

平成26年度(2014年度)消費生活相談の概要

総 括

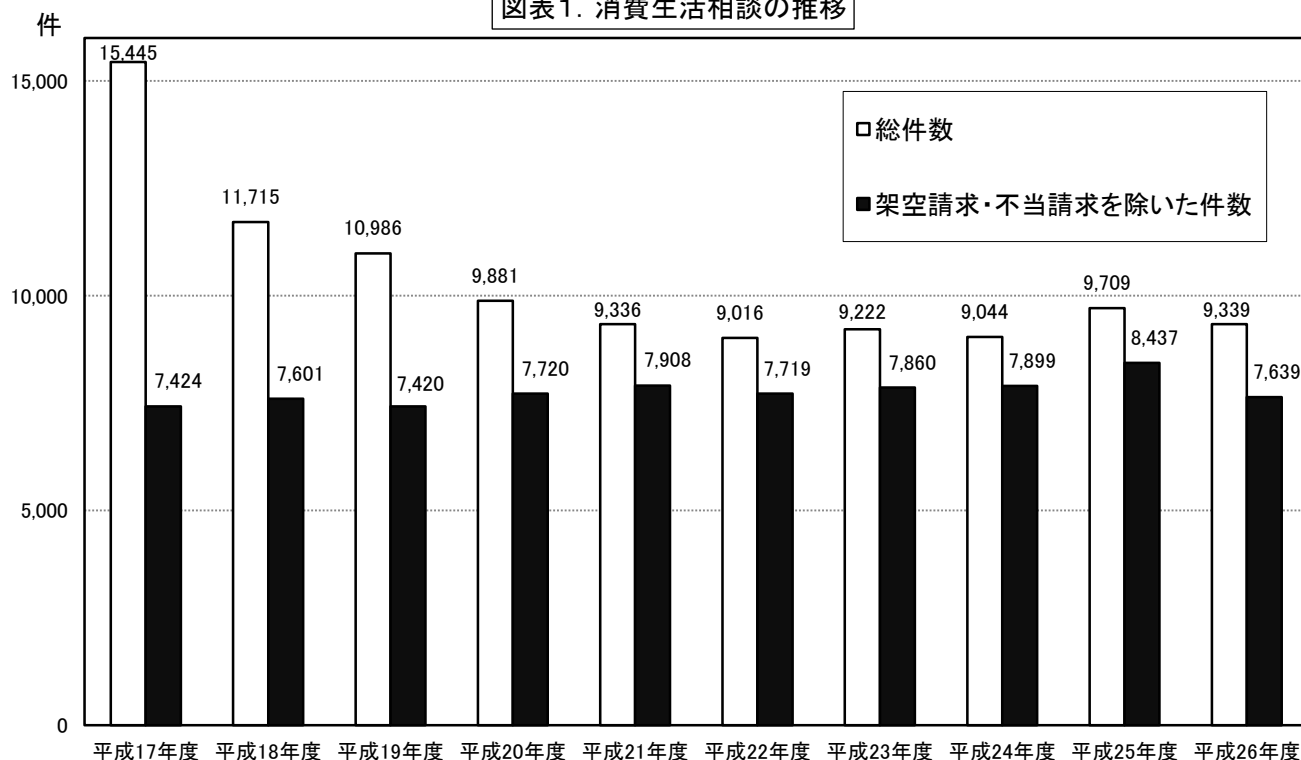
- 広島市消費生活センターが平成26年度に受けた消費生活相談は9,339件で前年度に比べ370件減少した。架空請求・不当請求の相談件数は428件増加し、1,700件となった。
- 契約当事者の年齢別では、60歳以上の割合は41.9%となり、2年連続で4割を上回った。特に70歳以上は1,823件となり、前年度に比べて若干減少したものの全体の25.8%と依然として大きな割合を占めている。
- 商品・役務別では、多いものから順に「放送・コンテンツ等」(1,922件)、「レンタル・リース・貸借」(633件)、「商品一般」(532件)となった。
- 前年度から急増した相談はSMSやメール、ハガキを悪用した架空請求であり、このため、「放送・コンテンツ等」は前年度の1,685件から237件の増加、「商品一般」は352件から532件に増加した。また、光回線の契約やプロバイダの遠隔操作による変更契約の相談も増加し、その結果、「インターネット通信サービス」が248件から451件に増加した。
- 平成26年8月20日に発生した豪雨災害に関連する相談は46件寄せられた。

1 相談件数の推移

平成26年度に広島市消費生活センターに寄せられた相談件数は9,339件となっており、前年度に比べ370件(3.8%)の減少となった。そのうち、架空請求・不当請求に関する相談はSMS(ショートメッセージサービス)やメール、ハガキを悪用した架空請求の増加により1,700件となり、前年度(1,272件)に比べて428件(33.6%)増加した。

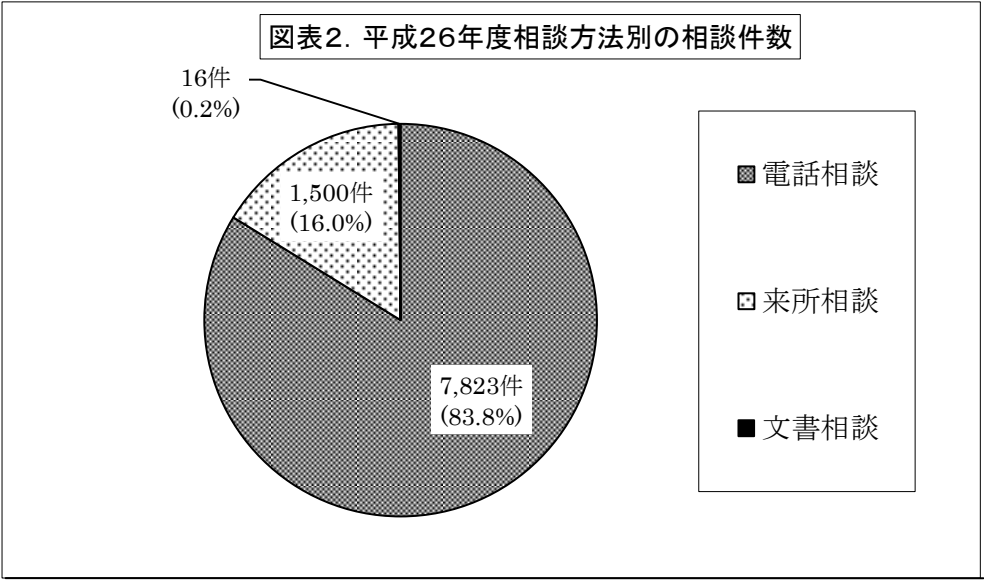
また、架空請求・不当請求を除いた相談件数は7,639件で、前年度に比べ798件(9.5%)減少した。このうち、401件は「健康食品」の減少である。

