

平成27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 | 危害・危険情報 | 10 |
| 11 | 処理結果 | 11 |
| | 相談事例 電力の小売全面自由化って…？ 選べる電力、さて…あなたの選択は！ | 13 |
| | 消費生活関連講座 電気通信事業法が改正されました！ | 14 |
| | 資料1 ー電子メール相談受付状況ー | 16 |
| | 資料2 ー増加傾向の相談ー 身に覚えのない請求は連絡しない！支払わない！ | 18 |

※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、平成28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。

平成27年度消費生活相談

I. 概要

1 相談件数

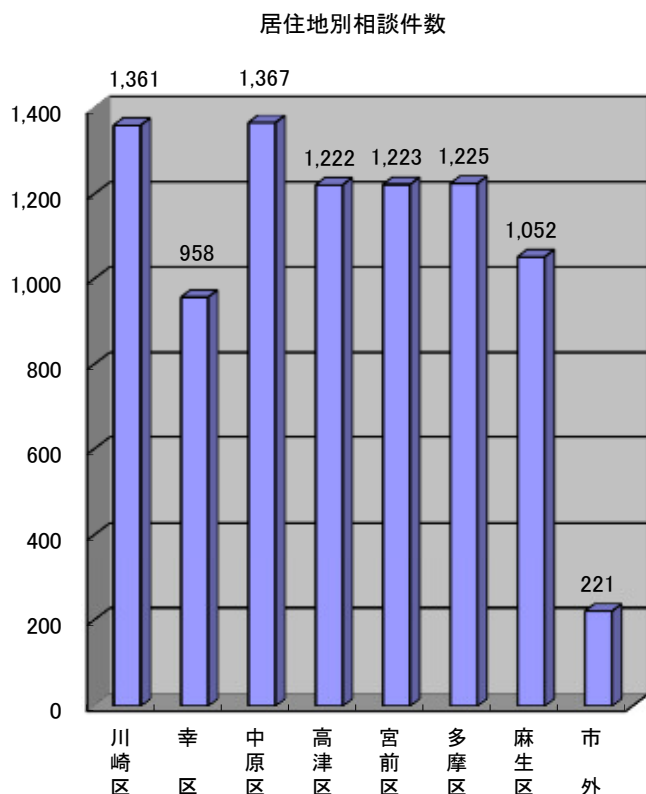
平成27年度に本市で受け付けた相談件数は8,849件で、前年度に比べて0.9%増加しました。主な要因は、これまでも多かったインターネットを通じたデジタルコンテンツによるワンクリック請求や架空請求などの不当請求に関する相談の増加によるものでした。また、プロバイダ変更や光回線サービス変更に関する相談が急増しています。その他には、「2、3日前に『屋根瓦がめくれている』と男性2人が訪問してきた。工事は断ったが、今後、勝手に工事されるのではないか心配」という「工事・建築」の訪問販売に関わる相談も寄せられています。

相談者を住所別にみると、中原区、川崎区、多摩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8,158件(92.2%)と最も多く、次いで来訪による相談が591件(6.7%)、文書による相談が100件(1.1%)となっています。

相談者居住地別件数及び各区の人口(各区の人口は平成27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 | 1,361 | 958 | 1,367 | 1,222 | 1,223 | 1,225 | 1,052 | 221 | 220 | 8,849 |
| 構成比(%) | 15.4 | 10.8 | 15.4 | 13.8 | 13.8 | 13.8 | 11.9 | 2.5 | 2.5 | 100.0 |
| 人口 | 223,440 | 160,864 | 247,476 | 228,119 | 225,604 | 214,240 | 175,557 | — | — | 1,475,300 |
| 構成比(%) | 15.1 | 10.9 | 16.8 | 15.5 | 15.3 | 14.5 | 11.9 | — | — | 100.0 |
| 人口に対する 相談件数の割合 | 0.61% | 0.60% | 0.55% | 0.54% | 0.54% | 0.57% | 0.60% | | | 0.60% |



相談方法

| 区分 | 27年度 | 26年度 |
|-------|--------|--------|
| 来訪(件) | 591 | 561 |
| 構成比 | 6.7% | 6.4% |
| 電話(件) | 8,158 | 8,068 |
| 構成比 | 92.2% | 92.0% |
| 文書(件) | 100 | 137 |
| 構成比 | 1.1% | 1.6% |
| 合計(件) | 8,849 | 8,766 |
| 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、相談件数の多い順に40歳代(1,713件)、70歳以上(1,562件)、30歳代(1,374件)、50歳代、60歳代、20歳代、19歳以下と続きます。19歳以下、60歳代を除くすべての年代が増加しており、特に50歳代(1,254件、前年度比5.0%増)の増加が顕著です。

男女別では、女性(4,379件)が男性(3,988件)を上回っています。

職業別では、昨年度と同様、給与生活者3,272件(全体の37.0%)が一番多くなっています。

3 商品・役務(サービス)の特徴

上位品目は、1位「デジタルコンテンツ」1,803件(全体の20.4%)、2位「不動産貸借」523件(全体の5.9%)、3位「インターネット接続回線」328件(全体の3.7%)、4位「商品一般」309件(全体の3.5%)、5位「工事・建築」276件(全体の3.1%)となっています。

1位「デジタルコンテンツ」の内容は架空請求を含む不当請求に関するものが多く、「『動画サイトの利用料が未納なので、至急連絡がほしい』とのメールが届き、電話したところ、未納使用料をネットショップのギフト券で支払うように言われたので、支払ってしまった。」などの相談が多く寄せられました。

年代別に見ると、すべての年代で「デジタルコンテンツ」が1位と、年代を問わず多くの相談が寄せられました。

4 相談内容

相談を内容別に分類すると、1位「契約・解約」6,984件(全相談件数に対して78.9%)、2位「販売方法」5,158件(全相談件数に対して58.3%)、3位「品質・機能」1,577件(全相談件数に対して17.8%)、4位「接客対応」1,414件(全相談件数に対して16.0%)、5位「価格・料金」1,291件(全相談件数に対して14.6%)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2,259件で全体の25.5%、訪問販売、通信販売等の店舗外購入に関する相談件数は4,626件で全体の52.3%となっています。店舗外購入は1位「通信販売」(3,239件)、2位「訪問販売」(773件)、3位「電話勧誘販売」(391件)の順となっています。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5割強を占め、2位「訪問販売」は「工事・建築」、「新聞」、3位「電話勧誘販売」は「インターネット接続回線」の相談が多くなっています。

6 処理結果

「助言(自主交渉)」が6,547件(全体の74.0%)、「その他情報提供」が1,550件(全体の17.5%)、あっせん解決が511件(全体の5.8%)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」が35件(全体の0.4%)あります。

Ⅱ. 消費生活相談統計

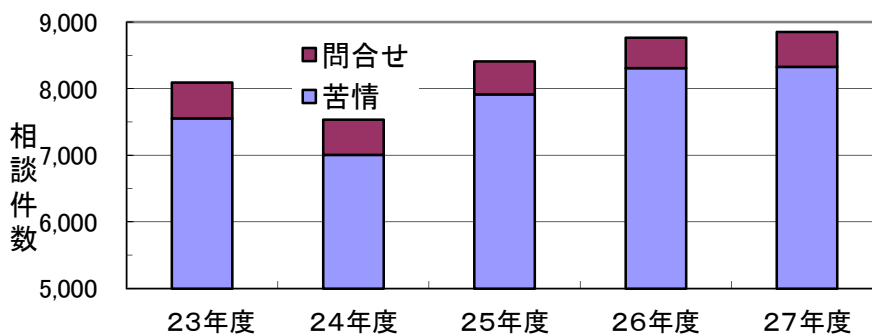
1 取扱件数及び内訳

相談件数は26年度と比較して0.9%増加の8,849件となっています。相談件数は25年度から3年連続で増加していますが、「デジタルコンテンツ」に関する相談が年々増え続けていることが主な要因だと考えられます。「デジタルコンテンツ」に関しては、27年度も架空請求を含む不当請求に関するものが多く、「ワンクリック請求(詐欺)」とよばれるアダルトサイトからの不当請求に関する相談が多数寄せられました。スマートフォンの普及に伴い、幅広い年代の消費者から相談が寄せられています。相談の内訳は、苦情が8,329件、問合わせが520件、要望が0件でした。

