

平成 30 年度

消費生活相談状況

愛媛県消費生活センター

本報告書は、全国消費生活情報ネットワークシステム（PIO-NET）に登録されているデータをもとに、平成 30 年 4 月 1 日から平成 31 年 3 月 31 日までの間に愛媛県消費生活センター及び愛媛県内の市町消費生活相談窓口に寄せられた消費生活相談についてデータ集計したものです。

※データ抽出時点（平成 31 年 4 月末日）で、PIO-NET に新規、更新情報を含めた登録されているデータに基づきます。未登録のデータは含まれていません。

本報告書の集計分類は、独立行政法人国民生活センターの例によります。

全国消費生活情報ネットワークシステム【PIO-NET(パイオネット、Practical Living Information Online Network System)】は、国民生活センターと全国の消費生活センター等をオンラインネットワークで結び、消費生活に関する情報を蓄積しているデータベースです。

目 次

1	相談受付状況	
(1)	相談件数の推移	1
(2)	契約当事者の属性	1
	ア 性別	
	イ 職業別	
	ウ 年代別	
	エ 居住地別	
(3)	相談方法別相談件数	3
2	相談内容別相談状況	
(1)	内容別分類別相談件数	4
(2)	販売購入形態別相談状況	4
	ア 販売購入形態別の相談件数の割合	
	イ 販売購入形態別年代別の相談件数	
(3)	商品・役務別相談状況	6
	ア 商品・役務別の相談件数	
	イ 商品・役務別年代別の相談件数	
(4)	平均契約金額の推移	8
(5)	株、公社債及びファンド型投資商品の相談状況	8
	ア 株、公社債及びファンド型投資商品の相談件数	
	イ 株、公社債及びファンド型投資商品の相談の年代別割合	
	ウ 株、公社債及びファンド型投資商品の相談の平均契約金額の推移	
(6)	フリーローン・サラ金の相談状況	10
	ア フリーローン・サラ金の相談件数	
	イ フリーローン・サラ金の相談の年代別割合	
3	相談の特徴	
(1)	架空請求相談件数の推移	11
(2)	デジタルコンテンツの相談状況	11
(3)	インターネット通販の相談状況	12
4	危害・危険に関する相談状況	
(1)	危害・危険の相談件数	13
(2)	危害・危険の相談内容	13
	参考資料	
	(1) 相談事例	
	(2) 用語説明	

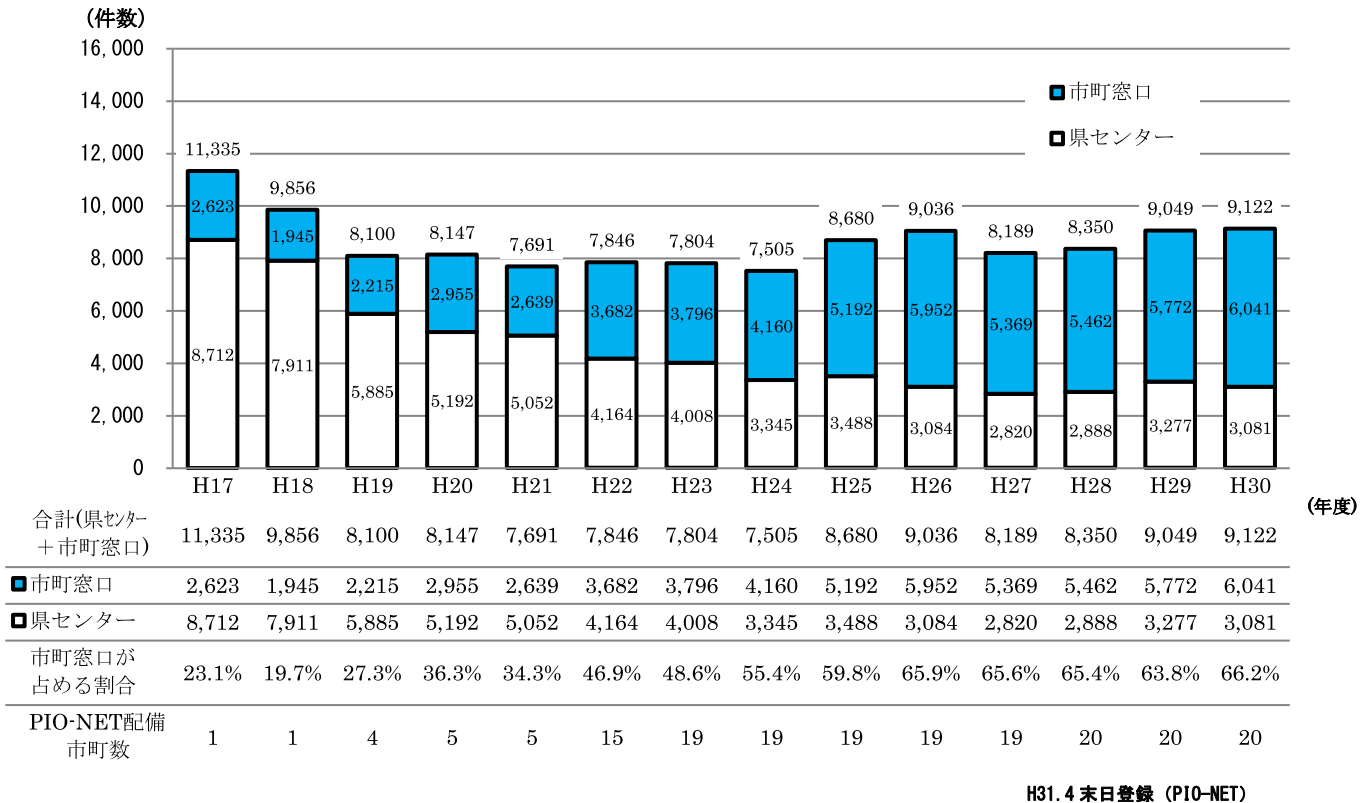
1 相談受付状況

(1) 相談件数の推移

PIO-NETに登録された県全体の相談件数は、平成19年度まで減少傾向にありましたが、それ以降は、7,500件～9,200件の間で推移しています。この中で、直近の3年間は、連続して増加しています。

平成30年度は、前年度と比較すると73件(0.8%)増加の9,122件となり、平成19年度以降で最も多くなっています。内訳は、県センター3,081件(33.8%)、市町窓口6,041件(66.2%)であり、住民に身近な市町窓口の整備拡充が進み、市町への相談割合が約2/3を占めています。

図1 年度別の相談件数等 (PIO-NETに登録されたもの)



(2) 契約当事者の属性

ア 性別

性別で見ると女性が57.9%、男性が37.2%、団体・不明が4.9%で、前年度同様、女性の比率が男性を上回っています。

表1 性別の相談件数 (PIO-NETに登録されたもの)

性別等	H30年度		H29年度	
	前年度比	件数 (割合)	件数 (割合)	
男性	1.03	3,397 (37.2%)	3,314 (36.6%)	
女性	1.02	5,277 (57.9%)	5,162 (57.1%)	
団体・不明	0.78	448 (4.9%)	573 (6.3%)	
合計	1.01	9,122 (100.0%)	9,049 (100.0%)	

注) 不明には無回答を含む。

H31.4.末日登録 (PIO-NET)

イ 職業別

職業別では、無職(年金生活者を含む)が30.7%で最も多く、次いで給与生活者が28.0%となっています。

表2 職業別の相談件数 (PIO-NETに登録されたもの)

職業等	前年度比	H30年度		H29年度	
		件数	割合	件数	割合
無職	1.06	2,804	(30.7%)	2,633	(29.1%)
給与生活者	0.91	2,549	(27.9%)	2,809	(31.0%)
家事従事者	0.96	1,085	(11.9%)	1,130	(12.5%)
自営・自由業	1.21	585	(6.4%)	484	(5.3%)
学生	1.03	199	(2.2%)	194	(2.1%)
企業等	0.95	146	(1.6%)	153	(1.7%)
不明	1.07	1,754	(19.2%)	1,646	(18.2%)
合計	1.01	9,122	(100.0%)	9,049	(100.0%)

