

# 令和5年度上半期(4月～9月)消費生活相談について

## 1 消費生活相談の概要

札幌市消費者センターにおける令和5年度上半期の消費生活相談件数は4,937件で、前年度同期の4,773件と比べて164件増加(前年度同期比3.4%増加)しました。

商品・役務別に見ると、次の相談が特に増加しています。

### ・「賃貸アパート」

98件増加(前年度同期比25.5%増加)

### ・「役務その他サービス」

36件増加(前年度同期比34.6%増加)

### ・「養毛剤」

23件増加(前年度同期比176.9%増加)

## (1) 相談件数の多い商品・役務別の相談内容について

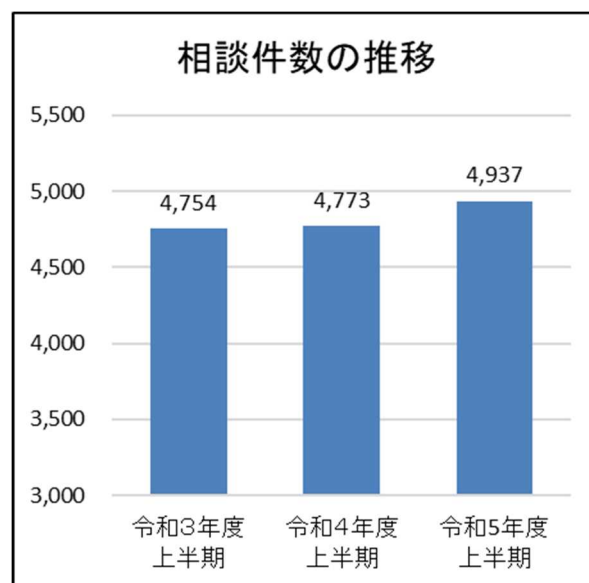
**第1位から第3位までは順位に變動なし**

今年度上半期に寄せられた相談を商品・役務別に見ると、1位が「賃貸アパート」、2位が「商品一般」、3位が「他の健康食品」(※)となっています。

上位3位までは前年度同期と同じ順位であり、これら3品目の相談だけで全相談件数の20.7%を占めています。

これらの3品目は、令和元年度以降、常に上位3位以内を占めています。

※ 「他の健康食品」とは「ニンニク食品」や「ビタミン剤」など、PIO-NET2020商品分類上の13種類以外の健康食品を指します。



順位	商品・役務名	令和4年度上半期	令和5年度上半期
1	「賃貸アパート」	384件	482件
2	「商品一般」	373件	364件
3	「他の健康食品」	205件	177件

**「賃貸アパート」は昨年度比25.5%増加し、最も相談が多かった**

商品・役務別で最も多かった相談は「賃貸アパート」の482件で、前年度同期の384件と比べて98件増加（前年度同期比+25.5%）しました。

主な内容は、入居中の修理・修繕に関するトラブルや退去時の高額な原状回復費用などとなっています。

**「商品一般」は昨年度と同程度。不当請求の相談が多い。**

商品・役務別で2番目に多かった相談は「商品一般」の364件で、前年度同期の373件と比べて9件減少（前年度同期比▲2.4%）しました。

「クレジットカードに心当たりのない請求があった」などの不当請求（架空請求）の相談が多く寄せられています。

**「他の健康食品」は昨年度より減少。定期購入の相談が多い。**

商品・役務別で3番目に多かった相談は「他の健康食品」の177件で、前年度同期の205件と比べて28件減少（前年度同期比▲13.7%）し、昨年度に引き続き減少となりました。

「お試しのつもりが定期購入になっていた」など、定期購入に関する相談が多く寄せられています。

⇒最近注目される消費者トラブル(1)参照

**(2) 増加率が高い商品・役務別の相談について**

商品・役務別相談件数の上位25品目（P.7参照）のうち、前年度同期に比べて増加率の高かった3品目を紹介します。

順位	商品・役務名	令和4年 上半期	令和5年 上半期	増加率
1	養毛剤	13件	36件	176.9%
2	化粧クリーム	16件	36件	125.0%
3	新聞	18件	35件	94.4%

