

令和元年度

消費生活相談年報



Colors, Future!

いろいろって、未来。

川崎市

目 次

I	概 要	1
II	消費生活相談統計	
1	取扱件数及び内訳	3
2	契約当事者の年代性別	3
3	契約当事者の職業等	4
4	月別相談取扱件数	5
5	不当請求に関する相談の月別相談取扱件数	5
6	商品・役務（サービス）の上位品目	6
7	内容別分類	7
8	販売購入形態	8
9	契約購入金額及び既支払金額	9
10	10 危害・危険情報	10
11	11 処理結果	11
12	12 土曜日電話相談	12
	増加傾向の相談 健康食品等の定期購入に関するトラブル	13
	消費生活関連講座 改正民法が2020年4月1日からスタート！	14
	資料1 ー電子メール相談受付状況ー	16
	資料2 ー被害の回復額等についてー	17

※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 「11 処理結果」については、令和2年度6月3日現在の数値を掲載しており、確定値ではありません。
- ④ 本文及び統計表の“令和元年度”は「平成31年4月から令和2年3月まで」とします。

※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。

令和元年度消費生活相談

I. 概要

1 相談件数

令和元年度に本市で受け付けた相談件数は10,001件でした。前年度(10,489件)と比べて4.7%減少していますが、前年度に引き続き10,000件を上回りました。

主な要因として、前年度に引き続き、『総合消費料金未納分訴訟最終通知書』と書かれたハガキが届いた。心当たりが無く不審。』といった郵便物等による架空請求の相談が多く寄せられました。架空請求を含む不当請求に関する相談は1,489件で、前年度(2,678件)と比べて44.4%減少していますが、大幅に件数が増加した前年度と比べて減少したに過ぎず、依然として多くの相談が寄せられました。

また、健康食品等の定期購入に関する相談が増加しており、上位品目4位の「他の健康食品」に関する相談は340件で、前年度(211件)と比べて61.1%増加し、前年度の8位から大きく順位を上げました。

他にも、消費税増税に関する相談や令和元年東日本台風による被害に関する相談、さらに令和2年2月以降、新型コロナウイルス感染症に関する相談が寄せられています。

(※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)

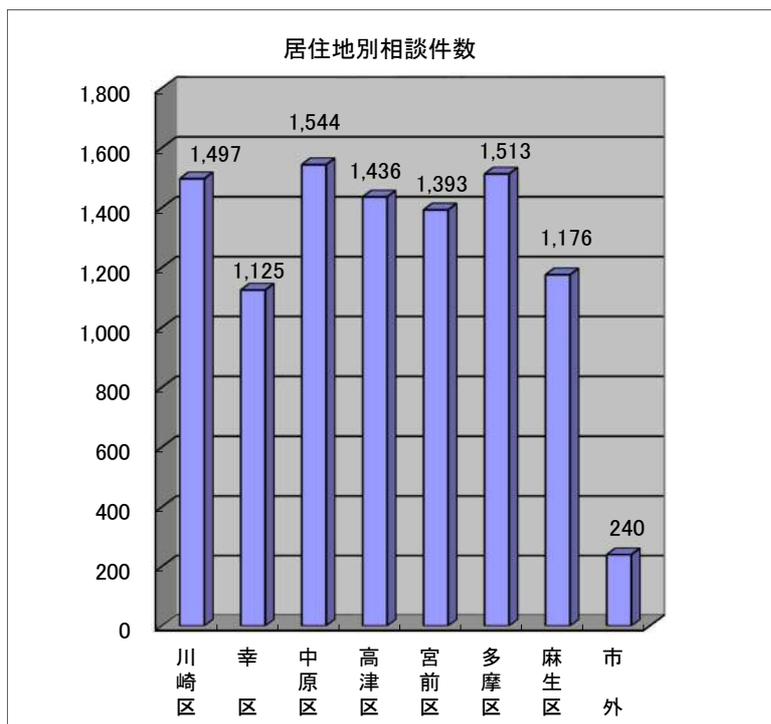
相談者を住所別にみると、中原区、多摩区、川崎区の順に多くなっています。

また、相談方法では電話による相談が9,281件(全相談件数の92.8%)と最も多く、次いで来訪による相談が580件(全相談件数の5.8%)、文書による相談が140件(全相談件数の1.4%)となっています。

相談者居住地別件数及び各区の人口

(各区の人口は令和元年10月1日現在)

	川崎区	幸区	中原区	高津区	宮前区	多摩区	麻生区	市外	不明	合計
件数	1,497	1,125	1,544	1,436	1,393	1,513	1,176	240	77	10,001
構成比(%)	15.0	11.2	15.4	14.4	13.9	15.1	11.8	2.4	0.8	100.0
人口	233,116	170,159	261,825	233,285	232,325	219,868	179,879	—	—	1,530,457
構成比(%)	15.2	11.1	17.1	15.2	15.2	14.4	11.8	—	—	100.0
人口に対する 相談件数の割合	0.64%	0.66%	0.59%	0.62%	0.60%	0.69%	0.65%			0.65%



相談方法

区分	令和元年度	平成30年度
来訪(件)	580	641
構成比	5.8%	6.1%
電話(件)	9,281	9,693
構成比	92.8%	92.4%
文書(件)	140	155
構成比	1.4%	1.5%
合計(件)	10,001	10,489
構成比	100.0%	100.0%

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(2,111件)、50歳代(1,760件)、40歳代(1,530件)、60歳代、20歳代、30歳代、19歳以下と続きました。前年度に比べて、20歳代で増加、19歳以下・40歳代で微増、30歳代・50歳代で微減、60歳代・70歳以上で減少しました。また、契約当事者の平均年齢は、52.2歳で、ここ数年で高齢化しています。

男女別では、女性(5,374件)が男性(4,088件)を上回りました。

職業別では、前年度と同様、給与生活者からの相談が4,128件(全体の41.3%)で一番多く寄せられました。

3 商品・役務（サービス）の特徴

上位品目は、1位「商品一般」1,435件(全体の14.3%)、2位「デジタルコンテンツ」782件(全体の7.8%)、3位「不動産貸借」509件(全体の5.1%)、4位「他の健康食品」340件(全体の3.4%)、5位「工事・建築」298件(全体の3.0%)となりました。

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。

4 内容別分類

相談を内容別に分類すると、1位「契約・解約」8,389件(全相談件数に対して83.9%)、2位「販売方法」6,452件(全相談件数に対して64.5%)、3位「接客対応」1,562件(全相談件数に対して15.6%)、4位「品質・機能、役務品質」1,530件(全相談件数に対して15.3%)、5位「価格・料金」1,342件(全相談件数に対して13.4%)の順でした。(複数計上)

5 販売購入形態

販売購入形態は、店舗購入と店舗外購入に大別され、店舗購入は2,022件で全体の20.2%、訪問販売、通信販売等の店舗外購入に関する相談件数は4,654件で全体の46.5%となりました。

