



令和2年度消費生活相談状況について

令和3年6月

那須烏山市消費生活センター

1 令和2年度相談件数について

令和2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151件となり、前年度の相談件数178件と比べると27件の減少でした。

苦情・問合せ相談の別では、苦情相談が147件（全体の97.4%）、問合せ相談が4件（全体の2.6%）となり、前年度と比較して苦情相談は23件減少し、問合せ相談は4件減少しました。

【苦情相談・問合せ相談別の相談件数の比較】

区分	令和2年度	令和元年度	比較増減
苦情相談	147件（97.4%）	170件（95.5%）	△23件
問合せ相談	4件（2.6%）	8件（4.5%）	△4件
合計	151件（100.0%）	178件（100.0%）	△27件

※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

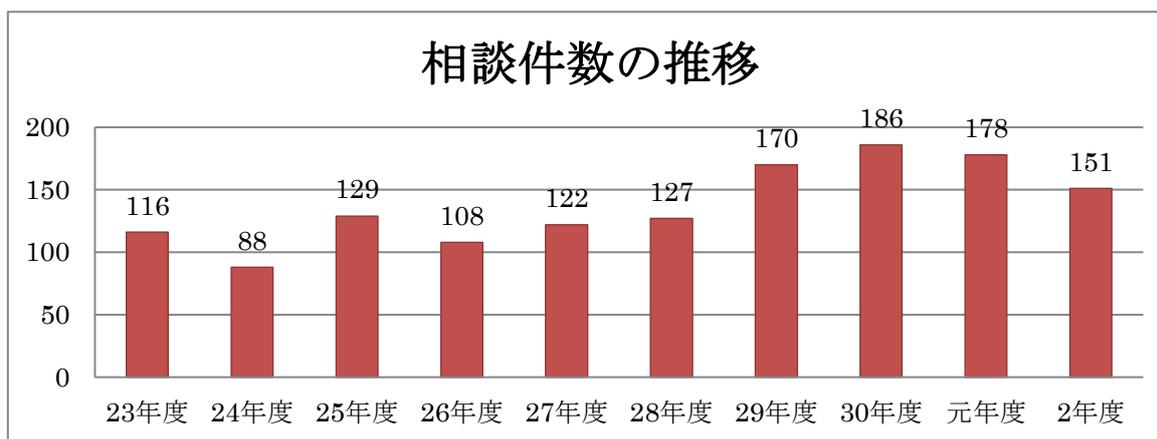
相談件数の推移をみると、平成22年度に那須烏山市消費生活センターを開設してから、毎年100件程度の相談があり、令和2年度は151件の相談がありました。

平成30年度の186件をピークに、令和元年度の178件に続き減少に転じました。なお、平成30年度のピークは、ハガキや封書、電子メール等により身に覚えのない請求書や催促状を送り付けて送金を迫る「架空請求」に関する相談の急増によるもので、近年における件数の増減の大きな要因でもあります。

令和2年度の相談内容としては、スマートフォンのSMSに大手宅配便業者を装った荷物の不在通知や発送完了メールなどが送り付けられる、「デジタルコンテンツ」に関する相談が38件と一番多く、全体の25.2%を占めています。その他、光回線やプロバイダーの勧誘・契約に関する相談や、コロナ禍における通信販売で、注文した商品とは別の粗悪な商品が届いた、身に覚えのない商品が届いたなどの「ネガティブオプション」といった送り付け商法についての相談がありました。

【相談件数の推移】

年度	23年度	24年度	25年度	26年度	27年度	28年度	29年度	30年度	元年度	2年度
件数	116	88	129	108	122	127	170	186	178	151



