

平成30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 海外のチケット転売仲介サイトのトラブル	13
	消費生活関連講座 「チケット不正転売禁止法」令和元年6月14日スタート!	14
	資料1 ー電子メール相談受付状況ー	16
	資料2 ー被害の回復ー（救済金額について）	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、令和元年度5月27日現在の数値を掲載しており、確定値ではありません。

※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。

平成30年度消費生活相談

I. 概要

1 相談件数

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%増加し、14年ぶりに10,000件を上回りました。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、28年度から減少に転じ、30年度の「デジタルコンテンツ」に関する相談件数は、前年度から約13%減少し、上位品目2位となりました。

架空請求に関しては、例年、簡易メール等を使ったものが多かったのですが、30年度は『民事訴訟最終通告書』や『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が、心当たりが無く不審。」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たことにより、30年度の「商品一般」に関する相談件数は、前年度から208%増加し、上位品目1位となりました。
 ※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

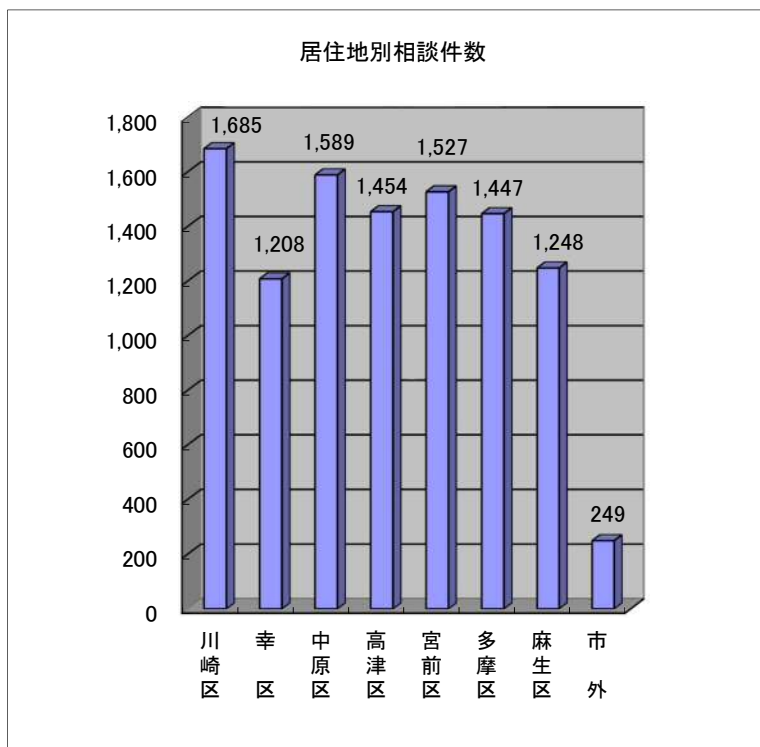
相談者を住所別にみると、川崎区、中原区、宮前区の順に多くなっています。

また、相談方法では電話による相談が9,693件(全相談件数の92.4%)と最も多く、次いで来訪による相談が641件(全相談件数の6.1%)、文書による相談が155件(全相談件数の1.5%)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30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	1,685	1,208	1,589	1,454	1,527	1,447	1,248	249	82	10,489
構成比(%)	16.1	11.5	15.1	13.9	14.6	13.8	11.9	2.4	0.8	100.0
人口	231,530	167,206	258,119	231,808	231,131	217,941	178,748	—	—	1,516,483
構成比(%)	15.3	11.0	17.0	15.3	15.2	14.4	11.8	—	—	100.0
人口に対する 相談件数の割合	0.73%	0.72%	0.62%	0.63%	0.66%	0.66%	0.70%	—	—	0.69%



相談方法

区分	30年度	29年度
来訪(件)	641	554
構成比	6.1%	6.2%
電話(件)	9,693	8,270
構成比	92.4%	92.6%
文書(件)	155	104
構成比	1.5%	1.2%
合計(件)	10,489	8,928
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(2,243件)、60歳代(1,897件)、50歳代(1,858件)、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。また、契約当事者の平均年齢は、53.7歳で、ここ数年で高齢化しています。

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。これは、架空請求に関する相談が、主に50歳以上の女性から多く寄せられたことによるものです。

職業別では、前年度と同様、給与生活者からの相談が3,976件(全体の37.9%)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」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。

1位「商品一般」の内容は架空請求を含む不当請求に関するものが多く、「『民事訴訟最終通告書』と題したハガキが届いたが、心当たりが無く不審。」などの相談が多く寄せられました。

当事者を年代別にみると、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・40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 相談内容

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

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。

Ⅱ. 消費生活相談統計

1 取扱件数及び内訳

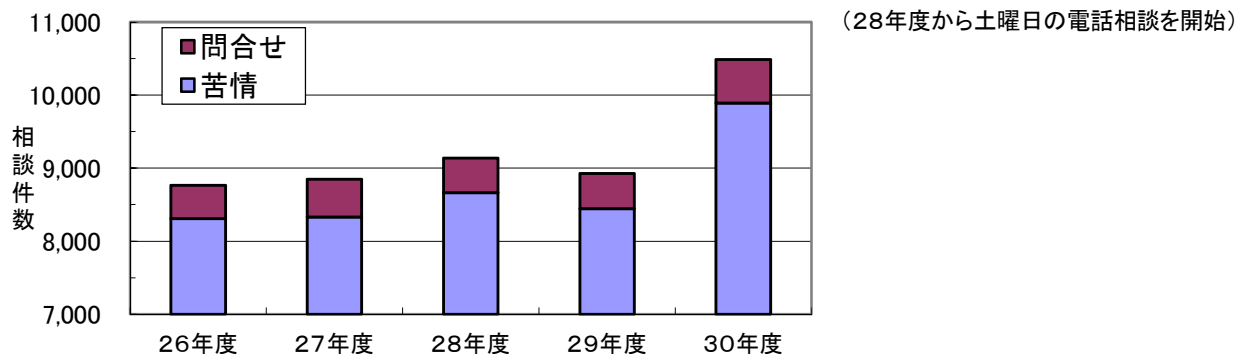
平成30年度の相談件数は、前年度と比較して17.5%増加の10,489件となっており、14年ぶりに10,000件を上回りました。

