

集团的消費者被害救済制度専門調査会 審議経過

回数	日時	議題
第1回	平成22年10月28日(木) 10:00-12:00	<ul style="list-style-type: none"> ● 集团的消費者被害救済制度専門調査会の進め方について ● これまでの集团的消費者被害救済制度の検討等について
第2回	平成22年11月15日(月) 9:30-12:30	<ul style="list-style-type: none"> ● 集团的消費者被害の実態について ● 集团的消費者被害救済制度研究会において示された手続モデル案について①
第3回	平成22年12月2日(木) 16:00-19:00	<ul style="list-style-type: none"> ● 集团的消費者被害救済制度研究会において示された手続モデル案について②
第4回	平成22年12月16日(木) 16:00-19:00	<ul style="list-style-type: none"> ● 訴訟手続に係る論点について① (一段階目の判決において確認を求める事項、手続追行主体、一段階目の判決の効力)
第5回	平成23年1月6日(木) 16:00-19:00	<ul style="list-style-type: none"> ● 訴訟手続に係る論点について② (対象事案ないし手続追行要件、共通争点とすべき事項等)
第6回	平成23年1月27日(木) 15:30-18:30	<ul style="list-style-type: none"> ● 訴訟手続に係る論点について③ (通知・公告の在り方等)
第7回	平成23年2月17日(木) 9:30-12:30	<ul style="list-style-type: none"> ● 訴訟手続に係る論点について④ (個別争点を効率的に処理するための方策等)
第8回	平成23年3月3日(木) 14:00-17:00	<ul style="list-style-type: none"> ● 訴訟手続に係る論点について⑤ (和解の規律その他の訴訟手続に関する論点等)
第9回	平成23年3月31日(木) 14:00-17:00	<ul style="list-style-type: none"> ● 訴訟手続に係る論点について⑥
—	平成23年4月22日(金)	消費者委員会への中間的報告

回数	日時	議題
第10回	平成23年5月27日(金) 9:30-12:30	● 論点整理① (手続モデル、手続追行主体、手続追行要件ないし対象事案)
第11回	平成23年6月16日(木) 9:30-12:30	● 論点整理② (一段階目の手続関係)
第12回	平成23年7月7日(木) 9:30-12:30	● 論点整理③ (二段階目の手続関係)
第13回	平成23年7月22日(金) 9:30-12:30	● 論点整理④(その他の論点)
第14回	平成23年8月4日(木) 10:00-12:00	● 取りまとめ①
第15回	平成23年8月19日(金) 14:00-16:00	● 取りまとめ②

集团的消費者被害救済制度専門調査会 委員名簿⁽¹⁾(平成23年8月現在)

(五十音順)

	氏名	現職
(座長)	1 伊藤 眞	早稲田大学大学院法務研究科客員教授
(座長代理)	2 三木 浩一	慶應義塾大学大学院法務研究科教授
	3 磯辺 浩一	特定非営利活動法人 消費者機構日本 専務理事
	4 大河内 美保	主婦連合会 参与
	5 大高 友一	弁護士
	6 沖野 眞己	東京大学大学院法学政治学研究科教授
	7 窪田 充見	神戸大学大学院法学研究科教授
	8 黒沼 悦郎	早稲田大学大学院法務研究科教授
	9 後藤 準 ⁽²⁾	全国商工会連合会 常務理事
	10 中村 美華	株式会社セブン&アイ・ホールディングス 法務部 グループ法務 シニアオフィサー
	11 三木 澄子	消費生活専門相談員
	12 山本 和彦	一橋大学大学院法学研究科教授

以上 12名

消費者委員会より担当委員として池田委員、下谷内委員、山口委員が出席し、関係機関より法務省民事局、消費者庁、最高裁判所事務総局民事局、国民生活センターが出席している。

(2) 第10回より。第9回までは桑原元 全国商工会連合会 常務理事

(参考1)

司法制度改革推進計画(抄)(平成14年3月19日閣議決定)

第1 民事司法制度の改革

7. 裁判所へのアクセス拡充

(4) 被害救済の実効化

イ. 少額多数被害への対応

いわゆる団体訴権の導入、導入する場合の適格団体の決め方等について、法分野ごとに、個別の実体法において、その法律の目的やその法律が保護しようとしている権利、利益等を考慮した検討を行う(内閣府、公正取引委員会、経済産業省)

H18 消費者契約法改正(消費者団体訴訟制度の導入)

(衆議院)内閣委員会(平成18年4月28日)

消費者契約法の一部を改正する法律案に対する附帯決議

三 消費者被害の救済の実効性を確保するため、適格消費者団体が損害賠償等を請求する制度について、司法アクセスの改善手法の展開を踏まえつつ、その必要性等を検討すること。また、特定商取引法、独占禁止法、景品表示法等の消費者関連諸法についても、消費者団体訴訟制度の導入について検討を進めること。

(参議院)内閣委員会(平成18年5月30日)

消費者契約法の一部を改正する法律案に対する附帯決議

八 消費者被害の救済の実効性を確保するため、適格消費者団体が損害賠償等を請求する制度について、司法アクセスの改善手法の展開や犯罪収益剥奪・不当利益返還の仕組みの検討を踏まえつつ、その必要性等を検討すること。また、特定商取引法、独占禁止法、景品表示法等の消費者関連諸法についても、消費者団体訴訟制度の導入について検討を進めること。

H20 消費者契約法改正(消費者団体訴訟制度の対象拡大)

(衆議院)内閣委員会(平成20年4月11日)

消費者契約法の一部を改正する法律案に対する附帯決議

二 消費者被害の救済の実効性を確保するため、適格消費者団体が損害賠償等を請求する制度の導入について、引き続き検討すること。

(参議院)内閣委員会(平成20年4月24日)

消費者契約法の一部を改正する法律案に対する附帯決議

二 消費者被害の救済の実効性を確保するため、適格消費者団体が損害賠償等を請求する制度の導入について、引き続き検討すること。

(参考2)

消費者庁及び消費者委員会設置法(平成21年6月5日法律第48号)

