

平成28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
12	土曜日電話相談	11
	増加傾向の相談 “格安スマホ” のトラブル	13
	消費生活関連講座 消費者契約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 ー被害の回復ー（救済金額について）	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29年6月2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28年度消費生活相談

## I. 概要

### 1 相談件数

平成28年度に本市で受け付けた相談件数は9,138件で、前年度に比べて3.3%増加しました。28年度から土曜日の電話相談を開始し、相談日の増加に伴い、相談件数も増加しました。28年度の全相談件数9,138件から土曜日相談件数の663件を除くと8,475件となり、27年度から減少しています。27年度までは「デジタルコンテンツ」に関する架空請求の相談が年々増加していましたが、28年度は「デジタルコンテンツ」に関しての相談件数は約13%減少しました。しかし、例年と変わらず上位品目1位です。28年度は「ネットで500円のサプリメントを申し込んだつもりが定期購入だった。」といった「他の健康食品」に関する相談、「テレビ放送サービス」や「携帯電話サービス」に関する相談が増加しています。

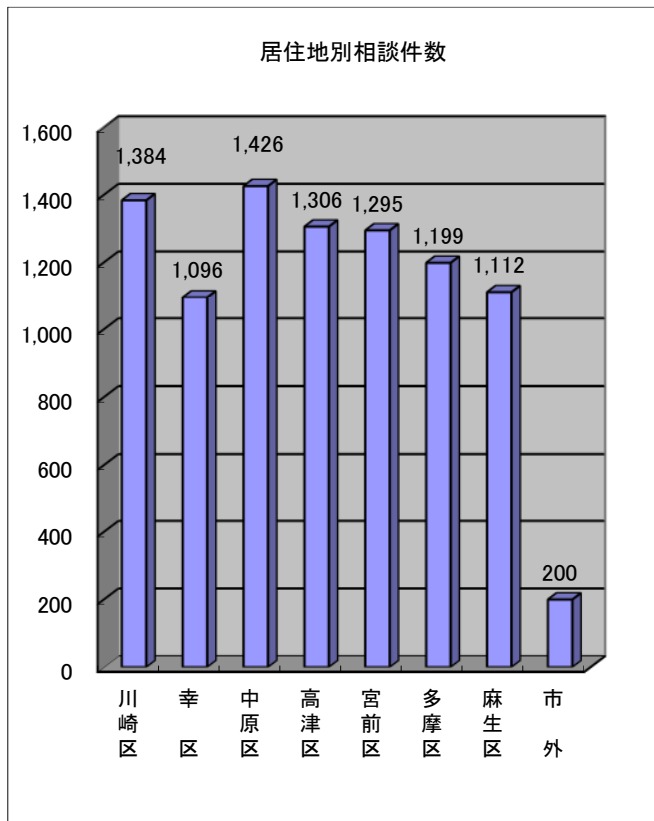
(※商品・役務上位品目の用語説明については概要の裏面参照)

相談者を住所別にみると、中原区、川崎区、高津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8,460件(92.6%)と最も多く、次いで来訪による相談が552件(6.0%)、文書による相談が126件(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(各区の人口は平成28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	1,384	1,096	1,426	1,306	1,295	1,199	1,112	200	120	9,138
構成比(%)	15.1	12.0	15.6	14.3	14.2	13.1	12.2	2.2	1.3	100.0
人口	226,537	162,618	251,248	229,584	227,375	215,644	176,471	—	—	1,489,477
構成比(%)	15.2	10.9	16.9	15.4	15.3	14.5	11.8	—	—	100.0
人口に対する 相談件数の割合	0.61%	0.67%	0.57%	0.57%	0.57%	0.56%	0.63%			0.61%



相談方法

区分	28年度	27年度
来訪(件)	552	591
構成比	6.0%	6.7%
電話(件)	8,460	8,158
構成比	92.6%	92.2%
文書(件)	126	100
構成比	1.4%	1.1%
合計(件)	9,138	8,849
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40歳代(1,621件)、70歳以上(1,613件)、50歳代(1,400件)、30歳代、60歳代、20歳代、19歳以下と続きます。前年度に比べて、20歳代、50歳代、60歳代、70歳以上で増加、19歳以下、40歳代、30歳代で減少しています。また、契約当事者の平均年齢は49.9歳で、ここ数年で高齢化しています。

男女別では、女性(4,589件)が男性(4,023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3,503件(全体の38.3%)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」1,571件(全体の17.2%)、2位「不動産貸借」500件(全体の5.5%)、3位「商品一般」338件(全体の3.7%)、4位「インターネット接続回線」301件(全体の3.3%)、5位「携帯電話サービス」260件(全体の2.8%)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、「スマートフォンに『有料サイト料金が未払いで法的手続きを取る』とメールが突然届いたが架空請求だろうか。プリペイドカードの番号を事業者に伝えてしまった。」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」7,357件(全相談件数に対して80.5%)、2位「販売方法」5,368件(全相談件数に対して58.7%)、3位「品質・機能、役務品質」1,606件(全相談件数に対して17.6%)、4位「接客対応」1,331件(全相談件数に対して14.6%)、5位「価格・料金」1,032件(全相談件数に対して11.3%)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2,463件で全体の27.0%、訪問販売、通信販売等の店舗外購入に関する相談件数は4,803件で全体の52.6%となっています。店舗外購入は1位「通信販売」(3,404件)、2位「訪問販売」(816件)、3位「電話勧誘販売」(345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割弱を占め、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」の相談が多くなっています。

## 6 処理結果

「助言(自主交渉)」が6,370件(全体の69.7%)、「その他情報提供」が1,834件(全体の20.1%)、あっせん解決が598件(全体の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」が48件(全体の0.5%)あります。

## Ⅱ. 消費生活相談統計

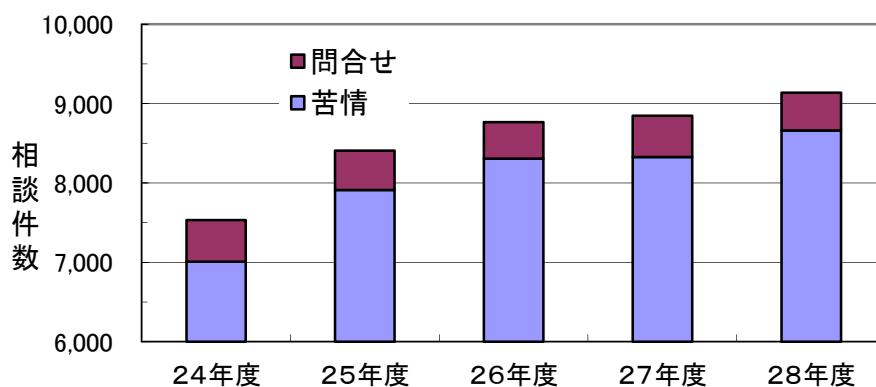
### 1 取扱件数及び内訳

相談件数は平成27年度と比較して3.3%増加の9,138件となっています。28年度から土曜日の電話相談を開始し、相談日の増加に伴い、相談件数も増加しました。28年度の全相談件数9,138件から土曜日相談件数の663件を除くと8,475件となり、27年度から減少しています。27年度までは「デジタルコンテンツ」に関する架空請求の相談が年々増加していましたが、28年度は「デジタルコンテンツ」に関する相談件数は約13%減少しました。しかし、例年と変わらず上位品目1位です。28年度は「他の健康食品」、「携帯電話サービス」に関する相談が増加しています。相談の内訳は、苦情が8,662件、問合わせが476件、要望が0件でした。（※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

