

Ⅲ 平成30年度(2018年度)消費生活相談の概要

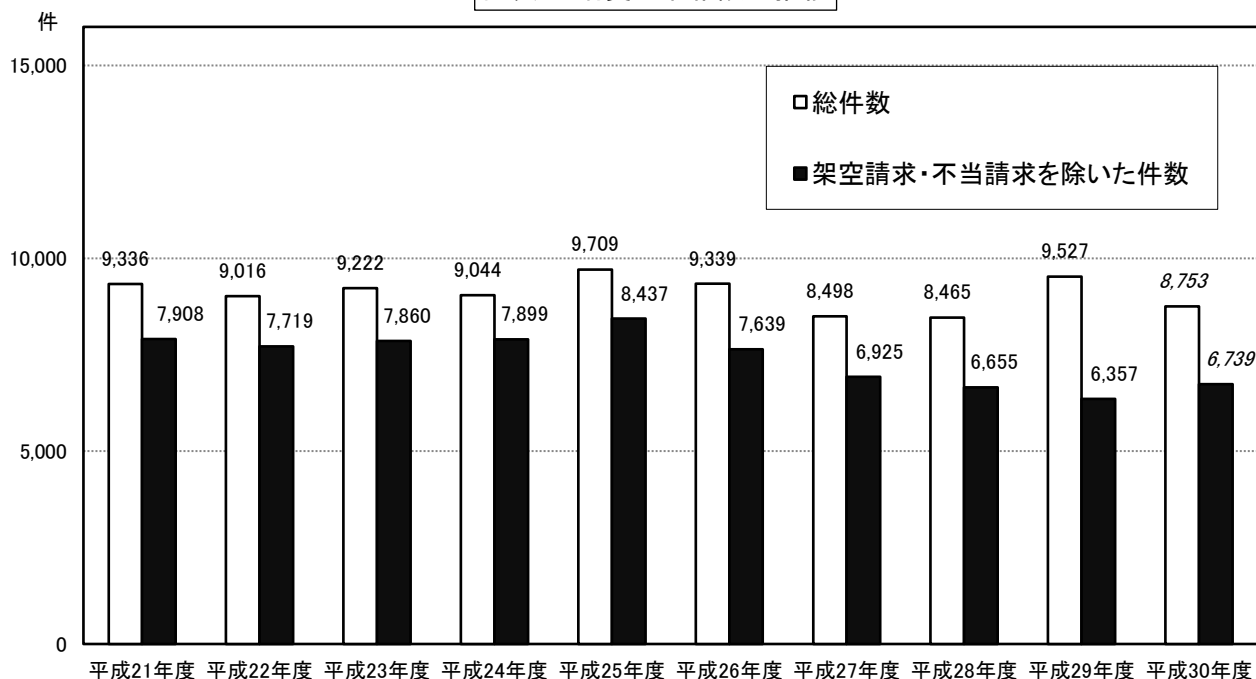
総 括

- 広島市消費生活センターが平成30年度に受け付けた消費生活相談は8,753件で前年度に比べ774件減少した。その中で架空請求・不当請求の相談件数は1,156件減少し、2,014件となった。(図表1)
- 契約当事者の年齢別では、70歳以上からの相談が1,933件と最も多く、次いで60歳代(1,264件)、50歳代(1,122件)となっている。全体の相談件数が減少している中、70歳以上からの相談は、前年度の124.8%(384件)と大幅に増加している。また、60歳以上の割合が47.5%と前年度に比べ2.3ポイント上昇した。(図表4・5)
- 商品・役務別では、多いものから順に「商品一般」(1,745件)、「放送・コンテンツ等」(1,025件)、「レンタル・リース・賃借」(464件)、「インターネット通信サービス」(426件)、「相談その他」(351件)となった。(図表6)
- 平成30年7月に発生した西日本豪雨災害に関連する相談は71件寄せられた。

