

平成29年度の消費生活相談の概要

環境生活部くらし安全推進課

目次

1	平成29年度消費生活相談の全体像（まとめ）	1
2	消費生活相談の件数及び内容	3
	(1)消費生活相談件数	
	(2)契約当事者の年齢層別の件数・割合	
	(3)契約当事者の年齢層別に相談の多かった商品や役務	
	(4)商品・役務ごとにみた相談の状況	
	ア 相談数の多い商品・役務	
	イ 平成28年度に比較して相談件数の増加した商品・役務	
	(5)相談の多い販売方法とその特徴	
3	苦情相談の状況(高齢者) [※]	8
	(1)販売購入形態別相談割合	
	(2)平成28年度と比較して相談件数の増加した商品・役務	

※2・3については、「全国消費生活情報ネットワークシステム(PIO-NET)」に登録された千葉県内の平成29年度の相談のうち
問い合わせ・要望を除外した、苦情相談44,921件(県9,134件、市町村35,787件)について分析を行っています。

1 平成29年度消費生活相談の全体像（まとめ）

全国の消費生活センター、市町村消費生活相談窓口寄せられた相談内容は、独立行政法人国民生活センターや各消費生活センター、市町村消費生活相談窓口をオンラインで結ぶ「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・蓄積され、消費者被害の未然防止、拡大防止に活用されています。

平成29年度に千葉県及び市町村消費生活センター・消費生活相談窓口寄せられ、PIO-NETに登録された相談件数の集計・分析結果については以下のとおりです。

※PIO-NET(パイオ・ネット)はPractical Living Information Online Network System の略称

- ① 平成29年度の消費生活相談の総数（問い合わせ・要望含む）は49,001件であり、平成28年度に一度減少に転じたものの、再び増加しました。
- ② 契約当事者を年齢層別にみると、60歳代が19.4%と最も多く、次いで70歳代、50歳代となっており、60歳代以上の割合は全体の4割以上を占めています。
- ③ 商品・役務別の件数で上位のものは、1位が「商品一般（商品を特定できないものや複数の商品・役務にまたがる相談）」、2位が「デジタルコンテンツ(パソコンや携帯電話、スマートフォン等により、インターネットを通じて各種サイトから得られる情報やサービスに関する相談)」、3位が「不動産貸借(賃貸アパート等に関する相談)」となっています。
- ④ 平成28年度と比較すると、身に覚えのない「総合消費料金未納のお知らせ」や「訴訟告知確認書」と記載された葉書が送付されてきたとの相談（「商品一般」に対する相談）が著しく増加しました。
- ⑤ 高齢者(65歳以上の者)が契約当事者である相談の特徴として、他の年代と比べて販売購入形態について不明や無関係というケースの割合が高くなっている点が挙げられます。これは、架空請求に関する相談が著しく増加したためとみられます。

2 消費生活相談の件数及び内容

(1) 消費生活相談件数

「PIO-NET」に登録された千葉県内（県消費者センター、市町村センター及び市町村相談窓口）の平成29年度の相談件数は49,001件で、平成28年度の47,061件に比べ1,940件、率にして4.1%増加しました。

そのうち、県に寄せられた相談は9,732件で、平成28年度の9,454件と比べて278件増加しています。市町村センター、相談窓口に寄せられた相談は39,269件で、平成28年度の37,607件と比べて1,662件増加しています。

また相談内訳は、苦情44,921件、問い合わせ・要望4,080件で、苦情が消費生活相談全体の91.7%を占めています。

相談内訳の増減を昨年度と比較すると、苦情は2,276件増加、問い合わせ・要望は336件減少しました。

表1 消費生活相談件数

(単位:件数)

