

平成25年度
埼玉県消費生活相談年報
(県及び市町村消費生活相談の状況)

平成26年7月
埼玉県消費生活支援センター

目 次

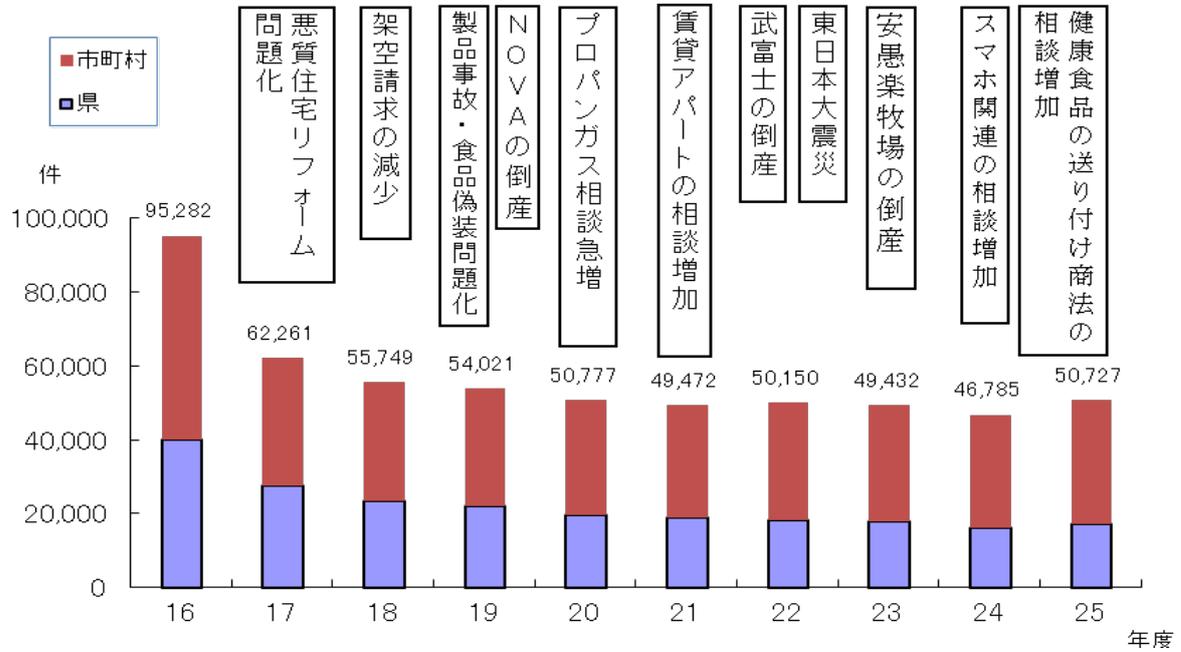
1	相談受付状況	
(1)	相談受付件数	1
(2)	県の受付件数	1
(3)	市町村の受付件数	2
(4)	相談種別・相談方法別件数	3
2	契約当事者の状況	
(1)	性別・年齢別件数	4
(2)	職業別件数	5
3	相談内容	
(1)	商品・サービス別件数	6
(2)	内容別件数	7
(3)	契約金額別件数	7
(4)	年代別契約金額	8
(5)	処理状況	9
(6)	商品テストを行った相談	10
4	取引方法別の状況	
(1)	件数の推移	11
(2)	契約当事者の年代別件数	12
(3)	取引方法別に多かった商品・サービス	13
(4)	その他の販売方法に係る相談	17
5	架空・不当請求に関する相談	19
6	高齢者に関する相談	20
7	若者に関する相談	23
8	クレジットに関する相談	
(1)	クレジット相談の概要	25
(2)	クレジット契約の形態	25
(3)	クレジット契約の商品・サービス	26
(4)	平均契約金額	27
9	多重債務に関する相談	28
10	危害・危険に関する相談	
(1)	件数の推移	30
(2)	危害に関する相談	30
(3)	危険に関する相談	32
11	特徴的な相談	
(1)	インターネット取引に関する相談	33
(2)	健康食品の送り付け商法	37
(3)	スマートフォン関連の相談	39
	(参考資料)	
	表1 商品・サービス別分類表	41
	表2 契約当事者の居住市町村別件数	42
	表3 相談者の居住市町村別件数 (県の受付分)	43
	表4 相談者の居住市町村別件数 (市町村の受付分)	44
	(事例等)	
1	取引方法の体系	45
2	取引方法ごとの事例	46
3	相談件数が多かった主な事例	50

1 相談受付状況

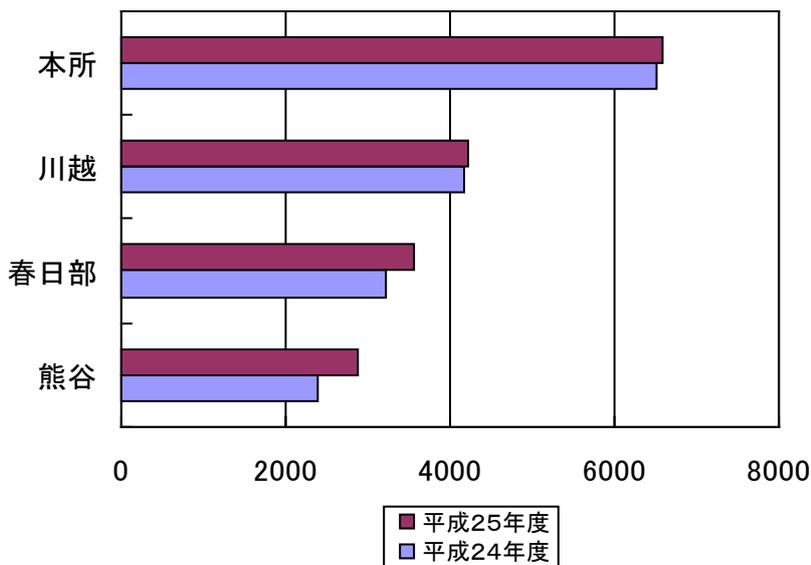
(1) 相談受付件数

県及び市町村の消費生活相談窓口で受け付けた平成25年度の件数は、50,727件となり、前年度と比べ3,942件増、8.4%増加した。

相談件数の年度別推移



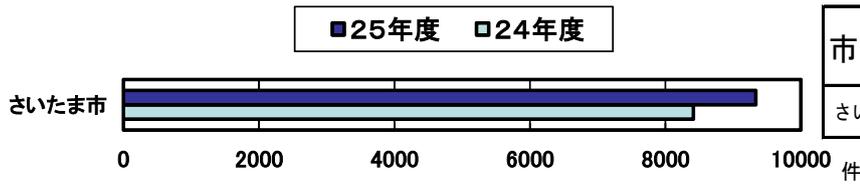
(2) 県の受付件数



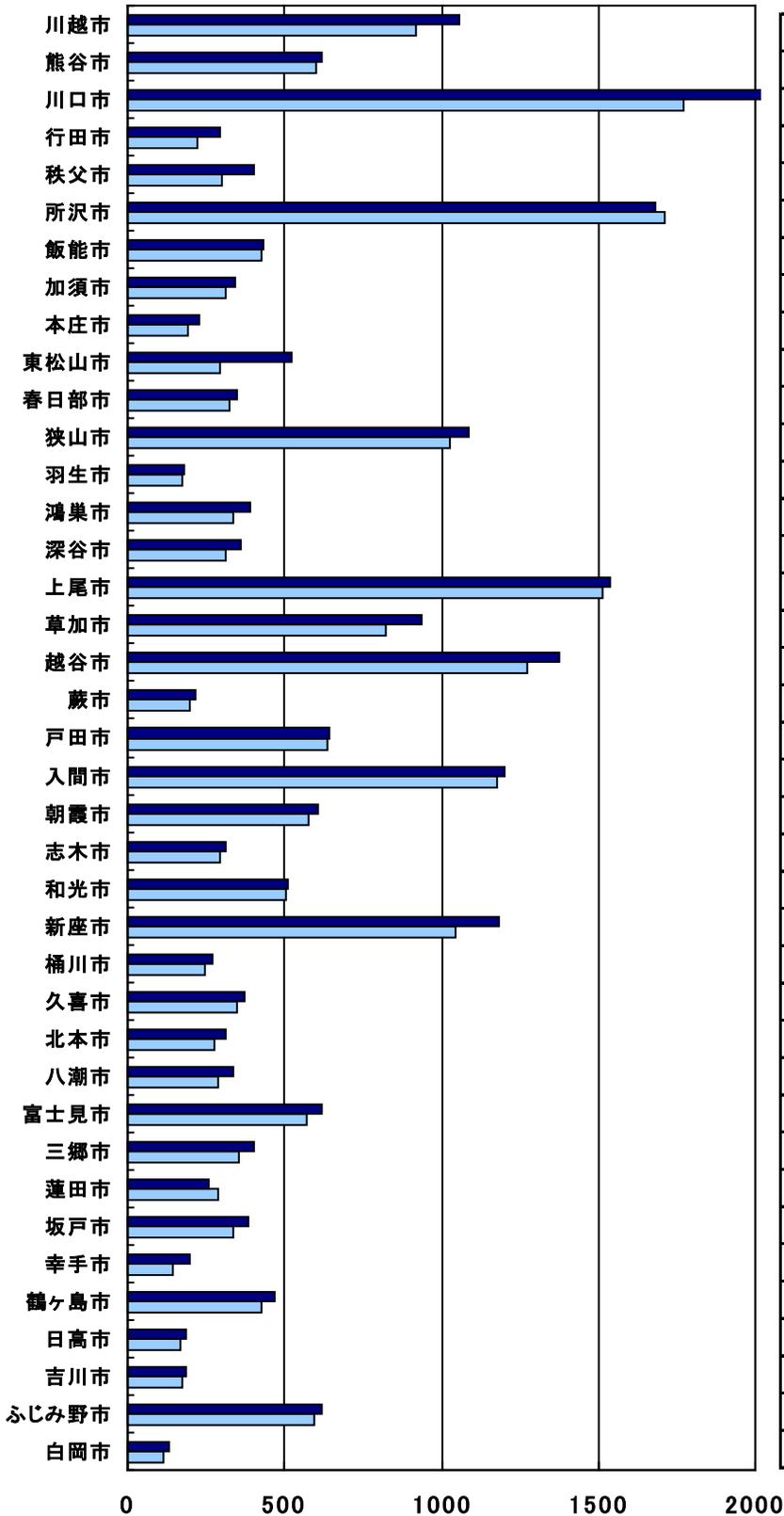
センター	25年度	24年度	増減 (%)
本所	6,579	6,515	1.0
川越	4,212	4,167	1.1
春日部	3,562	3,212	10.9
熊谷	2,870	2,380	20.6

県合計	17,223	16,274	5.8
-----	--------	--------	-----

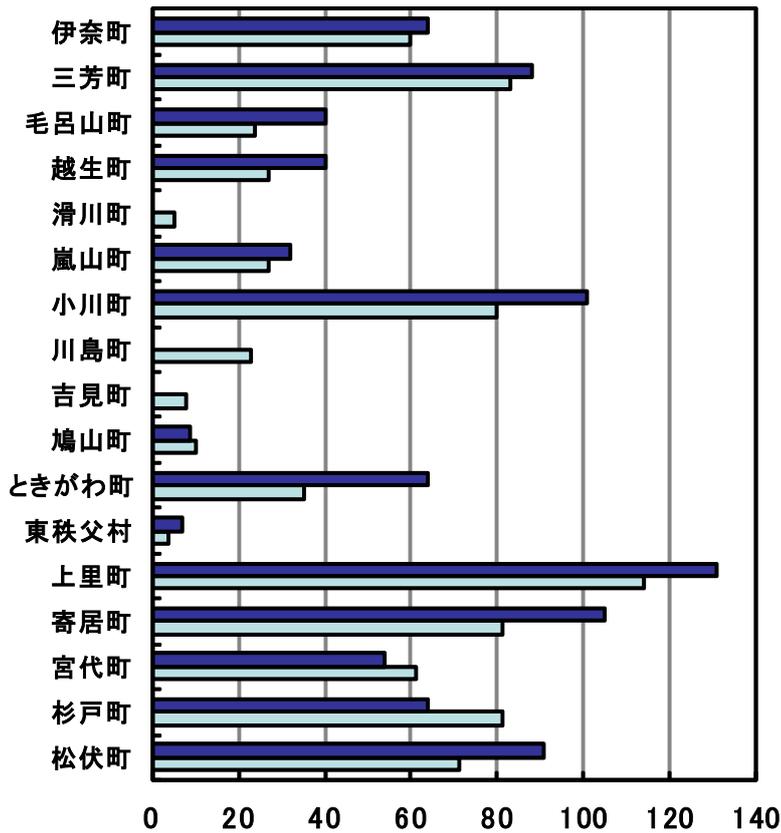
(3) 市町村の受付件数



市町村	25年度	24年度	増減率 (%)
さいたま市	9,336	8,412	11.0



市町村	25年度	24年度	増減率 (%)
川越市	1,055	917	15.0
熊谷市	620	602	3.0
川口市	2,047	1,773	15.5
行田市	296	223	32.7
秩父市	405	298	35.9
所沢市	1,683	1,712	-1.7
飯能市	435	424	2.6
加須市	344	315	9.2
本庄市	227	192	18.2
東松山市	525	296	77.4
春日部市	346	327	5.8
狭山市	1,087	1,029	5.6
羽生市	183	172	6.4
鴻巣市	390	337	15.7
深谷市	359	315	14.0
上尾市	1,539	1,514	1.7
草加市	938	821	14.3
越谷市	1,376	1,275	7.9
蕨市	217	200	8.5
戸田市	644	635	1.4
入間市	1,201	1,176	2.1
朝霞市	609	579	5.2
志木市	310	292	6.2
和光市	510	507	0.6
新座市	1,182	1,048	12.8
桶川市	270	244	10.7
久喜市	371	346	7.2
北本市	315	278	13.3
八潮市	337	289	16.6
富士見市	620	571	8.6
三郷市	403	352	14.5
蓮田市	256	288	-11.1
坂戸市	384	337	13.9
幸手市	196	142	38.0
鶴ヶ島市	467	424	10.1
日高市	189	171	10.5
吉川市	188	174	8.0
ふじみ野市	621	593	4.7
白岡市	133	117	13.7



市町村	25年度	24年度	増減率 (%)
伊奈町	64	60	6.7
三芳町	88	83	6.0
毛呂山町	40	24	66.7
越生町	40	27	48.1
滑川町	-	5	-
嵐山町	32	27	18.5
小川町	101	80	26.3
川島町	-	23	-
吉見町	-	8	-
鳩山町	9	10	-10.0
ときがわ町	64	35	82.9
東秩父村	7	4	75.0
上里町	131	114	14.9
寄居町	105	81	29.6
宮代町	54	61	-11.5
杉戸町	64	81	-21.0
松伏町	91	71	28.2

市町村合計	33,504	30,511	9.8
-------	--------	--------	-----

※他市町と相互利用を行っている自治体（平成26年3月31日現在）

①宮代町、杉戸町 ②本庄市、上里町 ③毛呂山町、越生町、鳩山町

※他市町委託により、相談窓口を開設していない自治体（平成26年3月31日現在）

横瀬町、皆野町、長瀨町、小鹿野町 → 秩父市に委託

美里町、神川町 → 本庄市、上里町に委託

滑川町、川島町、吉見町 → 東松山市に委託（平成25年4月1日から）

(4) 相談種別・相談方法別件数

相談種別別の受付件数は、「苦情」が46,815件で相談全体の9割以上を占めている。

相談方法は、電話によるものが最も多く、40,705件で全体の約8割を占めている。

	25年度		24年度		増減率 %
	件数	構成比%	件数	構成比%	
苦情	46,815	92.3	42,298	90.4	10.7
問合せ等	3,912	7.7	4,487	9.6	-12.8
計	50,727	100.0	46,785	100.0	8.4
電話	40,705	80.2	37,046	79.2	9.9
来所	9,987	19.7	9,699	20.7	3.0
文書	35	0.1	40	0.1	-12.5
計	50,727	100	46,785	100.0	8.4

※「問合せ等」は、買物相談、生活知識等で苦情が発生していない相談。

※以下は、原則として、「問合せ等」を除く「苦情」相談件数に対する分析です。

2 契約当事者の状況

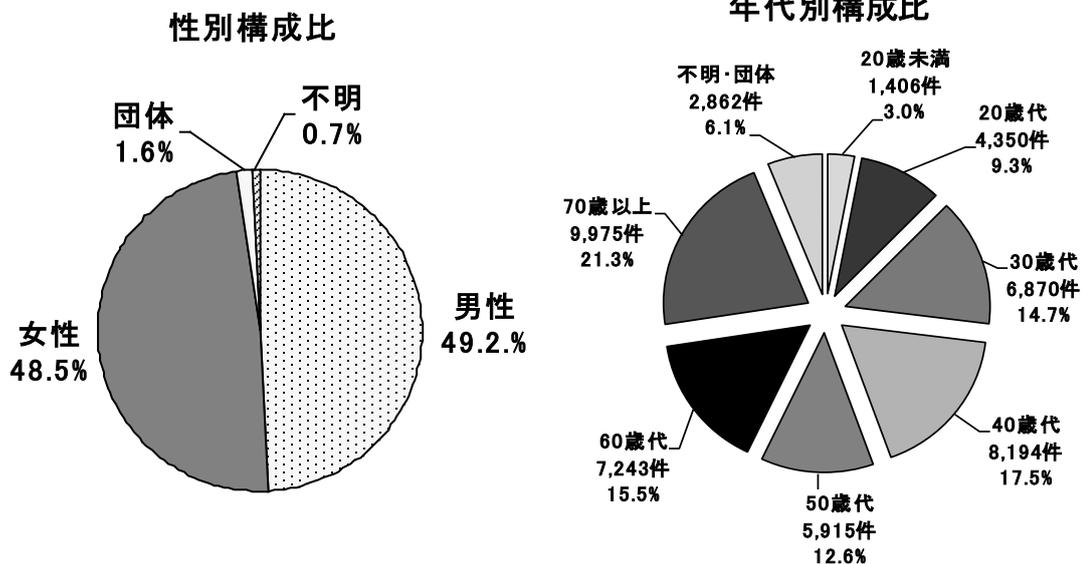
(1) 性別・年齢別件数

契約当事者の性別の構成比は、女性の比率が年々増加し、25年度は「男性」が49.2%に対し、「女性」が48.5%と性別による件数の差は、ほとんど認められなかった。

年代別でみると、70歳以上が最も多く21.3%、次いで40歳代が17.5%、60歳代が15.5%となっている。

25年度は、前年度に比べ全体件数が増加した中、70歳以上の件数は9,975件と前年度に比べ2,460件増(32.7%増)となった。特に、70歳以上の女性の件数は、前年度に比べ1,577件増(38.7%増)と急増している。

