

平成 30 年度消費生活相談の受付状況

消費生活センターでは、消費生活に関する相談窓口を設置し、市民が消費者トラブルにあった場合には、相談・あっせん等を通じて問題の解決を図っている。

(1) 平成 30 年度消費生活相談の実績

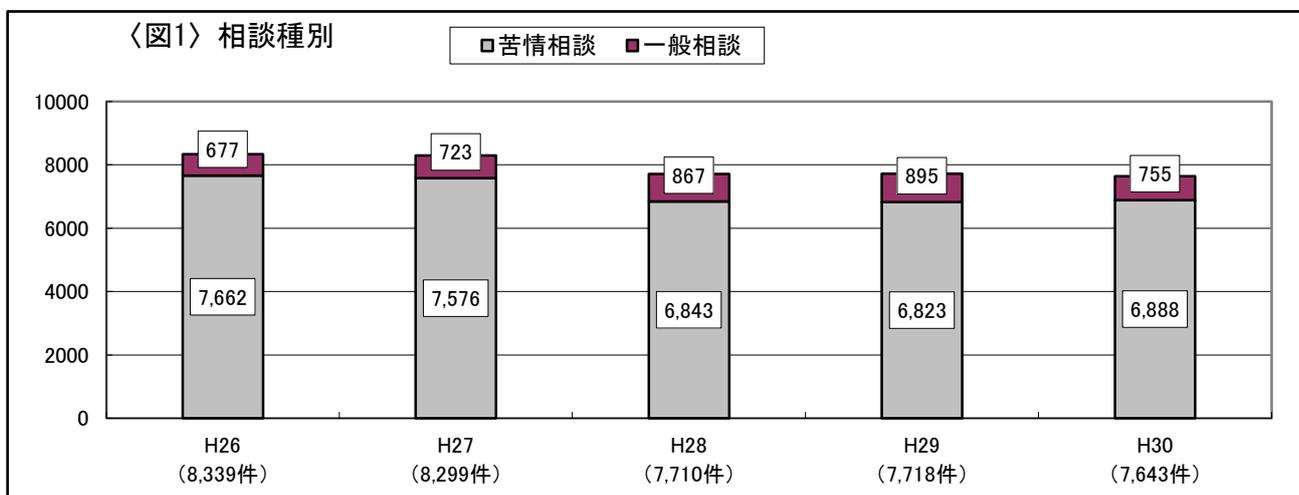
① 消費生活相談の概要

平成 30 年度に寄せられた消費生活相談は 7,643 件で、平成 29 年度に比べてほぼ横ばい（平成 29 年度比 99.0%）となった。そのうち、契約トラブルなどに関する苦情相談が 6,888 件で、平成 29 年度に比べて 65 件増加（前年度比 101.0%）した。

契約者の年代別では、70 歳以上の高齢者の相談は、1,333 件（前年度比 103.7%）と増加し、苦情相談件数全体の 19.4%を占めており、高い水準で推移している。

○消費生活相談件数の推移

	平成 28 年度		平成 29 年度		平成 30 年度			
	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比	前年度比	前々年度比
合 計	7,710	100.0%	7,718	100.0%	7,643	100.0%	99.0%	99.1%
苦情相談	6,843	88.8%	6,823	88.4%	6,888	90.1%	101.0%	100.7%
一般相談	867	11.2%	895	11.6%	755	9.9%	84.4%	87.1%



○性別割合（苦情相談）

	平成 28 年度		平成 29 年度		平成 30 年度			
	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比	前年度比	前々年度比
合計	6,843	100.0%	6,823	100.0%	6,888	100.0%	101.0%	100.7%
男性	3,088	45.1%	2,914	42.7%	2,814	40.8%	96.6%	91.1%
女性	3,470	50.7%	3,811	55.9%	3,939	57.2%	103.4%	113.5%
不明等	285	4.2%	98	1.4%	135	2.0%	137.8%	47.4%