相談の内訳

(件数)

| 区分 | 23年度 | 24年度 | 25年度 | (構成比) | 26年度 | (構成比) | 27年度 | (構成比) |
|------|-------|-------|-------|--------|-------|--------|-------|--------|
| 苦情 | 7,556 | 7,008 | 7,913 | 94.1% | 8,307 | 94.8% | 8,329 | 94.1% |
| 問合わせ | 536 | 526 | 494 | 5.9% | 459 | 5.2% | 520 | 5.9% |
| 要望 | 0 | 0 | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% |
| 合計 | 8,092 | 7,534 | 8,407 | 100.0% | 8,766 | 100.0% | 8,849 | 100.0% |
| 増減率 | 4.2% | -6.9% | 11.6% | | 4.3% | | 0.9% | |



2 契約当事者の年代性別

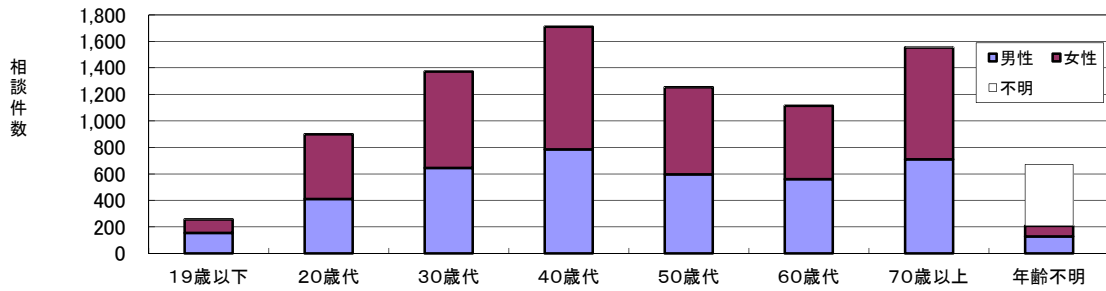
契約当事者の年代別では、多い順に40歳代、70歳以上、30歳代、50歳代、60歳代、20歳代、19歳以下となっています。前年度に比べまして、19歳以下が微減、60歳代が横ばいの他は、すべての年代で増加しており、特に50歳代の増加率が前年度比5.0%と高くなっております。また、契約当事者の平均年齢は49.5歳で、ここ数年で高齢化しており(26年度:49.5歳、25年度:49.4歳、24年度:48.1歳)、男女別では、女性(4,379件)が男性(3,988件)を上回りました。

契約当事者の年代性別(人)

(件数)

| 区分 | 27年度 | | | | | | | 26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 | 154 | 1.7% | 103 | 1.2% | 3 | 260 | 2.9% | 164 | 1.9% | 103 | 1.2% | 1 | 268 | 3.1% |
| 20歳代 | 411 | 4.6% | 487 | 5.5% | 1 | 899 | 10.2% | 431 | 4.9% | 466 | 5.3% | 1 | 898 | 10.2% |
| 30歳代 | 646 | 7.3% | 726 | 8.2% | 2 | 1,374 | 15.5% | 655 | 7.5% | 714 | 8.1% | 1 | 1,370 | 15.6% |
| 40歳代 | 784 | 8.9% | 927 | 10.5% | 2 | 1,713 | 19.4% | 798 | 9.1% | 861 | 9.8% | 3 | 1,662 | 19.0% |
| 50歳代 | 597 | 6.7% | 656 | 7.4% | 1 | 1,254 | 14.2% | 588 | 6.7% | 605 | 6.9% | 1 | 1,194 | 13.6% |
| 60歳代 | 560 | 6.3% | 554 | 6.3% | 2 | 1,116 | 12.6% | 583 | 6.7% | 532 | 6.1% | 1 | 1,116 | 12.7% |
| 70歳以上 | 709 | 8.0% | 845 | 9.5% | 8 | 1,562 | 17.7% | 683 | 7.8% | 856 | 9.8% | 0 | 1,539 | 17.6% |
| 年齢不明 | 127 | 1.4% | 81 | 0.9% | 463 | 671 | 7.6% | 131 | 1.5% | 75 | 0.9% | 513 | 719 | 8.2% |
| 合計 | 3,988 | 45.1% | 4,379 | 49.5% | 482 | 8,849 | 100.0% | 4,033 | 46.0% | 4,212 | 48.0% | 521 | 8,766 | 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。27年度:328件、26年度:357件。

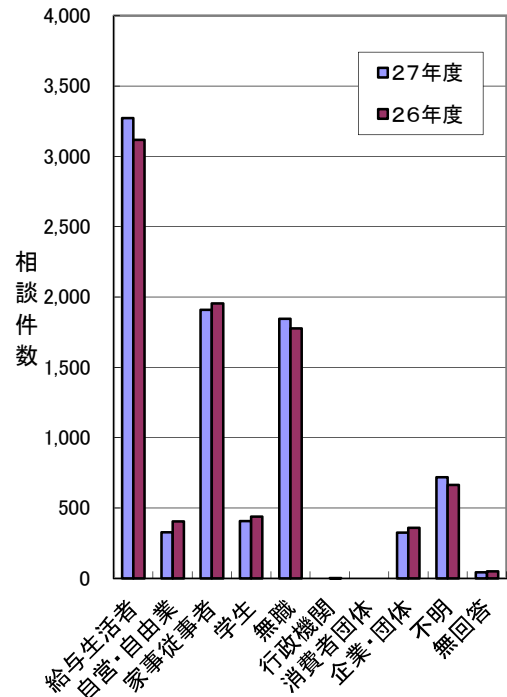


3 契約当事者の職業等

職業別の人数では、給与生活者が 3,272 人と最も多く、次いで家事従事者が 1,909 人、無職 1,845 人と前年度と同じ順位になっています。

契約当事者の職業等(人) (件数)

| 区分 | 27年度 | 構成比 | 26年度 | 構成比 |
|--------|-------|--------|-------|--------|
| 給与生活者 | 3,272 | 37.0% | 3,117 | 35.6% |
| 自営・自由業 | 328 | 3.7% | 405 | 4.6% |
| 家事従事者 | 1,909 | 21.6% | 1,955 | 22.3% |
| 学生 | 408 | 4.6% | 439 | 5.0% |
| 無職 | 1,845 | 20.8% | 1,777 | 20.3% |
| 行政機関 | 0 | 0.0% | 1 | 0.0% |
| 消費者団体 | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% |
| 企業・団体 | 325 | 3.7% | 359 | 4.1% |
| 不明 | 718 | 8.1% | 664 | 7.6% |
| 無回答 | 44 | 0.5% | 49 | 0.6% |
| 合計 | 8,849 | 100.0% | 8,766 | 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 | 775 | 23.7% |
| 2 | 不動産貸借 | 304 | 9.3% |
| 3 | インターネット接続回線 | 156 | 4.8% |

自営・自由業

| 順位 | 商品名 | 件数 | 構成比 |
|----|-----------|----|-------|
| 1 | デジタルコンテンツ | 75 | 22.9% |
| 2 | 不動産貸借 | 27 | 8.2% |
| 3 | 工事・建築 | 16 | 4.9% |

家事従事者

| 順位 | 商品名 | 件数 | 構成比 |
|----|-----------|-----|-------|
| 1 | デジタルコンテンツ | 362 | 19.0% |
| 2 | 工事・建築 | 70 | 3.7% |
| 3 | 商品一般 | 69 | 3.6% |

学生

| 順位 | 商品名 | 件数 | 構成比 |
|----|-------------|-----|-------|
| 1 | デジタルコンテンツ | 181 | 44.4% |
| 2 | エステティックサービス | 16 | 3.9% |
| 3 | 役務その他サービス | 12 | 2.9% |

無職

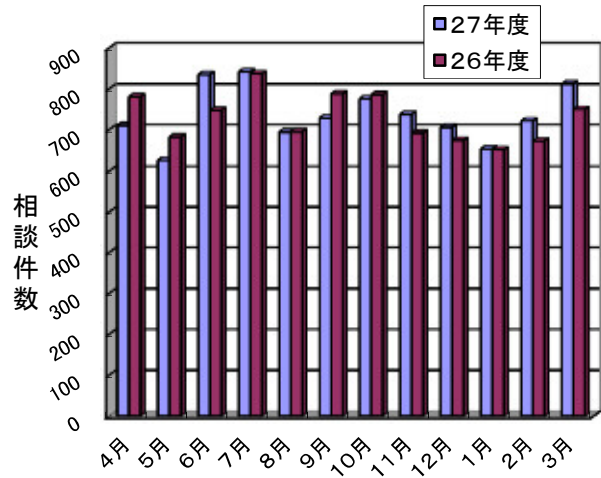
| 順位 | 商品名 | 件数 | 構成比 |
|----|-----------|-----|-------|
| 1 | デジタルコンテンツ | 338 | 18.3% |
| 2 | 商品一般 | 85 | 4.6% |
| 3 | 工事・建築 | 84 | 4.6% |

