

平成 29 年度 神奈川県内における

消費生活相談概要

平成 30 年 7 月

本資料は、平成29年度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

I 平成29年度の消費生活相談の特徴	1
II 平成29年度の概況	2
1 相談総件数は67,564件、苦情相談件数は63,173件	2
2 苦情相談の状況	3
(1) 品目別1位は「デジタルコンテンツ」	3
(2) 増加率が高い品目	3
(3) 契約当事者の年代別1位は40歳代。50歳代以上で件数増加!	5
(4) 特殊販売の苦情相談1位は「通信販売」 「訪問購入」の苦情相談の約6割が高齢者の相談! 「マルチ・マルチまがい」の苦情相談の約5割が若者の相談!	7
(5) 販売方法・手口別1位は「電子商取引」 架空請求に関する相談の増加で「身分詐称」が急増!	13
(6) 「危害」「危険」に関する相談はいずれも減少	14
III 特徴的な苦情相談について ～「架空請求」に関する相談～	15
IV 高齢者(契約当事者が65歳以上)の相談	26
V 若者(契約当事者が30歳未満)の相談	36
VI 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	47
1 概況	47
2 メール相談	48
3 生活再建支援相談	49

資料編

<消費生活相談受付状況>

(付表1-1) 平成29年度 県内市町村消費生活センター等の消費生活相談総件数	52
(付表1-2) 平成29年度 相談者の居住地別苦情相談件数	53

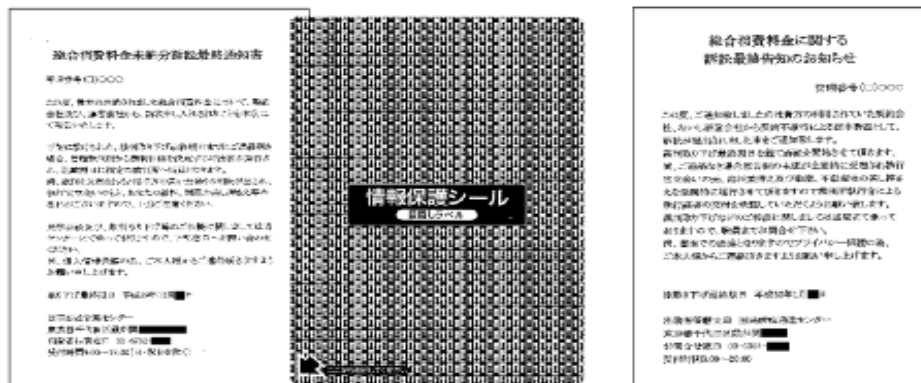
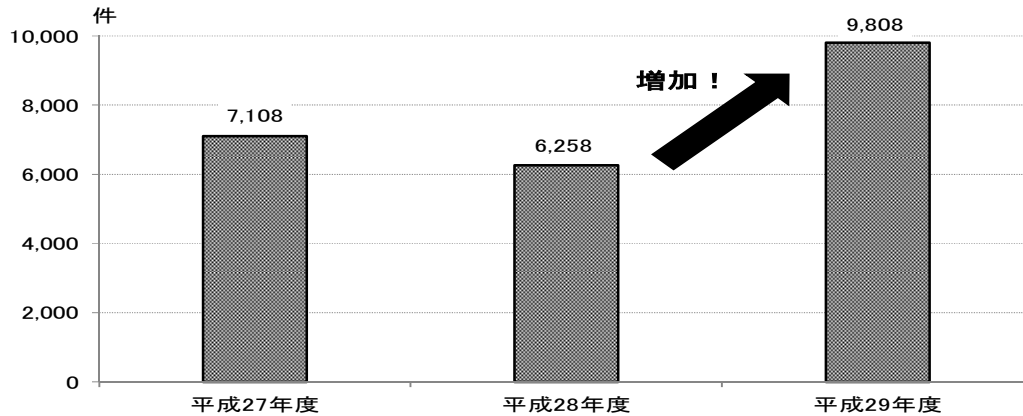
<苦情相談上位品目関連>		
（付表 2）	平成 29 年度	苦情相談の上位 25 品目<前年度順位比較> …… 54
（付図 1）	平成 29 年度	苦情相談の上位品目等の年代別件数<前年度比較> …… 55
<契約当事者関連>		
（付図 2）	平成 29 年度	苦情相談の契約当事者職業別件数及び構成比<前年度比較> …… 57
（付表 3）	平成 29 年度	契約当事者性別・年代別苦情相談件数<前年度比較> …… 57
<販売方法・手口別関連>		
（付表 4-1）	平成 29 年度	販売方法・手口別の苦情相談の上位 25 位 …… 59
（事例）	平成 29 年度	販売方法・手口別ほか主な苦情相談事例 …… 61
<危害・危険関連>		
（付表 5-1）	平成 29 年度	危害内容の商品・役務等別苦情相談件数 …… 65
（付表 5-2）	平成 29 年度	危険内容の商品・役務等別苦情相談件数 …… 66
（事例）		危害・危険の相談事例 …… 67
<その他>		
（付表 6）	平成 29 年度	苦情相談の分類別状況 …… 68
（付表 7）	平成 29 年度	苦情相談の契約購入金額・既支払金額（平成 30 年 3 月 31 日現在） …… 69
（付表 8）	平成 29 年度	クーリング・オフに関する相談の契約購入金額（平成 30 年 3 月 31 日現在） …… 69
（付表 9）	平成 29 年度	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 3 月 31 日現在） …… 70
（付図 3）	平成 29 年度	苦情相談処理日数（平成 30 年 3 月 31 日現在） …… 70
（付図 4）	平成 29 年度	苦情相談処理結果状況（平成 30 年 3 月 31 日現在） …… 71
（付表 10-1）	平成 29 年度	契約当事者の地域別苦情相談件数<前年度比較> …… 72
（付表 10-2）	平成 29 年度	契約当事者の地域別苦情相談の上位 10 品目 …… 72
参考資料		
（参考 1）		消費生活相談の区分 …… 73
（参考 2）		商品・役務等別分類 …… 74
（参考 3）		内容別分類 …… 75
（参考 4）		販売方法・手口一覧 …… 76
（参考 5）		神奈川県内の消費生活相談窓口のご案内 …… 77

I 平成29年度の消費生活相談の特徴

1 訴訟をちらつかせるハガキによる架空請求急増！

(詳細はP15～25「Ⅲ 特徴的な苦情相談について ～「架空請求」に関する相談～」参照)

- 平成29年度は、「法務省管轄支局」等、公的機関と誤認させる内容のハガキを送り付ける手口の相談が急増しました。
- ショートメッセージサービス(SMS。以下同じ)等で届く架空請求に関する相談と合わせて、架空請求に関する苦情相談件数は9,808件で、前年度(6,258件)と比べ約1.6倍に増加しています。



実際に送りつけられたハガキ

2 高齢者の苦情相談件数増加！苦情相談の約3割が高齢者の相談！

(詳細はP26～35「Ⅳ 高齢者の相談」参照)

- 高齢者(契約当事者が65歳以上)の苦情相談件数は18,907件で、前年度(17,820件)と比べ、1,087件(6.1%)増加しています。苦情相談件数(63,173件)に占める割合は約3割(29.9%)で、前年度(27.6%)と比べ2.3ポイント増加しました。苦情相談件数が減少する中での増加であり、神奈川県の高齢者の人口構成比(24.5%)を上回っています。

3 若者の苦情相談件数は減少傾向

(詳細はP36～46「Ⅴ 若者の相談」参照)

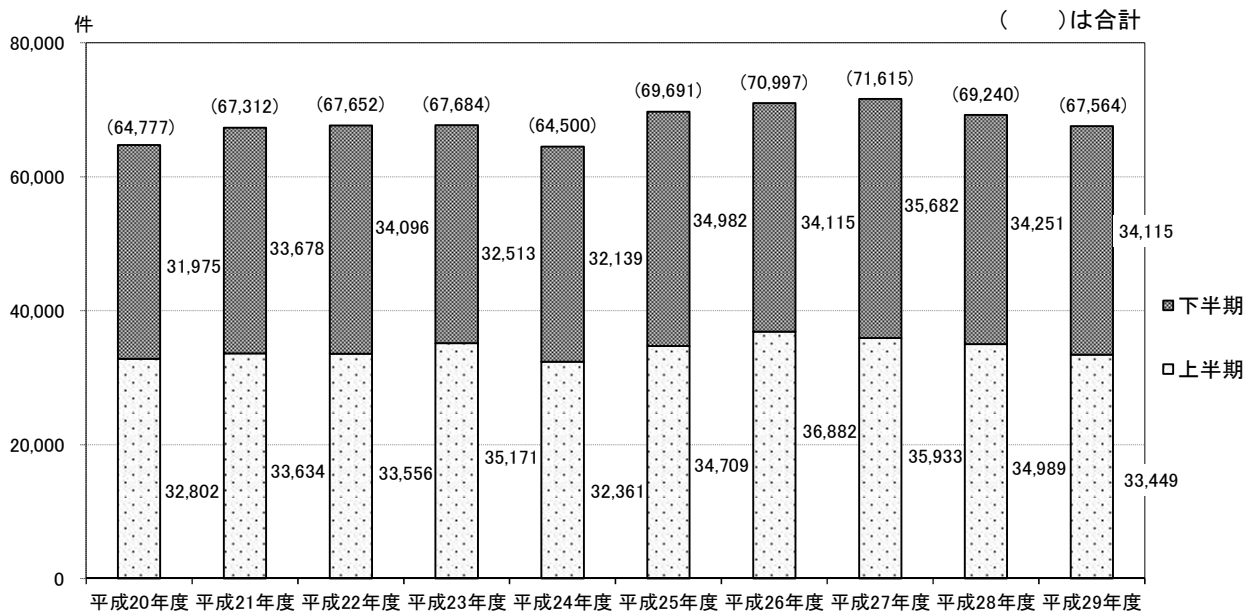
- 若者(契約当事者が30歳未満)の苦情相談件数は6,704件で、前年度(7,411件)と比べ、707件(9.5%)減少しています。苦情相談件数に占める割合は10.6%となっています。
- 「SNS(ソーシャルネットワーキングサービス。以下同じ)」がきっかけのトラブルや、「簡単に儲かる」「副業になる」などと勧誘される「サイドビジネス商法」の相談が多く寄せられています。

Ⅱ 平成29年度の概況

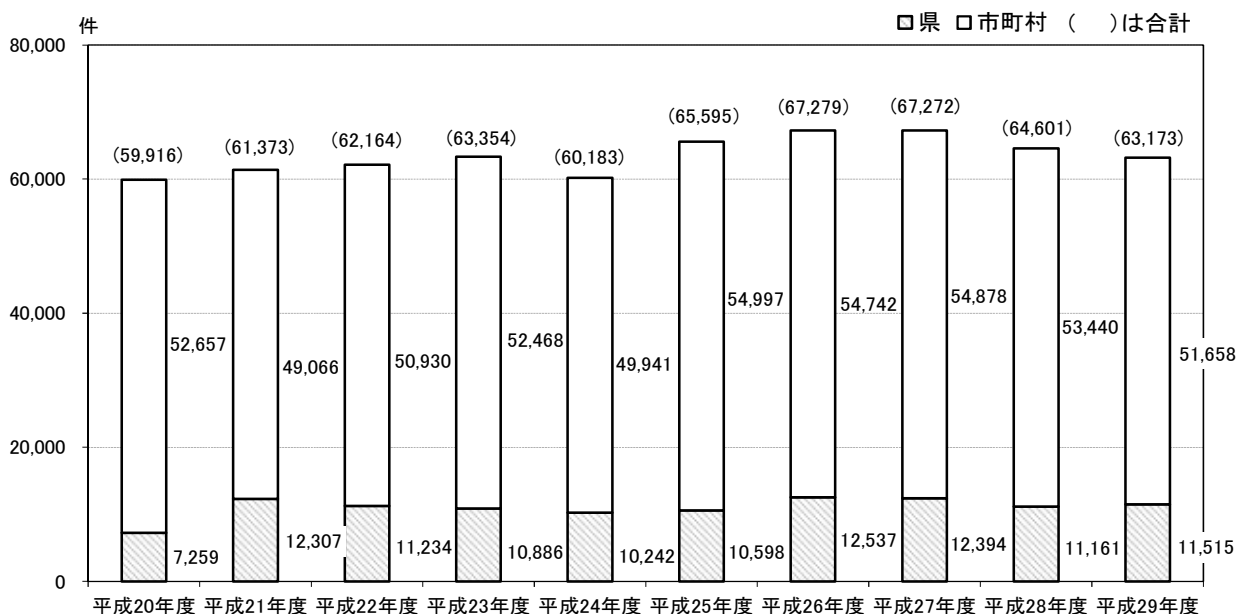
1 相談総件数は67,564件、苦情相談は63,173件(図1・2)(P52 付表1-1)

- 平成29年度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、67,564件(県12,476件、市町村55,088件)で、前年度(69,240件)と比べ1,676件(2.4%)減少しています。
- 内訳は、「苦情」が63,173件で、前年度(64,601件)と比べ1,428件(2.2%)減少、「問合せ」が4,391件で、前年度(4,639件)と比べ248件(5.3%)減少となっており、「苦情」が相談全体の9割以上(93.5%)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56,621件、来訪によるものが6,388件、文書によるものが164件で、電話によるものが苦情相談件数の約9割(89.6%)を占めています。

(図1)消費生活相談総件数の推移



(図2)苦情相談件数の推移



2 苦情相談の状況

本項目以降は、「全国消費生活情報ネットワークシステム(PIO-NET)」データベースに蓄積された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」について分析します。
本編に掲載のデータのほか P51 以降の資料編のデータも併せて参照してください。

(1) 品目別 1 位は「デジタルコンテンツ(※)」(表 1) (P54~56 付表2、付図1)

- 苦情相談の品目別 1 位は、「デジタルコンテンツ」の 9,381 件で、前年度 (13,043 件) と比べ 3,662 件 (28.1%) 減少しました。主な相談内容は、実在する大手通販サイト事業者や大手コンテンツ配信事業者名を名乗り、身に覚えのない有料サイト等の未納料金などを SMS 等で請求されたという架空請求に関する相談などの「他のデジタルコンテンツ」が 6,307 件で、前年度 (7,327 件) と比べ 1,020 件 (13.9%) 減少、無料とうたうアダルトサイトを閲覧しようとクリックしたところ、いきなり登録となって料金を請求された相談などの「アダルト情報サイト」が 1,848 件で、前年度 (4,552 件) と比べ 2,704 件 (59.4%) 減少、SNS 等がきっかけで知り合った異性に出会い系サイトに誘導され、やり取りを継続するために何度も料金を請求された相談などの「出会い系サイト」が 653 件で、前年度 (633 件) と比べ 20 件 (3.2%) 増加となっています。

※ 「デジタルコンテンツ」: インターネットを通じて提供されるコンテンツや情報のこと。

- 2 位は、「商品一般」の 6,770 件で、前年度 (2,543 件) と比べ約 2.7 倍に急増しました。主な相談内容は、「『総合消費料金』についての未払金がある。このままでは訴訟になる」などと訴訟をちらつかせて、不安を煽る架空請求ハガキに関する相談などです。
- 3 位は、「不動産貸借」の 2,919 件で、前年度 (3,056 件) と比べ 137 件 (4.5%) 減少しました。主な相談内容は、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に関する相談などです。
- 4 位は、「工事・建築」の 2,523 件で、前年度 (2,619 件) と比べ 96 件 (3.7%) 減少しました。主な相談内容は、無料点検を口実に高額な契約をさせられたとの相談で、屋根工事が 510 件で、前年度 (522 件) と比べ 12 件 (2.3%) 減少、塗装工事が 390 件で、前年度 (375 件) と比べ 15 件 (4.0%) 増加、増改築工事が 322 件で、前年度 (346 件) と比べ 24 件 (6.9%) 減少となっています。
- 5 位は、「健康食品」の 1,953 件で、前年度 (1,926 件) と比べ 27 件 (1.4%) 増加しました。「初回」「お試し」として低価格を売りにする広告を見て申し込んだところ、一定回数の購入が条件の定期購入契約になっていたとの相談が引き続き多く寄せられています。

(2) 増加率が高い品目 (表 1)

- 増加率 1 位は、「レンタルサービス (15 位)」の 603 件で、前年度 (192 件) と比べ約 3.1 倍に急増しています。これは、成人式向けの振袖販売・貸出事業者の倒産が主な要因で、契約者は成人を迎える子を持つ世代である 40 歳代から 50 歳代までに集中しています。
- 増加率 2 位は、「商品一般 (2 位)」の 6,770 件で、前年度 (2,953 件) と比べ約 2.7 倍に急増しています。これは、「『総合消費料金』についての未払金がある」という架空請求ハガキに関する相談が急増したことが主な要因で、当事者は 50 歳代から 70 歳代までの女性に集中しています。
- 増加率 3 位は、「エステティックサービス (14 位)」の 673 件で、前年度 (512 件) と比べ 161 件 (31.4%) 増加しています。これは、脱毛エステ事業者の倒産が主な要因で、契約者は 20 歳代の女性に集中しています。
- なお、上位 25 品目以外をみると、26 位の「着物類」が 338 件で、前年度 (111 件) と比べ

約3倍に急増しています。これは「レンタルサービス」の急増と同様、振袖販売・貸出事業者の倒産が主な要因です。また、31位の「山林」が292件で、前年度（151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を売りつける商法）の被害者やその原野を相続した消費者を狙い、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。

（表1）商品・役務別上位25品目（平成29年度）

単位：件

順位	品目	平成29年度	平成28年度	前年度比	備考
	[苦情相談件数]	[63,173]	[64,601]	97.8%	
1	デジタルコンテンツ	9,381	13,043	71.9%	他のデジタルコンテンツ6,307、アダルト情報サイト1,848、出会い系サイト653
2	商品一般	6,770	2,543	266.2%	
3	不動産貸借	2,919	3,056	95.5%	賃貸アパート2,524、借家190、不動産貸借サービス92
4	工事・建築	2,523	2,619	96.3%	屋根工事510、塗装工事390、増改築工事322
5	健康食品	1,953	1,926	101.4%	
6	インターネット接続回線	1,801	2,149	83.8%	
7	携帯電話サービス	1,401	1,648	85.0%	
8	化粧品	1,175	961	122.3%	
9	役務その他サービス ※1	1,095	1,271	86.2%	
10	修理サービス	903	984	91.8%	
11	フリーローン・サラ金	865	971	89.1%	
12	テレビ放送サービス	796	760	104.7%	
13	四輪自動車	794	926	85.7%	
14	エステティックサービス	673	512	131.4%	脱毛エステ401、痩身エステ134、美顔エステ67
15	レンタルサービス	603	192	314.1%	
16	新聞	574	647	88.7%	テレビ放送サービス568、衛星テレビ放送228
17	モバイルデータ通信	572	740	77.3%	
18	相談その他 ※2	513	724	70.9%	
19	医療サービス	479	575	83.3%	
20	他のネット通信関連サービス	470	362	129.8%	
21	クリーニング	448	377	118.8%	
22	携帯電話	442	476	92.9%	
23	金融関連サービスその他	430	376	114.4%	
24	ファンド型投資商品	410	343	119.5%	
25	パソコン	350	403	86.8%	
＜参考＞					
26	着物類	338	111	304.5%	
31	山林	292	151	193.4%	

※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。

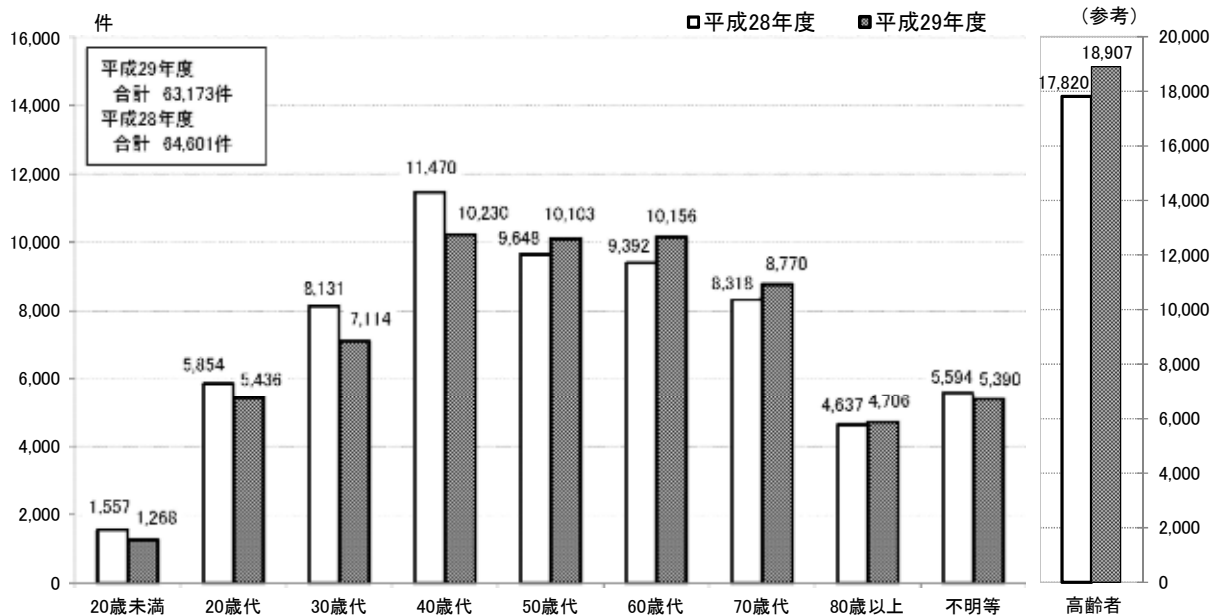
(3) 契約当事者(※)の年代別1位は40歳代。50歳代以上で件数増加!

(図3、表2・3)(P57 付図2、付表3)

※ 契約当事者: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を含む。

- 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10,230件(構成比16.2%)、2位は「60歳代」の10,156件(16.1%)、3位は「50歳代」の10,103件(16.0%)と続いています。
- 平成29年度は、40歳代以下の件数が減少する一方で、50歳代以上では件数が増加しています。特に50歳代から70歳代までの増加率が高くなっています。これは、訴訟をちらつかせる架空請求ハガキが50歳代から70歳代までの女性に多く送り付けられたことが主な要因です。
- 高齢者(契約当事者が65歳以上)は18,907件と、前年度と比べ1,087件(6.1%)増加し、苦情相談件数(63,173件)に占める割合は約3割(29.9%)となっています。
- 『性別』では、男性の割合が42.2%、女性の割合が53.8%で、前年度と比べ女性の割合が3.9ポイント増加し、男性の割合が4.2ポイント減少しました。
- 『職業別』では、「給与生活者」が38.8%、「無職」が23.1%、「家事従事者」が20.1%の順で続いています。
- 『年代別』に品目をみると、60歳代と70歳代で「商品一般」、80歳以上で「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・性別の特徴として、男性の20歳未満で「ビジネス教室」、女性の20歳代以下で「エステティックサービス」、女性の幅広い年代で「健康食品」と「化粧品」がそれぞれ上位となっています。

(図3)契約当事者年代別件数(前年度比較)



(表2)契約当事者年代別件数及び構成比(前年度比較)

	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29年度	1,268	5,436	7,114	10,230	10,103	10,156	8,770	4,706	5,390	18,907
(構成比)	(2.0%)	(8.6%)	(11.3%)	(16.2%)	(16.0%)	(16.1%)	(13.9%)	(7.4%)	(8.5%)	(29.9%)
平成28年度	1,557	5,854	8,131	11,470	9,648	9,392	8,318	4,637	5,594	17,820
(前年度比)	(81.4%)	(92.9%)	(87.5%)	(89.2%)	(104.7%)	(108.1%)	(105.4%)	(101.5%)	(96.4%)	(106.1%)

(表3)契約当事者 年代別、性別、商品・役務別上位5品目(平成29年度)

単位:件

年代 順位	20歳未満 [1,268]	20歳代 [5,436]	30歳代 [7,114]	40歳代 [10,230]	50歳代 [10,103]	60歳代 [10,156]	70歳代 [8,770]	80歳以上 [4,706]	不明等 [5,390]	計 [63,173]
1位	デジタルコンテンツ (428)	デジタルコンテンツ (833)	デジタルコンテンツ (937)	デジタルコンテンツ (1,729)	デジタルコンテンツ (1,810)	商品一般 (2,337)	商品一般 (1,279)	工事・建築 (428)	商品一般 (495)	デジタルコンテンツ (9,381)
2位	健康食品 (111)	不動産貸借 (445)	不動産貸借 (690)	不動産貸借 (609)	商品一般 (1,322)	デジタルコンテンツ (1,897)	デジタルコンテンツ (1,220)	商品一般 (386)	不動産貸借 (352)	商品一般 (6,770)
3位	化粧品 (44)	エステティックサービス (408)	商品一般 (266)	商品一般 (444)	健康食品 (372)	工事・建築 (467)	工事・建築 (519)	デジタルコンテンツ (264)	工事・建築 (323)	不動産貸借 (2,919)
4位	ビジネス教室 (41)	商品一般 (216)	健康食品 (235)	健康食品 (404)	不動産貸借 (366)	インターネット接続回線 (273)	インターネット接続回線 (315)	健康食品 (196)	デジタルコンテンツ (263)	工事・建築 (2,523)
5位	商品一般 (25)	健康食品 (165)	インターネット接続回線 (213)	化粧品 (284)	工事・建築 (358)	不動産貸借 (237)	携帯電話サービス (208)	新聞 (150)	インターネット接続回線 (182)	健康食品 (1,953)

【男性】

単位:件

年代 順位	20歳未満 [692]	20歳代 [2,444]	30歳代 [3,254]	40歳代 [4,327]	50歳代 [4,034]	60歳代 [4,275]	70歳代 [4,037]	80歳以上 [1,992]	不明等 [1,620]	計 [26,675]
1位	デジタルコンテンツ (286)	デジタルコンテンツ (376)	デジタルコンテンツ (403)	デジタルコンテンツ (775)	デジタルコンテンツ (864)	デジタルコンテンツ (1,141)	デジタルコンテンツ (808)	工事・建築 (212)	不動産貸借 (103)	デジタルコンテンツ (4,940)
2位	ビジネス教室 (37)	不動産貸借 (231)	不動産貸借 (386)	不動産貸借 (313)	商品一般 (214)	商品一般 (288)	商品一般 (323)	デジタルコンテンツ (184)	デジタルコンテンツ (103)	商品一般 (1,480)
3位	化粧品 (18)	商品一般 (108)	インターネット接続回線 (128)	商品一般 (158)	不動産貸借 (187)	工事・建築 (260)	工事・建築 (267)	商品一般 (157)	商品一般 (100)	不動産貸借 (1,466)
4位	四輪自動車 (13)	四輪自動車 (88)	商品一般 (120)	工事・建築 (158)	工事・建築 (163)	インターネット接続回線 (162)	インターネット接続回線 (211)	インターネット接続回線 (99)	工事・建築 (87)	工事・建築 (1,240)
5位	携帯電話サービス (13)	インターネット接続回線 (82)	四輪自動車 (117)	インターネット接続回線 (151)	インターネット接続回線 (144)	不動産貸借 (135)	携帯電話サービス (115)	携帯電話サービス (52)	インターネット接続回線 (58)	インターネット接続回線 (1,043)

【女性】

単位:件

年代 順位	20歳未満 [558]	20歳代 [2,976]	30歳代 [3,849]	40歳代 [5,888]	50歳代 [6,050]	60歳代 [5,861]	70歳代 [4,703]	80歳以上 [2,672]	不明等 [1,450]	計 [34,007]
1位	デジタルコンテンツ (134)	デジタルコンテンツ (456)	デジタルコンテンツ (534)	デジタルコンテンツ (952)	商品一般 (1,107)	商品一般 (2,042)	商品一般 (954)	商品一般 (227)	商品一般 (221)	商品一般 (5,099)
2位	健康食品 (98)	エステティックサービス (401)	不動産貸借 (303)	健康食品 (324)	デジタルコンテンツ (944)	デジタルコンテンツ (756)	デジタルコンテンツ (408)	工事・建築 (213)	不動産貸借 (77)	デジタルコンテンツ (4,326)
3位	化粧品 (26)	不動産貸借 (210)	健康食品 (200)	不動産貸借 (295)	健康食品 (287)	工事・建築 (205)	工事・建築 (247)	健康食品 (155)	デジタルコンテンツ (64)	健康食品 (1,525)
4位	エステティックサービス (18)	健康食品 (132)	商品一般 (145)	商品一般 (284)	化粧品 (197)	健康食品 (135)	健康食品 (149)	新聞 (101)	工事・建築 (47)	不動産貸借 (1,272)
5位	コンサート (15)	商品一般 (107)	化粧品 (136)	化粧品 (255)	工事・建築 (193)	インターネット接続回線 (111)	インターネット接続回線 (104)	修理サービス (96)	健康食品 (45)	工事・建築 (1,081)

