

令和6年度

消費生活相談状況

令和7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6年4月1日から令和7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7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
（６）身分詐称	13
<u>4 危害・危険に関する相談</u>	14
<u>参考資料</u>	
（１）相談事例	17
（２）用語説明	19

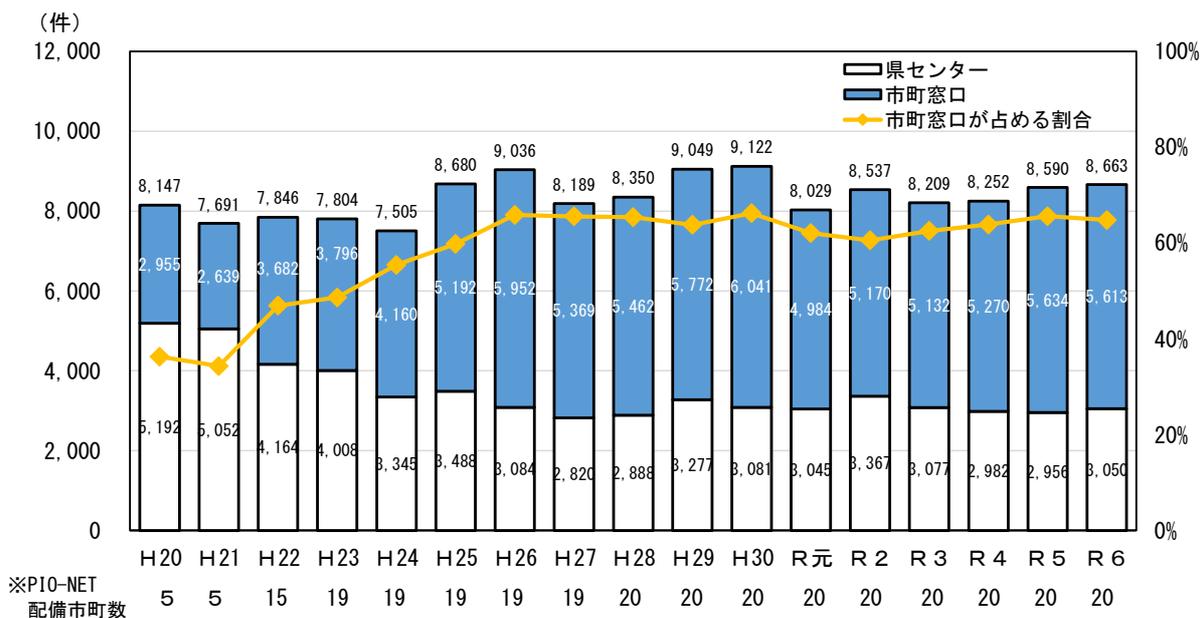
（注）本報告に示す構成比（％）は、特に断りのない限り、小数点第2位を四捨五入したものです。そのため、必ずしも合計が100になるとは限りません。

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6年度は8,663件と、前年度と比較して73件(0.8%)の増加となっています。なお、内訳は、県センター3,050件(35.2%)、市町窓口5,613件(64.8%)となっています。

図1 年度別相談件数の推移

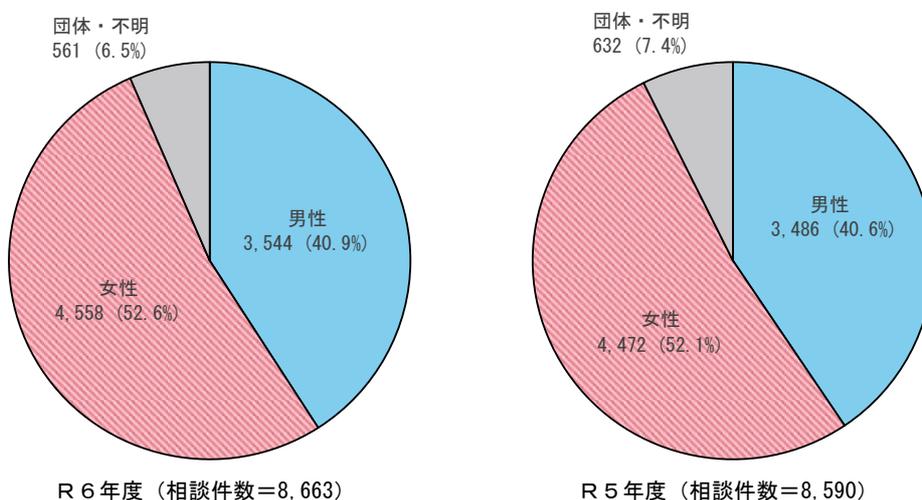


(2) 契約当事者の属性

○性別

女性が52.6%、男性が40.9%(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。

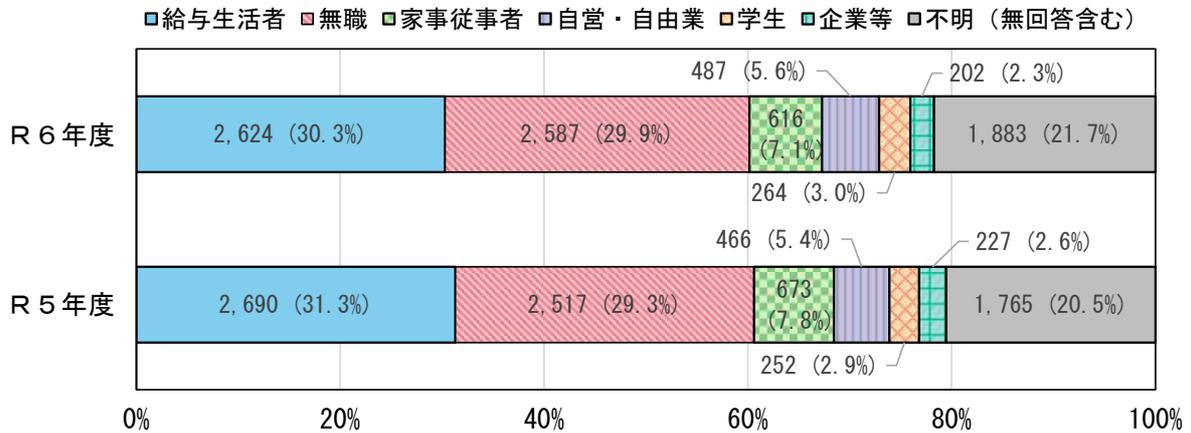
図2 契約当事者性別の相談件数と全相談に占める比率



○職業別

給与生活者が30.3%で最も多く、次いで無職(年金生活者を含む)が29.9%、家事従事者が7.1%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25.6%と最も多く、次いで60歳代16.8%、50歳代13.7%の順となっており、50歳代以上の比率が半分以上、60歳代以上の比率が4割以上を占めています。

図4 契約当事者年代別の相談件数

(件)

