上支障なく使用することができる標準的な期間として、設計上設定された期間をいう。）
- ・ 「設計上の標準使用期間を超えて使用すると、経年劣化による発火・けが等の事故に至るおそれがある」旨

設計上の標準使用期間が過ぎたら、異常音や振動、においなど製品の変化に注意するとともに、変化を感じた場合にはメーカー等の点検を受けましょう。

クーリング・オフの通知書面の書き方について

① 特定商取引法上のクーリング・オフの通知書面の書き方 例

<div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;"> <div style="border: 1px solid black; width: 100px; height: 60px; margin-bottom: 10px;"></div> <div style="display: flex; gap: 10px;"> <div style="border: 1px solid black; width: 30px; height: 15px;"></div> <div style="border: 1px solid black; width: 30px; height: 15px;"></div> <div style="border: 1px solid black; width: 30px; height: 15px;"></div> <div style="border: 1px solid black; width: 30px; height: 15px;"></div> </div> </div> <p style="text-align: center;">○○○○○ ○○○○○ ○○○○○ 販売株式会社 御中</p> <p>住所 契約者名 (フリガナ含む) 電話番号</p>	<p style="text-align: right;">契約申込日 〇年 〇月 〇日 販売会社名 担当者名 商品又は役務名 契約金額</p> <p>右の契約を解除します (又は契約の申込みを撤回します)。 令和 〇年 〇月 〇日</p>
---	---

(注)

《クーリング・オフの方法》

◎クーリング・オフをすることを必ず書面で、販売会社に通知してください。

ポイント ● クーリング・オフは契約の申込みの撤回又は契約の解除する旨の書面を

発送したときに成立します。

ポイント ● 書面は、郵送などをする前にコピー

を取り大切に保管してください。また、発送した記録の残る方法(簡易書留郵便等)で送付しましょう。(後で、より確実な証拠となる場合があります。)

(上記ははがきによる記載例ですが、封書であっても構いません)

(資 料)

平成 30 年度 消費者 相談 統計 資料

第1表 受付局別相談件数

区分	北海道	東北	関東	中部	近畿	中国	四国	九州	沖縄	局計	本省	合計
平成30年度受付件数	413	315	1,709	593	689	367	144	523	126	4879	2,284	7,163

第2表 受付局別・受付方法別相談件数

区分	北海道	東北	関東	中部	近畿	中国	四国	九州	沖縄	局計	本省	合計
電話	398	299	1,688	518	664	347	132	514	122	4,682	2,000	6,682
面接	15	10	4	17	6	19	4	4	3	82	3	85
文書等	0	1	4	2	2	0	8	0	0	17	11	28
電子メール		5	13	56	17	1		5	1	98	270	368
計	413	315	1,709	593	689	367	144	523	126	4,879	2,284	7,163

第3表 事項別・商品大分類別相談件数

事項別 商品別	製品						契約											個人情 報	その他	合計	商品別 比率		
	品質性 能	安全性	サービ ス	表示	規格	計量価 格	製品計 数	割賦	前払割 賦	訪問販 売	通信販 売	電話勧 誘販売	連環販 売等	特定繼 続的役 務提供	業務提 供誘引 販売取 引	訪問購 入	先物取 引					契約そ の他	契約計
繊維製品	3		1	13		2	19	14	3	51	65	5	4		6	9		7	164	1	9	193	2.7%
電気製品	32	47	75	22	2	2	180	26	63	77	8	80	1	1	7			25	288	1	67	536	7.5%
機械器具	22	26	41	8	2	2	101	64	62	90	9	16	2	3	20			51	317	1	47	466	6.5%
住居	6	8	7	2	2	2	27	5	1	91	15	11			1			18	142		62	231	3.2%
台所・家庭用品	3	7	3	2			15	3	26	121	19	36			3			4	212		7	234	3.3%
文化・スポーツ用品	3	6	8	7			24	23	3	107	108	18	4	5	1	46		34	349		33	406	5.7%
エネルギー	3	1	11	1		32	48	3	24	4	45	8						37	121	3	57	229	3.2%
役務	2	2	21	2		1	28	500	265	607	344	292	84	606	72	6	1	150	2,927	25	320	3,300	46.1%
その他	2	3	24	10		4	43	82	1	151	312	150	131	1	30	50	21	90	1,019	12	494	1,568	21.9%
合計	76	100	191	67	6	45	485	720	273	1,182	1,136	557	363	615	116	139	22	416	5,539	43	1,096	7,163	—
事項別比率	1.1%	1.4%	2.7%	0.9%	0.1%	0.6%	6.8%	10.1%	3.8%	16.5%	15.9%	7.8%	5.1%	8.6%	1.6%	1.9%	0.3%	5.8%	77.3%	0.6%	15.3%	—	—

