経済産業省

令和元年度消費者相談の概況（概要）

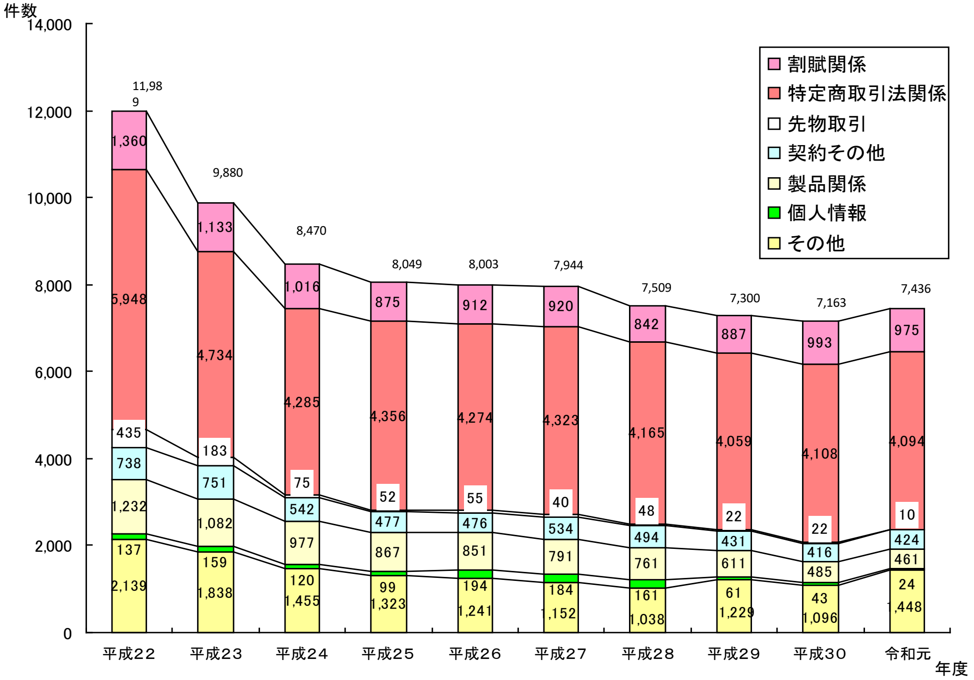
令和２年7月

経済産業省

消費者相談室

1．消費者相談の動向

- 令和元年度の相談件数は、7,436件（前年度比3.8%増）で12年ぶりの増加。
- 特定商取引法関係が4,094件で全体の5割半ば（構成比55.1%）を占めた。次いで、割賦関係が975件（同13.1%）、製品関係が461件（同6.2%）の順。
- 特定商取引法関係のうち、通信販売が1,220件と最多。次いで、前年度最多の訪問販売は1,165件と微減。前年度より増加したのは、通信販売（前年度比7.4%増）、電話勧誘販売（同3.1%増）の２類型。
- 割賦関係のうち、割賦販売（クレジット）が774件と前年度に比べ54件増加（前年度比7.5%増)。
  - 受付窓口別では、本省が2,575件（前年度比12.7%増）、経済産業局が4,861件（同▲0.4%）。
  - 相談者の属性別では、本人が3,883件（構成比52.2%）、消費生活センター等が2,972件（同40.0%）。
  - 相談者の年代別では、50歳代が794件（構成比24.3%）、40歳代が689件 (同21.1%）、60歳代が625件（同19.1%）、70歳代以上が583件（同17.8%）、30歳代が408件（同12.5%）。



＜事項別相談件数＞

事項		令和元年度 件数	令和元年度 構成比	平成３０年度 件数	平成３０年度 構成比	対前年度比 (%)
割賦関係		975	13.1%	993	13.9%	▲ 1.8
	割賦販売	774	10.4%	720	10.1%	7.5
	前払割賦	201	2.7%	273	3.8%	▲ 26.4
特定商取引法関係		4,094	55.1%	4,108	57.4%	▲ 0.3
	訪問販売	1,165	15.7%	1,182	16.5%	▲ 1.4
	通信販売	1,220	16.4%	1,136	15.9%	7.4
	電話勧誘販売	574	7.7%	557	5.4%	3.1
	連鎖販売取引	355	4.8%	363	5.1%	▲ 2.2
	特定継続的役務提供	609	8.2%	615	8.6%	▲ 1.0
	業務提供誘引販売取引	75	1.0%	116	1.6%	▲ 35.3
	訪問購入	96	1.3%	139	1.9%	▲ 30.9
先物取引		10	0.1%	22	0.3%	▲ 54.5
契約その他		424	5.7%	416	5.8%	1.9
製品関係		461	6.2%	485	6.8%	▲ 4.9
	品質性能	95	1.3%	76	1.1%	25.0
	安全性	91	1.2%	100	1.4%	▲ 9.0
	サービス	176	2.4%	191	2.7%	▲ 7.9
	表示	57	0.8%	67	1.1%	▲ 14.9
	規格	14	0.2%	6	0.1%	133.3
	計量価格	28	0.4%	45	0.6%	▲ 37.8
個人情報		24	0.3%	43	0.6%	▲ 44.2
その他		1,448	19.5%	1,096	15.3%	32.1
合計		7,436	100.0%	7,163	100.0%	3.8

２．消費者相談の特徴

【通信販売が最も相談の多い取引形態に　―定期購入契約に関する相談増―　】

「通信販売」は、1,220件で最も相談の多い取引形態。中でも、定期購入に関する相談が前年度から227件増加し435件。商品別では、「健康食品」が276件、「化粧品」が101件の順で多く、これらで8割強。

〔具体的事例〕

・一度だけ購入したつもりが定期購入契約だったので解約したい。
・定期購入契約を解約するために架けた電話が繋がらない。
・定期購入を申し込む際の最終確認画面の総額表示がわかりにくい。

【新型コロナウィルスに関する相談増】

新型コロナウィルスに関する相談が、令和2年1月以降3月末までに436件寄せられた。うち、マスクに関する相談が268件、トイレットペーパーやティッシュペーパーに関する相談が66件寄せられ、これらで8割弱。

〔具体的事例〕

・マスクの転売を規制することで、必要な人にマスクが行き渡るようにしてほしい。
・新型コロナウィルスの影響で収入が落ちてクレジットカードの請求料金を支払えない。
・新型コロナウィルスの影響で結婚式場のキャンセルを申し出た。高額なキャンセル料を支払わなければならないのか。

【キャッシュレス・消費者還元事業に関する相談増】

令和元年10月から開始されたキャッシュレス・消費者還元事業に関する相談が、181件寄せられた。相談は、令和元年9月から10月にかけて集中。相談内容は、対象となる決済手段や対象店舗に関する問い合わせを始め、多岐。

