

平成30年度(2018年度)高齢者及び障害者の消費生活相談の実績

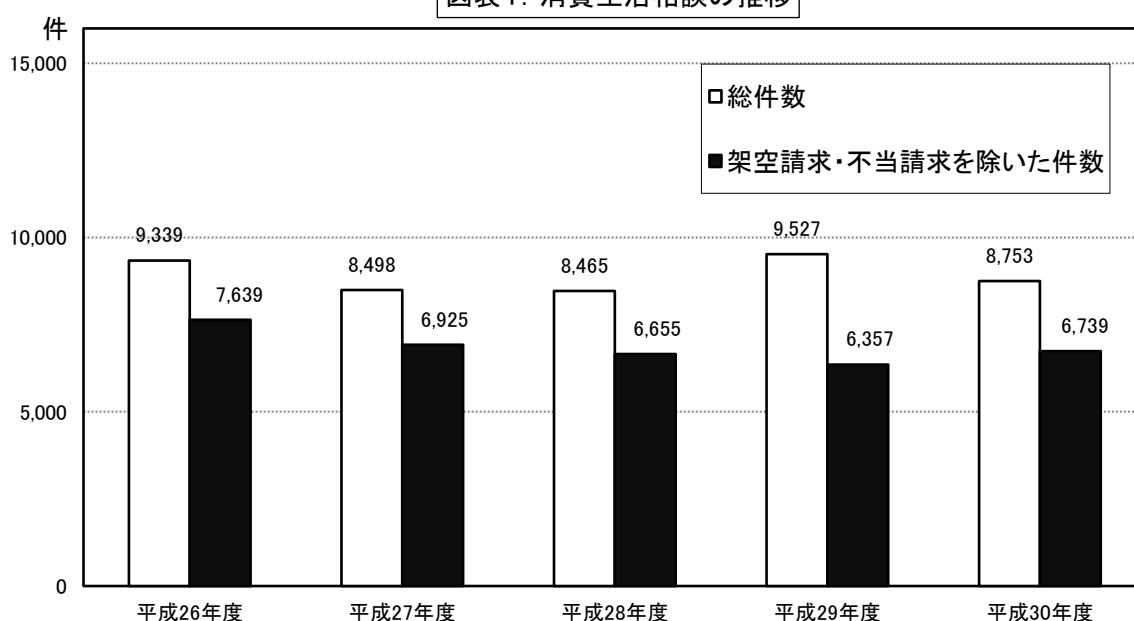
1 相談件数の推移

平成30年度に広島市消費生活センターに寄せられた消費生活相談は8,753件で、前年度の9,527件に比べ774件(8.1%)減少した。その中で、架空請求・不当請求の相談件数は2,014件で、前年度の3,170件に比べ1,156件(36.5%)減少した。

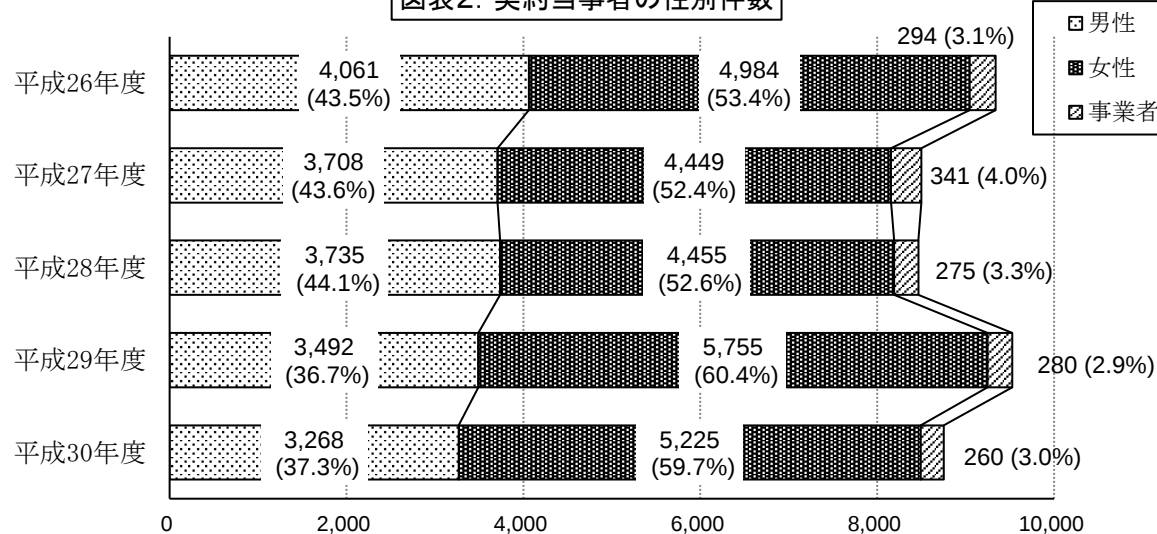
また、架空請求・不当請求を除いた相談件数は6,739件で、前年度に比べ382件(6.0%)増加した。

