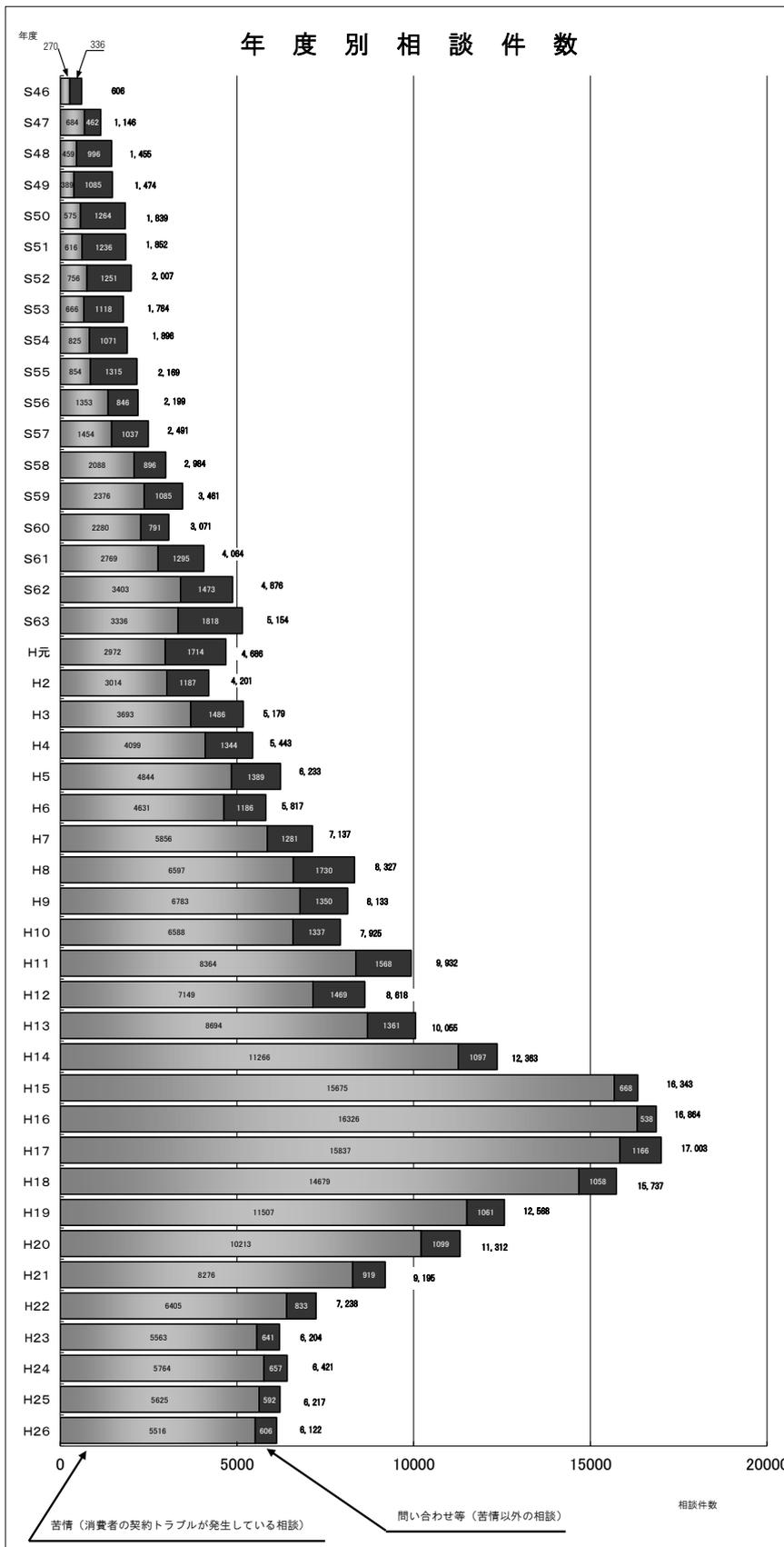


# 1 相談件数

県消費生活センターに寄せられる相談件数は、平成17年度をピークに減少傾向である。ここ数年はほぼ横ばい状態である。

※県内各市町村で受け付けた相談は増加傾向にあり、県内相談総数は増加している。年度別市町村受付件数と県受付件数の合計は以下のとおり

H 2 3 : 15,130件      H 2 4 : 17,116件  
 H 2 5 : 18,290件      H 2 6 : 18,429件



## 2 相談の多い商品・役務(サービス)

第1位が携帯電話の架空請求等、第2位が多重債務等となっており、これは平成25年度と同様である。架空請求等が、増加しているのは、アダルトサイトに係るワンクリック請求に係る相談が増加したためと思われる。

モバイル向けでないインターネット通信に関するサービスである「インターネット通信サービス」では、プロバイダーの電話勧誘に関する相談やインターネットの接続回線に関する相談が大半を占めている。