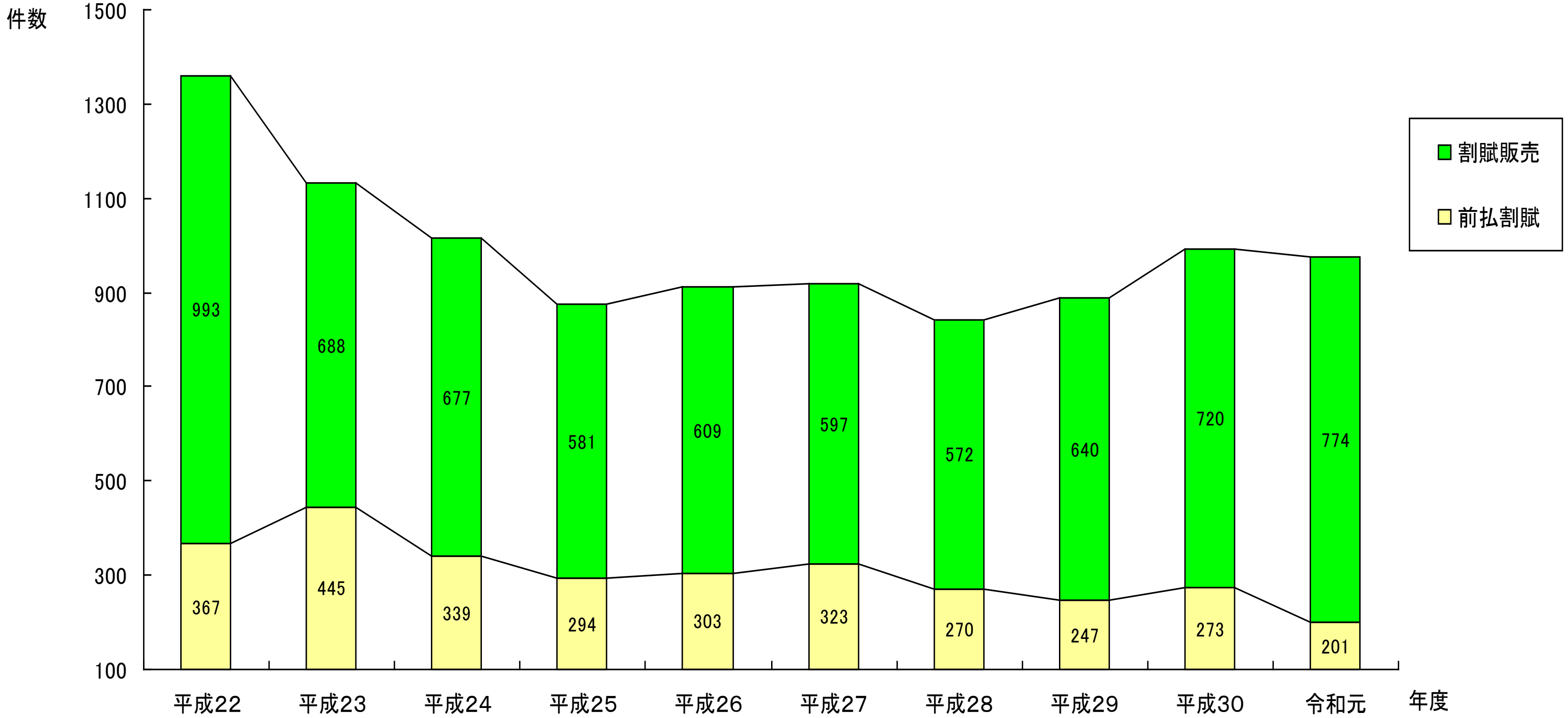
〔具体的事例〕

・プリペイドカードはキャッシュレス・消費者還元事業の対象決済手段か。
・キャッシュレス・消費者還元事業の対象店舗を確認する方法を知りたい。
・災害時は現金が一番だと思っている。災害時にキャッシュレス決済ができるように備えてから推進をして欲しい。

３．取引類型ごとの動向

（１）割賦販売法（全体）

- 相談件数は975件で、前年度と比較すると18件の減少（前年度比▲1.8%）。全相談件数に占める割合は、前年度の13.9 %から13.1%に縮小。
- クレジット契約に係る「割賦販売」が774件と増加傾向。冠婚葬祭互助会等に係る「前払割賦」が201件と減少傾向。
- 「割賦販売」では、解約、不正利用・身に覚えのない請求、クレジット債務に係る手数料や一括返済に関する相談が多く寄せられた。

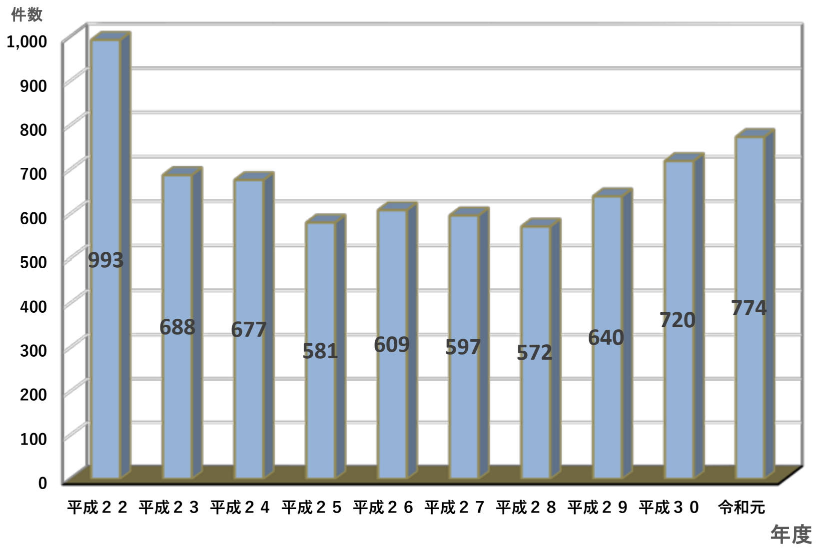


３．取引類型ごとの動向

（１）割賦販売法

①割賦販売（クレジット契約）

- 相談件数は774件で、前年度と比較すると54件の増加（前年度比7.5%増）。全相談件数に占める割合は、前年度の10.1 %から10.4%に拡大。
- 相談内容は、解約関係が96件（構成比12.4%）と最多で、次に不正利用・身に覚えのない請求、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それぞれ60件（同7.8%）。
- 商品別では、「乗用自動車」が53件（構成比6.8%）と最多で、次に投資、副業や情報商材の購入等を含む「情報処理・提供」が51件（同6.6%）。
- 支払方法別では、一括払いが194件（構成比25.1%）と最多。



【相談事例】個別クレジット契約の一括早期完済の精算額は妥当か

　3年前、中古自動車を66万円で購入した。支払いはクレジット会社の個別クレジットを勧められ、手数料を含めた総額約104万円を120回で支払う契約を結んだ。

　先日、クレジット会社に一括早期完済を依頼したところ、精算額は62万円だと言われた。3年間一度も支払いに遅れたことはないのに、一括早期完済で請求する額として妥当なのだろうか。なお、約款等は確認していない。

【消費者の方へのアドバイス】

　割賦販売法では、購入者等が購入等の条件を十分に比較検討した上でその方法を選択できるよう、個別クレジットの場合は申込みの際に、包括クレジット（クレジットカード）の場合はクレジット会社がクレジットカードを利用者に交付等する際に、クレジット契約の取引条件を表示するよう義務付けています。

　また、割賦販売取引では、支払関係が長期にわたって継続し、契約内容が複雑になるため、契約締結の際にクレジット会社等に、購入者等に対して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することを義務付けています。

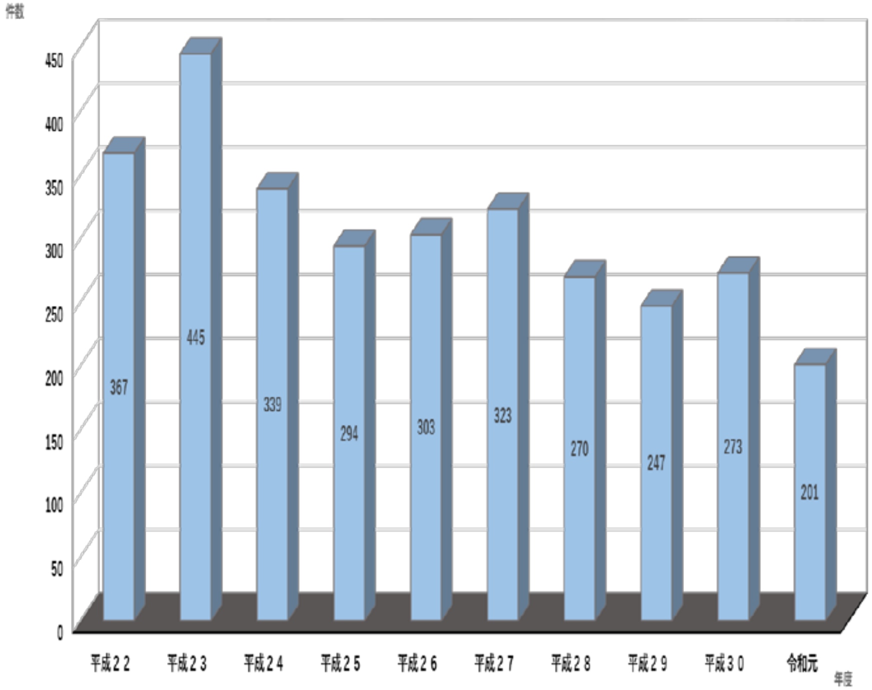
　本件のような個別クレジットは、一般的なローンとは仕組みが異なり、割賦手数料の額を契約時に定め、その額と元金の総額を決められた回数に分けて払うことを約するものです。一括早期完済をした場合に、支払時期の到来していない手数料が当然に免除されるものではありません。なお、一括早期完済をした場合の手数料等に関して同法に定めはありません。一括早期完済の対処や手数料の計算の方式は各クレジット会社で異なるので、契約時にクレジット会社等から渡される契約書面等を確認したり、クレジット会社に問い合わせるといいでしょう。

