

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「よこはま暮らしナビ」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「横浜市の消費生活相談の動向」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

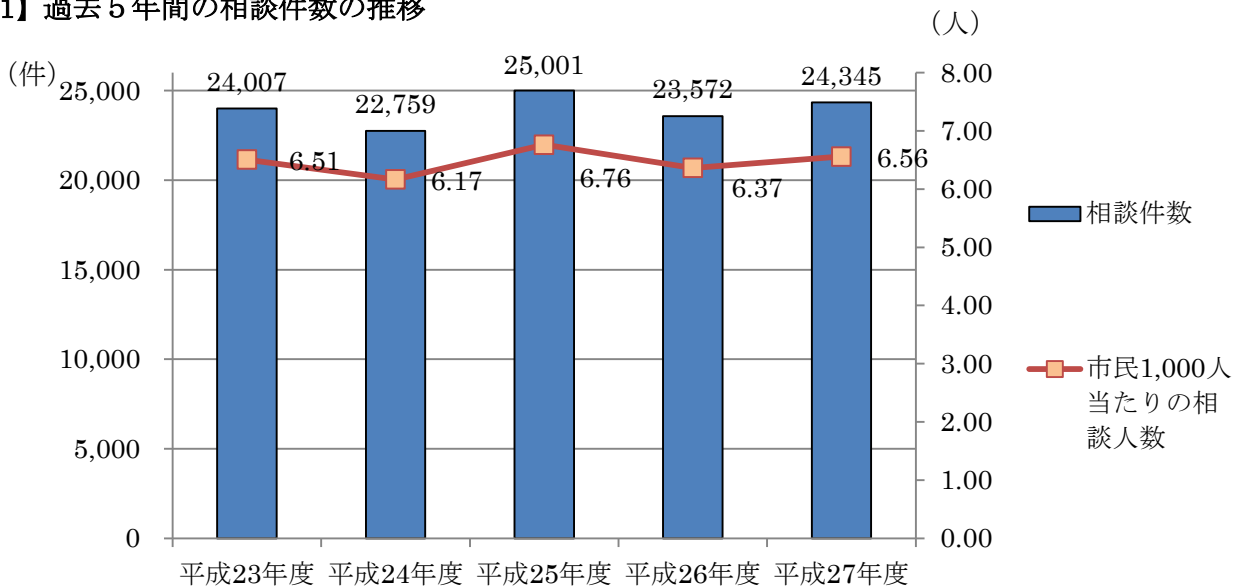
※2 各センターのホームページに公開されている情報を引用

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



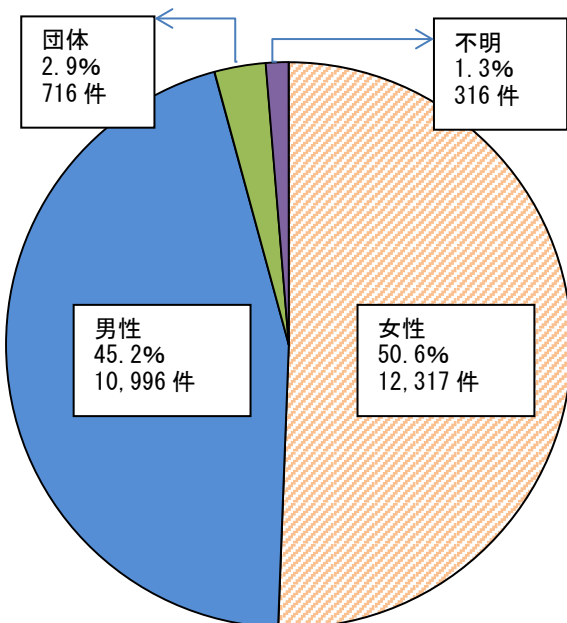
契約当事者の性別割合をみると、「女性」がやや多いものの、大差はみられない。

(【図2】参照)

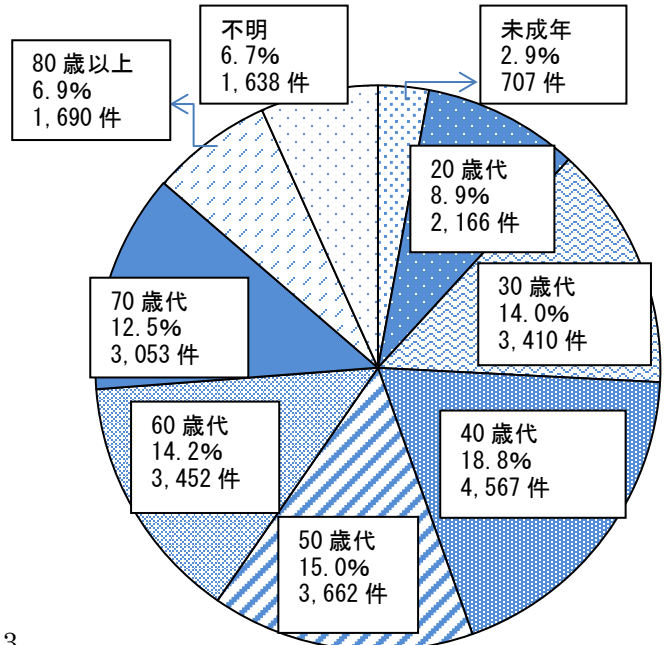
契約当事者の年代別割合をみると、最も多いのは「40歳代」で、全体の18.8%を占める。

(【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

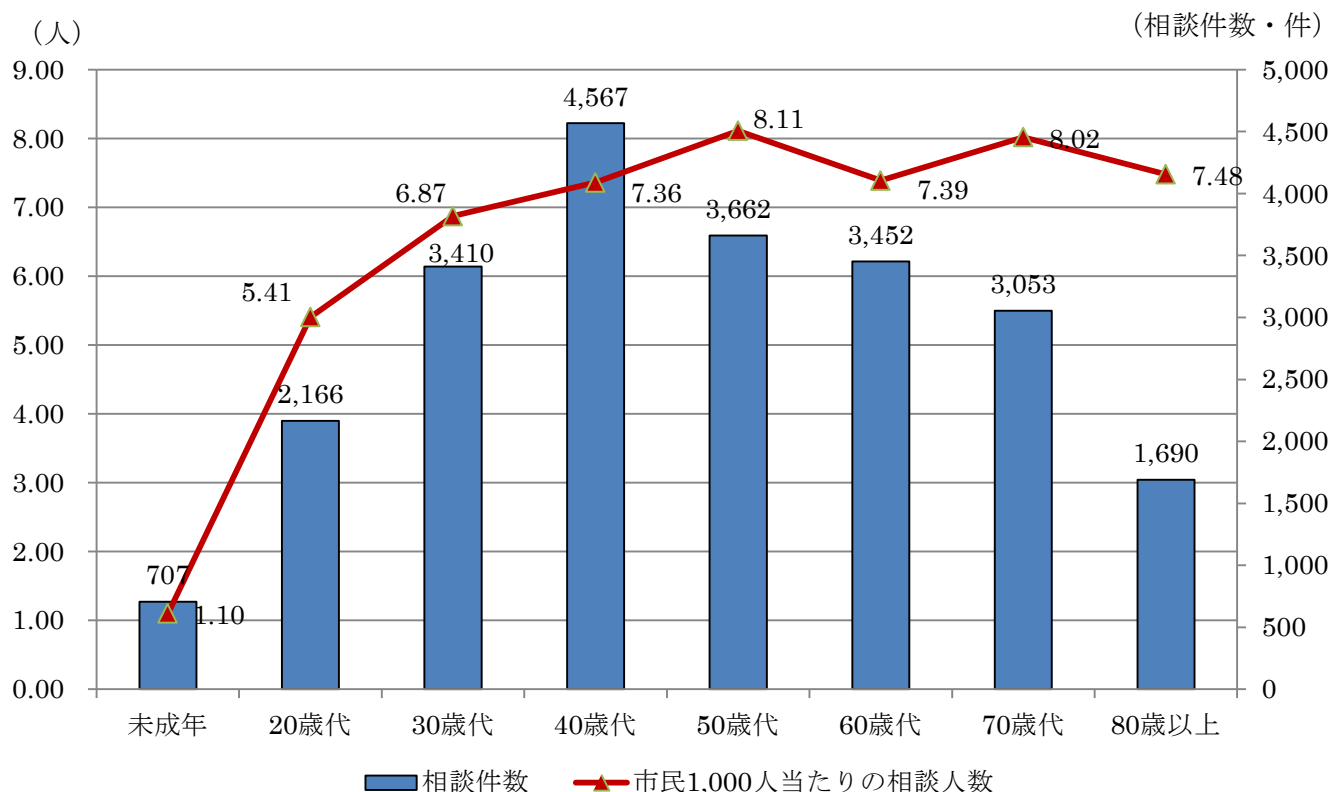
(1) 消費生活相談が生じる率が高い年代は50歳代

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

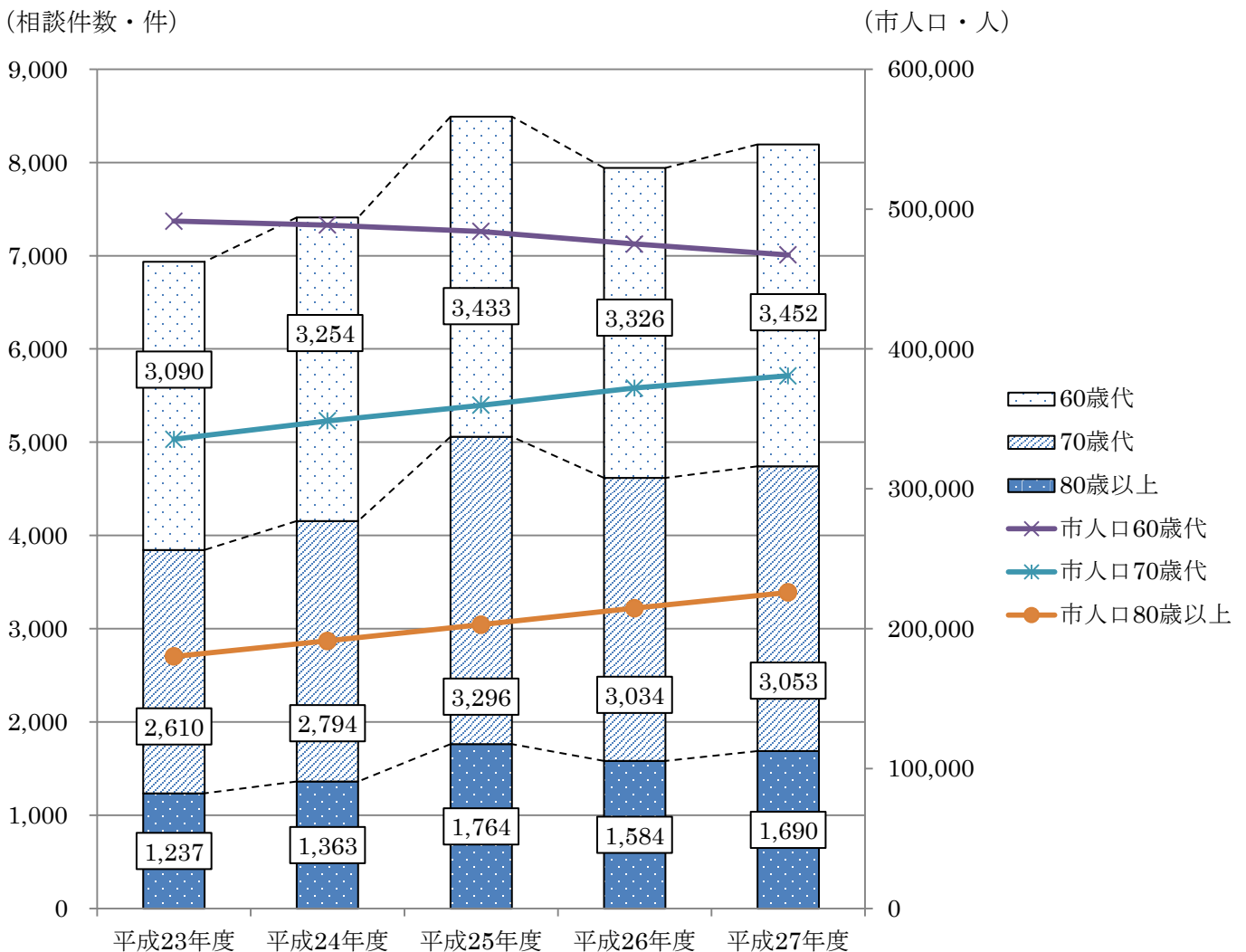
2. 高齢者の相談（契約当事者が60歳以上である相談）

(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もうかると言われて出資したが怪しい。
6	冠婚葬祭互助会	62.5%	40	64	数十年前に契約し積立し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

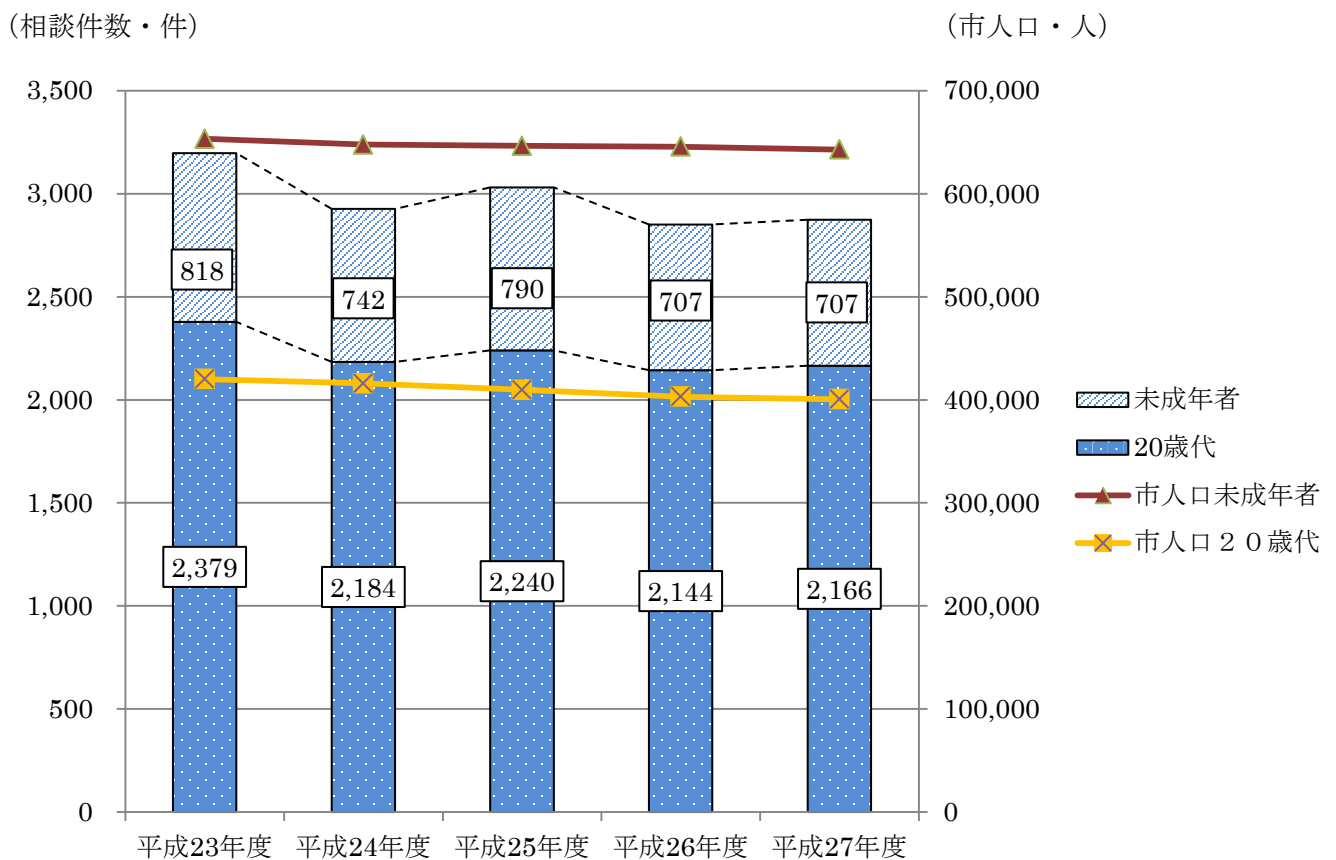
3. 若者の相談（契約当事者が29歳以下である相談）

(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

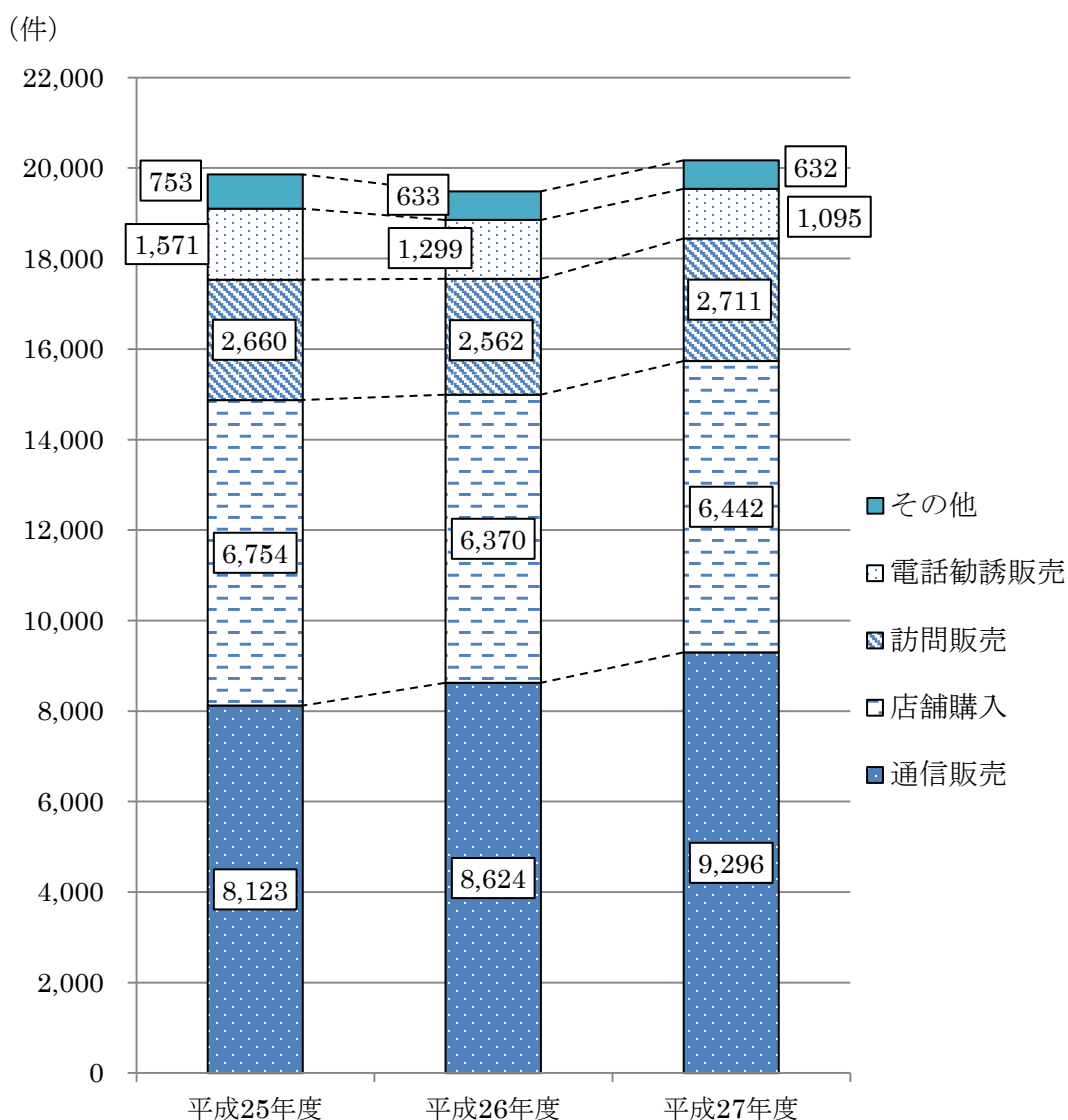
(1) 過去3年間の販売形態別の相談件数推移

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】

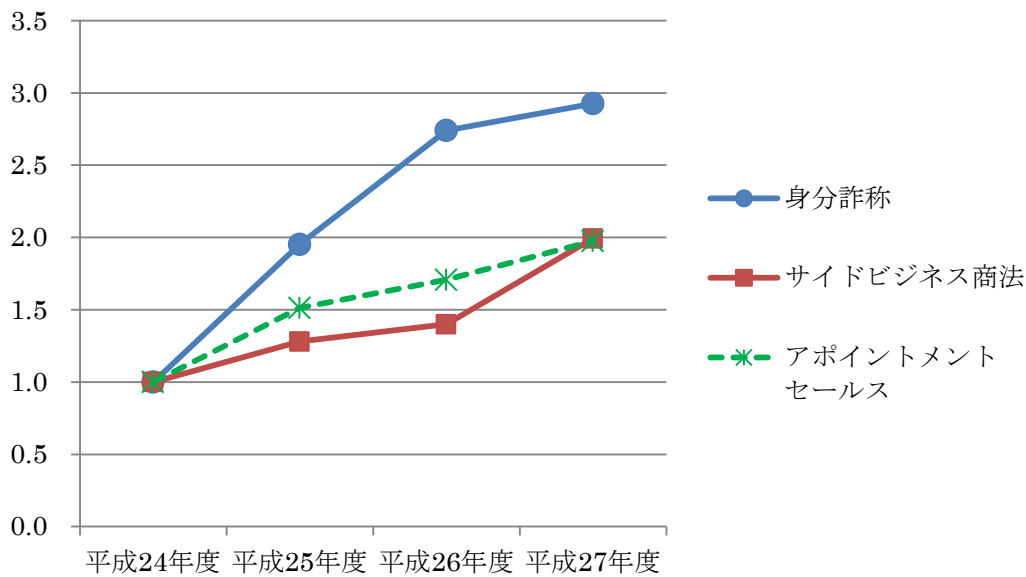
注1 上記表は、内容キーワード「主として販売方法に関するキーワード」について表示している（重複回答有）

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

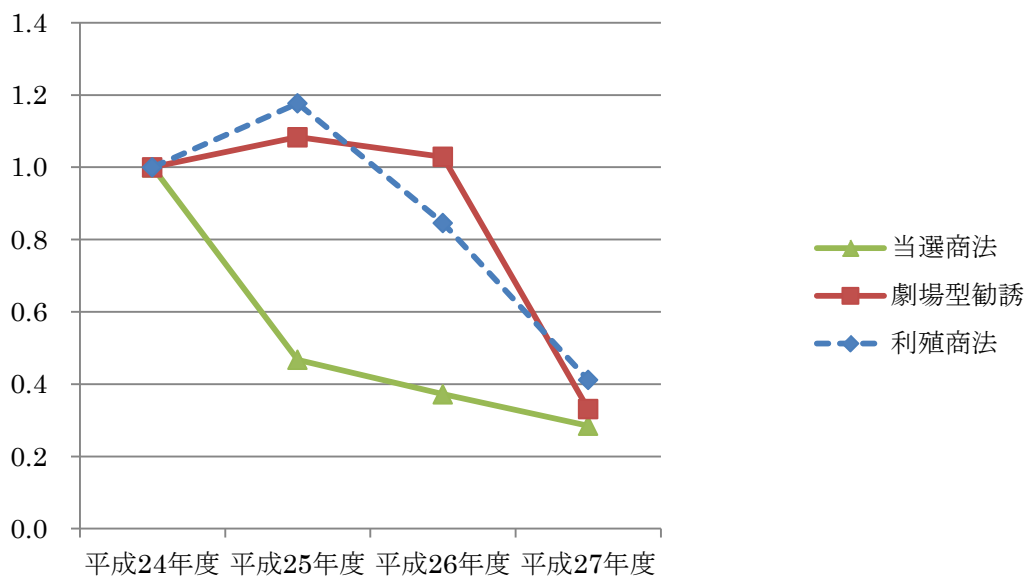
平成24年度から平成27年度の件数推移をみると、『身分詐称』『サイドビジネス商法』『アポイントメントセールス』もここ4年間で大きく件数が伸びている。

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

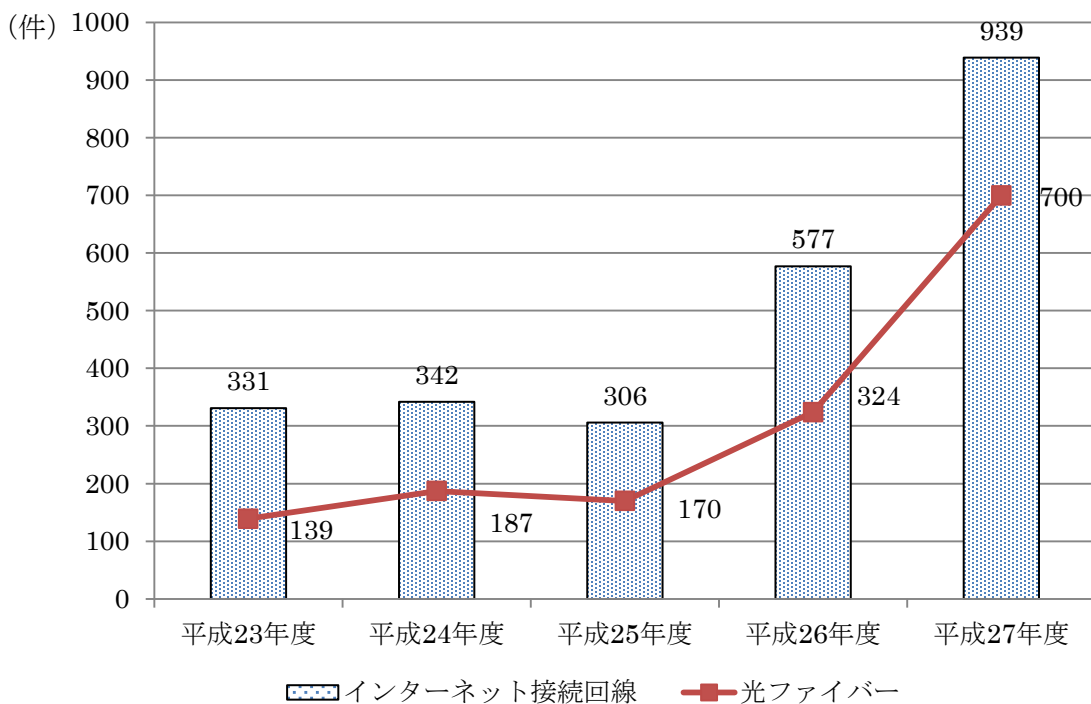
本節は、平成 28 年 6 月 28 日に記者発表した内容を再掲・詳細化したものです

(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

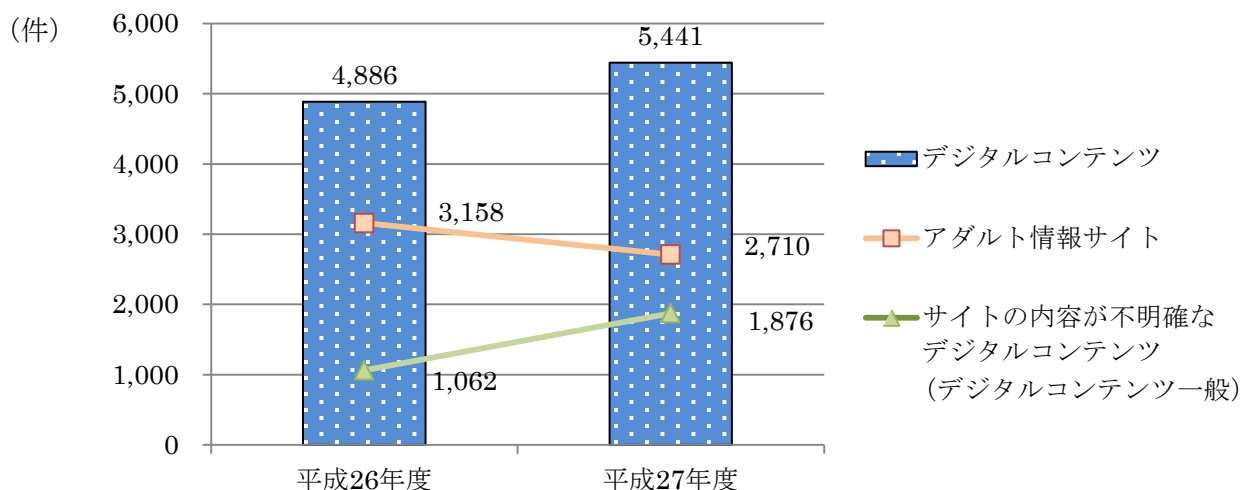
(2) デジタルコンテンツに関する相談が増加

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

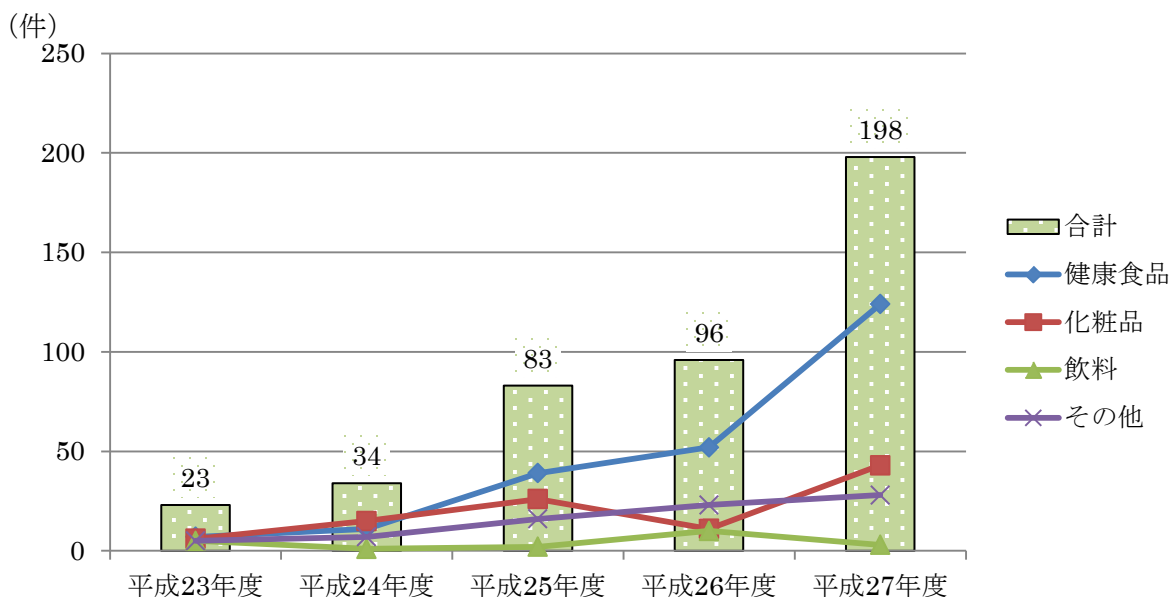
(3) 通信販売でお試しのつもりが定期購入になってしまったという相談が急増

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

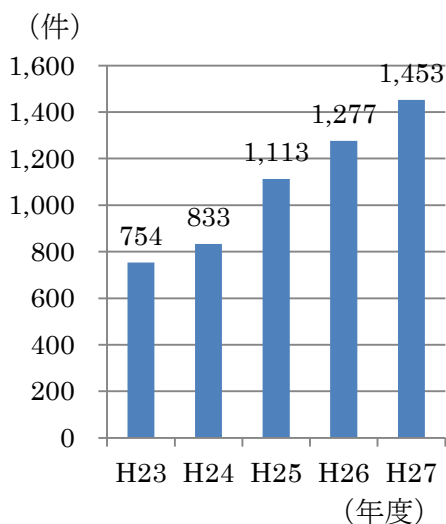
※不明・無回答は除く

(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)

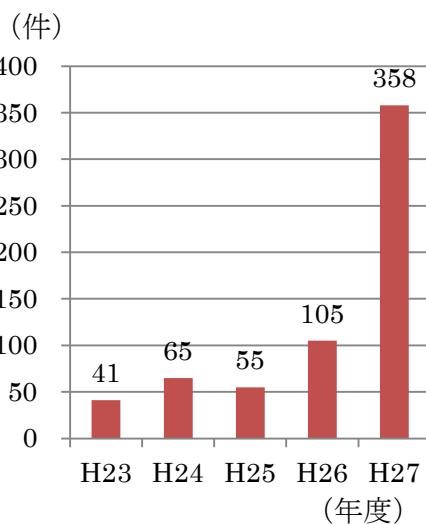
【図 13】

『クレジットカード』件数推移



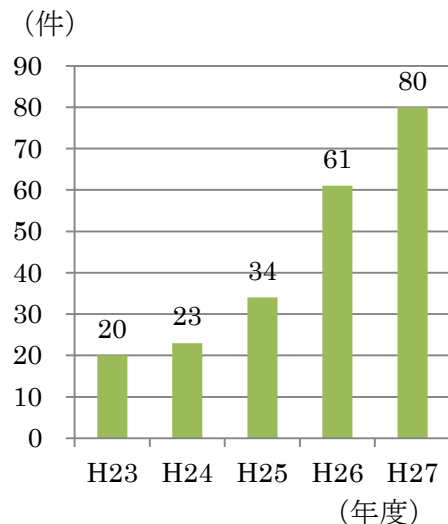
【図 14】

『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

第2章 高齢者（契約当事者60歳以上）の消費生活相談の概要

第1節 高齢者の相談件数など

1. 高齢者の相談件数の推移

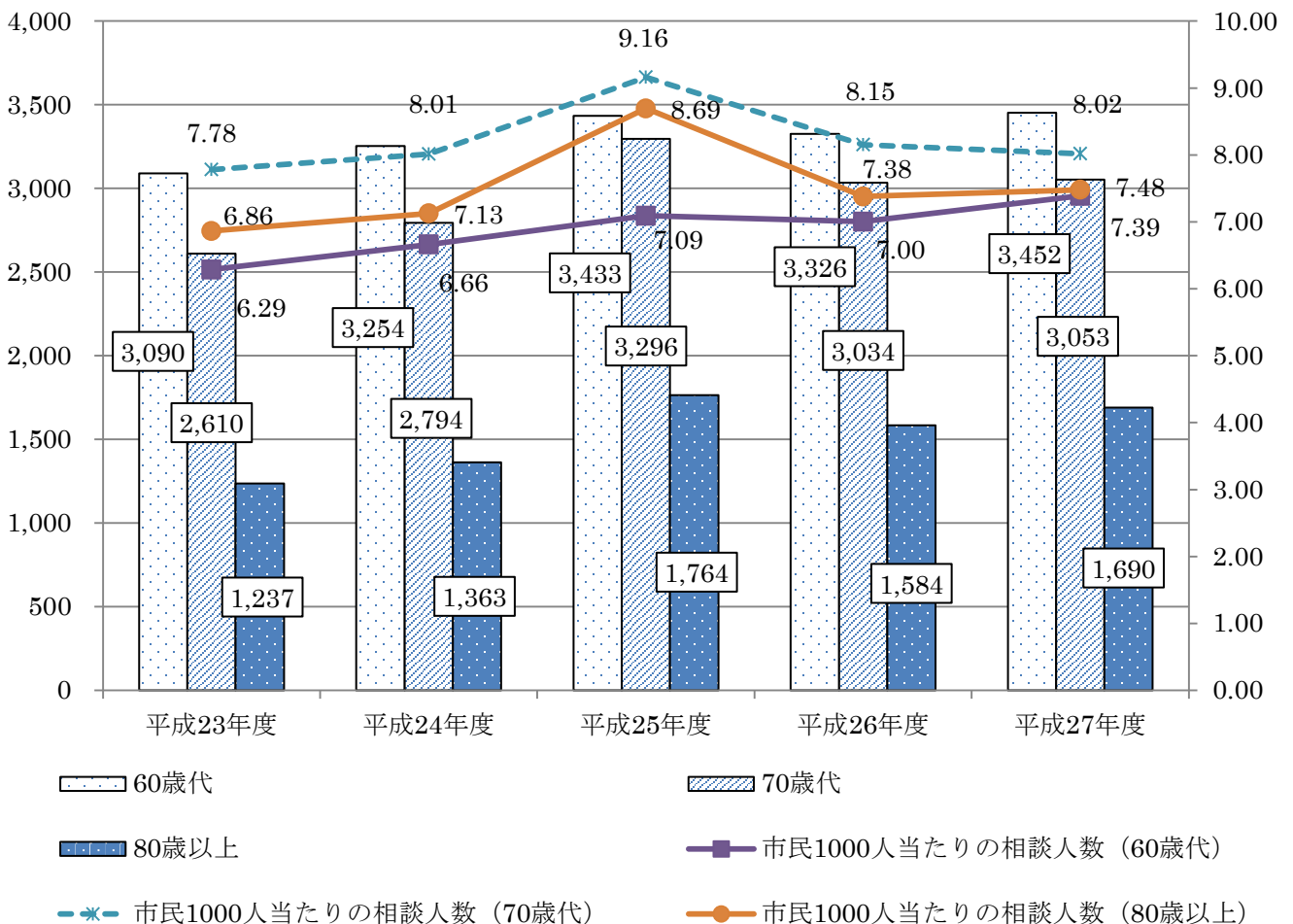
過去5年間の60歳代、70歳代、80歳以上の相談件数と、横浜市民1,000人当たりの相談人数の推移をグラフに示した。

- (1) 60歳代、70歳代、80歳以上のいずれの年代でも、5年間の相談件数をみると、やや増加傾向となっている。
- (2) 横浜市民1,000人当たりの相談件数でみると、平成25年度に70歳代と80歳以上の人数が増加している。これは、平成25年度に高齢者をターゲットにした健康食品などの『送り付け商法』の相談が増えたためと考えられる。(【図16】，P.8【図5】参照)

【図16】 過去5年間の契約当事者60歳代以上の相談件数と割合

(相談件数・件)

(人)



