

平成25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25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)契約当事者の年代別割合	
(2)年代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	
(4)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24年度と比較して相談件数の増加した商品・役務	
(3)高齢者への健康食品の「送りつけ商法」について	

※ 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25年度の相談のうち、苦情相談41,335件(県 9,229件、市町村32,106件)について分析を行っています。

1. 平成25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25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。

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

ア 平成25年度の相談の特徴

- ① 平成24年度には減少した消費生活相談件数の総数ですが、平成25年度は増加に転じました。
- ② 契約当事者全体に占める年代別の割合では、60歳代以上の相談割合が約40%を占め、引き続き増加傾向にあります。
- 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「不動産貸借」、3位が「工事・建築」となっています。
- ④ 平成24年度と比較すると、「他の健康食品」、「ファンド型投資商品」、「工事・建築」、「冷凍調理食品」、「公社債」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、「電話勧誘販売」及び「訪問販売」の相談割合が全世代における相談割合と比較して大きくなっています。また、24年度に引き続き、健康食品の「送りつけ商法」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25年度の相談件数は、45,051件で、平成24年度の42,224件に比べ、2,827件、率にして6.7%増加しました。そのうち、県に寄せられた相談は9,779件で県全体の相談件数の21.7%を占め、平成24年度の9,335件に比べて444件増加しています。

県内の市町村に寄せられた相談は35,272件で、平成24年度の32,889件に比べて2,383件増加しています。

また相談内訳は、苦情41,335件、問合せ・要望3,716件で、苦情が消費生活相談全体の91.8%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2,874件増加しました。対して、問合せ・要望は47件減少しました。

表1 消費生活相談件数

年度		25年度			24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		41,335	3,716	45,051	38,461	3,763	42,224	2,874	△47	2,827(6.7%)
内 訳	県	9,229	550	9,779	8,755	580	9,335	474	△30	444(4.8%)
	市町村	32,106	3,166	35,272	29,706	3,183	32,889	2,400	△17	2,383(7.2%)

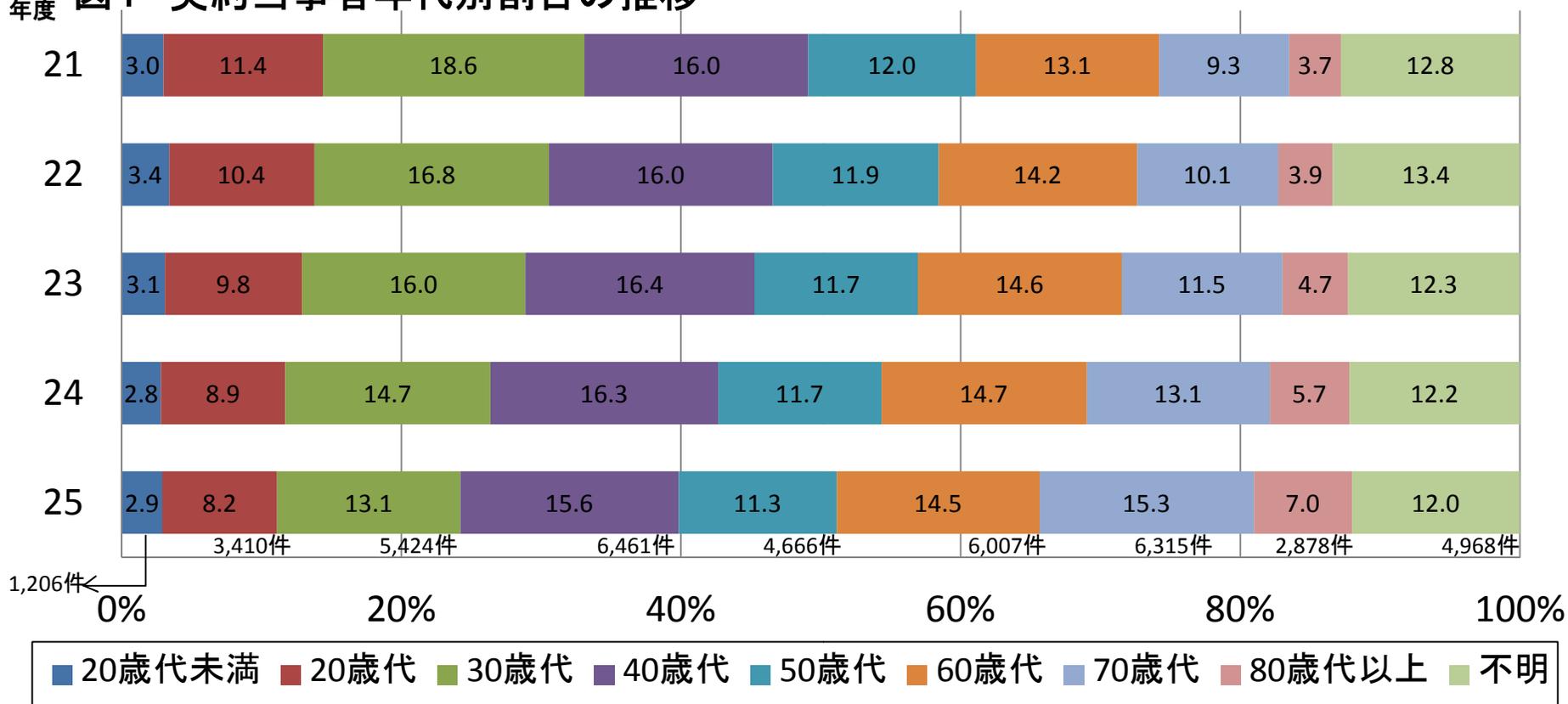
2. 苦情相談の状況(全体)