３．取引類型ごとの動向

（１）割賦販売法

②前払割賦（冠婚葬祭互助会等）

- 相談件数は201件で、前年度と比較すると72件の減少（前年度比▲26.4%）。全相談件数に占める割合は前年度の3.8%から2.7%に縮小。
- 相談内容は、解約に係る相談が143件（構成比71.1%）が最多。特に、解約手数料に関する相談が61件（同30.4%）と目立つ。
- 冠婚葬祭互助会に関する相談が大宗を占める（構成比94.5%）。



【相談事例】解約の連絡をしたが、高額な手数料がかかると言うだけで根拠を説明しない

父が亡くなり、ある葬儀社で家族葬を執り行った。そのため、父が生前に加入していた互助会契約を解約したいと加入業者に連絡した。互助会契約は2口あり、1口は2010年3月契約で掛金満了、もう1口は2012年2月契約で、あと3回分は未納となっている。2口の掛金払込額合計は、374,500円である。

解約したいと伝えたところ、「別のサービスで利用すればいい。」、「解約書類を本社に取りに来い。」等と言われ、解約を渋られた。結局、解約に必要な書面を郵送してもらえることになり、解約返戻金の金額を確認したところ、308,100円と言われた。解約手数料が引かれるとのことだが、高すぎるのではないか。加入業者に計算根拠を聞いたが、当社の規定に従っていると言うだけで、計算方法等を教えてくれない。

【消費者の方へのアドバイス】

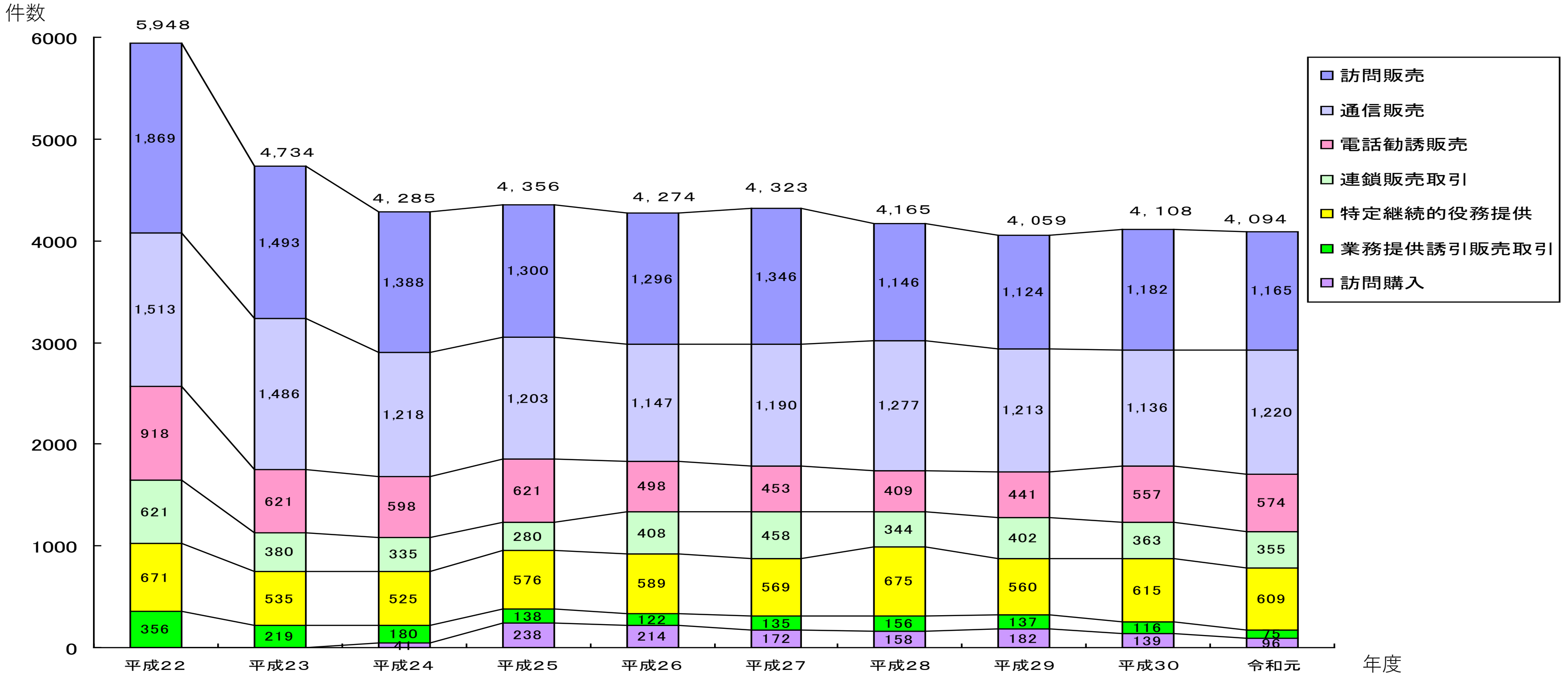
割賦販売法では、2月以上の期間にわたり、かつ、3回以上に分割して掛金を受領し指定役務の施行を行う冠婚葬祭互助会は、「前払式特定取引業」として規制しており、年間取引額が1千万円に満たない場合を除いて、経済産業大臣の許可を受ける必要があります。許可に際しては、約款の内容が同法施行規則で定める「前払式特定取引契約約款の基準」に適合している必要があります。

この基準には、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。

3．取引類型ごとの動向

（2）特定商取引法（全体）

- 相談件数は4,094件で、前年度と比較すると14件の減少（前年度比▲0.3%)。全相談件数に占める割合は、前年度の57.4 %から55.1%に縮小。
- 取引類型毎では、「通信販売」及び「訪問販売」がそれぞれ３割弱を占め、両取引で６割弱を占めた。「通信販売」の相談が、平成30年度最多の「訪問販売」の相談件数を上回り、最も相談の多い取引形態となった。
- 相談内容では、「解約関係」の相談が1,243件（構成比30.4%） と最も多く、次に「クーリング・オフ関係」の相談が1,088件（同26.6%）と続き、これらで全体の過半数。

