

平成 29 年度上半期 神奈川県内における

消費生活相談概要

平成 29 年 12 月

本誌は、平成 29 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、「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相談情報を分析し、消費者被害の未然防止や拡大防止を図るために発行するものです。

目 次

1	消費生活相談の状況	1
2	苦情相談の状況	1
	（1）苦情相談件数は 31,225 件	1
	（2）苦情相談の品目別 1 位は「デジタルコンテンツ」	2
	（3）契約当事者の年代別 1 位が 40 歳代、2 位が 60 歳代 苦情相談の約 3 割が高齢者（契約当事者の年齢が 65 歳以上の者）の相談	4
	（4）特殊販売の苦情相談 1 位は「通信販売」	5
	（5）販売方法・手口別 1 位は「電子商取引」	7
	（6）「危害」に関する相談は減少、「危険」に関する相談は増加	7
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	9
4	かながわ中央消費生活センターにおける消費生活相談等の状況	21
	（1）苦情相談	21
	（2）生活再建支援相談	23

付表・付図及び参考

付表・付図

<消費生活相談受付状況>

（付表 1-1）平成 29 年度上半期	県内市町村消費生活センター等の消費生活相談総件数	26
（付図 1）	苦情相談件数の推移	27
（付表 1-2）平成 29 年度上半期	相談者の居住地別苦情相談件数	28

<苦情相談上位品目関連>

（付表 2-1）平成 29 年度上半期	苦情相談の上位 25 品目<前年度同期比較>	29
（付表 2-2）平成 29 年度上半期	苦情相談の上位 25 品目<前年度同期順位比較>	30
（付図 2）平成 29 年度上半期	苦情相談の上位品目等の年代別件数<前年度同期比較>	31

<契約当事者関連>

（付図 3）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>	33
（付図 4）平成 29 年度上半期	苦情相談の契約当事者職業別件数及び構成比<前年度同期比較>	33

（付表 3）	平成 29 年度上半期	契約当事者性別・年代別苦情相談件数＜前年度同期比較＞	34
（付表 4-1）	平成 29 年度上半期	契約当事者年代別苦情相談の上位 5 品目	34
（付表 4-2）	平成 29 年度上半期	契約当事者（男性）年代別苦情相談の上位 5 品目	35
（付表 4-3）	平成 29 年度上半期	契約当事者（女性）年代別苦情相談の上位 5 品目	35
<特殊販売関連>			
（付表 5）	平成 29 年度上半期	苦情相談の販売購入形態別相談件数及び構成比＜前年度同期比較＞	36
（付図 5）	平成 29 年度上半期	特殊販売の年代別件数＜前年度同期比較＞	37
（付表 6-1）	平成 29 年度上半期	「訪問販売」の苦情上位 10 品目＜前年度同期比較＞	38
（付表 6-2）	平成 29 年度上半期	「通信販売」の苦情上位 5 品目＜前年度同期比較＞	38
（付表 6-3）	平成 29 年度上半期	「マルチ・マルチまがい」の苦情上位 5 品目＜前年度同期比較＞	38
（付表 6-4）	平成 29 年度上半期	「電話勧誘販売」の苦情上位 5 品目＜前年度同期比較＞	39
（付表 6-5）	平成 29 年度上半期	「ネガティブ・オプション」の苦情上位 3 品目＜前年度同期比較＞	39
（付表 6-6）	平成 29 年度上半期	「訪問購入」の苦情上位 5 品目＜前年度同期比較＞	39
（付表 6-7）	平成 29 年度上半期	「その他無店舗販売」の苦情上位 2 品目＜前年度同期比較＞	39
<販売方法・手口別関連>			
（付表 7-1）	平成 29 年度上半期	販売方法・手口別の苦情相談の上位 25 位	40
（付表 7-2）	平成 29 年度上半期	販売方法・手口別、主な苦情相談事例	42
<危害・危険関連>			
（付表 8-1）	平成 29 年度上半期	危害内容の商品・役務等別苦情相談件数、相談事例	48
（付表 8-2）	平成 29 年度上半期	危険内容の商品・役務等別苦情相談件数、相談事例	49
<その他>			
（付図 6）	平成 29 年度上半期	相談方法別件数及び構成比＜前年度同期比較＞	50
（付表 9）	平成 29 年度上半期	苦情相談の分類別状況	51
（付表 10）	平成 29 年度上半期	苦情相談の契約購入金額・既支払金額	52
（付表 11）	平成 29 年度上半期	被害の未然防止やその回復が図られた金額（救済金額）	52
（付表 12-1）	平成 29 年度上半期	契約当事者の地域別苦情相談件数＜前年度同期比較＞	53
（付表 12-2）	平成 29 年度上半期	契約当事者の地域別苦情相談の上位 10 品目	53
参考資料			
（参考 1）		消費生活相談の区分	54
（参考 2）		商品・役務等別分類	55
（参考 3）		内容別分類	56
（参考 4）		販売方法・手口一覧	57
（参考 5）		神奈川県内の消費生活相談窓口のご案内	58

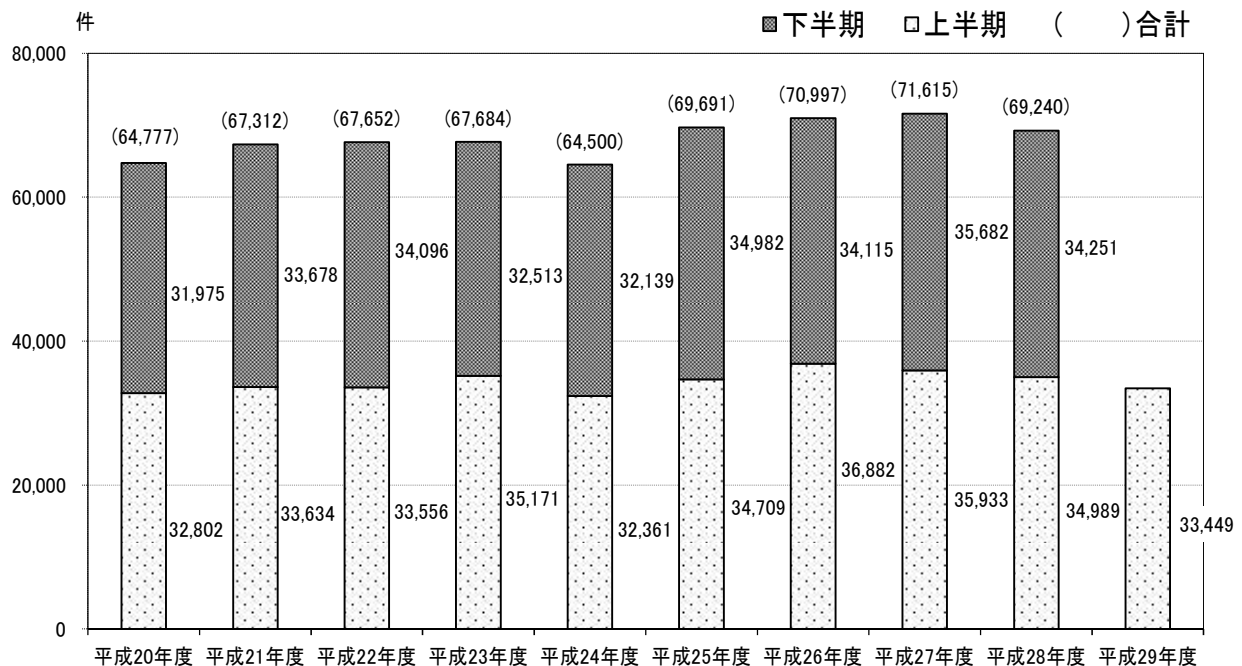
1 消費生活相談の状況

相談総件数は、33,449件

(P26 付表1-1、P27 付図1)

- 平成29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は、33,449件(県5,970件、市町村27,479件)で、前年度同期(34,989件)と比べ1,540件(4.4%)減少しています。
- 相談総件数の内訳は、苦情31,225件、問合せ2,224件(前年度同期：苦情32,614件、問合せ2,375件)で、苦情が消費生活相談全体の93.4%を占めています。

(図) 消費生活相談総件数の推移



2 苦情相談の状況

これ以降は、「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ている神奈川県内の消費生活センター等で受け付けた相談のうち、「苦情相談」について分析しています。

(1) 苦情相談件数は31,225件

(P26、P28 付表1-1~2、P27 付図1)

- 苦情相談は31,225件(県5,486件、市町村25,739件)で、前年度同期と比べ1,389件(4.3%)の減少となっています。

(2) 苦情相談の品目別 1 位は「デジタルコンテンツ※」

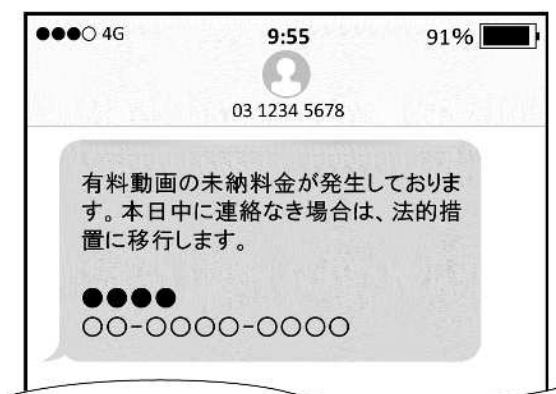
(P29~P30 付表2-1~2、P31~P32 付図2)

◆苦情相談の多い品目

- 苦情相談の品目別 1 位は、アダルトサイトや出会い系サイトといったインターネット情報サイトのトラブルである「デジタルコンテンツ」の 5,194 件です。

前年度同期(6,620 件)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。内訳をみると、「他のデジタルコンテンツ」が 3,453 件(前年度同期 3,357 件、96 件(2.9%)増加)、「アダルト情報サイト」が 1,130 件(前年度同期 2,681 件、1,551 件(57.9%)減少)、「出会い系サイト」が 316 件(前年度同期 317 件、1 件(0.3%)減少)となっています。

- 増加した「他のデジタルコンテンツ」は、実在する大手通販会社やコンテンツ配信業者名をかたり、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。

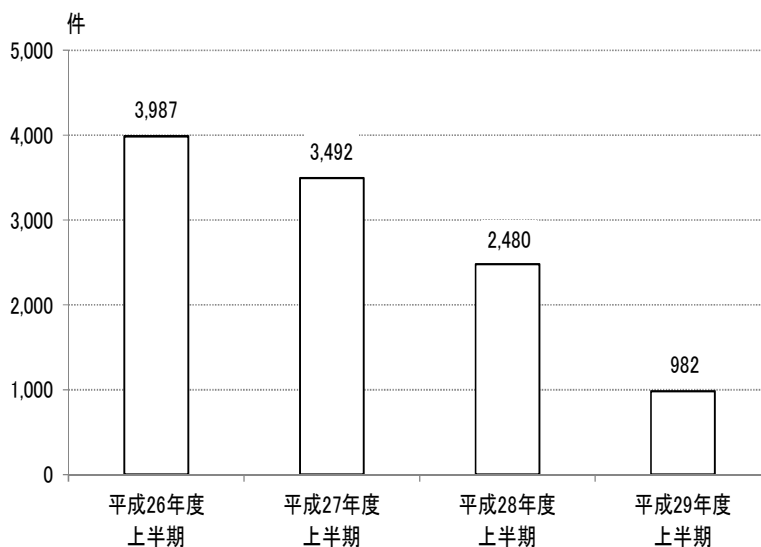


ショートメッセージサービス(SMS)を用いた
架空請求メール(スマートフォン画面でのイメージ)

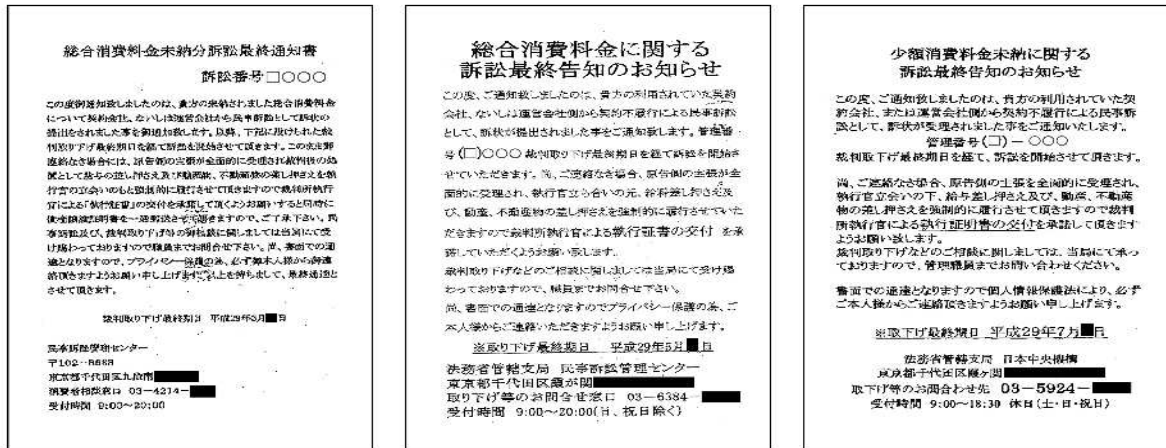
- 無料とうたうアダルトサイトをクリックしたら、いきなり会員登録となって、高額な料金を請求される「ワンクリック請求」の相談は、平成 26 年度上半期以降では減少しています。

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

(参考) ワンクリック請求の件数推移



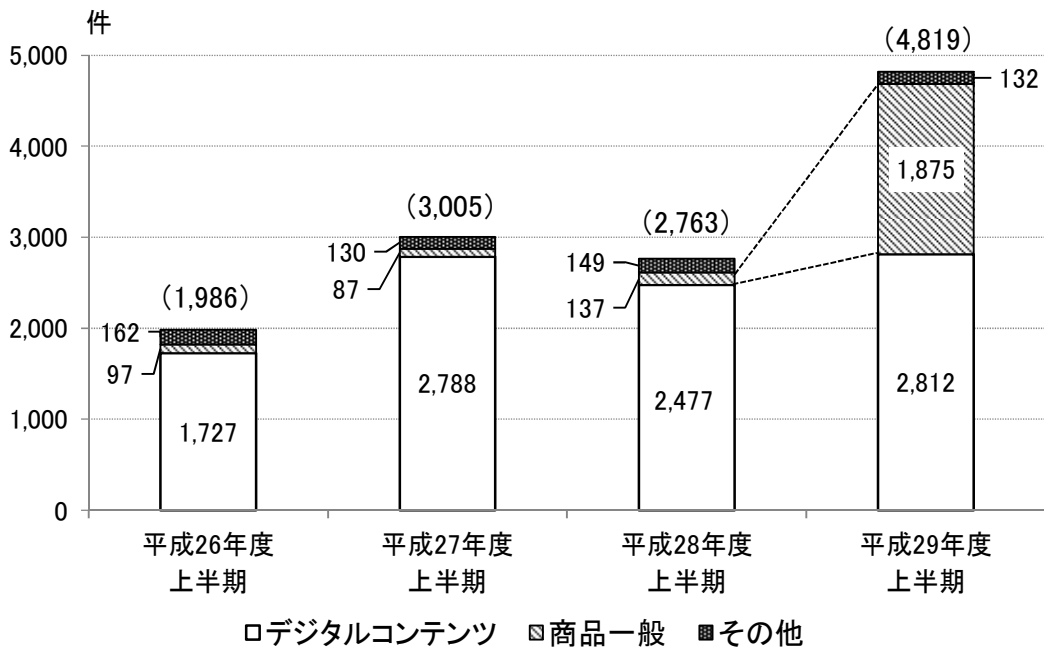
- 2位は、「商品一般」の2,954件で、前年度同期（1,289件）と比べ約2.3倍に急増しています。これは、「『総合消費料金』の未払金がある。このままでは訴訟になる。」とほのめかすハガキによる架空請求に関する相談が急増したことが一因となっています。



実際に送りつけられた訴訟をほのめかす内容のハガキ

- 3位は、賃貸アパートの退去時の原状回復や敷金清算をめぐるトラブルなどの「不動産貸借」の1,470件で、前年度同期（1,631件）と比べ161件（9.9%）減少しています。
- 架空請求に関する相談は4,819件で、前年度同期（2,763件）と比べ約1.7倍に増加しています。その内容を見ると「商品一般」（葉書による架空請求等）が1,875件と、前年度同期（137件）と比べ急増しています。

（参考）架空請求の件数推移



◆上位 25 品目で増加率の高い品目

- 増加率1位は、2位の「商品一般」の2,954件で、前年度同期（1,289件）と比べ約2.3倍に急増しています。訴訟をほのめかす内容のハガキによる急増ですが、ハガキは主に50歳代、60歳代の女性に送りつけられています。

- 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、特に20歳代の相談が急増しました。
- 増加率3位は、19位の「他のネット通信関連サービス」の234件で、前年度同期（167件）と比べ67件（40.1%）増加しました。大手通販サイトを利用したら、有料会員になっていた等の相談が増加したため、20歳代を除く全ての年代で増加していますが、特に60歳代が大きく増加しています。
- 増加率4位は、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。事業者へ解約を申し入れたが解約はできないと言われた。」との相談や、「解約をしたいので、事業者に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。
20歳未満、50歳代、70歳代を除く各年代で件数が増加していますが、特に30歳代は97件と前年度同期（59件）と比べ約1.6倍、40歳代は154件と前年度同期（124件）と比べ約1.2倍となっています。
- なお、上位25品目以外をみると、26位の「山林」が149件で、前年度同期（75件）と比べ約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。

◆上位25品目で減少率の高い品目

- 一方、減少率1位は、15位の「テレビ放送サービス」の312件で、前年度同期（413件）と比べ101件（24.5%）減少しています。減少率2位は、17位の「相談その他」の259件で、前年度同期（331件）と比べ72件（21.8%）減少、減少率3位は1位の「デジタルコンテンツ」の5,194件で、前年度同期（6,620件）と比べ1,426件（21.5%）減少となっています。

（3）契約当事者（※）の年代別1位は40歳代、2位は60歳代

苦情相談の約3割が高齢者（契約当事者の年齢が65歳以上の者）の相談

（P33 付図3～4、P34 付表3、P34～P35 付表4-1～3）

- 契約当事者を『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。
- 平成29年度上半期は、「50歳代」「60歳代」「70歳代」で前年度同期と比べ件数が増加したものの、それ以外の年代では減少しています。
- 高齢者の苦情相談件数は9,156件と、前年度同期（8,821件）と比べ335件（3.8%）増加し、苦情相談の約3割（29.3%）が高齢者の相談となっています。
- 『性別』では、男性の占める割合が43.4%、女性の割合が52.9%で、前年度同期と比べ女性の割合が3.5ポイント上昇しました。
- 『職業別』では、「給与生活者」が39.2%、「無職」が22.8%、「家事従事者」が20.1%、「自営・自由業」が4.7%の順で続きます。

- 『年代別』に品目をみると、80歳以上では「工事・建築」が1位ですが、それ以外の年代では「デジタルコンテンツ」が1位となっています。
- 年代別の特徴として、20歳未満では「健康食品」「化粧品」が、20歳代では「エステティックサービス」が、20歳代から80歳以上で「商品一般」が上位となっています。
- これを更に性別でみると、男性では、20歳代から80歳以上の各年代で「インターネット接続回線」が、20歳未満では「ビジネス教室」、80歳以上で「山林」が、それぞれ上位となっています。
- 女性では、「健康食品」が20歳代を除く全ての年代で、「化粧品」が20歳未満から50歳代で上位となっています。また、「エステティックサービス」が20歳未満から30歳代で上位となっており、特に20歳代では1位となっています。

※ 「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む。

(4) 特殊販売の苦情相談1位は「通信販売」

(P36 付表5、P37 付図5、P38～P39 付表6-1～7)

- 「特定商取引に関する法律」に定める訪問販売、通信販売、電話勧誘販売等の販売購入形態(特殊販売)の相談は16,857件で、全体の54.0%を占めています。前年度同期(18,475件、56.7%)と比べ、件数、構成比ともに減少しました。
- 特殊販売の相談のうち「通信販売」が67.7%、「訪問販売」が19.0%、「電話勧誘販売」が8.0%となっています。

特殊販売の主な販売購入形態別の件数及び品目は、次のとおりです。

ア 訪問販売

- 「訪問販売」の相談は3,204件で、前年度同期(3,329件)と比べ125件(3.8%)減少しています。品目別1位は「工事・建築」の711件、2位は「新聞」の260件となっています。「工事・建築」では屋根工事や塗装工事の相談が寄せられています。
- 上位10品目で増加率1位は、「山林」の106件で、前年度同期(52件)と比べ約2倍と急増しており、原野商法の二次被害に関する相談が寄せられています。また、白蟻駆除の勧誘等の相談である「駆除サービス」が67件で、前年度同期(52件)と比べ15件(28.8%)増加となっています。
- 上位10品目で減少率1位は、「インターネット接続回線」の86件で、前年度同期(122件)と比べ36件(29.5%)減少しています。
- 年代別では、80歳以上、70歳代の順となっており、他の年代の件数が減少する中、70歳代、80歳代以上では増加し、高齢者の占める割合は49.8%となっています。

イ 通信販売

- 「通信販売」の相談は11,412件で、前年度同期(12,588件)と比べ1,176件(9.3%)減少しています。品目別1位は「デジタルコンテンツ」の4,957件で、通信販売全体の43.4%を占めています。
- 上位5品目で増加率1位は、「商品一般」の758件で、前年度同期(295件)と比べ約2.6倍と急増しています。身に覚えのない料金が未納なので支払うように求められた架空請求メールに関する相談が寄せられています。増加率2位は「化粧品」の524件で、前年度同期(404件)と比べ120件(29.7%)増加しています。

- 年代別では、40 歳代、50 歳代の順となっており、60 歳代、70 歳代で件数が増加しています。

ウ マルチ・マルチまがい

- 「マルチ・マルチまがい」の相談は 322 件で、前年度同期（325 件）と比べ 3 件（0.9%）減少しています。品目別 1 位は「他の内職・副業」の 45 件、次いで、2 位は「商品一般」の 37 件となっています。また、旅行やスポーツクラブが安くなるなどのリゾートクラブ会員権のマルチ商法に関する相談である「複合サービス会員」が 30 件で、前年度同期（20 件）と比べ 10 件（50.0%）増加しています。
- 年代別では、20 歳代が多く、若者（契約当事者の年齢が 30 歳未満の者）の占める割合が 49.5%と最も高くなっています。

エ 電話勧誘販売

- 「電話勧誘販売」の相談は 1,344 件で、前年度同期（1,725 件）と比べ 381 件（22.1%）減少しています。品目別 1 位は「インターネット接続回線」の 428 件で、前年度同期（542 件）と比べ 114 件（21.0%）減少する一方、品目別 5 位の「モバイルデータ通信」は 46 件で、前年度同期（22 件）と比べ約 2 倍と急増しています。Wi-fi を利用したインターネット通信契約の勧誘に関する相談などが寄せられています。
- 年代別では、70 歳代、60 歳以上、80 歳以上の順となっており、高齢者の占める割合が 53.3%となっています。

