

平成30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)

令和元年7月
埼玉県消費生活支援センター

平成30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30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58,683件でした。

- ・ 前年度50,426件に比べ8,257件（16.4%）の増加となりました。
- ・ このうち、苦情は55,210件で総件数の94.1%を占め、前年度46,924件に比べ8,286件（17.7%）増加しました。（ P 1 ）

2 電話勧誘販売に関する相談が増加しました。

- ・ 29年度に比べ454件（21.3%）増加し、30年度は2,585件の相談が寄せられました。
- ・ 「インターネット接続回線」と「電気」に関する相談が大きく増加しました。
- ・ 70歳以上の相談割合が約4割を占めます。（ P 1 5 ）

3 はがきによる架空請求に関する相談が大幅に増加しました。

- ・ 「民事訴訟管理センター」等をかたる者から「総合消費料金未納分訴訟最終告知」などのはがきが届いたという相談が、29年度の5,442件から、30年度は12,457件となり大幅に増加しました。
- ・ 大部分が50歳以上の女性からの相談でした。（ P 3 5 ）

4 情報商材に関する相談が依然として増加しています。

- ・ 30年度は530件と29年度から170件増加しました。
- ・ 「簡単で必ず儲かる方法を教える」と言われ契約したが、話が違ったなどの相談が増加しています。（ P 3 7 ）

目 次

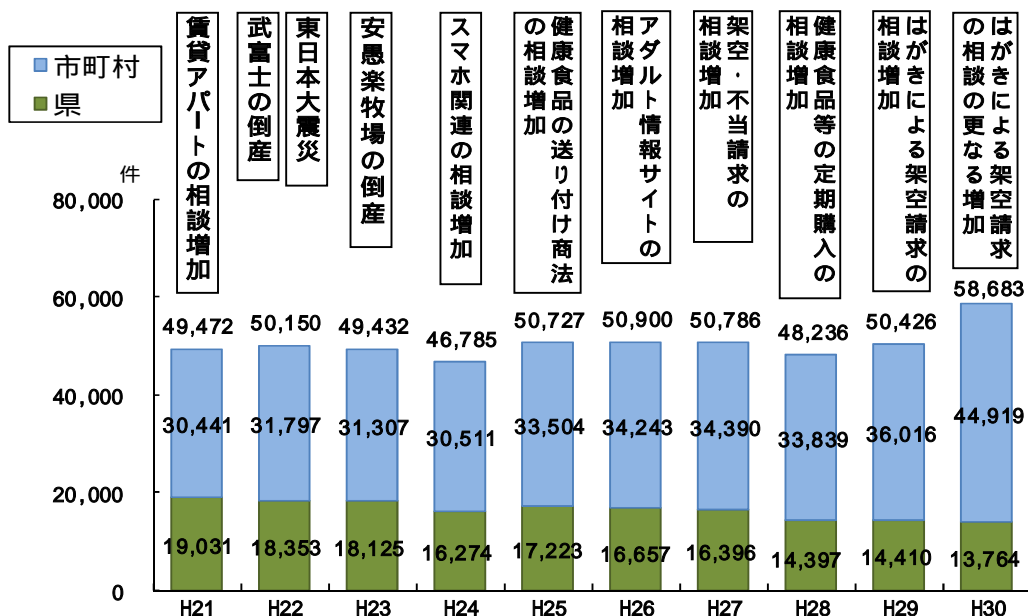
消費生活相談の受付状況	
1 相談受付件数 -----	1
2 相談種別・相談方法別件数 -----	1
3 県の受付件数 -----	2
4 市町村の受付件数 -----	2
苦情相談の概要	
1 契約当事者の状況	
(1) 性別・年代別件数 -----	4
(2) 職業別件数 -----	5
2 相談内容	
(1) 商品・サービス別件数 -----	6
(2) 内容別件数 -----	8
(3) 契約金額別件数 -----	8
(4) 年代別契約金額 -----	9
(5) 処理内容 -----	10
(6) 商品テストを行った相談 -----	11
3 取引方法別の状況	
(1) 件数の推移 -----	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
特徴的な相談	
1 はがきによる架空請求に関する相談 -----	35
2 情報商材に関する相談 -----	37
相談事例	
1 取引方法ごとの相談事例 -----	39
2 特徴的な相談の事例 -----	44
3 その他の相談事例 -----	46
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

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30年度の件数は58,683件で、29年度と比べ8,257件増加(16.4%増)となった。

相談件数の年度別推移(10年間)



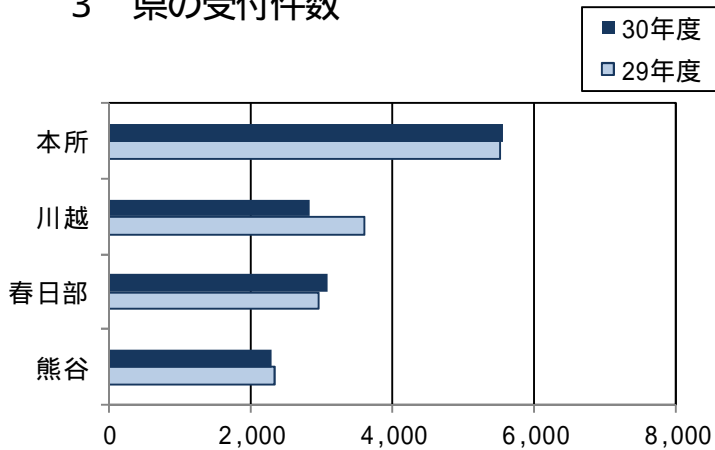
2 相談種別・相談方法別件数

相談種別別の受付件数は、「苦情」が55,210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、46,225件で全体の約8割を占めている。

	30年度		29年度		増減率 %
	件数	構成比%	件数	構成比%	
苦情	55,210	94.1	46,924	93.1	17.7
問合せ等	3,473	5.9	3,502	6.9	0.8
計	58,683	100.0	50,426	100.0	16.4
電話	46,225	78.8	40,313	79.9	14.7
来所	12,415	21.2	10,091	20.0	23.0
文書	43	0.1	22	0.1	95.5
計	58,683	100.0	50,426	100.0	16.4

「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。

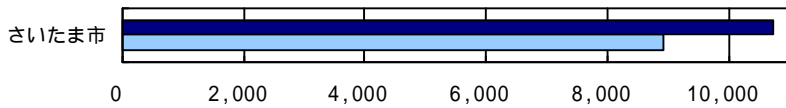
3 県の受付件数



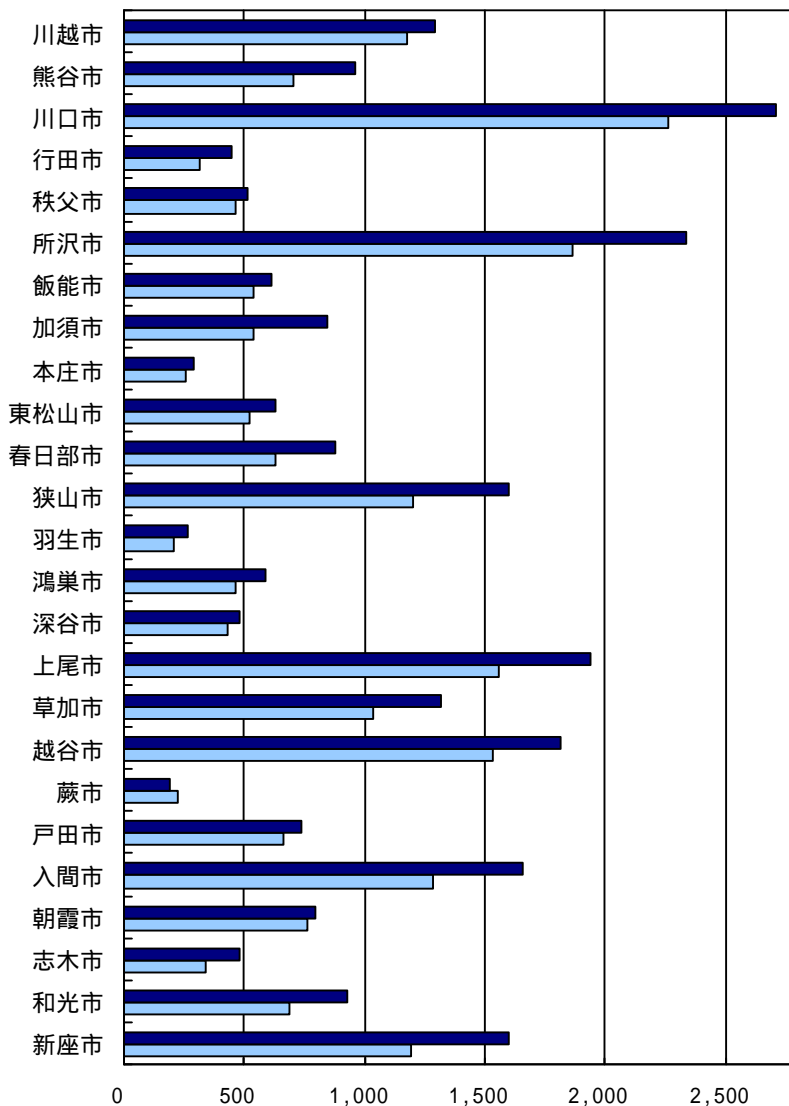
センター	30年度	29年度	増減 (%)
本所	5,574	5,517	1.0
川越	2,824	3,612	21.8
春日部	3,081	2,945	4.6
熊谷	2,285	2,336	2.2
県合計	13,764	14,410	4.5

4 市町村の受付件数

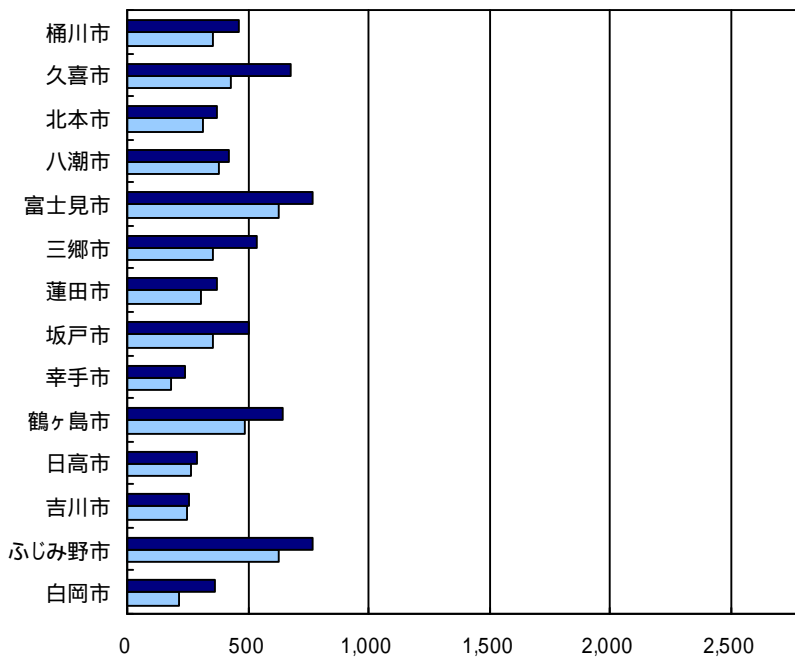
(1) 市の受付件数



市名	30年度	29年度	増減率 (%)
さいたま市	10,743	8,929	20.3

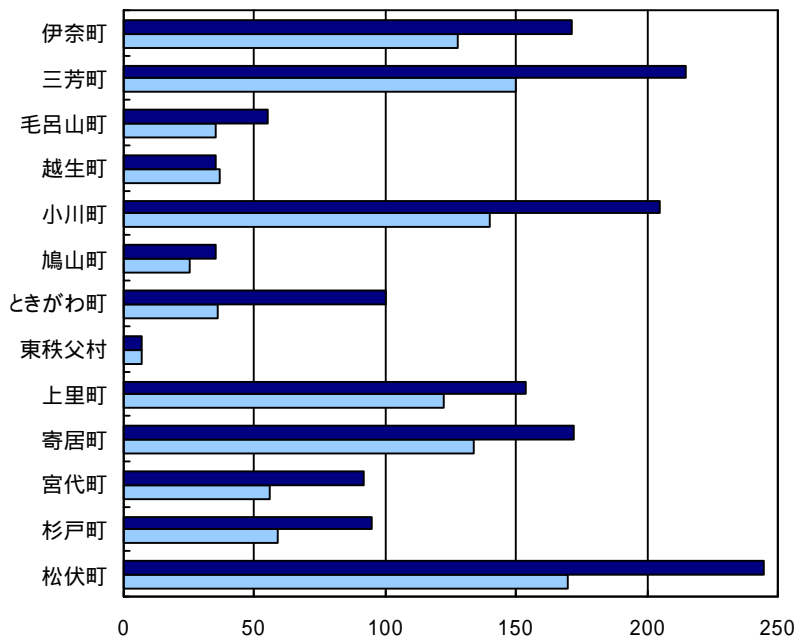


市名	30年度	29年度	増減率 (%)
川越市	1,292	1,179	9.6
熊谷市	965	701	37.7
川口市	2,713	2,258	20.2
行田市	445	314	41.7
秩父市	517	460	12.4
所沢市	2,338	1,867	25.2
飯能市	615	538	14.3
加須市	843	541	55.8
本庄市	289	255	13.3
東松山市	627	522	20.1
春日部市	877	630	39.2
狭山市	1,602	1,201	33.4
羽生市	266	210	26.7
鴻巣市	592	465	27.3
深谷市	483	430	12.3
上尾市	1,936	1,561	24.0
草加市	1,321	1,033	27.9
越谷市	1,818	1,532	18.7
蕨市	192	225	14.7
戸田市	736	659	11.7
人間市	1,654	1,283	28.9
朝霞市	799	760	5.1
志木市	479	343	39.7
和光市	926	689	34.4
新座市	1,596	1,191	34.0



市名	30年度	29年度	増減率 (%)
桶川市	459	356	28.9
久喜市	674	430	56.7
北本市	370	315	17.5
八潮市	423	377	12.2
富士見市	771	628	22.8
三郷市	535	356	50.3
蓮田市	370	302	22.5
坂戸市	507	355	42.8
幸手市	238	178	33.7
鶴ヶ島市	647	484	33.7
日高市	292	266	9.8
吉川市	257	247	4.0
ふじみ野市	769	629	22.3
白岡市	362	218	66.1
市 計	43,338	34,917	24.1

(2) 町村の受付件数



町村名	30年度	29年度	増減率 (%)
伊奈町	171	128	33.6
三芳町	215	150	43.3
毛呂山町	55	35	57.1
越生町	35	37	5.4
小川町	205	140	46.4
鳩山町	35	25	40.0
ときがわ町	100	36	177.8
東秩父村	7	7	0.0
上里町	154	122	26.2
寄居町	172	134	28.4
宮代町	92	56	64.3
杉戸町	95	59	61.0
松伏町	245	170	44.1
町村 計	1,581	1,099	43.9

市町村合計

44,919	36,016	24.7
--------	--------	------

他市町と相互利用を行っている自治体 (平成31年3月31日現在)

宮代町、杉戸町 本庄市、上里町 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31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、嵐山町 (平成29年4月1日から)