図表1. 消費生活相談の推移



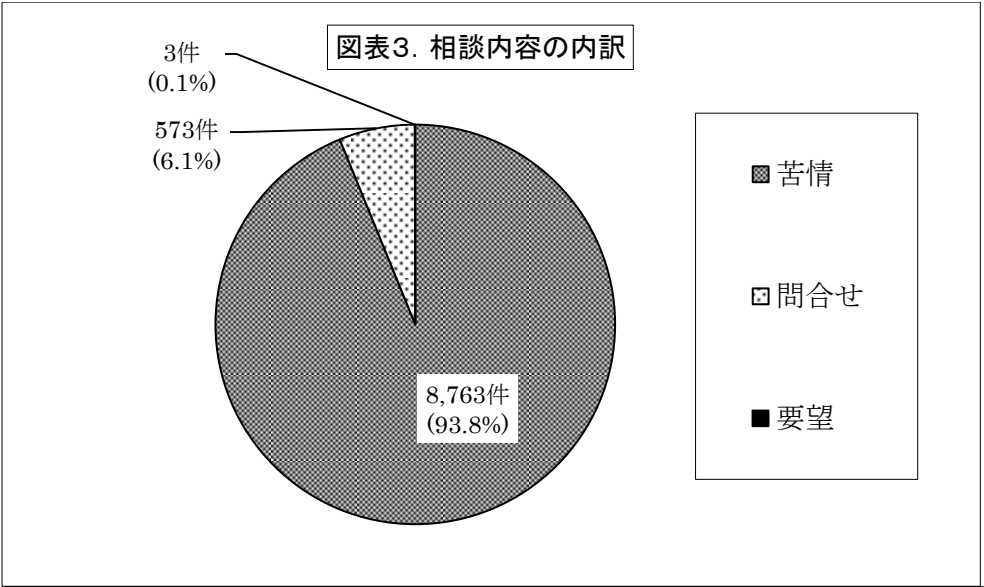
2 相談方法別の相談件数

- 電話による相談は7,823件と全体の83.8%を占め、来所による相談は1,500件と全体の16.0%を占めている。



3 相談内容の内訳

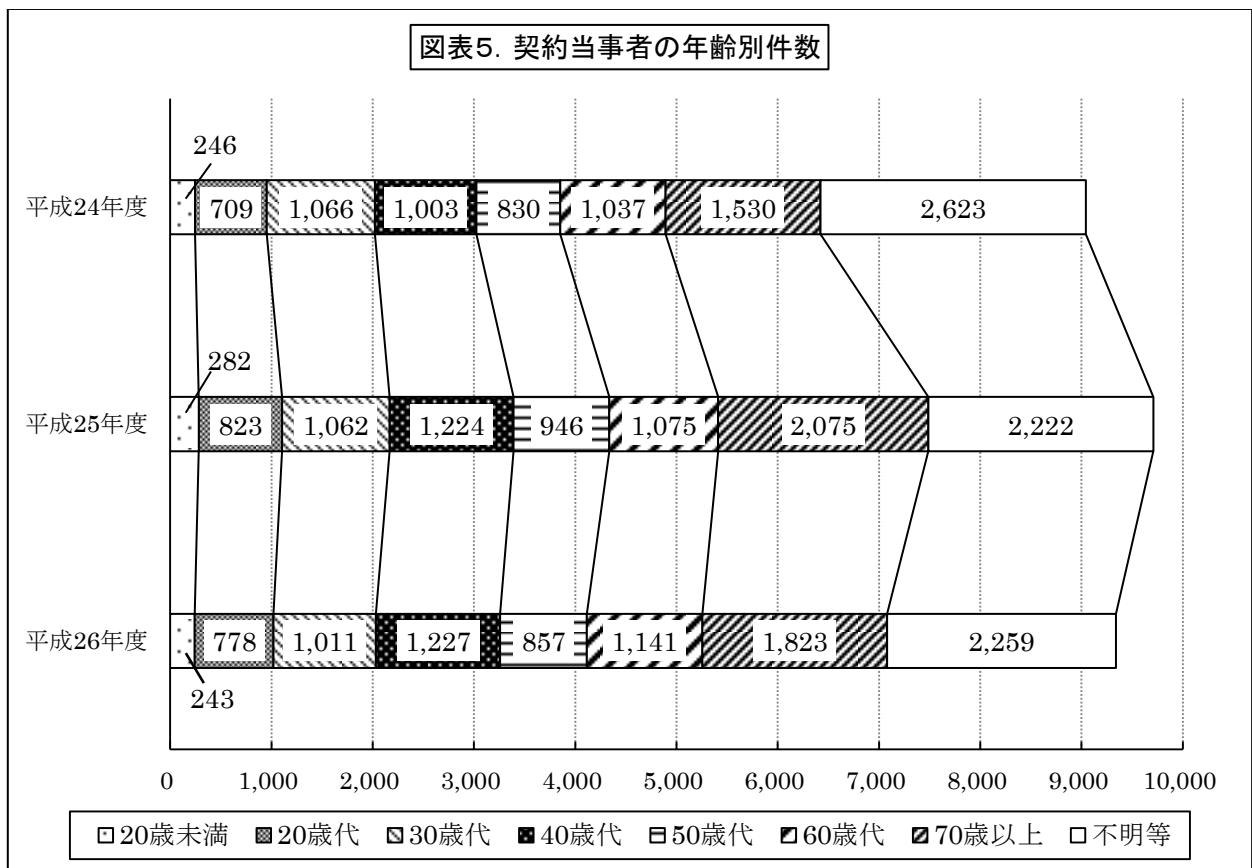
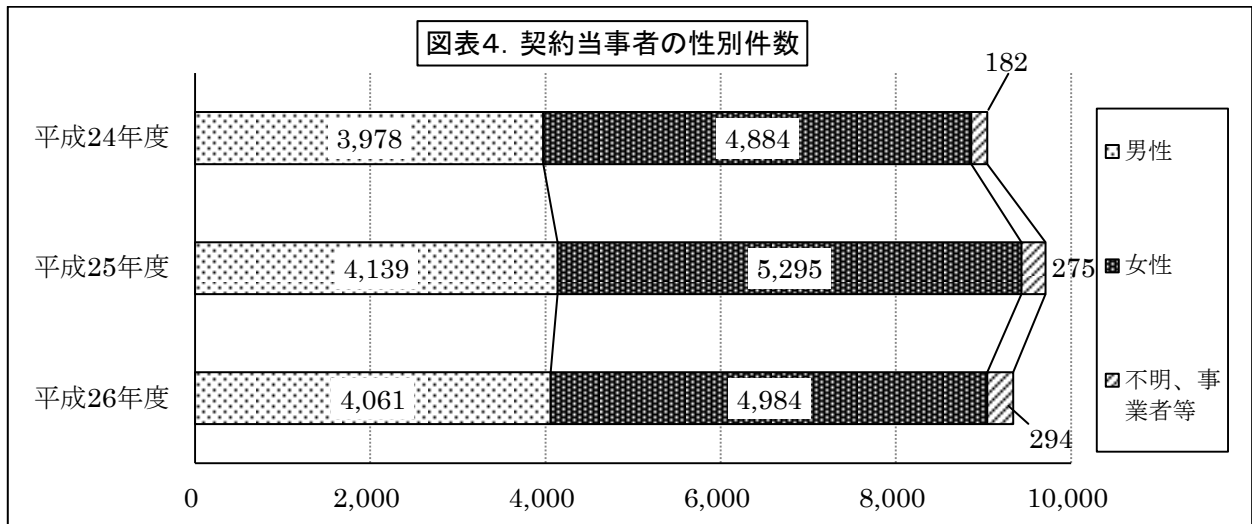
- 契約や商品についての苦情が相談件数全体の大部分を占めている。