※ 「契約当事者」とは、商品やサービスを実際に契約した人及び契約しようとした人で、契約書面上の名義人とは異なる。



性別・年代別件数

	25年度						24年度					
	男	女	団体	不明	計	構成比	男	女	団体	不明	計	構成比
70歳以上	4,302	5,652	753	21	9,975	21.3%	3,415	4,075	613	25	7,515	17.8%
60歳代	3,730	3,500		13	7,243	15.5%	3,408	3,000		14	6,422	15.2%
50歳代	3,184	2,717		14	5,915	12.6%	3,139	2,690		15	5,844	13.8%
40歳代	4,151	4,032		11	8,194	17.5%	4,236	3,815		8	8,059	19.1%
30歳代	3,561	3,302		7	6,870	14.7%	3,616	3,430		9	7,055	16.7%
20歳代	2,122	2,219		9	4,350	9.3%	2,045	2,118		6	4,169	9.8%
20歳未満	908	491		7	1,406	3.0%	854	461		3	1,318	3.1%
不明・団体	1,052	785		272	2,862	6.1%	666	435		202	1,916	4.5%
計	23,010	22,698	354	46,815	100.0%	21,379	20,024	282	42,298	100.0%		
	49.2%	48.5%	1.6%	0.7%	100.0%	50.5%	47.3%	1.5%	0.7%	100.0%		

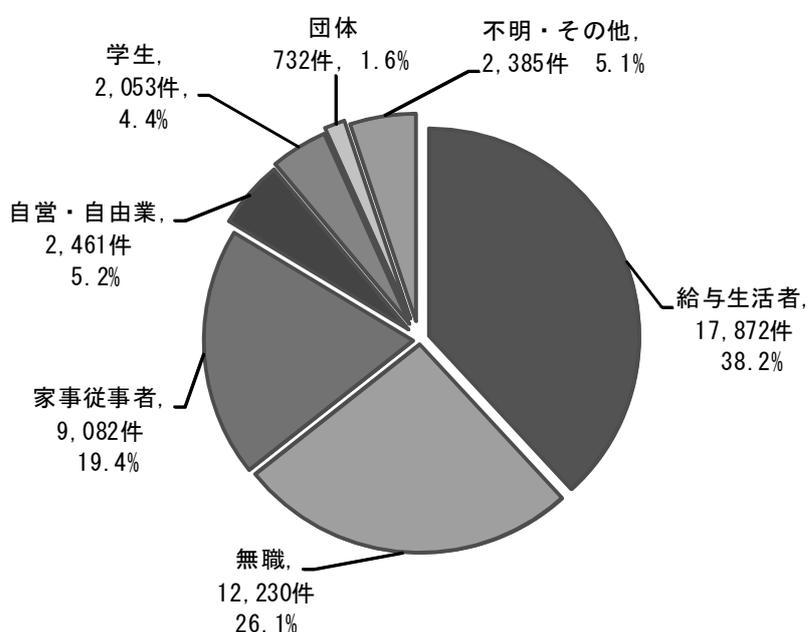
(2) 職業別件数

職業別件数は、多い順に「給与生活者」、「無職」、「家事従事者」となり、前年度と同様であった。

特に「無職」が12,230件で、前年に比べて2,022件増(19.8%増)、「学生」が2,053件で前年に比べて210件増(11.4%増)となった。

また、「無職」のうち、60歳以上の件数は、増加傾向にあり、25年度は9,534件(前年度比1,937件増)で、「無職」全体の8割近くを占めている。

職業別構成比



	25年度		24年度		増減率 (%)
	件数	構成比%	件数	構成比%	
給与生活者	17,872	38.2	17,221	40.7	3.8
自営・自由業	2,461	5.2	2,391	5.7	2.9
家事従事者	9,082	19.4	8,262	19.5	9.9
学生	2,053	4.4	1,843	4.4	11.4
無職	12,230	26.1	10,208	24.1	19.8
団体	732	1.6	605	1.4	21.0
不明・その他	2,385	5.1	1,768	4.2	34.9
合計	46,815	100.0	42,298	100.0	10.7

3 相談内容

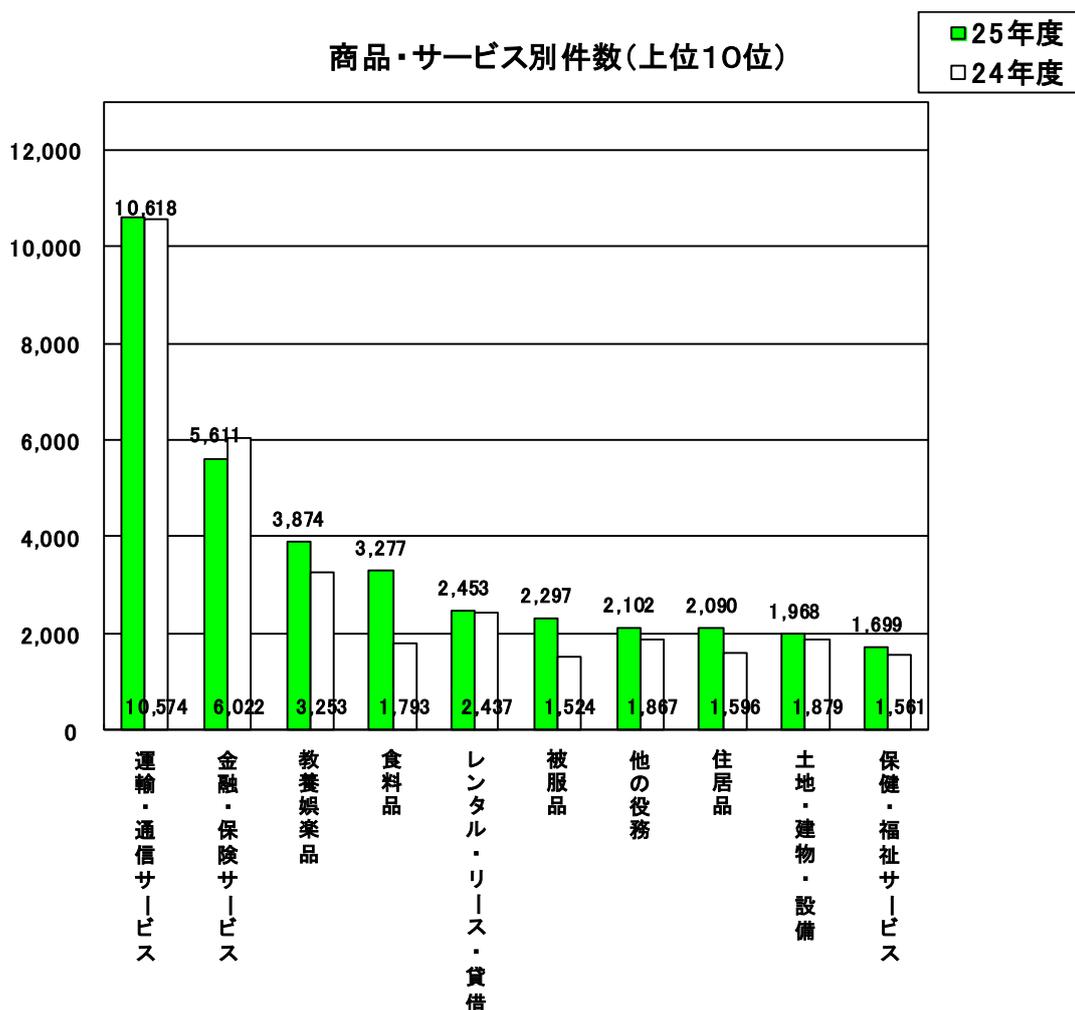
(1) 商品・サービス別件数

電話サービスやインターネット等の「運輸・通信サービス」が10,618件と最も多く、続いてサラ金・投資・保険等の「金融・保険サービス」が5,611件、携帯電話や新聞等の「教養娯楽品」が3,874件と続いている。

24年度と比較すると、「金融・保険サービス」は411件減少したものの「教養娯楽品」及び「食料品」が増加した。中でも、高齢者をターゲットにした「健康食品の送り付け商法」に関する相談の急増等を背景に「食料品」が1,484件増で、前年度に比べ82.8%増加した。

「運輸・通信サービス」はほぼ横ばいであったが、相談件数は突出して多く、全相談件数の22.7%を占めている。利用料の請求画面を勝手に貼り付ける「ワンクリック請求」等の架空・不当請求が多いアダルト情報サイトに関する相談は、従来はパソコンに関連するものが多かったが、スマートフォンに関連する相談が増加している。(33頁「11 特徴的な相談 デジタルコンテンツ関連の相談」参照。)

※「ワンクリック請求」とは、「メールやホームページにおいて、クリックする前に利用料金や利用規約等について明確な説明がない状況で、クリックを促し料金を請求する手口」のことをいう。



(2) 内容別件数（複数選択項目）

「契約・解約」に関するものが34,555件と最も多く、次いで「販売方法」、「価格・料金」と続いている。

24年度と比較すると、「安全・衛生」及び「法規・基準」に関する相談が増加した。「安全・衛生」は、冷凍調理食品の農薬混入問題や化粧品による白斑の症状に関する相談の増加、「法規・基準」は、消費税増税に関連する相談の増加が目立っている。

内容別件数（複数選択項目）

順位	分類	25年度		24年度		増減(%)
		件数	構成比%	件数	構成比%	
1	契約・解約	34,555	73.8	30,963	73.2	11.6%
2	販売方法	25,012	53.4	21,157	50.0	18.2%
3	価格・料金	7,533	16.1	7,011	16.6	7.4%
4	接客対応	7,345	15.7	6,272	14.8	17.1%
5	品質・機能・役務品質	6,364	13.6	5,710	13.5	11.5%
6	表示・広告	3,104	6.6	2,516	5.9	23.4%
7	安全・衛生	1,893	4.0	1,502	3.6	26.0%
8	法規・基準	1,535	3.3	1,284	3.0	19.5%
9	計量・量目	84	0.2	59	0.1	42.4%
10	施設・設備	70	0.1	59	0.1	18.6%
11	包装・容器	66	0.1	40	0.1	65.0%
12	その他	967	2.1	823	1.9	17.5%
	(総件数)	46,815		42,298		10.7%

※「構成比」は、総件数のうち何%に「分類」の項目が付けられていたかを示す。

(3) 契約金額別件数（金額が判明したものに限り。契約していない場合は請求された額。）

契約購入金額が判明しているものは、25,105件で、合計金額は約381億円、1件当たりの平均金額は約152万円となっている。

契約購入金額が「1万円～10万円」の相談件数が最も多く、「健康食品の送り付け商法」や「アダルト情報サイト」等に関する相談が多かったことを反映している。

契約金額別件数

契約購入金額	25年度		24年度		増減(%)
	件数	構成比%	件数	構成比%	
1万円未満	4,805	19.1	4,243	19.0	13.2
1万円以上～10万円未満	9,899	39.4	7,886	35.3	25.5
10万円以上～100万円未満	6,414	25.5	6,320	28.3	1.5
100万円以上～500万円未満	2,620	10.4	2,599	11.6	0.8
500万円以上～1億円未満	1,339	5.3	1,286	5.7	4.1
1億円以上	28	0.1	21	0.1	33.3
計	25,105	100.0	22,355	100.0	12.3
相談件数に占める比率	53.6%		52.9%		1.3
総合計金額(円)	38,133,836,659		35,919,730,278		6.2
平均金額(円)	1,518,974		1,606,787		-5.5

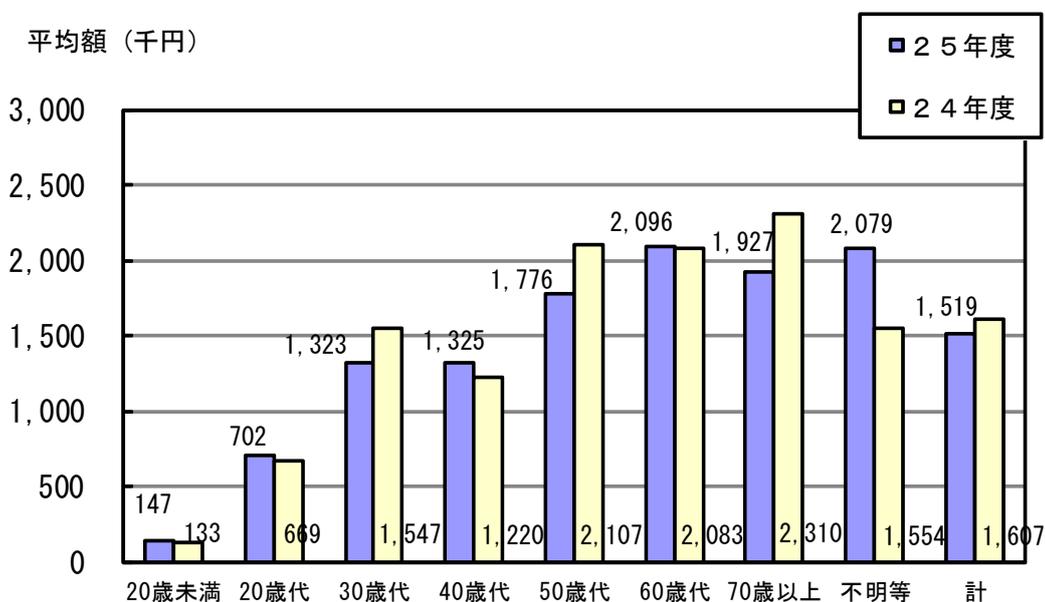
(4) 年代別契約金額（年齢・金額が判明したものに限る。）

平均契約金額は60歳代が209万6千円で最も高く、契約金額の合計額は、70歳以上が96億4千9百万円で最も高かった。詐欺的なファンド型投資商品、公社債等への出資や、その被害回復をうたう手口の二次被害など、契約金額の高額な利殖商法に係る相談がこの年代に多いことが一つの要因と考えられる。

24年度と比較すると平均額が増加したのは、40歳代が10万5千円増(8.6%増)、20歳代が3万3千円増(5.0%増)で、減少したのは、70歳以上が38万3千円減(16.6%減)、50歳代が33万2千円減(15.7%減)、30歳代が22万5千円減(14.5%減)であった。

※「二次被害」とは、一度被害に遭った人を再び勧誘して、二次的な被害を与えるケースをいう。

契約当事者年代別契約購入金額



(5) 処理状況

相談・苦情の処理に当たって、自主交渉によりトラブルが解決されるよう、消費者にアドバイスすることが多いが、相談者と事業者との交渉力・情報力の差から判断し、必要な場合には消費者と事業者間の“あっせん”を行っている。

全体の構成比では、「助言（自主交渉）」が67.7%を占め、次いで「情報提供」、「あっせん解決」となっている。

処理状況の内訳

順位	処理内容	25年度		24年度		増減(%)
		件数	構成比 %	件数	構成比 %	
1	助言（自主交渉）	31,696	67.7	28,753	68.0	10.2
2	情報提供	7,292	15.6	6,437	15.2	13.3
3	あっせん解決	4,677	10.0	4,420	10.4	5.8
4	他機関紹介	954	2.0	797	1.9	19.7
5	処理不要	875	1.9	666	1.6	31.4
6	あっせん不調	568	1.2	550	1.3	3.3
7	処理不能	378	0.8	367	0.9	3.0
	処理継続中	375	0.8	308	0.7	21.8
	合計	46,815	100.0	42,298	100.0	10.7

助言(自主交渉)：自主交渉で解決する可能性があり、自主解決の方法をアドバイスしたものの。

情報提供：消費生活センターの業務範囲であり、トラブルが発生しているもので、弁護士会等の他機関を紹介したもの、又はトラブルが発生していないもので、一般的なアドバイスをしたもの。

