

令和元年度

上半期消費生活相談統計

平成31年4月～令和元年9月



Colors, Future!

いろいろって、未来。

川崎市

目 次

上半期消費生活相談統計

1	相談件数及び内訳	1
2	契約当事者の特徴	2
3	商品・役務（サービス）の上位品目	4
4	内容別分類	5
5	販売購入形態	6
6	契約購入金額及び既支払金額	7
7	処理結果	8
8	土曜日電話相談	9

資 料

1	電子メール相談受付状況	10
---	-------------	----

※利用上の注意※

- ① 本文及び統計表の“構成比”の数値は単位未満を四捨五入しているため、合計と内訳の計が一致しない場合があります。
 - ② 0.0% → 単位未満を示します。
 - ③ 「7 処理結果」については、令和元年11月19日現在の数値を掲載しており、確定値ではありません。
- ※本統計は、消費生活相談情報が蓄積されている「PIO-NET（パイオネット：全国消費生活情報ネットワークシステム）のデータベースをもとに算出しています。

令和元年度上半期消費生活相談統計

1 相談件数及び内訳

令和元年度上半期（4月～9月）に受け付けた相談件数は5,330件で、前年同期（4,865件）に比べて9.6%増加しました。

相談件数1位の「商品一般」は、全く心当たりがない「訴訟」や「差押え」といったハガキを送り不安をあおり、金銭を要求するいわゆる架空請求ハガキに関する相談が多く寄せられ、前年同期と比べ約1.5倍増加しました。2位の「デジタルコンテンツ」は、「身に覚えがないサイト利用料を請求する迷惑メールが携帯電話に届いた」、「アダルトサイトに入り、無料だと思ってクリックしたら登録され、登録料金の請求を受けた」といった相談で、昨年より減少しましたが、変わらず多く寄せられました。

※商品・役務上位品目の用語説明については概要の裏面参照

相談の内訳は、苦情が4,934件（92.6%）、問合せが396件（7.4%）、要望が0件（0%）となりました。

また、相談方法別では、電話4,974件（93.3%）、来所286件（5.4%）文書70件（1.3%）となりました。文書については、電子メール相談で寄せられた相談が多くを占めています。

表1 月別相談件数

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	計
苦情	876	770	885	857	813	733	4,934
問合せ	47	68	75	62	65	79	396
要望	0	0	0	0	0	0	0
計	923	838	960	919	878	812	5,330
参考:平成30年4～9月計	678	774	895	833	852	833	4,865

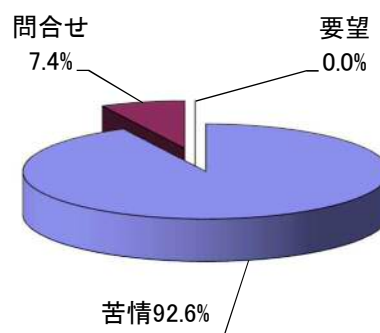
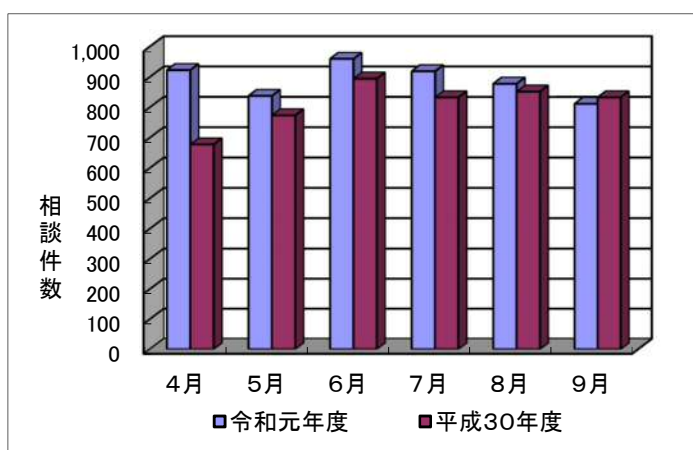
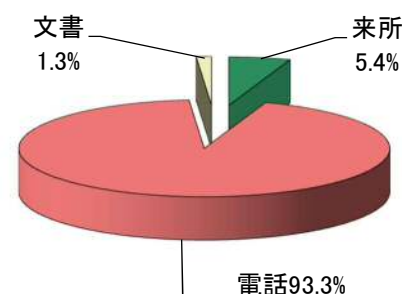


表2 相談方法

区分	件数	構成比	前年同期
来所	286	5.4%	305
電話	4,974	93.3%	4,469
文書	70	1.3%	91
合計	5,330	100.0%	4,865



