

令和4年度

消費生活相談状況

令和5年5月

愛媛県消費生活センター

本報告書は、全国消費生活情報ネットワークシステム（PIO-NET）に登録されているデータをもとに、令和4年4月1日から令和5年3月31日までの間に愛媛県消費生活センター及び愛媛県内の市町消費生活相談窓口に寄せられた消費生活相談についてデータ集計したものです。

※データ抽出時点（令和5年4月末日）で、PIO-NETに新規、更新情報を含めた登録されているデータに基づきます。未登録のデータは含まれていません。

本報告書の集計分類は、独立行政法人国民生活センターの例によります。

全国消費生活情報ネットワークシステム【PIO-NET(パイオネット、Practical Living Information Online Network System)】は、国民生活センターと全国の消費生活センター等をオンラインネットワークで結び、消費生活に関する情報を蓄積しているデータベースです。

目 次

<u>1 相談受付状況</u>	
（１）相談件数の推移	1
（２）契約当事者の属性	1
（３）相談方法	4
<u>2 相談内容</u>	
（１）内容別分類	4
（２）販売購入形態	5
（３）商品・役務等	7
（４）平均契約金額	9
<u>3 相談の特徴</u>	
（１）架空請求・フィッシング	9
（２）インターネット通販	10
（３）SNS関連	10
（４）定期購入	11
（５）新型コロナ関連	12
<u>4 危害・危険に関する相談</u>	13
<u>参考資料</u>	
（１）相談事例	15
（２）用語説明	17

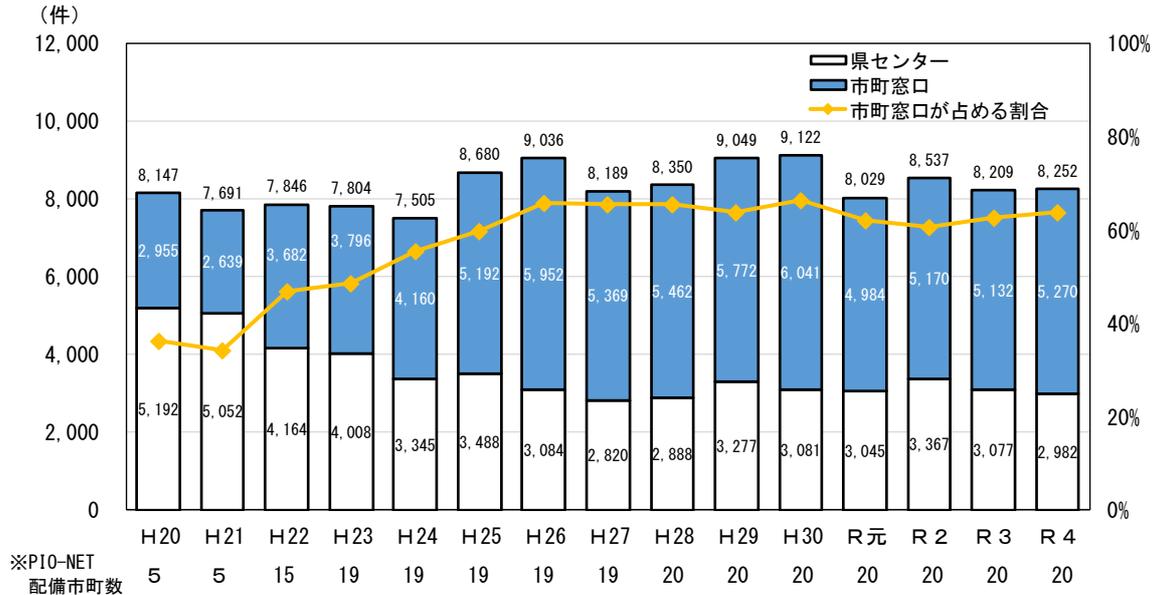
（注）本報告に示す構成比（％）は、特に断りのない限り、小数点第2位を四捨五入したものです。そのため、必ずしも合計が100になるとは限りません。

1 相談受付状況

(1) 相談件数の推移

PIO-NETに登録された県全体の相談件数は、平成20年度以降、約8千件～9千件の間で推移しており、令和4年度は8,252件と、前年度と比較して43件(0.5%)の増加となっています。なお、内訳は、県センター2,982件(36.1%)、市町窓口5,270件(63.9%)となっています。

図1 年度別相談件数の推移

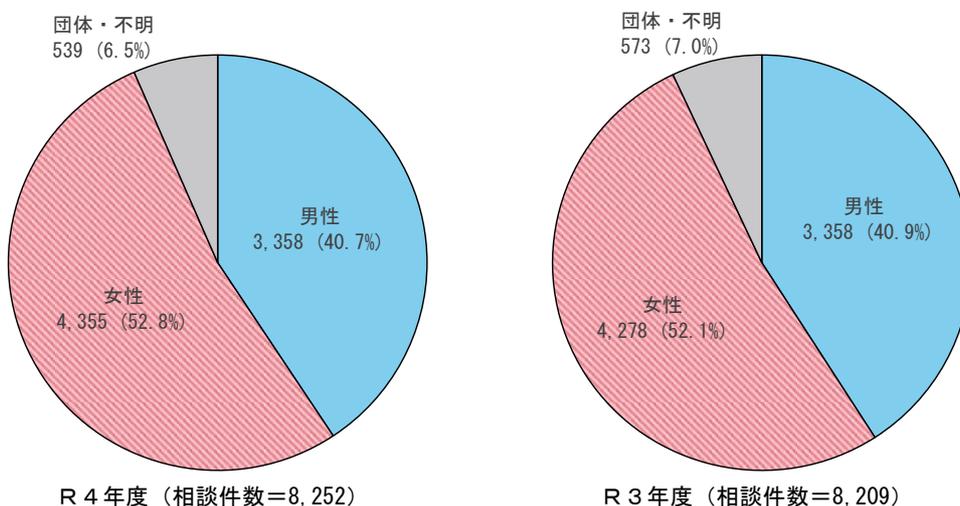


(2) 契約当事者の属性

○性別

女性が52.8%、男性が40.7%（団体・不明（無回答含む）が6.5%）で、前年度同様、女性の比率が男性を上回っています。

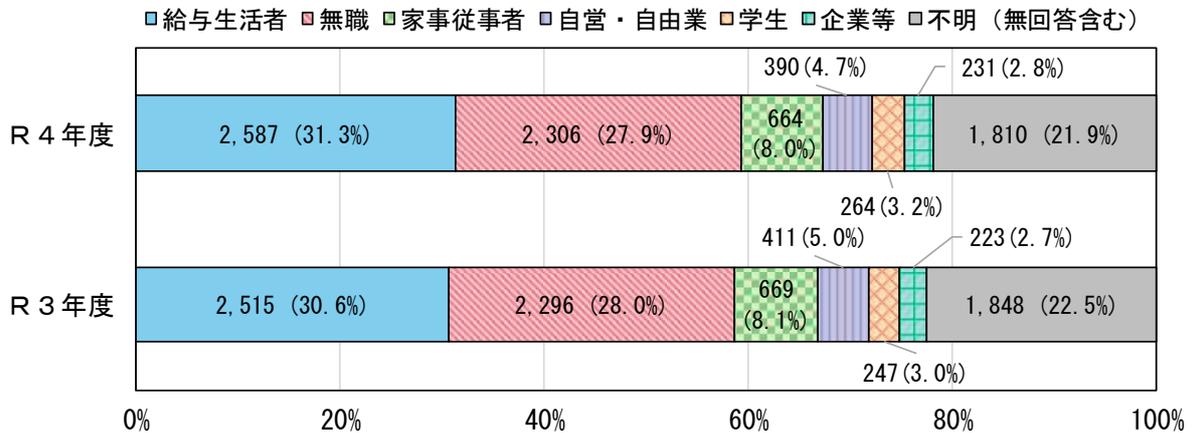
図2 契約当事者性別の相談件数と全相談に占める比率



○職業別

給与生活者が31.3%で最も多く、次いで無職(年金生活者を含む)が27.9%、家事従事者が8.0%となっています。

図3 契約当事者職業別の相談件数と全相談に占める比率



○年代別

70歳以上が23.0%と最も多く、次いで60歳代15.3%、50歳代13.3%の順となっており、50歳以上の比率が半分以上、60歳以上の比率が4割弱を占めています。なお、令和4年4月1日から改正民法が施行され、新たに18歳、19歳の方においては契約上の責任を有することとなったことから、18歳、19歳の相談の増加が懸念されましたが、令和3年度では82件(1.0%)、令和4年度では92件(1.1%)と顕著な増加は見られませんでした。