店舗外購入は1位「通信販売」(3,277件)、2位「訪問販売」(767件)、3位「電話勧誘販売」(354件)の順となりました。店舗外購入の主な商品・役務については、1位の「通信販売」は「デジタルコンテンツ」の相談が約2割を占め、2位「訪問販売」は「工事・建築」、3位「電話勧誘販売」は「インターネット接続回線」の相談が多く寄せられました。

6 処理結果

「助言(自主交渉)」が6,760件(全体の67.6%)、「その他情報提供」が2,128件(全体の21.3%)、あっせん解決が737件(全体の7.4%)となりました。また、解決までに時間を要している「継続処理中」が99件(全体の1.0%)あります。

Ⅱ. 消費生活相談統計

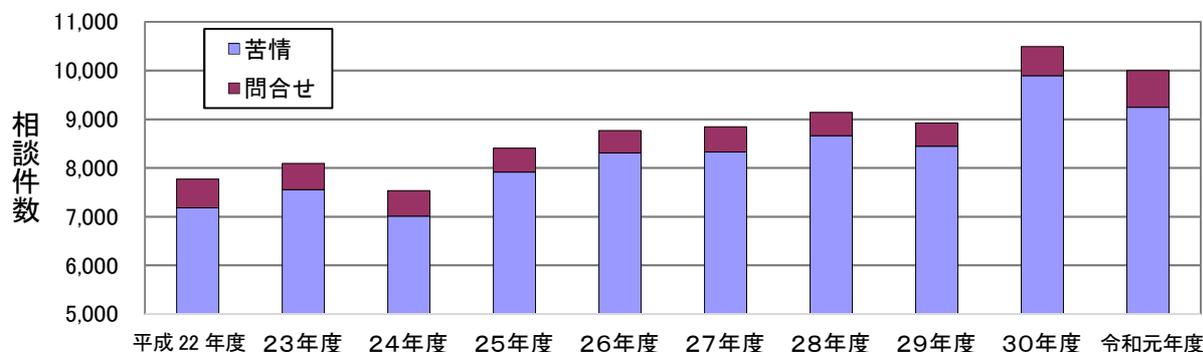
1 取扱件数及び内訳

令和元年度の相談件数は10,001件で、前年度と比べて4.7%減少していますが、前年度に引き続き10,000件を上回りました。

相談の内訳は、苦情が9,246件、問合せが755件でした。

	平成27年度	28年度	29年度	30年度	令和元年度
苦情	8,329	8,662	8,444	9,893	9,246
問合せ	520	476	484	596	755
合計	8,849	9,138	8,928	10,489	10,001
増減率	4.3%	3.3%	-2.3%	17.5%	-4.7%

(28年度から土曜日の電話相談を開始)



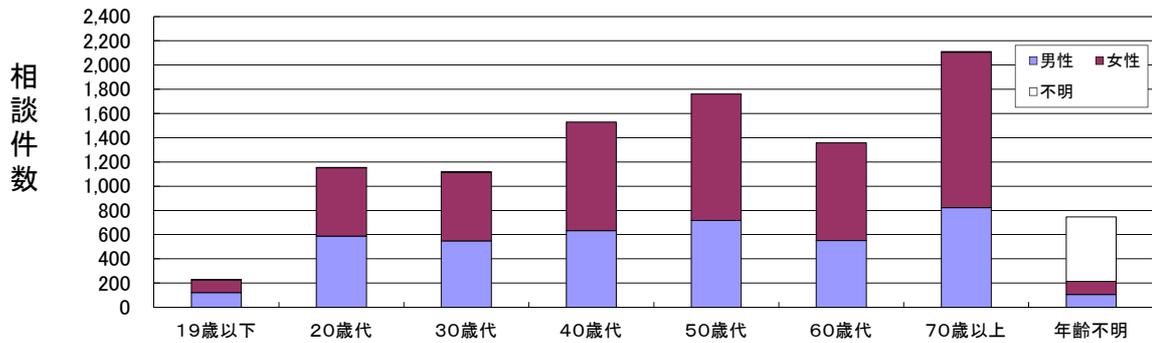
2 契約当事者の年代性別

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。前年度と比べて、20歳代で増加、19歳以下・40歳代で微増、30歳代・50歳代で微減、60歳代・70歳以上で減少しました。また、契約当事者の平均年齢は52.2歳で、ここ数年で高齢化しており(30年度:53.7歳、29年度:51.2歳、28年度:49.9歳、27年度:49.5歳)、男女別では、女性(5,374件)が男性(4,088件)を上回りました。

契約当事者の年代性別(人) (件数)

区分	令和元年度							平成30年度						
	男性	構成比	女性	構成比	不明	合計	構成比	男性	構成比	女性	構成比	不明	合計	構成比
19歳以下	123	1.2%	105	1.0%	2	230	2.3%	103	1.0%	78	0.7%	0	181	1.7%
20歳代	588	5.9%	563	5.6%	1	1,152	11.5%	460	4.4%	528	5.0%	1	989	9.4%
30歳代	549	5.5%	565	5.6%	1	1,115	11.1%	534	5.1%	623	5.9%	0	1,157	11.0%
40歳代	633	6.3%	897	9.0%	0	1,530	15.3%	636	6.1%	862	8.2%	0	1,498	14.3%
50歳代	716	7.2%	1,044	10.4%	0	1,760	17.6%	645	6.1%	1,212	11.6%	1	1,858	17.7%
60歳代	550	5.5%	808	8.1%	0	1,358	13.6%	556	5.3%	1,339	12.8%	2	1,897	18.1%
70歳以上	822	8.2%	1,285	12.8%	4	2,111	21.1%	783	7.5%	1,459	13.9%	1	2,243	21.4%
年齢不明	107	1.1%	107	1.1%	531	745	7.4%	120	1.1%	109	1.0%	437	666	6.3%
合計	4,088	40.9%	5,374	53.7%	539	10,001	100.0%	3,837	36.6%	6,210	59.2%	442	10,489	100.0%

※年齢不明には性別に分類されない団体(法人・事業者)を含む。令和元年度:346件、平成30年度:312件。

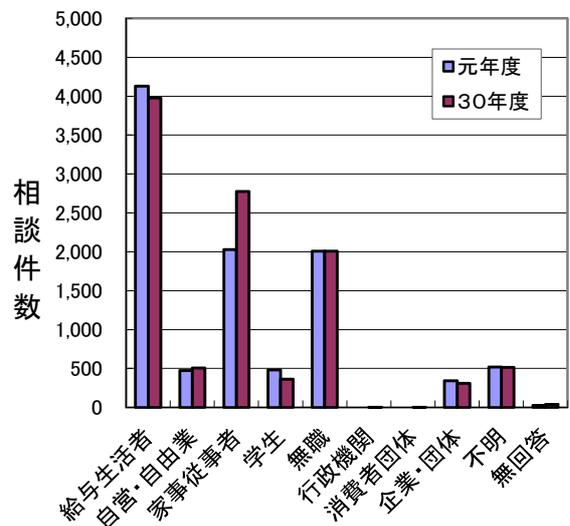


3 契約当事者の職業等

職業別の人数では、給与生活者が4,128人と最も多く、次いで家事従事者が2,027人、無職2,006人となり、前年度と同様の順位となりました。

契約当事者の職業等(人) (件数)

