

担当：札幌市市民まちづくり局市民生活部
消費者センター調査指導係
TEL:728-2111 FAX:728-2112

平成 25 年度上半期 (4 月～9 月) 消費生活相談について

1 相談全体の概要

札幌市消費者センターにおける平成 25 年度上半期の消費生活相談件数は、6,556 件となっており、前年度同期の相談件数 6,077 件と比べ 479 件 (7.9%) 増加している。これは「健康食品」に関する、高齢者^{※1} (65 歳以上) の相談の大幅増加が主な要因となっている。(資料 1)

(1) 商品・役務別相談

商品・役務別相談件数は、「放送・コンテンツ等」897 件 (12.4%減)、「賃貸アパート」599 件 (13.8%減)、「健康食品」348 件 (286.7%増)、「商品一般」の 176 件 (20.5%増)、「普通・小型自動車」139 件 (7.3%減) の順となっており、この上位 5 品目の相談総件数 2,159 件で、相談全体の約 1/3 (32.9%) を占めている。(資料 2)

契約当事者の年代ごとの相談件数については、「契約当事者年代別商品・役務別相談件数 (上位 10 品目)」のとおり。(資料 3)

なお、60 歳未満の相談は 3,913 件 (2.5%減)、60 歳以上の相談は 2,521 件 (29.2%増) となり、また、高齢者の相談は 1,907 件 (38.9%増) と全相談件数の 29.1%を占めている。(資料 4)

(2) 販売購入形態別・販売手口別相談

販売購入形態別相談件数では、「インターネット通販」1,130 件 (0.4%増)、「電話勧誘」754 件 (62.5%増)、「家庭訪販」464 件 (21.8%増) の順となっている。(資料 5)

販売手口別相談件数は、「説明不足」473 件 (12.1%減)、「強引」442 件 (52.9%増)、「虚偽説明」368 件 (54.0%増) の順となっている。(資料 5)

(3) 不当請求に関する相談

全体の相談件数のうち約一割を占めている「不当請求に関する相談」は、前年度同期の 756 件に対し、今年度は 677 件^{※2} (10.4%減) となり、なかでも「架空請求」と呼ばれる手口が 152 件 (36.1%減) で、携帯電話への架空請求メールに関する相談が減少したことが主な要因となっている。

また、相談のあった不当請求事業者については随時調査を行っており、今年度上半期に不当請求事業者として認定し、公表した事業者は 7 件 (昨年は 6 件) あり、その手口としては、「違法なわいせつ DVD 等を購入したとして告発文を送りつけ、連絡を要求する」または、「実在する国の機関や法人をかたったり、また、あたかも公的機関と誤解を招くような名称を用いたりし、過去の詐欺被害を救済するという内容の文書を送りつけ、連絡を要求する」手口である。

また、「不当請求に関する相談」を除いた相談件数は、前年度同期 5,321 件に比べ 5,879 件 (10.5%増) となっている。

※1 高齢者＝世界保健機関 (WHO) の定義で、65 歳以上、また、65～74 歳までを前期高齢者ということから本文で 65 歳以上を高齢者とした。

※2 平成 25 年度上期＝「不当請求に関する相談」677 件

(内訳「不当請求」404 件+「架空請求」152 件+「ワンクリック請求」118 件+「融資保証金詐欺」3 件)

平成 24 年度上期＝「不当請求に関する相談」756 件

(内訳「不当請求」402 件+「架空請求」238 件+「ワンクリック請求」115 件+「融資保証金詐欺」1 件)

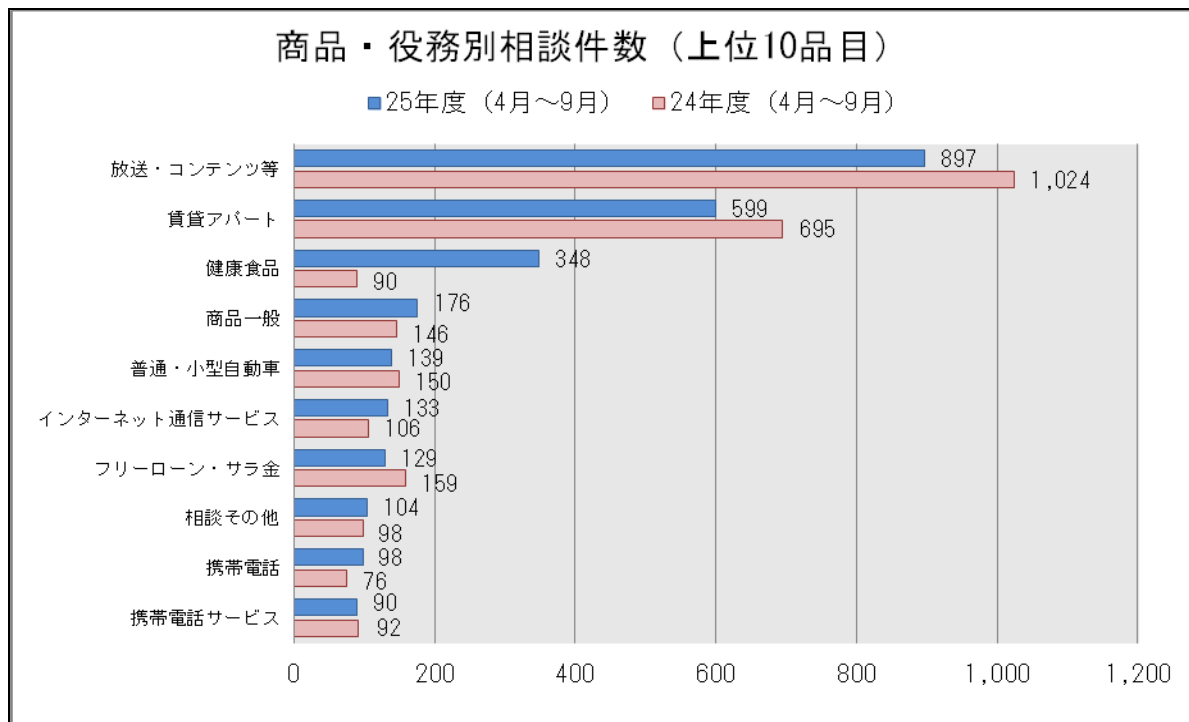
2 主な特徴

(1) 商品・役務別相談の傾向

商品・役務別相談の上位3品目は、身に覚えのない「サイト利用料金未納」などと携帯メールを送りつける手口の架空請求や、次々と料金を請求される出会い系サイトなど、インターネット利用等に関する「放送・コンテンツ等」が897件(12.4%減)、退去時の高額な修復費用などの「賃貸アパート」が599件(13.8%減)、高齢者を狙い注文していない健康食品の送りつけなどの「健康食品」が348件(286.7%増)となっている。