健康食品に関する相談は減少している。これは、健康食品の送り付けに関する相談が減っているためである。

10位預貯金等、14位ファンド型投資商品、18位生命保険、20位他の金融サービスなど、金融に関する相談が入っている。これに2位の融資サービス(多重債務等)を加えると、全体で812件となり、全体の13.2%を占める。

(単位:件)

順位	商品・役務(サービス)名	H26年度		H25年度		対前年比	
		件数	構成比	件数	構成比	増減数	増減率
1	放送・コンテンツ等※ <sub>1</sub> (携帯電話等の架空請求等)	1,146	18.7%	876	14.1%	270	4.6%
2	融資サービス(多重債務等)	502	8.2%	555	8.9%	-53	-0.7%
3	商品一般	305	5.0%	312	5.0%	-7	0.0%
4	役務その他	226	3.7%	163	2.6%	63	1.1%
5	インターネット通信サービス ※ <sub>2</sub>	198	3.2%	177	2.8%	21	0.4%
6	賃貸アパート・賃貸住宅	197	3.2%	228	3.7%	-31	-0.4%
7	健康食品	128	2.1%	335	5.4%	-207	-3.3%
8	書籍・印刷物	118	1.9%	101	1.6%	17	0.3%
9	移動通信サービス ※ <sub>3</sub>	104	1.7%	91	1.5%	13	0.2%
10	預貯金・証券等	101	1.6%	66	1.1%	35	0.6%
11	自動車	98	1.6%	137	2.2%	-39	-0.6%
12	他の行政サービス	95	1.6%	87	1.4%	8	0.2%
13	新築・増改築工事	89	1.5%	133	2.1%	-44	-0.7%
14	ファンド型投資商品	81	1.3%	63	1.0%	18	0.3%
15	家具・寝具	78	1.3%	65	1.0%	13	0.2%
16	他の保健・福祉	75	1.2%	60	1.0%	15	0.3%
17	空調・冷暖房・給湯設備	67	1.1%	72	1.2%	-5	-0.1%
18	生命保険	67	1.1%	67	1.1%	0	0.0%
19	医療用具(家庭用治療器具等)	62	1.0%	71	1.1%	-9	-0.1%
20	他の金融関連サービス	61	1.0%	72	1.2%	-11	-0.2%

## ■ 架空請求に関する相談件数

### ◎ 架空請求の内訳

架空請求は、増加傾向である。アダルトサイト・出会い系サイト・総合情報サイトなどに係る架空請求が大半を占める。パソコン、携帯電話等への電子メールによる請求やサイト閲覧時に年齢認証をクリックすると請求画面が現れるワンクリック請求などである。

H26年度件数			H25年度 件数(構成比)
件数	商品・役務(サービス)の内訳	全件数中の構成比	
933	放送・コンテンツ等	857 件	15.2%
	商品一般	53 件	
	その他・不明	23 件	
			643 (10.3%)

※ 架空請求とは、請求の根拠がないにもかかわらず、一方的に請求してくるもの。例えば、一度もアクセスしたことのない有料サイトの利用料金や借りた覚えのないお金の返済を、突然、「葉書」や「電子メール」などで求められる「架空」の請求のこと。

※ 放送・コンテンツ等には、ネット通販や携帯電話の通話料、パケット代に係る相談は含まない

## ■ 多重債務に関する相談件数

### ◎ 多重債務関連相談の内訳

過払いに関する相談は増加している。「過払請求を行うための相談」は減少しているが、「過払請求の勧誘等に関する相談」が増えている。

ヤミ金に関する相談は減少傾向にあるが、ヤミ金の被害については、そのほとんどが悪質な取り立てをされているという事案である。職場への嫌がらせにより退職に追い込まれた等の深刻な相談も多い。

生活困窮に起因する相談もあり、庁内各課や関係市町村との連携、その他関係機関との協力により対応している。

	H26		H25		対前年度比	
	件数	全件数中の構成比	件数	全件数中の構成比	増減数	増減率
多重債務	395	6.45%	334	5.37%	61	18.26%
過払い	67	1.09%	47	0.76%	20	42.55%
ヤミ金	77	1.26%	99	1.59%	-22	-22.22%

### 3 販売購入形態別相談状況

通信販売についての相談は、かなり増加しており、無店舗販売の6割近くを占めている。訪問販売に関する相談は減少傾向にあり、60歳以上の高齢者の相談が半数以上を占めている。一方、訪問購入は法による規制後も増加している。送り付け商法については、平成25年度をピークに減少傾向に転じている。

(単位:件)

