

報道各社 御中

担当：札幌市市民まちづくり局市民生活部
消費者センター調査指導係
TEL:728-2111 FAX:728-2112

平成 24 年度上半期（4 月～9 月）消費生活相談について

1 相談全体の概要

札幌市消費者センターにおける平成 24 年度上半期の消費生活相談件数は、6,077 件となり、前年度同期の相談件数 6,150 件と比べ 73 件（1.2%）減少しているが、ほぼ昨年と同数である。

全体の相談件数に大きな割合を占めている「不当請求に関する相談」は、前年度同期の 760 件に対し、今年度は 756 件^{※1}とほぼ同等の件数となっており、なかでも「架空請求」と呼ばれる手口が 238 件で前年同期（97 件）より大幅に増加している。それに伴い、当センターが公表した「不当請求事業者」は、昨年の 1 件から 6 件と増加している。

今年度の上半期に公表した不当請求事業者は、いずれも「違法なアダルト DVD や児童ポルノ等の購入者を告発する。告発を取り下げてほしい者は期日までに必ず連絡するように」という内容の文書を送りつけるもので、新たな手口であることから注意が必要である。

また、「不当請求に関する相談」を除いた相談件数は、前年度同期比 5,390 件に比べ 5,321 件（1.3%減）となっており、こちらも、ほぼ昨年同数となっている。

商品・役務別相談件数では、「放送・コンテンツ等」が 1,024 件（7.2%増）が 1 位となり、続いて「賃貸アパート」695 件（9.6%増）、「フリーローン・サラ金」159 件（11.7%減）と前年度同期と同順位となっている。続いて「普通・小型自動車」の 150 件（1.4%増）、「商品一般」の 146 件（7.0%減）となっており、この上位 5 品目の相談総件数で、全体の約 1/3（35.8%）を占めている。

契約当事者の年齢別相談件数では、60 歳未満の商品・役務別相談件数は、「放送・コンテンツ等」が 837 件（3.2%増）で 1 位となっており、60 歳以上においても、パソコンや携帯、スマートフォン等の利用によるインターネットの広がりに伴い「放送・コンテンツ等」が 182 件（43.3%増）で 1 位となっている。

なお、各年代ごとの相談品目については、「契約当事者年代別商品・役務別相談件数（上位 10 品目）」（資料 3）のとおりとなっている。

また、高齢者^{※2}（65 歳以上）の相談件数は、前年度同期 1,455 件と比べ、1,373 件（5.6%減）と 82 件減少しているが、全相談件数の 22.6%を占めている。

販売購入形態別相談件数では、インターネット通販、電話勧誘及び家庭訪問を併せた件数が 1,969 件と相談総件数の 32.4%を占めており、「インターネット通販」のトラブルが他の販売購入形態と比較して圧倒的に多い状況である。

販売手口別相談件数では、説明不足 538 件、強引な販売 289 件、虚偽説明 239 件の順となっている。

※1 平成 24 年度上期＝「不当請求に関する相談」756 件
（内訳「不当請求」402 件+「架空請求」238 件+「ワンクリック請求」115 件+「融資保証金詐欺」1 件）
平成 23 年度上期＝「不当請求に関する相談」760 件
（内訳「不当請求」502 件+「架空請求」97 件+「ワンクリック請求」160 件+「融資保証金詐欺」1 件）

