

はじめに (相談概況)

本年度の相談受付件数は、3020 件で前年比 31.5% の大幅な減少であった。一昨年から昨年にかけても約 3 割相談件数が減少しており、2 年前 (2003 年度) の約半数となった。この件数は、平成 7 (1995) 年度の 3070 件と同水準である。

相談のうち『問題性あり』が 1,431 件、『問題性なし』が 1,589 件であった。会員、非会員、社名が不明のもの、いずれについても件数が大きく減少した。ただ、社名が不明の相談の占める割合は若干ながら大きくなっている。

相談受付件数を月別にみていくと、若干増加している月もあるが、2005 年末まではほぼ月を追うごとに件数が減少し、1～3 月は少し増加している。

都道府県別の相談件数は、昨年度に続いて北海道が 1 位となった。また、大阪府、埼玉県の数が増え、その分東京都、福岡県が順位を上げている。なお、相談件数が少なかった県は、福井県 8 件、鳥取県 8 件、青森県 9 件であった。

相談全体のうち会員 (正会員・準会員) に関する相談は 677 件 (全体の 22.4%)、賛助会員、団体会員傘下企業のものを含むと 839 件 (27.8%) であった。非会員は 1560 件で 51.7%、不明が 621 件で 20.6% となっている。相談種別から会員・非会員別を見ると、「問題性あり」という事例については会員が 311 件、「問題性あり」全体の 21.7%、団体傘下を含めると 394 件 (同 27.5%) に対し、非会員が 812 件 (同 56.7%) となっている。

取引方法別では前年と大きな違いはない。強いてあげれば家庭訪問の全体に占める比率が少し下がり、代わってシステム販売の構成比が若干上昇している。法律定義区分ごとに見ると、全体的な傾向は前年同様だが、訪問販売の占める割合が若干 (2.5%) 減少した。

商品別に「問題性あり」の相談件数の多い順に見ると、書籍・教材、寝具一般、浄水器、新聞、健康食品、住宅リフォーム、健康器具・・・となっている。

「問題性あり」の相談内容をみると、「勧誘行為」の問題が最も多く、続いて「誘引に関する問題」となっており、例年 2 番目に多い「説明に関する問題」を凌いだ。2004 年 11 月改正以来の「勧誘に先立って・・・勧誘をする目的である旨・・・を明らかにしなければならない。」という文言の影響が大きい。

訪問販売の相談件数自体が大きく減少しても、問題も減少してよりよくなった、という評価には結びつかない。現に昨年度の行政処分総件数は 80 件 (うち、訪問販売・連鎖販売取引に関するものは業務停止が 4 件、指示が 45 件) にも上っている。

当協会では 2002 年に自主行動基準を制定し、昨 2005 年 8 月には改正強化し、会員各位にはその遵守を求めてきた。さらに各社が独自の自主行動基準をも策定しつつある。法令遵守は当然のこと、自主的なルールまで徹底して、健全な訪問販売・連鎖販売取引のビジネスを行わなければ、業として認められなくなるのではないかと協会としても危機感を抱いている。相談現場の印象と、経営トップが全体像を把握して会社としての判断を進めることが食い違う場合もあるかもしれないが、特に会員企業各位には業界のリード役としてこれからも努力してほしいと願っている。

1. 相談受付件数集計

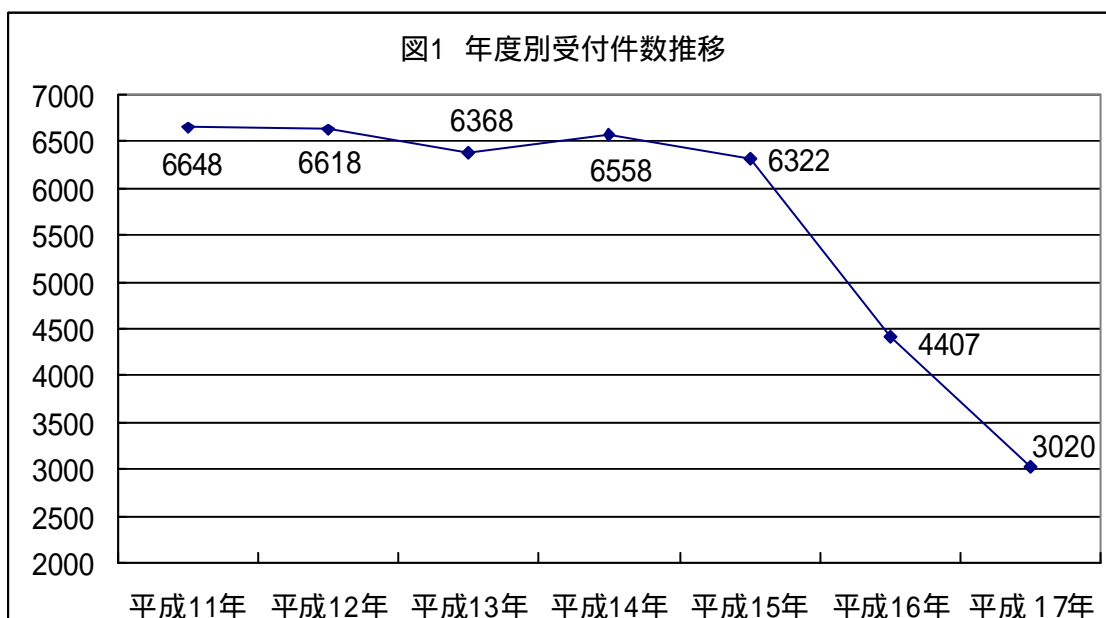
当協会においては、各相談員が消費者からの申出を聞き取り、事例の全体を整理し、蓋然性が高いと判断した内容について、客観的に訪問販売の現場において苦情を発生させる要因として何が問題なのかという視点で分析している。具体的には一つの事例について相談内容項目が 5 項目まで選択できるようになっている。それぞれの項目には予め 0、1、2 点の問題性数値が設定されており、問題性数値の合計は 0 点から最大 10 点までとなる。0 点という事例は「問題性なし」、すなわち「問合せ」といえ、1 点以上は「問題性あり」の事例となり得点が高いほど問題性が高いということになる。なお、問題性数値の基本的な考え方としては、特商法等の法律（政省令含む）違反の内容（例えば書面不交付、クーリング・オフへの拒否対応、威迫困惑など）については 2 点、法違反とまではいえないが販売モラルに反するといえるものは 1 点としている。

(1) 受付件数概況

相談の全体状況

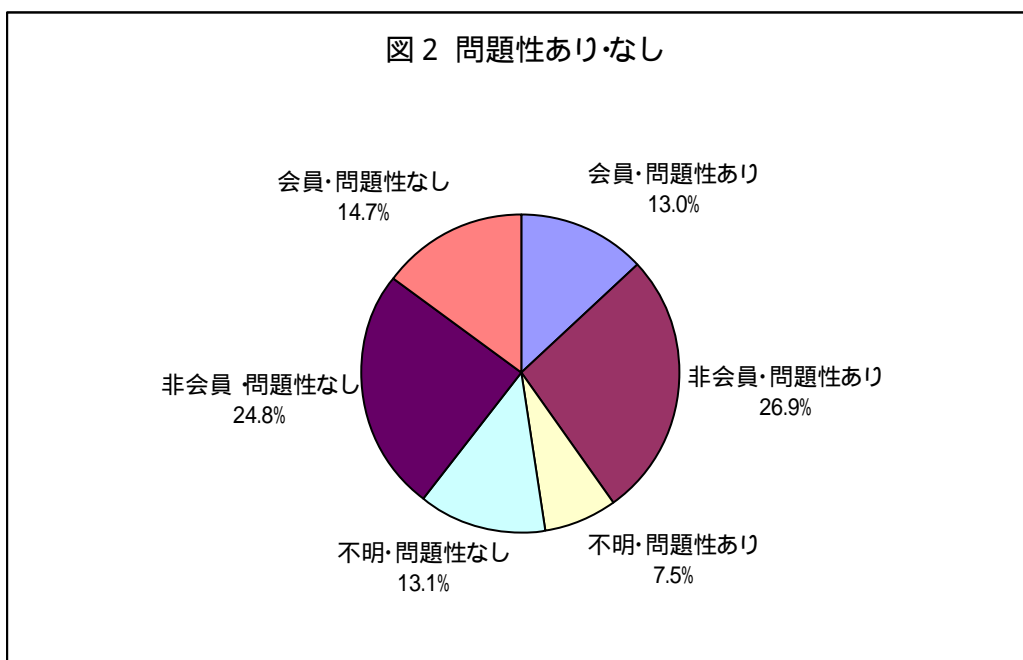
本年度の相談受付件数は、3020 件で前年比 31.5% の大幅な減少であった。一昨年から昨年にかけても約 3 割相談件数が減少しており、2 年前(2003 年度)の約半数となった。この件数は、平成 7(1995)年度の 3070 件と同水準である。

なお、訪問販売以外の消費者相談や、小規模企業、自営業者からの相談が少なくないため、記録に残らない相談件数は、記録に残した件数の半数程度あったと思われる。



問題性の有無概況

相談のうち『問題性あり』が 1,431 件、『問題性なし』が 1,589 件であった。



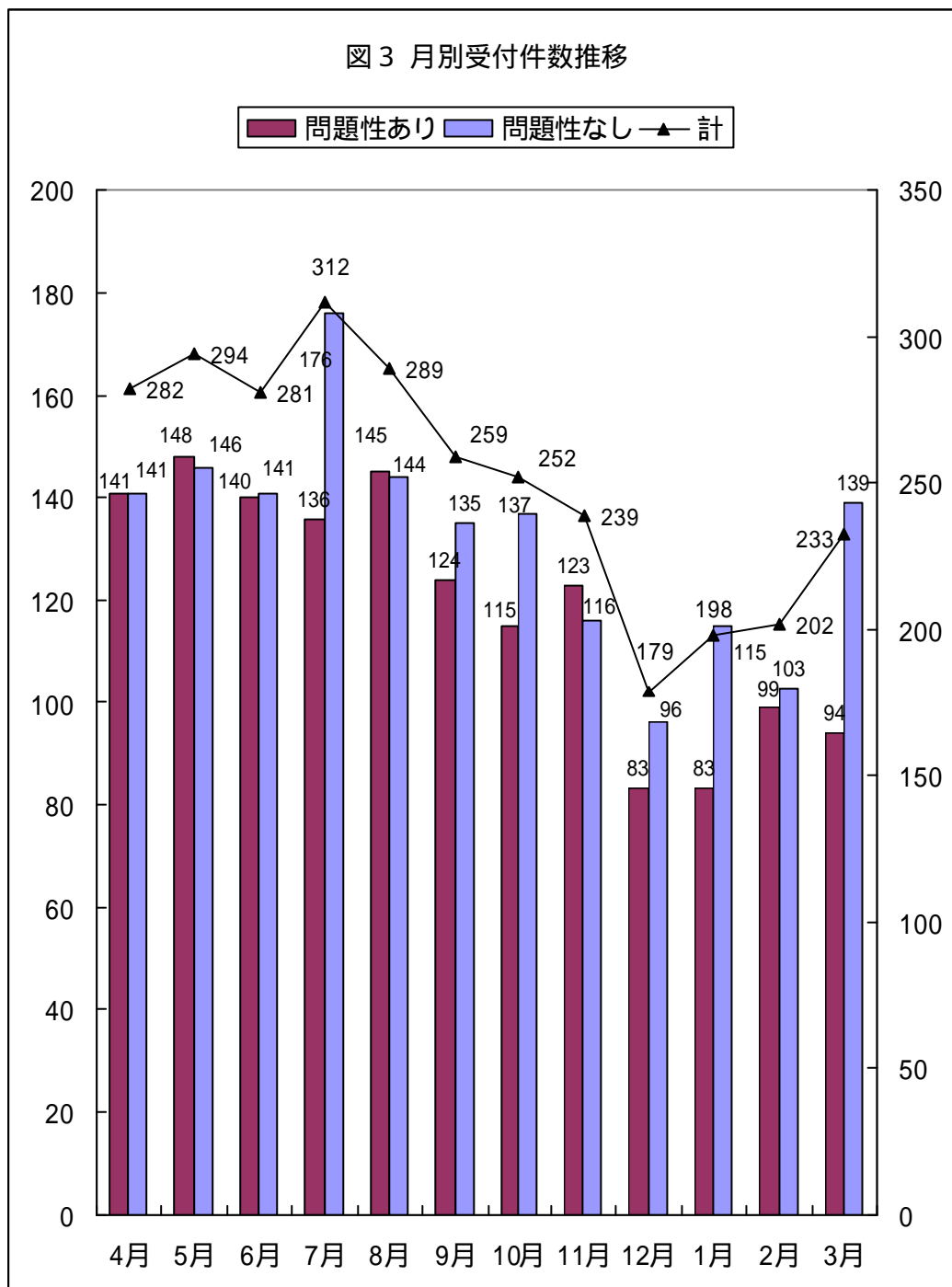
会員非会員概況

会員非会員の内訳、前年比等については次の表のとおりである。

	受付件数	会員の事例	非会員の事例	社名が不明
平成 16 年度	4,407	1,182	2,361	864
平成 17 年度	3,020	839	1,560	621
前年度比	31.4%減	29.0%減	33.9%減	28.1%減

会員、非会員、社名が不明のもの、いずれについても件数が大きく減少した。ただ、社名が不明の相談の占める割合は若干ながら大きくなっている。「勧誘に来られたが、会社名が聞き取れなかった」「(おそらくは訪問のアポイントを取る為の事前電話と思われるが)電話の相手の会社名が分からなかった」「社名は聞いたが正確に覚えていない」というような未契約者からの相談や、契約はしたが手元に書面がなく会社名がわからないという状態での相談、消費生活センター等からの一般的な訪販の相談処理についての相談などがここに入る。

(2) 月別受付件数の推移



相談受付件数を月別にみていくと、若干増加している月もあるが、2005 年末まではほぼ月を追うごとに件数が減少し、1～3月は少し増加している。

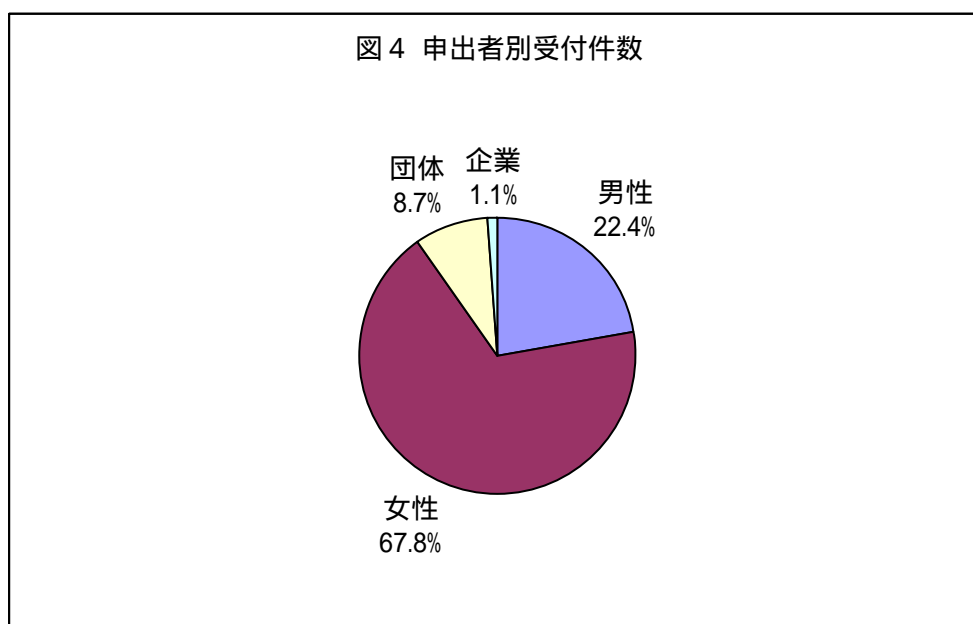
(3) 申出者別受付件数

例年どおり、個人女性からの相談が約 7 割を占めている。

団体というのは、消費生活センター等からの相談を指すが、全体の相談件数が大きく減少している中で逆に増加している。相談全体に占める割合も前年度の 5.1%から 8.7%に増加した。今年度に限らないが、はじめに消費生活センター等からの相談として寄せられても、当協会会員に関する相談で、内容的に当協会に対応した方が望ましいという事例については、直接消費者から聞き取ることにしているため、結果的に個人からの相談という記録となるものも少なくない。ここでいう企業からの相談とは、先に述べた自営業者等の相談とは異なり、訪問販売、連鎖販売取引等をしている企業から消費者トラブルについての処理方針を相談されたというような内容である。なお、会員企業からの消費者対応に関する具体的な相談で、相談室職員が対応したものは、以下の統計には含まれていない。ちなみにその件数としては年間で 80 件程度であった。

	正会員	準会員	賛助会員	団体傘下	会員計	非会員	入会予備	非会員計	不明	計	前年比
男性	103	23	0	34	160	348	5	353	163	676	-33.5%
女性	341	99	0	117	557	1082	13	1095	395	2047	-34.4%
団体	92	14	0	9	115	102	2	104	44	263	16.4%
企業	5	0	0	2	7	8	0	8	19	34	-24.4%
総計	541	136	0	162	839	1540	20	1560	621	3020	-31.5%

図 4 申出者別受付件数



(4) 都道府県別受付件数

都道府県名	2005 年度	構成比	都道府県名	2004 年度	構成比
北海道 *	280	9.3	北海道 *	363	8.2
東京都	218	7.2	大阪府 *	312	7.1
福岡県 *	217	7.2	埼玉県	307	7.0
大阪府 *	198	6.6	東京都	306	7.0
埼玉県	191	6.3	千葉県	274	6.2
神奈川県	188	6.2	愛知県 *	266	6.0
千葉県	161	5.3	神奈川県	241	5.5
愛知県 *	144	4.8	福岡県 *	240	5.4
兵庫県	134	4.4	兵庫県	182	4.1
茨城県	67	2.2	茨城県	96	2.2

転送電話設置の道府県庁所在地は、札幌、仙台、名古屋、大阪、高松、広島、福岡。
上記の*は転送電話所在県。

都道府県別の相談件数は、上記の表のように、昨年度に続いて北海道が 1 位となった。また、大阪府、埼玉県の件数が減り、その分東京都、福岡県が順位を上げている。なお、相談件数が少なかった県は、福井県 8 件、鳥取県 8 件、青森県 9 件であった。いずれも転送電話の設置場所から遠い県である。

