

令和元年度
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)

令和2年7月
埼玉県消費生活支援センター

※この年報のデータは令和2年4月末日現在PI0-NETに登録されている情報を基にしています。

※PI0-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。

※原則、年号は省略しています。元年度は令和元年度、30年度は平成30年度を表します。

※パーセンテージの記載は端数処理の関係上合計が100.0%にならない場合があります。

PI0-NETに登録した情報の分類について

◎相談種別

PI0-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

PI0-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。

令和元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。

令和元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53,997件でした。

- ・ 前年度58,683件に比べ4,686件（8.0%）の減少となりました。
- ・ このうち、苦情は50,270件で総件数の93.1%を占め、前年度55,210件に比べ4,940件（8.9%）減少しました。（⇒P 1）

2 通信販売での定期購入に関する相談件数が2.1倍になりました。

- ・ 前年度1,803件に比べ1,916件（106.3%）増加し、元年度は3,719件の相談が寄せられました。特に、若者や男性からの相談が増加しています。
- ・ 「お試し」で注文したつもりが定期購入であったという相談、事業者と連絡が取れず解約できないという相談などが多数寄せられました。

（⇒P 35）

3 マルチ・マルチまがいに関する若者の相談が増加しています。

- ・ 29歳以下の若者からの相談が、前年度250件に比べ122件（48.8%）増加し、元年度は372件寄せられました。特に、成年年齢に達したばかりの若者に集中しています。
- ・ 扱っている商品は、バイナリーオプションなど投資関連の儲け話等の情報が主流となっています。（⇒P 37）

4 新型コロナウイルスに関連する相談が多数寄せられました。

- ・ 新型コロナウイルスの感染拡大にともない、令和2年1月から3月までの3か月間で487件の相談が寄せられました。
- ・ マスクに関する相談、旅行や結婚式の解約に関する相談などが寄せられました。（⇒P 39）

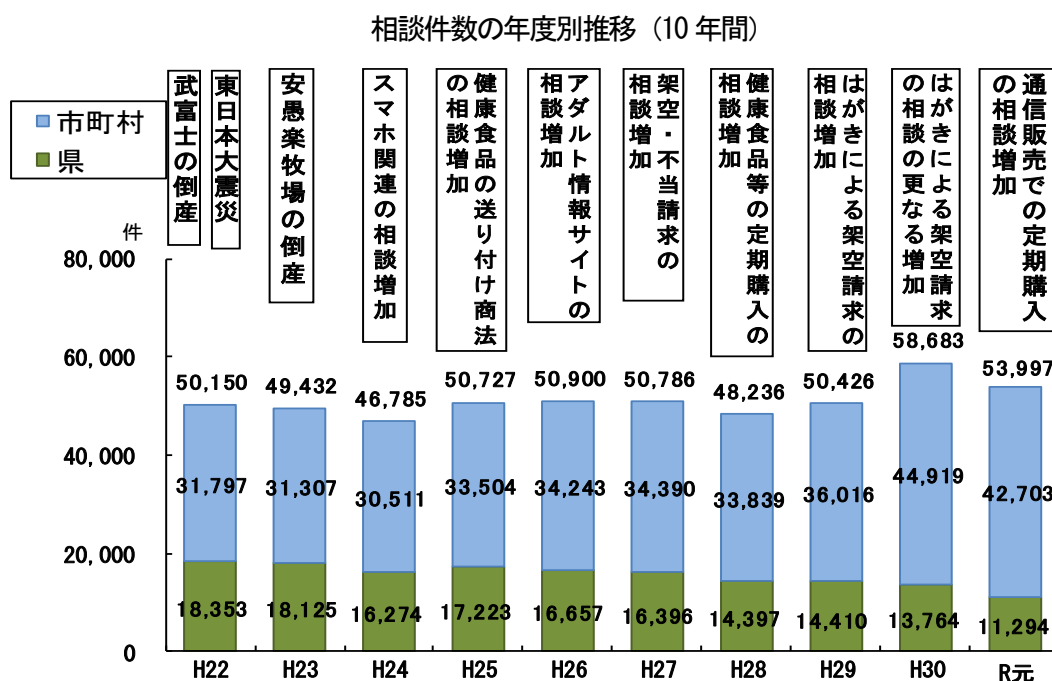
目 次

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	8
(3)	契約金額別件数	8
(4)	年代別契約金額	9
(5)	処理内容	10
(6)	商品テストを行った相談	11
3	取引方法別の状況	
(1)	件数の推移	12
(2)	契約当事者の年代別件数	13
(3)	取引方法別に多かった商品・サービス	14
(4)	その他の販売方法に係る相談	18
4	架空・不当請求に関する相談	19
5	高齢者に関する相談	21
6	若者に関する相談	24
7	クレジットに関する相談	27
8	多重債務に関する相談	30
9	危害・危険に関する相談	
(1)	件数の推移	32
(2)	危害に関する相談	32
(3)	危険に関する相談	34
III	特徴的な相談	
1	通信販売での定期購入に関する相談	35
2	マルチ・マルチまがいに関する若者の相談	37
3	新型コロナウイルスに関連する相談	39
IV	相談事例	
1	取引方法ごとの相談事例	41
2	特徴的な相談の事例	47
3	その他の相談事例	48
V	参考資料	
	表1 商品・サービス別分類表	51
	表2 契約当事者の居住市町村別件数	52
	表3 相談者の居住市町村別件数	53
	用語の解説	55

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元年度の件数は53,997件で、30年度と比べ4,686件減少（8.0%減）となった。



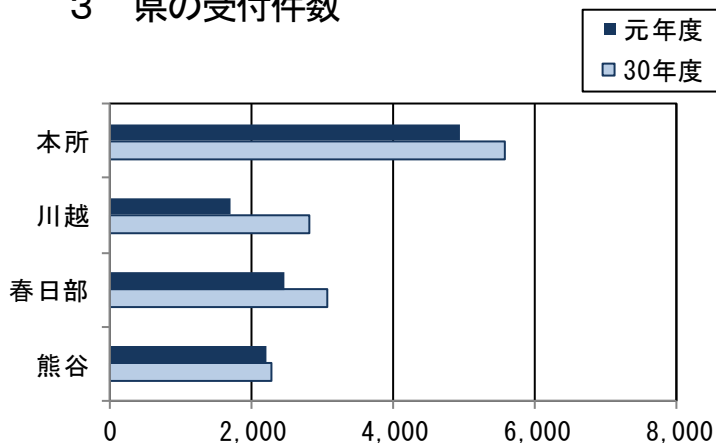
2 相談種別・相談方法別件数

相談種別別の受付件数は、「苦情」が50,270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、42,890件で全体の約8割を占めている。

	元年度		30年度		増減率 %
	件数	構成比%	件数	構成比%	
苦情	50,270	93.1	55,210	94.1	▲8.9
問合せ等	3,727	6.9	3,473	5.9	7.3
計	53,997	100.0	58,683	100.0	▲8.0
電話	42,890	79.4	46,225	78.8	▲7.2
来所	11,061	20.5	12,415	21.2	▲10.9
文書	46	0.1	43	0.1	7.0
計	53,997	100.0	58,683	100.0	▲8.0

※「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。

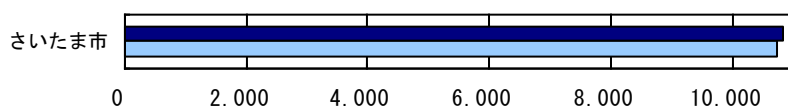
3 県の受付件数



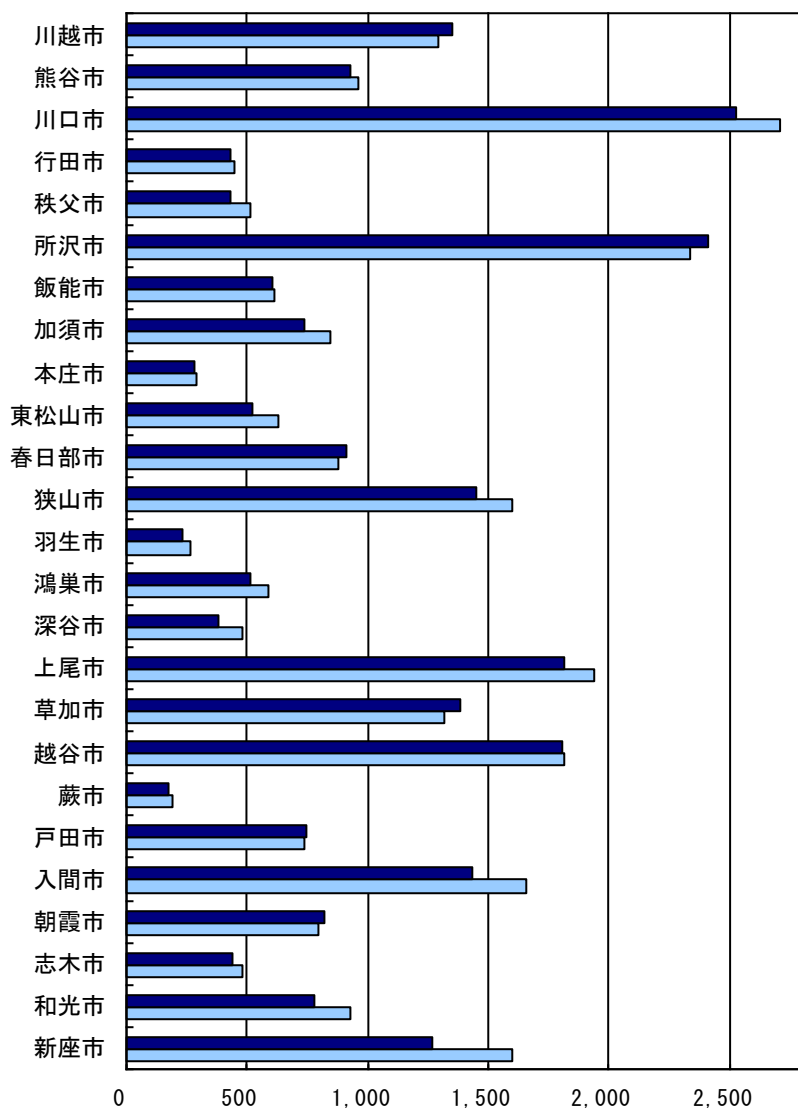
センター	元年度	30年度	増減 (%)
本所	4,934	5,574	▲11.5
川越	1,691	2,824	▲40.1
春日部	2,452	3,081	▲20.4
熊谷	2,217	2,285	▲3.0
県合計	11,294	13,764	▲17.9

4 市町村の受付件数

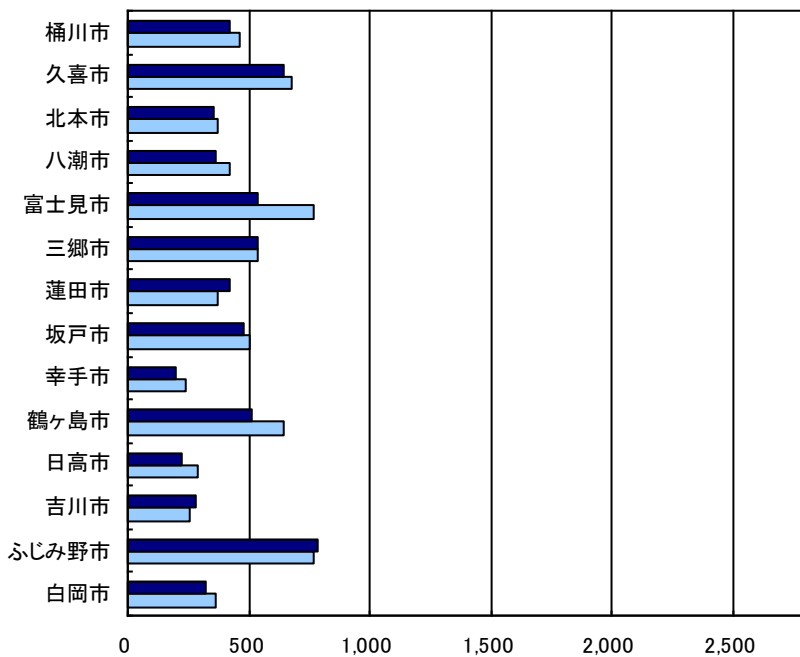
(1) 市の受付件数



市名	元年度	30年度	増減率 (%)
さいたま市	10,823	10,743	0.7

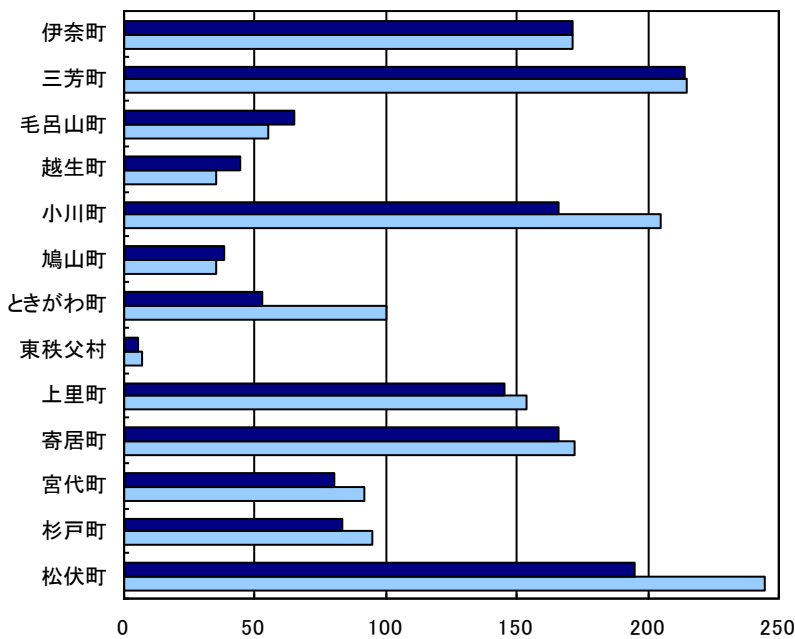


川越市	1,352	1,292	4.6
熊谷市	931	965	▲3.5
川口市	2,525	2,713	▲6.9
行田市	429	445	▲3.6
秩父市	428	517	▲17.2
所沢市	2,413	2,338	3.2
飯能市	602	615	▲2.1
加須市	736	843	▲12.7
本庄市	280	289	▲3.1
東松山市	526	627	▲16.1
春日部市	910	877	3.8
狭山市	1,449	1,602	▲9.6
羽生市	234	266	▲12.0
鴻巣市	514	592	▲13.2
深谷市	385	483	▲20.3
上尾市	1,815	1,936	▲6.3
草加市	1,383	1,321	4.7
越谷市	1,802	1,818	▲0.9
蕨市	173	192	▲9.9
戸田市	746	736	1.4
入間市	1,437	1,654	▲13.1
朝霞市	824	799	3.1
志木市	439	479	▲8.4
和光市	778	926	▲16.0
新座市	1,271	1,596	▲20.4



市名	元年度	30年度	増減率 (%)
桶川市	420	459	▲ 8.5
久喜市	645	674	▲ 4.3
北本市	353	370	▲ 4.6
八潮市	362	423	▲ 14.4
富士見市	540	771	▲ 30.0
三郷市	541	535	1.1
蓮田市	424	370	14.6
坂戸市	477	507	▲ 5.9
幸手市	200	238	▲ 16.0
鶴ヶ島市	510	647	▲ 21.2
日高市	219	292	▲ 25.0
吉川市	283	257	10.1
ふじみ野市	781	769	1.6
白岡市	318	362	▲ 12.2
市計	41,278	43,338	▲ 4.8

(2) 町村の受付件数



町村名	元年度	30年度	増減率 (%)
伊奈町	171	171	0.0
三芳町	214	215	▲ 0.5
毛呂山町	65	55	18.2
越生町	44	35	25.7
小川町	166	205	▲ 19.0
鳩山町	38	35	8.6
ときがわ町	53	100	▲ 47.0
東秩父村	5	7	▲ 28.6
上里町	145	154	▲ 5.8
寄居町	166	172	▲ 3.5
宮代町	80	92	▲ 13.0
杉戸町	83	95	▲ 12.6
松伏町	195	245	▲ 20.4
町村計	1,425	1,581	▲ 9.9

市町村合計	元年度	30年度	増減率 (%)
市町村合計	42,703	44,919	▲ 4.9

※他市町と相互利用を行っている自治体 (令和2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

※協定により、相談窓口を開設していない自治体 (令和2年3月31日現在)

- 横瀬町、皆野町、長瀨町、小鹿野町 → 秩父市が実施
 美里町、神川町 → 本庄市、上里町が実施
 滑川町、川島町、吉見町、嵐山町 → 東松山市が実施

II 苦情相談の概要

これ以降は、苦情相談50,270件について集計・分析しています。

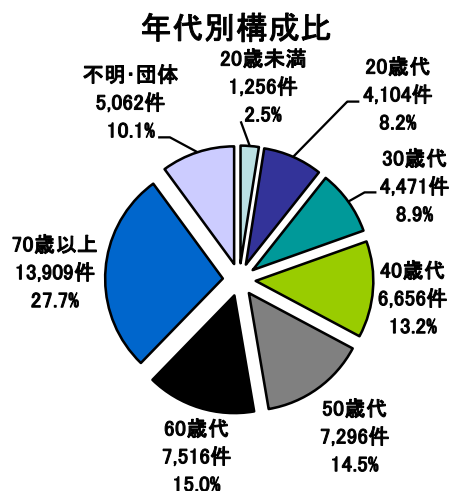
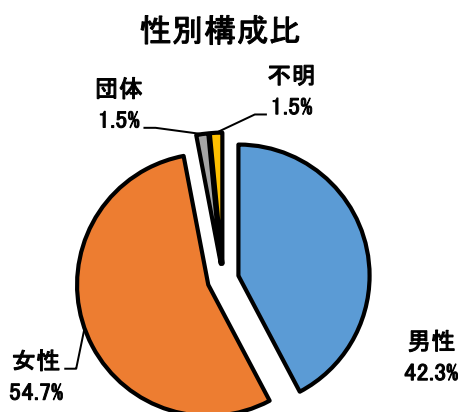
1 契約当事者の状況

(1) 性別・年代別件数

契約当事者の性別の構成は、「女性」からの相談が54.7%であるのに対し、「男性」からの相談は42.3%で、30年度に引き続き「女性」が「男性」を上回った。一方、「男性」の件数が21,240件で30年度の21,172件とほぼ同数であったのに対し、「女性」の件数は27,516件で30年度の32,565件から5,049件減少(15.5%減)した。

契約当事者の年代別構成をみると、20歳未満と20歳代で件数が増加している一方、30歳代以上では全ての年代で件数が減少している。特に大きく減少したのは60歳代で、30年度12,015件から元年度7,516件と4,499件減少(37.4%減)した。

