

2021 年度  
電話相談 110 番  
「突然の訪問・電話勧誘でトラブル」  
報告書

2022 年 3 月

公益社団法人 全国消費生活相談員協会

## 目 次

I	実施目的	1
II	実施概要	1
III	実施結果	2
	1. 受付件数	2
	2. 相談者・契約者の属性	2
	(1) 性別	2
	(2) 年代別	2
	(3) 職業別	3
	(4) 都道府県別	4
	3. 相談内容別分類	4
	(1) 商品・役務(サービス)別分類	4
	(2) 内容別分類	5
	(3) 販売購入形態別分類	6
	(4) 契約金額と既払い金	6
	(5) 代金の支払い方法	7
IV	相談事例	7
	1. 通信販売の相談	8
	2. 訪問販売の相談	9
	3. 電話勧誘販売の相談	10
	4. その他の相談	11
V	訪問販売・電話勧誘販売における今後の消費者トラブルの防止を考える	12

## I 実施目的

数年にわたるコロナ禍により社会全体が混乱し、家族であっても頻繁な行き来ができない状況が続いています。こうした中で、訪問販売や電話勧誘販売では、規制を逃れる手口などが巧妙化し、トラブルは減少していません。特定商取引法改正の必要性も視野に、現状の訪問販売・電話勧誘販売の問題を把握するため、電話相談 110 番を実施することにしました。

全国の消費生活センター等に勤務する消費生活相談員の団体として、情報収集及び分析を行うとともに、分析によって得られた成果を公表し、消費者被害の未然防止・拡大防止、法改正に向けた提言を行うことを目的としています。

## II 実施概要

【テーマ】 突然の訪問・電話勧誘でトラブル

【開催期間】 2022年2月5日（土）～2月27日（日）の土曜日・日曜日  
相談日数 合計 8日間

【受付日時・場所・電話番号】

東京事務所	土曜日、日曜日	10時～16時	03-5614-0189
北海道事務所	土曜日	13時～16時	011-612-7518

【継続相談対応】

東京事務所	火曜日	10時～16時
-------	-----	---------

【担当人数・延べ人数】

東京事務所

・土曜日・日曜日	各日 6名	延べ人数 48名
・継続相談対応	火曜日 1名	延べ人数 4名

北海道事務所

・土曜日	2名	延べ人数 8名
------	----	---------

合計	延べ人数 60名
----	----------

【広報活動】

- ・チラシの作成
- ・全国7支部のメルマガ等により会員である消費生活相談員へ周知
- ・本協会HP、ツイッターによる広報
- ・本協会広報誌等による広報

### Ⅲ 実施結果

#### 1. 受付件数

週末電話相談 110 番

相談受付件数 295 件

#### 2. 相談者・契約者の属性

##### (1) 性別

表 1 相談者

性別	件数	比率
男性	123	41.7%
女性	167	56.6%
団体	4	1.4%
不明・未記入	1	0.3%
合計	295	100.0%

表 2 契約者

性別	件数	比率
男性	139	47.1%
女性	142	48.1%
団体	5	1.7%
不明・未記入	9	3.1%
合計	295	100.0%

相談者は、女性が 167 人(56.6%)、男性 123 人(41.7%)、と女性が 14.9 ポイント多く、契約者は、女性 142 人(48.1%)、男性 139 人(47.1%)とほぼ同数となっている。団体は、すべて事業者だった。

##### (2) 年代別

表 3 相談者

年代	件数	比率
10代	2	0.7%
20代	27	9.2%
30代	53	18.0%
40代	76	25.8%
50代	86	29.2%
60代	32	10.8%
70代	11	3.7%
80代	0	0.0%
90代	0	0.0%
未記入	8	2.7%
合計	295	100.0%

表 4 契約者

年代	件数	比率
10代	11	3.7%
20代	36	12.2%
30代	48	16.3%
40代	63	21.4%
50代	64	21.7%
60代	32	10.8%
70代	15	5.1%
80代	7	2.4%
90代	0	0.0%
未記入	19	6.4%
合計	295	100.0%

年代別でみると、相談者は、50代 86 人(29.2%)、40才代 76 人(25.8%)と多く、次が 30代 53 人(18.0%)、60代 32 人(10.8%)と続いている。契約者も、50代 64 人(21.7%)、40代 63 人(21.4%)と多く、次に 30代 48 人(16.3%)、20代 36 人(12.2%)、60代 32 人(10.8%)と続いている。

図1 相談者・契約当事者の年代別



相談者と契約者をグラフで見ると、相談者は、40代、50代が多く、契約者は10才代、70代、80代が多くなっている。子どもや親の契約について、家族が相談しているのではないかと考えられる。