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、28年度から減少に転じ、30年度の「デジタルコンテンツ」に関する相談件数は、前年度から約13%減少し、上位品目2位となりました。また、「商品一般」に関する不当請求の相談が増加し、30年度の「商品一般」に関する相談件数は、前年度から208%増加し、上位品目1位となりました。相談の内訳は、苦情が9,893件、問合わせが596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	26年度	27年度	28年度	(構成比)	29年度	(構成比)	30年度	(構成比)
苦情	8,307	8,329	8,662	94.8%	8,444	94.6%	9,893	94.3%
問合せ	459	520	476	5.2%	484	5.4%	596	5.7%
要望	0	0	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
合計	8,766	8,849	9,138	100.0%	8,928	100.0%	10,489	100.0%
増減率	4.3%	0.9%	3.3%		△2.3%		17.5%	



2 契約当事者の年代性別

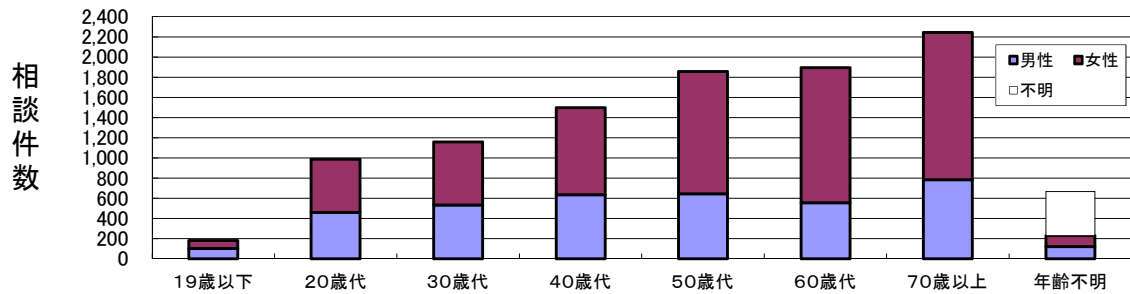
契約当事者の年代別では、多い順に70歳以上、60歳代、50歳代、40歳代、30歳代、20歳代、19歳以下となっています。前年度に比べて、70歳以上・60歳代・50歳代で増加、20歳代で微増し、30歳代・40歳代・19歳以下が微減しました。また、契約当事者の平均年齢は53.7歳で、ここ数年で高齢化しており(29年度:51.2歳、28年度:49.9歳、27年度:49.5歳、26年度:49.5歳)、男女別では、女性(6,210件)が男性(3,837件)を大きく上回りました。

契約当事者の年代性別(人)

(件数)

区分	30年度							29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	103	1.0%	78	0.7%	0	181	1.7%	104	1.2%	78	0.9%	2	184	2.1%
20歳代	460	4.4%	528	5.0%	1	989	9.4%	419	4.7%	526	5.9%	2	947	10.6%
30歳代	534	5.1%	623	5.9%	0	1,157	11.0%	591	6.6%	649	7.3%	0	1,240	13.9%
40歳代	636	6.1%	862	8.2%	0	1,498	14.3%	676	7.6%	860	9.6%	1	1,537	17.2%
50歳代	645	6.1%	1,212	11.6%	1	1,858	17.7%	610	6.8%	834	9.3%	1	1,445	16.2%
60歳代	556	5.3%	1,339	12.8%	2	1,897	18.1%	580	6.5%	729	8.2%	0	1,309	14.7%
70歳以上	783	7.5%	1,459	13.9%	1	2,243	21.4%	718	8.0%	917	10.3%	3	1,638	18.3%
年齢不明	120	1.1%	109	1.0%	437	666	6.3%	86	1.0%	57	0.6%	485	628	7.0%
合計	3,837	36.6%	6,210	59.2%	442	10,489	100.0%	3,784	42.4%	4,650	52.1%	494	8,928	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。30年度:312件、29年度:338件。

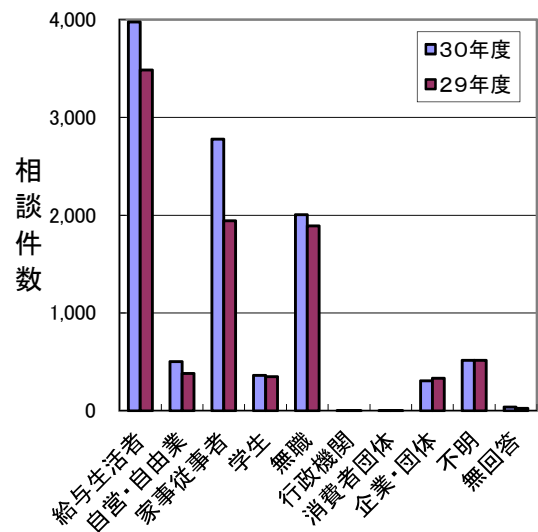


3 契約当事者の職業等

職業別の人数では、給与生活者が 3,976 人と最も多く、次いで家事従事者が 2,777 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	30年度	構成比	29年度	構成比
給与生活者	3,976	37.9%	3,484	39.0%
自営・自由業	504	4.8%	382	4.3%
家事従事者	2,777	26.5%	1,943	21.8%
学生	364	3.5%	351	3.9%
無職	2,006	19.1%	1,890	21.2%
行政機関	1	0.0%	2	0.0%
消費者団体	1	0.0%	1	0.0%
企業・団体	307	2.9%	333	3.7%
不明	515	4.9%	515	5.8%
無回答	38	0.4%	27	0.3%
合計	10,489	100.0%	8,928	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	547	13.8%
2	商品一般	521	13.1%
3	不動産貸借	296	7.4%

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	88	17.5%
2	商品一般	73	14.5%
3	不動産貸借・インターネット接続回線	各 21	4.2%