区分	令和元年度	構成比	平成30年度	構成比
給与生活者	4,128	41.3%	3,976	37.9%
自営・自由業	472	4.7%	504	4.8%
家事従事者	2,027	20.3%	2,777	26.5%
学生	483	4.8%	364	3.5%
無職	2,006	20.1%	2,006	19.1%
行政機関	0	0.0%	1	0.0%
消費者団体	0	0.0%	1	0.0%
企業・団体	343	3.4%	307	2.9%
不明	517	5.2%	515	4.9%
無回答	25	0.2%	38	0.4%
合計	10,001	100.0%	10,489	100.0%



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	デジタルコンテンツ	385	9.3%
2	商品一般	377	9.1%
3	不動産貸借	319	7.7%

家事従事者

順位	商品名	件数	構成比
1	商品一般	614	30.3%
2	デジタルコンテンツ	71	3.5%
3	他の健康食品	64	3.2%

無職

順位	商品名	件数	構成比
1	商品一般	274	13.7%
2	デジタルコンテンツ	181	9.0%
3	工事・建築	99	4.9%

自営・自由業

順位	商品名	件数	構成比
1	商品一般	47	10.0%
2	デジタルコンテンツ	39	8.3%
3	不動産貸借	26	5.5%

学生

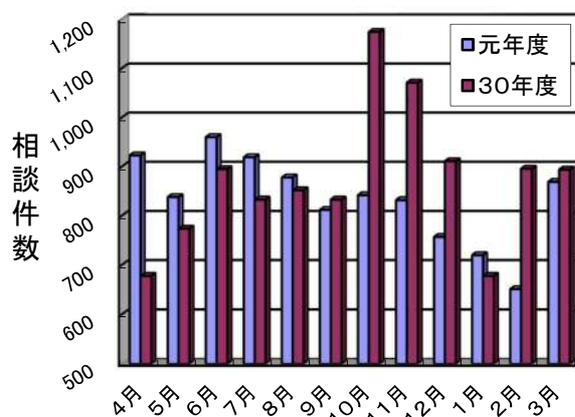
順位	商品名	件数	構成比
1	デジタルコンテンツ	75	15.5%
2	他の化粧品	44	9.1%
3	教養娯楽教材	36	7.5%

4 月別相談取扱件数

令和元年度の月別取扱件数は、最も多かった6月が960件、最も少なかった2月が651件、月平均で約833件の相談がありました。

月別相談取扱件数 (件数)

月	令和元年度	構成比	平成30年度	構成比
4月	923	9.2%	678	6.5%
5月	838	8.4%	774	7.4%
6月	960	9.6%	895	8.5%
7月	919	9.2%	833	7.9%
8月	878	8.8%	852	8.1%
9月	812	8.1%	833	7.9%
10月	842	8.4%	1,174	11.2%
11月	832	8.3%	1,071	10.2%
12月	757	7.6%	911	8.7%
1月	720	7.2%	678	6.5%
2月	651	6.5%	896	8.5%
3月	869	8.7%	894	8.5%
合計	10,001	100.0%	10,489	100.0%



5 不当請求に関する相談の月別相談取扱件数

令和元年度の不当請求(架空請求を含む)に関する相談は、前年度(2,678件)と比べて44.4%減少の1,489件を受け付けました。これは、全相談件数(10,001件)の14.9%を占めています。

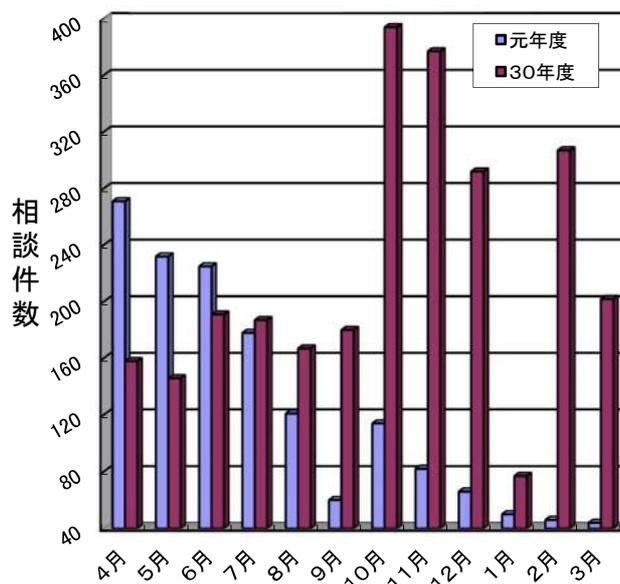
月別の相談件数は4月が271件と最も多く、月別相談取扱件数に対する比率も同様に、4月が29.4%と最も高くなりました。

不当請求の内容は「『総合消費料金未納分訴訟最終通知書』と書かれたハガキが届いた。心当たりが無く不審。」、「スマートフォンに、身に覚えのない有料コンテンツの利用料金を請求する簡易メールが届いた。どうしたらいいか。」などです。

ハガキや電子メールに記載されている連絡先に安易に連絡せず、消費者各々が請求された内容等をきちんと確認するなどの自己防衛を図ることが大切です。

不当請求に関する月別相談取扱件数 (件数)

月	令和元年度	構成比※	平成30年度	構成比※
4月	271	29.4%	158	23.3%
5月	232	27.7%	146	18.9%
6月	225	23.4%	191	21.3%
7月	178	19.4%	187	22.4%
8月	121	13.8%	167	19.6%
9月	60	7.4%	180	21.6%
10月	114	13.5%	394	33.6%
11月	82	9.9%	377	35.2%
12月	66	8.7%	292	32.1%
1月	50	6.9%	77	11.4%
2月	46	7.1%	307	34.3%
3月	44	5.1%	202	22.6%
合計	1,489	14.9%	2,678	25.5%



※当該月の相談取扱件数に対する比率

6 商品・役務（サービス）の上位品目

毎年ほぼ同じ商品・サービスが上位を占めています。1位は「商品一般」の1,435件で、「『民事訴訟最終通達書』と書かれた不審な封書が届いた。」などの架空請求を含む不当請求に関する相談等が多く寄せられました。前年度(2,172件)と比べて34.0%減少していますが、前年度と同様に1位となりました。

