

## 平成30年度 消費生活相談概要

## I 消費生活相談の概況

## 1 相談件数の推移（表1、図1）

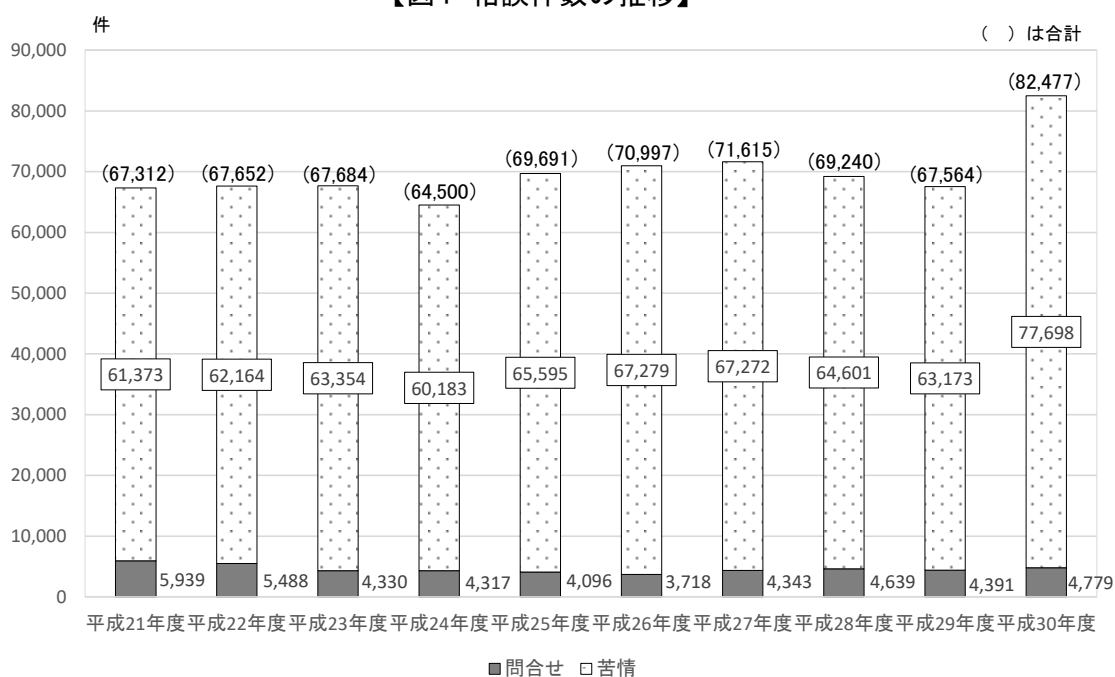
神奈川県内の消費生活センター等で受け付けた相談総件数（「苦情」と「問合せ」の合計）は82,477件で、前年度と比べ14,913件（22.1%）増加しています。

相談総件数のうち、「苦情」は77,698件で、前年度と比べ14,525件（23.0%）増加しています。

【表1 相談総件数とその内訳(前年度比較)】

	単位:件		
	苦情	問合せ	相談総件数
平成30年度(A)	77,698	4,779	82,477
平成29年度(B)	63,173	4,391	67,564
増減(A-B)	14,525	388	14,913
前年度比(A/B)	123.0%	108.8%	122.1%

【図1 相談件数の推移】



## 2 苦情相談の品目別1位は「商品一般」（表2）

- 1位は「商品一般」の23,187件で、前年度（6,770件）と比べ約3.4倍に急増しています。「訴訟」や「差押え」をほのめかし不安をあおり、連絡した人に様々な理由をつけて金銭を要求する、いわゆる架空請求ハガキ等の相談が急増したことが主な要因です。
- 2位は「デジタルコンテンツ（※）」の8,125件で、前年度（9,381件）と比べ1,256件（13.4%）減少しています。ショートメッセージサービスを悪用した架空請求や、アダルトサイトのワンクリック請求の相談が減少したことが主な要因です。

※ 「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

### 3 増加率が高い品目（表2）

- 増加率1位は、「商品一般（1位）」の23,187件で、前年度（6,770件）と比べ約3.4倍と急増しています。ハガキ等による架空請求の相談が急増したことが主な要因です。
- 増加率2位は、「ファンド型投資商品（12位）」の737件で、前年度（410件）と比べ約1.8倍に急増しています。農産加工品オーナー制度等の運用事業者の倒産が主な要因です。
- 増加率3位は、「電気（18位）」の506件で、前年度（300件）と比べ、約1.7倍に増加しています。「電気料金が安くなると電話で勧誘され、契約を承諾していないのにも関わらず契約先が切り替わっていた」等の電力小売自由化に関する相談が寄せられています。

【表2 苦情相談の上位15品目（前年度比較）】

単位：件

順位	品目	平成30年度	平成29年度	前年度比	備考
	[苦情相談件数]	[77,698]	[63,173]	123.0%	
1	商品一般	23,187	6,770	342.5%	架空請求等の商品を特定できない相談
2	デジタルコンテンツ	8,125	9,381	86.6%	他のデジタルコンテンツ5,369、アダルト情報サイト1,404、出会い系サイト550
3	不動産貸借	2,725	2,919	93.4%	賃貸アパート2,363、借家161、不動産貸借サービス87
4	工事・建築	2,553	2,523	101.2%	屋根工事575、塗装工事371、新築工事330
5	健康食品	1,998	1,953	102.3%	
6	インターネット接続回線	1,828	1,801	101.5%	
7	携帯電話サービス	1,485	1,401	106.0%	
8	化粧品	1,455	1,175	123.8%	
9	役務その他サービス ※	1,146	1,095	104.7%	
10	修理サービス	969	903	107.3%	
11	フリーローン・サラ金	765	865	88.4%	
12	ファンド型投資商品	737	410	179.8%	
13	四輪自動車	731	794	92.1%	
14	テレビ放送サービス	602	796	75.6%	テレビ放送サービス434、衛星テレビ放送168
15	新聞	596	574	103.8%	

