

## 平成26年度上期の消費生活に関する苦情相談状況について

平成26年12月16日  
消費生活課

### 1 苦情相談件数の状況

平成26年度上期（平成26年4月～9月）に県及び市町の消費生活相談窓口で受け付けた消費生活に関する苦情相談は、12,909件で、前年度上期に比べ348件、率にすると2.6%の減少となった。

このうち、「不当請求・架空請求」に係る相談は2,182件で、前年度上期に比べ672件、44.5%の増加となった。

表1 苦情相談件数の状況

(単位:件,%)

区分	平成26年度上期 相談件数 (A)	平成25年度上期 相談件数 (B)	増減数 A-B	増減率 ((A-B)/B)×100
消費生活相談	12,909	13,257	△348	△2.6
不当請求・架空請求	2,182	1,510	672	44.5
うちヤミ金融	118	90	28	31.1
その他の相談	10,727	11,747	△1,020	△8.7

(注) 「苦情相談」とは、消費者苦情が発生している相談をいい、「問合せ」（買い物相談・生活知識等苦情が発生していない相談や事業者からの相談等をいう。）及び「要望」（苦情に分類することが不自然な要望のみをいう。）を除いたものである。

### 2 不当請求・架空請求の相談状況

不当請求・架空請求の内訳については、「情報提供サービス」が1,767件で全体の8割以上を占め、次いで「商品一般」が249件（構成比11.4%）、「融資サービス」が166件（構成比7.6%）であった。融資サービスのうち118件がヤミ金融に関する相談であった。

表2 不当請求・架空請求の相談件数の内訳

(単位:件,%)

区分	平成26年度上期		平成25年度上期		増減率 ((A-B)/B) ×100	相談内容
	相談件数(A)	構成比	相談件数(B)	構成比		
情報提供サービス	1,767	81.0	1,291	85.5	36.9	迷惑メール、アダルト情報サイトの請求等
商品一般	249	11.4	73	4.8	241.1	心あたりのない商品代金の請求等
融資サービス	166	7.6	146	9.7	13.7	金融関係の架空請求、ヤミ金融等
うちヤミ金融	118	5.4	90	6.0	31.1	
計	2,182	100.0	1,510	100.0	44.5	

### 3 「その他の相談」の商品・役務別苦情相談件数

商品・役務別では、「不動産貸借」が、762件、構成比7.1%と最も多く、次いで、金銭の借入れに関する相談である「融資サービス」が553件、構成比5.2%、放送受信料の支払や出会い系サイトなどに関する相談の「情報提供サービス」が539件、構成比5.0%となっている。

前年度上期のトップを占めていた「健康食品」の強引な送り付けに関する相談は、今年度上期と比較すると1,055件の減少となっており、主に高齢者を狙った詐欺的な利殖商法に関する相談である「フ

ファンド型投資商品」も、前年度上期の387件から298件に減少した。

これに対して、遠隔操作によるプロバイダ変更の勧誘に係る相談をはじめとする「インターネット通信サービス」に係る相談が前年度上期の305件から493件に増加した。

表3 商品・役務別相談件数

(単位: 件, %)

区 分	平成26年度上期		平成25年度上期	増減率 ((A - B)/ B) × 100	相 談 の 内 容
	相談件数(A)	構成比	相談件数(B)		
① 不動産貸借	762	7.1	816	△ 6.6	敷金の返還, 借家の明け渡し 等
② 融資サービス	553	5.2	588	△ 6.0	多重債務の整理, 過払金の請求, 住宅ローンの返済 等
③ 情報提供サービス	539	5.0	558	△ 3.4	放送受信料の支払, 出会い系サイト 等
④ 商品一般	521	4.9	416	25.2	多数のDM広告, 中身のわからない商品 等
⑤ インターネット通信サービス	493	4.6	305	61.6	インターネット接続回線 等
⑥ 工事・建築等	410	3.8	377	8.8	住宅リフォーム(屋根工事・床下工事等), 排水管清掃 等
⑦ 役務その他	342	3.2	287	19.2	祈祷サービス, 弁護士, 結婚相手紹介サービス 等
⑧ ファンド型投資商品	298	2.8	387	△23.0	商品ファンド, 事業型ファンド, 出資金 等
⑨ 健康食品	277	2.6	1,332	△79.2	健康食品の送りつけ 等
⑩ 預貯金・証券等	270	2.5	236	14.4	公社債, 未公開株, 投資信託 等
⑪ 自動車	215	2.0	234	△ 8.1	購入契約の解除, 車両の交換・不具合 等
⑫ 移動通信サービス	196	1.8	171	14.6	携帯電話サービス, モバイルデータ通信 等
⑬ 電話機・電話機用品	165	1.5	151	9.3	携帯電話, スマートフォン 等
⑭ 書籍・印刷物	160	1.5	147	8.8	新聞, 紳士録・名簿 等
⑮ パソコン・パソコン関連商品	147	1.4	115	27.8	パソコン, パソコンソフト 等
⑯ 医 療	139	1.3	137	1.5	美容整形, 歯科治療 等
⑰ 他の教養・娯楽	137	1.3	166	△17.5	海外宝くじ 等
⑱ 家具・寝具	131	1.2	127	3.1	羽毛布団の訪問販売 等
⑲ アクセサリー	124	1.2	122	1.6	貴金属の訪問買取, ネックレス, プレスレット 等
⑳ 他の教養娯楽品	113	1.1	145	△22.1	仏像, 掛軸, 数珠 等
そ の 他	4,735	44.1	4,930	△ 4.0	
計	10,727	100.0	11,747	△ 8.7	