第4表 事項別・商品小分類別相談件数

大分類	中分類	小分類	製品										契約							個人情報	その他	合計		
			品質性	安全性	サイズ	表示	規格	計量価格	製品計	割賦	前払割賦	訪問販売	通信販売	電話勧誘販売	連鎖販売等	特定継続的役務提供	本物提供誘引	訪問購入	先物取引				契約その他	契約計
役務	商品役務	修理・修繕、調整			4					112	4	3							6	127	1	9	141	
		工事、加工			2					198	1	3							9	213		11	226	
	一般役務	管理、保管									1									1	2			2
		レンタル、リース、賃借								8	2									3	19	1	2	22
		その他の商品役務	1		1			2		7	1	1								1	10		4	16
		互助会、友の会	1					1		7										8	279		2	282
		遊興、鑑賞							1		18	2								4	25		10	35
		信用取引			2			2	333											3	336	2	25	365
		商品券等						1			1									1	5		7	12
		会員権			1			1	1		5	2	1	1						17	30		5	36
継続的役務	その他の役務	情報処理・提供						58	1	62	93	189	33							10	485	13	18	516
		預託、利殖、代行						1		9	63	1	1							1	76		1	77
	継続的役務	金融、保険						2		4	4	5	3							2	16	3	28	47
		教育、エステ	1					27		7	4	6	2	520						8	575	2	3	581
		資格講座						1	1	4	5	1	3							17			2	20
		娯楽、娯楽			1			5		39	8	6	7							16	96		2	99
		上記に関連する役務																						
		その他の継続的役務							12			3									41			41
		その他の役務	2		9	2		13	54	145	138	75	30	50	21	1	1	61	575	3	191	3	191	782
		大分類計	2	2	21	2	0	1	28	500	607	344	292	84	606	72	6	1	150	2,927	25	320	25	320
その他	商取引	国内公設先物(経済産業省物産)																						
		海外先物(経済産業省物産)																						
	その他	先物類似、その他の先物(経済産業省物産)																						
		先物、先物類似、その他の先物								8		2								7	17			17
		内職、副業								3		4				10					17			17
		先物関連取引								2										2	4			4
		国内商品先物																		10	10			10
		海外商品先物																						
		先物関連取引																						
		その他の商取引	2	3	1	5		2	13	3	41	165	104	35	12	2	1	9	32	18	380	1	36	430
その他	食料品						1		3	10	1									14			14	
	家庭用医薬品類						1		6										2	26		3	30	
	加工用基礎材、産業用機械			1	1		2			8										1	11	1	14	
大分類計	その他			22	4		26	73	79	126	38	91	1	8	30	2	60	508	11	445	11	445	990	
	合計	2	3	24	10	0	4	43	82	1	151	150	131	1	30	50	21	90	1,019	12	484	12	484	1,568
大分類計	合計	76	100	191	67	6	45	485	273	1,182	557	363	615	116	139	22	416	5,539	43	1,096	43	1,096	7,163	

第5表 勧誘場所・勧誘方法・支払い方法・相談内容等集計表

(1) 勧誘場所

項目	北海道	東北	関東	中部	近畿	中国	四国	九州	沖縄	局計	本省	合計
自宅	101	81	702	171	80	127	40	187	36	1,525	384	1,909
街頭			5	1						6	1	7
職場	2		9	2	4		1	4	5	27	4	31
その他	23	30	114	98	69	16	7	23	10	390	155	545
営業所等	40	26	307	58	38	36	17	59	14	595	175	770
その他	52	102	484	140	289	77	24	189	36	1,393	949	2,342
合計	218	239	1,621	470	480	256	89	462	101	3,936	1,668	5,604