○年代別割合（苦情相談）

	平成 26 年度	平成 27 年度	平成 28 年度	平成 29 年度	平成 30 年度
	件数	件数	件数	件数	件数
	構成比	構成比	構成比	構成比	構成比
合計	7,662	7,576	6,843	6,823	6,888
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
20 歳未満	237	220	169	170	138
	3.1%	2.9%	2.5%	2.5%	2.0%
20 歳代	760	738	680	675	646
	9.9%	9.7%	9.9%	9.9%	9.4%
30 歳代	1,082	1,005	856	858	762
	14.1%	13.3%	12.5%	12.6%	11.1%
40 歳代	1,092	1,134	1,097	1,156	1,054
	14.3%	15.0%	16.0%	16.9%	15.3%
50 歳代	851	862	862	1,004	1,205
	11.1%	11.4%	12.6%	14.7%	17.4%
60 歳代	811	852	812	1,003	1,202
	10.6%	11.2%	11.9%	14.7%	17.4%
70 歳以上	1,259	1,307	1,136	1,285	1,333
	16.4%	17.3%	16.6%	18.8%	19.4%
不明等	1,570	1,458	1,231	672	548
	20.5%	19.2%	18.0%	9.9%	8.0%

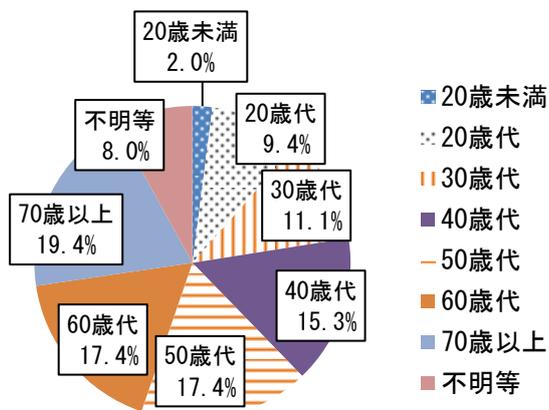
(再掲)	1,615	1,689	1,536	1,826	1,967
65 歳以上	21.1%	22.3%	22.4%	26.8%	28.6%

(参考)

