

1 平成 29 年度消費生活相談状況及び特徴

( 1 ) 相談件数の内訳

平成 29 年度の相談件数は、4,807 件で、前年度(4,252 件)に比べ 555 件(13.1%)増加した。

(表 1) 販売購入形態別相談数

販売購入形態 1	件 数		前年度比 (%)
	29年度	28年度	
店舗購入	1,120	1,140	98.2
訪問販売	201	273	73.6
通信販売	1,324	1,486	89.1
マルチ・マルチまがい	44	47	93.6
電話勧誘販売	293	312	93.9
訪問購入 2	33	49	67.3
その他・不明 3	1,792	945	189.6
合計	4,807	4,252	113.1

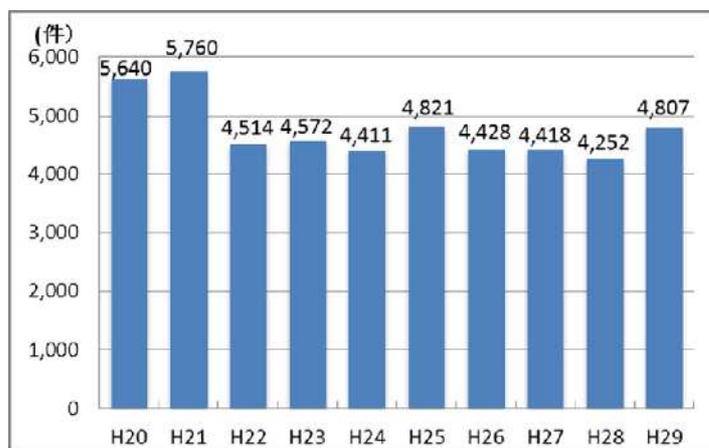
- 1 国民生活センターの特定商取引法に基づく販売購入形態の区分による。
- 2 訪問購入は、事業者が消費者の自宅等へ訪問して、物品等を購入する方法。
- 3 その他・不明は、販売や購入とは無関係な相談や苦情などや、販売購入形態が不明なもの。

( 2 ) 相談件数の推移

10 年前に比べ、833 件(14.8%)減少したが、10 年間の平均件数は 4,762 件であり、数年横ばい状態である。

相談のうち、架空請求などの不当請求の相談は、平成 22 年度以降 20% 以下で推移していたが、平成 29 年度は、27% と大幅に増加した。前年度と比較すると、543 件(71.7%)増加している。

不当請求とは、利用した覚えのない代金の請求などの架空請求やメールやホームページなどにおけるワンクリック請求をいう。



( 図 1 ) 相談件数の推移



( 図 2 ) 不当請求の割合

( 3 ) 商品・役務等別相談件数の状況 ( 上位 1 0 分類 )

「商品一般」が前年度に比べ742件(335.7%)増加し、相談件数全体の2割を占めている。そのうち、790件(82.0%)がはがきなどによる架空請求による相談である。

ワンクリック請求(架空請求を含む。)などの「放送・コンテンツ等」は、前年度に比べ191件(21.1%)減少した。

「融資サービス」は、前年度に比べ27件(11.7%)増加している。

日常生活に関する相談などの「相談その他」は前年度に比べ72件(49.3%)増加し、「インターネット通信サービス」は前年度に比べ17件(8.1%)減少している。

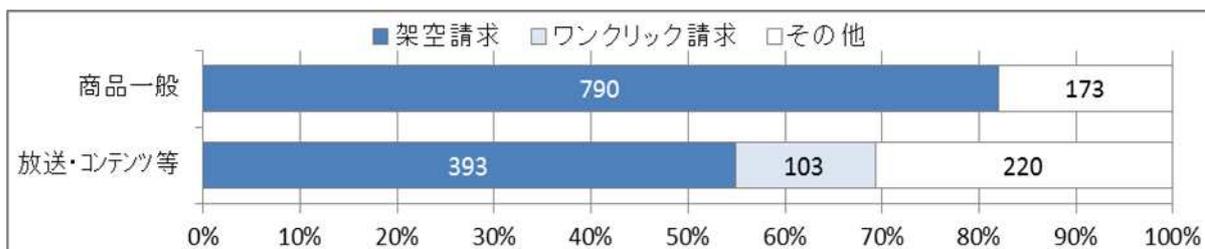
相談件数 4,807件(H28年度) 4,252件)

