

平成25年度(2013年度)消費生活相談の概要

総 括

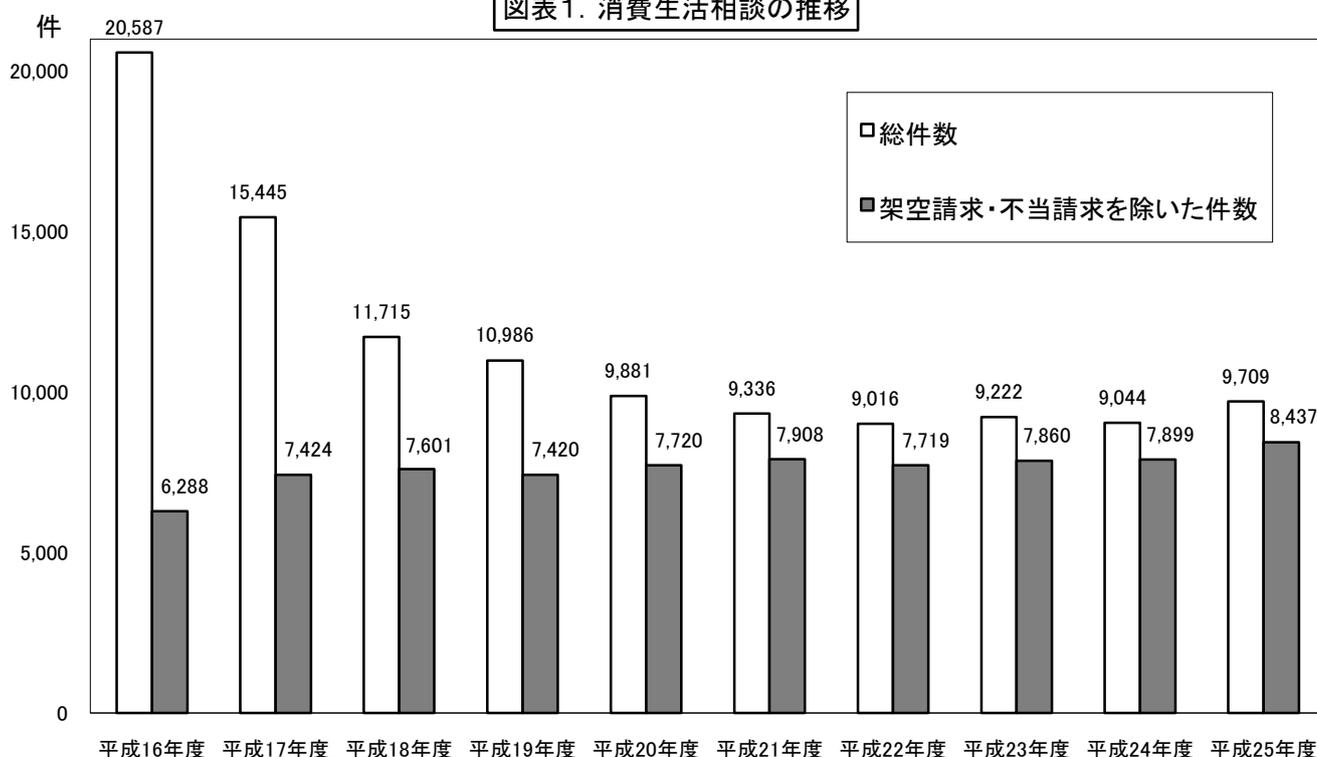
- 広島市消費生活センターが平成25年度に受けた消費生活相談は9,709件で前年度に比べ665件増加し、架空請求・不当請求を除いた相談件数も8,437件と538件増加した。
- 契約当事者の年齢別では、60歳以上の割合は42.1%となり、初めて4割を上回った。特に70歳以上は2,075件と前年度比35.6%も増加し、全体の27.7%を占めるに至っている。
- 商品・役務別では、多いものから順に「放送・コンテンツ等」(1,685件)、「レンタル・リース・貸借」(698件)、「健康食品」(529件)となり、平成22年度まで最多だった「融資サービス」の相談件数は大きく減少した。
- 平成25年度は高齢者を狙った健康食品の送りつけ商法と「ファンド型投資商品」などの「劇場型勧誘」が急増した。特に「劇場型勧誘」はひとたび被害に遭うと被害回復は困難であり、金額も高額となる傾向がある。

1 相談件数の推移

平成25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9,709件となっており、前年度に比べ665件(7.4%)の増加となった。そのうち、架空請求・不当請求に関する相談はワンクリック請求等の増加により1,272件となり、前年度(1,145件)に比べて127件(11.1%)増加した。