2位は「デジタルコンテンツ」の782件で、「スマートフォンを操作していたら、突然アダルトサイトの有料会員に登録完了と表示された。どうすればよいか。」などの相談が寄せられました。前年度(1,165件)と比べて32.9%減少していますが、前年度と同様に2位となりました。

一方で、4位は「他の健康食品」の340件で、前年度(211件)と比べて61.1%増加しており、前年度の8位から大きく順位を上げました。これは、「ネット広告から初回100円のダイエットサプリを購入したら、翌月同じ商品が届き定期購入だと分かった。解約したい。」などの定期購入に関する相談が多く寄せられたことによるものです。
(※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)

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。

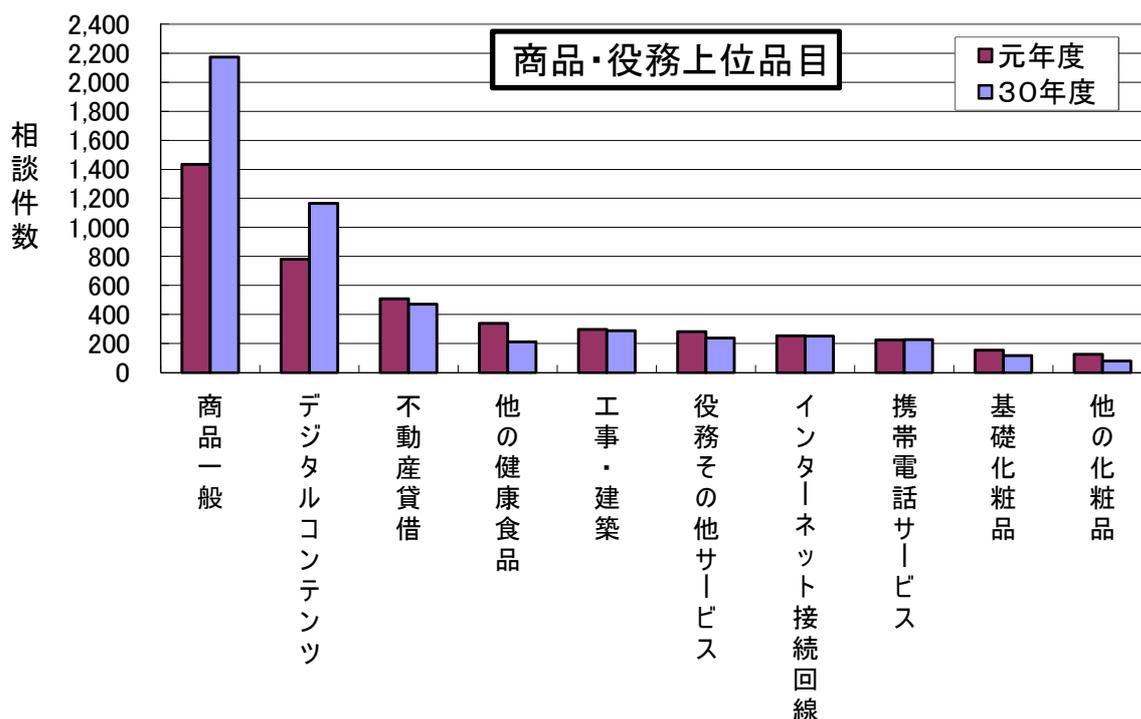
商品・役務上位品目

(件数)

順位	商品・サービス	令和元年度	構成比	平成30年度	構成比	備考
1	商品一般	1,435	14.3%	2,172	20.7%	不当請求 1,041 件他
2	デジタルコンテンツ	782	7.8%	1,165	11.1%	不当請求 284 件他
3	不動産貸借	509	5.1%	471	4.5%	賃貸アパート 467 件他 ※1
4	他の健康食品	340	3.4%	211	2.0%	
5	工事・建築	298	3.0%	288	2.7%	新築工事 42 件、 リフォーム工事 158 件他 ※2
6	役務その他サービス	283	2.8%	237	2.3%	
7	インターネット接続回線	253	2.5%	252	2.4%	
8	携帯電話サービス	225	2.2%	226	2.2%	
9	基礎化粧品	155	1.5%	116	1.1%	
10	他の化粧品	126	1.3%	80	0.8%	

※1 賃貸アパートの相談は、賃貸住宅の敷金、並びに原状回復トラブルが多くを占めています。

※2 「屋根工事」「壁工事」「増改築工事」「塗装工事」「内装工事」の合計を「リフォーム工事」としています。



当事者年代別・商品等順位

年代	1位	2位	3位	4位	5位	総件数
19歳以下	デジタルコンテンツ	他の化粧品	他の健康食品	新聞	役務その他サービス(4位)	230
	51	32	27	6	6	
20歳代	デジタルコンテンツ	不動産貸借	エステティックサービス	教養娯楽教材	商品一般	1,152
	130	99	47	45	41	
30歳代	不動産貸借	デジタルコンテンツ	商品一般	他の健康食品(3位)	役務その他サービス	1,115
	127	71	39	39	27	
40歳代	商品一般	デジタルコンテンツ	不動産貸借	他の健康食品	インターネット接続回線	1,530
	138	137	85	62	40	
50歳代	商品一般	デジタルコンテンツ	不動産貸借	他の健康食品	インターネット接続回線	1,760
	309	136	80	68	59	
60歳代	商品一般	デジタルコンテンツ	他の健康食品	役務その他サービス	工事・建築	1,358
	318	120	64	44	43	
70歳以上	商品一般	デジタルコンテンツ	工事・建築	役務その他サービス	携帯電話サービス	2,111
	492	113	107	78	60	
合計	商品一般	デジタルコンテンツ	不動産貸借	他の健康食品	工事・建築	10,001
	1,435	782	509	340	298	

※合計には年代不明及び団体(法人・事業者)の745件を含む。

7 内容別分類

複数計上のため、他の内容と重複しているものが多くありますが、センターに寄せられた相談は、「契約・解約」に関するものが中心となっており、全相談件数の8割以上を占めています。

内容別分類 (件数)

内容	令和元年度	構成比
安全・衛生	195	1.9%
品質・機能、役務品質	1,530	15.3%
法規・基準	184	1.8%
価格・料金	1,342	13.4%
計量・量目	2	0.0%
表示・広告	763	7.6%
販売方法	6,452	64.5%
契約・解約	8,389	83.9%
接客対応	1,562	15.6%
包装・容器	8	0.1%
施設・設備	10	0.1%
買物相談	10	0.1%
生活知識	14	0.1%
その他	43	0.4%
不明	273	2.7%
合計	20,777	—

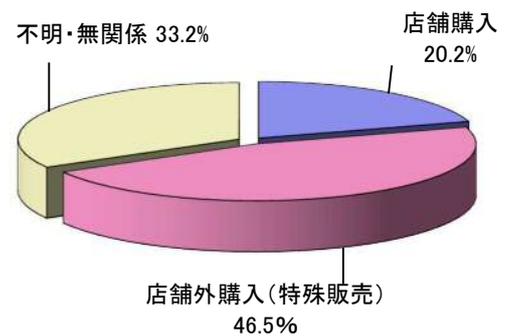
(複数計上)

