

PIO-NET にみる 2021 年度の消費生活相談の概要

この概要は、「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) ^(注)」によって収集した 2021 年度の消費生活相談情報をまとめたものです (対象データは、2022 年 5 月末日までに PIO-NET に登録された苦情相談)。

当該情報の詳細については、「消費生活年報 2022」にまとめ、2022 年 10 月に国民生活センターホームページ上に掲載する予定です。

2021 年度の傾向と特徴

- 2021 年度の相談件数は 843,664 件で、2020 年度 (942,463 件) に比べ約 10 万件減少した (図 1)。これは、2020 年度と比べ「架空請求」の相談、新型コロナ関連の相談等が減少したためである。
- 「架空請求」の相談は、2019 年度は 10.9 万件、2020 年度は 2.8 万件、2021 年度は 1.8 万件と大幅に減少した (図 1)。
- 2020 年度と比較して増加が目立ったものとして、SNS やインターネット上の広告をきっかけとしたインターネット通販での定期購入のトラブルがみられる「化粧品」、電話勧誘販売で契約した海産物が代引配達で届き受け取ったがクーリング・オフしたいなどの相談が目立つ「魚介類全般」、SNS 上の割引セールからの代引配達で注文したら偽物が届いたというインターネット通販のトラブルがみられる「かばん」、「アクセサリ」、還付金詐欺と思われる電話がかかってきたというトラブルがみられる「他の保健・福祉サービス」、マッチングアプリ等をきっかけに投資を勧められたというトラブルがみられる「外国為替証拠金取引」がある (表 1)。
- 70 歳以上の相談の割合は 22.9% と依然として全年代で最も多く、20 歳代、70 歳以上の割合がやや増加している (図 2)。
- 販売購入形態別では、「通信販売」の割合が最も高く、2013 年度以降同様の傾向にある。2021 年度は 38.5% で、「インターネット通販」「定期購入」に関する相談が多くみられる (表 3、表 4)。
- 契約購入金額は合計金額 3,483 億円、平均金額 79 万円であり、既支払金額は合計金額 1,271 億円、平均金額 35 万円であり、2020 年度に比べ、合計金額、平均金額ともに増加した (図 4)。
- 販売方法・手口別にみると、増加傾向にある「代引配達」ではかばんや洋服の他、魚介類などの海産物に関する相談、「フィッシング」によるクレジットカード情報の詐取に関する相談、「点検商法」「保険利用可能トーク」では 70 歳以上の高齢者から訪問販売で屋根工事や修理サービスなどの高額な契約をしたという相談、「訪問購入」では 70 歳以上の高齢者から、アクセサリに関する相談がみられる (表 4)。

(注) PIO-NET (パイオネット : 全国消費生活情報ネットワークシステム) とは、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、消費生活に関する相談情報を蓄積しているデータベースのこと。2008 年度以降は、消費生活センター等からの経由相談は含まれていません。

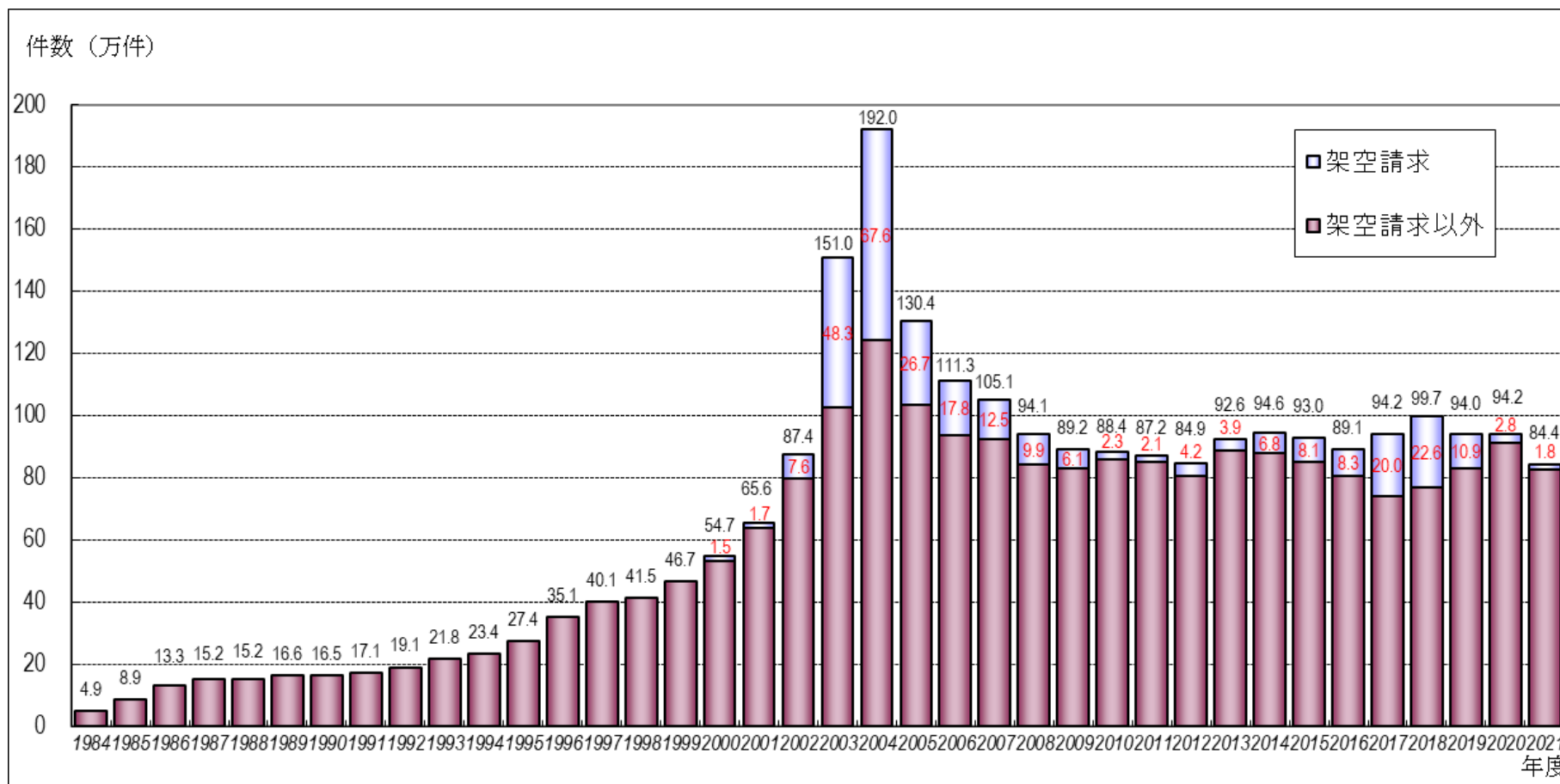
1. 相談件数等

(1) 相談件数は84.4万件、2020年度から減少。「架空請求」の相談は、2021年度は1.8万件と減少

図1は、消費生活相談の年度別総件数の推移を示したものです。

- ・2021年度に全国の消費生活センター等が受け付け、PIO-NETに登録された消費生活相談情報の総件数は84.4万件で、2020年度（94.2万件）から減少しました。
- ・「利用した覚えがない架空の請求を受けているが、どうしたらよいか」などの「架空請求」の相談件数は1.8万件で、2020年度（2.8万件）に比べ減少しました。
- ・この他、新型コロナウイルス関連の相談件数が2020年度の8万件から、2021年度は2.6万件と減少しました（参考資料2）。