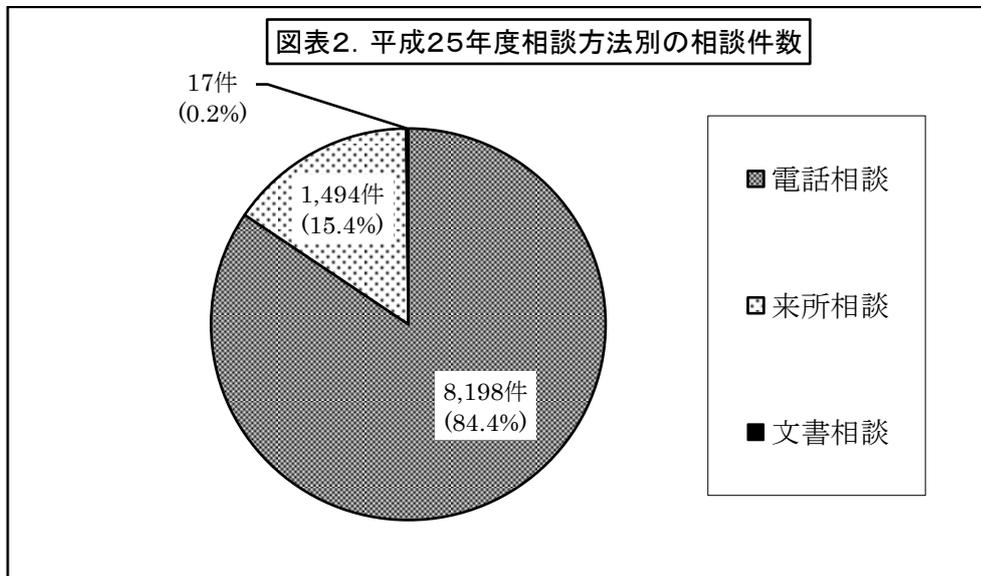
また、架空請求・不当請求を除いた相談件数は8,437件で、前年度に比べ538件(6.8%)増加した。