1 相談件数の推移

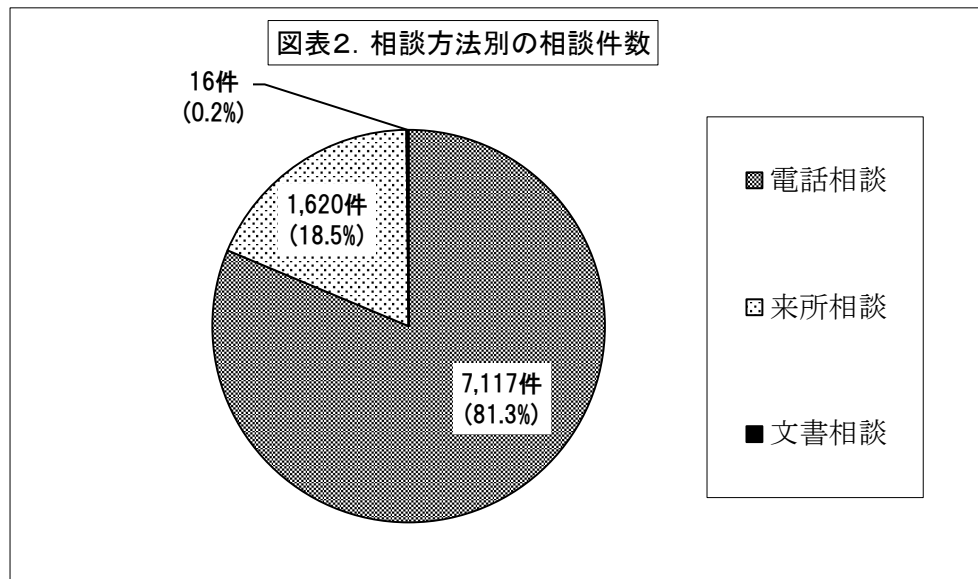
平成30年度に広島市消費生活センターに寄せられた相談は8,753件となり、前年度の9,527件に比べ774件(8.1%)減少した。このうち架空請求・不当請求に関する相談は、SMS(ショートメッセージサービス)やメール、はがきを悪用した架空請求が依然として多く、前年度の3,170件に比べ1,156件(36.5%)減少したものの、2,014件となった。また、架空請求・不当請求を除いた相談件数は6,739件で、前年度に比べ382件(6.0%)増加した。このうち、増加率の大きい項目は「電気」に関する相談(35件⇒190件、542.9%増)であった。

図表1. 消費生活相談の推移



2 相談方法別の相談件数

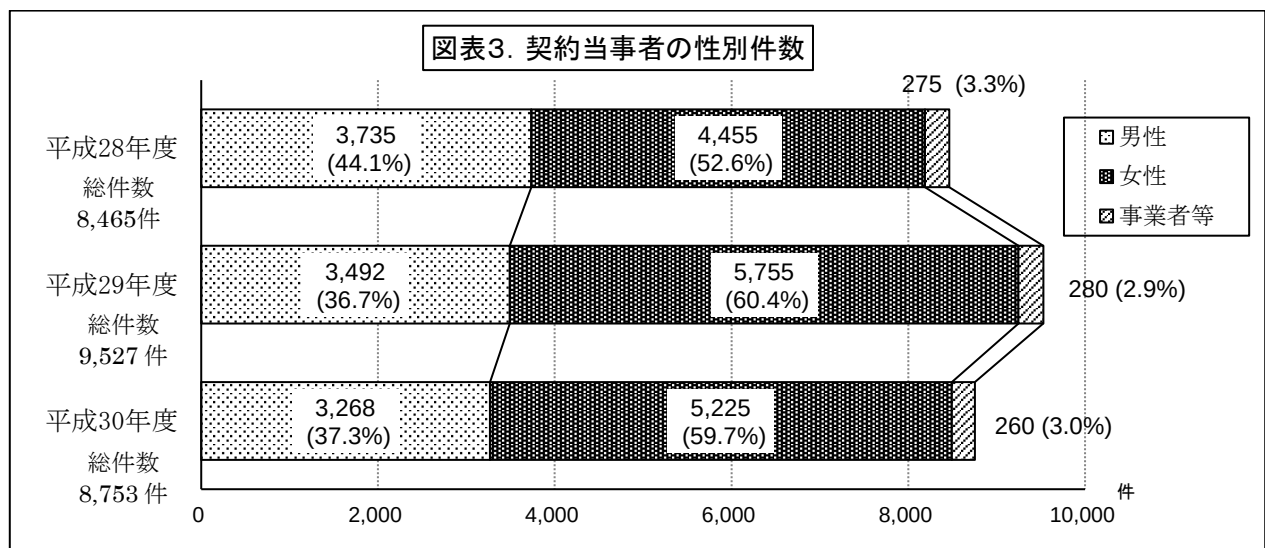
- 電話による相談は7,117件と全体の81.3%を占め、来所による相談は1,620件と全体の18.5%を占めている。



