

平成28年度
埼玉県消費生活相談年報
(県及び市町村消費生活相談の状況)

平成29年7月
埼玉県消費生活支援センター

平成28年度埼玉県消費生活相談年報について

埼玉県及び県内市町村の消費生活相談窓口では、受け付けた相談情報を「全国消費生活情報ネットワークシステム」(以下、PIO-NET という。)に登録しています。

当年報は、その蓄積されたデータを集計・分析し、埼玉県の消費生活相談の傾向や特徴を表したものです。

平成28年度の概要は下記のとおりでした。

1 相談の総件数(苦情・問合せ等)は48,236件でした。

- ・ 前年度50,786件に比べ2,550件(5.0%)の減少となりました。
- ・ このうち、苦情は44,479件で総件数の92.2%を占め、前年度47,035件に比べ2,556件(5.4%)減少しました。(⇒P1)

2 健康食品等の定期購入に関する相談が2年連続で倍増しています。

- ・ 28年度は1,088件と27年度の2.3倍、26年度の5.5倍になっています。
- ・ 「お試し」のつもりで単品を注文したのに、自動的に「定期購入契約」になっていたという相談が多くなっています。(⇒P33)

3 電気通信サービスに関する相談件数は年々増加しています。

- ・ スマートフォンやインターネット等の通信サービスに関する相談は3,222件となり、料金や解約料についての相談が多くなっています。
- ・ 複雑な契約内容やオプションサービスに関する相談も多くなっています。(⇒P35)

4 架空・不当請求の二次被害に関する相談が近年急増しています。

- ・ 28年度は438件で3年前の10.2倍に上っています。
- ・ 架空・不当請求の被害者が、解決しようとして検索した業者に連絡したところ、さらに解決手数料等を請求されるなど、二次被害の相談が急増しています。(⇒P19)

5 原野商法の二次被害に関する相談が倍増しました。

- ・ 件数は141件で、27年度の2.0倍になりました。
- ・ 原野の所有者に対し高く売れるなどと勧誘して新たな土地を購入させたり、測量等の手続費用を請求する二次被害が増えています。(⇒P38)

目 次

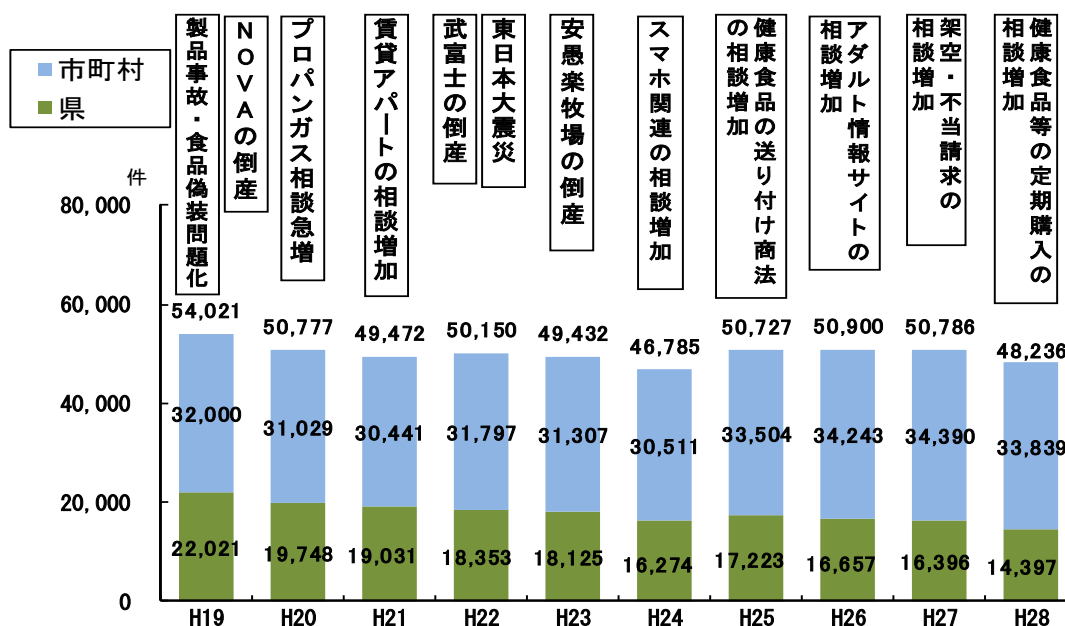
I	消費生活相談の受付状況	
1	相談受付件数	1
2	相談種別・相談方法別件数	1
3	県の受付件数	2
4	市町村の受付件数	2
II	苦情相談の概要	
1	契約当事者の状況	
(1)	性別・年代別件数	4
(2)	職業別件数	5
2	相談内容	
(1)	商品・サービス別件数	6
(2)	内容別件数	7
(3)	契約金額別件数	7
(4)	年代別契約金額	8
(5)	処理内容	9
(6)	商品テストを行った相談	10
3	取引方法別の状況	
(1)	件数の推移	11
(2)	契約当事者の年代別件数	12
(3)	取引方法別に多かった商品・サービス	13
(4)	その他の販売方法に係る相談	17
4	架空・不当請求に関する相談	18
5	高齢者に関する相談	20
6	若者に関する相談	23
7	クレジットに関する相談	25
8	多重債務に関する相談	28
9	危害・危険に関する相談	
(1)	件数の推移	30
(2)	危害に関する相談	30
(3)	危険に関する相談	32
III	特徴的な相談	
1	健康食品や飲料（青汁等）、化粧品の定期購入トラブルに関する相談	33
2	電気通信サービスに関する相談	35
3	原野商法の二次被害に関する相談	38
IV	相談事例	
1	取引方法ごとの相談事例	40
2	その他の相談事例	46
V	参考資料	
	表1 商品・サービス別分類表	49
	表2 契約当事者の居住市町村別件数	50
	表3 相談者の居住市町村別件数	51
	用語の解説	53

I 消費生活相談の受付状況

1 相談受付件数

県及び市町村の消費生活相談窓口で受け付けた28年度の件数は48,236件で、27年度と比べ2,550件減少（5.0%減）となった。

相談件数の年度別推移（10年間）



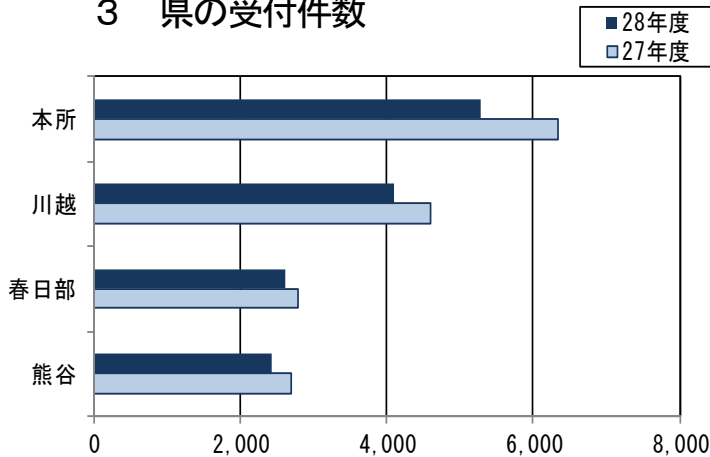
2 相談種別・相談方法別件数

相談種別別の受付件数は、「苦情」が44,479件で相談全体の9割以上を占めている。相談方法は、電話によるものが最も多く、38,781件で全体の約8割を占めている。

	28年度		27年度		増減率 %
	件数	構成比%	件数	構成比%	
苦情	44,479	92.2	47,035	92.6	▲5.4
問合せ等	3,757	7.8	3,751	7.4	0.2
計	48,236	100.0	50,786	100.0	▲5.0
電話	38,781	80.4	40,848	80.4	▲5.1
来所	9,426	19.5	9,902	19.5	▲4.8
文書	29	0.1	36	0.1	▲19.4
計	48,236	100.0	50,786	100.0	▲5.0

※「問合せ等」は、買物相談、生活知識等で苦情が発生していない相談。

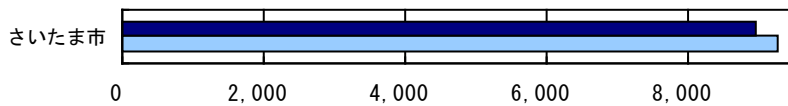
3 県の受付件数



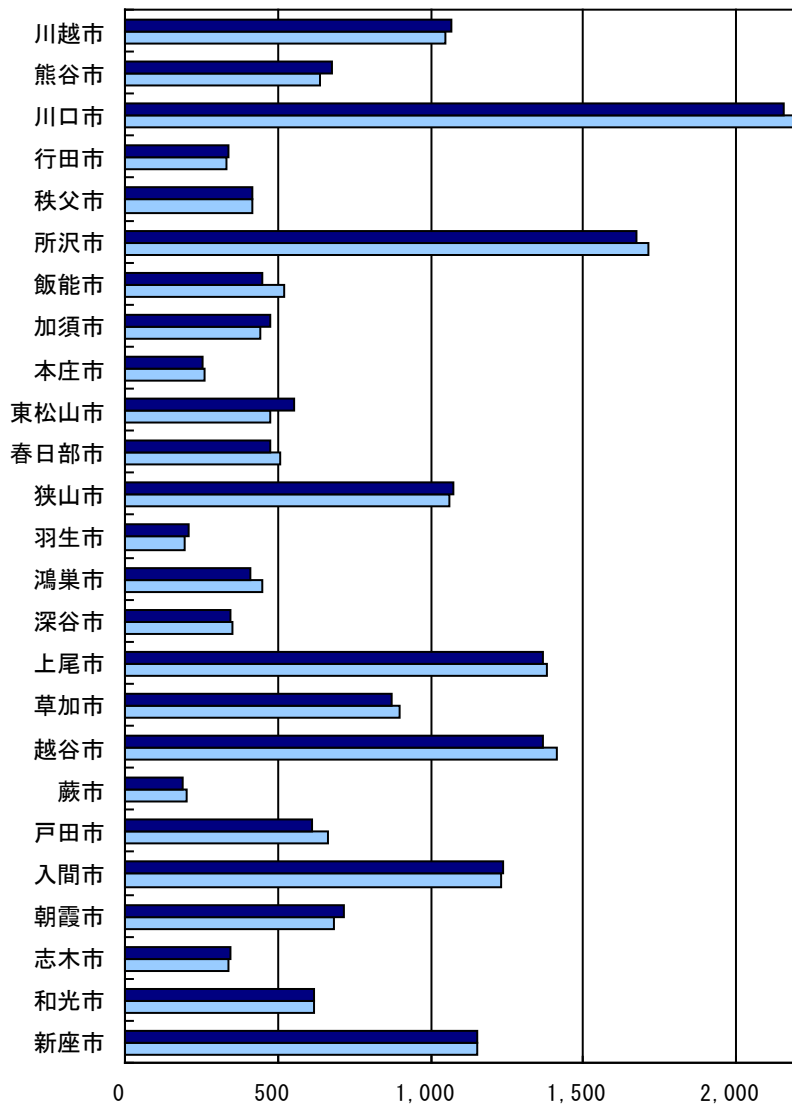
センター	28年度	27年度	増減 (%)
本所	5,284	6,329	▲16.5
川越	4,095	4,598	▲10.9
春日部	2,604	2,777	▲6.2
熊谷	2,414	2,692	▲10.3
県合計	14,397	16,396	▲12.2

4 市町村の受付件数

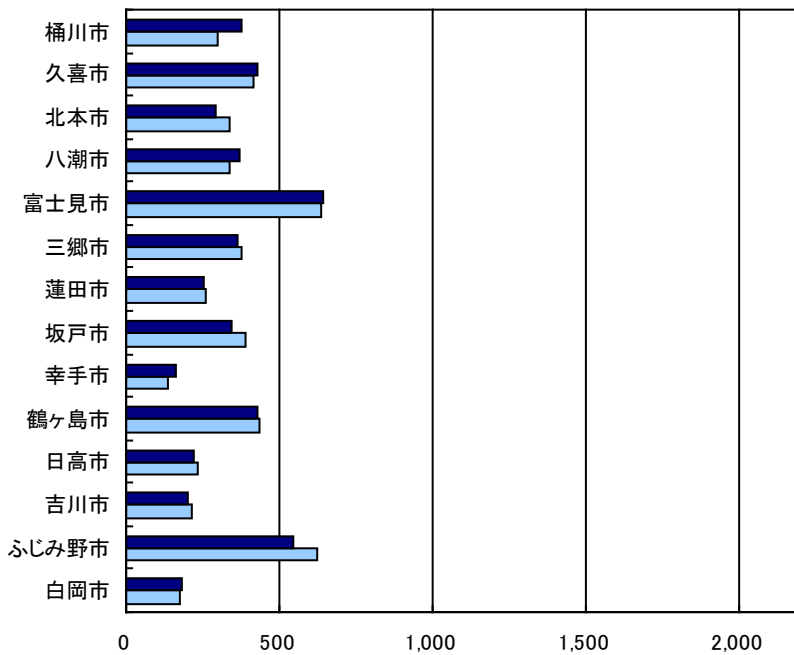
(1) 市の受付件数



市名	28年度	27年度	増減率 (%)
さいたま市	8,965	9,263	▲3.2

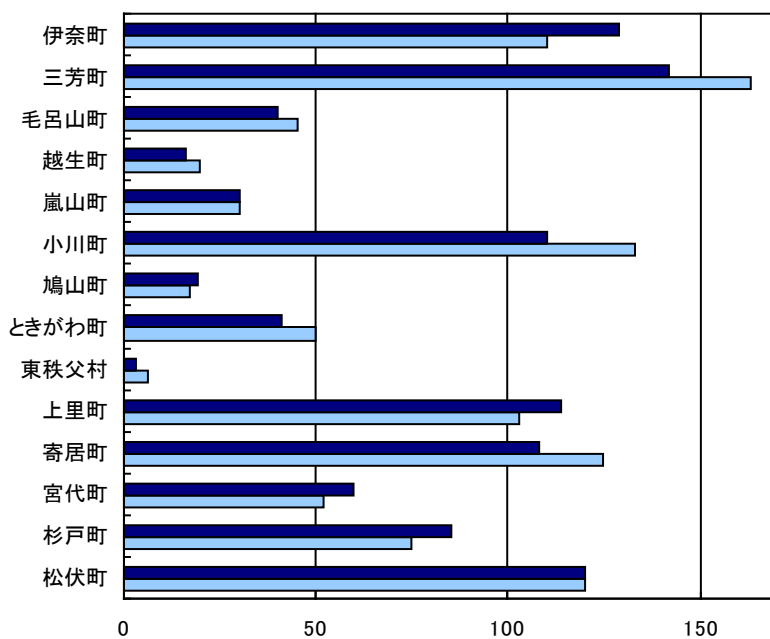


市名	28年度	27年度	増減率 (%)
川越市	1,069	1,051	1.7
熊谷市	674	639	5.5
川口市	2,153	2,209	▲2.5
行田市	336	331	1.5
秩父市	419	417	0.5
所沢市	1,674	1,715	▲2.4
飯能市	449	518	▲13.3
加須市	472	443	6.5
本庄市	253	258	▲1.9
東松山市	552	477	15.7
春日部市	478	507	▲5.7
狭山市	1,076	1,060	1.5
羽生市	207	194	6.7
鴻巣市	412	449	▲8.2
深谷市	345	353	▲2.3
上尾市	1,369	1,377	▲0.6
草加市	872	901	▲3.2
越谷市	1,364	1,411	▲3.3
蕨市	189	204	▲7.4
戸田市	611	663	▲7.8
入間市	1,237	1,232	0.4
朝霞市	718	684	5.0
志木市	344	339	1.5
和光市	617	620	▲0.5
新座市	1,151	1,151	0.0



市名	28年度	27年度	増減率 (%)
桶川市	379	296	28.0
久喜市	428	415	3.1
北本市	293	339	▲ 13.6
八潮市	369	336	9.8
富士見市	642	636	0.9
三郷市	366	376	▲ 2.7
蓮田市	253	262	▲ 3.4
坂戸市	346	392	▲ 11.7
幸手市	161	138	16.7
鶴ヶ島市	426	436	▲ 2.3
日高市	221	235	▲ 6.0
吉川市	202	215	▲ 6.0
ふじみ野市	547	621	▲ 11.9
白岡市	183	178	2.8
市計	32,822	33,341	▲ 1.6

(2) 町村の受付件数



町村名	28年度	27年度	増減率 (%)
伊奈町	129	110	17.3
三芳町	142	163	▲ 12.9
毛呂山町	40	45	▲ 11.1
越生町	16	20	▲ 20.0
嵐山町	30	30	0.0
小川町	110	133	▲ 17.3
鳩山町	19	17	11.8
ときがわ町	41	50	▲ 18.0
東秩父村	3	6	▲ 50.0
上里町	114	103	10.7
寄居町	108	125	▲ 13.6
宮代町	60	52	15.4
杉戸町	85	75	13.3
松伏町	120	120	0.0
町村計	1,017	1,049	▲ 3.1

市町村合計	33,839	34,390	▲ 1.6
-------	--------	--------	-------

※他市町と相互利用を行っている自治体 (平成29年3月31日現在)

- ①宮代町、杉戸町 ②本庄市、上里町 ③毛呂山町、越生町、鳩山町

※他市町委託により、相談窓口を開設していない自治体 (平成29年3月31日現在)

- 横瀬町、皆野町、長瀨町、小鹿野町 → 秩父市に委託
 美里町、神川町 → 本庄市、上里町に委託
 滑川町、川島町、吉見町 → 東松山市に委託

II 苦情相談の概要

これ以降は、苦情相談について集計・分析しています。

1 契約当事者の状況

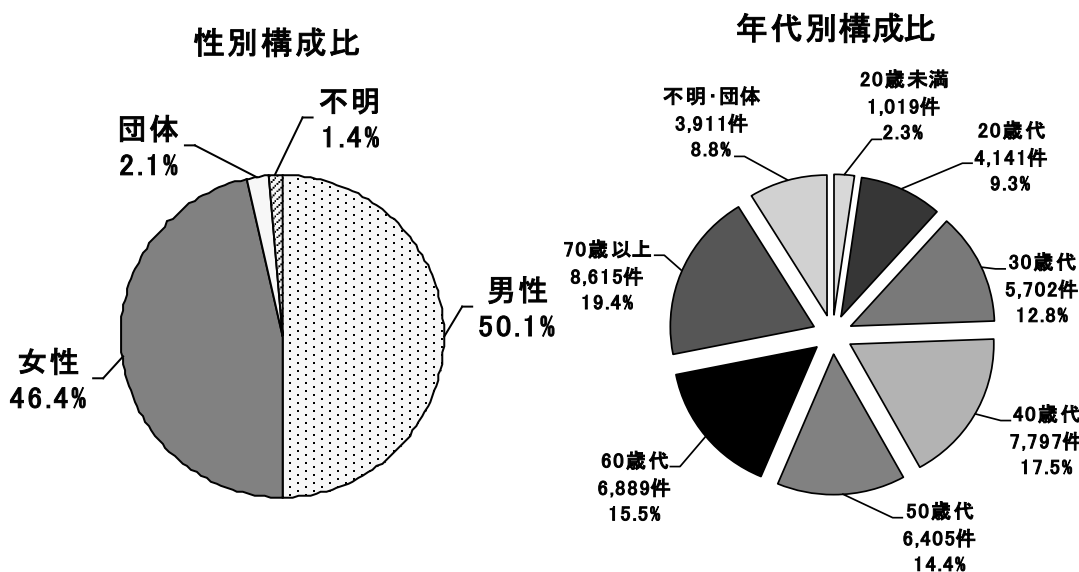
(1) 性別・年代別件数

契約当事者の性別の構成比は、28年度は「男性」からの相談が50.1%に対し、「女性」からの相談は46.4%で、「男性」が「女性」を上回っている。20歳代、40歳代では「女性」が「男性」を上回っている。