4 月別相談取扱件数

平成27年度の月別取扱件数は、最も多かった7月が842件、最も少なかった5月が627件、月平均で約737件の相談がありました。

月別相談取扱件数

| 月 | 27年度 | 構成比 | 26年度 | 構成比 |
|-----|-------|--------|-------|--------|
| 4月 | 711 | 8.0% | 781 | 8.9% |
| 5月 | 627 | 7.1% | 684 | 7.8% |
| 6月 | 835 | 9.4% | 748 | 8.5% |
| 7月 | 842 | 9.5% | 837 | 9.5% |
| 8月 | 695 | 7.9% | 696 | 7.9% |
| 9月 | 729 | 8.2% | 788 | 9.0% |
| 10月 | 776 | 8.8% | 786 | 9.0% |
| 11月 | 738 | 8.3% | 693 | 7.9% |
| 12月 | 707 | 8.0% | 676 | 7.7% |
| 1月 | 655 | 7.4% | 653 | 7.4% |
| 2月 | 722 | 8.2% | 674 | 7.7% |
| 3月 | 812 | 9.2% | 750 | 8.6% |
| 合計 | 8,849 | 100.0% | 8,766 | 100.0% |



5 不当請求に関する相談の月別相談取扱件数

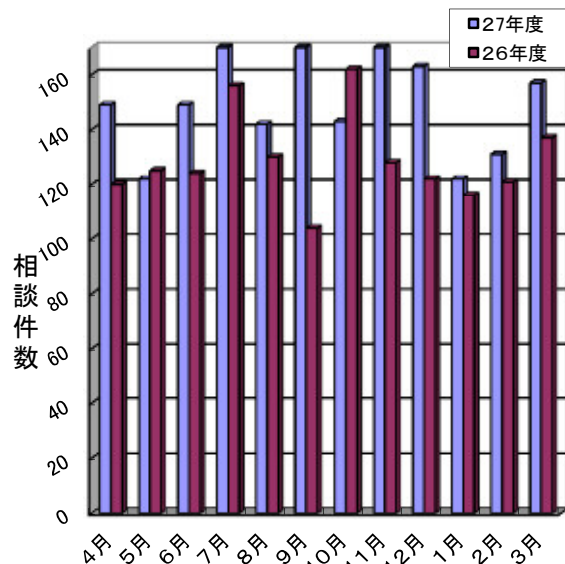
平成27年度は、不当請求(架空請求を含む)に関して1,812件の相談を受け付けました。これは、全相談件数(8,849件)の20.5%を占めています。

月別の相談件数は9月が184件と最も多く、相談取扱件数に対する比率も9月が25.2%と最も高くなりました。

不当請求の内容は「スマートフォンに『本日中に連絡がなければ法的手続きをとる』という簡易メールが届いたが、身に覚えがない。どうしたらよいか」、「『有料動画の閲覧履歴がある』という簡易メールが届き、ネットで探した相談窓口に電話したが、キャンセルした。伝えた個人情報に心配」などです。また、「クレジットカードの請求明細書に、利用したことのない店舗からの請求やオンラインゲームからの請求、注文と異なる商品の請求が上がってきて困惑」と言った相談も寄せられていますので、消費者各々が請求書の内容等をきちんと確認するなどの自己防衛を図ることも大切です。

不当請求に関する月別相談取扱件数

| 月 | 27年度 | 構成比 | 26年度 | 構成比 |
|-----|-------|-------|-------|-------|
| 4月 | 149 | 21.0% | 120 | 15.4% |
| 5月 | 122 | 19.5% | 125 | 18.3% |
| 6月 | 149 | 17.8% | 124 | 16.6% |
| 7月 | 177 | 21.0% | 156 | 18.6% |
| 8月 | 142 | 20.4% | 130 | 18.7% |
| 9月 | 184 | 25.2% | 104 | 13.2% |
| 10月 | 143 | 18.4% | 162 | 20.6% |
| 11月 | 173 | 23.4% | 128 | 18.5% |
| 12月 | 163 | 23.1% | 122 | 18.0% |
| 1月 | 122 | 18.6% | 116 | 17.8% |
| 2月 | 131 | 18.1% | 121 | 18.0% |
| 3月 | 157 | 19.3% | 137 | 18.3% |
| 合計 | 1,812 | 20.5% | 1,545 | 17.6% |



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位の「デジタルコンテンツ」は、架空請求を含む不当請求に関するものが多く、「携帯電話に『債権回収担当』というタイトルでサイト料を請求するメールが送られてきたが、心当たりはない。放置しても大丈夫か」などの相談が多数寄せられ、26年度(1,589件)と比較して13.5%の増加となり、依然として増加傾向が続いています。

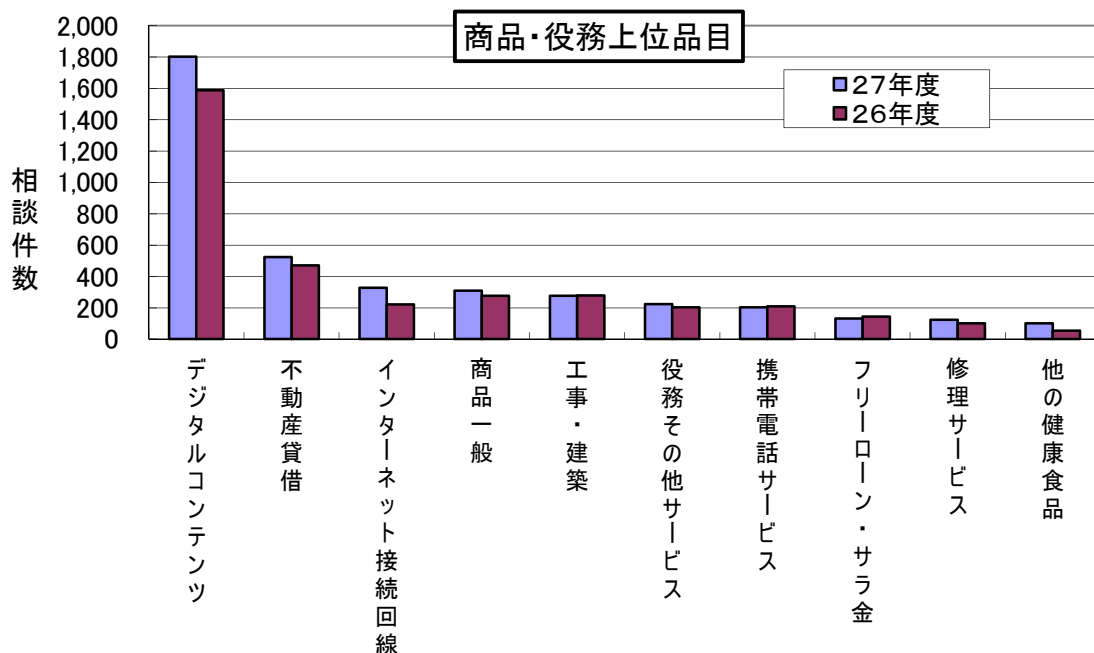
26年度と比較し、構成比が増加した3位の「インターネット接続回線」も「訪問した事業者に長時間勧誘され、契約しないといけないと勘違いし、光回線のプロバイダを契約してしまったが、解約したい」といった相談が寄せられ、前年度比48.4%の増加となりました。10位の「他の健康食品」は、「ネットで申し込んだダイエットサプリメントが定期購入だとわかった。『解約したい』と申し出たが、断られた。納得できない」などという相談が寄せられ、前年度比83.6%の増加となりました。

当事者年代別にみると、26年度に引き続いてすべての年代で「デジタルコンテンツ」が1位となっており、年代を問わず多くの相談が寄せられています。

商品・役務上位品目(件数)

| 順位 | 商品・サービス | 27年度 | 構成比 | 26年度 | 構成比 | 備考 |
|----|-------------|-------|-------|-------|-------|--------------------------------|
| 1 | デジタルコンテンツ | 1,803 | 20.4% | 1,589 | 18.1% | 不当請求 1,531 件他 |
| 2 | 不動産貸借 | 523 | 5.9% | 470 | 5.4% | 賃貸アパート 473 件他 |
| 3 | インターネット接続回線 | 328 | 3.7% | 221 | 2.5% | |
| 4 | 商品一般 | 309 | 3.5% | 277 | 3.2% | 不当請求 40 件他 |
| 5 | 工事・建築 | 276 | 3.1% | 279 | 3.2% | 新築工事 55 件、 リフォーム工事(※)147 件他 |
| 6 | 役務その他サービス | 224 | 2.5% | 204 | 2.3% | |
| 7 | 携帯電話サービス | 203 | 2.3% | 209 | 2.4% | |
| 8 | フリーローン・サラ金 | 132 | 1.5% | 144 | 1.6% | 多重債務 58 件他 |
| 9 | 修理サービス | 124 | 1.4% | 102 | 1.2% | |
| 10 | 他の健康食品 | 101 | 1.1% | 55 | 0.6% | |

