

平成 30 年度上半期
神奈川県内における
消費生活相談に関するデータ集

平成 30 年 12 月

本データ集は、平成 30 年度上半期に神奈川県内の消費生活センター等で受け付け、「全国消費生活情報ネットワークシステム(PIO-NET)」のデータベースに蓄積された消費生活相談に関するデータを統計資料として取りまとめたものです。

目 次

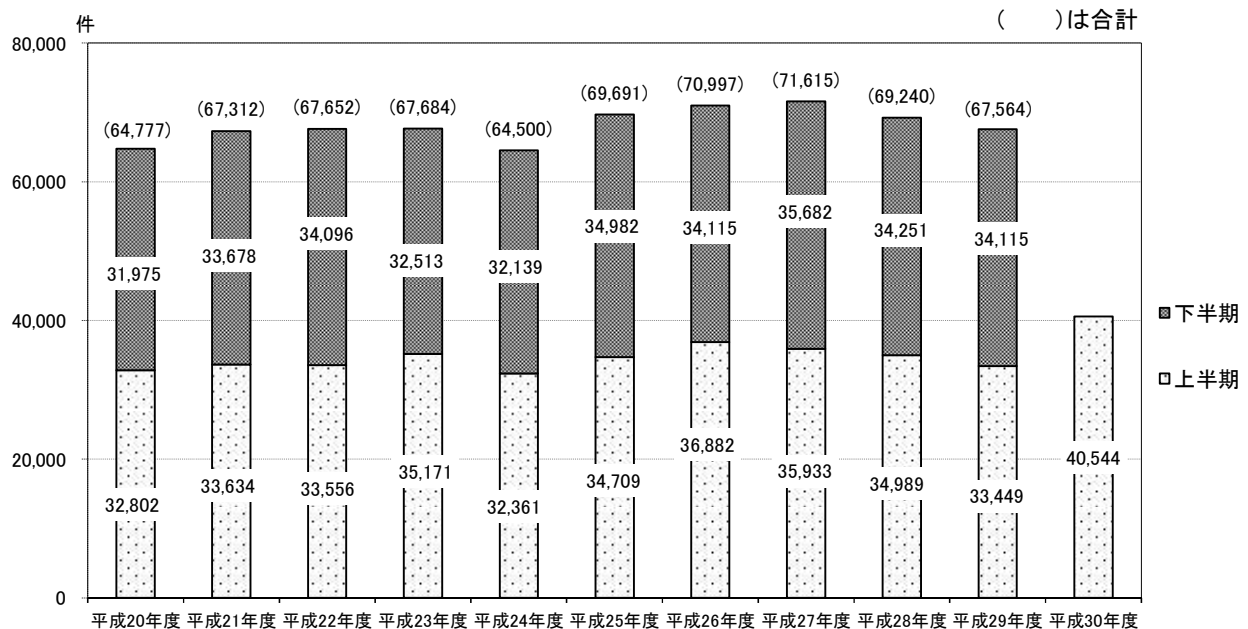
I 平成30年度上半期の消費生活相談概況	1
1 消費生活相談件数	1
2 品目別状況	4
(1) 苦情相談の商品・役務別上位品目<前年度同期比較>	4
(2) 苦情相談の上位品目の年代別件数<前年度同期比較>	5
(3) 前年度同期と比べ増加率が高い品目の年代別件数<前年度同期比較>	6
3 年代別状況	7
4 販売購入形態別状況	9
5 販売方法・手口別状況	14
6 救済金額	16
II 高齢者(契約当事者が65歳以上)の相談	17
III 若者(契約当事者が30歳未満)の相談	20
IV かながわ中央消費生活センター(県センター)における消費生活相談等の状況	23
1 概況	23
2 メール相談	24
主な相談事例	25
参考資料	
(参考1) 消費生活相談の区分	31
(参考2) 商品・役務等別分類	32
(参考3) 販売方法・手口一覧	33
(参考4) 神奈川県内の消費生活相談窓口のご案内	34

I 平成30年度上半期の消費生活相談概況

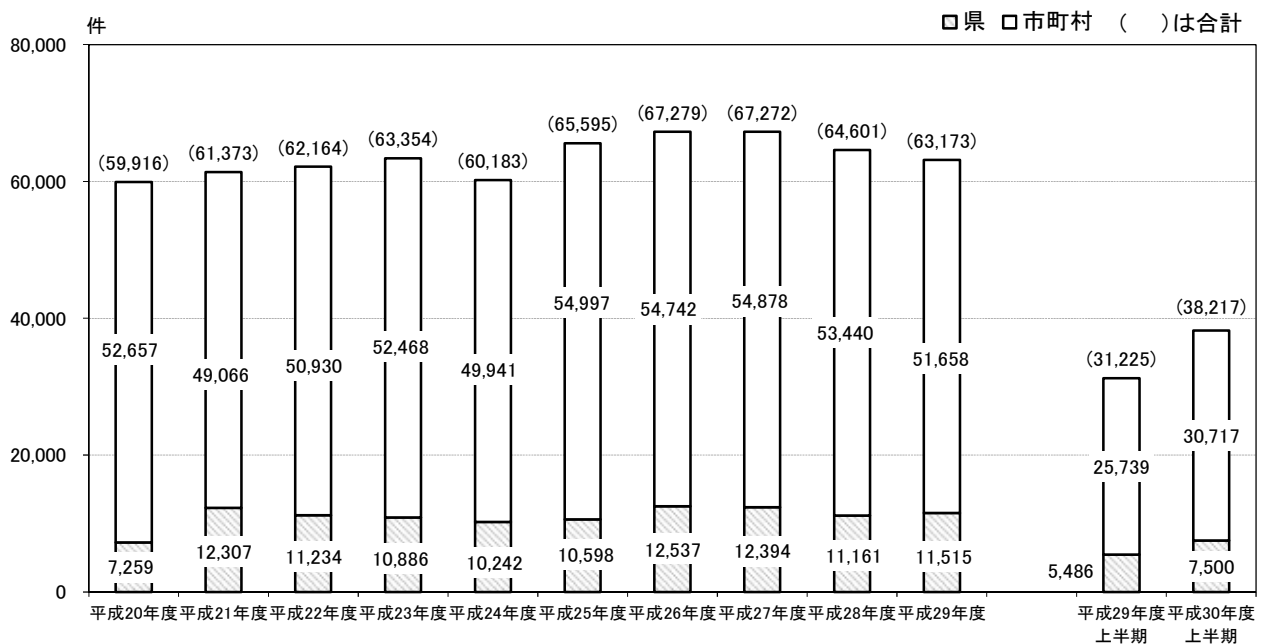
1 消費生活相談件数

- 平成30年度上半期に神奈川県及び県内市町村の消費生活センター等で受け付けた相談総件数（「苦情」と「問合せ」の合計。以下同じ）は、40,544件（県8,007件、市町村32,537件）で、前年度同期（33,449件）と比べ7,095件（21.2%）増加しています。
- 内訳は、「苦情」が38,217件で、前年度同期（31,225件）と比べ6,992件（22.4%）増加、「問合せ」が2,327件で、前年度同期（2,224件）と比べ103件（4.6%）増加となっており、「苦情」が相談全体の9割以上（94.3%）を占めています。
- 「苦情」の相談方法をみると、電話によるものが33,551件、来訪によるものが4,531件、文書によるものが135件で、電話によるものが苦情相談件数の約9割（87.8%）を占めています。

（I－図1）消費生活相談総件数の推移



（I－図2）苦情相談件数の推移



(I - 表 1) 県内市町村消費生活センター等の消費生活相談総件数

単位:件

区分等 市町村	平成30年度上半期			平成29年度 上半期 合計(B)	対前年度 同期比 (A/B)
	苦情	問合せ	計(A)		
横 浜 市	10,736	564	11,300	10,974	103.0 %
川 崎 市	4,588	277	4,865	4,390	110.8 %
相模原市	3,195	306	3,501	2,765	126.6 %
横須賀市	1,909	57	1,966	1,365	144.0 %
平 塚 市	1,372	91	1,463	955	153.2 %
鎌 倉 市	893	39	932	745	125.1 %
藤 沢 市	1,423	71	1,494	1,229	121.6 %
小田原市	829	69	898	535	167.9 %
茅ヶ崎市	896	51	947	804	117.8 %
逗 子 市	116	10	126	105	120.0 %
三 浦 市	55	7	62	54	114.8 %
秦 野 市	575	50	625	378	165.3 %
厚 木 市	889	70	959	748	128.2 %
大 和 市	938	50	988	767	128.8 %
伊勢原市	402	9	411	281	146.3 %
海老名市	589	31	620	452	137.2 %
座 間 市	448	26	474	356	133.1 %
南足柄市	371	26	397	229	173.4 %
綾 瀬 市	298	12	310	198	156.6 %
葉 山 町	27	1	28	22	127.3 %
寒 川 町	80	1	81	62	130.6 %
愛 川 町	88	2	90	65	138.5 %
市町村計	30,717	1,820	32,537	27,479	118.4 %
県	7,500	507	8,007	5,970	134.1 %
総 合 計	38,217	2,327	40,544	33,449	121.2 %

(注) 消費生活相談の区分は、「全国消費生活情報ネットワークシステム(PIO-NET)」の定義による。
(参考1(P31)参照)

(Ⅰ－表2)相談者の居住地別苦情相談件数

単位: 件

居住地	市町村		県		合計
	件数	合計に占める割合	件数	合計に占める割合	
横浜市	10,563	78.4%	2,906	21.6%	13,469
川崎市	4,474	85.4%	763	14.6%	5,237
相模原市	3,133	89.6%	365	10.4%	3,498
横須賀市	1,887	85.3%	324	14.7%	2,211
平塚市	1,182	84.2%	221	15.8%	1,403
鎌倉市	827	81.1%	193	18.9%	1,020
藤沢市	1,402	76.9%	420	23.1%	1,822
小田原市	704	79.9%	177	20.1%	881
茅ヶ崎市	856	82.6%	180	17.4%	1,036
逗子市	117	58.8%	82	41.2%	199
三浦市	54	45.4%	65	54.6%	119
秦野市	560	80.6%	135	19.4%	695
厚木市	892	83.1%	182	16.9%	1,074
大和市	895	77.3%	263	22.7%	1,158
伊勢原市	381	82.5%	81	17.5%	462
海老名市	560	81.6%	126	18.4%	686
座間市	448	76.7%	136	23.3%	584
南足柄市	242	84.0%	46	16.0%	288
綾瀬市	223	72.2%	86	27.8%	309
計	29,400	81.3%	6,751	18.7%	36,151
葉山町	35	26.5%	97	73.5%	132
寒川町	116	71.2%	47	28.8%	163
大磯町	87	68.0%	41	32.0%	128
二宮町	79	73.8%	28	26.2%	107
中井町	13	72.2%	5	27.8%	18
大井町	44	73.3%	16	26.7%	60
松田町	21	61.8%	13	38.2%	34
山北町	19	73.1%	7	26.9%	26
開成町	33	86.8%	5	13.2%	38
箱根町	21	67.7%	10	32.3%	31
真鶴町	25	78.1%	7	21.9%	32
湯河原町	60	65.9%	31	34.1%	91
愛川町	90	50.6%	88	49.4%	178
清川村	9	75.0%	3	25.0%	12
計	652	62.1%	398	37.9%	1,050
不明	400	74.2%	139	25.8%	539
県外	265	55.6%	212	44.4%	477
合 計	30,717	80.4%	7,500	19.6%	38,217

(注) 各消費生活センター等で受け付けた相談を相談者の居住地別に集計したものであるため、(Ⅰ－表1)の市町村・県別の相談件数とは一致しない。

2 品目別状況

(1) 苦情相談の商品・役務別上位品目＜前年度同期比較＞

単位：件

順位	品 目	平成30年度 上半期	平成29年度 上半期	前年度 同期比	備 考
	〔苦情相談件数〕	〔 38,217〕	〔 31,225〕	122.4%	
1	商品一般	10,443	2,954	353.5%	
2	デジタルコンテンツ	4,481	5,194	86.3%	他のデジタルコンテンツ2,938、アダルト情報サイト844、出会い系サイト304
3	不動産貸借	1,385	1,470	94.2%	賃貸アパート1,210、借家85、不動産貸借サービス43
4	工事・建築	1,217	1,254	97.0%	屋根工事234、塗装工事183、工事・建築サービス162
5	健康食品	1,012	892	113.5%	
6	インターネット接続回線	983	904	108.7%	
7	携帯電話サービス	721	726	99.3%	
8	化粧品	679	622	109.2%	
9	ファンド型投資商品	554	184	301.1%	
10	役務その他サービス ※1	542	586	92.5%	
11	修理サービス	466	409	113.9%	
12	フリーローン・サラ金	398	423	94.1%	
13	四輪自動車	359	397	90.4%	
14	テレビ放送サービス	303	312	97.1%	テレビ放送サービス230、衛星テレビ放送73
15	新聞	264	312	84.6%	
16	モバイルデータ通信	263	323	81.4%	
17	他のネット通信関連サービス	257	234	109.8%	
18	医療サービス	254	238	106.7%	
19	携帯電話	240	208	115.4%	
20	金融関連サービスその他	232	165	140.6%	
21	相談その他 ※2	229	259	88.4%	
22	電気	214	122	175.4%	
23	電気空調・冷房機器	213	149	143.0%	
24	エステティックサービス	211	463	45.6%	脱毛エステ90、痩身エステ61、美顔エステ31
25	音響・映像機器	176	132	133.3%	

