

平成27年度 横浜市消費生活総合センター
横浜市の消費生活相談の動向

【本編】

平成28年11月 発行

はじめに

横浜市消費生活総合センターは、市民の安全で快適な暮らしと、持続可能な社会の実現をめざし、消費生活に関するトラブル等の相談、消費者被害の未然防止のための啓発、消費者教育等の事業を行っています。

このうち相談事業については、ここ数年、年間2万3千件を超える消費相談が当センターに寄せられており、その内容は多岐にわたっています。この相談は、国民生活センターのPIO-NET（全国消費生活情報ネットワークシステム）で共有するとともに、当センターの広報紙「よこはまぐらしナビ」やメールマガジン「はまのタスケ」などに最近の悪質商法等を紹介するなど、消費者被害の未然防止のための啓発事業に繋げています。

しかし、これまで相談概要として一定の分析を行い、年に一度とりまとめ報告しているものの、相談内容の分析については、年間2万3千件を超える相談内容の情報を十分反映したものではありません。そこで、今回、相談事業の質の向上と啓発事業の推進に活用できるよう、事業目的に沿って今までより踏み込んだ分析を試み、本報告書「横浜市の消費者相談の動向」としてここにまとめました。

本報告書には、世代別の分析のほか、販売形態別、販売方法・手口別の分析、さらには、18区の消費生活相談の特徴等を掲載しています。今後も継続して分析し発行する予定であり、毎年度「分析テーマ」を設けて実施します。今年度はトピックスとして「高齢者の消費生活」をテーマに分析し報告しています。

分析・報告を今後も継続実施していくことにより、相談事業の質の向上、啓発事業の推進のほか、消費者教育事業にも役立て、市民の安全で快適な暮らしの実現をめざしたセンターの各種事業を進めてまいります。さらに、持続的な社会の実現をめざした消費者市民社会の実現のために、横浜市の各区役所や関係局、関係機関でも本報告書をぜひご活用いただきたいと思っております。

横浜市消費生活総合センター長
金子 延康

目次

第1章 相談全体について	3
第1節 相談全体の概要	3
第2節 世代でみると	5
1. 世代別でみた相談件数	5
2. 高齢者の相談（契約当事者が60歳以上である相談）	8
3. 若者の相談（契約当事者が29歳以下である相談）	10
第3節 内容でみると	12
1. 販売形態別の相談件数	12
2. 相談の多い販売方法・商法・手口	15
3. 消費生活相談の特徴・傾向	17
第2章 平成27年度分析テーマ「高齢者（契約当事者60歳以上）の消費生活相談」の概要	23
第1節 高齢者の相談件数など	23
1. 高齢者の相談件数の推移	23
2. 契約当事者が80歳以上の相談者は「家族や第三者から」が多い	24
3. 処理結果（80歳以上はあっせん率が高い）	24
第2節 高齢者の相談内容でみると	26
1. 高齢者の年代別 相談の多い商品・役務	26
2. 高齢者の販売購入形態別 割合	29
3. 高齢者に多い販売方法・手口	30
4. 高齢者で増加する『電子商取引』	36
5. 高齢者の契約購入金額	36
第3節 判断不十分者契約について	38
1. 判断不十分者契約の相談件数推移	38
2. 高齢者の判断不十分者契約はあっせん率が高い	39
3. 高齢者の判断不十分者契約の相談内容	40
第4節 高齢者の相談事例	41
第3章 各区における消費生活相談について	43

【本資料について】

この統計は、横浜市消費生活総合センターに寄せられた相談情報を、国民生活センターが所管するPIO-NET（全国消費生活情報ネットワーク・システム：各地の消費生活センター及び消費生活センターが受け付けた相談情報を蓄積したデータベース）を用いて分析し、まとめたものです。

- ・統計内の「年齢」は、特別な記載がない限り、契約当事者の年齢を基準にしています。
- ・統計内の数値は平成28年9月時点のものです。
- ・各表/グラフにおける区分毎の各割合（％）の数値は、小数点第2位で四捨五入しているため、区分毎の割合の合計は100%にならない場合があります。
- ・資料内の市内人口は、「横浜市統計ポータルサイト」の平成27年1月時点の統計値より引用しています。

横浜市統計ポータルサイトURL <http://www.city.yokohama.lg.jp/ex/stat/>

国民生活センターが公表している「2015年度のPIO-NETにみる消費生活相談の概要」(※1)によると、平成27年度の全国の消費生活センターに寄せられた相談総件数は、92.6万件となっている。

横浜市消費生活総合センターは、全国の消費生活センターの中でも東京都に次ぎ、相談件数第2位という全国有数の相談件数を受け付けており、本資料は横浜市消費生活総合センターで受けた相談に関して分析を実施している。

<参考>平成27年度 相談受付件数

順位	センター名	相談件数(件)※2
1	東京都消費生活総合センター	32,732
2	横浜市消費生活総合センター	24,345
3	大阪市消費者センター	23,172
4	名古屋市消費生活センター	15,209
5	福岡市消費生活センター	13,386

※1 国民生活センターホームページより引用

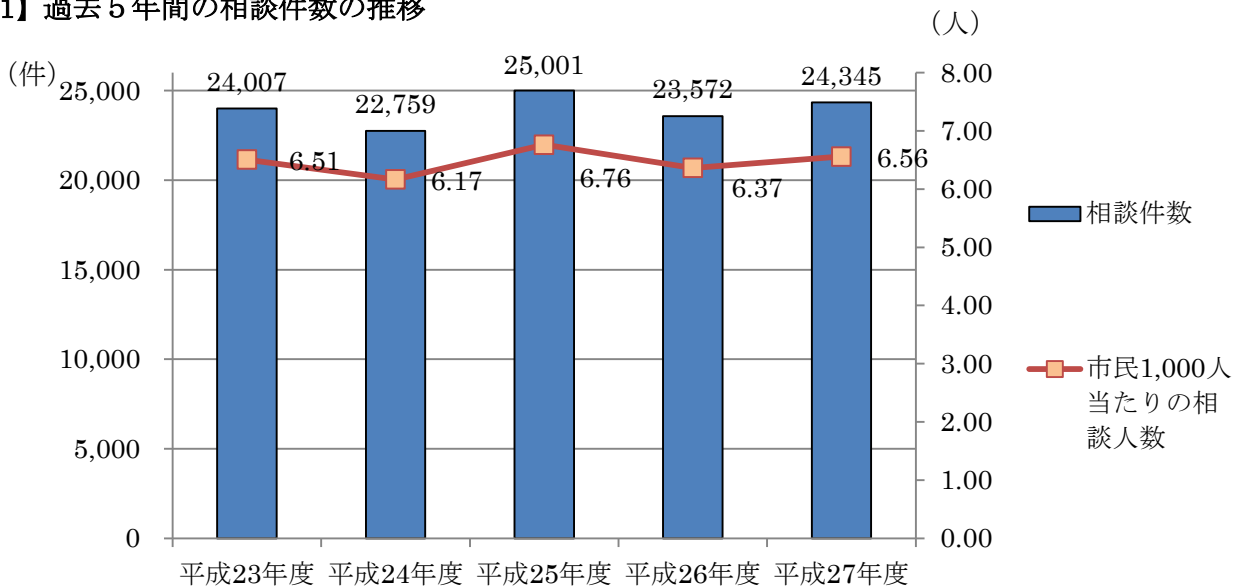
※2 各センターのホームページに公開されている情報を引用

第1章 相談全体について

第1節 相談全体の概要

平成27年度の相談件数は**24,345件**で、前年度に比べて**773件増加(3.3%増)**した。平成27年度は横浜市民1,000人当たりの相談人数は**6.56人**となっている。過去5年間の件数推移をみると、ばらつきの範囲による増減はあるものの、明確な増減傾向はみられず、ほぼ横ばいの状態である。(【図1】参照)

【図1】過去5年間の相談件数の推移



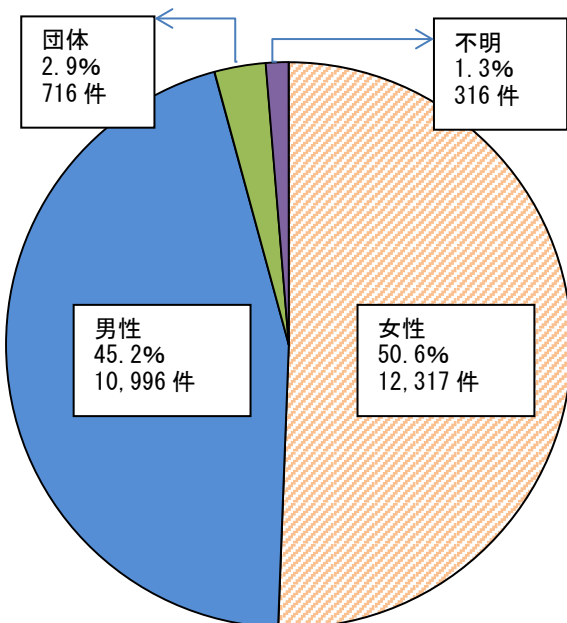
契約当事者の性別割合をみると、「女性」がやや多いものの、大差はみられない。

(【図2】参照)

