

平成26年度の消費生活相談の概要

環境生活部生活安全課

目次

1	平成26年度消費生活相談の特徴と件数	1
2	苦情相談の状況(全体)※	3
	(1)契約当事者の年齢層別の件数・割合	
	(2)年齢層別に相談の多かった商品や役務	
	(3)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25年度と比較して相談件数の増加した商品・役務	
	(4)相談の多い販売方法とその特徴	
	(5)デジタルコンテンツに関連する相談の増加について	
3	苦情相談の状況(高齢者)※	9
	(1)販売購入形態別相談割合	
	(2)平成25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26年度の相談のうち、苦情相談44,098件(県 9,219件、市町村 34,879件)について分析を行っています。

1 平成26年度消費生活相談の特徴と件数

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・蓄積し、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26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・消費生活相談窓口に寄せられ、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。

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

ア 平成26年度の相談の特徴

- ① 平成25年度に増加に転じた消費生活相談の総数は、引き続き増加しています。
- ② 60歳代以上からの相談は増加を続けており、契約当事者全体に占める年齢層別の割合では、4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「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)」、2位が「商品一般(商品が特定できないもの、または複数の商品・役務にまたがる相談)」、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25年度と比較すると、「デジタルコンテンツ」、「商品一般」、「インターネット接続回線」等の相談が大きく増加しました。
- ⑤ 高齢者(65歳以上の者のこと。)が契約当事者である相談の特徴としては、「訪問販売」及び「電話勧誘販売」の相談割合が、全年齢層における相談割合と比較して大きくなっています。
また、健康食品の「送りつけ商法」が減少する一方で、身に覚えのない料金不払い等がある旨を記載した葉書を送りつける等の架空請求に関する相談が増加しました。

イ 消費生活相談件数

「PIO-NET」に登録された千葉県内の平成26年度の相談件数は、47,903件で、平成25年の45,051件に比べ、2,852件、率にして6.3%増加しました。そのうち、県に寄せられた相談は9,737件で、平成25年度の9,779件と比べて42件減少しましたが、県全体の相談件数の20.3%を占めています。県内の市町村に寄せられた相談は38,166件で、平成25年度の35,272件と比べて2,894件増加しています。

また相談内訳は、苦情44,098件、問い合わせ・要望3,805件で、苦情が消費生活相談全体の92.1%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2,763件、問い合わせ・要望は89件増加しました。

表1 消費生活相談件数 (単位:件数)

年度		26年度			25年度			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		44,098	3,805	47,903	41,335	3,716	45,051	2,763	89	2,852(6.3%)
内 訳	県	9,219	518	9,737	9,229	550	9,779	△10	△32	△42(△0.4%)
	市町村	34,879	3,287	38,166	32,106	3,166	35,272	2,773	121	2,894(8.2%)

2 苦情相談の状況(全体)

(1)契約当事者の年齢層別の件数・割合

平成26年度の年齢層別の相談件数は、80歳以上を除き増加しました。
 平成26年度の年齢層別の相談割合は、40歳代が最も多く16.4%で、次いで60歳代が多く15.1%となりました。なお、30歳代及び70歳代は、他の年齢層と比較して増加件数が少なかったため、相談割合が減少しています。
 なお、平成22年度からの5年間の推移を見ると、30歳代以下の割合は、30.5%から24.1%へと減少し、一方、60歳代以上の割合は28.2%から35.9%と大きな割合を占めるようになってきています。高齢者の相談については9ページから解説しています。

図1 年齢層別の相談件数

(単位:件数)

