

令和5年度

消費生活相談状況

令和6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5年4月1日から令和6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6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）インターネット通販	9
（２）定期購入	10
（３）SNS関連	11
（４）サイドビジネス商法及び利殖商法	11
（５）点検商法	13
<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	16
（２）用語説明	18

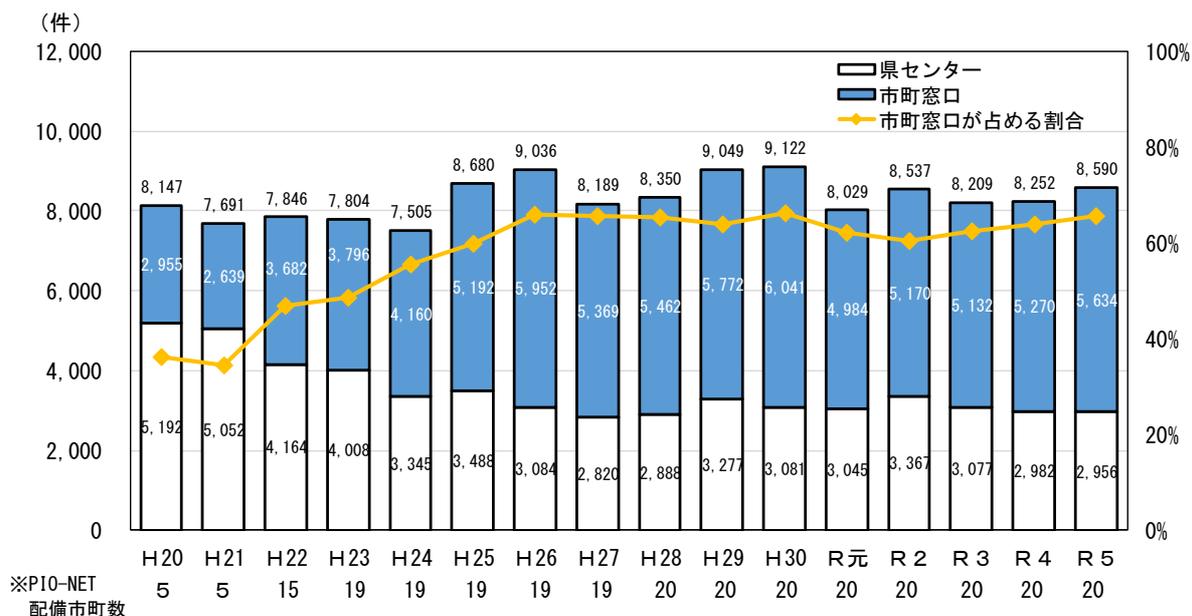
（注）本報告に示す構成比（％）は、特に断りのない限り、小数点第2位を四捨五入したものです。そのため、必ずしも合計が100になるとは限りません。

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5年度は8,590件と、前年度と比較して338件(4.1%)の増加となっています。なお、内訳は、県センター2,956件(34.4%)、市町窓口5,634件(65.6%)となっています。

図1 年度別相談件数の推移

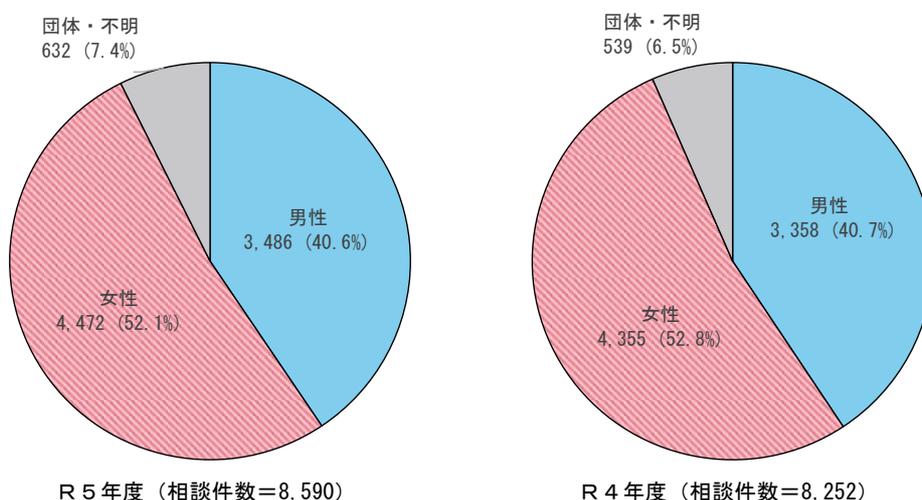


(2) 契約当事者の属性

○性別

女性が52.1%、男性が40.6%(団体・不明(無回答含む)が7.4%)で、前年度同様、女性の比率が男性を上回っています。

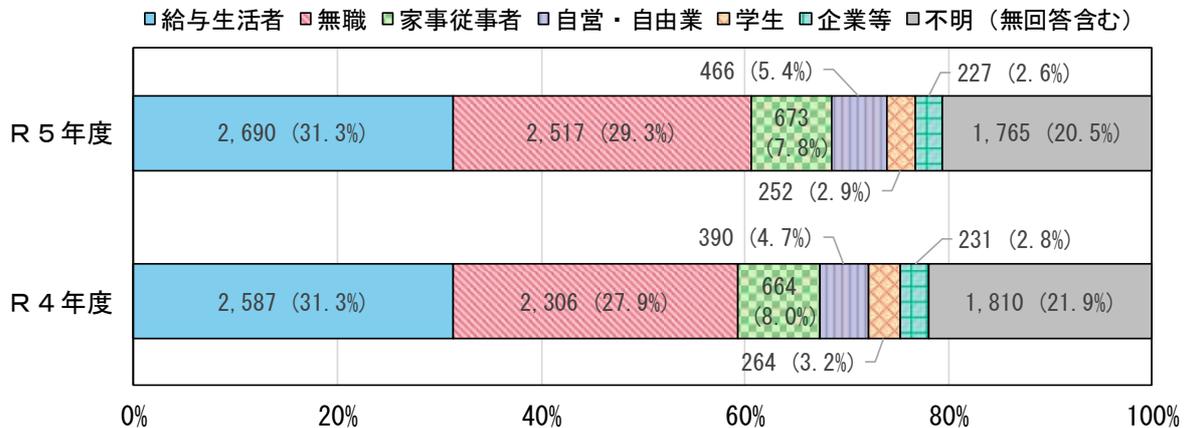
図2 契約当事者性別の相談件数と全相談に占める比率



○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29.3%、家事従事者が7.8%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24.6%と最も多く、次いで60歳代15.0%、50歳代13.7%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。