図4 契約当事者年代別の相談件数

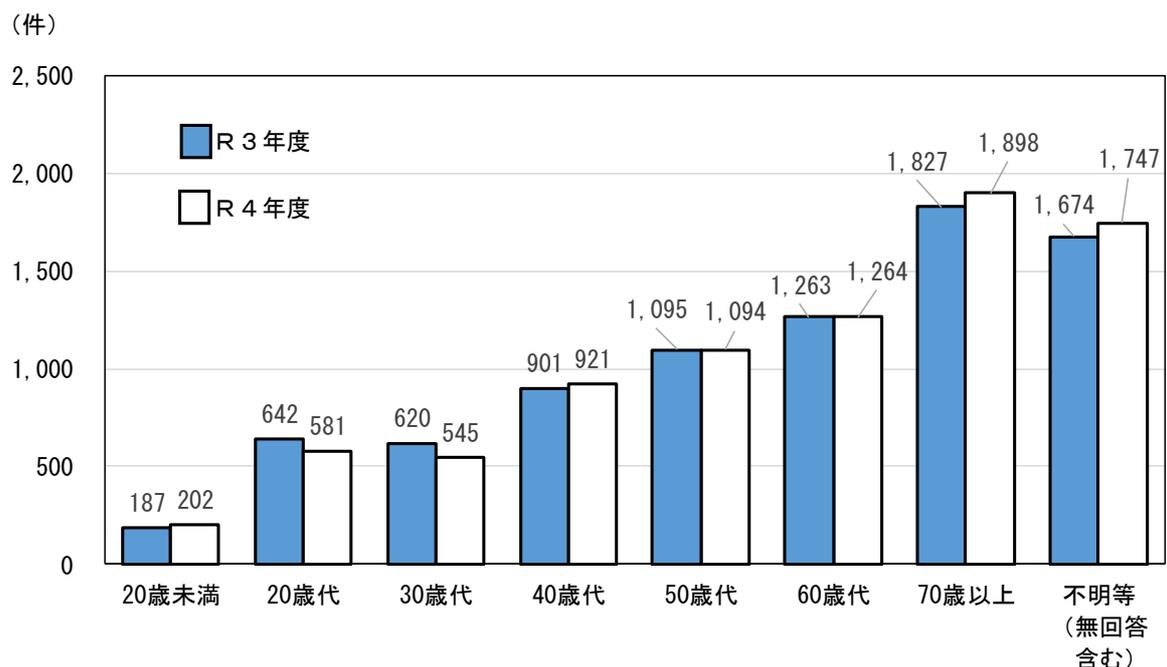
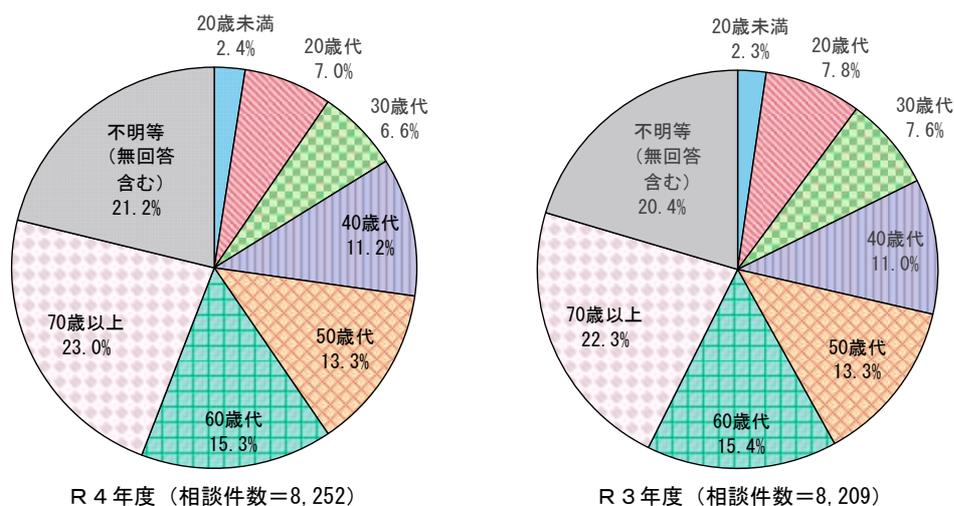


図5 契約当事者年代別の相談件数の比率



○居住地別

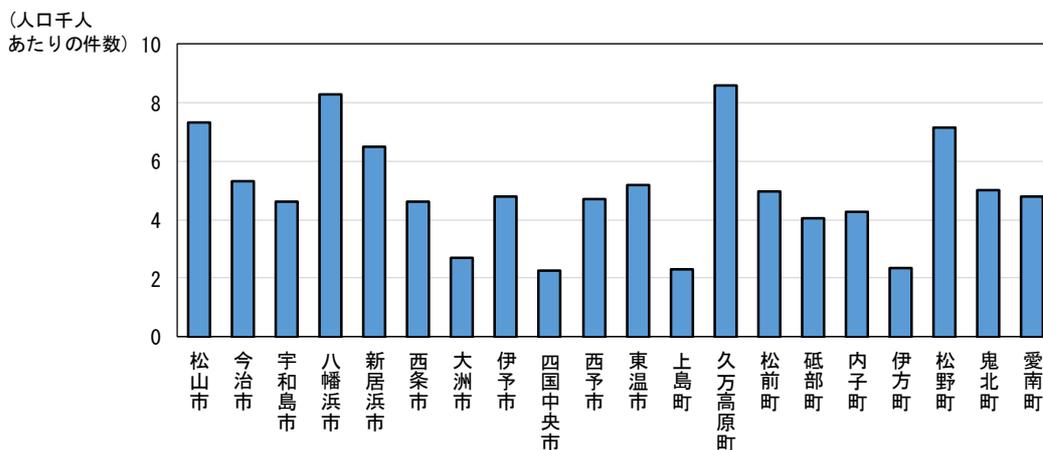
中予地域が4,304件(52.2%)、東予地域が2,168件(26.3%)、南予地域が1,061件(12.9%)となっています。10市町で増加、7市町で減少しています。

表1 契約当事者居住地別の相談件数

市町名	R4年度		R3年度		市町名	R4年度		R3年度	
	前年度比	件数 (比率)	件数 (比率)	前年度比		件数 (比率)	件数 (比率)		
松山市	0.99	3,680 (44.6%)	3,727 (45.4%)	上島町	1.08	14 (0.2%)	13 (0.2%)		
今治市	1.07	773 (9.4%)	721 (8.8%)	久万高原町	1.35	58 (0.7%)	43 (0.5%)		
宇和島市	1.09	308 (3.7%)	282 (3.4%)	松前町	1.11	146 (1.8%)	131 (1.6%)		
八幡浜市	1.06	251 (3.0%)	236 (2.9%)	砥部町	1.00	82 (1.0%)	82 (1.0%)		
新居浜市	1.02	730 (8.8%)	719 (8.8%)	内子町	0.78	62 (0.8%)	79 (1.0%)		
西条市	1.08	471 (5.7%)	437 (5.3%)	伊方町	0.72	18 (0.2%)	25 (0.3%)		
大洲市	1.00	105 (1.3%)	105 (1.3%)	松野町	0.83	25 (0.3%)	30 (0.4%)		
伊予市	0.89	164 (2.0%)	185 (2.3%)	鬼北町	0.78	46 (0.6%)	59 (0.7%)		
四国中央市	0.88	180 (2.2%)	205 (2.5%)	愛南町	1.00	88 (1.1%)	88 (1.1%)		
西予市	1.08	158 (1.9%)	146 (1.8%)	不明等	0.96	719 (8.7%)	751 (9.1%)		
東温市	1.20	174 (2.1%)	145 (1.8%)	合計	1.01	8,252	8,209		