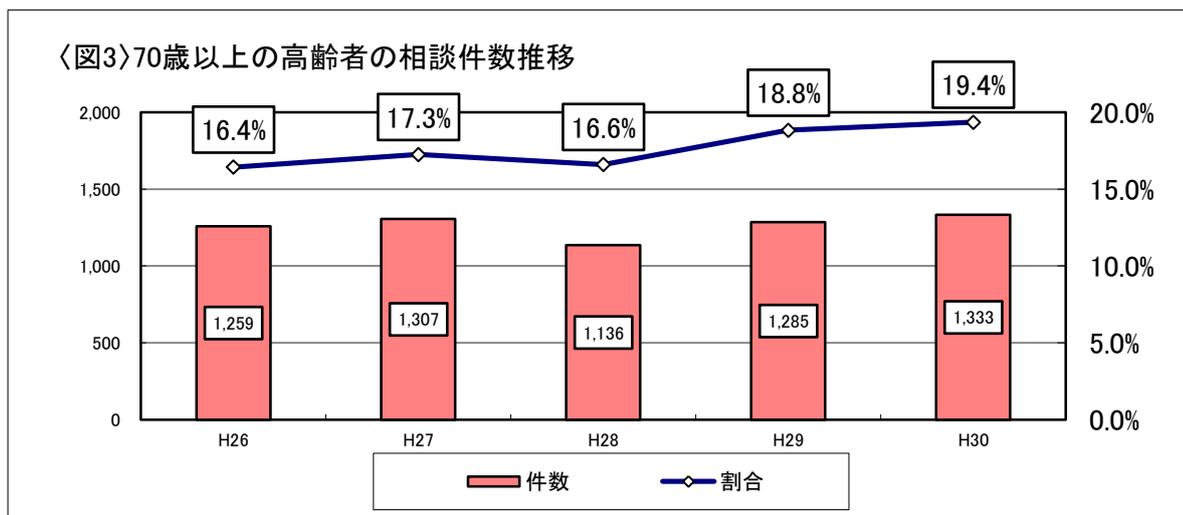
全国 34.9%

消費者白書 2018 より

〈図2〉平成30年度年代別割合



〈図3〉70歳以上の高齢者の相談件数推移



② 相談の傾向

平成30年度の相談で最も多かった商品及びサービスは、「商品一般」に分類される相談であった。これは架空請求ハガキに関する相談が急増したためである。一方で、「デジタルコンテンツ」に関する相談は大きく減少した。デジタルコンテンツでは、有料サイトの未払い料金を請求する架空請求のほか、パソコンのセキュリティ対策ソフトの購入、アダルト情報サイトや出会い系サイトに関する相談が多くを占めた。

○商品及びサービス別（中分類）苦情相談件数（上位10位）

	平成28年度	平成29年度	平成30年度
1位	デジタルコンテンツ 1,314	デジタルコンテンツ 1,442	商品一般 1,310
2位	商品一般 454	商品一般 506	デジタルコンテンツ 889
3位	不動産貸借 422	不動産貸借 412	不動産貸借 371
4位	インターネット接続回線 261	インターネット接続回線 235	インターネット接続回線 257
5位	工事・建築 188	リースサービス 231	ローン・お金の 240
6位	リースサービス 172	ローン・お金の 213	工事・建築 195
7位	ローン・お金の 171	他の健康食品 167	四輪自動車 136
8位	四輪自動車 145	工事・建築 164	他の健康食品 131
9位	他の健康食品 116	四輪自動車 120	携帯電話サービス 127
10位	携帯電話サービス 116	携帯電話サービス 101	固定電話サービス 77

年代別では、全ての年代で「デジタルコンテンツ」に関する相談が多いが、50歳代以上の年代では、架空請求ハガキの相談が多く寄せられたことから、「商品一般」に関する相談が最上位となっている。

○年代別・商品及びサービス別（中分類）相談件数（上位5位）

	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	(再掲) 65歳以上
1位	デジタルコンテンツ	デジタルコンテンツ	デジタルコンテンツ	デジタルコンテンツ	商品一般	商品一般	商品一般	商品一般
	58	116	96	139	330	432	313	542
2位	他の健康食品	不動産貸借	不動産貸借	不動産貸借	デジタルコンテンツ	デジタルコンテンツ	デジタルコンテンツ	デジタルコンテンツ
	8	75	85	87	155	159	133	222
3位	商品一般	フリーローン キャッシング	フリーローン キャッシング	商品一般	インターネット 接続回線	インターネット 接続回線	工事建築	工事建築
	7	44	51	68	47	44	72	98
4位	酵素食品	商品一般	商品一般	フリーローン キャッシング	不動産貸借	工事建築	インターネット 接続回線	インターネット 接続回線
	5	35	38	51	44	36	61	84
5位	基礎化粧品	インターネット 接続回線	四輪自動車	四輪自動車	フリーローン キャッシング	フリーローン キャッシング	固定電話サービス	固定電話サービス
	4	20	27	44	34	27	35	40

③ 無店舗販売購入形態による特徴

無店舗販売形態別にみると、「通信販売」が最も多くなっており、そのうち約4割は「デジタルコンテンツ」に関する相談となっている。消火器のリース契約に関する相談が減少したことも一因となり、「訪問販売」が減少したが、「電話勧誘販売」、「マルチ商法」と「ネガティブ・オプション」は、平成29年度と比べて増加した。「電話勧誘販売」は70歳代以上の高齢者からの相談が多く寄せられ、「マルチ商法」に関する相談は、20代を中心とした若い世代からの相談が多い。