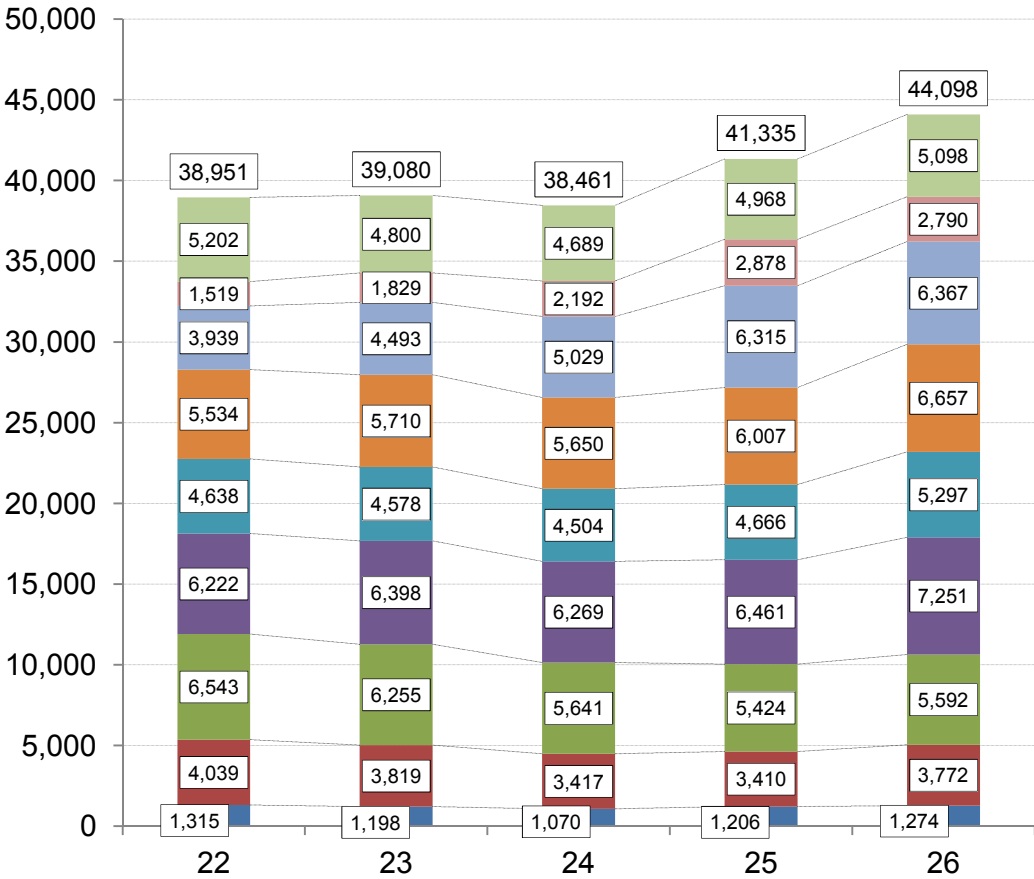
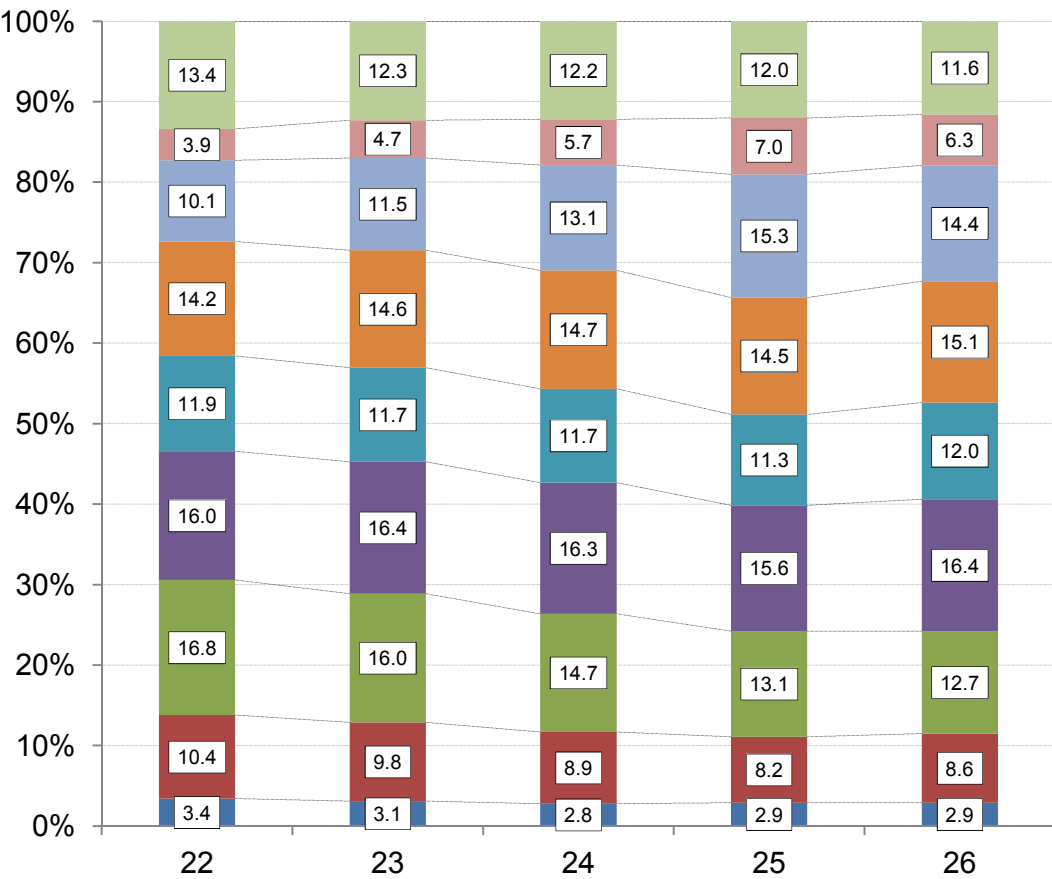