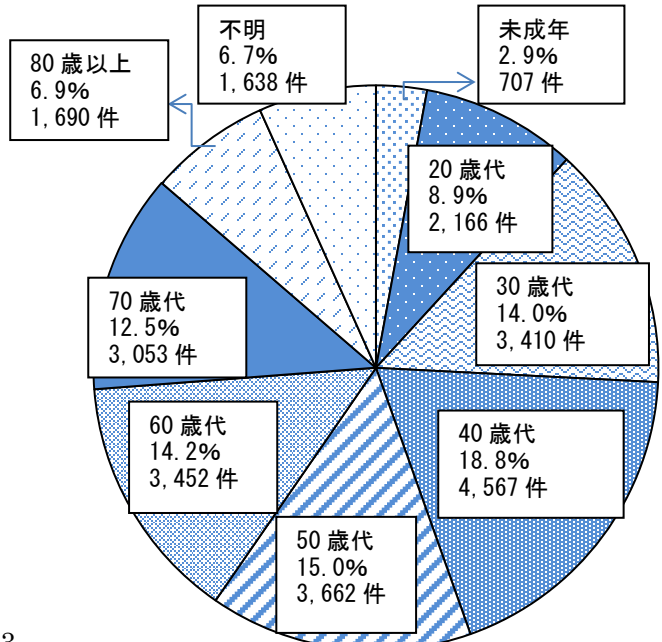
契約当事者の年代別割合をみると、最も多いのは「40歳代」で、全体の18.8%を占める。

(【図3】参照)

【図2】契約当事者の男女別件数 (H.27年度)



【図3】契約当事者の年代別割合 (H.27年度)



相談における商品・役務別の内訳では、アダルト情報サイトや出会い系サイトなどの『デジタルコンテンツ』は第1位で引き続きトップとなっている。第2位は賃貸アパート等の退去時の原状回復費用など『不動産貸借』、第3位が訪問販売や点検商法などによるリフォーム工事の契約・解約など『工事・建築』に関する相談だった。（【表1】参照）

【表1】相談の上位20品目 商品・役務別件数

単位：件（％）

順位	商品・役務名	平成27年度	順位	平成26年度	増▲減【対前年度増減率】
1	デジタルコンテンツ	5,441（22.3）	1	4,886（20.7）	555【11.4】
2	不動産貸借	1,106（4.5）	2	1,089（4.6）	17【1.6】
3	工事・建築	952（3.9）	3	935（4.0）	17【1.8】
4	インターネット接続回線	939（3.9）	5	577（2.4）	362【62.7】
5	商品一般	822（3.4）	4	684（2.9）	138【20.2】
6	携帯電話サービス	595（2.4）	7	465（2.0）	130【28.0】
7	役務その他サービス	481（2.0）	6	495（2.1）	▲14【▲2.8】
8	健康食品	430（1.8）	9	315（1.3）	115【36.5】
9	修理サービス	350（1.4）	10	284（1.2）	66【23.2】
10	フリーローン・サラ金	308（1.3）	8	337（1.4）	▲29【▲8.6】
11	モバイルデータ通信	247（1.0）	23	144（0.6）	103【71.5】
12	四輪自動車	243（1.0）	11	281（1.2）	▲38【▲13.5】
13	新聞	231（0.9）	12	258（1.1）	▲27【▲10.5】
14	エステサービス	221（0.9）	16	191（0.8）	30【15.7】
15	医療サービス	220（0.9）	13	249（1.1）	▲29【▲11.6】
16	テレビ放送サービス	201（0.8）	17	189（0.8）	12【6.3】
17	クリーニング	199（0.8）	18	188（0.8）	11【5.9】
18	パソコン	158（0.6）	20	172（0.7）	▲14【▲8.1】
19	外食	157（0.6）	25	136（0.6）	21【15.4】
20	携帯電話	152（0.6）	15	192（0.8）	▲40【▲20.8】
	その他	10,892（44.7）		11,505（48.8）	▲613【▲5.3】
	計	24,345（100.0）		23,572（100.0）	773【3.3】

注1 デジタルコンテンツ・・・インターネットを通じて得られる情報で、「アダルト情報サイト」「出会い系サイト」「オンラインゲーム」「映画配信サービス」等に関するもの

注2 不動産貸借・・・賃貸住宅退去時の修繕費等に関するもの

注3 工事・建築・・・屋根工事・増改築工事・衛生設備工事等に関するもの

注4 インターネット接続回線・・・プロバイダやインターネット回線の料金やサービスの内容に関するもの

注5 商品一般・・・商品の特定が出来ない／身に覚えのない架空請求等に関するもの

注6 役務その他サービス・・・サービス業のうち「金融・保険」「運輸・通信」「教育」「教養・娯楽」「保健・福祉」「外食・食事宅配」「冠婚葬祭」「家事」などのサービスに該当しない役務に関するもの

第2節 世代でみると

1. 世代別でみた相談件数

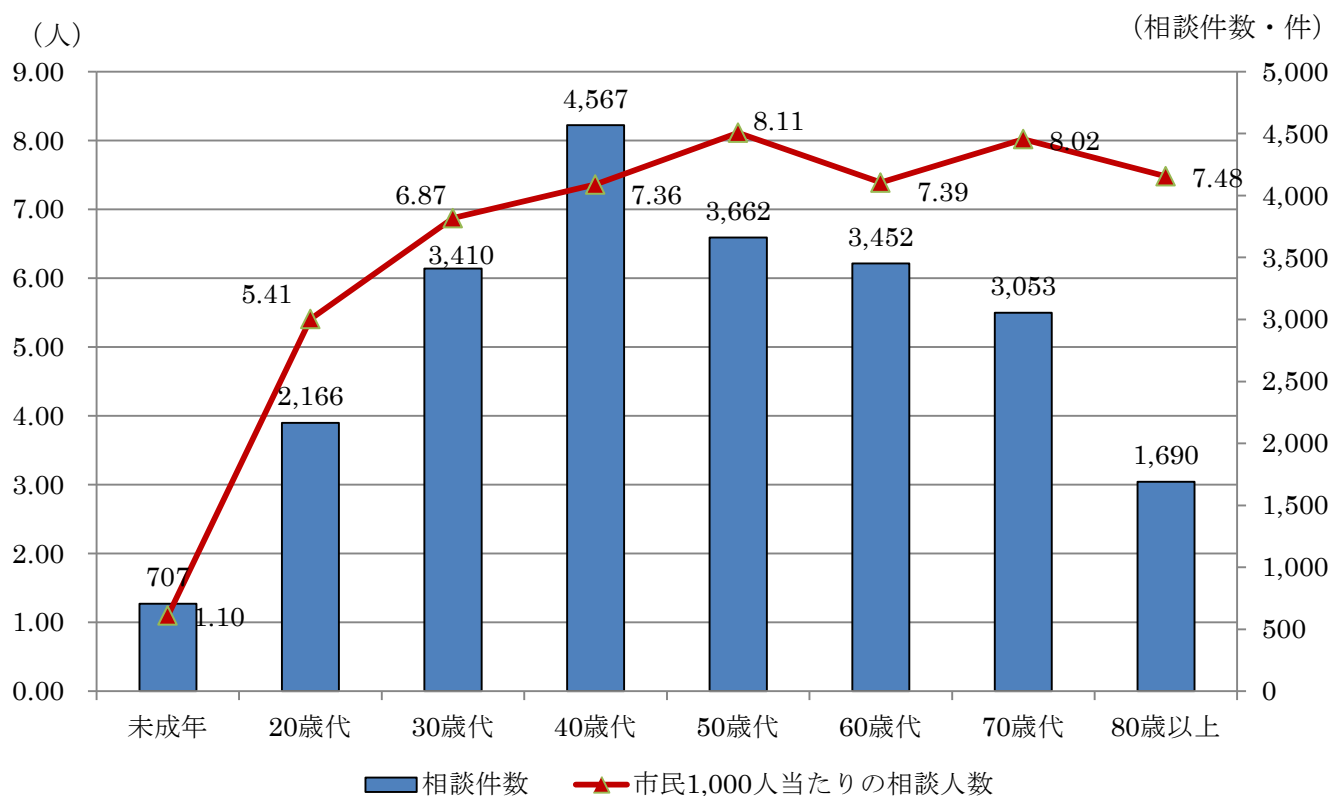
(1) 消費生活相談が生じる率が高い年代は50歳代

平成27年1月時点の市内年代別人口割合に対し、平成27年度に当センターに寄せられた年代別相談件数割合を比較し、どの年代層が、消費生活相談が発生する率が高いのかを分析したのが下記のグラフである。平成27年度の1年間に、未成年は横浜市民1,000人当たり約1.1名が当センターに相談しているが、相談割合が一番多い50歳代は、横浜市民1,000人当たり約8.1名が当センターに相談している計算となる。