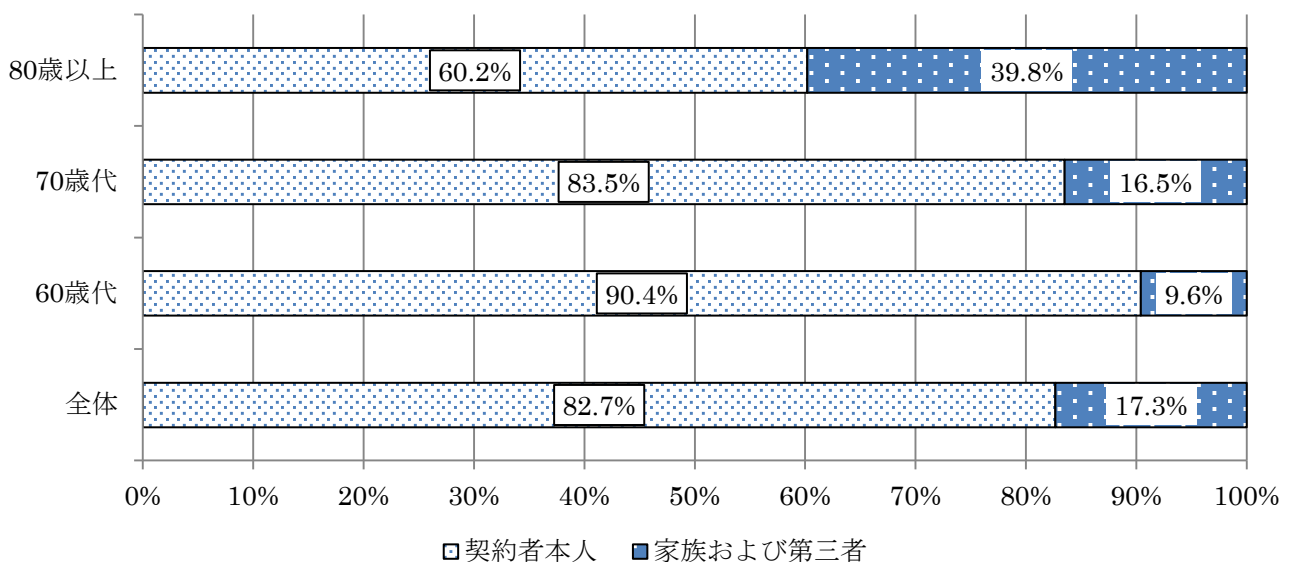
2. 契約当事者が80歳以上の相談者は「家族や第三者から」が多い

相談者が契約当事者本人である場合と、本人以外の第三者である場合の割合を相談全体と高齢者の年代別で比較した。

(1) 家族や見守る立場の方など、当事者本人以外からの相談の割合が大きいのは80歳以上で、4割近くが第三者からの相談となっている。これは、高齢者本人が身体的・精神的な問題により相談することが困難である場合や、被害にあったことに気付いていないケースがあることが理由のひとつと考えられる。

(2) 一方で、60歳代と70歳代は、全世代と比較して、当事者本人からの相談の割合が大きくなっている。（【図17】参照）

【図17】高齢者の相談に占める「本人から」と「家族および第三者から」の割合（H.27年度）



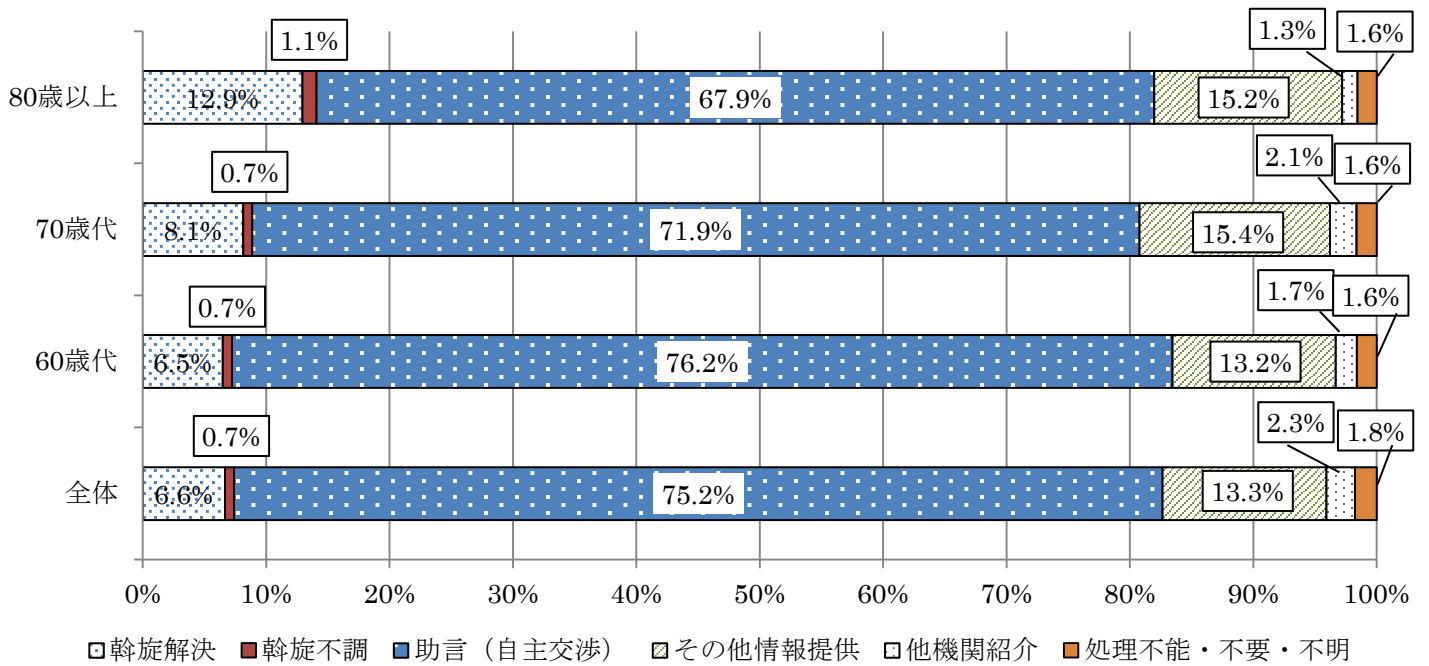
3. 処理結果（80歳以上はあっせん率が高い）

(1) 相談全体と高齢者の相談処理結果の割合を比較すると、相談員が相談者に対し、自主解決に向けてアドバイスを行った「助言」の占める割合が、いずれの年代も大きいですが、センターが事業者と相談者の間に入り、解決に向けた話し合いの調整を行う「斡旋（あっせん）」を行った割合は、相談全体と比べ、70歳代、80歳以上で大きくなっている。

(2) 特に80歳以上は「斡旋」を行った割合が14.0%と、全体と比較して6.7ポイントも「斡旋」の割合が大きい。これは、電気通信サービスなど契約内容が複雑なケースが増えていることに加え、高齢者になるほど消費者本人がトラブルを解決することが難しい傾向があるのが原因と

考えられる。(【図 18】 参照)

【図 18】 高齢者の相談と相談全体の処理結果の割合 (H.27 年度)



第2節 高齢者の相談内容でみると

1. 高齢者の年代別 相談の多い商品・役務

60歳代、70歳代、80歳以上の年代別相談の特徴について、商品・役務別上位20品目と、過去4年間の件数推移を示したのが以下の表である。（【表19～21】参照）

（1）60歳代は、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』が1位で410件、『アダルト情報サイト』が2位で408件と、3位『工事・建築』の182件に比べ、断然相談件数が多い。

過去4年間の件数の推移をみると、『デジタルコンテンツ一般』と『インターネット接続回線』の相談が急増している。（【表19】参照）

【表19】契約当事者が60歳代の商品・役務別上位20位 （単位：件【対平成24年度増減率】）

順位	商品・役務分類	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度	
1	デジタルコンテンツ一般※1	97	126	191	410	【322.7%】
2	アダルト情報サイト※1	274	343	467	408	【48.9%】
3	工事・建築	226	218	170	182	【▲19.5%】
4	インターネット接続回線	47	45	112	148	【214.9%】
5	商品一般	96	129	117	129	【34.4%】
6	役務その他サービス	85	73	78	84	【▲1.2%】
7	不動産貸借	87	75	87	82	【▲5.7%】
8	携帯電話サービス	45	44	64	75	【66.7%】
9	修理サービス	67	58	42	60	【▲10.4%】
10	他のデジタルコンテンツ※1	23	39	39	59	【156.5%】
11	新聞	50	35	34	39	【▲22.0%】
12	フリーローン・サラ金	42	34	33	36	【▲14.3%】
12	テレビ放送サービス	36	28	30	36	【0.0%】
14	四輪自動車	27	38	33	34	【25.9%】
15	ファンド型投資商品	80	86	48	31	【▲61.3%】
16	音響・映像機器	32	38	28	30	【▲6.3%】
16	クリーニング	29	38	24	30	【3.4%】
18	医療サービス	34	32	26	28	【▲17.6%】
19	金融関連サービスその他	26	20	20	26	【0.0%】
20	普通生命保険	31	34	11	25	【▲19.4%】
20	固定電話サービス	19	14	16	25	【31.6%】
20	有線テレビ放送	20	19	24	25	【25.0%】

※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

注5 「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

(2) 70歳代は、60歳代と同様、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』が1位で243件、『アダルト情報サイト』が2位で232件となっているが、3位『工事・建築』の190件との件数差が、60歳代と比べ縮まっている。また、60歳代では上位20位に入っていない『健康食品』に関する相談が多くなっている。

過去4年間の件数の推移をみると、『デジタルコンテンツ一般』と『他のデジタルコンテンツ』の相談が急増している。(【表20】参照)

【表20】契約当事者が70歳代の商品・役務別上位20位 (単位:件【対平成24年度増減率】)

順位	商品・役務分類	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度
1	デジタルコンテンツ一般(※1)	48	54	145	243 【406.3%】
2	アダルト情報サイト(※1)	120	172	264	232 【93.3%】
3	工事・建築	166	232	212	190 【14.5%】
4	商品一般	76	154	125	152 【100.0%】
5	インターネット接続回線	39	40	112	146 【274.4%】
6	役務その他サービス	75	103	73	78 【4.0%】
7	健康食品	86	245	56	75 【▲12.8%】
8	修理サービス	40	45	36	58 【45.0%】
9	携帯電話サービス	23	27	39	51 【121.7%】
10	不動産貸借	56	42	55	50 【▲10.7%】
11	他のデジタルコンテンツ(※1)	7	18	26	48 【585.7%】
12	新聞	44	61	50	43 【▲2.3%】
12	他の行政サービス	18	16	22	43 【138.9%】
14	ファンド型投資商品	157	120	61	41 【▲73.9%】
15	固定電話サービス	21	28	28	34 【61.9%】
16	普通生命保険	34	26	24	27 【▲20.6%】
16	テレビ放送サービス	22	31	18	27 【22.7%】
18	パソコン	13	19	23	26 【100.0%】
18	金融関連サービスその他	33	28	24	26 【▲21.2%】
20	老人ホーム	7	9	13	24 【242.9%】

※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

注5 「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

(3) 80歳以上は、『工事・建築』が1位で160件となっており、2位『商品一般』の93件と比べ件数が多い。3位『健康食品』で92件、4位『新聞』で53件となっている。

また、『ふとん類』『老人ホーム』など、比較的高齢者がトラブルに遭いやすい商品・役務別の相談は60歳代、70歳代に比べ、80歳以上で顕著にあらわれている。

過去4年間の件数推移をみると、『デジタルコンテンツ一般』の相談が急増している。

(【表 21】参照)

【表 21】契約当事者が80歳以上の商品・役務別上位20位 (単位: 件【対平成24年度増減率】)

順位	商品・役務分類	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度	
1	工事・建築	134	144	144	160	【19.4%】
2	商品一般	36	85	74	93	【158.3%】
3	健康食品	65	214	70	92	【41.5%】
4	新聞	53	53	57	53	【0.0%】
5	デジタルコンテンツ一般(※1)	5	9	31	50	【900.0%】
6	インターネット接続回線	18	17	43	45	【150.0%】
6	アダルト情報サイト(※1)	17	23	36	45	【164.7%】
8	修理サービス	33	31	29	38	【15.2%】
9	役務その他サービス	38	50	55	35	【▲7.9%】
10	ふとん類	38	27	29	27	【▲28.9%】
10	固定電話サービス	9	14	13	27	【200.0%】
12	携帯電話サービス	8	9	12	26	【225.0%】
13	ファンド型投資商品	58	50	23	24	【▲58.6%】
14	普通生命保険	14	20	7	23	【64.3%】
15	他の行政サービス	5	9	11	20	【300.0%】
16	老人ホーム	13	16	22	19	【46.2%】
17	山林	8	10	6	18	【125.0%】
18	他の台所用品	8	20	15	17	【112.5%】
18	テレビ放送サービス	15	14	13	17	【13.3%】
20	株	29	31	29	16	【▲44.8%】

※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

注5 「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

注6 「他の台所用品」は、浄水器、水素水発生装置、キッチンスケール、漬物器等に関するもの

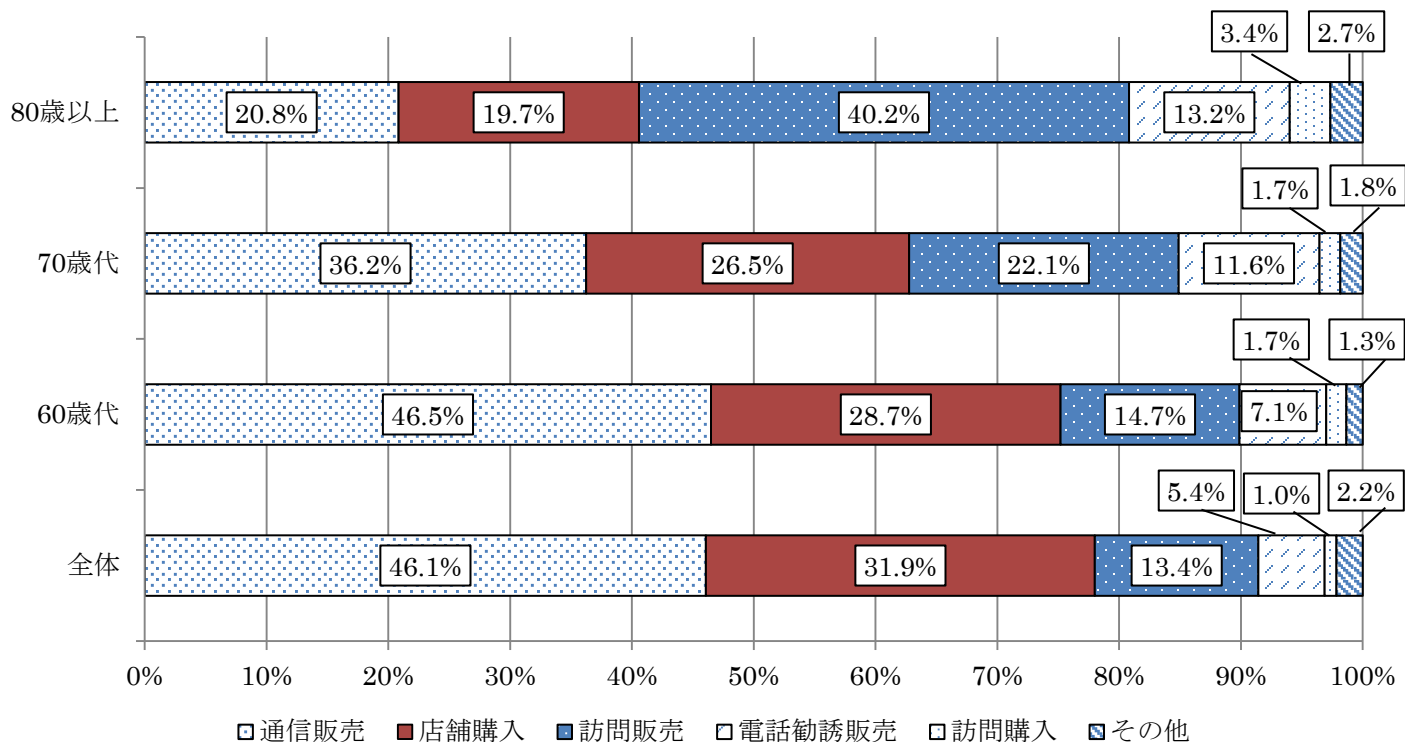
2. 高齢者の販売購入形態別 割合

相談全体と60歳代、70歳代、80歳以上の販売購入形態別の割合をグラフに示した。

(【図 19】 参照)

- (1) 60歳代は、全年代層と比較して販売購入形態別の割合に大きな差が見られないが、70歳代、80歳以上と高齢層になるほど『通信販売』の割合が小さくなり、『訪問販売』及び『電話勧誘販売』の割合が大きく増えていることが分かる。
- (2) 80歳以上では、『訪問販売』及び『電話勧誘販売』の割合が5割を超えており、在宅機会が多く年齢の高い方が勧誘のターゲットになっていることがうかがえる。

【図 19】 高齢者の販売購入形態別割合 (H.27年度)



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

3. 高齢者に多い販売方法・手口

平成 27 年度の相談について、相談全体と 60 歳代、70 歳代、80 歳以上の販売方法・手口別の割合を示したのが以下の表である。(表 22～24 参照)

(1) 60 歳代について

ア. 60 歳代の、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 1,370 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 1,100 件で、2 位となっており、過去 4 年間の件数の推移をみても、年々増加していることが分かる。(【表 22】参照)

【表 22】契約当事者が 60 歳代の販売方法・手口別上位 20 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	792	997	1,213	1,370 【73.0%】
2	電子商取引	576	733	936	1,100 【91.0%】
3	説明不足	286	357	351	459 【60.5%】
4	家庭訪販	458	416	456	457 【▲0.2%】
5	電話勧誘	403	466	416	350 【▲13.2%】
6	無料商法	130	157	189	187 【43.8%】
7	虚偽説明	188	222	209	174 【▲7.4%】
8	詐欺	89	90	109	98 【10.1%】
9	二次被害	79	63	77	87 【10.1%】
10	身分詐称	37	62	90	83 【124.3%】
11	代引配達	35	64	50	56 【60.0%】
12	点検商法	44	27	29	51 【15.9%】
13	テレビショッピング	43	50	35	43 【0.0%】
14	利殖商法	133	160	113	42 【▲68.4%】
15	特典強調	19	21	30	33 【73.7%】
16	劇場型勧誘	112	110	122	32 【▲71.4%】
17	次々販売	17	22	21	26 【52.9%】
17	嫌がらせ	23	11	19	26 【13.0%】
19	販売目的隠匿	32	21	14	21 【▲34.4%】
20	カタログ通販	16	21	9	15 【▲6.3%】

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

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

イ. 平成 24 年度から平成 27 年度までの 60 歳代の件数の推移をみると、『身分詐称』、『電子商取引』、『特典強調』が 4 年間で大きく件数が伸びている。(【図 20】参照)

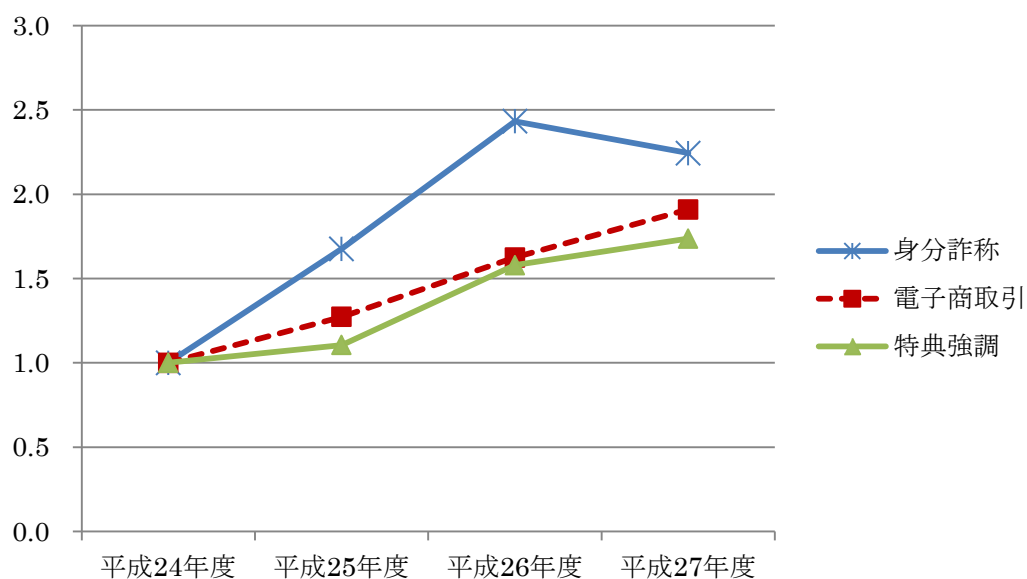
逆に、『劇場型勧誘』『利殖商法』『販売目的隠匿』については、急減している。

(【図 21】参照)

【図 20】平成 24 年度から平成 27 年度までの増加率

60 歳代上位 3 位の販売方法・商法・手口

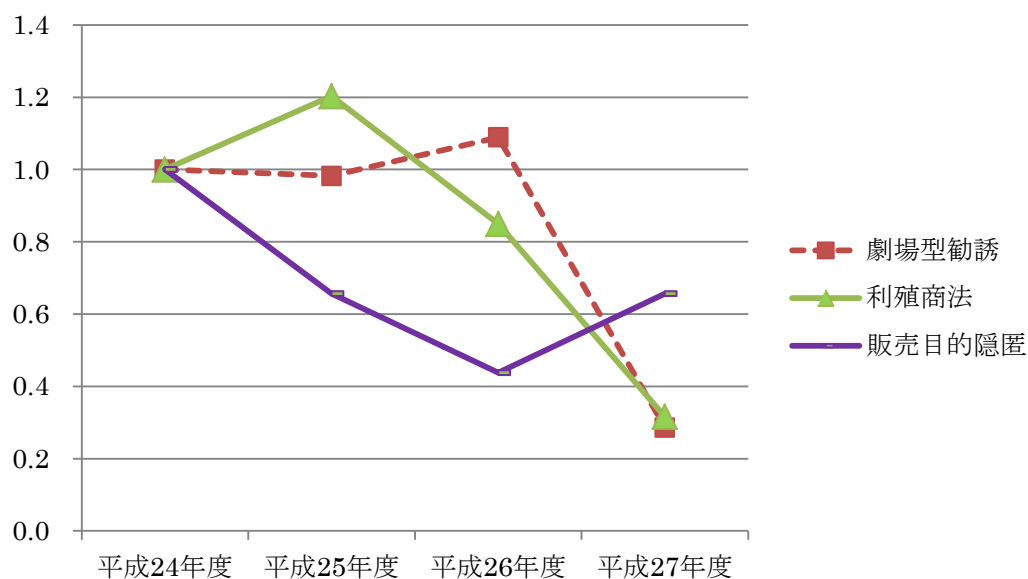
(件数倍率・倍)



【図 21】平成 24 年度から平成 27 年度までの減少率

60 歳代上位 3 位の販売方法・商法・手口

(件数倍率・倍)



(2) 70 歳代について

ア. 70 歳代の、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 1,132 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 641 件で、2 位となっており、過去 3 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 23】参照）

【表 23】契約当事者が 70 歳代の販売方法・手口別上位 20 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	651	1,067	1,076	1,132	【73.9%】
2	電子商取引	260	340	546	641	【146.5%】
3	家庭訪販	503	596	595	574	【14.1%】
4	電話勧誘	596	815	618	474	【▲20.5%】
5	説明不足	227	311	325	421	【85.5%】
6	虚偽説明	222	293	239	195	【▲12.2%】
7	無料商法	85	121	151	134	【57.6%】
8	身分詐称	37	101	123	129	【248.6%】
9	詐欺	136	118	141	104	【▲23.5%】
10	代引配達	56	167	74	81	【44.6%】
11	二次被害	156	128	72	72	【▲53.8%】
12	テレビショッピング	29	45	49	61	【110.3%】
13	点検商法	47	65	62	58	【23.4%】
14	劇場型勧誘	192	195	187	55	【▲71.4%】
15	利殖商法	202	211	154	50	【▲75.2%】
16	次々販売	37	49	37	41	【10.8%】
17	販売目的隠匿	32	26	20	36	【12.5%】
18	特典強調	22	19	32	35	【59.1%】
19	ネガティブオプション	17	59	25	27	【58.8%】
20	原野商法	11	10	12	19	【72.7%】

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

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

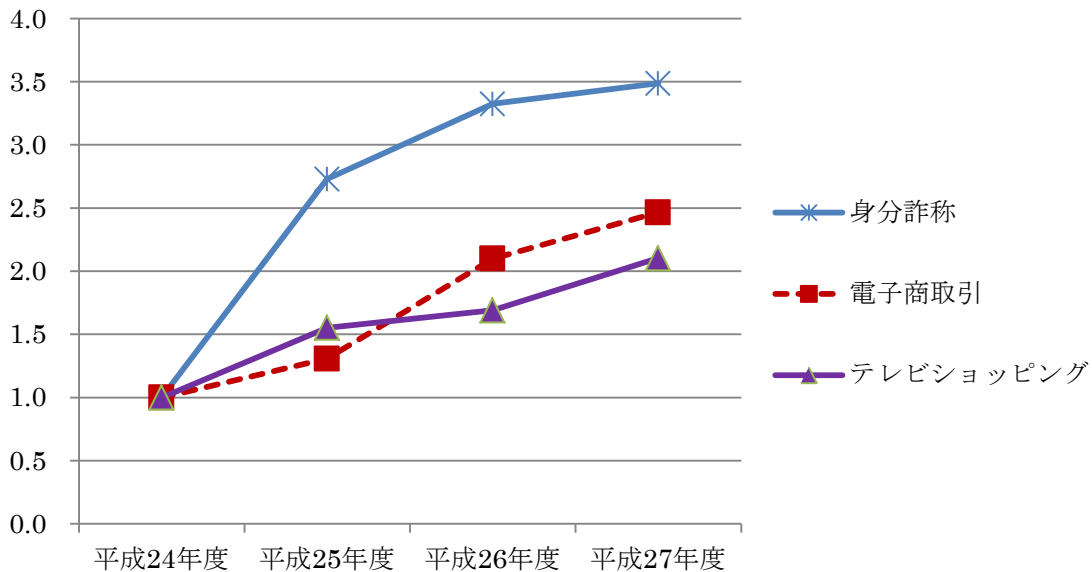
イ. 平成 24 年度から平成 27 年度までの 70 歳代の件数の推移をみると、『身分詐称』、『電子商取引』、『テレビショッピング』が 4 年間で大きく件数が伸びている。(【図 22】参照)
 逆に、『利殖商法』、『劇場型勧誘』、『二次被害』については、急減している。

(【図 23】参照)

【図 22】平成 24 年度から平成 27 年度までの増加率

70 歳代上位 3 位の販売方法・商法・手口

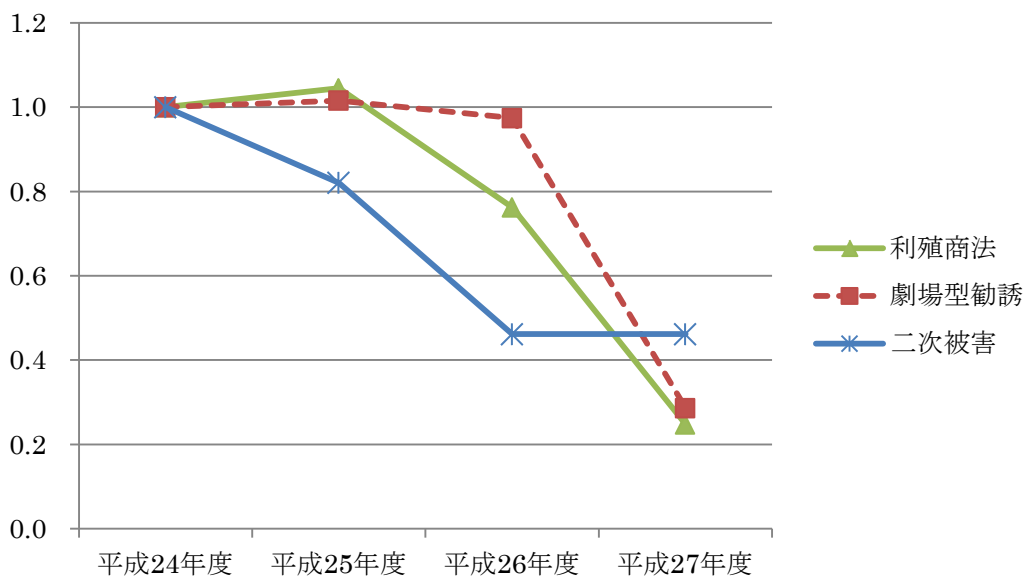
(件数倍率・倍)



【図 23】平成 24 年度から平成 27 年度までの減少率

70 歳代上位 3 位の販売方法・商法・手口

(件数倍率・倍)



(3) 80歳以上について

ア. 80歳以上の、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608件で1位、『家庭訪販』が563件で2位、『電話勧誘』が336件で、3位となっている。

60歳代、70歳代と比較すると、電子商取引にかかわる相談の割合より、家庭訪販や電話勧誘など、比較的高齢者がトラブルにあいやすい相談が上位に分布しているという特徴がみられる。（【表24】参照）

【表24】契約当事者が80歳以上の販売方法・手口別上位20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	335	559	503	608	【81.5%】
2	家庭訪販	490	518	509	563	【14.9%】
3	電話勧誘	301	518	394	336	【11.6%】
4	説明不足	96	159	155	217	【126.0%】
5	電子商取引	36	61	94	140	【288.9%】
6	虚偽説明	89	173	106	117	【31.5%】
7	次々販売	47	79	62	74	【57.4%】
8	代引配達	44	163	77	72	【63.6%】
9	点検商法	39	69	67	65	【66.7%】
10	身分詐称	19	52	62	62	【226.3%】
11	無料商法	36	48	59	54	【50.0%】
12	詐欺	54	71	76	53	【▲1.9%】
13	二次被害	95	85	57	52	【▲45.3%】
14	ネガティブオプション	24	73	21	35	【45.8%】
15	劇場型勧誘	40	77	56	32	【▲20.0%】
16	原野商法	4	10	23	28	【600.0%】
17	テレビショッピング	8	33	25	25	【212.5%】
18	利殖商法	75	96	54	25	【▲66.7%】
19	カタログ通販	5	8	10	18	【260.0%】
20	過量販売	7	12	10	18	【157.1%】

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

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

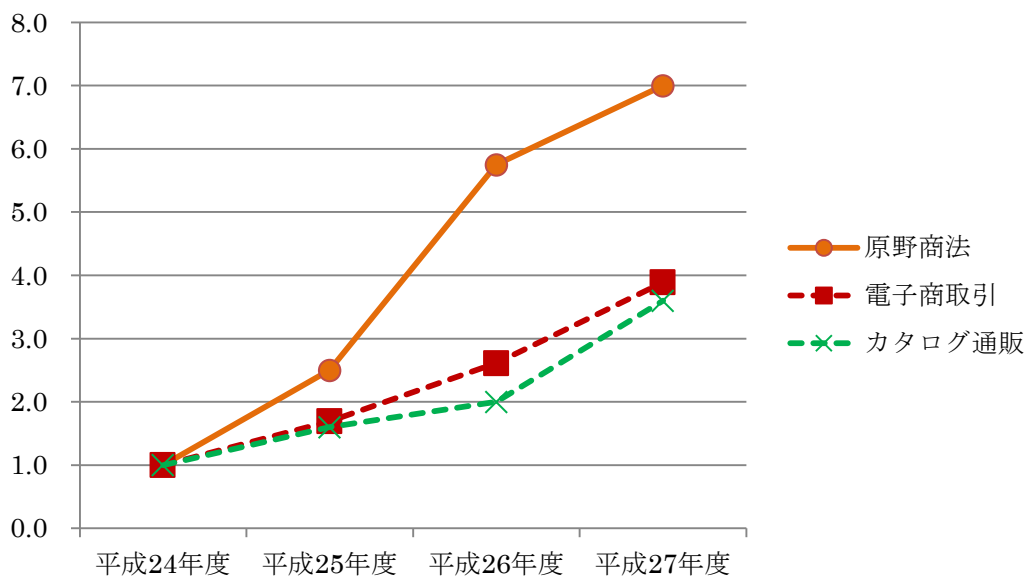
イ. 平成 24 年度から平成 27 年度までの 80 歳以上の件数の推移をみると、『原野商法』、『電子商取引』、『カタログ通販』が 4 年間で大きく件数が伸びている。(【図 24】参照)

逆に、『利殖商法』、『二次被害』、『劇場型勧誘』については、急減している。

(【図 25】参照)

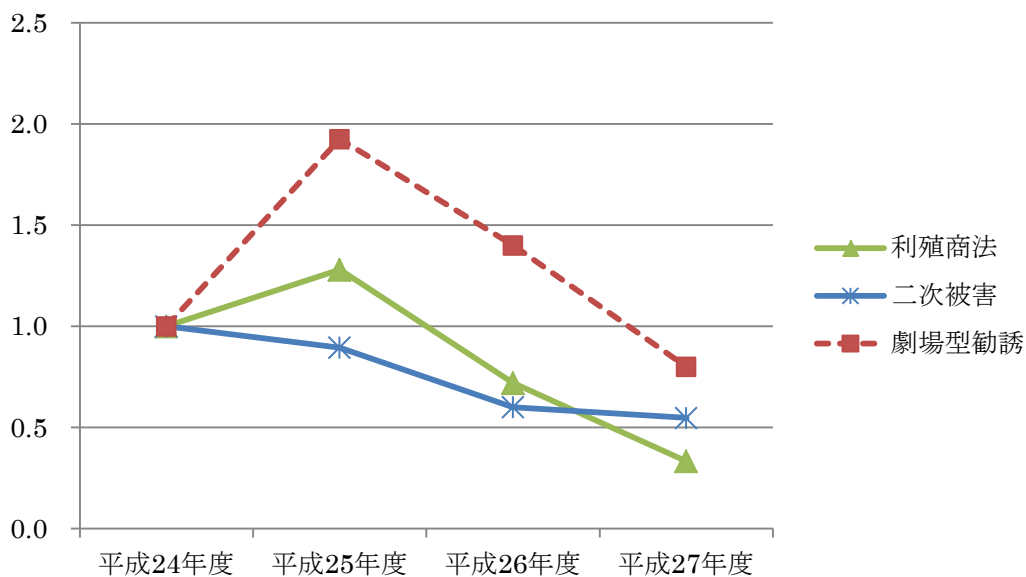
【図 24】平成 24 年度から平成 27 年度までの増加率
80 歳以上上位 3 位の販売方法・商法・手口

(件数倍率・倍)



【図 25】平成 24 年度から平成 27 年度までの減少率
80 歳以上上位 3 位の販売方法・商法・手口

(件数倍率・倍)

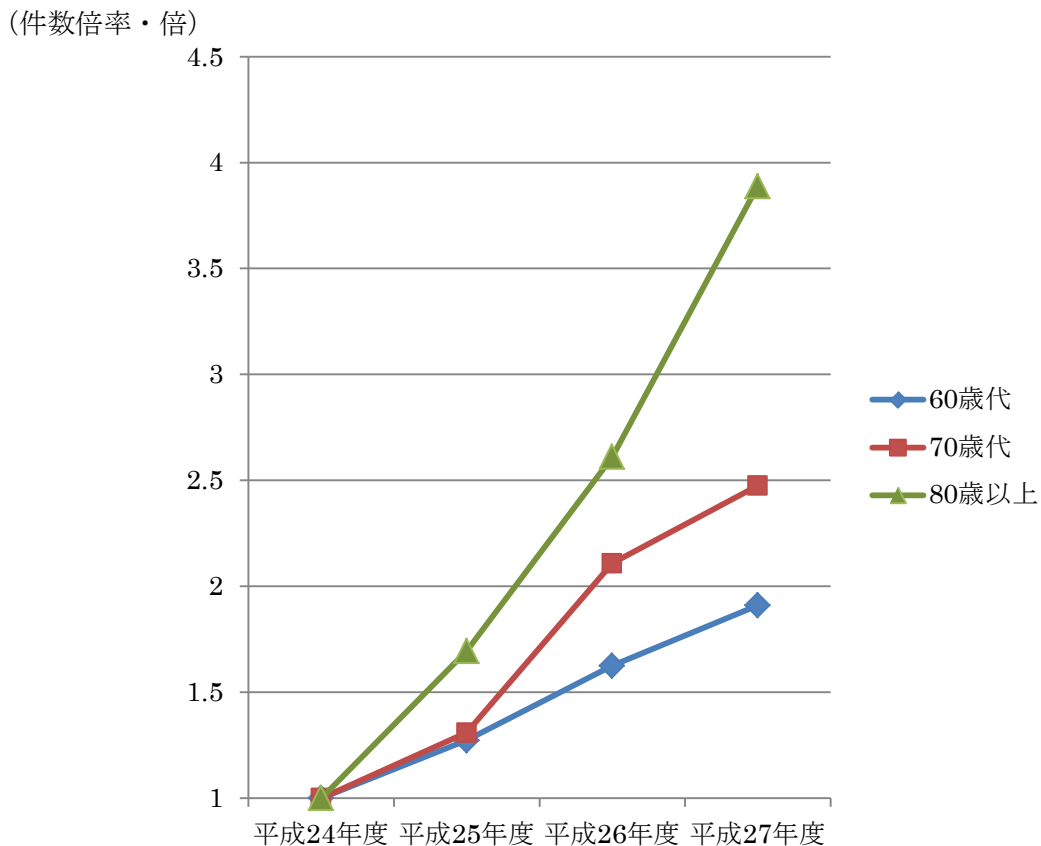


4. 高齢者で増加する『電子商取引』

件数や増加率ともに大きくなっている『電子商取引』について、60歳代、70歳代、80歳以上のそれぞれの年代において、平成24年度の件数を1として、4年間の件数増加倍率を比較したものをグラフに示した。（【図26】参照）

- (1) 『電子商取引』に関するトラブルは80歳以上の増加率が最も大きく、平成27年に近づくほどグラフが急カーブになっていることが分かる。
- (2) このことから、80歳以上の高齢者においても、近年インターネット取引にかかわる相談が他の年代と比べて急増しており、増加傾向は今後も続くものと想定される。

【図26】 高齢者の平成24年度から平成27年度『電子商取引』の増加率



5. 高齢者の契約購入金額

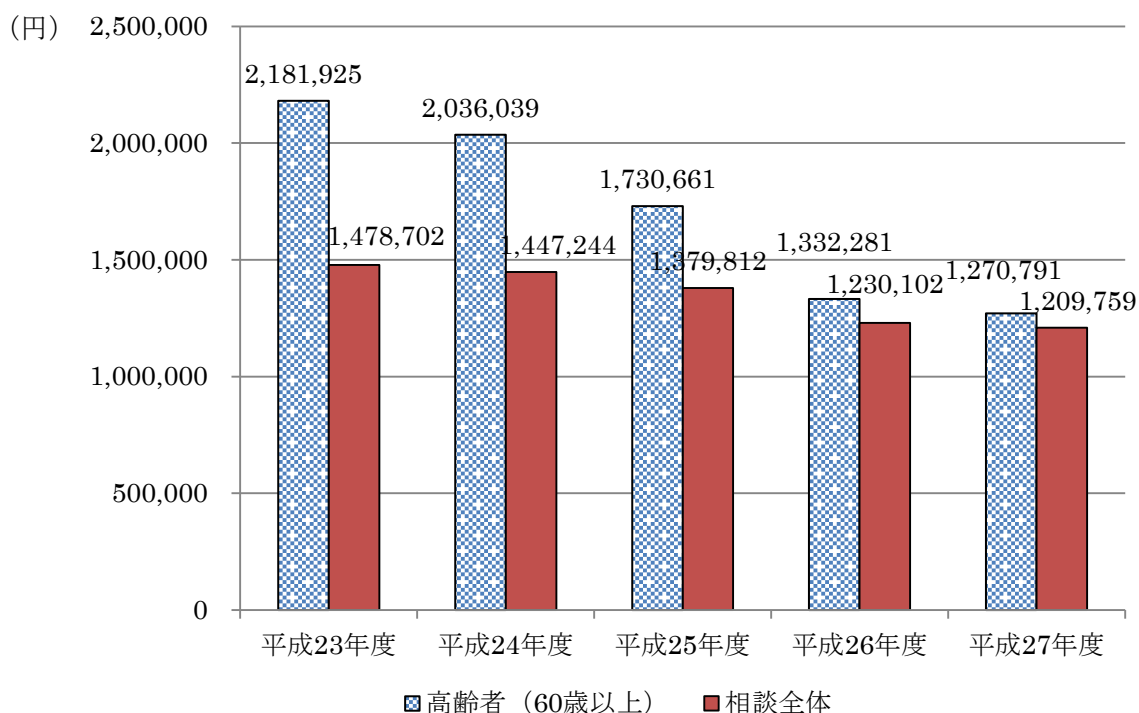
- (1) 高齢者の平均契約購入金額の過去の推移

ア. 相談全体の平均契約購入金額と比べ、いずれの年度も高齢者の相談の方が高額となっているが、近年になるにつれ、全体と高齢者の金額差が縮まってきていることが分かる。