あっせん解決：あっせんを行った相談で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。

他機関紹介：労働相談など消費生活センターの業務範囲ではないため、本来の相談機関を紹介したもの。

処理不要：相談者が情報提供ただけで処理を望んでいないもの、又は相談者が相談を取り下げたもの。

処理不能：相談者に連絡がとれなくなったもの、又は事業者が倒産して連絡がとれなくなったもの。

(6) 商品テストを行った相談

25年度は、40件の商品テストを行った。商品分類別には、クリーニングが16件（40.0%）と多数を占め、次いで住居品が9件（22.5%）であった。

分類	件数（構成比）	主なテスト事例	テスト結果の概要
クリーニング	16（40.0%）	留袖のシミ	紋の境目の変色は、紋を染める工程の中で石持の余白を塗りつぶしたものであり、経年劣化等により周囲と色合いが変わったものと思われる。右抱き紋周囲の変色は横糸が波打っていることから、濡れた後、繊維がもとのように戻らなかったものと思われる。
		ニットワンピースの穴あき	穴のあいた部分には虫食いの特徴がみられた。クリーニングに出す前に虫食いにあった部分がクリーニングにより顕在化したものと推測される。
住居品	9（22.5%）	コンセントタップの焦げ	片極の栓刃と刃受けの接合部で接触不良が発生し、接触抵抗が増大したために発熱し、樹脂が溶融したものと推測される。
		やかんのにおい	ふたのつまみ内部にたまった水から強いにおいを感じ、分析したところアルデヒド類やアミン類などの臭気物質が検出された。ふたのつまみの溶接部分に欠損があったため、本体に流入したと考えられる。
被服品	6（15.0%）	紳士スラックスの破損	着用中に、何らかの理由で瞬間的に大きな力がかかり、股止まりの縫い糸が切れたことをきっかけに生地が切れ、破損が拡大したものと思われる。
食料品	5（12.5%）	干し芋の異物	金、銀、銅、パラジウムなど一般的な歯科用金属に含まれる金属が検出された。形状からも歯の詰め物と推測された。
保健衛生品	2（5.0%）	入浴剤に含まれる硫化水素	硫化水素臭はなく、有機酸の刺激臭があった。分析の結果、硫化水素は検出されなかった。
車両・乗り物	1（2.5%）	サドルカバーの空気抜け	製品の加圧、減圧機能は正常であり、ピンホールもみられない。走行中に減圧ボタンに触れてしまい空気が抜けた可能性が高い。
その他	1（2.5%）		
合計	40（100%）		

4 取引方法別の状況

(1) 件数の推移

店舗販売に関する相談は14,660件で、前年度比2.7%の増加となった。

無店舗販売に関する相談は、前年度比15.6%の増加となった。内訳としては、ネガティブ・オプションと電話勧誘販売が大幅に増加している。また、特定商取引法が平成25年2月21日に改正施行され訪問購入が規制対象となり、平成25年度は年度を通して相談を受けたことから、相談件数が大幅に増加となっている。

訪問販売（家庭訪販・キャッチセールス・アポイントメントセールス・催眠商法等）の件数は4,859件で、前年度比5.5%の増となった。このうちアポイントメントセールス（ネックレス・パソコンソフト等）は26.1%増と大幅に増加した。その他、家庭訪販（工事・建築、有線テレビ放送等）及びキャッチセールス（化粧品、エステティックサービス等）、催眠商法（SF商法）も増加している。

電話勧誘販売、ネガティブ・オプションの増加は、平成24年度後半から増加した「健康食品の送り付け商法」によるものである。電話勧誘販売では引き続きファンド型投資商品も増加しており、二次被害の割合も高い。

※「二次被害」については、8頁参照。

取引方法別の件数

	25年度		24年度		増減(件)	増減(%)	
	件数	構成比 %	件数	構成比 %			
店舗販売	14,660	31.3	14,268	33.7	392	2.7%	
無店舗(計)	25,237	53.9	21,822	51.6	3,415	15.6%	
(無店舗の内訳)	訪問販売	4,859	19.3	4,604	21.1	255	5.5%
	通信販売	14,446	57.2	12,924	59.2	1,522	11.8%
	電話勧誘販売	4,192	16.6	3,264	15.0	928	28.4%
	マルチ・マルチまがい	458	1.8	378	1.7	80	21.2%
	ネガティブ・オプション	362	1.4	152	0.7	210	138.2%
	訪問購入	391	1.5	37	0.2	354	956.8%
	その他無店舗	529	2.1	463	2.1	66	14.3%
不明・無関係	6,918	14.8	6,208	14.7	710	11.4%	
合計	46,815	100.0	42,298	100.0	4,517	10.7%	

※網掛け部分の構成比は無店舗(計)に占める割合を示す。

※「訪問購入」平成24年度の件数は、特定商取引法改正施行後から集計した件数。

訪問販売項目別の相談件数

項目	25年度		24年度		増減(件)	増減(%)
	件数	構成比 %	件数	構成比 %		
アポイントメントセールス	150	3.1	119	2.6	31	26.1%
キャッチセールス	125	2.6	118	2.6	7	5.9%
催眠商法(SF商法)	72	1.5	65	1.4	7	10.8%
家庭訪販	3,369	69.3	3,017	3.017	352	11.7%
訪問販売全体	4,859	100.0	4,604	100.0	255	5.5%

二次被害の相談件数

項目	25年度		24年度		増減(件)	増減(%)
	件数	構成比 %	件数	構成比 %		
二次被害	831	100.0	792	100.0	39	4.9%
うち電話勧誘販売	418	50.3	433	54.7	-15	-3.5%

(2) 契約当事者の年代別件数

20歳未満から40歳代までは「通信販売」が特に多い。また、年代が高くなると在宅率も高くなるため、60歳代・70歳以上では「訪問販売」「電話勧誘販売」「ネガティブ・オプション」の割合が高くなる傾向がある。

25年度は、「健康食品の送り付け商法」の急増などを受けて、70歳以上での「電話勧誘販売」「ネガティブ・オプション」の割合が特に高くなっている。

また、「マルチ・マルチまがい」は、20歳代の割合が比較的高くなっている。

年代別 取引方法別の件数・割合

	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	不明	合計
合 計	1,406	4,350	6,870	8,194	5,915	7,243	9,975	2,862	46,815
構成比	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
店 舗 販 売	188	1,564	2,577	2,953	2,177	2,302	2,025	874	14,660
構成比	13.4%	36.0%	37.5%	36.0%	36.8%	31.8%	20.3%	30.5%	31.3%
無 店 舗 (計)	1,147	2,375	3,526	4,191	2,900	3,758	6,191	1,149	25,237
構成比	81.6%	54.6%	51.3%	51.1%	49.0%	51.9%	62.1%	40.1%	53.9%
訪 問 販 売	34	385	427	552	481	824	1,775	381	4,859
構成比	2.4%	8.9%	6.2%	6.7%	8.1%	11.4%	17.8%	13.3%	10.4%
通 信 販 売	1,085	1,645	2,740	3,141	1,906	1,862	1,574	493	14,446
構成比	77.2%	37.8%	39.9%	38.3%	32.2%	25.7%	15.8%	17.2%	30.9%
電 話 勧 誘 販 売	5	84	181	316	337	826	2,258	185	4,192
構成比	0.4%	1.9%	2.6%	3.9%	5.7%	11.4%	22.6%	6.5%	9.0%
マルチ・マルチまがい	10	189	50	34	46	46	71	12	458
構成比	0.7%	4.3%	0.7%	0.4%	0.8%	0.6%	0.7%	0.4%	1.0%
ネガティブ・オプション	3	5	9	12	18	39	246	30	362
構成比	0.2%	0.1%	0.1%	0.1%	0.3%	0.5%	2.5%	1.0%	0.8%
訪問購入	0	12	40	44	46	75	155	19	391
構成比	0.0%	0.3%	0.1%	0.5%	0.8%	1.0%	1.6%	0.7%	0.8%
その他無店舗	10	55	79	92	66	86	112	29	529
構成比	0.7%	1.3%	1.1%	1.1%	1.1%	1.2%	1.1%	1.0%	1.1%
不明・無関係	71	411	767	1,050	838	1,183	1,759	839	6,918
構成比	5.0%	9.4%	11.2%	12.8%	14.2%	16.3%	17.6%	29.3%	14.8%

※構成比は、各年代ごとの販売・購入方法が占める割合を示す。

(3) 取引方法別に多かった商品・サービス

ア 店舗販売

店舗販売の件数は14,660件で、前年度比392件増加(2.7%増)した。

「フリーローン・サラ金」は304件減少(21.0%減)となった。22年9月から施行された貸金業法改正以降、3年連続の減少となっている。

「工事・建築」は93件増加(15.1%増)した。大雪により損壊した家屋等の修理に関する相談や建築の遅れにより消費増税後の税率が適用になるケースなどが相談件数増加の要因となっている。

順位	項目	25年度		24年度		増減(件)
		件数	構成比 %	件数	構成比 %	
1	不動産貸借	1,706	11.6	1,778	12.5	-72
2	フリーローン・サラ金	1,142	7.8	1,446	10.1	-304
3	工事・建築	709	4.8	616	4.3	93
4	四輪自動車	616	4.2	658	4.6	-42
5	携帯電話	505	3.4	489	3.4	16
6	携帯電話サービス	503	3.4	480	3.4	23
7	医療サービス	319	2.2	311	2.2	8
8	エステティックサービス	317	2.2	294	2.1	23
全件数		14,660	100.0	14,268	100.0	392

イ 訪問販売

訪問販売の件数は4,859件で、前年度比255件増加(5.5%増)となった。

「プロパンガス」は減少したものの、「テレビ放送サービス」は前年度比104件増(63.0%増)となっているのが目を引く。これは公共放送サービスに関する相談の増加が要因の一つである。

年代別に見てみると、60歳以上の相談割合は、53.5%と全体の半分以上を占め、特に70歳以上の相談件数は、全体の36.5%と高齢者からの相談が極めて多い。

順位	項目	25年度		24年度		増減(件)
		件数	構成比 %	件数	構成比 %	
1	工事・建築	545	11.2	500	10.9	45
2	新聞	339	7.0	305	6.6	34
3	テレビ放送サービス	269	5.5	165	3.6	104
4	プロパンガス	173	3.6	194	4.2	-21
5	インターネット接続回線	167	3.4	140	3.0	27
全件数		4,859	100.0	4,604	100.0	255

年代別件数

年代	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	不明	合計
訪問販売	34	385	427	552	481	824	1,775	381	4,859
構成比	0.7%	7.9%	8.8%	11.4%	9.9%	17.0%	36.5%	7.8%	100.0%

ウ 通信販売

通信販売の件数は14,446件で、前年度比1,522件の増加(11.8%増)となった。「デジタルコンテンツ」に関する相談は、7,270件で全体の約5割と多い。前年度比では132件の増加(1.8%増)であった。デジタルコンテンツの中味は各年代を通じてアダルトサイトに関するものが最も多くなっているが、20歳未満ではオンラインゲーム、20歳～40歳代では出会い系サイトが比較的多くなっている。

年代別で見ると、20歳代から40歳代の相談件数が52.1%を占めている。また、20歳未満の相談件数も7.5%を占め、他の販売方法と比較してその割合が高い。

順位	項目	25年度		24年度		増減(件)
		件数	構成比 %	件数	構成比 %	
1	デジタルコンテンツ	7,270	50.3	7,138	55.2	132
2	商品一般	391	2.7	312	2.4	79
3	パソコンソフト	209	1.4	105	0.8	104
4	婦人用バッグ	182	1.3	78	0.6	104
5	運動ぐつ	178	1.2	60	0.5	118
全件数		14,446	100.0	12,924	100.0	1,522

※「商品一般」…その商品・サービスが何なのか消費者が知らないものや特定できないもの。

年代別件数

年代	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	不明	合計
通信販売	1,085	1,645	2,740	3,141	1,906	1,862	1,574	493	14,446
構成比	7.5%	11.4%	19.0%	21.7%	13.2%	12.9%	10.9%	3.4%	100.0%

エ 電話勧誘販売

電話勧誘販売の件数は4,192件で、前年度比928件増加(28.4%増)と大幅な増加となった。「ネガティブ・オプション(送り付け商法)」同様に「健康食品の送り付け」の増加によるものだが、「健康食品を今から送ります」との電話勧誘に慌てて同意してしまった事案が「電話勧誘販売」に分類されている。「ファンド型投資商品」が昨年引き続き増加し、前年度比12件増加(2.3%増)となっており、二次被害も多い。

年代別件数は60歳以上が多く、その構成比も7割を超えている。特に70歳以上の割合が高い。

※「二次被害」については、8頁参照。

順位	項目	25年度		24年度		増減(件)
		件数	構成比 %	件数	構成比 %	
1	健康食品	553	13.2	126	3.9	427
2	ファンド型投資商品	525	12.5	513	15.7	12
3	商品一般	268	6.4	81	2.5	187
4	他の健康食品	242	5.8	209	6.4	33
5	株	237	5.7	209	6.4	28
全件数		4,192	100.0	3,264	100.0	928

年代別件数

年代	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	不明	合計
電話勧誘販売	5	84	181	316	337	826	2,258	185	4,192
構成比	0.1%	2.0%	4.3%	7.5%	8.0%	19.7%	53.9%	4.4%	100.0%

オ マルチ・マルチまがい販売

マルチ・マルチまがい販売の件数は458件で、前年度より80件増加（21.2%増）と増加に転じた。「健康食品」、「化粧品」の件数が多く、合わせて全体の3割を超えている。

学習教材が9件増加（24.3%増）しているが、これは投資用DVDに関する相談によるもので、大学生からの相談が多い。マルチ・マルチまがい販売全体を見ても、20歳代の構成比の高さが目立っている。

順位	項目	25年度		24年度		増減(件)
		件数	構成比 %	件数	構成比 %	
1	健康食品	90	19.7	105	27.8	-15
2	化粧品	58	12.7	58	15.3	0
3	学習教材	46	10.0	32	8.5	14
4	ファンド型投資商品	32	7.0	19	5.0	13
5	商品一般	29	6.3	37	9.8	-8
全件数		458	100.0	378	100.0	80

年代別件数

年代	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	不明	合計
マルチ・マルチまがい	10	189	50	34	46	46	71	12	458
構成比	2.2%	41.3%	10.9%	7.4%	10.0%	10.0%	15.5%	2.6%	100.0%

カ ネガティブ・オプション（送り付け商法）

ネガティブ・オプションの件数は362件で、前年度比210件増加（138.2%増）と大幅に増えている。「健康食品」「他の健康食品」を合わせると項目に占める構成比53.6%、119件の増加と前年度に引き続き大きく増えた。

「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健康食品を強引に送り付けられるという相談が、24年度の後半頃から目立って増え始め、平成25年度前半にピークとなった。行政の施策や警察の摘発もあって、年度後半には件数が減少している。

年齢別件数では、60歳以上が全体の約8割となった。

順位	項目	25年度		24年度		増減(件)
		件数	構成比 %	件数	構成比 %	
1	健康食品	126	34.8	49	32.2	77
2	他の健康食品	68	18.8	26	17.1	42
3	商品一般	33	9.1	6	3.9	27
4	鮮魚	12	3.3	3	2.0	9
4	書籍・印刷物	10	2.8	6	3.9	4
全件数		362	100.0	152	100.0	210

年代別件数

年代	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	不明	合計
ネガティブ・オプション	3	5	9	12	18	39	246	30	362
構成比	0.8%	1.4%	2.5%	3.3%	5.0%	10.8%	68.0%	8.3%	100.0%

キ 訪問購入

「特定商取引法」が平成25年2月21日に改正施行され、訪問購入、いわゆる「押し買い」が規制対象となった。平成25年度は「商品一般」に関する相談が最も多く、続いて「特定商取引法」では規制対象外の四輪自動車が多くなっている。

年代別に見ると、40歳代までは主に四輪自動車に関する相談、50歳代以上は主にアクセサリや商品一般に関する相談が中心となっている。

なお、四輪自動車は「特定商取引法」規制対象外であるが、埼玉県では「埼玉県民の消費生活の安定及び向上に関する条例」において規制をしている。

順位	項目	25年度		24年度	
		件数	構成比 %	件数	構成比 %
1	商品一般	61	15.6	4	10.8
2	四輪自動車	56	14.3	9	24.3
3	アクセサリ	50	12.8	5	13.5
4	被服品一般	36	9.2	1	2.7
5	ネックレス	28	7.2		0.0
6	着物類	23	5.9	1	2.7
7	指輪	22	5.6	4	10.8
全件数		391	100.0	37	100.0

※平成24年度の件数は、特定商取引法改正施行後から集計した件数。

※「商品一般」については、8頁参照。

年代別件数

年代	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	不明	合計
訪問購入	0	12	40	44	46	75	155	19	391
構成比	0.0%	3.1%	10.2%	11.3%	11.8%	19.2%	39.6%	4.9%	100.0%

ク その他無店舗販売

全体の件数は529件で前年度比66件増加（14.3%増）した。主に借金による多重債務や自己破産に関する相談である「フリーローン・サラ金」が最も多い。

震災による原発事故以来「ミネラルウォーター」の相談が増加していたが、昨年度は減少に転じた。

順位	項目	25年度		24年度		増減(件)
		件数	構成比 %	件数	構成比 %	
1	フリーローン・サラ金	55	10.4	47	10.2	8
2	工事・建築	34	6.4	33	7.1	1
3	ミネラルウォーター	18	3.4	37	8.0	-19
4	修理サービス	17	3.2	7	1.5	10
5	洗濯物干し用品	16	3.0	5	1.1	11
5	不動産賃借	14	2.6	8	1.7	6
全件数		529	100.0	463	100.0	66

年代別件数

年代	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	不明	合計
その他無店舗	10	55	79	92	66	86	112	29	529
構成比	1.9%	10.4%	14.9%	17.4%	12.5%	16.3%	21.2%	5.5%	100.0%

(4) その他の販売方法に係る相談

特定商取引法により規制されている販売方法は、「(1) 件数の推移」にある「訪問販売」、「通信販売」、「電話勧誘販売」、「マルチ・マルチまがい」、「ネガティブ・オプション」「訪問購入」のほか、いわゆる内職、モニター商法を対象とした「業務提供誘引販売」、エステティックサービス等の「特定継続的役務提供」がある。