オ ネガティブ・オプション（いわゆる送り付け商法）

- 「ネガティブ・オプション」の相談は 94 件で、前年度同期（90 件）と比べ 4 件（4.4%）増加しています。品目別 1 位は「健康食品」の 19 件で、前年度同期（36 件）と比べ 17 件（47.2%）減少する一方、品目別 2 位の「商品一般」が 16 件で、前年度同期（13 件）と比べ 3 件（23.1%）増加しています。「宅配便業者から覚えのない荷物が届き、中身は不明だが開封してよいか。」といった相談が寄せられています。
- 年代別では、40 歳代と 70 歳代が同件数（17 件）で並び、次いで 80 歳以上となっています。20 歳代から 60 歳代で件数が増加しており、これまでの高齢者に多かった傾向に変化が見られます。

カ 訪問購入

- 「訪問購入」の相談は 271 件で、前年度同期（248 件）と比べ 23 件（9.3%）増加しています。品目別 1 位は「不用品を買い取りますとの勧誘電話がしつこい。」などの「商品一般」の 36 件で、前年度同期（38 件）と比べ 2 件（5.3%）減少となっています。他方、「指輪」「アクセサリ」「ネックレス」といった「不用品を買い取りますと言ったのに、実際は貴金属を出すよう言われた。」などの相談が増えています。
- 年代別では、70 歳代、60 歳代、80 歳以上の順となっており、高齢者の占める割合が 57.9%と最も高くなっています。

キ その他無店舗販売

- 「その他無店舗販売」の相談は 210 件で、前年度同期（170 件）と比べ 40 件（23.5%）増加しています。品目別 1 位は、コインパーキングのトラブル相談である「パーキング」の 21 件となっています。

(参考) 平成 29 年度上半期 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

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	57.9%	157	271	マルチ・マルチまがい	49.5%	159	321
電話勧誘販売	53.3%	717	1,344	通信販売	12.0%	1,370	11,412
訪問販売	49.8%	1,596	3,204	ネガティブ・オプション	9.6%	9	94
ネガティブ・オプション	39.4%	37	94	訪問販売	9.3%	297	3,204
通信販売	23.0%	2,626	11,412	電話勧誘販売	3.4%	46	1,344
マルチ・マルチまがい	15.0%	48	321	訪問購入	3.0%	8	271

※契約当事者の年齢が65歳以上の者
※「店舗購入」「その他無店舗」は除く。

※契約当事者の年齢が30歳未満の者
※「店舗購入」「その他無店舗」は除く。

(5) 販売方法・手口別(※1) 1位は「電子商取引」

(P40~P41 付表7-1)

◆苦情相談の多い手口

- 販売方法・手口別にみると、1位は「電子商取引」の9,365件で、前年度同期(10,448件)と比べ1,083件(10.4%)減少しています。その品目別内訳をみると、最も多いのは「デジタルコンテンツ」の4,778件で、「電子商取引」の51.0%を占めています。

契約当事者の特徴としては、年代では「30歳代から60歳代」、職業では「給与生活者」が多く、男女の割合は女性がやや多くなっています。「平均契約購入金額(※2)」は21万3千円、「平均既支払金額(※3)」は9万円となっています。

- 2位は「家庭訪販」の2,908件で、前年度同期(2,916件)と比べ8件(0.3%)減少しています。その品目別内訳は、「工事・建築」(680件)、「新聞」(247件)、「テレビ放送サービス」(219件)の順となっています。

契約当事者の特徴としては、年代では「70歳以上」、職業では「無職」が多く、女性(1,544件)が男性(1,291件)の約1.2倍となっています。「平均契約購入金額」は209万7千円、「平均既支払金額」は115万2千円と高額となっています。

- 3位は「電話勧誘」の2,329件で、前年度同期(2,820件)と比べ491件(17.4%)減少しています。その品目別内訳は、「インターネット接続回線」(466件)、「商品一般」(211件)、「山林」(90件)の順となっています。

契約当事者の特徴としては、年代では「60歳以上」、職業では「無職」「家事従事者」「給与生活者」が多く、女性(1,182件)が男性(1,008件)の約1.2倍になっています。「平均契約購入金額」は177万5千円、「平均既支払金額」は79万5千円です。

◆増減の目立つ手口

- 主な手口で増加率1位は、4位の「身分詐称」が1,679件で、前年度同期(713件)と比べ約2.4倍増加、23位の「SF商法」が50件で、前年度同期(36件)と比べ14件(38.9%)増加、13位の「原野商法」が186件で、前年度同期(134件)と比べ52件(38.8%)増加の順となっています。

- 他方、減少率1位は、16位の「劇場型勧誘」が122件で、前年度同期(212件)と比べ90件(42.5%)減少、25位の「過量販売」が39件で、前年度同期(63件)と比べ24件(30.1%)減少となっています。

※1 「販売方法・手口別」の詳細は参考4(P57)参照

※2 「契約購入金額」とは、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のこと。

※3 「既支払金額」とは、苦情相談に係る取引で既に支払っている金額のこと。

(6) 「危害」に関する相談は減少、「危険」に関する相談は増加

(P48~P49 付表8-1~2)

◆ 「危害」に関する相談

- 製品やサービスにより疾病やケガ等の「危害」を受けたという相談は 495 件で、前年度同期 (531 件) と比べ 36 件 (6.8%) 減少しています。
- 商品・役務別でみると、エステティックサービス、医療などの「保健・福祉サービス」が 121 件 (24.5%) で最も多く、健康食品や調理食品などの「食料品」が 119 件 (24.0%) の順となっています。
「保健衛生品」は 107 件で、前年度同期 (92 件) と比べ 15 件 (16.3%) 増加しています。
化粧品を使用したところ、かゆみなどの皮膚障害が出たなどの相談が寄せられています。
- 内容別でみると、化粧品や薬、美容室でのパーマなどによる「皮膚障害」が 151 件 (30.5%) で最も多く、医療サービスや洗剤、食料品等によるめまい、しびれ、腫れ、その他の諸症状の「その他の傷病及び諸症状」が 124 件 (25.1%) の順となっています。

◆ 「危険」に関する相談

- 危害に至る恐れがある「危険」に関する相談は 182 件で、前年度同期 (157 件) と比べ 25 件 (15.9%) 増加しています。
- 商品・役務別でみると、エアコンや電子レンジ等の「住居品」が 50 件 (27.5%) で最も多く、「車両・乗り物」が 40 件 (22.0%) の順となっています。
- 内容別でみると、携帯電話等の電池パックが熱くなった、コンセントがこげたなどの「過熱・こげる」が 30 件 (16.5%) で最も多く、火花が散ったなどの「発煙・火花」が 27 件 (14.8%) の順となっています。

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 —

通販サイト等で、「今だけ初回 100 円」「お試し」「モニター」等、通常価格より低価格で商品を購入できるといった広告を見て申し込んだところ、実際には定期購入が条件となっていたという、健康食品や化粧品等の定期購入に関する相談が多く寄せられています。

相談内容を見ると、定期購入が条件であることを認識せず「お試し」「モニター」のつもりで注文したところ、2 個（回）目の商品が届き、定期購入契約であったことが分かったという相談のほか、商品を使用したところ、「発疹が出た」「下痢をした」等の健康被害が疑われる相談も寄せられています。

そこで、通信販売における健康食品や化粧品等の「定期購入」に関する苦情相談の傾向について分析しました。

<分析の対象>

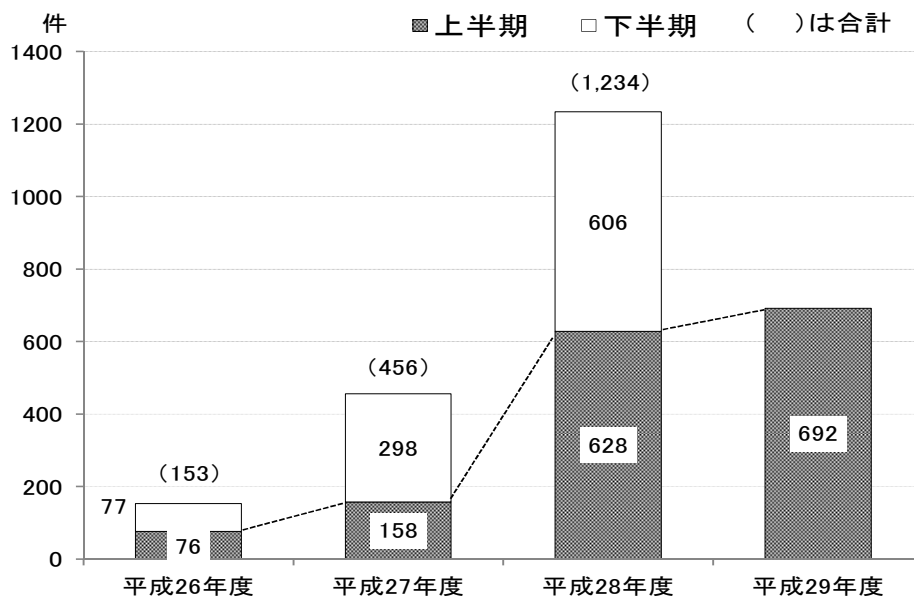
分析データ：神奈川県及び県内の市町村の相談窓口で受け付けた苦情相談で平成 26 年度から平成 28 年度までの各年度及び平成 29 年度上半期の全国消費生活情報ネットワークシステム (PIO-NET) の登録データ
分析項目：通信販売における定期購入に関する苦情相談（「健康食品」「化粧品」「飲料」に関する苦情相談を抽出）
相談事例：平成 29 年度上半期に受け付けた苦情相談から抽出

ア 苦情相談件数について（図 1）

○ 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。

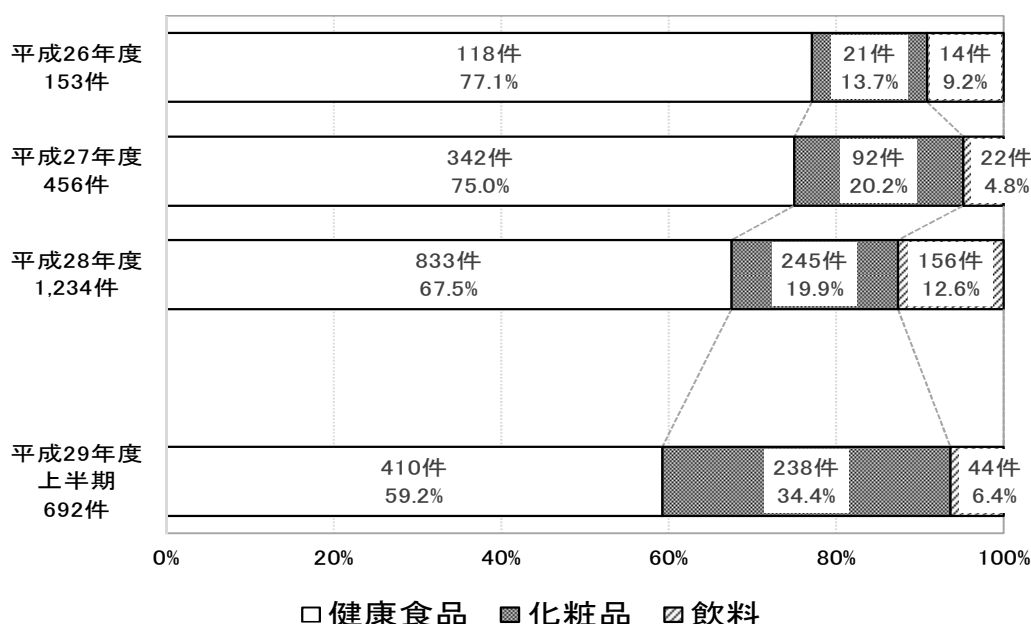
（図 1）苦情相談件数の推移



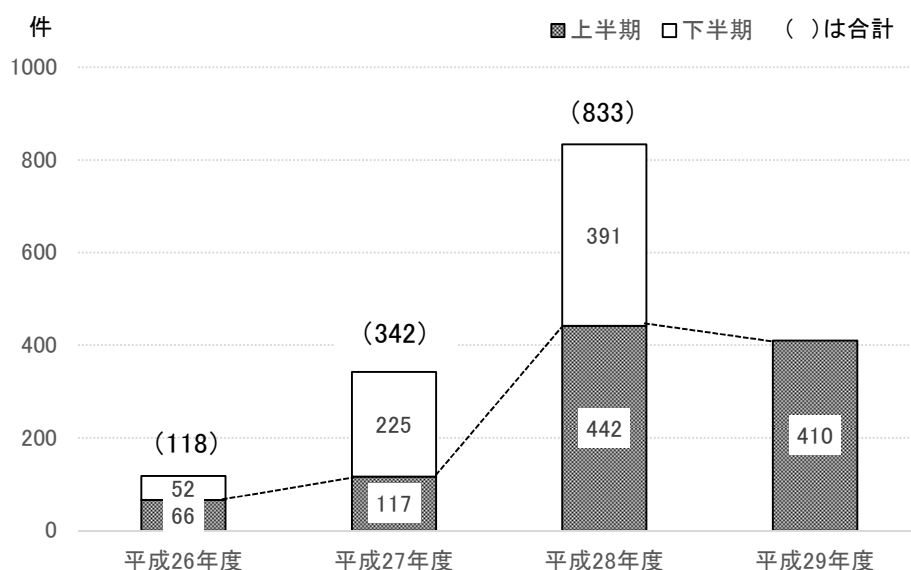
イ 商品別について（図2、図3、図4）

- 定期購入に関する苦情相談では、「健康食品」の割合が減少する一方で、「化粧品」の割合が増加しています。「飲料」の割合は1割前後で推移し、「健康食品」と「化粧品」で約9割を占めています。
- 「健康食品」は、平成26年度は118件、平成27年度は342件（前年度比約2.9倍）、平成28年度は833件（前年度比約2.4倍）と急増しました。平成29年度上半期は410件で、前年度同期（442件）と比べ減少しましたが、同程度の相談が寄せられています。
- 「化粧品」は、平成26年度は21件、平成27年度は92件（前年度比約4.4倍）、平成28年度は245件（前年度比約2.7倍）と急増しました。平成29年度上半期は238件で、上半期だけで前年度（245件）と同程度の相談が寄せられています。

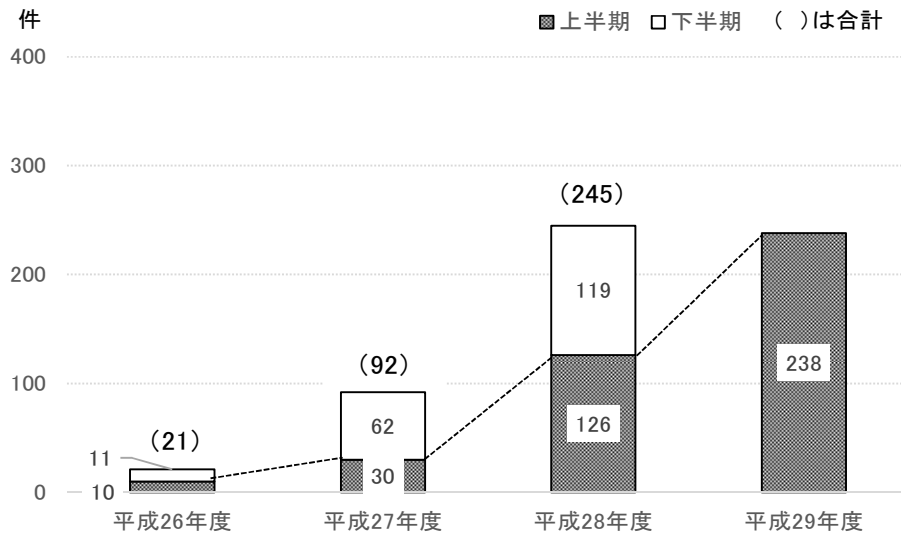
（図2）商品別件数・割合の推移



（図3）「健康食品」の定期購入に関する苦情相談件数推移



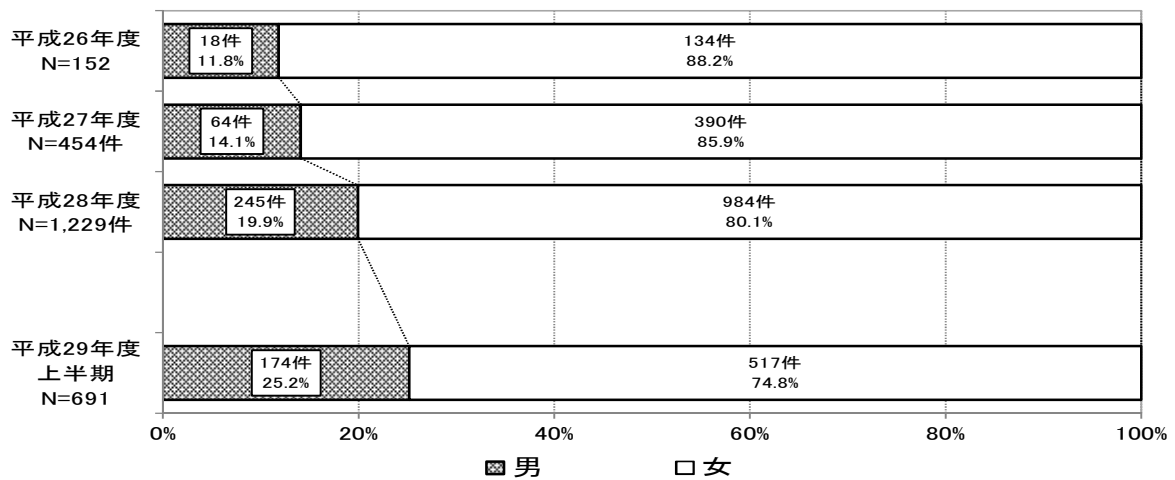
(図4) 「化粧品」の定期購入に関する苦情相談件数推移



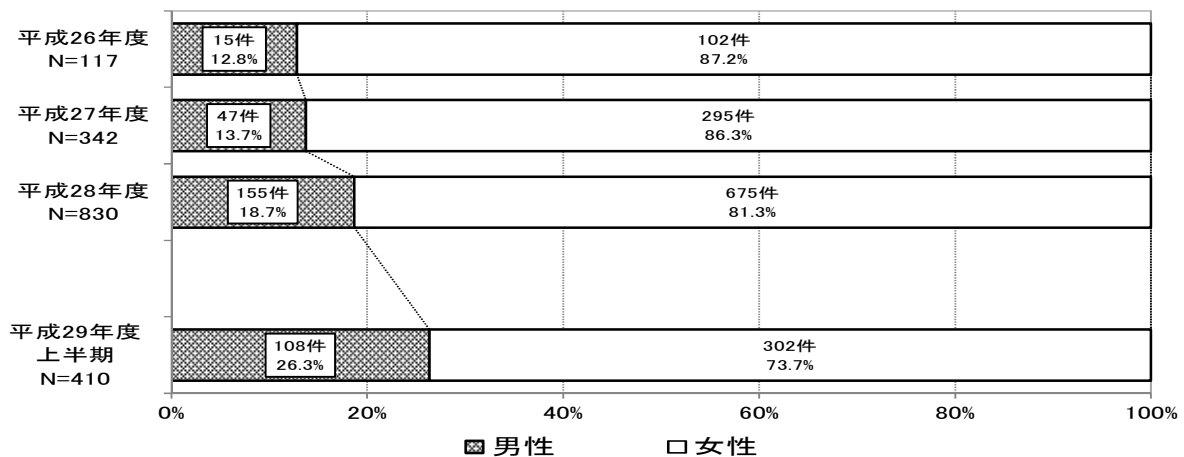
イ 契約当事者の性別について (図5、図6、図7)

- 契約当事者の性別をみると、男性の割合が年々増えており、平成29年度上半期は、4分の1が男性となっています。
- 「健康食品」と「化粧品」についてみると、定期購入に関する苦情相談全体の傾向と同様、いずれも男性の割合が増加傾向にあります。

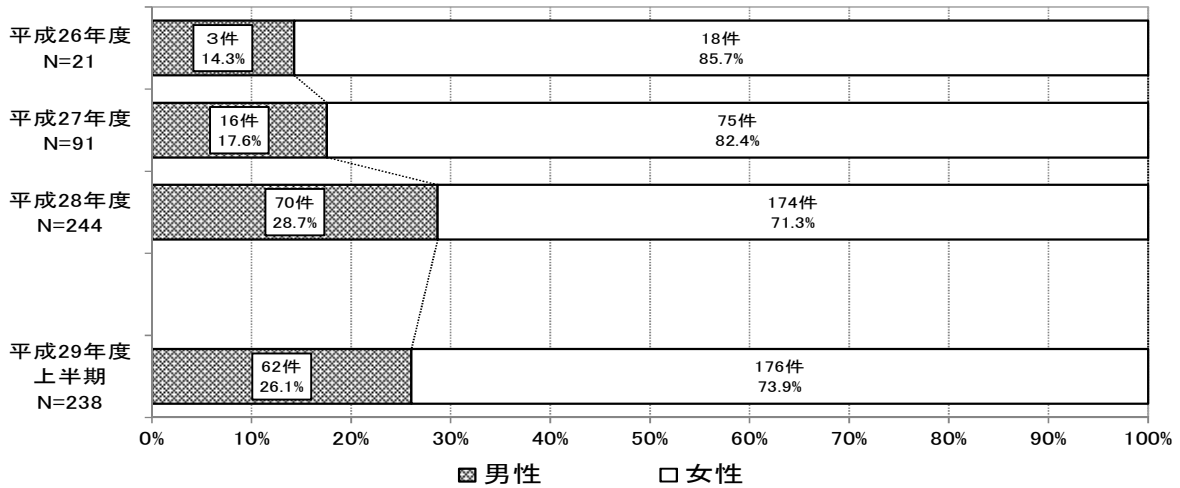
(図5) 「定期購入」に関する苦情相談の契約当事者性別の割合推移 (不明等除く)



(図6) 「健康食品」の定期購入に関する苦情相談契約当事者性別の割合推移 (不明等除く)