2 契約当事者の特徴

契約当事者の年代別では、多い順に70歳以上、50歳代、40歳代、60歳代、20歳代、30歳代、19歳以下となっています。

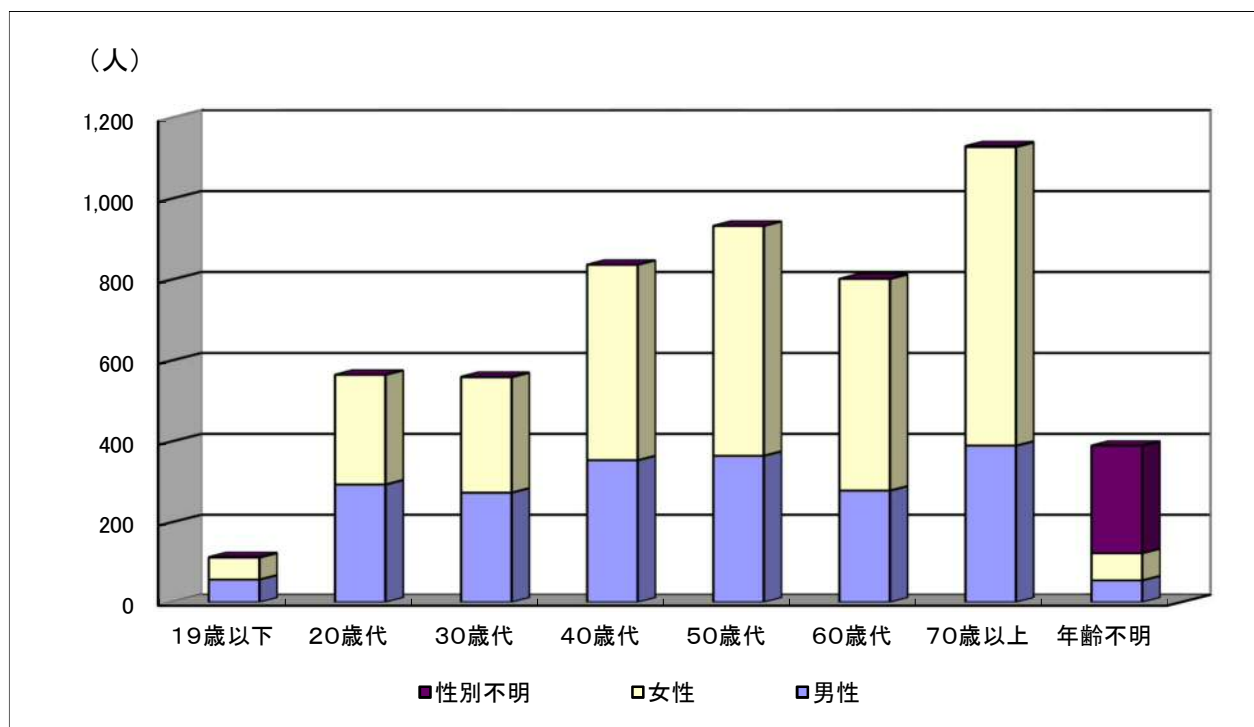
前年同期に比べ、50歳代が139件、70歳以上が126件、40歳代が103件、20歳代が87件、19歳以下が34件増加し、それに対し、60歳代が60件、30歳代が32件減少しています。

男女別では、女性からの相談が男性を上回っています。また前年同期と比べ、女性は2,991件（前年2,719件）で10.0%の増加、男性も2,068件（前年1,928件）で7.3%の増加となりました。

表3 契約当事者の年齢性別（人）

区分	男性	構成比	女性	構成比	性別不明	合計	構成比	前年同期	構成比
19歳以下	57	1.1%	55	1.0%	1	113	2.1%	79	1.6%
20歳代	294	5.5%	271	5.1%	0	565	10.6%	478	9.8%
30歳代	274	5.1%	285	5.3%	1	560	10.5%	592	12.2%
40歳代	354	6.6%	483	9.1%	0	837	15.7%	734	15.1%
50歳代	365	6.8%	568	10.7%	0	933	17.5%	794	16.3%
60歳代	279	5.2%	523	9.8%	0	802	15.0%	862	17.7%
70歳以上	390	7.3%	738	13.8%	2	1,130	21.2%	1,004	20.6%
年齢不明	55	1.0%	68	1.3%	267	390	7.3%	322	6.6%
合計	2,068	38.8%	2,991	56.1%	271	5,330	100.0%	4,865	100.0%