(件数)

区分	24年度	25年度	26年度	(構成比)	27年度	(構成比)	28年度	(構成比)
苦情	7,008	7,913	8,307	94.8%	8,329	94.1%	8,662	94.8%
問合わせ	526	494	459	5.2%	520	5.9%	476	5.2%
要望	0	0	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
合計	7,534	8,407	8,766	100.0%	8,849	100.0%	9,138	100.0%
増減率	△6.9%	11.6%	4.3%		0.9%		3.3%	※



※28年度から土曜日の電話相談を開始しました。

### 2 契約当事者の年代性別

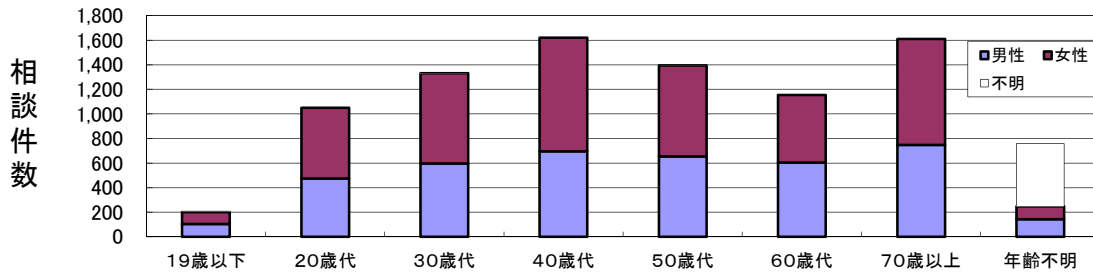
契約当事者の年代別では、多い順に40歳代、70歳以上、50歳代、30歳代、60歳代、20歳代、19歳以下となっています。前年度に比べまして、20歳代、50歳代で増加、60歳代、70歳以上で微増し、19歳以下、40歳代が減少し、30歳代が微減しています。また、契約当事者の平均年齢は49.9歳で、ここ数年で高齢化しており(27年度:49.5歳、26年度:49.5歳、25年度:49.4歳、24年度:48.1歳)、男女別では、女性(4,589件)が男性(4,023件)を上回りました。

#### 契約当事者の年代性別(人)

(件数)

区分	28年度							27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	104	1.1%	96	1.1%	3	203	2.2%	154	1.7%	103	1.2%	3	260	2.9%
20歳代	474	5.2%	577	6.3%	2	1,053	11.5%	411	4.6%	487	5.5%	1	899	10.2%
30歳代	597	6.5%	735	8.0%	1	1,333	14.6%	646	7.3%	726	8.2%	2	1,374	15.5%
40歳代	696	7.6%	924	10.1%	1	1,621	17.7%	784	8.9%	927	10.5%	2	1,713	19.4%
50歳代	654	7.2%	740	8.1%	6	1,400	15.3%	597	6.7%	656	7.4%	1	1,254	14.2%
60歳代	604	6.6%	551	6.0%	2	1,157	12.7%	560	6.3%	554	6.3%	2	1,116	12.6%
70歳以上	749	8.2%	862	9.4%	2	1,613	17.7%	709	8.0%	845	9.5%	8	1,562	17.7%
年齢不明	145	1.6%	104	1.1%	509	758	8.3%	127	1.4%	81	0.9%	463	671	7.6%
合計	4,023	44.0%	4,589	50.2%	526	9,138	100.0%	3,988	45.1%	4,379	49.5%	482	8,849	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。28年度:330件、27年度:328件。



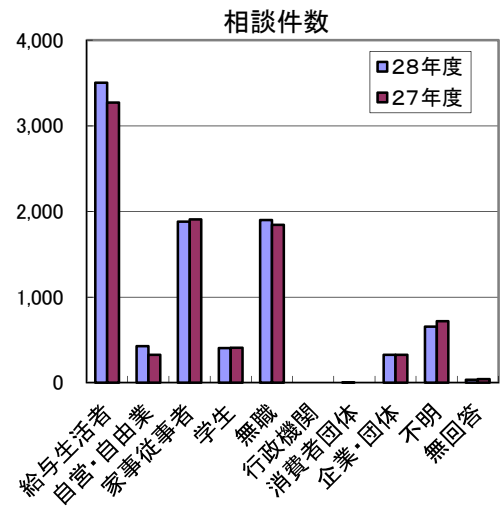
### 3 契約当事者の職業等

職業別の人数では、給与生活者が 3,503 人と最も多く、次いで無職 1,900 人、家事従事者が 1,883 人と前年度までと異なり、無職が僅差で2位となりました。

契約当事者の職業等(人)

(件数)

区分	28年度	構成比	27年度	構成比
給与生活者	3,503	38.3%	3,272	37.0%
自営・自由業	426	4.7%	328	3.7%
家事従事者	1,883	20.6%	1,909	21.6%
学生	406	4.4%	408	4.6%
無職	1,900	20.8%	1,845	20.8%
行政機関	0	0.0%	0	0.0%
消費者団体	3	0.0%	0	0.0%
企業・団体	326	3.6%	325	3.7%
不明	657	7.2%	718	8.1%
無回答	34	0.4%	44	0.5%
合計	9,138	100.0%	8,849	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	701	20.0%
2	不動産貸借	302	8.6%
3	インターネット接続回線	134	3.8%