<参考>

18	電気	506	300	168.7%	「電力小売自由化」に関するものを含む
----	----	-----	-----	--------	--------------------

※ 役務その他サービス：パソコン使用中に突然警告音が鳴り、誘導されたサイトでサポート契約等をしてしまった等

(注) 割合(%)の数値は、小数点第2位を四捨五入した値になっている。

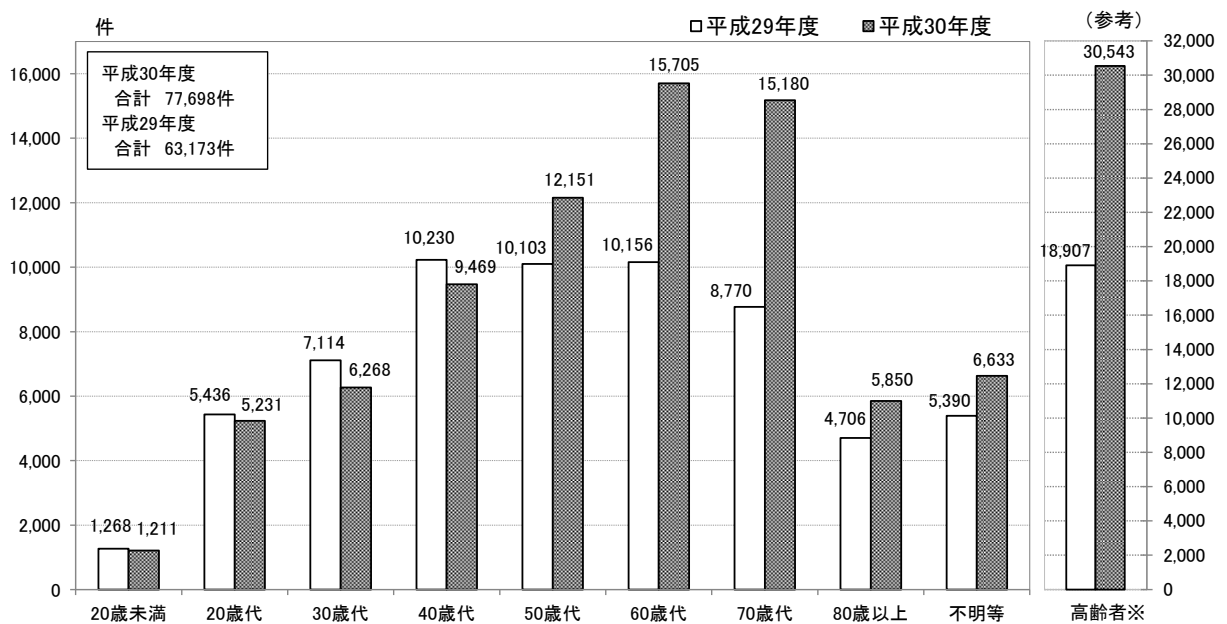
#### 4 年代別の状況（図2、表3）

##### 契約当事者（※）の年代別1位は60歳代！50歳代以上で件数が増加！

- 契約当事者を年代別にみると、最も件数が多いのは「60歳代」の15,705件（構成比20.2%）です。2位は「70歳代」の15,180件（同19.5%）、3位は「50歳代」の12,151件（同15.6%）と続いています。
- 平成30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60歳代が約1.5倍、70歳代が約1.7倍と増加率が高くなっており、これは急増している架空請求ハガキ等が主に60歳代、70歳代を中心に多く送り付けられていることが影響していると思われます。

※ 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。

【図2 苦情相談の契約当事者年代別件数(前年度比較)】



※ 高齢者：契約当事者が65歳以上

【表3 苦情相談の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30年度	1,211	5,231	6,268	9,469	12,151	15,705	15,180	5,850	6,633	30,543
(構成比)	(1.6%)	(6.7%)	(8.1%)	(12.2%)	(15.6%)	(20.2%)	(19.5%)	(7.5%)	(8.5%)	(39.3%)
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
(前年度比)	(95.5%)	(96.2%)	(88.1%)	(92.6%)	(120.3%)	(154.6%)	(173.1%)	(124.3%)	(123.1%)	(161.5%)

(注) 構成比は、小数点第2位を四捨五入した値になっている。

## Ⅱ 高齢者（契約当事者が65歳以上）の苦情相談

### 1 相談状況（表1）

- 平成30年度の高齢者の苦情相談件数は30,543件で、前年度（18,907件）と比べ11,636件（61.5%）増加しています。苦情相談件数（77,698件）に占める割合は約4割（39.3%）となっており、前年度（29.9%）と比べ9.4ポイント増加しました。これは、神奈川県の高齢者の人口構成比（24.9%（平成30年1月1日現在））を大きく上回っています。

【表1「高齢者」の苦情相談件数推移】

単位：件				
区 分	平成28年度	平成29年度	平成30年度	前年度比
高齢者の苦情相談件数(A)	17,820	18,907	30,543	161.5%
	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	
65歳～69歳	4,865	5,431	9,513	175.2%
(構成比)	(27.3%)	(28.7%)	(31.1%)	
70歳代	8,318	8,770	15,180	173.1%
(構成比)	(46.7%)	(46.4%)	(49.7%)	
80歳以上	4,637	4,706	5,850	124.3%
(構成比)	(26.0%)	(24.9%)	(19.2%)	
苦情相談件数(B)	64,601	63,173	77,698	123.0%
苦情相談件数に占める 高齢者の相談の割合(A)/(B)	27.6%	29.9%	39.3%	
神奈川県の高齢者の人口における 65歳以上の割合 ※	24.0%	24.5%	24.9%	

(注) 構成比は、小数点第2位を四捨五入した値になっている。

※ 神奈川県年齢別人口統計調査による（各年1月1日現在）

### 2 上位品目（表2）

- 1位は「商品一般」の13,930件で、前年度（2,964件）と比べ4.7倍と激増しています。ハガキ等による架空請求の相談が急増したことが主な要因です。
- 6位の「ファンド型投資商品」が434件で、前年度（214件）と比べ約2倍と急増しています。これは高齢者を中心に融資を募っていた農産加工品オーナー制度を運用していた事業者が倒産したことに関連した相談が増えたことが要因です。