※1 役務その他サービス：公的機関等を装い流出した個人情報等の削除を持ちかけるなどの相談

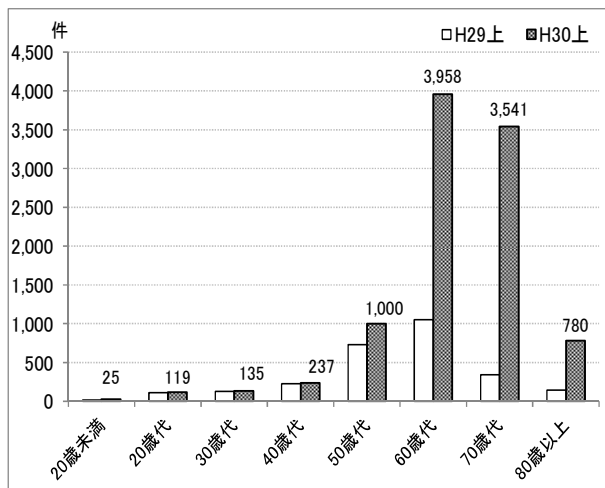
※2 相談その他：労働相談や経営相談など消費者問題以外の相談

(注) 品目は、「全国消費生活情報ネットワークシステム(PIO-NET)」の定義による商品別分類(中分類)をいう。
ただし、「健康食品」と「化粧品」については大分類で集計している。

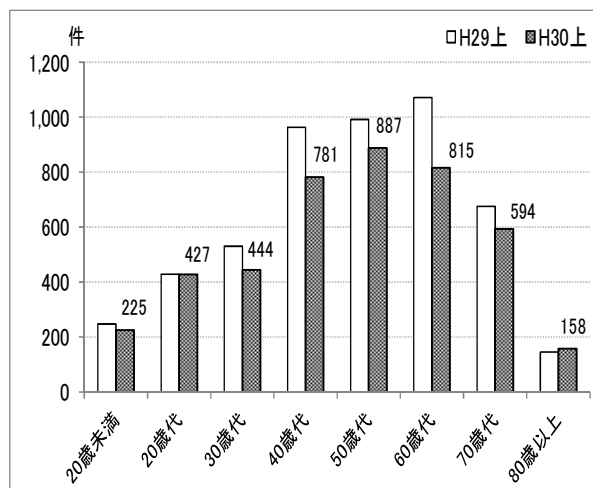
(2) 苦情相談の上位品目の年代別件数＜前年度同期比較＞

(Ⅰ－図3)上位5品目の年代別件数

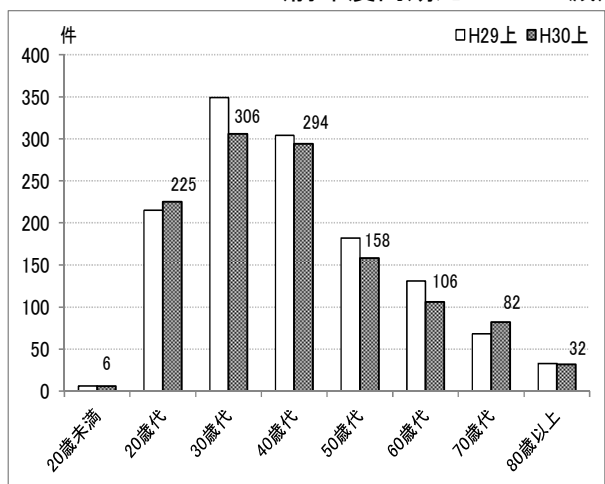
1位 「商品一般」 10,443 件
(前年度同期比 253.5%増)



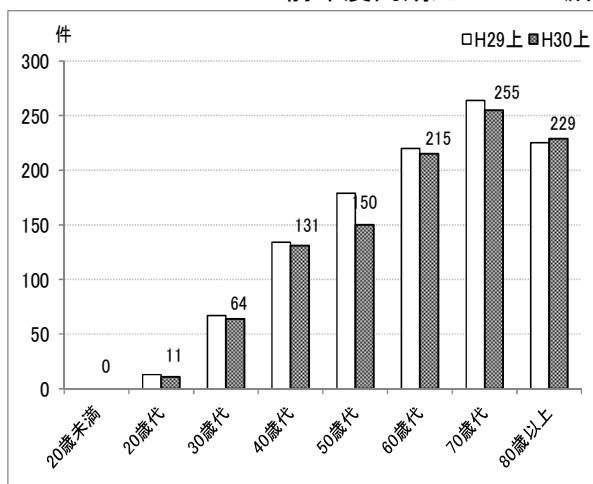
2位 「デジタルコンテンツ」 4,481 件
(前年度同期比 13.7%減)



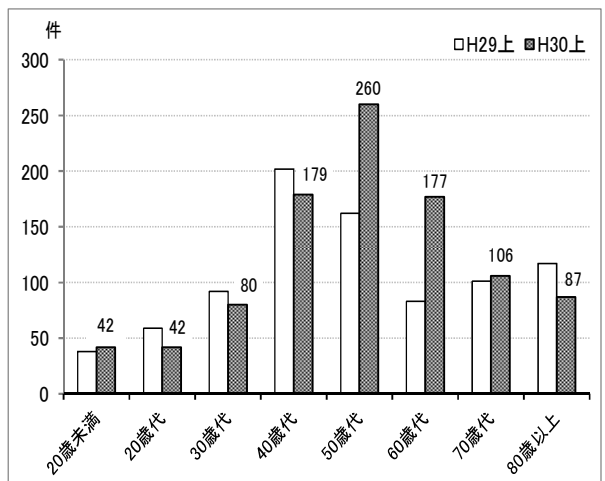
3位 「不動産貸借」 1,385 件
(前年度同期比 5.8%減)



4位 「工事・建築」 1,217 件
前年度同期比 3.0%減



5位 「健康食品」 1,012 件
(前年度同期比 13.5%増)

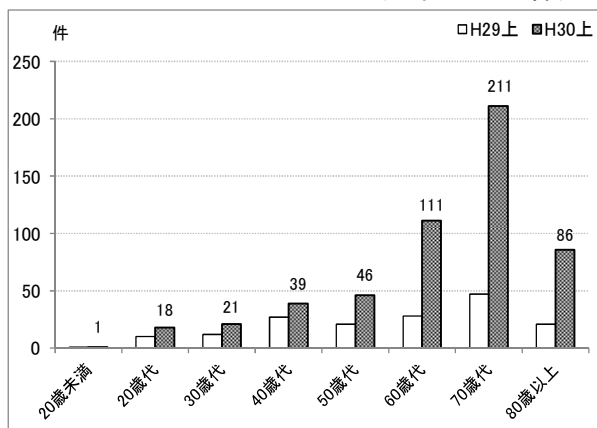


（３）前年度同期と比べ増加率の高い品目の年代別件数＜前年度同期比較＞

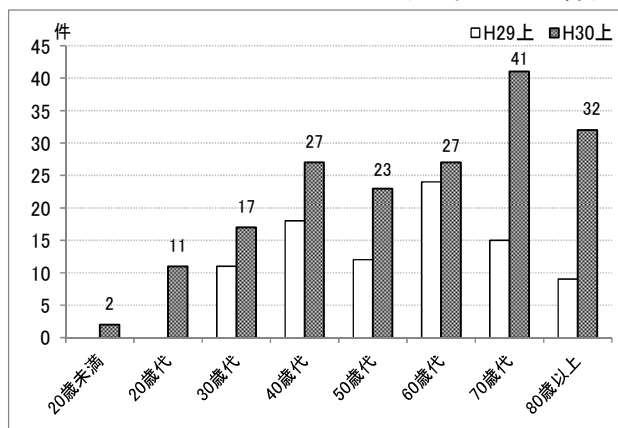
（Ⅰ－図４）前年度同期と比べ増加率の高い品目の年代別件数

※増加率１位の「商品一般」は前項で掲載済

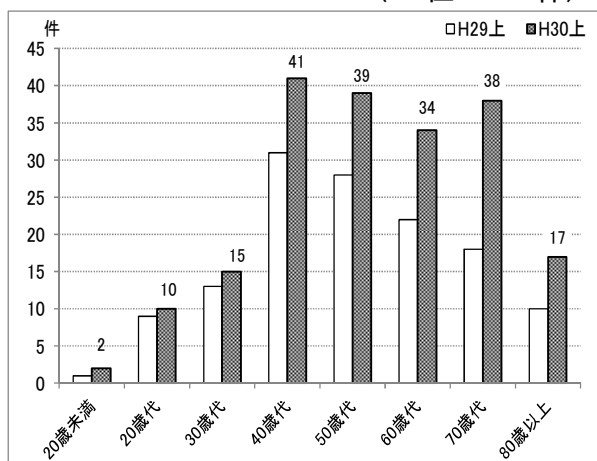
増加率２位 「ファンド型投資商品」 前年度同期比 201.1%増
(9 位 554 件)



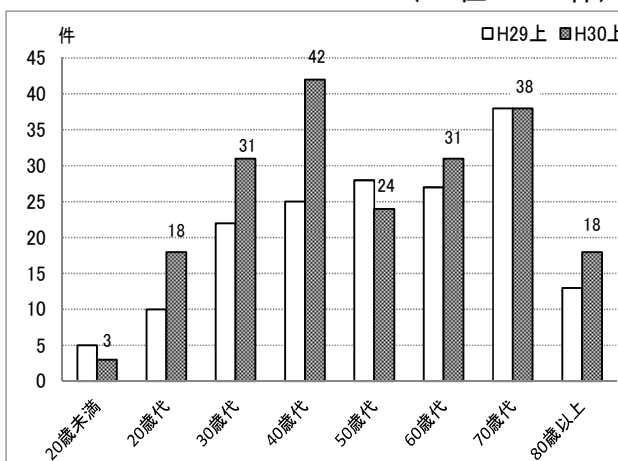
増加率３位 「電気」 前年度同期比 75.4%増
(22 位 214 件)



増加率４位 「電気空調・冷房機器」 前年度同期比 43.0%増
(23 位 213 件)

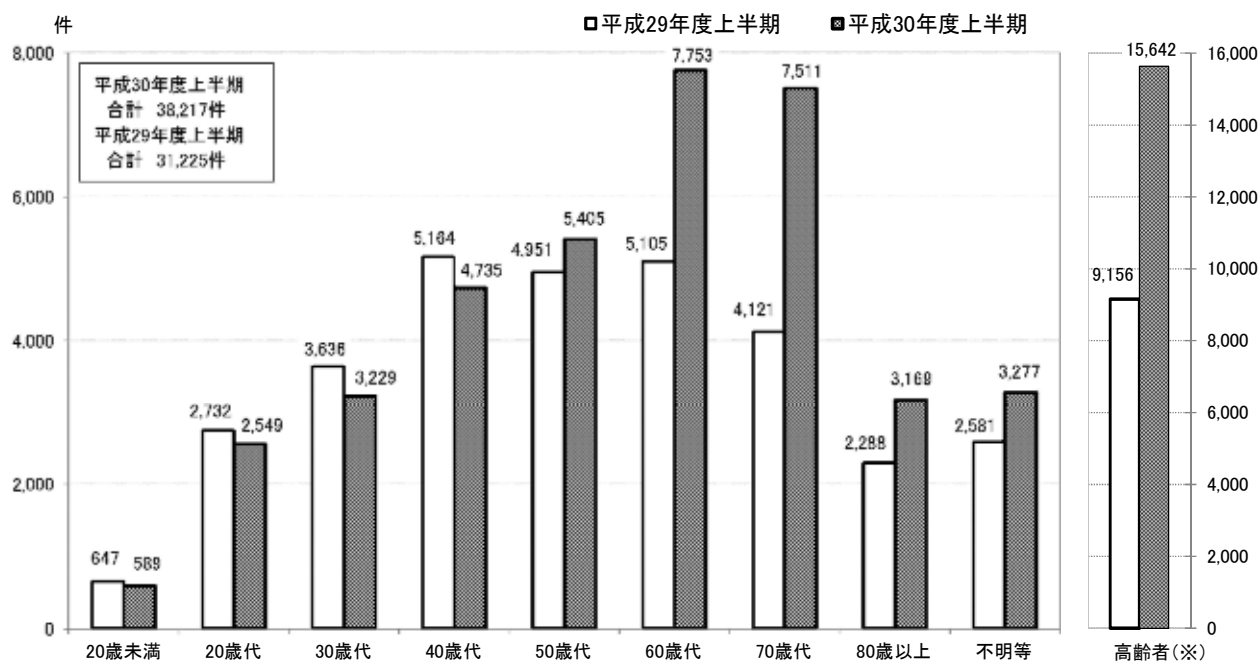


増加率５位 「金融関連サービスその他」 前年度同期比 40.6%増
(20 位 232 件)



3 年代別状況

(Ⅰ－図5) 苦情相談の契約当事者年代別件数(前年度同期比較)



※ 高齢者: 契約当事者が 65 歳以上

	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳代	80歳以上	不明等	高齢者 (65歳以上)
平成30年度 上半期	589	2,549	3,229	4,735	5,405	7,753	7,511	3,169	3,277	15,642
(構成比)	(1.5%)	(6.7%)	(8.4%)	(12.4%)	(14.1%)	(20.3%)	(19.7%)	(8.3%)	(8.6%)	(40.9%)
平成29年度 上半期	647	2,732	3,636	5,164	4,951	5,105	4,121	2,288	2,581	9,156
(前年度同期比)	(91.0%)	(93.3%)	(88.8%)	(91.7%)	(109.2%)	(151.9%)	(182.3%)	(138.5%)	(127.0%)	(170.8%)

(Ⅰ－図6)年代別、性別ごとの苦情相談上位品目

単位:件

年代 順位	20歳未満 [589]	20歳代 [2,549]	30歳代 [3,229]	40歳代 [4,735]	50歳代 [5,405]	60歳代 [7,753]	70歳代 [7,511]	80歳以上 [3,169]	不明等 [3,277]	計 [38,217]
1位	デジタルコン テンツ (225)	デジタルコン テンツ (427)	デジタルコン テンツ (444)	デジタルコン テンツ (781)	商品一般 (1,000)	商品一般 (3,958)	商品一般 (3,541)	商品一般 (780)	商品一般 (648)	商品一般 (10,443)
2位	健康食品 (42)	不動産貸借 (225)	不動産貸借 (306)	不動産貸借 (294)	デジタルコン テンツ (887)	デジタルコン テンツ (815)	デジタルコン テンツ (594)	工事・建築 (229)	不動産貸借 (176)	デジタルコン テンツ (4,481)
3位	化粧品 (32)	エステティッ クサービス (125)	商品一般 (135)	商品一般 (237)	健康食品 (260)	工事・建築 (215)	工事・建築 (255)	デジタルコン テンツ (158)	工事・建築 (162)	不動産貸借 (1,385)
4位	商品一般 (25)	商品一般 (119)	インターネット 接続回線 (84)	健康食品 (179)	インターネット 接続回線 (175)	健康食品 (177)	ファンド型投 資商品 (211)	新聞 (91)	デジタルコン テンツ (150)	工事・建築 (1,217)
5位	運動靴 (13)	他の内職・ 副業 (70)	健康食品 (80)	化粧品 (162)	不動産貸借 (158)	インターネット 接続回線 (167)	インターネット 接続回線 (175)	インターネット 接続回線 (89)	インターネット 接続回線 (101)	健康食品 (1,012)