また、上位25品目のうち、前年同期比で特に増加しているのは、「健康食品」(258件増、286.7%増)、火災保険を利用した修理契約を勧誘する「工事・建築サービス」(39件増、111.4%増)、安価な排水清掃を依頼すると高額な工事を勧誘する「衛生設備工事」(23件増、115.0%増)となっている。

なお、「放送・コンテンツ等」、「賃貸アパート」のほか、前年比で減少した主な相談は、「フリーローン・サラ金」(30件減、18.9%減)、「エステティックサービス」(16件減、18.6%減)、「プロパンガス」(16件減、20.5%減)となっている。(資料2)



【相談事例／放送・コンテンツ等】（契約者：30代 女性）

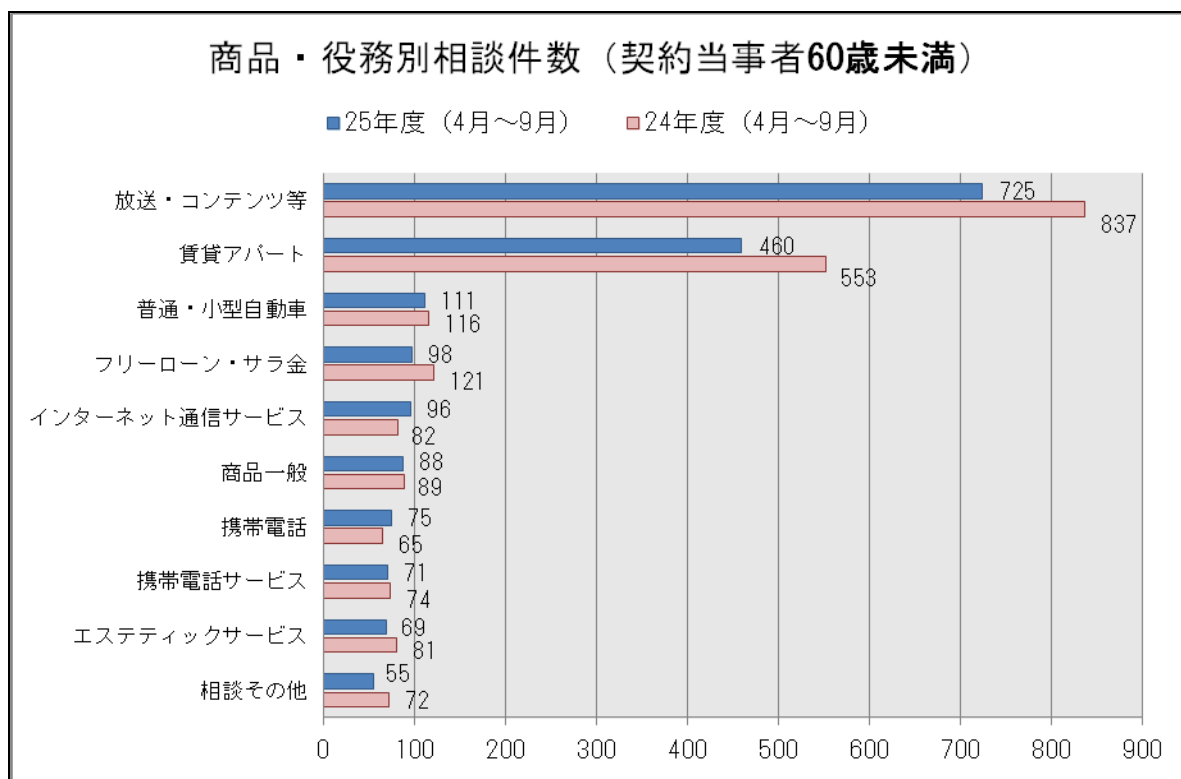
スマートフォンでネットサーフィン中にバナー広告をいくつかクリックした。動画サイトのようなのだが、パスワードも登録されたので30万円を振り込むよう表記があった。利用規約に基づくところがあるが、内容は不明で確認画面等は見つからない。支払い責任はあるか。

【助言内容等】

携帯電話等で行われる通信販売の表示義務と契約について情報提供した。本件の場合、バナー広告をクリックしただけであり、利用規約や確認画面もないため有効に契約が成立したことにはならず、支払責任も発生していないため放置するよう助言した。なお、各地の消費者センターのホームページで同種のワンクリック詐欺の情報収集は可能と付け加えた。

(2) 商品・役務別相談の傾向（契約当事者 60 歳未満）

60 歳未満の商品・役務別相談では、「放送・コンテンツ等」が 725 件（13.4%減）と最も多く、次いで「賃貸アパート」が 460 件（16.8%減）、新車・中古車の購入後の解約方法など「普通・小型」自動車 111 件（4.3%減）となった。（資料 4）



【相談事例／賃貸アパート】（契約者：40代 女性）

12年居住した家賃9万円の分譲マンションを先月退去した。退去時確認では過失による壁の穴、ガラスの割れのほか、カビによるクロスの汚れとはがれを指摘された。通常損耗の修理負担分は貸主と話し合いと言われた。先日請求書がFAXで送られてきたが、壁の穴の修理代26万円のほか、クロス、クッションフロア張り換え、畳表替え等合計106万円もの請求だった。負担割合の記載はなく、あまりにも高額で不満。敷金18万円の扱いの記載もなかった。対処法は。