※ 「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場合がある。



性別・年代別件数

	元年度						30年度					
	男	女	団体	不明	計	構成比	男	女	団体	不明	計	構成比
(65歳以上)	(7,121)	(10,784)		(92)	(17,997)	(35.8%)	(7,213)	(14,174)		(69)	(21,456)	(38.9%)
70歳以上	5,322	8,509		78	13,909	27.7%	5,213	8,796		51	14,060	25.5%
60歳代	3,193	4,298		25	7,516	15.0%	3,552	8,430		33	12,015	21.8%
50歳代	3,033	4,239		24	7,296	14.5%	3,004	4,929		20	7,953	14.4%
40歳代	2,953	3,682		21	6,656	13.2%	3,013	3,687		33	6,733	12.2%
30歳代	2,156	2,301		14	4,471	8.9%	2,319	2,307		9	4,635	8.4%
20歳代	2,035	2,048		21	4,104	8.2%	1,770	1,957		10	3,737	6.8%
20歳未満	678	560		18	1,256	2.5%	473	365		11	849	1.5%
不明・団体	1,870	1,879	744	569	5,062	10.1%	1,828	2,094	806	500	5,228	9.5%
計	21,240	27,516	744	770	50,270	100.0%	21,172	32,565	806	667	55,210	100.0%
	42.3%	54.7%	1.5%	1.5%	100.0%		38.3%	59.0%	1.5%	1.2%	100.0%	

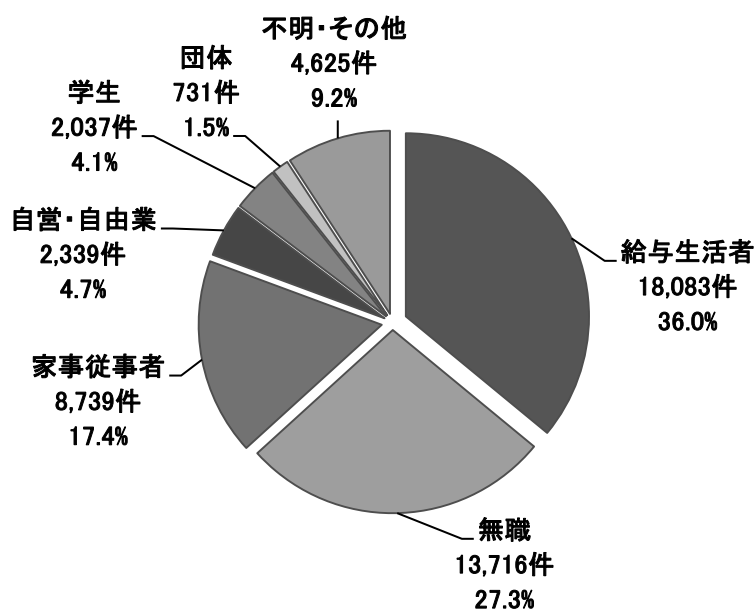
(2) 職業別件数

職業別件数は、多い順に「給与生活者」、「無職」、「家事従事者」、「自営・自由業」「学生」で、この順位は30年度と同様であった。

全体的に件数が減少している中で、唯一相談件数が増加したのは「学生」からの相談で、30年度から557件増加(37.6%増)し、2,037件となった。健康食品や化粧品の定期購入に関する相談が増加したためである。

一方、大きく減少したのは「家事従事者」で、30年度から3,379件減少(27.9%減)し、8,739件となった。はがきによる架空請求が減少したためである。

職業別構成比



職業別件数

	元年度		30年度		増減率 (%)
	件数	構成比%	件数	構成比%	
給与生活者	18,083	36.0	18,540	33.6	▲2.5
無職	13,716	27.3	14,603	26.4	▲6.1
家事従事者	8,739	17.4	12,118	21.9	▲27.9
自営・自由業	2,339	4.7	2,759	5.0	▲15.2
学生	2,037	4.1	1,480	2.7	▲37.6
団体	731	1.5	797	1.4	▲8.3
不明・その他	4,625	9.2	4,913	8.9	▲5.9
合計	50,270	100.0	55,210	100.0	▲8.9

2 相談内容

商品・サービスや販売方法等の名称については、用語の解説（P 55）を参照してください。

（1）商品・サービス別件数

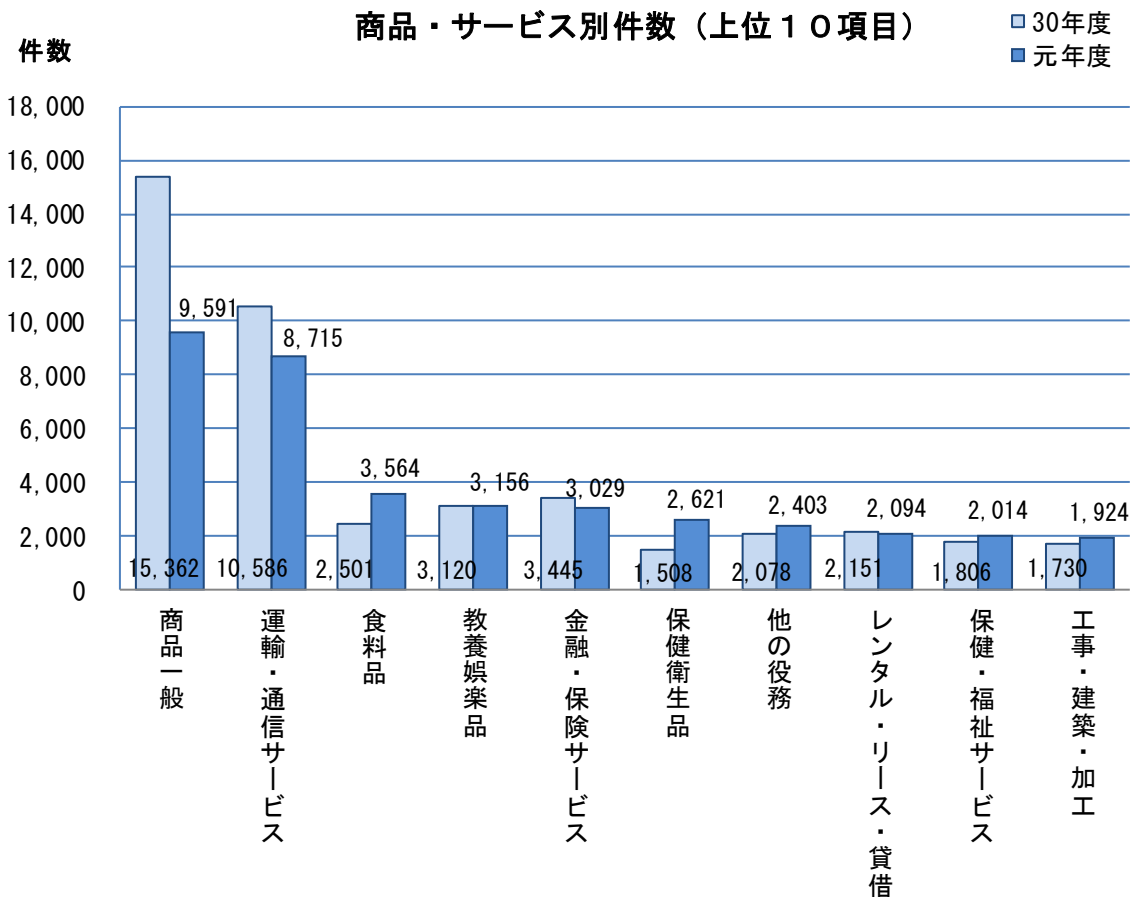
最も件数が多かった相談は、その商品・サービスが特定できない場合に分類される「商品一般」の9,591件である。30年度に比べ5,771件減少（37.6%減）した。これは、公的機関等をかたり消費者に金銭を支払わせようとする「はがきによる架空請求」の相談が減少したためである。

次いで多かった相談は、電話サービスやインターネット等の「運輸・通信サービス」の8,715件である。30年度に比べ1,871件減少（17.7%減）した。特に、デジタルコンテンツに関する相談が減少している。

「食料品」に関する相談が3,564件と続いている。30年度に比べ1,063件増加（42.5%増）した。なかでも、健康食品に関する相談が増加した。

増加率が高かったのは「保健衛生品」に関する相談2,621件で、30年度の1,508件から1,113件増加（73.8%増）した。なかでも化粧品、衛生用品、美顔器などに関する相談が増加している。

その他、外食・冠婚葬祭などの「他の役務」（15.6%増）、「保健・福祉サービス」（11.5%増）、「工事・建築・加工」（11.2%増）に関する相談は10%を超える増加となった。



より細かい商品・サービス別に見ると、「商品一般」、「デジタルコンテンツ」、「不動産貸借」、「工事・建築」、「インターネット接続回線」に関する相談が上位を占める。

さらに年代別の特徴をみると、20歳未満では健康食品（「他の健康食品」「健康食品@」）や化粧品（「他の化粧品」「基礎化粧品」）に関する相談が上位を占める。これらは、通信販売の定期購入に関するものが主である。

20歳代では「エステティックサービス」に関する相談が多く、解約・返金に関する相談が主である。30歳代では、「フリーローン・サラ金」に関する相談が多い。

40歳代以上では「インターネット接続回線」についての相談が、60歳代以上では「工事・建築」の相談が多くなる。

65歳以上で多くなる「役務その他サービス」には、アンテナの撤去に関する相談やインターネットの有料質問サイトに関する相談などが含まれる。

各年代毎の商品・サービス別件数（令和元年度・上位5項目）

順位	全年代		20歳未満		20歳代	
	商品・サービス等	件数	商品・サービス等	件数	商品・サービス等	件数
1	商品一般	9,591	デジタルコンテンツ	336	デジタルコンテンツ	498
2	デジタルコンテンツ	3,856	他の健康食品	188	不動産貸借	262
3	不動産貸借	1,891	他の化粧品	143	商品一般	184
4	工事・建築	1,877	基礎化粧品	62	エステティックサービス	150
5	インターネット接続回線	1,782	健康食品@	36	他の内職・副業	127

順位	30歳代		40歳代		50歳代	
	商品・サービス等	件数	商品・サービス等	件数	商品・サービス等	件数
1	デジタルコンテンツ	376	商品一般	661	商品一般	1,237
2	不動産貸借	358	デジタルコンテンツ	543	デジタルコンテンツ	634
3	商品一般	224	不動産貸借	356	他の健康食品	334
4	他の健康食品	150	他の健康食品	317	不動産貸借	258
5	フリーローン・サラ金	150	インターネット接続回線	215	インターネット接続回線	255

順位	60歳代		70歳以上		高齢者（65歳以上）	
	商品・サービス等	件数	商品・サービス等	件数	商品・サービス等	件数
1	商品一般	1,960	商品一般	4,415	商品一般	5,543
2	デジタルコンテンツ	628	工事・建築	742	デジタルコンテンツ	1,022
3	インターネット接続回線	334	デジタルコンテンツ	676	工事・建築	913
4	工事・建築	309	インターネット接続回線	581	インターネット接続回線	785
5	他の健康食品	209	役務その他サービス	302	役務その他サービス	386

* PIO-NET システムでは、健康食品を「酵素食品」「高麗人参茶」などに分類しているが、どの分類にも属さない健康食品を「他の健康食品」としている。また、健康食品ではあるが、それ以上特定できない健康食品を「健康食品@」と表示している。

(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、30年度と比べ順位の変動はあるものの構成比に大きな変化は見られない。

内容別件数（複数選択項目）

順位	分類	元年度		30年度		増減率(%)
		件数	全件数比%	件数	全件数比%	
1	契約・解約	38,772	77.1	43,306	78.4	▲ 10.5
2	販売方法	27,577	54.9	31,122	56.4	▲ 11.4
3	価格・料金	6,882	13.7	6,565	11.9	4.8
4	接客対応	6,191	12.3	6,555	11.9	▲ 5.6
5	品質・機能・役務品質	4,906	9.8	4,799	8.7	2.2
6	表示・広告	3,233	6.4	2,754	5.0	17.4
7	安全・衛生	1,375	2.7	1,247	2.3	10.3
8	法規・基準	855	1.7	885	1.6	▲ 3.4
9	施設・設備	56	0.1	60	0.1	▲ 6.7
10	包装・容器	34	0.1	29	0.1	17.2
11	計量・量目	28	0.1	33	0.1	▲ 15.2
12	その他	463	0.9	408	0.7	13.5
	全件数	50,270	100.0	55,210	100.0	▲ 8.9

※「全件数比」は、全件数のうち「分類」項目の内容が含まれていた相談の割合を示す。

(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）

元年度の契約購入金額が判明している相談は22,099件（相談全体の44.0%）で、合計金額は約224億円、1件当たりの平均契約金額は約101万円であった。

30年度に比べ合計金額は約63.9億円、平均契約金額は約32.5万円減少した。

最も相談が多かった契約購入金額帯は「1万円以上10万円未満」である。前年度比16.8%増で、健康食品、化粧品等の定期購入に関する相談の増加がみられた。

また、「500万円以上1億円未満」の相談は27.9%減、「1億円以上」の相談は64.7%減となった。契約金額が高額になる原野商法の二次被害やファンド型投資商品等の相談減少がみられた。

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	元年度		30年度		増減(%)
	件数	構成比%	件数	構成比%	
1万円未満	5,682	25.7	5,102	23.7	11.4
1万円以上～10万円未満	7,712	34.9	6,603	30.7	16.8
10万円以上～100万円未満	6,003	27.2	6,603	30.7	▲ 9.1
100万円以上～500万円未満	1,961	8.9	2,161	10.0	▲ 9.3
500万円以上～1億円未満	735	3.3	1,020	4.7	▲ 27.9
1億円以上	6	0.0	17	0.1	▲ 64.7
計	22,099	100.0	21,506	100.0	2.8
総合計金額	22,350,315,994円		28,742,670,826円		▲ 22.2
平均金額	1,011,372円		1,336,495円		▲ 24.3

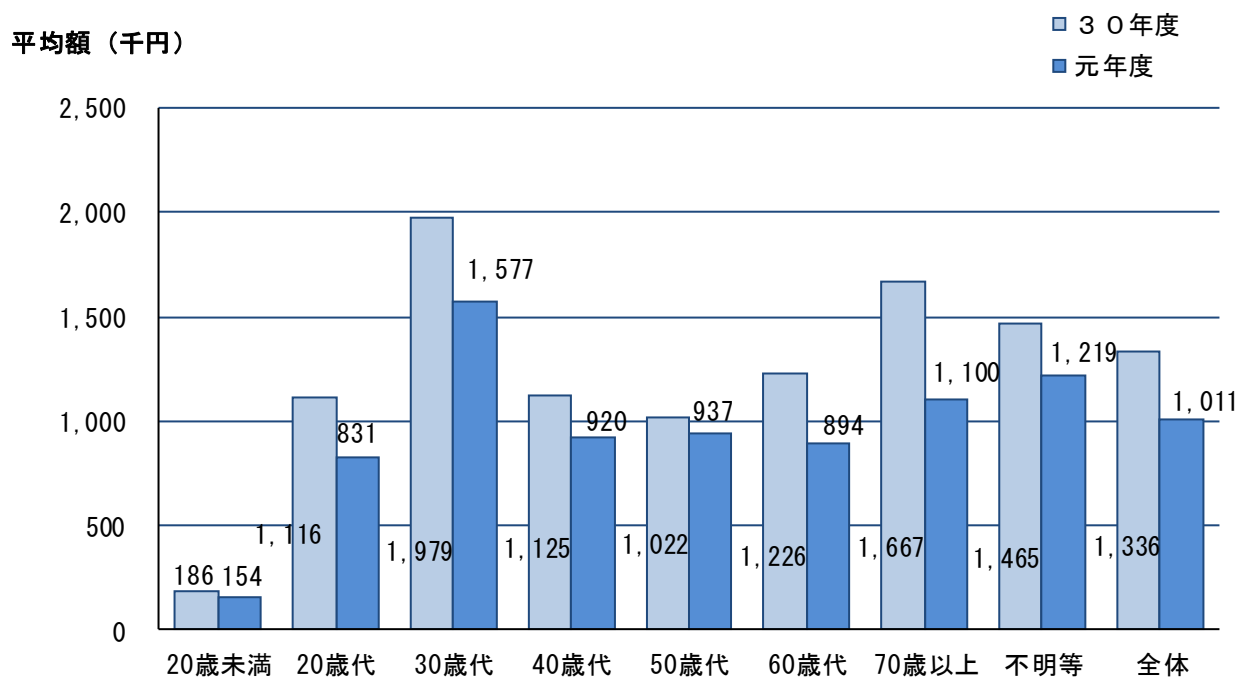
(4) 年代別平均契約金額（金額が判明したものに限り。）

最も高額なのは「30歳代」の157万7千円であるが、30年度と比べ40万2千円減少（20.3%減）した。次いで高額なのは「70歳以上」の110万円であるが、30年度と比べ56万7千円減少（34.0%減）した。30年度と比べ両者の順位に変動はない。

30年度と比較すると、すべての年代で平均契約金額は減少しており、契約金額の低額化がみられた。5万円未満の契約が多い定期購入に関する相談件数が全世代で増加しており、全世代の平均額減少に影響した。

また、平均契約金額の減少幅が最も大きかったのは、「70歳以上」の56万7千円減少であるが、契約金額が高額になる原野商法の二次被害やファンド型投資商品等の相談が減少したことが影響している。

年代別契約金額（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33,035件であり、全体の65.7%を占める。また、「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、5,591件であった。「あっせん」を行った相談の内容としては、健康食品の定期購入トラブルに関するものや、光回線や光卸回線等の電気通信サービスに関するものが多い。

処理内容別件数

順位	処理内容	元年度		30年度		増減(%)
		件数	構成比 %	件数	構成比 %	
1	助言（自主交渉）	33,035	65.7	38,553	69.8	▲ 14.3
2	情報提供	8,930	17.8	9,085	16.5	▲ 1.7
3	あっせん解決	5,073	10.1	4,590	8.3	10.5
4	処理不要	1,163	2.3	1,182	2.1	▲ 1.6
5	他機関紹介	652	1.3	551	1.0	18.3
6	あっせん不調	518	1.0	487	0.9	6.4
7	処理不能	473	0.9	466	0.8	1.5
	処理継続中	426	0.8	296	0.5	43.9
	合計	50,270	100.0	55,210	100.0	▲ 8.9

※「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。

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：あっせんを行ったにもかかわらず解決をみななかったもの。