【男性】

単位:件

年代 順位	20歳未満 [355]	20歳代 [1,174]	30歳代 [1,532]	40歳代 [2,115]	50歳代 [2,034]	60歳代 [2,091]	70歳代 [2,152]	80歳以上 [1,165]	不明等 [918]	計 [13,536]
1位	デジタルコン テンツ (166)	デジタルコン テンツ (172)	デジタルコン テンツ (213)	デジタルコン テンツ (314)	デジタルコン テンツ (415)	デジタルコン テンツ (498)	デジタルコン テンツ (401)	工事・建築 (125)	不動産貸借 (66)	デジタルコン テンツ (2,352)
2位	化粧品 (16)	不動産貸借 (115)	不動産貸借 (172)	不動産貸借 (149)	商品一般 (124)	商品一般 (210)	商品一般 (207)	デジタルコン テンツ (125)	商品一般 (55)	商品一般 (908)
3位	商品一般 (13)	商品一般 (51)	商品一般 (61)	商品一般 (106)	インターネット 接続回線 (101)	インターネット 接続回線 (118)	工事・建築 (133)	商品一般 (81)	工事・建築 (50)	不動産貸借 (726)
4位	運動靴 (10)	フリーロー ン・サラ金 (34)	四輪自動車 (51)	工事・建築 (77)	不動産貸借 (88)	工事・建築 (85)	インターネット 接続回線 (122)	インターネット 接続回線 (60)	デジタルコン テンツ (48)	インターネット 接続回線 (592)
5位	役務その他 サービス (9)	インターネット 接続回線 (34)	インターネット 接続回線 (46)	携帯電話 サービス (74)	携帯電話 サービス (84)	不動産貸借 (65)	ファンド型投 資商品 (54)	新聞、役務そ の他サービス (34)	インターネット 接続回線 (37)	工事・建築 (580)

【女性】

単位:件

年代 順位	20歳未満 [228]	20歳代 [1,369]	30歳代 [1,691]	40歳代 [2,610]	50歳代 [3,365]	60歳代 [5,648]	70歳代 [5,344]	80歳以上 [1,992]	不明等 [1,211]	計 [23,458]
1位	デジタルコン テンツ (58)	デジタルコン テンツ (255)	デジタルコン テンツ (229)	デジタルコン テンツ (466)	商品一般 (873)	商品一般 (3,740)	商品一般 (3,330)	商品一般 (696)	商品一般 (488)	商品一般 (9,410)
2位	健康食品 (33)	エステティッ クサービス (118)	不動産貸借 (133)	健康食品 (142)	デジタルコン テンツ (472)	デジタルコン テンツ (317)	デジタルコン テンツ (192)	工事・建築 (103)	デジタルコン テンツ (40)	デジタルコン テンツ (2,062)
3位	化粧品 (16)	不動産貸借 (110)	商品一般 (74)	商品一般 (130)	健康食品 (195)	工事・建築 (130)	ファンド型投 資商品 (156)	ファンド型投 資商品 (63)	不動産貸借 (39)	健康食品 (724)
4位	商品一般 (12)	商品一般 (67)	健康食品 (66)	健康食品 (124)	化粧品 (127)	健康食品 (121)	工事・建築 (121)	健康食品 (59)	工事・建築 (27)	不動産貸借 (581)
5位	コンサート (9)	他の内職・ 副業 (36)	化粧品 (43)	化粧品 (124)	工事・建築 (83)	ファンド型投 資商品 (90)	健康食品 (74)	新聞 (55)	健康食品 (21)	工事・建築 (550)

4 販売購入形態別状況

(I-表4)販売購入形態別件数及び構成比(前年度同期比較)

年 度 販売購入形態	平成 30 年度上半期		平成 29 年度上半期		増減数 (A-B)	増減率 (A-B)/B
	件数(A)	構 成 比	件数(B)	構 成 比		
苦 情 相 談	38,217	(100.0%)	31,225	(100.0%)	6,992	22.4 %
特 殊 販 売 (店舗外販売)	16,802	44.0 %	16,857	54.0 %	△ 55	△ 0.3 %
(特殊販売に占める割合)		(100.0%)		(100.0%)		
訪 問 販 売	3,156	8.3 %	3,204	10.3 %	△ 48	△ 1.5 %
(特殊販売に占める割合)		(18.8%)		(19.0%)		
通 信 販 売	11,411	29.9 %	11,412	36.5 %	△ 1	0.0 %
(特殊販売に占める割合)		(67.9%)		(67.7%)		
マルチ・マルチまがい	303	0.8 %	322	1.0 %	△ 19	△ 5.9 %
(特殊販売に占める割合)		(1.8%)		(1.9%)		
電 話 勧 誘 販 売	1,457	3.8 %	1,344	4.3 %	113	8.4 %
(特殊販売に占める割合)		(8.7%)		(8.0%)		
ネガティブ・オプション	65	0.2 %	94	0.3 %	△ 29	△ 30.9 %
(特殊販売に占める割合)		(0.3%)		(0.6%)		
訪 問 購 入	215	0.6 %	271	0.9 %	△ 56	△ 20.7 %
(特殊販売に占める割合)		(1.3%)		(1.6%)		
その他無店舗販売	195	0.5 %	210	0.6 %	△ 15	△ 7.1 %
(特殊販売に占める割合)		(1.2%)		(1.2%)		
店 舗 購 入	7,534	19.7 %	8,141	26.1 %	△ 607	△ 7.5 %
不 明 ・ 無 関 係	13,881	36.3 %	6,227	19.9 %	7,654	122.9 %

(注) 1 () 内は、特殊販売に占める割合

2 販売購入形態別の定義は、原則として特商法に定める販売購入形態に従う。販売購入形態が2種類以上にわたる場合は、「全国消費生活情報ネットワークシステム (PIO-NET)」の定義により1つに絞っている。

3 特殊販売の定義は次のとおりである。

- 訪 問 販 売：家庭訪販、職場訪販、販売目的を隠した誘引（キャッチセールス、アポイントメントセールス）、1日だけ開催する展示販売、SF 商法（催眠商法）等
- 通 信 販 売：通信手段（インターネット、電話、郵便、ファックス等）を用いて契約するもの
- マルチ・マルチまがい：消費者を商品等の販売組織に加入させるため、別の者を加入させれば利益（特定利益）が得られると勧誘し、かつ、何らかの金銭負担（特定負担）をかけさせるもの
- 電話勧誘販売：事業者が消費者に電話をかけ、または特定のやり方で電話をかけさせ、その電話の勧誘により契約を締結するもの
- ネガティブ・オプション：消費者から申込みがないのに商品を一方的に送り付け、代金を請求するもの
- 訪 問 購 入：購入事業者が、消費者の自宅等営業所以外の場所において、売買契約を締結して物品等を購入するもの
- その他無店舗：特商法の露店・屋台等、2日以上での展示販売

(I-表5)主な販売購入形態別 高齢者及び若者の占める割合の状況

【高齢者】				【若者】			
単位：件				単位：件			
主な販売購入形態	高齢者の占める割合	高齢者(※)	全体	主な販売購入形態	若者の占める割合	若者(※)	全体
訪問購入	66.5%	143	215	マルチ・マルチまがい	56.1%	170	303
ネガティブ・オプション (いわゆる送り付け商法)	52.3%	34	65	通信販売	11.4%	1,302	11,411
訪問販売	51.4%	1,622	3,156	訪問販売	8.8%	277	3,156
電話勧誘販売	51.2%	746	1,457	ネガティブ・オプション (いわゆる送り付け商法)	4.6%	3	65
通信販売	27.6%	3,145	11,411	電話勧誘販売	3.4%	50	1,457
マルチ・マルチまがい	12.5%	38	303	訪問購入	2.3%	5	215

※契約当事者が65歳以上の者
※「その他無店舗」「不明・無回答」は除く。

※契約当事者が30歳未満の者
※「その他無店舗」「不明・無回答」は除く。

(Ⅰ－表6)「訪問販売」の苦情相談上位品目(前年度同期比較)

単位：件

順位	品 目 [苦情相談件数]	30年度 上半期 [3,156]	29年度 上半期 [3,204]	前年度 同期比 98.5%	備 考
1	工事・建築	656	711	92.3%	屋根工事197、塗装工事122、衛生設備工事95
2	新聞	213	260	81.9%	
3	テレビ放送サービス	204	235	86.8%	テレビ放送サービス151、衛星テレビ放送53
4	修理サービス	192	138	139.1%	
5	役務その他サービス	116	97	119.6%	
6	インターネット接続回線	110	86	127.9%	
7	建物清掃サービス	90	76	118.4%	
8	山林	84	106	79.2%	
9	給湯システム	83	68	122.1%	電気温水器34、ガス瞬間湯沸器27
10	駆除サービス	77	67	114.9%	

(Ⅰ－表7)「通信販売」の苦情相談上位品目(前年度同期比較)

単位：件

順位	品 目 [苦情相談件数]	30年度 上半期 [11,411]	29年度 上半期 [11,412]	前年度 同期比 100.0%	備 考
1	デジタルコンテンツ	4,109	4,957	82.9%	他のデジタルコンテンツ2,638、アダルト情報サイト834、出会い系サイト299
2	商品一般	1,083	758	142.9%	
3	健康食品	852	682	124.9%	
4	化粧品	560	524	106.9%	
5	ファンド型投資商品	294	27	1088.9%	

(Ⅰ－表8)「マルチ・マルチまがい」の苦情相談上位品目(前年度同期比較)

単位：件

順位	品 目 [苦情相談件数]	30年度 上半期 [303]	29年度 上半期 [322]	前年度 同期比 94.1%	備考
1	他の内職・副業	39	45	86.7%	
2	化粧品	33	20	165.0%	
3	健康食品	27	29	93.1%	
4	ファンド型投資商品	25	28	89.3%	
5	商品一般	23	37	62.2%	
	デジタルコンテンツ	23	22	104.5%	他のデジタルコンテンツ12、投資情報サイト7

(I-表9)「電話勧誘販売」の苦情相談上位品目(前年度同期比較)

単位: 件

順位	品 目 [苦情相談件数]	30年度 上半期 [1,457]	29年度 上半期 [1,344]	前年度 同期比 108.4%	備 考
1	インターネット接続回線	526	428	122.9%	
2	商品一般	68	80	85.0%	
3	固定電話サービス	54	53	101.9%	
4	電気	53	10	530.0%	
5	鮮魚	50	34	147.1%	

(I-表10)「ネガティブ・オプション」の苦情相談上位品目(前年度同期比較)

単位: 件

順位	品 目 [苦情相談件数]	30年度 上半期 [65]	29年度 上半期 [94]	前年度 同期比 69.1%	備 考
1	健康食品	10	19	52.6%	
2	商品一般	7	16	43.8%	
3	化粧品	5	7	71.4%	

(I-表11)「訪問購入」の苦情相談上位品目(前年度同期比較)

単位: 件

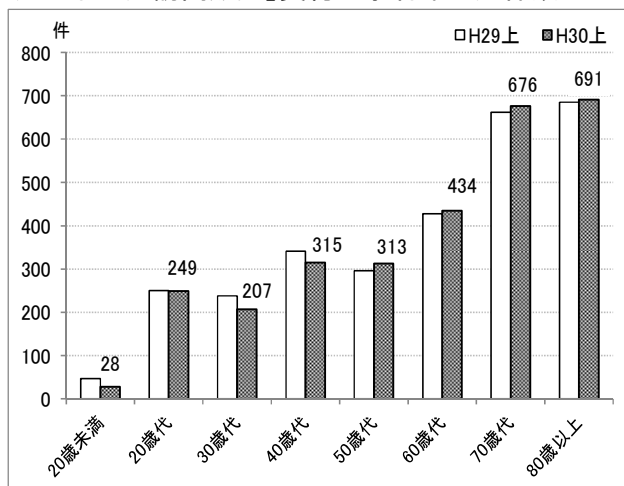
順位	品 目 [苦情相談件数]	30年度 上半期 [215]	29年度 上半期 [271]	前年度 同期比 79.3%	備 考
1	商品一般	29	36	80.6%	
2	アクセサリ	19	23	82.6%	
3	ネックレス	14	20	70.0%	
4	指輪	14	25	56.0%	
5	着物類	13	18	72.2%	

(I-表12)「その他無店舗」の苦情相談上位品目(前年度同期比較)

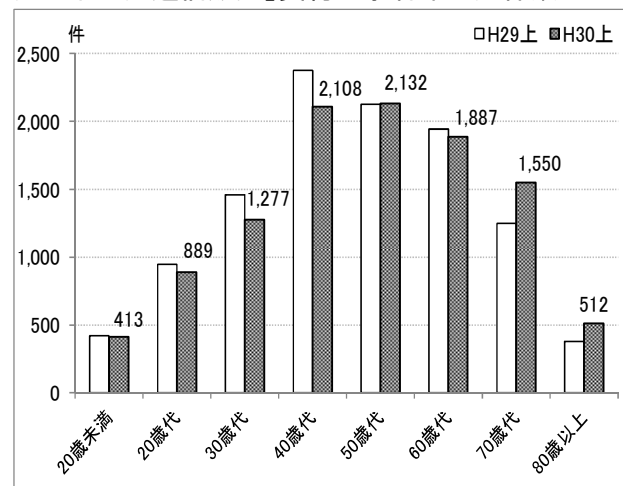
単位: 件

順位	品 目 [苦情相談件数]	30年度 上半期 [195]	29年度 上半期 [210]	前年度 同期比 92.9%	備 考
1	ミネラルウォーター	11	17	64.7%	
2	パーキング	10	21	47.6%	