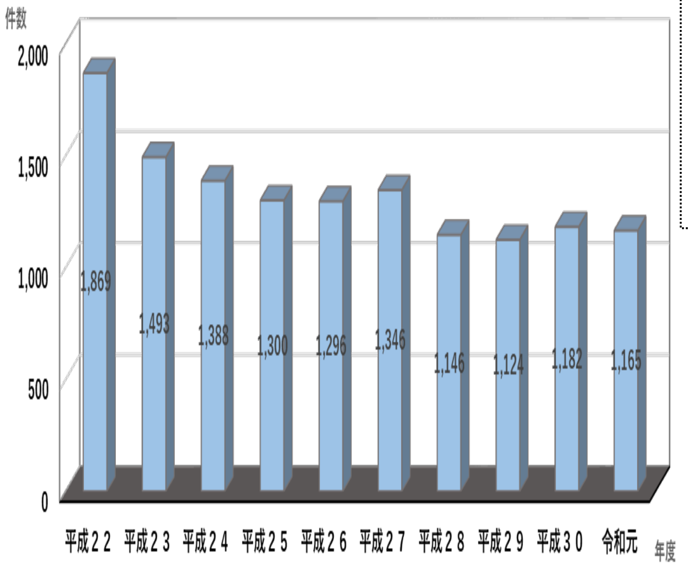


３．取引類型ごとの動向

（２）特定商取引法

①訪問販売

- 相談件数は1,165件で、前年度と比較すると17件の減少（前年度比▲1.4%）。全相談件数に占める割合は前年度の16.5 %から15.7%に縮小。
- 相談内容は、「クーリング・オフ関係」が565件（構成比48.5%）と最も多く、次に「書面不交付・不備」が158件（同13.6%）、「解約関係」の相談が143件（同12.3%）と続き、これらで全体の７割強。
- 商品別では、住宅リフォーム等の「工事、加工」が206件と最も多く、次に住宅設備の修理等の「修理・修繕、調整」が108件、シロアリ駆除等の「医療・衛生サービス」が49件。



【相談事例】台風で被害を受けた箇所の修繕工事契約についてクーリング・オフできるか

2019年9月の台風で、80代夫婦の自宅が被害を受けた。ある日、突然、リフォーム業者から自宅に電話があり、「台風で被害を受けた箇所を損害保険を使って修繕できる。訪問して説明する。」等と勧誘された。台風で自宅カーポートの屋根が飛んでしまい、修繕したいと思っていたので、リフォーム業者の来訪を承諾した。

2019年9月下旬、リフォーム業者が来訪し、自宅の周りをぐるりと見て、写真を撮った後に、「損害保険の申請を代行するので、カーポートの屋根の修繕の他にもいろいろやった方がいい。」と言った。保険金で修繕できるならいいかと思い、よく分からないままに契約を結んだ。その際、「修繕工事請負契約覚書」という書面を受領した。その後、リフォーム業者の電話が繋がらなかったり、住所を教えてくれないなど対応としておかしいと思うことが続き、不信感を抱くようになったため、解約を申し出たところ、「今回の修繕工事のために既に資材を購入し、足場を組む準備をした。その費用として45万円を払ってもらう。」と言われた。

【消費者の方へのアドバイス】

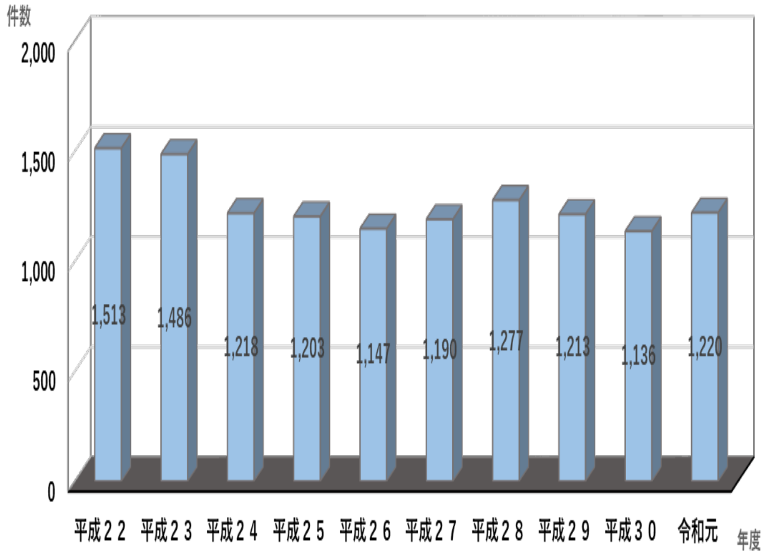
営業所等以外の場所において契約の申込みを受け、若しくは契約を締結して行う商品等の販売や役務の提供は、特定商取引法の「訪問販売」に該当します。本件が、自宅で勧誘を受け、自宅で住宅の修繕工事契約等を締結したのであれば、「訪問販売」に該当すると考えられます。

訪問販売による工事契約は、法定書面を受領した日から起算して８日間は、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・オフができ、事業者に無償で原状回復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。

また、法定書面が交付されていない場合やクーリング・オフの記載がない等重要な事項が記載されていない書面を受領した場合は、クーリング・オフの権利が留保されていることになります。さらに、「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・オフができることになります。

３．取引類型ごとの動向
（２）特定商取引法
②通信販売

- 相談件数は1,220件で、前年度と比較すると84件の増加（前年度比7.4%増）。全相談件数に占める割合は前年度の15.9 %から16.4%に拡大。最も相談件数の多い取引形態。
- インターネットを利用した通信販売の相談が約8割。
- 相談内容は、「解約関係」が604件（構成比49.5%）と最も多く、次に「広告表示」が217件（同17.8%）と続き、これらで全体の７割弱。
- 商品別では、健康食品を含む「食料品」が358件と最も多く、次に「頭髪・皮膚用化粧品」が103件、ゲームアプリ等の「運輸・通信サービス」が52件。



【相談事例】定期購入契約を初回で解約すると料金が発生することがわからなかった

15歳の娘がスマートフォンでダイエットサプリメントの広告を見て申し込んだ。娘の話では、「初回お試しは無料。定期購入になり、電話で解約の連絡があればいつでも止められる。２回目からは代金がかかる。」と広告に書いてあったとのことだ。

娘は初回のサプリメントを受け取った後、2回目の商品を受け取らずに解約したいと母親に相談した。母親がサイトを検索し、販売業者に電話をしたが繋がらなかったので、解約のメールを送信したところ、「メールでは解約できない。電話をするように。」と返信があった。改めて広告をよく見ると、スクロールした下の方に小さい文字で、「初回限りで解約の場合は通常価格の5,000円を払うように。2回目以降で解約の場合は割引がある。」等の記載があった。広告をよく見ないで注文してしまったが、広告がわかりづらく初回無料と思っていたので、代金を払いたくない。

【消費者の方へのアドバイス】

インターネット通販を含む通信販売には、訪問販売や電話勧誘販売等のようなクーリング・オフ制度はありません。

本件のようないわゆる定期購入契約では、販売業者等は、通信販売広告に、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しなければなりません。注文の前に通信販売広告等をよく読み、内容をよく確認しておくことが大切です。

また、通信販売の場合は、通信販売広告に「返品特約」の表示が義務づけられています。「返品特約」が適切に表示されている場合は、その特約が有効となり、当該「返品特約」に従うことになりますが、適切に表示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となります。

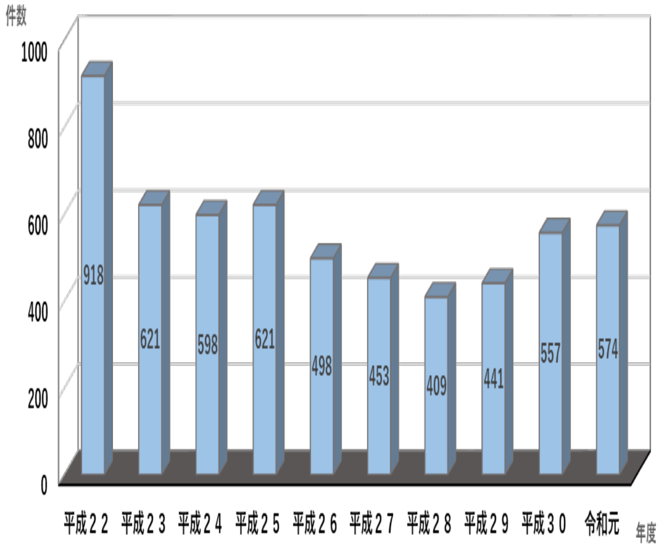
インターネット通販では、返品しようとしても事業者となかなか連絡がとれず交渉が難航する相談も見受けられますので、注意が必要です。

