

令和 4 年度消費者相談状況

中国経済産業局消費者相談室では、経済産業省所管の法律、物資及びサービス等について、消費生活に関する相談を受け付け、助言や情報提供を行っています。
今般、令和 4 年度に受け付けた消費者相談状況について取りまとめを行いました。

【令和 4 年度のポイント】

○ 相談件数の推移

当局で令和 4 年度に受け付けた消費者相談件数は 338 件で、前年度に比べ 73 件（前年度比 17.8 %）の減少となりました。ただし、前年度は一事業者に関する相談が集中した（75 件／全 411 件中）ため例年より突出して多かったという事情があり、当該問い合わせを除いた前年度相談件数（336 件）と比較すると、令和 4 年度はほぼ横ばいといえます。

○ インターネット通販に関する相談割合が高い

特定商取引法関係の相談が約 8 割（構成比 78.4%）を占め、特に通信販売においては、インターネット通販の占める割合（構成比 83.3%）が高く、定期購入に係る返品・解約を巡ってのトラブルの相談が多くを占めています。

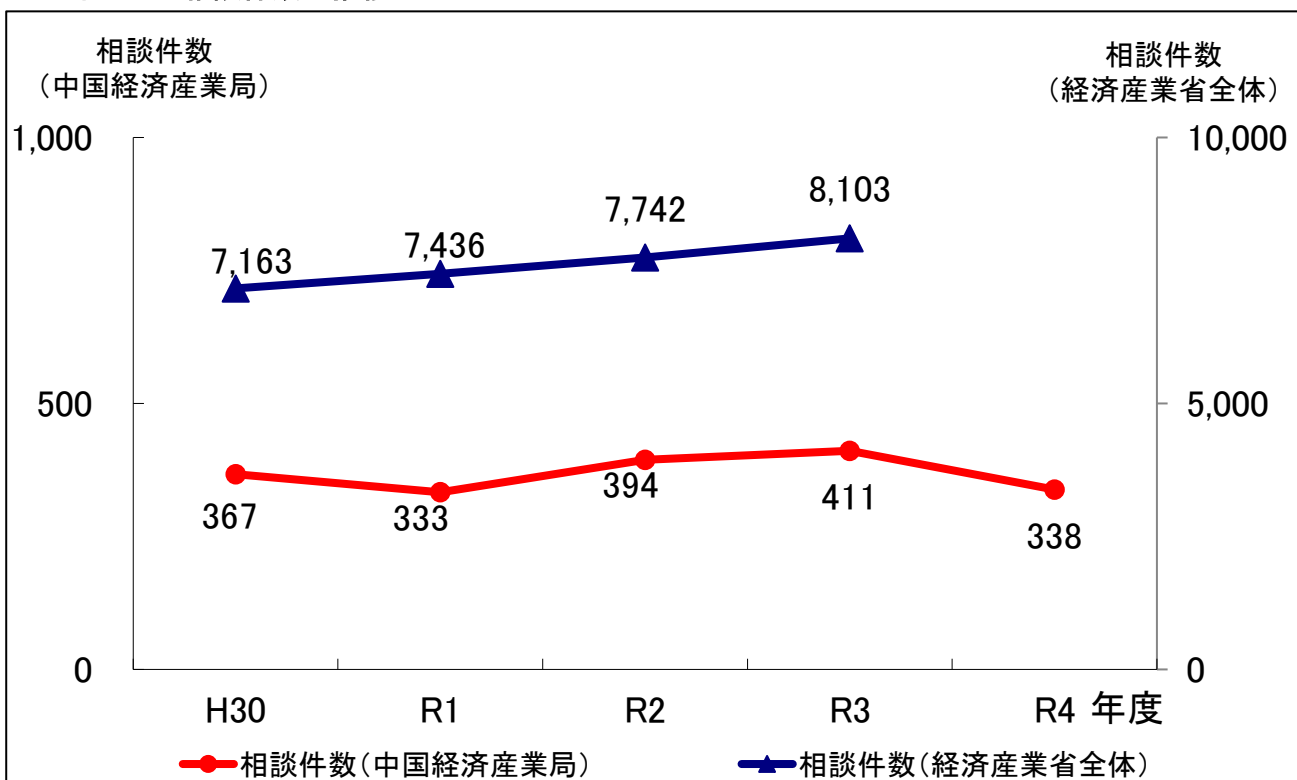
○ 60 代、70 代以上の相談割合が高い

年代別相談件数の内訳をみると、「年代不明」を除き 60 代、70 代以上の相談割合が依然として高く、全体の 22.2%を占めています。

【消費者相談状況】

1. 相談件数

図ー1 相談件数の推移



2. 事項別相談件数

表－1 事項別相談件数の推移

事 項	令和 2 年度		令和 3 年度		令和 4 年度		
	件数	構成比	件数	構成比	件数	前年比	構成比
割賦関係	24	5.8	19	4.6	20	+5%	5.9
割賦販売	19	4.6	10	2.4	13	+30%	3.8
前払割賦	5	1.2	9	2.2	7	-22%	2.1
特定商取引法関係	240	58.4	314	76.4	265	-16%	78.4
訪問販売	57	13.9	125	30.4	89	-29%	26.3
通信販売	84	20.4	65	15.8	60	-8%	17.8
電話勧誘販売	43	10.5	54	13.1	53	-2%	15.7