イ. 1件当たりの契約金額が比較的高額になりやすい『利殖商法』や『劇場型勧誘』が減り、『デジタルコンテンツ』や『電子商取引』の相談が増えたことが原因の一つと考えられる。

（【図27】参照）

【図 27】 高齢者と相談全体の平均契約購入金額の推移

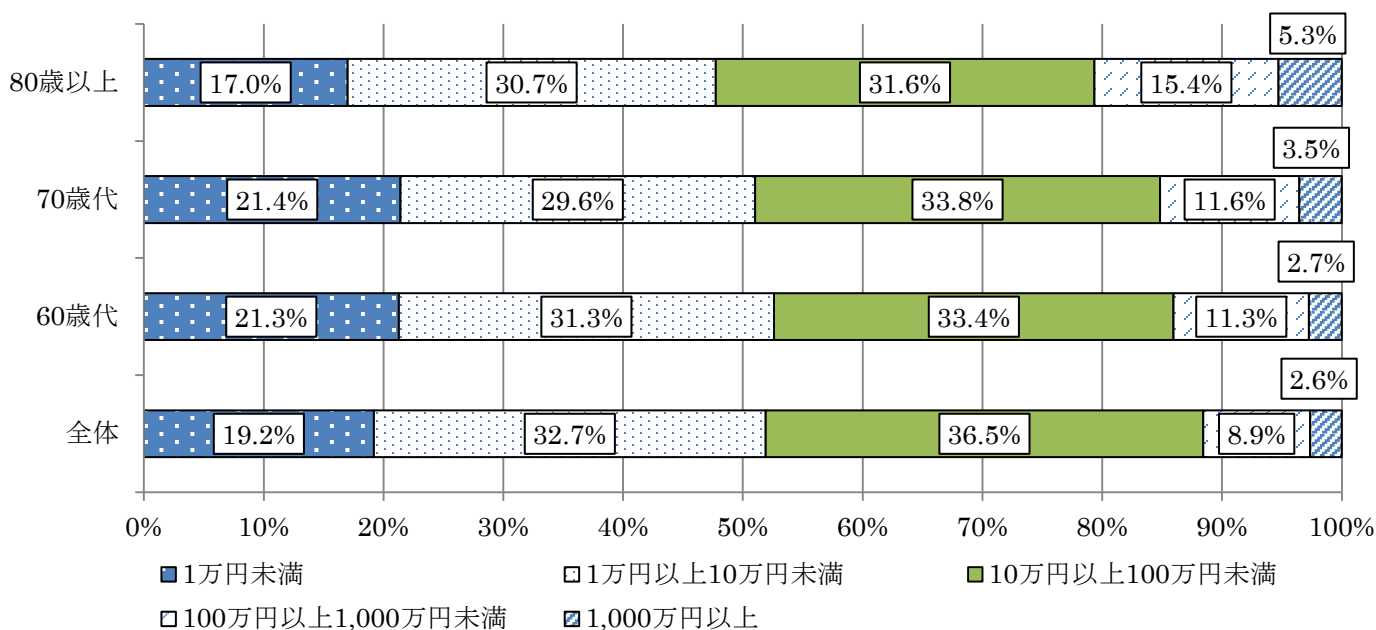


※「契約購入金額」とは、契約金額、購入金額または事業者から請求を受けている金額のこと
 ※「不明・無回答」を除いて分析しています

(2) 契約購入金額別割合

- ア. 相談全体と比較して、60歳代、70歳代の契約購入金額に大きな差はみられない。
- イ. 80歳以上は、100万円以上の相談割合が20.7%となっており、全体の11.5%と比べて多いことが分かる。（【図 28】参照）

【図 28】 高齢者の契約購入金額の割合（H.27年度）

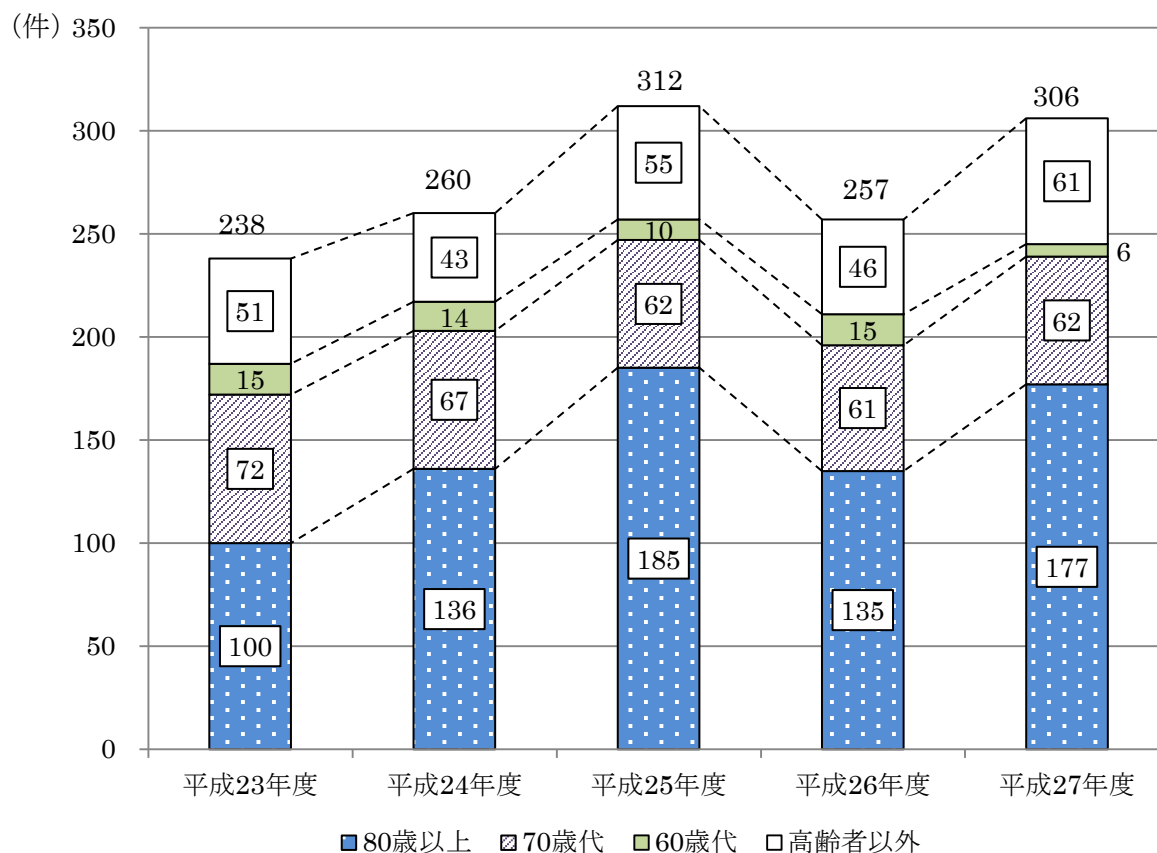


第3節 判断不十分者契約について

1. 判断不十分者契約の相談件数推移

- (1) 高齢者の相談の中でも悪質性が目立つのが、加齢に伴う疾病等、十分な判断ができない状態にある消費者に対して契約をさせる、「判断不十分者契約(※)」である。
- (2) 平成27年度は「判断不十分者契約」の約8割が60歳以上の高齢者となっており、特に80歳以上だけで約6割を占める。(【図29】参照)

【図29】過去5年間の「判断不十分者契約」の相談件数推移



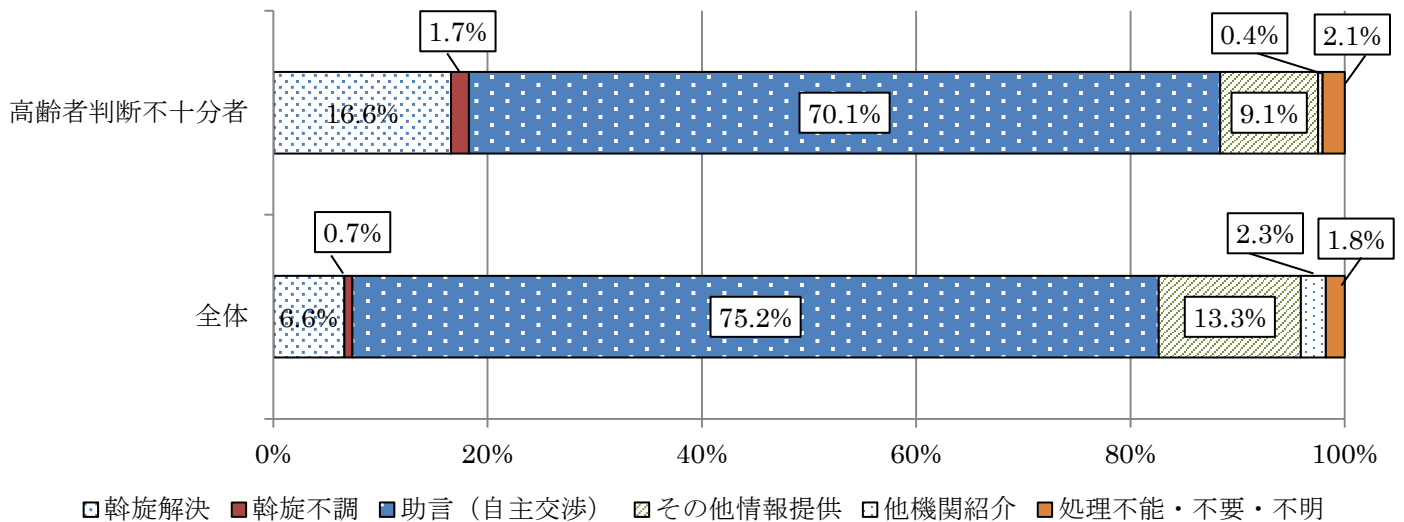
※ 「判断不十分者契約」は、精神障害や知的障害、加齢に伴う疾病等、何らかの理由によって十分な判断ができない状態にある者の契約。通常、契約当事者より、家族や福祉従事者など第三者からの相談が大半を占める。

2. 高齢者の判断不十分者契約はあっせん率が高い

60歳以上の「判断不十分者契約」の相談と、相談全体の相談処理結果を比較した。

- (1) 60歳以上の「判断不十分者契約」のほうが、相談全体と比べて、センターが事業者と相談者の間に入り、解決に向けた話し合いの調整を行う「斡旋（あっせん）」を行った割合が11ポイントも大きくなっている。
- (2) これは判断不十分者契約の場合、契約者本人から契約内容や契約に至った経緯などの正確な聞き取りが難しく、解決までに手助けが必要なケースが多いことや、悪質なトラブルが多い等の理由が考えられる。（【図 30】参照）

【図 30】判断不十分者契約と相談全体の処理結果の割合（H.27年度）



3. 高齢者の判断不十分者契約の相談内容

平成 27 年度における、高齢者の「判断不十分者契約」の相談に多い商品・役務をみると、リフォーム工事など『工事・建築』が 1 位、2 位が『新聞』、3 位が『健康食品』、4 位が『商品一般』、5 位が『ふとん類』となっている。

(【表 25】参照)

【表 25】高齢者の「判断不十分者契約」商品・役務別上位 15 位 (平成 27 年度)

順位	商品・役務別	件数	代表的な相談内容
1	工事・建築	25	高齢で認知症の母が、必要のないリフォーム工事を契約してしまった。契約書もなく詳細が分からない。解約させたい。
2	新聞	21	高齢の母が、様々な新聞社と複数契約していた。数年先まで契約を結んでいた。読めないので解約したい。
3	健康食品	17	認知症の母が、電話で健康食品の購入を了承したようだが、必要ないものなので解約したい。配達されたが返品できないか。
4	商品一般	16	夫が電話勧誘で商品を注文したが、何を買ったか覚えていない、事業者名も分からないという。次々購入させるのをやめさせたい。
5	ふとん類	14	ケアマネージャーだが、担当している高齢者が高額な羽毛布団を次々と購入しているようだ。どうしたらよいか。
6	鮮魚	6	認知症の母にカニを勧める電話があり、よく分からないまま承諾してしまったようなので取消したい。頼んでいない海産物が届いた。
7	ファンド型投資商品	5	ケアマネージャーだが、担当している高齢者のお宅に事業者が度々訪問し、よく分からない社債に出資させている。どう対処したらよいか。
7	有線テレビ放送	5	一人暮らしの高齢の父が、利用料が無料と思いケーブルテレビの衛星放送契約をした。契約内容を全く理解していないので解約したい。
9	果実	4	認知症の母が一人で留守番中に、事業者が訪問し果物を沢山購入させたようだ。今後再勧誘してほしくないが、対処法があるか。
9	他の台所用品	4	一人暮らしの高齢の母が、数年先まで浄水器のカートリッジを定期購入する高額な契約をしているが、中途解約したい。
9	書籍	4	高齢の母の家に福祉協会を名乗る者から本が送られてきて高額な料金を請求された。母は頼んだ覚えがないというので支払いたくない。
9	株	4	株取引をしてきた夫が、病気により判断能力がなくなったので解約したい。契約内容の開示を求めているが応じてくれない。
9	携帯電話サービス	4	認知症の父が、店舗で無料になると言われ他社から乗り換えてスマートフォンを契約していた。契約内容も分かっていないので解約したい。
9	テレビ放送サービス	4	認知症の母が公共放送の受信料を年払いしていた。施設に入居するので、テレビを使っていなかった期間の受信料の返金希望。
9	インターネット接続回線	4	認知症の父が電話勧誘で、よく分からずインターネット回線を契約した。解約したいが事業者名や連絡先が分からない。

注 1 「他の台所用品」は、浄水器、水素水発生装置、キッチンスケール、漬物器等に関するもの

注 2 「有線テレビ放送」とは、光ファイバー等を通じて専用のチューナーを介し、テレビ放送の再送信や映画等の配信を行うもの

注 3 「テレビ放送サービス」は、公共放送の受信料、ワンセグ放送、地上デジタル放送等に関するもの

第4節 高齢者の相談事例

① 架空請求メール（サイトの内容が不明確なデジタルコンテンツ）【件数が多い事例】

【相談事例】

スマートフォンに「有料情報サイトの利用料金が未納になっている。料金支払の件で電話連絡するように」という内容の簡易メールが届いた。

サイトに連絡して「利用した覚えがない」と伝えたところ、「確かに2回利用している。支払わなければ簡易裁判所から訴状が届く」と言われてしまった。どうしたらよいだろうか。(60歳代 男性)

【センターの処理】

有料サイトを利用した覚えがないのであれば、サイト利用料の請求に応じる必要はないことを説明し、これ以上サイトに電話をかけて個人情報や伝えないよう助言した。当該サイトの電話番号は着信拒否設定にして、以後知らない電話番号や非通知には応答しない等、慎重に対応するよう助言した。

② 屋根工事の点検商法（訪問販売） 【認知症等の高齢者の事例】

【相談事例】

一週間ほど前、判断能力が衰えている一人暮らしの高齢の母の家に、突然若い女性が訪ねてきて、「ブレーカーの点検を無料でやっています」と勧誘されたので依頼したところ、「雨漏りの跡がある、一度調べたほうがいい」と言われたようで、後日、事業者の担当者が訪ねてきて屋根に登っていたと近所の人が教えてくれた。

母に問いただすと、3日前に契約し、契約書に判を押したと言っており、工事費は250万円となっている。現在雨漏りもしていないし、母も高額な料金は支払えないと言っているので解約したいがどうしたらよいか。(相談者 50歳代 女性・契約者 80歳代 女性)

【センターの処理】

無料点検などといって高額なリフォーム工事を契約させる「点検商法」の手口を説明した。クーリング・オフ制度について情報提供し、すぐに契約者から事業者からクーリング・オフのハガキを簡易書留で送付するよう助言し、ハガキの書き方を説明した。その後、クーリング・オフが成立したことを確認し相談を終了した。

③ 新聞の次々販売（訪問販売） 【認知症等の高齢者の事例】

【相談事例】

2週間ほど前、自宅に一人で留守番をしていた高齢の母が新聞購読の勧誘を受けて、5年後の10月から半年間の新聞購読の契約をしていたことが分かった。このような契約は今回が初めてではなく、以前も数年後からの購読契約を次々としているため、あわせると平成27年4月から平成33年3月まで契約していることになる。高齢の母が一人暮らしをしていることをよいことに、あまりにも長期間の新聞購読契約をさせられてしまい、納得できない。解約できないだろうか。

(相談者 50歳代 男性・契約者 80歳代 女性)

【センターの処理】

業界団体のガイドラインでは、判断力不足に乗じて契約締結させることを規制していることを説明した。

相談者から、「契約当事者の判断能力が低下していること、長期間の契約をさせられてしまい納得ができないこと、及び解約の意思」を新聞販売店に伝えるよう助言し、センターからも新聞社のお客様相談室に相談内容を伝えたところ、店長から、「契約当事者の健康状態を考慮して今月末で契約解除する」との回答を受けた。

相談者から、解約の意思と契約者の健康状態を詳しく伝えた文書を新聞販売店に送付したところ、後日、新聞販売店から相談者宛に契約解除の書面が届いたとの報告があったため、相談を終了した。

④ 注文した覚えのない健康食品の送り付け（電話勧誘販売）【認知症等の高齢者の事例】

【相談事例】

昨日、高齢で判断能力が低下した母が一人で留守番しているときに、事業者から「年 2 回の配送を約束した健康食品の用意ができました。明日、代引きで商品を送ります」と電話がかかってきたようだ。

母は注文していないので、「いりません」と答えたが、「今回送る健康食品を受け取れば、今回で解約扱いにする。受け取らない場合には、2 回分の代金を請求する」と凄まれ、母は恐ろしくなり、商品の送付を承諾してしまった。「明日は家にいないかもしれない」と伝えたところ、「宅配業者止めで送る」と言われてしまったようだが、どうしたらよいか。

(相談者 40 歳代 女性・契約者 70 歳代 女性)

【センターの処理】

注文した覚えのない商品を勝手に送り付け、代金を請求する「送り付け商法」の手口を説明し、宅配業者止めで商品が届いたら、宅配業者に事情を説明し、商品を受取拒否するとともに、商品の送り主に記載されている事業者名、住所、電話番号を控え、その連絡先に、商品の注文はしていないので受取拒否した旨を通知するよう助言した。また、今後は自宅の電話を留守番電話の設定にして、必要なメッセージにだけ応答する等、慎重に対応するよう説明した。

後日、相談者から、宅配業者止めで健康食品が届くことはなかったと報告を受けたため、センターでの相談を終了した。

⑤ スマートフォンへの機種変更とタブレットの契約（店舗販売）【特徴的な事例】

【相談事例】

3 週間ほど前、携帯電話をスマートフォンへ機種変更しようとショップへ出向いた。店員から、「タブレットがあるとスマートフォンのデータ転送ができて大きな画面で見られるので、タブレットが必要だ。」と言われ、よく分からないまま次々と差し出された契約書にサインしてしまった。

家に帰りタブレットを見たが、説明書は付いていないし、何をどう使えばいいのか分からなかった。使いこなせないなら返品したいと思い店に持って行ったところ、タブレット代 94,000 円を 2 年間分割払いすると契約書にサインしており、解約すると残債と解約料を払わなければならない、このまま月額 3,000 円の通信料を払ったほうが良いという。不要な商品の代金を払うのは納得できないがどうしたらよいか。

(70 歳代 男性)

【センターの処理】

今回のように、高齢者が携帯電話の手続きに店舗を訪れ、十分理解をせず他の商品を勧められ契約してしまうトラブルが多いことを説明した。

センターから、事業者へ電話し相談者の話を伝えるとともに、「ガイドラインでは、利用者の知識や経験に合わせて説明を行うこと、利用者の意向を考慮するよう示されているのに、今回の契約では利用者の意向がないがしろにされているのではないかと伝えたところ、店舗より「説明不足の可能性はあるが、書面に署名を頂いており商品を手渡ししていることから無条件解約はできない。現在解約すると高額な費用が発生するので、タブレットの使い方について店でサポートは行っているので、ぜひ利用して欲しい」と回答された。

以上を相談者へ報告したところ、「納得はできないが、これ以上交渉しても難しいのであれば、店でタブレットの使い方を理解できるまで教えてもらうことにする。」との回答だったため、センターでの相談を終了した。

第3章 各区における消費生活相談について

平成27年度の相談件数のうち、相談業務の中で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たものが第3章である。(そのため、第3章の表やグラフの相談件数合計値は、第1章、第2章と異なる。)

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た。(【表26】参照)

相談件数は、おおむね区内人口との比例関係がみられたが、区民1,000人当たりの相談人数をみると、各区ではばらつきがみられた。

【表26】18区の相談件数と区民1,000人当たりの相談人数(平成27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)		5.98	順位	1,225	順位	204,752
1	港南	7.03	5	1,523	7	216,681
2	栄	6.77	16	826	17	122,012
3	南	6.71	8	1,295	11	192,940
4	磯子	6.58	12	1,074	13	163,223
5	中	6.57	13	920	15	139,990
6	西	6.52	18	629	18	96,488
7	旭	6.21	4	1,537	5	247,312
8	戸塚	6.20	3	1,697	4	273,817
9	保土ヶ谷	6.10	9	1,242	9	203,666
10	神奈川	5.96	7	1,395	6	234,080
11	金沢	5.89	10	1,190	10	202,117
12	瀬谷	5.76	17	720	16	125,068
13	青葉	5.72	2	1,764	2	308,578
14	泉	5.65	15	870	14	153,858
15	港北	5.62	1	1,907	1	339,503
16	都筑	5.48	11	1,134	8	206,992
17	緑	5.13	13	920	12	179,275
18	鶴見	5.03	6	1,409	3	279,940
小計		5.98	-	22052	-	3,685,540
その他・不明		-	-	2,293	-	-
合計		-	-	24,345	-	-

注 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。(年齢不詳の人数は除く)

市内 18 区の若者層および高齢層における、区民 1,000 人当たりの相談人数を以下にまとめた。
 (【表 27】参照)

【表 27】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 27 年度)

区名	若年層				高齢者層					
	未成年		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	-	1.02	-	5.01	-	7.05	-	7.37	-	6.68
鶴見	15	0.80	9	4.82	18	4.90	18	5.45	16	4.94
神奈川	1	1.45	15	4.59	11	6.70	16	6.17	13	5.82
西	18	0.59	4	5.25	1	10.14	15	6.45	3	8.31
中	17	0.74	13	4.64	14	6.43	17	6.05	14	5.67
南	8	1.09	1	6.55	5	7.65	10	7.23	9	7.00
港南	4	1.24	3	5.83	3	8.12	1	9.22	1	8.63
保土ヶ谷	2	1.33	8	4.90	9	6.96	12	7.09	6	7.78
旭	5	1.24	14	4.60	17	6.00	5	8.23	8	7.11
磯子	16	0.76	7	5.05	2	8.43	9	7.47	2	8.41
金沢	14	0.85	12	4.73	12	6.57	6	7.91	4	8.15
港北	13	0.87	11	4.79	7	7.18	13	6.85	12	6.00
緑	10	0.94	16	4.56	15	6.12	11	7.15	18	4.15
青葉	11	0.92	17	4.50	10	6.72	7	7.62	11	6.63
都筑	9	0.99	10	4.82	8	7.16	3	8.40	17	4.33
戸塚	12	0.90	6	5.17	6	7.30	4	8.37	5	7.78
栄	6	1.18	18	4.25	4	7.97	2	8.81	7	7.28
泉	3	1.29	5	5.21	13	6.48	8	7.48	15	5.45
瀬谷	7	1.11	2	5.85	16	6.00	14	6.65	10	6.81

注 全区の平均人数より上位の場合は赤い網掛け表示

平成 27 年度（平成 27 年 4 月～平成 28 年 3 月）
横浜市消費生活総合センターに寄せられた相談件数

鶴見区

1,409 件

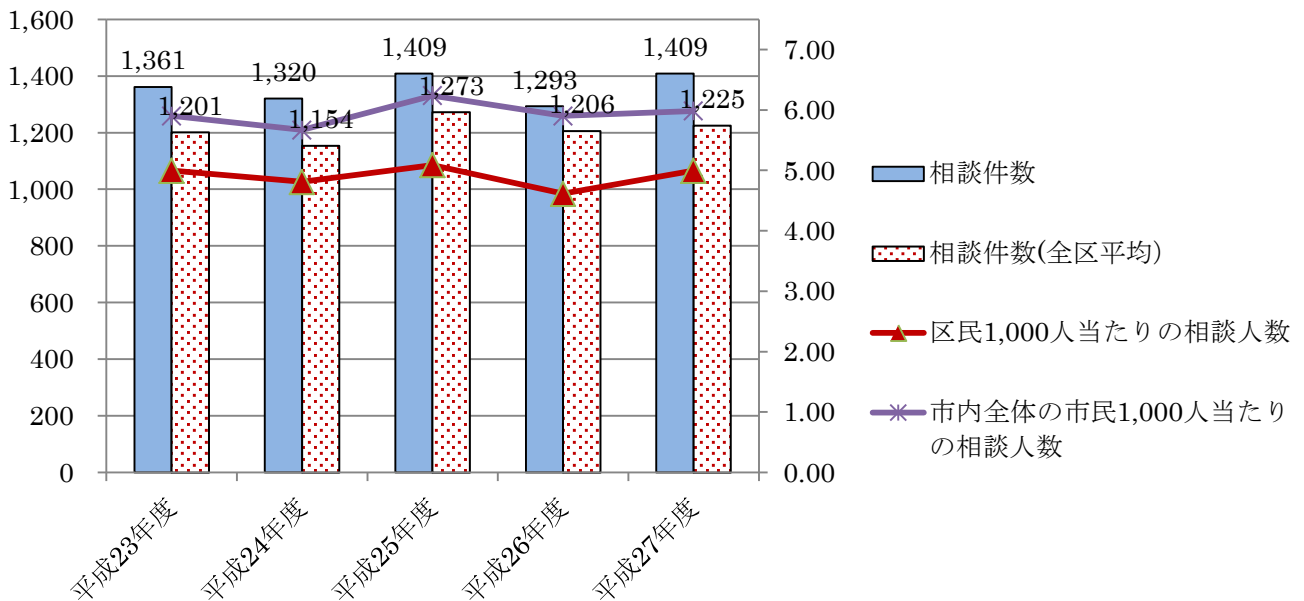
H.26 年度比 +9.0%

相談件数自体は全区の平均と比較すると多いが、区民1,000人当たりの相談人数で見ると最下位であり、特に60歳以上の高齢者からの相談が少ない傾向である。
デジタルコンテンツなど通信販売に関する相談が全区平均と比較して多くなっている。

① 5年間の相談件数の推移

(センター相談件数・件)

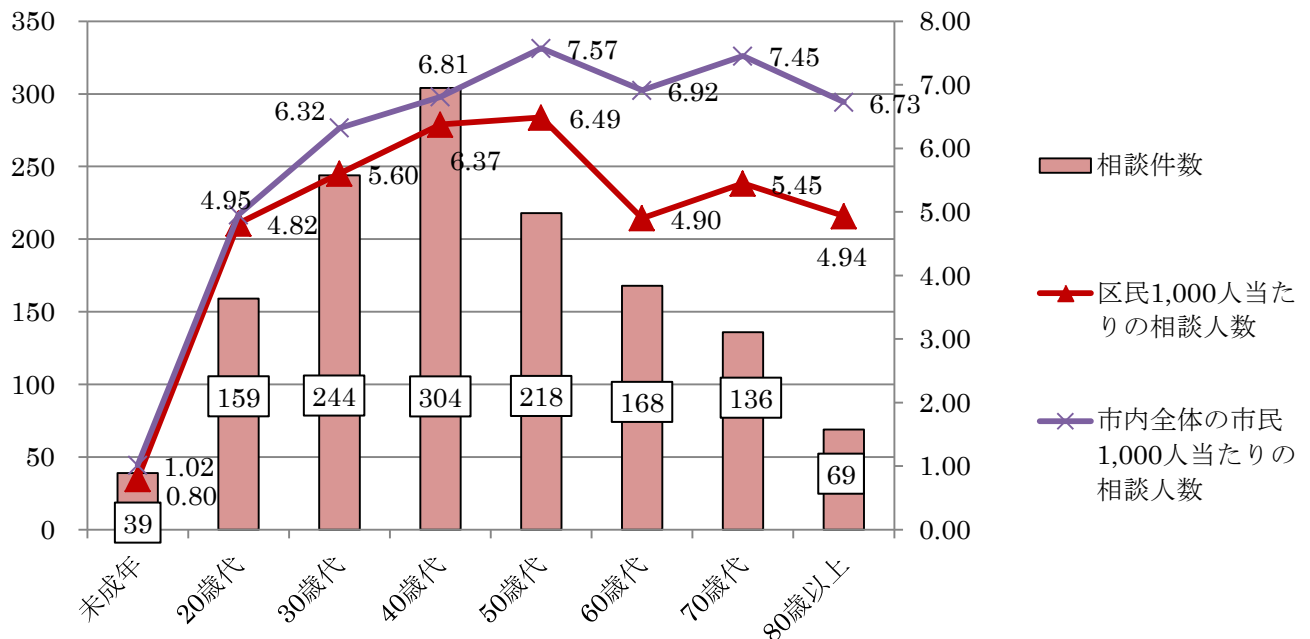
(1,000人当たりの相談件数・件)



② 契約当事者年代別 区内相談件数 (人口対比)

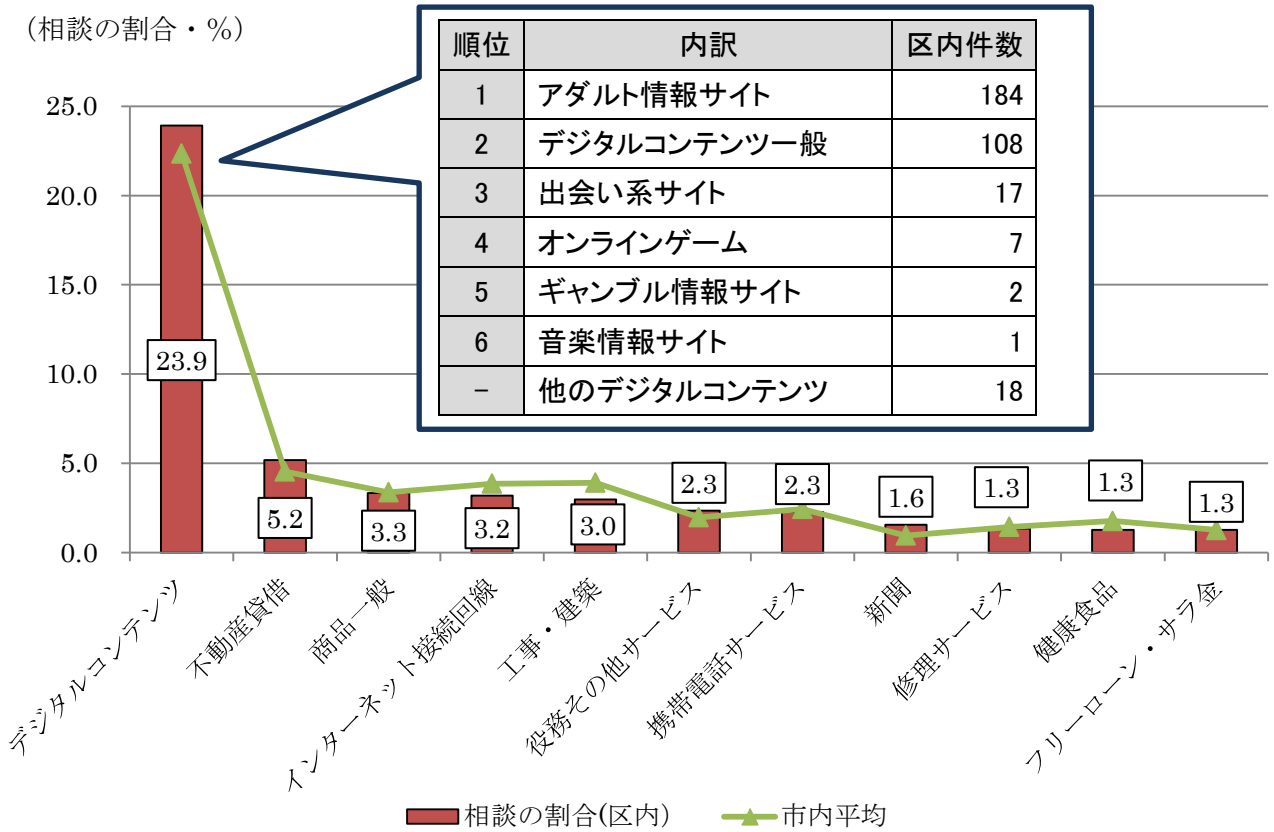
(センター相談件数・件)

(1,000人当たりの相談件数・件)

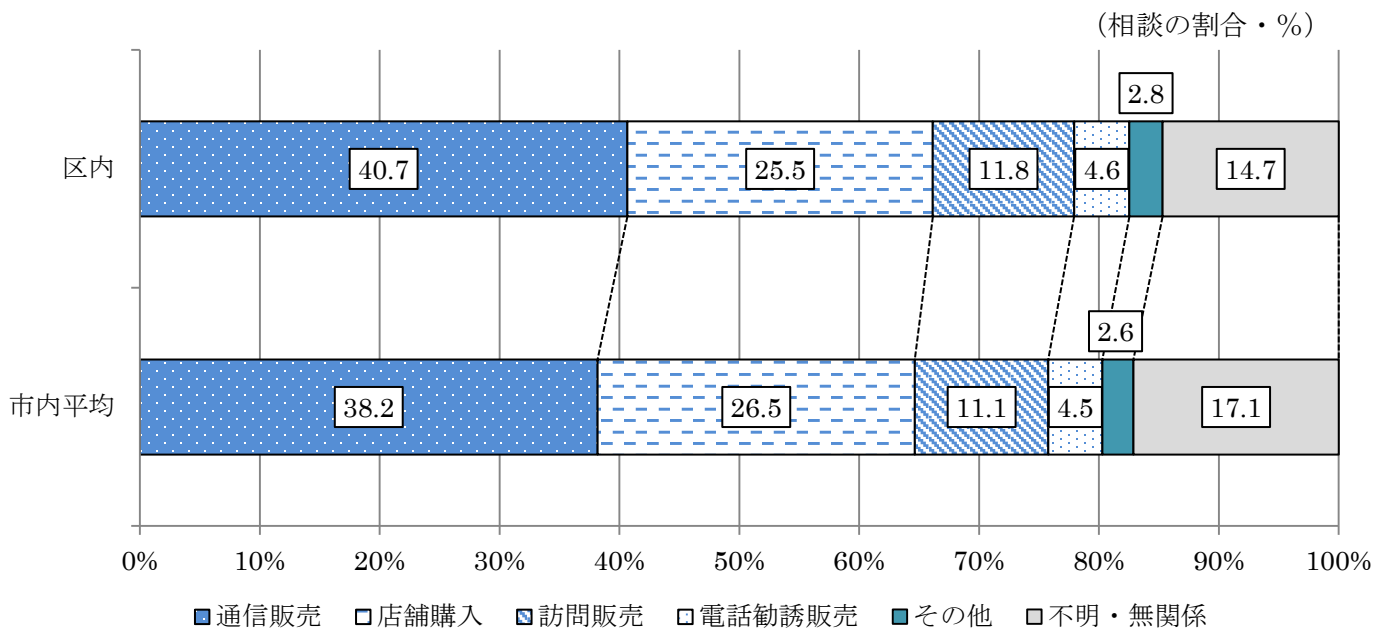


鶴見区

③ 商品・役務別上位 10 位



④ 販売形態別の相談割合



平成 27 年度（平成 27 年 4 月～平成 28 年 3 月）
横浜市消費生活総合センターに寄せられた相談件数

神奈川区

1,395 件

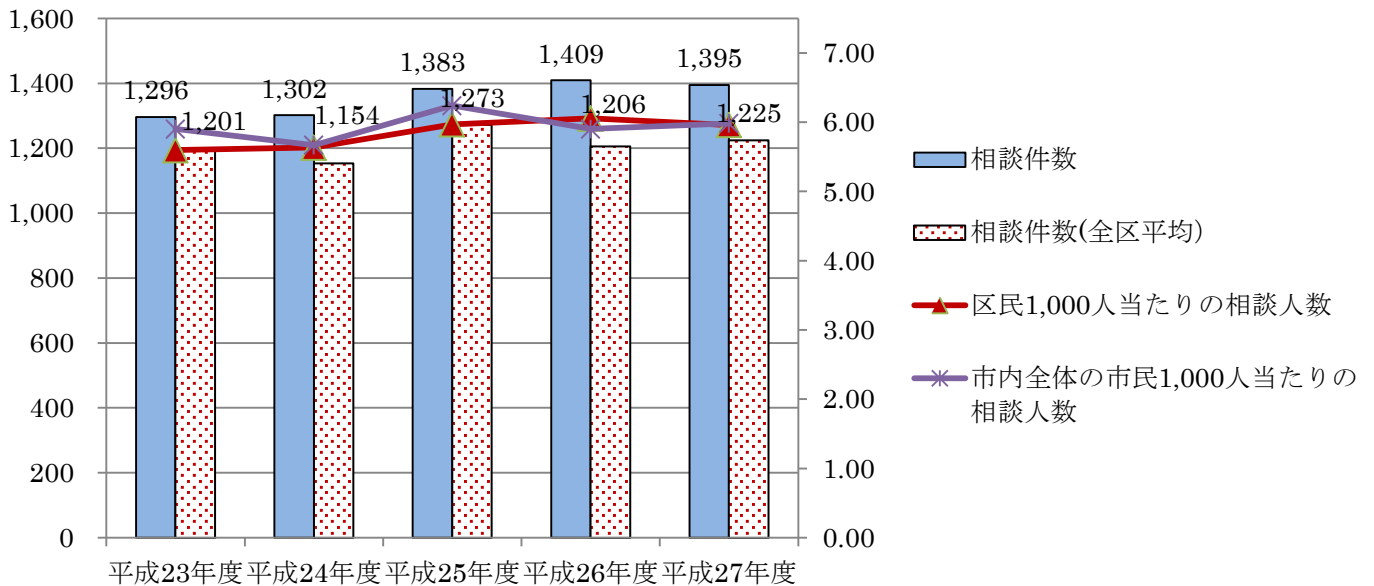
H.26 年度比 - 1.0%

相談件数自体は全区の平均と比較すると多い。区民 1,000 人当たりの相談人数でみると、特に 50 歳代で多く、70 歳以上の高齢者からの相談が少ない傾向である。
デジタルコンテンツなど、通信販売に関する相談が全区平均と比較して多くなっている。

