

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26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26年度上半期の消費生活相談件数は、6,368件となっており、前年度同期の相談件数6,556件と比べ188件(2.9%)減少している。これは平成24年度から増加した「健康食品」に関する60歳以上の相談の減少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」1,132件(25.9%増)、「賃貸アパート」564件(5.8%減)、「商品一般」の274件(55.7%増)、「インターネット通信サービス」171件(28.6%増)、「普通・小型自動車」133件(4.3%減)の順となっており、この上位5品目の相談総件数2,274件で、相談全体の約1/3(35.7%)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)

また、60歳未満の相談は4,058件(3.7%増)、60歳以上の相談は2,157件(14.4%減)となっている。なお、高齢者<sup>※1</sup>(65歳以上)の相談は1,610件(15.6%減)と全相談件数の25.3%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」1,505件(33.2%増)、「電話勧誘」442件(41.4%減)、「家庭訪販」409件(11.9%減)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」468件(1.1%減)、「虚偽説明」306件(16.8%減)、「強引」292件(33.9%減)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677件に対し、今年度は994件<sup>※2</sup>(46.8%増)となり、「不当請求」664件(66.8%増)と「架空請求」284件(53.5%増)で、インターネットで無料動画を見ようとすると突然会員登録され登録料を請求されたという「デジタルコンテンツ」に関する相談が増加している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、今年度の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4件(昨年上期は7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、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。

なお、「不当請求に関する相談」を除いた相談件数は、前年度同期5,879件に比べ5,374件(8.6%減)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26年度上期＝「不当請求に関する相談」994件

(内訳「不当請求」664件+「架空請求」284件+「ワンクリック請求」40件+「融資保証金詐欺」6件)

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)

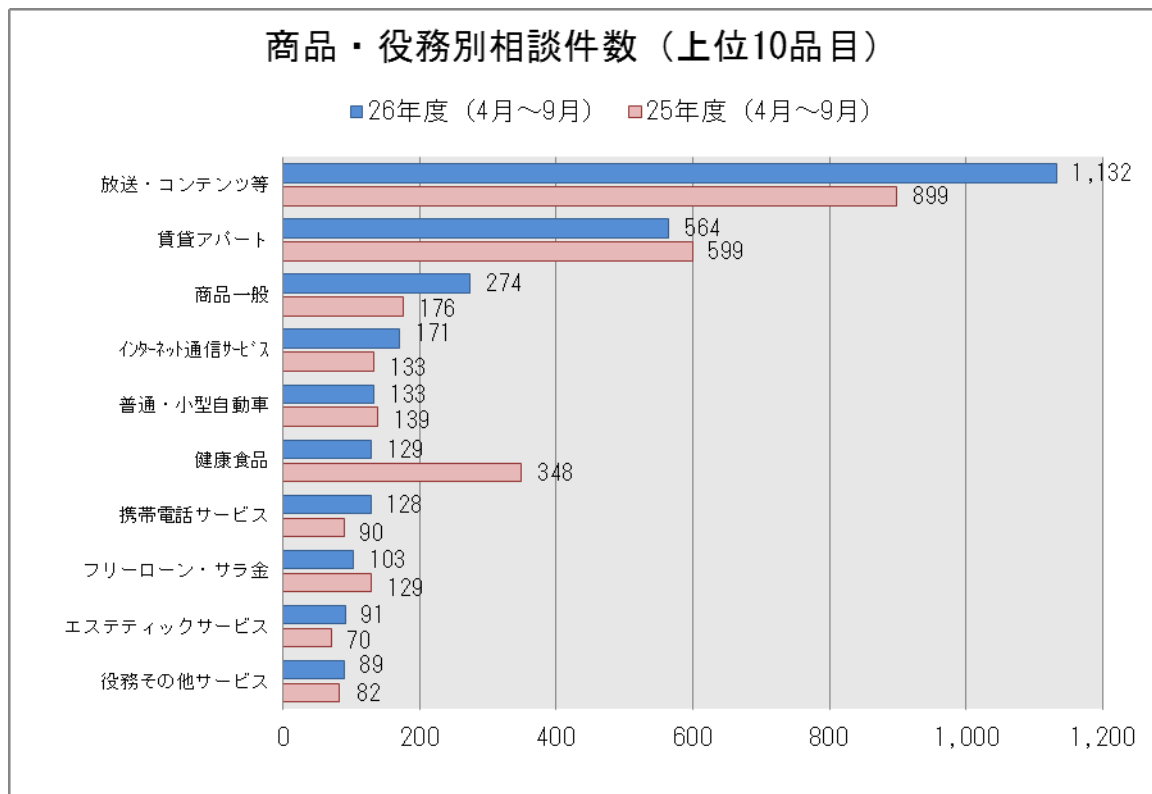
## 2 主な特徴

### (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1,132件(25.9%増)、退去時の高額な修復費用などの「賃貸アパート」が564件(5.8%減)、商品・サービスが特定できない不当な請求などの「商品一般」が274件(55.7%増)となっている。－0

また、上位25品目を順に見ると、前年同期比で増加しているのは、「放送・コンテンツ等」(233件増、25.9%増)、「商品一般」(98件増、55.7%増)、インターネット回線やプロバイダ契約に伴うトラブルの「インターネット通信サービス」(38件増、28.6%増)、携帯電話の高額となった通話料や通信料の「携帯電話サービス」(38件増、42.2%増)となっている。

なお、「賃貸アパート」のほか、前年比で減少した主な相談は、「健康食品」(219件減、62.9%減)、「ファンド型投資商品」(49件減、55.7%減)、「携帯電話」(60件減、61.2%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：60代 男性）