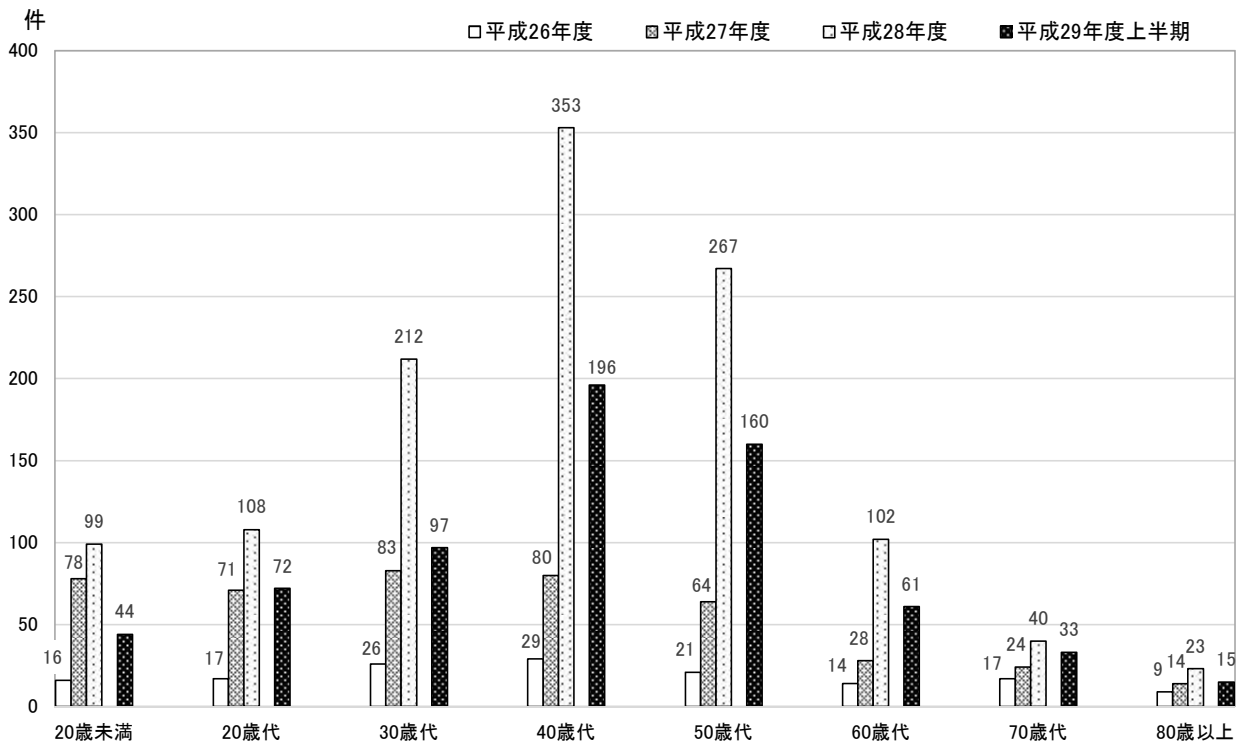
(図7)「化粧品」の定期購入に関する苦情相談契約当事者性別の割合推移(不明等除く)



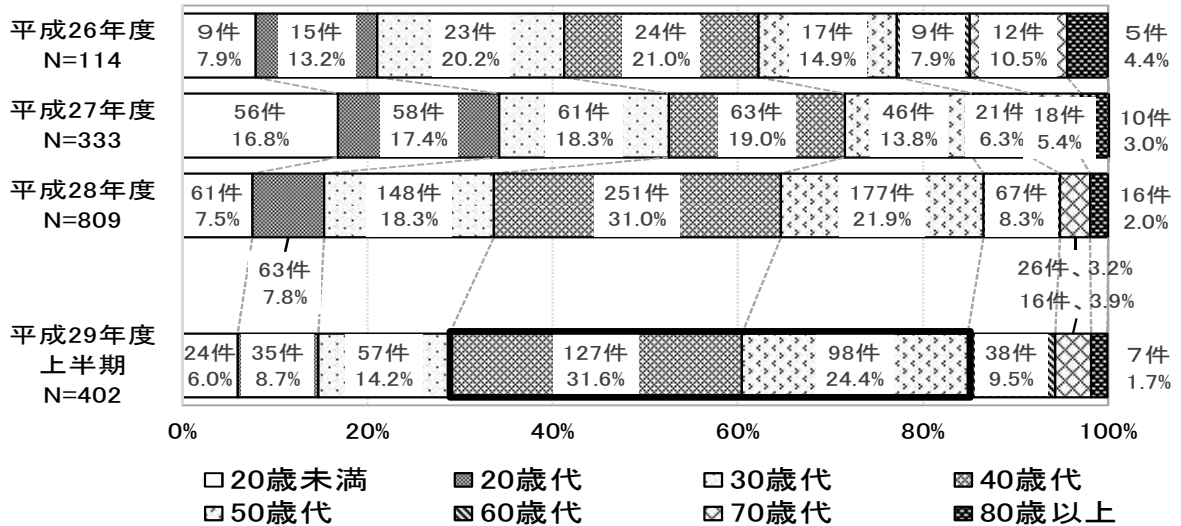
ウ 契約当事者の年代別について(図8、図9、図10)

- 平成28年度には、「30歳代」から「50歳代」が急増し、特に40歳代は353件で、平成26年度(29件)と比べ約12.2倍に急増しています。
- 平成29年度上半期で最も件数が多いのは、「40歳代」の196件(構成比28.3%)、次いで「50歳代」(160件、23.1%)、「30歳代」(97件、14.0%)となっています。
- 「30歳代」から「50歳代」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。
- 「健康食品」では「40歳代」から「50歳代」で、「化粧品」では「30歳代」から「50歳代」がそれぞれ半数を占めています。また、「化粧品」では20歳代の割合が増加傾向にあります。

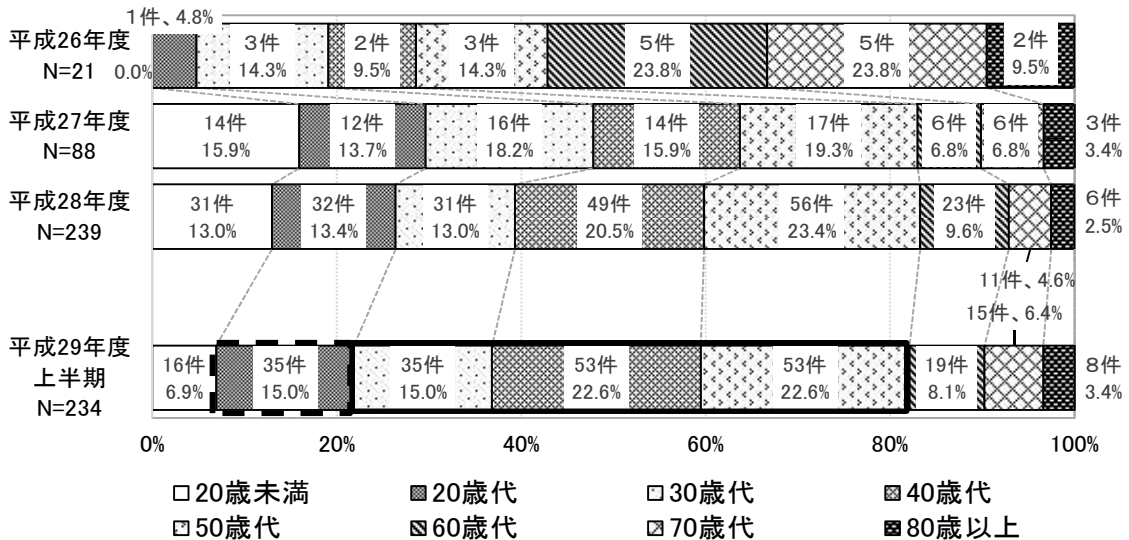
(図8)「定期購入」に関する苦情相談の年代別件数の推移(不明等除く)



(図9) 「健康食品」の定期購入に関する苦情相談年代別件数・割合推移(不明等除く)



(図10) 「化粧品」の定期購入に関する苦情相談年代別件数・割合推移(不明等除く)



エ 主な相談内容について(表1、表2)

- 「お試しのつもりで商品を申し込んだが、定期購入となっていたことに気づけなかった。」といった相談が寄せられ、「誤解・勘違い」、「説明不足」が上位となっています。購入に当たって消費者が誤解を招きやすい状況にあったことが窺われます。
- 「解約や返品を申し出たら、定期購入が条件になっていると断られた。」といった相談が寄せられ、「解約」、「返品」が上位となっています。解約や返品を求めても定期購入を条件に断られることが窺われます。また、事業者へ解約を申し出ようとしても、事業者と連絡が取れないといった相談が寄せられ、「連絡不能」が上位となっています。
- 「ダイエット効果、簡単に筋力アップなどとうたうが効果がない。」といった相談が寄せられ、「痩身」や「効能・効果」が上位となっています。
- インターネット上の広告バナーを見て注文したという相談が多く、「電子広告」が約7割の相談に付与されています。その中でも「SNS」の件数が増加傾向にあり、SNSの広告をきっかけにして消費者が商品を購入する機会が増えていると推察されます。

(表1) 年度別相談内容の上位10位

単位：件

平成26年度		平成27年度		平成28年度		平成29年度上半期		
内容	件数	内容	件数	内容	件数	内容	件数	相談件数に対する割合
1 解約	108	1 インターネット通販	366	1 インターネット通販	1,087	1 インターネット通販	616	89.0
2 インターネット通販	90	2 解約	350	2 解約	998	2 解約	555	80.2
3 電子広告	83	3 電子広告	311	3 電子広告	935	3 電子広告	517	74.7
4 連絡不能	45	4 返品	103	4 連絡不能	355	4 連絡不能	167	24.1
5 SNS	43	5 誤解・勘違い	96	5 返品	267	5 痩身	145	21.0
6 痩身	40	6 無料商法	92	6 痩身	262	6 返品	122	17.6
7 強引	31	7 説明不足	79	7 説明不足	222	7 強引	102	14.7
8 無断契約	31	8 連絡不能	70	8 誤解・勘違い	215	8 効能・効果	95	13.7
9 試供品	25	9 未成年者契約	69	9 強引	201	9 説明不足	86	12.4
10 無料商法	24	10 痩身	67	10 効能・効果	182	10 誤解・勘違い	85	12.3
		15 SNS	41	11 SNS	147	11 SNS	67	9.7

(注) 相談内容は、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と一致しない (以下、同じ)。なお、平成27年度4位の「返品」は、平成27年度から新設されたキーワードである。

(表2) 広告媒体別相談件数

単位：件

	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度上半期
電子広告	83	311	935	517
SNS	43	41	147	67
新聞広告	10	22	21	6
テレビ広告	11	4	16	11
DM広告	1	3	3	0
カタログ・パンフレット	4	3	5	2
ラジオ広告	2	2	3	2
雑誌広告	3	8	7	0
折込広告	10	6	8	4
投込広告	0	1	0	1

オ 平成29年度上半期の年代別相談内容について (表3)

- 相談内容を契約当事者の年代別にみると、「70歳代」、「80歳以上」では「テレビショッピング」が上位となっており、「インターネット通販」だけでなく「テレビショッピング」でも定期購入に関する相談が寄せられていることが分かります。
- 「30歳代」、「40歳代」で「SNS」が上位となっています。若い世代だけでなく、「30歳代」、「40歳代」でもSNSをきっかけに商品を購入する状況が窺われます。

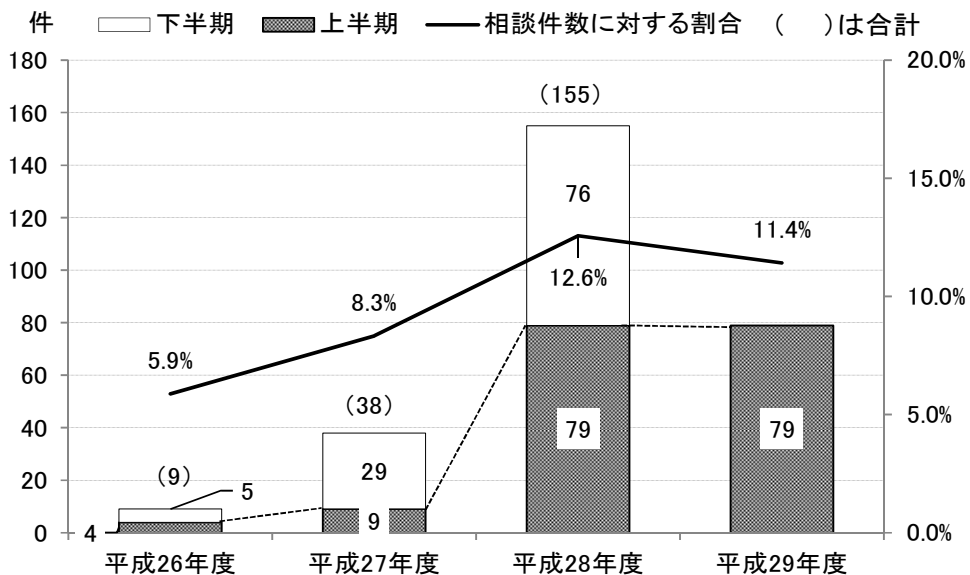
(表3) 「定期購入」に関する苦情相談の契約当事者年代別相談内容の上位10位 (平成29年度上半期)

年代 順位	年代									不明等 [14]	単計 [692]
	20歳未満 [44]	20歳代 [72]	30歳代 [97]	40歳代 [196]	50歳代 [160]	60歳代 [61]	70歳代 [33]	80歳以上 [15]			
1位	インターネット 通販 (40)	インターネット 通販 (69)	インターネット 通販 (93)	インターネット 通販 (188)	インターネット 通販 (148)	インターネット 通販 解約 (48)	解約 (25)	解約 (12)	インターネット 通販 (12)	インターネット 通販 (616)	
2位	解約 (37)	電子広告 (64)	解約 (80)	解約 (157)	解約 (128)	解約 (48)	インターネット 通販 (14)	強引 (6)	解約 (9)	解約 (555)	
3位	電子広告 (34)	解約 (59)	電子広告 (76)	電子広告 (154)	電子広告 (120)	電子広告 (45)	電子広告 (12)	返品 (5)	電子広告 (8)	電子広告 (517)	
4位	未成年者契約 (33)	連絡不能 (26)	連絡不能 (34)	連絡不能 (47)	痩身 (41)	痩身 (14)	返品 (9)		返品 (4)	連絡不能 (167)	
5位	連絡不能 (9)	効能・効果 痩身 (12)	痩身 返品 (20)	痩身 (45)	返品 (38)	強引 (10)	強引 説明不足 (8)	インターネット 通販 代引配達 電子広告 テレビショッピング (4)	契約書・書面 (3)	痩身 (145)	
6位	痩身 (8)			誤解・勘違い (33)	連絡不能 (36)	契約書・書面 連絡不能 (9)	テレビショッピ ング 効能・効果 (7)				返品 (122)
7位	誤解・勘違い (7)	説明不足 (11)	効能・効果 (16)	効能・効果 (31)	強引 (27)				不当請求 代引配達 痩身 誤解・勘違い 連絡不能 高価格・料金 (86)	強引 (102)	
8位	返品 (6)	契約書・書面 (10)	SNS (13)	返品 (29)	説明不足 高価格・料金 (22)	誤解・勘違い 説明不足 (8)				効能・効果 契約書・書面 説明不足 高価格・料金 (86)	
9位	契約書・書面 高価格・料金 (5)	強引 (8)	強引 解約料 誤解・勘違い 説明不足 (10)	強引 (28)	強引 (28)	価格・料金 効能・効果 返品 (7)	契約書・書面 高価格・料金 (5)			説明不足 (86)	
10位		クリーム処理 皮膚障害 (7)		SNS (27)	誤解・勘違い (17)					誤解・勘違い (85)	

カ 「危害」に関する相談について (図11)

- 定期購入に関する苦情相談のうち、体の不調などの「危害」の件数は、平成26年度から平成28年度かけて約17.2倍と急増しており、平成29年度上半期についても平成28年度上半期と同件数の相談が寄せられています。
- 内容としては、「健康食品」では、「下痢」「吐き気」「腹痛」等の消化器障害に加え、「発疹」「かゆみ」等の皮膚障害、「化粧品」では、「発疹」「かゆみ」等の皮膚障害、「飲料」については、「下痢」「吐き気」「腹痛」等の消化器障害の発生が報告されています。
- 相談件数に対する、「危害」が付与された割合は増加傾向にあります。

(図11) 「定期購入」に関する苦情相談で「危害」が付与された件数の推移



キ まとめ

- インターネット通販等の通信販売では、解約を希望する場合は、原則として事業者が予め定めている解約条件に従うこととなります。したがって、「お試し」のつもりで、通信販売で商品を注文したところ定期購入となっていたという場合、消費者が解約・返品を希望しても事業者から「解約・返品に関する条件として、定期購入期間中は解約できないとホームページに記載している。」と断られてしまうことがほとんどです。
- そのため、通信販売で商品を申し込む場合は、契約内容や解約・返品条件を必ず確認し、定期購入が条件となっていないか、定期購入が条件となっている場合は、その期間や支払い総額等、契約内容をしっかり把握することが重要です（返金・返品条件が表示されていない場合、商品が届いてから8日以内であれば、消費者の送料負担で返品が可能です。）。
- 平成29年12月1日に施行された改正特定商取引法では、通信販売については、広告に記載しなければならない項目が追加されました。また、改正法に合わせて同法施行規則も改正され、「商品の売買契約を二回以上継続して締結する必要があるときは、その旨及び金額、契約期間その他の販売条件」を表示することが義務付けられました。これに関連して、「インターネット通販における『意に反して契約の申し込みをさせようとする行為』に係るガイドライン」も改正され、申込みの最終画面で定期購入契約の主な内容（「契約期間」「消費者が支払うこととなる金額（各回ごとの商品の代金、送料及び支払い総額等）」「特別な販売条件がある場合はその内容」）の全てが表示されていない場合等は、「意に反して契約の申し込みをさせようとする行為」に該当するおそれがあるとされました。
- こうした改正法令の施行で、事業者に対する規制が強化される一方で、消費者側も通信販売を利用して商品を申込み際には、表示項目に不足がないかについて確認することが重要になります。特にスマートフォンを利用して商品を申し込む場合は、スマートフォンの画面上、販売条件や注意事項が確認しづらい構成となっていることがあるため、より一層の注意が必要です。
- インターネット通販等の通信販売は、手軽に商品を購入できる一方で、店舗販売と異なり、契約内容や解約条件等について直接説明を受けることができず、確認が不十分になりがちです。また、購入前に商品の品質を十分に確認できない等のリスクもあります。通信販売での定期購入に関するトラブルを防ぐため、以下の点に注意しましょう。その上で契約内容に疑問が生じたときは、最寄りの消費生活センターに相談しましょう。
 - ✓ 広告の見出しをうのみにせず、その商品が本当に必要かどうかをよく考えて、契約内容や解約条件等をしっかり確認してから購入しましょう。
 - ✓ 申込みの最終画面を保存しておくようにしましょう。
 - ✓ 少しでも体調不良を感じた場合は使用をやめましょう。

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相談事例

○健康食品 インターネット通販（定期購入が条件になっていた）

（当事者） 50歳代 女性

（相談内容） スマートフォンで表示された広告バナーからサプリメントの販売サイトに入った。筋骨隆々の男性の画像があったので、男性向け商品のように思われたが、女性でもダイエット効果が上がったとの宣伝文句があった。初回お試し価格 540 円とのことで購入手続きを進めたが、確定ボタンを押したところ突然違う商品の画面に切り替わった。購入が完了しているとは思わず、画面を閉じたところ、数日して初回分の商品が届いた。代金 540 円はコンビニエンスストアで支払ったが、届いた商品パッケージは男性向けに思われ、引き続き利用する気になれなかった。後日、「10 月上旬に次回分を発送する。」とメールが届いた。4 回分の定期購入となっていて、次回以降は定価の約 7,000 円になるとのこと。業者に連絡し、「定期購入とは思わなかったし、高額なので次回以降は配送を止めてほしい。」と伝えると「止めることはできるが、初回分について特別価格と定価の差額を支払ってほしい。支払わないなら、4 回は継続してもらおう。」と言われた。納得できず「次回分を送付されても受取拒否する。」と伝えて電話を切った。支払わないといけないのか。

（対応） インターネット通販の場合、注文時に利用規約に同意して申し込んだものとみなされるため、解約・返品が可能かどうかは事業者側の返品特約に従うことになることと伝えた。消費生活センターで当該事業者のホームページを確認し、「特定商取引法に基づく表記」へのリンクはあったが、相談者の言う「初回お試し価格540円」の販売ページを確認することができなかった。相談者には、定期購入では、一般的に決められた回数を継続することが条件で、初回分が特別価格での提供となっている場合が多いと伝え、相談者が購入した際のサイト表記がどうなっていたかを改めて確認するよう助言した。事業者との間で合意ができていないにも関わらず、一方的に受取拒否をすると、送料などの実費を追加請求される可能性も考えられると伝えた。納得できない点については、文書またはメールにまとめて話し合いを求めてみてはどうか。また、その記録は手元に残しておくようにと助言した。

○健康食品 インターネット通販（定期購入が条件になっていた）

（当事者） 50歳代 男性

（相談内容） スマートフォンを検索中、健康食品の広告を見つけた。安価で販売されていたので注文した。数日後、商品が届き、同封の振込用紙で支払った。しかし先日、また同じ商品が届いたので、驚いて事業者に連絡したところ、最低4回の継続が条件の定期コースで注文しているので、発送・請求せざるを得ないと言われた。また、初回は安価でも、2回目以降は高額になることもわかった。定期購入だとは思わなかったので、支払うつもりはない。先日届いた商品は未開封なので送り返してよいか。

（対応） この取引は特定商取引法の通信販売で、ウェブ上に定期購入である旨の表記が明確であれば、支払いを拒否することは難しいと伝えた。なお、消費生活センターで事業者のウェブサイトへアクセスしたが、当該商品を販売している確認が取れず、申込時の画面を確認することはできなかった。申込み時に定期購入であることは気づかなかったこと等を伝え、初回を通常価格で買い取る、あるいは購入回数を減らすなどの交渉をしたらどうかと助言した。

○健康食品 インターネット通販（定期購入が条件になっていた）

（当事者） 30歳代 男性

（相談内容） 1か月ほど前に、パソコンからお試し560円のサプリメントを申し込んだ。ところが今月になって、同じ商品が送られて来た。頼んでいないので受け取り拒否をしたところ、事業者から連絡があり、「この契約は定期購入で、5回までは受け取ってもらわないと困る。2回目は約8,000円だが、この段階で解約するのであれば、1回目が約9,500円、2回目が約1万4,000円の合計約2万3,500円を支払っていただく必要がある。」と言われた。ホームページには確かに定期購入とあり、解約についても「途中解約は解約受付時の注文確定個数が定価購入への変更となり、差額を請求します。」と記載されている。2回目以降は無条件に解約できないか。

（対応） 販売サイトに定期購入の記載があり、キャンセルについても定価金額を支払ってもらえば解約を受けるとの記載があれば、表示どおりになることを伝えた。但し、最終画面で初回の560円のみ記載で定期購入が認識できないのであれば問題である。最終画面を確認すること、最終画面でお試しのみ記載であれば事業者にそのことを申し出ること、納得いく回答が無い場合、消費生活センターがあっせんすることも可能である旨を伝えた。