3 契約当事者の性別・年齢別件数

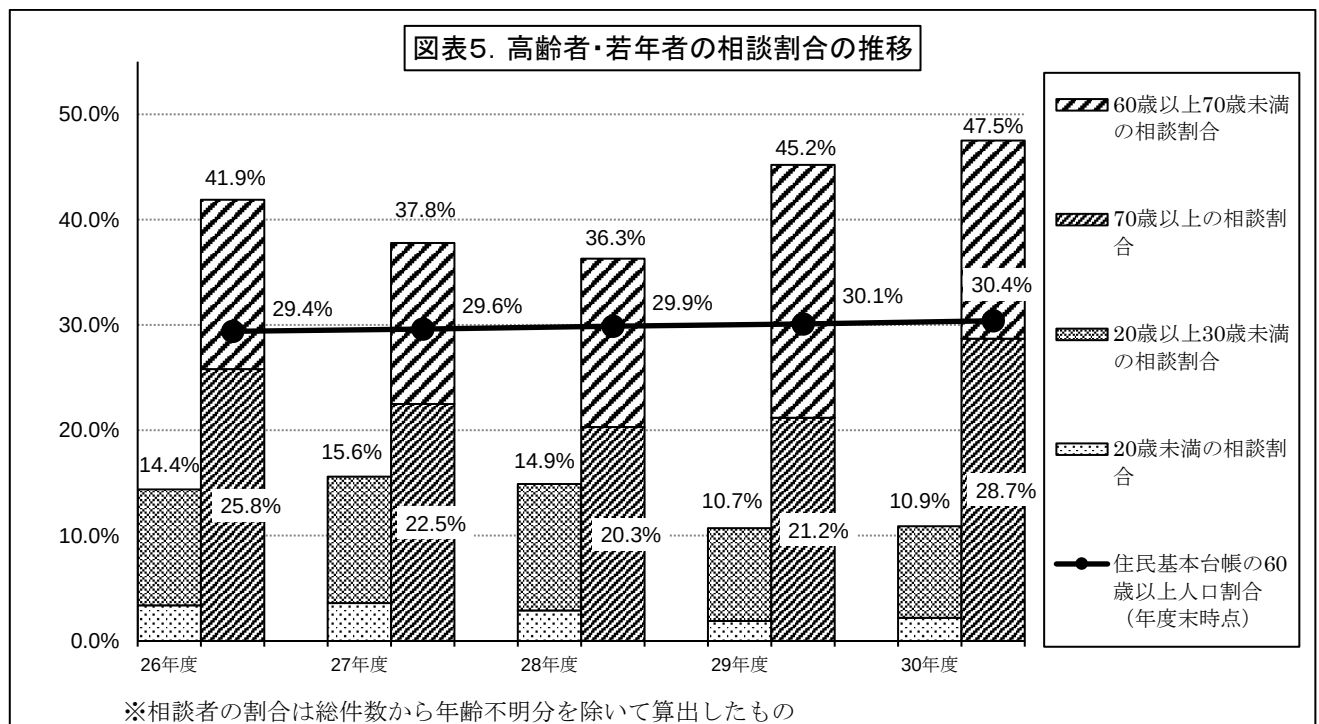
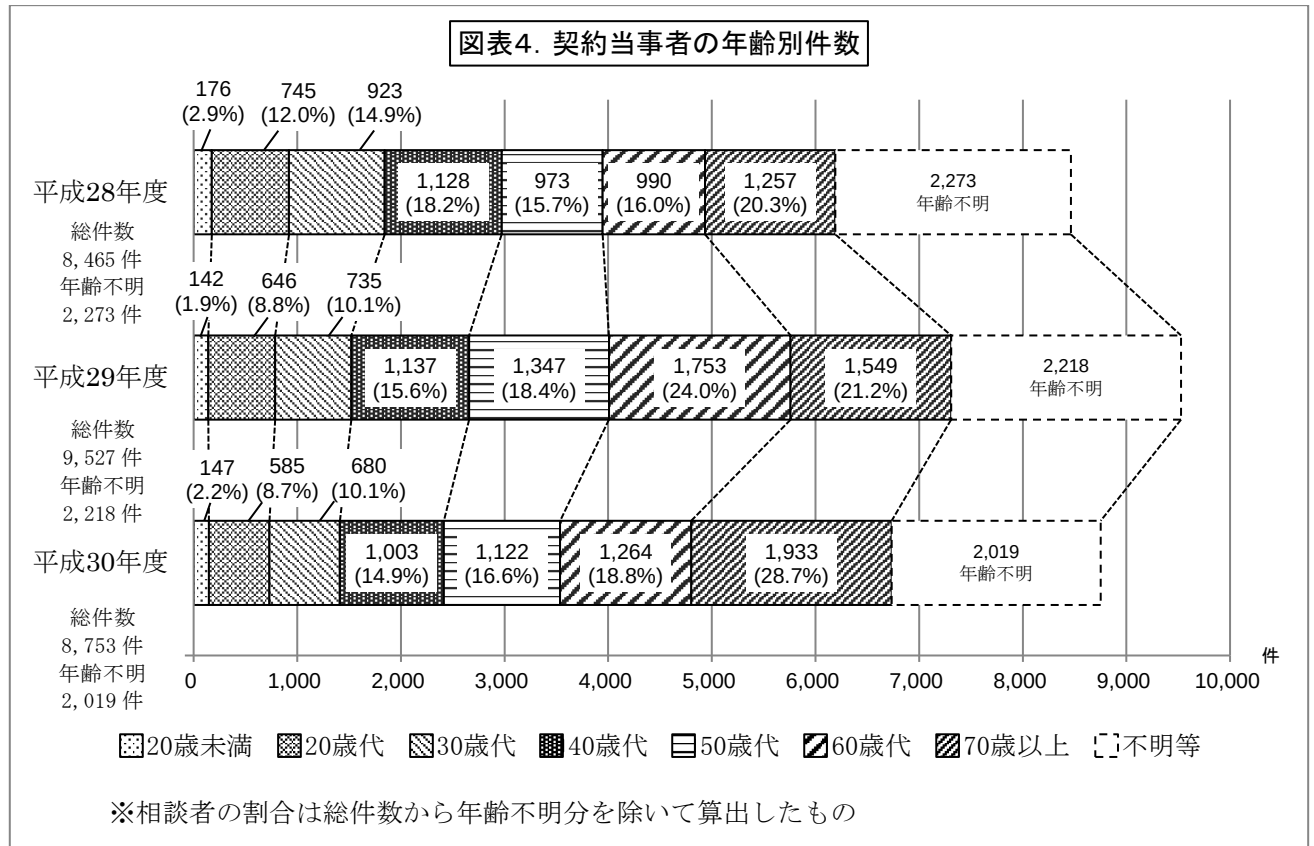
(1) 性別構成