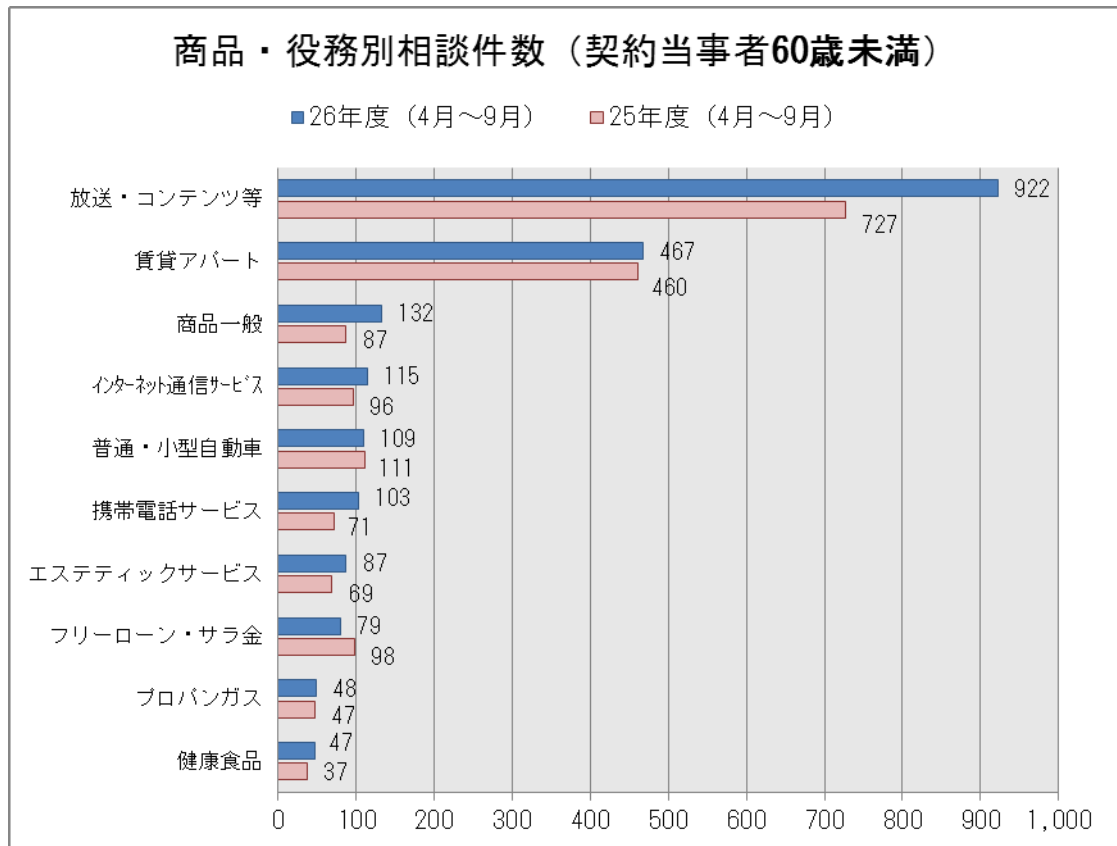
タブレットのサイト検索中に画像をクリックすると、いきなり「アンサー登録されました」と表示されアダルトサイトへ登録され、9万円の請求額が表示された。対処法は。

#### 【助言内容等】

電子消費者契約法及び電子承諾通知に関する民法の特例に関する法律、特定商取引法等について情報提供し、サイト業者が容易に確認できる画面や訂正画面を設けていない場合は錯誤無効の主張が可能とされていることを伝え、請求メールに返信したり、電話をすることで個人情報漏れるおそれがあるため、メールに記載の連絡先へは連絡せず様子を見るよう伝えた。請求メールが執拗であれば、アドレス変更を検討するように助言した。

## (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 922 件（26.8%増）と最も多く、次いで「賃貸アパート」が 467 件（1.5%増）、「商品一般」が 132 件（51.7%増）となった。（資料 4）



### 【相談事例／賃貸アパート】（契約者：30代 女性）

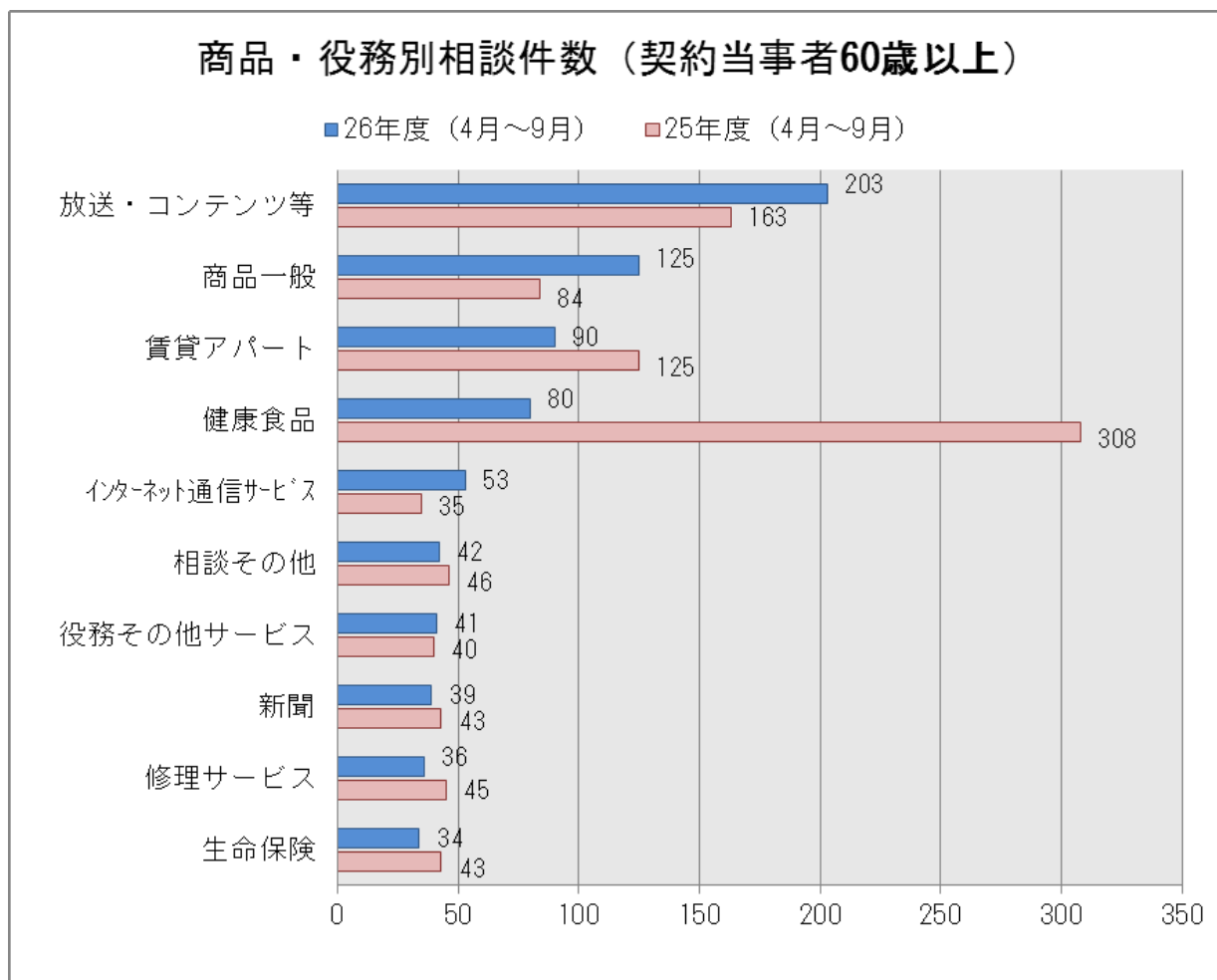
9年入居した3LDKの賃貸アパートを退去。入居する際、契約書に記載の特約条項としてシリンダー交換費用、清掃料を前納し領収書も持っている。敷金 13 万円を支払っているがそれでも退去時費用が足りず追加で更に清掃料 3 万円の請求を受けている。夫も私も母も喫煙はするため壁紙の交換費用を 6 万円位請求されており不満。支払い責任はあるか。