(3) 職業別

表5 相談者

職業	件数	比率
給与生活者	195	66.1%
自営・自由業	16	5.4%
家事従事者	46	15.6%
学生	6	2.0%
無職	20	6.8%
相談窓口	0	0.0%
行政	0	0.0%
消費者団体	0	0.0%
企業・団体	4	1.4%
不明・未記入	8	2.8%
合計	295	100.0%

表6 契約者

職業	件数	比率
給与生活者	169	57.3%
自営・自由業	14	4.7%
家事従事者	39	13.2%
学生	18	6.1%
無職	31	10.5%
相談窓口	0	0.0%
行政	0	0.0%
消費者団体	0	0.0%
企業・団体	6	2.0%
不明・未記入	18	6.1%
合計	295	100.0%

職業別では、相談者、契約者とも「給与所得者」が多く、相談者は195人(66.1%)、契約者は169人(57.3%)だった。「学生」「無職」は、相談者より契約者が10名ほど多かった。

#### (4) 都道府県別

表7 都道府県別 相談者・契約者

都道府県	相談者 件数	比率	当事者 件数	比率	都道府県	相談者 件数	比率	当事者 件数	比率	都道府県	相談者 件数	比率	当事者 件数	比率
北海道	24	8.1%	24	8.1%	新潟県	2	0.7%	2	0.7%	鳥取県	0	0.0%	0	0.0%
青森県	0	0.0%	1	0.3%	富山県	0	0.0%	0	0.0%	島根県	0	0.0%	0	0.0%
岩手県	0	0.0%	0	0.0%	石川県	2	0.7%	2	0.7%	岡山県	0	0.0%	0	0.0%
宮城県	0	0.0%	0	0.0%	福井県	0	0.0%	0	0.0%	広島県	4	1.4%	3	1.0%
秋田県	1	0.3%	1	0.3%	山梨県	0	0.0%	0	0.0%	山口県	3	1.0%	3	1.0%
山形県	1	0.3%	1	0.3%	長野県	5	1.7%	5	1.7%	徳島県	0	0.0%	0	0.0%
福島県	2	0.7%	2	0.7%	岐阜県	7	2.4%	7	2.4%	香川県	2	0.7%	2	0.7%
茨城県	5	1.7%	5	1.7%	静岡県	8	2.7%	7	2.4%	愛媛県	1	0.3%	1	0.3%
栃木県	3	1.0%	3	1.0%	愛知県	7	2.4%	7	2.4%	高知県	0	0.0%	0	0.0%
群馬県	2	0.7%	2	0.7%	三重県	2	0.7%	2	0.7%	福岡県	8	2.7%	8	2.7%
埼玉県	27	9.2%	24	8.1%	滋賀県	1	0.3%	0	0.0%	佐賀県	0	0.0%	0	0.0%
千葉県	33	11.2%	31	10.5%	京都府	1	0.3%	1	0.3%	長崎県	2	0.7%	2	0.7%
東京都	84	28.5%	84	28.5%	大阪府	7	2.4%	8	2.7%	熊本県	2	0.7%	2	0.7%
神奈川県	36	12.2%	37	12.5%	兵庫県	3	1.0%	3	1.0%	大分県	1	0.3%	0	0.0%
					奈良県	4	1.4%	4	1.4%	宮崎県	0	0.0%	0	0.0%
					和歌山県	2	0.7%	2	0.7%	鹿児島県	1	0.3%	1	0.3%
										沖縄県	1	0.3%	1	0.3%
										外国	0	0.0%	0	0.0%
										不明・未記入	1	0.3%	7	2.4%
										合計	295	100.0%	295	100.0%

都道府県別では、東京都が相談者、契約者とも最も多く84人(28.5%)となっている。次に神奈川県36人(12.2%)、千葉県33人(11.2%)、埼玉県27人(9.2%)、北海道24人(8.1%)と続いている。相談窓口を開設した首都圏と北海道からの相談が多くなっている。

### 3. 相談内容別分類

#### (1) 商品・役務(サービス)別分類

表8 商品

商品別分類	件数	比率
商品一般	12	4.1%
食料品	13	4.4%
住居品	15	5.1%
高熱水品	6	2.0%
被服品	25	8.5%
保健衛生品	13	4.4%
教養娯楽品	30	10.2%
車両・乗り物	10	3.4%
土地・建物・設備	7	2.4%
他の商品	1	0.3%
商品計	132	44.7%

表9 役務

役務別分類	件数	比率
クリーニング	1	0.3%
レンタル・リース・貸借	21	7.1%
工事・建築	9	3.1%
修理・補修	6	2.0%
管理・保管	0	0.0%
役務一般	1	0.3%
金融・保険サービス	17	5.8%
運輸・通信サービス	24	8.1%
教育サービス	5	1.7%
教養・娯楽サービス	37	12.5%
保健・福祉サービス	12	4.1%
他の役務	20	6.8%
内職・副業・相場	4	1.4%
他の行政サービス	1	0.3%
役務計	158	53.6%