年代別でみると、70歳以上の相談が最も多く19.4%、次いで40歳代が17.5%、60歳代が15.5%で、この順位は27年度と同様であった。年代別の構成比も大きな変化は見られない。

60歳以上の相談件数は、15,504件で、27年度に比べ584件減少(3.6%減)したものの構成比は34.9%を占め、依然として高齢者からの相談が多い。

※ 「契約当事者」とは、商品やサービスを実際に契約した人及び契約しようとした人で、契約書面上の名義人とは異なる。



性別・年代別件数

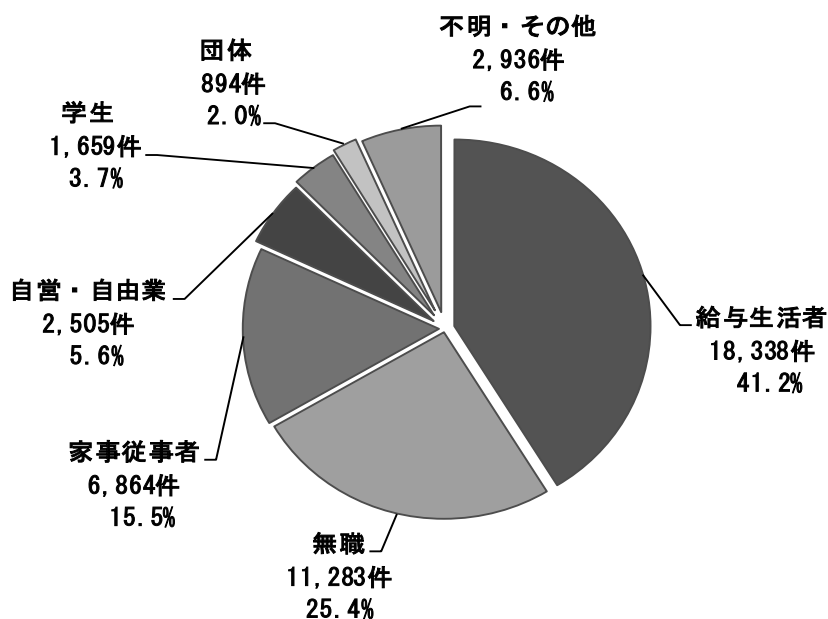
	28年度						27年度					
	男	女	団体	不明	計	構成比	男	女	団体	不明	計	構成比
70歳以上	4,365	4,193		57	8,615	19.4%	4,348	4,347		64	8,759	18.6%
60歳代	3,819	3,031		39	6,889	15.5%	4,023	3,264		42	7,329	15.6%
50歳代	3,258	3,125		22	6,405	14.4%	3,443	3,127		36	6,606	14.0%
40歳代	3,795	3,969		33	7,797	17.5%	4,367	4,197		39	8,603	18.3%
30歳代	2,952	2,724		26	5,702	12.8%	3,358	3,149		30	6,537	13.9%
20歳代	2,011	2,106		24	4,141	9.3%	2,209	2,205		27	4,441	9.4%
20歳未満	570	433		16	1,019	2.3%	793	491		21	1,305	2.8%
不明・団体	1,515	1,066	907	423	3,911	8.8%	1,366	911	862	316	3,455	7.4%
計	22,285	20,647	907	640	44,479	100.0%	23,907	21,691	862	575	47,035	100.0%
	50.1%	46.4%	2.1%	1.4%	100.0%		50.8%	46.1%	1.9%	1.2%	100.0%	

(2) 職業別件数

職業別件数は、多い順に「給与生活者」、「無職」、「家事従事者」で、この順位は27年度と同様であった。

「団体」及び「不明・その他」を除くと、全ての職業で件数は減少しており、「給与生活者」からの相談は、27年度に比べて1,335件減少(6.8%減)、「無職」からの相談は、27年度に比べて446件減少(3.8%減)、「家事従事者」からの相談は、27年度に比べて726件減少(9.6%減)、「自営・自由業」からの相談は、27年度に比べて23件減少(0.9%減)、「学生」からの相談は、27年度に比べて288件減少(14.8%減)した。

職業別構成比



	28年度		27年度		増減率 (%)
	件数	構成比%	件数	構成比%	
給与生活者	18,338	41.2	19,673	41.8	▲ 6.8
無職	11,283	25.4	11,729	24.9	▲ 3.8
家事従事者	6,864	15.5	7,590	16.1	▲ 9.6
自営・自由業	2,505	5.6	2,528	5.4	▲ 0.9
学生	1,659	3.7	1,947	4.2	▲ 14.8
団体	894	2.0	840	1.8	6.4
不明・その他	2,936	6.6	2,728	5.8	7.6
合計	44,479	100.0	47,035	100.0	▲ 5.4

2 相談内容

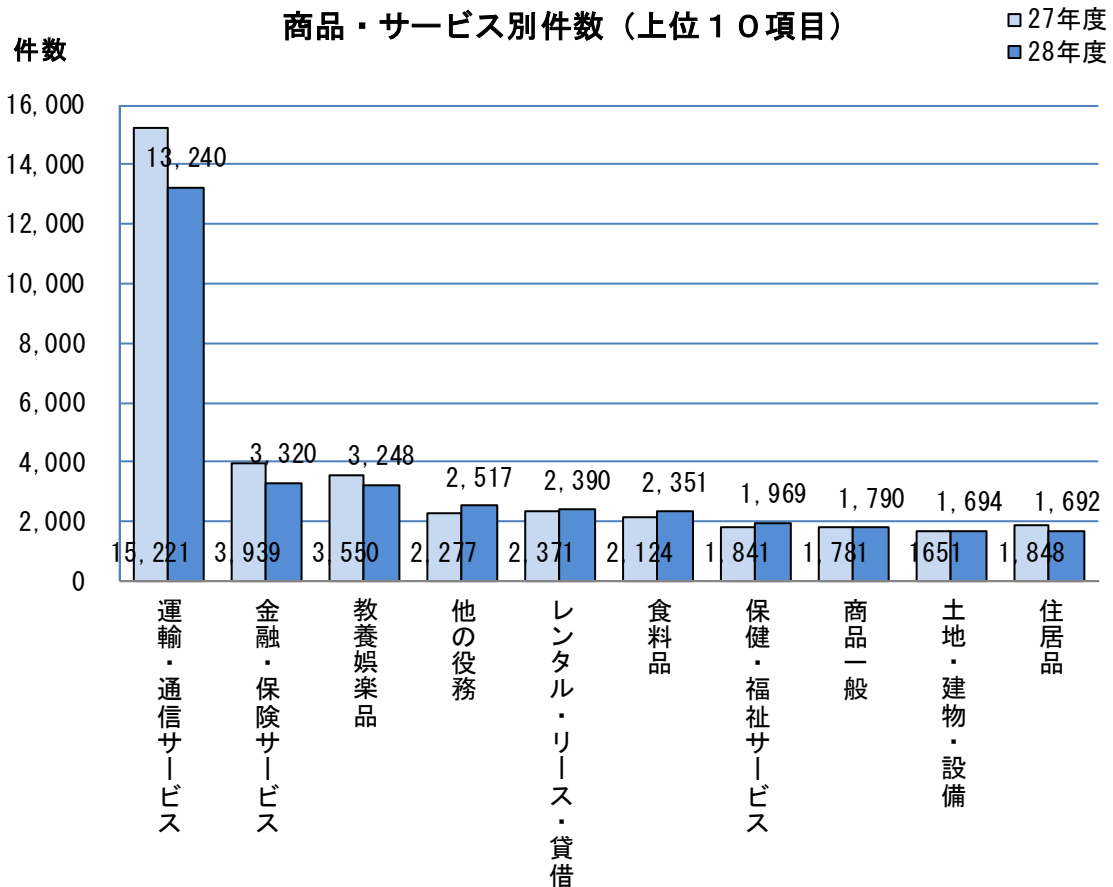
(1) 商品・サービス別件数

電話サービスやインターネット等の「運輸・通信サービス」が13,240件と最も多く、次いでサラ金・投資・保険等の「金融・保険サービス」が3,320件、携帯電話や新聞、教養娯楽教材等の「教養娯楽品」が3,248件と続いている。

「運輸・通信サービス」に関する相談は27年度に比べ1,981件減少(13.0%減)したが、依然として他の商品・サービスに比べ突出して多い。構成比でも29.8%を占めるが、27年度の構成比32.4%に比べ2.6%低下している。これはスマートフォン等を媒介としたアダルト情報サイトに関する架空・不当請求についての相談が減少したためである。

「他の役務」は地震保険の申請代行サービスや、架空・不当請求の二次被害に関する相談などであり、27年度に比べて240件増加(10.5%増)した。

「食料品」に関する相談は27年度に比べ227件増加(10.7%増)した。通信販売で、健康食品やサプリメントが「お試し価格」として廉価で購入できるとあったので申し込んだところ、1回だけのつもりが定期購入になっていたとの相談が多い。



(2) 内容別件数（複数選択項目）

多くの相談が「契約・解約」及び「販売方法」に関するものとなっており、28年度の件数は減少したものの全体の構成に大きな変化は見られない。そうした中で健康食品等の定期購入トラブルの急増を受け、「表示・広告」に関する相談が唯一増加した。

内容別件数（複数選択項目）

順位	分類	28年度		27年度		増減率(%)
		件数	全件数比%	件数	全件数比%	
1	契約・解約	33,523	75.4	35,746	76.0	▲ 6.2
2	販売方法	24,538	55.2	26,487	56.3	▲ 7.4
3	価格・料金	7,303	16.4	7,824	16.6	▲ 6.7
4	接客対応	7,113	16.0	7,306	15.5	▲ 2.6
5	品質・機能・役務品質	5,417	12.2	5,614	11.9	▲ 3.5
6	表示・広告	2,940	6.6	2,790	5.9	▲ 5.4
7	安全・衛生	1,449	3.3	1,574	3.3	▲ 7.9
8	法規・基準	1,034	2.3	1,251	2.7	▲ 17.3
9	計量・量目	44	0.1	55	0.1	▲ 20.0
10	施設・設備	40	0.1	46	0.1	▲ 13.0
11	包装・容器	35	0.1	61	0.1	▲ 42.6
12	その他	520	1.2	699	1.5	▲ 25.6
	(全件数)	44,479	—	47,035	—	▲ 5.4

※「全件数比」は、全件数のうち何%に「分類」の項目が付けられていたかを示す。

(3) 契約金額別件数（金額が判明したものに限る。契約していない場合は請求された額。）

28年度は、契約購入金額が判明しているものは22,821件（相談全体の51.3%）で、合計金額は約279億円、1件当たりの平均契約金額は約122万円であった。

27年度に比べ合計金額は約34億円、平均契約金額は約6.4万円減少した。

28年度最も多い契約購入金額帯は、10万円以上100万円未満の8,000件で27年度に比べ896件減少（10.1%減）した。次いで1万円以上10万円未満の7,187件で27年度に比べ26件増加（0.4%増）した。27年度から順位が逆転し、28年度も同様の傾向が継続している。

契約金額別件数（契約購入金額が判明しているもの）

契約購入金額	28年度		27年度		増減(%)
	件数	構成比%	件数	構成比%	
1万円未満	4,591	20.1	4,861	20.0	▲ 5.6
1万円以上～10万円未満	7,187	31.5	7,161	29.4	▲ 0.4
10万円以上～100万円未満	8,000	35.1	8,896	36.6	▲ 10.1
100万円以上～500万円未満	2,093	9.2	2,371	9.7	▲ 11.7
500万円以上～1億円未満	940	4.1	1,033	4.2	▲ 9.0
1億円以上	10	0.0	16	0.1	▲ 37.5
計	22,821	100.0	24,338	100.0	▲ 6.2
総合計金額(円)	27,853,562,345		31,264,930,859		▲ 10.9
平均金額(円)	1,220,523		1,284,614		▲ 5.0

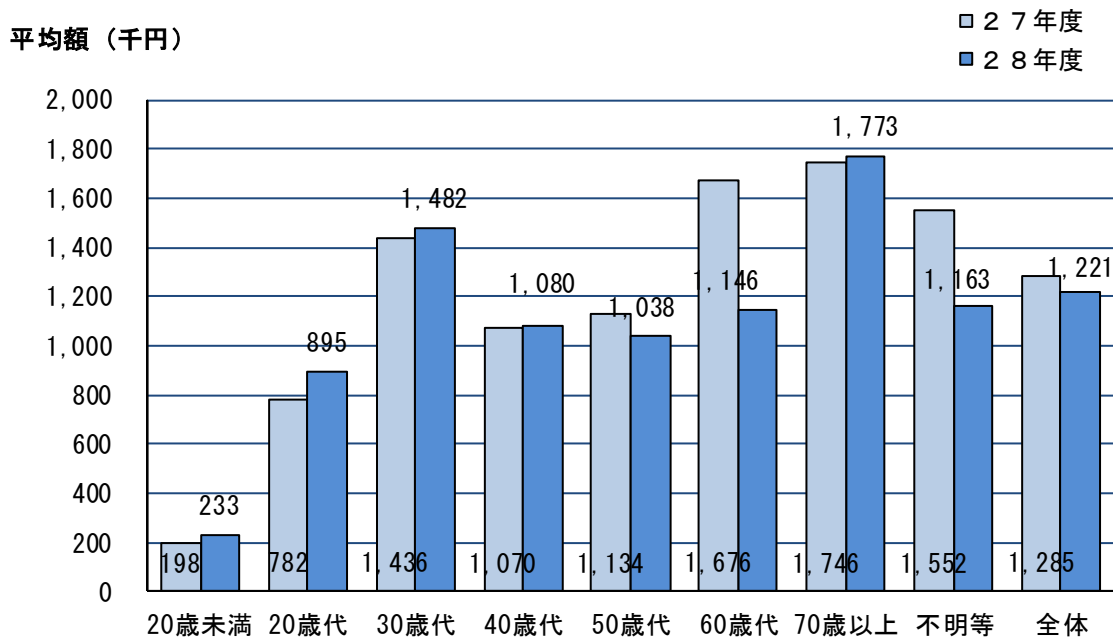
(4) 年代別契約金額（年齢・金額が判明したものに限り。）

平均契約金額が最も高額だったのは27年度と同様「70歳以上」で、平均購入金額は177万3千円であった。次いで「30歳代」で148万2千円であった。

27年度は70歳以上に次いで高額だった「60歳代」は、28年度は114万6千円と大きく減少している。「工事・建築」や「ファンド型投資商品」に関する契約金額が低額化したことが要因である。

平均契約金額が最も増加したのは「20歳代」であり、28年度は89万5千円と27年度に比べて11万3千円増加した。

契約当事者年代別契約購入金額（平均額）



(5) 処理内容

相談・苦情の処理に当たっては、自主交渉によりトラブルが解決されるよう消費者に助言を行っているが、相談者と事業者との交渉力・情報力の差から必要と判断した場合には消費者と事業者間の「あっせん」を行っている。

最も多いのは「助言（自主交渉）」の29,092件であり、全体の65.4%を占める。各項目は全体的に減少傾向にあるが、「あっせん」を行った件数（「あっせん解決」と「あっせん不調」の件数を合計したもの）は、28年度は5,410件と27年度の5,219件と比べ191件増加（3.7%増）した。構成比においても、28年度は12.2%と27年度の11.1%から増加した。

処理内容別件数

順位	処理内容	28年度		27年度		増減(%)
		件数	構成比 %	件数	構成比 %	
1	助言（自主交渉）	29,092	65.4	31,410	66.8	▲ 7.4
2	情報提供	7,422	16.7	7,718	16.4	▲ 3.8
3	あっせん解決	4,808	10.8	4,612	9.8	▲ 4.2
4	処理不要	927	2.1	1,003	2.1	▲ 7.6
5	他機関紹介	839	1.9	860	1.8	▲ 2.4
6	あっせん不調	602	1.4	607	1.3	▲ 0.8
7	処理不能	419	0.9	465	1.0	▲ 9.9
	処理継続中	370	0.8	360	0.8	▲ 2.8
	合計	44,479	100.0	47,035	100.0	▲ 5.4

※「処理内容」の定義は以下のとおり。

助言（自主交渉）：自主交渉で解決する可能性があり、自主解決の方法をアドバイスしたものの。

情報提供：消費生活センターの業務範囲であり、トラブルが発生しているもので、弁護士会等の他機関を紹介したもの、又はトラブルが発生していないもので、一般的なアドバイスをしたもの。

あっせん解決：あっせんを行った相談で解決がみられたもの。

あっせん不調：あっせんにもかかわらず解決をみなかったもの。

他機関紹介：労働相談など消費生活センターの業務範囲ではないため、本来の相談機関を紹介したもの。

処理不要：相談者が情報提供ただけで処理を望んでいないもの、又は相談者が相談を取り下げたもの。

処理不能：相談者に連絡がとれなくなったもの、又は事業者が倒産して連絡がとれなくなったもの。

(6) 商品テストを行った相談

28年度は37件の商品テストを行った。商品分類別では住居品12件(32.4%)
クリーニング、食料品が各8件(21.6%)で、主な事例は下表のとおりである。

分類	件数 (構成比)	主なテスト事例	テスト結果の概要
住居品	12 (32.4%)	使用中に脚が外れたダイニングチェア	外部機関に依頼して行った耐久試験の結果、ボルトに緩みが生じることが確認された。テスト品の脚が外れた原因は使用に伴いボルト等の締結部品が緩んだためと推測される。
		三口タップの焦損	三口タップは長期間コンセントに接続されており、接続部周辺に付着したほこりによりトラッキング現象が発生し、焦損した可能性が考えられる。追加調査をNITEIに依頼した。
		電気カーペットの焦損	焦げた穴の位置にはヒーター線があり、ヒーター線が断線していた。焦損と断線には何らかの関係があると考えられる。追加調査をNITEIに依頼した。
クリーニング	8 (21.6%)	婦人コートの変色	クリーニングでは落ちなかった長期間蓄積したちり・ほこり等の汚れのほか、汚れの蓄積による生地の変色が原因の可能性が考えられる。
		紳士スーツのズボンの変色	大たい部やでん部下の変色は、汗と紫外線の複合作用によるものと考えられる。光が当たりやすい部分については紫外線による弱い変色の可能性も考えられる。
食料品	8 (21.6%)	瓶詰(ザーサイ)中の異物調査	異物の拡大観察や、ブロッコリーの茎や木材との比較等により、草の茎の維管束木部由来の可能性が高いと推測された。断定には至らないが、ザーサイ原料の野菜由来の可能性が考えられる。
		純粋はちみつの真贋	はちみつの組成基準の試験法の実施要領に準じて、一部の成分試験を行った結果、それぞれ基準に適合していることを確認した。
被服品	4 (10.9%)	ダウンウェアの羽毛の吹き出し	羽毛の吹き出し量の試験を外部機関に依頼して行った結果、吹き出し量が多いため不合格判定とされた。
保健衛生品	2 (5.4%)	電動歯ブラシに付着した黒い斑点	黒い斑点は黒カビと思われる。白カビも観察された。ブラシのシリコンラバー部分は表面に微細な凹凸があり、ABS樹脂部分と比較して洗っても汚れが落ちにくい可能性がある。
教養娯楽品	2 (5.4%)	鋼製巻尺の先端破損	取扱説明書に「ゆっくり引き込んでください」と記載されており、鋼製テープは速いスピードで巻き取られたことによる衝撃に耐えられずに、変形や破損が生じたと考えられる。
車両・乗り物	1 (2.7%)	シルバーカーのフレーム変形	ハンドルの軸を介してフレーム中央に60(kgf)程度の荷重が加わると、フレームが変形する可能性があることが分かった。通常では想定できない重さのため、ハンドルに荷物を吊り下げた状態での保管や、何らかの衝撃的な荷重が加わった可能性がある。
合計	37 (100%)		

