



消費生活相談の動向 2018

- 平成29年度の相談分析
- 訪問販売トラブルの分析

横浜市消費生活総合センター

【概要版】



この報告書は、当センターに集まっている年間2万件を超える消費生活相談の内容を、年度ごとに重点的なテーマも設定しながら、掘り下げた分析を行ったものです。

今回は、高齢となるにつれて高額な消費者被害につながりやすい「訪問販売のトラブル」について、重点テーマとして分析し、第2章でまとめています。

第1章 相談全体について

第1節 相談全体の概要

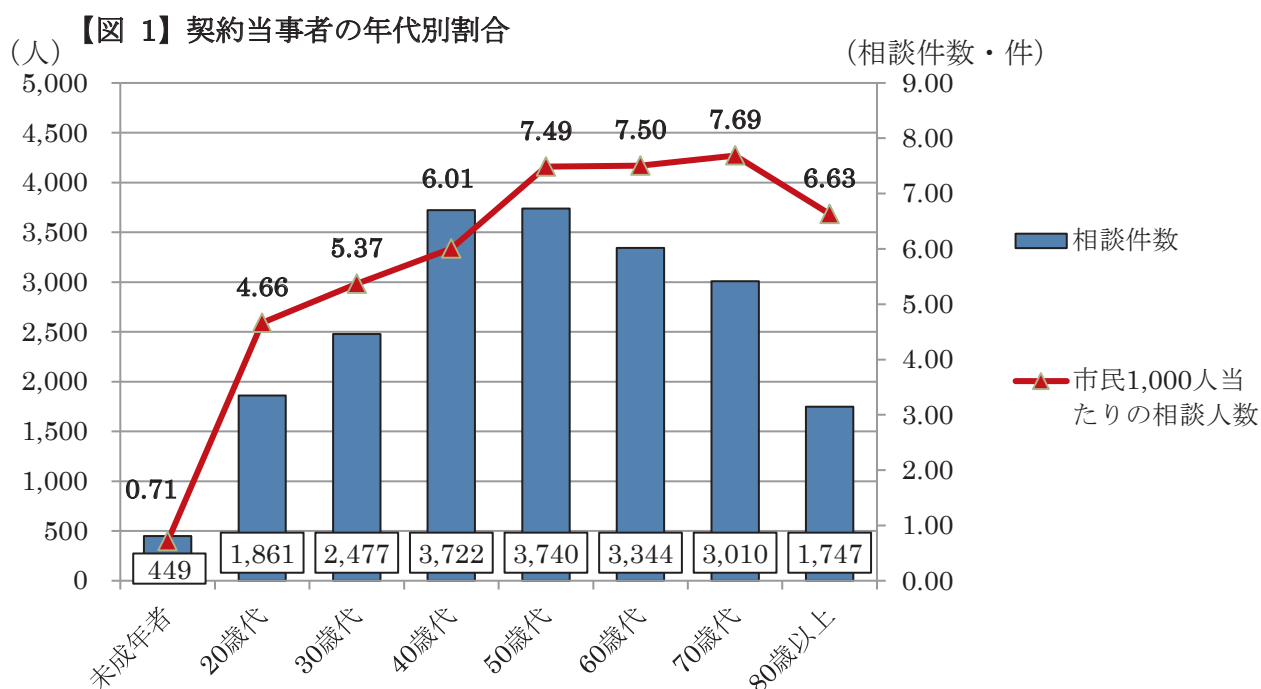
平成29年度の相談件数は21,950件で、前年度に比べて1,407件減少（6.0%減）しました。横浜市民1,000人当たりの相談人数は5.88人で、前年度に比べ0.39人減少しています。

契約当事者の性別をみると、男性が40.2%、女性が55.0%で女性の割合が高くなっています。

第2節 年代別の特徴

契約者年代別の相談件数でみると50歳代が最多で、次いで40歳代となっています。

横浜市民1,000人当たりの消費生活相談の発生率でみると、20歳代までの若者層は人口に対して低く、70歳代まで増加傾向にあり、80歳以上は若干減少するものの高齢者の消費生活相談の発生率が高くなっています。【図1】



高齢者の特徴

過去 5 年間の相談件数をみると、相談総件数が減少傾向にもかかわらず、高齢者からの相談はほぼ横ばいとなっています。

高齢者の相談が占める割合の多い商品・役務の上位 15 品目をみると、1 位が『公社債』、2 位が『山林』、3 位が『建物清掃サービス』となっています。 【表 1】