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

令和元年度は19件の商品テストを行った。商品分類別にみると、クリーニング5件(26.3%)、住居品4件(21.1%)、被服品3件(15.8%)などであった。

分類	件数(構成比)	主なテスト事例	
		件名	テスト結果の概要
クリーニング	5 (26.3%)	夏用ジャケットの変色	汗と光の影響で麻繊維が退色したと推定した。
		紳士ズボンに付着した黒い汚れ	汚れ部分には鉄とシリコンが多く検出されたが、変色原因の特定には至らなかった。ただし、右側の裾が濃く、左右同じ位置に汚れが付着していたことと、しわに沿って付着していたことから着用中に汚れが付着した可能性が高いと思われた。
		毛布の素材鑑定	絹の毛布をクリーニングに出したところ毛玉が発生した。店に苦情を言うと、「絹ではなく綿だから毛玉ができた。」と言われ、納得いかないので素材を調べてほしいという相談。種々の試験結果より、絹と推定した。
住居品	4 (21.1%)	ドリル刃の穴あけ調査	固い木材や合板にドリル刃を使用し穴を開けたが、有効長さの深さまで破断することなく穴を開けることができた。
		トースターのカバー溶解	ポップアップトースターのスイッチ機構やレバーに異常は見られず、ほこりよけカバーが溶融した原因の特定には至らなかった。
被服品	3 (15.8%)	紳士用パジャマの毛羽落ち	パジャマズボンの毛羽落ちがひどいという相談を受け、外部試験機関に羽毛付着試験を依頼した結果、一般的な基準未満であった。
		Tシャツ由来と思われる異物の鑑定	Tシャツの一部分(型崩れ防止テープ)が剥がれて、皮膚にかゆみや痛みが生じるという相談があり、テープおよび皮膚付着物を調べた。前者はポリウレタン、後者は生体由来物質に類似しており別の物質と推定した。
食料品	2 (10.5%)	米の鮮度	鮮度は良好であった。モニター9名で比較品2品と食味試験を行ったところ、たしかに他の2品より味の平均点は低かったが、味に異常があるとまでは言えなかった。
教養 娯楽品	1 (5.3%)	陶器製植木鉢の受け皿	水漏れの原因となるひび割れや容器内に入れた水の漏れや染み出しは確認できなかった。受け皿底部が濡れた原因として結露が考えられる。
その他	4 (21.1%)	ボタン電池の破裂	金属製チェーンに触れてボタン電池が保管されていたため、短絡(ショート)し、過大な電流が流れ続けたことにより電池内部にガスが発生し内圧が高まったことにより破裂したと推定した。
		自動車ハンドルの素材鑑定	本革と謳っていたハンドルが剥がれたが、革には見えないので調べてほしいという相談。剥がれたサンプルを確認したが、牛革の特徴がみられなかった。断面観察や燃焼実験より、合成樹脂の可能性が高かった。
合計	19 (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10,705件で、30年度に比べ374件減少(3.4%減)した。無店舗販売の合計は23,671件で、30年度に比べて411件増加(1.8%増)した。

無店舗販売の内訳をみると、増加しているのは通信販売(450件増加(3.1%増))、マルチ・マルチまがい(71件増加(14.9%増))、ネガティブ・オプション(10件増加(6.3%増))である。一方、減少したのは、訪問販売(33件減少(0.7%減))、電話勧誘販売(44件減少(1.7%減))、訪問購入(55件減少(19.1%減))である。

はがきによる架空請求が減少したことなどにより、取引方法が不明・無関係のものは30年度に比べ4,977件減少(23.8%減)した。

訪問販売の内訳では、家庭訪販が3,410件で71.4%を占める。

取引方法別の件数

	元年度		30年度		増減(件)	増減(%)
	件数	構成比 %	件数	構成比 %		
店舗販売	10,705	21.3	11,079	20.1	▲ 374	▲ 3.4
無店舗(計)	23,671	47.1	23,260	42.1	411	1.8
(無店舗の内訳)						
訪問販売	4,775	20.2	4,808	20.7	▲ 33	▲ 0.7
通信販売	15,073	63.7	14,623	62.9	450	3.1
電話勧誘販売	2,541	10.7	2,585	11.1	▲ 44	▲ 1.7
マルチ・マルチまがい	546	2.3	475	2.0	71	14.9
ネガティブ・オプション	170	0.7	160	0.7	10	6.3
訪問購入	233	1.0	288	1.2	▲ 55	▲ 19.1
その他無店舗	333	1.4	321	1.4	12	3.7
不明・無関係	15,894	31.6	20,871	37.8	▲ 4,977	▲ 23.8
合計	50,270	100.0	55,210	100.0	▲ 4,940	▲ 8.9

*網掛け部分の構成比は無店舗(計)に占める割合

訪問販売 主な項目別の相談件数(複数選択項目)

項目	元年度		30年度		増減(件)	増減(%)
	件数	全件数比 %	件数	全件数比 %		
家庭訪販	3,410	71.4	3,480	72.4	▲ 70	▲ 2.0%
アポイントメントセールス	163	3.4	190	4.0	▲ 27	▲ 14.2%
キャッチセールス	53	1.1	60	1.2	▲ 7	▲ 11.7%
催眠商法(SF商法)	50	1.0	48	1.0	2	4.2%
訪問販売 全件数	4,775	100.0	4,808	100.0	▲ 33	▲ 0.7%

(2) 契約当事者の年代別件数

全ての年代で、「通信販売」の占める割合が一番高い。特に、20歳未満では77.5%と極めて高い割合を占める。

在宅率が高くなる70歳以上では「訪問販売」「電話勧誘販売」「訪問購入」の割合が他の年代と比べて高くなる傾向は30年度と変わらない。

また、20歳代では、「マルチ・マルチまがい」の相談が341件と他の年代に比べて多い傾向も30年度と変わらない。

70歳以上で「不明・無関係」が多数となっているのは、その年代を中心にはがきによる架空請求の相談が多かったためである。

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	1,256	4,104	4,471	6,656	7,296	7,516	13,909	5,062	50,270	
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	123	1,175	1,413	1,772	1,623	1,381	2,126	1,092	10,705	
構成比	9.8%	28.6%	31.6%	26.6%	22.2%	18.4%	15.3%	21.6%	21.3%	
無 店 舗 (計)	1,057	2,419	2,295	3,480	3,656	3,341	5,535	1,888	23,671	
構成比	84.2%	58.9%	51.3%	52.3%	50.1%	44.5%	39.8%	37.3%	47.1%	
(無店舗の内訳)	訪 問 販 売	40	416	302	379	467	695	2,006	470	4,775
	構成比	3.2%	10.1%	6.8%	5.7%	6.4%	9.2%	14.4%	9.3%	9.5%
	通 信 販 売	973	1,497	1,813	2,741	2,773	2,032	2,219	1,025	15,073
	構成比	77.5%	36.5%	40.6%	41.2%	38.0%	27.0%	16.0%	20.2%	30.0%
	電 話 勧 誘 販 売	6	91	100	258	296	485	1,013	292	2,541
	構成比	0.5%	2.2%	2.2%	3.9%	4.1%	6.5%	7.3%	5.8%	5.1%
	マルチ・マルチまがい	31	341	23	24	32	31	37	27	546
	構成比	2.5%	8.3%	0.5%	0.4%	0.4%	0.4%	0.3%	0.5%	1.1%
	ネガティブ・オプション	3	11	12	21	27	21	47	28	170
	構成比	0.2%	0.3%	0.3%	0.3%	0.4%	0.3%	0.3%	0.6%	0.3%
訪 問 購 入	0	9	13	15	22	25	128	21	233	
構成比	0.0%	0.2%	0.3%	0.2%	0.3%	0.3%	0.9%	0.4%	0.5%	
そ の 他 無 店 舗	4	54	32	42	39	52	85	25	333	
構成比	0.3%	1.3%	0.7%	0.6%	0.5%	0.7%	0.6%	0.5%	0.7%	
不 明 ・ 無 関 係	76	510	763	1,404	2,017	2,794	6,248	2,082	15,894	
構成比	6.1%	12.4%	17.1%	21.1%	27.6%	37.2%	44.9%	41.1%	31.6%	

※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

「不動産貸借」が最多で1割以上を占めている傾向は変わらない。

「携帯電話サービス」の相談は30年度から100件減少（14.8%減）した。

「フリーローン・サラ金」の相談は559件で、30年度から54件減少（8.8%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、9年連続の減少となっている。

順位	項目	元年度		30年度		増減(件)
		件数	構成比 %	件数	構成比 %	
1	不動産貸借	1,262	11.8	1,370	12.4	▲ 108
2	四輪自動車	578	5.4	570	5.1	8
3	携帯電話サービス	577	5.4	677	6.1	▲ 100
4	フリーローン・サラ金	559	5.2	613	5.5	▲ 54
5	工事・建築	485	4.5	441	4.0	44
6	携帯電話	282	2.6	273	2.5	9
7	医療サービス	265	2.5	283	2.6	▲ 18
8	エステティックサービス	250	2.3	255	2.3	▲ 5
全件数		10,705	100.0	11,079	100.0	▲ 374

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
店舗販売	123	1,175	1,413	1,772	1,623	1,381	2,126	1,092	10,705
構成比	1.1%	11.0%	13.2%	16.6%	15.2%	12.9%	19.9%	10.2%	100.0%

イ 訪問販売

「工事・建築」が最多である傾向は変わらず、30年度から100件増加（12.4%増）し、905件の相談があった。「電気」に関する相談が387件で、30年度から222件増加（134.5%増）した。

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42.0%を占めている。60歳以上でみると56.6%となり全体の半分を超える。

順位	項目	元年度		30年度		増減(件)
		件数	構成比 %	件数	構成比 %	
1	工事・建築	905	19.0	805	16.7	100
2	電気	387	8.1	165	3.4	222
3	修理サービス	320	6.7	345	7.2	▲ 25
4	テレビ放送サービス	254	5.3	352	7.3	▲ 98
5	インターネット接続回線	208	4.4	154	3.2	54
全件数		4,775	100.0	4,808	100.0	▲ 33

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	40	416	302	379	467	695	2,006	470	4,775
構成比	0.8%	8.7%	6.3%	7.9%	9.8%	14.6%	42.0%	9.8%	100.0%

ウ 通信販売

通信販売の件数は15,073件で、30年度に比べて450件増加(3.1%増)した。

SMSなどによる有料サイトの未払いなどの架空請求は減少したが、デジタルコンテンツに関する相談は3,296件で一番多い。30年度と比べると1,935件減少(37.0%減)した。

健康食品(「他の健康食品」)、化粧品(「基礎化粧品」「他の化粧品」)などの定期購入に関する相談は引き続き多く寄せられており、上位に入った。

順位	項目	元年度		30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	3,296	21.9	5,231	35.8	▲ 1,935
2	他の健康食品	1,481	9.8	589	4.0	892
3	商品一般	840	5.6	947	6.5	▲ 107
4	基礎化粧品	650	4.3	346	2.4	304
5	他の化粧品	561	3.7	295	2.0	266
6	役務その他サービス	429	2.8	184	1.3	245
全件数		15,073	100.0	14,623	100.0	450

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	973	1,497	1,813	2,741	2,773	2,032	2,219	1,025	15,073
構成比	6.5%	9.9%	12.0%	18.2%	18.4%	13.5%	14.7%	6.8%	100.0%

エ 電話勧誘販売

「インターネット接続回線」の相談は、26年度から6年連続で最多となっており、元年度は30年度から49件増加(5.0%増)した。

「電気」の相談は、平成28年4月の電力小売り全面自由化から、30年度までは電力小売自由化関連の相談が増加していたが、元年度は69件(35.6%減)減少した。

年代別で見ると、70歳以上の相談割合が39.9%で、高齢者からの相談が多かった。

順位	項目	元年度		30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	1,020	40.1	971	37.6	49
2	固定電話サービス	157	6.2	124	4.8	33
3	電気	125	4.9	194	7.5	▲ 69
4	商品一般	96	3.8	130	5.0	▲ 34
5	デジタルコンテンツ	85	3.3	77	3.0	8
全件数		2,541	100.0	2,585	100.0	▲ 44

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	6	91	100	258	296	485	1,013	292	2,541
構成比	0.2%	3.6%	3.9%	10.2%	11.6%	19.1%	39.9%	11.5%	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、30年度に比べて71件増加（14.9%増）した。

年代別の相談割合を見ると、20歳代の相談割合が62.5%と半数以上を占めている。SNSで知り合った人、大学の先輩、小中学校時代の友人などから勧められた、消費者金融で借金をして契約した、などの相談がみられる。

順位	項目	元年度		30年度		増減(件)
		件数	構成比 %	件数	構成比 %	
1	他の内職・副業	77	14.1	46	9.7	31
2	教養娯楽教材	69	12.6	24	5.1	45
3	デジタルコンテンツ	51	9.3	39	8.2	12
4	ファンド型投資商品	41	7.5	57	12.0	▲ 16
5	教養・娯楽サービスその他	38	7.0	32	6.7	6
全件数		546	100.0	475	100.0	71

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
マルチ・マルチまがい	31	341	23	24	32	31	37	27	546
構成比	5.7%	62.5%	4.2%	4.4%	5.9%	5.7%	6.8%	4.9%	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170件で、30年度に比べて10件増加（6.3%増）した。

年代別に見ると、在宅率の高い高齢者からの相談が多く、60歳以上の相談割合は40.0%を占めている。

順位	項目	元年度		30年度		増減(件)
		件数	構成比 %	件数	構成比 %	
1	商品一般	39	22.9	45	28.1	▲ 6
2	身の回り品その他	8	4.7	2	1.3	6
3	鮮魚	7	4.1	3	1.9	4
4	書籍	6	3.5	5	3.1	1
5	魚介類	4	2.4	1	0.6	3
	紳士・婦人用バッグ	4	2.4	0	0.0	4
	マフラー類	4	2.4	1	0.6	3
全件数		170	100.0	160	100.0	10

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	3	11	12	21	27	21	47	28	170
構成比	1.8%	6.5%	7.1%	12.4%	15.9%	12.4%	27.6%	16.5%	100.0%

キ 訪問購入

訪問購入の相談件数は233件で30年度に比べて55件減少（19.1%減）した。28年度から4年連続減少している。

電話で来訪を承諾したが信用できる事業者か、などの相談や、貴金属を強引に買い取られた、安価で買い取られた、などの相談が寄せられた。

年代別に見ると、在宅率の高い高齢者からの相談が多く、70歳以上の相談割合は54.9%で全体の半数以上を占めている。

順位	項目	元年度		30年度		増減(件)
		件数	構成比 %	件数	構成比 %	
1	商品一般	28	12.0	39	13.5	▲ 11
2	四輪自動車	21	9.0	12	4.2	9
3	指輪	18	7.7	28	9.7	▲ 10
4	ネックレス	14	6.0	22	7.6	▲ 8
5	着物類	11	4.7	13	4.5	▲ 2
	アクセサリ	11	4.7	18	6.3	▲ 7
全件数		233	100.0	288	100.0	▲ 55

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	9	13	15	22	25	128	21	233
構成比	0.0%	3.9%	5.6%	6.4%	9.4%	10.7%	54.9%	9.0%	100.0%

ク その他無店舗販売

全体の件数は333件で30年度に比べて12件増加（3.7%増）した。

年代別では、70歳以上の相談割合が25.5%で全体の4分の1を占めた。

順位	項目	元年度		30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	22	6.6	15	4.7	7
2	工事・建築	19	5.7	15	4.7	4
3	デジタルコンテンツ	12	3.6	14	4.4	▲ 2
	役務その他サービス	12	3.6	9	2.8	3
5	商品一般	11	3.3	13	4.0	▲ 2
	修理サービス	11	3.3	14	4.4	▲ 3
全件数		333	100.0	321	100.0	12

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	4	54	32	42	39	52	85	25	333
構成比	1.2%	16.2%	9.6%	12.6%	11.7%	15.6%	25.5%	7.5%	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21件で、30年度に比べて11件減少(34.4%減)した。「他の内職・副業」の件数が多い状況は30年度と同じである。

年代別では、40歳代以下の年代からの相談が多かった。

順位	分類	元年度		30年度		増減(件)
		件数	構成比 %	件数	構成比 %	
1	他の内職・副業	5	23.8	9	28.1	▲ 4
2	ワープロ・パソコン内職	4	19.0	4	12.5	0
3	タレント・モデル養成教室	3	14.3	7	21.9	▲ 4
全件数		21	100.0	32	100.0	▲ 11

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	3	0	3	0	0	0	1	8
女性	1	5	3	4	0	0	0	0	13
計	2	8	3	7	0	0	0	1	21

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サービスの相談の件数は715件で、30年度に比べ37件減少(4.9%減)した。

「エステティックサービス」が引き続き最も件数が多いが、30年度に比べると17件減少(5.6%減)した。

年代・性別では、女性からの相談が多く、特に20歳代から40歳代の女性からの相談が多い。

順位	役務	元年度		30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	286	40.0	303	40.3	▲ 17
2	美容医療	127	17.8	117	15.6	10
3	結婚相手紹介サービス	80	11.2	88	11.7	▲ 8
4	学習塾	77	10.8	88	11.7	▲ 11
5	外国語・会話教室	60	8.4	54	7.2	6
全件数		715	100.0	752	100.0	▲ 37

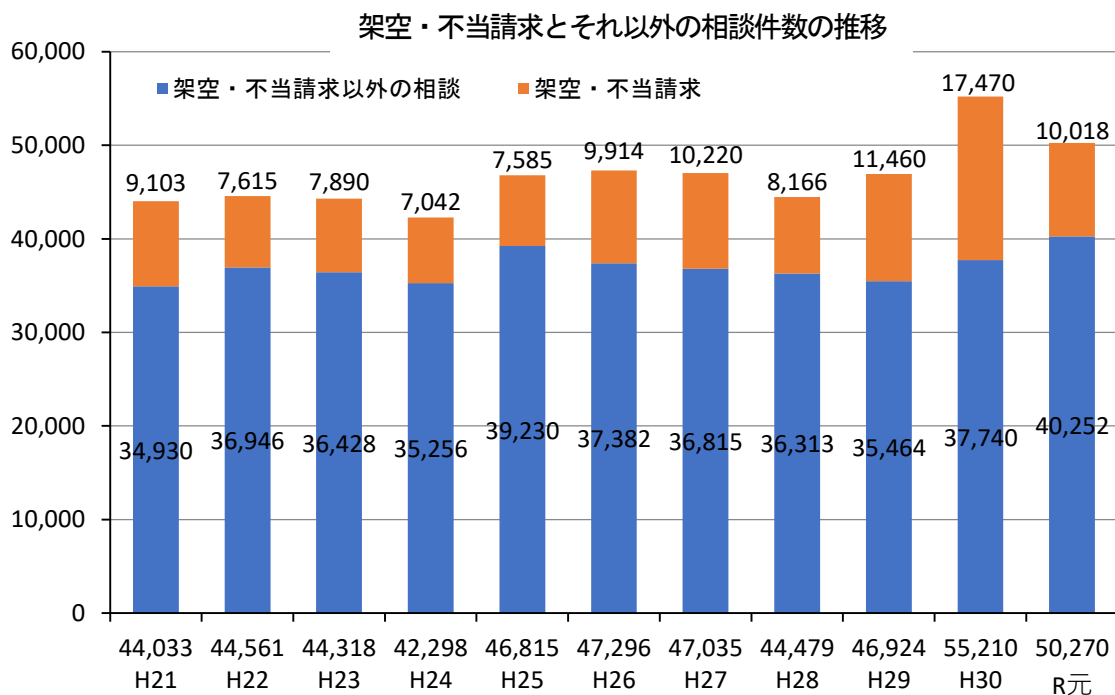
年代・性別ごとの件数

	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	6	36	28	30	18	15	14	8	155
女性	16	184	94	133	62	18	10	33	550
計	22	220	122	163	80	33	24	41	705