図1 消費生活相談の年度別総件数の推移



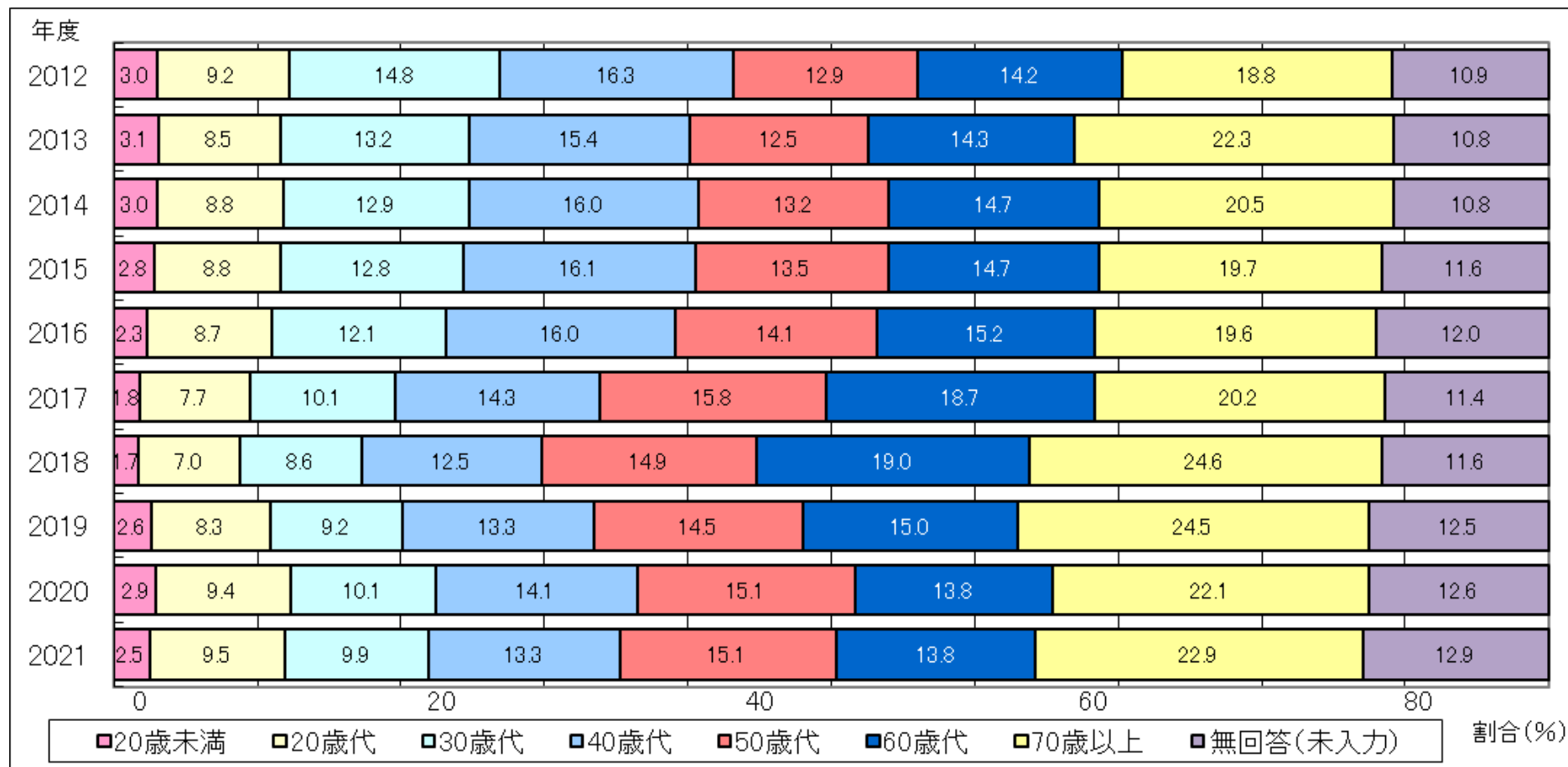
(注) 「架空請求」の件数は2000年度以降集計しています。

(2) 契約当事者は、依然として70歳以上の割合が高い傾向に

図2は、年度別にみた契約当事者の年代の割合を示したものです。

- ・70歳以上の割合は、2012年度以降各年代の中で最も高く、2021年度は22.9%でした。
- ・20歳代、70歳以上の割合が2020年度に比べやや増加しました。

図2 年度別にみた契約当事者年代別割合



(注) 割合は各年度の総件数を100として算出し、小数点以下第2位を四捨五入した値です。以下、端数を四捨五入しているためグラフの数値の合計が100%にならない場合があります。

2. 商品・役務等ごとにみた相談の状況

(1) 2021 年度の商品・役務等の特徴

表 1 は、2021 年度に変化の大きかった商品・役務等の上位 20 位までを示したものです。

1) 増加の目立つ商品・役務等

①化粧品〔1位〕

SNS やインターネット上で、通常価格より低価格で購入できるという広告を見て「化粧品」を購入したところ、実際は定期購入が条件の契約だったというインターネット通販に関する相談が増加している。

②魚介類全般〔2位〕

魚介類の販売業者から、「新型コロナウイルスの影響で困っている」「以前購入してもらったことがある」などと電話で勧誘され、断り切れずに購入することにしたが冷静になって考えなおすとクーリング・オフしたいという相談や、商品が代引配達で届いたので支払ったが、価格に見合わないので解約したいという相談が増加した。

③かばん〔3位〕、アクセサリ〔6位〕

SNS 上の広告でブランド品の「かばん」や「アクセサリ」が百貨店の閉店などを理由に割引セールで安くなっており、代引配達で注文したところ、偽物と思われる物が届いたという相談が増加した。

④他の保健・福祉サービス〔4位〕

行政の職員を名乗る人物から還付金の手続きについて電話があり、電話番号や口座番号を聞かれたという相談が増加した。また、新型コロナウイルスのワクチン接種に関連した不審な電話に関する相談などもみられた。

⑤外国為替証拠金取引〔5位〕

SNS 上の「簡単にもうかる」といった広告や、SNS やマッチングアプリなどで知り合った相手からの勧誘をきっかけに、投資用口座に入金したが、その後相手と連絡が取れなくなったという相談が増加した。

