



平成 29 年度消費生活相談状況について

平成 30 年 5 月

那須烏山市消費生活センター

1 平成 29 年度相談件数について

平成 29 年度に那須烏山市消費生活センターで受け付けた相談件数は 170 件となり、前年度の相談件数 127 件と比べると 43 件（33.9%）の増でした。

苦情・問合せ相談の別では、苦情相談が 163 件（全体の 95.9%）、問合せ相談が 7 件（全体の 4.1%）となり、前年度と比較して苦情相談は 41 件増加し、問合せ相談は 2 件増加しました。

【苦情相談・問合せ相談別の相談件数の比較】

区分	平成 29 年度	平成 28 年度	比較増減
苦情相談	163 件（ 95.9%）	122 件（ 96.1%）	41 件
問合せ相談	7 件（ 4.1%）	5 件（ 3.9%）	2 件
合計	170 件（100.0%）	127 件（100.0%）	43 件（33.9%）

※苦情相談：消費生活に関する苦情相談

※問合せ相談：生活知識等に関する相談または、個人間や消費生活以外の相談

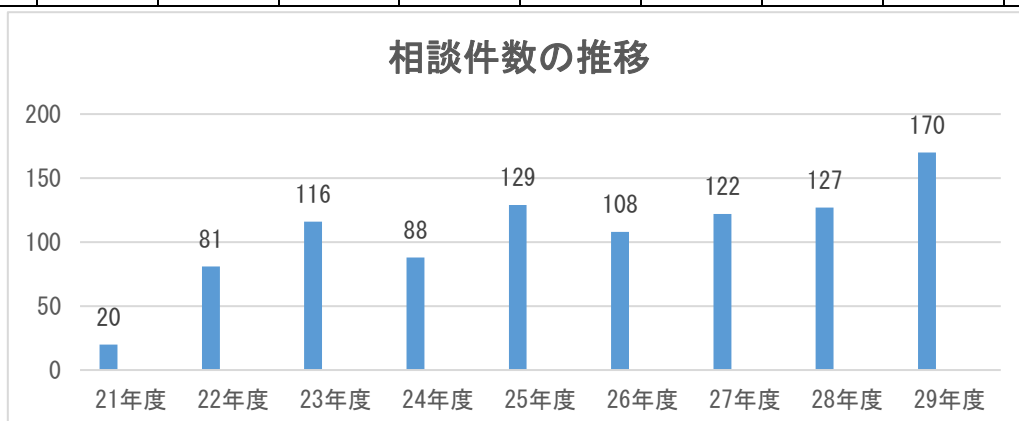
2 相談件数の推移について

相談件数の推移をみると、平成 22 年度に那須烏山市消費生活センターを開設してから、毎年 100 件程度の相談があり、平成 29 年度は過去最多となる 170 件の相談がありました。

相談内容をみると、複数の業者が登場して投資商品の購入等を持ちかける「劇場型勧誘」や、無料で点検すると業者が来訪し「工事しないと危険」などと言って契約させる「点検商法」、光回線やプロバイダの勧誘や契約に関する相談も多くみられます。中でも、利用した覚えのないサイト利用料の請求など「架空請求」の相談が急増していて、特に「総合消費料金未納分訴訟最終通知書」等と書かれたハガキが届いたと言う相談が増えています。平成 29 年度の「架空請求」は 60 件で相談件数の 35.3%を占めています。

【相談件数の推移】

	21 年度	22 年度	23 年度	24 年度	25 年度	26 年度	27 年度	28 年度	29 年度
件数	20	81	116	88	129	108	122	127	170



3 性別・年代別の相談件数について

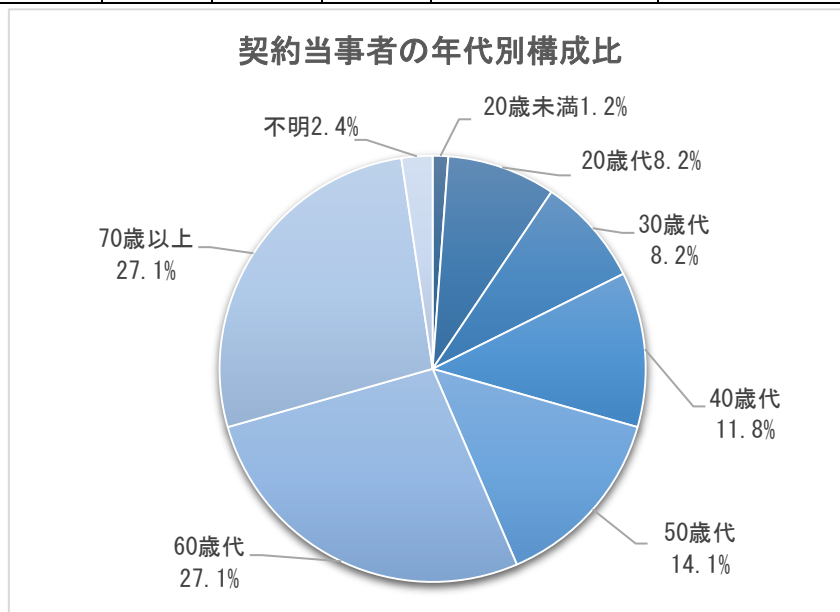
契約当事者の性別相談件数は、男性が80件（全体の47.1%）、女性が90件（全体の52.9%）で、前年度比で男性が2件（+2.6%）、女性が41件（+83.7%）となり、女性の相談が急増しました。