① 5 年間の相談件数の推移

(センター相談件数・件)

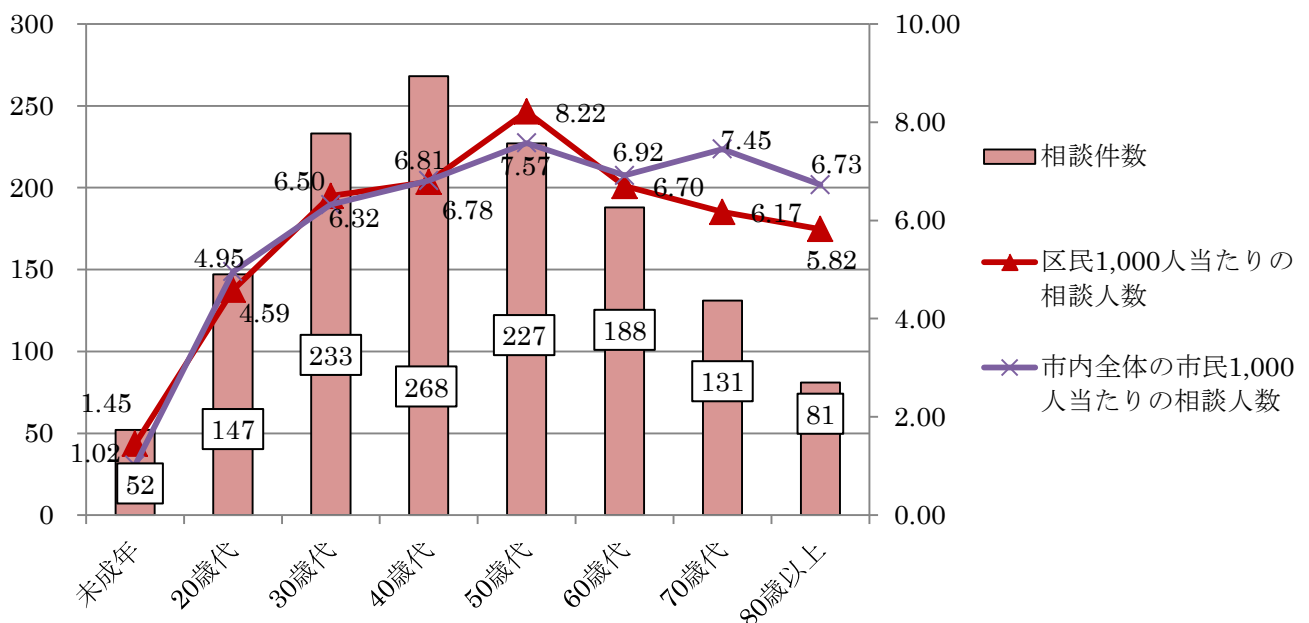
(1,000 人当たりの相談件数・件)



② 契約当事者年代別 区内相談件数（人口対比）

(センター相談件数・件)

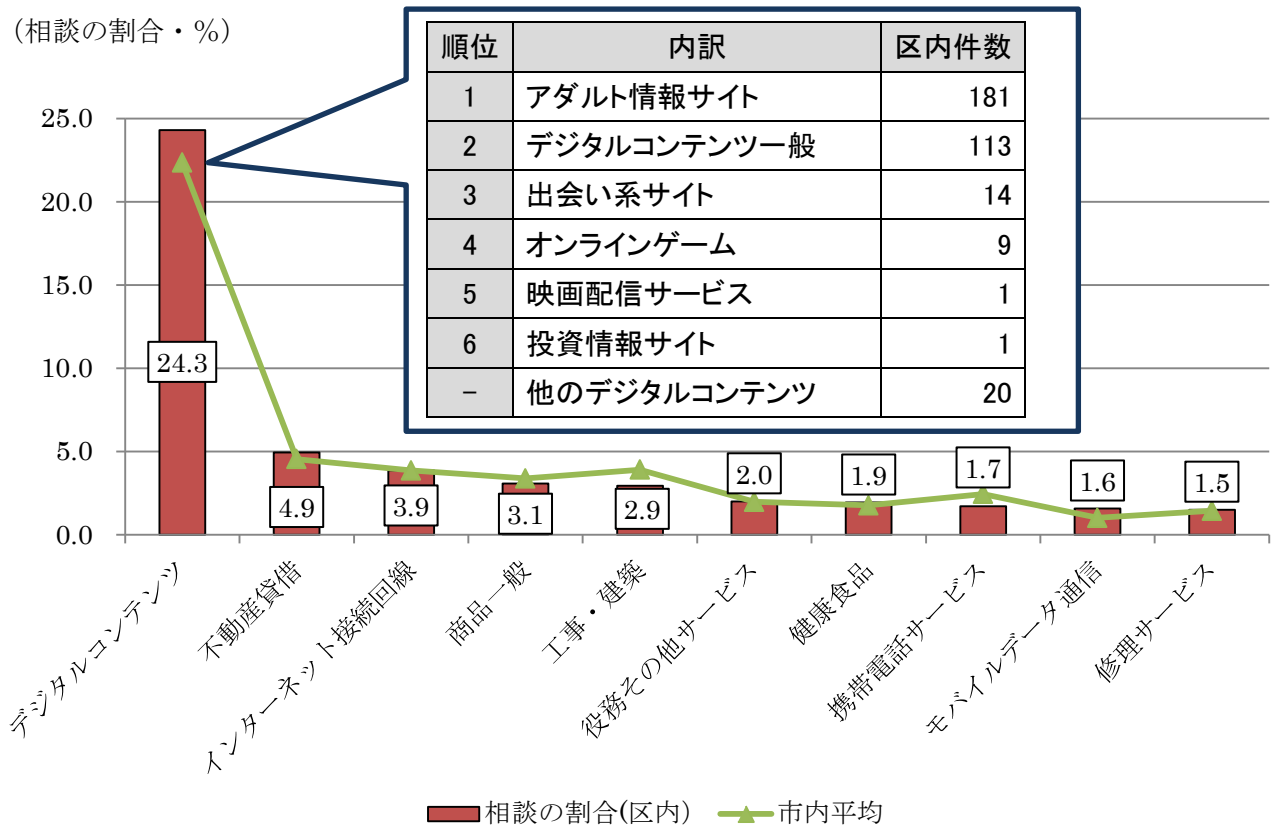
(1,000 人当たりの相談件数・件)



神奈川県

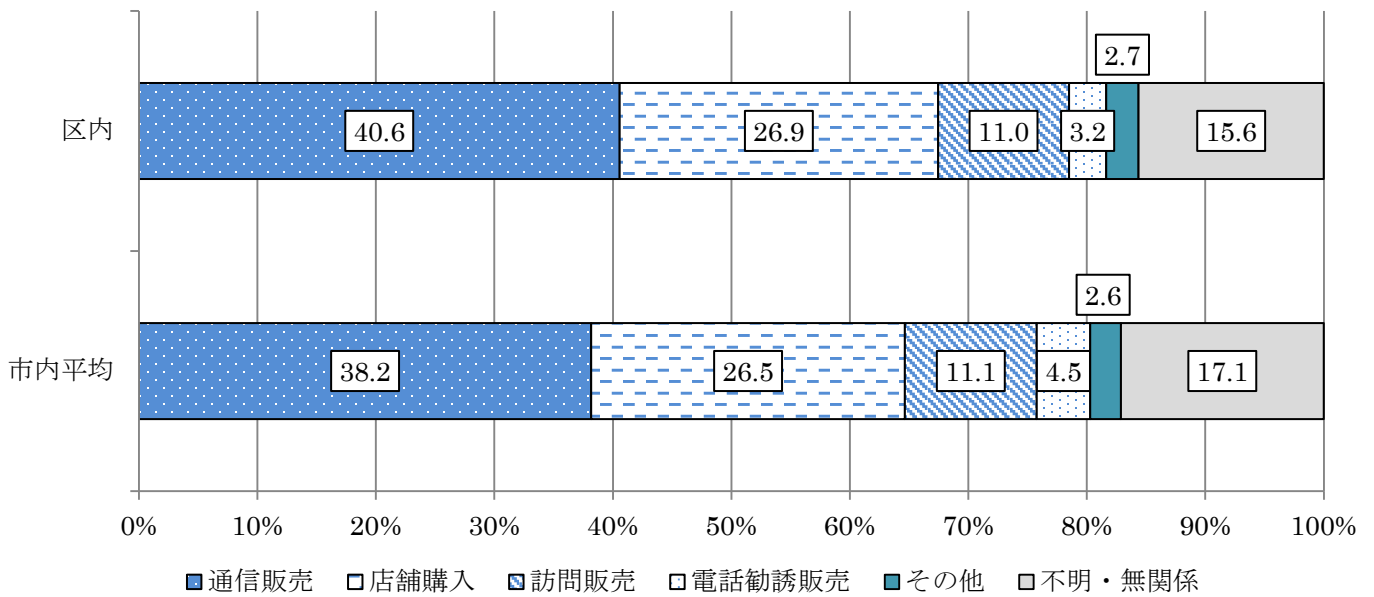
③ 商品・役務別上位 10 位

(相談の割合・%)



④ 販売形態別の相談割合

(相談の割合・%)



平成 27 年度（平成 27 年 4 月～平成 28 年 3 月）
横浜市消費生活総合センターに寄せられた相談件数

西 区

629 件

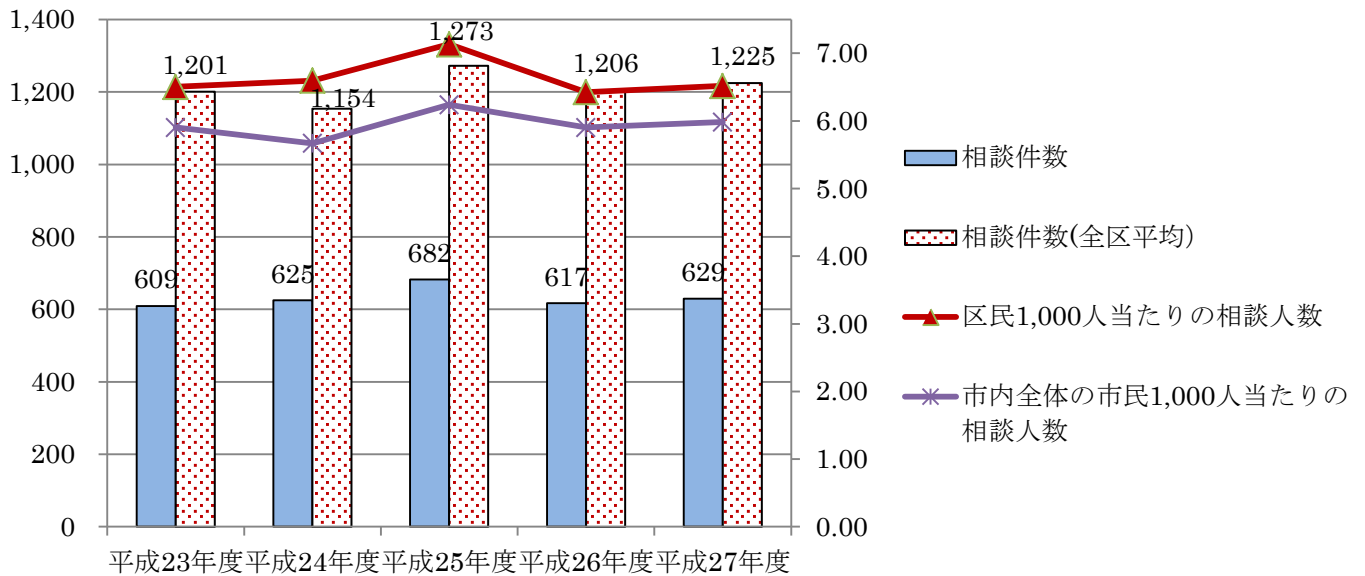
H.26 年度比 +1.9%

相談件数自体は全区の平均と比較すると少ないが、区民 1,000 人当たりの相談人数で見ると、全区平均と比べ相談人数が多くなっており、特に 60 歳代からの相談が非常に多くなっている。
通信販売に関する相談が全区平均と比較して少なく、不動産関係の相談が多い傾向である。

① 5 年間の相談件数の推移

(センター相談件数・件)

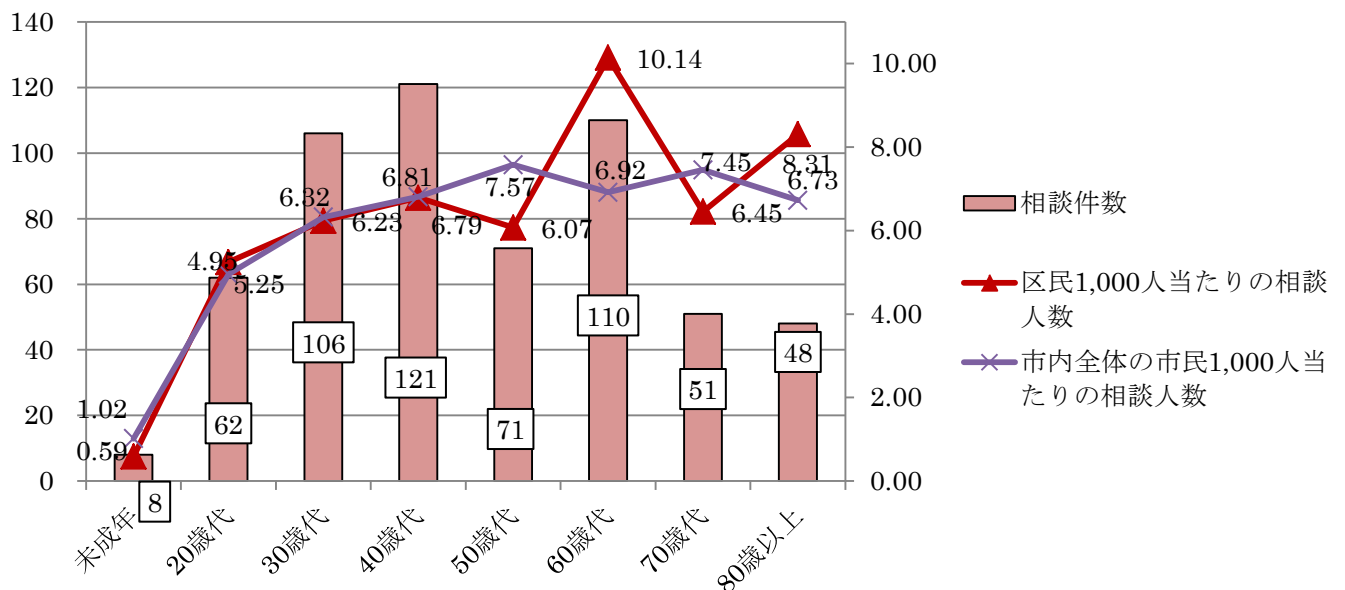
(1,000人当たりの相談件数・件)



② 契約当事者年代別 区内相談件数（人口対比）

(センター相談件数・件)

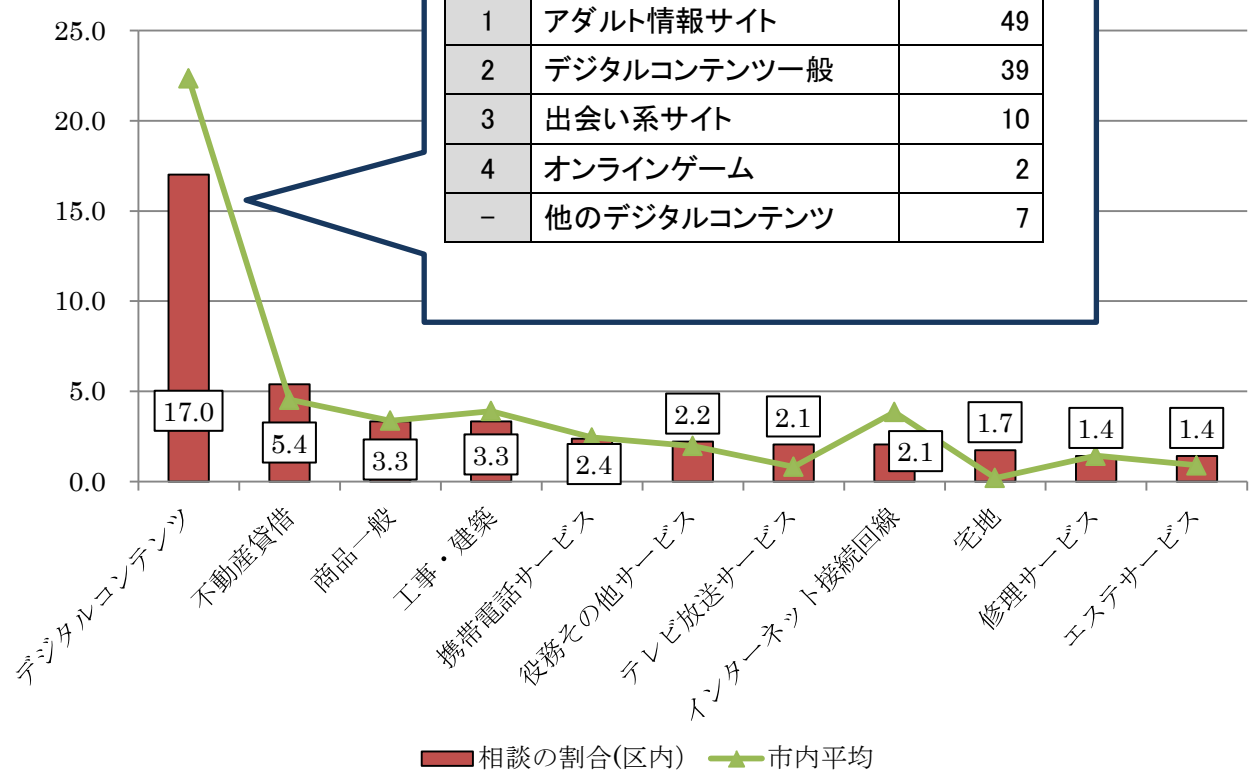
(1,000人当たりの相談件数・件)



西 区

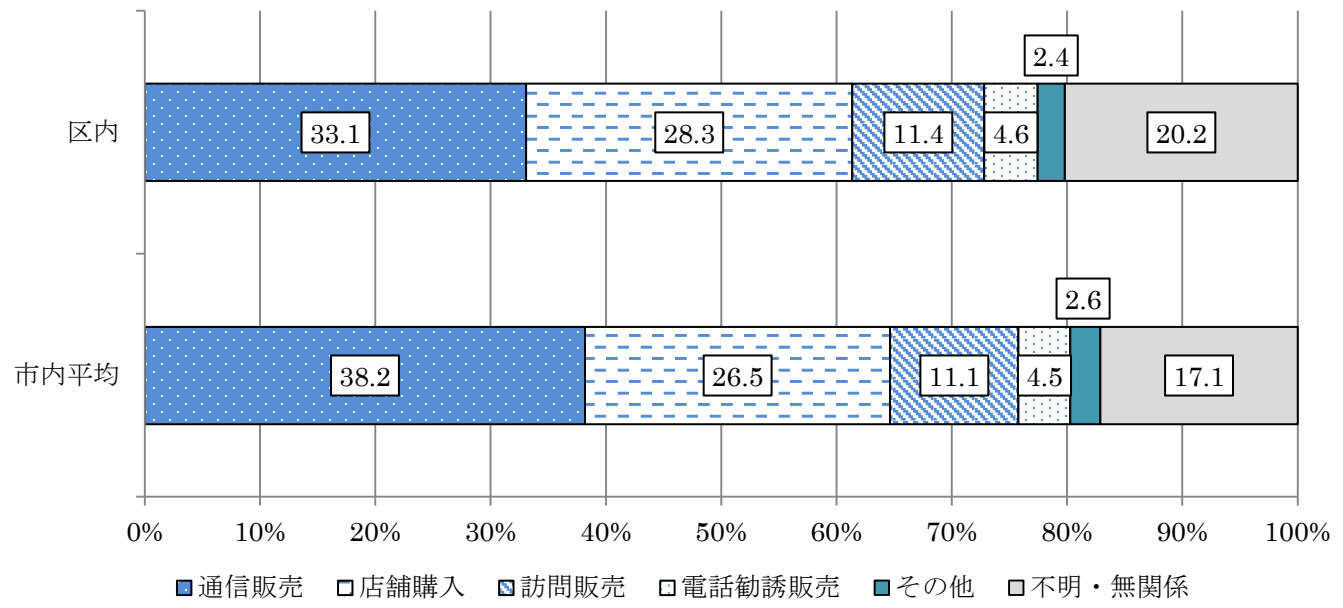
③ 商品・役務別上位 10 位

(相談の割合・%)



④ 販売形態別の相談割合

(相談の割合・%)



平成 27 年度（平成 27 年 4 月～平成 28 年 3 月）
横浜市消費生活総合センターに寄せられた相談件数

中 区

920 件

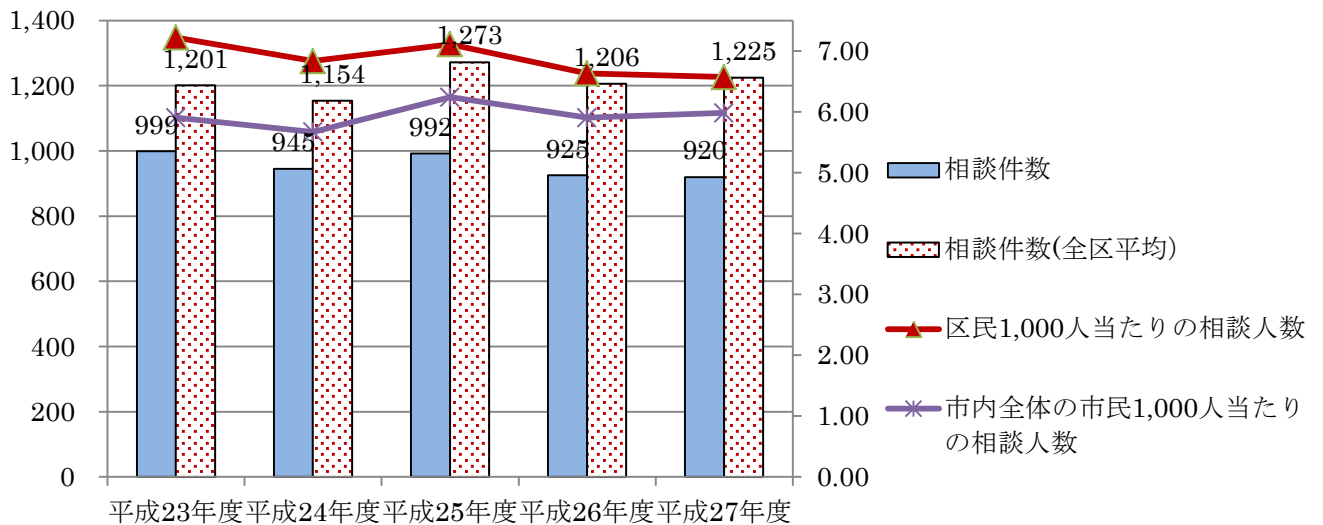
H.26 年度比 - 0.5%

相談件数自体は全区の平均と比較すると少ないが、区民 1,000 人当たりの相談人数で見ると、特に 30 歳代、40 歳代の相談人数が多く、70 歳以上の高齢者からの相談が少ない傾向である。
不動産貸借に関する相談が全区平均と比較して多くなっている。

① 5 年間の相談件数の推移

(センター相談件数・件)

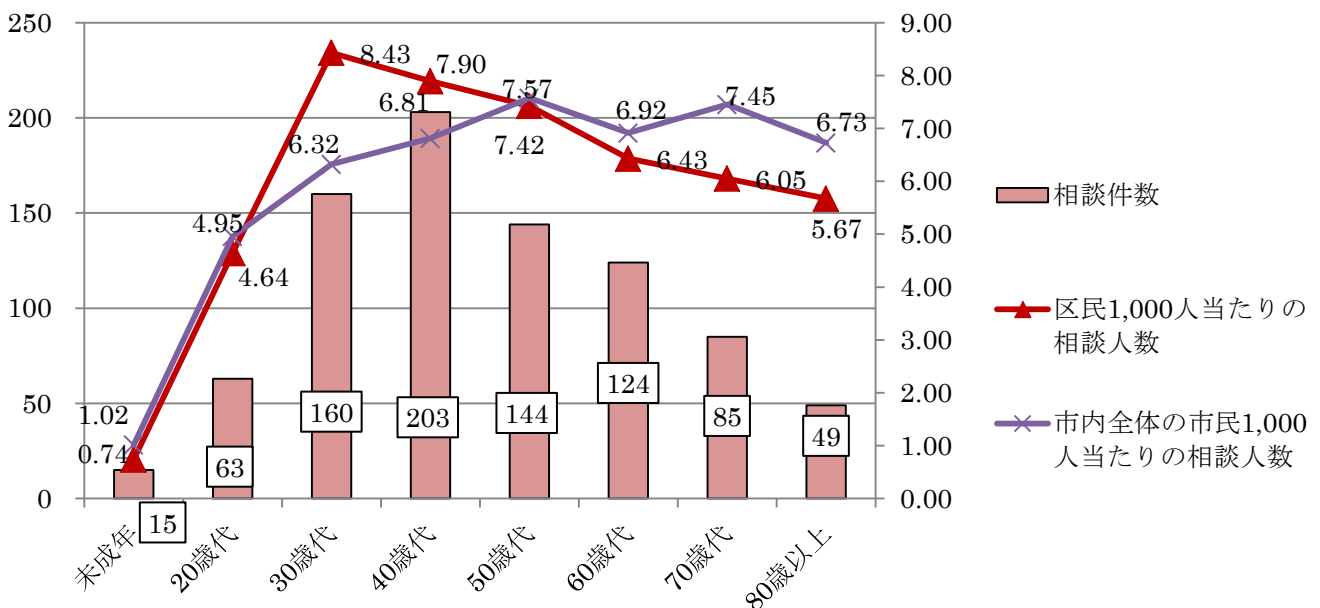
(1,000 人当たりの相談件数・件)



② 契約当事者年代別 区内相談件数 (人口対比)

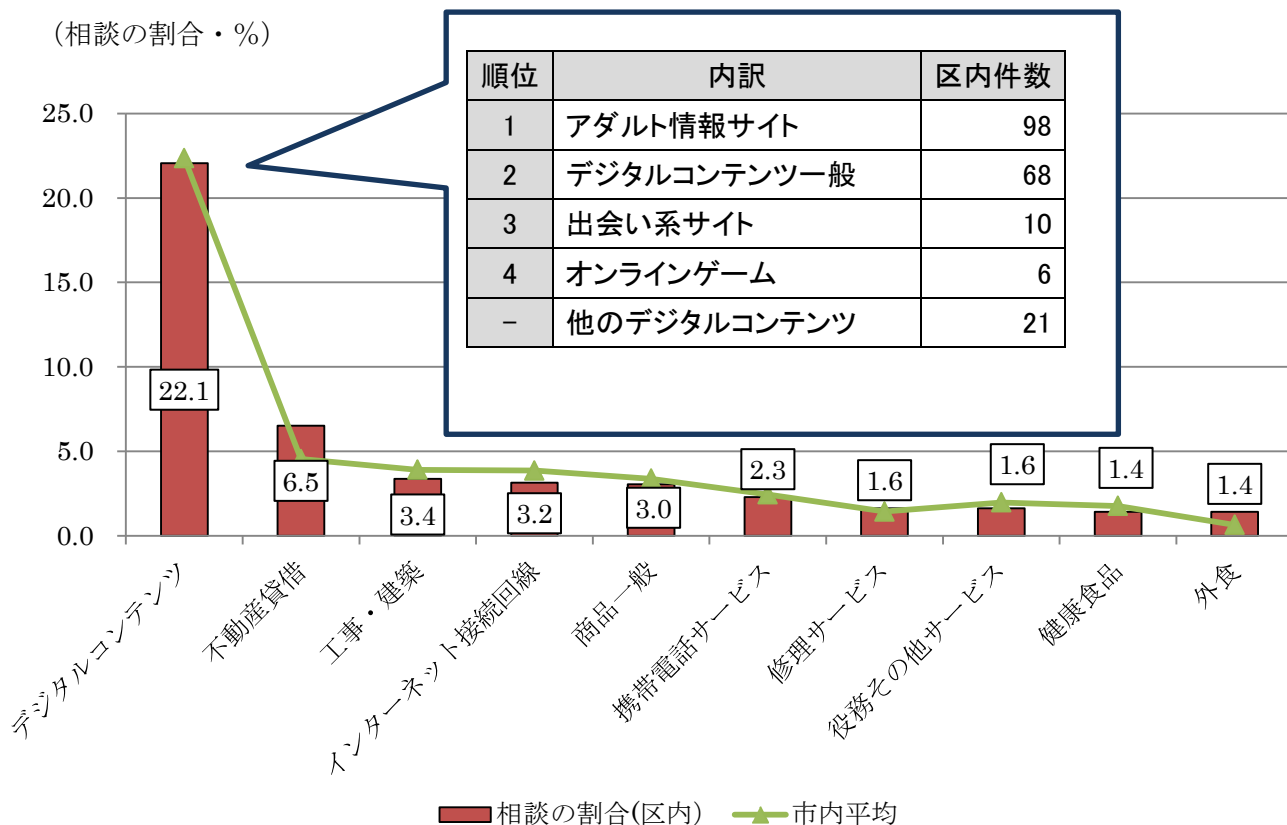
(センター相談件数・件)

(1,000 人当たりの相談件数・件)

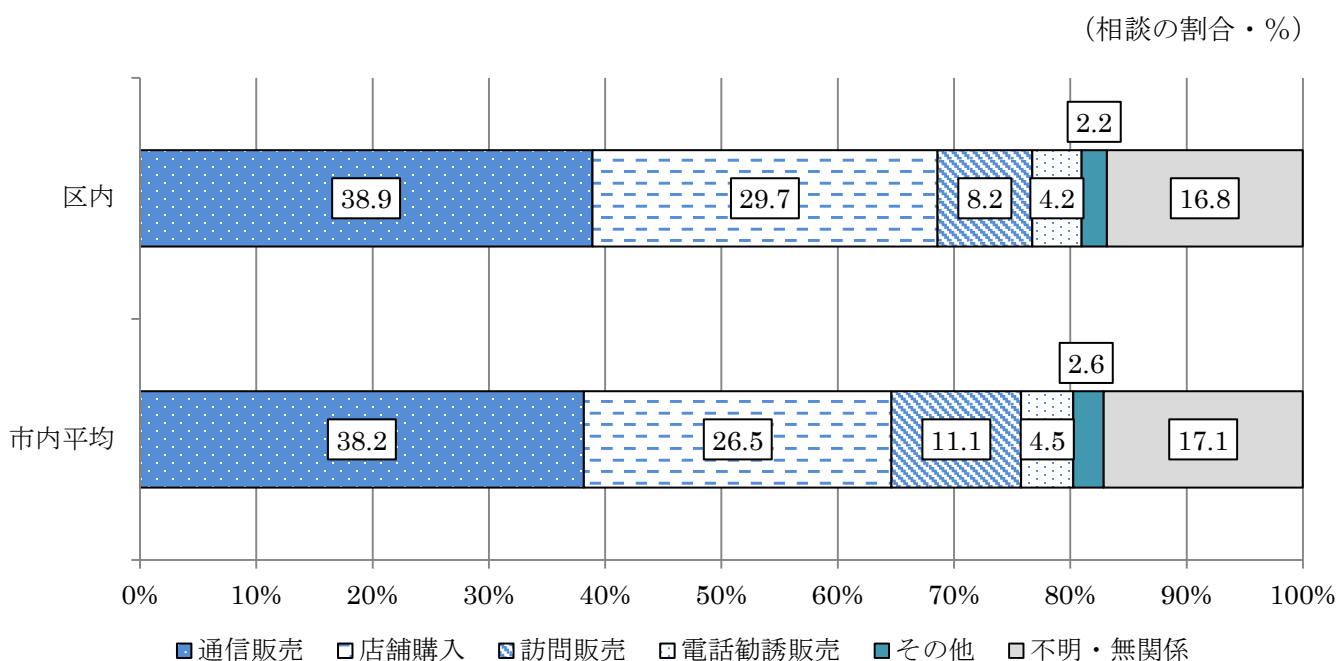


中 区

③ 商品・役務別上位 10 位



④ 販売形態別の相談割合



平成 27 年度（平成 27 年 4 月～平成 28 年 3 月）
横浜市消費生活総合センターに寄せられた相談件数

南区

1,295 件

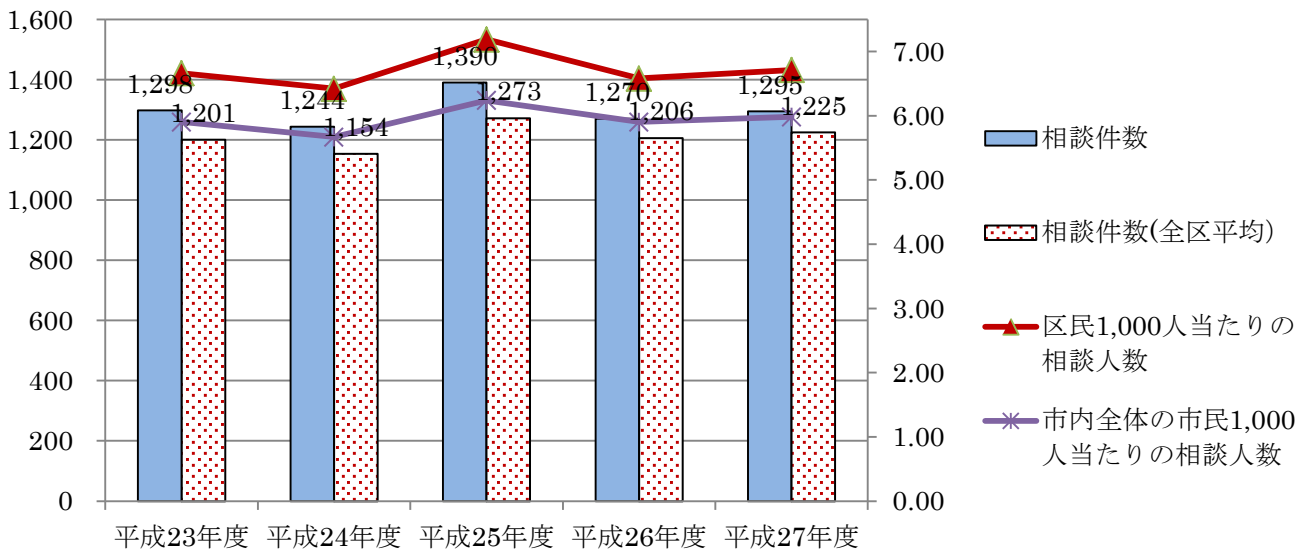
H.26 年度比 +2.0%

相談件数自体は全区の平均に比べてやや多く、区民 1,000 人当たりの相談人数で見ると、特に 20 歳代、30 歳代の若い層からの相談が多い傾向である。
商品・役務別や販売形態別の相談内容については、全区平均とほぼ同じ傾向となっている。

① 5 年間の相談件数の推移

(センター相談件数・件)

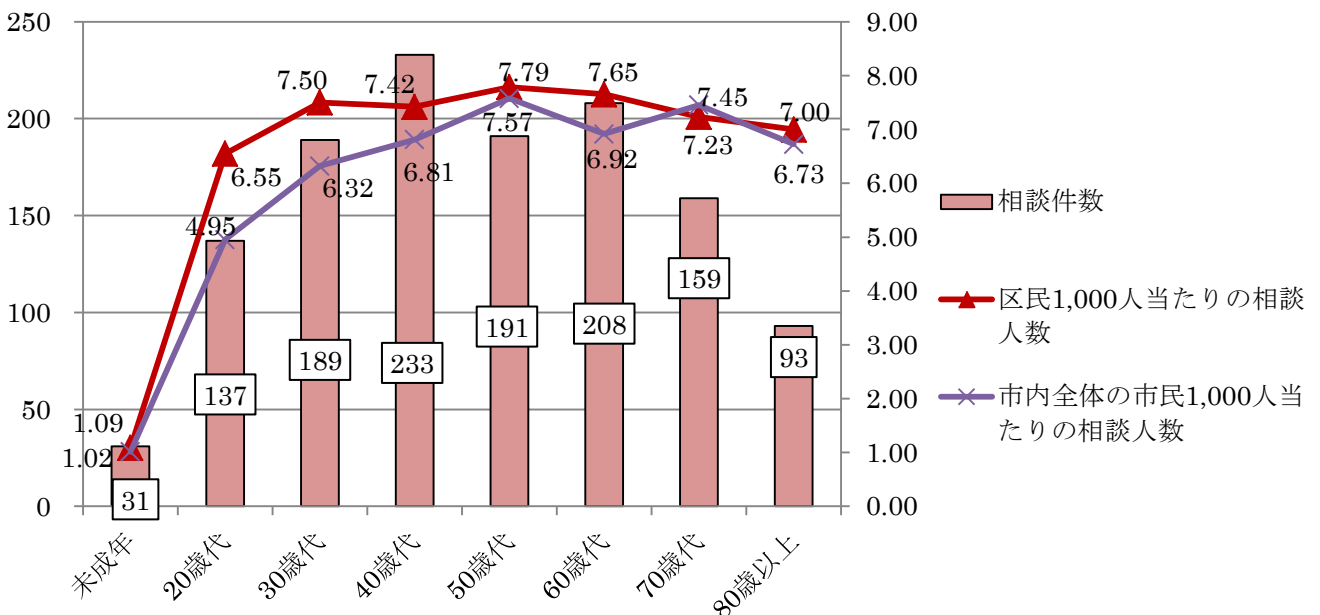
(1,000人当たりの相談件数・件)



② 契約当事者年代別 区内相談件数（人口対比）

(センター相談件数・件)