#### 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	71	16.7%
2	役務その他サービス	19	4.5%
3	インターネット接続回線	18	4.2%

#### 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	308	16.4%
2	商品一般	78	4.1%
3	工事・建築	69	3.7%

#### 学生

順位	商品名	件数	構成比
1	デジタルコンテンツ	124	30.5%
2	エステティックサービス	17	4.2%
3	携帯電話サービス	14	3.4%

#### 無職

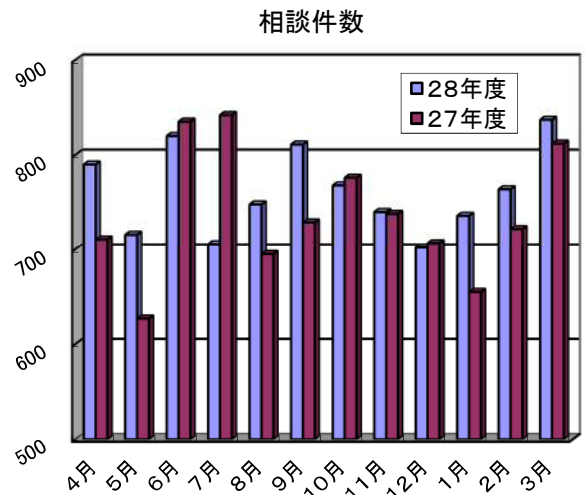
順位	商品名	件数	構成比
1	デジタルコンテンツ	306	16.1%
2	商品一般	85	4.5%
3	工事・建築	78	4.1%

#### 4 月別相談取扱件数

平成28年度の月別取扱件数は、最も多かった3月が837件、最も少なかった12月が702件、月平均で約761件の相談がありました。

##### 月別相談取扱件数

月	28年度	構成比	27年度	構成比
4月	790	8.6%	711	8.0%
5月	716	7.8%	627	7.1%
6月	820	9.0%	835	9.4%
7月	706	7.7%	842	9.5%
8月	748	8.2%	695	7.9%
9月	811	8.9%	729	8.2%
10月	768	8.4%	776	8.8%
11月	740	8.1%	738	8.3%
12月	702	7.7%	707	8.0%
1月	736	8.1%	655	7.4%
2月	764	8.4%	722	8.2%
3月	837	9.2%	812	9.2%
合計	9,138	100.0%	8,849	100.0%



#### 5 不当請求に関する相談の月別相談取扱件数

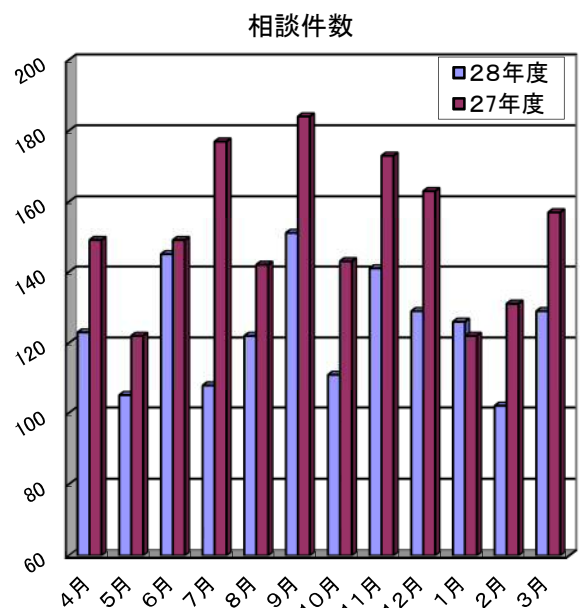
平成28年度は、不当請求(架空請求を含む)に関して1,492件の相談を受け付けました。これは、全相談件数(9,138件)の16.3%を占めています。

月別の相談件数は9月が151件と最も多く、当該月の相談取扱件数に対する比率は11月が19.1%と最も高くなりました。

不当請求の内容は「スマートフォンに身に覚えのないサイト料を請求する簡易メールが送られてきたが、無視をしても大丈夫か。」「自分宛に『総合消費利用料金の未納分がある』という訴訟最終通知書と書かれたハガキが届いた。身に覚えがなく不審。」などです。また、「知らない事業者から『1か月前申し込んだ健康食品を送る』と電話があり、渋々受け取りを承諾したが、申し込んでいないと思う。」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	28年度	構成比	27年度	構成比
4月	123	15.6%	149	21.0%
5月	105	14.7%	122	19.5%
6月	145	17.7%	149	17.8%
7月	108	15.3%	177	21.0%
8月	122	16.3%	142	20.4%
9月	151	18.6%	184	25.2%
10月	111	14.5%	143	18.4%
11月	141	19.1%	173	23.4%
12月	129	18.4%	163	23.1%
1月	126	17.1%	122	18.6%
2月	102	13.4%	131	18.1%
3月	129	15.4%	157	19.3%
合計	1,492	16.3%	1,812	20.5%



## 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、「スマートフォンに『有料サイト料金が未払いで法的手続きを取る』とメールが突然届いたが架空請求だろうか。プリペイドカードの番号を事業者に伝えてしまった。」などの相談が多数寄せられました。相談件数は増加傾向でしたが、28年度は27年度(1,803件)と比較して12.9%減少しましたが、依然として他の品目の相談件数を大きく超えて1位です。

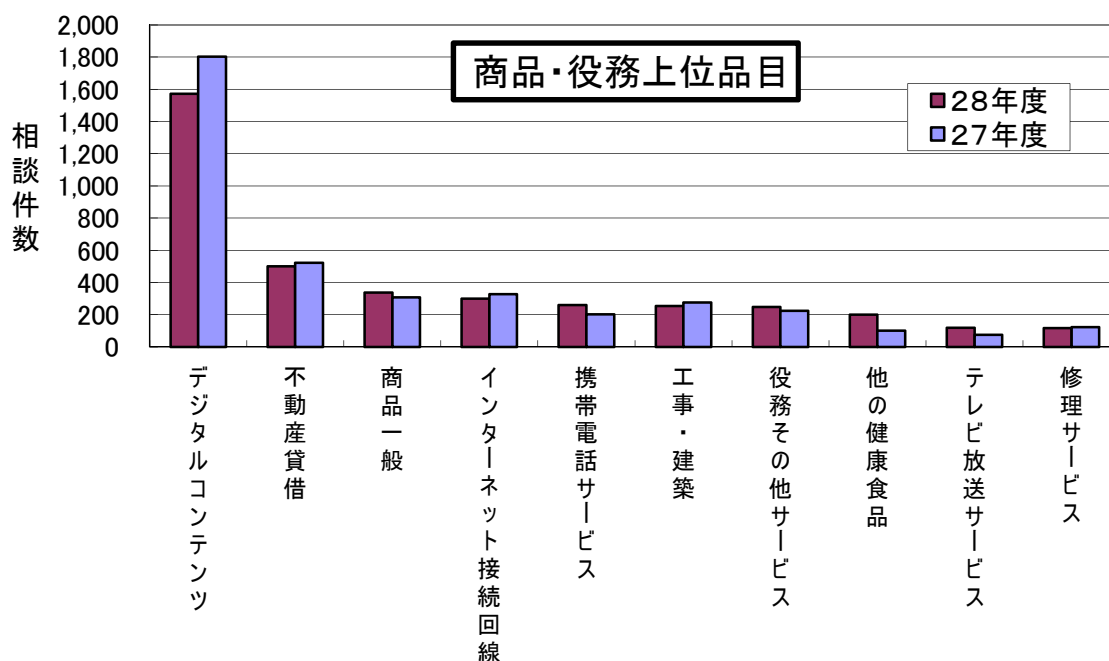
27年度と比較して、増加率が大きかったのは「他の健康食品」、「テレビ放送サービス」です。「他の健康食品」は「ネットで500円のサプリメントを申し込んだつもりが定期購入だった。事業者は解約は受けるが、通常料金の差額を払えと言うので不満。」といった相談が寄せられ、前年度比98.0%の増加、「テレビ放送サービス」は「来訪した公共放送の委託先の営業員にテレビがない旨伝えたら携帯を見せるよう言われ、ワンセグ機能があると契約をさせられた。困惑。」といった相談が寄せられ、前年度比60.0%の増加となりました。（※商品・役務上位品目の用語説明については概要の裏面参照）