【表 1】 高齢者の相談が占める割合の多い商品・役務

順位	商品・役務名	高齢者の相談が占める割合	高齢者の相談件数	全年代の相談件数	代表的な相談事例
1	公社債	93.3%	42	45	◆「貴方は社債の購入枠に名前がある。権利を譲ってほしい。」と金融機関から不審な電話がある。
2	山林	86.0%	74	86	◆山林を高値で買い取ると言われたが、節税対策と促され別の土地を買わされた。
3	建物清掃サービス	74.5%	41	55	◆高齢で一人暮らしの父が、訪れた事業者に勧められて排水管の高圧洗浄をした。作業内容や高額料金に不満だ。
4	墓	71.4%	40	56	◆墓じまいの見積を取ったが、高額な料金を提示され納得できない。
5	社会保険	65.6%	40	61	◆健康保険料の還付手続きが終わっていないので、銀行に行ってほしいという不審な電話があった。
6	駆除サービス	63.5%	40	63	◆以前行ったシロアリ駆除サービスの無料点検に来訪すると事業者から電話があった。
7	ファンド型 投資商品	62.4%	68	109	◆食品等のオーナー契約をして高額な出資をしているが、償還時期を過ぎてもなかなか返金してもらえない。
8	ふとん類	61.6%	53	86	◆認知症気味の叔母が、2 年間に訪問販売の事業者から高額な布団を次々購入していた。◆認知症の母が訪販で布団のリフォーム契約をして、その集金時に布団カバーの契約をさせられていた。
9	有線テレビ放送	59.2%	45	76	◆マンション全体とテレビ関連の点検と思い来訪を承諾したら、ケーブルテレビの入会になっていた。
10	新聞	58.4%	101	173	◆認知症の夫が契約期間を二重に新聞の購読契約をしてしまった。二紙は不要なので、解約を申し出たら断られた。
11	商品一般	58.0%	1,235	2,128	◆公的機関を騙って「総合消費料金未納分最終通知書」と題した葉書が届いた。裁判取り下げ日と連絡先が書かれているが、どうしたらよいか。
12	工事・建築	54.7%	498	911	◆近所で屋根工事をしている業者が来訪し、屋根が剥がれていると屋根工事を勧められた。信用してよいか。
13	固定電話サービス	53.8%	50	93	◆光回線を契約したら通信料が下がるといわれ契約したが、請求額が高くなった。
14	普通生命保険	49.4%	42	85	◆満期の保険を書き換えすると言って母宅に外交員が来訪し、不必要な保険の契約をさせられた。
15	修理サービス	47.4%	135	285	◆水洗トイレが詰まり、チラシの事業者に補修してもらったが、高額な工事費に納得できない。
15	給湯システム	47.4%	54	114	◆訪問してきた事業者が「このマンションの大半のお宅が当社で給湯器を交換した」と言われ契約をしたが、解約したい。

注 1 契約当事者年齢が 60 歳以上の相談のうち、商品・役務名で相談件数が 40 件以上のものを抽出し、全年代の件数と比較し、割合の多い順に表示している。

若者の特徴

過去 5 年間の市内人口は、未成年者、20 歳代ともに微減となっていますが、相談件数は未成年者、20 歳代ともに大きく減少しています。

29 歳以下の者が占める割合の多い商品・役務の上位 15 品目をみると、1 位が『タレント・モデル養成教室』、2 位が『エステサービス』、3 位が『ビジネス教室』となっています。