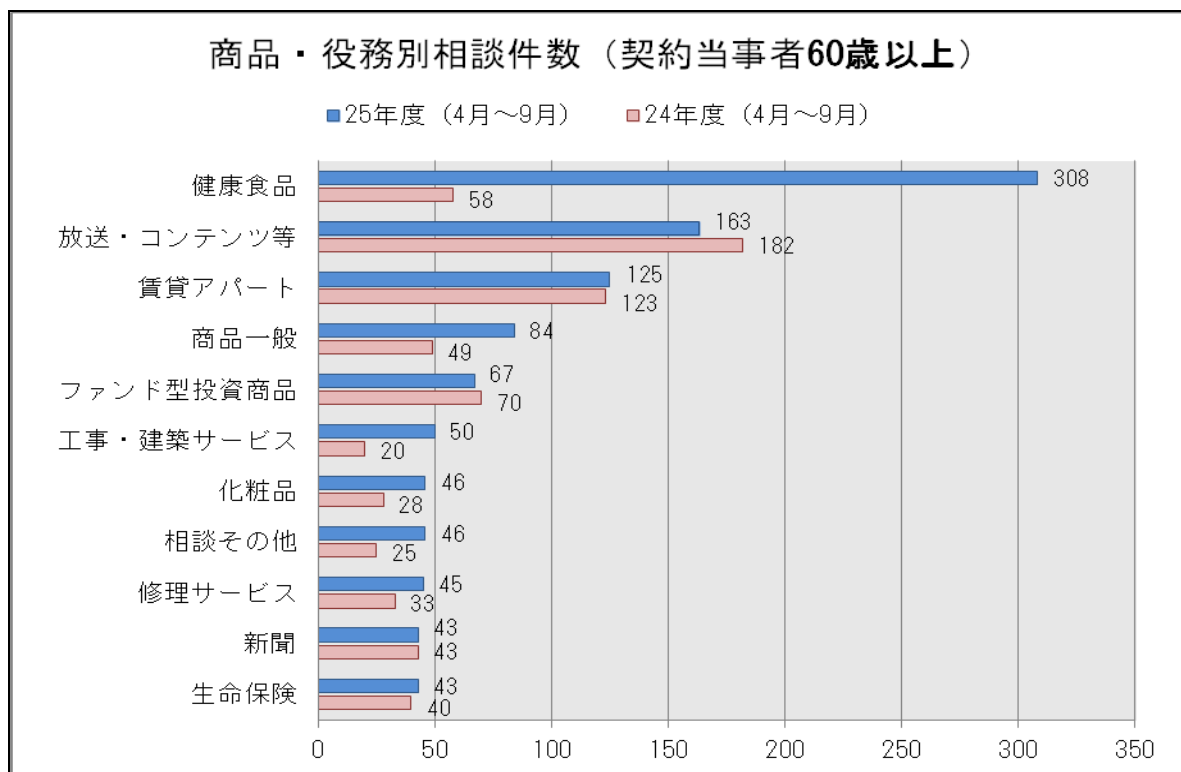
【助言内容等】

特約が無い場合、国土交通省の原状回復ガイドラインが一応の目安となること、ガイドラインによれば通常損耗は家賃に含まれるとされ、修理代は貸主負担であること、故意・過失での破損が借主負担であること等を情報提供した。通常損耗分の負担割合については事前に取り決めがなければガイドラインを参考に貸主と話し合うことになる旨伝えた。さらに入居年数に応じて建物は経年劣化が生じるので、借主の負担割合も下がること、ガイドラインの考え方では、12年が経過しているため負担割合はほとんどないとされていることを情報提供した。管理会社、貸主に対してガイドラインに沿った形で修理代を請求してほしいとして交渉するよう助言した。宅地建物取引業協会の相談先も知らせた。

(3) 商品・役務別相談の傾向（契約当事者 60 歳以上）

60 歳以上の商品・役務別相談件数では、「健康食品」が前年度 58 件から 308 件（431.0%増）と大幅に増加しており、次いで、「放送・コンテンツ等」が 163 件（10.4%減）、「賃貸アパート」が 125 件（1.6%増）、となった。

「健康食品」（250 件増）の相談件数の増加は、高齢者へ注文していない健康食品を送りつけるという相談の大幅増加が要因となっている。（資料 4）



【相談事例／健康食品】（契約者：80代 女性）

一人暮らしの母のところに「注文していた健康食品が入荷したので送る」という電話がかかってきた。母が電話口で住所を言っていたので不審に思い電話を代わると、中年の男性が「8月に注文を受けていた健康食品を届けたいので住所と届ける日にちを確認したい」と言った。どういう商品か、値段はいくらなのかと聞くと、長寿遺伝子で話題の成分が含まれているサプリメントで、3本セット3万5千円とのことだった。頼んだ覚えもなく、高額なので支払えないと伝えると、通常は定期購入なのでもっと金額が高くなるが、今回は幸いなことに1回だけの注文なので安く済んでいると言われた。断りたいと言っても、商品が届いているので断れないとのこと。商品が届いていると言っても我が家に届いた訳ではないので断れないのかと言ったが、できないとのこと。後日改めて電話をしようと言ったが、断ることはできないか。