当事者年代別にみると、27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	28年度	構成比	27年度	構成比	備考
1	デジタルコンテンツ	1,571	17.2%	1,803	20.4%	不当請求 1,186 件他
2	不動産賃借	500	5.5%	523	5.9%	賃貸アパート 453 件他
3	商品一般	338	3.7%	309	3.5%	不当請求 52 件他
4	インターネット接続回線	301	3.3%	328	3.7%	
5	携帯電話サービス	260	2.8%	203	2.3%	
6	工事・建築	255	2.8%	276	3.1%	新築工事 45 件、 リフォーム工事(※)129 件他
7	役務その他サービス	249	2.7%	224	2.5%	
8	他の健康食品	200	2.2%	101	1.1%	
9	テレビ放送サービス	120	1.3%	75	0.8%	
10	修理サービス	118	1.3%	124	1.4%	

※「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	203	デジタルコンテンツ	85	他の健康食品	8	(2位) テレビ放送サービス	8	(2位) ビジネス教室	8	コンサート	6
20歳代	1,053	デジタルコンテンツ	171	不動産貸借	94	エステティックサービス	64	インターネット接続回線	44	モバイルデータ通信	27
30歳代	1,333	デジタルコンテンツ	215	不動産貸借	136	携帯電話サービス	39	(3位) インターネット接続回線	39	他の健康食品	32
40歳代	1,621	デジタルコンテンツ	318	不動産貸借	94	携帯電話サービス	54	他の健康食品	49	インターネット接続回線	46
50歳代	1,400	デジタルコンテンツ	289	携帯電話サービス	53	商品一般	50	(3位) 不動産貸借	50	インターネット接続回線	49
60歳代	1,157	デジタルコンテンツ	268	工事・建築	53	インターネット接続回線	50	商品一般	48	不動産貸借	37
70歳以上	1,613	デジタルコンテンツ	189	商品一般	91	工事・建築	89	インターネット接続回線	54	役務その他サービス	47
総件数	9,138	デジタルコンテンツ	1,571	不動産貸借	500	商品一般	338	インターネット接続回線	301	携帯電話サービス	260

※合計には年代不明及び団体（法人・事業者）の758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	28年度	構成比
安全・衛生	150	1.6%
品質・機能、役務品質	1,606	17.6%
法規・基準	150	1.6%
価格・料金	1,032	11.3%
計量・量目	6	0.1%
表示・広告	715	7.8%
販売方法	5,368	58.7%
契約・解約	7,357	80.5%
接客対応	1,331	14.6%
包装・容器	27	0.3%
施設・設備	5	0.1%
買物相談	13	0.1%
生活知識	17	0.2%
その他	33	0.4%
不明	284	3.1%
合計	18,094	—

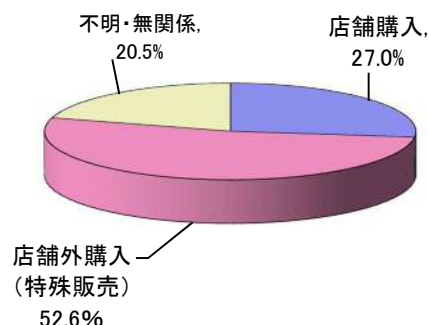
(複数計上)

## 8 販売購入形態

店舗外購入(特殊販売)が半数以上(全体の52.6%)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1,328件で、39.0%を占めています。

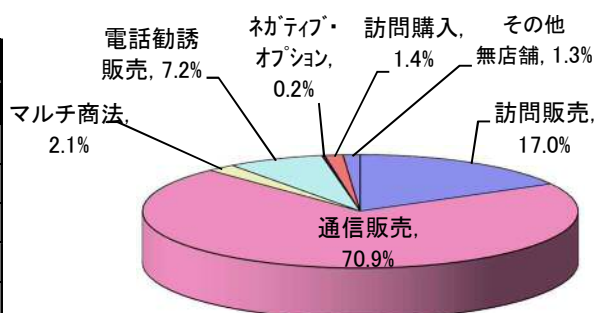
### 販売購入形態(件数)

形態	28年度	構成比	27年度	構成比
店舗購入	2,463	27.0%	2,259	25.5%
店舗外購入(特殊販売)	4,803	52.6%	4,626	52.3%
不明・無関係	1,872	20.5%	1,964	22.2%
合計	9,138	100.0%	8,849	100.0%



### 店舗外購入(特殊販売)の内訳(件数)

形態	28年度	構成比	27年度	構成比
訪問販売	816	17.0%	773	16.7%
通信販売	3,404	70.9%	3,239	70.0%
マルチ商法	102	2.1%	91	2.0%
電話勧誘販売	345	7.2%	391	8.5%
ネガティブ・オプション	10	0.2%	11	0.2%
訪問購入	65	1.4%	61	1.3%
その他無店舗	61	1.3%	60	1.3%
合計	4,803	100.0%	4,626	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	117	14.3%
2	テレビ放送サービス	93	11.4%
3	新聞	68	8.3%

#### 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	1,516	44.5%
2	他の健康食品	168	4.9%
3	役務その他サービス	123	3.6%

#### マルチ商法の上位品目

順位	商品名	件数	構成比
1	健康食品	15	14.7%
2	他の内職・副業	12	11.8%
3	他の健康食品	7	6.9%
3	ビジネス教室	7	6.9%

#### 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	116	33.6%
2	役務その他サービス	23	6.7%
3	商品一般	11	3.2%
3	モバイルデータ通信	11	3.2%