4 契約当事者の性別・年齢別件数

(1) 性別・年齢別構成

- 性別で見ると、女性の割合が53.4%で、前年度に比べて1.2ポイント減少している。
- 年齢別で見ると、70歳以上からの相談が1,823件と最も多く、次に多かったのは40歳代(1,227件)、次いで60歳代(1,141件)であった。
- 全体の件数が減少している中、40歳代は3件、60歳代は66件増加した。一方で、前年度に急増した健康食品の送り付け商法の相談が減少した影響から70歳以上からの相談は252件減少した。

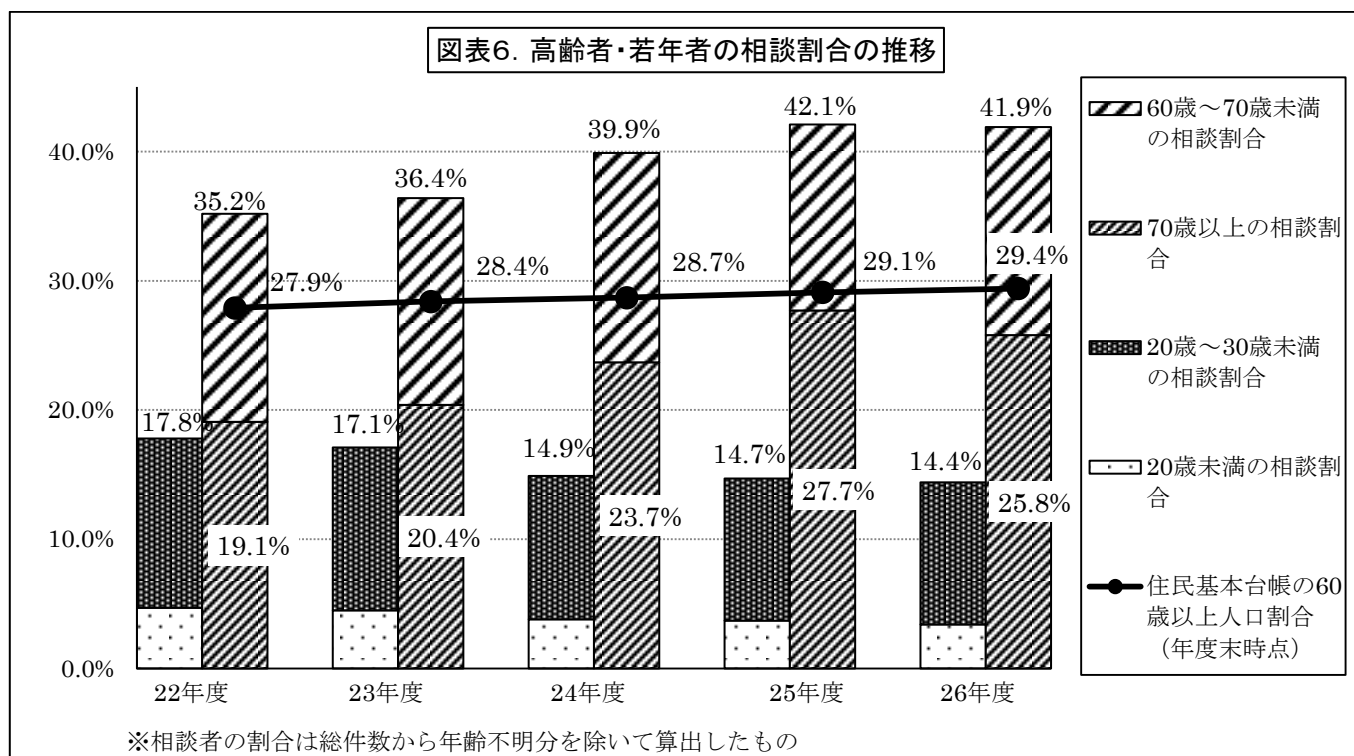


(2) 高齢者に関する相談割合の推移

近年、60歳以上の市民の相談割合は60歳以上の人口割合の増加率以上のペースで増加し続けており、平成26年度では年齢不明分を除いた年代別構成で41.9%と、2年連続で4割を上回った。特に70歳以上は前年度から減少したものの、全体の25.8%と依然として大きな割合を占めている。

(3) 若年者に関する相談割合の推移

近年は減少を続けている。年齢不明分を除いた年代別構成では、平成26年度は30歳未満の相談件数割合は0.3ポイントの減少となった。



5 商品・役務別相談件数

図表 7. 相談件数の上位 10 位の相談件数と相談内容

(単位：件)

