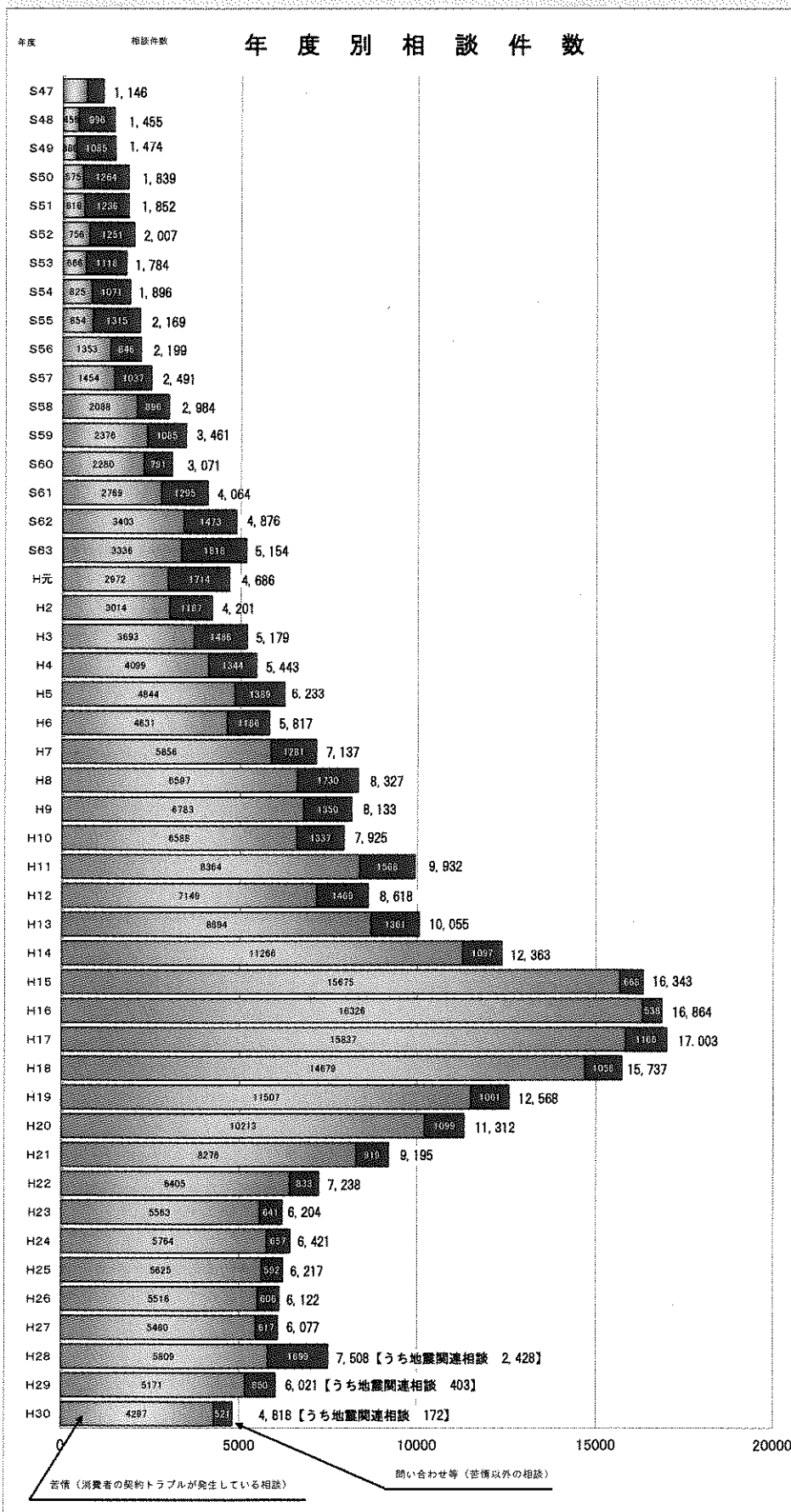


1 県消費生活センターの新規相談件数

平成30年度の新規相談件数は、4,818件(うち熊本地震関連172件)であった。年度別にみると、平成17年度をピークに減少をはじめ、平成28年度は、熊本地震の影響もあり増加したものの、依然として減少傾向である。

