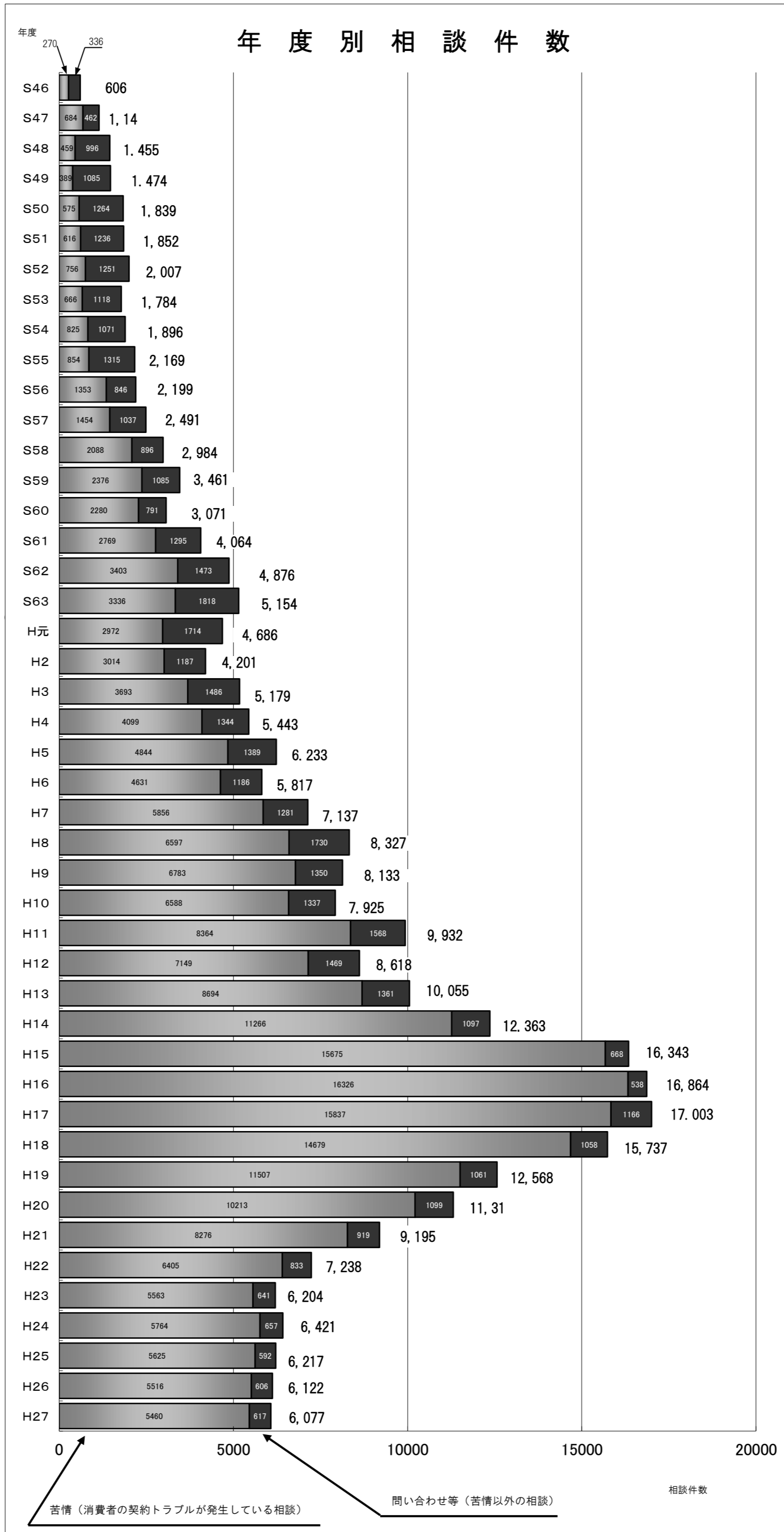


1 相談件数

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ったが、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、昨年度とほぼ同数である。

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

H24 : 17,166件 H25 : 18,290件
 H26 : 18,429件 H27 : 18,446件



2 相談の多い商品・役務(サービス)