消費者庁及び消費者委員会設置法附則

6 政府は、消費者庁関連三法の施行後三年を目途として、加害者の財産の隠匿又は散逸の防止に関する制度を含め多数の消費者に被害を生じさせた者の不当な収益をはく奪し、被害者を救済するための制度について検討を加え、必要な措置を講ずるものとする。

衆議院 消費者問題に関する特別委員会附帯決議(平成21年4月16日)

消費者庁設置法案、消費者庁設置法の施行に伴う関係法律の整備に関する法律案及び消費者安全法案に対する附帯決議

二十三 消費者庁関連三法の附則各項に規定された見直しに関する検討に際しては、消費者委員会の意見を十分に尊重し、所要の措置を講ずるものとする。

参議院 消費者問題に関する特別委員会附帯決議(平成21年5月28日)

消費者庁設置法案、消費者庁設置法の施行に伴う関係法律の整備に関する法律案及び消費者安全法案に対する附帯決議

三十一 加害者の財産の隠匿又は散逸の防止に関する制度を含め多数の消費者に被害を生じさせた者の不当な収益をはく奪し、被害者を救済するための制度の検討に当たっては、いわゆる父権訴訟、適格消費者団体による損害賠償等団体訴訟制度、課徴金制度等の活用を含めた幅広い検討を行うこと。

三十三 消費者庁関連三法の附則各項に規定された見直しに関する検討に際しては、消費者委員会による実質的な審議結果を踏まえた意見を十分に尊重し、所要の措置を講ずるものとする。

(参考 3)

消費者基本計画 (抄)

(平成 22 年 3 月 30 日閣議決定、平成 23 年 7 月 8 日一部改定)

施策 番号	具体的施策	担当省庁 等	実施時期
110	加害者の財産の隠匿又は散逸の防止に関する制度を含め多数の消費者に被害を生じさせた者の不当な収益をはく奪し、被害者を救済するための制度について、いわゆる父権訴訟、適格消費者団体による損害賠償等団体訴訟制度、課徴金制度の活用を含めた幅広い検討を加え、消費者委員会の意見を聞きながら、必要な措置を講じます。	消費者庁 法務省	平成 23 年夏を目途に制度の詳細を含めた結論を得た上、平成 24 年常会への法案提出を目指します。

(参考4)

消費者委員会 集团的消費者被害救済制度専門調査会 設置・運営規程

平成22年8月6日

消費者委員会決定

(総則)

第1条 消費者委員会(以下、「委員会」という。)の集团的消費者被害救済制度専門調査会の設置、所掌事務、議事録の作成及び会議等については、この規程の定めるところによる。

(専門調査会の設置)

第2条 委員会に集团的消費者被害救済制度専門調査会(以下「専門調査会」という。)を置く。

- 2 専門調査会に属すべき構成員は、委員長が委員、臨時委員及び専門委員のうちから指名する。
- 3 専門調査会には座長を置き、専門調査会に属する構成員から委員長が指名し、座長は、専門調査会の事務を掌理する。
- 4 座長に事故があるときは、専門調査会に属する構成員のうちから座長があらかじめ指名する者が、その職務を代理する。

(専門調査会の所掌)

第3条 専門調査会は 以下に掲げる事項について、委員会の求めに応じて、調査審議する。

- (1) 集团的な消費者被害の救済に関する制度の在り方
- (2) そのほか(1)に関連する重要事項

(調査会の設置)

第4条 座長は、必要に応じて、委員会の同意を得て専門調査会に調査会を置くことができる。

- 2 調査会は、専門調査会が行う調査審議に関し、必要な専門的事項を調査審議し又は検討する。
- 3 調査会に属すべき構成員は、委員長が委員、臨時委員及び専門委員のうちから指名する。
- 4 調査会には座長を置き、当該調査会に属する構成員から委員長が指名し、座長は、当該調査会の事務を掌理する。
- 5 調査会の座長に事故があるときは、当該調査会に属する構成員のうちから調査会の座長があらかじめ指名する者が、その職務を代理する。

(議事録の作成)

第5条 専門調査会の議事については、次の事項を記載した議事録を作成する。

- 一 会議の日時及び場所

- 二 出席した構成員の氏名
- 三 議題となった事項
- 四 審議経過
- 五 審議結果

(審議の公開)

第6条 専門調査会の開催予定に関する日時・開催場所等については、公開する。

- 2 専門調査会は、会議を公開することにより、当事者若しくは第三者の権利若しくは利益又は公共の利益を害するおそれがある場合その他座長が非公開とすることを必要と認めた場合を除き、公開する。非公開とすべき事由が終了したときは、公開するものとする。
- 3 前項の規定により座長が会議を非公開とすることを認めた場合は、専門調査会はその理由を公表する。
- 4 会議の議事録については、第2項の規定により座長が会議を非公開とすることを必要と認めた場合を除き、公開する。
- 5 第2項の規定により座長が会議を非公開とすることを必要と認めた場合は、議事要旨をすみやかに作成し、公表するものとする。

(専門調査会の会議)

第7条 座長(座長に事故があるときはその職務を代理する者。以下同じ。)は、専門調査会の会議を招集し、その議長となる。

- 2 専門調査会に属さない委員は、あらかじめ座長に届け出ることにより、専門調査会に出席することができる。

(雑則)

第8条 この規程に定めるもののほか、専門調査会の運営に関し必要な事項は、座長が委員会に諮って定める。

(準用)

第9条 第5条から前条までの規定は、調査会について準用する。この場合において、これらの規定中「専門調査会」とあるのは「調査会」と読み替えるものとする。

附 則

この規程は、平成22年8月6日から施行する。

(参考5)

集团的消費者被害救済制度専門調査会の進め方について

平成 22 年 10 月
消費者委員会

1. 趣旨

本専門調査会は、集团的消費者被害救済制度に関する事項について、消費者委員会の求めに応じて、調査審議する。

消費者庁及び消費者委員会設置法附則第6項においては、同法の施行後3年を目途として、「加害者の財産の隠匿又は散逸の防止に関する制度を含め多数の消費者に被害を生じさせた者の不当な収益をはく奪し、被害者を救済するための制度について検討を加え、必要な措置を講ずるもの」とされている。