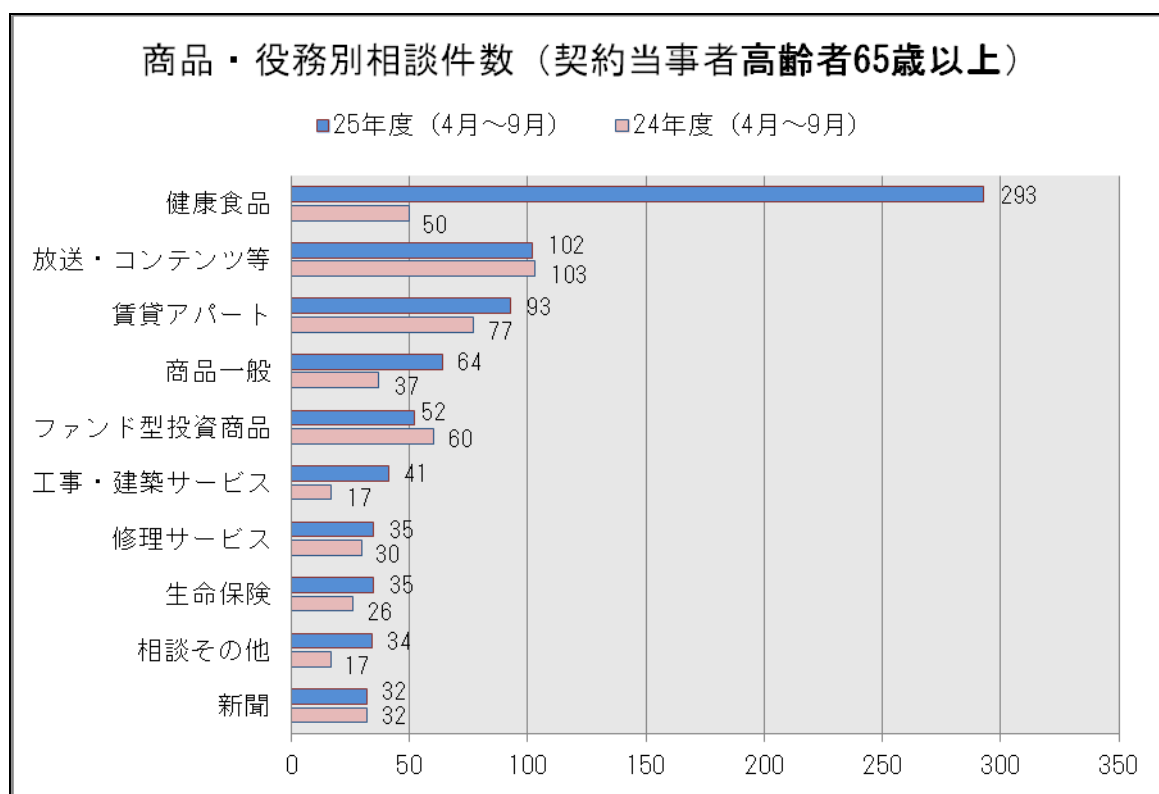
【助言内容等】

相談室から当該業者に架電し、相談者は頼んだ覚えはないと言っており、頼んでいるのであればキャンセルをしたい、今後は勧誘も行わないで欲しいとの希望を伝えた。業者はキャンセルを承諾し、今後勧誘も行わない事を約束。解約の書類等も必要ないとのことなので、相談室で記録に残すと伝えた。以上を相談者に伝え、同様の相談が急増しているため今後も注意をするよう助言した。

(4) 商品・役務別相談の傾向（契約当事者高齢者：65歳以上）

高齢者の商品・役務別相談では、「健康食品」に関する相談が前年度 50 件から 293 件（486.0%増）と大幅に増加し、次いで「放送コンテンツ等」102 件（1.0%減）、「賃貸アパート」93 件（20.8%増）となった。

「健康食品」（243 件増）の相談件数の増加は、高齢者に集中した健康食品の送りつけに関する相談の大幅増加が要因となっており、「工事・建築サービス」（141.2%増）の相談件数の増加は、火災保険を利用した修理契約の勧誘の増加が要因となっている。なお、「ファンド型投資商品」（8 件減、13.3%減）については、前年に引続き減少している（資料4）



【相談事例／工事・建築サービス】（契約者：80代 女性）

女性の勧誘で排水管洗浄を1か所500円で行っていると勧められ依頼した。「排水管も汚れているので、洗浄代、インバート補修代を含めて41,500円になる」と言われた。私は、電話で話をした女性が訪問するのだと思い込んでいたため男性2名にそのように言われ委縮してしまい断れなかった。しかし請求金額が高額だったため31,500円まで減額交渉して現金で支払ってしまった。しかし冷静に考えると500円と言われて契約したので31,500円も高額。クーリングオフしたい。

【助言内容等】

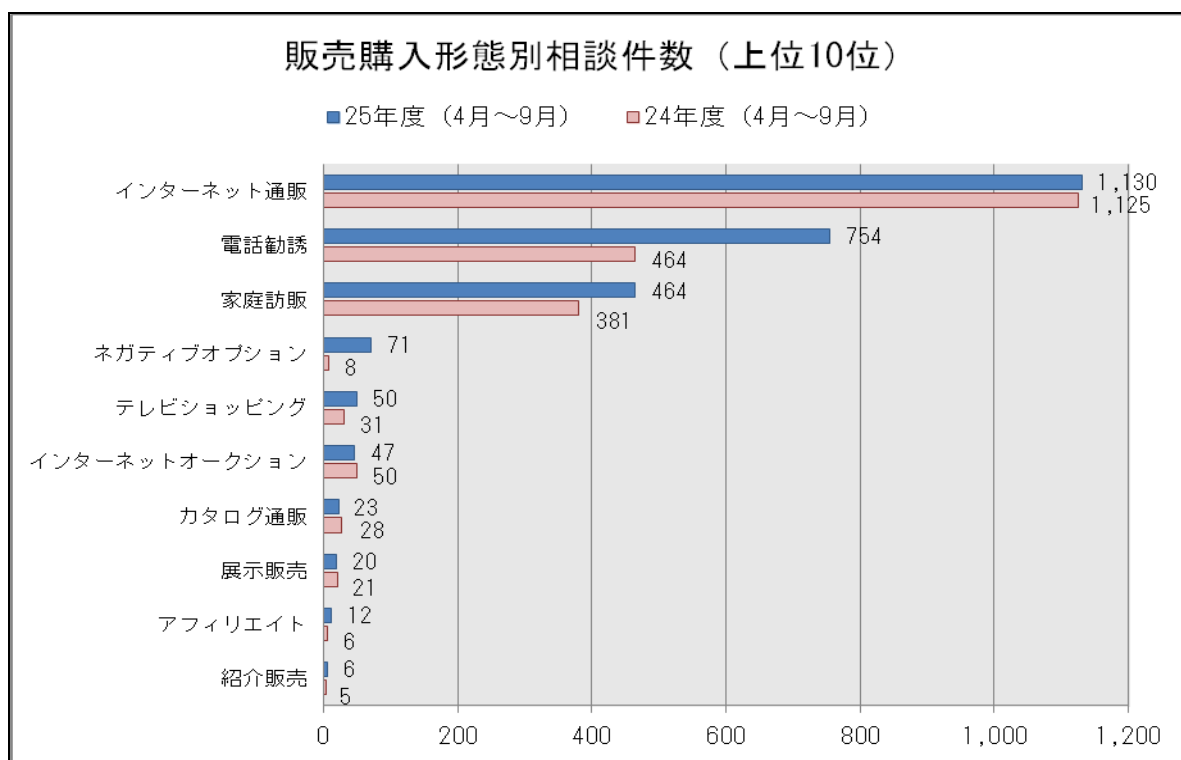
電話勧誘販売であり契約翌日であるためクーリングオフ手続のため相談者から相談室に交付書面のファックス送信を依頼し、書面を確認した。相談者は現金書留での返金を希望していたため、相談室から業者に電話をしたところ、別の事業者の電話番号であり、当該事業者の住所、電話番号等が確認できないことがわかった。当該事業者と連絡がとれなければ返金交渉は難しいことを伝え、警察に被害届を出すことを勧めた。