年度		H28年度			H29年度			増減数(増減比率)		
区分		苦情	問合せ ・要望	計	苦情	問合せ ・要望	計	苦情	問合せ ・要望	計
相談件数		42,645	4,416	47,061	44,921	4,080	49,001	+2,276 (+5.3%)	△336 (△7.6%)	+1,940 (+4.1%)
内 訳	県	8,828	626	9,454	9,134	598	9,732	+306 (+3.5%)	△28 (△4.5%)	+278 (+2.9%)
	市町村	33,817	3,790	37,607	35,787	3,482	39,269	+1,970 (+5.8%)	△308 (△8.1%)	+1,662 (+4.4%)

(2)契約当事者の年齢層別の件数・割合(苦情のみ。問い合わせ・要望を除く)

平成29年度契約当事者の年齢層別件数は、50歳未満の年代では減少し、50歳以上の年代では増加しました。特に60歳代で大きく増加し、次いで50歳代・70歳代の順で増加しました。

契約当事者の年齢層別割合については、60歳代が最も多く19.4%、次いで70歳代が15.0%となり、いずれも架空請求に関する相談の急増によるものです。なお、昨年度最も割合の大きかった40歳代は14.0%となり、約2.2ポイント減となりました。

図1 契約当事者年齢層別の相談件数

(単位:件)

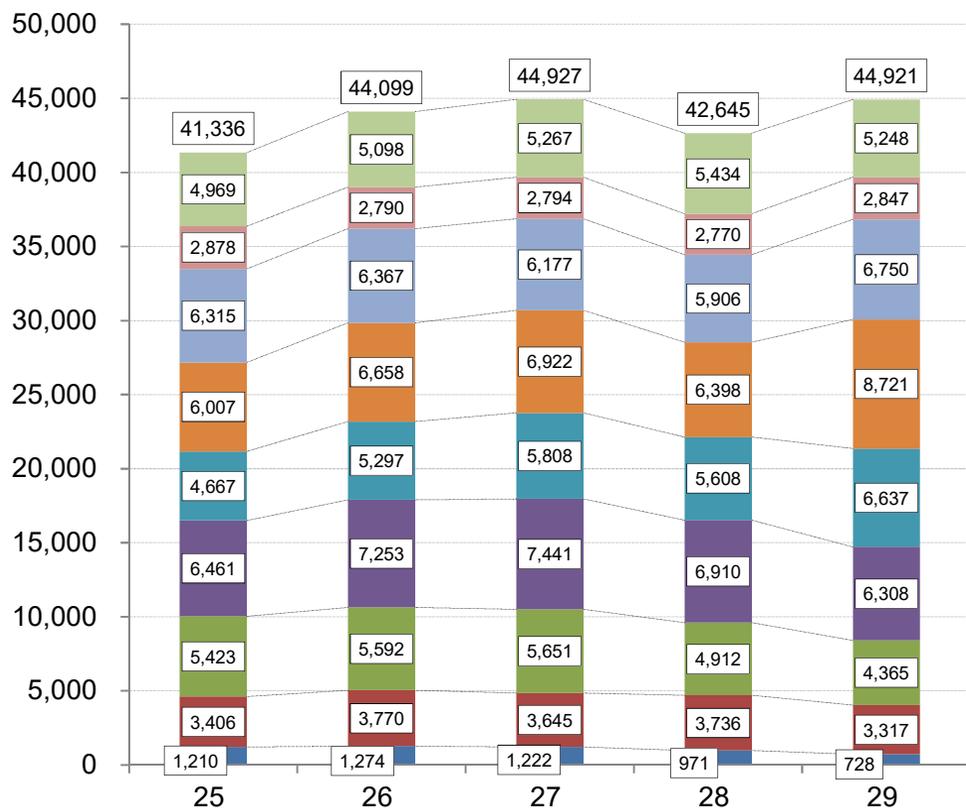
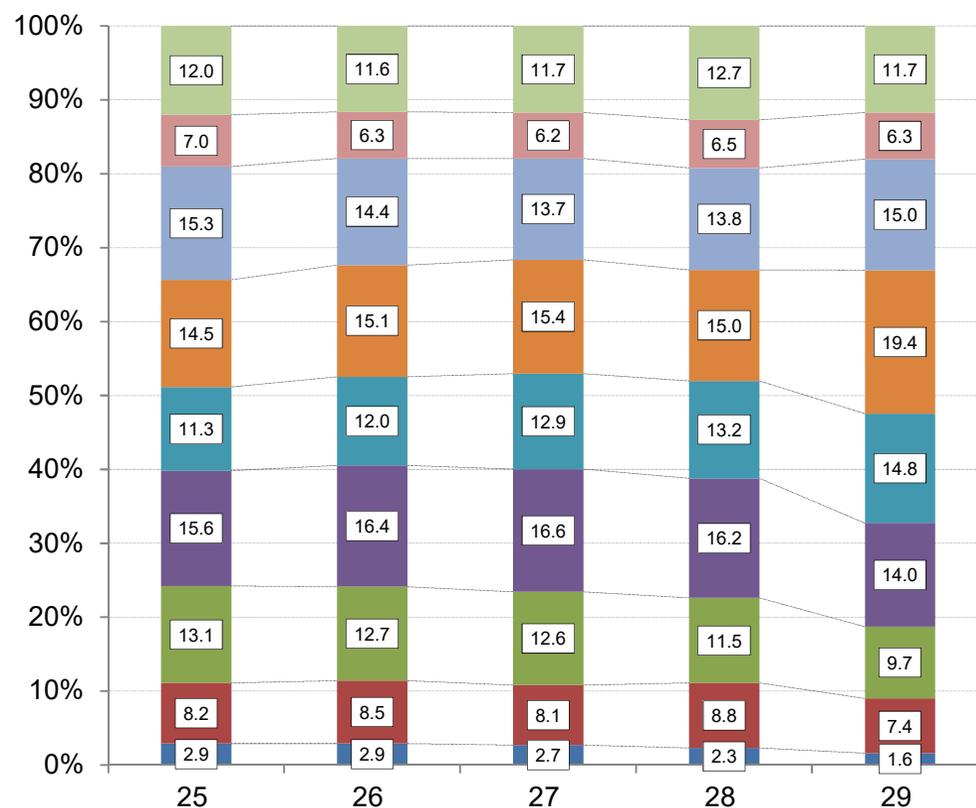