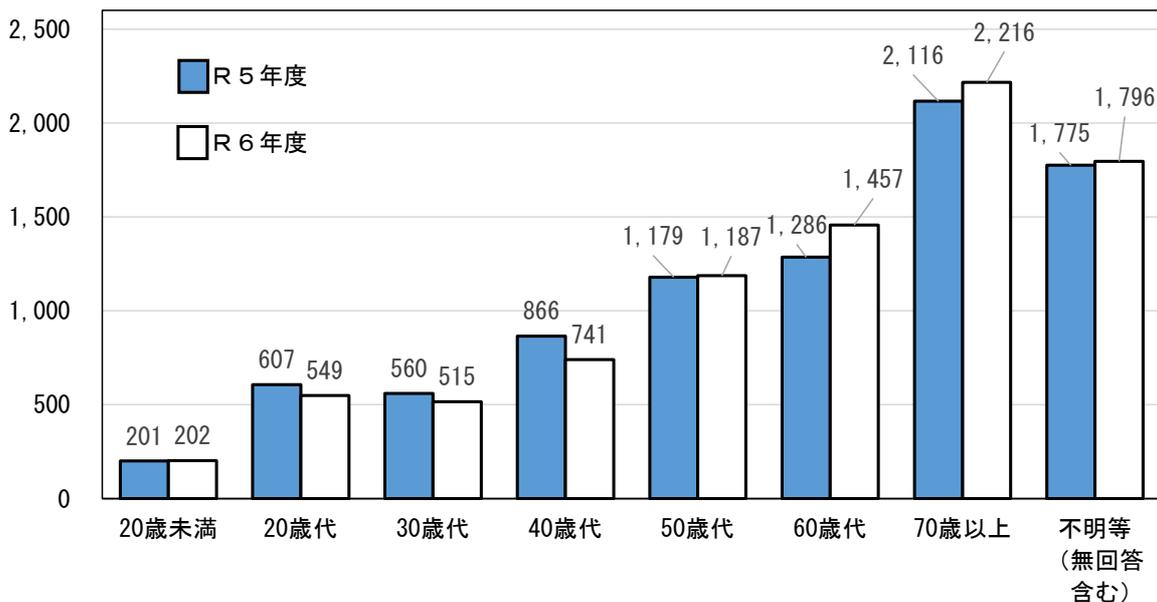
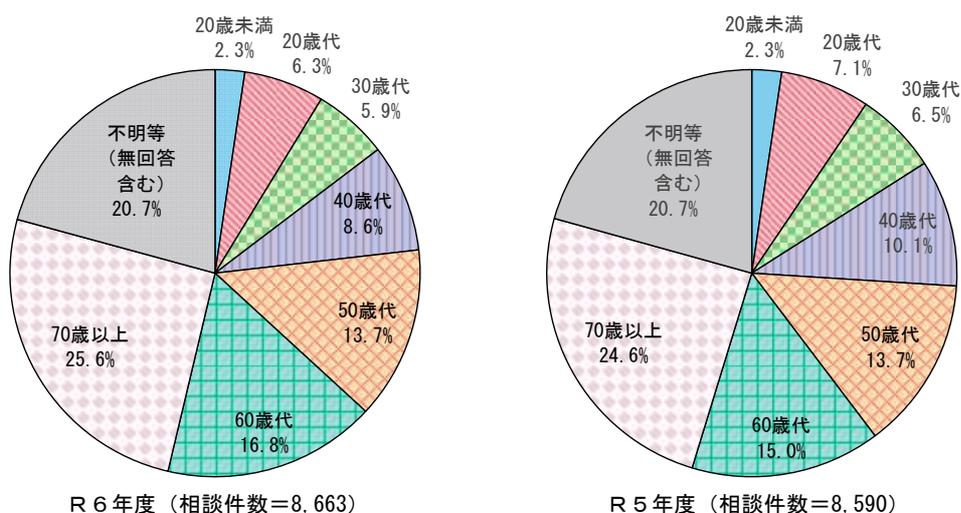


図5 契約当事者年代別の相談件数の比率



○居住地別

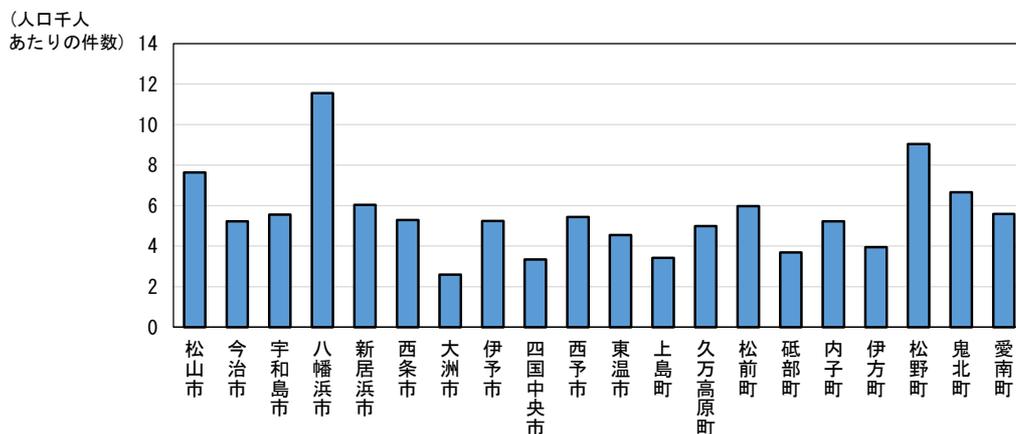
中予地域が4,392件(50.7%)、東予地域が2,208件(25.5%)、南予地域が1,243件(14.3%)となっています。10市町で増加、9市町で減少しています。

表1 契約当事者居住地別の相談件数

市町名	R6年度		R5年度		市町名	R6年度		R5年度	
	前年度比	件数(%)	件数(%)	前年度比		件数(%)	件数(%)		
松山市	0.97	3,787 (43.7%)	3,899 (45.4%)	上島町	1.00	20 (0.2%)	20 (0.2%)		
今治市	1.15	740 (8.5%)	641 (7.5%)	久万高原町	0.72	31 (0.4%)	43 (0.5%)		
宇和島市	1.16	354 (4.1%)	304 (3.5%)	松前町	0.99	174 (2.0%)	175 (2.0%)		
八幡浜市	1.31	334 (3.9%)	255 (3.0%)	砥部町	0.82	73 (0.8%)	89 (1.0%)		
新居浜市	1.02	663 (7.7%)	652 (7.6%)	内子町	0.69	72 (0.8%)	104 (1.2%)		
西条市	0.94	526 (6.1%)	560 (6.5%)	伊方町	1.56	28 (0.3%)	18 (0.2%)		
大洲市	1.02	96 (1.1%)	94 (1.1%)	松野町	1.30	30 (0.3%)	23 (0.3%)		
伊予市	0.87	176 (2.0%)	203 (2.4%)	鬼北町	1.14	58 (0.7%)	51 (0.6%)		
四国中央市	1.05	259 (3.0%)	247 (2.9%)	愛南町	1.33	97 (1.1%)	73 (0.8%)		
西予市	0.92	174 (2.0%)	189 (2.2%)	不明等	1.06	820 (9.5%)	775 (9.0%)		
東温市	0.86	151 (1.7%)	175 (2.0%)	合計	1.01	8,663	8,590		