### 【助言内容等】

国土交通省の原状回復のガイドラインについて説明。入居9年であり、ガイドラインでは壁紙の残存価値は1円とされていることを伝えガイドラインを参考に交渉するよう求めてはどうかと伝えた。契約書に記載の清掃料に関しては支払い済みであることを申し出て交渉するよう伝えた。無料弁護士相談と宅地建物取引業協会の相談窓口を案内した。

### (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、「放送・コンテンツ等」が 203 件（24.5%増）と最も多く、次いで、「商品一般」が 125 件（48.8%増）、「賃貸アパート」が 90 件（28.0%減）、となった。なお、昨年度最も多かった「健康食品」（228 件減）の相談件数の減少は、平成 24 年度から平成 25 年度にかけて急増していた注文していない健康食品を高齢者へ送りつけるという相談が減少したことが要因となっている。（資料 4）



#### 【相談事例／商品一般】（契約者：70代 男性）

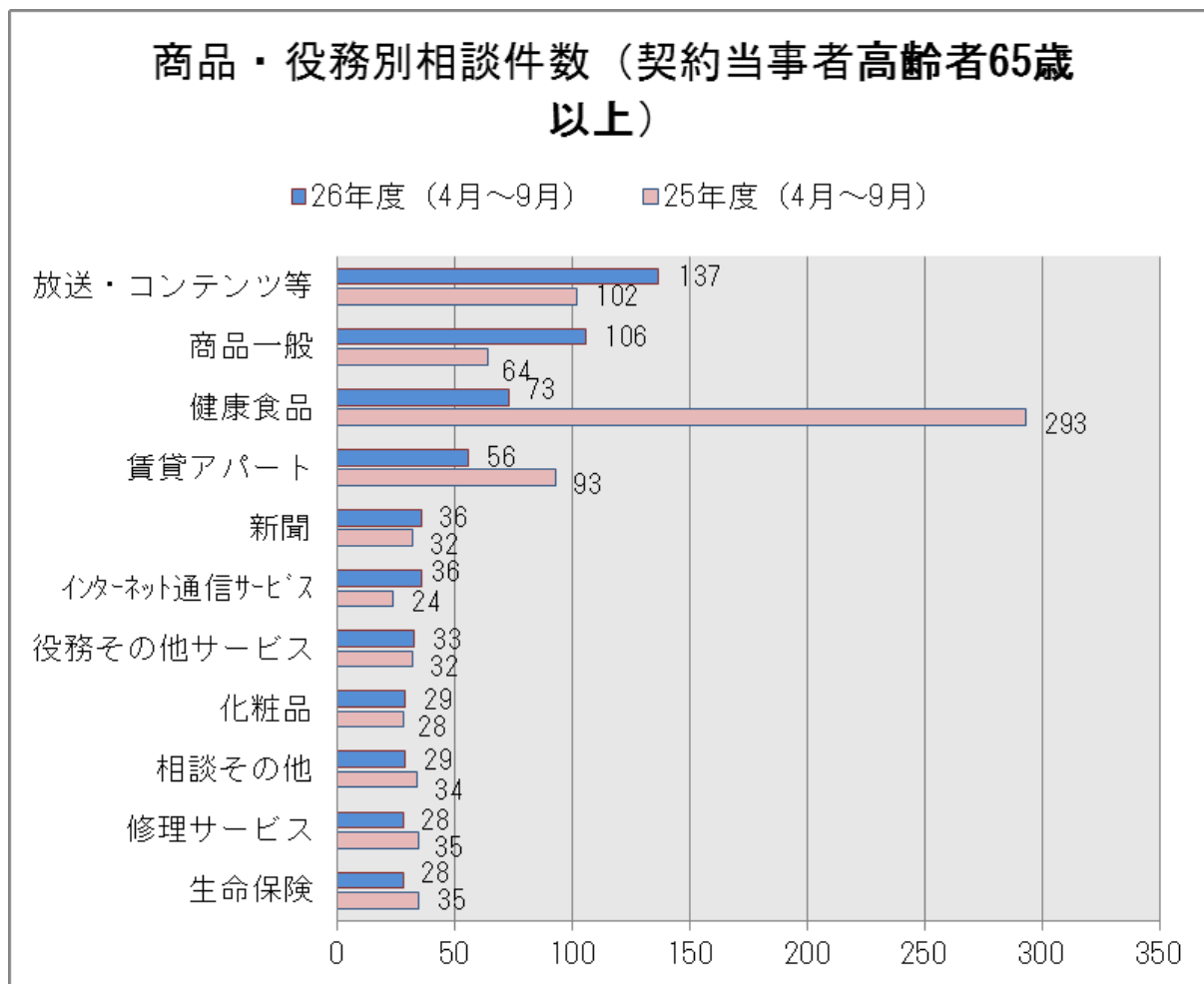
昨夜9時頃、見知らぬ業者から「注文された商品を届けます」という電話がかかってきたがどこかに何かを注文した覚えは全くないので何の商品か尋ねると、難しい名前を言っていた。「頼んだ覚えはない」と言ったが聞き入れられず、業者名や住所を聞いても答えずに電話が切れた。すぐ警察に相談をしたところ、商品は受け取らないようアドバイスされた。今日届くかもしれないが、どのように対処すれば良いか。

