

平成30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

令和元年10月

目次

1	平成30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※	2
	(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29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29年度と比較して相談件数の増加した商品・役務	

※2（（1）を除く）・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30年度の相談のうち問い合わせ・要望を除外した、苦情相談55,409件(県9,869件、市町村45,540件)について分析を行っています。

1 平成30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と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30年度に千葉県と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

(注) 平成30年度の数値は、令和元年5月までに端末で受付の登録が完了したデータを抽出しているため、次年度の分析時に変動する可能性があります。

- ① 平成30年度の消費生活相談の総数（問い合わせ・要望含む）は59,727件であり、平成28年度に一度減少に転じたものの、増加を続けています。
- ② 契約当事者を年齢層別にみると、70歳代が21.4%と最も多く、次いで60歳代、50歳代となっており、60歳代以上の割合は全体の5割近くを占めています。
- 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29年度と比較すると、平成30年度も身に覚えのない「民事訴訟最終通達書」や「総合消費料金未納分訴訟最終通知書」などと記載された葉書が送付されてきた、といった相談（「商品一般」）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30年度の相談件数は59,727件で、平成29年度の49,002件に比べ10,725件、率にして21.9%増加しました。

そのうち、県に寄せられた相談は10,565件で、平成29年度の9,732件と比べて833件増加しています。市町村センター、相談窓口へ寄せられた相談は49,162件で、平成29年度の39,270件と比べて9,892件増加しています。

また相談内訳は、苦情55,409件、問い合わせ・要望4,318件で、苦情が消費生活相談全体の92.8%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10,486件増加、問い合わせ・要望は239件増加しました。

表1 消費生活相談件数

(単位:件数)

年度		H29年度			H30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		44,923	4,079	49,002	55,409	4,318	59,727	+10,486 (+23.3%)	+239 (+5.9%)	+10,725 (+21.9%)
内 訳	県	9,134	598	9,732	9,869	696	10,565	+735 (+8.0%)	+98 (+16.4%)	+833 (+8.6%)
	市町村	35,789	3,481	39,270	45,540	3,622	49,162	+9,751 (+27.2%)	+141 (+4.1%)	+9,892 (+25.2%)

消費生活相談件数の推移

年度		H26	H27	H28	H29	H30
相談件数		47,903	48,842	47,061	49,002	59,727
内 訳	県	9,737	10,060	9,454	9,732	10,565
	市町村	38,166	38,782	37,607	39,270	49,162

(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30年度契約当事者の年齢層別件数は、20歳未満を除き、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70歳代で大きく増加し、次いで60歳代・50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、70歳代が最も多く21.4%、次いで60歳代が20.6%となりましたが、いずれも架空請求に関する相談の急増によるものと考えられます。なお、一昨年度まで最も割合の大きかった40歳代が11.1%となり、前年度比で2.9ポイント減少しました。

図1 契約当事者年齢層別の相談件数

(単位:件)