性別の相談割合を見ると、女性からの相談が約6割、男性からの相談が約4割であり、前年度からほぼ横ばいとなっている。

図表1. 消費生活相談の推移

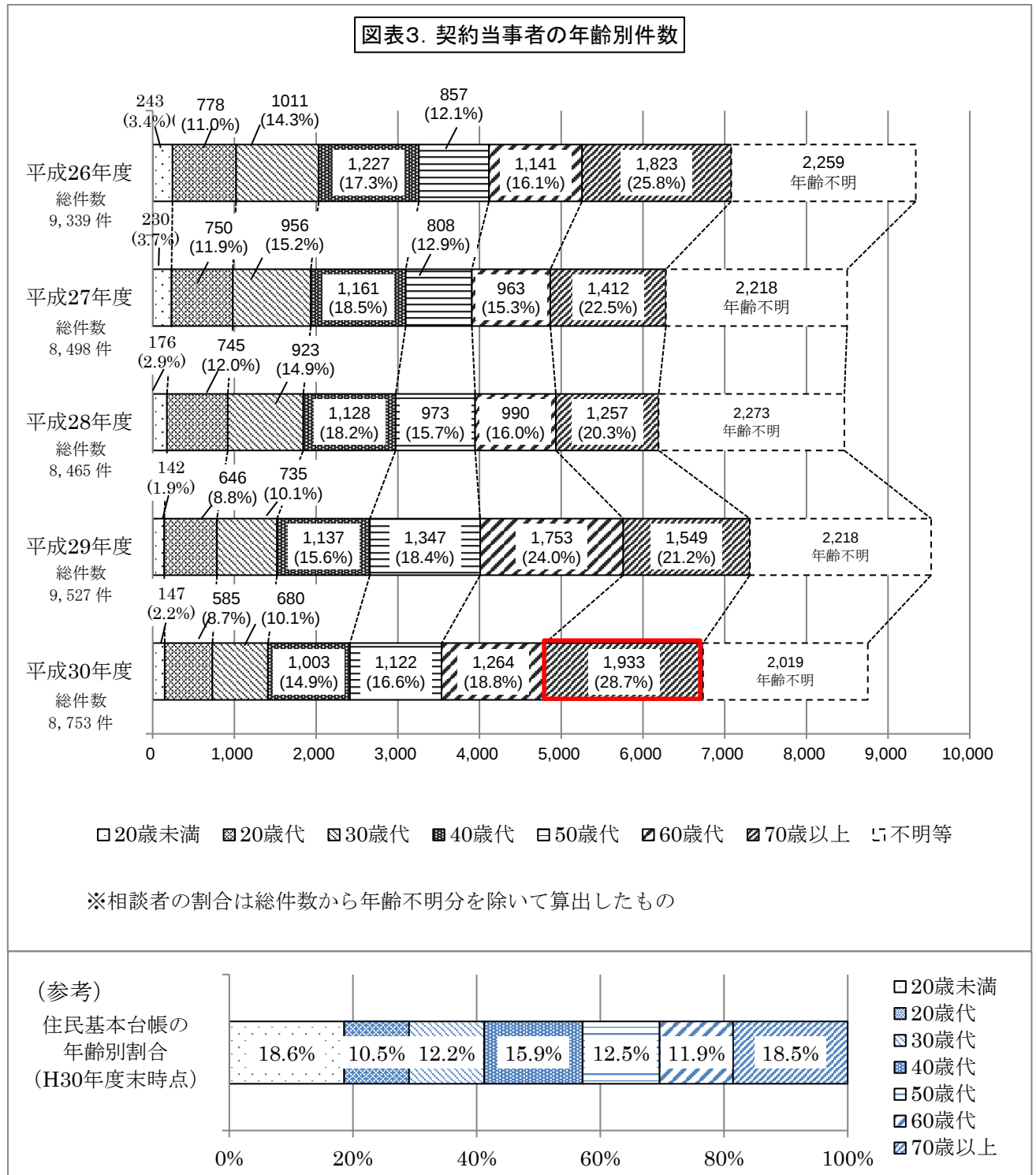


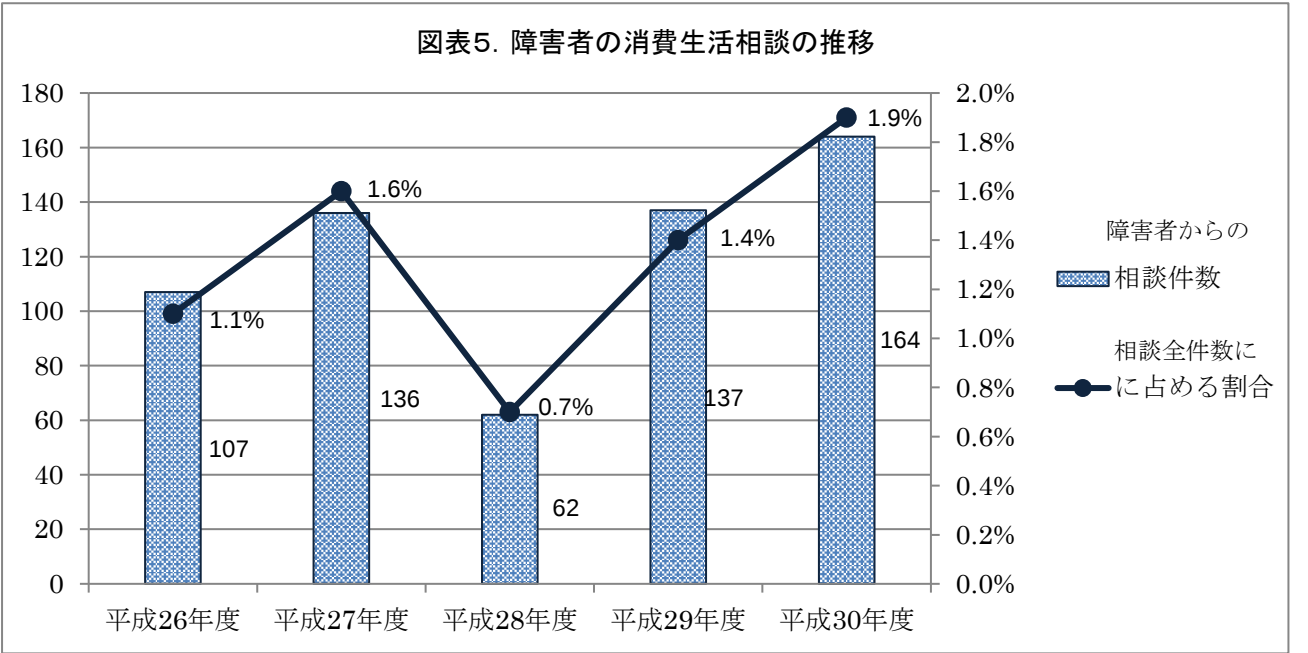