* 性別不明 10件

4 架空・不当請求に関する相談

元年度の相談件数50,270件のうち、架空・不当請求に関する相談件数は、10,018件（構成比19.9%）であった。25年度以降増加傾向にあり、特に30年度は大幅に増加していたが、元年度は30年度に比べ7,452件減少（42.7%減）した。



年代別でみると、70歳以上の相談件数が4,351件（構成比43.4%）で、他の年代と比べかなり割合が高い。

また、架空・不当請求を受けた当事者の平均年齢は64.1歳、平均契約金額は385,502円だった。

架空・不当請求 年代別件数

	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	計
件数	104	197	242	821	1,420	2,145	4,351	738	10,018
構成比	1.0%	2.0%	2.4%	8.2%	14.2%	21.4%	43.4%	7.4%	100.0%

架空・不当請求 契約金額別件数

	元年度		30年度		増減（件）
	件数	構成比%	件数	構成比%	
1万円未満	304	3.0	278	1.6	26
1万円～5万円未満	379	3.8	311	1.8	68
5万円～10万円未満	127	1.3	223	1.3	▲96
10万円～50万円未満	718	7.2	1,111	6.4	▲393
50万円～100万円未満	66	0.7	141	0.8	▲75
100万円～500万円未満	32	0.3	56	0.3	▲24
500万円以上	8	0.1	8	0.0	0
無回答	8,384	83.7	15,342	87.8	▲6,958
合計	10,018	100.0	17,470	100.0	▲7,452
平均金額	385,502円		283,887円		101,615円

架空・不当請求に関する相談を商品・サービス別に見ると「商品一般」が7,591件と最も多いが、30年度と比べて5,941件減少（43.9%減）となった。

なお、28年度に相談件数が1番多かった「デジタルコンテンツ」に関する相談は1,496件で、30年度に比べ1,682件減少（52.9%減）し、28年度から4年連続して減少となった。

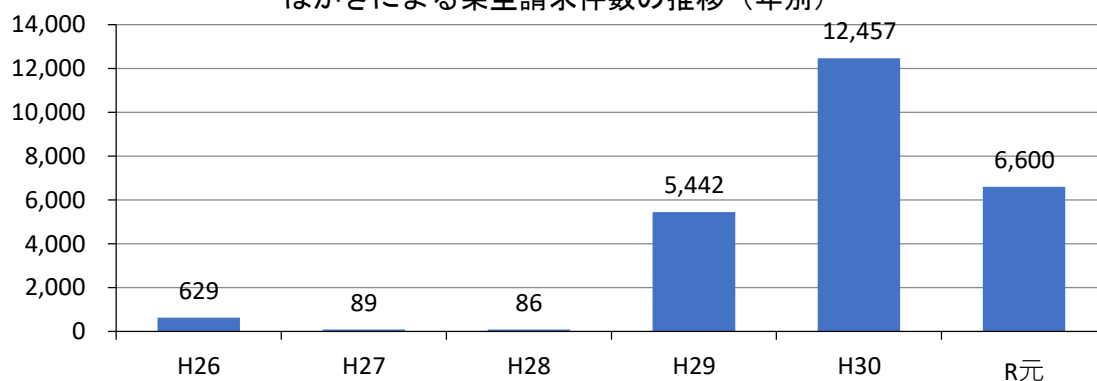
架空・不当請求に関する相談の商品・サービス別件数（上位5項目）

順位	項目	元年度		30年度		増減（件）
		件数	構成比%	件数	構成比%	
1	商品一般	7,591	75.8	13,532	77.5	▲ 5,941
2	デジタルコンテンツ	1,496	14.9	3,178	18.2	▲ 1,682
3	他の理美容用具	75	0.7	2	0.0	73
4	携帯電話サービス	68	0.7	54	0.3	14
5	インターネット接続回線	56	0.6	48	0.3	8
	合計	10,018	100.0	17,470	100.0	▲ 7,452

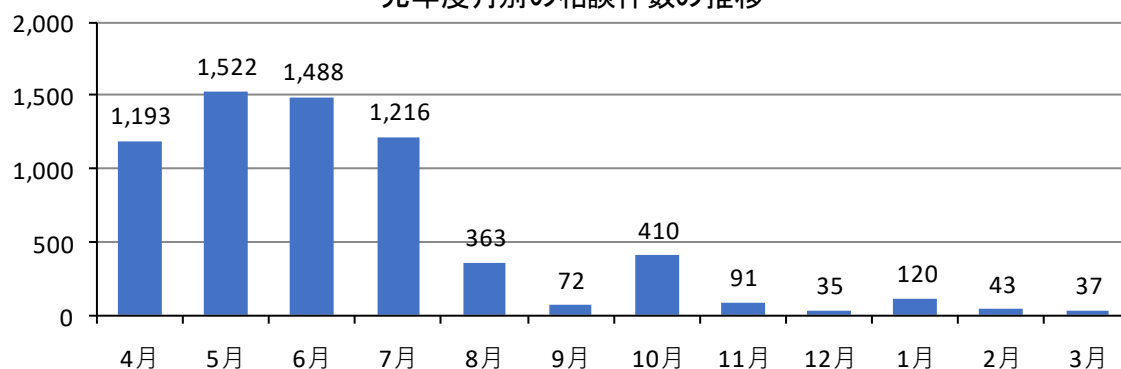
はがきによる架空請求に関する相談については、29年度以降相談件数が急増していたが、元年度は6,600件で30年度と比べて5,857件減少（47.0%減）となった。月別で見ると、8月以降の相談件数が大きく減少している。

なお、はがきによる架空請求の他にも、封書やスマートフォン・携帯電話へのSMS（ショートメッセージサービス）による架空請求の相談も多くみられる。

はがきによる架空請求件数の推移（年別）



元年度月別の相談件数の推移



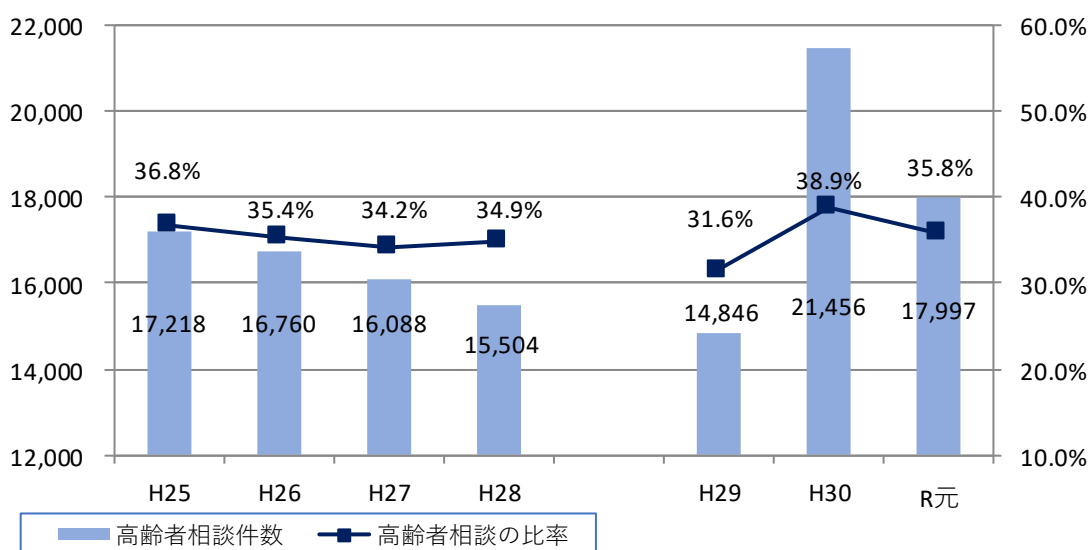
5 高齢者に関する相談（契約当事者が65歳以上）

元年度における65歳以上の相談は17,997件（構成比35.8%）で、30年度と比べると3,459件減少（16.1%減）した。

これは、はがきによる架空請求が大幅に減少したことが原因である。

なお、高齢者に関する相談については、29年度版から契約当事者の対象をそれまでの60歳以上から65歳以上に変更した。

高齢者の相談件数と構成比の推移



高齢者相談の構成を男女別で見ると、男性が7,121件で39.8%（30年度は33.7%）、女性が10,784件で60.2%（同66.3%）であり、女性の割合が高くなっている。

最高齢は男性が97歳、女性が103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%
65～69歳	1,799	25.3	2,275	21.1	4,074	22.8
70歳代	3,663	51.4	6,245	57.9	9,908	55.3
80歳代	1,530	21.5	2,095	19.4	3,625	20.2
90歳代	129	1.8	166	1.5	295	1.6
100歳代	0	0.0	3	0.0	3	0.0
合計	7,121	39.8	10,784	60.2	17,905	100.0

※ 性別不明の相談が92件あった。

商品・サービス別では、はがきによる架空請求などの「商品一般」の件数が大幅に減少したものの、昨年度に引き続き一番多くなっている。

例年多い項目である「デジタルコンテンツ」に係る相談は、件数は減少したものの、インターネットのサイト利用に関する相談が依然として多い。

「工事・建築」、「インターネット接続回線」、「修理サービス」に関する相談は、30年度と同様一定の割合を占めている。

また、30年度に10位以内に入っていなかった「役務その他サービス」、「電気」、「他の健康食品」に関する相談が増加し、順位を上げている。

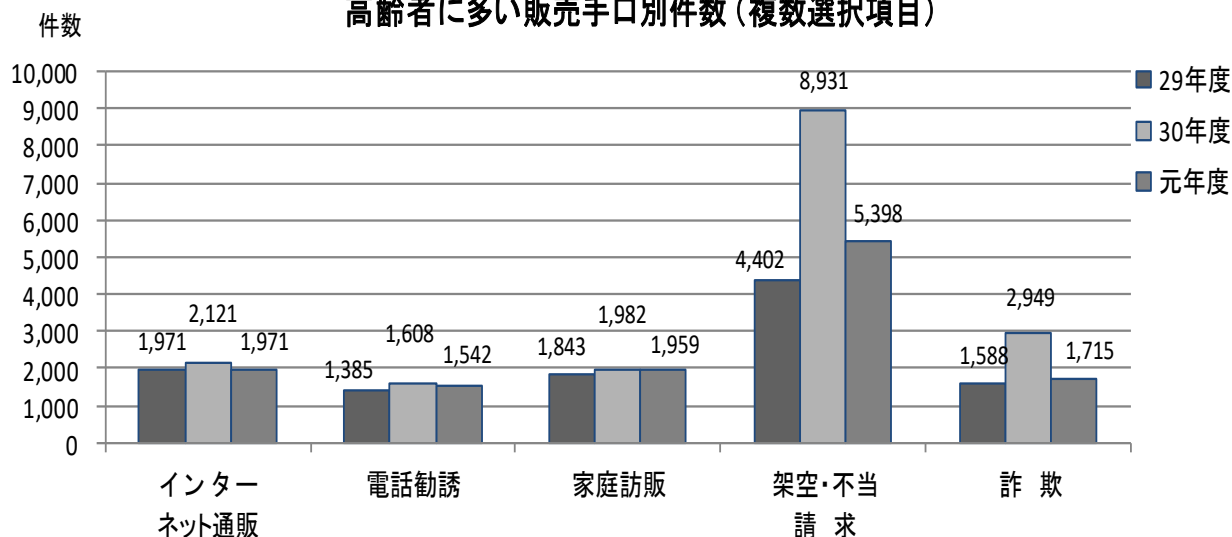
高齢者に関する相談の商品・サービス別件数（上位10項目）

順位	項目	元年度		30年度		増減(件)	増減(%)
		件数	構成比%	件数	構成比%		
1	商品一般	5,543	30.8	9,099	42.4	▲3,556	▲39.1
2	デジタルコンテンツ	1,022	5.7	1,517	7.1	▲495	▲32.6
3	工事・建築	913	5.1	830	3.9	83	10.0
4	インターネット接続回線	785	4.4	659	3.1	126	19.1
5	役務その他サービス	386	2.1	256	1.2	130	50.8
6	修理サービス	368	2.0	347	1.6	21	6.1
7	携帯電話サービス	329	1.8	263	1.2	66	25.1
8	電気	328	1.8	251	1.2	77	30.7
9	他の健康食品	282	1.6	192	0.9	90	46.9
10	不動産貸借	276	1.5	259	1.2	17	6.6
	全件数	17,997	100.0	21,456	100.0	▲3,459	▲16.1

販売手口別では、「架空・不当請求」が大幅に減少したものの、一番多くなっている。

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

高齢者に多い販売手口別件数（複数選択項目）

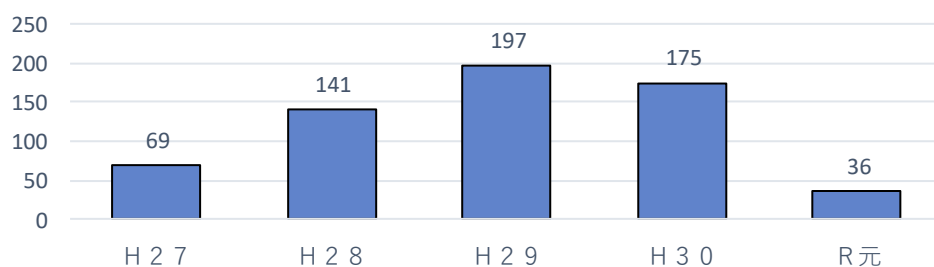


高齢者に多い相談として原野商法の二次被害がある。

かつて山林や原野など価値が低い土地を「将来、値上がりする」などと言い売りつける原野商法が盛んに行われた。近年、当時の契約者等に土地が高く売れるなどと勧誘し、そのための測量の契約や新たな土地の購入をさせるなどの二次被害が発生している。

元年度は36件で、30年度に比べ139件減少（79.4%減）した。

原野商法二次被害に関する相談件数(65歳未満を含む)



年代別をみると、60歳以上の高齢者層で全体の9割を超えている。

契約当事者の年代別件数

年 代	元年度		30年度	
	件 数	構成比%	件 数	構成比%
80歳以上	13	36.1	38	21.7
70歳代	12	33.3	70	40.0
60歳代	8	22.2	22	12.6
50歳代	2	5.6	26	14.9
40歳台以下	0	0.0	12	6.9
不明・無回答	1	2.8	7	4.0
合 計	36	100.0	175	100.0
平均年齢	74.7歳		69.9歳	

契約金額別では、30年度に比べ平均契約金額が上昇し、8千万円以上の契約金額もあり、被害が深刻化している。

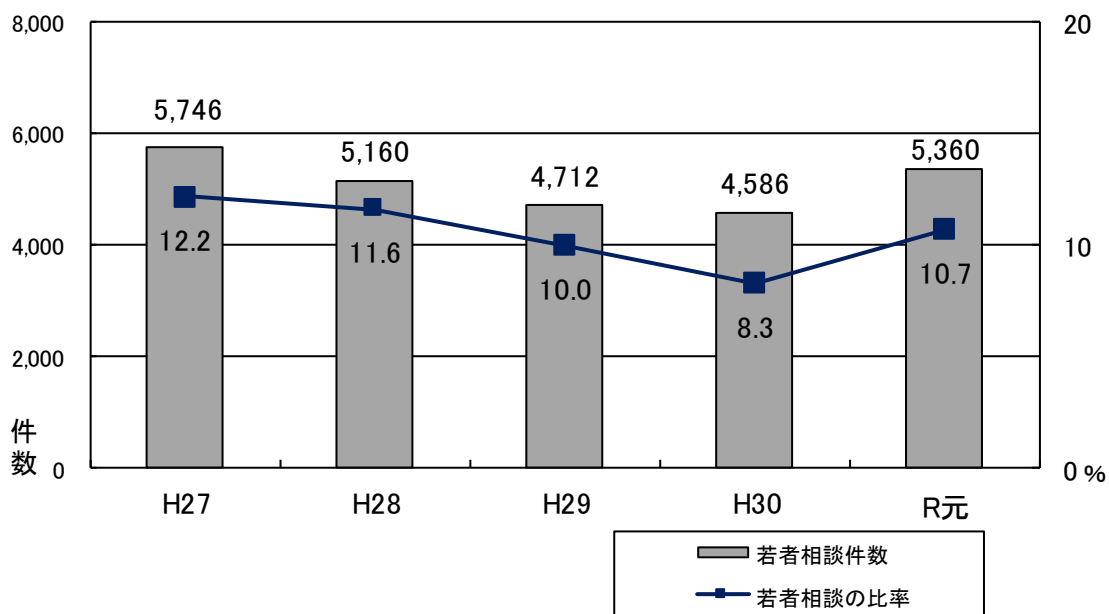
契約金額別件数

金 額	元年度		30年度	
	件 数	構成比%	件 数	構成比%
50万円未満	9	25.0	26	14.9
50万円～100万円未満	0	0.0	7	4.0
100万円～500万円未満	4	11.1	27	15.4
500万円～1千万円未満	6	16.7	27	15.4
1千万円～5千万円未満	3	8.3	24	13.7
5千万円以上	1	2.8	3	1.7
無回答	13	36.1	61	34.9
合 計	36	100.0	175	100.0
平均金額	8,995,540円		7,526,399円	

6 若者に関する相談（契約当事者が29歳以下）

元年度の若者に関する相談件数は、5,360件で、苦情相談全体に占める比率は10.7%となり、30年度と比べ774件増加（16.9%増）した。

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」は合計790件（構成比14.7%）で、30年度の474件（構成比10.3%）に比べ316件増加（66.7%増）した。

若者に関する相談全体が増加したが、特に高校生以下の増加率が高い。

学 生 内 訳

	元年度		30年度		増減(件)	増減(%)
	件数	構成比%	件数	構成比%		
小学生	103	1.9	70	1.5	33	47.1
中学生	259	4.8	151	3.3	108	71.5
高校生	428	8.0	253	5.5	175	69.2
(小計)	790	14.7	474	10.3	316	66.7
他の学生	1,084	20.2	854	18.6	230	26.9
その他	3,486	65.0	3,258	71.0	228	7.0
合計	5,360	100.0	4,586	100.0	774	16.9

※「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。

商品・サービス別にみると、「オンラインゲーム」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、件数は減少したものの834件（構成比15.6%）と引き続き一番多くなっている。