※「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 | 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 | 260 | デジタルコンテンツ | 145 | 他の健康食品 | 6 | テレビ放送サービス | 5 | (3位) 役務その他サービス | 5 | 健康食品 タレント・モデル内職 | 各4 |
| 20歳代 | 899 | デジタルコンテンツ | 200 | 不動産貸借 | 71 | エステティックサービス | 45 | インターネット接続回線 | 34 | モバイルデータ通信 | 25 |
| 30歳代 | 1,374 | デジタルコンテンツ | 250 | 不動産貸借 | 159 | インターネット接続回線 | 55 | 商品一般 | 33 | 携帯電話サービス | 29 |
| 40歳代 | 1,713 | デジタルコンテンツ | 442 | 不動産貸借 | 96 | インターネット接続回線 | 76 | 商品一般 | 68 | 携帯電話サービス 役務その他サービス | 各46 |
| 50歳代 | 1,254 | デジタルコンテンツ | 287 | 不動産貸借 | 75 | 工事・建築 | 53 | インターネット接続回線 | 42 | 商品一般 | 40 |
| 60歳代 | 1,116 | デジタルコンテンツ | 287 | 工事・建築 | 47 | 商品一般 | 44 | インターネット接続回線 | 41 | 不動産貸借 | 34 |
| 70歳以上 | 1,562 | デジタルコンテンツ | 161 | 工事・建築 | 98 | 商品一般 | 67 | インターネット接続回線 | 57 | 役務その他サービス | 51 |
| 総件数 | 8,849 | デジタルコンテンツ | 1,803 | 不動産貸借 | 523 | 工事・建築 | 328 | 商品一般 | 309 | インターネット接続回線 | 276 |

※ 合計には年代不明及び団体（法人・事業者）の719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、センターへの相談は「契約・解約」に関するものが中心になっており、全相談件数の8割近くを占めています。

内容別分類(件数)

| 内容 | 27年度 | 構成比 |
|----------------|--------|-------|
| 安全・衛生 | 165 | 1.9% |
| 品質・機能、役務 品質 | 1,577 | 17.8% |
| 法規・基準 | 209 | 2.4% |
| 価格・料金 | 1,291 | 14.6% |
| 計量・量目 | 9 | 0.1% |
| 表示・広告 | 732 | 8.3% |
| 販売方法 | 5,158 | 58.3% |
| 契約・解約 | 6,984 | 78.9% |
| 接客対応 | 1,414 | 16.0% |
| 包装・容器 | 10 | 0.1% |
| 施設・設備 | 10 | 0.1% |
| 買物相談 | 11 | 0.1% |
| 生活知識 | 15 | 0.2% |
| その他 | 34 | 0.4% |
| 不明 | 282 | 3.2% |
| 合計 | 17,901 | — |

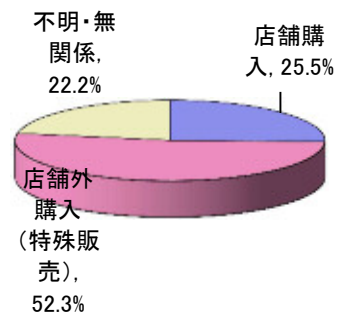
(複数計上)

8 販売購入形態

店舗外購入(特殊販売)が半数以上(全体の52.3%)を占めており、その中でも通信販売が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1,655件で、51.1%を占めています。

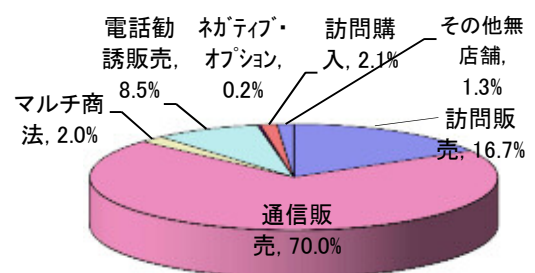
販売購入形態(件数)

| 形態 | 27年度 | 構成比 | 26年度 | 構成比 |
|-------------|-------|--------|-------|--------|
| 店舗購入 | 2,259 | 25.5% | 2,280 | 26.0% |
| 店舗外購入(特殊販売) | 4,626 | 52.3% | 4,502 | 51.4% |
| 不明・無関係 | 1,964 | 22.2% | 1,984 | 22.6% |
| 合計 | 8,849 | 100.0% | 8,766 | 100.0% |



店舗外購入(特殊販売)の内訳(件数)

| 形態 | 27年度 | 構成比 | 26年度 | 構成比 |
|-------------|-------|--------|-------|--------|
| 訪問販売 | 773 | 16.7% | 755 | 16.8% |
| 通信販売 | 3,239 | 70.0% | 3,078 | 68.4% |
| マルチ商法 | 91 | 2.0% | 94 | 2.1% |
| 電話勧誘販売 | 391 | 8.5% | 415 | 9.2% |
| ネガティブ・オプション | 11 | 0.2% | 12 | 0.3% |
| 訪問購入 | 61 | 1.3% | 86 | 1.9% |
| その他無店舗 | 60 | 1.3% | 62 | 1.4% |
| 合計 | 4,626 | 100.0% | 4,502 | 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、キヤッチセールス、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 | 125 | 16.2% |
| 2 | 新聞 | 73 | 9.4% |
| 3 | 修理サービス | 50 | 6.5% |

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 | 1,761 | 54.4% |
| 2 | 役務その他サービス | 92 | 2.8% |
| 3 | 他の健康食品 | 73 | 2.3% |

マルチ商法の上位品目

| 順位 | 商品名 | 件数 | 構成比 |
|----|----------|----|-------|
| 1 | 他の内職・副業 | 16 | 17.6% |
| 2 | 健康食品 | 10 | 11.0% |
| 3 | 複合サービス会員 | 7 | 7.7% |

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 | 143 | 36.6% |
| 2 | 役務その他サービス | 42 | 10.7% |
| 3 | 商品一般 | 20 | 5.1% |

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 | 商品一般 | 2 | 18.2% |

訪問購入の上位品目

| 順位 | 商品名 | 件数 | 構成比 |
|----|-------|----|-------|
| 1 | 商品一般 | 10 | 16.4% |
| 2 | 四輪自動車 | 9 | 14.8% |

9 契約購入金額及び既支払金額

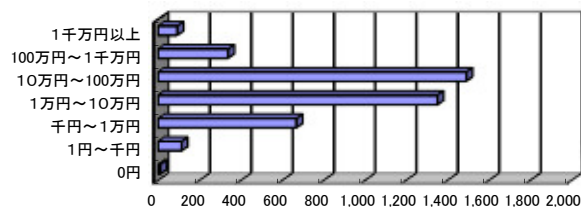
平成27年度の相談における金額別契約購入件数は、“不明”を除くと、“10万円以上100万円未満”が1,491件と最多ですが、26年度に引き続いて“1万円以上10万円未満”の相談も1,351件と多くなっています。金額別既支払件数では、“0円”“不明”を除くと、“1万円以上10万円未満”が最も多く、697件でした。

契約購入金額の平均額は1,608,680円、最高額は8億円で「5ヵ月前に店舗を取り壊し、店舗の上に賃貸アパートを建てる契約をした。現在融資の審査中だが、返済できるかなど契約内容が不審」という相談でした。また、既支払金額の平均額は838,645円、最高額は1億3千万円で「証券会社を信用して株式投資を任せていたが、投資額の半分以上の損失が発生していることに気付いた。騙されたのだろうか」という相談でした。

金額別契約購入件数及び既支払件数

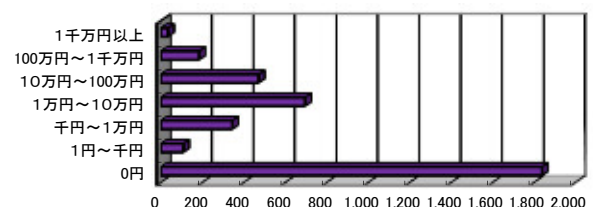
| 金額別 | 契約・購入件数 | 構成比 | 既支払件数 | 構成比 |
|----------------|---------|--------|-------|--------|
| 1億円以上 | 7 | 0.1% | 2 | 0.0% |
| 1千万円以上～1億円未満 | 86 | 1.0% | 33 | 0.4% |
| 100万円以上～1千万円未満 | 338 | 3.8% | 186 | 2.1% |
| 10万円以上～100万円未満 | 1,491 | 16.8% | 472 | 5.3% |
| 1万円以上～10万円未満 | 1,351 | 15.3% | 697 | 7.9% |
| 1千円以上～1万円未満 | 668 | 7.5% | 345 | 3.9% |
| 1円以上～1千円未満 | 113 | 1.3% | 109 | 1.2% |
| 0円 | 11 | 0.1% | 1,839 | 20.8% |
| 不明 | 4,784 | 54.1% | 5,166 | 58.4% |
| 合計 | 8,849 | 100.0% | 8,849 | 100.0% |