【表2「高齢者」の苦情相談上位品目】

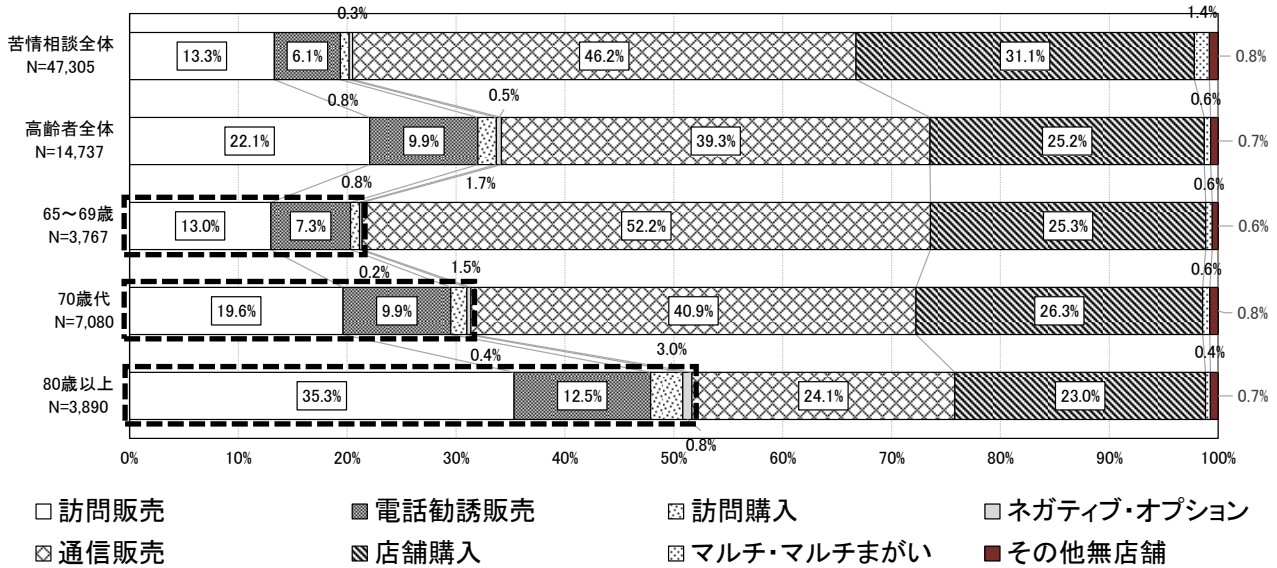
単位：件					
	品 目	平成30年度	平成29年度	対前年度比	備 考
		[ 30,543 ]	[ 18,907 ]	161.5%	
1	商品一般	13,930	2,964	470.0%	
2	デジタルコンテンツ	2,208	2,481	89.0%	他のデジタルコンテンツ1,710、アダルト情報サイト363、出会い系サイト52
3	工事・建築	1,293	1,191	108.6%	屋根工事361、塗装工事186、衛生設備工事173
4	インターネット接続回線	676	619	109.2%	
5	健康食品	541	493	109.7%	
6	ファンド型投資商品	434	214	202.8%	
7	役務その他サービス	418	332	125.9%	
8	携帯電話サービス	409	405	101.0%	
9	修理サービス	408	369	110.6%	
10	新聞	364	312	116.7%	

(注) 割合(%)の数値は、小数点第2位で四捨五入した値になっている。

### 3 販売購入形態別状況

- 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）」の割合が上昇（図中点線枠囲い部分）し、「通信販売」や「店舗購入」の割合が減少しています。（図1）
- 80歳以上では「訪問販売」と「電話勧誘販売」で約半数を占めています。（図1）
- 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、65.9%を占めているほか、「訪問販売」と「電話勧誘販売」でも5割以上が高齢者の相談となっています。（表3）

【図1 「高齢者」の苦情相談 販売購入形態別割合(不明・無関係は除く)】



(注) 構成比は、小数点第2位を四捨五入した値になっている。

【表3 主な販売購入形態別 高齢者の占める割合】

単位: 件

主な特殊販売※	高齢者の占める割合	高齢者	全体
訪問購入	65.9%	251	381
訪問販売	51.7%	3,252	6,292
電話勧誘販売	51.0%	1,464	2,871
ネガティブ・オプション (いわゆる送り付け商法)	46.3%	69	149
通信販売	26.4%	5,779	21,871
マルチ・マルチまがい	12.9%	85	661

※「その他無店舗」、「不明・無回答」は除く。

(注) 割合(%)の数値は、小数点第2位で四捨五入した値になっている。

#### 4 販売方法・手口（※）別状況（表4）

- 架空請求ハガキ等の相談が多く寄せられたため、「架空請求」、「身分詐称」が前年度と比べ、急増しています。
- 農産加工品オーナー制度等のファンド型投資商品や仮想通貨、FX投資等が含まれる「利殖商法」が466件で、前年度（258件）と比べ約1.8倍に増加しています。

