

平成29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 「簡単に儲かる」！？情報商材のトラブル	13
	消費生活関連講座 割賦販売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30年5月17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29年度消費生活相談

I. 概要

1 相談件数

平成29年度に本市で受け付けた相談件数は8,928件で、前年度に比べて2.3%減少しました。

前年度は土曜日の電話相談を開始した影響もあり、相談件数は増加しましたが、29年度は減少に転じました。また、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、前年度から減少に転じ、29年度は「デジタルコンテンツ」に関する相談件数は前年度と比較して約14%減少しました。しかし、例年と変わらず上位品目1位となっています。架空請求に関しては、前年度は、簡易メール等を使ったものが多かったのですが、29年度は『総合消費料金に関する訴訟最終告知のお知らせ』というハガキが送られてきたが、心当たりはない。」といった郵便物で通知するというアナログ的な手段を使った「商品一般」に関する架空請求の相談が増加しました。

※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

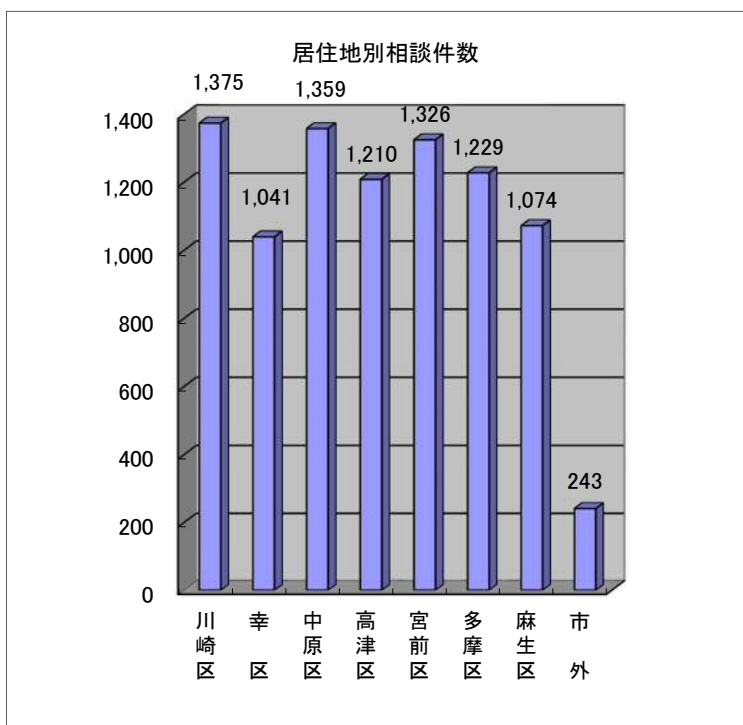
相談者を住所別にみると、川崎区、中原区、宮前区の順に多くなっています。

また、相談方法では電話による相談が8,270件(全相談件数の92.6%)と最も多く、次いで来訪による相談が554件(全相談件数の6.2%)、文書による相談が104件(全相談件数の1.2%)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29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	1,375	1,041	1,359	1,210	1,326	1,229	1,074	243	71	8,928
構成比(%)	15.4	11.7	15.2	13.6	14.9	13.8	12.0	2.7	0.8	100.0
人口	229,653	165,974	254,156	230,507	229,481	216,681	177,238	—	—	1,503,690
構成比(%)	15.3	11.0	16.9	15.3	15.3	14.4	11.8	—	—	100.0
人口に対する 相談件数の割合	0.60%	0.63%	0.53%	0.52%	0.58%	0.57%	0.61%			0.59%



相談方法

区分	29年度	28年度
来訪(件)	554	552
構成比	6.2%	6.0%
電話(件)	8,270	8,460
構成比	92.6%	92.6%
文書(件)	104	126
構成比	1.2%	1.4%
合計(件)	8,928	9,138
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(1,638件)、40歳代(1,537件)、50歳代(1,445件)、60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、60歳代、50歳代、70歳以上で増加、20歳代、19歳以下、30歳代、40歳代で減少しました。また、契約当事者の平均年齢は、51.2歳で、ここ数年で高齢化しています。

男女別では、女性(4,650件)が男性(3,784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3,484件(全体の39.0%)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「デジタルコンテンツ」1,354件(全体の15.2%)、2位「商品一般」705件(全体の7.9%)、3位「不動産貸借」521件(全体の5.8%)、4位「工事・建築」272件(全体の3.0%)、5位「インターネット接続回線」232件(全体の2.6%)となりました。

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、「スマートフォンに大手事業者のような名前前で『有料サイトの利用料金が未納だ』と簡易メールが届いたが、全く身に覚えがない。どうしたらよいか。」などの相談が多く寄せられました。

年代別に見ると、30歳代を除くすべての年代で「デジタルコンテンツ」が1位(30歳代は2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」7,228件(全相談件数に対して81.0%)、2位「販売方法」5,195件(全相談件数に対して58.2%)、3位「品質・機能、役務品質」1,465件(全相談件数に対して、16.4%)、4位「接客対応」1,300件(全相談件数に対して14.6%)、5位「価格・料金」1,033件(全相談件数に対して11.6%)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2,236件で全体の25.0%、訪問販売、通信販売等の店舗外購入に関する相談件数は4,485件で全体の50.2%となりました。店舗外購入は1位「通信販売」(3,145件)、2位「訪問販売」(740件)、3位「電話勧誘販売」(358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4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6,099件(全体の68.3%)、「その他情報提供」が1,835件(全体の20.6%)、あっせん解決が623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77件(全体の0.9%)あります。

Ⅱ. 消費生活相談統計

1 取扱件数及び内訳

平成29年度の相談件数は、前年度と比較して2.3%減少の8,928件となっています。前年度は土曜日の電話相談を開始した影響もあり、相談件数は増加しましたが、29年度は減少に転じました。

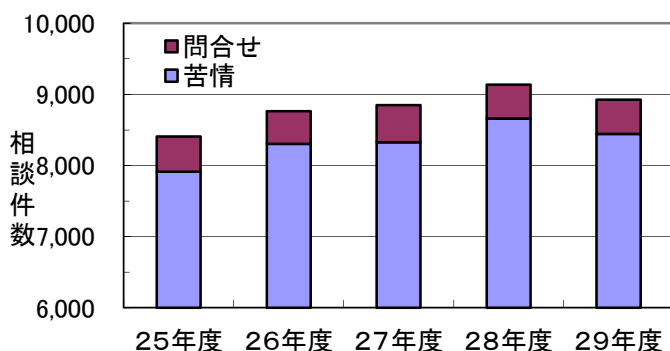
27年度までは、「デジタルコンテンツ」に関する架空請求の相談が年々増加していましたが、前年度から減少に転じ、29年度は、「デジタルコンテンツ」に関しての相談件数は、28年度と比較して約14%減少しました。しかし、例年と変わらず上位品目1位となっています。また、「商品一般」に関する相談が増加しました。相談の内訳は、苦情が8,444件、問合わせが484件、要望が0件でした。