東松山市に委託

苦情相談の概要

これ以降は、苦情相談55,210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

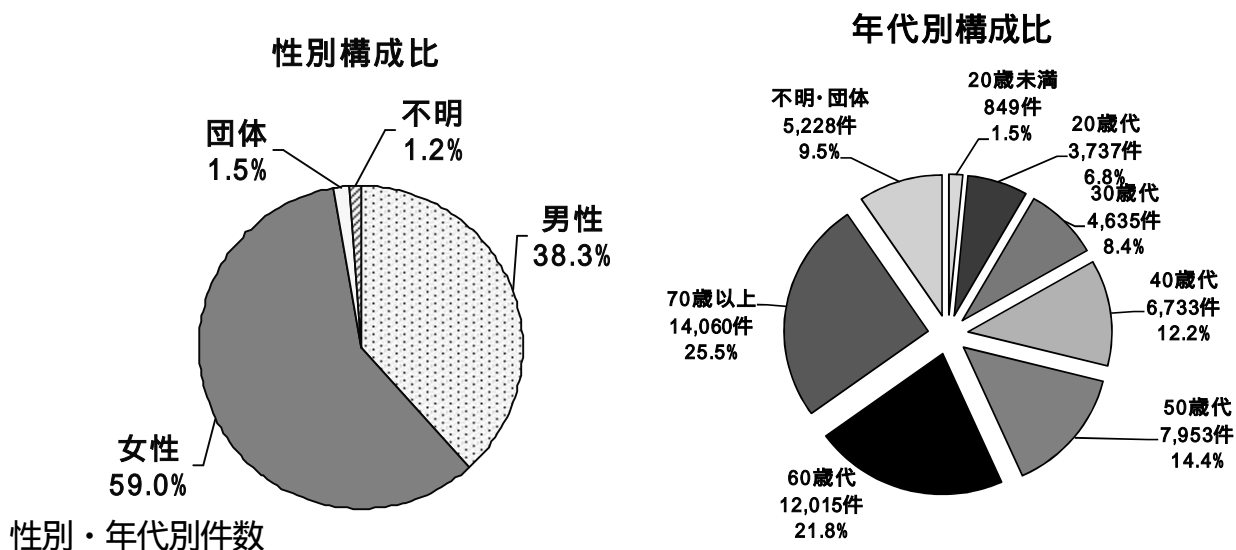
契約当事者の性別の構成は、「女性」からの相談が59.0%であるのに対し、「男性」からの相談は38.3%で、29年度に引き続き「女性」が「男性」を上回った。

契約当事者の年代別構成は、29年度と比較して、「40歳代」以下では全ての年代で件数及び構成比が減少しているが、「60歳代」以上では全ての年代で件数及び構成比が増加している。

65歳以上の相談件数は、29年度は14,846件、構成比31.6%、30年度は21,456件、構成比38.9%であった。

特に件数が多かったのは「70歳以上」の「女性」で、8,796件であり、29年度に比べ3,492件増加(65.8%増)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。



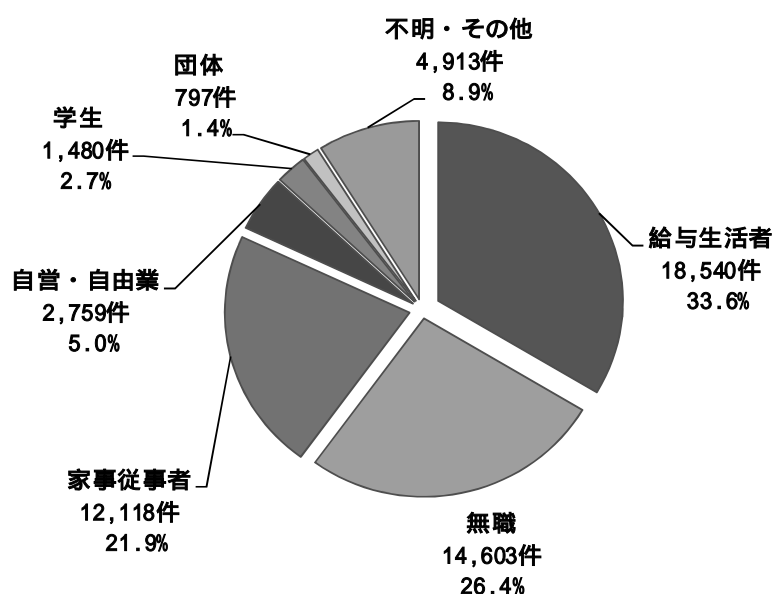
	30年度					29年度						
	男	女	団体	不明	計	構成比	男	女	団体	不明	計	構成比
(65歳以上)	(7,213)	(14,174)		(69)	(21,456)	(38.9%)	(6,164)	(8,606)		(76)	(14,846)	(31.6%)
70歳以上	5,213	8,796		51	14,060	25.5%	4,290	5,304		59	9,653	20.6%
60歳代	3,552	8,430		33	12,015	21.8%	3,327	5,801		27	9,155	19.5%
50歳代	3,004	4,929		20	7,953	14.4%	3,023	4,253		31	7,307	15.6%
40歳代	3,013	3,687		33	6,733	12.2%	3,256	3,637		28	6,921	14.7%
30歳代	2,319	2,307		9	4,635	8.4%	2,433	2,505		15	4,953	10.6%
20歳代	1,770	1,957		10	3,737	6.8%	1,733	2,020		17	3,770	8.0%
20歳未満	473	365		11	849	1.5%	529	403		10	942	2.0%
不明・団体	1,828	2,094	806	500	5,228	9.5%	1,627	1,385	725	486	4,223	9.0%
計	21,172	32,565	806	667	55,210	100.0%	20,218	25,308	725	673	46,924	100.0%
	38.3%	59.0%	1.5%	1.2%	100.0%		43.1%	53.9%	1.6%	1.4%	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29年度と同様であった。

増加率が高かったのは「家事従事者」からの相談で、29年度から2,993件増加(32.8%増)し、12,118件となった。これは、50歳以上の女性を主な対象としたはがきによる架空請求が増加した影響である。(P 3 5)

職業別構成比



職業別件数

	30年度		29年度		増減率 (%)
	件数	構成比%	件数	構成比%	
給与生活者	18,540	33.6	17,964	38.3	3.2
無職	14,603	26.4	11,765	25.1	29.4
家事従事者	12,118	21.9	9,125	19.4	32.8
自営・自由業	2,759	5.0	2,546	5.4	8.4
学生	1,480	2.7	1,525	3.3	3.0
団体	797	1.4	720	1.5	10.7
不明・その他	4,913	8.9	3,279	7.0	49.8
合計	55,210	100.0	46,924	100.0	17.7

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（P53）を参照してください。

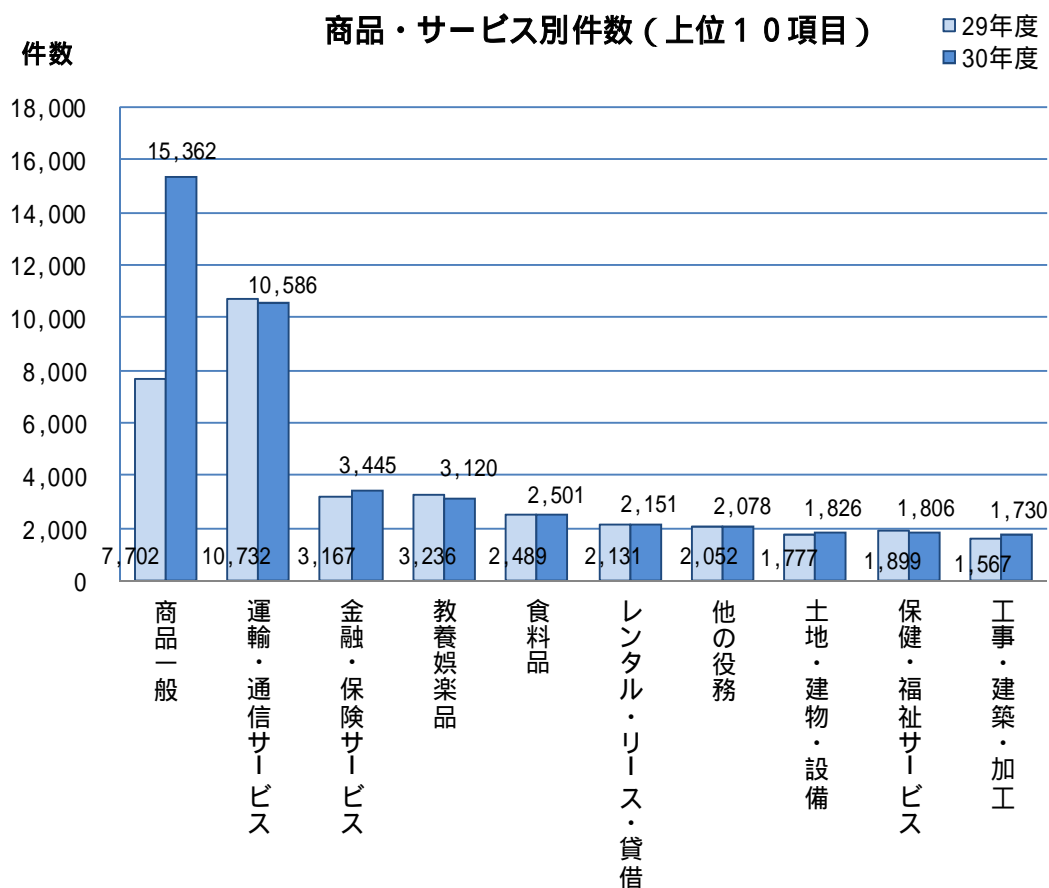
（1）商品・サービス別件数

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」が15,362件と最も多かった。次いで、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10,586件、生命保険・損害保険や、預貯金・証券、ファンド型投資商品や融資サービスの「金融・保険サービス」が3,445件と続いている。

「商品一般」に関する相談は29年度に比べ7,660件増加（99.5%増）した。これは、「民事訴訟管理センター」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」の相談が増加したためである。

「工事・建築・加工」に関する相談は1,730件で、29年度に比べ163件増加（10.4%増）した。これは、火災保険を使って修理が可能と業者から勧誘を受けた、訪問販売を受け契約したが解約したい等、屋根などの工事に関する相談の増加が主な原因である。

「金融・保険サービス」に関する相談は3,445件で、29年度に比べ278件増加（8.8%増）した。これは、預託契約等、ファンド型投資商品に関する相談が増加したためである。



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。

さらに年代別に見た特徴的な相談として、20歳未満では「他の健康食品」、「他の化粧品」に関する相談が上位を占めるが、いずれも、通信販売で申し込んだサプリメントや化粧品類の解約に関する相談が主である。「コンサート」はチケットの売買に関する相談が主な内容である。

20歳代では「エステティックサービス」に関する相談が多い。脱毛エステや痩身エステに関する解約・返金についての相談が主である。

30歳代以上の各年代に多い「インターネット接続回線」についての相談では、光（卸）回線関係の契約内容が当初の認識と異なるため解約を求めるものが多い。

また、「はがきによる架空請求」の相談が50歳以上の年代に集中したため、それらの各年代においてはいずれも「商品一般」が最上位の項目となっている。

各年代毎の商品・サービス別件数（平成30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	15,362	デジタルコンテンツ	318	デジタルコンテンツ	607
2	デジタルコンテンツ	5,800	他の健康食品	47	不動産貸借	277
3	不動産貸借	1,943	商品一般	37	エステティックサービス	164
4	工事・建築	1,688	他の化粧品	30	商品一般	134
5	インターネット接続回線	1,609	コンサート	21	フリーローン・サラ金	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	599	デジタルコンテンツ	951	商品一般	2,130
2	不動産貸借	410	商品一般	620	デジタルコンテンツ	1,037
3	商品一般	288	不動産貸借	370	不動産貸借	276
4	フリーローン・サラ金	164	フリーローン・サラ金	232	インターネット接続回線	237
5	インターネット接続回線	131	インターネット接続回線	211	フリーローン・サラ金	226

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	6,053	商品一般	4,939	商品一般	9,099
2	デジタルコンテンツ	1,090	デジタルコンテンツ	952	デジタルコンテンツ	1,517
3	インターネット接続回線	324	工事・建築	654	工事・建築	830
4	工事・建築	304	インターネット接続回線	474	インターネット接続回線	659
5	フリーローン・サラ金	208	修理サービス	268	修理サービス	347

(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、29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	30年度		29年度		増減率(%)
		件数	全件数比%	件数	全件数比%	
1	契約・解約	43,306	78.4	35,978	76.7	20.4
2	販売方法	31,122	56.4	25,058	53.4	24.2
3	価格・料金	6,565	11.9	6,606	14.1	0.6
4	接客対応	6,555	11.9	7,016	15.0	6.6
5	品質・機能・役務品質	4,799	8.7	4,952	10.6	3.1
6	表示・広告	2,754	5.0	2,612	5.6	5.4
7	安全・衛生	1,247	2.3	1,368	2.9	8.8
8	法規・基準	885	1.6	969	2.1	8.7
9	施設・設備	60	0.1	62	0.1	3.2
10	計量・量目	33	0.1	40	0.1	17.5
11	包装・容器	29	0.1	33	0.1	12.1
12	その他	408	0.7	433	0.9	5.8
	(全件数)	55,210	-	46,924	-	17.7

「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)

30年度の契約購入金額が判明している相談は21,506件(相談全体の39.0%)で、合計金額は約287億円、1件当たりの平均契約金額は約134万円であった。

29年度に比べ合計金額は約1.9億円、平均契約金額は約3.3万円減少した。

「10万円以上100万円未満」及び「1億円以上」の相談が減ったことが減少の要因である。

27年度以降、最も多い契約購入金額帯は「10万円以上100万円未満」であったが、30年度は29年度に比べて429件減少(6.1%減)し、「1万円以上10万円未満」の金額帯と同数の6,603件となっている(「1万円以上10万円未満」の件数は29年度比238件増加(3.7%増))。

契約金額別件数 (契約購入金額が判明しているもの)

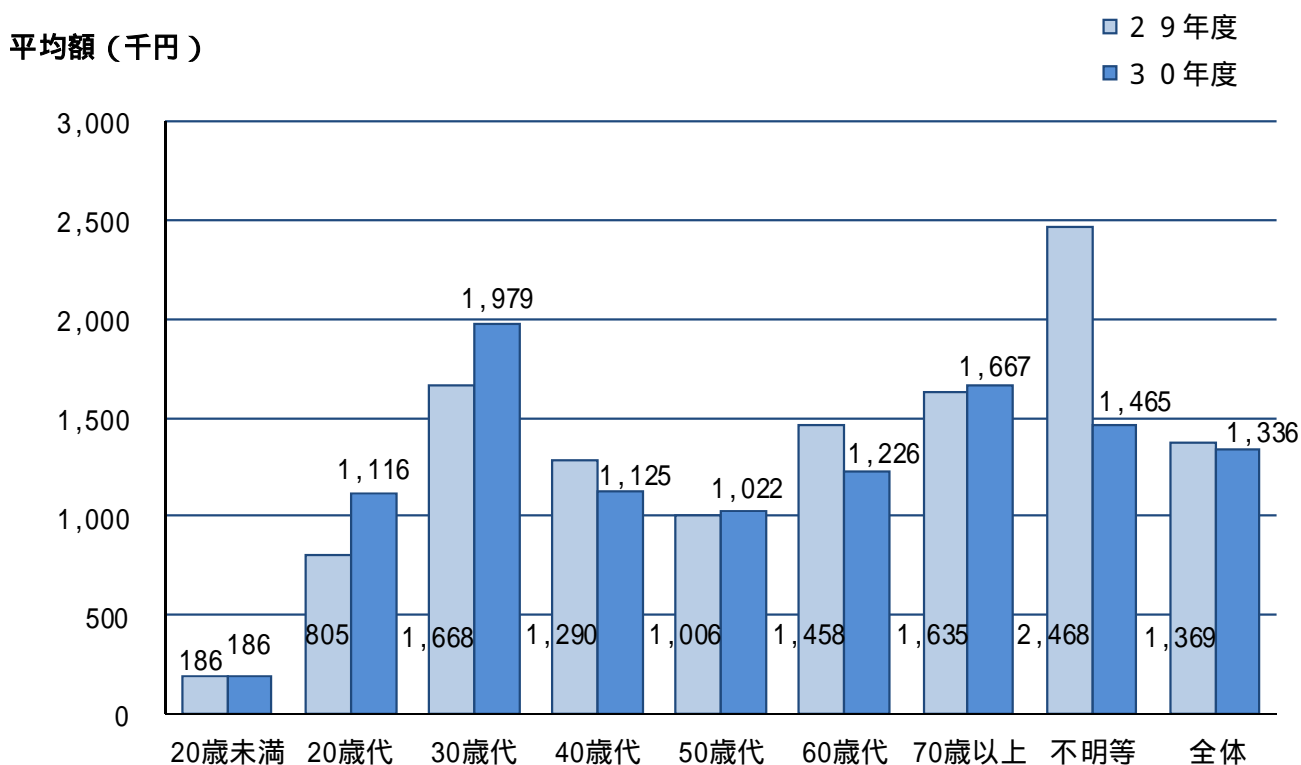
契約購入金額	30年度		29年度		増減(%)
	件数	構成比%	件数	構成比%	
1万円未満	5,102	23.7	4,711	22.3	8.3
1万円以上 ~ 10万円未満	6,603	30.7	6,365	30.1	3.7
10万円以上 ~ 100万円未満	6,603	30.7	7,032	33.3	6.1
100万円以上 ~ 500万円未満	2,161	10.0	2,080	9.8	3.9
500万円以上 ~ 1億円未満	1,020	4.7	926	4.4	10.2
1億円以上	17	0.1	18	0.1	5.6
計	21,506	100.0	21,132	100.0	1.8
総合計金額	28,742,670,826円		28,931,922,586円		0.7
平均金額	1,336,495円		1,369,105円		2.4

