

訪問販売・電話勧誘販売等の
勧誘に関する問題についての検討③
【参考資料集】



目次

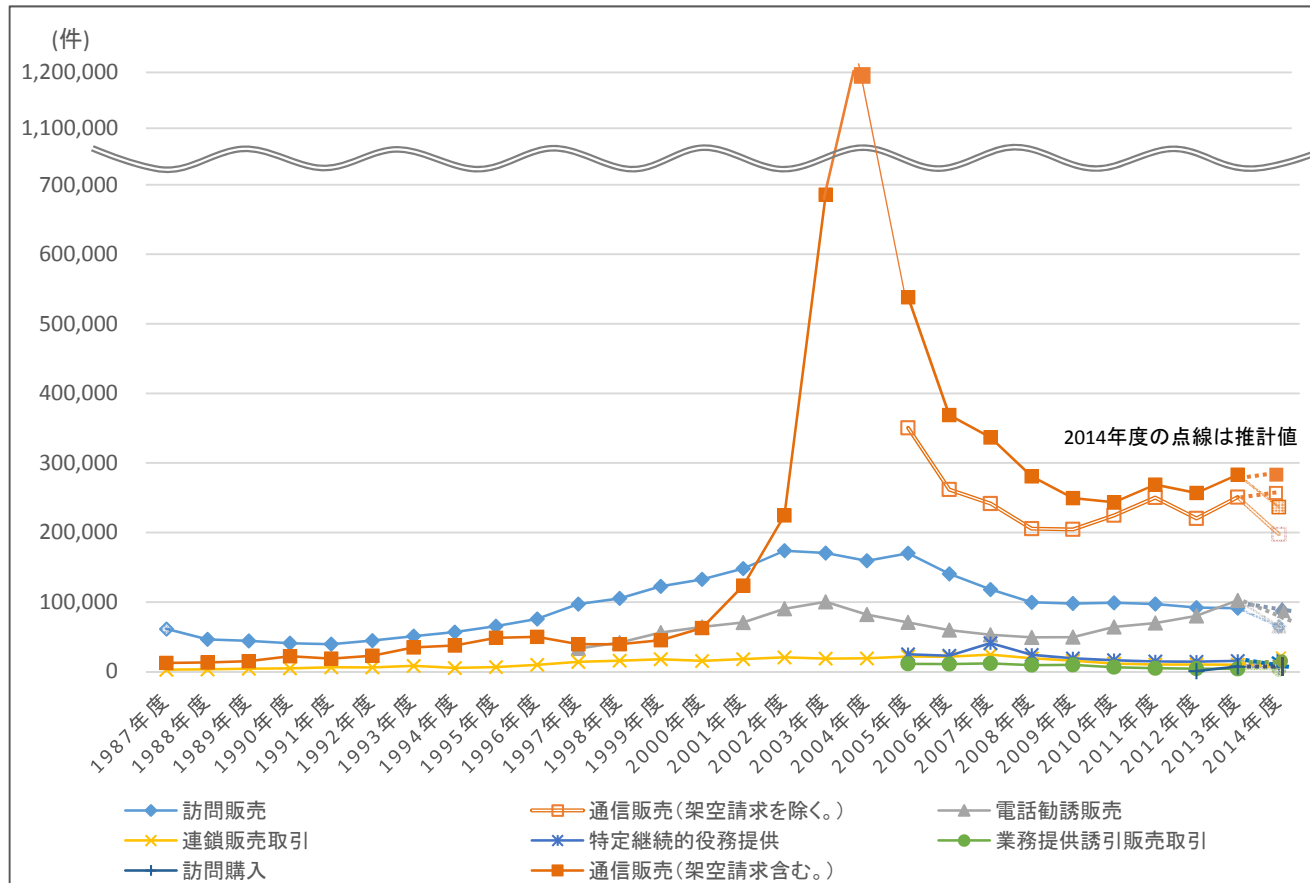
- (1) 訪問販売、電話勧誘販売に関する近年の相談状況
- (2) 訪問販売、電話勧誘販売に関する消費者の意識
- (3) 平成20年改正の効果の検証(訪問販売、電話勧誘販売)
- (4) その他の相談情報に関するデータ
- (5) 特商法に関する行政処分の状況、刑罰の適用状況
- (6) 諸外国および自治体の制度例と 効果・課題

(1) 訪問販売、電話勧誘販売に関する 近年の相談状況

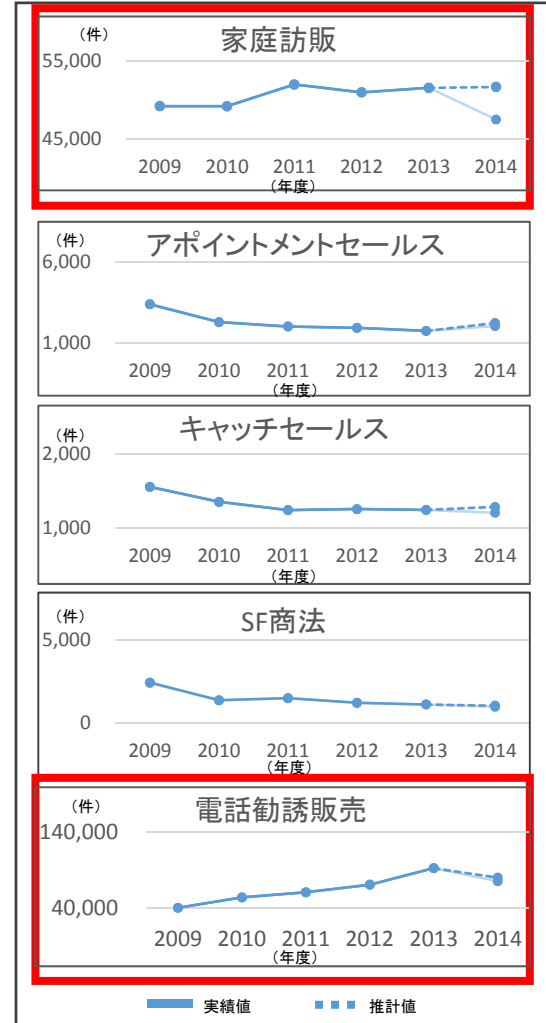
(1) 訪問販売、電話勧誘販売に関する近年の相談状況①

◆ 訪問販売は近年減少傾向にあるが、販売方法を詳細に分析したところ、「アポイントメントセールス・キャッチセールス」等が減少傾向にある一方、「家庭訪販」については増加傾向にあった。(右図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。)

(図1-1)



(図1-2)



注1)「PIO-NET(パイオネット:全国消費生活情報ネットワーク・システム)とは、国民生活センターと全国の消費生活センター等をオンラインネットワークで結び、消費生活に関する情報を蓄積しているデータベースのこと。
 注2)2005年度以降のデータは2014年12月31日までの受付、2015年1月27日までの登録分(訪問購入に関する相談は2013年2月21日以降受付分より収集)。第1回特定商取引法専門調査会(3月5日)「資料2 特定商取引を取り巻く環境変化」(消費者庁)より抜粋。
 注3)「特定継続的役務提供」は、「エステティックサービス」「外国語・会話教室」「家庭教師」「学習塾」「パソコン・ワープロ教室」「結婚相手紹介サービス」に関する相談で、「業務提供誘引販売取引」は、「内職・副業(「ネズミ講」を除く。)」 「モニター商法」に関する相談の合計件数である。登録された内容は必ずしも特定商取引法に沿ったものとは限らない。
 注4)2004年度以前の件数については、「消費生活年報」に掲載されているデータから記載。「特定継続的役務提供」及び「業務提供誘引販売取引」は「消費生活年報」に記載がなく、「電話勧誘販売」は1996年度以前の掲載がないため、件数を把握できていない。
 注5)2014年度の推計値は、前年同時期(2013年4月1日～12月31日)からの増減率をもとに、消費者庁において独自に算出したもの。

注)2015年3月31日までの受付、2015年4月1日までにPIO-NETに登録された相談件数。2014年度の推計値は、前年同月登録日からの増減率をもとに、消費者庁において独自に算出したもの。

(1) 訪問販売、電話勧誘販売に関する近年の相談状況②

● 過去5年間の苦情相談件数推移[訪問販売]

【表1-1】苦情相談件数上位20件の商品・役務等別苦情相談件数の推移(ピンク:適用除外に該当する可能性があるもの)