8 販売購入形態

店舗外購入(特殊販売)が全体の46.5%を占めており、その中でも通信販売が約7割を占めています。通信販売に含まれている不当請求に関する相談は393件で、12.0%を占めています。

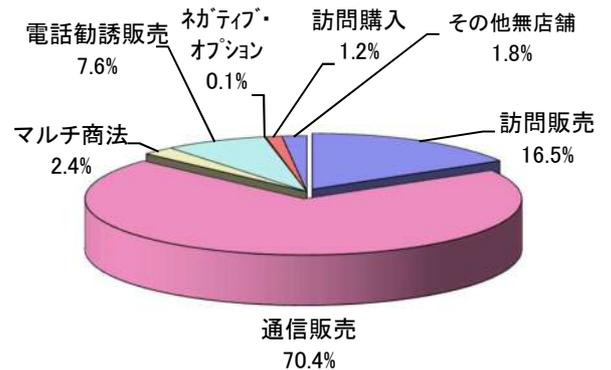
販売購入形態 (件数)

形態	令和元年度	構成比	平成30年度	構成比
店舗購入	2,022	20.2%	1,981	18.9%
店舗外購入(特殊販売)	4,654	46.5%	4,587	43.7%
不明・無関係	3,325	33.2%	3,921	37.4%
合計	10,001	100.0%	10,489	100.0%



店舗外購入(特殊販売)の内訳 (件数)

形態	令和元年度	構成比	平成30年度	構成比
訪問販売	767	16.5%	768	16.7%
通信販売	3,277	70.4%	3,207	69.9%
マルチ商法	111	2.4%	115	2.5%
電話勧誘販売	354	7.6%	348	7.6%
ネガティブ・オプション	4	0.1%	9	0.2%
訪問購入	56	1.2%	59	1.3%
その他無店舗	85	1.8%	81	1.8%
合計	4,654	100.0%	4,587	100.0%



訪問販売＝家庭・職場訪販、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、テレビ、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

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」

訪問販売の上位品目

順位	商品名	件数	構成比
1	工事・建築	123	16.0%
2	電気	54	7.0%
3	役務その他サービス	52	6.8%

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	685	20.9%
2	他の健康食品	309	9.4%
3	商品一般	171	5.2%

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	26	23.4%
2	他の内職・副業	14	12.6%
3	デジタルコンテンツ	8	7.2%
	ファンド型投資商品	8	7.2%

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	125	35.3%
2	デジタルコンテンツ	35	9.9%
3	固定電話サービス	21	5.9%

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	1	25.0%
	パソコン関連機器・用品	1	25.0%
	音響・映像ソフト	1	25.0%
	他のスポーツ用品	1	25.0%

訪問購入の上位品目

順位	商品名	件数	構成比
1	商品一般	9	16.1%
2	指輪	6	10.7%
3	被服品一般	5	8.9%

9 契約購入金額及び既支払金額

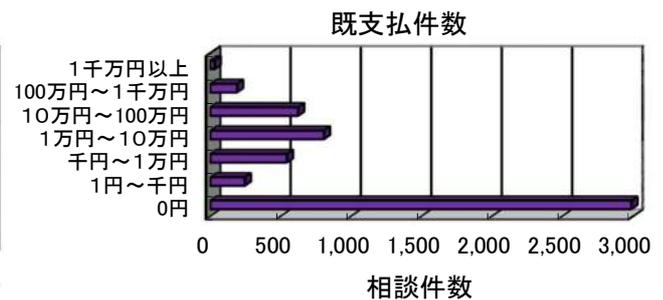
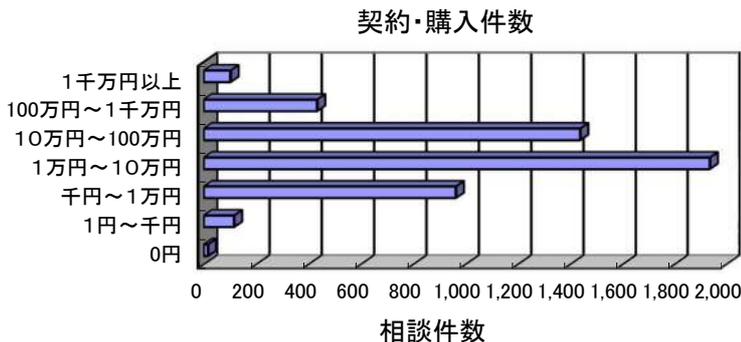
令和元年度の相談における金額別契約購入件数は、“不明”を除くと、“1万円以上10万円未満”が1,936件と最多で、10万円以上100万円未満”の相談も1,438件と多くなっています。金額別既支払件数では、“0円”“不明”を除くと、“1万円以上10万円未満”が最も多く、808件でした。

契約購入金額の平均額は1,018,254円、最高額は約1億円で「賃貸併用住宅を新築したが、隣室の話し声が聞こえるほど壁が薄く、補修箇所も多いので手抜き工事ではないか。」という相談でした。

また、既支払金額の平均額は662,131円、最高額は約1億円で契約購入金額の最高額と同事例でした。2番目に高額だった既支払金額は約7,830万円で「2年前に投資用マンションを3件購入した。今はローンの支払いができていないが、将来的に支払いができるか不安になり、解約したい。」という相談でした。

金額別契約購入件数及び既支払件数

金額別	契約・購入件数	構成比	既支払件数	構成比
1億円以上	1	0.0%	1	0.0%
1千万円以上～1億円未満	101	1.0%	31	0.3%
100万円以上～1千万円未満	433	4.3%	191	1.9%
10万円以上～100万円未満	1,438	14.4%	625	6.2%
1万円以上～10万円未満	1,936	19.4%	808	8.1%
1千円以上～1万円未満	963	9.6%	545	5.4%
1円以上～1千円未満	116	1.2%	246	2.5%
0円	16	0.2%	2,992	29.9%
不明	4,997	50.0%	4,562	45.6%
合計	10,001	100.0%	10,001	100.0%



相談取扱件数上位品目の契約購入金額及び既支払金額

商品・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	301,542円	4,000,000円	307,571円	4,000,000円
デジタルコンテンツ	347,992円	16,500,000円	427,562円	13,000,000円
不動産貸借	340,967円	36,000,000円	142,478円	1,600,000円
他の健康食品	37,739円	1,700,000円	28,363円	1,664,000円
工事・建築	4,320,986円	55,000,000円	3,205,708円	55,000,000円
役務その他サービス	211,791円	8,500,000円	229,128円	1,900,000円
インターネット接続回線	44,871円	196,032円	26,255円	100,000円
携帯電話サービス	91,545円	780,000円	119,993円	560,000円
基礎化粧品	19,119円	97,000円	8,308円	97,000円
他の化粧品	27,232円	73,396円	3,653円	26,978円
令和元年度平均額	1,018,254円		662,131円	
(平成30年度平均額)	1,182,083円		515,153円	