図2 契約当事者年齢層別の相談割合

(単位:%)



(2)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、「デジタルコンテンツ」が幅広い年齢層で相談が多いことがわかります。20歳代から50歳代では「不動産貸借」の相談が多く寄せられ、40歳代以降になると、「工事・建築」に関する相談が多くなっています。また、60歳代以上では、「インターネット接続回線」や、身に覚えのない料金不払い等がある旨を記載した葉書を送りつける等の架空請求が増加したことで、商品进行特定することが困難な場合などに適用する「商品一般」が増加しました。

表2 年代別商品・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)
		1,274	+68		3,772	+362		5,592	+168		7,251	+790
1位	デジタルコンテンツ	809	+30	デジタルコンテンツ	936	+224	デジタルコンテンツ	1,345	+261	デジタルコンテンツ	1,874	+319
2位	テレビ放送サービス	24	+ 4	不動産貸借	250	△2	不動産貸借	427	+55	不動産貸借	356	+14
3位	携帯電話サービス	16	△ 5	エステティックサービス	145	+11	フリーローン・サラ金	221	△38	フリーローン・サラ金	293	+2
4位	携帯電話	15	+7	フリーローン・サラ金	112	△46	商品一般	153	+16	商品一般	258	+90
5位	医療サービス	13	△1	四輪自動車	99	+24	携帯電話サービス	125	+25	工事・建築	192	+24

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)
		5,297	+631		6,657	+650		6,367	+52		2,790	△88
1位	デジタルコンテンツ	1,355	+501	デジタルコンテンツ	1,289	+454	デジタルコンテンツ	746	+309	商品一般	321	+173
2位	商品一般	242	+83	商品一般	492	+249	商品一般	707	+421	工事・建築	157	+23
3位	フリーローン・サラ金	196	△13	工事・建築	287	△46	ファンド型投資商品	352	△68	ファンド型投資商品	141	△18
4位	工事・建築	176	△22	インターネット接続回線	232	+138	工事・建築	297	△32	デジタルコンテンツ	98	+45
5位	不動産貸借	159	△17	フリーローン・サラ金	206	+31	インターネット接続回線	178	+76	インターネット接続回線	81	+40

(3)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 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相談が増加するとともに、全ての年齢層で増加しました。

8ページに詳細を載せていますので、そちらをご参照下さい。

② 商品一般

商品を特定出来ないものや複数の商品・役務にまたがる相談です。身に覚えのない料金不払い等がある旨を記載した葉書を送りつける等の架空請求に関するものが約4割を占めています。