#### 【助言内容等】

もしも商品が届いてしまった場合は念のためクーリング・オフをしておいたほうが良いと伝え、宅配業者に事情を伝えて受け取り拒否をし、伝票に記載されている業者の名称、住所、電話番号、商品名、代引きの場合は金額を記録しておき、相談室に再度連絡をするよう助言した。後日相談者から「結局あの後荷物も電話も来なかった」との報告があったが、今後も引き続き注意をし、何か変わったことがあった時は再度相談するよう伝えた。

(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、「放送コンテンツ等」に関する相談が137件（34.3%増）と最も多く、次いで「商品一般」106件（65.6%増）、「健康食品」73件（75.1%減）となった。（資料4）



【相談事例／健康食品】（契約者：70代 女性）

老人ホームに入居した直後、当ホームの社長から健康食品を勧められた。高額で払えないと断ったが「体に良いので飲んでみて」と言われた。お世話になっている立場もあるので仕方なく承諾し契約した。契約書は受けとったかどうか覚えていないが、毎月健康食品1箱と水1箱を配達してもらっている。今年の夏頃、糖尿で膝が痛くなり病院を受診した際、医師から健康食品を摂取しないように言われた。その後、残っている健康食品3箱のうち未使用品2箱の返品と購入契約の解約を担当者に申し入れたが「それはできない、健康食品なので飲んでいても大丈夫だ」と言われた。ホームの社長にも同様に伝えたが断られ困っている。

【助言内容等】

当該社に連絡して契約内容を確認することと解約、返品の意向を伝えるよう助言。本人から当該社に連絡したがお盆休みであったため、その後連絡していないとのことであった。返品、解約するには交渉が必要であると考え後日センターに来室を約束した。その後連絡があり「配達人に事情を説明し健康食品の配達だけ止めてもらったが、水は継続してもらわないと困ると言われた。ホームの社長はその後取り合ってくれない。ホームとの関係が気まずく

なり、ここから出て行くわけにはいかないのでこれ以上要求できない。水だけは止めないで続けていく」とのことだったので、今後解約等の事情ができた時には再度相談するよう伝え一旦終了となった。

### (5) 販売購入形態<sup>※3</sup>別相談件数上位

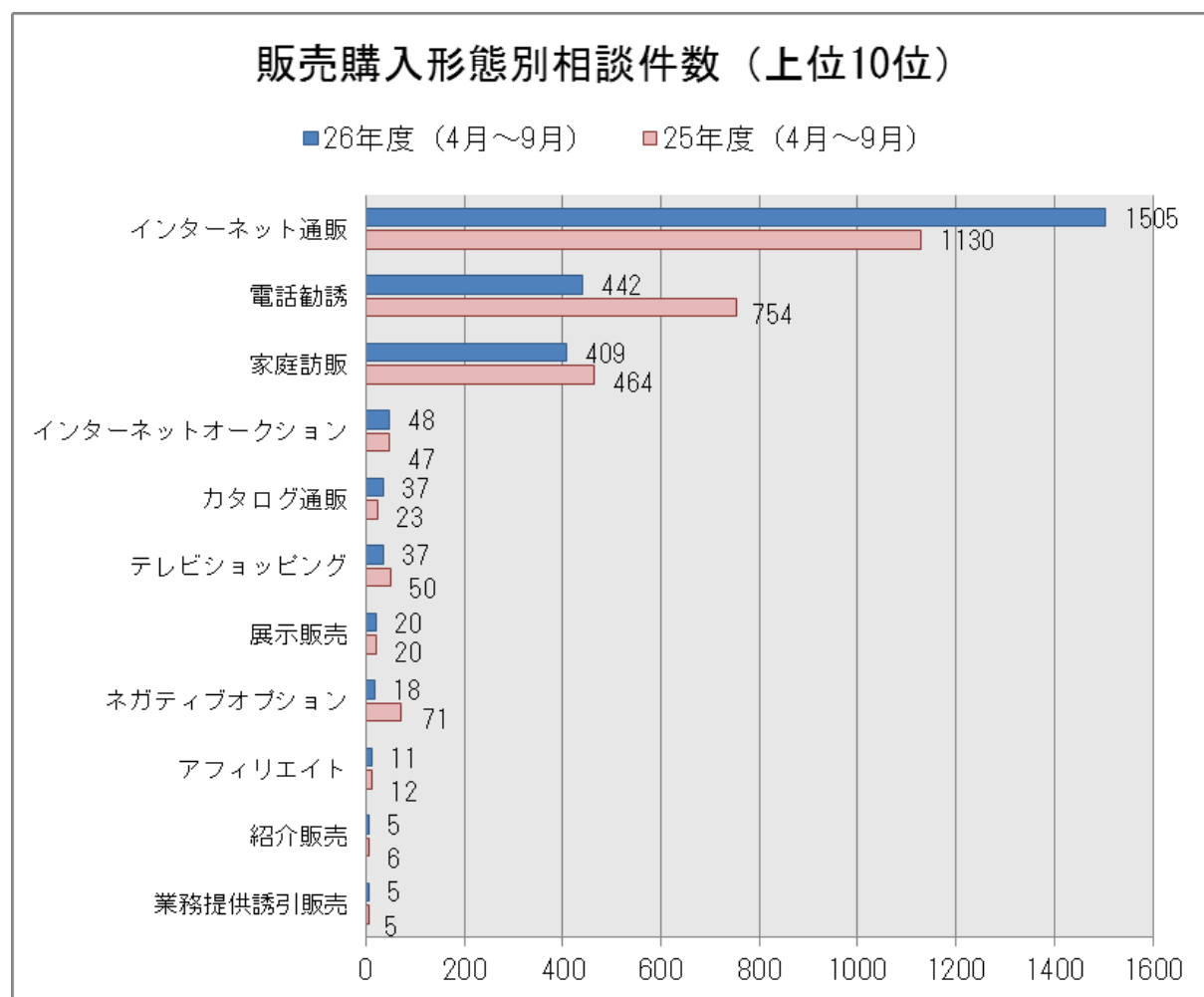
販売購入形態別では、インターネットでの通信販売のほか、アダルト情報サイト、出会い系サイト、オンラインゲーム等の「インターネット通販」が1,505件(33.2%増)と最も多い。