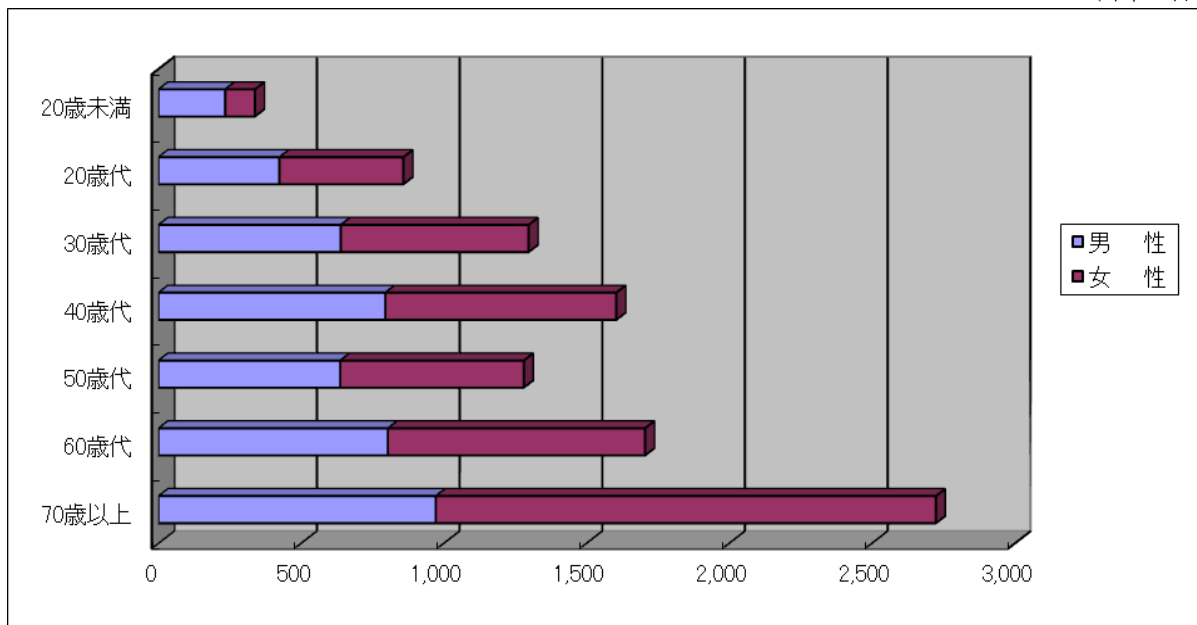
## 4 契約当事者の状況

### (1) 年代別・性別

平成26年度上期の相談の契約当事者を年代別に見ると、全体の約3割が70歳以上となっている。性別では、20歳未満では6割以上が男性だが、70歳以上では6割以上が女性となっている。

図1 契約当事者の性別・年齢別件数

(単位:件)