○無店舗販売購入形態別相談件数

		平成 28年度	平成 29年度	平成 30年度	構成比	前年度比	販売される主な 商品・サービス
特殊販売 (無店舗販売)	通信販売	2,370	2,525	2,165	69.9%	85.7%	デジタルコンテンツ
	訪問販売	536	564	335	10.8%	59.4%	新聞、工事・建築、
	電話勧誘販売	384	347	413	13.3%	119.0%	健康食品、インターネット回線
	マルチ商法	94	73	78	2.5%	106.8%	健康食品、化粧品
	訪問購入	94	66	44	1.4%	66.7%	不用品等の買取
	ネガティブ・オプション	10	15	22	0.7%	146.7%	健康食品、書籍
	その他無店舗販売	34	38	42	1.4%	110.5%	電気治療具、健康食品
総件数		3,522	3,628	3,099	100.0%	85.4%	

(参考) 特殊販売の説明

通信販売	通信手段（郵便、電話、ファクシミリ、インターネット等）を用いて契約するもの
訪問販売	家庭訪販、職場訪販、1日だけ開催する展示販売、SF商法、販売目的を隠した誘引方法、キャッチセールス、アポイントメントセールス等
電話勧誘販売	業者が消費者に電話をかけ、または特定のやり方で電話をかけさせ、その電話の勧誘により、郵便等で契約を締結するもの
マルチ商法	商品等の販売組織に加入させるため、別の者を加入させれば利益（特定利益）が得られると勧誘し、何らかの金銭負担（特定負担）をさせるもの
訪問購入	店舗以外の場所（消費者の自宅等）で、業者が物品の購入（不要品の買取等）を行うもの
ネガティブ・オプション	購入申し込みがないのに商品を一方的に送りつけ、代金を請求するもの
その他の無店舗販売	露店・屋台店等、2日以上展示販売

④ 処理結果別の割合

処理結果別にみると、相談者に必要な情報を提供して自主解決の方法をアドバイスする「助言（自主交渉）」が最も多くなっている。また、相談者が高齢であるなど、相談者本人による自主交渉が難しいと予想される場合や自主交渉では解決できなかった場合などは、センターが相談者と事業者との話し合いによる解決のための調整を行う「あっせん」を行うが、あっせんに入ったもの（「あっせん解決」と「あっせん不調」の合計）のうち、9割以上が「あっせん解決」となっている。

○処理結果別件数（令和元年7月5日現在）

		平成 28 年度	平成 29 年度	平成 30 年度
合 計		6,843 (100.0%)	6,823 (100.0%)	6,888 (100.0%)
内 訳	他機関紹介	92 (1.3%)	138 (2.0%)	107 (1.5%)
	助言(自主交渉)	4,248 (62.1%)	4,102 (60.1%)	4,485 (65.1%)
	その他情報提供	1,664 (24.3%)	1,896 (27.8%)	1,722 (25.0%)
	あっせん解決	572 (8.4%)	562 (8.3%)	415 (6.0%)
	あっせん不調	45 (0.7%)	22 (0.3%)	22 (0.3%)
	処理不能	77 (1.1%)	49 (0.7%)	81 (1.2%)
	処理不要	140 (2.0%)	52 (0.8%)	53 (0.8%)
	処理継続中	5 (0.1%)	2 (0.0%)	3 (0.1%)
即日処理件数		5,559 (81.2%)	5,670 (83.1%)	5,917 (85.9%)