次いで電話による商品等の販売勧誘の「電話勧誘」442件(41.4%減)、訪問販売の「家庭訪問」409件(11.9%減)となっている。

これらを併せた件数が2,356件と相談総件数の37.0%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は続いている。

また、前年比で大幅に減少した「電話勧誘」(312件減)、送りつけ商法の「ネガティブオプション」(53件減、74.6%減)については、主に「健康食品」に関する相談の減少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：30代 女性）

インターネットサイトで木のおもちゃを注文し会員登録した。すぐ私のアドレスにメールが来て、返信すると送料が無料になるというので指定のパスワードを入れ先方にメールした。商品は入金確認後3日以内に発送になっていたが、代金振込み後2週間経っても未だ商品は届かずメールをしても返信がない。支払いは銀行振り込みのみで振り込み先は中国人名のようなだ。また、連絡方法はメールのみである。騙されたのではないか。

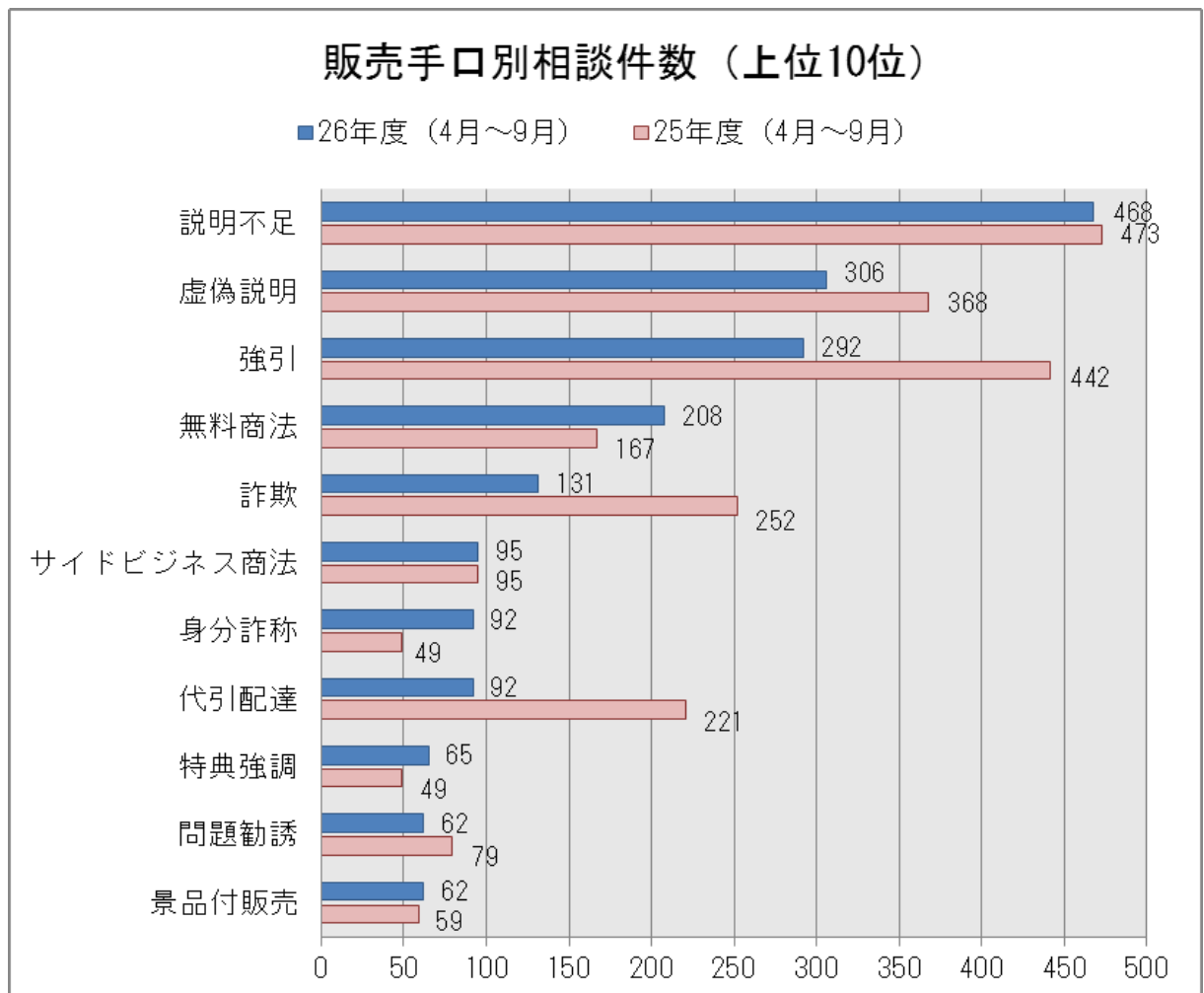
**【助言内容等】**

特定商取引法の通信販売の表示事項の説明をし、トラブルに遭わないよう注意点を説明した。メールでしか連絡ができない点や支払い方法が振り込みだけであったことなどから詐欺的なショッピングサイトである可能性も考えられることを伝えた。振込から2週間以上経っていることから、警察に届けを出すことと、振り込み先銀行に事情を説明して口座凍結を依頼することを伝え、通販110番の相談窓口を案内した。

**(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」468件（1.1%減）、履行不能な約束やセールストークの「虚偽説明」306件（16.8%減）、販売の勧誘が強引な「強引」292件（33.9%減）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、前年比で大幅に減少した「虚偽説明」（62件減）、「強引」（150件減）、業者の騙す意図が感じられた相談の「詐欺」（121件減）、「代引配達」（129件減）については、主に「健康食品」に関する相談の減少が要因となっている。（資料5）



**【相談事例／無料商法】**（契約者：20代 女性）

スマートフォンで無料の小説を読むサイトでパスワードの発行を受けるため空メールを送信した。その後サイトから、ニックネーム、性別、下の名前、パスワードを登録情報として入力するフォームが届き入力して、確認ボタンを押すと出会い系サイトに登録された。出会い系サイトに登録するつもりはないため、解約ボタンを押すと1か月後の解約になると返信が届いた。1か月間解約できないのか。利用規約は確認していない。料金は請求されていない。また、広告メールが大量に届き迷惑で、メールアドレスを変更したほうが良いのか。

**【助言内容等】**

特定商取引法、電子契約法に基づき説明し、契約内容の重要事項の明確な表示がない場合錯誤無効の主張が可能であることを助言。また、承諾なく届く広告メールは迷惑メールであるが、今回は登録した段階で承諾を得たと業者が主張する可能性があるため錯誤無効での取消で承諾してない主張も可能ではないかと助言。ただし相手にアクセスすると個人情報漏れる可能性があるため、業者に接触せずに様子を見るよう伝えた。迷惑メールが大量に届くためメールアドレスの変更を検討するよう助言した。迷惑メール情報提供先として一般社団法人日本データ通信協会の迷惑メール相談センターを案内した。