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

H27 : 18,446件 H28 : 19,998件 H29 : 19,244件 H30 : 16,300件



2 相談の多い商品・役務(サービス)

これまで、全国的に非常に多く寄せられていた架空請求に関する相談が、平成30年度は減少したことが主な要因となって全体件数が前年度よりも減少となっている。具体的には、ここ数年続けて件数が最も多かった携帯電話のショートメッセージなどによる架空請求を含む「放送・コンテンツ等(携帯電話等の架空請求等)」や平成29年度に急増した葉書を使った架空請求を含む「商品一般」の件数がそれぞれ大きく減少している。

一方で、その他の項目の相談に関しては、ほぼ横ばいで推移している状況である。

熊本地震に関する相談については、地震直後の平成28年度は、2,428件の相談が寄せられたが、その後平成29年度が403件、平成30年度が172件と減少している。

(単位:件)

順位	商品・役務(サービス)名	H30年度		H29年度		対前年比		H28年度
		件数	構成比	件数	構成比	増減数	増減率	構成比
1	商品一般	642	13.3%	912	15.1%	-270	-29.6%	3.0%
2	放送・コンテンツ等※1(携帯電話等の架空請求等)	543	11.3%	1,037	17.2%	-494	-47.6%	15.1%
3	融資サービス(多重債務等)	289	6.0%	279	4.6%	10	3.6%	4.4%
4	住宅・住宅設備等の工事・補修サービス	211	4.4%	280	4.7%	-69	-24.6%	8.6%
5	不動産賃貸借関係	185	3.8%	179	3.0%	6	3.4%	8.5%
6	相談その他	181	3.8%	231	3.8%	-50	-21.6%	4.6%
7	健康食品	169	3.5%	162	2.7%	7	4.3%	2.0%
8	インターネット通信サービス ※2	161	3.3%	229	3.8%	-68	-29.7%	3.3%
8	役務その他	161	3.3%	168	2.8%	-7	-4.2%	3.7%
10	自動車	117	2.4%	135	2.2%	-18	-13.3%	1.8%
11	化粧品	106	2.2%	81	1.3%	25	30.9%	0.8%
12	移动通信サービス ※3	95	2.0%	90	1.5%	5	5.6%	1.6%
13	他の行政サービス	78	1.6%	111	1.8%	-33	-29.7%	4.9%
14	医療	65	1.3%	71	1.2%	-6	-8.5%	1.1%
15	他の金融関連サービス	60	1.2%	63	1.0%	-3	-4.8%	1.0%
16	生命保険	56	1.2%	45	0.9%	11	24.4%	0.8%
17	電報・固定電話	50	1.0%	45	0.7%	5	11.1%	0.7%
18	ファンド型投資商品	49	1.0%	37	0.6%	12	32.4%	0.3%
19	電気	48	1.0%	31	0.5%	17	54.8%	0.3%
19	音響・映像製品	48	1.0%	34	0.6%	14	41.2%	0.7%
合計		4,818	100.0%	6,021	100.0%	-1,203	-20.0%	

■ 架空請求に関する相談件数

◎ 架空請求の内訳

携帯電話等による架空請求は、ここ数年高止まり状態が続いていたが、平成30年度は大幅に減少した。内容は、相変わらずアダルトサイト・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。また、裁判所の関係機関であるかのような差出人からの葉書による架空請求も平成30年度は大幅に減少に転じた。

件数	H30年度件数		H29年度 件数	H28年度 件数	
	内容	全件数中の構成比			
731	葉書による架空請求	326 件	6.8%	610	—
	携帯電話等の架空請求	313 件	6.5%	784	850
	その他・不明	92 件	1.9%	91	23