※「販売方法・手口」の詳細は「平成30年度 神奈川県内における消費生活相談に関するデータ集」P44参照

【表4「高齢者」の苦情相談 販売方法・手口別上位10位】

単位:件

	販売方法・手口	平成30年度	平成29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	架空請求	14,094	3,877	363.5%	410	13	①商品一般12,883、②デジタルコンテンツ1,088、③他のネット通信関連サービス51、④音響・映像機器14、⑤金融関連サービスその他7
2	身分詐称	5,966	1,681	354.9%	824	42	①商品一般4,941、②デジタルコンテンツ460、③インターネット接続回線76、③他の保健・福祉76、⑤社会保険68
3	電子商取引	3,455	3,331	103.7%	236	89	①デジタルコンテンツ1,889、②商品一般298、③健康食品184、④化粧品147、⑤役務その他サービス140
4	家庭訪販	3,106	3,116	99.7%	2,030	1,287	①工事・建築821、②新聞286、③修理サービス209、④テレビ放送サービス124、⑤山林121
5	電話勧誘	2,490	2,629	94.7%	2,166	1,343	①インターネット接続回線441、②商品一般247、③山林111、④役務その他サービス99、⑤工事・建築91
6	点検商法	542	499	108.6%	877	283	①工事・建築288、②駆除サービス43、③役務その他サービス38、④修理サービス37、⑤建物清掃サービス30
7	無料商法	499	433	115.2%	450	129	①デジタルコンテンツ102、②工事・建築72、③役務その他サービス28、④インターネット接続回線27、⑤修理サービス23
8	利殖商法	466	258	180.6%	5,485	5,254	①ファンド型投資商品292、②デジタルコンテンツ42、③公社債21、④株18、⑤中古分譲マンション16
9	二次被害	416	446	93.3%	5,831	2,615	①山林142、②商品一般89、③別荘地40、④土地29、⑤役務その他サービス23
10	テレビショッピング	358	310	115.5%	53	14	①健康食品55、②化粧品44、③ふとん類18、④衛生用品その他15、④健康器具15

(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、件数の合計は相談件数と一致しない。

(注)割合(%)の数値は、小数点第2位で四捨五入した値になっている。

#### 5 契約購入金額・既支払額（表5）

- 契約購入金額と既支払額の平均値の推移をみると、平成30年度は、契約購入金額では高齢者が高齢者以外と比べ約1.2倍、既支払額では高齢者が高齢者以外と比べ約2.4倍となっており、高齢者の相談では高齢者以外と比べ高額となっています。
- 平成30年度の平均既支払額が高齢者において高額（前年度比約1.9倍）になっているのは、倒産した農産加工品オーナー制度に高額の投資をしていたという相談が多く寄せられたためと考えられます。

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

単位:千円

	区分	平成28年度	平成29年度	平成30年度
平均契約購入金額	高齢者	1,594	1,640	1,442
	高齢者以外	1,132	1,147	1,201
平均既支払額	高齢者	870	893	1,717
	高齢者以外	396	366	728

### Ⅲ 若者（契約当事者が30歳未満）の苦情相談

#### 1 相談状況（表1）

- 平成30年度の若者の苦情相談件数は6,442件で、前年度（6,704件）と比べ262件（3.9%）減少しています。苦情相談件数（77,698件）に占める割合は8.3%となっています。

【表1「若者」の苦情相談件数推移】

単位：件

区 分	平成28年度	平成29年度	平成30年度	前年度比
若者の苦情相談件数(A)	7,411 (100.0%)	6,704 (100.0%)	6,442 (100.0%)	96.1%
未成年(20歳未満) (構成比)	1,557 ( 21.0%)	1,268 ( 18.9%)	1,211 ( 18.8%)	95.5%
20歳代 (構成比)	5,854 ( 79.0%)	5,436 ( 81.1%)	5,231 ( 81.2%)	96.2%
苦情相談件数(B)	64,601	63,173	77,698	123.0%
苦情相談件数に占める 若者の相談の割合(A)/(B)	11.5%	10.6%	8.3%	

(注) 構成比は、小数点第2位を四捨五入した値になっている。

#### 2 上位品目（表2）

- 若者の苦情相談の上位品目をみると、7位の「他の内職・副業」が前年度と比べ約1.5倍に増加しています。SNSで知り合った人からオンラインカジノの広告をするだけで稼げると言われ契約したが、説明通りの収入が得られないといった相談が増えているためと考えられます。

【表2「若者」の苦情相談上位品目】

単位：件

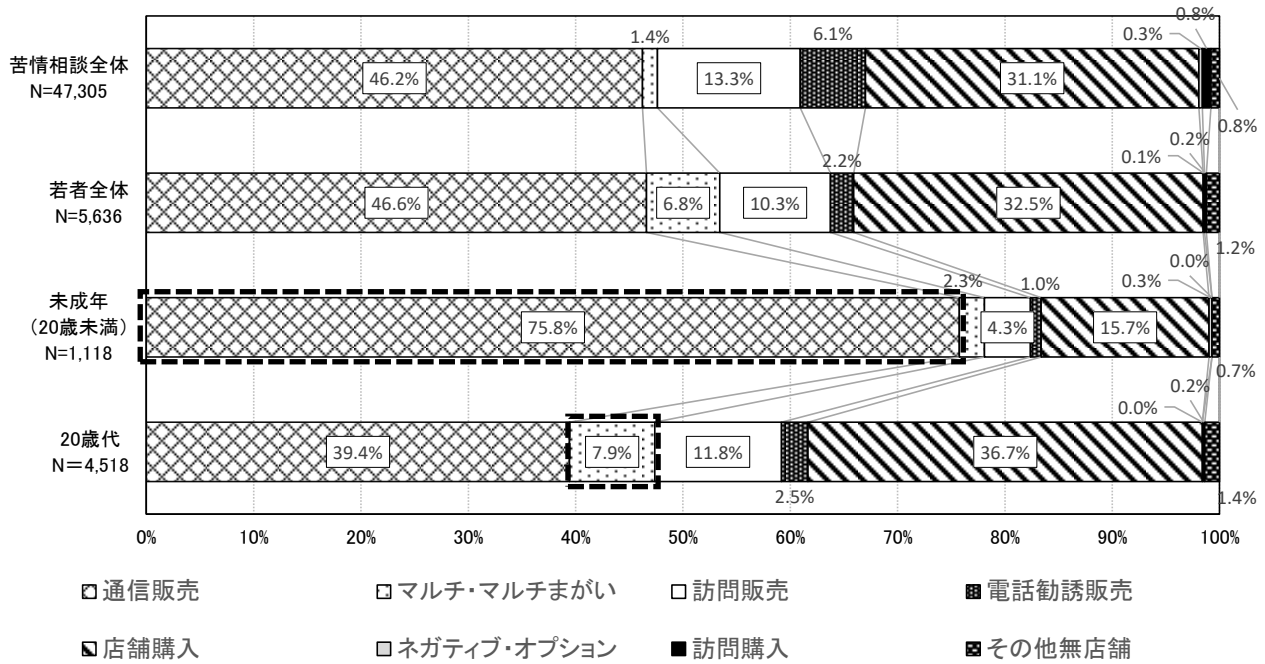
順位	品 目	平成30年度	平成29年度	対前年度比	備 考
		[ 6,442]	[ 6,704]	96.1%	
1	デジタルコンテンツ	1,233	1,261	97.8%	他のデジタルコンテンツ540、アダルト情報サイト226、出会い系サイト190
2	不動産貸借	437	460	95.0%	
3	商品一般	316	241	131.1%	
4	エステティックサービス	273	426	64.1%	脱毛エステ141、痩身エステ53、美顔エステ48
5	健康食品	213	276	77.2%	
6	化粧品	194	166	116.9%	
7	他の内職・副業	154	106	145.3%	
8	携帯電話サービス	127	129	98.4%	
9	インターネット接続回線	118	149	79.2%	
	役務その他サービス	118	121	97.5%	