3 取引方法別の状況

(1) 件数の推移

店舗販売に関する相談は13,045件で、27年度に比べ976件減少(7.0%減)した。

無店舗販売の合計は24,995件で、27年度に比べて1,497件減少(5.7%減)したものの、構成比56.2%と28年度も半分以上となっている。

内訳では通信販売が件数を減らしているが、依然として無店舗販売の約3分の2を占めている。

訪問販売(家庭訪販、キャッチセールス、アポイントメントセールス、催眠商法)の件数は4,724件で、27年度に比べて51件増加(1.1%増)となった。このうち、家庭訪販(工事・建築、テレビ放送サービス)、キャッチセールスは増加しているが、アポイントメントセールス(ネックレス、複合サービス会員)、催眠商法(SF商法)については減少した。

取引方法別の件数

	28年度		27年度		増減(件)	増減(%)
	件数	構成比 %	件数	構成比 %		
店舗販売	13,045	29.3	14,021	29.8	▲ 976	▲7.0%
無店舗(計)	24,995	56.2	26,492	56.3	▲ 1,497	▲5.7%
(無店舗の内訳)						
訪問販売	4,724	18.9	4,673	17.6	51	1.1%
通信販売	16,314	65.3	17,617	66.5	▲ 1,303	▲7.4%
電話勧誘販売	2,568	10.3	2,776	10.5	▲ 208	▲7.5%
マルチ・マルチまがい	498	2.0	556	2.1	▲ 58	▲10.4%
ネガティブ・オプション	181	0.7	135	0.5	46	34.1%
訪問購入	326	1.3	372	1.4	▲ 46	▲12.4%
その他無店舗	384	1.5	363	1.4	21	5.8%
不明・無関係	6,439	14.5	6,522	13.9	▲ 83	▲1.3%
合計	44,479	100.0	47,035	100.0	▲ 2,556	▲5.4%

*網掛け部分の構成比は無店舗(計)に占める割合

訪問販売項目別の相談件数(複数選択項目)

項目	28年度		27年度		増減(件)	増減(%)
	件数	全件数比 %	件数	全件数比 %		
アポイントメントセールス	155	3.3	160	3.4	▲ 5	▲3.1%
キャッチセールス	90	1.9	70	1.5	20	28.6%
催眠商法(SF商法)	60	1.3	68	1.5	▲ 8	▲11.8%
家庭訪販	3,266	69.1	3,249	69.5	17	0.5%
訪問販売 全件数	4,724	—	4,673	—	51	1.1%

(2) 契約当事者の年代別件数

「デジタルコンテンツ」に関する相談は減少したものの、インターネット・スマートフォンの普及などにより、各年代にわたり「通信販売」の割合が高くなっている。

在宅率が高くなる60歳代・70歳以上では「訪問販売」「電話勧誘販売」「ネガティブ・オプション」「訪問購入」の割合が他の年代と比して高くなる傾向は変わっていない。

また、20歳代では、「マルチ・マルチまがい」の相談が216件と他の年代に比べて多い。20歳未満では、「通信販売」の相談割合が73.7%と高い数字となっている。

年代別 取引方法別の件数・割合

	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	不明	合計	
合 計	1,019	4,141	5,702	7,797	6,405	6,889	8,615	3,911	44,479	
構成比	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	
店 舗 販 売	138	1,460	1,968	2,453	1,940	1,934	1,981	1,171	13,045	
構成比	13.5%	35.3%	34.5%	31.5%	30.3%	28.1%	23.0%	29.9%	29.3%	
無 店 舗 (計)	831	2,277	3,049	4,447	3,661	4,026	5,119	1,585	24,995	
構成比	81.6%	55.0%	53.5%	57.0%	57.2%	58.4%	59.4%	40.5%	56.2%	
(無店舗の内訳)	訪 問 販 売	37	338	357	485	451	743	1,835	478	4,724
	構成比	3.6%	8.2%	6.3%	6.2%	7.0%	10.8%	21.3%	12.2%	10.6%
	通 信 販 売	751	1,569	2,407	3,484	2,727	2,618	1,965	793	16,314
	構成比	73.7%	37.9%	42.2%	44.7%	42.6%	38.0%	22.8%	20.3%	36.7%
	電 話 勧 誘 販 売	3	95	168	293	320	491	951	247	2,568
	構成比	0.3%	2.3%	2.9%	3.8%	5.0%	7.1%	11.0%	6.3%	5.8%
	マルチ・マルチまがい	31	216	47	53	47	38	46	20	498
	構成比	3.0%	5.2%	0.8%	0.7%	0.7%	0.6%	0.5%	0.5%	1.1%
	ネガティブ・オプション	1	17	11	21	15	28	74	14	181
	構成比	0.1%	0.4%	0.2%	0.3%	0.2%	0.4%	0.9%	0.4%	0.4%
訪 問 購 入	0	4	16	31	49	46	165	15	326	
構成比	0.0%	0.1%	0.3%	0.4%	0.8%	0.7%	1.9%	0.4%	0.7%	
そ の 他 無 店 舗	8	38	43	80	52	62	83	18	384	
構成比	0.8%	0.9%	0.8%	1.0%	0.8%	0.9%	1.0%	0.5%	0.9%	
不 明 ・ 無 関 係	50	404	685	897	804	929	1,515	1,155	6,439	
構成比	4.9%	9.8%	12.0%	11.5%	12.6%	13.5%	17.6%	29.5%	14.5%	

※構成比は、各年代ごとの販売・購入方法が占める割合を示す。

(3) 取引方法別に多かった商品・サービス

ア 店舗販売

店舗販売の件数は28年度も「不動産賃借」が1,626件で最多となっている。

「フリーローン・サラ金」に関する相談は806件で、27年度に比べて120件減少（13.0%減）となった。平成22年9月から施行された貸金業法改正以降、6年連続の減少となっている。

27年度に比べて「エステティックサービス」の相談が38件増加（12.0%増）した。業者の業務停止命令・倒産に伴う解約等についての相談が増加したためである。

順位	項目	28年度		27年度		増減(件)
		件数	構成比 %	件数	構成比 %	
1	不動産賃借	1,626	12.5	1,668	11.9	▲ 42
2	フリーローン・サラ金	806	6.2	926	6.6	▲ 120
3	携帯電話サービス	628	4.8	609	4.3	19
4	四輪自動車	582	4.5	576	4.1	6
5	工事・建築	523	4.0	625	4.5	▲ 102
6	携帯電話	444	3.4	524	3.7	▲ 80
7	エステティックサービス	354	2.7	316	2.3	38
8	医療サービス	345	2.6	332	2.4	13
全件数		13,045	100.0	14,021	100.0	▲ 976

イ 訪問販売

訪問販売の件数は4,724件で、27年度に比べて51件増加（1.1%増）した。28年度も「工事・建築」が660件で最多となっている。

最も増加したのは「修理サービス」の相談で72件増加（51.8%増）している。訪問してきた業者に「火災保険を使えば屋根や雨どいを無料で修理できる」などと勧誘されたことによる相談が多かった。

年代別でみると、高齢者からの相談割合が極めて高く、70歳以上の相談が38.8%を占めた。60歳以上でみると54.5%となり全体の半分以上に上る。

順位	項目	28年度		27年度		増減(件)
		件数	構成比 %	件数	構成比 %	
1	工事・建築	660	14.0	644	13.8	16
2	テレビ放送サービス	329	7.0	330	7.1	▲ 1
3	新聞	277	5.9	308	6.6	▲ 31
4	インターネット接続回線	260	5.5	303	6.5	▲ 43
5	修理サービス	211	4.5	139	3.0	72
全件数		4,724	100.0	4,673	100.0	51

年代別件数

年代	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	不明	合計
訪問販売	37	338	357	485	451	743	1,835	478	4,724
構成比	0.8%	7.2%	7.6%	10.3%	9.5%	15.7%	38.8%	10.1%	100.0%

ウ 通信販売

通信販売の件数は16,314件で、27年度に比べて1,303件減少(7.4%減)した。8,237件で最多の「デジタルコンテンツ」に関する相談が、27年度に比べて1,907件減少(18.8%減)したためである。

また、27年度に比べて「他の健康食品」に関する相談が195件増加(66.3%増)し、「酵素食品」に関する相談についても138件増加(173%増)している。これは、定期購入に関するトラブルが急増したためである。

なお、順位外ではあるが旅行業者の倒産に伴い「海外パックスツアー」に関する相談が209件で、27年度の18件に比べて大幅に増加した。

年代別で見ると、40歳代の相談割合が21.4%とやや高いものの、通信販売に関する相談は全年代から寄せられている。

順位	項目	28年度		27年度		増減(件)
		件数	構成比%	件数	構成比%	
1	デジタルコンテンツ	8,237	50.5	10,144	57.6	▲1,907
2	商品一般	513	3.1	508	2.9	5
3	他の健康食品	489	3.0	294	1.7	195
4	興信所	282	1.7	179	1.0	103
5	酵素食品	218	1.3	80	0.5	138
全件数		16,314	100.0	17,617	100.0	▲1,303

年代別件数

年代	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	不明	合計
通信販売	751	1,569	2,407	3,484	2,727	2,618	1,965	793	16,314
構成比	4.6%	9.6%	14.8%	21.4%	16.7%	16.0%	12.0%	4.9%	100.0%

エ 電話勧誘販売

電話勧誘販売の件数は2,568件で、27年度に比べて208件減少(7.5%減)となった。27年度に引き続き「ファンド型投資商品」に関する相談が減少したためと考えられる。

件数が減少した中で、「インターネット接続回線」の相談が44件増加(6.0%増)した。平成27年2月1日から開始された「光回線サービスの卸売」により、多くの事業者がサービスを消費者に提供できるようになったが、業者の説明不足などによるトラブルの相談が増加したためである。

年代別では、28年度は60歳以上の相談割合は56.1%で、27年度の58.5%に比べるとやや低下したものの依然として高齢者からの相談が多い。

順位	項目	28年度		27年度		増減(件)
		件数	構成比%	件数	構成比%	
1	インターネット接続回線	780	30.4	736	26.5	44
2	商品一般	178	6.9	235	8.5	▲57
3	固定電話サービス	81	3.2	86	3.1	▲5
4	役務その他サービス	80	3.1	72	2.6	8
5	ファンド型投資商品	69	2.7	147	5.3	▲78
全件数		2,568	100.0	2,776	100.0	▲208

年代別件数

年代	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	不明	合計
電話勧誘販売	3	95	168	293	320	491	951	247	2,568
構成比	0.1%	3.7%	6.5%	11.4%	12.5%	19.1%	37.0%	9.6%	100.0%

オ マルチ・マルチまがい販売

マルチ・マルチまがい販売の件数は498件で、27年度に比べて58件減少（10.4%減）した。

28年度は「他の内職・副業」に関する相談が73件と最も多く、友人から儲かると言われネットワークビジネスに誘われたがクーリング・オフしたいという相談が見られた。

「マルチ・マルチまがい販売」全体の年代別の相談割合を見ると、20歳代の相談割合が43.4%と他の年代に比べ特に高い。

順位	項目	28年度		27年度		増減(件)
		件数	構成比 %	件数	構成比 %	
1	他の内職・副業	73	14.7	68	12.2	5
2	健康食品	43	8.6	42	7.6	1
3	商品一般	41	8.2	25	4.5	16
4	複合サービス会員	38	7.6	28	5.0	10
5	ファンド型投資商品	33	6.6	47	8.5	▲ 14
全件数		498	100.0	556	100.0	▲ 58

年代	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	不明	合計
マルチ・マルチまがい	31	216	47	53	47	38	46	20	498
構成比	6.2%	43.4%	9.4%	10.6%	9.4%	7.6%	9.2%	4.0%	100.0%

カ ネガティブ・オプション（送りつけ商法）

ネガティブ・オプションの件数は181件で、27年度に比べて46件増加（34.0%増）した。

年代別に見ると、在宅率の高い60歳以上の高齢者の相談割合が56.4%と全体の半分以上を占め、特に70歳以上の相談割合は、全体の40.9%に上っている。

順位	項目	28年度		27年度		増減(件)
		件数	構成比 %	件数	構成比 %	
1	商品一般	31	17.1	20	14.8	11
2	他の健康食品	18	9.9	14	10.4	4
3	健康食品	13	7.2	14	10.4	▲ 1
4	電話関連機器・用品	9	5.0	1	0.7	8
5	鮮魚	6	3.3	2	1.5	4
5	ローヤルゼリー	6	3.3	1	0.7	5
全件数		181	100.0	135	100.0	46

年代別件数

年代	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	不明	合計
ネガティブ・オプション	1	17	11	21	15	28	74	14	181
構成比	0.6%	9.4%	6.1%	11.6%	8.3%	15.5%	40.9%	7.7%	100.0%

キ 訪問購入

訪問購入の相談件数は326件で27年度に比べて46件減少（12.4%減）した。

訪問購入では「服を買い取る」、「不用なものはありませんか」と業者から電話があり、来訪を許すと十分な説明がないまま宝石、指輪等の貴金属を安値で買い取られたといった相談が寄せられている。

順位	項目	28年度		27年度		増減(件)
		件数	構成比 %	件数	構成比 %	
1	商品一般	48	14.7	47	12.6	1
2	指輪	31	9.5	29	7.8	2
3	四輪自動車	31	9.5	39	10.5	▲ 8
4	アクセサリ	29	8.9	28	7.5	1
5	ネックレス	27	8.3	25	6.7	2
全件数		326	100.0	372	100.0	▲ 46

年代別件数

年代	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	不明	合計
訪問購入	0	4	16	31	49	46	165	15	326
構成比	0.0%	1.2%	4.9%	9.5%	15.0%	14.1%	50.6%	4.6%	100.0%

ク その他無店舗販売

全体の件数は384件で27年度に比べて21件増加（5.7%増）した。

「その他無店舗販売」とは2日以上に渡る展示販売や自販機などが該当する。

28年度はショッピングモールに設置された展示販売業者とミネラルウォーターを契約した際のトラブルがみられた。

順位	項目	28年度		27年度		増減(件)
		件数	構成比 %	件数	構成比 %	
1	フリーローン・サラ金	33	8.6	38	10.5	▲ 5
2	デジタルコンテンツ	20	5.2	6	1.7	14
3	工事・建築	19	4.9	14	3.9	5
4	ミネラルウォーター	13	3.4	4	1.1	9
4	修理サービス	13	3.4	11	3.0	2
4	役務その他サービス	13	3.4	6	1.7	7
全件数		384	100.0	363	100.0	21

年代別件数

年代	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	不明	合計
その他無店舗	8	38	43	80	52	62	83	18	384
構成比	2.1%	9.9%	11.2%	20.8%	13.5%	16.1%	21.6%	4.7%	100.0%

(4) その他の販売方法に係る相談

ア 業務提供誘引販売

業務提供誘引販売の件数は33件で、27年度に比べて3件減少（8.3%減）した。「他の内職・副業」「ワープロ・パソコン内職」の件数が減少したが、一方で「タレント・モデル養成教室」「販売業内職」が4件増加している。

契約当事者の年代は20歳代を中心に比較的多岐にわたり、性別による差異は見られなかった。

分類ごとの件数

順位	分類	28年度		27年度		増減(件)
		件数	構成比 %	件数	構成比 %	
1	タレント・モデル養成教室	8	24.2	4	11.1	4
2	他の内職・副業	8	24.2	10	27.8	▲ 2
3	販売業内職	4	12.1	0	0.0	4
4	デジタルコンテンツ	3	9.1	2	5.6	1
4	ワープロ・パソコン内職	3	9.1	5	13.9	▲ 2
全件数		33	100.0	36	100.0	▲ 3

年代・性別ごとの件数

	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	不明	合計
男性	1	6	1	4	2	1	2	0	17
女性	0	4	2	4	4	0	1	1	16
計	1	10	3	8	6	1	3	1	33

イ 特定継続的役務提供

「特定継続的役務提供」として特定商取引法の規制対象となっている6種類のサービスの相談の合計件数は738件で、27年度に比べ24件増加（3.4%増）した。

「エステティックサービス」が引き続き最も件数が多く、27年度に比べて42件増加（11.8%増）し、50%以上の構成比を占めている。

契約当事者の年代は50歳代以下で全体の88.6%を占め、性別では女性からの相談が82.4%となっている。

順位	役務	28年度		27年度		増減(件)
		件数	構成比 %	件数	構成比 %	
1	エステティックサービス	399	54.1	357	50.0	42
2	学習塾	106	14.4	115	16.1	▲ 9
3	結婚相手紹介サービス	86	11.7	100	14.0	▲ 14
4	家庭教師派遣	73	9.9	61	8.5	12
5	外国語教室	51	6.9	53	7.4	▲ 2
6	パソコン・ワープロ教室	23	3.1	28	3.9	▲ 5
全件数		738	100.0	714	100.0	24