※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「他の集合住宅」となるため、この表には記載されていません。

10 危害・危険情報

危害は商品・役務等に関連して、身体にけが・病気等の疾病(危害)を受けたという相談で、令和元年度の危害に関する相談件数は167件となり、前年度と比べて34.7%増加しました。1位は「皮膚障害」、2位は「消化器障害」、3位は「熱傷」でした。

危険は、危害を受けたわけではないが、そのおそれがある相談で、令和元年度の危険に関する相談件数は47件となり、前年度と比べて42.4%増加しました。1位は「化学物質による危険」、2位は「破損・折損」、3位は「異物の混入」でした。

危 害

(件数)

危害内容	令和元年度	平成30年度	危害内容	令和元年度	平成30年度
皮膚障害	57	48	中毒	2	2
消化器障害	30	19	頭蓋(内)損傷	0	0
熱傷	8	5	内臓損傷	0	0
刺傷・切傷	7	9	筋・腱の損傷	0	2
呼吸器障害	7	5	窒息	0	0
擦過傷・挫傷・打撲傷	4	7	凍傷	0	0
神経・脊髄の損傷	4	5	感電障害	0	0
骨折	3	5	不明	1	1
脱臼・捻挫	3	0	その他の傷病及び諸症状	39	16
感覚機能の低下	2	0	合 計	167	124

危 険

(件数)

危険内容	令和元年度	平成30年度	危険内容	令和元年度	平成30年度
化学物質による危険	11	1	転落・転倒・不安定	1	0
破損・折損	9	6	操作・使用性の欠落	1	0
異物の混入	5	8	異物の侵入	1	0
発火・引火	4	3	ガス漏れ	0	0
過熱・こげる	3	3	点火・燃焼・消火不良	0	0
火災	1	1	漏電・電波等の障害	0	0
発煙・火花	1	4	バリ・鋭利	0	1
燃料・液漏れ等	1	0	腐敗・変質	0	1
破裂	1	1	その他	6	1
部品脱落	1	1	不明	0	0
機能故障	1	2	合 計	47	33

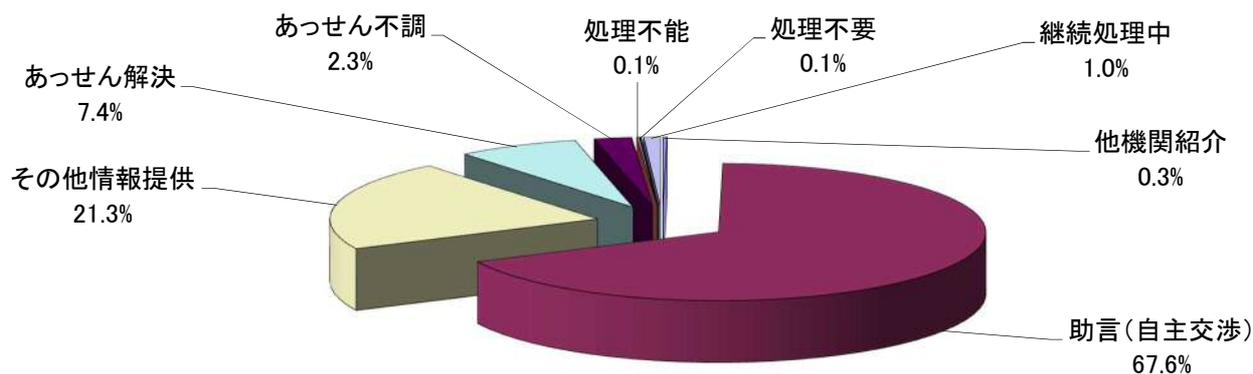
11 処理結果

受け付けた相談の結果については、「助言(自主交渉)」が 6,760 件(67.6%)、「その他情報提供」が 2,128 件(21.3%)、あっせん解決が 737 件(7.4%)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 99 件(1.0%)となっています。

処理結果

(令和2年6月3日現在)

	件数	内 容
他機関紹介	26	消費者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。
助言(自主交渉)	6,760	現に発生している消費者トラブルに対して、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。
その他情報提供	2,128	まだ具体的なトラブルは発生しておらず「この事業者は信用できるか」といった相談に対応したもの。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。(センターが相談者に代わって事業者に連絡をし、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	737	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。
あっせん不調	226	あっせんを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とき。
処理不能	15	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	10	相談者が単に情報提供だけで、処理を望んでいない、また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	99	※令和2年6月3日現在の数値を掲載しており、確定値ではありません。
合計	10,001	※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。



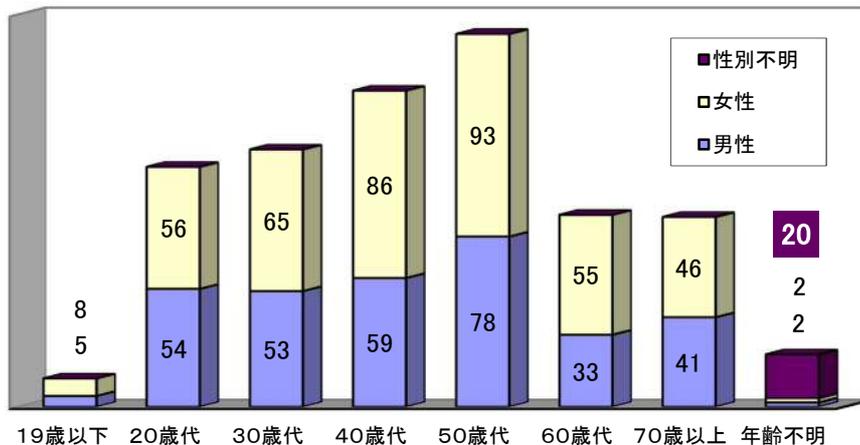
12 土曜日電話相談

令和元年度の土曜日電話相談件数は、756件で、前年度(661件)より95件増加しました。相談者の男女比をみると、女性(411件)が男性(325件)を上回っており、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	240日	9,245件	38.5件	48日	756件	15.8件	10,001件
平成30年度	244日	9,828件	40.3件	47日	661件	14.1件	10,489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の比率が79.6%と約8割程度が契約者本人からの相談となりました。

相談者の職業等をみると「給与生活者」からの相談については、平日が42.6%だったのに対して、土曜日は58.0%となっており、平日を大きく上回っています。このことから、「給与生活者」からの相談については、平日に比べて、土曜日の割合が高い傾向がみられ、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	9,245件	3,934件	42.6%	756件	438件	58.0%
平成30年度	9,828件	3,790件	38.6%	661件	371件	56.1%