※2 高齢者＝世界保健機関（WHO）の定義で、65 歳以上、また、65～74 歳までを前期高齢者ということから本文で 65 歳以上を高齢者とした。

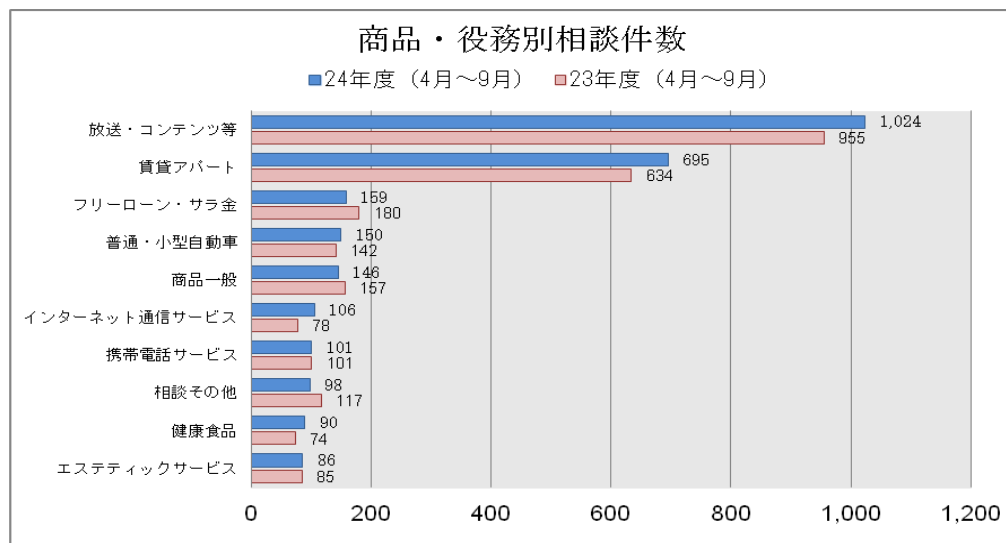
2 主な特徴

(1) 商品・役務別相談の傾向

商品・役務別相談においては、昨年度上半期と同様に上位3品目の順位に変更はなく、身に覚えのない「サイト利用料金未納」などと携帯メールを送りつける手口の架空請求やインターネット利用等に関する「放送・コンテンツ等」が1,024件と前年度同期に比べ69件（7.2%）増加している。

また、前年同期比で比較するとプロパンガスの料金等に関する「プロパンガス（77.3%増）」と「携帯電話（71.1%増）」、「工事・建築サービス（70.0%増）」が特に増加している。

反面「ファンド型投資商品（46.3%減）」「宝くじ（33.3%減）」（資料2）の利殖関連に関する相談が前年同期比で減少している。



【相談事例/放送・コンテンツ等】（相談者：50代 女性）

パソコンにセキュリティー強化の案内メールが届いた。内容を確認すると、セキュリティーソフトを有料でダウンロードする必要があったので、契約をしなかった。

その後、パソコンを立ち上げるたびに、セキュリティーソフトの案内画面が表示されるようになり、消すことが出来ない。どのように対処したらよいか。

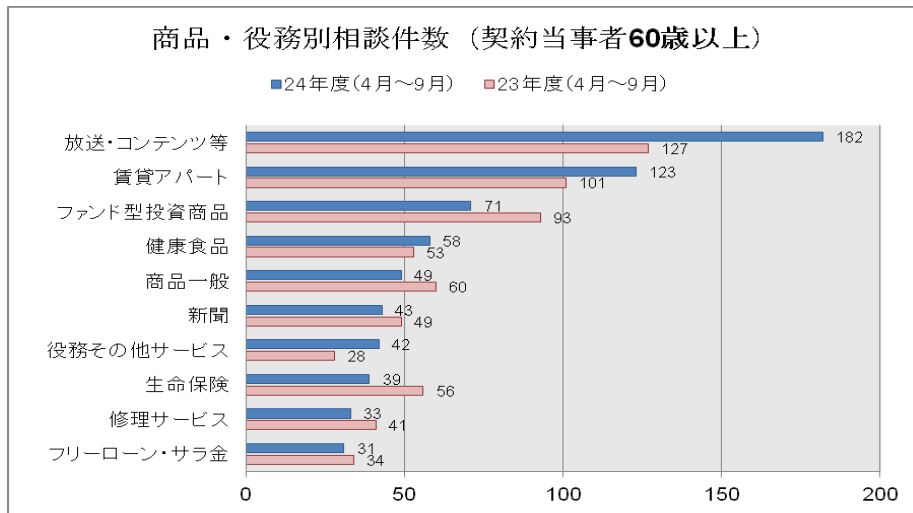
【相談事例/携帯電話サービス】（相談者：30代 男性）

知人に「携帯電話の契約をして、電話を渡してくれたらお礼をする。料金はかからない」と言われ、お礼がもらえるならと思い、契約して本体を渡した。その何日か後に「タブレット型端末も契約してくれたらお礼をする」と言われたので、契約して渡した。一カ月後、知人から「料金はかからない」と言われていたのに、携帯電話会社から請求書が届いた。知人からお礼ももらっていないので、一緒に確認すると相手にしてくれない。

解約したくても、解約料がかかるし、契約を継続すると毎月請求が届き、支払えない。弁護士に相談すると「名義貸しをした私が悪い」とも言われた。どのように対処したらよいか。

(2) 商品・役務別相談の傾向（契約当事者60歳以上）

60歳以上の商品・役務別相談件数では、サイト利用料金未納などと携帯メールを送りつける手口の架空請求などの「放送・コンテンツ等」が182件（43.3%増）で1位となっており、次いで、退去時の原状回復などの「賃貸アパート」が123件（21.8%増）、「ファンド型投資商品」が71件（23.7%減）となった。