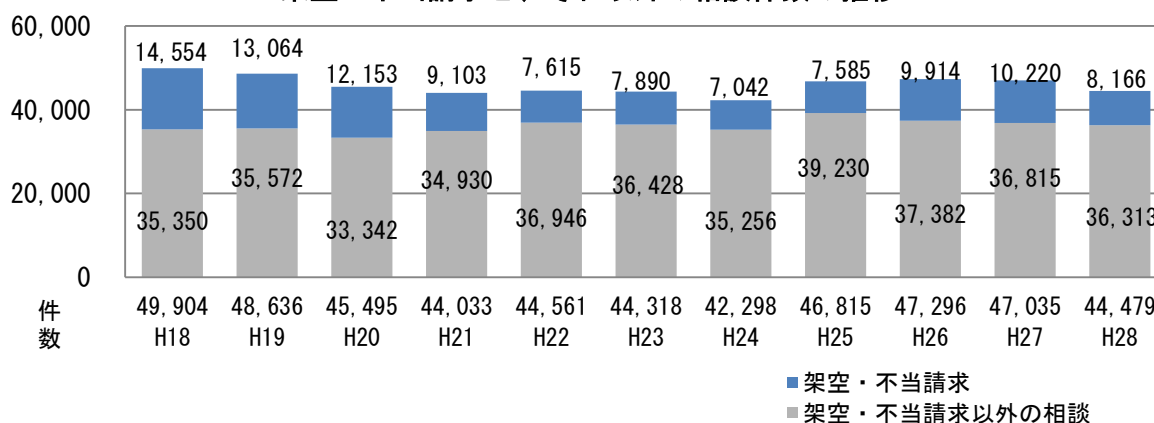
年代・性別ごとの件数

	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	不明	合計
男性	0	20	15	39	33	12	6	5	130
女性	1	190	94	184	78	25	13	23	608
計	1	210	109	223	111	37	19	28	738

4 架空・不当請求に関する相談

28年度の相談件数44,479件のうち、架空・不当請求に関する相談件数は、8,166件（構成比18.4%）であった。これまでは、16年度の56,991件をピークに平成24年度の7,042件まで減少していた。25年度に増加に転じたが、28年度は27年度に比べ2,054件減少（20.1%減）した。

架空・不当請求と、それ以外の相談件数の推移



架空・不当請求に関する相談を商品名別に見ると「デジタルコンテンツ」が6,660件と最も多い。「デジタルコンテンツ」はアダルト情報サイトや架空請求でよく使われる有料サイトに関する相談が中心となっている。

項目のうち、トラブル解決を謳う「興信所」に関する相談が27年度に比べ112件増加（86.2%増）した。28年度の架空請求では、スマートフォンや携帯電話にSMS（ショートメッセージサービス）で送られたものが多かった。

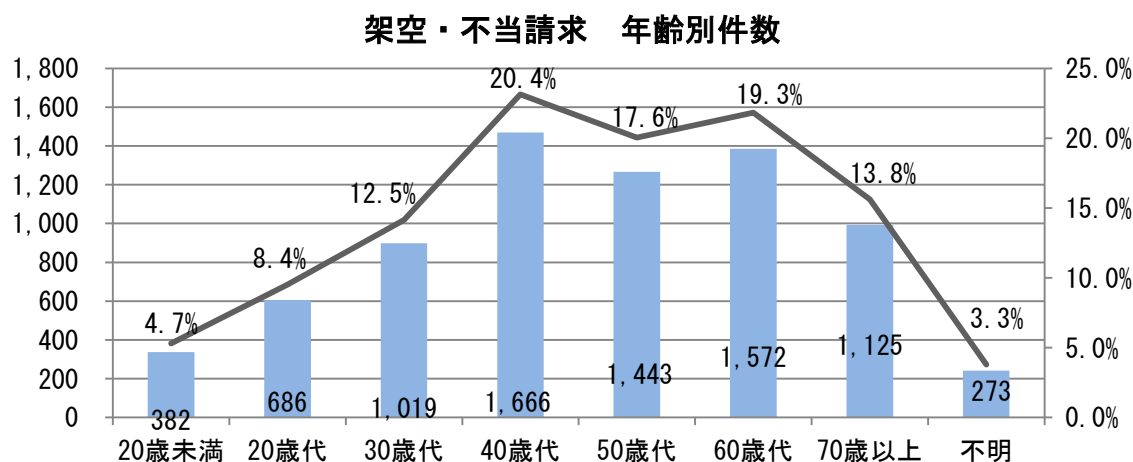
なお、架空・不当請求のアダルト情報サイトでは、指定された支払方法が、インターネット専用のギフトカードやプリペイドカードなどの「電子マネー」をコンビニエンスストアで購入し、番号を連絡させるといった事例が多かった。

※ 「SMS」（ショートメッセージサービス）とは、あて先に電話番号を指定して文字メッセージを送受信できるサービスで、相手のメールアドレスがわからなくてもメッセージを送信することができるもの。

架空・不当請求に関する相談の商品・サービス別件数

順位	項目	28年度		27年度		増減(件)
		件数	構成比%	件数	構成比%	
1	デジタルコンテンツ	6,660	81.6	8,647	84.6	▲ 1,987
2	商品一般	397	4.9	460	4.5	▲ 63
3	興信所	242	3.0	130	1.3	▲ 112
4	役務その他サービス	57	0.7	71	0.7	▲ 14
5	携帯電話サービス	49	0.6	60	0.6	▲ 11
6	インターネット接続回線	47	0.6	61	0.6	▲ 14
7	フリーローン・サラ金	42	0.5	46	0.5	▲ 4
8	複合サービス会員	38	0.5	49	0.5	▲ 11
9	工事・建築	30	0.4	24	0.2	▲ 6
10	他のネット通信関連サービス	30	0.4	20	0.2	▲ 10
全件数		8,166	-	10,220	-	-

年代別でみると40歳代が1,666件（構成比20.4%）で最も多く、平均年齢は50.0歳となっている。また、平均契約金額は270,900円だった。



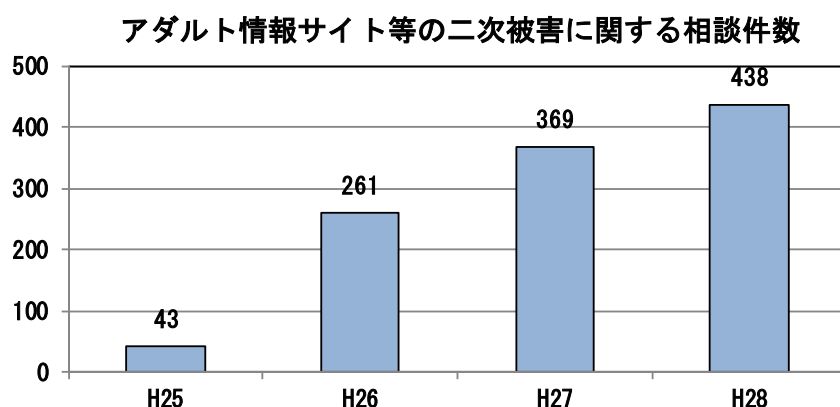
契約金額別件数（架空・不当請求）

	28年度		27年度		増減(件)
	件数	構成比%	件数	構成比%	
1万円未満	290	3.6	302	3.0	▲ 12
1万円～5万円未満	419	5.1	397	3.9	▲ 22
5万円～10万円未満	716	8.8	1,058	10.4	▲ 342
10万円～50万円未満	2,213	27.1	3,357	32.8	▲ 1,144
50万円～100万円未満	189	2.3	182	1.8	▲ 7
100万円～500万円未満	104	1.3	104	1.0	0
500万円以上	16	0.2	13	0.1	▲ 3
無回答	4,219	51.7	4,807	47.0	▲ 588
合計	8,166	100.0	10,220	100.0	▲ 2,054
平均金額	270,900円		236,148円		34,752円

「デジタルコンテンツ」の中で多数を占めるのはアダルト情報サイトに関する相談で、スマートフォンやパソコン等のインターネットを媒体とし、契約をする意思がないままワンクリックしたところ登録となり、高額な料金を請求されたなどというものである。

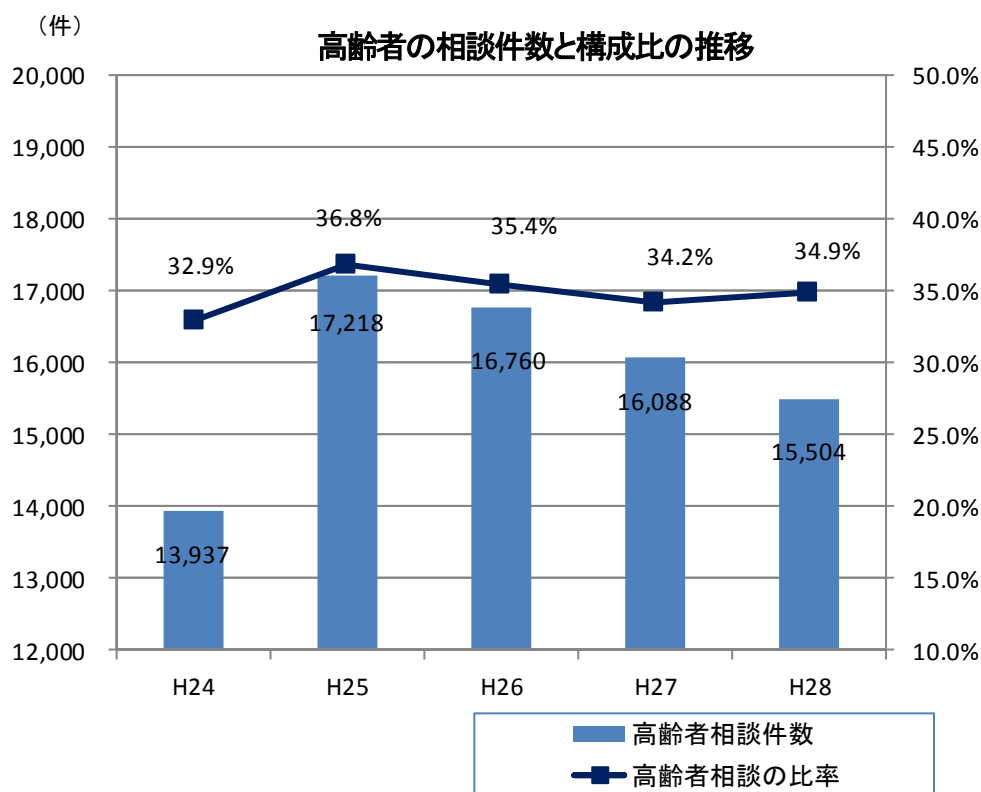
また、こうしたトラブルを解決しようと消費者がインターネットで検索し、表示された業者（興信所等）に連絡したところさらに料金を請求されるなど、二次被害に関する相談が26年度から急増している。

28年度は438件で、25年度の10倍に上っている。



5 高齢者に関する相談（契約当事者が60歳以上）

28年度の高齢者に関する相談は15,504件で、27年度の16,088件と比べて584件減少（3.6%減）となったが、この減少率は相談件数全体の減少率（5.4%減）より低く、構成比は34.9%と若干上昇した。



高齢者相談の構成を男女別で見ると、男性が8,184件で53.1%、女性が7,224件で46.9%となっている。

年代別では60歳代が最も多く、70歳代と合わせ高齢者の相談件数の8割を超えている。最高齢は男性が100歳、女性が105歳であった。

高齢者相談の男女別・年代別構成

	男		女		男女計	
	件数	構成比%	件数	構成比%	件数	構成比%
60歳代	3,819	46.7	3,031	42.0	6,850	44.5
70歳代	3,125	38.2	2,680	37.1	5,805	37.7
80歳代	1,168	14.3	1,391	19.3	2,559	16.6
90歳代	71	0.8	120	1.6	191	1.2
100歳代	1	0.0	2	0.0	3	0.0
合計	8,184	53.1	7,224	46.9	15,408	100.0

※ 年齢・性別不明の相談が96件あった。

商品・サービス別においては、パソコン、携帯電話、スマートフォン経由でインターネットから映像などの情報を提供する「デジタルコンテンツ」に係る相談が多くなっており、高齢者においてもインターネットの利用が普及してきた状況が伺える。

「工事・建築」、「商品一般」「インターネット接続回線」、「不動産貸借」に関する相談は、27年度と同様一定の割合を占めている。

減少した項目としては「フリーローン・サラ金」に関する相談の減少率が目立つほか、27年度に10位以内に入っていた「ファンド型投資商品」と「固定電話サービス」は28年度はそれぞれ176件、151件で圏外となっている。

代わって「役務その他のサービス」と「携帯電話サービス」が入った。「役務その他のサービス」の主な相談は、個人情報の削除サービスを騙るもの、火災保険や地震保険などの保険申請手続きのサポートを行うものなどである。

高齢者に関する相談の商品・サービス別件数（上位10項目）

順位	項目	28年度		27年度		増減(件)	増減(%)
		件数	構成比%	件数	構成比%		
1	デジタルコンテンツ	2,675	17.3	2,713	16.9	▲38	▲1.4
2	工事・建築	868	5.6	879	5.5	▲11	▲1.3
3	商品一般	800	5.2	885	5.5	▲85	▲9.6
4	インターネット接続回線	690	4.5	675	4.2	15	2.2
5	不動産貸借	432	2.8	414	2.6	18	4.3
6	フリーローン・サラ金	395	2.5	481	3.0	▲86	▲17.9
7	修理サービス	357	2.3	288	1.8	69	24.0
8	役務その他のサービス	261	1.7	180	1.1	81	45.0
9	携帯電話サービス	240	1.5	195	1.2	45	23.1
10	新聞	216	1.4	238	1.5	▲22	▲9.2
	全件数	15,504	100.0	16,088	100.0	▲584	▲3.6

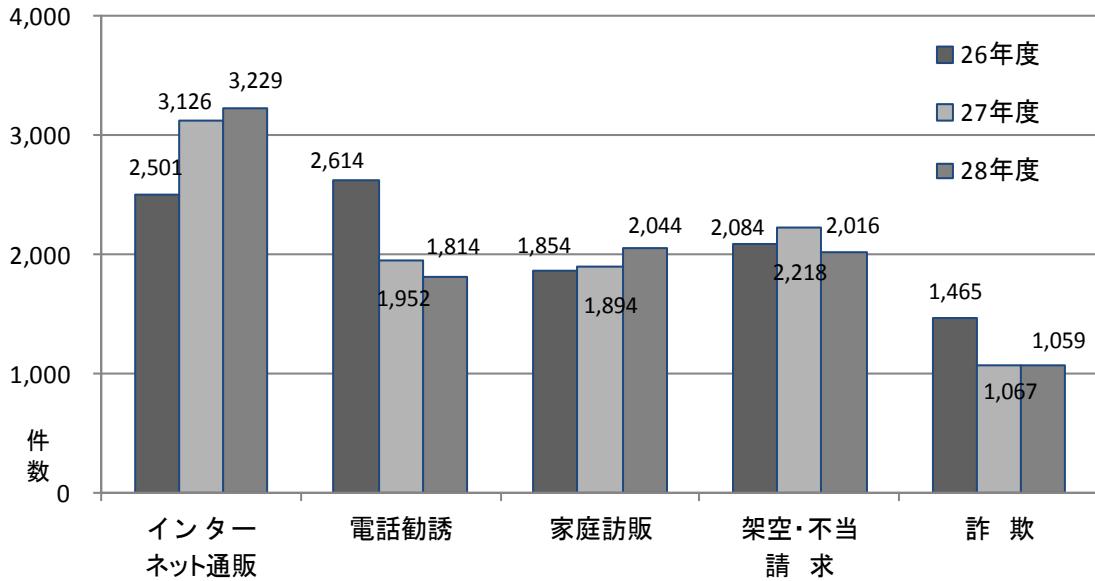
販売手口別では27年度に初めてトップになった「インターネット通販」が3,229件と28年度も引き続きトップを占め、インターネットの普及状況が伺える。

また、在宅することが多い高齢者においては「電話勧誘」(1,814件)や「家庭訪販」(2,044件)も依然として多い手口となっている。

SMS(ショートメッセージサービス)を通じて身に覚えのない料金を請求されるなどの「架空・不当請求」に係る相談も例年2,000件以上と多くなっている。

詐欺まがいの手口も後を絶たない。

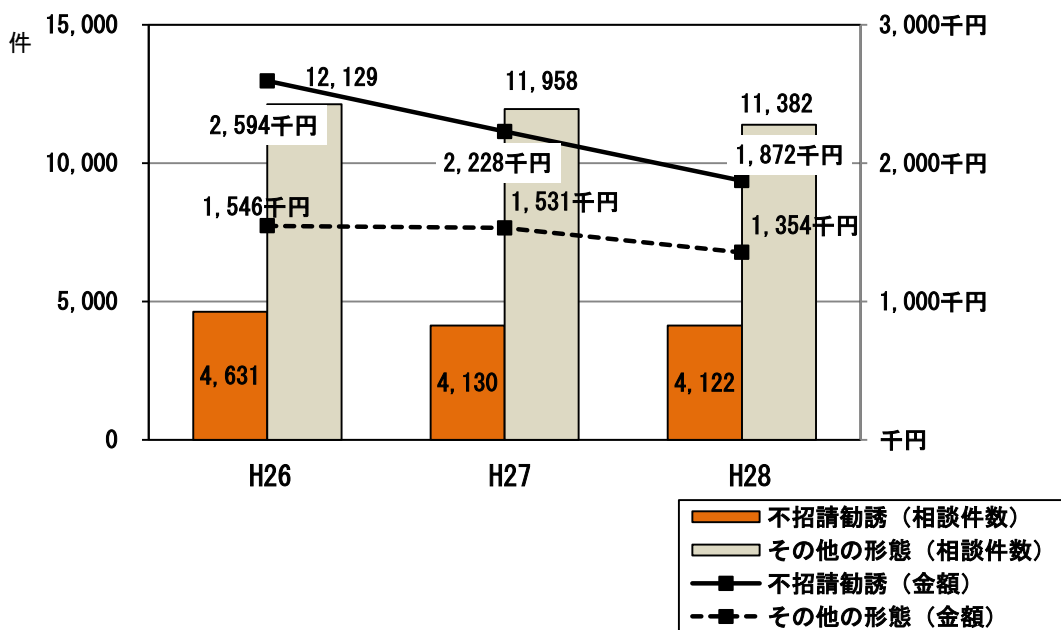
高齢者に多い販売手口別件数（複数選択項目）



訪問販売、電話勧誘販売及びネガティブ・オプション（送り付け商法）は、消費者が希望していないのに勧誘するいわゆる「不招請勧誘」である。これは消費者にとっては不意打ちの状態の下で契約が結ばれるものであり、その他の販売形態の場合と比べ平均契約被害額が高額になる傾向がある。

28年度の不招請勧誘に係る相談件数は4,122件で27年度と同程度であり、平均契約額は187万2千円に減少したものの不招請勧誘以外の契約より50万円余り高額となっている。

勧誘形態別の相談件数と平均契約額の推移



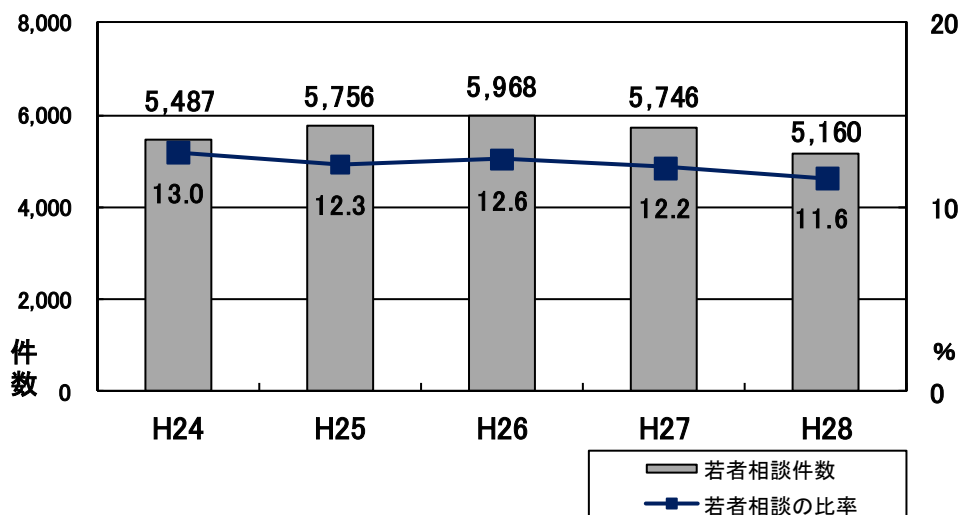
※「不招請勧誘」とは、訪問販売、電話勧誘販売及びネガティブ・オプションなど消費者が希望していないにもかかわらず行われる勧誘をいう。