契約・購入件数



相談件数

既支払件数



相談件数

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 |
| デジタルコンテンツ | 289,510円 | 20,000,000円 | 744,097円 | 20,000,000円 |
| 不動産貸借 | 182,667円 | 4,250,000円 | 129,144円 | 450,000円 |
| インターネット接続回線 | 19,205円 | 236,280円 | 42,153円 | 236,280円 |
| 商品一般 | 473,893円 | 10,000,000円 | 23,339円 | 81,000円 |
| 工事・建築 | 14,004,491円 | 800,000,000円 | 2,895,126円 | 25,000,000円 |
| 役務その他サービス | 3,522,057円 | 400,000,000円 | 353,406円 | 3,200,000円 |
| 携帯電話サービス | 109,951円 | 900,000円 | 16,847円 | 80,000円 |
| フリーローン・サラ金 | 1,079,143円 | 12,000,000円 | 476,286円 | 1,525,000円 |
| 修理サービス | 135,637円 | 1,620,000円 | 64,268円 | 840,000円 |
| 他の健康食品 | 28,258円 | 500,000円 | 17,138円 | 222,000円 |
| 平成27年度平均額 | 1,608,680円 | | 838,645円 | |
| (平成26年度平均額) | 1,125,744円 | | 905,388円 | |

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、平成27年度の危害に関する相談件数は129件となり、前年度に比較して34.4%増加しました。1位は「皮膚障害」、2位は「刺傷・切傷」、3位は「消化器障害」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、平成27年度の危険に関する相談件数は44件、前年度比較で27.9%の減少でした。1位は「破損・折損」・「異物の混入」、3位は「部品脱落」でした。

危害(件数)

| 危害内容 | 27年度 | 26年度 | 危害内容 | 27年度 | 26年度 |
|------------|------|------|-------------|------|------|
| 皮膚障害 | 41 | 23 | 感覚機能の低下 | 1 | 3 |
| 刺傷・切傷 | 12 | 12 | 中毒 | 1 | 0 |
| 消化器障害 | 11 | 6 | 内臓損傷 | 0 | 0 |
| 擦過傷・挫傷・打撲傷 | 9 | 9 | 筋・腱の損傷 | 0 | 2 |
| 骨折 | 6 | 2 | 窒息 | 0 | 0 |
| 熱傷 | 6 | 8 | 凍傷 | 0 | 0 |
| 神経・脊髄の損傷 | 4 | 0 | 感覚障害 | 0 | 0 |
| 頭蓋(内)損傷 | 3 | 0 | その他の傷病及び諸症状 | 28 | 29 |
| 呼吸器障害 | 3 | 1 | 不明 | 3 | 0 |
| 脱臼・捻挫 | 1 | 1 | 合 計 | 129 | 96 |

危険(件数)

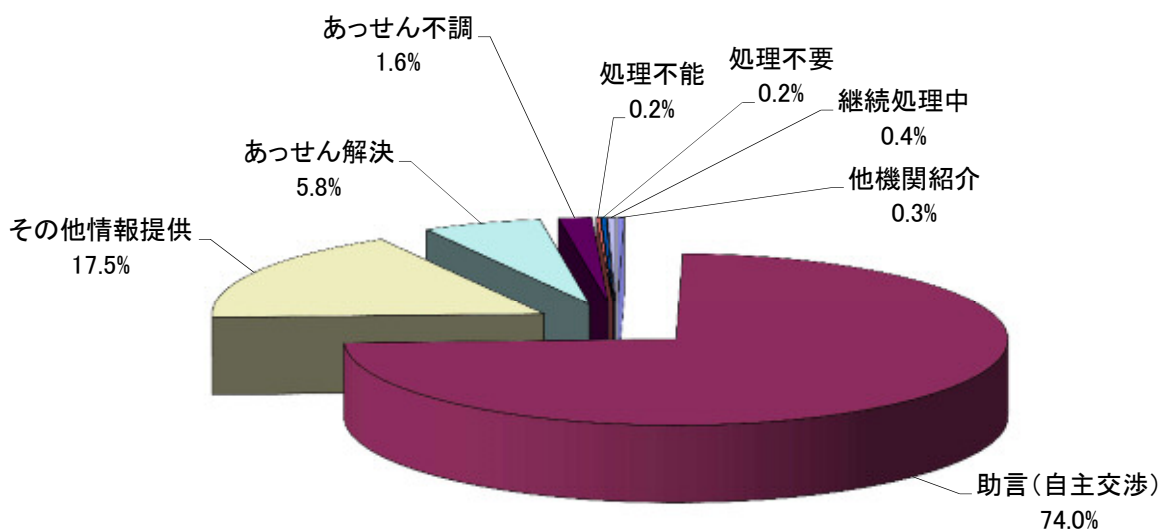
| 危険内容 | 27年度 | 26年度 | 危険内容 | 27年度 | 26年度 |
|-----------|------|------|------------|------|------|
| 破損・折損 | 6 | 8 | 点火・燃焼・消火不良 | 1 | 1 |
| 異物の混入 | 6 | 12 | 化学物質による危険 | 1 | 1 |
| 部品脱落 | 5 | 2 | 燃料・液漏れ等 | 1 | 1 |
| 転落・転倒・不安定 | 4 | 2 | 火災 | 0 | 0 |
| 過熱・こげる | 3 | 3 | ガス漏れ | 0 | 0 |
| 異物の侵入 | 3 | 0 | 漏電・電波等の障害 | 0 | 0 |
| 発火・引火 | 2 | 6 | 機能故障 | 0 | 3 |
| 破裂 | 2 | 3 | 操作・使用性の欠落 | 0 | 5 |
| バリ・鋭利 | 2 | 4 | その他 | 5 | 4 |
| 腐敗・変質 | 2 | 0 | 不明 | 0 | 0 |
| 発煙・火花 | 1 | 6 | 合 計 | 44 | 61 |

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 6,547 件（74.0%）、「その他情報提供」が 1,550 件（17.5%）、あっせん解決が 511 件（5.8%）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 35 件（0.4%）となっています。

処理結果

| | 件数 | 内 容 |
|----------|-------|---|
| 他機関紹介 | 29 | 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の。 |
| 助言（自主交渉） | 6,547 | 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の。 |
| その他情報提供 | 1,550 | 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。（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 | 511 | 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 | 141 | あっせん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 | 16 | 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 | 20 | 相談者が単に情報提供ただけで、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 | 35 | |
| 合計 | 8,849 | |



相談内容分類別件数

統計データ種別： 市民センター
 統計対象期間： 2015年04月～2016年03月
 統計対象センター： 川崎市消費者行政センター
 出力年月日： 2016年06月27日