３．取引類型ごとの動向

（２）特定商取引法

③電話勧誘販売

- 相談件数は574件で、前年度と比較すると17件の増加（前年度比3.1%増）。全相談件数に占める割合は前年度の7.8%から7.7%に縮小。
- 相談内容は、「クーリング・オフ関係」が214件（構成比38.4%）と最も多く、次に「解約関係」が109件（同19.6%）と続き、これらで全体の過半数。
- 商品別では、情報商材等の「情報処理・提供」が166件（構成比28.9%）と最も多く、次に健康食品を含む「食料品」が110件（同19.2%）。



【相談事例】無料ソフトが当たったと言われ、フォームに電話番号を入力してかかってきた電話で、勧誘を受け、契約をしてしまった

「FXの自動売買ソフトが抽選で当たった。無料で提供する。」「詳しい話は電話で行う。電話番号と架電希望日時を入力フォームに入れてほしい。」とメールがあった。無料でソフトが使えるなら良いと思い、入力フォームに電話番号等を入力した。事業者から電話があり、「当社のFX自動売買ソフトを使って取引をすれば儲かる。ソフトが勝手に売買してくれる。」、「ソフトは無料だが、導入や維持のための費用がかかる。2年間で348,000円だ。」と言われた。「高額な費用は払えない。」と断って電話を切った。

後刻、事業者から再度電話があった。「半年分の87,000円で契約しないか。FX取引で儲かるのですぐに支払える。」と言われたので、契約することにした。決済用フォームがメールで送られてきて、再度事業者から電話があり、その電話で指南されながら決済用フォームにクレジットカード番号等を入れて決済を完了させた。事業者からは何ら書面は交付されていない。有料の契約をしてしまったことを後悔し、解約を申し出たところ、「これは電話勧誘販売ではない。一般販売だ。」等と反論されてしまい、応じてもらえない。なお、クレジット会社は支払いを一旦ストップしてくれている。

【消費者の方へのアドバイス】

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、その電話で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ません。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、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は、適用除外とはならないと解されています。ここでいう「請求」の程度は、「○○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・オフをすることができます。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。

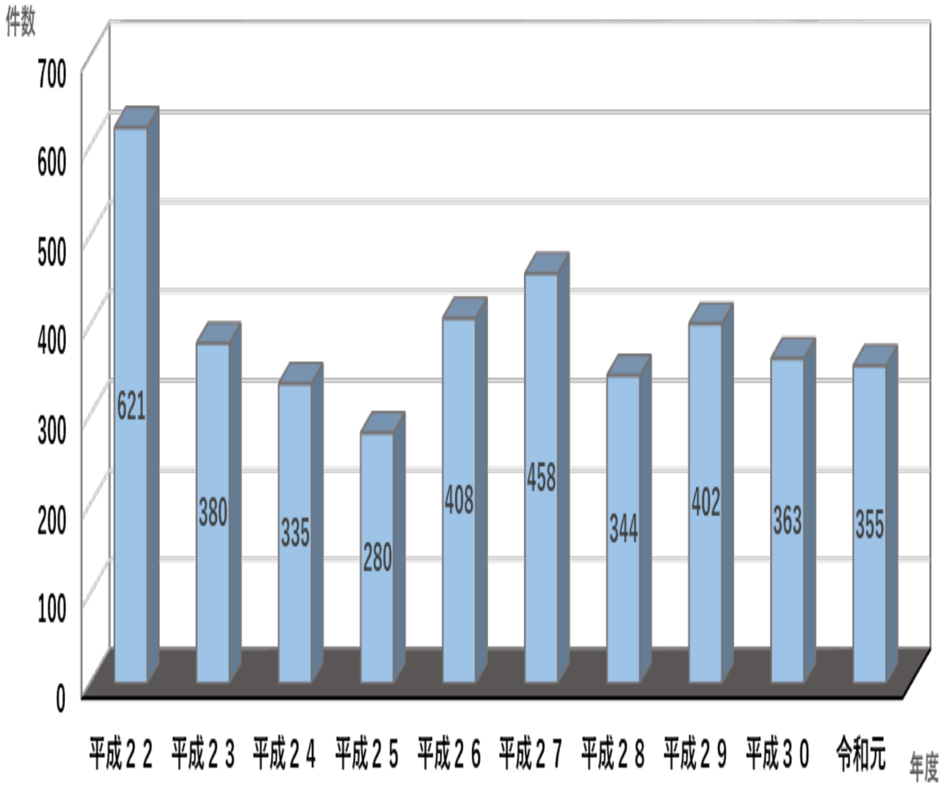
また、売買契約等を締結しない旨の意思を表示した消費者に対し、同じ電話で引き続き、又は再度電話をかけ直して勧誘をすることは、同法で禁止されています。曖昧な返事はせず、はっきりと契約する意思がないことを伝えましょう。

3．取引類型ごとの動向

（２）特定商取引法

④連鎖販売取引

- 相談件数は355件で、前年度と比較すると8件の減少（前年度比▲2.2%）。全相談件数に占める割合は前年度の5.1 %から4.8%に縮小。
- 相談内容は、「解約関係」が75件（構成比21.1%）と最も多く、次に「クーリング・オフ関係」、「情報提供」がそれぞれ51件（同14.4%）。
- 商品別では、「食料品」が58件と最も多く、次に「通信装置・機器・付属品」が36件。



【相談事例】連鎖販売取引で先輩に誘導されて借入れをしてしまった

21歳の男子大学生は、サークルの先輩から「いいビジネスがあるから話を聞かないか」と誘われ、カフェで話を聞くことになった。いいビジネスの詳細は不明だったが、投資に関する話ということで興味があり、人脈も広げたいと思った。先輩が勧めてきたのは投資の情報が入ったUSBを購入しないかという内容だった。それに何人か人を紹介すると利益も得られるようだった。誘われるままに契約をし、支払いは先輩から誘導されて複数の消費者金融を回り、合計60万円を工面して支払った。借金を申し込む際に、車の購入資金や奨学金の返済のためと嘘をついて申告するように指示をされた。

【消費者の方へのアドバイス】

個人を販売員として勧誘し、さらにその個人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」といいます。「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○○パーセントがあなたのものになる」などと言って勧誘し、取引を行うための条件として、１円以上の負担をさせる場合であれば「連鎖販売取引」に該当します。

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に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、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。

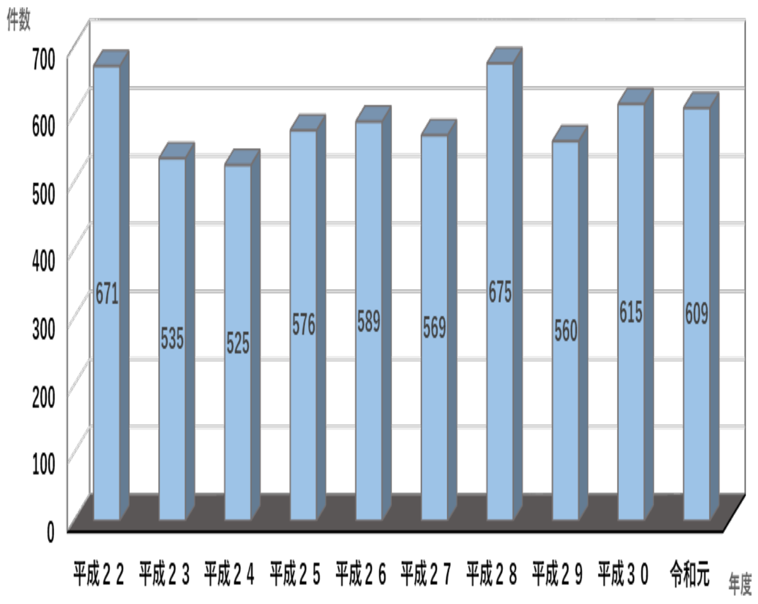
また、連鎖販売取引の相手方の知識、経験及び財産の状況に照らして不適当と認められる勧誘を行うこと、契約に基づく債務を履行させるため、契約の相手方の年収、預貯金又は借入れの状況その他の支払能力に関する事項について虚偽の申告をさせること、契約の相手方の意に反して貸金業者の営業所、銀行の支店その他これらに類する場所に連行すること等は禁止されており、指示等の行政処分の対象となります。例えば、大学生に消費者金融業者から借り入れをさせてまで連鎖販売取引の勧誘をすることや、事業者が消費者を貸金業者の営業所やATM等に物理的に連れて行くことがこれに該当すると解されています。