(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

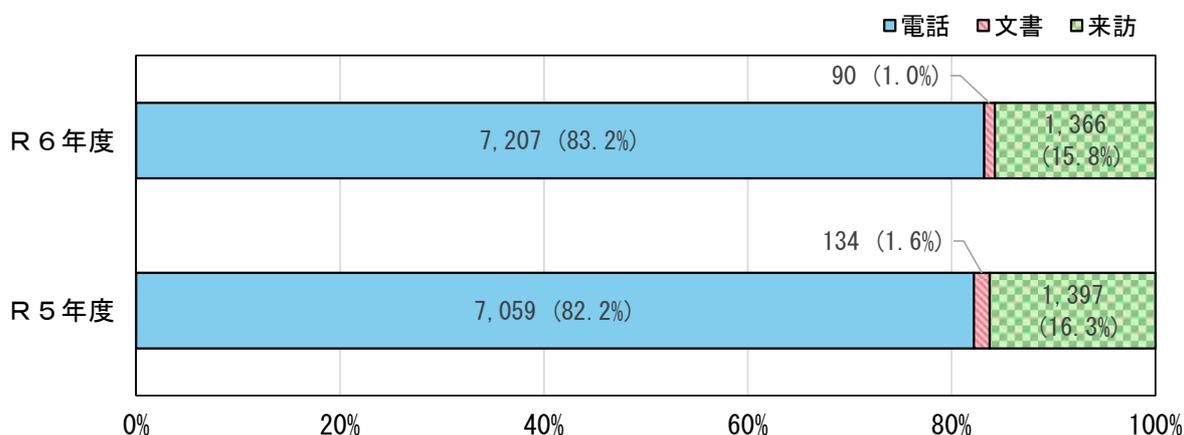


(注) 計算の根拠となる各市町の人口の値は、令和7年4月1日現在の県推計人口データを用いている。

(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15.8%、文書（電子メール、FAX等によるものも含む）によるもの1.0%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68.8%、以下「販売方法」の52.0%、「接客対応」の11.4%、「価格・料金」の10.3%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	R6年度		R5年度	
		件数	比率	件数	比率
総相談件数	1.01	8,663		8,590	
内容別分類	契約・解約	5,956	(68.8%)	5,762	(67.1%)
	販売方法	4,502	(52.0%)	4,290	(49.9%)
	接客対応	989	(11.4%)	1,061	(12.4%)
	価格・料金	891	(10.3%)	873	(10.2%)
	品質・機能、役務品質	786	(9.1%)	771	(9.0%)
	表示・広告	783	(9.0%)	726	(8.5%)
	法規・基準	389	(4.5%)	378	(4.4%)
	安全・衛生	232	(2.7%)	205	(2.4%)
	買物相談	40	(0.5%)	45	(0.5%)
	生活知識	37	(0.4%)	37	(0.4%)
	施設・設備	16	(0.2%)	23	(0.3%)
	計量・量目	7	(0.1%)	14	(0.2%)
	包装・容器	3	(0.0%)	9	(0.1%)
	その他	126	(1.5%)	139	(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。