順位	区 分	26 年度 (2014 年度)	25 年度 (2013 年度)	主 な 内 容
1	放送・コンテンツ等	1,922	1,685	インターネット上の架空・不当請求のほか、出会い系サイトやオンラインゲーム、公共放送の契約など
2	レンタル・リース・貸借	633	698	賃貸アパートの契約や修理費、敷金の返還に関するトラブルなど
3	商品一般	532	352	商品を特定できない相談。内容を明らかにしない架空請求や店員への苦情など
4	相談その他	499	458	消費生活相談以外の相談。交通事故や貸金の回収など契約以外の民事相談
5	融資サービス	474	465	多重債務・ヤミ金融など
6	インターネット通信サービス	451	248	光ファイバーやプロバイダ契約など
7	工事・建築・加工	260	276	住宅の不具合や、屋根、床下、塗装、リフォーム工事など
8	役務その他	254	254	金融商品やワンクリック請求の被害回復をうたうサービス、結婚相手紹介サービス、祈とうサービスなど
9	ファンド型投資商品	222	318	詐欺的な出資金等の劇場型勧誘によるトラブルなど
10	自動車	171	181	四輪自動車、自動二輪車等の契約や修理のトラブルなど
10	移動通信サービス	171	152	携帯電話やスマートフォン、モバイルデータ通信サービスなど

(1) 相談件数の多いものの概要

① 放送・コンテンツ等

相談件数が最も多かったのは5年連続で「放送・コンテンツ等」であり、前年度から237件増加して1,922件となった。このうち、1,501件(78.1%)がアダルトサイトやメールなどによるデジタルコンテンツの架空請求・不当請求によるものである。これは、架空請求・不当請求に関する全相談件数1,700件のうち、88.3%を占めるものであり、近年の架空請求・不当請求は、ほとんどがインターネットに関連するという特徴がある。

その他の「放送・コンテンツ等」における相談では出会い系サイトの相談が多く、最近では未成年者などのオンラインゲームの課金によるトラブルも目立ってきている。

【相談事例 1】

スマホで見つけたサイト内で男性の相談に乗る副業サイトに登録した。ある男性から「メールアドレスを交換して直接やり取りしたい。1200万円を差し上げる」と言われ、ついその気になってしまった。サイト内で個人情報を交換するために文字化け解除料を支払いパスワード入力したが、何度やっても成功できず料金がかさんでしまった。カードだけで60万円を使ってしまったが支払いが困難。(40歳代、女性)

【相談事例 2】

クレジットカードから突然高額な請求が来た。カード会社に問い合わせたところ、ゲームの課金らしき請求があることが分かった。中学生の息子に尋ねると、私の財布からクレジットカードを抜き取り、番号を控えてゲームのアイテムを購入したことが分かった。年齢確認の際、当初は未成年者として設定していたが、すぐに上限金額に達したために20歳以上の設定に変更してゲームを続けたとのことだった。現在高額な請求を受けているが、取消しはできないだろうか。（40歳代、女性）

【相談事例 3】

アダルトサイトを閲覧しており、動画を見るために年齢確認画面で「18歳以上」をクリックすると突然アダルトサイトに登録されて19万円の請求を受けた。驚いて退会メールを送ったが、「料金を支払わないと退会できない」と返信があった。困ってしまいネットで見つけた消費者センターに相談すると「相手に個人情報伝わってしまっている。本来なら契約は成立しているので支払わなければならないが、うちが5万円で請求を止めることができる。」と言われた。公的機関に相談していると思っていたので、料金を請求されて驚いた。（40歳代、男性）

【相談事例 4】

料金未納センターを名乗り、突然『アダルト動画料金が未納です。本日中に連絡が無いと法的手続きをとります。』というSMSが来た。全く身に覚えが無いが、放っておいてもいいのだろうか。（50歳代、女性）

② レンタル・リース・貸借

次に多く寄せられた相談は「レンタル・リース・貸借」となった。前年度から65件減少し、4年連続で第2位となった。その内訳は賃貸住宅の敷金返還と契約の際の預り金の返還、賃貸住宅の修繕に関する相談などが多く、その他は着物等の貸衣装のキャンセル料についてや浄水器のリース契約についての相談が寄せられた。

【相談事例 1】

借家を退去し、修理代の見積もりが届いた。クロスの張替えや畳の表替え、ハウスクリーニングで15万円もの請求額になって驚いた。借家の契約時に不動産業者の担当者から「敷金は退去時に全額返還される」と説明を受けていたし、綺麗に使っていたので退去時の立会いの際にも何も言われなかった。納得いかない。（30歳代、女性）

【相談事例 2】

結婚式の貸衣装の契約をした。事情があってキャンセルしたら5万円の解約料を請求された。契約から1週間しか経っておらず、結婚式は8か月後なので事業者は準備も何もしていないはずだ。納得できないと主張したが「約款に書いてある通り支払ってもらいます」と言われた。（30歳代、男性）

③商品一般

第3位は「商品一般」で前年度に比べて180件（51.1%）増加し、532件となった。このうち、架空請求・不当請求によるものは前年度に比べて88件増加し113件となっており、平成26年度の「商品一般」の増加は商品内容の不明な架空請求・不当請求の増加が影響していると言える。その他では、「劇場型勧誘」による実態不明な商品や「不用品を買い取る」という商品を特定できない勧誘に関する相談があり、平成26年度は消費税増税に関連する相談も寄せられた。

【相談事例1】

『全国消費者相談センター』からハガキで消費者確認通知というものが届いた。過去に訪問販売で契約した商品の代金が未納であるか契約違反があったので、このまま放置すると裁判になって給料や財産の差押さえをされてしまうと書かれている。相手に連絡をしたほうが良いか。（70歳代、男性）

【相談事例2】

リサイクルショップから電話がかかり「今この周辺で買い取りキャンペーンをしています。不用品があれば何でも買い取ります。」と言われた。ちょうど処分したい家具や洋服があったため来訪を依頼した。その後事業者が訪問して「貴金属は無いか。貴金属があれば買い取る。」と言われた。（50歳代、女性）

④相談その他

消費生活相談以外の相談。交通事故や貸金の回収など契約以外の民事相談。

⑤融資サービス

第5位は「融資サービス」となった。件数は6年ぶりに増加して474件となったものの、平成20年度以降大幅な減少傾向が続き、相談件数もピークである平成20年度（1,408件）の33.7%となっている。この要因としては、改正貸金業法の施行（平成22年6月完全施行）により、規制が強化されて新たな多重債務者も生まれにくくなったこと、また、国の「多重債務問題改善プログラム」に基づき、関係機関による相談窓口が増えて充実したことが主に考えられる。