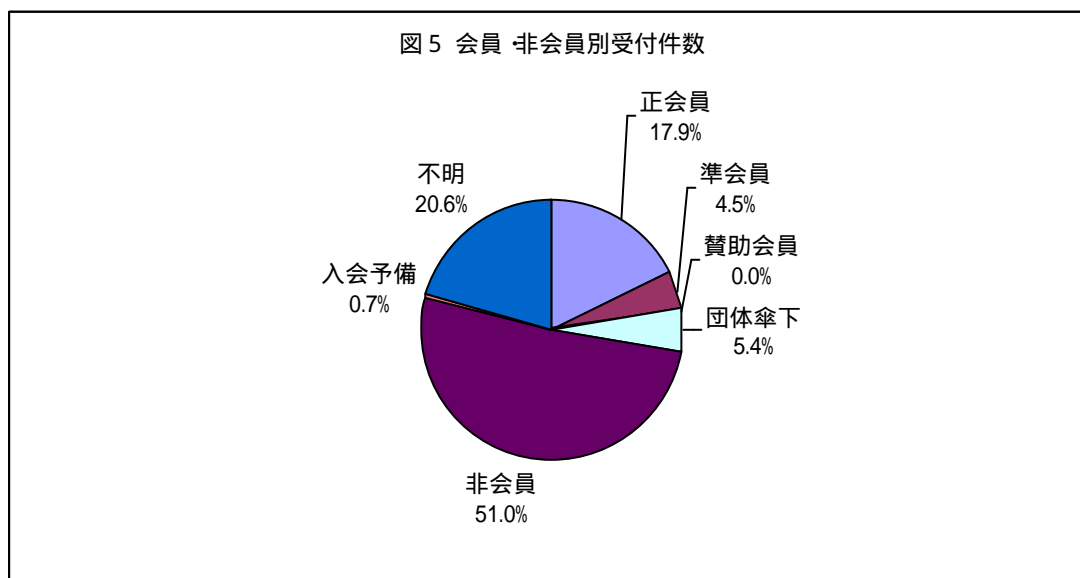
なお、当協会の相談窓口については各地域版として発行されている「電話帳」(通称『タウンページ』)に掲載されており、電話をしてくる消費者の約 9 割がこの電話帳を見て電話をかけてくる。推測の域を超えないが、携帯電話が普及し固定電話を持たない家庭が増加することで、タウンページの利用自体が減り、当協会への相談も減少傾向にあるのではないだろうか。

(5) 会員・非会員別受付件数

	正会員	準会員	賛助会員	団体傘下	会員計	非会員	入会予備	非会員計	不明	計
問題性あり	260	51	0	83	394	803	9	812	225	1431
問題性なし	281	85	0	79	445	737	11	748	396	1589
計	541	136	0	162	839	1540	20	1560	621	3020
前年比	-25.6%	-20.9%		-42.6%	-29.0%	-34.1%	-13.0%	-33.9%	-28.1%	-31.5%

相談全体のうち会員（正会員・準会員）に関する相談は 677 件（全体の 22.4%）、賛助会員、団体会員傘下企業のものを含むと 839 件(27.8%)であった。非会員は 1560 件で 51.7%、不明が 621 件で 20.6%となっている。相談種別から会員・非会員別を見ると、「問題性あり」という事例については会員が 311 件、「問題性あり」全体の 21.7%）、団体傘下を含めると 394 件（同 27.5%）に対し、非会員が 812 件（同 56.7%）となっている。「問題性なし」の事例については会員が 445 件、非会員が 748 件、不明が 396 件、占有率はそれぞれ 28.0%、47.1%、27.7%となっている。

なお、「入会予備」とは協会理事会において入会予備企業とされ、再度入会について審議することとなった企業のことである。入会予備企業となった場合は、6ヶ月から1年間に販売方法の実態及び消費者相談の発生状況を協会でも把握し、その結果を見て再度入会審査を行うこととなる。



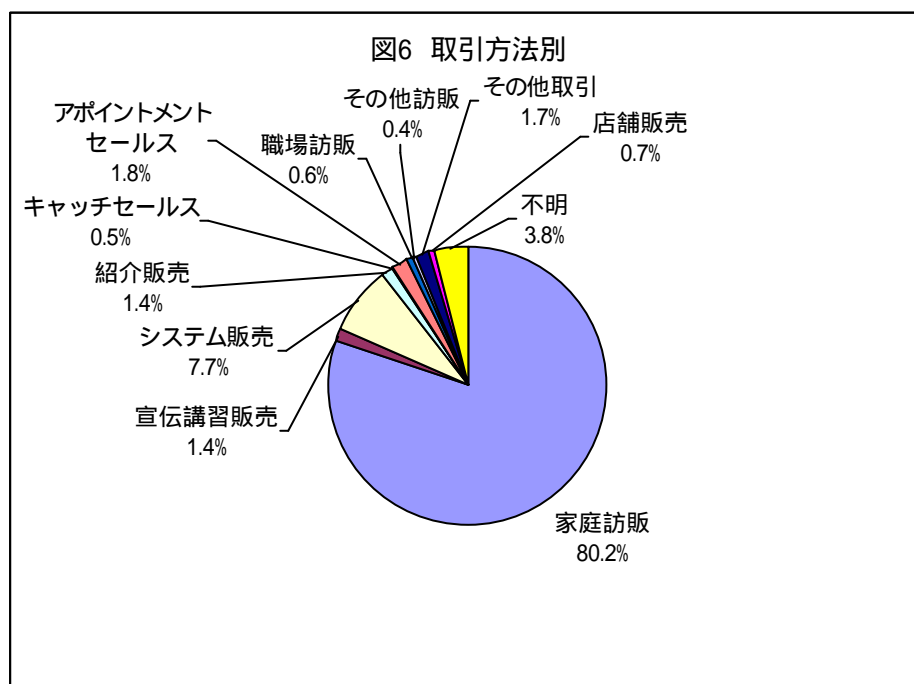
2 相談内容の分析

以下については、当協会ですべての相談内容全体に関するものであり、会員・非会員を分けてはいない。

(1) 取引方法別

	家庭訪販	宣伝講習販売	システム販売	紹介販売	キャッチセールス	アポイントメントセールス	職場訪販	その他訪販	その他取引	店舗販売	不明	計
問題性あり	1205	25	93	18	8	31	7	3	18	8	15	1431
問題性なし	1217	17	141	23	7	22	11	8	32	12	99	1589
総計	2422	42	234	41	15	53	18	11	50	20	114	3020
前年比	-33.0%	-52.3%	-18.8%	-40.6%	-31.8%	-35.4%	-10.0%	-56.0%	4.2%	-33.3%	-5.8%	-31.5%

「システム販売」とはいわゆる組織販売で連鎖販売取引に該当すると考えられるものであり、「紹介販売」とは特定利益での誘引がない、いわゆる口コミ販売である。

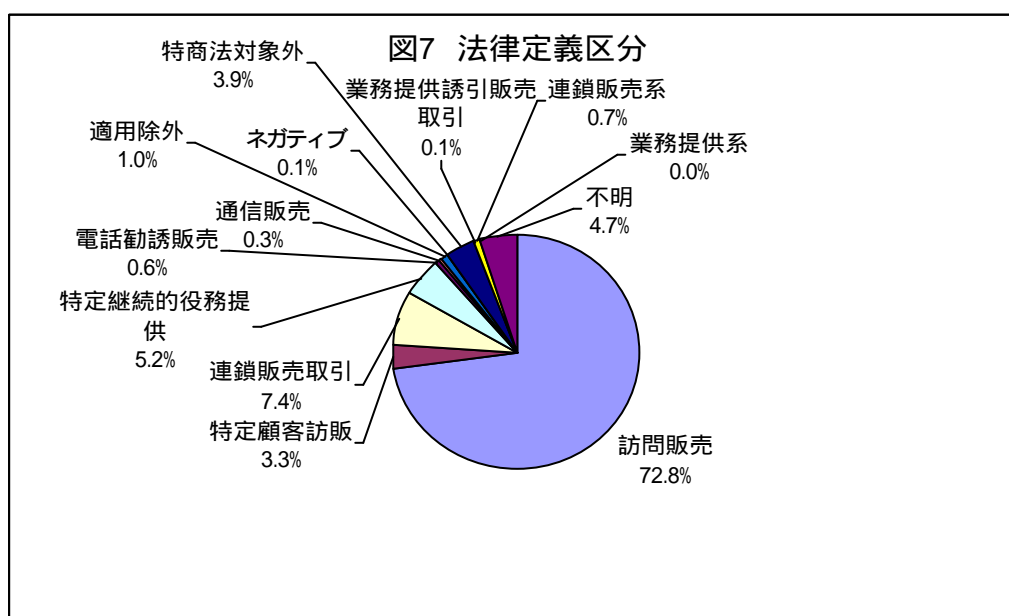


前年と大きな違いはない。強いてあげれば家庭訪販の全体に占める比率が少し下がり、代わってシステム販売の構成比が若干上昇している。

(2) 法律定義区分別

		訪問販売	特定顧客訪販	連鎖販売取引	特定継続的役務提供	電話勧誘販売	通信販売	適用除外	ネガティブ	特商法対象外	業務提供誘引販売取引	連鎖販売系	業務提供系	不明	合計
問題性あり	会員	274	6	54	20	2	0	3	0	20	0	6	0	9	394
	非会員	646	41	26	61	4	2	5	0	14	1	2	1	9	812
	不明	179	10	8	4	0	0	1	0	13	1	0	0	9	225
	合計	1099	57	88	85	6	2	9	0	47	2	8	1	27	1431
問題性なし	会員	257	4	71	45	2	1	6	0	24	0	9	0	26	445
	非会員	569	30	48	21	6	3	6	1	25	0	3	0	36	748
	不明	274	8	15	7	4	2	8	2	21	0	1	0	54	396
	合計	1100	42	134	73	12	6	20	3	70	0	13	0	116	1589
計		2199	99	222	158	18	8	29	3	117	2	21	1	143	3020

「取引方法」とは別に法律定義区分による分類も行っている。「家庭訪販」は多くの場合「訪問販売」となり、「アポイントメントセールス」「キャッチセールス」等は「特定顧客訪販」、「システム販売」は「連鎖販売取引」、「紹介販売」は多くの場合「訪問販売」となる。なお「連鎖系」とは、法的に連鎖販売取引とまでは認定しがたいようなものをいう。



法律定義区分ごとにみると、全体的な傾向は前年同様だが、訪問販売の占める割合が若干(2.5%)減少した。

(3) 相談内容の問題性有無別

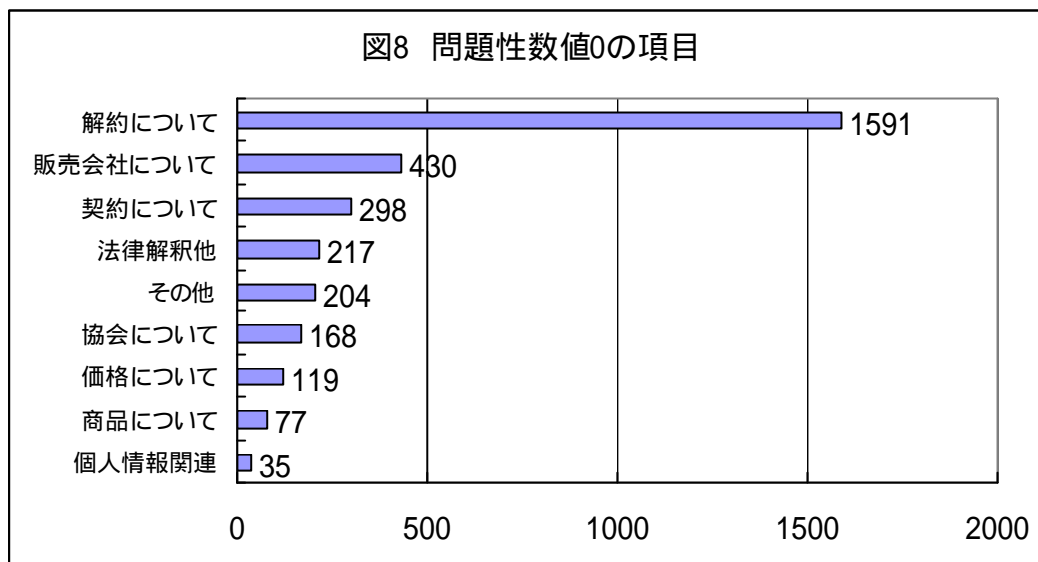
次に、問題性項目ごとに相談内容を概観する。

問題性の分類概要は下記の表のようになっている。「 」について」及び「その他」という大項目に含まれる項目は問題性数値 0 点であり、「誘引に関する問題」以下の項目に含まれる小項目にはそれぞれ 1 点 2 点という数値がついている。その中で法律違反と考えられるもの（主に「不適正・・・」となっている中項目に含まれる）は 2 点、販売モラルに反するもの（「不適切・・・」となっている中項目に含まれる）は 1 点となっている。

問題性大項目	当該大項目に含まれる主な中項目（小項目）
商品について	役務・権利も含めて商品情報を求めるもの
価格について	価格の妥当性、信販の手数料等について問うもの
契約について	契約の考え方、成立不成立等について問うもの
販売会社について	販売会社の信用性、連絡先等について問うもの
解約について	クーリング・オフ、解約の希望。クーリング・オフ制度、行使方法、解約の考え方について問うもの
協会について	当協会についての問合せ、会員照会
法律解釈等	特商法の解釈、処理方針の問合せ等
誘引に関する問題	不適正な誘引（商品名、社名を告げない等）、不適切な誘引（同・告げ方に問題）
説明に関する問題	不適正な誘引（商品等の虚偽説明等）、不適切な説明（誤解を招く説明、不十分な説明等）
勧誘行為	不適正な勧誘（断っても執拗、威迫困惑、不退去等）、不適切な勧誘（強引な態度等）
書面の問題	書面不交付、書面不備等
契約後の問題	債務不履行、アフターサービスの約束違反等
解約交渉過程の問題	クーリング・オフ・不適正な対応（妨害、拒否等）、クーリング・オフ・不適切な対応、解約への不適切な対応等
消費者志向が不十分	会社の姿勢の問題、販売員の教育体制の問題等
個人情報関連	個人情報の扱いに対する不安等
広告に問題	広告規制違反等
その他	その他上記に分類不能の問合せ

問題性なしの項目

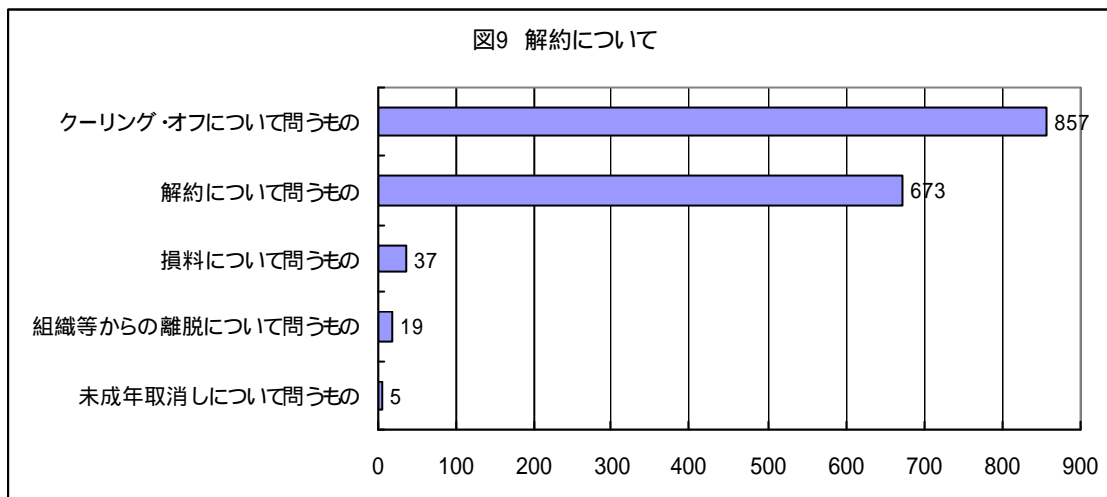
いわゆる「問合せ」項目である。事例としては問題性があると評価される事例であっても、1 事例につき 5 項目まで選択できるシステムとなっているので「問合せ」の項目も選択されていることが多い。先の問題性数値 0 点の大項目ごとに、どのような項目が選択されているかを見ると、次の図 8 のようになる。



項目の順に例年大きな違いはないのだが、本年度の特徴として、相談件数が 3 割以上減っている中で「個人情報関連」が増加したこと(前年 24 件から 35 件に増加)、「法律解釈」、「協会について」がほぼ前年並みの件数があったことが挙げられる。

< 解約について >

1591 件となっているが、前述の通り複数項目を選択することが可能なシステムとなっているため、この件数が解約希望の相談件数ということではない。10 ページの一覧表でみるように、「解約について」という項目の中に「クーリング・オフ行使方法」、「クーリング・オフ制度について」の質問も含めている。また、解約・クーリング・オフはまだ決めていないが、その方法を予め聞いておくというような事例もある。販売方法に問題がある事例で、消費者がクーリング・オフや解約を希望していれば、この項目も選択することになる。詳細は図 9 の通りである。