## 相 談 概 要

集計対象期間:2014年04月～2014年09月

集計対象センター:札幌市消費者センター

単位:件、%、円

項 目		当該年	前年同期	前年同期比
相談件数		6,368	6,556	97.1
性 別	男性	2,772	2,753	100.7
	女性	3,516	3,740	94.0
年 齢 別	20歳未満	207	222	93.2
	20歳代	670	657	102.0
	30歳代	990	983	100.7
	40歳代	1,167	1,087	107.4
	50歳代	1,024	963	106.3
	60歳代	957	998	95.9
	70歳以上	1,200	1,523	78.8
	その他・不明	153	123	124.4
	平均年齢	50	52	97.5
	職 業 別	給与生活者	2,513	2,476
自営・自由業		156	191	81.7
家事従事者		1,448	1,459	99.2
学生		284	282	100.7
無職		1,663	1,889	88.0
団体		17	11	154.5
その他・不明	287	248	115.7	
契 約 ・ 購 入 金 額	1万円未満	815	801	101.7
	5万円未満	676	872	77.5
	10万円未満	721	670	107.6
	50万円未満	658	671	98.1
	100万円未満	164	172	95.3
	500万円未満	259	250	103.6
	1千万円未満	28	37	75.7
	5千万円未満	47	60	78.3
	1億円未満	2	4	50.0
	1億円以上	0	1	0.0
	その他・不明	2,998	3,018	99.3
	合計金額	2,180,722,639	2,689,866,931	81.1
	平均金額	647,099	760,279	85.1
	商 品 大 分 類	商品一般	274	176
食料品		315	527	59.8
住居品		302	295	102.4
光熱水品		111	101	109.9
被服品		298	285	104.6
保健衛生品		161	196	82.1
教養娯楽品		431	508	84.8
車両・乗り物		225	226	99.6
土地・建物・設備		146	185	78.9
他の商品		0	5	0.0
商品計		2,263	2,504	90.4
クリーニング		50	41	122.0
レンタル・リース・貸借		644	653	98.6
工事・建築・加工		263	377	69.8
修理・補修		78	91	85.7
管理・保管		23	6	383.3
役務一般		5	9	55.6
金融・保険サービス		364	472	77.1
運輸・通信サービス		1,597	1,270	125.7
教育サービス		83	31	267.7
教養・娯楽サービス		163	209	78.0
保健・福祉サービス		332	296	112.2
他の役務		271	299	90.6
内職・副業・ねずみ講		23	28	82.1
他の行政サービス		40	52	76.9
役務計		3,936	3,834	102.7
他の相談		169	218	77.5
総計		6,368	6,556	97.1