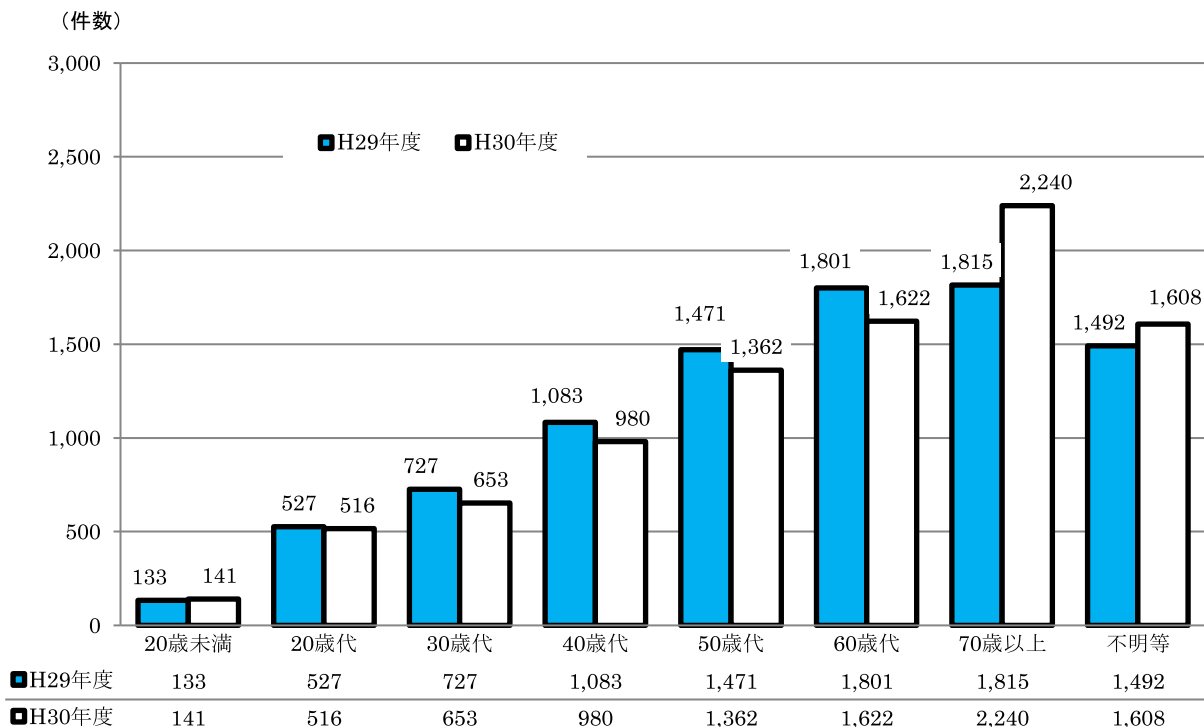
注) 不明には無回答を含む。

H31.4. 末日登録 (PIO-NET)

ウ 年代別

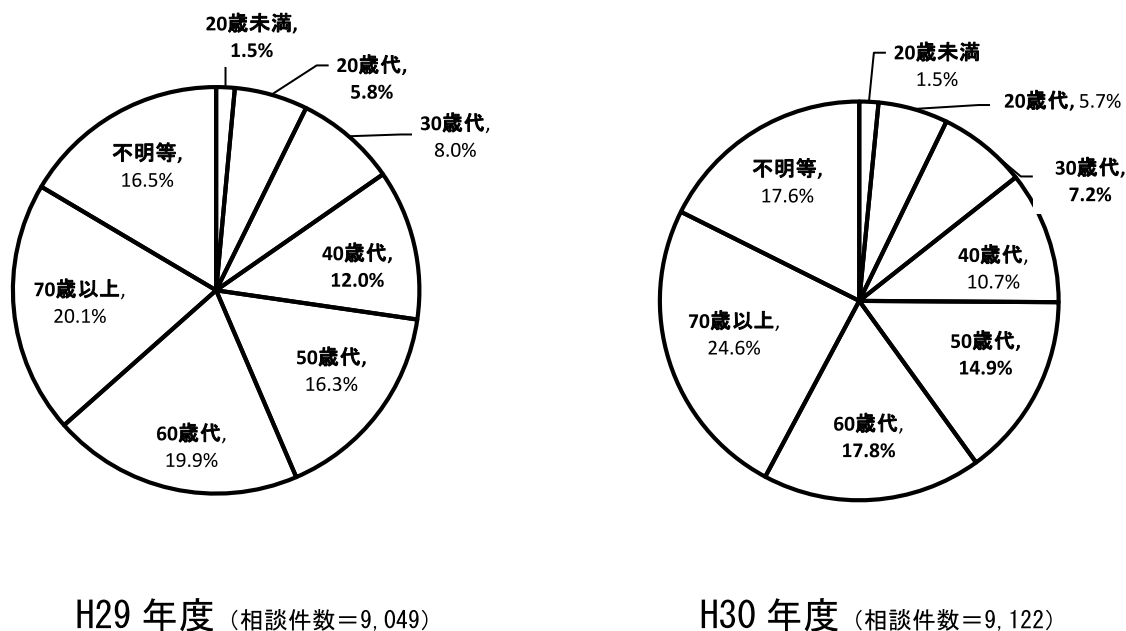
年代別では、70歳以上が24.6%と最も多く、次いで60歳代17.8%、50歳代14.9%の順となっており、70歳以上の割合が依然として最も高くなっており、前年度比23.4%の高い伸びを示しています。

図2 年代別の相談件数 (PIO-NETに登録されたもの)



H31.4. 末日登録 (PIO-NET)

図3 年代別の相談件数の割合 (PIO-NETに登録されたもの)



H31.4. 末日登録 (PIO-NET)

エ 居住地別

地域別にみると中予地域が4,210件(46.4%)、東予地域が2,593件(28.4%)、南予地域が1,607件(17.6%)となっています。

14市町で増加、6市町で減少しています。

表3 居住地別の相談件数 (PIO-NETに登録されたもの)

市町名	H30年度		H29年度		市町名	H30年度		H29年度	
	前年度比	件数(割合)	件数(割合)			前年度比	件数(割合)	件数(割合)	
松山市	1.01	3,504 (38.4%)	3,484 (38.5%)		上島町	1.32	62 (0.7%)	47 (0.5%)	
今治市	1.04	699 (7.7%)	671 (7.4%)		久万高原町	0.83	30 (0.3%)	36 (0.4%)	
宇和島市	0.99	478 (5.3%)	483 (5.3%)		松前町	1.04	176 (1.9%)	169 (1.9%)	
八幡浜市	1.38	320 (3.5%)	232 (2.6%)		砥部町	0.99	130 (1.4%)	131 (1.5%)	
新居浜市	1.37	1,014 (11.1%)	738 (8.2%)		内子町	1.19	128 (1.4%)	108 (1.2%)	
西条市	1.11	597 (6.5%)	538 (5.9%)		伊方町	0.79	15 (0.2%)	19 (0.2%)	
大洲市	1.03	187 (2.1%)	181 (2.0%)		松野町	1.34	47 (0.5%)	35 (0.4%)	
伊予市	0.96	174 (1.9%)	182 (2.0%)		鬼北町	1.18	100 (1.1%)	85 (0.9%)	
四国中央市	0.87	221 (2.4%)	253 (2.8%)		愛南町	1.59	119 (1.3%)	75 (0.8%)	
西予市	1.16	213 (2.3%)	183 (2.0%)		不明等	0.58	693 (7.6%)	1,191 (13.2%)	
東温市	1.03	215 (2.4%)	208 (2.3%)		合計	1.01	9,122 (100.0%)	9,049 (100.0%)	

注) 不明等には愛媛県外居住者、無回答を含む。

H31.4. 末日登録 (PIO-NET)

(3) 相談方法別相談件数

相談の方法は電話によるものが76.9%で最も多く、次いで来訪によるもの22.6%、メール等の文書によるもの0.5%の順となっています。

表4 相談方法別の相談件数 (PIO-NETに登録されたもの)

相談方法	H30年度		H29年度	
	前年度比	件数(割合)	件数(割合)	
電話	0.97	7,012 (76.9%)	7,203 (79.6%)	
来訪	1.15	2,062 (22.6%)	1,800 (19.9%)	
文書	1.04	48 (0.5%)	46 (0.5%)	
合計	1.01	9,122 (100.0%)	9,049 (100.0%)	

注) 文書には電子メール、FAXを含む。

H31.4. 末日登録 (PIO-NET)