(4) 年代別平均契約金額（金額が判明したものに限る。）

年代毎の平均契約金額を見ると、最も高額なのは「30歳代」の197万9千円であり、29年度と比べ31万1千円増加（18.6%増）した。次いで高額なのは「70歳以上」の166万7千円であり、29年度と比べ3万2千円増加（2.0%増）した。29年度と比べ両者の順位に変動はない。

「20歳代」の平均契約金額も29年度と比べ31万1千円増加（38.6%増）しているが、「20歳代」「30歳代」いずれの年代も、契約購入金額が高額な相談は、住宅の購入に関連するものが多い。

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38,553件であり、全体の69.8%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、5,077件であった。「あっせん」を行った相談の内容としては、光回線や光卸回線等の電気通信サービスに関するものや、健康食品の定期購入トラブルに関するものが多い。

処理内容別件数

順位	処理内容	30年度		29年度		増減(%)
		件数	構成比%	件数	構成比%	
1	助言(自主交渉)	38,553	69.8	31,414	66.9	22.7
2	情報提供	9,085	16.5	8,061	17.2	12.7
3	あっせん解決	4,590	8.3	4,758	10.1	3.5
4	処理不要	1,182	2.1	879	1.9	34.5
5	他機関紹介	551	1.0	570	1.2	3.3
6	あっせん不調	487	0.9	531	1.1	8.3
7	処理不能	466	0.8	450	1.0	3.6
	処理継続中	296	0.5	261	0.6	13.4
	合計	55,210	100.0	46,924	100.0	17.7

「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：相談者が情報提供し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

30年度は24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7件(29.2%)が最も多かった。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
クリーニング	7 (29.2%)	ジャケットの変色	酸化窒素ガスと紫外線による複合作用で、ナイロンの分散染料が分解されて、変色をきたしたものと推測した。
		ムートンコートの色ムラ	衿裏や脇の下など隠れている部分が灰色に変色しており、表地の毛が収縮しごわつきが生じていることが分かった。当該製品はドライクリーニング禁止にも関わらず、ドライクリーニングを実施しており、溶剤の影響で染料の脱色や、革本来の脂分がぬけて収縮や硬化が起きたものと推測した。
住居品	4 (16.7%)	洗剤の使用による手荒れ	テスト品のpHは高く、強いアルカリ性であった。同社のアルカリ電解水(水酸化ナトリウム)が含有した他の製品も同様にpHが高かった。使用する場合は手袋をするか、中性や弱アルカリ性の洗剤を使用することなどを推奨した。
		圧力鍋のピンホール	聞き取り調査により、漂白剤を使用した後にピンホールに気付いたことからステンレスの局部腐食である孔食が発生したと推定した。
食料品	4 (16.7%)	梅干しの異物	培養結果の特徴からカビと判断された。どの段階で混入したか不明だが、梅干し内で増殖し、漬け汁中で菌塊を形成したと思われる。
		黒くなった米	胚芽部分を電子顕微鏡で拡大観察すると、カビが観察された。鮮度判定試験を行ったところ、鮮度は良くなかった。お米を培地上で培養すると、カビの増殖が確認され、色が黒いのはカビが原因と推測された。販売者の保存状態が悪かった可能性があるが断定はできない。
被服品	4 (16.7%)	Tシャツの劣化	分析の結果、テスト品から硫黄が高濃度に検出された。外観の形状や黒の綿製のTシャツであったことから、総合的に判断して、硫化染料の残存により硫酸が発生したことによる繊維の脆化が原因であると推測した。
		リュックサックの肩ベルト破断	未使用品が手に入らなかったため、製品の縫製について強度が妥当かどうか判断できなかった。肩ベルトが破断したのは、破断部が本体縫合部にかけて薄くなっており、使用により繊維が伸び強度が低下し破断したと推測した。
教養 娯楽品	2 (8.3%)	USB ケーブルの発熱	損傷が激しく、端子部に噛み込んだ付着物などは確認できなかった。テスターで端子の導通を確認すると一部に導通が確認できない箇所があったが、端子が過熱したことの因果関係は不明であり、原因の特定には至らなかった。
その他	3 (12.5%)	畳の異物	畳から異物が発生していると相談を受け、検査を行ったところ、異物はアクリル繊維であった。一般的には畳表はいくさが使用されているため、畳由来の異物ではないと推測した。
		トイレの床の異物	白アリ駆除剤を撒いたあとに異物が発生したと相談を受けたので、白アリ駆除剤の成分を確認し、異物と比較したが、形状、色、検出された元素などが異なっていたため、駆除剤によるものとは考えにくいと推測した。
合計	24 (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11,079件で、29年度に比べ911件減少(7.6%減)した。無店舗販売の合計は23,260件で、29年度に比べて590件減少(2.5%減)した。

はがきによる架空請求が増加したことなどにより、取引方法が不明・無関係のものが20,871件で、29年度に比べ9,787件増加(88.3%増)した。

無店舗販売の内訳をみると、増加しているのは電話勧誘販売(454件増加(21.3%増))、訪問販売(102件増加(2.2%増))などである。一方、減少したのは、通信販売(1,059件減少(6.8%減))、マルチ・マルチまがい販売(113件減少(19.2%減))などである。

訪問販売の内訳では、家庭訪販が3,480件で72.4%を占める。

取引方法別の件数

	30年度		29年度		増減(件)	増減(%)
	件数	構成比 %	件数	構成比 %		
店舗販売	11,079	20.1	11,990	25.6	911	7.6%
無店舗(計)	23,260	42.1	23,850	50.8	590	2.5%
(無店舗の内訳)						
訪問販売	4,808	20.7	4,706	19.7	102	2.2%
通信販売	14,623	62.9	15,682	65.8	1,059	6.8%
電話勧誘販売	2,585	11.1	2,131	8.9	454	21.3%
マルチ・マルチまがい	475	2.0	588	2.5	113	19.2%
ネガティブ・オプション	160	0.7	125	0.5	35	28.0%
訪問購入	288	1.2	310	1.3	22	7.1%
その他無店舗	321	1.4	308	1.3	13	4.2%
不明・無関係	20,871	37.8	11,084	23.6	9,787	88.3%
合計	55,210	100.0	46,924	100.0	8,286	17.7%

*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	30年度		29年度		増減(件)	増減(%)
	件数	全件数比 %	件数	全件数比 %		
家庭訪販	3,480	72.4	3,370	71.6	110	3.3%
アポイントメントセールス	190	4.0	167	3.5	23	13.8%
キャッチセールス	60	1.2	56	1.2	4	7.1%
催眠商法(SF商法)	48	1.0	55	1.2	7	12.7%
訪問販売 全件数	4,808	-	4,706	-	102	2.2%

(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72.6%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29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229件と他の年代に比べて多い傾向も29年度と変わらない。

50歳代以上の年代で「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	849	3,737	4,635	6,733	7,953	12,015	14,060	5,228	55,210	
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	106	1,227	1,532	1,907	1,672	1,506	2,031	1,098	11,079	
構成比	12.5%	32.8%	33.1%	28.3%	21.0%	12.5%	14.4%	21.0%	20.1%	
無 店 舗 (計)	681	2,050	2,342	3,506	3,458	3,735	5,678	1,810	23,260	
構成比	80.2%	54.9%	50.5%	52.1%	43.5%	31.1%	40.4%	34.6%	42.1%	
無店舗の内訳	訪 問 販 売	32	365	313	468	464	706	1,986	474	4,808
	構成比	3.8%	9.8%	6.8%	7.0%	5.8%	5.9%	14.1%	9.1%	8.7%
	通 信 販 売	616	1,318	1,799	2,653	2,556	2,374	2,340	967	14,623
	構成比	72.6%	35.3%	38.8%	39.4%	32.1%	19.8%	16.6%	18.5%	26.5%
	電 話 勧 誘 販 売	3	72	133	269	311	486	1,008	303	2,585
	構成比	0.4%	1.9%	2.9%	4.0%	3.9%	4.0%	7.2%	5.8%	4.7%
	マルチ・マルチまがい	21	229	34	22	38	48	63	20	475
	構成比	2.5%	6.1%	0.7%	0.3%	0.5%	0.4%	0.4%	0.4%	0.9%
	ネガティブ・オプション	2	10	13	18	19	33	50	15	160
	構成比	0.2%	0.3%	0.3%	0.3%	0.2%	0.3%	0.4%	0.3%	0.3%
訪 問 購 入	1	2	9	32	26	41	158	19	288	
構成比	0.1%	0.1%	0.2%	0.5%	0.3%	0.3%	1.1%	0.4%	0.5%	
その他無店舗	6	54	41	44	44	47	73	12	321	
構成比	0.7%	1.4%	0.9%	0.7%	0.6%	0.4%	0.5%	0.2%	0.6%	
不明・無関係	62	460	761	1,320	2,823	6,774	6,351	2,320	20,871	
構成比	7.3%	12.3%	16.4%	19.6%	35.5%	56.4%	45.2%	44.4%	37.8%	

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

「不動産賃借」が最多で1割以上を占めている傾向は変わらない。

「フリーローン・サラ金」の相談は613件で、29年度から84件減少(12.1%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、8年連続の減少となっている。

「携帯電話(機器に関する相談)」が70件減少した一方、「携帯電話サービス」の相談が71件増加した。

「エステティックサービス」の相談は255件で、事業者の倒産に伴い相談が多かった29年度から193件減少(43.1%減)した。

順位	項目	30年度		29年度		増減(件)
		件数	構成比 %	件数	構成比 %	
1	不動産賃借	1,370	12.4	1,377	11.5	7
2	携帯電話サービス	677	6.1	606	5.1	71
3	フリーローン・サラ金	613	5.5	697	5.8	84
4	四輪自動車	570	5.1	510	4.3	60
5	工事・建築	441	4.0	463	3.9	22
6	医療サービス	283	2.6	277	2.3	6
7	携帯電話	273	2.5	343	2.9	70
8	エステティックサービス	255	2.3	448	3.7	193
全件数		11,079	100.0	11,990	100.0	911

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	106	1,227	1,532	1,907	1,672	1,506	2,031	1,098	11,079
構成比	1.0%	11.1%	13.8%	17.2%	15.1%	13.6%	18.3%	9.9%	100.0%

イ 訪問販売

「工事・建築」が最多である傾向は変わらず、29年度から120件増加(17.5%増)し、805件の相談があった。「修理サービス」は345件で、29年度から92件増加(36.4%増)した。どちらも住宅に関する相談が増加している。

年代別で見ると、高齢者からの相談割合が極めて高く、70歳以上の相談が41.3%を占めている。60歳以上で見ると56.0%となり全体の半分以上を超える。

順位	項目	30年度		29年度		増減(件)
		件数	構成比 %	件数	構成比 %	
1	工事・建築	805	16.7	685	14.6	120
2	テレビ放送サービス	352	7.3	402	8.5	50
3	修理サービス	345	7.2	253	5.4	92
4	新聞	262	5.4	286	6.1	24
5	役務その他サービス	174	3.6	128	2.7	46
全件数		4,808	100.0	4,706	100.0	102

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	32	365	313	468	464	706	1,986	474	4,808
構成比	0.7%	7.6%	6.5%	9.7%	9.7%	14.7%	41.3%	9.9%	100.0%

ウ 通信販売

通信販売の件数は14,623件で、29年度に比べて1,059件減少(6.8%減)した。これは、商品が特定できない架空請求などの「商品一般」に関する相談が、1,227件減少したことが一因である。

デジタルコンテンツに関する相談は5,231件で一番多いが、29年度と比べると725件減少(12.2%減)した。

定期購入に関する相談は引き続き多く寄せられており、健康食品、化粧品の相談件数が上位に入った。

順位	項目	30年度		29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	5,231	35.8	5,956	38.0	725
2	商品一般	947	6.5	2,174	13.9	1,227
3	他の健康食品	589	4.0	721	4.6	132
4	酵素食品	376	2.6	125	0.8	251
5	基礎化粧品	346	2.4	206	1.3	140
6	他の化粧品	295	2.0	251	1.6	44
	全件数	14,623	100.0	15,682	100.0	1,059

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	616	1,318	1,799	2,653	2,556	2,374	2,340	967	14,623
構成比	4.2%	9.0%	12.3%	18.1%	17.5%	16.2%	16.0%	6.6%	100.0%

エ 電話勧誘販売

「インターネット接続回線」の相談は、平成26年度から5年続けて最多となっており、30年度は29年度から293件増加(43.2%増)した。

「電気」の相談は、29年度から142件増加(273.1%増)し、194件となった。平成28年4月の電力小売り全面自由化から2年を経過したが、電力小売自由化関連の相談が増加した。

年代別で見ると、70歳以上の相談割合が39.0%で、高齢者からの相談が多かった。

順位	項目	30年度		29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	971	37.6	678	31.8	293
2	電気	194	7.5	52	2.4	142
3	商品一般	130	5.0	131	6.1	1
4	固定電話サービス	124	4.8	90	4.2	34
5	役務その他サービス	80	3.1	55	2.6	25
	全件数	2,585	100.0	2,131	100.0	454

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	72	133	269	311	486	1,008	303	2,585
構成比	0.1%	2.8%	5.1%	10.4%	12.0%	18.8%	39.0%	11.7%	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、29年度に比べて113件減少(19.2%減)した。

年代別の相談割合を見ると、20歳代の相談割合が48.2%と半数近くを占めている。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	30年度		29年度		増減(件)
		件数	構成比 %	件数	構成比 %	
1	ファンド型投資商品	57	12.0	71	12.1	14
2	他の内職・副業	46	9.7	70	11.9	24
3	デジタルコンテンツ	39	8.2	29	4.9	10
4	健康食品@	37	7.8	28	4.8	9
5	教養・娯楽サービスその他	32	6.7	16	2.7	16
全件数		475	100.0	588	100.0	113

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	21	229	34	22	38	48	63	20	475
構成比	4.4%	48.2%	7.2%	4.6%	8.0%	10.1%	13.3%	4.2%	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160件で、29年度に比べて35件増加(28.0%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51.9%で全体の半数以上を占めている。

順位	項目	30年度		29年度		増減(件)
		件数	構成比 %	件数	構成比 %	
1	商品一般	45	28.1	17	13.6	28
2	カレンダー	7	4.4	5	4.0	2
3	電話関連機器・用品	5	3.1	3	2.4	2
4	書籍	5	3.1	4	3.2	1
5	音響・映像機器	5	3.1	1	0.8	4
全件数		160	100.0	125	100.0	35

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	2	10	13	18	19	33	50	15	160
構成比	1.3%	6.3%	8.1%	11.3%	11.9%	20.6%	31.3%	9.4%	100.0%

キ 訪問購入

訪問購入の相談件数は288件で29年度に比べて22件減少(7.1%減)した。
28年度から3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	30年度		29年度		増減(件)
		件数	構成比 %	件数	構成比 %	
1	商品一般	39	13.5	51	16.5	12
2	指輪	28	9.7	24	7.7	4
3	ネックレス	22	7.6	21	6.8	1
4	アクセサリ	18	6.3	27	8.7	9
5	靴	14	4.9	11	3.5	3
全件数		288	100.0	310	100.0	22