健康食品等の定期購入に関するトラブル

「お得にお試しだけ」が「定期購入」になっていたなど、定期購入が条件となっている健康食品や飲料、化粧品等の通信販売に関する相談が全国の消費生活センターで多く寄せられています。

本市でも相談件数が増加しており、令和元年度は 595 件寄せられ、前年度(315 件)に比べて 88.9%増加しています。

【事例】

SNS で「ダイエットサプリメントが 100 円でお試しできる」という広告を見つけたので、申込みしたいと思いタップするとサイトのホームページにつながった。そこで「100 円でお試し」をタップすると、「今なら 10 円キャンペーン」というポップアップが出てきたので「10 円お試し」に申込みをした。一回目が届いた 6 日後に突然 2 回目、4 ケ月分、20 袋ものサプリメントが届き、4 ケ月分代金約 40,000 円の高額な請求書が同封されていて驚いた。同封書類にこの契約は「定期コース」と書かれていたが、自分は定期コースを申込みした覚えはないし、申込時には定期コースとの記載はなかった。事業者に連絡したが「広告に記載しているので 2 回目の代金を払わないと解約はできない」と言われた。返品して解約したい。

【アドバイス】

- ◇スマートフォンの SNS や動画投稿サイトには「お試し 10 円」、「1 回目 90%オフ」、「初回実質 0 円(送料のみ)」など魅力的な広告が多くあります。SNS 上の広告や動画広告はアフィリエイト広告であることが多く、商品の効果やお得感のある低価格ばかりが強調されているため、消費者は定期購入であること等の契約条件を認識しないまま注文しているようです。
- ◇「お試し価格」、「初回実質無料」等の興味を引く内容は大きな文字で書かれていますが、「2 回目から定期購入価格で 4 回目までの購入が条件」、「このコースは初回分と 2 回目に送る 20 袋を一括して購入することが条件」等の取引内容については小さい文字で書かれていたり、離れたところに書かれていたりするので分かりにくいことがあります。
- ◇インターネット通販などの通信販売には、クーリング・オフのような消費者の解除権はなく、広告上に記載されている事業者の返品・解約の条件について申込みする消費者が承諾をして注文していたと考えられます。ただし、通信販売を規制している特定商取引法で、インターネット通販の広告、申込画面、最終申込確認画面に「定期購入であること(条件となる回数)」「契約期間内の総購入金額」等を表示することが規定されています。
- ◇広告上に取引条件がわかりやすく記載され、かつ、最終申込確認画面にも条件が記載されていれば、原則その取引条件に従うこととなりますので、2 回目を受け取らないと解約できないこととなります。また、事業者によっては初回価格と通常価格との差額を支払えば、届いていない商品の解約を受けられる場合もあります。しかし、話し合いが必要です。
- ◇商品を注文する際には事業者の販売サイトや最終申込確認画面で定期購入が条件となっていないか、継続回数を決められていないかを確認しましょう。販売サイトや申込みの最終画面を印刷する、スクリーンショットを撮る等、契約内容を記録するようにしましょう。
- ◇申込みの際に「利用規約に同意する」という確認の画面で最初からチェックが入っている場合がありますので、必ず確認してから申込みをしてください。
- ◇いつでも解約できるとあっても「次回発送の○日前までの申出が必要」と解約できる場合の条件が決められていることが多いので、注意が必要です。
- ◇また、サプリメントを飲んで体調を崩してしまった場合にすぐに使用を止めて、それでも改善しない場合には商品を持参し医師の診断を受けてください。このような場合に事業者へ解約したいと申出すると、医師の診断書の提出を求められることもあります。
- ◇魅力的な広告に惑わされずに契約する内容、返品、解約の条件、総支払金額等を丁寧に確認してから、申込みをしましょう。インターネット通販、定期購入に関するトラブルで困ったことがあれば、早めに消費者行政センターに御相談ください。

改正民法が2020年4月1日からスタート！

～敷金及び原状回復のルールが明確化～

1 なぜ民法が改正されたのか

民法が制定されたのは1896年(明治29年)で、その後約120年間ほとんど改正がされていませんでした。この間、社会・経済が大きく変わり、明治時代に想定していた契約などに関する基本的なルールが現代の社会に合わなくなってきました。そこで、現代の社会に合った分かりやすいルールにするために、2017年(平成29年)5月に「民法の一部を改正する法律」が成立し、2020年(令和2年)4月1日から施行されました。

2 改正のポイント(敷金及び原状回復のルール)

裁判や取引の実務で通用している基本的なルールであるものの、民法の条文には明記されていなかったものを明文化する改正を多数行っています。

例えば、本改正において、敷金及び原状回復のルールが条文に明記されました。

敷金について

これまで、敷金については、民法に定めが無く、そのため「敷金が戻ってこない」など、敷金をめぐるトラブルが後を絶ちませんでした。改正民法では、敷金の定義や敷金の返還時期・返還の範囲について次のルールが定められました(改正民法第622条の2)。

- ① 「敷金」とは、家賃を滞納したり、部屋の施設を壊すなど契約違反をしたときの損害賠償の担保として借主から貸主に預ける金銭である。
- ② 貸主は賃貸借契約が終了して賃貸物が返還された時点で敷金を返還すること。
- ③ 貸主は敷金から未払いの家賃や損害賠償金、原状回復費用を差し引いて返還できる。ただし、借主からは滞納した家賃などの債務を敷金から差し引くよう請求することはできない。

原状回復のルールについて

退去時の借主の原状回復義務には、誰が使用しても起きる畳の擦り減りなどの通常損耗や日焼けなどの経年劣化は含まれないとされていますが、民法には定めがありませんでした。改正民法では、借主の故意や不注意、通常でない使用方法によるキズや汚れなどは、原則として原状回復の義務を負うこととなりますが、次の場合は原状回復の義務を負わないことが条文に明記されました(改正民法第621条)。

- ① 通常損耗…例えば、畳の擦り減りなど、誰が使用しても発生する損耗。
- ② 経年劣化…例えば、畳の日焼けなど年数の経過や自然現象による品質・性能の劣化。
- ③ 賃貸借人の責めに帰すことができない事情によるもの…例えば、近くの公園から飛んできたボールによる窓ガラスの割れなど、借主の使用とは無関係に生じた損傷など。

通常損耗・経年劣化にあたる例	通常損耗・経年劣化にあたらぬ例
<ul style="list-style-type: none"> ・家具の設置による床、カーペットのへこみ ・テレビ、冷蔵庫などの後部壁面の黒ずみ（いわゆる電気焼け） ・クロスの変色（日照などの自然現象によるもの） ・地震で破損したガラス ・鍵の取替え（破損、鍵紛失のない場合） 	<ul style="list-style-type: none"> ・引越作業などで生じた引っかきキズ ・タバコのヤニ・臭い（喫煙などによりクロスなどが変色したり、臭いが付着している場合） ・飼育ペットによる柱などのキズ・臭い ・日常の不適切な手入れもしくは用法違反による設備の毀損