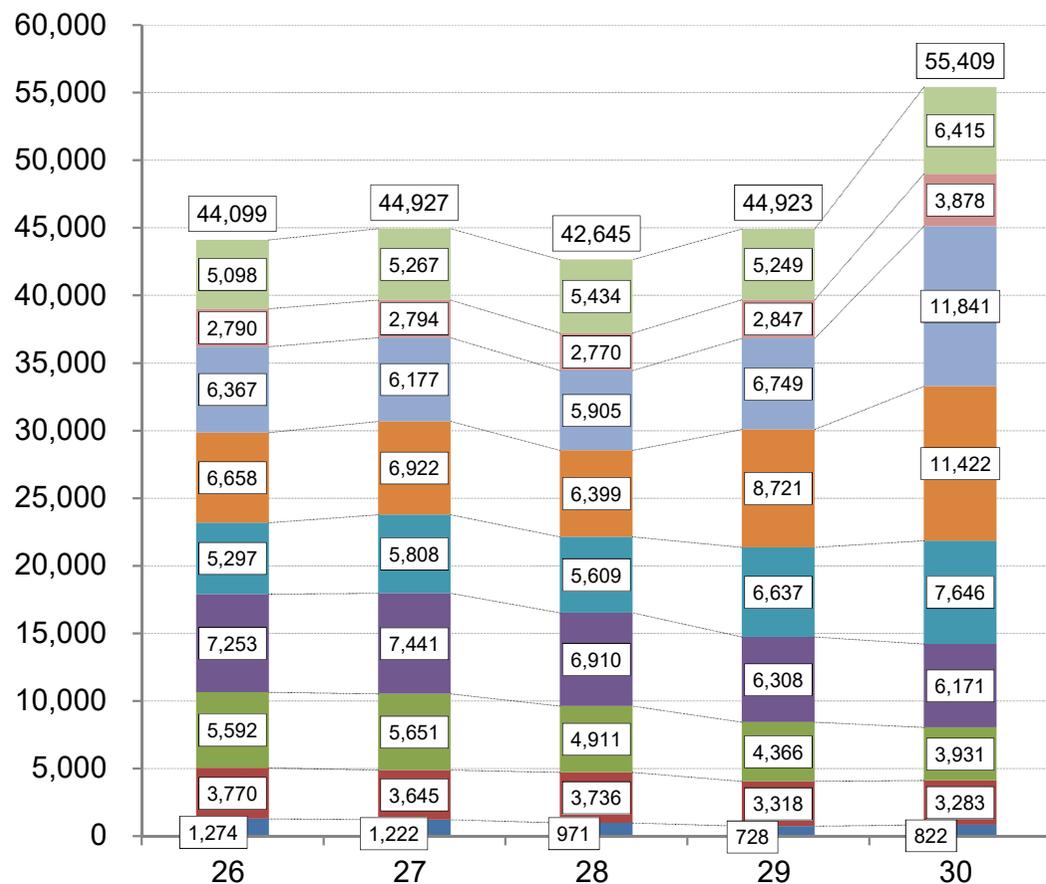
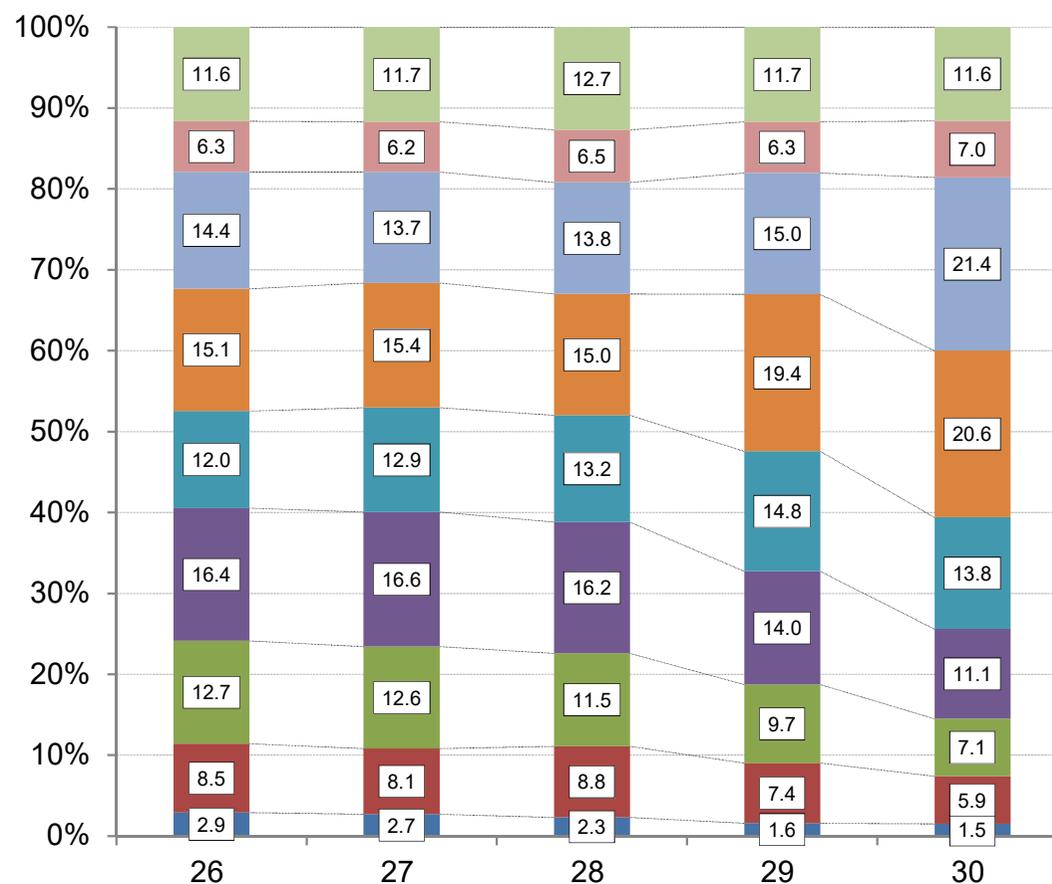