第1位が「放送・コンテンツ等(携帯電話等の架空請求等)」、第2位が「融資サービス」となっており、この順位は、ここ数年変わっていない。「融資サービス」が昨年度より大幅に増えているのは、県内で発生した消費者金融のカードをだまし取られた事案(以下、「カードトラブル」という。)によるものである。

「インターネット通信サービス(モバイル向けを除く)」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。

「新築・増改築工事」については、大幅に増加している。

(単位:件)

順位	商品・役務(サービス)名	H27年度		H26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※ ₁ (携帯電話等の架空請求等)	1,062	17.5%	1,146	18.7%	-84	-1.2%
2	融資サービス(多重債務等)	622	10.2%	502	8.2%	120	2.0%
3	商品一般	287	4.7%	305	5.0%	-18	-0.3%
4	相談その他	271	4.5%	280	4.6%	-9	-0.1%
5	インターネット通信サービス ※ ₂	255	4.2%	198	3.2%	57	1.0%
6	役務その他	230	3.8%	226	3.7%	4	0.1%
7	賃貸アパート・賃貸住宅	218	3.6%	197	3.2%	21	0.4%
8	他の行政サービス	159	2.6%	95	1.6%	64	1.0%
9	健康食品	143	2.4%	128	2.1%	15	0.3%
10	新築・増改築工事	139	2.3%	89	1.5%	50	0.8%
11	移動通信サービス ※ ₃	122	2.0%	104	1.7%	18	0.3%
12	自動車	108	1.8%	98	1.6%	10	0.2%
13	他の保健・福祉	98	1.6%	75	1.2%	23	0.4%
14	医療	91	1.5%	60	1.0%	31	0.5%
15	預貯金・証券等	71	1.2%	101	1.6%	-30	0.4%
15	電話機・電話機用品	71	1.2%	59	1.0%	12	0.1%
17	パソコン・パソコン関連用品	68	1.1%	58	0.9%	10	0.2%
18	空調・冷暖房・給湯設備	64	1.1%	67	1.1%	-3	0.0%
19	書籍・印刷物	63	1.0%	118	1.9%	-55	-0.9%
20	医療用具(家庭用治療器具等)	61	1.0%	62	1.0%	-1	0.0%

■ 架空請求に関する相談件数

◎ 架空請求の内訳

架空請求は、ここ数年相談件数に大きな変化はなく、高止まり状態である。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等をクリックすると請求画面が現れるワンクリック請求も含んでいる。

H27年度件数			H26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	
902	放送・コンテンツ等	850 件	14.8%
	商品一般	25 件	
	その他・不明	27 件	
			933 (15.2%)

※ 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、「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

過払いに関する相談は減少している。

ヤミ金に関する相談はほぼ横ばい。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。

	H27		H26		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	440	7.24%	395	6.45%	45	11.39%
過払い	41	0.67%	67	1.09%	-26	-38.81%
ヤミ金	81	1.33%	77	1.26%	4	5.19%

3 販売購入形態別相談状況

インターネットやテレビショッピング等に関する通信販売についての相談は、昨年度同様もつとも多い。

訪問によるもの（訪問販売及び訪問購入）はほぼ減少しておらず、60歳以上の高齢者の相談が半数以上を占めている。うち、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		H27年度	H26年度	対前年比	
				増減数	増減率
無 店 舗 販 売	通信販売※4	1,624	1,647	-23	-1.4%
	電話勧誘販売※5	437	590	-153	-25.9%
	訪問販売※6	421	437	-16	-3.7%
	マルチ商法※7	71	71	0	0.0%
	訪問購入※8	45	31	14	45.2%
	送り付け商法(ネガティブ・オプション)※9	5	7	-2	-28.6%
	その他無店舗※10	112	69	43	62.3%
小 計		2,715	2,852	-137	-4.8%
店舗購入		1,347	1,256	91	7.2%
不明・無関係		2,015	2,014	1	0.0%
合 計		6,077	6,122	-45	-0.7%

4 主な販売手口

件数は年々減少傾向にあるが、引き続き無料商法に関する相談が1位である。全体的な数も減っており、いわゆる「〇〇商法」といわれる典型的な悪質商法以外の相談が増加していることがわかる。

(単位:件)