6 若者に関する相談（契約当事者が29歳以下）

28年度の若者に関する相談件数は、5,160件で、相談件数全体に占める比率は11.6%となり、27年度と比べ586件減少（10.2%減）した。

この減少率は相談件数全体の減少率（5.4%減）より高くなっている。

若者の相談件数と構成比の推移



若者の相談のうち「小学生」「中学生」「高校生」は27年度に比べ件数はいずれも減少し、合計557件（構成比10.8%）で27年度の729件（構成比12.7%）に比べ172件減少（23.6%減）した。

「他の学生」は27年度とほぼ同数となっている。

学 生 内 訳

	28年度		27年度		増減 (件)
	件数	構成比%	件数	構成比%	
小学生	95	1.9	113	2.0	▲18
中学生	202	3.9	285	5.0	▲83
高校生	260	5.0	331	5.7	▲71
他の学生	951	18.4	949	16.5	2
その他	3,652	70.8	4,068	70.8	▲416
合計	5,160	100.0	5,746	100.0	▲586

※「その他」は29歳以下の給与生活者、自営・自由業、家事従事者、無職を含む。

未成年者契約は585件で、27年度に比べ119件減少（16.9%減）した。

未成年者契約の相談件数 (件)

24年度	25年度	26年度	27年度	28年度
586	737	728	704	585

商品・サービス別にみると、「アダルト情報サイト」や「出会い系サイト」などインターネットを経由した情報サービスである「デジタルコンテンツ」に関する相談が、件数は大きく減少したものの1,291件、構成比25.0%と多くを占めている。

「エステティックサービス」に関する相談が47件増加（25.3%増）した。

若者に関する相談の商品・サービス別件数（上位5項目）

順位	項目	28年度		27年度		増減(件)
		件数	構成比%	件数	構成比%	
1	デジタルコンテンツ	1,291	25.0	1,900	33.1	▲609
2	不動産貸借	306	5.9	286	5.0	20
3	エステティックサービス	233	4.5	186	3.2	47
4	フリーローン・サラ金	143	2.8	164	2.9	▲21
5	商品一般	137	2.7	115	2.0	22
全件数		5,160	100.0	5,746	100.0	▲586

販売手口別でみると、28年度も「インターネット通販」に関する相談が多数を占めている。

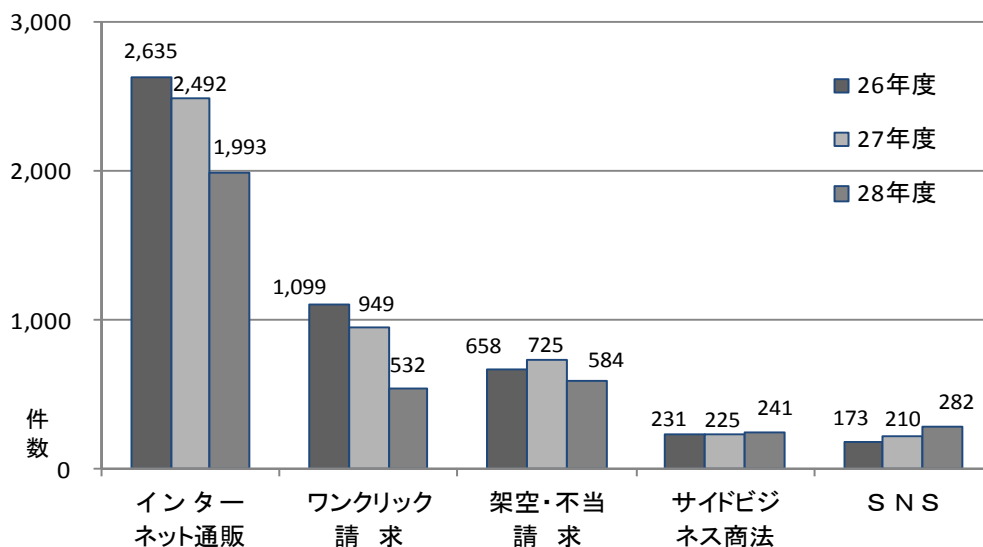
「ワンクリック請求」はアダルト情報サイトに関するもので、契約する意思がないままワンクリックしたところ登録となり、高額な料金を請求されたというものである。

「架空・不当請求」の相談は584件で141件減少（19.4%減）した。

若者全体の相談件数が減少する中、「SNS」を通じた手口が72件増加（34.3%増）している。「サイドビジネス商法」はマルチ・マルチまがい販売など若者に多い販売手口となっている。

高齢者に多い「家庭訪問」や「電話勧誘」は、若者においてはそれぞれ140件、112件であり少数となっている。

若者に多い販売手口別件数（複数選択項目）



※「SNS」（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）とは、コミュニティ型のウェブサイト・サービスのことをいう。

7 クレジットに関する相談

全体の相談件数が減少する中であって、「クレジット利用」に関する相談は、28年度は5,544件で、27年度に比べて3.7%増加した。全相談に占める「クレジット利用」件数の割合は、24年度の9.2%から毎年増加し、28年度は12.5%であった。

平成22年に改正施行された割賦販売法で、クレジット会社に従来の審査に加え、支払い可能見込み額の審査や加盟店調査等を義務付けたことによって件数は一時減少したが、インターネット通販をはじめとするクレジットカードの利用拡大等により増加傾向にある。

また、「クレジット利用なし」のうち電子プリペイドカードなど現金払以外に関する相談も同様に増加を続けている。

	24年度	25年度	26年度	27年度	28年度	増減%	構成比%
クレジット利用なし	25,261	27,494	26,551	25,683	23,287	▲9.3	52.3
(現金払)	21,249	22,820	21,821	20,772	17,844	▲14.1	40.1
(現金払以外)	4,013	4,674	4,730	4,911	5,443	10.8	12.2
クレジット利用	3,895	4,519	4,720	5,344	5,544	3.7	12.5
借金契約	2,780	2,334	2,207	2,049	1,911	▲6.7	4.3
不明・無関係	10,361	12,468	13,818	13,959	13,737	▲1.6	30.9
合 計	42,298	46,815	47,296	47,035	44,479	▲5.4	100.0

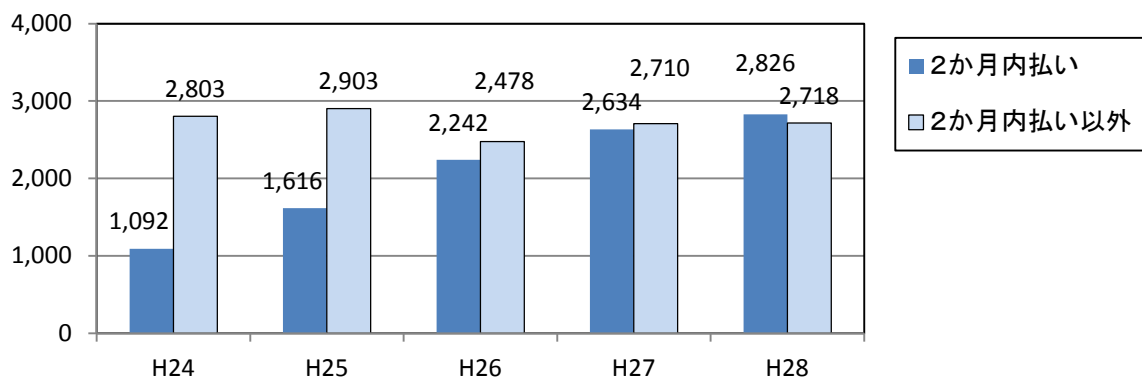
※クレジット 商品やサービスの販売代金の全部又は一部を信販会社等が立替払いし、消費者が信販会社に後払いをする販売信用のこと。

※借金契約 金融機関から金銭を借りた場合、又は借りることを前提とした相談。銀行、サラ金等の消費者ローン、クレジットカードによるキャッシング、預貯金・不動産を担保にした貸付などが該当する。

クレジット契約の形態では、「2か月内払い」が2,826件で、27年度に比べ7.3%増加し、クレジット契約全体では51.0%と半数を超えた。件数はこの5年間で約2.6倍となっているが、割賦販売法の規制対象外の取引である。

また、自動車や携帯電話等の購入に多く利用される「個別信用」は1,375件で、27年度に比べ7.0%減少した。クレジットカードの会員となって利用可能額の範囲内で商品やサービスを購入する「包括信用」は868件で27年度より15.1%増加した。

	24年度	25年度	26年度	27年度	28年度	増減%	構成比%
自社割賦	287	317	288	279	249	▲10.8	4.5
個別信用	1,256	1,324	1,269	1,479	1,375	▲7.0	24.8
包括信用	1,111	1,095	735	754	868	15.1	15.6
2か月内払い	1,092	1,616	2,242	2,634	2,826	7.3	51.0
他の販売信用	32	38	25	27	34	25.9	0.6
不明	117	129	161	171	192	12.3	3.5
合計	3,895	4,519	4,720	5,344	5,544	3.7	100.0



- ※自社割賦 販売店自ら(自社)が消費者に信用供与をしている場合。
- ※個別信用 販売店、信販会社、金融機関等三者以上にまたがる場合でクレジットカード等を利用しないもの。2か月を超えて支払う方法。
- ※包括信用 販売店、信販会社、金融機関等三者以上にまたがる場合でクレジットカード等を提示し、2か月を超えて支払う方法。
- ※2か月内払い 翌月一括払い(マンスリークリア)など、2か月未満で支払いが完了するもの。

クレジット契約をした商品・サービス別順位をみると、最も多かったのはパソコンのセキュリティソフト、出会い系サイト、オンラインゲームなどのデジタルコンテンツであり、28年度は797件で27年度の709件に比べ88件増加(12.4%増)した。インターネットの普及に伴い、決済手段としてクレジットを使う機会が増えていることをうかがわせる。

また、痩身や美顔などのエステティックサービスは、毎年上位を占めている。これは継続した施術を受けるため契約金額が高くなり、クレジットが決済手段として利用されていることが原因と考えられる。27年度、28年度と、脱毛エステ事業者の経営不安の情報等により相談件数の増加につながった。

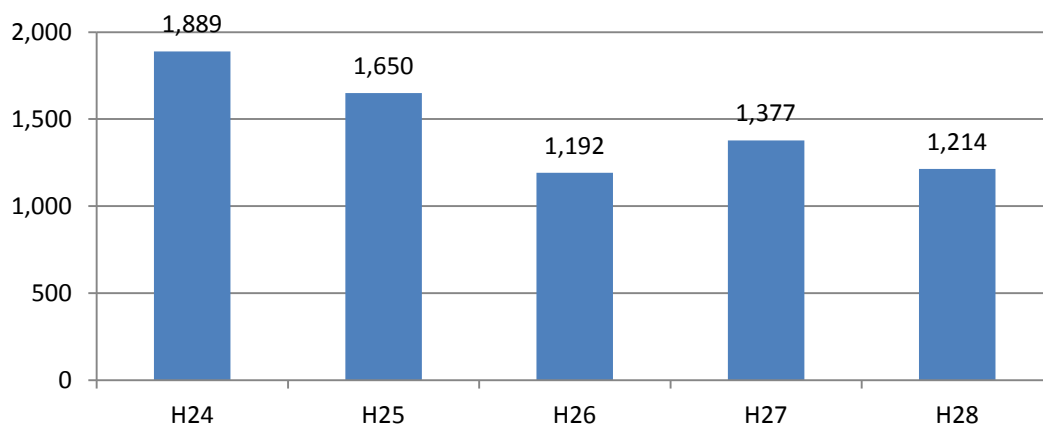
クレジット利用契約の商品・サービス上位5位

	24年度		25年度		26年度		27年度		28年度	
1	デジタルコンテンツ	487	デジタルコンテンツ	513	デジタルコンテンツ	562	デジタルコンテンツ	709	デジタルコンテンツ	797
2	四輪自動車	185	エステティックサービス	215	エステティックサービス	196	エステティックサービス	234	エステティックサービス	274
3	エステティックサービス	181	携帯電話	200	四輪自動車	177	携帯電話	209	四輪自動車	203
4	携帯電話	158	四輪自動車	178	携帯電話サービス	164	四輪自動車	194	携帯電話サービス	186
5	工事・建築	113	携帯電話サービス	155	携帯電話	154	携帯電話サービス	180	携帯電話	169
	全件数	3,895	—	4,519	—	4,720	—	5,344	—	5,544

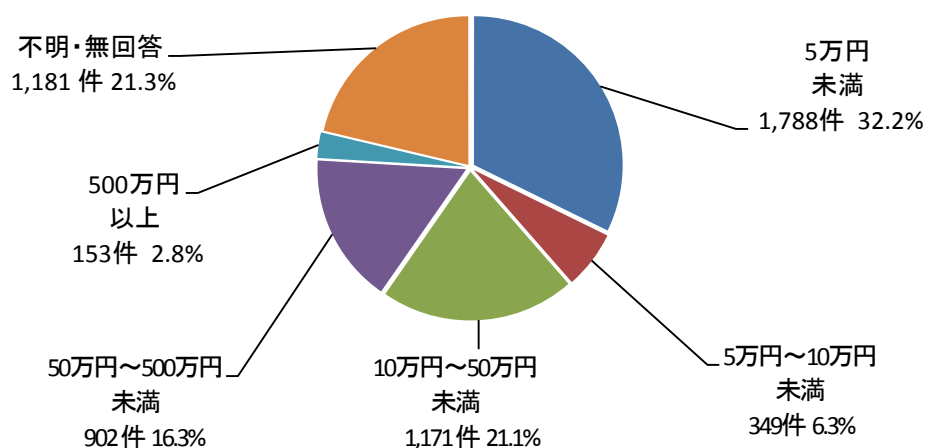
クレジット利用契約に係る平均契約購入金額は121万4千円で、27年度に比べて16万3千円減少（11.8%減）した。

平均契約購入金額が5万円未満であるクレジット利用件数は1,788件で全体の32.2%と約3分の1を占めており、比較的少額なクレジットが利用されている。

クレジット利用契約平均契約金額(千円)



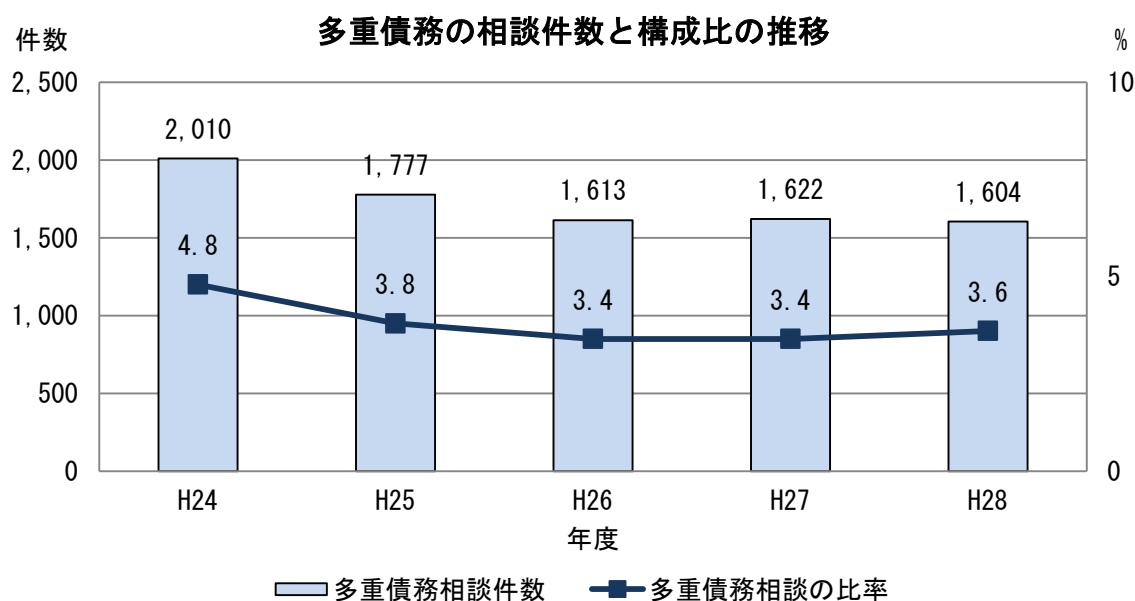
クレジット利用件数の利用金額別内訳



8 多重債務に関する相談

28年度の多重債務に関する相談件数は1,604件（構成比3.6%）で、27年度と同程度であった。22年度の3,357件をピークに減少傾向となっているが、これは平成22年6月に改正貸金業法が完全施行されたことから、借り入れ上限を定めた「総量規制」等の規制効果が現れているものと思われる。

一方、「総量規制」の対象外である銀行等のカードローンを利用し過剰な金額を借り受け、多重債務を抱えるケースが問題となっている。



契約当事者の年代別にみると、「40歳代」の割合が高い。27年度と比べ「50歳代」の相談件数が増加した一方、「30歳代」及び「40歳代」は減少している。

契約当事者の年代別件数

	28年度		27年度		増減(件)
	件数	構成比%	件数	構成比%	
70歳以上	217	13.5	205	12.7	12
60歳代	240	15.0	257	15.8	▲ 17
50歳代	283	17.6	257	15.8	26
40歳代	361	22.5	385	23.7	▲ 24
30歳代	234	14.6	258	15.9	▲ 24
20歳代	166	10.4	149	9.2	17
10歳代	2	0.1	8	0.5	▲ 6
不明	101	6.3	103	6.4	▲ 2
合計	1,604	100.0	1,622	100.0	▲ 18

職業別では「給与生活者」が最も多く、751件（46.8%）を占める。次いで「無職」が600件（37.4%）となっており、構成に大きな変化はない。

契約当事者の職業別件数

	28年度		27年度		増減（件）
	件数	構成比%	件数	構成比%	
給与生活者	751	46.8	724	44.7	27
自営・自由業	88	5.5	95	5.9	▲ 7
家事従事者	70	4.4	83	5.1	▲ 13
学生	15	0.9	15	0.9	0
無職	600	37.4	622	38.3	▲ 22
その他・不明	80	5.0	83	5.1	▲ 3
合計	1,604	100.0	1,622	100.0	▲ 18

借入金額別件数をみると、「100万円以上～500万円未満」が最も多く22.1%を占める。次いで「10万円以上～100万円未満」が20.8%となっており、構成に大きな変化はない。