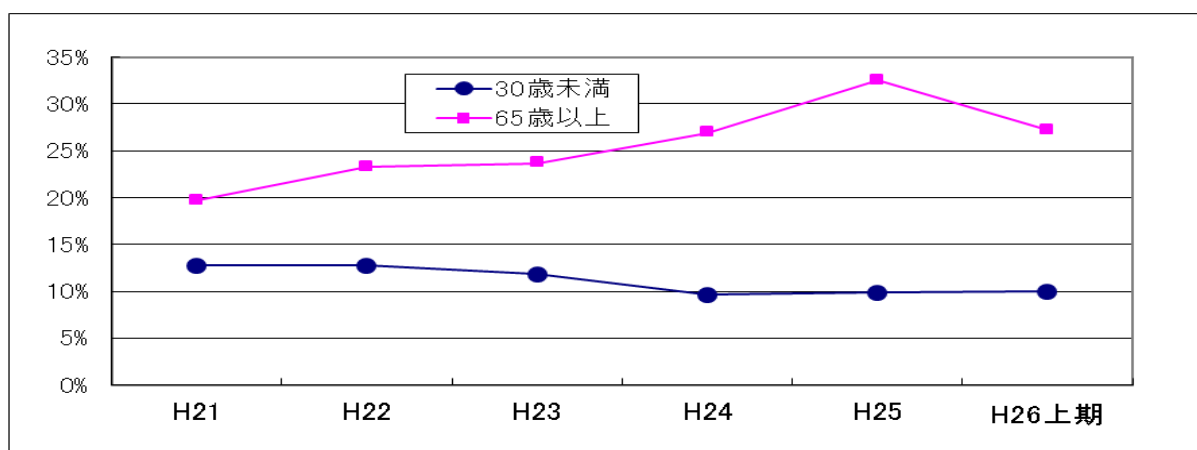


(注) 構成比は、年齢・性別の記録のある相談件数を100として算出した値

### (2) 年次別推移

契約当事者の年次別推移を見ると、30歳未満の割合は若干増加したのに対して、年々増加していた65歳以上の高齢者の割合は減少に転じている。

図2 契約当事者の年代の年次別推移 (30歳未満, 65歳以上)



	平成21年度	平成22年度	平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度上期
30歳未満	12.7%	12.7%	11.8%	9.6%	9.9%	10.0%
65歳以上	19.7%	23.3%	23.7%	26.9%	32.5%	27.2%

(注) 構成比は、年齢の記録のある相談件数を100として算出した値

## 5 販売購入形態別相談状況

販売購入形態別では、店舗外販売の割合が約7割となっている。「通信販売」は全体の39.5%を占めており、依然として店舗外販売の中では最も多い。昨年度において、健康食品の強引な送り付けに関する相談が急増したことにより、「電話勧誘販売」と「ネガティブ・オプション」の構成比が増加したが、今年度上期ではそれぞれ減少に転じている。

表4 販売購入形態別相談件数

区 分	平成26年度 上期	平成25年度	平成24年度	相 談 内 容
店 舗 購 入	30.7%	29.5%	33.4%	・店舗購入商品の契約解除の可否に係る相談 ・商品の瑕疵に関する相談 等
店 舗 外 販 売	69.3%	70.5%	66.6%	
通 信 販 売	39.5%	35.5%	35.7%	・ワンクリック請求、架空請求のメール ・インターネットショッピングのイメージ違い 等
電 話 勧 誘 販 売	15.7%	19.6%	14.1%	・未公開株・社債等詐欺的な利殖商法 ・光ファイバー、マンション等の執拗な勧誘 等
訪 問 販 売	10.2%	9.9%	12.4%	・点検商法、次々販売に関する相談 ・高額な契約に伴う相談 等
マルチ・マルチまがい	1.4%	1.7%	2.1%	・勧誘目的不明示、不実告知に伴う相談 ・契約の解除に関する相談
ネガティブ・オプション	0.3%	1.6%	0.8%	・購入申込をしていない商品の送り付け
訪 問 購 入	1.0%	0.9%	0.2%	・貴金属の訪問買い取り
その他無店舗販売	1.2%	1.3%	1.3%	・ホテル・集会場などで数日にわたって行われる展示販売、露店販売 等

- (注) 1 構成比は、販売購入形態の記録がある相談件数（「不明・無関係」を除く）を100として算出した値  
 2 「マルチ・マルチまがい」とは、契約が多層でピラミッド状になっているものをいい、特定商取引法に定める連鎖販売取引に該当するものを「マルチ」、そうでないものを「マルチまがい」という。  
 3 「ネガティブ・オプション」とは、消費者からの申込がないのに業者が郵送・宅配便等で商品を送付するものをいう。