2 相談内容別相談状況

(1) 内容別分類別相談件数

最も多いのは「契約・解約」で64.5%、以下「販売方法」の52.9%、「接客対応」の11.3%、「価格・料金」の8.9%の順となっています。

表5 内容別分類別の相談件数 (PIO-NETに登録されたもの)

年 度	内容別分類		契約・解約	販売方法	接客対応	価格・料金	品質・機能・役務品質	法規・基準	表示・広告	安全・衛生	生活知識	施設・設備	買物相談	計量・量目	包装・容器	その他
			前年度比	1.03	0.99	1.21	0.88	1.03	0.95	1.01	0.84	1.08	0.88	0.90	1.33	0.82
30	9,122	件 数	5,880 (64.5%)	4,822 (52.9%)	1,034 (11.3%)	811 (8.9%)	627 (6.9%)	519 (5.7%)	415 (4.5%)	200 (2.2%)	42 (0.5%)	28 (0.3%)	28 (0.3%)	12 (0.1%)	9 (0.1%)	167 (1.8%)
29	9,049	件 数	5,735 (63.4%)	4,860 (53.7%)	858 (9.5%)	917 (10.1%)	609 (6.7%)	547 (6.0%)	409 (4.5%)	239 (2.6%)	39 (0.4%)	32 (0.4%)	31 (0.3%)	9 (0.1%)	11 (0.1%)	173 (1.9%)

注1) 内容別分類は、複数記入が可能なため総相談件数とは合致しない。
注2) () 内は総件数に占める割合。

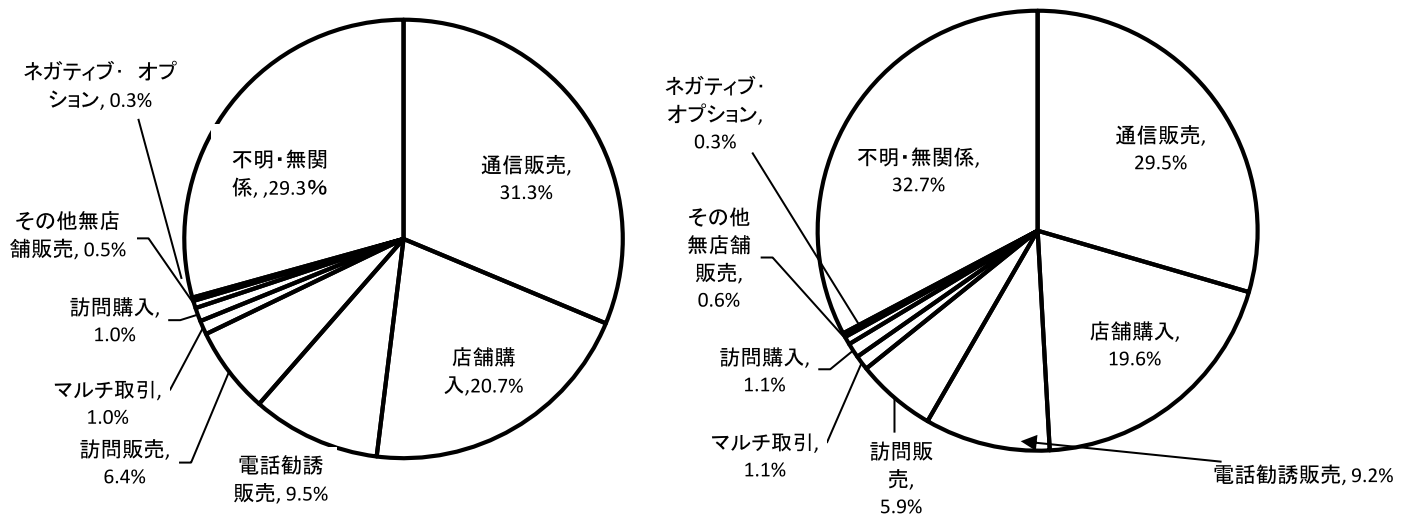
H31.4. 末日登録 (PIO-NET)

(2) 販売購入形態別相談状況

ア 販売購入形態別の相談件数の割合

最も多いのは「通信販売」で29.5%、次いで「店舗購入」の19.6%、「電話勧誘販売」の9.2%、「訪問販売」の5.9%の順となっています。

図4 販売購入形態別の相談件数の割合 (PIO-NETに登録されたもの)



H29 年度 (相談件数=9,049)

H30 年度 (相談件数=9,122)

H31.4 末日登録 (PIO-NET)

イ 販売購入形態別年代別の相談件数

通信販売は全年代層にわたって多く、電話勧誘販売、訪問販売、訪問購入は高齢の方に多くなっており、マルチ取引は20歳代に多いという特徴があります。

表6 販売購入形態別年代別の相談件数 (PIO-NETに登録されたもの)

順位	販売購入形態	年 度	合 計	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	不明等
1	通信販売	30	2,691	97	172	256	369	511	471	475	340
		29	2,834	89	216	292	423	576	571	362	305
2	店舗購入	30	1,790	21	172	187	227	281	236	363	303
		29	1,869	17	176	225	253	289	300	288	321
3	電話勧誘販売	30	841	2	27	40	67	71	140	301	193
		29	858	3	23	47	101	80	142	310	152
4	訪問販売	30	536	7	29	29	54	46	86	196	89
		29	580	13	21	32	90	50	70	217	87
5	訪問購入	30	99	2	0	2	6	7	18	49	15
		29	91	0	0	5	6	16	11	40	13
6	マルチ取引	30	98	1	25	8	11	10	18	12	13
		29	93	0	27	4	12	10	10	20	10
7	その他	30	54	0	3	8	11	1	8	12	11
	無店舗販売	29	49	0	1	3	6	9	12	7	11
8	ネガティブ・オプション	30	28	0	2	2	4	2	1	12	5
		29	23	0	1	0	2	2	2	10	6
-	不明・無関係	30	2,985	11	86	121	231	433	644	820	639
		29	2,652	11	62	119	190	439	683	561	587
	合 計	30	9,122	141	516	653	980	1,362	1,622	2,240	1,608
		29	9,049	133	527	727	1,083	1,471	1,801	1,815	1,492

H31.4.末日登録 (PIO-NET)

(3) 商品・役務別相談状況

ア 商品・役務別の相談件数

最も多いのは、架空請求を含む「商品一般」に関するもので2,241件、次いで「放送・コンテンツ等」に関するもので982件、3番目は「インターネット通信サービス」に関するもので396件となっており、「商品一般」が、昨年度に比べて405件(22.1%)増加しています。

表7 商品・役務別の相談件数 (PIO-NETに登録されたもの)

順位	商品・役務名	H30年度		H29年度		
		前年度比	件数	割合	件数	割合
1	商品一般	1.22	2,241	(24.6%)	1,836	(20.3%)
2	放送・コンテンツ等	0.66	982	(10.8%)	1,488	(16.4%)
	デジタルコンテンツ	0.67	860	(9.4%)	1,285	(14.2%)
3	インターネット通信サービス	1.05	396	(4.3%)	377	(4.2%)
4	融資サービス	1.04	340	(3.7%)	328	(3.6%)
	フリーローン・サラ金	1.08	299	(3.3%)	276	(3.1%)
5	健康食品	1.13	333	(3.6%)	296	(3.3%)
6	レンタル・リース・賃借	0.89	320	(3.5%)	359	(4.0%)
	借家・賃貸アパート等	0.88	287	(3.1%)	325	(3.6%)
7	相談その他	1.04	264	(2.9%)	254	(2.8%)
8	役務その他	0.91	239	(2.6%)	264	(2.9%)
9	工事・建築・加工	0.93	176	(1.9%)	190	(2.1%)
10	電気	3.13	169	(1.9%)	54	(0.6%)
11	移动通信サービス	0.96	159	(1.7%)	166	(1.8%)
12	自動車	1.06	157	(1.7%)	148	(1.6%)
13	化粧品	0.93	142	(1.6%)	153	(1.7%)
14	書籍・印刷物	0.94	105	(1.2%)	112	(1.2%)
15	空調・冷暖房・給湯設備	1.08	93	(1.0%)	86	(1.0%)
16	修理・補修	1.11	90	(1.0%)	81	(0.9%)
17	電話機・電話機用品	0.86	89	(1.0%)	103	(1.1%)
18	ファンド型投資商品	1.33	89	(1.0%)	67	(0.7%)
19	他の金融関連サービス	0.99	87	(1.0%)	88	(1.0%)
20	他の行政サービス	1.43	86	(0.9%)	60	(0.7%)
-	ランキング外の総件数	-	2,565	(28.1%)	2,539	(28.1%)
	合 計	1.01	9,122	(100.0%)	9,049	(100.0%)