借入金額別件数

	28年度		27年度		増減（件）
	件数	構成比%	件数	構成比%	
1万円未満	2	0.1	2	0.1	0
1万円以上～10万円未満	51	3.2	59	3.6	▲ 8
10万円以上～100万円未満	334	20.8	348	21.5	▲ 14
100万円以上～500万円未満	355	22.1	395	24.4	▲ 40
500万円以上～1億円未満	145	9.1	149	9.2	▲ 4
1億円以上	0	0.0	3	0.2	▲ 3
無回答	717	44.7	666	41.0	51
合計	1,604	100.0	1,622	100.0	▲ 18
平均金額	3,648,884円		4,384,156円		▲735,272円

なお、27年度の借入金額の平均金額は約365万円で、27年度の約438万円と比べ約74万円減少（16.8%減）した。

また、貸金業法に違反する「ヤミ金融」に関する相談は、28年度は54件であり、平成22年度の改正貸金業法の完全施行以来、取締りの強化により件数は減少傾向である。

ヤミ金融に関する相談件数（件）

24年度	25年度	26年度	27年度	28年度
91	85	88	70	54

9 危害・危険に関する相談

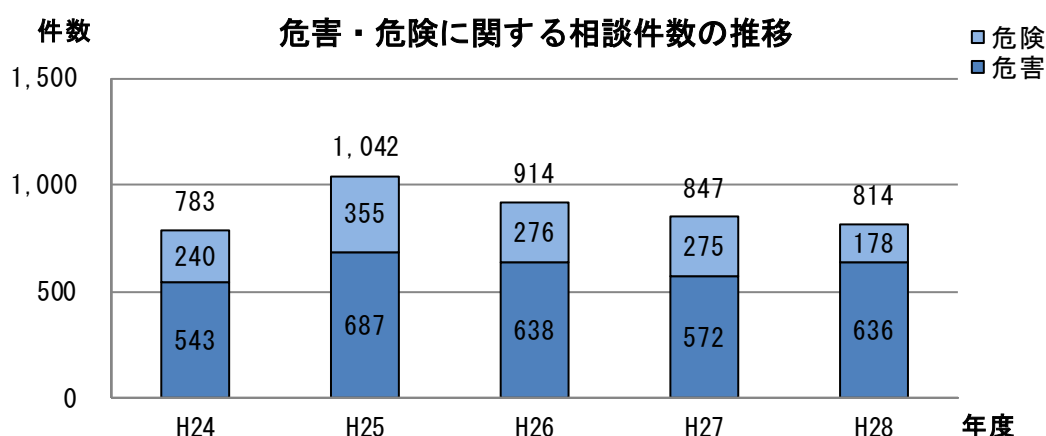
「危害」とは商品・サービスに関連して人身に被害が発生したこと、「危険」とは人身に被害が発生するおそれがあることである。

製品事故等に関する情報の収集制度は、平成19年5月14日に施行された改正消費生活用製品安全法により、消費生活用製品に係る製品事故についての製造事業者等の報告義務と、国による事故情報の公表等の措置が設けられた。

また、平成21年9月1日の消費者庁の発足に伴って消費者安全法が施行され、消費者事故等の発生情報を各行政機関（国、都道府県、市町村）が把握したときは、消費者庁に事故情報を一元的に集約し、その分析・原因究明等を行い被害の発生・拡大防止を図ることとなった。

(1) 件数の推移

28年度の危害・危険に関する相談件数は814件（危害636件、危険178件）で、27年度の847件に比べ33件減少（3.9%減）した。



(2) 危害に関する相談

28年度の危害に関する相談は636件で、27年度の572件に比べ64件増加（11.2%増）した。

このうち健康食品に関する相談が111件で最多であり、27年度の36件に比べ75件増加（208%増）した。これは、健康食品やサプリメントの定期購入に関連した相談が増加したことに伴い、商品が身体に合わず体調不良等を起こしたという相談も増加したことが要因である。

次いで美容医療や歯科治療等医療サービスに関する相談が100件であり、27年度の94件に比べ6件増加（6.4%増）した。

化粧品の相談は25年度に突出して件数が多いが、これは美白化粧品による白斑問題により、基礎化粧品に関する相談が一時的に増えたことが要因である。

事例としては、健康食品や化粧品による発疹などの皮膚障害や、医療手術や歯科治療により治療箇所に痛みを生じた、というものが多い。

危害に関する相談の推移（上位5位）

(件)

	24年度		25年度		26年度		27年度		28年度	
1	医療	79	化粧品	115	医療	122	医療	94	健康食品	111
2	化粧品	48	医療	97	化粧品	60	理美容	58	医療	100
3	理美容	45	調理食品	69	理美容	48	化粧品	52	化粧品	61
4	外食・食事 宅配	34	理美容	51	外食・食事 宅配	27	健康食品	36	理美容	49
5	健康食品	27	外食・食事 宅配	24	調理食品	22	外食・食事 宅配	27	外食・食事 宅配	26
全件数		543		687		638		572		636

危害に関する相談件数及び主な事例（上位5位）

分類	件数	構成比	主な事例
健康食品	111	17.5%	インターネット通販でお試し価格で購入したサプリメントを飲んだらお腹を下した。その後同じ商品が送られてきて定期購入契約であったことに気が付いた。
医療	100	15.7%	顔のニキビ治療のため美容外科でレーザー治療を受けたら顔が赤くなり、数か月経っても赤みが引かない。 歯科医院でインプラント治療のボルトを入れたら副鼻腔炎になった。別の病院で診察を受けたところ手術のため入院が必要と言われた。
化粧品	61	9.6%	インターネット通販で男性用基礎化粧品のお試しセットを購入したところその後も化粧品セットが届き定期コースであることが分かった。お試しのものを使用すると肌がひりひりするが規約にはその場合自己都合なので解約不可とある。 インターネット通販で注文したシミ取り石鹸を使用したら顔がひりひりして赤みが出た。
理美容	49	7.7%	親戚から紹介を受け利用していた脱毛エステで首の部分に火傷のような跡が残り痛みも生じた。
外食・食事宅配	26	4.1%	ファーストフード店で購入したフライドチキンに硬い異物が混入しており、歯が欠けた。

(3) 危険に関する相談

28年度の危険に関する相談は178件で、27年度の275件と比べ97件減少(35.3%減)した。

27年度に48件で最多であった「自動車」の相談は、28年度は14件と34件減少(71.0%減)した。

「電話機・電話用品」に関する相談は12件であり、27年度の4件と比べ8件増加(200%増)した。スマートフォンの充電中に本体や充電ケーブルが発火・発煙したというものが多い。

事例としては、電気製品の過熱・発煙・発火などが多い。

危険に関する相談の推移 (上位5位)

(件)

	24年度		25年度		26年度		27年度		28年度	
1	自動車	48	調理食品	126	自動車	49	自動車	48	食生活機器	22
2	空調・冷暖房機器	29	自動車	39	空調・冷暖房機器	16	空調・冷暖房機器	21	空調・冷暖房機器	16
3	食生活機器	16	空調・冷暖房機器	26	食生活機器	14	食生活機器	16	自動車	14
4	照明器具	13	食生活機器	19	調理食品	14	食器・台所用品	14	食器・台所用品	12
5	家具・寝具	9	他の住居品	12	菓子類	12	他の住居品	13	電話機・電話用品	12
全件数		240		355		276		275		178

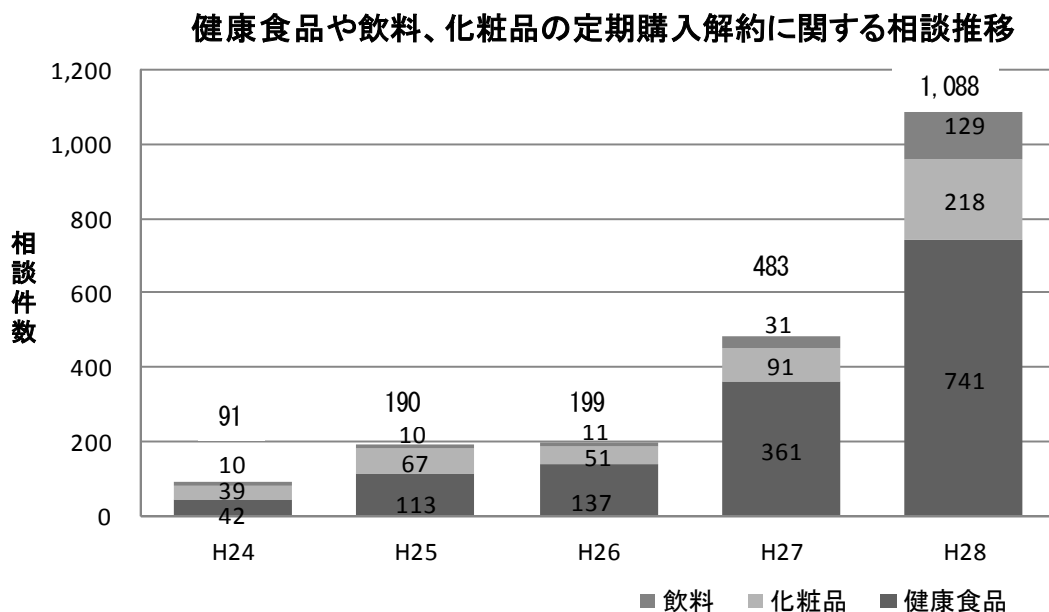
危険に関する件数及び主な事例 (上位5位)

分類	件数	構成比	主な事例
食生活機器	22	12.4%	2年ほど前ホームセンターで購入した電気湯沸しポットを使用中、煙と炎が出た。
空調・冷暖房機器	16	9.0%	オイルヒーターを使用中、上部からオイルが蒸気のように噴き出した。体調を崩してはいないが影響が不安だ。
自動車	14	7.9%	自動車を運転中、交差点前で停止しようとブレーキをかけたところ警告灯が点き完全に停止してしまった。追突事故にはならず済んだ。
食器・台所用品	12	6.7%	鍋にガラス製の蓋をして調理していたところ、パンという音とともに蓋が粉々に割れた。怪我はなかったが危険だ。
電話機・電話用品	12	6.7%	スマートフォンを充電中、コネクタが発火して敷毛布が焦げた。

Ⅲ 特徴的な相談

1 健康食品や飲料（青汁等）、化粧品の定期購入トラブルに関する相談

インターネット通販、テレビショッピング、SNS（ソーシャルネットワークサービス）及び新聞広告等を見て、「廉価なモニター価格で単品を注文したのに、自動的に定期購入になっていた」など、酵素食品を始めとする健康食品や飲料（青汁等）、化粧品の定期購入トラブルに関する相談が1,088件と、27年度の483件に比べ605件増加（125.3%増）した。このうち、健康食品の割合は68.1%、化粧品の割合は20.0%、飲料（青汁等）の割合は11.9%だった。



契約当事者の性別では、女性が860人で79.0%を占めた。また、年代別では、40歳代が277件で構成比25.5%と一番多く、次いで30歳代が210件で構成比19.3%、50歳代が184件で構成比16.9%と続く。平均年齢は42.9歳だった。なお、契約当事者の職業別では、「給与生活者」が約半分を占めている。

契約当事者の年齢別件数

年齢	件数	構成比%
70歳以上	69	6.3
60歳代	87	8.0
50歳代	184	16.9
40歳代	277	25.5
30歳代	210	19.3
20歳代	134	12.3
20歳未満	91	8.4
不明・無回答	36	3.3
合計	1,088	100.0
平均42.9歳		

契約当事者職業等別件数

職業等	件数	構成比%
給与生活者	551	50.6
自営・自由	35	3.2
家事従事者	236	21.7
学生	112	10.3
無職	116	10.7
不明	31	2.9
無回答	7	0.6
合計	1,088	100.0

契約金額別に見ると、「1万円～5万円未満」が418件で構成比38.4%と一番多く、次いで「1,000万円～1万円未満」が270件で構成比24.8%と続く。契約の初期段階で定期購入に気づくことが多く、平均契約金額は、13,295円となり、5万円を超える契約は少なかった。

契約金額別件数

金額	件数	構成比%
1,000円未満	156	14.4
1,000円～1万円未満	270	24.8
1万円～5万円未満	418	38.4
5万円～10万円未満	10	0.9
10万円～50万円未満	7	0.6
50万円～100万円未満	0	0.0
100万円以上	0	0.0
無回答	227	20.9
合計	1,088	100.0
平均金額		13,295円

相談を内容別に見ると、「インターネット通販」「解約」「電子広告」「連絡不能」「返品」の順に続く。具体的には、「定期購入であることが分かりにくい」「最低購入回数などの条件が分かりにくい」など広告表示をめぐる相談が多い。また、相談者が解約や返品を希望しても事業者が拒否するケースなどの事業者のクレーム対応に関する相談も多い。さらに、「事業者に電話を何度かけてもつながりにくい」という相談も多かった。

内容別相談件数（定期購入トラブル）（複数選択項目・上位）

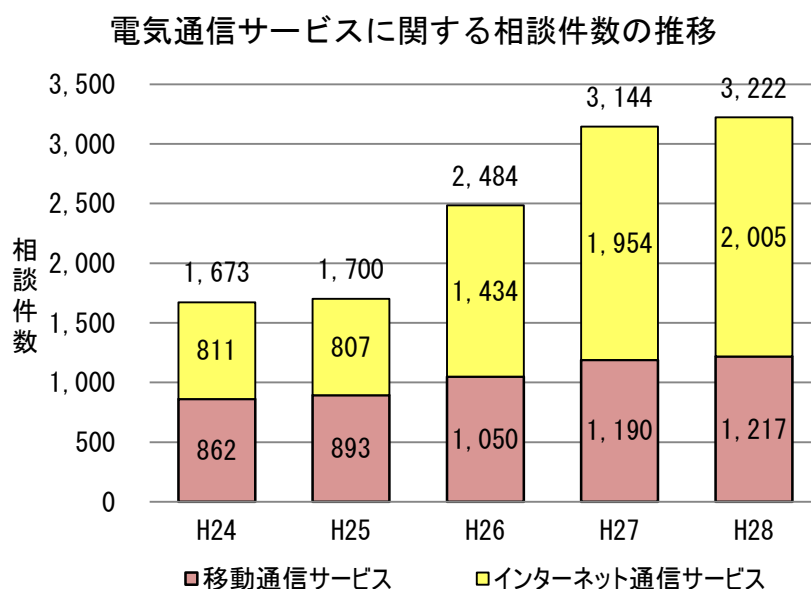
順位	内容キーワード	28年度		27年度		増減
		件数	構成比%	件数	構成比%	
1	インターネット通販	889	81.7	327	67.7	562
2	解約	843	77.5	323	66.9	520
3	電子広告	392	36.0	141	29.2	251
4	連絡不能	294	27.0	87	18.0	207
5	返品	173	15.9	68	14.1	105
6	誤解・勘違い	139	12.8	73	15.1	66
7	説明不足	135	12.4	59	12.2	76
8	瘦身	118	10.8	43	8.9	75
9	クレーム処理	102	9.4	49	10.1	53
10	解約拒否	81	7.4	41	8.5	40
全件数		1,088	-	483	-	605

2 電気通信サービス（移動通信サービス及びインターネット通信サービス）に関する相談

携帯電話やスマートフォンの普及、ブロードバンドの高容量・高速化等に伴い、各種サービスを「内容がよく分からないまま契約してしまった」等という相談が多数寄せられている。電気通信サービス（移動通信サービス及びインターネット通信サービス）に関する28年度の相談件数は3,222件で全体相談件数の7.2%を占め、4年連続の増加となった（前年度比2.5%増）。

従来、これら電気通信サービスの契約に対しては電気通信事業法上クーリング・オフ制度がなく、無条件で契約を解除することはできなかったが、平成28年5月に改正電気通信事業法が施行され、クーリング・オフ制度に似た「初期契約解除制度・確認措置」の適用が始まった。

改正法施行後は当該契約トラブルの解消が期待されているところだが、現状では、相談件数は減少していない。



※「初期契約解除制度」とは、契約書面の受領日（一部例外的な場合あり）を初日とした8日が経過するまでの間は、契約先である電気通信事業者の合意なく、消費者の申し出により電気通信サービスを契約解除できる制度で、対象は、光回線サービスや主な携帯電話サービス等である。

※「確認措置」では、店舗販売および通信販売で契約した移動通信サービスを対象に、電波のつながり具合が不十分な場合や事業者による説明等が不十分な場合は、消費者の申し出により、携帯電話等の端末も含めて電気通信サービスが違約金なしで契約解除できる。消費者は端末費用を負担する必要はない。申し出が可能な期間は最低8日で、事業者が定める。

商品・サービス別相談件数をみると、28年度は移動通信サービスのうち「携帯電話サービス」及びインターネット通信サービスのうち「他のネット通信関連サービス（セキュリティサービスやサポートサービスなどの付加サービス等）」の増加が目立つ。

商品・サービス別相談件数（電気通信サービス）

商品・サービス名	28年度		27年度		増減(件)
	件数	構成比%	件数	構成比%	
移動通信サービス	1,217	37.8	1,190	38.2	27
（携帯電話サービス）	(794)	(24.6)	(765)	(24.5)	(29)
（モバイルデータ通信）	(392)	(12.2)	(391)	(12.6)	(1)
（移動通信サービス）	(31)	(1.0)	(34)	(1.1)	(3)
インターネット通信サービス	2,005	62.2	1,954	62.8	51
（光ファイバー）	(1,243)	(38.5)	(1,242)	(39.9)	(1)
（インターネット接続回線）	(348)	(10.8)	(402)	(12.9)	(▲54)
（他のネット通信関連サービス）	(292)	(9.0)	(168)	(5.4)	(124)
（インターネット通信サービス）	(54)	(1.7)	(55)	(1.8)	(▲1)
（他のネット接続回線）	(50)	(1.6)	(60)	(1.9)	(▲10)
（ADSL）	(18)	(0.6)	(27)	(0.9)	(▲9)
	3,222	100.0	3,114	100.0	108

相談内容を具体的にみると、「解約」「説明不足」に関するものが多くなっており、「新たなプランに乗り換えれば、これまでよりも通信速度が速くなり他のサービスと併せてもトータルで料金が安くなる」などと勧誘されて契約したが、「後日届いた請求明細書を見ると安くなかった」、「気づかないうちに不要なオプションサービスを上乘せされていた」などの相談が多い。

内容別相談件数（電気通信サービス）（複数選択項目・上位）

順位	内容キーワード	28年度	
		件数	件数比%
1	解約	1,612	50.0
2	説明不足	1,040	32.3
3	電話勧誘	848	26.3
4	解約料	538	16.7
5	クレーム処理	426	13.2
6	虚偽説明	371	11.5
7	高価格・料金	361	11.2
8	難解	327	10.1
9	契約書・書面	326	10.1
10	連絡不能	298	9.2
全件数		3,222	—

契約当事者の年代別と職業別にみると、移動通信サービスでは40歳代（277件、構成比22.8%）を中心とした給与生活者が多く、また、インターネット通信サービスでは60歳代と70歳以上の相談だけで832件、構成比41.5%を占めている。