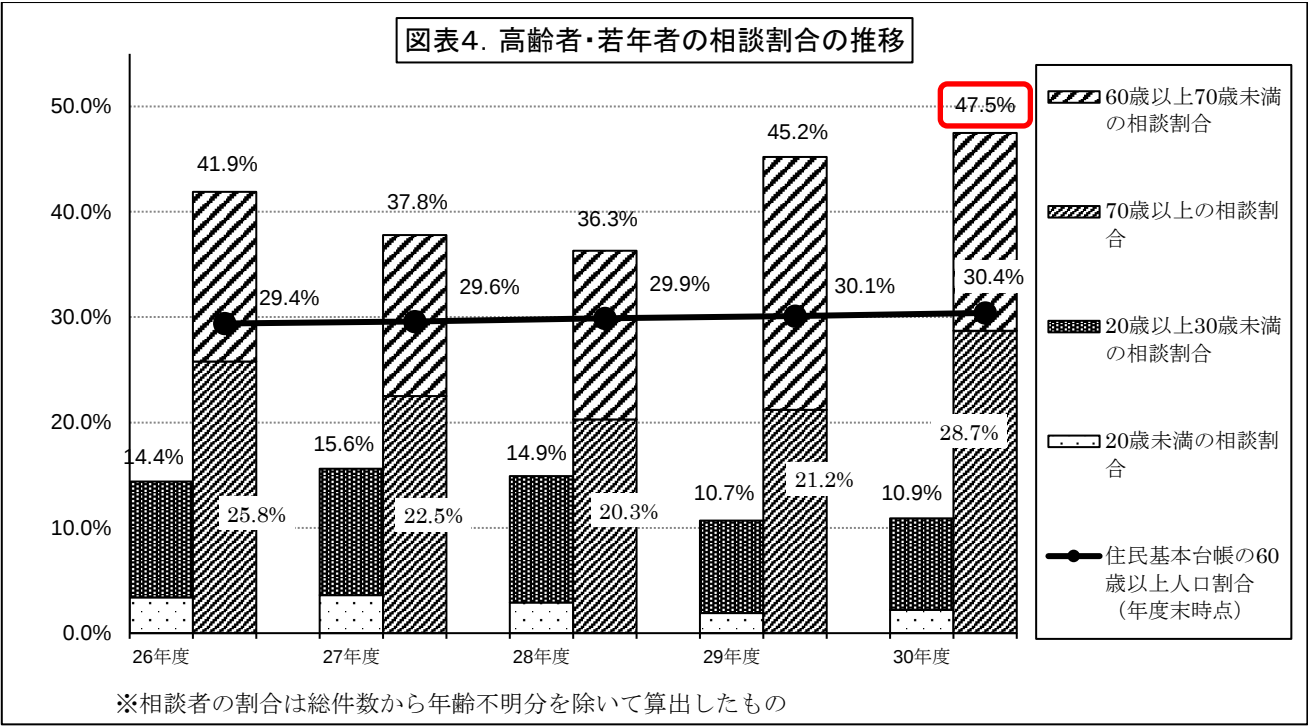
図表2. 契約当事者の性別件数