【表 2】

【表 2】若者の相談が占める割合の多い商品・役務

順位	商品・役務名	若者の相談が占める割合	若者の相談件数	全年代の相談件数	代表的な相談事例
1	タレント・モデル養成教室	67.6%	23	34	◆オーディションに合格したら、高額なレッスンを勧められ契約したが、解約したい。
2	エステサービス	64.1%	150	234	◆契約していた脱毛エステの会社が倒産した。分割払いにしているが、今後の支払を止めてほしい。
3	ビジネス教室	55.9%	19	34	◆SNS で知り合った相手に儲かる話があると誘われてビジネススクールの契約をしたが、マルチ商法のようなものである。解約したい。
4	オンラインゲーム	52.8%	57	108	◆中学生の娘が祖母のクレジットカードでオンラインゲームに課金していることが分かった。高額で支払えない。
5	結婚式	46.0%	23	50	◆見学当日に、今日なら大幅に値引くと長時間勧誘され契約した。数日後に解約すると高額な解約料を請求され不満。
6	複合サービス会員	44.4%	20	45	◆宿泊施設やツアーが格安で利用できると言われ、リゾート会員権のネットワークビジネスに入会した。高額な入会金に加え、月次の会費も支払わなければならない。解約したい。
6	他の教室・講座	44.4%	16	36	◆転売ビジネスの無料セミナーに参加し、儲ける方法を教えるという塾と教材の契約をしたが、儲からない。
8	コンサート	39.7%	23	58	◆SNS で知り合った人からコンサートチケットを譲ってもらうことになり、ギフトカードで代金を支払ったが、チケットが届かない。
9	他の内職・副業	39.1%	25	64	◆SNS で知り合った人から副業の通販コンサルティングの仕事を紹介され、契約したが儲からない。
10	教養・娯楽サービス その他	36.4%	16	44	◆大学 1 年の息子がイベントサークルに強引に勧誘され入会した。後日、退会を伝えると高額な違約金を請求された。
11	出会い系サイト	33.8%	73	216	◆婚活サイトで知り合った人に出会い系サイトに誘導され、ポイントを購入したが個人情報との交換はできなかった。返金してほしい。
12	上着	32.9%	23	70	◆ネット通販でジャケットを申し込んだが偽サイトだった。未だに商品が届かないがカードの請求があがっている。
13	コート	28.7%	25	87	◆SNS の広告から海外ブランドのコートを購入し、クレジットカード決済したが、商品は届かず連絡も取れない。
14	他の化粧品	22.2%	34	153	◆スマホから初回お試し 500 円の脱毛クリームを申し込んだところ、4 回の定期購入だった。解約できないか。
15	靴	20.7%	18	87	◆ネット通販でブランドのブーツを購入した。商品が届いたらロゴがなく明らかに偽物だった。

注 1 契約当事者年齢が 29 歳以下の相談のうち、商品・役務別分類で相談件数が 15 件以上のものを抽出し、全年代の件数と比較し、割合の多い順に表示している。

第2章 訪問販売トラブル

「訪問販売トラブル」についてまとめると、高齢となるにつれて被害金額が高額になることが特徴としてはっきり表れています。また、件数は少ないもののキャッチセールスやアポイントメントセールスなど若者特有のトラブルについてもまとめています。

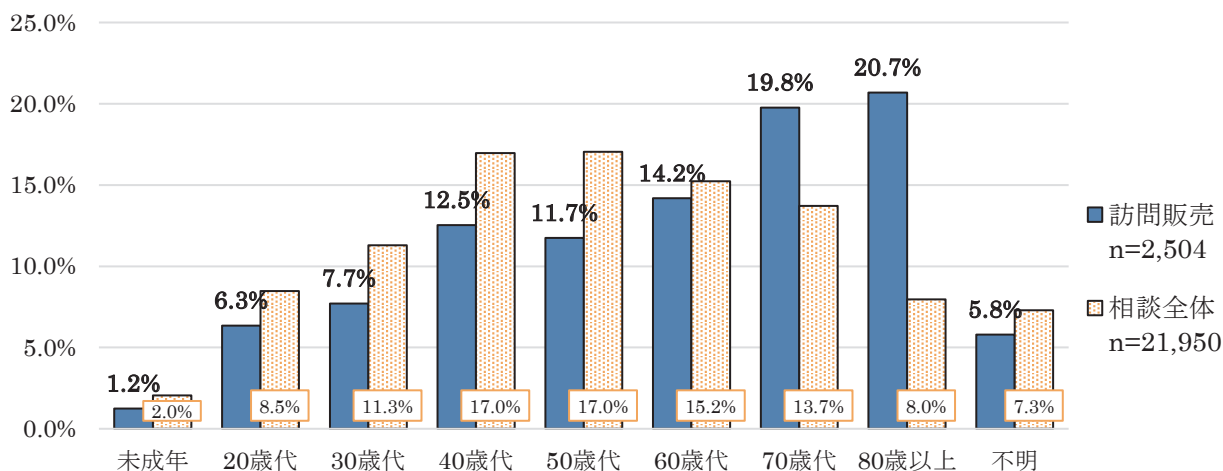
第1節 訪問販売の特徴

年代別相談割合

「全体の相談件数」と「訪問販売の相談件数」について年代ごとの割合をみると、全体では40歳代と50歳代の相談割合がピークとなっていますが、訪問販売では年代が上がるにつれて割合が高くなっています。