(2) 契約締結場所

項目	北海道	東北	関東	中部	近畿	中国	四国	九州	沖縄	局計	本省	合計
自宅	91	76	672	152	78	114	40	179	34	1,436	349	1,785
街頭			1						1	2		2
職場	1		10	2	2		1	2	2	20	2	22
その他	19	30	123	91	57	16	5	20	9	370	139	509
営業所等	43	26	330	61	70	33	16	68	22	669	194	863
その他	64	107	485	164	273	93	27	193	33	1,439	984	2,423
合計	218	239	1,621	470	480	256	89	462	101	3,936	1,668	5,604

(3)ー1 勧誘方法

項目	北海道	東北	関東	中部	近畿	中国	四国	九州	沖縄	局計	本省	合計
対面	100	94	785	216	134	99	30	226	28	1,712	385	2,097
電話	36	36	198	64	49	32	15	51	11	492	100	592
広告	12	17	158	15	103	7	10	29	18	369	258	627
DM	3	2	3	1	1	3	1	3		17	5	22
パソコン・アクセス	25	44	287	85	13	48	17	66	13	598	221	819
その他	42	46	190	89	180	67	15	87	31	747	699	1,446
合計	218	239	1,621	470	480	256	88	462	101	3,935	1,668	5,603

(3)ー2 契約(申込)方法

項目	北海道	東北	関東	中部	近畿	中国	四国	九州	沖縄	局計	本省	合計
対面・口頭	18	11	149	33	44	21	9	31	3	319	75	394
対面・書面	71	90	720	165	101	66	20	200	42	1,475	321	1,796
郵便等	5	4	17		1	1	2	4	2	36	9	45
電話	35	29	135	52	48	31	16	49	12	407	95	502
パソコン	23	47	374	87	102	43	20	83	31	810	413	1,223
アクセス		2	3	1	2	2		1		11	2	13
その他	66	56	223	132	182	92	22	94	11	878	751	1,629
合計	218	239	1,621	470	480	256	89	462	101	3,936	1,666	5,602

(4) 勧誘者

項目	北海道	東北	関東	中部	近畿	中国	四国	九州	沖縄	局計	本省	合計
販売員	125	125	770	281	178	134	47	259	34	1,953	473	2,426
友・知人	11	7	89	24	15	8	2	23	6	185	40	225
その他	81	107	762	165	287	114	40	180	61	1,797	1,155	2,952
合計	217	239	1,621	470	480	256	89	462	101	3,935	1,668	5,603

(5) 支払方法

項目	北海道	東北	関東	中部	近畿	中国	四国	九州	沖縄	局計	本省	合計
現金払	59	90	582	119	125	41	27	192	45	1,280	246	1,526
カード一括	17	29	231	43	62	24	6	44	16	472	293	765
ローン			7							7	3	10
金消費約			19	1	1			5		26	4	30
個別信用購入あっせん	16	15	92	29	35	12	5	30	7	241	97	338
包括信用購入あっせん	13	5	65	15	21	13	2	18	3	155	75	230
包括信用購入あっせん(リボ) 割賦販売(リボ)		2	44	10	11	7	2	1	3	80	95	175
前払割賦	2	6	20	11	21	1	1	18	3	83	135	218
リース	1		5	1	1					8	4	12
その他	103	81	510	224	195	147	40	142	24	1,466	696	2,162
合計	211	228	1,575	453	472	245	83	450	101	3,818	1,648	5,466

(6)ー1 相談内容(苦情)

項目	北海道	東北	関東	中部	近畿	中国	四国	九州	沖縄	局計	本省	合計
勧誘・強引				1	1					2	1	3
勧誘・不実虚偽					1					1	3	4
書面不交付・不備												
未成年等												
債務不履行											2	2
クーリング・オフ関係			2							2		2
解約関係							2			4	1	5
業者の信頼性										1		1
違約金の妥当性												
情報提供				3	1					4		4
過量販売	1		2		1		1			5	15	20
その他												
合計	1		4	4	7		3			19	22	41