#### 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	健康食品	3	30.0%

#### 訪問購入の上位品目

順位	商品名	件数	構成比
1	商品一般	8	12.3%
1	アクセサリ	8	12.3%

## 9 契約購入金額及び既支払金額

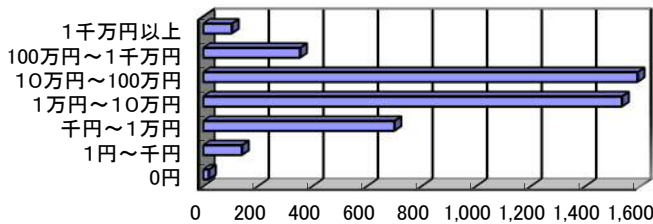
平成28年度の相談における金額別契約購入件数は、“不明”を除くと、“10万円以上100万円未満”が1,592件と最多ですが、27年度に引き続いて“1万円以上10万円未満”の相談も1,535件と多くなっています。金額別既支払件数では、“0円”“不明”を除くと、“1万円以上10万円未満”が最も多く、776件でした。

契約購入金額の平均額は1,137,279円、最高額は5億円で「介護施設建設工事契約を結んだが、出来上がった施設は4～5か所の雨漏りがある。きちんと直してほしい。」という相談でした。また、既支払金額の平均額は748,578円、最高額は1億4千万円で「新築建売住宅を購入したが、十分な説明がなかったために予定していたエアコンが設置できなかった。」という相談でした。

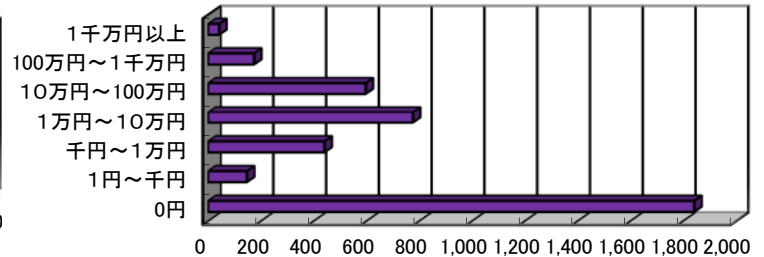
### 金額別契約購入件数及び既支払件数

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	3	0.0%	1	0.0%
1千万円以上～1億円未満	102	1.1%	41	0.4%
100万円以上～1千万円未満	355	3.9%	174	1.9%
10万円以上～100万円未満	1,592	17.4%	597	6.5%
1万円以上～10万円未満	1,535	16.8%	776	8.5%
1千円以上～1万円未満	701	7.7%	441	4.8%
1円以上～1千円未満	142	1.6%	147	1.6%
0円	21	0.2%	1,842	20.2%
不明	4,687	51.3%	5,119	56.0%
合計	9,138	100.0%	9,138	100.0%

契約・購入件数



既支払件数



相談件数

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	308,110円	10,000,000円	437,162円	10,000,000円
不動産貸借	184,689円	990,000円	122,003円	540,000円
商品一般	217,013円	2,400,000円	168,795円	2,000,000円
インターネット接続回線	27,546円	294,400円	33,124円	110,800円
携帯電話サービス	84,073円	1,140,000円	31,246円	105,000円
工事・建築	9,465,607円	500,000,000円	3,376,434円	40,000,000円
役務その他サービス	591,289円	30,000,000円	796,751円	30,000,000円
他の健康食品	27,073円	640,000円	15,059円	519,300円
テレビ放送サービス	9,638円	28,900円	5,724円	15,000円
修理サービス	109,384円	1,600,000円	75,987円	750,000円
平成28年度平均額	1,137,279円		748,578円	
(平成27年度平均額)	1,608,680円		838,645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28年度の危害に関する相談件数は108件となり、前年度に比較して16.3%減少しました。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、平成28年度の危険に関する相談件数は58件、前年度比較で31.8%の増加でした。1位は「異物の混入」、2位は「発煙・火花」、3位は「発火・引火」でした。

### 危害(件数)

危害内容	28年度	27年度	危害内容	28年度	27年度
皮膚障害	29	41	脱臼・捻挫	0	1
消化器障害	15	11	頭蓋(内)損傷	0	3
熱傷	11	6	内臓損傷	0	0
擦過傷・挫傷・打撲傷	6	9	窒息	0	0
刺傷・切傷	6	12	感覚機能の低下	0	1
呼吸器障害	6	3	凍傷	0	0
骨折	5	6	感電障害	0	0
神経・脊髄の損傷	3	4	不明	0	3
中毒	2	1	その他の傷病及び諸症状	24	28
筋・腱の損傷	1	0	合計	108	129

### 危険(件数)

危険内容	28年度	27年度	危険内容	28年度	27年度
異物の混入	10	6	燃料・液漏れ等	1	1
発煙・火花	8	1	化学物質による危険	1	1
発火・引火	6	2	バリ・鋭利	1	2
破損・折損	5	6	操作・使用性の欠落	1	0
過熱・こげる	3	3	腐敗・変質	1	2
破裂	3	2	火災	0	0
部品脱落	3	5	点火・燃焼・消火不良	0	1
転落・転倒・不安定	3	4	漏電・電波等の障害	0	0
機能故障	2	0	その他	7	5
異物の侵入	2	3	不明	0	0
ガス漏れ	1	0		58	44

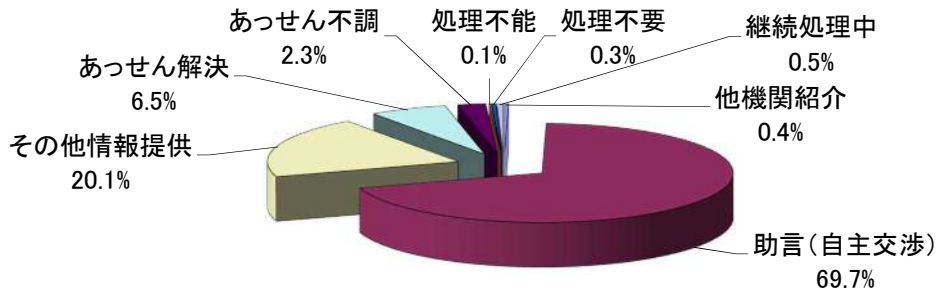
## 11 処理結果

受け付けた相談の結果については、「助言（自主交渉）」が 6,370 件（69.7%）、「その他情報提供」が 1,834 件（20.1%）、あっせん解決が 598 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 48 件（0.5%）となっています。