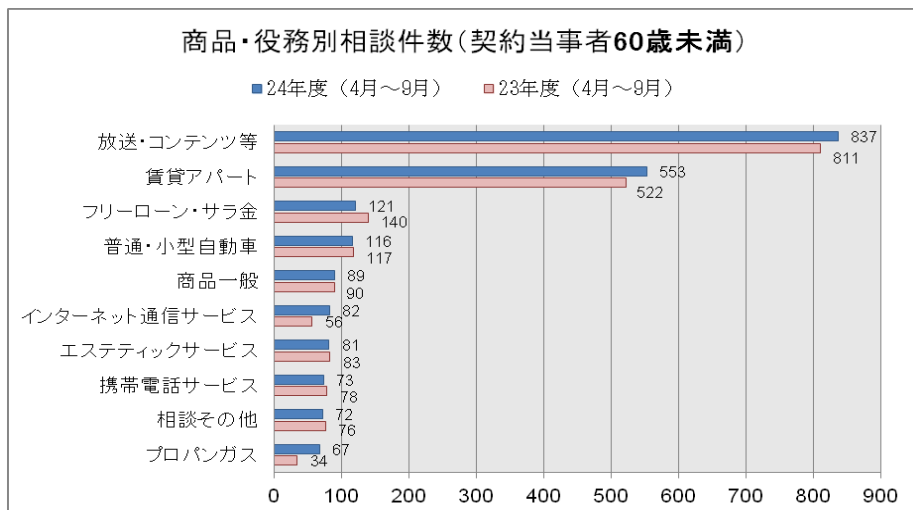


【相談事例/ファンド型投資商品】（相談者：60代 女性）

数日前、見知らぬ業者から「封書は届いていませんか？」という電話がかかってきた。何も届いていないと答えると、近いうちに届くだろうと言われた。その後、私あてに一口百万円の風力発電施設運用権を販売する業者から会社案内のパンフレットと申込書が入った書類が届き、直後に先日の業者から「パンフレットが届いたと思うが、中を見てくれたか」という電話がかかってきた。業者は「風力発電は今、とても注目されており、国でも開発を奨励している。その運用権を当社が所有することで自分たちの会社も大きくなる。とても人気があり皆が欲しがるといふパンフレットなのでもし譲ってくれたら謝礼 10 万円を支払う。10 万円支払ってもすぐに元は取れる」と説明された。どうやって私の住所を知ったのか聞くと「当社の社長が同じ出身地なので優先的に案内をした」と言われた。絶対に儲かる権利だと強く勧められたが、なんとなく不審に思ったのではっきりとした返事をせずに電話を切った。この業者は信用できるだろうか。

(3) 商品・役務別相談の傾向（契約当事者 60 歳未満）

60 歳未満の商品・役務別相談では、利用した覚えのないアダルトサイト情報料などの不当請求の「放送・コンテンツ等」が 837 件 (3.2%増) と最も多く、次いで、退去時の修復費用など「賃貸アパート」が 553 件 (5.9%減)、多重債務などの整理方法など「フリーローン・サラ金」121 件 (13.6%減) となった。



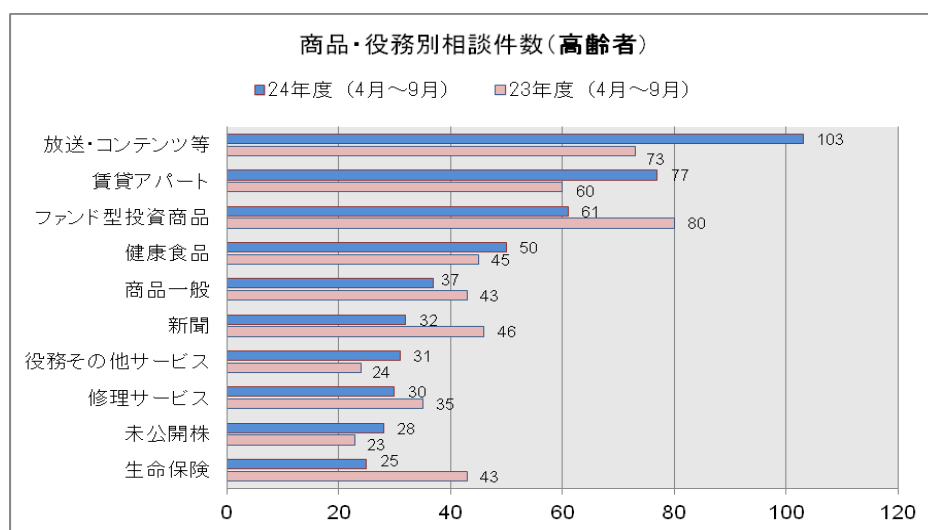
【相談事例/賃貸アパート】（相談者：30代 女性）

今年の夏から2カ月間住んだ賃貸アパートを退去することになった。契約書にはストーブ分解掃除料が借主負担と明記されており、支払いは入居時と退去時を選択することが出来たので退去時を選択していた。