ア 業務提供誘引販売

業務提供誘引販売の件数は42件で、前年度比25.0%の減少となり、4年連続で減少した。

引き続き「ワープロ・パソコン内職」「他の内職・副業」に関する相談が最も多く、件数も増加している。一方、「タレント・モデル内職」「タレント・モデル養成教室」、「撮影サービス」の件数が減少している。

契約当事者は20歳代～30歳代が多く、業務提供誘引販売に関する相談全体の64.3%を占める。特に女性からの相談が多い。

分類ごとの件数

順位	分類	25年度		24年度		増減(件)
		件数	構成比 %	件数	構成比 %	
1	ワープロ・パソコン内職	12	28.6	10	17.9	2
2	他の内職・副業	11	26.2	8	14.3	3
3	エステティックサービス	3	7.1	0	0.0	3
4	タレント・モデル内職	1	2.4	9	16.1	-8
4	タレント・モデル養成教室	1	2.4	5	8.9	-4
合計		42	100.0	56	100.0	-14

年代・性別ごとの件数

	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	不明	合計
男性	0	7	4	1	2	0	0	0	14
女性	0	10	6	5	5	1	0	1	28
計	0	17	10	6	7	1	0	1	42

イ 特定継続的役務提供

「特定継続的役務提供」として特定商取引法の規制対象となっている6種類のサービスの相談の合計件数は739件で、前年度比53件の増加（7.7%増）と、前年度に引き続き増加した。

前年度と比較すると「エステティックサービス」が前年度比50件増加（14.7%増）となっており、全体の約5割を占めている。

サービスごとの件数

順位	役 務	25年度		24年度		増減(件)
		件数	構成比 %	件数	構成比 %	
1	エステティックサービス	389	52.6	339	49.4	50
2	結婚相手紹介サービス	109	14.7	114	16.6	-5
3	学習塾	100	13.5	75	10.9	25
4	家庭教師派遣	62	8.4	52	7.6	10
5	外国語教室	43	5.8	64	9.3	-21
6	パソコン・ワープロ教室	36	4.9	42	6.1	-6
合 計		739	100.0	686	100.0	53

5 架空・不当請求に関する相談

25年度の相談件数46,815件のうち、架空・不当請求に関する相談件数は、7,585件（構成比16.2%）、架空・不当請求以外の相談件数は39,230件（構成比83.8%）となった。

架空・不当請求に関する相談件数は、16年度の56,991件をピークに徐々に減少していたが、25年度は24年度と比べ7.7%の増加となった。

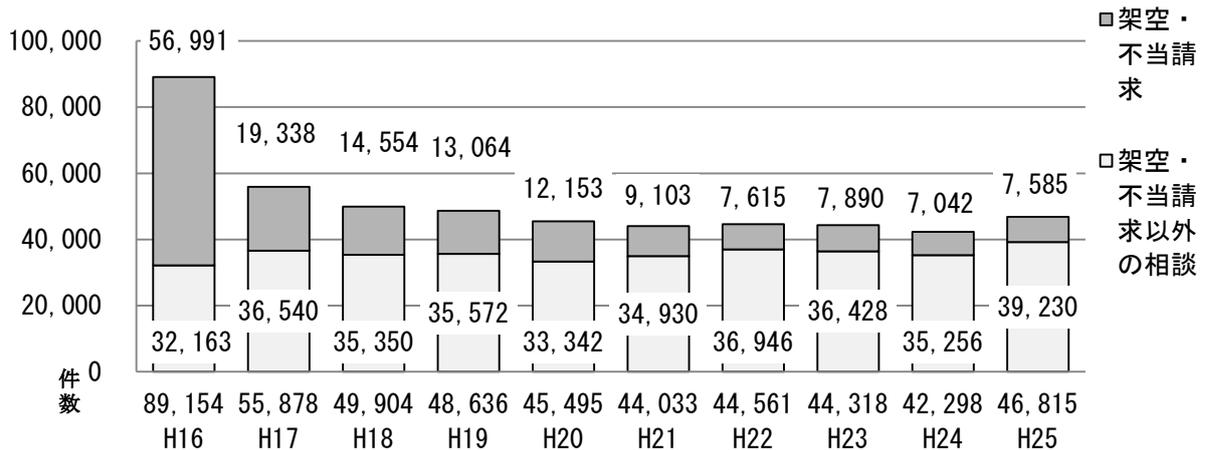
架空・不当請求以外の相談件数は、ほぼ3万5千件前後で推移してきたが、25年度は3万9千件を超えた。

年齢別で見ると30歳代～60歳代が多く、この年代で66.1%を占めている。

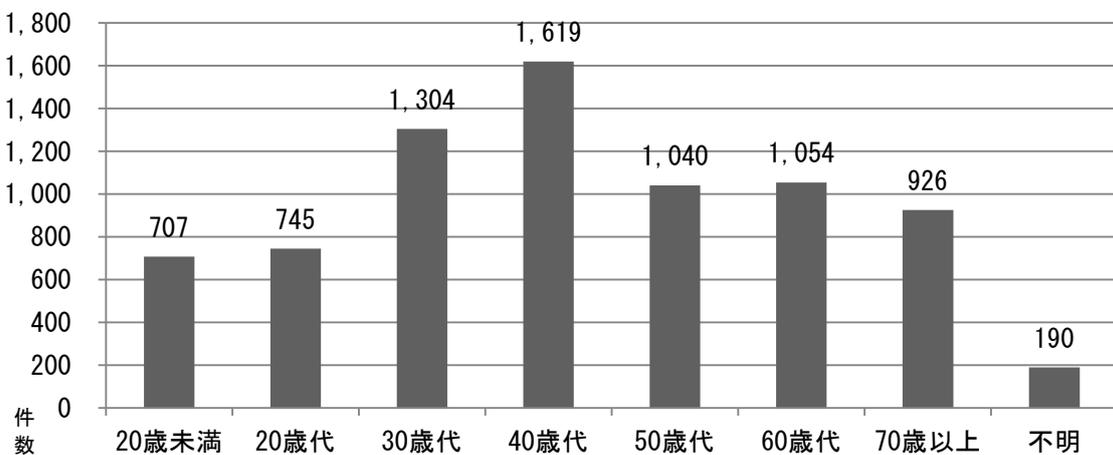
架空・不当請求の媒体としては、スマートフォン、携帯電話やパソコンによるインターネットを通じた架空・不当請求が6,025件と、79.4%を占めており、そのうち携帯型音響機器を通じた架空・不当請求も45件ある。

※架空・不当請求とは、「身に覚えのない代金請求と思われる不当な請求」のことをいう。

架空・不当請求と、それ以外の相談件数の推移



架空・不当請求 年齢別件数



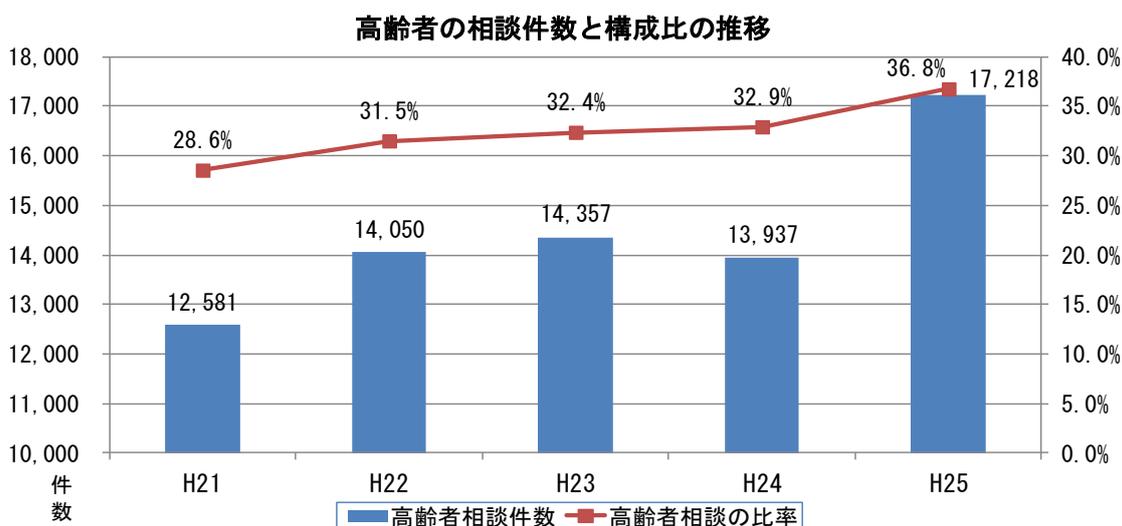
6 高齢者に関する相談（契約当事者が60歳以上）

25年度の高齢者に関する相談件数は17,218件で、全体における構成比率は36.8%と、高齢化社会の進展に伴い消費生活相談に占める高齢者の割合は前年度に比べ大きく増加した。年代別の件数では、初めて70歳以上の占める割合が最も多くなった。

商品・サービス別に前年度と比較すると、パソコン、携帯電話、スマートフォン経由でのインターネットからの情報サービスである「デジタルコンテンツ」（37.9%増）が毎年大きく件数を伸ばしている。利殖商法関連では「ファンド型投資商品」の占める割合が高く、「劇場型勧誘」を用いるなどの手口を含む事例が多い。

さらに、商品・サービスの小分類で内容を見ると、「送り付け商法」等による「健康食品」及び「他の健康食品」の合計が対前年比2.8倍となり、架空・不当請求を含む「商品一般」や「インターネットのアダルト情報」に関する相談が急増した。「工事・建築」では、「塗装工事」等のリフォーム工事の相談が目立っている。

※「劇場型勧誘」とは…複数の人物が役回りを分担し、消費者があたかも得をするように信じ込ませて実体不明の金融商品などを買わせる手口



項目（中分類）	25年度		24年度		増減（件）
	件数	構成比%	件数	構成比%	
デジタルコンテンツ	1,437	8.3%	1,042	7.5%	395
工事・建築	875	5.1%	715	5.1%	160
商品一般	860	5.0%	563	4.0%	297
健康食品	854	5.0%	268	1.9%	586
ファンド型投資商品	761	4.4%	739	5.3%	22
フリーローン・サラ金	516	3.0%	695	5.0%	-179
他の健康食品	426	2.5%	194	1.4%	232
不動産賃貸借	382	2.2%	421	3.0%	-39
株	354	2.1%	332	2.4%	22
全件数	17,218	100.0%	13,937	100.0%	3,281

高齢者に関する相談の商品・サービス別件数（小分類）

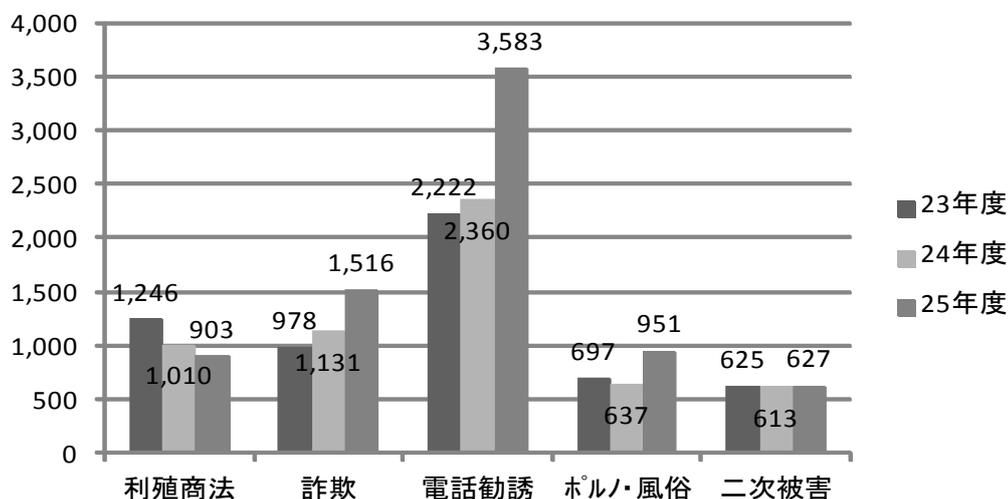
順位	項目（小分類）	25年度	24年度	増減(件)	増減(%)	備考
1	アダルト情報サイト	962	623	339	54.4%	インターネットのアダルト情報 (多くは架空・不当請求)
2	商品一般	860	563	297	52.8%	架空・不当請求
3	健康食品	854	268	586	218.7%	送り付け商法
4	ファンド型投資商品	761	739	22	3.0%	集団投資スキーム
5	フリーローン・サラ金	516	695	-179	-25.8%	多重債務等
6	他の健康食品	426	194	232	119.6%	送り付け商法
7	相談その他	291	181	110	60.8%	
8	公社債	276	278	-2	-0.7%	社債の劇場型勧誘
9	賃貸アパート	274	295	-21	-7.1%	原状回復トラブル
10	役務その他サービス	258	130	128	98.5%	被害回復サービス
...	屋根工事	158	125	33	26.4%	リフォーム工事
...	塗装工事	154	133	21	15.8%	
...	増改築工事	114	110	4	3.6%	
...	工事・建築サービス	96	72	24	33.3%	
	全件数	17,218	13,937	3,281	23.5%	

高齢者に対し、「必ず儲かる」などと利殖になることを強調し、投資や出資を勧誘する「利殖商法」は903件であった。このうち、過去に未公開株などの被害にあった消費者に、「損を取り戻してあげる」など被害回復をうたう手口の「二次被害」は159件（17.6%）、電話勧誘をきっかけとするものが577件（63.9%）であった。「利殖商法」による契約額の平均金額は前年度より約170万円増加し、約950万円である（平均金額には既払及び未払を含む）。

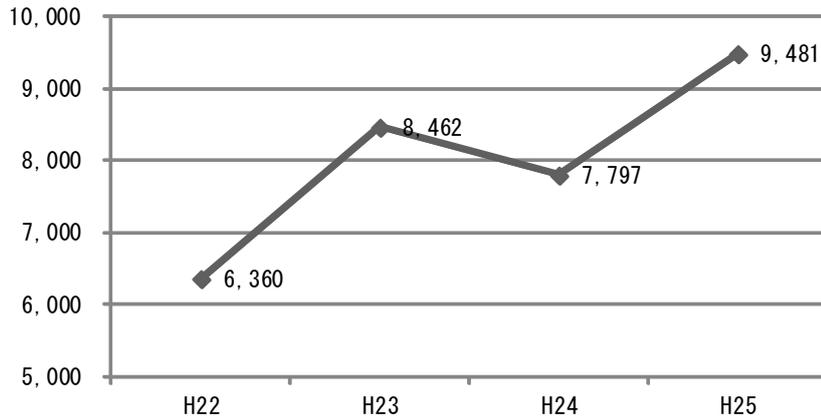
悪質商法を販売手口別でみると、電話を掛けたり家庭を訪問して執拗に勧誘する強引な商法は依然として多く、またその手口も巧妙化している。

また、「劇場型勧誘」によるものが600件あり、高齢者全体の3.5%であった。

高齢者に多い販売手口別件数（複数選択項目）



「利殖商法」の契約額の平均金額（千円）

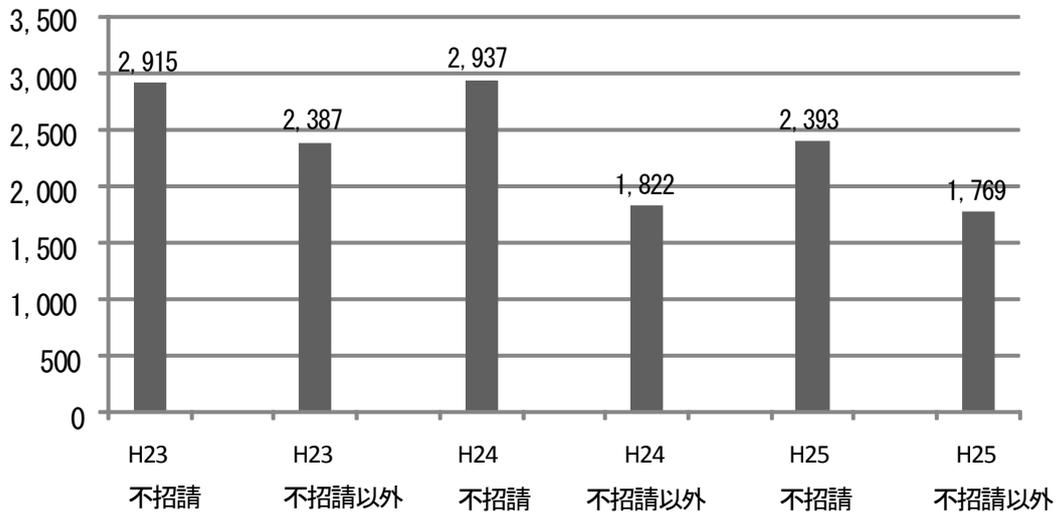


訪問販売、電話勧誘販売及びネガティブ・オプション（送り付け商法）は、顧客からの依頼がないのに勧誘する、いわゆる「不招請勧誘」である。

店舗販売や通信販売など「不招請勧誘」以外の販売の場合は、顧客が主体的になって契約の要不要を決めやすいのに対し、「不招請勧誘」は、顧客にとっては不意打ちの状態での契約を行うものであり、「不招請勧誘」以外の場合と比べ、平均契約被害額も総じて高額である。

※訪問販売の定義については、45頁参照。

勧誘形態別平均契約金額(千円)