順位	販売手口	H27年度	H26年度	対前年比	
				増減数	増減率
1	無料商法※11	95	177	-82	-46.3%
2	サイドビジネス商法 ※12	46	42	4	9.5%
3	利殖商法※13	34	78	-44	-56.4%
4	次々販売 ※14	20	30	-10	-33.3%
5	展示販売 ※15	18	19	-1	-5.3%
6	当選商法 ※16	17	34	-17	-50.0%
7	開運商法 ※17	16	26	-10	-38.5%
8	点検商法 ※18	15	31	-16	-51.6%
9	SF商法 ※19	11	15	-4	-26.7%
10	講習会商法 ※20	10	5	5	100.0%

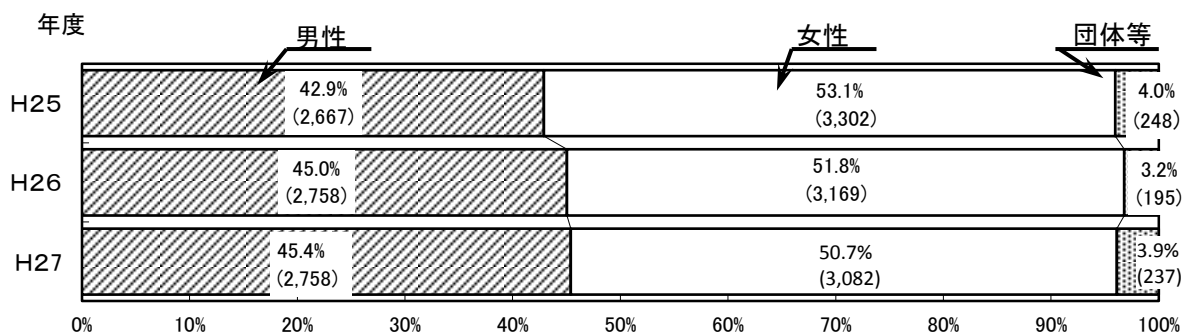
(1つの相談に対し複数の販売手口が関係する場合は、その全てを計上。)