※ 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。

■ 融資サービス(多重債務等)に関する相談件数

熊本地震後、融資サービスに関する相談は、大幅に減少し、その後横ばい傾向で推移している。なかでも今回は、多重債務に関する相談が69件減少している。

ヤミ金に関する相談は、ここ数年減少傾向にあったが、今回は増加に転じた。

	H30年度		H29年度		対前年度比		H28年度 件数
	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	161	3.3%	230	3.8%	-69	-30.0%	217
過払い	7	0.1%	11	0.2%	-4	-36.4%	16
ヤミ金	34	0.7%	30	0.5%	4	13.3%	18

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が、無店舗販売のなかで64%を占め、最も多くなっている。

なお、地震後に増加した屋根修理等の訪問販売や電話勧誘販売については、期間の経過とともに件数が減少している。

区 分		H30年度	H29年度	対前年比		H28年度 件数
				増減数	増減率	
無店舗販売	通信販売※4	1,125	1,713	-588	-34.3%	1,810
	訪問販売※5	313	385	-72	-18.7%	493
	電話勧誘販売※6	205	262	-57	-21.8%	328
	マルチ商法※7	56	77	-21	-27.3%	45
	訪問購入※8	7	24	-17	-70.8%	34
	送り付け商法(ネガティブ・オプション)※9	5	2	3	150.0%	6
	その他無店舗※10	59	117	-58	-49.6%	179
小 計	1,770	2,580	-810	-31.4%	2,895	
店舗購入	841	1,161	-320	-27.6%	1,735	
不明・無関係	2,207	2,280	-73	-3.2%	2,878	
合 計	4,818	6,021	-1,203	-20.0%	7,508	

4 主な販売手口

電話やインターネット広告などで仮想通貨などを誘い文句にして、「必ず儲かる」などと勧誘する販売手口が増加している。

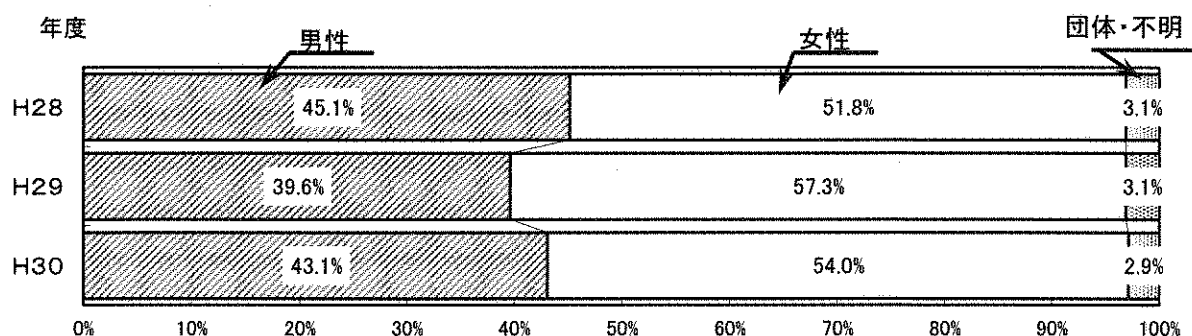
順位	販売手口	H30年度	H29年度	対前年比		H28年度 件数
				増減数	増減率	
1	利殖商法 ※11	45	54	-9	-16.7%	27
2	サイドビジネス商法※12	39	61	-22	-36.1%	34
3	無料商法※13	34	46	-12	-26.1%	77
4	次々販売 ※14	26	23	3	13.0%	23
5	点検商法 ※15	20	17	3	17.6%	25
6	展示販売 ※16	11	11	0	0.0%	5
7	開運商法 ※17	11	6	5	83.3%	7
8	当選商法 ※18	7	17	-10	-58.8%	19
9	SF商法 ※19	6	6	0	0.0%	5
10	体験談商法	3	12	-9	-75.0%	9
	合計	202	253			231