(1) 契約当事者の年代別割合

平成25年度の年齢別相談の割合は、40歳代が最も多く15.6%で、次いで70歳代が多く15.3%となりました。

年度ごとの相談推移を見ていくと、30歳代以下の割合が減少し、70歳代以上の割合が増加する傾向が引き続き見られます。30歳代以下の割合を比較すると、平成21年度は33.1%ですが、平成25年度は24.2%にとどまっています。一方で60歳代以上の割合は平成21年度には26.1%であったものが、平成25年度には36.8%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10ページより解説しています。

図1 契約当事者年代別割合の推移



(2) 年代別に相談が多かった商品や役務

年代別の特徴を見てみると、「デジタルコンテンツ」が幅広い年代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。70歳代及び80歳代では健康食品の「送りつけ商法」が増加したことで、「他の健康食品」の相談が増加しました。

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	
	1,206		3,410		5,424		6,461	
1位	デジタルコンテンツ	779	デジタルコンテンツ	712	デジタルコンテンツ	1,084	デジタルコンテンツ	1,555
2位	携帯電話サービス	21	不動産貸借	252	不動産貸借	372	不動産貸借	342
3位	テレビ放送サービス	20	フリーローン・サラ金	158	フリーローン・サラ金	259	フリーローン・サラ金	291
4位	運動ぐつ	20	エステティックサービス	134	四輪自動車	145	工事・建築	168
5位	財布類	16	四輪自動車	75	商品一般	137	商品一般	168

合計	50歳代		60歳代		70歳代		80歳代以上	
	4,666		6,007		6,315		2,878	
1位	デジタルコンテンツ	854	デジタルコンテンツ	835	他の健康食品	606	他の健康食品	467
2位	フリーローン・サラ金	209	工事・建築	333	デジタルコンテンツ	437	ファンド型投資商品	159
3位	工事・建築	198	商品一般	243	ファンド型投資商品	420	商品一般	148
4位	不動産貸借	176	ファンド型投資商品	220	工事・建築	329	工事・建築	134
5位	商品一般	159	フリーローン・サラ金	175	商品一般	286	公社債	90

(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各種サイトから得られる情報やサービスの相談。相談全体としては昨年度比で微増でした。当事者の年齢層としては20歳代から50歳代の相談が減少し、逆に20歳代未満と60歳代以上の相談件数が増加しています。