表10 他の相談

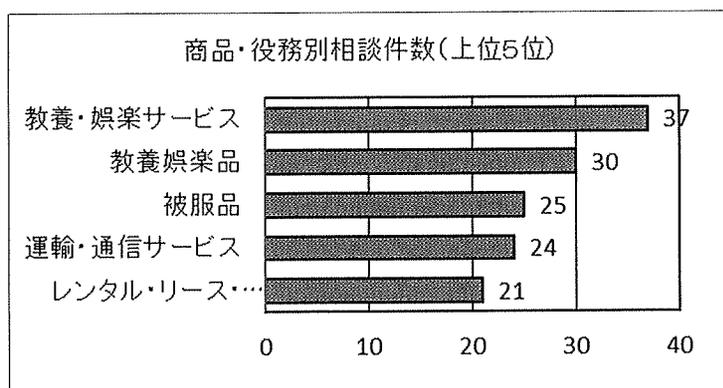
商品・役務以外の相談	件数	比率
他の相談	5	1.7%

表11 分類別の相談

分類	件数	比率
商品	132	44.7%
役務	158	53.6%
他の相談	5	1.7%
合計	295	100.0%

相談内容を「商品」10項目、「役務」14項目、「他の相談」に分類した(表8、表9、表10、表11)。さらに全体の相談件数の上位5位を表した。(図2)

図2 商品・役務別相談件数の上位5位



相談が最も多かったのは「教養・娯楽サービス」37件(12.5%)で、次に「教養娯楽品」30件(10.2%)、「衣服品」25件(8.5%)、「運輸・通信サービス」24件(8.1%)、「レンタル・リース・貸借」21件(7.1%)の順である。最も多い「教養・娯楽サービス」の相談はアダルトサイトやオンラインゲームでの相談が多く、「教養娯楽品」は、CD・DVDなどの音響関係、モバイル端末機器、時計、ペット関係など様々だった。「被服品」では、ブランドバッグやジャケットなどが多く、「運輸・通信サービス」では、光回線が6割近くを占め、次に携帯電話サービスが続いている。「レンタル・リース・貸借」は、貸衣装の1件を除いて賃貸アパートだった。

## (2) 内容別分類

表12 内容別 n=295(複数回答)

内容分類	件数	比率
安全・衛生	4	1.4%
品質・機能・役務品質	22	7.5%
法規・基準	7	2.4%
価格・料金	16	5.4%
計量・量目	0	0.0%
表示・広告	16	5.4%
販売方法	166	56.3%
契約・解約	241	81.7%
接客対応	33	11.2%
包装・容器	0	0.0%
施設・設備	0	0.0%
買物相談	0	0.0%
生活知識	0	0.0%
その他	1	0.3%

複数回答だが、「契約・解約」に関する相談が241件(81.7%)と最も多く、次に「販売方法」166件(56.3%)、「接客対応」33件(11.2%)、「品質・機能・役務品質」22件(7.5%)、「価格・料金」「表示・広告」16件(5.4%)だった。

### (3) 販売購入形態別分類

表 13 販売購入形態別

販売購入形態	件数	比率
店舗購入	69	23.4%
訪問販売	29	9.8%
通信販売	121	41.0%
マルチ取引	2	0.7%
電話勧誘販売	18	6.1%
ネガティブ・オプション	3	1.0%
訪問購入	4	1.4%
不明・無関係	49	16.6%
合計	295	100.0%

販売購入形態別に見ると「通信販売」が最も多く、121件(41.0%)、次に「店舗購入」69件(23.4%)だった。その次が「訪問販売」29件(9.8%)、「電話勧誘販売」18件(6.1%)と続いている。通信販売の相談は、店舗購入の約1.8倍になっていた。コロナ禍によりインターネット通販が増加していると考えられる。

訪問販売には、「SNSで知り合った人に呼び出されて副業や投資の勧誘をされた」などアポイントメントセールスやインターネットで探した水漏れやトイレの詰まりなど生活レスキューサービスも分類されている。レスキューサービスの契約で、インターネット等の広告を見て自ら頼んでも、広告とはかけ離れた請求をされたり、異なる修理や工事が行われた等の場合は、訪問販売に該当している。