連鎖販売取引	20	4.9	28	6.8	10	-64%	3.0
特定継続的役務提供	28	6.8	26	6.3	31	+19%	9.2
業務提供誘引販売取引	2	0.5	8	1.9	5	-38%	1.5
訪問購入	6	1.5	8	1.9	17	+113%	5.0
先物取引	1	0.2	0	0.0	0	—	0.0
契約その他	27	6.6	24	5.8	15	-38%	4.4
製品関係	31	7.5	10	2.4	16	+60%	4.7
品質性能	6	1.5	2	0.5	2	0%	0.6
安 全 性	1	0.2	1	0.2	2	+100%	0.6
サービ	17	4.1	4	1.0	11	+175%	3.3
表 示	5	1.2	1	0.2	0	-100%	0.0
規 格	1	0.2	1	0.2	0	-100%	0.0
計量・価格	1	0.2	1	0.2	1	0%	0.3
個人情報	1	0.2	0	0.0	2	—	0.6
その他	70	17.0	44	10.7	20	-55%	5.9
合 計	394	100.0	411	100.0	338	-18%	100.0

(注1)「契約その他」とは、主に商品やサービス等の一般的な売買契約に関する相談等

(注2)「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等

- (1) 特定商取引法関係の相談件数は265件で、前年度(314件)に比べ49件(前年度比▲15.6%)減少しました。

内訳をみると、取引類型7つのうち「訪問販売」、「通信販売」及び「電話勧誘販売」が高い割合を占めています。

「訪問販売」は89件で前年度(125件)に比べ36件(同▲28.8%)減少しています。これは令和3年度は特定商取引法違反で行政処分された訪問販売事業者1社に係る相談が75件(全125件中)と多かったためであり、当該件数を除いた「訪問販売」の相談件数は令和3年度50件、令和4年度89件と、むしろ増加しています。

「訪問購入」は17件で前年度(8件)に比べ9件(同113%)増加しています。不用品を買い取るという業者に家に来てもらったら、売却を希望していない貴金属を強引に買い取られた、という相談が目立ちました。