(6)ー2 相談内容(問い合わせ)

項目	北海道	東北	関東	中部	近畿	中国	四国	九州	沖縄	局計	本省	合計
勧誘・強引	1	6	25	7	6	10	2	6	1	64	31	95
勧誘・不実虚偽	1	4	12	2	4	7		7	1	38	18	56
書面不交付・不備	12	13	133	23	35	21	11	50	1	299	42	341
未成年等		1	2	1	1	1		2	2	10		10
債務不履行	2	8	9	7	7	1	1	8	2	45	40	85
クーリング・オフ関係	44	44	530	97	114	57	13	75	18	992	153	1,145
解約関係	58	64	504	153	145	75	23	142	42	1,206	349	1,555
業者の信頼性	13	3	20	8	6	16	1	20	3	90	33	123
違約金の妥当性	1	1	1	7	3	4		11	3	31	11	42
情報提供	7	14	35	36	14	9	1	25		141	66	207
過量販売	75	79	339	124	132	52	32	112	28	973	829	1,802
その他	2	2	3		1	2	1	4		15	2	17
合計	216	239	1,613	465	468	255	85	462	101	3,904	1,574	5,478

(6)一3 事項別・相談内容別受付件数

相談内容	事項別	割賦	前払割賦	訪問販売	通信販売	電話勧誘販売	連鎖販売	特定継続的役務提供	業務提供誘引販売取引	訪問購入	先物取引	契約その他	合計
勧誘・強引		3	1	32	8	36	8	2	1	4	1	2	98
勧誘・不実虚偽		4	2	16	15	9	5	3	1	1	1	7	64
書面不交付・不備		31	1	174	3	50	31	36	5	8		2	341
未成年等		1			8		1						10
債務不履行		8	2	7	41	3		5	1	1		21	89
クーリング・オフ関係		22	1	547	10	233	58	145	43	73	1	14	1,147
解約関係		71	207	159	503	83	89	299	38	11	3	96	1,559
業者の信頼性		7	3	15	18	9	49	4	2	3	1	10	121
違約金の妥当性		2	14	3	4			15				5	43
情報提供		31	3	33	62	29	41	4	2	3		12	220
過量販売		540	39	183	464	102	81	102	23	35	15	246	1,830
その他				13		3						1	17
合計		720	273	1,182	1,136	557	363	615	116	139	22	416	5,539

第6表 事項別・受付局別相談件数

事項別	北海道	東北	関東	中部	近畿	中国	四国	九州	沖縄	局計	本省	合計	
製品	品質性能	7	3	6	2	5	1	3		27	49	76	
	安全性	9	2	6	8	12	2	3		42	58	100	
	サービス	16	10	17	13	31	5	7	2	113	78	191	
	表示	3	4	8	5	21	2	4		52	15	67	
	規格			1		1				2	4	6	
	計量価格	4	3		2	1	2	12	1		25	45	
	製品合計	39	22	38	30	71	19	22	18	2	261	224	485
	契約	割賦	17	10	74	24	56	3	39	3	253	467	720
		前払割賦	6	11	28	14	21	3	27	4	121	152	273
		訪問販売	45	67	477	119	103	53	128	15	1,014	168	1,182
		通信販売	34	46	317	86	110	51	23	35	781	355	1,136
		電話勧誘販売	29	30	183	62	43	33	12	13	451	106	557
		連鎖販売	24	17	98	51	30	22	11	8	314	49	363
特定継続的役務提供		17	20	268	54	58	30	9	15	517	98	615	
業務提供誘引販売取引		4	7	57	9	9	4	2	1	100	16	116	
訪問購入		7	12	47	18	8	10	5	13	120	19	139	
先物取引				2	1	4				7	15	22	
契約その他		34	18	64	29	37	15	8	22	7	234	182	416
契約合計		217	238	1,615	467	479	252	83	460	101	3,912	1,627	5,539
個人情報		2			6	4	3	5	1		21	22	43
その他	155	55	56	90	135	93	34	44	23	685	411	1,096	
合計	413	315	1,709	593	689	367	144	523	126	4,879	2,284	7,163	