図2 契約当事者年齢層別の相談割合

(単位:%)



■ 20歳未満 ■ 20歳代 ■ 30歳代 ■ 40歳代 ■ 50歳代 ■ 60歳代 ■ 70歳代 ■ 80歳以上 ■ 不明・未入力

(3)契約当事者の年齢層別に相談が多かった商品や役務

年齢層別の特徴を見てみると、20歳未満から40歳代までの年齢層においては、利用していない有料コンテンツに関する不当請求などの相談である「デジタルコンテンツ」が最も多くなっています。

一方、50歳代以上の年齢層では、架空請求の葉書が送られてきたといった相談が多く、「商品一般」が最も多くなっています。

また、20～40歳代では「不動産貸借」、60歳代以上では「工事・建築」に関する相談が、引き続き多くみられます。

表2 年齢層別商品・役務の件数

(単位:件数)

合計	20歳未満	(件数) (増減数)		20歳代	(件数) (増減数)		30歳代	(件数) (増減数)		40歳代	(件数) (増減数)	
		728	△243		3,317	△419		4,365	△547		6,308	△602
1位	デジタルコンテンツ	224	△243	デジタルコンテンツ	505	△267	デジタルコンテンツ	600	△348	デジタルコンテンツ	1,223	△477
2位	他の健康食品	44	+5	不動産貸借	249	△18	不動産貸借	395	+41	不動産貸借	316	+10
3位	テレビ放送サービス	24	0	エステティックサービス	234	+72	商品一般	161	+26	商品一般	301	+116
4位	商品一般	19	△7	商品一般	123	+9	フリーローン・サラ金	152	△7	フリーローン・サラ金	198	△35
5位	他の化粧品	19	+9	他の健康食品	114	+39	他の健康食品	135	+43	インターネット接続回線	197	△5