図表1. 消費生活相談の推移



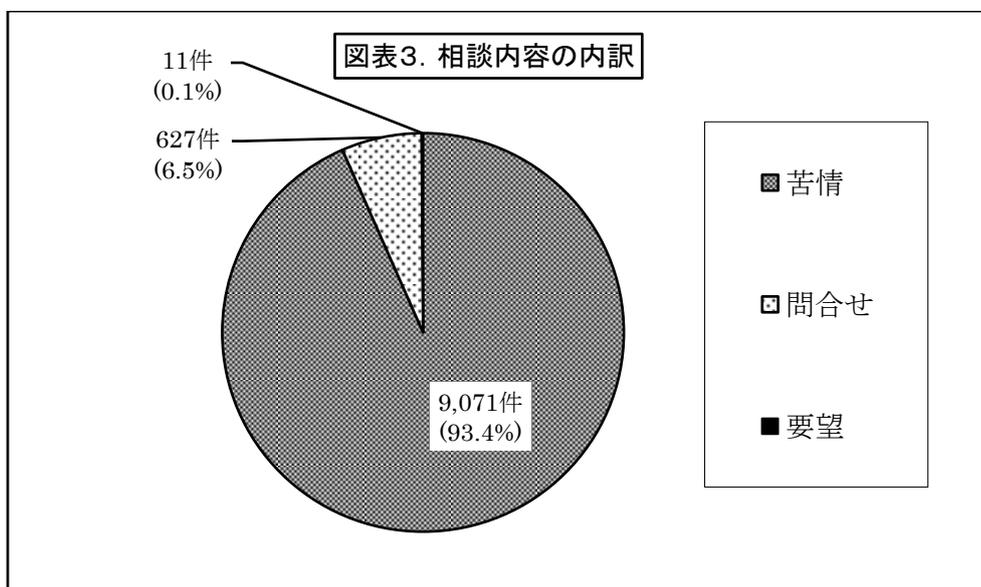
2 相談方法別の相談件数

- 電話による相談は8,198件と全体の84.4%を占め、来所による相談は1,494件と全体の15.4%を占めている。



3 相談内容の内訳

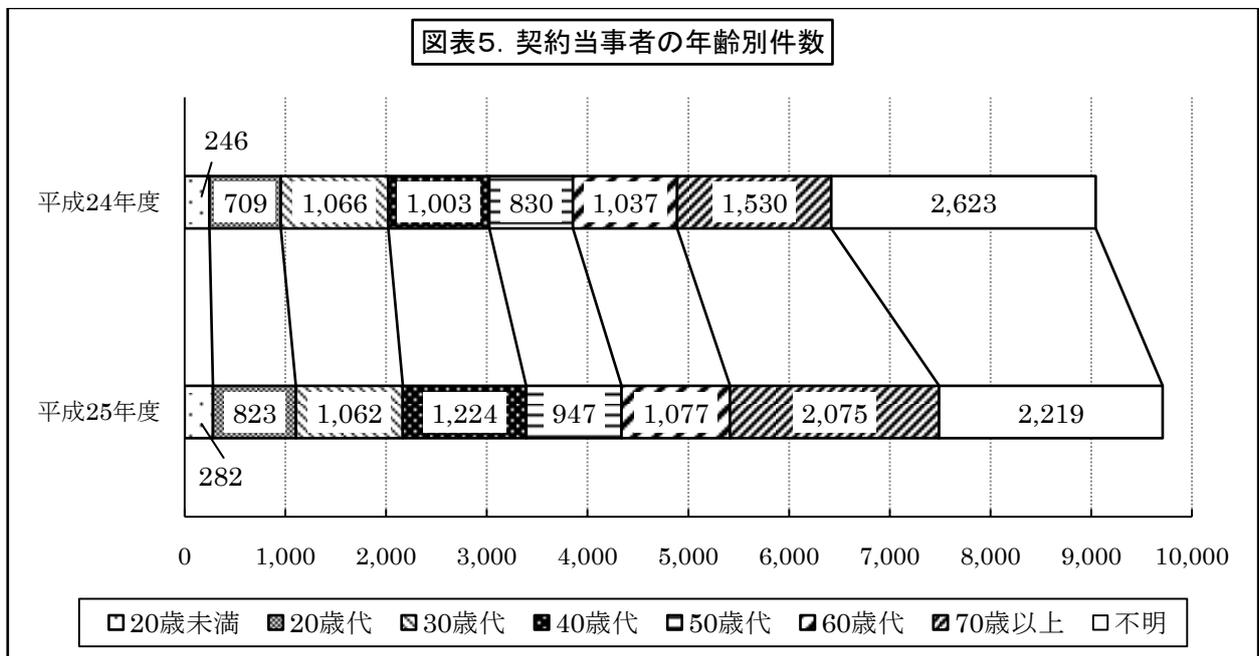
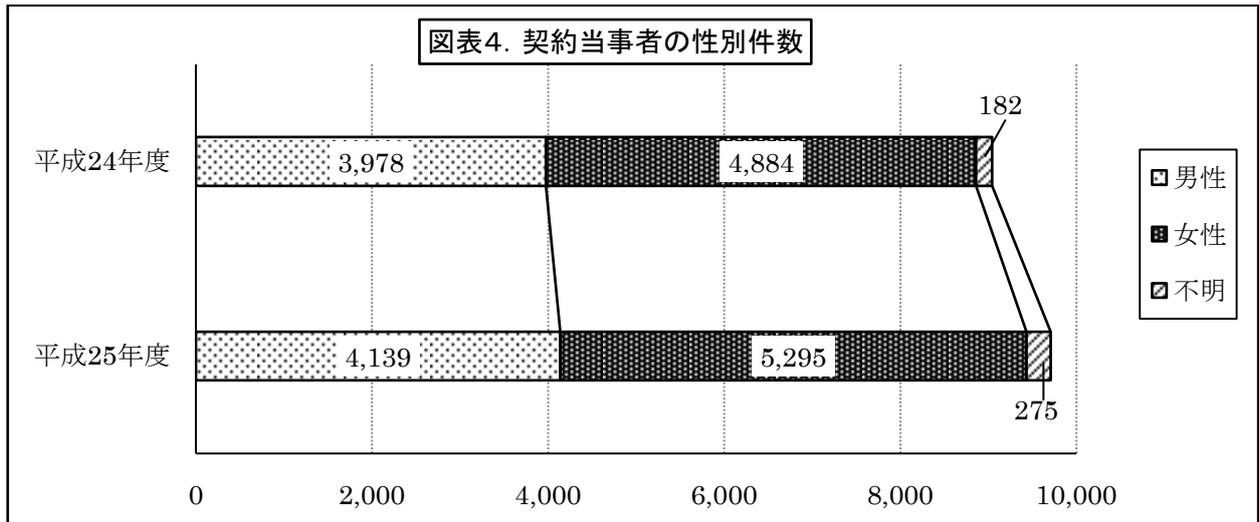
- 契約や商品についての苦情が相談件数全体の大部分を占めている。



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54.6%で、前年度に比べて0.6ポイント増加している。
- 年齢別で見ると、70歳以上からの相談が2,075件と前年度から545件(35.6%)増加して最も高い増加率を示した。
- 70歳以上に次いで相談件数、増加率が多かったのは40歳代の1,224件であり、前年度の1,003件から221件(22.0%)の増加であった。その他の年齢層は全体的に横ばいだが、30歳代は唯一相談件数が減少した。