家事従事者

順位	商品名	件数	構成比
1	商品一般	1,140	41.1%
2	デジタルコンテンツ	199	7.2%
3	工事・建築	68	2.4%

学生

順位	商品名	件数	構成比
1	デジタルコンテンツ	81	22.3%
2	教養娯楽教材	19	5.2%
3	エステティックサービス	15	4.1%

無職

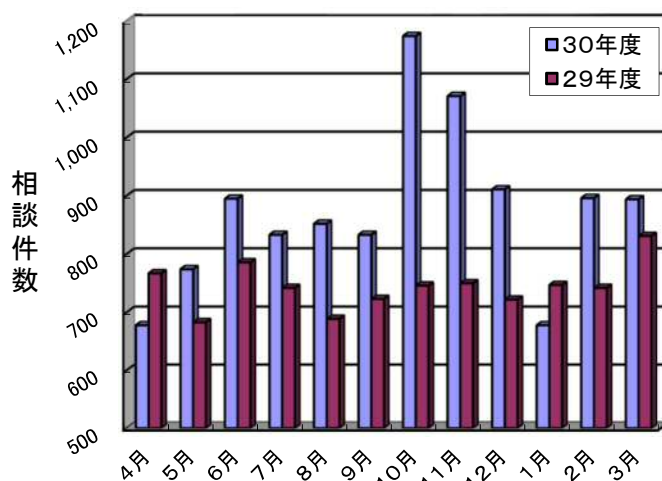
順位	商品名	件数	構成比
1	商品一般	303	15.1%
2	デジタルコンテンツ	225	11.2%
3	工事・建築	104	5.2%

4 月別相談取扱件数

平成30年度の月別取扱件数は、最も多かった10月が1,174件、最も少なかった4月・1月が678件、月平均で約874件の相談がありました。

月別相談取扱件数 (件数)

月	30年度	構成比	29年度	構成比
4月	678	6.5%	767	8.6%
5月	774	7.4%	683	7.7%
6月	895	8.5%	786	8.8%
7月	833	7.9%	742	8.3%
8月	852	8.1%	689	7.7%
9月	833	7.9%	723	8.1%
10月	1,174	11.2%	746	8.4%
11月	1,071	10.2%	750	8.4%
12月	911	8.7%	722	8.1%
1月	678	6.5%	747	8.4%
2月	896	8.5%	742	8.3%
3月	894	8.5%	831	9.3%
合計	10,489	100.0%	8,928	100.0%



5 不当請求に関する相談の月別相談取扱件数

平成30年度は、不当請求(架空請求を含む)に関して2,678件の相談を受け付けました。これは、全相談件数(10,489件)の25.5%を占めています。

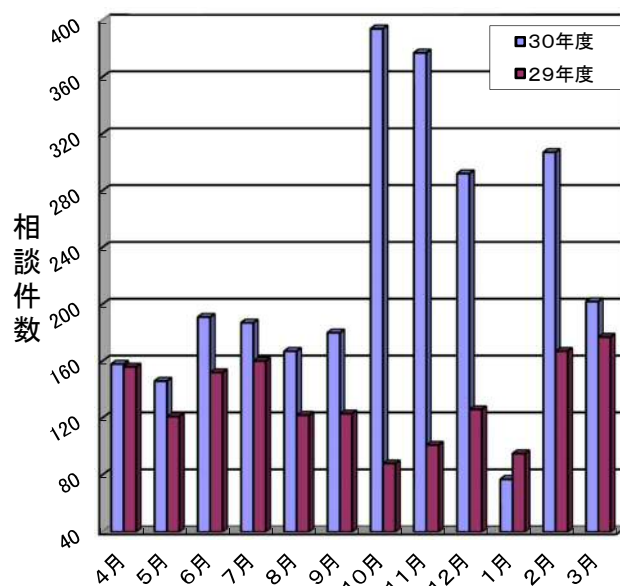
月別の相談件数は10月が394件と最も多く、月別相談取扱件数に対する比率は、11月が35.2%と最も高くなりました。

不当請求の内容は「『民事訴訟最終通告書』や『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が、心当たりが無く不審。」、「携帯電話に『利用料金の確認がとれない。本日中に連絡せよ。』という簡易メールが届き、電話したらセキュリティソフト代といった高額な請求を受けた。」などです。

また、「ネット通販業者名で利用料金未納という簡易メールが届いた。私はこの事業者を利用したことはなく不審。」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 (件数)

月	30年度	構成比※	29年度	構成比※
4月	158	23.3%	156	20.3%
5月	146	18.9%	121	17.7%
6月	191	21.3%	152	19.3%
7月	187	22.4%	160	21.6%
8月	167	19.6%	122	17.7%
9月	180	21.6%	123	17.0%
10月	394	33.6%	88	11.8%
11月	377	35.2%	101	13.5%
12月	292	32.1%	126	17.5%
1月	77	11.4%	95	12.7%
2月	307	34.3%	167	22.5%
3月	202	22.6%	177	21.3%
合計	2,678	25.5%	1,588	17.8%



※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。前年度と比較して著しく増加した「商品一般」では、『民事訴訟最終通告書』と題したハガキが届いたが、心当たりが無く不審。」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208%増加し、1位となりました。

また、2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、有料コンテンツの退会手続きのため今日中に電子ギフトカードを購入し番号を送るようにとメールが届いた。不審だ。」などの相談が多数寄せられましたが、30年度は前年度(1,354件)と比較して13.4%減少し、2位となりました。

※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、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・40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。