国土交通省住宅局「原状回復をめぐるトラブルとガイドライン」より引用

3 相談事例

4年住んだ敷金8万円の賃貸マンションを退去した。大家から「クロスの変色、カーペットの取替え、鍵の交換で8万円かかる。敷金は返せない」と言われたが、納得できない。敷金を全額返してほしい。

<アドバイス>

- 4月1日に施行された改正民法で、「賃借人は賃借物を受け取った後に生じた損傷について、原状回復義務を負うが、通常損耗や経年変化については原状回復義務を負わない」と明確に規定されました。
- 賃借人の原状回復義務とは、不注意や手入れ不足等で汚したり、壊したりした部分の修繕費用を負担することです。例としては、タバコのヤニや臭い、ペットがつけた柱のキズ等があります。
- 通常損耗や経年変化は、居住者が通常の使用をしていても生じるものです。例として、日焼けしたクロスや畳、家具の設置跡がついたカーペット、破損や紛失の無い鍵の取替え等があります。
- 改正民法の対象となるのは、4月1日以降の契約です。施行後に、当事者間の合意による契約更新を行った場合も、対象となります。
- 改正民法の施行前の契約については、賃貸借契約書の特約を確認したうえで、国土交通省の「原状回復をめぐるトラブルとガイドライン」を参考にして、賃貸人と話し合うことになります。
- 話し合いで解決できないときは、民事調停や少額訴訟等を利用することも考えられます。
- 改正民法では、敷金についても定義し、賃借人が部屋を明け渡した時点で、賃貸人には債務を差し引いた敷金を返還する義務があることを明確化しました。

Point!

通常損耗や経年劣化は
原則、貸主の負担!

【参考・出典】

- ・「これだけは知っておきたい 民法改正」（公社）日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会
- ・「民法改正で生活が変わる!？」（公社）全国消費生活相談員協会

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。さらなる相談やあっせんを希望する場合は、電話また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、必要に応じてあっ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、あっ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

令和元年度の電子メール相談受付件数は、201件で、前年度(216件)と比べて15件(6.9%)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、70件(34.8%)、受付時間外が131件(65.2%)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。

上位品目は、1位「デジタルコンテンツ」15件、2位「インターネット接続回線」「不動産貸借」各12件となっています。

1 相談件数

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	計
令和元年度	10	11	15	10	25	26	21	13	20	16	15	19	201
平成30年度	18	20	16	23	25	19	19	11	19	13	20	13	216

2 送信時間

時間	件数
受付時間内	70
受付時間外	131
計	201

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	15
2	インターネット接続回線	12
2	不動産貸借	12

相談者の状況

男女別では、男性が130件、女性が71件で、年代別では、40歳代(60件)と30歳代(51件)とで全体の約半数を占めています。

職業別でみると、第1位は「給与生活者」の152件で、全体の75.6%を占めています。第2位は「自営・自由業」の17件(8.5%)となっています。

4 男女別

性別	件数
男	130
女	71
不明	0
計	201

5 年代別

年代	件数
19歳以下	1
20歳代	34
30歳代	51
40歳代	60
50歳代	38
60歳代	13
70歳以上	4
不明	0
計	201

6 職業別

職業	件数
給与生活者	152
自営・自由業	17
家事従事者	7
学生	5
無職	15
その他	5
不明	0
計	201

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。

－ 被害の回復額等について －

消費生活センターに消費生活相談を行うと、その内容等は苦情相談の記録を収集して、消費者行政に役立てることを目的として構築された、「全国消費生活情報ネットワークシステム(以下 PIO-NET)」に入力されます。この年報も PIO-NET に入力された内容を統計的に処理し、作成しています。

平成27年9月の PIO-NET の刷新で、「救済金額」と「救済金額の内容」が入力項目として追加されました。このことにより、入力必須項目ではないため一部の相談での入力となっていますが、消費生活センターにおいて助言やあっせんを行った結果、消費者の被害が金銭的にどのように回復されたか可視化することができるようになりました。

「救済金額の内容」は以下の3つです。

- ① 回復額(既に契約・申し込みしてしまった金額の全部又は一部が相談者に返金された金額。または、支払いを免除された金額)
- ② クーリング・オフ額(クーリング・オフを根拠に返金、解約・取り消された金額)
- ③ 未然防止額(まだ契約していないが、介入後、トラブルが解消されたもの。相談者の申告による金額も含む)

令和元年度に寄せられた相談のうち、救済金額について入力があったものは1,082件、全体の10.8%となっています。救済金額の内容別件数や合計額等は以下のとおりです。

(件数)

救済金額の内容	件数	合計額	最高額	平均
回復額	648	342,577,284 円	44,500,000 円	528,669 円
クーリング・オフ額	196	223,481,136 円	51,500,000 円	1,140,210 円
未然防止額	238	108,014,997 円	44,600,000 円	453,845 円

※令和2年6月3日現在の数値を掲載しており、確定値ではありません。

既に契約・申し込みをしていた相談である①と②の被害回復額を詳細にみてみますと、

- ① 回復額の合計件数は 648 件、合計額は約3億 4,258 万円となっています。最高額は約 4,450 万円で「不動産仲介者に言われるがまま投資用中古マンションの住宅ローンで書類に居住用と偽り、金融機関に審査を申し込んだが、購入自体をやめたい。」という相談でした。648 件のうち消費生活相談員のあっせんによるあっせん解決は 434 件となっています。上位品目は1位デジタルコンテンツ、2位他の健康食品、3位他の化粧品でした。
- ② クーリング・オフ額の合計件数は 196 件、合計額は約2億 2,348 万円となっています。最高額は約 5,150 万円で「マッチングアプリで知り合った人に投資用マンションを勧められ、申込みをしてしまった。不要なのでキャンセルしたい。」という相談でした。196 件のうち消費生活相談員のあっせんによるあっせん解決は 66 件となっています。上位品目は1位工事・建築、2位エステティックサービス、3位給湯システムでした。

① 回復額 ② クーリング・オフ額 ③ 未然防止額の金額別件数 (件数)

金額別	① 回復額	構成比	②クーリング・オフ額	構成比	③未然防止額
1億円以上	0	0.0%	0	0.0%	0
1千万円以上～1億円未満	6	0.9%	4	2.0%	1
100万円以上～1千万円未満	35	5.4%	34	17.3%	5
10万円以上～100万円未満	161	24.8%	111	56.6%	150
1万円以上～10万円未満	274	42.3%	39	19.9%	67
1千円以上～1万円未満	162	25.0%	8	4.1%	15
1円以上～1千円未満	10	1.5%	0	0.0%	0
合計	648	100.0%	196	100.0%	238

※令和2年6月3日現在の数値を掲載しており、確定値ではありません。



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

TEL044-200-2263

令和2年7月発行