図2 契約当事者年齢層別の相談割合

(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の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である「商品一般」が最も多くなっており、40歳代以上で大きく増えています。

また、20～50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)	
		822	+94		3,283	△35		3,931	△435		6,171	△137
1位	デジタルコンテンツ	323	+99	デジタルコンテンツ	493	△13	デジタルコンテンツ	527	△73	デジタルコンテンツ	922	△300
2位	他の化粧品	38	+19	不動産貸借	272	+23	不動産貸借	359	△37	商品一般	704	+402
3位	他の健康食品	44	0	商品一般	151	+28	商品一般	186	+25	不動産貸借	306	△10
4位	商品一般	33	+14	エステティックサービス	147	△87	フリーローン・サラ金	108	△44	インターネット接続回線	219	+22
5位	酵素食品	21	+13	フリーローン・サラ金	92	△4	工事・建築	89	△5	工事・建築	167	+23

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)	
		7,646	+1,009		11,422	+2,701		11,841	+5,092		3,878	+1,031
1位	商品一般	2,477	+1,010	商品一般	5,692	+2,341	商品一般	5,663	+4,095	商品一般	720	+445
2位	デジタルコンテンツ	992	△170	デジタルコンテンツ	1,243	△101	デジタルコンテンツ	906	△30	工事・建築	226	+41
3位	インターネット接続回線	191	△5	インターネット接続回線	242	+1	工事・建築	362	+87	デジタルコンテンツ	185	△1
4位	不動産貸借	183	+2	工事・建築	235	△20	インターネット接続回線	317	+70	インターネット接続回線	153	+71
5位	他の健康食品	178	△9	不動産貸借	152	+11	ファンド型投資商品	192	+126	他の健康食品	132	+40

表3 相談の多い商品・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

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30年度も、身に覚えのない「民事訴訟最終通達書」や「総合消費料金未納分訴訟最終通知書」などと記載された葉書が送付されてきた、との相談が多く寄せられました。

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。引き続き、アダルト情報サイトに関するもののほか、利用した覚えの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（集合住宅の賃貸借）の相談が約8割を占めています。特に退去時の原状回復費用、保証金や敷金に関するトラブルが多く寄せられました。

④ 工事・建築

戸建住宅(屋根・塗装工事、外構工事等)に関する相談が多く見られます。平成30年度は屋根工事に関する相談が最多となっています。

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。解約時の期間制限や勧誘時に他業者を名乗ったり執拗な勧誘をしているなど、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などに伴う相談が多く寄せられました。