(4) 特殊販売の苦情相談 1 位は「通信販売」

「訪問購入」の苦情相談の約 6 割が高齢者の相談！

「マルチ・マルチまがい」の苦情相談の約 5 割が若者の相談！（表 4・5）

- 「特定商取引に関する法律（以下「特商法」という。）」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）の苦情相談は 33,024 件で、苦情相談件数（63,173 件）全体の 52.3%を占めていますが、前年度（36,766 件）と比べ 3,742 件減少、構成比（56.9%）は 4.6 ポイント減少しています。
- 特殊販売をみると「通信販売」が特殊販売の 66.7%を占め、次いで「訪問販売」が 19.7%、「電話勧誘販売」が 4.3%となっています。
- 「その他無店舗」を除く特殊販売の高齢者及び若者の占める割合をみると、高齢者では、「訪問購入」が最も高く、約 6 割が高齢者の相談となっています。
他方、若者では、「マルチ・マルチまがい（46.7%）」が他の販売購入形態と比べて突出して高く、約 5 割が若者の相談となっています。

(表4) 販売購入形態別件数及び構成比(前年度比較)

販売購入形態	平成 29 年度		平成 28 年度		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	63,173	(100.0%)	64,601	(100.0%)	△ 1,428	△ 2.2%
特殊販売(店舗外販売)	33,024	52.3%	36,766	56.9%	△ 3,742	△ 10.2%
(特殊販売に占める割合)		(100.0%)		(100.0%)		
訪問販売	6,492	10.3%	6,646	10.3%	△ 154	△ 2.3%
(特殊販売に占める割合)		(19.7%)		(18.1%)		
通信販売	22,039	34.9%	25,152	38.9%	△ 3,113	△ 12.4%
(特殊販売に占める割合)		(66.7%)		(68.4%)		
マルチ・マルチまがい	643	1.0%	635	1.0%	8	1.3%
(特殊販売に占める割合)		(2.0%)		(1.7%)		
電話勧誘販売	2,715	4.3%	3,262	5.0%	△ 547	△ 16.8%
(特殊販売に占める割合)		(8.2%)		(8.9%)		
ネガティブ・オプション	203	0.3%	194	0.3%	9	4.6%
(特殊販売に占める割合)		(0.6%)		(0.5%)		
訪問購入	521	0.8%	519	0.8%	2	0.4%
(特殊販売に占める割合)		(1.6%)		(1.4%)		
その他無店舗販売	411	0.7%	358	0.6%	53	14.8%
(特殊販売に占める割合)		(1.2%)		(1.0%)		
店舗購入	16,474	26.1%	17,567	27.2%	△ 1,093	△ 6.2%
不明・無関係	13,675	21.6%	10,268	15.9%	3,407	33.2%

(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：家庭訪問、職場訪問、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）をかせさせるもの
- 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 日以上展示販売

(表5)主な特殊販売別 高齢者及び若者の占める割合の状況(平成29年度)

【高齢者】				【若者】			
単位:件				単位:件			
主な特殊販売	高齢者の占める割合	高齢者(※)	全体	主な特殊販売	若者の占める割合	若者(※)	全体
訪問購入	60.5%	315	521	マルチ・マルチまがい	46.7%	300	643
電話勧誘販売	53.3%	1,446	2,715	通信販売	13.0%	2,862	22,039
訪問販売	48.8%	3,169	6,492	訪問販売	9.1%	590	6,492
ネガティブ・オプション (いわゆる送り付け商法)	44.3%	90	203	ネガティブ・オプション (いわゆる送り付け商法)	6.4%	13	203
通信販売	22.4%	4,944	22,039	電話勧誘販売	3.1%	83	2,715
マルチ・マルチまがい	15.1%	97	643	訪問購入	2.3%	12	521

※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。

ア 訪問販売(表4・5・6、図4)

- 「訪問販売」の相談は6,492件で、前年度(6,646件)と比べ154件(2.3%)減少しています。品目別1位は「工事・建築」の1,372件、2位は「テレビ放送サービス」の540件となっています。1位の「工事・建築」では、屋根工事や塗装工事の相談が多くなっています。
- 増加率1位は、「山林(5位)」の202件で、前年度(103件)と比べ約2倍に急増しています。主な相談内容は、原野商法の二次被害などの相談です。
また、「駆除サービス(10位)」が117件で、前年度(93件)と比べ24件(25.8%)増加となっています。主な相談内容は、シロアリ駆除の勧誘などの相談です。
- 契約当事者を年代別で見ると、70歳代、80歳以上の順で多くなっており、高齢者の割合は48.8%となっています。

イ 通信販売(表4・5・7、図5)

- 「通信販売」の相談は22,039件で、前年度(25,152件)と比べ3,113件(12.4%)減少しています。品目別1位は「デジタルコンテンツ」の8,918件で、前年度(12,569件)と比べ3,651件(29.0%)減少しています。アダルトサイトに関する相談が1,832件で、前年度(4,525件)と比べ2,693件(59.5%)減少したことが主な要因です。
- 増加率1位は、「商品一般(3位)」の1,425件で、前年度(610件)と比べ約2.3倍に急増しています。主な相談内容は、内容不明の未納料金を請求される架空請求メールなどの相談です。次いで、「化粧品(4位)」が958件で、前年度(708件)と比べ250件(35.3%)増加しています。「健康食品」と同様、「初回」「お試し」として低価格を売りにする広告を見て申し込んだところ、一定回数の購入が条件の定期購入契約になっていたとの相談が引き続き多く寄せられています。
- 契約当事者を年代別で見ると、40歳代、50歳代の順で多くなっています。

ウ マルチ・マルチまがい(表4・5・8、図6)

- 「マルチ・マルチまがい」の相談は643件で、前年度(635件)と比べ8件(1.3%)増加しています。品目別1位は、インターネットを利用したアフィリエイト(※)の副業などの「他の内職・副業」が80件で、前年度(79件)と比べ1件(1.3%)増加、次いで、仮想通貨への投資などの「ファンド型投資商品」が69件で、前年度(40件)と比べ29件(72.5%)増加となっています。
- 契約当事者を年代別で見ると、20歳代が他の年代と比べて突出しています。

※ アフィリエイト:消費者が作成したホームページやブログ等で商品・役務等の宣伝を書き、あるいは広告主(企業等)の広告を掲載することで商品等の売上につながった場合などに売上の一部を報酬として得るビジネスの形態

エ 電話勧誘販売（表4・5・9、図7）

- 「電話勧誘販売」の相談は2,715件で、前年度(3,262件)と比べ547件(16.8%)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886件で、前年度(996件)と比べ110件(11.0%)減少しています。
- 契約当事者の年代別でみると、70歳代が最も多く、高齢者の割合は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）（表4・5・10、図8）

- 「ネガティブ・オプション」の相談は203件で、前年度(194件)と比べ9件(4.6%)増加しています。品目別1位は、「健康食品」の41件で、前年度(63件)と比べ22件(34.9%)減少、次いで、外国から身に覚えのない荷物が届いたなどの「商品一般」が31件で、前年度(27件)と比べ4件(14.8%)増加しています。
- 契約当事者を年代別でみると、70歳以上が依然多いものの、60歳代までの各世代でも増加しており、高齢者に多い傾向に変化が見られます。

カ 訪問購入（表4・5・11、図9）

- 「訪問購入」の相談は521件で、前年度(519件)と比べ2件(0.4%)増加しています。品目別1位は「商品一般」の71件で、前年度(74件)と比べ3件(4.1%)減少しています。主な相談内容は、「不用品を買い取りますとの勧誘電話がしつこい。」などです。
- 「指輪」「アクセサリー」「ネックレス」といった貴金属の品目が上位となっています。消費者が「不用品を何でも買い取る」ということで来訪を承諾したにも関わらず、買い取りの際に「貴金属はないのか」と言われて、半ば強引に貴金属を安価で買い取られたなどの相談が寄せられています。
- 契約当事者を年代別でみると、70歳代、80歳以上、60歳代の順で多くなっており、高齢者の割合は60.5%となっています。

キ その他無店舗販売（表4・12）

- 「その他無店舗販売」の相談は411件で、前年度(358件)と比べ53件(14.8%)増加しています。品目別1位は、「パーキング」の42件で、主な相談内容は、コインパーキングのトラブルなどです。

(表6)「訪問販売」商品・役務別上位品目

順位	品目 [苦情相談件数]	29年度 [6,492]	28年度 [6,646]	前年度比 97.7%	備考
1	工事・建築	1,372	1,362	100.7%	屋根工事425、塗装工事243、衛生設備工事187
2	テレビ放送サービス	540	549	98.4%	
3	新聞	487	529	92.1%	
4	修理サービス	357	340	105.0%	
5	山林	202	103	196.1%	
6	役務その他サービス	195	190	102.6%	
7	インターネット接続回線	190	250	76.0%	
8	給湯システム	167	145	115.2%	電気温水器63、ガス瞬間湯沸器54、ガス温水ボイラー33
9	建物清掃サービス	128	152	84.2%	
10	駆除サービス	117	93	125.8%	

単位：件

(表7)「通信販売」商品・役務別上位品目

単位：件

順位	品目 [苦情相談件数]	29年度 [22,039]	28年度 [25,152]	前年度比 87.6%	備考
1	デジタルコンテンツ	8,918	12,569	71.0%	他のデジタルコンテンツ5,939、アダルト情報サイト1,832、出会い系サイト647
2	健康食品	1,568	1,371	114.4%	
3	商品一般	1,425	610	233.6%	
4	化粧品	958	708	135.3%	
5	役務その他サービス	421	551	76.4%	

(表8)「マルチ・マルチまがい」商品・役務別上位品目

単位：件

順位	品目 [苦情相談件数]	29年度 [643]	28年度 [635]	前年度比 101.3%	備考
1	他の内職・副業	80	79	101.3%	
2	ファンド型投資商品	69	40	172.5%	
3	健康食品	64	102	62.7%	
4	商品一般	58	57	101.8%	
5	複合サービス会員	47	40	117.5%	

(表9)「電話勧誘販売」商品・役務別上位品目

単位：件

順位	品目 [苦情相談件数]	29年度 [2,715]	28年度 [3,262]	前年度比 83.2%	備考
1	インターネット接続回線	886	996	89.0%	
2	商品一般	164	214	76.6%	
3	固定電話サービス	122	119	102.5%	
4	健康食品	108	187	57.8%	
5	役務その他サービス	98	127	77.2%	

(表10)「ネガティブ・オプション」商品・役務別上位品目

単位：件

順位	品目 [相談総件数]	29年度 [203]	28年度 [194]	前年度比 104.6%	備考
1	健康食品	41	63	65.1%	
2	商品一般	31	27	114.8%	
3	化粧品	13	8	162.5%	

(表 11)「訪問購入」商品・役務別上位品目

単位：件

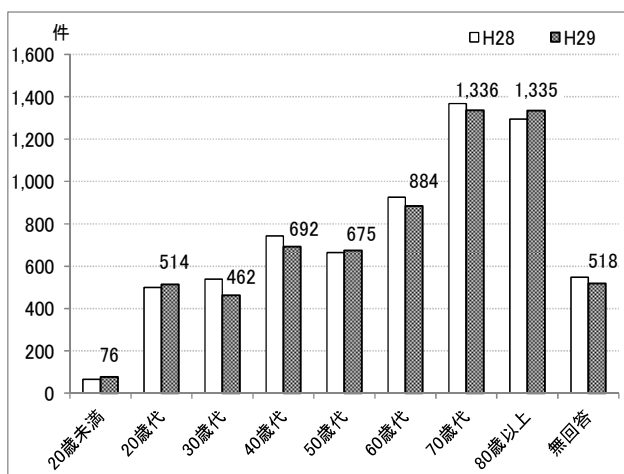
順位	品目 [相談総件数]	29年度 [521]	28年度 [519]	前年度比 100.4%	備考
1	商品一般	71	74	95.9%	
2	指輪	51	32	159.4%	
3	アクセサリ	48	34	141.2%	
4	ネックレス	40	41	97.6%	
5	靴	34	30	113.3%	

(表 12)「その他無店舗」商品・役務別上位品目

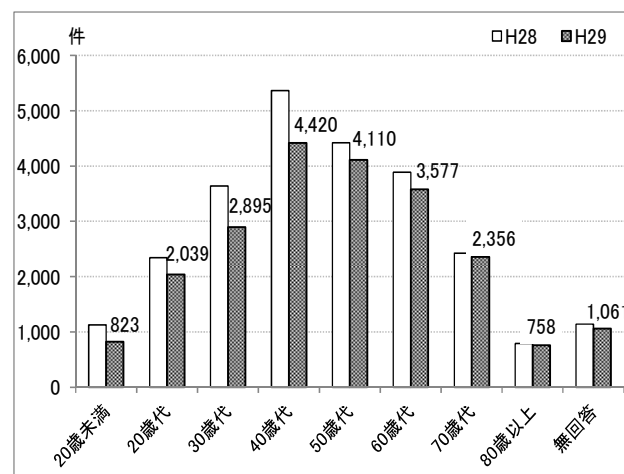
単位：件

順位	品目 [相談総件数]	29年度 [411]	28年度 [358]	前年度比 114.8%	備考
1	パーキング	42	20	210.0%	
2	ミネラルウォーター	30	19	157.9%	

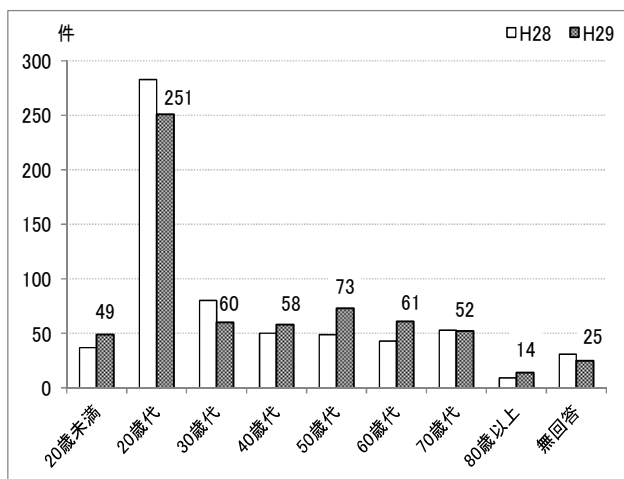
(図4)「訪問販売」契約当事者年代別件数



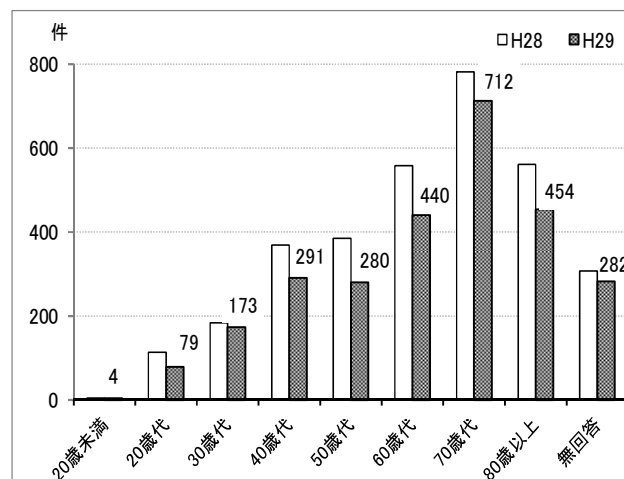
(図5)「通信販売」契約当事者年代別件数



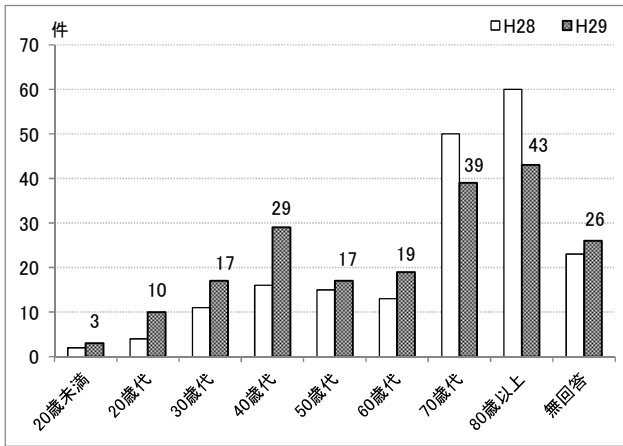
(図6)「マルチ・マルチまがい」契約当事者年代別件数



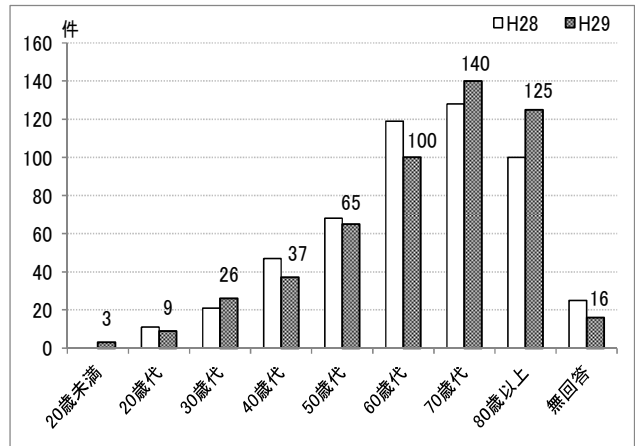
(図7)「電話勧誘販売」契約当事者年代別件数



(図8)「ネガティブ・オプション」契約当事者年代別件数



(図9)「訪問購入」契約当事者年代別件数



(5) 販売方法・手口別(※1) 1位は「電子商取引」

架空請求に関する相談の増加で「身分詐称」が急増！(表13)(P59~P60 付表4-1~2)

- 1位は「電子商取引」の18,126件で、前年度(20,947件)と比べ2,821件(13.5%)減少しています。品目別内訳をみると、「デジタルコンテンツ」(8,517件)、「健康食品」(1,300件)、「化粧品」(775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「30歳代から60歳代まで」、職業では「給与生活者」「無職」「家事従事者」、男女の件数では、女性がやや多くなっています。「平均契約購入金額(※2)」は20万3千円、「平均既支払額(※3)」は8万3千円となっています。
- 2位は、「家庭訪販」の5,809件で、前年度(5,877件)と比べ68件(1.2%)減少しています。品目別内訳をみると、「工事・建築」(1,296件)、「テレビ放送サービス」(519件)、「新聞」(452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」「給与生活者」「家事従事者」、男女の件数では、女性がやや多くなっています。「平均契約購入金額」は236万2千円、「平均既支払額」は104万9千円となっています。
- 3位は「電話勧誘」の4,952件で、前年度(5,404件)と比べ452件(8.4%)減少しています。品目別内訳をみると、「インターネット接続回線」(967件)、「商品一般」(439件)、「山林」(177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「40歳以上」、職業では「無職」「給与生活者」「家事従事者」、男女の件数では、女性がやや多くなっています。「平均契約購入金額」は168万1千円、「平均既支払額」は78万1千円となっています。
- 販売方法・手口の中で増加率1位は、架空請求に関する相談の増加で公的機関や有名企業を騙るなどの「身分詐称(4位)」の3,758件で、前年度(1,287件)と比べ約2.9倍と急増しました。次いで、「原野商法(13位)」の416件で、前年度(261件)と比べ155件(59.4%)増加、次いで、家庭用磁気治療器具のマルチ・預託等取引業者の倒産や仮想通貨への投資に関する相談などの「利殖商法(7位)」の746件で、前年度(502件)と比べ244件(48.6%)増加の順となっています。

※1 「販売方法・手口別」の詳細は参考4(P76)参照

※2 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

※3 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

(表13)販売方法・手口別上位5位

単位:件

	販売方法・手口	平成 29年度	平成 28年度	前年度比	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	18,126	20,947	86.5%	203	83	①デジタルコンテンツ8,517、②健康食品1,300、③化粧品775
2	家庭訪販	5,809	5,877	98.8%	2,362	1,049	①工事・建築1,296、②テレビ放送サービス519、③新聞452
3	電話勧誘	4,952	5,404	91.6%	1,681	781	①インターネット接続回線967、②商品一般439、③山林177
4	身分詐称	3,758	1,287	292.0%	612	223	①商品一般1,446、②デジタルコンテンツ1,355、③インターネット接続回線118
5	無料商法	1,625	2,238	72.6%	384	82	①デジタルコンテンツ472、②工事・建築110、③インターネット接続回線72

(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) 「危害」「危険」に関する相談はいずれも減少 (P65~P66 付表5-1~2)

ア 「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 900 件で、前年度 (969 件) と比べ 69 件 (7.1%) 減少しています。
- 商品・役務別で見ると、1 位は健康食品や調理食品といった「食料品」の 226 件 (25.1%)、次いで 2 位は、エステティックサービス、医療といった「保健・福祉サービス」が 212 件 (23.6%) の順となっています。3 位は「保健衛生品」が 167 件で、前年度 (148 件) と比べ 19 件 (12.8%) 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。
- 内容別で見ると、化粧品・薬、美容室でのパーマなどによる「皮膚障害」が 248 件 (27.6%) 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 221 件 (24.6%) の順となっています。

イ 「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 332 件で、前年度 (354 件) と比べ 22 件 (6.2%) 減少しています。
- 商品・役務別で見ると、1 位はエアコンや電子レンジ等の「住居品」が 100 件 (30.1%)、次いで 2 位は「車両・乗り物」が 76 件 (22.9%) の順となっています。
- 内容別で見ると、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 51 件 (15.4%) で最も多く、火花が散ったなどの「発煙・火花」が 48 件 (14.5%) の順となっています。

Ⅲ 特徴的な苦情相談について ～架空請求に関する相談～

身に覚えのない代金の請求を受けたという「架空請求」に関する相談が増加しています。

平成29年度の苦情相談件数は9,808件で、前年度(6,258件)の約1.6倍と増加し、特に50歳代から70歳代までの女性からの相談が急増しています。

手口としては、平成29年度は、訴訟をちらつかせるハガキによる架空請求に関する相談が急増しました。一方、SMS等で「未納金があるので、連絡せよ」などの請求メールが届いたという相談も依然多く寄せられています。

そこで、「架空請求」に焦点を当て、苦情相談の傾向を分析してみました。

<分析の対象>

分析データ：神奈川県内の消費生活相談窓口で受け付けた苦情相談のうち、平成27年度から平成29年度までの「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

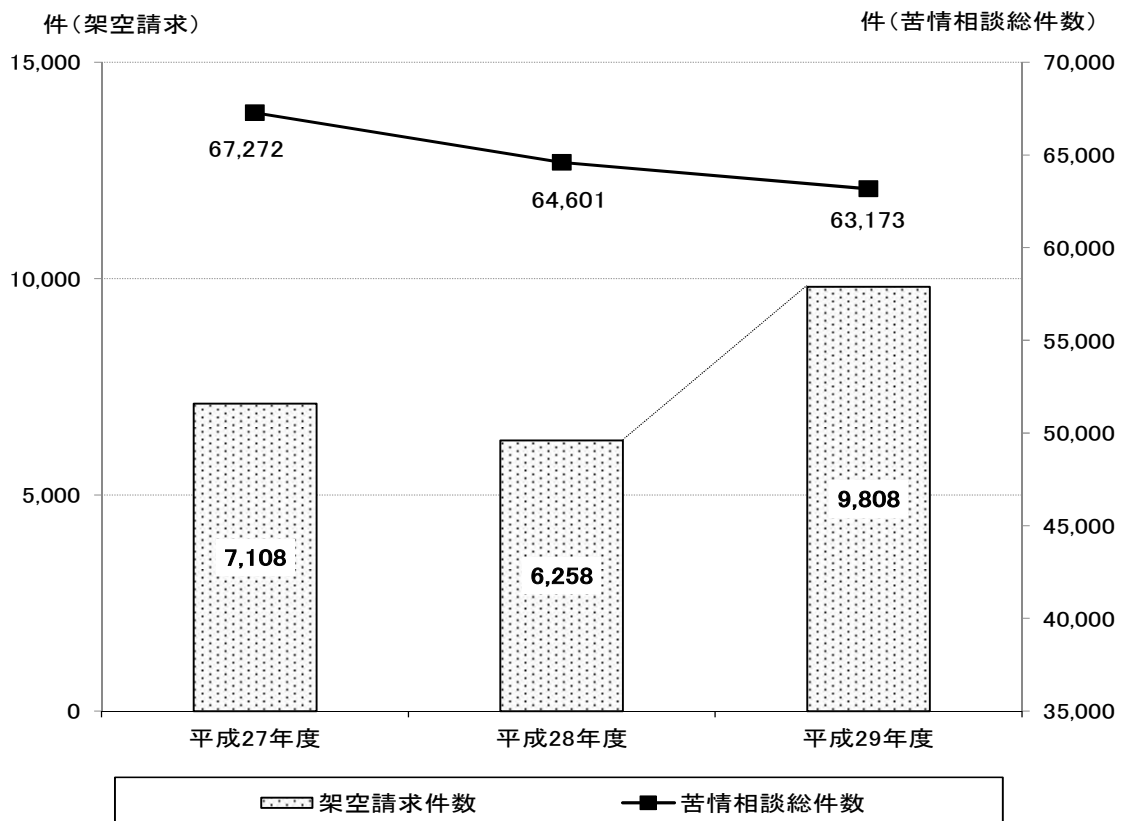
分析項目：内容等キーワード「架空請求」が付与されている相談

相談事例：平成29年度に受け付けた苦情相談から抽出

1 苦情相談件数について(図1)

- 「架空請求」の苦情相談件数は9,808件で、前年度(6,258件)と比べ3,550件、約1.6倍と増加しています。苦情相談件数(63,173件)に占める割合は15.5%で、前年度(9.7%)と比べ5.8ポイント増加しています。

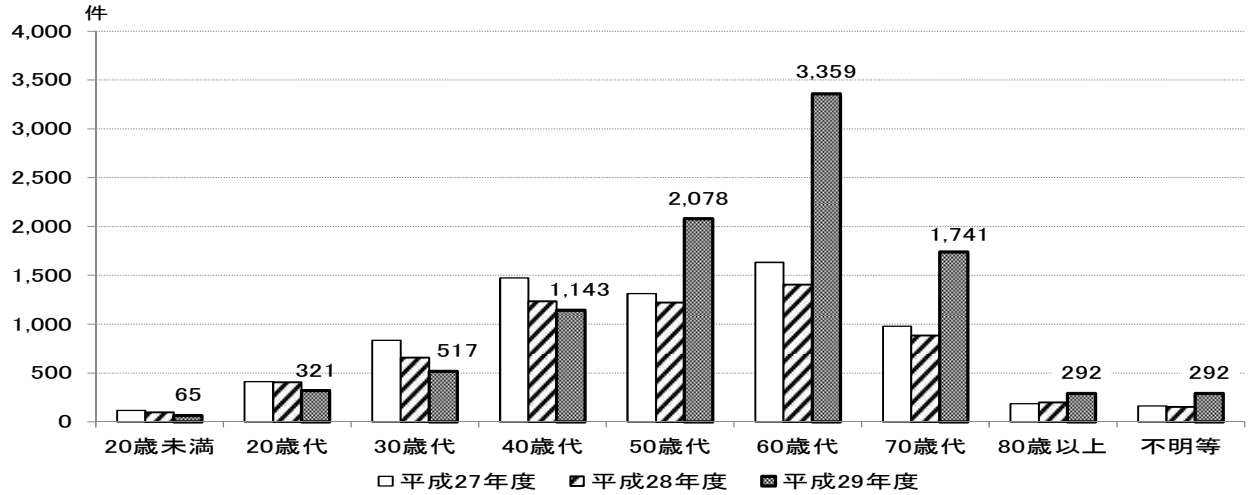
(図1)「架空請求」苦情相談件数の推移



2 年代別の状況について (図2)

- 契約当事者の年代別では、60歳代が最も多く、平成29年度においては、特に50歳代から70歳代までの相談が急増しています。

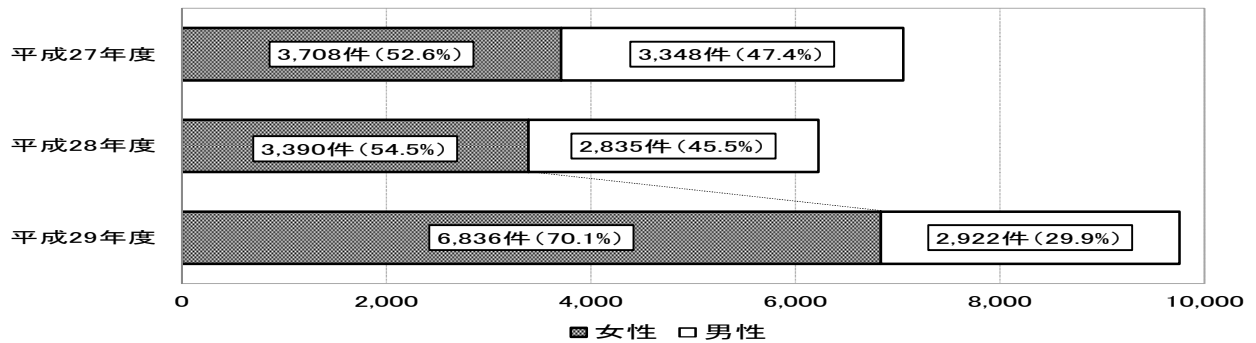
(図2)「架空請求」年代別相談件数の推移



3 性別について (図3)