先日、不動産会社に退去の申し出をした際に、ストーブは未使用なので分解掃除料の負担はないことで良いか確認したところ、契約書に明記しているので、使用の有無に関わらず支払ってもらおうと説明された。そもそもストーブは新品で、未使用なのにも関わらず、契約書に記載しているという理由で、支払う必要があるのか。

(4) 商品・役務別相談の傾向（高齢者）

高齢者の商品・役務別相談では、昨年度、大幅に増加した「ファンド型投資商品」（例：温泉付老人ホームの利用権、外国通貨の購入などの商品への投資に関する相談）や「公社債」に関する相談が減少し、他の年代同様「放送コンテンツ等」「賃貸アパート」に関する相談が1、2位を占め、「ファンド型投資商品」に関する相談は3位となった。



【相談事例/健康食品】（相談者：80代 女性）

10数年前に懇意にしていた呉服屋があり、その担当者の知り合いと名乗る男から突然電話がかかってきた。「呉服屋の担当者は既に亡くなっているが、夢にその人が出てきて私のことをとても心配している」という話から高齢者の体に良いとされる高麗人参茶を勧められた。

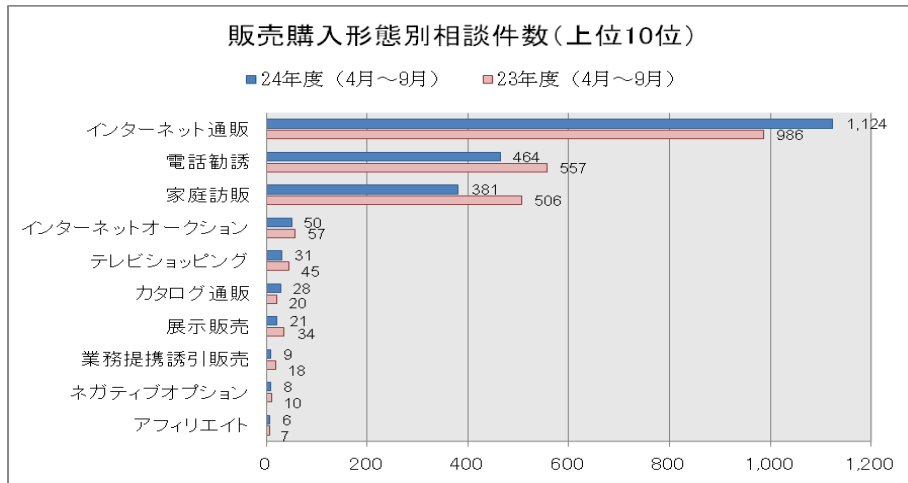
後日、その男が訪問してきて、高麗人参茶2カ月分を12万円で購入した。その時に、「高齢の客で同居家族に見つかって叱られた人がいるから、箱から出しておいた方がいい」と言われたので、買い物用のビニール袋を出すと、業者は箱から高麗人参茶の個包全てを袋に移し、桐の箱は持って行ってしまった。

昨日、再度電話があり、「2万円の残金があるので、それを取りに行く」と言われた。12万円で終わりだと思っていたので、騙されているのではないかと思う。これからも定期的に購入してほしいという話も出てきて、不安になってきた。どう対処したらよいか。

(5) 販売購入形態^{※3}別相談件数上位

販売購入形態別では、インターネット通販が1,124件（138件増）と最も多く、次いで、電話勧誘464件（93件減）、家庭訪販381件（125件減）となった。

※3 販売購入形態=PIO-NET（全国消費生活相談情報ネットワークシステム）の内容等キーワード分類にて集計。



【相談事例/インターネット通販】(相談者：50代 女性)