5 相談者の属性

※()内は実数

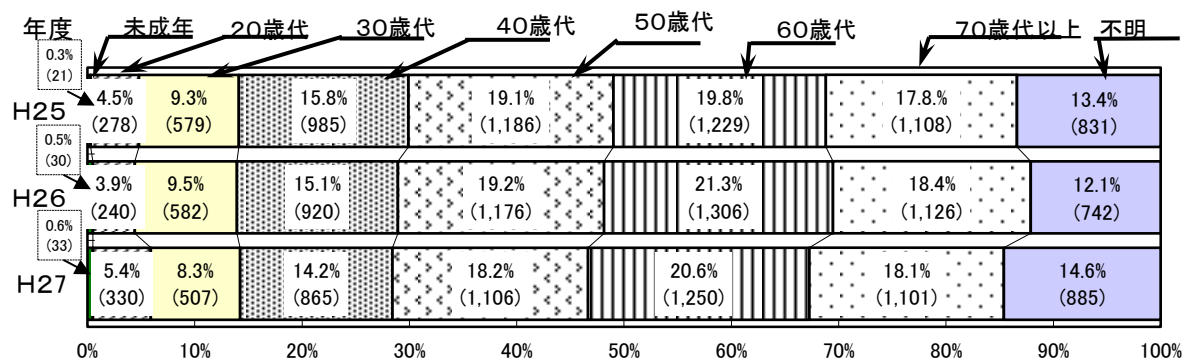
■性別等

昨年度とほぼ同様の傾向。相談者は女性が多い。
 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。



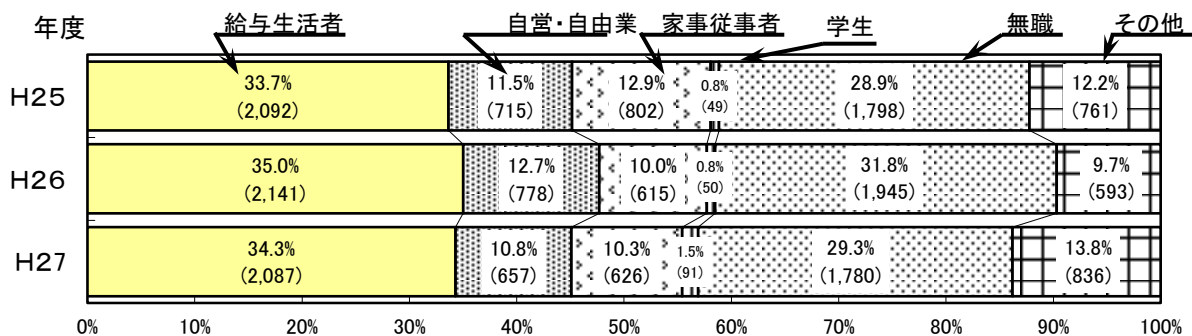
■年代別

全相談者に占める60歳以上の割合は、4割近い。27年度には若者が被害にあった事案があったため、20歳代の相談者が多くなっている。



■職業別

昨年度と大きな差異はない。

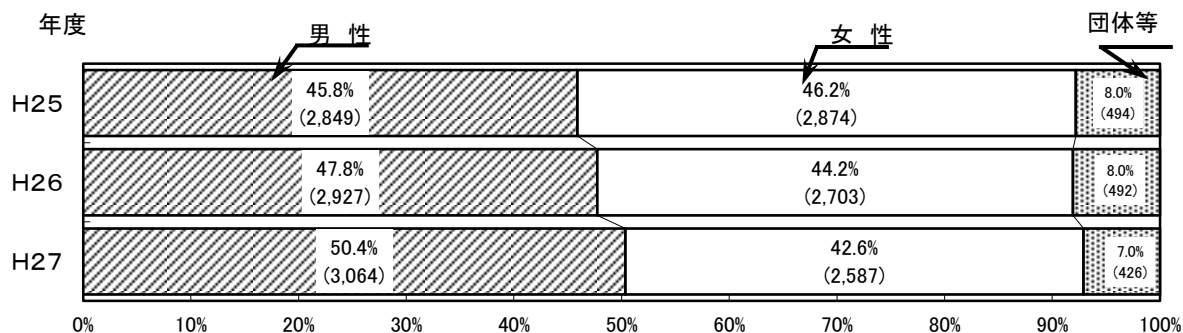


6 契約当事者の属性

※()内は実数

■性別等

相談者の男女の割合は女性が多いが、契約当事者は逆転し、男性が多い。契約当事者に代わって女性が相談をしていくことが多いと考えられる。

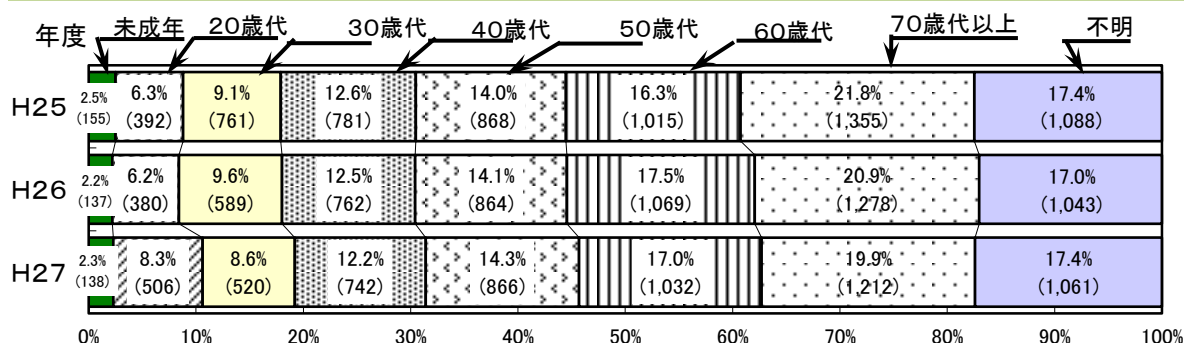


■年代別

相談者と同様に高齢者が多い。70歳以上の1,212名のうち、80歳以上は454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。