(注) 不明等には愛媛県外居住者、無回答を含む。

図6 契約当事者居住地(市町)別にみる人口千人あたり相談件数

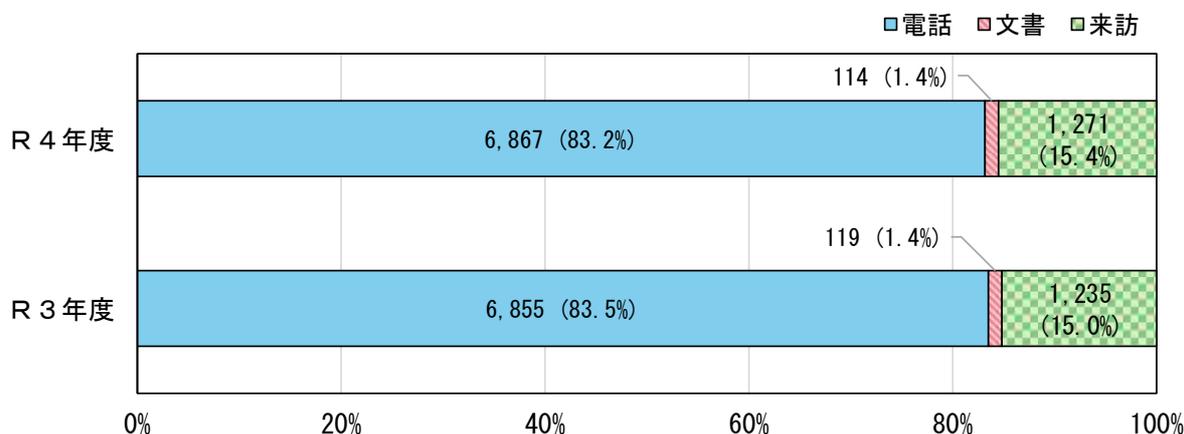


(注) 計算の根拠となる各市町の人口の値は、令和5年4月1日現在の県推計人口データを用いている。

(3) 相談方法

電話によるものが83.2%で最も多く、次いで来訪によるもの15.4%、文書（電子メール、FAX等によるものも含む）によるもの1.4%の順となっています。

図7 相談方法別の相談件数と全相談に占める比率



2 相談内容

(1) 内容別分類

最も多いのは「契約・解約」で67.1%、以下「販売方法」の51.6%、「接客対応」の11.6%、「価格・料金」の10.9%の順となっています。

表2 相談における内容別分類件数

		R4年度		R3年度		
		前年度比	件数	比率	件数	比率
総相談件数		1.01	8,252		8,209	
内容別分類	契約・解約	1.04	5,534	(67.1%)	5,300	(64.6%)
	販売方法	1.01	4,254	(51.6%)	4,218	(51.4%)
	接客対応	1.11	961	(11.6%)	866	(10.5%)
	価格・料金	1.14	899	(10.9%)	792	(9.6%)
	品質・機能、役務品質	0.99	752	(9.1%)	758	(9.2%)
	表示・広告	1.21	731	(8.9%)	602	(7.3%)
	法規・基準	0.75	408	(4.9%)	543	(6.6%)
	安全・衛生	0.86	199	(2.4%)	232	(2.8%)
	施設・設備	1.03	37	(0.4%)	36	(0.4%)
	生活知識	0.92	35	(0.4%)	38	(0.5%)
	買物相談	1.00	31	(0.4%)	31	(0.4%)
	計量・量目	2.25	18	(0.2%)	8	(0.1%)
	包装・容器	1.83	11	(0.1%)	6	(0.1%)
	その他	0.71	95	(1.2%)	133	(1.6%)

(注1) 内容別分類は複数記入が可能のため、件数の合計は総相談件数とは合致しない。

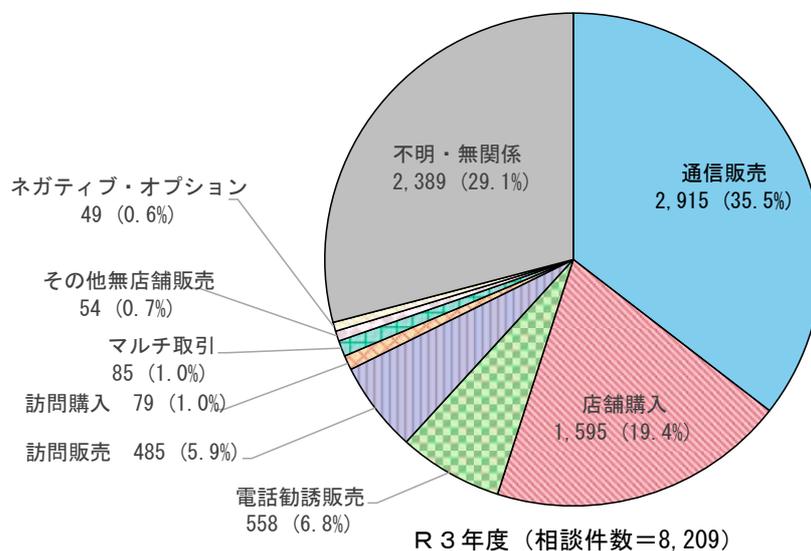
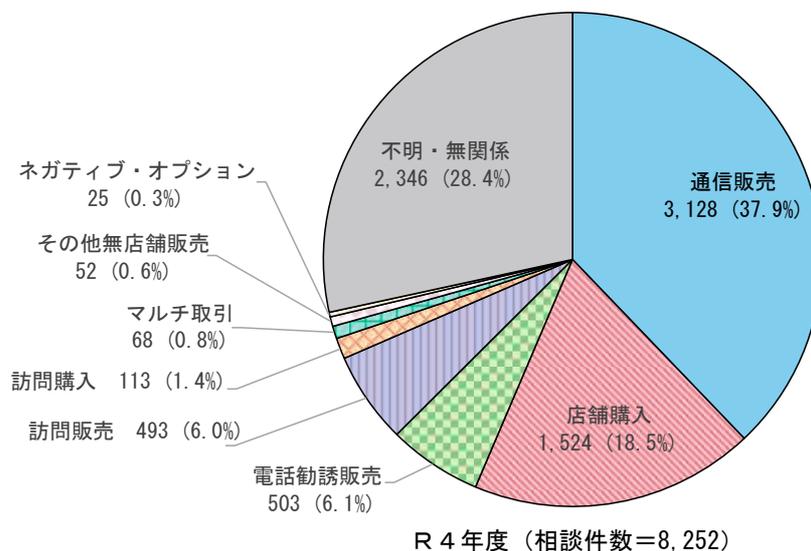
(注2) () 内は総相談件数に対する比率を示す。