両者の割合の乖離でみても、70歳代と80歳以上は、訪問販売の割合が相談全体に比べて高くなっており、特にこの年代への注意喚起と見守りが必要と言えます。【図2】

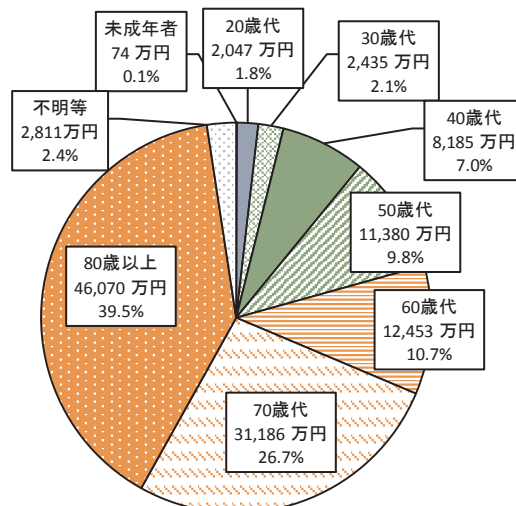
【図2】 相談全体と訪問販売の年代別割合



【図3】 契約者年代ごとの合計支払金額

年代別でみた合計支払金額

訪問販売の相談について契約者年代ごとの合計支払金額をみると、60歳代、70歳代、80歳以上の合計支払金額の割合が大きく、合計で8億9,709万円（76.9%）に達し、特に80歳以上で約4割を占めています。【図3】



年代別でみた平均支払金額

平均支払金額でも、契約者年齢が上がるにつれて平均支払金額も上がっており、70歳代が約201万円、80歳以上が約248万円と特に高額になっています。【図4】

【図4】契約者年代ごとの平均支払金額



第2節 訪問販売に多い商品・役務

年代別でみた商品・役務

契約者年代別でみると、「テレビ放送サービス」が30歳代までは1位、40歳代から60歳代では2位となっており、全ての年代で5位までに入っています。40歳以上は「工事・建築」が1位となっており、年代が上がるほど件数も多くなっています。40歳以上は1位から5位まで順位の入れ替わりはあるものの、傾向はほぼ変わりません。未成年者や20歳代は、若者特有の「教養・娯楽サービスその他」や通信関連の「インターネット接続回線」、「エステサービス」などが上位にきています。【表3】

【表3】訪問販売の契約者年代ごとに多い商品・役務

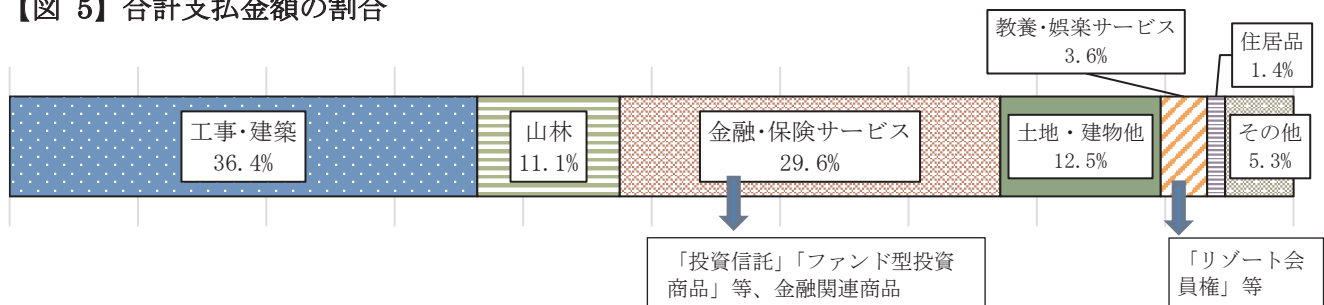
順位	未成年者	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳代	80歳以上
1	テレビ放送サービス	テレビ放送サービス	テレビ放送サービス	工事・建築	工事・建築	工事・建築	工事・建築	工事・建築
	8 注1	20 注1	35 注1	63	83	114	127	139
2	教養・娯楽サービスその他	インターネット接続回線	インターネット接続回線	テレビ放送サービス	テレビ放送サービス	テレビ放送サービス	修理サービス	新聞
	6	15	12	31 注1	34 注1	26 注1	34	45
3	インターネット接続回線	新聞	工事・建築	修理サービス	新聞	修理サービス	新聞	修理サービス
	5	9	11	23	25	22	30	33
4	ビジネス教室	エステサービス	役務その他サービス	給湯システム	修理サービス	新聞	テレビ放送サービス	山林
	タレント・モデル養成教室	9	11	18	23	18	30 注1	29
5	役務その他サービス	役務その他サービス	修理サービス	新聞	給湯システム	給湯システム	山林	テレビ放送サービス
	2	9	10	13	9	18	23	16