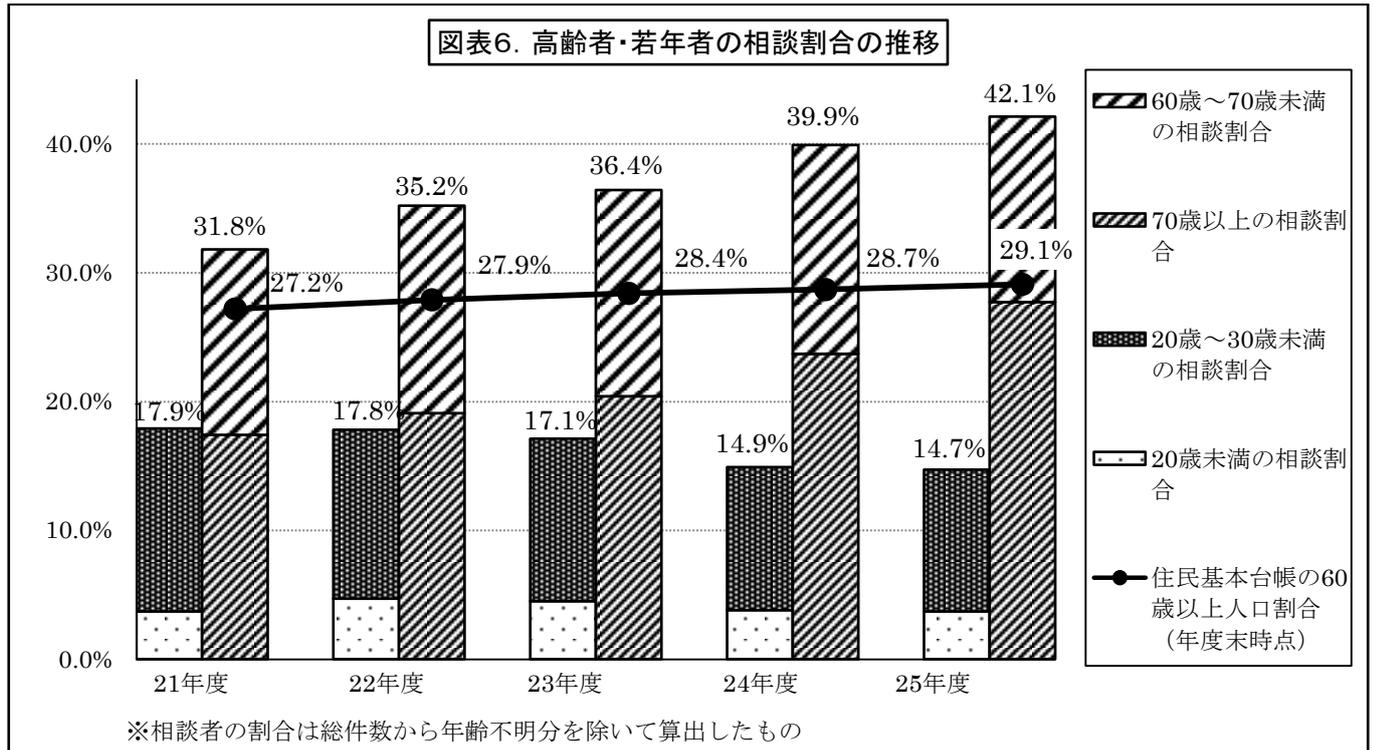


(2) 高齢者に関する相談割合の推移

60歳以上の市民の相談割合は平成21年度以降、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25年度では年齢不明分を除いた年代別構成で42.1%と、初めて4割を上回った。特に70歳以上は2,075件と前年度比35.6%も増加し、全体の27.7%を占めるに至っている。

(3) 若年者に関する相談割合の推移

平成21年度以降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25年度は30歳未満の相談件数割合は0.2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	25 年度 (2013 年度)	24 年度 (2012 年度)	主 な 内 容
1	放送・コンテンツ等	1,685	1,579	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など
2	レンタル・リース・貸借	698	666	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	健康食品	529	320	送りつけ商法や講習会商法によるトラブルなど
4	融資サービス	466	570	多重債務・ヤミ金融など
5	相談その他	458	453	消費生活相談以外の相談。契約以外の民事相談など
6	商品一般	352	267	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
7	ファンド型投資商品	318	163	出資金の劇場型勧誘によるトラブルなど
8	工事・建築・加工	276	279	住宅の不具合や、屋根、床下、塗装、リフォーム工事など
9	役務その他	256	241	金融商品等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
10	インターネット通信サービス	248	231	光ファイバーやADSLなど（プロバイダに関する相談を含む）