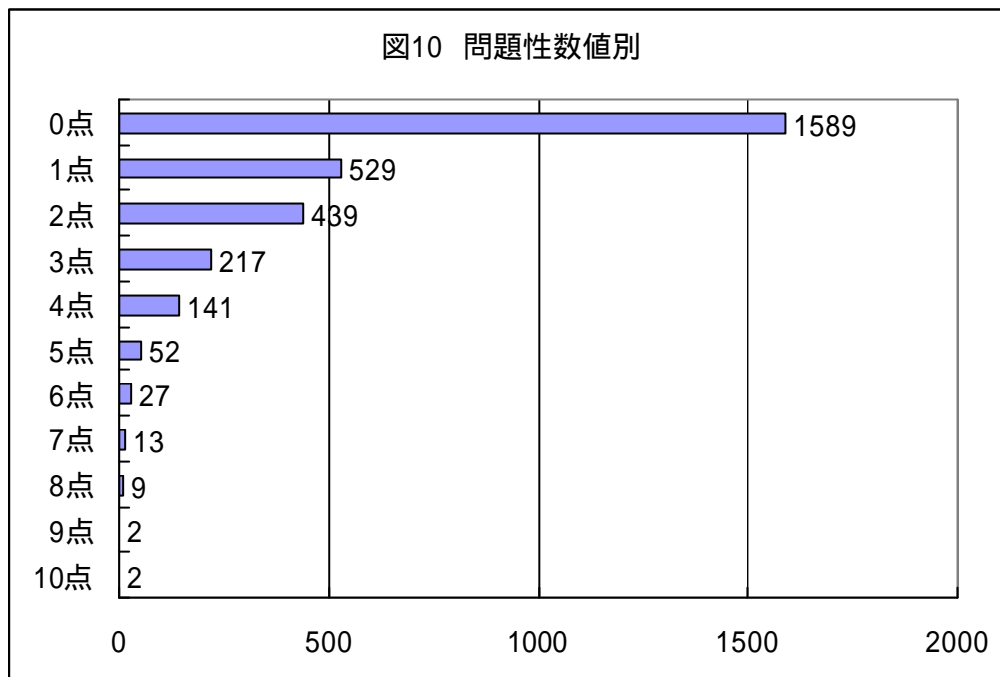
< 販売会社について >

販売会社について問うもののうち 8 割以上は、勧誘されているかまたは契約した「相手方の会社の信用性を問うもの」である。その他は問合せ先を問うもの、倒産情報を問うものであった。

問題性ありの事例

次に問題性ありの事例について全体像をみてる。

繰り返しになるが 1 事例につき 5 項目まで選択が可能であり、最も問題性が高いものとしては問題性数値が 10 点となる。数値別に見ると、次の図 10 のようになる。一般的に、書面に関する問題やクーリング・オフに関する問題が生じると得点が高くなる。



参考までに 10 点、9 点のついた事例は以下のようなものであった

以下の相談事例紹介の中に登場する「C O」という表記は、「クーリング・オフ」を意味する。

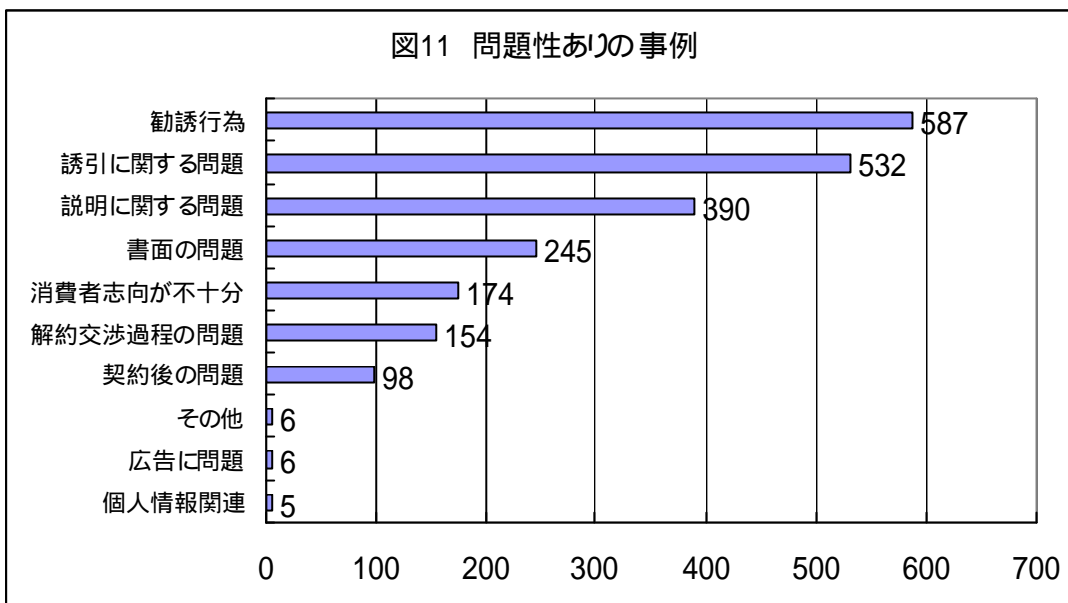
10 点

- ・高収入得られると入会、水関連器具契約。概要書面無。昇格の為と娘 2 人名義契約捏造。解約申出に説得。解約
- ・連鎖目的隠匿。収入約束。概要、契約書面不交付。親に内緒示唆、偽りの住所変更届。開封誘導し C O 拒否。

9 点

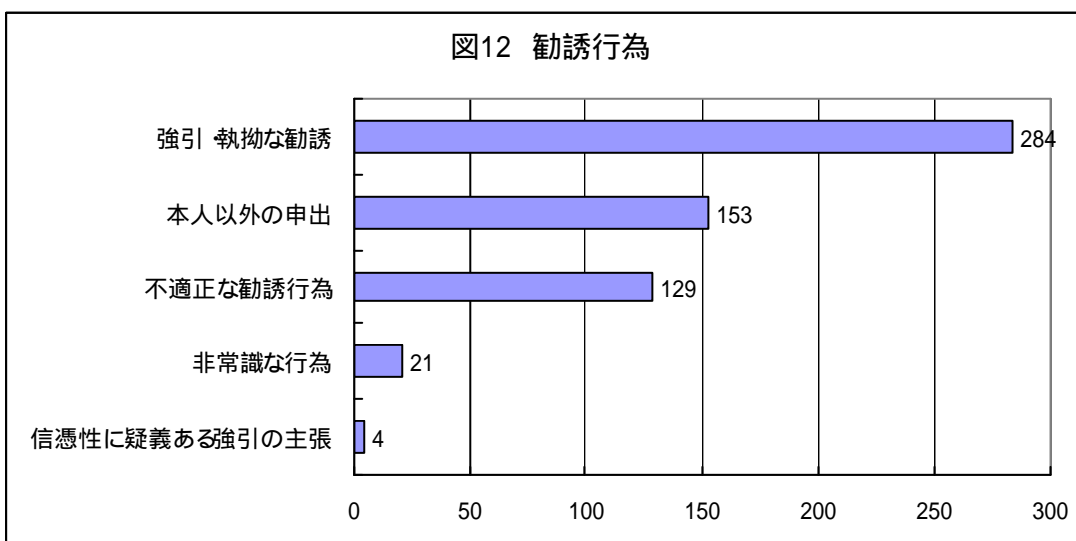
- ・いい話あると誘われ入会し脂肪燃える健食契約。体に合わず解約申し出たが慰留。解約したい。概要書面交付遅滞
- ・知人紹介で「体型変わる」、お試し可だが購入必要と下着契約。書面不交付。直後断りのメールに再説得。キャンセル後再勧誘

問題性ありの事例については以下のようになっている。

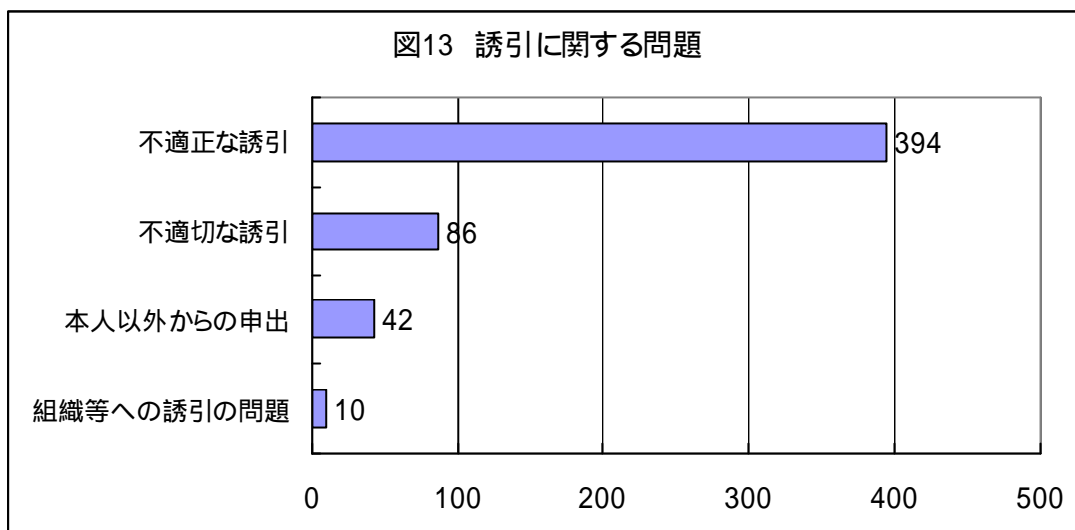


< 勧誘行為 >

問題項目別で見ると、今期も勧誘行為に問題があったという事例が最も多かった。その内容は次の図 12 のようになっている。「強引・執拗な勧誘」は、法律違反とまではいえないが、販売活動として不適切なものをいい、「強引な態度」と言うものが最も多い。その他「契約を急がせる」「家族に内緒を唆す」が続く。「不適正な勧誘行為」は法律違反と考えられる内容であるが、多い項目は「長時間に亘る勧誘」「断っても執拗」であり、商品によっては「クーリング・オフを妨げる言動」「威迫困惑」も少なくない。また、「本人以外からの申出」というのは、本人ではないので断定はできないものである。本人以外からの申出が増加傾向にある。



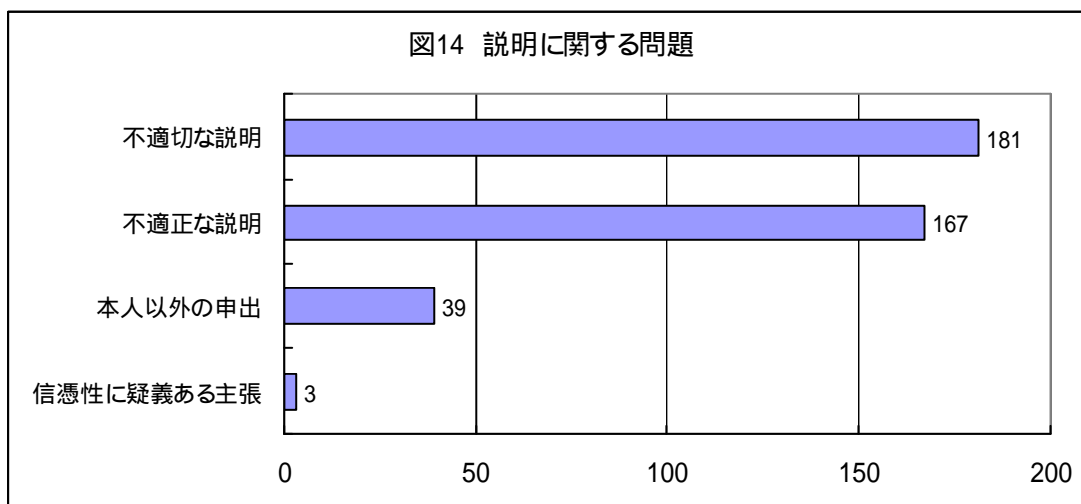
< 誘引に関する問題 >



次に多かったのが「誘引に関する問題」であった。これは、来訪時又は勧誘前のアポイントを取る連絡の仕方に関する問題をいい、前年は「説明に関する問題」について3番目であった。問題性として挙げられる件数が増加したのは、2004年11月の改正法施行により特商法第3条により「勧誘に先立って」の販売目的の明示が明確に求められるようになったためといえよう。

「不適正な勧誘」はまさに3条違反となりうるような誘引の仕方をさし、「不適切な誘引」としては、販売会社名や取扱商品名を告げてはいるが明確でないものや、誤解に乗じるような言い方をしたというものである。

< 説明に関する問題 >

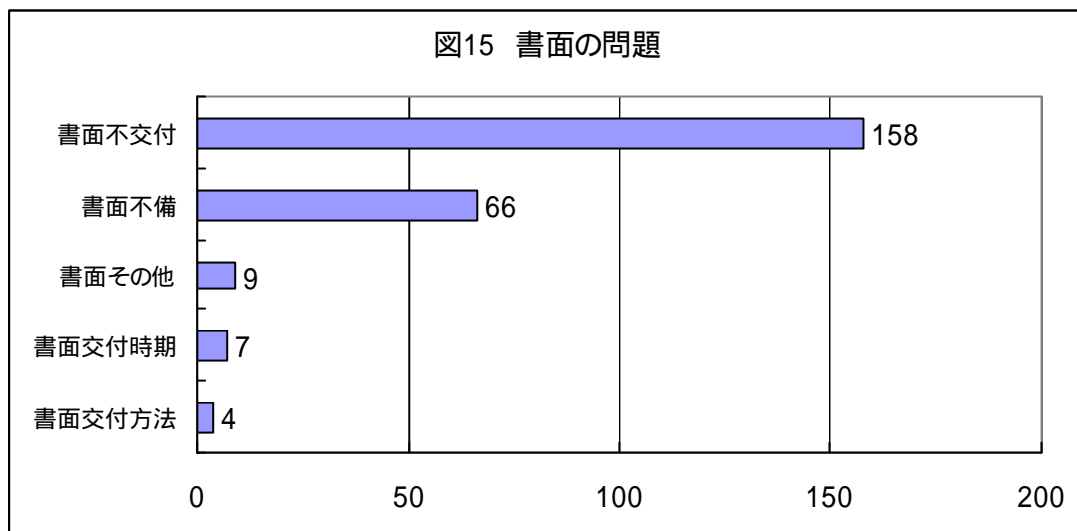


ついで「説明に関する問題」である。「不適切な説明」としては、「商品についての説明不十分」が最も多く、続いて「誤解を与える説明」、「不安を煽る説明」、「取引方法についての説明不十分」等となっている。

「不適正な説明」とは聞き取る限りその説明ぶりが法違反の蓋然性が高いという、問題

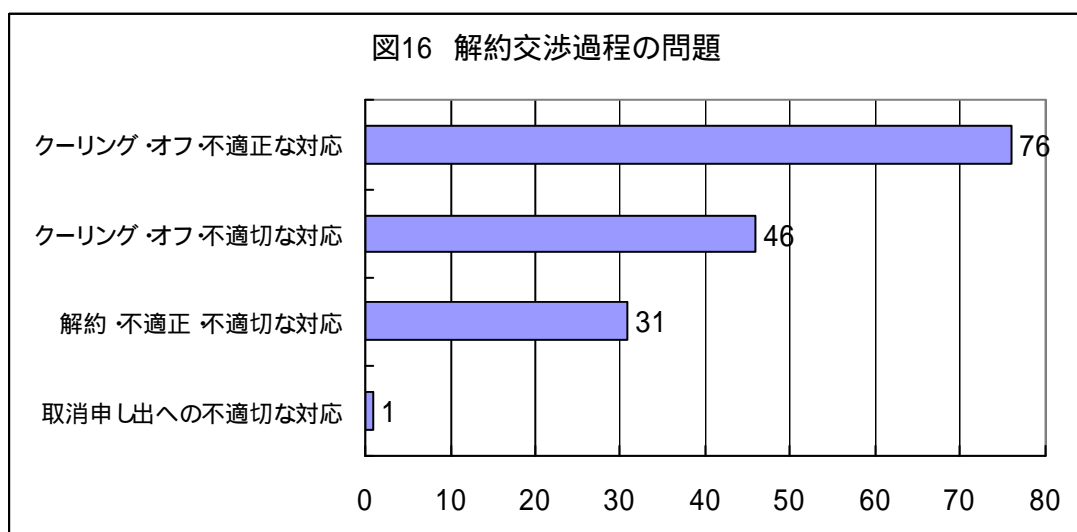
のある内容である。特商法の「不実告知」に当たる可能性が高い。「商品についての虚偽説明」と並んで「その他重要事項に関する虚偽説明」が多かった。また、それについて「効能効果を謳う」というものも多く、商品別では特に健康食品でめだつ。「クーリング・オフについての虚偽説明」がそれに続く。

< 書面の問題 >



上のグラフで見るように、書面の問題の中では「書面不交付」という事例が多い。その内訳としては契約書面不交付が 4 割、ついで特定継続的役務提供の概要書面・契約書面不交付が 3 割、続いてクーリング・オフの記載のない書面交付が 15%程度となっている。書面不備の3分の2は記入漏れであった。書面の問題は法律違反の中でも明らか性が高いので、事業者としては厳重に注意しなければならない。

< 解約交渉過程の問題 >

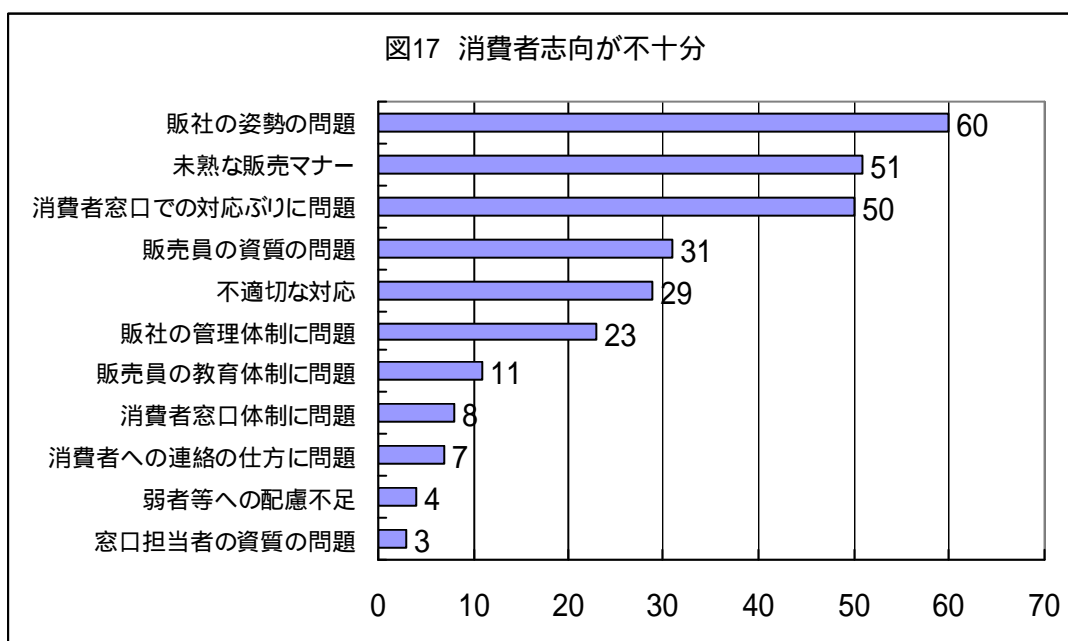


「クーリング・オフに対する不適正な対応」というのはまさに法律違反の行為であり、

問題性が高い。具体的には「電話等での申出に対する拒否対応」「クーリング・オフについての虚偽説明」というものが多く、半分以上を占める。原状回復に対する問題(遅滞や一部買取り請求など)が約 2 割あった。また、クーリング・オフできないとは言わないまでも、電話でのクーリング・オフ申出に対して不適切な対応をしたという事例も多い。クーリング・オフ妨害行為に対する再度の書面交付が現実に問題となった事例は出ていない。