	2010年度		2011年度		2012年度		2013年度		2014年度	
	総件数	98,919	総件数	97,197	総件数	92,042	総件数	91,213	総件数	88,911
1	新聞	10,790	新聞	10,701	新聞	9,948	工事・建築	10,425	新聞	10,011
2	工事・建築	9,115	工事・建築	9,279	工事・建築	9,458	新聞	10,256	工事・建築	9,902
3	ふとん類	4,223	テレビ放送サービス	3,888	テレビ放送サービス	4,306	テレビ放送サービス	5,268	テレビ放送サービス	5,994
4	リースサービス	3,118	ふとん類	3,535	インターネット接続回線	3,593	インターネット接続回線	3,955	インターネット接続回線	4,953
5	テレビ放送サービス	3,110	修理サービス	3,312	ふとん類	3,281	修理サービス	2,994	修理サービス	2,986
6	給湯システム	2,795	ソーラーシステム	2,808	ソーラーシステム	2,969	ふとん類	2,981	ふとん類	2,767
7	修理サービス	2,685	インターネット接続回線	2,726	修理サービス	2,910	ソーラーシステム	2,802	ソーラーシステム	2,414
8	普通生命保険	2,356	リースサービス	2,407	商品一般(注2)	2,306	商品一般(注2)	2,549	商品一般(注2)	2,337
9	他の台所用品(注3)	2,232	普通生命保険	2,130	リースサービス	2,104	リースサービス	1,796	他の台所用品(注3)	1,848
10	防災・防犯用品	2,028	有線テレビ放送	2,074	普通生命保険	1,869	他の台所用品(注3)	1,754	リースサービス	1,723
11	ソーラーシステム	2,014	給湯システム	2,018	給湯システム	1,776	普通生命保険	1,746	給湯システム	1,694
12	有線テレビ放送	1,940	他の台所用品(注3)	1,925	ファンド型投資商品()	1,632	給湯システム	1,727	複合サービス会員	1,610
13	商品デリバティブ取引()	1,916	冠婚葬祭互助会	1,578	他の台所用品(注3)	1,601	ファンド型投資商品()	1,547	普通生命保険	1,568
14	インターネット接続回線	1,858	防災・防犯用品	1,570	冠婚葬祭互助会	1,457	冠婚葬祭互助会	1,522	有線テレビ放送	1,448
15	補習用教材	1,779	アクセサリ(全般)	1,476	有線テレビ放送	1,389	有線テレビ放送	1,326	冠婚葬祭互助会	1,250
16	冠婚葬祭互助会	1,538	プロパンガス	1,387	防災・防犯用品	1,202	建物清掃サービス	1,231	固定電話サービス	1,184
17	プロパンガス	1,522	ネックレス	1,344	固定電話サービス	1,176	防災・防犯用品	1,198	防災・防犯用品	1,173
18	ネックレス	1,256	ファンド型投資商品()	1,343	プロパンガス	1,160	補習用教材	1,099	建物清掃サービス	1,098
19	複合サービス会員	1,235	補習用教材	1,326	建物清掃サービス	1,104	役務その他サービス	1,064	補習用教材	1,080
20	家庭用電気治療器具	1,226	商品一般(注2)	1,304	補習用教材	1,055	プロパンガス	1,044	ファンド型投資商品()	1,071

(注1) 2015年3月31日までの受付、2015年5月21日までにPIO-NETに登録された苦情相談件数。なお、PIO-NET(パイオネット:全国消費生活情報ネットワーク・システム)とは、国民生活センターと全国の消費生活センター等をオンラインネットワークで結び、消費生活に関する相談情報を蓄積しているデータベースのこと。

(注2) 商品の相談であることが明確であるが、PIO-NETに登録されている商品のうち、いずれであるかを特定できない、または特定する必要のない相談。

(注3) 「他の台所用品」は、「食器・台所用品」のうち他の中分類のいずれにも該当しないもの。浄水器に関する相談が多く含まれている。

(注4) 4頁に示す適用法別件数の算出に際し、()が付された商品・役務等については、PIO-NETに登録された内容からは特商法の対象となるか金商法の対象となるか判別できないため、特商法・適用除外に半数ずつ振り分けている。

(1) 訪問販売、電話勧誘販売に関する近年の相談状況③

● 過去5年間の苦情相談件数推移[電話勧誘販売]

【表1-2】苦情相談件数上位20件の商品・役務等別苦情相談件数の推移(ピンク:適用除外に該当する可能性があるもの)

	2010年度		2011年度		2012年度		2013年度		2014年度	
	総件数	64,184	総件数	69,839	総件数	80,020	総件数	102,447	総件数	90,598
1 株()	5,896	ファンド型投資商品()	8,269	ファンド型投資商品()	8,293	健康食品(全般)(注2)	16,786	インターネット接続回線	20,489	
2 インターネット接続回線	5,660	公社債()	5,994	健康食品(全般)(注2)	7,675	インターネット接続回線	9,303	ファンド型投資商品()	8,060	
3 公社債()	4,242	インターネット接続回線	5,735	インターネット接続回線	7,098	ファンド型投資商品()	9,137	商品一般(注2)	7,355	
4 鮮魚	3,762	株()	5,501	他の健康食品(注2)	5,386	他の健康食品(注2)	8,950	役務その他サービス	4,189	
5 新築分譲マンション	3,011	商品一般	3,201	商品一般	4,270	商品一般	7,293	公社債()	3,599	
6 ファンド型投資商品()	2,976	役務その他サービス	2,251	公社債()	3,844	公社債()	3,915	固定電話サービス	2,845	
7 商品一般	2,671	新築分譲マンション	2,127	株()	3,639	株()	3,199	株()	2,772	
8 固定電話サービス	2,281	フリーローン・サラ金	2,066	役務その他サービス	2,770	役務その他サービス	2,875	他の健康食品(注2)	2,124	
9 フリーローン・サラ金	2,030	鮮魚	1,877	固定電話サービス	1,962	鮮魚	2,289	健康食品(全般)(注2)	2,106	
10 他の健康食品(注2)	1,328	固定電話サービス	1,604	鮮魚	1,860	固定電話サービス	1,975	鮮魚	1,572	
11 資格取得用教材	1,218	金融関連サービスその他(注3)	1,498	フリーローン・サラ金	1,729	フリーローン・サラ金	1,508	フリーローン・サラ金	1,478	
12 役務その他サービス	1,204	他の健康食品(注2)	1,422	新築分譲マンション	1,454	教養・娯楽サービスその他	1,154	老人ホーム(注5)	1,476	
13 広告代理サービス	1,169	広告代理サービス	1,032	モバイルデータ通信	1,051	新築分譲マンション	1,060	社会保険(注4)	1,161	
14 資格講座	1,110	健康食品(全般)(注2)	886	金融関連サービスその他(注3)	1,027	広告代理サービス	1,034	デジタルコンテンツ	1,136	
15 商品デリバティブ取引()	982	教養・娯楽サービスその他	814	教養・娯楽サービスその他	961	アクセサリ(全般)	863	広告代理サービス	992	
16 教養・娯楽サービスその他	962	資格講座	774	広告代理サービス	949	社会保険(注4)	854	相談その他(全般)(注6)	885	
17 金融関連サービスその他(注3)	957	単行本	758	単行本	795	預貯金・証券等(全般)()	825	新築分譲マンション	861	
18 単行本	763	預貯金・証券等(全般)()	757	資格講座	777	宝くじ	777	ソーラーシステム	763	
19 健康食品(全般)(注2)	728	資格取得用教材	734	預貯金・証券等(全般)()	736	デジタルコンテンツ	765	預貯金・証券等(全般)()	740	
20 有線テレビ放送	713	商品デリバティブ取引()	662	有線テレビ放送	701	ソーラーシステム	717	工事・建築	707	

(注1)2015年3月31日までの受付、2015年5月21日までにPIO-NETに登録された苦情相談件数。

(注2)「健康食品(全般)」は、健康食品の相談であることは明確であるが、どのような健康食品か特定できない、又は特定する必要のないもの。「他の健康食品」は、PIO-NETの健康食品の他の中分類のいずれにも該当しないもの。

(注3)仮想通貨や外国通貨の勧誘に関する相談などが含まれる。これらは商品、役務、指定権利のいずれにも該当せず、現行法では特商法の規制対象外である可能性が高い。

(注4)還付金詐欺や保険証の紛失に関する相談なども含まれる。これらは特商法の規制対象外である可能性が高い。

(注5)「老人ホームの入居権」等の権利商法の相談が含まれる。この権利は特定商取引法の指定権利に該当せず、現行法では特商法の規制対象外である可能性が高い。

(注6)“売り手対買い手”という図式を持たない相談のうち、PIO-NETの「他の相談」の他の分類のいずれにも該当しないもの。これらは消費者取引に関する相談ではないため、特商法の規制対象外である可能性が高い。

(注7)4頁に示す適用法別件数の算出に際し、()が付された商品・役務等については、PIO-NETに登録された内容からは特商法の対象となるか金商法の対象となるか判別できないため、特商法・適用除外に半数ずつ振り分けている。