(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「放送・コンテンツ等」であった。過去5年間においても相談件数が最も多く、前年度から106件の増加となった（図表9参照）。このうち、70%以上がアダルトサイトやメールなどの架空請求・不当請求によるものである。

架空請求・不当請求に関する相談は1,272件で、そのうち「放送・コンテンツ等」が1,193件（93.8%）を占めており、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したものであった。

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】

SNSで知らない人から連絡がありやり取りをするようになった。当該SNS上の共通の友人がいたので信用してしまった。当初は携帯電話でやり取りをしていたが、『携帯電話が壊れていて、実は会社の携帯で連絡をしている。会社にばれたらまずいのでこのサイトでやり取りしよう。お金はかからないから大丈夫』と誘導されてそのサイトでやり取りをするようになった。その後、連絡先を交換することになったが、個人情報交換するためにはお金がかかり、何度試してもうまく連絡先の交換ができなかった。試すたびにお金がかかり「もうやめたい」と相手に伝えたが、『自分もお金を負担しているからそんなこと言わないでほしい。アドレスが交換できたらお金は返すから頑張ろう』と言われて仕方なくやり取りを続けてしまった。

（20歳代、女性）

【相談事例 2】

ある日突然クレジット会社から限度額までのクレジットカード利用のため、確認の電話が入った。内容を調べると、中学生の息子がスマートフォンで遊んでいるオンラインゲームの利用料金という事が判明した。一度有料アイテムの購入のために私のクレジットカードを貸してあげたことはあるが、その時は450円のアイテムだった。それっきりカードは貸していないので安心していましたが、今回400,000円もの請求が来ている。契約の取消しを希望。(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しまった。180日間の動画の見放題で20万円の請求だが、3日以内に支払うなら99,800円となるが、放っておくと調査の上裁判を起こすと書かれていた。パソコンにアダルトサイトの請求画面が貼り付いてしまっていて削除することができない。(20歳代、男性)

【相談事例 4】

『無料期間中に入会したサイトで、無料期間終了後も退会処理がされていないのでコンテンツ料金が滞納となっている。このままだと裁判をすることになる。』というメールが来た。サイト名や料金などまったく書かれていないので怪しいと思うが、無視しても良いのだろうか。(20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32件増加し、3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い。

【相談事例 1】

1年住んだペット可の賃貸マンションを退去した。退去後、敷金が返金されないばかりか、敷金以上の高額な原状回復費用を請求された。子犬が洋室のクロスを一部傷つけているが、部屋全体のクロスの張替え、畳の表替え、クッションフロアの張替え、ハウスクリーニング代等のあまりの高額な請求に納得できない。(30歳代、男性)

【相談事例 2】

温泉施設の店頭で誘われ、くじを引いたら2等が当選した。「おめでとうございます。ウォーターサーバーレンタル料が月々無料となります」と言われ、当選して興奮状態にあったこともあり言われるがまま契約書に署名した。帰宅してよく考えてみると、サーバーレンタル料は無料だが水代が月々4,000円弱かかることになるので不要な契約だと思えるようになった。解約できないだろうか。(20歳代、男性)

③健康食品

第3位は「健康食品」であった。平成24年度に入って全国的に健康食品の送りつけ商法が多発しており、広島市においても相談件数が急増した。平成24年度の相談件数は320件となり前年度から倍増したが、平成25年度は529件となり約65%の増加をみせた。高齢者を標的に「あなたが注文した」とだます詐欺的な手口であり、月別の相談件数は減っているものの、今後も注意が必要である。

【相談事例1】

突然『注文のあった健康食品を送ります』と電話がかかり「私は頼んでいない」と断ったが、注文していると言いきられ、仕方なく代引きで29,800円支払って商品を受け取った。それでおしまいにするつもりだったが、今日会社から連絡があり、『次回のもを送ります』と言われた。続きがあるなど思ってもおらず、「前に送ってもらったものが残っているのでいいです」と言ったが『定期購入になっているのでキャンセルできない。あと149,000円分の残りがある。払えないのなら私が半分払ってあげるが、あなたも注文した責任があるから半分支払ってもらう』と強い口調で言われて恐ろしくなった。どうしたらいいか。(80歳代、女性)

【相談事例2】

SNSにバナー広告が表示されていたダイエットサプリに興味を抱き、1個100円の安い試供品であると日本語で表示されていたので、試供品3点を300円で注文してクレジット決済をした。その後クレジット会社から請求が届き、明細を見たら20,000円と記載されていたので確認すると、ダイエットサプリの代金であった。そこで初めて試供品注文後は一定期間内に解約の連絡をしないと継続購入になることが分かった。業者の住所も分からず連絡が取れない。解約したいがどうしたらいいのか。(40歳代、女性)

