

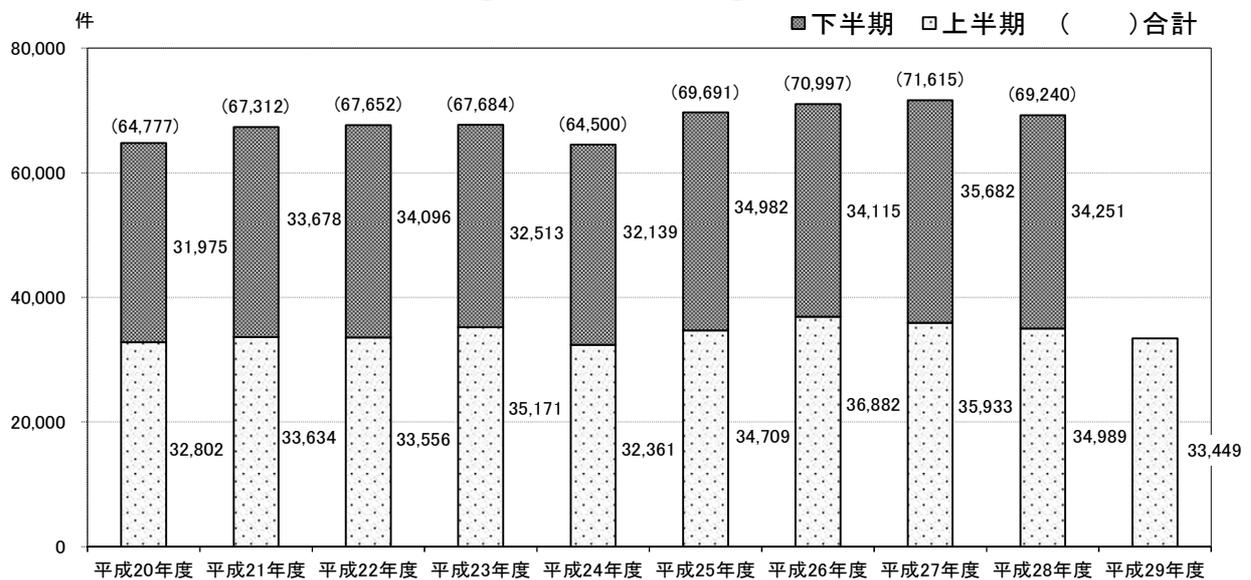
1 消費生活相談状況

神奈川県内の消費生活センター等で受け付けた相談総件数（苦情・問合せ）は 33,449 件で、前年度同期と比べ 1,540 件（4.4%）減少しています。

相談総件数のうち、苦情相談は 31,225 件で、前年度同期と比べ 1,389 件（4.3%）減少しています。

単位：件			
	苦情	問合せ	相談総件数
平成29年度上半期(A)	31,225	2,224	33,449
平成28年度上半期(B)	32,614	2,375	34,989
増減(A-B)	△ 1,389	△ 151	△ 1,540
前年度同期比(A/B)	95.7%	93.6%	95.6%

【相談総件数の推移】



2 苦情相談の概要

(1) 品目別

◆ 苦情相談の多い品目 「デジタルコンテンツ（※）」が1位

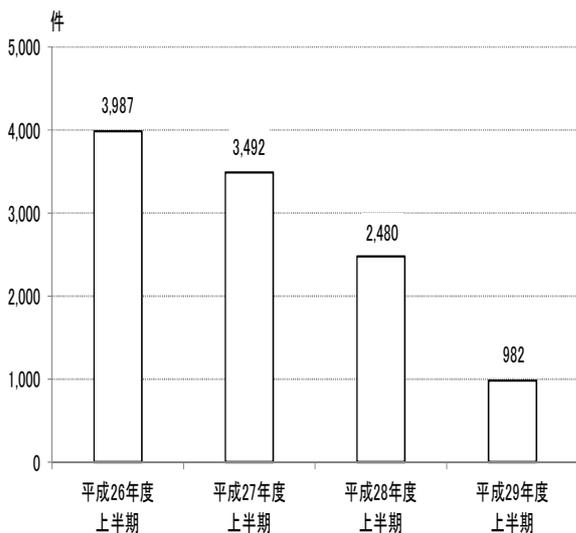
- 1位は「デジタルコンテンツ」の 5,194 件で、前年度同期と比べ 1,426 件（21.5%）減少しましたが、なお苦情相談全体の 16.6%を占めています。実在する大手通販会社やコンテンツ配信事業者名をかたり、ショートメッセージサービス（SMS）を用いて、身に覚えのない有料情報サイト等の料金について、「未納料金が発生している。本日中に連絡がない場合は法的措置に移行する。」といった内容のメールを送りつける「架空請求」が多くを占めています。