(1) 訪問販売、電話勧誘販売に関する近年の相談状況④

●適用法別件数

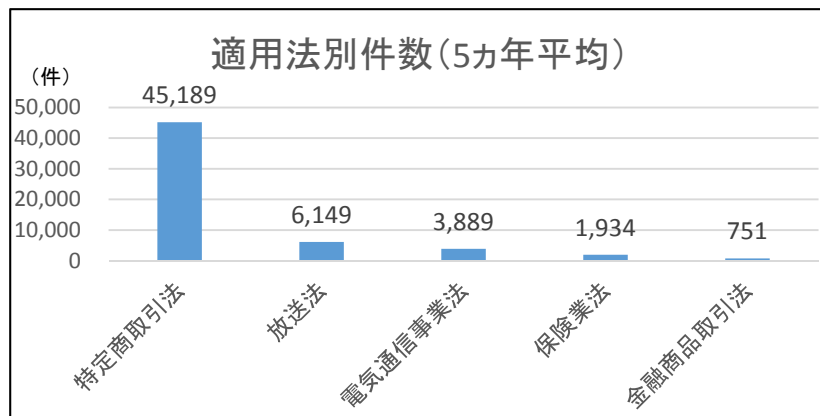
上位20位の商品・役務等について、適用法別に集計した結果、訪問販売では特商法適用対象の苦情相談が78%となり、電話勧誘販売では54%となった。

【訪問販売】

(表1-3)

(年度)	特定商取引法	放送法	電気通信事業法	保険業法	金融商品取引法
2010	48,514	5,050	1,858	2,356	958
2011	46,642	5,962	2,726	2,130	672
2012	43,147	5,695	4,769	1,869	816
2013	45,216	6,594	3,955	1,746	774
2014	42,429	7,442	6,137	1,568	536
計	225,947	30,743	19,445	9,669	3,755
平均	45,189	6,149	3,889	1,934	751

(図1-3)



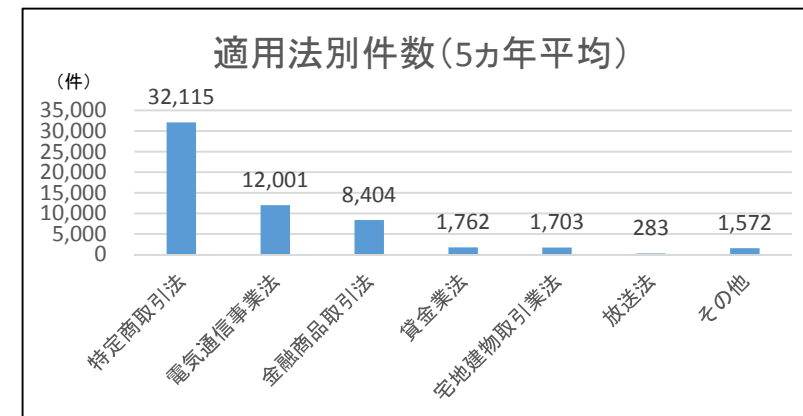
(注1)5頁の表に基づき、苦情相談件数上位20件の商品・役務等について、適用法別に消費者庁において独自に区分、集計したもの。

【電話勧誘販売】

(表1-4)

(年度)	特定商取引法	電気通信事業法	金融商品取引法	貸金業法	宅地建物取引業法	放送法	その他
2010	21,963	7,941	7,048	2,030	3,011	713	957
2011	24,341	7,339	10,592	2,066	2,127	0	1,498
2012	33,699	10,111	8,256	1,729	1,454	701	1,027
2013	52,041	11,278	8,538	1,508	1,060	0	854
2014	28,530	23,334	7,586	1,478	861	0	3,522
計	160,573	60,003	42,019	8,811	8,513	1,414	7,858
平均	32,115	12,001	8,404	1,762	1,703	283	1,572

(図1-4)