⑤ 他の健康食品

主にダイエットや筋肉増強などを謳う健康食品に関する相談です。頼んでいないのに2回目が届いたといった定期購入契約に関するトラブルの相談が多く寄せられました。

順位	29年度	件数	30年度		件数(増減)	
			商品・役務	件数	増減	
1	商品一般	7,924	商品一般	17,079	+9,155	
2	デジタルコンテンツ	6,479	デジタルコンテンツ	5,895	△584	
3	不動産貸借	1,713	不動産貸借	1,756	+43	
4	インターネット接続回線	1,365	工事・建築	1,514	+150	
			インターネット接続回線	1,514	+149	
5	工事・建築	1,364	他の健康食品	958	△80	
6	他の健康食品	1,038	フリーローン・サラ金	942	△13	
7	フリーローン・サラ金	955	携帯電話サービス	820	+90	
8	携帯電話サービス	730	修理サービス	794	+180	
9	四輪自動車	659	役務その他サービス	692	+126	
10	修理サービス	614	四輪自動車	604	△55	
11	役務その他サービス	566	ファンド型投資商品	523	+232	
12	テレビ放送サービス	471	テレビ放送サービス	458	△13	
13	エステティックサービス	405	電 気	447	+226	
14	モバイルデータ通信	374	基礎化粧品	416	+175	
15	他のネット通信関連サービス	341	酵 素 食 品	397	+266	
	携 帯 電 話	341				

イ 平成29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 9,155件増加 (7,924件→17,079件)**
 商品を特定できないものなどに関する相談です。
 平成30年度も、身に覚えのない「民事訴訟最終通達書」や「総合消費料金未納分訴訟最終通知書」などと記載された葉書が送付されてきた、といった相談が著しく増加しました。
- ② **酵素食品 266件増加 (131件→397件)**
 主にダイエットサプリなどの健康食品に関する相談です。
 気づかずに定期購入になっていた、また、その契約を解約しようとしたが電話が繋がらない、といった相談が多く寄せられました。
- ③ **ファンド型投資商品 232件増加 (291件→523件)**
 主に、農園事業やテレビ電話の海外レンタルといった、一般的な投資商品には該当しないもので、運用者が資金を集め、運用し、そこから生じる収益を配分する、集団投資に関する相談です。
 特定の破産した事業者に関する相談が著しく増加しました。
- ④ **電気 226件増加 (221件→447件)**
 電力小売り自由化に伴い、電気代が安くなると言い、電気の供給契約の切り替えやガスなどとまとめる契約を勧める勧誘に関する相談、また、勧誘内容や契約を不安に思う相談が、多く寄せられました。
- ⑤ **修理サービス 180件増加 (614件→794件)**
 車検以外の修理に関する相談です。
 火災保険で家屋の修理ができるといった相談が増加しました。
 また、トイレや水道設備、パソコンや携帯電話の修理に関する相談も多く寄せられました。
- ⑥ **基礎化粧品 175件増加 (241件→416件)**
 美容液やクリームなどのインターネット通販による定期購入に関する相談が増加しました。
- ⑦ **工事・建築 150件増加 (1,364件→1,514件)**
 アパート経営の事業者に関する相談、住宅リフォームや火災保険を使った住宅修繕といった事業を行う訪問販売事業者に関する相談が増加しました。

表4 相談件数の増加が大きい商品・役務

順位	商品・役務等	29年度 件数	30年度 件数	増加件数	
				増加件数	増加率
1	商品一般	7,924	17,079	+9,155	+115.5%
2	酵素食品	131	397	+266	+203.1%
3	ファンド型投資商品	291	523	+232	+79.7%
4	電気	221	447	+226	+102.3%
5	修理サービス	614	794	+180	+29.3%
6	基礎化粧品	241	416	+175	+72.6%
7	工事・建築	1,364	1,514	+150	+11.0%