(5) 販売購入形態^{※3}別相談件数上位

販売購入形態別では、インターネットでの販売のほか、アダルト情報サイト、出会い系サイトの利用などの「インターネット通販」が1,130件(0.4%増)と最も多く、次いで電話による商品等の販売勧誘の「電話勧誘」754件(62.5%増)、訪問販売の「家庭訪販」464件(21.8%増)となっており、併せた件数が2,348件と販売購入形態別相談総件数の35.8%を占め、特に「インターネット通販」の相談が他の販売購入形態の相談と比較して圧倒的に多い状況である。

また、前年比で大幅に増加した「電話勧誘」(290件増)、送りつけ商法の「ネガティブオプション」(63件増、787.5%増)については、主に「健康食品」に関する相談の増加が要因となっている。(資料5)

※3 販売購入形態=PIO-NET(全国消費生活相談情報ネットワークシステム)の内容等キーワード分類にて集計。



【相談事例/インターネット通販】(契約者:50代 女性)

妻がインターネットショッピングで当該社から運動靴を購入し、代金7,000円を振り込んだ。入金後にメールするよう書かれた指示に従いメールを送信後、連絡が取れない状態になった。商品も届かず、メールでの督促にも返信がない。振込先の口座名義人が中国人らしき名前になっている。対処法は。

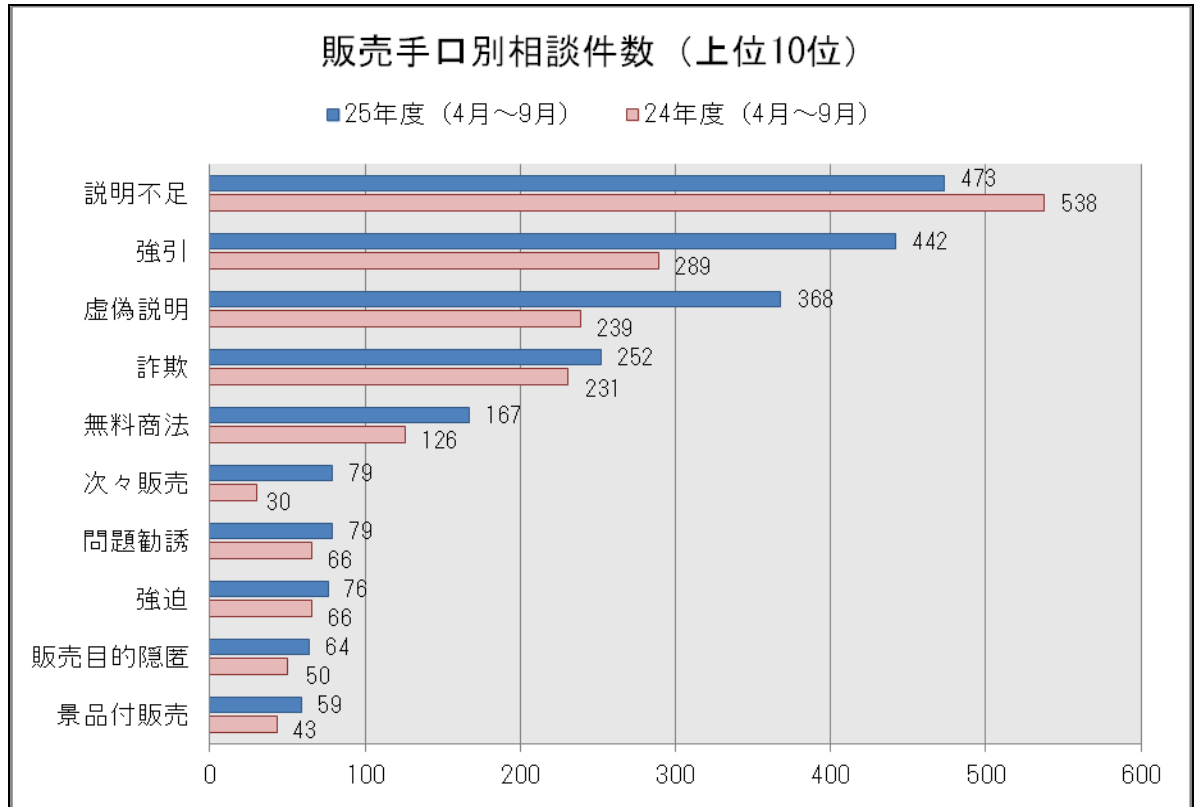
【助言内容等】

通信販売は特定商取引法により、事業者の所在地住所、連絡先、販売責任者等の広告表示義務が定められていることを説明。商品が届かず、メールによる申し出にも応じられない場合は、代金振込の控え等を保管し、記録を取りながら、期日を定めて速やかに商品の送付か返金を求める旨の書面を事業者所在地へ送る方法があるが、連絡が取れない状況であれば交渉困難であることを伝えた。当該社の広告には、特定商取引法に基づく表記の掲載が見当たらず、広告内容に不自然な表現があり詐欺を疑う場合は警察への相談を助言した。国民生活センターの事例を紹介し、通信販売の注意点等につき一般的な見解を求める場合は通信販売110番の窓口があることを情報提供した。