④融資サービス

第4位は「融資サービス」となった。件数は前年度から104件(18.2%)減少して466件となった。平成20年度以降大幅な減少が続き、相談件数もピークである平成20年度の約32%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】

仕事先が変わって収入が減少したため、生活のために借金をした。その返済のために次々と持っているカードで借金を繰り返し自転車操業状態になってしまった。手取り収入よりも返済額の方が多くなってしまい返済ができなくなった。(40歳代、女性)

【相談事例2】

インターネットの広告で「即日融資」の金融会社を見つけ、40,000円の借入れを申し込んだ。するとすぐに手数料を引いたお金が振り込まれ、1週間後に利息分16,000円を支払うよう言われて振り込んだ。さらに1週間後、利息として56,000円を要求され言われるがまま振り込んだ。これで完済できたと思っていたら、今日電話がかかりさらに72,000円を支払えと言われた。人に話すと困ることになると脅された。(30歳代、女性)

⑤相談その他

消費生活相談以外の相談。契約以外の民事相談など。

※**その他注意を要する相談**

上位5位の相談のほかに、近年急増しているのが「ファンド型投資商品」である。相談のほとんどが高齢者を標的にした、いわゆる「買え買え詐欺」と呼ばれる詐欺的商法であり、「劇場型勧誘」が行われている。「劇場型勧誘」とは、複数の登場人物が現れて投資話を信用させ、消費者をだましてお金を払わせるという悪質な手口である。1件当たりの被害額が数百万円から平成25年度の最高額で4,420万円と非常に高額な上に、「あなたの損失を取り戻す」と新たな契約を勧誘されるなど二次被害に遭うこともしばしばある。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おり、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。

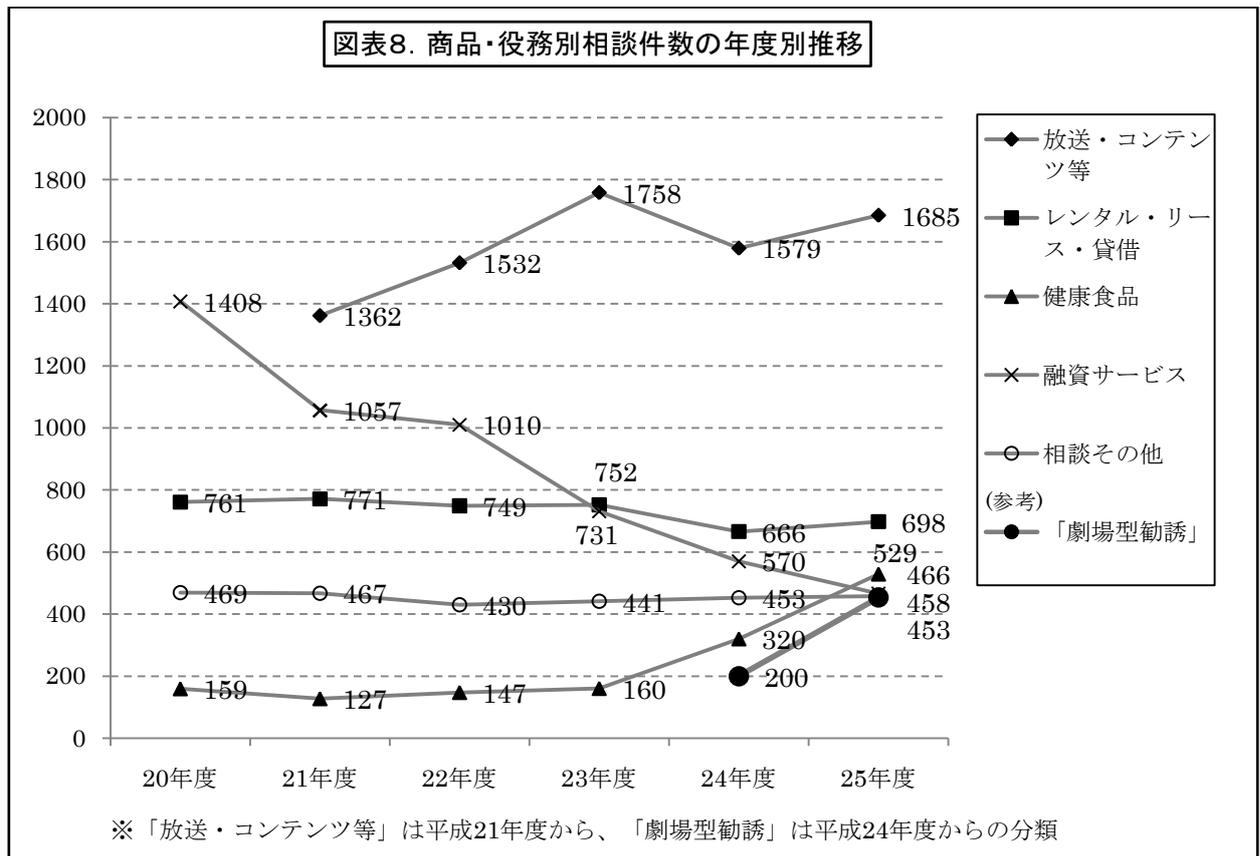
なお、「劇場型勧誘」が行われているのは「ファンド型投資商品」だけではなく、あやしい社債や未公開株、海外通貨、宝石、実態不明の権利など多岐に渡る。「劇場型勧誘」が行われた全ての相談件数は453件で昨年度(200件)の2倍以上に増加している。