※ 性別不明には団体(法人・事業者)を含みます。(令和元年度:174件、平成30年度:147件)



職業別の人数では給与生活者が2,130人と最も多く、次いで家事従事者が1,230人、無職が1,045人となり、前年同期と同様の順位となりました。

表4 契約当事者の職業等（人）

区分	件数	構成比	前年同期件数
給与生活者	2,130	40.0%	1,872
自営・自由業	241	4.5%	247
家事従事者	1,230	23.1%	1,221
学生	232	4.4%	164
無職	1,045	19.6%	959
企業・団体等	173	3.2%	145
行政機関	0	0.0%	1
不明	279	5.2%	256
合計	5,330	100.0%	4,865

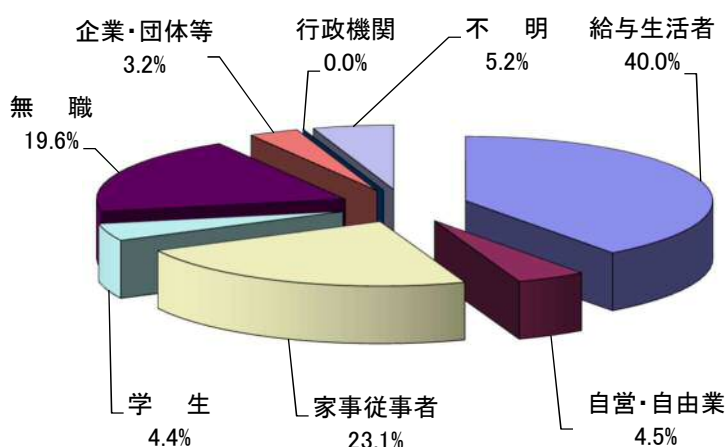


表5 職業別の相談上位品目

給与生活者

順位	商品名	件数	構成比
1	商品一般	272	12.8%
2	デジタルコンテンツ	210	9.9%
3	不動産貸借	171	8.0%

自営・自由業

順位	商品名	件数	構成比
1	商品一般	35	14.5%
2	デジタルコンテンツ	15	6.2%
3	不動産貸借	14	5.8%

家事従事者

順位	商品名	件数	構成比
1	商品一般	512	41.6%
2	デジタルコンテンツ	37	3.0%
3	他の健康食品	33	2.7%

学生

順位	商品名	件数	構成比
1	デジタルコンテンツ	35	15.1%
2	他の化粧品	29	12.5%
3	教養娯楽教材	22	9.5%

無職

順位	商品名	件数	構成比
1	商品一般	166	15.9%
2	デジタルコンテンツ	110	10.5%
3	工事・建築	52	5.0%

3 商品・役務（サービス）の上位品目

1位の「商品一般」は、全く心当たりがない「訴訟」や「差押え」といったハガキを送り不安を
 あおり、金銭を要求するいわゆる架空請求ハガキに関する相談が多く寄せられました。ハガキだけ
 でなく封書で送られてくる場合も増えており、前年同期と比べ約1.5倍増加しました。

2位の「デジタルコンテンツ」は、昨年より減少しましたが、変わらず多く寄せられました。ス
 マートフォン等携帯端末の普及により、いつでもどこでもインターネットにアクセスが可能となり、
 ウェブコンテンツの増加に伴って、様々な場でトラブルの発生が増加しているものと思われます。

3位の「不動産貸借」は、退去した賃貸アパートの敷金が返還されない、退去費用が高額であつ
 た、敷金がわずかしか戻ってこなかったという敷金並びに原状回復トラブルに関する相談が、多く
 を占めています。

6位の「インターネット接続回線」は、電話で「光回線の料金が安くなる」という説明をされ、
 契約プランの変更だと思い手続きをしたら、異なる事業者への転用手続きだったという相談が多く
 寄せられました。