<消費者志向が不十分>

消費者志向が不十分という分類項目には、図 17 にあるような内容が含まれている。販売方法の問題というよりも、処理のしかたや対応ぶり、そもそもの販社の姿勢というようなものに問題があるというもので、いずれも法律違反というよりも販売事業者としてのモラル違反というものである。特に会員企業には、より高いモラルをめざすことを期待するという「協会ならでは」の視点から、このような項目による分析も行うこととしている。「販社の姿勢の問題」といった漠然とした項目について「(販売員の)未熟な販売マナー」や「消費者窓口での対応ぶりに問題」「販売員の資質の問題」という項目が多いことから教育が十分ではないのではないかと懸念される。



<販売員の未熟な販売マナー>

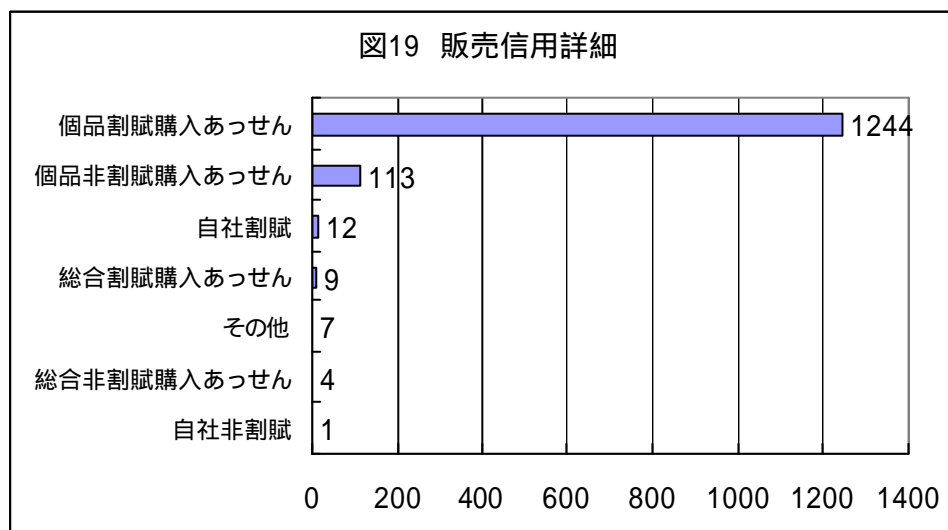
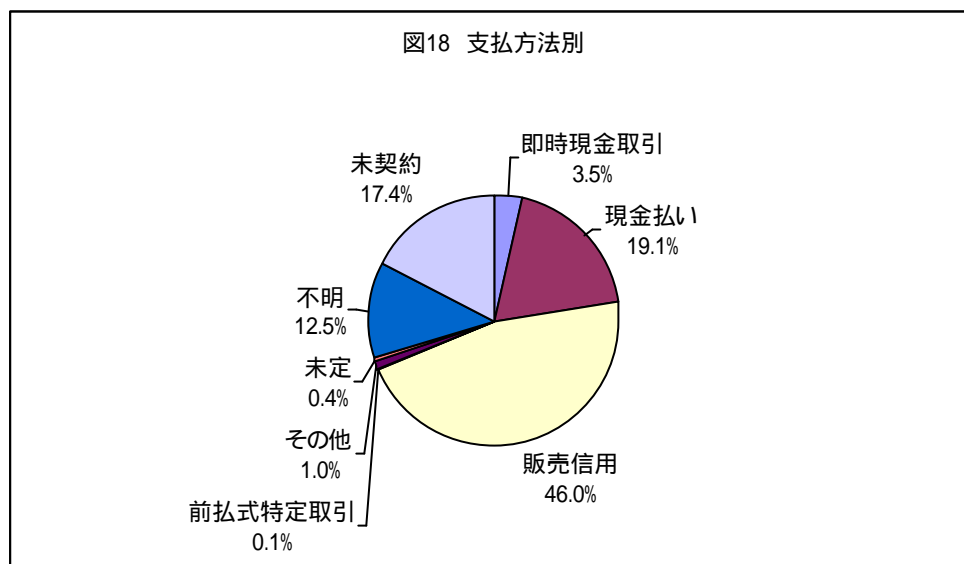
- ・ チャイムを執拗に鳴らしドアをドンドンたたいて来訪。抗議に対し、うちだけではない、居留守と思ったと失礼な対応。不快。
- ・ 小学教材勧誘有。説明聞き断ったら、「態度悪い」と責められ不愉快なので名刺求めても拒否。

<消費者窓口での対応ぶりに問題>

- ・ ソーラーシステム契約。接続悪く既設のボイラー不調。修理依頼に対応遅く不満。解約申出に損料必要と強い口調。対応不満
- ・ 販売員の 3 条違反を販社に指摘したら非通知苦情電話を咎められた。販社対応非常に不満。

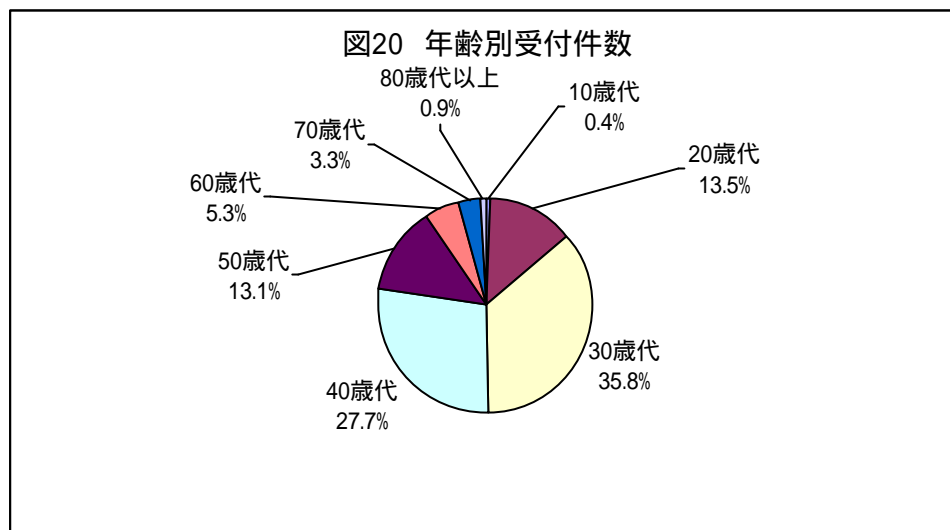
(4) 支払方法別

支払方法別では図 18 のようになっている。既契約で支払方法が判明している事例の 3 分の 2 (65.6%) が販売信用であり、そのうちの 89.5% が個品割賦購入あっせんとなっている (図 19)。



(5) 相談者年齢・属性別受付

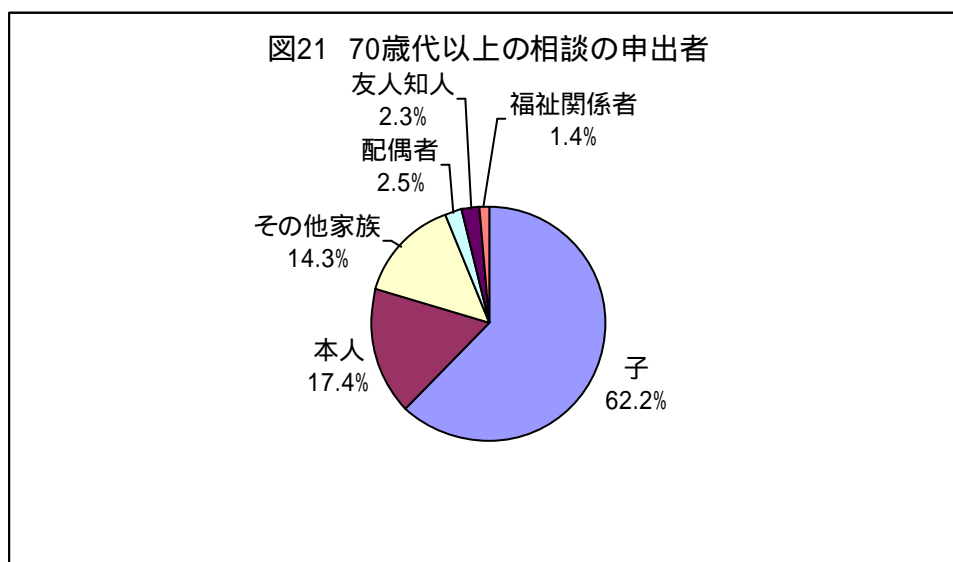
相談者や契約当事者の年齢について、すべて聞き取れていないので、統計の精度として高くはないが、判明している限りでは次のグラフのようになっている。



相談を寄せてきたのが「本人」というのが 64.3%である。次いで契約当事者の「子」で 16.7%、「配偶者」が 6.7%となっている。

高齢者に関する相談

いわゆる高齢者の契約として、70 歳代以上 (65 歳以上が高齢者とするのが人口統計上は正しいが、統計が 10 歳刻みのため、便宜上 70 歳以上とする) が契約当事者である事例は、契約者本人が寄せてきたものが 77 件、配偶者・家族・知人等からの相談が 366 件であった。



取引方法別でみると約 9 割が家庭訪販、約 3%が宣伝講習販売であった。商品としては寝具一般が約 2 割、次いで健康食品、住宅リフォーム、健康器具の順となっている。

平成 17 (2005) 年度訪問販売 110 番受付概要

問題性の高かった事例は以下のようなものである。

カード番号	相談件名	契約者年齢	申出者	商品名	取引	集計値
171195	布団クリーニングのあと、来訪。布団クリーニング-契約。金額誤記入書面。CO 不可と、現金振込むも商品未配送。不審。解約希望。	70歳代	本人	汗取りパット	家庭訪販	8
171396	認知症の母がビジネス登録の上ネックレス他多額の契約。解約したい。概要書面不交付。一部商品未納	80歳以上	子	ネックレス	システム販売	6
171794	85 歳独居母宅に水の検査装い来訪。腰痛治ると健康食品勧誘、箱は持帰り。書面にクリーニングオフ記載無。解約希望。	80歳以上	子	その他の健康食品	家庭訪販	6
172043	来訪時目的告げず心臓悪い 80 歳独居祖母に心臓に良いと低周波治療器勧誘、契約。体調不良、解約。書面無	80歳以上	その他家族	電気治療器	家庭訪販	6
172382	足裏マッサージ電話後來訪。心臓悪いと断るも低周波可能と治療器勧誘契約。口頭 CO 了解、商品持帰後も契約継続、不安	70歳代	本人	電気治療器	家庭訪販	5
171138	当時購読の新聞名で訪問、別紙朝刊 1 年契約。金額記入無く統合版より高請求、説明求めるも返答無く解約希望。	70歳代	本人	新聞	家庭訪販	5
170083	夜 9 時過ぎ出入り業者装い浴室メンテナンスをと来訪。トイレも早急修理必要と説明され契約。CO 期間後解約希望、損料不満	70歳代	本人	浴槽 浄化槽等修理改良	家庭訪販	5
172856	若い男性数人が無料で雑貨配るからと声掛け、隣家の一室で布団勧誘。自宅来訪時にはどう断ればよいか。	80歳以上	本人	布団	宣伝講習販売	4
170638	3 年前自営廃業。数ヶ月前「回線デジタル化で対応機種必要」と勧誘され電話機契約。孫から騙されていると指摘	80歳以上	本人	電話機	家庭訪販	4
171485	トイレ点検。水漏れ指摘され工事依頼したら床下湿気酷いと勝手に 50 袋も除湿剤散布。140 万。今は必要性不信。	80歳以上	本人	防湿剤	家庭訪販	4
171333	80 代独居の全盲女性が浴用原石契約。書面すべて販売員が記入したが渡されず。アフター-来訪も皆無。解約希望。	80歳以上	福祉関係者	浴用原石	家庭訪販	4
170238	100 均チラシを見て出かけた町民センター-会場で電気治療器を契約。CO 方法を知りたい。	70歳代	本人	電気治療器	宣伝講習販売	4
172757	3 ヶ月前購入の布団点検と再訪。ムートン勧められ契約。口頭クリーニング・オフに試してみたと拒否対応。返したい	70歳代	本人	ムートン	家庭訪販	4
172370	蛇口に付ける物無料進呈の電話後來訪。数日後再訪、塩素多く身体に悪いと浄水器勝手に取付仕方なく契約。	70歳代	本人	浄水器	家庭訪販	4
172914	夫が、日用品配布と、近所宅に誘われ健康器具契約。高額なのでクリーニング・オフ希望。可能か。	70歳代	配偶者	温熱治療器	宣伝講習販売	4
170974	排水管清掃と訪問。管が古く清掃不可、磁気水装置があれば管の錆を多量に排出と勧められ契約。錆出ず効果不審。	70歳代	本人	磁気水質改善装置	家庭訪販	4

(6) 商品・役務・権利別

商品役務ごとに相談事例件数の多い順に並べると次の表ようになる。以下、この表の上位に位置する品目について紹介していくこととする。なお、表の問題性を示す項目（「誘引に関する問題」から「その他」まで）は複数カウントとなっている。

	商品相談名	相談件数	前年比 [※]	問題ありの相談件数	前年比 [※]	誘引に関する問題	説明に関する問題	勧誘行為	書面の問題	契約後の問題	解約交渉過程の問題	消費者志向が不十分	個人情報関連	広告の問題	その他
	合計	3020	-31.5	1431	-21.4	532	390	587	245	98	154	174	5	6	6
1	教材(含指導付)・書籍	419	-27.9	203	-15.4	48	66	71	58	17	20	32	1	0	0
2	寝具一般(含リフォーム)	375	-34.2	200	-26.7	97	38	113	26	8	23	19	0	0	0
3	浄水器・簡易シャワー	232	-33.7	128	-9.9	64	34	48	13	9	13	12	1	1	0
4	新聞	171	-35.2	87	-25.6	13	6	54	15	8	5	16	1	0	0
5	健康食品	167	-26.4	73	-15.1	14	32	24	13	7	8	7	1	1	0
6	住宅リフォーム関連	173	-45.8	68	-52.1	16	15	31	16	2	7	9	0	0	3
7	健康器具	113	-38.9	58	-22.7	32	24	20	10	1	6	3	0	0	0
8	下着・補整下着	77	-49.3	49	-41.0	15	28	23	5	3	8	8	0	0	0
9	電解洗浄液生成器	76	-7.3	41	41.4	28	10	14	1	2	4	2	0	0	0
10	化粧品	79	-8.1	36	9.1	2	5	18	11	3	5	8	0	0	0
11	換気扇フィルター	50	-39.0	36	-7.7	15	9	7	5	2	7	4	0	0	0
12	シンク(含修理)	75	-28.6	35	-10.3	22	8	13	3	3	4	1	0	2	0
13	その他の家電製品	87	-19.4	34	-8.1	10	9	16	7	2	7	2	0	0	0
14	太陽熱温水器等	63	-4.5	31	14.8	2	12	12	7	4	4	6	0	0	0
15	駆除・防除・調湿関係	67	-39.1	31	-42.6	16	6	18	4	2	2	2	0	0	0
16	掃除機	70	-27.1	29	-3.3	17	6	8	2	3	2	4	0	0	0
17	装身具・貴金属等	59	-30.6	28	-30.0	17	10	10	7	2	4	6	0	0	0
18	磁気水質改善装置	42	-54.3	26	-36.6	16	13	7	3	0	2	0	0	1	0
19	印鑑等	42	-23.6	24	0.0	14	10	6	2	3	2	3	0	0	0
20	電話機・ファクス	44	10.0	20	17.6	5	11	6	5	0	1	2	0	0	0
21	ハウスクリーニング	26	-55.9	17	0.0	9	4	5	3	1	2	2	0	0	0
22	着物・着付	32	-8.6	15	7.1	3	2	8	0	2	1	0	0	0	1
23	美容器具・美顔器	23	-65.7	14	-41.7	9	4	4	3	2	0	1	0	0	0
24	レコードディスク	20	11.1	11	266.7	4	4	4	3	1	1	0	0	0	0
25	知識教授	36	-12.2	10	-9.1	0	3	1	3	3	3	2	0	0	0

平成 17 (2005) 年度訪問販売 110 番受付概要

	商品相談名	相談件数	前年比 [※]	問題ありの相談件数	前年比 [※]	誘引に関する問題	説明に関する問題	勧誘行為	書面の問題	契約後の問題	解約交渉過程の問題	消費者志向が不十分	個人情報関連	広告に問題	その他
26	浴用原石	23	-20.7	7	-22.2	3	1	5	1	1	0	1	0	0	0
27	コンドーム	9	-30.8	5	-37.5	4	1	2	0	0	2	1	0	0	0
28	防犯装置	12	-47.8	4	-55.6	1	0	4	1	0	0	0	0	0	0
29	パソコン	9	12.5	3	-40.0	0	1	2	1	0	1	1	0	0	0
30	台所用品	11	-21.4	3	50.0	3	1	1	0	0	1	0	0	0	0
31	エステティック	4	-42.9	2	-33.3	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0
32	絵画・工芸品	4	-55.6	2	0.0	1	0	2	0	0	1	0	0	0	0
33	会員サービス・商品	8	-60.0	2	-60.0	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0
34	洗剤等	6	-45.5	2	-33.3	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0
35	入会セット	2	-71.4	0		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	その他の商品	130		50		11	9	16	15	6	4	9	0	0	0
	その他の役務	40		16		1	3	2	1	1	3	5	1	0	0
	その他の権利	8		0		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	不明	136		31		16	3	12	0	0	1	5	0	1	2