- 契約当事者の性別をみると、平成29年度の女性の苦情相談件数は6,836件で、前年度(3,390件)から3,446件、約2倍に急増し、女性が約7割となっています。

(図3)「架空請求」男女別相談件数の推移(団体・不明等除く)



4 商品・役務別について (表1)

- 商品・役務別の件数では、SMS等で有料動画サイトやインターネットの有料コンテンツの未納料金を請求されたなどの相談である「デジタルコンテンツ」が各年度とも第1位となっています。
- 第2位の「商品一般」は、購入した商品・役務を特定しないままに「未納料金がある」という請求があったなどの相談ですが、平成29年度は、「『総合消費料金』が未納である」などという架空請求ハガキの相談が急増したため、前年度(301件)から4,252件増加と、約15倍に急増しています。
- 平成29年度は、大手通販サイト事業者名を名乗り、有料会員の会費滞納分の支払いを請求されたなどの相談である「他のネット通信関連サービス」が122件となっています。

(表1)「架空請求」商品・役務別上位5品目

単位:件

	平成27年度		平成28年度		平成29年度	
	品目	件数	品目	件数	品目	件数
1	デジタルコンテンツ	6,536	デジタルコンテンツ	5,659	デジタルコンテンツ	4,941
2	商品一般	296	商品一般	301	商品一般	4,553
3	役務その他サービス	46	興信所	70	他のネット通信関連サービス	122
4	興信所	29	役務その他サービス	30	役務その他サービス	17
5	携帯電話サービス	21	電話音声情報	18	フリーローン・サラ金、興信所	10

5 相談内容について (表2)

- 相談内容をみると、「法的手続きをする」「財産を差し押さえる」などと記載することで、消費者を不安にさせ連絡をさせようとするなどの相談である「強引」が多いのが特徴です。
- また、平成29年度は、「法務省管轄支局」等、公的機関と誤認させる名称でハガキを送りつける手口が増加したため、「身分詐称」が急増しました。
- 架空請求ハガキやメールに記載の電話番号へ連絡してしまい、住所・氏名を伝えてしまったり、固定電話の電話番号を知られてしまったなどの相談である「プライバシー」も急増しました。
- 架空請求事業者に電話をした場合、支払い方法としてコンビニエンスストア(以下「コンビニ」という。)でギフトカード(プリペイドカード型電子マネー)を購入するよう指示されるケースが多いため、「電子マネー」も増加しています。

(表2)「架空請求」年度別相談内容上位10位

単位:件

	平成27年度		平成28年度		平成29年度	
	品目	件数	品目	件数	品目	件数
1	インターネット通販	6,380	インターネット通販	5,559	インターネット通販	5,221
2	強引	3,329	強引	2,885	強引	4,749
3	迷惑メール	2,941	迷惑メール	2,259	身分詐称	2,684
4	ポルノ・風俗	1,407	プライバシー	1,247	プライバシー	2,587
5	プライバシー	1,336	電子広告	535	信用性	789
6	電子広告	730	ポルノ・風俗	482	契約書・書面	739
7	高価格・料金	476	高価格・料金	393	詐欺	681
8	詐欺	347	電子マネー	341	高価格・料金	488
9	虚偽説明	268	詐欺	324	迷惑メール	415
10	電子マネー	238	虚偽説明	311	電子マネー	363

(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の計と一致しない。

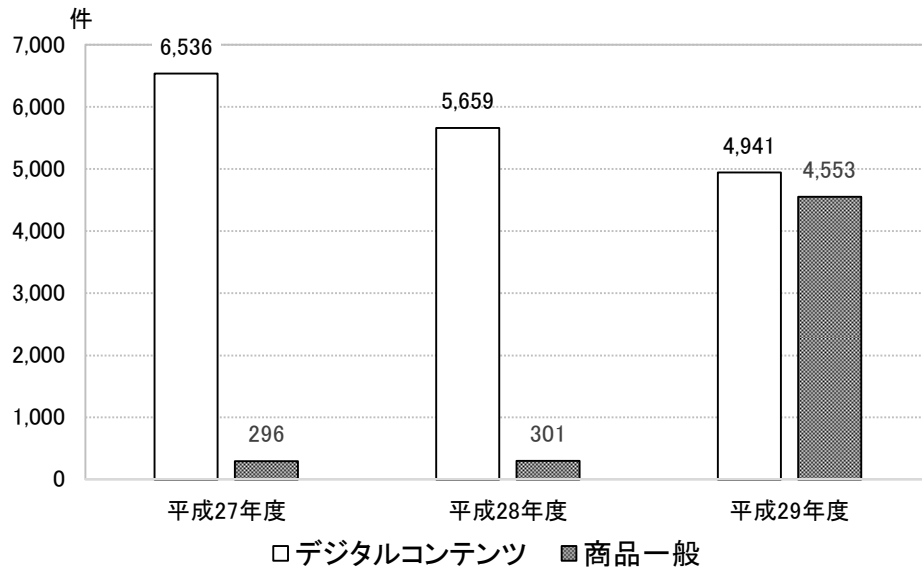
6 主な商品・役務別の状況について

本項目では、架空請求相談のうち、SMS等で届く架空請求相談である「デジタルコンテンツ」と、ハガキによる架空請求相談である「商品一般」について分析します。

(1) 相談件数の推移 (図4)

- 平成28年度までは圧倒的に「デジタルコンテンツ」の件数が多かったのに対し、平成29年度には「商品一般」の件数が急増しています。これは、「総合消費料金」等に係る架空請求ハガキの相談が平成29年3月末から急増したことが主な要因です。

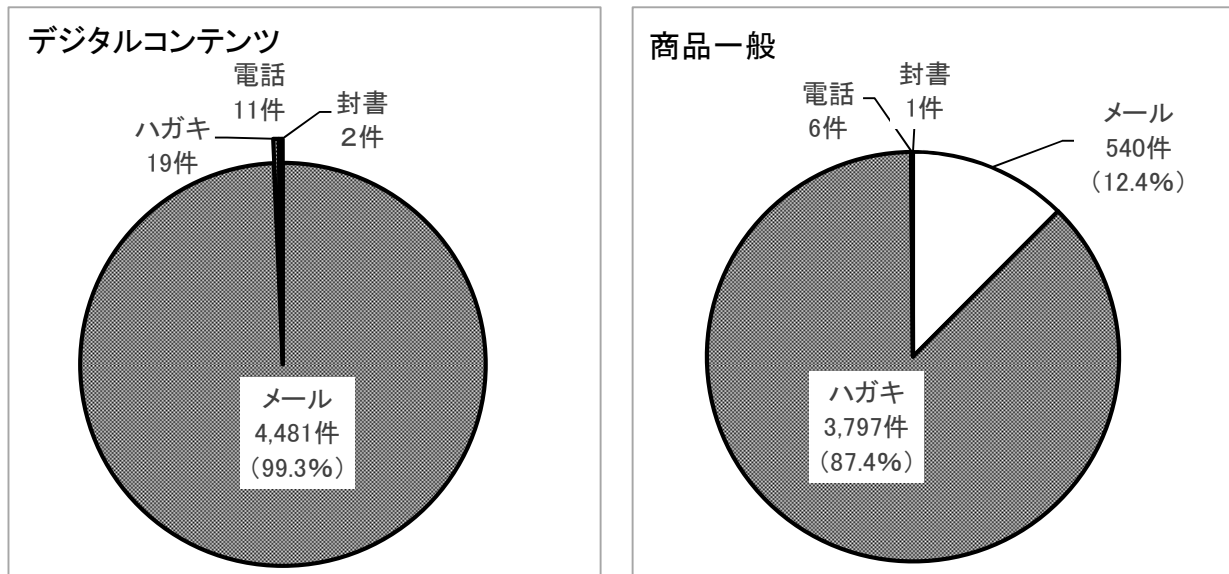
(図4)「デジタルコンテンツ」「商品一般」苦情相談件数推移



(2) 請求媒体 (図5)

- 平成 29 年度における請求媒体を比較してみると、「デジタルコンテンツ」では、メールによるもの (SMS を含む) がほとんどとなっています。
- 一方、「商品一般」では、ハガキによるものが約 9 割となっています。

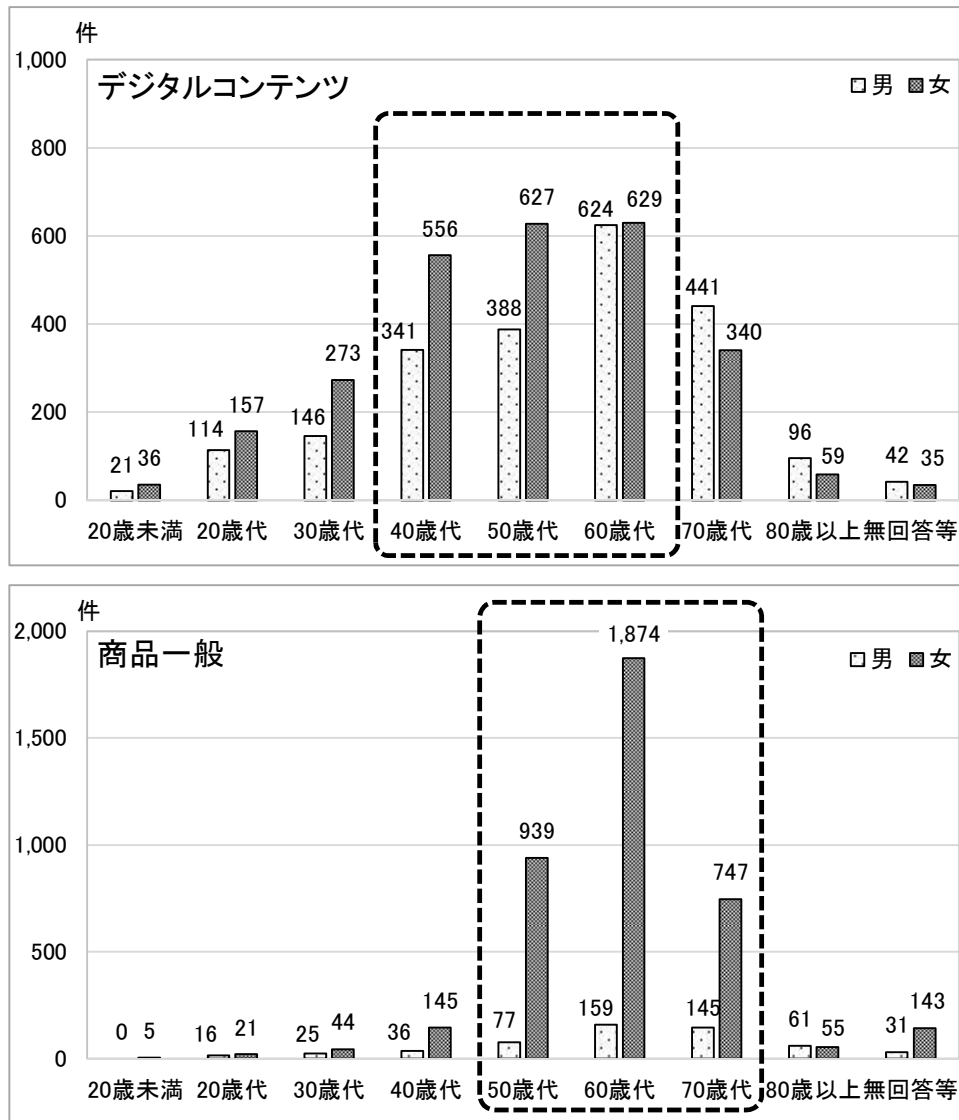
(図5)「デジタルコンテンツ」「商品一般」請求媒体(平成 29 年度)



(3) 年代別・男女別 (図6・7)

- 「デジタルコンテンツ」では、40 歳代から 60 歳代までが中心で、50 歳代以下においては女性の相談が多く、60 歳代では男女はほぼ同数、70 歳代以上では反対に男性の相談が多くなっています。
- 一方、「商品一般」では、50 歳代から 70 歳代までの女性の相談が突出しています。これらはほぼ全てが「総合消費料金」の未納料金があるなどの架空請求ハガキの相談です。

(図6・7)「デジタルコンテンツ」「商品一般」年代別・男女別苦情相談件数(平成29年度)



(4) 架空請求事業者が名乗る名称 (表3)

- 架空請求の相談で事業者が名乗る名称の上位5位を見ると、「デジタルコンテンツ」では、「アマゾン」「アマゾンジャパン」「ヤフー」「DMM」「ヤフーサポートセンター」と、実在する大手通販サイト事業者や大手コンテンツ配信事業者と誤認させる名称が使われています。
- 一方、「商品一般」では、「民事訴訟管理センター」「法務省管轄支局民事訴訟管理センター」「国民訴訟通達センター」「法務省管轄支局国民訴訟お客様センター」等、裁判所や国の省庁などの公的機関と誤認させる名称が使われています。これらの名称は、いずれも「総合消費料金」等の名目の架空請求ハガキに記載されており、ハガキに書かれた内容はあまり変化がないものの、名乗る名称は時期により少しずつ変えられています。

(表3) 架空請求事業者が名乗る名称上位5位(平成29年度)

単位:件

	デジタルコンテンツ	4,941	商品一般	4,553
1	アマゾン	600	民事訴訟管理センター	1,888
2	アマゾンジャパン	558	法務省管轄支局民事訴訟管理センター	536
3	ヤフー	296	法務省管轄支局国民訴訟通達センター	319
4	DMM	180	国民訴訟通達センター	215
5	ヤフーサポートセンター	147	法務省管轄支局国民訴訟お客様管理センター	203

7 契約購入金額(※1)・既支払金額(※2)について(表4、図8)

- 架空請求相談では、当初のハガキやメールには請求金額が記載されておらず、消費者から連絡させた後に具体的な金額を告げるケースが多くなっており、平成29年度は、具体的に1円以上の請求を受けた件数(契約購入金額が1円以上の相談)は1,793件(18.3%)とむしろ少数になっています。
- 1円以上の請求を受けた相談について、1件あたり平均金額は約41万円となっています。請求された金額別の構成比をみると、「10万円以上50万円未満」が1,130件で最も多く63.0%を占めています。
- 一方、既に支払ってしまったという相談では、1件あたり平均金額は約52万円となっています。支払った金額別の構成比をみると、支払額が「10万円以上50万円未満」が133件で最も多く57.3%を占めています。
- 実際に1円以上を支払ってしまった(既支払金額が1円以上の相談)件数は232件(2.4%)となっています。このことから、請求を受けて実際に支払ってしまう前に、対処方法について消費生活相談窓口にご相談し、被害を未然に防止できたケースが多いと考えられます。
- 既支払金額が「100万円以上500万円未満」の相談が13件、「500万円以上」の相談が4件となっています。これらの事例では、最初は10万円から30万円程度を請求され、これに応じて支払ってしまうと、「裁判取り下げ費用」「弁護士費用」等、様々な理由で次々に支払いを求められ、最終的には多額の現金を宅配便で送るよう指示されるなどの状況が見られます。

※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(身に覚えがない契約に係る請求も含む。)

※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

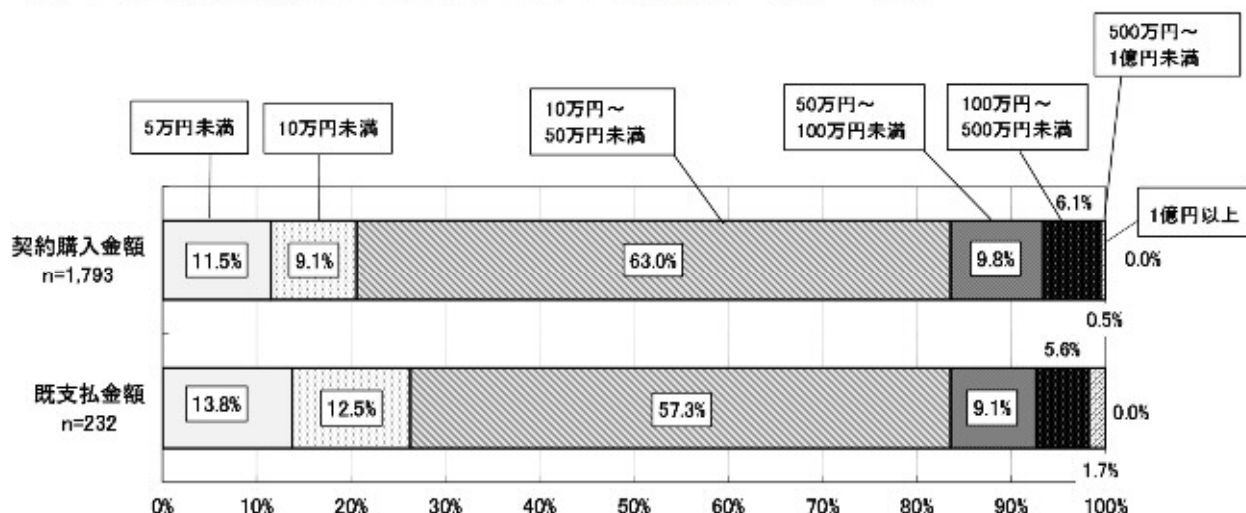
(表4) 「架空請求」契約購入金額・既支払金額(平成29年度)

単位:件

	5万円未満	5万円以上 10万円未満	10万円以上 50万円未満	50万円以上 100万円未満	100万円以上 500万円未満	500万円以上 1億円未満	1億円以上	平均金額 (千円)
契約購入金額 n=1,793	207	163	1,130	176	109	8	0	409.1
既支払金額 n=232	32	29	133	21	13	4	0	521.4

- 9,808件のうち、具体的な金額による請求を受けた件数…1,793件(18.3%)
実際に1円以上を支払済みの件数…232件(2.4%)
- 契約購入金額、既支払金額の最高額は、いずれも3,500万円

(図8)「架空請求」契約購入金額・既支払金額の金額別構成比(平成 29 年度)



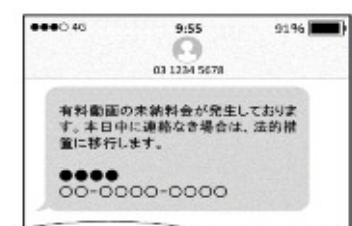
8 まとめ

(1) 相談にみられる架空請求の特徴

- SMS 等で届く架空請求では、誰もが知っている実在する大手通販サイト事業者名や大手コンテンツ配信事業者名を名乗るものが多いため、消費者が過去に何らかのサービスを利用したかもしれないと誤解し、つい連絡してしまったというケースも少なくありません。
- 最近の相談で多く見られるのは、具体的な商品・サービス名や契約日・金額等の契約内容を一切示さず、「総合消費料金」や「未納料金がある」「会費の滞納がある」とだけ記載して「連絡しないと法的手続きに入る」等と不安を煽り、連絡させるという手口です。
- 架空請求ハガキやメールに記載の連絡先に電話をしてしまったとの相談では、「高額の未納料金があるが、本日中に払えば9割は返金する」と言われたり、「裁判取り下げのために弁護士に連絡するように」と別の電話番号を指示されたり、「請求元と直接話すように」と言われ、指示された番号に電話すると脅迫的な文言で脅されるなど、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の劇場型勧誘とも言える方法で、次々と追加の支払いを求められている状況が見られます。
- 支払い方法は、口座振込みが減少する一方、消費者をコンビニに行かせてギフトカード(プリペイドカード型電子マネー)を購入させ、カード裏面にある番号を伝えさせ、金銭をだまし取る方法が主流となっています。
- 架空請求に関する相談では、実際に金銭等を支払ったという相談が架空請求相談全体の2.4%と少なくなっていますが、これは、消費者が相手方に連絡したり支払ったりする前に、身に覚えがないことや不信感を抱いて、まず消費生活相談窓口で相談していることが金銭的被害の未然防止につながっていると考えられます。

(2) SMS 等で届く架空請求の特徴

- SMS 等で届く架空請求では、①実在する大手通販サイト事業者や大手コンテンツ配信事業者名を騙る、②請求名目は「有料コンテンツの未納料金がある」や具体的な商品・役務等の契約内容を一切示さずに「未納料金がある」「会費滞納がある」など、③いずれも「連絡なき場合は法的措置に移行する」等と不安を煽って、連絡させようとしています。



【イメージ】架空請求メール (ショートメッセージによるもの)

(3) ハガキで届く架空請求の特徴

- 「法務省管轄支局」等、公的機関と誤認させる名称で、「訴訟」「差押え」といった言葉をちらつかせ、不安を煽って、連絡させようとしています。

送り付けられた架空請求ハガキ(例)

消費料金に関する訴訟最終告知のお知らせ
訴訟管理番号 (□) 〇〇〇

この度、**貴方の利用されておりました契約会社、もしくは運営会社側から契約不履行による民事訴訟として、訴状が提出されました事**を改めてご通知致しますとともに、訴訟取り下げ最終期日を経て裁判を開始させていただきます。

また、このままご連絡なき場合は、原告側の主張が全面的に受理されまして裁判所の許可を受けて執行官立会いのもと、現預金や有価証券及び、動産や不動産物の差し押えを強制的に執行させていただきます。

尚、訴訟取り下げなどのご相談につきましては当局にて承っておりますので、下記までお問い合わせ下さい。
この度は、民事訴訟に関するご通達となりまして、個人情報の保護や守秘義務などが御座いますので、ご本人様からご連絡頂きますようお願い致します。

訴訟取り下げ最終期日 平成30年 2月21日

取り下げ等のお問い合わせ相談窓口
03-6365-XXXXXXXXXX
受付営業時間(日、祝日は除く)
平日 9:00~20:00 / 土曜日 11:00~17:00

法務省管轄支局 国民訴訟お客様管理センター
〒100-8977 東京都千代田区霞が関1丁目1番地10号

「訴訟最終告知」といった訴訟に関する書類がハガキで送られてくることはありません。

どのような契約であるかが文面からは読み取れません。

「連絡がないと相手方の主張が認められる」「差し押さえになる」などとして不安をおおひ、電話をかけさせようとしています!

取り下げの最終期日をハガキ到着後2、3日以内とする事で、消費者の不安をおおひます!

公的機関のような名称が用いられていますが、実在しません!法務省の郵便番号を使うことで信用させようとしています。

(4) 消費者へのアドバイス

- 心当たりのない不審なハガキや、SMS等でメールが届いても、記載されている連絡先には決して連絡しないようにしましょう。
- 実在する事業者名が記載されているSMS等で届いたメールに不安を感じた場合には、事業者のホームページや問い合わせ窓口当該事業者の名前を詐称するメール等に係る注意喚起がなされていないかを確認しましょう。
- コンビニに行くように指示されたら、決して応じないようにしましょう。
- 迷惑メール等が続く場合は、携帯電話、プロバイダー、セキュリティソフト等が提供する迷惑メール対策サービスを活用する、メールアドレスを変更する等の対策をしましょう。
- 不安に思ったりトラブルにあった場合は、すぐに消費生活センター(局番なしの188)や最寄りの警察署へ相談しましょう。

架空請求に関する相談事例

○総合消費料金の請求（「法務省管轄支局国民訴訟通達センター」を名乗るハガキ）

（当事者） 60歳代 女性

（相談内容） 今日、同居している母親宛てに、総合消費料金に関する訴訟最終告知というハガキが届いた。このような債務に心当たりはなく、インターネットで検索すると記載されている機関の住所は実在していないようだ。しかし管理番号が記載されており不安だ。対処法を知りたい。

（対応） ハガキの文面を読み上げてもらい、最近増加しているハガキによる架空請求であることを確認した。対処方法は無視すること、相手と連絡をとらないことである。訴訟の通知がハガキで届くということはないが、今後も、裁判所名で書面が届くことがあれば自己判断せず最寄りの消費生活センターに相談することを助言した。また、県のホームページでも同様の事例を情報提供しているので参考にしてほしいと伝えた。

○総合消費料金の請求（「民事訴訟管理センター」を名乗るハガキ）

（当事者） 50歳代 女性

（相談内容） 今月初めに、私宛てに「総合消費料金に関する訴訟最終告知のお知らせ」というハガキが民事訴訟の管理センターというところから届いた。記載の電話番号に架電したら弁護士を紹介すると言われ、別の電話番号を教えられそこに架電した。弁護士を名乗る者から、供託金として10万円支払うよう言われ、支払い方法はコンビニで大手ショッピングモールの電子ギフトカードを購入し、番号を伝えるように言われた。その通りにしたところ、今度は、請求先の事業者とも直接話をする必要があると言われた。教えられた電話番号に架電すると、200万円の支払いがある、手段は問わず絶対に支払ってもらおうと脅された。まず供託金として50万円支払うよう言われたが、50万円は難しいと返答したら、25万円をギフトカードで支払うよう言われ、支払った。残りの金額は、生命保険から貸付ができると事業者に教えられて、生命保険会社へ問い合わせたところ、詐欺ではないかと言われ188を案内された。どうすればよいか。

（対応） 当該事業者からのハガキは架空請求として情報提供されていることを伝えた。すぐに最寄りの警察署への相談と、当該ギフトカード発行事業者への連絡を勧めた。今後、不審な書面が届いた場合は消費生活センターへ相談するよう伝えた。また、固定電話は常に留守番電話の設定、携帯電話は登録以外の番号のブロック設定をするよう助言した。

○有料動画サイト利用料金請求（「アマゾンカスタマーサービス」を名乗るメール(SMS)）

（当事者） 50歳代 男性

（相談内容） 昨日、スマートフォンに「有料動画サイトの利用料金が未払いである。本日中に連絡なき場合は、法的手続きに移行する」というショートメッセージが届いた。サイト名、利用日、金額等詳細は記載されていなかった。スマートフォンで動画を見ることはあるため、気が付かずに有料のものを見てしまったかと思い電話をしたら、「今年の5月に有料のアダルトサイト動画を視聴している記録がある。料金 30 万円が未納となっている」と言われたが、「救済措置として、すぐに支払えば料金の 90%を返金する」と言われた。そこで指示されたとおりコンビニに行き、電子ギフトカードを 30 万円分購入し番号を電話で知らせた。これで全て解決したと思っていたら、本日また電話があり、他のアダルトサイトにも未納料金が 80 万円あると言われた。さすがにおかしいと思い電話を切ったが、どうしたらよいか。

（対応） 具体的な請求内容が記載されていない文面から、架空請求メールであったと思われると伝え、これ以上絶対に連絡せず関わらないよう伝えた。今後、不審な番号の着信に十分に注意するよう伝えた。至急、ギフトカード発行事業者に電話し、カードの利用停止を申し入れるよう伝え、しかし、既に相手に使用されてしまっていたら、被害回復は困難と思われることを伝えた。最寄りの警察署に被害を届けておくよう伝え、同種相談事例を情報提供し、今後の注意を促した。

○情報サイト利用料金請求（「ヤフー」を名乗るメール(SMS)）

（当事者） 40歳代 女性

（相談内容） 本日、「情報サイトの代金が未納」とスマートフォンにショートメッセージがあった。身に覚えがないが連絡をしないと裁判になるとあるので、不安になって表示されていた連絡先に電話したところ、「昨年1月から 15 万 8,000 円分が未納だ」と言う。相手に聞かれるまま名前や生年月日を伝えてしまった。サイトの内容等、相手方を問い詰めたが明確な回答はなかった。代金は支払っていないが払う必要はあるのか。

（対応） 根拠のない架空請求と思われる。携帯電話番号にランダムに送り付けられたと思われるので無視するよう助言した。個人情報を知られてしまったため、今後も同様のショートメッセージや電話があるかもしれないので、不安に感じたら消費生活センターに相談するよう伝えた。

○有料動画サイト利用料金請求（「DMM.COM」を名乗る電話）

（当事者） 40歳代 男性

（相談内容） 10日前、隣県の市外局番からスマートフォンに着信があり、応答すると、大手総合ネットサービス会社を名乗る男性が、「有料動画サイトの未納料金がある。本日中に手続きをしなければ民事訴訟になる」と話しかけてきた。私はそのサービス会社に会員登録しておらず、身に覚えがないことを明らかにするため、問われるまま氏名、住所を告げてしまった。登録はしていると決めつけられ、最寄りのコンビニで電子ギフトカード10万円分を購入し番号を知らせるよう指示され、従った。その後、弁護士を名乗る別の男性から連絡が入るようになり、訴訟の取り下げ等に別途経費がかかるという説明されたが、次第に不審に思うようになった。本日も弁護士を名乗る人物から2回着信があったが出ていない。今後どう対処すればよいか。

（対応） 架空請求のトラブル事例を紹介し、身に覚えがないのであれば、今後連絡せずに無視するよう助言した。急ぎギフトカード発行事業者に経緯・状況を伝え、ギフトカードの使用を止めてもらうことはできないか、問い合わせるよう伝えた。相談者はすぐギフトカード発行事業者に連絡したところ、自らネット上で手続きをしてアカウント作成をするよう案内されたとのこと。後日、ギフトカード発行事業者から手続きに関する電話が入るので待つことにしたと報告があった。

