

県民生活センターにおける消費生活相談の概要について

1 平成30年度消費生活相談状況及び特徴

(1) 相談件数の内訳

- 平成30年度の相談件数は、4,643件で、前年度(4,807件)に比べ164件(3.4%)減少した。

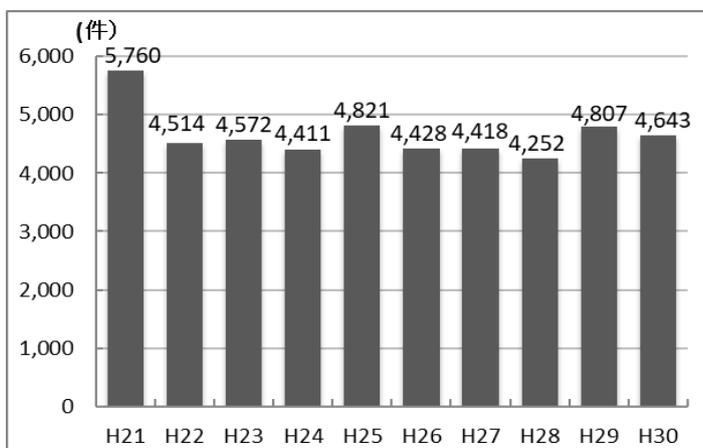
(表1) 販売購入形態別相談数

販売購入形態 ※1	件数		前年度比 (%)
	30年度	29年度	
店舗購入	941	1,120	84.0
訪問販売	191	201	95.0
通信販売	1,129	1,324	85.3
マルチ・マルチまがい	55	44	125.0
電話勧誘販売	351	293	119.8
訪問購入 ※2	31	33	93.9
その他・不明 ※3	1,945	1,792	108.5
合計	4,643	4,807	96.6

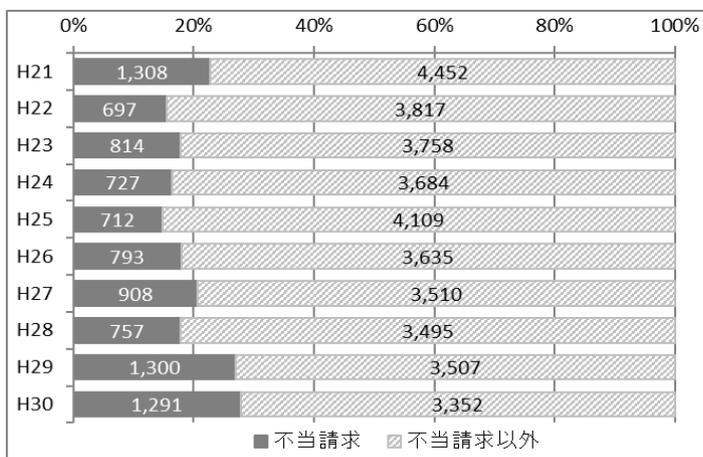
- ※1 国民生活センターの特定商取引法に基づく販売購入形態の区分による。
- ※2 訪問購入は、事業者が消費者の自宅等へ訪問して、物品等を購入する方法。
- ※3 その他・不明は、販売や購入とは無関係な相談や苦情などや、販売購入形態が不明なもの。

(2) 相談件数の推移

- 10年前に比べ、1,117件(19.4%)減少したが、10年間の平均件数は4,663件であり、数年横ばい状態である。
- 相談のうち、架空請求などの不当請求※の相談は、平成22年度以降20%以下で推移していたが、平成29年度は27%、平成30年度は28%と相談全体の4分の1を占めている。



(図1) 相談件数の推移



(図2) 不当請求の割合

※不当請求とは、利用した覚えのない代金の請求などの架空請求やメールやホームページなどにおけるワンクリック請求をいう。

(3) 商品・役務等別相談件数の状況（上位10分類）

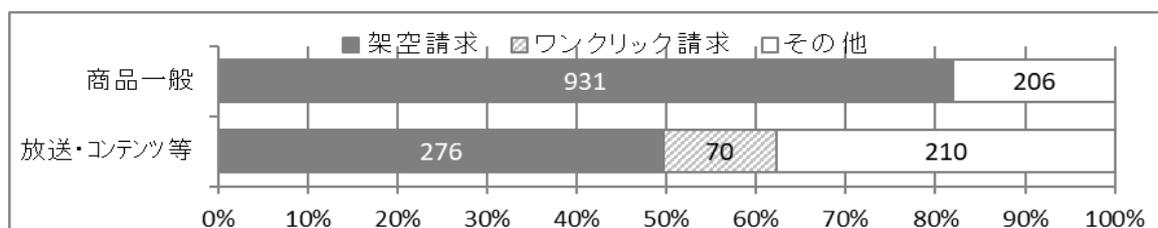
- 「商品一般」が前年度に引き続き一番多く、相談件数全体の約4分の1を占めている。そのうち、931件（81.9%）が公的機関をかたる不審なはがきなどによる架空請求の相談である。
- アプリや有料サイトのトラブルなどの「放送・コンテンツ等」は、前年度に比べ160件（22.3%）減少した。「放送・コンテンツ等」のうち、346件（62.2%）は、実在する有名事業者等をかたる電子メールやSMSによる架空請求、ワンクリック詐欺の相談である。
- 日常生活に関する相談などの「相談その他」は前年度に比べ20件（9.2%）増加した。
- 光回線の勧誘トラブルなどの「インターネット通信サービス」は、前年度に比べ37件（19.3%）増加した。
- 「融資サービス」は、前年度に比べ60件（23.3%）減少している。