表6 商品・役務（サービス）の上位品目

順位	商品・役務(サービス)	件数	構成比 (%)	前年同期件数	事例
1	商品一般	1,057	19.8%	716	「民事訴訟最終通告書」というハガキが届いた。今回で6回目になり、封書が届いたこともあった。詐欺だと思うので、情報提供したい。
2	デジタルコンテンツ	425	8.0%	626	携帯電話に「利用料金の支払いの確認が取れない」というSMSが届いた。電話をすると、約30万円を払うようにと言われ困惑。
3	不動産貸借	274	5.1%	234	賃貸マンションを退去後、立会いでの確認時に指摘されていない床の傷やシャワーホースの取替費用まで請求された。納得がいかない。
4	工事・建築	158	3.0%	152	高齢の父が、数年前に壁塗装工事を依頼した事業者の訪問を受け、その日のうちに新たな壁塗装工事の契約をした。解約したい。
5	他の健康食品	152	2.9%	97	ネット広告から100円のダイエットサプリを購入したところ定期購入だった。高額で支払いができない。解約したい。
6	インターネット接続回線	126	2.4%	139	現在契約中の電話会社を名乗る電話があり、「光回線の料金が安くなった。手続きが必要。」と言われ指示に従ったら転用手続きだった。どうすればよいか。
7	携帯電話サービス	113	2.1%	105	スマートフォンに機種変更したところ、契約時に説明のなかった追加料金が発生してしまった。事業者の説明不足であり、納得がいかない。
8	役務その他サービス	111	2.1%	123	地上デジタルテレビ放送の受信障害の対策に関する説明のチラシが入り、来週訪問して調査するといわれた。信用できるか。
9	他の化粧品	74	1.4%	34	ネット通販でひげ脱毛剤を安価で購入したが、6回の定期購入だった。未成年なので高額な支払いはできない。解約したい。
10	修理サービス	60	1.1%	55	自宅のトイレが詰まり修理事業者を呼んだ。作業員が応急処置をしただけなのに高額な請求をされた。支払いたくない。

当事者を年代別にみると、40歳代、50歳代、60歳代、70歳以上では「商品一般」が1位、19歳以下、20歳代では「デジタルコンテンツ」が1位、30歳代では「不動産貸借」が1位となりました。

表7 当事者年代別・商品等順位

年代	総件数	1位	件数	2位	件数	3位	件数	4位	件数	5位	件数
19歳以下	113	デジタルコンテンツ	26	他の化粧品	19	他の健康食品	8	酵素食品	5	(4位)新聞	5
20歳代	565	デジタルコンテンツ	70	不動産貸借	44	商品一般	25	(3位)教養娯楽教材	25	他の化粧品	24
30歳代	560	不動産貸借	68	デジタルコンテンツ	40	商品一般	19	他の健康食品	17	新築分譲マンション 役務その他サービス	12
40歳代	837	商品一般	89	デジタルコンテンツ	74	不動産貸借	46	他の健康食品	26	インターネット 接続回線	25
50歳代	933	商品一般	257	デジタルコンテンツ	65	不動産貸借	45	インターネット 接続回線	29	携帯電話 サービス	28
60歳代	802	商品一般	267	デジタルコンテンツ	66	他の健康食品	33	工事・建築	25	不動産貸借	21
70歳以上	1,130	商品一般	349	デジタルコンテンツ	71	工事・建築	54	役務その他 サービス	30	他の健康食品	28
全体	5,330	商品一般	1,057	デジタルコンテンツ	425	不動産貸借	274	工事・建築	158	他の健康食品	152

※ 全体は年代不明の390件を含みます。

4 内容別分類

相談を内容別に分類すると「契約・解約」に関する相談が4,480件(84.1%)で最も多く、次いで「販売方法」が3,502件(65.7%)、「品質・機能、役務品質」が782件(14.7%)となりました。

表8 相談内容別分類

※相談件数5,330件(実数)に対する比率

内容	件数	構成比	内容	件数	構成比
安全・衛生	88	1.7%	接客対応	773	14.5%
品質・機能、役務品質	782	14.7%	包装・容器	4	0.1%
法規・基準	98	1.8%	施設・設備	3	0.1%
価格・料金	671	12.6%	買物相談	8	0.2%
計量・量目	2	0.0%	生活知識	8	0.2%
表示・広告	376	7.1%	その他	22	0.4%
販売方法	3,502	65.7%	不明	161	3.0%
契約・解約	4,480	84.1%	合計	10,978	206.0%

(複数計上)

5 販売購入形態

販売購入形態（表9）では、「店舗購入」が1,067件と前年同期（973件）に比べ9.7%増加しました。「店舗外購入」は2,311件で前年同期（2,321件）に比べ0.4%減少しました。全体の割合は43.4%と前年と比べ減少しましたが、4割以上を占めています。

店舗外購入（特殊販売）の内訳（表10）では、1位「通信販売」、2位「訪問販売」、3位「電話勧誘販売」となっています。

表9 販売購入形態

形態	件数	構成比	前年同期件数
店舗購入	1,067	20.0%	973
店舗外購入	2,311	43.4%	2,321
不明・無関係	1,952	36.6%	1,571
合計	5,330	100.0%	4,865