また、「消費者基本計画」(平成22年3月30日閣議決定)においては、集团的消費者被害救済制度について、「平成22年夏を目途に論点の整理を行い、平成23年夏を目途に制度の詳細を含めた結論を得る」とされているところ、平成22年9月、消費者庁において、集团的消費者被害救済制度研究会の報告書が取りまとめられ、公表された。

これらを踏まえて、本専門調査会としては、主に以下の事項を中心として調査審議を進める。

2. 主な審議事項

(1) 集合訴訟制度について

- ・ 集团的消費者被害の実態及び制度の対象となる消費者被害について
- ・ 集团的消費者被害救済制度研究会報告書において示された集合訴訟手続モデル案について
- ・ 手続追行主体と判決効について
- ・ 通知・公告の在り方等について
- ・ 和解、訴えの取下げ等に関する規律について
- ・ 訴訟手続に係る個別論点全般について
- ・ その他、制度に関する問題全般について

(2) その他(1)に関連する重要事項

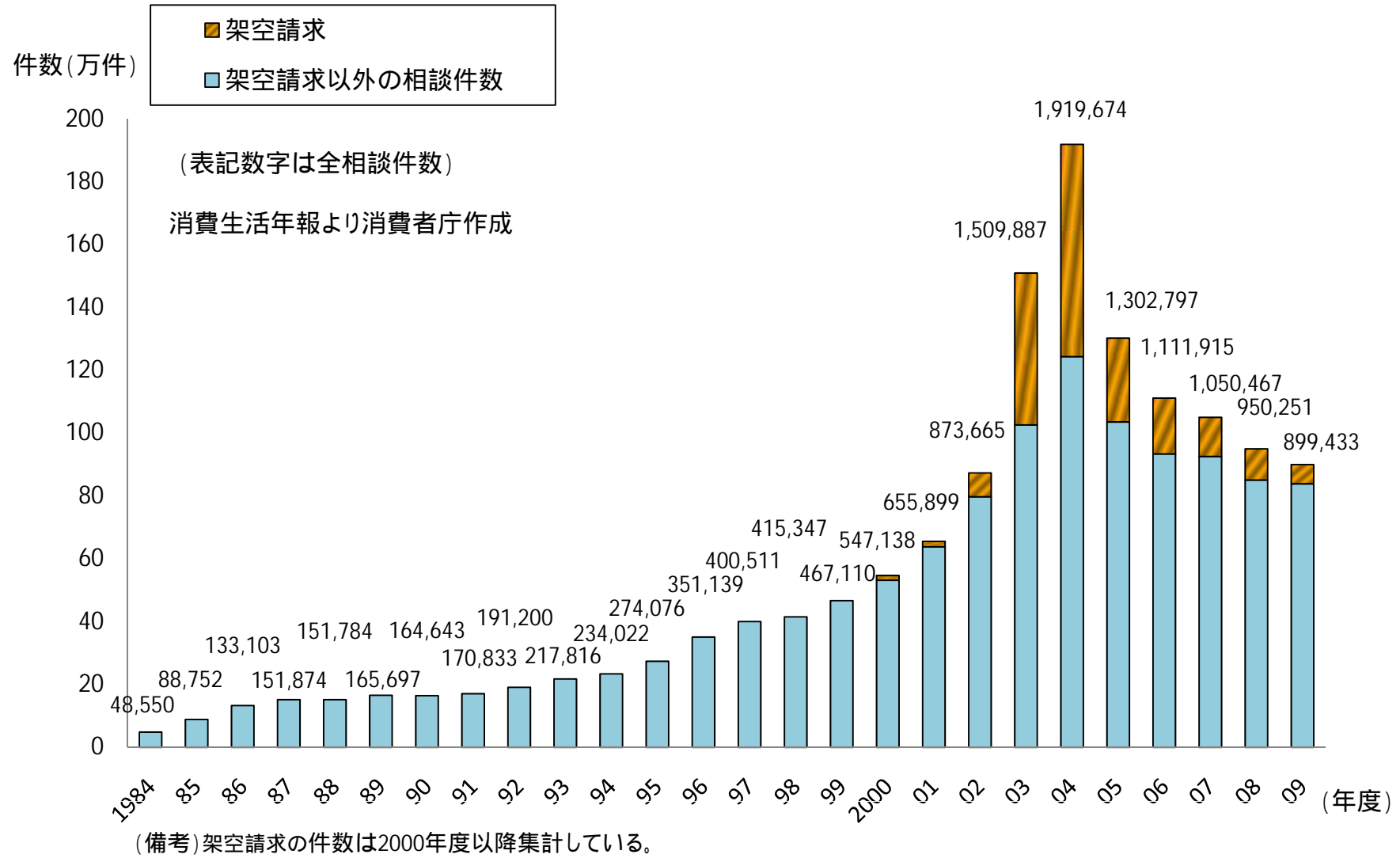
3. スケジュール

第1回 内閣府及び消費者庁における研究会の報告書及び今後の運営について、その他フリーディスカッション

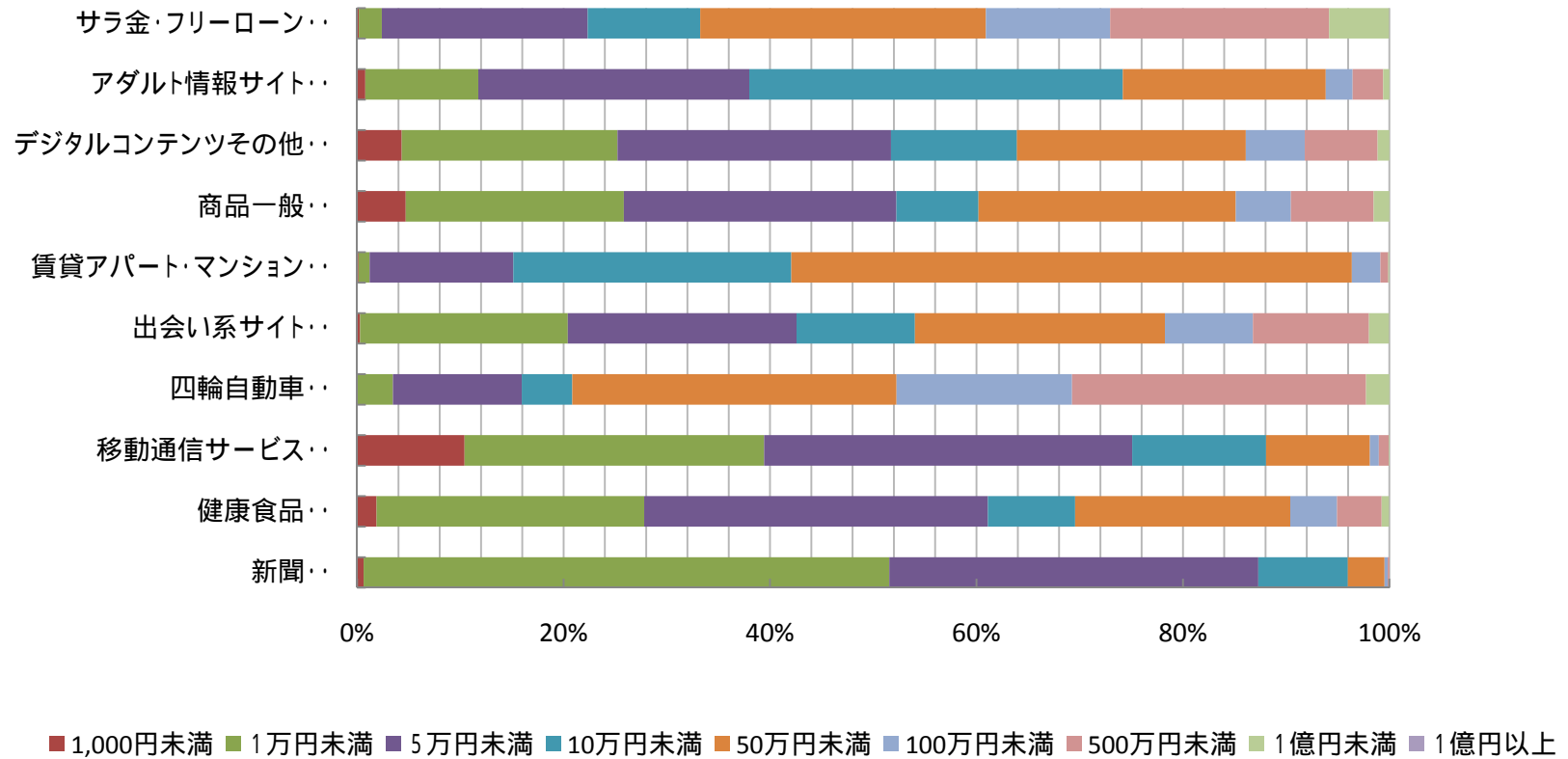
第2回以降 集团的な消費者被害の救済に関する制度の在り方について
平成23年夏を目途にとりまとめを行う。

以上

(参考6) 消費生活相談の年度別総件数の推移



(参考7) 2009年度商品・役務別既払金額分布



(備考) 上記グラフの順位は、相談総件数に基づくものであり、「年度別相談件数内訳(取引)」とは異なる。
 各割合は、相談件数合計から無回答及び0円を除いて算出している。
 2009年度より集計方法(PIO-NETにおける商品・役務分類)が変更されているため、2008年度以前と2009年度以降の時系列での比較はできない。