※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	25年度	26年度	27年度	(構成比)	28年度	(構成比)	29年度	(構成比)
苦情	7,913	8,307	8,329	94.1%	8,662	94.8%	8,444	94.6%
問合わせ	494	459	520	5.9%	476	5.2%	484	5.4%
要望	0	0	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
合計	8,407	8,766	8,849	100.0%	9,138	100.0%	8,928	100.0%
増減率	11.6%	4.3%	0.9%		3.3% ※		△2.3% ※	



※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

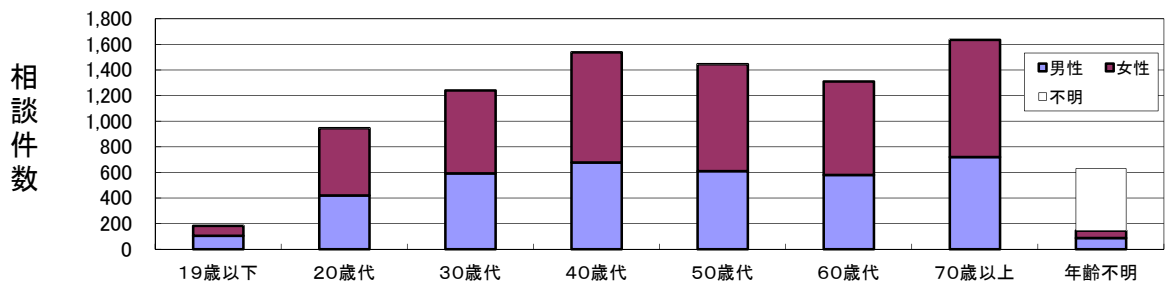
契約当事者の年代別では、多い順に70歳以上、40歳代、50歳代、60歳代、30歳代、20歳代、19歳以下となっています。前年度に比へまして、60歳代で増加、50歳代、70歳以上で微増し、20歳代、19歳以下、30歳代が減少し、40歳代が微減しました。また、契約当事者の平均年齢は51.2歳で、ここ数年で高齢化しており(28年度:49.9歳、27年度:49.5歳、26年度:49.5歳、25年度:49.4歳)、男女別では、女性(4,650件)が男性(3,784件)を上回りました。

契約当事者の年代性別(人)

(件数)

区分	29年度							28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	1.2%	78	0.9%	2	184	2.1%	104	1.1%	96	1.1%	3	203	2.2%
20歳代	419	4.7%	526	5.9%	2	947	10.6%	474	5.2%	577	6.3%	2	1,053	11.5%
30歳代	591	6.6%	649	7.3%	0	1,240	13.9%	597	6.5%	735	8.0%	1	1,333	14.6%
40歳代	676	7.6%	860	9.6%	1	1,537	17.2%	696	7.6%	924	10.1%	1	1,621	17.7%
50歳代	610	6.8%	834	9.3%	1	1,445	16.2%	654	7.2%	740	8.1%	6	1,400	15.3%
60歳代	580	6.5%	729	8.2%	0	1,309	14.7%	604	6.6%	551	6.0%	2	1,157	12.7%
70歳以上	718	8.0%	917	10.3%	3	1,638	18.3%	749	8.2%	862	9.4%	2	1,613	17.7%
年齢不明	86	1.0%	57	0.6%	485	628	7.0%	145	1.6%	104	1.1%	509	758	8.3%
合計	3,784	42.4%	4,650	52.1%	494	8,928	100.0%	4,023	44.0%	4,589	50.2%	526	9,138	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。29年度:338件、28年度:330件。



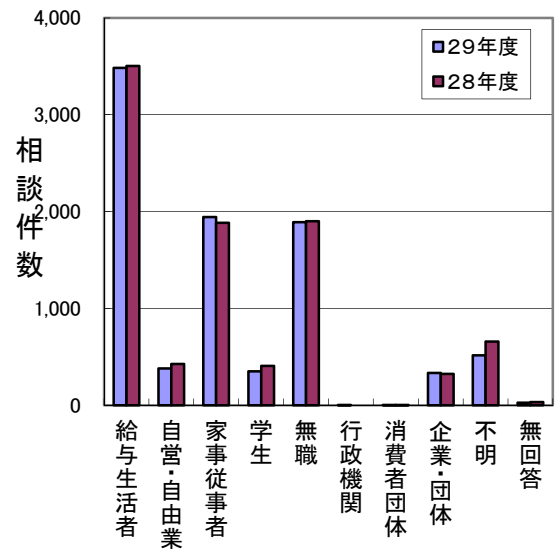
3 契約当事者の職業等

職業別の人数では、給与生活者が 3,484 人と最も多く、次いで家事従事者が 1,943 人、無職 1,890 人と例年通り、給与生活者が1位で、前年度と異なり、家事従事者が2位となりました。

契約当事者の職業等(人)

(件数)

区分	29年度	構成比	28年度	構成比
給与生活者	3,484	39.0%	3,503	38.3%
自営・自由業	382	4.3%	426	4.7%
家事従事者	1,943	21.8%	1,883	20.6%
学生	351	3.9%	406	4.4%
無職	1,890	21.2%	1,900	20.8%
行政機関	2	0.0%	0	0.0%
消費者団体	1	0.0%	3	0.0%
企業・団体	333	3.7%	326	3.6%
不明	515	5.8%	657	7.2%
無回答	27	0.3%	34	0.4%
合計	8,928	100.0%	9,138	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	614	17.6%
2	不動産貸借	325	9.3%
3	商品一般	177	5.1%

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	65	17.0%
2	商品一般	21	5.5%
3	不動産貸借・インターネット接続回線	17	4.5%

家事従事者

順位	商品名	件数	構成比
1	商品一般	306	15.7%
2	デジタルコンテンツ	275	14.2%
3	他の健康食品	68	3.5%

学生

順位	商品名	件数	構成比
1	デジタルコンテンツ	83	23.6%
2	エステティックサービス	20	5.7%
3	他の健康食品	17	4.8%

無職

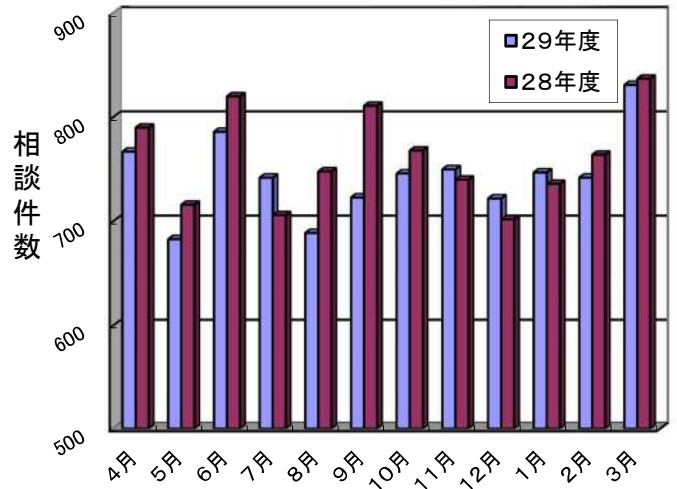
順位	商品名	件数	構成比
1	デジタルコンテンツ	267	14.1%
2	商品一般	136	7.2%
3	工事・建築	76	4.0%