【相談事例1】

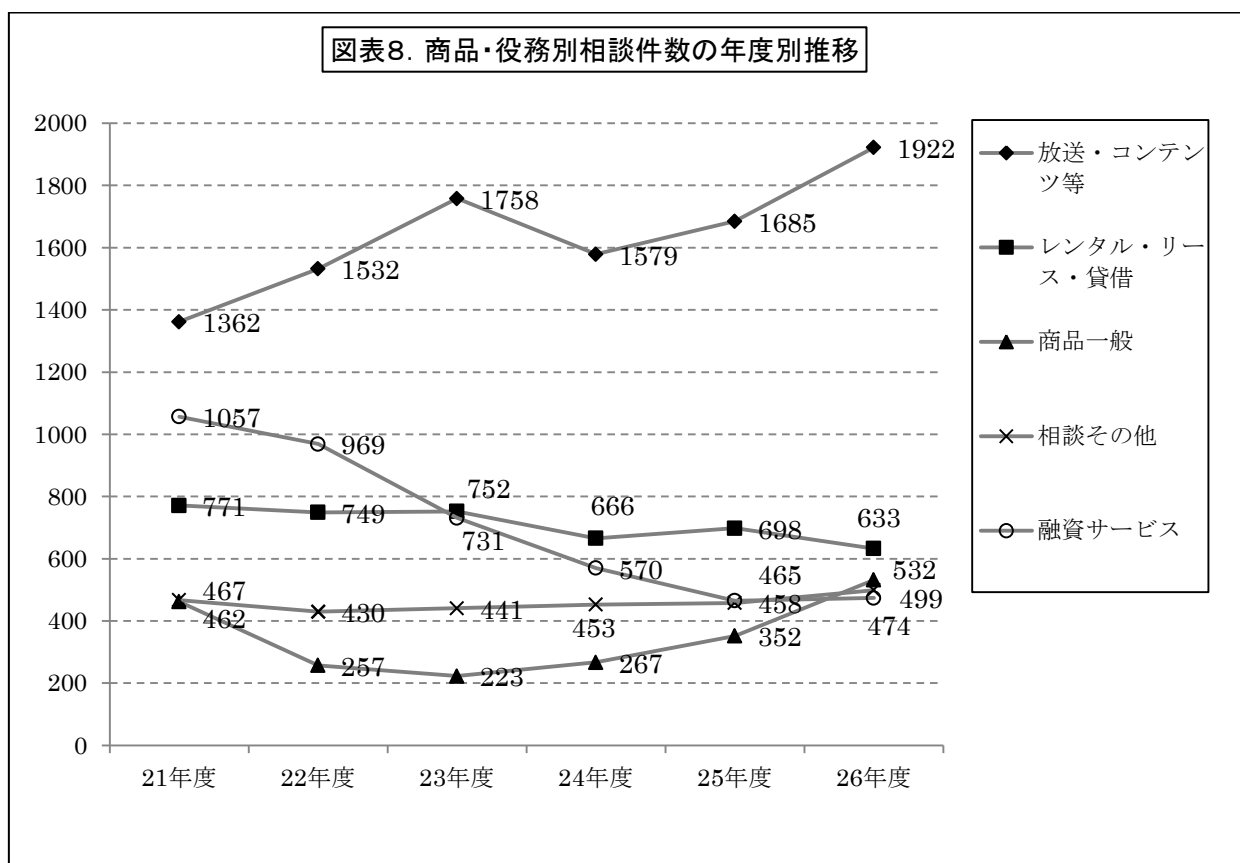
クレジットカードでキャッシングとショッピングを繰り返した。リボ払いで毎月3万円返済しているが、いつまで経っても元金が減らない。完済するためにはどうしたらいいか。（20歳代、男性）

【相談事例2】

インターネットの広告で「審査無しで融資が受けられる」と書かれていた貸金業者に連絡したところ、『携帯電話を契約して送ってくれたらすぐに融資する。携帯料金は払わなくてもいい。』と言われた。携帯電話会社3社で合計9台携帯やタブレットを契約して、即日郵送した。その後10万円を受け取り、翌日解約をしたら高額な解約料を請求された。事業者に連絡をしたが無視をするよう言われたが、このまま払わなかったら自分の携帯電話も使えなくなる。名義貸しは違法なので、誰かに相談することもできない。どうしたらいいか。（20歳代、女性）

(2) 上位5位の商品・役務毎に見た年度別推移

- 平成26年度の上位5位までの商品・役務毎の5年間の年度別推移が次のグラフである。
- 1位の「放送・コンテンツ等」は、その分類を開始した平成21年度以来群を抜いた相談件数となっている。ワンクリック請求やメールによる架空・不当請求の増加を受けて「放送・コンテンツ等」の相談件数は増加した。
その他の相談では、出会い系サイトやオンラインゲームなどに関する相談が依然として多い。
- 2位の「レンタル・リース・貸借」は長期的には減少傾向にあるが、賃貸住宅の敷金返還に関する相談が数多く寄せられているため、高水準で推移している。平成26年度は前年度に比べて若干減少した。
- 3位の「商品一般」は商品不明の架空請求・不当請求が増加したことにより順位が上がっている。特に平成26年度はメールやSMSを悪用した架空請求の相談が急増した。
- 4位の「相談その他」はほぼ横ばいで推移している。
- 5位の「融資サービス」は多重債務問題の取り組みを始めた平成20年度以降は減少の一途をたどっていたが、平成26年はわずかに増加した。



(3) 年齢別の特徴

- 70歳以上を除いたすべての年齢層で「放送・コンテンツ等」が最多の相談件数となっている。この背景にはスマートフォンの普及などによりインターネットがより身近なものになったことがあり、その分架空・不当請求が急増している。特に20歳未満においては「放送・コンテンツ等」が全相談件数の70%を超えて2位以下を大きく引き離しており、このうち、アダルトサイトのワンクリック請求やオンラインゲームの課金に関する相談が目立っている。
- 「レンタル・リース・貸借」は、賃貸住宅における敷金や預り金の返還に関する相談が多いことから、20～50歳代までの年齢層において全て2位以内に入っている。
- 「融資サービス」の相談件数は6年ぶりに微増し、未成年者と70歳以上を除く全ての年齢層の4位以内に入っている。
- 「商品一般」と「インターネット通信サービス」については60歳以上での相談に占める割合が高く、商品や契約内容についての理解不足が原因となっているものが多い。
- 70歳以上を見ると、「ファンド型投資商品」の件数が多いことが特徴であり、いわゆる劇場型勧誘による「買え買え詐欺」の相談がほとんどを占めている。