区 分		H26年度	H25年度	対前年比	
				増減数	増減率
無店舗販売	通信販売※4	1,647	1,411	236	16.7%
	電話勧誘販売※5	590	590	0	0.0%
	訪問販売※6	437	526	-89	-16.9%
	マルチ商法※7	71	78	-7	-9.0%
	訪問購入※8	31	29	2	6.9%
	送り付け商法(ネガティブ・オプション)※9	7	28	-21	-75.0%
	その他無店舗※10	69	44	25	56.8%
小 計		2,852	2,706	146	5.4%
店舗購入		1,256	1,485	-229	-15.4%
不明・無関係		2,014	2,026	-12	-0.6%
合 計		6,122	6,217	-95	-1.5%

### 4 主な販売手口

件数は減ったものの引き続き無料商法に関する相談が1位である。昨年度と比べ順位に大きな差異はない。

(単位:件)

順位	販売手口	H26年度	H25年度	対前年比	
				増減数	増減率
1	無料商法※11	177	223	-46	-20.6%
2	利殖商法※12	78	87	-9	-10.3%
3	サイドビジネス商法 ※13	42	48	-6	-12.5%
4	当選商法 ※14	34	34	0	0.0%
5	点検商法 ※15	31	31	0	0.0%
6	次々販売 ※16	30	42	-12	-28.6%
7	開運商法 ※17	26	32	-6	-18.8%
8	展示販売 ※18	19	12	7	58.3%
9	SF商法 ※19	15	22	-7	-31.8%
10	露店販売 ※20	8	0	-	-

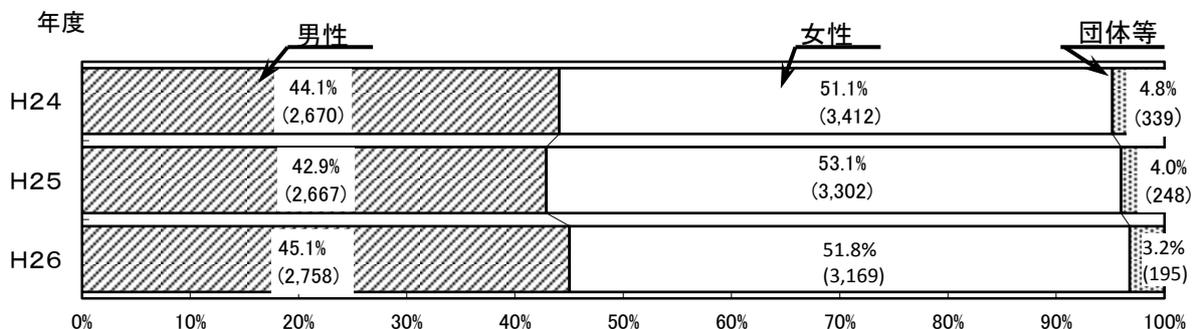
(1つの相談に対し複数の販売手口が関係する場合は、その全てを計上。)

## 5 相談者の属性

※( )内は実数

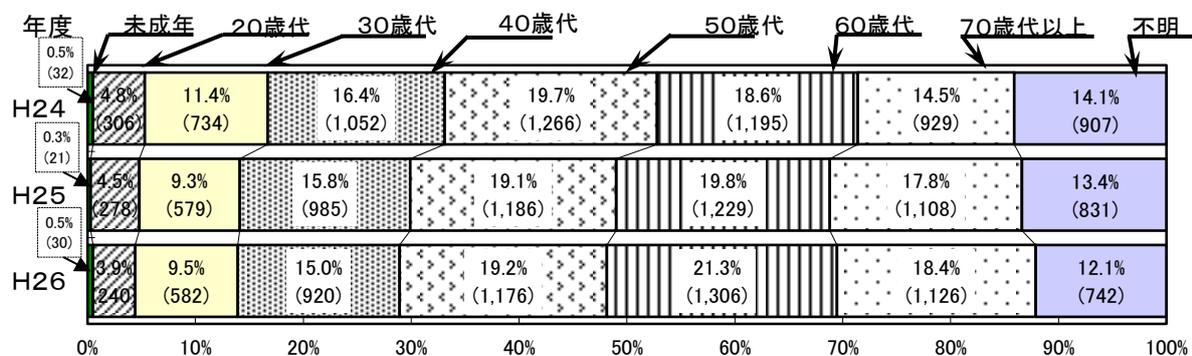
### ■性別等

昨年度と比べ、男性からの相談が数、割合とも増えている。  
 契約当事者に代って相談する女性の数は800名を超えており男性の2倍程度になっており、女性の相談者が多い理由と考えられる。