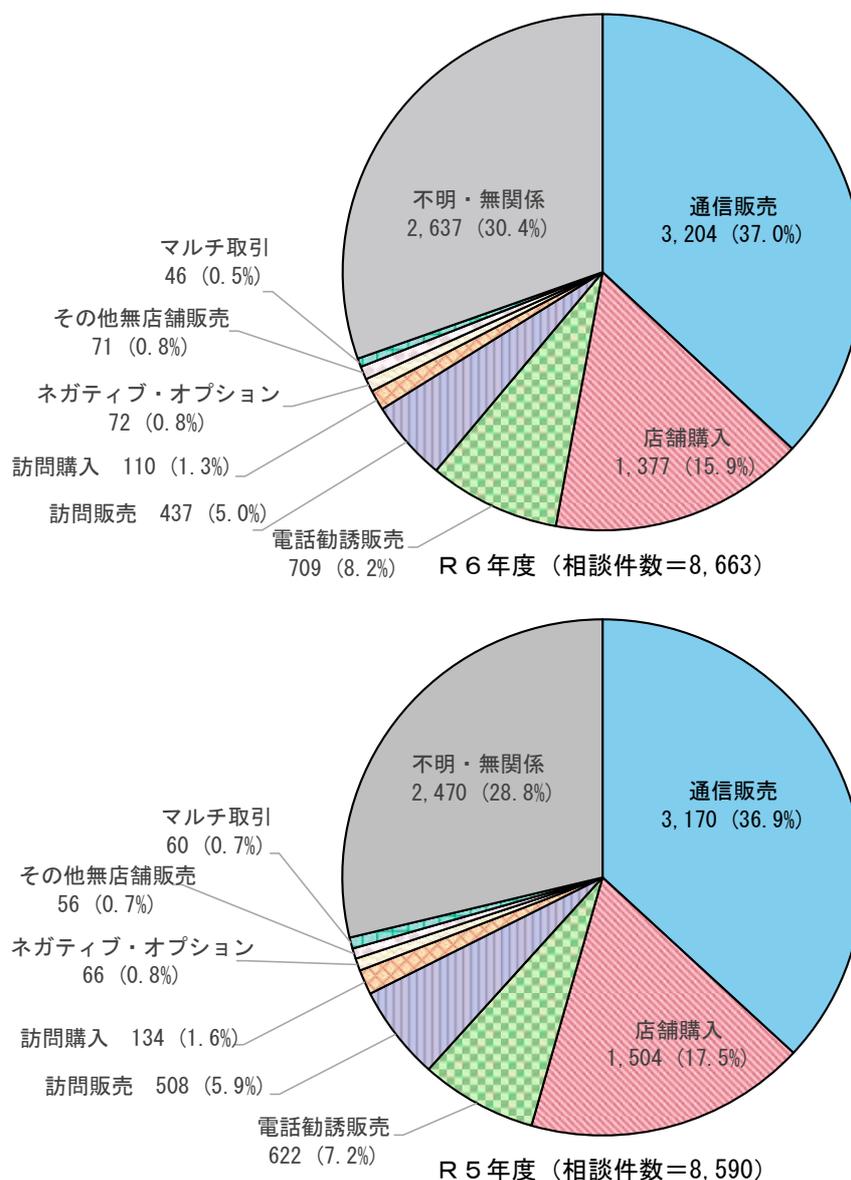
(注2) () 内は総相談件数に対する比率を示す。

(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



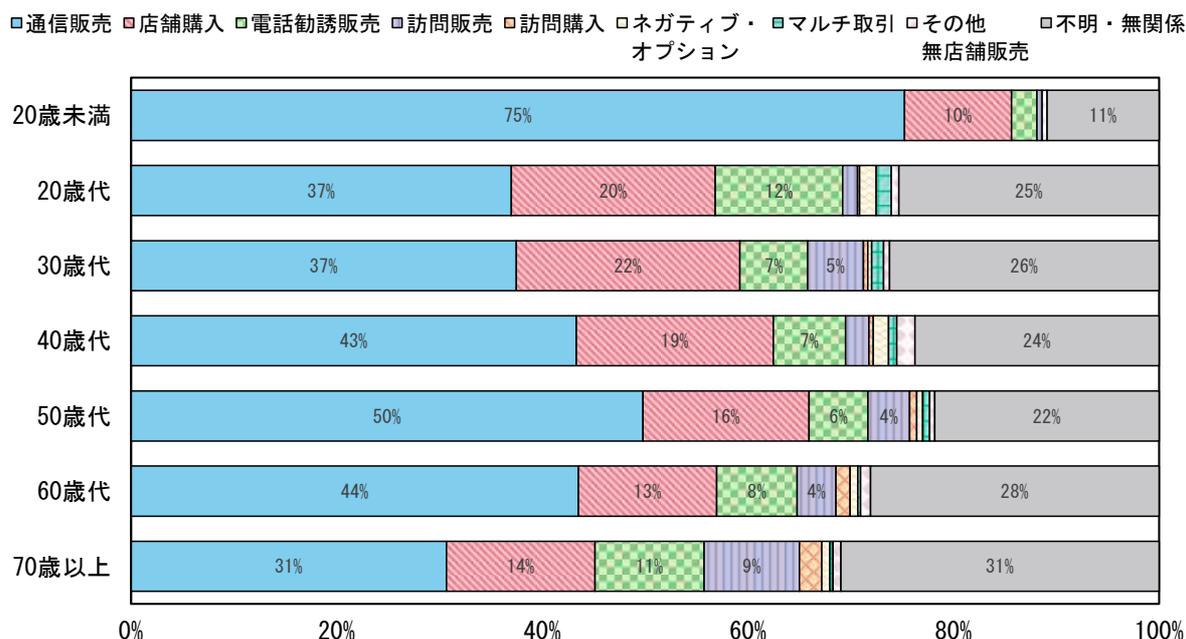
○各年代における販売購入形態別相談件数

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 6	3,204	152	203	193	321	591	634	680	430
		R 5	3,170	44	202	280	451	613	567	629	384
2	店舗購入	R 6	1,377	21	109	112	142	192	196	320	285
		R 5	1,504	19	136	126	191	239	204	334	255
3	電話勧誘販売	R 6	709	5	68	34	52	68	114	235	133
		R 5	622	4	52	46	52	86	97	165	120
4	訪問販売	R 6	437	1	8	28	17	48	55	206	74
		R 5	508	1	22	31	51	72	72	153	106
5	訪問購入	R 6	110	0	1	2	3	8	20	48	28
		R 5	134	0	1	1	8	17	28	39	40
6	ネガティブ・オプション	R 6	72	0	9	2	11	7	11	17	15
		R 5	66	0	5	6	4	6	10	17	18
7	マルチ取引	R 6	46	0	8	6	6	8	4	7	7
		R 5	60	0	9	4	10	13	7	6	11
8	その他 無店舗販売	R 6	71	1	4	3	13	6	14	17	13
		R 5	56	0	5	3	6	11	9	12	10
-	不明・無関係	R 6	2,637	22	139	135	176	259	409	686	811
		R 5	2,470	10	93	113	229	362	391	625	647
	合計	R 6	8,663	202	549	515	741	1,187	1,457	2,216	1,796
		R 5	8,590	78	525	610	1,002	1,419	1,385	1,980	1,591

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931件、次いで「化粧品」に関するもので750件、3番目は「健康食品」に関するもので457件となっています。特に、「電報・固定電話」「他の保健・福祉」「空調・冷暖房・給湯設備」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	R6年度		R5年度	
			件数	(%)	件数	(%)
1	商品一般	1.11	931	(10.7%)	841	(9.8%)
2	化粧品	1.14	750	(8.7%)	660	(7.7%)
3	健康食品	1.32	457	(5.3%)	345	(4.0%)
4	役務その他	0.98	400	(4.6%)	409	(4.8%)
5	レンタル・リース・貸借	1.04	353	(4.1%)	338	(3.9%)
	不動産貸借	1.06	315	(3.6%)	298	(3.5%)
6	融資サービス	0.99	289	(3.3%)	293	(3.4%)
	フリーローン・サラ金	0.95	250	(2.9%)	263	(3.1%)
7	インターネット通信サービス	1.18	222	(2.6%)	188	(2.2%)
8	工事・建築・加工	1.27	217	(2.5%)	171	(2.0%)
9	他の教養・娯楽	0.76	203	(2.3%)	268	(3.1%)
	異性交際関連サービス	0.43	41	(0.5%)	95	(1.1%)
10	電報・固定電話	1.40	193	(2.2%)	138	(1.6%)
11	相談その他	1.03	182	(2.1%)	177	(2.1%)
12	移動通信サービス	0.91	181	(2.1%)	199	(2.3%)
13	他の金融関連サービス	0.84	179	(2.1%)	213	(2.5%)
14	他の保健・福祉	1.41	147	(1.7%)	104	(1.2%)
	社会保険	1.74	113	(1.3%)	65	(0.8%)
15	内職・副業	1.04	146	(1.7%)	141	(1.6%)
16	電気	0.91	144	(1.7%)	159	(1.9%)
17	自動車	0.55	138	(1.6%)	249	(2.9%)
18	他の教養娯楽品	0.90	125	(1.4%)	139	(1.6%)
19	紳士・婦人洋服	0.85	119	(1.4%)	140	(1.6%)
20	空調・冷暖房・給湯設備	1.39	110	(1.3%)	79	(0.9%)
—	その他の総件数	0.95	3,177	(36.7%)	3,339	(38.9%)
合計		1.01	8,663		8,590	

(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」「融資サービス」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、「電報・固定電話」は60歳代以上で、「健康食品」は20歳未満及び40歳代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	63	内職・副業	46	レンタル・リース・貸借	51	化粧品	76
2	化粧品	22	融資サービス	42	商品一般	34	商品一般	68
3	健康食品	17	理美容	42	融資サービス	28	レンタル・リース・貸借	48
4	商品一般	8	商品一般	40	化粧品	25	融資サービス	31
5	理美容	8	役務その他	36	役務その他	24	他の金融関連サービス	24
6	紳士・婦人洋服	6	レンタル・リース・貸借	33	内職・副業	19	役務その他	24
7	インターネット通信サービス	5	他の教養・娯楽	26	他の教養・娯楽	17	自動車	23
8	内職・副業	5	他の金融関連サービス	20	インターネット通信サービス	16	インターネット通信サービス	23
9	レンタル・リース・貸借	4	教室・講座	20	教室・講座	16	健康食品	22
10	娯楽等情報配信サービス 他3件	4	他の教養娯楽品	14	自動車	15	移動通信サービス	21