(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

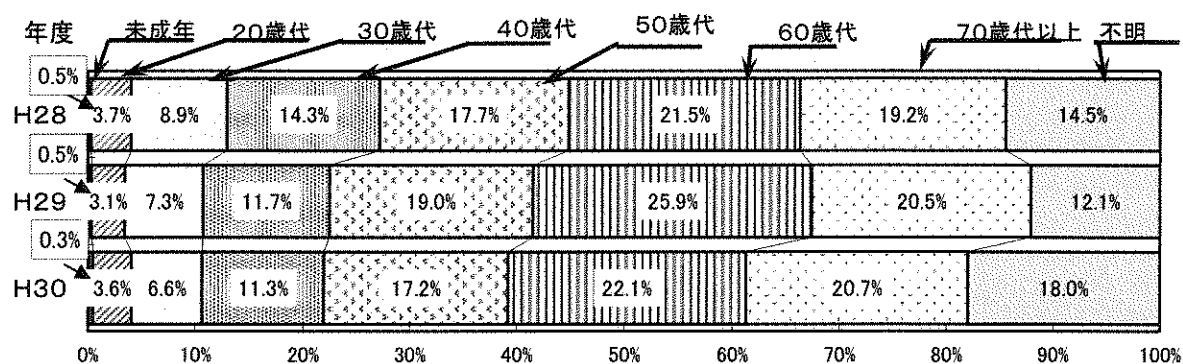
■性別等

相談者は、例年、男性より女性が高い傾向にある。平成29年度は、葉書による架空請求に関する相談が女性から多く寄せられたため、その傾向が顕著に現れたが、今回は、例年並みの割合に落ち着いている。



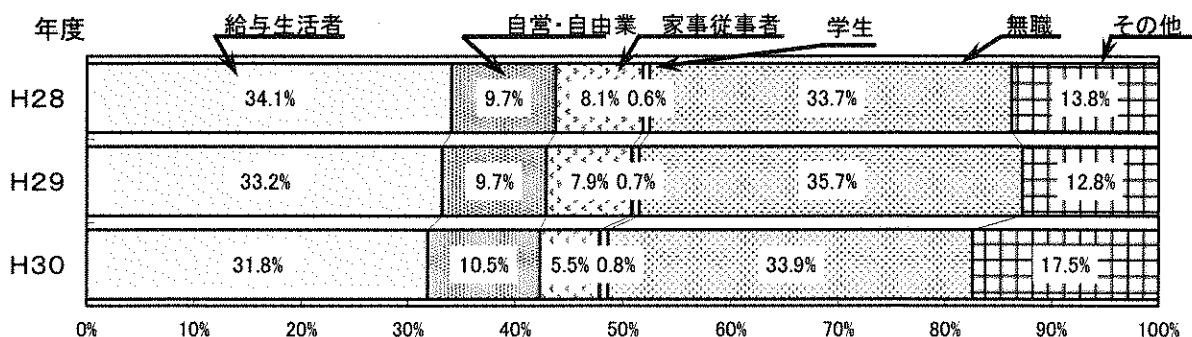
■年代別

高齢化の進展等もあって、70歳代以上の相談割合が、年々高くなっている。高齢者からの相談には、葉書等による架空請求の相談などが多く含まれている。



■職業別

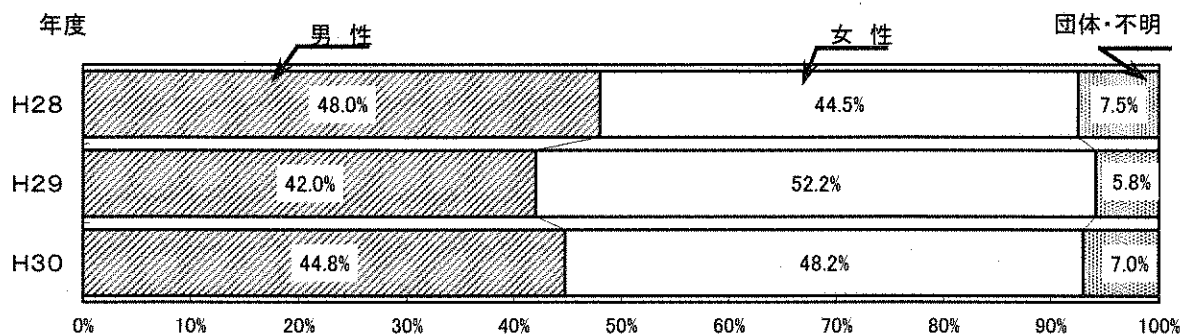
相談者の職業別にみると、年々給与生活者からの相談が減少し、無職等の方からの相談の割合が増えてきている。



