

# 平成24年度の消費生活相談の概要

全国の消費生活センター・市町村消費生活相談窓口に寄せられた相談は、独立行政法人国民生活センターと全国の消費生活センター・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24年度に千葉県消費者センター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結果について公表します。

## 24年度の相談の主な特徴

- ①消費生活相談件数の総数は、わずかに減少しています。
- ②契約当事者全体に占める年代別の割合では、30歳代以下は減少していますが、60歳代以上は増加しています。
- ③商品・役務別では「※デジタルコンテンツ」、商品が特定できないもの、複数の商品・役務にまたがる「商品一般」、用途を限定しない「フリーローン・サラ金」が相談の上位を占めています。
- ④23年度と比較すると、「商品一般」、「インターネット接続回線」、「携帯電話サービス」、「ふとん類」、「医療サービス」等に関する相談が大きく増加しました。
- ⑤高齢者(ここでは60歳代以上の者のこと。)が契約当事者である相談の特徴として、販売購入形態は「訪問販売」、「電話勧誘販売」の割合が高く、商品としては特に昨年度は「他の健康食品」、「ふとん類」等、「送りつけ商法」に関する相談が特に増加しています。

※ パソコンや携帯電話等により、インターネットを通じ各種サイトから得られる情報やサービス

## 1. 消費生活相談件数

「PIO-NET」に登録された千葉県内の平成24年度の相談件数は、42,224件で、前年の43,082件に比べ、△858件、率にして△2.0%とわずかながら減少しています。

そのうち、千葉県消費者センターに寄せられた相談は、9,256件で県全体の相談件数の22.0%を占め、昨年度の9,915件に比べて659件減少しています。また、相談内訳は、苦情38,461件、問合せ・要望3,763件で、苦情相談が消費生活相談全体の91.1%を占めています。

表1 消費生活相談件数

(件)

年度	24年度			23年度			増減(比率)			
	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	38,461	3,763	42,224	39,080	4,002	43,082	△619	△239	△858(△2.0%)	
内訳	県センター	8,685	571	9,256	9,232	683	9,915	△547	△112	△659(△6.6%)
	県	70	9	79	132	22	154	△62	△13	△75(△48.7%)
	市町村	29,706	3,183	32,889	29,716	3,297	33,013	△10	△114	△124(0.4%)