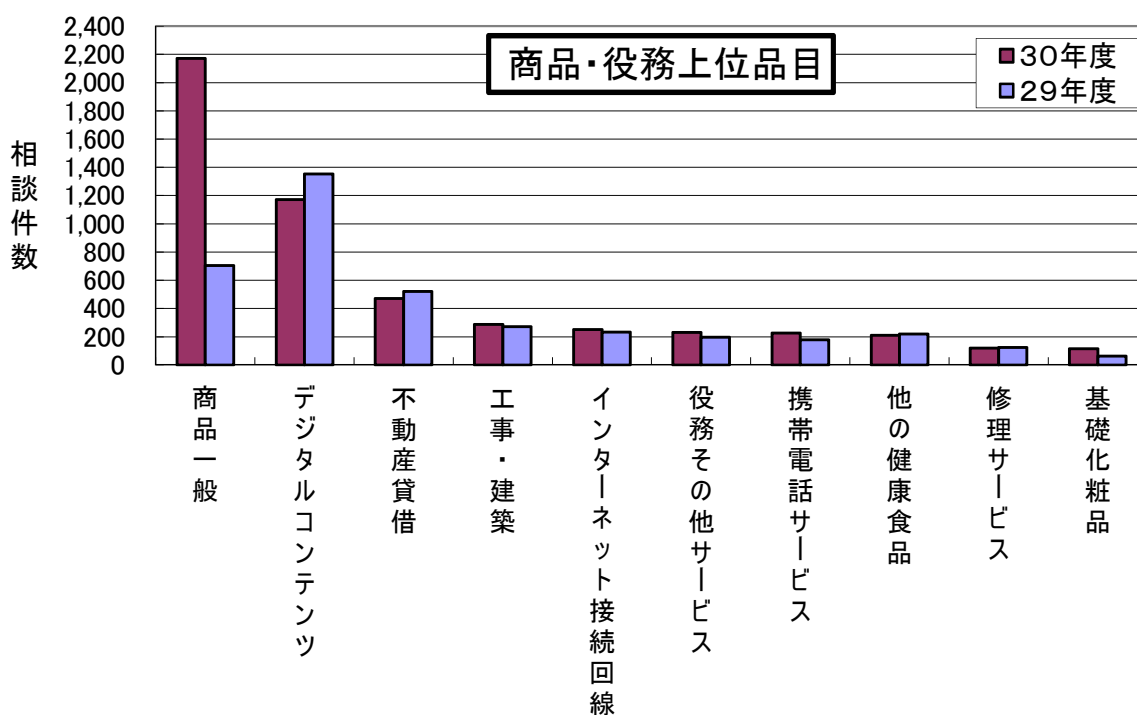
商品・役務上位品目

(件数)

順位	商品・サービス	30年度	構成比	29年度	構成比	備考
1	商品一般	2,172	20.7%	705	7.9%	不当請求 1,852 件他
2	デジタルコンテンツ	1,172	11.2%	1,354	15.2%	不当請求 639 件他
3	不動産貸借	471	4.5%	521	5.8%	賃貸アパート 428 件他 ※1
4	工事・建築	288	2.7%	272	3.0%	新築工事 46 件 リフォーム工事 148 件他 ※2
5	インターネット接続回線	252	2.4%	232	2.6%	
6	役務その他サービス	230	2.2%	196	2.2%	
7	携帯電話サービス	226	2.2%	179	2.0%	
8	他の健康食品	211	2.0%	220	2.5%	
9	修理サービス	120	1.1%	124	1.4%	
10	基礎化粧品	116	1.1%	64	0.7%	

※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	181	デジタルコンテンツ	60	商品一般	11	他の健康食品	9	他の化粧品	8	自動二輪車	6
20歳代	989	デジタルコンテンツ	145	不動産貸借	82	エステティックサービス	45	他の内職・副業	36	商品一般	28
30歳代	1,157	不動産貸借	131	デジタルコンテンツ	115	商品一般	41	インターネット接続回線	35	他の健康食品	29
40歳代	1,498	デジタルコンテンツ	221	商品一般	114	不動産貸借	82	携帯電話サービス	51	インターネット接続回線	39
50歳代	1,858	商品一般	475	デジタルコンテンツ	244	不動産貸借	60	他の健康食品	58	インターネット接続回線	57
60歳代	1,897	商品一般	795	デジタルコンテンツ	219	工事・建築	48	役務その他サービス	42	他の健康食品 不動産貸借	各 33
70歳以上	2,243	商品一般	619	デジタルコンテンツ	149	工事・建築	122	インターネット接続回線	52	役務その他サービス	50
総件数	10,489	商品一般	2,172	デジタルコンテンツ	1,172	不動産貸借	471	工事・建築	288	インターネット接続回線	252

※合計には年代不明及び団体(法人・事業者)の 666 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	30年度	構成比
安全・衛生	158	1.5%
品質・機能、役務品質	1,451	13.8%
法規・基準	117	1.1%
価格・料金	1,100	10.5%
計量・量目	8	0.1%
表示・広告	584	5.6%
販売方法	6,917	65.9%
契約・解約	8,951	85.3%
接客対応	1,314	12.5%
包装・容器	5	0.0%
施設・設備	3	0.0%
買物相談	17	0.2%
生活知識	16	0.2%
その他	22	0.2%
不明	237	2.3%
合計	20,900	—

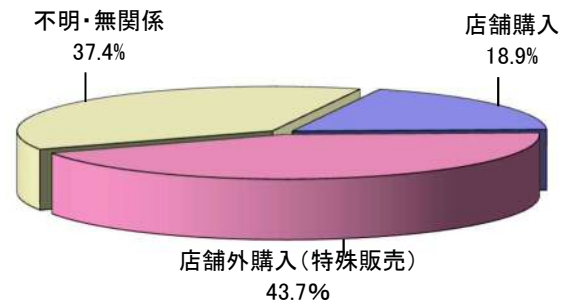
(複数計上)

8 販売購入形態

店舗外購入(特殊販売)が全体の43.7%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754件で、23.5%を占めています。