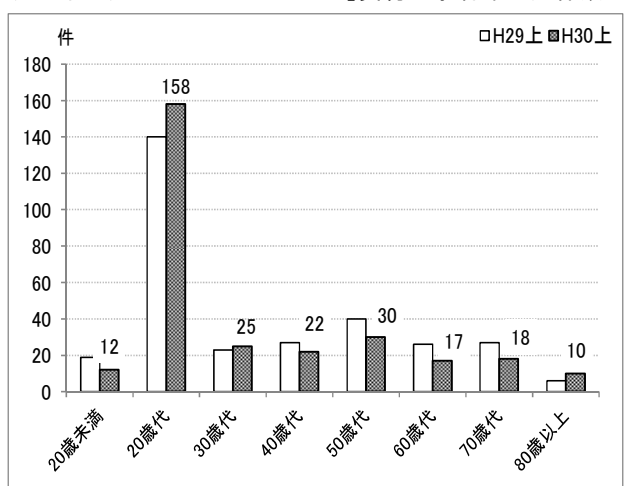
(Ⅰ－図7)「訪問販売」契約当事者年代別件数



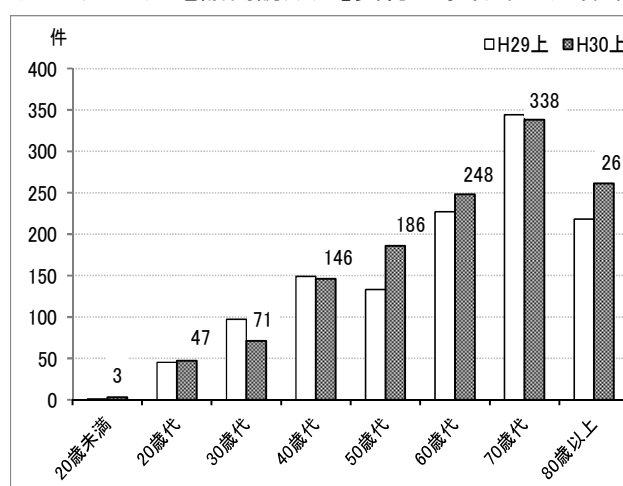
(Ⅰ－図8)「通信販売」契約当事者年代別件数



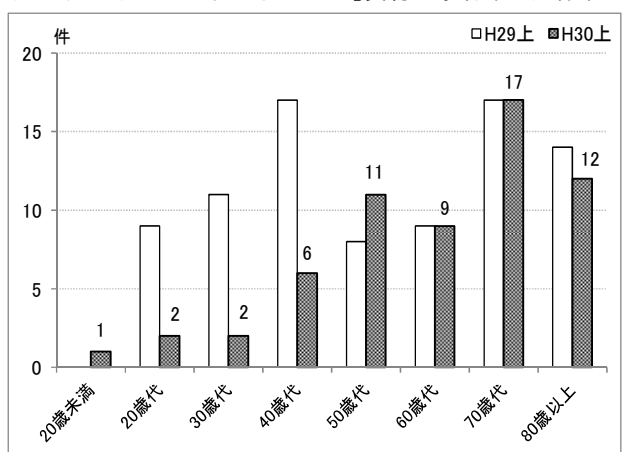
(Ⅰ－図9)「マルチ・マルチまがい」契約当事者年代別件数



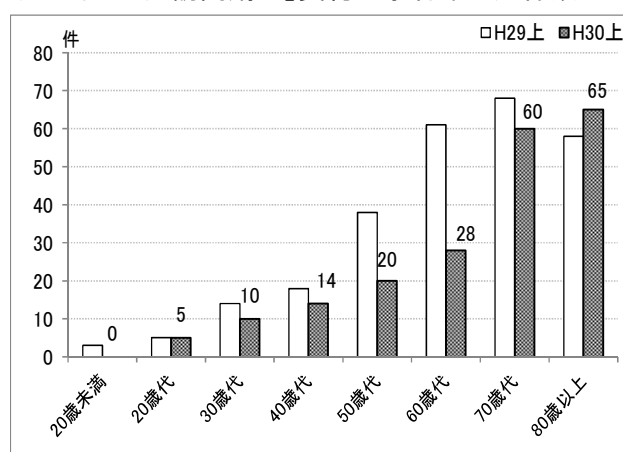
(Ⅰ－図10)「電話勧誘販売」契約当事者年代別件数



(Ⅰ－図11)「ネガティブ・オプション」契約当事者年代別件数



(Ⅰ－図12)「訪問購入」契約当事者年代別件数

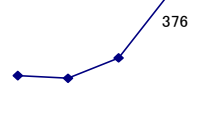
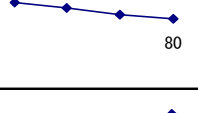
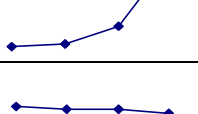
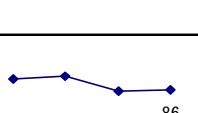
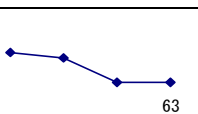
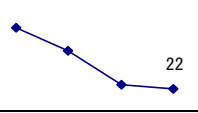
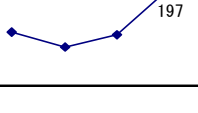
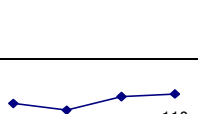
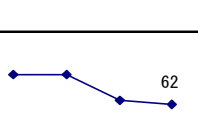
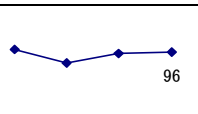
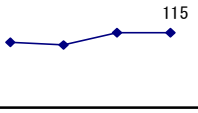




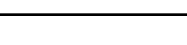
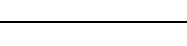
消費生活課キャラクター ニャン吉

5 販売方法・手口別状況

(I-表 13)販売方法・手口別の苦情相談上位 25 位

順位	販売方法・手口	件数 (前年度同期) 前年度同期比	男女別		主な品目	平均契約購入金額		過去4年間の件数の推移 (H27上=100)
			性別	件数		平均既支払金額	H27上 H28上 H29上 H30上	
1	架空請求	11,298 (4,819)	男性	1,288	①商品一般9,253 ②デジタルコンテンツ1,878 ③他のネット通信関連サービス89	35万4千円		
		234.4%	女性	9,960		2万1千円		
2	電子商取引	8,875 (9,365)	男性	4,207	①デジタルコンテンツ3,835 ②健康食品724 ③化粧品482	19万7千円		
		94.8%	女性	4,469		9万4千円		
3	身分詐称	5,298 (1,679)	男性	721	①商品一般3,987 ②デジタルコンテンツ750 ③インターネット接続回線97	64万8千円		
		315.5%	女性	4,530		7万8千円		
4	家庭訪販	2,755 (2,908)	男性	1,236	①工事・建築624 ②新聞197 ③テレビ放送サービス195	178万8千円		
		94.7%	女性	1,475		91万4千円		
5	電話勧誘	2,386 (2,329)	男性	1,035	①インターネット接続回線559 ②商品一般196 ③デジタルコンテンツ99	209万8千円		
		102.4%	女性	1,207		110万4千円		
6	無料商法	840 (825)	男性	390	①デジタルコンテンツ273 ②工事・建築55 ③インターネット接続回線35	41万3千円		
		101.8%	女性	406		7万5千円		
7	ワンクリック請求	781 (982)	男性	554	①デジタルコンテンツ768 ②商品一般4 ③役務その他サービス3	31万7千円		
		79.5%	女性	222		4万9千円		
8	利殖商法	724 (348)	男性	307	①ファンド型投資商品374 ②デジタルコンテンツ129 ③他のデリバティブ取引30	368万1千円		
		208.0%	女性	411		312万8千円		
9	サイドビジネス商法	543 (440)	男性	271	①デジタルコンテンツ188 ②他の内職・副業106 ③ファンド型投資商品25	66万5千円		
		123.4%	女性	267		34万円		
10	点検商法	391 (380)	男性	172	①工事・建築205 ②駆除サービス31 ②役務その他サービス31	93万4千円		
		102.9%	女性	215		27万円		
11	二次被害	334 (366)	男性	153	①山林107 ②商品一般67 ③別荘地27	443万6千円		
		91.3%	女性	181		202万7千円		
12	販売目的隠匿	312 (306)	男性	133	①インターネット接続回線25 ②工事・建築20 ③商品一般16 ③デジタルコンテンツ16	167万9千円		
		102.0%	女性	174		36万円		
13	次々販売	279 (279)	男性	98	①工事・建築57 ②デジタルコンテンツ39 ③ファンド型投資商品29	473万1千円		
		100.0%	女性	177		456万6千円		

n

順位	販売方法・手口	件数 (前年度同期) 前年度同期比	男女別		主な品目	平均契約購入金額	過去4年間の件数の推移 (H27上=100)
			性別	件数		平均既支払金額	
14	テレビショッピング	230 (249)	男性	66	①健康食品26 ②化粧品24 ③健康器具14	6万6千円	
		92.4%	女性	162		1万7千円	
15	原野商法	201 (186)	男性	114	①山林110 ②別荘地29 ③土地15	564万2千円	
		108.1%	女性	87		357万円	
16	紹介販売	158 (143)	男性	79	①他の内職・副業22 ②ファンド型投資商品15 ③健康食品11 ③デジタルコンテンツ11 ③教養・娯楽サービスその他11	169万5千円	
		110.5%	女性	77		96万2千円	
17	アポイントメントセールス	148 (118)	男性	68	①他の内職・副業17 ②デジタルコンテンツ13 ②役務その他サービス13	79万5千円	
		125.4%	女性	80		34万6千円	
18	ネガティブ・オプション	137 (178)	男性	55	①健康食品24 ②商品一般20 ③化粧品7	1万6千円	
		77.0%	女性	73		3千円	
19	当選商法	133 (100)	男性	68	①デジタルコンテンツ51 ②携帯電話16 ③商品一般14	124万4千円	
		133.0%	女性	65		121万5千円	
20	カタログ通販	107 (84)	男性	23	①ファンド型投資商品25 ②商品一般6 ③化粧品5	94万1千円	
		127.4%	女性	80		98万2千円	
21	劇場型勧誘	105 (122)	男性	21	①公社債25 ②商品一般21 ③株14	524万8千円	
		86.1%	女性	79		210万7千円	
22	景品付販売	94 (112)	男性	42	①新聞73 ②ファンド型投資商品3 ③インターネット接続回線2	92万3千円	
		83.9%	女性	50		95万1千円	
23	展示販売	55 (38)	男性	8	①着物類9 ②ネックレス5 ③指輪4 ③頭髮用具4	156万円	
		144.7%	女性	46		114万円	
24	アンケート商法	54 (65)	男性	25	①商品一般8 ②エステティックサービス4 ③電気3 ③他の行政サービス3	301万3千円	
		83.1%	女性	29		73万円	
25	キャッチセールス	43 (55)	男性	11	①エステティックサービス14 ②ミネラルウォーター6 ③中古分譲マンション、携帯電話サービス、他の教室・講座、リゾート会員権2	315万2千円	
		78.2%	女性	32		11万6千円	

(注) 1 グラフは平成27年度上半期の件数を100として増減傾向を表したもの

2 「販売方法・手口」は複数選択可能なため、件数の計は相談件数及び販売購入形態の件数とも一致しない。

3 「販売方法・手口」の内容については、参考3(P33)参照

6 救済金額

(Ⅰ－表 14)被害の未然防止やその回復が図られた金額(救済金額)

(平成 30 年9月 30 日までに相談処理が終了しているものを抽出)

(単位：千円、件)

県内	平成30年度上半期		平成29年度上半期	
	金額	件数	金額	件数
契約購入金額 (A)	18,687,035	14,498	16,162,464	14,020
既支払額 (B)	7,441,277	7,317	6,045,975	7,023
救済金額 (C)	1,573,720	3,419	1,540,993	3,391
回復額	520,487	1,469	476,093	1,342
回復額 (クーリング・オフ額)	521,405	576	459,932	560
未然防止額	531,828	1,374	604,968	1,489
C / A	8.4%	23.6%	9.5%	24.2%
契約購入金額が判明しているもの 1 件あたりの救済金額	109		110	

※回復額：消費生活センター等に相談した結果、既に契約・申込してしまった金額の全部又は一部が相談者に返金され、又は、支払いを免除された金額

※回復額(クーリング・オフ額)：消費生活センター等に相談した結果、クーリング・オフを根拠に返金、解約・取消された金額(法律に基づくものだけでなく、業界や業者が自主的に実施したものや、相談者から「クーリング・オフ」を実施する意思を確認できた場合を含む。)

※未然防止額：契約・申込をする前に消費生活センター等に相談した結果、相談者が当該契約を締結せず、支払わずに済んだ金額。「架空請求」や「ワンクリック請求」に関するものを含む。

Ⅱ 高齢者（契約当事者が65歳以上）の相談

1 苦情相談件数について

（Ⅱ－表1）「高齢者」苦情相談件数の推移

単位：件

区 分	平成28年度	平成29年度		平成30年度 上半期	前年度 同期比
			上半期		
高齢者の苦情相談件数(A)	17,820 (100.0%)	18,907 (100.0%)	9,156 (100.0%)	15,642 (100.0%)	170.8%
65歳～69歳 (構成比)	4,865 (27.3%)	5,431 (28.7%)	2,746 (30.0%)	4,962 (31.7%)	180.7%
70歳代 (構成比)	8,318 (46.7%)	8,770 (46.4%)	4,123 (45.0%)	7,511 (48.0%)	182.2%
80歳以上 (構成比)	4,637 (26.0%)	4,706 (24.9%)	2,287 (25.0%)	3,169 (20.3%)	138.6%
苦情相談件数(B)	64,601	63,173	31,225	38,217	122.4%
苦情相談件数に占める 高齢者の相談の割合(A)/(B)	27.6%	29.9%	29.3%	40.9%	
神奈川県における 65歳以上の割合 ※	24.0%	24.5%		24.9%	