第7表 商品別・受付局別相談件数

商品別	北海道	東北	関東	中部	近畿	中国	四国	九州	沖縄	局計	本省	合計
繊維製品	7	7	46	21	19	13	2	17	4	136	57	193
電気製品	27	21	78	53	60	35	16	49	4	343	193	82
機械器具	26	16	87	33	53	19	8	31	4	277	189	466
住居	17	20	32	19	24	18	4	31	7	172	59	231
台所・家庭用品	12	13	76	15	22	12	10	23	6	189	45	234
文化・スポーツ用品	20	25	100	43	36	19	8	31	8	290	116	406
エネルギー	16	21	29	15	29	14	17	21	1	163	66	229
役務	132	114	942	250	280	126	44	222	47	2,157	1,143	3,300
その他	156	78	319	144	166	111	35	98	45	1,152	416	1,568
合計	413	315	1,709	593	689	367	144	523	126	4,879	2,284	7,163

第8表 事項別相談件数推移

年度	製品							契約										その他		合計		
	品質性能	安全性	サービス	表示	規格	計量価格	製品計	割賦	前払割賦	訪問販売	通信販売	電話勧誘販売	連鎖販売取引	特定継続的役務提供	業務提供誘引販売取引	訪問購入	先物取引	契約その他	契約計		個人情報	その他
平成21年度	253	200	745	141	31	96	1,466	858	322	2,209	1,614	963	1,035	710	427	—	474	971	9,583	132	2,891	14,072
平成22年度	197	226	555	138	27	89	1,232	993	367	1,869	1,513	918	621	671	356	—	435	738	8,481	137	2,139	11,989
平成23年度	226	139	475	100	41	101	1,082	688	445	1,493	1,486	621	380	535	219	—	183	751	6,801	159	1,838	9,880
平成24年度	216	127	363	100	53	118	977	677	339	1,388	1,218	598	335	525	180	41	75	542	5,918	120	1,455	8,470
平成25年度	145	123	332	102	61	104	867	581	294	1,300	1,203	621	280	576	138	238	52	477	5,760	99	1,323	8,049
平成26年度	148	123	345	92	47	96	851	609	303	1,296	1,147	498	408	589	122	214	55	476	5,717	194	1,241	8,003
平成27年度	160	94	320	103	39	75	791	597	323	1,346	1,190	453	458	569	135	172	40	534	5,817	184	1,152	7,944
平成28年度	130	86	377	93	22	53	761	572	270	1,146	1,277	409	344	675	156	158	48	494	5,549	161	1,038	7,509
平成29年度	107	93	257	87	21	46	611	640	247	1,124	1,213	441	402	560	137	182	22	431	5,399	61	1,229	7,300
平成30年度	76	100	191	67	6	45	485	720	273	1,182	1,136	557	363	615	116	139	22	416	5,539	43	1,096	7,163
平成30年度 対前年度比(%)	▲29.0	7.5	▲25.7	▲23.0	▲71.4	▲2.2	▲20.6	12.5	10.5	5.2	▲6.3	26.3	▲9.7	9.8	▲15.3	▲23.6	0.0	▲3.5	2.6	▲29.5	▲10.8	▲1.9

第9表 商品別相談件数推移

年度	繊維製品	電気製品	機械器具	住居	台所・家庭用品	文化・スポーツ用品	エネルギー	役務	その他	合計
平成21年度	362	1,121	1,437	404	373	1,177	227	4,604	4,367	14,072
平成22年度	358	854	988	421	318	909	239	4,189	3,713	11,989
平成23年度	276	742	829	362	230	878	242	3,604	2,717	9,880
平成24年度	268	602	763	333	209	787	248	3,202	2,058	8,470
平成25年度	295	566	678	356	187	754	192	3,048	1,973	8,049
平成26年度	318	586	616	317	192	713	205	3,122	1,934	8,003
平成27年度	275	584	639	293	222	661	228	3,315	1,727	7,944
平成28年度	222	535	624	290	201	497	190	3,292	1,658	7,509
平成29年度	223	510	542	299	200	484	247	3,144	1,651	7,300
平成30年度	193	536	466	231	234	406	229	3,300	1,568	7,163
平成30年度 対前年度比(%)	▲ 13.5	5.1	▲ 14.0	▲ 22.7	17.0	▲ 16.1	▲ 7.3	5.0	▲ 5.0	▲ 1.9