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	1	2	9	32	26	41	158	19	288
構成比	0.3%	0.7%	3.1%	11.1%	9.0%	14.2%	54.9%	6.6%	100.0%

ク その他無店舗販売

全体の件数は321件で29年度に比べて13件増加(4.2%増)した。

年代別では、20歳未満(1.9%)と70歳以上(22.7%)を除く全ての年代ではほぼ同じ割合(10%台)だった。

順位	項目	30年度		29年度		増減(件)
		件数	構成比 %	件数	構成比 %	
1	工事・建築	15	4.7	14	4.5	1
2	フリーローン・サラ金	15	4.7	16	5.2	1
3	修理サービス	14	4.4	10	3.2	4
4	デジタルコンテンツ	14	4.4	4	1.3	10
5	商品一般	13	4.0	9	2.9	4
全件数		321	100.0	308	100.0	13

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	6	54	41	44	44	47	73	12	321
構成比	1.9%	16.8%	12.8%	13.7%	13.7%	14.6%	22.7%	3.7%	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32件で、29年度に比べて7件減少(17.9%減)した。「他の内職・副業」「タレント・モデル養成教室」の件数が多い状況は29年度と同じである。

年代別では、20歳代を中心に比較的若い年代からの相談が多かった。

順位	分類	30年度		29年度		増減(件)
		件数	構成比 %	件数	構成比 %	
1	他の内職・副業	9	28.1	11	28.2	2
2	タレント・モデル養成教室	7	21.9	5	12.8	2
3	ワープロ・パソコン内職	4	12.5	3	7.7	1
4	デジタルコンテンツ	3	9.4	3	7.7	0
5	他の健康食品	2	6.3	0	0.0	2
5	化粧品セット	2	6.3	0	0.0	2
5	モニター内職	2	6.3	0	0.0	2
全件数		32	100.0	39	100.0	7

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	10	2	3	0	1	0	0	17
女性	0	7	3	1	1	1	1	1	15
計	1	17	5	4	1	2	1	1	32

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合計件数は752件で、29年度に比べ38件減少(4.8%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、大手事業者の倒産に関する相談が多かった29年度に比べると178件減少(37.0%減)した。

「美容医療」は平成29年12月から特定継続的役務提供に該当することになったが、30年度は117件の相談が寄せられた。

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

順位	役務	30年度		29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	303	40.3	481	60.9	178
2	美容医療	117	15.6	-	-	-
3	結婚相手紹介サービス	88	11.7	80	10.1	8
3	学習塾	88	11.7	100	12.7	12
4	家庭教師派遣	70	9.3	93	11.8	23
全件数		752	100.0	790	100.0	38

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	3	26	32	42	25	10	5	14	157
女性	11	209	87	151	56	21	16	39	590
計	14	235	119	193	81	31	21	53	747

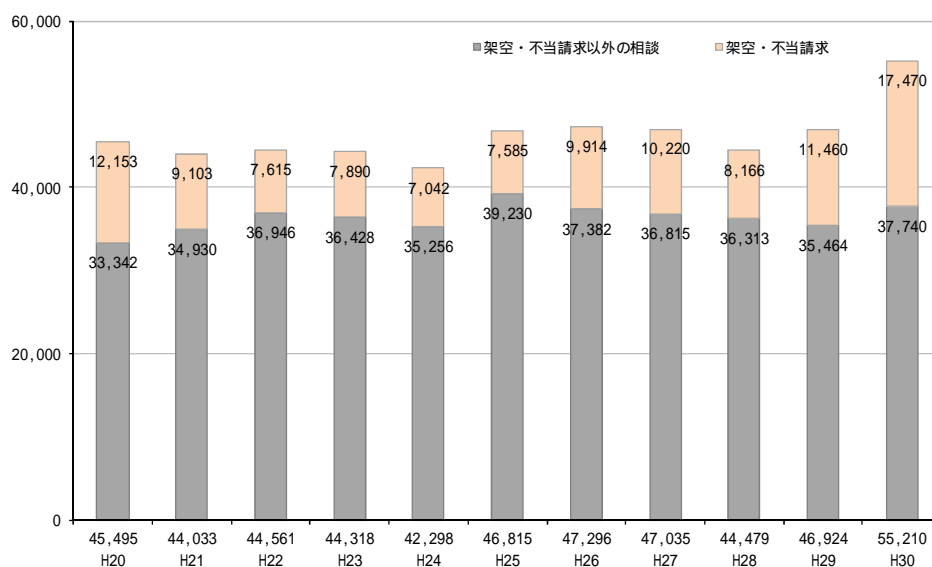
* 性別不明 5件

4 架空・不当請求に関する相談

30年度の相談件数55,210件のうち、架空・不当請求に関する相談件数は17,470件(構成比31.6%)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が、25年度以降は増加傾向にある。

30年度は29年度に比べ6,010件増加(52.4%増)した。

架空・不当請求とそれ以外の相談件数の推移



年代別で見ると60歳代の相談件数が6,588件(構成比37.7%)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62.8歳、平均契約金額は283,887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	140	305	464	1,035	2,643	6,588	5,180	1,115	17,470
構成比	0.8%	1.7%	2.7%	5.9%	15.1%	37.7%	29.7%	6.4%	100.0%

架空・不当請求 契約金額別件数

	30年度		29年度		増減(件)
	件数	構成比(%)	件数	構成比(%)	
1万円未満	278	1.6	284	2.5	6
1万円～5万円未満	311	1.8	239	2.1	72
5万円～10万円未満	223	1.3	294	2.6	71
10万円～50万円未満	1,111	6.4	1,461	12.7	350
50万円～100万円未満	141	0.8	179	1.6	38
100万円～500万円未満	56	0.3	88	0.8	32
500万円以上	8	0.0	16	0.1	8
無回答	15,342	87.8	8,899	77.7	6,443
合計	17,470	100.0	11,460	100.0	6,010
平均金額	283,887円		351,336円		67,449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13,532件と最も多く、29年度の相談件数から7,330件と大幅な増加となった。

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1,248件減少(28.2%減)し、28年度から3年連続して減少となった。

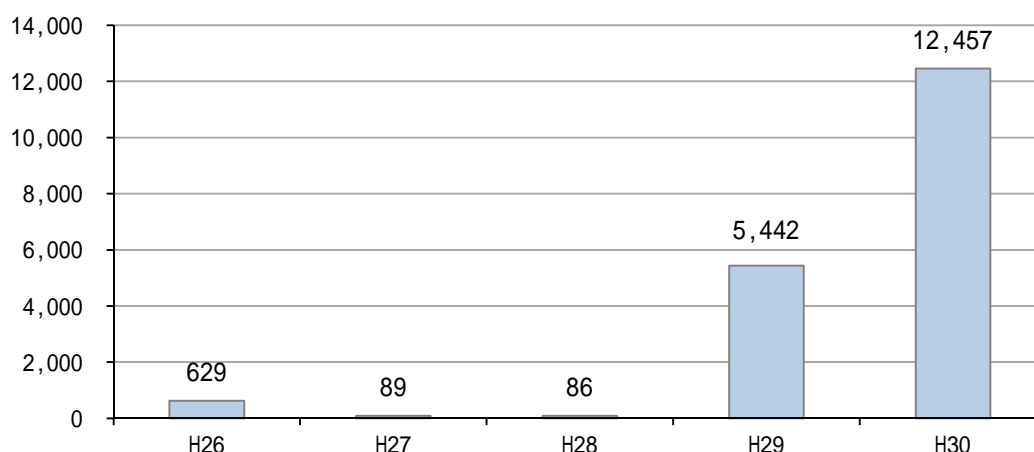
架空・不当請求に関する相談の商品・サービス別件数(上位5項目)

順位	項目	30年度		29年度		増減(件)
		件数	構成比(%)	件数	構成比(%)	
1	商品一般	13,532	77.5	6,202	54.1	7,330
2	デジタルコンテンツ	3,178	18.2	4,426	38.6	1,248
3	携帯電話サービス	54	0.3	48	0.4	6
4	他のネット通信関連サービス	54	0.3	55	0.5	1
5	インターネット接続回線	48	0.3	27	0.2	21
合計		17,470		11,460		

30年度は、はがきによる架空請求に関する相談件数が12,457件となり、29年度に続き大幅に増加した。

はがきによる架空請求の例として、「民事訴訟管理センター」などをかたる者から「総合消費料金未納分訴訟最終通知書」というはがきが届き、『未納の総合消費料金について、訴訟が起こされ、裁判取り下げ最終日までに連絡がなく裁判を欠席すると、相手方の言い分どおりの判決が出され、差し押さえの恐れがある。民事訴訟及び裁判取り下げなどの相談に関し、問合せするように』との内容で、消費者に不安をおもものがあった。

はがきによる架空請求件数の推移



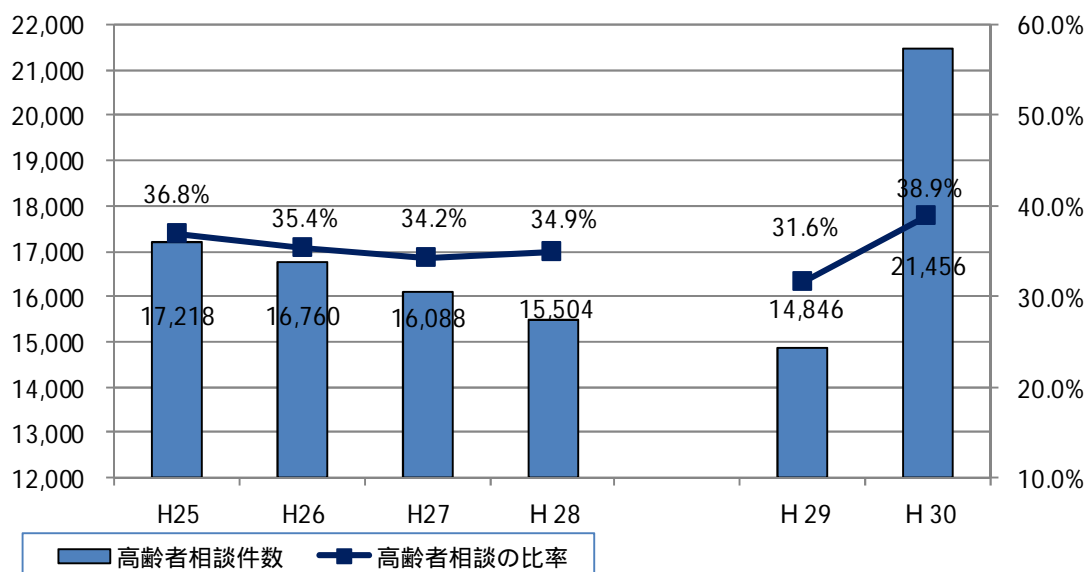
5 高齢者に関する相談（契約当事者が65歳以上）

30年度における65歳以上の相談は21,456件（構成比38.9%）で、29年度と比べると6,610件増加（44.5%）とした。

これは、はがきによる架空請求が大幅に増加したことが原因である。（P35）

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7,213件で33.7%（29年度は41.7%）、女性が14,174件で66.3%（同58.3%）であり、女性の割合が高くなっている。

最高齢は男性が98歳、女性が104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	2,000	27.7	5,378	37.9	7,378	34.5
70歳代	3,591	49.8	6,940	49.0	10,531	49.2
80歳代	1,522	21.1	1,688	11.9	3,210	15.0
90歳代	100	1.4	166	1.2	266	1.2
100歳代	0	0.0	2	0.0	2	0.0
合計	7,213	33.7	14,174	66.3	21,387	100.0

性別不明の相談が69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」が急増し、昨年度に続き、一番多い項目となった。男女別と併せ、女性の高齢者を狙った手口が表れている。

次は、例年多い項目である「デジタルコンテンツ」に係る相談で、インターネットを通じて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、29年度と同様一定の割合を占めている。

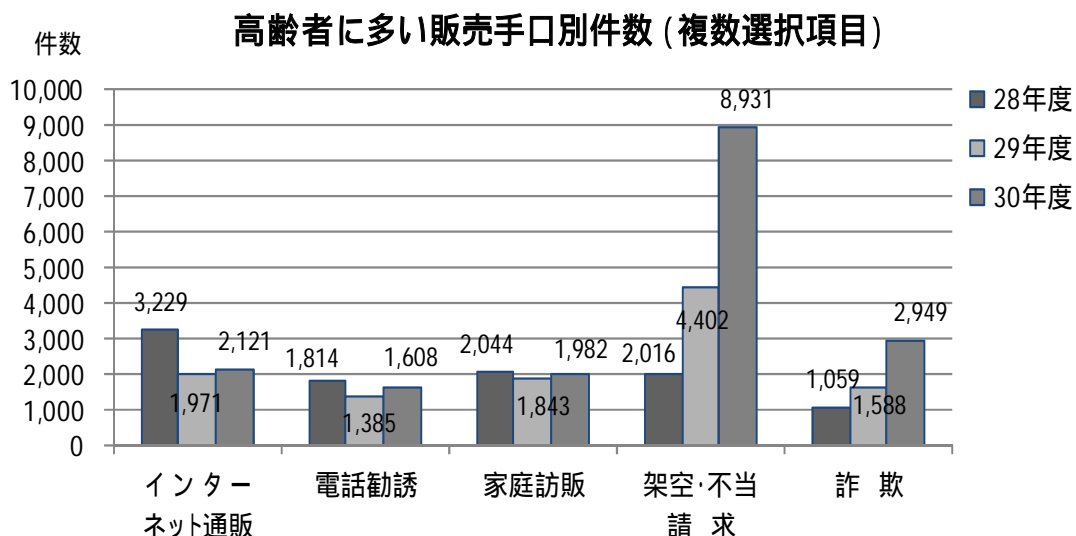
また、「ファンド型投資」に関する相談が倍増し、順位を上げている。これは、加工食品を中心に販売を行う事業者の倒産に伴い、相談が急増したためである。

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	30年度		29年度		増減 (件)	増減 (%)
		件数	構成比%	件数	構成比%		
1	商品一般	9,099	42.4	3,661	24.7	5,438	148.5
2	デジタルコンテンツ	1,517	7.1	1,571	10.6	54	3.4
3	工事・建築	830	3.9	705	4.7	125	17.7
4	インターネット接続回線	659	3.1	492	3.3	167	33.9
5	修理サービス	347	1.6	301	2.0	46	15.3
6	ファンド型投資	337	1.6	158	1.1	179	113.3
7	フリーローン・サラ金	285	1.3	279	1.9	6	2.2
8	テレビ放送サービス	269	1.3	202	1.4	67	33.2
9	携帯電話サービス	263	1.2	203	1.4	60	29.6
10	不動産賃貸	259	1.2	275	1.9	16	5.8
全件数		21,456	100.0	14,846	100.0	6,610	44.5

販売手口別をしてみると、ここでもはがきによる架空請求が急増した様子が見て取れる。これに伴って「詐欺」も増加した。

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。



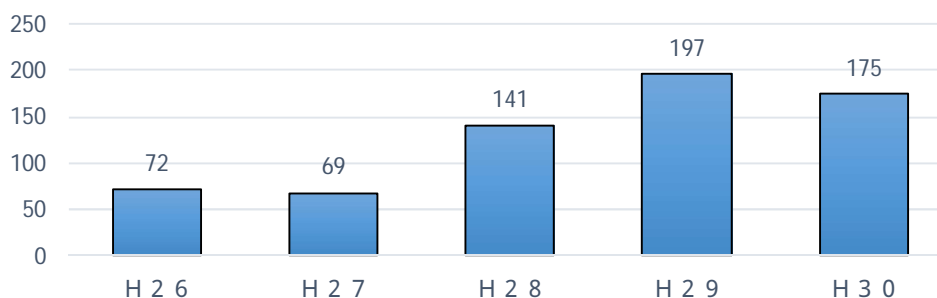
28年度は60歳以上、29年度以降は65歳以上

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多発している。

30年度は175件で、29年度に比べ22件減少(11.2%減)したものの、依然件数が多い。

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7割を超えている。

契約当事者の年代別件数

年 代	30年度		29年度	
	件 数	構成比%	件 数	構成比%
80歳以上	38	21.7	49	24.9
70歳代	70	40.0	105	53.3
60歳代	22	12.6	22	11.2
50歳代	26	14.9	9	4.6
40歳台以下	12	6.9	1	0.5
不明・無回答	7	4.0	11	5.5
合 計	175	100.0	197	100.0
平均年齢	69.9歳		74.7歳	