3 性別・年代別の相談件数について

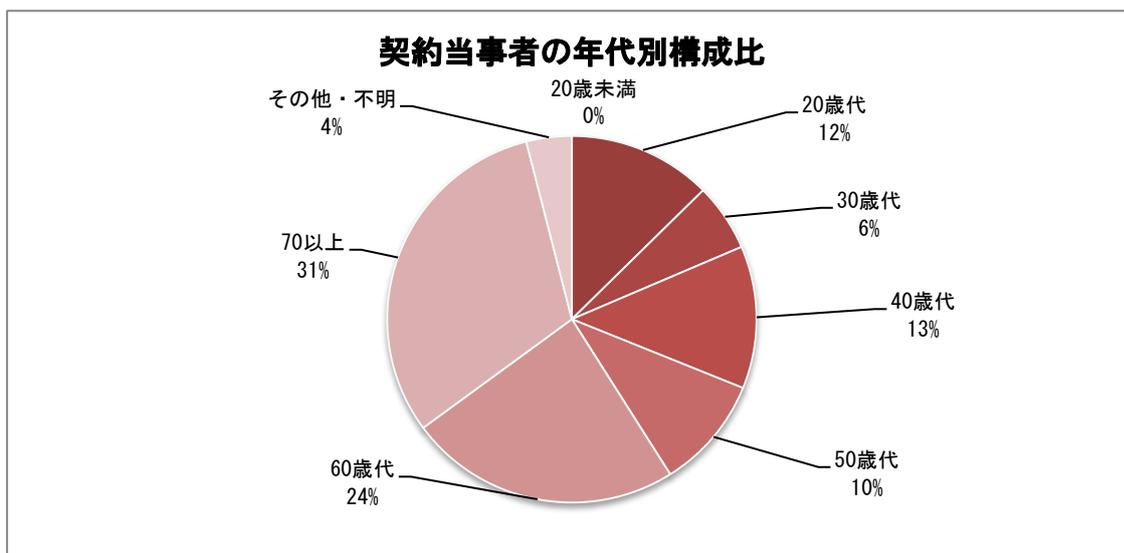
契約当事者の性別相談件数は、男性が86件（全体の57.0%）、女性が65件（全体の43.0%）で前年度比で男性が7件の増加、女性が34件の減少となっています。

契約当事者も年代別相談件数は、70歳以上の47件（全体の31.1%）が最も多く、次いで60歳代の36件（全体の23.8%）となっており、60歳以上が全体の半数以上を占めています。

前年度と比較すると、減少した世代は20歳未満（△1件）、40歳代（△18件）、50歳代（△1件）、60歳代（△7件）、70歳以上（△6件）であり、一方で増加したのは20歳代、30歳代でした。70歳以上の相談は減少したものの、依然として相談件数が多い状況であることが分かります。

【契約当事者の性別・年代別構成比】

	令和2年度		令和元年度		計		比較 増減
	男	女	男	女	令和2年度	令和元年度	
20歳未満	0	0	1	0	0 (0.0%)	1 (0.6%)	△1
20歳代	10	9	9	8	19 (12.6%)	17 (9.6%)	2
30歳代	5	4	4	4	9 (6.0%)	8 (4.5%)	1
40歳代	5	14	8	29	19 (12.6%)	37 (20.8%)	△18
50歳代	11	4	7	9	15 (9.9%)	16 (9.0%)	△1
60歳代	24	12	23	20	36 (23.8%)	43 (24.2%)	△7
70歳以上	29	18	25	28	47 (31.1%)	53 (29.8%)	△6
不明	2	4	2	1	6 (4.0%)	3 (1.7%)	3
合計	86	65	79	99	151 (100%)	178 (100%)	△27



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 位の商品・サービスは次のとおりです。

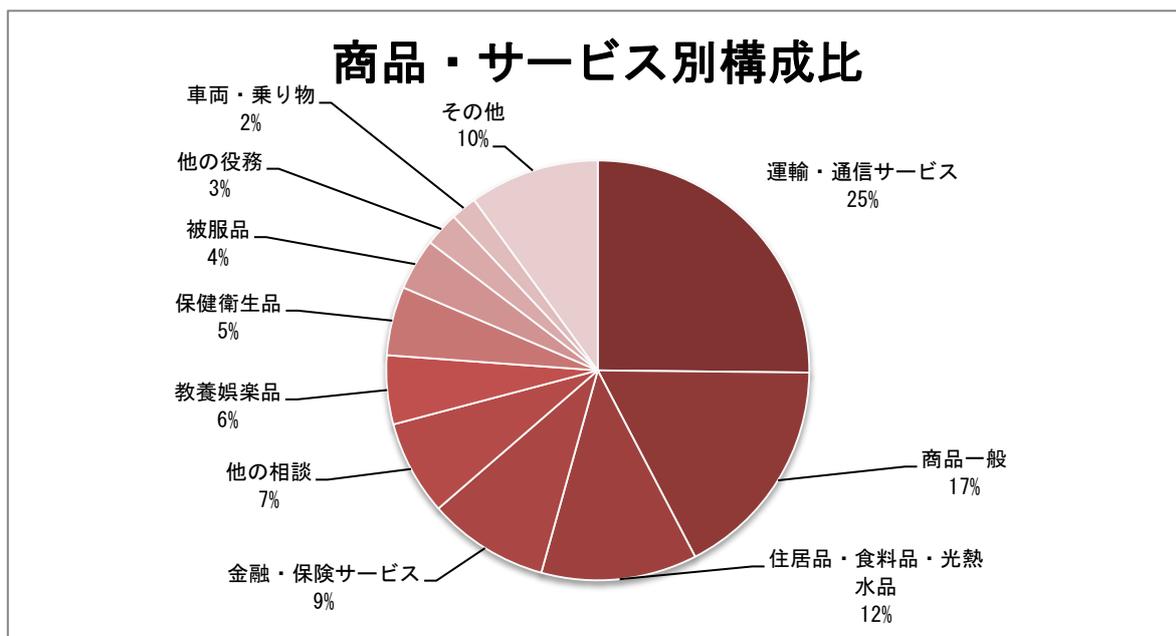
全体の 25.2%を占めている「運輸・通信サービス」の相談内容は、光回線やプロバイダの電話勧誘、訪問販売の契約など「インターネット接続回線」に関する相談が増加しています。依然として、スマートフォンのSMSに利用した覚えのないサイトの利用料の請求が送り付けられるなど、「架空請求」の相談が目立つところです。