② 不動産貸借

賃貸アパートの相談が8割を占めています。特に、退去時の修繕費用、敷金返還の際のトラブルが増えています。

③ 工事・建築

戸建住宅(新築・改築、屋根工事等)に関する相談が6割以上にのびました。特に塗装工事に関する相談が大きく増加しています。

④ 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(架空請求を含む)。全体としては減少傾向ですが、電話勧誘に関する相談が増加しています。

⑤ 他の健康食品※

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、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事例がみられました。10ページに詳細を載せていますので、そちらをご参照ください。

⑥ 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。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23、24年度に引き続き減少傾向にあります。

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もの。大手金融会社の名前を騙り投資を勧めてくるといった事例の相談が増加しています。

表3 相談の多い商品・役務

順位	25年度	件数(増減)	24年度	件数
1	デジタルコンテンツ	6,558(+9)	デジタルコンテンツ	6,549
2	不動産貸借	1,730(+81)	商品一般	1,722
3	工事・建築	1,533(+236)	フリーローン・サラ金	1,687
4	商品一般	1,523(△199)	不動産貸借	1,649
5	他の健康食品	1,489(+792)	工事・建築	1,297
6	フリーローン・サラ金	1,433(△254)	ファンド型投資商品	749
7	ファンド型投資商品	994(+245)	インターネット接続回線	657
8	修理サービス	635(+60)	四輪自動車	625
9	四輪自動車	625(0)	携帯電話サービス	593
10	携帯電話サービス	623(+30)	修理サービス	575
11	インターネット接続回線	602(△55)	新聞	502
12	役務・その他サービス	490(△5)	役務・その他サービス	495
13	新聞	485(△17)	医療サービス	417
14	公社債	445(+150)	携帯電話	406
15	医療サービス	443(+26)	株	346

※ 「他の健康食品」については、より実態を捉えられるよう、集計方法を見直した。平成25年度の手法で平成24年度の「他の健康食品」を集計すると、697件となる。

イ 平成24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 792件増(697件→1,489件)
25年度はいわゆる「送りつけ商法」が横行したことに伴い、健康食品の相談件数が大幅に増加しました。10ページに詳細を載せていますので、そちらをご参照ください。
- ②ファンド型投資商品 245件増(749件→994件)
大手金融会社の名前を騙った投資勧誘の手口の1つとして、「後日パンフレットが送られてくる。」などと突然電話があり、パンフレットが届くと様々な方法で投資の勧誘をしていくといったものがあります。
- ③工事・建築 236件増(1,297件→1,533件)
平成25年度は塗装工事や屋根工事、内装工事などリフォームに関する相談が大きく増加しました。
- ④冷凍調理食品 189件増(13件→202件)
冷凍調理食品に農薬が混入された事件が発生し、当該商品や当該会社の商品に関する相談が相次ぎました。
- ⑤公社債 150件増(295件→445件)
信託会社などの社名を名乗り、「あなたの名前で社債を買った。」などと電話してくるといった事例が見受けられました。
- ⑥運動ぐつ 130件増(60件→190件)
インターネット通販で運動ぐつを購入した際のトラブル相談が、大半を占めました。中には、代金を振り込んだにも関わらず商品が届かないといったケースもありました。
- ⑦パソコンソフト 92件増(184件→276件)
競馬の予想ソフトや、学生への投資DVDソフトなどの購入に対する相談が寄せられました。他にも、突然パソコンに警告のメッセージが表示され、ウイルス対策ソフトの購入を誘引するといった事例も見受けられました。
- ⑧基礎化粧品 91件増(111件→202件)
化粧品を使用していて肌に異常が見られたという相談や、インターネット通販で注文した商品がお金を振り込んだのに届かないと言った相談が寄せられました。

表4 相談件数の増加が大きい商品・役務

順位	商品・役務等	25年度	24年度	増加件数(%)
1	他の健康食品	1,489	697	792(113.6%)
2	ファンド型投資商品	994	749	245(32.7%)
3	工事・建築	1,533	1,297	236(18.2%)
4	冷凍調理食品	202	13	189(1453.8%)
5	公社債	445	295	150(50.8%)
6	運動ぐつ	190	60	130(216.7%)
7	パソコンソフト	276	184	92(50.0%)
8	基礎化粧品	202	111	91(82.0%)