それぞれの商品・役務・権利項目に含まれるものは、以下のとおりである。

1	教材・書籍	指定商品「47 新聞書籍」のうち学習教材、指導付教材、特商法・非指定の「学力テスト」「発達診断」
2	寝具一般	指定商品「37 寝具等」のうち布団、指定役務「12 修理改良」のうち布団のリフォーム、指定役務「2 貸与」のうち布団のリース
3	浄水器等	指定商品「40 浄水器等」のうち、浄水器、簡易シャワー指定役務「2 貸与」のうち浄水器リース
4	新聞	指定商品「47 新聞書籍」のうち新聞
5	健康食品	指定商品「1 健康食品等」
6	住宅リフォーム関連	指定役務「8 取付設置」のうち壁パネル、屋根パネル、浴槽、便器等「12 修理改良」のうち家屋、屋根指定商品「38 家庭装置品」のうちテラス、カーポート等
7	健康器具	指定商品「30 健康器具」
8	下着・補整下着	指定商品「34 衣服」のうち下着・補整下着
9	電解洗浄液生成器	指定商品「21 家電・証明等」に含まれる器具。
10	化粧品	指定商品「33 化粧品等」のうち化粧品

平成 17 (2005) 年度訪問販売 110 番受付概要

11	換気扇フィルター	指定商品「38 家庭装置品」のうち換気扇フィルター
12	ミシン	指定商品「11 ミシン等」のうちミシン、指定役務「2 貸与」のうちミシンの修理
13	その他の家電製品	指定商品「21 家電・照明等」のうち、掃除機、美容器具、床下換気扇を除くもの
14	太陽熱温水器等	指定商品「39 料理用具・暖房具」のうち太陽熱温水器、ボイラー等、指定商品「9 太陽光発電装置」指定役務「4 清掃」のうち太陽熱温水器の清掃、「8 取付設置」のうち太陽光発電装置
15	駆除・防除・調湿	指定役務「15 駆除」、指定商品「21 家電・照明等」のうち床下換気扇、「38 家庭装置品」のうち床下換気口の網 等
16	掃除機	指定商品「21 家電・照明等」のうち、掃除機、スチームクリーナー
17	装身具・貴金属等	指定商品「7 真珠等」「8 貴金属等」「35 装身具」のうち指輪、ネックレス等「13 時計」
18	磁気水質改善装置	指定商品「38 家庭装置品」のうち「磁気水質改善装置」
19	印鑑等	指定商品「50 事務用品・印鑑」のうちの印鑑
20	電話機・ファックス	指定商品「22 電話機等」
21	ハウスクリーニング	指定役務「4 清掃」のうち太陽熱温水器の清掃を除く
22	着物・着付	指定商品「34 衣服」のうち、着物、着付等
23	美容器具・美顔器	指定商品「21 家電・照明等」のうち、美容器具、美顔器
24	レコードディスク	指定商品「49 レコードディスク」
25	知識教授	指定役務「17 知識技芸の教授」学習教材とあわせて取引するもの以外
26	浴用原石	指定商品「37 その他の家庭装置品」
27	コンドーム	指定商品「31 衛生用具」
28	防犯装置	指定商品「ガス漏れ警報機・防犯警報機」のうち防犯装置一式
29	パソコン	指定商品「24 コンピュータ等」
30	台所用品	指定商品「42 台所用具」
31	エステティック	指定役務「5 エステティック」単独のもの
32	絵画・工芸品	指定商品「55 絵画等」で会員サービスとあわせて取引されないもの
33	会員サービス・商品	指定商品「49 レコードディスク」・「55 絵画等」・「7 真珠等」「8 貴金属等」「35 装身具」「13 時計」とあわせて「会員サービス」(単独では非指定役務)または指定権利「1 施設利用会員権」を契約したもの
34	洗剤等	指定商品「33 化粧品」のうち洗剤等
35	入会セット	非指定・連鎖販売取引の入会時の登録関連費用等
	その他の商品	消火器、家具、表札、錠、物干し竿等 ページ参照
	その他の役務	プロバイダー契約(非指定)、庭の改良、
	その他の権利	リゾート会員権、電話加入権(非指定)等

次ページより商品別に検討する。

書籍・教材

この項目には、教材の他、書籍一般、紳士録、教材販売前の学力テスト、発達診断（それ自体は非指定役務）を含んでいる。前年と比べて 27.9%の減少、問題性ありの事例が 15.4%減少した。

教材及び学力テスト・発達診断の内訳は以下のとおりであった。指導付きも含めてみると、中学教材の相談が最も多く 167 件、ついで小学教材 111 件となっておりその順は昨年度と同様であった。次いで高校教材が 53 件であった。

	訪問販売	特定継続的役務提供	電話勧誘販売	特定顧客訪販	適用除外	特商法対象外	不明	計
小学教材	95							95
中学教材	82				1		2	85
中学教材・指導	8	73					1	82
高校教材・指導	3	33						36
幼児教材	23		2				2	27
学力テスト						21		21
高校教材	17							17
小学教材・指導	1	15						16
不明教材	4		3	1			2	10
子供用英語教材・指導	1	7						8
子供用英語教材	3		1				1	5
発達診断						5		5
英会話教室・教材		4						4
英語教材	1							1
計	238	132	6	1	1	26	8	412

幼児から高校教材(英語は除く、補習用・進学準備用教材)全体で、教材のみが 224 件に対し、指導付き教材が 134 件であった。昨年に比べて指導付きの比率は下がっている。教材・指導という商品区分でも、表にあるように、すべてが特定継続的役務提供に該当するわけではなく、教材と指導とを同時に契約しているが聞き取る限り関連商品とはなっていないというもの、はっきり別契約と認識してそれぞれを購入したと考えられるものも含んでいる。134 件のうち法律定義区分が「特定継続的役務提供」となっている事例は 121 件であった。

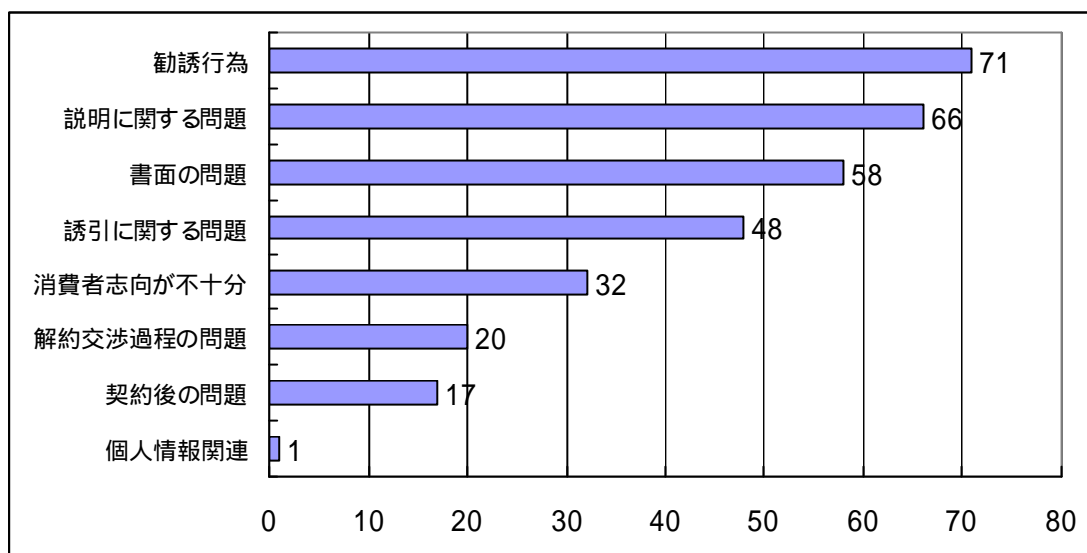
会員・非会員別でみると、会員に関する事例が 46.4%、非会員に関する事例が 43.0%、残

平成 17 (2005) 年度訪問販売 110 番受付概要

り約 1 割が不明となっている。教材に限らないが会員という区分の中には正・準会員と団体会員傘下の他、契約書面上、名前が出る正・準会員企業の代理店等の契約も含んでいる。

次に、問題性の具体的な内容についてみると、次のグラフのようになっている。

2004 年度の統計では問題性の要因として『書面的問題』が多かった。特定継続的役務提供の概要書面・契約書面不交付と言う事例が多かったためだが、2005 年度はそれが落ち着いてきたといえる。勧誘行為の中では、例えば威迫困惑などの法律に抵触する内容よりも、「強引」「契約を急がせる」といった項目の占める比率が高いのが特徴である。



問題性数値の高い事例としては以下のようなものがあった。

一番上の 172267 は、非会員に関するものであるが、当協会との電話での相談中にクーリング・オフ行使後の威迫困惑と言えるような居座り行為があり、直接当該企業に電話をして問題点を指摘し速やかな解決を求めた事例である。

カード番号	相談件名	会員区分	商品名	法律定義	集計値
172267	教材説明聞き高いと断ると脅され CO しない約束で減量契約。CO 可と協会に聞き手続したが販売員再訪、帰らず困惑	非会員	中学教材	訪問販売	7
171479	塾と思ひ指導付教材契約。指導殆ど無く解約申出に引伸対応。提示損料不満。概要書面無。個指導書面無	正会員	高校教材・指導	特定継続的役務提供	7
171169	契約済小学教材説明と来訪。FAX 指導強調し中学教材 4 時間も勧誘、説明ない大量の教材着。解約希望。訪販書面のみ	非会員	中学教材・指導	特定継続的役務提供	7
170485	家庭教師を申込、テキストあったほうが良いと勧誘受け教材購入。実物見て不満。特役書面無し。解約希望。	非会員	中学教材・指導	特定継続的役務提供	6
172483	教師派遣勧誘。指導で使う教材は別契約と言われ承諾。特役書面無。教師休み続き解約申出。推奨品と拒否	非会員	中学教材・指導	特定継続的役務提供	6
170169	指導付高校教材と共に入会金と言われ個別指導契約。指導付教材概要書面無、個別指導書面無。販社信用性	正会員	高校教材・指導	特定継続的役務提供	6

平成 17 (2005) 年度訪問販売 110 番受付概要

カード 番号	相談件名	会員区 分	商品名	法律定義	集計 値
171648	大手予備校関係社と虚偽説明。個別カリキュラム作成し指導すると 言われ DVD 教材契約。書面無。指導無、解約拒否	非会員	高校教材・ 指導	特定継続的役務 提供	6
172235	母子家庭で休職中と断るが勤務先勝手に記し執拗な勧誘で小学 教材契約。後日フォローと来訪、新たな勧誘不満。解約	団体会 員傘下	小学教材	訪問販売	6
170209	3 年前契約家庭教師と中学教材のアフター思わせ来訪。再度契約。 内容が違ふし対応悪くセンター他に解約相談。困惑	非会員	中学教材・ 指導	特定継続的役務 提供	5
170837	教育に関する話と電話後來訪。FAX 指導付小学教材契約。家族 に内緒勧められた。特役書面無。クーリング・オフ、信用性は	非会員	小学教材・ 指導	特定継続的役務 提供	5
170848	販売否定電話後來訪。目的告げず勉強の話からファックス指導付き 小学教材勧誘。「仮契約」したが不審。特役書面無。	非会員	小学教材・ 指導	特定継続的役務 提供	5
170689	家庭教師の使うキリストといわれ指導と別に高額教材契約。推奨品 と記載あり。納品 CO 期間後。不審。	非会員	中学教材・ 指導	特定継続的役務 提供	4
171509	家庭教師ヲシ見、来訪要請。教材必要と言われ高校教材契約。高 価なので口頭解約申出後、内容証明送付。書面不交付	非会員	高校教材・ 指導	特定継続的役務 提供	4
172848	園児に小学教材勧誘。予約で本作るからと嘘を言い契約。実物見 本無、納品商品印象違い不満。減量申出拒否	正会員	小学教材	訪問販売	4
170832	家庭教師勧誘電話後、来訪、契約。書面記載の臨時授業実施され ず。特役書面不交付。販社に不信感。解約希望	非会員	中学教材・ 指導	特定継続的役務 提供	4
171598	家庭教師 DM で来訪要請後契約。教材契約無は月謝割高言われ 契約。家庭教師中途解約し教材解約申出拒否。書面無	非会員	中学教材・ 指導	特定継続的役務 提供	4
172495	学力診断。結果報告と電話後訪問。思いがけず教材勧誘。今日中 と急がされ断れず契約。同行者が不快。CO	準会員	中学教材・ 指導	特定継続的役務 提供	4
172423	家庭教師の DM 見て電話。教材の話なく来訪。指導のために必要 と理解し中学教材と家庭教師契約。解約したい	非会員	中学教材・ 指導	特定継続的役務 提供	4
170501	小学教材契約、断っても執拗。電話で解約申し出に値引きでの 再勧誘ありつい承諾。やはり CO したい	正会員	小学教材	訪問販売	4
171425	家庭教師が使うからと言われ指導と別に教材契約。指導お粗末、 解約申出。推奨品と確認書に記載有と拒否	非会員	中学教材・ 指導	特定継続的役務 提供	4
171069	昨 9 月使用法訪問指導、今なら早割と教材勧誘、数ページのサンプ ルのみ見て契約。指導訪問無く貧相な内容に不満。	非会員	中学教材	訪問販売	4
172747	家庭教師に使うと言われ教材契約。授業キャンセル続き解約申出る と授業解約は受けるが教材は推奨品と解約拒否。不満。	非会員	中学教材・ 指導	特定継続的役務 提供	4
172704	学力診断の結果持ち目的告げず来訪。電話指導付き小学教材契 約。特役書面なし。高額なので解約したい	非会員	小学教材・ 指導	特定継続的役務 提供	4

寝具一般（含リフォーム）

前年 1 位であった寝具が今年度は 2 位となった。会員に関する相談比率が低く、非会員や社名不明の相談が多いのが特徴であるが、前年 24.7%であった会員比率が今年度 29.3%に、増加している。

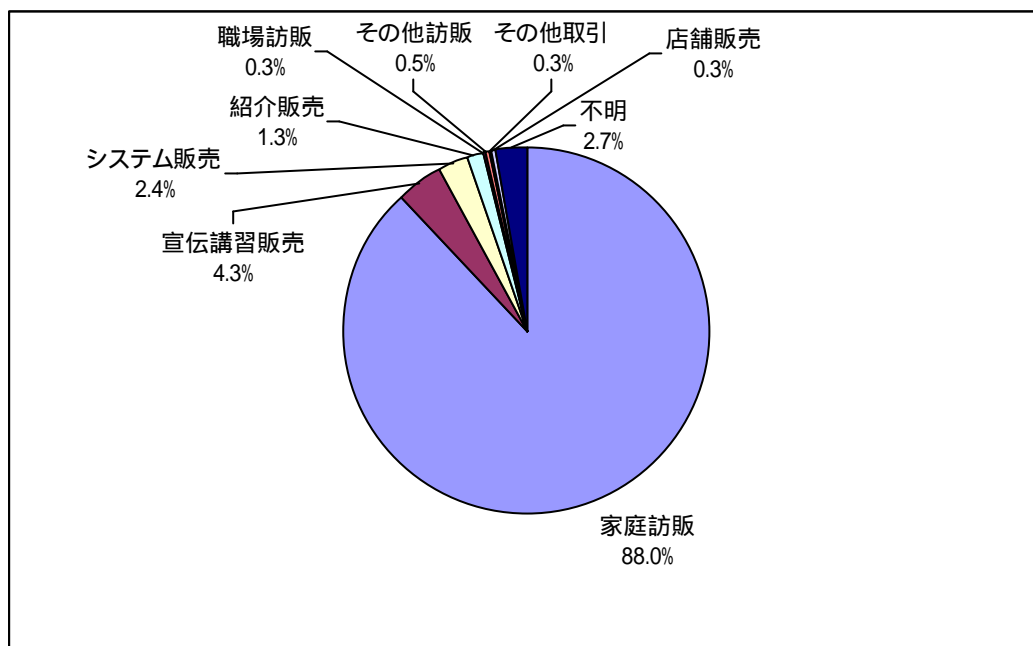
具体的な商品としては以下の表のようになるが、消費者からの申出が布団という場合で、書面等により詳細確認できなかつたり、羊毛布団と羽毛布団のセットでの契約であったり、という場合には『布団』を選択しているため、あまり厳密な区分ではない。

また、布団の修理改良、布団クリーニングとなっているものも、その後の勧誘で布団の販売となる可能性がある。

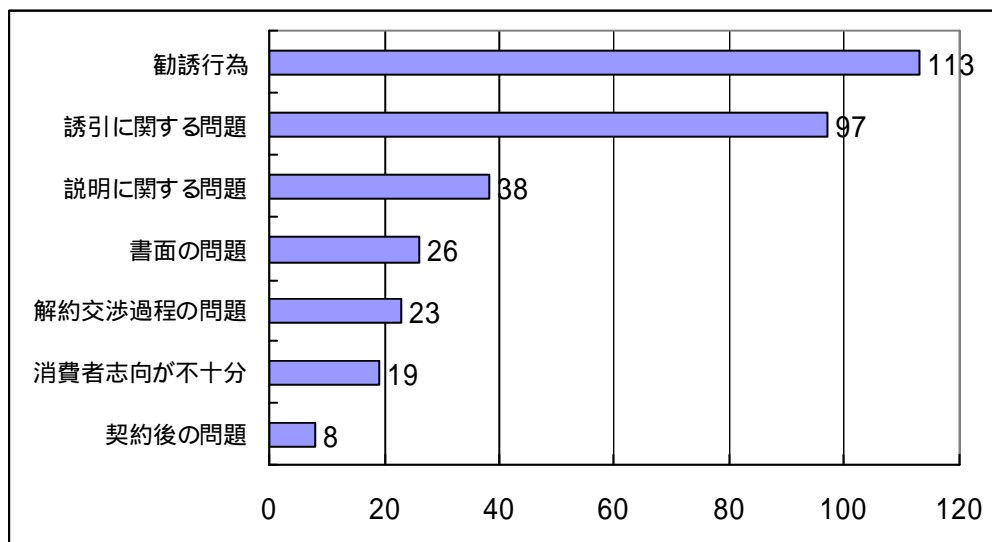
	総件数	問題性あり	問題性なし	会員	非会員	不明
布団	268	142	126	82	105	81
布団の修理改良	34	13	21	3	27	4
羽毛布団	23	15	8	10	6	7
汗取りパット	12	7	5	2	10	
布団クリーニング	7	5	2		3	4
布団リース	6	4	2	6		
じゅうたん	4	1	3		3	
遠赤布団	3	3		1	1	1
羊毛布団	3	1	2		2	1
シーツ類	3	1	2		2	1
羊毛パッド	3	2	1	2	1	
肌かけ布団	2	2		2		
イオンマット	2	2		1	1	
ムートン	2	1	1		2	
毛布	2	1	1	1		1
枕	1		1			1
計	375	200	175	110	163	101