注)商品・役務名は、(独)国民生活センターホームページ内
<http://datafile.kokusen.go.jp/> の検索メニュー内の項目解説を参考

イ 商品・役務別年代別の相談件数

「商品一般」に関するものは50歳代以上で、「放送・コンテンツ等」に関するものは全年代で上位を占めています。

表8 商品・役務別年代別の相談件数 (PIO-NET に登録されたもの)

順位	20歳未満	件数	20歳代	件数	30歳代	件数	40歳代	件数
1	放送・コンテンツ等	54	放送・コンテンツ等	86	放送・コンテンツ等	93	放送・コンテンツ等	167
2	健康食品	14	レンタル・リース・貸借	39	商品一般	45	商品一般	120
3	化粧品	8	商品一般	36	レンタル・リース・貸借	44	インターネット通信サービス	52
4	商品一般	6	理美容	34	融資サービス	40	レンタル・リース・貸借	50
5	理美容	6	融資サービス	32	自動車	27	融資サービス	49
6	外食・食事宅配	4	相談その他	25	インターネット通信サービス	24	健康食品	46
7	電話機・電話機用品	4	内職・副業	23	健康食品	21	役務一般	26
8	紳士・婦人洋服	3	インターネット通信サービス	20	移动通信サービス	19	化粧品	24
9	音響・映像製品	3	自動車	20	化粧品	17	移动通信サービス	24
10	履物	3	移动通信サービス	19	役務その他	17	自動車	23
11	移动通信サービス	3	役務その他	16	工事・建築・加工	16	電気	21
12	相談その他	3	ファンド型投資商品	11	相談その他	15	空調・冷暖房・給湯設備	19
13	飲料	2	紳士・婦人洋服	9	電話機・電話機用品	12	教室・講座	18
14	かばん	2	教室・講座	9	紳士・婦人洋服	12	役務その他	18
15	他の保健衛生品	2	飲料	6	理美容	11	紳士・婦人洋服	16
16	レンタル・リース・貸借	2	アクセサリ	6	電気	10	工事・建築・加工	15
17	観覧・鑑賞	2	デリバティブ取引	6	玩具・遊具	10	他の金融関連サービス	13
18	医療	2	医療	6	医療	9	相談その他	13
19	教養娯楽品一般	2	健康食品	5	教室・講座	8	他の教養娯楽	12
20	肉類 他	1	化粧品 他	5	他の教養娯楽 他	8	パソコン・パソコン関連用品	11

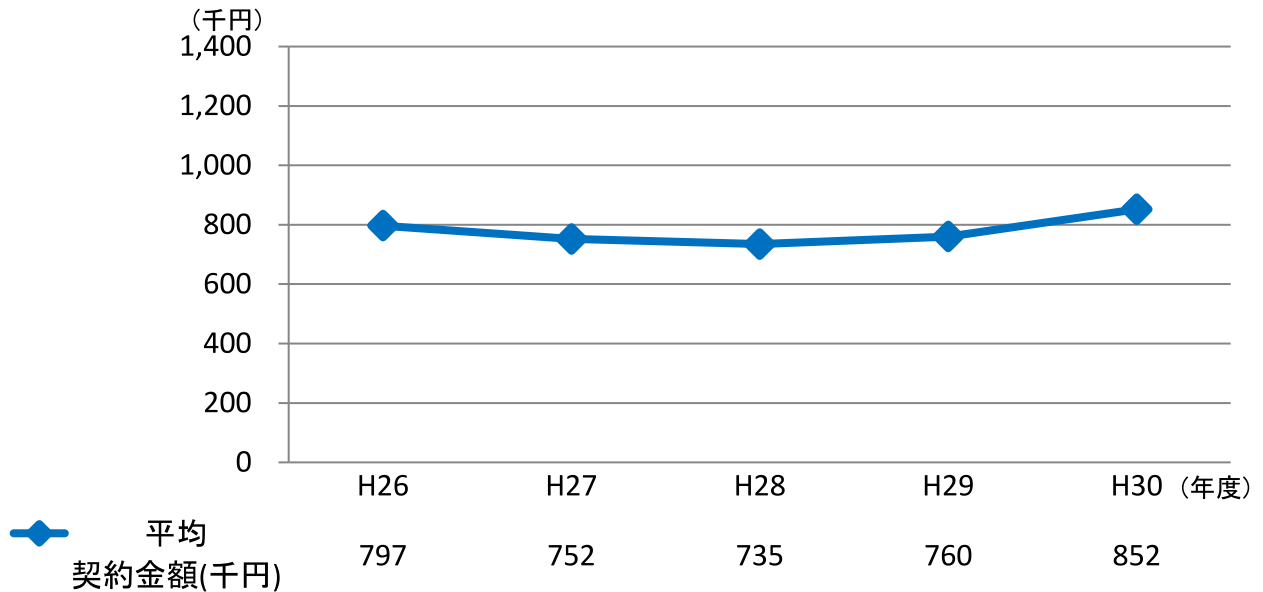
順位	50歳代	件数	60歳代	件数	70歳以上	件数	不明等	件数
1	商品一般	397	商品一般	588	商品一般	684	商品一般	365
2	放送・コンテンツ等	186	放送・コンテンツ等	166	放送・コンテンツ等	129	放送・コンテンツ等	101
3	インターネット通信サービス	53	インターネット通信サービス	82	健康食品	113	相談その他	92
4	レンタル・リース・貸借	52	融資サービス	49	インターネット通信サービス	87	インターネット通信サービス	77
5	健康食品	49	健康食品	46	役務その他	65	役務その他	67
6	融資サービス	46	相談その他	38	相談その他	65	融資サービス	65
7	自動車	32	工事・建築・加工	33	融資サービス	58	レンタル・リース・貸借	63
8	化粧品	28	電気	31	工事・建築・加工	50	工事・建築・加工	41
9	役務その他	27	レンタル・リース・貸借	30	預貯金・証券等	49	健康食品	39
10	工事・建築・加工	21	役務その他	28	電気	48	電気	39
11	修理・補修	21	化粧品	23	レンタル・リース・貸借	40	自動車	26
12	移动通信サービス	19	他の保健・福祉	23	移动通信サービス	33	他の行政サービス	23
13	空調・冷暖房・給湯設備	18	空調・冷暖房・給湯設備	21	電報・固定電話	32	移动通信サービス	23
14	電気	15	他の金融関連サービス	21	他の行政サービス	30	書籍・印刷物	22
15	書籍・印刷物	13	移动通信サービス	19	ファンド型投資商品	28	他の保健・福祉	22
16	音響・映像製品	13	ファンド型投資商品	18	家具・寝具	27	電報・固定電話	18
17	他の金融関連サービス	13	生命保険	16	電話機・電話機用品	25	電話機・電話機用品	17
18	相談その他	13	修理・補修	15	他の金融関連サービス	22	他の教養・娯楽	17
19	紳士・婦人洋服	12	他の行政サービス	14	飲料	18	土地	16
20	ファンド型投資商品	12	自動車	13	自動車	16	化粧品	16

H31.4. 末日登録 (PIO-NET)

(4) 平均契約金額の推移

全体の平均契約金額は、約 852 千円で、前年度の約 760 千円から約 92 千円の増加となりました。

図5 平均契約金額の推移 (PIO-NET に登録されたもの)