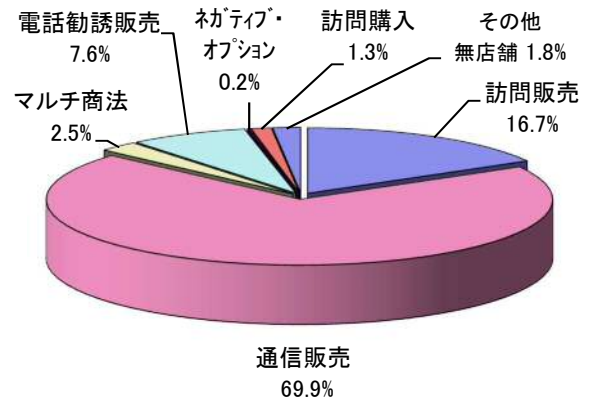
販売購入形態 (件数)

形態	30年度	構成比	29年度	構成比
店舗購入	1,981	18.9%	2,236	25.0%
店舗外購入(特殊販売)	4,587	43.7%	4,485	50.2%
不明・無関係	3,921	37.4%	2,207	24.7%
合計	10,489	100.0%	8,928	100.0%



店舗外購入(特殊販売)の内訳 (件数)

形態	30年度	構成比	29年度	構成比
訪問販売	768	16.7%	740	16.5%
通信販売	3,207	69.9%	3,145	70.1%
マルチ商法	115	2.5%	98	2.2%
電話勧誘販売	348	7.6%	358	8.0%
ネガティブ・オプション	9	0.2%	7	0.2%
訪問購入	59	1.3%	60	1.3%
その他無店舗	81	1.8%	77	1.7%
合計	4,587	100.0%	4,485	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	119	15.5%
2	役務その他サービス	58	7.6%
3	新聞	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	1,077	33.6%
2	他の健康食品	183	5.7%
3	商品一般	146	4.6%

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	23	20.0%
2	教養娯楽教材	18	15.7%
3	ファンド型投資商品	11	9.6%

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	102	29.3%
2	デジタルコンテンツ	25	7.2%
3	電気	16	4.6%

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	食料品一般	1	11.1%
1	鮮魚	1	11.1%
1	乳幼児服 その他3	1	11.1%

訪問購入の上位品目

順位	商品名	件数	構成比
1	指輪	8	13.6%
2	着物類	7	11.9%
3	商品一般	6	10.2%

9 契約購入金額及び既支払金額

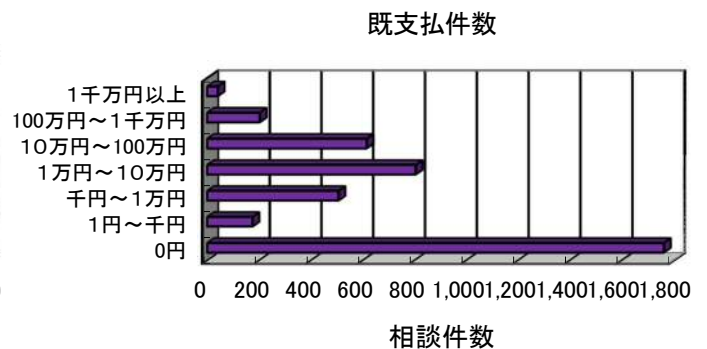
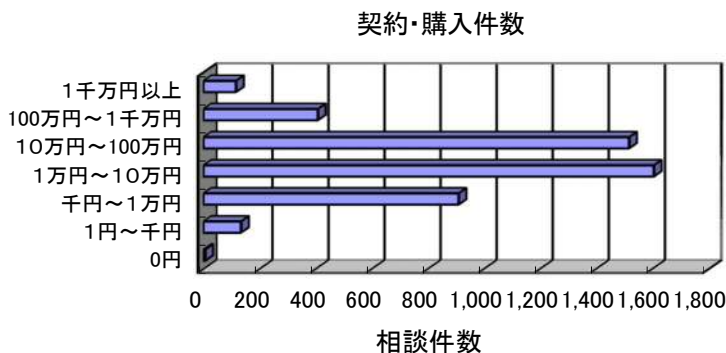
平成30年度の相談における金額別契約購入件数は、“不明”を除くと、“1万円以上10万円未満”が1,606件と最多ですが、29年度に引き続き“10万円以上100万円未満”の相談も1,518件と多くなっています。金額別既支払件数では、“0円”“不明”を除くと、“1万円以上10万円未満”が最も多く、806件でした。

契約購入金額の平均額は1,182,083円、最高額は3億3千万円で「自宅とアパートの新築工事が長引いたために発生した家賃と、補修工事の不满について、建築業者に損害賠償請求*したい。」という相談でした。*損害賠償請求については消費生活相談の対象外です。

また、既支払金額の平均額は515,153円、最高額は3億3千万円(契約購入金額最高額と同事例)、次いで1億5千万円で「高齢の姉が投資用マンションの訪問勧誘を受け、中古マンション10件を総額1億5千万円で購入契約をしていた。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	2	0.0%	2	0.0%
1千万円以上～1億円未満	114	1.1%	40	0.4%
100万円以上～1千万円未満	408	3.9%	204	1.9%
10万円以上～100万円未満	1,518	14.5%	617	5.9%
1万円以上～10万円未満	1,606	15.3%	806	7.7%
1千円以上～1万円未満	910	8.7%	508	4.8%
1円以上～1千円未満	134	1.3%	176	1.7%
0円	6	0.1%	1,763	16.8%
不明	5,791	55.2%	6,373	60.8%
合計	10,489	100.0%	10,489	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	256,496円	3,300,000円	196,862円	1,500,000円
デジタルコンテンツ	498,508円	90,000,000円	442,171円	18,000,000円
不動産貸借	226,535円	4,790,000円	138,814円	1,300,000円
工事・建築	7,224,079円	330,000,000円	8,547,617円	330,000,000円
インターネット接続回線	24,602円	170,000円	33,633円	157,080円
役務その他サービス	244,856円	3,000,000円	174,348円	1,345,800円
携帯電話サービス	104,609円	500,000円	85,686円	300,000円
他の健康食品	18,836円	700,000円	8,509円	170,000円
修理サービス	181,834円	2,000,000円	116,221円	2,000,000円
基礎化粧品	16,854円	44,300円	6,183円	31,752円
平成30年度平均額	1,182,083円		515,153円	
(平成29年度平均額)	1,458,984円		737,832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30年度の危害に関する相談件数は124件となり、前年度に比較して11.7%増加しました。1位は「皮膚障害」、2位は「消化器障害」、3位は「刺傷・切傷」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30年度の危険に関する相談件数は33件となり、前年度比較で42.1%減少しました。1位は「異物の混入」、2位は「破損・折損」、3位は「発煙・火花」でした。