(4) 相談の多い販売方法とその特徴

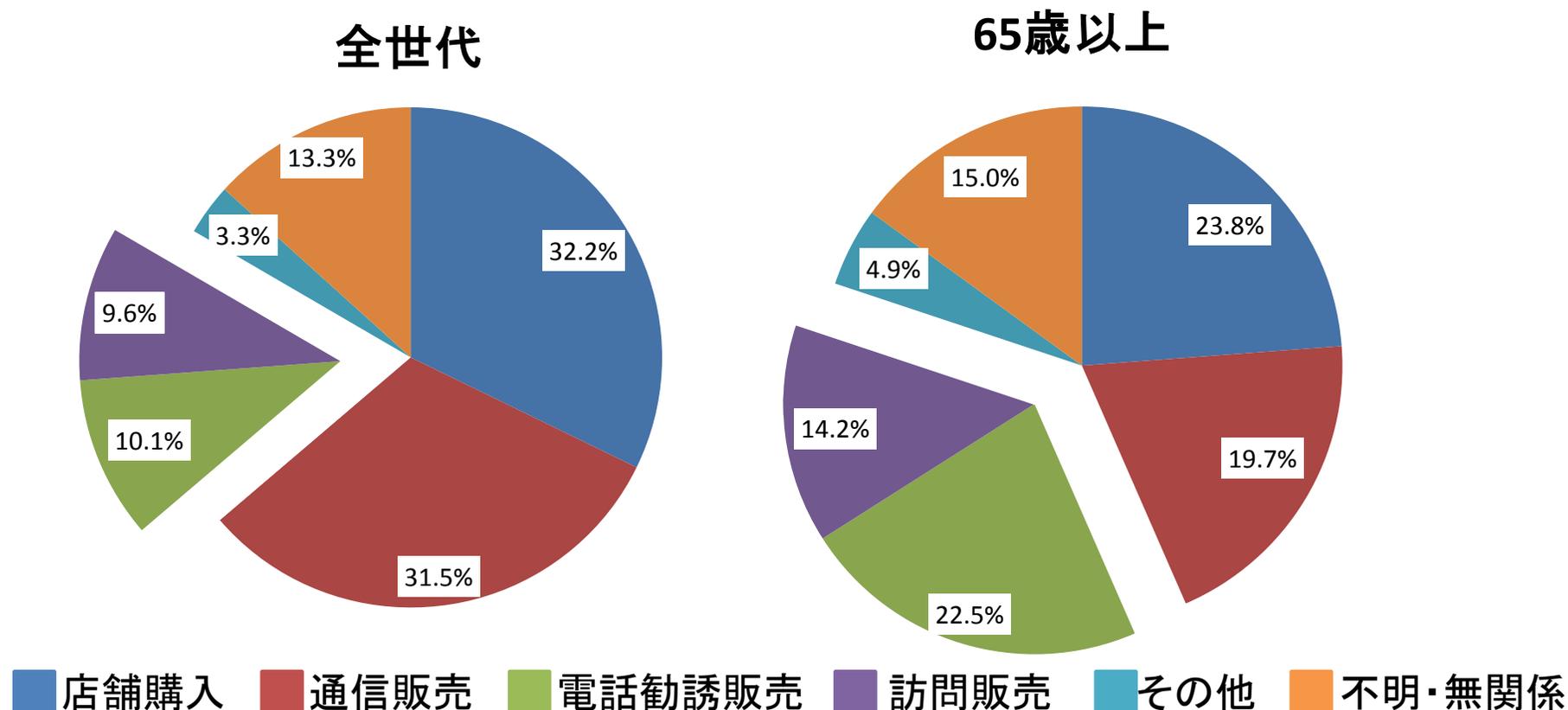
順位	販売方法・手口	件数	増減 (前年度 件数)	契約当事者の傾向	主な商品・役務	相談の特徴等
1	インターネット通販	9,638	↗ (8,328)	20歳～60歳代までが中心	①デジタルコンテンツ(63.4%) ②パソコンソフト(2.1%) ③運動グッズ(1.8%)	デジタルコンテンツの相談では、利用料無料のサイトに会員登録した、またはアダルトサイト等を閲覧しているうちにいつのまにか会員登録となり、料金を請求されたという相談が多くみられました。
2	電話勧誘	5,509	↗ (4,121)	60歳～80歳代、特に女性が多い	①他の健康食品(18.4%) ②ファンド型投資商品(12.4%) ③商品一般(7.9%)	健康食品の「送りつけ商法」による相談や、ファンド型商品に関する相談が多くなっています。
3	ワンクリック請求	3,205	↗ (2,480)	20歳代未満～60歳代まで幅広い	①デジタルコンテンツ(98.9%) └ アダルト情報サイト(94.6%) └ 出会い系サイト(0.8%)	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というケースや、パソコンに料金請求画面を表示させて消せないというケースが多くありました。
4	訪問販売	2,866	↘ (3,112)	60歳～80歳代、特に女性からの相談が多い	①工事・建築(15.0%) ②新聞(12.1%) ③テレビ放送サービス(6.5%)	訪問販売全体の件数は減少したものの、工事・建築に関する相談は増加傾向にあります。平成24年度と比較すると、塗装工事、屋根工事、内装工事の相談が増加しました。
5	架空請求	1,712	↘ (2,725)	30歳～40歳代が多い	①デジタルコンテンツ(87.9%) ②商品一般(5.2%) ③音響・映像機器(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、25年度は24年度に比べて相談件数が大幅に減少しました。