○ネット通販サイト有料会費の請求（「アマゾンカスタマーセンター」を名乗るメール(SMS)）

（当事者） 60歳代 男性

（相談内容） スマートフォンに、大手ショッピングサイトの有料会費の滞納があり本日中に電話をしないと法的手続きをとるというショートメッセージが届いた。電話をしたら、「毎月の会費3,800円を2年間滞納しているので、延滞料を含め14万8,000円となっている。本日中にコンビニの電子ギフトカードで一括で支払えば半額を返金する」と言われた。お金がないと言ったら、「7万8,000円を一括で、残りは分割でいい」と言われた。身に覚えがないのでこちらも法律家に相談すると伝えたら切電された。今後どう対応したらよいか。

（対応） 消費生活センターで大手ショッピングサイトの会費を調べたら、会費は毎月400円であり、相談者が電話した先の事業者が主張した3,800円とは大きく違っていた。このショッピングサイトを騙って有料会費を架空請求されたという類似事例があり、支払方法が電子ギフトカードであることや、お金がないと言うと後で返金すると言って支払いを求められるのが共通する手口であることを説明した。身に覚えがないというので、請求には応じず、無視をして様子を見ること、着信拒否をするのも一法であることを助言した。

IV 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（表1、図1）

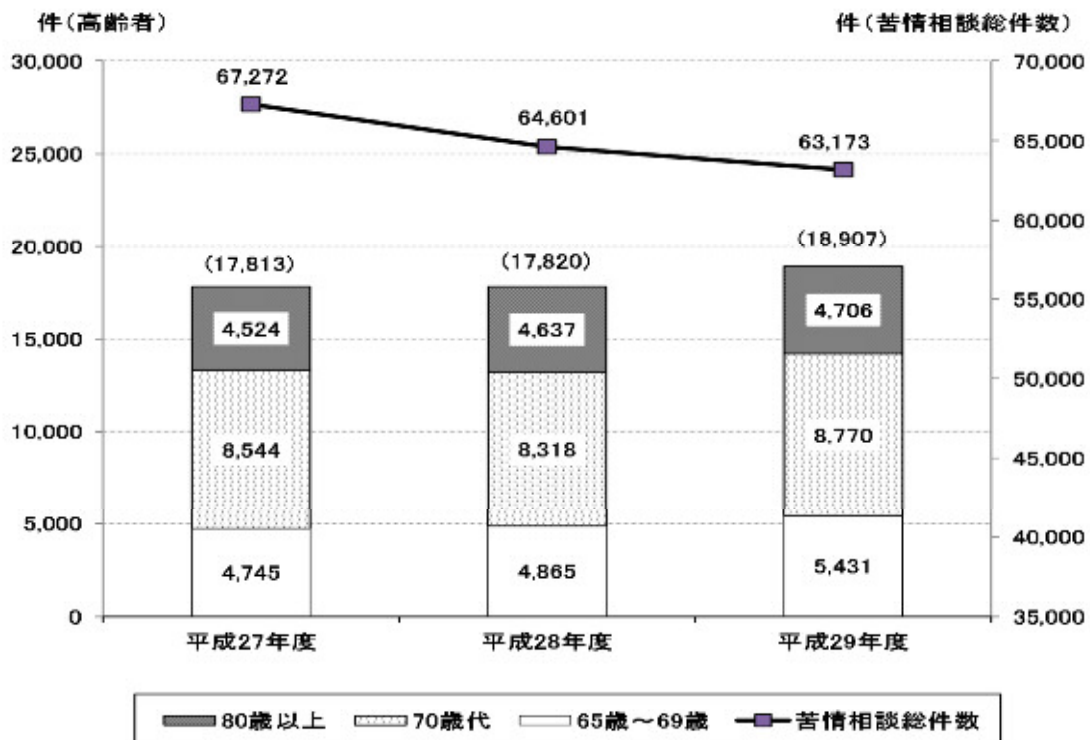
- 高齢者の苦情相談件数は18,907件で、前年度（17,820件）と比べ1,087件（6.1%）増加しています。
- 契約当事者の年代別では、「65歳から69歳まで」の相談は5,431件で、前年度と比べ566件（11.6%）増加、「70歳代」は8,770件で、前年度と比べ452件（5.4%）増加、「80歳以上」は4,706件で、前年度と比べ69件（1.5%）増加となっています。
- 苦情相談件数（63,173件）に占める割合は、平成29年度は約3割（29.9%）と、前年度（27.6%）と比べ2.3ポイント増加しました。苦情相談件数が減少する中での件数の増加であり、神奈川県の高齢者の人口構成比（24.5%（平成29年1月1日現在））を上回っています。

（表1）「高齢者」苦情相談件数の推移

区 分	平成27年度	平成28年度	平成29年度	前年度比
高齢者の苦情相談件数(A)	17,813	17,820	18,907	106.1%
	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	
65歳～69歳 (構成比)	4,745 (26.6%)	4,865 (27.3%)	5,431 (28.7%)	111.6%
70歳代 (構成比)	8,544 (48.0%)	8,318 (46.7%)	8,770 (46.4%)	105.4%
80歳以上 (構成比)	4,524 (25.4%)	4,637 (26.0%)	4,706 (24.9%)	101.5%
苦情相談件数(B)	67,272	64,601	63,173	97.8%
苦情相談件数に占める 高齢者の相談の割合(A)/(B)	26.5%	27.6%	29.9%	
神奈川県の高齢者の人口における 65歳以上の割合 ※	23.4%	24.0%	24.5%	

※ 神奈川県年齢別人口統計調査による（各年1月1日現在）

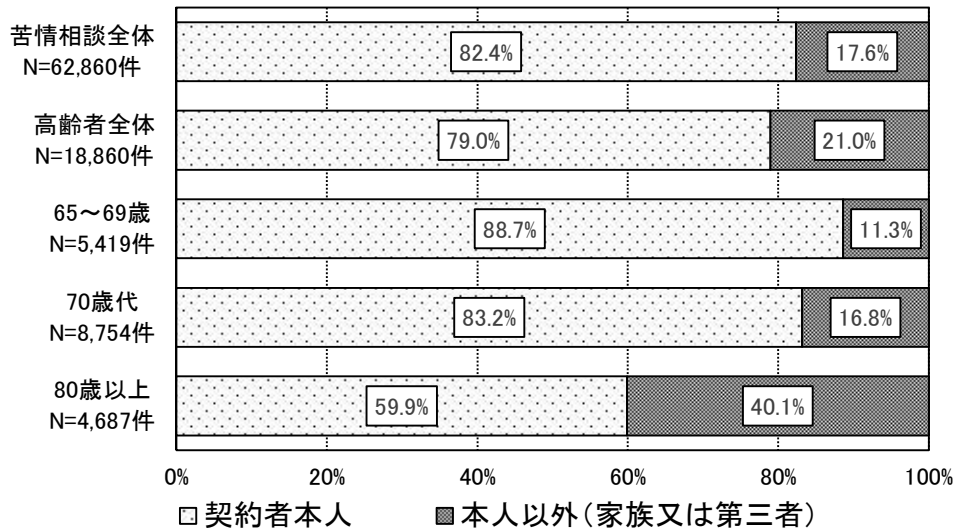
（図1）「高齢者」苦情相談件数の推移



2 相談者属性について (図2)

- 高齢者の苦情相談について、「誰から相談があったのか」に着目して分析すると、高齢者全体では苦情相談全体の傾向と同様、約8割が契約当事者本人からの相談となっています。
- しかしながら、年代が上がるにつれて、「本人以外（家族又はホームヘルパー等地域での見守り活動を行っているなどの第三者）」からの相談の割合が上昇し、80歳以上では相談者の約4割が本人以外（家族又は第三者）となっています。

(図2)「高齢者」相談者属性(不明・無回答は除く)



3 品目別について

(1) 概況 (表2・3)

- 1位は「商品一般」の2,964件で、前年度(931件)と比べ約3.2倍に急増しています。主な相談内容は、訴訟をちらつかせるハガキによる架空請求に関する相談などです。
- 2位は「デジタルコンテンツ」の2,481件で、前年度(3,095件)と比べ614件(19.8%)減少しています。アダルト情報サイトに関する相談が520件で、前年度(962件)と比べ442件(45.9%)減少したことが主な要因です。
- 3位は「工事・建築」の1,191件で、前年度(1,222件)と比べ31件(2.5%)減少しています。屋根工事に関する相談が303件で、前年度(353件)と比べ50件(14.2%)減少したことが主な要因です。
- 増加率1位は、「商品一般(1位)」、次いで、「携帯電話サービス(6位)」の405件で、前年度(395件)と比べ10件(2.5%)増加、「修理サービス(7位)」の369件で、前年度(361件)と比べ8件(2.2%)増加となっています。
- 年代別にみると、70歳代までで「商品一般」が、80歳以上で「工事・建築」が1位となっています。また、「健康食品」は、年代が上がるにつれて順位が上昇し、70歳代以上で「山林」が、80歳以上では「新聞」が上位となっています。

(表2)「高齢者」商品・役務別上位 10 品目

単位:件

	品目	平成29年度	平成28年度	対前年度比	備考
		[18,907]	[17,820]	106.1%	
1	商品一般	2,964	931	318.4%	
2	デジタルコンテンツ	2,481	3,095	80.2%	他のデジタルコンテンツ1,851、アダルト情報サイト520、出会い系サイト412
3	工事・建築	1,191	1,222	97.5%	屋根工事303、塗装工事180、増改築工事166
4	インターネット接続回線	619	662	93.5%	
5	健康食品	493	591	83.4%	
6	携帯電話サービス	405	395	102.5%	
7	修理サービス	369	361	102.2%	
8	役務その他サービス	332	394	84.3%	
9	不動産貸借	323	371	87.1%	
10	新聞	312	331	94.3%	

(表3)「高齢者」年代別 商品・役務別上位 10 品目(平成 29 年度)

単位:件

	65歳～69歳 [5,431]	件数	70歳代 [8,770]	件数	80歳以上 [4,706]	件数
1	商品一般	1,299	商品一般	1,279	工事・建築	428
2	デジタルコンテンツ	997	デジタルコンテンツ	1,220	商品一般	386
3	工事・建築	244	工事・建築	519	デジタルコンテンツ	264
4	インターネット接続回線	156	インターネット接続回線	315	健康食品	196
5	不動産貸借	118	携帯電話サービス	208	新聞	150
6	携帯電話サービス	105	健康食品	202	インターネット接続回線	148
7	健康食品	95	役務その他サービス	171	修理サービス	144
8	修理サービス	74	修理サービス	151	山林	93
9	テレビ放送サービス	72	不動産貸借	137	携帯電話サービス	92
10	役務その他サービス	69	山林	130	役務その他サービス	92

(2) 高齢者の占める割合が高い品目について (表4)

- 平成 29 年度の高齢者の占める割合が高い品目をみると、事業者が自宅に来訪して勧誘する訪問販売によることが多い品目が上位となっています。
- 1位の「山林」(原野商法の二次被害)、6位の「ファンド型投資商品」(利殖商法)、8位の「工事・建築」(点検商法)等、契約購入金額・既支払額ともに比較的高額となる品目が上位となっています。

(表4) 高齢者の占める割合が高い品目上位 10 品目 (平成 29 年度)

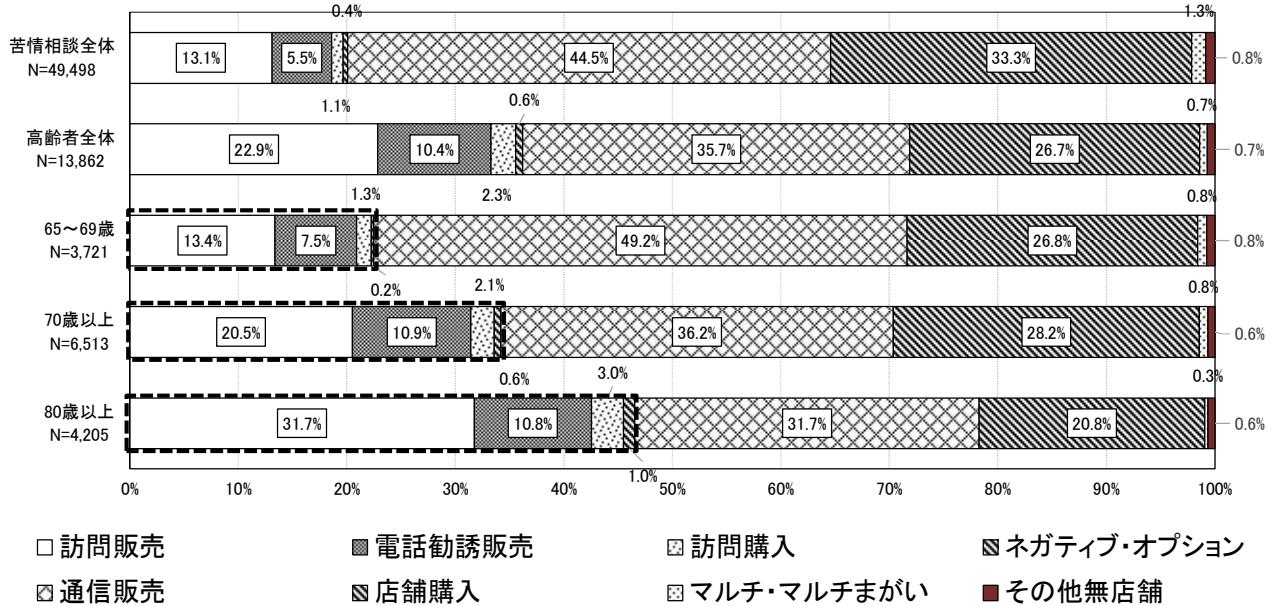
単位：件

		高齢者の占める割合	高齢者	全体	主な相談内容
1	山林	86.0%	251	292	過去に購入した山林を売りたいという事業者と契約したが、別の土地を購入したくなっている。
2	建物清掃サービス	72.0%	136	189	排水管高圧洗浄キャンペーンのチラシが入っていた。信用できる事業者なのか。
3	駆除サービス	59.6%	106	178	無料でシロアリ点検すると訪問してきた事業者が高額な契約をさせられた。
4	ふとん類	56.4%	136	241	通販で購入したマットレスが合わないので、返品を求めたら、事業者に断られた。納得できない。
5	新聞	54.4%	312	574	高齢の親が来訪した事業者と新聞の長期契約してしまった。解約したい。
6	ファンド型投資商品	52.2%	214	410	「農園に出資したが、配当が遅れ気味になり、事業者と連絡が取りづらい」などの相談
7	固定電話サービス	50.0%	162	324	「回線が使えなくなるので工事が必要」という電話があったが、本当か。
8	工事・建築	47.2%	1,191	2,523	無料点検すると言って来訪してきた事業者に勧誘され、高額な屋根工事の契約をしてしまった。
9	普通生命保険	46.9%	135	288	以前に契約した保険が満期となったが、当初の説明と異なり、返戻金が少ない。
10	商品一般	43.8%	2,964	6,770	「訴訟」「差押え」と書かれたハガキが届いた。身に覚えがない。

4 販売購入形態について (図3、表5)

- 年代が上がるにつれ「訪問販売」「電話勧誘販売」「訪問購入」「ネガティブ・オプション (いわゆる送り付け商法)」の割合が高くなり、「通信販売」や「店舗購入」の割合が低くなっています。
- 主な販売購入形態について、高齢者の占める割合をみると、「訪問購入」が最も高く、約6割が高齢者の相談となっています。

(図3)「高齢者」販売購入形態別割合(不明・無関係は除く)(平成29年度)



(表5)主な販売購入形態別 高齢者の占める割合(平成29年度)

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	60.5%	315	521
電話勧誘販売	53.3%	1,446	2,715
訪問販売	48.8%	3,169	6,492
ネガティブ・オプション (いわゆる送り付け商法)	44.3%	90	203
通信販売	22.4%	4,944	22,039
マルチ・マルチまがい	15.1%	97	643

※契約当事者が65歳以上の者

※「店舗購入」「その他無店舗」「不明・無回答」は除く。

5 主な相談内容について (表6)

- 相談内容をみると、1位は業者の執拗・威圧的な言動による勧誘、帰るように言ったのに帰らないなどの「強引」となっています。また、平成29年度は、架空請求の相談が増加したため、「架空請求」が急増しました。
- 苦情相談全体と比べると、「家庭訪販」「電話勧誘」が上位となっています。

(表6)「高齢者」年度別相談内容上位 10 位

単位: 件						<参考> 単位: 件		
	平成27年度 [17,813]	件数	平成28年度 [17,820]	件数	平成29年度 [18,907]	件数	苦情相談全体 [63,173](平成29年度)	件数
1	強引	3,787	強引	3,739	強引	4,295	インターネット通販	17,604
2	インターネット通販	3,457	インターネット通販	3,657	架空請求	3,877	解約	15,542
3	解約	3,259	解約	3,559	解約	3,634	強引	12,013
4	家庭訪販	3,087	家庭訪販	3,064	インターネット通販	3,285	電子広告	9,856
5	電話勧誘	2,991	電話勧誘	2,845	家庭訪販	3,116	架空請求	9,808
6	信用性	2,377	高価格・料金	2,368	契約書・書面	2,680	契約書・書面	8,713
7	高価格・料金	2,359	信用性	2,281	電話勧誘	2,629	返金	8,090
8	契約書・書面	2,338	説明不足	2,250	信用性	2,623	説明不足	7,682
9	説明不足	2,124	契約書・書面	2,249	高価格・料金	2,264	高価格・料金	7,513
10	架空請求	2,029	架空請求	1,799	説明不足	2,144	信用性	6,556

(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の計と一致しない。

6 販売方法・手口別について (表7)

- 販売方法・手口別では、1位は「電子商取引」の3,331件で、前年度(3,727件)と比べ396件(10.6%)減少しています。次いで、2位の「家庭訪販」の3,116件で、前年度(3,064件)と比べ52件(1.7%)増加し、品目別内訳では、「工事・建築」に関する相談が最も多く寄せられています。
- 増加率が高いのは、「身分詐称(4位)」の1,681件で、前年度(669件)と比べ約2.5倍に急増しています。これは、公的機関や有名企業等を名乗った架空請求等の相談が多く寄せられたためです。
- 「二次被害(6位)」は446件で、前年度(367件)と比べ79件(21.5%)増加、「原野商法(8位)」は354件で、前年度(209件)と比べ145件(69.4%)増加となっており、原野商法の二次被害の相談が増加したため、前年度と比べ件数が増加しています。また、土地取引が関係するため、平均契約購入金額・平均既支払額ともに高額となっています。

(表7)「高齢者」販売方法・手口別の上位 10 位

単位: 件							
	販売方法・手口	平成29年度	平成28年度	前年度比	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	3,331	3,727	89.4%	288	109	①デジタルコンテンツ2,286、②商品一般194、③他のネット通信関連サービス91、④健康食品75、⑤役務その他サービス50
2	家庭訪販	3,116	3,064	101.7%	2,676	1,432	①工事・建築783、②新聞255、③修理サービス183、④山林168、⑤テレビ放送サービス147
3	電話勧誘	2,629	2,845	92.4%	1,815	1,007	①インターネット接続回線438、②商品一般247、③山林154、④健康食品142、⑤役務その他サービス91
4	身分詐称	1,681	669	251.3%	829	294	①商品一般732、②デジタルコンテンツ422、③他の保健・福祉71、④社会保険59、④相談その他59
5	点検商法	499	478	104.4%	1,088	446	①工事・建築258、②修理サービス37、②駆除サービス37、④建物清掃サービス31、⑤役務その他サービス30
6	二次被害	446	367	121.5%	6,019	2,546	①山林191、②別荘地42、③役務その他サービス34、④デジタルコンテンツ24、⑤土地23
7	無料商法	433	606	71.5%	612	152	①デジタルコンテンツ86、②工事・建築67、③役務その他サービス23、④インターネット接続回線21、⑤修理サービス20
8	原野商法	354	209	169.4%	7,586	2,816	①山林209、②別荘地49、③土地25、④他の土地15、⑤管理・保管サービス14
	次々販売	354	299	118.4%	5,934	3,222	①工事・建築98、②健康食品24、②山林24、④ふとん類17、⑤デジタルコンテンツ14
10	テレビショッピング	310	284	109.2%	29	15	①健康食品45、②化粧品40、③電気掃除機類15、④ふとん類14、⑤家庭用電気治療器具12

(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。

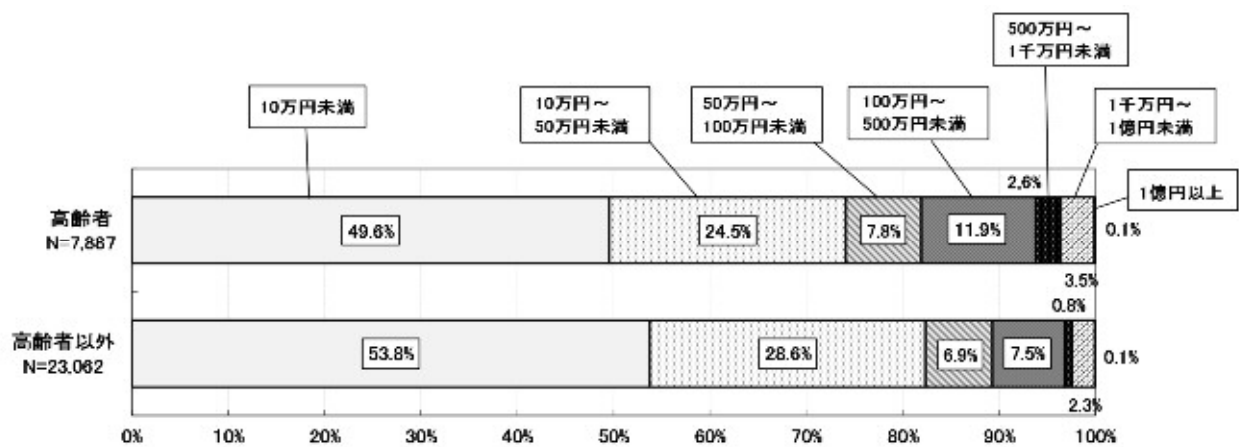
7 契約購入金額(※1)・既支払金額(※2)について(図4・5、表8)

- 高齢者の契約購入金額について構成比をみると、「10万円未満」の件数が49.6%と最も多くなっています。一方、50万円以上の高額な金額の割合が、「高齢者以外」と比べると多くなっています。これは既支払金額の構成比でも同様の傾向が見られます。
 - 高齢者の平均契約購入金額は164万円で、高齢者以外(114万7千円)の約1.4倍となっています。平均既支払金額では、高齢者は89万3千円で、高齢者以外(36万6千円)の約2.4倍となっており、高齢者以外と比べ高額になっています。
- また、高齢者は、平均契約購入金額、平均既支払金額ともに前年度と比べ増加しています。

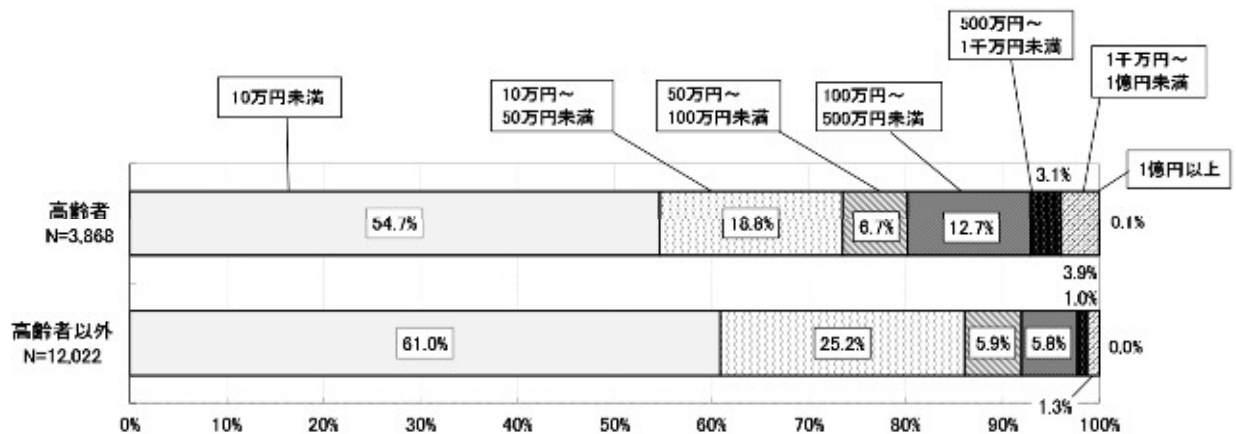
※1 契約購入金額:苦情相談に係る取引の契約金額、購入金額または事業者から請求を受けている金額

※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

(図4) 契約購入金額別件数割合(平成29年度、「高齢者」と「高齢者以外」の比較)



(図5) 既支払金額別件数割合(平成29年度、「高齢者」と「高齢者以外」の比較)



(注) 「具体的な金額を請求されていないもの」「支払いをしていないもの」及び「金額不明」を除いて分析

(表8) 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

		平成27年度	平成28年度	平成29年度
平均契約購入金額	高齢者	1,594	1,594	1,640
	高齢者以外	1,109	1,132	1,147
平均既支払金額	高齢者	921	870	893
	高齢者以外	344	396	366

高齢者の相談事例

○山林(原野商法の二次被害)

(当事者) 60歳代 女性

(相談内容) 妻が、昭和60年代に他市にある山林を70万円で購入していた。不動産事業者から電話があり、妻名義の土地を700万円で購入すると言う。話をよく理解しないまま、来訪した事業者と土地売買契約書を交わし、その場で登記手数料として18万円支払った。この際に税金対策の話をして、150万円を支払ったが、これは2週間後に返金すると言われた。契約書は署名捺印したが、事業者が全部持ち帰った。2日後、契約書が送られてきたため、確認すると別の土地718万円を購入したことになっており、18万円は土地代金の差額だったことが分かった。また、契約書には、解約する場合は「20%の違約金を支払う」とあり、約150万円を支払うことになる。すでに支払われた150万円の返金を待つのが心配になってきた。警察に相談したら、消費生活センターに相談するよう言われた。弁護士相談も受ける予定だ。今後、どうすればよいか。

(対応) 原野商法の二次被害について説明し、同種トラブル事例を情報提供した。契約書を確認しないと確実なことは言えないが、クーリング・オフの主張ができる場合があるので、早急に弁護士へ相談をして、契約書を確認してもらうよう伝えた。後日、相談者から連絡があり、「新たに購入した土地について法務局に問い合わせたところ、すでに登記申請はされているが、指定日までに事業者が取り消せば登記はされない」と言われたとの報告があったので、速やかに弁護士へ相談するよう伝えた。

○新聞(訪問販売)

(当事者) 90歳代 男性

(相談内容) 1か月ほど前に自宅のポストにチラシが投函されていた。スポーツイベントの応援ジャンパーを抽選でもらえるという内容だったので、個人情報(住所、氏名、年齢)を記載して応募した。昨日、新聞販売店の担当者が当選したとジャンパー持参で来訪したが、「6か月で良いから新聞を契約してもらえないか」と言われ、早く帰ってもらいたかったので契約し、洗剤、布巾、ビール等を景品として渡された。クーリング・オフできないか。

(対応) 勧誘方法は訪問販売に該当すると思われ、特定商取引法に定めるクーリング・オフ期間内であったため、相談者に制度の説明を行うとともに、消費生活センターからも事業者連絡し、クーリング・オフについて了解を得た。渡された景品の返却を確認して、相談を終了した。

○指輪(訪問購入)

(当事者) 80歳代 女性

(相談内容) 自宅に電話があり、古着や履き古した靴があれば買い取りたいと言われた。古着も靴もあると伝えると、買い取ると言われ、事業者が自宅に訪問してきた。事業者は古着も靴もあまり見ないで、宝石を見せてほしいと言った。宝石を持ってくると、見るだけで帰って行った。その後、すぐに別の担当者が訪問してきて、宝石を見せて欲しいと頼まれた。宝石を見せると、指輪2点を手に持ち、売ってほしいの一点張りになった。返してほしいと何度も伝えたが、聞く耳を持たず、絶対に指輪を手から離さなかった。そのうち靴に入れられてしまった。高い金額で買わせてもらおうと言い、返してくれなかった。それぞれ60万円くらいしたが、指輪2点と他にネックレス1点で1万2,000円だと言って、お金を置いて帰ってしまった。書類は置いていったので、すぐに連絡して、返してほしいと伝えた。返すと言ってくれたが、信用できない。クーリング・オフをして、返してもらいたい。

(対応) 消費生活センターで契約書を確認し、相談者にはクーリング・オフ通知を発信するよう伝えた。センターから事業者に連絡し、相談者のクーリング・オフの意思を伝え、指輪等の返還を求めたところ、「転売されていないが、すでに本部に送付されている」とのことだった。事業者はクーリング・オフを了承したとのことだったが、改めて連絡を取り、指輪等の速やかな返還を求めた。事業者は返還時期が分かったら連絡するとのことだったが、数日待っても連絡がなかったため再度センターから連絡し、返還時期と相談者からの返金方法を確認した。相談者が指輪等の返還を宅配便で受取り、鑑定書と宝石番号を確認したところ一致したとのことだった。相談者自身が1万2,000円を事業者に送金し、返金確認の返答を事業者から得た。センターから相談者へ書類等の保管を助言し、改めて訪問購入に関する注意点を伝えた。