図4 契約当事者年代別の相談件数

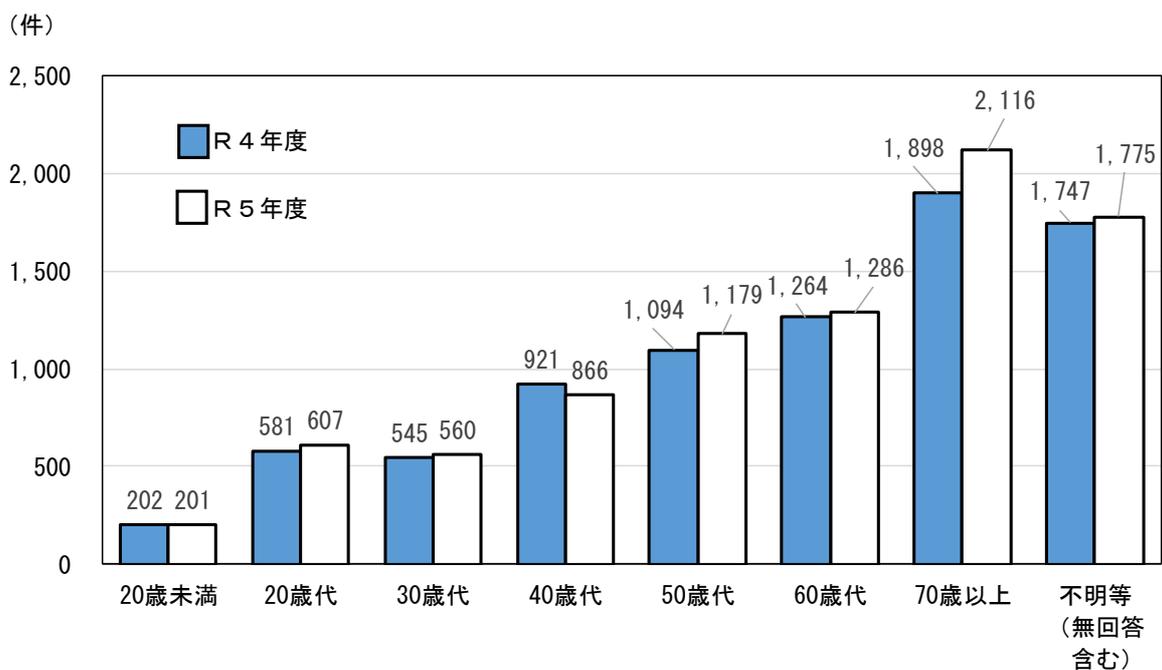
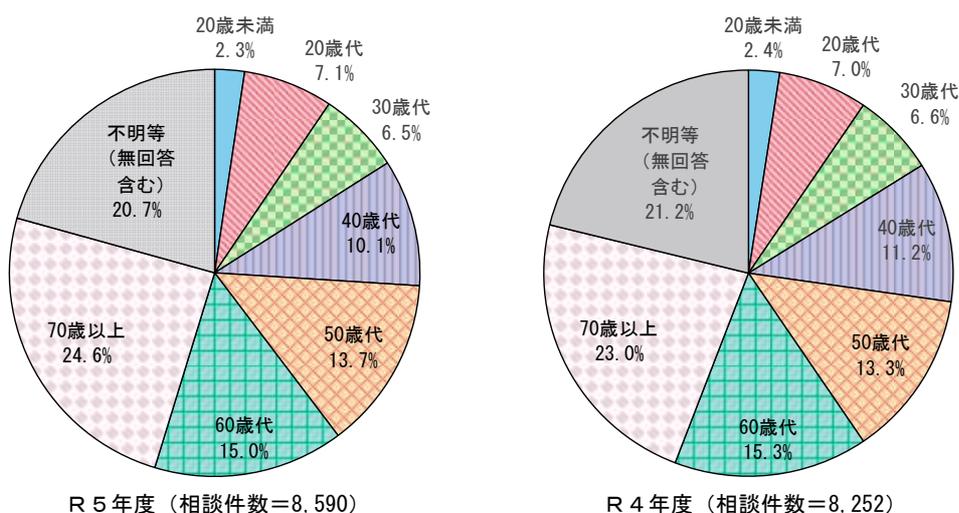


図5 契約当事者年代別の相談件数の比率



○居住地別

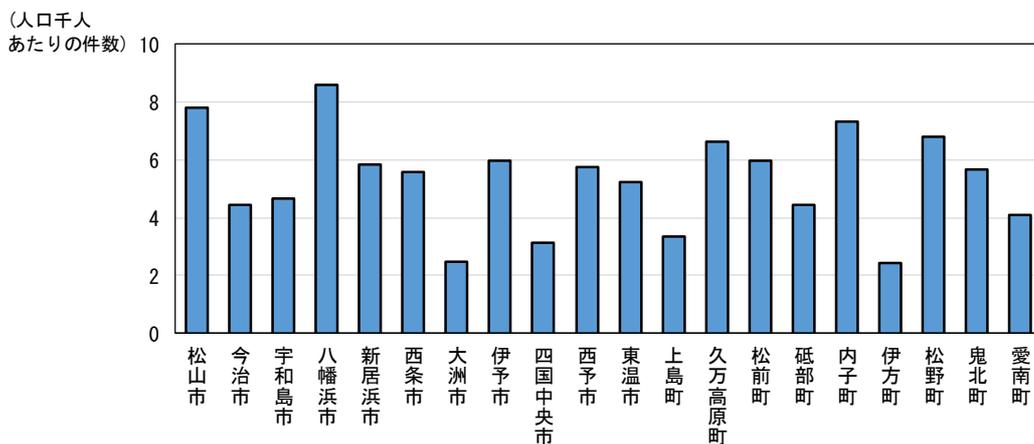
中予地域が4,584件(53.4%)、東予地域が2,120件(24.7%)、南予地域が1,111件(12.9%)となっています。12市町で増加、7市町で減少しています。

表1 契約当事者居住地別の相談件数

市町名	前年度比	R5年度		R4年度		市町名	前年度比	R5年度		R4年度	
		件数	(%)	件数	(%)			件数	(%)	件数	(%)
松山市	1.06	3,899	(45.4%)	3,680	(44.6%)	上島町	1.43	20	(0.2%)	14	(0.2%)
今治市	0.83	641	(7.5%)	773	(9.4%)	久万高原町	0.74	43	(0.5%)	58	(0.7%)
宇和島市	0.99	304	(3.5%)	308	(3.7%)	松前町	1.20	175	(2.0%)	146	(1.8%)
八幡浜市	1.02	255	(3.0%)	251	(3.0%)	砥部町	1.09	89	(1.0%)	82	(1.0%)
新居浜市	0.89	652	(7.6%)	730	(8.8%)	内子町	1.68	104	(1.2%)	62	(0.8%)
西条市	1.19	560	(6.5%)	471	(5.7%)	伊方町	1.00	18	(0.2%)	18	(0.2%)
大洲市	0.90	94	(1.1%)	105	(1.3%)	松野町	0.92	23	(0.3%)	25	(0.3%)
伊予市	1.24	203	(2.4%)	164	(2.0%)	鬼北町	1.11	51	(0.6%)	46	(0.6%)
四国中央市	1.37	247	(2.9%)	180	(2.2%)	愛南町	0.83	73	(0.8%)	88	(1.1%)
西予市	1.20	189	(2.2%)	158	(1.9%)	不明等	1.08	775	(9.0%)	719	(8.7%)
東温市	1.01	175	(2.0%)	174	(2.1%)	合計	1.04	8,590		8,252	