(2) 販売購入形態

○販売購入形態別の相談件数の割合

最も多いのは「通信販売」で全体の約4割を占めています。次いで「店舗購入」、「電話勧誘販売」、「訪問販売」の順となっています。

図8 販売購入形態別の相談件数と全相談に占める比率



○各年代における販売購入形態別相談件数

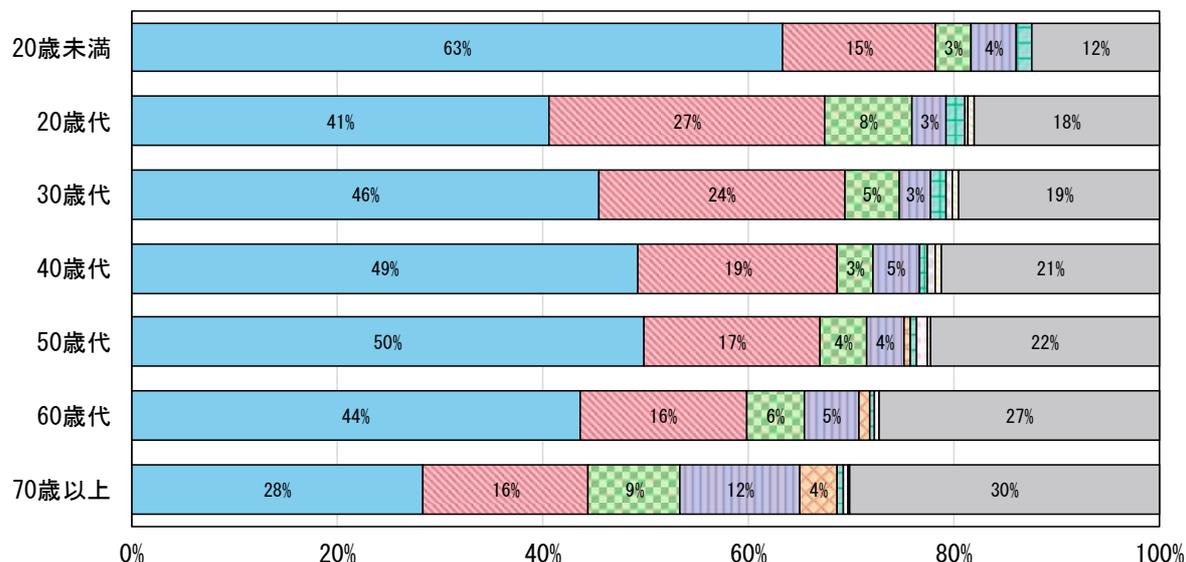
各年代における相談件数の比率をみると、「通信販売」や「店舗購入」は全年代層にわたって多く、「訪問販売」、「訪問購入」は70歳以上に多く、「電話勧誘販売」は20歳代及び70歳以上に多いという特徴があります。

表3 各年代における販売購入形態別相談件数

順位	販売購入形態	年度	合計	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	不明等 (無回答を含む)
1	通信販売	R 4	3,128	128	236	248	454	545	551	538	428
		R 3	2,915	141	256	297	449	503	440	479	350
2	店舗購入	R 4	1,524	30	156	130	179	188	205	306	330
		R 3	1,595	18	165	146	163	200	235	326	342
3	電話勧誘販売	R 4	503	7	49	29	31	49	71	170	97
		R 3	558	1	31	27	31	56	99	199	114
4	訪問販売	R 4	493	9	20	17	42	40	68	220	77
		R 3	485	8	47	17	45	44	61	174	89
5	訪問購入	R 4	113	0	0	0	1	7	14	69	22
		R 3	79	0	1	2	6	9	8	44	9
6	マルチ取引	R 4	68	3	10	8	7	7	5	13	15
		R 3	85	1	27	6	8	10	6	16	11
7	その他 無店舗販売	R 4	52	0	2	3	6	12	5	7	17
		R 3	54	0	6	2	8	7	7	13	11
8	ネガティブ・ オプション	R 4	25	0	3	4	6	2	1	3	6
		R 3	49	0	5	7	4	6	13	9	5
-	不明・無関係	R 4	2,346	25	105	106	195	244	344	572	755
		R 3	2,389	18	104	116	187	260	394	567	743
	合 計	R 4	8,252	202	581	545	921	1,094	1,264	1,898	1,747
		R 3	8,209	187	642	620	901	1,095	1,263	1,827	1,674

図9 各年代における販売購入形態別相談比率（令和4年度分）

■通信販売 ■店舗購入 ■電話勧誘販売 ■訪問販売 ■訪問購入 ■マルチ取引 ■その他 ■ネガティブ・ ■不明・無関係
無店舗販売 オプション



(注) 構成比は、小数点第1位を四捨五入したものである。なお、構成比2%以下は表記していない。

(3) 商品・役務等

○商品・役務別の相談件数

最も多いのは、「化粧品」に関するもので807件、次いで「商品一般」に関するもので800件、3番目は「健康食品」に関するもので335件となっています。特に、「化粧品」「理美容（エステティックサービス）」の件数が前年度より多くなっています。

表4 商品・役務別の相談件数

順位	商品・役務名	前年度比	R4年度		R3年度	
			件数	割合	件数	割合
1	化粧品	1.89	807	(9.8%)	428	(5.2%)
2	商品一般	1.03	800	(9.7%)	777	(9.5%)
3	健康食品	0.98	335	(4.1%)	342	(4.2%)
4	レンタル・リース・貸借	0.96	332	(4.0%)	347	(4.2%)
	不動産貸借	0.91	289	(3.5%)	317	(3.9%)
5	役務その他	0.99	331	(4.0%)	334	(4.1%)
	祈とうサービス	1.33	40	(0.5%)	30	(0.4%)
6	融資サービス	0.94	260	(3.2%)	276	(3.4%)
	フリーローン・サラ金	1.01	220	(2.7%)	217	(2.6%)
7	他の教養・娯楽	0.76	206	(2.5%)	272	(3.3%)
8	インターネット通信サービス	0.95	204	(2.5%)	214	(2.6%)
9	工事・建築・加工	1.04	198	(2.4%)	190	(2.3%)
10	他の金融関連サービス	1.28	185	(2.2%)	144	(1.8%)
10	相談その他	0.77	185	(2.2%)	241	(2.9%)
12	移動通信サービス	0.80	164	(2.0%)	205	(2.5%)
13	自動車	0.90	155	(1.9%)	172	(2.1%)
14	電気	0.77	152	(1.8%)	198	(2.4%)
15	理美容	1.56	147	(1.8%)	94	(1.1%)
	エステティックサービス	1.55	127	(1.5%)	82	(1.0%)
16	他の保健・福祉	0.56	139	(1.7%)	250	(3.0%)
17	娯楽等情報配信サービス	0.81	138	(1.7%)	171	(2.1%)
18	紳士・婦人洋服	0.83	134	(1.6%)	162	(2.0%)
19	他の教養娯楽品	1.22	126	(1.5%)	103	(1.3%)
20	他の行政サービス	0.67	115	(1.4%)	171	(2.1%)
—	その他の総件数	1.01	3,139	(38.0%)	3,118	(38.0%)
合計		1.01	8,252		8,209	

(注) 商品・役務名は独立行政法人国民生活センターホームページ内

<https://datafile.kokusen.go.jp/> の検索メニュー内の項目解説を参考

○各年代における商品・役務別相談件数

「化粧品」「レンタル・リース・貸借」は幅広い世代において上位を占めています。また、「他の教養・娯楽」「理美容」「内職・副業」は主に20歳代以下で、「工事・建築・加工」は60歳以上で、「健康食品」は20歳未満及び40歳以上において上位を占めています。

表5 各年代における商品・役務別相談件数

順位	20歳未満	件数	20歳代	件数	30歳代	件数	40歳代	件数
1	他の教養・娯楽	41	理美容	63	レンタル・リース・貸借	46	化粧品	121
2	化粧品	29	内職・副業	46	化粧品	43	商品一般	73
3	健康食品	17	他の教養・娯楽	41	商品一般	32	レンタル・リース・貸借	43
4	娯楽等情報配信サービス	13	商品一般	36	融資サービス	25	融資サービス	36
5	理美容	11	レンタル・リース・貸借	36	自動車	23	役務その他	33
6	レンタル・リース・貸借	8	役務その他	30	役務その他	20	役務一般	30
7	内職・副業	8	融資サービス	26	紳士・婦人洋服	16	健康食品	28
8	商品一般	7	化粧品	23	理美容	16	紳士・婦人洋服	27
9	電気	6	教室・講座	19	玩具・遊具	15	他の教養娯楽品	24
10	紳士・婦人洋服	6	自動車	15	家具・寝具 他1件	14	自動車	23