※ 神奈川県年齢別人口統計調査による（各年1月1日現在）

2 品目別

（Ⅱ－表2）「高齢者」の苦情相談上位品目（前年度同期比較）

単位：件

	品 目	平成30年度 上半期	平成29年度		平成28年度	対前年度 同期比	備 考
			上半期				
		15,642	9,156	[18,907]	[17,820]	170.8%	
1	商品一般	7,187	1,079	2,964	931	666.1%	
2	デジタルコンテンツ	1,216	1,376	2,481	3,095	88.4%	他のデジタルコンテンツ933、アダルト情報サイト208、出会い系サイト32
3	工事・建築	611	610	1,191	1,222	100.2%	屋根工事152、工事・建築サービス92、塗装工事89
4	インターネット接続回線	367	308	619	662	119.2%	
5	ファンド型投資商品	365	91	214	188	401.1%	
6	健康食品	269	261	493	591	103.1%	
7	携帯電話サービス	196	219	405	395	89.5%	
8	修理サービス	182	166	369	361	109.6%	
	役務その他サービス	182	169	332	394	107.7%	
10	不動産貸借	159	173	323	371	91.9%	賃貸アパート118、借家22

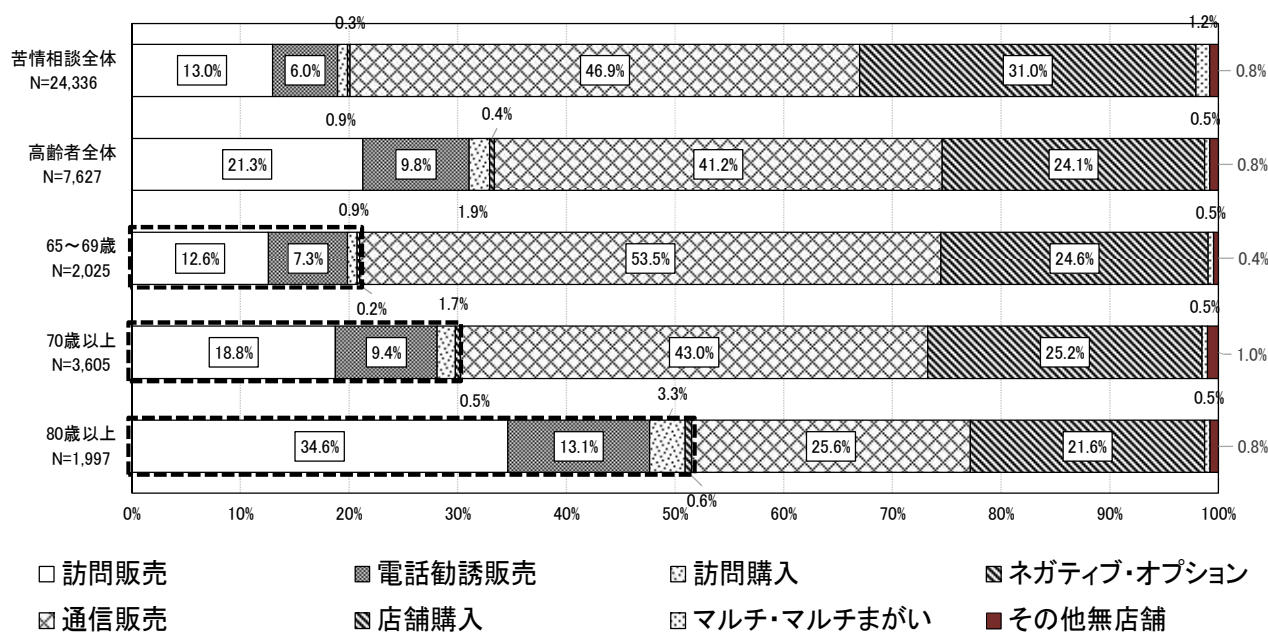
(Ⅱ－表3)「高齢者」年代別の苦情相談上位品目

単位:件

	65歳～69歳 [4,962]	件数	70歳代 [7,511]	件数	80歳以上 [3,169]	件数
1	商品一般	2,866	商品一般	3,541	商品一般	780
2	デジタルコンテンツ	464	デジタルコンテンツ	594	工事・建築	229
3	工事・建築	127	工事・建築	255	デジタルコンテンツ	158
4	インターネット接続回線	103	ファンド型投資商品	211	新聞	91
5	健康食品	76	インターネット接続回線	175	インターネット接続回線	89
6	ファンド型投資商品	68	健康食品	106	健康食品	87
7	携帯電話サービス	55	携帯電話サービス	106	ファンド型投資商品	86
8	化粧品	51	修理サービス	85	修理サービス	62
9	役務その他サービス	49	不動産賃借	82	役務その他サービス	56
10	不動産賃借	45	役務その他サービス	77	建物清掃サービス	40

4 販売購入形態について

(Ⅱ－図1) 高齢者の販売購入形態別割合(不明・無関係は除く)



5 販売方法・手口（※）別について

※ 「販売方法・手口」の内容については、参考3（P33）参照

（Ⅱ－表4）「高齢者」の販売方法・手口別上位品目（前年度同期比較）

単位：件

	販売方法・手口	平成 30年度 上半期	平成 29年度 上半期	前年度 同期比	平均契約 購入金額 （千円）	平均 既支払額 （千円）	主な品目と件数
1	架空請求	7,489	1,639	456.9%	348	13	①商品一般6,758、②デジタルコンテンツ662、③他のネット通信関連サービス32、④音響・映像機器12、⑤健康食品3
2	身分詐称	3,574	702	509.1%	902	37	①商品一般2,957、②デジタルコンテンツ272、③他の保健・福祉63、④インターネット接続回線46、⑤社会保険37
3	電子商取引	1,790	1,811	98.8%	211	99	①デジタルコンテンツ1,056、②商品一般140、③健康食品88、④他のネット通信関連サービス62、⑤化粧品61
4	家庭訪販	1,572	1,571	100.1%	1,894	1,230	①工事・建築413、②新聞123、③修理サービス89、④山林68、④テレビ放送サービス68
5	電話勧誘	1,300	1,273	102.1%	2,267	1,294	①インターネット接続回線243、②商品一般124、③山林63、④役務その他サービス49、⑤健康食品46
6	利殖商法	350	125	280.0%	4,653	4,407	①ファンド型投資商品252、②デジタルコンテンツ18、③公社債12、④中古分譲マンション8、④株8
7	点検商法	289	260	111.2%	912	311	①工事・建築155、②駆除サービス28、③役務その他サービス20、④建物清掃サービス19、⑤修理サービス16
8	無料商法	240	230	104.3%	388	50	①デジタルコンテンツ50、②工事・建築33、③携帯電話サービス12、④役務その他サービス11、⑤インターネット接続回線8
9	二次被害	229	227	100.9%	5,058	2,478	①山林87、②商品一般39、②別荘地23、④役務その他サービス16、⑤土地11
10	ワンクリック請求	190	287	66.2%	279	7	①デジタルコンテンツ187、②商品一般2、③パソコンソフト1

（注）販売方法・手口は、「全国消費生活情報ネットワークシステム（PIO-NET）」の「内容等キーワード」の定義による。複数選択可能なため、件数の計は相談件数の計と一致しない。

6 契約購入金額（※1）・既支払金額（※2）について

※1 契約購入金額：苦情相談に係る取引の契約金額、購入金額または事業者から請求を受けている金額

※2 既支払金額：苦情相談に係る取引で既に支払っている金額

（Ⅱ－表5）平均契約購入金額・平均既支払金額の推移（「高齢者」と「高齢者以外」の比較）

単位：千円

	区 分	平成28年度	平成29年度		平成30年度 上半期
				上半期	
平均 契約購入 金額	高 齢 者	1,594	1,640	1,574	1,498
	高齢者以外	1,132	1,147	1,020	1,213
平均 既支払金額	高 齢 者	870	893	984	775
	高齢者以外	396	366	341	425

Ⅲ 若者（契約当事者が30歳未満）の苦情相談

1 苦情相談状況について

（Ⅲ－表1）「若者」苦情相談件数の推移

単位：件

区 分	平成28年度	平成29年度		平成30年度 上半期	前年度 同期比	
			上半期			
若者の苦情相談件数(A)	7,411	6,704	3,376	3,138	93.0%	
	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)		
	未成年(20歳未満)	1,557	1,268	646	589	91.2%
	(構成比)	(21.0%)	(18.9%)	(19.1%)	(18.8%)	
	20歳代	5,854	5,436	2,730	2,549	93.4%
	(構成比)	(79.0%)	(81.1%)	(80.9%)	(81.2%)	
苦情相談件数(B)	64,601	63,173	31,225	38,217	122.4%	
苦情相談件数に占める 若者の相談の割合 (A)/(B)	11.5%	10.6%	10.8%	8.2%		

2 品目別

（Ⅲ－表2）「若者」の苦情相談上位品目（前年度同期比較）

単位：件

順位	品 目	平成30年度 上半期	平成29年度		平成28年度	対前年度 同期比	備 考
			上半期				
		3,138	3,376	[6,704]	[7,411]	93.0%	
1	デジタルコンテンツ	652	676	1,261	1,929	96.4%	他のデジタルコンテンツ287、アダルト情報サイト136、出会い系サイト95
2	不動産貸借	231	221	460	500	104.5%	賃貸アパート216、借家10
3	商品一般	144	120	241	176	120.0%	
4	エステティックサービス	132	296	426	284	44.6%	脱毛エステ72、痩身エステ29、美顔エステ24
5	化粧品	95	91	166	171	104.4%	
6	健康食品	84	97	276	216	86.6%	
7	他の内職・副業	74	45	106	110	164.4%	
8	インターネット接続回線	60	79	149	178	75.9%	
9	役務その他サービス	58	57	121	127	101.8%	
10	モバイルデータ通信	54	47	78	139	114.9%	

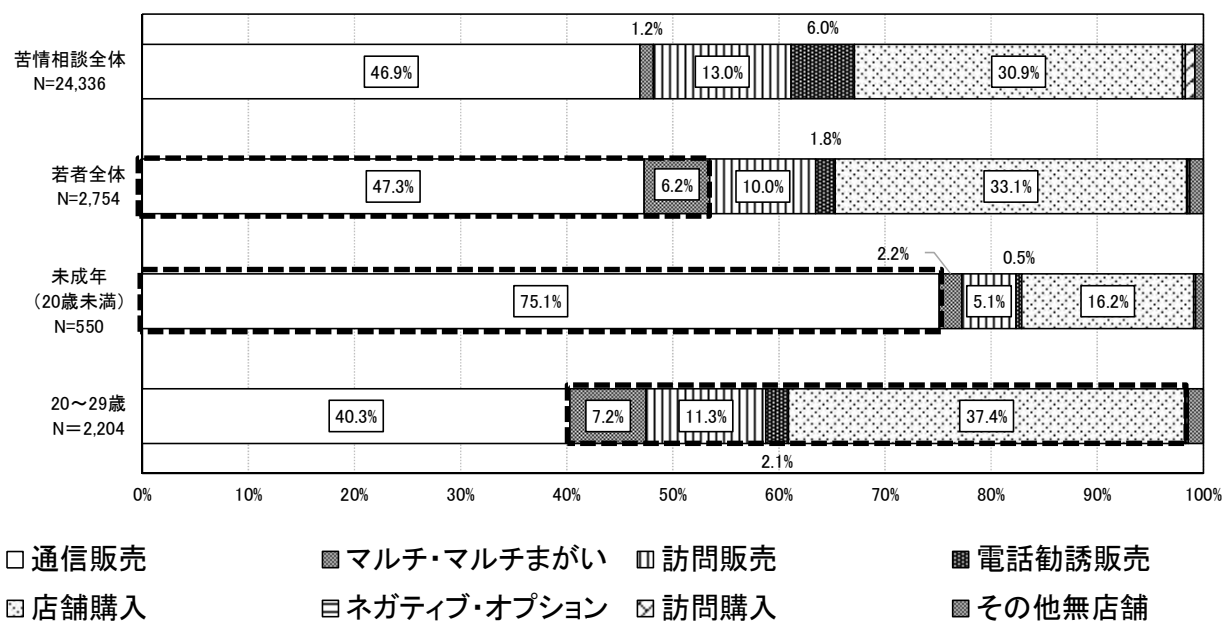
(Ⅲ－表3)「若者」年代別の苦情相談上位品目

単位: 件

	未成年 [589]	件数	20歳代 [2,549]	件数
1	デジタルコンテンツ	225	デジタルコンテンツ	427
2	健康食品	42	不動産貸借	225
3	化粧品	32	エステティックサービス	125
4	商品一般	25	商品一般	119
5	運動靴	13	他の内職・副業	70
6	テレビ放送サービス	11	化粧品	63
	コンサート		インターネット接続回線	56
	役務その他サービス		携帯電話サービス	52
9	音響・映像機器	7	モバイルデータ通信	51
	教養・娯楽サービスその他		役務その他サービス	47
	エステティックサービス			

4 販売購入形態について

(Ⅲ－図1)「若者」の販売購入形態別割合(不明・無関係は除く)