○公社債(劇場型勧誘)

(当事者) 80歳代 女性

(相談内容) 昨日、自宅に金融機関の担当者を名乗る男性から「あなたの名義で社債を20口1,000万円を買いました。社債の発行会社から連絡があったら当社に確認電話をするように」と言われた。数時間後、社債発行会社を名乗るところから「当社債の高額なお買付けありがとうございました」と電話があった。以前、土地で詐欺にあったことがあり、それ以来不審な電話が自宅に頻繁にかかるようになった。このような契約をした覚えはない。対応方法を知りたい。

(対応) 複数の人物が登場し、消費者を騙そうとする手口である劇場型勧誘について情報提供した。不審な電話に出ないこと、基本は留守番電話対応をすること、金銭を要求する不審な電話があった場合は、消費生活センターか最寄りの警察署に必ず相談するよう助言した。

○工事・建築(屋根工事の訪問販売)

(当事者) 80歳代 男性

(相談内容) 今朝、一人暮らしの父に架電したら、これから屋根工事が入ると聞いて驚いた。父に事情を聴いたところ、先週突然、事業者が来訪し、屋根に登って「工事したほうがいい」と言われ、その場で契約したとのことだった。父はろっ骨を折って安静にしている必要があったので、工事の延期等を事業者に依頼したが、「一日で終わるから大丈夫」と言われ、本日、約束通り工事が2・3時間で終わったとのことだった。契約書には、2階のトタン部塗装等の工事内容、料金は25万円と記載され、工事前後の屋根写真がある。契約書にはクーリング・オフの案内が記載されているので、父とはこれから話をするが、クーリング・オフをしようと思っている。なお、料金はまだ支払っていない。

(対応) 契約者である父の意向を確認の上、対応するように伝え、クーリング・オフの書き方等を説明した。その後、相談者より連絡があり、父の了承を得てクーリング・オフの通知を発送したとのことだった。父に電話を代わってもらい経緯等を聞いた。「事業者が初めて訪問した際、書面にサインした覚えはある。それから、工事日の延期を事業者に依頼したが、すぐに終わるからと言われて約束通りの日に工事になった。支払いは2週間後に振り込みか直接支払うか、選ぶように言われている」とのことだった。契約書等を消費生活センターにFAX送付を依頼し、センターより事業者へ連絡した。事業者の担当者は、「工事完了している。施工、材料費等を費やしている」とクーリング・オフに応じることに難色を示したが、クーリング・オフの説明をしたところ受け容れるとのことだった。また、相談者宅へ連絡をしないよう伝えたと、承知しているとのことだった。後日、相談者に事業者からの連絡等に関して問い合わせたところ、連絡はなく無事クーリング・オフが出来たと認識しているとのことだった。当該案件で何か不都合なことが生じた場合は再相談するよう伝えた。

○ファンド型投資商品

(当事者) 70歳代 女性

(相談内容) 一口5万円出資すると、半年後に8パーセントの利息が付いて配当され、事業者が販売する果物等がもらえるという内容の投資について、今まで毎月何口も出資し、利息が付いて半年後に配当があったのだが、昨年11月に予定だった配当金の入金がない。以前、事業者から本日が予定日だと文書で案内があったが、再び延長され、5月以降になるとのことだった。事業者に電話をしても話し中でつながらない。商品の受注センターには繋がるが、連絡を求めても担当者から連絡させると言われるだけである。配当金の入金がないのであれば、元金を返金してもらいたい。

(対応) 消費生活センターから事業者の代表電話にかけてもつながらなかったため、受注センターのフリーダイヤルに連絡するとつながった。相談者の個人情報を伝えて連絡をするよう求めたところ、順番に配当金の対応をすること。相談者に事業者の回答を伝えて連絡を待ってみよう助言した。今後、問題があれば再相談可能とした。

V 若者（契約当事者が30歳未満）の苦情相談

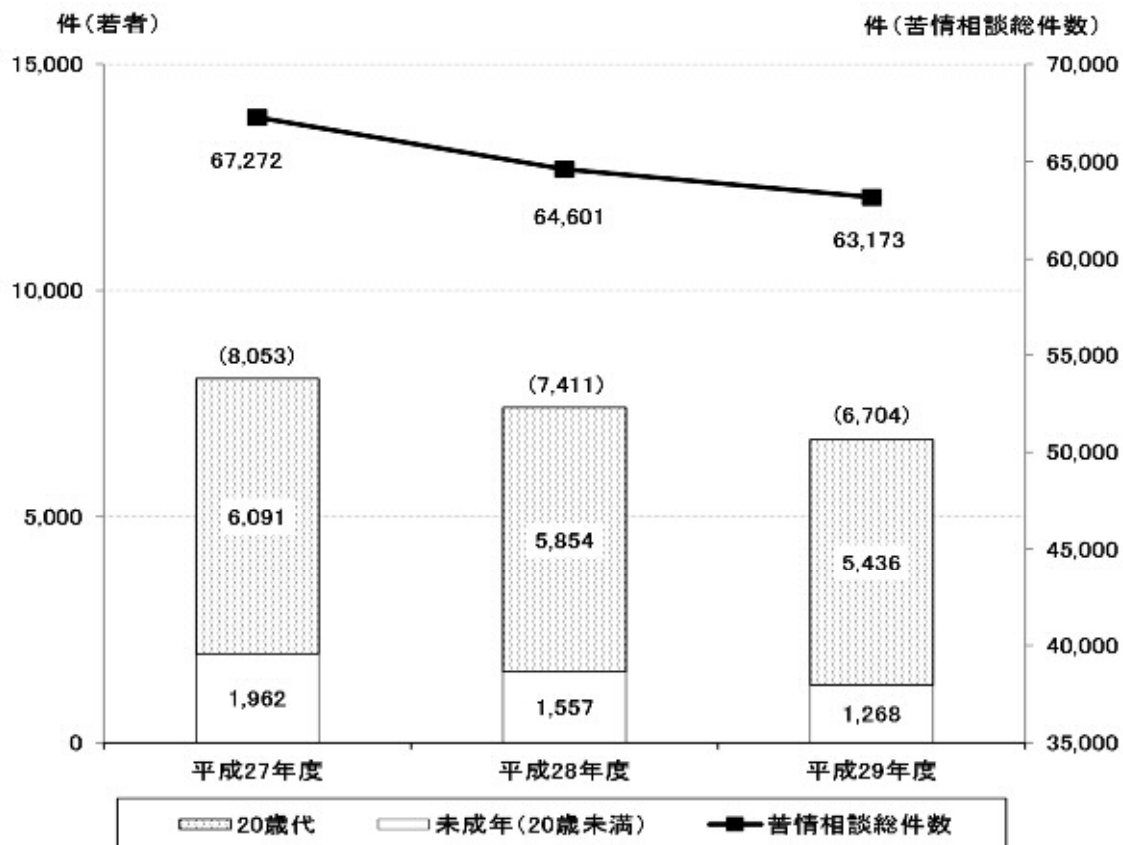
1 苦情相談状況について（表1、図1）

- 若者の苦情相談件数は6,704件で、前年度（7,411件）と比べ707件（9.5%）減少しています。
- 年代別でみると、「未成年（20歳未満）」の相談は1,268件で、前年度（1,557件）と比べ289件（19.6%）減少、「20歳代」は5,436件で、前年度（5,854件）と比べ418件（7.1%）減少となっています。
- 苦情相談件数（63,173件）に占める割合は10.6%と、前年度（11.5%）と比べ0.9ポイント減少しています。

（表1）「若者」苦情相談件数の推移

		単位：件			
区 分		平成27年度	平成28年度	平成29年度	前年度比
若者の苦情相談件数(A)		8,053	7,411	6,704	90.5%
		(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	
未成年(20歳未満) (構成比)		1,962	1,557	1,268	81.4%
		(24.4%)	(21.0%)	(18.9%)	
20歳代 (構成比)		6,091	5,854	5,436	92.9%
		(75.6%)	(79.0%)	(81.1%)	
苦情相談件数(B)		67,272	64,601	63,173	97.8%
苦情相談件数に占める 若者の相談の割合(A)/(B)		12.0%	11.5%	10.6%	

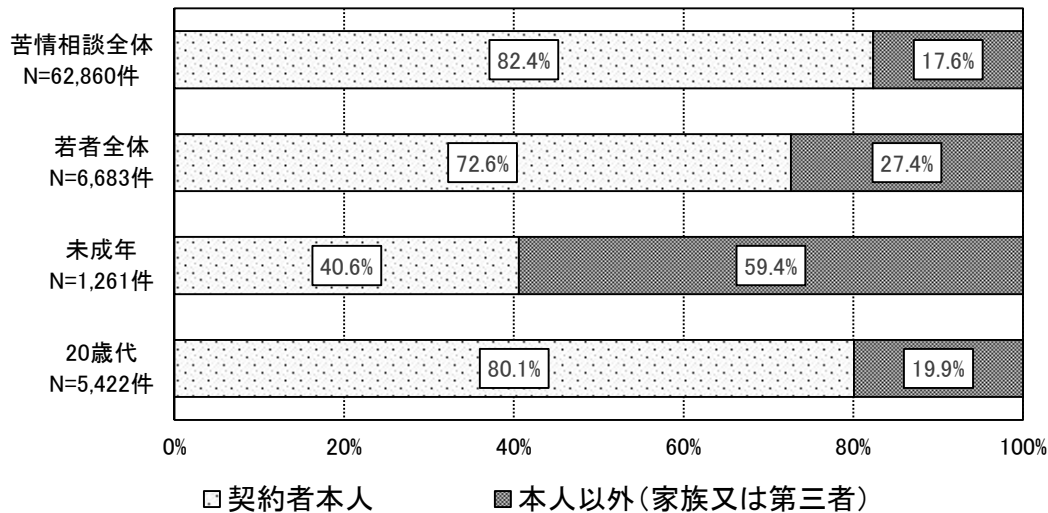
（図1）「若者」苦情相談件数の推移



2 相談者属性について (図2)

- 若者の苦情相談について、「誰から相談があったのか」に着目して分析すると、若者全体では本人が約7割で、苦情相談全体の傾向と比べ、契約当事者本人以外からの割合がやや高くなっています。更に分析すると、20歳代では本人が約8割である一方、未成年で約4割となっており、約6割が「本人以外(家族又は第三者)」からの相談となっています。

(図2)「若者」相談者属性(団体・不明等除く)



3 品目別について

(1) 概況 (表2・3)

- 1位は「デジタルコンテンツ」の1,261件で、前年度(1,929件)と比べ668件(34.6%)減少しました。高齢者同様、アダルト情報サイトに関する相談が319件で、前年度(924件)と比べ605件(65.5%)減少したことが主な要因となっています。特に未成年者の「デジタルコンテンツ」が428件で、前年度(749件)と比べ321件(42.9%)減少していますが、これもアダルト情報サイトに関する相談が164件で、前年度(471件)と比べ307件(66.2%)減少したことが主な要因となっています。
- 2位は「不動産貸借」の460件で、前年度(500件)と比べ40件(8.0%)減少となっています。主な相談内容は、賃貸アパートの入退去のトラブルに関する相談です。
- 3位は「エステティックサービス」の426件で、前年度(284件)と比べ142件(50.0%)増加しています。脱毛エステ事業者の倒産に伴い、脱毛エステに関する相談が284件で、前年度(169件)と比べ115件(68.0%)増加したことが主な要因です。
- 増加率1位は「エステティックサービス(3位)」、次いで、「商品一般(5位)」の241件で、前年度(176件)と比べ65件(36.9%)増加しています。主な相談内容は、「大手通販会社名で内容が不明の未納料金を請求するショートメッセージが届いた」「クレジットカードに身に覚えのない請求があった」などの相談です。次いで、「健康食品(4位)」の276件で、前年度(216件)と比べ60件(27.8%)増加しています。主な相談内容は、「お試し1回のつもりで購入したら、一定回数の購入が条件の定期購入コースを申し込んでいたことになっていて、解約したいができないと言われた」などの相談です。
- 年代別にみると、未成年では、「健康食品」「化粧品」「コンサート」等、主にインターネット通販で購入した商品・役務に関する品目が上位となっており、20歳代では、「不動産貸借」「エステティックサービス」「四輪自動車」等、主に店舗で購入する商品・役務に関する品目が上位となっています。

(表2)「若者」商品・役務別上位 10 品目

単位: 件

順位	品 目	平成29年度	平成28年度	対前年度比	備 考
		[6,704]	[7,411]	90.5%	
1	デジタルコンテンツ	1,261	1,929	65.4%	他のデジタルコンテンツ538、アダルト情報サイト319、出会い系サイト217
2	不動産貸借	460	500	92.0%	
3	エステティックサービス	426	284	150.0%	脱毛エステ284、痩身エステ74、美顔エステ37
4	健康食品	276	216	127.8%	
5	商品一般	241	176	136.9%	
6	化粧品	166	171	97.1%	
7	インターネット接続回線	149	178	83.7%	
8	携帯電話サービス	129	170	75.9%	
9	四輪自動車	121	109	111.0%	
	役務その他サービス	121	127	95.3%	

(表3)「若者」年代別 商品・役務別上位 10 品目(平成 29 年度)

単位: 件

	未成年 [1,268]	件数	20歳代 [5,436]	件数
1	デジタルコンテンツ	428	デジタルコンテンツ	833
2	健康食品	111	不動産貸借	445
3	化粧品	44	エステティックサービス	408
4	ビジネス教室	41	商品一般	216
5	商品一般	25	健康食品	165
6	テレビ放送サービス	24	インターネット接続回線	139
7	携帯電話サービス	22	化粧品	122
8	コンサート	19	役務その他サービス	114
9	教養・娯楽サービスその他	19	携帯電話サービス	107
10	エステティックサービス	18	四輪自動車	106

(2) 若者の占める割合が高い品目について (表4)

- 平成 29 年度の若者の占める割合が高い品目をみると、「タレント・モデル養成教室」、「エステティックサービス」「結婚式」「ビジネス教室」「コンサート」等、若者の関心が比較的高いと思われる分野の品目が上位を占めています。

(表4)若者の占める割合が高い品目上位 10 品目(平成 29 年度)

単位：件

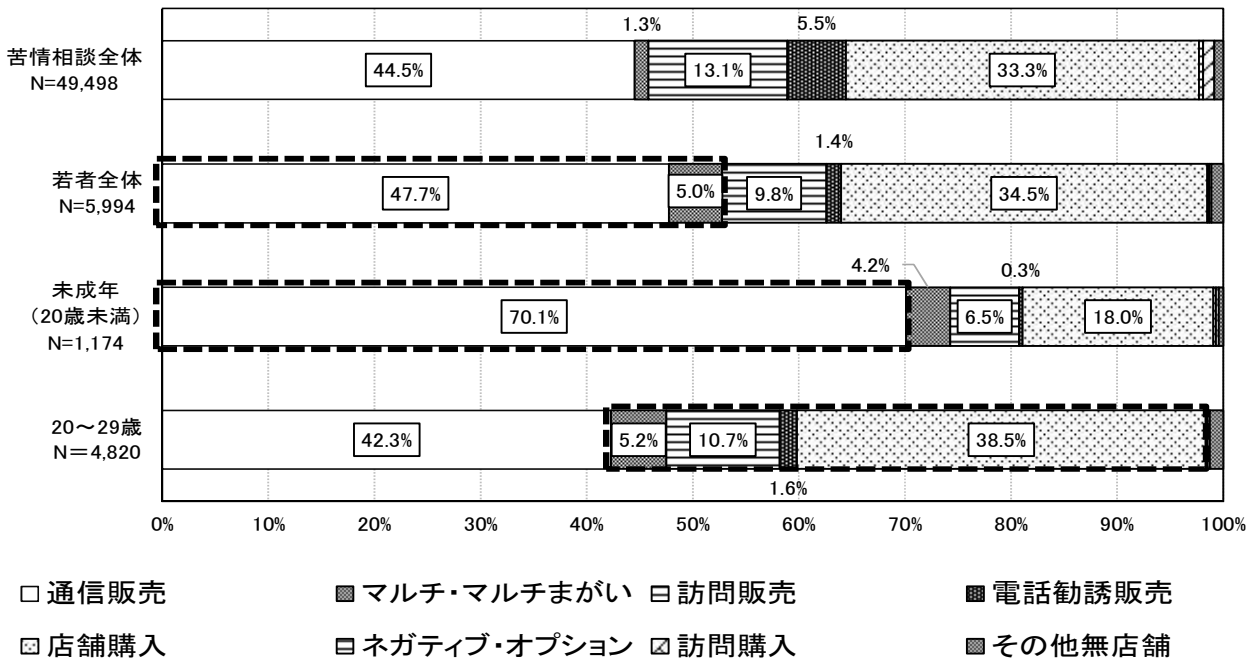
		若者の占める割合	若者	全体	主な相談内容
1	タレント・モデル養成教室	77.6%	66	85	芸能事務所のオーディションに合格したら、レッスン受講が必要と言われ、高額な契約をした。解約したい。
2	エステティックサービス	63.3%	426	673	娘が契約したエステ事業者が倒産し、サービスを受けられないのに、口座から代金の引き落としが続いている。止めたい。
3	結婚式	56.3%	67	119	結婚式場を見学した当日に予約し、しばらくして考え直して解約を申し出たら、高額な解約料を請求された。
4	ビジネス教室	55.6%	70	126	SNS等で知人から誘われたセミナーに参加し、ビジネススクールの勧誘をされ、高額な契約をしたが、解約したい。
5	他の内職・副業	37.7%	106	281	知人に誘われ、海外のオンラインカジノのアフィリエイト(※)広告で他人を勧誘すれば儲かると言われて契約したが、解約したい。
6	他の教室・講座	37.6%	35	93	息子が就活セミナーに参加したが、高額で消費者金融で借金までしていることが分かった。解約したい。
7	コンサート	33.5%	55	164	海外アーティストのコンサートチケットを購入したが、講演が中止になった。返金を求めたいが、主催者側と連絡が取れない。
8	自動二輪車	33.3%	32	96	ネットオークションでバイクを購入したが、不良品だったので、解約したい。
9	教養・娯楽サービスその他	28.9%	55	190	知人に誘われ、先物取引の学習用USBメモリを購入したが、解約したい。
10	コート	24.2%	53	219	通販でコートを注文したが、商品が届かない。事業者とも連絡が取れない。どうしたらよいか。

(※) アフィリエイト：消費者が作成したホームページやブログ等で商品・役務等の宣伝を書き、あるいは広告主(企業等)の広告を掲載することで商品等の売上に繋がった場合などに売上の一部を報酬として得るビジネスの形態

4 販売購入形態について（図3、表5）

- 若者全体では、苦情相談全体の傾向と比べ「通信販売」「マルチ・マルチまがい」の割合が高くなっています。
- 未成年では、他の販売購入形態と比べ「通信販売」が約7割と突出しています。一方、20歳代は未成年と比べ「通信販売」の割合が減少する一方、「店舗購入」「マルチ・マルチまがい」「訪問販売」「電話勧誘販売」の割合が高くなる傾向にあります。
- 主な販売購入形態について、若者の占める割合をみると、「マルチ・マルチまがい」が他の販売購入形態と比べて突出して高く、約5割が若者の相談となっています。

（図3）「若者」販売購入形態別割合（不明・無関係は除く）（平成29年度）



（表5）主な販売購入形態別 若者の占める割合（平成29年度）

主な販売購入形態	若者の占める割合	若者（※）	全体
マルチ・マルチまがい	46.7%	300	643
通信販売	13.0%	2,862	22,039
訪問販売	9.1%	590	6,492
ネガティブ・オプション （いわゆる送り付け商法）	6.4%	13	203
電話勧誘販売	3.1%	83	2,715
訪問購入	2.3%	12	521

※契約当事者が30歳未満の者

※「店舗購入」「その他無店舗」「不明・無回答」は除く。

5 主な相談内容について（表6）

- 若者の相談内容をみると、「解約」「インターネット通販」「電子広告」が上位となっています。
- 平成28年度までは、「ワンクリック請求」「ポルノ・風俗」といったアダルトサイトに関連する

内容が上位でしたが、アダルト情報サイトの相談が減少しているため、平成29年度は圏外となっています。

(表6)「若者」年度別相談内容上位10位

単位:件						<参考> 単位:件		
	平成27年度 [8,053]	件数	平成28年度 [7,411]	件数	平成29年度 [6,704]	件数	苦情相談全体 [63,173](平成29年度)	件数
1	インターネット通販	3,673	インターネット通販	3,070	解約	2,570	インターネット通販	17,604
2	電子広告	2,573	解約	2,415	インターネット通販	2,561	解約	15,542
3	解約	2,237	電子広告	2,138	電子広告	1,821	強引	12,013
4	強引	1,885	強引	1,520	返金	1,355	電子広告	9,856
5	ポルノ・風俗	1,704	高価格・料金	1,423	高価格・料金	1,212	架空請求	9,808
6	ワンクリック請求	1,597	返金	1,330	強引	1,140	契約書・書面	8,713
7	高価格・料金	1,582	契約書・書面	1,149	契約書・書面	1,102	返金	8,090
8	返金	1,211	ワンクリック請求	1,003	説明不足	805	説明不足	7,682
9	プライバシー	1,101	ポルノ・風俗	1,001	未成年者契約	762	高価格・料金	7,513
10	契約書・書面	1,045	プライバシー	864	クレジットカード	744	信用性	6,556

(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の計と一致しない。

6 販売方法・手口別について (表7)

- 販売方法・手口別1位は「電子商取引」の2,640件となっています。
- 若者では、「SNS」がきっかけのトラブルや、「簡単に儲かる」「副業になる」などと勧誘される「サイドビジネス商法」の相談が多く寄せられています。
- また、高額な契約を勧誘された際、お金がないと断ったところ、学生ローン等の契約を強要される「クレジット・サラ金強要商法 (クレ・サラ強要商法)」が上位となっています。

(表7)「若者」販売方法・手口別上位10位

単位:件							
	販売方法・手口	平成29年度	平成28年度	前年度比	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	2,640	3,144	84.0%	142	41	①デジタルコンテンツ1,113、②健康食品248、③化粧品126、④商品一般68、⑤上着53
2	SNS	543	432	125.7%	411	180	①デジタルコンテンツ131、②健康食品42、③他の内職・副業39、④役務その他サービス31、⑤教養・娯楽サービスその他24
3	サイドビジネス商法	393	388	101.3%	509	357	①デジタルコンテンツ99、②他の内職・副業70、③ビジネス教室37、④役務その他サービス23、⑤商品一般21
4	家庭訪販	353	349	101.1%	2,378	162	①テレビ放送サービス84、②インターネット接続回線51、③新聞44、④中古分譲マンション17、④新築分譲マンション11
5	無料商法	277	362	76.5%	282	60	①デジタルコンテンツ93、②エステティックサービス54、②ミネラルウォーター11、④健康食品10、④医療サービス10
6	クレ・サラ強要商法	162	133	121.8%	696	528	①ビジネス教室20、②パソコンソフト15、②教養・娯楽サービスその他15、④デジタルコンテンツ13、⑤他の内職・副業11
7	販売目的隠匿	150	128	117.2%	1,052	276	①タレント・モデル養成教室16、②デジタルコンテンツ11、③エステティックサービス10、④商品一般9、⑤新聞8
8	電話勧誘	146	195	74.9%	2,937	671	①インターネット接続回線23、②デジタルコンテンツ19、③商品一般13、④新築分譲マンション10、⑤中古分譲マンション5、⑤他の集合住宅5、⑤モバイルデータ通信5
9	アポイントメントセールス	142	121	117.4%	792	269	①教養・娯楽サービスその他17、②タレント・モデル養成教室15、③役務その他サービス15、④他の内職・副業12、⑤デジタルコンテンツ11
10	利殖商法	131	83	157.8%	2,019	582	①デジタルコンテンツ20、②ファンド型投資商品14、③他のデリバティブ取引9、④パソコンソフト8、④新築分譲マンション8、④教養・娯楽サービスその他8

(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。

7 契約購入金額（※1）・既支払金額（※2）について（図4・5、表8）

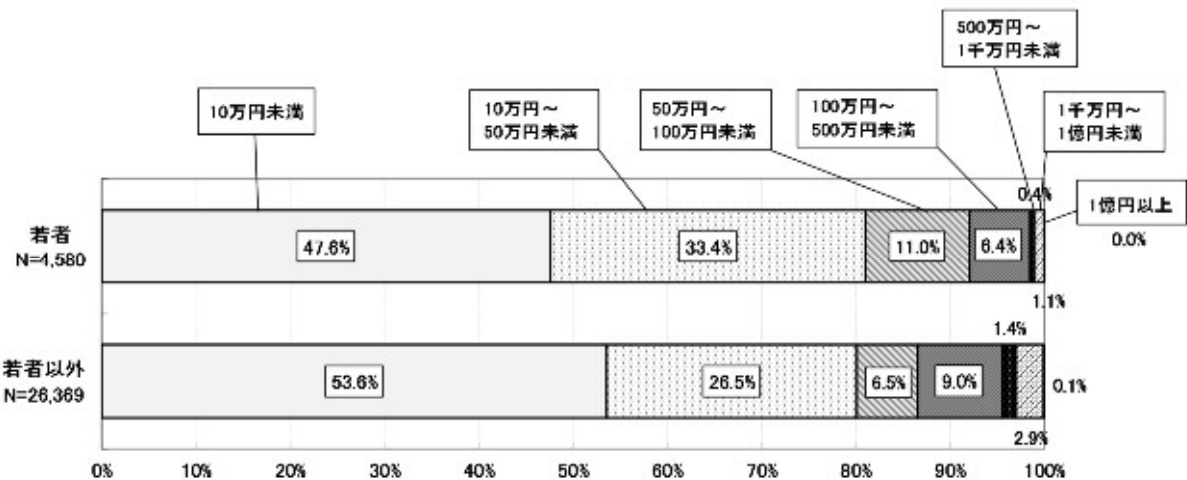
- 若者の契約購入金額について構成比をみると、「10万円未満」の件数が47.6%と最も多くなっており、「50万円未満」と合わせると約8割を占めています。この傾向は既支払金額も同様で、「50万円未満」までで約9割となっています。
- 若者の平均契約購入金額は61万6千円、平均既支払金額は15万6千円で、若者以外と比べるといずれも低額となっています。

なお、若者の平均契約購入金額は減少傾向、平均既支払金額は増加傾向を示しています。

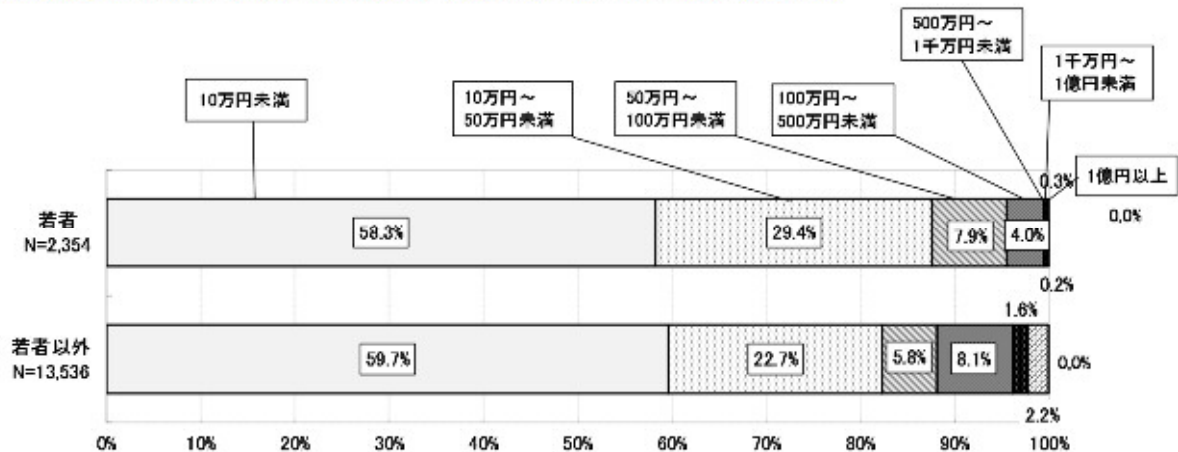
※1 契約購入金額: 苦情相談に係る取引の契約金額、購入金額または事業者から請求を受けている金額

※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

（図4）契約購入金額別件数割合（平成29年度、「若者」と「若者以外」の比較）



（図5）既支払金額別件数割合（平成29年度、「若者」と「若者以外」の比較）



（注）「具体的な金額を請求されていないもの」「支払いをしていないもの」及び「金額不明」を除いて分析

（表8）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

	区分	平成27年度	平成28年度	平成29年度
平均契約購入金額	若者	629	621	616
	若者以外	1,335	1,355	1,387
平均既支払金額	若者	149	148	156
	若者以外	544	579	563