(注) 割合(%)の数値は、小数点第2位で四捨五入した値になっている。

### 3 販売購入形態別状況

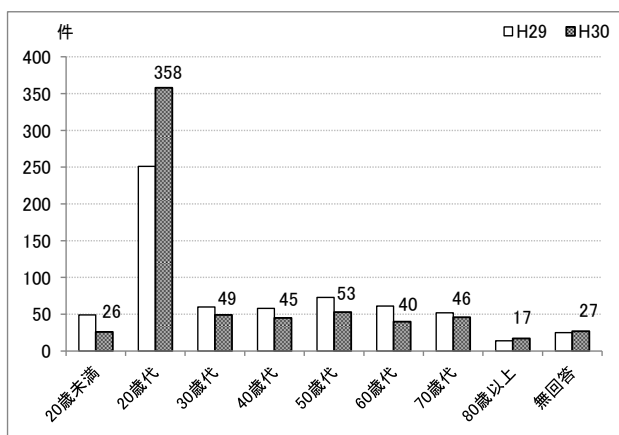
- 未成年では、「通信販売」の割合が7割超を占め、20歳代では未成年と比べ「マルチ・マルチまがい」の割合が増加しています（図中点線枠囲い部分）。（図1）
- 「マルチ・マルチまがい」の契約当事者年代別件数をみると、20歳代の件数が突出して多く、また、相談件数も前年度と比べ大きく増加しています。（図2）
- 主な販売購入形態について若者の占める割合をみると、「マルチ・マルチまがい」が他の販売購入形態と比べて突出して高く、5割超が若者の相談となっています。（表3）

【図1 「若者」の苦情相談 販売購入形態別割合(不明・無関係除く)】



(注) 構成比は、小数点第2位を四捨五入した値になっている。

【図2 「マルチ・マルチまがい」契約当事者年代別件数】



【表3 主な販売購入形態別若者の占める割合】

単位: 件

主な特殊販売※	若者の占める割合	若者	全体
マルチ・マルチまがい	58.1%	384	661
通信販売	12.0%	2,627	21,871
訪問販売	9.2%	581	6,292
ネガティブ・オプション (いわゆる送り付け商法)	4.7%	7	149
電話勧誘販売	4.3%	123	2,871
訪問購入	2.6%	10	381

※「その他無店舗」、「不明・無回答」は除く。



#### 4 販売方法・手口別状況（表4）

- 前年度と比べ、商品を販売し会員になり他の顧客に紹介することで利益を得ることができる「紹介販売」に関する相談が約 1.8 倍となっています。また、高配当や高利回りで勧誘し出資金等をだまし取る「利殖商法」の相談が約 1.5 倍と増加しています。若者は、これらを学生時代の友人から紹介、勧誘されるケースが目立っています。
- 高額な契約を勧誘された際、お金がないと断ったところ、学生ローン等で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）」に関する相談が約 1.6 倍となっています。

【表4 「若者」の苦情相談 販売方法・手口別上位 10 位】

単位：件

	販売方法・手口	平成30年度	平成29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	2,367	2,640	89.7%	160	66	①デジタルコンテンツ989、②健康食品172、③化粧品158、④商品一般79、⑤コンサート45
2	SNS	607	543	111.8%	404	238	①デジタルコンテンツ181、②他の内職・副業60、③役務その他サービス26、④健康食品25、⑤他のデリバティブ取引23、⑥教養・娯楽サービスその他23
3	サイドビジネス商法	517	393	131.6%	440	266	①デジタルコンテンツ136、②他の内職・副業120、③教養娯楽教材40、④役務その他サービス37、⑤商品一般23
4	家庭訪販	301	353	85.3%	1,778	319	①テレビ放送サービス43、②インターネット接続回線35、③新聞25、④電気16、⑤モバイルデータ通信14
5	無料商法	257	277	92.8%	380	58	①デジタルコンテンツ79、②エステティックサービス50、②ミネラルウォーター14、④健康食品9、⑤医療サービス8
6	クレ・サラ強要商法	255	162	157.4%	692	489	①デジタルコンテンツ47、②教養・娯楽サービスその他38、③教養娯楽教材34、④パソコンソフト20、⑤他の内職・副業18
7	紹介販売	217	124	175.0%	1,169	339	①教養・娯楽サービスその他38、②他の内職・副業36、③デジタルコンテンツ15、④商品一般13、⑤教養娯楽教材12
8	ワンクリック請求	211	298	70.8%	286	21	①デジタルコンテンツ207、②商品一般1、②興行所1、②司法書士1、②役務その他サービス1
9	利殖商法	201	131	153.4%	2,081	1,153	①デジタルコンテンツ47、②ファンド型投資商品25、③投資用マンション23、④教養・娯楽サービスその他21、⑤教養娯楽教材19、⑤他のデリバティブ取引19
10	アポイントメントセールス	190	142	133.8%	608	298	①デジタルコンテンツ26、②他の内職・副業22、③タレント・モデル養成教室21、④教養・娯楽サービスその他20、⑤役務その他サービス14