○化粧品 インターネット通販（定期コースを解約できない）

（当 事 者） 20 歳代 男性

（相談内容） ネットの広告で見た、洗顔料・化粧水・乳液がセットになった男性用基礎化粧品の定期購入の申し込みをした。初回は1週間分セットで500円で、2回目以降は1か月分のセットで約7,000円だった。支払いはクレジットカード決済した。現在、4回目の商品を受け取ったが、使用しても肌の状態が良くなったと感じられなかったため、定期購入を止めようと思い、事業者に連絡したところ、当該定期購入コースは5回購入が条件なので、あと1回購入しなければ、解約はできないと言われた。

（対 応） 解約できるかどうかは、基本的には事業者の利用規約に従うことになることと伝えた。消費生活センターで販売サイトを確認したところ、広告と利用規約に、「初回分のお試しセットと1か月分のセット4回、合計5回の購入が条件」と記載され、5回購入した場合の合計金額の記載もあった。相談者にも確認してもらったところ、相談者は、あと1回購入後に解約するとのことだったので、今後のインターネット通販利用時の注意点を助言した。

○健康食品 インターネット通販（定期購入が条件になっていた、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円を支払ったようだが2回目以降の約6,000円を支払わずにいたらしい。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。

○化粧品 皮膚障害

(当事者) 50歳代 女性

(相談内容) インターネット通販で除毛スプレーの購入申し込みをし、代金(約5,000円)はクレジットカード決済した。除毛スプレーを使用したら肌が赤くなり、湿疹ができて痒みもあったので、すぐに使用を止めた。ところが、今月、同じ商品がまた届いた。定期購入コースに申し込んだつもりはなく、単品購入のつもりだったので、何かの間違いだと思い、事業者に連絡したが、複数回電話をしても、「混み合っています。」とのアナウンスが流れるのみで繋がらなかった。これ以上使いたくないので、2回目に届いた商品を返品したい。

(対応) 注文画面は保存しておらず、注文確認メールも届いていたか分からないとのことだったので、探してみるよう伝えた。返品の可否は、販売業者の利用規約に則ることになるが、契約状況を確認する必要があるので、引き続き、事業者に変更して電話し、メールや葉書でも問い合わせるよう助言した。消費生活センターから事業者に変更したが、繋がらない。また、相談者が購入申し込みをした販売サイトにはアクセスできず、購入の条件等の確認ができなかった。事業者と連絡が取れない場合、商品を返し、クレジットカード会社に請求取り消しの申し出をするのも一法であると伝えた。後日、相談者に連絡したところ、「2回目に届いた商品は送り返した。クレジットカード会社に相談したら、カード番号を変更するよう助言されたので変更し、2回目の商品代金は請求を取り消して貰えた。事業者に変更したが、返信はない。今のところ、商品が送られることはなく、請求書等も届いていないので、解約できたと思われる。」とのことだったので、請求書等が届いたら、センターに再相談可能と伝え、相談を終了した。

4 かながわ中央消費生活センターにおける消費生活相談等の状況

(1) 苦情相談

○ 平成 29 年度上半期の苦情相談は 5,486 件であり、前年度同期 (5,811 件) と比べ 325 件 (5.6%) 減少しています。このうち、「休日」の相談は 1,261 件あり、前年度同期 (1,502 件) に比べ 241 件 (16.0%) 減少しています。また、「夜間」(平日の 16 時～19 時) の相談は 1,441 件あり、前年度同期 (1,289 件) と比べ 152 件 (11.8%) 増加しています。

○苦情相談件数

区分	平成29年度上半期				平成28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	夜間 件数	休日 件数	苦情相談 件数(B)	平日昼 件数	夜間 件数	休日 件数	
計	5,486	2,784	1,261	1,441	5,811	3,020	1,502	1,289	94.4

◆ 休日相談

区分	平成29年度上半期				平成28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	1,261	(40)	22.5	57	1,502	(73)	26.4	84.0

◆ 夜間(平日16時～19時)

区分	平成29年度上半期				平成28年度上半期				対前年比(%) (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	124	1,441	(54)	11.6	123	1,289	(58)	10.5	111.8

<メール相談>

- 平成29年度上半期は210件（1日あたり1.2件）のメール相談がありました。
- 相談者を年代別にみると、30歳代から40歳代までの相談が111件で全体の52.9%と半分を占めており、働き盛りの年齢層が多くなっています。性別をみると、男性が121件（57.6%）、女性が81件（38.6%）で、男性からの相談が、女性の相談より比較的多くなっています。メールが送信された時間帯を見ると、かながわ中央消費生活センターの相談時間外である「0時から9時30分」「19時から24時」があわせて107件（51.0%）となっています。
- 商品・役務別では、「デジタルコンテンツ」が24件（11.4%）で最も多く、次いで「商品一般」の22件（10.5%）となっています。

（注）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25年度 上半期	平成26年度 上半期	平成27年度 上半期	平成28年度 上半期	平成29年度 上半期
件 数	218	280	219	232	210
開所日数	180	180	180	180	180
1日平均件数	1.2	1.6	1.2	1.3	1.2

<相談者の状況>

住所地	件数	住所地	件数
横浜市	71	葉山町	3
川崎市	28	寒川町	0
相模原市	6	大磯町	2
横須賀市	9	二宮町	2
平塚市	4	中井町	0
鎌倉市	9	大井町	0
藤沢市	10	松田町	0
小田原市	2	山北町	0
茅ヶ崎市	9	開成町	0
逗子市	2	箱根町	0
三浦市	1	真鶴町	0
秦野市	5	湯河原町	1
厚木市	7	愛川町	0
大和市	12	清川村	0
伊勢原市	2	その他	4
海老名市	0	不 明	16
座間市	0	計	210
南足柄市	2		
綾瀬市	3		

職 業	件数
給与生活者	133
自営自由業	23
家事従事者	14
学 生	4
無 職	18
その他	0
不 明	18
計	210

年 代	件数
20歳未満	1
20歳代	29
30歳代	54
40歳代	57
50歳代	25
60歳代	17
70歳代	4
80歳以上	1
不 明	22
計	210

性 別	件数
男性	121
女性	81
不明	8
計	210

時 間 帯	件数
0:00～9:30	35
9:30～19:00	103
19:00～24:00	72
計	210

<商品・役務等の分類>

分類	件数	分類	件数	分類	件数
商品一般	22	住宅構成材	0	インターネット通信サービス	10
食料品	5	住宅設備	2	教育サービス	0
住居品	4	クリーニング	0	教養・娯楽一般	0
被服品	9	レンタル・リース・貸借	12	旅行代理業	2
光熱水品	3	工事・建築・加工	2	宿泊施設	2
保健衛生品	3	修理・補修	5	教室・講座	3
教養娯楽品一般	1	管理・保管	1	観覧・鑑賞	9
文具・事務用品	0	金融・保険一般	2	各種会員権	0
パソコン・パソコン関連用品	6	生命保険	3	他の教養・娯楽	4
電話機・電話用機器	3	デリバティブ取引	1	医療	1
学習教材	2	ファンド型投資商品	0	理美容	3
書籍・印刷物	2	フリーローン・サラ金	0	浴場	0
音楽・映像製品	1	他の金融関連サービス	3	衛生サービス	0
スポーツ用品	2	旅客運送サービス	2	老人福祉・サービス	0
光学機器・時計	0	放送・通信サービス一般	1	他の保健・福祉	0
玩具・遊具	2	固定電話サービス	1	外食、食事宅配	5
他の教養娯楽品	5	携帯電話サービス	8	冠婚葬祭	0
自動車	6	テレビ放送サービス	1	役務その他	10
自動車用品	2	有線テレビ放送	0	内職・副業一般	0
土地・建物設備一般	3	デジタルコンテンツ	24	内職・副業	2
土地	0	デジタルコンテンツ	12	他の行政サービス	0
建物一般	0	アダルト情報サイト	2	他の相談	6
集合住宅	2	オンラインゲーム	5		
戸建住宅	2	出会い系サイト	5	計	210

(2) 生活再建支援相談

- 平成22年6月に改正貸金業法が完全施行され、貸付金額の総量規制がかかったことや、出資法の上限金利が引き下げられたことにより、多重債務の相談は減少傾向にありますが、クレジットや消費者ローンなどの返済が困難となっている多重債務者をめぐる課題は依然として深刻な社会問題となっています。また、給料やボーナスの減額、失業などにより住宅ローンや教育費が家計の負担になるなど、お金のやりくりで悩む人から多くの相談が寄せられています。
- このため、多重債務者問題に精通した団体である「生活クラブ生活協同組合」と連携して、電話相談だけでなく、きめ細やかな対応が可能な面接による相談窓口をかながわ中央消費生活センター内に設置し、多重債務者のみならず住宅ローンの返済等に悩む方々も対象にして生活再建にまで踏み込んだ相談を実施いたしました。
- 平成29年度の上半期の新規相談は212件あり、前年度同期（240件）と比べ11.7%減少しています。相談の傾向として、当事者の年代別では、1位は50歳代（17.5%）、2位は40歳代（17.0%）となっています。相談者と当事者をみると、本人からの相談は67.5%で、前年度同期（63.7%）と比較して増加しました。債務額は300万円未満が約4割を占める中、1,000万円以上の相談も2割弱あります。借金のきっかけは「低収入・収入の減少」や「商品・サービス購入」が多くを占めています。※電話相談受付日数は平成28年度週5日、平成29年度週2日となっています。

<受付件数>

実施月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	計	前年度同期
開所日数	16	20	21	23	18	23	121	166
電話相談 受付件数	22	30	23	24	18	28	145	171
面接相談 受付件数	10	12	12	10	9	14	67	69
受付件数計	32	42	35	34	27	42	212	240
参考	継続面接相談 延件数	21	24	25	33	35	174	84
	合計	53	66	60	67	62	78	324

面接件数は新規のみ

<相談者の性別>

		男性	女性	不明	計
電話相談	件数	68	77	0	145
	割合	46.9%	53.1%	0.0%	100.0%
面接相談	件数	38	29	0	67
	割合	56.7%	43.3%	0.0%	100.0%
計	件数	106	106	0	212
	割合	50.0%	50.0%	0.0%	100.0%

<相談のきっかけ>

		実施団体のHP	県のHP	その他のHP	テレビ・ラジオ	新聞	ポスター	生活再建支援相談のチラシ	県の広報紙	市町村の広報紙
電話相談	件数	4	44	1	0	0	0	7	10	1
面接相談	件数	3	27	0	0	0	0	3	4	1
計	件数	7	71	1	0	0	0	10	14	2
	割合	3.3%	33.5%	0.5%	0.0%	0.0%	0.0%	4.7%	6.6%	0.9%

		タウン紙等	行政窓口	かながわ中央消費生活センター	その他の消費生活センター	弁護士(会)	司法書士(会)	家族・知人の紹介	その他・不明	合計
電話相談	件数	0	19	17	16	0	1	8	17	145
面接相談	件数	0	8	8	2	0	0	4	7	67
計	件数	0	27	25	18	0	1	12	24	212
	割合	0.0%	12.7%	11.8%	8.5%	0.0%	0.5%	5.7%	11.3%	100.0%

<相談者と当事者の関係>

		本人	本人以外	不明	計
電話相談	件数	94	45	6	145
	割合	64.8%	31.0%	4.1%	100.0%
面接相談	件数	49	18	0	67
	割合	73.1%	26.9%	0.0%	100.0%
計	件数	143	63	6	212
	割合	67.5%	29.7%	2.8%	100.0%

<当事者の性別>

		男性	女性	不明	計
電話相談	件数	97	42	6	145
	割合	66.9%	29.0%	4.1%	100.0%
面接相談	件数	53	14	0	67
	割合	79.1%	20.9%	0.0%	100.0%
計	件数	150	56	6	212
	割合	70.8%	26.4%	2.8%	100.0%

<当事者の年齢>

	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	不明	計
電話相談	0	8	18	21	21	22	14	41	145
面接相談	0	5	10	15	16	13	3	5	67
計	0	13	28	36	37	35	17	46	212
割合	0.0%	6.1%	13.2%	17.0%	17.5%	16.5%	8.0%	21.7%	100.0%

<当事者の職業>

	給与所得者	自営・自由業	家事従事者	学生	無職	その他・不明	計
電話相談	75	10	1	3	28	28	145
面接相談	45	5	1	1	13	2	67
計	120	15	2	4	41	30	212
割合	56.6%	7.1%	0.9%	1.9%	19.3%	14.2%	100.0%

<当事者の年収> (世帯合計)

	100万円未満	100万～300万円未満	300万～500万円未満	500万～700万円未満	700万～900万円未満	900万～1000万円未満	1000万円以上	不明	計
電話相談	3	41	22	3	0	0	2	74	145
面接相談	2	24	17	3	0	0	3	18	67
計	5	65	39	6	0	0	5	92	212
割合	2.4%	30.6%	18.4%	2.8%	0.0%	0.0%	2.4%	43.4%	100.0%

<当事者の債務額の合計>

	100万円未満	100万～300万円未満	300万～500万円未満	500万～700万円未満	700万～900万円未満	900万～1000万円未満	1000万円以上	不明	計
電話相談	19	38	11	5	6	3	21	42	145
面接相談	5	19	5	3	6	0	17	12	67
計	24	57	16	8	12	3	38	54	212
割合	11.3%	26.9%	7.5%	3.8%	5.7%	1.4%	17.9%	25.5%	100.0%

<当事者の借金のきっかけ> (複数回答)

	低収入・収入の減少	商品・サービス購入	ギャンブル・遊興費	事業資金の補填	保証・借金肩代わり	住宅ローン等借金返済	本人・家族の病気・けが	その他・不明
電話相談	21	27	9	5	1	11	18	80
面接相談	14	17	8	3	0	3	11	32
計	35	44	17	8	1	14	29	112
割合 ※	16.5%	20.8%	8.0%	3.8%	0.5%	6.6%	13.7%	52.8%

※各項目の「割合」は、相談受付件数212件に対するもの

<対応> (複数回答)

	面談予約	生活再建支援	弁護士会紹介	司法書士紹介	法テラス紹介	その他機関紹介	その他
電話相談	75		0	2	5	6	62
面接相談		62	0	0	0	0	5
計	75	62	0	2	5	6	67
割合 ※	35.4%	29.2%	0.0%	0.9%	2.4%	2.8%	31.6%

※ 各項目の「割合」は、相談受付件数212件に対するもの

付表・付図及び参考

付表・付図

<消費生活相談受付状況>

(付表1-1) 平成29年度上半期 県内市町村消費生活センター等の消費生活相談総件数

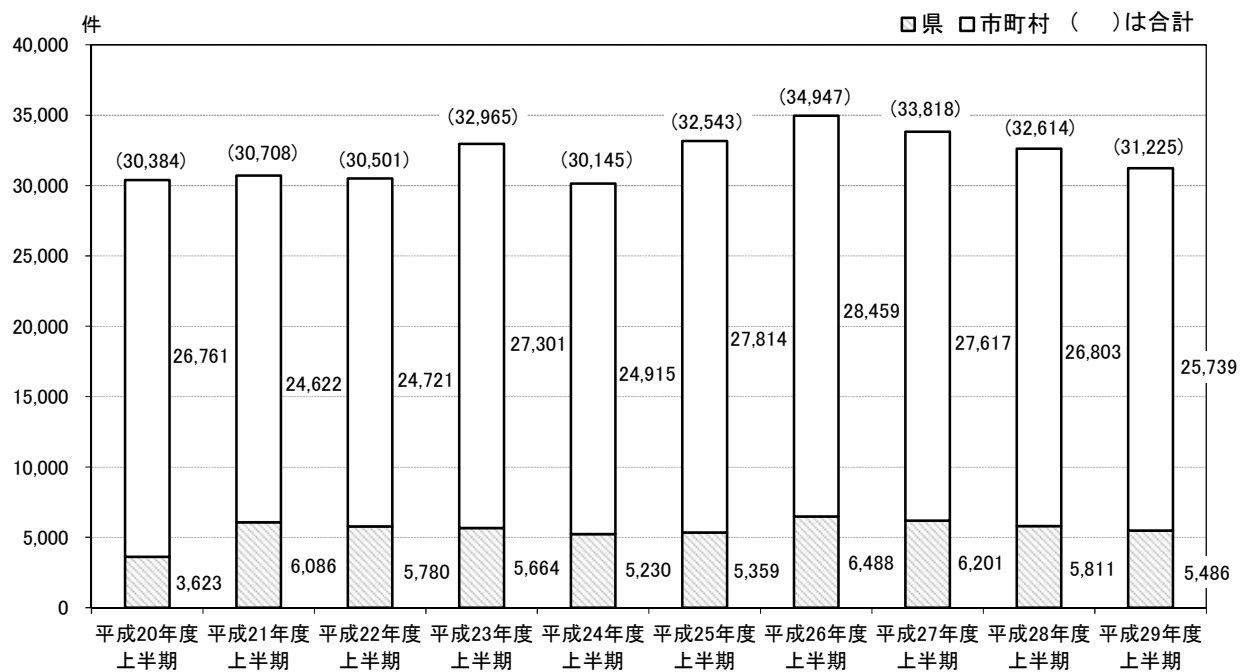
単位:件

市町村	平成29年度上半期			平成28年度 上半期 合計 (B)	前年度 同期比 (A/B)
	苦情	問合せ	計 (A)		
横浜市	10,305	669	10,974	11,862	92.5%
川崎市	4,171	219	4,390	4,591	95.6%
相模原市	2,506	259	2,765	2,751	100.5%
横須賀市	1,314	51	1,365	1,397	97.7%
平塚市	875	80	955	1,050	91.0%
鎌倉市	720	25	745	793	93.9%
藤沢市	1,157	72	1,229	1,191	103.2%
小田原市	484	51	535	539	99.3%
茅ヶ崎市	743	61	804	868	92.6%
逗子市	101	4	105	100	105.0%
三浦市	50	4	54	43	125.6%
秦野市	345	33	378	399	94.7%
厚木市	691	57	748	795	94.1%
大和市	730	37	767	753	101.9%
伊勢原市	266	15	281	296	94.9%
海老名市	435	17	452	423	106.9%
座間市	317	39	356	371	96.0%
南足柄市	217	12	229	202	113.4%
綾瀬市	175	23	198	164	120.7%
葉山町	20	2	22	14	157.1%
寒川町	54	8	62	57	108.8%
愛川町	63	2	65	48	135.4%
市町村計	25,739	1,740	27,479	28,707	95.7%
県	5,486	484	5,970	6,282	95.0%
総合計	31,225	2,224	33,449	34,989	95.6%

(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 (P54)参照)

以下、「全国消費生活情報ネットワークシステム (PIO-NET)」による分析です。

(付図1) 苦情相談件数の推移



(付表1-2) 平成29年度上半期 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	10,031	83.8%	1,942	16.2%	11,973
川崎市	4,088	86.3%	650	13.7%	4,738
相模原市	2,448	91.4%	229	8.6%	2,677
横須賀市	1,300	83.9%	249	16.1%	1,549
平塚市	708	84.9%	126	15.1%	834
鎌倉市	666	80.6%	160	19.4%	826
藤沢市	1,151	78.4%	318	21.6%	1,469
小田原市	405	74.0%	142	26.0%	547
茅ヶ崎市	703	80.6%	169	19.4%	872
逗子市	99	59.3%	68	40.7%	167
三浦市	49	40.2%	73	59.8%	122
秦野市	334	76.4%	103	23.6%	437
厚木市	678	81.4%	155	18.6%	833
大和市	695	76.3%	216	23.7%	911
伊勢原市	242	77.6%	70	22.4%	312
海老名市	407	85.3%	70	14.7%	477
座間市	308	71.0%	126	29.0%	434
南足柄市	116	81.7%	26	18.3%	142
綾瀬市	126	62.7%	75	37.3%	201
計	24,554	83.2%	4,967	16.8%	29,521
葉山町	21	23.1%	70	76.9%	91
寒川町	91	73.4%	33	26.6%	124
大磯町	94	76.4%	29	23.6%	123
二宮町	64	75.3%	21	24.7%	85
中井町	8	80.0%	2	20.0%	10
大井町	27	75.0%	9	25.0%	36
松田町	19	57.6%	14	42.4%	33
山北町	17	73.9%	6	26.1%	23
開成町	29	76.3%	9	23.7%	38
箱根町	18	60.0%	12	40.0%	30
真鶴町	10	66.7%	5	33.3%	15
湯河原町	36	58.1%	26	41.9%	62
愛川町	64	52.9%	57	47.1%	121
清川村	7	77.8%	2	22.2%	9
計	505	63.1%	295	36.9%	800
不明	393	80.2%	97	19.8%	490
県外	287	69.3%	127	30.7%	414
合計	25,739	82.4%	5,486	17.6%	31,225

(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、(付表1-1)の市町村・県別の相談件数とは一致しない。

<苦情相談上位品目関連>

(付表2-1) 平成29年度上半期 苦情相談の上位25品目<前年度同期比較>

単位:件

順位	品目 [相談総件数]	平成29年度 上半期	平成28年度 上半期	前年度 同期比	備考
		[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%	
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 ※1	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、衛星テレビ放送112
17	相談その他 ※2	259	331	78.2%	
18	医療サービス	238	300	79.3%	
19	他のネット通信関連サービス	234	167	140.1%	
20	クリーニング	209	200	104.5%	
21	携帯電話	208	235	88.5%	
22	パソコン	188	199	94.5%	
23	ファンド型投資商品	184	176	104.5%	
24	金融関連サービスその他	165	197	83.8%	
25	固定電話サービス	154	186	82.8%	
<参考>					
26	山林	149	75	198.7%	

※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。(以下、同様)