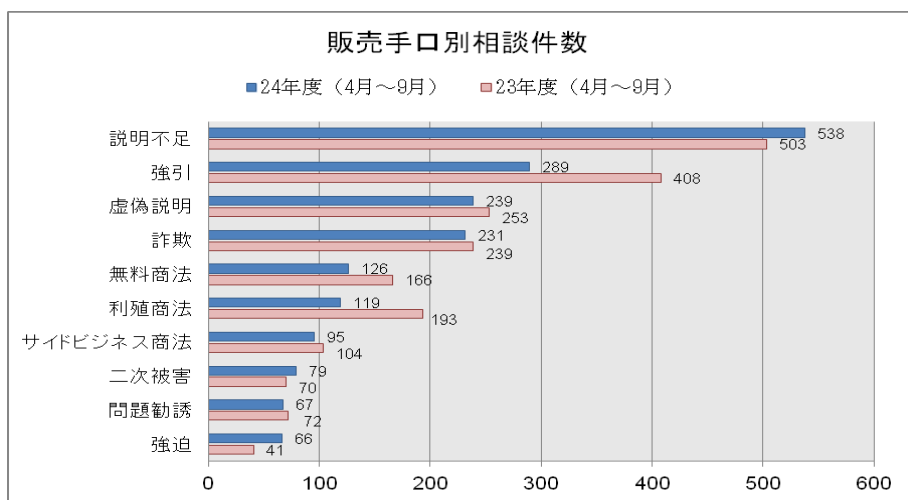
約1ヶ月前、インターネット通販で航空券を注文し、航空券の受付番号案内を受け、業者の指定口座に航空券代金を振り込んだ。出発日の前日の夜、業者から、「担当者が病気になり、航空券が取れていなかった。代替便の予約はしているので、明日、空港で追加代金を支払って乗ってください。後日、追加代金分を返金します」とメールが届いた。突然のことで驚いたが、当該業者に電話をしても夜間で連絡不能だったため、仕方なく、業者の指示どおり、空港で航空券の追加代金を支払って搭乗した。

旅行後、業者に返金先として自分の銀行口座番号を伝え、返金を求めるメールを送信したが、返信もなく、返金もされていないため、業者に確認の電話をしているが、電話に出ない状況。どう対処したらよいか。

(6) 販売手口別相談件数上位

販売手口別では、説明不足 538 件 (35 件増)、強引な販売が 289 件 (119 件減)、虚偽説明 239 件 (14 件減) の順であり、上位 3 位については、昨年同期と同じく上位を占めている。

また、上昇率から見ると、事業者の「強迫」により、消費者の意思表示をさせたケースが 66 件で、前年度同期と比べ 25 件増加 (61.0%増) している。



【相談事例/強迫】(相談者：30代 男性)

中古で購入した自宅の壁をリフォームしようと複数業者の見積りを取り、比較検討をしていた。他の業者は 400 万円位で高額だったが、当該業者は 300 万円と安価だったため、当該業者に決めようとは思っていたが、まだ正式な返事はしておらず書面も交わしていない。

先月初めから何回か見積書の内容を詰めていた。当該業者に「外装工事の実物を見たい」

と申し出たところ、今は「内装工事しかしていないから見せられない」など、不審な点が見られ信用できなくなり、5日前、当該業者に「事情があってリフォーム工事を先延ばしする事にしたと口実を作り契約を白紙にしてほしい」と言ったところ、「もう特注の部材を注文してしまったのでその代金を払ってほしい」と言われた。

私は、まだ見積りの段階で、正式に契約はしていない事を念押しし、業者も正式に契約してから部材を注文すると言っていたにも関わらず、約束を反故にし、部材を注文したことを理由に契約締結を無理強いしてくる。どう対処したらよいか。

相 談 概 要

集計対象期間：2012年04月～2012年09月

集計対象センター：札幌市市民まちづくり局市民生活部消費者センター

単位：件、%、円

項 目		当該年	前年同期	前年同期比
相談件数		6,077	6,150	98.8
性 別	男性	2,613	2,521	103.6
	女性	3,411	3,532	96.6
年 齢 別	20歳未満	174	185	94.1
	20歳代	737	718	102.6
	30歳代	1,153	1,088	106.0
	40歳代	1,089	1,075	101.3
	50歳代	859	913	94.1
	60歳代	913	864	105.7
	70歳以上	1,038	1,124	92.3
	その他・不明	114	183	62.3
	平均年齢	49	49	99.2
職 業 別	給与生活者	2,530	2,305	109.8
	自営・自由業	129	169	76.3
	家事従事者	1,258	1,444	87.1
	学生	226	232	97.4
	無職	1,716	1,743	98.5
	団体	9	27	33.3
その他・不明	209	230	90.9	
契 約 ・ 購 入 金 額	1万円未満	752	695	108.2
	5万円未満	783	777	100.8
	10万円未満	593	788	75.3
	50万円未満	740	793	93.3
	100万円未満	234	208	112.5
	500万円未満	292	283	103.2
	1千万円未満	43	58	74.1
	5千万円未満	68	85	80.0
	1億円未満	4	5	80.0
	1億円以上	0	1	0.0
	その他・不明	2,568	2,457	104.5
	合計金額	2,708,071,983	3,502,805,183	77.3
	平均金額	771,750	948,499	81.4
	商 品 大 分 類	商品 般	146	157
食料品		245	281	87.2
住居品		240	239	100.4
光熱水品		128	83	154.2
被服品		229	270	84.8
保健衛生品		164	164	100.0
教養娯楽品		445	457	97.4
車両・乗り物		237	212	111.8
土地・建物・設備		162	152	106.6
他の商品		6	3	200.0
商品計		2,002	2,018	99.2
クリーニング		47	45	104.4
レンタル・リース・貸借		765	711	107.6
工事・建築・加工		256	207	123.7
修理・補修		83	92	90.2
管理・保管		7	11	63.6
役務 般		6	4	150.0
金融・保険サービス		503	687	73.2
運輸・通信サービス		1,363	1,263	107.9
教育サービス		40	45	88.9
教養・娯楽サービス		230	231	99.6
保健・福祉サービス		269	263	102.3
他の役務		247	286	86.4
内職・副業・ねずみ講		24	43	55.8
他の行政サービス		44	38	115.8
役務計		3,884	3,926	98.9
他の相談		191	206	92.7
総計		6,077	6,150	98.8