(参考8) 2009年度の上位商品・役務別にみた相談の特徴

順位	商品・役務等	件数	男女別の傾向		契約当事者の特徴	平均契約金額(円) 平均既支払金額(円)	主な販売購入形態 (%)	過去5年間の件数の推移						
			性別	件数				平均年齢	'05	'06	'07	'08	'09	
1	サラ金・フリーローン	92,815	男性 女性	57,212 33,661	46.2 47.5	30～60歳代 給与生活者	2,935,357 630,233	店舗購入 通信販売	(67.0) (6.9)	126248 92815				
2	アダルト情報サイト	55,092	男性 女性	39,903 14,597	36.3 30.5	20～50歳代 給与生活者	101,061 8,938	通信販売 店舗購入	(98.7) (0.2)	(注3)				
3	デジタルコンテンツその他	51,389	男性 女性	23,705 26,957	38.2 35.9	30～40歳代 給与生活者	224,444 59,322	通信販売 店舗購入	(94.9) (0.7)	(注3)				
4	商品一般	45,571	男性 女性	15,033 28,792	52.6 54.0	30歳以上の各年代、女性中心 家事従事者、給与生活者	988,840 96,024	通信販売 店舗購入	(32.0) (8.6)	226535 45571				
5	賃貸アパート・マンション	39,205	男性 女性	19,311 18,659	39.4 39.3	20～50歳代 給与生活者	254,806 142,991	店舗購入 通信販売	(84.7) (0.6)	39205 31907				
6	出会い系サイト	33,389	男性 女性	18,227 14,879	34.9 31.9	20～40歳代 給与生活者	350,898 206,582	通信販売 店舗購入	(98.3) (0.4)	(注3)				
7	四輪自動車	15,707	男性 女性	10,836 4,437	41.7 41.2	20～60歳代、男性中心 給与生活者	1,482,132 693,203	店舗購入 通信販売	(83.3) (7.2)	15539 13215				
8	移动通信サービス	13,719	男性 女性	7,503 5,810	43.2 41.7	20～60歳代 給与生活者	107,448 23,018	店舗購入 通信販売	(67.9) (18.9)	(注3)				
9	健康食品	13,123	男性 女性	3,599 9,197	56.9 59.1	40～70歳代、女性中心 家事従事者、無職	216,230 166,830	通信販売 マルチ取引	(29.8) (27.0)	17969 13123				
10	新聞	12,296	男性 女性	4,793 6,837	54.1 58.1	30歳以上の各年代 家事従事者、無職、給与生活者	41,213 6,736	訪問販売 店舗購入	(84.5) (3.4)	12296 11376				
11	生命保険	11,368	男性 女性	5,461 5,627	57.8 58.9	40～70歳代 家事従事者、無職、給与生活者	5,053,034 4,020,640	店舗購入 訪問販売	(28.3) (27.5)	(注3)				
12	エステティックサービス	10,494	男性 女性	376 10,046	30.4 30.7	20～30歳代、女性中心 給与生活者	344,512 178,010	店舗購入 訪問販売	(90.7) (5.1)	15027 10494				
13	修理サービス	10,434	男性 女性	4,665 5,420	52.1 56.2	30歳以上の各年代 給与生活者、家事従事者、無職	207,620 84,343	店舗購入 訪問販売	(55.5) (24.9)	10434 8542				
14	放送サービス	9,435	男性 女性	4,770 4,310	50.3 51.8	30歳以上の各年代 給与生活者、家事従事者、無職	54,076 12,664	訪問販売 店舗購入	(39.7) (12.9)	(注3)				
15	インターネット接続回線	8,948	男性 女性	4,891 3,796	46.9 45.6	20歳以上の各年代 給与生活者、家事従事者	73,355 20,751	電話勧誘販売 通信販売	(29.8) (23.7)	(注3)				
16	分譲マンション	8,426	男性 女性	6,150 1,997	43.2 47.0	30～50歳代、男性中心 給与生活者	26,432,427 4,438,669	電話勧誘販売 店舗購入	(37.8) (31.4)	8426 6266				
17	ふとん類	7,895	男性 女性	1,633 6,130	52.8 65.0	50歳以上、女性中心 家事従事者、無職	414,939 194,320	訪問販売 店舗購入	(64.4) (11.1)	14645 7895				
18	化粧品	7,812	男性 女性	961 6,703	42.2 47.3	20～60歳代、女性中心 給与生活者、家事従事者	152,508 84,037	通信販売 マルチ取引	(35.4) (24.2)	9975 7812				
19	クリーニング	7,626	男性 女性	1,617 5,867	45.0 48.2	30～50歳代、女性中心 家事従事者、給与生活者	16,305 8,427	店舗購入 訪問販売	(91.8) (4.3)	10118 7626				
20	株	7,513	男性 女性	4,048 3,338	68.0 66.9	60～70歳代 無職、家事従事者	5,113,068 4,533,310	電話勧誘販売 訪問販売	(51.0) (11.6)	7513 4056				
21	携帯電話	7,065	男性 女性	3,812 3,081	43.7 41.9	30～50歳代 給与生活者	77,990 38,684	店舗購入 通信販売	(84.3) (7.0)	(注3)				
22	アクセサリ	6,488	男性 女性	1,737 4,662	33.8 47.3	20～60歳代、女性中心 給与生活者、家事従事者	622,735 278,231	店舗購入 訪問販売	(37.8) (27.1)	13844 6488				
23	その他金融関連サービス	6,401	男性 女性	3,284 2,978	51.0 51.9	30歳以上の各年代 給与生活者、家事従事者	994,535 592,370	店舗購入 通信販売	(44.5) (11.5)	11930 5554				
24	宝くじ	6,052	男性 女性	4,115 1,776	68.4 62.3	60歳以上、男性中心 無職、家事従事者	6,827,381 149,699	通信販売 店舗購入	(93.5) (0.9)	8507 5322				
25	リースサービス	6,008	男性 女性	2,118 958	58.0 55.5	40歳以上、男性中心 自営・自由業	1,261,533 368,172	訪問販売 店舗購入	(64.8) (9.4)	10756 5978				