項 目		当該年	前年同期	前年同期比
相 談 内 容 分 類	安全・衛生	207	218	95.0
	品質・機能 役務品質	1,395	1,678	83.1
	法規・基準	183	152	120.4
	価格・料金	789	999	79.0
	計量・量目	9	15	60.0
	表示・広告	255	279	91.4
	販売方法	1,116	1,503	74.3
	契約・解約	3,883	3,408	113.9
	接客対応	598	784	76.3
	包装・容器	6	4	150.0
	施設・設備	14	16	87.5
	買物相談	78	86	90.7
	生活知識	16	12	133.3
	その他	8	9	88.9
	販 売 購 入 形 態	店舗購入	2,762	2,920
訪問販売		438	539	81.3
通信販売		1,939	1,603	121.0
マルチ・マルチマがい取引		50	59	84.7
電話勧誘販売		326	633	51.5
ネガティブ・オプション		5	16	31.3
訪問購入		53	32	165.6
その他無店舗販売		23	18	127.8
不明・無関係		772	736	104.9
商 品 ・ 役 務 別 相 談 件 数 ( 上 位 KW 集 計 )		1 放送・コンテンツ等	1,132	899
	2 レンタル・リース・貸借	644	653	98.6
	3 商品一般	274	176	155.7
	4 工事・建築・加工	263	377	69.8
	5 自動車	193	195	99.0
	6 役務その他	190	190	100.0
	7 移動通信サービス	177	117	151.3
	8 インターネット通信サービス	171	133	128.6
	9 健康食品	129	348	37.1
	10 相談その他	116	134	86.6
	11 医療	114	98	116.3
	12 融資サービス	109	146	74.7
	13 理美容	107	89	120.2
	14 書籍・印刷物	84	115	73.0
	15 家具・寝具	83	74	112.2
内 容 キ ー ワ ー ド	1 解約	1,643	1,739	94.5
	2 契約書・書面	1,545	1,672	92.4
	3 インターネット通販	1,505	1,130	133.2
	4 高価格・料金	926	985	94.0
	5 他の接客対応	896	1,040	86.2
	6 返金	854	862	99.1
	7 他の価格・料金	817	1,003	81.5
	8 信用性	792	781	101.4
	9 他の品質機能	713	989	72.1
	10 不当請求	664	404	164.4
	11 ポルノ・風俗	587	414	141.8
	12 電子広告	559	656	85.2
	13 プライバシー	553	422	131.0
	14 説明不足	468	473	98.9
	15 修理代	445	483	92.1

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26年度（4月～9月）			平成25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*	1,132	1,123	9	899	889	10	125.9
2	賃貸アパート	564	545	19	599	581	18	94.2
3	商品一般	274	258	16	176	156	20	155.7
4	インターネット通信サービス*	171	168	3	133	130	3	128.6
5	普通・小型自動車	133	126	7	139	130	9	95.7
6	健康食品*	129	125	4	348	344	4	37.1
7	携帯電話サービス	128	124	4	90	88	2	142.2
8	フリーローン・サラ金	103	93	10	129	112	17	79.8
9	エステティックサービス*	91	89	2	70	67	3	130.0
10	役務その他サービス	89	85	4	82	72	10	108.5
11	相談その他	87	39	48	105	40	65	82.9
12	修理サービス	73	65	8	85	79	6	85.9
13	新聞	66	65	1	83	79	4	79.5
14	医療サービス	65	60	5	57	52	5	114.0
15	生命保険*	64	62	2	69	57	12	92.8
16	化粧品*	63	61	2	85	80	5	74.1
17	プロパンガス	61	54	7	62	56	6	98.4
18	ふとん類*	50	50	0	40	37	3	125.0
18	クリーニング	50	48	2	41	39	2	122.0
20	モバイルデータ通信	48	47	1	26	25	1	184.6
21	壁工事	41	40	1	40	36	4	102.5
21	歯科治療	41	40	1	25	23	2	164.0
23	他の行政サービス	40	30	10	52	31	21	76.9
24	ファンド型投資商品	39	39	0	88	86	2	44.3
25	携帯電話	38	37	1	98	96	2	38.8
25	新築工事	38	35	3	52	49	3	73.1

※P10-NET2010商品分類（第1商品名（小））による分類。ただし、「\*」については、P10-NET2000の商品分類に準じて集計

## 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26年4月～9月

年代 「未成年者」	
相談件数	207
全相談件数に占める割合	3.3%

年代 「20代」	
相談件数	670
全相談件数に占める割合	10.5%

年代 「30代」	
相談件数	990
全相談件数に占める割合	15.5%

年代 「40代」	
相談件数	1,167
全相談件数に占める割合	18.3%

1	放送・コンテンツ等*	140
2	商品一般	5
2	インターネット通信サービス*	5
4	賃貸アパート	4
5	健康食品*	3
5	携帯電話サービス	3
5	専門・専修学校	3
5	学習塾	3
5	歯科治療	3
10	モバイルデータ通信	2
10	エステティックサービス*	2

1	放送・コンテンツ等*	143
2	賃貸アパート	108
3	エステティックサービス*	41
4	普通・小型自動車	24
5	インターネット通信サービス*	23
6	商品一般	18
7	フリーローン・サラ金	16
8	携帯電話サービス	12
9	ジョギングシューズ	10
10	プロパンガス	9

1	放送・コンテンツ等*	198
2	賃貸アパート	164
3	普通・小型自動車	30
4	商品一般	29
5	エステティックサービス*	28
6	フリーローン・サラ金	25
7	インターネット通信サービス*	25
8	プロパンガス	19
8	携帯電話サービス	19
10	健康食品*	13

1	放送・コンテンツ等*	253
2	賃貸アパート	115
3	携帯電話サービス	43
4	商品一般	40
5	インターネット通信サービス*	34
6	普通・小型自動車	32
7	フリーローン・サラ金	22
8	モバイルデータ通信	19
9	家庭教師	17
10	学習塾	16

年代 「50代」	
相談件数	1,024
全相談件数に占める割合	16.1%

年代 「60代」	
相談件数	957
全相談件数に占める割合	15.0%

年代 「70代」	
相談件数	738
全相談件数に占める割合	11.6%

年代 「80代以上」	
相談件数	462
全相談件数に占める割合	7.3%

1	放送・コンテンツ等*	188
2	賃貸アパート	76
3	商品一般	40
4	インターネット通信サービス*	28
5	携帯電話サービス	26
6	普通・小型自動車	22
7	役務その他サービス	17
8	フリーローン・サラ金	16
9	クリーニング	15
9	修理サービス	15