他…娯楽等情報配信サービス

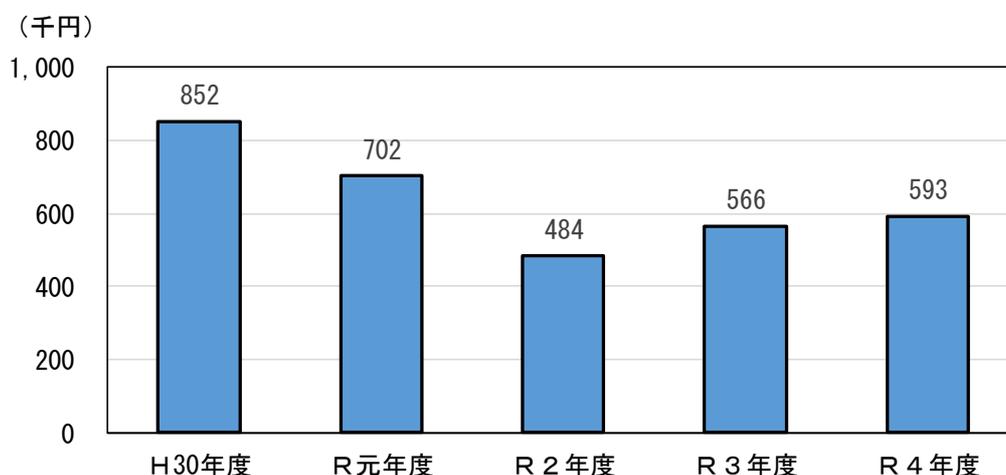
順位	50歳代	件数	60歳代	件数	70歳以上	件数	不明等 (無回答含む)	件数
1	化粧品	171	化粧品	201	商品一般	214	商品一般	214
2	商品一般	94	商品一般	130	化粧品	155	役務その他	104
3	健康食品	63	他の保健・福祉	71	健康食品	96	相談その他	86
4	融資サービス	52	健康食品	60	工事・建築・加工	70	レンタル・リース・貸借	75
5	レンタル・リース・貸借	41	レンタル・リース・貸借	49	役務その他	67	化粧品	64
6	役務その他	34	工事・建築・加工	38	衛生サービス	58	健康食品	55
7	インターネット通信サービス	31	役務その他	38	他の金融関連サービス	56	インターネット通信サービス	54
8	自動車	24	インターネット通信サービス	34	インターネット通信サービス	50	電気	48
9	娯楽等情報配信サービス	24	移動通信サービス	29	電気	48	融資サービス	45
10	他の教養・娯楽	23	融資サービス 他1件	28	移動通信サービス	48	工事・建築・加工	42

他…他の行政サービス

(4) 平均契約金額

令和4年度の全体の平均契約金額は、約593千円で、前年度の約566千円から約27千円の増加となりました。

図10 平均契約金額の推移



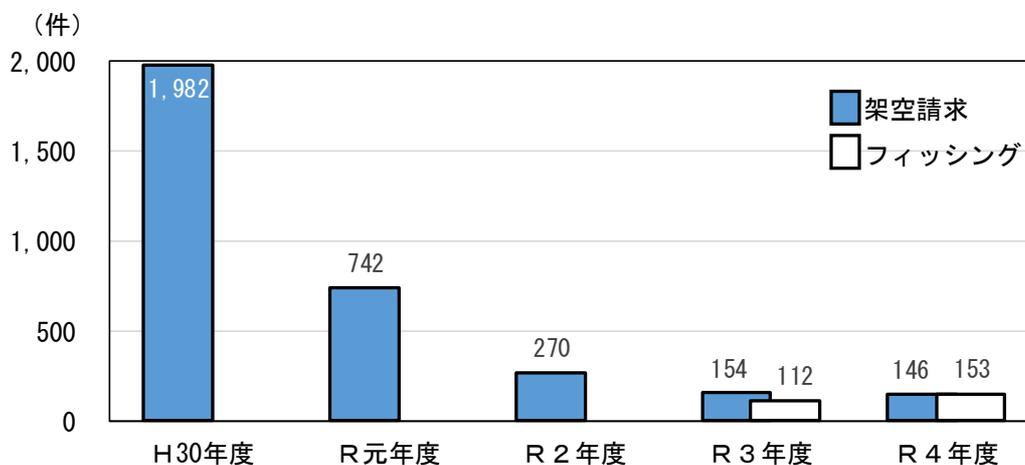
(注) 平均契約金額は、受け付けた相談のうち、契約金額が確認できたものを算出している。

3 相談の特徴

(1) 架空請求・フィッシング

平成29年度、平成30年度には、はがきによる架空請求が横行していたため、相談が急増していましたが、それ以降は減少傾向です。しかしながら、架空請求と類似の内容として、送信者を詐称した電子メールを送り付けたり、偽の電子メールから偽のホームページに接続させたりするなどの方法で、アカウント情報のような個人情報盗み出す「フィッシング」の相談もみられており、前年度より件数は増加しています。

図11 架空請求又はフィッシングに関する相談件数の推移

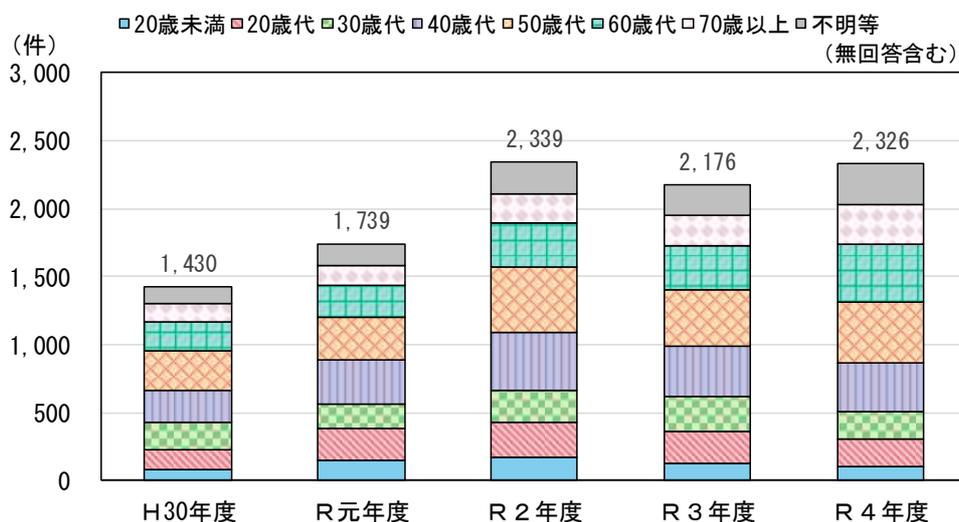


(注) 令和3年度から、PIO-NETにおける内容キーワード分類が見直され、「フィッシング」に関する相談の集計が可能となったため、令和2年度以前の「フィッシング」に関する相談の集計はできない。

(2) インターネット通販*

インターネット通販に係る相談は前年度より増加しました。過去5年間の傾向をみると、令和2年度から約2,000件~2,500件の間で推移しています。また、近年は、徐々に60歳以上からの相談の占める比率が大きくなっています。

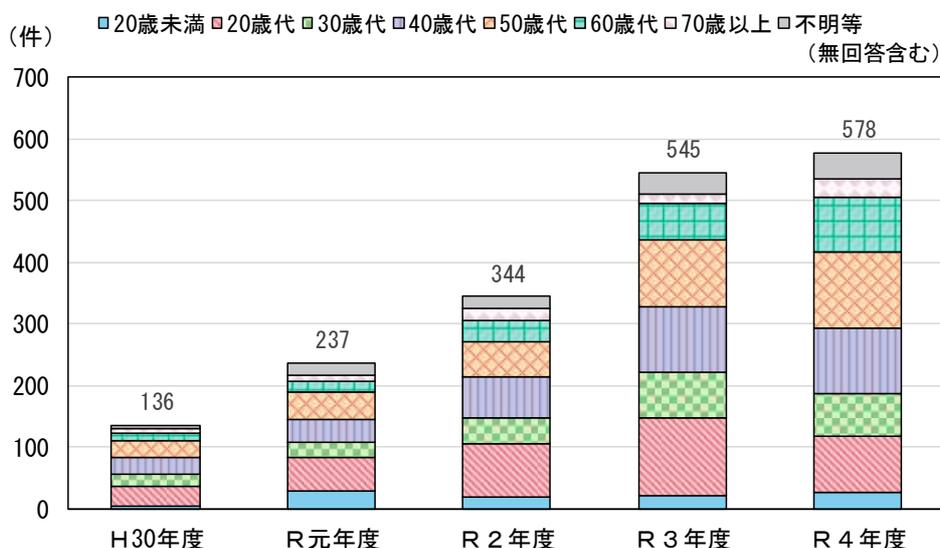
図12 インターネット通販に関する相談件数の推移



(3) SNS関連

SNS関連の相談は引き続き増加していますが、過去5年間の傾向をみると、その増加傾向は鈍化しています。前年度と比較すると、60歳代からの相談の占める比率が大きくなっており、SNSがインターネットを用いる特性上、インターネット通販に係る相談と同様の傾向を示していることが伺えます。