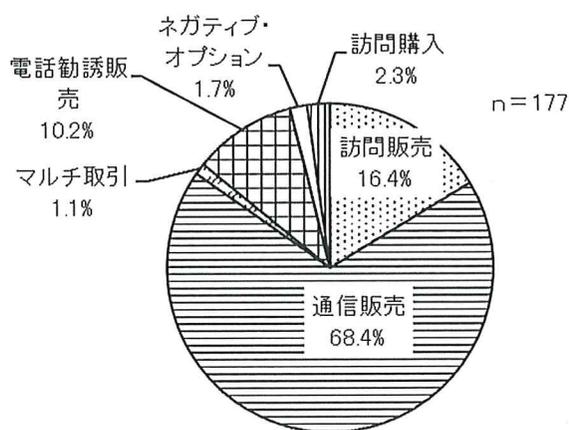
トラブルが起きやすいと考えられる店舗外取引について取り出してみると通信販売が68.4%を占めていた。訪問販売は、16.4%、電話勧誘販売は10.2%、訪問購入2.3%、ネガティブ・オプション1.7%、マルチ取引は1.1%だった。

か

表 14 店舗外販売購入形態

店舗外販売	件数	比率
訪問販売	29	16.4%
通信販売	121	68.4%
マルチ取引	2	1.1%
電話勧誘販売	18	10.2%
ネガティブ・オプション	3	1.7%
訪問購入	4	2.3%
合計	177	100.0%

図 3 店舗外販売購入形態



### (4) 契約金額と既払い額

契約金額は、「1万円～5万円未満」が最も多く47件(15.9%)で、次に「5000円未満」が23件(7.8%)、「5000円～1万円未満」が21件(7.1%)と比較的少ない金額が上位となっていた。しかし、「100万円～500万円未満」17件(5.8%)、500万円以上12件(4.1%)と高額な契約の相談も少なくない。

既払い金額を見ると、まだ払っていない「0円」が最も多く89件(30.2%)だった。未然に被害を防ぐことができたのではないかと考えられる。次が「5000円未満」と「1万～5万円未満」

が 18 件(6.1%)だった。しかし、50 万円以上の高額を支払っている相談も 13 件(4.1%)あった。1000 万円を超える相談は、2 件とも詐欺的な投資に関する相談だった。

表 15 契約金額

契約金額	件数	比率
0円	4	1.4%
5000円未満	23	7.8%
5000～ 1万円未満	21	7.1%
1万～ 5万円未満	47	15.9%
5万～ 10万円未満	19	6.4%
10万～ 20万円未満	16	5.4%
20万～ 30万円未満	12	4.1%
30万～ 40万円未満	7	2.4%
40万～ 50万円未満	12	4.1%
50万～ 100万円未満	11	3.7%
100万～ 500万円未満	17	5.8%
500万～1000万円未満	8	2.7%
1000万円以上	4	1.4%
不明・未記入	94	31.9%
合計	295	100.0%

表 16 既払い金額

既払い金額	件数	比率
0円	89	30.2%
5000円未満	18	6.1%
5000～ 1万円未満	10	3.4%
1万～ 5万円未満	18	6.1%
5万～ 10万円未満	8	2.7%
10万～ 20万円未満	11	3.7%
20万～ 30万円未満	5	1.7%
30万～ 40万円未満	3	1.0%
40万～ 50万円未満	2	0.7%
50万～ 100万円未満	3	1.0%
100万～ 500万円未満	7	2.4%
500万～1000万円未満	1	0.3%
1000万円以上	2	0.7%
不明・未記入	118	40.0%
合計	295	100.0%

#### (5) 代金の支払方法

表 17

代金支払い方法	件数	比率
即時払いなど	111	37.6%
販売信用	80	27.1%
借金契約	2	0.7%
不明・無関係	102	34.6%
合計	295	100.0%

代金の支払方法を見ると「即時払いなど」(現金払いなど)が最も多く、111 件(37.6%)だった。次は「販売信用」80 件(23.1%)で、内訳の多くはクレジットカード払いだったが、定期購入などでよく利用されているコンビニ後払い決済も販売信用に分類されている。

#### IV 相談事例

今年度の「週末電話相談 110 番」は、「突然の訪問・電話勧誘でトラブル」と題して販売形態に着目して相談を受けた。相談事例については、販売形態別で店舗外の相談についてまとめを行った。相談が多かった順に、「通信販売」、「訪問販売」、「電話勧誘販売」、「訪問購入」、「ネガティブ・オプション」、「マルチ取引」である。