3．取引類型ごとの動向

（2）特定商取引法

⑤特定継続的役務提供

- 相談件数は609件で、前年度と比較すると6件の減少（前年度比▲1.0%）。全相談件数に占める割合は前年度の8.6%から8.2%に縮小。
- 相談内容は、「解約関係」が287件（構成比47.1%）と最も多く、次に「クーリング・オフ関係」が166件（同27.3%）と続き、これらで全体の７割強を占めた。
- 分野別では、「エステティック」が227件（構成比37.3%）でトップ。次いで「美容医療」が77件（同12.6%）、「学習塾」が76件（同12.5 %）、「語学教室」が72件（同11.9%）、「結婚相手紹介サービス」が53件（同8.7%）、「家庭教師」が43件（7.1%）、「パソコン教室」が39件（同6.4%）。



【相談事例】学割キャンペーン価格で契約したエステを解約しようとしたところ、通常価格で請求された

20歳の女子大学生が痩身エステティック契約を締結した。契約期間は2年間、代金は40万円で、学割キャンペーン価格として単価2万円の施術を20回受けるコースであった。支払は40万円と割賦手数料の合計額を分割払いとする個別クレジットとした。概要書面と契約書面を受領した。

月1回ずつ、計3回施術を受けたところで、中途解約を申し出た。すると、学割キャンペーン価格で契約したにもかかわらず、「3万8千円（通常価格）×3回＋解約損料2万円＋手数料1万6千円の合計額を請求する」と言われた。契約書面を確認すると、中途解約時には「通常価格」を用いて精算すると記載されていたが、契約締結時には、そのような説明は受けていない。

【消費者の方へのアドバイス】

「特定継続的役務提供」とは、エステティックサロンを含む「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。

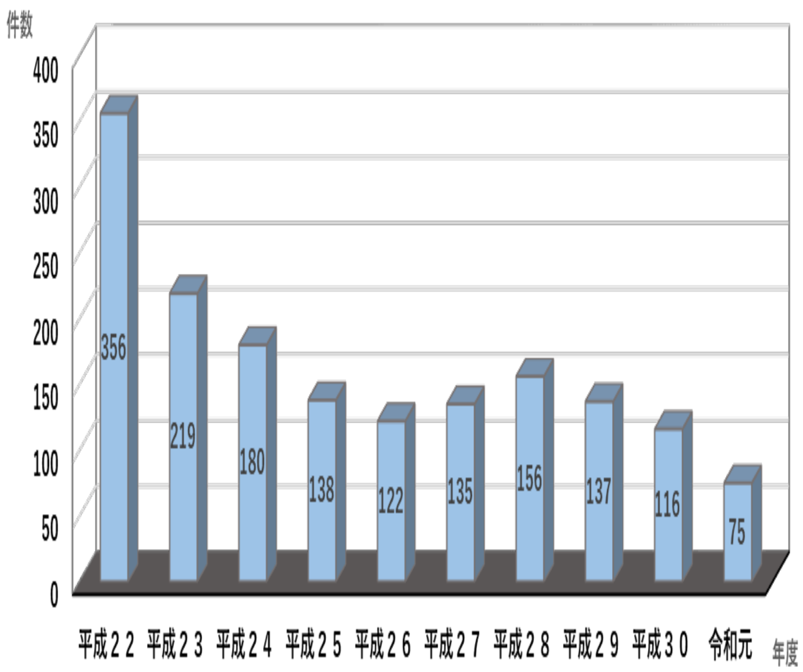
「特定継続的役務提供」に該当する場合には、法定要件を満たした契約書面を受領した日から起算して８日間は既に役務の提供が行われたときにおいてもクーリング・オフができます。また、本件のように、クーリング・オフ期間経過後であっても役務提供期間内であれば、役務提供受領者は将来に向かって契約を解除することができます（中途解約）。中途解約時の精算において、既提供部分の対価の算出は、契約締結時の単価を上限とし、解約時のみに高額な単価を定めていても無効となると解されています。仮に、解約時に異なる単価で精算する旨の記載があったとしても「提供された役務の単価」の計算に用いる単価は、契約締結の際の単価となります。

３．取引類型ごとの動向

（２）特定商取引法

⑥業務提供誘引販売取引

- 相談件数は75件で、前年度と比較すると41件の減少（前年度比▲35.3%）。全相談件数に占める割合は前年度の1.6 %から1.0%に縮小。
- 相談内容は、「クーリング･オフ関係」が34件（構成比45.3%）と最も多く、次に「解約関係」が20件（同32.8%）と続き、これらで全体の7割強。
- 商品別では、情報商材等の「情報処理・提供」が25件と最も多く、次に、コンサルティング契約等の「その他の役務」が15件、芸能関係のレッスン等の「教養・娯楽」が10件等。



【相談事例】無料モニターのいいアルバイトがあると誘われたが、報酬の支払いが止まってしまった

友人からSNSで「無料モニターのいいアルバイトがある」と誘われ、興味を持った。説明によると、事業者から購入したダイエットサプリメントを飲んで、画像投稿サイトに投稿し、それを報告すれば、サプリメントを購入した金額に比例して事業者から報酬が支払われるとのことだった。サプリメントの代金は、クレジットカードの分割払いで支払うが、報酬はクレジットの月々の支払いと同額かそれ以上はあるので、実質無料になると言われたので、契約することにした。「業務提供誘引販売」として概要書面、契約書面が交付された。クーリング・オフに関する記載はあるが、購入したダイエットサプリメントについては、8種類のサプリメント名と単価が印刷されているだけで、具体的にどのサプリメントを何個購入したのか記載されていない。購入金額合計は30万円と記載されていた。
ダイエットサプリメント30万円はクレジットカードのリボ払いで毎月約15,000円ずつ支払っているが、モニター報酬月額10,425円は、5回入金があった以降、支払いが止まってしまった。

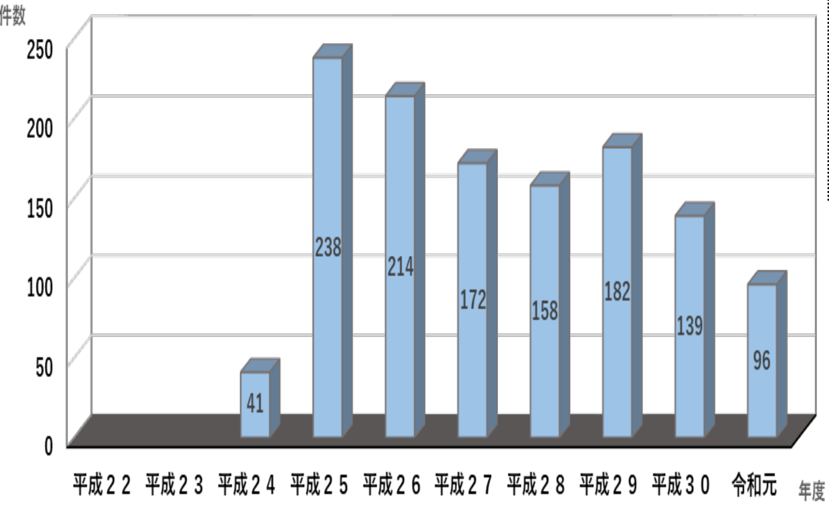
【消費者の方へのアドバイス】

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、法定書面を受領した日から起算して20日間は書面によりクーリング・オフを行うことができます。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書面を受領した場合は、クーリング・オフの権利が留保されていることになります。