(注)千葉県、県内各市の消費生活センター及び各市町村消費生活相談窓口で受け付けた相談のうち、PIO-NETに登録された相談件数

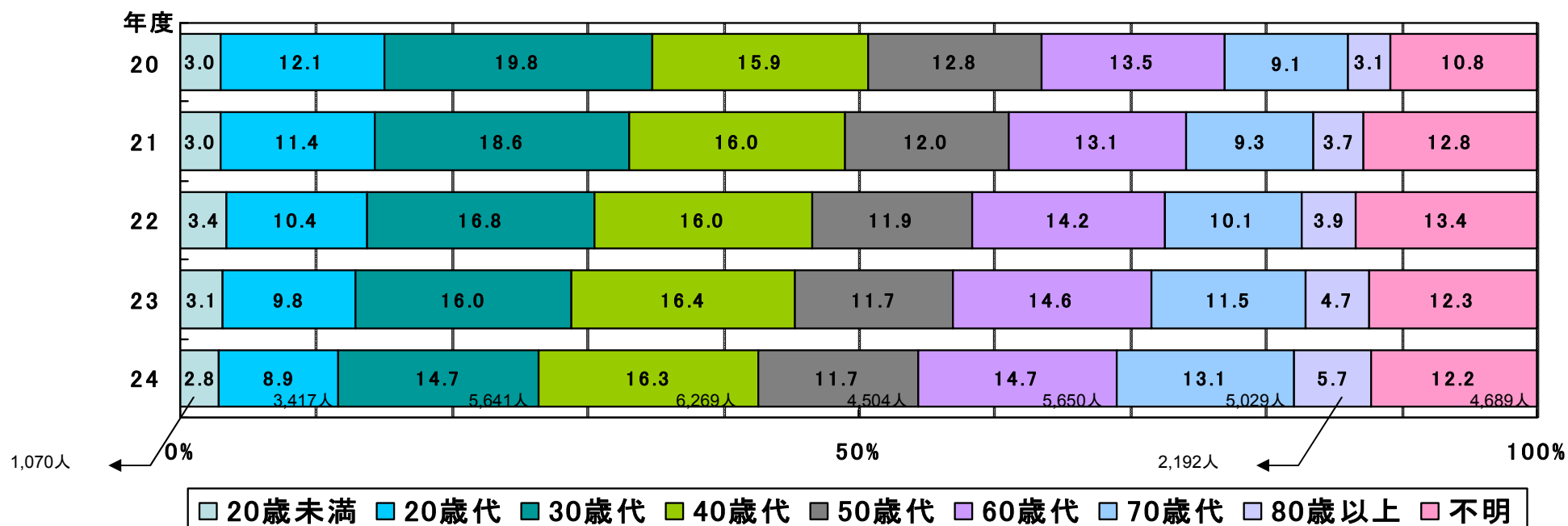
## 2. 苦情相談の状況

「PIO-NET」に登録された千葉県内の平成24年度の相談件数のうち苦情相談38,461件(県センター 8,685件、その他29,776件)について分析します。

### (1) 契約当事者の年代別割合

平成24年度、契約当事者全体に占める年代別割合は、40歳代が16.3%と一番多く、次いで30歳代、60歳代がともに14.7%となっています。年度ごとの推移では、30歳代以下の割合が減少しており、20年度には、34.9%であったものが、24年度には26.4%(△8.5ポイント)となっています。一方で、60歳代以上の割合が増えており、20年度には25.7%であったものが、24年度には33.5%(+7.8ポイント)となっています。

図1 契約当事者年代別割合の推移



## (2)年代別に相談の多かった商品・役務

年代別にみた商品・役務の主な特徴としては、「デジタルコンテンツ」に関する相談が幅広い年代で多く、20歳代から50歳代では「不動産貸借」が多くなっています。また、60歳代以上では、「商品一般」の他、「ファンド型投資商品」、「工事・建築」に関する相談が多くなっています。

表2 年代別商品・役務の件数

合計	20歳未満		20歳代		30歳代		40歳代	
		1,070		3,418		5,641		6,269
1位	デジタルコンテンツ	662	デジタルコンテンツ	820	デジタルコンテンツ	1,357	デジタルコンテンツ	1,558
2位	携帯電話サービス	28	不動産貸借	266	不動産貸借	396	フリーローン・サラ金	344
3位	テレビ放送サービス	18	フリーローン・サラ金	141	フリーローン・サラ金	294	不動産貸借	300
4位	新聞	16	エステティックサービス	126	工事・建築	127	商品一般	184
5位	四輪自動車	15	四輪自動車	96	商品一般	126	工事・建築	150

合計	50歳代		60歳代		70歳代		80歳以上	
		4,504		5,650		5,029		2,192
1位	デジタルコンテンツ	879	デジタルコンテンツ	659	商品一般	377	商品一般	207
2位	フリーローン・サラ金	239	商品一般	319	ファンド型投資商品	350	工事・建築	110
3位	商品一般	183	工事・建築	264	デジタルコンテンツ	283	ファンド型投資商品	97
4位	不動産貸借	173	フリーローン・サラ金	257	工事・建築	243	ふとん類	86
5位	工事・建築	158	ファンド型投資商品	180	株	137	株	82

### (3)商品・役務ごとに見た相談の状況

#### ア 相談の多い商品・役務

##### ①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各種サイトから得られる情報やサービス。利用した覚えのないサイト利用料の請求(架空請求)が多く、昨年度よりも相談が増加しました。また、スマートフォンの普及に伴う、オンラインゲームの利用料金などの相談も増えています。