6	無料商法	1,320	↗ (1,227)	30歳～60歳代が多い	①デジタルコンテンツ(47.1%) ②インターネット接続回線(2.8%) ③エステティックサービス(2.8%)	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が25年度は増加しました。一方で、24年度に多かったミネラルウォーター関連の相談は減少しました。
7	利殖商法	1,139	↗ (1,096)	60歳～80歳代、特に女性からの相談が多い	①ファンド型投資商品(47.4%) ②公社債(16.4%) ③株(11.2%)	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」が多くなっています。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ります。
8	ネガティブオプション	717	↗ (206)	60歳～80歳代の女性からの相談が多い	①他の健康食品(66.4%) ②商品一般(10.9%) ③鮮魚(1.4%)	健康食品の「送りつけ商法」による相談が増加したことで、件数は大幅増加となりました。高齢者、特に女性からの相談が多くなっています。
9	二次被害	622	↘ (754)	60歳～80歳代の相談が多い	①役務その他サービス(19.3%) ②株(13.8%) ③ファンド型投資商品(10.3%)	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くなっています。
10	当選商法	361	↘ (586)	60歳～70歳代の相談が多い	①宝くじ(25.2%) ②デジタルコンテンツ(21.1%) ③教養・娯楽サービスその他(15.5%)	「海外の宝くじに当選した。」として、手続きのためにお金を振り込んでほしいなどと偽ってお金を支払わせる事例がみられました。