図表9. 年齢別相談件数の上位5位

(単位: 件)

年齢別 件数	順位 件数	1位	2位	3位	4位	5位
20歳未満	243	放送・コンテンツ等	相談その他	レンタル・リース・貸借	商品一般	インターネット通信サービス
		173	7	5	4	4
20歳代	778	放送・コンテンツ等	レンタル・リース・貸借	理美容	融資サービス	相談その他
		233	59	58	44	26
30歳代	1,011	放送・コンテンツ等	レンタル・リース・貸借	融資サービス	相談その他	インターネット通信サービス
		293	113	71	40	32
40歳代	1,227	放送・コンテンツ等	レンタル・リース・貸借	融資サービス	インターネット通信サービス	商品一般
		387	79	72	59	48
50歳代	857	放送・コンテンツ等	レンタル・リース・貸借	融資サービス	商品一般	インターネット通信サービス
		215	56	49	46	39
60歳代	1,141	放送・コンテンツ等	インターネット通信サービス	商品一般	融資サービス	レンタル・リース・貸借
		253	87	79	63	48
70歳以上	1,823	商品一般	ファンド型投資商品	放送・コンテンツ等	インターネット通信サービス	相談その他
		180	154	153	117	107
年齢不明	2,259	レンタル・リース・貸借	放送・コンテンツ等	相談その他	商品一般	融資サービス
		225	215	210	125	121
合計	9,339	放送・コンテンツ等	レンタル・リース・貸借	商品一般	相談その他	融資サービス
		1,922	633	532	499	474

6 特殊販売（訪問販売や通信販売等の店舗によらない販売形態）に関する相談件数

(1) 各販売形態の年度別特徴

- 特殊販売に関する相談件数・相談割合は、平成22年度以降増加傾向にあったが、健康食品の送りつけ商法の減少を受けて、平成26年度は前年度に比べて35件減少して4,873件となった。全相談件数に占める割合は52.2%となり1.6ポイント上昇した。
- 「訪問販売」は近年730～740件程度で推移していたが、前年度から2年連続で減少している。
- インターネットやスマートフォンの普及を背景に「通信販売」の相談件数が大きな割合を占めている。その件数も増加傾向にあり、平成26年度も前年度から252件増加して3,057件となった。そのうち、1,602件（52.4%）がワンクリック請求などの架空請求・不当請求によるものである。
- 「マルチ販売」は同水準で推移している。平成26年度は前年度に比べて25件増加した。
- 「電話勧誘販売」は平成22年度以降増加傾向にあったが、健康食品の送りつけ商法が減少したことを受けて、前年度に比べて221件（18.5%）減少している。
- 「ネガティブオプション」も健康食品の送りつけ商法が減少したことを受け、従前の水準に戻っている。
- 「訪問購入」に関する相談は38件増加した。平成25年2月の改正特定商取引法施行後も法令違反が疑われる悪質な相談が寄せられており、注意が必要である。

図表10. 特殊販売の年度別内訳

(単位：件)

区 分	平成22年度 (2010年度)	平成23年度 (2011年度)	平成24年度 (2012年度)	平成25年度 (2013年度)	平成26年度 (2014年度)
特 殊 販 売 (A)	3,896	4,360	4,277	4,908	4,873
訪問販売	737	741	731	621	577
通信販売	2,299	2,676	2,509	2,805	3,057
マルチ販売	113	123	137	104	129
電話勧誘販売	651	744	768	1,192	971
ネガティブオプション(送りつけ商法)	34	20	76	85	17
訪問購入	—	—	※ 12	44	82
その他無店舗販売	62	56	44	57	40
相 談 件 数 (B)	9,016	9,222	9,044	9,709	9,339
相談件数に占める割合 (A/B)	43.2%	47.2%	47.3%	50.6%	52.2%

※「訪問購入」は平成25年2月の改正特定商取引法施行後の件数

(2) 各販売形態の年齢別特徴

- 「訪問販売」については、年齢不明者を除くと70歳以上からの相談が50.2%を占めており、他の年代を大きく引き離している。これは高齢者が昼間でも在宅の確率が高く、訪問販売業者のターゲットになりやすいためと考えられる。これらの代表的な例では、リフォーム工事や健康器具、寝具等の販売などが挙げられる。
- 「通信販売」は、70歳未満のすべての年齢層において最も多い相談となっている。特に40歳代以下の年齢層では約80%を占めており、インターネット通販などの電子商取引が各年齢層に広く普及していることがうかがえる。
- 「マルチ販売」は、20歳代からの相談が最多であった。これらの中には、学生や働き始めたばかりの若者をターゲットに「絶対もうかる」などと勧誘する悪質な手口も含まれている。
- 「電話勧誘販売」は、例年、高齢者からの相談が多く、年齢不明者を除くと70歳以上からの相談が59.2%を占めている。「訪問販売」と同様、高齢者の日中の在宅率が高いことが要因と考えられる。前年度急増した健康食品の送りつけ商法の相談が減ったことから件数は減少したものの、依然として「劇場型勧誘」による詐欺的な電話や光回線・プロバイダ等の通信契約の電話勧誘に関する相談が多い。
- 「ネガティブオプション」も同様に、健康食品の送りつけ商法が減ったことを背景に減少している。海鮮類の送りつけ商法が依然として発生しており、こちらも高齢者がターゲットにされているため70歳以上の割合が大きい。
- 平成25年2月から法規制を受けるようになった「訪問購入」においても、高齢者を狙った強引な訪問買取りが目立っている。年齢不明者を除くと、62.5%が70歳以上からの相談である。

図表 1.1. 特殊販売の年齢別件数

(単位：件)

区 分	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	年齢不明者を除いた合計	合計
訪問販売	16	33	37	48	38	56	230	458	577
年齢別割合	3.5%	7.2%	8.1%	10.5%	8.3%	12.2%	50.2%	100%	
通信販売	181	360	440	574	338	370	299	2,562	3,057
年齢別割合	7.1%	14.1%	17.2%	22.4%	13.2%	14.4%	11.7%	100%	
マルチ販売	3	33	9	10	18	15	16	104	129
年齢別割合	2.9%	31.7%	8.7%	9.6%	17.3%	14.4%	15.4%	100%	
電話勧誘販売	3	20	38	73	58	149	494	835	971
年齢別割合	0.4%	2.4%	4.6%	8.7%	6.9%	17.8%	59.2%	100%	
ネガティブオプション (送りつけ商法)	0	0	2	1	0	0	7	10	17
年齢別割合	0%	0%	20.0%	10.0%	0%	0%	70.0%	100%	
訪問購入	0	1	2	5	3	16	45	72	82
年齢別割合	0%	1.4%	2.8%	6.9%	4.2%	22.2%	62.5%	100%	
その他無店舗販売	0	4	5	2	7	11	8	37	40
年齢別割合	0%	10.8%	13.5%	5.4%	18.9%	29.7%	21.6%	100%	
特 殊 販 売 計	203	451	533	713	462	617	1,099	4,078	4,873