※不招請勧誘：訪問販売、電話勧誘販売及びネガティブ・オプション

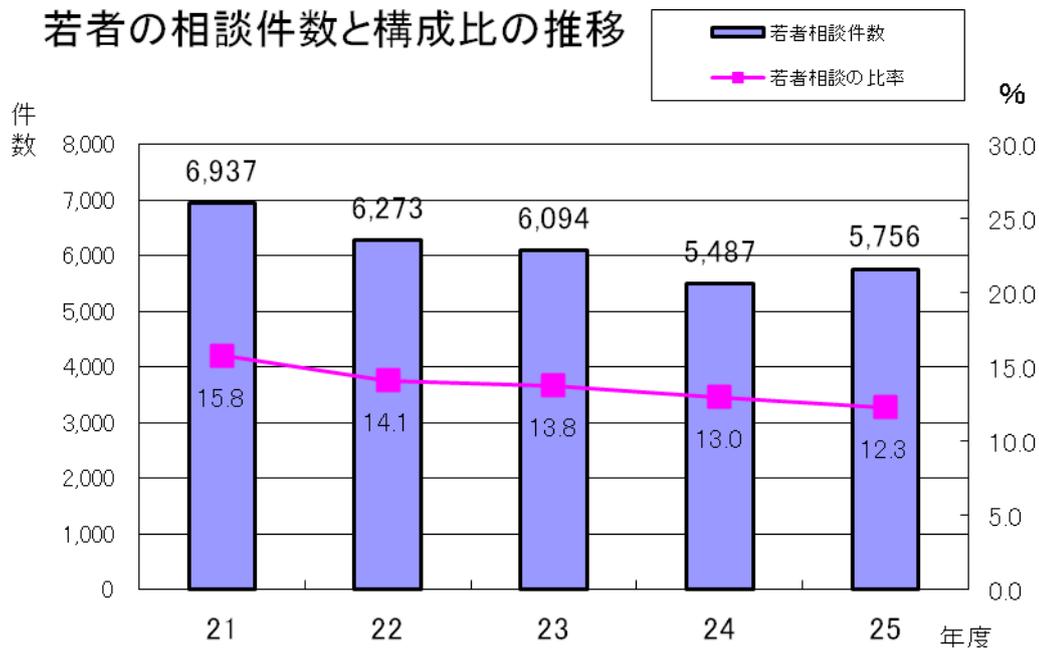
不招請勧誘以外：「訪問販売、電話勧誘販売及びネガティブ・オプション」以外

7 若者に関する相談（契約当事者が29歳以下）

25年度の若者に関する相談件数は、5,756件で、相談件数全体に占める比率は12.3%となり、件数は増えたものの比率は減少している。件数の比較では21年度に比べ17.0%の減少となっており、全体件数の増加（21年度44,031件→25年度46,815件、6.3%増）に比べ減少率が著しい。

若者の相談件数のうち「小学生・中学生・高校生」は、893件（15.5%）である。この中には、子供が、携帯電話、スマートフォン、パソコン等でオンラインゲームにアクセスし、親のクレジットカードを無断使用して利用料金のトラブルになるケースが含まれている。

若者の相談件数と構成比の推移



	25年度		24年度		増減 (件)
	件数	構成比%	件数	構成比%	
小学生	171	3.0	164	3.0	7
中学生	335	5.8	289	5.3	46
高校生	387	6.7	380	6.9	7
他の学生	993	17.3	821	15.0	172
その他・無回答	3,870	67.2	3,833	69.8	37
合計	5,756	100.0	5,487	100.0	269

商品・サービス別にみると、インターネットを通じて得られる情報サービスである「デジタルコンテンツ」が30.5%と多くを占め、次いで「不動産貸借」5.9%、「エステティックサービス」3.8%となっている。若者の場合は、携帯電話、スマートフォン、パソコンを通じてインターネットに接触する機会が多いことから、商品・サービスの内容もインターネットに関連する相談が3割を占めている。ただし、「デジタルコンテンツ」の件数は、対前年度比5.6%の減少となっている。

「デジタルコンテンツ」の内容としては、「アダルト情報サイト」（1,121件、63.8%。対前年度比12.0%増）と「出会い系サイト」（178件、10.1%。対前年度比40.0%減）に関する相談が74.0%を占め、その相談内容は有料サイトの利用料金に関する架空・不当請求に関するものが大半を占める。

若者に関する相談の商品・サービス別件数(中分類)

順位	項目(中分類)	25年度		24年度		増減(件)
		件数	構成比%	件数	構成比%	
1	デジタルコンテンツ	1,756	30.5	1,861	33.9	-105
2	不動産貸借	341	5.9	317	5.8	24
3	エステティックサービス	216	3.8	159	2.9	57
4	フリーローン・サラ金	192	3.3	186	3.4	6
5	四輪自動車	134	2.3	155	2.8	-21
6	携帯電話	107	1.9	106	1.9	1
全件数		5,756	100.0	5,487	100.0	269

相談の内容を「内容キーワード別」で見ると、「商品・サービス別」で「デジタルコンテンツ」が30.5%を占めていることを反映し、「インターネット通販」に関するものが2,361件(41.0%)でトップを占めている。

また、「アダルト情報サイト」に関する相談が増加したことを反映し、「ポルノ・風俗」「ワンクリック請求」にかかる相談が増加した。

SNSをきっかけにトラブルになる事例も174件(3.0%)あった。

※「ワンクリック請求」については、6頁参照。

※「内容キーワード」は、指定されているキーワードのなかから、相談内容に関連するキーワードを選択して付与する。(複数可)

※「SNS」…本資料では、SNS(=ソーシャル・ネットワーキング・サービス)とは、自己のプロフィールを登録・公開することで、インターネット上において友人・知人等とつながり、交流できるウェブサイト・サービスのことを指す。

若者に関する相談の内容キーワード別件数(複数選択項目)

順位	内容キーワード	25年度		24年度		増減(件)
		件数	構成比%	件数	構成比%	
1	インターネット通販	2,361	41.0	2,186	39.8	175
2	解約	1,368	23.8	1,237	22.5	131
3	ポルノ・風俗	1,097	19.1	1,023	18.6	74
4	返金	927	16.1	829	15.1	98
5	高価格・料金	876	15.2	738	13.4	138
6	ワンクリック請求	785	13.6	629	11.5	156
7	未成年者契約	737	12.8	586	10.7	151
8	契約	587	10.2	612	11.2	-25
全件数		5,756	100.0	5,487	100.0	269

8 クレジットに関する相談

(1) クレジット相談の概要

クレジットを利用している相談は、25年度は4,519件で、24年度に比べて増加した。全相談に占める「クレジット利用」件数の割合は、19年度が11.3%であったが、過去3年間は9%前後で推移しており、25年度は9.7%であった。

平成22年12月に改正施行された割賦販売法による過剰与信防止や加盟店調査等がクレジット業者に義務付けられたことにより減少があったが、決済代行等の普及により若干増加に転じている。

	19年度	20年度	21年度	22年度	23年度	24年度	25年度	構成比
クレジット利用なし	29,302	26,727	27,177	26,542	27,072	25,261	27,494	58.7%
(現金払)	24,755	21,425	21,495	21,270	22,671	21,249	22,820	48.7%
(現金払以外)	4,547	5,302	5,682	5,272	4,401	4,013	4,674	10.0%
クレジット利用	5,499	4,340	4,225	4,098	3,901	3,895	4,519	9.7%
借金契約	4,585	4,294	3,852	4,255	3,221	2,780	2,334	5.0%
不明・無関係	9,250	10,134	8,779	9,666	10,124	10,361	12,468	26.6%
合 計	48,636	45,495	44,033	44,561	44,318	42,298	46,815	100.0%

※クレジット：商品やサービスの販売代金(全部又は一部)を信販会社等が立替払いし、消費者が信販会社等に後払いをする販売信用のことをいう。

※借金契約：金融機関等から金銭を借りた場合、又は借りることを前提とした相談。銀行、サラ金等の消費者ローン、クレジットカードによるキャッシング、預貯金・不動産を担保にした貸付などが該当する。

※決済代行：販売店と契約し、販売店に代わってクレジット会社等と決済業務の代行をすることをいう。

(2) クレジット契約の形態

クレジット契約の形態をみると、25年度は、「2か月内払い」の割合が一番高く35.8%であった。5年前に比べて件数、割合はともに約6倍となっている。

なお、「2か月内払い」は現行の割賦販売法の規制対象外の取引である。

一方で、25年度の「個別信用」は1,324件で、前年度に比べ5.4%の増加となった。「クレジット利用」件数全体に占める「個別信用」の割合は、割賦販売法改正後年々減少し、22年度の45.3%から、25年度には29.3%となった。

	19年度	20年度	21年度	22年度	23年度	24年度	25年度	
自社割賦	205	208	276	360	291	287	317	7.0%
個別信用	3,672	2,552	2,173	1,856	1,312	1,256	1,324	29.3%
包括信用	685	659	869	1,250	1,286	1,111	1,095	24.2%
2か月内払い	266	265	334	408	814	1,092	1,616	35.8%
他の販売信用	110	114	78	85	30	32	38	0.8%
不明	561	542	495	139	168	117	129	2.9%
合計	5,499	4,340	4,225	4,098	3,901	3,895	4,519	100%

※自社割賦：販売店自ら(自社)が消費者に信用供与をしている場合。

※個別信用：販売店、信販会社、金融機関等三者以上にまたがる場合でクレジットカード等を利用しないもの。2か月を超えて支払う方法。

※包括信用：販売店、信販会社、金融機関等三者以上にまたがる場合でクレジットカード等を提示し、2か月を超えて支払う方法。

※2か月内払い：二者間、三者間以上の契約か否か、クレジットカードを使用しているか否かに関わらず、翌月一括払い(マンスリークリア)など、2か月未満で支払いが完了する場合。

(3) クレジット契約の商品・サービス

クレジット契約をした商品・サービス別順位をみると、第1位は「デジタルコンテンツ」で、パソコン・携帯電話経由でのインターネットによる情報サービスである。この数年増加の傾向にあり、インターネットの普及のなかで、決済手段としてクレジットを使う機会が増えていることの現れである。また、「携帯電話」「携帯電話サービス」「パソコンソフト」に関する相談も増加傾向である。

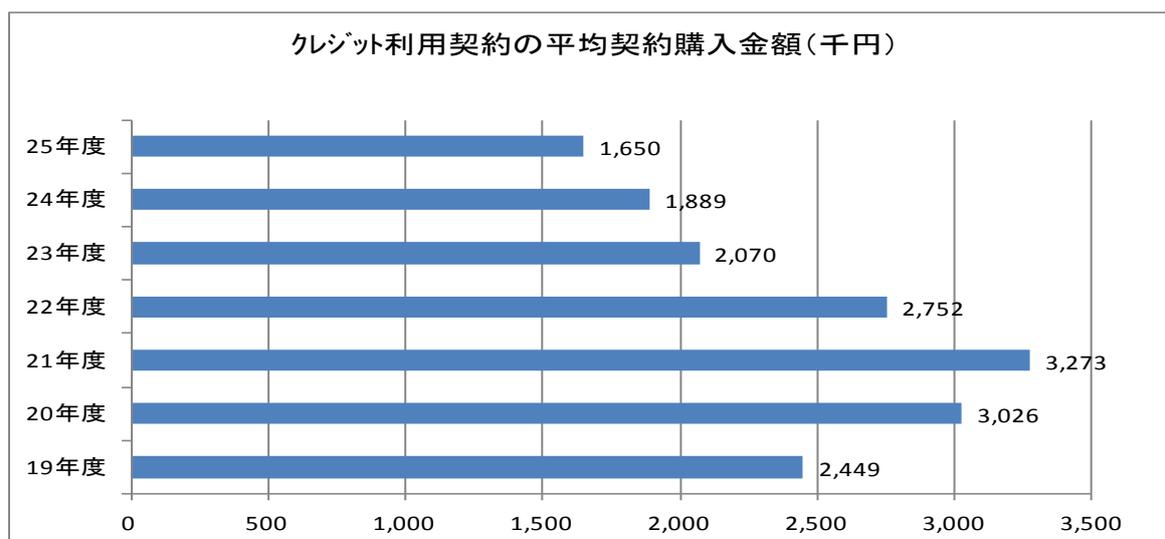
「四輪自動車」は、クレジット利用の総数のなかでその割合、件数ともに減少した。一方「エステティックサービス」は、その割合、件数ともに近年減少傾向であったが、23年度以降、微増に転じた。

クレジット利用契約の商品・サービス 上位10位

	21年度(総数 4,225)		22年度(総数 4,098)		23年度(総数 3,901)		24年度(総数 3,895)		25年度(総数 4,519)	
1	デジタルコンテンツ	322	デジタルコンテンツ	496	デジタルコンテンツ	594	デジタルコンテンツ	487	デジタルコンテンツ	513
2	エステティックサービス	222	四輪自動車	203	四輪自動車	225	四輪自動車	185	エステティックサービス	215
3	四輪自動車	218	エステティックサービス	195	エステティックサービス	174	エステティックサービス	181	携帯電話	200
4	工事・建築	170	工事・建築	163	工事・建築	130	携帯電話	158	四輪自動車	178
5	リースサービス	146	フリーローン・サラ金	151	携帯電話	128	工事・建築	113	携帯電話サービス	155
6	携帯電話	133	携帯電話	108	ソーラーシステム	88	携帯電話サービス	103	パソコンソフト	147
7	フリーローン・サラ金	123	リースサービス	106	新築建売住宅	76	モバイルデータ通信	88	工事・建築	85
8	ソーラーシステム	112	補習用教材	99	携帯電話サービス	70	金融関連サービス	88	ソーラーシステム	83
9	補習用教材	111	他の台所用品(浄水器)	98	フリーローン・サラ金	66	ソーラーシステム	76	モバイルデータ通信	76
10	住宅ローン	101	ソーラーシステム	88	リースサービス	65	パソコンソフト	75	フリーローン・サラ金	66

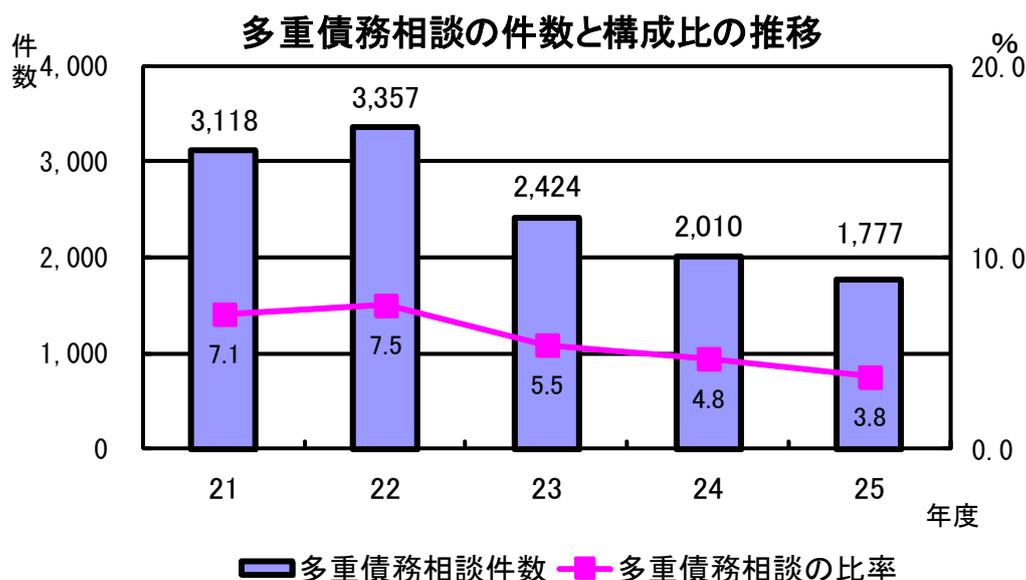
(4) 平均契約金額

クレジット利用契約に係る平均契約購入金額は、前年度に比べて約24万円の減少(12.7%減)となった。平成22年12月に改正施行された割賦販売法により過剰与信防止がクレジット業者に義務付けられた。支払可能見込額の調査義務やこれを超える与信の原則禁止等規制が強化されたことにより減少傾向にあるものと考えられる。



9 多重債務に関する相談

25年度の多重債務に関する相談件数は1,777件で、前年度に比較して11.6%の減少となった。5年間の件数の推移をみると、22年度をピークに減少が顕著であり、全体の相談件数に占める構成比も3.8%に低下した。これは、平成22年6月に改正貸金業法が完全施行されたことから、借り入れ上限を定めた「総量規制」等の規制効果が現れているものと思われる。また、武富士の倒産に関する相談が22年度に一時的に増加したものが減少したことも影響しているものと思われる。



契約当事者の年代別件数をみると、「40歳代」の割合が高い。前年度と比べると、「20歳代」「40歳代」及び「70歳以上」の構成割合が増加し、相談件数は「20歳代」のみ増加した。

契約当事者の年代別件数

	25年度		24年度		増減(件)
	件数	構成比%	件数	構成比%	
70歳以上	200	11.3	223	11.1	-23
60歳代	310	17.4	364	18.1	-54
50歳代	308	17.3	413	20.5	-105
40歳代	421	23.7	440	21.9	-19
30歳代	307	17.3	363	18.1	-56
20歳代	160	9.0	139	6.9	21
20歳未満	2	0.1	4	0.2	-2
不明	69	3.9	64	3.2	5
合計	1,777	100.0	2,010	100.0	-233

職業別では、「給与生活者」が最も多く43.8%を占めている。次いで「無職」が40.3%を占めており、21年度の30.6%から9.7ポイント増加している。

契約当事者の職業別件数

	25年度		24年度		増減(件)
	件数	構成比%	件数	構成比%	
給与生活者	777	43.8	844	42.0	-67
自営・自由業	95	5.3	142	7.1	-47
家事従事者	100	5.6	153	7.6	-53
学生	9	0.5	6	0.3	3
無職	716	40.3	783	39.0	-67
その他・不明	80	4.5	82	4.0	-2
合計	1,777	100.0	2,010	100.0	-233

