

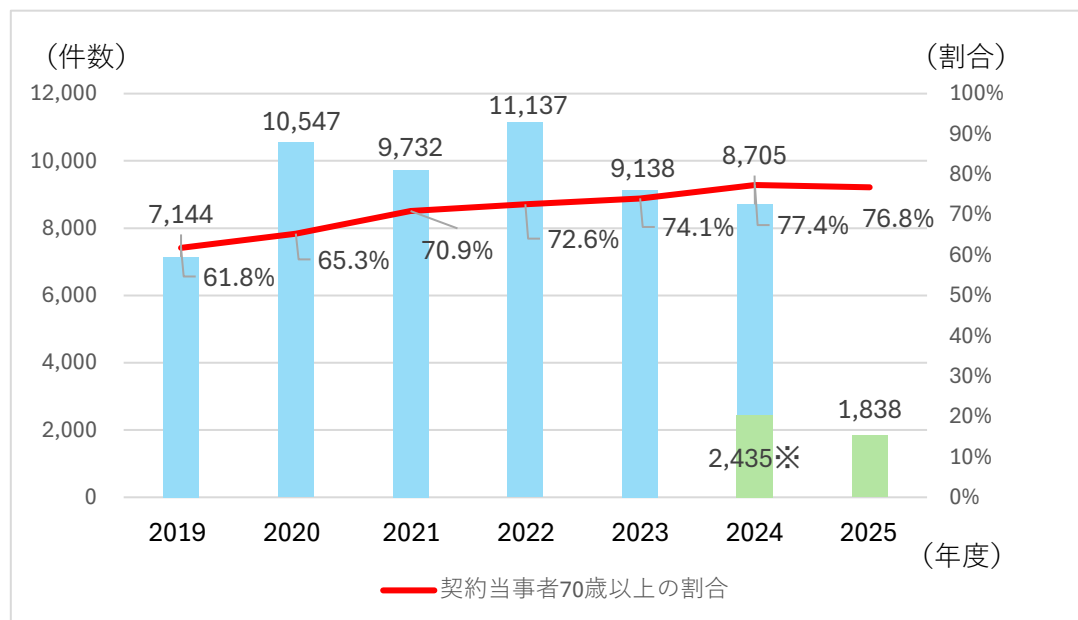
令和 7 年 9 月 3 日
独立行政法人国民生活センター

テレビショッピングにかかる消費者トラブル ーテレビ広告の情報だけではなく、電話口でも商品や契約条件等をよく確認しましょうー

全国の消費生活センターには、テレビショッピングに関する消費者トラブルが寄せられており、2024年度の相談件数は8,705件となっています。契約当事者を年代別にみると、70歳以上の相談が全体の約8割弱を占め、高齢者からの相談が目立ちます。相談事例をみると、「マッサージ器の力が強く使用できない」といった使用感が自身に合わなかったとの相談や、「アクセサリがテレビ広告から受けた印象よりも小さかった」等のイメージ違いに関する相談、「高齢の家族が次々と購入してしまう」といった家族からの相談もみられます。

そこで、テレビショッピングに関する相談の特徴や消費者へのアドバイスを整理し、注意を呼びかけます。

図 1 PIO-NET¹にみるテレビショッピングに関する相談件数と、
そのうち契約当事者が70歳以上の占める割合



¹ 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) 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。相談件数は、2025年7月31日までの登録分。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. 相談事例（（ ）内は受付年月、契約当事者の属性）

【事例1】母がテレビショッピングでマッサージ器を購入したが、叩く力が強くて使えないと感じたため、返品を申し出たが、事業者は応じなかった

先週、高齢の母がテレビショッピングで紹介されているマッサージ器を見て電話で注文した。さっそく使ってみたところ、叩く力が強すぎて使えないと感じたようだ。母はすぐに事業者に「返品したい」と電話で連絡したが、事業者は「通電した商品の返品はできない。注文時の電話でも説明している」と言い、返品に応じなかったようだ。使えないのであれば返品したい。