項 目		当該年	前年同期	前年同期比	
相 談 内 容 分 類	安全・衛生	207	185	111.9	
	品質・機能 役務品質	1,384	1,715	80.7	
	法規・基準	173	130	133.1	
	価格・料金	1,226	1,572	78.0	
	計量・量目	12	20	60.0	
	表示・広告	229	322	71.1	
	販売方法	1,300	1,705	76.2	
	契約・解約	2,939	3,196	92.0	
	接客対応	978	1,050	93.1	
	包装・容器	10	7	142.9	
	施設・設備	12	9	133.3	
	買物相談	72	87	82.8	
	生活知識	33	12	275.0	
	その他	8	10	80.0	
	販 売 購 入 形 態	店舗購入	2,910	2,797	104.0
訪問販売		480	674	71.2	
通信販売		1,603	1,511	106.1	
マルチ・マルチまがい取引		57	66	86.4	
電話勧誘販売		347	398	87.2	
ネガティブ・オプション		8	3	266.7	
その他無店舗販売		28	44	63.6	
不明・無関係		644	657	98.0	
商 品 ・ 役 務 別 相 談 件 数 (上 位 K W 集 計)		1 放送・コンテンツ等	1,024	955	107.2
		2 レンタル・リース・貸借	765	711	107.6
	3 工事・建築・加工	256	207	123.7	
	4 自動車	197	183	107.7	
	5 融資サービス	180	213	84.5	
	6 役務その他	168	192	87.5	
	7 商品 般	146	157	93.0	
	8 相談その他	122	138	88.4	
	9 移動通信サービス	119	118	100.8	
	10 書籍・印刷物	118	123	95.9	
	11 理美容	110	109	100.9	
	12 インターネット通信サービス	106	78	135.9	
	13 預貯金・証券等	96	143	67.1	
	14 教室・講座	96	80	120.0	
	15 健康食品	90	74	121.6	
内 容 キ ー ワ ー ド	1 解約	1,575	1,553	101.4	
	2 契約書・書面	1,534	1,352	113.5	
	3 インターネット通販	1,124	987	113.9	
	4 他の価格・料金	1,017	782	130.1	
	5 他の接客対応	965	678	142.3	
	6 高価格・料金	944	966	97.7	
	7 返金	857	807	106.2	
	8 他の品質・機能	748	843	88.7	
	9 信用性	611	717	85.2	
	10 電子広告	570	665	85.7	
	11 説明不足	538	503	107.0	
	12 修理代	506	432	117.1	
	13 電話勧誘	464	557	83.3	
	14 補償	434	360	120.6	
	15 不当請求	402	503	79.9	

注1：商品・役務別相談件数及び内容キーワード分類は、件数の多いものから順に15項目を掲載した。

注2：内容キーワード分類は、1件の相談が複数の項目に渡って分類されるため、合計は相談件数を上回る。

商品・役務別相談件数（上位25品目）

順位	商品・役務名	平成24年度（4月～9月）			平成23年度（4月～9月）			前年 同期比
		相談件数	内訳		相談件数	内訳		
			苦情	問合せ		苦情	問合せ	
1	放送・コンテンツ等	1,024	1,017	7	955	948	7	107.2
2	賃貸アパート	695	682	13	634	620	14	109.6
3	フリーローン・サラ金	159	138	21	180	149	31	88.3
4	普通・小型自動車	150	141	9	142	137	5	105.6
5	商品一般	146	132	14	157	138	19	93.0
6	インターネット通信サービス	106	103	3	78	77	1	135.9
7	携帯電話サービス	101	89	2	101	97	4	100.0
8	相談その他	98	72	26	117	89	28	83.8
9	健康食品	90	87	3	74	72	2	121.6
10	エステティックサービス	86	86	0	85	83	2	101.2
11	プロパンガス	78	78	0	44	43	1	177.3
12	携帯電話	77	77	0	45	44	1	171.1
13	新聞	76	76	0	92	91	1	82.6
13	ファンド型投資商品	76	76	0	139	137	2	54.7
15	修理サービス	75	72	3	80	77	3	93.8
16	生命保険	72	62	10	94	83	11	76.6
17	役務その他サービス	71	64	7	54	45	9	131.5
18	化粧品	70	67	3	75	69	6	93.3
19	医療サービス	54	53	1	43	40	3	125.6
20	クリーニング	47	46	1	45	45	0	104.4
21	他の行政サービス	44	34	10	38	27	11	115.8
21	新築工事	44	41	3	39	36	3	112.8
23	宝くじ	36	36	0	54	54	0	66.7
24	工事・建築サービス	34	30	4	20	20	0	170.0
25	塗装工事	33	31	2	34	30	4	97.1