「他の健康食品」と「他の化粧品」の件数が大きく増加し、順位を上げている。

若者に関する相談の商品・サービス別件数（上位5項目）

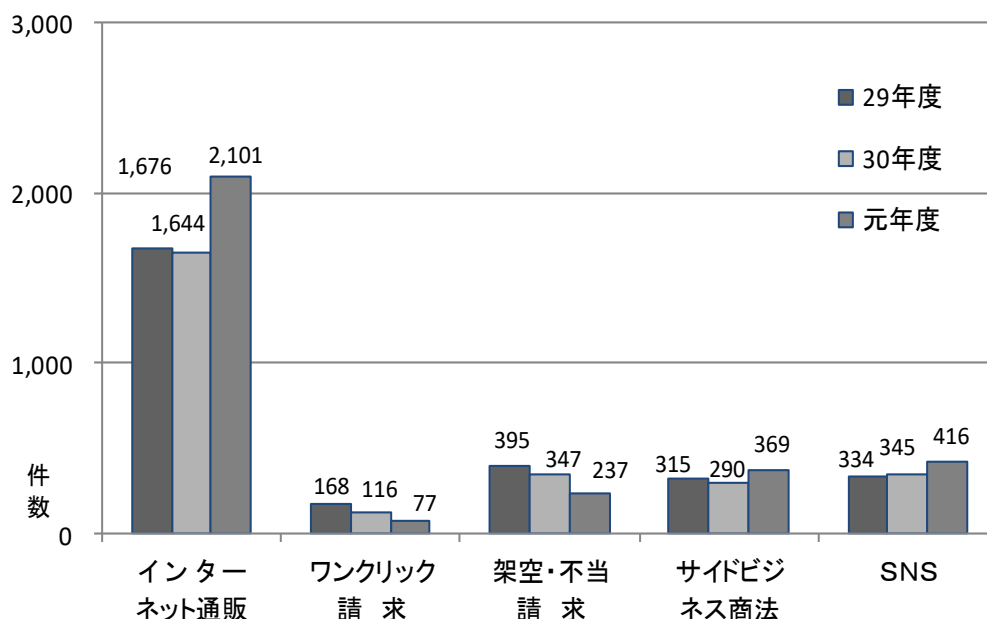
順位	項目	元年度		30年度		増減（件）	増減（%）
		件数	構成比%	件数	構成比%		
1	デジタルコンテンツ	834	15.6	925	20.2	▲91	▲9.8
2	他の健康食品	305	5.7	88	1.9	217	246.6
3	不動産貸借	269	5.0	286	6.2	▲17	▲5.9
4	他の化粧品	256	4.8	60	1.3	196	326.7
5	商品一般	214	4.0	171	3.7	43	25.1
全件数		5,360	100.0	4,586	100.0	774	16.9

販売手口別でみると、「インターネット通販」に関する相談が多数を占めており、26年度以降減少傾向だったが、元年度は増加に転じた。

「ワンクリック請求」や「架空・不当請求」に関する相談は30年度に続き減少し、「サイドビジネス商法」や「SNS」を通じた手口が増加している。

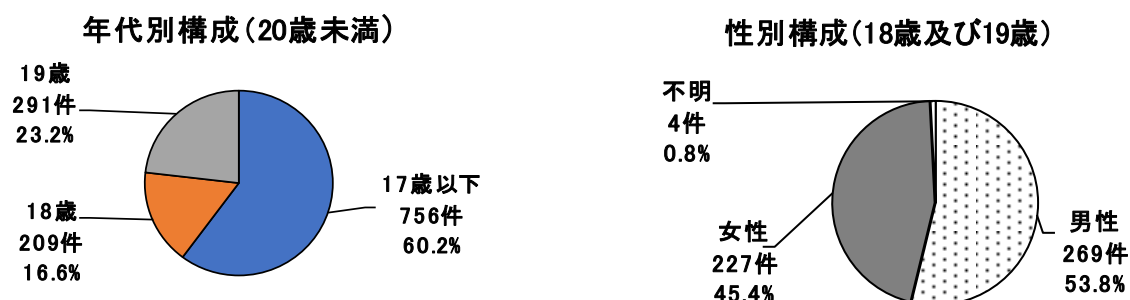
相談内容として解約や返金を求めるものが多いのは他と同様である。

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。

若者のうち未成年者（20歳未満）に関する相談は1,256件であった。そのうち18歳が209件、19歳は291件の合計500件で、18歳及び19歳で未成年者の約4割を占めている。男女別では男性が半分以上を占めている。



商品・サービス別では「デジタルコンテンツ」に関する相談が多いが、「他の化粧品」、「他の健康食品」、「基礎化粧品」の件数も増加している。

商品・サービス別件数（18歳及び19歳、上位5項目）

順位	項目	元年度		30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	81	16.2	110	27.4	▲29	▲26.4
2	他の化粧品	56	11.2	13	3.2	43	330.8
3	他の健康食品	37	7.4	10	2.5	27	270.0
4	基礎化粧品	22	4.4	6	1.5	16	266.7
5	商品一般	15	3.0	22	5.5	▲7	▲31.8
全件数		500	100.0	402	100.0	98	24.4

契約金額別では「1万円以上5万円未満」が最も多く、次いで「1万円未満」が多くなっている。平均金額は17万7,344円であった。

契約金額別件数（18歳及び19歳）

項目	元年度		30年度	
	件数	構成比%	件数	構成比%
1万円未満	79	15.8	59	14.7
1万円～5万円未満	147	29.4	80	19.9
5万円～10万円未満	33	6.6	38	9.5
10万円～50万円未満	66	13.2	88	21.9
50万円～100万円未満	16	3.2	17	4.2
100万円以上	14	2.8	5	1.2
無回答	145	29.0	115	28.6
合計	500	100.0	402	100.0
平均金額	177,344円		156,972円	

7 クレジットに関する相談

商品やサービスの代金の支払いにクレジットが利用されている相談は、元年度は7,937件で、30年度に比べて17.8%増加し、全相談件数の15.8%であった。また、近年は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、一貫して増加している。

このような状況を受け、平成28年に割賦販売法が改正されて平成30年6月1日施行され、クレジットカード情報のセキュリティ強化、加盟店契約会社・決済代行業者の登録制、登録事業者による加盟店調査の義務化などが実施されている。

なお、借金契約とクレジット利用のない相談は、減少傾向が続いている。

消費者契約の決済における信用供与の状況の推移

	27年度	28年度	29年度	30年度	元年度	増減%	構成比%
借金契約	2,049	1,911	1,791	1,731	1,487	▲14.1	3.0
クレジット利用	5,344	5,544	6,122	6,739	7,937	17.8	15.8
クレジット利用なし	25,683	23,287	20,586	19,617	19,307	▲1.6	38.4
現金等即時払	20,772	17,844	15,440	14,549	14,795	1.7	29.4
即時払以外	4,911	5,443	5,146	5,068	4,512	▲11.0	9.0
不明・無関係	13,959	13,737	18,425	27,123	21,539	▲20.6	42.8
合計	47,035	44,479	46,924	55,210	50,270	▲8.9	100.0

- ※借金契約 金融機関から金銭を借った場合、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 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、消費者が後払いをする販売信用のこと。
- ※現金等即時払 商品やサービスの提供と引き換えに、販売代金の全部を現金、デビットカード、銀行振込等で一括して支払い、決済すること。
- ※即時払以外 信用供与を伴わない即時払以外の支払方法。冠婚葬祭互助会やデパートの「友の会」の積立て、プリペイドカード、プリペイド式電子マネーなどが該当する。

クレジット利用の内訳をみると、「2か月内払い」が5,584件で、30年度に比べ30.2%と大幅に増加し、クレジット契約全体のうち70.4%となった。

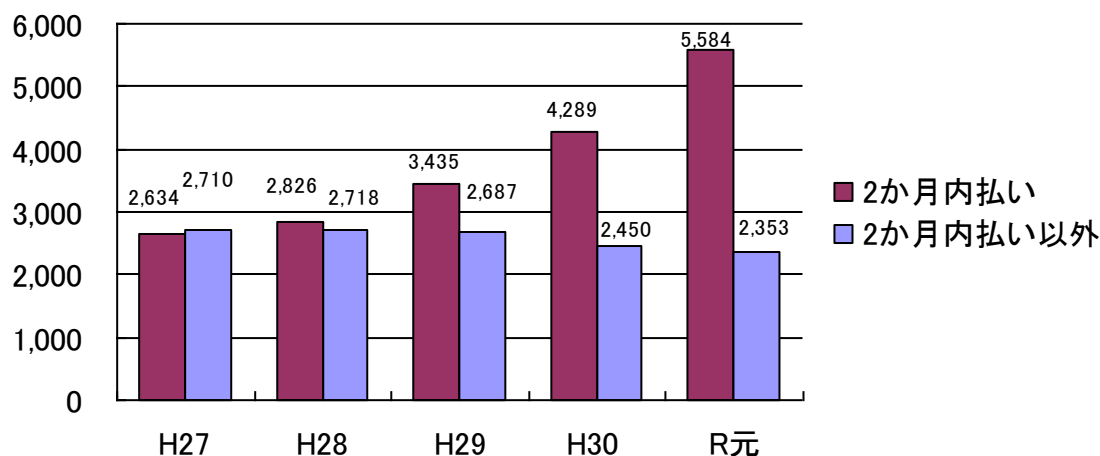
27年度以降の推移をみても約2.1倍と大幅に増加している。これは、クレジットカードが通信販売をはじめとする取引において、現金に代わる決済手段を提供する社会的基盤となっている状況を反映したものである。

「個別信用」は950件で、30年度に比べ8.4%、「包括信用」は906件で30年度より2.1%、それぞれ減少した。

クレジット利用内訳の推移

	27年度	28年度	29年度	30年度	元年度	増減%	構成比%
自社割賦	279	249	187	165	147	▲10.9	1.9
個別信用	1,479	1,375	1,286	1,037	950	▲8.4	12.0
包括信用	754	868	957	925	906	▲2.1	11.4
2か月内払い	2,634	2,826	3,435	4,289	5,584	30.2	70.4
他の販売信用	27	34	34	42	40	▲4.8	0.5
不明	171	192	223	281	310	10.3	3.9
合計	5,344	5,544	6,122	6,739	7,937	17.8	100.0

2か月内払いと2か月内払い以外のクレジット利用件数の推移



- ※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。

クレジット利用をした商品・サービス別件数をみると、最も多かったのはデジタルコンテンツ(オンラインゲーム、出会い系サイト、セキュリティソフト、情報商材など)であり、元年度は1,235件で30年度に比べ228件減少(15.6%減)した。これに健康食品、化粧品と通信販売で購入する機会の多い商品が続いており、インターネット通販その他の通信販売の普及に伴い、決済手段としてクレジットを使う機会が増えることとなっている。

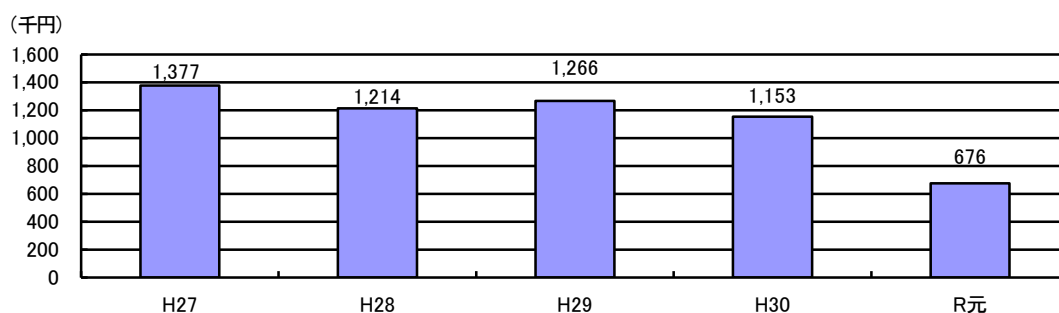
クレジット利用をした商品・サービス別件数の推移（上位5項目）

	27年度		28年度		29年度		30年度		元年度	
1	デジタルコンテンツ	709	デジタルコンテンツ	797	デジタルコンテンツ	990	デジタルコンテンツ	1,463	デジタルコンテンツ	1,235
2	エステティックサービス	234	エステティックサービス	274	エステティックサービス	352	健康食品	330	健康食品	834
3	携帯電話	209	四輪自動車	203	四輪自動車	197	化粧品	304	化粧品	592
4	四輪自動車	194	携帯電話サービス	186	携帯電話サービス	172	携帯電話サービス	198	四輪自動車	201
5	携帯電話サービス	180	携帯電話	169	携帯電話	130	エステティックサービス	188	エステティックサービス	196
	全件数	5,344	—	5,544	—	6,122	—	6,739	—	7,937

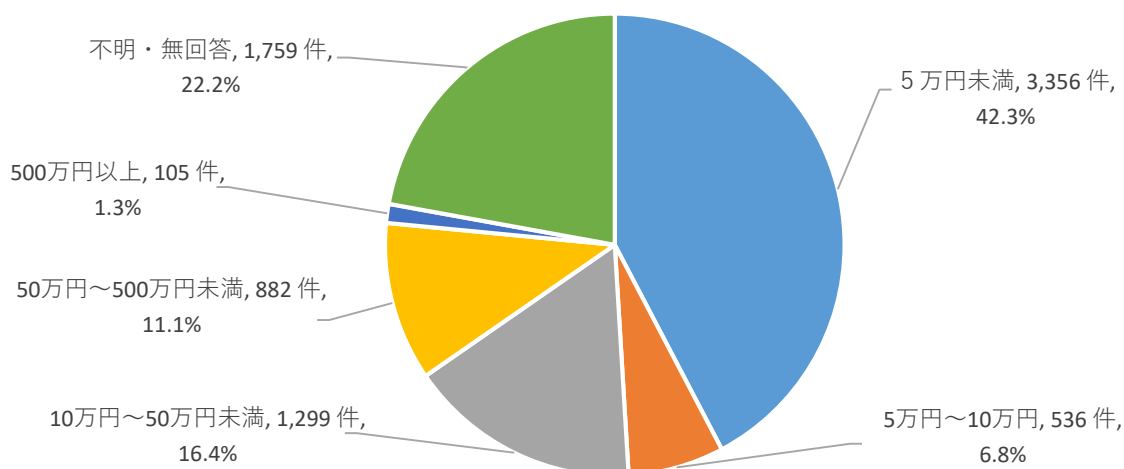
クレジット利用の平均購入金額は67万6千円で、30年度に比べて47万7千円減少（41.4%減）した。

購入金額が5万円未満であるクレジット利用件数は3,356件で全体の42.3%と4割を超えており、比較的少額な取引にもクレジットが広く利用される傾向が強くなっている。

クレジット利用契約の平均金額の推移



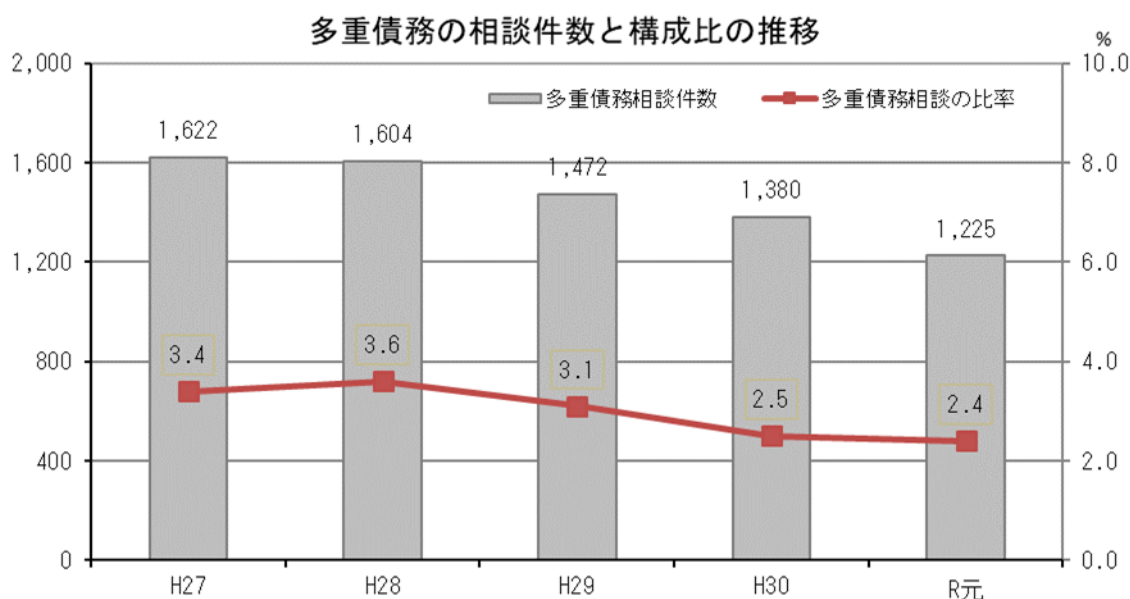
クレジット利用件数の金額別内訳



8 多重債務に関する相談

元年度の多重債務に関する相談件数は1,225件、苦情相談全体に対する構成比は2.4%で、30年度と比べて件数、構成比ともにやや減少した。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ることで多重債務を抱えるケースが問題となっており、過剰貸付を避けるための自主規制が行われている。



契約当事者の年代別件数をみると、「50歳代」が最も多く、40歳代以上の高年代の比率が比較的高い。また、30年度と比べ全体的に件数が減少している。

契約当事者の年代別件数

	元年度		30年度		増減(件)
	件数	構成比(%)	件数	構成比(%)	
70歳以上	180	14.7	196	14.2	▲ 16
60歳代	172	14.0	213	15.4	▲ 41
50歳代	248	20.2	265	19.2	▲ 17
40歳代	233	19.0	291	21.1	▲ 58
30歳代	163	13.3	174	12.6	▲ 11
20歳代	134	10.9	144	10.4	▲ 10
10歳代	5	0.4	4	0.3	1
不明	90	7.3	93	6.7	▲ 3
合計	1,225	100.0	1,380	100.0	▲ 155

職業別件数を見ると「給与生活者」が最も多く、562件（45.9%）を占める。次いで「無職」が484件（39.5%）となっており、30年度と比べ構成比に大きな変化はない。

契約当事者の職業別件数

	元年度		30年度		増減（件）
	件数	構成比（%）	件数	構成比（%）	
給与生活者	562	45.9	618	44.8	▲ 56
自営・自由業	46	3.8	58	4.2	▲ 12
家事従事者	48	3.9	57	4.1	▲ 9
学生	18	1.5	13	0.9	5
無職	484	39.5	545	39.5	▲ 61
その他・不明	67	5.5	89	6.4	▲ 22
合計	1,225	100.0	1,380	100.0	▲ 155