合計	50歳代	(件数) (増減数)		60歳代	(件数) (増減数)		70歳代	(件数) (増減数)		80歳以上	(件数) (増減数)	
		6,637	+1,029		8,721	+2,323		6,750	+844		2,847	+77
1位	商品一般	1,467	+1,259	商品一般	3,351	+3,068	商品一般	1,568	+1,193	商品一般	274	+100
2位	デジタルコンテンツ	1,162	△293	デジタルコンテンツ	1,344	△284	デジタルコンテンツ	935	△84	デジタルコンテンツ	186	△18
3位	インターネット接続回線	196	△5	工事・建築	255	△16	工事・建築	275	△24	工事・建築	185	△1
4位	他の健康食品	187	+66	インターネット接続回線	241	△58	インターネット接続回線	247	△32	他の健康食品	92	△35
5位	不動産貸借	181	△4	不動産貸借	141	+29	修理サービス	115	△16	修理サービス	90	+14

(4)商品・役務ごとにみた相談の状況

ア 相談数の多い商品・役務

① 商品一般

商品を特定できないものなどに関する相談です。
平成29年度は、身に覚えのない「総合消費料金未納のお知らせ」や「訴訟告知確認書」と記載された葉書が送付されてきた、との相談が著しく増加しました。

② デジタルコンテンツ

パソコンや携帯電話等により、インターネットを通じて各種サイトから得られる情報やサービスに関する相談です。
アダルト情報サイトに関するもののほか、利用していない有料コンテンツに係る不当請求などの相談が多く寄せられました。

③ 不動産貸借

賃貸アパートの相談が8割以上を占めています。
特に退去時の修繕費用、敷金返還等のトラブルが多く寄せられました。

④ インターネット接続回線

プロバイダやインターネット回線の料金やサービス内容に関する相談です。光回線サービスの卸売の開始に伴い、多くの代理店が参入したことから「説明と違い契約前より料金が高くなった。」「解約料などの説明が実際と違う。」といった勧誘時の説明が不足していることに起因する相談などが多く寄せられました。

⑤ 工事・建築

戸建住宅(新築・改築、塗装・屋根工事等)に関する相談が多く見られます。平成29年度は塗装工事に関する相談が最多となっています。

表3 相談の多い商品・役務

順位	28年度	件数	29年度	件数(増減)	
1	デジタルコンテンツ	8,594	商品一般	7,923	+6,112
2	商品一般	1,811	デジタルコンテンツ	6,479	△2,115
3	不動産貸借	1,653	不動産貸借	1,712	+59
4	インターネット接続回線	1,534	インターネット接続回線	1,365	△169
5	工事・建築	1,426	工事・建築	1,364	△62
6	フリーローン・サラ金	1,066	他の健康食品	1,038	+102
7	他の健康食品	936	フリーローン・サラ金	955	△111
8	携帯電話サービス	827	携帯電話サービス	730	△97
9	四輪自動車	719	四輪自動車	659	△60
10	役務その他サービス	707	修理サービス	614	△42
11	修理サービス	656	役務その他サービス	566	△141
12	モバイルデータ通信	431	テレビ放送サービス	471	+45
13	テレビ放送サービス	426	エステティックサービス	405	+35
14	興信所	400	モバイルデータ通信	373	△58
15	携帯電話	399	他のネット通信関連サービス	342	+54

イ 平成28年度に比較して相談件数の増加した商品・役務

① 商品一般 6,112件増加 (1,811件→7,923件)

商品を特定できないものなどに関する相談です。
平成29年度は、身に覚えのない「総合消費料金未納のお知らせ」や「訴訟告知確認書」と記載された葉書が送付されてきた、との相談が著しく増加しました。

② 他の化粧品 130件増加 (111件→241件)

インターネット上の取引において、画面上の表示に気付かず、意図しないまま定期購入となってしまった美容液等の返品・解約に関する相談が多く寄せられています。電話が繋がらずいつまでも解約できないといった内容が多くみられます。