(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

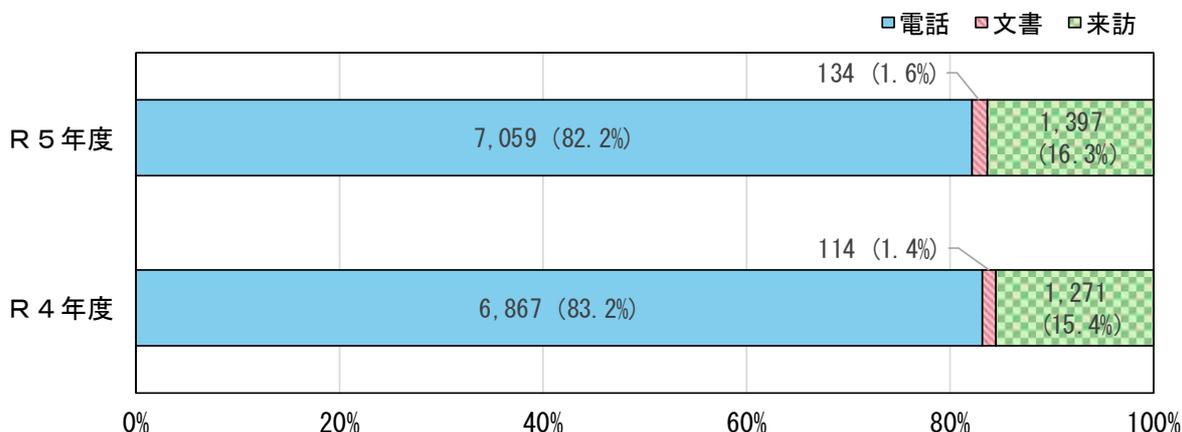


(注) 計算の根拠となる各市町の人口の値は、令和6年4月1日現在の県推計人口データを用いている。

(3) 相談方法

電話によるものが82.2%で最も多く、次いで来訪によるもの16.3%、文書（電子メール、FAX等によるものも含む）によるもの1.6%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49.9%、「接客対応」の12.4%、「価格・料金」の10.2%の順となっています。

表2 相談における内容別分類件数

		前年度比	R5年度	R4年度
		総相談件数	1.04	8,590
内容別分類	契約・解約	1.04	5,762 (67.1%)	5,534 (67.1%)
	販売方法	1.01	4,290 (49.9%)	4,254 (51.6%)
	接客対応	1.10	1,061 (12.4%)	961 (11.6%)
	価格・料金	0.97	873 (10.2%)	899 (10.9%)
	品質・機能、役務品質	1.03	771 (9.0%)	752 (9.1%)
	表示・広告	0.99	726 (8.5%)	731 (8.9%)
	法規・基準	0.93	378 (4.4%)	408 (4.9%)
	安全・衛生	1.03	205 (2.4%)	199 (2.4%)
	買物相談	1.45	45 (0.5%)	31 (0.4%)
	生活知識	1.06	37 (0.4%)	35 (0.4%)
	施設・設備	0.62	23 (0.3%)	37 (0.4%)
	計量・量目	0.78	14 (0.2%)	18 (0.2%)
	包装・容器	0.82	9 (0.1%)	11 (0.1%)
	その他	1.46	139 (1.6%)	95 (1.2%)

