

令和2年度上期（4月～9月）消費者相談状況

令和2年度の上期(4月～9月)に当局消費者相談室で受け付けた消費者相談件数は334件で、前年同期と比べ29件の増加(前年同期比+9.5%)となりました。

	令和元年度 9月末		令和2年度 9月末		前年同期比 (増減率%)	(参考)令和元年度 件数(事業者相談を含む)
	件数	構成比	件数	構成比		
契約関係	245	80.3%	294	88.0%	20.0	529
割賦関係	17	5.6%	14	4.2%	▲ 17.6	35
割賦販売	12	3.9%	13	3.9%	8.3	24
前払割賦	5	1.6%	1	0.3%	▲ 80.0	11
特定商取引法関係	199	65.2%	259	77.5%	30.2	430
訪問販売	65	21.3%	81	24.3%	24.6	142
通信販売	50	16.4%	75	22.5%	50.0	98
電話勧誘販売	24	7.9%	44	13.2%	83.3	59
連鎖販売取引等	32	10.5%	18	5.4%	▲ 43.8	67
特定継続的役務提供	25	8.2%	28	8.4%	12.0	54
業務提供誘引販売取引	0	0.0%	12	3.6%	—	2
訪問購入	3	1.0%	1	0.3%	▲ 66.7	8
先物取引関係	0	0.0%	1	0.3%	—	1
サービス関係	10	3.3%	4	1.2%	▲ 60.0	20
契約その他	19	6.2%	16	4.8%	▲ 15.8	43
製品関係	12	3.9%	8	2.4%	▲ 33.3	27
品質性能	4	1.3%	4	1.2%	0.0	8
安全性	4	1.3%	2	0.6%	▲ 50.0	11
表示	2	0.7%	1	0.3%	▲ 50.0	6
規格	1	0.3%	0	0.0%	▲ 100.0	1
計量・価格	1	0.3%	1	0.3%	0.0	1
個人情報	1	0.3%	1	0.3%	0.0	1
その他	47	15.4%	31	9.3%	▲ 34.0	120
合計	305	100.0%	334	100.0%	9.5	677