他…玩具・遊具、教室・講座、役務その他

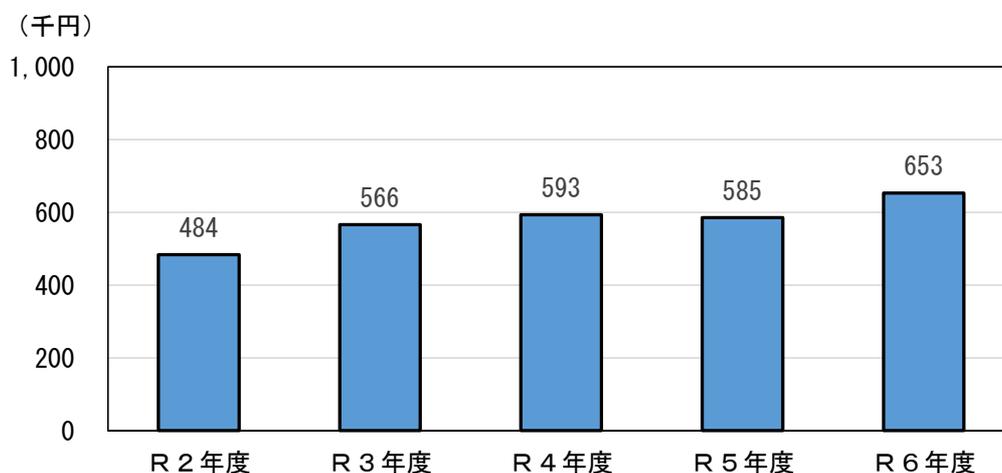
順位	50歳代	件数	60歳代	件数	70歳以上	件数	不明等 (無回答含む)	件数
1	化粧品	157	化粧品	205	商品一般	245	商品一般	268
2	商品一般	109	商品一般	159	化粧品	188	役務その他	126
3	健康食品	79	健康食品	104	健康食品	171	レンタル・リース・貸借	95
4	融資サービス	49	役務その他	52	電報・固定電話	116	相談その他	86
5	レンタル・リース・貸借	45	他の保健・福祉	43	役務その他	91	化粧品	68
6	役務その他	43	レンタル・リース・貸借	42	工事・建築・加工	83	融資サービス	51
7	他の教養娯楽品	27	融資サービス	41	インターネット通信サービス	60	工事・建築・加工	48
8	他の金融関連サービス	27	工事・建築・加工	40	他の保健・福祉	58	インターネット通信サービス	48
9	インターネット通信サービス	27	電報・固定電話	36	空調・冷暖房・給湯設	49	健康食品	43
10	紳士・婦人洋服	26	インターネット通信サービス	34	電気 他1件	47	電気	38

他…融資サービス

(4) 平均契約金額

令和6年度の全体の平均契約金額は、約653千円で、前年度の約585千円から約68千円の増加となりました。

図10 平均契約金額の推移



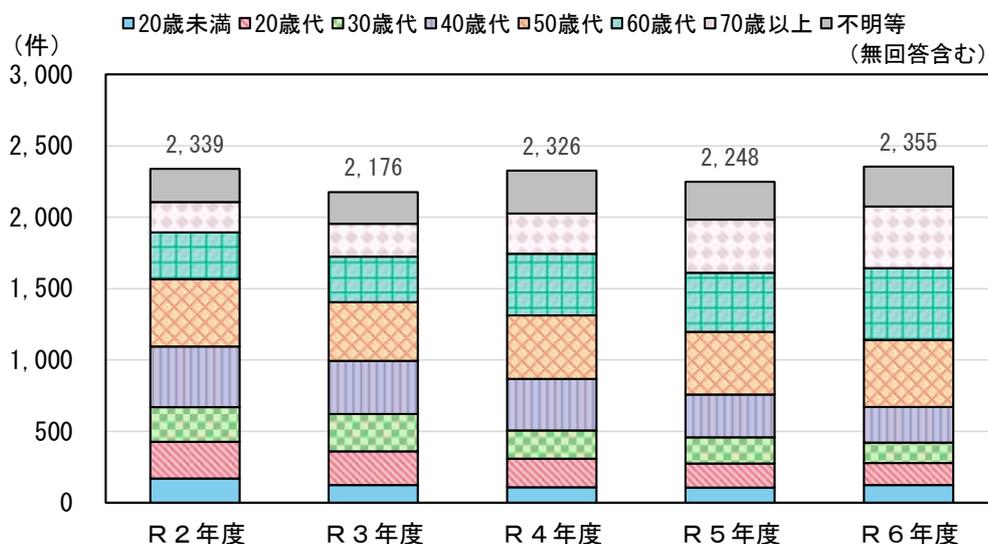
(注) 平均契約金額は、受け付けた相談のうち、契約金額が確認できたものを算出している。

3 相談の特徴

(1) 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歳代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



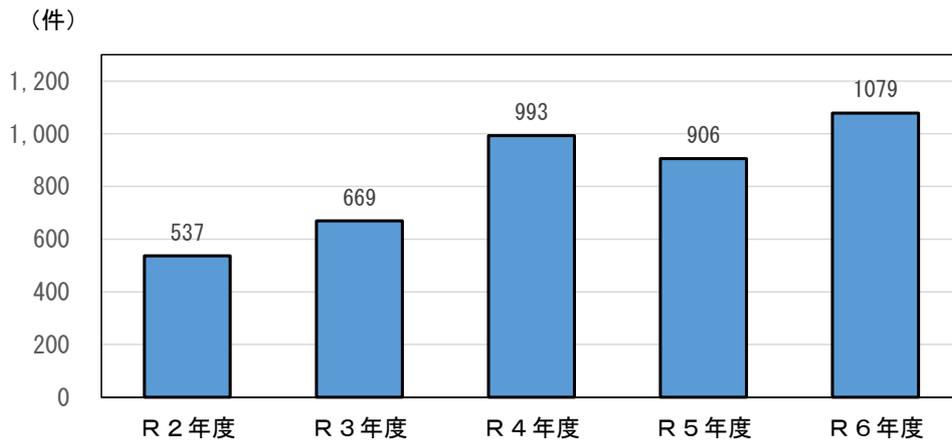
* ここでは、有料インターネットサイト等のサービスも含めて「インターネット通販」としている。

(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、高い水準で推移しています。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、60歳代以上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当事者年代別比率

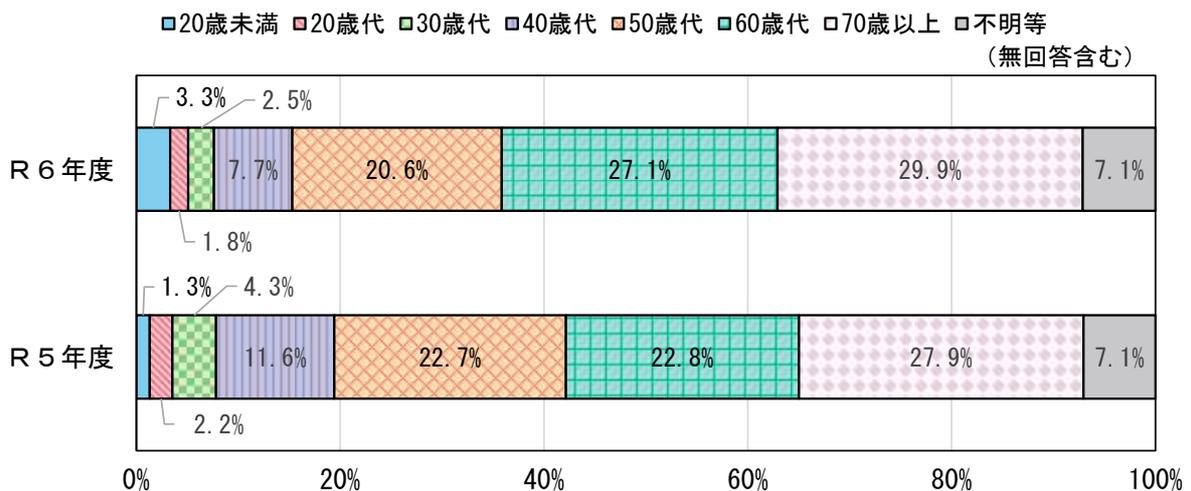
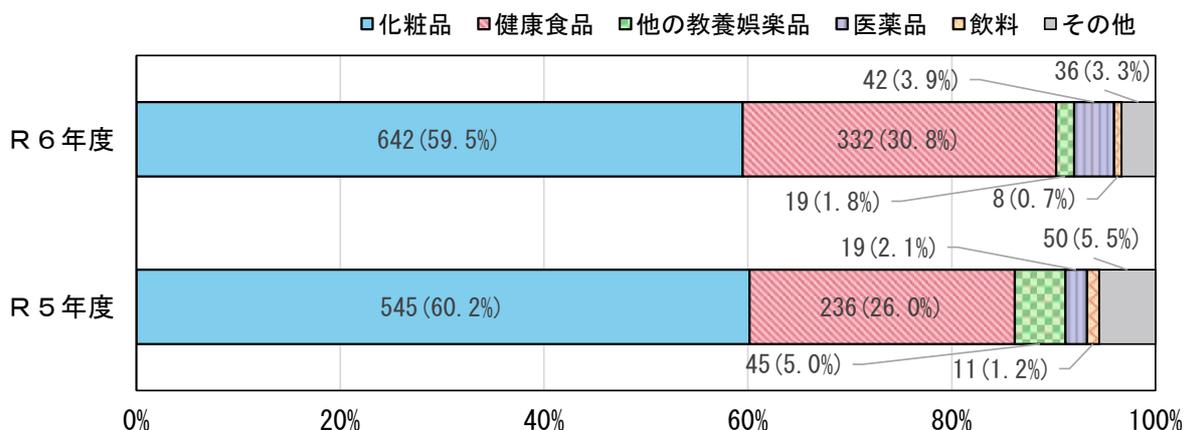