(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。

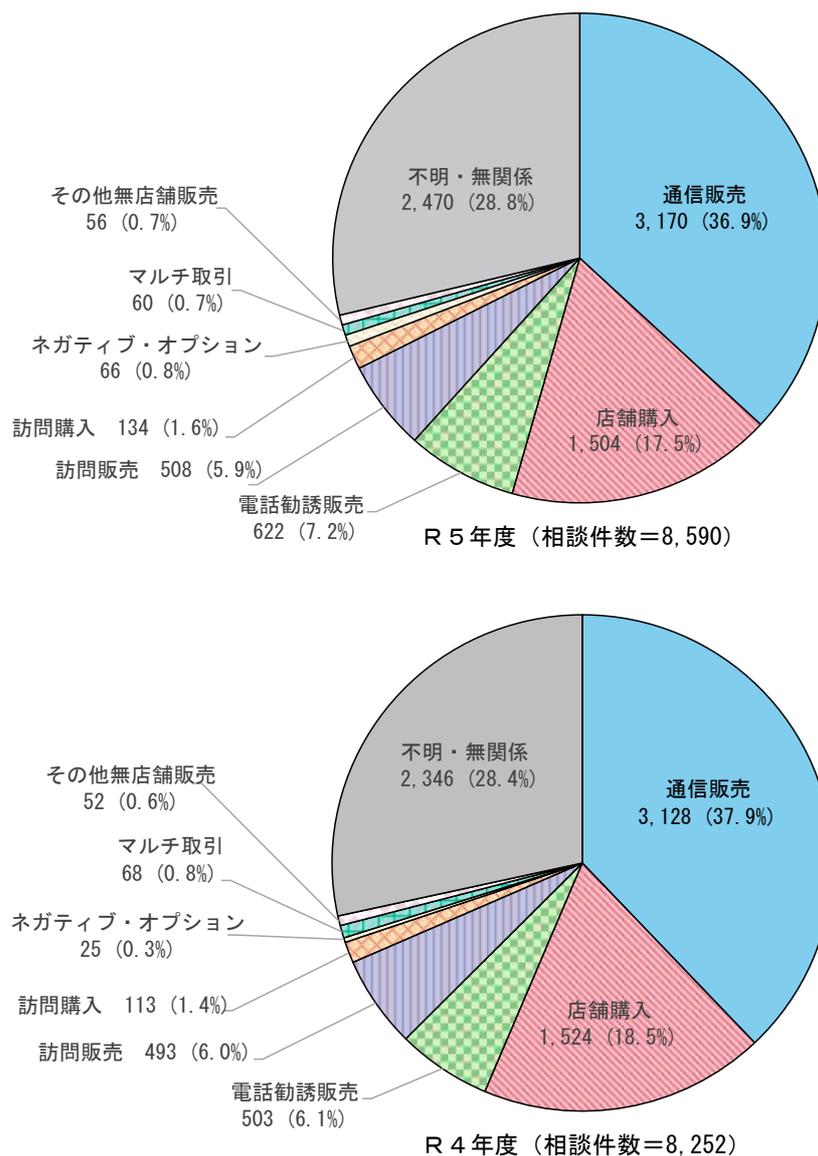
(注2) () 内は総相談件数に対する比率を示す。

(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



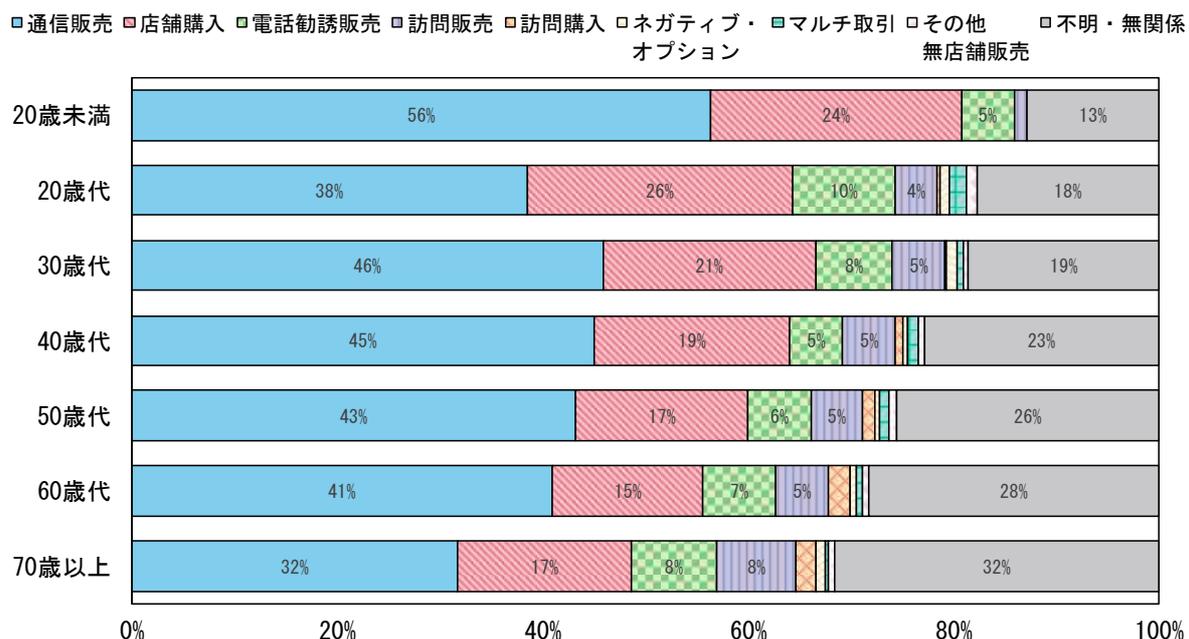
○各年代における販売購入形態別相談件数

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 5	3,170	44	202	280	451	613	567	629	384
		R 4	3,128	128	236	248	454	545	551	538	428
2	店舗購入	R 5	1,504	19	136	126	191	239	204	334	255
		R 4	1,524	30	156	130	179	188	205	306	330
3	電話勧誘販売	R 5	622	4	52	46	52	86	97	165	120
		R 4	503	7	49	29	31	49	71	170	97
4	訪問販売	R 5	508	1	22	31	51	72	72	153	106
		R 4	493	9	20	17	42	40	68	220	77
5	訪問購入	R 5	134	0	1	1	8	17	28	39	40
		R 4	113	0	0	0	1	7	14	69	22
6	ネガティブ・オプション	R 5	66	0	5	6	4	6	10	17	18
		R 4	25	0	3	4	6	2	1	3	6
7	マルチ取引	R 5	60	0	9	4	10	13	7	6	11
		R 4	68	3	10	8	7	7	5	13	15
8	その他 無店舗販売	R 5	56	0	5	3	6	11	9	12	10
		R 4	52	0	2	3	6	12	5	7	17
-	不明・無関係	R 5	2,470	10	93	113	229	362	391	625	647
		R 4	2,346	25	105	106	195	244	344	572	755
	合計	R 5	8,590	78	525	610	1,002	1,419	1,385	1,980	1,591
		R 4	8,252	202	581	545	921	1,094	1,264	1,898	1,747

図9 各年代における販売購入形態別相談比率



(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、「商品一般」に関するもので841件、次いで「化粧品」に関するもので660件、3番目は「役務その他」に関するもので409件となっています。特に、「自動車」「修理・補修」「内職・副業」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	R5年度		R4年度	
			件数	割合	件数	割合
1	商品一般	1.05	841	(9.8%)	800	(9.7%)
2	化粧品	0.82	660	(7.7%)	807	(9.8%)
3	役務その他	1.24	409	(4.8%)	331	(4.0%)
4	健康食品	1.03	345	(4.0%)	335	(4.1%)
5	レンタル・リース・貸借	1.02	338	(3.9%)	332	(4.0%)
	不動産貸借	1.03	298	(3.5%)	289	(3.5%)
6	融資サービス	1.13	293	(3.4%)	260	(3.2%)
	フリーローン・サラ金	1.20	263	(3.1%)	220	(2.7%)
7	他の教養・娯楽	1.30	268	(3.1%)	206	(2.5%)
	異性交際関連サービス	1.23	95	(1.1%)	77	(0.9%)
8	自動車	1.61	249	(2.9%)	155	(1.9%)
9	他の金融関連サービス	1.15	213	(2.5%)	185	(2.2%)
10	移動通信サービス	1.21	199	(2.3%)	164	(2.0%)
11	インターネット通信サービス	0.92	188	(2.2%)	204	(2.5%)
12	相談その他	0.96	177	(2.1%)	185	(2.2%)
13	工事・建築・加工	0.86	171	(2.0%)	198	(2.4%)
14	電気	1.05	159	(1.9%)	152	(1.8%)
15	修理・補修	1.76	151	(1.8%)	86	(1.0%)
16	理美容	1.01	148	(1.7%)	147	(1.8%)
	エステティックサービス	1.02	130	(1.5%)	127	(1.5%)
17	娯楽等情報配信サービス	1.04	144	(1.7%)	138	(1.7%)
18	内職・副業	1.42	141	(1.6%)	99	(1.2%)
19	紳士・婦人洋服	1.04	140	(1.6%)	134	(1.6%)
20	他の教養娯楽品	1.10	139	(1.6%)	126	(1.5%)
—	その他の総件数	1.00	3,217	(37.5%)	3,208	(38.9%)
合計		1.04	8,590		8,252	

(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」「他の教養・娯楽」は幅広い世代において上位を占めています。また、「理美容」「内職・副業」は主に30歳代以下で、「自動車」は20歳未満～50歳代で、「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	59	理美容	73	レンタル・リース・貸借	47	化粧品	81
2	理美容	17	内職・副業	54	化粧品	27	商品一般	64
3	化粧品	14	レンタル・リース・貸借	45	自動車	25	レンタル・リース・貸借	48
4	商品一般	11	融資サービス	34	他の教養・娯楽	24	健康食品	36
5	娯楽等情報配信サービス	9	商品一般	33	役務その他	23	融資サービス	36
6	レンタル・リース・貸借	7	自動車	30	内職・副業	23	他の教養・娯楽	31
7	役務その他	7	役務その他	27	商品一般	22	紳士・婦人洋服	28
8	健康食品	6	他の金融関連サービス	22	移动通信サービス	19	役務一般	28
9	紳士・婦人洋服	6	他の教養・娯楽	21	理美容	19	他の金融関連サービス	28
10	自動車 他1件	6	化粧品	19	他の金融関連サービス	17	役務その他	27