20歳代までの若年層は人口に対し契約当事者としての相談件数の生じる率が低く、50歳代が最も高く、続いて70歳代が多いという結果となった。

なお、相談件数自体（絶対数）が多いのは、40歳代で、次が50歳代である。（【図4】参照）

【図4】契約当事者の年代別割合（H.27年度）



(2) 各年代の相談内容の概要

各年代の相談としては、次のとおりの傾向がみられた。

- ア. 『デジタルコンテンツ』は80歳以上を除く、各年代において1位となっている。
- イ. 未成年者は『健康食品』に関する相談が2位で、平成26年度から急増している。
- ウ. 20歳代は2位が賃貸アパートの敷金、礼金などの『不動産貸借』、3位が『エステサービス』、4位が『インターネット接続回線』となっている。未成年～20歳代の若年層は他の年代に比べ、健康食品やエステサービスなど美容に関する商品やサービスに関してトラブルに遭いやすい傾向があると言える。
- エ. 30歳代と40歳代は2位が『不動産貸借』、3位が『インターネット接続回線』、4位が『携帯電話サービス』と傾向は変わらない。
- オ. 50歳代は、2位が『インターネット接続回線』、4位が『携帯電話サービス』となっており、前年度に比べ、増加した。インターネット接続回線や携帯電話サービスの料金体系が複雑になってきている昨今、世帯主として家族全員分の料金を支払ったり、料金プランの変更や見直しなどをきっかけにトラブルに遭いやすくなっている現状がうかがえる。
- カ. 60歳代は2位が『工事・建築』、3位が『インターネット接続回線』、4位が商品の特定ができない架空請求等の『商品一般』となっている。
- キ. 70歳代は2位が『工事・建築』、3位が『商品一般』、4位が『インターネット接続回線』となっている。
- ク. 80歳以上になると、『工事・建築』が1位となっており、他の年代層では1位となっている『デジタルコンテンツ』の件数を上回っている。80歳以上の高齢者層ほどリフォーム工事など『工事・建築』にかかわるトラブルが他の年代に比べ多いことが分かる。

(【表2】参照)

【表2】年代別上位5品目 商品・役務別件数

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	デジタルコンテンツ 418 (458)	デジタルコンテンツ 515 (501)	デジタルコンテンツ 765 (691)	デジタルコンテンツ 1,111 (1,104)	デジタルコンテンツ 1,015 (826)	デジタルコンテンツ 900 (724)	デジタルコンテンツ 536 (452)	工事・建築 160 (144)
	健康食品 27 (7)	不動産貸借 170 (148)	不動産貸借 302 (290)	不動産貸借 244 (230)	インターネット接続回線 149 (82)	工事・建築 182 (170)	工事・建築 190 (212)	デジタルコンテンツ 111 (75)
3	役務その他サービス 12 (4)	エステサービス 91 (97)	インターネット接続回線 133 (51)	インターネット接続回線 185 (110)	工事・建築 148 (128)	インターネット接続回線 148 (112)	商品一般 152 (129)	商品一般 93 (69)
	商品一般 10 (4)	インターネット接続回線 86 (39)	携帯電話サービス 83 (87)	携帯電話サービス 148 (127)	携帯電話サービス 121 (61)	商品一般 129 (117)	インターネット接続回線 146 (112)	健康食品 92 (70)
5	テレビ放送サービス 9 (9)	商品一般 62 (49)	商品一般 69 (57)	商品一般 115 (105)	不動産貸借 118 (106)	役務その他サービス 84 (78)	役務その他サービス 78 (68)	新聞 53 (57)

注：()内の数字は平成26年度の件数

注1 デジタルコンテンツ・・・インターネットを通じて得られる情報で、「アダルト情報サイト」「出会い系サイト」「オンラインゲーム」「映画配信サービス」等に関するもの

注2 不動産貸借・・・賃貸住宅退去時の修繕費等に関するもの

注3 工事・建築・・・屋根工事・増改築工事・衛生設備工事等に関するもの

注4 インターネット接続回線・・・プロバイダやインターネット回線の料金やサービスの内容に関するもの

注5 商品一般・・・商品の特定が出来ない／身に覚えのない架空請求等に関するもの

注6 役務その他サービス・・・サービス業のうち「金融・保険」「運輸・通信」「教育」「教養・娯楽」「保健・福祉」「外食・食事宅配」「冠婚葬祭」「家事」などのサービスに該当しない役務に関するもの

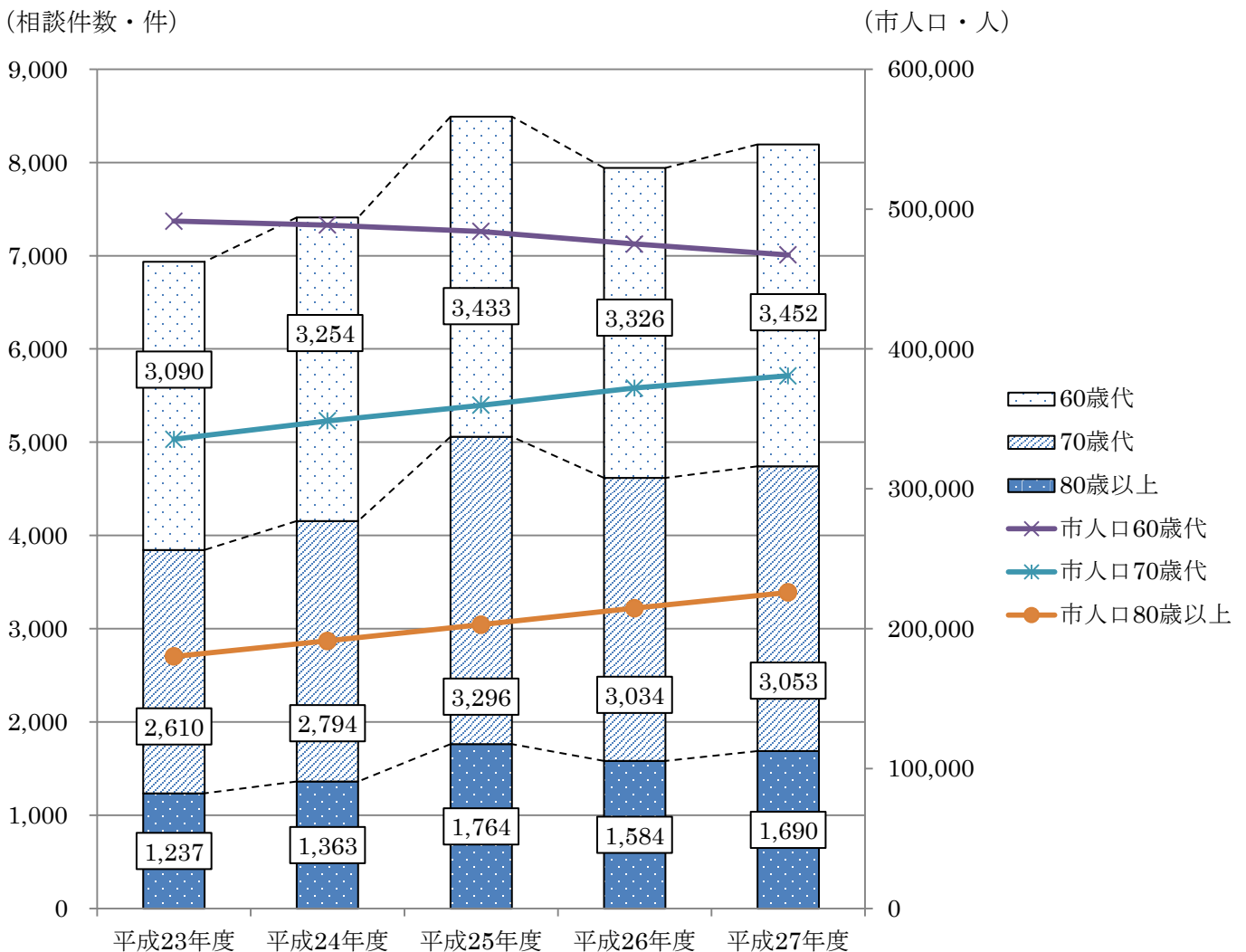
2. 高齢者の相談（契約当事者が60歳以上である相談）

（1）高齢者の相談件数の推移

過去5年間の横浜市内の60歳代、70歳代、80歳以上の人口と、相談件数の推移を以下のグラフに示した。市内人口では60歳代はやや減少し、70歳代と80歳以上は増加している。

過去5年間の相談件数をみると、60歳代、70歳代、80歳以上共に増加傾向だが、特に60歳代は世代人口が減少しているにもかかわらず、相談件数が増加している。（【図5】参照）

【図5】過去5年間の契約当事者60歳以上の相談件数と横浜市人口



(2) 高齢者の相談が占める割合の多い商品・役務

高齢者の相談が占める割合の多い商品・役務の上位 15 分類をみると、公社債や老人ホームの入居権、ファンド型投資商品、ふとん類、生命保険、新聞、リフォーム等の勧誘や契約トラブルに関する相談が上位を占めている。