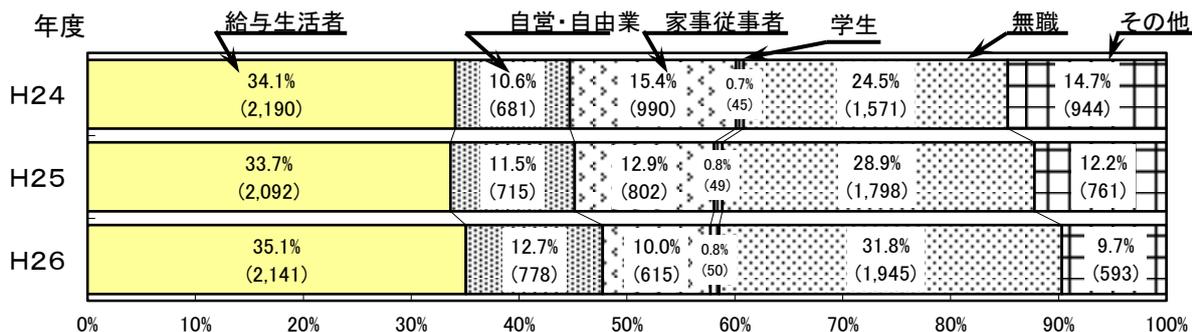
### ■年代別

若年層からの相談は減少しているが、60歳代以上の高齢者からの相談件数は増加している。全相談者に占める60歳代以上の割合は、4割近い。



### ■職業別

厳しい社会情勢を反映して、相談者に占める無職者の割合がさらに増加した。

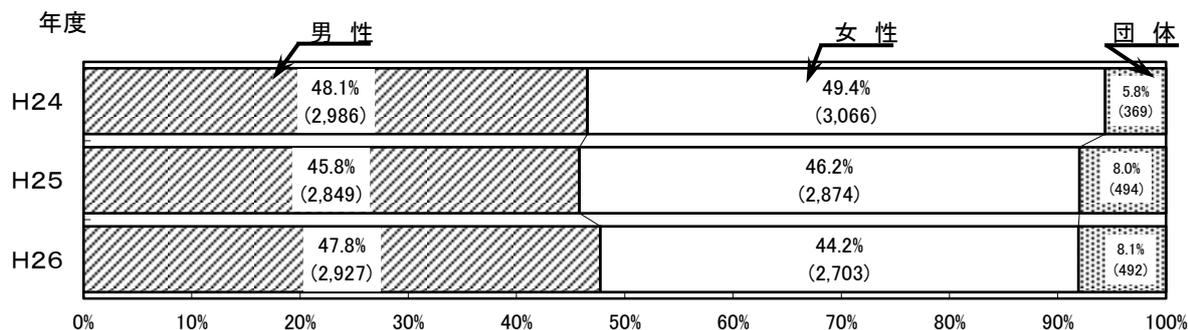


## 6 契約当事者の属性

※( )内は実数

### ■性別等

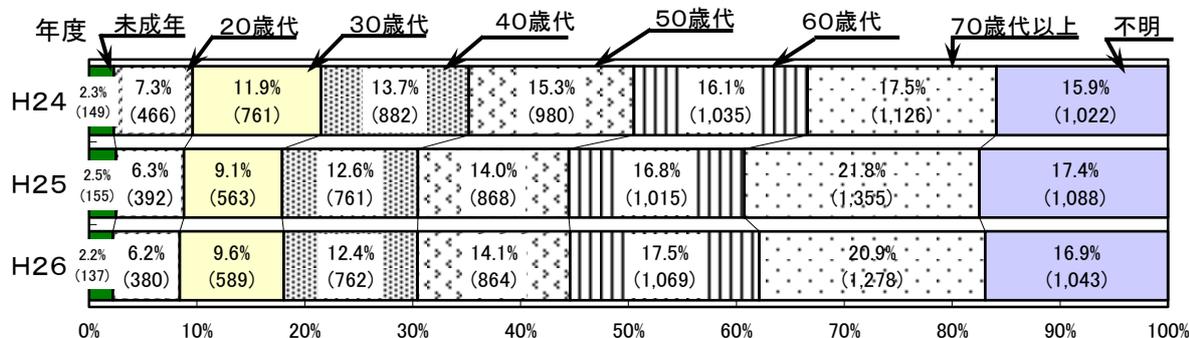
相談者の男女の割合は女性が多いが、契約当事者はほぼ同数となっている。やはり、契約当事者に代わって女性が相談をしていくことがあるためと考えられる。