(付表2-2) 平成29年度上半期 苦情相談の上位25品目<前年度同期順位比較>

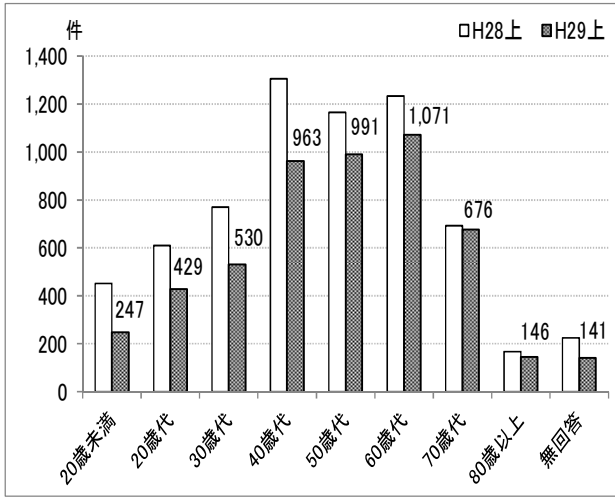
単位:件

順位	平成29年度上半期	相談総件数 [31,225]		順位	平成28年度上半期	相談総件数 [32,614]	
	品目	相談件数	全体に占める割合		品目	相談件数	全体に占める割合
1	デジタルコンテンツ	5,194	(16.6%)	1	デジタルコンテンツ	6,620	(20.3%)
2	商品一般	2,954	(9.5%)	2	不動産貸借	1,631	(5.0%)
3	不動産貸借	1,470	(4.7%)	3	商品一般	1,289	(4.0%)
4	工事・建築	1,254	(4.0%)	4	工事・建築	1,279	(3.9%)
5	インターネット接続回線	904	(2.9%)	5	インターネット接続回線	1,130	(3.5%)
6	健康食品	892	(2.9%)	6	健康食品	998	(3.1%)
7	携帯電話サービス	726	(2.3%)	7	携帯電話サービス	825	(2.5%)
8	化粧品	622	(2.0%)	8	役務その他サービス	619	(1.9%)
9	役務その他サービス	586	(1.9%)	9	化粧品	538	(1.6%)
10	エステティックサービス	463	(1.5%)	10	フリーローン・サラ金	515	(1.6%)
11	フリーローン・サラ金	423	(1.4%)	11	四輪自動車	489	(1.5%)
12	修理サービス	409	(1.3%)	12	修理サービス	484	(1.5%)
13	四輪自動車	397	(1.3%)	13	テレビ放送サービス	413	(1.3%)
14	モバイルデータ通信	323	(1.0%)	14	モバイルデータ通信	349	(1.1%)
15	新聞	312	(1.0%)	15	興信所	347	(1.1%)
	テレビ放送サービス	312	(1.0%)	16	相談その他	331	(1.0%)
17	相談その他	259	(0.8%)	17	医療サービス	300	(0.9%)
18	医療サービス	238	(0.8%)	18	新聞	298	(0.9%)
19	他のネット通信関連サービス	234	(0.7%)	19	携帯電話	235	(0.7%)
20	クリーニング	209	(0.7%)	20	エステティックサービス	230	(0.7%)
21	携帯電話	208	(0.7%)	21	クリーニング	200	(0.6%)
22	パソコン	188	(0.6%)	22	パソコン	199	(0.6%)
23	ファンド型投資商品	184	(0.6%)	23	金融関連サービスその他	197	(0.6%)
24	金融関連サービスその他	165	(0.5%)	24	固定電話サービス	186	(0.6%)
25	固定電話サービス	154	(0.5%)	25	ファンド型投資商品	176	(0.5%)

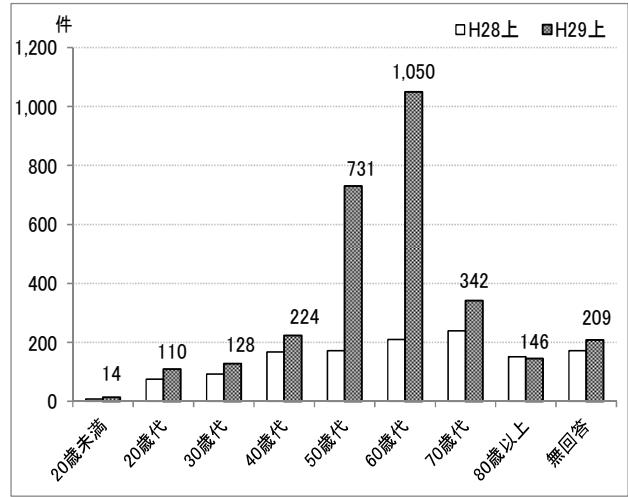
(付図2) 平成 29 年度上半期 苦情相談の上位品目等の年代別件数<前年度同期比較>

(1) 件数上位 5 品目

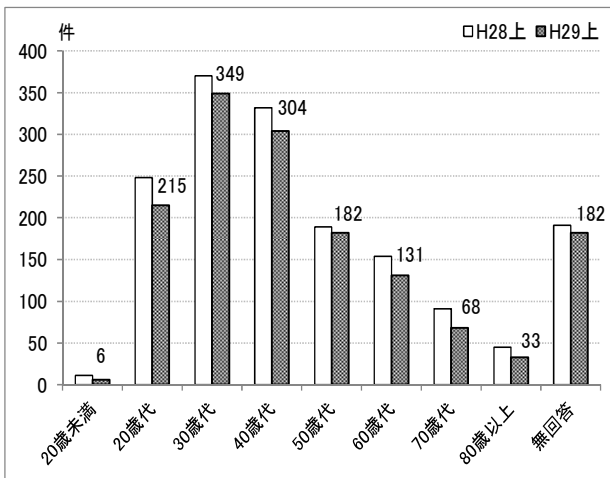
1 位 デジタルコンテンツ 5,194 件
(前年度同期比 21.5%減)



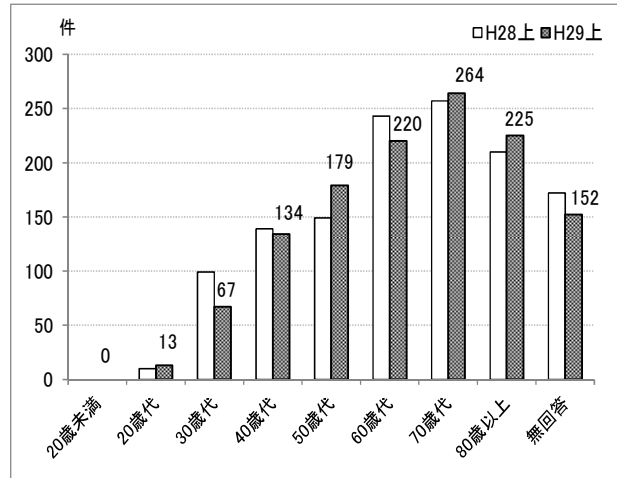
2 位 商品一般 2,954 件
(前年度同期比 129.2%増)



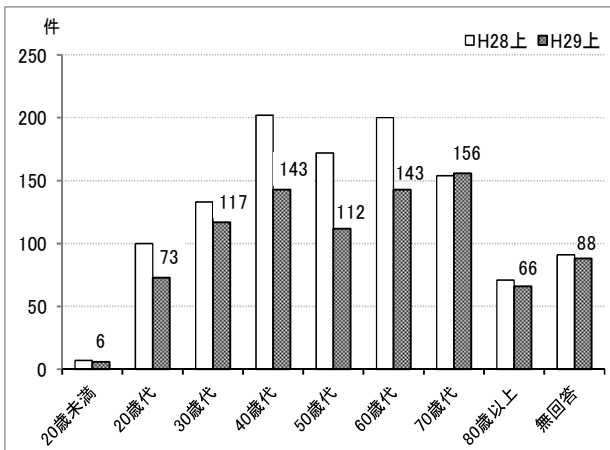
3 位 不動産賃貸 1,470 件
(前年度同期比 9.9%減)



4 位 工事・建築 1,254 件
(前年度同期比 2.0%減)



5 位 インターネット接続回線 904 件
(前年度同期比 20.0%減)

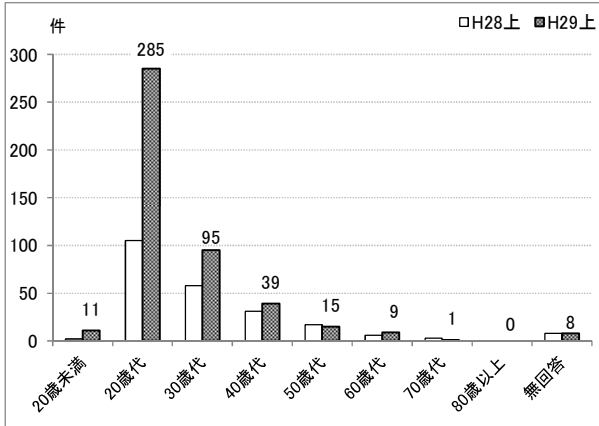


(2) 前年度同期と比べて増減率の高い品目

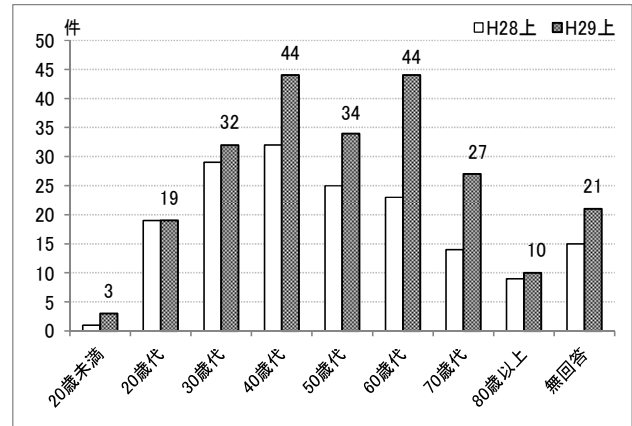
※増加率1位の「商品一般」、減少率3位の「デジタルコンテンツ」は前項で掲載済み

<増加率上位品目>

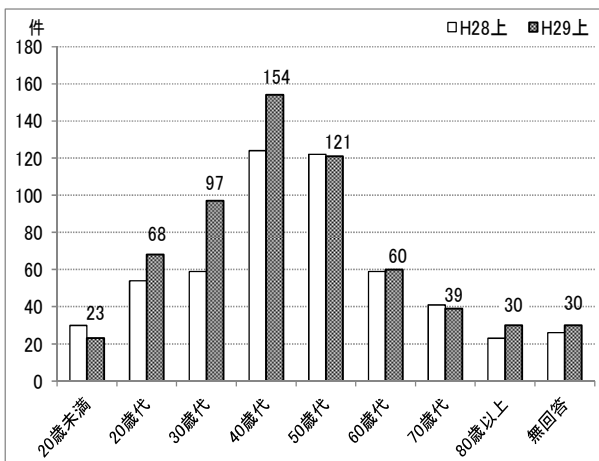
増加率2位 エステティックサービス 前年度同期比 101.3%増
(10位 463件)



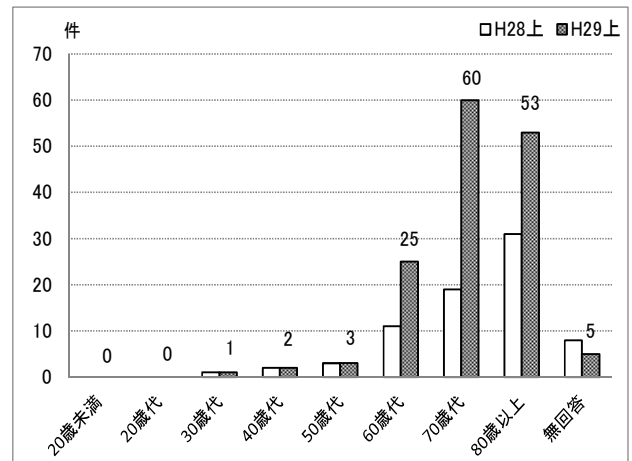
増加率3位 他のネット通信関連サービス 前年度同期比 40.1%増
(19位 234件)



増加率4位 化粧品 前年度同期比 15.6%増
(8位 622件)

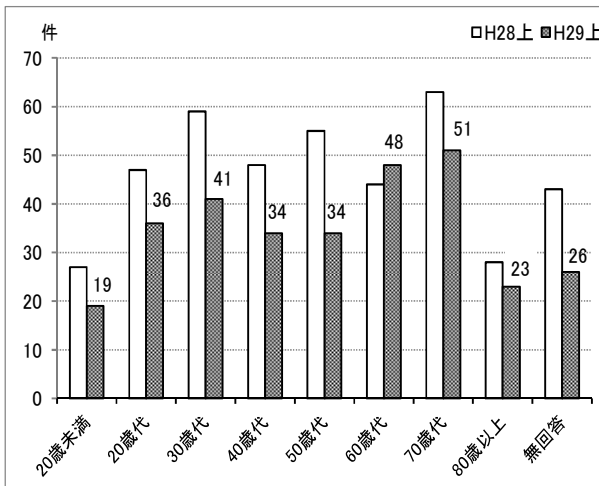


(参考) 山林 前年度同期比 98.7%増
(26位 145件)

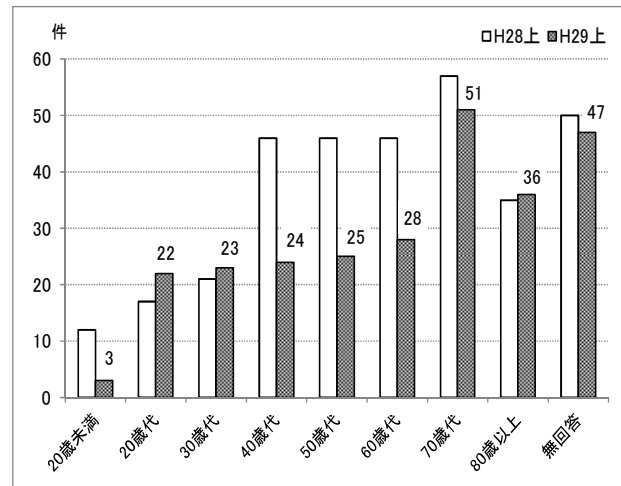


<減少率上位品目>

減少率1位 テレビ放送サービス 前年度同期比 24.5%減
(15位 312件)

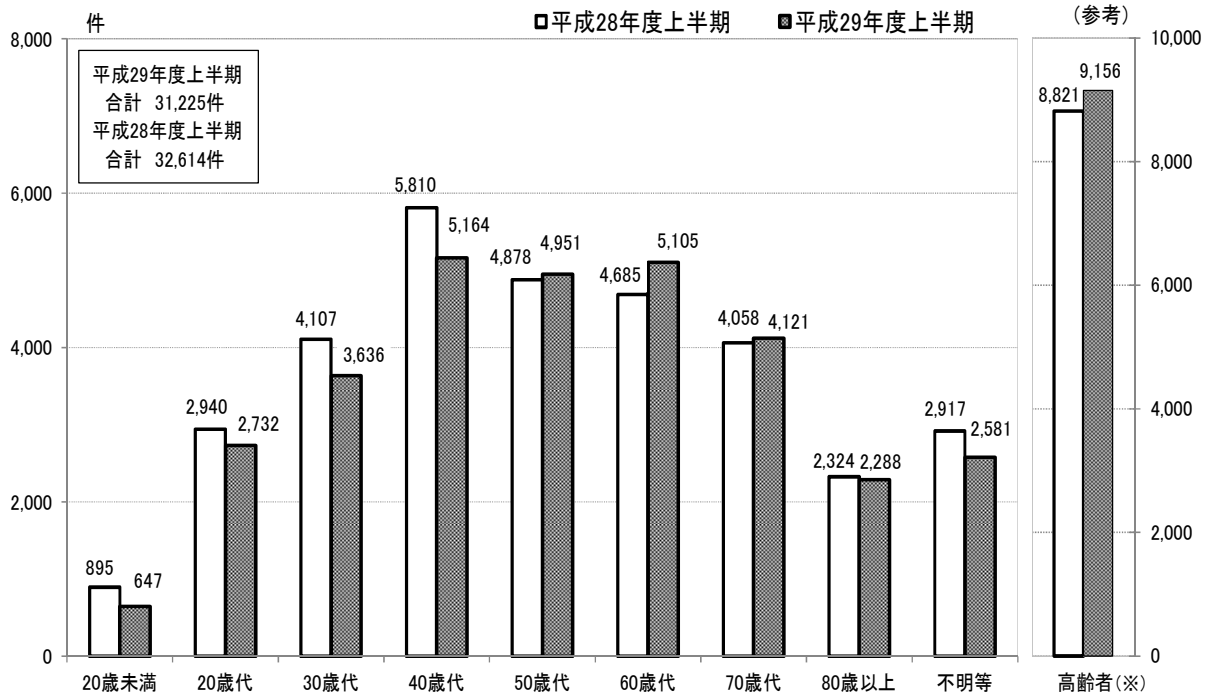


減少率2位 相談その他 前年度同期比 21.8%減
(17位 259件)



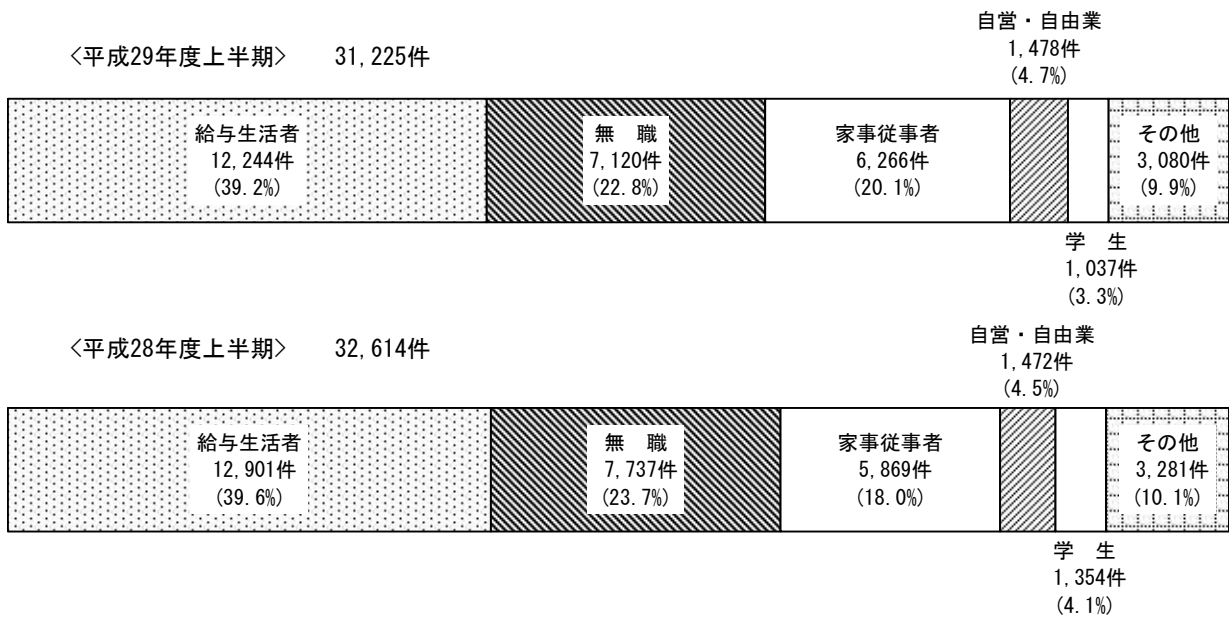
<契約当事者関連>

(付図3) 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>



※ 高齢者：契約当事者の年齢が65歳以上の者

(付図4) 平成29年度上半期 苦情相談の契約当事者職業別件数及び構成比 <前年度同期比較>



(付表3) 平成 29 年度上半期 契約当事者性別・年代別苦情相談件数<前年度同期比較>

単位:件

性別	年代	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	計	性別比
男性	29年度上半期	376 (2.8%)	1,213 (8.9%)	1,714 (12.7%)	2,275 (16.8%)	1,940 (14.3%)	2,229 (16.5%)	2,029 (15.0%)	974 (7.2%)	792 (5.8%)	13,542 (100.0%)	43.4%
	28年度上半期	508 (3.3%)	1,417 (9.3%)	1,949 (12.8%)	2,571 (16.8%)	2,228 (14.6%)	2,499 (16.3%)	2,062 (13.5%)	1,024 (6.7%)	1,021 (6.7%)	15,279 (100.0%)	46.9%
	前年度同期比	(74.0%)	(85.6%)	(87.9%)	(88.5%)	(87.1%)	(89.2%)	(98.4%)	(95.1%)	(77.6%)	(88.6%)	-
女性	29年度上半期	265 (1.6%)	1,513 (9.1%)	1,917 (11.6%)	2,881 (17.5%)	3,001 (18.2%)	2,865 (17.4%)	2,082 (12.6%)	1,290 (7.8%)	695 (4.2%)	16,509 (100.0%)	52.9%
	28年度上半期	378 (2.3%)	1,514 (9.4%)	2,152 (13.4%)	3,232 (20.0%)	2,645 (16.4%)	2,174 (13.5%)	1,983 (12.3%)	1,284 (8.0%)	762 (4.7%)	16,124 (100.0%)	49.4%
	前年度同期比	(70.1%)	(99.9%)	(89.1%)	(89.1%)	(113.5%)	(131.8%)	(105.0%)	(100.5%)	(91.2%)	(102.4%)	-
不明等	29年度上半期	6 (0.5%)	6 (0.5%)	5 (0.4%)	8 (0.7%)	10 (0.9%)	11 (0.9%)	10 (0.9%)	24 (2.0%)	1,094 (93.2%)	1,174 (100.0%)	3.7%
	28年度上半期	9 (0.7%)	9 (0.7%)	6 (0.5%)	7 (0.6%)	5 (0.4%)	12 (1.0%)	13 (1.1%)	16 (1.3%)	1,134 (93.7%)	1,211 (100.0%)	3.7%
	前年度同期比	(66.7%)	(66.7%)	(83.3%)	(114.3%)	(200.0%)	(91.7%)	(76.9%)	(150.0%)	(96.5%)	(96.9%)	-
計	29年度上半期	647 (2.1%)	2,732 (8.8%)	3,636 (11.6%)	5,164 (16.5%)	4,951 (15.9%)	5,105 (16.3%)	4,121 (13.2%)	2,288 (7.3%)	2,581 (8.3%)	31,225 (100.0%)	100.0%
	28年度上半期	895 (2.7%)	2,940 (9.0%)	4,107 (12.6%)	5,810 (17.8%)	4,878 (15.0%)	4,685 (14.4%)	4,058 (12.5%)	2,324 (7.1%)	2,917 (8.9%)	32,614 (100.0%)	100.0%
	前年度同期比	(72.3%)	(92.9%)	(88.5%)	(88.9%)	(101.5%)	(109.0%)	(101.6%)	(98.5%)	(88.5%)	(95.7%)	-

(注) 年度下段のカッコ内は構成比

【参考】

人口構成比	17.2%	10.8%	12.8%	16.7%	12.5%	12.9%	10.5%	6.6%
-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	------