6 契約当事者の属性

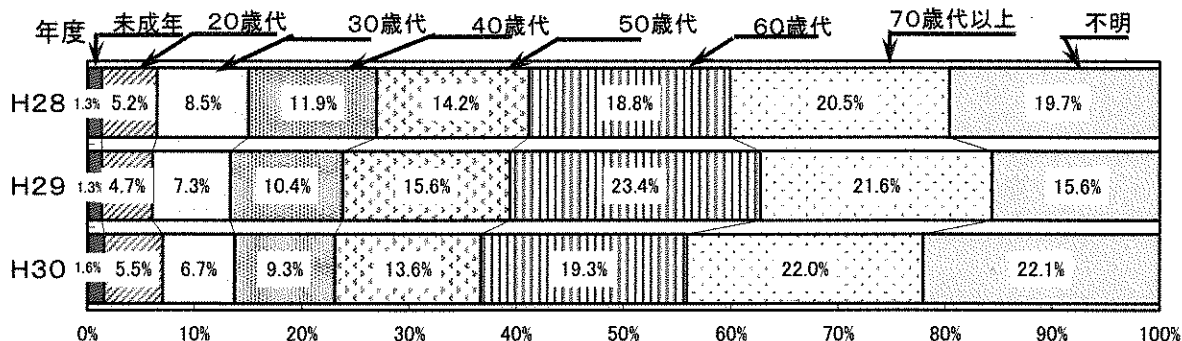
■性別等

相談者の男女の割合と同様、女性の方が割合は高い。ただし、女性から寄せられる相談のケースでも、契約者は男性であることも多いため、相談者の男女比と比べると、契約当事者の属性ではより男性の割合が高くなっている。



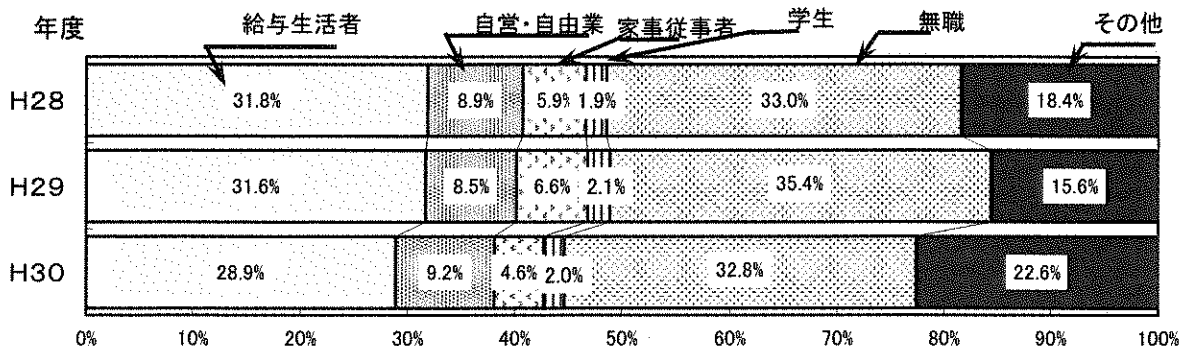
■年代別

相談者と同様、高齢者の割合が非常に増えてきている。特に、70歳代以上の方からの相談が増加している。



■職業別

相談者の状況と同様、年々給与生活者からの相談が減少し、無職等の方からの相談が多くを占めている。



7 契約当事者の性別・年代別の状況

■男性

「放送・コンテンツ等(携帯電話の架空請求等)」や「融資サービス(多重債務等)」に係る相談が多くなっており、各年代で1位または2位に入っている。

そのほかの相談では、40歳代を超える世代で、住宅・住宅設備等の工事・補修サービスに関する相談が、上位に入っている。また、さらに上の世代になると、インターネット通信サービスに関する相談が多く見られるようになる。