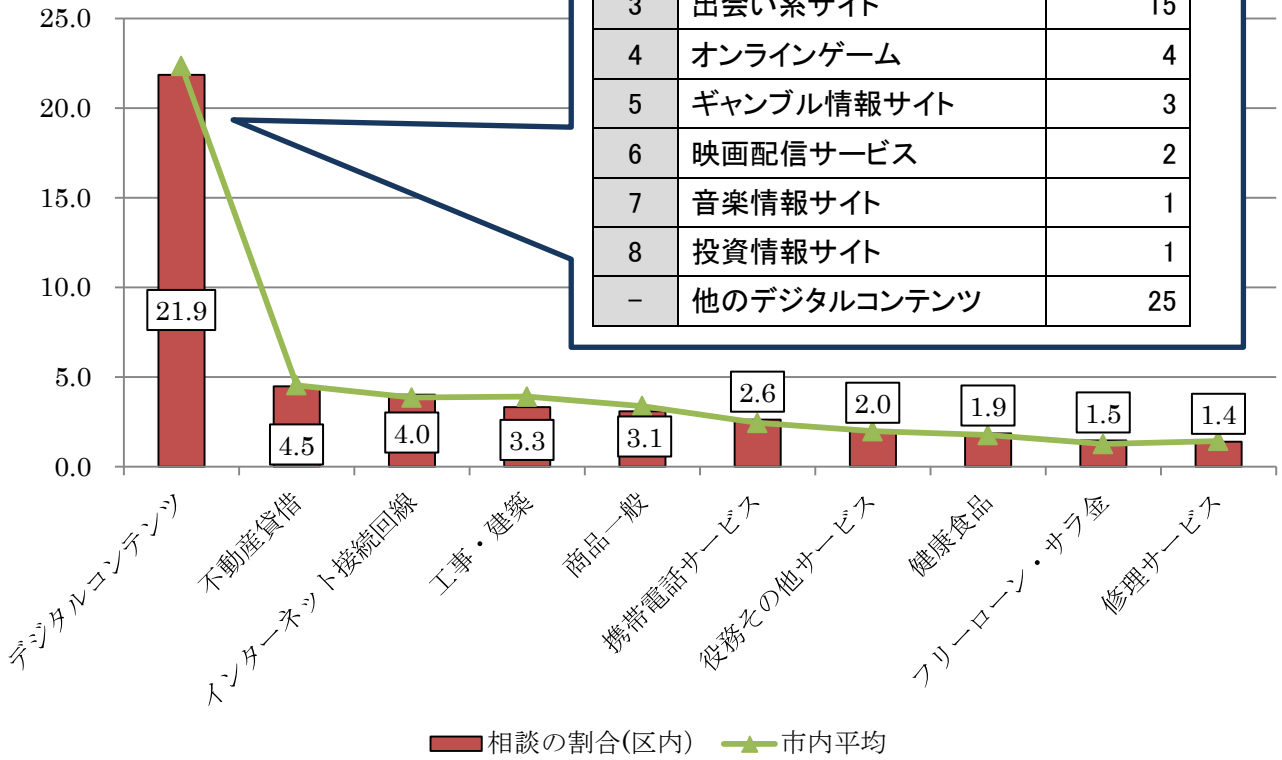
(1,000人当たりの相談件数・件)



南 区

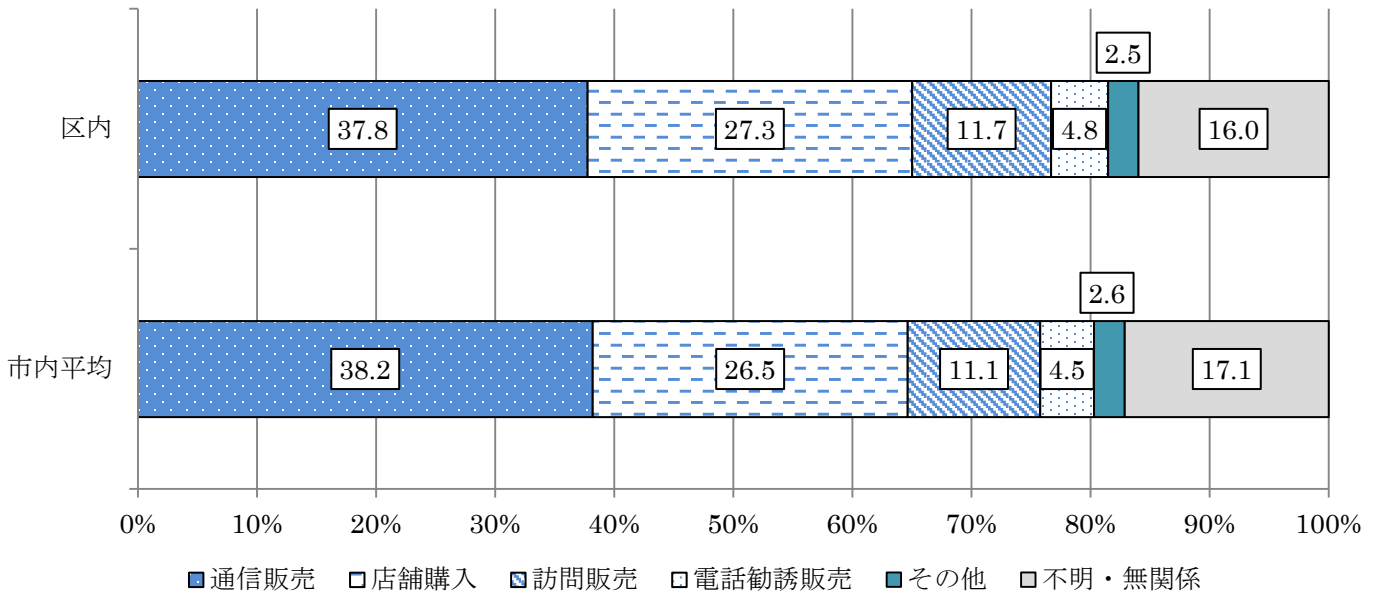
③ 商品・役務別上位 10 位

(相談の割合・%)



④ 販売形態別の相談割合

(相談の割合・%)



平成 27 年度（平成 27 年 4 月～平成 28 年 3 月）
横浜市消費生活総合センターに寄せられた相談件数

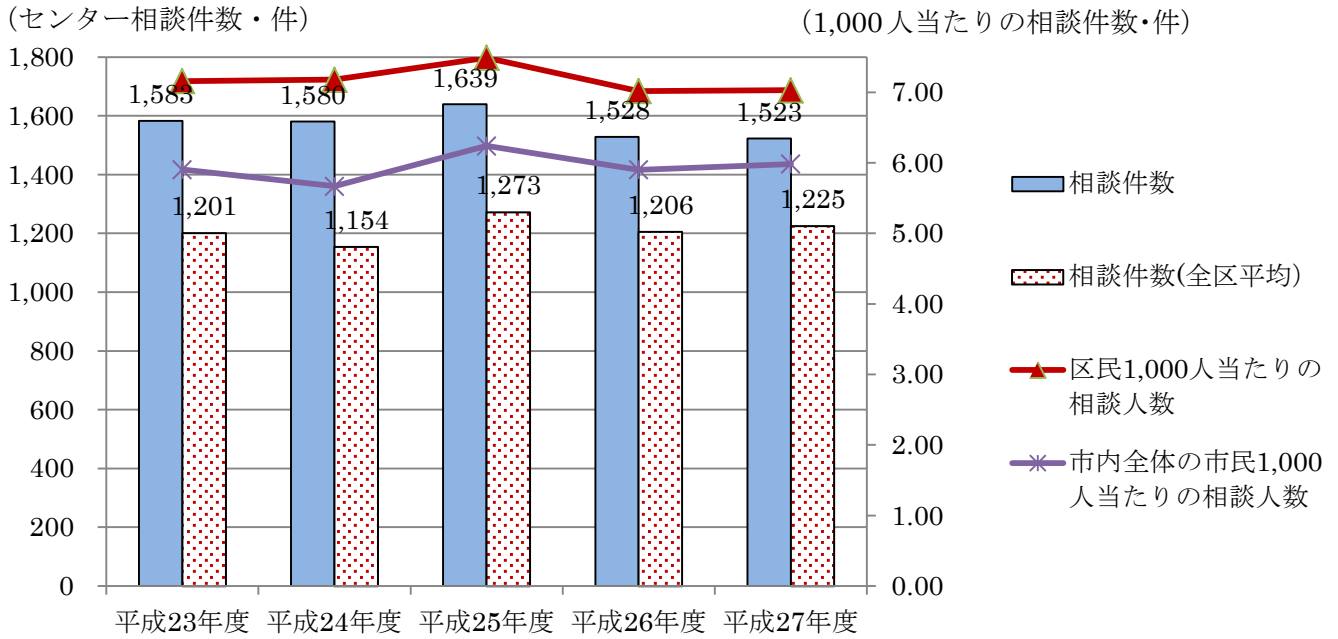
港南区

1,523 件

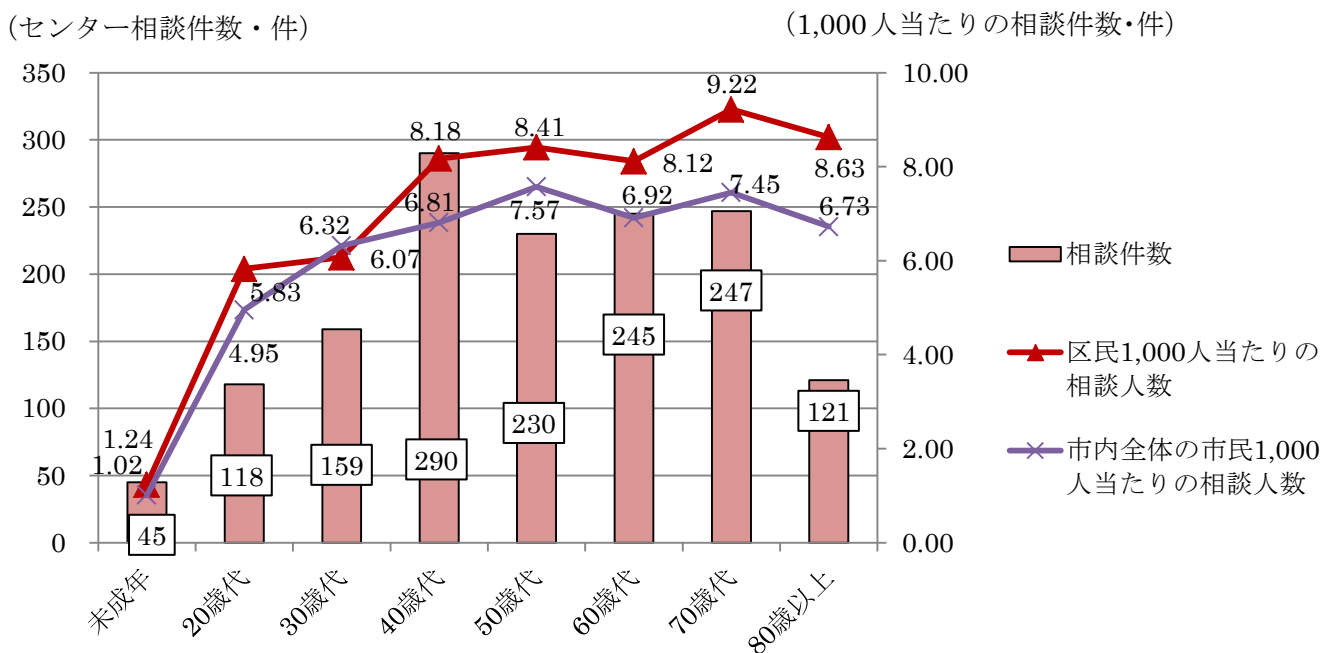
H.26 年度比 - 0.3%

全区平均と比較して相談件数自体も多く（7位）、区民1,000人当たりの相談人数は最上位である。特に40歳以上の中・高齢者からの相談が多くなっている。
デジタルコンテンツや工事・建築に関する相談が全区平均と比較して多くなっている。

① 5年間の相談件数の推移



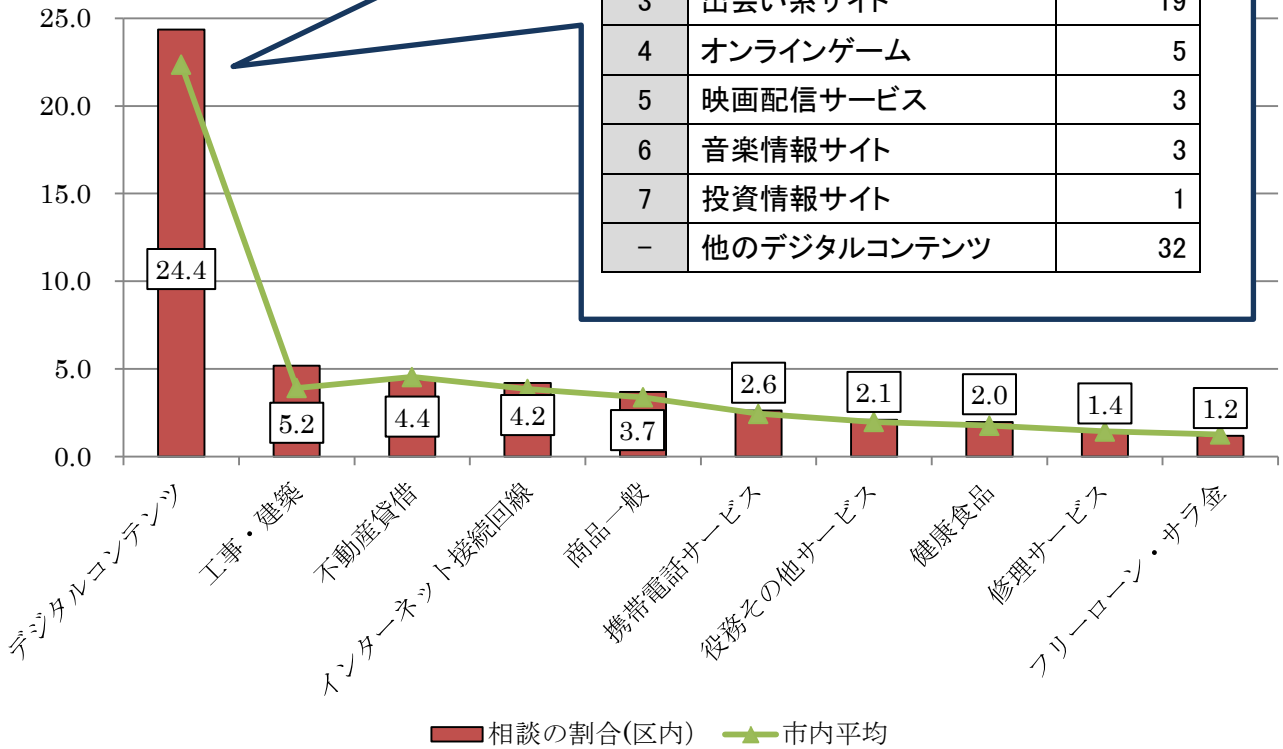
② 契約当事者年代別 区内相談件数（人口対比）



港南区

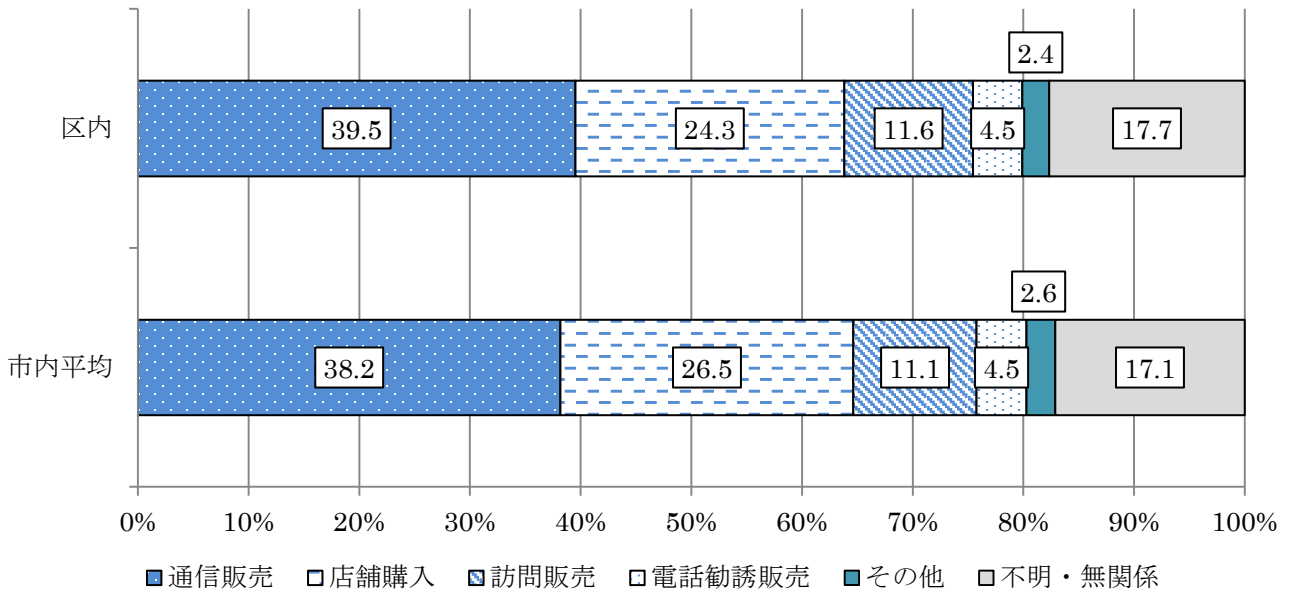
③ 商品・役務別上位 10 位

(相談の割合・%)



④ 販売形態別の相談割合

(相談の割合・%)



平成 27 年度（平成 27 年 4 月～平成 28 年 3 月）
横浜市消費生活総合センターに寄せられた相談件数

保土ヶ谷区

1,242 件

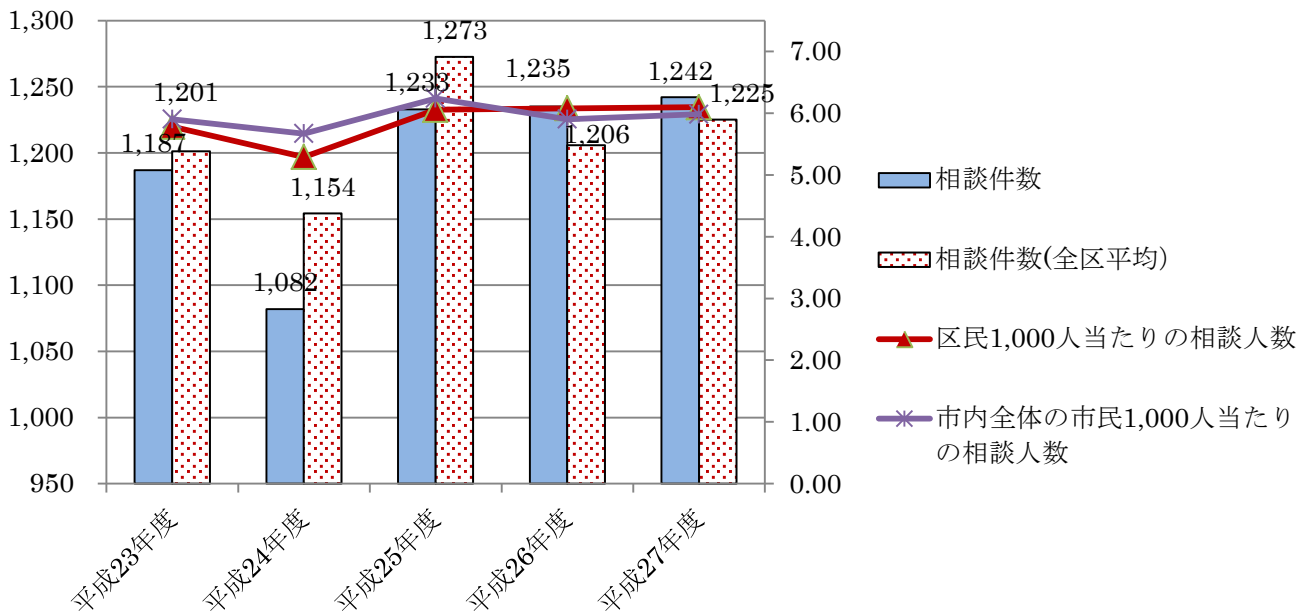
H.26 年度比 +0.6%

相談件数や区民 1,000 人当たりの相談人数は全区平均に近い傾向となっている。全区平均と比べ、インターネット接続回線に関する相談がやや多く、不動産貸借の相談がやや少ない傾向である。

① 5 年間の相談件数の推移

(センター相談件数・件)

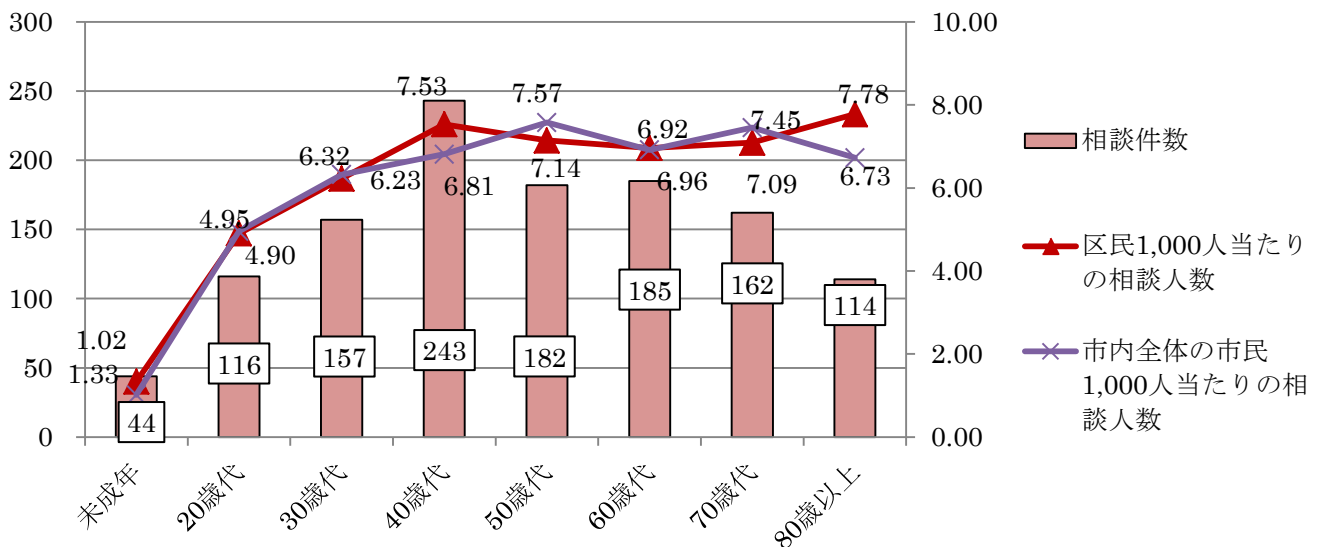
(1,000人当たりの相談件数・件)



② 契約当事者年代別 区内相談件数（人口対比）

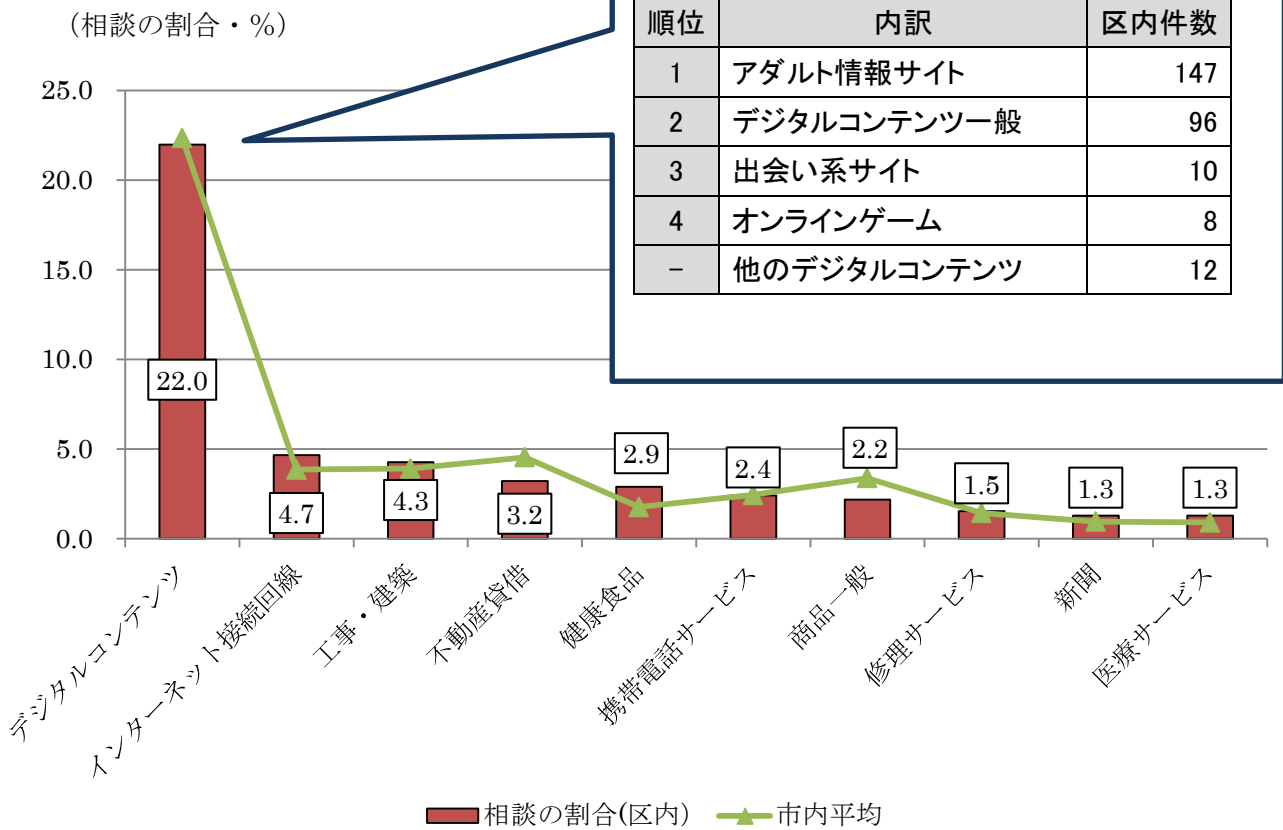
(センター相談件数・件)

(1,000人当たりの相談件数・件)

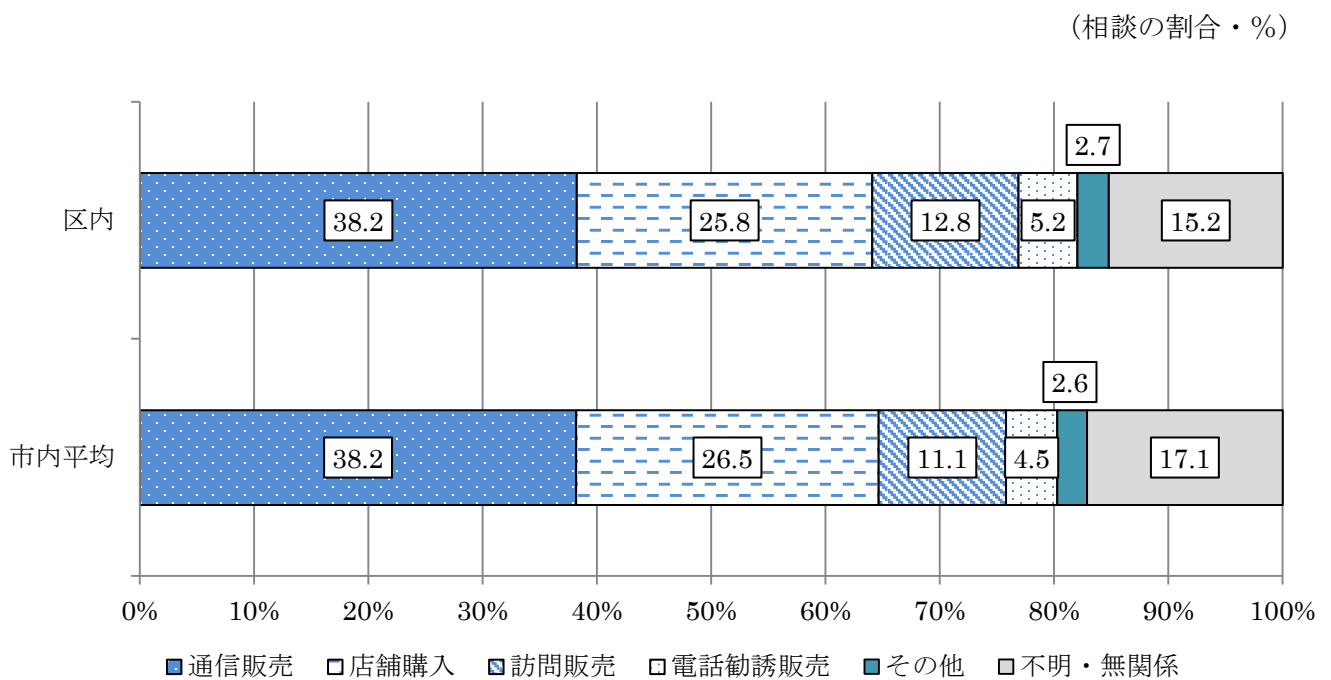


保土ヶ谷区

③ 商品・役務別上位 10 位



④ 販売形態別の相談割合



平成 27 年度（平成 27 年 4 月～平成 28 年 3 月）
横浜市消費生活総合センターに寄せられた相談件数

旭 区

1,537 件

H.26 年度比 - 2.2%

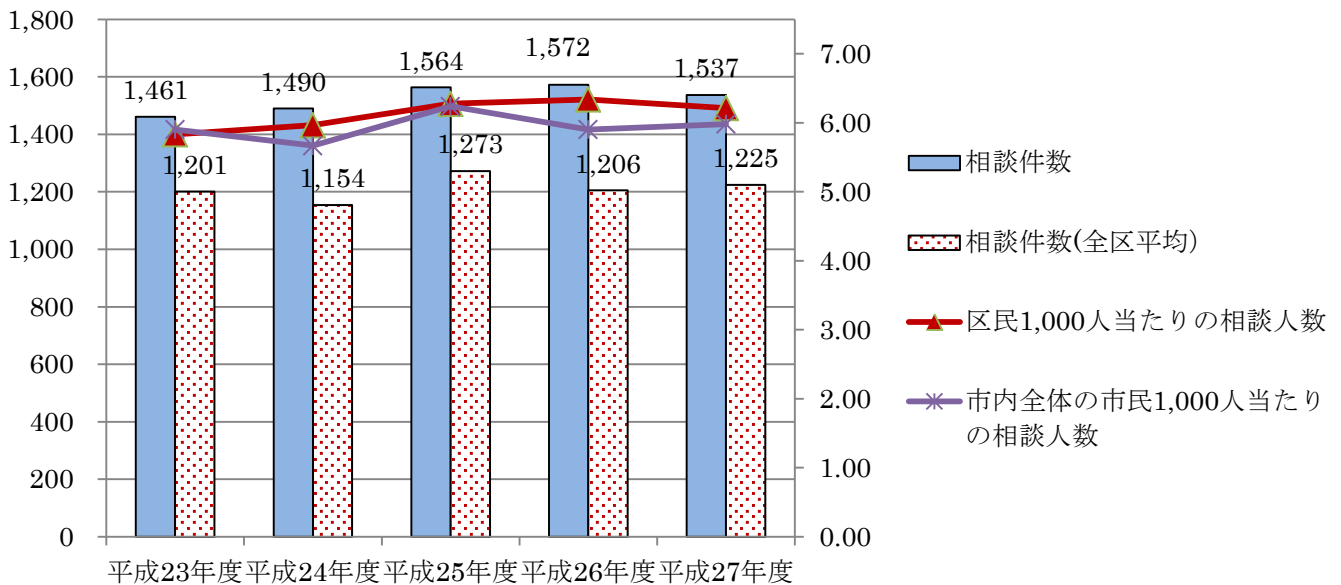
相談件数自体は全区の平均と比較すると多いが、区民 1,000 人当たりの相談人数で見ると、特に 60 歳代からの相談が少ない。

デジタルコンテンツなど通信販売に関する相談が全区平均と比較して多くなっている。

① 5 年間の相談件数の推移

(センター相談件数・件)

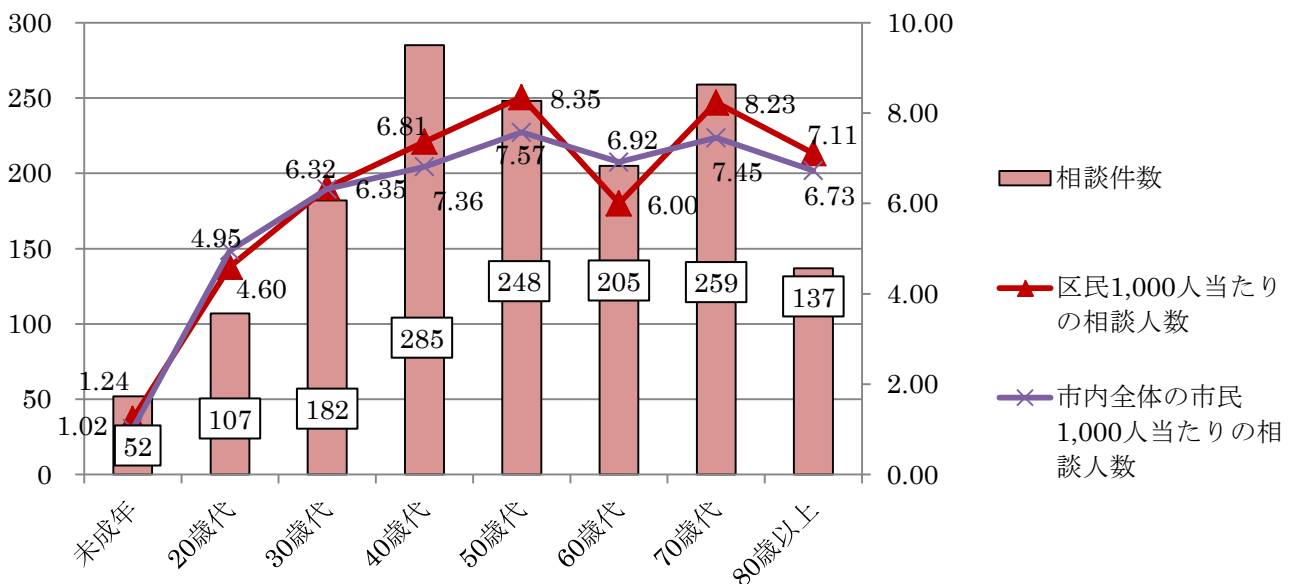
(1,000 人当たりの相談件数・件)



② 契約当事者年代別 区内相談件数 (人口対比)

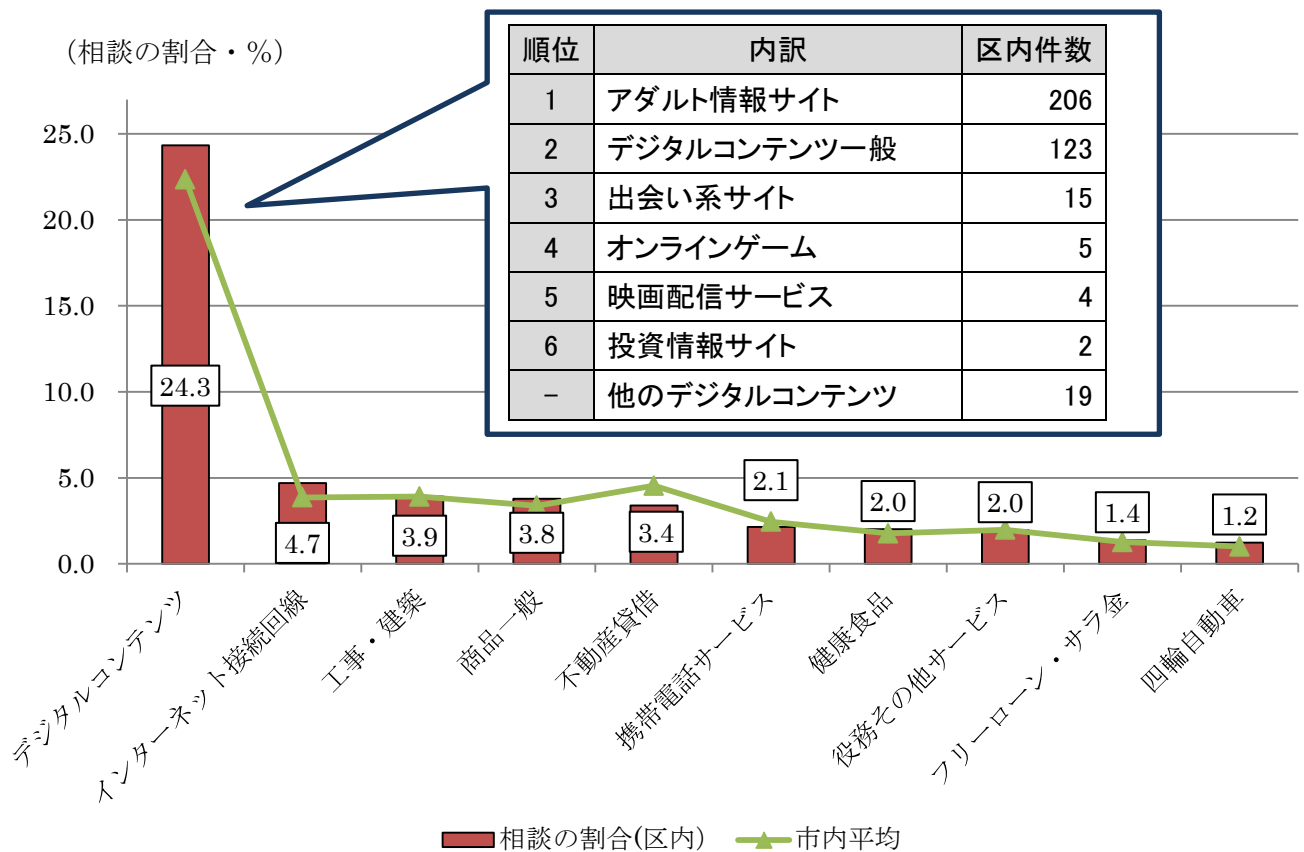
(センター相談件数・件)

(1,000 人当たりの相談件数・件)