若者の相談事例

○タレント・モデル養成教室

(当事者) 20歳代 女性

(相談内容) 約1か月前、短文投稿サイトで音楽や声優の新人アーティスト発掘プロジェクトの情報を見つけ、ネット上のフォームから応募した。10月末に指定会場で一次審査が行われ、プロフィールシートの記入と複数のプロデューサーによる歌唱審査を受けた。翌日、合格の連絡があり、11月中旬に二次審査を受けて合格を告げられ、担当者とSNSのIDを交換した。数日後、事務局に出向いて参加費用の説明を受けた。入所金52万円、マネジメント料25万円、計77万円を48回払いのローン契約で、支払総額は106万5,680円だった。改めて契約書面を見直したところ、契約内容に説明された内容と相違があり、不信感を抱いたので、解約したい。

(対応) 消費生活センターで相談者が持参した契約関係書類の確認を行ったところ、「入所申込書兼契約書」にクーリング・オフの記載があった。契約から6日目の相談で期限内であったことから、すぐにクーリング・オフ通知を作成しプロジェクト運営事業者と信販会社に送るよう助言した。後日、運営事業者の代表者よりセンターに連絡があり、クーリング・オフを受け付けたとの報告があった。センターから信販会社にも連絡を取り、クーリング・オフを確認した。その後、相談者には経緯を報告し、今回のような高額契約では事業者の説明内容を鵜呑みにせず、情報収集を行って慎重に判断するよう付言し、相談を終了した。

○エステティックサービス

(当 事 者) 20歳代 女性 大学生

(相談内容) エステ店のウェブサイト「揉みほぐしでデトックス痩身」とあり、初回限定1回限り980円で体験できると書かれていたので、ネットで予約した。昨日、店に出向き、体験を受けて代金も支払ったが、体験後、別室で継続的な施術を受ける必要があると1時間以上勧誘された。最初、エステシャンは高額なコースを勧めてきたが断った。しかし、その後も複数のコースを提示し「一番安いコースでいいので契約したほうがよい」と執拗に勧誘された。クレジットカードは所持しておらず、現金も持ち合わせがないと伝えたが、「1年間有効、4回で2万1,600円のコースなら支払える」と言われ、サインしないと帰れないと思った。エステシャンはクーリング・オフができると言っていたので、クーリング・オフしたい。

(対 応) 特定商取引法の規制対象となる特定継続的役務提供について情報提供した。これには、期間1か月を超え5万円を超えるエステサービスが含まれるが、当該痩身エステは5万円を超えていないので、本来特定商取引法上のクーリング・オフの適用はないと伝えた。しかし、担当したエステシャンがクーリング・オフができるとの発言をしたのであれば、5万円以下の役務についても、クーリング・オフを特約で定めているのではないかと伝え、相談者から契約書の提供を受けて確認したところ、クーリング・オフの記載を確認できた。消費生活センターから事業者に連絡し、販売方法の問題点を指摘した。当該契約金額は特定商取引法の要件を満たしていないが、担当者にクーリング・オフができると言われていることなどを伝えたところ、事業者は「法令上の要件を満たしていない場合でもクーリング・オフに応じる」と回答したため、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、相談を終了した。

○他の内職・副業(アフィリエイト広告作成の副業)

(当事者) 20歳代 女性

(相談内容) 友人から「アフィリエイトの副業で儲かる方法がある」と言われ、説明会に参加するように強く勧められた。マンションの一室で行われた説明会場で友人の上位者と思われる人が「入会金 20 万円を支払って会員になれば、自分が勧誘した人が入会するごとに 5,000 円入る。また、登録者がアフィリエイト広告のオンラインカジノゲームをすれば収入が増える。クレジットカードで支払えばよい」と説明され、入会手続きを代行してくれた。オンラインカジノを利用するため、入金用の海外口座を作る必要があるということで、その場で口座開設のための手続きも代行してくれた。インターネットでアフィリエイトについて検索したところ、評判が悪く、オンラインカジノも法的に問題があると知り、怖くなって退会したいと思った。入会金 20 万円はカード会社に相談してリボ払いにした。この会社は解約可能期間を 20 日間と定めていたが、その期間は過ぎている。やめるにはどのようにすればよいか。

(対応) 契約書面等は一切交付されていなかった。まずは会員サイトから解約手続きを取るよう助言し、相談者は退会手続きをした。併せて支払停止の抗弁書の作成について助言し、クレジットカード会社へ提出した。抗弁書面を提出後、クレジットカード会社から決済代行会社又は当該事業者と直接交渉するよう指示があったが、当該事業者の連絡先は海外の電話番号が記載され、消費生活センターから連絡ができないこと、決済代行会社の連絡先も分からないことをクレジットカード会社に相談したところ、クレジットカード会社で対応を検討することとなった。約4か月半後、クレジットカード会社から請求取消しとなったとの報告がなされ、相談者に伝えて相談を終了した。

○ビジネス教室

(当事者) 20歳代 男性 大学生

(相談内容) 大学の友人に「よいビジネスがあるので一緒に行かないか。ためになる話も聞けるよ」と誘われた。てっきり講演会の付いたアルバイトの誘いかと思いカフェで会った。その後、別の年上の男性が現れ、ビジネスセミナーの話をした。ビジネススキルやマナーが学べ、ためになると勧められ、不本意であったが断り切れず申込みことになった。申込金5万4,000円が必要になると言われ、当日ATMでお金を用意してセミナー会場に向かった。会場では8人程度の若者が講義を受けていた。申込金を手渡すと契約書を渡され署名するよう言われたので署名したが、後から契約書を読んだら受講料は15万円ようだ。20日間はクーリング・オフができると書かれていたのでクーリング・オフ通知を出したが戻ってきてしまった。返金してほしい。

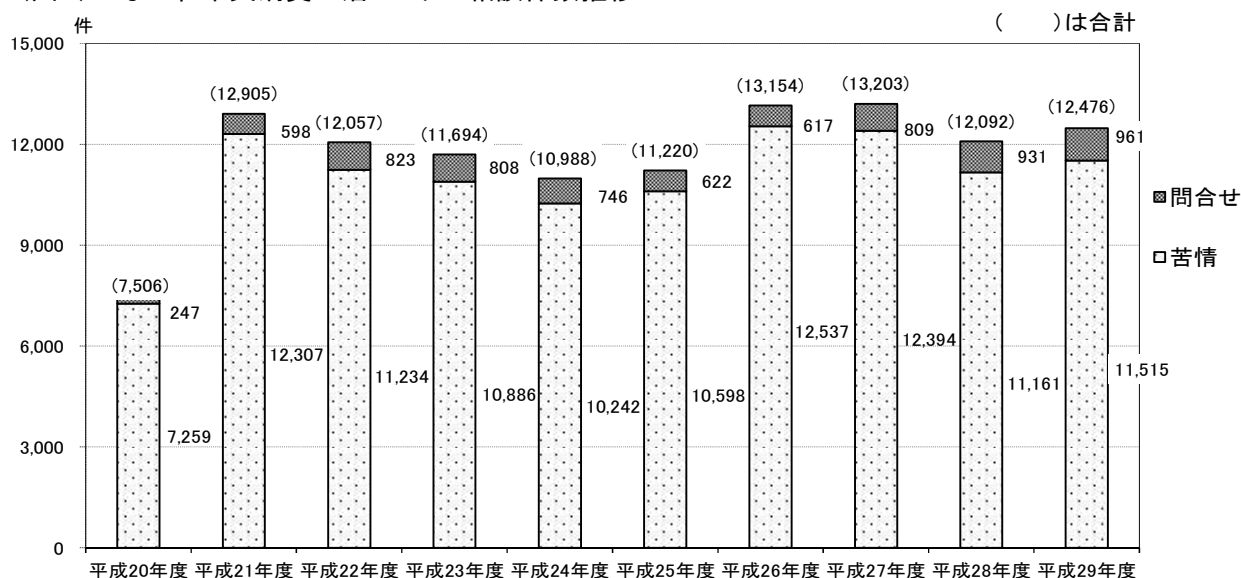
(対応) 消費生活センターで契約書等を確認したところ、特定商取引法の連鎖販売取引の要件を満たす内容になっていた。クーリング・オフ制度は発信主義であることを伝え、通知書が戻ってきても有効であることを説明し、センターから何度も事業者に電話をしたが繋がらなかったため、相談者に勧誘者と連絡がとれるか聞いたところ、上位と思われる者とはグループのSNS上で連絡が取れるとのことだった。SNSにクーリング・オフ通知を発信したが返金されず、連絡も取れない旨を通知するよう助言した。しかし通知後、SNSのアカウントからも連絡が取れなくなった。今後何かあったら必ずセンターに相談するよう助言し、相談を終了とした。

VI 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（図1、表1）

- 平成29年度にかながわ中央消費生活センターで受け付けた相談総件数は12,476件で、前年度（12,092件）と比べ384件（3.2%）増加しました。
- 内訳は、「苦情」が11,515件で、前年度（11,161件）と比べ354件（3.2%）増加、「問合せ」が961件で、前年度（931件）と比べ30件（3.2%）増加となっています。
- かながわ中央消費生活センターでは、平日夜間帯のほか、土日・祝祭日（「休日」）も相談窓口を開設していますが、「休日」の相談は2,551件で、前年度（2,828件）と比べ277件（9.8%）減少、「夜間」（平日の16時から19時まで）の相談は2,958件で、前年度（2,529件）と比べ429件（17.0%）増加となっています。

（図1）かながわ中央消費生活センター相談件数推移



（表1）かながわ中央消費生活センター休日・夜間相談状況

○ 苦情相談件数

区分	平成29年度				平成28年度				対前年比(%) (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	11,515	6,006	2,551	2,958	11,161	5,804	2,828	2,529	103.2

◆ 休日相談

区分	平成29年度				平成28年度				対前年比(%) (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	109	2,551	(73)	23.4	110	2,828	(148)	25.7	90.2

◆ 夜間（平日16時から19時まで）

区分	平成29年度				平成28年度				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	244	2,958	(112)	12.1	243	2,529	(104)	10.4	117.0

2 メール相談

- 平成29年度には、456件（1日あたり1.3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226件で全体の49.6%と半分程度を占めており、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266件（58.3%）、女性が176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分まで」「19時から24時まで」が合わせて205件（45.0%）となっています。
- 商品・役務別では、「デジタルコンテンツ」が54件（11.8%）で最も多く、次いで「商品一般」の42件（9.2%）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	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度
件数	490	473	423	473	456
開所日数	353	353	353	353	353
1日平均件数	1.4	1.3	1.2	1.3	1.3

<相談者の状況>

住所地	件数	住所地	件数
横浜市	172	葉山町	3
川崎市	62	寒川町	1
相模原市	18	大磯町	2
横須賀市	7	二宮町	4
平塚市	15	中井町	0
鎌倉市	8	大井町	0
藤沢市	21	松田町	0
小田原市	16	山北町	0
茅ヶ崎市	5	開成町	0
逗子市	13	箱根町	0
三浦市	3	真鶴町	0
秦野市	14	湯河原町	2
厚木市	10	愛川町	0
大和市	21	清川村	0
伊勢原市	2	その他	4
海老名市	2	不明	39
座間市	4	計	456
南足柄市	2		
綾瀬市	6		

職業	件数
給与生活者	298
自営自由業	35
家事従事者	28
学生	15
無職	39
その他	1
不明	40
計	456

年代	件数
20歳未満	6
20歳代	78
30歳代	115
40歳代	111
50歳代	57
60歳代	30
70歳代	7
80歳以上	2
不明	50
計	456

性別	件数
男性	266
女性	176
不明	14
計	456

時間帯	件数
0:00～9:30	69
9:30～19:00	251
19:00～24:00	136
計	456

<商品・役務等の分類>

分類	件数	分類	件数	分類	件数
商品一般	42	住宅構成材	0	インターネット通信サービス	17
食料品	23	住宅設備	4	教育サービス	2
住居品	16	クリーニング	1	教養・娯楽一般	1
被服品	25	レンタル・リース・貸借	28	旅行代理業	3
光熱水品	9	工事・建築・加工	4	宿泊施設	3
保健衛生品	7	修理・補修	8	教室・講座	4
教養娯楽品一般	1	管理・保管	4	観覧・鑑賞	12
文具・事務用品	0	金融・保険一般	2	各種会員権	1
パソコン・パソコン関連用品	14	生命保険	6	他の教養・娯楽	7
電話機・電話用機器	11	デリバティブ取引	1	医療	2
学習教材	2	ファンド型投資商品	0	理美容	5
書籍・印刷物	5	フリーローン・サラ金	4	浴場	0
音楽・映像製品	2	他の金融関連サービス	8	衛生サービス	0
スポーツ用品	2	旅客運送サービス	8	老人福祉・サービス	0
光学機器・時計	1	放送・通信サービス一般	2	他の保健・福祉	0
玩具・遊具	3	固定電話サービス	1	外食・食事宅配	8
他の教養娯楽品	8	携帯電話サービス	19	冠婚葬祭	2
自動車	10	テレビ放送サービス	4	役務その他	22
自動車用品	4	有線テレビ放送	0	内職・副業一般	0
土地・建物設備一般	6	デジタルコンテンツ	54	内職・副業	2
土地	0	デジタルコンテンツ	30	他の行政サービス	0
建物一般	0	アダルト情報サイト	5	他の相談	10
集合住宅	3	オンラインゲーム	10		
戸建住宅	3	出会い系サイト	9		
				計	456

3 生活再建支援相談

- 平成22年6月の改正貸金業法完全施行による貸付金額の総量規制や、出資法の上限金利引き下げ等により、多重債務の相談は減少傾向にあります。クレジットや銀行カードローンの返済が困難になるなど、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しています。
- 平成29年度の新規の相談は380件あり、前年度（434件）と比べ12.4%減少しています。相談の傾向として、相談者は女性が約半数（51.0%）を占めている一方、借金をしている当事者は男性が6割を超えています。また、本人からの相談は66.8%で、前年度（65.2%）と比較して増加しています。債務額は300万円未満が約3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「商品・サービス購入」が「低収入・収入の減少」よりも増加しました。また、債務整理だけでは生活の立て直しが難しい案件が増加したことなどにより、継続面接相談の延件数が増加しました。

<受付件数>

実施月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	29年度計	28年度
開所日数	16	20	21	23	18	23	25	22	18	21	17	20	244	330
電話相談 受付件数	22	30	23	24	18	28	28	25	24	18	10	23	273	313
面接相談 受付件数	10	12	12	10	9	14	11	17	7	5	0	0	107	121
受付件数計	32	42	35	34	27	42	39	42	31	23	10	23	380	434
参 継続面接相談 延件数	21	24	23	33	34	36	37	37	30	31	31	36	* 373	231
考 合計	53	66	58	67	61	78	76	79	61	54	41	59	* 753	665

<相談者の性別>

* 受付件数には含めていない

		男性	女性	不明	計
電話相談	件数	127	145	1	273
	割合	46.5%	53.1%	0.4%	100.0%
面接相談	件数	58	49	0	107
	割合	54.2%	45.8%	0.0%	100.0%
計	件数	185	194	1	380
	割合	48.7%	51.0%	0.3%	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	83	1	0	0	0	11	18	1
面接相談	件数	7	37	1	0	0	0	5	6	1
計	件数	11	120	2	0	0	0	16	24	2
	割合	2.9%	31.6%	0.5%	0.0%	0.0%	0.0%	4.2%	6.3%	0.5%

		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	34	27	34	1	1	15	43	273
面接相談	件数	0	13	11	6	0	0	7	13	107
計	件数	0	47	38	40	1	1	22	56	380
	割合	0.0%	12.4%	10.0%	10.5%	0.3%	0.3%	5.8%	14.7%	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	175	83	15	273
	割合	64.1%	30.4%	5.5%	100.0%
面接相談	件数	79	28	0	107
	割合	73.8%	26.2%	0.0%	100.0%
計	件数	254	111	15	380
	割合	66.8%	29.3%	3.9%	100.0%

＜当事者の性別＞

		男性	女性	不明	計
電話相談	件数	176	80	17	273
	割合	64.5%	29.3%	6.2%	100.0%
面接相談	件数	81	26	0	107
	割合	75.7%	24.3%	0.0%	100.0%
計	件数	257	106	17	380
	割合	67.6%	27.9%	4.5%	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	20	25	38	30	26	22	112	273
面接相談	0	11	15	27	23	16	4	11	107
計	0	31	40	65	53	42	26	123	380
割合	0.0%	8.2%	10.5%	17.1%	13.9%	11.1%	6.8%	32.4%	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	129	25	2	4	56	57	273
面接相談	70	11	2	2	20	2	107
計	199	36	4	6	76	59	380
割合	52.4%	9.5%	1.1%	1.5%	20.0%	15.5%	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	66	35	4	0	0	3	162	273
面接相談	2	43	25	4	0	0	4	29	107
計	5	109	60	8	0	0	7	191	380
割合	1.3%	28.7%	15.8%	2.1%	0.0%	0.0%	1.8%	50.3%	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	34	62	28	11	8	5	41	84	273
面接相談	11	29	11	5	7	1	29	14	107
計	45	91	39	16	15	6	70	98	380
割合	11.8%	23.9%	10.3%	4.2%	3.9%	1.7%	18.4%	25.8%	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	33	61	17	10	2	26	23	146
面接相談	21	34	14	5	0	11	15	41
計	54	95	31	15	2	37	38	187
割合 ※	14.2%	25.0%	8.2%	3.9%	0.5%	9.7%	10.0%	49.2%

※各項目の「割合」は、相談受付件数380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	112		2	8	23	16	125
面接相談		101	0	0	0	0	10
計	112	101	2	8	23	16	135
割合 ※	29.5%	26.6%	0.5%	2.1%	6.1%	4.2%	35.5%

※ 各項目の「割合」は、相談受付件数380件に対するもの

資料編

<消費生活相談受付状況>

(付表1-1) 平成29年度 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29年度			平成28年度 合計(B)	対前年度比 (A/B)
	苦情	問合せ	計(A)		
横浜市	20,672	1,278	21,950	23,357	94.0 %
川崎市	8,444	484	8,928	9,138	97.7 %
相模原市	5,009	458	5,467	5,700	95.9 %
横須賀市	2,686	102	2,788	2,802	99.5 %
平塚市	1,748	157	1,905	2,060	92.5 %
鎌倉市	1,443	52	1,495	1,469	101.8 %
藤沢市	2,251	151	2,402	2,415	99.5 %
小田原市	1,040	113	1,153	1,145	100.7 %
茅ヶ崎市	1,526	103	1,629	1,683	96.8 %
逗子市	218	11	229	217	105.5 %
三浦市	101	10	111	85	130.6 %
秦野市	687	74	761	779	97.7 %
厚木市	1,370	107	1,477	1,517	97.4 %
大和市	1,366	76	1,442	1,468	98.2 %
伊勢原市	519	33	552	594	92.9 %
海老名市	857	44	901	921	97.8 %
座間市	657	85	742	762	97.4 %
南足柄市	421	29	450	406	110.8 %
綾瀬市	366	38	404	383	105.5 %
葉山町	45	5	50	37	135.1 %
寒川町	127	14	141	118	119.5 %
愛川町	105	6	111	92	120.7 %
市町村計	51,658	3,430	55,088	57,148	96.4 %
県	11,515	961	12,476	12,092	103.2 %
総合計	63,173	4,391	67,564	69,240	97.6 %

(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(P73)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。

(付表1-2) 平成29年度 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	20,155	82.9%	4,168	17.1%	24,323
川崎市	8,255	85.9%	1,357	14.1%	9,612
相模原市	4,893	90.6%	509	9.4%	5,402
横須賀市	2,658	83.9%	510	16.1%	3,168
平塚市	1,425	83.8%	275	16.2%	1,700
鎌倉市	1,343	82.6%	283	17.4%	1,626
藤沢市	2,235	77.7%	643	22.3%	2,878
小田原市	850	74.2%	295	25.8%	1,145
茅ヶ崎市	1,432	81.0%	335	19.0%	1,767
逗子市	208	59.8%	140	40.2%	348
三浦市	102	40.3%	151	59.7%	253
秦野市	667	76.0%	211	24.0%	878
厚木市	1,349	81.4%	308	18.6%	1,657
大和市	1,295	74.6%	440	25.4%	1,735
伊勢原市	486	78.0%	137	22.0%	623
海老名市	806	82.8%	168	17.2%	974
座間市	647	74.6%	220	25.4%	867
南足柄市	211	80.2%	52	19.8%	263
綾瀬市	247	60.7%	160	39.3%	407
計	49,264	82.6%	10,362	17.4%	59,626
葉山町	53	24.7%	162	75.3%	215
寒川町	204	76.4%	63	23.6%	267
大磯町	176	70.4%	74	29.6%	250
二宮町	120	72.3%	46	27.7%	166
中井町	20	66.7%	10	33.3%	30
大井町	56	77.8%	16	22.2%	72
松田町	38	55.1%	31	44.9%	69
山北町	39	76.5%	12	23.5%	51
開成町	57	76.0%	18	24.0%	75
箱根町	50	65.8%	26	34.2%	76
真鶴町	21	65.6%	11	34.4%	32
湯河原町	84	61.3%	53	38.7%	137
愛川町	109	48.2%	117	51.8%	226
清川村	19	82.6%	4	17.4%	23
計	1,046	61.9%	643	38.1%	1,689
不明	776	76.3%	241	23.7%	1,017
県外	572	68.0%	269	32.0%	841
合計	51,658	81.8%	11,515	18.2%	63,173

(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)平成 29 年度 苦情相談の上位 25 品目<前年度順位比較>

単位:件

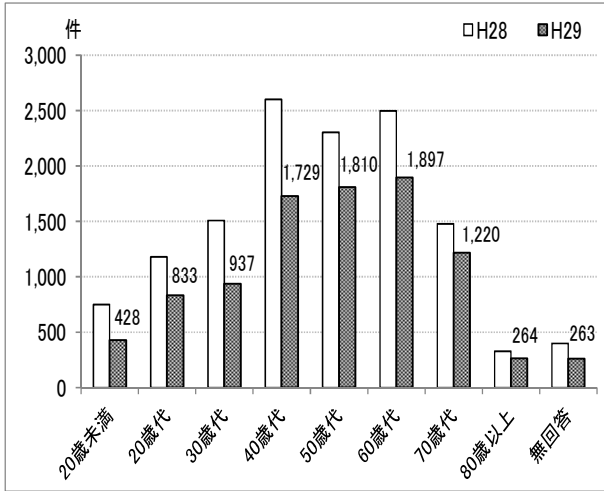
順位	平成29年度		順位	平成28年度	
	品目	苦情相談件数 [63,173] 件数 全体に 占める割合		品目	苦情相談件数 [64,601] 件数 全体に 占める割合
1	デジタルコンテンツ	9,381 (14.8%)	1	デジタルコンテンツ	13,043 (20.2%)
2	商品一般	6,770 (10.7%)	2	不動産貸借	3,056 (4.7%)
3	不動産貸借	2,919 (4.6%)	3	工事・建築	2,619 (4.1%)
4	工事・建築	2,523 (4.0%)	4	商品一般	2,543 (3.9%)
5	健康食品	1,953 (3.1%)	5	インターネット接続回線	2,149 (3.3%)
6	インターネット接続回線	1,801 (2.9%)	6	健康食品	1,926 (3.0%)
7	携帯電話サービス	1,401 (2.2%)	7	携帯電話サービス	1,648 (2.6%)
8	化粧品	1,175 (1.9%)	8	役務その他サービス	1,271 (2.0%)
9	役務その他サービス	1,095 (1.7%)	9	修理サービス	984 (1.5%)
10	修理サービス	903 (1.4%)	10	フリーローン・サラ金	971 (1.5%)
11	フリーローン・サラ金	865 (1.4%)	11	化粧品	961 (1.5%)
12	テレビ放送サービス	796 (1.3%)	12	四輪自動車	926 (1.4%)
13	四輪自動車	794 (1.3%)	13	テレビ放送サービス	760 (1.2%)
14	エステティックサービス	673 (1.1%)	14	モバイルデータ通信	740 (1.1%)
15	レンタルサービス	603 (1.0%)	15	相談その他	724 (1.1%)
16	新聞	574 (0.9%)	16	興信所	664 (1.0%)
17	モバイルデータ通信	572 (0.9%)	17	新聞	647 (1.0%)
18	相談その他	513 (0.8%)	18	医療サービス	575 (0.9%)
19	医療サービス	479 (0.8%)	19	エステティックサービス	512 (0.8%)
20	他のネット通信関連サービス	470 (0.7%)	20	携帯電話	476 (0.7%)
21	クリーニング	448 (0.7%)	21	海外パックスツアー	432 (0.7%)
22	携帯電話	442 (0.7%)	22	パソコン	403 (0.6%)
23	金融関連サービスその他	430 (0.7%)	23	クリーニング	377 (0.6%)
24	ファンド型投資商品	410 (0.6%)	24	金融関連サービスその他	376 (0.6%)
25	パソコン	350 (0.6%)	25	固定電話サービス	375 (0.6%)

(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。

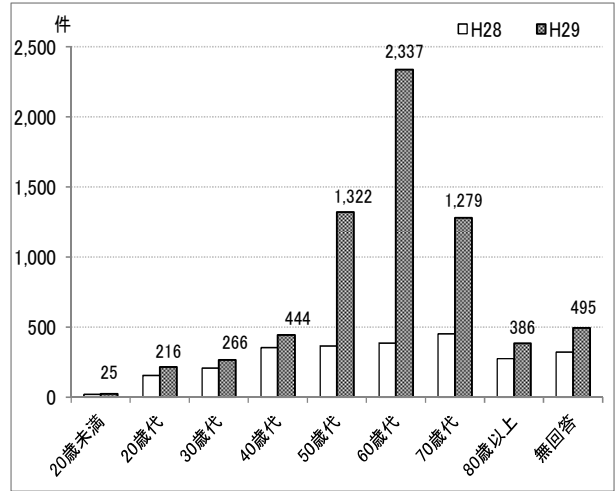
(付図1)平成 29 年度 苦情相談の上位品目等の年代別件数<前年度比較>

(1) 件数上位 5 品目

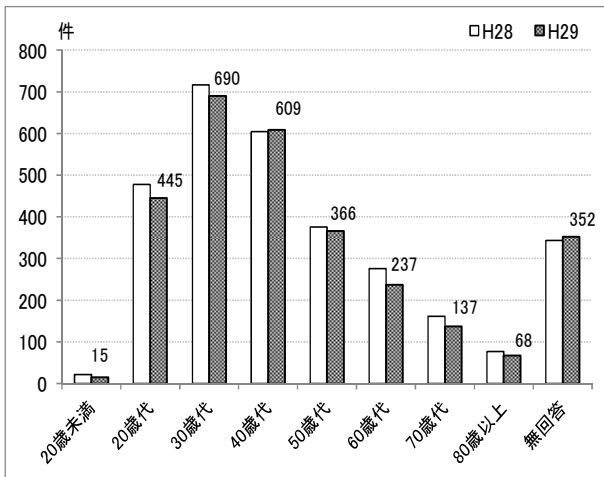
1位 デジタルコンテンツ 9,381件
(前年度比 29.1%減)



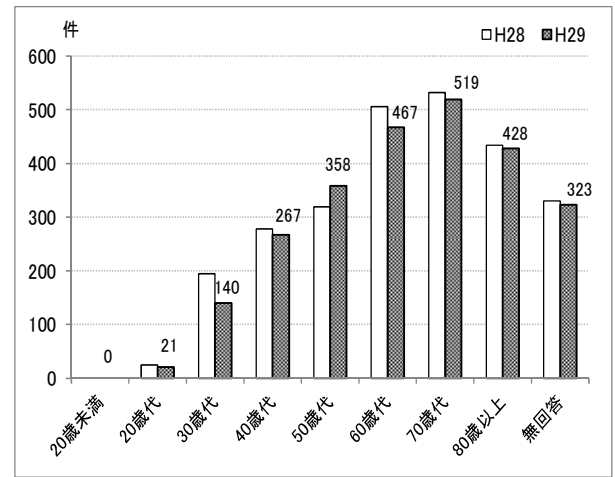
2位 商品一般 6,770件
(前年度比 166.2%増)



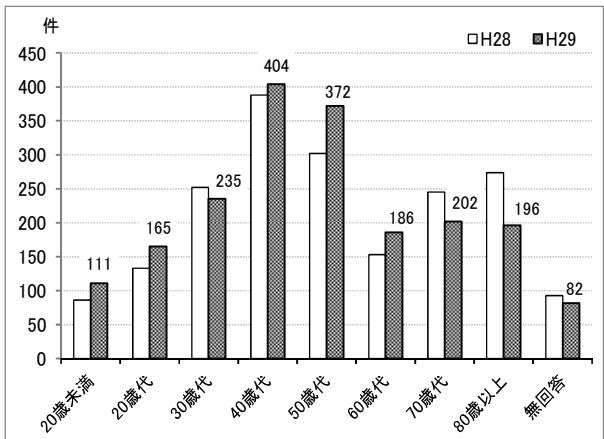
3位 不動産貸借 2,919件
(前年度比 4.5%減)



4位 工事・建築 2,523件
(前年度比 3.7%減)



5位 健康食品 1,953件
(前年度比 1.4%増)