契約金額別では、29年度に比べ平均契約金額が上昇し、1億円以上の契約金額もあり、被害が深刻化している。

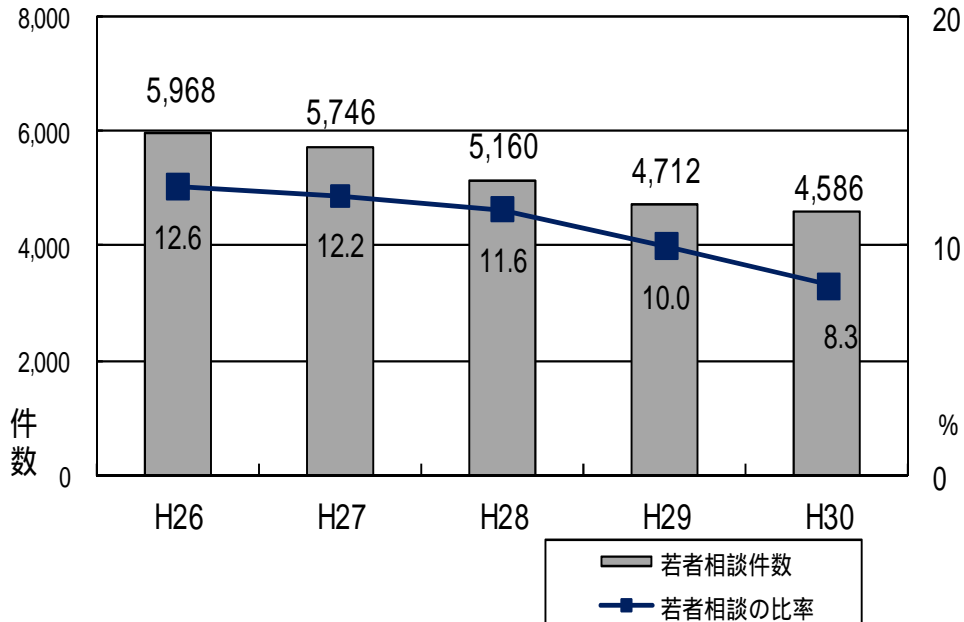
契約金額別件数

金 額	30年度		29年度	
	件 数	構成比%	件 数	構成比%
50万円未満	26	14.9	20	10.2
50万円～100万円未満	7	4.0	22	11.2
100万円～500万円未満	27	15.4	41	20.8
500万円～1千万円未満	27	15.4	24	12.2
1千万円～5千万円未満	24	13.7	21	10.7
5千万円以上	3	1.7	2	1.0
無回答	61	34.9	67	33.9
合 計	175	100.0	197	100.0
平均金額	7,526,399円		6,336,073円	

6 若者に関する相談（契約当事者が29歳以下）

30年度の若者に関する相談件数は、4,586件で、苦情相談全体に占める比率は8.3%となり、29年度と比べ126件減少（2.7%減）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474件（構成比10.3%）で、29年度の444件（構成比9.4%）に比べ30件増加（6.8%増）した。若者に関する相談全体が減少する中、高校生以下の若年者の相談が増えた。

学生内訳

	30年度		29年度		増減(件)
	件数	構成比%	件数	構成比%	
小学生	70	1.5	70	1.5	0
中学生	151	3.3	147	3.1	4
高校生	253	5.5	227	4.8	26
(小計)	474	10.3	444	9.4	30
他の学生	854	18.6	975	20.7	121
その他	3,258	71.0	3,293	69.9	35
合計	4,586	100.0	4,712	100.0	126

「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、「出会い系サイト」や「アダルト情報サイト」など、インターネットを經由した情報サービスである「デジタルコンテンツ」に関する相談の件数が増加し、925件（構成比20.2%）と引き続き一番多くなっている。

「エステティックサービス」は件数が大きく減少し順位を下げ、「不動産賃借」と「フリーローン」が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）

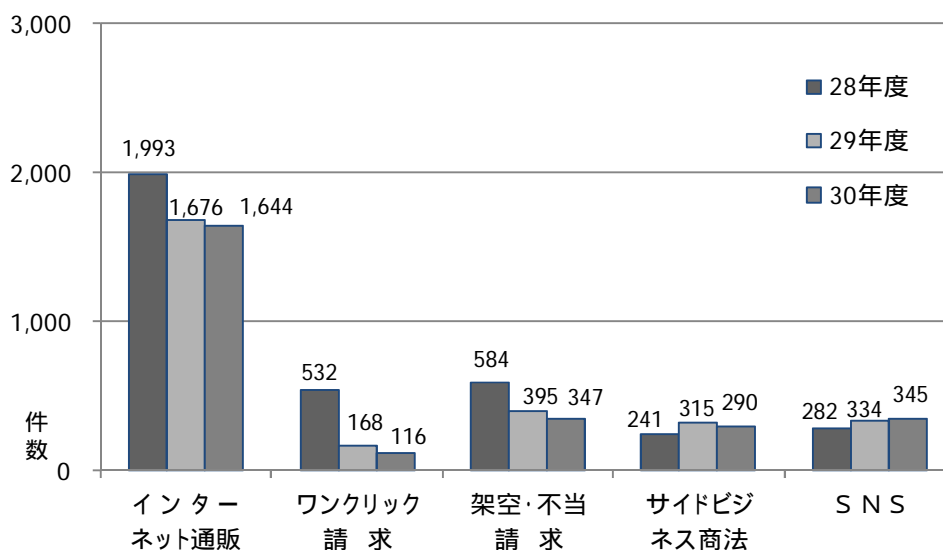
順位	項目	30年度		29年度		増減（件）
		件数	構成比%	件数	構成比%	
1	デジタルコンテンツ	925	20.2	902	19.1	23
2	不動産賃借	286	6.2	267	5.7	19
3	エステティックサービス	172	3.8	299	6.3	127
4	商品一般	171	3.7	158	3.4	13
5	フリーローン	132	2.9	125	2.7	7
	全件数	4,586	100.0	4,712	100.0	126

販売手口別でみると、30年度も「インターネット通販」に関する相談が、件数を減らしながらも多数を占めている。

「ワンクリック請求」や「架空・不当請求」に関する相談は29年度に続き減少し、「SNS」を通じた手口が微増している。

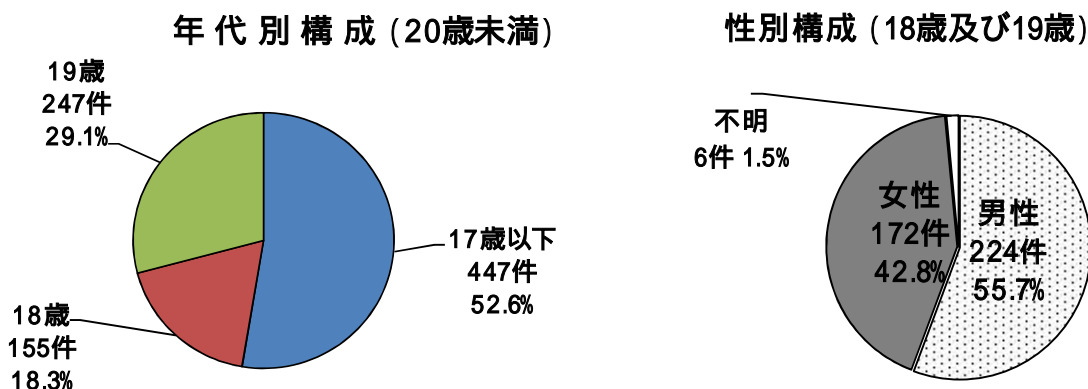
相談内容として解約や返金を求めるものが多いのは他と同様である。

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849件であった。そのうち18歳が155件、19歳は247件の合計402件で、18歳及び19歳で未成年者の半分近くを占めている。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」に関する相談が突出して多い。

商品・サービス別件数 (18歳及び19歳、上位5項目)

順位	項目	件数	構成比%
1	デジタルコンテンツ	110	27.4
2	商品一般	22	5.5
3	他の化粧品	13	3.2
4	他の健康食品	10	2.5
5	コンサート	10	2.5
全件数		402	100.0

契約金額別では「10万円以上50万円未満」が最も多く、次いで「1万円以上5万円未満」が多くなっている。平均金額は15万6,972円であった。

契約金額別件数 (18歳及び19歳)

金額	件数	構成比%
1万円未満	59	14.7
1万円～5万円未満	80	19.9
5万円～10万円未満	38	9.5
10万円～50万円未満	88	21.9
50万円～100万円未満	17	4.2
100万円以上	5	1.2
無回答	115	28.6
合計	402	100.0
平均金額 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、30年度は6,739件で、29年度に比べて10.1%増加し、全相談件数の12.2%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、28年に割賦販売法が改正されて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

	26年度	27年度	28年度	29年度	30年度	増減%	構成比%
借金契約	2,207	2,049	1,911	1,791	1,731	3.4	3.1
クレジット利用	4,720	5,344	5,544	6,122	6,739	10.1	12.2
クレジット利用なし	26,551	25,683	23,287	20,586	19,617	4.7	35.5
現金等即時払	21,821	20,772	17,844	15,440	14,549	5.8	26.4
即時払以外	4,730	4,911	5,443	5,146	5,068	1.5	9.2
不明・無関係	13,818	13,959	13,737	18,425	27,123	47.2	49.1
合計	47,296	47,035	44,479	46,924	55,210	17.7	100.0

- 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 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か月以内払い」が4,289件で、29年度に比べ24.9%と大幅に増加し、クレジット契約全体では63.6%となった。

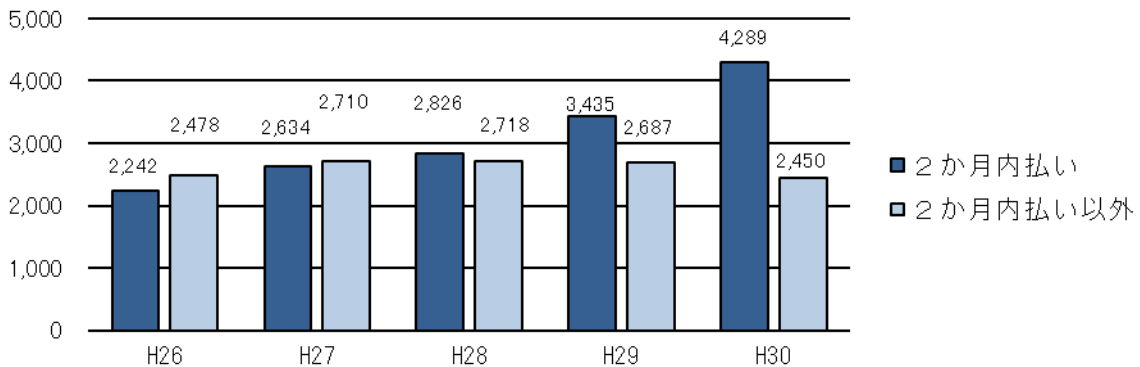
26年度以降の推移をみても約1.9倍と大幅に増加している。これは、クレジットカードが通信販売をはじめとする取引において、現金に代わる決済手段を提供する社会的基盤となっている状況を反映したものである。

「個別信用」は1,037件で、29年度に比べ19.4%、「包括信用」は925件で29年度より3.3%減少した。

クレジット利用内訳の推移

	26年度	27年度	28年度	29年度	30年度	増減%	構成比%
自社割賦	288	279	249	187	165	11.8	2.4
個別信用	1,269	1,479	1,375	1,286	1,037	19.4	15.4
包括信用	735	754	868	957	925	3.3	13.7
2か月内払い	2,242	2,634	2,826	3,435	4,289	24.9	63.6
他の販売信用	25	27	34	34	42	23.5	0.6
不明	161	171	192	223	281	26.0	4.2
合計	4,720	5,344	5,544	6,122	6,739	10.1	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。

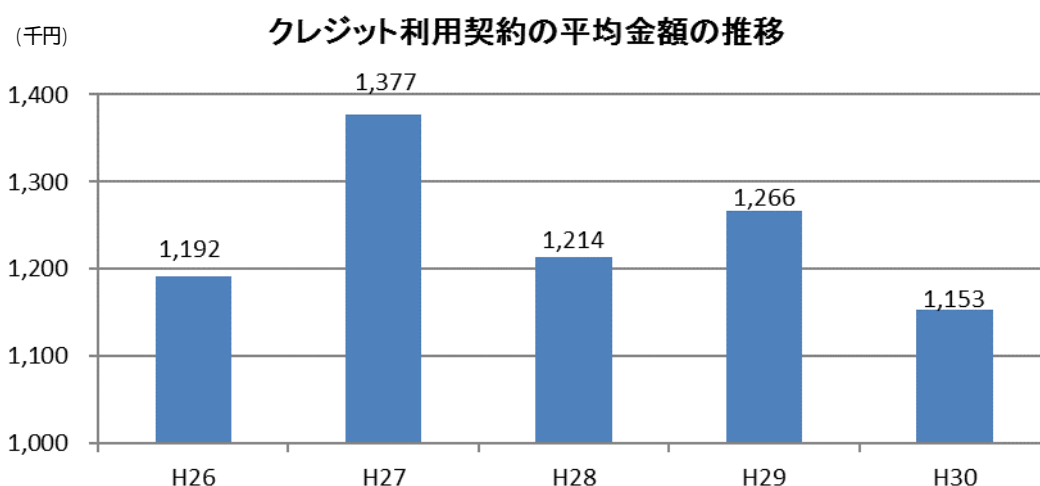
クレジット利用をした商品・サービス別件数をみると、最も多かったのはデジタルコンテンツ(ダウンロードソフト、情報商材、出会い系サイト、オンラインゲームなど)であり、30年度は1,463件で29年度に比べ473件増加(47.8%増)した。これに健康食品、化粧品と通信販売で購入する機会が多い商品が続いており、インターネット通販その他の通信販売の普及に伴い、決済手段としてクレジットを使う機会が増えることとなっている。

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）

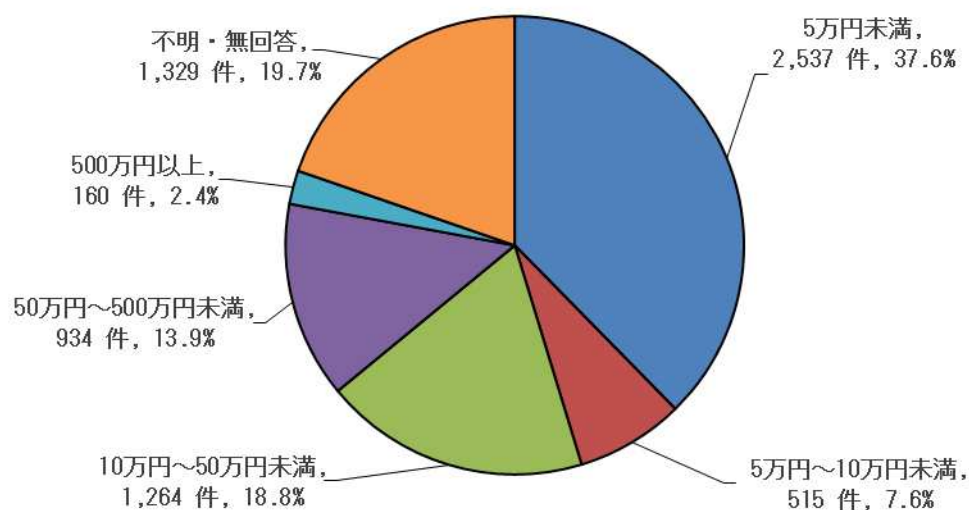
	26年度		27年度		28年度		29年度		30年度	
1	デジタルコンテンツ	562	デジタルコンテンツ	709	デジタルコンテンツ	797	デジタルコンテンツ	990	デジタルコンテンツ	1,463
2	エステティックサービス	196	エステティックサービス	234	エステティックサービス	274	エステティックサービス	352	健康食品	330
3	四輪自動車	177	携帯電話	209	四輪自動車	203	四輪自動車	197	化粧品	304
4	携帯電話サービス	164	四輪自動車	194	携帯電話サービス	186	携帯電話サービス	172	携帯電話サービス	198
5	携帯電話	154	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
	全件数	4,720	-	5,344	-	5,544	-	6,122	-	6,739