##### ②商品一般

商品が特定できないもの、複数の商品・役務にまたがる相談。身に覚えのない利用、購入料金が請求されるなど架空請求に関する相談が大幅に増えています。

##### ③フリーローン・サラ金

消費者金融、クレジット会社、銀行等による用途を限定しないで設定されている消費者ローン。平成22年6月に「改正貸金業法」が完全施行され、「上限金利の引下げ」や「総量規制」が導入された影響などから23年度から引き続き減少しています。

##### ④不動産貸借

賃貸アパートの相談が8割を占めています。退去時の修繕費用、敷金返還等に係るトラブルが多くなっています。

##### ⑤工事・建築

戸建住宅(新築・増改築・屋根工事・塗装工事等)に関する相談が3分の2を占めています。

##### ⑥ファンド型投資商品

和牛預託業者の倒産に関連した相談が多く寄せられた23年度に比べ減少しているが、劇場型勧誘に関する相談が多くなっています。

##### ⑦インターネット接続回線

主に光ファイバー回線に関する相談です。「勧誘で安易に契約してしまったが、よく考えると必要ないため解約したい」といった相談が多数寄せられました。

##### ⑧四輪自動車

契約時の説明不足による、解約料のトラブルが多くなっています。

表3 相談の多い商品・役務

	24年度	件数(増減)	23年度	件数
1	デジタルコンテンツ	6,549(△458)	デジタルコンテンツ	7,007
2	商品一般	1,722(+765)	フリーローン・サラ金	2,242
3	フリーローン・サラ金	1,687(△555)	不動産貸借	1,899
4	不動産貸借	1,649(△250)	工事・建築	1,427
5	工事・建築	1,297(△130)	ファンド型投資商品	968
6	ファンド型投資商品	749(△219)	商品一般	957
7	インターネット接続回線	657(+161)	修理サービス	751
8	四輪自動車	625(△54)	四輪自動車	679
9	携帯電話サービス	593(+120)	公社債	526
10	修理サービス	575(△176)	インターネット接続回線	496
11	新聞	502(+67)	携帯電話サービス	473
12	役務・その他サービス	495(+31)	役務・その他サービス	464
13	医療サービス	417(+93)	新聞	435
14	携帯電話	406(+11)	音響・映像機器	409
15	株	346(△57)	株	403

## イ 前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 765件(957→1722件)

高齢者が「訪問販売で購入した商品の未払い金がある」と身に覚えのないはがきが届いた等の架空請求や、悪質な訪問販売に伴う相談が増えました。

### ②インターネット接続回線 161件(496→657件)

光回線などのインターネット接続回線、プロバイダーの相談が増えました。「利用料金が安くなる」「固定電話が使えなくなる」と言ってインターネットや電話を光回線やIP電話に替えるよう勧める電話勧誘に関する苦情や相談が増えました。

### ③携帯電話サービス 120件(473件→593件)

スマートフォンに関する相談が引き続き増加しました。解約料や利用契約時の説明不足による高額な料金請求に関する相談が多くなっています。

### ④ふとん類 118件(211件→329件)

ふとん類の家庭訪問の相談が増えています。法律で禁止されているクーリングオフ回避の苦情も多く、クーリングオフの連絡をしたところ、業者から「使用したものは駄目と断られた」などの悪質なケースが目立ちました。

### ⑤医療サービス 93件(324件→417件)

美容整形、包茎手術、レーザー脱毛、豊胸手術、脂肪吸引など美容を目的とした「美容医療サービス」に関する相談が目立ちました。

### ⑥他の健康食品 91件(219件→310件)

医薬品ではないコラーゲン粉末等、いくつかの成分を含む健康食品のことであり、主に高齢者に対する送りつけ商法が急増し、60歳以上の相談が多くなっています。「以前お申し込みいただいた健康食品を今から送ります」などと突然電話があり、申し込んだ覚えがないと断ったのに事業者から強引に送りつけられるといった相談が相次ぎました。