また、墓や冠婚葬祭互助会など、数十年前に契約し管理料を払っていたり、積み立てていたものを、「配偶者や両親が亡くなったので解約したい、又は見直したい」といった消費行動がきっかけで起こるトラブルが多いことが分かる。（【表 3】参照）

【表 3】 高齢者の相談が占める割合の多い商品・役務（H.27 年度）

順位	商品・役務分類	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	代表的な相談内容
1	公社債	88.7%	47	53	あなただけ債券を購入する権利がある、権利を譲ってほしいなどの不審な電話。
2	老人ホーム	80.0%	48	60	老人ホームの入居権を譲ってほしい、老人ホームの入居権が当たった等の不審な電話。
3	墓	71.9%	46	64	亡父が墓地の永代使用を契約していたが、高額なお布施料なので解約希望。解約料が高額。
4	駆除サービス	71.4%	45	63	高額な費用を払いシロアリ駆除をしてもらったが未だ完全に駆除できていない。保証内容と違う。
5	ファンド型投資商品	69.6%	96	138	新たなビジネス、債権、内容の不明なファンド等への投資でうまくいかなかったと出資したが怪しい。
6	冠婚葬祭互助会	62.5%	40	64	数十年前に契約し積み立てていた互助会を解約したいが、解約手続きが面倒。手数料が高額。
7	ふとん類	60.6%	57	94	独居、認知症傾向のある高齢者等が家庭訪問で高額商品を購入、次々販売の被害にあった。
8	普通生命保険	60.5%	75	124	勧められ保険の契約をしたが、保険料、契約内容に納得できない。保障額が予定を下回った。
9	新聞	58.4%	135	231	認知症の高齢者が複数の購読契約をさせられたので解約したい。勧誘が強引。
10	他の行政サービス	57.7%	86	149	公共機関を名乗る年金関係、税務関係、個人情報を開く不審な電話。
11	固定電話サービス	57.3%	86	150	IP電話、光回線が安くなると言われよく分からないまま契約したが高額になった、話が違う。
12	工事・建築	55.9%	532	952	点検に来た事業者勧められリフォームの契約をしたが、不審。高額なので解約したい。
13	電気	55.8%	48	86	電力自由化で電気代が安くなると電話勧誘があったが信用性を知りたい。
14	有線テレビ放送	52.7%	58	110	来訪したケーブルテレビ事業者に進められ契約したが内容が分からないので解約したい。
15	歯科治療	47.3%	53	112	自由診療で高額な歯科治療の契約をしたが、説明の金額と違う。治療内容に納得できない。

注 1 契約当事者年齢が 60 歳以上の相談のうち、商品・役務分類で相談件数が 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。

注 2 「他の行政サービス」は、印鑑証明、自動車免許証など各種証明書の発行・更新業務、行政の行うアンケート調査、都道府県庁、市町村役場に関する相談など

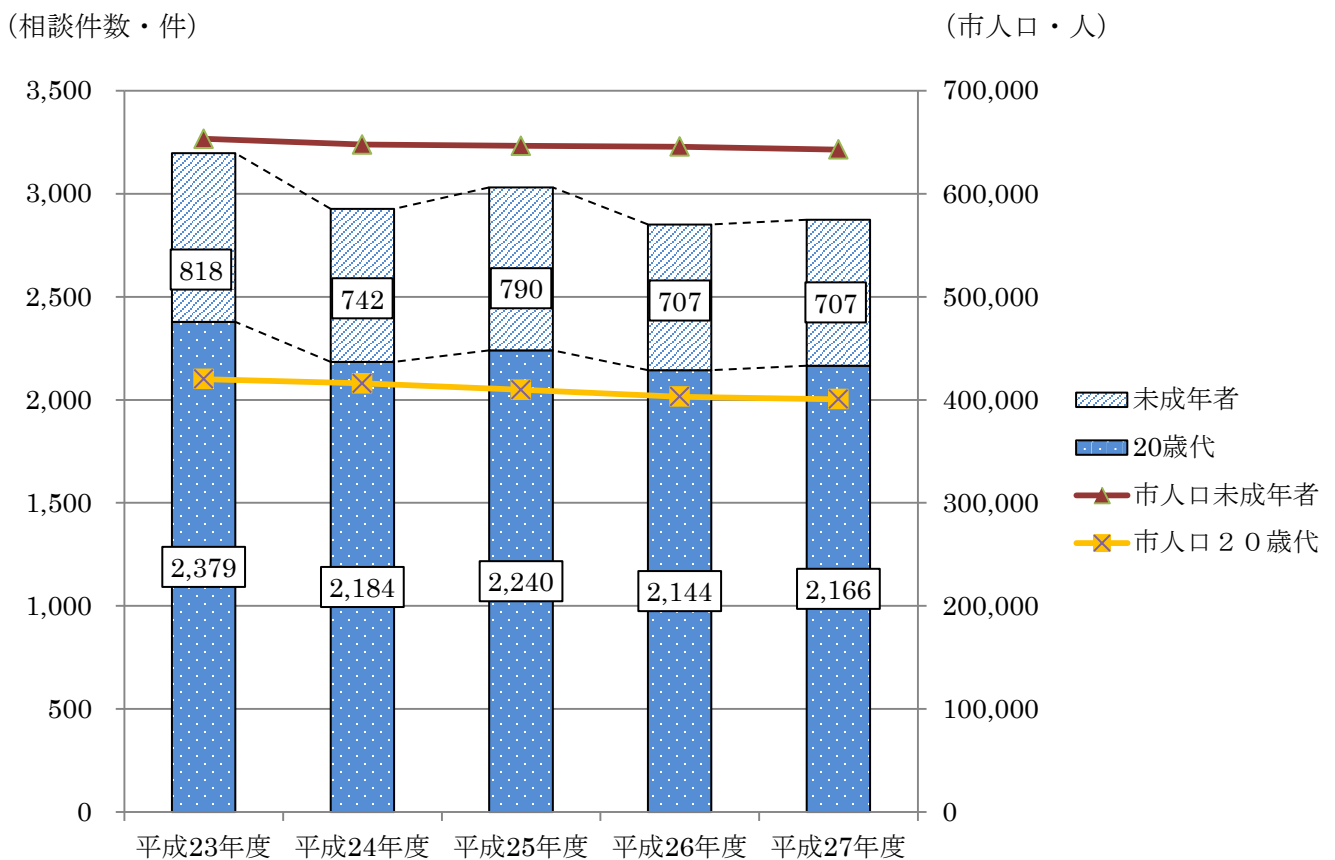
3. 若者の相談（契約当事者が29歳以下である相談）

(1) 若者の相談件数の推移

過去5年間の、横浜市内の未成年及び20歳代の人口と相談件数の推移をグラフに示した。市内人口は未成年者、20歳代共にやや減少しており、相談件数も未成年者、20歳代共に減少傾向となっている。

（【図6】参照）

【図6】過去5年間の契約当事者29歳以下の相談件数と横浜市人口



(2) 若者の相談が占める割合の多い商品・役務

29歳以下の者が占める割合の多い商品・役務の上位15分類をみると、『タレント・モデル養成教室』『オンラインゲーム』『結婚式』『エステサービス』などの契約トラブルに関する相談が上位を占めている。『オンラインゲーム』や『アダルト情報サイト』などは、両親からの相談も多く見られた。 (【表4】参照)

【表4】29歳以下の者の相談が占める割合の多い商品・役務 (H.27年度)

順位	商品・役務分類	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	88.9%	16	18	オーディションやエキストラのアルバイトに応募し、合格後に必要だからと高額なレッスンを契約させられた。
2	オンラインゲーム	46.0%	58	126	子供がスマートフォンのゲームで課金し、後日両親のクレジットカードにゲーム会社から高額請求がきた。
3	結婚式	43.8%	21	48	見学当日に結婚式場を予約し、数日以内に解約すると高額な解約料だった。当初見積りより高額になった。
4	エステサービス	43.4%	96	221	お試し無料、格安などの広告を見て体験エステを受け、高額・長期のコースに契約したが解約希望。
5	コンサート	43.4%	23	53	ネット通販やオークションでコンサートチケットを購入したが届かない。延期になったので解約・返金希望。
6	他の内職・副業	40.0%	30	75	SNS上の知人から誘われ、アフィリエイトやネットビジネス等の高額な入会金を支払うが、不審。解約希望。
7	出会い系サイト	29.2%	74	253	副業サイトだと思って登録したら出会い系サイトだった。高額なポイント代を請求された。解約・返金希望。
8	運動靴	24.6%	16	65	ネット通販でスニーカーを購入し代金を振り込んだが商品が届かない。偽物だった。連絡がとれない。
9	アダルト情報サイト	21.3%	578	2,710	子供がスマートフォンでアダルトサイトを開き、ボタンをタップしただけで登録になり高額請求された。
10	解約代行サービス	20.5%	17	83	ネットで探したワンクリック請求の無料相談窓口にご相談したら、解決料として高額な金額を請求された。
11	モバイルデータ通信	20.2%	50	247	通信速度の制限がないと聞きWi-Fiルーターを契約したが、説明と違ったので違約金なしで解約したい。
12	四輪自動車	17.3%	42	243	中古車購入・売却の契約後のキャンセル料が高額。納車時期や中古車の品質が説明と違う。不具合がある。
13	健康食品	17.2%	74	430	初回無料、格安と思いネット通販で健康食品を注文したら、定期コースになっていて解約不可と言われた。
14	テレビ放送サービス	16.9%	34	201	一人暮らしの子供のアパートに公共放送の勧誘員が訪問し、強引に契約させられた。納得できない。
15	不動産貸借	15.9%	176	1,106	賃貸アパートを退去したら、高額な原状回復費用を請求され納得できない。敷金が返還されない。