クレジット利用の平均購入金額は115万3千円で、29年度に比べて11万3千円減少（8.9%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2,537件で全体の37.6%と4割弱を占めており、比較的少額な取引にもクレジットが広く利用されている。



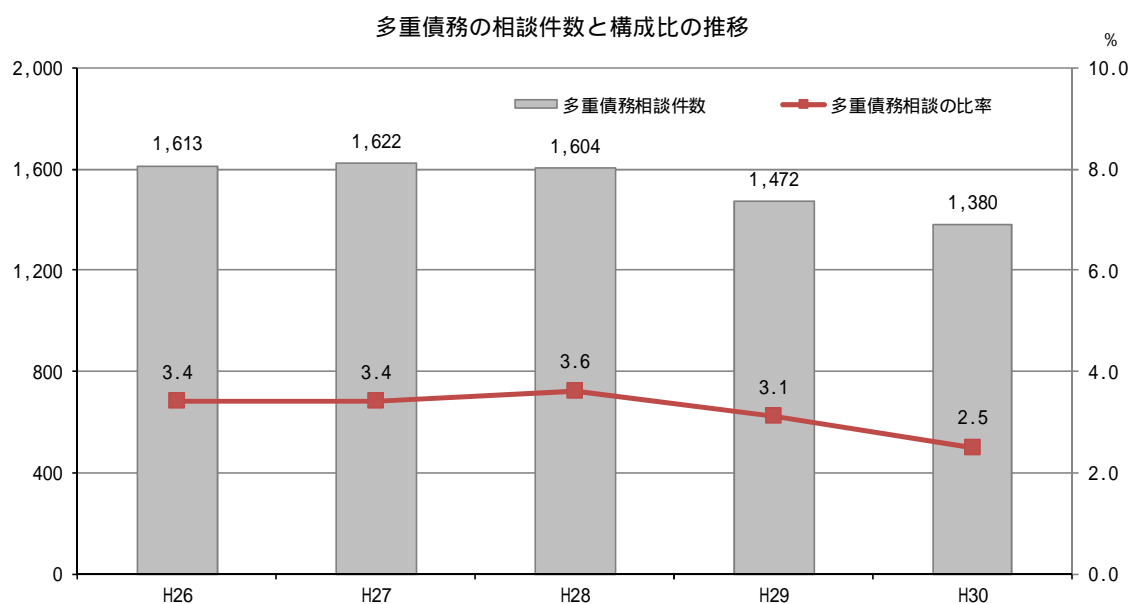
クレジット利用件数の金額別内訳



8 多重債務に関する相談

30年度の多重債務に関する相談件数は1,380件、苦情相談全体に対する構成比は2.5%で、29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、「40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、29年度と比べ全体的に件数が減少している中で、「20歳代」の相談が増加した。

契約当事者の年代別件数

	30年度		29年度		増減(件)
	件数	構成比(%)	件数	構成比(%)	
70歳以上	196	14.2	201	13.7	5
60歳代	213	15.4	253	17.2	40
50歳代	265	19.2	265	18.0	0
40歳代	291	21.1	344	23.4	53
30歳代	174	12.6	182	12.4	8
20歳代	144	10.4	125	8.5	19
10歳代	4	0.3	8	0.5	4
不明	93	6.7	94	6.3	1
合計	1,380	100.0	1,472	100.0	92

職業別件数を見ると「給与生活者」が最も多く、618件(44.8%)を占める。次いで「無職」が545件(39.5%)となっており、29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

	30年度		29年度		増減(件)
	件数	構成比(%)	件数	構成比(%)	
給与生活者	618	44.8	636	43.2	18
自営・自由業	58	4.2	93	6.3	35
家事従事者	57	4.1	73	5.0	16
学生	13	0.9	14	1.0	1
無職	545	39.5	582	39.5	37
その他・不明	89	6.4	74	5.0	15
合計	1,380	100.0	1,472	100.0	92

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23.8%を占める。次いで「10万円以上100万円未満」が19.2%となっている。

29年度と比べ全体の構成比に大きな変化はないものの、借入金が「1億円以上」の相談が増えたために平均金額は昨年度から114万4千円増加(26.8%増)し、541万7千円となった。

借入金額別件数

	30年度		29年度		増減(件)
	件数	構成比(%)	件数	構成比(%)	
1万円未満	3	0.2	4	0.3	1
1万円～10万円未満	36	2.6	38	2.6	2
10万円～100万円未満	265	19.2	263	17.9	2
100万円～500万円未満	328	23.8	363	24.7	35
500万円～1億円未満	118	8.6	133	9.0	15
1億円以上	5	0.4	4	0.3	1
無回答	625	45.2	667	45.3	42
合計	1,380	100.0	1,472	100.0	92
平均金額	5,417,097円		4,272,726円		1,144,371円

また、貸金業法に違反する「ヤミ金融」に関する相談は、30年度は56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

	26年度	27年度	28年度	29年度	30年度
件数	88	70	54	49	56

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。

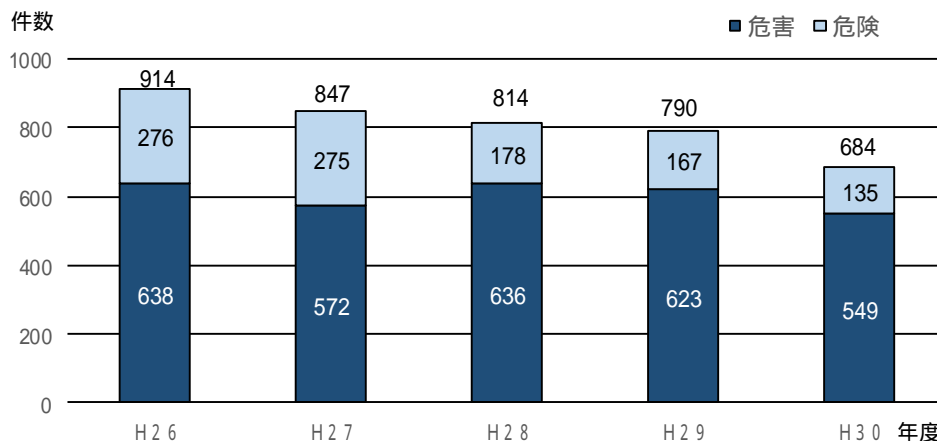
製品事故等に関する情報の収集制度は、平成19年5月14日に施行された改正消費生活用製品安全法により規定され、消費生活用製品に係る製品事故についての製造事業者等の報告義務と、国による事故情報の公表等の措置が設けられた。

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

30年度の危害・危険に関する相談件数は684件（危害549件、危険135件）で、29年度の790件に比べ106件減少（13.4%減）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

30年度の危害に関する相談件数は549件で、29年度の623件に比べ74件減少（11.9%減）した。

このうち美容医療や歯科治療等医療サービスに関するものが85件で最多である。件数に増減があるものの、近年は常に1位ないし2位を占めている。

次いで、健康食品が83件、化粧品が82件となっている。健康食品の危害については平成28年度以降、化粧品の危害については平成30年度に大幅に増加しているが、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ためである。

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痛みを生じた、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	26年度			27年度			28年度			29年度			30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	122	19.1	医療	94	16.4	健康食品	111	17.5	健康食品	100	16.1	医療	85	15.5
2	化粧品	60	9.4	理美容	58	10.1	医療	100	15.7	医療	87	14.0	健康食品	83	15.1
3	理美容	48	7.5	化粧品	52	9.1	化粧品	61	9.6	化粧品	66	10.6	化粧品	82	14.9
4	外食・食事宅配	27	4.2	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
5	調理食品	22	3.4	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

危害に関する主な事例（上位5項目）

分類	主な事例
医療	<p>美容外科でレーザーによる顔面のシミ取り施術を受けたが黒く焦げて痛みが取れず、飲み薬と塗り薬を処方され治療が続いている。跡が残らないかも心配だ。</p> <p>2年前にインプラントの手術をしたが、最近、歯根が膿んでいることが分かり、インプラントを取り外して入れ歯になった。インプラント手術の前に歯根の治療をすると思っていたので不満だ。</p>
健康食品	インターネット通販でお試しで購入したサプリメントを飲んだら体調を崩した。解約の電話をしたがなかなか繋がらず、繋がると定期購入なのでやめられないと言われた。
化粧品	スマホの広告で知った美容液を購入した。使用したら痒みが出たので、やめたいと思っていたら、2回目発送のメールが届いた。解約申請期間が限られていて、なかなか解約できない。
理美容	<p>美容院で1セット5回分のチケットを購入して毛染めをしたら頭皮に痒み等が出て、染毛剤が原因と分かった。未使用のチケットについて返金を求めたが、カットなどで使ってほしいと言って応じてくれない。</p> <p>ネットで探したサロンでピーリングを受けると顔が赤く腫れあがった。エステ店に施術料と治療費の負担を求めたが、ピーリングが原因だと客観的に判断されなければ負担しないと言われた。</p>
外食・食事宅配	レストランでポークカレーを食べたところ鶏肉アレルギーの症状が出た。店はチキンカレー調理後に鍋を洗わずに調理していたが、規定どおりとして責任を認めない。

(3) 危険に関する相談

30年度の危険に関する相談は135件で、29年度の167件と比べ32件減少(19.2%減)した。

最も多かったのは「自動車」に関するもので19件であるが、29年度の24件と比べ5件減少(20.8%減)した。次いでレンジやトースター等の「食生活機器」が18件、冷凍食品、レトルト食品、総菜等の「調理食品」が10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、食品への異物混入が多い。

危険に関する相談の推移(上位5項目)

順位	26年度			27年度			28年度			29年度			30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	49	17.8	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
2	空調・冷暖房機器	16	5.8	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
3	食生活機器	14	5.1	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
4	調理食品	14	5.1	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
5	菓子類	12	4.3	他の住居品	13	4.7	電話機・電話用品	12	6.7	菓子類	7	4.2	外食・食事宅配	6	4.4

危険に関する主な事例(上位5項目)

分類	主な事例
自動車	中古車の購入直後からエンジンの水温計、バッテリーの警告ランプ、タイヤホイールなど不具合を繰り返している。
食生活機器	食器棚のコンセントにオープンレンジのプラグをつないで調理していたところ、プラグが焦げて溶け出し、コンセントに貼りついてしまった。
調理食品	スーパーマーケットで買ったナムルを食べていたら違和感があるので吐き出すと、全長約4cmの針金が入っていた。
空調・冷暖房機器	加湿器の給水タンクに水がなくなったら電源が切れる仕様になっていたはずが、実際には切れずに過熱が続いていて異臭がした。
外食・食事宅配	ファミリーレストランでハンバーグを食べたところ、硬い白色系の異物が入っていた。店の調査では保温ジャーの縁にライスが付着して固まったものとのことだが、ハンバーグに混入するものか疑問を感じる。

特徴的な相談

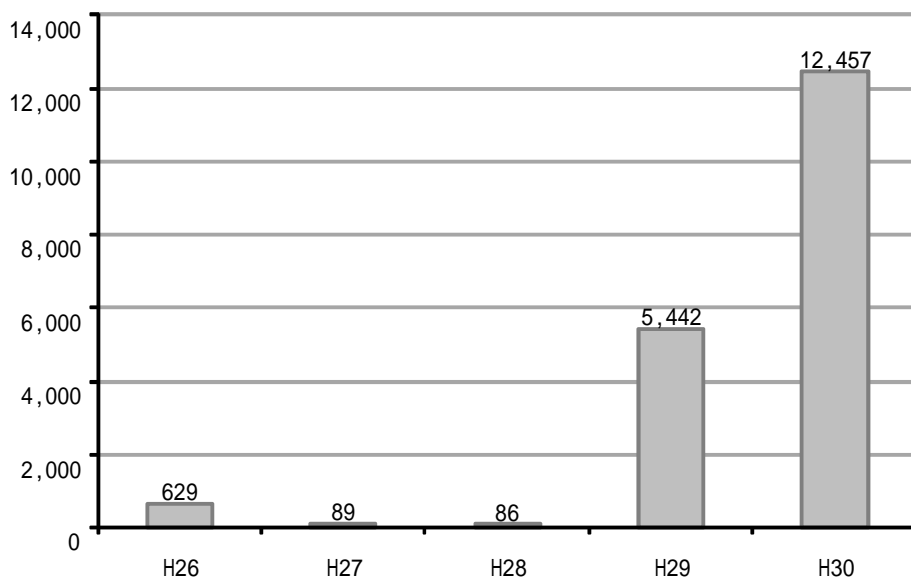
1 はがきによる架空請求に関する相談

「民事訴訟管理センター」等をかたる者から「総合消費料金未納分訴訟最終告知」などとするはがきが届いたという架空請求に関する相談が、30年度は12,457件となり、29年度の5,442件に引き続き大幅に増加した。

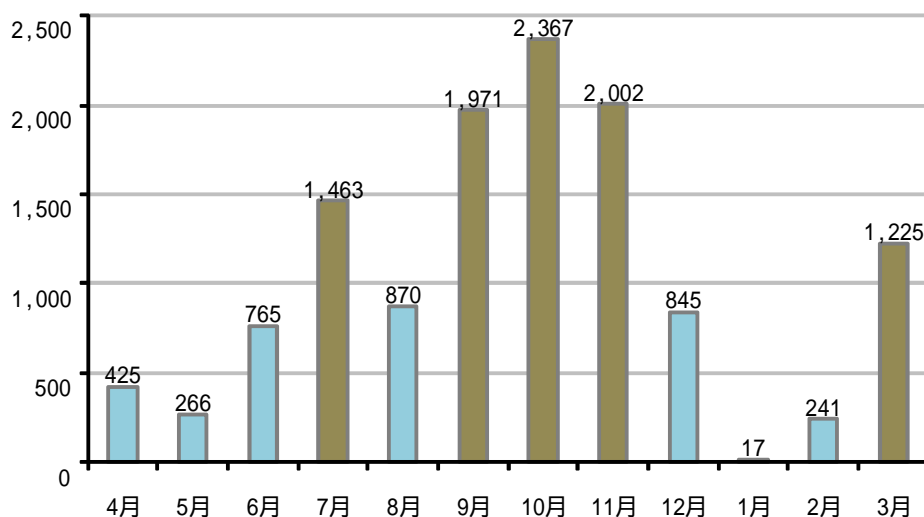
訴訟取下げ期日に余裕がなく身に覚えがないにもかかわらず、連絡をしないと強制的に差し押さえをすると消費者の不安をあおって電話をかけさせ、支払いを要求したり個人情報入手しようとする手口である。