次いで、主に商品が特定できない、身に覚えのない詐欺的請求や迷惑メールなどに関する「商品一般」が依然として多く、スマートフォンの有料サイトの利用料の請求や大手宅配便業者を装った迷惑メールなどがあります。全体の 17.2%を占めています。

また、ネットでの注文品についての相談や価格の高騰、転売についての相談が見られました。

【相談件数の上位 10 商品・サービス】

令和2年度			令和元年度		
順位	商品・サービス名	件数	順位	商品・サービス名	件数
1	運輸・通信サービス	38(25.2%)	1	運輸・通信サービス	51(28.8%)
2	商品一般	26(17.2%)	2	商品一般	37(20.8%)
3	住居品・食料品・光熱水品	18(11.9%)	3	住居品・食料品・光熱水品	19(10.7%)
4	金融・保険サービス	14(9.3%)	4	他の相談	12(6.7%)
5	他の相談	11(7.3%)	5	金融・保険サービス	11(6.2%)
6	教養娯楽品	8(5.3%)	6	保健・福祉サービス	10(5.6%)
7	保健衛生品	8(5.3%)	7	教養娯楽品	7(3.9%)
8	被服品	6(4.0%)	8	土地・建物・設備	4(2.2%)
9	他の役務	4(2.6%)	9	被服品	4(2.2%)
10	車両・乗り物	3(2.0%)	10	保健衛生品	4(2.2%)
—	その他	15(9.9%)	—	その他	19(10.7%)
合計		151(100.0%)	合計		178(100.0%)



5 特徴的な相談について

(1) 宅配便業者を装った不在通知の偽SMSによる被害

令和2年度に受け付けた相談のうち商品・サービス別相談件数では、「運輸・通信サービス」が1位、「商品一般」が2位となっており、相談内容としては、スマートフォンのSMSに宅配便業者を装った不在通知が送られてくるといった相談が多く寄せられました。不在通知に偽サイトに誘導する為のURLが記載されており、アクセスして不正なアプリをインストールした結果、同じ内容のSMSが自分のスマートフォンから自動的に多数の宛先に送信されてしまい、身に覚えのない通信料を請求されるといったケースが見られます。



また、アクセスした偽サイトで入力したID・パスワード、暗証番号、認証コード等が携帯電話会社のキャリア決済などで不正利用されて、身に覚えのない請求を受けるといったケースも見られます。

【相談員からのアドバイス】

- ・ **SMSで不在通知が届いても、記載されているURLにアクセスしてはいけません!**
- ・ URLにアクセスしてしまった場合は、不審なアプリがインストールされていないか確認しましょう。
- ・ IDやパスワード、暗証番号等の個人情報を入力してはいけません!
- ・ 電話窓口や公式ホームページ等で、宅配便業者の正式なサービスか調べ真偽を確認しましょう。



(2) 新型コロナウイルス感染症に関連した詐欺



新型コロナウイルス感染症の拡大に便乗した消費者トラブルや悪質商法に関する相談が寄せられています。ネット通販で注文した覚えのない商品や衛生用品が届いたり、注文したはずの商品が2週間経っても届かないといった商品サービスに関するものがありました。

また、スマートフォンに新型コロナウイルス予防ワクチン無料予約受付中とうたったSMSを送り付け、URLからアプリのインストールを誘導したり、個人情報や金融機関の情報を尋ねたりするといった手口もあります。コロナ禍での特殊詐欺的な手口には十分注意しましょう。

【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！**
- ・ 信頼できるサイトかどうか利用の度にネットでの評判を確認しましょう！
- ・ 一般価格よりも安い場合や他のサイト等では売り切れなのに取扱いがある場合は、模倣品でないかを慎重に判断しましょう。
- ・ 支払方法で振込先が個人名義の口座の場合は十分注意をしましょう。
- ・ 実在する通販サイトにそっくりの偽サイトには不自然な日本語がないか、住所や電話番号など正確な運営者情報の記載があるか確認しましょう。