2 契約当事者の年齢別件数

- 年齢別で見ると、全体の相談件数が減っている中、60歳代からの相談件数は、1,264件で、前年度に比べて489件減少したが、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、過去5年間で最も多い件数となった。
- 高齢者・若年者の相談割合の推移を見ると、60歳以上の相談割合は47.5%で前年度に比べて2.3ポイント増加しており、過去5年間で最も多い割合になっている。
- 障害者の相談件数は164件で、過去5年間で最も多い件数となった。





3 特殊販売（店舗によらない販売形態）に関する相談件数

- 「訪問販売」、「電話勧誘販売」及び「訪問購入」は、年齢不明者を除くと高齢者（60歳以上）からの相談の割合がいずれも5割を超えた。
- 高齢者（60歳以上）の年度別内訳を見ると、「通信販売」が一番多く605件であり、過去5年間を見てもいずれも「通信販売」が一番多くなっている。
- 障害者の年度別内訳を見ると、「通信販売」が一番多く38件だった。

図表 6. 特殊販売の年度別内訳（全件数）

（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 7. 特殊販売の年齢別件数（平成30年度）

（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 8. 特殊販売の年度別内訳（高齢者－60歳以上－）

（単位：件）

区 分	平成 2 6 年度 (2014 年度)	平成 2 7 年度 (2015 年度)	平成 2 8 年度 (2016 年度)	平成 2 9 年度 (2017 年度)	平成 3 0 年度 (2018 年度)
特 殊 販 売 (A)	1, 7 1 6	1, 2 7 7	1, 2 8 5	1, 4 0 0	1, 2 1 4
訪問販売	2 8 6	2 2 6	2 1 0	2 1 5	2 3 5
通信販売	6 6 9	5 8 0	6 6 9	8 0 8	6 0 5
マルチ販売	3 1	3 0	1 4	2 0	2 4
電話勧誘販売	6 4 3	3 6 1	3 3 6	2 8 8	3 1 1
ネガティブオプション(送りつけ商法)	7	8	8	9	3
訪問購入	6 1	5 1	3 3	5 2	2 9
その他無店舗販売	1 9	2 1	1 5	8	7
相 談 件 数 (B)	2, 9 6 4	2, 3 7 5	2, 2 4 7	3, 3 0 2	3, 1 9 7
相談件数に占める割合 (A/B)	5 7. 9 %	5 3. 8 %	5 7. 2 %	4 2. 4 %	3 8. 0 %

図表 9. 特殊販売の年度別内訳（障害者）

（単位：件）

区 分	平成 2 6 年度 (2014 年度)	平成 2 7 年度 (2015 年度)	平成 2 8 年度 (2016 年度)	平成 2 9 年度 (2017 年度)	平成 3 0 年度 (2018 年度)
特 殊 販 売 (A)	3 6	4 9	2 7	4 8	6 0
訪問販売	5	8	4	4	1 2
通信販売	2 4	3 3	1 9	3 5	3 8
マルチ販売	1	3	0	1	2
電話勧誘販売	6	3	4	6	8
ネガティブオプション(送りつけ商法)	0	0	0	0	0
訪問購入	0	1	0	2	0
その他無店舗販売	0	1	0	0	0
相 談 件 数 (B)	1 0 7	1 3 6	6 2	1 3 7	1 6 4
相談件数に占める割合 (A/B)	3 3. 6 %	3 6. 0 %	4 3. 5 %	3 5. 0 %	3 6. 6 %

4 商品別相談件数（高齢者・障害者）

- 高齢者（60歳以上）における上位3位の商品別の相談を見ると、デジタルコンテンツの件数が最も多く262件だった。
- 高齢者及び障害者に共通して、デジタルコンテンツについての相談が上位を占めた。デジタルコンテンツの中でも、高齢者からの相談内容は、ウィルスソフトやアダルト情報サイトに関する内容が多く、障害者からの相談内容は、出会い系サイトや情報商材に関する内容が多かった。

図表10. 上位3位※1の商品別相談件数（高齢者－60歳以上－）（単位：件）

区 分	平成26年度 (2014年度)	順位	平成27年度 (2015年度)	順位	平成28年度 (2016年度)	順位	平成29年度 (2017年度)	順位	平成30年度 (2018年度)	順位
デジタルコンテンツ ※2	391	①	349	①	411	①	565	①	258	①
インターネット 接続回線	185	③	141	②	148	②	148	②	145	②
電気	4	— ※3	8	— ※3	6	— ※3	12	— ※3	90	③
その他	2,302	—	1,810	—	1,612	—	2,505	—	2,704	—
合 計	2,964	—	2,375	—	2,247	—	3,302	—	3,197	—

図表11. 上位3位※1の商品別相談件数（障害者）（単位：件）

区 分	平成26年度 (2014年度)	順位	平成27年度 (2015年度)	順位	平成28年度 (2016年度)	順位	平成29年度 (2017年度)	順位	平成30年度 (2018年度)	順位
デジタルコンテンツ ※2	12	①	19	①	7	②	14	①	21	①
フリーローン・ サラ金	6	②	13	③	6	③	13	③	14	②
不動産賃借	3	⑥	5	④	4	⑤	10	④	12	③
その他	86	—	99	—	45	—	100	—	117	—
合 計	107	—	136	—	62	—	137	—	164	—

※1 商品の対象範囲が広い「商品一般」や「相談その他」を除く順位とする

※2 「デジタルコンテンツ」とは、出会い系サイト、アダルト情報サイト、情報商材、ウィルスソフトなどに関するトラブル

※3 「電気」の順位については、平成30年度を除き、10位圏外の順位となっている。