契約当事者の年代別相談件数は、70歳以上及び60歳代の46件（それぞれ全体の27.1%）が最も多く、次いで50歳代の24件（全体の14.1%）、40歳代の20件（全体の11.8%）の順となっており、60歳以上が54.1%を占めています。

前年度と比較すると、減少した世代は20歳未満（△4件、前年度比△66.7%）、30歳代（△7件、前年度比△33.3%）、40歳代（△6件、△23.1%）であり、一方で増加したのは60歳代、20歳代、50歳代、70歳以上でした。

【契約当事者の性別・年代別構成比】

	平成29年度		平成28年度		計		年代別 増減率
	男	女	男	女	29年度	28年度	
20歳未満	2	0	5	1	2（1.2%）	6（4.7%）	△66.7%
20歳代	10	4	2	3	14（8.2%）	5（3.9%）	180.0%
30歳代	7	7	13	8	14（8.2%）	21（16.5%）	△33.3%
40歳代	11	9	15	11	20（11.8%）	26（20.5%）	△23.1%
50歳代	10	14	8	6	24（14.1%）	14（11.0%）	71.4%
60歳代	14	32	11	3	46（27.1%）	14（11.0%）	228.6%
70歳以上	24	22	22	15	46（27.1%）	37（29.1%）	24.3%
不明	2	2	2	2	4（2.3%）	4（3.1%）	0.0%
合計	80	90	78	49	170（100%）	127（100%）	33.9%



4 商品・サービス別相談件数について

相談件数を商品・サービス別にみると、上位10商品・サービスは次表のとおりです。

全体の30.6%を占めている「商品一般」の相談内容は、「“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」「心当たりのない懸賞当選メールが届いた」など、商品が特定

できない身に覚えのない請求や迷惑メールなどです。

次いで、主にパソコンやスマートフォンでの架空請求などに関する「放送・コンテンツ等」が増加し、全体の20.6%を占めています。「利用した覚えのないサイト利用料を請求するメールが届いた」などの架空請求や、「あなたに1,000万円支援したい」とメールが届き、お金を受取るために手数料を支払ったが、いつまでたっても受取れないなどの「サクラサイト」に関する相談が増えています。

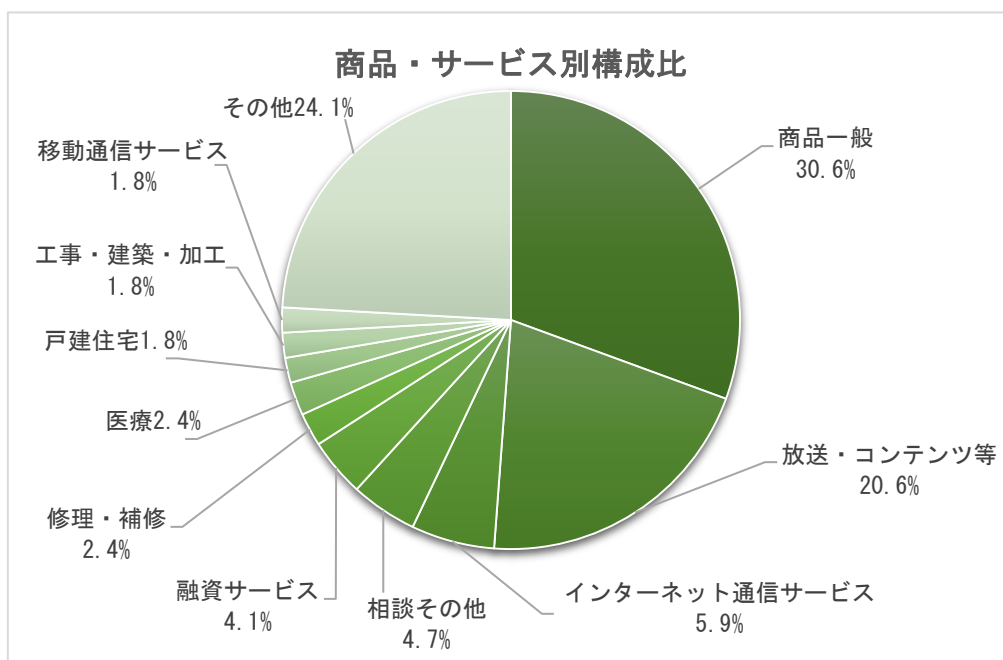
また、光回線やプロバイダの電話勧誘や契約など「インターネット通信サービス」に関する相談も、依然と多い状態が続いています。「大手電話会社と思って契約したら別の会社だった」など、相談者が契約相手や内容をよく理解しないまま契約しているケースが多く見られます。