4 月別相談取扱件数

平成29年度の月別取扱件数は、最も多かった3月が831件、最も少なかった5月が683件、月平均で約744件の相談がありました。

月別相談取扱件数

月	29年度	構成比	28年度	構成比
4月	767	8.6%	790	8.6%
5月	683	7.7%	716	7.8%
6月	786	8.8%	820	9.0%
7月	742	8.3%	706	7.7%
8月	689	7.7%	748	8.2%
9月	723	8.1%	811	8.9%
10月	746	8.4%	768	8.4%
11月	750	8.4%	740	8.1%
12月	722	8.1%	702	7.7%
1月	747	8.4%	736	8.1%
2月	742	8.3%	764	8.4%
3月	831	9.3%	837	9.2%
合計	8,928	100.0%	9,138	100.0%



5 不当請求に関する相談の月別相談取扱件数

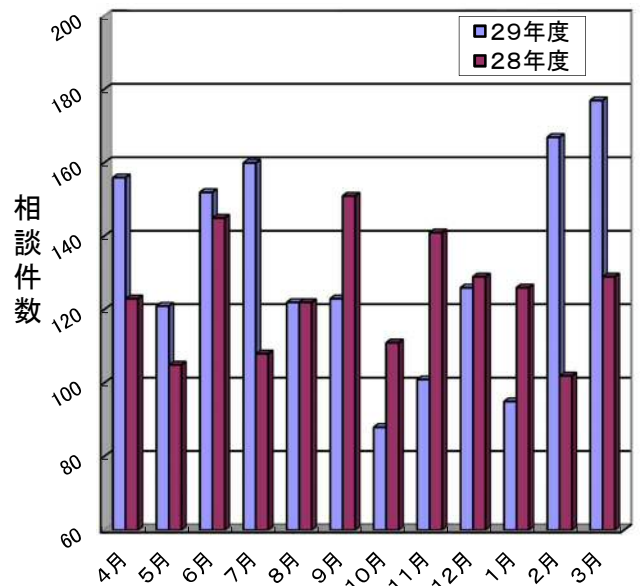
平成29年度は、不当請求(架空請求を含む)に関して1,588件の相談を受け付けました。これは、全相談件数(8,928件)の17.8%を占めています。

月別の相談件数は3月が177件と最も多く、当該月の相談取扱件数に対する比率は、2月が22.5%と最も高くなりました。

不当請求の内容は「『総合消費料金に関する訴訟最終告知のお知らせ』と題したハガキが届いたが、心当たりが無く不審。」、「携帯電話に大手事業者の名前で、会員登録の未納料金があるという簡易メールが届き、連絡先に電話したところ、10万円以上の請求をされた。」などです。また、「今日、タブレット端末でアダルトサイトを閲覧していたら、突然有料サイトに登録された。対処方法を知りたい。」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も大切です。

不当請求に関する月別相談取扱件数

月	29年度	構成比	28年度	構成比
4月	156	20.3%	123	15.6%
5月	121	17.7%	105	14.7%
6月	152	19.3%	145	17.7%
7月	160	21.6%	108	15.3%
8月	122	17.7%	122	16.3%
9月	123	17.0%	151	18.6%
10月	88	11.8%	111	14.5%
11月	101	13.5%	141	19.1%
12月	126	17.5%	129	18.4%
1月	95	12.7%	126	17.1%
2月	167	22.5%	102	13.4%
3月	177	21.3%	129	15.4%
合計	1,588	17.8%	1,492	16.3%



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なので法的手続きを取る』と簡易な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。近年、相談件数は増加傾向でしたが、前年度から減少に転じ、29年度は前年度(1,571件)と比較して13.8%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位となっています。また、前年度と比較して、増加率が大きかったのは「商品一般」です。『「総合消費料金に関する訴訟最終告知のお知らせ」と題したハガキが届いたが、不審だ。」という、不当請求に関する相談等が多く寄せられ、前年度比108.6%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

当事者を年代別にみると、30歳代を除くすべての年代で「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ました。

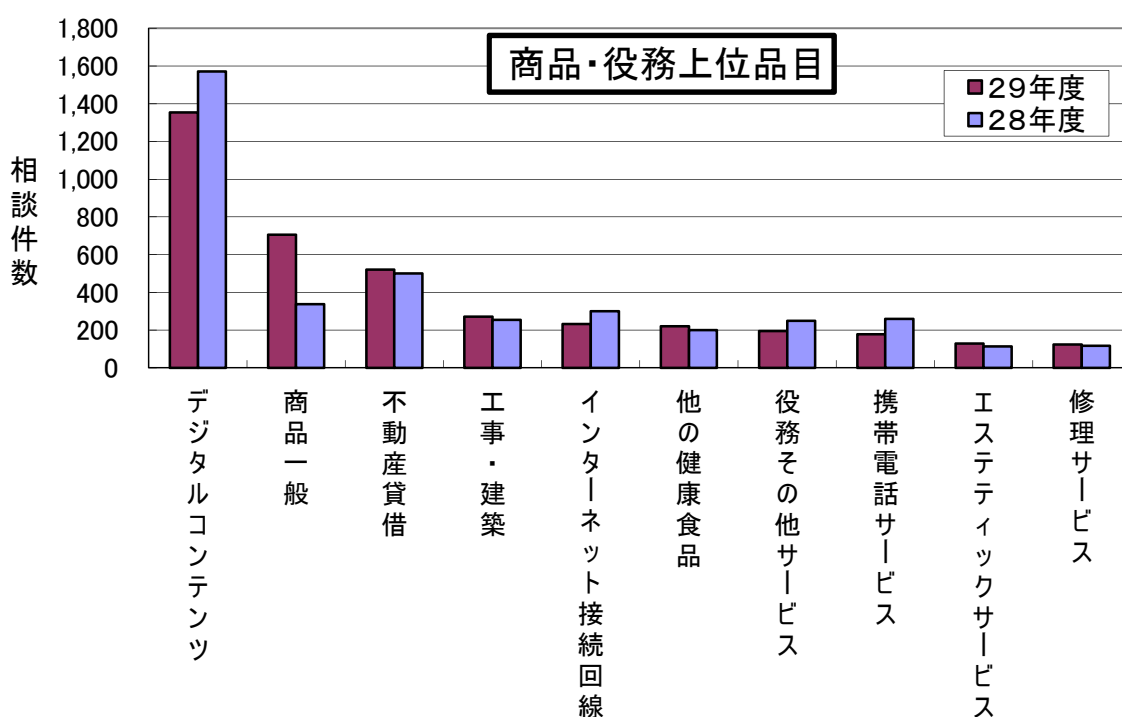
商品・役務上位品目

(件数)

