

令和 5 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 5 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 5 年度のポイント】

○ 相談件数の推移

当局で令和 5 年度に受け付けた消費者相談件数は 3 1 4 件で、前年度に比べ 2 4 件（前年度比 7. 1 %）の減少となりました。特に訪問販売に関する相談件数（6 7 件）は前年度に比べ 2 2 件（前年度比▲ 2 4. 7 %）減少しました。

○ 通信販売に関する相談件数が多い

特定商取引法関係の相談が全体の 7 7 % を占め、特に通信販売の相談が 6 8 件と全体の 2 1. 7 % を占め、訪問販売の相談件数（6 7 件）を上回りました。

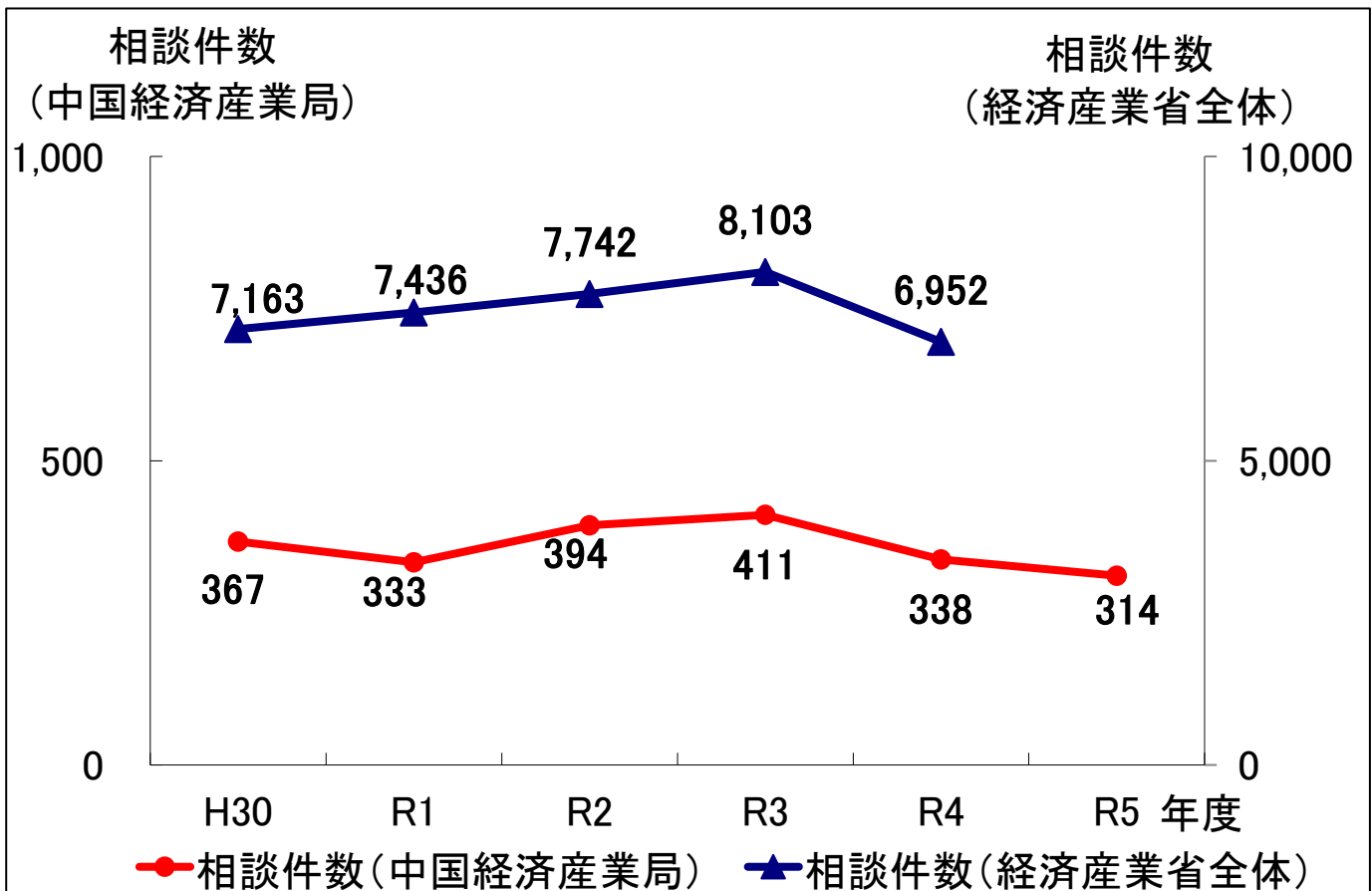
○ 6 0 代、7 0 代の相談割合が高い

年代別相談件数の内訳でみると、年代不明を除き 6 0 代、7 0 代以上の相談割合が依然として高く、全体の 2 7. 4 % を占めています。

【消費者相談状況】

1. 相談件数

図－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3年度		令和4年度		令和5年度		
	件数	構成比	件数	構成比	件数	前年比	構成比
割賦関係	19	4.6	20	5.9	20	0.0%	6.4
割賦販売	10	2.4	13	3.8	17	+30.8%	5.4
前払割賦	9	2.2	7	2.1	3	-57.1%	1.0
特定商取引法関係	314	92.9	265	78.4	240	-9.4%	76.4
訪問販売	125	30.4	89	26.3	67	-24.7%	21.3
通信販売	65	15.8	60	17.8	68	+13.3%	21.7
電話勧誘販売	54	13.1	53	15.7	54	+1.9%	17.2
連鎖販売取引	28	6.8	10	3.0	13	+30.0%	4.1
特定継続的役務提供	26	6.3	31	9.2	22	-29.0%	7.0