性別で見ると、女性の割合が59.7%で、前年度に比べて0.7ポイント減少し、男性の割合は37.3%となり、前年度に比べて0.6ポイント増加している。



(2) 年齢別相談割合の推移

年齢別で見ると、全体の相談件数が大幅に減っている中、20歳未満と70歳以上からの相談が増えている。特に70歳以上からの相談件数は、1,933件で前年度に比べて384件（24.8%）増加している。

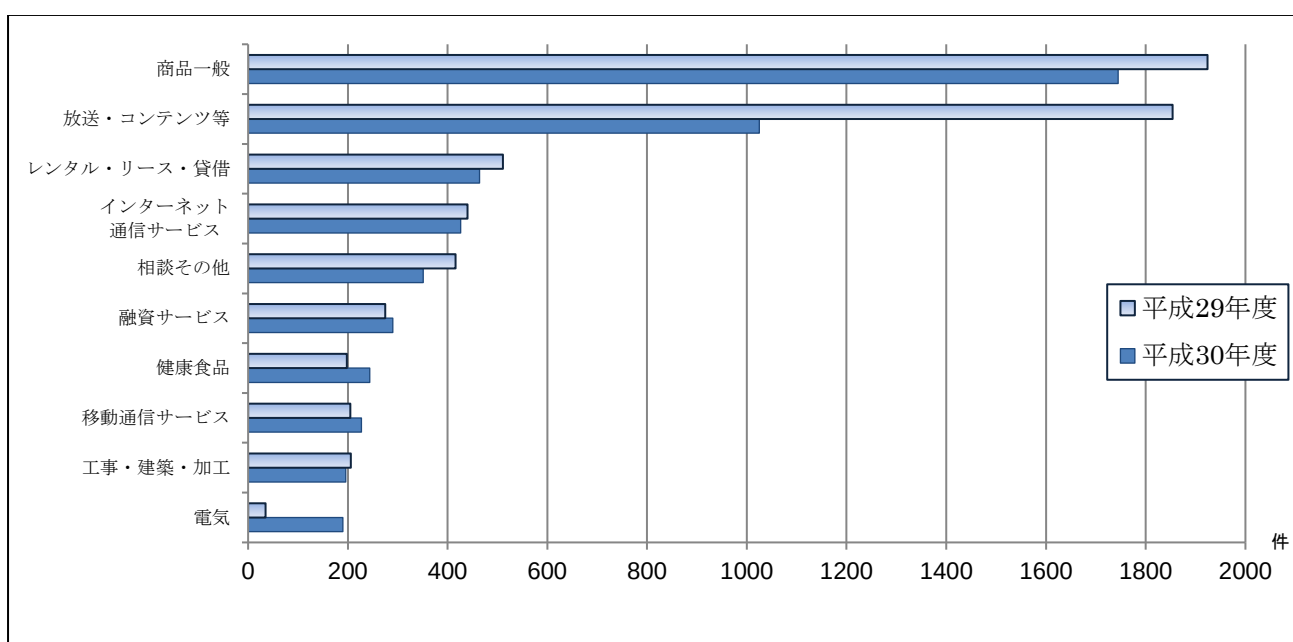


4 商品・役務別相談件数

図表 6. 相談件数の上位 10 位の相談件数と相談内容

(単位：件)

順位 (昨年度順位)	区 分	30 年度	29 年度	前年度比	主 な 内 容
1 (1)	商品一般	1,745	1,924	▲179 件 90.7%	個別の区分として分類できない商品・サービスに係る消費生活相談。料金未納などと記載された架空請求はがきなど
2 (2)	放送・コンテンツ等	1,025	1,854	▲829 件 55.3%	インターネット上の架空・不当請求、公共放送の契約や勧誘方法、出会い系サイトやオンラインゲームに関する相談など
3 (3)	レンタル・リース・貸借	464	511	▲47 件 90.8%	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
4 (4)	インターネット通信サービス	426	440	▲14 件 96.8%	光ファイバー通信契約やプロバイダ契約など
5 (5)	相談その他	351	416	▲65 件 84.4%	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
6 (6)	融資サービス	290	275	+15 件 105.5%	多重債務・ヤミ金融など
7 (10)	健康食品	244	198	+46 件 123.2%	通信販売に係る解約や定期購入等の契約内容に関するトラブルなど
8 (9)	移動通信サービス	227	205	+22 件 110.7%	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
9 (8)	工事・建築・加工	196	206	▲10 件 95.1%	住宅の不具合や、屋根、床下、塗装、リフォーム工事など
10 (一)	電気	190	35	+155 件 542.9%	電力契約に伴う契約・解約など
その他		3,595	3,463	+132 件 103.8%	
合 計		8,753	9,527	▲774 件 8.1%	



図表 7. 年齢別相談件数の上位 5 位

(単位：件)