注1 「テレビ放送サービス」は、電波によるテレビ放送（公共放送の受信料や衛星テレビ放送）に関するもの

合計支払金額の高い商品・役務

商品・役務ごとの合計支払金額でみると、屋根工事やリフォーム工事などの「工事・建築」が訪問販売全体の支払金額の36.4%を占めています。次いで「山林」の11.1%となっています。さらに、投資信託、ファンド型投資商品、公社債、普通生命保険、他のデリバティブ取引、特定生命保険などをあわせた「金融・保険サービス」が29.6%を占めています。【図5】

【図5】 合計支払金額の割合



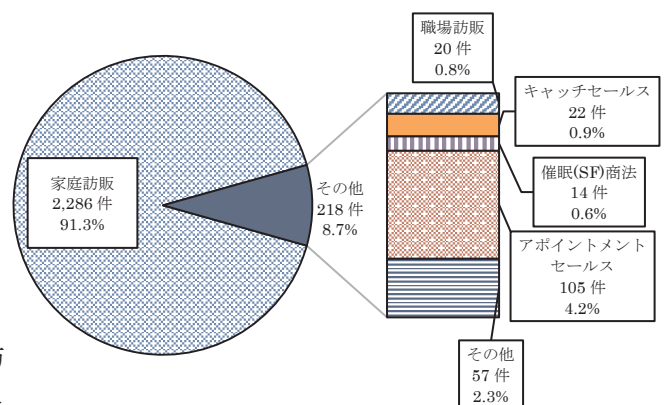
第3節 訪問販売の販売方法・商法・手口の分類

分類ごとの割合

訪問販売とは、自宅や職場など営業所等以外の場所で、商品・役務等の契約の申し込みを受けて行う販売方法を指しますが、営業所等の契約であっても「キャッチセールス」「アポイントメントセールス」など、不意打ち性が高い販売の場合や、「催眠（SF）商法」「展示会商法」など、商品を自由に選ぶことができない状態での販売の場合は、訪問販売として規制対象となっています。

訪問販売の分類ごとの割合でみると、消費者宅に訪問する「家庭訪販」が訪問販売全体の91.3%と大部分を占めています。【図6】

【図6】 分類ごとの割合



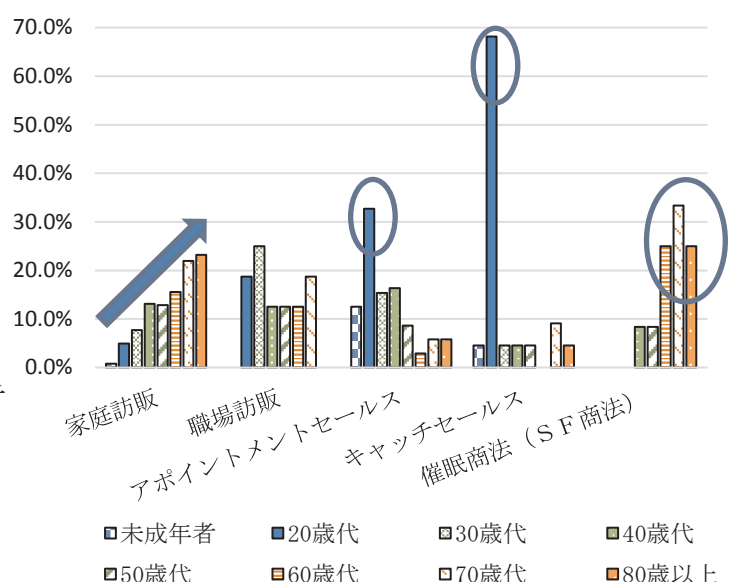
分類ごとの契約者年代別割合

家庭訪販は年齢が上がるにつれて、割合が高くなり、在宅機会の多い高齢者ほど被害にあいやすいと言えます。

アポイントメントセールスとキャッチセールスは20歳代からの相談が多く、特にキャッチセールスは20歳代からの相談が70%近くを占めています。

催眠商法（SF商法）は、60歳以上の高齢者の割合が高く、特に70歳代の割合が高くなっています。【図7】

【図7】 分類ごと契約者年代別割合



第4節 高齢者と訪問販売

(1) 原野商法（二次被害）

（原野の売却、再購入）

5日前、母親宅に事業者が来訪して「所有している土地（原野）を売ってあげる。税金対策として一旦別の土地を50万円で買ってくれば、今年中に家を建てて販売するので500万円で売れる」と勧められたそう。母は以前から原野を売却したいと思っていたので了承した。事業者は母を車に乗せて銀行に連れて行き50万円を支払わせたというが、記憶が曖昧で契約状況の詳細を覚えていない。契約書を確認したところ、所有していた原野を5,000円で売却し、別の山林を50万円で購入する契約となっていた。解約できないか。（80歳代 女性）