注1 契約当事者年齢が29歳以下の相談のうち、商品・役務分類で相談件数が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。

注2 「他の内職・副業」は、アフィリエイト(商品・サービス等を自分のウェブサイト等で宣伝し、売れたら報酬を得るもの)、ネットビジネスに関する相談など

注3 「オンラインゲーム」「出会い系サイト」「アダルト情報サイト」は、「デジタルコンテンツ」の下位キーワード

第3節 内容でみると

1. 販売形態別の相談件数

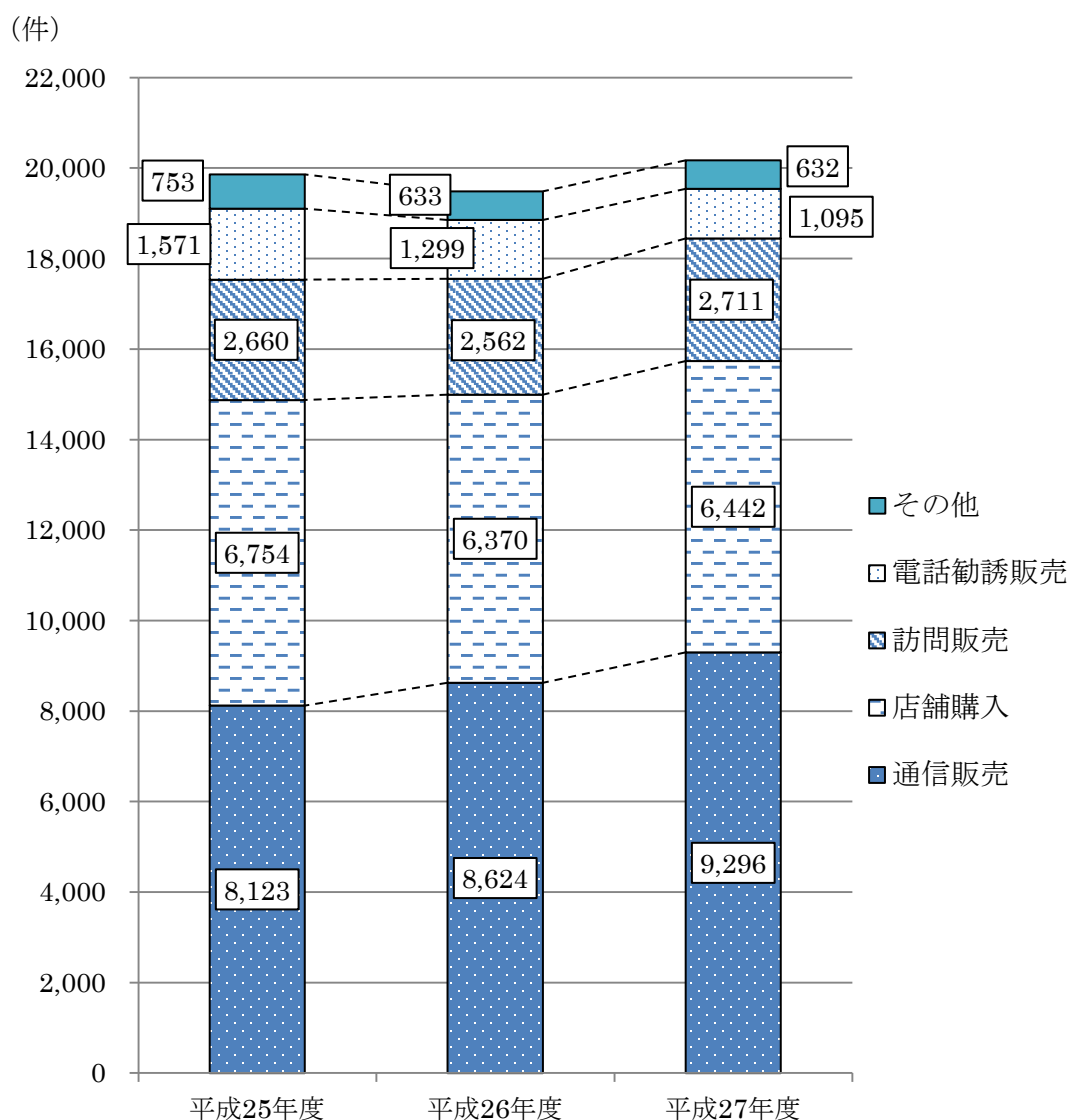
(1) 過去3年間の販売形態別の相談件数推移

過去3年間の販売形態別の相談件数推移をみると、『通信販売』の件数が年々増加しており、『店舗購入』については微減している。

『訪問販売』についてはほぼ横ばい、『電話勧誘販売』については年々減少している。

(【図7】参照)

【図7】過去3年間の販売形態別相談件数推移



注1 上記の件数は、販売購入形態が「不明・無関係」を除く。

注2 「その他」は、「マルチ・マルチまがい」「訪問購入」「ネガティブ・オプション(送り付け)」「その他無店舗」のいずれか

(2) 平成 27 年度 販売形態別 相談の多い商品・役務上位 15 位

ア. 販売形態が「通信販売」では、1 位が『アダルト情報サイト』で 2,689 件、2 位が内容が不明確な有料サイト使用料を請求されるなどの『デジタルコンテンツ一般』に関する相談で 1,821 件、3 位が占いサイトや懸賞サイトなどの『他のデジタルコンテンツ』で 357 件、4 位が『健康食品』で 257 件、5 位が『出会い系サイト』で 250 件となっている。

(【表 5】参照)

イ. 販売形態が「店舗購入」では、1 位が『不動産貸借』で 905 件、2 位が『携帯電話サービス』で 475 件、3 位が『医療サービス』と『エステサービス』で 201 件、5 位が『四輪自動車』で 189 件となっている。(【表 6】参照)

【表 5】「通信販売」商品役務別上位 15 位

順位	商品・役務分類	件数
1	アダルト情報サイト(※1)	2,689
2	デジタルコンテンツ一般(※1)	1,821
3	他のデジタルコンテンツ(※1)	357
4	健康食品	257
5	出会い系サイト(※1)	250
6	商品一般	195
7	役務その他サービス	187
8	インターネット接続回線	115
9	オンラインゲーム(※1)	114
10	興信所	92
11	解約代行サービス	78
12	紳士・婦人用バッグ	71
13	パソコン	67
14	基礎化粧品	66
15	モバイルデータ通信	65

【表 6】「店舗購入」商品役務別上位 15 位

順位	商品・役務分類	件数
1	不動産貸借	905
2	携帯電話サービス	475
3	医療サービス	201
3	エステティックサービス	201
5	四輪自動車	189
6	クリーニング	163
7	工事・建築	150
8	モバイルデータ通信	146
9	外食	142
10	インターネット接続回線	137
11	修理サービス	129
12	携帯電話	126
13	歯科治療	111
14	商品一般	97
15	スポーツ・健康教室	90

※1 は「デジタルコンテンツ」の下位キーワード

注1 「デジタルコンテンツ一般」は、「アダルト情報サイト」「出会い系サイト」「映画配信サービス」「オンラインゲーム」「音楽情報サイト」「ギャンブル情報サイト」「投資情報サイト」「他のデジタルコンテンツ」に該当しない「デジタルコンテンツ」に関するもので、内容が不明確な有料サイト利用料の架空請求等に関する相談

注2 「他のデジタルコンテンツ」は、「SNS」「占いサイト」「懸賞サイト」「ダウンロードしたセキュリティソフト」等に関する相談

注3 商品一般・・・商品の特定が出来ない／身に覚えのない架空請求等に関するもの

注4 役務その他サービス・・・サービス業のうち「金融・保険」「運輸・通信」「教育」「教養・娯楽」「保健・福祉」「外食・食事宅配」「冠婚葬祭」「家事」などのサービスに該当しない役務に関するもの

ウ. 販売形態が『訪問販売』では、1位が『工事・建築』に関する相談で593件、2位が『新聞』で197件、3位がインターネット光回線など『インターネット接続回線』で159件、4位が『修理サービス』で157件、5位が『テレビ放送サービス』で151件となっている。

(【表7】参照)

エ. 販売形態が『電話勧誘販売』では、1位が『インターネット接続回線』に関する相談で402件、2位が『役務その他サービス』で61件、3位が『健康食品』と『商品一般』で55件、5位が『公社債』で32件となっている。