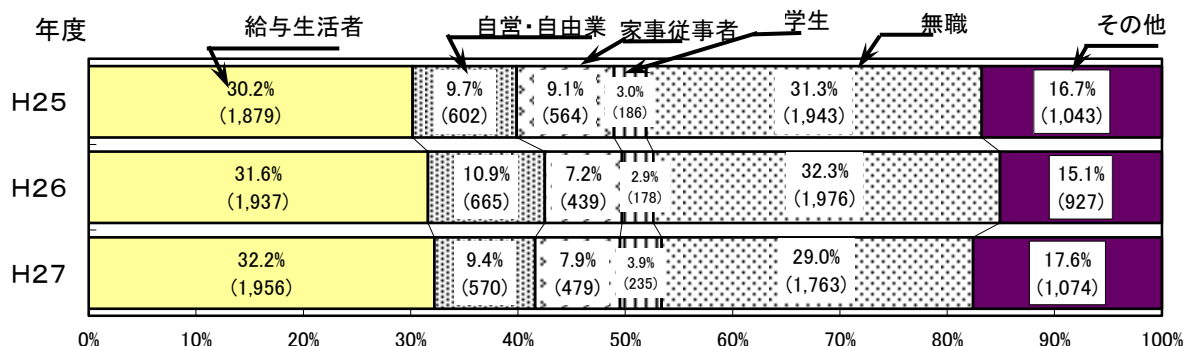
20歳代が急増しているのはカードトラブルの事案が原因である。

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

カードトラブルの増加に伴い学生の数、割合が急増している。



7 契約当事者の性別・年代別の状況

■男性

昨年度は、全年齢を通じて、「放送・コンテンツ等（携帯電話等の架空請求）」が1位であったが、カードトラブルの増加により、20歳代では融資サービスが圧倒的な多数を占めている。「放送・コンテンツ等（携帯電話の架空請求）」のうち、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、30歳代～70歳代の年代で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	91件 (88)	①放送・コンテンツ等（携帯電話等の架空請求） 67件	●商品一般 5件	●役務その他 4件	●相談その他 2件	②電話機・電話用品等 ●学習教材 ③自動車 他 各1件
20歳代	329件 (205)	②融資サービス（多重債務等） 177件	①放送・コンテンツ等（携帯電話等の架空請求） 45件	③賃貸アパート・賃貸住宅 15件	⑤役務その他 ●相談その他 各9件	
30歳代	278件 (319)	①放送・コンテンツ等（携帯電話等の架空請求） 56件	②融資サービス（多重債務等） 54件	③賃貸アパート・賃貸住宅 25件	⑤役務その他 13件	⑤インターネット通信サービス ●移动通信サービス 各8件
40歳代	400件 (409)	①放送・コンテンツ等（携帯電話等の架空請求） 101件	②融資サービス（多重債務等） 60件	③賃貸アパート・賃貸住宅 24件	⑤インターネット通信サービス 20件	●自動車 18件
50歳代	467件 (445)	①放送・コンテンツ等（携帯電話等の架空請求） 132件	②融資サービス（多重債務等） 46件	③インターネット通信サービス 35件	●自動車 ●相談その他 各18件	
60歳代	567件 (575)	①放送・コンテンツ等（携帯電話等の架空請求） 138件	②融資サービス（多重債務等） 48件	③インターネット通信サービス 28件	④商品一般 26件	●住宅新築・増改築等 22件
70歳以上	545件 (551)	①放送・コンテンツ等（携帯電話等の架空請求） 71件	⑤インターネット通信サービス 32件	④商品一般 27件	●住宅新築・増改築等 ③健康食品 ●他の行政サービス 各25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