(2) 点検商法

（床下、屋根の次々リフォーム工事）

「住宅を点検する」と電話があり、事業者が来訪した。3,000円で雨樋を洗浄後、床下と屋根の点検を行った。そこで、床下にシロアリが歩いた跡があると指摘され、床下工事150万円と、事業者が提供する月額3,000円のメンテナンス会員の契約を結んだ。2週間後の小屋裏の点検で「不具合箇所がある」と指摘され、小屋裏工事100万円を契約。さらに翌月、屋根点検が行われ、屋根改修工事100万円の契約をした。

食事に来た長男が契約書を見つけ契約者である父親とともにセンターに来所相談。不必要な工事だと思うので、返金してほしい。（70歳代 男性）



(3) 催眠（SF）商法

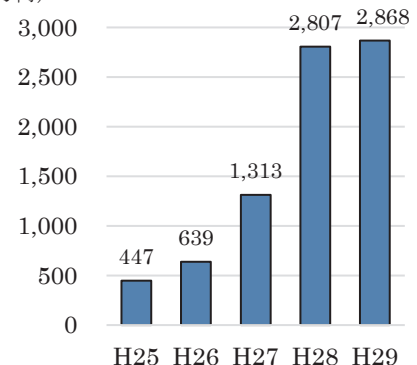
催眠（SF）商法とは、閉め切った会場に人を集め、日用品などをただ同然で配って雰囲気盛り上げた後、高額な商品を契約させる商法

（健康食品の催眠商法）

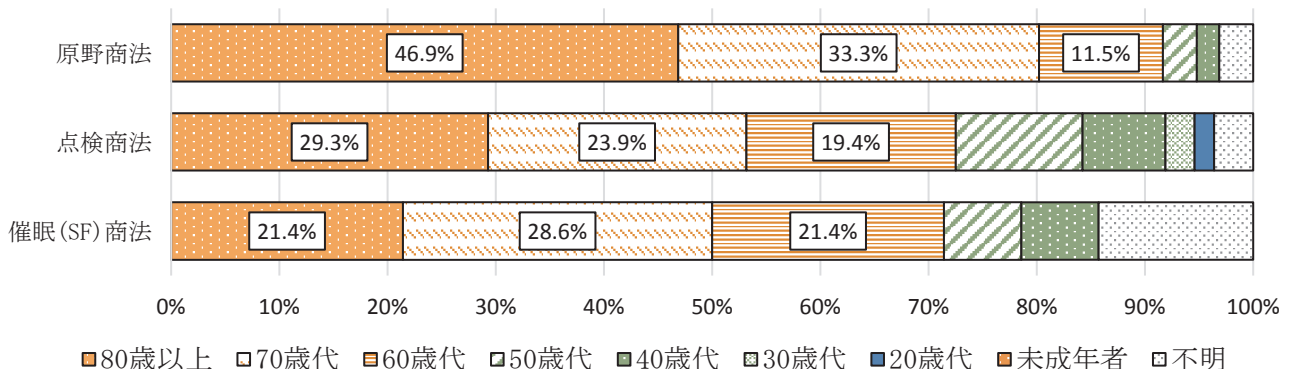
他県に住む母は、高齢者など近隣の人達を集めて100円で食パンやオリーブオイルなどを配る会場に通っている。自宅の片づけに行くたびに高価な健康食品が増えてきている。先週行ったときは6種類の健康食品があったので母に聞いたところ、「あなたたち若い人には分からない。とてもいい人だから」と聞く耳を持ってくれない。取引を止めさせるにはどうすればよいか。