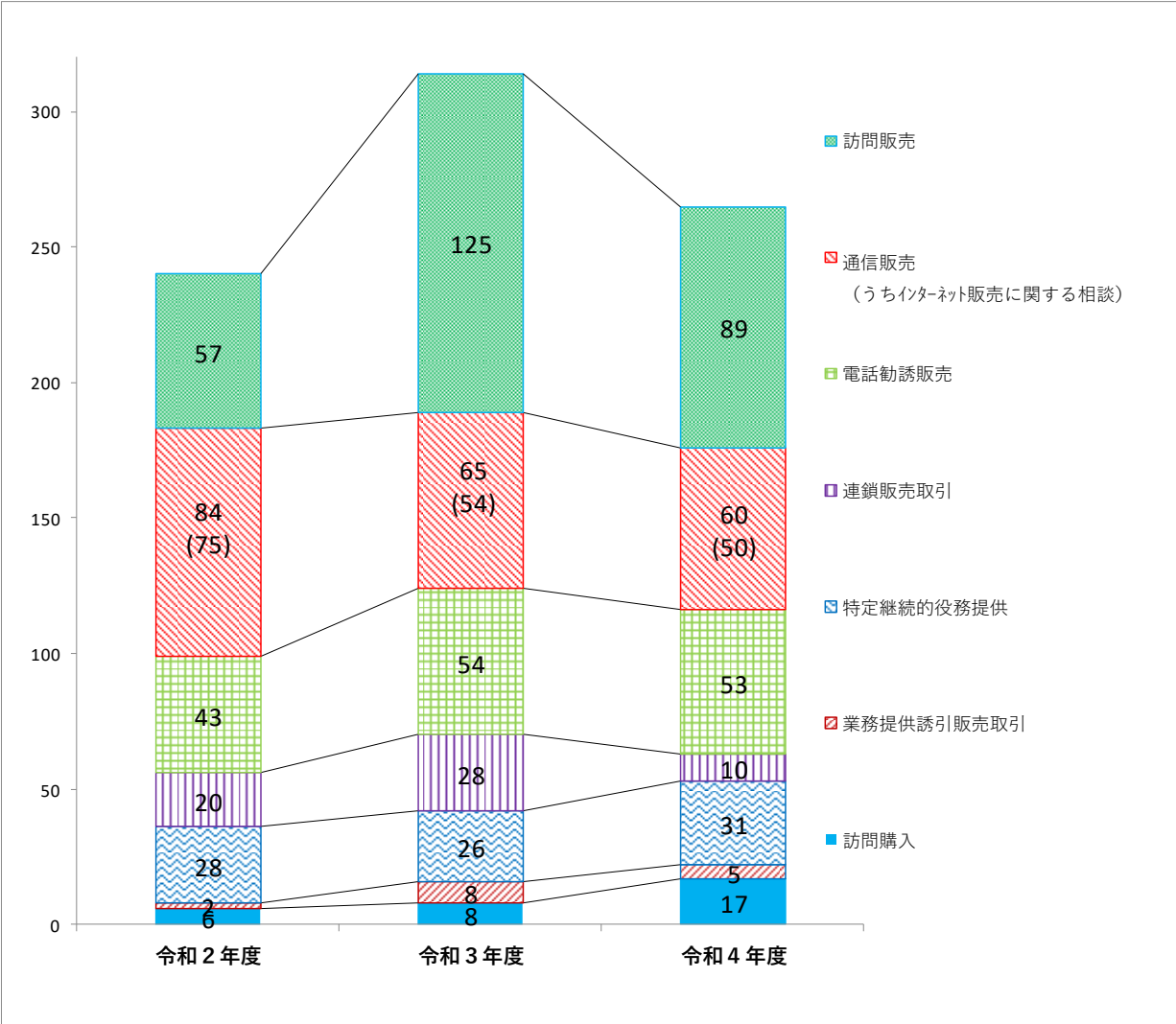
また、「特定継続的役務提供」が31件で前年度(26件)に比べ5件(同19%)増加しています。エステサロンの中途解約を巡りトラブルが生じた例が目立ちました。

- (2) 割賦関係の相談件数は20件で、前年度に比べ1件(同5.9%)増加しました。

内訳をみると、「前払割賦」（冠婚葬祭互助会契約の解約についての相談）が前年度に比べ2件減少していますが、「割賦販売」（ローンやクレジットカードについての相談等）は3件増加しています。

- (3) 製品関係の相談件数は16件で、前年度に比べ6件（同60%）増加しました。
内訳をみると、「サービス」（商品の修理等のアフターサービスについての相談）に関する相談が特に増加しました。
- (4) その他の相談件数は20件で、前年度に比べ24件（同▲54.5%）減少しました。
内容をみると、コロナウイルス関連に係る相談が減少し、コロナ禍以前に多かった相談（当省以外の問い合わせ窓口照会など）が大半を占めました。

図－2 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



3. 年代別等相談件数

表－2 年代別相談件数の推移

	消費者からの相談件数														消費生活センター等からの相談件数		全相談件数 (B)	
	20代以下		30代		40代		50代		60代		70代以上		年代不明		消費者からの相談件数合計	件数 (A)		相談割合 (A)/(B)
令和	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比				
2年度	4	2.1	9	4.7	19	9.9	26	13.6	14	7.3	49	25.7	70	36.6	191	203	58.8	
3年度	11	5.0	10	4.6	27	12.3	21	9.6	33	15.1	39	17.8	78	35.6	219	192	46.7	
4年度	1	0.9	8	6.8	5	4.3	13	11.1	11	9.4	15	12.8	64	54.7	117	221	65.4	