【相談事例】

ある日、『カンボジアの土地の管理者になる投資をしたら、配当も付いて利益になる』という電話勧誘を受けた。その後立派なパンフレットが届き「消費生活センターが言っているような実態のない投資話ではありません」と書かれていた。最初は『振り込んだお金はすぐに買い取る』と言われたので半信半疑で10万円振り込んだ。その後、『あなたのした行為は他人に迷惑をかけており、そのせいで400万円が必要になった。迷惑料として支払え』と言われたので、2回に分けて400万円を言われるがまま普通郵便で郵送した。すると今度は『あなたの行為はインサイダー取引だ。このままでは警察に捕まってしまう。それが嫌なら金融庁の調査を阻止するためにもうあと200万円を支払わないといけない』と言われて恐ろしくなり、親からもらった株を解約して200万円を郵送した。さらに今も頻繁に電話がかかってきておりお金を要求されている。(60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25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、その分類を開始して以来群を抜いた相談件数となっている。ワンクリック請求などの架空・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」は年度によってばらつきはあるが、賃貸住宅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25年度は前年度に比べて微増した。
- 3位の「健康食品」は例年150件あたりの水準で推移していたが、平成24年半ば頃から健康食品の送りつけ商法が横行したため、2年連続で倍増した。
- 4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り、ピーク時の3割程度になっている。
- 5位の「相談その他」はほぼ横ばいで推移している。
- その他の相談としては、「ファンド型投資商品」が近年顕著な増加をみせており、平成25年度は318件と前年度（163件）のほぼ2倍に増加した。なお、「ファンド型投資商品」に限らず「劇場型勧誘」が行われている相談は453件であり、前年度（200件）の2倍以上に増加している。



(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挙げられ、その分架空・不当請求が増えたことも一因と考えられる。若年層において相談件数の割合が多くなる傾向にあり、出会い系サイトなどのコンテンツに関する相談が増えている。特に未成年者においては、オンラインゲームの課金に関する相談が目立ち、「放送・コンテンツ等」が2位以下を大きく引き離している。
- 「レンタル・リース・貸借」は、賃貸住宅における預り金や敷金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」は全体の相談件数が減少しているものの、未成年者と70歳以上を除き全ての年齢層に4位以内に入っている。
- 70歳以上を見ると、高齢者を標的にした悪質商法の影響が顕著にあらわれている。
 - ①昨年度に引き続き、送りつけ商法の影響で「健康食品」が1位となった。
 - ②「ファンド型投資商品」と「預貯金・証券等」は、いわゆる劇場型勧誘による「買え買え詐欺」の相談がほとんどであり、被害金額が大きい。
 - ③「工事・建築・加工」は、排水管の洗浄などをきっかけに高額な床下工事を結ばせる「点検商法」など悪質な訪問販売の相談が多い。

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	282	放送・コンテンツ等 197	履物 8	玩具・遊具 6	相談その他 5	健康食品など 4
20歳代	823	放送・コンテンツ等 196	レンタル・リース・貸借 94	理美容 80	融資サービス 54	自動車 27
30歳代	1,062	放送・コンテンツ等 274	レンタル・リース・貸借 130	融資サービス 85	相談その他 40	理美容 28
40歳代	1,224	放送・コンテンツ等 330	レンタル・リース・貸借 89	融資サービス 84	相談その他 42	商品一般 39
50歳代	947	放送・コンテンツ等 232	レンタル・リース・貸借 70	融資サービス 58	相談その他 36	工事・建築・加工 34
60歳代	1,077	放送・コンテンツ等 181	相談その他 49	融資サービス 47	レンタル・リース・貸借 46	商品一般 45
70歳以上	2,075	健康食品 388	ファンド型投資商品 212	商品一般 124	預貯金・証券等 88	工事・建築・加工 83
年齢不明	2,219	レンタル・リース・貸借 227	放送・コンテンツ等 192	相談その他 187	融資サービス 91	工事・建築・加工 90
合計	9,709	放送・コンテンツ等 1,685	レンタル・リース・貸借 698	健康食品 529	融資サービス 466	相談その他 458