年齢別 件数	年度	順位 件数	1 位	2 位	3 位	4 位	5 位
20 歳 未満	29	142	放送・ コンテンツ等	相談その他	健康食品	レンタル・ リース・貸借	内職・副業
			54	8	7	6	6
	30	147	放送・ コンテンツ等	健康食品	商品一般	化粧品	相談その他
			60	13	11	10	6
20 歳代	29	646	放送・ コンテンツ等	理美容	レンタル・ リース・貸借	インターネット 通信サービス	融資サービス
			150	55	47	39	30
	30	585	放送・ コンテンツ等	レンタル・ リース・貸借	融資サービス	理美容	移動通信 サービス
			88	65	38	29	28
30 歳代	29	735	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	役務その他
			169	65	39	34	32
	30	680	放送・ コンテンツ等	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	融資サービス
			91	74	37	34	32
40 歳代	29	1,137	放送・ コンテンツ等	レンタル・ リース・貸借	商品一般	融資サービス	インターネット 通信サービス
			308	86	61	60	53
	30	1,003	放送・ コンテンツ等	商品一般	レンタル・ リース・貸借	インターネット 通信サービス	融資サービス
			138	132	61	58	49
50 歳代	29	1,347	商品一般	放送・ コンテンツ等	インターネット 通信サービス	レンタル・ リース・貸借	相談その他
			471	303	48	47	34
	30	1,122	商品一般	放送・ コンテンツ等	インターネット 通信サービス	レンタル・ リース・貸借	健康食品
			258	188	61	48	46
60 歳代	29	1,753	商品一般	放送・ コンテンツ等	インターネット 通信サービス	レンタル・ リース・貸借	工事・建築・ 加工
			793	343	90	43	40
	30	1,264	商品一般	放送・ コンテンツ等	インターネット 通信サービス	融資サービス	電気
			410	131	72	43	41
70 歳 以上	29	1,549	商品一般	放送・ コンテンツ等	インターネット 通信サービス	健康食品	相談その他
			284	279	86	73	50
	30	1,933	商品一般	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	電気
			635	158	91	59	49

5 特殊販売（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

特殊販売の相談件数は3,592件で、前年度に比べ535件（13.0%）減少した。

通信販売は、2,271件と販売形態別で件数が最も多いが、前年度に比べ613件（21.3%）と大幅に減少した。また、訪問購入は、47件と前年度の81件から34件（42.0%）減少した。

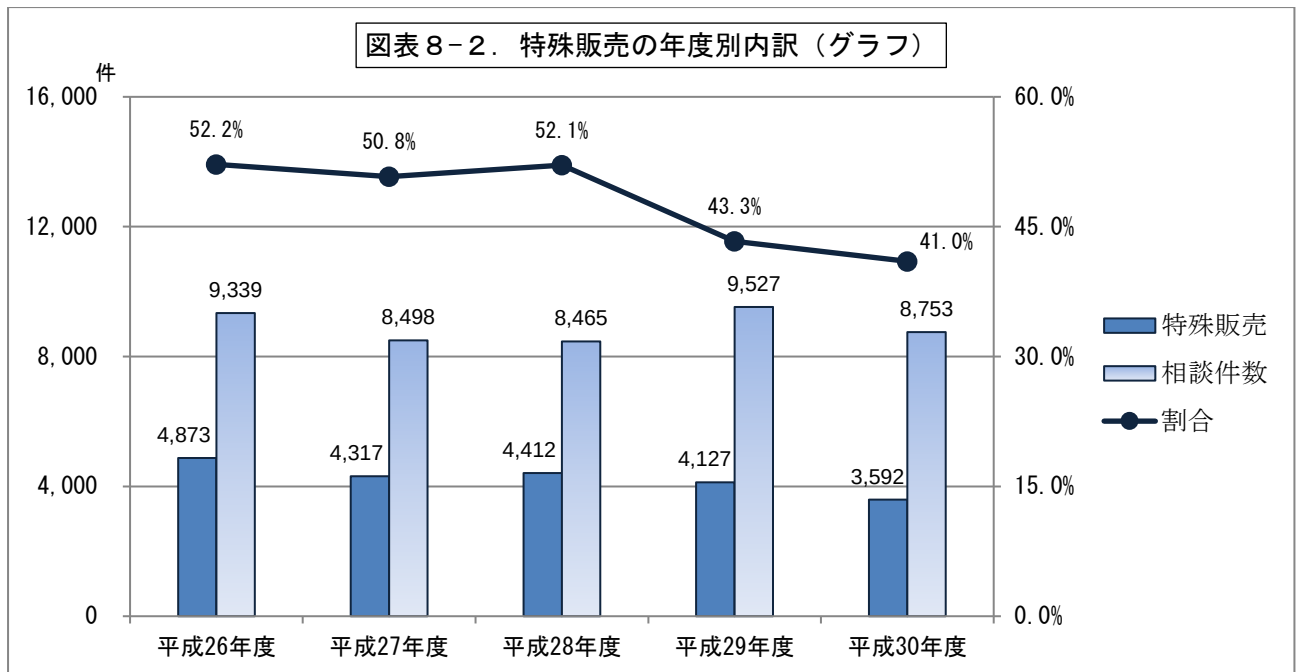
一方、訪問販売、マルチ販売、電話勧誘販売は相談件数が増加しており、特に電話勧誘販売は、620件と前年度に比べ86件（16.1%）増加している。