5 販売方法・手口（※）別について

※ 「販売方法・手口」の内容については、参考3（P33）参照

（Ⅲ－表4）「若者」の販売方法・手口別上位品目（前年度同期比較）

単位：件

	販売方法・手口	平成 30年度 上半期	平成 29年度 上半期	前年度 同期比	平均契約 購入金額 （千円）	平均 既支払額 （千円）	主な品目と件数
1	電子商取引	1,172	1,268	92.4%	158	64	①デジタルコンテンツ536、②化粧品76、③健康食品71、④商品一般28、⑤運動靴23
2	SNS	265	235	112.8%	427	269	①デジタルコンテンツ88、②他の内職・副業24、③役務その他サービス14、④化粧品12、⑤他のデリバティブ取引11
3	サイドビジネス商法	255	180	141.7%	419	276	①デジタルコンテンツ67、②他の内職・副業63、③教養・娯楽サービスその他15、④教養娯楽教材14、⑤商品一般13
4	架空請求	181	180	100.6%	297	34	①デジタルコンテンツ141、②商品一般38、③他のネット通信関連サービス2
5	家庭訪販	163	185	88.1%	1,277	113	①テレビ放送サービス30、②インターネット接続回線18、③新聞16、④モバイルデータ通信12、⑤分譲マンション10
6	ワンクリック請求	131	202	64.9%	274	10	①デジタルコンテンツ130、②役務その他サービス1
7	無料商法	130	142	91.5%	327	41	①デジタルコンテンツ50、②エステティックサービス21、③ミネラルウォーター7、④モバイルデータ通信4、④役務その他サービス4
8	クレ・サラ強要商法	111	69	160.9%	757	520	①デジタルコンテンツ23、②教養娯楽教材14、③教養・娯楽サービスその他13、④パソコンソフト9、⑤他の内職・副業8
9	利殖商法	100	62	161.3%	2,643	1,794	①デジタルコンテンツ26、②ファンド型投資商品15、③他のデリバティブ取引9、③教養・娯楽サービスその他9、③分譲マンション9
10	アポイントメントセールス	90	67	134.3%	591	276	①他の内職・副業14、②デジタルコンテンツ10、②タレント・モデル養成教室10、④役務その他サービス9、⑤ネックレス7

（注）販売方法・手口は、「全国消費生活情報ネットワークシステム（PIO-NET）」の「内容等キーワード」の定義による。複数選択可能なため、件数の計は相談件数の計と一致しない。

6 契約購入金額（※1）・既支払金額（※2）について

※1 契約購入金額：苦情相談に係る取引の契約金額、購入金額または事業者から請求を受けている金額

※2 既支払金額：苦情相談に係る取引で既に支払っている金額

（Ⅲ－表5）平均契約購入金額・平均既支払金額の推移（「若者」と「若者以外」の比較）

単位：千円

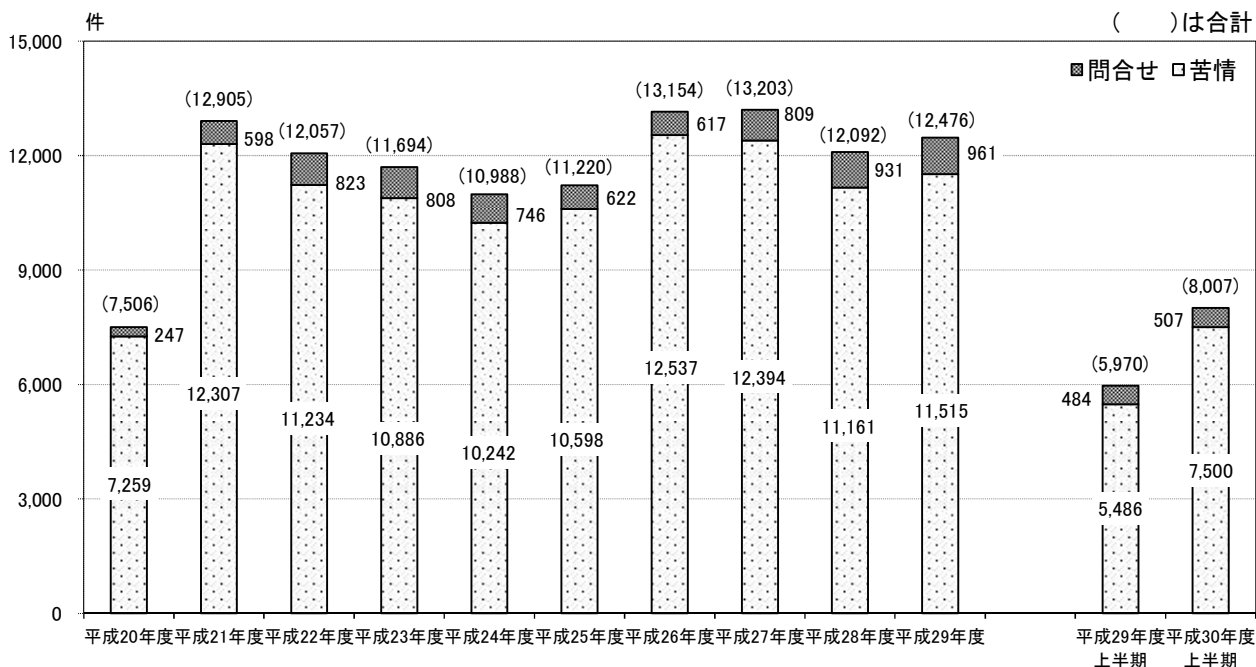
単位：円

	区 分	平成28年度	平成29年度		平成30年度 上半期
			上半期		
平均 契約購入 金額	若者	621	616	603	841
	若者以外	1,355	1,387	1,263	1,366
平均 既支払金額	若者	148	156	163	210
	若者以外	579	563	571	589

Ⅳ かながわ中央消費生活センター（県センター）における消費生活相談等の状況

1 概況

（Ⅳ－図1）かながわ中央消費生活センター相談件数推移



（Ⅳ－表1）かながわ中央消費生活センター休日・夜間相談状況（前年度同期比較）

○苦情相談件数

区分	平成30年度上半期				平成29年度上半期				対前年 同期比(%) (A/B)
	苦情相談 件数(A)	平日昼 件数	休日 件数	夜間 件数	苦情相談 件数(B)	平日昼 件数	休日 件数	夜間 件数	
計	7,500	3,967	1,430	2,103	5,486	2,784	1,261	1,441	136.7

○休日相談

区分	平成30年度上半期				平成29年度上半期				対前年 同期比(%) (C/D)
	休日 日数	件 数 (C)	うち、 来所件数	1日平均 件数	休日 日数	件 数 (D)	うち、 来所件数	1日平均 件数	
計	56	1,430	(45)	25.5	56	1,261	(40)	22.5	113.4

○夜間（平日16時から19時まで）

区分	平成30年度上半期				平成29年度上半期				対前年 同期比(%) (E/F)
	日 数	件 数 (E)	うち、 来所件数	1日平均 件数	日 数	件 数 (F)	うち、 来所件数	1日平均 件数	
計	125	2,103	(47)	16.8	124	1,441	(54)	11.6	145.9

2 メール相談

※このデータは、「全国消費生活情報ネットワークシステム（PIO-NET）」の登録データではありません。

<相談件数>

区 分	平成27年度	平成28年度	平成29年度		平成30年度 上半期
				上半期	
件 数	423	473	456	210	204
開所日数	353	353	353	180	180
1日平均件数	1.2	1.3	1.3	1.2	1.1

<相談者の状況>

住所地	件数	住所地	件数
横 浜 市	70	葉 山 町	1
川 崎 市	40	寒 川 町	0
相 模 原 市	9	大 磯 町	1
横 須 賀 市	4	二 宮 町	0
平 塚 市	6	中 井 町	0
鎌 倉 市	8	大 井 町	0
藤 沢 市	5	松 田 町	1
小 田 原 市	3	山 北 町	0
茅 ヱ 崎 市	3	開 成 町	0
逗 子 市	2	箱 根 町	0
三 浦 市	3	真 鶴 町	0
秦 野 市	4	湯 河 原 町	0
厚 木 市	3	愛 川 町	0
大 和 市	2	清 川 村	0
伊 勢 原 市	1	そ の 他	4
海 老 名 市	3	不 明	29
座 間 市	1	計	204
南 足 柄 市	0		
綾 瀬 市	1		

職 業	件数
給与生活者	118
自営自由業	19
家事従事者	11
学 生	5
無 職	18
その他	0
不 明	33
計	204

年 代	件数
20歳未満	0
20歳代	27
30歳代	47
40歳代	53
50歳代	25
60歳代	11
70歳代	6
80歳以上	0
不明	35
計	204

性 別	件数
男性	125
女性	74
不明	5
計	204

時間帯	件数
0:00～9:30	32
9:30～19:00	116
19:00～24:00	56
計	204

主な苦情相談事例

○架空請求ハガキ

(当 事 者) 70 歳代 女性

(相談内容) 数日前の夕方「総合消費料金に関する訴訟最終告知のお知らせ」と書かれたはがきが私宛てに届いた。「連絡無き場合、原告側の主張が全面的に受理され、執行官立ち会いの下、給料差し押さえ、動産、不動産の差し押さえを強制的に履行されます。裁判取下げなどのご相談に関しましては、当局にて承っておりますので、職員までお問い合わせください。なお、書面での通達となりますので、プライバシー保護のためご本人様からご連絡いただきますようお願い申し上げます。」という内容だが全く身に覚えがないので、すぐに葉書に記載された問い合わせ窓口で連絡し、電話に出た男性が弁護士を紹介するというのでお願いした。相手の男性が紹介した他県の弁護士会所属の弁護士と話を示談をすることにした。示談金100万円を宅配便で送るよう指示されたので送った。相手と連絡を取りたいが、連絡が取れない。どうしたらよいか。

(対 応) ハガキの文面を読み上げてもらい、架空請求ハガキであることを確認した。相談者へは本来支払うべきではなかったことを説明し、送付された架空請求ハガキ、現金を送付した宅配便の送付伝票を持参して警察署に届け出るよう伝えた。名簿を悪用した二次被害のおそれがあるため、今後、身に覚えの無い請求や裁判所名で書面が届いた場合は必ず消費生活センターに相談するよう伝えた。

○情報商材(スポーツの海外ギャンブルへの投資)

(当 事 者) 50 歳代 男性

(相談内容) 投資のメールマガジンに登録し、送信されてきたスポーツの勝敗に投資するという海外ギャンブルへの投資の動画を5日間見た。スマートフォンに通知されるシグナル通りに誰でも数秒で終わる簡単操作を繰り返すだけで確実に収益が上がると繰り返し説明があった。動画の説明を総括したメールにも参加費全額返金保証の安心保証もついているというので28万5,000円でクレジットカード決済をした。さらに、決済完了画面で「この画面限り」の条件で上位版の募集画面が表示され、通常版の10倍から30倍程度の収入があり、2か月に1回のセミナー開催やコンサルティングがついているというので48万円でクレジットカード決済をした。しかし、両方とも操作には相当熟練したスキルが必要であることが分かった。さらに1か月後に全自動で月利250%の収入が得られると勧誘を受けて29万8,000円でクレジットカード決済してしまった。収益性は少し上がったがトータルでは大損であり、セミナーは一回も開催されなかった。全額返金保証の条件があったので購入金額を全額返金してもらいたい。

(対 応) 契約までの経緯・問題点と相談者の意向を文書にしてクレジットカード会社、決済代行会社に送付後に消費生活センターが斡旋できることを伝えた。決済代行業者から連絡があり、「文書を販売事業者に送付した。当事者間で設定した交渉期限までに結論を出して、センターに連絡するよう伝えた」とのことだったが、販売事業者から何の連絡もなかった。このことを決済代行業者に伝えたところ、全額を返金すると回答があった。その旨を相談者に伝えて、全額の返金や契約が取り消されたことを確認して相談対応を終了した。

○訪問販売による原野商法の二次被害

(当 事 者) 60 歳代 男性

(相談内容) 今年初め不動産業者から電話で「あなたが持っている山林を買う」と連絡があり、後日業者が自宅を訪れた。山林は親から相続した別荘地だったが、買ってくれるのであればと思いその日に契約し、手続きに必要と言われた代金を払った。その後、半年のうちに複数の不動産会社から連絡があり、「売ってあげる」、「節税対策をしてあげる」、「土地を購入する」等と言われ、それらの事業者と言われるままに土地の取引を次々に行った。取引に際して必要な手数料、購入した土地代金、節税対策の料金等と言われ、これまで払った金額は1,300万円にもなる。取引事業者から、それぞれの事業者は裏で繋がっているとも聞いたし、これまで契約した業者の中には倒産した業者もあると聞いた。多数の業者が訪問したのでどの業者とどのように契約したか等契約の経緯はよく覚えていないが、今からそれら業者に返金を求めることは可能か。

(対 応) 原野商法の二次被害について情報提供した。返金を求める場合は書面不交付等のクーリング・オフ、契約内容の不当性から解除や取り消しを求めることになるかと伝えた。当所にてそれぞれの業者と交わした契約書を確認したところ、11 件の契約書が存在したが、書面を渡されていない契約もあるとのことだった。持参した契約のうち一番古い期日の契約は売主としての契約ではなく買主としての契約だった。また同じ土地を売主として契約後、別の業者から買主として再び売りつけられたという内容の契約もあった。契約から日にちが経過し、取引の内容も複雑であるため、消費者問題に詳しい弁護士に繋ぐことは可能と伝えるも、相談者は無料の弁護士相談を希望したため、消費者被害について相談できる窓口を案内した。後日相談者に状況を確認したところ、無料の相談窓口で見解を確認したところ、取り戻すことは難しいと言われたが、現在可能性を求め一つ一つの契約について弁護士に調査を含め対応を依頼しているとのことだったため、相談対応を終了した。

○電力・ガス小売自由化関連の電話勧誘

(当 事 者) 80 歳代 女性

(相談内容) 本日、自宅に電力会社を名乗るところから電話があり、「都市ガスと電気料金の請求をまとめるとガス代が5%安くなる」と言う。電話口で了承したところ、「契約成立しました」みたいなことを言われ、「後日、書類が届く」と言われた。書類が届いて8日以内なら解約できるとも聞いたような気がするが、電話を切ってから不安になってしまった。相手方の連絡先は聞いている。

(対 応) 相談者が記録していた事業者のフリーダイヤル番号を調べると電力会社の関連企業のものであった。書類が届いたら契約内容が明らかになると思われる。自分で読んで理解できないようなら、改めて消費生活センターに問い合わせてもらえれば説明は可能と伝えた。相談者は本当に8日以内に解約できるか不安を感じるというので、書類が届いたら、センターに連絡するよう伝えた。