※PI0-NET分類による

契約当事者年代別 「商品・役務別相談件数（上位10品目）」

期間：平成24年4月～9月

年代 「20未満」

相談件数	174
全相談件数に占める割合	2.9%

1	放送・コンテンツ等	100
2	賃貸アパート	6
3	携帯電話サービス	4
4	商品一般	3
4	携帯電話	3
4	予備校	3
4	学習塾	3
4	スポーツ健康教室	3
4	歯科治療	3
4	相談その他	3

年代 「20代」

相談件数	737
全相談件数に占める割合	12.1%

1	賃貸アパート	165
2	放送・コンテンツ等	144
3	普通・小型自動車	38
4	エステティックサービス	36
5	インターネット通信サービス	22
6	フリーローン・サラ金	19
7	商品一般	17
8	相談その他	16
9	携帯電話	15
10	プロパンガス	14

年代 「30代」

相談件数	1,153
全相談件数に占める割合	19.0%

1	放送・コンテンツ等	245
2	賃貸アパート	179
3	フリーローン・サラ金	43
4	普通・小型自動車	29
5	携帯電話サービス	26
6	エステティックサービス	24
7	プロパンガス	23
8	商品一般	22
9	相談その他	21
10	インターネット通信サービス	16
10	新築工事	16

年代 「40代」

相談件数	1,089
全相談件数に占める割合	17.9%

1	放送・コンテンツ等	229
2	賃貸アパート	112
3	フリーローン・サラ金	35
4	普通・小型自動車	34
5	携帯電話	26
6	商品一般	21
7	インターネット通信サービス	18
8	携帯電話サービス	16
9	化粧品	15
10	プロパンガス	13

年代 「50代」

相談件数	859
全相談件数に占める割合	14.1%

1	放送・コンテンツ等	119
2	賃貸アパート	91
3	商品一般	26
4	インターネット通信サービス	24
5	フリーローン・サラ金	23
6	相談その他	21
7	普通・小型自動車	20
8	携帯電話サービス	16
9	プロパンガス	15
10	修理サービス	12
10	クリーニング	12

年代 「60代」

相談件数	913
全相談件数に占める割合	15.0%

1	放送・コンテンツ等	118
2	賃貸アパート	66
3	普通・小型自動車	23
4	ファンド型投資商品	22
5	商品一般	19
5	生命保険	19
7	フリーローン・サラ金	18
7	インターネット通信サービス	18
9	新聞	17
10	役務その他	16

年代 「70代」

相談件数	662
全相談件数に占める割合	10.9%

1	放送・コンテンツ等	47
2	賃貸アパート	37
3	ファンド型投資商品	31
4	健康食品	23
5	商品一般	20
6	役務その他	19
7	生命保険	14
7	未公開株	14
9	新聞	12
9	修理サービス	12

年代 「80代以上」

相談件数	376
全相談件数に占める割合	6.2%

1	健康食品	21
2	賃貸アパート	20
3	ファンド型投資商品	18
4	放送・コンテンツ等	17
5	新聞	14
6	修理サービス	12
7	未公開株	10
7	商品一般	10
9	ふとん	8
9	宝くじ	8

※その他・年齢不明の相談件数 114件（全相談件数に占める割合1.9%）

契約当事者「60歳未満」 商品・役務別相談件数（上位10品目）

順位	商品・役務名	平成24年度 (4月～9月)	平成23年度 (4月～9月)	前年同期比 (%)
1	放送・コンテンツ等	837	811	103.2
2	賃貸アパート	553	522	105.9
3	フリーローン・サラ金	121	140	86.4
4	普通・小型自動車	116	117	99.1
5	商品一般	89	90	98.9
6	インターネット通信サービス	82	56	146.4
7	エステティックサービス	81	83	97.6
8	携帯電話サービス	73	78	93.6
9	相談その他	72	76	94.7
10	プロパンガス	67	34	197.1

相談件数 4,012件(全相談に占める割合66.0%)