(6) 販売手口別相談件数上位

販売手口別では、販売時やクレーム対応時に説明の足りない「説明不足」473件（12.1%減）、販売の勧誘が強引な「強引」442件（52.9%増）、履行不能な約束やセールストークの「虚偽説明」368件（54.0%増）の順であり、昨年同期と同じく上位3位を占めている。

また、前年比で大幅に増加した「強引」（153件増）、「虚偽説明」（129件増）、一人の消費者に次から次へと契約させる「次々販売」（49件増、163.3%増）については、主に「健康食品」に関する相談の増加が要因となっている。（資料5）



【相談事例／強引】（契約者：80代 女性）

新聞拡張員が自宅に訪問して、妻が対応した。妻は「他紙を契約している。主人と相談しないと決められない。」と何度も断った様だが、新聞拡張員は「この契約を取れないと首になる。子どもが生まれる。社員になるために助けてください。」と言われたようでかわいそうになった。半年間の契約をしてほしいとお米、ティッシュペーパー、ごみ袋、洗濯洗剤を次々に手渡され、訳が判らないうちに半年間の契約書にサインをしたようだ。昨晚夫婦で話し合い、やはり現在契約中の新聞を継続して購読したいと思い、当該店に解約を伝えた。今日当該店が来る予定だが、今後の対処法を知りたい。

【助言内容等】

相談者から契約書をFAXで送付依頼し、当相談室で契約条項とクーリング・オフ記載を確認した。相談者に契約書面を受け取った連絡をすると、丁度相談者は当該店と対応中であった。その後、相談者から当該店の対応を聞くと景品と契約書を引き上げ、解約になったと報告があった。しかし、後々のトラブルを回避するため、念のためクーリング・オフの通知を出したほうが良いと伝え、クーリング・オフの記載方法と通知方法を助言した。当相談室で、相談者が記載したクーリング・オフ葉書の確認も可能と伝えたが相談者は望まず、相談を終了とした。

相 談 概 要

集計対象期間：2013年04月～2013年09月

集計対象センター：札幌市市民まちづくり局市民生活部消費者センター

単位：件、%、円

項 目		当該年	前年同期	前年同期比
相談件数		6,556	6,077	107.9
性別	男性	2,754	2,613	105.4
	女性	3,740	3,411	109.6
年齢別	20歳未満	222	174	127.6
	20歳代	658	737	89.3
	30歳代	983	1,153	85.3
	40歳代	1,087	1,089	99.8
	50歳代	963	859	112.1
	60歳代	998	913	109.3
	70歳以上	1,523	1,038	146.7
	その他・不明	122	114	107.0
	平均年齢	52	49	105.9
	給与与生活者	2,477	2,530	97.9
職業別	自営・自由業	191	129	148.1
	家事従事者	1,459	1,259	115.9
	学生	282	226	124.8
	無職	1,887	1,715	110.0
	団体	11	9	122.2
その他・不明	249	209	119.1	
契約・購入金額	1万円未満	801	752	106.5
	5万円未満	872	783	111.4
	10万円未満	670	593	113.0
	50万円未満	673	740	90.9
	100万円未満	171	234	73.1
	500万円未満	249	292	85.3
	1千万円未満	37	43	86.0
	5千万円未満	60	68	88.2
	1億円未満	4	4	100.0
	1億円以上	1	0	
	その他・不明	3,018	2,568	117.5
	合計金額	2,688,381,539	2,709,918,634	99.2
	平均金額	759,859	772,277	98.4
	商品大分類	商品一般	176	146
食料品		527	245	215.1
住居品		295	240	122.9
光熱水品		101	128	78.9
被服品		285	229	124.5
保健衛生品		196	164	119.5
教養娯楽品		509	444	114.6
車両・乗り物		226	237	95.4
土地・建物・設備		185	162	114.2
他の商品		5	6	83.3
商品計		2,505	2,001	125.2
クリーニング		41	47	87.2
レンタル・リース・貸借		653	765	85.4
工事・建築・加工		377	257	146.7
修理・補修		91	83	109.6
管理・保管		6	7	85.7
役務一般		9	6	150.0
金融・保険サービス		472	502	94.0
運輸・通信サービス		1,268	1,364	93.0
教育サービス		31	40	77.5
教養・娯楽サービス		212	230	92.2
保健・福祉サービス		296	269	110.0
他の役務		297	247	120.2
内職・副業・ねずみ講		29	24	120.8
他の行政サービス		52	44	118.2
役務計		3,834	3,885	98.7
他の相談		217	191	113.6
総計		6,556	6,077	107.9

項 目		当該年	前年同期	前年同期比
相談内容分類	安全・衛生	218	207	105.3
	品質・機能 役務品質	1,677	1,384	121.2
	法規・基準	152	173	87.9
	価格・料金	994	1,226	81.1
	計量・量目	15	12	125.0
	表示・広告	279	229	121.8
	販売方法	1,502	1,300	115.5
	契約・解約	3,409	2,940	116.0
	接客対応	784	978	80.2
	包装・容器	4	10	40.0
	施設・設備	16	12	133.3
	買物相談	86	72	119.4
	生活知識	12	33	36.4
	その他	9	8	112.5
	販売購入形態	店舗購入	2,921	2,910
訪問販売		539	480	112.3
通信販売		1,602	1,602	100.0
マルチ・マルチまがい取引		59	57	103.5
電話勧誘販売		633	349	181.4
ネガティブ・オプション		16	8	200.0
訪問購入		32	0	
その他無店舗販売		18	28	64.3
不明・無関係		736	643	114.5
商品・役務別相談件数(上位KW集計)				
1 放送・コンテンツ等	897	1,024	87.6	
2 レンタル・リース・貸借	653	765	85.4	
3 工事・建築・加工	377	257	146.7	
4 健康食品	348	90	386.7	
5 自動車	195	197	99.0	
6 役務その他	188	168	111.9	
7 商品一般	176	146	120.5	
8 融資サービス	146	180	81.1	
9 インターネット通信サービス	133	106	125.5	
10 相談その他	133	122	109.0	
11 移動通信サービス	117	120	97.5	
12 書籍・印刷物	115	118	97.5	
13 電話機・電話機用品	108	82	131.7	
14 医療	98	83	118.1	
15 他の教養・娯楽サービス	93	84	110.7	
内容キーワード	1 解約	1,739	1,575	110.4
	2 契約書・書面	1,672	1,534	109.0
	3 インターネット通販	1,130	1,125	100.4
	4 他の接客対応	1,040	965	107.8
	5 他の価格・料金	1,002	1,018	98.4
	6 他の品質・機能	989	748	132.2
	7 高価格・料金	985	944	104.3
	8 返金	862	857	100.6
	9 信用性	781	611	127.8
	10 電話勧誘	754	464	162.5
	11 電子広告	655	570	114.9
	12 修理代	483	506	95.5
	13 説明不足	473	538	87.9
	14 補償	468	434	107.8
	15 家庭訪販	464	381	121.8