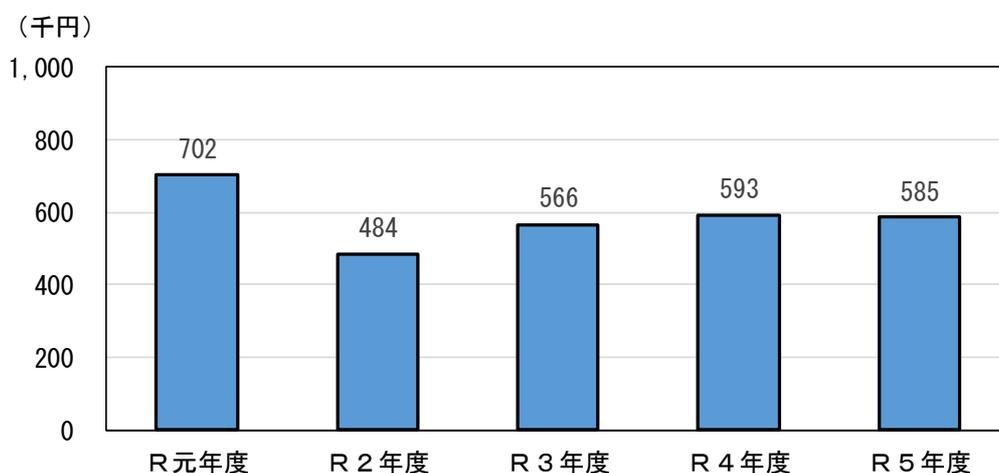
他…内職・副業

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	149	化粧品	146	商品一般	214	商品一般	252
2	商品一般	101	商品一般	144	化粧品	172	役務その他	142
3	融資サービス	61	健康食品	76	健康食品	122	レンタル・リース・貸借	88
4	自動車	54	他の保健・福祉	45	役務その他	91	相談その他	82
5	健康食品	49	役務その他	44	衛生サービス	77	融資サービス	67
6	役務その他	48	他の金融関連サービス	39	工事・建築・加工	72	化粧品	52
7	レンタル・リース・貸借	44	融資サービス	37	電報・固定電話	72	自動車	48
8	他の教養・娯楽	38	他の教養・娯楽	36	インターネット通信サービス	65	書籍・印刷物	45
9	移动通信サービス	37	レンタル・リース・貸借	31	修理・補修	62	移动通信サービス	44
10	他の金融関連サービス	31	娯楽等情報配信サービス	27	電気	54	電報・固定電話	40

(4) 平均契約金額

令和5年度の全体の平均契約金額は、約585千円で、前年度の約593千円から約8千円の減少となりました。

図10 平均契約金額の推移



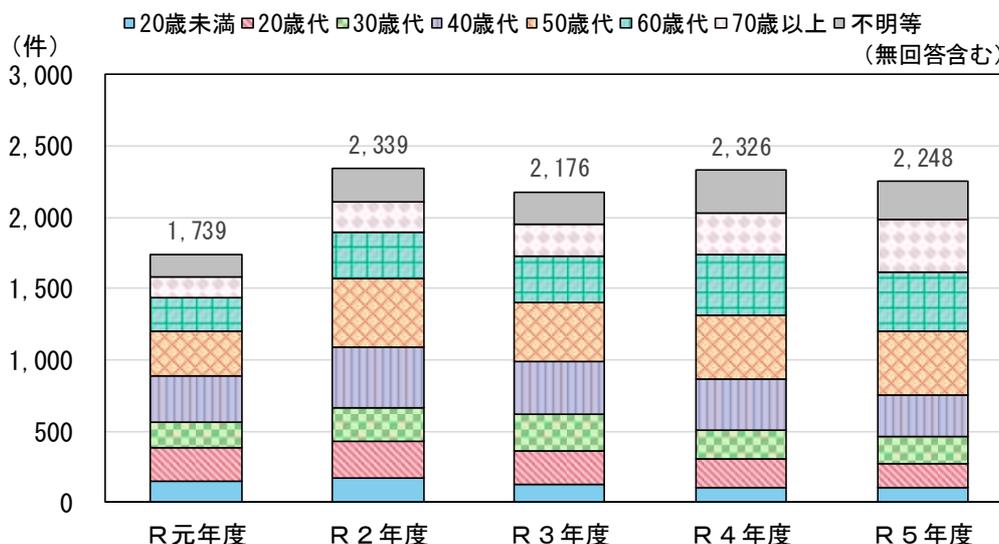
(注) 平均契約金額は、受け付けた相談のうち、契約金額が確認できたものを算出している。

3 相談の特徴

(1) インターネット通販*

インターネット通販に関する相談は依然として高水準で推移しており、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11 インターネット通販に関する相談件数の推移



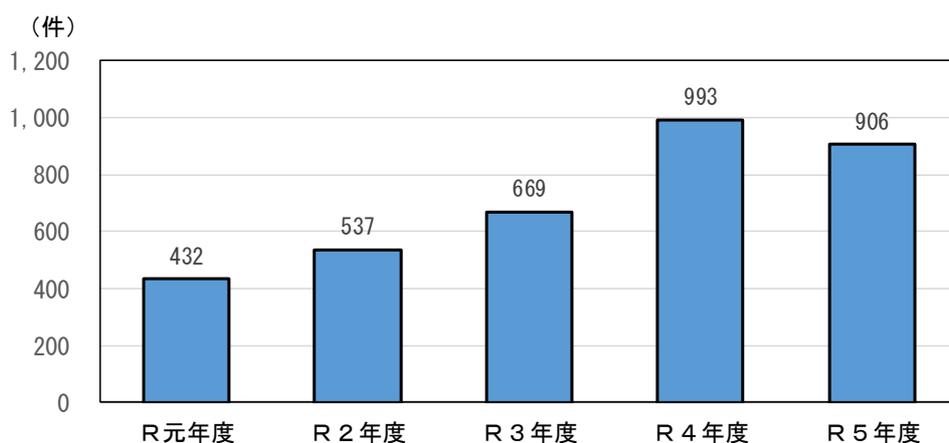
* ここでは、有料インターネットサイト等のサービスも含めて「インターネット通販」としている。

(2) 定期購入

定期購入に関する相談は、年々増加傾向にあり、令和5年度は前年度から減少したものの、令和3年度以前と比較すると依然高い水準です。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、70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6割を占めており、また、「健康食品」の占める割合が前年度と比較して大きくなっています。