	総件数 (前年度)	1 位	2 位	3 位	4 位	5 位
未成年	46件 (40)	①放送・コンテンツ等(携帯電話等の架空請求) 23件	③商品一般 ●化粧品 ●音響・映像製品 ●玩具・遊具			各2件
20歳代	143件 (152)	①融資サービス(多重債務等) 28件	②放送・コンテンツ等(携帯電話等の架空請求) 16件	●商品一般 12件	③自動車 11件	③不動産賃貸借関係 7件
30歳代	162件 (176)	①融資サービス(多重債務等) 23件	②放送・コンテンツ等(携帯電話等の架空請求) 20件	③不動産賃貸借関係 13件	④商品一般 9件	●移动通信サービス 8件
40歳代	223件 (289)	①放送・コンテンツ等(携帯電話等の架空請求) 31件	②融資サービス(多重債務等) 24件	●商品一般 16件	●相談その他 14件	③住宅・住宅設備等の工事・補修サービス 12件
50歳代	312件 (352)	①放送・コンテンツ等(携帯電話等の架空請求) 43件	④融資サービス(多重債務等) 26件	④住宅・住宅設備等の工事・補修サービス 24件	④商品一般 23件	③インターネット通信サービス 14件
60歳代	415件 (567)	①放送・コンテンツ等(携帯電話等の架空請求) 75件	③商品一般 31件	④インターネット通信サービス 31件	⑤融資サービス(多重債務等) 23件	②住宅・住宅設備等の工事・補修サービス 20件
70歳以上	466件 (637)	①放送・コンテンツ等(携帯電話等の架空請求) 59件	④商品一般 34件	●融資サービス(多重債務等) 31件	③住宅・住宅設備等の工事・補修サービス 30件	②インターネット通信サービス 11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

男性と同様、各世代すべてで「放送・コンテンツ等(携帯電話の架空請求等)」に関する相談が入っている。

そのほか、女性の相談では、広い世代でダイエットに係る健康食品や化粧品に関する相談が入っていること、20歳代でエステに係る理美容関係の相談が入っていることなどが特徴的となっている。

また、50歳代以上の各年代では、葉書等による架空請求に係る相談が非常に多く寄せられている。

	総件数 (前年度)	1 位	2 位	3 位	4 位	5 位
未成年	29件 (41)	②健康食品 4件	③化粧品 3件	●相談その他 3件	④商品一般 2件	②放送・コンテンツ等(携帯電話等の架空請求) 2件
20歳代	120件 (131)	①放送・コンテンツ等(携帯電話等の架空請求) 29件	②理美容 13件	④不動産賃貸借関係 12件	●内職・副業 10件	●商品一般 8件
30歳代	157件 (259)	①放送・コンテンツ等(携帯電話等の架空請求) 17件	④融資サービス(多重債務等) 12件	●健康食品 10件	②不動産賃貸借関係 10件	③化粧品 9件
40歳代	219件 (329)	①放送・コンテンツ等(携帯電話等の架空請求) 41件	④融資サービス(多重債務等) 16件	②商品一般 14件	③健康食品 10件	③化粧品 10件
50歳代	338件 (583)	②放送・コンテンツ等(携帯電話等の架空請求) 55件	①商品一般 45件	④健康食品 28件	●化粧品 22件	⑤住宅・住宅設備等の工事・補修サービス 18件
60歳代	512件 (830)	①商品一般 200件	②放送・コンテンツ等(携帯電話等の架空請求) 52件	●融資サービス(多重債務等) 21件	●化粧品 17件	⑤インターネット通信サービス 17件
70歳以上	586件 (655)	①商品一般 132件	④健康食品 39件	③住宅・住宅設備等の工事・補修サービス 34件	②放送・コンテンツ等(携帯電話等の架空請求) 26件	●融資サービス(多重債務等) 15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	H30年度			H29年度	H28年度	
	件数	相談の多い商品・役務(サービス)				
(※1) 危害	70件	第1位	化粧品	17件	66件	63件
		第2位	医療	13件		
		第3位	健康食品	10件		
(※2) 危険	15件	第1位	調理食品	3件	27件	14件
		第2位	菓子類、理美容器具等	各1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
化粧品の定期購入を利用しているが、肌に発疹がでたので解約を申し出た。違約金を請求されたが、払わなければならないか。	相談者によると、使用を中止したところ、発疹が治まったとのこと。定期購入の中途解約については、基本的には事業者が定めて明示しているルールに基づくこと、利用者の都合ではなくスキントラブルを生じているなどやむを得ない事情がある場合は、事業者との話し合いにより解決することなどを相談者に助言。相談者の希望に応じてセンターから事業者に相談者の意向を伝え、事業者から今回に限り違約金なしで解約手続きに応じるとの回答を得た。
美顔エステの無料体験に誘われ、その日のうちにエステ年間契約と化粧品セット購入を了承してしまった。支払はクレジットカードで決済。しかし、肌に合わないので解約したい。	エステ契約のクーリング・オフの方法を助言するとともに、化粧品が肌に合わないことを事業者に伝え、返品返金等をお願いしてみてもどうかと助言した。
美容外科で手術を受けた後、術後の経過が悪く、痛みが残り、仕上がりに満足できない。	まずは施術した医療機関に現在の状況を説明し、状態をしっかりと確認することを勧め、併せて医療相談窓口や法律専門家による無料法律相談についても情報提供した。