一方で「健康食品」や「役務その他」は減少しています。

【相談件数の上位10商品・サービス】

平成29年度				平成28年度		
順位	商品・サービス名	件数	増減	順位	商品・サービス名	件数
1	商品一般	52(30.6%)	25	1	商品一般	27(21.3%)
2	放送・コンテンツ等	35(20.6%)	10	2	放送・コンテンツ等	25(19.7%)
3	インターネット通信サービス	10(5.9%)	0	3	インターネット通信サービス	10(7.9%)
4	相談その他	8(4.7%)	3	4	健康食品	7(5.5%)
5	融資サービス	7(4.1%)	2	5	融資サービス	5(3.9%)
6	修理・補修	4(2.3%)	2	6	相談その他	5(3.9%)
7	医療	4(2.3%)	4	7	役務その他	4(3.1%)
8	戸建住宅	3(1.8%)	3	8	書籍・印刷物	3(2.4%)
9	工事・建築・加工	3(1.8%)	0	9	工事・建築・加工	3(2.4%)
10	移動通信サービス	3(1.8%)	2	10	音響・映像製品	2(1.6%)
—	その他	41(24.1%)		—	その他	36(28.3%)
合計		170(100%)		合計		127(100%)

(注) 平成29年度の「増減」は、商品別ごとの前年度からの増減件数



5 特徴的な相談について

(1) 再び増加する「架空請求」

商品・サービス別相談件数では、「商品一般」「放送・コンテンツ等」が1位、2位となっていますが、内容としては「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」「利用した覚えのないサイト利用料を請求するメールが届いた」と言った、「架空請求」がほとんどです。



平成16年度頃、ハガキや封書による「架空請求」が急増しましたが、その後は減少傾向にありました。しかし、平成24年度頃から請求手口を電子メールへと変え、携帯電話やスマートフォンの普及に伴い、近年の相談内容の上位を占めています。

請求の名目は「有料サイト利用料」「モバイルコンテンツ利用料」などのデジタルコンテンツの料金が未納であるといったものや、「総合消費料金」といった、はっきりとしない名目のものなど様々です。

請求者は「法務省管轄支局」などと公的機関の名をかたる者や、大手通販会社などの名称をかたる場合もあり、消費者の「もしかしたら…」といった不安な気持ちにつけこんだその手口は、年々巧妙化しています。

このようなトラブルでは、料金の支払い方法として、消費者にコンビニでプリペイド型の電子マネーを購入させ、その番号を教えるよう指示する方法や、詐欺業者が消費者に13桁の「支払番号」を伝え、コンビニの店頭でその番号を使って料金を支払わせるというコンビニ払い（コンビニ収納代行）の仕組みが悪用されています。

【相談員からのアドバイス】

- ・ **利用した覚えのない請求は無視しましょう!**
- ・ 身に覚えのない業者には、決して連絡してはいけません! 個人情報を伝えることになり、業者からの請求がエスカレートする場合があります。
- ・ **お金は絶対に支払ってはいけません!** 支払う前に誰かに相談しましょう。
- ・ 業者から指示されても、プリペイド型の電子マネーを購入したり、そのカード番号を教えるのはいけません! お金を支払うと同じことです。



(2) 契約が複雑な「インターネット通信サービス」

インターネットに係る契約・サービス内容は複雑化しており、また、契約の相手方（通信事業者）と勧誘を行う事業者（代理店）が異なるため、契約者自身が契約の相手方と契約内容を把握できていないことによるトラブルが増加しています。



「現在契約している大手電話会社のプラン変更だと思って話を聞いていたのに、全く別の事業者との新たな契約になっていた」「今より安くなると勧誘されて契約したのに、知らないオプションもついていて結果的に高くなった」「電話だけで契約が成立してしまった」「解約を申し出たら高額な違約金を請求された」など、事業者の説明不足や消費者の思い込みにもよって、こうしたトラブルが発生しています。