月別の相談件数の推移をみると29年10月をピークに一時、減少傾向であったが、30年6月から再び増加傾向に転じ、29年度を上回る増加となっている。

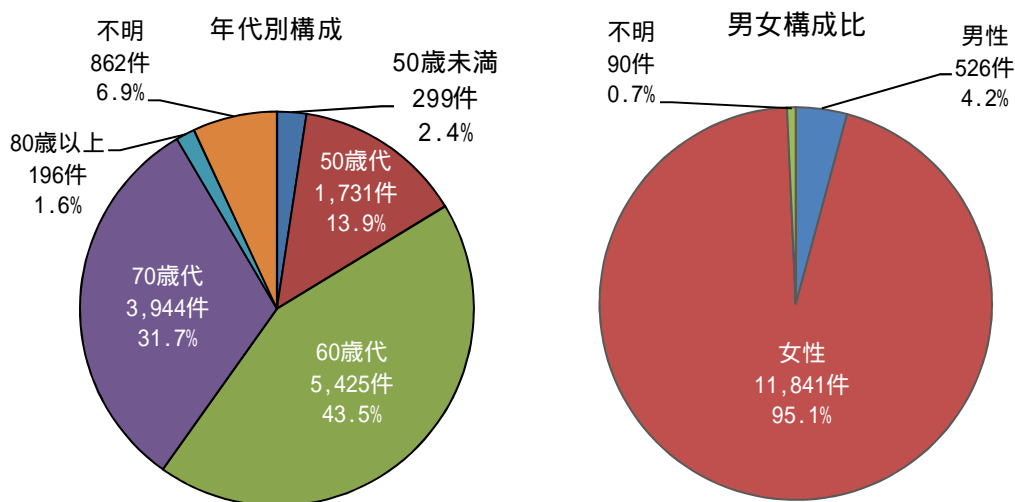
はがきによる架空請求件数の推移



30年度月別件数の推移



相談を年代別で見ると50歳以上で90.7%を占め、男女別では95.1%が女性となっており、主に50歳以上の女性を狙った手口である。



既支払額（被害額）が明らかな相談は15件であり、10万円以上50万円未満の被害が一番多かった。内訳は下表のとおりとなっている。

高額被害の事例として、『国の機関をかたる者から、身に覚えのない債権を請求するはがきが届いた。電話をすると、弁護士を紹介され、その弁護士から商品代金の未払いがあり、示談に持ち込むため供託金が必要と言われ、宅配便で送金してしまった』というものがある。

既支払額別件数

金額	件数
10万円 未満	3
10万円 ~ 50万円 未満	9
50万円 ~ 500万円 未満	2
500万円 以上	1
(小 計)	15
無回答(被害のない場合を含む)	12,442
合 計	12,457

2 情報商材に関する相談

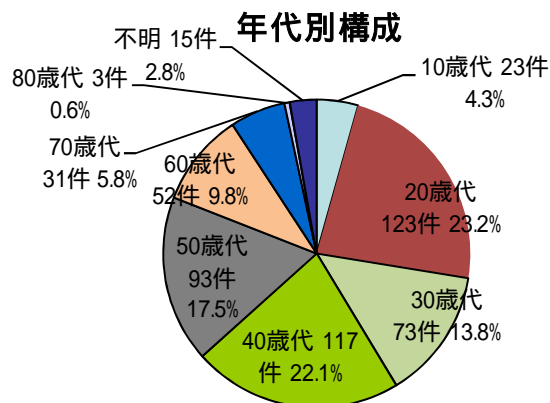
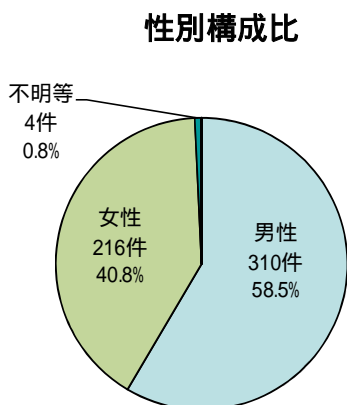
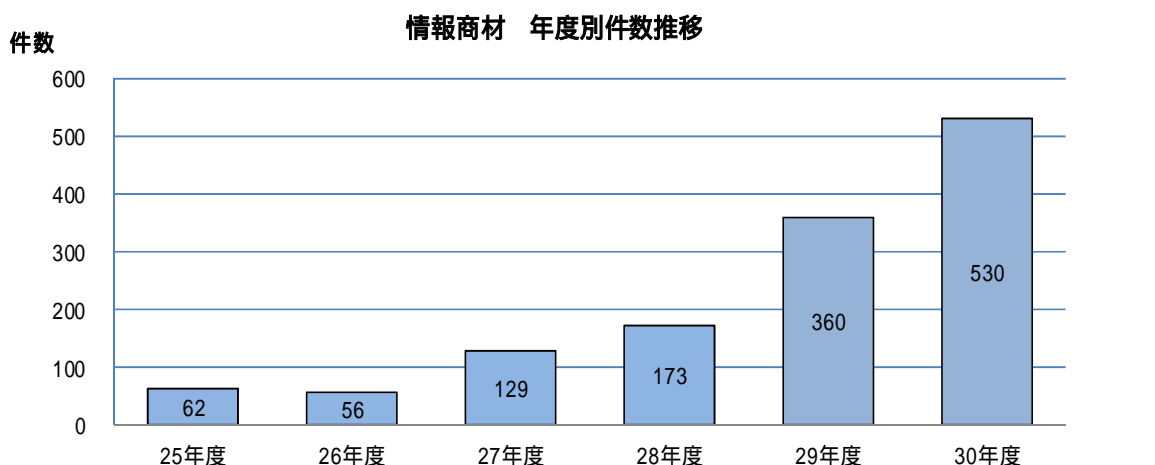
「確実にもうかる」「毎月大金を稼いでいる人がいる」「何もしなくても稼げる」などと勧誘する副業ビジネス等の情報商材に関する相談が増加している。儲かる方法を伝授するなどの広告を見て購入したが、実際には有効な情報ではなかったなどの相談が寄せられている。

商材としては「暗号資産(仮想通貨)」「FX」「アフィリエイト」「転売ビジネス」「バイナリーオプション」に関するものが多くなっている。その他「利益分配・配当金プロジェクト」「競馬等のギャンブル情報」「動画や記事を投稿するなど商品の宣伝」などがある。

30年度は530件で、29年度の360件から170件増加(47.2%増)した。4年前の26年度と比較すると、9.5倍になった。

性別では、男性が310件で58.5%を占めている。

年代別では、20歳代から50歳代まで概ね同程度の分布であり、各年代に幅広く生じるトラブルであることが特徴となっている。



内容別では、29年度と同様「インターネット通販」が一番多く、65.8%がインターネットのサイトで購入したり電子データを介して得た情報商材であった。

「やってみたが儲からないので解約したい、返金してほしい」など「解約」に関する相談が64.9%、「返金」を求める相談が57.4%となっている。

以下、マニュアルどおりにやってみたが儲からない、サイドビジネスになると勧められた、SNSで知り合った人に勧誘された、電子広告を見て購入した、虚偽説明がある、利殖になることを強調された、サポートするなどと言われ次々に契約して高価格になってしまった、等の相談が寄せられた。

内容別相談件数（複数選択項目・上位）

順位	内容キーワード	30年度		29年度		増減 (件)
		件数	構成比%	件数	構成比%	
1	インターネット通販	349	65.8	268	74.4	81
2	解 約	344	64.9	237	65.8	107
3	返 金	304	57.4	178	49.4	126
4	儲からない	161	30.4	96	26.7	65
5	サイドビジネス商法	153	28.9	105	29.2	48
6	S N S	144	27.2	85	23.6	59
7	電子広告	135	25.5	101	28.1	34
8	虚偽説明	128	24.2	89	24.7	39
9	利殖商法	126	23.8	75	20.8	51
10	高価格・料金	87	16.4	56	15.6	31
全件数		530	100.0	360	100.0	170

契約金額別に見ると、29年度と同様に「10万円以上50万円未満」及び「50万円以上100万円未満」で7割以上を占めた。平均契約金額は59万8,050円で29年度より20,078円高額になった。

契約金額別件数

金額	30年度		29年度	
	件数	構成比%	件数	構成比%
1万円未満	5	0.9	2	0.6
1万円～5万円未満	20	3.8	18	5.0
5万円～10万円未満	28	5.3	27	7.5
10万円～50万円未満	253	47.7	163	45.3
50万円～100万円未満	128	24.2	92	25.6
100万円～500万円未満	47	8.9	31	8.6
500万円以上	7	1.3	3	0.8
無 回 答	42	7.9	24	6.7
合 計	530	100.0	360	100.0
	平均金額	598,050円	平均金額	577,972円

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】

築40年の賃貸マンションに10年間住み退去した。退去時、管理会社から立会いは不要と聞いたため、鍵のみを返却したが、後日120万円の原状回復費用を請求された。故意・過失による損耗については支払うつもりだが、高額で納得できない。どうしたらよいか。 (30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。

【携帯電話サービス】

スマートフォンの通信契約先を他社に変更した際、店員から無料のタブレット端末をプレゼントすると言われ、持ち帰った。その後、利用明細に不明な料金が記載されるようになり、不審に思って店舗へ出向いた。すると、タブレット端末自体は無料だが、通信契約は結ばれており、解約には4万円の解約料がかかると言われた。契約締結と解約料、いずれも説明は受けておらず、納得できない。 (70歳代・男性・無職)

* 格安スマホや料金プラン、解約料に関する相談が寄せられました。

【フリーローン・サラ金】

合計6社からカードローン等の借金が約160万円あり、返済が難しい。どうすればよいか。 (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。

【四輪自動車】

中古車を90万円で購入した。バックモニターが作動するときとしないときが、おおよそ半分の確率である。販売店へ苦情を伝えたが、現車渡した、納車前にバックモニターが作動することを確認しており、修理できないと言われた。どうすればいいか。 (30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。

【工事・建築】

新築一戸建て住宅を建築中である。住宅展示会で3,300万円の見積りを提示され、これ以上の価格になることはないと言われたが、実際の契約金額は大幅に上回った。また、引き渡し日を当初の約束より早められ、残金を引き渡しまでに支払うよう言われている。さらに、駐車場工事の料金が契約金額に含まれておらず、別に100万円を請求されている。そのような説明は受けておらず、信用できないが、引き渡し日までに残金と追加料金を支払う必要があるのか。

(30歳代・男性・給与生活者)

- * 工事・建築に関する相談では、新築工事で追加料金が発生し納得ができないという相談が寄せられました。

【医療サービス】

二重瞼の手術を受けた。2週間ほどで腫れがひくと言われていたが、1か月経ってもひかず、かゆみも出てきた。施術箇所を元に戻して返金してもらいたい。

(30歳代・女性・無職)

- * 美容医療を受けたが被害が発生したため、返金してもらいたいという相談が寄せられました。

(2) 訪問販売 (14頁参照)**【工事・建築】**

突然訪問してきた業者から、雨どいが壊れていると指摘を受けた。その後電話があり、屋根の上に乗って家屋の全体の状況が分かる写真を撮りたいと言われた。再訪した業者から、屋根の上に乗って撮った写真を見せられ、雨どいだけでなく屋根と外壁のリフォームが必要だと勧められた。長時間の勧誘を受け、早く帰ってほしい気持ちもあり契約してしまったが、300万円という施工料金は高額なのでクーリング・オフしたい。

(50歳代・男性・給与生活者)

- * 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。

【テレビ放送サービス】

公共放送料金集金の委託業者が来訪し、「マンションの屋上にBSの共同アンテナが設置されており、全戸視聴可能なはずだ」とBS視聴契約をするよう要求された。テレビはBS視聴可能な機種だが、BS放送は見ないし、リモコンのボタンを押しても「受信できません」と表示される。このような場合でも契約しなければならないのか。
(60歳代・男性・給与生活者)

- * 公共放送については、平成29年12月に受信料制度は「合憲」であるとの判決が示されました。また、ワンセグ機能付き携帯を所有することも受信設備の設置に該当するという判断が最高裁で確定しており、ワンセグ機能付きカーナビの所有についても同様の判断が地裁でなされています。

【修理サービス】

損害保険の調査に関係する協会の加盟店だという業者が訪ねてきた。古いアンテナを立てたままでは危ないので撤去することや、撤去したアンテナは売却して被災地支援に役立つことなどが書かれた案内を手渡された。断っても強引に勧誘され、不審である。
(60歳代・女性・家事従事者)

先日、業者が訪問し、「カーポートが壊れている。昨年の大雪のせいかと思われる。火災保険を使って無料で修理ができる」と勧誘を受けた。また、修理しない場合も35%の手数料が必要だという。業者には帰ってもらったが、加入している損害保険会社に問い合わせると「不審な業者が多いので注意するように」と言われ、不審である。
(70歳代・男性・給与生活者)

- * 突然訪問してきた業者にアンテナ撤去を勧められたり、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】

スマートフォンのSMSで、使った覚えのないコンテンツ利用料金が未納であり、本日中に連絡するようにという通知が届いた。表示されていた連絡先に電話したところ、30万円の利用料金が入金確認できていないと言われ、今日中にコンビニへ行き、ギフトカードを購入して番号を知らせるように言われた。どうしたらよいか。
(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。

【商品一般】

スマートフォンに、キャリア決済の不正利用が確認できたのでIDとパスワードを変更するようという内容のSMSが届いた。記載されていたURLをタップすると契約中の携帯電話会社の認証画面と全く同じ画面が開いたので、IDとパスワードを入力した。20分ほどして、携帯電話会社のプリペイドカードに5万円チャージされたというメールが届いた。不審に思い契約先に問い合わせると、10万円覚えのない請求が上がっていた。どうすればいいか。
(年齢不明・男性・給与生活者)

- * 実在する事業者を騙ってメールを送りつけ、本物のサイトにそっくりな偽サイトに巧みに誘導し、個人情報盗む手口(フィッシング)です。

【運動靴】

インターネットでブランドのスニーカーを格安で注文し、クレジットカードで決済したが、商品が届かない。偽サイトだったのでと不安になっている。どうすればいいか。
(30歳代・男性・給与生活者)

- * ブランド商品をインターネットで注文したが、品物が届かないという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】

「現在契約中の大手電話会社と一緒に提供するサービスで、光回線が月5千円で利用できるようになる」と電話勧誘を受けた。相手に指示されたとおり、大手電話会社から転用承諾番号を取得して伝えた。その後不審に思い、大手電話会社に問い合わせると、そのようなサービスは提供されていないことがわかった。
(70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ました。

【電気】

契約している電力供給会社を名乗り、料金が安くなると電話がかかってきた。プラン変更の話だと思って聞いていた。後日、申込みを受けたとして他の電力会社から書類が郵送された。解約したい。
(60歳代・女性・無職)

- * 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。事業者の信用性に関する相談も寄せられています。

(5) マルチ・マルチまがい販売 (16頁参照)

【ファンド型投資】

友人から、テレビ電話のリースオーナーにならないかと誘われた。オーナーになれば配当がもらえ、また人を紹介すると紹介料ももらえるとのことだが、不審だ。
(20歳代・男性・給与生活者)

- * 友人から投資の誘いを受けたが不審に思い、事業者の信用性についての相談が寄せられました。

【デジタルコンテンツ】

SNSで知り合った人から「オンラインゲームのアフィリエイト会員になり、人を紹介すると利益が出る」と説明されて契約した。契約書はなく、スマートフォンで申し込みをし、入会金の20万円は消費者金融で借金をして支払った。友人を紹介したが、紹介料はもらえず、会費も高額で不審に思い始めた。解約して返金してもらいたい。
(20歳代・女性・家事従事者)

- * アフィリエイトは、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るシステム。
- * 説明と異なり儲からず、解約・返金を希望するという相談が寄せられました。

(6) ネガティブ・オプション (16頁参照)

【商品一般】

マンションの宅配ボックスに、注文した覚えのない商品が送られてきた。配達伝票の送り主の名前が外国語で読めない。内包装袋を開けていないため、中身はよくわからず、また請求書などの書類も入っていない。頼んだ記憶がないので返したいが、連絡先もわからない。どうしたらいいか。
(30歳代・女性・給与生活者)

- * 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)

【商品一般】

電話で不用品買い取りの勧誘があり、何でもいいとのことだったので、古着を用意して待っていた。勧誘をした業者が来訪し、古着を見て、これでは値段がつけられない、ネックレスや指輪はないかと言われた。ないと答えたのに、家の中を探してくるように言って引き下がらない。何度も断り引き取るように言うど帰って行ったが、このような強引な勧誘をされるとは思っていなかった。

(70歳代・女性・無職)

* 不用品を買い取るという話だったのに貴金属を要求してくるなどの相談が寄せられました。

2 特徴的な相談の相談事例

【はがきによる架空請求】 (35頁参照)

「民事訴訟管理センター」というところから「総合消費料金未納分訴訟最終通告書」と書いてあるはがきが届いた。民事訴訟として訴状が提出され、連絡しないと強制的に差押えをすとの記載がある。記載された電話番号に連絡すると、後に弁護士を名乗る人物から電話があった。8年前の商品の代金が支払われておらず、解決には1,000万円用意してもらわないといけない、示談が成立したら返金すると言われた。指定された住所に宅配便でお金を送ったが、後に詐欺だと気付いた。どうすればいいか。