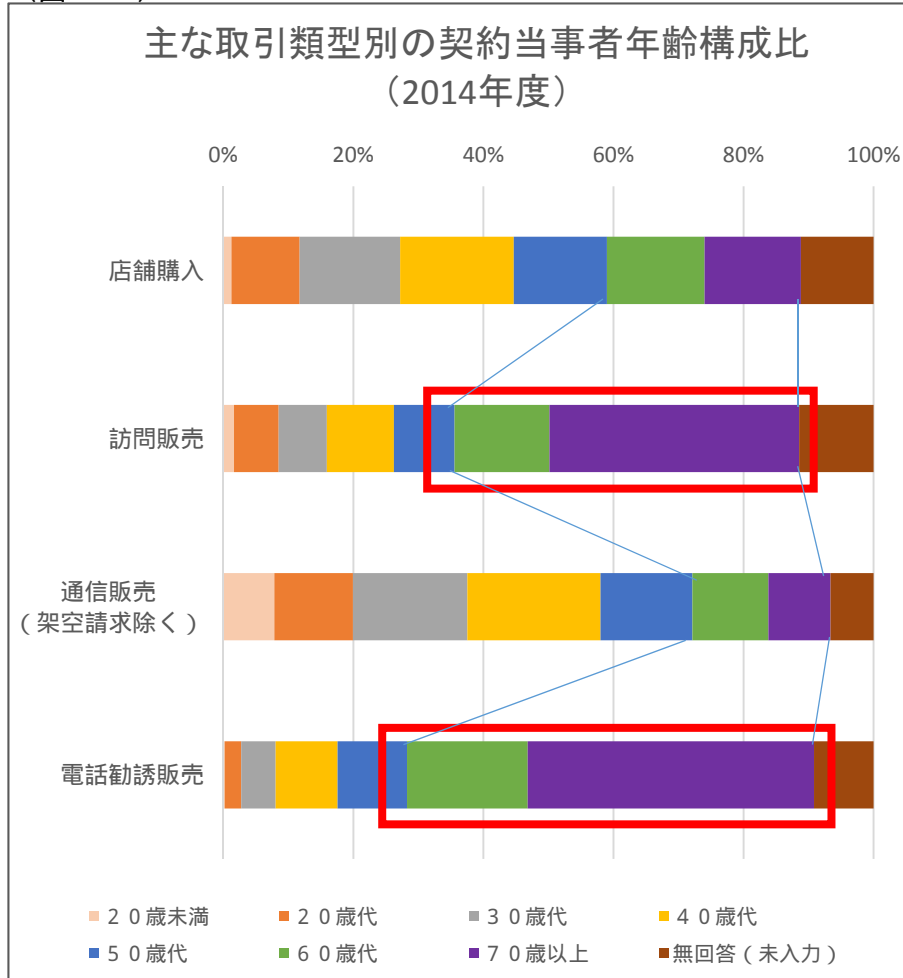


(注2)6頁の表に基づき、苦情相談件数上位20件の商品・役務等について、適用法別に消費者庁において独自に区分、集計したもの。

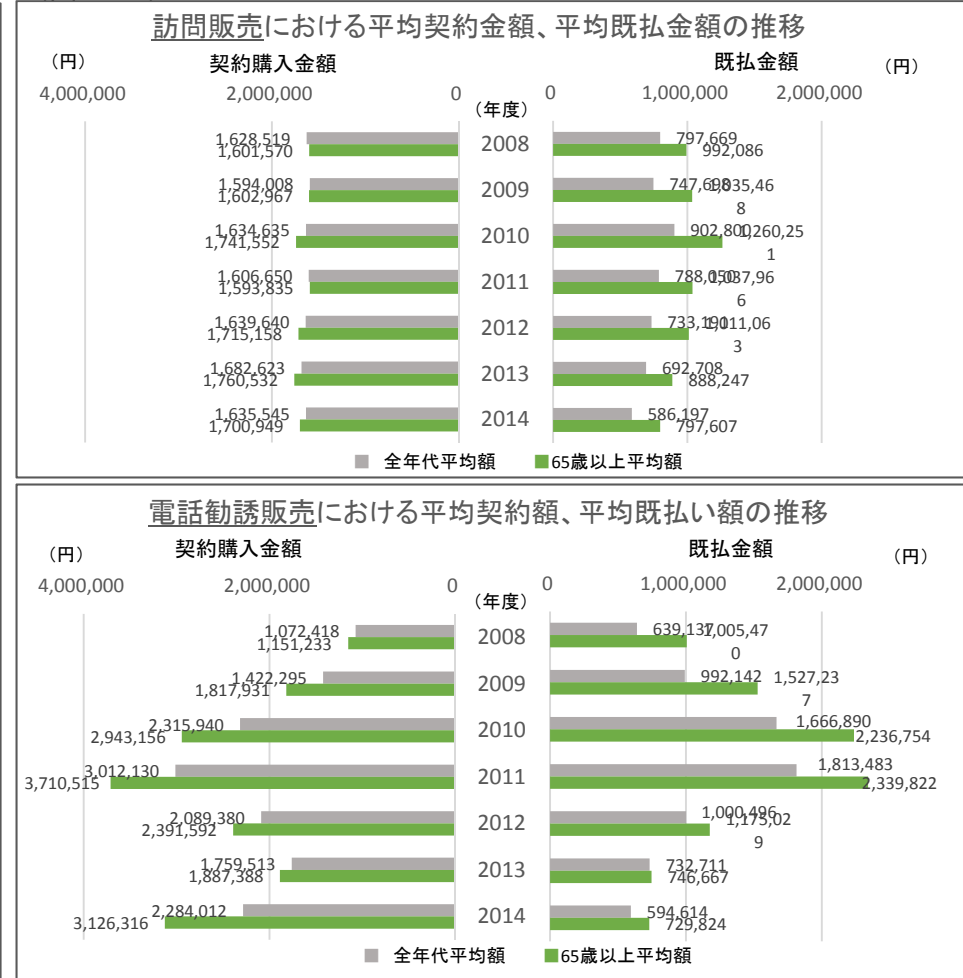
(1) 訪問販売、電話勧誘販売に関する近年の相談状況⑤

- ◆特商法7類型別に契約当事者の割合を見ると、訪問販売、電話勧誘販売では**60歳以上の割合が5割を超えており**、他の類型と比べ非常に高い割合となっている。(図1-3)
- ◆訪問販売では、**65歳以上の既支払い金額が平均金額と比べ高くなる傾向**にあり、2014年度では契約購入金額は約170万円、既払金額は約80万円となった。また、**電話勧誘販売**でも、契約購入金額、既支払額ともに平均金額と比べ高くなる傾向にあり、2014年度では契約購入金額は約312万円、既払い金額は約73万円となった。(図1-4)

(図1-5)



(図1-6)



注) 2015年3月31日までの受付、2015年4月1日までにPIO-NETに登録された相談件数。

注1) 2015年3月31日までの受付、2015年4月1日までにPIO-NETに登録された相談件数。
 注2) 図中の平均金額は、金額が不明な相談を除き、0円を含む全ての相談の算術平均である。

(1) 訪問販売、電話勧誘販売に関する近年の相談状況⑥

●商品・役務等別に見た契約金額・既払金額[訪問販売]

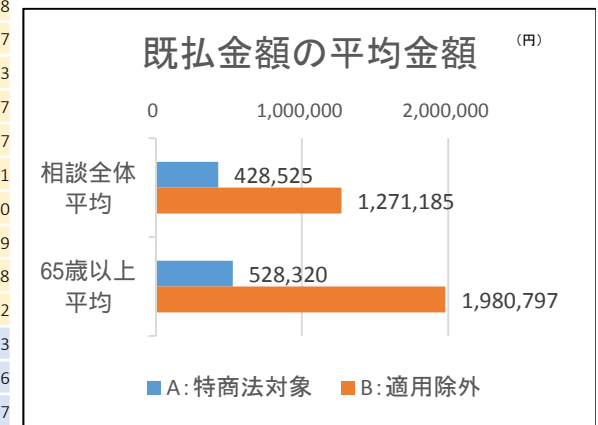
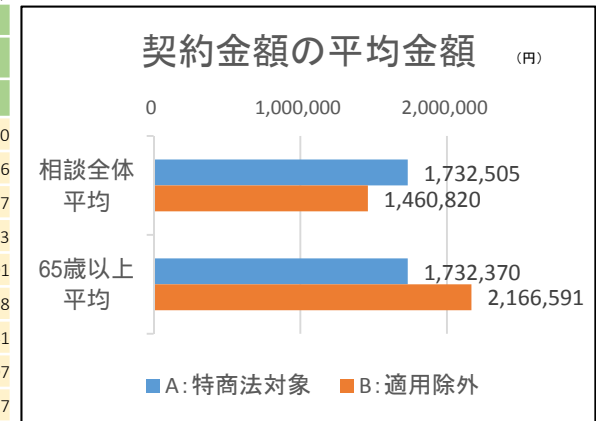
- ◆契約金額においては、相談全体では特商法対象の商品・役務等の平均金額が高く、65歳以上では適用除外の商品・役務等の平均金額が高くなっている。
- ◆既払金額においては、いずれの年代も適用除外の商品・役務等の平均金額が高くなっている。

(表1-5) 訪問販売に関する苦情相談件数上位20件の商品・役務等に係る契約金額(2014年度)

(単位:円)

	商品・役務等 (上位20位)	件数	契約金額				既払金額			
			契約者年齢(相談全体)		契約者年齢(65歳以上)		契約者年齢(相談全体)		契約者年齢(65歳以上)	
			平均	合計	平均	合計	平均	合計	平均	合計
1	新聞	10,011	42,322	112,110,889	46,884	66,059,484	5,047	11,880,455	4,937	6,190,660
2	工事・建築	9,902	3,535,219	26,256,074,203	3,480,795	15,371,188,869	620,508	4,287,089,587	613,420	2,532,812,686
3	テレビ放送サービス	5,994	30,614	28,869,227	31,057	9,068,642	5,630	4,532,006	5,547	1,347,847
4	インターネット接続回線	4,953	23,373	22,461,595	18,835	7,251,481	4,475	3,951,796	3,274	1,221,243
5	修理サービス	2,986	274,272	645,637,215	300,743	450,212,512	84,662	190,404,567	100,071	143,301,701
6	ふとん類	2,767	494,557	1,064,781,973	496,686	824,002,196	272,190	544,107,518	300,621	473,778,608
7	ソーラーシステム	2,414	4,577,561	7,475,157,501	4,957,414	1,586,372,500	564,863	725,848,294	802,170	214,981,641
8	商品一般	2,337	2,532,150	349,436,752	4,022,665	325,835,897	1,101,607	322,770,929	1,635,375	309,085,807
9	他の台所用品	1,848	302,455	416,479,848	316,884	256,992,480	148,053	188,027,079	174,805	135,474,177
10	リースサービス	1,723	1,075,942	965,119,727	892,746	141,946,665	164,724	110,035,826	278,258	34,225,671
11	給湯システム	1,694	960,806	1,153,927,523	750,210	345,096,363	88,402	91,761,133	98,017	40,971,198
12	複合サービス会員	1,610	213,430	210,868,829	1,528,395	33,624,697	123,392	114,877,965	1,217,005	25,557,097
13	普通生命保険	1,568	4,227,081	2,079,724,003	4,413,494	1,209,297,452	2,604,813	1,195,609,334	2,891,763	757,641,823
14	有線テレビ放送	1,448	17,457	7,681,174	16,964	4,173,104	7,114	2,411,712	5,911	1,123,117
15	冠婚葬祭互助会	1,250	298,222	236,490,084	306,120	150,304,692	206,075	163,211,117	212,574	103,736,027
16	固定電話サービス	1,184	25,291	5,538,620	20,199	3,150,970	6,241	1,229,403	7,055	980,601
17	防災・防犯用品	1,173	34,466	29,813,176	33,019	18,556,421	20,192	16,577,663	20,584	11,074,050
18	建物清掃サービス	1,098	80,710	58,030,363	84,259	41,707,957	37,781	26,295,379	40,198	19,174,279
19	補習用教材	1,080	685,509	642,321,800	559,002	6,708,020	127,209	106,728,231	113,725	1,364,698
20	ファンド型投資商品(※)	1,071	6,393,864	6,010,231,788	6,957,722	4,933,024,822	6,070,432	5,572,656,118	6,701,108	4,623,764,152
上位20商品合計		58,111	1,698,455	47,770,756,290	1,783,659	25,784,575,224	531,366	13,680,006,112	694,110	9,437,807,083
A:特商法対象		42,429	1,732,505	42,621,365,777	1,732,370	22,085,121,164	428,525	9,685,943,802	528,320	6,363,610,376
B:特商法適用除外		15,683	1,460,820	5,149,390,513	2,166,591	3,699,454,060	1,271,185	3,994,062,310	1,980,797	3,074,196,707

(図1-7)



(注1) 2015年3月31日までの受付、2015年5月21日までにPIO-NETに登録された苦情相談件数及び金額。平均金額は、金額が不明な相談を除き、0円を含む全ての相談の算術平均である。

(注2) 適用除外となる可能性のある商品・役務等を赤字にて示している。

(注3) A、Bの件数等は、注2の分類に基づき消費者庁独自に計算したものである。なおファンド型投資商品()については、PIO-NETに登録された内容からは特商法の対象となるか金商法の対象となるか判別できないため、特商法・適用除外に半数ずつ振り分けている。