(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	架空請求	17,843	+7,586 (10,257)	男女とも60～70歳代が最も多い。女性からの相談が9割近くを占めており、そのうち60～70歳代の女性からの相談が突出している。	①商品一般(84.8%) ②デジタルコンテンツ(13.8%) ③他のネット通信関連サービス(0.5%)	「民事訴訟最終通達書」や「総合消費料金未納分訴訟最終通知書」などと記載された葉書が送付されてきたとの相談が、引き続き著しく増加しました。
2	インターネット通販	11,219	+225 (10,994)	男性では60歳代、女性では40～50歳代が最も多い。幅広い年齢層で多くなっている。	①デジタルコンテンツ(43.6%) ②商品一般(5.6%) ③他の健康食品(5.0%)	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。大手通販会社を騙った利用した覚えのない料金の請求や、健康食品の定期購入における解約に関する相談が、多く寄せられました。
3	電話勧誘	3,646	+275 (3,371)	男女とも70歳代が最も多い。昨年度と異なり、前年度よりも増加した年代が多い。	①インターネット接続回線(25.0%) ②商品一般(7.9%) ③電気(5.9%)	光回線サービスについて、大手通信会社を名乗り、「月々の料金が安くなる」といった勧誘を受け契約したが、その後、事実と違うといった相談が多く見られ、解約したいが違約金がかかると言われたといった相談も多く寄せられました。
4	家庭訪問販売	3,017	+222 (2,795)	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(20.1%) ②テレビ放送サービス(8.7%) ③新聞(7.2%)	火災保険を利用した住宅リフォームの勧誘に関する相談が多く寄せられました。また、大手通信会社との光回線契約に係る解約についての相談や強引な勧誘についての相談が多く寄せられました。
5	無料商法	924	+131 (793)	男女とも70歳代が最も多い。女性は、ほかに20歳代が多い。女性は50歳代以上のすべての年代で増加した。	①デジタルコンテンツ(22.8%) ②工事・建築(7.9%) ③インターネット接続回線(7.7%)	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、火災保険の利用で住宅リフォームを無料でできるという勧誘、光回線サービスや映像コンテンツなどに関する相談が寄せられました。
6	ワンクリック請求	803	△278 (1,081)	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7割を占める。	①デジタルコンテンツ(97.0%) └アダルト情報サイト(86.9%) ②商品一般(1.0%)	無料と思い視聴しようとしたり広告などを誤って選択して「登録完了」となり、請求画面が出てきてしまった、電話で問い合わせしてしまった、といった相談がほとんどを占めています。
7	利殖商法	696	+278 (418)	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(45.3%) ②デジタルコンテンツ(23.1%) ③他のデリバティブ取引(3.2%)	破産したオーナー商法の事業者に関する相談やインターネットを使った投資情報、儲け話を勧める情報商材に関する相談が多く寄せられました。
8	サイドビジネス商法	595	+51 (544)	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(33.9%) ②他の内職・副業(20.0%) ③ファンド型投資商品(5.0%)	インターネット上の広告やSNSなどで誘いを受け、収入が得られると思い、先に金銭を支払い、会員登録や商材を購入したものの、事実と違う、利益が出ない、といった相談が多く寄せられました。
9	点検商法	495	+126 (369)	男女とも70歳代の相談が多い。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(40.2%) ②修理サービス(15.8%) ③役務その他サービス(9.9%)	屋根や床下などを、「無料で点検します」「火災保険を使い無料で修繕できます」「排水管清掃をします」などと言って消費者に近づき、工事契約をさせられたといった相談が、多く寄せられました。
10	二次被害	272	△81 (353)	男女とも70歳代からの相談が多い。	①山林(26.5%) ②デジタルコンテンツ(11.4%) ③土地(9.6%)	買い手の見つからない土地や山林を「高値で買い取る」などと言って勧誘し、結果的に別の土地を買わせて差額を支払わせるといった原野商法の相談が、多く寄せられました。

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:%)

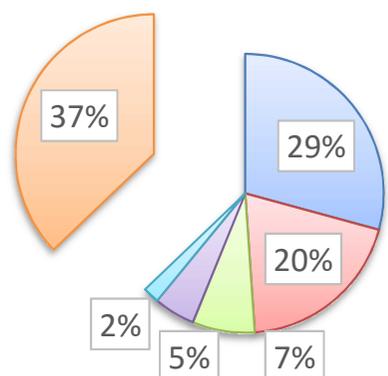


図4 販売購入形態(高齢者) (単位:%)