| 商品大分類 | 相談内容分類 | 受付件数 | 安全・衛生 | 品役 質務 品 機費 能 | 法 規 ・ 基 準 | 価 格 ・ 料 金 | 計 量 ・ 量 目 | 表 示 ・ 広 告 | 販 売 方 法 | 契 約 ・ 解 約 | 接 客 対 応 | 包 装 ・ 容 器 | 施 設 ・ 設 備 | 買 物 相 談 | 生 産 知 識 | そ の 他 |
|-------------|--------|-----------------|-------|--------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|------------------|-----------------------|------------------|-----------------------|-----------------------|------------------|------------------|-------------|
| 商品一般 | | (293) 309 | 4 | 7 | 12 | 22 | 0 | 32 | 162 | 181 | 45 | 0 | 3 | 0 | 0 | 1 |
| 食料品 | | (349) 366 | 23 | 109 | 7 | 30 | 2 | 81 | 208 | 258 | 72 | 2 | 1 | 1 | 3 | 0 |
| 住居品 | | (354) 366 | 18 | 173 | 5 | 50 | 0 | 37 | 193 | 280 | 74 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 |
| 光熱水品 | | (80) 92 | 2 | 13 | 3 | 34 | 1 | 8 | 32 | 48 | 12 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| 被服品 | | (348) 362 | 3 | 84 | 5 | 34 | 1 | 63 | 268 | 303 | 55 | 2 | 0 | 2 | 3 | 0 |
| 保健衛生品 | | (203) 210 | 33 | 84 | 4 | 44 | 1 | 30 | 110 | 160 | 41 | 3 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| 教養娯楽品 | | (619) 645 | 10 | 204 | 8 | 73 | 0 | 66 | 393 | 513 | 146 | 1 | 0 | 1 | 0 | 2 |
| 車両・乗り物 | | (141) 147 | 1 | 47 | 4 | 16 | 0 | 23 | 82 | 128 | 43 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| 土地・建物・設備 | | (282) 289 | 4 | 83 | 10 | 59 | 2 | 24 | 157 | 191 | 57 | 1 | 0 | 2 | 2 | 2 |
| 他の商品 | | (7) 7 | 0 | 1 | 3 | 1 | 0 | 0 | 4 | 6 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| クリーニング | | (85) 88 | 0 | 75 | 3 | 4 | 0 | 0 | 5 | 65 | 48 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| レンタル・リース・貸借 | | (562) 596 | 3 | 149 | 27 | 234 | 0 | 14 | 116 | 494 | 118 | 0 | 2 | 0 | 0 | 3 |
| 工事・建築・加工 | | (265) 281 | 0 | 108 | 6 | 74 | 0 | 15 | 141 | 207 | 66 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 |
| 修理・補修 | | (124) 128 | 1 | 50 | 0 | 65 | 0 | 15 | 48 | 83 | 38 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 |
| 管理・保管 | | (37) 41 | 0 | 16 | 1 | 13 | 0 | 4 | 2 | 29 | 13 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 |
| 役務一般 | | (15) 16 | 0 | 2 | 0 | 0 | 0 | 0 | 15 | 14 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 金融・保険サービス | | (436) 456 | 0 | 12 | 19 | 62 | 0 | 29 | 221 | 384 | 69 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 |
| 運輸・通信サービス | | (2,642) 2,677 | 2 | 132 | 29 | 198 | 0 | 102 | 2,283 | 2,503 | 247 | 0 | 1 | 0 | 0 | 2 |
| 教育サービス | | (58) 60 | 0 | 9 | 2 | 11 | 0 | 1 | 20 | 58 | 10 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 教養・娯楽サービス | | (302) 316 | 5 | 27 | 10 | 64 | 0 | 48 | 152 | 272 | 61 | 0 | 1 | 0 | 0 | 2 |
| 保険・福祉サービス | | (369) 413 | 41 | 120 | 19 | 91 | 1 | 38 | 148 | 281 | 91 | 0 | 0 | 1 | 2 | 5 |
| 他の役務 | | (552) 578 | 13 | 61 | 19 | 105 | 1 | 95 | 329 | 455 | 91 | 0 | 1 | 1 | 0 | 5 |
| 内職・副業・おすみ講 | | (53) 54 | 0 | 0 | 3 | 5 | 0 | 5 | 48 | 52 | 6 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 |
| 他の行政サービス | | (39) 60 | 2 | 11 | 10 | 2 | 0 | 2 | 6 | 19 | 11 | 0 | 0 | 0 | 1 | 9 |
| 他の相談 | | (114) 282 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 総件数 | | (8,329) 8,849 | 165 | 1,577 | 209 | 1,291 | 9 | 732 | 5,150 | 6,984 | 1,414 | 10 | 10 | 11 | 15 | 34 |

()内は苦情件数

電力の小売全面自由化って…？

選べる電力 さて…あなたの選択は！

一般家庭や街の小売店などではこれまで、東京電力や関西電力といった各地域の電力会社から電力の供給を受け、料金を支払っていました。

電力の小売自由化は、大規模な工場やデパート、オフィスビル等では既に2000年3月から開始されていましたが、一般家庭などにおいても2016年4月1日に解禁され、全ての消費者が、電力会社や発電方法、料金メニュー等により小売電気事業者を自由に選択できるようになりました。

このことで、ライフスタイルや価値観等により、電気の売り手やサービスを自由に選べるようになったのです。

事例

- Q1. 私は、地球環境を考え再生可能エネルギーの電気を選びたいと考えている。しかし、どの事業者が再生可能エネルギーの電気を販売しているかわからない。どこで情報を得ることができるのだろうか。
- A1. 例えば資源エネルギー庁（経済産業省）ホームページの登録小売電気事業者一覧から、各事業者のホームページにリンクして確認する。NPO 法人等が運営する再生可能エネルギーについて考えるキャンペーンのホームページなどで確認する。などの方法がありますが、再生可能エネルギー中心の電力はまだ少なく、全ての電力を再生可能エネルギーで賄うことは非常に難しい状況ですので、サービスの内容を十分に検討する必要があります。【アドバイスの③をご参照ください】
- Q2. ケーブルテレビ事業者とテレビや電話、インターネットの契約をしているが、さらに「電気をセットで契約すると電気料金が安くなる」と勧誘されたが本当なのか。
- A2. 電気のの小売事業へ参入する事業者が増え、競争が生まれることで、様々な料金メニュー・サービスが登場しています。例えば、電気とガス、電気と携帯電話、電気とケーブルテレビ、電気とガソリンなどの組み合わせによるセット割引や、ポイントサービス、さらには家庭の省エネ診断サービスなどが登場しています。消費者は自分のライフスタイルを分析し、メリットやデメリットを熟知する必要があります。
- Q3. 分譲マンションに居住しているが、戸別に電力会社の切り替えは可能か？
- A3. マンションにお住まいの方でも、電力会社との契約名義人が本人の場合であれば、電力会社の切り替えは可能です。ただし、管理組合などを通じ、マンション全体が一括して電気の購入契約を締結している場合もありますので、管理組合等にご確認ください。

<アドバイス>

- ① 小売電気事業者は、国の登録を受ける必要があります。契約しようとする事業者が登録事業者又はその代理店等であるか確認しましょう。登録事業者は、資源エネルギー庁（経済産業省）のホームページ又は同庁の問合せ窓口（電話0570-028-555）で確認することができます。
- ② 小売電気事業者は、契約時に消費者に対し電気料金の内容などについて書面を交付し説明することが義務付けられています。また、契約締結後に契約書面を交付することも義務付けられています。「料金が安くなる」と勧誘された場合には、どのような条件で安くなるのか、割引が適用されるのであれば対象期間や具体的な割引額等をよく確認してください。併せて ○契約期間や電気が供給される時期 ○契約期間満了後の契約更新手続き ○契約期間内に解約する場合の制約 ○解約手数料等の有無等についても確認してください。
- ③ 「Q1」のように、「再生可能エネルギーなどエネルギー源にこだわって電気を選び契約したい」という御相談も寄せられますが、小売電気事業者が電源の構成を開示することは義務ではありません。ただし、「再生可能エネルギー100%」など一定の電源構成を供給条件とする場合は、契約の際に電源構成の内訳を開示することになっていますので、十分に確認した上で契約してください。

電気通信事業法が改正されました！

電気通信事業法が改正（公布：平成27年5月22日、施行：平成28年5月21日）され、消費者保護ルールが充実・強化されました。

消費者保護ルールの具体的な改正ポイントは次の通りとなります。

【説明義務の充実】

- ・高齢者や障害者等、配慮が必要となる利用者に対して、その知識、経験、契約目的に配慮した説明を契約前に行うことが義務付けられました。（「適合性の原則」の導入）
- ・携帯電話サービスのいわゆる「2年縛り」契約等が自動更新される際に、利用者に事前通知することが義務付けられました。

【書面交付義務の導入】

- ・契約が成立した後は遅滞なく、締結された契約の内容を明らかにする書面（契約書面）を利用者に交付することが義務付けられます。契約書面には、次の事項が記載されます。

- | | |
|-----------------------|------------------------------|
| ①電気通信事業者の名称・連絡先等 | ⑦料金支払いの時期・方法 |
| ②電気通信役務の内容（名称・種類・品質等） | ⑧サービス提供開始の予定時期 |
| ③料金その他の経費 | ⑨付随する有料オプションサービスの名称・料金・解約条件等 |
| ④割引の条件 | ⑩初期契約解除制度の詳細（適用される場合） |
| ⑤契約変更・解約の連絡先・方法・条件等 | ⑪確認措置に関する事項（適用される場合） |
| ⑥契約特定事項（契約者番号等） | |