※ 「デジタルコンテンツ」とは、携帯電話やパソコン等からインターネットを通じて得られる情報

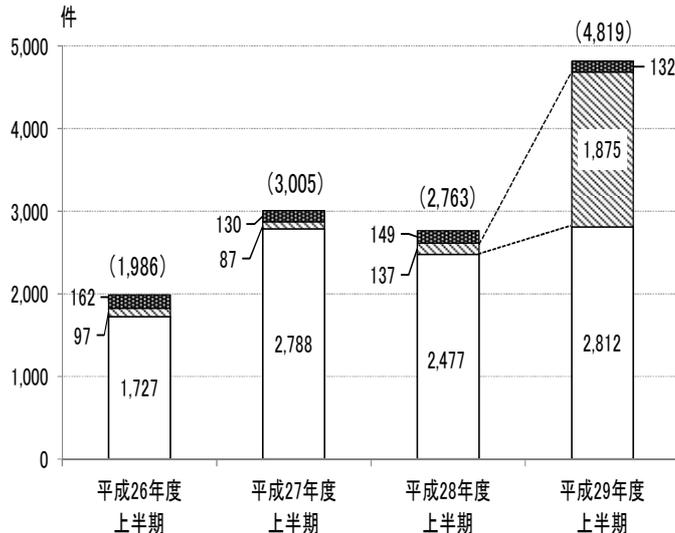
- 他方、無料とうたうアダルトサイトをクリックしたら、いきなり会員登録となって、高額な料金を請求される「ワンクリック請求」の相談は減少しています。

- 2位は「商品一般」の2,954件で、前年度同期と比べ約2.3倍に急増しています。
「『総合消費料金』の未払金がある。このままでは訴訟になる。」とほのめかすハガキによる架空請求の相談が急増しています。
- 架空請求に関する相談は4,819件で、前年度同期と比べ約1.7倍に増加しています。その内容をみると「商品一般」（ハガキによる架空請求等）が1,875件と前年度同期（137件）と比べ急増しています。

(参考) ワンクリック請求の件数推移

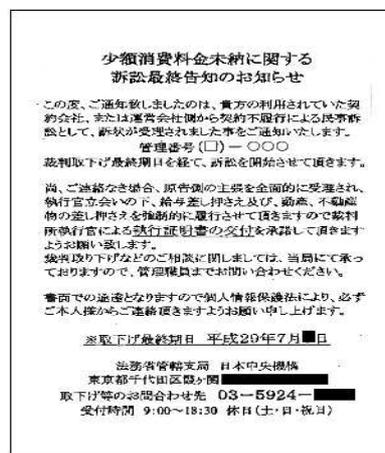
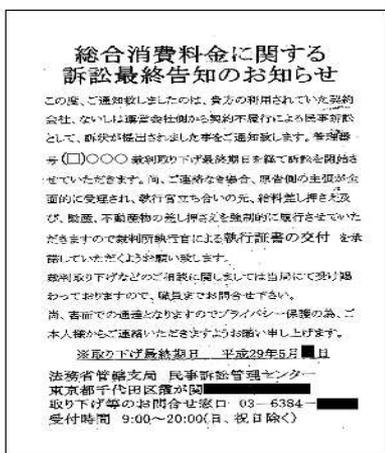
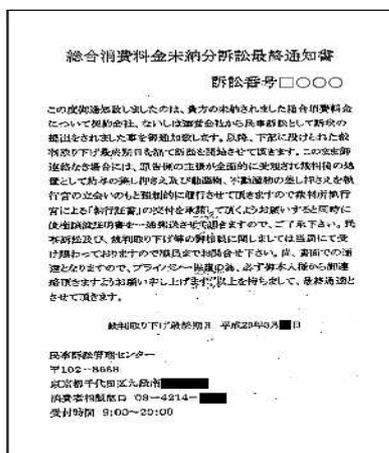