(1) 訪問販売、電話勧誘販売に関する近年の相談状況⑦

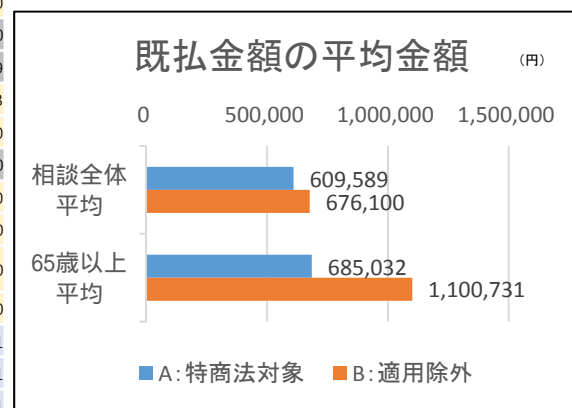
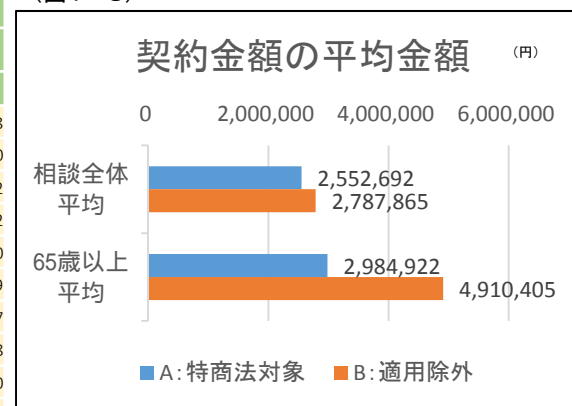
●商品・役務等別に見た契約金額・既払金額[電話勧誘販売]

- ◆電話勧誘販売では、契約金額においては相談全体では金額に大きな違いはなく、65歳以上では適用除外の商品・役務等の平均金額が高くなっている。
- ◆既払金額も同様に、相談全体では金額に大きな違いはなく、65歳以上では適用除外の商品・役務等の平均金額が高くなっている。

(表1-6) 電話勧誘販売に関する苦情相談件数上位20件の商品・役務等に係る契約金額(2014年度) (単位:円)

	商品・役務等 (上位20位)	件数	契約金額				既払金額			
			契約者年齢(相談全体)		契約者年齢(65歳以上)		契約者年齢(相談全体)		契約者年齢(65歳以上)	
			平均	合計	平均	合計	平均	合計	平均	合計
1	インターネット接続回線	20,489	9,173	37,096,855	9,802	12,428,502	1,483	5,697,895	1,321	1,622,258
2	ファンド型投資商品(※)	8,060	10,011,406	18,020,530,110	10,342,019	15,078,663,210	2,295,712	4,660,294,860	2,194,462	3,638,417,210
3	商品一般	7,355	4,684,040	1,494,208,636	5,153,315	1,241,948,900	472,797	276,586,398	634,362	265,797,712
4	役務その他サービス	4,189	1,538,811	1,386,468,689	2,328,238	1,070,989,646	553,207	541,589,188	723,400	397,869,952
5	公社債()	3,599	10,208,643	7,840,238,064	10,107,424	6,458,644,064	1,900,726	1,627,021,760	1,830,402	1,292,263,760
6	固定電話サービス	2,845	24,401	7,588,755	31,311	6,512,692	2,343	836,464	2,789	647,079
7	株()	2,772	9,419,836	7,140,235,836	9,436,387	5,982,669,040	2,259,684	1,791,929,655	2,297,290	1,509,319,377
8	他の健康食品	2,124	69,993	104,919,991	64,016	82,260,933	25,616	36,477,014	20,576	24,999,888
9	健康食品(全般)	2,106	85,290	109,341,533	87,018	97,547,504	38,214	45,742,017	39,404	41,728,430
10	鮮魚	1,572	15,011	17,082,930	15,104	13,654,348	3,991	4,426,232	4,361	3,850,682
11	フリーローン・サラ金	1,478	445,649	281,204,655	421,038	20,209,810	108,360	49,954,002	197,869	8,112,640
12	老人ホーム	1,476	12,947,246	3,560,492,691	13,014,083	3,227,492,691	587,411	165,650,000	652,165	165,650,000
13	社会保険	1,161	102,683	15,813,154	111,588	14,952,730	46,367	10,942,500	50,233	10,649,379
14	デジタルコンテンツ	1,136	258,831	153,745,591	225,850	17,164,633	117,192	65,744,647	128,863	8,762,713
15	広告代理サービス	992	107,543	75,065,099	139,648	34,213,798	34,280	22,556,176	50,416	11,595,600
16	相談その他(全般)	885	2,391,846	129,159,700	2,881,194	106,604,160	542,595	42,865,000	800,755	42,440,000
17	新築分譲マンション	861	25,714,932	1,285,746,576	11,348,000	68,088,000	3,551,953	227,325,000	537,500	4,300,000
18	ソーラーシステム	763	5,478,460	339,664,500	10,126,633	202,532,660	371,268	26,360,000	764,000	19,100,000
19	預貯金・証券等(全般) ()	740	10,672,730	1,526,200,420	10,524,003	1,315,500,420	2,051,200	342,550,420	2,371,789	332,050,420
20	工事・建築	707	3,025,663	372,156,543	4,084,889	277,772,479	239,178	30,375,630	240,607	15,880,030
上位20商品全体(グレー除く)		61,788	2,657,992	40,191,494,783	3,631,706	31,980,800,639	638,530	9,755,467,358	824,858	7,576,317,751
A:特商法対象		28,530	2,552,692	21,316,255,727	2,984,922	17,455,823,268	609,589	5,260,755,650	685,032	4,175,610,391
B:適用除外		33,259	2,787,865	18,875,239,056	4,910,405	14,524,977,371	676,100	4,494,711,709	1,100,731	3,400,707,361

(図1-8)



(注1) 2015年3月31日までの受付、2015年5月21日までにPIO-NETに登録された苦情相談件数。平均金額は、金額が不明な相談を除き、0円を含む全ての相談の算術平均である。

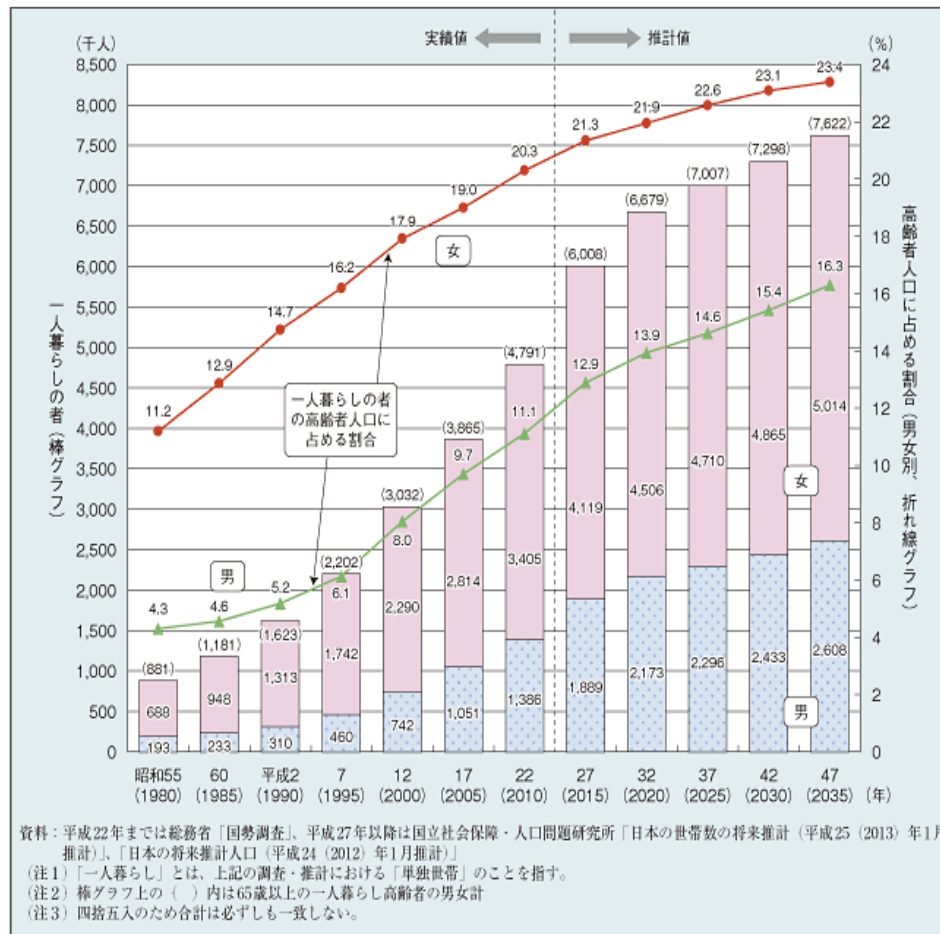
(注2) 適用除外となる可能性のある商品・役務等を赤字にて示している。

(注3) A、Bの件数等は、注2の分類に基づき消費者庁独自に計算したもの。なお()が付された商品・役務等については、PIO-NETに登録された内容からは特商法の対象となるか金商法の対象となるか判断できないため、特商法・適用除外に半数ずつ振り分けている。