注)金額は、受付けた相談のうち、契約金額が確認できたもので算出している。

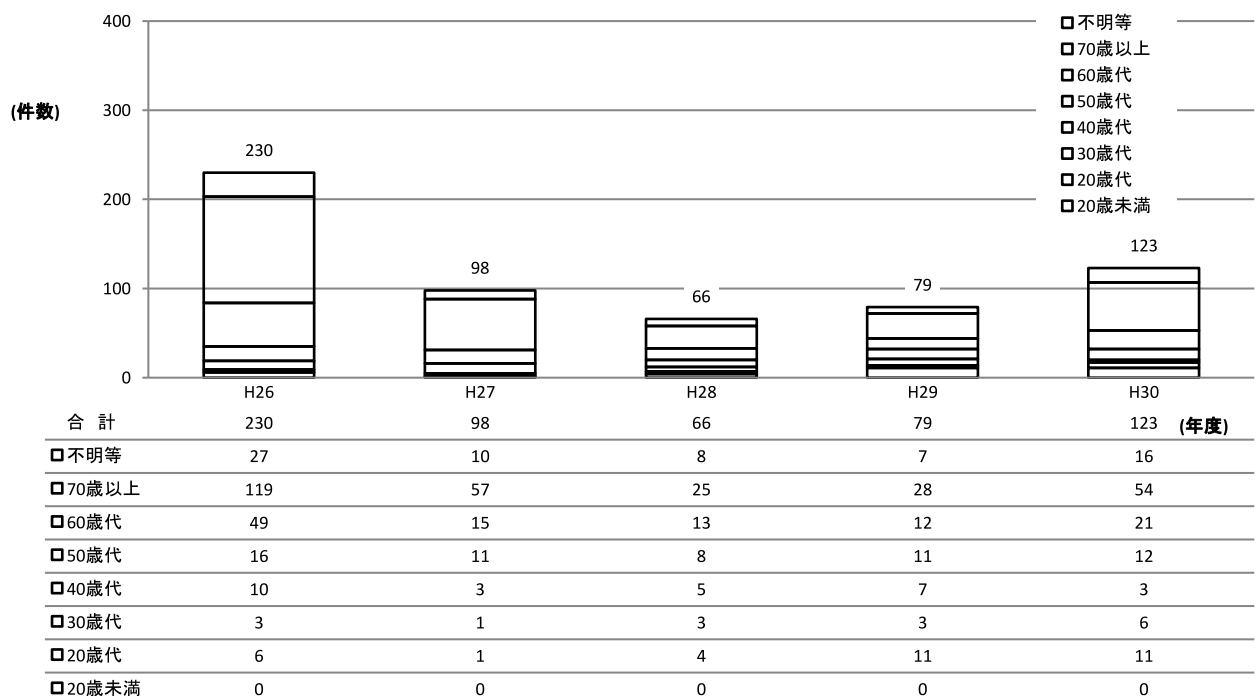
H31. 4. 末日登録 (PIO-NET)

(5) 株、公社債及びファンド型投資商品の相談状況

ア 株、公社債及びファンド型投資商品の相談件数

未公開株を含む「株」、社債等に係る相談の「公社債」及び資金運用の配当等を謳う「ファンド型投資商品」に関する相談は、合計で 123 件となり、前年度に比べ 44 件 (55.7%) の増加となりました。

図6 株、公社債及びファンド型投資商品の相談件数 (PIO-NET に登録されたもの)

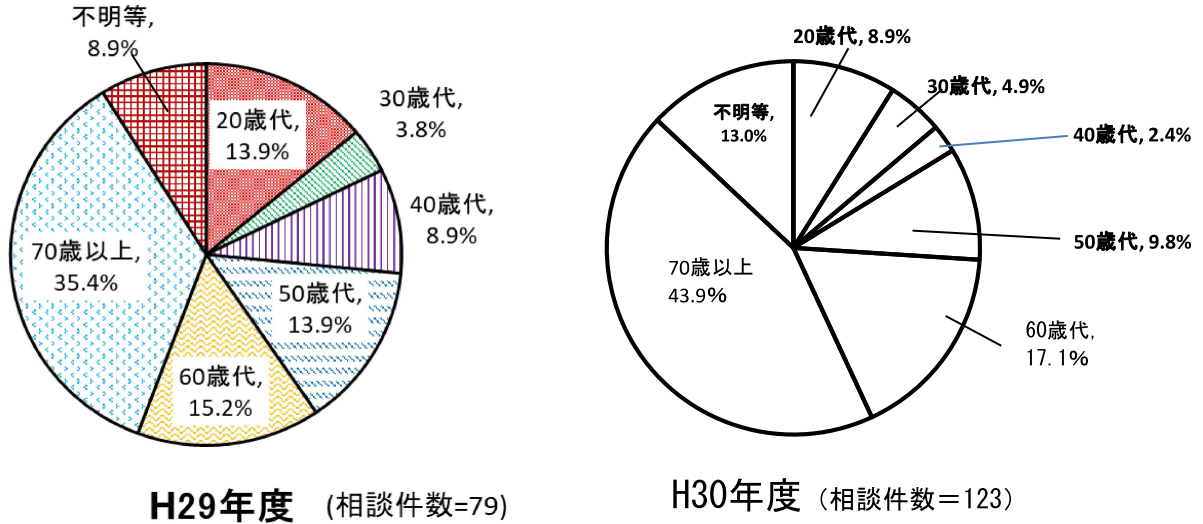


H31. 4. 末日登録 (PIO-NET)

イ 株、公社債及びファンド型投資商品の相談の年代別割合

契約者の年代は、60歳以上が61%を占め、依然として、高齢の方に多い傾向となっています。

図7 株、公社債及びファンド型投資商品の相談の年代別割合 (PIO-NET に登録されたもの)

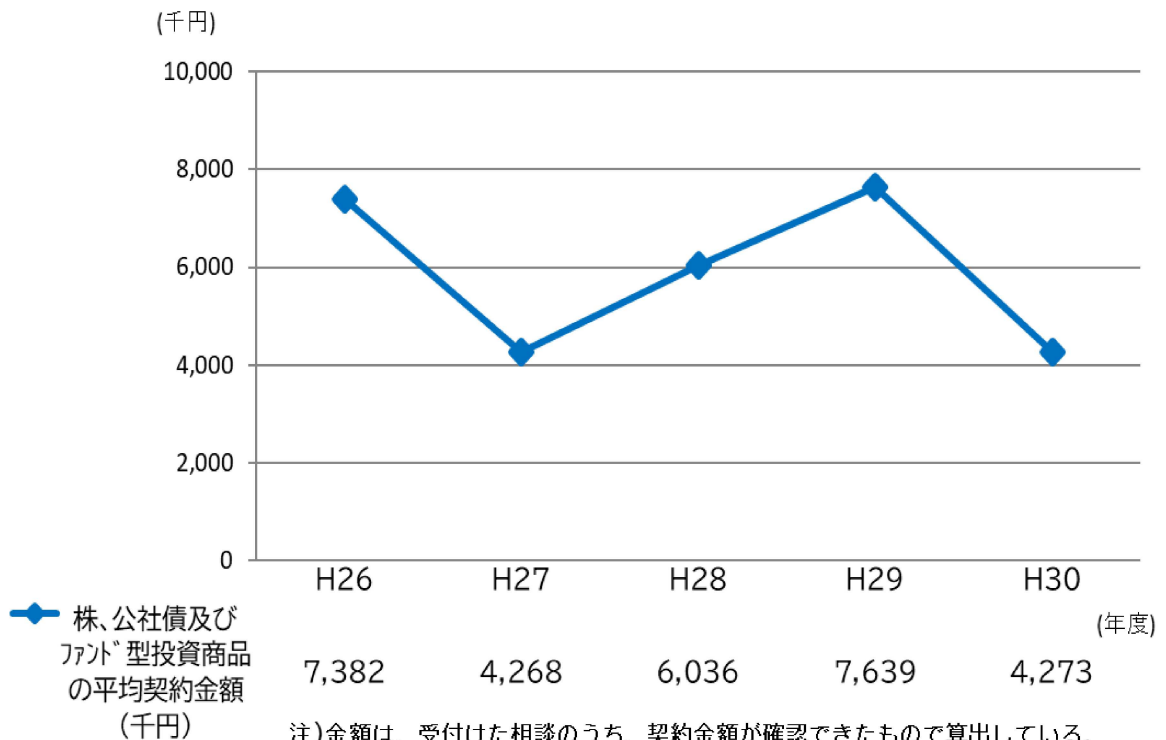


H31. 4. 末日登録 (PIO-NET)

ウ 株、公社債及びファンド型投資商品の相談の平均契約金額の推移

平均契約金額は約 427.3 万円で、前年度の約 763.9 万円と比べて約 336.6 万円 (44.1%) 減少しました。

図8 株、公社債及びファンド型投資商品の相談の平均契約金額 (PIO-NET に登録されたもの)