※契約内容についてはまずご自身の契約書面をチェックしましょう。

※利用者が文書等により明確な承諾の意思を示した場合には、電子メールやウェブサイト等により、契約書面が電子交付される場合もあります。

【初期契約解除制度の導入】

- ・一定の範囲の電気通信サービスの契約について、契約書面の受領日を初日とする8日間（移動通信サービスでサービスの提供開始日が契約書面の受領日より遅い場合は、その提供開始日を初日とする）が経過するまでは、電気通信事業者の合意なく利用者の都合のみにより契約を解除できます。通信サービスにおける“クーリング・オフ”的な制度となります。

◇初期契約解除の対象となる電気通信サービス

| | | | |
|------|---|------------------------|-------------|
| 移動通信 | ①MNOの携帯電話端末サービス NTTドコモ、KDDI、ソフトバンクが提供する主に携帯電話（ガラケー）・スマホ向けのサービス（音声付き・音声のみ）のことで。 | 「確認措置」の認定を受けたサービスは適用除外 | プライベート型は対象外 |
| | ②MNOの無線インターネット専用サービス NTTドコモ、KDDI、ソフトバンク、UQ Wimax が提供する主にルーター・タブレット向けのサービス（音声なし・データ通信専用）のことで。 | | |
| | ③MVNOの無線インターネット専用サービス 期間拘束付き MVNO が提供するルーター・タブレット向けのデータ通信専用サービスで、期間途中で変更・解約すると基本料金を超える違約金が生じるもののことで。 | | |
| 固定通信 | ①光回線によるインターネットサービス 回線のみの場合も含む。また光回線の卸売サービスも含む。 | | |
| | ②ケーブルテレビのインターネットサービス | | |
| | ③光回線・DSL回線向けのインターネット接続サービス 回線サービスと分離している場合。 | | |

注1 MNO（Mobile Network Operator：移動体通信事業者）
自ら移動体通信を行う回線網を持ち、通信サービスを提供する通信事業者のこと。

注2 MVNO（Mobile Virtual Network Operator：仮想移動体通信事業者）
自らは無線局などを開設せず、無線通信設備を持っている携帯電話事業者からネットワークを借りて独自のサービスを提供する事業者のこと。

【勧誘継続行為の禁止制度の導入】

- ・継続して勧誘を受けないと利用者が求めたにもかかわらず事業者又は代理店が勧誘を継続する行為や、事業者又は代理店が重要事項について事実でないことを告げる行為等が禁止されました。

【代理店に対する指導等の措置義務制度の導入】

- ・電気通信事業者が代理店に対し指導等の措置を講じることが義務付けられました。

～初期契約解除制度と確認措置について～

| | 初期契約解除制度 | 確認措置 |
|----------------------|---|--|
| 申請の期間 | ○契約書面を受け取った日から8日以内（第26条の3） | ○契約書面を受け取った日から最低8日以内（事業者が定める） |
| 申請の方法 | ○書面による ※契約後に交付される書面に記載 ・申し出が可能な期間 ・利用方法等 | ○契約後に交付される書面に記載の方法 （※総務大臣の認定を受けた場合のみ） ・確認措置が適用される条件 ・申し出が可能な期間 ・利用方法等 |
| 対象となるサービス | ○主要な固定インターネットサービス（光回線サービス）及び移動通信サービス（携帯電話サービス） ※「確認措置」の認定を受けた移動通信サービスは、初期契約解除に代えて確認措置を適用 | ○店舗販売および通信販売で契約した移動通信サービスで、総務大臣が認定 |
| 消費者の負担（クーリング・オフとの違い） | ○契約解除までに利用したサービスの利用料、契約解除までに行われた工事の費用、契約に基づく事務手数料 | ○携帯電話等の端末費用、電気通信サービスは違約金なしで契約解除 ※契約解除までの期間のサービス利用料・付随する有料オプションサービスの利用料（事業者の請求による） |

※ 電気通信サービスの契約を結ばれる際には、ご自分の契約が「初期契約解除制度」や「確認措置」の対象となるのか、また、「確認措置」が適用される場合の具体的な申出の方法等については、まず契約書面で確認してください（法律で契約書面への記載が義務付けられています）。

よくある質問 !?

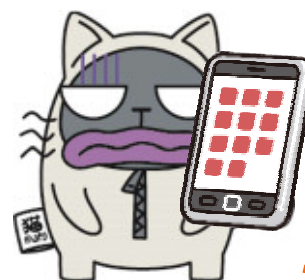
Q. 電気通信サービスの契約（携帯電話の契約）と、電力やインターネット回線（光ファイバーやモバイルデータ通信）など、他業種の商品とセットでお得に契約したいが、どんな点に注意が必要か？

A. 携帯端末を含む商品又は他業種の有償継続役務と電気通信役務を一体的に販売する場合（いわゆるセット販売）の取扱いについては、電気通信役務の利用を通常前提としたオプション（コンテンツサービス等）について、電気通信役務契約の解除に伴い自動的に解除されない場合又は電気通信役務契約と解除の方法が異なる場合に、そうした旨を説明することが望ましいと指針が示されていますが、本体の電気通信役務契約のみの契約という選択肢もあることを利用者に示すことなく、オプション加入が当然であるかのように装って加入させている事例もあります。

◆サービス内容が分からない場合、加入する必要があるかどうか分からない場合には、その場ですぐに契約（申込み）せず、分かるまで十分に説明を聞いたり、家族に相談したりじっくり考えましょう。

◆基本料金など、一定期間の契約継続を前提に料金が割引になる場合、途中で契約を解除すると違約金が発生する場合があります。

◆一定期間終了後も、更新時期のズレにより、一部が中途解約となり違約金が発生する場合がありますので注意してください。



—電子メール相談受付状況—

1 メール相談のしくみ

消費者相談の利便性向上のため、平成20年4月から電子メールによる相談受付を行っています。本市ホームページの専用フォームから入力・送信されたメールに対して、着信日の翌日を受付日として2～5日ほどで、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)により回答するものです。

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。更なる相談やあっせん*を希望する場合は、電話・来所での対応となります。

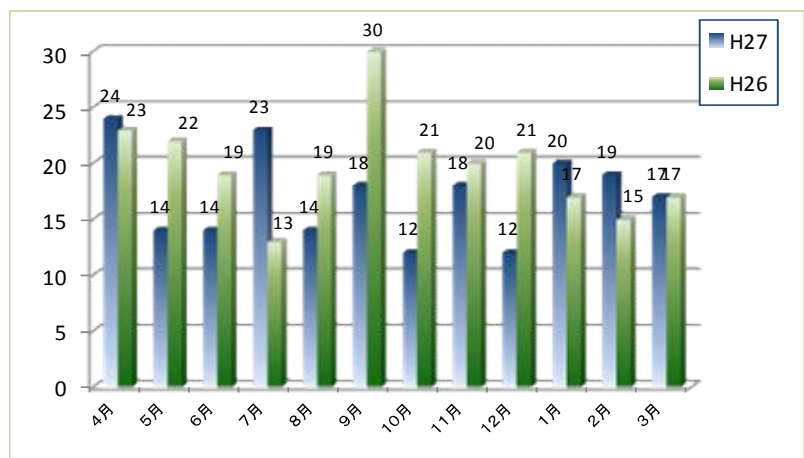
電話で回答する場合は、必要に応じてあっせん*に入るなど、解決に向けたサポートを行っています。

* 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。

2 月別相談件数

最も多い月は4月の24件、最も少ない月は10月及び12月の12件となっています。

| | H27 | H26 |
|-----|-----|-----|
| 4月 | 24 | 23 |
| 5月 | 14 | 22 |
| 6月 | 14 | 19 |
| 7月 | 23 | 13 |
| 8月 | 14 | 19 |
| 9月 | 18 | 30 |
| 10月 | 12 | 21 |
| 11月 | 18 | 20 |
| 12月 | 12 | 21 |
| 1月 | 20 | 17 |
| 2月 | 19 | 15 |
| 3月 | 17 | 17 |
| 計 | 205 | 237 |



3 送信時間

送信時間は、センター開所日の時間内(9時～16時)が49件で23.9%、開所時間外(16時～24時、0時～9時、土日祝日の9時～16時)が156件で76.1%となっており、開所時間外の有効な相談手段となっています。

| 時間 | 件数 |
|--------------|-----|
| 16時～24時 | 98 |
| 0時～9時 | 35 |
| 9時～16時(土日祝日) | 23 |
| 9時～16時(開所日) | 49 |
| 合計 | 205 |