※年齢別割合は年齢不明者を除いた数値

7 注目事例

(1) 平成26年度の特徴的な相談

① 豪雨災害関連

平成26年8月20日に発生した広島市豪雨災害に関連する相談は47件で、そのうち最も多かったのが賃貸住宅に関するものであった。その他では土砂に埋まった家や自動車、損害保険、宅配便が届かないなど幅広い相談が寄せられた。また、災害に便乗した「劇場型勧誘」に関する相談も寄せられた。

【相談事例1】

豪雨災害により家を解体しなければならなくなった。不要となったので契約していた光回線の契約の解約を申し出ると、解約料を請求された。やむを得ず解約をするのに通常と変わらない対応に納得できない。(60歳代、男性)

【相談事例2】

インターネット通販で商品を注文したが、一方的に契約を破棄された。一度は事業者から受付のメールが届いたのに何故解約されたのか問い合わせると、自分が住んでいる地域が災害に遭ったことにより運送業者が配達できないと言われた。自宅の周辺は土砂の被害は少なく交通規制されておらず、災害翌日も別の配達はきちんと届いている。事業者の説明に納得いかない。(50歳代、男性)

【相談事例3】

『土砂災害で住む所が無くなった人のために高齢者の入居施設を建てる。そこに入れる権利を買わないか』と電話がかかった。その場で断ったが『別の業者がその権利を買い取るので書面に記入し返信してほしい』と再度電話がかかった。改めて断ったが権利を買い取り業者の弁護士を名乗る人物から何度も電話がかかる。近いうちにパンフレットを送るとも言われた。どのようにしたらいいのか分からない。(80歳代、女性)

② プロバイダの遠隔操作による変更契約

平成26年度の「インターネット通信サービス」に分類される相談件数は前年度の248件から203件(81.9%)増加して451件となった。これは、光回線の契約に関する相談とプロバイダの遠隔操作による変更契約に関する相談が増加していることが原因となっている。このうち平成26年度に特徴的なのはプロバイダの遠隔操作である。

相談内容は、あたかも現在契約している通信事業者であるかのように名乗って「月々の料金が安くなる」と勧誘し、口頭で承諾を得た後すぐに遠隔操作でプロバイダの変更設定をするというものである。勧誘する事業者の十分な説明がないことが原因であり、消費者はプロバイダの変更契約であったことを理解しておらず、登録完了通知が届いて初めて判明するケースが多かった。電気通信に関する契約は電話勧誘でもクーリング・オフの適用が無いことがトラブルの解決を困難にしている。

【相談事例】

大手通信会社を名乗るところから「インターネットが安くなるプランができたので紹介したい。契約するためにはパソコンの設定を変更しないとイケない」と電話がかかった。今契約している通信会社からのプラン変更の勧誘と思い、安くなるならと承諾をした。翌日別の担当者から電話がかかり、パソコンを遠隔操作されて必要なところは自分が入力した。後日、知らない事業者名で書類が届き初めてこれまでの通信事業者ではないことが分かった。電話ではプロバイダの変更という説明は受けていない。書類によると解約には2万円の解約料がかかる記載されている。この会社との契約をやめたいが、解約料は払わなければならないのか。(60歳代、男性)

(2) その他注意を要する相談

① 劇場型勧誘

平成26年度で「劇場型勧誘」に関する相談は368件であった。「劇場型勧誘」とは、複数の登場人物が電話をかけて投資話を信用させ、消費者からお金をだまし取るもので、いわゆる「買え買え詐欺」と呼ばれる詐欺的商法で使われる悪質な手口である。高齢者を標的にしており、1件当たりの被害額が高額かつ被害回復も非常に困難という特徴があるため、特に高齢者は注意が必要である。

件数では前年度の453件と比べて85件減少したものの、実際に被害に遭った際の被害額は依然として高額であり、平成26年度の被害額の最高は4000万円であった。「劇場型勧誘」が行われているのは「ファン型投資商品」が多いが、あやしい社債や未公開株、海外通貨、宝石、実態不明の権利など多岐に渡っており、ニュース等で話題となっている事象を利用した勧誘も散見される（広島市豪雨災害、年金機構の個人情報流出事件など）。

近年では現金を宅配便で「書籍」などと偽らせて送金するよう指示してくる手口が横行している。このような場合、いったん送金してしまうと証拠が残らず、被害回復は極めて困難である。

【相談事例】

ある日、X社のAという社員から電話がかかってきた。『これからY社が建設予定の老人ホームのリストにあなたの名前が載っている』と言われたので、「そんな覚えはない」と答えた。すると『それではあなたの代わりに当社が購入してよいか』と言われたので「好きにしたらいい」と答えて電話を切った。後日、『自分が1千万円出してあなたの名義で購入したが、これは名義貸しで、このことがばれてしまった。このままではあなたも逮捕される。Y社のBにすぐ電話をしてください』と言われた。驚いてしまいBに電話すると『私が500万円出しましょう。あなたは一旦Aから当社に振り込まれた1千万円をAに返してください。入金を確認できたらすぐに1千万円をあなたに返金します』と言われ、返金のために通帳の番号をBに教えた。その後、金融庁のCから電話がかかり『あなたは詐欺に遭っている。資産と財産を整理するために、口座を空にしないといけない』と言われて、総額2千万円以上を宅配便で4回に分けて送ってしまった。（70歳代、女性）

② インターネット通販によるトラブル

インターネットの普及に伴い、インターネット通販のトラブルが増加している。特に近年増加が顕著なのは前払いで料金を支払ったのに商品が届かない、偽物が届いたといった相談である。寄せられた相談は256件であり、急増した前年度（265件）とほぼ同じ件数だった。これらの多くは日本人を狙った海外のサイトであり、トラブル後は連絡が取れなくなることがほとんどである。商品別でみると多くは被服品によるものだが、最近は額縁や釣り用具など幅広い商品に関する相談が寄せられている。