(注1) データは2010年5月末日までの登録分。「他の相談」に属する項目は集計対象から除いている。

(注2) 「訪問販売」には、「家庭訪問販売」、「アポイントメントセールス」、「SF商法」、「キャッチセールス」などが含まれる。

主な相談内容等 (相談内容は複数回答項目である)	相談の特徴等
①多重債務、②金利・利息、③自己破産、④クレジットカード、⑤高価格・料金、⑥返金、⑦不当請求@、⑧信用性、⑨法律違反、⑩保証人	多重債務、利息の過払いに関する相談が多い。
①インターネット通販、②ポルノ・風俗、③ワンクリック請求、④不当請求@、⑤高価格・料金、⑥無料商法、⑦強引、⑧未成年者契約、⑨架空請求、⑩無断契約	サイトの画面をクリックしただけで登録され料金を請求されたというものや、無料と思ってサイトに登録したところ高額な請求を受けたという相談が多い。
①インターネット通販、②架空請求、③不当請求@、④強引、⑤無断契約、⑥高価格・料金、⑦プライバシー、⑧ワンクリック請求、⑨迷惑メール、⑩無料商法	身に覚えのないサイト利用料を請求されたといった相談が多い。
①架空請求、②不当請求@、③強引、④無断契約、⑤信用性、⑥プライバシー、⑦債権回収業者、⑧電話勧誘、⑨虚偽説明、⑩身分詐称	身に覚えがなく債権の内容も不明な請求に関する相談が多い。
①保証金等、②解約@、③修理代、④返金、⑤契約書・書面@、⑥高価格・料金、⑦不当請求@、⑧説明不足、⑨クレーム処理、⑩契約更新	敷金の返還や現状回復等、退去時のトラブルが目立つ。
①インターネット通販、②不当請求@、③ポルノ・風俗、④高価格・料金、⑤無料商法、⑥架空請求、⑦ワンクリック請求、⑧強引、⑨プライバシー、⑩解約@	無料と思ってサイトを利用したところ高額な請求を受けたというものや、身に覚えのないサイト利用料を請求されたという相談が多い。
①解約@、②クレーム処理、③新車、④説明不足、⑤解約料、⑥約束不履行、⑦返金、⑧契約書・書面@、⑨早期故障、⑩補償	乗用車を購入した後のクレームへの対応などに関する相談が目立つ。
①解約@、②高価格・料金、③説明不足、④クレーム処理、⑤不当請求@、⑥解約料、⑦他の接客対応、⑧価格・料金@、⑨契約変更、⑩契約書・書面@	携帯電話サービスの利用料金、説明不足、解約に関するトラブルが多い。
①解約@、②電話勧誘、③サイドビジネス商法、④信用性、⑤高価格・料金、⑥返金、⑦効能・効果、⑧クーリングオフ@、⑨薬効うたう、⑩強引	マルチ取引やサイドビジネス商法など販売方法に関するトラブルや、電話勧誘を受けたという相談が目立つ。
①家庭訪問、②解約@、③景品付販売、④強引、⑤クーリングオフ@、⑥契約書・書面@、⑦無断契約、⑧長期契約、⑨判断不十分者契約、⑩クレーム処理	家庭訪問による強引な勧誘などの販売方法に関するトラブルが多い。
①説明不足、②解約@、③家庭訪問、④契約書・書面@、⑤クレーム処理、⑥返金、⑦契約変更、⑧他の接客対応、⑨信用性、⑩約束不履行	保健会社の説明不足や解約、クレームへの対応などに関する相談が目立つ。
①解約@、②返金、③倒産、④クーリングオフ@、⑤約束不履行、⑥連絡不能、⑦高価格・料金、⑧瘦身、⑨強引、⑩無料商法	倒産に関連した解約や返金に関する相談や事業者と連絡がとれないといった相談が目立つ。
①修理代、②高価格・料金、③家庭訪問、④説明不足、⑤クレーム処理、⑥機能故障、⑦見積り、⑧補償、⑨解約@、⑩約束不履行	自動車や携帯電話機などの修理に関する相談が多い。
①解約@、②家庭訪問、③説明不足、④地デジ関連、⑤強引、⑥電話勧誘、⑦無料商法、⑧クレーム処理、⑨価格・料金@、⑩契約書・書面@	家庭訪問や地上デジタル放送関連などのテレビ放送サービスに関する相談やケーブルテレビに関する相談が目立つ。
①解約@、②電話勧誘、③説明不足、④クレーム処理、⑤家庭訪問、⑥強引、⑦解約料、⑧不当請求@、⑨虚偽説明、⑩信用性	光ファイバー回線の接続契約に関する相談が目立つ。
①電話勧誘、②強引、③解約@、④利殖商法、⑤保証金等、⑥返金、⑦長時間勧誘、⑧説明不足、⑨プライバシー、⑩問題勧誘	投資用マンションの強引な電話勧誘に関する相談が多い。
①家庭訪問、②高価格・料金、③解約@、④クーリングオフ@、⑤強引、⑥販売目的隠匿、⑦次々販売、⑧返金、⑨虚偽説明、⑩電話勧誘	家庭訪問や次々販売などにより高価格なふとんを売りつけられたという相談が多い。
①解約@、②サイドビジネス商法、③返金、④電話勧誘、⑤クーリングオフ@、⑥信用性、⑦高価格・料金、⑧強引、⑨インターネット通販、⑩皮膚障害	サイドビジネス商法等の販売方法に関する相談が多い。皮膚に障害が生じた等の安全や品質に関する相談もある。
①補償、②クレーム処理、③ドライクリーニング、④紛失、⑤しみ、⑥変色、⑦伸縮、⑧他の接客対応、⑨裂け・亀裂、⑩風合	衣類の紛失や、しみ、変色、伸縮などのクリーニングの品質や補償に関する相談が目立つ。
①電話勧誘、②利殖商法、③解約@、④虚偽説明、⑤返金、⑥信用性、⑦二次被害、⑧強引、⑨連絡不能、⑩儲からない	電話勧誘による未公開株の購入に関する相談が多い。
①解約@、②クレーム処理、③説明不足、④早期故障、⑤交換、⑥機能故障、⑦故障頻発、⑧他の接客対応、⑨修理代、⑩高価格・料金	クレームへの対応や事業者の説明不足に関する相談が目立つ。
①解約@、②高価格・料金、③アポイントメントセールス、④返金、⑤強引、⑥クーリングオフ@、⑦ダイヤモンド、⑧展示販売、⑨虚偽説明、⑩販売目的隠匿	アポイントメントセールス等、販売方法に関するトラブルが多い。契約者が男性のケースも少なくない。
①クレジットカード、②解約@、③説明不足、④信用性、⑤プライバシー、⑥契約拒否、⑦不当請求@、⑧債権回収業者、⑨無断契約、⑩連絡不能	クレジットカードの入退会等に関する相談が目立つ。
①当選商法、②DM広告、③中華人民共和国、④カナダ、⑤信用性、⑥オーストラリア、⑦プライバシー、⑧強引、⑨法律違反、⑩虚偽説明	海外宝くじのDM広告の信用性に関する相談が多い。
①解約@、②高価格・料金、③虚偽説明、④家庭訪問、⑤職場訪問、⑥説明不足、⑦契約書・書面@、⑧約束不履行、⑨強引、⑩倒産	電話機やファックス機器等の通信機器や、複写機やパソコン等の事務機器などのリースサービスに関する相談が目立つ。自営・自由業者からの相談が多い。