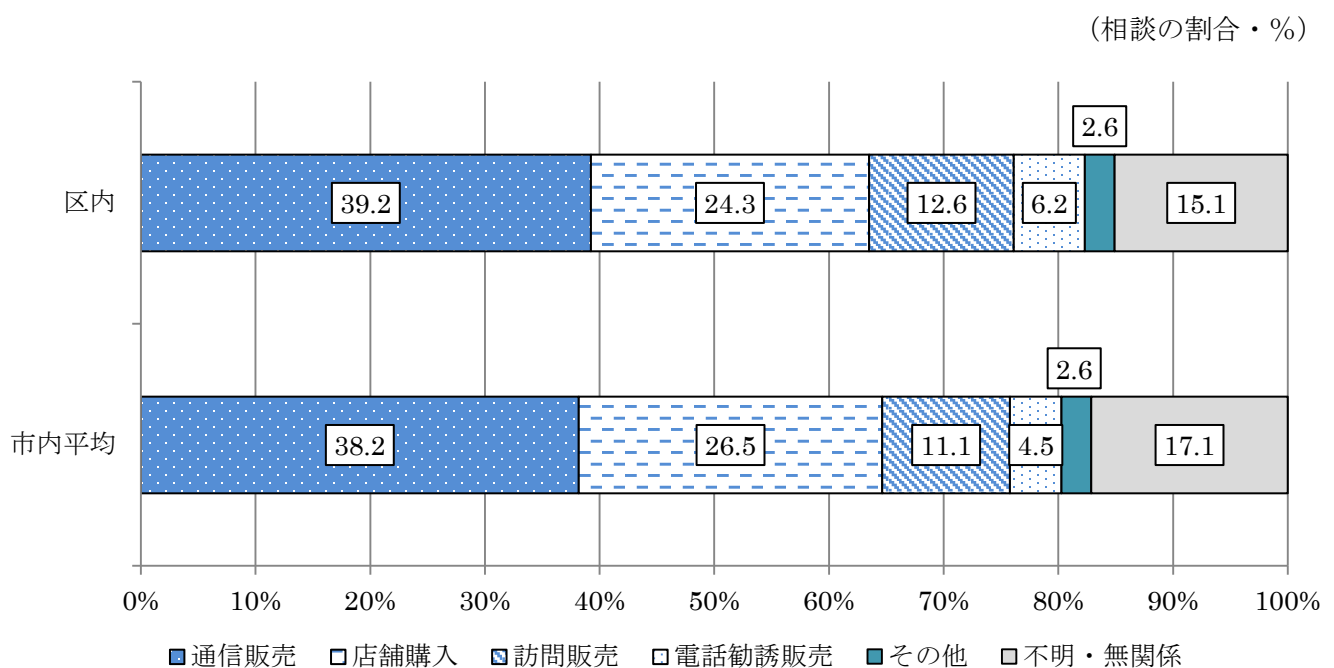


旭 区

③ 商品・役務別上位 10 位



④ 販売形態別の相談割合



平成 27 年度（平成 27 年 4 月～平成 28 年 3 月）
横浜市消費生活総合センターに寄せられた相談件数

磯子区

1,074 件

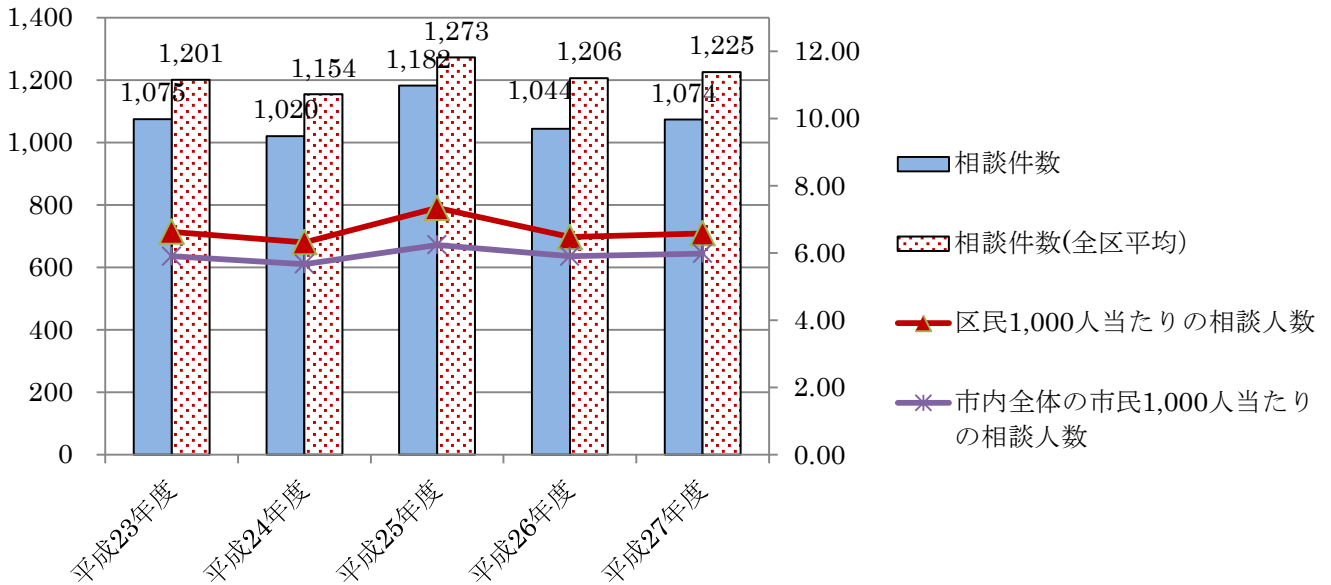
H.26 年度比 +2.9%

相談件数自体は全区の平均と比較すると少ないが、区民 1,000 人当たりの相談人数で見ると、特に 30 歳代、60 歳代、80 歳以上の高齢者からの相談が多い傾向である。
商品・役務別や販売形態別の相談内容については、全区平均とほぼ同じ傾向となっている。

① 5 年間の相談件数の推移

(センター相談件数・件)

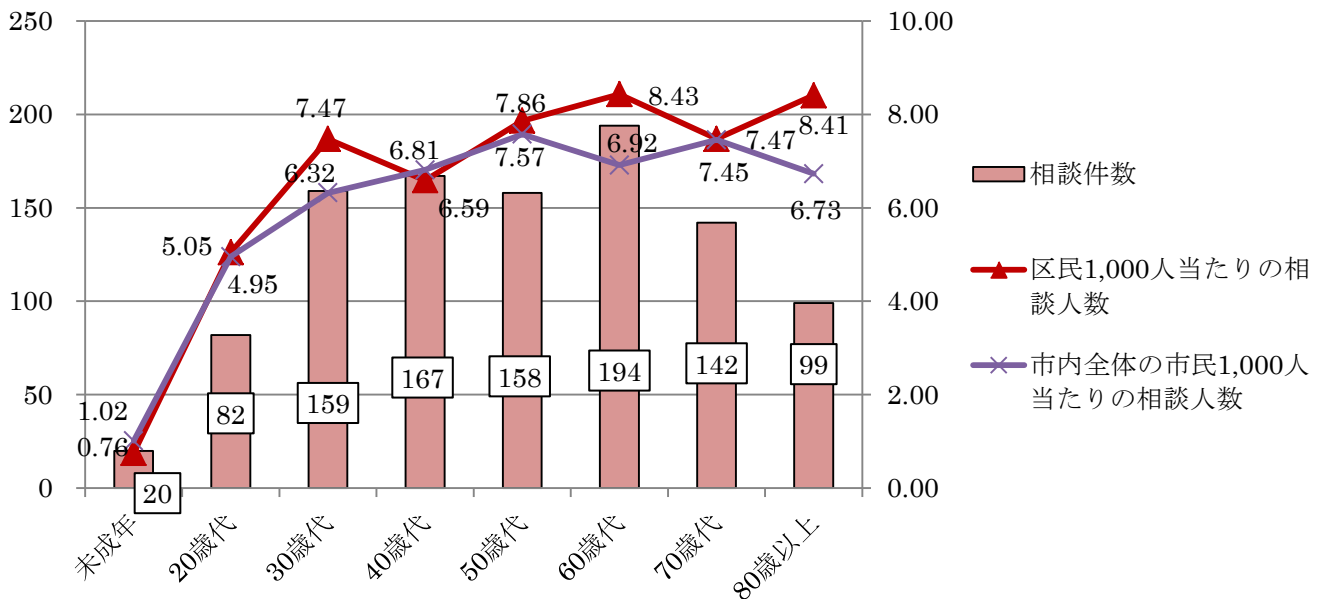
(1,000 人当たりの相談件数・件)



② 契約当事者年代別 区内相談件数（人口対比）

(センター相談件数・件)

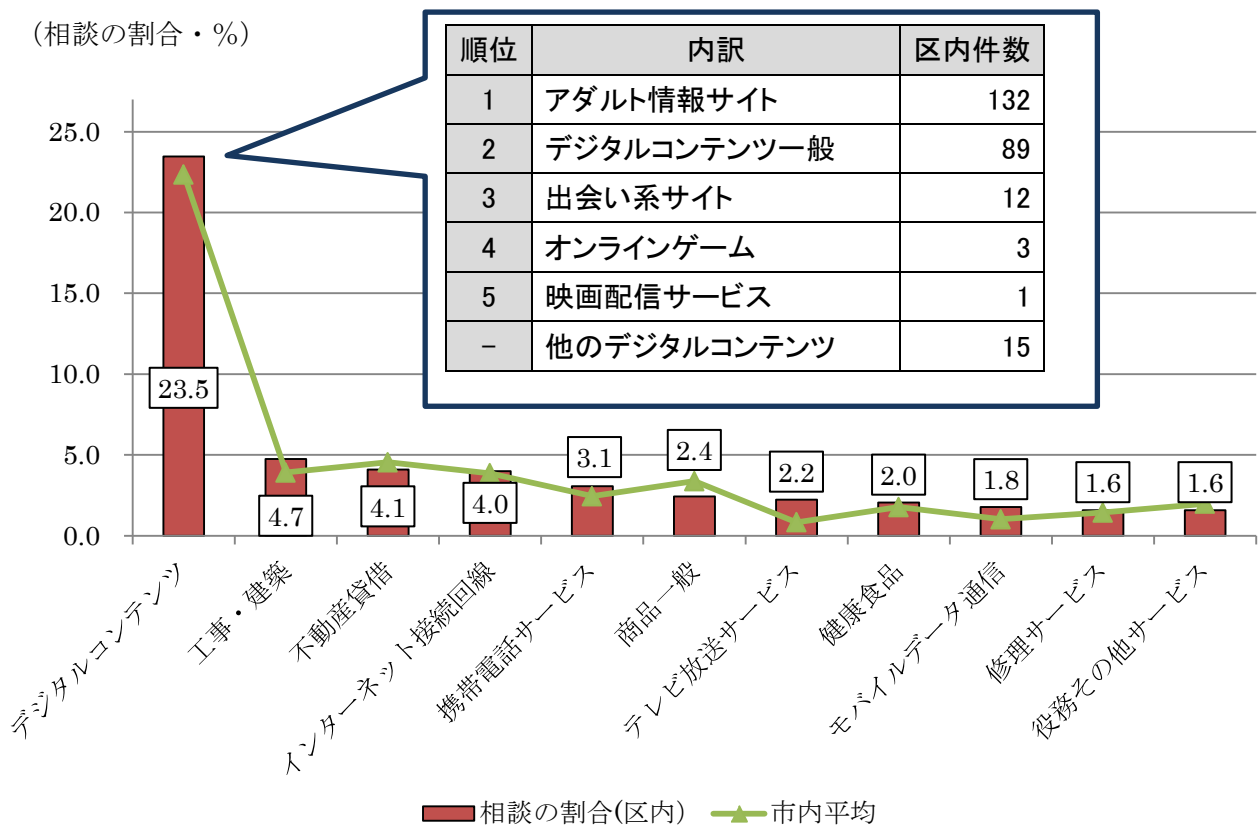
(1,000 人当たりの相談件数・件)



磯子区

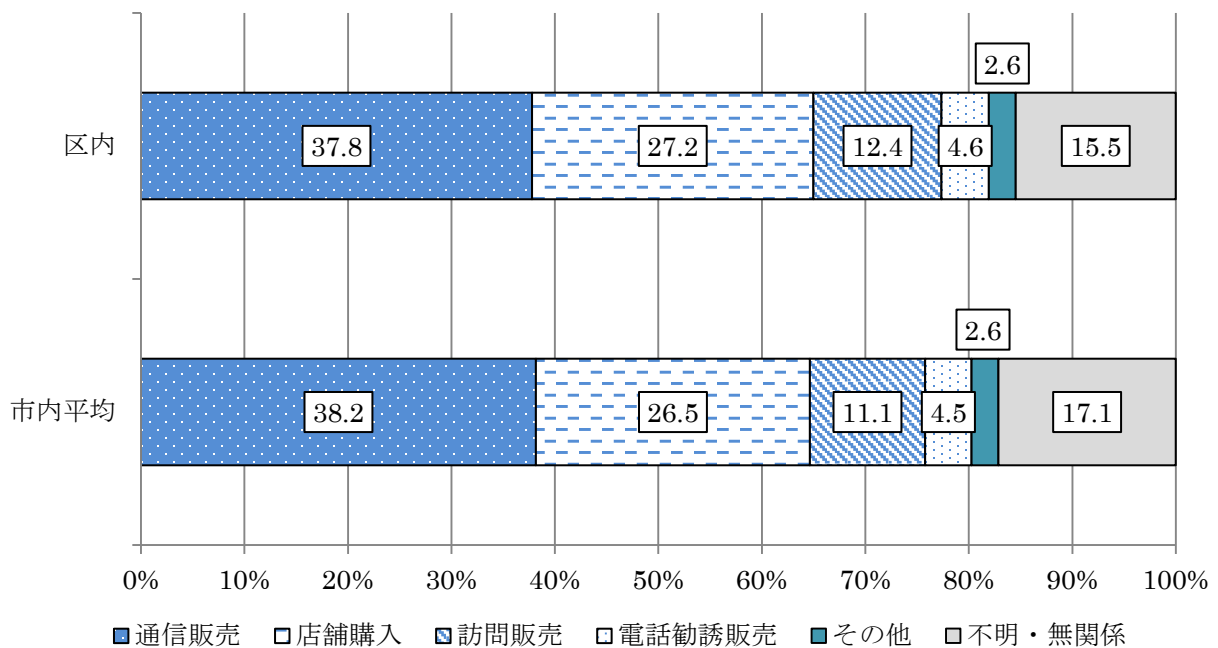
③ 商品・役務別上位 10 位

(相談の割合・%)



④ 販売形態別の相談割合

(相談の割合・%)



平成 27 年度（平成 27 年 4 月～平成 28 年 3 月）
横浜市消費生活総合センターに寄せられた相談件数

金沢区

1,190 件

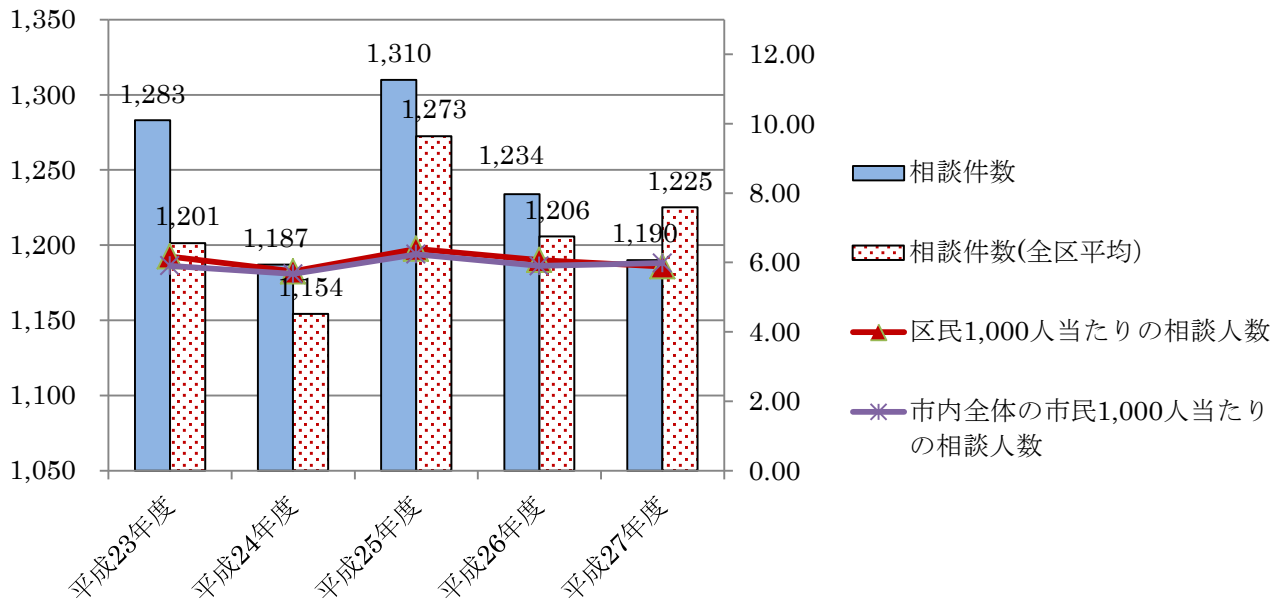
H.26 年度比 - 3.6%

相談件数自体は年度によってばらつきがあるものの、平成 27 年度は全区の平均と比較すると少ない。区民 1000 人当たりの相談人数で見ると、特に 50 歳代の相談人数が少なく、80 歳以上の高齢者からの相談は多い傾向である。相談内容に関しては、「不動産貸借」に関する相談が全区平均と比較し少ない。

① 5 年間の相談件数の推移

(センター相談件数・件)

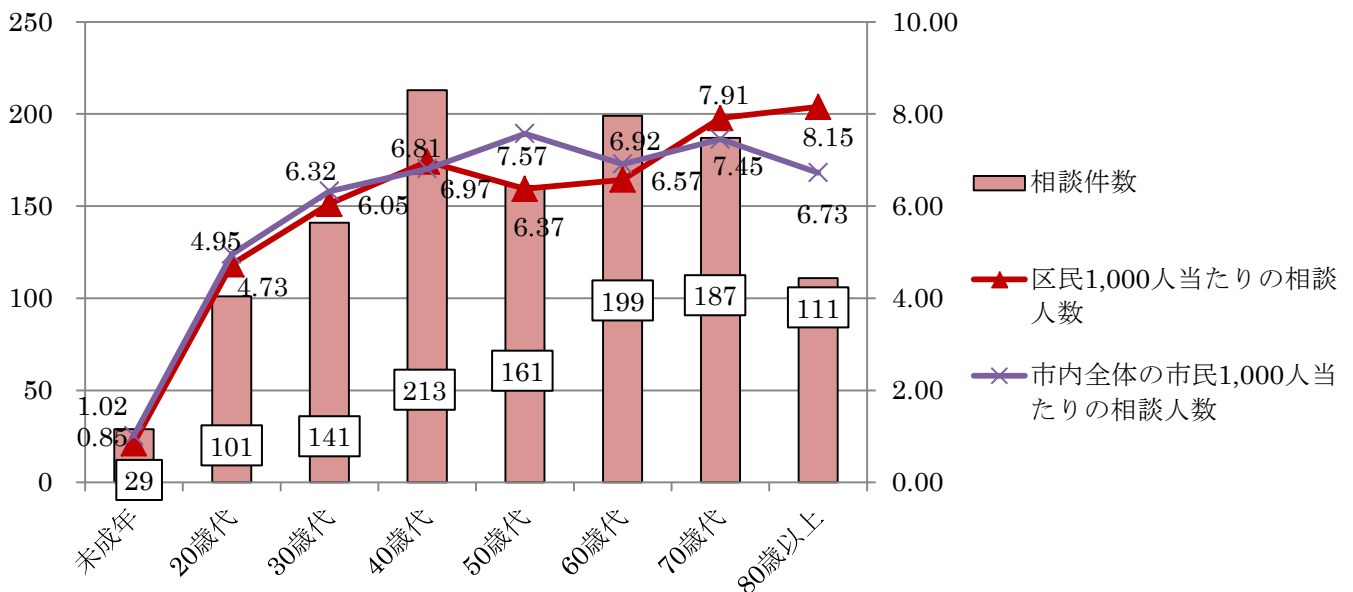
(1,000 人当たりの相談件数・件)



② 契約当事者年代別 区内相談件数 (人口対比)

(センター相談件数・件)

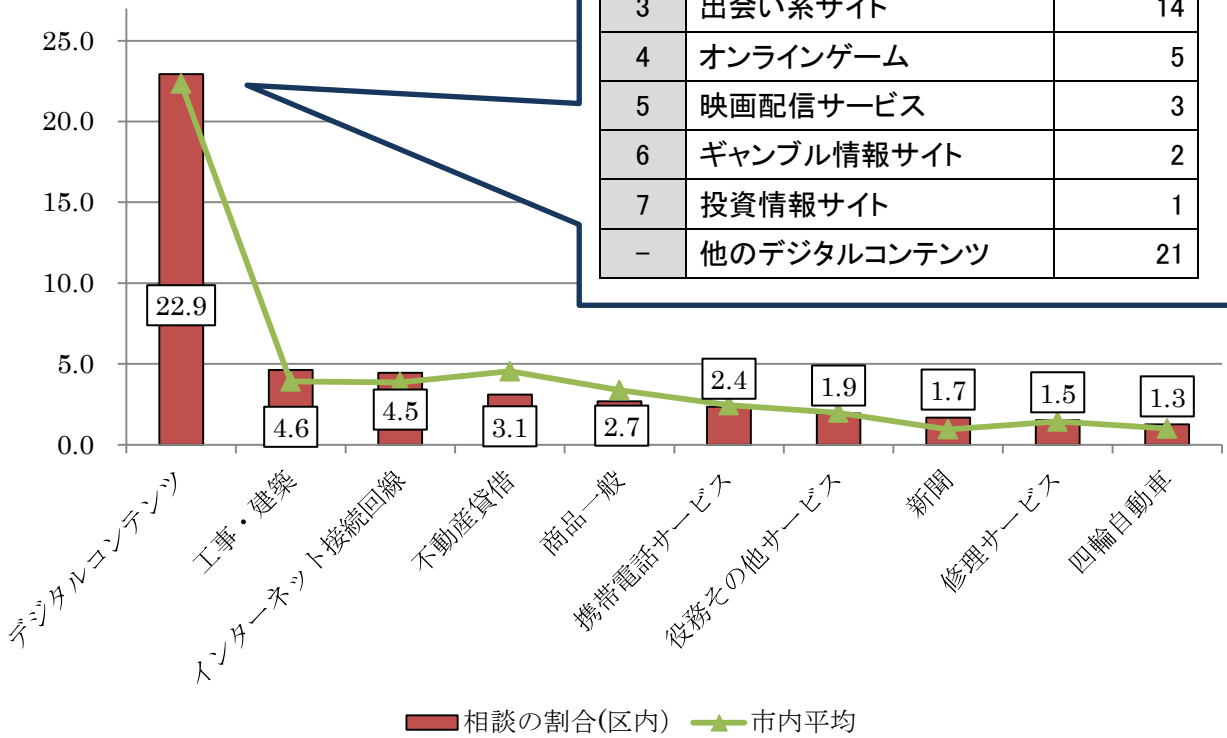
(1,000 人当たりの相談件数・件)



金 沢 区

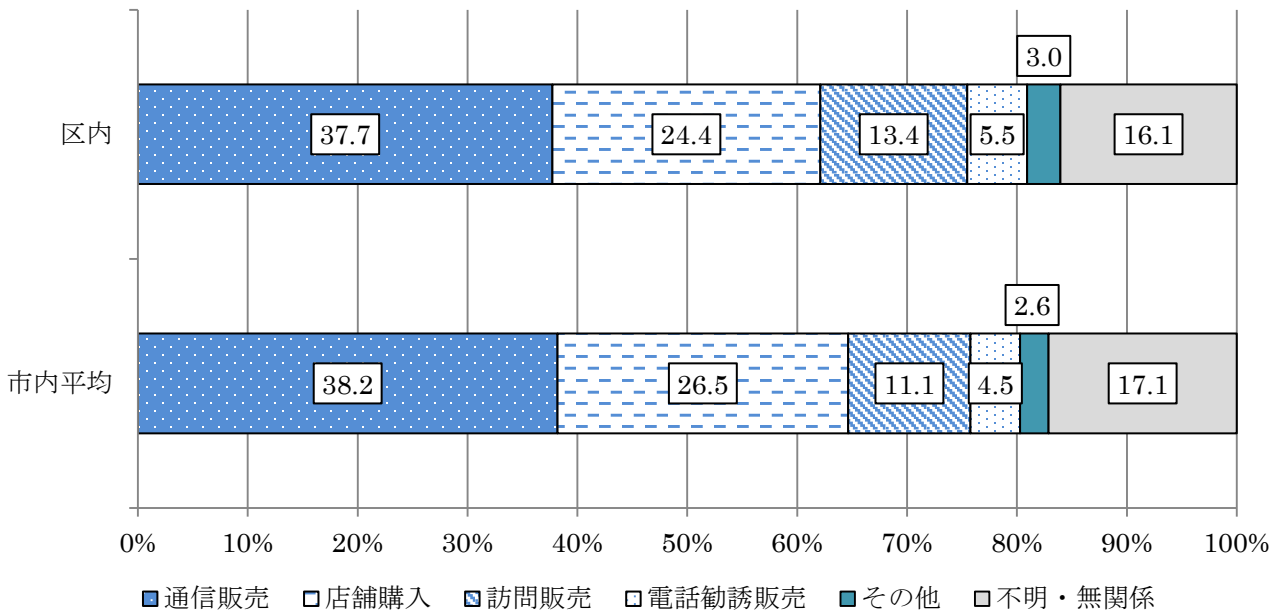
③ 商品・役務別上位 10 位

(相談の割合・%)



④ 販売形態別の相談割合

(相談の割合・%)



平成 27 年度（平成 27 年 4 月～平成 28 年 3 月）
横浜市消費生活総合センターに寄せられた相談件数

港北区

1,907 件

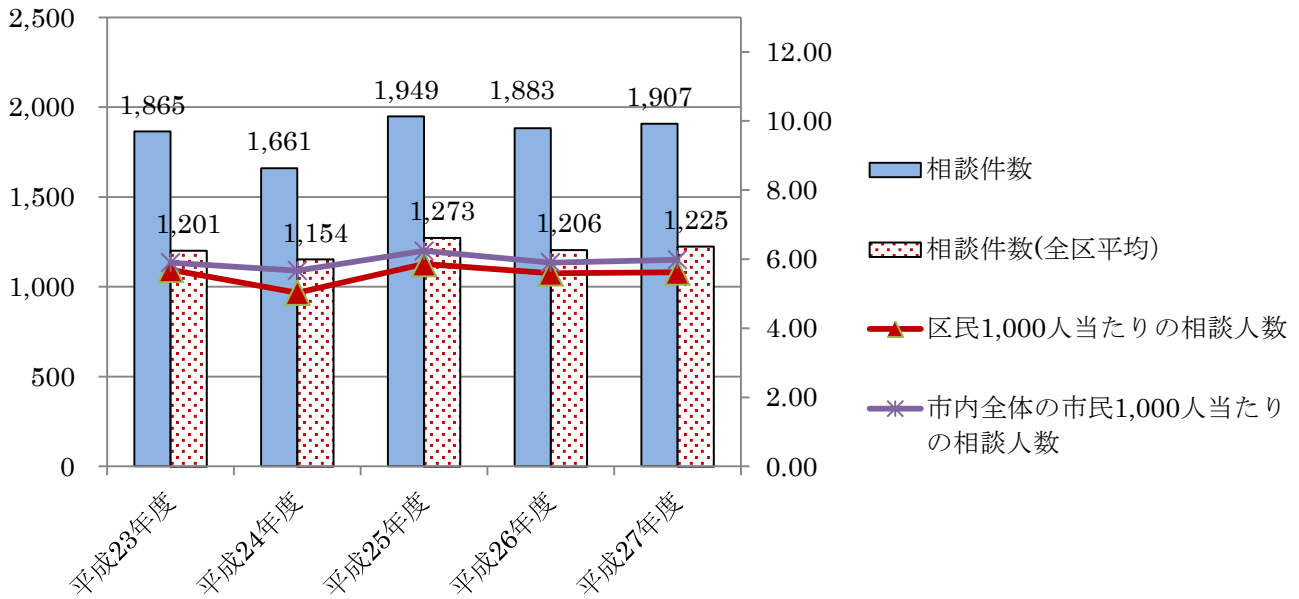
H.26 年度比 +1.3%

相談件数自体は全区の平均と比較して多い。区民 1,000 人当たりの相談人数でみると、40 歳代、70 歳代、80 歳以上の相談人数がやや少ない傾向である。
商品・役務別や販売形態別の相談内容については、全区平均とほぼ同じ傾向となっている。

① 5 年間の相談件数の推移

(センター相談件数・件)

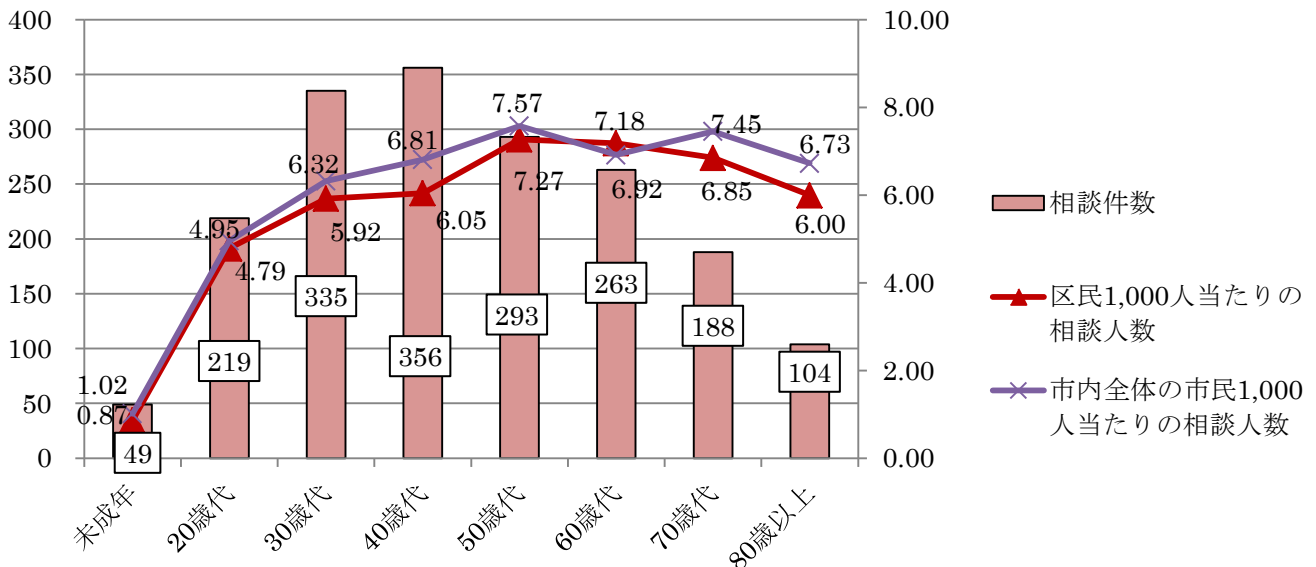
(1,000 人当たりの相談件数・件)



② 契約当事者年代別 区内相談件数（人口対比）

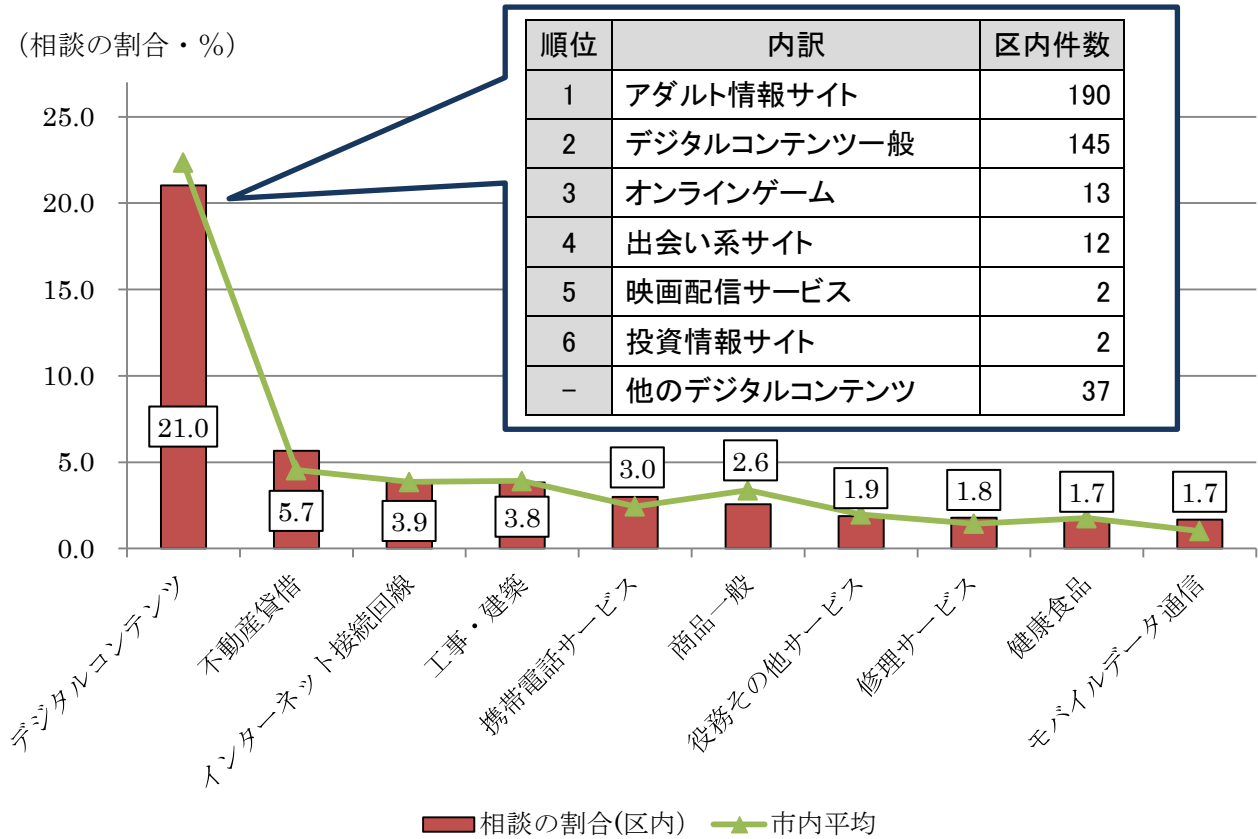
(センター相談件数・件)

(1,000 人当たりの相談件数・件)

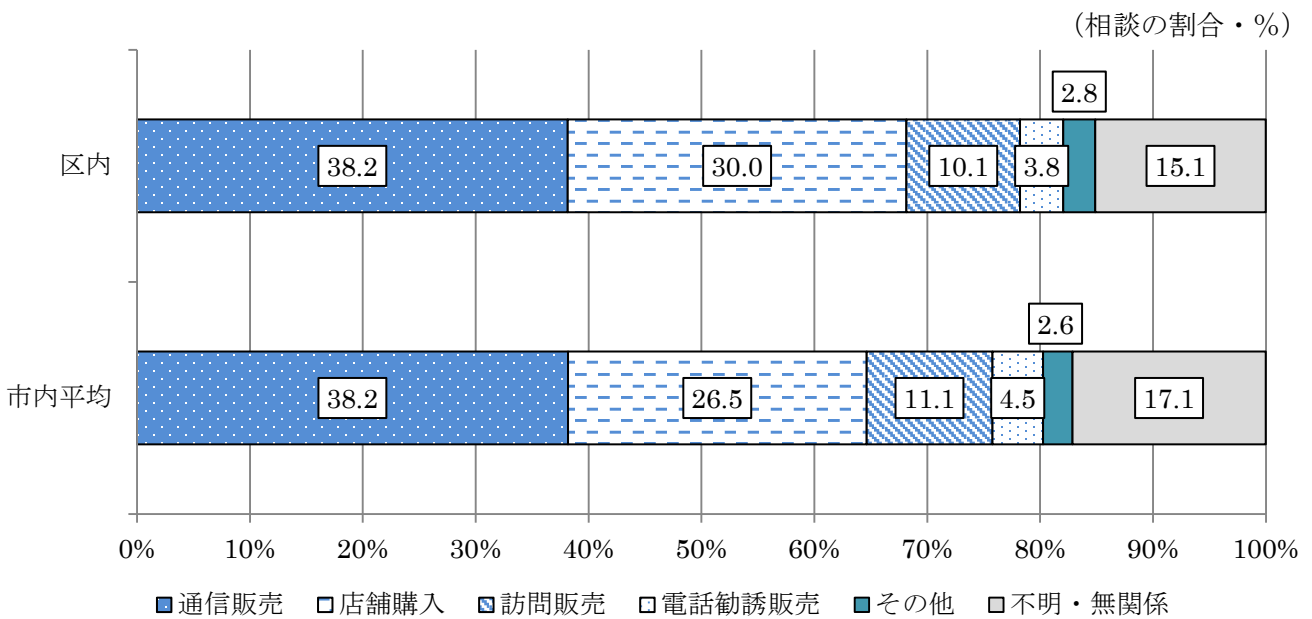


港 北 区

③ 商品・役務別上位 10 位



④ 販売形態別の相談割合



平成 27 年度（平成 27 年 4 月～平成 28 年 3 月）
横浜市消費生活総合センターに寄せられた相談件数

緑区

920 件

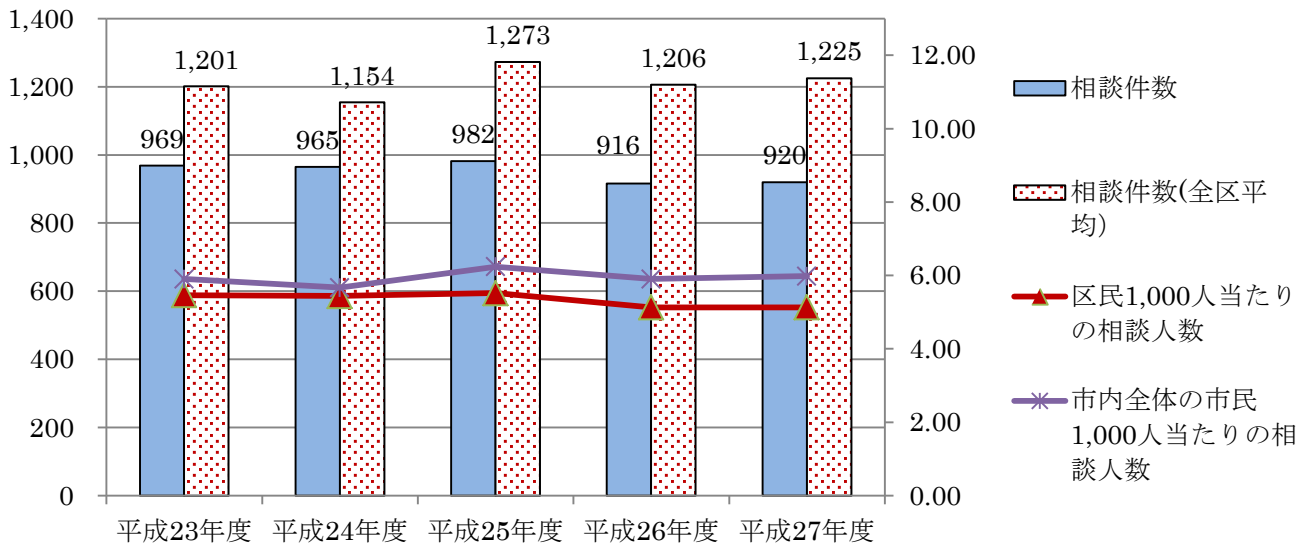
H.26 年度比 +0.4%

相談件数自体は全区の平均と比べて少ない。区民 1,000 人当たりの相談人数でみると、特に 80 歳以上の高齢者からの相談が少ない。
デジタルコンテンツなど、通信販売に関する相談が全区平均と比較して多くなっている。

① 5 年間の相談件数の推移

(センター相談件数・件)