(表2) 商品・役務等別相談件数

上段:H29年度(下段:H28年度)

順位	商品・役務等別分類	件数	割合(%)	主な内容
1 (3)	商品一般	963 (221)	20.0 (5.2)	不審なはがきによる架空請求、目的の分からない不審な電話など
2 (1)	放送・コンテンツ等	716 (907)	14.9 (21.3)	携帯電話・パソコンなどのワンクリック詐欺、架空請求など
3 (2)	融資サービス	258 (231)	5.4 (5.4)	消費者ローン、住宅ローン、カードローン、ヤミ金、多重債務など
4 (7)	相談その他	218 (146)	4.5 (3.4)	日常生活に関すること、売買契約のないものなど
5 (4)	インターネット通信サービス	192 (209)	4.0 (4.9)	光回線やプロバイダなどの解約・不当な勧誘など
6 (6)	集合住宅	176 (157)	3.7 (3.7)	賃貸住宅の原状回復費用・敷金の返還等、マンションの契約など
7 (5)	役務その他	137 (195)	2.9 (4.6)	結婚相手紹介や探偵業者サービスの解約、個人情報削除の持ちかけなど
8 (8)	自動車	132 (135)	2.7 (3.2)	売買(新車・中古車)、整備、修理、下取り、ネット販売など
9 (10)	健康食品	117 (123)	2.4 (2.9)	健康食品の定期購入の解約、販売方法、広告など
10 (9)	戸建住宅	115 (129)	2.4 (3.0)	売買(新築・中古)、住宅リフォーム、外壁塗装工事など

国民生活センターのPIO-NET(全国消費生活情報ネットワーク・システム)の分類による。



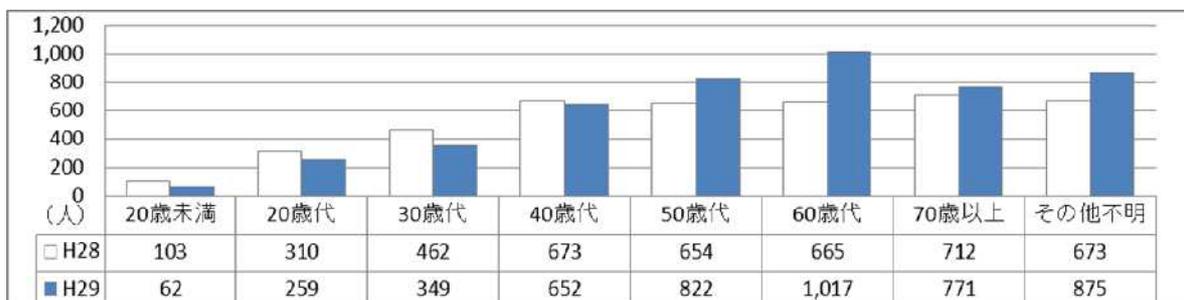
( 図 3 ) 商品一般、放送・コンテンツ等に占める不当請求の割合

(4) 契約当事者の年代

契約当事者の年代は、60歳代(21.2%)が最も多く、次いで50歳代(17.1%)、70歳以上(16.0%)の順となっている。

50歳以上は前年度に比較して579件増加しており、全体の54.3%(H28 47.8%)であった。

また、60歳以上は前年度に比較して411件増加しており、全体の37.2%(H29 32.4%)であった。



(図4) 契約当事者年代別内訳

(5) 契約当事者年代別相談件数の上位

スマートフォンの普及などから、40歳代までは「放送・コンテンツ等」が最も多くなっている。

一方、架空請求のはがきが多かったことから、50歳代以上で最も多いのは「商品一般」であった。

(表3) 契約当事者年代別相談件数上位 (相談件数)