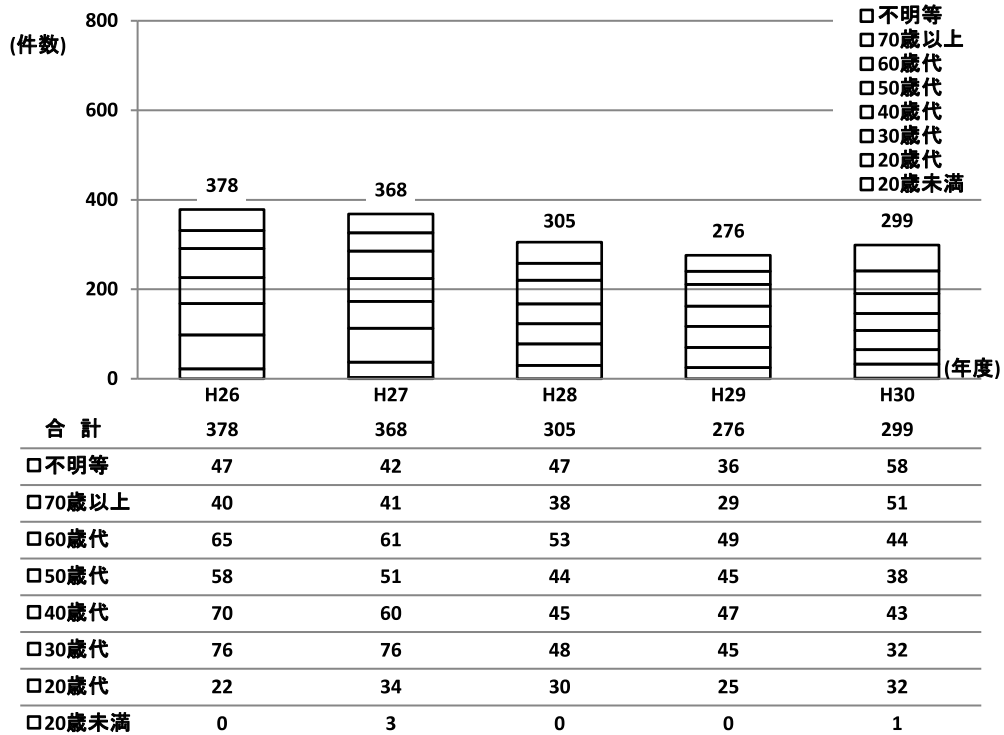
H31. 4. 末日登録 (PIO-NET)

(6) フリーローン・サラ金の相談状況

ア フリーローン・サラ金の相談件数

年度別推移をみると過去5年間は減少傾向にありましたが、平成30年度は、前年度に比べて23件(8.3%)多い299件でした。

図9 フリーローン・サラ金の相談件数 (PIO-NETに登録されたもの)

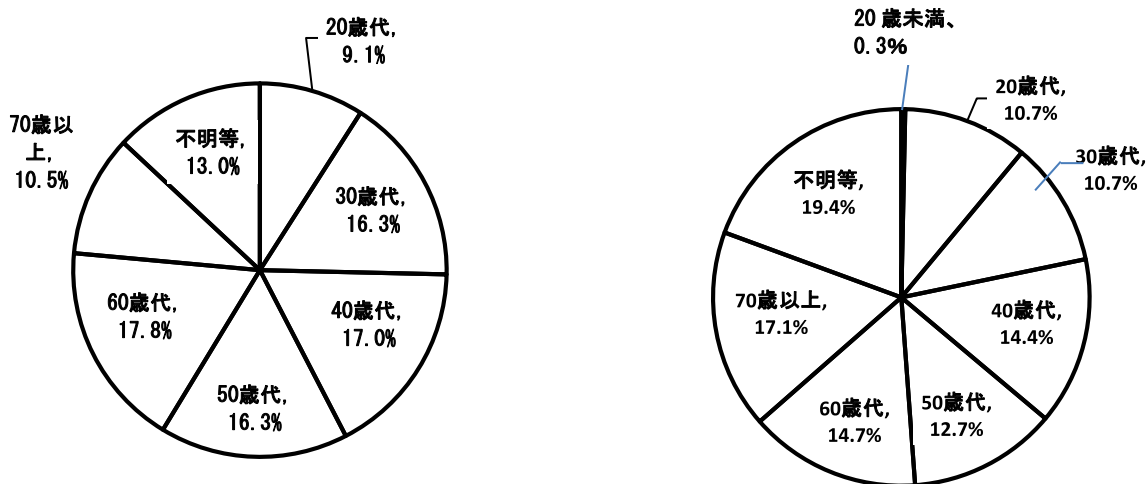


H31.4 末日登録 (PIO-NET)

イ フリーローン・サラ金の相談の年代別割合

年代別では、70歳以上が最も多く、次いで60歳代、40歳代・50歳代の順になっています。

図10 フリーローン・サラ金の相談の年代別割合(PIO-NETに登録されたもの)



H29 年度 (相談件数=276)

H30 年度 (相談件数=299)

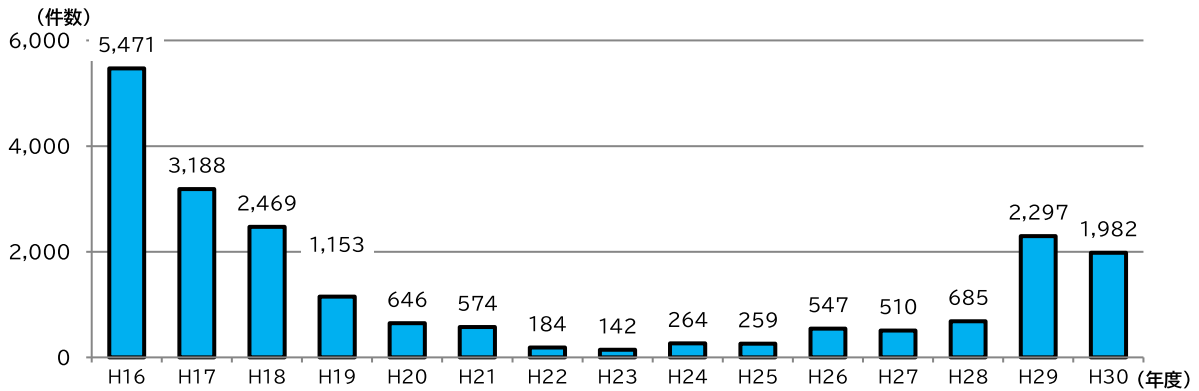
H31.4 末日登録 (PIO-NET)

3 相談の特徴

(1) 架空請求相談件数の推移

平成 16 年度の 5,471 件をピークに減少後、近年はやや増加傾向にあり、平成 29 年度は前年度に比べ 1,612 件 (235.3%) 多い 2,297 件に大幅に増加しました。平成 30 年度は 1,982 件とやや減少しましたが、依然多くの相談があります。

図 11 架空請求相談件数の推移 (PIO-NET に登録されたもの)

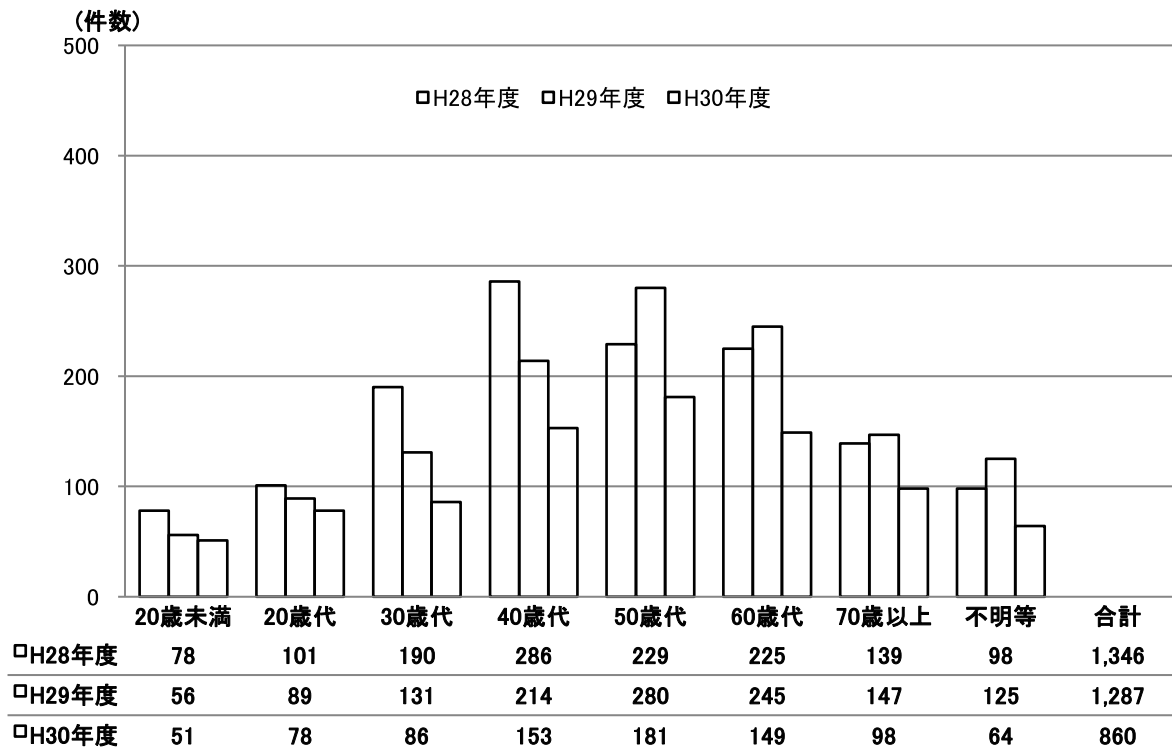


H31.4. 末日登録 (PIO-NET)