取引方法別でみると次ページのグラフのようになっている。家庭訪販によるものが圧倒的に多いことと、宣伝講習販売の比率が高いのが特徴である。もっとも前年に比べてシステム販売で「布団」が販売されたという事例が若干増えている。件数自体は圧倒的に家庭訪販の事例が多いのであるが、問題性数値の高い事例のなかにビジネスがらみの事例が出ていた。

平成 17 (2005) 年度訪問販売 110 番受付概要



問題性ありの詳細は次のグラフのようになっている。『勧誘行為』に問題があった事例が多く、また今年度は訪問の目的を明示していないという『誘引に関する問題』が増加したのが特徴である。



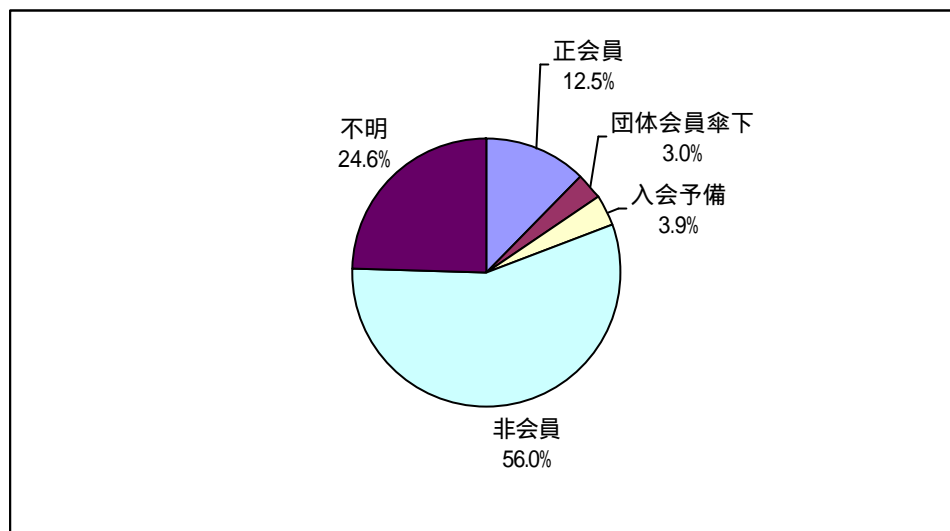
問題性数値の高い事例は次ページの通りである。

平成 17 (2005) 年度訪問販売 110 番受付概要

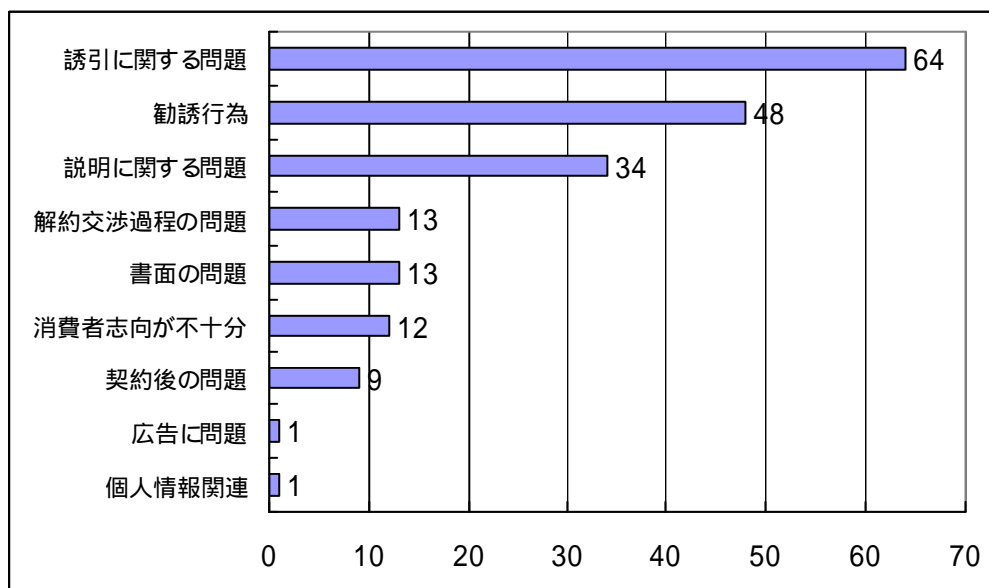
カート番号	相談件名	会員区分	取引名称	商品	集計値
172197	布団等契約。同じ販売員と3年で12件、総額約453万。深夜、長時間勧誘。不退去。詐欺的勧誘。名義冒用。生活困窮	正会員	家庭訪販	布団	8
172189	他社に重ね次々布団勧誘。深夜長時間。与信不可後、強引勧誘。借金示唆。威迫困惑。詐欺。5件総額140万。解約	正会員	家庭訪販	布団	8
171195	布団クリーニングの予約後、来訪。布団カバー契約。金額誤記入書面。CO不可という現金振込んだが商品未配送。不審。解約希望。	非会員	家庭訪販	汗取りパット	8
172129	目的告げず誘引。月200万と明細書見せ虚偽説明。自分が払うと名義貸し要請。口頭COに拒否。返品基準違反	正会員	システム販売	布団	8
171270	痩せると言われ、ビジネスの理解無いまま肌ケットのビジネス契約。契約書面不交付。概要交付遅滞、効果なく解約	団体会員 傘下	システム販売	肌かけ布団	7
171374	友人関係築き来訪。今日中の契約必要と布団販売。勧誘執拗根負け契約。アフターと再訪。サービス品実は販売。解約希望。	正会員	家庭訪販	布団	7
170796	夜10時布団チェックと訪問、金額無い書面に署名。翌日クリーニング・お申出ると使用差額払うよう二人で迫られ困惑。	正会員	家庭訪販	羽毛布団	7
172778	良い仕事とマンション1室に誘引。借金支払中、余裕無と断ったが逃げられず布団契約。口頭CO。再契約。書面無	正会員	システム販売	布団	7
172952	高齢母。布団契約。10日後他社来訪。悪質社と誹謗。返品請負い自社品勧誘。口頭CO。オーダー品と拒否。CO後も拒否	非会員	家庭訪販	布団	6
172168	空店舗。生活品あげるとチラシ。最終日に癒治る、温泉と同じ効果と布団勧誘。現金払得と強調。契約書無。解約	非会員	宣伝講習販売	布団	6
171126	点検と手持ち布団の会社装い来訪。セット商品故ハット必要と言われ契約。他社と判明CO。書面破棄が義務と来訪予告。	非会員	家庭訪販	汗取りパット	5
170823	儲かると誘われ講習会に連れて行かれ言われるまま契約。紹介者契約に至らず支払困難。以前より躁鬱病で通院中	正会員	システム販売	布団	5
170691	以前訪販で購入の布団のアフターサービスと称し来訪。布団打直し契約。仕上りは新品。COしたい。販社独自書面CO青字	非会員	家庭訪販	羊毛布団	5
172574	布団クリーニングと来訪。実は布団勧誘。8000円は月支払額と書面記載後に判明。威圧的な態度、年収虚偽記載示唆あり	正会員	家庭訪販	布団	5
170769	古着回収と来訪後布団勧誘。3時間以上粘られ仕方なく契約。たった3週間の使用で弾力無くなった。対応不満	非会員	家庭訪販	布団	5
172214	体にいい話と広場に集められ詳しい話と民家に移動。糖尿にも良いと言われ布団契約。効果が不審。解約	団体会員 傘下	宣伝講習販売	布団	5
171951	布団リフォーム、クリーニング来訪後契約。約束と違う品届いた。クリーニングも不十分で再度行うも布団に穴。不満。	非会員	家庭訪販	布団の修理改良	5
170008	昨年12月知人に誘われネットワークビジネス加入。上位者から整水器購入1週間後に布団購入。CO希望。契約書、領収書無	非会員	システム販売	布団	5

浄水器・簡易シャワー

浄水器・簡易シャワーの相談としてまとめているが、簡易シャワーに関する相談はなかった。件数的には前年よりも 33.7%減少したが、問題性のある事例の減少は 1 割程度となっている。8 割強が家庭訪販によって取引されている。また、会員非会員別で見ると、下図のようになっており、会員比率は低い。



問題性のある事例についてみると、次のグラフのように、誘引に関する問題が最も多いことが特徴といえる。多くは「無料点検」「水質検査」「アンケート」「水道工事」などと言って訪問するというものであり、特商法第 3 条違反といえよう。また、一応社名は告げ、浄水器という言葉も告げているが、「水質検査」等が主であるかのように思わせたというようなもの（「来訪時、勧誘・販売目的の告げ方に問題」）も多い。



問題性数値の高い事例については次ページの通りである。誘引の問題の他、レンタルとの説明をしながら実は販売であったという事例が多いのも特徴的である。

平成 17 (2005) 年度訪問販売 110 番受付概要

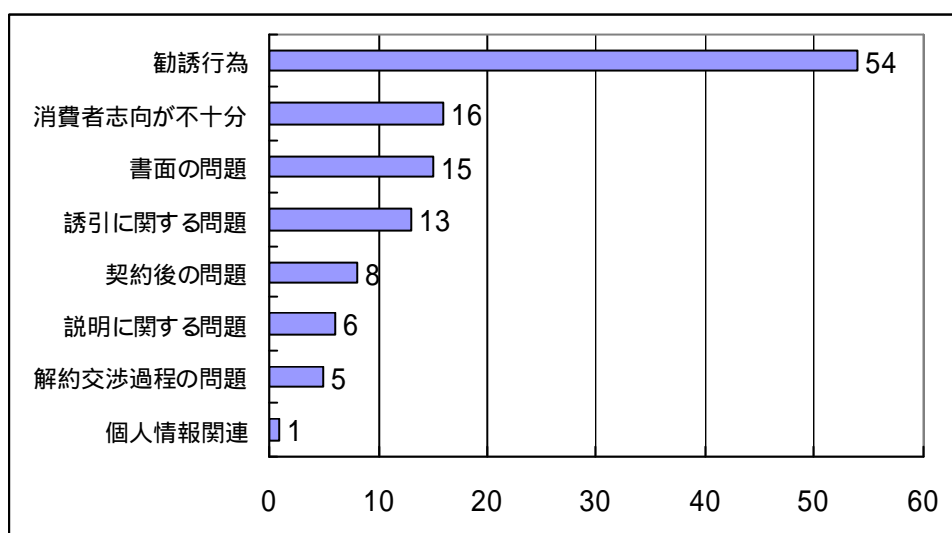
カード 番号	相談件名	会員区分	取引名称	商品名	集計 値
172162	建物管理を装い浄水器モニター勧誘。特許使用料必要、信販利用は個人情報管理にと説明。口頭 CO に買取請求	非会員	家庭訪販	浄水器	6
171718	知人介して浄水器勧誘。身体が悪いと脅され断りきれず契約。書面無。口頭 CO に水通したら駄目と拒否対応	非会員	紹介販売	浄水器	5
172968	簡易浄水器無料とアポ。高額品勧誘。母子家庭、ローン無理と断ったが書くだけと強引。控無。引取依頼、対応不審	非会員	家庭訪販	浄水器	5
171242	水道局の水質検査と来訪。水質検査後水汚れ指摘、浄水器勝手に設置。不要と退去促すも帰らず。苦情言いたい。	非会員	家庭訪販	浄水器	5
170197	妹宅に水の検査と来訪。検査後、水道水の危険性述べ浄水器勧誘。再訪要請後、別の妹勧誘され契約。CO 可能か	非会員	家庭訪販	浄水器	5
171103	水道の点検と来訪。浄水器勧誘、契約。CO の説明無くCO 最終日の解約申出にもう少し様子見てと説得。解約希望。	非会員	家庭訪販	浄水器	5
170104	水質調査。浄水器でないあくまで調査と主張。活水器と詭弁。断わると非難。クレームいわない約束強要。不退去	非会員	家庭訪販	浄水器	4
172370	蛇口に付ける物無料進呈の電話後來訪。数日後再訪、塩素多く身体に悪いと浄水器勝手に取付仕方なく契約。	不明	家庭訪販	浄水器	4
172836	取付済浄水器会社装い点検と来訪。錆がとれる」と磁気活水器勧誘受け契約。違う会社と気づき口頭 CO、不安	非会員	家庭訪販	浄水器	4
172863	4 年前点検と言われ浄水器契約。CO 不可の書面あり。この度フォローの電話有不審。販社信用性。	非会員	家庭訪販	浄水器	4
172322	「水周りの検査」と来訪後、浄水器レンタル勧誘受け契約。CO、総額、期間記載無し書面。CO したい。	非会員	家庭訪販	浄水器リース	4
171729	水質検査と来訪。浄水器無料で設置と言い実は販売。通水するとケーリングが不可と説明。ケーリングが希望。行使方法	非会員	家庭訪販	浄水器	4
171966	午後 10 時過ぎに大家の指示装い来訪。塩素強いと浄水器勧誘。取付終了まで 6 時間。CO しないよう暗示。CO 希望	非会員	家庭訪販	浄水器	4
170574	換気扇掃除と水の話に来訪応諾。掃除後浄水器勧誘。血液サラサラ、痩せると言われレンタル。断りに再勧誘後契約。CO 可？	非会員	家庭訪販	浄水器	4

新聞

次いで多いのが新聞である。相談件数は前年より 35.2%減少し、問題性ありの事例も 25.6%減少している。

内部的なことではあるが、当協会において新聞は他の商品とは扱い方が若干違うので紹介しておく。すなわち、当協会には団体会員として販売店の団体が所属しているが、「メーカー」ともいえる新聞社本社は会員とはなっていない。全国から新聞についての相談は寄せられているが、当協会では便宜上、関東 1 都 6 県に関する相談を「団体会員傘下」として分類し、新聞社東京本社の相談窓口を通して対応している。

他の商品と比べて、勧誘行為に問題があったという事例が目だって多いことが特徴である。



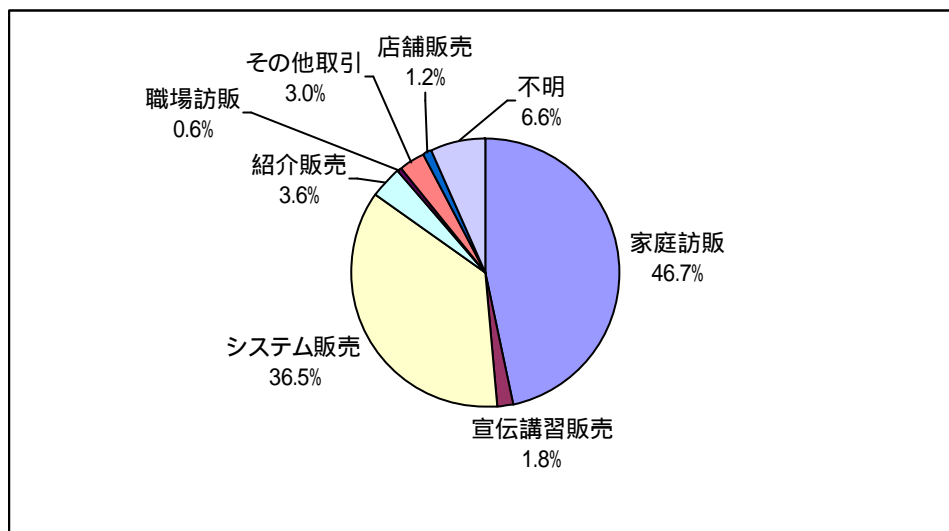
代表的な事例は以下の通りである。

カート番号	相談件名	会員区分	取引名称	集計値
171975	挨拶と訪問。予約故取消可と「仮」強調し新聞勧誘。契約書タイトル破り交付。取消の申出に販売店責任回避	非会員	家庭訪販	6
171138	当時購読の新聞名で訪問、別紙朝刊 1 年契約。金額記入無〈統合版より高請求、説明求めるも返答無〉解約希望。	団体会員 傘下	家庭訪販	5
170404	購読御礼と来訪後、ビ-ル券渡し、他社の購読勧誘。書面不交付。ビ-ル券返したい、連絡先不明。CO すべきか？	非会員	家庭訪販	5
170241	病気がちの別居の母が新聞を契約。書面に期間、担当者名なし。口頭 CO に対し拒否対応。CO 行使方法。	非会員	家庭訪販	4
172606	新聞全社対応可と来訪。購読紙を一旦止め、3 ヶ月無料購読して欲しいと言われ契約。虚偽と判明。販売店解約処理	団体会員 傘下	家庭訪販	4

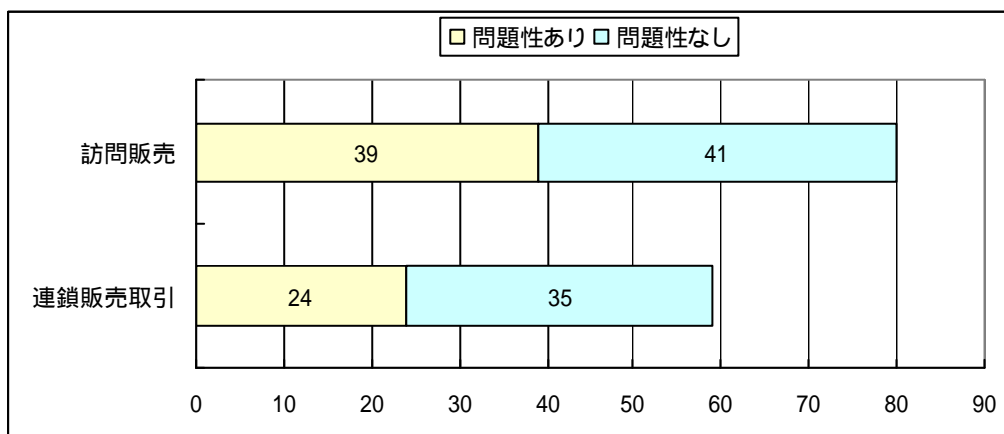
健康食品

相談件数は 26.4%減少、問題性ありの事例は 15.1%の減少である。他の商品に比べて減少率は低い。

取引方法別で見ると下図のようにシステム販売が 36.5%を占め、他の商品に比べてシステム販売で販売されることの多い商品である。法律定義区分別で見ると連鎖販売取引が 35.7%、訪問販売が 53.7%、となっている。