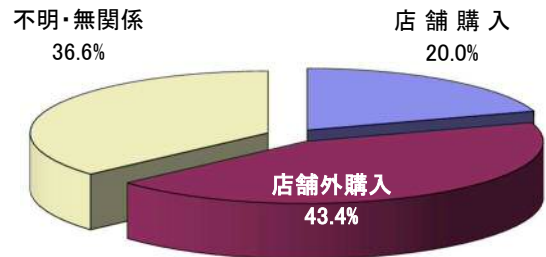


表10 店舗外購入(特殊販売)の内訳

形態	件数	構成比	前年同期件数
訪問販売	387	16.7%	412
通信販売	1,608	69.6%	1,595
マルチ商法	62	2.7%	60
電話勧誘販売	182	7.9%	171
ネガティブ・オプション	4	0.2%	3
訪問購入	32	1.4%	31
その他無店舗	36	1.6%	49
合計	2,311	100.0%	2,321

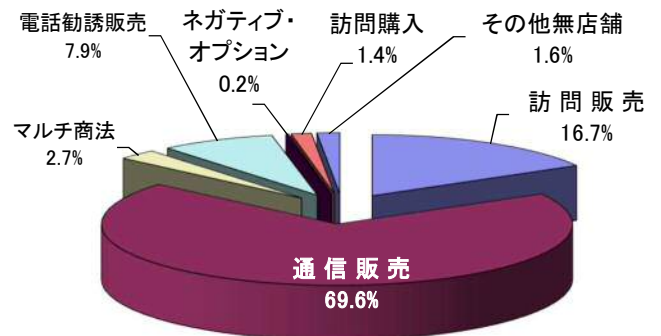


表11-1 訪問販売の上位品目

順位	商品名	件数	構成比
1	工事・建築	58	15.0%
2	新聞	33	8.5%
3	電気	26	6.7%

表11-2 通信販売の上位品目

順位	商品名	件数	構成比
1	デジタルコンテンツ	377	23.4%
2	他の健康食品	137	8.5%
3	商品一般	93	5.8%

表11-3 マルチ商法の上位品目

順位	商品名	件数	構成比
1	教養娯楽教材	15	24.2%
2	ファンド型投資商品	7	11.3%
3	健康食品	6	9.7%

表11-4 電話勧誘販売の上位品目

順位	商品名	件数	構成比
1	インターネット接続回線	65	35.7%
2	固定電話サービス	15	8.2%
3	デジタルコンテンツ	14	7.7%

表11-5 ネガティブ・オプションの上位品目

順位	商品名	件数	構成比
1	他の照明器具等	各1	25.0%

表11-6 訪問購入の上位品目

順位	商品名	件数	構成比
1	商品一般	5	15.6%
2	被服品一般	4	12.5%
	指輪	4	12.5%

- ・訪問販売 = 家庭・職場販、1日だけ開催する展示販売、SF商法、販売目的を隠した接触商法、キャッチセールス、アポイントメントセールス等
- ・通信販売 = 郵便、ファクシミリ、インターネット等を用いて契約するもの
- ・マルチ商法 = 販売組織の加入者が次々に消費者を加入させ、ピラミッド式に組織を拡大していく商法
- ・ネガティブ・オプション = 勝手に商品を送りつけ、代金を請求する商法
- ・その他無店舗 = 露店、屋台や特設展示場での商品の販売等
- ・訪問購入 = 消費者の自宅等を訪問し、物品を買い取るいわゆる「押し買い」

6 契約購入金額及び既支払金額

契約購入金額の平均額は1,107,215円でした。最高額は8千万円で「新築マンションの購入契約をしたが、解約したい。自分都合ではないので手付金を返してほしい。」という相談でした。金額帯別では、1万円から10万円未満が936件と最も多く、1,000万円以上の相談は57件ありました。

また、既支払金額の平均額は290,805円、最高額は5千万円で2件あり、「新築マンションを購入し入居した。敷地内に保育園があることが売りだったのにキャンセル待ち多数で入園できない。事業者には何か求めることはできるか。」「新築建売住宅を購入したが、壁がパテ処理をしないでクロスが貼られていた。貼り直しをしてほしい。」という相談でした。

金額帯別では、0円が1,777件と最も多く、1,000万円以上は20件ありました。

表12 金額別契約購入件数及び既支払件数（不明分は除く）

	契約・購入件数	構成比	既支払件数	構成比
1,000万円以上	57	1.1%	20	0.4%
100万円～1,000万円未満	249	4.7%	120	2.3%
10万円～100万円未満	721	13.5%	301	5.6%
1万円～10万円未満	936	17.6%	400	7.5%
1,000円～1万円未満	432	8.1%	259	4.9%
1,000円未満	68	1.3%	132	2.5%
0円	10	0.2%	1,777	33.3%
合計	2,473	46.4%	3,009	56.5%