図12 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13 定期購入に関する相談の契約者年代別比率

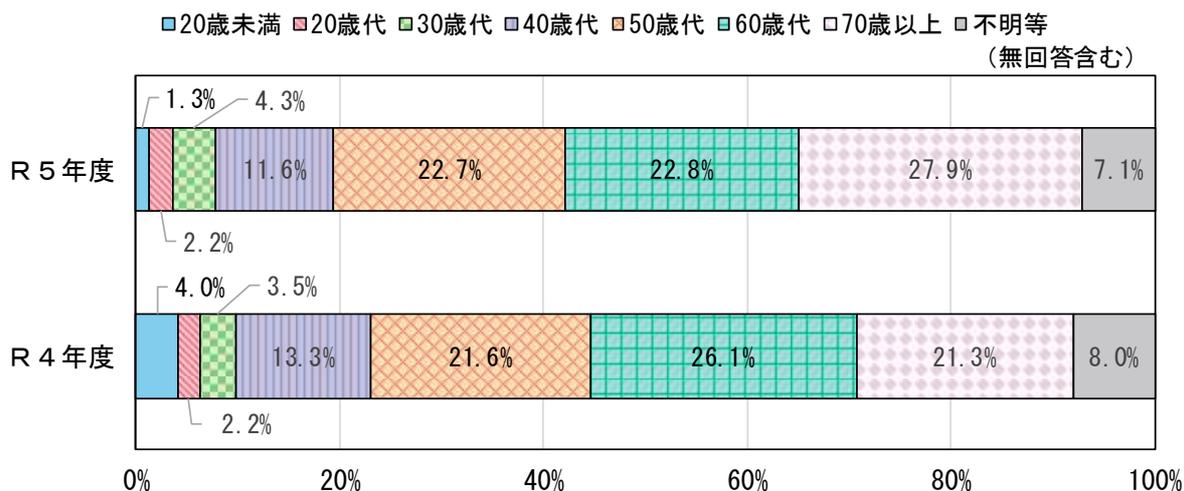
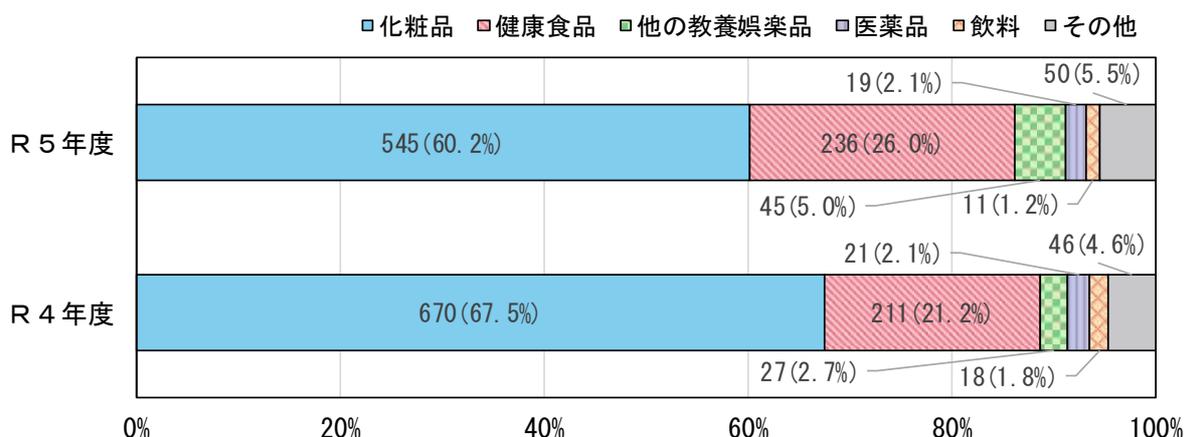


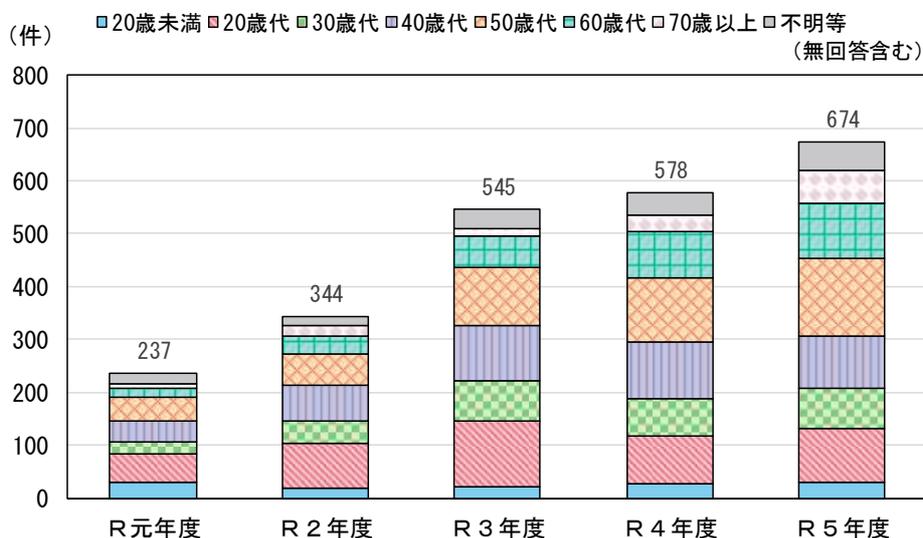
図 14 定期購入の相談に係る商品と相談件数に占める比率



(3) SNS 関連

SNS 関連の相談は引き続き増加しています。前年度と比較すると、60 歳以上の相談の占める比率が増加傾向であり、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関係する相談と同様の傾向を示していることが伺えます。

図 15 SNS 関連の相談件数の推移



(4) サイドビジネス商法及び利殖商法

副業やマルチ取引等、いわゆる「サイドビジネス商法」に関する相談が、前年度と比較して増加しており、また、FX 取引等の投資が絡んだ「利殖商法」に関する相談も、前年度比で 2 倍以上に増加しています。いずれの商法に関しても、若年層からの相談が多く、いわゆる「もうけ話」で若年層が狙われている様子が伺える一方、利殖商法に関しては、60 歳代からの相談も目立ちます。