(注) 人口構成比は「神奈川県年齢別人口統計調査」(平成29年1月1日現在)による。年齢不詳を除いて算出している。

(付表4-1) 平成 29 年度上半期 契約当事者年代別苦情相談の上位5品目

単位:件

年代 順位	20歳未満 [647]	20歳代 [2,732]	30歳代 [3,636]	40歳代 [5,164]	50歳代 [4,951]	60歳代 [5,105]	70歳代 [4,121]	80歳以上 [2,288]	不明等 [2,581]	計 [31,225]
1位	デジタルコン テンツ (247)	デジタルコン テンツ (429)	デジタルコン テンツ (530)	デジタルコン テンツ (963)	デジタルコン テンツ (991)	デジタルコン テンツ (1,071)	デジタルコン テンツ (676)	工事・建築 (225)	商品一般 (209)	デジタルコン テンツ (5,194)
2位	健康食品 (38)	エステティッ クサービス (285)	不動産貸借 (349)	不動産貸借 (304)	商品一般 (731)	商品一般 (1,050)	商品一般 (342)	商品一般 (146)	不動産貸借 (182)	商品一般 (2,954)
3位	化粧品 (23)	不動産貸借 (215)	商品一般 (128)	商品一般 (224)	不動産貸借 (182)	工事・建築 (220)	工事・建築 (264)	デジタルコン テンツ (146)	工事・建築 (152)	不動産貸借 (1,470)
4位	テレビ放送 サービス (19)	商品一般 (110)	インターネッ ト接続回線 (117)	健康食品 (202)	工事・建築 (179)	インターネット 接続回線 (143)	インターネット 接続回線 (156)	健康食品 (117)	デジタルコン テンツ (141)	工事・建築 (1,254)
5位	携帯電話サー ビス、ビジネス 教室 (15)	インターネット 接続回線 (73)	化粧品 (97)	化粧品 (154)	健康食品 (162)	不動産貸借 (131)	携帯電話 サービス (118)	新聞 (81)	インターネット 接続回線 (88)	インターネット 接続回線 (904)

(付表4-2) 平成29年度上半期 契約当事者(男性) 年代別苦情相談の上位5品目

単位: 件

年代 順位	20歳未満 [376]	20歳代 [1,213]	30歳代 [1,714]	40歳代 [2,275]	50歳代 [1,940]	60歳代 [2,229]	70歳代 [2,029]	80歳以上 [974]	不明等 [792]	計 [13,542]
1位	デジタルコン テンツ (166)	デジタルコン テンツ (191)	デジタルコン テンツ (237)	デジタルコン テンツ (438)	デジタルコン テンツ (465)	デジタルコン テンツ (646)	デジタルコン テンツ (457)	工事・建築 (104)	不動産貸借 (56)	デジタルコン テンツ (2,755)
2位	ビジネス教 室 (14)	不動産貸借 (113)	不動産貸借 (205)	不動産貸借 (168)	商品一般 (96)	工事・建築 (121)	工事・建築 (132)	デジタルコン テンツ (101)	デジタルコン テンツ (54)	不動産貸借 (754)
3位	健康食品 (12)	商品一般 (51)	インターネッ ト接続回線 (74)	工事・建築 (80)	不動産貸借 (84)	商品一般 (113)	商品一般 (119)	商品一般 (59)	工事・建築 (48)	工事・建築 (612)
4位	化粧品 (9)	四輪自動車 (45)	四輪自動車 (60)	インターネッ ト接続回線 (79)	工事・建築 (79)	インターネッ ト接続回線 (83)	インターネッ ト接続回線 (109)	インターネッ ト接続回線 (37)	商品一般 (36)	商品一般 (607)
5位	商品一般 (9)	インターネッ ト接続回線 (42)	商品一般 (59)	フリーロー ン・サラ金 (68)	インターネッ ト接続回線 (67)	不動産貸借 (72)	携帯電話 サービス (58)	山林 (32)	インターネッ ト接続回線 (30)	インターネッ ト接続回線 (525)

(付表4-3) 平成29年度上半期 契約当事者(女性) 年代別苦情相談の上位5品目

単位: 件

年代 順位	20歳未満 [265]	20歳代 [1,513]	30歳代 [1,917]	40歳代 [2,881]	50歳代 [3,001]	60歳代 [2,865]	70歳代 [2,082]	80歳以上 [1,290]	不明等 [695]	計 [16,509]
1位	デジタルコン テンツ (77)	エステティッ クサービス (281)	デジタルコン テンツ (293)	デジタルコン テンツ (524)	商品一般 (635)	商品一般 (933)	商品一般 (223)	工事・建築 (117)	商品一般 (97)	デジタルコン テンツ (2,381)
2位	健康食品 (26)	デジタルコン テンツ (237)	不動産貸借 (143)	商品一般 (157)	デジタルコン テンツ (524)	デジタルコン テンツ (425)	デジタルコン テンツ (219)	健康食品 (93)	不動産貸借 (38)	商品一般 (2,262)
3位	化粧品 (14)	不動産貸借 (100)	エステティッ クサービス (94)	健康食品 (152)	健康食品 (125)	工事・建築 (98)	工事・建築 (130)	商品一般 (85)	デジタルコン テンツ (38)	健康食品 (668)
4位	テレビ放送 サービス (11)	商品一般 (59)	化粧品 (83)	化粧品 (135)	化粧品 (98)	健康食品 (60)	健康食品 (72)	新聞 (57)	化粧品 (21)	不動産貸借 (623)
5位	エステティッ クサービス (11)	化粧品 (54)	健康食品 (79)	不動産貸借 (135)	工事・建築 (98)	インターネッ ト接続回線 (60)	携帯電話 サービス (60)	デジタルコン テンツ (44)	健康食品、 工事建築 (20)	工事・建築 (549)



消費生活課キャラクター ニャン吉

<特殊販売関連>

(付表5) 平成 29 年度上半期 苦情相談の販売購入形態別相談件数及び構成比 <前年度同期比較>

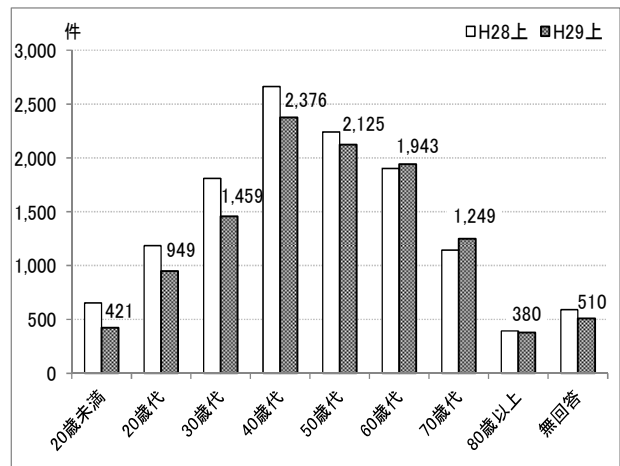
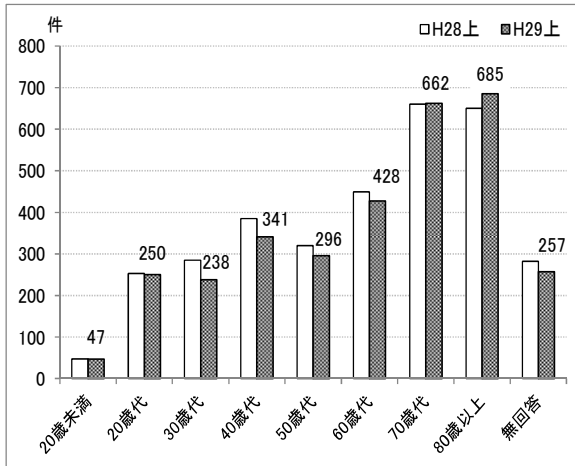
販売購入形態	平成 29 年度上半期		平成 28 年度上半期		増減数 (A-B)	増減率 (A-B)/B
	件数(A)	構成比	件数(B)	構成比		
苦情相談	31,225	(100.0%)	32,614	(100.0%)	△ 1,389	△ 4.3 %
特殊販売(店舗外販売)	16,857	54.0 %	18,475	56.7 %	△ 1,618	△ 8.8 %
(特殊販売に占める割合)		(100.0%)		(100.0%)		
訪問販売	3,204	10.3 %	3,329	10.2 %	△ 125	△ 3.8 %
(特殊販売に占める割合)		(19.0%)		(18.0%)		
通信販売	11,412	36.5 %	12,588	38.6 %	△ 1,176	△ 9.3 %
(特殊販売に占める割合)		(67.7%)		(68.1%)		
マルチ・マルチまがい	322	1.0 %	325	1.0 %	△ 3	△ 0.9 %
(特殊販売に占める割合)		(1.9%)		(1.8%)		
電話勧誘販売	1,344	4.3 %	1,725	5.3 %	△ 381	△ 22.1 %
(特殊販売に占める割合)		(8.0%)		(9.3%)		
ネガティブ・オプション	94	0.3 %	90	0.3 %	4	4.4 %
(特殊販売に占める割合)		(0.6%)		(0.5%)		
訪問購入	271	0.9 %	248	0.8 %	23	9.3 %
(特殊販売に占める割合)		(1.6%)		(1.4%)		
その他無店舗販売	210	0.7 %	170	0.5 %	40	23.5 %
(特殊販売に占める割合)		(1.2%)		(0.9%)		
店舗購入	8,141	26.1 %	9,016	27.6 %	△ 875	△ 9.7 %
不明・無関係	6,227	19.9 %	5,123	15.7 %	1,104	21.5 %

(注)1 () 内は、特殊販売に占める割合。

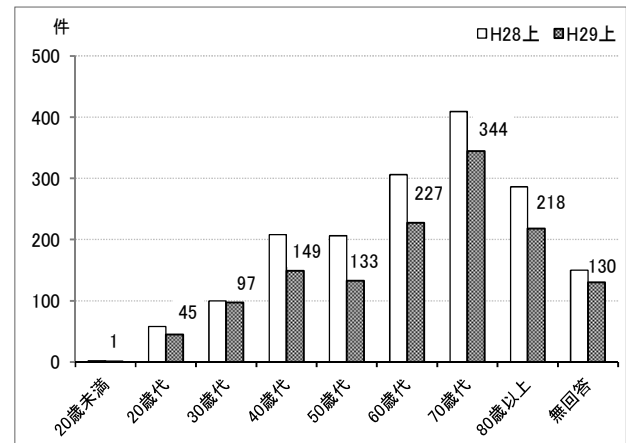
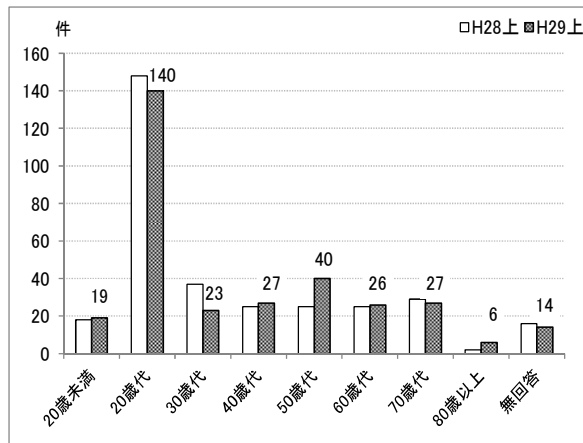
- 苦情相談・販売購入形態別の定義は、原則として「特定商取引に関する法律(以下「特商法」という。)」に定める販売購入の形態に従う。販売購入形態が2種類以上にわたる場合は、「全国消費生活情報ネットワークシステム(PIO-NET)」の定義により1つに絞っている。
- それぞれの特殊販売の定義は、次のとおり。
 - <訪問販売> 家庭訪販、職場訪販、販売目的を隠した誘引方法、キャッチセールス、アポイントメントセールス、1日だけ開催する展示販売、SF商法(催眠商法)等。
 - <通信販売> 通信手段(郵便、電話、ファックス、インターネット等)を用いて契約するもの。
 - <マルチ・マルチまがい> 消費者を、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)が得られると言って勧誘し、かつ、何らかの金銭負担(特定負担)をさせるもの。
 - <電話勧誘販売> 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、郵便等で契約を締結するもの。
 - <ネガティブ・オプション> 消費者から申込みもないのに商品を一方的に送りつけ、代金を請求するもの。
 - <訪問購入> 購入業者が、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。
 - <その他無店舗販売> 特商法の露店・屋台店等、2日以上での展示販売。

(付図5) 平成 29 年度上半期 特殊販売の年代別件数<前年度同期比較>

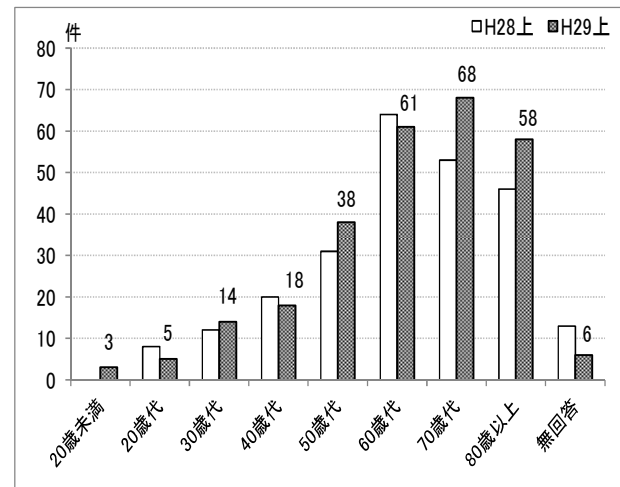
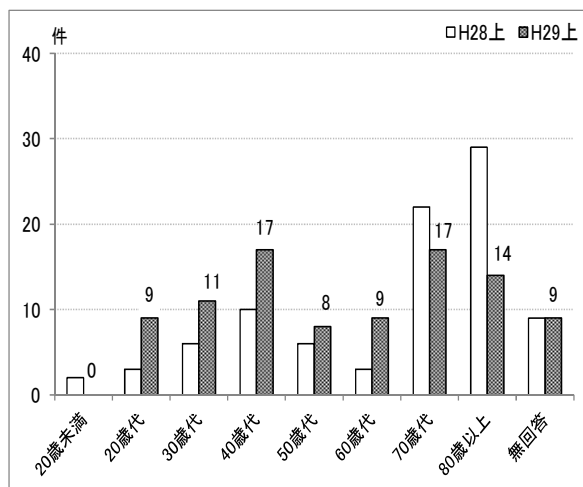
(1) 訪問販売 3,204 件 (前年度同期 3,329 件) (2) 通信販売 11,412 件 (前年度同期 12,588 件)



(3) マルチ・マルチまがい 322 件 (前年度同期 325 件) (4) 電話勧誘販売 1,344 件 (前年度同期 1,725 件)



(5) ネガティブ・オプション 94 件 (前年度同期 90 件) (6) 訪問購入 271 件 (前年度同期 248 件)



(注) 「その他無店舗」は除く。

(付表6-1) 平成29年度上半期 「訪問販売」の苦情上位10品目 <前年度同期比較>

単位：件

順位	品目 [相談総件数]	29年度 上半期 [3,204]	28年度 上半期 [3,329]	前年度 同期比 96.2%	備考
1	工事・建築	711	618	115.0%	屋根工事218、塗装工事110、衛生設備工事101
2	新聞	260	250	104.0%	
3	テレビ放送サービス	235	314	74.8%	テレビ放送サービス145、衛星テレビ放送90
4	修理サービス	138	152	90.8%	
5	山林	106	52	203.8%	
6	役務その他サービス	97	99	98.0%	
7	インターネット接続回線	86	122	70.5%	
8	建物清掃サービス	76	74	102.7%	
9	給湯システム	68	81	84.0%	電気温水器31、ガス瞬間湯沸器18、ガス温水ボイラー11
10	駆除サービス	67	52	128.8%	

(付表6-2) 平成29年度上半期 「通信販売」の苦情上位5品目 <前年度同期比較>

単位：件

順位	品目 [相談総件数]	29年度 上半期 [11,412]	28年度 上半期 [12,588]	前年度 同期比 90.7%	備考
1	デジタルコンテンツ	4,957	6,393	77.5%	他のデジタルコンテンツ3,271、アダルト情報サイト1,121、出会い系サイト313
2	商品一般	758	295	256.9%	
3	健康食品	682	741	92.0%	
4	化粧品	524	404	129.7%	
5	役務その他サービス	252	241	104.6%	

(付表6-3) 平成29年度上半期 「マルチ・マルチまがい」の苦情上位5品目 <前年度同期比較>

単位：件

順位	品目 [相談総件数]	29年度 上半期 [322]	28年度 上半期 [325]	前年度 同期比 99.1%	備考
1	他の内職・副業	45	39	115.4%	
2	商品一般	37	29	127.6%	
3	複合サービス会員	30	20	150.0%	
4	健康食品	29	59	49.2%	
5	ファンド型投資商品	28	26	107.7%	

(付表6-4) 平成29年度上半期 「電話勧誘販売」の苦情上位5品目 <前年度同期比較>

単位：件

順位	品目 [相談総件数]	29年度 上半期 [1,344]	28年度 上半期 [1,725]	前年度 同期比 77.9%	備考
1	インターネット接続回線	428	542	79.0%	
2	商品一般	80	106	75.5%	
3	健康食品	61	74	82.4%	
4	固定電話サービス	53	55	96.4%	
5	モバイルデータ通信	46	22	209.1%	

(付表6-5) 平成29年度上半期 「ネガティブ・オプション」の苦情上位3品目 <前年度同期比較>

単位：件

順位	品目 [相談総件数]	29年度 上半期 [94]	28年度 上半期 [90]	前年度 同期比 104.4%	備考
1	健康食品	19	36	52.8%	
2	商品一般	16	13	123.1%	
3	化粧品	7	3	233.3%	

(付表6-6) 平成29年度上半期 「訪問購入」の苦情上位5品目 <前年度同期比較>

単位：件

順位	品目 [相談総件数]	29年度 上半期 [271]	28年度 上半期 [248]	前年度 同期比 109.3%	備考
1	商品一般	36	38	94.7%	
2	指輪	25	14	178.6%	
3	アクセサリ	23	21	109.5%	
4	ネックレス	20	18	111.1%	
	四輪自動車	20	21	95.2%	

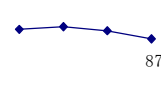
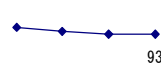
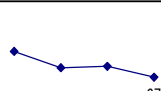
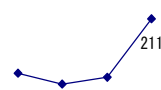
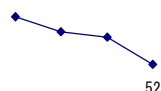
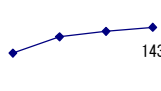

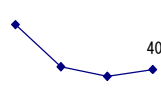
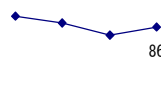
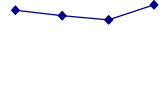

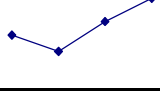
(付表6-7) 平成29年度上半期 「その他無店舗販売」の苦情上位2品目 <前年度同期比較>

単位：件

順位	品目 [相談総件数]	29年度 上半期 [210]	28年度 上半期 [170]	前年度 同期比 123.5%	備考
1	パーキング	21	10	210.0%	
2	ミネラルウォーター	17	10	170.0%	

<販売方法・手口別関連>

(付表7-1) 平成29年度上半期 販売方法・手口別の苦情相談の上位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	契約当事者 の特徴	平均契約購入金額	過去4年間の件数の推移 (H26上=100)
			性別	件数			平均既支払金額	H26上 H27上 H28上 H29上
1	電子商取引	9,365 (10,448) 89.6%	男性	4,436	①デジタルコンテンツ4,778 ②健康食品550 ③化粧品437	30～60歳代 給与生活者	21万3千円	 87
			女性	4,761			9万円	
2	家庭訪販	2,908 (2,916) 99.7%	男性	1,291	①工事・建築680 ②新聞247 ③テレビ放送サービス219	70歳以上 無職	209万7千円	 93
			女性	1,544			115万2千円	
3	電話勧誘	2,329 (2,820) 82.6%	男性	1,008	①インターネット接続回線 466 ②商品一般211 ③山林90	60歳以上 無職 家事従事者 給与生活者	177万5千円	 67
			女性	1,182			79万5千円	
4	身分詐称	1,679 (713) 235.5%	男性	498	①デジタルコンテンツ618 ②商品一般579 ③他の保健・福祉67	50～60歳代 女性中心 家事従事者 給与生活者 無職	79万9千円	 211
			女性	1,151			35万2千円	
5	無料商法	825 (1,257) 65.6%	男性	379	①デジタルコンテンツ241 ②工事・建築70 ③健康食品33	20歳代、40～ 70歳代 給与生活者	38万円	 52
			女性	419			8万円	
6	サイドビジネス商法	440 (420) 104.8%	男性	213	①デジタルコンテンツ148 ②他の内職・副業77 ③役務その他サービス20	20歳代 給与生活者	74万1千円	 143
			女性	222			45万2千円	
7	点検商法	380 (318) 119.5%	男性	184	①工事・建築197 ②建物清掃サービス31 ③駆除サービス27	70歳以上 無職	112万5千円	 124
			女性	184			40万7千円	
8	二次被害	366 (535) 68.4%	男性	197	①山林118 ②デジタルコンテンツ53 ③興信所38	60歳以上 無職 給与生活者 家事従事者	280万8千円	 67
			女性	169			136万円	
9	利殖商法	348 (255) 136.5%	男性	190	①ファンド型投資商品100 ②デジタルコンテンツ65 ③他のデリバティブ取引23	20歳以上 給与生活者 無職	417万2千円	 40
			女性	149			314万8千円	
10	販売目的隠匿	306 (267) 114.6%	男性	158	①工事・建築35 ②デジタルコンテンツ22 ③商品一般19 ③インターネット接続回線 19	20歳以上 給与生活者 無職	76万円	 86
			女性	143			44万5千円	
11	次々販売	279 (229) 121.8%	男性	94	①工事・建築59 ②デジタルコンテンツ40 ③健康食品21	80歳以上 女性中心 無職 家事従事者 給与生活者	410万9千円	 107
			女性	176			318万円	
12	テレビショッピング	249 (258) 96.5%	男性	75	①健康食品37 ②化粧品31 ③家庭用電気治療器具15	50歳以上 女性中心 無職 家事従事者	3万3千円	 108
			女性	170			1万8千円	
13	原野商法	186 (134) 138.8%	男性	113	①山林124 ②別荘地18 ③土地13	60歳以上 無職	525万円	 181
			女性	73			259万5千円	