(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、件数の合計は相談件数と一致しない。

(注) 割合(%)の数値は、小数点第2位で四捨五入した値になっている。

#### 5 契約購入金額・既支払額（表5）

- 契約購入金額と既支払額の平均値は、若者以外と比べるといずれも低額となっていますが、前年度と比べ金額は増加しています。これは、投資用マンションや仮想通貨への投資、購入を勧めることから契約購入金額や既支払額が高額となる傾向にある「利殖商法」に関する相談が増加していることが主な要因と考えられます。

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

単位：千円

	区分	平成28年度	平成29年度	平成30年度
平均契約購入金額	若者	621	616	786
	若者以外	1,355	1,387	1,351
平均既支払額	若者	148	156	354
	若者以外	579	563	1,116

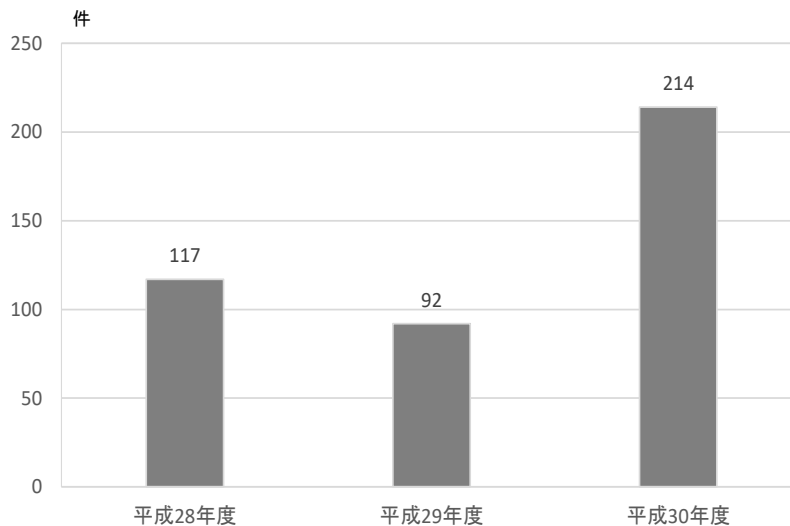
## IV 特徴的な苦情相談

### 1 「電力小売自由化」に関する相談（※）

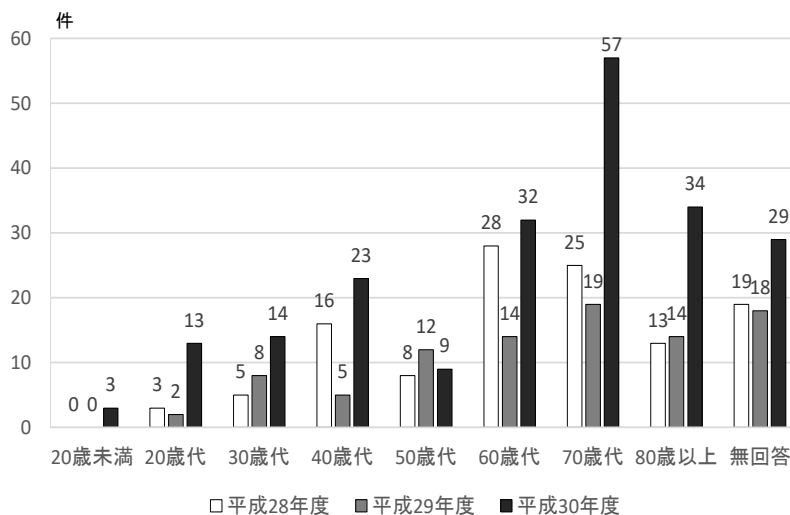
※ 神奈川県内における PIO-NET(パイオネット：全国消費生活情報ネットワークシステム)に登録されたデータで、指定ワード「電力小売自由化」が付与されている相談について分析した。

- 平成28年4月1日に電力小売が全面自由化となりました。それ以降県内の消費生活センターには電気の契約先の切替えの勧誘に関する相談が多く寄せられるようになり、平成30年度の相談件数は214件と、前年度(92件)と比べ2倍以上になっています。(図1)
- 年代別の特徴をみると、平成30年度は70歳代の相談が最も多く、高齢者を中心に相談が寄せられている状況です。しかし、20歳代や30歳代の相談も一定数寄せられており、年齢を問わず注意する必要があります。(図2)
- 販売購入形態別の割合をみると、平成30年度において電話勧誘販売が増加しており、また、約7割が電話勧誘販売や訪問販売(図中点線枠囲い部分)といった不意打ち的な勧誘によって行われていることが特徴として挙げられます。(図3)