（80歳代 女性）

【図8】催眠（SF）商法の合計支払金額（万円）



【図9】（契約者年代別件数）高齢者が占める割合が高い販売方法・商法・手口



第5節 若者と訪問販売

(1) パソコン（競馬情報）ソフトの購入

（相談事例） クレ・サラ強要商法・サイドビジネス商法・アポイントメントセールス

婚活サイトで知り合った男性Aから「サイドビジネスで収入を増やさないか。」と以前から誘われていた。昨日、Aとその友人から「先輩Bに会いに行くから一緒にどうか」と言われ、出向くとサイドビジネス業者の事務所だった。Bから「パソコンソフト（90万円）を使うと競馬情報が得られ、ボタン一つ押すだけで馬券が当たる。」等と熱心に説明された。

支払のためにサラ金業者に連れて行かれた時には年収や利用目的等を細かく指示され、その通りに申告した。審査が通り100万円が融資された。

本当は断りたかったが3人から迫られ、長時間詰問状態で契約せずに帰れなかった。90万円を手渡し、パソコンソフトはその場で渡された。解約したい。（20歳代 女性）

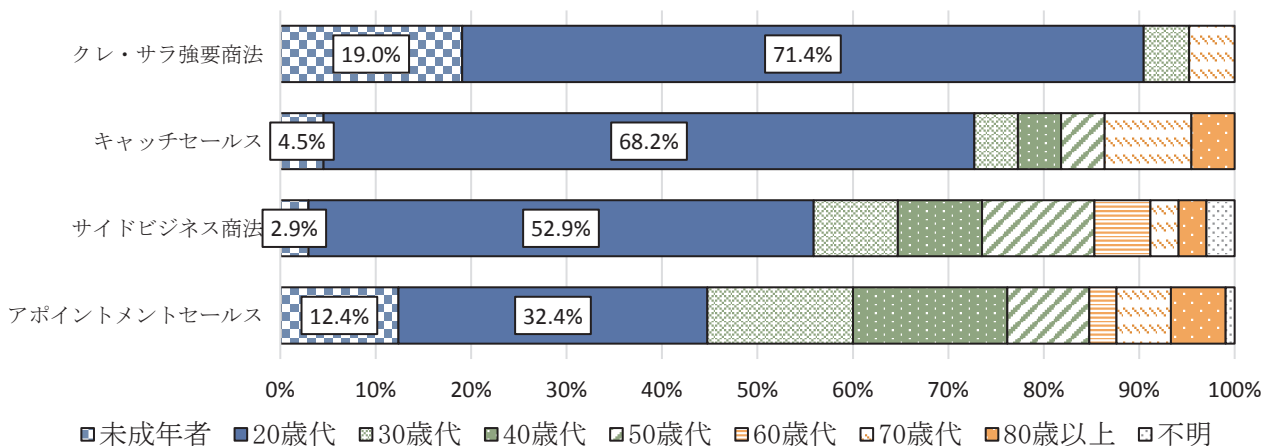
(2) エステのキャッチセールス

（相談事例） キャッチセールス

昨日、街を歩いていたら「時間ありますか？無料で肌の調子をみてあげる。」と声をかけられ店に連れて行かれた。そこで肌の診断を受けたところ、担当者から「肌が非常に悪くなっている。このままだと将来シミが出るので早く対処した方がよい」と不安を煽られ、勧められた美顔エステを断り切れず契約してしまった。美顔エステが17万円、関連化粧品が10万円で総額27万円。支払はクレジットカードで1万円ずつ36回払いにしたらどうかと言われ、本日午後予約を取ったのでクレジットカードを持参するよう言われた。しかし冷静になったら、高額な契約をしてしまったことを後悔した。解約したい。（20歳代 女性）



【図 10】（契約者年代別件数）若者が占める割合が高い販売方法・商法・手口



注1 「クレ・サラ強要商法」は、売買契約の際に無理やりサラ金等から借金させたりクレジット契約を組ませたりする商法

注2 「キャッチセールス」は、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、応じるまで解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

注3 「アポイントメントセールス」は、「うまい話がある」「特別なモニターに選ばれた」などと販売目的を明らかにしないで、または著しく有利な条件で取引できると言って、電話や郵便等で喫茶店や事務所等へ呼び出し、契約しないと帰れない状況にするなどして商品やサービスを契約させる商法

第3章 各区の相談概況

平成 29 年度の相談件数について、市内 18 区の相談件数や、区民 1,000 人当たりの相談人数を以下にまとめています。

相談件数は区人口に比例した傾向がみられましたが、区民 1,000 人当たりの相談人数でみると、区によってばらつきがみられ、最大の区と最小の区では、1.87 人の差がありました。【表 4】