### ⑦パソコンソフト 84件(101件→185件)

ウイルス対策ソフトなどのセキュリティーソフトウェアやFX 自動売買ソフトなどの資産運用ソフトウェアに関する相談が寄せられました。

### ⑧新聞 67件(435件→502件)

断っても頻繁に勧誘に訪れたり、虚偽の説明でドアを開けさせる等、強引な訪問販売や勧誘に関する相談が多くなっています。中でも高齢者に強引に契約させるケースが増えています。

表4 相談件数の増加が大きい商品・役務

順位	商品・役務等	24年度	23年度	増加件数(%)
1	商品一般	1,722	957	765(79.9%)
2	インターネット接続回線	657	496	161(32.5%)
3	携帯電話サービス	593	473	120(25.4%)
4	ふとん類	329	211	118(55.9%)
5	医療サービス	417	324	93(28.7%)
6	他の健康食品	310	219	91(41.6%)
7	パソコンソフト	185	101	84(83.2%)
8	新聞	502	435	67(15.4%)

#### (4) 相談の多い販売方法とその特徴

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	8,328	↘ (8,555)	20歳～40歳代中心	①アダルト情報サイト(31.9%) ②出会い系サイト(10.1%) ③他のデジタルコンテンツ(8.2%) ④オンラインゲーム(2.7%)	利用料無料のサイトに登録したところ、またはアダルトサイト等を閲覧しているうちに登録となり、料金を請求された相談が多い。
2	電話勧誘	4,121	↗ (3,713)	60歳～80歳代が多い	①ファンド型投資商品(14.0%) ②インターネット接続回線(6.6%) ③商品一般(6.2%) ④公社債(5.7%)	投資に関する相談は60歳以上に、新築分譲マンションに関する相談は30歳～50歳代男性で多い。
3	訪問販売	3,112	↗ (2,902)	70歳代の女性が特に多い	①新聞(11.1%) ②工事・建築(10.8%) ③商品一般(9.7%) ④ソーラーシステム(5.6%)	新聞のしつこい勧誘や強引な勧誘など、特に70歳代の女性の相談が多い。
4	架空請求	2,725	↗ (1,072)	30～70歳代の女性が多い	①デジタルコンテンツ(64.5%) ②商品一般(25.5%) ③ふとん類(4.6%) ④音響・映像ソフト(0.6%)	利用・購入した覚えのない料金を請求されるといった内容で、24年度は商品一般、ふとん類に関する相談が増えた。
5	ワンクリック請求	2,480	↘ (3,679)	30歳～40歳代の男性が特に多い	①アダルト情報サイト(88.1%) ②他のデジタルコンテンツ(2.7%) ③出会い系サイト(2.7%) ④役務その他サービス(0.2%)	アダルト情報サイトに関する相談が多い。無料の動画を見ようとして画面をクリックしているうちに、登録となり料金を請求する。また、利用者のパソコンに料金請求表示画面を表示させて消せないというケースもある。
6	無料商法	1,227	↘ (1,333)	30歳～40歳代と60歳代男性が多い	①デジタルコンテンツ(46.9%) ②ミネラルウォーター(3.8%) ③インターネット接続回線(3.4%) ④エステティックサービス(3.2%)	デジタルコンテンツに関する相談は、ワンクリック請求にかかるもの。「エステの無料体験に行ったところ、しつこく契約を勧められた」等のエステティックサービスに関する相談が増えた。
7	利殖商法	1,096	↘ (1,394)	70歳代が多い	①ファンド型投資商品(41.9%) ②公社債(15.1%) ③株(13.9%) ④他のデリバティブ取引(3.0%)	電話やダイレクトメールで金融商品を勧誘する「劇場型勧誘」が多い。購入後に連絡が取れなくなったり解約できなかったりする詐欺まがいのトラブルもある。
8	二次被害	754	↘ (928)	60歳～80歳代が多い	①役務その他サービス(21.0%) ②株(18.6%) ③ファンド型投資商品(10.2%) ④公社債(4.4%)	以前契約した商品・サービスについて、「損を取り戻す」「買い取る」「返金する」等の説明で、さらに金銭を支払わせるケースが多い。