借入金額別に見ると、「100万円以上500万円未満」が最も多く全体の22.3%を占める。次いで「10万円以上100万円未満」が21.0%となっている。

全体構成比は30年度と比べ大きな変化はない。平均金額は30年度から96万4千円減少（17.8%減）し、445万3千円となった。

借入金額別件数

	元年度		30年度		増減（件）
	件数	構成比（%）	件数	構成比（%）	
1万円未満	5	0.4	3	0.2	2
1万円～10万円未満	35	2.9	36	2.6	▲ 1
10万円～100万円未満	257	21.0	265	19.2	▲ 8
100万円～500万円未満	273	22.3	328	23.8	▲ 55
500万円～1億円未満	110	9.0	118	8.6	▲ 8
1億円以上	2	0.2	5	0.4	▲ 3
無回答	543	44.3	625	45.2	▲ 82
合計	1,225	100.0	1,380	100.0	▲ 155
平均金額	4,453,296円		5,417,097円		▲ 963,801

また、貸金業法に違反する「ヤミ金融」に関する相談は、元年度は36件であり、取り締りを強化した平成22年度の改正貸金業法の完全施行以来、件数は減少傾向にある。

「ヤミ金融」に関する相談件数

	27年度	28年度	29年度	30年度	元年度
件数	70	54	49	56	36

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。

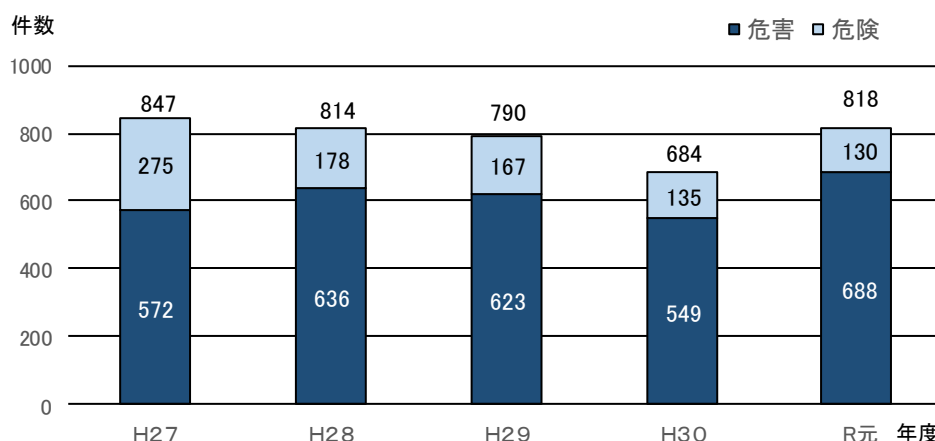
製品事故等に関する情報の収集制度は、平成19年5月14日に施行された改正消費生活用製品安全法により規定され、消費生活用製品に係る製品事故についての製造事業者等の報告義務と、国による事故情報の公表等の措置が設けられた。

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

元年度の危害・危険に関する相談件数は818件（危害688件、危険130件）で、30年度の684件に比べ134件増加（19.6%増）した。

危害・危険に関する相談件数の推移



(2) 危害に関する相談

元年度の危害に関する相談件数は688件で、30年度の549件に比べ139件増加（25.3%増）した。

このうち健康食品に関するものが183件で30年度に比べ120.5%増で1位に、化粧品が130件と30年度に比べ58.5%増で2位になっている。いずれも定期購入に関連した相談が増加したためである。

次いで、医療に関する相談が95件となっている。

事例としては、健康食品や化粧品による下痢や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痛み等の副作用が生じた、というものが主である。

危害に関する相談の推移（上位5項目）

順位	27年度			28年度			29年度			30年度			元年度		
	項目	件数	構成比%	項目	件数	構成比%	項目	件数	構成比%	項目	件数	構成比%	項目	件数	構成比%
1	医療	94	16.4	健康食品	111	17.5	健康食品	100	16.1	医療	85	15.5	健康食品	183	26.6
2	理美容	58	10.1	医療	100	15.7	医療	87	14.0	健康食品	83	15.1	化粧品	130	18.9
3	化粧品	52	9.1	化粧品	61	9.6	化粧品	66	10.6	化粧品	82	14.9	医療	95	13.8
4	健康食品	36	6.3	理美容	49	7.7	理美容	55	8.8	理美容	46	8.4	理美容	47	6.8
5	外食・食事宅配	27	4.7	外食・食事宅配	26	4.1	飲料	23	3.7	外食・食事宅配	16	2.9	外食・食事宅配	17	2.5
合計	572			636			623			549			688		

危害に関する主な事例（上位5項目）

分類	主な事例
健康食品	送料300円で試せるというホームページの広告を見てダイエットサプリを購入して飲んだら、下痢の症状が出た。すぐに4か月分20袋が届き、代金39,060円を請求されて、定期購入契約になっていることに気付いた。
	初回無料でいつでも解約できるというので、お腹の調子が良くなるという健康食品をネット通販で購入したが、食べるとひどい湿疹が出た。解約しようと電話すると、オペレータに繋ぐというアナウンスが流れるだけで繋がらない。
化粧品	インターネット通販で定期購入した美容液を使用したら顔が痒くなりかぶれた。解約しようと何度電話しても繋がらず、インターネットで解約を申し出ても電話に誘導されるばかりで、解約できないままに2回目を送られてきた。
医療	美容皮膚科で瞼や顔面の脂肪溶解注射を行った。問診票で緑内障の告知をしたにもかかわらず注射され、瞼が腫れてしまい、数週間後に視野が4分の1欠けた。
	整骨院で勧められて30回券を購入した。2回施術を受けたところで腰痛がさらに酷くなり、医師の診察を受けると、整骨院の施術を止められ、痛み止めを処方された。整骨院に残った回数券分の料金の返金を求めたが、応じない。
理美容	痩身エステの施術中に首周りに痛みが生じ、中断を申し出たが続行された。施術後、医師から頸椎捻挫と診断されて補償を求めたが、医療保険外の治療費の負担を拒否された。
外食・食事宅配	飲食店で、小麦が入っていないことを店員に確認した上で、フライドポテトを小麦アレルギーの幼児に食べさせたところ、腫れ、発疹、呼吸困難が発症した。

(3) 危険に関する相談

元年度の危険に関する相談は130件で、30年度の135件と比べ5件減少(3.7%減)した。

最も多かったのは「自動車」に関するもので19件であり、30年度と同数であった。次いで、「空調・冷暖房機器」が15件、スマートフォン等の「電話機・電話機用品」が9件であった。

事例としては、中古自動車の不具合、電気製品の過熱・発煙・発火や破損が多い。

危険に関する相談の推移（上位5項目）

順位	27年度			28年度			29年度			30年度			元年度		
	項目	件数	構成比%	項目	件数	構成比%	項目	件数	構成比%	項目	件数	構成比%	項目	件数	構成比%
1	自動車	48	17.5	食生活機器	22	12.4	自動車	24	14.4	自動車	19	14.1	自動車	19	14.6
2	空調・冷暖房機器	21	7.6	空調・冷暖房機器	16	9.0	空調・冷暖房機器	16	9.6	食生活機器	18	13.3	空調・冷暖房機器	15	11.5
3	食生活機器	16	5.8	自動車	14	7.9	食生活機器	13	7.8	調理食品	10	7.4	電話機・電話機用品	9	6.9
4	食器・台所用品	14	5.1	食器・台所用品	12	6.7	調理食品	8	4.8	空調・冷暖房機器	9	6.7	食器・台所用品	5	3.8
5	他の住居品	13	4.7	電話機・電話機用品	12	6.7	菓子類	7	4.2	外食・食事宅配	6	4.4	自転車用品	5	3.8
合計	275			178			167			135			130		

危険に関する主な事例（上位5項目）

分類	主な事例
自動車	中古車の納車後、自宅に帰るまで20km強走行したところで爆発音がありエンジンが停止した。しばらくしたら、エンジンを再起動できたが、無償修理してほしい。
空調・冷暖房機器	3年前に購入したパネルヒーターのサーモスタットでパチパチ音がして火花が散り、先日は焦げた塊のようなものが落ちた。メーカーは、正常だけれども、送料と費用を負担したら調査すると言っている。
電話機・電話機用品	スマートフォンを充電し、差し込んでいた付属のケーブルコードを抜こうとしたところ、高温の警告音と表示があり、接続部分から白煙が立ってケーブルコードの先端部分が溶けていた。
食器・台所用品	景品でもらった笛吹ケトルで水を沸騰させたら取っ手が外れたので交換してもらった。それを交換から2年後に初めて使用して水を沸騰させたところ、樹脂でできた注ぎ口のふたが取れてしまった。
自転車	通信販売業者製造の自転車が購入後4か月でパンクしたので修理したら、ホイールとチューブの間からナットが出てきた。初期不良を確認して対応するよう求めたところ、自分で確認せず、近くの自転車店で確認すると言われた。

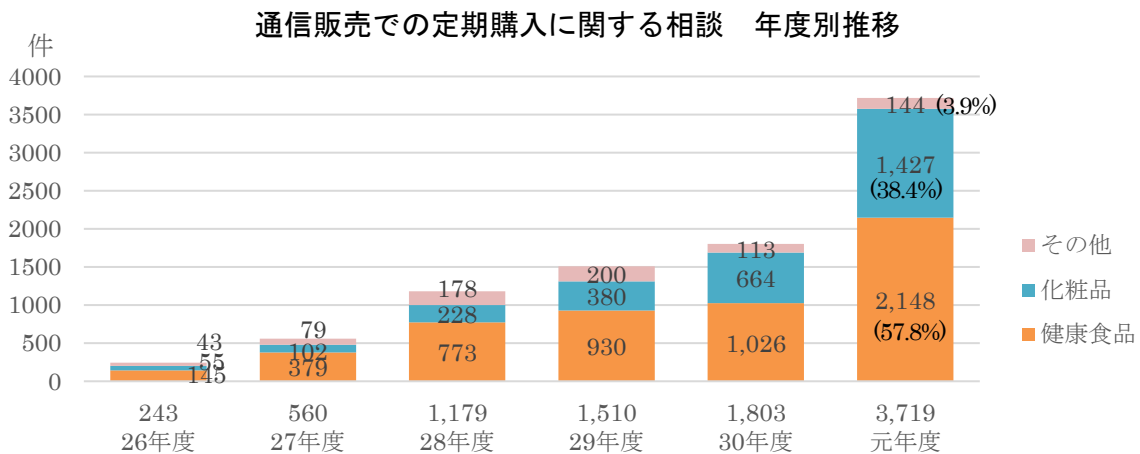
Ⅲ 特徴的な相談

1 通信販売での定期購入に関する相談*抽出方法見直しにより平成29年度年報の数値と一致しない。

健康食品、化粧品や飲料などの、通信販売での定期購入トラブルに関する相談が依然として増加している。元年度は3,719件で、30年度の1,803件の2.1倍になった。

「お試し」で注文したつもりが定期購入であった、初回価格の安さばかりが強調され定期購入の表示は小さく気づけなかった、2回目に大量の商品が届き高額請求された、解約したいが電話が繋がらない、返品保証とあるのに条件が厳しく解約できない、などの相談が寄せられた。

商品別にみると、健康食品が2,148件(57.8%)、化粧品が1,427件(38.4%)で、大部分を占めた。



契約当事者の男女比をみると、女性が67.2%と多数を占めるが、増加率では男性が134.7%増で、女性の93.9%増を上回った。

年代別では、30年度と同様、件数が多い順に50歳代、40歳代、60歳代と続く。

増加率が高いのは若い世代で、なかでも20歳未満の男性は30年度35件から元年度は212件と177件増加(505.7%増)した。脱毛剤などの化粧品の増加が目立つ。

性別・年代別件数

年齢	元年度					30年度					年代別増減	
	男	女	不明等	計	構成比	男	女	不明等	計	構成比		
80歳以上	40	64	0	104	2.8%	27	62	2	91	5.0%	13	14.3%
70歳代	91	172	1	264	7.1%	55	105	1	161	8.9%	103	64.0%
60歳代	147	341	0	488	13.1%	96	214	1	311	17.2%	177	56.9%
50歳代	183	617	4	804	21.6%	92	312	1	405	22.5%	399	98.5%
40歳代	184	580	1	765	20.6%	101	290	1	392	21.7%	373	95.2%
30歳代	104	219	2	325	8.7%	40	103	0	143	7.9%	182	127.3%
20歳代	178	148	2	328	8.8%	39	69	0	108	6.0%	220	203.7%
20歳未満	212	250	6	468	12.6%	35	82	1	118	6.5%	350	296.6%
不明	44	109	20	173	4.7%	19	52	3	74	4.1%	99	133.8%
合計	1,183	2,500	36	3,719	100.0%	504	1,289	10	1,803	100.0%	1,916	106.3%
性別増減	679	1,211				134.7%	93.9%					

契約金額別にみると、5万円未満の契約が中心となっていることが分かる。

なかでも、「1万円以上5万円未満」の契約が、30年度から876件増加（171.8%増）し、1,386件と1番多かった。次いで、「千円以上1万円未満」の893件、「千円未満」の368件と続く。

契約金額別件数

金額	元年度		30年度		増減(件)	増減(%)
	件数	構成比(%)	件数	構成比(%)		
千円未満	368	9.9	211	11.7	157	74.4
千円～1万円未満	893	24.0	603	33.4	290	48.1
1万円～5万円未満	1,386	37.3	510	28.3	876	171.8
5万円～10万円未満	36	1.0	18	1.0	18	100.0
10万円～50万円未満	16	0.4	6	0.3	10	166.7
50万円～100万円未満	1	0.0	2	0.1	▲1	▲50.0
100万円以上	0	0.0	1	0.1	▲1	▲100.0
不明	1,019	27.4	452	25.1	567	125.4
合計	3,719	100.0	1,803	100.0	1,916	106.3
平均金額	17,873円		14,945円			

内容別にみると、30年度と同じく「インターネット通販」と「解約」に関する相談が多い。次いで、定期購入であることが分かりにくいなど「電子広告」をめぐるものが続く。また、解約しようとして業者に電話を何度かけてもつながらないなどの「連絡不能」も多い。

特に増加率が高かったのは「未成年者契約」（341.6%増）と「高価格・料金」（314.3%増）に関する相談である。初回は送料のみ負担などで未成年者でも気軽に注文できるが、実は定期購入で2回目からは高価格で支払えないなどの相談が寄せられた。

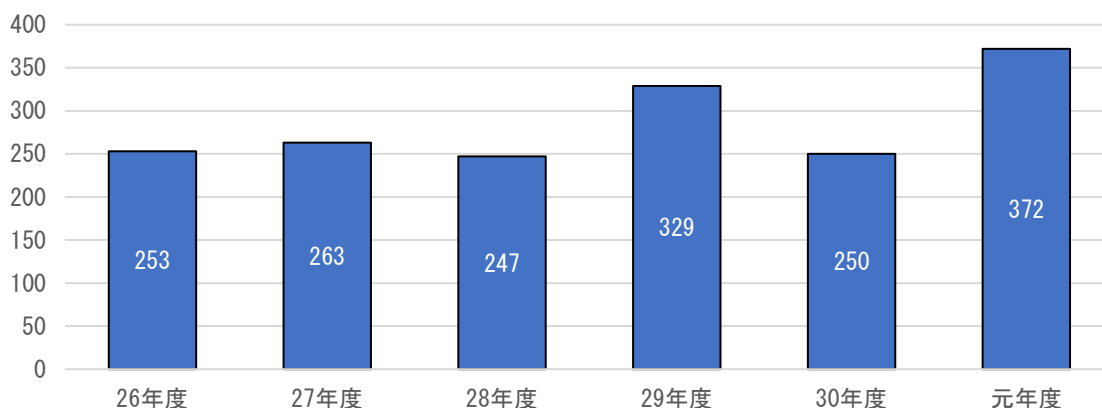
内容別件数（複数選択項目）（上位10項目）

順位	内容キーワード ()内は30年度順位	元年度		30年度		増減(件)	増減(%)
		件数	構成比%	件数	構成比%		
1	インターネット通販(2)	3,285	88.3	1,442	80.0	1,843	127.8
2	解約(1)	3,091	83.1	1,445	80.1	1,646	113.9
3	電子広告(3)	1,470	39.5	601	33.3	869	144.6
4	連絡不能(4)	975	26.2	514	28.5	461	89.7
5	返品(5)	616	16.6	345	19.1	271	78.6
6	高価格・料金(9)	522	14.0	126	7.0	396	314.3
7	未成年者契約(12)	446	12.0	101	5.6	345	341.6
8	瘦身(8)	385	10.4	131	7.3	254	193.9
9	誤解・勘違い(6)	379	10.2	192	10.6	187	97.4
10	説明不足(7)	253	6.8	146	8.1	107	73.3
	全件数	3,719	100.0	1,803	100.0	1,916	106.3

2 マルチ・マルチまがいに関する若者の相談

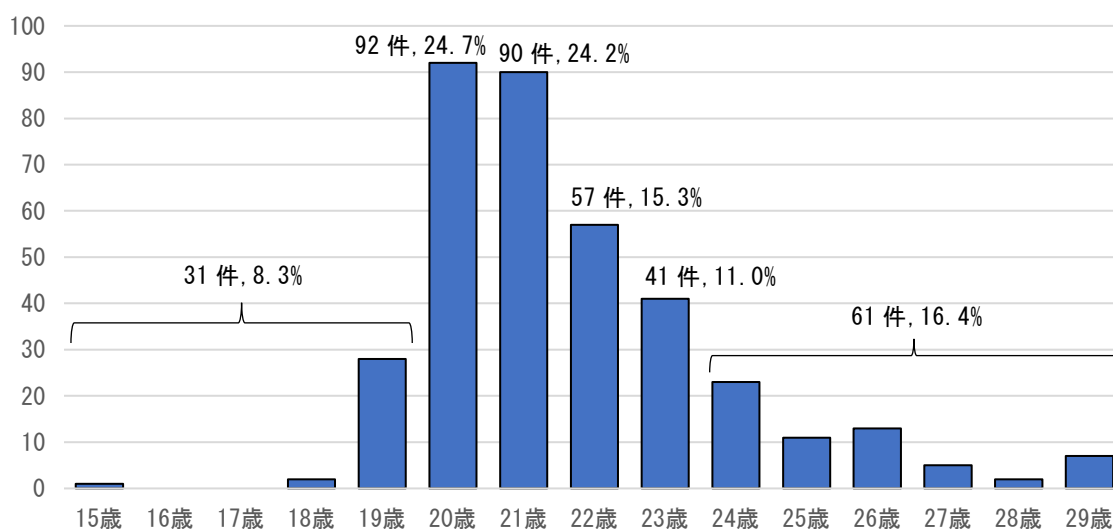
「マルチ・マルチまがい」の相談は若者に集中している（16ページ参照）が、29歳以下の「マルチ・マルチまがい」に関する元年度の相談件数は372件で、30年度の250件から122件大幅に増加し、26年度以降最多となった。