## 1. 通信販売の相談

- ① 昨日、SNS でデパートの閉店セール of 広告を見つけ通販サイトにアクセスした。ブランドバックが通常価格より 9 割ほど安い 1 万 9000 円だったので代引配達で注文した。メールで「発送準備ができたならメールで知らせる」と返信が届いた。文章が簡単すぎるので不審に思いネットで調べたら、偽サイトだとわかったので、すぐにキャンセルのメールを送ったが、不安だ。サイトには住所や電話番号、返品規約などは書いてない。 (40 歳代 女性)
- ② 昨日、画像専用アプリで通常価格の半額以下で 9500 円のモバイルバッテリーを見つけてデビットカード払いで注文した。承諾メールが来ないのでサイトに書かれていたメールアドレスに問い合わせメールを送信したが、送ることができなかった。デビットカードの発行会社から決済メールが届いているが、詐欺だと思うので返金してほしい。 (30 歳代 女性)
- ③ スマートフォンに、総額 10 万円以上の利用があると携帯電話会社から通知がくる設定にしている。先日メールで連絡があったが、覚えがなかったので調べたら、小学生の息子がゲーム機のオンラインゲームで課金していたことがわかった。請求先のプラットフォーム会社にメール連絡し、未成年者取り消しを申し出たところだ。先月からの利用のようだが、どんなゲームで幾ら使ったのかは不明だ。携帯電話料金等はクレジットカード払いにしている。今後の対処方法を教えて欲しい。 (40 歳代 女性)
- ④ ネット検索中、大手プラットフォーマーを名乗り「デジタルコンテンツの契約が成立している。支払いのためにあなたの情報を記入してください。」という画面が表示された。音楽配信サービスを利用しているので、その支払いかと思い、名前、生年月日、銀行の口座番号、パスワード、電話番号を記入した。その後、不審に思いネットで調べてフィッシング詐欺と分かり、銀行の緊急連絡先に電話をした。銀行から「情報は記録した。明日以降に暗証番号を変更するように」と言われた。他にすることはあるか。 (70 歳代 女性)
- ⑤ 高校生の息子から、「2 週間前に初回約 1000 円の広告を見てタブレットで育毛シャンプーを申し込んだ。定期購入だと後でわかり、販売店に解約の連絡をしたら使わないと返金できないと言われそのままにしている」と相談された。販売店のホームページには商品代金 9000 円と書かれている。息子のお小遣いでは払えない。どうしたらよいか。 (40 歳代 女性)
- ⑥ スマートフォンに「異性と知り合える」と出会い系アプリの広告メールが届いた。添付の URL をクリックして、自分名義の家族会員カード情報を入力して登録した。異性の相手と話すには、ポイントを購入する必要があったので何度もポイントを購入したが、話すことはできていない。親からの連絡で、30 万円の請求に気づいた。返金してほしい。 (10 歳代 男性)
- ⑦ フリマアプリで毛皮のマフラーを購入した。受取評価をして受け取ったが、留め金に不具合があることが後で分かったので返品を申し出たが、不具合がないと確認して受取評価をし

たと思うので返品は受けないと言われた。アプリ運営者からも対応できないとの回答がきた。あきらめるしかないか。(50歳代 女性)

- ⑧ スマホで無料アダルトサイトにアクセスした。動画再生ボタンをタップするといきなり「インストールされました。45万円払わないと内容証明を送ることになります。誤操作の方はキャンセルするのでお電話ください。」と表示された。電話をしたが誰もでない。どうしたらいいか。(50歳代 男性)

#### ◆通信販売のまとめ

通信販売の相談は、最も多く全体の41%を占めていた。コロナ禍で外出することができないことも要因と考えられる。相談が多かったのが、事例①②のような詐欺によるもので、被害回復が難しい相談だった。子供のオンラインゲームの高額課金の相談は複数件あった。また、定期購入、出会い系サイトの相談の中には、事例⑤⑥のように未成年者取消しが可能な相談があった。他に、フィッシング詐欺やフリマアプリの相談やアダルトサイトの相談は継続して入っている。

新型コロナウイルス感染症によって消費者の消費生活行動は、インターネットに依存することがより多くなり、子どもから高齢者まで、年齢を問わずインターネットを利用し、トラブルにあっている。この傾向は今後も続くと考えられ、消費者トラブルを未然に防ぐためには、インターネットに関わる消費者のリテラシーをいかに向上させるかが重要な課題と考えられる。

## 2. 訪問販売の相談

- ① 最近、実家に行った際、父が、「半年前に110万円でシステムキッチンのリフォームをした。その後、施工業者の会員となったら、点検と言って訪問してきては、床下などの修理が必要とあって、これまでに合計100万円ほどの契約をした。」と言う。契約は父の名前になっているが、認知が進んでいる母が契約をしているようだ。成年後見を考えているがこれ以上の契約をしないようにしたい。(50歳代 男性)
- ② 昨日、高齢で独居の母が突然業者の訪問を受けた。排水管の臭いがひどくなると言われ、高齢のため鼻がきかなくなっている母は、言われるまま、外回りの排水管を洗浄してもらったという。明日は家の中の排水管を洗浄してもらうことになっていて、代金1万円は明日支払うことになっているが、知人が同じ業者で150万円の被害を受けたことを知っているの、明日の来訪はやめさせたい。担当者に電話をかけたが出ない。クーリング・オフできるか。(50歳代 女性)
- ③ 一昨日、賃貸アパートのトイレが詰まったのでインターネットで見つけた業者に電話で修理を頼んだ。サイトの料金表示は基本料金350円としかなく、現地を確認してからと記載さ