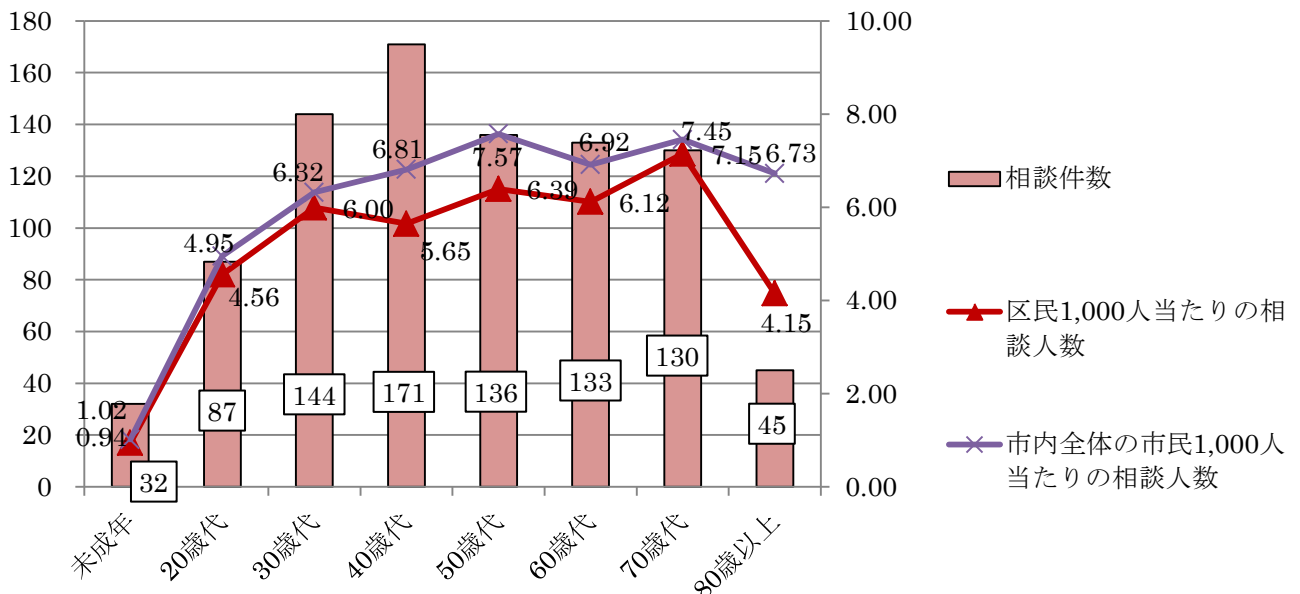
(1,000人当たりの相談件数・件)



② 契約当事者年代別 区内相談件数 (人口対比)

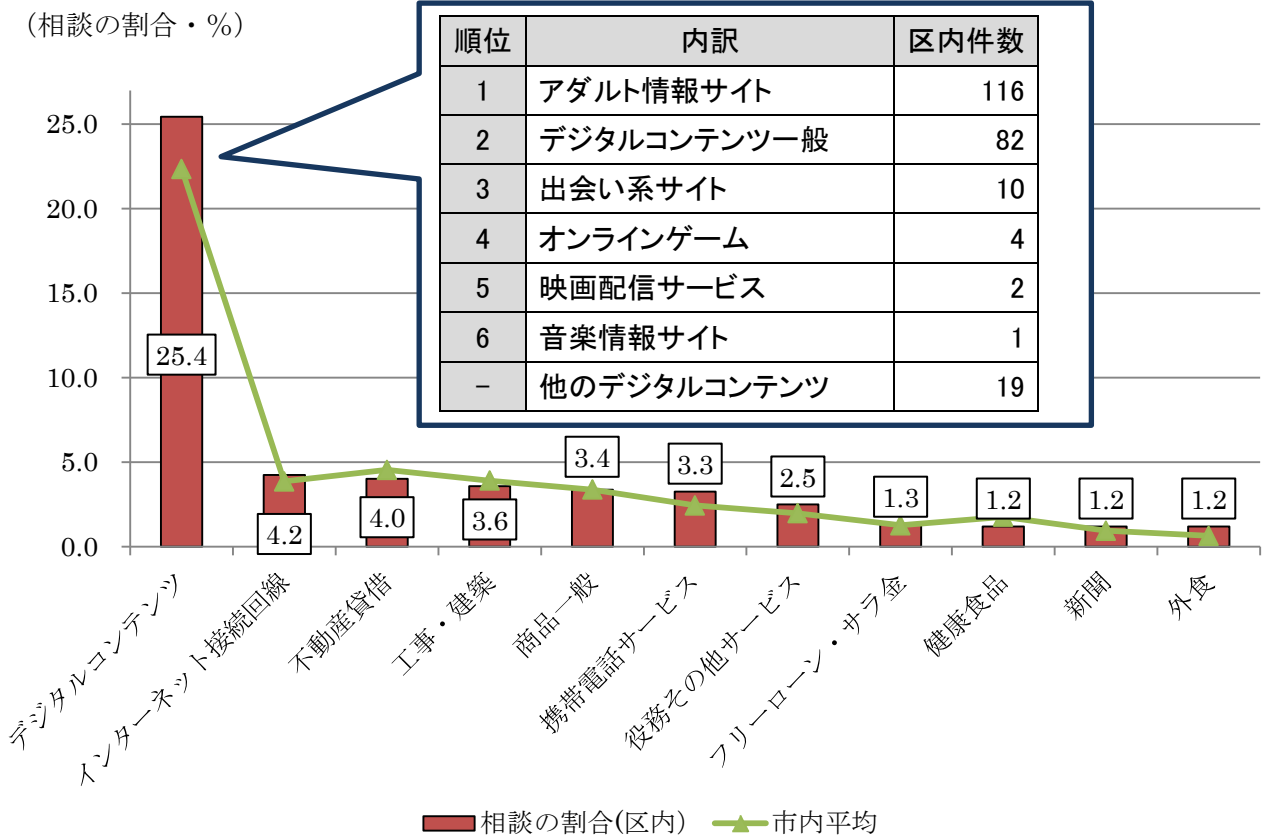
(センター相談件数・件)

(1,000人当たりの相談件数・件)

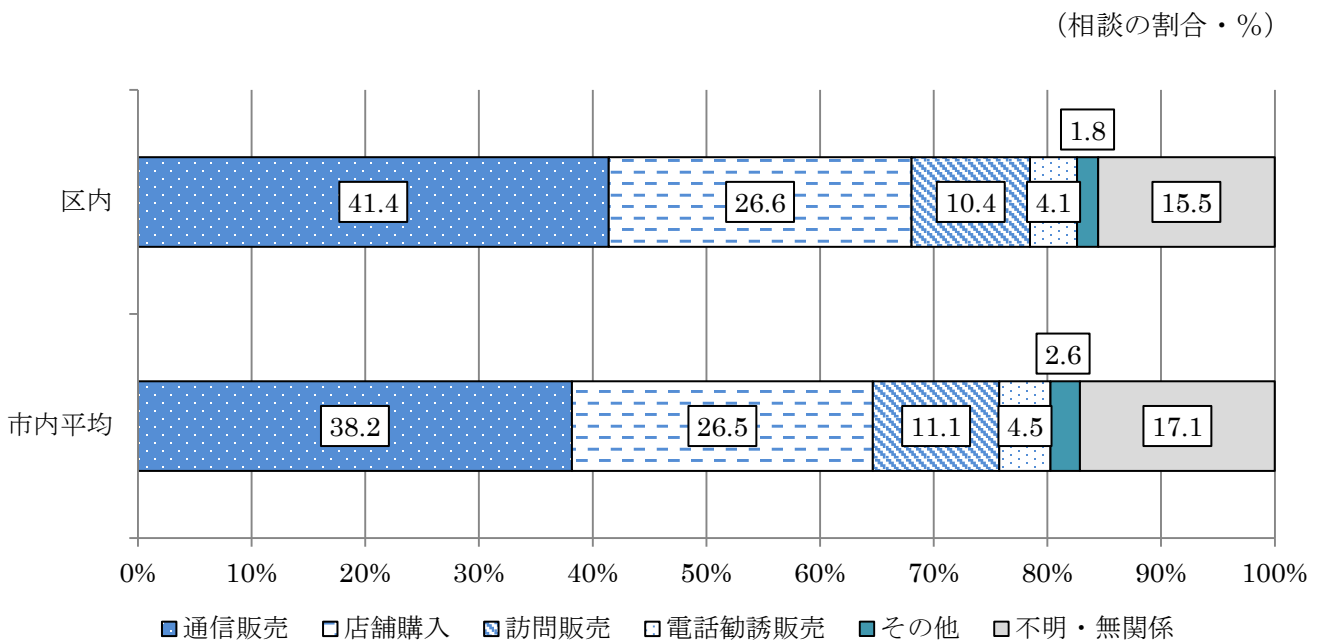


緑 区

③ 商品・役務別上位 10 位



④ 販売形態別の相談割合



平成 27 年度（平成 27 年 4 月～平成 28 年 3 月）
横浜市消費生活総合センターに寄せられた相談件数

青葉区

1,764 件

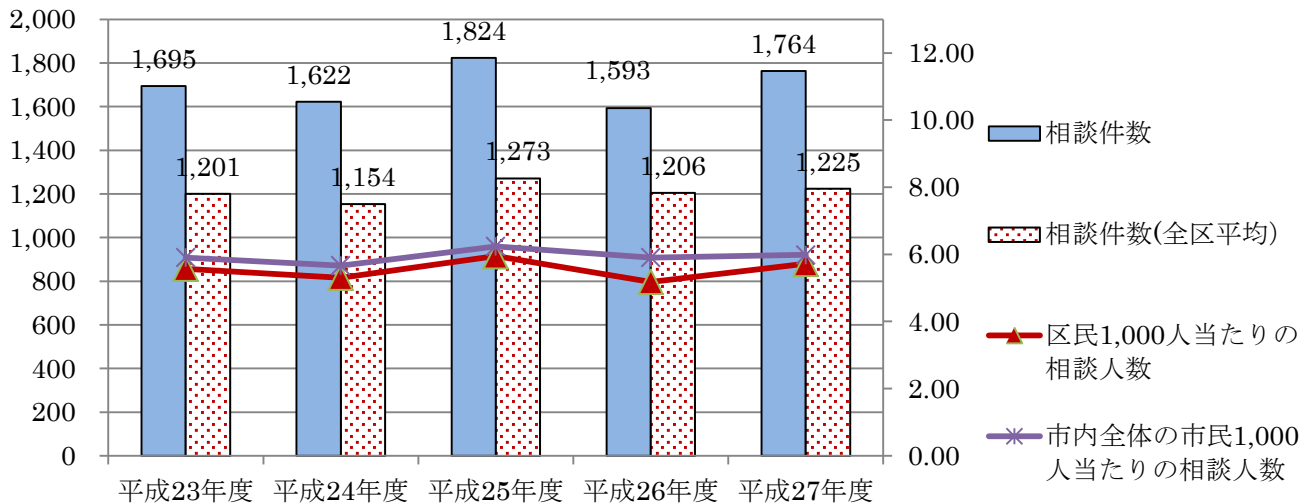
H.26 年度比 +10.7%

相談件数自体は全区の平均と比べて多い。区民 1,000 人当たりの相談人数でみると、特に 50 歳代からの相談が多くなっている。
デジタルコンテンツなど、通信販売に関する相談が全区平均と比較して多くなっている。

① 5 年間の相談件数の推移

(センター相談件数・件)

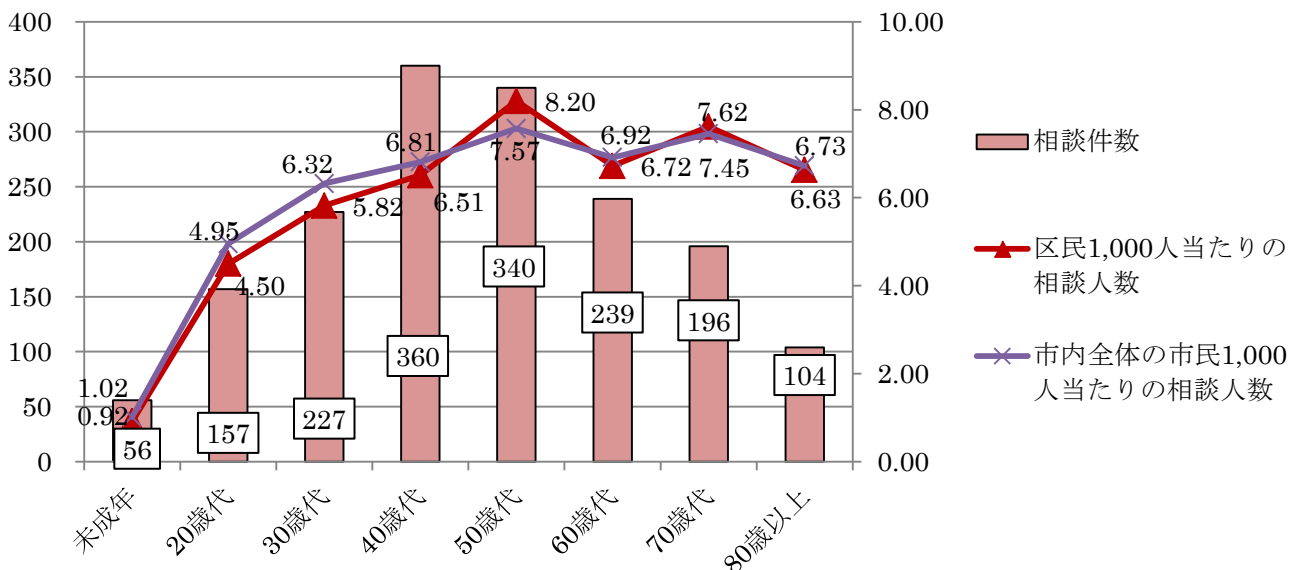
(1,000 人当たりの相談件数・件)



② 契約当事者年代別 区内相談件数 (人口対比)

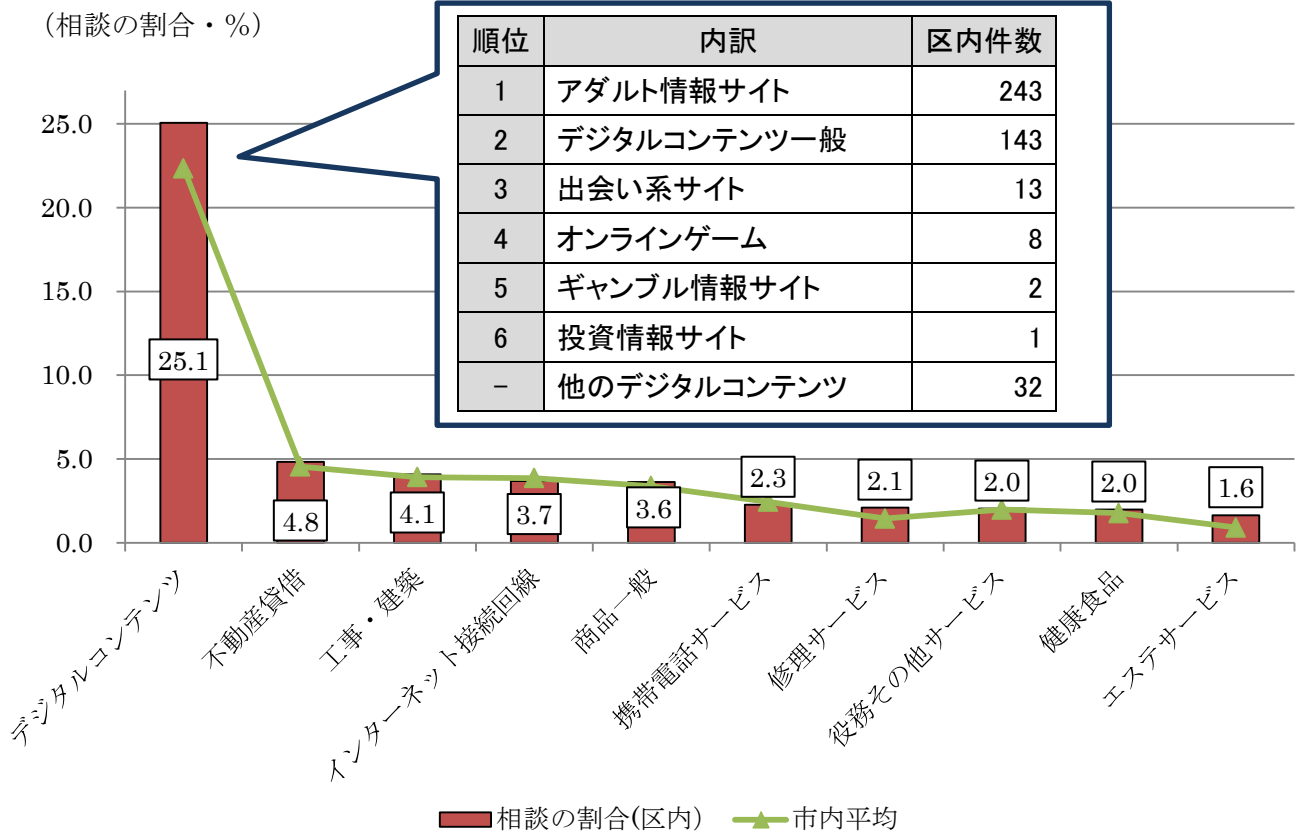
(センター相談件数・件)

(1,000 人当たりの相談件数・件)

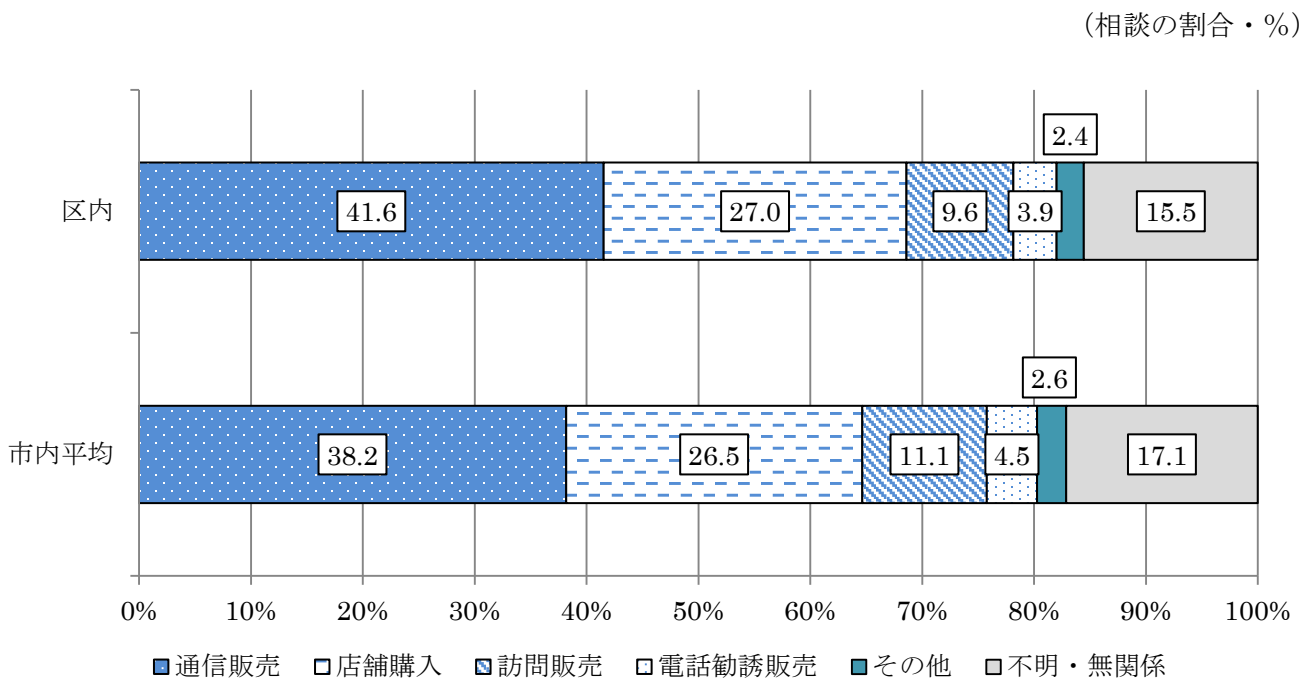


青葉区

③ 商品・役務別上位 10 位



④ 販売形態別の相談割合



平成 27 年度（平成 27 年 4 月～平成 28 年 3 月）
横浜市消費生活総合センターに寄せられた相談件数

都筑区

1,134 件

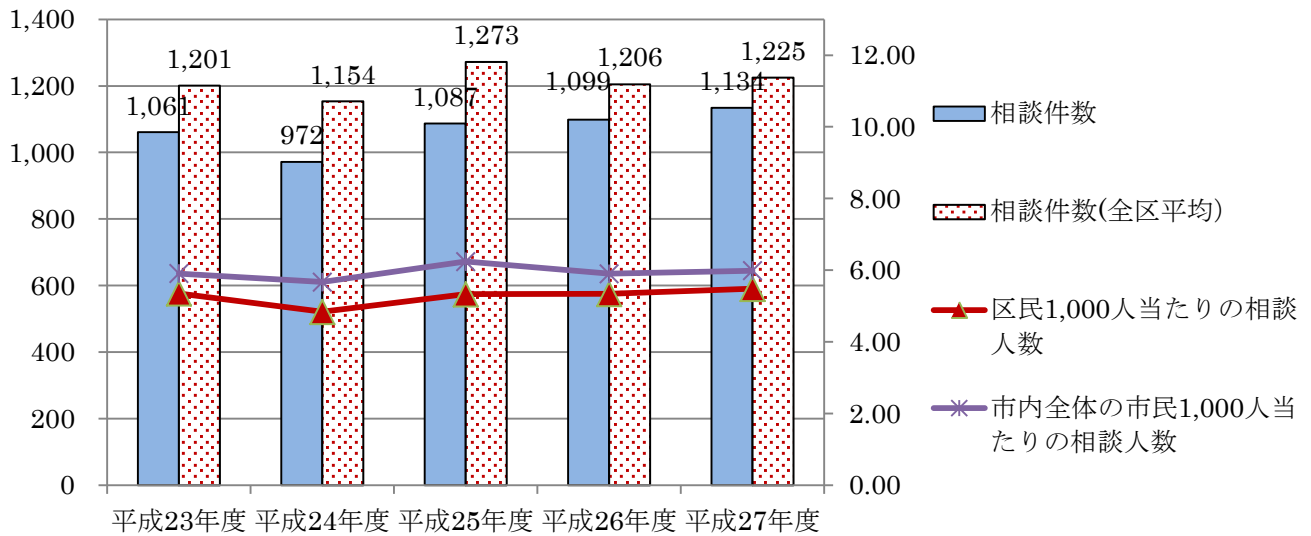
H.26 年度比 +3.2%

相談件数自体は全区の平均と比べてやや少ない。区民 1,000 人当たりの相談人数で見ると、70 歳代からの相談が多く、80 歳以上からの相談が少ない。
デジタルコンテンツなど、通信販売に関する相談が全区平均と比較して多くなっている。

① 5 年間の相談件数の推移

(センター相談件数・件)

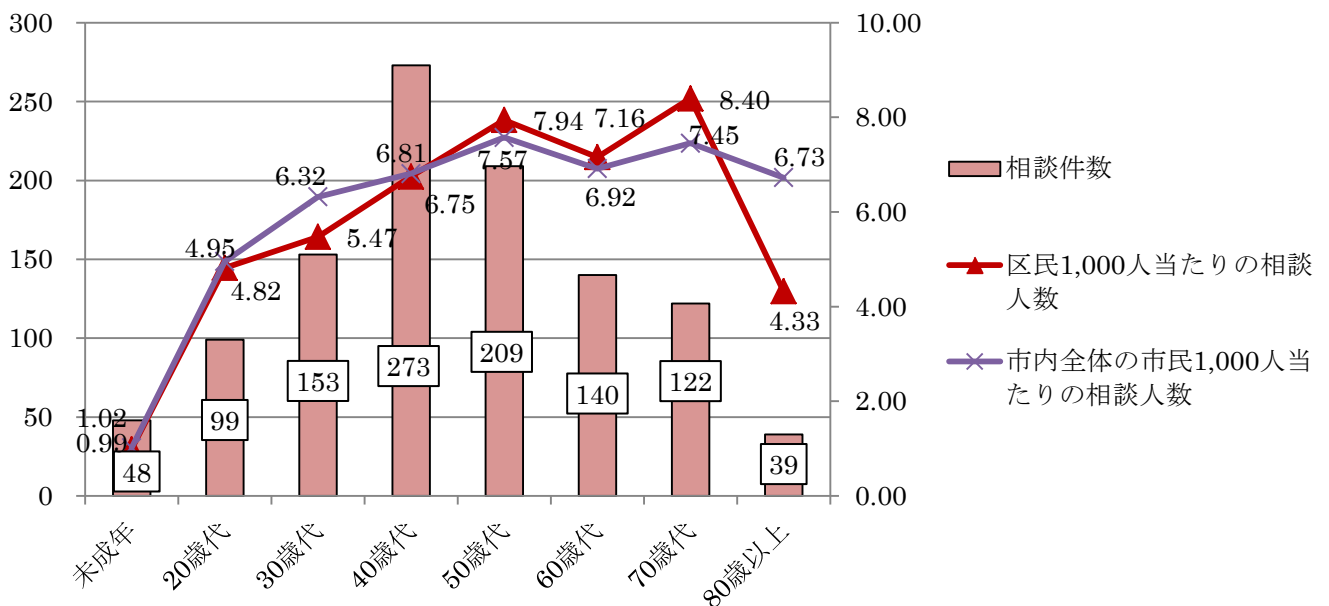
(1,000 人当たりの相談件数・件)



② 契約当事者年代別 区内相談件数（人口対比）

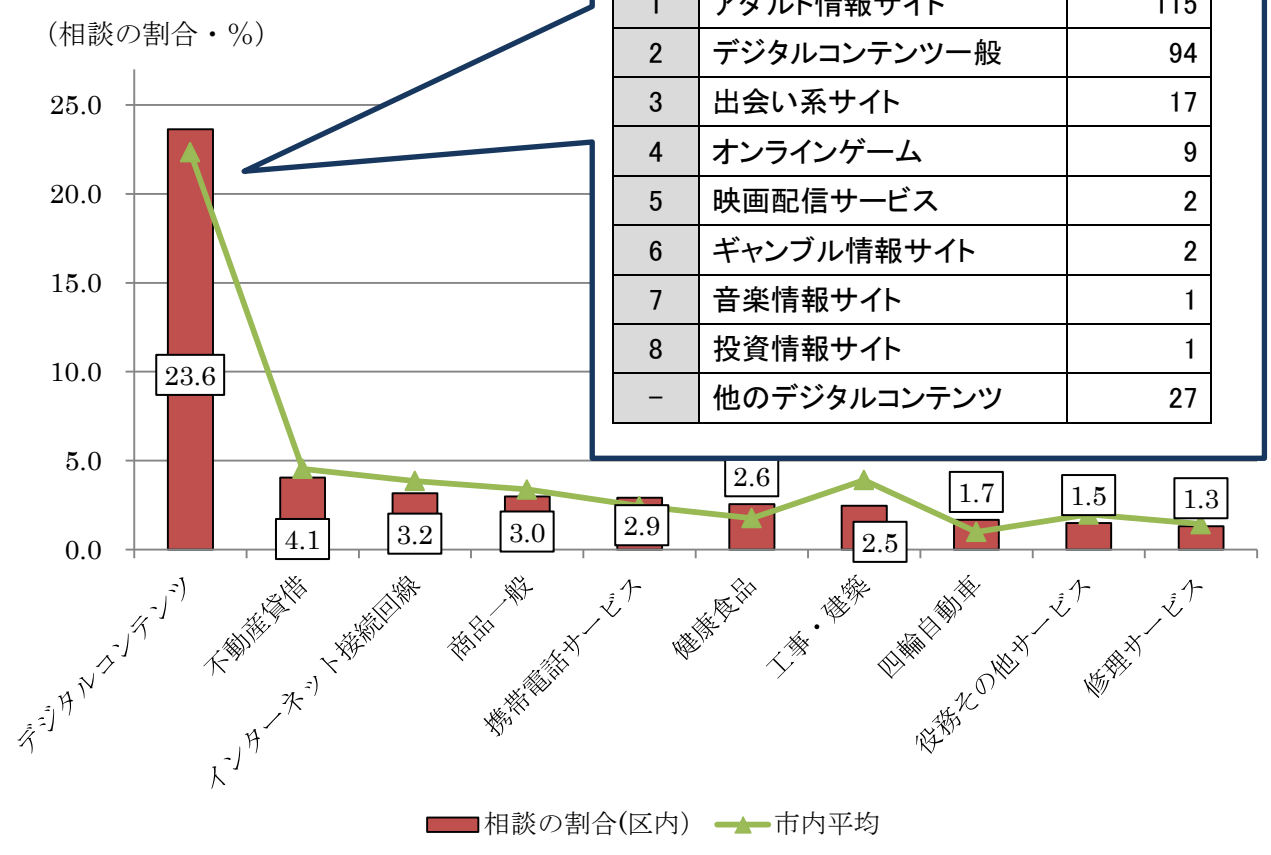
(センター相談件数・件)

(1,000 人当たりの相談件数・件)

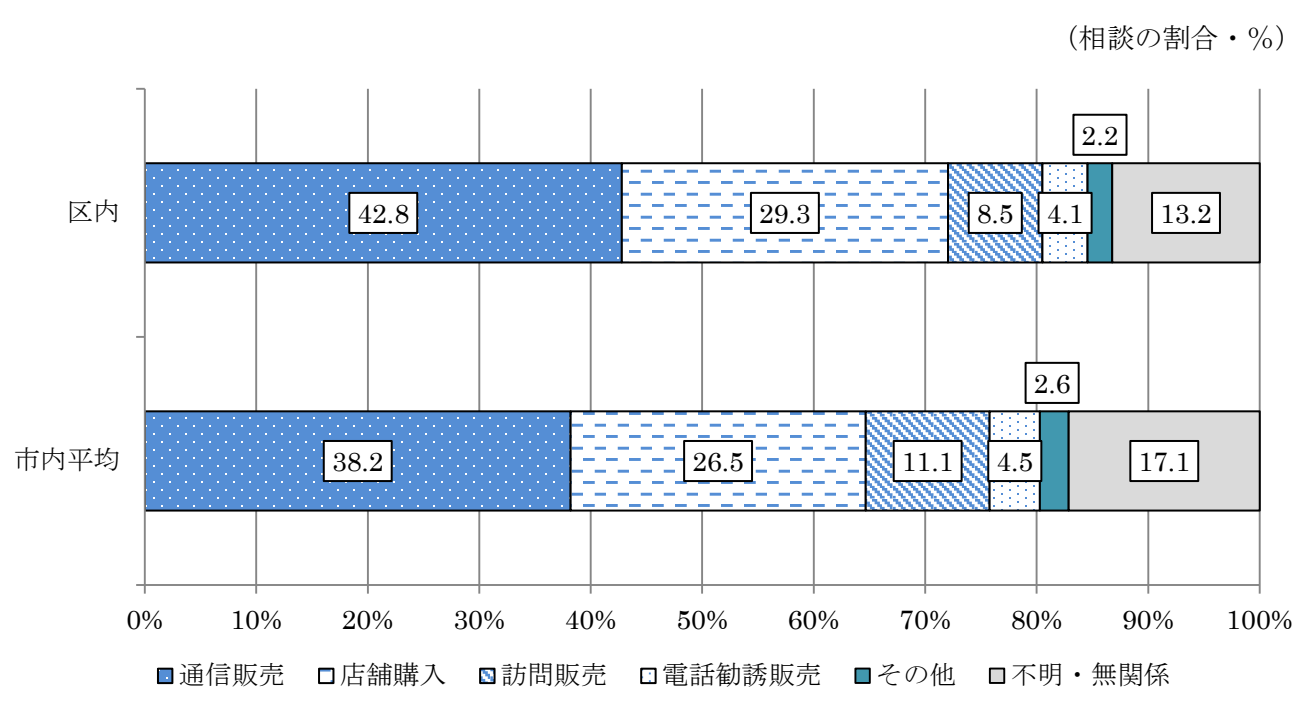


都 筑 区

③ 商品・役務別上位 10 位



④ 販売形態別の相談割合



平成 27 年度（平成 27 年 4 月～平成 28 年 3 月）
横浜市消費生活総合センターに寄せられた相談件数

戸塚区

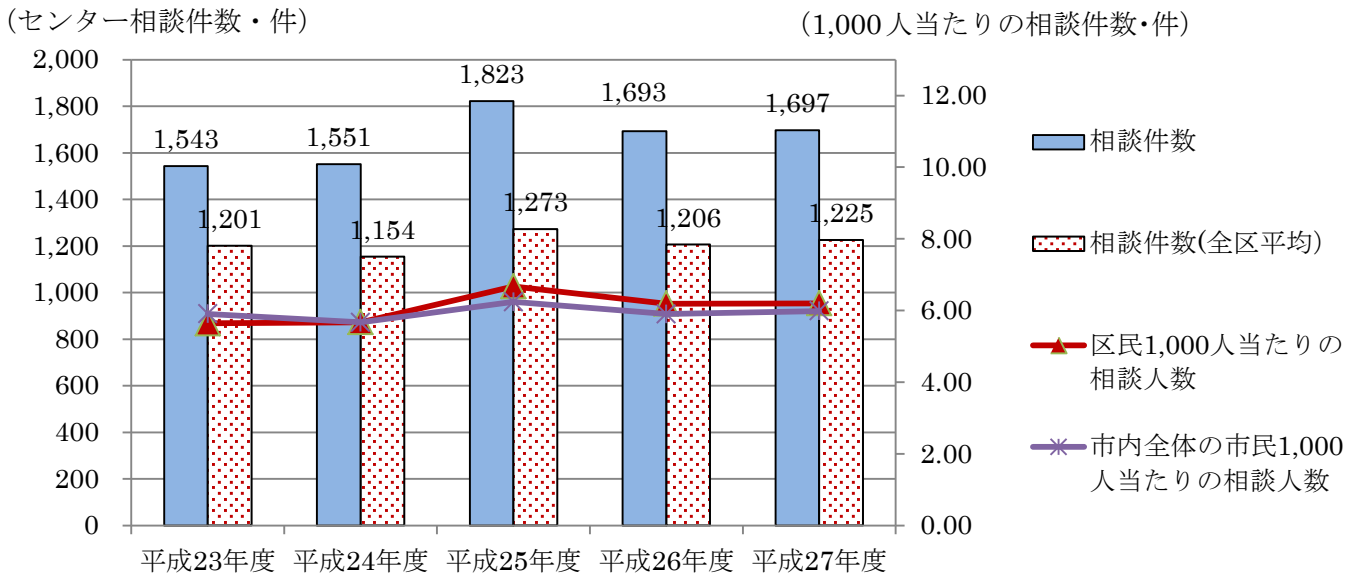
1,697 件

H.26 年度比 +0.2%

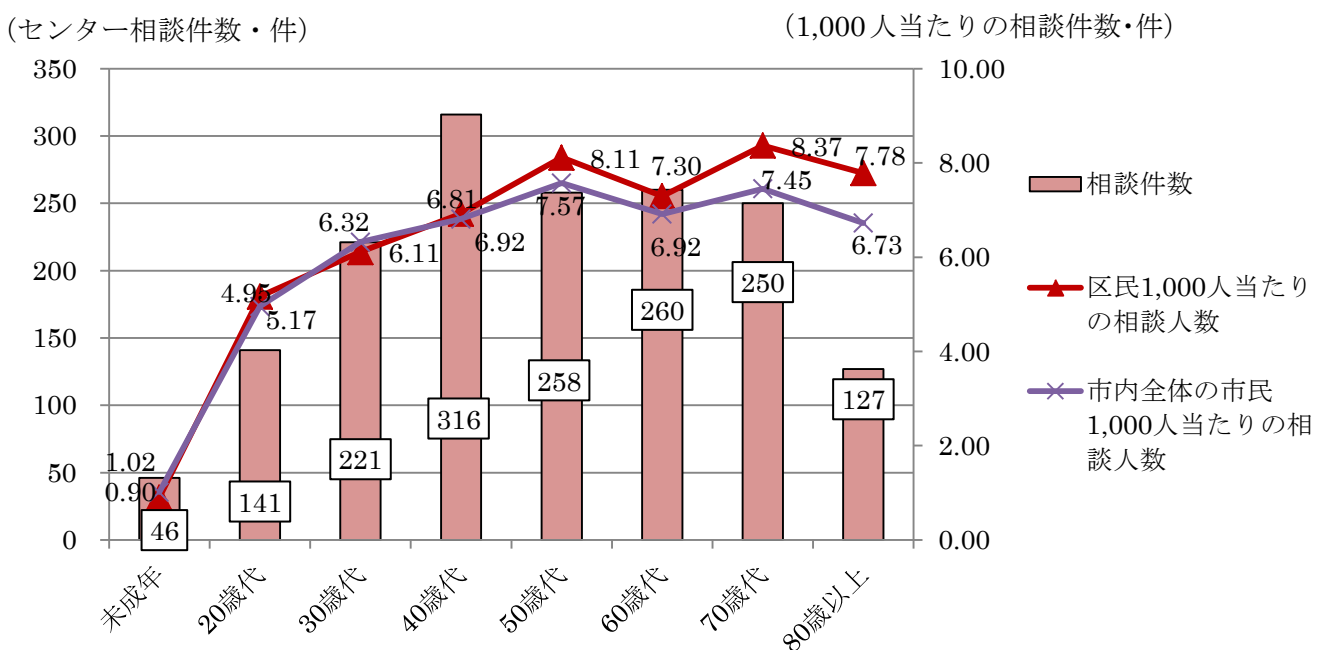
相談件数自体は全区の平均と比べて多い。区民 1,000 人当たりの相談人数で見ると、50 歳代、70 歳以上からの相談がやや多い。