危 害 (件数)

危害内容	30年度	29年度	危害内容	30年度	29年度
皮膚障害	48	35	脱臼・捻挫	0	1
消化器障害	19	13	頭蓋(内)損傷	0	0
刺傷・切傷	9	6	内臓損傷	0	0
擦過傷・挫傷・打撲傷	7	8	窒息	0	0
骨折	5	4	感覚機能の低下	0	1
神経・脊髄の損傷	5	2	凍傷	0	0
熱傷	5	13	感電障害	0	0
呼吸器障害	5	5	不明	1	0
筋・腱の損傷	2	0	その他の傷病及び諸症状	16	22
中毒	2	1	合 計	124	111

危 険 (件数)

危険内容	30年度	29年度	危険内容	30年度	29年度
異物の混入	8	16	腐敗・変質	1	0
破損・折損	6	6	ガス漏れ	0	1
発煙・火花	4	4	点火・燃焼・消火不良	0	0
発火・引火	3	3	漏電・電波等の障害	0	1
過熱・こげる	3	5	燃料・液漏れ等	0	0
機能故障	2	4	転落・転倒・不安定	0	1
火災	1	0	操作・使用性の欠落	0	2
化学物質による危険	1	7	異物の侵入	0	1
破裂	1	2	その他	1	3
部品脱落	1	0	不明	0	0
バリ・鋭利	1	1	合 計	33	57

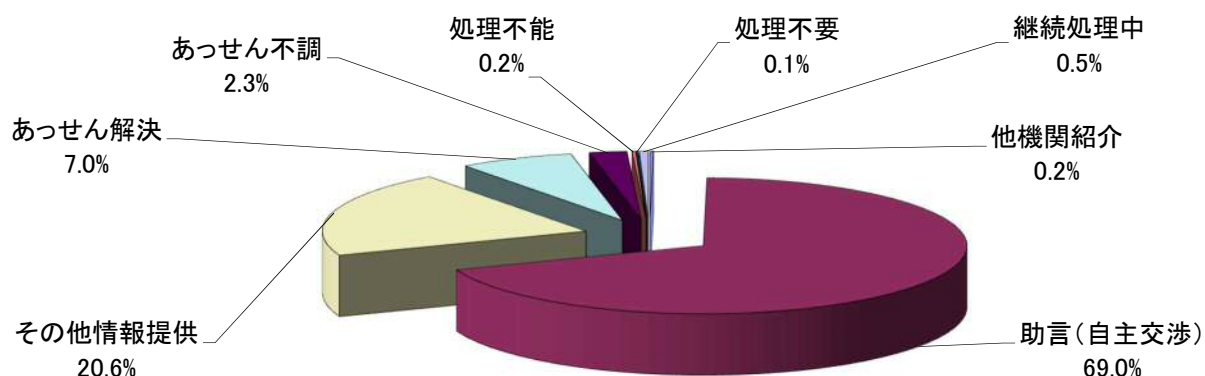
11 処理結果

受け付けた相談の結果については、「助言（自主交渉）」が7,236件（69.0%）、「その他情報提供」が2,161件（20.6%）、あっせん解決が738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57件（0.5%）となっています。

処理結果

（令和元年5月27日現在）

	件数	内 容
他機関紹介	24	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を。
助言（自主交渉）	7,236	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を。
その他情報提供	2,161	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を。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	738	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	240	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	23	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	57	※令和元年5月27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	10,489	※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。



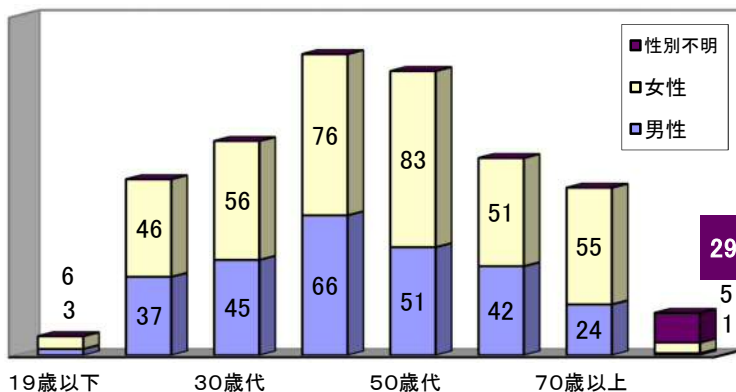
12 土曜日電話相談

平成30年度の土曜日電話相談件数は、661件で、前年度(667件)とほぼ同水準でした。相談者の男女比をみると、ほぼ同数で40歳代、50歳代からの相談が多く寄せられました。

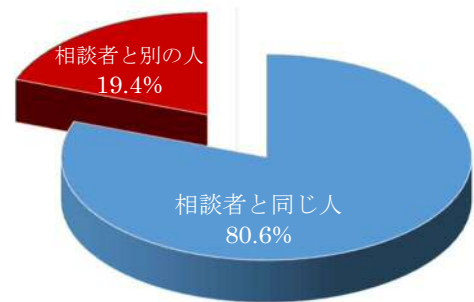
平日と土曜日における相談件数

	平日			土曜日			総件数
	日数	件数	1日平均	日数	件数	1日平均	
30年度	244日	9,828件	40.3件	47日	661件	14.1件	10,489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】



土曜日電話相談は、契約者本人からの相談の比率が80.6%(前年度82.5%)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38.6%だったのに対して、土曜日は56.1%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
30年度	9,828件	3,790件	38.6%	661件	371件	56.1%
29年度	8,261件	3,301件	40.0%	667件	354件	53.1%

