

# 平成30年度消費生活相談概要

## 1. 相談件数 “相談件数は前年度比17.5%の増加” (1、3ページ参照)

平成30年度に本市で受け付けた相談件数は、10,489件で、前年度に比べて17.5%増加となりました。相談の内訳をみると、苦情が9,893件、問合せ等が596件でした。

## 2. 契約当事者の特徴 “年々高齢化の傾向にある” (3ページ参照)

年代別では、多い順に70歳以上、60歳代、50歳代、40歳代、30歳代、20歳代、19歳以下と続きました。前年度に比べて、70歳以上・60歳代・50歳代で増加、20歳代で微増し、30歳代・40歳代・19歳以下が微減しました。

男女別では、女性(6,210件)が男性(3,837件)を大きく上回りました。

## 3. 商品・役務(サービス)の上位品目 “商品一般”が1位” (6、7ページ参照)

上位品目としては、1位「商品一般」2,172件(全体の20.7%)、2位「デジタルコンテンツ」1,172件(全体の11.2%)、3位「不動産貸借」471件(全体の4.5%)、4位「工事・建築」288件(全体の2.7%)、5位「インターネット接続回線」252件(全体の2.4%)となりました。前年度と比較して、増加率が大きかったのは「商品一般」で、不当請求に関する相談が多く寄せられました。

## 4. 相談の内容 “契約・解約に関する相談が8割以上を占める” (7ページ参照)

相談を内容別に分類すると、1位「契約・解約」8,951件(全相談件数に対して85.3%)、2位「販売方法」6,917件(全相談件数に対して65.9%)、3位「品質・機能、役務品質」1,451件(全相談件数に対して、13.8%)、4位「接客対応」1,314件(全相談件数に対して12.5%)、5位「価格・料金」1,100件(全相談件数に対して10.5%)の順でした。(複数計上)

## 5. 販売購入形態 “店舗外購入に関する相談は全体の約5割” (8ページ参照)

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1,981件で全体の18.9%、訪問販売、通信販売等の店舗外購入に関する相談件数は4,587件で全体の43.7%となりました。

店舗外購入は1位「通信販売」(3,207件)、2位「訪問販売」(768件)、3位「電話勧誘販売」(348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3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)が全体の約7割” (11ページ参照)

「助言(自主交渉)」が7,236件(全体の69.0%)、「その他情報提供」が2,161件(全体の20.6%)、あっせん解決が738件(全体の7.0%)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57件(全体の0.5%)あります。

消費生活相談とは、事業として又は事業のために契約の当事者となるものを除く個人としての消費者が、事業者との間で結ぶ契約に関する相談のことで、相談内容としては、商品又は役務(サービス)の価格、品質、安全、表示、規格、量目、契約等に関する苦情相談や商品もしくは役務(サービス)の選択方法、購入方法、あるいは生活設計、家事その他衣食住等の消費生活のあり方に関する問い合わせ等に分類され、これらを内容別分類という。

相談は、商品もしくは役務(サービス)を契約した当事者の他、当事者の家族や友人など関係者からも受け付けているが、統計上は、相談者ではなく、契約当事者を主体として集計を行っている。

# 商品・役務上位品目 用語について

【PIO-NET分類・キーワードマニュアルより】

- ・消費生活相談は全国的に統一されたルールや用語で相談内容を全国消費生活情報ネットワーク・システム(PIO-NET)に記録しています。
- ・相談の主体となる商品・サービス(役務)等をPIO-NET 分類・キーワードマニュアルに定められている「商品・役務等別分類」によって分類しています。

## デジタルコンテンツ

インターネットを通じて得られる情報に限る。情報を得る媒体は、パソコン、携帯電話、スマートフォン、タブレットなど端末の種類は問わない。アダルト情報サイト、出会い系サイト、オンラインゲーム、その他情報サイト、内容の特定できないサイト利用料についてなど。

## 商品一般

その商品・役務が何なのか消費者が知らず、どの商品分類か特定できない商品についての相談。請求内容は不明だが、身に覚えのない請求書が届いた場合など。「行政機関を装った不審なアンケートが届いた」、「何かのパンフレットが届いたが、怪しいので開封していない」、「不用品があったら買い取ると電話で勧誘された(訪問購入)」といった相談など。

## 役務その他サービス

興信所、弁護士、司法書士、行政書士、広告代理サービス、保証サービスなど個別に分類が定められているサービス以外のサービス。

「ワンクリック請求の解決のため、ネットで見つけた無料相談センターに電話したところ、請求額の半額で解決すると言われた。不審」というワンクリック請求の二次被害に関する相談や「電話で『屋根の無料点検をする』と誘われ了承したが、信頼できないので断りたい」、「インターネットで、アメリカに行くためにエスタの申請をしたが代行業者だった。個人情報心配」、「電話で『以前投資で損失したお金を取り戻してあげる』と誘われ、その為に保証金が必要と言われた」などという相談など。

## 他の健康食品

高麗人参茶、クロレラ、ローヤルゼリー、酵母食品、ビタミン剤など個別に分類が定められている健康食品以外の健康食品。例えば、ゲルマニウム飲料、(医療品でない)コラーゲン粉末、肝油など。