26年度に引き続き、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位となっている。

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、若年層、70歳代を除き、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や通信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	45件 (48)	①放送・コンテンツ等（携帯電話等の架空請求） 18件	②健康食品 7件	②商品一般 3件	⑤他の身の回り用品 ●賃貸アパート・賃貸住宅 ●役務その他●相談その他	各2件
20歳代	172件 (173)	①放送・コンテンツ等（携帯電話等の架空請求） 40件	②理美容 13件	●医療 10件	●インターネット通信サービス 9件	③融資サービス（多重債務等） ③賃貸アパート・賃貸住宅●健康食品 8件
30歳代	239件 (266)	①放送・コンテンツ等（携帯電話等の架空請求） 53件	④賃貸アパート・賃貸住宅 21件	②融資サービス（多重債務等） 20件	③役務その他 11件	●理美容 8件
40歳代	339件 (352)	①放送・コンテンツ等（携帯電話等の架空請求） 93件	●役務その他 26件	②融資サービス（多重債務等） 24件	④インターネット通信サービス ●賃貸アパート・賃貸住宅	各15件
50歳代	394件 (418)	①放送・コンテンツ等（携帯電話等の架空請求） 76件	②融資サービス（多重債務等） 23件	●相談その他 22件	⑤インターネット通信サービス 20件	④商品一般 18件
60歳代	456件 (492)	①放送・コンテンツ等（携帯電話等の架空請求） 51件	③融資サービス（多重債務等） 36件	②商品一般 31件	④インターネット通信サービス 19件	●健康食品 16件
70歳以上	655件 (720)	①商品一般 51件	②健康食品 41件	●他の保健・福祉 35件	●他の行政サービス 33件	●放送・コンテンツ等（携帯電話等の架空請求） 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 7 年 度			H26年度	H25年度	
	件数	相談の多い商品・役務(サービス)				
(※1) 危害	75件	第1位	理美容	14件	63件	96件
		第2位	医療	12件		
		第3位	健康食品	8件		
(※2) 危険	21件	第1位	自動車	4件	27件	39件
		第2位	食器・台所用品	2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
最近2回ほど鼻血が出たのは、持病薬服用とあわせて健康食品2種類を飲用しているからだろうか。	医薬品と健康食品の飲み合わせの危険性について説明。県薬剤師会の相談窓口を紹介した。
幼児が店舗で見本の制汗剤を両腕にスプレーし肌が赤黒くなった。病院で診てもらったら化学凍傷と言われた。子どもの手の届く所に置いてあるのはどうか。	親が目を離した際に化粧品コーナーに置いてあった制汗剤をスプレーしたとのことであった。スプレーの注意書きには「凍傷のおそれがあり、同じ部位に3秒以上スプレーしない。子どもの手の届く所に置かない。」とあり、販売店にこの件を話をしたところ、責任者からは本部に報告し検討したいとの回答があった。
シャンパンのコルクの蓋をオープナーを使って開けようとしたら瓶が破裂して手を怪我した。	相談者はワインと同様にオープナーを使って開けようとした。日本洋酒輸入協会に電話で聞き取ったりところ、シャンパンはワインと異なりガスが封入してあり内圧が高いので、オープナーは使わずに瓶を手で回転させて蓋を開けるようになっているとのことであった。販売業者には購入者に対し開け方を知らせる何らかの方法を検討してもらうように要望した。
フットマッサージ器を使ったところ足の親指の上部に青あざのような水ぶくれができた。病院で診てもらったところマッサージ器が原因ではないかと言われた。	国民生活センターからも「家庭用電気マッサージ器の事故に注意」という注意喚起がなされていた。取扱説明書を見たところ、安全上の注意事項及び使用例が図示してあり「素肌で使用しない。感触を調節するにはタオルを使用する」旨の説明があった。メーカーには高齢の購入者にとって安全に使用できる表示を考えてもらうこと、締め付けの強度が調節できるマッサージ器の開発を要望した。

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 15件

No.	相談内容	テスト内容
1	ダウンコートクリーニングに出したら6か所の穴があいた。	センターで穴あきの原因について調べた結果、熱溶融ではないかと考えられた。クリーニング店は賠償基準に則って補償することになった。
2	1カ月前に購入したマグカップに熱湯を注いだら、突然たて方向にひびが入り割れた。さわっていたら、左手の平に5cmのケガをした。	独立行政法人製品評価技術基盤機構に調査してもらったところ、破面の拡大観察では、異物が混入していなかった。店内や購入後に傷が入っていた可能性もあるが、底面付近から割れが始まっているので製造不良の可能性もある。輸入品のため製造工程自体をこれ以上追跡調査できなかった。
3	新品の使い捨てカミソリでひげを剃ったら、顔をけがした。	苦情品を観察すると、刃の光の反射が異なる部分が存在していた。メーカーに問い合わせると、工場では全件検査しているが、箱入りではなく袋入りのため、輸送中に傷が入った可能性もあるという。相談者へは新品交換され、苦情品はメーカーでも検査することになった。
4	卵焼き用フライパンで卵焼きを作っていたら、フライパンのはり底が破裂した。	販売店が廃業、メーカーが不明のため、独立行政法人製品評価技術基盤機構で苦情品を調べたところ、はり底に隙間が生じて、そこに水が入り、加熱により膨張して破裂したと思われる。過去に大手メーカーに同様の事例があったが、その商品とは異なっていた。