【参考】高齢者を取り巻く状況①

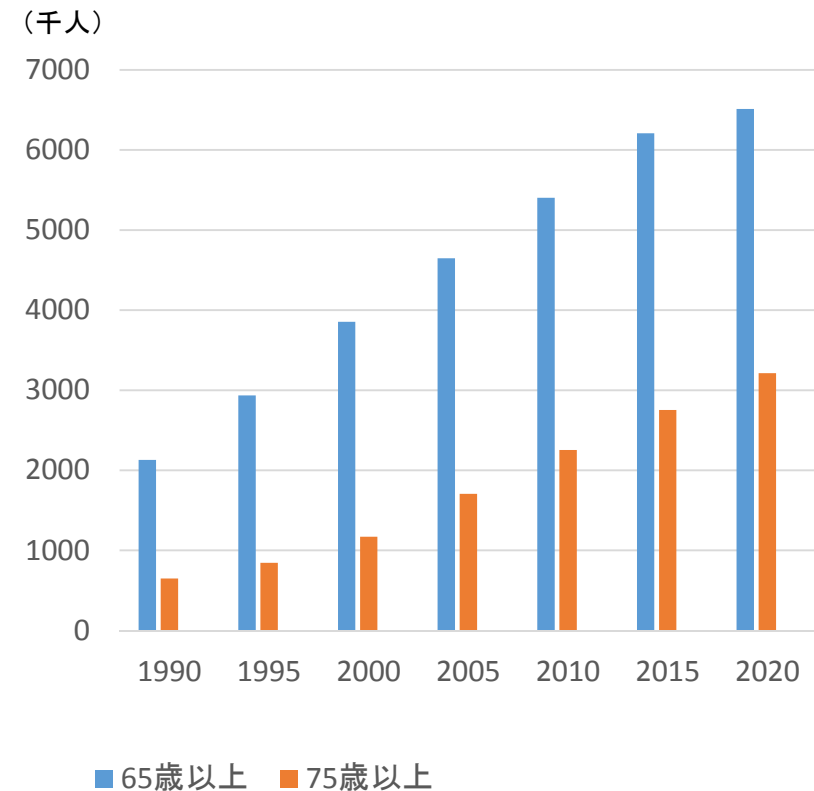
○ 高齢者の単独世帯や夫婦のみ世帯は増加傾向にあり、今後も大幅な増加が見込まれる(図1、図2)。

(図1-9) 高齢者の単独世帯数



(出典) 平成25年版高齢社会白書(内閣府)

(図1-10) 高齢者の夫婦のみ世帯数

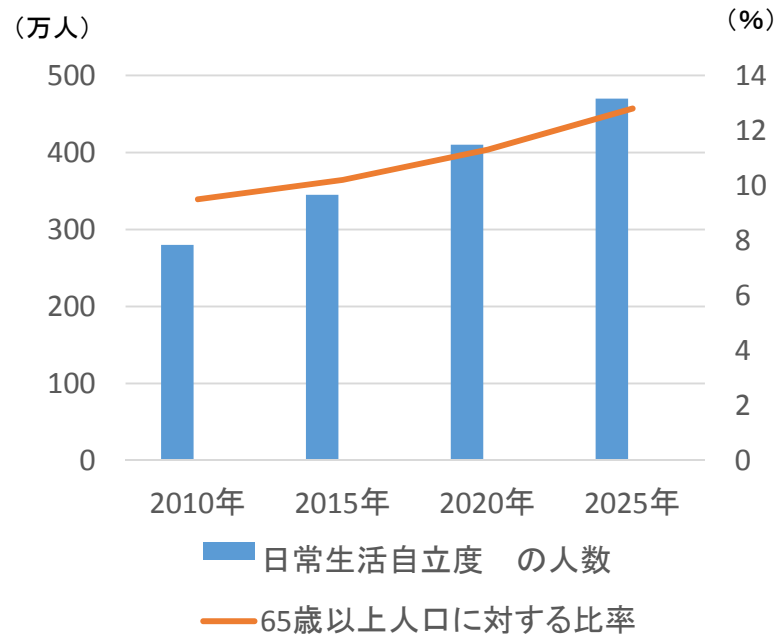


(出典) 国立社会保障・人口問題研究所「日本の世帯数の将来推計(全国推計)」

【参考】 高齢者を取り巻く状況②

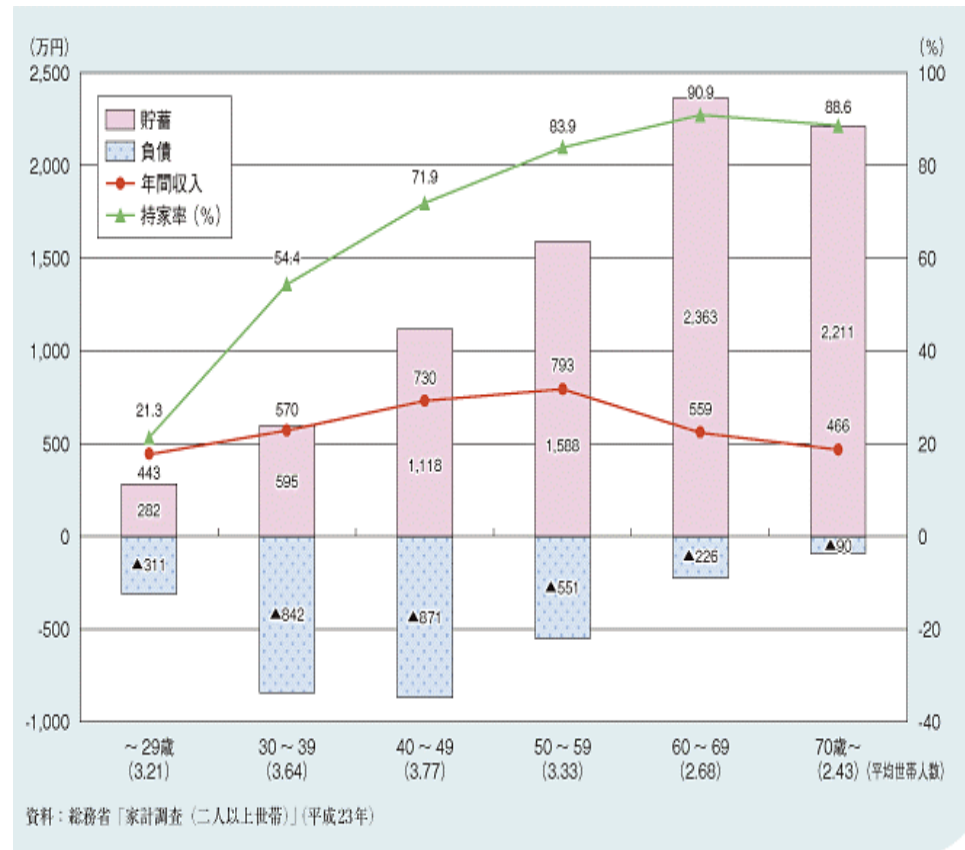
- 認知症の高齢者は、2015年で65歳以上人口の約1割を占め、さらにその割合は上昇していくと推計されている(図3)。
- 高齢者世帯の貯蓄超過額は、60歳代の世帯では平均2137万円、70歳以上の世帯では平均2121万円である(図4)。

(図1-11) 認知症高齢者の人数



(出典) 平成24年「認知症高齢者数について」(厚生労働省)

(図1-12) 世帯主の年齢階級別貯蓄・負債現在高(二人以上世帯)



資料：総務省「家計調査(二人以上世帯)」(平成23年)

(出典) 平成25年家計調査報告(貯蓄・負債編)(総務省)