図 16 サイドビジネス商法に関する相談件数の推移

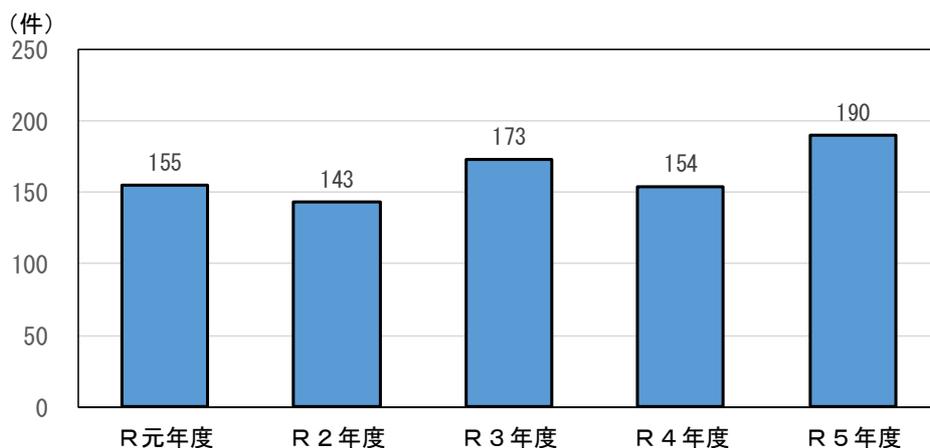


図 17 利殖商法に関する相談件数の推移

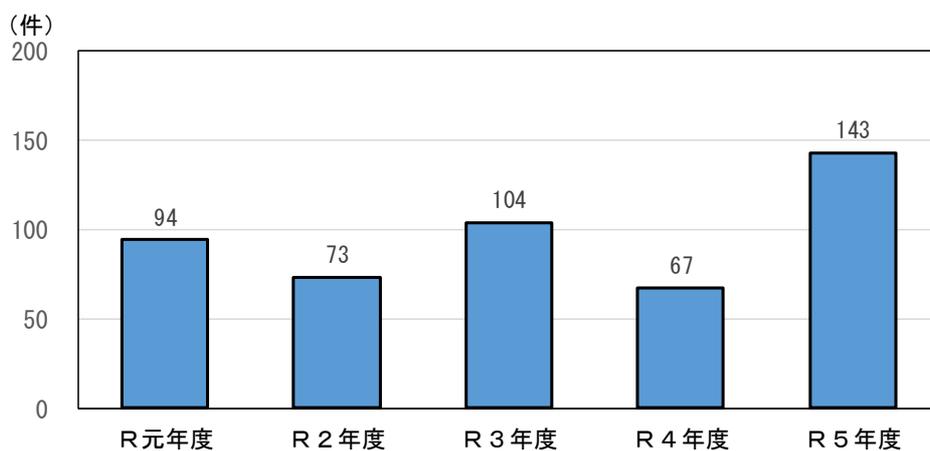
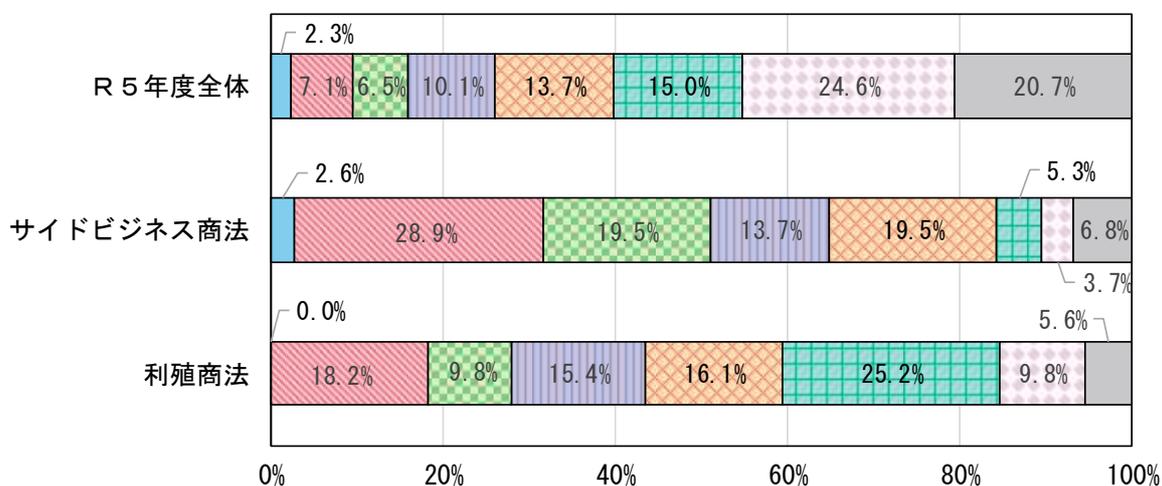


図 18 サイドビジネス商法及び利殖商法に関する相談の契約者年代比率

■ 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
 (無回答含む)



(5) 点検商法

排水溝、汚水桝や床下等、住宅の点検をきっかけとして高額な契約を結ばせようとする「点検商法」の相談が増加しており、前年度で2倍以上の件数となっています。高齢層からの相談がほとんどであり、これら相談の販売購入形態が訪問販売であることから、在宅の高齢者が不意打ち的に狙われていることが伺えます。

図 19 点検商法に関する相談件数の推移

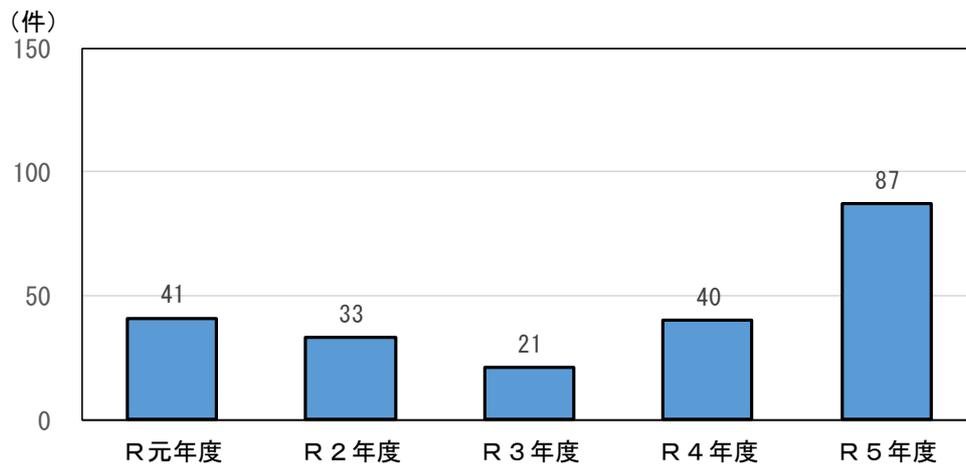
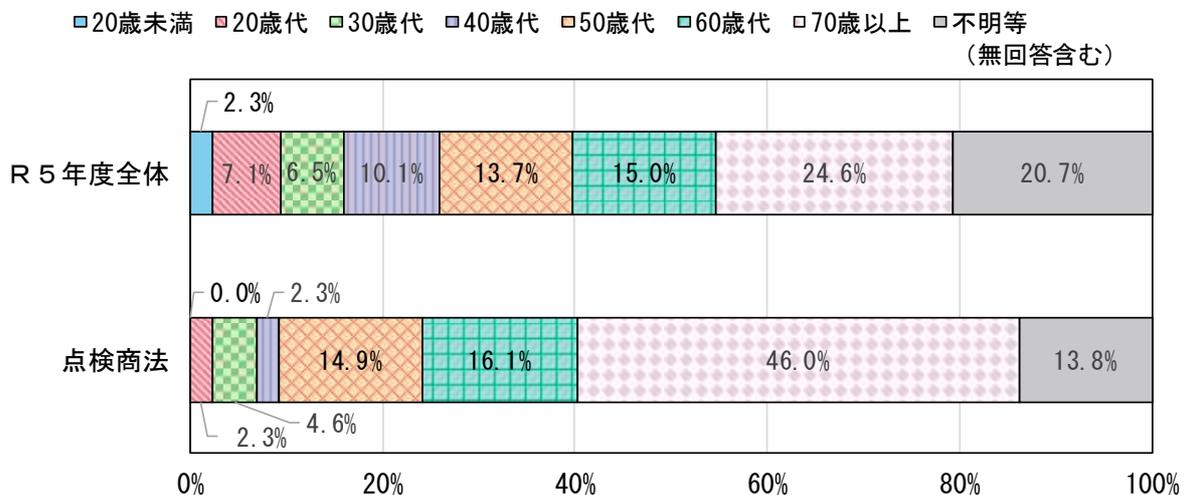