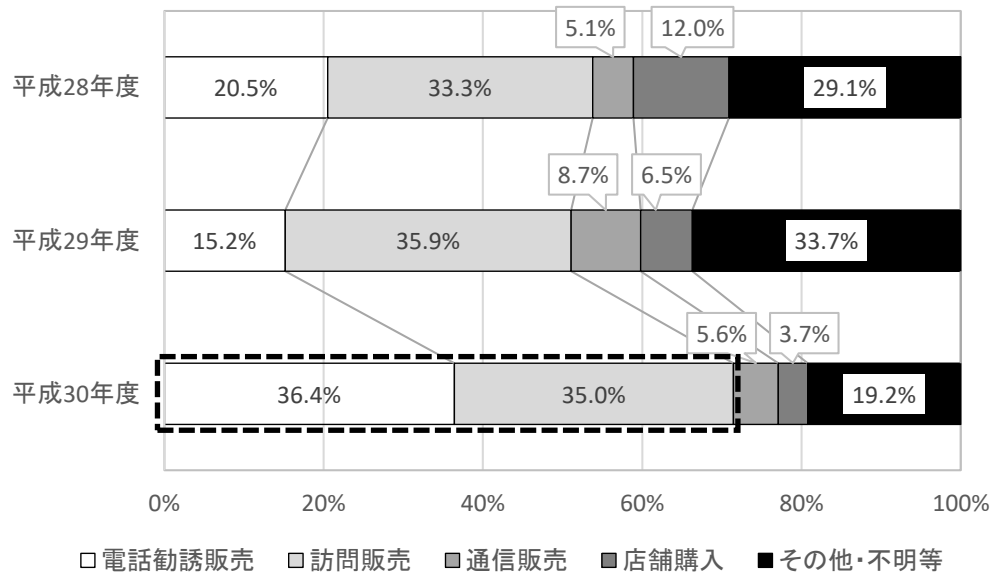
【図1 相談件数推移(平成28年度以降)】



【図2 契約当事者年代別件数(平成28年度以降)】



【図3 販売購入形態別の割合(平成 28 年度以降)】



(注) 構成比は、小数点第2位を四捨五入した値になっている。

—このような相談が寄せられています—

- ◆ 「電気代が今より安くなる」と言われ切替えを承諾したが、以前より料金が高くなった。
- ◆ 現在契約している事業者からの電話と思い、検針票に記載された情報を伝えたところ、知らないうちに契約先が変わっていた。
- ◆ 契約を取り消そうと連絡をしたが、2年間の継続契約と言われ違約金を請求された。

—消費生活センターからアドバイス—

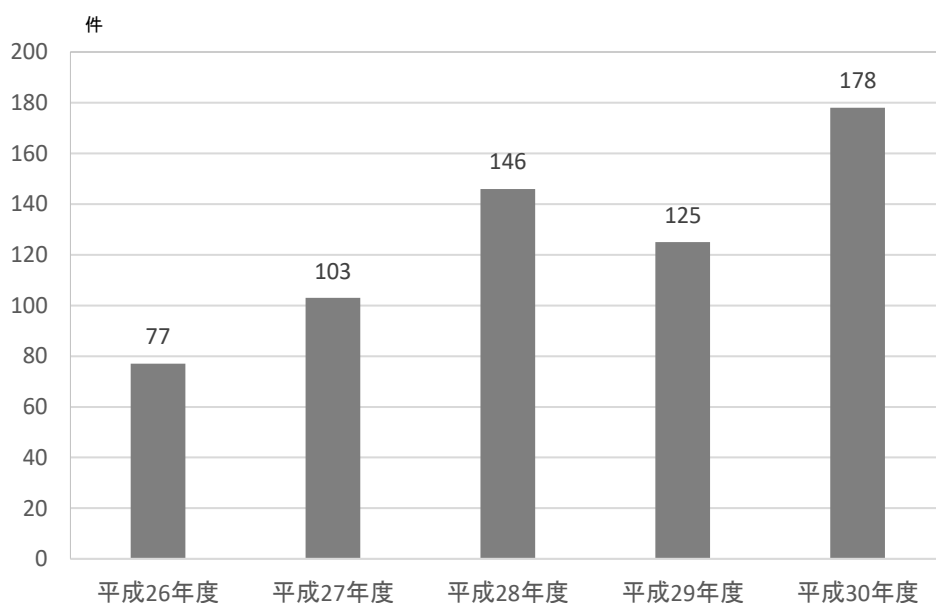
- ◇ 電話や訪問で「電気代が安くなる」プランを勧誘されたときは、まず現在契約している事業者かどうかよく確認しましょう。
- ◇ 電気の契約を切り替えるとき、①契約者名義、②住所、③顧客番号、④供給地点特定番号が必要となります。上記のものは現在の契約先が発行する検針票に記載されている情報ですが、中にはこれらの情報を伝えただけで手続きがされてしまったものもあり、意に反して切替えの契約をしたことになって驚いたという相談が多く寄せられています。契約する意思がなければ検針票を見せたり、情報を答えたりしないようにしてください。
- ◇ ガス、電話やケーブルテレビ等「電気以外のサービスとセットにすると安くなる」と言われ契約したところ、結果的に費用が高くなったという相談があります。自分には不要なサービスが含まれていないか、よく契約内容を確認しましょう。
- ◇ 電気の契約先切替えに関する契約は、電話勧誘販売や訪問販売によってされることが多く、その場合はクーリング・オフ制度により無償で契約を解除できる場合があります。不審に思ったときや契約トラブルで困ったときはお近くの消費生活センターにご相談ください。

## 2 「損害保険が使えると勧誘する住宅修理サービス」に関する相談（※）

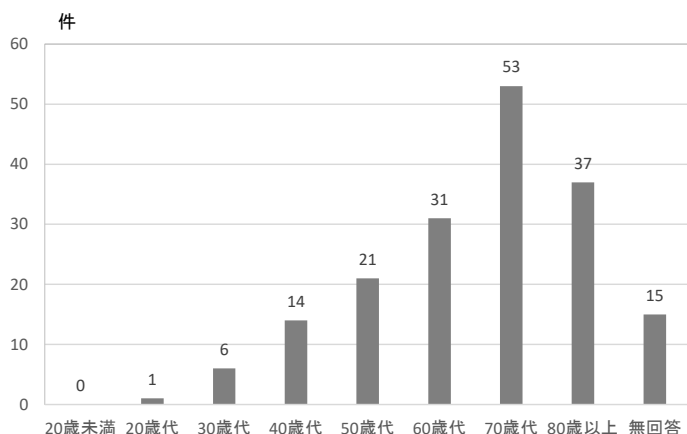
※ 神奈川県内における PIO-NET(パイオネット：全国消費生活情報ネットワークシステム)に登録されたデータで、住宅等の修理サービスのうち保険金が使えると勧誘されたという相談について分析した。