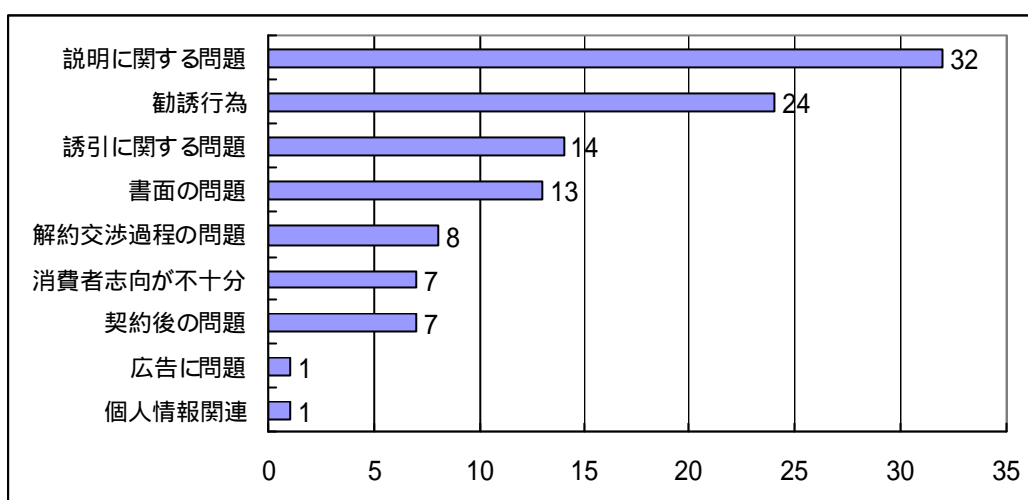


問題性の有無と販売方法の法律定義区分との関連性を見ると、訪問販売のほうが若干ながら問題性のある事例の占める割合が高い。



次に、問題性の内訳を見ると次ページの図のようになる。問題性数値が高い事例は「効能効果を謳う」という特商法上の不実告知に該当するような説明を行っているものである。

平成 17 (2005) 年度訪問販売 110 番受付概要



カード番号	相談件名	会員区分	取引名称	商品名	集計値
170732	連鎖目的隠匿。収入約束。概要、契約書面不交付。親に内緒示唆、偽りの住所変更届。開封誘導しCO拒否。	団体会員 傘下	システム販売	その他の健康食品	10
171091	いい話あると誘われ入会し脂肪燃える健食契約。体に合わず解約申し出たが慰留。解約したい。概要書面交付遅滞	正会員	システム販売	その他の健康食品	9
171246	毎月来訪の生保レディが1ヶ月10kg痩せる。運動不要と健食勧誘、契約。販売員商品開封。書面不備。解約希望。	正会員	家庭訪販	ダイエット食品	7
171794	85歳独居母宅に水の検査装い来訪。腰痛治ると健康食品勧誘、箱は持帰り。書面にクーリング・オフ記載無。解約希望。	非会員	家庭訪販	その他の健康食品	6
170089	糖尿病治る。病院でも使用との健食を白衣姿で販売、母契約。父摂取後体調悪化。書面不備。解約希望。センター相談済	非会員	家庭訪販	その他の健康食品	5
170191	折込広告の健食の話聞きたいと連絡、来訪応諾。長期使用で血糖値低下と説明受け契約。CO。未だ請求書届く不審	非会員	家庭訪販	その他の健康食品	4
170522	良い話と誘われ会場で健食ビジネス登録。販社事業魅力的だが、ビジネスやる気なく上位者から嫌味言われ不満。	非会員	システム販売	その他の健康食品	4
170196	飲むだけで痩せると健康食品電話勧誘。書面でセット価格知り驚いたが署名。健康食品セットのみ書面記載。解約希望	正会員	その他取引	ダイエット食品	4
171358	勧誘電話断ると電話健診勧誘。この状況危険と健食勧められ契約。解約申出るも連絡取れず。書面不交付。CO期間後	非会員	その他取引	その他の健康食品	4
171072	宣伝販売で健康食品購入。糖尿病に効くと言われたが効果無し。身体に合わないため解約希望。CO期間後。	非会員	宣伝講習販売	その他の健康食品	4

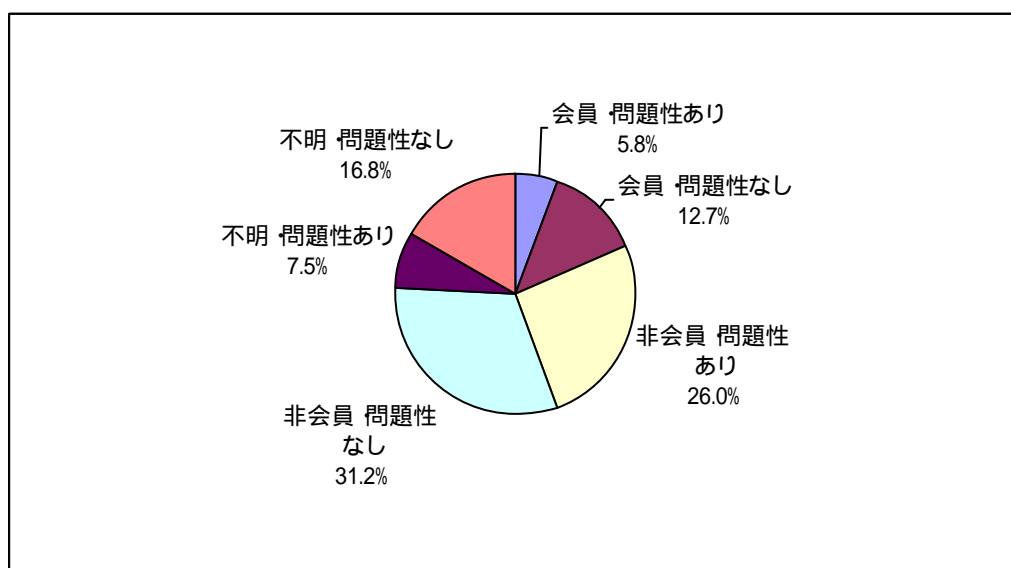
住宅リフォーム

この項目には、指定役務「8 取付設置」のうち壁パネル、屋根パネル、浴槽、便器等「12 修理改良」のうち家屋、屋根、指定商品「38 家庭装置品」のうちテラス、カーポート等が含まれている。

内訳は以下の通りである。「家屋の修理改良」が突出しているが、聞き取りの限りでは契約内容がはっきりしないものは全てこの項目を選択しているためである。

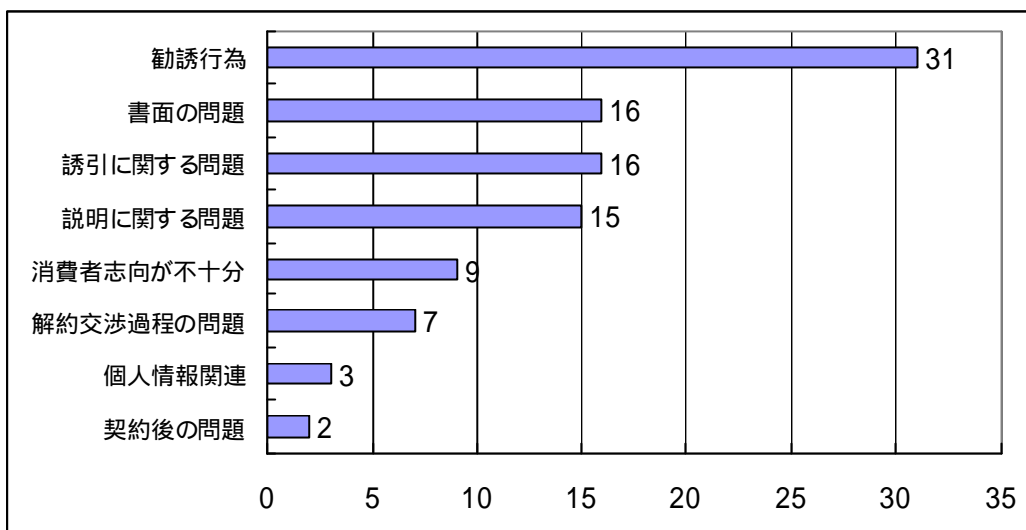
	問題性あり	問題性なし	計
家屋の修理改良	31	55	86
屋根の修理改良	11	13	24
浴槽・浄化槽・給水管等修理改良	9	13	22
外壁塗装	7	8	15
外壁の修理改良	5	8	13
ユニットバスの設置	2	1	3
車庫等取付設置	1	2	3
サイディングパネルの取付設置	1	2	3
屋根用ポート取付		1	1
建具の取付設置		1	1
浄化槽取付設置	1		1
トイレ関連商品設置		1	1
計	68	105	173

会員・非会員の別では、下図のように会員が 18.5%、非会員が 57.2%、不明が 24.3% となっている。会員に関して問題性のある事例が少ないのが特徴である。



平成 17 (2005) 年度訪問販売 110 番受付概要

問題性のある事例の内訳は下図のとおり。「勧誘行為」が多いのが特徴である。



カード番号	相談件名	会員区分	商品名	集計値
171630	壁リフォームの勧誘から床下にシロアリいた形跡有と浴槽設置勧誘。契約。口頭 CO。違約金 1 割必要と代替工事要求	非会員	ユニットバス設置	6
172906	高齢母。床下関係契約。見積も契約書無。支払済。領収書は偽住所、社名。8 日目遇ぐつ出会い解約申出。拒否。	非会員	リフォーム (家屋)	6
170083	夜 9 時過ぎ出入り業者装い浴室メンテナンスをと来訪。トイレも早急修理必要と説明され契約。CO 期間後解約希望、損料不満	非会員	浴槽 浄化槽 給水管等修理改良	5
171634	リフォーム契約。書面 CO 記載無。加圧張替えお粗末で不満。細かすぎると販社反論。再工事では仕上がり不安。解約	非会員	リフォーム (家屋)	5
170716	マンションの無料点検と来訪。給水管が水漏れと言い洗面所リフォーム勧誘、応諾したが嘘。口頭 CO したが放置。情報提供	非会員	リフォーム (家屋)	5
170139	写真掲載と急がされカーポート工事後クレジット契約。一括返済への変更自由と説明も後で高額手数料必要と知り不信。	非会員	リフォーム (家屋)	4
172402	商品手入れの説明と来訪。防カビ処理すれば一年風呂釜手入れ不要と言われ契約。嘘とわかりCO したい。	不明	浴槽 浄化槽 給水管等修理改良	4
170314	外壁塗装勧誘、夜 9 時半から翌朝 4 時まで。退去されず渋々仮契約。CO 行使後書面回収と言再訪予定。返す義務あるか	非会員	外壁塗装	4
172418	高齢独居母。床下関係複数の契約。見積書だけ。CO 記載も無。全て即日工事し現金払。販売員が代金着服トラブル	非会員	リフォーム (家屋)	4
170390	親が高額な屋根工事を契約。クーリング・オフ行使したが業者が着工分を請求。書面にクーリング・オフ記載無し	非会員	リフォーム (屋根)	4

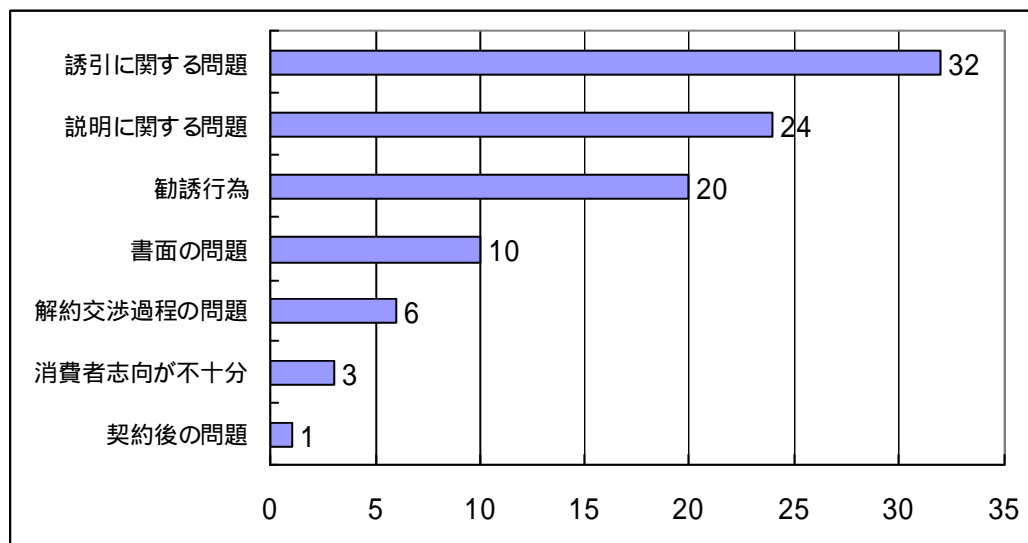
健康器具

次いで健康器具である。相談件数は 38.9%、問題性のある相談件数は 22.7%、それぞれ減少している。全体の減少率に比べれば小さい。

医療用具として承認番号を取得している商品がここに分類されるが、その内訳は下の表のようになっている。寝具の場合と同様(23 ページ)、相談の中で「医療用具の認可のある健康器具」というような事実しか聞き取れない場合には「健康器具」との記録になる。

商品 役務名	総件数	問題性あり	問題性なし	会員	非会員	不明
健康器具	31	11	20	7	13	11
電気治療器	19	13	6	5	11	3
整水器	14	11	3	6	7	1
マッサージ器	13	5	8	1	7	5
磁気関連商品	12	6	6	1	7	4
電位治療器	9	4	5	2	3	4
温熱治療器	6	4	2	2	3	1
磁気マット	6	4	2	1	4	1
磁気布団	3		3		3	
計	113	58	55	25	58	30

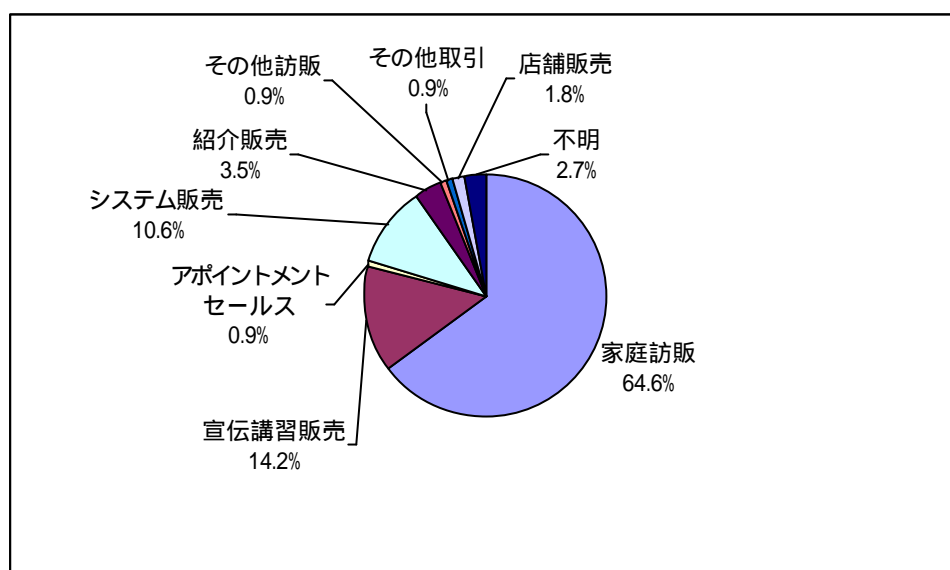
問題性のある事例についてその内容を詳しく見ると、下のグラフのようになる。



ここでも『誘引に関する問題』が多い。商品毎の特質ということよりも、平成 16 年法改正以後は訪問の仕方だけで評価されるということなのかもしれない。

取引方法別に見ると、次ページのグラフのようになっており、家庭訪販のほか、宣伝講習販売が多いのがこの商品の特徴であるが、前年より宣伝講習販売の比率は下がっている。

平成 17 (2005) 年度訪問販売 110 番受付概要

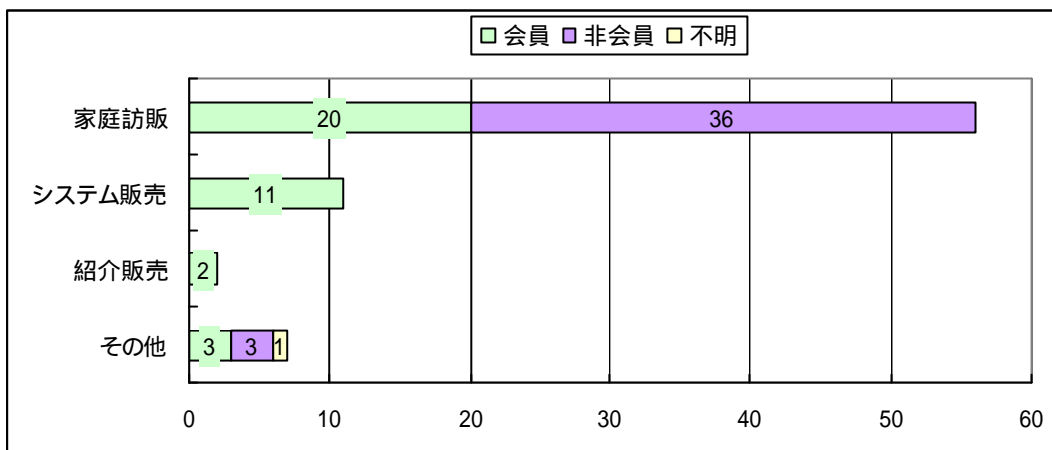


カード番号	相談件名	会員区分	商品名	取引名称	集計値
172043	来訪時目的告げず心臓悪い 80 歳独居祖母に心臓に良いと低周波治療器勧誘、契約。体調不良、解約。書面無	団体会員 傘下	電気治療器	家庭訪販	6
171761	目的告げられず元同僚宅で健康マット勧誘。試用の為に書面記入。21 日目解約申出拒否。解約希望。販社規定の書面無。	正会員	マッサージ器	紹介販売	6
172569	迷惑な時間帯に勧誘に行き、目的告げず会場に連れ込む業者。注意しても開き直り。団体に注意したいが信用性。	団体会員 傘下	健康器具	宣伝講習販売	6
171946	電解還元水無料で進呈と電話後來訪。即器械取付け、水道水の危険性、病気への飲用効果説明。契約。口頭 CO 済。	非会員	整水器	家庭訪販	5
172559	知人と会食後経営するエステサロンで帯状疱疹治ると言われ健康器具契約。書面無。返品し知人が払う筈が督促受けた	正会員	健康器具	アポイントメントセールス	5
170948	独居 85 歳の母宅に販売員来訪。強引に健康器具搬入、恐くて署名。来月集金予定だが書面も名刺も無い。対応方法	不明	健康器具	家庭訪販	5
172382	足裏マッサージ電話後來訪。心臓悪いと断るも低周波可能と治療器勧誘契約。口頭 CO 了解、商品持帰後も契約継続、不安	非会員	電気治療器	家庭訪販	5
171637	先月電話アンケートの景品お届けと訪問。体脂肪が減るとの説明で足マッサージ機契約。解約できないか。	非会員	マッサージ器	家庭訪販	4
170238	100 均チラシを見て出かけた町民センター 会場で電気治療器を契約。CO 方法を知りたい	非会員	電気治療器	宣伝講習販売	4
170553	1000 円でお試しと来訪、磁気商品契約。解約申出に一部浴用原石と交換の上再契約勧められ断りきれず応諾。CO	非会員	磁気関連商品	家庭訪販	4