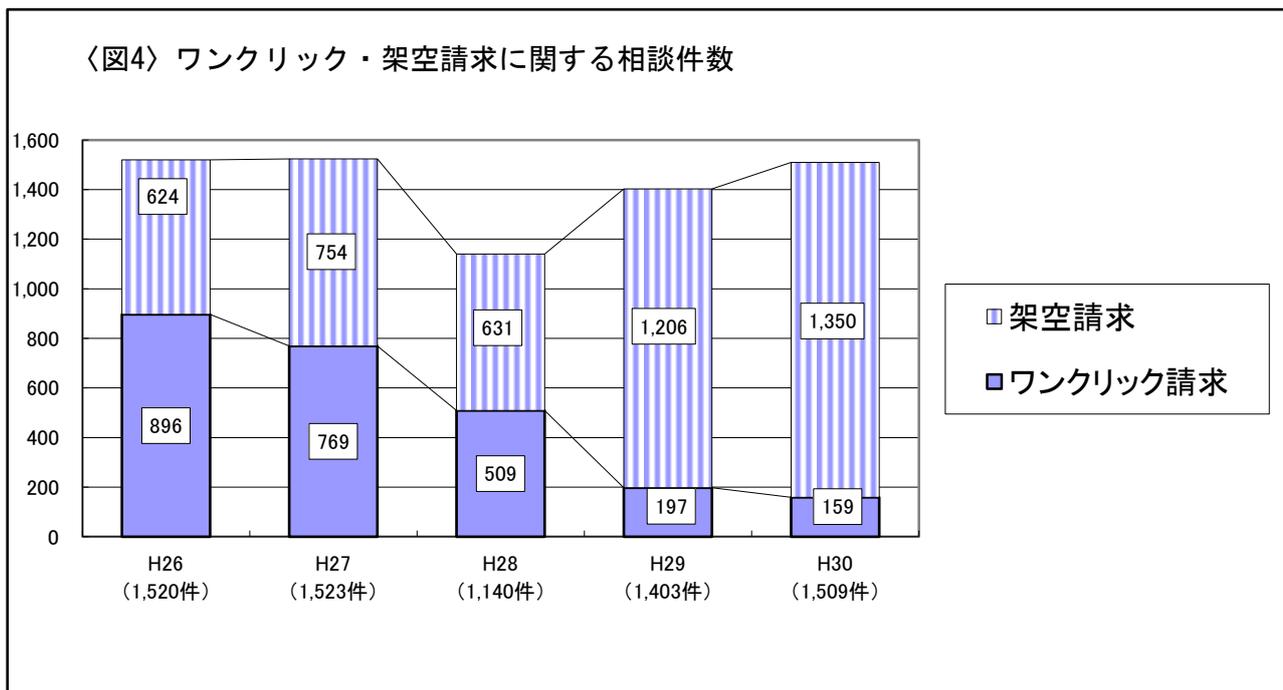
（参考）処理結果別の説明

他 機 関 紹 介	消費生活センターの業務範囲外の相談のため本来の相談機関を紹介したもの
助言（自主交渉）	相談者が自主交渉することで解決する可能性のある相談について、自主解決の方法をアドバイスしたもの
その他情報提供	消費生活センターの業務範囲内の相談だが、あっせんや助言（自主交渉）に該当せず、他機関を紹介したものなど
あ っ せ ん 解 決	あっせんの結果、解決がみられたもの
あ っ せ ん 不 調	あっせんにもかかわらず解決をみなかったもの
処 理 不 能	相談者や事業者と連絡が取れなくなった等、何らかの物理的理由で処理できなかったもの
処 理 不 要	相談者が処理を望んでいない場合や取り下げた場合など

(2) 消費者被害の実例

① ワンクリック請求・架空請求に関する相談

多くの相談が寄せられている「デジタルコンテンツ」および「商品一般」の大半は、ワンクリック請求や架空請求に関する相談で、平成30年度は、平成29年度に引き続き件数は増加した。架空請求のうち、889件が、国などの機関を名乗り、「訴訟最終告知」を通知する架空請求ハガキによるものであった。このほか実在する大手事業者をかたり、有料サイトの未払い料金を請求する架空請求メールに関する相談も多く寄せられる一方で、ワンクリック請求の相談は減少傾向にある。