順位	商品・サービス	29年度	構成比	28年度	構成比	備考
1	デジタルコンテンツ	1,354	15.2%	1,571	17.2%	不当請求 959 件他
2	商品一般	705	7.9%	338	3.7%	不当請求 449 件他
3	不動産貸借	521	5.8%	500	5.5%	賃貸アパート 481 件他 ※1
4	工事・建築	272	3.0%	255	2.8%	新築工事 42 件、 リフォーム工事 138 件他※2
5	インターネット接続回線	232	2.6%	301	3.3%	
6	他の健康食品	220	2.5%	200	2.2%	
7	役務その他サービス	196	2.2%	249	2.7%	
8	携帯電話サービス	179	2.0%	260	2.8%	
9	エステティックサービス	129	1.4%	114	1.2%	
10	修理サービス	124	1.4%	118	1.3%	

※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	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	184	デジタル コンテンツ	67	他の 健康食品	9	(2位) ビジネス 教室	9	商品一般	5	社会保険/ 教養・娯楽サ ービスその他	各 4
20歳代	947	デジタル コンテンツ	132	エステティッ クサービス	82	不動産 貸借	74	商品一般	36	インターネット 接続回線	30
30歳代	1,240	不動産 貸借	161	デジタル コンテンツ	156	他の 健康食品	40	商品一般	35	エステティッ クサービス	33
40歳代	1,537	デジタル コンテンツ	290	不動産 貸借	114	他の 健康食品	46	インターネッ ト接続回線	45	携帯電話 サービス	43
50歳代	1,445	デジタル コンテンツ	256	商品一般	159	不動産 貸借	63	工事・建築	49	他の 健康食品	43
60歳代	1,309	デジタル コンテンツ	265	商品一般	227	工事・建築	45	不動産 貸借	43	携帯電話 サービス	31
70歳以上	1,638	デジタル コンテンツ	161	商品一般	159	工事・建築	86	役務その他 サービス	51	修理サービス	45
総件数	8,928	デジタル コンテンツ	1,354	商品一般	705	不動産 貸借	521	工事・建築	272	インターネット 接続回線	232

※合計には年代不明及び団体(法人・事業者)の 628 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になっており、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	29年度	構成比
安全・衛生	154	1.7%
品質・機能、役務品質	1,465	16.4%
法規・基準	114	1.3%
価格・料金	1,033	11.6%
計量・量目	5	0.1%
表示・広告	555	6.2%
販売方法	5,195	58.2%
契約・解約	7,228	81.0%
接客対応	1,300	14.6%
包装・容器	4	0.0%
施設・設備	3	0.0%
買物相談	13	0.1%
生活知識	12	0.1%
その他	15	0.2%
不明	241	2.7%
合計	17,337	—

(複数計上)

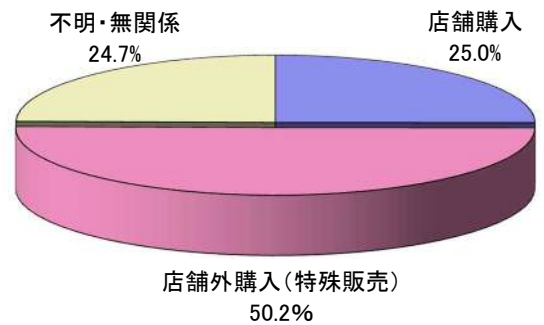
8 販売購入形態

店舗外購入(特殊販売)が約半数(全体の50.2%)を占めており、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1,063件で、33.8%を占めています。

販売購入形態

(件数)

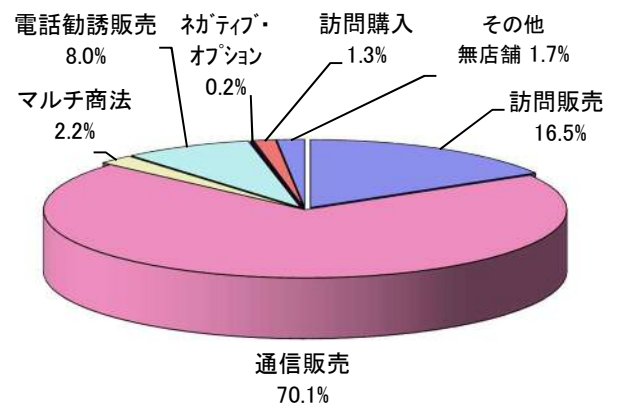
形態	29年度	構成比	28年度	構成比
店舗購入	2,236	25.0%	2,463	27.0%
店舗外購入(特殊販売)	4,485	50.2%	4,803	52.6%
不明・無関係	2,207	24.7%	1,872	20.5%
合計	8,928	100.0%	9,138	100.0%



店舗外購入(特殊販売)の内訳

(件数)

形態	29年度	構成比	28年度	構成比
訪問販売	740	16.5%	816	17.0%
通信販売	3,145	70.1%	3,404	70.9%
マルチ商法	98	2.2%	102	2.1%
電話勧誘販売	358	8.0%	345	7.2%
ネガティブ・オプション	7	0.2%	10	0.2%
訪問購入	60	1.3%	65	1.4%
その他無店舗	77	1.7%	61	1.3%
合計	4,485	100.0%	4,803	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	88	11.9%
2	テレビ放送サービス	71	9.6%
3	新聞	66	8.9%

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	1,305	41.5%
2	他の健康食品	191	6.1%
3	商品一般	99	3.1%

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	20	20.4%
2	ビジネス教室	13	13.3%
3	健康食品	8	8.2%

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	117	32.7%
2	役務その他サービス	33	9.2%
3	モバイルデータ通信	18	5.0%

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	1	14.3%
1	他の健康食品	1	14.3%
1	化粧品 その他3	1	14.3%

訪問購入の上位品目

順位	商品名	件数	構成比
1	ネックレス	7	11.7%
2	商品一般	5	8.3%
2	指輪	5	8.3%

9 契約購入金額及び既支払金額

平成29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1,553件と最多ですが、28年度に引き続いて“1万円以上10万円未満”の相談も1,501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、774件でした。

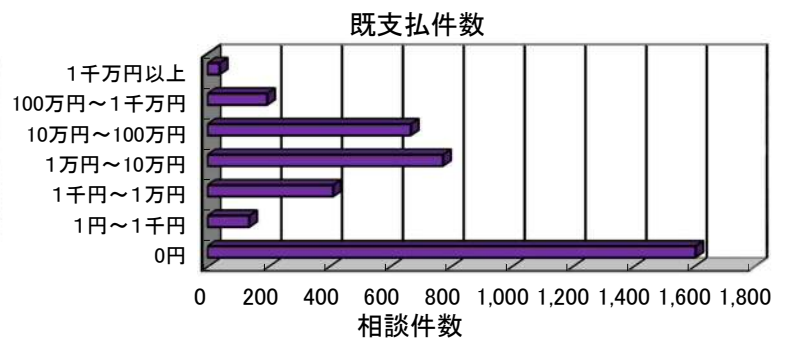
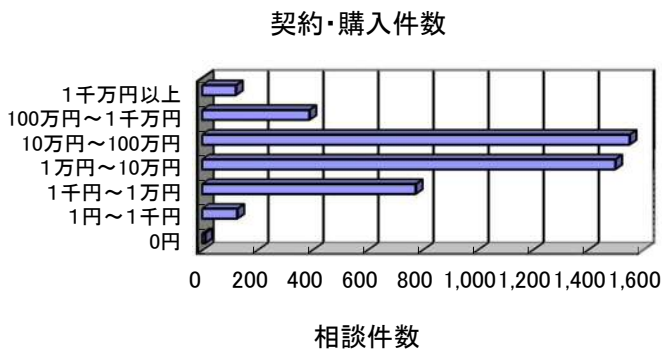
契約購入金額の平均額は1,458,984円、最高額は3億円で「家の全面改修工事の契約をしたが、工事の技術が悪く、修正が多くて信頼できない。契約を取り消すか、減額交渉したい。」という相談でした。