**「養毛剤」「化粧クリーム」が共に増加**

最近では健康食品以外にも様々な商品がインターネット通販で販売され、「お試し価格」の広告を見て購入したら定期購入だったというトラブルが増加しています。

「養毛剤」と「化粧クリーム」は共に36件の相談が寄せられており、前年度同期と比べて増加率が共に100%を超えました。

最近の定期購入トラブルの原因は、広告や購入画面にある契約条件などの表示が分かりにくいため、消費者がトラブルに陥りやすい傾向が見受けられます。

⇒最近注目される消費者トラブル(1)参照

**「新聞」が94.4%増加**

3番目に増加率が高かった相談は「新聞」の35件で、前年度同期の18件と比べて17件増加（前年度同期比+94.4%）しました。

「インターホンが鳴りドアを開けると、突然景品を玄関に置かれ契約をすることになった」「懸賞に当たったと言われ、話を聞くと新聞の勧誘だった」「何度断っても契約するまで帰ってくれなかった」など、悪質な勧誘に関する相談が寄せられています。

<トラブルに遭わないための3か条>

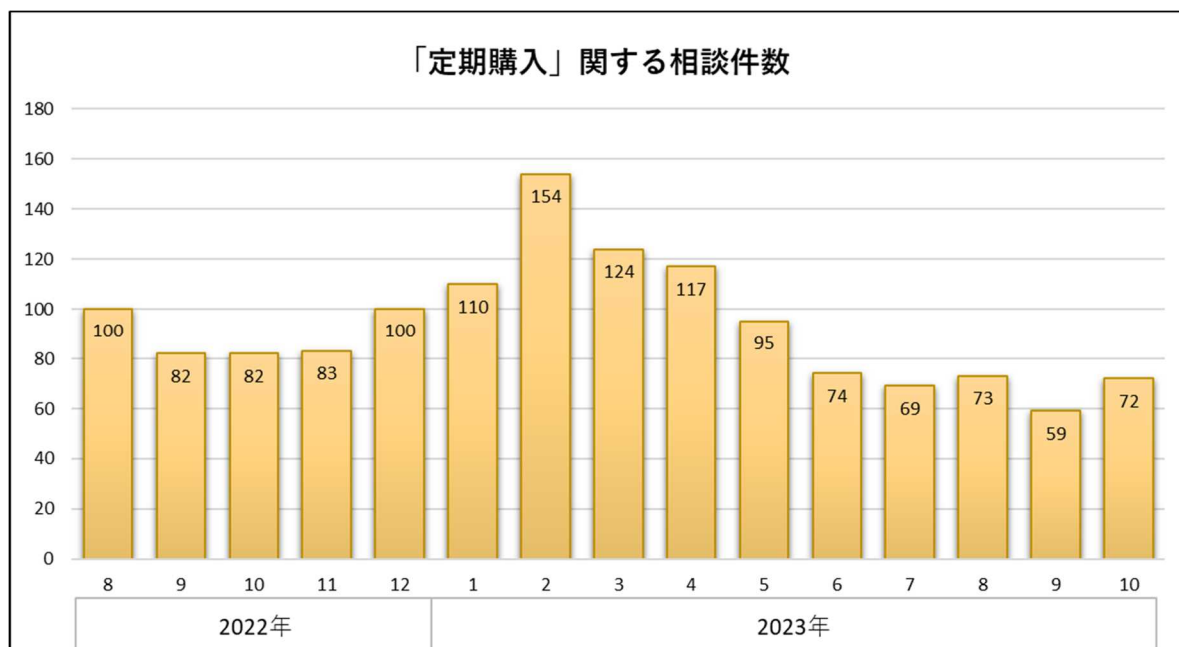
- ①最初に勧誘者の身分と来訪目的を確認する。
- ②興味が無ければ勧誘を断り、景品も受け取らない。
- ③断っても勧誘を続ける場合は、「新聞社や消費者センターに苦情を言う」と相手に伝える（悪質な場合は警察に相談）。

## 2 最近注目される消費者トラブルなど

### (1) 無くない「定期購入」トラブル

#### 「定期購入」に関する相談は減っていない

令和4年6月1日から改正特商法が施行され、インターネット通信販売において「定期購入」である場合は、商品注文の最終確認画面に明確に表示するよう義務付けられました。しかし「定期購入」トラブルは一向に減っておらず、まだまだ注意が必要です。



※「定期購入」というワードが含まれる相談を抽出

#### 最近の「定期購入」トラブルに陥るパターン

最近の「定期購入」トラブルには、以下のような消費者がトラブルに陥りやすい広告パターンが見受けられます。

- ① 「定期縛りなし」などと強調し、定期購入ではないと誤解させる広告  
⇒「定期縛りなし」とは、解約条件や違約金がない「定期購入」です。所定の期日までに解約手続きを行わなければ商品が届き続け、その分の代金が請求されます。
- ② 「初回で解約OK」などと初回購入後簡単に解約できると誤解させる広告  
⇒初回で解約しようとするすると解約料の請求を受けたり、商品のほか、商品が入っていた箱や納品書、同封されている印刷物などの返送を求められるなど、解約条件が定められていることがあります。
- ③ 「定期縛りなし」で注文した後に「今ならクーポン利用でさらにお得！」などとボタンが出てくる  
⇒安くなると思い、ボタンを押すと気付かぬうちに「定期縛りあり」のコースに変更されていることがあります。