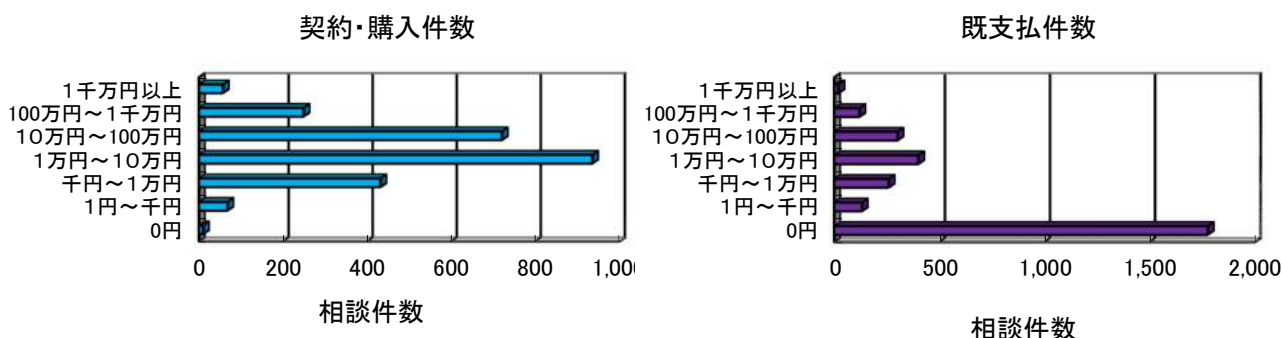


表13 主な商品・役務（サービス）の契約購入金額及び既支払金額

商品・役務（サービス）	契約購入金額		既支払金額	
	平均額	最高額	平均額	最高額
商品一般	253,602	4,000,000	10,253	4,000,000
デジタルコンテンツ	394,874	16,500,000	194,512	13,000,000
不動産貸借	198,694	1,600,000	123,284	1,600,000
工事・建築	5,046,240	50,000,000	1,419,867	24,000,000
他の健康食品	62,550	1,700,000	33,389	1,664,000
インターネット接続回線	46,413	196,032	415	4,146
携帯電話サービス	121,391	780,000	60,060	560,000
役務その他サービス	328,634	8,500,000	120,899	1,620,000
他の化粧品	28,668	73,396	1,780	13,960
修理サービス	155,776	2,000,000	106,828	2,000,000
全体	1,107,215	80,000,000	290,805	50,000,000