29歳以下のマルチ・マルチまがいに関する相談件数 年度別推移



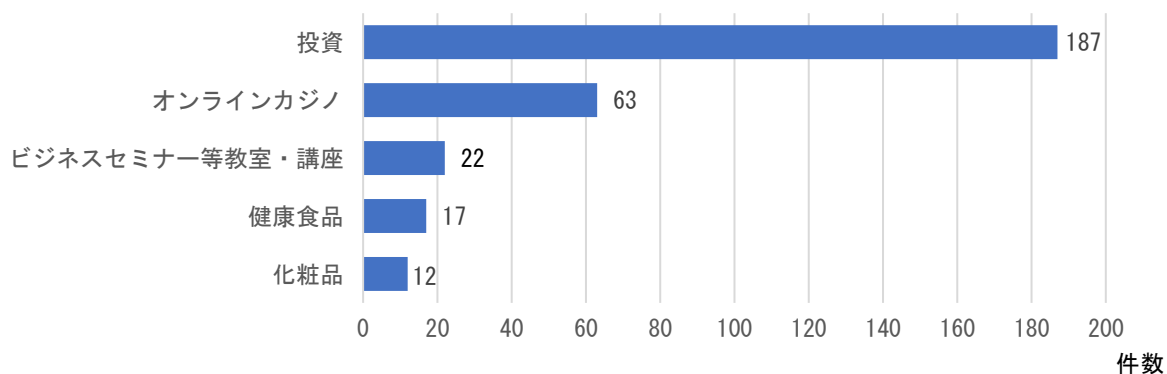
相談件数を年齢別に見ると、20歳から23歳までの間だけで280件（75.3%）を占めている。特に成年年齢に達した20歳とその次の21歳にそれぞれ90件以上と、未成年者に対する民法の保護規定が適用されなくなった時期に集中している。

年齢別相談件数



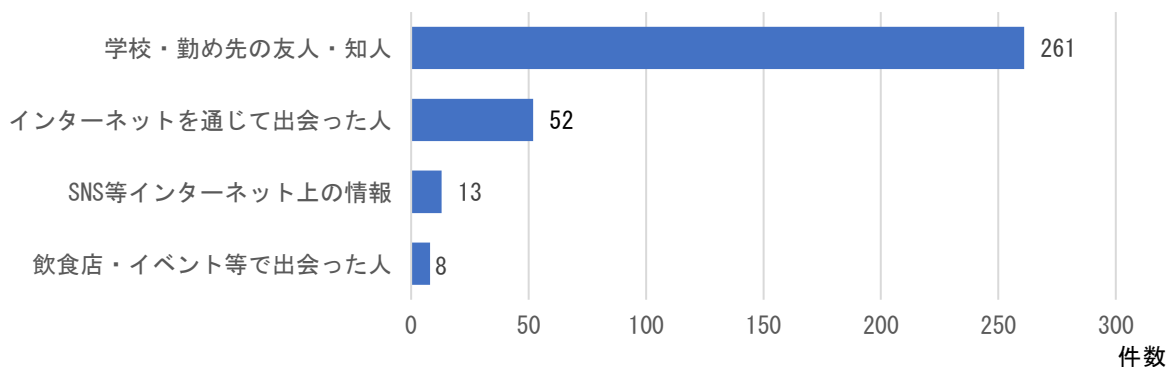
マルチ・マルチまがい商法の商材については、バイナリーオプション、外国為替取引（FX）、株式の先物取引などの投資で簡単確実に利益が得られるとするUSB、DVDやこれに関するセミナーなどの投資関連が187件（50.3%）、オンラインカジノが63件（16.9%）など、商品ではなく儲け話等の情報（いわゆる「モノなしマルチ」）が主流となっている。

29歳以下の若者へのマルチ・マルチまがい商法で多い商材



勧誘を受けるきっかけについてみると、小・中・高・大学・専門学校や勤め先で知り合った人から勧誘されるケースが261件（70.2%）、SNSや出会い系サイトなどインターネットを通じて出会った人から勧誘されるケースが52件（14.0%）、SNS等インターネット上の情報が13件（3.5%）、飲食店やイベント等で出会った人が8件（2.2%）となっており、これまでの人間関係を基に勧誘に入るケースが多い。

29歳以下の若者へのマルチ・マルチまがい商法で多い勧誘のきっかけ

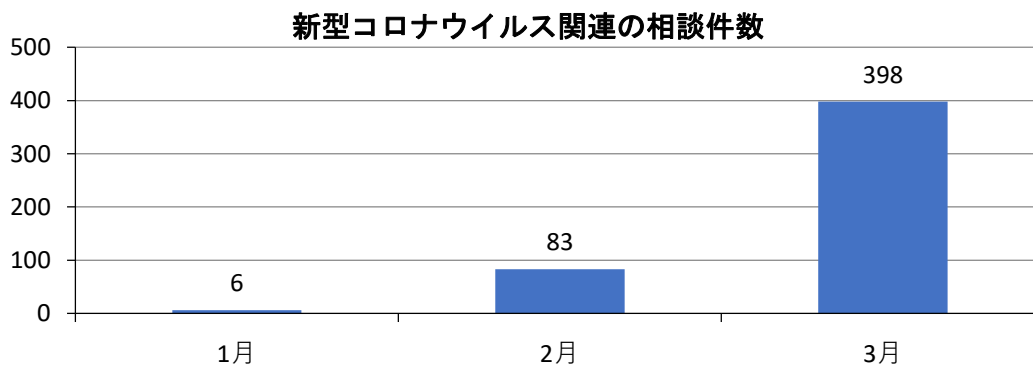


平均の購入金額は、約41万5千円である。

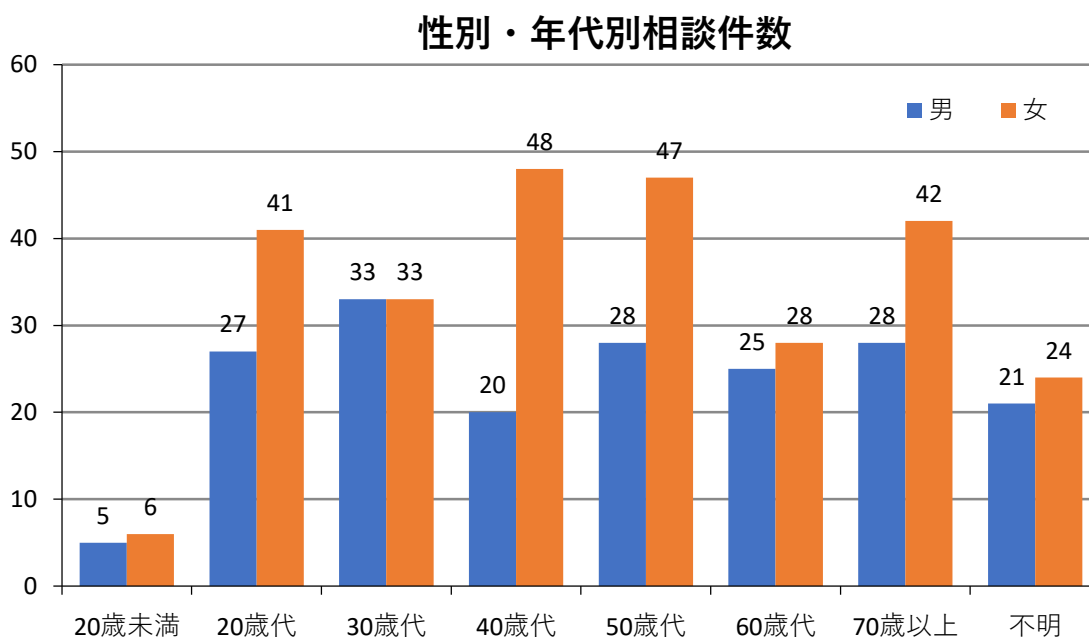
在学中で資力に乏しく高額の商品を現金で購入することが難しい、商品が購入できても投資資金を用意できないといった事情がある消費者については、新たな購入者の紹介や金融機関からの借入れを求められることが多い。このため、相談の際に分かった範囲であるが、消費者金融やクレジットカードのキャッシング等の借入れが159件（42.7%）で確認できる。特に、投資関係については、116件（62.0%）で借入れが確認できる。

3 新型コロナウイルスに関連する相談

新型コロナウイルス関連の相談は487件である。1月の相談件数は6件であったが、2月は83件、3月は398件と月ごとに急増している。



契約当事者の性別は、男性が187件、女性が269件であり、年齢は、男性は30歳代、女性は40歳代が最も多いが、男女ともに20歳代から70歳代以上の各世代からまんべんなく相談が見られる。



※ 他に、性別不明31件あり

商品・サービス別でみると、マスクをはじめとする「保健衛生品その他」が80件と最も多く、次いで、「結婚式」が49件、トイレトペーパーなどの「ちり紙類」が38件となっている。

また、旅行・宿泊に関連する相談も多く寄せられており、「海外パッキングツアー」(34件)、「航空サービス」(32件)、「手配旅行」(21件)、「国内パッキングツアー」(12件)となっている。

その他、スポーツジムやヨガ教室等の「スポーツ・健康教室」(23件)、「スポーツ施設利用」(10件)についての相談も寄せられている。

商品・サービス別件数(上位10項目)

順位	項目	件数	構成比%
1	保健衛生品その他	80	16.4
2	結婚式	49	10.1
3	ちり紙類	38	7.8
4	海外パッキングツアー	34	7.0
5	航空サービス	32	6.6
6	スポーツ・健康教室	23	4.7
7	手配旅行	21	4.3
8	国内パッキングツアー	12	2.5
9	消毒殺菌剤	11	2.3
10	スポーツ施設利用	10	2.1
	全 件 数	487	100.0

内容別では、「解約」が179件と最も多く、「感染症を懸念し、予約している海外旅行をキャンセルしたいが、事業者と連絡がつかない」等の相談が寄せられている。

解約に関連する相談としては、「結婚式のキャンセルを申し出たところ、高額のカンセル料を請求された」といった「解約料」(129件)や、「予約をしていた航空機が欠航となった。返金されるか心配だ」といった「返金」(99件)も多い。

2番目に多いのが「インターネット通販」で、件数は155件あった。「マスクをネット通販で購入したが、予定日に届かない」「日ごろ利用しているネットスーパーに商品の在庫がなく困っている」等の相談がある。

その他、事業者に何度連絡しても通じないという「連絡不能」や、マスクを品不足に伴い値上げして販売しているという「高価格・料金」、「品不足」についての相談が寄せられている。

内容別相談件数(複数選択項目)

順位	内容キーワード	件数	全件数比%
1	解約	179	36.8
2	インターネット通販	155	31.8
3	解約料	129	26.5
4	返金	99	20.3
5	連絡不能	81	16.6
6	高価格・料金	66	13.6
7	品不足	53	10.9
8	契約書・書面	45	9.2
9	細菌類	44	9.0
10	説明不足	32	6.6
	全 件 数	487	100.0

IV 相談事例

1 取引方法ごとの相談事例

(1) 店舗販売 (14頁参照)

【不動産貸借】

3年間住んでいた賃貸住宅を退去した。解約清算書の内訳をみると全ての部屋のクロス張替えや鍵の交換代等で約33万円の請求になっている。たばこは吸わない。高額な原状回復費用を全額払わないといけないのか。

(20歳代・男性・給与生活者)

- * 賃貸住宅の退去時における敷金返還や原状回復費用について相談が寄せられました。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。

【四輪自動車】

中古車を整備費込みの約34万円で購入した。引き渡しを受けて少し走行し立ち寄った先で、エンジンがかからなくなった。販社に伝えたが、保証付きの車ではないので対応できないと言われた。

(50歳代・男性・給与生活者)

- * 四輪自動車に関する相談では、中古車に関するものが多く寄せられました。

【携帯電話サービス】

スマートフォンの機種変更をする際、タブレット端末と一緒に契約すると料金が安くなると言われたので、タブレット端末を契約した。しかし、携帯電話料金がそれまで毎月6千円だったのが、1万5千円になってしまった。スマートフォンの端末割賦料金が含まれているのは理解しているが、以前より料金が高くなり納得がいかない。

(20歳代・女性・学生)

- * 料金等に関する販社の説明不足に起因する相談が寄せられました。

【フリーローン・サラ金】

消費者金融3社から82万円、クレジットカードのキャッシングで50万円借りた。月々の返済が難しい。何かいい方法あるか。

(30歳代・男性・給与生活者)

- * 多重債務に関する相談や銀行のカードローンに関する相談が寄せられました。

【工事・建築】

家を新築中だが、建築業者が倒産したことをニュースで知った。担当者に連絡したところ、担当者は解雇されていた。担当者が言うにはまもなく破産管財人が決まり、管財人から通知が届くだろうとのことだ。どうしたらよいか。

(60歳代・男性・給与生活者)

- * 工事・建築に関する相談では、新築工事に関する相談が多く寄せられました。

(2) 訪問販売 (14頁参照)

【工事・建築】

雨樋が壊れたためインターネットで見つけた業者から見積りをとることにした。来訪してもらおうと雨樋は後回しで、「土台のコンクリートにひび割れがある。床下を調べたい」と床下に潜り、「お風呂の床下に水漏れがある。放っておくと柱が腐り基礎からすべてやり直すことになり、緊急性がある。タイル風呂をユニットバスに交換しましょう」と言われ、総額約250万円で契約した。契約翌日、解約を申し出たが、業者から危ないと言われ説得された。後日、再度解約を申し出たが、クーリング・オフ期間を過ぎたと応じてくれなかった。

(60歳代・男性・無職)

- * 高額な工事を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。

【電気】

「スマートメーターに変わったので電気代が安くなる」と契約中の電力業者の代理店を名乗り、業者が訪問した。安くなると言われたので契約した。確認のため契約中の電力業者に問い合わせたところ、無関係の業者と分かった。解約したい。

(60歳代・男性・給与生活者)

- * 契約している電力会社のプラン変更と思い契約してしまったなどの相談が寄せられました。
- * 電力小売の自由化に乗じた手口に関する相談が寄せられました。

【修理サービス】

先月、ポストに「不要なアンテナを5000円で撤去する」とのチラシが投函されていたので、撤去を依頼した。撤去の際、「雨どいの修理を保険金でできる」と言われ、水が垂れてくるのが気になっていたため契約した。業者は2、3年前の雪が原因とのことで、降雪当時契約していた損保会社に申請手続きをした。見積もりは約90万円だったが、最近約70万円が振り込まれた。工事業者から来月工事をすると連絡があった。契約書には「工事をしない場合は保険金の40%の違約金がかかる」と書いてある。その後、役所でこの件とそっくりな手口が書かれた注意喚起のチラシを見て不安になった。（60歳代・男性・給与生活者）

- * アンテナ撤去をきっかけに家屋の修理を勧められたり、火災保険で家屋の修理ができると言われたりしたという相談が寄せられました。

（3）通信販売（15頁参照）

【デジタルコンテンツ】

2か月前スマホのSMSに有料サイトの未払い督促があり連絡先に電話をかけた。相手から、「1年間の未払いがある。あなたはサイト利用時に手紙発送拒否を選択していたので今まで何も送らなかった。25万円を電子マネーで支払うように。」と言われ、消費者金融で借入しコンビニで5万円の電子マネーを5枚買い番号を伝えた。相手から、「電子マネーは即破棄せよ。」と言われたためその場で処分した。翌日以降も、相手から、2社の未払いや警察にマークされていること等を理由に電子マネーを求められ、消費者金融で借入しコンビニで75万円分の電子マネーを買い番号を伝えた後破棄した。相手から、「国の補助金を受けられる。所有する銀行口座を教えてほしい。」と言われ伝えたら、後日2社のクレジットカード会社からカードが送られてきた。相手が、「金券ショップに行き届いたクレジットカードで113万円分の金券を買え。」と言うので金券を買い、指定する店での現金化を指示され104万円の現金に換えた。当該現金を電子マネーに換えるよう言われ、電子マネー番号を伝えた後、相手と連絡が取れなくなった。詐欺とわかったがクレジットカードの支払いが一括では苦しいので分割にしたい。（40歳代・男性・給与生活者）

- * SMSを利用した「架空請求」の相談が寄せられました。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。

【健康食品】

中学生の娘が、サプリメントを、初回無料送料650円のみ負担のコンビニ後払いで、1袋だけお試しで購入できると思い込みインターネットで注文したようだ。商品が届いて確認すると、10日後に2回目として3か月分9袋約4万円分が送られ、それを受け取らないと解約できない取引だと判明した。娘の小遣いでは支払えない。親に相談なく購入したものだが、代金を親が負担すべきか。2回目が高額で納得できない。(契約当事者 10歳代・女性・中学生)

パソコンで広告を見て、サプリメントを定期購入している。効果が感じられず、次回が届く前に解約したい。解約は電話連絡のみで受付となっているが、電話が繋がらない。どうしたらよいか。(60歳代・男性・給与生活者)

- * 定期購入トラブルが増加しました。初回が廉価なため、若者のトラブルもみられました。
- * 広告に表示がなかったのに定期購入となっていた、解約しようとしたが業者に連絡がつかない、いつでも解約できると思い契約したところ差額を求められた、などの相談が寄せられました。

【商品一般】

インターネットでカードの請求明細を見たら、先月から今月にかけて覚えのない9件約42万円の請求があった。請求元は全てフリマアプリ運営業者だったため、自身のアカウントを確認したが購入履歴はなかった。カード会社に連絡したら調査をしてもらえることになった。書面の書き方を教えてほしい。(20歳代・女性・家事従事者)

- * クレジットカードの不正使用に関する相談が寄せられました。

【役務その他サービス】

昨晚、パソコンを使用していたら、突然警告音が鳴りウイルスに感染していると表示された。色々と操作してみたが、警告音は止まず表示も消えなかった。警告音を止めるため連絡するようにと電話番号が表示されていたので、電話をかけた。外国人に遠隔で支持されて表示は消えた。クレジットカード番号を伝え、代金約3万円を支払った。後で調べると不審な点が多かったのが、クレジットカード発行会社に電話をして支払いのキャンセルをお願いしたが、支払先が承諾しない限り取り消しはできない、消費者センターに相談するようと言われた。(30歳代・女性・無職)

- * ウイルスに感染していると警告し電話をかけさせ、代金を請求する手口についての相談が寄せられました。

【化粧品】

1 カ月ほど前、スマートフォンで動画サイトを見ていたら男性用の除毛剤 980 円の広告が表示された。980 円なら買えると注文した。先日 2 回目の商品が届き定期購入と知った。2 回目は 7 千円以上し支払えない。事業者へ定期購入は申し込んでいないと申し出たが、最低 6 回の定期購入なので 6 回目までは受け取るよう言われた。解約したい。
(10 歳代・男性・高校生)