○相談件数 4,643件（H29年度 4,807件）

（表2）商品・役務等別相談件数 上段：H30年度（下段：H29年度）

順位	商品・役務等別分類※	件数	割合 (%)	主な内容
1 (1)	商品一般	1,137 (962)	24.5 (20.0)	公的機関をかたる不審なはがきによる架空請求、目的の分からない不審な電話など
2 (2)	放送・コンテンツ等	556 (716)	12.0 (14.9)	有名事業者等をかたる電子メールやSMSによる架空請求、アプリ・有料サイトトラブルなど
3 (4)	相談その他	238 (218)	5.1 (4.5)	日常生活に関すること、売買契約のないものなど
4 (5)	インターネット通信サービス	229 (192)	4.9 (4.0)	光回線やプロバイダなどの解約・不当な勧誘など
5 (3)	融資サービス	198 (258)	4.3 (5.4)	消費者ローン、住宅ローン、カードローン、ヤミ金、多重債務など
6 (10)	戸建住宅	136 (115)	2.9 (2.4)	売買（新築・中古）、住宅リフォーム、外壁塗装工事など
7 (8)	自動車	132 (132)	2.8 (2.7)	売買（新車・中古車）、整備、修理、下取り、ネット販売など
8 (9)	健康食品	129 (117)	2.8 (2.4)	健康食品の定期購入の解約、販売方法、広告など
8 (6)	集合住宅	129 (176)	2.8 (3.7)	賃貸住宅の原状回復費用・敷金の返還等、マンションの契約など
10 (7)	役務その他	122 (137)	2.6 (2.9)	結婚相手紹介や探偵業者サービスの解約、個人情報削除の持ちかけなど

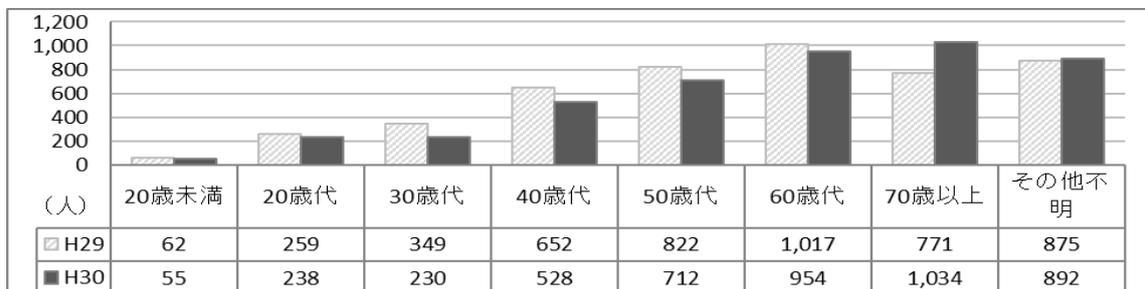
※ 国民生活センターのPIO-NET（全国消費生活情報ネットワーク・システム）の分類による。



（図3）商品一般、放送・コンテンツ等に占める不当請求の割合

(4) 契約当事者の年代

- 契約当事者の年代は、70歳以上(22.3%)が最も多く、次いで60歳代(20.5%)、50歳代(15.3%)の順となっている。
- 相談全体の6割は50歳以上の相談であり、特に、70歳以上の相談件数が前年度に比べ263件増加した。