(2) 訪問販売、電話勧誘販売に関する 消費者の意識

(2) 訪問販売、電話勧誘販売に関する消費者の意識①

◆過去に行政庁や消費者団体が実施したアンケート調査によれば、消費者のプライバシー(独りでいさせてもらう権利)や生活の平穩に対する意識は年々高まりを見せている。

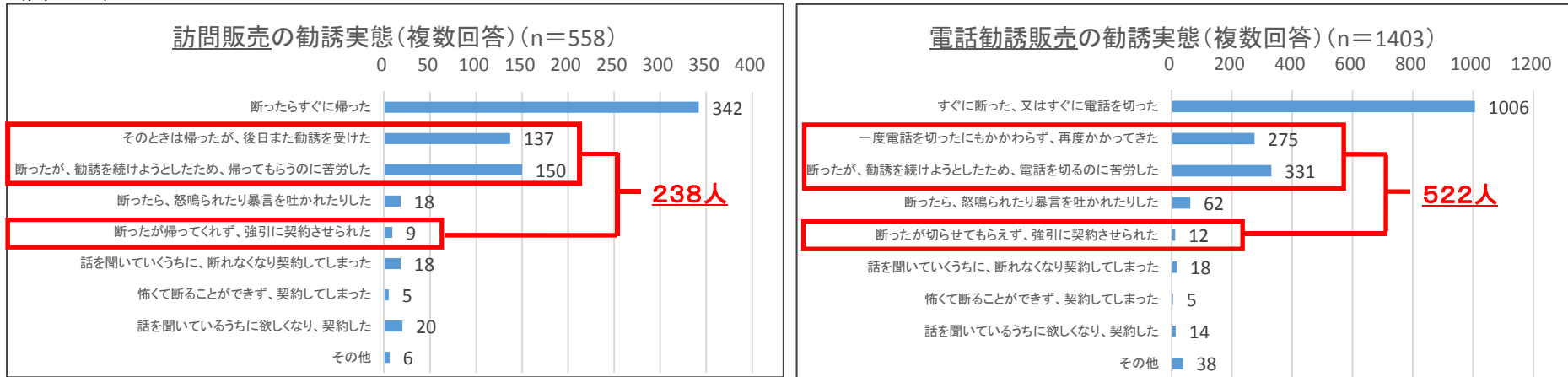
(表2-1)

調査名	「消費者問題に関する世論調査」	「第37回国民生活動向調査」	「平成24年度消費者意識基本調査」	「消費者契約に関する意識調査」	「消費者の訪問勧誘・電話勧誘・FAX勧誘に関する意識調査」
調査時期	1988年12月	2006年8～9月	2013年1～2月	2015年2月	2015年3月
調査者	総理府政府広報室	国民生活センター	消費者庁	全国消費者団体連絡会	消費者庁
必要ない・来てほしくない	訪問販売 88.1% ※電話勧誘販売は未実施	訪問販売 92.7% 電話勧誘販売 91.4%	訪問販売 93.8% 電話勧誘販売 95.9%	訪問販売及び電話勧誘販売 96.3%	訪問販売 96.2% 電話勧誘販売 96.4%
便利である・来てもよい	訪問販売 7.3%	訪問販売 0.3% 電話勧誘販売 0.2%	訪問販売 0.8% 電話勧誘販売 0.7%	訪問販売及び電話勧誘販売 0.9%	訪問販売 0.5% 電話勧誘販売 0.6%
場合による・無回答など	訪問販売 4.7%	訪問販売 5.1% 電話勧誘販売 3.1%	訪問販売 5.4% 電話勧誘販売 3.3%	訪問販売及び電話勧誘販売 2.9%	訪問販売 3.4% 電話勧誘販売 3%
備考	有効回答数:2,290人 ※構成比 男:44% 女:56% 20歳代:12% 30歳代:21% 40歳代:22% 50歳代:21% 60歳代:17% 70歳以上:7%	有効回答数:1,800人 ※大都市居住の既婚女性 20歳代:4% 30歳代:19% 40歳代:21% 50歳代:31% 60歳代:26%	有効回答数:6,690人 ※構成比 男:48% 女:52% 20歳未満:5% 20歳代:9% 30歳代:15% 40歳代:17% 50歳代:16% 60歳代:20% 70歳以上:17%	有効回答数:1,680人 ※構成比 男:3% 女:97% 30歳未満:4% 30歳代:17% 40歳代:29% 50歳代:28% 60歳代:20% 70歳以上:4%	有効回答数:2,000人 ※構成比 男:48% 女:52% 20歳代:13% 30歳代:18% 40歳代:16% 50歳代:16% 60歳代:18% 70歳以上:19%

(2) 訪問販売、電話勧誘販売に関する消費者の意識②

◆消費者庁が行った「消費者の訪問勧誘・電話勧誘・FAX勧誘に関する意識調査」において、『過去5年間で訪問販売や電話勧誘を受けた経験がある』と回答した消費者に対し、勧誘の態様に関して質問をしたところ、「後日また勧誘を受けた」「断っても勧誘を続けられた」など、**再勧誘にあたると思われる行為を受けた消費者は、訪問販売では558人中238人(43%)、電話勧誘販売では1403人中522人(37%)**であった。

(図2-1)



注)有効回答数は2,000人。項目は複数回答であるため、合計は回答者数(訪問販売558人、電話勧誘販売1403人)とは一致しない(調査の対象となった勧誘行為には、特商法の適用除外に係るもの(保険業法、電気通信事業法等に規定する商品の販売又は役務の提供)を含む。)

●販売方法と契約の帰趨に関する傾向について

◆『勧誘を受けて契約をしたことがある』と回答した消費者に対し、その契約を振り返るとどう思うかを問うたところ、特に訪問販売に関して、**再勧誘に当たる行為を受けた消費者は、全体値と比べ「契約しなければよかった」と感じる割合が高い傾向にあった。**

(表2-2)

訪問販売	契約してよかった	契約して良かったと思う場合の方が多い	契約しなければよかったと思う場合の方が多い	契約しなければよかった	電話勧誘販売	契約してよかった	契約して良かったと思う場合の方が多い	契約しなければよかったと思う場合の方が多い	契約しなければよかった
全体(105人)	26.7%	24.8%	29.5%	19.0%	全体(129人)	20.2%	23.3%	31.0%	25.6%
そのときは帰ったが、後日また勧誘を受けた(35人)	17.1%	22.9%	37.1%	22.9%	一度電話を切ったにもかかわらず、再度かかってきた(35人)	14.3%	22.9%	37.1%	25.7%
断ったが、勧誘を続けようとしたため、帰ってもらうのに苦労した(30人)	6.7%	16.7%	40.0%	36.7%	断ったが、勧誘を続けようとしたため、電話を切るのに苦労した(52人)	21.2%	25.0%	26.9%	26.9%

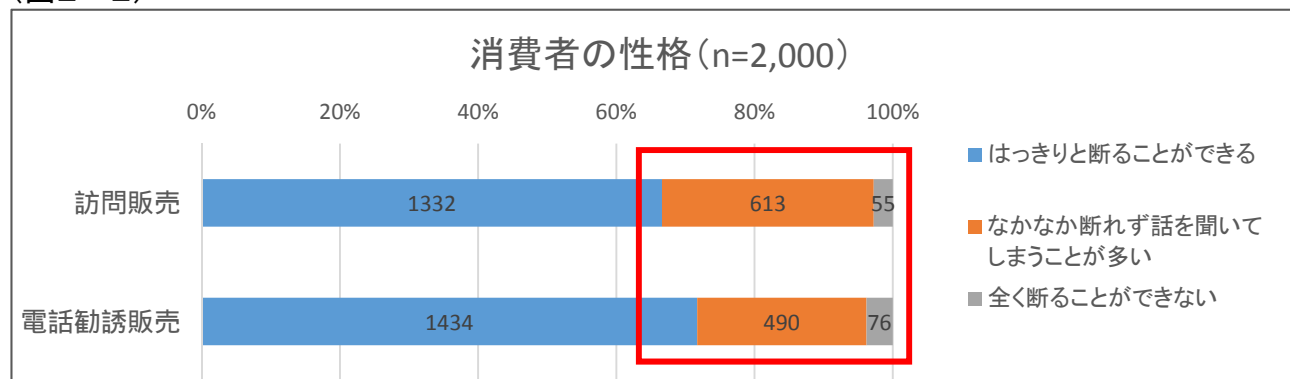
注)全体比率との差 ■ > 10% ■ > 5% ■ < -5% ■ < -10%

(2) 訪問販売、電話勧誘販売に関する消費者の意識③

● 拒絶の意思表示をする能力等に関するデータ

◆ 消費者庁が行った「消費者の訪問勧誘・電話勧誘・FAX勧誘に関する意識調査」において、『訪問勧誘を受けたが、勧誘を続けて欲しくなかった場合、自分の性格はどれに当てはまると思うか。』と質問をしたところ、訪問販売、電話勧誘販売のどちらにおいても**3割前後**の消費者が「**なかなか断ることができない**」「**全く断ることができない**」と回答している。