また、既支払金額の平均額は737,832円、最高額は6千5百万円で「賃貸物件にする予定で2世帯の注文戸建住宅を建てた。しかし、貸し出しできない地区だったことが判明。ハウスメーカーに補償*を求めたい」という相談でした。

※補償については消費生活相談の対象外です。

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	9	0.1%	0	0.0%
1千万円以上～1億円未満	114	1.3%	40	0.4%
100万円以上～1千万円未満	390	4.4%	196	2.2%
10万円以上～100万円未満	1,553	17.4%	668	7.5%
1万円以上～10万円未満	1,501	16.8%	774	8.7%
1千円以上～1万円未満	776	8.7%	413	4.6%
1円以上～1千円未満	128	1.4%	137	1.5%
0円	11	0.1%	1,605	18.0%
不明	4,446	49.8%	5,095	57.1%
合計	8,928	100.0%	8,928	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
デジタルコンテンツ	319,092円	8,000,000円	297,224円	7,700,000円
商品一般	451,601円	30,000,000円	56,766円	459,356円
不動産貸借	362,470円	28,000,000円	144,512円	980,850円
工事・建築	9,947,746円	300,000,000円	4,498,748円	50,000,000円
インターネット接続回線	23,529円	122,496円	14,483円	37,832円
他の健康食品	25,800円	600,000円	8,159円	200,000円
役務その他サービス	288,775円	3,700,000円	247,928円	3,000,000円
携帯電話サービス	94,444円	2,160,000円	155,175円	1,500,000円
エステティックサービス	378,879円	1,500,000円	223,219円	800,000円
修理サービス	87,262円	710,000円	78,512円	710,000円
平成29年度平均額	1,458,984円		737,832円	
(平成28年度平均額)	1,137,279円		748,578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29年度の危害に関する相談件数は111件となり、前年度に比較して2.8%増加しました。1位は「皮膚障害」、2位は「消化器障害」、「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29年度の危険に関する相談件数は57件となり、前年度比較で1.7%減少しました。1位は「異物の混入」、2位は「化学物質による危険」、3位は「破損・折損」でした。

危 害

(件数)

危害内容	29年度	28年度	危害内容	29年度	28年度
皮膚障害	35	29	中毒	1	2
消化器障害	13	15	頭蓋(内)損傷	0	0
熱傷	13	11	内臓損傷	0	0
擦過傷・挫傷・打撲傷	8	6	筋・腱の損傷	0	1
刺傷・切傷	6	6	窒息	0	0
呼吸器障害	5	6	凍傷	0	0
骨折	4	5	感電障害	0	0
神経・脊髄の損傷	2	3	不明	0	0
脱臼・捻挫	1	0	その他の傷病及び諸症状	22	24
感覚機能の低下	1	0	合 計	111	108

危 険

(件数)

危険内容	29年度	28年度	危険内容	29年度	28年度
異物の混入	16	10	転落・転倒・不安定	1	3
化学物質による危険	7	1	バリ・鋭利	1	1
破損・折損	6	5	異物の侵入	1	2
過熱・こげる	5	3	火災	0	0
発煙・火花	4	8	点火・燃焼・消火不良	0	0
機能故障	4	2	燃料・液漏れ等	0	1
発火・引火	3	6	部品脱落	0	3
破裂	2	3	腐敗・変質	0	1
操作・使用性の欠落	2	1	その他	3	7
ガス漏れ	1	1	不明	0	0
漏電・電波等の障害	1	0		57	58

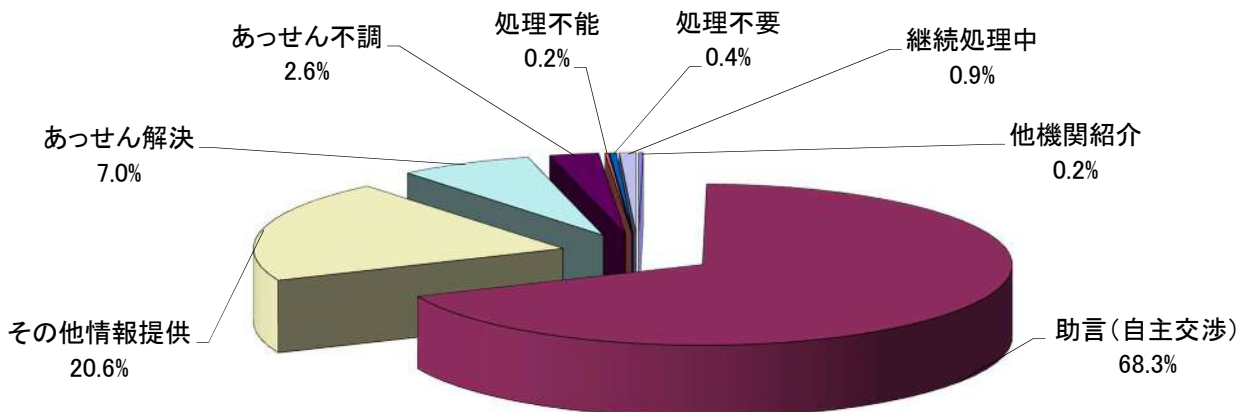
11 処理結果

受け付けた相談の結果については、「助言（自主交渉）」が6,099件（68.3%）、「その他情報提供」が1,835件（20.6%）、あっせん解決が623件（7.0%）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77件（0.9%）となっています。

処理結果

（平成30年5月17日現在）

	件数	内 容
他機関紹介	20	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）	6,099	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	1,835	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	623	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	228	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	14	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	32	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	77	※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	8,928	