(参考) 架空請求の件数推移



デジタルコンテンツ □商品一般 ■その他

実際に送りつけられた訴訟をほのめかす内容のハガキ



◆ 苦情相談の上位品目で増加の目立つ商品等

- 増加率1位は、2位の「商品一般」の2,954件で、前年度同期と比べ約2.3倍に急増しています。「『総合消費料金』の未払金がある。このままでは訴訟になる。」とほのめかすハガキによる架空請求の相談が急増したことが一因となっています。
- 増加率2位は、10位の「エステティックサービス」の463件で、前年度同期（230件）と比べ約2倍に急増しています。これは主にエステ事業者が倒産したことに伴い相談が増加したものです。

- また、8位の「化粧品」の622件で、前年度同期（538件）と比べ84件（15.6%）増加しています。「インターネット通販でお試しのつもりで注文したら、定期購入契約になっていた。事業者に解約を申し入れたが解約はできないと言われた。」「解約をしたいので、事業者にも何度も連絡しているが、電話が繋がらない。」といった相談が寄せられています。
- なお、26位の「山林」が149件で、前年度同期（75件）と比べて約2倍に急増しています。1960（昭和35）年代から1980（昭和55）年代に増加した原野商法（無価値の山林や土地等を売りつける商法）の被害者を狙い、以前に購入した山林を別の価値のある土地と交換するなどを持ちかけて、実際には価値のない土地を売りつけるといった二次被害の相談が寄せられています。

【平成29年度上半期 苦情相談の上位15品目<前年度同期比較>】

単位：件

順位	品目	平成29年度 上半期	平成28年度 上半期	前年度 同期比	備考
	[苦情相談件数]	[31,225]	[32,614]	95.7%	
1	デジタルコンテンツ	5,194	6,620	78.5%	他のデジタルコンテンツ3,453、アダルト情報サイト1,130、出会い系サイト316
2	商品一般	2,954	1,289	229.2%	※架空請求に関する相談1,875
3	不動産貸借	1,470	1,631	90.1%	賃貸アパート1,265、借家106、不動産貸借サービス45
4	工事・建築	1,254	1,279	98.0%	屋根工事266、増改築工事177、塗装工事174
5	インターネット接続回線	904	1,130	80.0%	
6	健康食品	892	998	89.4%	
7	携帯電話サービス	726	825	88.0%	
8	化粧品	622	538	115.6%	
9	役務その他サービス ※	586	619	94.7%	
10	エステティックサービス	463	230	201.3%	脱毛エステ305、痩身エステ84、美顔エステ36
11	フリーローン・サラ金	423	515	82.1%	
12	修理サービス	409	484	84.5%	
13	四輪自動車	397	489	81.2%	
14	モバイルデータ通信	323	349	92.6%	
15	新聞	312	298	104.7%	
	テレビ放送サービス	312	413	75.5%	テレビ放送サービス200、衛生テレビ放送112

(参考)