(【表8】参照)

【表7】「訪問販売」商品役務別上位15位

順位	商品・役務分類	件数
1	工事・建築	593
2	新聞	197
3	インターネット接続回線	159
4	修理サービス	157
5	テレビ放送サービス	151
6	給湯システム	78
7	有線テレビ放送	70
8	役務その他サービス	60
9	プロパンガス	49
10	普通生命保険	47
10	駆除サービス	47
12	補習用教材	43
13	引越	41
14	ふとん類	40
14	ファンド型投資商品	40
14	建物清掃サービス	40

【表8】「電話勧誘販売」商品役務別上位15位

順位	商品・役務分類	件数
1	インターネット接続回線	402
2	役務その他サービス	61
3	健康食品	55
3	商品一般	55
5	公社債	32
6	ファンド型投資商品	31
7	固定電話サービス	29
8	鮮魚	25
9	老人ホーム	23
10	株	19
11	新築分譲マンション	17
12	フリーローン・サラ金	10
12	広告代理サービス	10
14	モバイルデータ通信	9
15	電気	8
15	携帯電話サービス	8

注1 工事・建築・・・屋根工事・増改築工事・衛生設備工事等に関するもの

注2 インターネット接続回線・・・プロバイダやインターネット回線の料金やサービスの内容に関するもの

注3 商品一般・・・商品の特定が出来ない／身に覚えのない架空請求等に関するもの

注4 役務その他サービス・・・サービス業のうち「金融・保険」「運輸・通信」「教育」「教養・娯楽」「保健・福祉」「外食・食事宅配」「冠婚葬祭」「家事」などのサービスに該当しない役務に関するもの

2. 相談の多い販売方法・商法・手口

販売方法や商法・手口のうち、平成 27 年度の消費生活相談で多かったものは、『強引・強迫』（手口や販売方法が強引であったとする相談）となっており 8,760 件で 1 位、インターネット通販やインターネットオークションなど『電子商取引』にかかわる相談が 8,089 件で、2 位となっており、過去 4 年間の件数推移をみても、年々増加していることが分かる。（【表 9】参照）

【表 9】販売方法・手口別上位 25 位

（単位：件【対平成 24 年度増減率】）

順位	販売方法・手口	平成 24 年度	平成 25 年度	平成 26 年度	平成 27 年度	
1	強引・強迫	5,810	7,196	7,917	8,760	【50.8】
2	電子商取引	5,742	6,857	7,574	8,089	【40.9】
3	説明不足	1,967	2,418	2,437	3,151	【60.2】
4	家庭訪販	2,530	2,751	2,664	2,764	【9.2】
5	電話勧誘	2,017	2,558	2,180	1,912	【▲5.2】
6	虚偽説明	1,269	1,605	1,508	1,541	【21.4】
7	無料商法	845	1,084	1,284	1,181	【39.8】
8	詐欺	561	590	809	849	【51.3】
9	二次被害	451	374	476	608	【34.8】
10	身分詐称	150	293	411	439	【192.7】
11	代引配達	307	598	375	344	【12.1】
12	サイドビジネス商法	150	192	210	299	【99.3】
13	特典強調	152	157	224	275	【80.9】
14	点検商法	176	209	205	236	【34.1】
15	次々販売	152	222	192	232	【52.6】
16	利殖商法	532	626	450	219	【▲58.8】
17	テレビショッピング	141	183	160	180	【27.7】
18	販売目的隠匿	206	178	154	175	【▲15.0】
19	嫌がらせ	158	106	137	151	【▲4.4】
20	劇場型勧誘	384	416	395	127	【▲66.9】
21	ネガティブオプション	67	179	76	108	【61.2】
22	長時間勧誘	108	117	107	93	【▲13.9】
23	アポイントメントセールス	41	62	70	81	【97.6】
24	夜間勧誘	51	65	67	81	【58.8】
25	当選商法	274	128	102	78	【▲71.5】

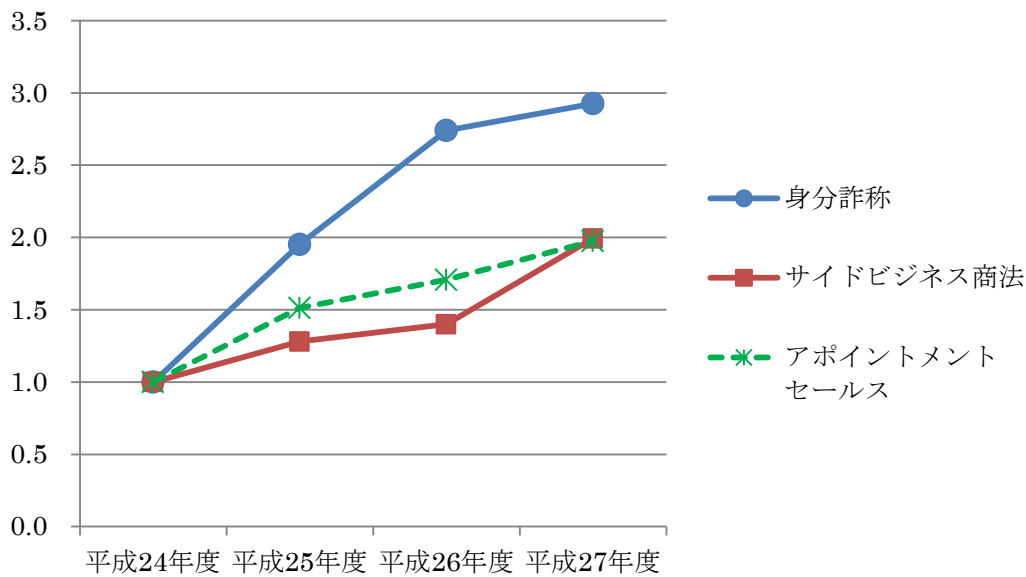
注1 上記表は、内容キーワード「主として販売方法に関するキーワード」について表示している（重複回答有）

注2 「電子商取引」は、「インターネット通販」や「インターネットオークション」などネットワーク上で行う取引に関するもの

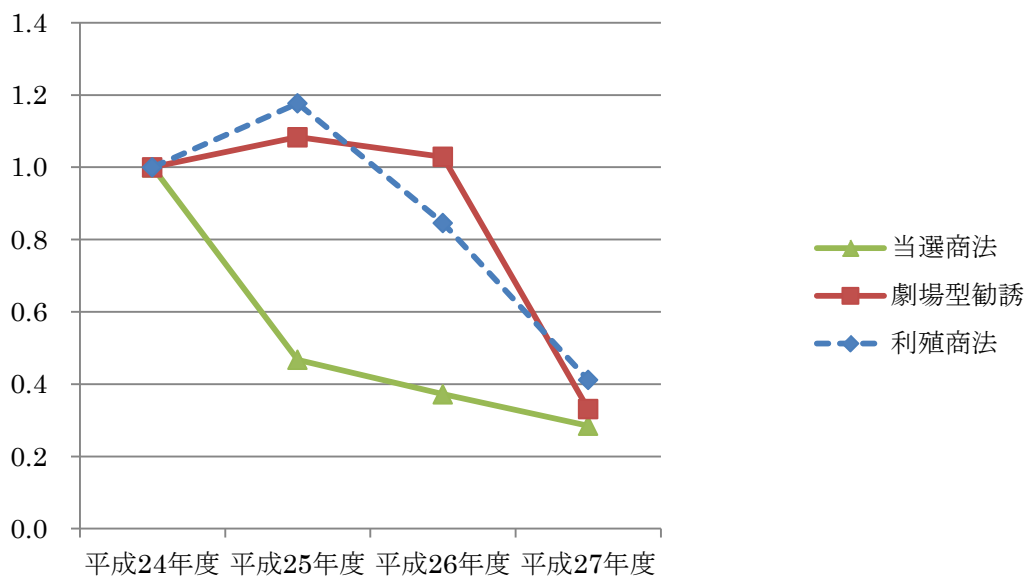
平成24年度から平成27年度の件数推移をみると、『身分詐称』『サイドビジネス商法』『アポイントメントセールス』もここ4年間で大きく件数が伸びている。

逆に、『当選商法』『劇場型勧誘』『利殖商法』については、急減している。啓発やマスコミ等の広報により、手口を知る人が増えたことも、減少の一因と考えられる。(【図 8,9】参照)

【図 8】平成24年度から平成27年度までの増加率 上位3位の販売方法・商法・手口
(件数倍率・倍)



【図 9】平成24年度から平成27年度までの減少率 上位3位の販売方法・商法・手口
(件数倍率・倍)