※「基礎化粧品」「メイクアップ化粧品」「頭髪用化粧品」等以外の分類。具体的には「化粧石鹸」「マニキュア」「脱毛剤」等。

③ 他の健康食品 102件増加 (936件→1,038件)

インターネット上の取引において、画面上の表示に気付かず、意図しないまま定期購入となってしまったサプリメント等の返品・解約に関する相談が多く寄せられています。電話が繋がらずいつまでも解約できないといった内容が多くみられます。

※特定の健康食品(「ミネラルウォーター」「酵素食品」等)以外は、PIO-NET上では「他の健康食品」として統一的に分類。

④ レンタルサービス 94件増加 (128件→222件)

商品を賃貸借する場合の相談です。

平成29年度は「来年以降の成人の日の晴れ着レンタル料金を支払い済だが、当該業者が破たんしてしまった。今後どのようにしたらよいか」という相談が多くありました。

⑤ 山林 90件増加 (49件→139件)

山林についての相談です。

平成29年度は買い手の見つかり難い山林を「高値で買い取る」などと言って調査費用の名目で金銭を支払わせる手口(いわゆる原野商法の二次被害)についての相談が主となります。

表4 相談件数の増加が大きい商品・役務

順位	商品・役務等	28年度 件数	29年度 件数	増加件数	
				増加件数	増加率
1	商品一般	1,811	7,923	+6,112	+337.5%
2	他の化粧品	111	241	+130	+117.1%
3	他の健康食品	936	1,038	+102	+10.9%
4	レンタルサービス	128	222	+94	+73.4%
5	山林	49	139	+90	+183.5%
6	金融関連サービス その他	258	334	+76	+29.5%
7	歯科治療	185	245	+60	+32.4%

(単位:件、%)

(5)相談の多い販売方法とその特徴 (表5)