れていたが、圧をかけるので最低でも 6000 円かかると電話で言われた。しかし、圧をかけただけでは直らず、トイレを外して作業するので 4 万円くらいはかかると言われ頼んだが、請求額は 13 万円だった。支払い方法は現金だけと言われ ATM で下して支払った。よく考えると高額で納得できない。書面にクーリング・オフの記載はない。(40 歳代 男性)

- ④ 昨晚、知らない業者が住宅のことで挨拶したいと訪ねてきた。アパートに住んでいるので管理会社かと思ひ玄関を開けたら、今後は賃貸よりも不動産を買うほうがよいと勧められ、不動産会社だと判った。興味がないと断ったら態度が強硬になって会社名や年収、預金額を聞かれ、断りきれずに会社名だけ答えると、源泉徴収票は事業者が会社に問い合わせ取得するとまで言われた。あまりの強引さに恐くなった。2 時間が経ってもしつこく帰らないので、仕方なく次回の約束をしたが断りたい。業者の連絡先も会社名も分からない。(40 歳代 男性)

- ⑤ 電話があり、最近の教育内容の話だと言われたので来訪に応じた。若い男性が訪ねてきて最近の中学の指導内容の話をし、学校の勉強についていくためにと自宅学習を勧められた。「タブレットを使用しての学習で学校の授業に合わせてある。タブレットに 1 年生から 3 年生までの教材が入っている」などと 2 時間ほどの説明を受け、中学 1 年生から 3 年生までの教材とタブレットを、約 100 万円分割払いで契約した。娘が 3 か月間ほど勉強したが、授業と教材がずれていると言って教材を使用しなくなった。解約したい。(40 歳代 女性)

- ⑥ 先程、自宅を訪問してきた人に「電気料金が安くなる。検針票を見せてほしい」と言われた。検針票は出さなかったが名前と住所と電話番号を言ってしまった。その人はそれで私の電気の契約内容を調べていた。後で検索すると代理店で怪しい会社らしいので契約になっていないか心配だ。(30 歳代 女性)

#### ◆訪問販売のまとめ

相談で契約者が高齢者の場合は、業者に勧められるまま契約しているケースが多く家族からの相談となっている。トイレの詰まりの相談は、同様の相談が複数件入っていた。不動産の勧誘では、事例④のように強引に上がり込んで帰らず居座られて断れず、何とか断りたいと相談するケースが多い。学習教材の事例は、従来の紙の教材がタブレットとなり、教科書もデータで渡されるため、デジタル化に対応できるようになり効果が高いと思う心理もあるのではないかと思われる。しかし、実際には従来からよくある相談と同じである。事例⑥は電力自由化による勧誘トラブルだが、代理店による勧誘だった。

### 3. 電話勧誘販売の相談

- ① 最近物忘れがひどい 80 歳代の母が、昨日製薬会社を名乗る業者から物忘れに効くサプリメント

ントを買わないかと勧誘の電話を受けた。耳が遠いので話の内容は理解せず、住所と電話番号を聞かれたので教えたようだ。本日夕方に商品が届くらしいが商品の金額なども分からない。ネットで調べると解約できないとか、まとめて10万円の請求がきたなど書かれているので、解約の電話をしているが繋がらず困っている。対処法を知りたい。(50歳代 女性)

② 4日前、写真投稿サイトで副業の紹介を見て連絡した。相手から、スマホ1つで稼げる仕事だと説明があり、副業のガイドブック3000円をクレジットカード決済で購入した。その後、無料通話アプリで担当者から連絡があり、PDFで届いていた資料を見ながら、アフィリエイトで稼ぐにはサポートが必要だと説明され、月に30万円稼げるコース25万円の契約を、アプリに届いたURLから申し込み、クレジットカードで決済した。しかし、不審に思い解約したいと伝えたら半額返金すると言う。全額返金してほしい。(20歳代 男性)

③ 2ヶ月前、「別会社のシャンプーを利用していましたね。そのお付き合いでの連絡です。」と電話があり、シャンプーの契約をした。商品が届いて初めて定期購入だと気づいた。2回目の商品は12,000円と高額で、電話勧誘時には説明がなかった。解約の連絡をしようと電話をしているがオペレーターに繋がらない。(50歳代 女性)

④ 昨日、大手キャリアの関連業者を名乗り「毎月の通信料の7000円が5000円になる。通信速度も速くなる。今なら工事費無料。」と電話があった。料金や通信速度が魅力と感じ契約した。ところが、ネットの口コミで、「通信料金が今までより割高になった。速度も遅い。サポートの窓口電話が繋がらず対応も悪い。」等と書かれているのを見た。まだ書面も受け取っていないし1回目の工事も1週間後なので、解約しようと思い代理店の窓口にも何度も電話しているが繋がらない。(60歳代 男性)