(70歳代・女性・無職)

「訴訟通知センター」というところから「民事訴訟最終通達書」というはがきが届いた。訴訟取下げ最終期日として今日の日付が記載されている。記載のある連絡先に電話をすると、国選弁護士を紹介する、取下げには300万円が必要だが後で返金されると言われた。相手にお金を宅配便で送ってしまった。

(50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】（37頁参照）

スマートフォンのSNS広告で、FX取引に関する情報商材の紹介がされており、「誰でも簡単確実に稼げる」「少額からでも稼げる」などとうたわれていた。購入を決め、代金75万円をクレジットカード一括払いで決済した。その後、事業者から「秘密保持に関する誓約書」がメールで送られてきたので、署名捺印して返送した。電子ファイルで送られてきた商材を確認すると、大きな損失が出る可能性のある、非常にリスクの高い取引であることがわかった。また、事業者にお問い合わせをしても、事業者の名称、所在地、連絡先は教えてもらえず、フリーメールアドレスしかわからない。取引の内容が広告と異なるし、不審なので、解約して返金してもらいたい。

（30歳代・男性・給与生活者）

SNS広告を見て副業サイトに登録をした。「簡単作業、超短時間の仕事」とあり、自分にもできそうだと思ったこと、「これ以上費用はかからない」と書かれていたことから、1万8千円のマニュアルを購入した。内容は、転売を行い差額で儲けるものだった。その後、電話がかかってきて、120万円のツールを勧められた。「完全なサポートをする。月100万円稼げる」と言われたため、カード決済した。副業を行っているうち、内容に疑問を持ち始めた。解約したい。

（20歳代・女性・給与生活者）

- * FX（外国為替証拠金取引）は、一定の証拠金を担保に外貨の売買を行う取引。
- * 儲かると勧誘されよくわからないまま契約した、言われたようには儲からない、など解約したいという相談が寄せられました。

3 その他の相談事例

【ガス小売自由化】

昨夜20時頃、大手電力会社名で電話があった。当方は先月、当該事業者の勧誘で電気とガスを同社で契約すると安くなるサービスに加入したばかりだ。その件での連絡かと思って聞いていたところ、我が家の家族構成ではサービスの対象とならないと言われた。不審になり、当該電力会社に確認したところ、「当社では夜分に客宅に連絡をかけることはない。注意するように」と言われた。電話の相手は不明で、不安だ。

(80歳代・男性・無職)

* ガス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。

【電力小売自由化】

大手電力会社を名乗って訪問があり、契約内容の変更のため署名するよう言われた。こちらは、単純に今後必要な手続きなのだと思います、言われるがまま申込書に署名した。だが、担当者が帰った後に書類をよく確認したら、小売り電力事業者との契約で、既存の大手電力会社を解約することになるようだった。そのような話は聞いておらず、不審なのでクーリング・オフしたい。

(20歳代・男性・給与生活者)

* 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。

【暗号資産(仮想通貨)】

事業者から、上場して必ず儲かると言われたので仮想通貨を購入した。しかしその後、上場が難しくなったと聞いたため、中途解約を申し出たが、契約金がなかなか返金されない。どうしたらよいか。

(60歳代・女性・家事従事者)

* 暗号資産(仮想通貨)に関する儲け話のトラブルについての相談が寄せられました。

【オーナー商法】

1年前、農園のオーナーになれば配当がもらえると友人に誘われた。干し柿の農園へ出資すれば2.5%の配当がもらえ、半年後に最初の配当が振り込まれると言われた。最初に25万円出資し、その後少しずつ出資額を増やしていき、総額で100万円ほど出資している。これまで干し柿は何度ももらったが、配当金はもらっていない。2か月ほど前、事業者に電話をしたがまったくつながらなかった。先ほどテレビで当該事業者が破産したという報道があったが本当か。どうすればいいのか。

(70歳代・女性・無職)

* 「オーナー制度」と称する取引を行っていた事業者が倒産し、返金に関する相談が寄せられました。

【定期購入トラブル】

ウェブサイトのバナー広告からお試し500円の生酵素のサプリメントを購入した。広告には定期購入とは書かれていなかったが、商品が届き「お買い上げ明細書」を確認すると、定期便と書かれていた。定期購入するつもりはないので業者に電話をしたが、自動音声でパソコンで解約するようにアナウンスがあった。解約メールを送信したが、本当に解約できたか不安だ。

(80歳代・女性・家事従事者)

インターネット広告から購入サイトにアクセスし、化粧品を申し込んだ。定期購入だが、使いきれないため、解約しようと思い2か月前から電話をかけているが一向に繋がらない。

(40歳代・女性・給与生活者)

- * 通信販売で化粧品や健康食品を購入したところ、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という相談が寄せられました。

【原野商法の二次被害】

所有する山林の処分を検討していたところ、不動産業者から売却を持ちかけられた。業者と会い、その日のうちに850万円で売却する契約をした。その際、節税対策の買替特例の担保金が必要と言われ、翌日450万円を振り込んだ。その後、担保が足りないと言われ追加で300万円振り込んだ。約束の日を過ぎても売却代金の入金がないため、登記の確認をすると、山林は売却されておらず、所有者が自分のままになっていた。

(70歳代・男性・無職)

- * 過去に必ず値上がりすると言われて購入した土地を買い取ると言い、諸経費等の名目で支払いを請求したり、また価値のない不動産を購入させる手口についての相談が寄せられました。

【セキュリティソフト】

パソコンを使っていたら、急に大きな音が鳴り、ウイルスに感染した、対処のためのセキュリティソフトの購入が必要だという表示が出た。画面の指示に従ってクレジットカード番号を入力した。その後、不審に思って、カスタマーサポートとして案内されていた番号に電話をしていると、たどたどしい日本語を話す外国人らしき人物につながった。不審に思ってパソコンのメーカーに相談すると、不正なソフトを購入させる手口だと説明された。すでに請求金額を知らせるメールが届いているが、支払いたくない。

(60歳代・女性・無職)

- * パソコンに感染したウイルス除去にセキュリティソフトの購入が必要であると表示し、クレジットカード番号を入力させる手口についての相談が寄せられました。

【若者・学生のマルチ・マルチまがい】

先輩から、バイナリ オプションなど学生でもできる簡単な投資の方法が学べるビジネスコンサルに誘われた。入会には30万円必要だが、友人を紹介すると紹介料がもらえるので、すぐに元が取れるし、儲けられると言われた。すぐ学生ローンの店に連れて行かれて借金し、先輩から紹介された業者に支払って契約書を交わした。友人を紹介して紹介料をもらった。数回バイナリ オプションのコンサルを受けたが、とても儲けられないと思った。解約して、紹介料を差し引いた金額の返金を求めたい。

(10歳代・男性・学生)

- * バイナリ 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。
- * 若者、特に学生を狙ったマルチ・マルチまがいの相談が寄せられました。入会金を支払わせるため、学生ローンを利用させる相談も寄せられています。

【オンライン・フリーマーケット】

フリマアプリでブランドバッグを購入した。商品が届いたのですぐ取引完了の評価を行い、代金はフリマの運営事業者から出品者に支払われた。後になって心配になり、大手の質屋に鑑定してもらったところ、買い取りに値しないと言われた。運営サイトにメールで問い合わせたが返事がない。

(年齢・職業不明・男性)

- * 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ています。取引を完了させる評価は慎重に行う必要があります。

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	30年度	29年度	増減 %	増減の主な要因
商品一般	15,362	7,702	99.5	はがきによる架空請求に関する相談の増
食料品	2,501	2,489	0.5	
住居品	1,459	1,442	1.2	
光熱水品	934	641	45.7	電力に関する相談の増
被服品	1,725	1,676	2.9	
保健衛生品	1,508	1,289	17.0	通信販売による化粧品等の定期購入トラブルに関する相談の増
教養娯楽品	3,120	3,236	3.6	
車両・乗り物	1,167	1,127	3.5	
土地・建物・設備	1,826	1,777	2.8	
他の商品	51	60	15.0	
クリーニング	191	250	23.6	
レンタル・リース・貸借	2,151	2,131	0.9	
工事・建築・加工	1,730	1,567	10.4	屋根工事に関する相談の増
修理・補修	798	720	10.8	住宅の修理に関する相談の増
管理・保管	109	152	28.3	墓の管理に関する相談の減
役務一般	90	107	15.9	
金融・保険サービス	3,445	3,167	8.8	
運輸・通信サービス	10,586	10,732	1.4	
教育サービス	230	287	19.9	家庭教師に関する相談の減
教養・娯楽サービス	1,517	1,561	2.8	
保健・福祉サービス	1,806	1,899	4.9	
他の役務	2,078	2,052	1.3	
内職・副業	266	315	15.6	サイドビジネスに関する相談の減
他の行政サービス	152	112	35.7	
他の相談	408	433	5.8	
計	55,210	46,924	17.7	

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	30年度	29年度	市町村名	30年度	29年度	市町村名	30年度	29年度
さいたま市	10,856	9,023	朝霞市	870	808	滑川町	89	72
川越市	2,446	2,344	志木市	497	399	嵐山町	75	65
熊谷市	1,492	1,318	和光市	882	643	小川町	235	188
川口市	3,930	3,527	新座市	1,599	1,201	川島町	78	92
行田市	540	457	桶川市	545	469	吉見町	85	87
秩父市	400	352	久喜市	926	717	鳩山町	86	77
所沢市	2,311	1,983	北本市	465	405	ときがわ町	119	57
飯能市	596	515	八潮市	490	436	横瀬町	28	23
加須市	946	650	富士見市	898	770	皆野町	40	50
本庄市	345	377	三郷市	684	515	長瀨町	37	26
東松山市	610	494	蓮田市	511	393	小鹿野町	39	43
春日部市	1,711	1,456	坂戸市	671	556	東秩父村	8	6
狭山市	1,587	1,183	幸手市	323	257	美里町	47	55
羽生市	337	263	鶴ヶ島市	670	545	神川町	48	64
鴻巣市	816	657	日高市	410	344	上里町	191	148
深谷市	753	800	吉川市	366	349	寄居町	215	191
上尾市	1,984	1,637	ふじみ野市	836	722	宮代町	208	164
草加市	1,493	1,306	白岡市	442	307	杉戸町	235	215
越谷市	2,154	1,897	伊奈町	254	191	松伏町	285	207
蕨市	335	354	三芳町	267	195	県内その他	704	726
戸田市	815	771	毛呂山町	155	202	県外	1,498	1,292
入間市	1,595	1,235	越生町	47	53	合計	55,210	46,924

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	30年度			29年度		
	県受付 件数	市町村受付 件数	計 件数	県受付 件数	市町村受付 件数	計 件数
さいたま市	1,106	9,907	11,013	1,065	8,136	9,201
川越市	1,261	1,234	2,495	1,264	1,126	2,390
熊谷市	667	848	1,515	711	613	1,324
川口市	1,467	2,494	3,961	1,483	2,077	3,560
行田市	165	382	547	184	288	472
秩父市	45	360	405	41	320	361
所沢市	277	2,072	2,349	349	1,643	1,992
飯能市	98	519	617	97	433	530
加須市	175	794	969	158	505	663
本庄市	118	233	351	171	208	379
東松山市	201	419	620	160	344	504
春日部市	921	821	1,742	903	576	1,479
狭山市	138	1,462	1,600	149	1,054	1,203
羽生市	98	234	332	102	169	271
鴻巣市	234	591	825	218	457	675
深谷市	335	445	780	403	408	811
上尾市	226	1,791	2,017	250	1,412	1,662
草加市	244	1,254	1,498	327	978	1,305
越谷市	443	1,763	2,206	431	1,486	1,917
蕨市	147	189	336	134	225	359
戸田市	155	663	818	179	597	776
入間市	140	1,473	1,613	136	1,121	1,257
朝霞市	144	747	891	150	677	827
志木市	106	403	509	120	282	402
和光市	81	810	891	90	565	655
新座市	168	1,486	1,654	145	1,077	1,222
桶川市	115	436	551	146	333	479
久喜市	334	596	930	344	384	728
北本市	121	360	481	111	298	409
八潮市	115	391	506	113	334	447
富士見市	189	739	928	202	576	778
三郷市	192	517	709	189	343	532

市町村名	30年度			29年度		
	県受付 件数	市町村受付 件数	計 件数	県受付 件数	市町村受付 件数	計 件数
蓮田市	156	360	516	128	276	404
坂戸市	218	473	691	232	323	555
幸手市	117	216	333	107	152	259
鶴ヶ島市	116	569	685	136	426	562
日高市	131	292	423	104	238	342
吉川市	130	249	379	132	231	363
ふじみ野市	131	736	867	140	593	733
白岡市	112	337	449	104	203	307
伊奈町	87	165	252	76	116	192
三芳町	68	201	269	61	139	200
毛呂山町	98	57	155	146	59	205
越生町	24	27	51	36	17	53
滑川町	40	43	83	34	38	72
嵐山町	40	36	76	35	31	66
小川町	51	197	248	58	134	192
川島町	41	42	83	61	35	96
吉見町	34	58	92	41	43	84
鳩山町	50	40	90	53	26	79
ときがわ町	26	94	120	23	33	56
横瀬町	3	20	23	4	17	21
皆野町	13	26	39	21	29	50
長瀨町	15	22	37	11	18	29
小鹿野町	8	31	39	11	32	43
東秩父村	4	5	9	0	6	6
美里町	31	17	48	42	14	56
神川町	25	22	47	32	33	65
上里町	59	130	189	48	103	151
寄居町	78	146	224	80	117	197
宮代町	120	93	213	112	59	171
杉戸町	144	95	239	158	62	220
松伏町	73	207	280	72	131	203
県内その他	278	501	779	338	474	812
県外	218	305	523	192	318	510
合計	12,965	42,245	55,210	13,353	33,571	46,924

用語の解説

(商品・役務等)

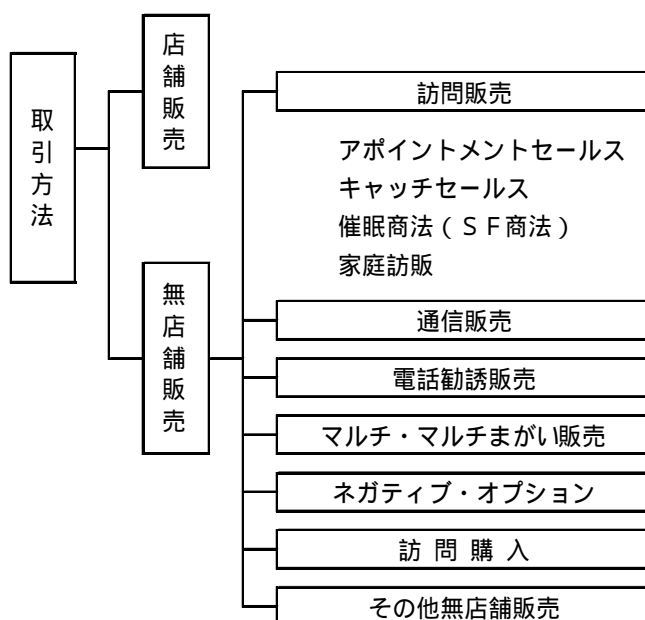
用語	説明
商品一般	その商品・サービスが特定できないもの。
保健衛生品	人の身体を清潔にし、美化し、または健康を保ち、疾病を治療するために使用される商品。医薬品、医療用具、化粧品など。
教養娯楽品	主として教養、事務または娯楽・趣味の目的で使用される商品。パソコン、電話機、音響・映像製品、スポーツ用品など。
運輸・通信サービス	旅客・貨物運送サービス及び電話、放送、インターネット等の通信サービス。
移动通信サービス	携帯電話サービスやPHSサービス等およびモバイルデータ通信サービス。
インターネット接続回線	光ファイバーやADSL等の通信回線やプロバイダのサービス。
デジタルコンテンツ	イン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に、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。
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、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。
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



2日以上に渡る展示販売や自販機など

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。なお、データは平成31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。

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/>