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)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10.1%であるのに対して、高齢者については22.5%となっています。一方で通信販売によるものは、高齢者では割合が低くなっています。

図2 高齢者の販売購入形態別割合



(2) 平成24年度と比較して相談件数の増加した商品・役務

平成25年度は平成24年度に引き続き、健康食品の「送りつけ商法」の相談が増加しました。平成24年度は「商品一般」、「ふとん類」の相談が増加しましたが、平成25年度は件数の伸びに歯止めがかかっています。特に「ふとん類」は相談件数が大きく減少しました。

平成25年度全世代の相談件数の増加が大きい商品・役務(6ページ参照)と比較すると、「デジタルコンテンツ」が大きく異なっています。全世代の増加件数はランキング外であるのに対して、65歳以上だと2位となっています。これは、高齢者へのパソコンや携帯電話の普及、パソコンを日ごろ活用している世代が徐々に高齢者となっていることが主な理由と考えられます。「ファンド型投資商品」に関する相談では、劇場型勧誘によるものも多く見られます。また、「工事・建築」に関する相談では、塗装工事、屋根工事に関する相談が増加しています。

表5 相談件数の増加が大きい商品・役務(契約当事者65歳以上)

増加件数順位	商品・役務等(平成25年度)	25年度件数	24年度件数	増加件数(%)
1	他の健康食品	1,153	452	701(255.1%)
2	デジタルコンテンツ	852	594	258(43.4%)
3	ファンド型投資商品	715	553	162(29.3%)
4	工事・建築	627	469	158(33.7%)
5	公社債	352	216	136(63.0%)
6	パソコンソフト	85	30	55(183.3%)
7	他の台所用品	85	32	53(165.6%)
8	不動産貸借	199	157	42(26.8%)

参考 平成24年度の順位(65歳以上)

増加件数順位	商品・役務等(平成24年度)
1	他の健康食品
2	商品一般
3	デジタルコンテンツ
4	ふとん類
5	教養・娯楽サービスその他
6	インターネット接続回線
7	新聞
8	携帯電話サービス

(3) 高齢者への健康食品の「送りつけ商法」について

平成25年度においては、高齢者への健康食品の「送りつけ商法」についての相談が688件あり、24年度の208件から急増しました。(全年代では、平成25年度784件、24年度255件)「送りつけ商法」とは、突然業者から電話があり、「注文された商品を送ります。」などと、注文した覚えのない商品を送りつけ、代金を一方的に請求してくる商法のことで。

平成24年度末から増加した「送りつけ商法」は、平成25年度の4～7月にピークを迎えました。その後相談件数は減少しており、25年度末にはほとんど相談は見られない状態となりました。

また、相談の男女比を見てみると、男性と女性の相談件数の比率はほぼ1:6となっており、女性からの相談がとて多く寄せられていたことがわかります。

図3 健康食品の「送りつけ商法」の県内件数推移

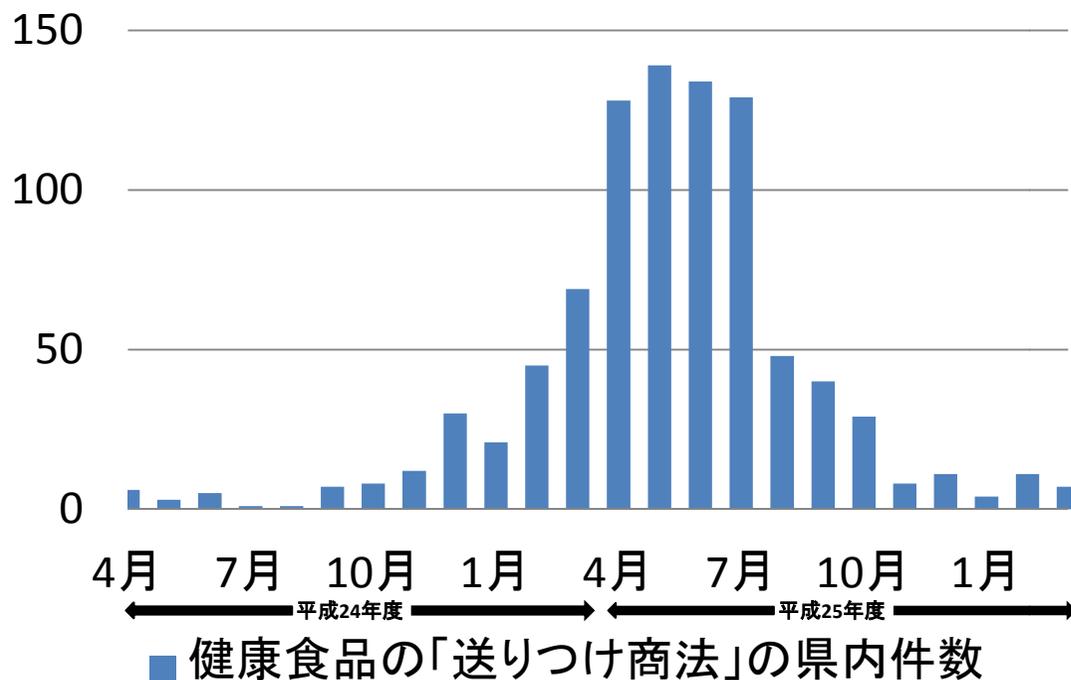


図4 契約当事者の男女比