⑥エステティックサービス〔7位〕

「エステティックサービス」の中でも、脱毛エステが6割近くを占めている。「エステティックサービス」全体の相談内容としては、解約や返金に関するものが多い。また、解約しようと店に電話をかけているが繋がらないといった相談もみられる。

2) 減少の目立つ商品・役務等

定期購入に関する相談のうち、「健康食品」〔1位〕の購入に関する相談が減少した。「他の保健衛生用品」〔2位〕は、2020 年度に増加した新型コロナウイルス感染症対策のためのマスクや消毒液についての相談件数が減少した。「インターネット接続回線」〔3位〕は2020 年度に引き続き減少している。その他、「結婚式関連サービス」〔5位〕、「スポーツ・健康教室」〔8位〕、「航空サービス」〔10位〕、「手配旅行」〔13位〕、「海外パックスツアー」〔20位〕も2020 年度に増加した新型コロナウイルス関連の相談件数が減少した。

表1 2021年度に増加・減少が目立った商品・役務等

| 増加件数の多い商品・役務等 | | | | | |
|---------------|-------------|--------|--------|-------|-------|
| 順位 | 商品・役務等 | 2021年度 | 2020年度 | 差 | 対前年度比 |
| 1 | 化粧品 | 44,608 | 36,692 | 7,916 | 1.22 |
| 2 | 魚介類全般 | 3,261 | 938 | 2,323 | 3.48 |
| 3 | かばん | 8,170 | 6,261 | 1,909 | 1.30 |
| 4 | 他の保健・福祉サービス | 2,502 | 866 | 1,636 | 2.89 |
| 5 | 外国為替証拠金取引 | 3,024 | 1,586 | 1,438 | 1.91 |
| 6 | アクセサリ | 6,229 | 4,930 | 1,299 | 1.26 |
| 7 | エステティックサービス | 6,945 | 5,828 | 1,117 | 1.19 |
| 8 | 電気 | 15,117 | 14,133 | 984 | 1.07 |
| 9 | 広告代理サービス | 2,690 | 1,909 | 781 | 1.41 |
| 10 | 社会保険 | 4,156 | 3,465 | 691 | 1.20 |
| 11 | ビジネス教室 | 1,827 | 1,167 | 660 | 1.57 |
| 12 | 玩具・遊具その他 | 2,277 | 1,625 | 652 | 1.40 |
| 13 | 屋根工事 | 7,230 | 6,651 | 579 | 1.09 |
| 14 | 鮮魚 | 2,849 | 2,299 | 550 | 1.24 |
| 15 | 他の光学機器 | 688 | 220 | 468 | 3.13 |
| 16 | 廃品回収サービス | 2,223 | 1,788 | 435 | 1.24 |
| 17 | 和服 | 1,946 | 1,519 | 427 | 1.28 |
| 18 | 時計・時計付属品 | 3,558 | 3,146 | 412 | 1.13 |
| 19 | 歯みがき用品 | 772 | 365 | 407 | 2.12 |
| 20 | ゴルフ用品 | 933 | 527 | 406 | 1.77 |

| 減少件数の多い商品・役務等 | | | | | |
|---------------|-------------|--------|--------|---------|-------|
| 順位 | 商品・役務等 | 2021年度 | 2020年度 | 差 | 対前年度比 |
| 1 | 健康食品 | 29,381 | 60,755 | -31,374 | 0.48 |
| 2 | 他の保健衛生用品 | 4,991 | 24,126 | -19,135 | 0.21 |
| 3 | インターネット接続回線 | 21,220 | 25,874 | -4,654 | 0.82 |
| 4 | 相談その他 | 9,111 | 13,096 | -3,985 | 0.70 |
| 5 | 結婚式関連サービス | 1,905 | 4,546 | -2,641 | 0.42 |
| 6 | 移動通信サービス | 24,870 | 27,351 | -2,481 | 0.91 |
| 7 | タバコ用品 | 2,460 | 4,745 | -2,285 | 0.52 |
| 8 | スポーツ・健康教室 | 3,332 | 5,522 | -2,190 | 0.60 |
| 9 | 携帯電話 | 7,220 | 8,860 | -1,640 | 0.81 |
| 10 | 航空サービス | 986 | 2,494 | -1,508 | 0.40 |
| 11 | 飲料 | 4,847 | 5,959 | -1,112 | 0.81 |
| 12 | パソコン | 4,372 | 5,333 | -961 | 0.82 |
| 13 | 手配旅行 | 502 | 1,458 | -956 | 0.34 |
| 14 | 医薬品類 | 3,185 | 4,059 | -874 | 0.78 |
| 15 | 宅配便サービス | 1,548 | 2,370 | -822 | 0.65 |
| 16 | 電子ゲーム・ソフト | 1,796 | 2,616 | -820 | 0.69 |
| 17 | 生命保険 | 5,271 | 6,080 | -809 | 0.87 |
| 18 | フリーローン・サラ金 | 18,065 | 18,826 | -761 | 0.96 |
| 19 | 相隣関係 | 1,468 | 2,188 | -720 | 0.67 |
| 20 | 海外パッキングツアー | 76 | 654 | -578 | 0.12 |

(注) 2021年度に商品別分類を変更したことなどにより、比較できない商品・役務等を除いています。

(2) 迷惑メールや架空請求が含まれる「商品一般」、定期購入に関する相談が含まれる「化粧品」が上位を占める

表2は、商品・役務等の相談ごとにみた上位15位についての件数と割合を、2021年度と2020年度で比較したものです。

- ・「商品一般」〔1位〕は、架空請求の相談件数が減少したものの、デジタルプラットフォームや運送業者をかたった迷惑メールに関する相談が多く寄せられています。
- ・「化粧品」〔2位〕は、定期購入に関する相談件数が2020年度に比べ増加した影響で、引き続き件数が増加しています。

表2 上位商品・役務等別相談件数 (2021年度、2020年度)