### 処理結果

（平成29年6月2日現在）

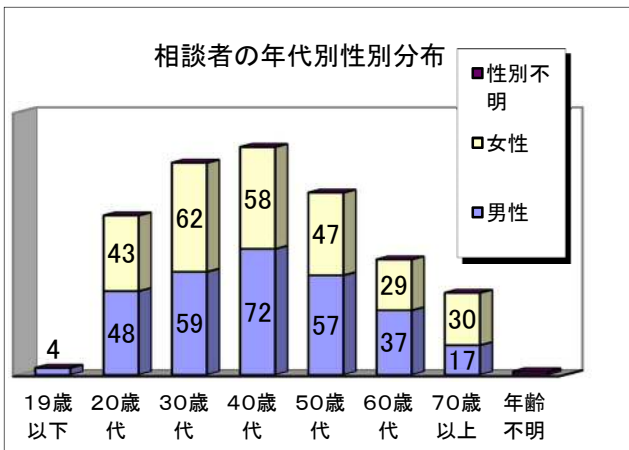
	件数	内 容
他機関紹介	33	消費者センターの業務範囲ではない相談のため本来の相談機関を紹介したもの。
助言（自主交渉）	6,370	現に発生している消費者トラブルに対して、センターがあっせんの労をとらなくても相談者が自主交渉することで解決する可能性があり、かつ、自主解決の努力がなされていない相談に対し、自主交渉の方法をアドバイスしたもの。
その他情報提供	1,834	まだ具体的なトラブルは発生しておらず「この業者は信用できるか」といった相談に対応したもの。あるいは、具体的なトラブルが発生しており最終的に他機関を紹介しても業務範囲内としてアドバイスや情報提供したもの。（センターが相談者に代わ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	598	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	213	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	13	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	29	相談者が単に情報提供しただけで、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	48	※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	9,138	



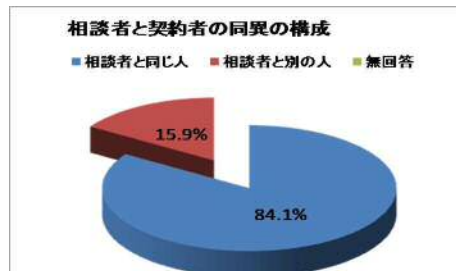
## 12 土曜日電話相談

平成28年4月に開始した土曜日の電話相談では、契約者本人からの相談が 84.1%と平成27年度の年間比率 81.7%を上回っています。男女比はほぼ同数で30歳代、40歳代からの相談が多くなっています。

(件)



土曜日 日数	件数	土曜日1日 平均件数
49	663	13.5



相談件数(複数計上)

区 分		相談 件数	安全・ 衛生	品質・ 機能	法規・ 基準	価格・ 料金	計量・ 量目	表示・ 広告	販売 方法	解約・ 契約	接客 対応	包装・ 容器	施設・ 設備	買物 相談	生活 知識	その他	不明
商 品	商品一般	338	2	13	12	19	0	25	189	205	36	0	1	0	2	1	
	食料品	548	40	169	7	36	2	114	332	411	96	19	0	0	1	0	
	住居品	352	35	172	6	33	0	34	175	251	89	2	0	1	2	2	
	光熱水品	82	1	19	1	22	2	0	27	52	17	1	0	1	0	1	
	被服品	364	3	86	5	25	0	55	257	329	57	0	0	1	0	0	
	保健衛生品	239	19	71	5	27	0	46	150	194	35	3	0	1	2	0	
	教養娯楽品	610	6	179	7	43	0	61	373	500	119	1	0	2	1	3	
	車両・乗り物	152	2	53	1	16	0	17	62	128	36	0	0	1	0	0	
	土地・建物・設備	338	5	88	12	46	1	18	190	227	48	0	0	0	0	1	
	他の商品	10	0	3	1	0	0	1	6	6	1	0	0	0	0	1	
	小 計	3,033	113	853	57	267	5	371	1,761	2,303	534	26	1	7	8	9	
商 品 関 連 役 務	クリーニング	67	0	54	6	5	0	1	12	53	31	0	0	0	0	0	
	レンタルリース・賃借	545	5	162	12	192	0	6	95	465	89	1	0	0	0	0	
	工事・建築・加工	259	1	80	2	49	0	7	135	206	52	0	0	1	0	2	
	修理・補修	123	0	50	0	33	0	9	58	88	34	0	0	0	0	0	
	管理・保管	41	0	7	2	7	0	10	6	31	12	0	0	0	0	0	
	小 計	1,035	6	353	22	286	0	33	306	843	218	1	0	1	0	2	
役 務	役務一般	15	0	2	0	1	0	0	10	15	0	0	0	0	0	0	
	金融・保険サービス	436	0	11	14	39	0	19	213	382	58	0	0	0	0	2	
	運輸・通信サービス	2,634	1	163	27	194	0	93	2,159	2,427	260	0	0	1	2	0	
	教育サービス	48	0	10	0	3	0	5	20	44	10	0	0	0	0	1	
	教養・娯楽サービス	417	6	43	0	55	0	56	242	373	59	0	3	0	0	0	
	保健・福祉サービス	460	20	105	8	81	1	30	184	331	88	0	1	2	3	7	
	他の役務	662	4	57	14	94	0	100	416	560	93	0	0	2	0	3	
	内職・副業・相場	61	0	4	1	12	0	8	52	59	3	0	0	0	0	0	
	他の行政サービス	53	0	5	7	0	0	0	5	20	8	0	0	0	4	9	
	小 計	4,786	31	400	71	479	1	311	3,301	4,211	579	0	4	5	9	22	
他の相談		284	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	284
合 計		9,138	150	1,606	150	1,032	6	715	5,368	7,357	1,331	27	5	13	17	33	284
構成比		100.0%	1.6%	17.6%	1.6%	11.3%	0.1%	7.8%	58.7%	80.5%	14.6%	0.3%	0.1%	0.1%	0.2%	0.4%	3.1%

# “格安スマホ”のトラブル

## －料金だけではなく、サービス内容や手続き方法も確認しましょう－

近年、いわゆる“格安スマホ”等の携帯電話を利用する消費者が増えていて、全国の消費生活センター等には、これらの“格安スマホ”に関するトラブルの相談が多く寄せられ、本市でも平成26年度から相談が寄せられはじめ、今後も普及とともに増加が見込まれます。

本市では「支払い方法がクレジットカードのみで不満」、「それほど速度は遅くならないと説明され契約したが、速度が遅い」、「音声品質が悪い」、「簡単だといわれて購入したが、契約時の説明が足りず使いこなせない」といった相談が寄せられるなど、今までどおりのサービスが安く受けられると思っていたのに、実際はサービス内容等が違っていたというトラブルが目立ちます。

格安スマホ会社の料金設定は比較的安価であり、消費者にとっては、自分の利用実態に合わせより多くの契約先から選べるようになりましたが、今まで契約していた携帯電話会社と違う点もあるという特徴を理解して利用することが重要となります。

### 相談事例からみる特徴

#### (1) 今までの携帯電話会社とサービスが異なることによるトラブル

1. 問い合わせ窓口や、端末の故障・修理時の対応
  - ・問い合わせ先が電話窓口しかなく、つながりにくい
  - ・修理期間中の代替機の貸し出しサービスがなく、スマートフォンが1か月間利用できない
2. メールアドレスの提供
  - ・メールアドレスの提供がなく、別会社のメールアドレスで送ったが、相手にメールが届かなかった