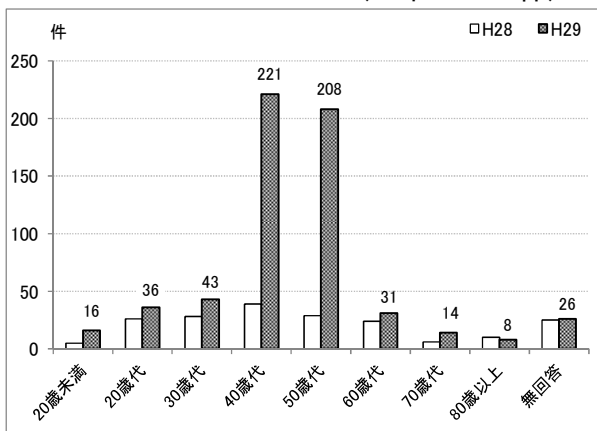


(2) 前年度と比べて増減率の高い品目

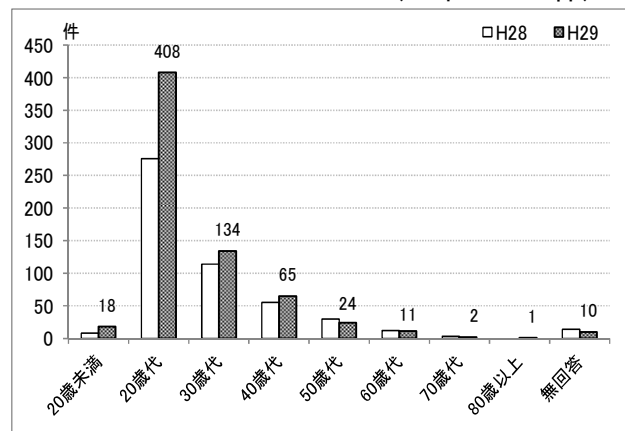
※増加率2位の「商品一般」、減少率2位の「デジタルコンテンツ」は前項で掲載済

<増加率上位品目>

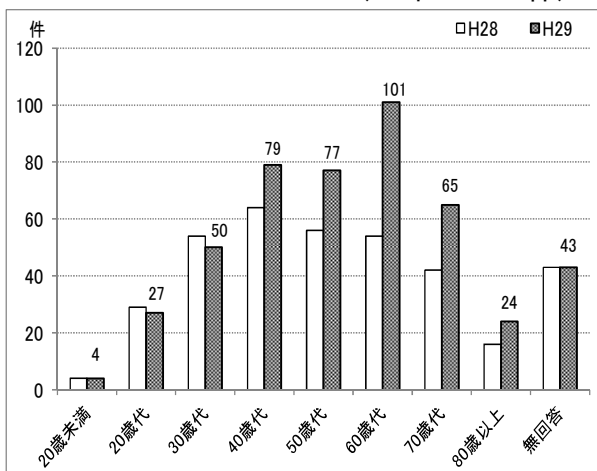
増加率1位 レンタルサービス 前年度比 214.1%増
(15位 603件)



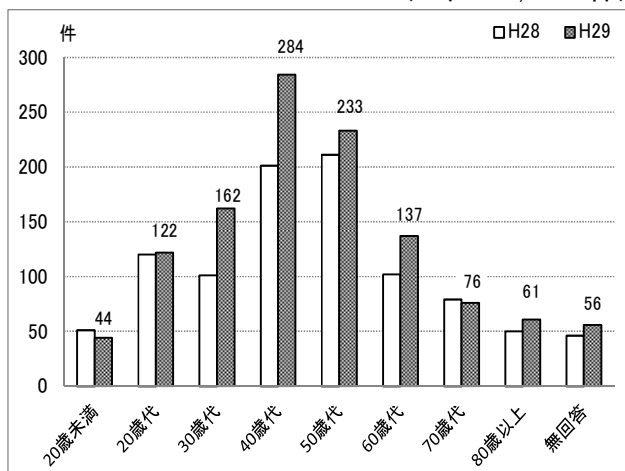
増加率3位 エステティックサービス 前年度比 31.4%増
(14位 673件)



増加率4位 他のネット通信関連サービス 前年度比 29.8%増
(20位 470件)

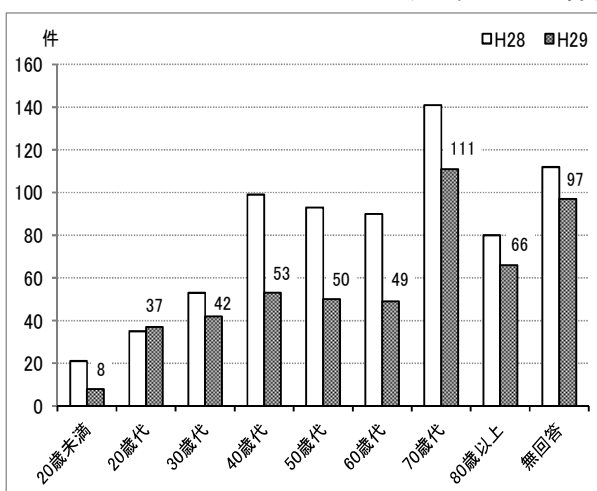


増加率5位 化粧品 前年度比 22.3%増
(8位 1,175件)

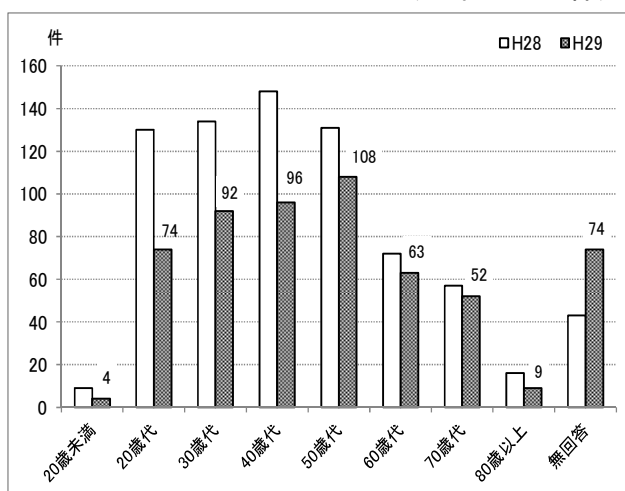


<減少率上位品目>

減少率1位 相談その他 前年度比 29.1%減
(18位 513件)

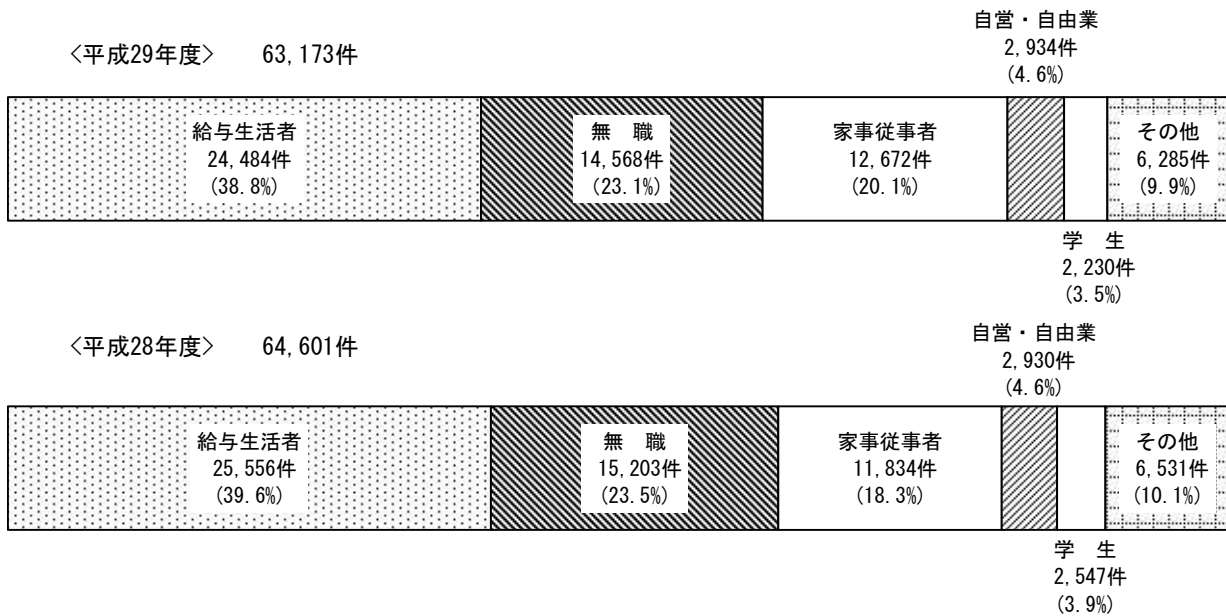


減少率2位 モバイルデータ通信 前年度比 22.7%減
(17位 572件)



<契約当事者関連>

(付図2)平成 29 年度 苦情相談の契約当事者職業別件数及び構成比 <前年度比較>



(付表3)平成 29 年度 契約当事者性別・年代別苦情相談件数<前年度比較>

性別		年代									計	性別比
		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		
男性	29年度	692 (2.6%)	2,444 (9.2%)	3,254 (12.2%)	4,327 (16.2%)	4,034 (15.1%)	4,275 (16.0%)	4,037 (15.1%)	1,992 (7.5%)	1,620 (6.1%)	26,675 (100.0%)	42.2 %
	28年度	868 (2.9%)	2,727 (9.1%)	3,862 (12.9%)	5,076 (16.9%)	4,409 (14.7%)	4,889 (16.3%)	4,267 (14.2%)	2,004 (6.7%)	1,890 (6.3%)	29,992 (100.0%)	46.4 %
	前年度比	(79.7%)	(89.6%)	(84.3%)	(85.2%)	(91.5%)	(87.4%)	(94.6%)	(99.4%)	(85.7%)	(88.9%)	-
女性	29年度	558 (1.6%)	2,976 (8.8%)	3,849 (11.3%)	5,888 (17.3%)	6,050 (17.8%)	5,861 (17.2%)	4,703 (13.8%)	2,672 (7.9%)	1,450 (4.3%)	34,007 (100.0%)	53.8 %
	28年度	668 (2.1%)	3,112 (9.7%)	4,256 (13.2%)	6,380 (19.8%)	5,223 (16.2%)	4,485 (13.9%)	4,030 (12.5%)	2,605 (8.1%)	1,431 (4.5%)	32,190 (100.0%)	49.9 %
	前年度比	(83.5%)	(95.6%)	(90.4%)	(92.3%)	(115.8%)	(130.7%)	(116.7%)	(102.6%)	(101.3%)	(105.6%)	-
不明等	29年度	18 (0.7%)	16 (0.6%)	11 (0.4%)	15 (0.6%)	19 (0.8%)	20 (0.8%)	30 (1.2%)	42 (1.7%)	2,320 (93.2%)	2,491 (100.0%)	3.7 %
	28年度	21 (0.9%)	15 (0.6%)	13 (0.5%)	14 (0.6%)	16 (0.7%)	18 (0.7%)	21 (0.9%)	28 (1.2%)	2,273 (93.9%)	2,419 (100.0%)	3.7 %
	前年度比	(85.7%)	(106.7%)	(84.6%)	(107.1%)	(118.8%)	(111.1%)	(142.9%)	(150.0%)	(102.1%)	(103.0%)	-
計	29年度	1,268 (2.0%)	5,436 (8.6%)	7,114 (11.3%)	10,230 (16.2%)	10,103 (16.0%)	10,156 (16.1%)	8,770 (13.9%)	4,706 (7.4%)	5,390 (8.5%)	63,173 (100.0%)	100.0 %
	28年度	1,557 (2.4%)	5,854 (9.0%)	8,131 (12.6%)	11,470 (17.8%)	9,648 (15.0%)	9,392 (14.5%)	8,318 (12.5%)	4,637 (7.2%)	5,594 (8.7%)	64,601 (100.0%)	100.0 %
	前年度比	(81.4%)	(92.9%)	(87.5%)	(89.2%)	(104.7%)	(108.1%)	(105.4%)	(101.5%)	(96.4%)	(97.8%)	-

(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。



消費生活課キャラクター ニャン吉

<販売方法・手口別関連>

(付表4-1)平成29年度 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) 前年度比	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=100)			
			性別	件数			平均既支払金額	H26	H27	H28	H29
1	電子商取引	18,126 (20,947) 86.5%	男性	8,343	①デジタルコンテンツ8,517 ②健康食品1,300 ③化粧品775	30～60歳代 給与生活者 無職 家事従事者	20万3千円		87		
			女性	9,414			8万3千円				
2	家庭訪販	5,809 (5,877) 98.8%	男性	2,515	①工事・建築1,296 ②テレビ放送サービス519 ③新聞452	70歳以上 無職 給与生活者 家事従事者	236万2千円		95		
			女性	3,147			104万9千円				
3	電話勧誘	4,952 (5,404) 91.6%	男性	2,053	①インターネット接続回線 967 ②商品一般439 ③山林177	40歳以上 無職 給与生活者 家事従事者	168万1千円		76		
			女性	2,606			78万1千円				
4	身分詐称	3,758 (1,287) 292.0%	男性	1,107	①商品一般1,446 ②デジタルコンテンツ1,355 ③インターネット接続回線 118	50～70歳代 女性中心 家事従事者 給与生活者 無職	61万2千円		257		
			女性	2,583			22万3千円				
5	無料商法	1,625 (2,238) 72.6%	男性	732	①デジタルコンテンツ472 ②工事・建築110 ③インターネット接続回線 72	20～70歳代 給与生活者 無職 家事従事者	38万4千円		54		
			女性	824			8万2千円				
6	サイドビジネス商法	945 (883) 107.0%	男性	459	①デジタルコンテンツ332 ②他の内職・副業167 ③ビジネス教室48	20～50歳代 給与生活者	93万6千円		140		
			女性	476			45万9千円				
7	利殖商法	746 (501) 148.9%	男性	406	①ファンド型投資商品229 ②デジタルコンテンツ133 ③他のデリバティブ取引50	20歳代、40～ 70歳代 給与生活者 無職 家事従事者	477万3千円		51		
			女性	328			319万5千円				
8	点検商法	733 (702) 104.4%	男性	342	①工事・建築386 ②修理サービス49 ③駆除サービス48	60歳以上 無職	108万1千円		117		
			女性	361			36万5千円				
9	二次被害	685 (1,048) 65.4%	男性	367	①山林220 ②デジタルコンテンツ93 ③別荘地55	60歳以上 無職 給与生活者 家事従事者	452万7千円		65		
			女性	313			188万円				
10	次々販売	558 (508) 109.8%	男性	203	①工事・建築123 ②デジタルコンテンツ80 ③山林28	70歳以上 女性中心 無職 給与生活者 家事従事者	490万2千円		108		
			女性	337			253万6千円				
11	販売目的隠匿	550 (552) 99.6%	男性	271	①工事・建築60 ②インターネット接続回線 34 ③デジタルコンテンツ32	20歳以上 給与生活者 無職	99万8千円		76		
			女性	268			39万4千円				
12	テレビショッピング	484 (482) 100.4%	男性	136	①健康食品70 ②化粧品57 ③電気掃除機26	50歳以上 女性中心 無職 家事従事者	3万円		108		
			女性	342			1万6千円				
13	原野商法	416 (261) 159.4%	男性	235	①山林241 ②別荘地63 ③土地31	60歳以上 無職	738万3千円		238		
			女性	177			283万3千円				

順位	販売方法・手口	件数 (前年度) 前年度比	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=100)			
			性別	件数			平均既支払金額	H26	H27	H28	H29	
14	ネガティブ・オプション	372 (413)	男性	109	①健康食品82 ②商品一般58 ③化粧品26	70歳以上 女性中心 無職 給与生活者 家事従事者	2万2千円					
		90.1%	女性	230			7千円					
15	紹介販売	295 (280)	男性	145	①ファンド型投資商品43 ①他の内職・副業30 ③健康食品27	20歳代 給与生活者 学生	170万3千円					
		105.4%	女性	143			155万1千円					
16	アポイントメントセールス	245 (197)	男性	134	①タレント・モデル養成教室22 ②役務その他サービス21 ③デジタルコンテンツ20	20歳代 給与生活者 学生	95万3千円					
		124.4%	女性	107			29万2千円					
17	景品付販売	223 (195)	男性	90	①新聞170 ②レンタルサービス5 ③商品一般4 ③インターネット接続回線4	20歳以上 無職 給与生活者 家事従事者	7万8千円					
		114.4%	女性	132			5万2千円					
18	劇場型勧誘	219 (318)	男性	33	①商品一般46 ②公社債44 ③株25	60歳以上 女性中心 家事従事者 無職	389万4千円					
		68.9%	女性	181			69万9千円					
19	当選商法	191 (215)	男性	96	①デジタルコンテンツ56 ②教養・娯楽サービスその他24 ③商品一般23	40歳以上 給与生活者 無職	104万8千円					
		88.8%	女性	95			36万2千円					
20	カタログ通販	189 (191)	男性	45	①健康食品16 ①商品一般16 ③ふとん類6 ③紳士・婦人洋服6	60歳以上 女性中心 家事従事者 無職	3万2千円					
		99.0%	女性	140			1万8千円					
21	アンケート商法	132 (118)	男性	67	①商品一般34 ②エステティックサービス8 ③新築分譲マンション5 ③デジタルコンテンツ5	20歳代、60~ 70歳代 給与生活者 無職	357万3千円					
		111.9%	女性	63			14万1千円					
22	キャッチセールス	87 (96)	男性	24	①エステティックサービス32 ②室内装飾品6 ②医療サービス6	20歳代 女性中心 給与生活者 学生	121万8千円					
		90.6%	女性	62			17万2千円					
23	職場訪販	83 (86)	男性	40	①普通生命保険11 ②生命保険9 ③リースサービス8	20~40歳代、 60~70歳代 男性中心 給与生活者 企業・団体	295万8千円					
		96.5%	女性	15			20万6千円					
24	過量販売	82 (105)	男性	20	①補習用教材11 ②健康食品10 ③家庭教師9	40歳代、70歳 以上 女性中心 給与生活者 無職	236万3千円					
		78.1%	女性	61			175万9千円					
25	展示販売	81 (80)	男性	23	①着物類11 ②室内装飾品9 ③ネックレス7	20歳以上 女性中心 給与生活者 家事従事者	138万8千円					
		101.3%	女性	58			47万5千円					

(注) 1 グラフは平成26年度の件数を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(P76)参照

(事例) 平成 29 年度 販売方法・手口別ほか主な苦情相談事例

○電子商取引(他のネット通信関連サービス)

(当事者) 40 歳代 男性

(相談内容) 昨夏以来、自分宛てにインターネット事業者からオプション利用料の継続請求が毎月あるが、最近弁護士事務所名で請求通知も届くようになった。既に複数の請求書や督促の通知が届いているが、テレビで架空請求等が多発しているとの報道があったので放置していた。振込票として届いているのは、1 通は 2 万 1,870 円で「オプション利用料」と記載され、もう 1 通は弁護士事務所名で、詳細は不明だが 1,919 円の請求である。双方ともに契約の覚えがなく、今後どのようにしたらよいか。

(対応) 消費生活センターからインターネット事業者に相談者の意向を伝え調査を依頼した。後日、事業者の担当者から「調査の結果、相談者には 2 件の契約があり、各々の契約に事業者 ID が発行されている。相談者が ID とパスワードを入力すれば内容確認が可能である。疑問がある場合は、相談者から問い合わせるように伝えてほしい」とのことだった。架空請求ではないと思われるため、相談者へ結果を報告し、対応するよう助言した。

○電子商取引(健康食品の定期購入)

(当事者) 30 歳代 女性

(相談内容) SNS の「100 円モニター」という広告を見て、ダイエットスムージーを申し込んだ。商品が届いて、納品書に「定期便」との記載があつて初めて 4 回以上継続が条件ということを知った。定期コースとは思わず申し込んだため、そうであれば解約したいと思い、昨日、事業者に 300 回以上架電したが繋がらなかった。そこで、事業者宛てに解約したい旨をメールで伝えた。しかし回答がないため、今日も 1 時間半、何度も架電してやっと繋がったが、担当者からは「4 回分の全額を支払うと解約できる」と言われた。納得できないと主張すると「発送済み 1 回分の単価 1 万 584 円を支払ってほしい」と言われた。消費生活センターに相談すると言ったところ、「半額にする」と言われたが、承諾はしていない。解約したい。

(対応) 事業者とのメールでのやりとりをセンターで確認したところ、「定期コースご注文のお客様」として「申込日より 15 日後に 2 回目商品をお届けさせていただく」との記載はあったが、4 回までの購入が条件との記載はなく、商品発送メールにも記載はなかった。センターから事業者に連絡したところ、担当者は「ホームページに 4 回の定期購入が条件と記載しており、商品の同梱物にもその旨を記載している。今回は特別に初回単価の半額 5,292 円の差額の振込みを提示している」と主張した。センターから購入申込みの承諾メールにおいて 4 回の購入が義務であることや、総額等を消費者が明確に認識できるように表示しなければならないことが守られていないことを主張し交渉した結果、初回限定価格 100 円を相談者が支払うことで 2 回目以降は解約対応となった。相談者に今後は契約内容をきちんと確認するように注意喚起し相談を終了した。

○利殖商法(他のデジタルコンテンツ(情報商材))

(当事者) 40歳代 女性

(相談内容) 個人投資家の為のメルマガを購読しているが、メルマガでお勧めのサイトが紹介されていたので、URL をクリックしてサイトを見て契約した。購入したのは金と銀のアービトラージ取引のための情報商材で、価格は28万5,000円で、クレジットカード一括払いで決済した。取引の為の口座はまだ開設していない。広告動画の中で成功率100%、失敗率0%とあり、簡単な3段階の手続きで使用可能と説明があったが、実際には口座開設後にVPSサーバーというものが必要で、サーバーを利用するためにはパソコンを24時間365日起動し続けるか、使用料として初月1万円、その後毎月5,000円を支払う必要があると分かった。契約前の説明と異なることや業者事務所の住所地に知人が行ったところ、当該事業者の事務所がなかったため、不信感を抱いた。解約したい。

(対応) 契約書面の交付はなかった。契約解除通知書、支払停止の抗弁書、経緯書の書き方、交渉手順を情報提供した。経緯書には断定的判断の提供と思われる当該事業者の勧誘文言や勧誘時に説明されていた内容と実際の契約との相違点に焦点をあてて書くこと、証拠となる画像等を経緯書に添付することを助言した。相談者が経緯書等を関係先に送付したところ、決済代行会社から連絡があり、事業者との交渉結果の報告がほしいとのことだった。消費生活センターから決済代行会社に経緯を報告したところ、代金全額の請求が取り消された。クレジット会社からの請求書で当該取引がマイナス処理されていることを確認した。相談者と当該事業者との間で契約解除について合意が成立していない状態であるため、契約解除通知書面等すべての書面、発信記録等は5年間保存するようにと助言して、相談を終了した。

○サイドビジネス商法(株と仮想通貨への投資)

(当事者) 50歳代 女性

(相談内容) SNSの広告から情報商材を販売する事業者のサイトに誘導され、アドレスを登録すると、事業者から商材を勧める内容の動画が届いた。「3日から1か月で20万円が受け取れる。1年で1億円になる」という内容で、当該事業者が開発したプログラムを使用し株と仮想通貨に投資する方法で儲ける内容だと分かった。サイトから申込み、クレジットカードの24回払いで決済した。事業者のことを調べると、登記が無いことを知り、また提案内容も不明確に思え、投資の元手を業者に入金することが不安になってきた。事業者からのメールに添付されたファイルをダウンロードしたが、まだシステムプログラムは届いていなかった。解約したい。

(対応) 情報商材のトラブルについて情報提供し、クレジットカード会社には支払い停止の抗弁書を送付し、事業者サイトの広告表示や送付されたメールの勧誘内容の問題点を指摘し、事業者に取り消しを求めることになると説明した。相談者が抗弁書をクレジットカード会社に送付後、消費生活センターからクレジットカード会社に連絡したところ、決済代行会社に連絡し対応を求めるよう指示された。決済代行会社へ経緯書を送付し、販売事業者から相談者宛てに送付された情報の中に本件商材の広告があり、そこに断定的判断の提供があったこと、まだ商材を受け取っていないことを伝えた。直接事業者と交渉することを求められたため、センターから事業者に連絡するも、連絡が取れず、決済代行会社に対応を求めたが、直接事業者と交渉するよう言われた。結果、後日、決済代行会社から決済を取り消したとの連絡があり、クレジットカード会社にも取り消しの確認ができたので、相談者にその旨伝え終了した。

○事業者の倒産(成人式用着物のレンタル)

(当事者) 40歳代 女性

(相談内容) 娘の来年の成人式の振袖等のレンタル契約をした事業者が行方不明になっているという報道を見た。昨年5月にこの事業者からダイレクトメールが届き、電話がかかってきた。「ご都合がよろしければ展覧会にお子さんと一緒にいらしてください」と丁寧に言われ、店舗へ行った。店舗で試着等してレンタル契約をした。振袖等、ショール等小物類、写真セット、当日の着付けは全て込みで、合計約30万円を24回払いで決済した。昨年7月から12月まで支払っている。今後の対応についてクレジットカード会社に相談したところ、支払停止の抗弁書を通知するよう言われた。他に何かすることはあるか。

(対応) クレジットカード会社に支払停止の抗弁書を通知し、回答を待つよう助言し、情報が入った時点で連絡する旨伝えた。後日、事業者の破産手続開始が決定し、破産管財人から通知が届く旨伝えた。今後は破産管財人の指示に従うこととなると伝え、契約内容についての法的な疑問点は法律相談で相談するよう助言した。

○事業者の倒産、紹介販売(家庭用磁気治療器具レンタル事業の連鎖販売取引)

(当事者) 60歳代 女性

(相談内容) 12年くらい前、友人に磁気ので体調がよくなる磁気ベルトを紹介され、一緒に事務所に出向き、身に着けて何度か体験したこともある。その後、友人よりこの磁気ベルトのオーナーにならないかと誘われた。磁気ベルトを貸し出すことにより毎月1万円の配当が得られるとのことで、友人はオーナーとして利益を得ているとのことだった。また、私が人を勧誘し、その人が契約すればマージンが入ると言われたが、営業活動をしたことはない。更に20年経過すれば磁気ベルトはレンタル品ではなく自分に引き渡されるとの説明を受けた。その後、友人やこの組織に加入する人が職場に来訪し、職場近くのカフェで200万円を投資してオーナー契約を締結したと記憶している。契約の翌月から毎月配当として1万円が入金されてきたが、3か月前から滞るようになり、事業者と連絡が取れなくなった。この事業者が破たんしたとの報道もあるが、先日、事業者から報道は事実ではない等の書面が届いた。配当金は諦めているが、今後どうなるか不安である。

(対応) 当該事業者に対する消費者庁の行政処分について情報提供した。また、当該事業者が現在、新会社の設立について各地で説明会を開催しているとの情報も伝えた。今後の状況が明らかではない状況なので、追加投資は控えるべきではないかと助言した。地元の弁護士会が無料被害電話相談を実施することを伝え、日時や窓口を案内し、相談するよう伝えた。

<危害・危険関連>

(付表5-1)平成 29 年度 危害内容の商品・役務等別苦情相談件数

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	3			1	1	2				2	1							7	10					29	3.2%	30	
脱臼・捻挫	2				1		1										1			1					6	0.7%	4	
切断																									0	0.0%	0	
擦過傷・挫傷・打撲傷	6		8		16	3	1	7	1		2					1	5		6	12	3		1	72	8.0%	74		
刺傷・切傷		10	7		5	3	4	2	2		1	1	1					1	8	3				48	5.3%	58		
頭蓋(内)損傷		1																		2				3	0.3%	1		
内臓損傷							1													2				3	0.3%	0		
神経・脊髄の損傷						1			1				1						1	10				14	1.6%	19		
筋・腱の損傷			1																	3				4	0.5%	2		
窒息																					1			1	0.1%	1		
感覚機能の低下		2				2	1					1								5				11	1.2%	14		
熱傷		2	9			7	8	1	1										1	21	7			57	6.3%	64		
凍傷																					1			1	0.1%	0		
皮膚障害		44	12		11	121	3		1		1	1							4	50				248	27.6%	237		
感電障害			1			1	2																	4	0.4%	1		
中毒		4	1																		2			7	0.8%	18		
呼吸器障害		1	5		2	2	1		4		5	1		1					2	1	1			26	2.9%	31		
消化器障害		112			1	2			1		1	1							1	6	13			138	15.3%	159		
その他の傷病及び諸症状	2	44	30	2	2	25	7	2	9		5	1							6	81	5			221	24.6%	242		
不明		3	1						1										1				1	7	0.8%	14		
計	12	226	75	2	39	167	29	15	21	0	1	17	6	2	1	1	6	0	30	212	36	0	2	900	100.0%	969		
割合	1.4%	25.1%	8.3%	0.2%	4.3%	18.6%	3.2%	1.7%	2.3%	0.0%	0.1%	1.9%	0.7%	0.2%	0.1%	0.1%	0.7%	0.0%	3.3%	23.6%	4.0%	0.0%	0.2%	100.0%	-	-		
平成28年度件数	7	282	77	1	32	148	27	20	17	0	0	25	18	4	0	1	8	1	29	230	41	0	1	969	-	-		