| 2021年度 | | 件数 割合(%) | 2020年度 | | 件数 割合(%) |
|--------|--------------|--------------------|--------|-------------------|--------------------|
| 全体 | | 843,664 (100.0) | 全体 | | 942,463 (100.0) |
| 順位 | 商品・役務等 | | 順位 | 商品・役務等 | |
| 1 | 商品一般※ | 76,384 (9.1) | 1 | 商品一般※ | 91,834 (9.7) |
| 2 | 化粧品 | 44,608 (5.3) | 2 | 健康食品 | 60,755 (6.4) |
| 3 | 賃貸アパート・マンション | 32,707 (3.9) | 3 | デジタルコンテンツその他 ※ | 50,123 (5.3) |
| 4 | 健康食品 | 29,381 (3.5) | 4 | 化粧品 | 36,692 (3.9) |
| 5 | 移動通信サービス | 24,870 (2.9) | 5 | 賃貸アパート・マンション | 32,666 (3.5) |
| 6 | インターネット接続回線 | 21,220 (2.5) | 6 | 移動通信サービス | 27,351 (2.9) |
| 7 | 他の役務サービス※ | 19,802 (2.3) | 7 | インターネット接続回線 | 25,874 (2.7) |
| 8 | 紳士・婦人洋服 | 18,732 (2.2) | 8 | 他の保健衛生用品 | 24,126 (2.6) |
| 9 | フリーローン・サラ金 | 18,065 (2.1) | 9 | 他の役務サービス※ | 22,118 (2.3) |
| 10 | 修理サービス | 16,147 (1.9) | 10 | フリーローン・サラ金 | 18,826 (2.0) |
| 11 | 電気 | 15,117 (1.8) | 11 | 紳士・婦人洋服 | 18,363 (1.9) |
| 12 | アダルト情報※ | 12,894 (1.5) | 12 | 修理サービス | 16,554 (1.8) |
| 13 | 四輪自動車 | 12,560 (1.5) | 13 | 電気 | 14,133 (1.5) |
| 14 | 内職・副業その他※ | 11,233 (1.3) | 14 | アダルト情報サイト※ | 13,617 (1.4) |
| 15 | 出会い系サイト・アプリ | 10,156 (1.2) | 15 | 相談その他 | 13,096 (1.4) |

(注1) 表中の割合は年度別総件数を100として算出し、小数点以下第2位を四捨五入した値です。

(注2) 2021年度に商品別分類を変更したことなどにより、※がついているものについては2020年度以前と2021年度での時系列の比較はできません(「商品・役務等」の名称が同じでも定義の変更により時系列での比較はできません)。

3. 販売購入形態ごとにみた相談の状況

(1) 「通信販売」の件数・割合は2013年度以降、販売購入形態別で最も高い

表3は、販売購入形態別にみた年度別推移です。

- ・「店舗購入」に関する相談は、2014年度以降、件数が減少しています。
- ・「通信販売」に関する相談の件数・割合は、2020年度に比べ減少したものの、販売購入形態別では最も高くなっています。

表3 販売購入形態別の推移

| 販売 形態 年度 | 年度別 総件数 | 店舗購入 | 店舗外販売 | | | | | | | 合計 |
|--------------------|--------------------|-------------------|------------------|-------------------|-----------------|-------------------|----------------|----------------|----------------|-------------------|
| | | | 訪問販売 | 通信販売 | マルチ取引 | 電話勧誘販売 | ネガティブ・オプション | 訪問購入 | その他無店舗販売 | |
| | | | 上段：件数 下段：割合（％） | | | | | | | |
| 2012 | 848,688 (100.0) | 268,381 (31.6) | 90,027 (10.6) | 253,196 (29.8) | 9,746 (1.1) | 78,668 (9.3) | 4,109 (0.5) | 679 (0.1) | 8,471 (1.0) | 444,896 (52.4) |
| 2013 | 925,842 (100.0) | 275,627 (29.8) | 89,139 (9.6) | 279,245 (30.2) | 9,596 (1.0) | 100,589 (10.9) | 7,298 (0.8) | 7,159 (0.8) | 8,045 (0.9) | 501,071 (54.1) |
| 2014 | 946,238 (100.0) | 267,648 (28.3) | 87,583 (9.3) | 318,256 (33.6) | 11,119 (1.2) | 89,956 (9.5) | 2,818 (0.3) | 7,820 (0.8) | 7,798 (0.8) | 525,350 (55.5) |
| 2015 | 929,994 (100.0) | 262,420 (28.2) | 85,213 (9.2) | 324,268 (34.9) | 11,503 (1.2) | 79,763 (8.6) | 2,772 (0.3) | 8,600 (0.9) | 7,012 (0.8) | 519,131 (55.8) |
| 2016 | 890,734 (100.0) | 242,728 (27.3) | 80,993 (9.1) | 325,605 (36.6) | 11,369 (1.3) | 68,975 (7.7) | 3,041 (0.3) | 8,611 (1.0) | 6,607 (0.7) | 505,201 (56.7) |
| 2017 | 941,560 (100.0) | 227,698 (24.2) | 78,180 (8.3) | 317,343 (33.7) | 11,968 (1.3) | 58,075 (6.2) | 2,939 (0.3) | 8,377 (0.9) | 6,298 (0.7) | 483,180 (51.3) |
| 2018 | 996,805 (100.0) | 216,635 (21.7) | 77,122 (7.7) | 297,818 (29.9) | 10,588 (1.1) | 60,213 (6.0) | 2,732 (0.3) | 6,603 (0.7) | 6,050 (0.6) | 461,126 (46.3) |
| 2019 | 939,642 (100.0) | 212,380 (22.6) | 79,472 (8.5) | 308,747 (32.9) | 11,708 (1.2) | 57,118 (6.1) | 3,087 (0.3) | 5,220 (0.6) | 6,308 (0.7) | 471,660 (50.2) |
| 2020 | 942,463 (100.0) | 197,094 (20.9) | 75,963 (8.1) | 373,927 (39.7) | 10,175 (1.1) | 48,489 (5.1) | 6,693 (0.7) | 6,018 (0.6) | 5,286 (0.6) | 526,551 (55.9) |
| 2021 | 843,664 (100.0) | 178,998 (21.2) | 77,877 (9.2) | 324,885 (38.5) | 8,742 (1.0) | 45,324 (5.4) | 3,767 (0.4) | 6,872 (0.8) | 5,156 (0.6) | 472,623 (56.0) |

(注1) 表中の割合は年度別総件数を100として算出し、小数点以下第2位を四捨五入した値です。「不明・無関係」を除いているため、「店舗購入」と「店舗外販売」の割合を合わせても100になりません。

(注2) 「店舗外販売」とは、販売購入形態のうち「店舗購入」と「不明・無関係」を除いた、「訪問販売」「通信販売」「マルチ取引」「電話勧誘販売」「ネガティブ・オプション」「訪問購入」「その他無店舗販売」の形態です。