⑤ 夫が電話で勧誘されて自宅の火災保険の契約をしたようで、来月10万円近い保険料を口座から引き落とすとの書類が届いた。夫は保険会社に銀行の口座番号を教えていないと言っているが、最近、物忘れがひどく認知症気味なのでよくわからない。契約者は夫になっているが、明日、私が保険会社に解約の連絡をしようと思う。(70歳代 女性)

#### ◆電話勧誘販売のまとめ

高齢者が電話勧誘を受けて事例①のように健康食品を契約したり魚介類を契約するケースが多く、相談は家族からが多い。事例④のように光回線の電話勧誘は、減少傾向にはあるが、相変わらず寄せられていた。また、事例②のように、SMSで副業を検索して問い合わせ、無料通話アプリやWebの対面で説明されて契約した場合は、電話勧誘販売にあたるが、こうした販売方法が増加している。

## 4 その他の相談

### <訪問購入>

実家に行ったら、高齢の父が、記念切手やコイン、母の形見のアクセサリーを売ってしまったと落胆していた。話を聞くと、1か月前のことで、5、6回電話をかけてきていた業者が突然訪ねてきて、玄関を開けるなり上がりこみ、切手、コイン、アクセサリー合計1万5000円で買い取っていったという。契約書を見ると、切手一式、コイン一式、アクセサリー一式としか記載されておらず、何を買い取っていったのかもわからない。断りたくても怖くて何も言えなかったと言うので、警察に来てもらったが、契約書があるので詐欺にはならないと言われ被害届けも出せなかった。(50歳代 女性)

### <ネガティブ・オプション>

私宛に外国から全く心当たりのない荷物が届いた。送り状に国内配送業者名の記載があるが、差出人の記載は無かった。配送業者に問い合わせたらシンガポールの業者である事しか分からないと言われた。家族も友人知人も覚えが無いと言うので宅配業者に連絡して受取拒否することにしたが、名前と住所を知られており、カードを不正利用されたりしないか、不安だ。(30歳代 女性)

### <マルチ取引>

1年前、会社の同僚から、儲かるからと暗号資産の投資を勧められ120万円を組織の上の人に振り込んだ。私が誰かを勧誘すると紹介料も貰えるとのことだった。少しずつリターンもあり50万円ほど戻ってきたが、契約先の海外事業所が閉鎖されたと、無料通話アプリを通じて連絡がきた。調べたら、契約先事業者が登録も受けていないことやマルチなのに契約書面もなく法律上問題があると分かった。返金してほしい。(30歳代 女性)

## V 訪問販売・電話勧誘販売における今後の消費者トラブルの防止を考える

今年度の週末電話相談110番は「訪問販売・電話勧誘販売でトラブル」と題して、期間1ヶ月、実施日数8日間の相談を行い、295件の相談が寄せられた。販売購入形態別にみると通信販売が圧倒的に多く121件(41.0%)だった。コロナ禍により外出がままならないことも要因になっていると考えられた。そうした中でも、訪問販売は29件(9.8%)、電話勧誘販売は18件(6.1%)で、従来からある典型的なトラブルが何件も寄せられた。

「訪問販売」「電話勧誘販売」のトラブルは、高齢者の割合が高く、2020年度の消費者白書でも65歳以上の高齢者についてみると65歳未満と比べて「訪問販売」「電話勧誘販売」の割合が依然として高いと報告されている。原因として、独居高齢者や高齢者世帯の増加という背景とともに、高齢者は在宅時間が長いこと、一定の蓄えがあること、また高齢者の特性からターゲットになっていると考えられる。加えて、新しい情報にうといことや判断力が低下してきていることなども要因となって、合理的な判断ができずに被害にあっている。

高齢者の特性として考えられることは、よく高齢者を狙う3Kと言われている「健康(不安)」、「お金(心細さ)」、「孤独(さびしさ)」である。これらの不安をあおって、親切にして信用させるという手口は、1890年代前半に発生した金の預託商法の豊田商事事件から変わらない。「断れない、情に流される、騙されたことに気づかない、信用しているので相談しない、騙されたかなと思っても、迷惑をかけたくないと思って相談しない。」などから、対応が遅れて被害が拡大することになる。特に認知症の高齢者の場合は、被害に気づいていないため被害は深刻になる。

訪問販売の事例として取り上げたりフォーム工事の事例では、訪問販売でリフォーム工事を行った後に業者の会員となって次々に契約をしていた。また、排水管洗浄の事例では、最初の訪問は安い金額だが、次の契約が高額になる契約と思われた。両事例とも家族が気づいて、一定程度の被害で済んでいるが、新型コロナの影響で頻繁に家族が高齢者宅を訪問するのものはばかる状況になってしまったことから、表面化していないトラブルが多数あるのではないかと懸念される。