(3) 通信販売のトラブル



通信販売は、新聞や雑誌、テレビやインターネットなどで広告された商品を消費者が注文する取引で、その便利さからここ数年急激に利用者が増えています。しかし、実際に商品を見たり、試したりすることができないため、イメージと違ったなどの問題が出やすく、返品の問題も増えているので注意が必要です。

①自動で定期購入に切り替わり

SNS観覧中に表示される広告をきっかけに、初回限定で格安の健康食品(1か月分)などを試しに注文すると、翌月に次の1か月分の定価商品が届き、その時になってはじめて自動で定期購入に切り替わっていたことに気付くといったケースがあります。SNSを多く利用すると思われる若年層だけでなくすべての年代で相談が増加しています。

②海外の通販サイト

海外の通販サイトに注文したら粗悪品が届き、問い合わせ先に連絡しても中々繋がらず、繋がっても言葉の問題などがあり問題を解決できないといったケースがあります。

③ニセ通販サイト

有名ブランドのサイトで商品が格安で売り出されており、注文してお金を振り込んだものの商品が届かず、その後、サイト自体がニセモノだったとわかったといったケースがあります。

【相談員からのアドバイス】

- ・契約に当たっては、定期購入が条件となっていないか、支払うべき総額は幾らかなど契約内容をよく確認しましょう。
- ・**通信販売には、クーリング・オフ制度がないので、解約・返品できる条件などをよく確認しましょう。**
- ・スマートフォンから注文の際は、「小さい文字の表示がよく見えなかった」という事例も見られるので、特に注意しましょう。
- ・購入した際の通信販売サイトの画面を保存・印刷して手元に残しましょう。
- ・SNSは便利なコミュニケーションツールですが、思いがけず消費者トラブルに巻き込まれてしまうことがあるというリスクを認識しましょう。
- ・大幅な値引きや低価格、商品の効果を過剰にうたうSNS上の広告などは鵜呑みにしてはいけません。



(4) 高齢者に多い苦情相談

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見守りが必要となっています。

市役所や警察、金融機関などを名乗ってお金やキャッシュカードをだまし取る「オレオレ詐欺」「預貯金詐欺」「架空料金請求」「還付金詐欺」「キャッシュカード詐欺」「アポ電詐欺」など



“特殊詐欺”と呼ばれる被害が県内でも多発しています。そのきっかけは「不審な電話」が多くなっています。事前に電話をして家族構成や現金などの保有状況を確認するといった、いわゆる「アポ電」に対する対策も含め、電話による勧誘などに対しては、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。市では新たに特殊詐欺撃退機能のある電話を購入した方に支援する制度があり、特殊詐欺や悪質商法の被害未然防止に努めています。是非ご活用ください。

①住宅の点検商法

点検商法とは、「点検に来ました」「無料で点検します」と言って消費者宅に訪問し、点検の結果「水質の問題がある」「布団にダニがいる」「このままでは大変なことになる」などと消費者の不安をあおり、災害保険金を利用して安価に修理できるなどの不確かな情報を持ちかけて高額な商品やサービスを契約させる手口です。

②訪問買い取り

訪問買い取りとは、事業者が「不用品を買い取る」「いらない服や靴はないか」と電話をかけて家を訪れ、それに応じた消費者が古着などを出すと「ここにある服（古着）には価値がないので宝石や貴金属はないか」などと言って宝石類を用意させ、言葉巧みに宝石や貴金属などを強引に買い取っていく手口です。

③SF商法（楽しく通ううちに高額な商品を購入）



SF商法とは、閉め切った会場に人を集め、日用品などをタダ同然で配って雰囲気盛り上げた後、冷静な判断ができなくなった来場者に高額な商品を購入させる手口です。

「SF商法」または「催眠商法」と呼ばれています。数か月以上の長期に渡って販売会を開催し、景品や安価な商品を目当てに会場に通う高齢者に個別に声をかけて次々に高額商品（健康器具・健康食品・磁気ネックレス）を販売する手法もあります。

【相談員からのアドバイス】

- ・ 事前に連絡もなく突然訪問した買い取り業者は家に入れない。
- ・ 貴金属はむやみに見せない、触らせない。
- ・ 契約後8日間はクーリング・オフができるので、買い取られた物品の書面は手元に置いておく。
- ・ 無料の日用品等につられて安易に会場に近づかない。長期的に会場に通うなかで築かれた販売員との関係や会場の雰囲気に断りにくくなります。



※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）