1	放送・コンテンツ等*	117
2	賃貸アパート	48
3	商品一般	38
4	インターネット通信サービス*	28
5	相談その他	20
6	歯科治療	17
6	役務その他サービス	17
8	壁工事	16
9	健康食品*	15
9	普通・小型自動車	15

1	放送・コンテンツ等*	65
2	商品一般	57
3	賃貸アパート	27
4	健康食品*	23
5	生命保険*	18
6	役務その他サービス	17
7	インターネット通信サービス*	16
8	医療サービス	15
9	化粧品*	14
9	新聞	14

1	健康食品*	42
2	商品一般	30
3	放送・コンテンツ等*	21
4	新聞	17
5	賃貸アパート	15
6	ふとん類*	12
7	修理サービス	11
8	ファンド型投資商品	9
8	インターネット通信サービス*	9
8	相談その他	9

※その他・年齢不明の相談件数 153件（全相談件数 6,368件に占める割合2.4%）

※P10-NET2010商品分類（第1商品名（H））による分類。ただし、「\*」については、P10-NET2000の商品分類に準じて集計

## 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26年度 (4月～9月)	平成25年度 (4月～9月)	前年同期比 (%)
1	放送・コンテンツ等*	922	727	126.8
2	賃貸アパート	467	460	101.5
3	商品一般	132	87	151.7
4	インターネット通信サービス*	115	96	119.8
5	普通・小型自動車	109	111	98.2
6	携帯電話サービス	103	71	145.1
7	エステティックサービス*	87	69	126.1
8	フリーローン・サラ金	79	98	80.6
9	プロパンガス	48	47	102.1
10	健康食品*	47	37	127.0

平成26年度相談件数 4,058件(全相談 6,368件に占める割合 63.7%)

平成25年度相談件数 3,912件(全相談 6,556件に占める割合 59.7%)

## 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26年度 (4月～9月)	平成25年度 (4月～9月)	前年同期比 (%)
1	放送・コンテンツ等*	203	163	124.5
2	商品一般	125	84	148.8
3	賃貸アパート	90	125	72.0
4	健康食品*	80	308	26.0
5	インターネット通信サービス*	53	35	151.4
6	相談その他	42	46	91.3
7	役務その他サービス	41	40	102.5
8	新聞	39	43	90.7
9	修理サービス	36	45	80.0
10	生命保険*	34	43	79.1

平成26年度相談件数 2,157件(全相談 6,368件に占める割合 33.9%)

平成25年度相談件数 2,521件(全相談 6,556件に占める割合 38.5%)

## 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26年度 (4月～9月)	平成25年度 (4月～9月)	前年同期比
1	放送・コンテンツ等*	137	102	134.3
2	商品一般	106	64	165.6
3	健康食品*	73	293	24.9
4	賃貸アパート	56	93	60.2
5	新聞	36	32	112.5
5	インターネット通信サービス*	36	24	150.0
7	役務その他サービス	33	32	103.1
8	化粧品*	29	28	103.6
8	相談その他	29	34	85.3
10	修理サービス	28	35	80.0
10	生命保険*	28	35	80.0

平成26年度相談総件数 1,610件(全相談 6,368件に占める割合 25.3%)

平成25年度相談総件数 1,907件(全相談 6,556件に占める割合 29.1%)

※PIO-NET2010商品分類(第1商品名(小))による分類。ただし、「\*」については、PIO-NET2000の商品分類に準じて集計

## 販売購入形態別相談件数（上位10位）

順位	販売購入形態	平成26年度（4月～9月）			平成25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	インターネット通販	1,505	1,484	21	1,130	1,108	22	133.2
2	電話勧誘	442	435	7	754	744	10	58.6
3	家庭訪販	409	401	8	464	449	15	88.1
4	インターネットオークション	48	45	3	47	46	1	102.1
5	カタログ通販	37	35	2	23	23	0	160.9
5	テレビショッピング	37	36	1	50	49	1	74.0
7	展示販売	20	20	0	20	20	0	100.0
8	ネガティブオプション <sup>注1</sup>	18	17	1	71	69	2	25.4
9	アフィリエイト <sup>注2</sup>	11	11	0	12	12	0	91.7
10	紹介販売 <sup>注3</sup>	5	5	0	6	6	0	83.3
10	業務提供誘引販売 <sup>注4</sup>	5	5	0	5	5	0	100.0

※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が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など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。

注4：業務提供誘引販売＝特定商取引法に定める業務提供誘引販売に関連した相談。内職やモニター等により消費者を勧誘し、消費者に何らかの金銭負担を負わせて、その仕事に利用する商品や役務を購入させるもの。

## 販売手口別相談件数（上位10位）

順位	販売手口	平成26年度（4月～9月）			平成25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	説明不足	468	463	5	473	470	3	98.9
2	虚偽説明	306	299	7	368	363	5	83.2
3	強引	292	290	2	442	439	3	66.1
4	無料商法 <sup>注1</sup>	208	201	7	167	166	1	124.6
5	詐欺 <sup>注2</sup>	131	131	0	252	243	9	52.0
6	サイドビジネス商法 <sup>注3</sup>	95	95	0	95	90	5	100.0
7	身分詐称	92	90	2	49	48	1	187.8
7	代引配達	92	90	2	221	217	4	41.6
9	特典強調 <sup>注4</sup>	65	64	1	49	49	0	132.7
10	問題勧誘 <sup>注5</sup>	62	62	0	79	78	1	78.5
10	景品付販売	62	61	1	59	58	1	105.1

※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：無料商法＝「無料」で買って売りつける商法。

注2：詐欺＝業者の騙す意図が感じられたもの。

注3：サイドビジネス商法＝「内職・副業（サイドビジネス）になる」、「脱サラできる」等をセールストークに何らかの契約をさせる商法。

注4：特典強調＝本来の契約商品等以外の特典を強調して販売したもの。

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。