(2) デジタルコンテンツの相談状況

アダルト情報サイト、出会い系サイトを中心とするデジタルコンテンツに関する相談は、全年代層から寄せられていますが、50 歳代を中心に 40~60 歳代で多くなっています。

図 12 デジタルコンテンツの年代別の相談件数 (PIO-NET に登録されたもの)



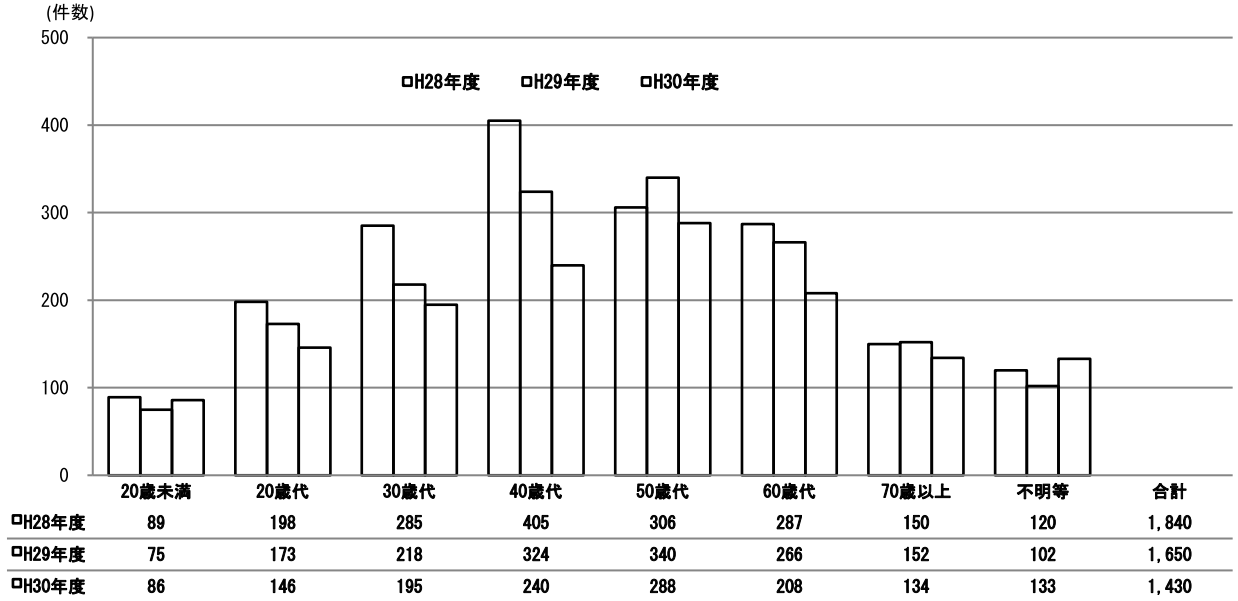
注) 主には、アダルト情報サイト、出会い系サイトであるが、内容の特定できないサイトの利用、オンラインゲームやギャンブル情報サイトおよびその他の情報サイト(占いサイト、懸賞サイトなど)も含む。

H31.4. 末日登録 (PIO-NET)

(3) インターネット通販の相談状況

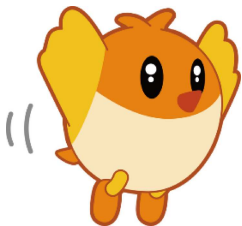
インターネット通販に関する相談は、全年代層から寄せられていますが、50歳代が最も多く、次いで40歳代となっています。

図13 インターネット通販の年代別の相談件数 (P10-NETに登録されたもの)



注) オンラインショッピングなど、インターネット等のネットワークを利用して行われる取引。ここでは、出会い系サイトなどの有料サイト等のサービスも含めてインターネット通販としている。

H31.4. 末日登録 (P10-NET)



4 危害・危険に関する相談状況

商品や役務等に関連して身体にけがや体調不良等の害を受けたという「危害」についての相談は79件で、危害を及ぼすおそれのある「危険」についての相談は24件となりました。

(1) 危害・危険の件数

表9 危害・危険の相談件数 (PIO-NETに登録されたもの)

内容	年度	合計	商品一般	食料品	住居品	光熱水品	被服品	保健衛生品	教養娯楽品	車両・乗り物	土地・建物・設備	以外・リース・賃借	工事・建築・加工	修理・補修	金融・保険サービス	運輸・通信サービス	教養・娯楽サービス	保健・福祉サービス	他の役務
危害	30	79	0	26	6	1	0	15	3	3	2	5	0	0	0	0	1	17	0
	29	83	0	26	8	0	1	29	3	0	0	4	1	0	0	0	1	8	2
危険	30	24	0	2	9	1	0	0	3	4	1	0	1	0	0	0	0	2	1
	29	21	1	3	4	0	0	1	1	7	0	0	0	1	0	1	0	0	2
合計	30	103	0	28	15	2	0	15	6	7	3	5	1	0	0	0	1	19	1
	29	104	1	29	12	0	1	30	4	7	0	4	1	1	0	1	1	8	4

注)相談者からの申し出によるものであり、事実関係を確認したものではない。

H31.4.末日登録 (PIO-NET)

(2) 危害・危険の相談内容

表10 危害・危険の相談内容 (PIO-NETに登録されたもの)

危害の相談内容

商品等分類	件数	商品・役務名
食料品	26	健康食品(14)、調理食品(5)、飲料(3)、肉類(2)、菓子類(2)
保健・福祉サービス	17	医療(8)、理美容(7)、老人・福祉サービス(2)
保健衛生品	15	化粧品(13)、医薬品(1)、医療用具(1)
住居品	6	家具・寝具(2)、洗剤等(2)、食器・台所用品(1)、空調・冷暖房機器(1)
レンタル・リース・賃借	5	レンタル・リース・賃借(5)
教養娯楽品	3	他の教養・娯楽品(2)、電話機・電話機用品(1)
車両・乗り物	3	自動車(2)、自転車・用品(1)
土地・建物・設備	2	住宅抗生材(1)、屋外装備品(1)
光熱水品	1	水道(1)
教養・娯楽サービス	1	他の教養・娯楽(1)
合計	79	

危険の相談内容

商品等分類	件数	商品・役務名
住居品	9	空調・冷暖房機器(4)、食生活機器(3)、家具・寝具(1)、他の住居品(1)
車両・乗り物	4	自動車(3)、運搬用具(1)
教養娯楽品	3	電話機・電話機用品(2)、スポーツ用品(1)
食料品	2	菓子類(1)、調理食品(1)
保健・福祉サービス	2	医療(2)
光熱水品	1	他の光熱水品(1)
土地・建物・設備	1	他の住宅設備(1)
工事・建築・加工	1	工事・建築・加工(1)
他の役務	1	役務その他(1)
合計	24	

H31.4.末日登録 (PIO-NET)