3. 消費生活相談の特徴・傾向

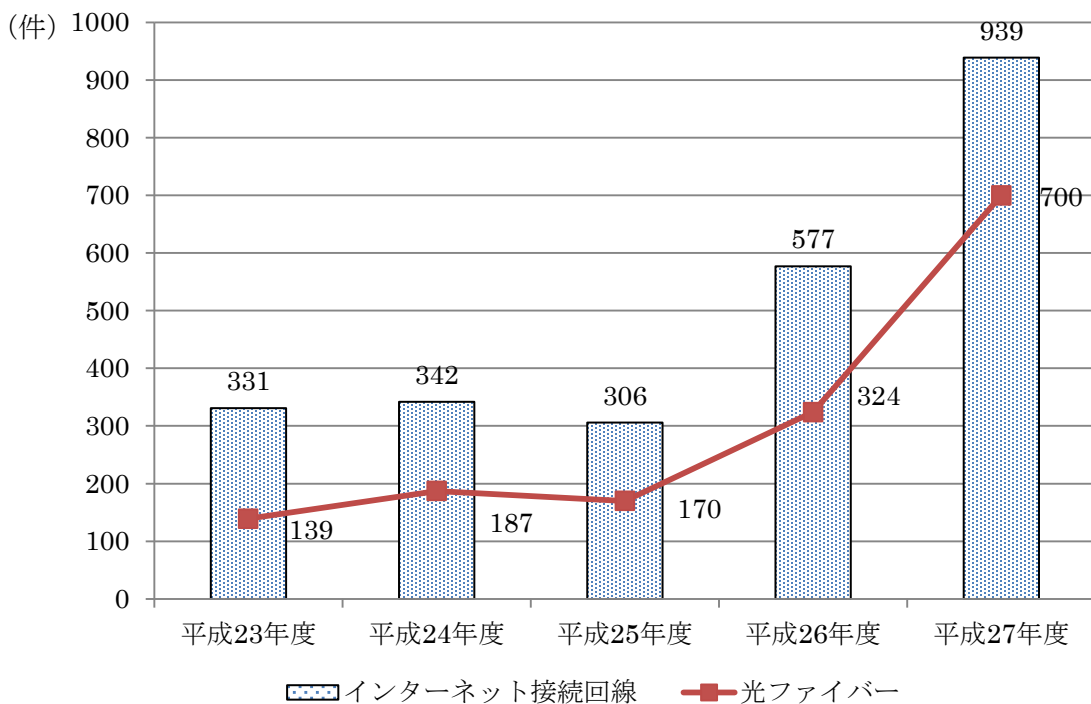
本節は、平成 28 年 6 月 28 日に記者発表した内容を再掲・詳細化したものです

(1) 光ファイバー（光回線）に関する相談が急増

ア. 契約したインターネット接続回線の料金、契約、解約時の違約金などに関する相談が 939 件で、前年度に比べて 362 件増加（62.7%増）した。内容をみると、特に光ファイバー（光回線）にかかわる相談が 700 件と、前年度に比べ 376 件と大幅に増加（116%増）した。

（【図 10】参照）

【図 10】インターネット接続回線（うち光ファイバー）の件数推移



イ. インターネット接続回線に関する相談のうち、契約当事者の年齢や男女比の傾向をみると、男性のほうが多く、60 歳代、70 歳代以上の相談が多いが、女性や他の年代層も幅広く相談が来ている。（【表 10】参照）

ウ. 具体的な相談内容をみると、多くのケースで「光回線を乗り換えると月々の支払料金が安くなる。」など『電話勧誘販売』によりトラブルが発生している現状がうかがえる。

（【表 11】参照）

【表 10】

『インターネット接続回線』契約当事者年齢・男女内訳

年代	男性	女性	団体・不明等	合計
未成年	5	1	-	6
20歳代	51	34	1	86
30歳代	74	59	-	133
40歳代	94	91	-	185
50歳代	82	67	-	149
60歳代	101	47	-	148
70歳代	90	56	-	146
80歳以上	26	19	-	45
無回答	12	4	25	41
合計	535	378	26	939

【表 11】

『インターネット接続回線』販売購入形態別

内容分類	件数
電話勧誘販売	402
訪問販売	159
店舗購入	137
通信販売	115
不明・無関係	126
合計	939

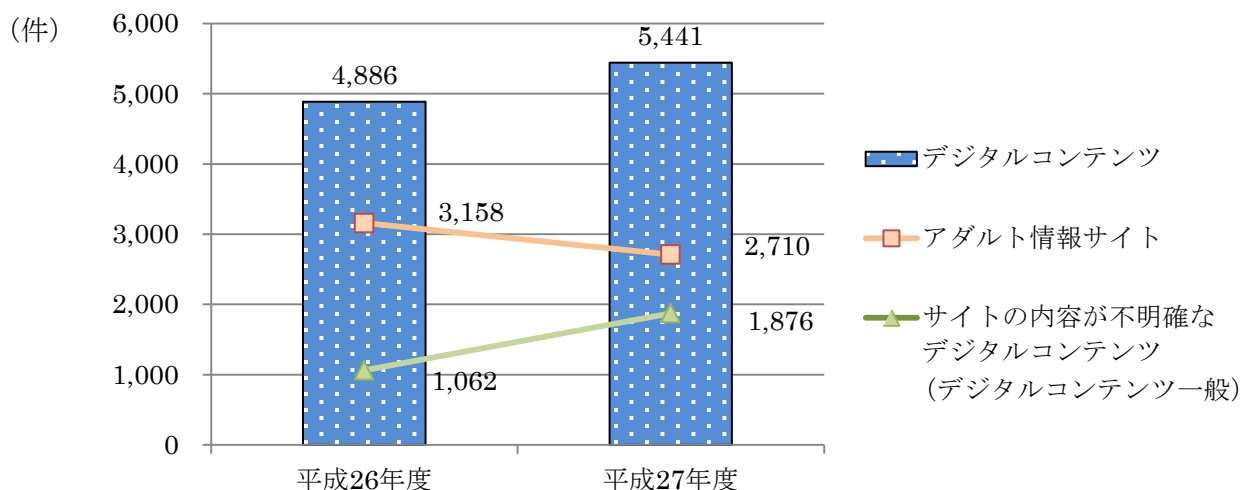
(2) デジタルコンテンツに関する相談が増加

ア. アダルト情報サイトや出会い系サイトなどの「デジタルコンテンツ」に関する相談が 5,441 件で、前年度に比べて 555 件増加（11.4%増）し、未成年者から 70 歳以上まですべての年代で引き続き第 1 位となり、相談総件数の約 2 割以上を占めている。

(P. 4【表 1】， P. 6【表 2】参照)

イ. 相談内容では、「アダルト情報サイト」に関する相談は 2,710 件で、前年度に比べて 448 件減少（14.2%減）し、身に覚えのない有料サイトの利用料を請求される等といった、「サイトの内容が不明確なデジタルコンテンツ」に関する相談が 1,876 件と、前年度に比べて 814 件増加（76.6%増）した。『支払わないと訴訟履歴がマイナンバーに登録される』など、マイナンバーを口実にした架空請求の手口も見受けられた。（【図 11】参照）

【図 11】 デジタルコンテンツの件数推移



ウ. デジタルコンテンツに関する相談のうち、契約当事者の年齢や男女比の傾向をみると、男女、年代問わず、幅広い層から相談が来ているが、特に多いのは60歳代男性と40歳代女性だった。スマートフォン等の普及により、近年は中年・高齢者層でデジタルコンテンツの相談が多くなっている現状がうかがえる。(【表 12】参照)

エ. デジタルコンテンツの相談の内訳は、1位が『アダルト情報サイト』で2,710件、2位がサイトの内容が不明確な有料サイト利用料を請求されるなどの『デジタルコンテンツ一般』で1,876件となっている。(【表 13】参照)

【表 12】

『デジタルコンテンツ』契約当事者年齢・男女内訳

(件)

年代	男性	女性	団体・不明等	合計
未成年	282	132	-	414
20歳代	266	249	4	519
30歳代	332	433	-	765
40歳代	486	625	-	1,111
50歳代	545	470	-	1,015
60歳代	605	295	-	900
70歳代	401	135	-	536
80歳以上	85	26	-	111
無回答	20	11	39	70
合計	3,022	2,376	43	5,441

【表 13】

『デジタルコンテンツ』下位キーワード内訳

商品・役務	件数
アダルト情報サイト	2,710
デジタルコンテンツ一般	1,876
他のデジタルコンテンツ	414
出会い系サイト	253
オンラインゲーム	126
映画配信サービス	29
ギャンブル情報サイト	13
投資情報サイト	11
音楽情報サイト	9
合計	5,441

注1 「デジタルコンテンツ一般」は、「アダルト情報サイト」「出会い系サイト」「映画配信サービス」「オンラインゲーム」「音楽情報サイト」「ギャンブル情報サイト」「投資情報サイト」「他のデジタルコンテンツ」に該当しない「デジタルコンテンツ」に関するもので、内容が不明確な有料サイト利用料の架空請求等に関する相談

注2 「他のデジタルコンテンツ」は、「デジタルコンテンツ」の下位キーワードで、「SNS」「占いサイト」「懸賞サイト」「ダウンロードしたセキュリティソフト」等に関する相談