関係団体の相談状況

1. 関係団体消費者相談件数

団体名称	相談件数	
	平成29年度	平成30年度
公益社団法人 日本訪問販売協会	374	381
公益社団法人 日本通信販売協会	4,769	3,977
一般社団法人 日本コールセンター協会	4	1
一般財団法人 日本消費者協会	441	493
一般社団法人 日本クレジット協会	3,099	2,763
公益社団法人 日本広告審査機構	10,300	11,051
一般社団法人 全日本冠婚葬祭互助協会	1,468	1,711
一般財団法人 製品安全協会	493	434
公益財団法人 日本クレジットカウンセリング協会	4,971	6,042
公益社団法人 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会	1,518	1,237
公益社団法人 全国求人情報協会	712	846
日本商品先物取引協会	278	206
(経済産業省)	7,300	7,163

注1. 日本通信販売協会の相談件数は、通信販売に関する件数です。

注2. 日本クレジットカウンセリング協会は各地にセンターを開設しており、当該センターで受けた相談も併算しています。

注3. 製品安全協会の相談件数は、SG事故の申出件数とPL相談の受付件数を合算したものです。

注4. 日本商品先物取引協会は、問い合わせ件数と苦情件数を合算したものです。

2. 関係団体相談窓口一覧

(公益社団法人 日本訪問販売協会)

相談窓口名称	訪問販売ホットライン (公益社団法人 日本訪問販売協会・消費者相談室)
所在地	〒160-0004 東京都新宿区四谷4-1 細井ビル7F
受付時間	月～金曜日（年末年始・祝祭日は除く。） 10時～12時 13時～16時30分
受付内容及び 受付方法等	○訪問販売に関する相談、質問等 ○一般消費者だけでなく、事業者及び消費者センターからの相談にも 応じる。 ○電話による受付 ○事業者からの相談は会員、非会員にかかわらず受け付け、必要に応じて 指導も行う。
受付電話番号	0120-513-506（フリーダイヤル）

(公益社団法人 日本通信販売協会)

相談窓口名称	通販110番（公益社団法人 日本通信販売協会 消費者相談室）
所在地	〒103-0024 東京都中央区日本橋小舟町3-2 リブラビル2F
受付時間	月～金曜日（年末年始・祝祭日は除く。） 10時～12時 13時～16時
受付内容及び 受付方法等	○通信販売に関する相談、質問等 ○一般消費者だけでなく、消費者センターからの相談にも応じる。 ○電話、郵便若しくはEメールによる受付（回答は電話のみ） ○相談は会員、非会員にかかわらず受け付け、会員に関する相談であら ば必要な指導も行う。
受付電話番号	03-5651-1122
U R L	https://www.jadma.or.jp

(一般社団法人 日本コールセンター協会)

相談窓口名称	日本コールセンター協会 電話相談室
所在地	〒101-0042 東京都千代田区神田東松下町35 アキマビルディング 2 4F
受付時間	月～金曜日（年末年始・祝祭日は除く。） 10時～16時
受付内容及び 受付方法等	○コールセンターや電話勧誘に関する苦情相談 ○会員・非会員に関わらず、一般消費者・消費者センター等からの相 談に応じる。会員に関する相談であれば仲介することもある。
受付電話番号	03-5289-0404
U R L	https://ccaj.or.jp

(一般財団法人 日本消費者協会)

相談窓口名称	日本消費者協会 消費者相談室
所在地	〒101-0051 東京都千代田区神田神保町1-18-1 千石屋ビル3F
受付時間	月～金曜日（年末年始・祝祭日は除く。） 10時～12時 13時～16時30分
受付内容及び 受付方法等	○消費生活に関する相談、質問等 ○一般消費者だけでなく、消費者センターからの問い合わせにも応じる。 ○原則電話による受付
受付電話番号	03-5282-5319
U R L	https://jca-home.jp/

(一般社団法人 日本クレジット協会)