(図4) 契約当事者年代別内訳

(5) 契約当事者年代別相談件数の上位

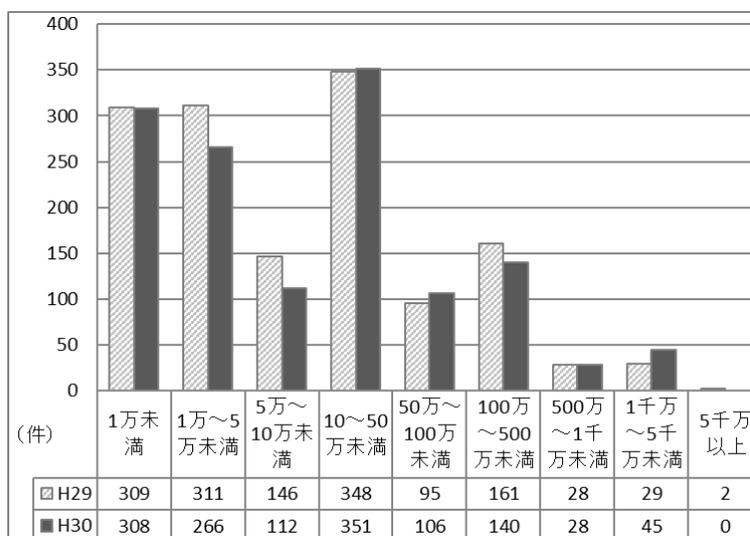
- 相談が多い50歳代以上では、架空請求のはがきが多かったことから、「商品一般」であった。
- 一方、スマートフォンの普及などから、40歳代までは「放送・コンテンツ等」が最も多く、50歳代以上でも2位であった。

(表3) 契約当事者年代別相談件数上位 (相談件数)

年代	1位	2位	3位
20歳未満	放送・コンテンツ等 (30)	化粧品 (5)	商品一般 (4)
20歳代	放送・コンテンツ等 (47)	融資サービス (18)	商品一般 (17)
30歳代	放送・コンテンツ等 (30)	融資サービス (18)	集合住宅 (15)
40歳代	放送・コンテンツ等 (100)	商品一般 (64)	融資サービス (30)
50歳代	商品一般 (209)	放送・コンテンツ等 (110)	融資サービス (36)
60歳代	商品一般 (407)	放送・コンテンツ等 (122)	融資サービス/インターネット通信サービス (各33)
70歳以上	商品一般 (312)	放送・コンテンツ等 (76)	インターネット通信サービス (68)

(6) 契約購入金額

- 契約購入金額が判明している相談件数は、1,356件(前年度1,429件)であり、その契約額の平均は約112万円で、前年度に比べ約13万円高い。
- 件数は減少したものの、契約購入金額が、1千万円以上から5千万円未満の件数が多くなったことから、契約購入金額は前年度よりも高くなった。



(図5) 契約購入金額

(7) 相談への対応状況

- 相談件数4,643件への対応は、相談者が自主交渉するための助言が2,519件、一般的なアドバイスとしての情報提供が1,658件、斡旋（あっせん）^{※1}が182件（うち、165件（90.7%）が解決）、他機関紹介等が284件である。
- 助言、斡旋（あっせん）の結果、265件、約1億600万円の救済金^{※2}が発生した。

※1「斡旋」：相談者（消費者）と事業者との交渉が円滑に行われるように、県民生活センターが介在すること

※2「救済金」：県民生活センターにおいて助言、斡旋を行った結果、回復・防止に至った金額のこと

2 啓発・情報提供

(1) 啓発活動

■出前講座の開催

平成30年度の開催回数は135回であり、受講者数は8,860人であった。前年度に比べ、開催回数は減少したものの、出前講座1回あたりの受講者数は66人（前年度54人）と増加しており、効率的に実施できている。

(表4)平成30年度出前講座実施状況 (回)

児童生徒講座	若者講座	高齢者講座	一般成人講座	見守り関係者研修※	教職員研修	計
56	15	25	17	18	4	135

※消費生活相談員、消費生活協力員、介護職員等

(表5)出前講座開催回数及び受講者数

	H26	H27	H28	H29	H30
開催回数(回)	120	131	155	173	135
受講者数(人)	9,239	9,901	9,860	9,331	8,860

(表6)出前講座テーマ例

最近の消費者トラブルの事例と対処法
小学生・中学生・高校生・若者とネットトラブル
消費者トラブルの現状と見守りの大切さ
若者を取り巻く消費者トラブル
家庭内の事故防止、新しい衣類の表示、食品ロス など

■移動県民相談会の開催：2回

イオンモール甲府昭和、河口湖ショッピングモール BELL

■消費者月間（5月）：啓発用DVD放映、街頭啓発キャンペーン実施

■高齢者及び若者における悪質商法被害防止のための活動（9月、1～3月）

：関東甲信越ブロックの消費生活センター等と連携

(2) 情報提供

- 消費生活情報誌「かいじ号」の発行・・・・・・・・年4回
消費者問題や食の安全・安心に関する話題について情報提供。
- テレビスポット「くらしの情報」の放映・・・・・・・・YBS、UTY各267回
消費生活に関する知識の普及や注意情報などの提供。
- ホームページの運営、SNSアカウントの運営・・・・・・・・随時
ホームページやFacebook、Twitterを用いて、県民に直接的に情報提供を行っている。
投稿回数・・・・・・・・Facebook、Twitter 各60回
- 報道への情報提供・・・・・・・・46件
報道機関に対し、最新の消費生活相談に関する情報を提供し、パブリシティを活用している。