③ 不動産賃借

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

④ 工事・建築

戸建住宅(新築・改築、屋根・壁工事等)に関する相談が6割以上にのぼりました。訪問販売によるものが約4割を占めています。

⑤ 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の相談です。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」等が導入された影響などから減少が続いています。

⑥ インターネット接続回線

光回線やプロバイダなどの料金やサービスの内容に関する相談です。「利用料金が安くなると言われたにもかかわらず変わらなかった。」「電話で質問に答えているうちに、契約したつもりもないまま、回線変更されてしまった。」という相談が増加しました。

⑦ ファンド型投資商品

資金を集めて運用し、そこから生じる収益の配当又は財産の配分を行う、いわゆる集団投資スキームに関する相談のことです。金の採掘や太陽光・地熱発電、CO2排出権、介護施設など様々な事業への投資を勧誘してきます。電話勧誘によるものが約7割を占めています。

表3 相談の多い商品・役務

順位	26年度	件数(増減)		25年度	件数
1	デジタルコンテンツ	8,784	+2,226	デジタルコンテンツ	6,558
2	商品一般	2,654	+1,131	不動産賃借	1,730
3	不動産賃借	1,768	+38	工事・建築	1,533
4	工事・建築	1,514	△19	商品一般	1,523
5	フリーローン・サラ金	1,386	△47	他の健康食品	1,489
6	インターネット接続回線	1,055	+453	フリーローン・サラ金	1,433
7	ファンド型投資商品	827	△167	ファンド型投資商品	994
8	携帯電話サービス	790	+167	修理サービス	635
9	四輪自動車	654	+29	四輪自動車	625
10	修理サービス	650	+15	携帯電話サービス	623
11	役務その他サービス	519	+29	インターネット接続回線	602
12	医療サービス	476	+33	役務・その他サービス	490
13	他の健康食品	468	△1,021	新聞	485
14	テレビ放送サービス	420	+40	公社債	445
15	新聞	415	△70	医療サービス	443

イ 平成25年度に比較して相談件数の増加した商品・役務

- ① **デジタルコンテンツ 2,226件増加 (6,558件→8,784件)**
アダルト情報サイトに関する相談が増加し、全ての年齢層で相談件数が増加しました。8ページに詳細を載せていますので、そちらをご参照下さい。
- ② **商品一般 1,131件増加 (1,523件→2,654件)**
商品が特定出来ないもの、また、複数の商品にまたがる相談です。このうち、「料金未払のため、財産差押えの手続が開始された。」といった身に覚えのない架空請求に関する相談が、平成25年度の89件から平成26年には1,177件へと1,088件増加し、約4割を占めています。
- ③ **インターネット接続回線 453件増加 (602件→1,055件)**
「利用料金が安くなると言われたにもかかわらず変わらなかった。」
「電話で質問に答えているうちに、契約したつもりもないまま、回線変更されてしまった。」という相談が増加しました。
- ④ **携帯電話サービス 167件増加 (623件→790件)**
携帯電話やスマートフォンの新規契約や契約変更の勧誘の際に、利用料に関して十分な説明を受けていなかったことや、中途解約の際に支払う違約金に関する相談が多く寄せられました。
- ⑤ **興信所 110件増加 (83件→193件)**
アダルト情報サイトからの不当請求を解決しようと、インターネットで検索した無料相談窓口に相談したところ、興信所であることが判明するとともに、高額な調査費用を請求された、またはされそうになったといった相談が増加しました。
- ⑥ **複合サービス会員 104件増加 (71件→175件)**
旅行や飲食店、映画が安くなるといった特典をうたった会員サービスに関する相談です。サービスを利用しなかった長期間にわたって会費請求されていたにもかかわらず、また、退会したはずにもかかわらず、突然未納会費を請求されたといった相談が多く寄せられました。
- ⑦ **固定電話サービス 99件増加 (171件→270件)**
「通話料金が安くなると言われたにもかかわらず変わらなかった。」といったIP回線、光回線への変更勧誘に関する相談が高齢者を中心寄せられました。
- ⑧ **クリーニング 98件増加 (264件→382件)**
クリーニング店に預けた衣類の風合いの変化や紛失に関する補償についての相談が約6割を占めています。