○保険金が使えたと勧誘する住宅修理サービスの訪問販売

(当 事 者) 70 歳代 男性

(相談内容) 県内の一戸建てに母と二人で住む別居の70代の父が、先月突然訪問した業者に「火災保険に入ってますよね」と聞かれ、火災保険を使って無料で雨樋の修理ができると勧誘されて申し込みをしたようだ。担当者から渡された名刺によれば県外の事業者で、その他にパンフレットと「火災保険申請の流れ」という説明書、「修繕工事サービスお申込書」を渡されている。担当者が写真を撮り、修繕費用の見積は約60万円と説明を受けたとのこと。申し込み直後に父が説明書に従って保険会社に申請をしたようで、1週間前には保険会社の担当者が現地調査に訪れた。調査の結果、約30万円の保険金が入るとのことだが、業者の見積額には届いていない。さらに保険会社の担当者に経緯を明かしたところ、問題のある勧誘方法だと指摘されて消費生活センターへの相談を勧められた。説明書には保険会社から書類が届いたら連絡するように、その後着工とある。工事をせず解約したい。

(対 応) 後刻、相談者と父が同席した状態で再度電話をもらい、当事者である父から経緯を聞き取ったところ「火災保険に入ってるなら無料だから」と事業者に一方向的に話を進められたものであり、解約希望であるとのことだった。事業者の訪問から1か月後、担当者から父に電話があった際「工事をやめたい」と伝えしたが、無言で返事はなかったとの話があった。相談者から受け取った書面一式をFAX送付してもらい内容を確認したところ、契約者に保険申請の方法を指示する「火災保険申請の流れ」、「修繕工事サービスお申込書」はあったが具体的な工事内容、金額を記載した契約書は交付されておらず、保険申請を事業者が代行する内容ともなっていない。「修繕工事サービスお申込書」には「修繕工事は指定工務店により工事お打合せをした後に行う」「保険金額が認定された場合、修繕工事は入金後20日以内に着工するものとする」との記載があった。受領書面を確認する限りでは、法定書面の交付を受けていないので現時点でもクーリング・オフ主張が可能と思われると相談者に伝えた。相談者にはクーリング・オフ通知の書き方を説明し、契約者である父に作成してもらうよう助言した。後日、相談者の父がクーリング・オフ通知を作成したことを確認し、記録の残る方法で送付するよう伝えた上で、センターから事業者に架電したところ、相談者の父の契約はキャンセル扱いになっている旨の回答があった。今後、相談者父宅への訪問や工事の予定はないことを確認し、クーリング・オフ通知受領後はその旨も記録に残すよう要望した。相談者には事業者を確認した内容を伝え、通知の控えと送付記録は当面保管しておくよう助言し、今後、事業者の訪問や連絡があった場合には再相談するよう伝えた。

○インターネット接続回線の電話勧誘

(当 事 者) 40 歳代 女性

(相談内容) 昨晚、現在契約中の光回線事業者 A 社を名乗って電話があった。「今より料金が安くなる。工事は必要ないが、手続きをパソコン上で行う」と言われ、指示されるままにパソコンを操作し、A 社のホームページ上で何かの番号を取得して、先方に伝えた。A 社の担当者と話していたつもりだったが、最後に、「当社は代理店 B です。今後の事は代理店 C が対応します。」と言われた。後刻、代理店 C から電話があり、契約書を送付するとか、解約料等の説明をされ、別の会社と契約してしまったと思った。A 社から他社に乗り換えるつもりはない。申込みを取り消したいが、どうしたらよいか。

(対 応) 後刻、相談者が来所したため、光回線についての同種相談事例を情報提供し、相談者が取得した番号は転用番号であると伝えた。契約を承諾したのが昨晚との事だったので、相談者の同意を得て消費生活センターから代理店 C に連絡し経緯を伝え、契約の取消しを求めたところ、「この電話でキャンセルを承った。契約書は送付しません。」との回答を得た。相談者に、今後、万が一契約書が送付されたら、速やかにセンターに相談するよう伝え、相談対応を終了した。

○インターネット通販での健康食品の定期購入

(当 事 者) 40 歳代 男性

(相談内容) パソコンで筋肉が付くというサプリメントを販売するホームページを見た。初回お試し価格が 500 円と広告にあるので、専用フォーマットから申し込んだ。1 回注文しただけで終わりと思ったら 2 回目が届いた。業者に連絡すると、「定期購入している。4 回取る契約だ。2 回目から 6,980 円と広告にも表示している。2 回でやめるなら通常価格の差額 1 万 3,460 円を支払ってほしい」と言う。もう一度、申し込み画面を確認すると表示されていた。これは支払う事になるのか知りたい。

(対 応) サプリメントや化粧品等の定期購入の類似トラブル事例を情報提供した。通信販売は事業者が定めた返品条項に従うことになることになると伝えた。広告画面や申し込みフォーマットに定期購入になる事や、契約条件や総額表示の記載があれば、事業者が定めた契約条項に従うことになると説明した。消費生活センターで事業者のホームページを確認すると契約条件の記載を確認できた。相談者は、「後からよく見たら書いてあった。よく読まなかった。事業者からメールが来て差額の振込先の情報の記載がある。今回は支払うことにする。勉強になった」との連絡があった。通信販売の留意点を伝え、相談対応を終了した。

○情報商材(仮想通貨での投資)

(当 事 者) 60 歳代 女性

(相談内容) 動画サイトを見ていたら「あなたも資金ゼロから年収 1 億の富裕層に必ずなれる」という動画があり、仮想通貨で成功した人物の様子があった。あるコンテンツを使い、仮想通貨で当初 1 万円を投資すると、利益が増加して 1 年後には億という金額を稼ぐことができるのだと言う。主宰者のクラブに入会する必要があるとのことで約 30 万円をクレジットカードで決済した。コンテンツが配信される予定とのことで待っていたところ、クラブ関係者を名乗る者から直接連絡があり、今後の資産構築のために話し合いたいと言われた。ホテルのラウンジで話を聞くと、「現在のコースでは 1 億円を稼ぐのに 1 年かかる。ワンランク上のコースなら半年後にはすぐにでも使えるお金を引き出すことができる」と言う。「とりあえず一括払いしてその後リボ払いにすればいい」とのことで 45 万円のコースをその場でクレジットカード決済をした。契約書は一切渡されていない。実際に情報が提供されるとウォレットなるものを作成して仮想通貨の取引をするということだったのだが、自分には難しくてよくわからない。最初の動画では簡単だと言っていたが話が違う。返金してもらいたい。

(対 応) 消費生活センターでカード請求明細を確認して決済代行業者を特定した。経緯文書を作成して送付し、クレジットカード会社には経緯文書と抗弁書を送付した。後日、クラブ運営業者から委任を受けたという法律事務所からセンター宛てに「客都合による返金は応じかねる。法律上どのような根拠で返金を求めているのか客観的証拠を提示してほしい」との FAX が送付された。そこで、決済代行業者やクレジットカード会社にこの状況を説明したところ、クレジットカード会社から返金処理する可能性があると提案され、その旨を決済代行業者に伝え、後日、クラブ運営業者が全面的に取消を認めたと報告があった。相談者から「請求はなくなり、支払済みの代金は戻ってきた」との報告を受け、相談対応を終了した。

○情報商材(投資用 USB メモリ、マルチ取引)

(当 事 者) 20 歳代 男性

(相談内容) 先物取引にまつわる怪しげなネットワークビジネスの会員になっている友人から「儲かるので一緒にやらないか」と誘われた。興味はなかったし、できれば友人を退会させたかったが、一緒に行かないと友人がネットワークビジネス組織より危害を加われるのではないかと心配し、昨日一緒にカフェに出向いた。そこで友人の上層部という若い男性 2 人に先物取引の有益情報が入っている USB メモリを購入するよう勧められた。一方的にいろいろな話をされ、ほとんど頭に入らなかったが、書面にサインするよう求められ、友人の手前もあり 3 種類の書面にサインした。サインしてもクーリング・オフができることは予め調べてわかっていたので、すぐにクーリング・オフをすると伝えたところ、「これは契約書ではない。私たちは代金を受け取っていないし、USB メモリを引渡していないので契約は成立していない。従ってクーリング・オフをする必要はない」と言われた。しかし書類を見るとやはり契約書のように不安である。

(対 応) 相談者は交付された書面を持参して来所したため、消費生活センターで確認したところ、特定負担や特定利益、クーリング・オフ、中途解約に関する記載がある連鎖販売取引の概要書面及び契約書面を確認できた。また相談者は契約内容についてクーリング・オフを含む詳細な説明を受けたかについてイエス・ノー方式でチェックする確認書、概要書面及び契約書面に署名していることが判明したため、「代金を支払っていないくても、また USB メモリの引渡しを受けていなくても、契約は成立しているのでクーリング・オフを行使する必要がある」と伝えた。センターから当該事業者に連絡し、「契約は成立していないのでクーリング・オフをする必要はないとの説明は、クーリング・オフ妨害にあたる可能性がある」ことを伝え、販売方法の問題点を指摘したが、担当者は「代金の授受や USB メモリの引渡しがない限り契約は成立していない」と主張した。相談者にクーリング・オフの書面による手続き方法を助言し、相談者は速やかにクーリング・オフ通知を事業者へ送付した。なお、相談者は友人を退会させたいとの気持ちが大変強かったが、契約行為は個々のもので友人の内面まで関与するのは困難であることを伝え、センターに相談するよう友人に勧めたらどうかと伝えた。また、契約書には「当該 USB メモリはシステム売買を学習するための教材に過ぎず、実際の取引では損失が生じ得ることを認識したうえ自己責任で行う」、「シミュレーション上の実績値を提示しているが、実績値には誤りがある可能性があり、実際に当該実績値を得た者がいるわけではない」等の記載があることも指摘し、友人にも伝えてみるよう助言した。

参考資料

（参考１）消費生活相談の区分

区 分	性 格
苦情	・ 消費者からの苦情が発生している相談 ・ 消費生活センターが客観的に見て消費者が問題のある販売、勧誘を受けている場合や、センターがその商品・役務に問題があることを認識している場合
問合せ	・ 買い物相談、生活知識等苦情が発生していない相談

(参考2) 商品・役務等別分類

A. 商品一般	A 0 0	6. 他の保健衛生品	F 6 0	7. 預貯金・証券等	Q 7 0
B. 食料品		G. 教養娯楽品		7.5. デリバティブ取引	Q 7 5
1. 食料品一般	B 1 0	1. 教養娯楽品一般	G 1 0	7.6. ファンド型投資商品	Q 7 6
2. 主要食品		2. 文具・事務用品	G 2 0	8. 融資サービス	Q 8 0
1. 穀類	B 2 1	2.1. パソコン・パソコン関連用品	G 2 1	9. 他の金融関連サービス	Q 9 0
2. 魚介類	B 2 2	2.5. 電話機・電話機用品	G 2 5	R. 運輸・通信サービス	
3. 肉類	B 2 3	3. 学習教材	G 3 0	7. 運輸・運送サービス	
4. 乳卵類	B 2 4	4. 書籍・印刷物	G 4 0	0. 運輸・運送サービス一般	R 7 0
5. 野菜・海草	B 2 5	5. 音響・映像製品	G 5 0	1. 旅客運送サービス	R 7 1
6. 油脂・調味料	B 2 6	6. スポーツ用品	G 6 0	2. 郵便・貨物運送サービス	R 7 2
3. し好食品		7. 光学機器・時計		8. 放送・通信サービス	
1. 果物	B 3 1	1. カメラ類	G 7 1	0. 放送・通信サービス一般	R 8 0
2. 菓子類	B 3 2	2. 時計	G 7 2	1. 電報・固定電話	R 8 1
3. 飲料	B 3 3	3. 他の光学機器	G 7 3	2. 移動通信サービス	R 8 2
4. 酒類	B 3 4	8. 玩具・遊具	G 8 0	3. 放送・コンテンツ等	R 8 3
4. 調理食品	B 4 0	9. 楽器・他の教養娯楽品		4. インターネット通信サービス	R 8 4
1. 健康食品	B 5 1	1. 楽器	G 9 1	S. 教育サービス	
2. 食料品その他	B 5 2	2. 他の教養娯楽品	G 9 2	1. 教育一般	S 1 0
C. 住居品		H. 車両・乗り物		2. 学校教育	S 2 0
1. 住居品一般	C 1 0	1. 車両・乗り物一般	H 1 0	3. 補習教育	S 3 0
2. 家事用品		2. 自動車	H 2 0	4. 他の教育	S 4 0
1. 食生活機器	C 2 1	3. 自動車用品	H 3 0	T. 教養・娯楽サービス	
2. 食器・台所用品	C 2 2	4. 自転車・用品	H 4 0	1. 教養・娯楽一般	T 1 0
3. 洗濯・裁縫用具	C 2 3	5. 運搬用具	H 5 0	2. 旅行代理業	T 2 0
4. 掃除用具	C 2 4	6. 他の乗り物	H 6 0	3. 宿泊施設	T 3 0
5. 洗淨剤等	C 2 5	I. 土地・建物・設備		4. 教室・講座	T 4 0
3. 住生活用品		1. 土地・建物・設備一般	I 1 0	5. 観覧・鑑賞	T 5 0
1. 空調・冷暖房機器	C 3 1	2. 土地	I 2 0	6. 各種会員権	T 6 0
2. 家具・寝具	C 3 2	(借地 L-I 2 0)		7. 他の教養・娯楽	T 7 0
3. 室内装備品	C 3 3	(土地造成 M-I 2 0)		U. 保健・福祉サービス	
4. 照明器具	C 3 4	(土地管理 O-I 2 0)		1. 保健・福祉一般	U 1 0
4. 他の住居品	C 4 0	3. 建物		2. 保健	
D. 光熱水品		1. 建物一般	I 3 1	1. 医療	U 2 1
1. 光熱水品一般	D 1 0	2. 集合住宅	I 3 2	2. 理美容	U 2 2
2. 電気	D 2 0	(分譲マンション I 3 2)		3. 浴場	U 2 3
3. ガス	D 3 0	(賃貸マンション・アパート L-I 3 2)		4. 衛生サービス	U 2 4
4. 石油	D 4 0	(マンション管理 O-I 3 2)		3. 福祉	
5. 水道	D 5 0	3. 戸建住宅	I 3 3	1. 保育	U 3 1
6. 他の光熱水品	D 6 0	(建売住宅 I 3 3)		2. 老人福祉・サービス	U 3 2
E. 被服品		(借家 L-I 3 3)		4. 他の保健・福祉	U 4 0
1. 被服品一般	E 1 0	(注文住宅 M-I 3 3)		V. 他の役務	
2. 和服	E 2 0	(増改築 M-I 3 3)		1. 外食・食事宅配	V 1 0
3. 洋服		4. 他の建物	I 3 4	2. 冠婚葬祭	V 2 0
1. 洋服一般	E 3 1	4. 住宅構成材	I 4 0	3. 家事サービス	V 3 0
4. 子供洋服	E 3 4	5. 住宅設備		4. 役務その他	V 4 0
5. 洋装下着	E 3 5	1. 空調・冷暖房・給湯設備	I 5 1	W. 内職・副業・お祝い講	
6. 紳士・婦人洋服	E 3 6	2. 衛生設備	I 5 2	1.5. 内職・副業一般	W 1 5
4. 身の回り品		3. 屋外装備品	I 5 3	3. 自動販売機	W 3 0
1. 履物	E 4 1	4. 他の住宅設備	I 5 4	4. 内職・副業	W 4 0
2. かばん	E 4 2	J. 他の商品	J 0 0	5. 無限連鎖講	W 5 0
3. アクセサリー	E 4 3	K. クリーニング	K	X. 他の行政サービス	X 0 0
4. 他の身の回り品	E 4 4	L. レンタル・リース・貸借	L	Z. 他の相談	
5. 生地・糸類	E 5 0	M. 工事・建築・加工	M	1. 消費者運動	Z 1 0
6. 他の被服品	E 6 0	N. 修理・補修	N	(消費者問題一般)	
F. 保健衛生品		O. 管理・保管	O	2. 家庭管理	Z 2 0
1. 保健衛生品一般	F 1 0	P. 役務一般	P 0 0	3. 健康管理	Z 3 0
2. 医薬品	F 2 0	Q. 金融・保険サービス		4. 相談関係	Z 4 0
3. 医療用具	F 3 0	1. 金融・保険一般	Q 1 0	5. 慣習・しきたり	Z 5 0
4. 化粧品	F 4 0	2. 生命保険	Q 2 0	6. 婚姻	Z 6 0
5. 美容美容器具・用品	F 5 0	3. 損害保険	Q 3 0	7. 相続	Z 7 0
		3.5. その他の保険	Q 3 5	8. 相談その他	Z 8 0