内容では、「インターネット接続回線」に関する相談が全区平均と比較して多くなっている。

① 5 年間の相談件数の推移

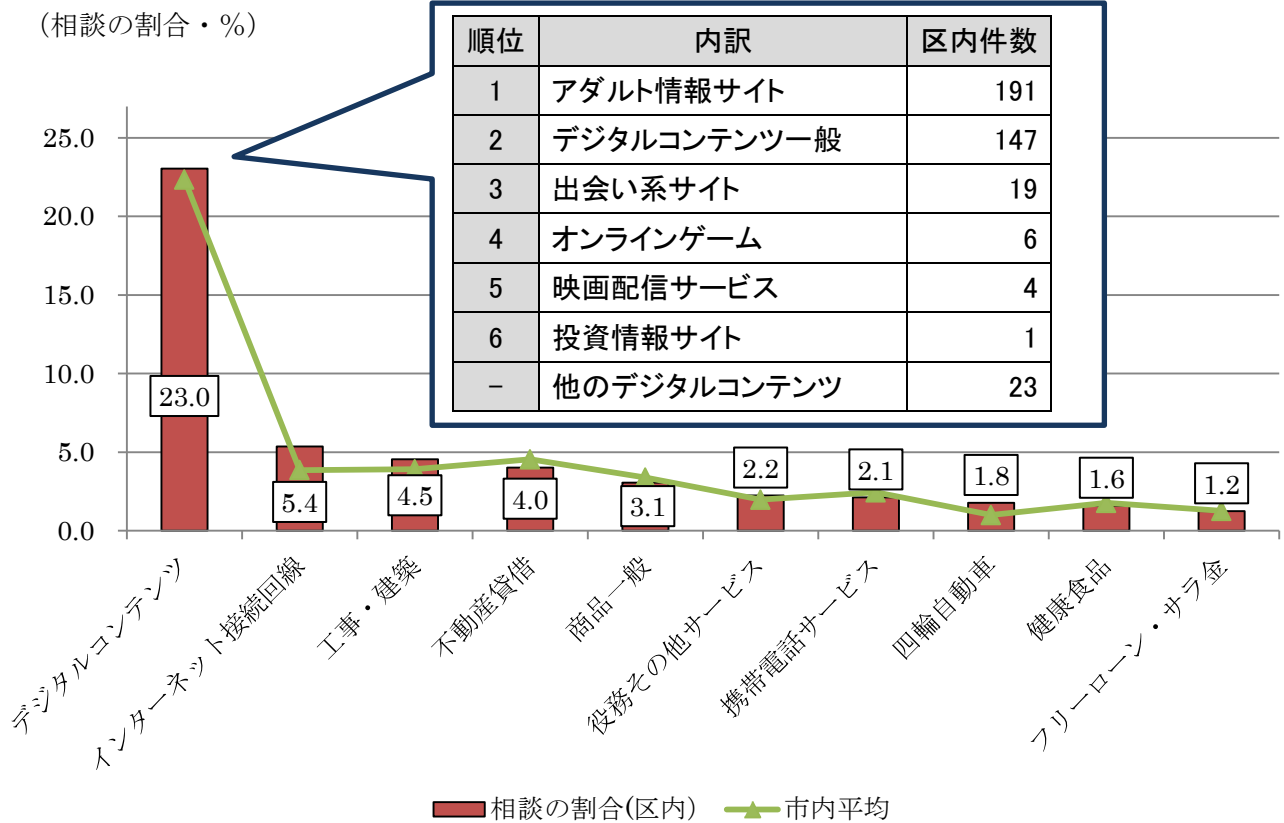


② 契約当事者年代別 区内相談件数（人口対比）

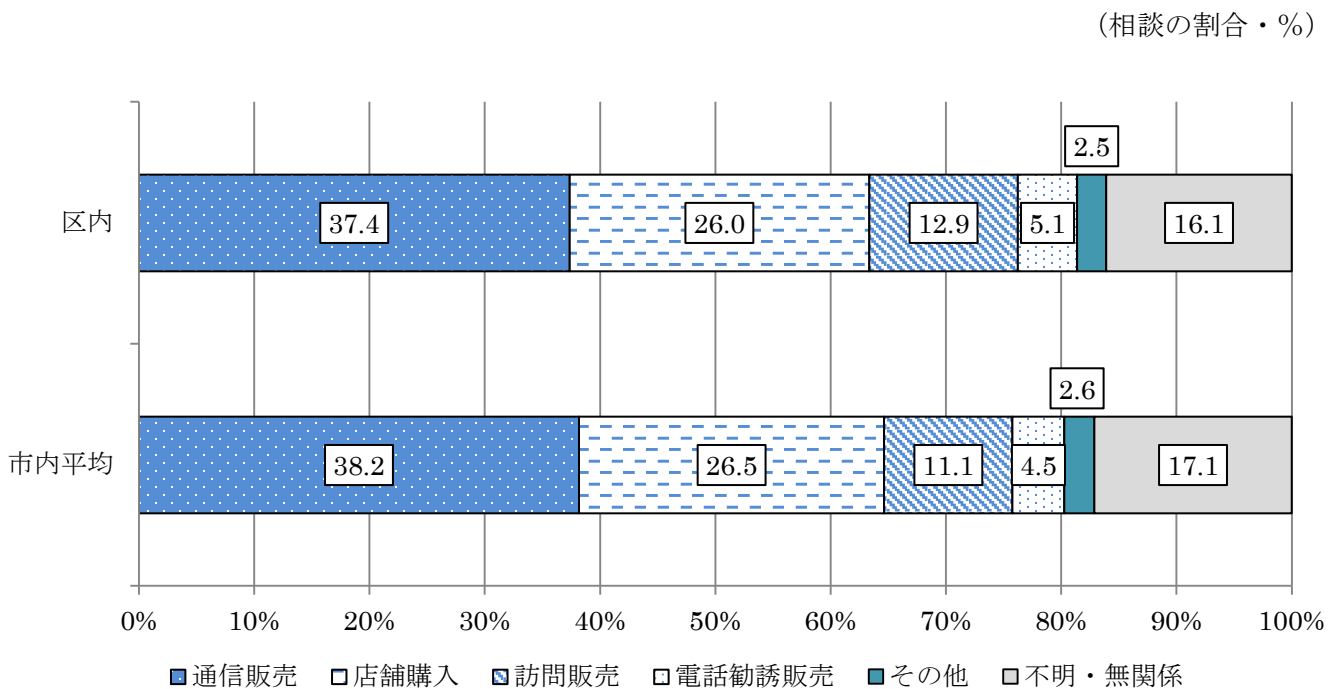


戸塚区

③ 商品・役務別上位 10 位



④ 販売形態別の相談割合



平成 27 年度（平成 27 年 4 月～平成 28 年 3 月）
横浜市消費生活総合センターに寄せられた相談件数

栄区

826 件

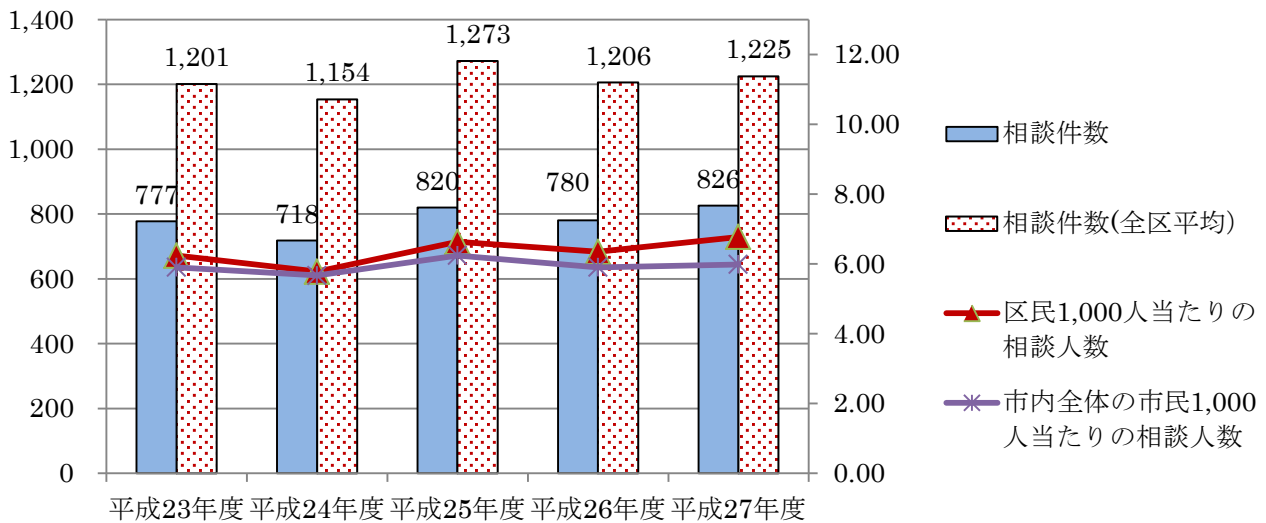
H.26 年度比 +5.9%

相談件数自体は全区の平均と比べて少ない。区民 1,000 人当たりの相談人数で見ると、30 歳以上のすべての年代層からの相談が全区平均と比較してやや多い。
デジタルコンテンツなど通信販売に関する相談が全区平均と比較して多くなっている。

① 5 年間の相談件数の推移

(センター相談件数・件)

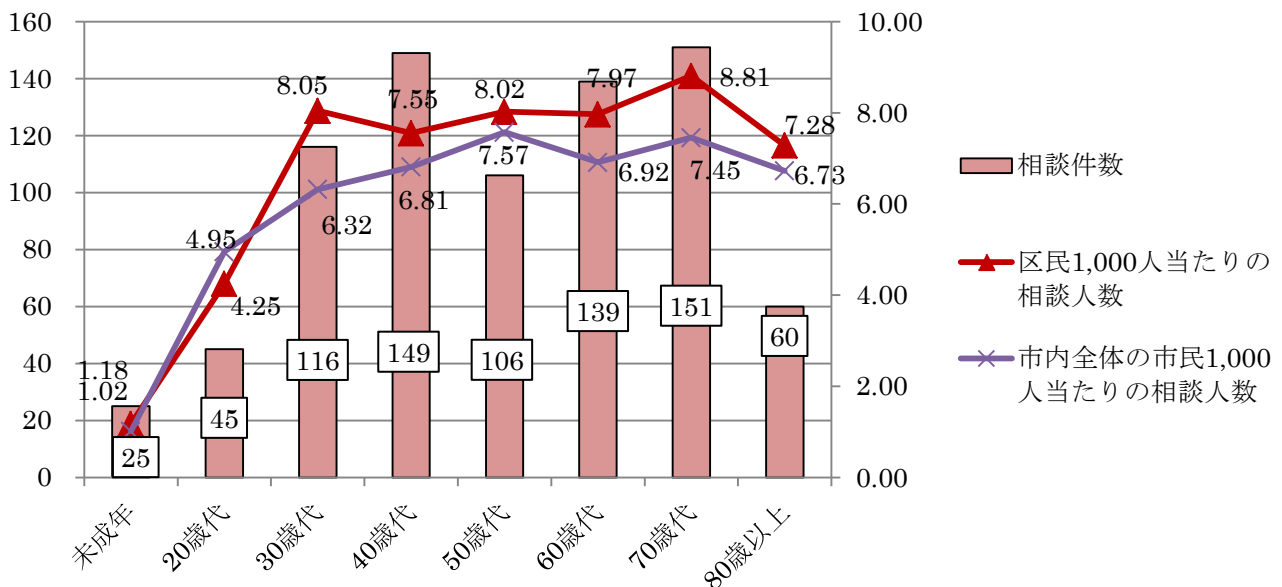
(1,000 人当たりの相談件数・件)



② 契約当事者年代別 区内相談件数（人口対比）

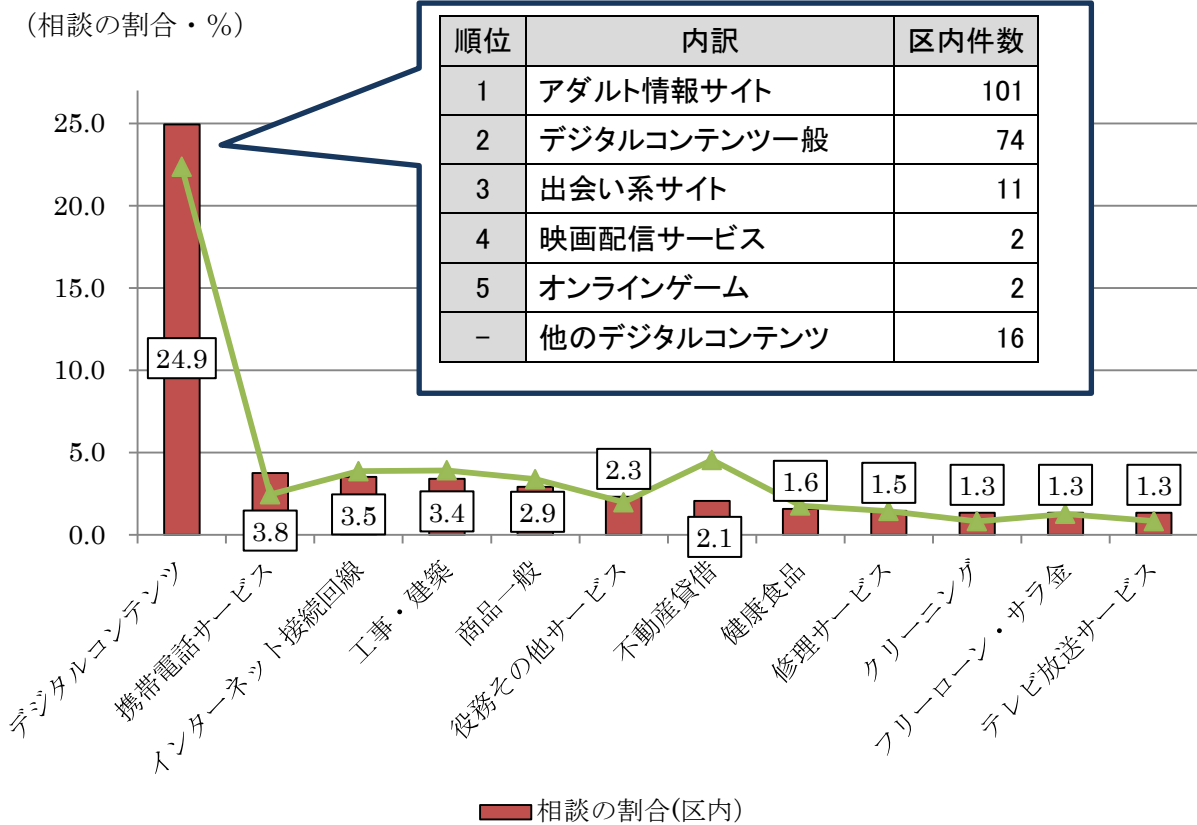
(センター相談件数・件)

(1,000 人当たりの相談件数・件)

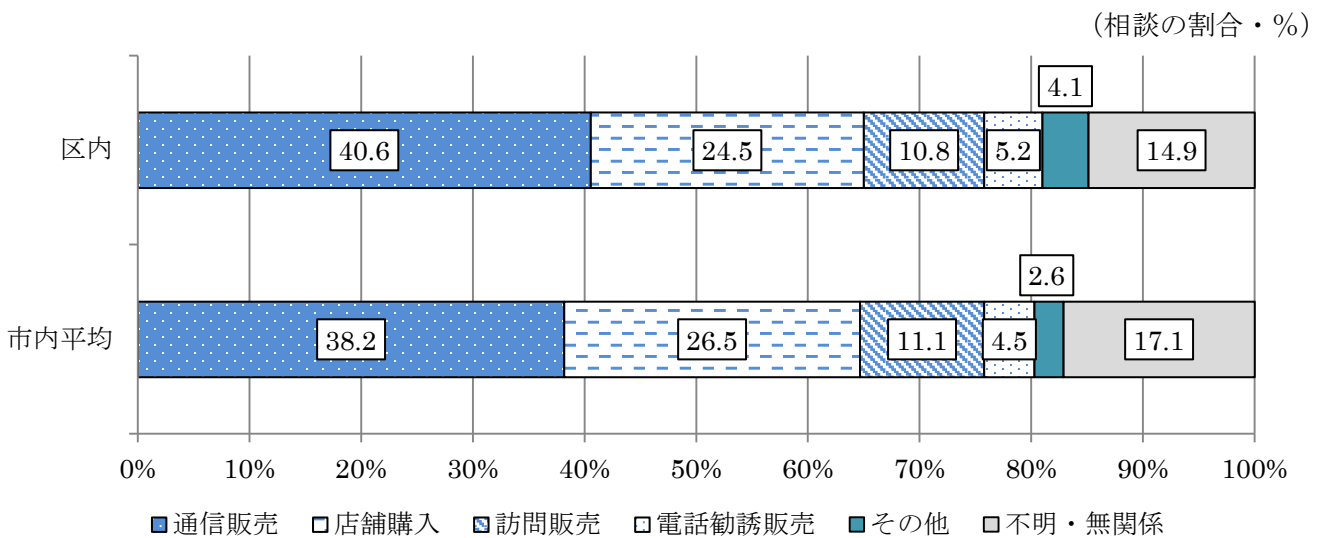


栄 区

③ 商品・役務別上位 10 位



④ 販売形態別の相談割合



平成 27 年度（平成 27 年 4 月～平成 28 年 3 月）
横浜市消費生活総合センターに寄せられた相談件数

泉 区

870 件

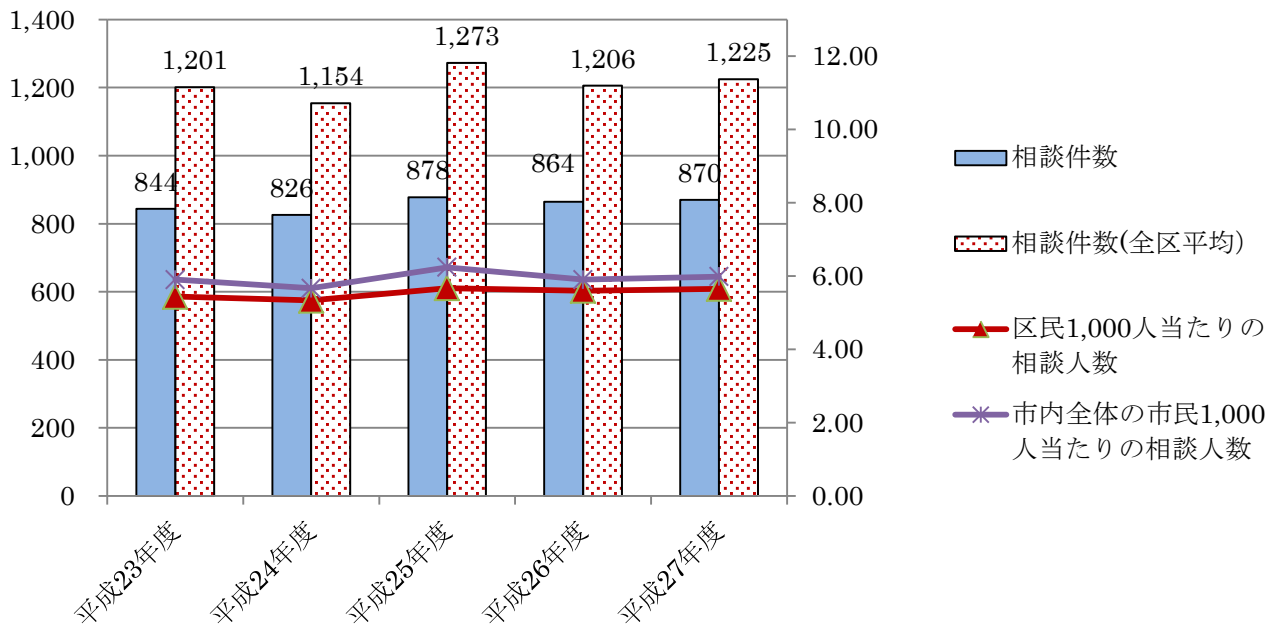
H.26 年度比 +0.7%

相談件数自体は全区の平均と比べて少ない。区民 1,000 人当たりの相談人数でみると、40 歳代と 80 歳以上からの相談が全区平均と比較し少ない傾向である。
通信販売に関する相談が全区平均と比較して多くなっている。

① 5 年間の相談件数の推移

(センター相談件数・件)

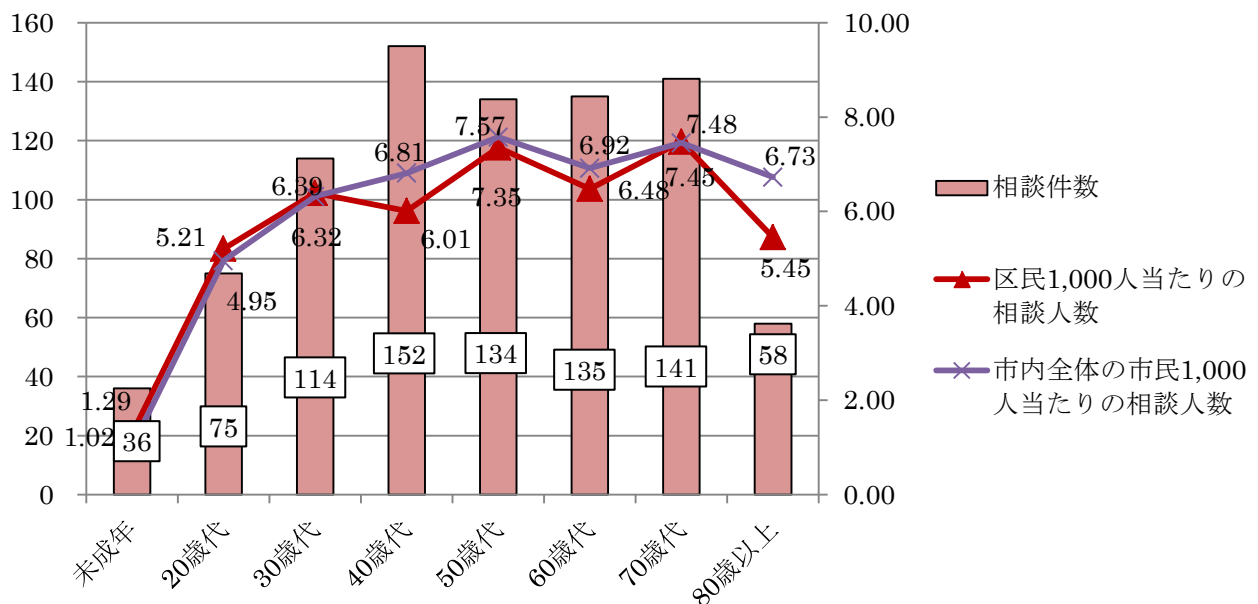
(1,000 人当たりの相談件数・件)



② 契約当事者年代別 区内相談件数 (人口対比)

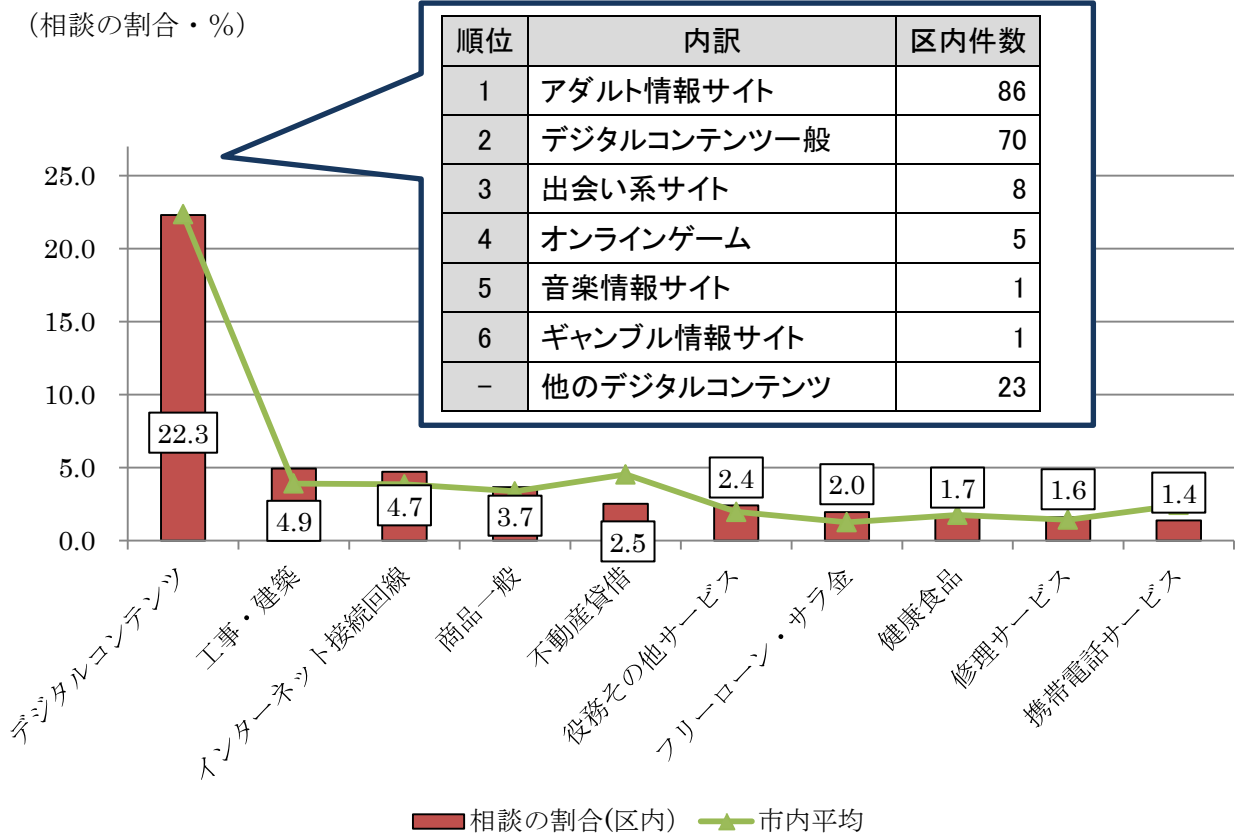
(センター相談件数・件)

(1,000 人当たりの相談件数・件)

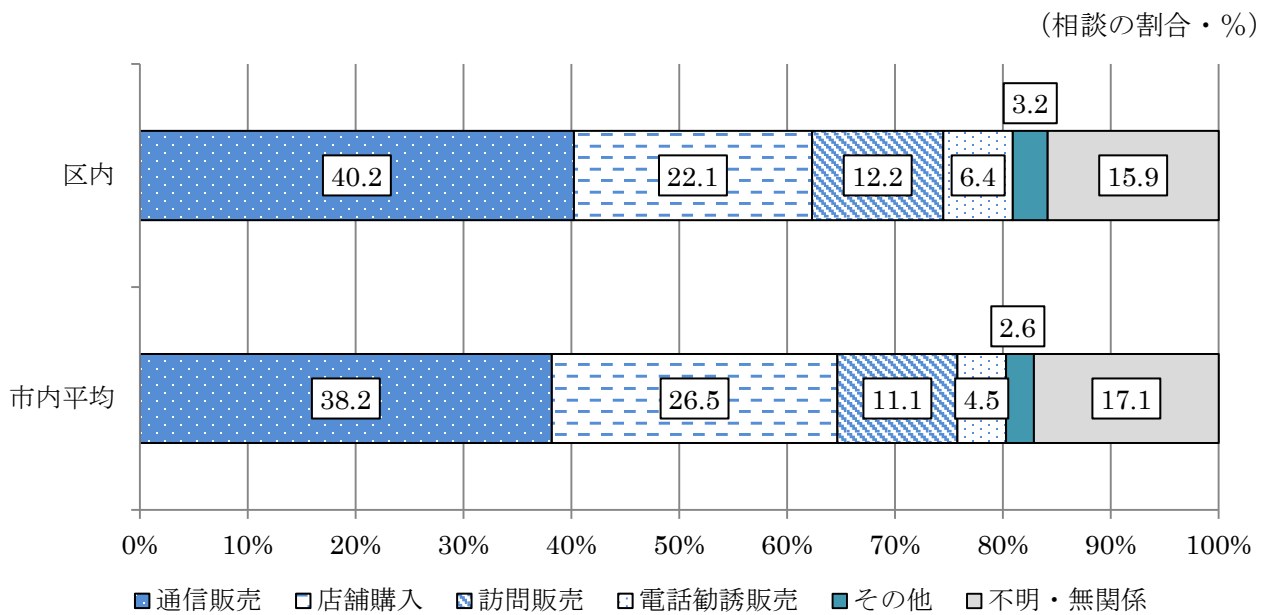


泉 区

③ 商品・役務別上位 10 位



④ 販売形態別の相談割合



平成 27 年度（平成 27 年 4 月～平成 28 年 3 月）
横浜市消費生活総合センターに寄せられた相談件数

瀬谷区

720 件

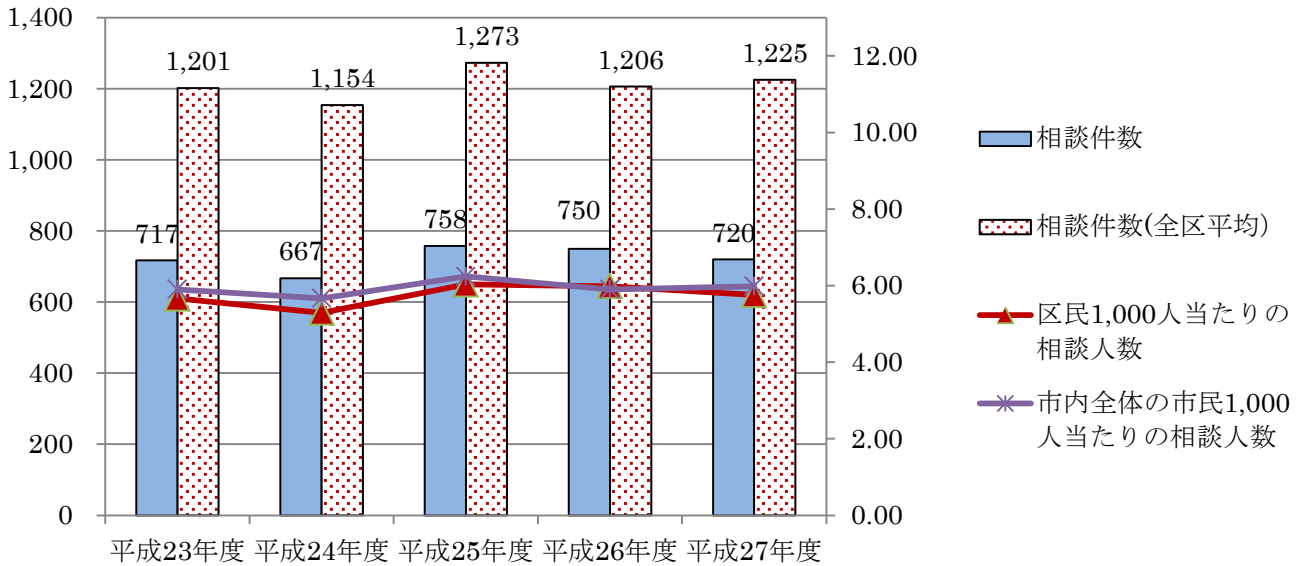
H.26 年度比 - 4.0%

相談件数自体は全区の平均と比べて少ない。区民 1,000 人当たりの相談人数で見ると、20 歳代からの相談は多く、40 歳代と 60 歳代、70 歳代からの相談が全区平均と比較し少ない傾向である。通信販売に関する相談が全区平均と比較して多くなっている。

① 5 年間の相談件数の推移

(センター相談件数・件)

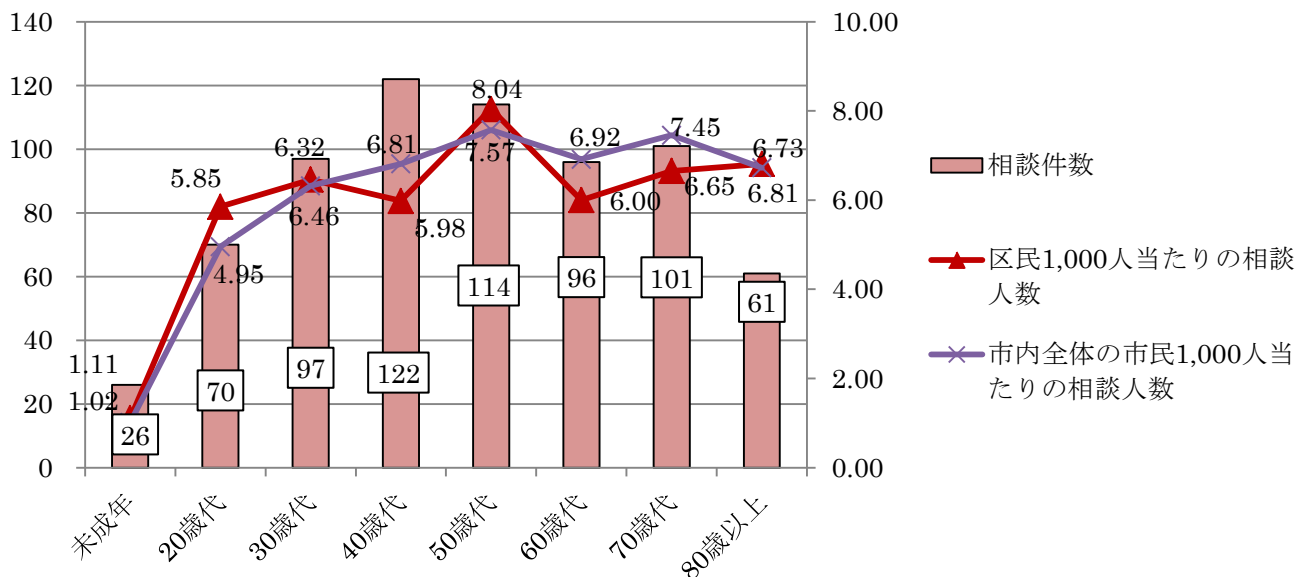
(1,000 人当たりの相談件数・件)



② 契約当事者年代別 区内相談件数（人口対比）

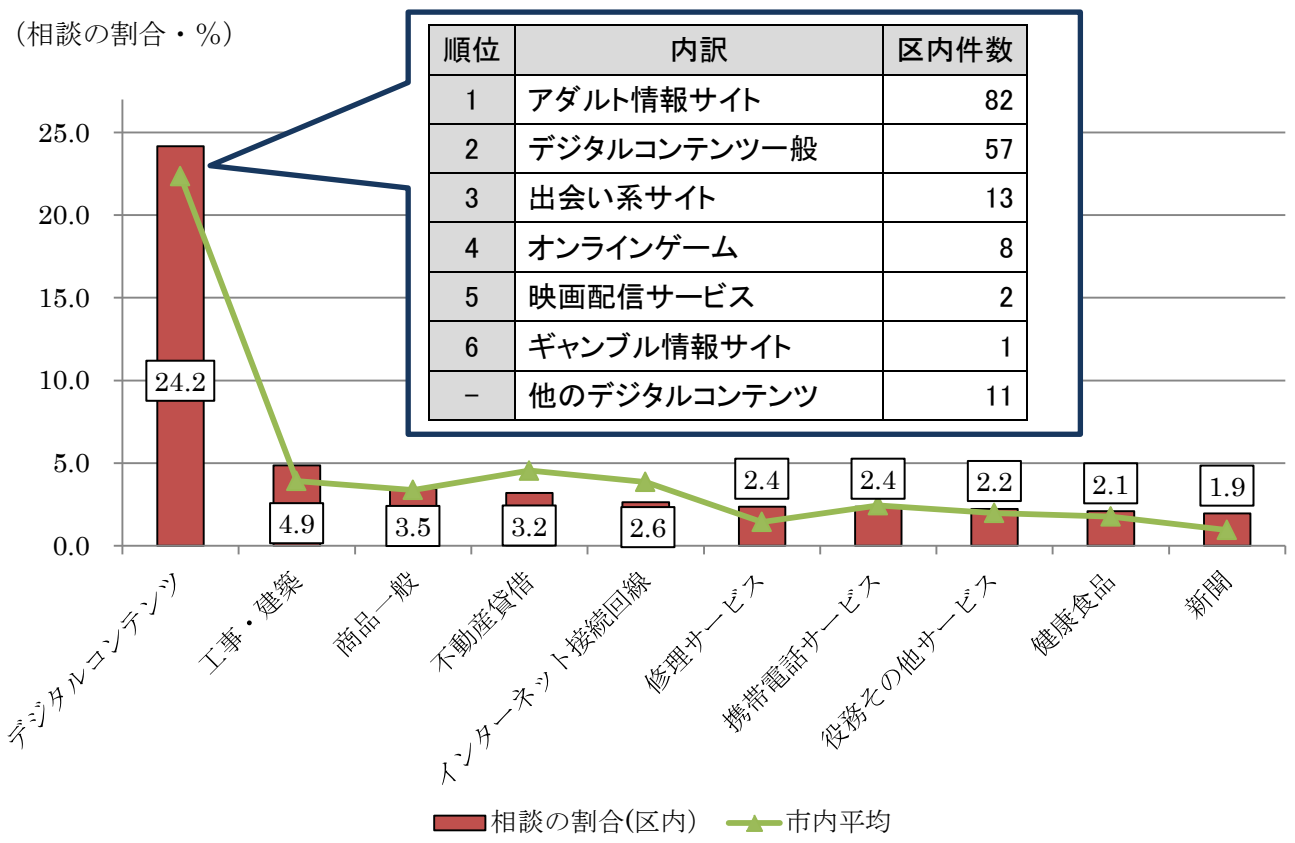
(センター相談件数・件)

(1,000 人当たりの相談件数・件)

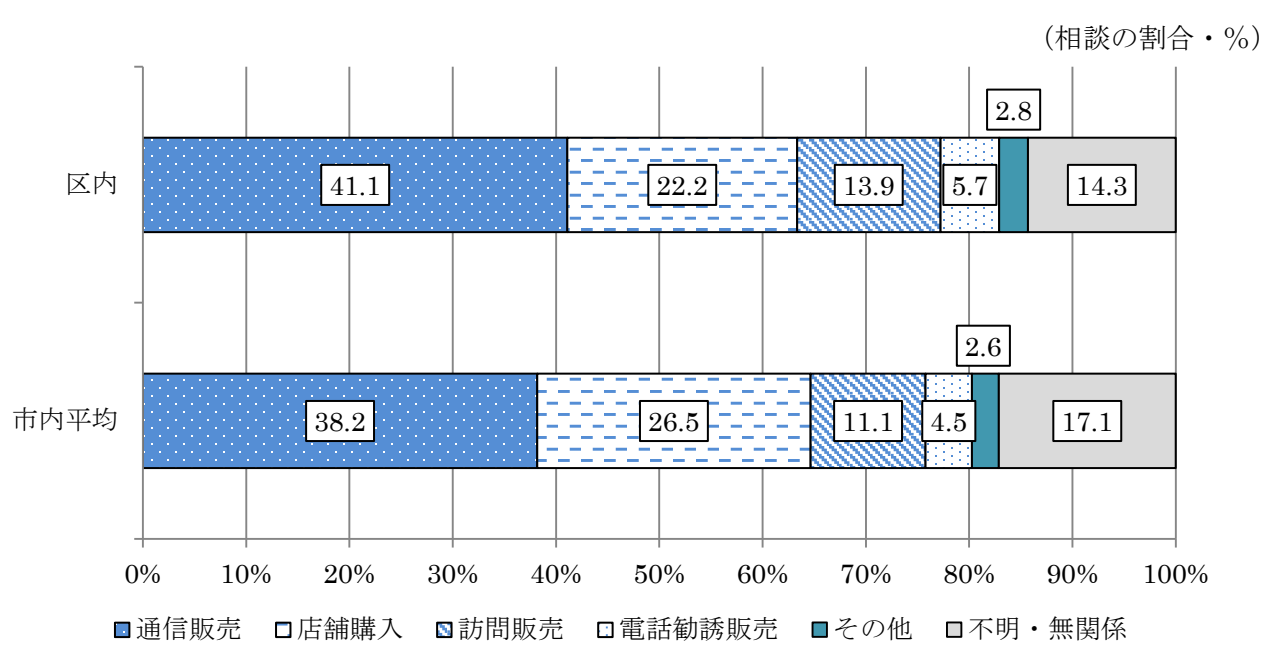


瀬谷区

③ 商品・役務別上位10位



④ 販売形態別の相談割合



<編集後記>

横浜市消費生活総合センターは、平成18年度から（公財）横浜市消費者協会が指定管理者として運営しており、今年度は3期目のスタートの年です。

第3期の新規事業として、この相談情報分析事業に取り組むことになりました。

「分析」と一口に言っても、何から始めればよいか想像もつかず、手探りでのスタートでしたが、今年度は「高齢者の消費生活相談」をテーマに、他都市の発表内容なども参考にさせていただきながら、市内人口との比較や、市内18区における傾向をランキングするなど、『横浜市らしさ』を追求したつもりです。

また、「高齢者」といっても、詳細に60歳代、70歳代、80歳以上で切り分けて分析を進めていくと、それぞれの年代による傾向の違いが大きく、特に80歳以上になると傾向が顕著に変わることが分かり、普段私たちが思い込んでいた印象と、分析結果のギャップを感じました。

まだ始まったばかりの事業で試行錯誤の段階ではありますが、この分析が、横浜市の消費者教育・啓発に少しでもお役に立てれば幸いです。

(T. H)

平成28年11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 (FAX)

045-845-6666 (消費生活相談専用)