注1：商品・役務別相談件数及び内容キーワード分類は、件数の多いものから順に15項目を掲載した。

注2：内容キーワード分類は、1件の相談が複数の項目に渡って分類されるため、合計は相談件数を上回る。

商品・役務別相談件数（上位25品目）

順位	商品・役務名	平成25年度（4月～9月）			平成24年度（4月～9月）			前年 同期比
		相談件数	内訳		相談件数	内訳		
			苦情	問合せ		苦情	問合せ	
1	放送・コンテンツ等	897	887	10	1,024	1,017	7	87.6
2	賃貸アパート	599	581	18	695	682	13	86.2
3	健康食品	348	344	4	90	87	3	386.7
4	商品一般	176	156	20	146	132	14	120.5
5	普通・小型自動車	139	130	9	150	141	9	92.7
6	インターネット通信サービス	133	130	3	106	103	3	125.5
7	フリーローン・サラ金	129	112	17	159	138	21	81.1
8	相談その他	104	39	65	98	72	26	106.1
9	携帯電話	98	96	2	76	76	0	128.9
10	携帯電話サービス	90	88	2	92	90	2	97.8
11	ファンド型投資商品	86	84	2	75	75	0	114.7
12	修理サービス	85	79	6	75	72	3	113.3
12	化粧品	85	80	5	70	67	3	121.4
14	新聞	83	79	4	76	76	0	109.2
15	役務その他サービス	80	70	10	71	64	7	112.7
16	工事・建築サービス	74	70	4	35	31	4	211.4
17	エステティックサービス	70	67	3	86	86	0	81.4
18	生命保険	69	57	12	73	63	10	94.5
19	プロパンガス	62	56	6	78	78	0	79.5
20	医療サービス	57	52	5	54	53	1	105.6
21	他の行政サービス	52	31	21	44	34	10	118.2
21	新築工事	52	49	3	44	41	3	118.2
23	屋根工事	47	43	4	28	24	4	167.9
24	金融関連サービスその他	44	40	4	27	24	3	163.0
25	衛生設備工事	43	42	1	20	17	3	215.0

※PIO-NET分類（第1商品名（小））による

契約当事者年代別 「商品・役務別相談件数（上位10品目）」

期間：平成25年4月～9月

年代 「未成年者」

相談件数	222
全相談件数に占める割合	3.4%

年代 「20代」

相談件数	658
全相談件数に占める割合	10.0%

年代 「30代」

相談件数	983
全相談件数に占める割合	15.0%

年代 「40代」

相談件数	1,087
全相談件数に占める割合	16.6%

1	放送・コンテンツ等	134
2	インターネット通信サービス	6
3	商品一般	4
3	デジタルディスプレイソフト	4
3	携帯電話サービス	4
3	相談その他	4
7	新聞	3
7	航空サービス	3
7	専門・専修学校	3
7	エステティックサービス	3

1	放送・コンテンツ等	122
2	賃貸アパート	115
3	エステティックサービス	34
4	フリーローン・サラ金	24
5	携帯電話	21
6	インターネット通信サービス	19
7	普通・小型自動車	17
7	携帯電話サービス	17
9	商品一般	16
10	プロパンガス	12

1	放送・コンテンツ等	171
2	賃貸アパート	149
3	普通・小型自動車	38
4	フリーローン・サラ金	29
5	エステティックサービス	22
6	携帯電話	21
7	インターネット通信サービス	18
8	新築工事	15
8	携帯電話サービス	15
10	相談その他@	13

1	放送・コンテンツ等	181
2	賃貸アパート	121
3	普通・小型自動車	33
4	フリーローン・サラ金	30
4	インターネット通信サービス	30
6	商品一般	22
7	携帯電話	21
8	携帯電話サービス	18
9	修理サービス	17
10	役務その他サービス	16

年代 「50代」

相談件数	963
全相談件数に占める割合	14.7%

年代 「60代」

相談件数	998
全相談件数に占める割合	15.2%

年代 「70代」

相談件数	933
全相談件数に占める割合	14.2%

年代 「80代以上」

相談件数	590
全相談件数に占める割合	9.0%

1	放送・コンテンツ等	117
2	賃貸アパート	74
3	商品一般	34
4	インターネット通信サービス	23
5	普通・小型自動車	21
6	役務その他サービス	18
7	化粧品	17
7	携帯電話サービス	17
9	相談その他	16
10	フリーローン・サラ金	15

1	放送・コンテンツ等	97
2	賃貸アパート	59
3	商品一般	28
4	健康食品	26
5	ファンド型投資商品	25
6	化粧品	23
6	相談その他	23
8	工事・建築サービス	18
8	インターネット通信サービス	18
10	屋根工事	17
10	壁工事	17

1	健康食品	138
2	放送・コンテンツ等	50
3	賃貸アパート	44
4	商品一般	36
5	ファンド型投資商品	27
6	生命保険	22
7	工事・建築サービス	20
8	修理サービス	18
9	宝くじ	15
9	役務その他サービス	15
9	相談その他	15