また、訪問販売については、不動産の事例のように若い男性であっても、突然訪問され断っても帰らず居座られ怖くなって次回会う約束をしてしまったといった相談は、決して少なくはない。

今後も新型コロナ感染防止のため、高齢者が外に出る機会がますます減少するのではないかと、家族であっても高齢者宅への頻繁な行き来が少なくなるのではないかと、見守りの人たちの出入りも少なくなるのではないかなどが推測される。訪問販売のトラブルを防ぐためには、これまでの見守りを手厚くするだけでなく、そもそも訪問をさせないことが必要ではないかと考える。訪問販売お断りシールの有効化の規定なども一案ではあるが、やはり不招請勧誘の禁止が最も有効ではないだろうか。

電話勧誘販売についても、高齢者が電話勧誘を受けて健康食品や魚介類などを契約したが解約したいという相談はよくある相談で、電話で契約を了承したものの必要がなかったと後で気づいたり、商品が届いてから家族が気づいて相談するというケースが多い。また、光回線の電話勧誘の相談は減少傾向にはあるが、相変わらず寄せられている。通信サービスは、契約が複雑なことや使われる用語も消費者に理解しにくいこともあって電話で説明されただけでは、契約内容を十分理解することが難しいため、苦情が減少しないと考えられる。

また、電話勧誘販売においても、高齢者の場合、耳が遠かったり、口頭での説明だけでは難しく理解できなかつたりなどの問題が考えられる。コロナ禍で高齢者を見守ることが一層難しくなっている現状を考えると、契約後の対応ではなく、訪問販売と同様に不招請勧誘の禁止規定が求められる。

訪問販売について、国民生活センターのメールマガジン「見守り新鮮情報」で今年度と一昨年度の配信情報をみると、「ネット広告で見た不用品回収 10倍以上の料金に」(2022. 3. 8)、「検針票は見せないで 電気の契約切り替えトラブル」(2022. 1. 18)、「鍵開けを依頼したら想定外の作業をされた!」(2021. 10. 12)、「家庭用蓄電池 勧誘されても慎重に」(2021. 10. 5)、「深刻な事態にも! 強引な自宅の買い取りに注意」(2021. 9. 14)、「アナログ回線に戻す契約のはずがサポート契約に」(2021. 7. 20)、「配置薬の補充だけのはずが 高額な健康食品を買うはめに」(2020. 11. 17)、「排水管の高圧洗浄トラブルに注意」(2020. 10. 27)、「災害に便乗した悪質な修理

業者に注意」(2020.8.18)、「慌てないで トイレ修理で思わぬ高額請求」(2020.5.12)等、多数の訪問販売によるトラブルについて注意喚起が配信されていた。

このような注意喚起を行わなければならない訪問販売については、現行法に加えて何らかの法規制が必要だと考える。鍵やトイレの詰まりなど生活レスキューサービスは、現行法においても、消費者がネット広告などを見て来訪を依頼した場合であっても表示とかけ離れた高額な請求であったり、想定していない工事等が行われた場合は、訪問販売に該当すると示されているが、消費生活相談においては、事業者は来訪要請されたと主張し訪問販売を認めず被害回復が十分にできない状況が続いている。併せて規制強化、迅速な執行が必要である。

電話勧誘販売においては、広告を見て低価格の健康食品を申し込もうと電話をしたところ、高額な健康食品や健康グッズなど、想定外の商品を勧められて契約に至ることがある。このような勧誘は、電話勧誘と同様でありクーリング・オフが適用されるべきと思われるが、現状では通信販売とされ解決が困難になっている。こうした電話勧誘該当性についても併せて検討する必要がある。

# 週末電話相談110番

突然の訪問・電話勧誘でトラブル

訪問販売



電話勧誘販売



呼んでないのに...



話と違う!  
解約したい!

消費者トラブル



しつこくて  
断れなかった...

2022年 2月 5・6・12・13・19・20・26・27日

東京(土・日) 10時~16時

無料

03-5614-0189

大阪(日) 10時~12時・13時~16時

06-6203-7650

北海道(土) 13時~16時

011-612-7518

相談しよう!



主催 公益社団法人 全国消費生活相談員協会

## 2021年度 電話相談 110番報告書

---

2022年3月発行

### 公益社団法人 全国消費生活相談員協会

〒103-0012 東京都中央区日本橋堀留町2-3-5

グランドメゾン日本橋堀留101

TEL 03-5614-0543 FAX 03-5614-0743

URL <http://www.zenso.or.jp/>

### <関西事務所>

〒541-0041 大阪府中央区北浜2-6-26

大阪グリーンビルB1

TEL 06-6203-7660 FAX 06-6203-7684

### <北海道事務所>

〒060-0042 札幌市中央区大通西18-1-43

プレジャー大通西18-108

TEL 011-622-2725 FAX 011-622-2725

---