【相談員からのアドバイス】

- ・安くなるなどと勧誘されても、安易に契約しないようにしましょう。
- ・現在の契約内容をまず確認しましょう。
- ・書面等で契約内容を確認し、よく理解した上で契約しましょう。
内容が理解できない場合は、契約しないようにしましょう。
- ・**電話だけでも契約は成立します！**断るときは曖昧な返事はせず、「必要ありません」とはっきりと断りましょう。



(3) もうけ話には裏がある「内職・副業」



20～30歳代で「内職・副業」に関する相談が増えています。

その多くは、友人や先輩から「ネットワークビジネスで友人を紹介するともうかる話がある」と勧誘されて安易に契約してしまい、中にはクレジットカードを作るよう指示されてカード決済しているケースもあり、解約したいができないなどの相談が寄せられています。

また、「アンケートに答えるだけで収入が得られる」などと、SNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス：登録された利用者同士が交流できるウェブサイトの会員制サービス）などの広告で勧誘される場合や、SNSで知り合った人に誘導される場合もあります。

【相談員からのアドバイス】

- ・**簡単にお金は稼げません！**安易に信用しないようにしましょう。
- ・マルチ的な取引はトラブルが発生すると経済的被害だけでなく、人間関係を損ないます。契約の意思がないときはきっぱりと断りましょう！
- ・SNSで知り合った人の、不審な誘いには乗らないようにしましょう。



(4) 高齢者が狙われる「電話勧誘」「訪問販売」

高齢者は日中在宅していることが多いため、電話勧誘や訪問販売を受ける割合が高く、こうした勧誘方法によりトラブルに巻き込まれるケースが増えています。

近年では特に、独居または日中独居の高齢者や、高齢者のみの世帯などが増加しており、地域において消費者被害防止の観点からの見守りが必要となっています。

また、高齢者の場合、「被害に遭っていることに気付いていない」「被害に遭っても誰にも相談しない」という特徴があり、高齢者の様子を心配した家族など周囲の方からの相談が多い傾向にあります。

なお、電話勧誘に関しては、在宅中でも留守番電話の機能を利用するなどの対策が有効です。

①複数の業者が登場する「劇場型勧誘」

複数の業者が役回りを分担して消費者をだまそうとする「劇場型勧誘」に関する相談が依然として寄せられています。



劇場型勧誘の典型例としては、勧誘前後に販売会社A社のパンフレットなどが封筒で送られてきて、勧誘業者B社が「A社の封筒は届いていないか。A社が販売している権利（未公開株や有料老人ホームの利用権、仮想通貨など）は大変価値があるが、封筒が届いた個人しか購入できない。代わりに買ってくれば権利を高値で買い取る。」（または「代理で購入して欲しい」「名義を貸してくれたら謝金を支払う」）などと電話で消費者を勧誘し、契約をあおるといった手口です。

相手は、「権利は先着順なので、早急に手続きしないと損をする。」「名義貸しは違法になる。弁護士を紹介するので、そちらに相談してほしい。」「手数料を支払えば、名簿から名前を削除する。」などと複数の業者の他に、警察や弁護士など様々な人物から次々と電話があり、消費者に冷静に考える時間を与えさせません。

【相談員からのアドバイス】

- ・怪しい電話はすぐに切りましょう！
- ・金銭の要求や「必ず儲かる」という勧誘はきっぱり断りましょう。
- ・身元が確認できない相手を信用してはいけません。
- ・**少しでもおかしいと思ったら、家族や周囲の人に相談しましょう！**



②点検商法に関する相談



床下や屋根などを無料または安価で点検すると言って業者が来訪し、点検後に「床下がカビだらけで今すぐ工事しないと大変なことになる」などと不安をあおり、高額で不要な契約をさせられたといった、高齢者からの相談が後を絶ちません。

点検対象は床下や屋根のほか、浄水器、配水管、布団など様々であり、一度契約してしまうとターゲットにされ、次々と被害に遭ってしまうことがあります。

【相談員からのアドバイス】

- ・知らない業者が来訪しても、安易に家に入れてはいけません！
- ・必要のない場合は、きっぱりと断りましょう！
- ・**工事後や契約後でもクーリング・オフできる場合があるので、消費生活センターへ相談しましょう！**



※一部イラスト：消費者庁イラスト集より



那須烏山市消費生活センター
専用電話番号 ☎0287-83-1014

※受付時間…平日 9:00～12:00、13:00～16:30

※土・日曜日及び祝日は「消費者ホットライン ☎188（局番なし）」へ。
（烏山庁舎1階、商工観光課内）