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	契約当事者 の特徴	平均契約購入金額		過去4年間の件数の推移 (H26上=100)
			性別	件数			平均既支払金額	H26上 H27上 H28上 H29上	
14	ネガティブ・オプション	178 (192)	男性	55	①健康食品42 ②商品一般30 ③化粧品15	20歳以上 女性中心 無職 給与生活者 家事従事者	1万5千円		110
		92.7%	女性	111			4千円		
15	紹介販売	143 (151)	男性	68	①ファンド型投資商品16 ①他の内職・副業16 ③健康食品14 ③商品一般14	20歳代 給与生活者	76万6千円		109
		94.7%	女性	71			58万5千円		
16	劇場型勧誘	122 (212)	男性	21	①公社債26 ②商品一般20 ③老人ホーム16	60歳以上 女性中心 家事従事者 無職	488万5千円		18
		57.5%	女性	97			80万1千円		
17	アポイントメントセールス	118 (106)	男性	58	①タレント・モデル養成教室15 ②役務その他サービス12 ③複合サービス会員10	20歳代 給与生活者	62万3千円		169
		111.3%	女性	57			22万8千円		
18	景品付販売	112 (94)	男性	48	①新聞90 ②化粧品2 ②金融関連サービスその他2 ②携帯電話サービス2 ②インターネット接続回線2	20歳代、40歳以上 無職 家事従事者 給与生活者	4万6千円		73
		119.1%	女性	64			6千円		
19	当選商法	100 (110)	男性	40	①デジタルコンテンツ30 ②宝くじ11 ③商品一般8 ③教養・娯楽サービスその他8	40歳以上 給与生活者 無職 家事従事者	126万7千円		66
		90.9%	女性	60			57万1千円		
20	カタログ通販	84 (97)	男性	23	①商品一般8 ②化粧品7 ③健康食品6	50歳以上 女性中心 家事従事者 無職 給与生活者	3万8千円		66
		86.6%	女性	61			1万5千円		
21	アンケート商法	65 (62)	男性	35	①商品一般19 ②エステティックサービス4 ③室内装飾品3 ③医療サービス3 ③相談その他3	20歳代、60～70歳代 給与生活者 無職	37万5千円		103
		104.8%	女性	30			4万2千円		
22	キャッチセールス	55 (43)	男性	20	①エステティックサービス21 ②室内装飾品5 ②医療サービス5	20歳代 学生 給与生活者	106万6千円		62
		127.9%	女性	34			17万3千円		
23	SF商法	50 (36)	男性	5	①健康食品33 ②ファンド型投資商品5 ③磁気治療器具3	80歳以上 女性中心 無職 家事従事者	93万2千円		98
		138.9%	女性	41			100万円		
24	職場訪販	45 (42)	男性	19	①リースサービス7 ②普通生命保険5 ③生命保険4	20～40歳代、60歳代 男性中心 企業・団体 給与生活者	419万4千円		50
		107.1%	女性	7			13万7千円		
25	過量販売	39 (63)	男性	10	①健康食品6 ②補習用教材5 ③ふとん類4 ③新聞4	80歳以上 女性中心 無職 家事従事者	182万1千円		51
		61.9%	女性	29			97万1千円		

- (注) 1 グラフは平成26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4(P57)参照。

(付表7-2) 平成 29 年度上半期 販売方法・手口別、主な苦情相談事例

○電子商取引 デジタルコンテンツ（ショートメッセージサービスを用いた架空請求）

(当事者) 50歳代 女性 契約金額 38万円

(相談内容) スマートフォンに「未納料金が発生している。今日中に支払わないと訴訟する。」と、大手通販会社の名前でショートメッセージが届いた。身に覚えがなかったが、心配になり連絡したところ、相手に、名前、住所、生年月日を聞かれたので伝えた。私が昨年、音楽サイトに登録し、未納料金が38万円と言われた。支払方法はコンビニに行き、電子マネータイプのプリペイドカードを購入するように言われた。身に覚えがないので支払たくないし、個人情報を伝えてしまったので心配だ。対処の仕方を教えて欲しい。

(対応) ショートメッセージサービスを用いて、ランダムにメールを送りつける架空請求と思われる、同種トラブル事例を情報提供し、国民生活センターのホームページも確認するよう案内した。契約した覚えがなければ事業者の言われるままに支払う必要はなく、無視をして連絡せずに様子を見るよう伝えた。電話番号は知られているので、今後も請求の電話やメールが来る可能性があり、その都度、着信拒否の設定する、また、有料になるが電話番号の変更をすれば相手との連絡が遮断可能と伝えた。また、流出してしまった個人情報は取り戻すことは難しいが、何かの通知文が送られてきた場合は、事業者に連絡する前に必ず消費生活センターに相談するよう伝えた。

○身分詐称 商品一般（訴訟をほのめかすハガキ）

(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案内した。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と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併せて助言した。

○原野商法の二次被害

(当事者) 70歳代 男性 契約金額 約490万円

(相談内容) 数十年前に、別荘地（登記上は山林）として購入した土地を売って欲しいと、知らない不動産業者から夫宛てに電話があった。後日、事業者の訪問があり、ある大企業が保養所を建設するために土地を買いたいとのことだった。別荘を建てる予定もないし、子供たちに土地を残すより、売却したほうが良いと考えて売ることにした。売却額は約1,250万円だった。売却に当たっては、保全処置費、税金対策費、未納状態だった固定資産税の名目で合計約490万円を支払う必要があると説明され、現金で支払っている。売却代金は、数日前に銀行振り込みで支払うとのことだったが、約束の期日に振り込みがなく、事業者に電話をしても誰も出ない。改めて契約書を見直したところ、売買契約書が2通となっていて、売却とは別に、夫が約1,740万円で別の土地を購入したことになっていた。売却額と購入額との差額が、ちょうど約490万だった。土地購入の話は一切ないし、契約書も署名を急かされ、内容を確認できないまま署名した。騙されたと思う。

(対応) 後日、相談者と夫が来所し、売買契約書を確認したところ、約1,740万円で別の土地を購入した契約となっていた。土地購入の説明は一切なかったとのこと。契約書をよく確認していなかったため、土地を購入したことには気が付かなかったという。また、土地の権利書を事業者に渡しており、所有していた土地の登記を確認したところ、既に第三者に名義変更されていた。相談者は最寄り警察署に被害届を提出したとのことだった。被害金額が高額で、事業者とも連絡不能なため、弁護士への相談を勧め、消費生活センターから県弁護士会へつなぐこととした。

○利殖商法（仮想通貨等への投資）

(当事者) 60歳代 男性 契約金額 約60万円

(相談内容) 投資に関する情報商材の勧誘メールが届き、興味があったので、メールで紹介された動画や広告を見たところ、投資をすれば仮想通貨や海外の証券等で利益を確保でき、会員サイトを通じて会員にも利益を供給するという内容だった。最初に約10万円をクレジットカード決済したが、業者から「さらに月額300万円以上受け取る権利を供給する。」と携帯電話に電話があった。そこで約50万円を追加でクレジットカード決済したが、決済後、動画等で説明された会員サイトはできず、事業者にも電話をしても誰も出なくなった。説明とは全く違う内容だったので支払った約60万円を返金してもらいたい。現在は決済前あった広告はない。

(対応) 相談者にこれまでの経緯、問題点と相談者の意向を文書でまとめて、クレジットカード会社、決済代行業者と販売業者に通知するように助言した。通知文が各事業者へ届いたことを確認後、決済代行業者の情報提供を受けて、消費生活センターから販売業者と交渉した。販売業者は30%ならば返金するとの提案だったが相談者は納得しなかった。提供されたサービスが説明されたものと異なっており、そのことを指摘しても販売業者の回答が的を得たものではなかったことをクレジットカード会社に伝えたところ、クレジットカード会社から返金処理するとの回答が得られ、その旨を相談者に伝えた。

○脱毛エステ

(当事者) 20歳代 女性 契約金額 約70万円

(相談内容) 約2年前、全身脱毛エステの契約を締結した。同時にローンで約70万円のクレジット契約を締結し、毎月約2万円を返済していた。契約期間の定めはなく、半永久的に施術が受けられるとの契約であった。しかし、途中でエステに通うことや返済が困難になったため、今年2月、エステ店に中途解約を申し入れて、解約清算書を受け取り、約13万円が返金される予定だったが、返金前にエステ店運営業者が倒産してしまった。返金は諦めるが、現在も続いているローンの支払だけでも止めたい。支払停止の抗弁書様式は手元にあるが、記載方法等の助言が欲しい。

(対応) 一般社団法人日本クレジット協会のホームページからダウンロードした支払停止の抗弁書様式を持っているとのことだったので、記載方法を説明し、記録に残る方法でクレジット会社に送付するよう助言した。

○医療脱毛

(当事者) 20歳代 女性 契約金額 約70万円

(相談内容) 皮膚が弱いという体質的な問題もあり、うまく脱毛できず悩んでいたら、友人に医療脱毛のクリニックを紹介された。紹介されたクリニックに出向き、医師を含む2人からカウンセリングを受けた。体質のことを伝えたところ、レーザーを弱く設定すれば問題ないと言われた。ローンの分割手数料を含めると約70万円の契約をして、初回施術日の予約を入れた。しかし、ローンの支払いに不安を感じて解約したいと考えている。クーリング・オフ制度について調べたら、医療脱毛は適用外であるとの記事を見つけたが、契約を解除するのは困難だろうか。

(対応) 後日、本人が両親とともに契約書を持参して来所。書面を確認したところ、2年間有効の全身及び顔の脱毛コースであった。なお「脱毛し放題」との名称だが、各回数は8回で、8回の治療終了後、1年以内に更新手続きをすれば新たに無料で治療を保証するとの記載があったものの、その回数に記載はなかった。特定商取引法上、契約時点では医療脱毛はクーリング・オフ制度の適用外であることを説明し、契約書にもクーリング・オフや中途解約についての記載はないことを確認した。消費生活センターから当該クリニックに相談者が解約を希望している旨を伝えたところ、来店して所定の解約に関する書面にて手続きをすることを条件に無条件解除に応じるとの回答だった。所定の書面を相談者宛てに郵送できないかと伝えたが、あくまで対面手続きが必要と主張してきたので、相談者はその日のうちに両親とともに店に出向き、解約手続きを行った。併せて、配達記録が残る信書にて契約解除通知を当該クリニック及び個別クレジットの事業者へ送付するよう助言し、相談者は送付した。後日、個別クレジットの事業者からも契約は解除されたので請求することはないと連絡があり、その旨を相談者に伝え、相談を終了した。

○点検商法 家庭訪販（排水管洗浄）

（当事者） 90歳代 女性 契約金額 3万円

（相談内容） 本日午前中、排水管の高圧洗浄の電話勧誘があり、時々、水道局が水道管を見に来ていたので、そのことだと思った。自宅に事業者がきて、通常は5万円のところ、近所に来たついでなので3万円がいいと言われて、契約してしまった。午後に作業に来ることになっているが、やめたい。契約書はもらっている。

（対応） クーリング・オフについて契約書に記載がないかを尋ねたところ、記載がないとのことだった。訪問販売にあたるのでクーリング・オフの主張ができる。消費生活センターに相談中であることと、相談者の解約の意向をすぐに電話で申し出るよう助言した。相談者が事業者に解約を申し出たところ、事業者は承諾し、工事担当者の来訪もないとのことだったが、改めてクーリング・オフの通知を出すよう助言した。

○点検商法 家庭訪販（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。

○家庭訪販（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に送付するよう助言し、返品を確認した。

○家庭訪販（新聞購読契約）

（当事者） 80歳代 男性

（相談内容） 以前から2社の新聞販売店同士で契約期間を相談して、私に伝える形で両紙を交互に購読してきた。しかし、高齢になり新聞を読まなくなったことや、近い将来施設入居のため、転居する可能性があるため、現在購読中の新聞は来年2月から購読を止めたいと申し出たところ、1月末で配達しないことを了承してもらった。3年後の8月から2年間の購読契約を昨年7月に締結している他紙の販売店にも同様の事情を伝え、解約を要望したが拒否された。現在購読契約中の新聞販売店は解約に応じてくれたことを伝えたところ、「契約時期を早めて来年の2月から2年間の契約に変更する。」と言われてしまった。再度事情を伝えたが、やはり解約は承諾してくれず、「施設に入居することが決まったら解約処理する。」との回答だった。解約できないか。

（対応） 消費生活センター宛てに契約書をFAXするよう依頼し確認した。新聞販売店に連絡し、相談者の要望と高齢者に対し3年後から2年間の新聞購読契約をさせることについての問題点を伝えた。販売店は「本来は昨年8月から今年7月までの契約だったが、他紙と重複しているとのことで契約期間を延長したという経緯がある。」との回答があった。センターから「契約書面を確認したところ書面記載事項として必要な契約新聞名、数量についての記載がなく不備書面としてクーリング・オフできる契約であり、高齢で施設への転居も考えていることなどから解約を検討してほしい。」と伝えたところ、「責任者と相談する。」とのことだった。後日、「解約に応じて。しかし、他紙を1月末で解約し以後新聞を購読しないと言うことなので2月に本当に他紙を購読していないかの確認に行かせていただく。」とのことだった。相談者にその旨を伝え、相談を終了した。

○紹介販売（ビジネス教室）

（当事者） 10歳代 男性 大学生 契約金額 32万円

（相談内容） 未成年だが、SNSで知り合った人から海外への投資等を勧めるセミナーの勧誘を受けた。やり取りを通じてネットワークの上位の人と会わないかと誘われ、先月初めに喫茶店で会い、事業内容の説明を受けたが、簡単に稼げそうに思えた。その後、事業者事務所に出席して契約したが、契約額が32万円で、お金がないと伝えると学生ローン会社を紹介され、「旅行費用」と申請すれば借りられると言われ、指示どおりに10万円を借りて先に支払った。契約に当たって親の同意書が必要であったが、自分で署名するよう言われ、そのとおりにした。その後、何度かセミナーを受講したが、インターネットで簡単に収集できる程度の内容だったため、解約を申し出たところ、4万円の違約金が必要と言われた。違約金を支払わずに解約できないか。

（対応） 未成年者契約の取消通知を行った後、事業者連絡したところ、「解約は受け付ける、10万円は返金しないが、違約金4万円の請求はしない。」との回答だった。事業者から取り寄せた親の同意書では、父親名のみ同意書であり、未成年者契約では両親の同意が必要で、取り消しに応じるよう主張したところ、取り消しに応じるとのことだった。なかなか返金されなかったが、相談者から「直接事務所に友人と出席して返金を求め、返金された。」との報告があった。10万円をすぐにローン会社に支払うよう助言し、自ら事業者に出向くことは危険な状況を招くおそれがあると伝え、情報商材やセミナーに関する消費者トラブルについて情報提供するとともに、簡単に儲かる話等はないことを伝えた。

<危害・危険関連>

(付表8-1) 平成29年度上半期 危害内容の商品・役務等別苦情相談件数、相談事例

単位：件

商品・役務等 危害内容	商品・役務等																			計	割合	平成28年度上半期件数					
	商品一般	食料品	住居品	光熱水品	被服品	保健衛生品	教養娯楽品	車両・乗り物	土地・建物・設備	他の商品	クリーニング	レンタル・リース・賃借	工事・建築・加工	修理・補修	管理・保管	金融・保険サービス	運輸・通信サービス	教育サービス	教養・娯楽サービス				保健・福祉サービス	他の役務	内職・副業・相場	他の行政サービス	
骨折	2	1				1	1				2	1						3	9					20	4.1%	17	
脱臼・捻挫					1		1										1								3	0.6%	4
切断																									0	0.0%	0
擦過傷・挫傷・打撲傷	3		3		8	1	1	5	1		1				1	3		3	6	1		1		38	7.7%	32	
刺傷・切傷		6	2		1	2	4	2	1										4	1				23	4.6%	32	
頭蓋(内)損傷		1																						1	0.2%	1	
内臓損傷																			2					2	0.4%	0	
神経・脊髄の損傷						1							1						6					8	1.6%	12	
筋・腱の損傷																			2					2	0.4%	0	
窒息																								0	0.0%	1	
感覚機能の低下		2				2	1					1							2					8	1.6%	9	
熱傷		2	2			7	4	1	1										9	3				29	5.9%	32	
凍傷																				1				1	0.2%	0	
皮膚障害		26	8		4	78	1		1									2	31					151	30.5%	132	
感電障害						1	2																	3	0.6%	1	
中毒		3																		2				5	1.0%	7	
呼吸器障害		1	3		1	1			1		3			1						1				12	2.4%	15	
消化器障害		52			1	1													2	7				63	12.7%	85	
その他の傷病及び諸症状	2	23	17		1	13	5	2	4		3	1						3	48	2				124	25.1%	142	
不明		2																						2	0.4%	9	
計	7	119	35	0	17	107	19	12	9	0	0	9	3	1	1	1	4	0	11	121	18	0	1	495	100.0%	531	
割合	1.4%	24.0%	7.1%	0.0%	3.4%	21.6%	3.9%	2.4%	1.8%	0.0%	0.0%	1.8%	0.6%	0.2%	0.2%	0.2%	0.8%	0.0%	2.2%	24.5%	3.7%	0.0%	0.2%	100.0%	-	-	
平成28年度上半期件数	2	146	42	1	14	92	12	13	11	0	0	15	14	2	0	0	6	0	17	123	20	0	1	531	-	-	

[相談事例] 化粧品(皮膚障害)

(当事者) 40歳代 女性

(相談内容) デパートで購入した基礎化粧品を一週間に数回使用したところ、かゆみが出た。その後、顔全体が腫れ小さな発疹も出たので、メーカーに連絡したところ、補償等は化粧品との因果関係が分かる医師の診断書が必要と言われた。近所の皮膚科では、アレルギーテストが必要で、テストは顔の皮膚で行うわけではないので反応が出ないかもしれないとのこと。大学病院などであれば詳細な検査が可能かもしれないが、因果関係を証明した診断書は出せないと言われた。塗り薬を処方され、再診予定である。再度メーカーに連絡し、医師に確認した内容を伝えたが、診断書がない限り対応は不可と言われた。これまでは同様の症状が出た際、メーカーに連絡するとすぐに返品・返金できたので不満である。

(対応) 診断書の提出が補償の条件とされる以上、然るべき医療機関を受診し、医師に診断書を書いてもらう必要があるだろうと伝えた。また、メーカー対応の苦情を伝えてほしいと要望されたため、消費生活センターからメーカーにその旨を伝えた。補償については、行政機関が行う無料の法律相談窓口で見解を確認するよう伝えた。

(付表8-2) 平成 29 年度上半期 危険内容の商品・役務等別苦情相談件数、相談事例

単位：件

商品・役務等 危険内容	商品一般	食料品	住居品	光熱水品	被服品	保健衛生品	教養娯楽品	車両・乗り物	土地・建物・設備	他の商品	クリーニング	レンタル・リース・賃借	工事・建築・加工	修理・補修	管理・保管	金融・保険サービス	運輸・通信サービス	教育サービス	教養・娯楽サービス	保健・福祉サービス	他の役務	内職・副業・相場	他の行政サービス	計	割合	平成28年度上半期件数
火災																							0	0.0%	2	
発火・引火			8			1	5					1											15	8.3%	7	
発煙・火花		1	13				8	4					1										27	14.8%	23	
過熱・こげる			11	1		2	7	4				1	1				3						30	16.5%	14	
ガス爆発																							0	0.0%	0	
ガス漏れ				2					1														3	1.7%	2	
点火・燃焼・消火不良																							0	0.0%	0	
漏電・電波等の障害			1																				1	0.5%	2	
燃料・液漏れ等			1					1															2	1.1%	4	
化学物質による危険						1																	1	0.5%	0	
破裂			4				2	1															7	3.8%	13	
破壊・折損			4		1		6	6				1	1	1									20	11.0%	12	
部品脱落			1		1			2															4	2.2%	11	
機能故障						2		16				1	1										20	11.0%	18	
転落・転倒・不安定			2										1										3	1.7%	7	
バリ・鋭利		1			1																		2	1.1%	2	
操作・使用性の欠落							1	4															5	2.7%	1	
腐敗・変質		1																					1	0.5%	4	
異物の混入		23																					23	12.6%	18	
異物の侵入		1			1		1																3	1.7%	1	
その他		3	5			1		2	1	1		1									1		15	8.3%	16	
不明																							0	0.0%	0	
計	0	30	50	3	4	7	30	40	2	1	0	5	2	4	0	0	3	0	0	0	1	0	182	100.0%	157	
割合	0.0%	16.5%	27.5%	1.7%	2.2%	3.8%	16.5%	22.0%	1.1%	0.5%	0.0%	2.7%	1.1%	2.2%	0.0%	0.0%	1.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.5%	0.0%	0.0%	100.0%	-	-
平成28年度上半期件数	0	23	49	5	5	5	20	25	8	0	0	9	2	2	0	0	1	0	0	3	0	0	157	-	-	

[相談事例] 電気ケトル(過熱・こげる)

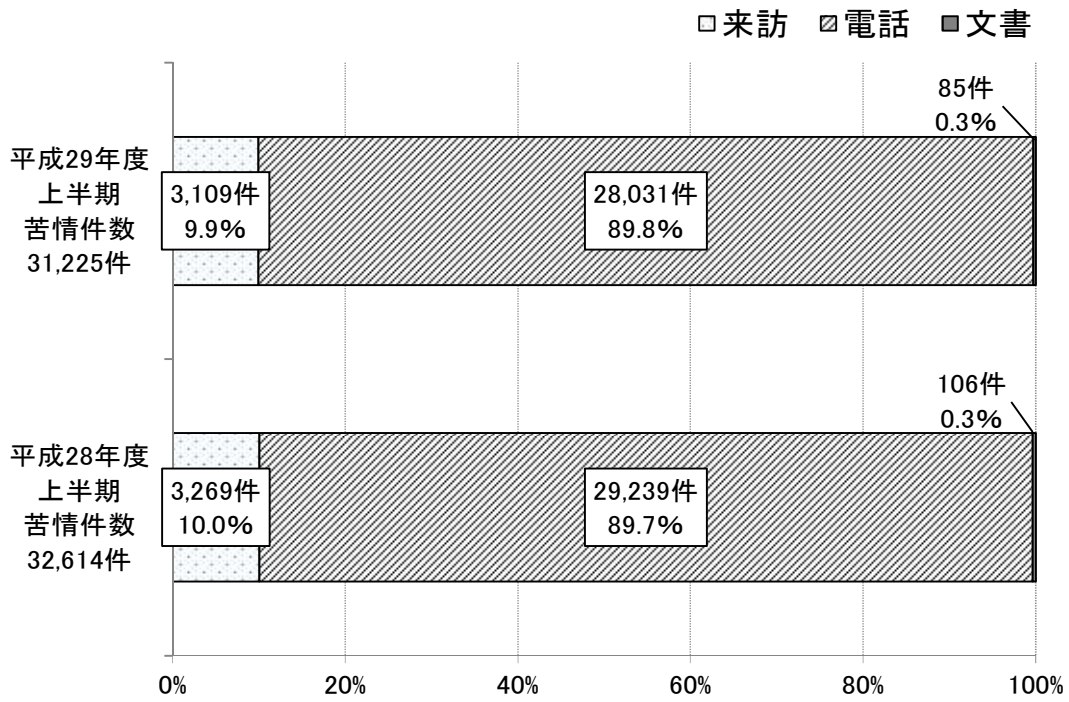
(当事者) 80歳代 女性

(相談内容) 7、8年前、返礼品としてカタログギフトを貰い電気湯沸かしケトルを申し込んだ。そのまま全く使わないでいたが、1週間前、使っていた電気湯沸かしポットが壊れたので当該ケトルを使ってみた。説明書では沸騰したら電源が切れると記載されていたが、沸騰しケトルから熱湯が吹き出し、本体を置いた台が熱で変色した。また、取っ手がすごく熱くなり持てないほどだった。保証書に記載の事業者に連絡したが、保証期間が過ぎているので対応しないと言われた。危険なので情報提供したい。