26	山林	149	75	198.7%	
----	----	-----	----	--------	--

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

(2) 年代別

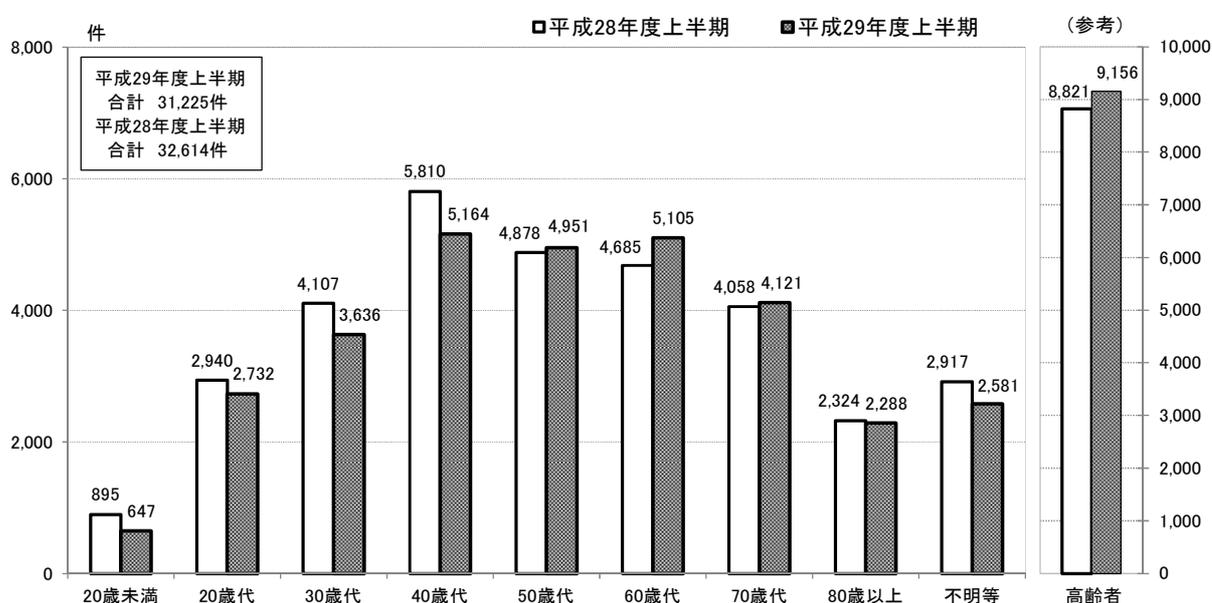
◆ 1位は40歳代、2位は60歳代。苦情相談の約3割が高齢者の相談

- 契約当事者（※1）を年代別にみると、最も件数が多いのは「40歳代」の5,164件（構成比16.5%）です。2位は「60歳代」の5,105件（16.3%）、3位は「50歳代」の4,951件（15.9%）と続いています。
- 高齢者（※2）の苦情相談件数は9,156件で、前年度同期（8,821件）と比べ335件（3.8%）増加しました。苦情相談が減少する中で増加し、苦情相談の約3割（29.3%）が高齢者の相談です。高齢者の占める割合が高い「訪問購入」（57.9%）は、平成29年度上半期は271件で、前年度同期（248件）と比べ23件（9.3%）増加しています。

※1 「契約当事者」には、実際に取引をした者のほか、事業者から勧誘や不当な請求を受けた者も含まれます。

※2 「高齢者」は契約当事者の年齢が65歳以上の者

【平成29年度上半期 苦情相談の契約当事者年代別件数<前年度同期比較>】



【平成29年度上半期 主な販売購入形態別高齢者の占める割合の状況】

単位: 件

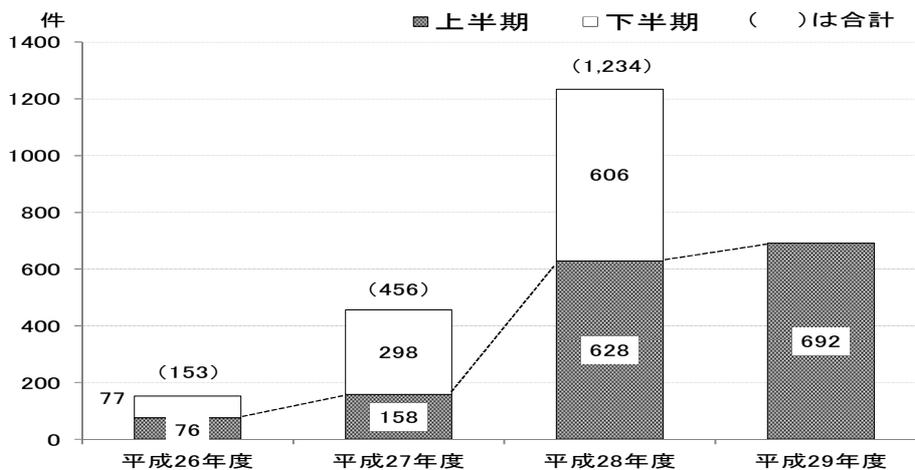
主な販売購入形態	高齢者の占める割合	高齢者	全体
訪問購入	57.9%	157	271
電話勧誘販売	53.3%	717	1,344
訪問販売	49.8%	1,596	3,204
ネガティブ・オプション	39.4%	37	94
通信販売	23.0%	2,626	11,412
マルチ・マルチまがい	15.0%	48	321

3 特徴的な苦情相談 — 通信販売における健康食品や化粧品等の「定期購入」に関する苦情相談 —

◆ 定期購入に関する苦情相談は依然高水準

- 通信販売における健康食品や化粧品等の「定期購入」に関する苦情相談件数は、平成 26 年度から平成 28 年度にかけて急増しています。平成 28 年度は平成 26 年度の約 8.1 倍となり、平成 29 年度上半期も引き続き増加傾向にあります。
- 平成 29 年度上半期は 692 件で、前年度同期（628 件）と比べ 64 件（10.2%）増加しています。