業務提供誘引販売取引	8	1.9	5	1.5	6	+20.0%	1.9
訪問購入	8	1.9	17	5.0	10	-41.2%	3.2
先物取引	0	0.0	0	0.0	0	—	0.0
契約その他	24	5.8	15	4.4	24	+60.0%	7.6
製品関係	10	2.4	16	4.7	7	-56.3%	2.2
品質性能	2	0.5	2	0.6	2	0.0%	0.6
安 全 性	1	0.2	2	0.6	0	-100.0%	0.0
サービス	4	1.0	11	3.3	4	-63.6%	1.3
表 示	1	0.2	0	0.0	0	—	0.0
規 格	1	0.2	0	0.0	0	—	0.0
計量・価格	1	0.2	1	0.3	1	0.0%	0.3
個人情報	0	0.0	2	0.6	0	—	0.0
その他	44	10.7	20	5.9	23	+15.0%	7.3
合 計	411	100.0	338	100.0	314	-7.1%	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240件で、前年度(265件)に比べ25件(前年度比▲9.4%)減少しました。

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

「通信販売」は68件で前年度(67件)と件数はほぼ横ばいですが、特定商取引法関係の相談全体に占める割合は28.3%と前年度(22.6%)に比べ高まり、訪問販売の相談件数を上回りました。相談内容としては、「解約関係」「広告表示」に関するものが多く、解約等をしたい要因としては、「申込画面では定期購入と気づかなかった」、「特典クーポンを利用したら定期購入になるよう誘導されていた」などの定期購入関係が20件となっています。

「訪問販売」は67件で前年度(89件)に比べ22件(前年度比▲24.7%)減少しています。相談内容は、屋根や外壁、鍵等家屋の工事・修理修繕に関連したものが目立ちました。

「特定継続的役務提供」は22件で前年度(31件)に比べ9件(同▲29.0%)減少しました。相談内容としては、「クーリング・オフ」や「解約関係」が19件と多く、役務別では「エステティック」、「美容医療」、「脱毛」が14件を占めました。