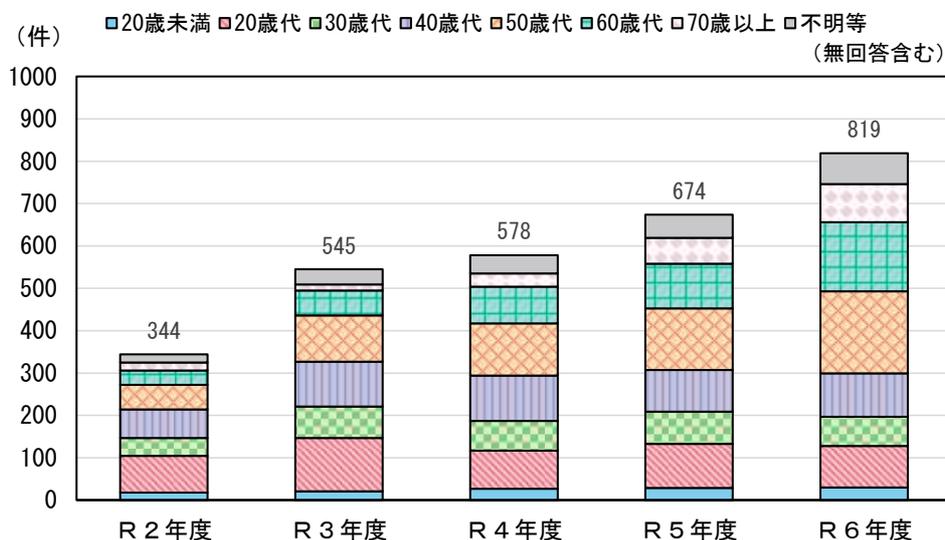
図 14 定期購入の相談に係る商品と相談件数に占める比率



(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 歳代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」に関する相談及びFX取引等の投資が絡んだ「利殖商法」に関する相談の件数が、前年と比べて減少したものの、引き続き高い水準で推移しています。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 歳代以上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

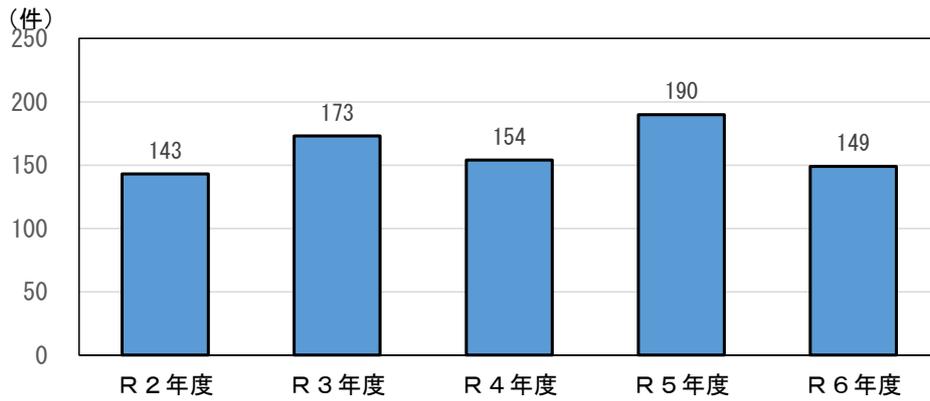


図 17 利殖商法に関する相談件数の推移

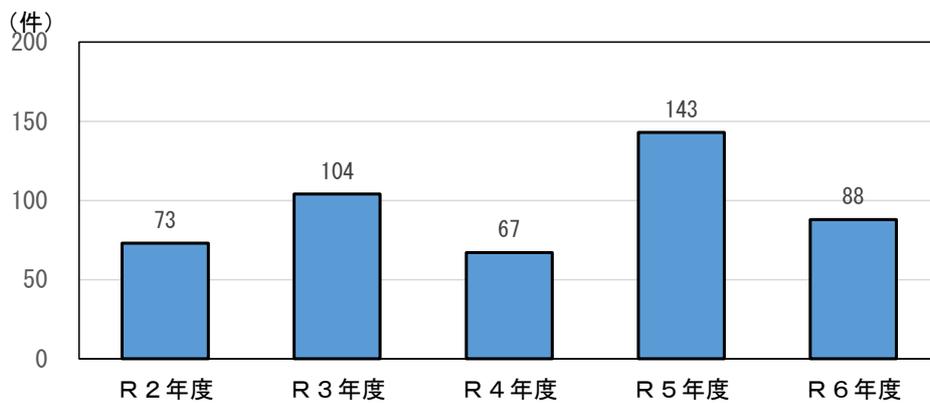
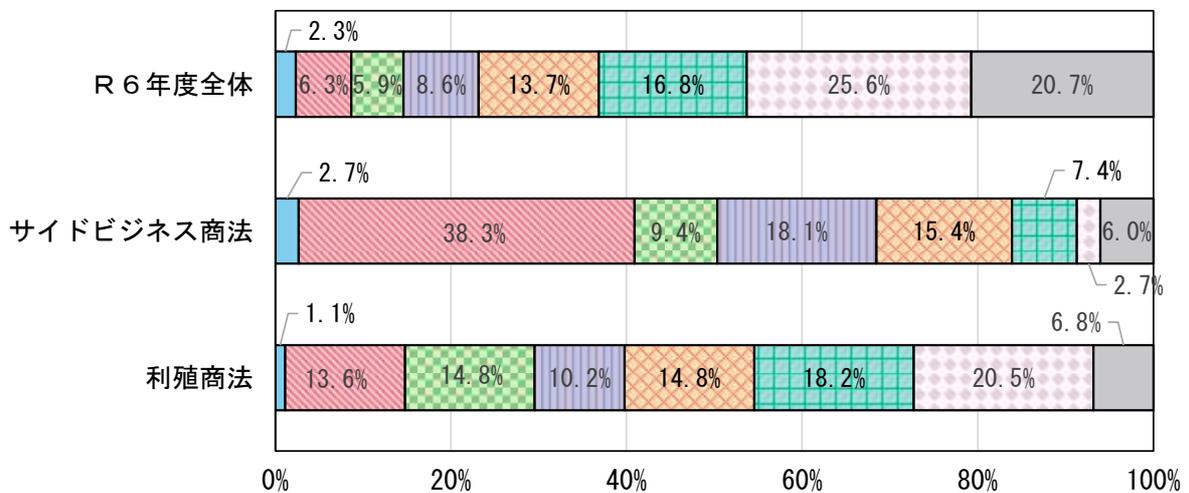