（2024 年 11 月受付 80 歳代 女性）

【事例2】テレビショッピングでポータブルバッテリーを購入した。よく考えたら不要なのでキャンセルしたい

テレビショッピングで太陽光で発電させるポータブルバッテリーが紹介されていた。定価は8万円だが、約7万円で販売されていたので電話で注文した。しかし冷静になると、高額だし必要ないと思った。電話をかけてキャンセルしたいと伝えたところ、「キャンセルできない商品だ」と断られた。返品できないということは、テレビ広告内でも書かれていなかったように思う。また、電話をかけた時にも説明を受けていないように思う。まだ受け取っていないので解約したい。

（2024 年 8 月受付 80 歳代 女性）

【事例3】父がテレビショッピングで真空ポンプと真空保存袋を注文した。電話で定期購入を勧められ、断ったにもかかわらず定期購入になっていた

先月、同居する父がテレビショッピングで紹介されていた手動式真空ポンプと専用の真空保存袋を電話で注文した。その際、真空保存袋については定期購入を勧められたが、断った。後日、注文した商品が届き、代金も支払った。ところが、再度、真空保存袋が届いたので事業者に問い合わせたところ、「定期購入になっている。すでに送った分は返品できないが、次回分はキャンセルする」と言われた。

（2024 年 5 月受付 80 歳代 男性）

【事例4】認知症の母がテレビショッピングで次々と健康食品を注文してしまう。母からの注文はすべて断るよう申し出る先はあるか

同居している母は認知症を患っている。私が留守の間、母がテレビショッピングで次々と健康食品を注文してしまうので困っている。母から注文があったら一切受け付けないよう申し出たいが、そういった申し出先はあるか。

（2023 年11月受付 80 歳代 女性）

2. 相談事例からみる特徴

（1）商品が自身に合わないため使用できない・イメージと異なる

テレビショッピングに関する相談では、「マッサージ器の力が強く使用できない」（事例1）や「衣類のサイズが合わないため使用できない」等、使用感やサイズが合わないため使用できないといった相談がみられます。

また、「アクセサリーがテレビ広告から受けた印象よりも小さかった」等、商品の使用について問題はないもののイメージと異なるため使用したくないといった相談もみられます。

（２）返品や解約ができないことがある

「使用できないため、返品を申し出たところ、通電済みであることを理由に返品を断られた」（事例１）等、返品できないことに関する相談もみられます。テレビショッピングは基本的に通信販売に当たるため、クーリング・オフの適用はありません²。返品特約がない場合には、商品を受け取った日から８日以内であれば解約が可能です。テレビ広告において返品特約が適正に示されていた場合には、その特約が優先されることになります。特約の内容によっては、返品できなかったり、返品できる場合であっても未開封・未使用の場合に限られる等、条件のあるケースが大半です。テレビ広告のなかで返品・解約の条件について説明されていても、表示時間が限られていることに加え、後から見返すことが難しいため、見逃している場合があります。

また、「注文後に高価で自分には不要だと思いキャンセルを申し出たが断られた」（事例２）等、商品が届く前にキャンセルを申し出たものの、断られたといった相談がみられます。商品が届く前であっても、解約できるかは事業者が定める規約によるため、必ずしも解約できるとは限りません。

（３）定期購入に関する相談がみられる

「電話で注文した際に定期購入を勧められ、断ったはずなのに定期購入になっていた」（事例３）、「お試しのつもりが定期購入になっていた」等、消費者が認識しないまま定期購入になっていたという相談がみられます。また、「２回目以降を解約したいが事業者の電話が混みあっており、つながらない」等の相談もみられます。

（４）契約者以外の家族等からの相談もみられる

テレビショッピングに関する相談では、「高齢の家族が次々購入してしまう」（事例４）等、家族からの相談もみられます。判断力が低下しており、購入したこと自体を覚えていない場合や支払いが滞っている場合があります。

３．消費者へのアドバイス

（１）テレビ広告の情報だけではなく、電話口でも商品についてよく確認しましょう

テレビショッピングは、店舗での買い物と異なり、実物を確認してから購入することができません。また、テレビ広告で見た映像や音声を後から見返すことが難しいといった特徴もあります。そのため、商品が届いてから使用感やサイズ等が自分に合っていないと気づく場合があります。