「訪問購入」は10件で前年度(17件)に比べ7件(前年度比▲41.2%)減少しました。相談内容としては、訪問購入の該当性を問うものが目立ちました。

「業務提供誘引販売取引」は6件で前年度(5件)に比べ1件(20.0%)増えました。相談内容としては、業務提供誘引販売の該当性を問うものが目立ちました。

(2) 割賦関係の相談件数は20件で、前年度と同数でした。

内訳をみると、「前払割賦」（冠婚葬祭互助会等）契約の解約についての相談が前年度に比べ4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4件増加しています。相談内容としては、クレジットカードの不正利用についての相談が目立ちました。

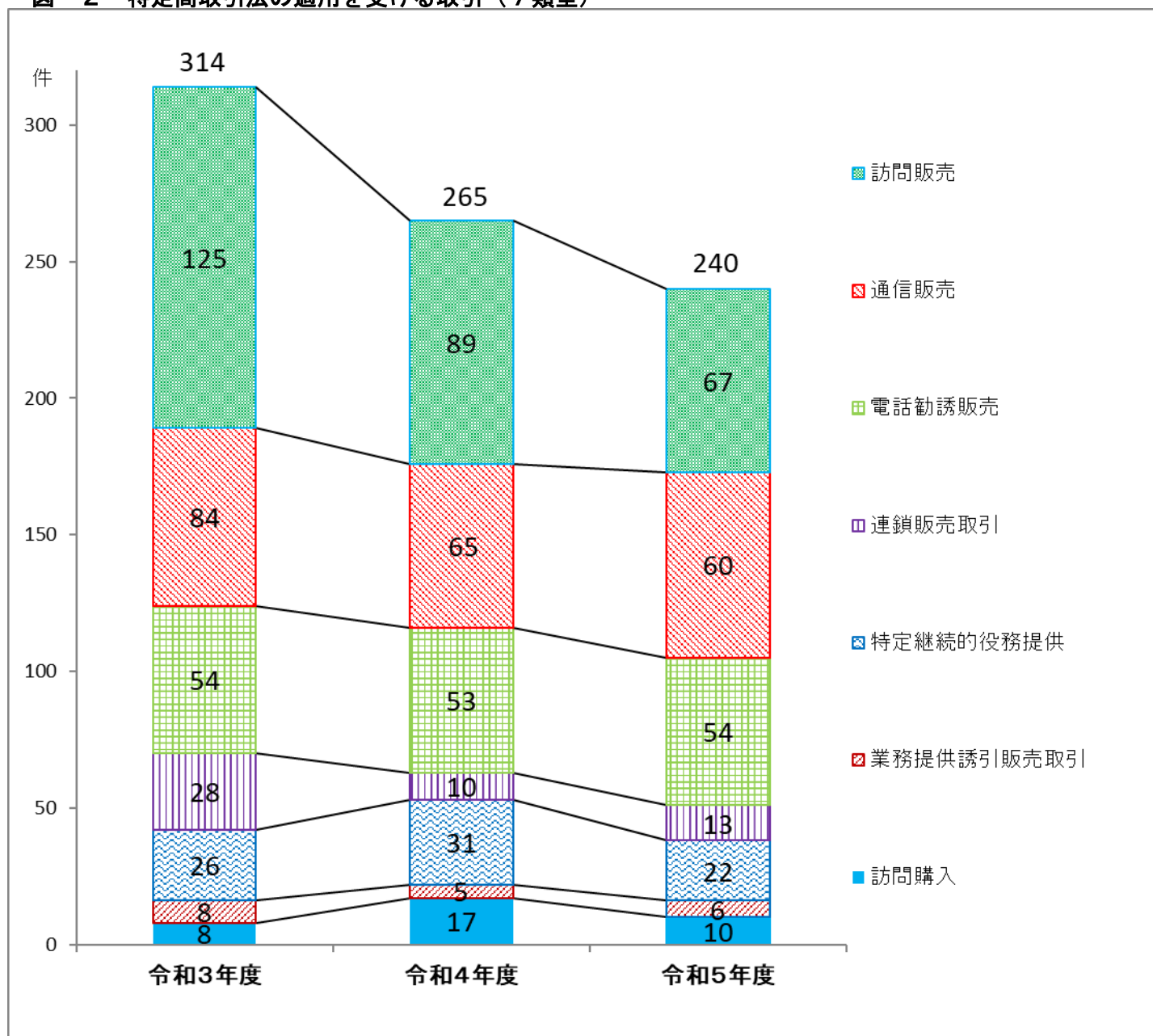
(3) 製品関係の相談件数は7件で、前年度に比べ9件（同▲56.3%）減少しました。