### ■年代別

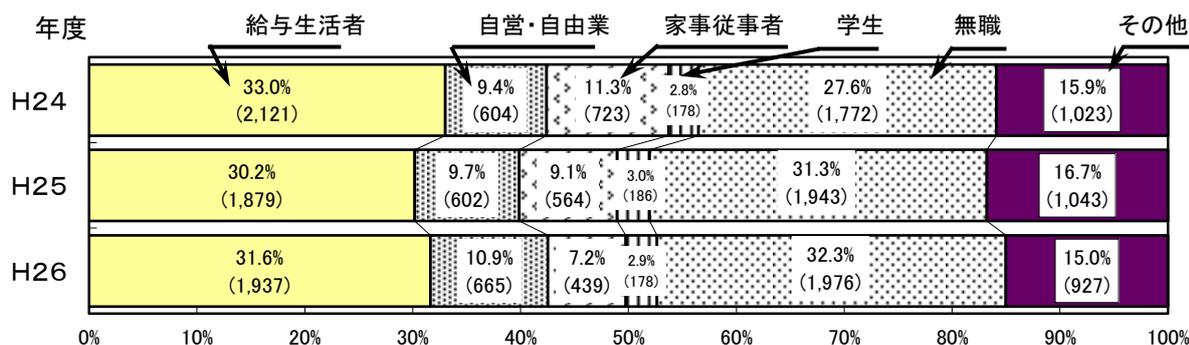
相談者と同様に高齢者が多い。70歳以上の1,278名のうち、80歳以上は482名であり、高齢者が消費者被害に遭うことが多いと考えられる。

未成年に関しては、自身で相談するケースは少なく、保護者が代わりに相談してくることが多いため、相談者数と契約者数にかなりの差がある。



### ■職業別

厳しい社会情勢を反映して、契約当事者に占める無職者の割合がさらに増加した。



## 7 契約当事者の性別・年代別の状況

### ■男性

全年齢を通じて、「放送・コンテンツ等(携帯電話の架空請求等)」の件数がのび、1位となっている。特に60歳代では「放送・コンテンツ等(携帯電話の架空請求等)」の件数が昨年度と比べ、倍増している。アダルトサイト等に関する案件が多い。

また、「融資サービス(多重債務等)」は、未成年以外の全年代で2位となっている。中には悪質なヤミ金の取り立て等に係る相談もある。

	総件数 (前年度)	1 位	2 位	3 位	4 位	5 位
未成年	88件 (96)	①放送・コンテンツ等(携帯電話等の架空請求) 61件	●電話機・電話機用品 4件	②靴 ●自動車 ●賃貸アパート・賃貸住宅 ●理美容		各2件
20歳代	205件 (203)	②放送・コンテンツ等(携帯電話等の架空請求) 51件	①融資サービス(多重債務等) 32件	③賃貸アパート・賃貸住宅 16件	④自動車 10件	●役務その他 7件
30歳代	319件 (293)	②放送・コンテンツ等(携帯電話等の架空請求) 69件	①融資サービス(多重債務等) 67件	③賃貸アパート・賃貸住宅 18件	④自動車 9件	●インターネット通信サービス ⑤役務その他 各7件
40歳代	409件 (385)	①放送・コンテンツ等(携帯電話等の架空請求) 117件	②融資サービス(多重債務等) 47件	③賃貸アパート・賃貸住宅 ●移动通信サービス	各21件	⑤インターネット通信サービス 17件
50歳代	445件 (456)	①放送・コンテンツ等(携帯電話等の架空請求) 158件	②融資サービス(多重債務等) 42件	③インターネット通信サービス 19件	●役務その他 17件	●商品一般 12件
60歳代	575件 (515)	①放送・コンテンツ等(携帯電話等の架空請求) 147件	②融資サービス(多重債務等) 50件	③インターネット通信サービス 31件	③商品一般 25件	●役務その他 22件
70歳以上	551件 (551)	①放送・コンテンツ等(携帯電話等の架空請求) 63件	④融資サービス(多重債務等) 34件	②健康食品 28件	③商品一般 25件	⑤書籍・印刷物 ●インターネット通信サービス 各23件