- 「損害保険を使えば自己負担なく屋根の修理ができる」等と勧誘する修理サービスに関する相談が増加しており、平成30年度は178件で、前年度（125件）と比べ約1.4倍となっています。（図1）
- 年代別の特徴をみると、70歳代が最も多く、次に80歳以上、60歳代と続いており、主に高齢層の相談が寄せられている傾向があります。（図2）
- 相談内容をみると、「家庭訪販」や「電話勧誘」で勧誘されたケースが多く、「見積り」や点検を行い、「自己負担なく住宅の修理ができる」と持ちかける「点検商法」について、「信用性」を問う内容等が寄せられています。（表1）
- 特徴として、保険金にあわせて工事内容を決める等、事業者による工事の内容や必要性の説明が不十分であったと疑われるケースや、工事を見合わせることにしたり別の事業者に工事の請負先を変更したりしたとき「保険金の40%」等の高額な解約料や保険申請手数料を請求されたというケースが多く見受けられます。
- 事業者から「災害で壊れたことにして保険金の請求を」と持ちかけられたという相談もありますが、経年劣化による住宅の損傷は損害保険の支払いの対象にならないので注意が必要です。

【図1 相談件数推移（平成26年度以降）】



【図2 契約当事者年代別件数(平成30年度)】



【表1 相談内容上位10位(平成30年度)】

	平成30年度	件数 [178]
1	家庭訪販	153
2	信用性	76
3	見積り	53
4	点検商法	52
5	電話勧誘	50
6	契約書・書面	48
7	自然災害	46
8	強引	35
9	無料商法	28
10	解約	27

※ 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、件数の合計は相談件数と一致しない。

—このような相談が寄せられています—

- ◆ 自己負担なしで工事ができると言われ、必要性が疑わしい工事を勧められた。
- ◆ 考え直して解約しようとしたところ、違約金を請求された。
- ◆ 申込時に保険申請に関する手数料の説明がなかったが、あとで高額な手数料を請求された。
- ◆ 事業者が出した工事の見積額よりも保険会社から支払われる保険金額の方が少なく、トラブルになった。

—消費生活センターからアドバイザー—

- ◇ 住宅の損傷に対して保険金が支払われるかどうかを判断するのは保険会社です。保険金がいくら支払われるのか、そもそも保険金が支払われるのかも分かりません。勧誘してきた事業者とすぐに契約せず、まずは現在契約している損害保険会社へ連絡しましょう。
- ◇ 「本日中午なら割引がある」等と急かされても、決してその場では契約せず、工事の必要性や料金の妥当性を確認するために複数の事業者から見積りを取りましょう。
- ◇ 訪問販売や電話勧誘販売によって勧誘され契約した場合は、クーリング・オフ制度により無償で契約を解除できる場合があります。不審に思ったときや契約トラブルで困ったときはお近くの消費生活センターにご相談ください。

「平成30年度 神奈川県内における消費生活相談に関するデータ集」も御覧ください。

<http://www.pref.kanagawa.jp/docs/r7b/cnt/f370221/p201907.html>



## ○「電力小売自由化」に関する電話勧誘

(当事者) 30歳代 女性

(相談内容) 8日前、妻が来訪した事業者から検針票の提示を求められ、「ご主人の氏名と携帯電話番号を提供していただけますか」と言われ提供したところ、昨日、知らない事業者から契約後交付書面という書面が届いた。支払方法登録申請書として、クレジットカードや口座振替の手続きを促す書面も同封されていた。妻はてっきり契約中の電気事業者との関連で来訪したのだと勘違いしたようだが、別事業者の電気小売の勧誘であったようで、知らない事業者と契約したことになる。そもそも妻は申し込んだつもりはないと言っており、解約したい。

(対応) 勧誘を受けた妻から聞き取りをしたところ、契約している大手電力会社が来訪したと誤認したとのことだった。相談者へ届いた書面を確認したところ契約内容について記された重要事項説明書や契約締結に対する礼状等を確認した。それらの書類から契約中の電力会社とは異なる事業者であることを確認した。契約先は電力小売全面自由化に伴い参入した事業者と思われ、使用料明細書に記載されている顧客番号を提示すれば、契約内容の詳細が知られてしまうことを伝えた。特定商取引法のクーリング・オフ制度の適用があることを伝え、速やかにその手続きをするよう助言した。消費生活センターから事業者へ相談者がクーリング・オフを行使したこと及び販売方法の問題点を指摘した。後日相談者より、事業者から解除の手続きを取ったと連絡があった旨の報告を受け、相談対応を終了とした。

## ○損害保険が使えると勧誘する住宅修理サービス

(当事者) 70歳代 男性

(相談内容) 一昨日、損害保険を使って家屋の修理ができると女性から電話があった。「台風等で家屋に被害があれば、保険金の範囲で修理するので来訪して家屋の調査をする」と言われた。翌日、事業者が調査に来訪し、歪んでいる雨樋を見て「雨樋が壊れているので保険で直しましょう」と言った。築30年以上経っており、「もともと雨樋は歪んでいる」と伝えたが、「保険金申請は当社がするので問題ない」と言い、私がすることは契約している保険会社から申請書類を取り寄せるだけだと言われた。住宅被災申請サポート業務契約覚書を渡され署名したが、同時に渡された火災保険申請の流れを見ると保険会社へ電話で申請する際の言い方等の申請手順が書いてあり、保険会社をだましているようで不安になった。それでも保険会社に手順通り申請したところ、申請書類が送られてくることになった。保険会社から書類が届いたら事業者へ電話をするようにと言われていたがやめたい。

(対応) 事業者から渡された書類の送付を依頼し、その書類を確認したところ「保険金が入金されたら5営業日以内に申請サポートを行う事業者の指定工務店に着手金として半額を支払う」、「指定工務店で工事をしない場合は保険金の半額を支払うこと」等の内容が記載されていた。今回の住宅被災申請サポート業務契約は、雨樋補修工事と一体化したものと解されるが、もともと歪んでいる雨樋を自然災害が原因という理由で申請することは、事業者に加担して保険会社に虚偽の申請をすることになると伝えた。相談者から契約を解除したいと言われたため、クーリング・オフの通知方法を助言した。相談者が通知した後、消費生活センターからも事業者へ販売方法の問題点を申し入れたところ速やかに解除の手続きを取ると回答があり、それを相談者に伝え終了した。