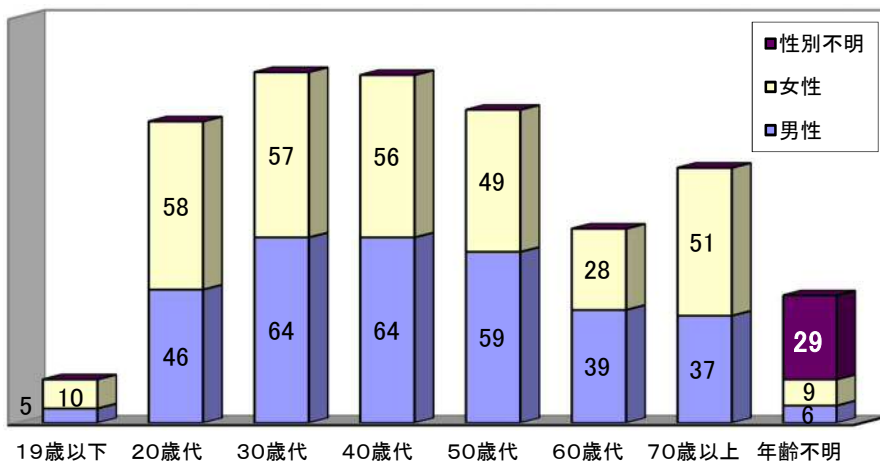
12 土曜日電話相談

平成29年度の土曜日電話相談件数は、667件で、制度をスタートした前年度(663件)とほぼ同水準でした。相談者の男女比を見ると、ほぼ同数で30歳代、40歳代からの相談が多く寄せられました。

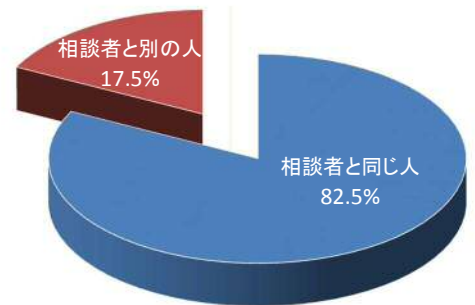
平日と土曜日における相談件数

	平日			土曜日			総件数
	日数	件数	1日平均	日数	件数	1日平均	
28年度	244日	8,472件	34.7件	49日	663件	13.5件	9,138件
29年度	244日	8,261件	33.9件	48日	667件	13.9件	8,928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



土曜日相談は、契約者本人からの相談の比率が82.5%(前年度84.1%)と8割程度が契約者本人からの相談となりました。

相談者の職業等を見ると「給与生活者」からの相談については、平日が40.0%であったのに対して、土曜日は53.1%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
28年度	8,472件	3,211件	37.9%	663件	391件	59.0%
29年度	8,261件	3,301件	40.0%	667件	354件	53.1%

～ 増加傾向の相談 ～

「簡単に儲かる」！？情報商材のトラブル

「月収 50 万円なんてコピー*するだけで簡単に稼げます」、「80 歳のおばあさんでも確実に稼げる」など、誰にでも簡単に稼げることをアピールして、その儲け方のノウハウを教えるという情報商材の契約をしたが儲からないという相談が日々、全国の消費生活センターに寄せられています。

本市でも、例年、数件～10 件程度、情報商材に関する相談がありましたが、平成29年度は急増し、50 件程度の相談が寄せられました。

*コピー:コピー&ペースト。文章をコピーし、別の場所に複製して貼り付ける(ペーストする)こと。

<事 例>

SNSの広告を見て、コピーだけで稼げると謳っている 10,000 円の情報商材を申込み、カード決済で購入した。すぐPDFファイルが届くとともに、「電話で説明したいので、希望日を送って」というメールがきた。後日、電話があり、収益の高い 50 万円のサポートコースを勧められた。高額と思ったが「もし売り上げがなかったら、全額返金する」と言われ、クレジット翌月一括払いにした。

仕事は事業者が開発した商品をブログ等で紹介して販売するものだった。その後、SNSやブログの立ち上げ、更新をするようにという課題メールが次々届き始めた。簡単な作業ではないので解約を2回申し出たが、返金保証があると説明され、思い留まった。その後、2件の収益(10 万円)があがったが、そのことが全額返金対象外と判断されてしまった。誰が購入したかはサイト側しかわからない。結局、稼ぐこともできず、返金保証対象にもならない仕組みと気づいた。収益は返すので、解約、返金してほしい。

スマホに「当選おめでとう」というメールが届いた。開いてみると、簡単確実に稼げる情報商材を購入する権利が当たったと分かった。「1日 30 分のアフィリエイト*作業で、毎月 50 万円が自動的に稼げる」という動画広告を信用し、5万円の商材をクレジットカードの一括払いで購入した。だが、届いた商材を見ると、アフィリエイトではなく、クレジットカードを作ってキャッシュバックを受け取ったり、物品を購入してポイントを得たりするというセルフバックの商材だった。これでは出費を伴うので、実際の利益はわずかになる。動画広告に騙されて契約したので、契約とクレジットカード決済の取り消しを求めたい。

*アフィリエイト:「広告」による収入形態の1つ。サイトやブログ等に広告主の広告を載せ、閲覧者がそのサイトを經由して販売者のサイトへアクセスしたり契約したりすると、それに応じて報酬が得られるというシステム

<アドバイス>

- 情報商材は、PDF ファイルをダウンロードする形や DVD そのものを購入する形などがあります。きっかけは、SNSで話しかけられたり、ポップアップのネット広告をクリックしたり、ネットビジネスに関するメルマガを取っていたりと様々です。様に簡単に稼げることや、高額収入が得られることを謳っていますが、情報商材を購入する前に、具体的に儲かる仕組みの内容を確認することができません。
- 実際に購入してみると、誰でもネットで閲覧できるような情報であったり、大変な時間を要して準備をする必要があったりします。最近では、仮想通貨で利益を得るノウハウという商材もあります。また、「先着 30 人にだけ」「今日から2週間以内」などと契約するかどうかの判断を急がせる事業者もみられます。
- 以前は20歳代の若者に多い相談でしたが、現在は40歳代、50歳代と相談者の年齢層もどんどん広がっています。
- 一度比較的安い値段で情報商材を契約させ、その後、もっと確実により高収入を得られるという高額商材に誘う手口も多く見られます。
- これらの事業者には約束通り儲からないからと、解約、返金を求めても消費者が商材をダウンロードしており、既に情報を提供していると主張し、なかなか返金に応じてくれません。
- 「消費者契約法」では、事業者が勧誘する際に、重要事項について不実のことを告げたり、将来どのようになるか分からない財産上の利益を「必ず儲かる」などと断定的に告げて、消費者を誤認させて契約させた時は、契約の取り消しの主張ができると定めています。しかし、問題勧誘の立証責任は消費者にあり、契約の取り消しで返金を求めることは容易ではありません。
- 簡単な儲け話は、決してありません。仕組みの分からない儲け話には手を出さないようにしましょう。
- 少しでも納得できない契約であれば、早めに消費者行政センターに御相談ください。