※丸数字は昨年度の順位、●は昨年度順位が6位以下を示す

## ■女性

70歳以上を除き、男性に比べ数は少ないものの、全ての年代で「放送・コンテンツ等（携帯電話等の架空請求）」が1位になったのは初めてである。

20歳代で2位の理美容は、主にエステ等に関する相談である。

融資サービス（多重債務等）は、ほぼ全年代で上位に入っており、男性同様ヤミ金に係る相談も目立つ。

70歳以上については、他の年代とは傾向が異なり、健康食品等一般的な商品の訪問販売による被害が多いと考えられる。

	総件数 (前年度)	1 位	2 位	3 位	4 位	5 位
未 成 年	48件 (50)	①放送・コンテンツ等（携帯電話等の架空請求） 31件	⑤商品一般 ●学校教育 ●健康食品		各2件	●他の身の回り用品 ●洋服一般 ●その他の保険 ほか 各1件
20 歳 代	173件 (187)	②放送・コンテンツ等（携帯電話等の架空請求） 39件	①理美容 18件	③賃貸アパート・賃貸住宅 ⑤融資サービス（多重債務等）	各10件	●化粧品 8件
30 歳 代	266件 (265)	①放送・コンテンツ等（携帯電話等の架空請求） 65件	②融資サービス（多重債務等） 25件	●役務その他 16件	③賃貸アパート・賃貸住宅 10件	⑤インターネット通信サービス ●商品一般 各8件
40 歳 代	352件 (389)	①放送・コンテンツ等（携帯電話等の架空請求） 91件	②融資サービス（多重債務等） 35件	⑤商品一般 19件	④インターネット通信サービス ●移动通信サービス	各12件
50 歳 代	418件 (408)	①放送・コンテンツ等（携帯電話等の架空請求） 64件	②融資サービス（多重債務等） 36件	●役務その他 23件	③商品一般 20件	④インターネット通信サービス 18件
60 歳 代	492件 (500)	④放送・コンテンツ等（携帯電話等の架空請求） 51件	②商品一般 37件	①融資サービス（多重債務等） 36件	●インターネット通信サービス ●役務その他	各15件
70 歳 以上	720件 (800)	②商品一般 74件	①健康食品 50件	●預貯金・証券等 33件	●ファンド型投資商品 28件	⑤役務その他 27件

※丸数字は昨年度の順位、●は昨年度順位が6位以下を示す

## 8 危害・危険に関する相談

区分	H 2 6 年 度			H25年度	H24年度	
	件数	相談の多い商品・役務(サービス)				
(※1) 危害	63件	第1位	健康食品	10件	96件	73件
		第2位	理美容	7件		
		第3位	調理食品 医療用具	各6件		
(※2) 危険	27件	第1位	自動車	7件	39件	26件
		第2位	調理食品	3件		

(※1) 「危害」とは商品の使用により人体に危害が及んだもの。

(※2) 「危険」とは危害には至らなかったが人身事故の恐れがあるもの。

### 【危害に関する相談の例】

相談内容	対応概要
袋菓子の包装内にプラスチック片が入っていた	証拠品を持参のうえ、保健所に相談するよう助言した。
屋外ガス給湯器の排気口から火がふきだした。危険であるため、情報提供をした。	センターでリコール対象品ではないことを確認。PLセンターに問い合わせたところ、老朽化が原因と思われるとのこと。その旨を相談者に伝えた。
パソコンから煙が出たのでメーカーに連絡したところ、製造後10年経過しているので部品がなく修理できないとの対応であった。	当該品については、接触不良による不都合がみつかっており、メーカーがサポート情報を出していたため、サポートセンターに連絡したところ、無償で修理を行うことになった。
ダイエットサプリを服用したところ、下痢をした。	相談者は明記された目安量を服用していたが、商品には「一度に大量摂取すると下痢をする可能性がある。使用は体調に合わせて慎重に」との注意書きがあった。この製品に含有されている成分については、他のダイエット食品にも使用されており、国民生活センターでもテストされ、大量摂取に留意するよう注意喚起がなされていた。以上を相談者に情報提供した。

## 9. 商品テストに関する処理状況

### 1. 苦情処理テストの事例

※苦情処理テスト実施件数 14件

No.	相談内容	テスト内容
1	クリーニングに出したワイシャツに穴が開いた。	マイクロスコープで繊維の形状やアンモニア性窒素定量で洗濯済かどうかの確認をした。最終的には業者が同等品を準備することになった。
2	白髪用カラーシャンプーを使用したのが、広告で示しているような効果がでない。	国民生活センター及び当センターで染毛のテストを行った。広告で示されているような効果は明確には確認できなかった。事案については、関係法を所管する国の機関に情報提供をした。
3	女性用インナーを購入したが、伸びが悪く、着れない。	センターで相談品及び比較品4点の試着試験をしたところ、相談品の着心地の評価が最も低かった。業者は返品返金に応じ、広告を改善する方向で検討することになった。
4	ネットで購入した外国製のカーナビが頻繁に故障する。	相談者が購入したカーナビには、既に入力されている目的地の履歴が多数確認され、中古製品ではないかとの疑いが濃厚となった。センターから何回も事業者とやり取りをした結果、相談者に購入金額の一部が返金された。

### 2. 危害・危険等に関する相談における調査及び苦情処理の事例

※全28件

No.	相談内容	対応概要
1	エステ施術後に皮膚に痛みがでた。また、顔がむくんだ。	まずは医療機関で診察を受けることを助言した。その上で、事業者との解約交渉等に対する助言等を行った。
2	サプリメントを摂ったところ、体調が悪くなった。	センターでは、体調変化とサプリメントとの関連性がはっきりわからなかったため、医療機関を受診することを勧めた。
3	照明用電球のガラスカバーが落下した。	メーカーの品質企画課で検査をしたところ、カバーに小さな傷がありそれが原因ではないかとの報告があった。
4	石油ファンヒーターからの白煙があがった。	センターから販売店に連絡をした。販売店は単品不良と判断して別商品と交換することになった。