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。勧誘時に告げられたことが本当に実現可能な、現実味のある内容か疑問に思うことが大切です。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。

3．取引類型ごとの動向
（2）特定商取引法
⑦訪問購入

- 相談件数は96件で、前年度と比較すると43件の減少（前年度比▲30.9%）。全相談件数に占める割合は前年度の1.9%から1.3%に縮小。
- 相談内容は、「クーリング・オフ関係」が48件（構成比50.0%）と最も多く、次に「勧誘・強引」が8件(同8.3%）、「書面不交付・不備」、「情報提供」がそれぞれ6件（同6.3%）と続き、これらで全体の約７割。
- 商品別では、装飾品や貴金属が26件、切手・古銭・貨幣等が8件等。



（注）平成25年2月21日付け改正特定商取引法施行により規制対象となったもので、平成24年度の相談件数は概ね1ヶ月分の受付件数

【相談事例】既に転売したので返品できないと言われた

　近所の買取業者に電話をして、「終活のため、1,000点ほどの徳利、食器や絵画等を処分しようと思っている。見に来てもらって値段の折り合いがつけば売ろうと思う。」と言って訪問の日時を約束した。

　７月21日、買取業者が自宅を訪問し、その日は368点を85,000円で買い取った。その際、相談者は領収書を書いて渡したが、買取業者からは何も書面を受け取っていない。品数が多くてその日一日で査定は終わらなかったため、次に来てもらう日を７月27日に指定し、買取業者の来訪を受けて、123点を50,000円で売却した。その際も、買取業者から書面は受け取っていない。

　５日後、相談者は、一部買い戻したい品があるとして買取業者に連絡をしたところ、「既に転売したので返品できない。」と言われた。

【消費者の方へのアドバイス】

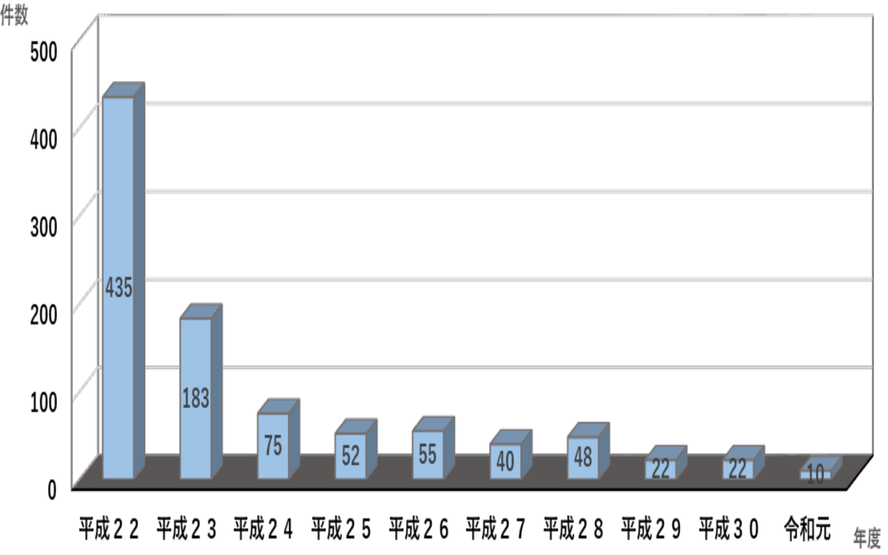
　物品の購入を業として営む者が消費者の自宅等を訪問して物品の購入を行う取引は「訪問購入」として特定商取引法の規制を受けます。

　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ています。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。しかし、訪問購入においては一度物品を引き渡してしまうと、第三者への転売等により引き渡した物品そのものが返却されないおそれがあります。このため、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。

　なお、訪問購入では、不招請勧誘（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「いらない指輪もあれば、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。

3．取引類型ごとの動向
（３）先物取引

- 相談件数は10件で、前年度と比較すると12件の減少（前年度比▲54.5%）。全相談件数に占める割合は前年度の0.3%から0.1%に縮小。
- 先物取引に係る「許可業者・登録業者」についての相談が４件と最も多く、次に「無許可業者」についての相談が２件。
- 商品別では、金が４件で最多。



【相談事例】商品先物取引業者から電話がかかってきて絶対儲かると言われた

Ｘと名乗る事業者から、石油の先物取引の勧誘電話があった。先物取引は興味がなく、今までそういった事業者と契約したこともない。それなのに、Ｘはどこからか自分の個人情報を入手したようで、正しい住所を知っていた。

Ｘは「1口50万円で、10口が最低。半年には1,250万円くらいになる。絶対儲かる。」と言うようなことを一方的に30分もしゃべり続けた。こちらの口を挟ませず、しつこい勧誘だった。

先物取引では、「絶対儲かる」といった断定的判断をしてはいけないのではないのか。また、Ｘは許可を取っていると言っていたが、本当か。

【消費者の方へのアドバイス】

商品先物取引は、証拠金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、大きな損失を被る可能性もある「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。

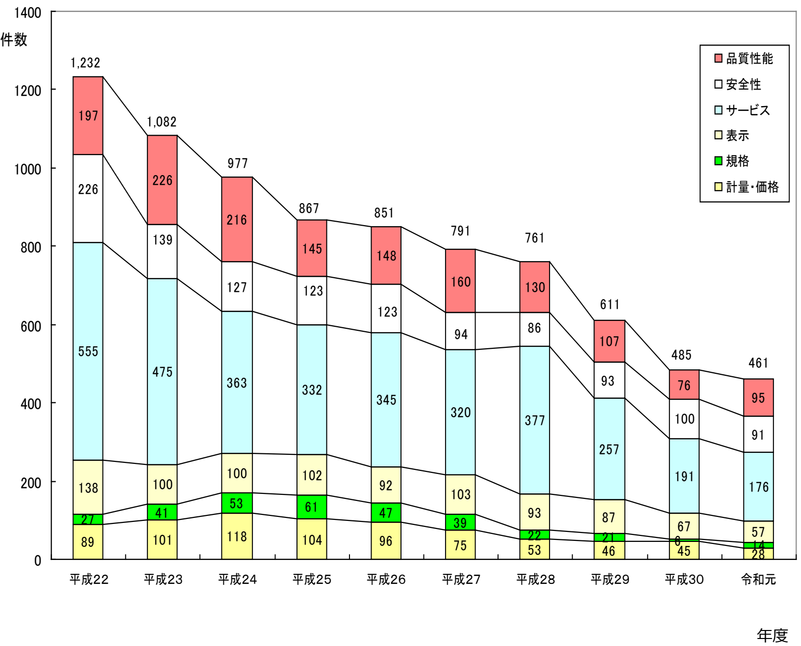
商品先物取引法では、商品先物取引事業者に対して、商品先物取引の仕組み・リスク等の説明を義務づけるとともに、利益を生じることが確実であると誤認させるような断定的な判断の提供や迷惑勧誘などの不当な勧誘を禁止しています。また、取引の申込み等を行わないことを意思表示した顧客に対して勧誘することや、勧誘の要請をしていない顧客への訪問や電話による契約締結を勧誘することも禁じられています。

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。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。

３．取引類型ごとの動向

（４）製品関係

- 相談件数は461件で、前年度と比較すると24件の減少（前年度比▲4.9%）。全相談件数に占める割合は前年度の6.8%から6.2%に縮小。
- 相談内容は、「サービス対応」に関する相談が176件と4割弱を占め、続いて「品質性能」、「安全性」、「表示」、「計量・価格」、「規格」の順。
- 商品別では、電気製品が179件（構成比38.9%）と最も多く、次に機械器具が87件（同18.9%）で、これらで全体の6割弱。
- 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。