借入金額別件数をみると、「100万円以上～500万円未満」が最も多く23.4%を占める。構成比の推移をみると、「10万円以上～100万円未満」及び「100万円以上～500万円未満」の割合が減少し、「1万円以上～10万円未満」及び「500万円以上～1億円未満」の割合が増加している。

なお、25年度の借入金額の平均金額は503万円で前年度(437万円)に比べ増加している。

借入金額別件数

	25年度		24年度		増減(件)
	件数	構成比%	件数	構成比%	
1万円未満	4	0.2	1	0.1	3
1万円以上～10万円未満	64	3.6	43	2.2	21
10万円以上～100万円未満	339	19.1	425	21.1	-86
100万円以上～500万円未満	415	23.4	487	24.2	-72
500万円以上～1億円未満	169	9.5	182	9.1	-13
1億円以上	5	0.3	3	0.1	2
無回答	781	43.9	869	43.2	-88
合計	1,777	100.0	2,010	100.0	-233

また、貸金業法に違反する「ヤミ金融」に関する相談は、21年度324件、22年度260件、23年度288件、24年度243件、25年度82件となっている。平成22年度の改正貸金業法の完全施行で相談件数は減少傾向にあり、25年度は前年度比66.3%の減少となっている。

10 危害・危険に関する相談

(1) 件数の推移

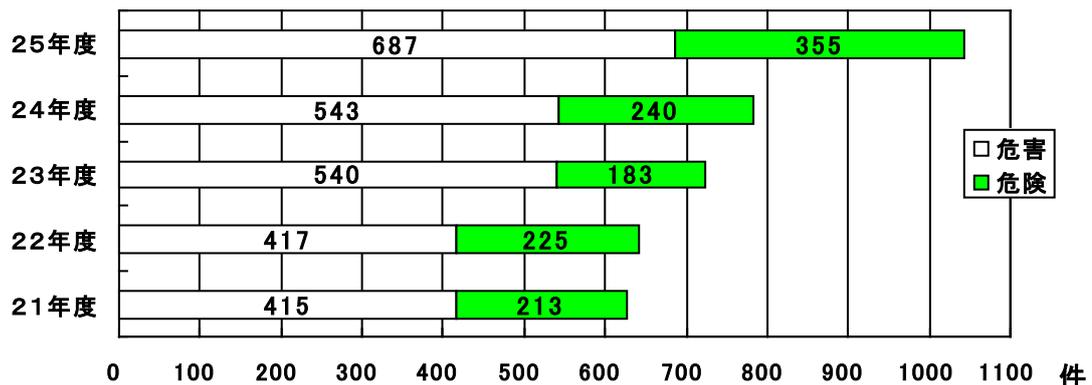
25年度の危害・危険に関する相談件数は1,042件（危害687件、危険355件）で、前年度の783件に比べ259件（33.1%）増加した。

製品事故等に関する情報の収集制度は、平成19年5月14日に施行された改正消費生活用製品安全法により、消費生活用製品に係る製品事故についての製造事業者等の報告義務と、国による事故情報の公表等の措置が設けられた。

また、平成21年9月1日の消費者庁の発足に伴って、消費者安全法が施行され、消費者事故等の発生情報を各行政機関（国、都道府県、市町村）が把握したときは、消費者庁に事故情報を一元的に集約し、その分析・原因究明等を行い、被害の発生・拡大防止を図ることとなった。

※「危害」とは、商品・サービスに関連して、人身に被害が発生した相談、「危険」とは、人身に被害が発生するおそれがある相談。

危害・危険に関する相談件数の推移



(2) 危害に関する相談

危害に関する相談は687件で、前年度の543件に比べ144件（26.5%）増加した。

「化粧品」の相談が、前年度の48件から大きく増加して115件と最も多くなった。これは、美白化粧品による白斑報告を受け、平成25年7月に事業者が製品回収を公表したことに関連して、「基礎化粧品」に関する相談が前年度の12件から66件に増加したことが主たる要因となっている。

前年度1位の美容医療や近視矯正等に関する「医療」の相談は97件で、前年度に比べ18件増加したが2位となった。

前年度18件だった「調理食品」の相談は69件と急増し3位となった。これは、冷凍調理食品から農薬が検出されたことを受け、平成25年12月29日に事業者が商品回収を公表したことに関連して、「冷凍調理食品」に関する相談が前年度の2件から51件に急増したことが主たる要因となっている。なお、51件のうち47件が平成26年1月に寄せられた相談である。

被害事例としては、美白化粧品の使用による白斑被害などの「皮膚障害」や、医療施術に伴う「痛み・腫れ」、食品に起因する吐き気や下痢などの「消化器障害」などの健康被害が多い。

危害に関する相談の推移(上位10位)

(件)

	21年度		22年度		23年度		24年度		25年度	
1	理美容	53	医療	66	化粧品	115	医療	79	化粧品	115
2	医療	47	理美容	34	医療	81	化粧品	48	医療	97
3	化粧品	32	化粧品	24	理美容	64	理美容	45	調理食品	69
4	健康食品	22	調理食品	19	健康食品	24	外食・食事宅配	34	理美容	51
5	外食・食事宅配	18	健康食品	18	外食・食事宅配	20	健康食品	27	外食・食事宅配	24
6	菓子類	13	外食・食事宅配	15	調理食品	16	調理食品	18	健康食品	22
7	他の保健衛生品	13	家具・寝具	14	家具・寝具	11	他の保健衛生品	14	医薬品	17
8	レンタル・リース・貸借	11	菓子類	12	レンタル・リース・貸借	10	理美容器具・用品	14	家具・寝具	17
9	食器・台所用品	11	医療用具	10	医療用具	10	飲料	13	洗浄剤等	17
10	飲料	9	自転車・用品	10	理美容器具・用品	10	家具・寝具	13	飲料	14
計		415		417		540		543		687

危害に関する相談件数及び主な事例(上位5位)

分類	件数	構成比	主な事例
化粧品	115	16.7%	製品回収の対象となった美白化粧品を使用し白斑ができた。白斑は顔、手、首にあり最近も広がっている。補償を受けるためにはどうすればよいか。
医療	97	14.1%	1か月前に美容外科でリフトアップの手術を受けた。直後から痛みと腫れがあり現在も治らない。手術代金を支払いたくない。 レーシック手術を契約し、4段階のうち2段階の手術を受けた。術後に目に痛みがあり、今後の手術が不可能になった。未手術分の返金を求めたい。
調理食品	69	10.0%	幼稚園児の息子が、農薬混入で回収対象となった冷凍グラタンの入っている弁当を食べた直後に嘔吐し、医療機関を受診した。どこに申し出ればよいか。
理美容	51	7.4%	エステ店で全身脱毛の施術を受け、ふくらはぎに火傷を負った。治療費等の補償を受けたいがどうしたらよいか。 美容室でアイラインのアートメイクをしてもらった。痛みがひどくすぐに中止してもらったが、10日経過しても腫れが引かない。
外食・食事宅配	24	3.5%	飲食店で食べた寿司が原因でノロウイルスに感染し、医療機関を受診した。治療費等を補償してもらいたい。
全件数	687	100.0%	

(3) 危険に関する相談

危険に関する相談は355件で、前年度の240件に比べ115件（47.9%）増加した。

前年度5件だった「調理食品」の相談が126件と急増し1位となった。これは、冷凍調理食品から農薬が検出されたことを受け、平成25年12月29日に事業者が商品回収を公表したことに関連して、「冷凍調理食品」に関する相談が前年度の3件から116件に急増したことが主たる要因となっている。なお、116件のうち114件が平成26年1月に寄せられた相談である。

21年度以降4年連続で1位だった「自動車」の相談は39件で2位となった。

3位以下は、こたつや石油ファンヒーター等の「空調・冷暖房機器」、圧力鍋等の「食生活機器」、「他の住居品」と続いている。

危険の内容は、冷凍調理食品への農薬混入などの「異物混入」や、自動車のハンドルやエンジンなどの「機能故障」、機器からの「発火」「発煙」「加熱」など火災に及ぶおそれのあるものが多い。

危険に関する相談の推移(上位5位)

	21年度		22年度		23年度		24年度		25年度	
1	自動車	44	自動車	44	自動車	32	自動車	48	調理食品	126
2	空調・冷暖房機器	26	空調・冷暖房機器	21	空調・冷暖房機器	14	空調・冷暖房機器	29	自動車	39
3	他の住居品	13	他の住居品	17	食生活機器	11	食生活機器	16	空調・冷暖房機器	26
4	音響・映像製品	11	照明器具	12	照明器具	9	照明器具	13	食生活機器	19
5	食生活機器	11	食生活機器	12	他の住居品	9	家具・寝具	9	他の住居品	12
			洗濯・裁縫用具	12						
計		213		225		183		240		355

危険に関する件数及び主な事例（上位5位）

分類	件数	構成比	主な事例
調理食品	126	35.5%	農薬混入で回収対象となった冷凍パイシートが手元にある。食してはいいないが、現品をどうしたらよいか。
自動車	39	11.0%	購入した中古の軽自動車を運転したら、ハンドルが戻らなかったり、ドアが半ドア状態になる。無償で修理してもらいたい。
空調・冷暖房機器	26	7.3%	家具調こたつを使用していたところ、電子コントローラー部分から煙が出た。
食生活機器	19	5.4%	電気圧力鍋で調理したところ、弁から沸騰した煮汁が天井にまで届く勢いで噴き出し、鍋は黒こげになった。原因を究明してもらいたい。
他の住居品	12	3.4%	台所の床に置いていたスプレー式消化器が突然爆発し、天井に穴が空き、壁に傷が付いた。事業者負担で原状回復してほしい。
全件数	355	100.0%	

1.1 特徴的な相談

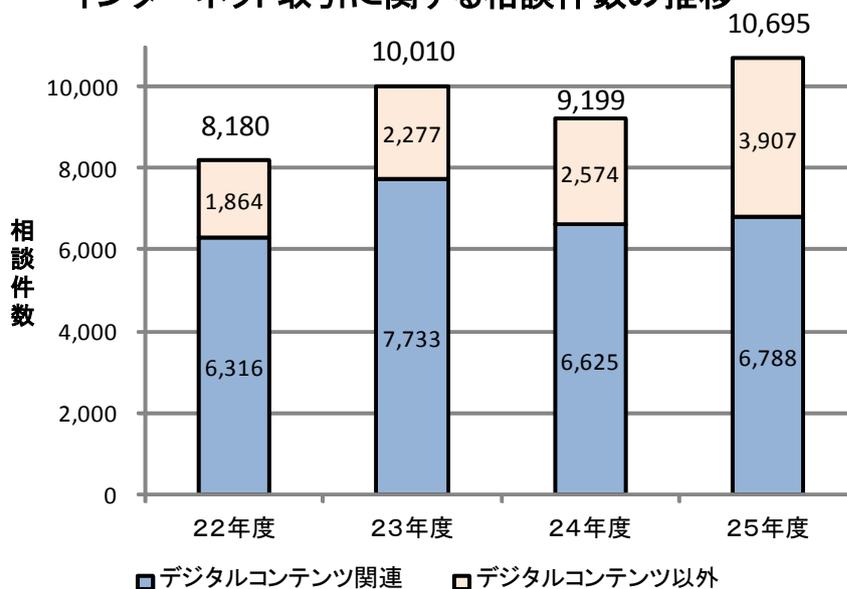
(1) インターネット取引に関する相談

インターネット取引（インターネットによる通信販売及びインターネットオークション）に関する25年度の相談件数は10,695件で前年度比16.3%増となり、全体の相談件数の22.8%を占めている。相談件数の推移をみると、24年度に若干の減少を示したが、全体としては増加傾向にある。特に、商品取引が主である「デジタルコンテンツ以外」の相談は年々増加しており、25年度は前年度比1.5倍となった。

※ 「デジタルコンテンツ」とは、パソコンや携帯電話等の端末を経由して提供される映像や音声などの情報を指す。具体的には、音楽・動画・ゲーム・電子書籍など様々なコンテンツが提供されている。

※ 「デジタルコンテンツ以外」とは、主にパソコン・靴・ハンドバッグなどの商品等の取引を指す。

インターネット取引に関する相談件数の推移



○デジタルコンテンツ関連の相談

商品・サービス別相談件数でみると、「アダルト情報サイト」は24年度には減少したが、25年度は前年度比22.4%増加に転じ、構成比も61.5%を占めた。これはスマートフォンに係る「アダルト情報サイト」の相談が急増していることが主な要因となっている（40頁「商品・サービス別相談件数」参照）。

懸賞サイトやSNSなどに関する相談である「他のデジタルコンテンツ」は若干の増加、「オンラインゲーム」はほぼ横ばいとなっている。

また、「出会い系サイト」は減少の傾向にあるが、特に25年度は前年度比約40%減と、大幅な減少となっている。これは、消費者庁をはじめとした「詐欺的“サクラサイト商法”被害撲滅キャンペーン」の浸透や「出会い系サイト被害弁護団」の取り組みの拡大等の効果が現れたものと思われる。

商品・サービス別相談件数(デジタルコンテンツ関連)

順位	商品・サービス名	25年度		24年度		増減(件)
		件数	構成比%	件数	構成比%	
1	アダルト情報サイト	4,177	61.5	3,412	51.5	765
2	デジタルコンテンツ	1,197	17.6	1,394	21.0	-197
3	出会い系サイト	599	8.8	997	15.0	-398
4	他のデジタルコンテンツ	511	7.5	491	7.4	20
5	オンラインゲーム	245	3.6	247	3.7	-2
全件数		6,788	100.0	6,625	100.0	163

※「デジタルコンテンツ」：ここでは狭義の意味で具体的に内容が特定できないサイトの相談

※「他のデジタルコンテンツ」：懸賞サイトやSNSなどの相談（「SNS」については、24頁参照）

契約当事者の年齢別で見ると、25年度は「40歳代」及び「30歳代」で全体の4割を占めているが、件数では前年度比で減少している。一方、60歳以上での相談件数の増加が目立っており、高齢者のトラブルが拡大していることが伺える。なお、20歳未満の相談も12.0%を占めるが、その相談の約7割は「アダルト情報サイト」が占めている。

契約当事者の年代別件数(デジタルコンテンツ関連)

	25年度		24年度		増減(件)
	件数	構成比%	件数	構成比%	
70歳以上	431	6.4	276	4.2	155
60歳代	872	12.8	639	9.6	233
50歳代	947	14.0	874	13.2	73
40歳代	1,583	23.3	1,689	25.5	-106
30歳代	1,264	18.6	1,416	21.4	-152
20歳代	765	11.3	865	13.0	-100
20歳未満	816	12.0	787	11.9	29
不明	110	1.6	79	1.2	31
合計	6,788	100.0	6,625	100.0	163

相談を内容キーワードで見ると、24年度で大幅な減少となった「ポルノ風俗」「ワンクリック請求」が25年度再び増加に転じた。これも、スマートフォンに係る「アダルト情報サイト」の相談が急増したことによるものと思われる。

その他「高価格・料金」が前年度比44.5%増が目立っている。

相談の内容別相談件数(デジタルコンテンツ関連)(複数選択項目)

順位	内容キーワード	25年度		24年度		増減(件)
		件数	構成比%	件数	構成比%	
1	ポルノ風俗	4,116	60.6	3,467	52.3	649
2	ワンクリック請求	2,961	43.6	2,341	35.3	620
3	不当請求	1,485	21.9	1,586	23.9	-101
4	架空請求	1,287	19.0	1,493	22.5	-206
5	高価格・料金	929	13.7	643	9.7	286
6	無料商法	701	10.3	665	10.0	36
全件数		6,788	100.0	6,625	100.0	163

※「ワンクリック請求」については、6頁参照。

契約金額別にみると、25年度は前年度と同様に「5万円～10万円未満」に集中し、その相談内容のほとんどが「アダルト情報サイト」の相談となっている。契約金額は、「デジタルコンテンツ関連」が「デジタルコンテンツ以外」の相談より高額化している（36頁参照）。平均額は、前年度比4%増でほぼ横ばいとなっている。

契約金額別件数(デジタルコンテンツ関連)

	25年度		24年度		増減(件)
	件数	構成比%	件数	構成比%	
1万円未満	281	4.1	426	6.4	-145
1万円～5万円未満	279	4.1	346	5.2	-67
5万円～10万円未満	2,922	43.1	2,356	35.6	566
10万円～50万円未満	775	11.4	687	10.4	88
50万円～100万円未満	79	1.2	96	1.5	-17
100万円～500万円未満	105	1.5	94	1.4	11
500万円～2000万円未満	13	0.2	22	0.3	-9
2000万円以上	4	0.1			
無回答	2,330	34.3	2,598	39.2	-268
合計	6,788	100.0	6,625	100.0	163
平均金額	251,451円		241,612円		

○デジタルコンテンツ以外の相談

商品・サービス別相談件数でみると、多様な商品・サービスについて相談が寄せられているが、25年度はパソコンソフト・ジョキングシューズ・婦人靴・ハンドバッグ・財布類・腕時計などが相談件数の上位を占めている。

商品・サービス別相談件数(デジタルコンテンツ以外)

順位	商品・サービス名	25年度		24年度		増減(件)
		件数	構成比%	件数	構成比%	
1	パソコン・パソコン関連	293	7.5	171	6.6	122
2	履物	287	7.3	120	4.7	167
3	かばん	266	6.8	101	3.9	165
4	他の身の回り品	218	5.6	98	3.8	120
5	婦人洋服	149	3.8	121	4.7	28
	全件数	3,907	100.0	2,574	100.0	1,333

契約当事者の年齢別にみると、「30歳代」「40歳代」が多く、構成比で5割を占める。

契約当事者の年代別件数(デジタルコンテンツ以外)