契約当事者の年齢別件数

移動通信サービス			インターネット通信サービス		
年齢	件数	構成比%	年齢	件数	構成比%
70歳以上	161	13.2	70歳以上	396	19.8
60歳代	158	13.0	60歳代	436	21.7
50歳代	189	15.5	50歳代	315	15.7
40歳代	277	22.8	40歳代	301	15.0
30歳代	179	14.7	30歳代	202	10.1
20歳代	151	12.4	20歳代	151	7.5
20歳未満	16	1.3	20歳未満	10	0.5
不明・無回答	86	7.1	不明・無回答	194	9.7
合計	1,217	100.0	合計	2,005	100.0
平均48.7歳			平均55.0歳		

契約当事者の職業等別件数

移動通信サービス			インターネット通信サービス		
職業等	件数	構成比%	職業等	件数	構成比%
給与生活者	591	48.6	給与生活者	838	41.8
自営・自由	59	4.8	自営・自由	134	6.7
家事従事者	145	11.9	家事従事者	242	12.1
学生	36	3.0	学生	26	1.3
無職	302	24.8	無職	586	29.2
不明	68	5.6	その他・不明	144	7.2
無回答	16	1.3	無回答	35	1.7
合計	1,217	100.0	合計	2,005	100.0

販売購入形態別にみると、移動通信サービスでは「店舗購入」が851件で構成比69.9%と一番多い。一方、インターネット通信サービスでは「電話勧誘販売」（820件、構成比40.9%）が一番多く、次いで「通信販売」（409件、構成比20.4%）、「訪問販売」（272件、構成比13.6%）の順となっている。

自宅において不意に電話勧誘を受け、事業者の口頭での説明内容をよく理解しないまま契約を結んでしまったケースが想起される。

販売購入形態別件数

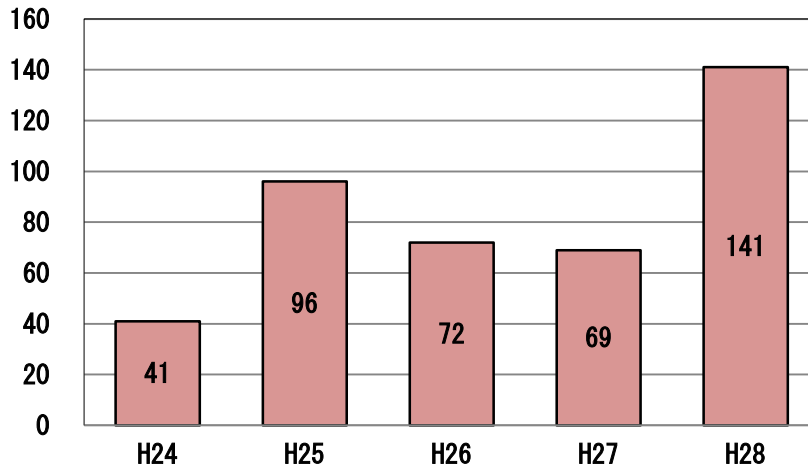
移動通信サービス			インターネット通信サービス		
形態項目	件数	構成比%	形態項目	件数	構成比%
店舗購入	851	69.9	店舗購入	263	13.1
訪問販売	33	2.7	訪問販売	272	13.6
通信販売	170	14.0	通信販売	409	20.4
マルチ・マルチまがい	1	0.1	マルチ・マルチまがい	0	0.0
電話勧誘販売	42	3.4	電話勧誘販売	820	40.9
訪問購入	1	0.1	訪問購入	1	0.0
その他無店舗	6	0.5	その他無店舗	3	0.2
不明・無関係	113	9.3	不明・無関係	237	11.8
合計	1,217	100.0	合計	2,005	100.0

3 原野商法の二次被害に関する相談

約30～40年前、山林や原野など価値が低い土地を「将来、値上がりする」などと言いつける原野商法が盛んに行われた。近年、当時の契約者やその配偶者、相続人などに対して、土地が高く売れるなどと勧誘し、そのための測量サービスなどの契約や新たな土地の購入などをさせ、費用を請求するといった手口が目立つ。

28年度は141件で、前年度に比べ倍増した。

原野商法の二次被害に関する相談件数の推移



契約当事者の性別では、男性が85人で60.3%を占めた。また、年代別では、70歳以上が98件で構成比69.5%と一番多く、次いで60歳代、50歳代と続き、この年代だけで構成比93.6%を占める。平均年齢は73.0歳で、高齢者に特有な相談となっている。

契約当事者の年齢別件数

年齢	件数	構成比%
70歳以上	98	69.5
60歳代	25	17.7
50歳代	9	6.4
40歳代	1	0.7
30歳代	3	2.1
20歳代	0	0.0
20歳未満	0	0.0
不明・無回答	5	3.6
合計	141	100.0
平均73.0歳		

また、相談を販売購入形態別に見ると、「訪問販売」（84件、構成比59.6%）及び「電話勧誘販売」（36件、25.5%）の順に多く、この両形態だけで85.1%を構成している。これらのことから、自宅にいる高齢者に事業者から勧誘が集中している様子が見えてくる。

販売購入形態別の相談件数

順位	形態	件数	構成比%
1	訪問販売	84	59.6
2	電話勧誘販売	36	25.5
3	店舗購入	3	2.1
4	通信販売	2	1.4
5	訪問購入	2	1.4
6	不明・無関係	14	10.0
全件数		141	100.0

商品別では「山林」「別荘地」「不動産仲介サービス」「土地」「測量サービス」「管理・保管サービス」の順に続く。具体的には、他県にある自己の所有地（管理に困った山林、別荘地など）の近隣に有料老人ホームが建設される計画があるので、土地を譲ってほしいなどと業者から持ちかけられこれに応じたが、そのための測量費や雑草木の刈り取り料、登記料などを請求され、さらに、いつの間にか別件の土地と交換させられていたなどの相談が多い。その後事業者と連絡が取れなくなるなど解決が難しくなっていることも多い。

商品別相談件数（原野商法の二次被害・上位10項目）

順位	商品名	28年度		27年度		増減
		件数	構成比%	件数	構成比%	
1	山林	67	47.5	31	44.9	36
2	別荘地	22	15.6	11	15.9	11
3	不動産仲介サービス	16	11.3	5	7.2	11
4	土地	8	5.7	7	10.1	1
5	測量サービス	7	5.0	5	7.2	2
6	管理・保管サービス	4	2.8	1	1.4	3
7	役務その他サービス	4	2.8	0	0.0	4
8	宅地	3	2.1	3	4.3	0
9	他の土地	3	2.1	1	1.4	2
10	広告代理サービス	3	2.1	1	1.4	2
全件数		141	100.0	69	100.0	72

契約金額別に見ると、「500万円以上」が27件で構成比19.1%と一番多く、平均契約金額が約389万円と高額に及んだ。

契約金額別件数

金額	件数	構成比%
1万円未満	0	0.0
1万円～5万円未満	1	0.7
5万円～10万円未満	5	3.6
10万円～50万円未満	22	15.6
50万円～100万円未満	26	18.4
100万円～500万円未満	22	15.6
500万円以上	27	19.1
無回答	38	27.0
合計	141	100.0
平均金額 3,889,731円		

IV 相談事例

1 取引方法ごとの相談事例

(1) 店舗販売 (13 頁参照)

【不動産貸借】

約6年間居住した賃貸アパートを退去する際に、貸主からハウスクリーニング代と畳・襖の交換費用113,000円を請求された。契約書の特約事項に「退出時には、ハウスクリーニング、襖、畳、内壁の原状回復費用を負担すること。」と記載されている。きれいに居住していたので、畳・襖を交換しなくてはならない状況ではない。敷金116,000円とほぼ同額であることについても不信感を持っている。支払わなければならないのか。

(請求金額：113,000円) (30歳代・男性・給与生活者)

- * 賃貸住宅のトラブルでは、退去時における原状回復費用や敷金等の返還についての相談が寄せられています。

国土交通省では、「原状回復をめぐるトラブルとガイドライン」を公表しています。

【フリーローン・サラ金】

銀行カードとクレジットカードでキャッシングを繰り返し、債務総額が400万円程になっている。1か月あたり12万円の返済の目途が立たなくなってしまった。どうしたらよいか。

(債務総額：400万円) (50歳代・男性・無職)

- * 借金契約では、多重債務に関する相談が寄せられています。また、銀行のカードローンに関する相談も増えています。

【携帯電話サービス】

約1か月前に店舗に出向き、格安スマホに乗換えた。担当者は「いつでも何でも店舗で対応するので相談してくれ。」「契約書は10日位で届く。」と言っていた。担当者に通信料が分かるアプリをダウンロードしてもらい帰宅した。ダウンロードしたアプリが消えてしまったので、店舗に問い合わせると「担当者でなければ分からない。」と言われ、その後連絡もない。コールセンターは常に通話中でつながらない。契約書面も届かず、詳細な契約内容もわからない。3年間解約できないといわれたが、解約したい。

(1年目月額料金3,490円+通話料) (20歳代・女性・給与生活者)

- * 格安スマホを利用する消費者の増加に伴い、格安スマホに関する相談が寄せられています。

【四輪自動車】

2年前に購入した自動車の燃費データに、不正改ざんがあるとの報道があった。昨日、10万円の補償金が決定したと販売店から報告があった。10万円の算定基準を尋ねても、担当者は回答に詰まる状態である。メーカーからの一方的な提示で納得できない。返品したい。

(30歳代・女性・給与生活者)

* 自動車メーカーによる燃費偽装問題に関連した相談が寄せられました。

【工事・建築】

住宅展示場に行き、気に入った業者と新築住宅請負契約を交わした。古い家の解体工事もあったので、約4,000万円の契約金のうち1,000万円を支払い済みである。古い家を解体した状態で、この業者が民事再生法の申立てを行った。業者は最後まで工事をするとやっているが、解約したほうがよいか。住宅完成保証保険契約に今からでも加入できるか。今後どうすればよいか。

(契約金額：4,000万円・既支払額：1,000万円)

(50歳代・男性・給与生活者)

* 住宅の売買契約や新築工事の請負契約に関する相談では、契約締結した後、消費者、事業者のいずれかの事情が変更になりトラブルになった相談や、追加料金が発生して納得ができないという相談が寄せられています。

(2) 訪問販売 (13頁参照)

【工事・建築】

電話勧誘で排水管清掃を3,000円で業者に依頼した。清掃中に、「ついでに床下を点検する。」と言って、カメラで撮影した画像を見せられた。「基礎のコンクリートにひびが入っている。そのまま放置すると家が傾く可能性がある。」
「特に浴槽下の防水パンが割れて水漏れしているため、湿気がひどく、基礎の土台もいつまでもつかわからない。」と言われた。さらに、「ひびには、高価だが鉄の10倍の強度の補強材を使えば大丈夫。」「今なら他の現場で余った補強材を安く使える。契約するか今すぐ返事をしてほしい。」と言われ、その日に契約をしてしまった。事実かわからない説明で不安にさせられ、契約をせかされた。高額だと思うので、減額してほしい。

(契約金額：230万円) (70歳代・男性・給与生活者)

* 無料で点検をしてもらい、不安をあおられて高額な工事を契約してしまったという相談が寄せられています。

【テレビ放送サービス】

一人暮らしを始めた息子のアパートに公共放送の勧誘員が訪ねてきた。息子は契約内容についてよく理解できないまま、強引に契約させられた。テレビを持っていないので、解約したい。

(相談者: 50歳代・女性・家事従事者) (契約者: 20歳代・男性・給与生活者)

- * 公共放送については、パソコンや携帯電話等で受信できる状況にある場合の勧誘の仕方への苦情が寄せられています。

【新聞】

高齢で独居の母宅に新聞勧誘員が来た。断っても帰らずに勧誘を続けられ、母は怖くなって、2年後から1年間の購読契約をした。その後、新聞店に契約の取消しを申し出て了承されたが、不信感が消えない。

(相談者: 50歳代・女性・給与生活者) (契約者: 80歳代・女性・無職)

- * 日本新聞協会・新聞公正取引協議会では、「新聞購読契約に関するガイドライン」で、不適切な契約が行われていた場合など、購読者にやむを得ない正当な理由があれば、解約できることを定めています。

【インターネット接続回線】

電気通信事業者の代理店販売員が来訪し、インターネット光回線、プロバイダ、光電話の契約を勧められた。現在、使用している電話番号はそのまま使えるといわれたので契約した。ところが、屋内配線工事終了後に、工事担当者から「新しい電話番号になる」と言われた。解約したい。

(60歳代・女性・家事従事者)

- * 勧誘時の説明が不十分なまま契約してしまい、解約したいという相談が寄せられています。

【修理サービス】

訪問した業者から、「2年前の大雪による被害には火災保険がおりるので、自己負担なしで雨どいの修理ができる。」と言われた。業者が保険会社に電話をかけたので、私は業者の指示通りに保険会社と話をした。その後、保険会社から郵送された書類に必要事項を記載し、業者に渡した。保険会社の現地調査にも業者が立ち会った。保険金はおりにることになったが、保険会社からの連絡で、業者が私と偽って保険金額について保険会社に問い合わせをしていたことが分かった。不審な点が多く、契約書も渡されていない。解約したい。

(保険金額99万円) (40歳代・男性・給与生活者)

- * 火災保険を利用して自己負担なしで自宅の修理ができると勧誘されたが、契約内容等が不審であるという相談が寄せられています。

(3) 通信販売 (14頁参照)

【デジタルコンテンツ】

スマートフォンに、利用した覚えのない有料サイトの利用料を支払うようにSMSメールがきた。訴訟を起こすとの記載があったので、事業者に電話したところ、コンビニで5万円のプリペイドカードを購入し番号を教えるように言われた。指示されたとおりにし、住所、電話番号、生年月日も教えてしまった。その後、事業者の弁護士と名乗る人から電話があり、「訴訟を起こすことにした。いやなら15万円のプリペイドカードを購入して連絡するように。」と言われた。手持ちがないので明日払うと答えたが、だまされたことに気が付いた。今後の対処方法を教えてほしい。

(請求金額：20万円) (50歳代・男性・給与生活者)

- * SMSを利用した「架空請求」の相談が寄せられています。不特定多数にメールを送信し相手に連絡を取らせる手口です。また、お金の引き渡し的手段として、コンビニでプリペイドカード等を購入させる手口がみられます。

【電子マネー】

広告で「買取率95%」となっていたので、インターネットの買い取りサイトで電子マネーギフト券45,000円分を売却したが、11,000円にしかなかった。売却の際、利用規約は確認していなかった。買い取り事業者に苦情を伝えたところ、「95%は買取率の最大値であって、適用には条件がある。利用規約にも書いてある。」と言われた。キャンセルを申し出たが、「買取後のキャンセルは認められない。規約にも書かれている。」と断られた。事業者の対応は冷たく、とても不満だ。

(売却金額11,000円) (30歳代・男性・給与生活者)

- * 電子マネー等現金以外の取引に関する相談が増加しています。また、わかりづらい広告表示についての相談も寄せられています。

【健康食品】

スマートフォンの広告を見て、お試しのつもりで青汁を650円で購入した。飲んでみると体にあわず下痢になった。2回目を送られてきて定期購入だと気が付き、業者に電話をし体にあわないことを伝えたが、「3回購入しないと解約できない。」「服用量を減らしてみるように。」と言われた。服用量を減らしても下痢になり、3回目の支払い後、解約したいと電話をした。しかし、4回目も購入してもらおうと言われた。体にあわないので解約したい。

(支払い済み額：8,166円) (30歳代・女性・無職)

- * 健康食品や化粧品を「お試し」で1回だけ申し込んだつもりが2回目が届き、事業者にお問い合わせると「定期購入なので、決められた回数を購入してからでない」と解約できない」と言われたという相談が寄せられています。

【興信所】

知らない会社から電話があり、「アダルトサイトに登録があり未払いになっている。裁判手続きに入っていて数百万円になるが、和解すれば減額できる。」と言われた。おかしいのではないかと言ったところ、相手が怒り出し「裁判にする。」と電話を切られた。心配になりネットで「消費者センター」と検索し、表示された調査会社に電話で相談をした。その調査会社からは、「アダルトサイトには支払わなくてよいが、裁判になると大変なことになる。54,000円で解決できる。」と言われ依頼することにした。コンビニのFAXで契約書を受け取り署名して返信した。今日中でないと間に合わないといわれ、すぐに料金も振り込んだ。その後、ネット上でアダルトサイトの二次被害についての記載を見て、だまされたことに気が付いた。どうしたらよいか。

(支払い済み額：54,000円) (30歳代・女性・給与生活者)

- * 架空請求について相談しようと、インターネットで「消費者センター」と検索し、表示された相手に連絡を取ったところ、さらに解決手数料を請求されたなどの二次被害の相談が寄せられています。

(4) 電話勧誘販売 (14 頁参照)

【インターネット接続回線】

プロバイダの料金が安くなると、A社から電話勧誘があった。安くなるならと申し込み、設定等を終了した。利用していたプロバイダB社に解約を申し出たところ、2年契約なので、解約料が15,000円かかることが分かった。A社と契約した時には解約料の説明はなかった。解約料がかかるなら、A社と契約はしなかった。A社と解約したい。

(解約料：15,000円) (20歳代・男性・給与生活者)

- * 電気通信サービスの契約では、勧誘時の説明が十分ではなかった、内容をよく理解しないまま契約をしてしまった、という相談が寄せられています。

【仮想通貨】

事業者Bと事業者Cからそれぞれ電話があり、「選ばれた人にしか届かない青い封筒が届いていないか。届いていたら7万円で買い取りたい。」と言われた。その後、実際にA社から青い封筒が届いた。暗号通貨の申込書のようなのだが、7万円で買い取る価値があるとは思えず不審に思った。どうしたらよいか。暗号通貨とは何か。

(買い取り価格：7万円) (60歳代・女性・家事従事者)

- * 「仮想通貨」は、決済手段として利用される機会が増えています。一方、仮想通貨の仕組みがよくわからないまま投資目的の勧誘を受け、トラブルが生じたという相談も寄せられています。

【固定電話サービス】

現在使用中のアナログ回線が間もなく使用できなくなるので、光回線にする必要があると、契約中の電話会社を名乗る者から電話があった。不審に思い電話を切った。念のため、契約中の電話会社に問い合わせたところ、アナログ回線サービスの終了予定はなく、そのような案内もしていないとのことだった。何か契約をしたことになっていないか不安である。

(60歳代・男性・無職)

- * 大手通信事業者やその正規代理店であると名乗ったが、実際は違っていたという相談が寄せられています。

(5) マルチ・マルチまがい販売 (15頁参照)

【オンラインカジノのアフィリエイト】

SNSでオンラインカジノのアフィリエイトのことを知り、説明会に参加した。説明を聞いて契約を決め、契約金20万円をクレジットカードで支払った。元が取れなかった分は、2年後には返金されると説明された。契約書はない。最近になって、返金のためには、セミナーへの参加や、ブログでの勧誘活動等が必要であるなど、説明会では説明されなかった条件があることが分かった。解約を申し出たところ、解約には応じるが返金はできないという返事であった。返金を希望している。

(契約金額：20万円) (20歳代・男性・給与生活者)