(注3)2009年度から商品・役務分類を変更したことなどにより時系列での比較はできない。

(参考9) 2009年度の上位販売方法・手口別にみた相談の特徴

順位	販売方法・手口	件数	男女別の傾向		契約当事者の特徴	平均契約金額(円) 平均既支払金額(円)	過去5年間の件数の推移 '05 '06 '07 '08 '09	
			性別	件数				平均年齢
1	インターネット通販	131,166	男性 女性	74,480 55,106	37.0 33.9	20～40歳代 給与生活者	177,067 72,848	(注4)
2	家庭訪販	50,018	男性 女性	18,357 30,418	58.8 62.3	60歳以上、女性中心 無職、家事従事者	1,480,987 784,527	82942 49447
3	電話勧誘販売	49,474	男性 女性	24,194 22,766	52.9 57.8	30歳以上の各年代 給与生活者、家事従事者	1,421,857 989,786	70709 49261
4	ワンクリック請求	38,329	男性 女性	26,181 11,858	36.4 29.2	10～40歳代、男性中心 給与生活者	86,992 7,529	(注4)
5	無料商法	29,700	男性 女性	15,458 13,856	39.7 39.3	20～40歳代 給与生活者	208,411 68,874	37518 29393
6	マルチ取引	15,727	男性 女性	5,239 10,114	41.4 48.0	20歳以上の各年代 給与生活者、家事従事者	758,975 697,056	24320 15727
7	サイドビジネス商法	15,714	男性 女性	6,084 9,309	40.1 43.3	20～60歳代、女性中心 給与生活者、家事従事者	787,807 518,950	21763 15714
8	被害にあった人を勧誘(二次被害)	11,264	男性 女性	6,571 4,499	48.8 57.8	30～40歳代、男性中心 給与生活者、家事従事者	1,403,713 853,094	28180 11264
9	販売目的隠匿	11,261	男性 女性	3,650 7,205	48.4 52.3	20歳代、60歳以上、女性中心 給与生活者、家事従事者	671,365 258,148	24777 11261
10	次々販売	10,763	男性 女性	3,546 6,973	57.0 61.4	20歳代、70歳代以上、女性中心 無職、給与生活者	2,492,341 2,058,270	18854 10763
11	利殖商法	10,520	男性 女性	5,389 4,967	58.5 64.3	40歳以上 無職、家事従事者、給与生活者	6,099,662 4,831,055	10520 6106
12	当選商法	7,306	男性 女性	4,032 2,776	63.3 51.9	60歳以上、男性中心 無職、家事従事者、給与生活者	3,374,085 153,911	8656 7306
13	インターネットオークション	6,891	男性 女性	4,167 2,596	36.0 34.1	20～40歳代 給与生活者	123,217 79,272	(注4)
14	かたり商法(身分詐称)	6,024	男性 女性	2,007 3,532	54.8 56.1	30歳以上の各年代、女性中心 家事従事者	929,641 275,332	17361 6024
15	点検商法	5,680	男性 女性	1,915 3,507	65.3 66.5	60歳以上、女性中心 家事従事者、無職	500,887 159,917	12820 5537
16	アポイントメントセールス	4,430	男性 女性	2,483 1,902	32.7 36.8	20～30歳代 給与生活者	1,326,347 479,394	11630 4430
17	景品付販売	3,801	男性 女性	1,404 2,325	52.8 56.2	20歳以上の各年代、女性中心 家事従事者、無職、給与生活者	282,538 48,800	3801 2559
18	紹介販売	3,788	男性 女性	1,133 2,585	42.6 47.0	20歳代、50歳代以上、女性中心 給与生活者、家事従事者	1,048,171 862,004	5613 3788
19	テレビショッピング	3,762	男性 女性	986 2,741	62.7 58.3	50～70歳代、女性中心 家事従事者	31,132 21,065	3762 1420
20	代引配達	3,585	男性 女性	1,155 2,371	51.2 54.8	20歳以上の各年代、女性中心 給与生活者、家事従事者、無職	38,878 19,548	3582 1624
21	薬効をうたった勧誘	3,288	男性 女性	767 2,458	61.9 61.4	60歳以上、女性中心 家事従事者、無職	419,802 280,945	4848 3288
22	S F 商法	3,202	男性 女性	658 2,390	70.7 72.4	60歳以上、女性中心 無職、家事従事者	405,495 269,575	6340 3202
23	過量販売	3,172	男性 女性	693 2,436	56.4 57.3	20歳以上の各年代、女性中心 給与生活者、無職、家事従事者	2,270,807 1,728,917	5489 3172
24	業務提供誘引販売	2,860	男性 女性	888 1,950	40.3 36.0	20～30歳代、女性中心 給与生活者、家事従事者	529,948 249,840	(注4)
25	ネガティブ・オプション	2,548	男性 女性	1,067 914	62.8 60.4	60歳以上 無職、家事従事者	69,351 3,690	6724 2548