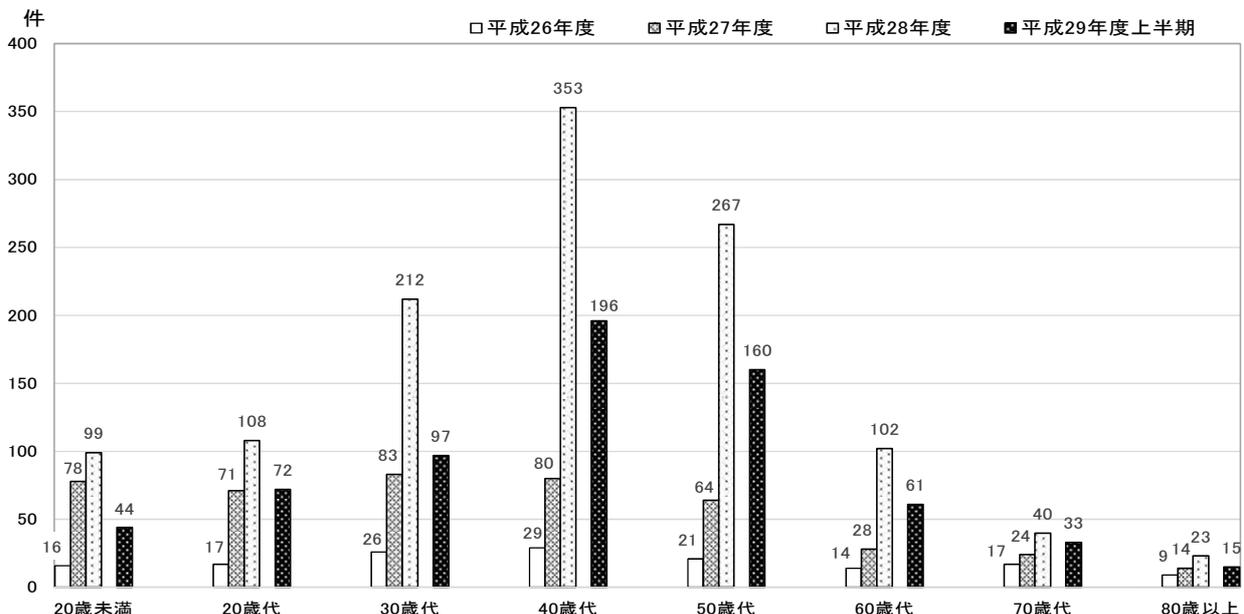
【定期購入に関する苦情相談件数の推移】



◆ 30歳代から50歳代の相談が急増

- 「30歳代」から「50歳代」からの相談が多く、平成 29 年度上半期では、定期購入に関する苦情相談の 65.4%を占めています。

【定期購入に関する苦情相談の年代別件数の推移（不明等除く）】



「消費生活相談概要」は、「全国消費生活情報ネットワークシステム（PI0-NET）」のデータベースを基に作成しています。

<主な相談事例>

○訴訟をほのめかずハガキ

(当事者) 60歳代 女性 契約金額 10万円

(相談内容) 本日、「総合消費料金未納分訴訟最終通知書」というハガキが裁判所に類似した名称のところから届いた。自分が未納した総合消費料金について契約会社、ないし運営会社から民事訴訟として訴状の提出されたことを通知するとのことだった。請求料金などが不明だったので相手に連絡したところ、訴訟に向けて弁護士を紹介できると言われ、紹介料として10万円を支払うよう指示された。相手に指示されるままにコンビニで電子マネータイプのプリペイドカードを購入し、番号を伝えてしまったが、不審に思う。

(対応) 類似の架空請求について情報提供した。相手には連絡せず、無視して様子を見る必要があったことを伝え、すぐに警察とプリペイドカード発行会社に相談するよう助言した。後日、相談者から連絡があり、すぐに発行会社に連絡しカード記載の番号を伝えたところ、利用停止手続きが取れた。また、警察にも相談し、今回のことを情報提供したとのことだった。個人情報を知られているので、例えば、電話勧誘に対しては、留守番電話サービスの活用や心当たりのない電話番号を着信拒否設定するなど、今後の対応についても助言した。