(注3) 「訪問販売」には、「家庭訪問」「アポイントメントセールス」「SF商法」「キャッチセールス」などが含まれます。

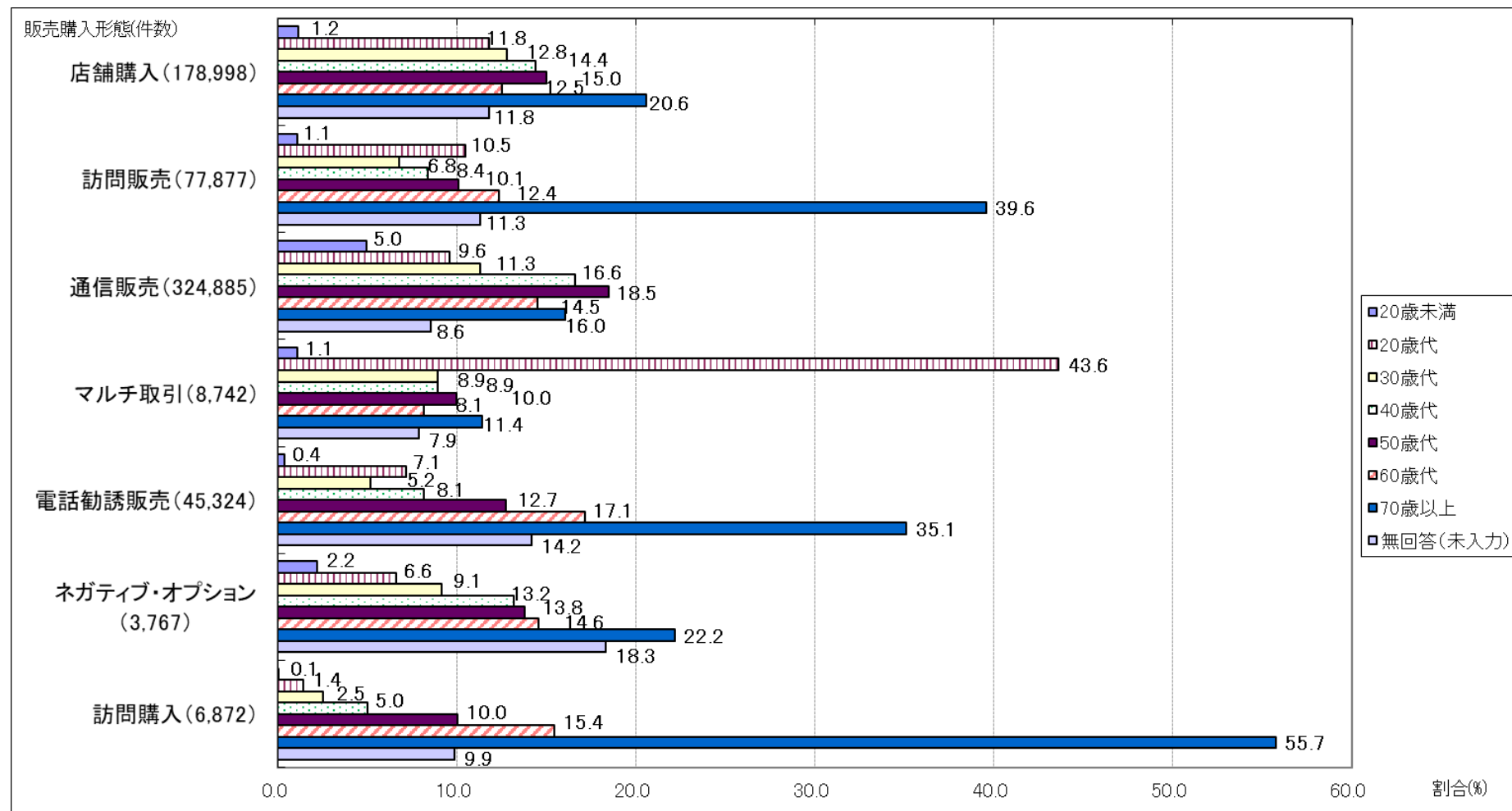
(注4) 2013年2月21日以降、特定商取引法改正により、「訪問購入」が新設されています。

(2) 「訪問購入」では70歳以上の契約当事者が過半数を占める

図3は、2021年度の主な販売購入形態別にみた契約当事者の年代の割合を示したものです。

- ・「訪問販売」「電話勧誘販売」「訪問購入」では70歳以上が多く、特に「訪問購入」では55.7%と2020年度に引き続き過半数を70歳以上が占めています。
- ・「マルチ取引」では20歳代が多く、43.6%を占めています。

図3 2021年度の主な販売購入形態別にみた契約当事者年代割合



(注1) 図中の割合は各形態別の全体数を100として算出し、小数点以下第2位を四捨五入した値です。

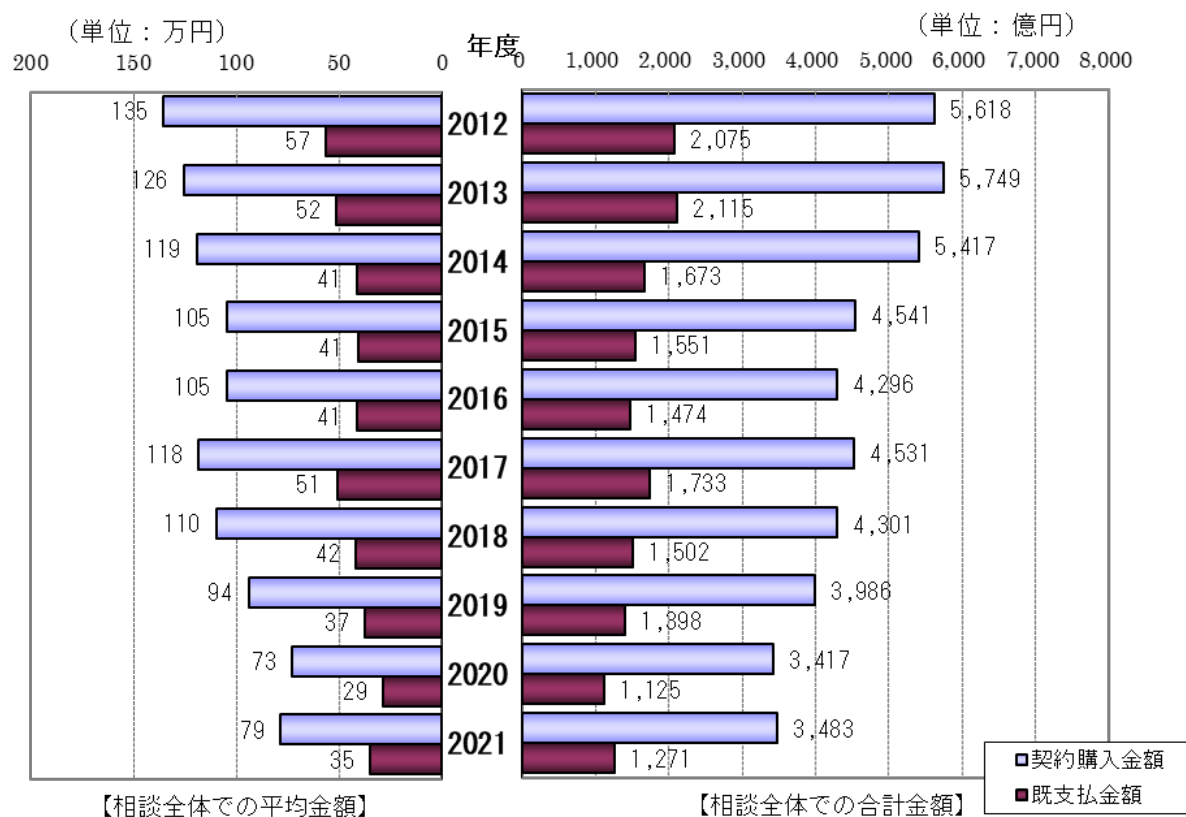
(注2) 「訪問販売」には「家庭訪販」「アポイントメントセールス」「SF商法」「キャッチセールス」などが含まれます。