A～J「商品」 K～O「商品関連役務」（網掛け部分） P～X「役務（サービス）」

Z 「他の相談」

(参考3) 販売方法・手口一覧

区 分	内 容
架空請求	利用した覚えのないサイト利用料等を請求される商法
電子商取引	インターネット通販等、インターネットを介して行う取引
身分詐称(かたり商法)	あたかも公的機関や有名企業の職員、関係者であるかのように装い売りつける商法
家庭訪販	販売員が消費者の家庭を訪問し、商品・サービスを販売するもの
電話勧誘	販売員が消費者の家庭等へ電話で勧誘し、商品・サービスを販売するもの
無料商法	「無料サービス」「無料体験」等、「無料」をセールストークにして広告やチラシで人を集め高額な商品やサービスを売りつける商法
ワンクリック請求	パソコンや携帯電話でアダルトサイト等にアクセスしたところ、いきなり「登録完了」等と表示され、高額な料金を請求される商法
利殖商法	「高利回り」等、利殖になることを強調して投資や出資を勧誘する商法
サイドビジネス商法	「内職・副業(サイドビジネス)になる」「脱サラできる」などのセールストークで、「講座」や機材等を契約させる商法
点検商法	「点検に来た」と言って来訪し、「布団にダニがいる」「工事をしないと危険」などと、事実と異なることを言い新品や別の商品・サービス等を契約させる商法
二次被害	一度、被害を受けた消費者を再び勧誘し被害を与えるもの
販売目的隠匿	意図的に販売目的を説明せず不意打ち的に契約をさせるもの
次々販売	一人の消費者に次から次に契約させる販売方法
テレビショッピング	テレビを広告媒体とした通信販売
原野商法	ほとんど無価値で値上がりの見込みのない土地を値上がりするように偽って売りつける手法
紹介販売	商品・サービスを購入した人に、知人など他の人を紹介させて販売を拡大する販売システム
アポイントメントセールス	「景品が当たった」などと販売目的を隠し、あるいは「特別に選ばれた」などと有利な条件を強調して電話等で喫茶店や営業所等へ呼び出し、商品・サービスを契約させるもの
ネガティブ・オプション	商品を一方的に送りつけ、消費者が受け取った以上、支払わなければならないと勘違いして支払うことを狙った商法
当選商法	「当選した」「あなたが選ばれた」などと特別な優位性を強調して売りつける商法
カタログ通販	カタログやパンフレットを広告媒体とした通信販売
劇場型勧誘	複数の登場人物が次々現れ、まるで演劇のようにそれぞれの役割を演じて消費者をだまそうとする手口
景品付販売	景品を押付けて強引に契約するなど、景品を付けることを販売勧誘の手段にしているもの
展示販売	展示会や博覧会と称して、一定期間仮設店舗等の会場で商品を販売するもの
アンケート商法	「アンケートに答えて」「アンケートをとるだけ」等と言って消費者の警戒心を解かせて売りつける商法
キャッチセールス	駅や繁華街の路上で呼び止めて喫茶店や営業所に連れて行き、応じるまで開放しない雰囲気の中で商品・サービスの契約をさせるもの

（参考４）神奈川県内の消費生活相談窓口のご案内

平成30年４月１日現在

市町村	相談窓口		相談日	相談時間	住 所	電話番号
横浜市	横浜市消費生活総合センター [月～金12:00～13:00及び土・日は電話相談のみ]		月～金	9:00～18:00	横浜市港南区上大岡西1-6-1 ゆめおおおかオフィスタワー4階	045-845-6666
			土・日	9:00～16:45		
	※まずは、上記センターにお電話ください。面接による相談が必要な場合は、予約制（相談日：月～金）によりセンターまたは市内18区役所で行います。					
川崎市	川崎市消費者行政センター [夜間(金曜日)・土曜日は電話相談のみ]		月～金	9:00～16:00	川崎市川崎区駅前本町11-2 川崎フロンティアビル10階	044-200-3030
			金（夜間）	16:00～19:00		
			土	10:00～16:00		
※上記センターのほか、面談相談が必要な場合は、中原区(金曜)・高津区(火曜)・多摩区(月曜)の3区役所出張相談を行います。前日16:00までに上記電話へ予約を。						
相模原市	相模原市消費生活総合センター		月～金	9:00～16:00 (毎月第2・4金曜日は9:00～18:00)	相模原市中央区相模原1-1-3 JR相模原駅 セレオ相模原4階	042-776-2511
			土・日・祝・休日	9:00～12:00、13:00～16:00		
	相模原市北消費生活センター		月～金	9:00～12:00、13:00～16:00		
相模原市南消費生活センター		月～金	9:00～12:00、13:00～16:00	相模原市南区相模大野5-31-1 相模原市南区合同庁舎3階		
横須賀市	横須賀市消費生活センター		月～金	9:00～16:00	横須賀市本町2-1 総合福祉会館内2階	046-821-1314
平塚市	平塚市消費生活センター	平塚市に在住・在勤・ 在学の方及び大磯町・ 二宮町に在住の方	月～金	9:30～16:00	平塚市遠間町9番1号 平塚市役所本館1階105番窓口	0463-21-7530
鎌倉市	鎌倉市消費生活センター		月～金	9:30～16:00	鎌倉市御成町18-10 鎌倉市役所内	0467-24-0077
藤沢市	藤沢市消費生活センター		月～金	9:00～12:00、13:00～16:00	藤沢市朝日町1番地の1 本庁舎4階	0466-25-1111(代)
小田原市	小田原市消費生活センター	小田原市、箱根町、真鶴町、 湯河原町に在住・在勤・ 在学の方	月～金	9:30～12:00、13:00～16:00	小田原市鉾窪300 小田原市役所内	0465-33-1777
茅ヶ崎市	茅ヶ崎市消費生活センター [寒川町の相談窓口も利用可]	茅ヶ崎市、寒川町に在住・ 在勤・在学の方	月～金	9:30～16:00	茅ヶ崎市茅ヶ崎1-1-1 茅ヶ崎市役所内	0467-82-1111(代)
逗子市	逗子市消費生活センター		月・水・木・金	9:30～12:00、13:00～16:00	逗子市逗子5-2-16 逗子市役所内	046-873-1111(代)
三浦市	三浦市市民部市民協働課（消費生活相談）		月・木 (祝・休日の際は、翌平日)	9:30～12:00、13:00～15:30	三浦市城山町1-1 三浦市役所内	046-882-1111(代)
秦野市	秦野市消費生活センター		月～金	9:00～12:00、13:00～16:00	秦野市桜町1-3-2 秦野市役所 教育庁舎内	0463-82-5181
厚木市	厚木市消費生活センター	厚木市、清川村 にお住まいの方	月～金	9:30～16:00	厚木市栄町1-16-15 厚木商工会議所会館内4階	046-294-5800
大和市	大和市消費生活センター		月～金	9:30～12:00、13:00～16:00	大和市下鶴間1-1-1 大和市役所内	046-260-5120
伊勢原市	伊勢原市消費生活センター		月～金	9:30～12:00、13:00～16:00	伊勢原市田中348 伊勢原市役所内	0463-95-3500
海老名市	海老名市消費生活センター		月～金	9:00～16:30	海老名市勝瀬175-1 海老名市役所内	046-292-1000
座間市	座間市消費生活センター		月～金	9:30～12:00、13:00～15:30 (偶数月第2水曜日は13:00～15:30のみ)	座間市緑ヶ丘1-1-1 座間市役所内	046-252-8490
南足柄市	南足柄市消費生活センター	南足柄市、中井町、大井町、 松田町、山北町、開成町 に在住・在勤の方	月～金	9:30～12:00、13:00～16:00	南足柄市関本440 南足柄市役所内	0465-71-0163
綾瀬市	綾瀬市消費生活センター		月・火・木・金	10:00～12:00、13:00～16:00	綾瀬市早川550番地 綾瀬市役所内	0467-70-3335
葉山町	葉山町町民健康課戸籍相談係		毎週 水 第2・4 月	9:30～12:00、13:00～15:30	三浦郡葉山町堀内2135 葉山町役場内	046-876-1111(代)
寒川町	寒川町消費生活相談室 [茅ヶ崎市の相談窓口も利用可]	寒川町、茅ヶ崎市に在住・ 在勤・在学の方	月・木	10:00～12:00、13:00～16:00	高座郡寒川町宮山165 寒川町役場内	0467-74-1111(代)
大磯町	大磯町町民課 [職員が対応]	大磯町、二宮町にお住 まいの方は平塚市消費 生活センターもご利用 いただけます。	月～金	8:30～17:15	中郡大磯町東小磯183番地 大磯町役場内	0463-61-4100(代)
二宮町	二宮町地域政策課 [職員が対応]		月～金	8:30～17:15	中郡二宮町二宮961 二宮町役場内	0463-71-3311(代)
中井町	中井町産業振興課 [職員が対応]	中井町、大井町、松田町、 山北町、開成町に 在住・在勤の方は、南 足柄市消費生活セン ターもご利用いただけ ます。	月～金	8:30～17:15	足柄上郡中井町比奈窪56 中井町役場内	0465-81-1115
大井町	大井町総務安全課防災安全室 [職員が対応]		月～金	8:30～17:15	足柄上郡大井町金子1995 大井町役場内	0465-85-5002
松田町	松田町観光経済課 [職員が対応]		月～金	8:30～17:15	足柄上郡松田町松田惣領2037 松田町役場内	0465-83-1228
山北町	山北町商工観光課 [職員が対応]		月～金	8:30～17:15	足柄上郡山北町山北1301-4 山北町役場内	0465-75-3646
開成町	開成町産業振興課 [職員が対応]		月～金	8:30～17:15	足柄上郡開成町延沢773 開成町役場内	0465-84-0317
箱根町	箱根町総務防災課 [職員が対応]	箱根町、真鶴町、湯河 原町に在住・在勤・在 学の方は、小田原市消 費生活センターもご利 用いただけます。	月～金	8:30～17:15	足柄下郡箱根町湯本256 箱根町役場内	0460-85-7160
真鶴町	真鶴町町民生活課 [職員が対応]		月～金	8:30～17:15	足柄下郡真鶴町岩244-1 真鶴町役場内	0465-68-1131(代)
湯河原町	湯河原町住民課 [職員が対応]		月～金	8:30～17:15	足柄下郡湯河原町中央2-2-1 湯河原町役場内	0465-63-2111(代)
愛川町	愛川町住民課		月・木	10:00～12:00、13:00～15:00	愛甲郡愛川町角田251-1 愛川町役場内	046-285-2111(代)
清川村	◆清川村にお住まいの方は、 上記厚木市消費生活センターをご利用ください。				清川村の 消費生活主管課	◇清川村 【総務課】 046-288-1212
神奈川県	かながわ中央消費生活センター		月～金	9:30～19:00	横浜市神奈川区鶴屋町2-24-2 かながわ県民センター6階	045-311-0999
			土・日・祝・休日・ 12月28日	9:30～16:30		
	※年末年始及びかながわ県民センター休館日(平成30年4月15日、6月17日、8月19日、10月28日、12月16日、12月28日、平成31年2月17日)はお休みです。					

(注) 祝日は、かながわ中央消費生活センターをご利用ください。また、相模原市に在住・在勤の方は相模原市消費生活総合センターもご利用いただけます。

いずれの相談窓口も、年末年始（12月29日～1月3日）はお休みです。

不安や疑問に思ったら、消費生活センターに相談しましょう。

消費者ホットライン 局番なし 188（イヤヤ！）

身近な消費生活相談窓口につながります。



神奈川県

くらし安全防災局くらし安全部消費生活課（かながわ中央消費生活センター）
横浜市神奈川区鶴屋町2-24-2 〒221-0835 電話(045)312-1121（代表）