1. 技術回答

衣	30
食	55
住	69
その他	66
計	220

技術回答の例

- 1 衣類関係
 - ・繊維からの不快臭
 - ・毛皮製ラグの断裂
- 2 食品関係
 - ・米にわいた虫
 - ・白いゴーヤの色
 - ・大根の青あざ庄
- 3 住居関係
 - ・洗濯機のアース
 - ・システムキッチンのかび
 - ・残った灯油の処理
- 4 その他
 - ・フライパンのテフロン加工

10 県消費生活センターに寄せられた市町村別相談件数

丸数字は千人当たり件数の順位(上位20位まで)

市町村名	人口※	H24	H25	H26	H27年度		市町村名	人口※	H24	H25	H26	H27年度	
					相談件数	千人当たり件数						相談件数	千人当たり件数
熊本市	741,115	2,511	2,564	2,477	2,362	3.19	西原村	6,805	50	43	59	44	① 6.47
八代市	127,540	282	297	255	222	1.74	南阿蘇村	11,512	44	39	43	51	⑩ 4.43
人吉市	33,891	89	71	48	54	1.59	御船町	17,243	85	94	105	103	② 5.97
荒尾市	53,453	116	119	92	111	2.08	嘉島町	9,057	54	42	41	38	⑪ 4.20
水俣市	25,418	56	58	50	37	1.46	益城町	33,632	180	192	132	135	⑭ 4.01
玉名市	66,802	192	160	185	159	2.38	甲佐町	10,718	55	36	56	58	⑤ 5.41
山鹿市	52,278	196	169	189	180	⑱ 3.44	山都町	15,164	76	67	65	63	⑫ 4.15
菊池市	48,209	189	175	181	139	2.88	氷川町	12,001	47	40	32	39	⑳ 3.25
宇土市	37,053	153	130	146	130	⑯ 3.51	芦北町	17,668	56	63	56	58	⑲ 3.28
上天草市	26,998	105	66	55	62	2.30	津奈木町	4,678	13	11	15	10	2.14
宇城市	59,781	185	195	183	180	3.01	錦町	10,774	32	26	23	13	1.21
阿蘇市	27,038	119	88	83	72	2.66	多良木町	9,798	22	23	16	19	1.94
天草市	82,770	136	107	128	112	1.35	湯前町	3,990	11	6	9	7	1.75
合志市	58,402	230	241	237	202	⑰ 3.46	水上村	2,232	5	8	8	5	2.24
市計	1,440,748	4,559	4,440	4,309	4,022	2.79	相良村	4,461	17	12	15	5	1.12
美里町	10,341	71	53	36	52	⑥ 5.03	五木村	1,046	2	1	2	5	⑦ 4.78
玉東町	5,264	25	11	23	30	③ 5.70	山江村	3,424	12	4	8	3	0.88
南関町	9,790	44	30	40	28	2.86	球磨村	3,700	9	7	2	5	1.35
長洲町	15,900	62	43	66	64	⑬ 4.03	あさぎり町	15,532	34	38	34	38	2.45
和水町	10,198	54	41	53	56	④ 5.49	苓北町	7,741	23	17	25	12	1.55
大津町	33,480	170	159	180	157	⑧ 4.69	町村不明(県内)		12	275	276	609	
菊陽町	40,996	206	218	234	186	⑨ 4.54	町村計	346,221	1,545	1,674	1,723	1,952	5.64
南小国町	4,051	17	20	15	11	2.72	熊本県計	1,786,969	6,104	6,114	6,032	5,974	3.34
小国町	7,188	29	33	25	26	⑮ 3.62	県外		95	103	90	102	
産山村	1,510	6	2	5	3	1.99	不明		222			1	
高森町	6,327	22	20	24	19	3.00	合計	1,786,969	6,421	6,217	6,122	6,077	

※ 人口は平成27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仕組みの商法。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	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。
※13	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。
※14	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。
※15	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。
※16	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。
※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。」と言い、祈とう料を請求する商法のこと。
※18	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。
※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	講習会商法	消費者宅以外の会場で講習会や講演会を開催し商品等売りつける商法。