相談窓口名称	消費者相談室
所在地	〒103-0016 東京都中央区日本橋小網町14-1 住生日本橋小網町ビル
受付時間	月～金曜日（土・日・祝祭日は除く。） 10時～12時 13時～17時
受付内容及び 受付方法等	○クレジット全般に関する問い合わせ・相談等 ○受付は原則として電話と協会ホームページからのメールに限る ○割賦販売法の認定団体として自主規制に基づき相談・苦情について対応している ○一般消費者、消費生活センター等からの相談に限る
受付電話番号	03-5645-3361
U R L	http://www.j-credit.or.jp/

(公益社団法人 日本広告審査機構（略称・JARO）)

相談窓口名称	公益社団法人 日本広告審査機構
所在地	〒104-0061 東京都中央区銀座2-16-7 恒産第1ビル
受付時間	月～金曜日（年末年始・祝祭日は除く。） 9時30分～12時 13時～16時
受付内容及び 受付方法等	○広告・表示に関する苦情・問い合わせ ○一般消費者だけでなく、消費者センター、企業からの相談にも応じる。電話、郵便もしくはFAXによる受付 ○相談は会員、非会員にかかわらず受け付ける。不適正な広告・表示は審査し、必要に応じて企業等への改善を求める。
受付電話番号	03-3541-2811（東京） 06-6344-5811（大阪）
U R L	https://www.jaro.or.jp/koe/

(一般社団法人 全日本冠婚葬祭互助協会)

相談窓口名称	全互協消費者相談センター
所在地	〒105-0003 東京都港区西新橋1-18-12 COMS虎ノ門6階
受付時間	月～金曜日（年末年始・祝祭日は除く。） 10時～12時 13時～16時
受付内容及び 受付方法等	○冠婚葬祭互助会に関する相談、質問等 ○一般消費者だけでなく、消費者センターからの相談にも応じる。 電話若しくは郵便及びEメールによる受付 ○相談は会員、非会員にかかわらず受け、会員に関する相談であれば必要な指導も行う。
受付電話番号	0120-03-4820（フリーダイヤル） 03-3596-0062

(一般財団法人 製品安全協会)

相談窓口名称	消費生活用製品PLセンター
所在地	〒110-0012 東京都台東区竜泉2-20-2 ミサワホームズ三ノ輪2階
受付時間	月～金曜日（年末年始・祝祭日は除く。） 10時～12時 13時～16時
受付内容及び 受付方法等	○消費生活用製品の中でSGマーク表示対象製品及びそれに類するもの の事故・苦情等に関する相談 ○SGマーク表示製品に関する事故等の申出 ○電話による受付
受付電話番号	0120-11-5457（フリーダイヤル）

(公益財団法人 日本クレジットカウンセリング協会)

相談窓口名称	カウンセリングセンター (東京・大阪) 相談室 (仙台・福島・前橋・さいたま・横浜・新潟・金沢・長野・岐阜・静岡・名古屋・三重・広島・高松・松山・福岡・熊本・宮崎・沖縄)
所在地	〒160-0022 東京都新宿区新宿1-15-9 さわだビル4階
受付時間	月～金曜日(年末年始・祝祭日は除く。)10時～12時40分 14時～16時40分
受付内容及び受付方法等	○借金の返済でお困りの方の相談に応じる。多重債務の相談だけでなく、家計管理の相談にも応じる。 ○電話で相談の上、予約をとりカウンセリングを受ける。カウンセリングは弁護士と消費生活アドバイザーが2人1組で行い、必要に応じ債権者との折衝、弁済契約の締結を行う。電話相談は随時応じている。料金無料。
受付電話番号	多重債務ほっとライン おこまりならまる まるさいむほっとライン 0570-031640
URL	http://www.jcco.or.jp

(公益社団法人 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会)

相談窓口名称	NACSウィークエンド・テレホン
所在地	〒150-0002 東京都渋谷区渋谷一丁目17番14号 全国婦人会館2F
受付時間	東京 日曜日 11時～16時 (年末年始は除く) 大阪 土曜日 10時～12時 13時～16時 (年末年始は除く)
受付内容及び受付方法等	○消費生活に関する電話相談 ○裁判外紛争解決処理(特定商取引法関連)
受付電話番号	03-6450-6631(東京) 06-4790-8110(大阪)
URL	http://nacs.or.jp