参考資料

(1) 相談事例

キーワード	相談内容	属性
・ 架空請求はがき	<p>国のようなところから「消費料金に関する訴訟最終告知のお知らせ」というはがきが届いた。過去に通信販売で買い物をして支払いが遅れたことが何回かあったので訴えられたのかと舞い上がってしまい、裁判をされたら困ると思って電話をした。</p> <p>「訴訟を取り下げるために10万円を支払うよう。」に言われたので、すぐに銀行に行きお金を引き出し、再度電話すると、別の電話番号を教えられ、「コンビニから大手通販業者あてに振り込みをするよう。」に言われたので急いでコンビニへ行き手続きした。</p>	70歳代 女性 100,000円
・ 架空請求メール	<p>スマートフォンに、「お客様センター」から「料金の未納がある。」というSNSが届いたので、業者に電話を架けた。</p> <p>すると、業者に「折り返し電話する。」と言われ、後刻別の人物から電話があり、「映画その他が見られるサイトに登録していて、1年間未納が続いているので24万円支払え。夕方再度電話する。」と言われた。</p> <p>身に覚えがないが支払わなければならないのか。</p>	60歳代 男性 240,000円
・ 出会い系サイト	<p>無料アプリで知り合った人から、「1日3回パソコンで決められた時間にクリックするだけで1日3万円儲かる」と教えられ、何の代金か、どういう事なのかもよくわからなかったが、結局合計1,092,000円をクレジット決済してしまった。</p> <p>その後、何のサービスも情報も得られないまま業者とは連絡がとれなくなってしまった。</p>	60歳代 男性 1,092,000円
・ 情報商材	<p>スマートフォンに、知らない事業者から社会情勢やお金の必要性に関する世間話のようなメールが届いた。興味がありメール内のURLを開くと「あなたは何もしなくても、少なくとも月50万円貰える。費用は一切かからない。」という案内があった。</p> <p>そこで、詳しい情報を得ようとメールを返信したところ、「経費の一部を負担してくれば、FXや仮想通貨を運用して発生した利益を分配する。100万円が毎月口座に振り込まれる。場合によっては、年間2億円を受け取ることも可能である。」との返事があった。経費負担は最低10万円から数十万円の複数ランクが設定してあったので、数日後に最低ランクの10万円を24回払いでクレジット決済してしまった。</p> <p>その後、自分が決済した金額以上の決済があることが判明した。</p>	70歳代 男性 298,000円

<p>・ 占いサイト</p>	<p>占い業者から手紙が届いたのがきっかけで占ってもらったところ、「占いの通りにしたら運がよくなる。」として業者から紙が送られてきた。 しかし、送付されてきたものは粗末なもので詐欺だと思ったので、代金を支払わずそのままにしていたところ債権回収業者から請求があった。</p>	<p>70 歳代 女性 45,000 円</p>
<p>・ 定期購入</p>	<p>スマートフォンを検索中、たまたま目についた 500 円のお試しの生酵素を注文し商品が届いた。 しかし、なぜか商品が再度届いたので、HP で確認すると 1 回当たり 3,480 円で最低 3 回購入しなければ解約できないことがわかった。 注文画面に定期購入の記載がなく、2 回目以降の商品は不要なので解約しようとして業者へ電話したがつながらなかった。</p>	<p>30 歳代 女性 10,940 円</p>
<p>・ 訪問購入</p>	<p>「要らない靴はないか。」との電話があった。ちょうど不要な靴があったので来訪を承諾した。 後日事業者が来訪したので、玄関は開けずに「靴は出してあります。」と言ったが、「外では話ができないので中に入れてください。」と言われたので、玄関に入って貰った。すると業者から「指輪とかネックレスはありませんか。見せて下さい。」と言われた。買い取ってもらうつもりはなかったが見せるだけなら良いかと思い、ネックレス 3 点、指輪 4 点を見せた。すると、業者は並べていたアクセサリー全てを集め、靴 2 足とアクセサリーが入っていた箱を含めて 22,000 円で買い取って行った。</p>	<p>50 歳代 女性 22,000 円</p>
<p>・ マルチ商法</p>	<p>近所の知人にマルチ業者のセミナーに連れていかれた。業者の社長が「60 万円ほどの契約で、3 か月ごとに 5 万円の収入がある。2 口でも 120 万円ほどだから契約したほうがいい。」と説明して、一緒に行った近所の 2 人は「貯金するより得だ。」と言ってその場契約をしていたようだが、怪しいと思ったので契約せず帰った。 後日知人から喫茶店に誘われ、5 名ほどの知らない人があり、「この前のセミナーで説明は聞いただろう。契約書にサインをしろ。」と恫喝されたので契約書にサインしてしまった。</p>	<p>不明 女性 1,150,000 円</p>
<p>・ クレジットカード引落とし ・ 未成年者契約</p>	<p>小学生の子どもがゲームでタップするとアイテムが増えていくのが楽しかったので、課金できないよう設定されていたにもかかわらず、カード名義人である父親のカードで課金しゲームに利用していた。</p>	<p>10 歳代 男性 86,000 円</p>

<ul style="list-style-type: none"> ・ 公的機関名を詐称 ・ 個人情報 	<p>「振り込め詐欺相談センター」を騙った男性から、「3社であなたの個人情報が漏れており、2社は取り消せたが1社は取り消せない。」との電話があった。</p> <p>3社とも知らない会社だったので、怪しいと感じながら用件を聞いたら、「取り消せない1社は誰か別の人を立てなければならない。」と意味不明な説明があり、「一人暮らしか。」と聞かれたので、「そうだ。」と答えてしまった。すると、「後でまた電話する。」と言って電話を切った。詐欺ではないかと思い不安だ。</p>	<p>80 歳代 女性</p>
--	---	---------------------

(2)用語説明

ア 販売購入形態別（4～5ページ関係）

通信販売	通信手段（郵便、電話、電報、インターネットなど）を用いて契約する販売方法。一般的には、ネット通販、カタログ通販、テレビショッピング等で商品を購入すること。
店舗購入	通常は、消費者が店舗に出向いた場合をいう。また、店舗とは言わない場所でも消費者が出向いた場所で契約をして受ける役務など訪問販売にあてはまらないものを含む。
電話勧誘販売	事業者が消費者に電話をかけて郵便等で契約を締結する販売方法。他にも販売目的を明らかにしないで消費者に電話をかけさせるものも含む。
訪問販売	通常は、家庭を訪問して契約する販売方法。1日だけ開催する展示会、キャッチセールス、アポイントメントセールス、SF商法（催眠商法）、販売意図を明らかにしないで呼び出して契約させる販売方法も含む。
訪問購入	物品の購入を業として営む者が、店舗等以外の場所（消費者の自宅等）を訪問して行う物品の購入のことをいう。
マルチ取引 （連鎖販売取引）	商品等を買って会員になり、友人知人に商品を売るほか、入会を勧め、販売組織の加入者を増やすことで大きな利益が得られると勧める販売方法である。扱われる商品等は、健康食品、化粧品などが多い。
その他無店舗 販売	店舗でないところやホテルや集会場などでの2日以上での展示販売、露店や屋台などでの販売を指し、ほとんどは展示会販売によるもの。扱われる商品は、パソコン、絵画、医療用具、健康食品などがある。
ネガティブ・ オプション （送りつけ商法）	契約を結んでいないのに商品を勝手に送りつけ、その商品の代金を請求する商法。扱われる商品は、書籍、健康食品、海産物などが多い。
不明・無関係	購入前の相談などでどのような販売購入形態で購入するのかまだ分からない場合や、販売や購入という概念には無関係な相談。

イ 商品・役務別（6～7ページ関係）

商品一般	商品名を特定できない商品。電子マネー、プリペイドカード、商品券、商店での接客態度など。
デジタルコンテ ンツ	インターネットを利用して受けるサービス。アダルト情報サイト、出会い系サイト、オンラインゲーム、画像配信サービス、音楽配信サービス、ギャンブル情報サイト、占いサイト、懸賞サイトなど多岐に渡る。
役務その他	既存の区分に該当しない役務。興信所、弁護士、司法書士、行政書士、廃品回収、広告代理サービスなど。
相談その他	既存の区分に該当しない相談。消費生活相談に該当しない相談である。経営相談、労働問題、傷害・暴力、交通事故、個人間の金銭貸借など。
他の保健・福祉	既存の区分に該当しない保健・福祉サービス。年金、社会保険、生活保護、児童福祉など。
役務一般	役務名を特定できない役務。
ランキング外の 総件数	分類される区分が150を超えており、第21位以下の総計。

ウ 危害・危険（13ページ関係）

危害	商品、役務、設備に関連して、身体にけがや病気等の疾病（危害）を受けた相談
危険	危害を受けたわけではないが、そのおそれがある相談