契約当事者「60歳以上」 商品・役務別相談件数（上位10品目）

順位	商品・役務名	平成24年度 (4月～9月)	平成23年度 (4月～9月)	前年同期比 (%)
1	放送・コンテンツ等	182	127	143.3
2	賃貸アパート	123	101	121.8
3	ファンド型投資商品	71	93	76.3
4	健康食品	58	53	109.4
5	商品一般	49	60	81.7
6	新聞	43	49	87.8
7	役務その他サービス	42	28	150.0
8	生命保険	39	56	69.6
9	修理サービス	33	41	80.5
10	フリーローン・サラ金	31	34	91.2

相談件数 1,951件(全相談に占める割合32.1%)

契約当事者「高齢者（65歳以上）」 商品・役務別相談件数（上位10品目）

順位	商品・役務名	平成24年度 (4月～9月)	平成23年度 (4月～9月)	前年同期比
1	放送・コンテンツ等	103	73	141.1
2	賃貸アパート	77	60	128.3
3	ファンド型投資商品	61	80	76.3
4	健康食品	50	45	111.1
5	商品一般	37	43	86.0
6	新聞	32	46	69.6
7	役務その他サービス	31	24	129.2
8	修理サービス	30	35	85.7
9	未公開株	28	23	121.7
10	生命保険	25	43	58.1

相談総件数 1,373件(全相談に占める割合22.6%)

販売購入形態別相談件数（上位10位）

販売購入形態	平成24年度（4月～9月）			平成23年度（4月～9月）			前年 同期比 （%）
	相談件数	内訳		相談件数	内訳		
		苦情	問合せ		苦情	問合せ	
インターネット通販	1,124	1,109	15	986	974	12	114.0
電話勧誘	464	457	7	557	547	10	83.3
家庭訪販	381	374	7	506	488	18	75.3
インターネットオークション	50	49	1	57	57	0	87.7
テレビショッピング	31	29	2	45	43	2	68.9
カタログ通販	28	26	2	20	19	1	140.0
展示販売	21	20	1	34	34	0	61.8
業務提携誘引販売	9	8	1	18	18	0	50.0
ネガティブオプション ^{注1}	8	8	0	10	10	0	80.0
アフィリエイト ^{注2}	6	6	0	7	7	0	85.7

※1：ネガティブオプション以外は販売形態そのものに問題は無い。

※2：1件の相談について、複数の販売形態に分類される場合がある。

※3：販売形態分類は、PIO NET(全国消費生活情報ネットワーク・システム)の内容等キーワード分類による。

注1：ネガティブオプション＝申込みをしていない商品の送りつけ販売。

注2：アフィリエイト＝メールやブログ、ホームページに広告を掲載し、アクセスや売り上げがあるとそのうちの一部が報酬として支払われるもの。アフィリエイトによる内職等の広告を見て購入した場合ははじめとする同制度に関連した相談に付与される。

販売手口別相談件数（上位10位）

販売手口	平成24年度（4月～9月）			平成23年度（4月～9月）			前年 同期比 （%）
	相談件数	内訳		相談件数	内訳		
		苦情	問合せ		苦情	問合せ	
説明不足	538	537	1	503	503	0	107.0
強引	289	285	4	408	407	1	70.8
虚偽説明	239	239	0	253	252	1	94.5
詐欺 ^{注1}	231	230	1	239	238	1	96.7
無料商法 ^{注2}	126	122	4	166	166	0	75.9
利殖商法 ^{注3}	119	119	0	193	193	0	61.7
サイドビジネス商法 ^{注4}	95	93	2	104	102	2	91.3
二次被害	79	79	0	70	70	0	112.9
問題勧誘 ^{注5}	67	66	1	72	72	0	93.1
強迫 ^{注6}	66	66	0	41	41	0	161.0

※1：1件の相談について、複数の販売形態に分類される場合がある。

※2：販売手口分類は、PIO NET(全国消費生活情報ネットワーク・システム)の内容等キーワード分類による。

注1：詐欺＝業者の騙す意図が感じられたもの。

注2：無料商法＝「無料」でつって売りつける商法。

注3：利殖商法＝「値上がり確実」「必ず儲かる」など、利殖になることを強調して、ロコ・ロン
ドン取引、未公開株、ファンドなどへの投資や出資を勧誘する商法。

注4：サイドビジネス商法＝「サイドビジネスになる」等のセールストークで契約させる商法。

注5：問題勧誘＝ここでの問題勧誘は、国民生活センターの分類はないが、問題のあった勧誘方法を
数値としたもの。

注6：強迫＝故意に畏怖心をあおって意思表示させること。国民生活センターのキーワードの概念で、
刑法でいう「脅迫」より広い概念だが、「強引」よりは強い概念として狭義に解釈している。