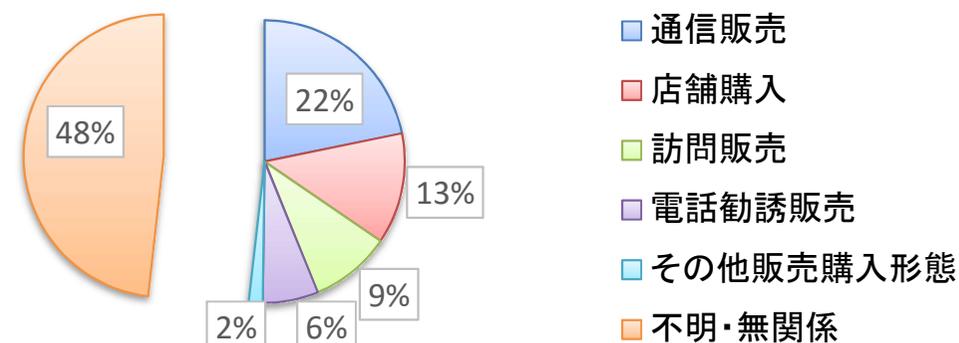
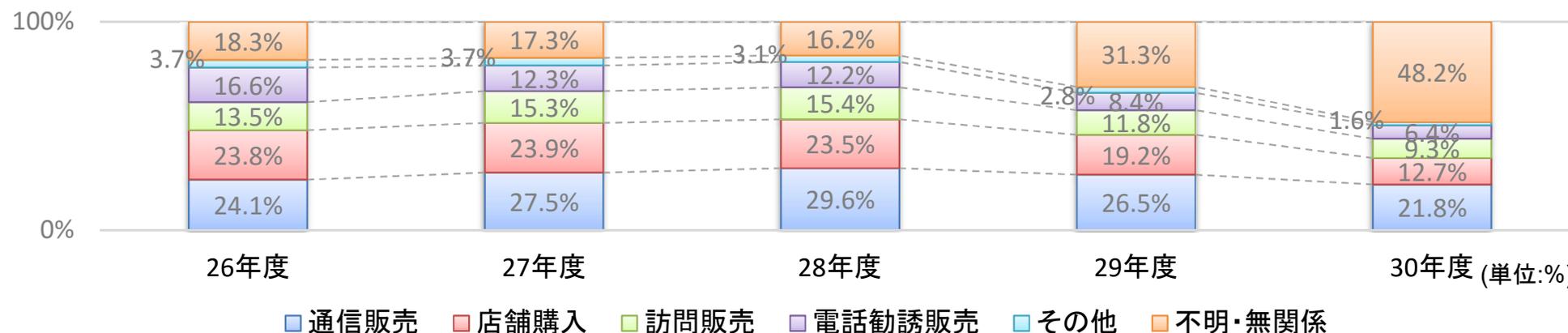


図5 高齢者における販売購入形態の推移



(2)平成29年度と比較して相談件数の増加した商品・役務

平成30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「民事訴訟最終通達書」や「総合消費料金未納分訴訟最終通知書」などと記載された葉書が届いたという相談事例が主となります。

増加順位2位の「ファンド型投資商品」は、破産したオーナー商法の事業者についての相談が大部分を占めます。

増加順位3位の「インターネット接続回線」は、光回線サービスについて、大手通信会社を名乗り、「月々の料金が安くなる」といった勧誘を受け契約したが、その後、解約時に連絡がつかないといった相談や、事実と違うといった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	29年度 件数	30年度 件数	増加件数	
				増加件数	増加率
1	商品一般	3,817	10,084	+6,267	+164.2%
2	ファンド型投資商品	143	328	+185	+129.4%
3	インターネット接続回線	462	624	+162	+35.1%
4	工事・建築	603	721	+118	+19.6%
5	電気	95	198	+103	+108.4%
6	修理サービス	273	374	+101	+37.0%
7	役務その他サービス	184	280	+96	+52.2%
8	他の健康食品	252	329	+77	+30.6%

参考 平成29年度の状況
(前年度からの増加順位(65歳以上))

増加件数 順位	商品・役務等
1	商品一般
2	山林
3	建物清掃サービス
4	金融関連サービス その他
5	基礎化粧品
6	四輪自動車
7	鮮魚
7	書籍