※ 全体は、主な商品・役務（サービス）以外のものを含まず。

※ 契約購入金額及び既支払金額の最高額となる事例の商品・役務名は「新築分譲マンション」、「新築建売住宅」となるため、この表には記載されていません。

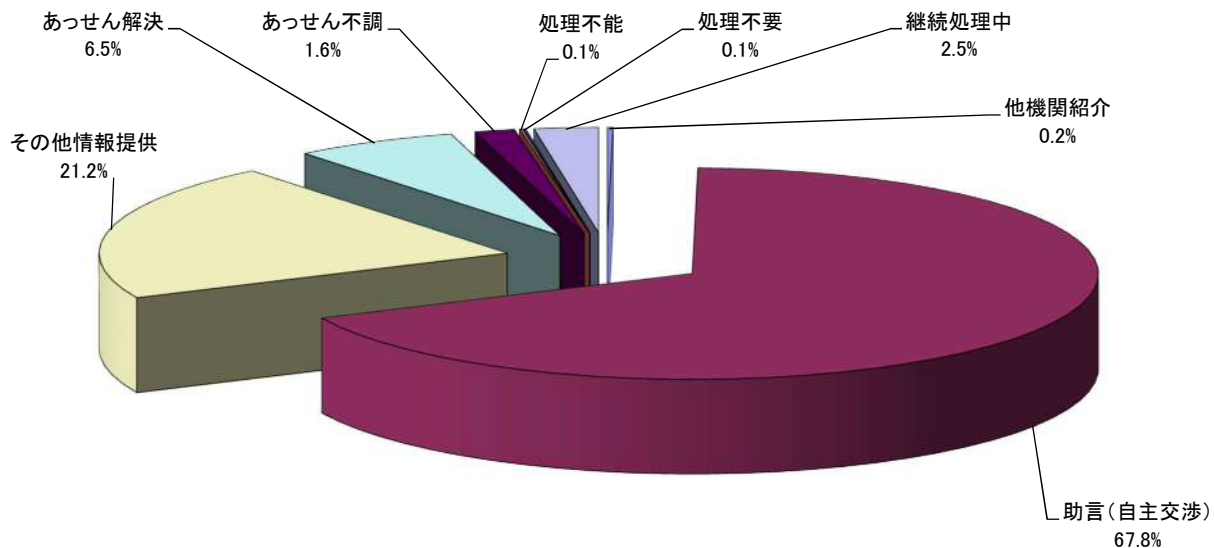
7 処理結果

受け付けた相談の結果については、「助言（自主交渉）」が3,616件（67.8%）、「その他情報提供」が1,128件（21.2%）、「あっせん解決」が344件（6.5%）となっています。また、解決までに時間を要している「継続処理中」は135件（2.5%）あります。

表14 処理結果

（令和元年11月19日現在）

	件数	内 容
他機関紹介	12	消費者行政センターの業務範囲ではない相談のため本来の相談機関を紹介したものの。
助言（自主交渉）	3,616	現に発生している消費者トラブルに対して、消費者行政センターがあっせんの労をとらなくても相談者が自主交渉することで解決する可能性があり、かつ、自主解決の努力がなされていない相談に対し、自主交渉の方法をアドバイスしたものの。
その他情報提供	1,128	まだ具体的なトラブルは発生しておらず「この業者は信用できるか」といった相談に対応したものの。あるいは、具体的なトラブルが発生しており最終的に他機関を紹介しても業務範囲内としてアドバイスや情報提供したものの。（消費者行政センターが相談者に代わって事業者と連絡をし、相談者の疑問点や苦情内容の単なる状況確認のみを行い、それを相談者に伝えるのみで相談が終了したものも含める。）もしくは、あっせん以外の処理で「助言（自主交渉）」に該当しないもの。
あっせん解決	344	あっせんにより、「契約どおり履行」「全面解約・取消」「返金」「交換・代替品」「修理・補修」「損害賠償・治療費」「解決・見舞金」「一部解約・取消」のほか、損害賠償が物品でなされた、謝罪の意味で物品が手渡された、解約交渉したところ当初の契約内容を変更して新たな契約をした、などの解決をみたものの。
あっせん不調	84	あっせんしたにもかかわらず解決をみなかったもの。また、あっせんにより消費者被害の救済が十分なされても、解決案内容について消費者がそれ以上の解決の結果を望んだもの。
処理不能	6	相談者と連絡がとれなくなった、事業者と連絡がとれなくなったなどの理由で処理できなかったもの。
処理不要	5	相談者が単に情報提供だけで、処理を望んでいない、また、消費者行政センターがあっせん等をする前に、相談者が相談を取下げたもの。
継続処理中	135	※令和元年11月19日現在の数値を掲載しており、確定値ではありません。 ※あっせん：事業者との間に入って話し合いを取り持つこと。
合計	5,330	



8 土曜日電話相談

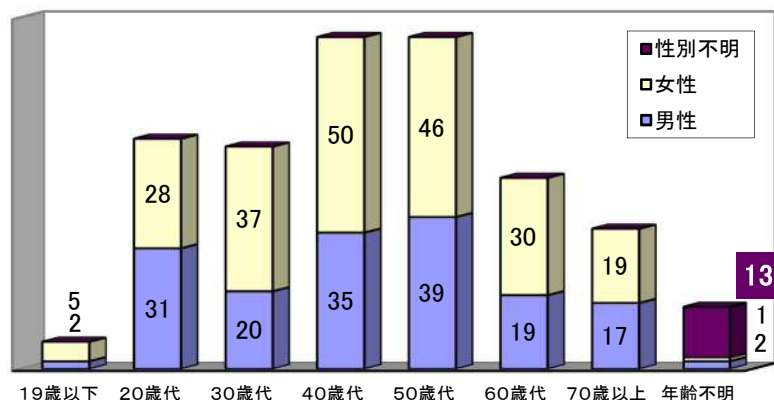
土曜日電話相談は、平成28年4月から開始しました。

上半期の土曜日電話相談件数は、394件で、前年同期（317件）と比較して24.3%増加しました。相談者の男女比を見ると、女性からの相談が216件で全体の50%以上を占め、40歳代、50歳代からの相談が多く寄せられました。