## (5) 高齢者の相談の特徴

### ア 販売購入形態

高齢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、訪問販売、電話勧誘販売の割合が高くなっています。

通信販売によるものは、60歳代以上では割合が低くなっていますが、増加傾向にあります。

### イ 前年度に比較して相談件数の増加した商品・役務

#### ①他の健康食品

60歳代以上が契約当事者である相談が約7割となっています。主に健康食品の送りつけ商法に関する相談多くありました。

#### ②ふとん類

全年代での相談件数329件のうち60歳代以上が契約当事者である相談が239件と7割以上を占めています。家庭訪販で強引に家に上がり、断ってもしつこく勧誘されるといった相談が相次ぎました。

#### ③デジタルコンテンツ

身に覚えのないサイトの利用料金を請求するような迷惑メールが届いたといった相談が増えています。

#### ④インターネット接続回線

主に光回線などのインターネット接続回線、プロバイダーに関する相談で、ほとんどの年代で相談が増加しています。

#### ⑤教養・娯楽サービスその他

宝くじではないが身に覚えのない懸賞に当選したので手数料を振り込むようにといったダイレクトメールが海外から届いたといった相談で23年度から引き続き増加しています。

図2 高齢者の販売購入形態別割合

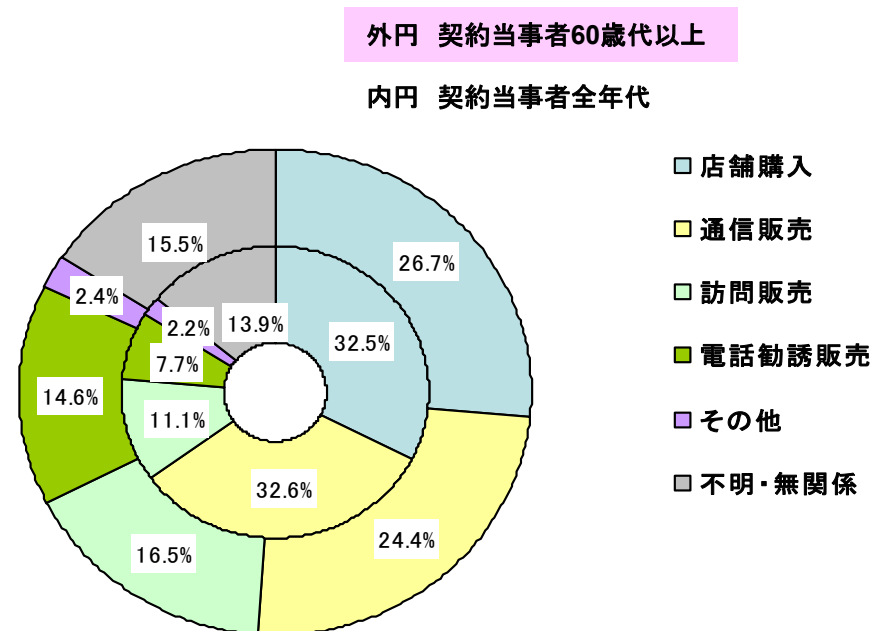


表5 相談件数の増加が大きい商品・役務(契約当事者60歳代以上)

順位	商品・役務等	平成24年度	平成23年度	増加件数(%)
1	他の健康食品	218	95	123(129.5%)
2	ふとん類	239	130	109(83.8%)
3	デジタルコンテンツ	977	900	77(8.6%)
4	インターネット接続回線	219	161	58(36.0%)
5	教養・娯楽サービスその他	214	157	57(36.3%)
6	新聞	207	160	47(29.4%)
7	医療サービス	155	113	42(37.2%)
8	役務その他サービス	246	206	40(19.4%)