表4 相談件数の増加が大きい商品・役務

順位	商品・役務等	増加件数		25年度	26年度
			増加率		
1	デジタルコンテンツ	2,226	33.9%	6,558	8,784
2	商品一般	1,131	74.3%	1,523	2,654
3	インターネット接続回線	453	75.2%	602	1,055
4	携帯電話サービス	167	26.8%	623	790
5	興信所	110	132.5%	83	193
6	複合サービス会員	104	146.5%	71	175
7	固定電話サービス	99	57.9%	171	270
8	クリーニング	98	37.1%	264	362

2 苦情相談の状況(全体)

(単位:件数、%)

(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	12,274	+2,636 (9,638)	幅広い年代で多い。 20歳未満の男性を除いた全年齢層の男女で増加。	①デジタルコンテンツ(66.9%) ②商品一般(1.9%) ③パソコンソフト(1.4%)	デジタルコンテンツに関する相談では、無料サイトだと思っていたら料金を突然請求された、突然会員登録され会員料金を請求されたという相談が増加しました。
2	電話勧誘	4,668	△841 (5,509)	60歳代から80歳代以上に多い。 60歳代以上の女性で減少する一方で、80歳代の男性で増加。	①ファンド型投資商品(13.9%) ②インターネット接続回線(12.9%) ③商品一般(8.1%)	不動産や権利などへの投資や、プロバイダー変更の勧誘に関連した相談が多く寄せられました。昨年度多かった、健康食品の「送りつけ商法」に関する相談は大きく減少しました。
3	ワンクリック請求	4,590	+1,385 (3,205)	幅広い年代で多い。 20歳代から60歳代の男性、および30歳代と40歳代の女性で増加。	①デジタルコンテンツ(96.7%) └アダルト情報サイト(93.1%) └出会い系サイト(0.1%)	アダルト情報サイトに関する相談が多く、無料動画を見ようとしたら料金を請求されたといった相談が増加しました。
4	架空請求	3,852	+2,140 (1,712)	40歳代から70歳代に多い。 50歳代から70歳代の男女で増加	①デジタルコンテンツ(63.7%) ②商品一般(30.6%) ③音響・映像機器(0.9%)	身に覚えのない財産差押えや、料金不払がある旨を記載したはがきが送りつけられるなどの相談が、高齢者を中心に増加しました。
5	家庭訪問販売	2,903	+37 (2,886)	60歳以上の女性に多い。 80歳以上の男性で大きく増加。	①工事・建築(14.8%) ②新聞(10.2%) ③テレビ放送サービス(7.5%)	屋根工事にに関する相談、受信契約やケーブルテレビ追加サービスの勧誘に関する相談が増加しました。
6	無料商法	1,377	+57 (1,320)	男性は40歳代から70歳代、女性は20歳代から40歳代に多い。 20歳代の男女で増加。	①デジタルコンテンツ(47.6%) ②インターネット接続回線(3.6%) ③エステティックサービス(2.8%)	無料の情報サイトから料金を請求されたものや、光回線の勧誘に当たり使い放題と言っていたにもかかわらず、別途料金を請求されたといった相談が増加しました。
7	利殖商法	837	△301 (1,139)	60歳以上の女性に多い。 60歳以上で減少する一方で、20歳代から30歳代の男女で増加。	①ファンド型投資商品(43.7%) ②公社債(14.9%) ③株(9.6%)	「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投資や利殖になることを勧誘する商法で、全体では減少しましたが、投資用教材に関する相談が増加しました。
8	二次被害	644	+22 (622)	幅広い年代で多い。 20歳代から50歳代の男女で増加。	①デジタルコンテンツ(22.7%) ②役務その他サービス(13.8%) ③興信所(8.1%)	アダルト情報サイトからの不当請求を解決しようと、インターネットで検索した興信所等に依頼したところ、調査費用を請求されたといった相談が増加しました。
9	サイドビジネス商法	390	+63 (327)	20歳代に多い。 20歳代の男女で増加	①他の内職・副業(14.1%) ②デジタルコンテンツ(13.6%) ③他の健康食品(9.0%)	インターネット広告収入を得られることをうたう研修で高額な料金を請求された、副業サイトに登録したところ、高額なポイント購入料を請求された等の相談が寄せられました。
10	インターネットオークション	360	+60 (300)	30歳代及び40歳代に多い。 20歳代の女性と40歳代の男性で増加。	四輪自動車(9.4%) デジタルコンテンツ(6.1%) 音響・映像機器(3.6%)	中古車を落札したところ、走行距離や車検証が改ざんされていた、修理歴が隠匿されていた等の四輪自動車に関する相談が増加しました。