海外のチケット転売仲介サイトのトラブル

「海外のチケット転売仲介サイトで購入したチケットが不当に高い、解約したい」、「チケット転売サイトでラグビーのチケットを申し込んだが、転売で入手したチケットは使用不可と分かったのでキャンセルしたい」といった、インターネットでのチケット転売に関する相談が多く寄せられています。

2019年には「ラグビーワールドカップ 2019 日本大会」、2020年には「東京 2020 オリンピック・パラリンピック競技大会」が日本で開催予定のため、今後、トラブルが増加するおそれがあります。

【事例】

有名な劇団のチケットをインターネットで検索したところ、一番上に「最安値」と書かれたサイトが表示され、最安値ならばと、そのサイトでチケット2枚を申し込んだ。

決済後、サイトから来た注文確認メールには送料や手数料が加算されていて、総額 8 万円と書かれてあった。あまりに高額なのでキャンセルしたいと連絡先を調べたところ、住所が海外になっていた。

サイトにキャンセルを申し出たが、「規約に記載されているとおり、決済後のキャンセルはできない」と返信が来た。こんな高いチケットは買えない。

【アドバイス】

- ◆ コンサートやスポーツ観戦のチケットを購入しようとインターネットで検索すると、上位に表示されるサイトに、「最安値」や「オフィシャル」などの表示があるため、公式サイトと勘違いし、注文してから非公式サイトと気づくようです。また、「残りわずか」と残席数が表示されたりするために焦ってしまい、画面の内容や金額をよく確認せずに注文していることが多く、注文後、サイトから来る確認メールをみて、初めて高額な料金だったと気づくケースが大半です。
- ◆ こうした海外の「転売仲介サイト」は、日本語による広告表示のために、購入時には海外サイトと気づかず、相談者の多くは、トラブルになってからサイトの住所表示をみて気付きます。サイトに問い合わせをしたくても電話番号が無かったり、電話が通じても外国人のため、コミュニケーションをとることが難しく、キャンセル等の交渉は難航します。
- ◆ こうした「転売仲介サイト」は、チケット代の他に「仲介手数料」と、海外からの「送料」が加わるため、正規価格の数倍から数十倍にまで高額になることがあります。また、これらのサイトの多くは、利用規約で「注文後のキャンセルはできない」と記載されているので、例え正規価格よりも高額であっても、それだけの理由で解約することはできません。
- ◆ インターネット通販にはクーリング・オフ制度はないため、公式サイトか否かに関わらず、サイトの利用規約に従うことになります。インターネット通販を利用する際は、購入前に必ず利用規約を読み、キャンセル条件を確認するようにしましょう。また、サイト運営会社の所在地、連絡先などを確認しておくことも重要です。
- ◆ コンサートやイベントによっては、主催者がチケットの転売を禁止しており、転売チケットでは会場に入れないこともあります。日本で開催予定の「ラグビーワールドカップ 2019 日本大会」の「非公式販売サイト」で購入したチケットでは入場できない旨の注意喚起が、「ラグビーワールドカップ組織委員会の公式 HP」に掲載されています。チケットを購入する際は、URL をよく見るなどし、「公式サイト」であるかどうかを慎重に確認しましょう。
- ◆ 2020 年には「東京 2020 オリンピック・パラリンピック競技大会」が開催されます。チケットが定価で売買される社会に向け、買う側の私達も「高額な転売チケットは買わない、社会から排除する」という意識が何よりも重要ではないでしょうか。
- ◆ インターネット通販で購入したチケットでトラブルになったときは、川崎市消費者行政センターに御相談ください。

「チケット不正転売禁止法」

令和元年6月14日スタート！

人気のコンサートや舞台、スポーツイベントなどのチケットを、事業者や個人が買い占め、オークションやチケット転売サイトなどで定価を大幅に上回る価格で販売する「高額転売」。このような不当な転売により、チケットを本当に求めている消費者にとって入手しづらい状況が続いてきました。

そこで、チケットの高額転売等を禁止するため、「特定興行入場券の不正転売の禁止等による興行入場券の適正な流通の確保に関する法律」（通称「チケット不正転売禁止法」）が令和元年6月14日から施行されました。

1 チケットの高額転売はなぜダメなのか

人気のチケットを手に入れられない理由のひとつに、いわゆる「転売ヤー（転売屋）」と呼ばれる事業者や個人の存在があります。彼らは、希少価値の高いチケットを転売目的で大量に購入し、オークションサイトなどを利用して高額で販売します。彼らがチケットをどんなに高額で大量に売ったとしても、興行主や出演者などにとって何の利益もありません。

また、本当にチケットを必要としている消費者にとって、定価を超えた高額な代金を払うことは、大きな負担となります。

2 「チケット不正転売禁止法」とは

●なぜ成立したのか

これまでのチケットの転売は、会場周辺でチケットを転売する「ダフ屋行為」として、各都道府県の「迷惑防止条例」で取り締まられてきました。近年は、インターネットにおいて誰もが容易にチケットを転売できるようになりましたが、インターネット上での売買は、「迷惑防止条例」で取り締まることができる「公共の場所又は公共の乗り物」での売買に該当しません。そのため、これまでの「ダフ屋行為」に加え、インターネット上でのチケットの不当な高額転売等を禁止するため、「チケット不正転売禁止法」が成立しました。

●禁止される行為とは

「チケット不正転売禁止法」は、国内で行われる芸術やスポーツイベントなどのチケットのうち、興行主の同意のない有償譲渡を禁止する旨が明示された座席指定等がされたチケット（同法律では「特定興行入場券」）の不正転売等を禁止する法律です。

不正転売の禁止

特定興行入場券（チケット）を不正転売すること

不正転売目的の譲受けの禁止

特定興行入場券（チケット）の不正転売を目的として、特定興行入場券を譲り受けること

※不正転売とは、興行主に事前の同意を得ずに反復継続の意思をもって行う有償譲渡であって、興行主等の販売価格を超える価格で特定興行入場券を転売することを意味します。

※チケットの転売は、事業者だけでなく個人であっても、反復継続の意思をもって、販売価格を超える価格でチケットの転売が行われていれば、「不正転売」に該当し、罰則の対象となります。