1	健康食品	144
2	賃貸アパート	22
3	商品一般	20
4	新聞	17
5	放送・コンテンツ等	16
6	ファンド型投資商品	15
7	ふとん類@	13
7	衛生設備工事	13
7	役務その他サービス	13
10	化粧品@	12
10	工事・建築サービス	12
10	建物清掃サービス	12

※その他・年齢不明の相談件数 122件（全相談件数に占める割合1.9%）※P10-NET分類（第1商品名（小））による

契約当事者「60歳未満」 商品・役務別相談件数（上位10品目）

順位	商品・役務名	平成25年度 (4月～9月)	平成24年度 (4月～9月)	前年同期比 (%)
1	放送・コンテンツ等	725	837	86.6
2	賃貸アパート	460	553	83.2
3	普通・小型自動車	111	116	95.7
4	フリーローン・サラ金	98	121	81.0
5	インターネット通信サービス	96	82	117.1
6	商品一般	88	89	98.9
7	携帯電話	75	65	115.4
8	携帯電話サービス	71	74	95.9
9	エステティックサービス	69	81	85.2
10	相談その他	55	72	76.4

平成25年度相談件数 3,913件(全相談に占める割合59.7%)

平成24年度相談件数 4,012件(全相談に占める割合66.0%)

契約当事者「60歳以上」 商品・役務別相談件数（上位10品目）

順位	商品・役務名	平成25年度 (4月～9月)	平成24年度 (4月～9月)	前年同期比 (%)
1	健康食品	308	58	531.0
2	放送・コンテンツ等	163	182	89.6
3	賃貸アパート	125	123	101.6
4	商品一般	84	49	171.4
5	ファンド型投資商品	67	70	95.7
6	工事・建築サービス	50	20	250.0
7	化粧品	46	28	164.3
7	相談その他	46	25	184.0
9	修理サービス	45	33	136.4
10	新聞	43	43	100.0
10	生命保険	43	40	107.5

平成25年度相談件数 2,521件(全相談に占める割合38.5%)

平成24年度相談件数 1,951件(全相談に占める割合32.1%)

契約当事者「高齢者（65歳以上）」 商品・役務別相談件数（上位10品目）

順位	商品・役務名	平成25年度 (4月～9月)	平成24年度 (4月～9月)	前年同期比
1	健康食品	293	50	586.0
2	放送・コンテンツ等	102	103	99.0
3	賃貸アパート	93	77	120.8
4	商品一般	64	37	173.0
5	ファンド型投資商品	52	60	86.7
6	工事・建築サービス	41	17	241.2
7	修理サービス	35	30	116.7
7	生命保険	35	26	134.6
9	相談その他	34	17	200.0
10	新聞	32	32	100.0

平成25年度相談総件数 1,907件(全相談に占める割合29.1%)

平成24年度相談総件数 1,373件(全相談に占める割合22.6%)

販売購入形態別相談件数（上位10位）

販売購入形態	平成25年度（4月～9月）			平成24年度（4月～9月）			前年 同期比 （%）
	相談件数	内訳		相談件数	内訳		
		苦情	問合せ		苦情	問合せ	
インターネット通販	1,130	1,108	22	1,125	1,110	15	100.4
電話勧誘	754	744	10	464	457	7	162.5
家庭訪販	464	449	15	381	374	7	121.8
ネガティブオプション ^{注1}	71	69	2	8	8	0	887.5
テレビショッピング	50	49	1	31	29	2	161.3
インターネットオークション	47	46	1	50	49	1	94.0
カタログ通販	23	23	0	28	26	2	82.1
展示販売	20	20	0	21	20	1	95.2
アフィリエイト ^{注2}	12	12	0	6	6	0	200.0
紹介販売 ^{注3}	6	6	0	5	5	0	120.0

※1：ネガティブオプション以外は販売形態そのものに問題は無い。

※2：1件の相談について、複数の販売形態に分類される場合がある。

※3：販売形態分類は、PIO-NET(全国消費生活情報ネットワーク・システム)の内容等キーワード分類による。

注1：ネガティブオプション＝申込みをしていない商品の送りつけ販売。

注2：アフィリエイト＝メールやブログ、ホームページに広告を掲載し、アクセスや売り上げがあるとそのうちの一部が報酬として支払われるもの。

アフィリエイトによる内職等の広告を見て購入した場合ははじめとする同制度に関連した相談に付与される。

注3：紹介販売＝人を紹介することによって販売を拡大する販売システムで、取引が連鎖していない販売方法。

販売手口別相談件数（上位10位）

販売手口	平成25年度（4月～9月）			平成24年度（4月～9月）			前年 同期比 （%）
	相談件数	内訳		相談件数	内訳		
		苦情	問合せ		苦情	問合せ	
説明不足	473	470	3	538	537	1	87.9
強引	442	439	3	289	285	4	152.9
虚偽説明	368	363	5	239	239	0	154.0
詐欺 ^{注1}	252	243	9	231	230	1	109.1
無料商法 ^{注2}	167	166	1	126	122	4	132.5
次々販売 ^{注3}	79	79	0	30	30	0	263.3
問題勧誘 ^{注4}	79	78	1	66	65	1	119.7
強迫 ^{注5}	76	76	0	66	66	0	115.2
販売目的隠匿	64	63	1	50	50	0	128.0
景品付販売	59	58	1	43	43	0	161.0

※1：1件の相談について、複数の販売形態に分類される場合がある。

※2：販売手口分類は、PIO-NET(全国消費生活情報ネットワーク・システム)の内容等キーワード分類による。

注1：詐欺＝業者の騙す意図が感じられたもの。

注2：無料商法＝「無料」でつって売りつける商法。

注3：次々販売＝一人の消費者に次から次へと契約させる商法。同じ商品又は異なる複数の商品を次々に契約させるケースや、複数の業者が次々に契約させるケースなどがある。

注5：問題勧誘＝ここでの問題勧誘は、国民生活センターの分類はないが、問題のあった勧誘方法を数値としたもの。

注6：強迫＝故意に畏怖心をおおって意思表示させること。国民生活センターのキーワードの概念で、刑法でいう「脅迫」より広い概念だが、「強引」よりは強い概念として狭義に解釈している。