- (1) 年代別相談件数では「年代不明」を除き、最も件数が多いのは70代以上で、全体の12.8%を占めています。
- (2) 自治体の消費生活センター等からの相談件数が全体の65.4%を占めています。

4. 相談事例&アドバイス

令和4年度に寄せられた相談事例とアドバイスについてご紹介します。

令和3年に改正された特定商取引法の詳細については、消費者庁のホームページをご覧ください。

https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_transaction/amendment/2021/

(1) 訪問販売に関する相談

～鍵開け業者に、予想外に高額な請求をされた～

家の鍵をなくし、ネット検索で表示された、「数千円程度～」と安価な料金をうたった業者に電話した。いくらかかるか電話で尋ねても、具体的な料金を教えてもらえなかった。作業員が来宅して作業した後、「特殊な鍵なので〇〇円になります。」と高額な鍵開け料金（数万円～数十万円）を請求された。消費者は高く驚いたが、早く家に入りたかったため高額契約してしまった。作業員が帰った後、やはり高すぎると思ったので業者に電話しクーリング・オフしようとしたが、業者から「電話で訪問依頼を受けて契約しているため、クーリング・オフできない。」と言われた。

【アドバイス】

事前に作業代金を提示しなかったり、少額な作業代金のみ掲載したチラシで勧誘して、作業後に高額な作業代金を請求し、消費者がクーリング・オフしようとする「訪問依頼を受けたのでクーリング・オフできない」と告げてクーリング・オフ妨害する業者が見受けられます。

訪問販売による契約は、申込書面又は契約書面を受け取った日から8日間以内はクーリング・オフができます。訪問販売による取引であっても、消費者が事業者の訪問を求めた場合には、クーリング・オフが認められないことがあります。

しかし、例えば、ウェブサイト上の安価な作業料金を見て訪問修理依頼したにもかかわらず、実際には高額な作業料金を請求されて契約した場合など、消費者がもともと高額な作業料金を伴う契約を締結する意思を有していなかったといえる場合には、通常どおりクーリング・オフが認められます。

※ クーリング・オフとは

いったん契約の申込みや契約の締結をした場合でも、契約を再考できるようにし、一定の期間であれば無条件で契約の申込みを撤回したり、契約を解除したりできる制度です。

後日、紛争が生じないようにするため、口頭ではなく書面（「特定記録郵便」または「簡易書留」が望ましい。）や電磁的記録でクーリング・オフを行い、証拠として残しておくようにしてください。

※ 電磁的記録によるクーリング・オフについて

令和4年6月1日から改正特定商取引法が適用され、書面だけでなく電磁的記録（電子メール、事業者ウェブサイト上のクーリング・オフ専用フォーム、FAX等）によるクーリング・オフも可能となり、事業者側は合理的な範囲で電磁的記録による通知の方法に対応することとなりました。

- ① 書面と同様に、電磁的記録による通知を発した時に効力を生じます。
- ② 契約書面等には「書面又は電磁的記録により」クーリング・オフができる旨および特定した通知方法（例「メールアドレス：〇〇@〇〇〇. 〇〇」）を記載する必要があります。

(2) 通信販売に関する相談

～「1回限り」と思い商品をインターネットで購入したが、2回目が届き高額請求された～

インターネットの通信販売で、健康食品が「お試しコース！通常価格〇〇〇円のところ、今なら初回特別価格△△円」と大幅割引になっていたので申し込んだ。自分は初回だけ購入したつもりだったが、しばらくして2回目の商品が届いた。業者に連絡したところ、4回の定期購入であることがわかった。また、2回目以降は定価（通常価格）で中途解約はできず、お試しコースは返金保証の対象外とも言われたが、解約できないか。

【アドバイス】

通信販売には、一定期間内であれば無条件で契約を解除できるクーリング・オフ制度はありませんが、返品について消費者が容易に認識できるよう広告に表示することが義務づけられています。それに加え、インターネット通販においては、申込みの最終段階の画面上で返品についての表示が義務づけられており、返品に関する表示がない場合には、商品を受け取った日から8日間以内であれば、消費者が送料を負担した上で返品することが可能です。

定期購入が契約条件となっている場合には、支払代金の総額や契約期間等の表示が義務付けられていますが、スマートフォンの広告画面等では何画面もスクロールしないと掲載されていることがわからない場合もありますので、注意が必要です。また、最終確認画面のスクリーンショットを残しておくこともトラブル回避の手段として有効です。