「特定興行入場券」とは

不特定または多数の者に販売され、かつ、次の①から③のすべてに該当するチケットを指します。

- ① 販売に際し、興行主の同意のない有償譲渡を禁止する旨を明示し、その旨が券面（電子チケットは映像面）に記載されていること。
- ② 興行の日時・場所、座席（または入場資格者）が指定されたものであること。
- ③ 例えば、座席が指定されている場合、購入者の氏名と連絡先（電話番号やメールアドレス等）を確認する措置が講じられており、その旨が券面に記載されていること。

※座席が指定されていない立見のコンサートなどの場合、購入者ではなく、入場資格者の氏名と連絡先（電話番号やメールアドレス等）を確認する措置が講じられており、その旨が券面に記載されていること。

定期演奏会 2019 2019年 6月 14日（金） 19:30 開演（19:00 開場） 川崎劇場 1列 88番 5,000円（税込） 主催：川崎市 ※主催者の同意なく、有償で譲渡することは禁止します。 この入場券は、購入者の氏名及び連絡先を確認した上で販売された ものです。	1列 88番 2019年 6月 14日（金） 19:30 開演 5,000円（税込）
--	--

日本国内において
行われるものに限る。

なお、招待券などの無料で配布されたチケット、転売を禁止する旨の記載がないチケット、販売時に購入者または入場資格者の確認が行われていないチケット、日時の指定のないチケットなどは、「特定興行入場券」には該当せず「チケット不正転売禁止法」の対象外となります。

3 チケット売買における注意点

●正規のルートで購入する

余ったチケットを売ったり、転売チケットを買ったりするときは、興行主や興行主から許可を得た正規（公式）のリセールサイトを利用しましょう。チケットが定価で売り買いできるだけでなく、公演が延期や中止になったときには払い戻しなどの補償もきちんと受けられます。

なお、公式サイトであるかのような表示をしている転売サイトもあります。サイト運営事業者の所在地、連絡先などが明示されているかを確認してから利用しましょう。

●チケットの価格やキャンセルに関する情報を確認する

チケットの価格だけでなく、手数料や送料、配送予定日、キャンセルに関するルールなどを確認しましょう。

●チケットの転売条件に関する情報を確認する

コンサートやイベントによっては、チケットの転売を規約で禁止しており、転売されたチケットでは会場に入れないことがあります。興行主によるチケットの利用条件をよく確認しておくことが重要です。チケットを売買する際は、興行主等による正規（公式）のリセールサイトを利用すれば、そうした心配はありません。

【参考・出典】

- ・「チケットの高額転売が禁止に！～チケット不正転売禁止法6月14日スタート」〔政府広報オンライン〕
<https://www.gov-online.go.jp/useful/article/201904/1.html>
- ・「チケット不正転売禁止法」〔文化庁〕
http://www.bunka.go.jp/seisaku/bunka_gyosei/ticket_resale_ban/index.html

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、電話または来所に対応しています。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

平成30年度の電子メール相談受付件数は、216件で、前年度(190件)と比較すると26件(13.7%)増加しました。最も多い月は8月の25件、最も少ない月は11月の11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、62件(28.7%)、受付時間外が154件(71.3%)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。

30年度の特徴として、前年度と同様に、デジタルコンテンツがトップとなっています。相談のあった3位(下表)までで全体の約3割を占めています。

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
30年度	18	20	16	23	25	19	19	11	19	13	20	13	216
29年度	25	14	17	17	14	14	15	18	13	18	11	14	190

2 送信時間

時間	件数
受付時間内	62
受付時間外	154
計	216

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	34
2	不動産貸借	23
3	携帯電話サービス	9

相談者の状況

男女別では、男性が114件、女性が102件で、年代別では、30歳代(67件)と40歳代(63件)とで全体の約6割を占め、20歳代(42件)を加えると全体の約8割になります。

職業別でみると、第1位は「給与生活者」の162件で、全体の75.0%を占めています。第2位は「自営・自由業」の16件(7.4%)となっています。

4 男女別

性別	件数
男	114
女	102
不明	0
計	216

5 年代別

年代	件数
19歳以下	1
20歳代	42
30歳代	67
40歳代	63
50歳代	24
60歳代	14
70歳以上	5
不明	0
計	216

6 職業別

職業	件数
給与生活者	162
自営・自由業	16
家事従事者	8
学生	7
無職	15
その他	8
不明	0
計	216

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連絡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

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30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 1,124 件、全体の 10.7% 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	620	102,711,080	4,000,000	165,663
クーリング・オフ額	151	161,175,649	34,200,000	1,067,388
未然防止額	353	204,072,095	90,000,000	578,108

※令和元年5月27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 620 件、合計額は約 1 億 271 万円となっています。最高額は約 400 万円で「訪問販売で太陽光パネルの設置契約をしたが、高額なので解約したい。」という相談でした。620 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 418 件となっています。上位品目は1位でデジタルコンテンツ、2位他の健康食品、3位酵素食品、他の化粧品でした。
- ② クーリング・オフ額の合計件数は 151 件、合計額は約 1 億 6,118 万円となっています。最高額は約 3,420 万円で「投資用マンションの勧誘を受け申込みをしたが、必要のない高額な申込みを後悔している。クーリング・オフしたい。」という相談でした。151 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 47 件となっています。上位品目は1位工事・建築、2位デジタルコンテンツ、エステティックサービス、内職・副業でした。

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	0	0.0%	5	3.3%
100万円以上～1千万円未満	24	3.9%	20	13.2%
10万円以上～100万円未満	186	30.0%	96	63.6%
1万円以上～10万円未満	234	37.7%	22	14.6%
1千円以上～1万円未満	166	26.8%	7	4.6%
1円以上～1千円未満	10	1.6%	1	0.7%
合計	620	100.0%	151	100.0%

※令和元年5月27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

令和元年6月発行