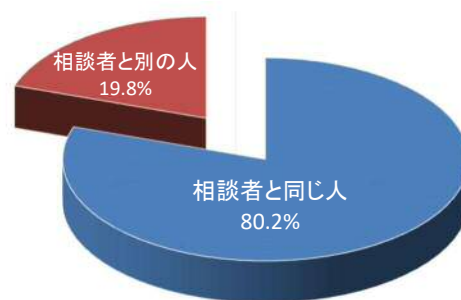
平日と土曜日における相談件数

	平日			土曜日			総件数
	日数	件数	1日平均	日数	件数	1日平均	
令和元年度 上半期	121日	4,936件	40.8件	24日	394件	16.4件	5,330件
平成30年度 上半期	124日	4,548件	36.7件	23日	317件	13.8件	4,865件

【相談者の年代別性別分布】



【相談者と契約者の同異の構成】



土曜日電話相談は、契約者本人からの相談が80.2%（前年同期80.8%）となりました。

相談者の職業等を見ると「給与生活者」からの相談は、平日が40.4%であったのに対して、土曜日は60.4%となり、平日を大きく上回っています。このことから、「給与生活者」からの相談は、平日に比べて、土曜日の割合が高い傾向が見られ、平日に相談できない相談者の利便性が向上しているものと捉えられます。

「給与生活者」から受けた平日と土曜日の相談件数

	平日			土曜日		
	総数	給与生活者 相談件数	割合	総数	給与生活者 相談件数	割合
令和元年度 上半期	4,936件	1,994件	40.4%	394件	238件	60.4%
平成30年度 上半期	4,548件	1,787件	39.3%	317件	168件	53.0%

一電子メール相談受付状況一

平成20年4月から電子メールによる相談を受け付けています。専用フォームから入力、送信されたメールを2～5開所日で相談者の希望する回答方法(メールか電話のどちらかを選択)で回答しています。

メールによる回答は、相談内容をもとに示す一般的な見解で、回答は1回限りとしています。更なる相談やあつせんを希望する場合は、電話又は来所で対応しています。また、事業者への申入れを希望される場合は電話で回答し、必要に応じてあつせんに入るなど解決に向けたサポートを行っています。

※電子メールによる相談受付後、電話でやり取りの上、あつせんや助言等を行った場合は消費生活相談件数に計上しています。

但しメールで回答したものについては、PIO-NET に登録する情報が不十分なため消費生活相談件数に計上していません。

メール相談の現況

令和元年度上半期の電子メール相談受付件数は合計97件で、前年度(121件)と比較すると24件19.8%減少しました。最も多い月は9月の26件、最も少ない月は4月、7月の10件となっています。

送信時間は、センターの相談受付時間内(月～木9時～16時、金9時～19時、土10時～16時)が34件で35.1%、受付時間外が63件で64.9%となっており、受付時間外の有効な相談手段となっています。

令和元年度の特徴として、例年どおりのデジタルコンテンツに加えインターネット接続回線に関する相談がトップとなっています。相談のあった上位5品目(下表)の合計で全体の約3割を占めています。

1 相談件数

月	元年度	30年度
4月	10	18
5月	11	20
6月	15	16
7月	10	23
8月	25	25
9月	26	19
計	97	121

2 送信時間

時間	件数
受付時間内	34
受付時間外	63
合計	97

3 商品・役務の上位品目

順位	商品名	件数
1	デジタルコンテンツ	9
1	インターネット接続回線	9
3	商品一般	5
4	スポーツ観覧	3
4	他の健康食品	3

相談者の状況

男女別では、男性が60件、女性が37件。職業別でみると、第1位は「給与生活者」の74件で、全体の76.3%を占めています。第2位は「自営・自由業」の7件(7.2%)となっています。

年代別では、40歳代(32件)と30歳代(26件)とで全体の約6割を占め、20歳代(19件)を加えると全体の約8割になります。

4 男女別

性別	件数
男	60
女	37
不明	0
計	97

5 職業別

職業	件数
給与生活者	74
自営・自由業	7
家事従事者	6
学生	3
無職	5
その他	2
不明	0
計	97

6 年代別

年代	件数
19歳以下	1
20歳代	19
30歳代	26
40歳代	32
50歳代	15
60歳代	3
70歳以上	1
不明	0
計	97

電子メールによる相談は、インターネットに接続可能なパソコン、スマートフォン等があればいつでも相談できる便利なシステムであり、センターの開所時間に相談できない消費者も手軽に利用できることが大きな利点となっています。



消費者ホットライン(全国統一電話番号)

局番なし 188 いやや!

川崎市消費者行政センター

(経済労働局産業政策部消費者行政センター)

〒210-0007

川崎市川崎区駅前本町11-2

川崎フロンティアビル10F

Tel.044-200-2263

令和元年12月発行