(付表5-2)平成 29 年度 危険内容の商品・役務等別苦情相談件数

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	賃借	レンタル・リース・	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年度件数
火災			1					1																	2	0.6%	2
発火・引火	1		13			2	8					1													25	7.5%	29
発煙・火花		1	26	1		2	9	7	1						1										48	14.5%	48
過熱・こげる			20	1		4	14	7				1			1			3							51	15.4%	41
ガス爆発																									0	0.0%	0
ガス漏れ			2	2					1			1													6	1.8%	5
点火・燃焼・消火不良			2	1																					3	0.9%	2
漏電・電波等の障害			1	1																					2	0.6%	3
燃料・液漏れ等			6					2																	8	2.4%	10
化学物質による危険	1					1																			2	0.6%	0
破裂			4	1			4	3																	12	3.6%	17
破損・折損	1		10		1		8	8				1	3	1											33	9.9%	27
部品脱落			3		1			5						1											10	3.0%	16
機能故障			1			2		31				1		1											36	10.9%	29
転落・転倒・不安定			3					1	1					1											6	1.8%	10
バリ・鋭利		1			1																				2	0.6%	1
操作・使用性の欠落					1		2	6																	9	2.7%	4
腐敗・変質		3																							3	0.9%	4
異物の混入		35			3							1										2			41	12.4%	36
異物の侵入		1				1																			2	0.6%	3
その他		5	8			1	1	5	1	1		2	3								2	2			31	9.3%	67
不明																									0	0.0%	0
計	2	47	100	7	7	12	47	76	4	1	0	8	7	5	0	0	0	3	0	0	2	4	0	0	332	100.0%	354
割合	0.6%	14.2%	30.1%	2.1%	2.1%	3.6%	14.2%	22.9%	1.2%	0.3%	0.0%	2.4%	2.1%	1.5%	0.0%	0.0%	0.9%	0.0%	0.0%	0.6%	1.2%	0.0%	0.0%	100.0%	-	-	
平成28年度件数	0	39	153	8	5	14	41	47	13	0	0	11	6	5	1	0	0	2	0	1	4	4	0	0	354	-	-

(事例) 危害・危険の相談事例

○化粧水(皮膚障害)

(当事者) 40歳代 女性

(相談内容) 以前、ネット通販で試しの化粧水を使ったところ良かったので、翌月にインターネット通販で3本セット約2万4,000円で化粧水を購入した。商品が届いた日から使い始めた。するとすぐにかゆみと目の周りが赤く腫れた。2日後まで使ったが、おかしいと思い、使用を中止し事業者に連絡すると「試しに使った商品と同じ成分で20倍の濃度だが、腫れない成分が入っているので腫れるわけがない」と取り合ってくれなかった。納得がいかなかったので再度連絡し腫れた写真を撮影していることを理由に全額返金を求めたところ、使った1本の定価分を差し引いた額を返金すると言った。医者へは行っていない。かゆみと腫れは10日後ぐらいには収まってきた。自己都合ではないのに使用済みとして1本分が返金されないのは納得がいかない。全額返金をしてもらいたい。

(対応) 医者の診察は受けていないとのことではあるが、相談者の希望を踏まえ、消費生活センターから事業者に連絡し、相談者の状況を伝え、事業者に対して善処を求めた。後日、事業者から対応に問題があったとして、全額返金や対応方法の検討を行うとの返答であった。後日、相談者より事業者から全額返金があったとの報告を受け、相談を終了した。

○電気ストーブ(発火・引火)

(当事者) 40歳代 男性

(相談内容) 3年前に購入した電気ストーブをしばらく未開封のままで保管し、今シーズンから使い始めた。電源を入れたままコードを引っ張ったらコードから炎が出て、床に飛んで直径5センチメートル程度焦げた。火花が目にあたり痛くなったので、すぐにメーカーに商品を送り、苦情を伝えた。私は病院に行く必要がないと言ったにもかかわらず、メーカーから強く言われたので病院で診断してもらったが、特に問題はなかった。翌日、メーカーから電話があり、商品を見たら商品に問題がなく使い方が悪いとの報告があった。使用頻度が少なかったため納得ができず、技術担当者と話をしたら、その際商品に問題があったことを認めた。そこで医療費や床の修繕費等の弁償について会って話し合うことを求めたところ拒まれた。技術担当者が欠陥商品だと認めているのだから損害賠償に応じるべきである。接客対応が悪質なのでセンターにも知らせた。

(対応) メーカーに問い合わせたところ、「コードが折れ曲がっていたので断線し、熱溶融したもので欠陥商品ではない。相談者に調査報告書を送付した」とのことだったので、消費生活センターにも資料提供を依頼した。相談者には損害賠償を求めるならば、事故と商品との因果関係を立証する必要があるため、メーカーから送付された調査報告書を確認し、納得できない場合は商品テスト実施機関を利用するのも一法であると伝えた。

<その他>

(付表6)平成 29 年度 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 件数	平成29年度 件数														
商品	A 商品一般	2,543	6,770	35	48	36	226	0	149	4,602	5,194	290	1	15	0	10,596
	B 食料品	3,686	3,504	419	821	42	333	27	613	2,022	2,287	571	19	2	0	7,156
	C 住居品	2,491	2,158	246	968	27	250	0	159	916	1,170	416	5	2	0	4,159
	D 光熱水品	728	746	20	52	12	284	5	24	283	398	160	0	5	0	1,243
	E 被服品	2,555	3,001	57	717	29	234	7	278	1,663	2,227	433	0	1	0	5,646
	F 保健衛生品	1,755	1,920	206	561	16	191	7	278	1,057	1,347	325	10	1	0	3,999
	G 教養娯楽品	4,359	4,283	114	1,163	50	445	8	307	2,094	2,875	928	9	4	0	7,997
	H 車両・乗り物	1,567	1,370	129	554	26	170	1	80	417	889	286	1	0	0	2,553
	I 土地・建物・設備	2,281	2,374	66	499	68	353	5	76	1,316	1,397	325	0	14	0	4,119
	J 他の商品	43	53	1	10	3	7	0	2	31	32	3	0	0	0	89
	小計	22,008	26,179	1,293	5,393	309	2,493	60	1,966	14,401	17,816	3,737	45	44	0	47,557
構成比	34.1%	41.4%	4.9%	20.6%	1.2%	9.5%	0.2%	7.5%	55.0%	68.1%	14.3%	0.2%	0.2%	0.0%	-	
商品関連役務	K クリーニング	377	448	6	313	15	40	1	4	55	214	187	0	0	0	835
	L レンタル・リース・貸借	3,366	3,645	76	721	63	1,162	1	53	446	2,760	734	1	12	0	6,029
	M 工事・建築・加工	2,669	2,572	56	823	45	477	2	55	1,269	1,566	521	0	5	0	4,819
	N 修理・補修	1,037	958	20	360	10	315	0	55	347	479	229	0	2	0	1,817
	O 管理・保管	185	250	5	45	4	87	0	49	50	132	57	0	3	0	432
	小計	7,634	7,873	163	2,262	137	2,081	4	216	2,167	5,151	1,728	1	22	0	13,932
構成比	11.8%	12.5%	2.1%	28.7%	1.7%	26.4%	0.1%	2.7%	27.5%	65.4%	21.9%	0.0%	0.3%	0.0%	-	
役務(サービス)	P 役務一般	121	153	0	2	3	18	0	2	82	125	8	0	0	0	240
	Q 金融・保険サービス	3,676	3,366	10	84	125	434	1	95	1,365	2,586	507	0	2	0	5,209
	R 運輸・通信サービス	20,147	15,705	31	778	114	1,877	4	709	11,399	12,831	1,837	2	5	0	29,587
	S 教育サービス	374	372	1	50	7	66	0	12	104	312	65	0	1	0	618
	T 教養・娯楽サービス	2,440	2,370	38	208	27	396	1	182	1,019	1,869	460	1	6	0	4,207
	U 保健・福祉サービス	2,655	2,818	247	631	53	538	3	129	838	1,776	539	2	6	0	4,762
	V 他の役務	4,020	3,094	61	320	44	590	3	288	1,384	2,019	540	0	4	0	5,253
	W 内職・副業・ねずみ講	386	388	0	11	7	40	0	38	315	327	26	0	0	0	764
	X 他の行政サービス	257	176	4	13	17	16	0	4	38	61	54	0	1	0	208
	小計	34,076	28,442	392	2,097	397	3,975	12	1,459	16,544	21,906	4,036	5	25	0	50,848
構成比	52.7%	45.0%	1.4%	7.4%	1.4%	14.0%	0.0%	5.1%	58.2%	77.0%	14.2%	0.0%	0.1%	0.0%	-	
Z 他の相談	883	679	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	679	679	
構成比	1.4%	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年度合計	-	63,173	1,848	9,752	843	8,549	76	3,641	33,112	44,873	9,501	51	91	679	113,016	
構成比 ※2	-	100.0%	2.9%	15.4%	1.3%	13.5%	0.1%	5.8%	52.4%	71.0%	15.0%	0.1%	0.1%	1.1%	-	
平成28年度合計	64,601	-	2,094	10,116	1,008	9,330	68	4,769	34,599	46,928	10,785	84	93	883	120,757	
構成比 ※2	100.0%	-	3.2%	15.7%	1.6%	14.4%	0.1%	7.4%	53.6%	72.6%	16.7%	0.1%	0.1%	1.4%	-	

※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」の件数の計は相談件数の計と一致しない。

※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(P74、75)参照

(付表7)平成29年度 苦情相談の契約購入金額・既支払金額(平成30年3月31日現在)

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	6,237 件	9,705 件	10,308 件	2,931 件	809 件	29,990 件	1,258
		(20.8%)	(32.4%)	(34.4%)	(9.7%)	(2.7%)	(100.0%)	
	28年度	6,297 件	10,931 件	11,346 件	3,118 件	869 件	32,561 件	1,251
		(19.3%)	(33.6%)	(34.8%)	(9.6%)	(2.7%)	(100.0%)	
	前年度比	(99.0%)	(88.8%)	(90.9%)	(94.0%)	(93.1%)	(92.1%)	(100.6%)
	既支払金額	29年度	4,197 件	5,013 件	4,460 件	1,336 件	291 件	15,297 件
(27.4%)			(32.8%)	(29.2%)	(8.7%)	(1.9%)	(100.0%)	
28年度		4,210 件	5,487 件	4,195 件	1,473 件	323 件	15,688 件	960
		(26.8%)	(35.0%)	(26.7%)	(9.4%)	(2.1%)	(100.0%)	
前年度比		(99.7%)	(91.4%)	(106.3%)	(90.7%)	(90.1%)	(97.5%)	(89.5%)

※ 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8)平成29年度 クーリング・オフに関する相談の契約購入金額(平成30年3月31日現在)

区 分	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)※	合計金額 (千円)	最大金額 (千円)	平均金額 (千円)
件 数	89 件	376 件	853 件	311 件	36 件	1,665 件	2,009,140	240,000	1,207
構成比	(5.3%)	(22.6%)	(51.2%)	(18.7%)	(2.2%)	(100.0%)			

※ 「内容等キーワード」の「クーリング・オフ」が付与された相談1,860件のうち、契約購入金額が判明しているものについて分析した。

(付表9)平成29年度 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3月31日現在)

(単位：千円、件)

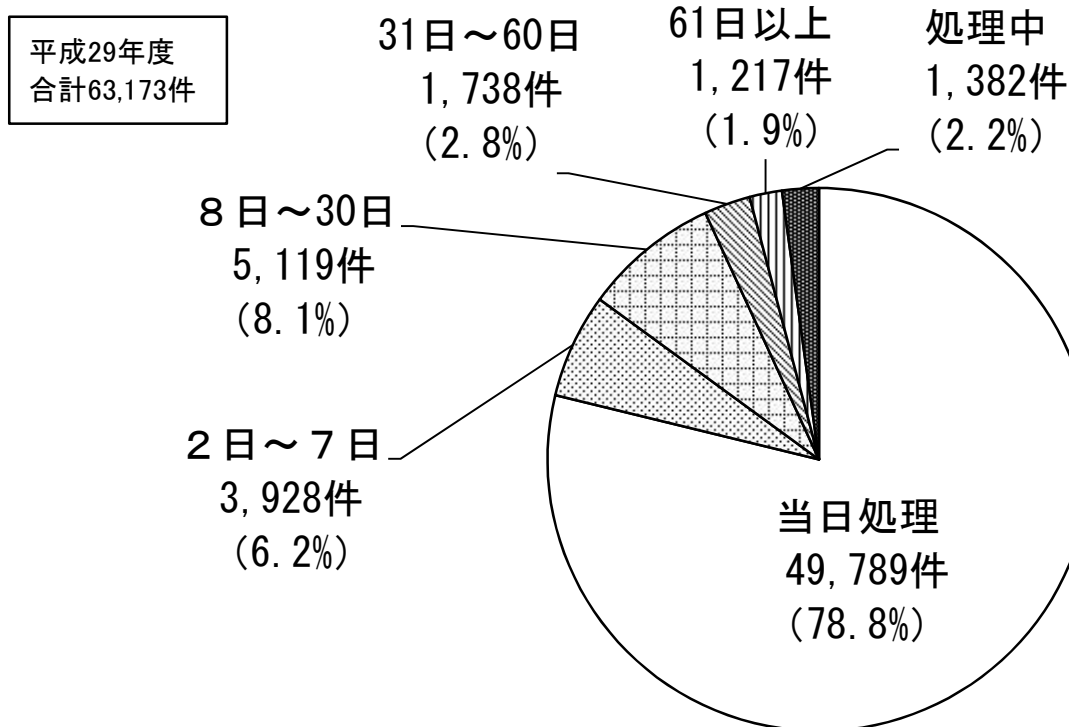
県内	平成29年度		平成28年度	
	金額	件数	金額	件数
契約購入金額(A)	37,717,117	29,990	39,378,318	31,623
既支払額(B)	13,142,503	15,297	14,455,755	15,167
救済金額(C)	3,241,678	7,249	4,456,498	9,044
回復額	1,222,384	3,254	1,056,172	2,937
回復額 (クーリング・オフ額)	808,922	1,128	921,458	1,148
未然防止額	1,210,372	2,867	2,478,868	4,959
C/A	8.6%	24.2%	11.3%	28.6%
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	108		141	

※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。

(付図3)平成29年度 苦情相談処理日数(平成30年3月31日現在)

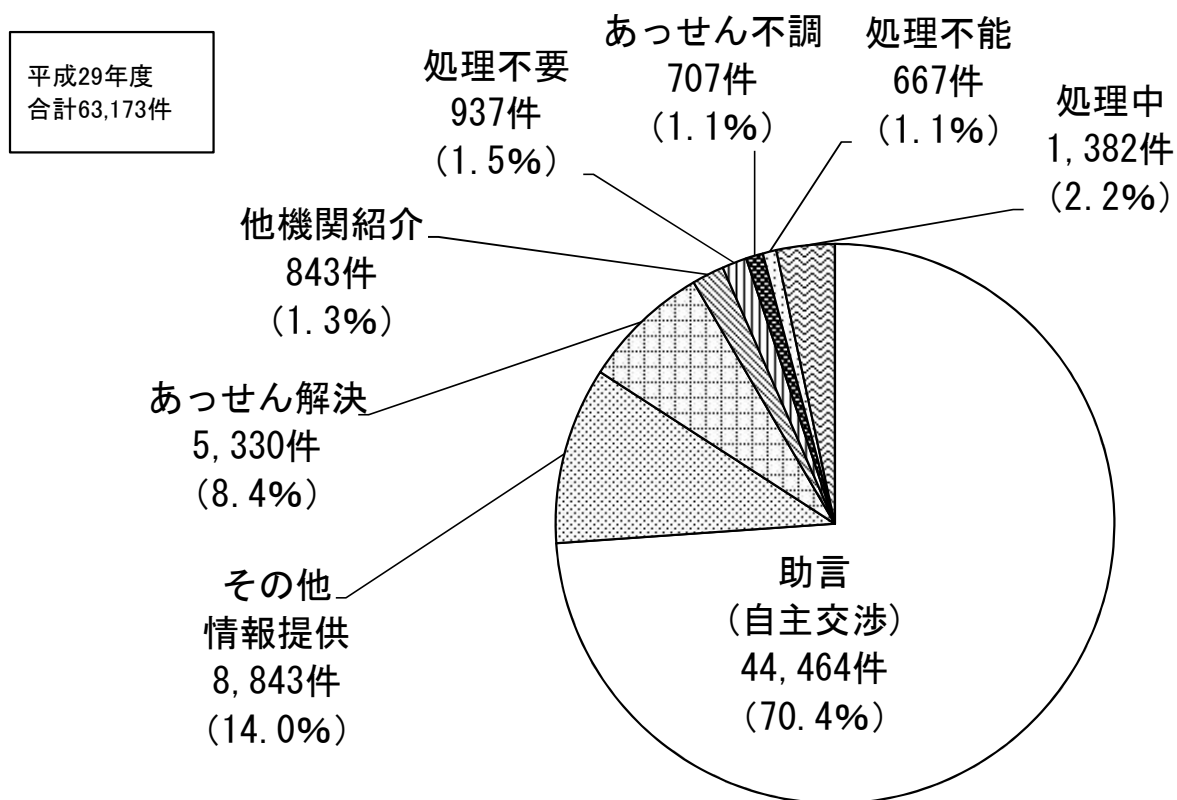


苦情相談処理日数の推移(各年度末時点)

単位:件

	当日処理	2日～7日	8日～30日	31日～60日	61日以上	処理中
平成26年度	55,377	3,667	4,573	1,385	1,133	1,144
	82.3%	5.4%	6.8%	2.1%	1.7%	1.7%
平成27年度	55,066	3,731	4,695	1,614	1,132	1,034
	81.9%	5.5%	7.0%	2.4%	1.7%	1.5%
平成28年度	52,182	3,664	4,741	1,476	1,159	1,379
	80.8%	5.7%	7.3%	2.3%	1.8%	2.1%
平成29年度	49,789	3,928	5,119	1,738	1,217	1,382
	78.8%	6.2%	8.1%	2.8%	1.9%	2.2%

(付図4)平成29年度 苦情相談処理結果状況(平成30年3月31日現在)



(付表10-1)平成29年度 契約当事者の地域別苦情相談件数<前年度比較>

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)	23,937	9,492	5,229	5,549	8,424	5,756	1,948	2,838	63,173
苦情相談件数(平成28年度)	25,028	9,504	5,386	5,424	8,572	5,810	1,807	3,070	64,601
前年度比	95.6%	99.9%	97.1%	102.3%	98.3%	99.1%	107.8%	92.4%	
平成29年度の構成比	37.9%	15.0%	8.3%	8.8%	13.3%	9.1%	3.1%	4.5%	-

苦情相談のうち65歳以上の相談(H29)	7,057	2,357	1,564	2,052	2,766	1,921	671		18,388
65歳以上の構成比	29.5%	24.8%	29.9%	37.0%	32.8%	33.4%	34.4%		29.1%

(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

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%	9.2%	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10-2)平成29年度 契約当事者の地域別苦情相談の上位10品目

単位:件

横浜	23,937	(構成比)	川崎	9,492	(構成比)	相模原	5,229	(構成比)	横須賀・三浦	5,549	(構成比)
デジタルコンテンツ	3,650	15.2%	デジタルコンテンツ	1,532	16.1%	デジタルコンテンツ	787	15.1%	デジタルコンテンツ	764	13.8%
商品一般	2,411	10.1%	商品一般	787	8.3%	商品一般	640	12.2%	商品一般	647	11.7%
不動産貸借	1,075	4.5%	不動産貸借	533	5.6%	不動産貸借	248	4.7%	工事・建築	284	5.1%
工事・建築	985	4.1%	健康食品	317	3.3%	工事・建築	190	3.6%	健康食品	195	3.5%
インターネット接続回線	757	3.2%	工事・建築	273	2.9%	健康食品	164	3.1%	不動産貸借	189	3.4%
健康食品	727	3.0%	インターネット接続回線	259	2.7%	インターネット接続回線	143	2.7%	インターネット接続回線	128	2.3%
携帯電話サービス	578	2.4%	化粧品	206	2.2%	携帯電話サービス	125	2.4%	携帯電話サービス	126	2.3%
化粧品	501	2.1%	携帯電話サービス	205	2.2%	四輪自動車	95	1.8%	フリーローン・サラ金	96	1.7%
役務その他サービス	473	2.0%	役務その他サービス			フリーローン・サラ金	94	1.8%	修理サービス	78	1.4%
レンタルサービス	343	1.4%	エステティックサービス	150	1.6%	役務その他サービス	93	1.8%	化粧品	76	1.4%

湘南	8,424	(構成比)	県央	5,756	(構成比)	県西	1,948	(構成比)	全体	63,173	(構成比)
デジタルコンテンツ	1,276	15.1%	デジタルコンテンツ	846	14.7%	デジタルコンテンツ	333	17.1%	デジタルコンテンツ	9,381	14.8%
商品一般	941	11.2%	商品一般	740	12.9%	商品一般	298	15.3%	商品一般	6,770	10.7%
工事・建築	361	4.3%	不動産貸借	268	4.7%	健康食品	69	3.5%	不動産貸借	2,919	4.6%
不動産貸借	324	3.8%	工事・建築	232	4.0%	不動産貸借			工事・建築	2,523	4.0%
健康食品	242	2.9%	健康食品	176	3.1%	工事・建築	64	3.3%	健康食品	1,953	3.1%
インターネット接続回線	237	2.8%	インターネット接続回線	159	2.8%	インターネット接続回線	60	3.1%	インターネット接続回線	1,801	2.9%
携帯電話サービス	170	2.0%	フリーローン・サラ金	114	2.0%	フリーローン・サラ金	41	2.1%	携帯電話サービス	1,401	2.2%
フリーローン・サラ金	154	1.8%	携帯電話サービス	110	1.9%	修理サービス	32	1.6%	化粧品	1,175	1.9%
化粧品	151	1.8%	四輪自動車	105	1.8%	化粧品	30	1.5%	役務その他サービス	1,095	1.7%
他の保健・福祉	130	1.5%	修理サービス	96	1.7%	四輪自動車	29	1.5%	修理サービス	903	1.4%

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	A00	6. 他の保健衛生品	F60	7. 預貯金・証券等	Q70
B.食料品		G.教養娯楽品		7.5. デリバティブ取引	Q75
1. 食料品一般	B10	1. 教養娯楽品一般	G10	7.6. ファンド型投資商品	Q76
2. 主要食品		2. 文具・事務用品	G20	8. 融資サービス	Q80
1. 穀類	B21	2.1. パソコン・パソコン関連用品	G21	9. 他の金融関連サービス	Q90
2. 魚介類	B22	2.5. 電話機・電話機用品	G25	R.運輸・通信サービス	
3. 肉類	B23	3. 学習教材	G30	7. 運輸・運送サービス	
4. 乳卵類	B24	4. 書籍・印刷物	G40	0. 運輸・運送サービス一般	R70
5. 野菜・海藻	B25	5. 音響・映像製品	G50	1. 旅客運送サービス	R71
6. 油脂・調味料	B26	6. スポーツ用品	G60	2. 郵便・貨物運送サービス	R72
3. 嗜好食品		7. 光学機器・時計		8. 放送・通信サービス	
1. 果物	B31	1. カメラ類	G71	0. 放送・通信サービス一般	R80
2. 菓子類	B32	2. 時計	G72	1. 電報・固定電話	R81
3. 飲料	B33	3. 他の光学機器	G73	2. 移動通信サービス	R82
4. 酒類	B34	8. 玩具・遊具	G80	3. 放送・コンテンツ等	R83
4. 調理食品	B40	9. 楽器・他の教養娯楽品		4. インターネット通信サービス	R84
1. 健康食品	B51	1. 楽器	G91	S.教育サービス	
2. 食料品その他	B52	2. 他の教養娯楽品	G92	1. 教育一般	S10
C.住居品		H.車両・乗り物		2. 学校教育	S20
1. 住居品一般	C10	1. 車両・乗り物一般	H10	3. 補習教育	S30
2. 家事用品		2. 自動車	H20	4. 他の教育	S40
1. 食生活機器	C21	3. 自動車用品	H30	T.教養・娯楽サービス	
2. 食器・台所用品	C22	4. 自転車・用品	H40	1. 教養・娯楽一般	T10
3. 洗濯・裁縫用具	C23	5. 運搬用具	H50	2. 旅行代理業	T20
4. 掃除用具	C24	6. 他の乗り物	H60	3. 宿泊施設	T30
5. 洗淨剤等	C25	I.土地・建物・設備		4. 教室・講席	T40
3. 住生活用品		1. 土地・建物・設備一般	I10	5. 観覧・鑑賞	T50
1. 空調・冷暖房機器	C31	2. 土地	I20	6. 各種会員権	T60
2. 家具・寝具	C32	(借地L-I20)		7. 他の教養・娯楽	T70
3. 室内装備品	C33	(土地造成M-I20)		U.保健・福祉サービス	
4. 照明器具	C34	(土壌管理O-I20)		1. 保健・福祉一般	U10
4. 他の住居品	C40	3. 建物		2. 保健	
D.光熱水品		1. 建物一般	I31	1. 医療	U21
1. 光熱水品一般	D10	2. 集合住宅	I32	2. 理美容	U22
2. 電気	D20	(分譲マンション I32)		3. 浴場	U23
3. ガス	D30	(賃貸マンション・アパート		4. 衛生サービス	U24
4. 石油	D40	L-I32)		3. 福祉	
5. 水道	D50	(マンション管理 O-I32)		1. 保育	U31
6. 他の光熱水品	D60	3. 戸建住宅	I33	2. 老人福祉・サービス	U32
E.被服品		(建売住宅 I33)		4. 他の保健・福祉	U40
1. 被服品一般	E10	(借家 L-I33)		V.他の役務	
2. 和服	E20	(注文住宅 M-I33)		1. 外食・食事宅配	V10
3. 洋服		(増改築 M-I33)		2. 冠婚葬祭	V20
1. 洋服一般	E31	4. 他の建物	I34	3. 家事サービス	V30
4. 子供洋服	E34	4. 住宅構成材	I40	4. 役務その他	V40
5. 洋装下着	E35	5. 住宅設備		W.内職・副業・お済み講	
6. 紳士・婦人洋服	E36	1. 空調・冷暖房・給湯設備	I51	1.5. 内職・副業一般	W15
4. 身の回り品		2. 衛生設備	I52	3. 自動販売機	W30
1. 履物	E41	3. 屋外装備品	I53	4. 内職・副業	W40
2. かばん	E42	4. 他の住宅設備	I54	5. 無罪連鎖講	W50
3. アクセサリー	E43	J.他の商品	J00	X.他の行政サービス	X00
4. 他の身の回り品	E44	K.クリーニング	K	Z.他の相談	
5. 生地・糸類	E50	L.レンタル・リース・貸借	L	1. 消費者運動	Z10
6. 他の被服品	E60	M.工事・建築・加工	M	(消費者問題一般)	
F.保健衛生品		N.修理・補修	N	2. 家庭管理	Z20
1. 保健衛生品一般	F10	O.管理・保管	O	3. 健康管理	Z30
2. 医薬品	F20	P.役務一般	P00	4. 相隣関係	Z40
3. 医療用具	F30	Q.金融・保険サービス		5. 慣習・しきたり	Z50
4. 化粧品	F40	1. 金融・保険一般	Q10	6. 婚姻	Z60
5. 理美容器具・用品	F50	2. 生命保険	Q20	7. 相続	Z70
		3. 損害保険	Q30	8. 相談その他	Z80
		3.5. その他の保険	Q35		

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	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
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
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
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
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
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
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
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
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
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
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
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
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
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

(参考5) 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 鎌倉福祉会館内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	平塚市遠開町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 [茅ヶ崎市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]	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]	足柄上郡大井町金子1995 大井町役場内	月～金	8:30～17:15	0465-85-5002	
松田町	松田町観光経済課 [職員が対応]	足柄上郡松田町松田惣領2037 松田町役場内	月～金	8:30～17:15	0465-83-1228	
山北町	山北町商工観光課 [職員が対応]	足柄上郡山北町山北1301-4 山北町役場内	月～金	8:30～17:15	0465-75-3646	
開成町	開成町産業振興課 [職員が対応]	足柄上郡開成町延沢773 開成町役場内	月～金	8:30～17:15	0465-84-0317	
箱根町	箱根町総務防災課 [職員が対応]	足柄下郡箱根町湯本256 箱根町役場内	月～金	8:30～17:15	0460-85-7160	
真鶴町	真鶴町町民生活課 [職員が対応]	足柄下郡真鶴町岩244-1 真鶴町役場内	月～金	8:30～17:15	0465-68-1131(代)	
湯河原町	湯河原町住民課 [職員が対応]	足柄下郡湯河原町中央2-2-1 湯河原町役場内	月～金	8:30～17:15	0465-63-2111(代)	
愛川町	愛川町住民課	愛甲郡愛川町角田251-1 愛川町役場内	月・木	10:00～12:00、13:00～15:00	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）