4. 契約購入金額、既支払金額の推移

図4は、契約購入金額と既支払金額別にみた年度別推移です。

- ・2021年度の契約購入金額は合計金額3,483億円、平均金額79万円であり、既支払金額は合計金額1,271億円、平均金額35万円であり、2018年度以降、合計金額、平均金額ともに減少していましたが、2021年度は2020年度より合計金額、平均金額ともに増加しました。

図4 年度別にみた契約購入金額および既支払金額の推移



(注) 図中の金額は、合計金額では1億円未満を、平均金額では1万円未満を四捨五入した値です。平均金額は、金額が不明な相談を除き、0円を含む全ての相談の算術平均です。

5. 主な販売方法・手口

表4は、2021年度の相談件数の上位25位までの販売方法・手口について、主な商品・役務等を示したものです。

表4 上位販売方法・手口別にみた相談の特徴（2021年度）

| 順位 | 販売方法・手口 | 件数 | 契約当事者の特徴 | 主な商品・役務等 (括弧内の数値は各項目計に占める割合) |
|----|-------------|---------|---------------------|--|
| 1 | インターネット通販 | 187,169 | 40歳代～60歳代、給与生活者 | ①化粧品(14.5%)、②健康食品(7.3%)、③紳士・婦人洋服(6.0%)、④アダルト情報(5.5%)、⑤商品一般(5.3%) |
| 2 | 定期購入 | 60,981 | 40歳以上、給与生活者 | ①化粧品(56.9%)、②健康食品(31.0%)、③タバコ用品(2.4%)、④医薬品類(1.9%)、⑤飲料(1.7%) |
| 3 | 家庭訪販 | 51,941 | 70歳以上、給与生活者、無職 | ①電気(9.9%)、②屋根工事(9.8%)、③修理サービス(9.2%)、④新聞(7.4%)、⑤インターネット接続回線(4.3%) |
| 4 | 電話勧誘販売 | 38,620 | 70歳以上、給与生活者、無職 | ①インターネット接続回線(16.4%)、②他の役務サービス(7.9%)、③魚介類全般(6.9%)、④電気(5.8%)、⑤商品一般(5.7%) |
| 5 | かたり商法(身分詐称) | 20,820 | 60歳代～70歳以上、給与生活者、無職 | ①商品一般(33.6%)、②社会保険(13.1%)、③他の役務サービス(4.8%)、④インターネット接続回線(4.5%)、⑤電気(4.2%) |
| 6 | 代引配達 | 20,466 | 40歳代～70歳以上、給与生活者 | ①かばん(16.1%)、②紳士・婦人洋服(15.7%)、③魚介類全般(7.9%)、④鮮魚(5.8%)、⑤他の身の回り品(5.1%) |
| 7 | 無料商法 | 16,659 | 50歳代、70歳以上、給与生活者、無職 | ①広告代理サービス(7.4%)、②アダルト情報(7.1%)、③他の役務サービス(4.8%)、④化粧品(4.5%)、⑤祈とうサービス(4.5%) |
| 8 | サイドビジネス商法 | 15,380 | 20歳代、給与生活者 | ①内職・副業その他(39.0%)、②娯楽等情報配信サービスその他(7.8%)、③出会い系サイト・アプリ(5.5%)、④化粧品(4.5%)、⑤他の役務サービス(4.4%) |
| 9 | フィッシング | 12,025 | 40歳以上、給与生活者 | ①商品一般(63.3%)、②移動通信サービス(4.6%)、③その他金融関連サービス(2.1%)、④複合サービス会員(1.8%)、⑤役務全般(1.6%) |
| 10 | ワンクリック請求 | 11,076 | 50歳代～70歳以上、給与生活者、無職 | ①アダルト情報(92.0%)、②娯楽等情報配信サービスその他(2.0%)、③商品一般(1.5%)、④音楽・映像配信サービス(1.3%)、⑤役務全般(0.6%) |
| 11 | マルチ取引 | 8,742 | 20歳代、給与生活者 | ①内職・副業その他(15.9%)、②化粧品(13.0%)、③健康食品(10.3%)、④ファンド型投資商品(10.2%)、⑤商品一般(6.8%) |
| 12 | 利殖商法 | 7,671 | 20歳代、給与生活者 | ①ファンド型投資商品(27.8%)、②外国為替証拠金取引(16.2%)、③金融コンサルティング(13.0%)、④その他金融関連サービス(7.5%)、⑤デリバティブ取引その他(5.1%) |
| 13 | 点検商法 | 7,415 | 70歳以上、無職 | ①屋根工事(31.7%)、②修理サービス(12.1%)、③他の役務サービス(7.3%)、④他の工事・建築サービス(4.3%)、⑤申請代行サービス(4.2%) |
| 14 | テレビショッピング | 6,866 | 70歳以上、無職 | ①健康食品(25.0%)、②化粧品(18.7%)、③医薬品類(4.2%)、④ふとん類(3.2%)、⑤他の光学機器(3.0%) |
| 15 | プリマサービス | 6,191 | 20歳代～50歳代、給与生活者 | ①商品一般(22.7%)、②かばん(7.0%)、③紳士・婦人洋服(5.6%)、④電子ゲーム・ソフト(3.7%)、⑤アクセサリ(3.4%) |
| 16 | 販売目的隠匿 | 5,760 | 20歳代、70歳以上、給与生活者、無職 | ①他の役務サービス(7.2%)、①電気(7.2%)、③商品一般(7.2%)、④屋根工事(4.7%)、⑤内職・副業その他(4.3%) |
| 17 | 偽警告 | 5,617 | 60歳以上、給与生活者、無職 | ①ウイルス対策ソフト(45.7%)、②他の役務サービス(35.6%)、③商品一般(6.3%)、④インターネット通信関連サービス(6.1%)、⑤ソフトウェアライセンス全般(2.3%) |
| 18 | 保険利用可能トーク | 5,308 | 70歳以上、無職 | ①申請代行サービス(47.9%)、②屋根工事(15.3%)、③他の役務サービス(12.2%)、④修理サービス(11.2%)、⑤他の工事・建築サービス(5.4%) |
| 19 | 訪問購入 | 5,081 | 70歳以上、無職 | ①アクセサリ(20.6%)、②商品一般(20.5%)、③和服(6.0%)、④靴・運動靴(5.6%)、⑤被服品一般(5.1%) |
| 20 | 次々販売 | 4,363 | 70歳以上、給与生活者、無職 | ①出会い系サイト・アプリ(6.5%)、②健康食品(5.2%)、③和食(5.0%)、④ふとん類(4.5%)、⑤屋根工事(4.4%) |
| 21 | 還付金詐欺 | 4,316 | 60歳代、女性中心、家事従事者、無職 | ①社会保険(77.6%)、②他の保健・福祉サービス(6.1%)、③商品一般(4.9%)、④他の行政サービス(4.0%)、⑤公的年金(2.7%) |
| 22 | 当選商法 | 3,875 | 50歳代～70歳以上、給与生活者、無職 | ①商品一般(28.4%)、②他の教養・娯楽サービス(22.2%)、③宝くじ(13.0%)、④出会い系サイト・アプリ(9.7%)、⑤役務全般(1.9%) |
| 23 | ネガティブ・オプション | 3,767 | 70歳以上、給与生活者 | ①商品一般(23.3%)、②他の保健衛生用品(7.4%)、③アクセサリ(5.8%)、④紳士・婦人洋服(4.5%)、⑤健康食品(3.8%) |
| 24 | 紹介販売 | 3,511 | 20歳代、給与生活者 | ①内職・副業その他(12.6%)、②ファンド型投資商品(11.0%)、③化粧品(7.9%)、④健康食品(7.9%)、⑤商品一般(4.7%) |
| 25 | クレ・サラ強要商法 | 2,598 | 20歳代、給与生活者 | ①内職・副業その他(35.1%)、②金融コンサルティング(10.3%)、③他の役務サービス(6.6%)、④娯楽等情報配信サービスその他(5.0%)、⑤ビジネス教室(4.8%) |