図13 SNS関連の相談件数の推移



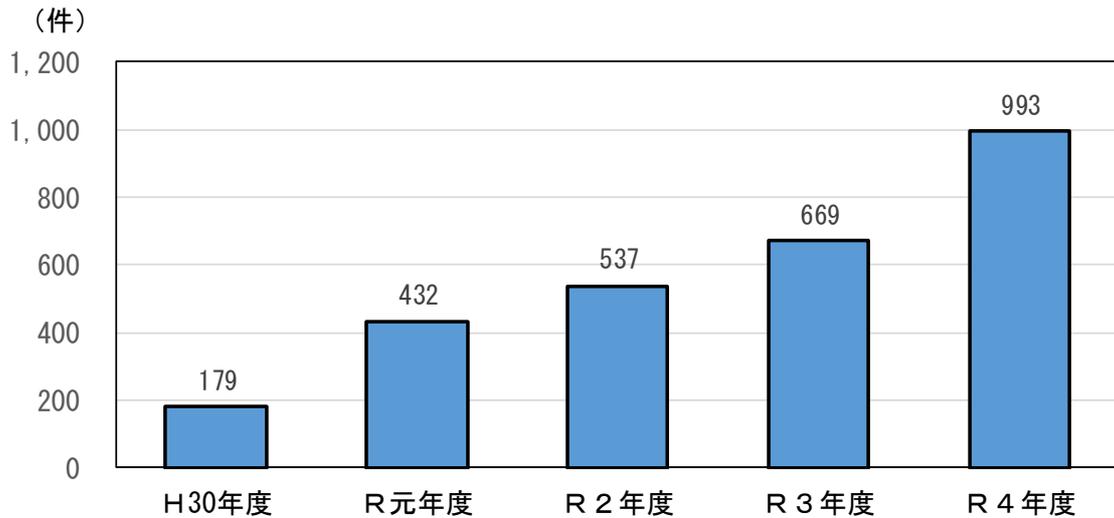
* ここでは、有料インターネットサイト等のサービスも含めて「インターネット通販」としている。

(4) 定期購入

定期購入に関する相談は、これまでも年々増加傾向にありましたが、令和4年度は急激な増加がみられました。また、当該相談に係る年齢別の比率を前年度と比較すると、60歳代からの相談の占める比率が大きくなっています。

なお、定期購入の相談における対象商品は、「化粧品」が約7割を占めており、前年度と比較してその比率は大きくなっています。

図14 定期購入に関する相談件数の推移



(注) 令和3年度のデータから集計方法を変更したため、令和2年度までのデータと令和3年度からのデータをそのまま比較することができないことから、令和2年度までのデータは参考データとなる。

図15 定期購入に関する相談の契約者年代別比率

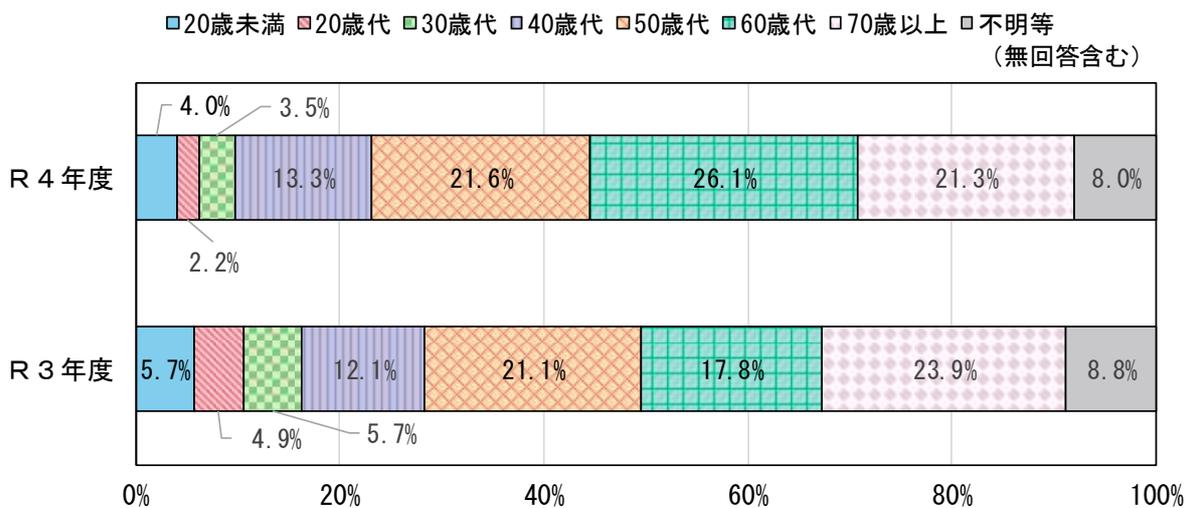
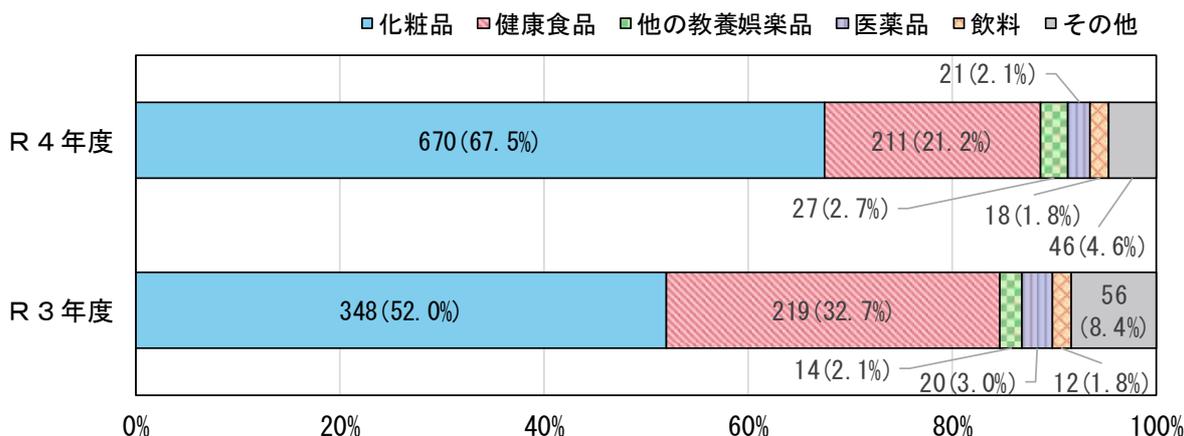


図 16 定期購入の相談に係る商品と相談件数に占める比率



(5) 新型コロナ関連

令和4年度に寄せられた新型コロナウイルス感染症（以下「新型コロナ」という）関連の相談件数は142件となっており、前年度の296件と比較してほぼ半減しています。月別の相談件数の推移をみると、わずかながら減少傾向がみられます。

相談内容として、補助金・給付金等に関する「他の行政サービス」、全国旅行支援等に関する「旅行代理業」、マスクの送り付け、検査キットの品質等に関する「他の保健衛生品」の相談が多く寄せられました。