	25年度		24年度		増減(件)
	件数	構成比%	件数	構成比%	
70歳以上	151	3.9	71	2.8	80
60歳代	301	7.7	184	7.1	117
50歳代	476	12.2	326	12.6	150
40歳代	984	25.2	668	26.0	316
30歳代	1,020	26.1	725	28.2	295
20歳代	633	16.2	402	15.6	231
20歳未満	161	4.1	124	4.8	37
不明	181	4.6	74	2.9	107
合計	3,907	100.0	2,574	100.0	1,333

相談の内容キーワードで見ると、「解約」「返金」「連絡不能」が上位を占めており、特に「連絡不能」（22年度289件、23年度379件）や「商品未着」（22年度186件、23年度238件）に関する相談件数は年々増加傾向にある。特に、25年度は「連絡不能」「商品未着」「詐欺」が急増している。「代金を振り込んだが商品が届かず、連絡もとれなくなった。」「ブランド品を注文したが、海外から届いた商品が偽物だった。」等の相談が多く寄せられており、取引相手が特定されない場合のインターネット取引の不安定性や危うさを反映している。

相談の内容別相談件数(デジタルコンテンツ以外) (複数選択項目)

順位	内容キーワード	25年度		24年度		増減(件)
		件数	構成比%	件数	構成比%	
1	解約	1,145	29.3	819	31.8	326
2	返金	1,091	27.9	708	27.5	383
3	連絡不能	1,036	26.5	477	18.5	559
4	商品未着	844	21.6	280	10.9	564
5	詐欺	623	15.9	206	8.0	417
6	電子広告	471	12.1	244	9.5	227
全件数		3,907	100.0	2,574	100.0	1,333

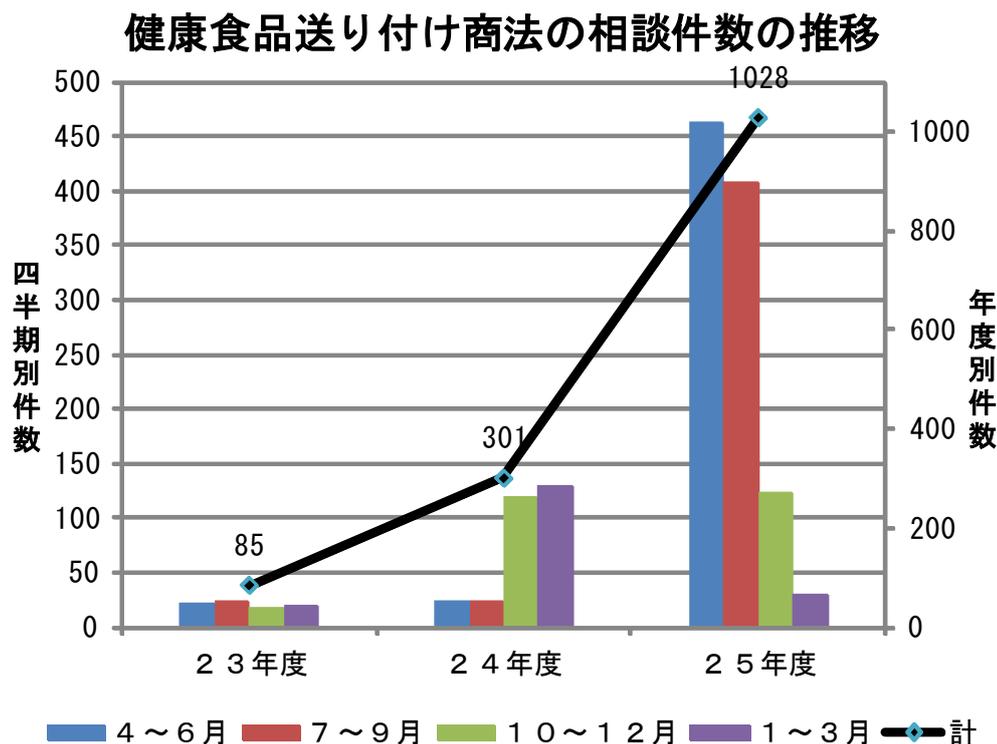
契約金額別にみると、「1万円未満」「1万円～5万円未満」に集中しており、「5万円～10万円未満」に集中している「デジタルコンテンツ関連」の相談に比較して低額となっている。「平均金額」は減少傾向にある。

契約金額別件数(デジタルコンテンツ以外)

	25年度		24年度		増減(件)
	件数	構成比%	件数	構成比%	
1万円未満	1,337	34.2	786	30.5	551
1万円～5万円未満	1,298	33.2	746	29.0	552
5万円～10万円未満	237	6.1	162	6.3	75
10万円～50万円未満	267	6.8	212	8.2	55
50万円～100万円未満	31	0.8	33	1.3	-2
100万円～500万円未満	40	1.0	39	1.5	1
500万円～5000万円未満	7	0.2	9	0.3	-2
5000万円以上	1	0.0			
無回答	689	17.6	587	22.8	102
合計	3,907	100.0	2,574	100.0	1,333
平均金額	113,907円		130,535円		

(2) 健康食品の送り付け商法

申し込んでいない健康食品をあたかも申し込んだかのように連絡し、宅配便の代引きで強引に送りつけてくる「健康食品の送り付け商法」に関する相談は24年度に急増し、25年度も継続して激増した。25年度の相談件数は前年度の3.4倍に上っている。相談は24年度後半から増加し始め、25年度の10月まで多くの相談が寄せられた。相談が急増する中で、特定商取引法に基づく行政の処分や警察の取締りが強化され、25年11月以降は相談が沈静化している。



契約当事者の年齢別にみると、「70歳以上」が82.3%と、高齢者に集中している。事業者は、消費者の名前・住所・生年月日を把握しており、消費者の個人情報を何らかの方法で入手し、高齢者をターゲットにしているものと思われる。

契約当事者の年代別件数

	25年度		24年度		増減(件)
	件数	構成比%	件数	構成比%	
70歳以上	846	82.3	222	73.8	624
60歳代	101	9.8	49	16.3	52
50歳代	43	4.2	16	5.3	27
40歳代	12	1.2	10	3.3	2
30歳代	6	0.6	1	0.3	5
20歳代	2	0.2	2	0.7	0
無回答	18	1.7	1	0.3	17
合計	1,028	100.0	301	100.0	727

事業者は代金引換配達で代金回収しているが、相談のなかで代金支払いの有無を確認できているもののうち、「0円」と支払っていない相談者が約75%を占め、残りの約25%の相談者が支払い済みとなっている。

支払っている金額は「1万円～5万円未満」に集中している。

相談窓口からの広報等による情報提供が広く行われたが、代金を支払ってしまった人が約四分の一を占めている。

既払い金額別件数

	25年度		24年度		増減(件)
	件数	構成比%	件数	構成比%	
0円	480	46.7	159	52.8	321
1円～1000円未満	7	0.7	0	0.0	7
1000円～1万円未満	12	1.2	4	1.3	8
1万円～5万円未満	117	11.4	36	12.0	81
5万円～10万円未満	11	1.1	5	1.7	6
10万円～50万円未満	14	1.4	1	0.3	13
50万円～100万円未満	1	0.1	2	0.7	-1
無回答	386	37.5	94	31.2	292
合計	1,028	100.0	301	100.0	727

「健康食品の送り付け商法」は、ケースによって特定商取引法の「電話勧誘販売」又は「ネガティブ・オプション」に該当する。

電話で勧誘されて商品の購入を断り切れずに商品の送付を承諾した場合は、「電話勧誘販売」に該当する。

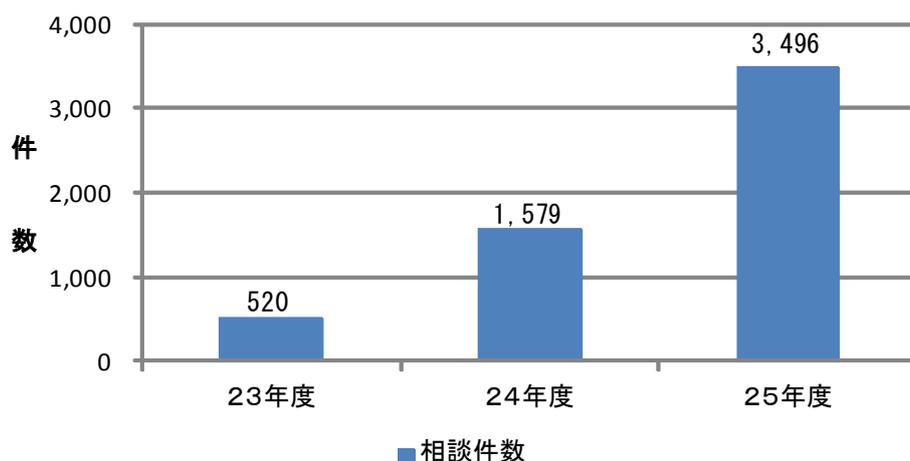
電話で商品を送付すると言われ、契約した覚えがないのではっきり断ったにもかかわらず、商品を一方的に送りつけられた場合は、「ネガティブ・オプション」に該当する。

(3) スマートフォン関連の相談

「スマートフォン関連の相談」とは、スマートフォン利用によるデジタルコンテンツなどの契約に関する相談やスマートフォンの通信契約等に関する相談など、相談内容に「スマートフォン」の記載がある相談のことを言う。

スマートフォンの普及（民間企業調査25年11月では保有率55.2%）が急速に進むとともに、「スマートフォン関連の相談」の件数は25年度3,496件と前年度比2.2倍に急増している。

スマートフォン関連の相談件数推移



契約当事者を年代別にみると、「30歳代」「40歳代」が中心で、全体の約5割を占め、「20歳代」「10歳代」がそれに続いている。

「20歳代」「20歳未満」の相談全体の年代別構成（4頁参照）は12.3%であるのに対し、スマートフォン関連の相談では29.9%を占めている。一方、上述の民間企業調査によると、スマートフォンの年代別保有率は「15～19歳」「20～29歳」の順に高く、それぞれ8割を超えている。保有率からみるとこの年代の相談割合は高くはない。

契約当事者の年代別件数

	25年度		24年度		増減(件)
	件数	構成比%	件数	構成比%	
70歳以上	44	1.3	21	1.3	23
60歳代	210	6.0	63	4.0	147
50歳代	384	11.0	161	10.2	223
40歳代	892	25.5	400	25.3	492
30歳代	854	24.4	440	27.9	414
20歳代	592	16.9	267	16.9	325
10歳代	422	12.1	194	12.3	228
10歳未満	32	0.9	12	0.8	20
無回答	66	1.9	21	1.3	45
合計	3,496	100.0	1,579	100.0	1,917

商品・サービス別にみると、25年度は「放送・コンテンツ等」に関するものが約7割を占め、その多くが「アダルト情報サイト」に関するものである。「アダルト情報サイト」は前年度比で2.6倍と急増している。

スマートフォンを介して提供されるコンテンツ等に関連した相談が大半を占めるが、その他に「携帯電話」9.9%、「携帯電話サービス」7.0%と、スマートフォン自体の機能やサービスにかかる相談も寄せられている。

商品・サービス別相談件数

順位	商品・サービス名 (大分類・小分類)	25年度		24年度		増減(件)
		件数	構成比%	件数	構成比%	
1	放送・コンテンツ等	2,435	69.7	953	60.4	1,482
	アダルト情報サイト	1,695	48.5	647	41.0	1,048
	デジタルコンテンツ	327	9.4	126	8.0	201
	他のデジタルコンテンツ	148	4.2	66	4.2	82
	出会い系サイト	139	4.0	75	4.7	64
	オンラインゲーム	98	2.8	31	2.0	67
2	電話機・電話機用品	388	11.1	316	20.0	72
	携帯電話	346	9.9	286	18.1	60
	電話関連機器・用品	40	1.1	27	1.7	13
3	移动通信サービス	290	8.3	178	11.3	112
	携帯電話サービス	245	7.0	132	8.4	113
	モバイルデータ通信	36	1.0	45	2.8	-9
4	役務その他	37	1.1	10	0.6	27
5	パソコン・パソコン関連用品	35	1.0	20	1.3	15
全件数		3,496	100.0	1,579	100.0	1,917

内容別分類でみると、25年度は「契約・解約」に関するものが88.9%、「販売方法」が80.7%と大半を占める。続いて、「価格・料金」が14.8%を占めている。

相談の内容別相談件数

(複数選択項目)

順位	分類	25年度		24年度		増減(件)
		件数	構成比%	件数	構成比%	
1	契約・解約	3,109	88.9	1,361	86.2	1,748
2	販売方法	2,821	80.7	1,116	70.7	1,705
3	価格・料金	517	14.8	209	13.2	308
4	接客対応	352	10.1	210	13.3	142
5	品質・機能、役務品質	297	8.5	251	15.9	46
6	表示・広告	236	6.8	76	4.8	160
7	法規・基準	45	1.3	9	0.6	36
8	安全・衛生	28	0.8	28	1.8	0
全件数		3,496	100.0	1,579	100.0	1,917

《 参考資料 》

表1 商品・サービス別分類表

商品大分類		25年度	24年度	増減%	増減の主な要因
A	商品一般	1,648	1,241	32.8	架空請求・消費税に関する相談の増
B	食料品	3,277	1,793	82.8	健康食品、冷凍調理食品に関する相談の増
C	住居品	2,090	1,596	31.0	ルームエアコン、漬物容器、ベッド、物干しざおに関する相談の増
D	光熱水品	701	742	-5.5	
E	被服品	2,297	1,524	50.7	ハンドバッグ、財布類、アクセサリ、ジョギングシューズに関する相談の増
F	保健衛生品	1,070	830	28.9	化粧品に関する相談の増
G	教養娯楽品	3,874	3,253	19.1	携帯電話、新聞、パソコンソフトに関する相談の増
H	車両・乗り物	1,295	1,211	6.9	
I	土地・建物・設備	1,968	1,879	4.7	
J	他の商品	113	94	20.2	
K	クリーニング	339	312	8.7	
L	レンタル・リース・貸借	2,453	2,437	0.7	
M	工事・建築・加工	1,658	1,487	11.5	新築工事、屋根工事に関する相談の増
N	修理・補修	572	536	6.7	
O	管理・保管	118	67	76.1	パーキング、管理・保管サービスに関する相談の増
P	役務一般	80	44	81.8	複合サービス会員の解約・返金に関する相談の増
Q	金融・保険サービス	5,611	6,022	-6.8	フリーローン・サラ金に関する相談の減
R	運輸・通信サービス	10,618	10,574	0.4	
S	教育サービス	259	238	8.8	
T	教養・娯楽サービス	1,604	1,804	-11.1	宝くじに関する相談の減
U	保健・福祉サービス	1,699	1,561	8.8	
V	他の役務	2,102	1,867	12.6	
W	内職・副業	233	208	12.0	
X	他の行政サービス	169	155	9.0	
Z	他の相談	967	823	17.5	
	計	46,815	42,298	10.7	

表2 契約当事者の居住市町村別件数

市町村名	25年度	24年度	市町村名	25年度	24年度	市町村名	25年度	24年度
さいたま市	9,243	8,306	朝霞市	731	691	滑川町	84	54
川越市	2,225	2,075	志木市	411	374	嵐山町	73	84
熊谷市	1,342	1,243	和光市	524	457	小川町	190	166
川口市	3,275	2,896	新座市	1,289	1,077	ときがわ町	94	71
行田市	517	429	桶川市	460	384	川島町	103	105
秩父市	360	254	久喜市	700	692	吉見町	73	87
所沢市	1,978	1,873	北本市	440	409	鳩山町	83	89
飯能市	539	467	八潮市	429	393	横瀬町	19	33
加須市	600	520	富士見市	790	696	皆野町	32	46
本庄市	378	361	ふじみ野市	757	710	長瀨町	33	41
東松山市	625	472	三郷市	609	530	小鹿野町	48	32
春日部市	1,476	1,236	蓮田市	403	380	東秩父村	19	11
狭山市	1,091	994	坂戸市	657	534	美里町	65	54
羽生市	281	278	幸手市	327	282	神川町	56	60
鴻巣市	631	563	鶴ヶ島市	575	494	上里町	175	149
深谷市	713	669	日高市	321	297	寄居町	212	183
上尾市	1,672	1,587	吉川市	321	282	宮代町	175	177
草加市	1,196	1,071	白岡市	273	229	杉戸町	231	231
越谷市	1,897	1,672	伊奈町	194	161	松伏町	145	134
蕨市	391	353	三芳町	190	178	その他・不明	1,787	1,747
戸田市	804	761	毛呂山町	220	171	合計	46,815	42,298
入間市	1,177	1,171	越生町	86	72			

※ H24.10.1 「白岡町」 → 「白岡市」

表3 相談者の居住市町村別件数（県の受付分）

市町村名	25年度	24年度	市町村名	25年度	24年度	市町村名	25年度	24年度
さいたま市	1,184	1,126	朝霞市	188	190	滑川町	50	46
川越市	1,309	1,322	志木市	140	131	嵐山町	48	59
熊谷市	847	790	和光市	110	121	小川町	93	89
川口市	1,411	1,358	新座市	259	206	ときがわ町	44	40
行田市	256	236	桶川市	207	172	川島町	78	80
秩父市	93	80	久喜市	360	392	吉見町	39	73
所沢市	438	396	北本市	153	144	鳩山町	75	84
飯能市	185	127	八潮市	101	122	横瀬町	7	13
加須市	279	213	富士見市	261	218	皆野町	15	16
本庄市	187	193	ふじみ野市	203	202	長瀨町	13	22
東松山市	239	216	三郷市	242	205	小鹿野町	15	17
春日部市	1,183	996	蓮田市	158	129	東秩父村	13	8
狭山市	166	160	坂戸市	322	272	美里町	47	39
羽生市	126	135	幸手市	151	162	神川町	36	43
鴻巣市	275	265	鶴ヶ島市	195	153	上里町	76	67
深谷市	404	381	日高市	157	143	寄居町	123	113
上尾市	295	232	吉川市	148	140	宮代町	128	123
草加市	289	278	白岡市	168	135	杉戸町	169	172
越谷市	597	486	伊奈町	123	101	松伏町	62	84
蕨市	193	171	三芳町	119	106	その他・不明	502	385
戸田市	211	183	毛呂山町	169	144	合計	15,938	14,713
入間市	151	174	越生町	53	34			