上記表中の件数は事業者相談を除外してあります。

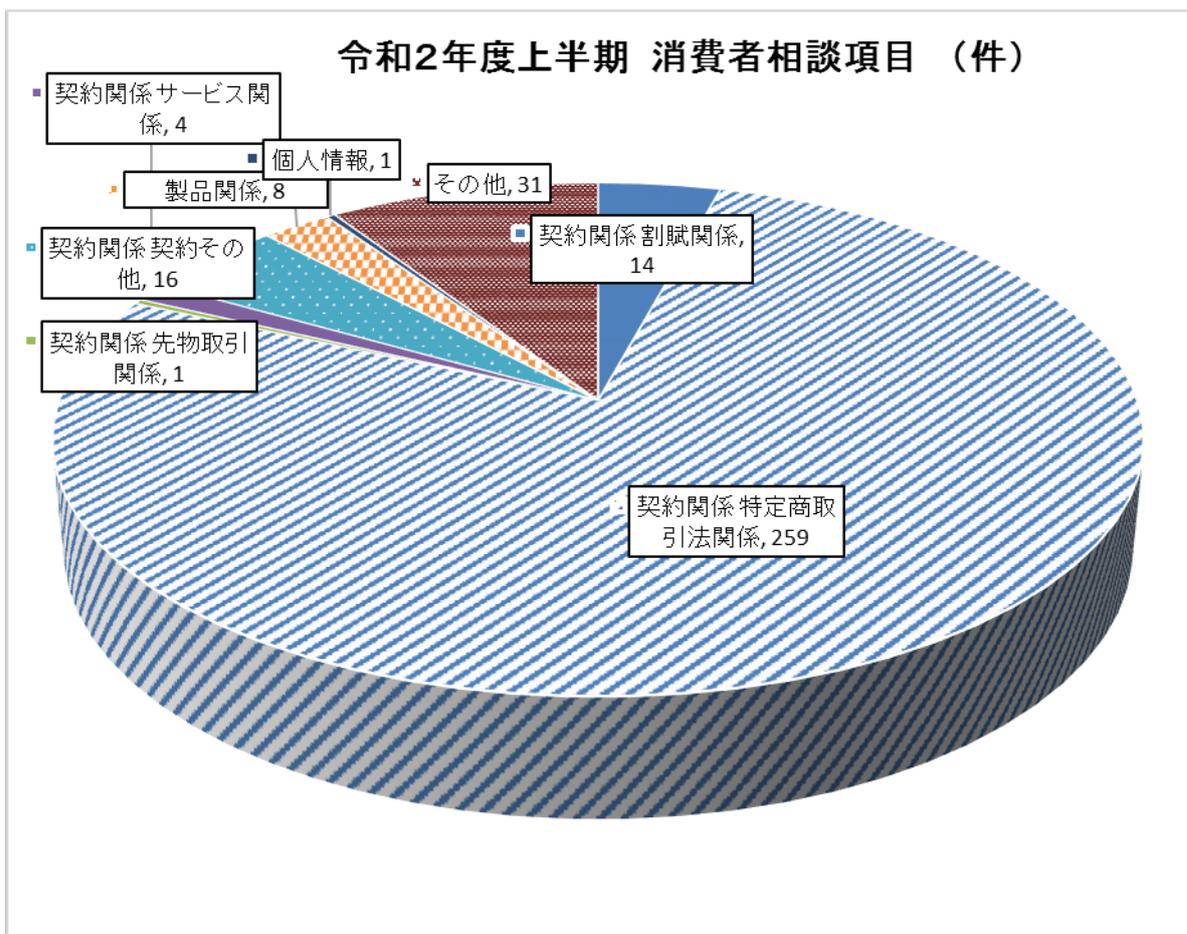
参考：事業者相談 令和元年度上期 30件
令和2年度上期 51件

注

- i) 『割賦販売』とは、割賦販売法にいう割賦販売(自社割賦、信用購入あっせん及びローン提携販売を含み、前払割賦を除きます)及びクレジットカード全般に関する相談をいいます。『前払割賦』とは、割賦販売法にいう「前払式割賦販売」及び「前払式特定取引」に関する相談をいいます。
- ii) 『訪問購入』とは、特定商取引法にいう訪問購入(物品を購入する事業者が、営業所等以外の場所で売買契約の申し込みや契約を締結して行う物品の購入)に関する相談をいいます。
- iii) 『契約その他』とは、特定商取引法関係、割賦関係及び先物取引関係、サービス関係に該当しない当省所管物資及び役務の契約に関する相談をいいます。
- iv) 『製品関係』とは、製品の品質・安全性等に関する相談をいいます。
- v) 『その他』とは、当省の所管する法令又は物資に直接該当しない相談をいいます。

【相談件数概況】

- (1) 相談の種類を項目別にみると、「契約関係」(割賦関係、特定商取引法関係、先物取引関係、サービス関係、契約その他を合計したもの)は294件(前年同期比+20.0%)、「製品関係」の相談が8件(同▲33.3%)、「個人情報」の相談が1件(前年同数)、「その他」の相談が31件(同▲34.0%)となっています。
- (2) 「契約関係」の相談を項目別にみると、「特定商取引法関係」が259件(同+30.2%)と最も多く、全体の77.5%を占めています(詳細は次頁参照)。また、「割賦関係」に関する相談は14件(同▲17.6%)でした。事項別にみると「割賦販売」が13件(同+8.3%)で、主な相談内容は、クレジット契約に関するものでした。「前払割賦」は1件(同▲80.0%)で、相談内容は冠婚葬祭互助会の解約にかかるとの相談でした。
- (3) 「製品関係」に関する相談を事項別にみると、「品質性能」が4件(前年同数)、「安全性」が2件(前年同期比▲50.0%)、主な内容は製品の品質性能や安全性に関するものでした。



【特定商取引法関係の相談事例の特徴】

「特定商取引法関係」を取引類型別にみると、「訪問販売」が81件(前年同期比+24.6%)と最も多く、構成比は24.3%(前年同期比+3.0ポイント)と上昇しました。一方、「通信販売」が75件(同+50.0%)、「電話勧誘販売」が44件(同+83.3%)となり、構成比もそれぞれ22.5%(同+6.1ポイント)、13.2%(同+5.3ポイント)と大きく上昇しました。類型別の主な相談内容は以下のとおりです。

- (1) 訪問販売に関する相談では、トイレの詰まりを直してほしいといった修理・修繕に関する相談やリフォーム等の工事に関する相談が多くみられました。
- (2) 通信販売に関する相談では、商品別にみると、健康食品や化粧品に関する相談が多く、定期的に商品が送られてくるといった意図しない定期購入に関する相談や解約後も商品や請求書が届くといった相談が多くみられました。
- (3) 電話勧誘販売に関する相談では、締結した契約の電話勧誘販売取引への該当性に関する相談が多くみられ、そのうち、web 会議サービスの中で締結した契約に関する相談が見受けられました。
- (4) 連鎖販売取引に関する相談では、締結した契約の連鎖販売取引への該当性やクーリング・オフに関する相談が多く寄せられました。商品別では健康食品や化粧品、情報商材など幅広い商品についての相談が多くみられました。
- (5) 特定継続的役務取引に関する相談では、クーリング・オフや中途解約に関する相談が多く寄せられました。役務別では、エステティックサロン、学習塾及び家庭教師派遣に関する相談が多くみられました。
- (6) 業務提供誘引販売取引に関する相談では、締結した契約の業務提供誘引販売取引への該当性に関する相談が多くみられました。
- (7) 訪問購入に関する相談では、クーリング・オフに関する相談がみられました。

特定商取引法の適用を受ける取引(7類型)の
相談件数の推移(各年度上期(4~9月))

(件)