#### (2) 端末とSIMカードを別々に購入することで発生するトラブル

1. 端末によっては、購入したSIMカードが利用できない場合がある
  - ・SIMロック解除をしないと、他社のSIMカードでスマートフォンが使えなかった
2. 販売されている中古端末の中には、その後の利用を制限されるものもある
  - ・インターネットで購入したスマートフォンの端末代金に未払いがあり、精算しないと修理の受付ができないと言われた

#### (3) 利用開始日に関するトラブル

- ・発送から数日で利用開始になるとは知らなかった

## <アドバイス>

- ① 自分の現在の利用状況を把握した上で、ホームページやパンフレット等で格安スマホ会社が提供しているサービスを確認しましょう
- ② 今まで使っていたスマートフォン等の端末を引き続き使えるかどうか確認しましょう
- ③ 中古端末を購入する場合、「ネットワーク利用制限」対象の端末かどうか確認しましょう
- ④ 格安スマホ会社の回線を利用するための手続きと、利用開始日を確認しましょう

(注) 本資料内では、MVNO(Mobile Virtual Network Operator、仮想移動体通信事業者)が提供する音声通話付きの携帯電話サービスのことを“格安スマホ”とする(SIMカード単体の契約も含む)。無線インターネットサービス等は含まない。また、格安スマホを提供する事業者(MVNO)のことを“格安スマホ会社”とする。

#### 【参考・出典】

国民生活センター 発表資料「こんなはずじゃなかったのに！“格安スマホ”のトラブルー料金だけではなく、サービス内容や手続き方法も確認しましょうー」

# 消費者契約法が改正されました！

消費者が事業者と契約するとき、両者の間には持っている情報の質・量や交渉力に格差があります。このような状況を踏まえて消費者の利益を守るため、民法・商法の特例となる契約の取消しと契約条項の無効等を規定し、平成13年4月1日に消費者契約法が施行されました。

## 取消し

事業者の不当な勧誘により  
契約をしたときは、  
消費者はその契約を  
取り消すことができます！

## 無効

不当な契約条項が  
含まれていたとしても、  
その契約条項は無効です！

その後、高齢化の進展を始めとした社会経済情勢の変化等に対応した改正が平成28年に行われ、平成29年6月3日に施行されました。そこで、法の規定内容と新たに改正されたポイントを御紹介します。

## 取消し ▶ 不当な勧誘

勧誘時における下記のような不当な行為により、消費者に誤認・困惑等があり、それによって契約をしたときは、当該消費者は契約を**取り消す**ことができます。

1. 不実告知（重要事項の範囲が拡大・動機の錯誤も含む）
2. 過量契約（新設）
3. 断定的判断の提供
4. 不利益事実の不告知
5. 不退去／退去妨害

※（ ）今回の改正内容

〔改正されたポイント〕

### ①不実告知取消しに関する「重要事項」の拡大

これまで、事業者の不実告知（重要な項目についてうその説明をする）などの場合、消費者の取り消しが可能でしたが、不実告知の対象は、物品・役務の内容や対価等（契約条件）に限定されていきました。今回の改正でいわゆる動機部分が追加され、動機の錯誤によっても、不実告知による取り消しが可能となります。

### ②過量契約取消規定の新設

高齢者の判断能力低下などにつけ込んだ被害が多発していることから、通常の分量を著しく超えると知っていて購入させる過量販売（過去に購入した商品等に加えて過量に販売する次々販売も同様）などに対して消費者の取消権を認めました。

例

一人暮らしでありあまり外出せず、日常的に着物を着用することもない高齢の消費者に対して、事業者がそのことを知りながら、その消費者が店舗に訪れた際に勧誘し、着物を何十着も販売。





# 無効

## 不当な契約条項

消費者の利益を不当に害する下記のような契約条項は、**無効**となります。

1. 事業者の損害賠償責任を免除する条項
2. 消費者の解除権を放棄させる条項（新設）
3. 消費者の支払う損害賠償の額を予定する条項等
4. 消費者の利益を一方的に害する条項（例示を追加）

※（ ） 今回の改正内容

例

「販売した商品については、いかなる理由があっても、ご契約後のキャンセル・返品はできません」とする条項。

たしかに書いてあるけども・・・

受け取った商品に不具合があった場合にも、キャンセルは一切できないことになっております



例

掃除機の購入時、注文していない健康食品が、商品の掃除機に同封されて自宅に届けられた場合に、消費者が健康食品を継続購入しない旨の電話をしない限り、健康食品を継続的に購入するとみなす旨の条項。

掃除機のおまけじゃなかったの?!

連絡がなかったのに契約成立しましたよ



〔改正されたポイント〕

### ①解除権拒否の無効条項

「いかなる場合でも解除できません」など、事業者の債務不履行等の場合でも消費者の解除権を放棄させる条項は無効となります。

### ②消費者の利益を一方的に害する条項（例示を追加）

消費者の不作为をもって当該消費者が新たな消費者契約の申し込み又はその承諾の意思表示をしたものとみなす条項が、第1要件の例示として追加されました。

このほか、取り消し期間の伸長（6か月→1年）、消費者に代わって認定を受けた団体が「差止請求」もできる消費者団体訴訟制度の対象が広がる改正もされています。

【参考・出典】

「知っていますか？消費者契約法－民法・商法の特例となる規定について－」  
（消費者庁リーフレット）

# —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を受け付けています。本市のホームページに掲載している専用フォームから入力、送信されたメールを着信日の翌日を受付日として2～5日程度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。

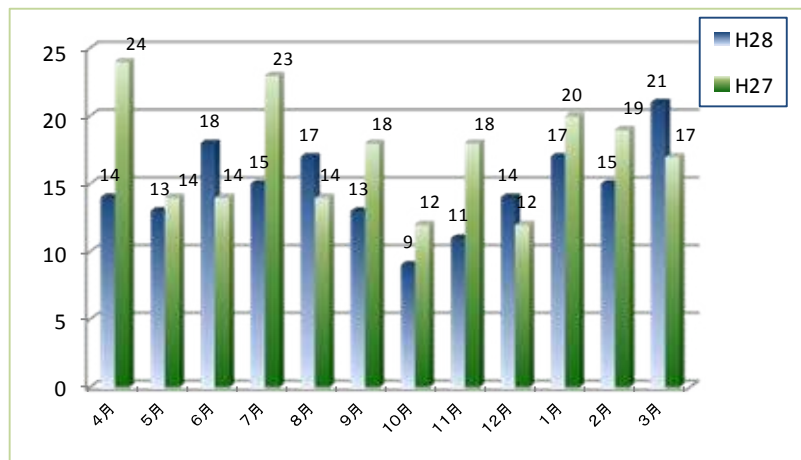
電話で回答する場合は、必要に応じてあつせん\*に入るなど解決に向けたサポートを行っています。