### 3. 品質等相談における調査及び苦情処理事案

全2件

No.	相談内容	情報提供・協力依頼
1	2年前に購入した浴室用暖房器について、別の業者の助言で脱衣室に移設した。購入時には浴室用と説明を受けていたため、納得がいかない。	センターで確認したところ、現在の同機種の説明書には「絶対に浴室には取り付けない」との記載があった。メーカーに確認したところ当該機種は製造終了予定であることが分かった。その後、センターから交渉をした結果、最終的に相談者宅には業者の負担で別機種の浴室専用暖房器が設置された。

# 10 県消費生活センターに寄せられた市町村別相談件数

丸数字は千人当り件数の順位(上位20位まで)

市町村名	※ 人口	H23	H24	H25	H26年度		市町村名	※ 人口	H23	H24	H25	H26年度	
					相談件数	千人当り件数						相談件数	千人当り件数
熊本市	740,204	2,385	2,511	2,564	2,477	3.35	西原村	6,902	28	50	43	59	① 8.55
八代市	128,674	313	282	297	255	1.98	南阿蘇村	11,786	39	44	39	43	⑰ 3.65
人吉市	34,046	82	89	71	48	1.41	御船町	17,447	84	85	94	105	② 6.02
荒尾市	53,790	129	116	119	92	1.71	嘉島町	8,959	40	54	42	41	⑦ 4.58
水俣市	25,707	59	56	58	50	1.94	益城町	33,386	162	180	192	132	⑬ 3.95
玉名市	67,614	242	192	160	185	2.74	甲佐町	10,926	46	55	36	56	⑤ 5.13
山鹿市	53,039	219	196	169	189	⑱ 3.56	山都町	15,378	67	76	67	65	⑨ 4.23
菊池市	48,727	164	189	175	181	⑮ 3.71	氷川町	12,154	29	47	40	32	2.63
宇土市	37,344	148	153	130	146	⑭ 3.91	芦北町	17,877	52	56	63	56	3.13
上天草市	27,657	69	105	66	55	1.99	津奈木町	4,760	9	13	11	15	3.15
宇城市	60,145	211	185	195	183	3.04	錦町	10,805	33	32	26	23	2.13
阿蘇市	27,233	105	119	88	83	3.05	多良木町	9,925	22	22	23	16	1.61
天草市	83,521	148	136	107	128	1.53	湯前町	4,064	6	11	6	9	2.21
合志市	58,162	224	230	241	237	⑪ 4.07	水上村	2,280	8	5	8	8	⑳ 3.51
市計	1,445,863	4,498	4,559	4,440	4,309	2.98	相良村	4,614	20	17	12	15	3.25
美里町	10,612	32	71	53	36	3.39	五木村	1,081	4	2	1	2	1.85
玉東町	5,358	22	25	11	23	⑧ 4.29	山江村	3,522	6	12	4	8	2.27
南関町	9,971	37	44	30	40	⑫ 4.01	球磨村	3,810	9	9	7	2	0.52
長洲町	16,053	67	62	43	66	⑩ 4.11	あさぎり町	15,603	39	34	38	34	2.18
和水町	10,494	57	54	41	53	⑥ 5.05	苓北町	7,859	16	23	17	25	3.18
大津町	33,272	139	170	159	180	④ 5.41	町村不明 (県内)			12	275	276	
菊陽町	40,384	211	206	218	234	③ 5.79	町村計	348,760	1,349	1,545	1,674	1,723	4.94
南小国町	4,172	9	17	20	15	⑱ 3.60	熊本県計	1,794,623	5,847	6,104	6,114	6,032	3.36
小国町	7,285	17	29	33	25	3.43	県外		114	95	103	90	
産山村	1,530	7	6	2	5	3.27	不明		243	222			
高森町	6,491	32	22	20	24	⑯ 3.70	合計	1,794,623	6,204	6,421	6,217	6,122	