【相談事例】浴室用電気乾燥機の点検の封書が届いたが、悪質なものではないのか

自宅に浴室用電気乾燥機の点検の封書が届いた。

10年前に建売住宅を購入した際に、もともと浴室用電気乾燥機が設置されており、その浴室用電気乾燥機のパネルには封書の差出人と同じ事業者名が記載されていた。封書には、消費生活用品安全法に基づく長期使用製品安全点検制度についての記載があり、同法に基づき、点検を受けるように書かれている。費用は、技術料15,800円、出張費3,700円、合計19,500円（税抜）となっている。

最近はやりの悪質な通知なのではないかと不安だ。必要な点検なのか。

【消費者の方へのアドバイス】

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、「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です。

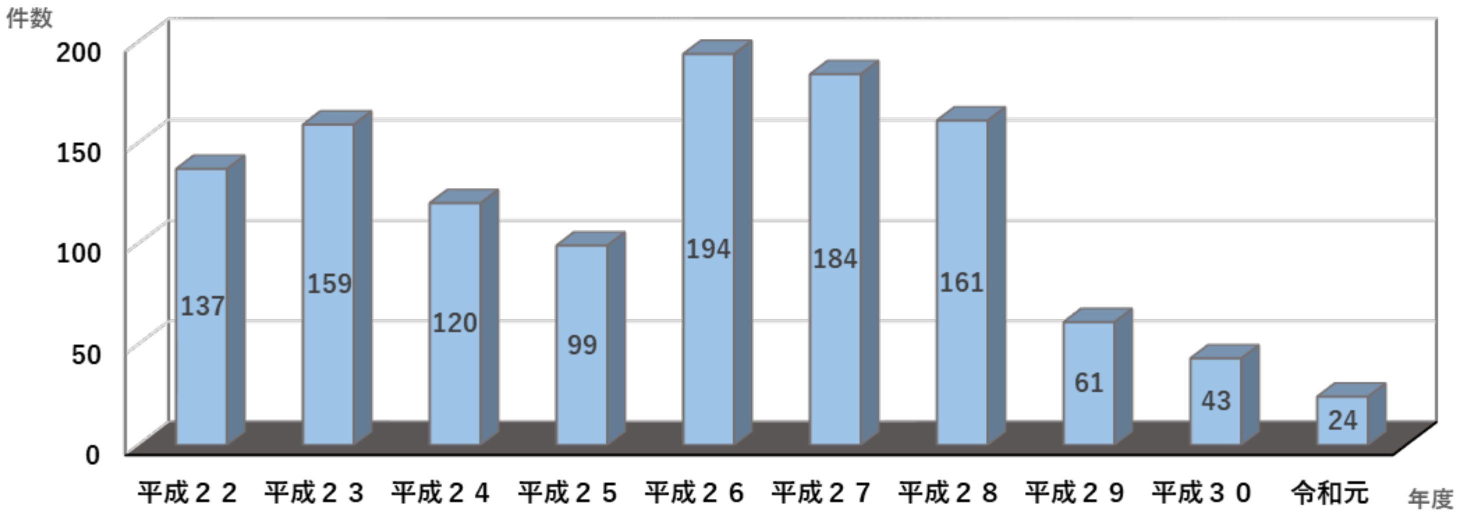
「長期使用製品安全点検制度」は、経年劣化による重大事故発生のおそれが高い製品を対象とし、その製品の所有者が製造・輸入事業者に対して所有者情報を提供することによって、製造・輸入事業者が設計標準使用期間に応じて、所有者情報の登録された住所に点検時期を通知し、消費者の求めに応じて、点検、修理に有償で応じる制度です。現在、浴室用電気乾燥機を含めた9品目が対象製品（特定保守製品）となっています。

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品目が対象製品となっています。

３．取引類型ごとの動向

（５）個人情報

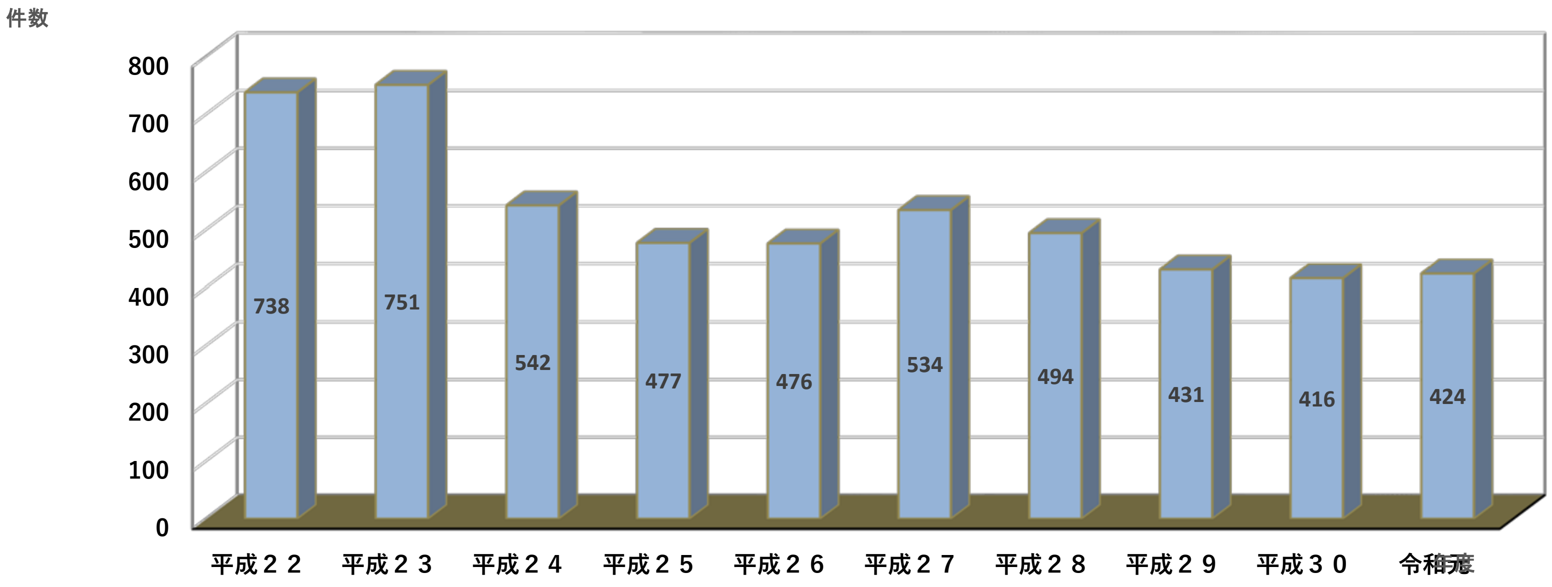
- 相談件数は24件で、前年度と比較すると19件の減少（前年度比▲44.2%）。全相談件数に占める割合は前年度の0.6%から0.3%に縮小。
- 相談内容としては、個人情報の管理に関するものがほとんど。具体的には、「個人情報が漏洩している」、「個人情報を目的外に利用されている」、「事業者が個人情報の削除に応じてくれない」等。
- 個人情報保護法は、平成27年9月に改正され、平成29年5月30日に全面施行となり、個人情報保護法に関する問い合わせや漏えい等事案への対応は、原則、個人情報保護委員会に一元化。



3．取引類型ごとの動向

（6）契約その他

- 相談件数は424件で、前年度と比較すると8件の増加（前年度比1.9%増）。全相談件数に占める割合は前年度の5.8 %から5.7%に縮小。
- 相談内容としては、「解約関係」が99件（構成比23.3%）と最多。
- 商品別では、「電力」が39件と最も多く、続いて「運輸・通信サービス」が31件、「乗用自動車」が28件、「ゴルフ場・リゾートクラブ会員権等」が23件。



（本発表資料の問い合わせ先）
商務・サービスグループ　消費者相談室長　吉岡
担当者：鎌谷、嶋崎、加部
電　話：03－3501－4657