割賦販売法が改正されました！

「割賦販売法」は、クレジット取引などに関するルールについて定めた法律です。

改正法は平成28年12月に公布され、平成30年6月1日に施行されました。

※割賦販売法は、クレジット会社に対して一定の方法により、2か月以上の後払いで支払う方法が規制の対象となります。

「翌月1回払い(マンスリークリア)」は適用外で、現金で支払った場合と同じ扱いになります。

クレジットという言葉は、「信用」あるいは「信頼」という意味ですが、現在は後払いの支払手段として一般的な言葉になっています。

クレジットは利用方法によって、個別方式クレジットとクレジットカード(包括クレジット)の2つに分けることができます。

個別方式クレジット

商品を購入しようとする時に、その商品の購入にクレジットを利用するための申込書を書いて、販売店を通じて提出し、クレジット会社の審査を受けて利用するクレジットを「個別方式」のクレジットといいます。自動車や宝石、学習教材等の分割払いなどです。消費者はクレジット会社に後払いで手数料をつけて支払い(返済)します。手元にお金がなくても、クレジットを利用することで高額な商品を購入することができますが、分割回数により手数料を支払うので支払総額が増えることになります。

スマホの「実質0円」となっているものも、毎月の通信料金を払う時に代金を分割払いしており、個別クレジット契約です。(原則、スマホの個別クレジットには手数料はかかりません)

クレジットカード(包括クレジット)

クレジットカードは消費者の信用に基づいて発行されるカードで、消費者はこのクレジットカードを使って、一定の条件(有効期限や利用可能枠の範囲での利用や会員規約の遵守等)で、クレジットのシステム(代金後払いでの商品を購入したり、サービスの提供を受ける)を利用することができます。支払い方法として、翌月一括払い(マンスリークリア)、ボーナス一括払い、分割払い、リボルビング払いがあります。また、分割払いやリボルビング払いには手数料がかかります。

平成28年割賦販売法の改正点

●加盟店管理の強化

販売店と加盟店契約を結ぶクレジットカード会社(アクワイアラー*)は経済産業省への登録制が必要になり、販売店の適切性・安全性を調査することが義務付けられました。また、アクワイアラーと同等の機能を有する決済代行会社(PSP=ペイメント・サービス・プロバイダ**)に対しても登録制が取り入れられました。

* アクワイアラーとは、クレジットカード発行会社が加盟店に支払う立替払金を自己の名をもって取次をする事業者。

** 決済代行会社とは、クレジットカード取引において、カード会社と加盟店の契約を取り次ぎ、カード決済システムを提供する事業者。

●加盟店のセキュリティ対策の義務化

近年、販売店がサイバー攻撃などを受けカード情報が漏れるといった事件が増えています。また、偽造磁気カードやインターネット通販でのなりすましによる被害なども増えています。これらを防ぐため、今回の法律改正で、カード番号などの情報漏洩を防止するため、クレジットカード番号の適切な管理、不正利用防止、販売店にクレジットカード決済端末のIC対応、ネット取引における不正使用対策等が義務付けられました。

●利用伝票等の書面交付義務の緩和

クレジットカード利用時(分割・リボルビング払い等2か月超)の加盟店の書面交付義務を緩和し、電子メール等による情報提供が可能となりました。

●平成28年改正の特定商取引法に連動した改正

電話勧誘販売で通常必要とされる分量を著しく超える商品等を個別クレジットで購入してしまった時、契約の解除等ができるようになりました。

また、加盟店から「重要事項の不実告知」等不当な勧誘があった場合のクレジット契約の取消ができる期間が6か月から1年に延長されました。

クレジットカードやクレジット契約の注意点

●パスワード管理をしっかりと！

クレジットカードの暗証番号やインターネット取引のパスワード管理をしっかりとしましょう。ICクレジットカードを利用するときは、暗証番号(数字の4ケタ)で本人確認がされます。他人に推測されにくい暗証番号を設定し、他人に教えないようにしましょう。

●リボルビング払い

リボルビング払いとは、利用金額や件数に関わらず、毎月一定の額、または一定の割合をクレジット会社に支払う方法です。毎月の支払額が平準化されるので、支払いやすい反面、利用状況を把握しにくいいため、支払困難に陥る可能性があります。

また、「一括払い」としたはずなのに、「リボ払い」になっていたという相談もあります。カードを申し込む際は、初期設定が「リボ払い」になっているカードもあるので、支払方法や規約をしっかりと確認しましょう。

●個別クレジットの注意

購入の都度、分割払いの契約をする場合(個別クレジット)はクレジット契約書面の交付義務があります。商品やサービスなどの契約内容や手数料、支払総額、月々の支払額などについて確認をしましょう。消費者は、クレジット契約書面に、年収など与信のために必要な情報を正しく記入しなければなりません。

また、特定契約*の個別クレジットは、クレジット会社から確認の電話が入るので、具体的に契約内容などについて確認をしておきましょう。

販売契約がクーリング・オフできる場合には、販売契約とともに個別クレジットもクーリング・オフができます。

* 特定契約とは、「特定商取引法」で定められた訪問販売、電話勧誘販売、特定継続的役務提供、連鎖販売取引、業務提供誘引販売取引の取引です。

【参考・出典】

- ・「早わかり改正割賦販売法」〔経済産業省〕
<http://www.meti.go.jp/policy/economy/consumer/credit/1141hayawakarikaiseikappuhanbaihou.html>
 - ・「割賦販売法が改正されました」〔(一社)日本クレジット協会リーフレット〕
https://www.j-credit.or.jp/customer/basis/re_kappu.html
 - ・「クレジットと割賦販売法」〔東京都 東京暮らしWEB〕
https://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.jp/sodan/s_faq/kiso/k_kappanhou.html
- クレジットの基礎知識 [(社)日本クレジット協会 HP]
<https://www.j-credit.or.jp/>

—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。更なる相談やあっせん*を希望する場合は、電話又は来所に対応しています。

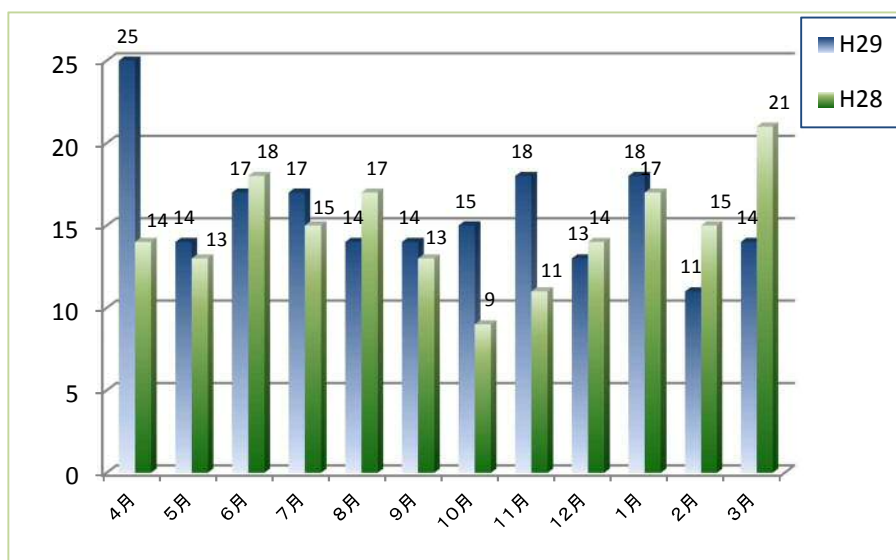
電話で回答する場合は、必要に応じてあっせん*に入るなど解決に向けたサポートを行っています。