【相談事例】

子供が欲しがっていたスニーカーを検索したら、在庫があるサイトを見つけた。このスニーカーは人気モデルで店舗やネット通販サイトでもなかなか見つからない。すぐに注文して事業者の口座（個人名義）に代金を振り込んだ。注文受付メールには入金確認ができたらしすぐに発送すると書かれていたのに、1か月近く経っても連絡が無い。何度も入金確認をもらったか、出荷予定はいつになるのか問い合わせたが返信が来ない。問い合わせも電話番号が無くメールのみになっているのでこれ以上連絡の取りようが無い。（40歳代、女性）

③ SNSに関連したトラブル

SNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）とは、インターネット上において友人・知人等とつながり、交流することができるウェブサイト・サービスのことである。SNSに関連するトラブルは有料の出会い系サイトに誘導される、マルチ商法の勧誘を受けるなどがあり、平成26年度は前年度の24件から46件に増加した。また、SNSに掲載される広告は、登録した個人情報に連動したターゲティング広告であることが増えており、その広告からトラブルに発展する相談も寄せられた。

【相談事例1】

SNSで知り合った人から「簡単に稼げる」と言われ、興味があったので直接会って詳しい説明を聞くことになった。説明当日、知人ともう一人上位者が来ていて、上位者から説明を受けた。稼げる内容というのは、オンラインカジノなどのアフィリエイトであると聞かされた。アフィリエイト報酬の他に、会員登録をして自分が紹介した人が2人契約すると入会金の5%が自分に入るとの事だった。言われるままにその場でスマホから申し込みをして、クレジットカードのリボ払いで決済をした。しかし、冷静になると人をうまく勧誘する自信がないため解約したい。（10歳代、男性）

【相談事例2】

SNSのバナー広告にダイエットサプリが600円で試すことができるとあったため、リンク先のHPからカード決済で申し込んだ。しかし、1回だけのお試しのはずが、ひと月ごとに商品が送られてきた。注文時には気付かなかったが定期購入になっていたらしい。商品価格も600円ではなく12,000円となっていた。すぐに解約したいとメールを送ったが、返信が来ない。バナーのあったSNSを見ても広告は無くなっており、HPが見つからない。（40歳代、女性）

④ プリカ詐欺

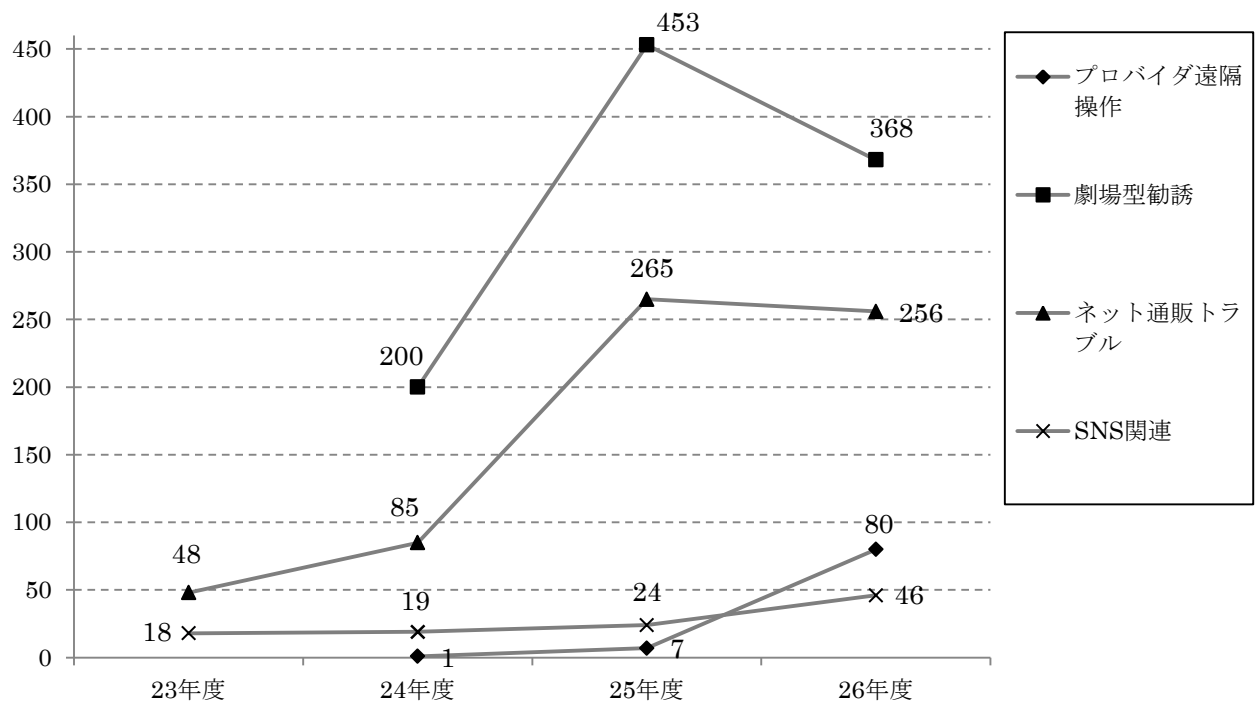
「プリカ詐欺」とは、消費者にインターネット用プリペイドカードを購入させ、そこに記載されたカード番号等を教えるよう指示してくる手口の詐欺である（事業者が所有しているカード番号を消費者に伝え、そのカードに入金させるような手口もある）。ネット用プリカはそれぞれの番号で管理されており、カード自体が無くても番号さえわかれば利用することができるため、カードに記載された番号を相手に伝えることは購入した価値をすべて渡したことと同じである。この手口が使われる時点で詐欺と考えて良く、一旦相手にプリカを利用されてしまうと被害回復は非常に困難である。

なお、アダルトサイトのワンクリック請求やメールやSMSによる架空請求において、この手口が多用されている。

【相談事例】

アダルトサイトの再生ボタンと年齢確認のボタンをクリックしたところ、突然登録されてしまった。「登録解除はこちら」という電話番号があったため解除してもらうために連絡すると、「契約は成立している。払わないといけない。」と言われ、やむを得ず支払うことにした。サイトの指示によりコンビニで大手インターネット通販サイトのプリペイドカードを10万円分購入し、カードの番号をFAXで送ってしまった。（20歳代、女性）

図表12. 注目事例相談件数の年度別推移



※「プロバイダ遠隔操作」及び「劇場型勧誘」は平成24年度からの分類