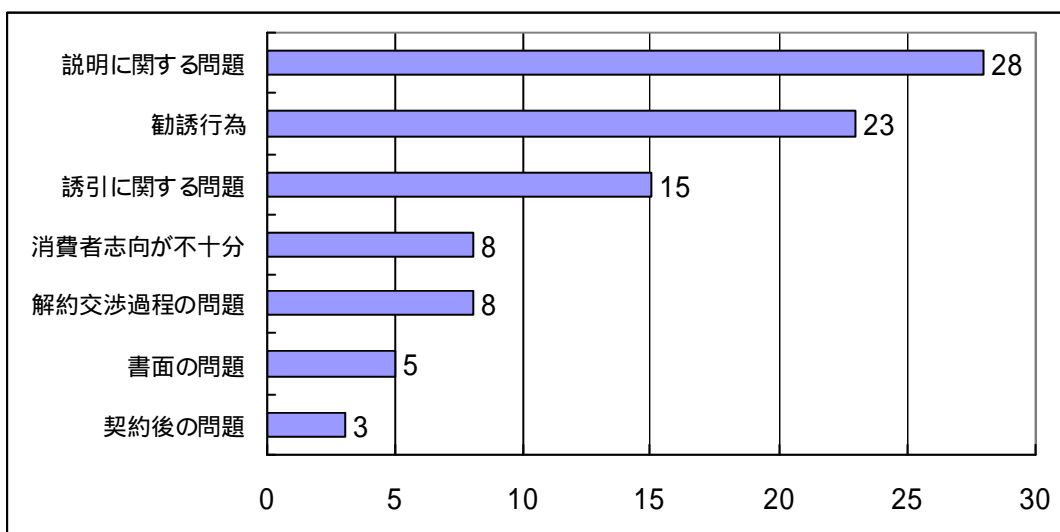
下着・補整下着

次いで、下着・補整下着であるが、前年に比べて相談件数は 14.1%減少、問題性ありの事例は 18.6%減少であった。相談受付件数全体の減少傾向に比べて減少率が小さい。

取引方法別かつ会員・非会員別でみると、次のグラフのようになっている。システム販売・紹介販売は協会会員によるもので、非会員は主に家庭訪販である。



次いで、問題性のある事例についてその内訳を見ると、下のグラフのようである。



『説明に関する問題』と『勧誘行為』が多い。内容的には、以下に見るように『痩せる』と思わせる言い回しによる商品説明が多い。また、数値の高い事例は、書面不交付という問題性が含まれるものである。

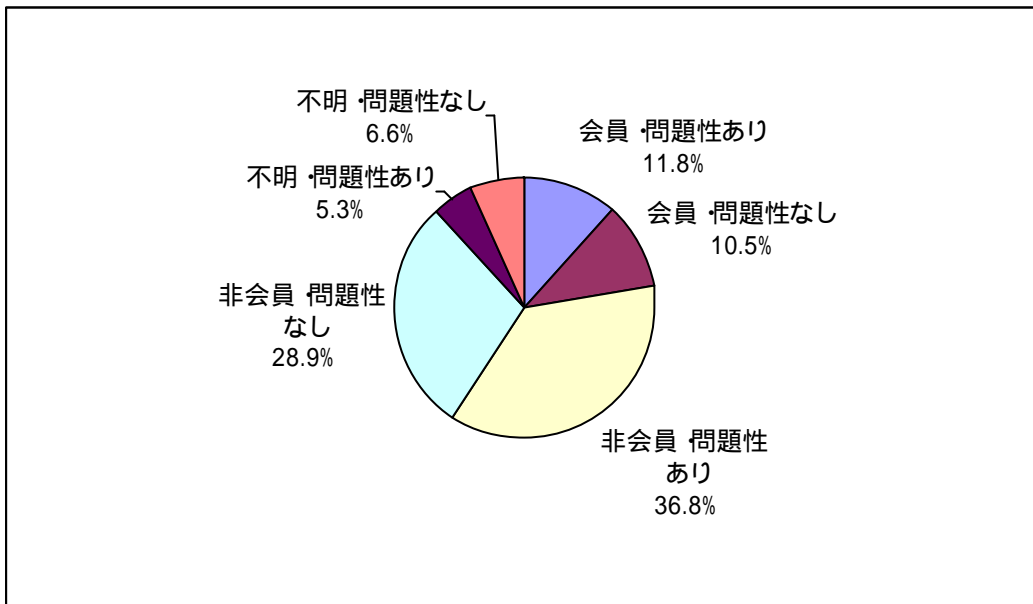
平成 17 (2005) 年度訪問販売 110 番受付概要

カード 番号	相談件名	会員 区分	取引名称	商品名	集計 値
171388	知人紹介で「体型変わる」、お試し可だが購入必要と下着契約。 書面不交付。直後断りのメールに再説得。キャンセル後再勧誘	正会員	紹介販売	補整下着	9
171711	2 ヶ月で 12 セットもの多量下着契約。痩せる、手首骨格計測で将来の適正サイズ判明の言葉。CO 申出にオーダーで無理と拒否	正会員	家庭訪販	補整下着	7
170187	脂肪を燃焼する等説明され断りきれず下着契約。口頭 CO 直後再勧誘執拗、最後に宝石契約。計 8 回 350 万。支払困難	正会員	家庭訪販	補整下着	7
171919	3 年前購入下着の直しの勧誘あり、販売目的告げられず会社に出向き新品勧誘。サイズ変わるとの説明も、CO	正会員	ポイントセールス	補整下着	6
170279	産後の体のことと来訪、補整下着勧誘あり。下着だけで十分痩せるといわれ急がされる形で契約。CO	非会員	家庭訪販	補整下着	5
171035	高齢の母が知人経由で補整下着購入、体に合わず返したい由。書面不交付、代理店は当初口頭 CO 拒否	正会員	紹介販売	補整下着	5
171298	贅肉を移動し元に戻すと一方的に 4 セットと決められ下着契約。CO 後受領番号必要と再訪、断れず契約。解約したい	正会員	家庭訪販	補整下着	5
172368	難病、独居。無職故払困難と断ったが勝手に職業欄虚偽記載。下着、宝石次々契約。総額 370 万。損料請求不満	正会員	家庭訪販	補整下着	5
172208	月 3 千円とエステサロンへ行き結局瘦身可と補整下着、健食契約。解約申出後再契約。書面虚偽記載。消耗品解除可否	正会員	システム販売	補整下着	5
172280	保健所誤認する訪問。体型戻ると勧誘。肉を移動し固定と説明し次々補整下着契約。4 回総額 300 万。支払困難。解約	団体会員傘下	家庭訪販	補整下着	5
170452	産後ケアの話と保健所思わせる表現し補整下着販売員来訪。勧誘執拗。契約夫に隠せと示唆。CO 済。販社信用性	非会員	家庭訪販	補整下着	4
171899	保健師誤認させる訪問、補整下着契約。再訪で引締に必要と別商品勧誘。次段階、固定の下着勧誘不安。CO	団体会員傘下	家庭訪販	補整下着	4
172056	産後痩せると補整下着勧誘。与信不可。別信販で再契約。数日後、続きと言われ書替えと誤認、追契約。困難。解約	非会員	家庭訪販	補整下着	4
172087	下着アンケートと来訪、試着後断っても書いてもらわないと困る」と契約書記入を強要され契約。解約したい	非会員	家庭訪販	補整下着	4
172146	保健師と誤認させる訪問。産後の骨盤の調子悪いのが装用すればよくなる特別の下着と言われ契約。解約	非会員	家庭訪販	補整下着	4
173000	補整下着契約後、着用後の採寸と再訪。脂肪分解など効果告げられ再度契約。高額だし支払い不安。	正会員	家庭訪販	補整下着	4

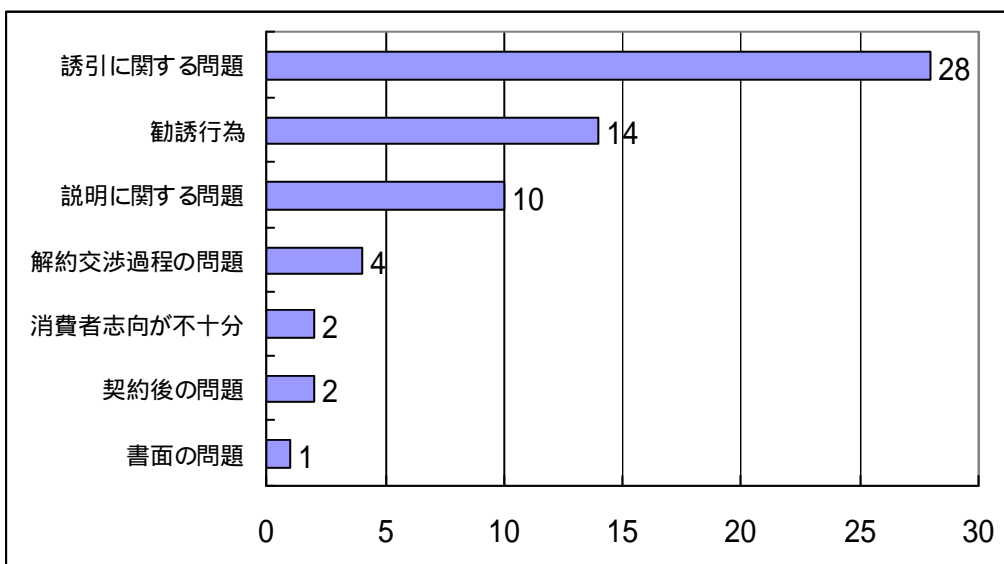
電解洗浄液生成器

2.3 年前から相談の場に登場するようになった商品であるが、今期はじめて 10 位以内に入った。全体的に相談が 3 割程度減少する中で、昨年並みの件数で、問題ありの事例については 41.4%増加している。取引方法は全て家庭訪販であった。

会員・非会員の別を見ると以下のとおりである。

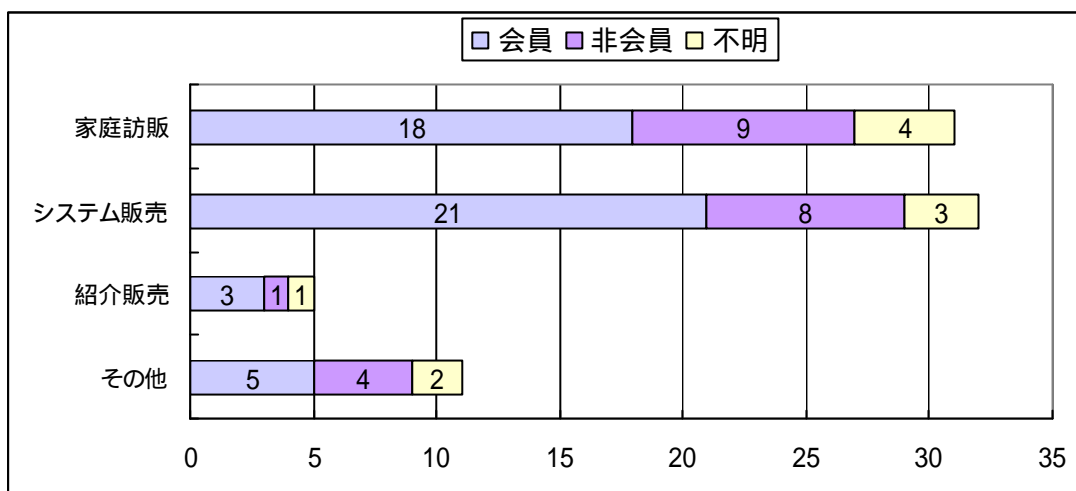


問題性別に見ると次のようになっており、「無料で電解洗浄液を差し上げます」などと告げて来訪されたという『誘引に関する問題』が多い。

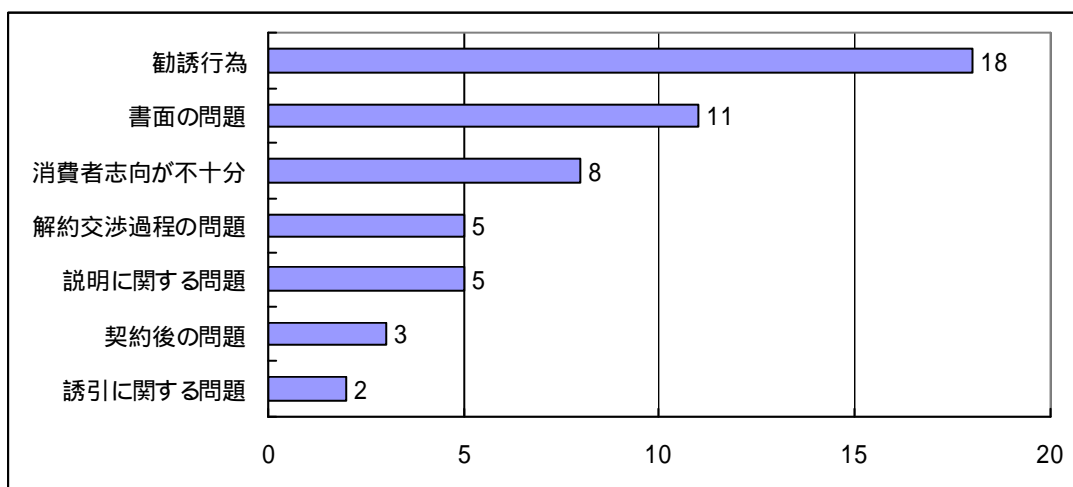


化粧品

前年 15 位であった化粧品が今期は 10 位に入った。取引方法別、会員非会員別で見ると次の図のとおりで、会員の占める割合が高いのが特徴である。



問題性別では、『勧誘行為』が多い。具体的には、「よくわからないまま化粧品を置いて帰った」という事例が複数出ていた。



いくつか事例を紹介しておく。

カード番号	相談件名	会員区分	取引名称	商品名	集計値
172123	化粧品 2 回購入後、組織入会の説明もなく口約束で応諾した契約を口頭 CO したら販売員だからと拒否。書面無	正会員	システム販売	化粧品	8
171140	化粧品を買ったが使用感合わずケ-リング-オ。販売員が 1 点づつ開封したが未使用品のみ返送の指示あり、如何	非会員	家庭訪問	化粧品	4
170724	友人。会場で大勢に囲まれ不要な化粧品含むビジネスキット 20 万契約。代金販売員立替え。概要、契約書面なし	非会員	システム販売	化粧品	4

11 位以下の商品・役務より

21 ページの一覧表は、問題性のある事例の多い順に並べている。10 位までの商品は既述のとおりであるが、相談件数で見た場合、「その他の家電製品」(13 位)、「ミシン」(12 位)が多い。

参考までに、「その他の家電製品」の内容としては下表のとおりであった。

	総数	問題性あり	問題性なし	会員	非会員	その他
その他の家電製品	28	13	15	16	9	3
エコキュート	28	14	14		26	2
空気清浄器	11	1	10	6	3	2
ディスポージャー	7	3	4		6	1
24時間風呂	4	2	2	4		
生ごみ処理機	4		4		3	1
マイナスイオン発生器	2		2	2		
音響機器	1		1		1	
節電器	1	1			1	
家電製品設置	1		1		1	
計	87	34	53	28	50	9

「エコキュート」は、相談件数の急増している商品である。オール電化を勧めて電磁調理器や太陽光発電とあわせて契約しているものも多い。また、ここにいる「その他の家電製品」の中には、上記以外のものが入っている。

その他の商品

20,21 ページの表にあるように、「その他の商品」に関する相談が 165 件あり、そのうち「問題性あり」の事例が 68 件あった。なお、前年までは「不明」(商品が不明なもの、具体的な商品についての質問や相談ではないもの)もこの中に含めていたが、今期は別にして

いる。

その内訳は下図の通りである。

商品 役務名	総件数	問題性あり	問題性なし	会員	非会員	不明
非指定商品	29	5	24	3	9	17
消火器等	21	11	10		14	7
味噌	17	7	10		10	7
表札	9	6	3		7	2
眼鏡・補聴器	7	4	3		6	1
その他の衣服	7	3	4	1	4	2
その他の家庭装置品	5	3	2	2	3	
洋服	4		4		1	3
タオル類	4		4		3	1
かつら	3		3	1	2	
ベッド	3		3			3
なし	3		3	3		
写真	2	2			2	
自動車	2		2			2
物干し竿	2	1	1			2
置物	2	2			1	1
布	2	1	1		2	
宗教用具	1	1				1
融雪装置	1		1			1
額縁	1	1			1	
はさみ	1		1			1
刀剣	1		1			1
カメラ	1		1		1	
家具	1	1				1
盆栽	1	1				1
計	130	49	81	10	66	54

消火器の相談は、厳密に言うと消費者とは言い切れないような個人事業者から寄せられることが多い。明らかに商人の契約とわかれば相談として記録に残さないのが原則であるが、自営業で自宅兼店舗というような状況の人が相談してきたようなときに記録している。味噌は毎年一定数の相談がある。