テレビショッピングを利用する際は、このような特徴を踏まえ、テレビ広告の情報だけではなく、商品の使用感やサイズ等について電話口でもよく確認したうえで購入するようにしましょう。

² テレビ広告内で定期購入に関する記載がなく、注文時の電話で定期購入を勧誘された場合等は電話勧誘販売に該当しクーリング・オフできる場合があります。

（２）返品・解約条件を確認しましょう

テレビショッピングは基本的に通信販売に当たるため、クーリング・オフの適用はありません。テレビ広告において返品特約が適正に示されていた場合には、返品・解約の条件はその特約に基づきます。特約の内容によっては、返品可能な場合もありますが、未開封に限られたり、返品期限が設けられたりしている場合があります。返品可否や条件については必ず申し込み前に確認するようにしましょう。なお、返品特約が定められていない場合は、受け取った日から数えて８日以内であれば返品できます（送料は消費者が負担）。

（３）意図せず定期購入になっていないか確認しましょう

テレビショッピングの商品の中には、単品での販売ではなく定期購入で販売されている場合があります。テレビ広告の表示で単品販売なのか定期購入なのかをよく確認しましょう。また、電話で注文する際に定期購入を勧められる場合があるため、自身が契約する条件をよく確認しましょう。定期購入が不要な場合は、電話ではっきりと断ることも大切です。曖昧な返事をするとう定期購入を承諾したと誤解される恐れがあります。

商品が届いたらすぐに納品書等を確認し、定期購入になっていないかを確認しましょう。万が一、意図せず定期購入になっていた場合は、すぐに事業者連絡し定期購入は申し込んでいない旨を伝えましょう。

（４）判断力が低下した高齢の家族が次々購入してしまう場合、事業者へ相談しましょう

判断力が低下した高齢の方が次々購入してしまい支払いが滞る等、自身での対処が困難になっている場合があります。そのような場合は、家族等から事業者へ事情を説明し、今後の注文の取り扱いについても相談しましょう。また、成年後見制度³の利用等も検討しましょう。

（５）不安に思った場合や、トラブルが生じた場合は、すぐに最寄りの消費生活センター等へ相談しましょう

*消費者ホットライン：「１８８（いやや!）」番 最寄りの市区町村や都道府県の消費生活センター等をご案内する全国共通の３桁の電話番号です

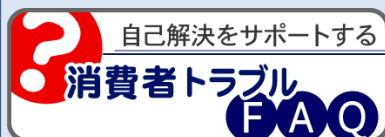
＜身近な高齢者を守るために＞

テレビショッピングは様々な商品を通信販売で購入できて便利な反面、イメージ違いやキャンセルの可否等に関するトラブルがあります。高齢者の消費者トラブルを防ぐためには、日頃から高齢者の生活や言動、態度等を見守り、家族や周囲の方が変化にいち早く気づくことがとても重要です。消費生活センター等への相談は、家族やホームヘルパー、地域包括支援センター等の職員からでも可能です。身近な高齢者がトラブルにあっているのではないかと気づいた場合は、できるだけ早く相談してください。

³ 成年後見はやわかり（厚生労働省）
<https://guardianship.mhlw.go.jp/personal/>

4. 情報提供先

- | | |
|------------------|----------------------|
| ・ 消費者庁 | (法人番号 5000012010024) |
| ・ 内閣府消費者委員会 | (法人番号 2000012010019) |
| ・ 総務省 | (法人番号 2000012020001) |
| ・ 公益社団法人日本通信販売協会 | (法人番号 9010005018680) |
| ・ 一般社団法人日本民間放送連盟 | (法人番号 7010005018583) |
| ・ 一般社団法人衛星放送協会 | (法人番号 2010405010566) |



国民生活センターは、「消費者トラブル FAQ サイト」で、
消費者トラブルにあった方に解決に向けた情報提供をしています。
是非ご利用ください。<https://www.faq.kokusen.go.jp/>