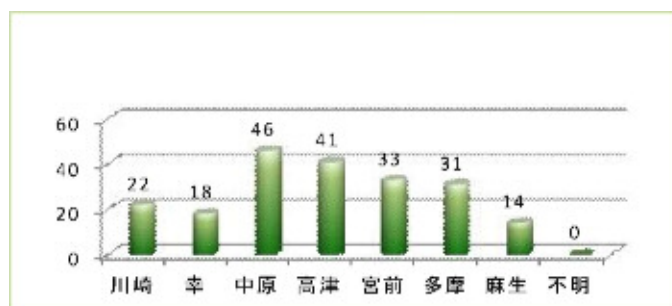
4 相談者の状況

職業別でみると、第1位は「給与生活者」の164件で、全体の80.0%を占めています。第2位は「自営・自由業」の12件(5.9%)、第3位は「家事従事者」で10件(4.9%)、第4位は「無職」で8件(3.9%)となっています。

男女別では、男性が124件、女性が81件。年代別では、30歳代(70件)と40歳代(49件)で全体の約6割を占め、20歳代(40件)を加えると全体の8割近くになります。

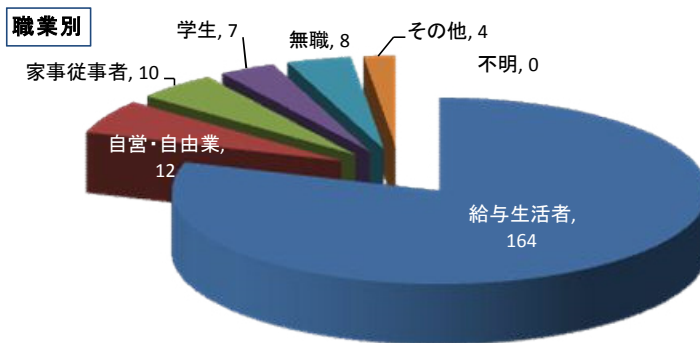
(1) 居住区別

| 居住区 | 件数 |
|-----|-----|
| 川崎 | 22 |
| 幸 | 18 |
| 中原 | 46 |
| 高津 | 41 |
| 宮前 | 33 |
| 多摩 | 31 |
| 麻生 | 14 |
| 不明 | 0 |
| 計 | 205 |



(2)職業別

| 職業 | 件数 |
|--------|-----|
| 給与生活者 | 164 |
| 自営・自由業 | 12 |
| 家事従事者 | 10 |
| 学生 | 7 |
| 無職 | 8 |
| その他 | 4 |
| 不明 | 0 |
| 計 | 205 |



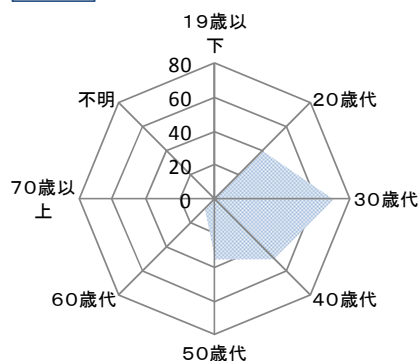
(3)男女別

| 性別 | 件数 |
|----|-----|
| 男 | 124 |
| 女 | 81 |
| 不明 | 0 |
| 計 | 205 |

(4)年代別

| 年代 | 件数 |
|-------|-----|
| 19歳以下 | 2 |
| 20歳代 | 40 |
| 30歳代 | 70 |
| 40歳代 | 49 |
| 50歳代 | 36 |
| 60歳代 | 8 |
| 70歳以上 | 0 |
| 不明 | 0 |
| 計 | 205 |

年代別



5 商品・役務(サービス)上位品目

商品別に見ると「デジタルコンテンツ」が1位、「不動産貸借」が2位、「インターネット接続回線」が3位となっています。相談のあった8位(下表の9品目)までで全体の約4割を占めています。

| 順位 | 商品名 | 件数 |
|----|-------------|----|
| 1 | デジタルコンテンツ | 30 |
| 2 | 不動産貸借 | 17 |
| 3 | インターネット接続回線 | 14 |
| 4 | 携帯電話サービス | 11 |
| 5 | モバイルデータ通信 | 6 |

| 順位 | 商品名 | 件数 |
|----|-----------|----|
| 5 | クリーニング | 6 |
| 7 | 紳士・婦人用バッグ | 5 |
| 8 | 役務その他サービス | 4 |
| 8 | 医療サービス | 4 |

6 メール相談の現況

平成27年度の電子メール相談受付件数は合計205件で、前年度(平成26年度、合計237件)と比較すると32件、13.5%の減少となりました。

今年度の特徴としては、前年度に引き続きデジタルコンテンツ(前年度1位)、不動産賃貸(前年度3位)、インターネット接続回線(前年度2位)がトップスリーを形成しており、件数もほぼ横ばいとなっています。また例年度同様にICT(情報通信技術)関連の相談件数が多くなっています。

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連絡できない方も手軽に利用できることが大きな利点となっています。メールによる回答を希望した場合、メールで寄せられた情報をもとに、センターが事業者へ事実確認を行うことやあっせんに入ることにはできないため、回答にあたっては、相談者が自主交渉していく上で必要となる基本的な考え方や、出来る限り具体的な助言を伝えています。しかし、相談者から送信されたメールの内容によっては、内容が判断できず的確な助言を行うことが難しい場合や、速やかにセンターがあっせんに入ることが望ましいと思われるような場合は、メールによる回答を希望する場合であっても、センターから電話連絡した上で詳しい内容を聞き取り、そのまま助言やあっせん等を行うことにより早期解決につながるよう対応していますが、どうしても連絡がつかない場合には、電話か来所での相談を促すメールを返信しています。

※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、消費生活相談件数に計上していません。

～増加傾向の相談～

身に覚えのない請求(架空請求)は連絡しない！支払わない！

川崎市消費者行政センターに限らず、全国各地の消費生活センターに、「有料サイト利用料」、「デジタルコンテンツ利用料」、「出会い系サイト利用料」、「総合情報サイト登録料」、「(商品を指定しない)債権」、「他社から譲渡された債権」などといった名目で、利用した覚えがない架空請求に関する相談が数多く寄せられています。

事例

1. 「最終通告！有料動画サイトや有料コンテンツの利用履歴がある。本日中に連絡がない場合は法的手続きをとる。」というような、身に覚えのない文書が「スマートフォン」や「携帯電話」のショートメッセージサービス(SMS)、時には「はがき」を利用して届き、最後に先方の電話番号が表示されている。不安だ。
2. 携帯電話の着信履歴に電話をしたら自動音声で、「あなたに対する未処理の債権がある。5日以内に所定の手続きが無い場合は裁判手続きをとる」とのアナウンスが流れ困惑した。

特徴

- ・0～9 の番号の羅列で通信可能なショートメッセージサービス(SMS)が多用されている。ショートメッセージサービスは相手を知らなくても一方的に通信が可能。
- ・「最終通告」「訴訟受理」などと記述し、裁判をイメージさせ不安感を煽る。
- ・利用した月日やサイト名、利用料金や債務の内容等具体的な請求根拠が無い。
- ・公的機関や弁護士、実在する事業者の名をかたり、正式な通知の雰囲気をかもし出している。
- ・「本日中に連絡が無い場合は法的手続きを取る」などと焦らせ、不安感を煽受信者から連絡を入れさせる。
- ・請求額は5～6万から30～40万と何とか支払えそうな範囲の額が多く、24 時間以内なら更に値引きといったケースも多い。
- ・支払いはコンビニで購入可能なギフトカードやプリペイドカードを指定し、シリアルナンバーを通知させるケースが増加している。

解説

- ・インターネットを使用した経験がある人ならば、一度や二度は何かしらのサイトに入り込んだ経験があるため、「もしかしら、この前のあのサイトのことも…」と思わせたり、「心当たりのない方はこちらに連絡を」と言って連絡させたりする手口です。
- ・巧みに消費者側から連絡させ「本人確認のため」と言い、住所や氏名、生年月日などの個人情報を聞き出します。
- ・また「昨年11月に利用した履歴が残っている」「孫が利用したのではないか？」などと記憶の曖昧な履歴等を、あたかも事実であるかの様に伝え、且つ訴訟等をイメージさせた上でつけ込んでいきます。
- ・マイナンバーに訴訟履歴が登録されるなどと、消費者が熟知しきれていない新たな制度などを巧みに利用し、虚偽の説明等で不安感を煽り、利用料を請求します。

<アドバイス>

- ◆メールを送信した時点では受け手を特定する情報を持っていない可能性が高いので、身に覚えのないものであれば、相手に連絡しないことが大切です。
- ◆慌ててインターネットで検索し上位に出て来た探偵事業者等に依頼しても、架空請求事業者からの請求を止めたり解決に向けた交渉を行ったりすることはできません。
- ◆とにかく連絡しない！支払わない！不安であれば今すぐ 200-3030 消費者行政センターへお電話を！



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

平成28年7月発行