年代	1位	2位	3位
20歳未満	放送・コンテンツ等 (24)	化粧品 (7)	健康食品 (7)
20歳代	放送・コンテンツ等 (48)	集合住宅 (19)	理美容 (15)
30歳代	放送・コンテンツ等 (66)	集合住宅 (66)	融資サービス (30)
40歳代	放送・コンテンツ等 (130)	融資サービス (54)	商品一般 (52)
50歳代	商品一般 (262)	放送・コンテンツ等 (139)	融資サービス (41)
60歳代	商品一般 (388)	放送・コンテンツ等 (162)	インターネット通信サービス (46)
70歳以上	商品一般 (133)	放送・コンテンツ等 (82)	インターネット通信サービス (47)

(6) 契約購入金額

契約購入金額が判明している相談件数は、1,429件(前年度1,676件)であり、その契約額の平均は約99万円で、前年度に比べ約15万円高い。

件数は減少したものの、契約購入金額が、100万以上から1千万未満の件数が多くなったことから、契約購入金額は前年度よりも高くなった。

(表4) 契約購入金額 (円)

	総合計金額	平均金額
H28	1,408,592,183	840,449
H29	1,410,132,587	986,797



(図5) 契約購入金額

## (7) 相談への対応状況

相談件数4,807件への対応は、相談者が自主交渉するための助言が2,585件、一般的なアドバイスとしての情報提供が1,595件、斡旋(あっせん)<sup>1</sup>が161件(うち、150件(93.2%)が解決)、他機関紹介が466件である。

助言、斡旋(あっせん)の結果、265件(18.5%)、約7,300万円の救済金<sup>2</sup>が発生した。

- 1「斡旋」：相談者(消費者)と事業者との交渉が円滑に行われるように、県民生活センターが介在すること
- 2「救済金」：県民生活センターにおいて助言、斡旋を行った結果、回復・防止に至った金額のこと

## 2 啓発・情報提供

### (1) 啓発活動

#### 出前講座の開催

平成29年度の開催回数は173回であり、受講者数は9,331人であった。

5年間の推移をみると、開催回数は増加しており、出前講座が周知され、より多くの対象者へ講座を実施している。

(表5)平成29年度出前講座実施状況 (回)

児童生徒講座	若者講座	高齢者講座	一般成人講座	見守り関係者研修	教職員研修	計
61	13	49	23	23	4	173

消費生活相談員、消費生活協力員、介護職員等

(表6)出前講座開催回数及び受講者数

	H25	H26	H27	H28	H29
開催回数(回)	111	120	131	155	173
受講者数(人)	10,057	9,239	9,901	9,860	9,331

(表7)出前講座テーマ例

最近の消費者トラブルの事例と対処法  
小学生・中学生・高校生・若者とネットトラブル  
消費者トラブルの現状と見守りの大切さ  
若者を取り巻く消費者トラブル  
家庭内の事故防止、新しい衣類の表示、食品ロス など

移動県民相談会の開催：5回

北杜市須玉ふれあい館、都留市まちづくり交流センター、  
富士河口湖町勝山ふれあいセンター、イオンモール甲府昭和、甲州市役所

消費者月間(5月)：啓発用DVD放映、街頭啓発キャンペーン実施

高齢者及び若者における悪質商法被害防止のための活動(9月、1~3月)

：関東甲信越ブロックの消費生活センター等と連携

## ( 2 ) 情報提供

消費生活情報誌「かいじ号」の発行・・・・・・・・年4回

消費者問題や食の安全・安心に関する話題について情報提供。

テレビスポット「くらしの情報」の放映・・・・・・・・YBS、UTY 各267回

消費生活に関する知識の普及や注意情報などの提供。

ホームページの運営、SNSアカウントの運営・・・・・・・・随時

ホームページやTwitter、Facebookを用いて、県民に直接的に情報提供を行っている。

報道への情報提供・・・・・・・・24件

報道機関に対し、最新の消費生活相談に関する情報を提供し、パブリシティを活用している。