順位	販売方法・手口	件数	増減 (前年度件数)	契約当事者の傾向	主な商品・役務	相談の特徴等
1	インターネット通販	10,992	△2,191 (13,183)	男性では60歳代、女性では40歳代が最も多い。幅広い年齢層が対象となっている。	①デジタルコンテンツ(40.9%) ②アダルト情報サイト(10.8%) ③他の健康食品(6.0%)	インターネットを利用した際のトラブル全般の相談です。利用した覚えのないサイト利用料を請求された、商品を頼んだが不具合があるといった相談が主です。
2	架空請求	10,258	+5,893 (4,365)	男女とも60歳代が最も多い。女性からの相談が8割近くを占めており、中でも60歳代の女性からの相談が突出している。	①商品一般(62.8%) ②デジタルコンテンツ(35.1%) ③他のネット通信関連サービス(0.8%)	官公庁等を騙り、「総合消費料金未納のお知らせ」などと記載された葉書が送付されてきたとの相談が著しく増加しました。利用した覚えのない情報サイトからの料金請求に関する相談も多くみられます。
3	電話勧誘	3,371	△324 (3,695)	男女とも70歳代が最も多い。ほぼ全ての年代で、昨年度よりも件数が減少した。	①インターネット接続回線(21.7%) ②商品一般(10.0%) ③社会保険(2.6%)	光回線サービスについて、「通信速度が速くなる」「月々の料金が安くなる」といった勧誘に遭い契約したが、その後、工事費や既存の契約先との解約料についてトラブルになったという相談が多く寄せられました。
4	家庭訪問販売	2,795	△32 (2,827)	男女とも70歳代が最も多い。日中自宅で過ごすことの多い高齢者が狙われやすいと考えられる。	①工事・建築(17.2%) ②テレビ放送サービス(9.9%) ③新聞(7.8%)	屋根工事や排水管洗浄の勧誘などに関する相談や、新聞購読契約の勧誘・途中解除に関する相談などが寄せられました。
5	ワンクリック請求	1,081	△1,830 (2,911)	男性では60歳代、女性では40歳代が最も多い。男性からの相談が約75%を占める。	①デジタルコンテンツ(95.5%) └アダルト情報サイト(89.8%) ②興信所(1.9%)	無料と思って視聴しようとしたところ、「登録完了」と表示され、請求画面が出てきてしまったという相談がほとんどを占めています。
6	無料商法	792	△274 (1,066)	男性は70歳代、女性は40歳代に多い。男性は全ての年齢層で減少したが、女性は50歳代以上の年代で増加またはほぼ横ばいとなった。	①デジタルコンテンツ(24.0%) ②工事・建築(5.4%) ③インターネット接続回線(4.9%)	無料と思い利用したアダルト情報サイトに有料登録され、高額な料金を請求されたといった相談や、屋根や排水管を無料で点検すると言われて点検してもらったところ、強引な勧誘をされたといった相談が寄せられました。
7	サイドビジネス商法	544	+73 (471)	男女とも20歳代が最も多い。男性に限ると、20歳代が相談の過半数を占める。	①デジタルコンテンツ(25.0%) ②他の内職・副業(22.8%) ③ファンド型投資商品(5.7%)	副業になると言って契約をさせる商法です。「簡単な作業で月〇〇万円の収入！」といった広告を見て、情報商材を購入したが、実際には収入を得られず情報商材の高額な支払いだけが残ったという相談が多くみられます。
8	利殖商法	418	+95 (323)	昨年度と同様、男性では20歳代、女性では70歳代の件数が多い。	①ファンド型投資商品(32.1%) ②デジタルコンテンツ(18.7%) ③他のデリバティブ取引(6.7%)	「必ずもうかる」など、利殖になることを強調して、投資や出資を勧誘する商法です。インターネットやSNSを通じて勧誘する手口が増加しています。
9	点検商法	369	+13 (356)	男性は70歳代、女性は80歳代以上が多い。日中自宅で過ごすことの多い高齢者が狙われやすいと考えられる。	①工事・建築(37.4%) ②修理サービス(14.6%) ③建物清掃サービス(13.6%)	屋根や床下などを「無料で点検します」と言って消費者宅を訪問し、「このままでは大変なことになる」と不安を煽って契約をさせる手口です。
10	二次被害	353	△476 (829)	男性は70歳代、女性は80歳代以上が多い。	①山林(22.9%) ②デジタルコンテンツ(19.8%) ③興信所(8.5%)	買い手の見つからない山林を「高値で買い取る」などと言って調査費用の名目で金銭を支払わせる手口が増加しています。

3 苦情相談の状況(高齢者)

(1)販売購入形態別相談割合

高齢者(65歳以上の者)が契約当事者である相談の特徴として、他の年代と比べ販売購入形態が「不明・無関係」の割合が高くなっている点が挙げられます。これは、架空請求に関する相談が高齢者においても著しく増加したためとみられます。

また、引き続き訪問販売と電話勧誘販売の割合も、他の年代と比べ高くなっています。

図3 販売購入形態(全体) (単位:%)

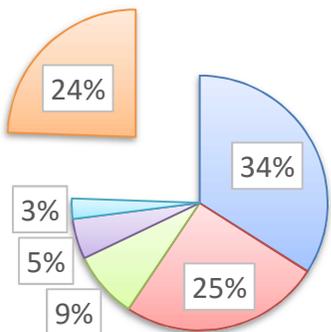


図4 販売購入形態(高齢者) (単位:%)