特に、令和4年4月1日からの成年年齢引下げにより、18歳、19歳の方も一人で契約ができるようになりました。民法上の未成年取消しはできなくなりましたので、慎重に契約を確認することが大切です。

「注文」ボタンをクリックする前に確認するポイント

① 1回限りの購入ですか？

☞ 「〇カ月コース」「定期」「自動更新」「無期限」などの表示があれば2回目以降も届きます。

② 2回目からはいくらですか？

☞ 「初回」価格と「2回目以降」の価格は違います。

③ 解約の方法は？

☞ 1回限りで・簡単に・無料で解約できますか？

(3) 電話勧誘販売に関する相談

～テレビショッピングを見て商品の申込みを電話でしたら、他の商品も勧誘された～

テレビショッピングを見て、膝サポーターの購入申込みのために電話をした。するとオペレーターから「膝サポーターとセットでサプリメントを購入するとお得です。」と、テレビショッピングで紹介されていないサプリメントを強く勧められ、断り切れずに両方契約をした。電話の後に考えたら、サプリメントはいらないので解約できないか。～

【アドバイス】

新聞広告、テレビショッピングやインターネットを見て、自ら問い合わせをした電話で購入した商品（このケースでは膝サポーター）については、事業者側が電話をかけさせたとは言えないため、通信販売に該当します。

しかし、注文の電話で、広告にない商品（このケースではサプリメント）を不意打ち的に勧誘された場合、電話勧誘販売に該当します。電話勧誘販売に該当すればクーリング・オフが可能であり、また、必ず治りますなどと不実のことを告げられて勧誘されたのであれば、契約を取り消すこともできます。

一方、通信販売に該当する場合であれば、特定商取引法上はクーリング・オフはできませんので注意が必要です。

※ 「電話勧誘販売」に関する規定の改正について

令和5年6月1日から改正特定商取引法が適用され、事業者がテレビ、ラジオ、新聞、雑誌、インターネットの広告で消費者を誘引し電話をかけさせ、消費者が注文の電話で広告にない商品を不意打ち的に勧誘された場合、電話勧誘販売に該当することになりました。（改正前は通信販売でした。）

(4) 訪問購入に関する相談

～不用品を買い取ってもらうつもりが、売るつもりがなかった貴金属を強引に買い取られた～

「いらない服を買い取ります」と電話がかかってきたので、不用な服を買い取ってもらおうと購入業者に家に来てもらったところ、「貴金属を売ってくれないと帰れない」と言われた。貴金属を売るつもりはなかったので何度か断ったが、結局強引に貴金属を安価で買い取りされた。翌日、クーリン

グ・オフを申し入れたら、「買取りの場合はクーリング・オフできない。」と言われ、貴金属を返してもらえない。

【アドバイス】

購入業者が消費者の自宅等で物品の購入を行う取引であれば、訪問購入に該当し、クーリング・オフができます。また、当初の話と異なる物品の売却を求めることは法律上禁止されています。

しかし、1度物品を売却して購入業者側に渡してしまうと、購入業者が第三者に売却したり紛失したりするリスクがあり、消費者がクーリング・オフをしても物品が返還されない可能性がありますので、買取りを承諾していない物品の売却を迫られた際はきっぱり断ることが大切です。

また、依頼をしていないにもかかわらず、購入業者が突然家に来て買取りをすることは法律で禁止されています。そのような業者は家に入れないように注意する必要があります。

中国経済産業局 消費者相談室からのお知らせ

◇消費者相談室では、経済産業省所管の法律等に係る消費者からのご相談を、電話・メール・郵便等で受け付けています。お気軽にご利用ください。

受付時間 月曜日～金曜日（祝祭日を除く）

9：00～12：00、13：00～16：00

受付方法 電話：082-224-5673（消費者相談専用）

メール：ホームページに掲載の「消費者相談受付フォーム」に入力の上送信

郵便：〒730-8531

広島市中区上八丁堀6番30号 広島合同庁舎2号館3階

中国経済産業局 消費者相談室あて

（注）すべて電話での回答となります。メール及び郵便によるご相談の場合は、上記の受付時間内に当室から連絡できる電話番号を必ず記入してください。

◇当局ホームページの「消費者相談室」のコーナーでは、消費生活に関する各種情報を提供しています。

アドレス <https://www.chugoku.meti.go.jp/seisaku/seihin/shouhishasoudan.html>

（令和5年5月からアドレスが変わりました）