(対応) 危険なので、今後はケトルを使用しないよう助言し、申し出内容は記録に留める旨を伝えた。製造業者はすでに連絡が取れないが、大手通販サイト等で同じ商品が販売されており、現在も消費者の手に渡る可能性がある旨を消費生活センターから独立行政法人製品評価技術基盤機構(NITE)へ情報提供した。同機構にて試験を実施したところ、相談者宅にあった製品は設計不良の可能性が高いとの見解が示され、相談者にその旨を報告し終了とした。

<その他>

(付図6) 平成29年度上半期 相談方法別件数及び構成比 <前年度同期比較>



(付表9) 平成29年度上半期 苦情相談の分類別状況

単位:件

商品・役務等別分類	内容別分類 ※1		安全・衛生	品質・機能・役務品質	法規・基準	価格・料金	計量・量目	表示・広告	販売方法	契約・解約	接客対応	包装・容器	施設・設備	無回答	計	
	平成28年度上半期件数	平成29年度上半期件数														
商品	A 商品一般	1,289	2,953	25	25	21	103	0	88	2,043	2,227	135	1	5	0	4,673
	B 食料品	1,867	1,684	232	455	21	148	13	296	891	1,055	286	11	1	0	3,409
	C 住居品	1,219	1,133	126	508	17	140	0	93	485	620	216	2	2	0	2,209
	D 光熱水品	397	310	7	19	5	124	3	10	117	175	74	0	1	0	535
	E 被服品	1,208	1,193	27	309	16	111	0	119	658	835	181	0	0	0	2,256
	F 保健衛生品	959	990	129	292	8	99	3	143	534	696	193	6	1	0	2,104
	G 教養娯楽品	2,120	2,148	67	600	24	230	3	149	1,058	1,445	484	2	4	0	4,066
	H 車両・乗り物	837	710	75	286	14	89	0	45	206	460	126	0	0	0	1,301
	I 土地・建物・設備	1,159	1,167	30	252	35	170	2	39	644	665	188	0	7	0	2,032
	J 他の商品	17	28	1	4	0	5	0	2	18	14	2	0	0	0	46
小計	11,072	12,316	719	2,750	161	1,219	24	984	6,654	8,192	1,885	22	21	0	22,631	
構成比	33.9%	39.4%	5.8%	22.3%	1.3%	9.9%	0.2%	8.0%	54.0%	66.5%	15.3%	0.2%	0.2%	0.0%	-	
商品関連役務	K クリーニング	200	209	1	148	10	18	0	2	29	97	94	0	0	0	399
	L レンタル・リース・貸借	1,797	1,663	40	334	39	600	1	21	163	1,206	353	1	6	0	2,764
	M 工事・建築・加工	1,307	1,277	30	388	19	254	1	31	654	772	240	0	1	0	2,390
	N 修理・補修	516	445	11	172	7	129	0	25	155	237	119	0	0	0	855
	O 管理・保管	94	108	4	26	2	37	0	21	17	53	28	0	0	0	188
小計	3,914	3,702	86	1,068	77	1,038	2	100	1,018	2,365	834	1	7	0	6,596	
構成比	12.0%	11.9%	2.3%	28.8%	2.1%	28.0%	0.1%	2.7%	27.5%	63.9%	22.5%	0.0%	0.2%	0.0%	-	
役務(サービス)	P 役務一般	60	90	0	1	0	9	0	1	53	72	7	0	0	0	143
	Q 金融・保険サービス	1,949	1,610	5	44	59	207	0	46	668	1,217	251	0	1	0	2,498
	R 運輸・通信サービス	10,223	8,350	24	432	47	988	1	417	6,184	6,851	973	2	3	0	15,922
	S 教育サービス	179	156	1	31	3	33	0	4	34	122	31	0	0	0	259
	T 教養・娯楽サービス	1,068	1,208	15	91	17	206	0	98	519	953	237	0	0	0	2,136
	U 保健・福祉サービス	1,347	1,577	133	308	28	309	1	72	482	1,016	298	2	5	0	2,654
	V 他の役務	2,037	1,595	28	157	18	306	1	172	764	1,047	254	0	1	0	2,748
	W 内職・副業・ねずみ講	194	178	0	5	5	15	0	15	149	152	14	0	0	0	355
	X 他の行政サービス	153	99	3	10	6	6	0	4	25	37	25	0	0	0	116
	小計	17,210	14,863	209	1,079	183	2,079	3	829	8,878	11,467	2,090	4	10	0	26,831
構成比	52.8%	47.6%	1.4%	7.3%	1.2%	14.0%	0.0%	5.6%	59.7%	77.2%	14.1%	0.0%	0.1%	0.0%	-	
Z 他の相談	418	344	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	344	344	
構成比	1.3%	1.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	-	
平成29年度上半期合計	-	31,225	1,014	4,897	421	4,336	29	1,913	16,550	22,024	4,809	27	38	344	56,402	
構成比 ※2	-	100.0%	3.2%	15.7%	1.3%	13.9%	0.1%	6.1%	53.0%	70.5%	15.4%	0.1%	0.1%	1.1%	-	
平成28年度上半期合計	32,614	-	1,117	5,221	547	4,819	40	2,604	17,683	24,261	5,459	52	56	418	62,277	
構成比 ※2	100.0%	-	3.4%	16.0%	1.7%	14.8%	0.1%	8.0%	54.2%	74.4%	16.7%	0.2%	0.2%	1.3%	-	

※1 「内容別分類」は1相談4項目まで選択可能なため、「内容別分類」の件数の合計は相談件数と一致しない。

※2 「内容別分類」に関する構成比は、各年度の苦情相談総件数に対するもの。

(注)「商品・役務等別分類」「内容別分類」は、参考2、3(P55、56)参照。

(付表10) 平成29年度上半期 苦情相談の契約購入金額・既支払金額

区分	年度	1万円未満	1万円以上 10万円未満	10万円以上 100万円未満	100万円以上 1000万円未満	1千万円以上	計(判明分)※	平均金額 (千円)
契約購入金額	29年度 上半期	3,125 件	4,868 件	5,074 件	1,494 件	381 件	14,942 件	1,168
		(20.9%)	(32.6%)	(34.0%)	(10.0%)	(2.5%)	(100.0%)	
	28年度 上半期	3,303 件	5,502 件	5,752 件	1,550 件	464 件	16,571 件	1,277
		(19.9%)	(33.2%)	(34.7%)	(9.4%)	(2.8%)	(100.0%)	
	前年度 同期比	(94.6%)	(88.5%)	(88.2%)	(96.4%)	(82.1%)	(90.2%)	(91.5%)
	既支払金額	29年度 上半期	2,121 件	2,577 件	2,137 件	649 件	137 件	7,621 件
(27.8%)			(33.8%)	(28.1%)	(8.5%)	(1.8%)	(100.0%)	
28年度 上半期		2,148 件	2,731 件	1,987 件	728 件	170 件	7,764 件	546
		(27.7%)	(35.1%)	(25.6%)	(9.4%)	(2.2%)	(100.0%)	
前年度 同期比		(98.7%)	(94.4%)	(107.5%)	(89.1%)	(80.6%)	(98.2%)	(162.5%)

※ 各年度苦情相談のうち、契約購入金額、既支払金額が判明しているものについて分析した。

(付表11) 平成29年度上半期 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29年9月30日までに相談処理が完結しているものを抽出)

(単位：千円、件)

県内	平成29年度上半期		平成28年度上半期	
	金額	件数	金額	件数
契約購入金額(A)	16,162,464	14,020	21,251,877	16,571
既支払額(B)	6,045,975	7,023	8,176,747	7,764
救済金額(C)	1,540,993	3,391	1,746,468	4,867
回復額	476,093	1,342	414,453	1,494
回復額 (クーリング・オフ額)	459,932	560	495,289	582
未然防止額	604,968	1,489	836,726	2,791
C/A	9.5%	24.2%	8.2%	29.4%
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	110		105	

※ 「回復額」とは、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た、または、支払いを免除された金額

※ 「回復額(クーリング・オフ額)」とは、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、また、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」とは、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。

(付表12-1) 平成29年度上半期 契約当事者の地域別苦情相談件数 <前年度同期比較>

単位：件

	横浜	川崎	相模原	横須賀・三浦	湘南	県央	県西	その他・不明	全体
苦情相談件数(平成29年度上半期)	11,779	4,695	2,595	2,723	4,181	2,928	931	1,393	31,225
苦情相談件数(平成28年度上半期)	12,704	4,751	2,585	2,738	4,308	2,901	874	1,753	32,614
前年度同期比	92.7%	98.8%	100.4%	99.5%	97.1%	100.9%	106.5%	79.5%	
平成29年度上半期の構成比	37.7%	15.0%	8.3%	8.7%	13.4%	9.4%	3.0%	4.5%	-
苦情相談のうち65歳以上の相談(H29上半期)	3,420	1,100	734	1,043	1,354	946	307		8,904
65歳以上の構成比	29.0%	23.4%	28.3%	38.3%	32.4%	32.3%	33.0%		28.5%

(注1) 「その他・不明」は居住地不明及び県外からの相談

(注2) 本表の件数は契約当事者の居住地別。したがって相談者の居住地別を示した付表1-2の件数とは一致しない

単位：人

	横浜	川崎	相模原	横須賀・三浦	湘南	県央	県西	その他・不明	全体
人口(H29.1.1)	3,731,096	1,491,577	721,477	709,759	1,301,667	847,062	344,762		9,147,400
構成比	40.8%	16.3%	7.9%	7.8%	14.2%	9.3%	3.8%		-
高齢人口(65歳以上)	888,543	287,762	177,847	220,558	335,393	205,576	104,569		2,220,248
高齢人口率(※)	24.0%	19.8%	24.9%	31.2%	25.9%	24.4%	30.5%		24.5%

(参考) 年齢不詳

22,528

38,620

6,069

2,679

5,670

5,608

1,752

82,926

※高齢人口率=高齢人口/(人口-年齢不詳)×100

(データ：神奈川県年齢別人口統計調査 平成29年1月1日現在)

「地域別」の内訳 横浜地域= 横浜市 川崎地域= 川崎市 相模原地域= 相模原市
 横須賀・三浦地域= 横須賀市、鎌倉市、逗子市、三浦市、葉山町
 湘南地域= 平塚市、藤沢市、茅ヶ崎市、秦野市、伊勢原市、寒川町、大磯町、二宮町
 県央地域= 厚木市、大和市、海老名市、座間市、綾瀬市、愛川町、清川村
 県西地域= 小田原市、南足柄市、中井町、大井町、松田町、山北町、開成町、箱根町、真鶴町、湯河原町

(付表12-2) 平成29年度上半期 契約当事者の地域別苦情相談の上位10品目

単位：件

横浜	11,779	(構成比)	川崎	4,695	(構成比)	相模原	2,595	(構成比)	横須賀・三浦	2,723	(構成比)
デジタルコンテンツ	2,028	17.2%	デジタルコンテンツ	823	17.5%	デジタルコンテンツ	443	17.1%	デジタルコンテンツ	434	15.9%
商品一般	964	8.2%	商品一般	371	7.9%	商品一般	270	10.4%	商品一般	300	11.0%
不動産貸借	544	4.6%	不動産貸借	274	5.8%	不動産貸借	115	4.4%	工事・建築	143	5.3%
工事・建築	505	4.3%	健康食品	147	3.1%	工事・建築	104	4.0%	健康食品	98	3.6%
インターネット接続回線	415	3.5%	インターネット接続回線	121	2.6%	健康食品	80	3.1%	不動産貸借	91	3.3%
健康食品	328	2.8%	工事・建築	117	2.5%	インターネット接続回線	66	2.5%	インターネット接続回線	65	2.4%
携帯電話サービス	323	2.7%	役務その他サービス	109	2.3%	携帯電話サービス	60	2.3%	携帯電話サービス	59	2.2%
化粧品	259	2.2%	化粧品	108	2.3%	役務その他サービス	54	2.1%	フリーローン・サラ金	45	1.7%
役務その他サービス	244	2.1%	携帯電話サービス	104	2.2%	化粧品	46	1.8%	役務その他サービス	40	1.5%
エステティックサービス	187	1.6%	エステティックサービス		2.2%	四輪自動車			化粧品	39	1.4%

湘南	4,181	(構成比)	県央	2,928	(構成比)	県西	931	(構成比)	全体	31,225	(構成比)
デジタルコンテンツ	698	16.7%	デジタルコンテンツ	482	16.5%	デジタルコンテンツ	180	19.3%	デジタルコンテンツ	5,194	16.6%
商品一般	418	10.0%	商品一般	362	12.4%	商品一般	129	13.9%	商品一般	2,954	9.5%
工事・建築	183	4.4%	不動産貸借	126	4.3%	不動産貸借	36	3.9%	不動産貸借	1,470	4.7%
不動産貸借	170	4.1%	工事・建築	118	4.0%	インターネット接続回線	33	3.5%	工事・建築	1,254	4.0%
健康食品	109	2.6%	健康食品	72	2.5%	健康食品	30	3.2%	インターネット接続回線	904	2.9%
インターネット接続回線	103	2.5%	インターネット接続回線	68	2.3%	工事・建築	23	2.5%	健康食品	892	2.9%
化粧品	83	2.0%	携帯電話サービス	61	2.1%	フリーローン・サラ金	18	1.9%	携帯電話サービス	726	2.3%
携帯電話サービス	83	2.0%	四輪自動車	56	1.9%	化粧品	17	1.8%	化粧品	622	2.0%
フリーローン・サラ金	77	1.8%	修理サービス			16	1.7%	役務その他サービス	586	1.9%	
他の保健・福祉	71	1.7%	化粧品	55	1.9%	四輪自動車	15	1.6%	エステティックサービス	463	1.5%

参考資料

(参考1) 消費生活相談の区分

区 分	性 格
苦情相談	<ul style="list-style-type: none">・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	<ul style="list-style-type: none">・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・電話機川品	G 2 5	R. 運輸・通信サービス	
3. 肉類	B 2 3	3. 学校教材	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. 嗜好食品		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
5. 他の食料品		1. 楽器	G 9 1	S. 教育サービス	
1. 健康食品	B 5 1	2. 他の教養娯楽品	G 9 2	1. 教育一般	S 1 0
2. 食料品その他	B 5 2	II. 車両・乗り物		2. 学校教育	S 2 0
C. 住居品		1. 車両・乗り物一般	H 1 0	3. 補習教育	S 3 0
1. 住居品一般	C 1 0	2. 自動車	H 2 0	4. 他の教育	S 4 0
2. 家事用品		3. 自動車用品	H 3 0	T. 教養・娯楽サービス	
1. 食生活機器	C 2 1	4. 自転車・用品	H 4 0	1. 教養・娯楽一般	T 1 0
2. 食器・台所川品	C 2 2	5. 運搬川具	H 5 0	2. 旅行代理業	T 2 0
3. 洗濯・裁縫用具	C 2 3	6. 他の乗り物	H 6 0	3. 宿泊施設	T 3 0
4. 掃除用具	C 2 4	I. 土地・建物・設備		4. 教室・講座	T 4 0
5. 洗淨剤等	C 2 5	1. 土地・建物・設備一般	I 1 0	5. 観覧・鑑賞	T 5 0
3. 住生活用品		2. 土地	I 2 0	6. 各種会員権	T 6 0
1. 空調・冷暖房機器	C 3 1	(借地 L-I 2 0)		7. 他の教養・娯楽	T 7 0
2. 家具・寝具	C 3 2	([土地造成 M-I 2 0])		U. 保健・福祉サービス	
3. 室内装備品	C 3 3	([土地管理 O-I 2 0])		1. 保健・福祉一般	U 1 0
4. 照明器具	C 3 4	3. 建物		2. 保健	
4. 他の住居品	C 4 0	1. 建物一般	I 3 1	1. 医療	U 2 1
D. 光熱水品		2. 集合住宅	I 3 2	2. 理美容	U 2 2
1. 光熱水品一般	D 1 0	(分譲マンション I 3 2)		3. 浴場	U 2 3
2. 電気	D 2 0	(賃貸マンション・アパート		4. 衛生サービス	U 2 4
3. ガス	D 3 0	L-I 3 2)		3. 福祉	
4. 石油	D 4 0	(マンション管理 O-I 3 2)		1. 保育	U 3 1
5. 水道	D 5 0	3. 戸建住宅	I 3 3	2. 老人福祉・サービス	U 3 2
6. 他の光熱水品	D 6 0	(建売住宅 I 3 3)		4. 他の保健・福祉	U 4 0
E. 被服品		(借家 L-I 3 3)		V. 他の役務	
1. 被服品一般	E 1 0	(注文住宅 M-I 3 3)		1. 外食・食宅宅配	V 1 0
2. 和服	E 2 0	(増改築 M-I 3 3)		2. 結婚葬祭	V 2 0
3. 洋服		4. 他の建物	I 3 4	3. 家事サービス	V 3 0
1. 洋服一般	E 3 1	4. 住宅構成材	I 4 0	4. 役務その他	V 4 0
4. 子供洋服	E 3 4	5. 住宅設備		W. 内職・副業・ねずみ講	
5. 洋装下着	E 3 5	1. 空調・冷暖房・給湯設備	I 5 1	1.5. 内職・副業一般	W 1 5
6. 紳士・婦人洋服	E 3 6	2. 衛生設備	I 5 2	3. 自動販売機	W 3 0
4. 身の回り品		3. 屋外装備品	I 5 3	4. 内職・副業	W 4 0
1. 履物	E 4 1	4. 他の住宅設備	I 5 4	5. 無限連鎖講	W 5 0
2. かばん	E 4 2	J. 他の商品	J 0 0	X. 他の行政サービス	X 0 0
3. アクセサリー	E 4 3	K. クリーニング	K	Z. 他の相談	
4. 他の身の回り品	E 4 4	L. レンタル・リース・貸借	L	1. 消費者運動	Z 1 0
5. 生地・糸類	E 5 0	M. 工事・建築・加工	M	(消費者問題一般)	
6. 他の被服品	E 6 0	N. 修理・補修	N	2. 家庭管理	Z 2 0
F. 保健衛生品		O. 管理・保管	O	3. 健康管理	Z 3 0
1. 保健衛生品一般	F 1 0	P. 役務一般	P 0 0	4. 相隣関係	Z 4 0
2. 医薬品	F 2 0	Q. 金融・保険サービス		5. 慣習・しきたり	Z 5 0
3. 医療川具	F 3 0	1. 金融・保険一般	Q 1 0	6. 婚姻	Z 6 0
4. 化粧品	F 4 0	2. 生命保険	Q 2 0	7. 相続	Z 7 0
5. 理美容器具・用品	F 5 0	3. 損害保険	Q 3 0	8. 相談その他	Z 8 0
		3.5. その他の保険	Q 3 5		

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) 内容別分類

内容別分類	相談内容
安全・衛生	身体・生命の被害及びそのおそれのある事故、火災・発火等の危険、食品衛生、発がん性や残留農薬等の一般的安全性及び衛生に関する相談
品質・機能 役務品質	商品の品質、機能・性能、故障、不具合、使い勝手等及び役務の内容・水準等に関する相談
法規・基準	法律、条例、指導通達、業界基準、自主基準、法規格、任意規格等規定された一定の基準に関する相談
価格・料金	商品の価格及び利用料等役務の対価に関する相談
計量・量目	商品の計量方法、計量・量目及びそれらの不足に関する相談
表示・広告	商品・役務の内容、取引条件及び取引に関するその他の事項について事業者が行う表示、広告、マーク等に関する相談
販売方法	購入したか否かに関係なく、販売形態、販売の手口、セールストーク等のいずれかひとつでも問題がある相談
契約・解約	法律行為としての契約に関する相談及び法定解除理由がないと判断される解約に関する相談
接客対応	アフターサービス、販売時の接客態度、クレーム処理、保証等に関する相談
包装・容器	商品に附随する包装、容器に関する相談
施設・設備	商品・役務を販売している施設、設備に関する安全・衛生、品質・機能等一切に関する相談
買物相談	商品・役務を購入するに先立って、情報を収集する目的での相談
生活知識	商品・役務の購入に関係なく、生活の知恵、暮らしのノウハウ等を問う相談
その他	上記のいずれにも含まれない内容の相談

(参考4) 販売方法・手口一覧

区 分	内 容
電子商取引	オンラインショッピング、インターネット等のネットワーク上で行う取引
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
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
無料商法	「無料サービス」「無料体験」など「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
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」等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
利殖商法	「高利回り」など利殖になることを強調して投資や出資を勧誘する商法
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かのように偽って売りつける手法
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
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
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
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
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
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	「商品・サービスともに必要以上の量や長期間の契約を迫り、結果として高額な契約をさせるもの
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商品・サービスの契約をさせるもの
SF(催眠)商法	人を集め、閉め切った会場で台所用品などをタダ当然で配り、得した気分させ興奮状態にしておいて、最後に高額な商品やサービスを売りつける商法
職場訪販	販売員が販売を目的に消費者の職場を訪問し、商品・サービスを販売するもの
過量販売	商品・サービスともに必要以上の量や長期間の契約を迫り、結果として高額な契約をさせるもの

(参考5) 神奈川県内の消費生活相談窓口のご案内

平成29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1-1-2 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	相模原市緑区橋本6-2-1 JR橋本駅北口 イオン橋本店6階	来所相談のみ・要予約 ※予約受付:042-776-2511
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2階	046-821-1314
平塚市	平塚市消費生活センター	月～金	9:30～16:00	平塚市八重峡町3-3 Jビルかながわ2階	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	藤沢市藤沢109-6 湘南NDビル6階	0466-25-1111(代)
小田原市	小田原市消費生活センター	月～金	9:30～12:00、13:00～16:00	小田原市荻窪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]	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 秦野市役所内 教育庁舎内	0463-82-5181
厚木市	厚木市消費生活センター	月～金	9:30～16:00	厚木市栄町1-16-15 厚木商工会議所会館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	海老名市鎌瀬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	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 葉山町役所内	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]	月・木	10:00～12:00、13:00～16:00	高座郡寒川町宮山165 寒川町役所内	0467-74-1111(代)
大磯町	大磯町町民課 [職員が対応]	月～金	8:30～17:15	中郡大磯町東小磯183番地 大磯町役所内	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 二宮町役所内	0463-71-3311(代)
中井町	中井町産業振興課 [職員が対応]	月～金	8:30～17:15	足柄上郡中井町比奈産56 中井町役所内	0465-81-1115
大井町	大井町防災安全室 [職員が対応]	月～金	8:30～17:15	足柄上郡大井町金子1995 大井町役所内	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 松田町役所内	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 山北町役所内	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 開成町役所内	0465-84-0317
箱根町	箱根町総務防災課 [職員が対応]	月～金	8:30～17:15	足柄下郡箱根町湯本256 箱根町役所内	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 真鶴町役所内	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2-24-1 湯河原町役所内	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 愛川町役所内	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29年4月16日、6月18日、8月20日、10月15日、12月17日、平成30年2月18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

県民局くらし県民部消費生活課（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）