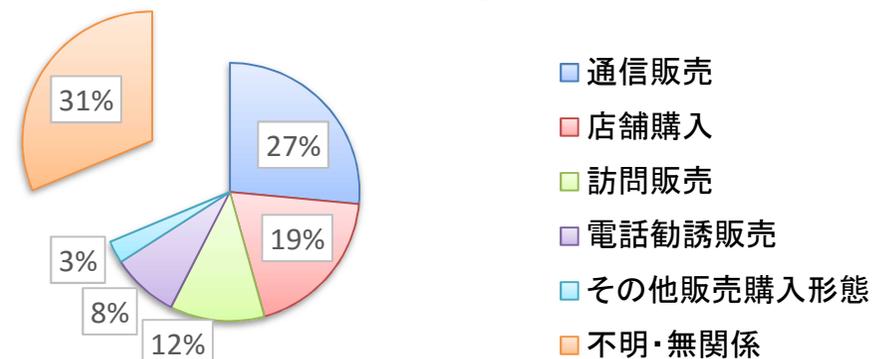
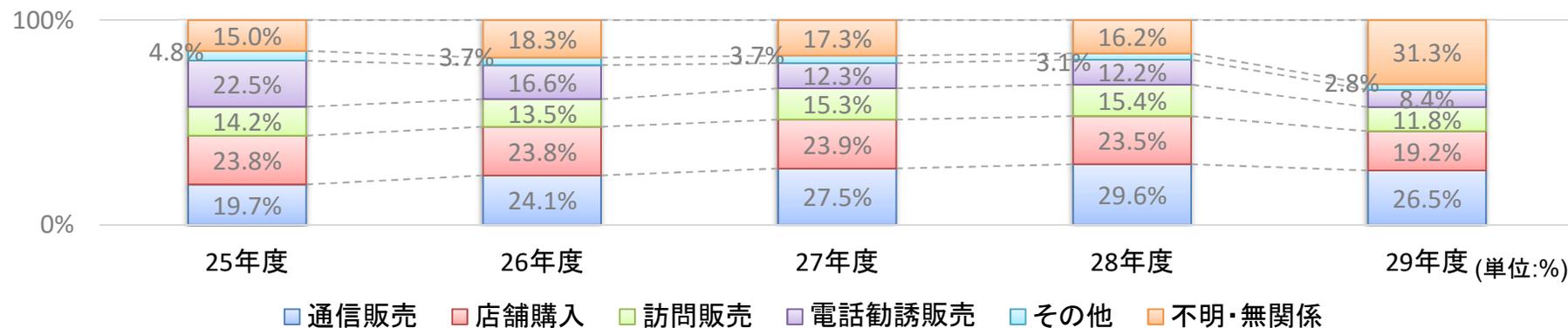


図5 高齢者における販売購入形態の推移



(2)平成28年度と比較して相談件数の増加した商品・役務

平成29年度は商品一般（商品を特定できないもの、または特定する必要のないもの）についての相談が著しく増加しました。具体的には、官公庁等をかたる事業者から「総合消費料金未納のお知らせ」などと記載された葉書が届いたという相談事例が大部分を占めます。

増加順位2位の「山林」は、買い手の見つけが難しい山林を「高値で買い取る」などと言って調査費用の名目で金銭を支払わせる手口（いわゆる原野商法の二次被害）についての相談が主となります。

増加順位3位の「建物清掃サービス」は、浄化槽や排水管洗浄等に関する相談です。訪問販売における問題のある勧誘方法についての相談が多くみられました。

表6 契約当事者が65歳以上の場合における相談件数の増加が大きい商品・役務 (単位:件、%)

増加件数順位	商品・役務名	28年度 件数	29年度 件数	増加件数	増加率
1	商 品 一 般	710	3,816	+3,106	+437.5%
2	山 林	32	104	+72	+225.0%
3	建 物 清 掃 サ ー ビ ス	89	126	+37	+41.6%
4	金 融 関 連 サ ー ビ ス そ の 他	94	127	+33	+35.1%
5	基 礎 化 粧 品	35	61	+26	+74.3%
6	四 輪 自 動 車	90	108	+18	+20.0%
7	鮮 魚	42	59	+17	+40.5%
7	書 籍	20	37	+17	+85.0%

参考 平成28年度の増加順位(65歳以上)

増加件数 順位	商品・役務等(平成27年度)
1	役務その他サービス
2	海外パックスツアー
3	社会保険
4	ミネラルウォーター
5	他のネット通信関連 サービス
6	携帯電話サービス
7	修理サービス
8	電 気