- * 簡単に稼げると説明を受け契約したものの、実際は説明と違ったという相談が寄せられています。なお、オンラインカジノでギャンブルをした場合、賭博罪に該当する可能性もあります。
- * 「アフィリエイト」とは、商品広告を自分のウェブサイト上に掲載し、その広告をクリックした人が商品を購入した場合、広告主から報酬を得られるシステムをいう。

(6) ネガティブ・オプション (15 頁参照)

【送り付け商法】

宅配便が届き、差出人を確認しないで、代引き配達で荷物を受け取った。開梱したら注文した覚えのないサプリメントで、差出人にも心当たりがなかった。返品し返金してもらいたい。

(支払額：3,980円) (70歳代・男性・無職)

- * 申し込んでいないのに商品を一方的に送りつけられ、代金を請求されたという相談が寄せられています。

(7) 訪問購入 (16 頁参照)

【古着・貴金属】

「どんな洋服でも買い取る。」と電話があり、業者の来訪を許した。夕方、業者が来訪したので、洋服、靴、バッグを見せたが、「値段がつかない。」と言われた。業者に「貴金属はないか。」と聞かれ、ないと答えたが帰る気配がないので。アクセサリ数点を見せた。結局、合計11,000円でアクセサリを買い取っていったが、返してほしい。

(買い取り額：11,000円) (50歳代・女性・給与生活者)

- * 断っても帰らない、古着を回収するという話だったのに貴金属を要求してくるなど、強引な勧誘に対する相談が寄せられています。

2 その他の相談事例

【エステティックサービス】

1か月前に、エステサロンに出向き、48回施術を行う全身美肌脱毛の契約をした。契約額は418,000円で、支払い回数36回のクレジットで支払った。現在までに1回の施術を行った。2日前に、当該エステサロンが業務停止処分を受けたことを知った。不安なので解約したい。

(契約金額：418,000円) (20歳代・女性・給与生活者)

- * 大手のエステサロンの業務停止命令 (のちに倒産) に関連し、解約に関する相談が寄せられました。

【海外パッキングツアー】

7か月後に出発する海外ツアーについて、ネットで申し込みをした。申し込んだ旅行会社から、支払いを催促するメールが届いたので、クレジットカードの翌月一括払いで105万円を支払った。ところが、支払った1か月後に、その旅行会社が営業を停止したと報道があった。何度も旅行会社に電話をしたが繋がらない。どうしたらよいか。

(契約金額：105万円) (50歳代・男性・無職)

- * 大手の旅行会社が倒産し、解約に関する相談が寄せられました。

【原野商法の二次被害】

相続した他県にある山林について、老人ホーム建設のため買い取りたいと勧誘電話が入った。説明を聞き売却書面を取り交わした。売却にあたり調査が必要との説明で30万円を支払った。数か月後に、確認のため事業者に電話をしたところ、連絡がつかなくなった。

(支払い済み額：30万円) (50歳代・女性・給与生活者)

- * 原野商法の被害者に対して、土地を処分するために必要だからと、高額な測量代、広告費、手数料を請求する二次被害に関する相談が寄せられています。

【光回線のオプションサービス】

数年前にチラシを見て光回線の契約をした。引越しをすることになり、契約内容を見直していたところ、契約をした覚えのないオプションサービスが付いていることに気が付いた。オプションサービス代として、毎月1,998円をクレジットの引き落としで支払っていた。返金を求められないか。

(支払い済み額：65,934円) (20歳代・男性・給与生活者)

- * 光回線等の主契約に契約した覚えのないオプションサービスが付加され、気付かずに料金を支払っていたという相談が寄せられています。

【携帯電話サービス】

店舗で、販売員から「現在使用しているフィーチャーフォンとほぼ同じ利用料で、スマートフォンとタブレットの2台が使える。」と説明があったので、機種変更契約をした。ところが、実際の請求金額は機種変更前の2倍であった。説明と違うので解約したい。

(変更前月額利用料：7,000円、変更後月額利用料：14,000円)

(30歳代・女性・無職)

- * 説明された内容と違っている、不要な契約をさせられていたなどの相談が寄せられています。

【電力小売自由化】

3日前にCATV会社が「共同アンテナの点検」と言い来訪した。玄関先で話を聞いていたが、気が付くとケーブルテレビ視聴と電力会社切り替えの契約をしてしまった。キャッシュカードを渡し、事業者が持参した端末に通したので、口座振替の手続きも完了したと思う。このとき渡された冊子にクーリング・オフの方法が記載されていた。クーリング・オフできるか。

(50歳代・男性・給与生活者)

- * 平成28年4月1日より電力小売の全面自由化が始まりました。それに伴い、様々な事業者が勧誘を行い、「契約してしまったが解約したい」という相談が寄せられました。

【ガス小売自由化】

ガス小売全面自由化をきっかけに、現在契約中の都市ガス会社に、電気とガスのセット契約のシュミレーションをしてもらった。年間16,000円安くなるといわれたが、本当に信用できるだろうか。後になって話が違うということにならないか心配だ。

(60歳代・女性・家事従事者)

- * 平成29年4月1日のガス小売の全面自由化に伴い、様々な事業者による勧誘が行われていますが、消費者からは事業者や契約内容に関する相談が寄せられました。

【マイナンバー】

個人年金型生命保険を契約している生命保険会社から、マイナンバーを届け出るよう通知が届いた。プライバシーにかかわることなので、届け出たくない。届け出は必須なのか。

(70歳代・男性・無職)

- * 証券会社、保険会社、銀行等からマイナンバーを提示するよう求められ、不安に感じるといふ相談が寄せられています。

V 参考資料

表1 商品・サービス別分類表（問い合わせ等除く）

商品大分類		28年度	27年度	増減%	増減の主な要因
A	商品一般	1,790	1,781	0.5	
B	食料品	2,351	2,124	10.7	通信販売による健康食品の定期購入トラブルに関する相談の増
C	住居品	1,692	1,848	▲ 8.4	
D	光熱水品	630	592	6.4	
E	被服品	1,598	1,770	▲ 9.7	
F	保健衛生品	1,076	1,007	6.9	
G	教養娯楽品	3,248	3,550	▲ 8.5	
H	車両・乗り物	1,236	1,221	1.2	
I	土地・建物・設備	1,694	1,651	2.6	
J	他の商品	57	61	▲ 6.6	
K	クリーニング	246	290	▲ 15.2	
L	レンタル・リース・貸借	2,390	2,371	0.8	
M	工事・建築・加工	1,645	1,658	▲ 0.8	
N	修理・補修	758	671	13.0	雨樋の修理（火災保険の適用があるので無料でできると言われた等）に関する相談の増
O	管理・保管	129	94	37.2	コインパーキングの料金に関する相談の増
P	役務一般	112	141	▲ 20.6	
Q	金融・保険サービス	3,320	3,939	▲ 15.7	フリーローン・サラ金に関する相談の減
R	運輸・通信サービス	13,240	15,221	▲ 13.0	アダルト情報サイトの架空請求に関する相談の減
S	教育サービス	256	281	▲ 8.9	
T	教養・娯楽サービス	1,551	1,482	4.7	
U	保健・福祉サービス	1,969	1,841	7.0	
V	他の役務	2,517	2,277	10.5	保険申請代行サービスに関する相談の増 架空・不当請求の二次被害に関する相談の増
W	内職・副業	324	254	27.6	SNSを通じた若年層のアフィリエイトに関する相談の増
X	他の行政サービス	130	211	▲ 38.4	
Z	他の相談	520	699	▲ 25.6	
	計	44,479	47,035	▲ 5.4	

表2 契約当事者の居住市町村別件数（問い合わせ等除く）

市町村名	28年度	27年度	市町村名	28年度	27年度	市町村名	28年度	27年度
さいたま市	8,776	9,130	朝霞市	760	726	滑川町	78	77
川越市	2,265	2,408	志木市	428	397	嵐山町	75	73
熊谷市	1,252	1,378	和光市	579	614	小川町	167	171
川口市	3,241	3,408	新座市	1,192	1,180	川島町	92	113
行田市	470	473	桶川市	425	407	吉見町	97	82
秩父市	306	349	久喜市	694	733	鳩山町	75	93
所沢市	1,855	1,932	北本市	405	460	ときがわ町	73	69
飯能市	440	547	八潮市	430	409	横瀬町	27	34
加須市	585	611	富士見市	785	805	皆野町	35	33
本庄市	353	361	三郷市	531	550	長瀬町	26	28
東松山市	536	571	蓮田市	390	405	小鹿野町	39	34
春日部市	1,358	1,561	坂戸市	526	624	東秩父村	10	10
狭山市	1,090	1,086	幸手市	266	271	美里町	65	66
羽生市	237	236	鶴ヶ島市	490	398	神川町	37	67
鴻巣市	594	641	日高市	324	344	上里町	151	144
深谷市	672	746	吉川市	296	353	寄居町	168	239
上尾市	1,485	1,530	ふじみ野市	674	778	宮代町	150	183
草加市	1,085	1,086	白岡市	268	271	杉戸町	239	255
越谷市	1,709	1,739	伊奈町	183	196	松伏町	148	159
蕨市	341	368	三芳町	206	231	県内その他	824	1,295
戸田市	717	763	毛呂山町	183	183	県外	1,304	1,284
入間市	1,155	1,191	越生町	42	76	合計	44,479	47,035

表3 相談者の居住市町村別件数（問い合わせ等除く）

市町村名	28年度			27年度		
	県受付	市町村受付	計	県受付	市町村受付	計
	件数	件数	件数	件数	件数	件数
さいたま市	955	7,987	8,942	1,082	8,197	9,279
川越市	1,320	974	2,294	1,487	971	2,458
熊谷市	683	590	1,273	827	559	1,386
川口市	1,366	1,904	3,270	1,494	1,949	3,443
行田市	180	293	473	210	279	489
秩父市	63	250	313	70	283	353
所沢市	390	1,478	1,868	385	1,533	1,918
飯能市	103	347	450	148	415	563
加須市	163	424	587	216	410	626
本庄市	141	206	347	182	189	371
東松山市	167	384	551	237	338	575
春日部市	939	435	1,374	1,130	453	1,583
狭山市	162	946	1,108	186	917	1,103
羽生市	86	149	235	96	138	234
鴻巣市	224	387	611	232	422	654
深谷市	360	317	677	409	332	741
上尾市	230	1,265	1,495	298	1,253	1,551
草加市	284	820	1,104	305	802	1,107
越谷市	477	1,272	1,749	444	1,338	1,782
蕨市	161	183	344	178	190	368
戸田市	180	545	725	191	582	773
入間市	118	1,063	1,181	154	1,063	1,217
朝霞市	146	614	760	170	564	734
志木市	121	311	432	125	284	409
和光市	112	479	591	116	511	627
新座市	179	1,034	1,213	174	1,025	1,199
桶川市	97	333	430	150	271	421
久喜市	319	386	705	369	378	747
北本市	129	291	420	160	315	475
八潮市	109	320	429	106	307	413
富士見市	222	589	811	260	569	829
三郷市	193	349	542	213	347	560

	28 年度			27 年度		
	県受付	市町村受付	計	県受付	市町村受付	計
市町村名	件数	件数	件数	件数	件数	件数
蓮田市	158	235	393	151	255	406
坂戸市	220	300	520	273	354	627
幸手市	135	127	262	153	117	270
鶴ヶ島市	145	361	506	129	274	403
日高市	123	211	334	141	212	353
吉川市	122	171	293	170	192	362
ふじみ野市	160	524	684	196	590	786
白岡市	116	163	279	125	157	282
伊奈町	73	116	189	105	105	210
三芳町	84	128	212	95	139	234
毛呂山町	134	48	182	136	49	185
越生町	31	12	43	54	22	76
滑川町	43	35	78	54	31	85
嵐山町	47	30	77	47	33	80
小川町	79	87	166	69	113	182
川島町	55	34	89	73	40	113
吉見町	48	51	99	48	33	81
鳩山町	56	19	75	81	15	96
ときがわ町	34	41	75	26	45	71
横瀬町	6	21	27	8	24	32
皆野町	8	28	36	11	23	34
長瀨町	8	20	28	8	21	29
小鹿野町	8	34	42	10	25	35
東秩父村	7	3	10	7	4	11
美里町	48	16	64	51	17	68
神川町	27	13	40	37	31	68
上里町	68	88	156	57	88	145
寄居町	80	91	171	129	115	244
宮代町	101	54	155	144	42	186
杉戸町	156	87	243	181	80	261
松伏町	65	86	151	66	97	163
県内その他	273	668	941	436	892	1,328
県外	225	330	555	244	297	541
合計	13,322	31,157	44,479	15,319	31,716	47,035

用語の解説

(商品・役務等)

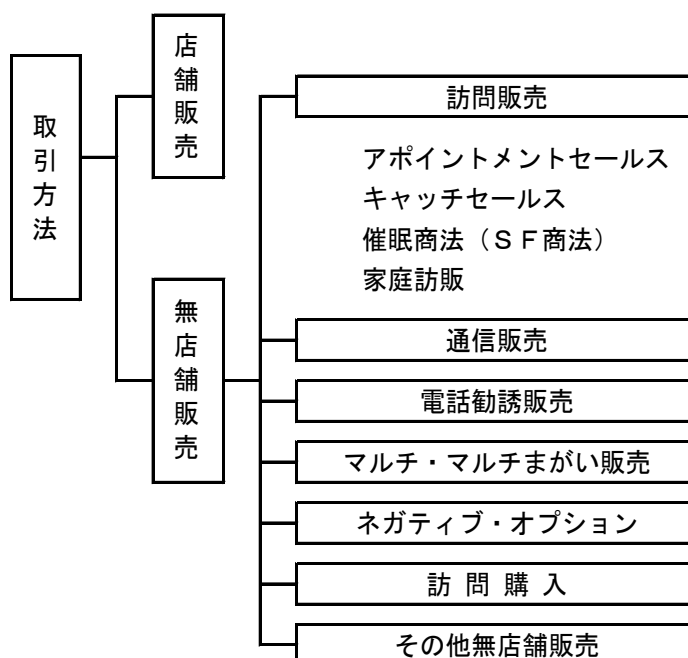
用語	説明
商品一般	その商品・サービスが何なのか消費者が知らないものや特定できないもの。
保健衛生品	人の身体を清潔にし、美化し、または健康を保ち、疾病を治療するために使用される商品。医薬品、医療用具、化粧品など。
教養娯楽品	主として教養、事務または娯楽・趣味の目的で使用される商品。パソコン、電話機、音響・映像製品、スポーツ用品など。
運輸・通信サービス	旅客・貨物運送サービス及び電話、放送、インターネット等の通信サービス。
移動通信サービス	携帯電話サービスやPHSサービス等およびモバイルデータ通信サービス。
インターネット接続回線	光ファイバーやADSL等の通信回線やプロバイダのサービス。
デジタルコンテンツ	インターネットを通じてのサイトの利用。アダルト情報サイト、出会い系サイト、オンラインゲーム、音楽配信サイト、投資情報サイト、占いサイト、懸賞サイトなど。
複合サービス会員	旅行、飲食店、映画等が安くなるなどの特典をうたった会員サービス。
ファンド型投資商品	運用者が資金を集め、運用し、そこから生じる収益等の配当を出資者に分配するもの。いわゆる集団投資スキームのほか、預託契約などを含む。

(販売方法・手口等)

用語	説明
訪問販売	事業者の店舗や営業所以外の場所での販売。家庭訪販、キャッチセールス、アポイントメントセールス、催眠商法・SF商法など。
家庭訪販	販売業者が消費者宅を訪問し、商品やサービスを販売する方法。家庭を訪問して勧誘する販売方法。
キャッチセールス	路上でアンケートなどと呼び止め、店舗や喫茶店等に連れていき、商品やサービスを販売する方法。
アポイントメントセールス	電話などで、販売目的を隠したり非常に有利な条件を示したりして店舗等に呼び出し、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等を販売する方法。
催眠商法・SF商法	消費者を閉め切った会場等に集めて、日用品などをただ同然で配って雰囲気盛り上げた後に、高額な商品の契約を結ばせる販売方法。
マルチ・マルチまがい販売	販売組織の加入者が消費者を当該販売組織に加入させることによってマージンが得られるしくみの取引。これを繰り返すことにより、販売組織がピラミッド式に拡大していく。
ネガティブ・オプション (送りつけ商法)	契約を結んでいないのに商品を勝手に送りつけ、受け取ったことで、支払い義務があると消費者に勘違いさせて代金を支払わせようとする商法。
訪問購入	購入業者が、消費者の自宅等営業所等以外の場所において、売買契約の申し込みを受け、または売買契約を締結して物品等を購入する方法。
業務提供誘引販売	事業者が提供、あつせんする仕事をすれば収入が得られると勧誘し、その仕事に必要な商品やサービスを契約させる方法。
特定継続的役務販売	エステティック、語学教室、家庭教師、学習塾、パソコン教室、結婚相手紹介サービスのうち5万円を超え、一定期間継続する契約。
不当請求	不当な請求。架空請求、ワンクリック請求など。

架空請求	身に覚えのない代金の請求。
ワンクリック請求	メールやホームページにおいて、クリックする前に利用料金や利用規約等について明確な説明がない状況で、クリックを促し料金を請求する手口。
利殖商法	「値上がり確実」「必ずもうかる」など、利殖になることを強調して、未公開株、ファンドなどへの投資や出資を勧誘する商法。
劇場型勧誘	複数の人物が役割りを分担し、消費者があたかも得をするように信じ込ませて実体不明の金融商品などを買わせる手口。未公開株、社債、実態不明のファンドや金融商品まがいの権利等。「利殖商法」のトラブルに多くみられる。
不招請勧誘	訪問販売や電話勧誘販売及びネガティブ・オプションなど消費者が希望していないのに行われる勧誘。
二次被害	一度被害にあった人を再び勧誘して、二次的な被害を与えること。

取引方法の体系



PIO-NET に登録した情報の分類について

◎相談種別

PIO-NET に登録する相談情報は、まず、「苦情」「問合せ」「要望」の相談種別に分類されます。

当年報では、全体の受付件数（1～3頁）は、「苦情」「問合せ」「要望」の合計で表し、4頁以降については「苦情」のみを対象に分析したものを記載しています。

◎相談の分類

PIO-NET に登録する相談情報は、相談の主体となる商品・役務（サービス）等を分類する「商品・役務等別分類」（商品別分類）、その商品・役務等の相談内容を分類する「内容別分類」によっても分類しています。

◎当年報では、上記の分類に契約者年齢や取引方法別などの情報を掛け合わせて分析を行っています。

なお、データは平成 29 年 4 月末日現在 PIO-NET に登録されている情報を基にしています。

*PIO-NET：パイオネット。国民生活センターと全国の消費生活相談センターをオンラインネットワークで結んだシステム。Practical Living Information Online Network System の略。

この年報に関する問合せは
下記までお願いします。

埼玉県消費生活支援センター
相談担当

Tel:048-261-0978

埼玉県消費生活支援センターのホームページ
にも掲載しています。

埼玉県 消費生活 年報

で

検索

または <http://www.pref.saitama.lg.jp/b0304/nenpou/>