図 17 新型コロナ関連の相談件数（月ごとの比較）

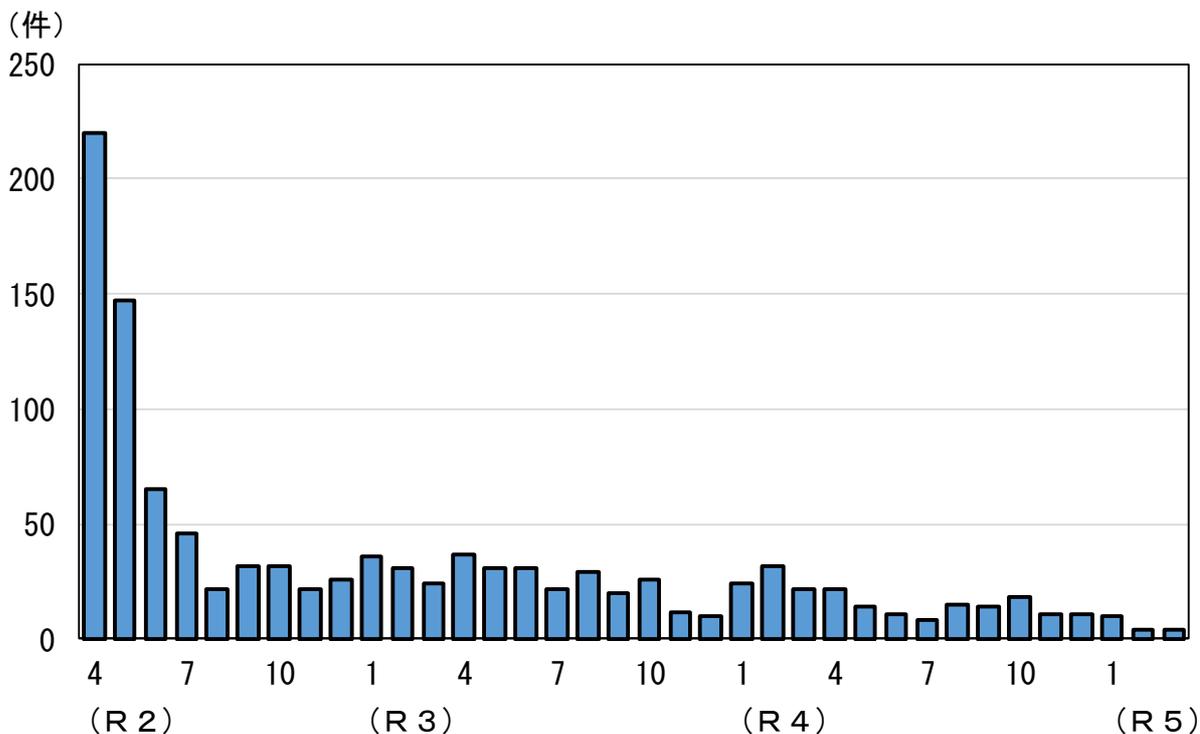


表6 新型コロナ関連の商品・役務別相談件数

順位	R4年度		R3年度		R2年度	
	1	他の行政サービス	16 (11.3%)	他の行政サービス	42 (14.2%)	他の保健衛生品
2	旅行代理業	14 (9.9%)	他の保健衛生品	27 (9.1%)	他の行政サービス	80 (11.4%)
3	他の保健衛生品	10 (7.0%)	他の保健・福祉	22 (7.4%)	商品一般	30 (4.3%)
4	レンタル・リース・貸借	8 (5.6%)	冠婚葬祭	16 (5.4%)	レンタル・リース・貸借	22 (3.1%)
5	他の教養・娯楽	7 (4.9%)	商品一般	11 (3.7%)	医療用具	21 (3.0%)
5	他の保健・福祉	7 (4.9%)	教室・講座	10 (3.4%)	教室・講座	21 (3.0%)
7	融資サービス	6 (4.2%)	医療	10 (3.4%)	冠婚葬祭	19 (2.7%)
8	医療	5 (3.5%)	相談その他	10 (3.4%)	放送・コンテンツ等	19 (2.7%)
9	他の教養娯楽品	4 (2.8%)	レンタル・リース・貸借	9 (3.0%)	旅客運送サービス	18 (2.6%)
9	冠婚葬祭	4 (2.8%)	融資サービス	9 (3.0%)	旅行代理業	18 (2.6%)
—			旅客運送サービス	9 (3.0%)		
—			役務その他	9 (3.0%)		
—	その他	61 (43.0%)	その他	112 (37.8%)	その他	258 (36.7%)
	コロナ関連総相談件数	142	コロナ関連総相談件数	296	コロナ関連総相談件数	703

(注1) 商品・役務名は独立行政法人国民生活センターホームページ内 <https://datafile.kokusen.go.jp/> の検索メニュー内の項目解説を参考

(注2) 令和3年度に商品別分類の定義変更・廃止等を行ったため、令和2年度のデータと令和3年度以降のデータについてはそのまま比較することができない項目がある。

4 危害・危険に関する相談

商品や役務等に関連して身体にけがや体調不良等の害を受けたという「危害」についての相談は103件で、危害を及ぼすおそれのある「危険」についての相談は19件となりました。前年度と同様、「危害」と「危険」の相談件数の合計は総相談件数の1.5%を占め、「食料品」「保健衛生品」「保健・福祉サービス」に関する内容が多くなっています。

表7 危害・危険に関する相談件数

商品別分類	危害			危険			危害・危険の合計		
	前年度比	R4	R3	前年度比	R4	R3	前年度比	R4	R3
		年度	年度		年度	年度		年度	
商品一般	1.50	3	2	—	0	0	1.50	3	2
食料品	0.75	15	20	2.50	5	2	0.91	20	22
住居品	1.80	9	5	0.10	1	10	0.67	10	15
光熱水品	0.00	0	1	—	0	0	0.00	0	1
被服品	3.00	3	1	0.00	0	1	1.50	3	2
保健衛生品	0.88	38	43	—	1	0	0.91	39	43
教養娯楽品	0.00	0	2	—	2	0	1.00	2	2
車両・乗り物	0.00	0	1	1.25	5	4	1.00	5	5
土地・建物・設備	2.00	2	1	—	2	0	4.00	4	1
レンタル・リース・貸借	1.50	3	2	0.00	0	1	1.00	3	3
工事・建築・加工	0.00	0	4	—	0	0	0.00	0	4
修理・補修	—	0	0	0.50	1	2	0.50	1	2
運輸・通信サービス	0.00	0	2	—	1	0	0.50	1	2
教養・娯楽サービス	1.00	2	2	—	0	0	1.00	2	2
保健・福祉サービス	1.92	25	13	0.00	0	1	1.79	25	14
他の役務	3.00	3	1	—	1	0	4.00	4	1
合計	1.03	103	100	0.90	19	21	1.01	122	121

(注) 相談者からの申出によるものであり、事実関係を確認したものではない。

表8 危害に関する相談内容

商品別分類（大分類）	件数	商品・役務名
保健衛生品	38	化粧品（33）、他の保健衛生品（3）、医薬品（1）、医療用具（1）
保健・福祉サービス	25	医療（13）、理美容（6）、健康関連サービス（2）、老人福祉・サービス（2）、浴場（1）、他の保健・福祉（1）
食料品	15	健康食品（9）、調理食品（3）、飲料（2）、乳卵類（1）
住居品	9	洗剤等（6）、空調・冷暖房機器（2）、家具・寝具（1）
商品一般	3	商品一般（3）
被服品	3	履物（2）、紳士・婦人洋服（1）
レンタル・リース・貸借	3	レンタル・リース・貸借（3）
他の役務	3	外食・食事宅配（3）
土地・建物・設備	2	住宅構成材（1）、衛生設備（1）
教養・娯楽サービス	2	宿泊施設（1）、教室・講座（1）
合計	103	

表9 危険に関する相談内容

商品別分類（大分類）	件数	商品・役務名
食料品	5	穀類（1）、魚介類（1）、肉類（1）、乳卵類（1）、菓子類（1）
車両・乗り物	5	自動車（5）
教養娯楽品	2	電話機・電話機用品（1）、音響・映像製品（1）
土地・建物・設備	2	戸建住宅（1）、空調・冷暖房・給湯設備（1）
住居品	1	食生活機器（1）
保健衛生品	1	他の保健衛生品（1）
修理・補修	1	修理・補修（1）
運輸・通信サービス	1	インターネット通信サービス（1）
他の役務	1	外食・食事宅配（1）
合計	19	