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 8件

No.	相談内容	テスト内容
1	紳士用コートをクリーニングに出したところ、毛が抜け風合いが変わり、変色もしており、着用できない状態であった。クリーニング店に苦情を申し出たところ、手直しをして送り返してきたが変わりはなかった。弁償して欲しい。	相談者の希望により、センターからクリーニング店に相談概要を伝え、手直しの経緯及び洗濯方法について確認した。クリーニング店はコートをメーカーに送り状態を見てもらったうえで、風合いが違っていたので特殊な機械を使い手直しをした。クリーニング店としてはこれ以上の対応はできないとのこと。センターでは、洗濯の是非の判断はできないが、繊維の状態をマイクロスコープで拡大し写真を撮ることはできる旨を相談者に説明し、相談者の希望により当写真を相談者及びメーカーに送付した。
2	新米を購入して食べたが、パサパサして美味しくない。香りもないし、つやもない。本当に新米かテストして欲しい。また、できれば店舗には返品交換に応じてほしい。	相談品は、玄米として購入し、一部精米されたもので、平成30年産ヒノヒカリ・二等米との検査証明を受けている商品であった。センターでは、酵素活性・酸化・PHを測定した。センターで入手した新米と比較すると、若干酸化は進んでいたが、酵素活性は高く、収穫されてから日は浅いと考えられた。この結果と相談者の希望を事業者に伝えたと、事業者からは快く返品交換に応じるとの回答を得た。
3	ホットプレートの電源コードが手で触れないほど熱くなった。メーカーに連絡したところ、「そのようなこともある」と言われ、問題にされなかった。使用を続行しても大丈夫か。	センターでは、相談品の温度調節ダイヤル目盛を140、200、250にそれぞれ設定して加熱を行い、温度計で各ポイントの温度測定を行った。測定ポイントは、ヒーターの中央部、温度調節ダイヤル部、電源コードの中央部、差し込みプラグ部とした。ヒーターの中央部は最高400℃弱となり、電源コード中央部は最高33℃弱となった。取扱説明書に「電源コードを束ねた状態で利用すると火災の原因になる」旨の記載があるため、念のため電源コードを束ねた状態で温度を測定したところ、53℃弱となり長くは触れていないほどだった。相談者には、電源コードを束ねた状態での使用は特に注意が必要である旨を助言した。