図表8-1. 特殊販売の年度別内訳

（単位：件）

区 分	平成26年度 (2014年度)	平成27年度 (2015年度)	平成28年度 (2016年度)	平成29年度 (2017年度)	平成30年度 (2018年度)
特 殊 販 売 (A)	4,873	4,317	4,412	4,127	3,592
訪問販売	577	499	557	496	507
通信販売	3,057	2,809	2,897	2,884	2,271
マルチ販売	129	141	117	94	112
電話勧誘販売	971	718	724	534	620
ネガティブオプション(送りつけ商法)	17	14	24	16	11
訪問購入	82	77	55	81	47
その他無店舗販売	40	59	38	22	24
相 談 件 数 (B)	9,339	8,498	8,465	9,527	8,753
相談件数に占める割合 (A/B)	52.2%	50.8%	52.1%	43.3%	41.0%

図表8-2. 特殊販売の年度別内訳（グラフ）



(2) 各販売形態の年齢別特徴

- 「訪問販売」、「電話勧誘販売」、「訪問購入」は、年齢不明者を除くと60歳以上からの相談が5割を超えている。
- 「通信販売」はすべての年齢層において最も相談件数が多くなっており、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。その他、30歳代、50歳代及び70歳以上で前年度に比べ件数が増加しており、特に50歳代は相談件数が倍増した（平成29年度：8件、平成30年度19件）