2 週間前スマートフォンの広告を見て美容液を申し込んだ。通常価格が約 2 万円の高額なものが初回は約 3 千円で購入できるということだった。4 回継続の定期購入だが、いつでも解約できると広告に記載されていたので注文した。初回分が届きコンビニ払いをした。2 回目以降は約 1 万円になるので、主婦のため継続購入は無理だと思い、3 日前解約の連絡をした。4 回継続購入するか通常価格との差額約 1 万 6 千円を支払わなければならないと言われ、納得いかない。
(50 歳代・女性・家事従事者)

- * 定期購入トラブルが増加しました。初回が廉価なため、若者のトラブルもみられました。
- * 広告に表示がなかったのに定期購入となっていた、解約しようとしたが業者に連絡がつかない、いつでも解約できると思い契約したところ差額を求められた、などの相談が寄せられました。

(4) 電話勧誘販売 (15 頁参照)

【インターネット接続回線】

業者から光回線料金が安くなると電話勧誘を受けた。業者は今まで契約していた通信業者の関連であるかのように名乗っていたため、信用して契約した。2 日前に書面が届いたので契約内容を確認したら、今まで契約していた通信業者ではなく新たな通信業者との契約だった。また、安くなると言われ契約したが、複数のオプション契約も付帯しているため、月の利用料金は約 1 万円と高額になることも分かった。工事は明日の予定だが、解約したい。
(30 歳代・男性・給与生活者)

- * 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ました。

(5) マルチ・マルチまがい販売 (16頁参照)

(オンラインカジノ)

6日前、出会い系サイトで知り合った初対面の人と他県のカフェで会った。「スマホで簡単に稼げる話がある。人を紹介すれば8000円の紹介料も得られる。ランクが上がれば配当も増え、得たお金で旅行にも行ける。詳しい話を聞きに行かないか。」と誘われた。高層マンションの一室に行き、紹介された人物から、「オンラインカジノのアフィリエイトの副業である。オンラインカジノで稼ぐこともできるが、主にオンラインカジノを人に勧めて利益を得ていく仕組みだ。」と説明された。得られる配当額に応じて複数のコースがあり、私は約22万円のコースを選んだ。また、家族の名前を承諾を得ずに使い、約13万円のコースも2つ契約した。総額約49万円と高額だったが、勧められるまま貸金業者から約36万円を借入れ、貯金も一部崩して工面し、指定された金融機関に振り込んだ。その後よく考えたら、勧誘者の言動には不審な点が多々あり、地道に働いて稼ぐことが大切だと感じたので、2日前、電話でやめたいと申し出たら引き留められた。解約したい。(20歳代・女性・給与生活者)

(バイナリーオプション学習用USB)

高校の友人から「空いている日はないか」と連絡があった。会うとお金の話になり、すごい人がいるとのことでカフェに行き、その人に会った。その人は「USBの情報を使えば簡単に稼げる。外車を買える。」と言っていた。その後友人にハンバーガーショップに連れていかれ、別の人から稼いでいる話と「学生ローンで54万円借りられる」と説明を受けた。翌日、友人に学生ローンに連れていかれ、友人に教えてもらったとおり「英会話学校へ行きたいから」と言って3社からお金を借りた。54万円を業者へ渡しUSBを受け取った。その翌日から週2回くらいカフェでデータの見方、やり方を教えてもらった。しばらくして、人に紹介してその人が契約すると6万円もらえると聞き、3人紹介して18万円もらった。紹介した友人の親が契約書を見つけ、我が家の親にも知られ、消費者センターへの相談を勧められた。(20歳代・男性・学生)

- * バイナリーオプションは、為替相場等が上がるか下がるかを予想し、当たれば一定額を受け取り、はずれれば投資したオプション料の全額を失うという取引です。
- * 若者、学生を狙ったマルチ・マルチまがいの相談が多く寄せられました。学生ローンや消費者金融を利用させる相談も寄せられました。

(6) ネガティブ・オプション (16頁参照)

1年前から職場に専門雑誌が届くようになった。請求書は同封されておらず宣伝と思っていたが、昨日3万円の請求書が届いた。(企業・団体)

* 申し込んでいないのに商品を一方的に送りつけられたという相談が寄せられました。

(7) 訪問購入 (17頁参照)

突然電話があり、なんでも買い取ると言われた。キャラクターの弁当箱があると伝えると、それを買い取りに行きたいと言われ訪問を了承した。弁当箱を渡して終わりのはずが、「何か貴金属はないか。鑑定してあげる。」と言い帰ってくれないので、いくつか出すと「鑑定の資格のあるものが来ます」と別の人に代わった。いくつか見て、「金のネックレスを買い取ることができる。5千円くらいの価値だが、高くする。」とだんだん値を上げ、5万円で買い取ると言われた。鑑定だけのつもりだったので出せないというと、「そこまで言わせておいて」と言われ、怖くなり契約書にサインをして渡した。クーリング・オフしたい。

(70歳代・女性・無職)

* 在宅していることが多い高齢者の方からの相談が多く寄せられました。

2 特徴的な相談の事例

【通信販売での定期購入に関する相談】 (35頁参照)

44頁【健康食品】、45頁【化粧品】の事例参照

【マルチ・マルチまがいに関する若者の相談】 (37頁参照)

46頁「マルチ・マルチまがい販売」の事例参照

【新型コロナウイルスに関連する相談】 (39頁参照)

新型コロナが流行しているので、半年前に申し込んだ1か月後の結婚式を延期したいと式場に申し出た。規約通り、見積額300万円の40%のキャンセル料を請求され、納得がいかない。(30歳代・男性・給与生活者)

新型コロナウイルス流行の影響で、どこへ行ってもマスクが売っていない。当方は花粉症でもあり大変困っている。どのように調達すべきか。(70歳代・男性・無職)

* 新型コロナウイルスの感染拡大に伴い、結婚式や旅行のキャンセルに関する相談、マスクや消毒液、トイレトーパーに関する相談などが寄せられました。

3 その他の相談事例

【はがきによる架空請求】

国の機関と思われるところから「民事訴訟最終告知書」という葉書が届いた。消費料金が未納とあり第1回口頭弁論の呼び出し期日の記載がある。以前にも同様の葉書が届き、消費者センターに相談したら、架空請求と助言を受けた。今回も無視してよいか。(80歳代・女性・給与生活者)

債権回収業者のような名称の会社から、「ご確認のお願い」という件名で、「別途送付した請求書の支払い確認が取れていない。連絡ください。」という葉書が届いた。支払期日は3日前だ。心当たりはなかったが、期日が過ぎていたため慌てて電話してしまった。日曜日のためか繋がらなかった。不安になり娘にメールをしたら、詐欺かもしれないから相談するよう言われた。(70歳代・女性・給与生活者)

* 身に覚えのない債権を請求するはがきが公的機関などをかたる者から送付され、消費者の不安をあおって連絡をさせる架空請求の手口です。

【情報商材】

簡単高額収入というネット広告を見てメールマガジンを登録した。「無料のアプリをダウンロード。公式マニュアル一つで年収1千万円オーバー。でも難しいのでは？無料で電話サポートが利用できるから安心」とメールが届いた。マニュアルを1万5千円で購入した。初回無料の電話サポートを勧めるメールが届き申し込んだ。販社から電話があり、「難しくてできない」というと、「継続サポートが必要ならオプションプランでメールや電話サポートが利用できる」と言われた。オプションは高額すぎると言ったら、「1か月でそれ以上の利益がある。月45万円以上稼いでいる人がたくさんいる。」と言われ、約40万円のプランを申し込んだ。解約したい。
(60歳代・女性・家事従事者)

- * 儲かると勧誘されよくわからないまま契約した、サポートすると言われ高額なオプションを申し込んでしまった、などという相談が寄せられました。
- * 情報商材：情報の内容自体が対価の対象となるもので、「簡単に儲ける方法」等として主にインターネットを介して提供されます。

【オンライン・フリーマーケット】

フリマアプリでブランド財布を購入した。商品が届き偽物だと気付いた。出品者に偽物のため返品したいと連絡すると「当方は正規品を送った。すり替え詐欺ではないか。返品には応じられない。」と回答があった。困って運営業者に相談したが、当事者同士で解決するようにという対応だった。
(30歳代・男性・給与生活者)

- * オンライン・フリーマーケットは基本的に個人間売買となります。届いた商品が写真や商品説明と異なるという相談が寄せられました。

【チケット転売トラブル】

ラグビーワールドカップのチケットをインターネット通販で購入した。先日、ラグビーワールドカップの公式サイトを見たところ、転売サイトで購入したチケットは利用できないとなっていて、購入したサイトが転売サイトであったと気が付いた。チケット名義は外国人だ。今後の対応は。
(50歳代・男性・給与生活者)

- * ラグビーワールドカップが開催され、チケット転売に関する相談が寄せられました。

【原野商法の二次被害】

不動産事業者から電話があり、2回訪問を受けた。1回目の訪問で所有する原野（山林）を売ってあげると言われた。2回目の訪問で、名前を書くよう言われ記名したが、控えをもらっておらず、書かれていた内容はわからない。契約したつもりはないが、弁護士料40万円を今日の午後取りに行くと言われた。一切を断りたい。
(80歳代・男性・無職)

- * 必ず値上がりするとと言われて過去に購入したが処分できずに困っていた土地について、買い取ると言われ契約したところ、実は新たな価値のない不動産を購入させられていた、諸経費等の名目で支払いを請求された、などの相談が寄せられました。

【有料質問サイト】

プリンターの調子が悪かったので、インターネットで解決方法を検索したところ、有料質問サイトに誘導された。500円で質問に応じると書いてあったので、クレジットカード番号を入力して手続きを終了した。後日、クレジット会社から毎月3、600円の引き落とし案内が届いたが、そのような説明は聞いていない。支払いたくない。
(70歳代・男性・無職)

- * インターネット上の有料質問サイトを1回のみのもりで利用したところ、毎月会費を請求されたという相談が寄せられました。

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	元年度	30年度	増減 %	増減の主な要因
商品一般	9,591	15,362	▲ 37.6	はがきによる架空請求に関する相談の減
食料品	3,564	2,501	42.5	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
住居品	1,458	1,459	▲ 0.1	
光熱水品	1,110	934	18.8	電力に関する相談の増
被服品	1,782	1,725	3.3	
保健衛生品	2,621	1,508	73.8	通信販売による化粧品の定期購入トラブルに関する相談の増
教養娯楽品	3,156	3,120	1.2	
車両・乗り物	1,150	1,167	▲ 1.5	
土地・建物・設備	1,536	1,826	▲ 15.9	墓、マンション等に関する相談の減
他の商品	43	51	▲ 15.7	
クリーニング	198	191	3.7	
レンタル・リース・貸借	2,094	2,151	▲ 2.6	
工事・建築・加工	1,924	1,730	11.2	屋根工事に関する相談の増
修理・補修	783	798	▲ 1.9	
管理・保管	84	109	▲ 22.9	墓、マンション等の管理に関する相談の減
役務一般	99	90	10.0	
金融・保険サービス	3,029	3,445	▲ 12.1	ファンド型投資商品、フリーローン・サラ金に関する相談の減
運輸・通信サービス	8,715	10,586	▲ 17.7	デジタルコンテンツに関する相談の減
教育サービス	204	230	▲ 11.3	家庭教師、学習塾に関する相談の減
教養・娯楽サービス	1,821	1,517	20.0	スポーツ観覧に関する相談の増
保健・福祉サービス	2,014	1,806	11.5	社会保険に関する相談の増
他の役務	2,403	2,078	15.6	結婚式の延期又は解約によるキャンセル料、アンテナ撤去に関する相談の増
内職・副業	268	266	0.8	
他の行政サービス	160	152	5.3	
他の相談	463	408	13.5	
計	50,270	55,210	▲ 8.9	

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	元年度	30年度	市町村名	元年度	30年度	市町村名	元年度	30年度
さいたま市	10,421	10,856	朝霞市	840	870	滑川町	62	89
川越市	2,244	2,446	志木市	438	497	嵐山町	70	75
熊谷市	1,375	1,492	和光市	742	882	小川町	181	235
川口市	3,554	3,930	新座市	1,252	1,599	川島町	65	78
行田市	500	540	桶川市	496	545	吉見町	73	85
秩父市	311	400	久喜市	783	926	鳩山町	92	86
所沢市	2,365	2,311	北本市	430	465	ときがわ町	77	119
飯能市	551	596	八潮市	408	490	横瀬町	20	28
加須市	795	946	富士見市	681	898	皆野町	36	40
本庄市	340	345	三郷市	670	684	長瀨町	28	37
東松山市	466	610	蓮田市	501	511	小鹿野町	37	39
春日部市	1,562	1,711	坂戸市	590	671	東秩父村	15	8
狭山市	1,333	1,587	幸手市	275	323	美里町	42	47
羽生市	270	337	鶴ヶ島市	541	670	神川町	61	48
鴻巣市	664	816	日高市	329	410	上里町	163	191
深谷市	630	753	吉川市	363	366	寄居町	187	215
上尾市	1,847	1,984	ふじみ野市	815	836	宮代町	144	208
草加市	1,448	1,493	白岡市	360	442	杉戸町	184	235
越谷市	2,033	2,154	伊奈町	220	254	松伏町	223	285
蕨市	312	335	三芳町	237	267	県内その他	698	704
戸田市	816	815	毛呂山町	152	155	県外	1,460	1,498
入間市	1,335	1,595	越生町	57	47	合計	50,270	55,210

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	元年度			30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	736	9,868	10,604	1,106	9,907	11,013
川越市	1,003	1,305	2,308	1,261	1,234	2,495
熊谷市	630	771	1,401	667	848	1,515
川口市	1,258	2,347	3,605	1,467	2,494	3,961
行田市	152	354	506	165	382	547
秩父市	36	274	310	45	360	405
所沢市	246	2,140	2,386	277	2,072	2,349
飯能市	66	494	560	98	519	617
加須市	123	677	800	175	794	969
本庄市	123	216	339	118	233	351
東松山市	157	319	476	201	419	620
春日部市	759	832	1,591	921	821	1,742
狭山市	115	1,254	1,369	138	1,462	1,600
羽生市	85	199	284	98	234	332
鴻巣市	170	504	674	234	591	825
深谷市	261	370	631	335	445	780
上尾市	211	1,660	1,871	226	1,791	2,017
草加市	188	1,291	1,479	244	1,254	1,498
越谷市	380	1,709	2,089	443	1,763	2,206
蕨市	139	178	317	147	189	336
戸田市	137	691	828	155	663	818
入間市	99	1,255	1,354	140	1,473	1,613
朝霞市	101	752	853	144	747	891
志木市	76	370	446	106	403	509
和光市	69	679	748	81	810	891
新座市	103	1,197	1,300	168	1,486	1,654
桶川市	93	417	510	115	436	551
久喜市	268	553	821	334	596	930
北本市	91	346	437	121	360	481
八潮市	85	337	422	115	391	506
富士見市	171	522	693	189	739	928
三郷市	166	516	682	192	517	709

市町村名	元年度			30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
蓮田市	108	405	513	156	360	516
坂戸市	174	428	602	218	473	691
幸手市	92	192	284	117	216	333
鶴ヶ島市	90	466	556	116	569	685
日高市	115	223	338	131	292	423
吉川市	90	272	362	130	249	379
ふじみ野市	95	740	835	131	736	867
白岡市	78	285	363	112	337	449
伊奈町	54	164	218	87	165	252
三芳町	58	186	244	68	201	269
毛呂山町	91	66	157	98	57	155
越生町	19	41	60	24	27	51
滑川町	37	27	64	40	43	83
嵐山町	36	38	74	40	36	76
小川町	37	147	184	51	197	248
川島町	36	28	64	41	42	83
吉見町	24	50	74	34	58	92
鳩山町	46	44	90	50	40	90
ときがわ町	32	51	83	26	94	120
横瀬町	3	19	22	3	20	23
皆野町	10	28	38	13	26	39
長瀨町	9	19	28	15	22	37
小鹿野町	7	32	39	8	31	39
東秩父村	8	7	15	4	5	9
美里町	26	16	42	31	17	48
神川町	24	37	61	25	22	47
上里町	53	109	162	59	130	189
寄居町	66	124	190	78	146	224
宮代町	64	88	152	120	93	213
杉戸町	99	86	185	144	95	239
松伏町	63	161	224	73	207	280
県内その他	257	525	782	278	501	779
県外	177	294	471	218	305	523
合計	10,475	39,795	50,270	12,965	42,245	55,210

用語の解説

(商品・役務等)

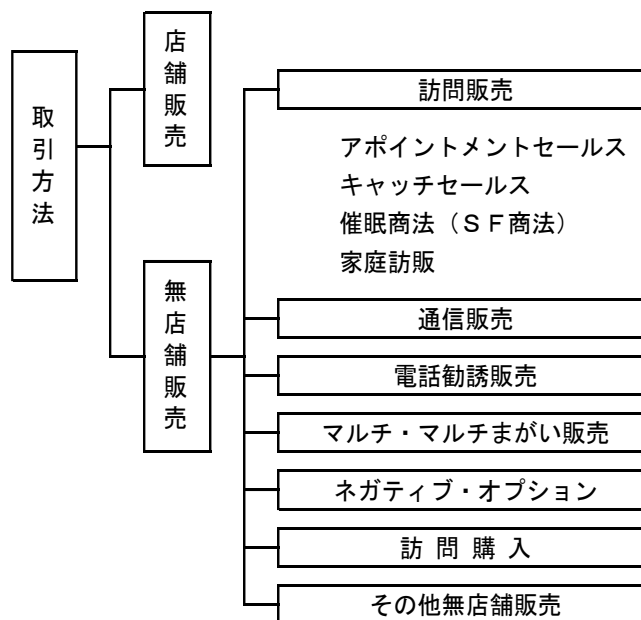
用語	説明
商品一般	その商品・サービスが特定できないもの。
食料品	飲食に供される商品。魚介類、飲料、健康食品など。
健康食品	効果をうたって製造・販売される食料品。酵素食品、高麗人参茶、プロテインなど。
保健衛生品	人の身体を清潔にし、美化し、または健康を保ち、疾病を治療するために使用される商品。医薬品、医療用具、化粧品など。
化粧品	基礎化粧品、頭髮用化粧品など
教養娯楽品	主として教養、事務または娯楽・趣味の目的で使用される商品。パソコン、電話機、音響・映像製品、スポーツ用品など。
教養・娯楽サービス	教養、趣味、娯楽の目的で受けるサービス。宿泊施設、教室・講座、観覧・鑑賞など。
運輸・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。
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。
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。
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。
他の役務	サービス業のうち、他のサービス業に分類されないもの。外食、冠婚葬祭など。
内職・副業	相談者が商品・役務の加工をし、その工賃を受け取る条件で契約するもの。アフィリエイト内職など。

(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。
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。
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。
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。
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あって勧誘し、その仕事が必要であるとして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、美容医療、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。
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



2日以上に渡る展示販売や自販機など

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 <https://www.pref.saitama.lg.jp/b0304/nenpou/>