(5)デジタルコンテンツに関連する相談の増加について

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のことをデジタルコンテンツと呼びます。

26年度に相談件数が増加した要因の一つとして、デジタルコンテンツに関する相談の増加があり、平成25年度の6,558件と比べると、2,226件、率にして33.9%増加しました。

年齢層別にみると、すべての年齢層で増加していますが、特に、高齢者(65歳以上)からの相談の件数は、率にして75.9%増加しました。

デジタルコンテンツに関する相談の主なものはアダルト情報サイトに関するもので、その内容は、「無料だと思って見ていたが、突然料金を請求された。」、「表示された18歳以上かを確認するボタンをタップしてしまったら、突然アダルト情報サイトの登録完了画面になってしまい、会員料金を請求された。」といった、主に相談者の誤認によるものとなっています。

アダルト情報サイトなどデジタルコンテンツに関する相談が増えた背景には、スマートフォンやタブレット端末の普及により、パソコン以外からもサイトにアクセスする機会が増えていること等が挙げられます。

表5 年齢層別の相談件数

	26年度	25年度	増加数	増加率
20歳未満	809	779	30	38.5%
20歳代	936	712	224	31.5%
30歳代	1,345	1,084	261	24.1%
40歳代	1,874	1,555	319	20.5%
50歳代	1,355	854	501	58.7%
60歳代	1,289	835	454	54.4%
70歳代	746	437	309	70.7%
80歳以上	98	53	45	84.9%
不明・未回答	332	249	83	33.3%
合計	8,784	6,558	2,226	33.9%

表6 デジタルコンテンツの内訳

	26年度	25年度	増減数	増減率
アダルト情報サイト	5,407	3,583	1,824	50.9%
出会い系サイト	618	595	23	3.9%
オンラインゲーム	243	269	△26	△9.7%
映画配信サービス	38	26	12	46.2%
音楽情報サイト	24	25	△1	△4.0%
ギャンブル情報サイト	21	16	5	31.3%
投資情報サイト	5	6	△1	△16.7%
その他	2,428	2,038	390	19.1%
合計	8,784	6,558	2,226	33.9%

※高齢者(65歳以上)の相談件数

	26年度	25年度	増加数	増加率
65歳未満	6,953	5,457	1,496	27.4%
65歳以上	1,499	852	647	75.9%
合計	8,452	6,309	2,143	34.0%

※不明・未回答を除く

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歳以上の者のこと。)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、訪問販売と電話勧誘販売の割合が高くなっています。特に電話勧誘販売については、全世代における割合が8.2%であるのに対して、高齢者については16.6%となっています。

平成22年度からの5年間の推移を見てみると、訪問販売の割合は減少傾向にある一方で、電話勧誘販売は増加傾向にあります。また、デジタルコンテンツに関する相談が増加しているように、インターネット等の通信販売に関する相談が増加しています。

図3 販売購入形態(相談者全体) (単位:%)

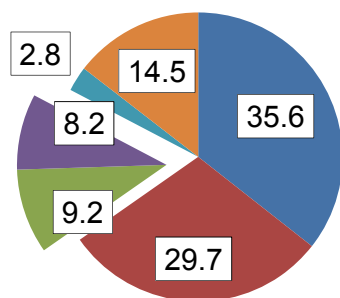


図4 販売購入形態(高齢者) (単位:%)