図 18 サイドビジネス商法及び利殖商法に関する相談の契約当事者年代比率

■ 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、汚水枒や床下等、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」の相談が前年度比で減少したものの引き続き多く寄せられています。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

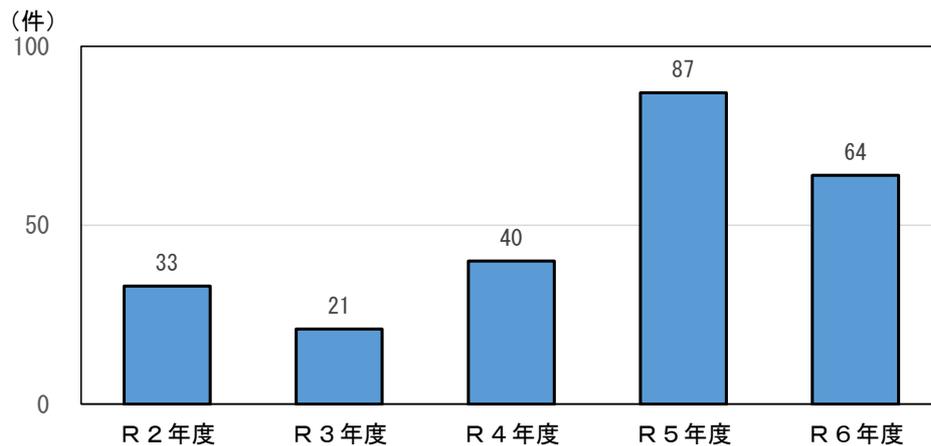
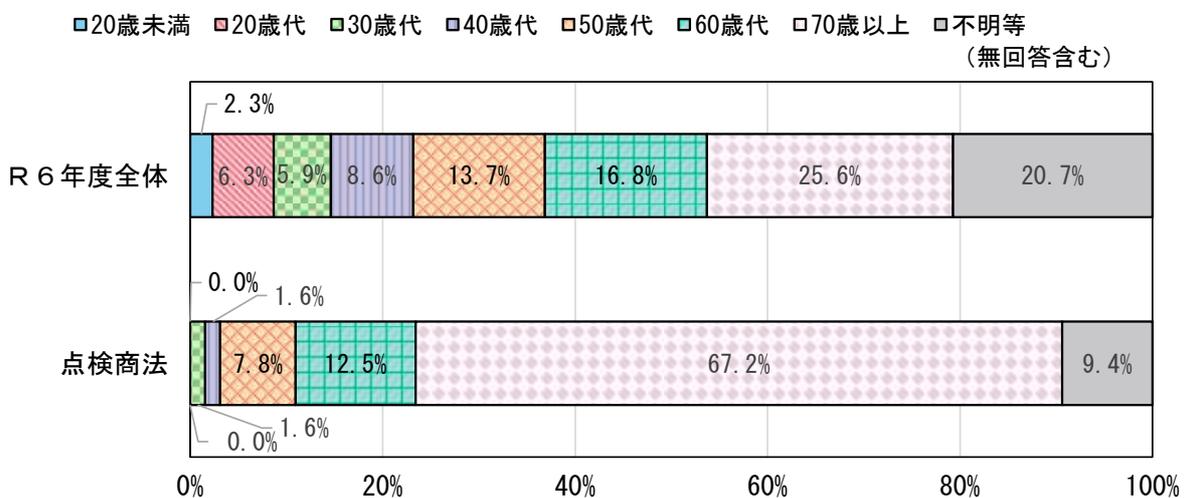


図 20 点検商法に関する相談の契約当事者年代比率



(6) 身分詐称

公的機関や有名企業の職員や関係者であるかのように身分を偽り、勧誘等を行う「身分詐称」に関する相談が前年度比で約5割増えています。60歳代以上からの相談が半数以上を占めており、最近では、国の機関や電力事業者、大手電話事業者を名乗り電話をかけてくるケースが目立ちます。

図 21 身分詐称に関する相談件数の推移

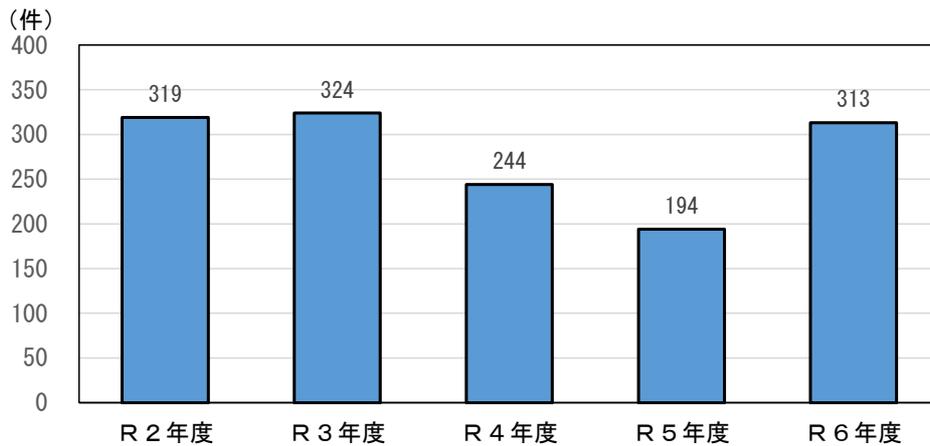
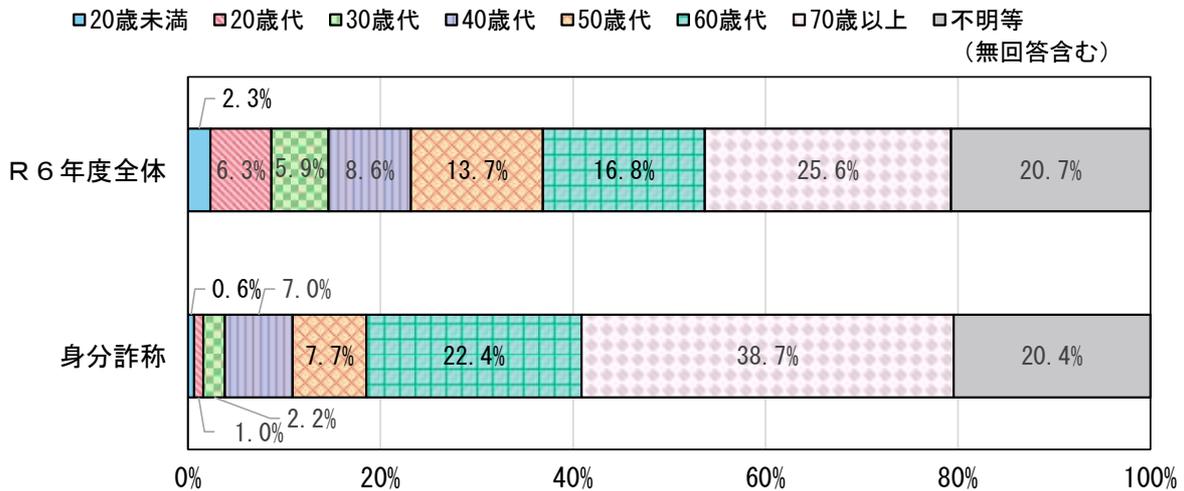