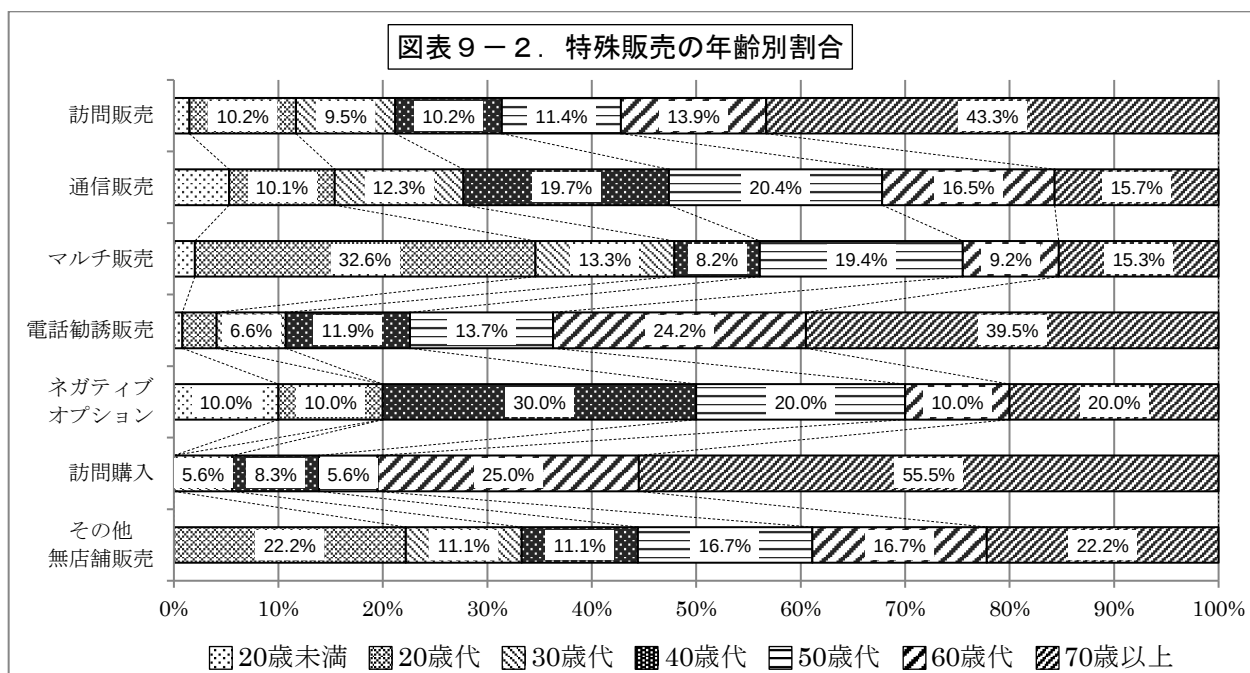
図表9-1. 特殊販売の年齢別件数

(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	6	42	39	42	47	57	178	411	507
年齢別割合	1.5%	10.2%	9.5%	10.2%	11.4%	13.9%	43.3%	100%	
通信販売	99	191	231	371	385	310	295	1,882	2,271
年齢別割合	5.3%	10.1%	12.3%	19.7%	20.4%	16.5%	15.7%	100%	
マルチ販売	2	32	13	8	19	9	15	98	112
年齢別割合	2.0%	32.6%	13.3%	8.2%	19.4%	9.2%	15.3%	100%	
電話勧誘販売	4	16	32	58	67	118	193	488	620
年齢別割合	0.8%	3.3%	6.6%	11.9%	13.7%	24.2%	39.5%	100%	
ネガティブオプション (送りつけ商法)	1	1	0	3	2	1	2	10	11
年齢別割合	10.0%	10.0%	0%	30.0%	20.0%	10.0%	20.0%	100%	
訪問購入	0	0	2	3	2	9	20	36	47
年齢別割合	0%	0%	5.6%	8.3%	5.6%	25.0%	55.5%	100%	
その他 無店舗販売	0	4	2	2	3	3	4	18	24
年齢別割合	0%	22.2%	11.1%	11.1%	16.7%	16.7%	22.2%	100%	
特殊販売計	112	286	319	487	525	507	707	2,943	3,592

※年齢別割合は年齢不明者を除いた数値

図表9-2. 特殊販売の年齢別割合



6 注目事例

(1) 豪雨災害関連

平成30年7月に発生した西日本豪雨災害に関連する相談は71件で、賃貸住宅に関する相談や修理サービスに関する相談が多く寄せられた。

【相談事例1】

豪雨被害により居住している賃貸住宅の明け渡しを求められ、転居することになった。引っ越し費用等の救済措置があるか。(30歳代、女性)

【相談事例2】