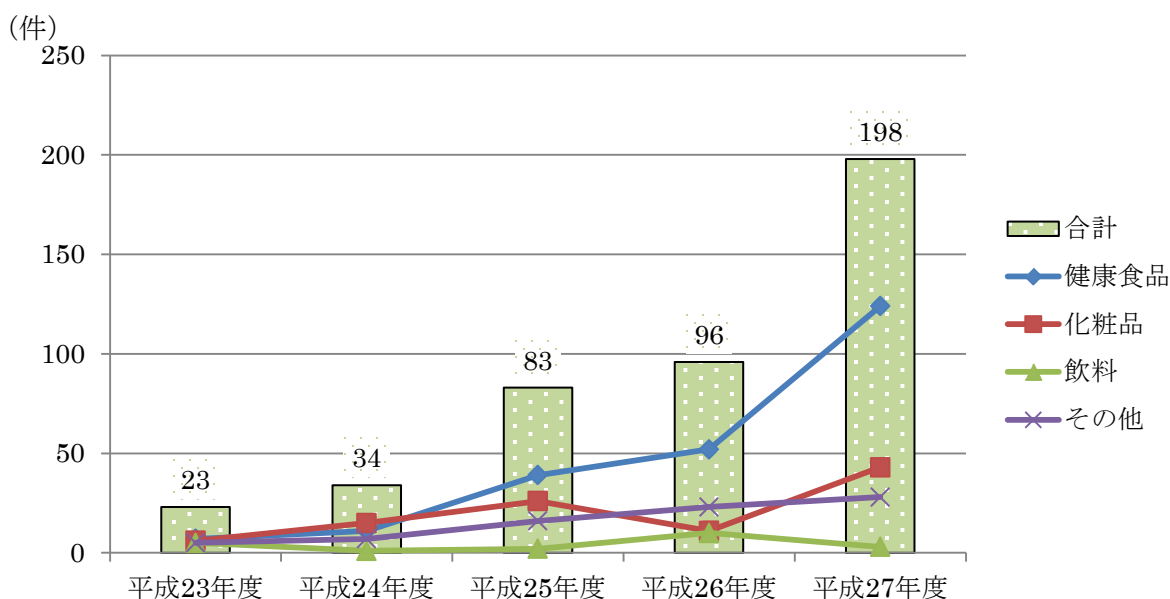
(3) 通信販売でお試しのつもりが定期購入になってしまったという相談が急増

ア. 「初回お試し 500 円」などの広告を見てお試しのつもりで申し込んだら定期購入になってしまったなどの相談が 198 件で、前年度に比べ 102 件増加 (106.3%増) した。商品別にみると、健康食品が最も多く、続いて化粧品となっている。 (【表 14】，【図 12】参照)

【表 14】 通信販売の定期購入に関する相談の件数推移

	平成 23 年度	平成 24 年度	平成 25 年度	平成 26 年度	平成 27 年度
健康食品	7	11	39	52	124
化粧品	6	15	26	11	43
飲料	5	1	2	10	3
その他	5	7	16	23	28
合計	23	34	83	96	198

【図 12】 通信販売の定期購入に関する相談の件数推移



イ. 通信販売の定期購入に関する相談のうち、契約当事者の年齢や男女比の傾向をみると、契約当事者は女性が多く、男性の約 6 倍となっている。幅広い年代層から相談がきているが、一番多いのは 40 歳代からの相談だった。(【表 15】参照)

ウ. 契約購入金額をみると、1 万円前後となっており、初回お試し価格のみと思っていたのに、実際に契約した金額が高額になったためにトラブルが起こっていると考えられる。

(【表 16】参照)

【表 15】

『通信販売の定期購入』契約当事者年齢・男女内訳

(平成 23 年度～平成 27 年度)

(件)

年代	男性	女性	団体・不明	合計
未成年	2	31	-	33
20 歳代	9	34	-	43
30 歳代	9	62	-	71
40 歳代	5	83	-	88
50 歳代	13	57	-	70
60 歳代	6	42	-	48
70 歳代	10	34	-	44
80 歳以上	11	21	-	32
無回答	-	5	-	5
合計	65	369	0	434

【表 16】

『通信販売の定期購入』年代別

契約購入金額

(円)

年代	平均購入金額
未成年	12,846
20 歳代	11,273
30 歳代	11,472
40 歳代	9,519
50 歳代	16,444
60 歳代	7,987
70 歳代	11,676
80 歳以上	7,897
平均	11,333

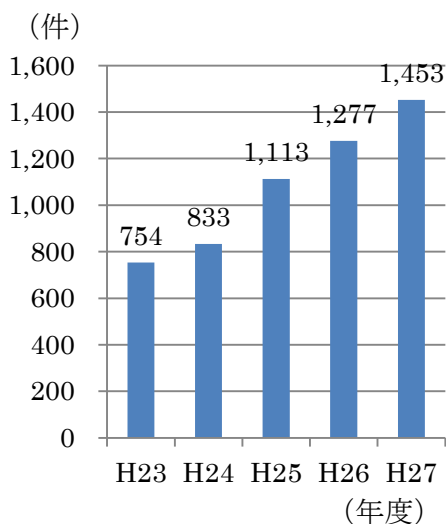
※不明・無回答は除く

(4) キャッシュレスの時代を反映した相談が顕著に増加

- ア. 電子マネーに関する相談が 358 件で、前年度に比べ 253 件と大幅に増加 (241%増) した。
- イ. クレジットカードやプリペイドカードが関係する相談も年々増加しており、キャッシュレス決済サービスの拡大や利用者の増加とともに、支払方法が多様化・複雑化していることがうかがえる。
- ウ. 架空請求等の支払方法に、匿名性の高い電子マネーが利用されていることも、トラブル増加の一因と考えられる。 (【図 13~15】参照)

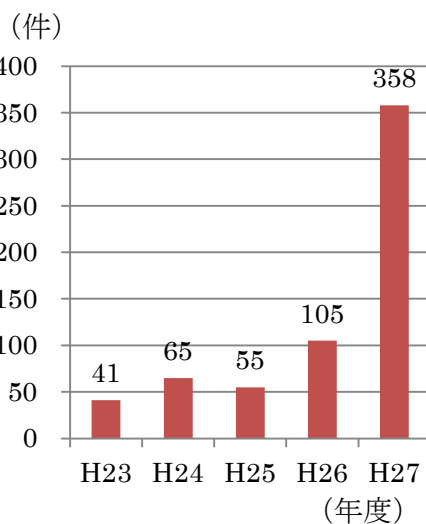
【図 13】

『クレジットカード』件数推移



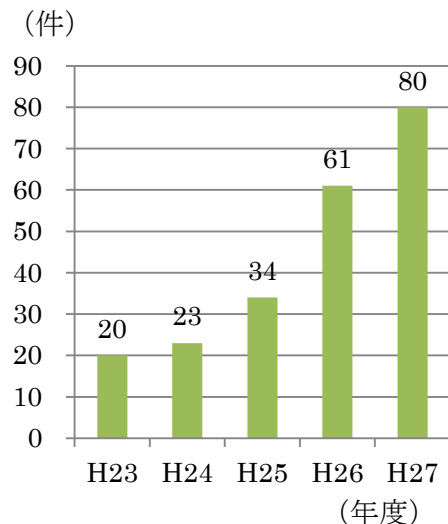
【図 14】

『電子マネー』件数推移



【図 15】

『プリペイドカード』件数推移



エ. 電子マネーに関する相談のうち、契約当事者の年齢や男女比の傾向をみると、幅広い年代層から相談がきており、男女の差もみられなかった。（【表 17】参照）

オ. 具体的な相談内容をみると、当センターに苦情として入ってくる相談の多くは、デジタルコンテンツの架空・不当請求などの相談に付随して、支払手段として電子マネーが使われていることが分かる。（【表 18】参照）

【表 17】

『電子マネー』契約当事者年齢・男女内訳 (件)

年代	男性	女性	団体・不明等	合計
未成年	8	3	1	12
20 歳代	23	30	-	53
30 歳代	32	42	-	74
40 歳代	31	52	-	83
50 歳代	26	31	-	57
60 歳代	31	14	-	45
70 歳代	18	8	-	26
80 歳以上	5	-	-	5
無回答	1	1	1	3
合計	175	181	2	358

【表 18】

『電子マネー』商品・役務別

商品・役務	件数
アダルト情報サイト	136
デジタルコンテンツ一般	65
出会い系サイト	61
商品一般	20
他のデジタルコンテンツ	19
金融関連サービスその他	6
オンラインゲーム	6
その他	45
合計	358

注1 「デジタルコンテンツ一般」は、「デジタルコンテンツ」の下位キーワードで、内容が不明確な有料サイト利用料の架空請求等に関する相談

注2 「他のデジタルコンテンツ」は、「デジタルコンテンツ」の下位キーワードで、「SNS」「占いサイト」「懸賞サイト」「ダウンロードしたセキュリティソフト」等に関する相談

注3 商品一般・・・電子マネーのチャージに関するもの/商品の特定が出来ない/身に覚えのない架空請求等に関するもの

注4 「金融関連サービスその他」は、クレジットカードの入退会/会費や両替、外貨両替等に関するもの