図 22 身分詐称に関する相談の契約当事者年代比率



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 15 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		
	前年度比	R6	R5	前年度比	R6	R5	前年度比	R6	R5
		年度	年度		年度	年度		年度	
商品一般	1.00	3	3	—	0	0	1.00	3	3
食料品	0.58	15	26	1.00	2	2	0.61	17	28
住居品	1.50	6	4	1.00	5	5	1.22	11	9
被服品	1.00	3	3	—	0	0	1.00	3	3
保健衛生品	0.97	38	39	—	1	0	1.00	39	39
教養娯楽品	1.00	1	1	0.50	1	2	0.67	2	3
車両・乗り物	1.00	1	1	1.00	4	4	1.00	5	5
土地・建物・設備	—	1	0	—	2	0	—	3	0
レンタル・リース・貸借	0.50	2	4	0.00	0	1	0.40	2	5
工事・建築・加工	1.00	1	1	—	0	0	1.00	1	1
運輸・通信サービス	—	2	0	—	0	0	—	2	0
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	1.80	27	15	0.00	0	1	1.69	27	16
他の役務	1.00	1	1	—	0	0	1.00	1	1
他の行政サービス	0.00	0	3	0.00	0	1	0.00	0	4
合計	1.00	103	103	0.94	15	16	0.99	118	119

(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	38	化粧品 (31)、医薬品 (3)、 他の保健衛生品 (3)、 理美容器具・用品 (1)
保健・福祉サービス	27	医療 (21)、理美容 (4)、 老人福祉・サービス (1)、 他の保健・福祉 (1)
食料品	15	健康食品 (8)、菓子類 (2)、 食料品一般 (1)、穀類 (1)、 魚介類 (1)、飲料 (1)、調理食品 (1)
住居品	6	家具・寝具 (2)、食器・台所用品 (1)、 洗浄剤等 (1)、空調・冷暖房機器 (1)、 他の住居品 (1)
商品一般	3	商品一般 (3)
被服品	3	洋装下着 (2)、紳士・婦人洋服 (1)
レンタル・リース・貸借	2	レンタル・リース・貸借 (2)
運輸・通信サービス	2	旅客運送サービス (1)、 インターネット通信サービス (1)
教養・娯楽サービス	2	宿泊施設 (1)、 娯楽等情報配信サービス (1)
車両・乗り物	1	自転車・用品 (1)
土地・建物・設備	1	空調・冷暖房・給湯設備 (1)
教養娯楽品	1	スポーツ用品 (1)
工事・建築・加工	1	工事・建築・加工 (1)
他の役務	1	外食・食事宅配 (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（4）、食生活機器（1）
車両・乗り物	4	自動車（2）、自転車・用品（2）
食料品	2	菓子類（1）、調理食品（1）
土地・建物・設備	2	戸建住宅（1）、 空調・冷暖房・給湯設備（1）
保健衛生品	1	他の保健衛生品（1）
教養娯楽品	1	音響・映像製品（1）
合計	15	

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 点検商法	先日、突然「太陽光パネルの点検をしている」と業者が自宅に来たため、深く考えることなく点検日を決め、後日業者が点検に来た。点検後にメンテナンスが必要と言われ契約した。代金は工事終了前日に全額を支払うことになっている。職場の友人から「高すぎる」「詐欺ではないか」と言われたため不安になり、考え直そうかと思っている。(50歳代・女性)
訪問購入	連絡なしに貴金属買取業者の訪問があり、指輪とピアスを査定してもらい、契約することにした。業者から、書類に印鑑が必要と言われ、業者が押印すると言ったので、印鑑を渡した。押印した書類は見せてもらえなかったが、悪用されるのではないかと心配だ。(70歳代・女性)
電話勧誘販売	少し前に県外業者から海産物の購入について電話勧誘があり、申し込んだが、よく考えたら高いのでキャンセルしようと販売店に架電したが、自動音声になっていて人が出ず、業者との連絡が取れない(60歳代・女性)
電話勧誘販売 身分詐称	固定電話に国の機関から「2時間後に電力がストップする。」と留守電が入った。詐欺の電話か。(60歳代・男性)
定期購入 化粧品	インターネットで「定期縛りなし」と書かれた広告を見て、単品契約のつもりでしわ取りクリームを注文した。商品が届いたのでコンビニで代金を支払ったが、後日再び商品発送メールが届いた。身に覚えがなく販売会社に連絡したところ、定期購入契約になっていると言われた。納得できないので解約したい(70歳代・男性)
定期購入 健康食品	SNSでダイエットサプリの広告を見て、安価だと思い購入し、商品を受け取った。後日、また商品が届き、定期購入であることに気付いた。高額な支払いは困難なので解約したい(10歳代・女性)
レンタル・リース・貸借	数年間居住した賃貸物件を退去したが、管理会社から修繕費用を請求された。高額だったので管理会社に問い合わせたところ、床をすべて張り替える必要があると言われたが、支払う必要はあるか。(30歳代・男性)
理美容	1年前に脱毛エステを契約し、ローンで支払うことにした。契約後に数回施術を受けたが、お金がないので解約しようとサロンへ申し出たところ、解約しても支払いが残ると言われた。悩んでいたところ、サロンが休業するという連絡があったが、今後の支払いはどうなるのか知りたい。(10歳代・女性)

キーワード	相談内容
副業 サイドビジネス 商法	<p>ブログ投稿や動画閲覧でお金がもらえるという広告を見て、副業を始めようと思い業者と連絡を取った。業者から、仕事を始めるには高額なキットを購入する必要があると言われたので、消費者金融で借入れ、業者へ振り込んだ。その後、業者と連絡が取れなくなった。(20歳代・女性)</p>
利殖商法	<p>SNSで知り合った女性とやり取りをする中で、仮想通貨投資に誘われたので、消費者金融で金を借りて投資した。後日、アカウントが消え、ログインできなくなったので、女性に連絡すると、アカウントが凍結され、凍結解除に費用が必要と言われた。(50歳代・男性)</p>
利殖商法	<p>SNSの動画で「絶対に損はさせない」と話す人物が株取引を指南してくれる投資セミナーがあったので、そのセミナーに申し込み、カード決済で支払った。その後、家族に反対されたので問い合わせフォームから解約を申し込んだが返信がなく、電話をかけたが通じない。(80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。
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。
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。
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。
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。
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。

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。
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。
他の保健衛生品	保健衛生品のうち、既存の区分に該当しないもの。蚊取線香、ネズミ駆除剤、衣類以外の防虫・防ダニシート、医薬品ではない虫除け剤など。
他の住居品	住居品のうち、既存の区分に該当しないもの。風呂用具、家庭用工具、防災・防犯用品など。

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。