依頼していた車の修理が終わり、業者から車を引き取るよう連絡があった。都合で行けなかったが、その間に大雨で車が水没して使えなくなっていた。業者の管理に落ち度はないだろうか。(30歳代、男性)

(2) 健康食品

平成30年度における「健康食品」に関連する相談件数は、前年度の198件から46件増加して244件となった。かつては高齢者を標的とし、注文していないのに注文したとだます詐欺的な手口が大半であったが、昨今はインターネット通販で無料又は安価な値段で初回商品を送付し、実は定期購入コースだったというような契約トラブルが増加しており、世代を問わず相談がある。

【相談事例1】

高校生。1回限りと思い、スマホからダイエットサプリを購入した。2回目が届き、4回継続が条件の定期購入コースになっていることが分かった。初回は300円だったが、2回目以降は高額で支払えないので両親に相談した。母が業者に電話して未成年者取り消しを主張したが、「親の同意を得ている」という欄にチェックを入れているので受け入れられないと言われた。(10歳代、女性)

【相談事例2】

ネットから初回500円の酵素のサプリメントを注文した。商品が届き、代金をコンビニで支払った。2回目の商品が届き、初めて定期購入だと分かった。解約しようと業者に連絡するが電話が繋がらない。どうしたらよいか。(60歳代、男性)

(3) 電力小売自由化

平成30年度における「電気」に関連する相談件数は、前年度の35件から大幅に増加して190件となった。

平成28年4月1日に電力の小売全面自由化が始まり、小売電気事業に新規参入した事業者からの電気の供給が行われるようになった。平成30年度は、電話勧誘をきっかけとした電力会社の切替えに関するトラブルの相談が増加した。

【相談事例】

先月末に「電気代が安くなる。」と電話があった。現在契約している会社が委託した業者からだと思い話を聞いた。安くなった分は商品券で返金すると言われたが、何のことか分からなかった。言われるままに現在契約している業者の契約番号などを教えた。後日、料金の引き落とし口座を通知するための書面が送られてきたが、すでに口座引き落としになっているので、今更なぜ聞いてくるのか分からず提出しなかった。すると昨日電力供給予定日の案内がとどいた。どういうことだろうか。(50歳代、女性)