※ワンクリック請求 … 動画や年齢確認ボタンをクリックしただけで会員登録され、料金を請求されるものに関する相談。

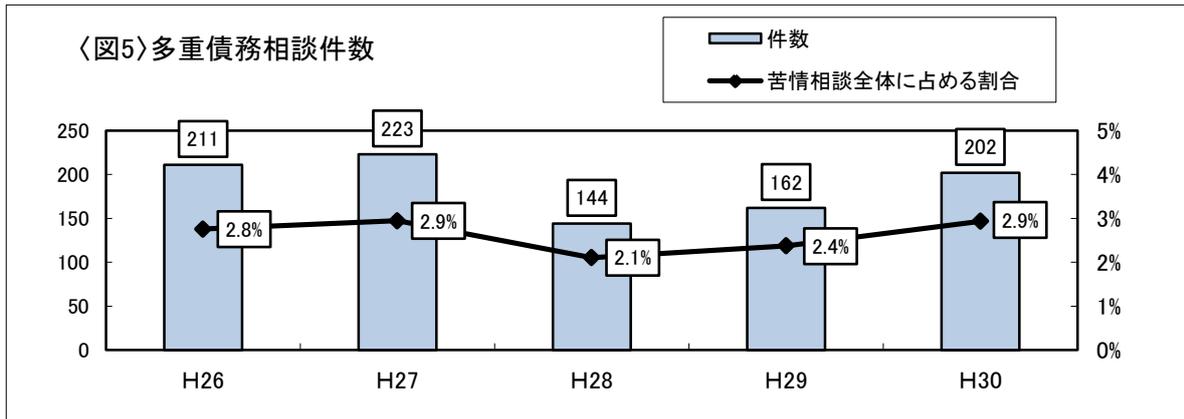
※架空請求 … 電子メール、ハガキなどによる身に覚えのない代金の請求に関する相談。

② その他

多重債務について

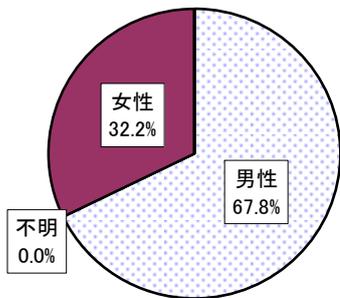
平成 30 年度に寄せられた多重債務相談は 202 件であった。相談件数は、平成 20 年度を境に減少傾向にあったが、平成 29 年度に増加に転じ、平成 30 年度はさらに増加した。また、違法な貸金業を営むヤミ金融に関する相談についても相談が寄せられた。

※平成 30 年度に受け付けた多重債務相談のうち、他機関につないだ相談件数は、弁護士会に 30 件、(公財)日本クレジットカウンセリング協会に 5 件となっている。

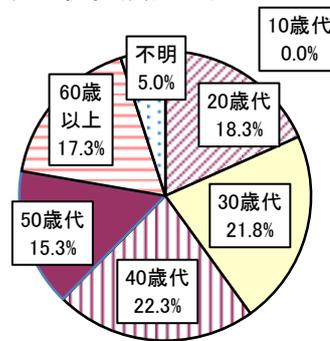


相談者の属性は、性別では男性、年代では 40 歳代、30 歳代、20 歳代からの相談が多く、職業別では給与所得者が約 6 割を占め、続いて無職となっている。債務額は 200 万円未満が約 3 割となっているが、500 万円以上の相談も約 1 割となった。

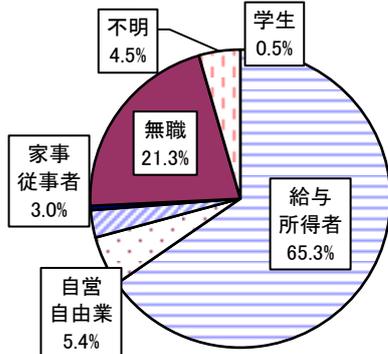
〈図6〉多重債務相談 性別



〈図7〉多重債務相談 年代別



〈図8〉多重債務相談 職業別



〈図9〉多重債務相談借金の金額別