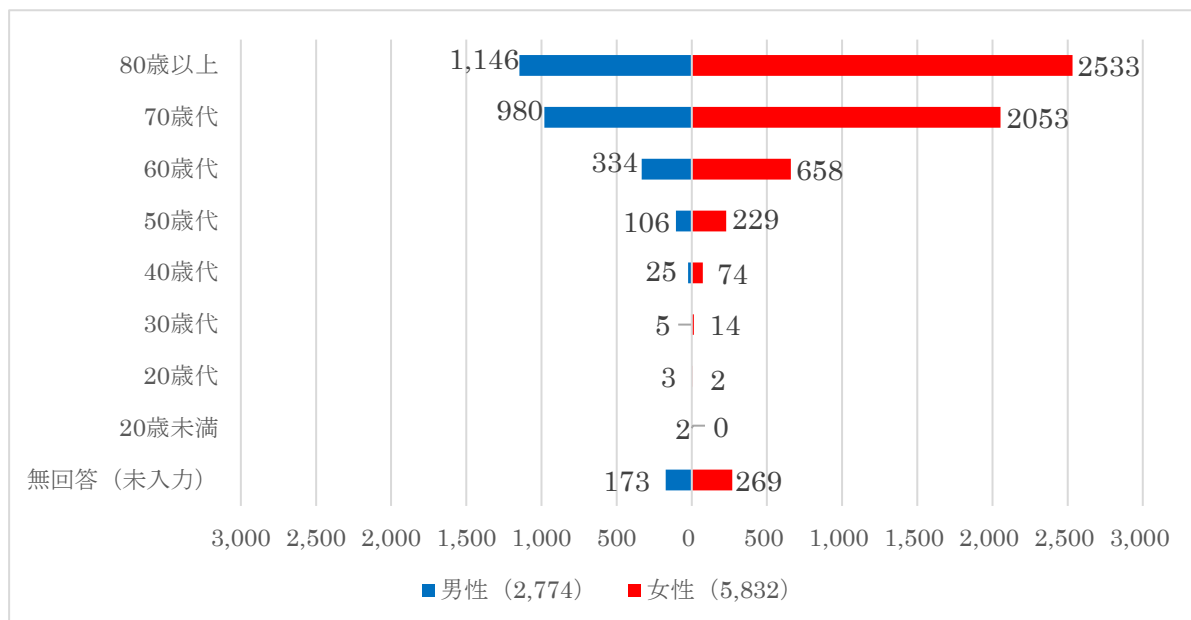


【参考資料】PI0-NETにおけるテレビショッピングに関する相談情報の詳細（2024 年度）⁴

（１）契約当事者の性別・年代別件数

契約当事者の平均年齢は 76.7 歳、性別は女性が多く、約 68%を占めています。

図 2 契約当事者の性別・年代別相談件数（n=8,606（男女別の年齢については無回答を含む））



（２）主な商品・役務

商品・役務別にみると「健康食品」が最も多く、約 23%となっています。

表 商品・役務別件数（上位 5 位）（n=8,705）

順位	商品・役務、件数	割合
1	健康食品 1,965 件	22.6%
2	化粧品 1,686 件（養毛剤 418 件他）	19.4%
3	医薬品 383 件（漢方薬 136 件他）	4.4%
4	スポーツ用品 333 件（健康器具 326 件他）	3.8%
5	音響・映像製品 325 件（携帯型音響映像機器 91 件他）	3.7%

⁴ テレビショッピングに関する 2024 年度（2025 年 7 月 31 日までの登録分）の相談件数（n=8,705）のうち、不明・無回答等を除き、分析している。割合については小数点第 2 位以下を四捨五入しており、内訳の合計が 100%にはならない場合がある。平均契約購入金額は金額が不明な相談を除いた 0 円を含むすべての相談の算術平均。

(3) 契約購入金額帯別

平均契約購入金額は約3万円、契約購入金額帯別にみると「1,000円以上1万円未満」が44.4%、「1万円以上5万円未満」が46.8%となっており、5万円未満が全体の約9割を占めます。

図3 契約購入金額 (n=6,333)