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4件で前年度（11件）に比べ7件（同▲63.6%）減少しました。

(4) その他の相談件数は23件で、前年度に比べ3件（同15.0%）増加しました。

相談内容としては、電気通信サービス、不動産でのトラブル等多岐にわたっています。

図－2 特定商取引法の適用を受ける取引（7類型）



3. 性別・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				
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	411
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	338
5年度	2	2.0	3	2.9	12	11.8	14	13.7	10	9.8	18	17.6	43	42.2	102	212	67.5	314

(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17.6%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67.5%を占めています。

4. 相談事例&アドバイス

令和5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、消費者庁ウェブサイトをご覧ください。

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

(1) 訪問販売に関する相談

～トイレ修理業者に、予想外に高額な請求をされた～

家のトイレが詰まったため、「数千円程度～」と安価な修理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、「古いトイレなので〇〇円になります。」と高額な修理料金（数万円～数十万円）を請求され、高くて驚いたが、早くトイレを直し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 事業者は、契約書面等に「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、2回目の商品が届いた。業者に連絡したところ、注文中に表示された「500円OFFクーポン」を選択したことで、定期購入の申込み画面に誘導されていたようだ。2回目以降の代金は定価（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】

インターネット通販では、申込み前に「最終確認画面」をよく確認することが重要です。

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、「割引クーポン」を利用することで、定期購入の申込みに誘導されるケースもあるので気をつけましょう。

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。

なお、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で髪にコシが出るというシャンプーの広告を見て、1本注文するため業者に電話をしたところ、「ヘアオイルと一緒に使わないと効果がない。」と、テレビショッピングで広告していないヘアオイルの購入を強く勧められ、断り切れず両方買うことにした。数日後、商品が届いたが、やはりヘアオイルは使わないので業者に問い合わせたところ、「通信販売なのでクーリング・オフはできない」と言われた。

【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（このケースではシャンプー）については、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（このケースではヘアオイル）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、「必ず白髪がなくなる」などと不实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。

また、1回分の商品を購入するために自らかけた電話で、業者から「定期購入」を勧められて契約した場合も電話勧誘販売に該当することがあります。

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用意打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） 特定継続的役務提供に関する相談

～「お試し施術」のスマホ広告をうのみにして店に行ったら高額契約を勧誘された～

スマートフォンで、「ひざ下脱毛 初回限定3,980円」というエステティックの広告を見て1回だけのつもりで店に行ったら、複数の店員に囲まれ「あなたは1回だけでは脱毛できない」と2ヶ月5万円のコースを強く勧められ、断り切れず契約してしまった。帰宅後考えたところ、高くてもやめたいので解約できないか。

【アドバイス】

「お試し」・「初回限定」などの広告を見てエステティック店や美容医療の病院に行ったところ1か月以上の高額なコースを勧誘されたというケースがよくあります。金額やコース内容に不安がある場合は、安易に契約せずきっぱりと断ることが大切です。

なお、エステティックや美容医療では、特定商取引法の特定継続的役務提供に該当する契約であれば、クーリング・オフが可能な場合があります。

特定継続的役務提供に該当する役務については、消費者庁ウェブサイトをご参照ください。

<https://www.no-trouble.caa.go.jp/what/continuouservices/>

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：HP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。

◇当局ウェブサイトの「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。

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