参考資料

(1) 相談事例

() 内は契約当事者の年代・性別

キーワード	相談内容
架空請求	大手通信会社を名乗る者から「利用料金について確認がある。本日中に電話してほしい」というショートメッセージが届いた。メッセージに記載された電話番号に電話したところ、「あなたはサイトAに登録がある。後から一部返金の可能性があるので、一旦利用料金30万円を支払ってほしい。」と言われた。(50歳代・男性)
架空請求	「大手通販サイトで、クレジットカードにより決済した50万円の請求がある」というメールが届いた。その後大手通販サイト名で、「会費の支払いができていない」「アカウントが停止された」などと次々メールが届くようになった。発信先のメールアドレスは一見大手通販サイトのものと見受けられるが、どうすればよいか。(70歳以上・男性)
フィッシング	スマホに「重大なお知らせ」というショートメッセージが届いた。内容を確認すると「未払いの税金があるので差し押さえをする」とあり、連絡先の入力を求める内容だった。(60歳代・男性)
訪問販売	昨日、玄関先で知らない男性に「排水溝はどこか」と声をかけられた。排水溝の位置を示したところ、男性は排水溝の方へ向かった。5分くらいで排水溝の方へ行った男性が戻り、5万円の支払いを求められた。契約に合意したつもりはないがどうすればよいか。(70歳以上・男性)
訪問購入	数日前に「不用品を買い取る」と電話があった。来訪を了承したところ、昨日男性が1人で買い取りに来た。不用品でまとめていたものを見せたところ、アクセサリやバッグなどをまとめて5万円で買い取ると言われた。アクセサリは数十万円と高額なものであったので、安く買い取られて納得できない。(70歳以上・女性)
電話勧誘販売	昨日、携帯電話に知らない電話番号から着信があり、男性の声で「以前に当方の商品を買ってもらったことがあるので電話した。売れ残った海産物があり困っている。値下げするので購入してほしい」と言われた。在庫を抱えて気の毒なので契約に応じた。しかし、よく考えると不審な点が多く解約したい。(50歳代・男性)
定期購入化粧品	SNSの広告をみて、お試し価格のファウンデーションを注文した。商品はすぐに届きコンビニで料金を支払った。しかし、その1か月後、同じ商品が3本届き、2万円の請求を受けた。急いで業者に電話したが「ネットで解約を受け付けている」との説明が流れるだけでオペレーターにつながらなかった。(30歳代・女性)

キーワード	相談内容
定期購入 健康食品	<p>ネットで初回千円、「定期縛りなし」のダイエットサプリを購入した。初回分だけで解約しようと思い、早々に販売業者に電話をしたら「3か月コースの契約になっている。サプリは3本（3か月分）送付する。2万円の支払いとなる」と言われた。注文時、何かにチェックを入れた記憶はあるが、広告には千円だと書かれていたのでそのつもりだった。（60歳代・男性）</p>
定期購入 化粧品	<p>動画サイトの広告に「1本無料で差し上げます」と美容液が紹介され、ネット上で注文操作をしていたが、注文確定させずに画面を閉じた。しかし、先日、その美容液の定期便2本セットが届き、中には2万円の払込用紙が入っていた。（50歳代・女性）</p>
理美容	<p>脱毛エステの契約をして、クレジットカードの一括払いで30万円の決済をした。昨日、初回施術を受ける予定にしていたが3日前に突然店舗から倒産したとショートメッセージで連絡があった。店舗に電話をかけたがつかない。一度も施術を受けていないので全額返金してほしい。（20歳代・女性）</p>
理美容	<p>エステ店で全身脱毛の契約をした。支払いは個別クレジット（総額50万円、60回払い）を契約した。しかし1か月前、エステ店から「破産手続きを開始する」とのショートメッセージが届いた。もう施術を受けられないのに、個別クレジットの支払いはこれからも続けなければならないのか。（20歳代・女性）</p>
工事・建築・ 加工	<p>リフォームを150万円で依頼した。契約時に「これ以上は出せない」と伝えたところ「何とかする」とのことだった。しかし、実際に工事が始まると、色々な点で当初の話と食い違いがあり、最終的に50万円ほど多く請求されそうだ。（50歳代・女性）</p>
副業	<p>興味のある副業を見つけたので、後日電話でアフィリエイト副業の説明を聞き、200万円の契約をした。契約金額が高額なため、複数の消費者金融から融資を受けたうえで支払った。副業にあたっては、業者とメッセージアプリでやり取りをしていたが、最近は返信がない。また、昨日50万円の報酬が入ることになっていたが、入金されていない。（20歳代・男性）</p>

(2) 用語説明

ア 販売購入形態

電話勧誘販売	販売業者が消費者に電話をかけ、または特定のやり方で電話をかけさせ、その電話における勧誘により、郵便等で契約を締結する販売方法。
訪問販売	販売業者が、消費者の自宅等、営業所等以外の場所において、商品やサービスを販売する方法。
マルチ取引 (連鎖販売取引)	商品・サービスを契約して、次は自分が買い手を探し、買い手が増えるごとにマージンが入る取引形態。買い手が次にその販売組織の売り手となり、組織が拡大していく。
ネガティブ・オプション (送りつけ商法)	契約を結んでいないのに商品を勝手に送ってきて、受け取ったことで、支払い義務があると消費者に勘違いさせて代金を支払わせようとする商法。
訪問購入	購入業者が、消費者の自宅等、営業所等以外の場所において、売買契約の申し込みを受け、または売買契約を締結して物品等を購入する方法。
その他無店舗販売	店舗でないところやホテルや集会場などでの2日以上展览展示販売、自動販売機、露店や屋台などでの販売を指し、ほとんどは展示会販売によるもの。
不明・無関係	購入前の相談などでどのような販売購入形態で購入するのか不明な場合や、販売や購入という概念には無関係な相談。

イ 商品・役務

商品一般	商品の相談であることが明確であるが、分類を特定できない、または特定する必要のないもの。身に覚えがない請求に関する相談が目立つ。
役務その他	既存の区分に該当しない役務。弁護士、司法書士、広告代理サービス、廃品回収サービスなど。
祈とうサービス	何らかの宗教的・呪術的な色彩がある役務を施すサービス。何の役務も行わない献金・浄財等でも、消費者問題としての側面があればこれに該当する。
他の教養・娯楽	入場料（使用料）を支払って利用するスポーツ施設、遊興施設（観覧・鑑賞するための施設利用は含まない）、および既存の区分に該当しない教養・娯楽サービス。出会い系サイト・アプリ、インターネットゲームなど。
他の金融関連サービス	既存の区分に該当しない金融関連サービス。金融コンサルティング、クレジットカードの入退会、暗号資産（仮想通貨）そのものの購入の相談など。
相談その他	消費者問題以外の相談で既存の区分に該当しない相談。交通事故、個人間の金の貸し借りに関する相談など。

娯楽等情報配信サービス	教養、趣味、娯楽を目的としたコンテンツ配信・提供サービス。音楽配信サービス、映像配信サービスなど。
他の保健・福祉	保健・福祉サービスのうち、既存の区分に該当しないもの。保育を除く児童福祉や物品の販売を伴わない保健や福祉のための寄付・募金を含む（ただし、消費者問題の側面をもつ献金や浄財等を除く）。年金、社会保険など。
他の教養娯楽品	教養娯楽品のうち、既存の区分に該当しないもの。室内装飾品、ペット用品、園芸用品、タバコ用品など。
他の行政サービス	消費者問題に直接関係のない相談で、相談の相手方が行政機関であるもの。各種証明書類の発行、行政機関の接客対応、マイナンバー制度に関する相談など。
衛生サービス	環境衛生を維持するために行政および事業者が行うサービスで、一般的には専門事業者でなければできない清掃、衛生管理。し尿処理、白蟻駆除、排水管清掃など。

ウ 危害・危険

危害	商品・役務・設備に関連して、身体にけが、病気等の疾病（危害）を受けたという相談。
危険	危害を受けたわけではないが、そのおそれがある相談。