【表 4】18 区の相談件数と区民 1,000 人当たりの相談人数（平成 29 年度）

順位	区名	区民 1,000 人当たりの相談人数(人)	相談件数(件)		区内人口(人)※	
全区平均 (その他・不明を除く)		5.48	順位	1,127	順位	207,394
1	南	6.42	8	1,252	11	194,974
2	港南	6.03	6	1,290	7	213,956
3	磯子	5.96	12	992	13	166,515
4	金沢	5.93	9	1,187	10	200,033
5	旭	5.77	4	1,417	5	245,756
6	栄	5.72	16	692	17	120,887
7	西	5.67	18	567	18	100,048
8	保土ヶ谷	5.63	10	1,162	9	206,515
9	戸塚	5.56	3	1,540	4	277,016
10	瀬谷	5.46	17	675	16	123,545
11	中	5.32	15	793	15	149,155
12	泉	5.31	14	813	14	152,984
13	神奈川	5.20	7	1,256	6	241,606
14	青葉	5.19	2	1,608	2	309,880
15	港北	5.10	1	1,780	1	348,737
16	都筑	5.00	11	1,056	8	211,296
17	緑	4.88	13	884	12	181,215
18	鶴見	4.55	5	1,315	3	288,966
小計		－	－	20,279	－	3,733,084
その他・不明		－	－	1,671	－	－
合計		－	－	21,950	－	－

注 横浜市統計ポータルサイトの平成 30 年 1 月時点の統計値より引用。（年齢不詳の人数は除く）

市内 18 区の若者層および高齢者層における、区民 1,000 人当たりの相談人数を以下にまとめています。

区民 1,000 人当たりの相談人数には、ここでも大きなばらつきがみられました。中でも、未成年者は 1 位と 18 位の区で約 5 倍の差がみられ、60 歳代、70 歳代、80 歳以上でも、約 1.5 倍から 2 倍程度の差となっています。【表 5】

【表 5】18 区の若者と高齢者の区民 1,000 人当たりの相談人数（平成 29 年度）

区名	若者層				高齢者層					
	未成年者		20 歳代		60 歳代		70 歳代		80 歳以上	
	順位	人数	順位	人数	順位	人数	順位	人数	順位	人数
全区平均	-	0.67	-	4.31	-	7.25	-	7.28	-	6.10
鶴見	15	0.56	4	4.65	18	5.20	16	5.89	11	5.61
神奈川	2	1.04	3	4.81	16	6.57	5	7.92	17	4.80
西	15	0.56	2	4.90	1	8.77	15	6.43	6	6.43
中	17	0.43	8	4.38	17	5.54	18	4.88	13	5.41
南	6	0.69	8	4.38	2	8.50	10	7.58	1	8.40
港南	4	0.72	1	5.05	3	8.19	6	7.90	4	7.02
保土ヶ谷	3	0.90	11	4.33	13	6.84	13	6.96	7	6.20
旭	14	0.57	16	3.95	4	7.83	2	8.39	8	5.91
磯子	18	0.26	12	4.21	10	7.39	9	7.64	2	8.24
金沢	10	0.58	12	4.21	11	7.24	4	8.09	3	7.72
港北	8	0.66	15	4.00	6	7.58	8	7.65	10	5.75
緑	10	0.58	5	4.61	15	6.72	11	7.21	16	5.08
青葉	10	0.58	7	4.45	14	6.73	7	7.67	15	5.31
都筑	8	0.66	17	3.40	9	7.44	12	7.18	9	5.83
戸塚	10	0.58	6	4.49	7	7.57	14	6.83	5	6.81
栄	6	0.69	14	4.19	8	7.55	1	8.97	12	5.54
泉	5	0.72	18	3.27	5	7.70	3	8.19	18	4.40
瀬谷	1	1.31	10	4.34	12	7.11	17	5.67	14	5.33

注 全区の平均人数より上位の場合は赤い網掛け表示

第 3 章の表・グラフについて

- ・契約当事者の居住区について聞き取りができたものについてまとめているため、第 3 章の表やグラフの相談件数合計値は、第 1 章、第 2 章と異なります。
- ・第 3 章の全区平均は、18 区の平均値であり、居住区不明を含めた市内平均とは異なります。



平成 30 年 10 月 発行

【編集・発行】公益財団法人 横浜市消費者協会

〒233-0002 横浜市港南区上大岡西 1-6-1

ゆめおおおかオフィスタワー 4F

TEL : 045-845-7722 (代表)

TEL : 045-845-5640 (教育・啓発)

FAX : 045-845-7720