図 20 点検商法に関する相談の契約者年代比率



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16件となりました。「危害」と「危険」の相談件数の合計は総相談件数の1.4%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6 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		
	R5		R4	R5		R4	R5		R4
	前年度比	年度	年度	前年度比	年度	年度	前年度比	年度	年度
商品一般	1.00	3	3	—	0	0	1.00	3	3
食料品	1.73	26	15	0.40	2	5	1.40	28	20
住居品	0.44	4	9	5.00	5	1	0.90	9	10
被服品	1.00	3	3	—	0	0	1.00	3	3
保健衛生品	1.03	39	38	0.00	0	1	1.00	39	39
教養娯楽品	—	1	0	1.00	2	2	1.50	3	2
車両・乗り物	—	1	0	0.80	4	5	1.00	5	5
土地・建物・設備	0.00	0	2	0.00	0	2	0.00	0	4
レンタル・リース・貸借	1.33	4	3	—	1	0	1.67	5	3
工事・建築・加工	—	1	0	—	0	0	—	1	0
修理・補修	—	0	0	0.00	0	1	0.00	0	1
運輸・通信サービス	—	0	0	0.00	0	1	0.00	0	1
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	0.60	15	25	—	1	0	0.64	16	25
他の役務	0.33	1	3	0.00	0	1	1.00	1	4
他の行政サービス	—	3	0	—	1	0	—	4	0
合計	1.00	103	103	0.84	16	19	0.98	119	122

(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7 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	39	化粧品 (33)、医薬品 (4)、 医療用具 (1)、理美容器具・用品 (1)
食料品	26	健康食品 (18)、調理食品 (2)、 穀類 (1)、乳卵類 (1)、 野菜・海草 (1)、飲料 (3)
保健・福祉サービス	15	医療 (8)、理美容 (3)、健康関連 サービス (3)、他の保健・福祉 (1)
住居品	4	家具・寝具 (2)、食生活機器 (1)、 洗剤等 (1)
レンタル・リース・貸借	4	レンタル・リース・貸借 (4)
商品一般	3	商品一般 (3)
被服品	3	洋装下着 (1)、紳士・婦人洋服 (1)、 他の被服品 (1)
他の行政サービス	3	他の行政サービス (3)
教養・娯楽サービス	2	他の教養・娯楽 (2)
他の役務	1	外食・食事宅配 (1)
教養娯楽品	1	音響・映像製品 (1)
車両・乗り物	1	自動車 (1)
工事・建築・加工	1	工事・建築・加工 (1)
合計	103	

表 8 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
住居品	5	他の住居品（2）、食生活機器（1）、 空調・冷暖房機器（1）、家具・寝具（1）
車両・乗り物	4	自動車（2）、自動車用品（1）、 自転車・用品（1）
食料品	2	調理食品（1）、健康食品（1）
教養娯楽品	2	パソコン・パソコン関連用品（1）、 玩具・遊具（1）
レンタル・リース・貸借	1	レンタル・リース・貸借（1）
保健・福祉サービス	1	理美容（1）
他の行政サービス	1	他の行政サービス（1）
合計	16	

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
訪問販売	<p>近所でマンホールを見て回っているという業者の訪問を受け自宅のものを見せたところ、汚水枳に穴が空いていて修繕が必要と言われた。先に娘に相談したいと伝え、後で解約できるので仮の契約書に署名してほしいと言われ、仮のつもりで署名した。判も押すよう指示され、仮なのに判が必要な理由を聞くと、一応形式だからと言われたので判を押した。後で娘に相談すると、「おかしい。やめた方がよい」と言われたので、当日の夜に業者へ解約を申し出たら、解約できないと言われたが、解約したい。(80歳代・女性)</p>
訪問販売	<p>生命保険会社の女性がアポなしで来訪し、30年前に契約した生命保険契約の転換を勧められた。断りたかったが、女性が強く勧めるので、応じてしまった。損をさせられたような気がするので、元の契約に戻したい。(70歳代、女性)</p>
訪問購入	<p>知らない業者から不用品を引き取るとの電話があり、処分したい服があったので、来訪を承諾した。数時間後に業者が来て、貴金属や宝石はないかと言われたので、ないと答えたが、業者はなかなか帰ろうとせず、何とか帰ってもらったが怖い思いをした。業者が上着を持って帰る際、受取書を渡され署名したが、悪用されないか心配だ。(60歳代・女性)</p>
電話勧誘販売	<p>料金が安くなるので固定電話回線を変えないかと電話があり、安くなるのならと思いましたが、よく考えたら、知りもしない業者であり本当に安くなるかわからないのでキャンセルしようと思ひ、折り返したがつながらない。どうしたらよいか。(60歳代・男性)</p>
定期購入化粧品	<p>無料動画サイトの広告を見て、シミ消しクリームを購入した。広告には「定期縛りなし」と書かれてあったので、初回を受け取り後に販社に電話をして解約を申し出ると「2回目まで購入してからの解約となり、初回で解約する場合は定価との差額を支払ってほしい。その事については、購入時の画面に全て記載している」と言われたが、納得がいかない。(70歳代・男性)</p>
定期購入化粧品	<p>定期購入で美白クリームをネットで購入したが、使用したら肌が茶色くなってしまった。次回以降を解約するため電話をしたが、オペレーターに繋がらず解約出来なかった。(70歳代・女性)</p>
理美容	<p>1年前に脱毛エステを契約し、数回施術を受けていた。次の予約を取ろうとしたが店舗と連絡が取れず、インターネットで調べて初めて業者が倒産したことを知った。今後どうすればよいか。(20歳代・女性)</p>

キーワード	相談内容
副業	副業を紹介している業者のSNSに登録し、業者から副業を紹介され、情報商材とサポートの契約をした。業者から支払いを求められているが、高額で支払えないので解約したい。(10歳代・男性)
副業	SNSで副業の投稿を見て、投稿者から別の人物を紹介され、その人物から副業の説明を受け、50万円が必要であると言われた。初期費用がないことを伝えたところ、消費者金融で借りるように言われたので、消費者金融で借入れをして、指定された銀行口座に振り込み、副業をスタートしたが、このことを最近親に話したところ、警察に連れていかれ、警察の担当者から「消費者金融を勧めてくる時点で詐欺だ」と言われた。(20歳代・女性)
利殖商法	知人から暗号資産に投資したら儲かると言われ、セミナーに参加したところ、スマートフォンに専用のアプリをインストールさせられ、投資のため日本円で30万円支払うよう言われたので、その場で現金を手渡しした。その後、出金したいと申し出ても色々理由を付けられ、一度も出金できない。知人も同じように出金できなくて困っている。(60歳代・男性)
利殖商法	SNS上で、有名人が投資の会員を募集しているという広告が出て来たのでアクセスしたところ、海外の口座を開設するだけで利益が得られるとの説明を受け、集団投資スキームの会員になった。別の会員が次々投資していると知ったので、私も指定された銀行口座へ投資金を振り込んだ。振込先の銀行口座が次々変更されることなどに違和感を覚えながら振込を続けていたが、最終的に銀行窓口から「この口座は無効です」と言われ、騙されたことに気付いた。すでにお金は振り込んでおり、投資用サイトの画面上では利益が出ているようになっているが、引き出せない。(70歳代・女性)

(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。
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。
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。
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。
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。
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、障がい者福祉、年金、社会保険、生活保護など。
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。
健康関連サービス	健康を保つためのサービスのうち医療サービスを除いたもの。整体、検査キットを使用して病院ではない検査機関に送付して行う検査サービスなど。
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。

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。