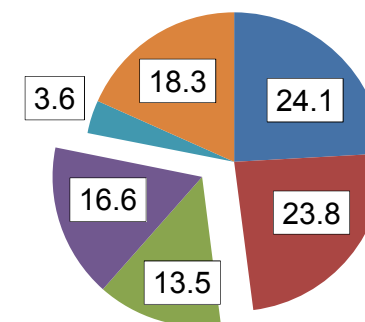
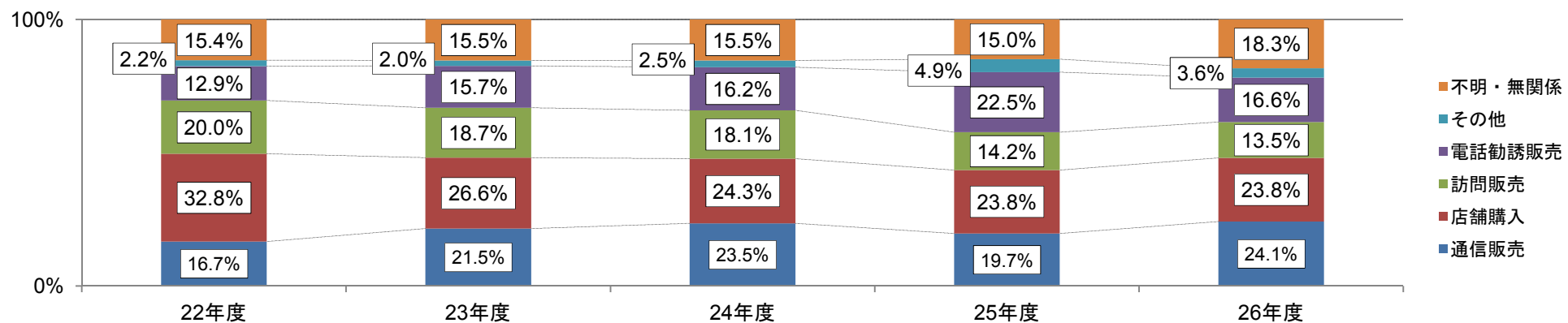


図5 高齢者における販売購入形態の推移 (単位:%)



(2)平成25年度と比較して相談件数の増加した商品・役務

平成26年度は、身に覚えのない料金不払い等がある旨を記載した葉書を送りつける架空請求が増加したことで、商品特定することが困難な場合などに適用する「商品一般」が増加しました。その一方で、平成25年度に増加した「送りつけ商法」に係る商品であった「他の健康食品」は大きく減少しました。

増加順位の上位5位までは、全年齢層における相談件数の増加が大きい商品・役務(6ページ)の上位7位までに入っているものですが、全年齢層における増加数と、高齢者における増加数を比較してみると、商品一般の増加数の65%、固定電話サービスの増加数の65%を高齢者が占めており、高齢者に顕著な相談となっています。

表7 相談件数の増加が大きい商品・役務 (契約当事者が65歳以上)

(単位:件数、%)

増加件数順位	商品・役務名	増加件数		25年度 件数	26年度 件数
			増加率		
1	商品一般	730	131.3%	556	1,286
2	デジタルコンテンツ	647	75.9%	852	1,499
3	インターネット接続回線	185	97.4%	190	375
4	携帯電話サービス	79	90.8%	87	166
5	固定電話サービス	64	92.8%	69	133
6	フリーローン・サラ金	54	27.4%	197	251
7	老人ホーム	53	91.4%	58	111
8	社会保険	49	79.0%	62	111

参考 平成25年度の順位 (65歳以上)

増加件数 順位	商品・役務等(平成25年度)
1	他の健康食品
2	デジタルコンテンツ
3	ファンド型投資商品
4	工事・建築
5	公社債
6	パソコンソフト
7	他の台所用品
8	不動産貸借