\* あつせん…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3月の21件、最も少ない月は10月の9件となっています。

	H28	H27
4月	14	24
5月	13	14
6月	18	14
7月	15	23
8月	17	14
9月	13	18
10月	9	12
11月	11	18
12月	14	12
1月	17	20
2月	15	19
3月	21	17
計	177	205



## 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46件で26.0%、開所時間外(16時～24時、0時～9時、土日祝日の9時～16時)が131件で74.0%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	93
0時～9時	29
9時～16時(土日祝日)	9
9時～16時(開所日)	46
合計	177

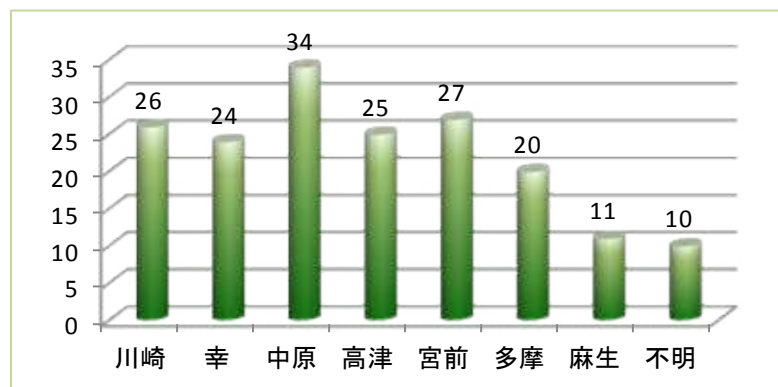
## 4 相談者の状況

職業別でみると、第1位は「給与生活者」の129件で、全体の72.9%を占めています。第2位は「無職」の13件(7.3%)、第3位は「その他」で10件(5.6%)となっています。

男女別では、男性が86件、女性が91件。年代別では、30歳代(54件)と40歳代(48件)で全体の約6割を占め、20歳代(38件)を加えると全体の8割近くになります。

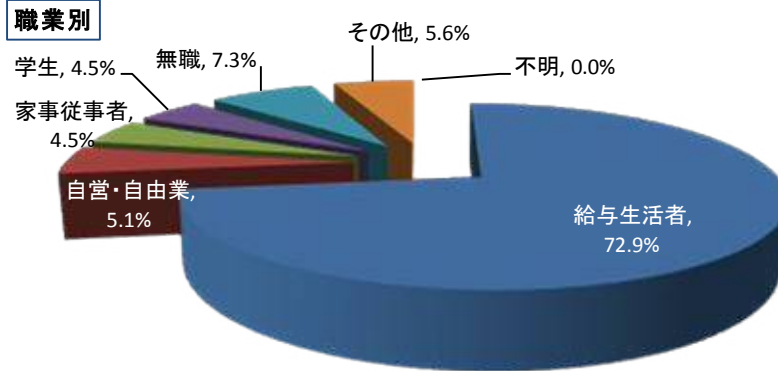
### (1) 居住区別

居住区	件数
川崎	26
幸	24
中原	34
高津	25
宮前	27
多摩	20
麻生	11
不明	10
計	177



## (2)職業別

職業	件数
給与生活者	129
自営・自由業	9
家事従事者	8
学生	8
無職	13
その他	10
不明	0
計	177



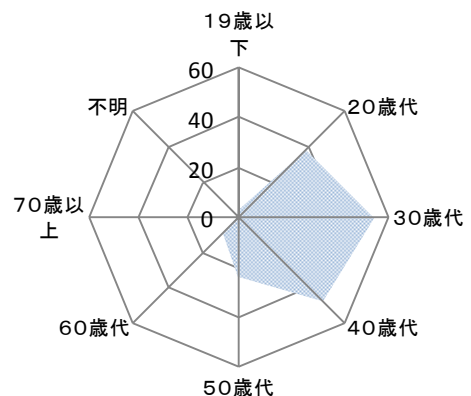
## (3)男女別

性別	件数
男	86
女	91
不明	0
計	177

## (4)年代別

年代	件数
19歳以下	3
20歳代	38
30歳代	54
40歳代	48
50歳代	24
60歳代	9
70歳以上	1
不明	0
計	177

## 年代別



## 5 商品・役務(サービス)上位品目

商品別に見ると「インターネット接続回線」が1位、「デジタルコンテンツ」が2位、「携帯電話」が3位となっています。相談のあった6位(下表の7品目)までで全体の約3割を占めています。

順位	商品名	件数
1	インターネット接続回線	15
2	デジタルコンテンツ	14
3	携帯電話	8
4	他の健康食品	6

順位	商品名	件数
4	モバイルデータ通信	6
6	マッサージ・指圧	4
6	運動靴	4

## 6 メール相談の現況

平成28年度の電子メール相談受付件数は合計177件で、前年度(平成27年度205件)と比較すると28件13.77%減少しました。

今年度の特徴として、前年度と同様に、インターネット接続回線やデジタルコンテンツなどのICT(情報通信技術)関連の相談件数が上位を占めています。

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。ただし、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でき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で早期の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。

## 被害の回復

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)

平成28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 1,119 件、全体の 12.2% 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。

救済金額の内容	件数	合計額	最高額	平均
回復額	415	268,999,114	100,000,000	648,190.6
クーリング・オフ額	136	139,188,127	40,000,000	1,023,442.1
未然防止額	568	164,035,951	20,000,000	288,795.7

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 415 件、合計値は約 2 億 6,900 万円となっています。最高額は1億円で「アパートを建てて事業者に借り上げてもらう仮契約をしたが、事業者の提示した資金計画に無理があるのでやめたい」という相談でした。415 件のうち相談員のあっせんによるあっせん解決は 275 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位興信所でした。
- ② クーリング・オフ額の合計件数は 136 件、合計額は約 1 億 3,900 万円となっています。最高額は 4,000 万円で「友人の紹介で、事業者とファミレスで会って、投資用マンションの高額な契約をしたが、解約したい」という相談でした。136 件のうち相談員のあっせんによるあっせん解決は 42 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 位新聞でした。

### ① 回復額、②クーリング・オフ額の金額別件数

金額別	①回復額	構成比	②クーリング・オフ額	構成比
1億円以上	1	0.2%	0	0.0%
1千万円以上～1億円未満	3	0.7%	3	2.2%
100万円以上～1千万円未満	17	4.1%	20	14.7%
10万円以上～100万円未満	112	27.0%	78	57.4%
1万円以上～10万円未満	206	49.6%	33	24.3%
1千円以上～1万円未満	66	15.9%	2	1.5%
1円以上～1千円未満	10	2.4%	0	0.0%
合計	415	100.0%	136	100.0%





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29年6月発行