技術回答

衣	21
食	31
住	48
その他	78
計	178

技術回答の例

- 1 衣類関係
 - ・シャツの色褪せ
 - ・クリーニングによる衣類の損傷
- 2 食品関係
 - ・缶詰の底のしみ
 - ・水素水の効能
 - ・ウォーターサーバーからの異物
- 3 住居関係
 - ・エコキュートの音
 - ・洗濯機の不具合
 - ・冷蔵庫の冷却機能
 - ・液晶テレビの故障
- 4 その他
 - ・化粧品でかぶれ
 - ・自転車の故障、修理

[参考] 市町村における新規相談受付

市町村名	相談件数 ①	①のうち面談によるもの		①のうち あっせん件数	【参考】平成29年度消費生活相談(市町村受付分)			
		相談件数 ②	②のうち 多重債務 相談件数		総数	総数のうち面談によるもの		総数のうち あっせん件 数
					相談件数	多重債務相談		
熊本市	5,102	393	169	249	6,439	519	22	159
八代市	946	353	83	118	1,026	387	78	110
人吉市	623	311	27	26	732	318	16	23
荒尾市	408	207	30	71	435	236	24	85
水俣市	119	70	9	2	161	83	4	7
玉名市	393	153	35	63	454	177	40	58
山鹿市	262	112	11	39	283	111	6	31
菊池市	245	106	13	18	276	80	11	15
宇土市	172	75	10	24	188	95	8	23
上天草市	169	94	6	16	214	99	11	21
宇城市	336	150	27	43	368	175	35	11
阿蘇市	450	287	89	51	422	271	73	35
天草市	650	259	35	76	732	214	56	90
合志市	410	112	15	58	419	107	7	59
美里町	22	15	3	8	8	5	0	0
玉東町	27	20	3	3	19	14	5	4
南関町	15	12	0	9	29	5	0	3
長洲町	43	41	3	5	24	10	0	7
和水町	55	33	2	10	41	23	2	9
大津町	80	28	2	7	69	28	3	4
菊陽町	72	21	0	8	105	31	3	8
南小国町	14	11	3	8	2	1	0	1
小国町	13	10	0	0	14	11	0	2
産山村	0	0	0	0	1	0	0	0
高森町	13	7	0	2	22	10	0	7
西原村	36	10	1	11	22	3	0	1
南阿蘇村	23	11	0	7	24	13	2	7
御船町	104	32	6	11	77	19	3	5
嘉島町	98	33	5	27	71	27	8	14
益城町	119	38	9	24	76	32	24	14
甲佐町	89	25	3	12	72	20	5	3
山都町	89	10	2	18	57	8	6	18
氷川町	39	8	1	7	45	9	2	1
芦北町	9	9	0	1	34	14	0	3
津奈木町	5	4	0	0	1	0	0	0
錦町	108	72	0	0	97	58	0	0
多良木町	85	38	5	50	94	81	4	54
湯前町	4	1	0	1	4	0	0	0
水上村	2	2	0	0	5	3	0	2
相良村	10	10	0	1	18	18	0	1
五木村	2	0	0	0	0	0	0	0
山江村	4	3	0	0	10	4	0	0
球磨村	8	1	0	0	9	2	1	1
あさぎり町	6	3	0	0	10	5	0	0
苓北町	3	3	0	0	14	14	0	1
合計	11,482	3,193	607	1,084	13,223	3,340	459	897

※ 太線は、仮施設等で消費生活相談を行っている市町

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（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 訪問販売	販売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。 キヤッチセールス、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1号、第2号）
※6 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）
※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が不当性が問題となり、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・オプシオンともいう。 注文していないにもかかわらず商品を一方向的に送りつけ、受けとった消費者に購入しなければならぬものと勘違いさせ、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である。
※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日以上以上の期間に渡って行われる展示会などで購入した場合。
※11 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として、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。

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	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。
※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	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の多く、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	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。
※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、祈りとう料を請求する商法のこと。
※18	当選商法	「当選した」「景品が当たった」「あなたが当たった」「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、あな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。
※19	SF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、高額な商品を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（SF商法の会場にするとはいわずに）借りて会場としている事例も見られる。