(注1) 1件の相談に複数の販売方法・手口が含まれる場合は、各々に対し1件ずつカウントしています。

(注2) 「インターネット通販」「電話勧誘販売」「家庭訪販」「代引配達」「訪問購入」「テレビショッピング」は販売方法に問題があるとカウントされたもののみを対象に集計しました。

(注3) 「販売目的隠匿」には「アポイントメントセールス」は含まれていません。

6. 情報提供先

本報道発表資料を、以下の行政機関に情報提供しました。

- ・消費者庁（法人番号 5000012010024）
- ・内閣府消費者委員会事務局（法人番号 2000012010019）

（参考資料 1）用語の説明

（商品・役務等）

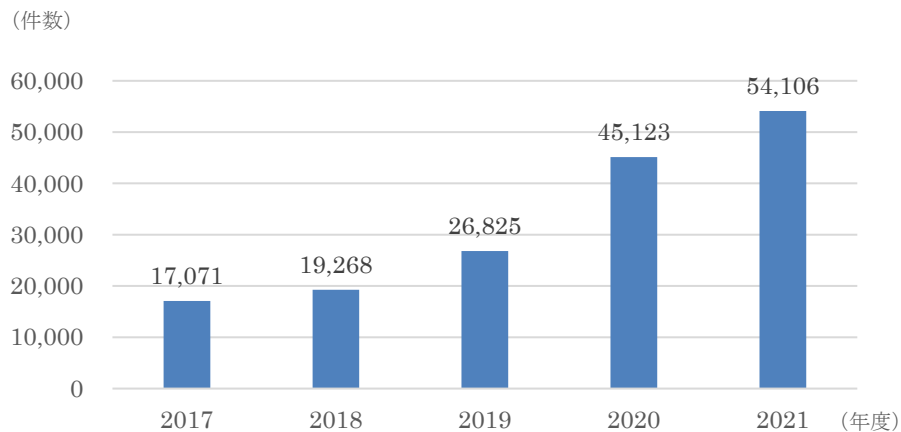
| 用語 | 説明 |
|----------------|--|
| 商品一般 | 商品の相談であることが明確であるが、分類を特定できない、または特定する必要のないもの。身に覚えがない請求に関する相談が目立つ。 |
| 保健衛生品 | 人の身体を清潔にし、美化し、または健康を保ち、疾病を治療するために使用される商品。医薬品、医療用具、化粧品など。 |
| 移動通信サービス | 携帯電話サービス・モバイルデータ通信サービスおよびそれらに付帯するサービス。 |
| インターネット接続回線 | 光ファイバーやADSL等の通信回線やプロバイダーのサービス。 |
| デジタルコンテンツその他 | ギャンブル情報サイトおよびその他の情報サイト（占い・懸賞サイトなど。内容の特定できないサイトの利用を含む）。 |
| 複合サービス会員 | 旅行、飲食店、映画等が安くなる、配送料無料等の特典をうたった会員サービス。 |
| ファンド型投資商品 | 運用者が資金を集め、運用し、そこから生じる収益等の配当を出資者に分配するもの。いわゆる集団投資スキームのほか、預託契約などを含む。 |
| その他金融関連サービス | 金融関連サービスのうちその他のサービスで、クレジットカードの入退会・会費に関するものなどを含む。 |
| 娯楽等情報配信サービスその他 | 趣味や娯楽を目的としたコンテンツ配信サービス。見たり聞いたりして情報そのものを楽しんだり、参照したりするもので、アダルト情報、音楽配信サービス、映像配信サービス以外のものや、その内容が特定できないものを含む。 |
| 内職・副業その他 | アフィリエイト・ドロップシッピング内職など。内職や副業の内容が特定できないものを含む。 |
| 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。 |
| 相談その他 | 主に「売り手」対「買い手」という図式でないもののうち、交通事故や個人間の借金の相談や、その他の既定の分類に当てはまらないもの。 |

(販売方法・手口等)