(図2-2)



◆ 消費者の性格別に分析を行ったところ、[はっきりと断ることができる]と回答した消費者に比べ、[なかなか断ることができない][全く断ることができない]と回答した消費者の方が、契約を後悔する傾向が高いことがわかった。事業者に対して明確に拒絶の意思表示を行うことができない消費者ほど、不本意な契約に巻き込まれているのではないかと推察される。

(表2-3)

訪問販売	訪問販売				電話勧誘販売	電話勧誘販売			
	契約してよかった	契約して良かったと思う場合の方が多い	契約しなければよかったと思う場合の方が多い	契約しなければよかった		契約してよかった	契約して良かったと思う場合の方が多い	契約しなければよかったと思う場合の方が多い	契約しなければよかった
全体 (105人)	26.7 %	24.8 %	29.5 %	19.0 %	全体 (129人)	20.2 %	23.3 %	31.0 %	25.6 %
はっきりと断ることができる (46人)	41.3 %	28.3 %	21.7 %	8.7 %	はっきりと断り、又は電話を切ることができる (60人)	26.7 %	30.0 %	25.0 %	18.3 %
なかなか断れず話を聞いてしまうことが多い (56人)	14.3 %	23.2 %	37.5 %	25.0 %	なかなか断れず話を聞いてしまうことが多い (65人)	15.4 %	18.5 %	36.9 %	29.2 %
全く断ることができない (3人)	33.3 %	0.0 %	0.0 %	66.7 %	全く断ることができない (4人)	0.0 %	0.0 %	25.0 %	75.0 %

注) 全体比率との差 ■ >10% ■ >5% ■ <-5% ■ <-10%

(2) 訪問販売、電話勧誘販売に関する消費者の意識④

●商品・役務等別の勧誘経験[訪問販売]

(表2-4)		あなたは、この5年の間、訪問勧誘を受けた際に、断ったにもかかわらず以下のような経験をしたことがありますか。 (複数回答可)										
		全体	断ったらすぐに帰った	そのときは帰ったが、後日また勧誘を受けた	断ったが、勧誘を続けようとしたため、帰ってもらいの苦労した	断ったら、怒鳴られたり暴言を吐かれたりした	断ったが、強引に契約させられた	話を聞いていくうちに、断れなくなり契約してしまった	怖くて断ることができず、契約してしまった	話を聞いていくうちに欲しくなり、契約した	その他	
この5年の間に、訪問勧誘を受けた商品やサービスの内容は何でしたか。 (複数回答可)	全体	558 100.0	342 61.3	137 24.6	150 26.9	18 3.2	9 1.6	18 3.2	5 0.9	20 3.6	6 1.1	
	新聞	308 100.0	199 63.3	87 28.2	96 31.2	14 4.5	7 2.3	11 3.6	3 1.0	8 2.6	4 1.3	
	インターネット回線接続	219 100.0	130 59.4	61 27.9	68 31.1	7 3.2	6 2.7	14 6.4	3 1.4	10 4.6	1 0.5	
	放送サービス	45 100.0	34 75.6	15 33.3	16 35.6	3 6.7	1 2.2	5 11.1	3 6.7	3 6.7	0 0.0	
	修理サービス(家具、電化製品、水まわり、ガス器具等)	93 100.0	56 60.2	27 29.0	35 37.6	8 8.6	4 4.3	4 4.3	2 2.2	4 4.3	2 2.2	
	寝具(ふとん類)	70 100.0	35 50.0	27 38.6	25 35.7	8 11.4	2 2.9	3 4.3	2 2.9	6 8.6	1 1.4	
	ソーラーシステム	123 100.0	78 63.4	40 32.5	39 31.7	9 7.3	6 4.9	4 3.3	4 3.3	6 4.9	2 1.6	
	屋根工事	93 100.0	64 68.8	22 23.7	26 28.0	7 7.5	3 3.2	4 4.3	2 2.2	7 7.5	0 0.0	
	塗装工事	170 100.0	109 64.1	39 22.9	52 30.6	7 4.1	4 2.4	8 4.7	2 1.2	5 2.9	2 1.2	
	生命保険	124 100.0	77 62.1	41 33.1	42 33.9	5 4.0	4 3.2	4 3.2	2 1.6	4 3.2	3 2.4	
	浄水器	49 100.0	24 49.0	21 42.9	21 42.9	4 8.2	3 6.1	3 6.1	2 4.1	2 4.1	1 2.0	
	化粧品	18 100.0	10 55.6	7 38.9	6 33.3	4 22.2	2 11.1	2 11.1	2 11.1	3 16.7	0 0.0	
	投資関係	56 100.0	30 53.6	17 30.4	27 48.2	4 7.1	2 3.6	2 3.6	2 3.6	2 3.6	0 0.0	
	その他	112 100.0	67 59.8	29 25.9	26 23.2	3 2.7	1 0.9	2 1.8	1 0.9	3 2.7	0 0.0	

(注1)「消費者の訪問勧誘・電話勧誘・FAX勧誘に関する意識調査(平成27年5月)」(消費者庁)の【Q11】及び【Q13】をクロス集計したもの。

(注2)有効回答数は2,000人。項目は複数回答であるため各項目を合計した数値と回答者数(558人)とは一致しない。

(注3)全体比率との差 ■ >10% ■ >5% ■ <-5% ■ <-10%

(2) 訪問販売、電話勧誘販売に関する消費者の意識⑤

●商品・役務等別の勧誘経験[電話勧誘販売]

(表2-5)		あなたは、この5年の間、電話勧誘を受けた際に、断った(電話を切った)にもかかわらず以下のような経験をしたことがありますか。(複数回答可)									
		全体	すぐに断った、 又はすぐに電話を切った	一度電話を切ったにもかかわらず、再度かかってきた	断ったが、勧誘を続けようとしたため、電話を切るのに苦労した	断ったら、怒鳴られたり暴言を吐かれたりした	断ったが切らせてもらえず、強引に契約させられた	話を聞いていくうちに、断れなくなり契約してしまった	怖くて断ることができず、契約してしまった	話を聞いていくうちに欲しくなり、契約した	その他
この5年の間に、電話勧誘を受けた商品やサービスの内容は何でしたか(複数回答可)	全体	1403 100.0	1006 71.7	275 19.6	33 23.6	62 4.4	12 0.9	18 1.3	5 0.4	14 1.0	38 2.7
	健康食品	475 100.0	345 72.6	114 24.0	12 26.9	24 5.1	5 1.1	6 1.3	2 0.4	5 1.1	9 1.9
	電話回線接続	461 100.0	317 68.8	126 27.3	13 28.4	26 5.6	5 1.1	7 1.5	3 0.7	7 1.5	12 2.6
	インターネット回線接続	847 100.0	601 71.0	187 22.1	24 28.3	43 5.1	7 0.8	10 1.2	4 0.5	10 1.2	19 2.2
	投資関係(ファンド型、社債、株式等)	519 100.0	374 72.1	120 23.1	14 27.0	36 6.9	4 0.8	8 1.5	2 0.4	6 1.2	13 2.5
	食料品	161 100.0	107 66.5	47 29.2	5 31.7	16 9.9	5 3.1	7 4.3	3 1.9	3 1.9	6 3.7
	痩身・美顔等のエステサービス	114 100.0	84 73.7	34 29.8	3 32.9	9 7.9	5 4.4	4 3.5	3 2.6	3 2.6	2 1.8
	化粧品	274 100.0	193 70.4	70 25.5	8 29.2	23 8.4	4 1.5	5 1.8	2 0.7	4 1.5	3 1.1
	サラ金、フリーローン	31 100.0	24 77.4	11 35.5	0 22.0	3 9.7	2 6.5	3 9.7	2 6.5	1 3.2	0 0.0
	分譲マンション	270 100.0	194 71.9	70 25.9	8 29.0	17 6.3	2 0.7	3 1.1	3 1.1	1 0.4	5 1.9
	墓石、墓地	221 100.0	158 71.5	43 19.5	6 27.0	18 8.1	4 1.8	3 1.4	2 0.9	5 2.3	6 2.7
	その他	229 100.0	171 74.7	56 24.5	5 22.3	9 3.9	0 0.0	2 0.9	0 0.0	4 1.7	12 5.2

(注1)「消費者の訪問勧誘・電話勧誘・FAX勧誘に関する意識調査(平成27年5月)」(消費者庁)の【Q27】及び【Q29】をクロス集計したもの。

(注2)有効回答数は2,000人。項目は複数回答であるため各項目を合計した数値と回答者数(1403人)とは一致しない。

(注3)全体比率との差 ■ >10% ■ >5% ■ <-5% ■ <-10%