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21年度以降増加傾向にある。平成25年度は前年度に比べて631件増加して4,908件（50.6%）となり、全体の相談件数のうち半分以上が特殊販売によるものであった。
- 販売方法別では、「訪問販売」と「マルチ販売」以外は前年度に比べて全て増加した。
- 「訪問販売」は近年同水準で推移していたが、平成25年度は106件の減少となった。
- 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おり、最近目立ってきているのがインターネット通販で「お金を振り込んだのに商品が届かない。店とも連絡が取れない」といった相談である。海外のサイトであることも多く、連絡手段がメールだけなどの場合は特に注意が必要である。
- 「マルチ販売」は同水準で推移している。平成25年度は前年度に比べて33件の減少となった。
- 「電話勧誘販売」は平成21年度以降は増加し続けており、前年度に比べて424件（55.2%）増加して4年前と比較すると約2倍となった。これは健康食品の送りつけ商法や詐欺的商品の「劇場型勧誘」において、最初のきっかけが電話勧誘によって行われることが影響している。
- 健康食品の送りつけ商法において、電話勧誘であっても実際に商品が送りつけられた場合は「ネガティブオプション」に分類する。そのため、「ネガティブオプション」も健康食品の送りつけ商法の影響を受け、4年前の3倍以上に急増した。
- 「訪問購入」に関する相談は44件であった。平成24年度の件数は約2か月弱程度の期間であるため単純な比較はできないが、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いる。

図表10. 特殊販売の年度別内訳

(単位：件)

区 分	平成21年度 (2009年度)	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)
特 殊 販 売 (A)	3,887	3,896	4,360	4,277	4,908
訪問販売	732	737	741	731	621
通信販売	2,306	2,299	2,676	2,509	2,805
マルチ販売	159	113	123	137	104
電話勧誘販売	591	651	744	768	1,192
ネガティブオプション(送りつけ商法)	25	34	20	76	85
訪問購入	—	—	—	※ 12	44
その他無店舗販売	74	62	56	44	57
相 談 件 数 (B)	9,336	9,016	9,222	9,044	9,709
相談件数に占める割合 (A/B)	41.6%	43.2%	47.2%	47.3%	50.6%

※「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45.3%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くの割合を占めた。特に30歳代以下の年齢層では、通信販売に関する相談がそれぞれ特殊販売全体のほとんどを占めており、若年層を中心にインターネット通販などの電子商取引が普及していることがうかがえる。
- 「マルチ販売」は、未成年者を除き年齢を問わず同程度の割合で相談が寄せられている。
- 「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68.6%を占めている。特に健康食品の送りつけ商法と「劇場型勧誘」が急増した影響で、同販売方法の前年度比増加分の424件のうち、70歳以上だけで374件も増加した。
- 「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の急増を背景に増加しており、年齢不明者を除くと70歳以上の割合が81.9%を占める。
- 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、高齢者を狙った貴金属の強引な買取りが目立っており、年齢不明者を除くと、半数以上が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	11	33	37	62	43	76	217	479	621
年齢別割合	2.3%	6.9%	7.7%	12.9%	9.0%	15.9%	45.3%	100%	
通信販売	228	326	428	491	319	281	301	2,374	2,805
年齢別割合	9.6%	13.7%	18.0%	20.7%	13.5%	11.8%	12.7%	100%	
マルチ販売	0	19	14	11	12	16	18	90	104
年齢別割合	0%	21.1%	15.6%	12.2%	13.3%	17.8%	20.0%	100%	
電話勧誘販売	2	18	24	80	66	142	726	1,058	1,192
年齢別割合	0.2%	1.7%	2.3%	7.6%	6.2%	13.4%	68.6%	100%	
ネガティブオプション (送りつけ商法)	0	0	1	3	5	4	59	72	85
年齢別割合	0%	0%	1.4%	4.2%	6.9%	5.6%	81.9%	100%	
訪問購入	0	2	1	1	9	4	22	39	44
年齢別割合	0%	5.1%	2.6%	2.6%	23.1%	10.2%	56.4%	100%	
その他無店舗販売	0	8	4	8	10	8	9	47	57
年齢別割合	0%	17.0%	8.5%	17.0%	21.3%	17.0%	19.2%	100%	
特殊販売計	241	406	509	656	464	531	1,352	4,159	4,908

※年齢別割合は年齢不明者を除いた数値