(注1) データは2010年5月末日までの登録分。なお、1件の相談に複数の販売方法・手口が含まれる場合は、各々に対し1件ずつカウントしている。

主な商品・役務等 (括弧内の数値は各項目計に占める割合)	相談の特徴等
①アダルト情報サイト(33.0%)、②デジタルコンテンツその他(26.8%)、③出会い系サイト(19.1%)、④商品一般(0.8%)、⑤婦人洋服(0.8%)	無料だと思いアダルト情報サイトなどに登録したところ料金を請求された相談や、利用した覚えのないサイト利用料を請求された相談などが多い。
①新聞(12.4%)、②ふとん類(7.0%)、③放送サービス(3.7%)、④浄水器(3.5%)、⑤補習用教材(3.1%)	消費者が要請していないにもかかわらず、業者が家庭訪問し消費者を勧誘するケースがほとんどである。強引な勧誘や長時間に及ぶ勧誘など、問題が多い。
①株(7.7%)、②分譲マンション(6.4%)、③インターネット接続回線(5.4%)、④サラ金・フリーローン(4.8%)、⑤教養娯楽・資格教材(4.8%)	消費者が要請していないにもかかわらず、業者が電話により消費者を勧誘するケースがほとんどである。強引な勧誘や、虚偽説明、説明不足などの問題がみられる。
①アダルト情報サイト(75.3%)、②デジタルコンテンツその他(12.3%)、③出会い系サイト(11.4%)、④電話音声情報(0.3%)、⑤移動通信サービス(0.3%)	有料情報サイトの利用中やネットサーフィンをしている際に何かしらのボタンをクリックし、料金を請求されるケースが多い。未成年者からの相談も多い。
①アダルト情報サイト(28.7%)、②出会い系サイト(19.7%)、③デジタルコンテンツその他(13.9%)、④エステティックサービス(2.8%)、⑤放送サービス(2.8%)	「無料」をうたったサイトを利用したところ、利用料を請求された相談などが多い。また、無料エステサービスを受けたところ商品やコースを契約させられた等の相談もある。
①健康食品(22.5%)、②化粧品(12.0%)、③商品一般(6.6%)、④内職・副業その他(5.8%)、⑤飲料(3.3%)	健康食品や化粧品に関する相談が多く、「説明されたようには儲からない」などの相談がみられる。
①内職・副業その他(16.3%)、②健康食品(14.3%)、③化粧品(8.0%)、④ワープロ・パソコン内職(5.9%)、⑤商品一般(4.6%)	解約・返金に関する相談のほかに、「説明されたようには儲からない」などの相談がみられる。インターネットを介してビジネスを行うものの相談が目立つ。
①教養娯楽・資格教材(16.4%)、②資格講座(12.3%)、③株(11.9%)、④複合サービス会員(4.9%)、⑤ふとん類(4.7%)	以前契約をした商品・サービスについて「解約してあげる」「損を取り戻してあげる」などと電話で説明し、従前の被害の救済を装いお金を支払わせるケースが多い。
①ふとん類(9.4%)、②商品一般(4.4%)、③アクセサリ(4.0%)、④浄水器(3.9%)、⑤出会い系サイト(2.9%)	家庭訪問や電話勧誘販売などで多く見られる。
①ふとん類(8.9%)、②エステティックサービス(6.9%)、③株(4.7%)、④アクセサリ(3.8%)、⑤健康食品(3.3%)	家庭訪問での契約がきっかけとなるケースが多い。2009年度はふとんやエステ等の割合が減少し、株に関する相談が増加した。
①株(27.2%)、②商品デリバティブ取引(14.8%)、③ファンド型投資商品(14.8%)、④分譲マンション(10.8%)、⑤公社債(5.8%)	金融商品に関する相談が多く、「儲からない」「返金されない」といった相談のほか、なかには詐欺まがいのものもある。
①宝くじ(54.7%)、②デジタルコンテンツその他(9.0%)、③他の教養・娯楽サービス(8.4%)、④出会い系サイト(8.4%)、⑤書籍・印刷物その他(4.6%)	海外宝くじのダイレクトメールに関する相談が多いが、最近では「当選した」というメールが届き、クリックをしたりすると、サイトに登録となり代金を請求される等の相談も目立つ。海外から不審な信書が届いたという相談も見られる。
①四輪自動車(7.5%)、②商品一般(5.1%)、③婦人洋服(4.7%)、④かばん(4.1%)、⑤自動二輪車(3.5%)	解約、返金に関する相談の他には、「お金を振り込んだが連絡がとれなくなった」「商品が届かない」などの相談が多い。
①商品一般(38.1%)、②リースサービス(3.1%)、③出会い系サイト(2.6%)、④ふとん類(2.2%)、⑤サラ金・フリーローン(2.2%)	公的機関等をかたって架空請求をしてくる相談や、リースサービスでは大手電力会社をかたりブレーカーや節電器に関するものが多い。
①ふとん類(11.5%)、②浄水器(10.8%)、③屋根工事(8.4%)、④修理サービス(6.9%)、⑤建物清掃サービス(6.1%)	なかには公的機関をかたるケースもある。料金が安いという相談の他に、「このままでは危ない」と強引に契約をさせられたという悪質な相談も目立つ。浄水器の相談件数は年々減少傾向。
①アクセサリ(25.5%)、②複合サービス会員(22.8%)、③分譲マンション(3.8%)、④外国語・会話教室(3.4%)、⑤商品デリバティブ取引(2.9%)	強引な勧誘や長時間に及ぶ勧誘など、問題が多い。2008年度と比較すると、ネックレスや複合会員サービスなどの件数は減少している。
①新聞(81.0%)、②インターネット接続回線(2.6%)、③移動通信サービス(1.2%)、④家庭用電気治療器具(1.0%)、⑤健康食品(0.9%)	消費者が解約しようとする、販売業者が景品の返還を求めるケースもみられる。
①健康食品(17.3%)、②化粧品(11.4%)、③商品一般(4.6%)、④婦人下着(4.4%)、⑤ファンド型投資商品(4.3%)	知人からの誘いを断り切れずに契約したというケースもみられる。
①健康食品(12.7%)、②電気掃除機類(10.5%)、③化粧品(7.3%)、④婦人下着(6.8%)、⑤ふとん類(4.5%)	健康食品や電気掃除機に関する相談が多く、内容では解約・返品に関する相談やイメージと違ったという相談が多い。
①鮮魚(18.2%)、②健康食品(17.3%)、③化粧品(6.2%)、④商品一般(4.0%)、⑤アクセサリ(3.0%)	注文していないのに送られてきて支払ってしまうケースもある。
①健康食品(40.1%)、②家庭用電気治療器具(14.2%)、③飲料(5.6%)、④アクセサリ(4.7%)、⑤磁気マットレス・磁気用品(4.4%)	「効果がない」「症状が悪化した」などの相談もある。
①家庭用電気治療器具(26.2%)、②健康食品(18.6%)、③ふとん類(18.0%)、④商品一般(11.0%)、⑤磁気マットレス・磁気用品(6.7%)	公民館や民家、店舗等で開催される。「購入した商品が高い」「クーリングオフしたい」等の相談が目立つ。また、高齢者のトラブルが多い。
①健康食品(17.2%)、②補習用教材(11.3%)、③ふとん類(6.7%)、④エステティックサービス(5.7%)、⑤新聞(5.5%)	結果として不必要であったり、高額な契約にいたることもある。家庭訪問での契約がきっかけとなるケースが多い。
①内職・副業その他(29.1%)、②ワープロ・パソコン内職(26.0%)、③配送内職(7.1%)、④教養娯楽・資格教材(5.9%)、⑤チラシ配り内職(4.5%)	解約・返金に関する相談や「儲からない」という相談が多い。
①書籍・印刷物その他(11.5%)、②本(10.4%)、③健康食品(9.6%)、④新聞(8.9%)、⑤商品一般(8.1%)	届いてしまった商品の代金請求は振込みの場合や代引配達の場合がある。

(注2)「家庭訪問」「代引配達」は販売方法に問題があるとカウントされたもののみを対象に集計した。

(注3)「販売目的隠匿」には「アポイントメントセールス」は含まれていない。

(注4)2009年度からキーワード体系を変更したことなどにより時系列での比較はできない。