※ 人口は平成26年10月1日現在の熊本県推計人口調査による

## 用語解説

	用語	解説
※1	放送・コンテンツ等	電話情報提供サービス、インターネット情報サービスなどの電話回線やオンラインネットワーク等を使って情報を得るサービス等をいい、アダルトサイト・出会い系サイト・総合情報サイトなどが大半を占める。ネット通販や携帯電話の通話料、パケット代は含まない。
※2	インターネット通信サービス	モバイル向けではないインターネット通信に関連するサービス。 プロバイダの電話勧誘相談やインターネットの接続回線（光ファイバー・ADSL等）の相談などが大半を占める。
※3	移動通信サービス	携帯電話等の移動通信及びそれらに関するサービス。
※4	通信販売	店舗ではなく、新聞、雑誌、テレビ、インターネット上のホームページ（インターネットオークションを含む）などによる広告や、ダイレクトメール、チラシなどを見た消費者から郵便、電話、ファクシミリ、インターネットなどの通信手段で注文を受け、商品を販売する方法のこと。 （特定商取引に関する法律第2条第2項）
※5	電話勧誘販売	販売業者が、個人宅や勤務先に一方的に電話をかけ、または特定の方法により消費者に電話をかけさせ、その電話において商品の紹介や勧誘を行うことにより商品を販売する方法のこと。 （特定商取引に関する法律第2条第3項）
※6	訪問販売	販売業者の営業員が一方的に消費者宅を訪問し、訪問先で商品（権利・役務を含む）の販売活動を行う小売形態のこと。 キャッチセールス、アポイントメントセールス、SF商法などの営業員の訪問がないものも「訪問販売」としている。 （特定商取引に関する法律第2条第1項第1号、第2号）
※7	マルチ商法	販売組織の加入者が消費者に商品などを購入させて、その販売組織に加入させることによりマージンを得るしくみの商法。これを繰り返すことにより、販売組織がピラミッド式に拡大していく。 （特定商取引に関する法律第33条）
※8	訪問購入	営業員が訪問してきて、自宅にある物品（貴金属等）を買い取る形態のこと。 震災後、強引な勧誘方法や買い取り額の妥当性が問題となり、特定商取引に関する法律で規制されることとなった。
※9	送り付け商法	ネガティブ・オプションともいう。 注文していないにもかかわらず商品を一方的に送りつけ、受けとった消費者に購入しなければならないものと勘違いさせ、料金を支払わせることを狙った商法。代金引換郵便を悪用したものもある。
※10	その他無店舗	店舗ではないところ、または店舗とはいえないような場所（自動販売機、野菜の無人スタンドなど）。また、ホテルや集会場など通常店舗とは考えられない場所で2日以上期間に渡って行われる展示会などで購入した場合。
※11	無料商法	「無料のお試しサービスです」「今なら無料で体験できる」「無料で点検します」などのセールストークや広告により高額な商品・サービスを売りつける商法のこと。 携帯電話の無料と謳っているサイトに登録したところ、高額な登録料を請求されたといった事例が多い。

## 用語解説

	用語	解説
※12	利殖商法	「値上がり確実」「必ず利益が出る」など儲かることを強調して契約させる商法のこと。 特に自宅にすることが多い高齢者をターゲットに、電話勧誘販売や訪問販売で契約させるなど高齢者の貴重な老後の生活資金をねらい打ちにした悪質な手口が増えている。
※13	サイドビジネス商法	「内職・副業になる」「脱サラできる」などのセールストークで何らかの契約をさせる商法で自分で仕事や作業を行うものに限る。ただし、投資や出資をするものや雇用されるものは含まない。
※14	当選商法	「当選した」「景品が当たった」「あなただけが選ばれた」など「自分だけ」という優越感をくすぐって消費者に近づき、高額な商品やサービスの契約をさせる商法のこと。 最近では、高齢者をターゲットに、あたかも海外の宝くじに当選したようなダイレクトメールやエアメールを送り、当選金を受け取るための保証金を支払わせる手口や、携帯電話の懸賞サイトを名乗り当選メールを送って保証金を支払わせる手口もある。
※15	点検商法	「点検に来た」と来訪し、「使用できない」「修理不能」「早めに代えないと危険」など不安をあおって商品やサービスを契約させる商法のこと。 白あり駆除、消火器、ガス漏れ警報機、火災警報機、換気扇などの商品やサービスが多く、いかにも関係機関から来たように見せかけている場合も多い。
※16	次々販売	一人の消費者に次から次へと契約をさせる販売方法のこと。
※17	開運商法	消費者の悩みや不安につけ込み、不安を煽り、その不安を取り除くために高額な商品を勧めたり、「霊を払う必要がある。」と言ひ、祈とう料を請求する商法のこと。
※18	展示販売	展示会や展覧会での販売。 会場の個室などで長い時間、勧誘を行ったり、展示されている物が「特別な物で1つしかない。」と消費者に勘違いをさせ、高価格で契約させるなどを行う商法のこと。
※19	S F 商法	新製品普及商法の略。催眠商法、ハイハイ学校ともいう。 閉め切った会場等で台所用品などの日用品を無料配布もしくは安価で販売し会場の雰囲気盛り上げた後、高額な商品売りつける商法のこと。以前は公民館などを会場とすることが多かったが、最近は民家を（S F 商法の会場にするとは言わずに）借りて会場としている事例も見られる。
※20	露店販売	屋台、フリーマーケット、巡回販売、消費者が販売者まで行って商品を見て購入するなどの販売方法のこと。