* 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25件、最も少ない月は2月の11件となっています。

	29年度	28年度
4月	25	14
5月	14	13
6月	17	18
7月	17	15
8月	14	17
9月	14	13
10月	15	9
11月	18	11
12月	13	14
1月	18	17
2月	11	15
3月	14	21
計	190	177



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43件で22.6%、開所時間外(16時～24時、0時～9時、土日祝日の9時～16時)が147件で77.4%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	83
0時～9時	40
9時～16時(土日祝日)	24
9時～16時(開所日)	43
合計	190

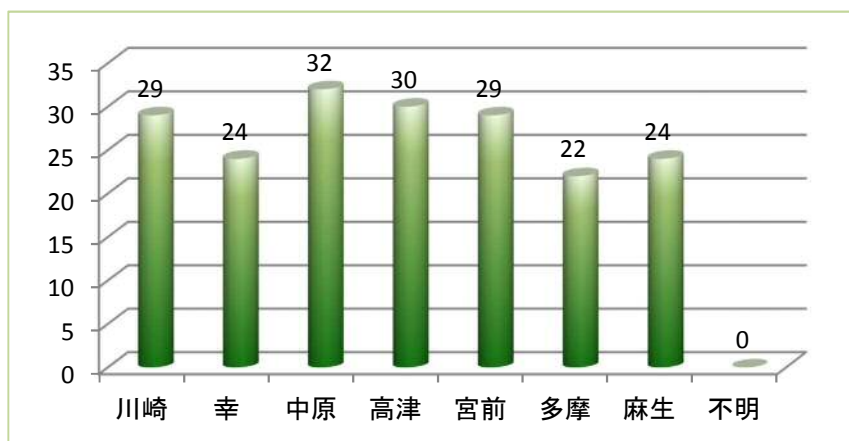
4 相談者の状況

職業別でみると、第1位は「給与生活者」の132件で、全体の69.5%を占めています。第2位は「無職」「その他」の15件(7.9%)となっています。

男女別では、男性が90件、女性が100件。年代別では、30歳代(72件)と40歳代(47件)で全体の約6割を占め、20歳代(35件)を加えると全体の8割になります。

(1) 居住区別

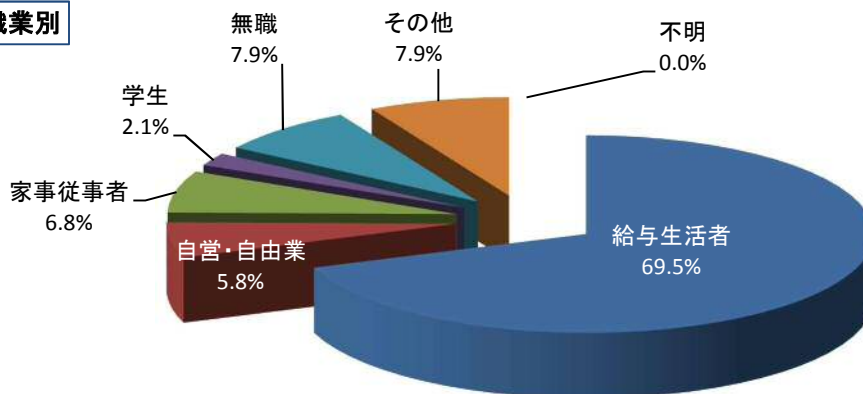
居住区	件数
川崎	29
幸	24
中原	32
高津	30
宮前	29
多摩	22
麻生	24
不明	0
計	190



(2)職業別

職業	件数
給与生活者	132
自営・自由業	11
家事従事者	13
学生	4
無職	15
その他	15
不明	0
計	190

職業別



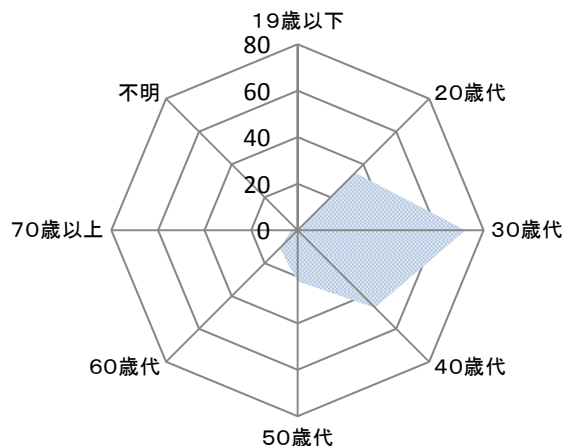
(3)男女別

性別	件数
男	90
女	100
不明	0
計	190

(4)年代別

年代	件数
19歳以下	0
20歳代	35
30歳代	72
40歳代	47
50歳代	22
60歳代	11
70歳以上	3
不明	0
計	190

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、「エステティックサービス」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	デジタルコンテンツ	15
2	エステティックサービス	14
3	インターネット接続回線	9
4	不動産貸借	7

順位	商品名	件数
4	モバイルデータ通信	7
6	商品一般	6
6	他の健康食品	6

6 メール相談の現況

平成29年度の電子メール相談受付件数は合計 190 件で、前年度(177 件)と比較すると 13 件 7.3%増加しました。

29年度の特徴として、前年度と同様に、デジタルコンテンツやインターネット接続回線などのICT(情報通信技術)関連の相談件数が上位を占めています。また、エステティックサービスの中途解約などに関する相談が多く寄せられました。

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、どうしても連絡が取れない場合には、電話、若しくは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のどのよう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。

*** 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。**

「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29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961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。

救済金額の内容	件数	合計額	最高額
回復額	416	108,599,292 円	20,900,000 円
クーリング・オフ額	148	69,012,635 円	4,926,540 円
未然防止額	397	170,516,004 円	25,600,000 円

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416件、合計額は約1億860万円となっています。最高額は2,090万円で、「契約したばかりの投資用マンションの解約をしたいが、解約料が発生するだろうか。」という相談でした。416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317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位インターネット接続回線でした。
- ② クーリング・オフ額の合計件数は148件、合計額は約6,900万円となっています。最高額は約490万円で「訪問販売で太陽光発電システム、オール電化、蓄電池の契約をしたが高額なのでクーリング・オフしたい。どうしたらよいか。」という相談でした。148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43件となっています。上位品目は1位工事・建築、2位建物清掃サービス、3位エステティックサービスでした。

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	0	0.0%	0	0.0%
1千万円以上～1億円未満	3	0.7%	0	0.0%
100万円以上～1千万円未満	14	3.4%	20	13.5%
10万円以上～100万円未満	122	29.3%	77	52.0%
1万円以上～10万円未満	180	43.3%	45	30.4%
1千円以上～1万円未満	87	20.9%	6	4.1%
1円以上～1千円未満	10	2.4%	0	0.0%
合計	416	100.0%	148	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30年6月発行