○訪問購入

(当事者) 70歳代 女性 契約金額 5万円

(相談内容) 数日前、「古着等買い取ります。」と事業者から電話があり、不用品を処分したいと思ったので、訪問を承諾した。昨日、事業者が訪問し、古着を見せたが、1着ずつ査定をせずにビニール袋に詰めて、一袋1,000円と言われた。更にアクセサリーはないかと言われたので、18金のブローチ1点と、同じく18金の指輪6点を見せたら、合計約5万円で買い取ると言われ、承諾した。指輪に付いていた宝石は価値がないと言って、宝石を外し、18金の土台だけを買取られた。しかし、事業者が帰った後、冷静になって考えると、売却した指輪のいくつかは思い出のある品だったので、売却したことを後悔した。契約書にはクーリング・オフができると記載されていたので、どのようにしたらよいか教えて欲しい。また、事業者は指輪を溶かすと言っていたので、すぐに電話をした方がよいだろうか。

(対応) 指輪を溶かされないうちに、取り急ぎ事業者にクーリング・オフする旨を伝えるよう助言した。後刻、相談者から電話があり、「事業者に連絡したところ、指輪はまだ溶かしていないとのことだった。この電話でクーリング・オフに応じると言われ、物品の返還方法は、後日、連絡すると言われた。」とのことだった。クーリング・オフは必ず書面で行うよう伝え、通知の記載方法を説明し、期間内に必ず記録に残る方法で事業者へ送付するよう助言し、返品を確認した。

○点検商法（屋根工事）

（当事者） 70歳代 女性 契約金額 370万円

（相談内容） 隣家で屋根補修と塗装の工事を行っていた。数日前、隣家の工事業者が訪問し「屋根の漆喰が落ちている。修理したほうが良い。」と補修工事を勧められた。私自身もいずれ修理しなければいけないと思っていたので、その場で契約した。当初、工事の着手は契約から9日目の予定だったが、昨日、他の現場で使っていた足場が空いたとの理由で着手を2日早めるとの話があった。唐突な話で施工を急かされているように感じて、当該事業者に対して不信感が出てきた。いつも世話になっている事業者にも見てもらい、判断すればよかったと思っている。工事代金は、当初の着手日に着手金として170万円、工事完了後に200万円、計370万円を振り込む予定であるが、クーリング・オフが可能か。

（対応） 訪問販売や点検商法の事例について情報提供し、契約から8日間であればクーリング・オフできると伝えた。相談者より契約書・約款一式の提供を受け、確認した。相談者にクーリング・オフ通知の書き方を説明し、記録に残る形で送付するよう助言した。消費生活センターから通知発信日と通知到着日に当該事業者へ連絡したところ、相談者の意向が了承されたことを確認できた。相談者には当該事業者がクーリング・オフを了承したことを伝え、訪問販売の注意点を助言し、何かあれば再相談可能であることを伝え、相談終了とした。

○定期購入に関する相談（健康食品、未成年者契約）

（当事者） 10歳代 女性 高校生

（相談内容） 高校生の娘宛てにコンビニ後払いサービス業者からの督促状が届いた。娘に確認すると、インターネット通販で丰胸サプリを定期購入していたことが分かった。娘は、初回分500円は支払ったようだが2回目以降の約6,000円を支払わずにいたい。成長過程にある娘がそのような商品を口に入れたことで身体への影響が心配である。

（対応） サプリメントに関するトラブル事例として「SNSの広告を見てサプリメントを注文したら定期購入になっていた。」「広告通りの効果が出なかった。」等の事例を紹介した。体調が悪くなった場合はすぐに控えるようにと注意喚起はしているが、将来に起こるかもしれない身体への影響については消費生活センターでは判断できないことを伝え、健康食品の安全性、有効性情報に関する相談窓口として、独立行政法人国立健康・栄養研究所を案内した。また、未成年者取消について説明し、お小遣いの範囲では難しいこと、詐術を用いた場合はできないことなど情報提供した。親の同意についての確認方法がチェックだけなら同意を得たとは言えないこと、返品特約はどうなっているか、定期購入になっていないかどうかを注文したサイトで確認すること、定期購入で高額な場合は未成年者取消が考えられることなど伝え、契約者（娘）に確認し、納得できない場合、契約者と一緒に改めて相談するよう助言した。