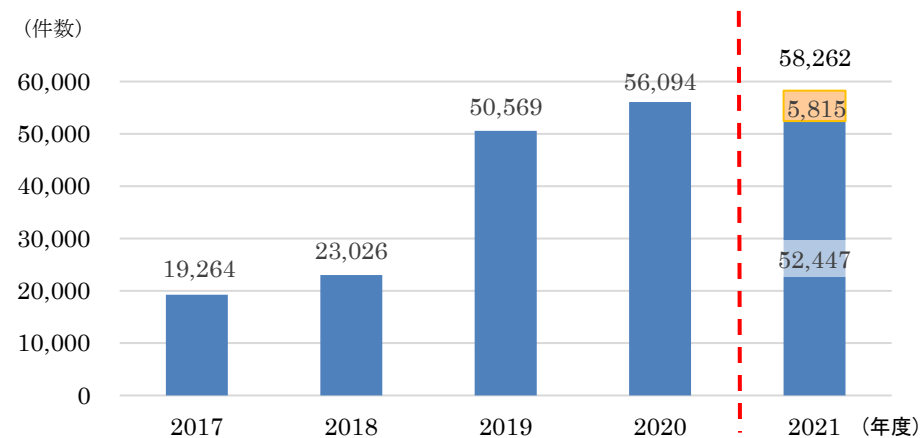
| 用語 | 説明 |
|---------------------|--|
| インターネット通販 | オンラインショッピングなど、インターネット等のネットワークを利用して行われる取引。ここでは、出会い系サイトなどの有料サイト等のサービスも含めてインターネット通販としている。 |
| 電話勧誘販売 | 販売業者が消費者に電話をかけ、または特定のやり方で電話をかけさせ、その電話における勧誘により、郵便等で契約を締結する販売方法。 |
| 訪問購入 | 購入業者が、消費者の自宅等、営業所等以外の場所において、売買契約の申し込みを受け、または売買契約を締結して物品等を購入する方法。 |
| ワンクリック請求 | パソコンやスマートフォンでアダルトサイトなどにアクセスしたところ、いきなり「登録ありがとうございます」などと表示され、高額な料金を請求されるという商法。 |
| 家庭訪問 | 販売業者が消費者宅を訪問し、商品やサービスを販売する方法。 |
| 無料商法 | 「無料サービス」「無料招待」「無料体験」「無料で閲覧」など「無料」であることを強調して勧誘し、最終的に商品やサービスを契約させる商法。 |
| 利殖商法 | 「値上がり確実」「必ずもうかる」など、利殖になることを強調して、未公開株、ファンドなどへの投資や出資を勧誘する商法。 |
| 販売目的隠匿 | 商品やサービスの販売であることを意図的に隠して消費者に近づき、不意打ち的に契約させようとする販売方法（アポイントメントセールスは含まれていない）。 |
| 当選商法 | 「当選した」「あなただけが選ばれた」などと特別な有利性を強調して消費者に近づき、商品やサービスを販売する商法。 |
| マルチ取引 | 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。 |
| 次々販売 | 一人の消費者に次から次へと契約させる商法。同じ商品または異なる複数の商品を次々に契約させるケースや、複数の業者が次々に契約させるケースなどがある。 |
| サイドビジネス商法 | 「内職・副業（サイドビジネス）になる」「脱サラできる」などをセールストークに何らかの契約をさせる商法。 |
| かたり商法（身分詐称） | 販売業者が有名企業や、市役所・消費生活センターなどの公的機関の職員、またはその関係者であるかのように思わせて商品やサービスを契約させる商法。 |
| 点検商法 | 「点検に来た」「無料で点検する」などと言って消費者宅に来訪し、「水質に問題がある」「布団にダニがいる」などと言って商品やサービスを販売する商法。 |
| クレ・サラ強要商法 | 売買契約の際に無理やりサラ金等から借金をさせたりクレジット契約を組ませたりする商法。 |
| 保険利用可能トーク | 「火災保険や住宅保険などの損害保険を使って自己負担なく住宅の修理ができる」「保険金が出るようサポートするので住宅修理をしないか」などのセールストークで、工事・修理の契約をさせる商法。 |
| 偽警告 | インターネットを利用している端末に「コンピューターウイルスに感染している」等の偽の警告画面を表示させ、ウイルス対策ソフトやセキュリティーサポート等を契約させる商法。 |
| フィッシング | 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、クレジットカード番号やアカウント情報といった重要な個人情報を盗み出す方法。 |
| 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。 |
| 紹介販売 | 商品やサービスを購入した人に、知人など他の人を紹介させることによって販売を拡大するシステム。 |
| アポイントメントセールス | 「抽選に当たったので景品を取りに来て」「特別なモニターに選ばれた」などと販売目的を明らかにしないで、または著しく有利な条件で取引できると言って、電話や郵便等で喫茶店や事務所等へ呼び出し、契約しないと帰れない状況にするなどして商品やサービスを契約させる商法。 |

(参考資料2) PIO-NETにおける「SNS」「定期購入」「代引配達」「新型コロナウイルス」に関する相談件数(対象データは、2022年5月末日までにPIO-NETに登録された苦情相談の件数であり、消費生活センター等からの経由相談は含まれていない)

1. SNSに関する相談件数

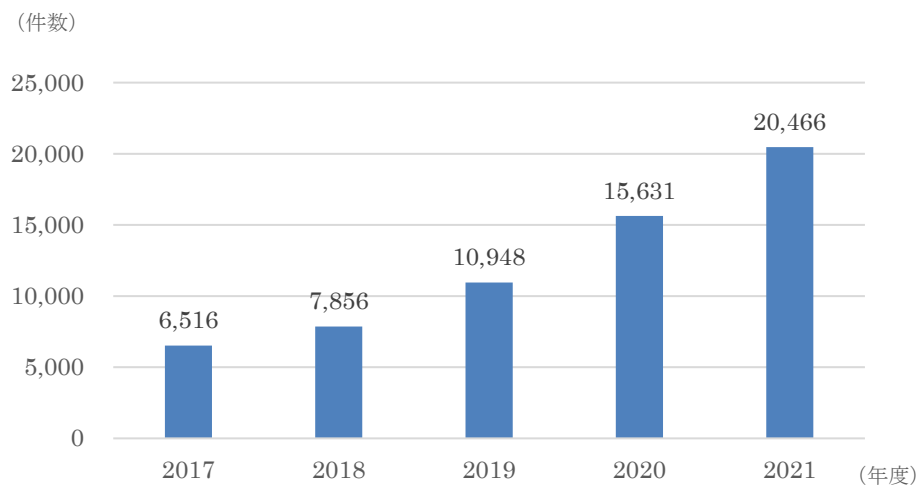


2. 定期購入に関する相談件数



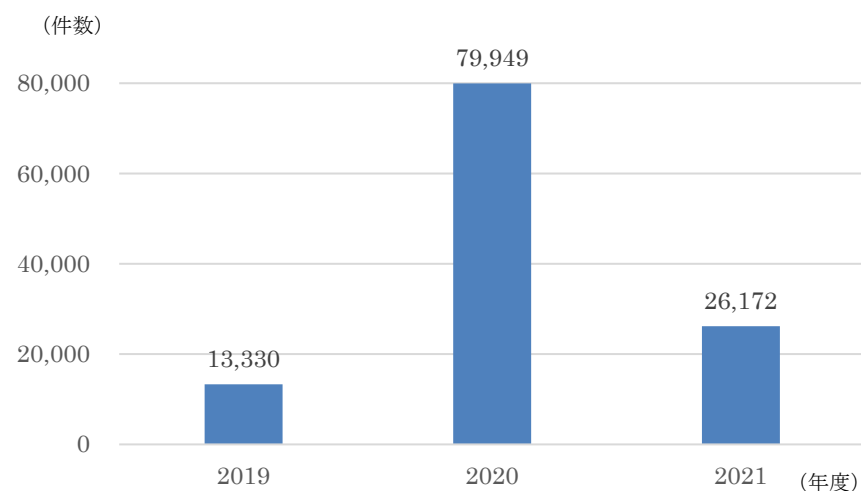
※2017年度～2020年度までの相談件数は化粧品、健康食品、飲料に関する相談、2021年度の相談件数は全ての商品に関する相談を集計している。

3. 代引配達に関する相談件数



※代引配達に関する相談のうち、販売方法に問題があるものを集計している。

4. 新型コロナウイルスに関する相談件数



※消費者からの相談の背景に「新型コロナウイルス」が関連していると思われる相談を集計している。