※ H24.10.1 「白岡町」 → 「白岡市」

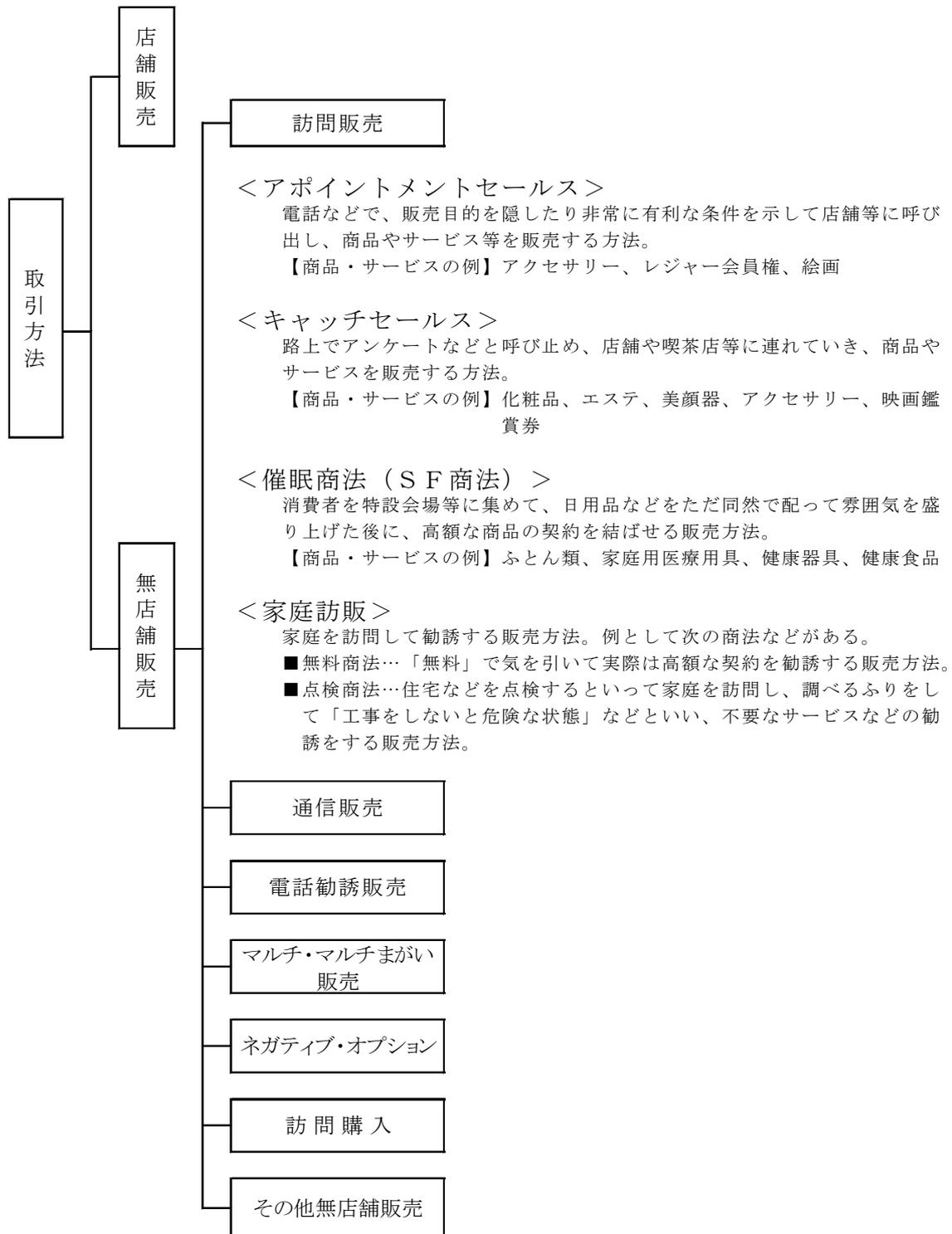
表4 相談者の居住市町村別件数（市町村の受付分）

市町村名	25年度	24年度	市町村名	25年度	24年度	市町村名	25年度	24年度
さいたま市	8,332	7,398	朝霞市	552	524	滑川町	36	10
川越市	988	824	志木市	282	244	嵐山町	24	25
熊谷市	515	470	和光市	419	346	小川町	101	75
川口市	1,885	1,578	新座市	1,049	896	ときがわ町	50	33
行田市	266	196	桶川市	242	222	川島町	24	24
秩父市	279	176	久喜市	354	317	吉見町	34	11
所沢市	1,552	1,545	北本市	285	269	鳩山町	12	10
飯能市	365	350	八潮市	332	274	横瀬町	14	18
加須市	325	315	富士見市	542	499	皆野町	18	28
本庄市	195	174	ふじみ野市	564	517	長瀨町	17	19
東松山市	392	268	三郷市	380	333	小鹿野町	30	16
春日部市	326	270	蓮田市	245	262	東秩父村	4	3
狭山市	949	865	坂戸市	344	280	美里町	22	13
羽生市	160	151	幸手市	185	123	神川町	18	16
鴻巣市	371	316	鶴ヶ島市	411	351	上里町	100	82
深谷市	330	272	日高市	172	152	寄居町	93	74
上尾市	1,413	1,357	吉川市	185	152	宮代町	50	62
草加市	901	805	白岡市	117	99	杉戸町	64	64
越谷市	1,331	1,222	伊奈町	72	62	松伏町	89	50
蕨市	208	183	三芳町	75	76	その他・不明	427	555
戸田市	605	596	毛呂山町	48	23	合計	30,877	27,585
入間市	1,075	1,018	越生町	32	27			

※ H24.10.1 「白岡町」 → 「白岡市」

《 事 例 等 》

1 取引方法の体系



2 取引方法ごとの事例

(1) 店舗販売

【不動産貸借】

4年間住んだ賃貸マンションを退去した。敷金の返還を申し出たら、クリーニングと修理代名目で高額な原状回復費用を請求された。ほとんど汚れはなく、納得できない。

(請求金額：146,000円) (34歳・給与生活者・女性)

【フリーローン・サラ金】

生活費に困りサラ金やカード会社から借入を重ねたが、定職がなく返済が滞っている。家賃も滞納している。どうしたらよいか。

(借金総額：260万円) (31歳・無職・男性)

【工事・建築】

戸建住宅の新築工事を申し込んだ。契約金額が最初の見積もりから700万円も増え、納得できない。解約できるか。

(契約金額：1,900万円) (63歳・給与生活者・男性)

【自動車】

中古車販売店で軽自動車の購入契約をした。3日後にキャンセルを申し出たら高額な解約料を請求された。支払わなければならないのか。

(契約金額：55万円) (44歳・給与生活者・男性)

(2) 訪問販売

【工事・建築】

4日前、業者が来訪して屋根に登り、「屋根が壊れている。このままだと雨漏りする。」と言われ、屋根工事を契約した。既に工事に着手しているが、高額なので解約したい。クーリング・オフできるか。

(契約金額：298万円) (77歳・家事従事者・女性)

【新聞】

新聞勧誘員が来訪し、ビール1ケースと洗剤をサービスすると強引に勧誘され、2年後から半年間の購読契約をした。高齢のため2年後どうなっているかわからないので解約したい。

(74歳・無職・男性)

【テレビ放送】

公共放送の勧誘員が来訪し、受信契約の手続きをするように言われた。今は忙しいので日を改めてほしいと言ったところ、「払っていないのはあんただけだ」と言われた。払わなくてはいけないものなのか。

(60歳・給与生活者・女性)

(3) 通信販売**【有料サイトの不当請求】**

スマートフォンで無料アダルトサイトにアクセスし年齢認証ボタンを押したところ、登録となり料金請求画面が表示された。請求金額をクレジットカードで決済したが、さらに支払残額があると請求されている。どうしたらよいか。

(請求金額：298,000円) (28歳・給与生活者・女性)

【架空請求】

突然覚えのない請求のハガキが届いた。過去に通信販売で購入した商品に未納代金があるという。慌てて連絡してしまったが、今後どうしたらよいか。

(78歳・家事従事者・女性)

【パソコンソフト】

パソコンの画面に突然ウィルス感染していると警告画面が出た。慌てて画面上の広告からセキュリティソフトを申し込んだが、解約したい。

(契約金額：3,391円) (30歳・給与生活者・男性)

(4) 電話勧誘販売**【健康食品】**

「注文を受けた健康食品を送る」との電話があった。注文した覚えがないので「送らないでほしい」と伝えたが、「注文されて作ったものなので引き取ってもらう」と強引に言われ、送付を了承した。商品が届いたが返品したい。

(請求金額：27,000円) (81歳・無職・女性)

【ファンド型投資商品】

知らない会社から突然電話があり、貴方名義で太陽光発電関連のファンドを買ったと電話があった。驚いて販社に解約を伝えたが、後で返金するから一旦入金するようにと言われ、自宅に来た人に2千万円手渡した。その後も手渡しとレターパックで入金を重ねたが返金されない。お金を全額返してほしい。

(支払金額：5,600万円) (69歳・無職・男性)

(5) マルチ・マルチまがい販売**【健康食品】**

見知らぬ業者から電話があり、「2か月前に注文を受けたサプリメントを明日発送する」と言われた。身に覚えがないと断ったが、商品が代引き配達で送り付けられ、やむを得ず代金を支払って受け取ってしまった。解約・返金してほしい。

(請求金額：29,800円) (79歳・家事従事者・女性)

【投資用DVD】

大学の先輩から「儲け話がある」と呼び出された。出向いた飲食店には先輩の他に男性がいて、稼ぐために必要と投資用DVDの購入を勧められた。お金がないと断ると学生ローンで借りるよう言われ、断り切れずに契約し、学生ローン2社から借り入れをして支払った。後日、新たに他の人を勧誘して契約させれば10万円の報酬が得られると言われ、不信感を持った。解約返金を希望する。

(契約金額：56万円) (20歳・学生・男性)

【ファンド型投資商品】

友人から元本保証で毎月1万円の配当が得られると説明され、農業支援事業に投資した。また、出資者を紹介すると紹介料をもらえるとされ、友人を数人紹介した。最近業者が逮捕されたが、自分や友人が投資したお金を返金してもらうにはどうしたらよいか。

(契約金額：100万円) (74歳・家事従事者・女性)

(6) ネガティブ・オプション

【健康食品】

SNSで知り合った人からファミリーレストランに呼び出され、健康食品等の紹介販売ビジネスを勧められた。家に帰って考えたいと言ったが強引に勧誘され、断り切れずに契約した。クーリング・オフしたい。

(契約金額：76,550円) (24歳・給与生活者・女性)

(7) 訪問購入

【アクセサリ】

不用品はないかと電話があり、使っていないコピー機を買い取ってほしくて訪問を了承した。来訪した業者から他に貴金属はないかと言われ、18金の婚約指輪とネックレス、金時計を出したところ、全部で1万円と言いついて行ってしまった。思い出の品であり、返してほしい。

(契約金額：1万円) (78歳・無職・女性)

(8) その他無店舗販売

【物干し竿】

マイクで「2本で2,980円」と言っている物干し竿の移動販売車を呼び止め、2本購入したいと伝えた。業者は物干し台の長さに合わせて竿をカットした後、1本29,800円だと言ってきた。話が違うと言ったが、「マイクで流しているのは2本購入した際の値引き額だ、カットしてしまったので払ってもらおう」と凄まれた。怖くなり全額支払ったが、返金してほしい。

(契約金額：56,620円) (67歳・家事従事者・女性)

3 相談件数が多かった主な事例

(1) 高齢者に関する相談

健康食品の送り付け商法

24年度後半から急増し、25年度は前年度に比べ666件増加した。「電話勧誘があり断ったのに商品が送られてきた」、「注文した覚えがない事業者から、『注文を受けているから送る』と電話があった」といった相談が多く、契約者の約9割が高齢者である。

【24年度：281件 → 25年度：947件】

【健康食品】

知らない業者から「先月、注文を受けた健康食品を送る」と電話があったが、身に覚えがない。明日、品物が代金引換で届くことになっているが、業者からの電話は、非通知になっており業者名も不明。どうしたらよいか。

(請求金額：39,800円) (92歳・無職・女性)

利殖商法

ファンド型投資商品や社債のトラブルが多数を占めている。相談件数は減少しているが、取引額は高額である。「劇場型」や「被害回復型」など、勧誘の手口が巧妙化している。

高齢者相談【24年度：1,010件 → 25年度：903件】

【ファンド型投資商品】

投資経験がないのに、証券会社から電話があり、「A社の社債を購入できる権利者名簿にあなたの名前が載っている。あなたの名義で1,000万円購入した。至急、支払わないとキャンセルになってしまう。」と言われた。

ゆうパックで1,000万円送るよう指示され、2回に分けて920万円送ってしまった。だまされたようだ。

(契約金額：1,000万円) (76歳・無職・女性)

(2) フリーローン・サラ金に関する相談

23年度から減少傾向にあるが、全体の相談件数に占める割合は高い。多重債務や過払い金請求に関する相談が多い。

【24年度：2,400件 → 25年度：1,946件】

【多重債務】

10年程前、生活費の補てんのため、消費者金融5社から借り入れた。貯金はなく、現在の収入は1か月5万円程度の年金のみで、返済が困難である。どうしたらよいか。

(借金総額：237万円) (65歳・無職・男性)

(3) 賃貸アパートに関する相談

賃貸借契約の解除に伴うトラブルで、原状回復費用の請求に関するものが多い。

【24年度：1,715件 → 25年度：1,707件】

【原状回復費用】

9年間居住した賃貸アパートを退去した。クロスの張り替えやハウスクリーニングなどの原状回復費用を請求されており、その額は敷金を大きく上回っている。煙草も吸わず、特に汚した覚えはない。退去に当たり、不動産業者と立ち会いをした際には、特に汚れている部分の話はなかった。高すぎるのではないか。

(請求金額：34万円) (52歳・給与生活者・男性)

(4) 自動車に関する相談

自動車に関する相談件数は、前年度と比べ13件増加した。約4割が中古車に関する相談であった。

【24年度：1,197件 → 25年度：1,210件】

【中古自動車】

車の修理をするためにディーラーへ行ったところ、営業担当者から別の中古車の購入を勧められた。「今決めないと売れてしまうかも」と言われ、買う気になった。修理のために持って行った車を下取りに出し、その中古車を買うことにして、カーナビ取り付けを依頼し、注文書のような書類にサインをした。帰宅後、よく考えたら、まだ買う必要がないと思い、その日のうちにキャンセルを申し出たが、「契約は成立している。キャンセルはできない。」と断られた。キャンセルできないか。

(契約金額：345万円) (62歳・自営・自由業・男性)

(5) 携帯電話に関する相談

25年度は前年度に比べ64件増加した。スマートフォンに関する相談が増加している。

【24年度：1, 154件 → 25年度：1, 218件】

【スマートフォン】

妻と二人で携帯電話からスマートフォンに乗り換える契約をした。販売担当者から「子供用の携帯電話をつけておく」と言われた。「2年間、無料で使える」とのことだったので了承した。後日、請求書を確認すると携帯電話の基本料金と手数料が請求されていた。無料ではないことがわかったので、解約したいことを電話で告げたところ、担当者から「契約時に説明した。契約書にサインしている。解約には応じるが、解約料は9千円である。」と言われた。支払いたくない。

(解約金額：9千円) (35歳・給与生活者・男性)

(6) アダルト情報サイトに関する相談

従来はパソコンからのアクセスによるトラブルが多かったが、スマートフォン利用によるトラブルが増加している。

【24年度：3, 633件 → 25年度：4, 372件】

【アダルト情報サイト】

スマートフォンで無料と表示のあるアダルト情報サイトにアクセスした。すぐに「18歳以上ですか」の年齢確認画面が表示され、タップしたら突然登録になり99,900円を請求された。「退会、誤操作の方はこちら」という表示があったので、そこからサイトへメールを送った。すると「メールでは処理できない。24時間以内に電話連絡するように」と返信があった。どうしたらよいか。

(請求金額：99,900円) (51歳・給与生活者・男性)

(7) インターネット通販に関する相談

インターネットの通販サイトで「代金を振り込んだが商品が届かず、連絡もとれなくなった。」「ブランド品を注文したが偽物だった。」といったトラブルや返品・解約に関する相談が多い。

【24年度：286件 → 25年度：699件】

【インターネット通販】

インターネットで海外ブランドのブーツを格安で販売しているサイトを見つけたので、購入を申し込み、指定口座に代金を振り込んだ。配送予定日を過ぎても品物は届かず、問い合わせのメールを送っても返信がない。電話番号もわからない。どうしたらよいか。

(契約金額：7,500円) (30歳・給与生活者・女性)

この年報に関する問合せは
下記までお願いします。

埼玉県消費生活支援センター
相談担当

Tel:048-261-0978

埼玉県消費生活支援センターのホームページ
にも掲載しています。

埼玉県 消費 年報

で

検索

または <http://www.pref.saitama.lg.jp/site/nenpou/>