(公益社団法人 全国求人情報協会)

相談窓口名称	読者相談室
所在地	〒102-0071 東京都千代田区富士見2-6-9
受付時間	月～金曜日(祝日は除く。) 9時～12時 13時～16時
受付内容及び受付方法等	○求人広告の記載に関する苦情、就・転職に関する一般的相談 ○電話・メールによる受付
受付電話番号	03-3288-0886

(日本商品先物取引協会)

相談窓口名称	相談センター
所在地	〒103-0012 東京都中央区日本橋堀留町1-10-7
受付時間	月～金曜日（祝日は除く。） 9時～17時
受付内容及び 受付方法等	○商品デリバティブ取引に関する問い合わせ・苦情等 ○電話、書面並びにWebによる受付 ○紛争仲介手続き
受付電話番号	03-3664-6243
URL	https://www.nisshokyo.or.jp/

経済産業省消費者相談室一覧

相談室名	所在地	電話番号 (FAX番号)	URL
経済産業省 消費者相談室	〒100-8901 東京都千代田区霞ヶ関1-3-1	03-3501-4657 (03-3501-6202)	https://www.meti.go.jp/intro/consult/a_main_01.html
北海道経済産業局 消費者相談室	〒060-0808 札幌市北区北8条西2-1-1 札幌第1合同庁舎	011-709-1785 (011-736-9627)	http://www.hkd.meti.go.jp/hokih/consumer/soudanshitsu.htm
東北経済産業局 消費者相談室	〒980-8403 仙台市青葉区本町3-3-1	022-261-3011 (022-224-1466)	http://www.tohoku.meti.go.jp/s_syohisha/index_syohisha.html
関東経済産業局 消費者相談室	〒330-9715 さいたま市中央区新都心1-1 さいたま新都心合同庁舎1号館	048-601-1239 (048-601-1291)	https://www.kanto.meti.go.jp/seisaku/shohisha_soudan/index.html
中部経済産業局 消費者相談室	〒460-8510 名古屋市中区三の丸2-5-2	052-951-2836 (052-951-0537)	http://www.chubu.meti.go.jp/c21consumer/madoguchi/
近畿経済産業局 消費者相談室	〒540-8535 大阪市中央区大手前1-5-44	06-6966-6028 (06-6966-6085)	http://www.kansai.meti.go.jp/4syokei/soudan/index.html
中国経済産業局 消費者相談室	〒730-8531 広島市中区上八丁堀6-30 広島合同庁舎2号館	082-224-5673 (082-224-5644)	http://www.chugoku.meti.go.jp/consumer/shoukei/right_new.htm#room
四国経済産業局 消費者相談室	〒760-8512 高松市サンポート3-33	087-811-8527 (087-811-8557)	http://www.shikoku.meti.go.jp/b6_shouhisha.html
九州経済産業局 消費者相談室	〒812-8546 福岡市博多区博多駅東2-11-1	092-482-5458 (092-482-5959)	http://www.kyushu.meti.go.jp/seisaku/shohisya/soudan.html
沖縄総合事務局 経済産業部 消費者相談室	〒900-0006 那覇市おもろまち2-1-1 那覇第2地方合同庁舎2号館	098-862-4373 (098-860-3710)	http://www.ogb.go.jp/keisan/2411/keizai_shouhi_soudan

※ 最近の消費者相談、消費者啓発用資料の紹介等は、経済産業省ホームページ
(<https://www.meti.go.jp/policy/economy/consumer/index.html>) を御覧ください。

平成30年度消費者相談報告書

令和元年10月

発行：経済産業省

商務・サービスグループ

消費者相談室

〒100-8901

東京都千代田区霞が関1-3-1

TEL 03-3501-4657

FAX 03-3501-6202

<https://www.meti.go.jp/policy/economy/consumer/index.html>

転載する場合は、必ずご連絡ください。

その他、本報告書についてのお問い合わせは、

上記までお願いします。