「定期購入」＝1回の注文で一定期間複数回購入することになる販売方法のこと。

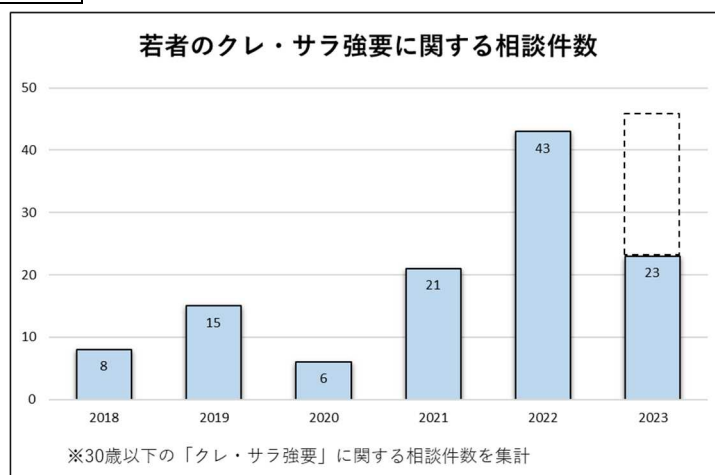
「定期縛り」＝定期購入のうち、必要な購入回数の定めがあるもの。必要購入回数に達するまで解約できないか、解約できても違約金が請求される場合がある。

## (2) 相次ぐ若者の「副業」トラブル

### 狙われる若者の「副業」トラブル

20歳代の若者を中心に、FX自動売買ソフトや情報商材などの「副業」に関する相談が増加傾向にあります。

最近の相談事例では、若者が貸金業者から借金をさせられるといった「クレ・サラ強要」被害が増加しています。



昨年度の若者の「クレ・サラ強要」に関する相談件数は43件で、過去5年間で最も多くなっています。今年度も既に23件の相談が寄せられており、昨年度に引き続き多数の相談が寄せられています。

「情報商材」＝副業や投資等で高額収入を得るためのノウハウ等と称して販売されている情報のこと。

「クレ・サラ強要」＝売買契約の際に無理やりサラ金等から借金をさせたり、クレジット契約を組ませたりする商法のこと。

### 悪質な「クレ・サラ強要」の手口

副業や投資に関する情報商材などのトラブルに関する相談が、依然として寄せられています。特に若い世代は、支払のために借金をさせられるケースが多く見られます。

最近では副業や投資に関する情報商材を購入後、高額なサポート契約を勧誘され「お金がない」と断った消費者に対して、遠隔操作アプリを悪用して借金をさせる手口が目立っています。

#### 【トラブルの流れ】

- ①副業サイトやSNS 広告を見て、副業や投資に興味を持ち登録。
- ②数千円程度の情報商材を購入。
- ③「説明に必要」などと言われて、資料の共有のために遠隔操作アプリをインストール。
- ④画面共有中にサポートプランを勧誘され「お金がない」と断ると、貸金業者から借りるように言われる。
- ⑤画面共有したまま、相手から指示を受けてオンラインで貸金業者から借金をさせられ、事業者が勝手に引き出す。
- ⑥聞いていたとおりにはもうからず、借金が残る。  
人によっては、貸金業者から借入れした事実を知らなかったという方もいます。

#### ＜トラブルに遭わないための3か条＞

- ①簡単に稼げることを強調する広告をうのみにしない。借金してまで契約しない。
- ②遠隔操作アプリは、安易にインストールしない。
- ③遠隔操作等で貸金業者サイトに登録してしまったら、ID やパスワードを変更するなど悪用されない対策をする。

### (3) 未成年者契約取消しについて

#### 未成年者は「オンラインゲーム」に関する相談が多数

契約当事者が未成年の相談の中で、最も多いのは「オンラインゲーム」に関する相談で未成年者全体の約4分の1を占めています（P.8 参照）。

#### 未成年者契約取消し

未成年者が保護者（法定代理人）の同意を得ないで行った契約（法律行為）は、民法第5条により取り消すことができます。ただし未成年者でも保護者が処分を許した財産は自由に処分できるため、すべての契約を未成年者取消しができるとは限りませんので注意が必要です。

特にオンラインゲーム等は、次のような事例がありますので注意してください。

- 例① 子どもに親が昔使っていたスマホを使わせたら、カード情報が残っており、子どもが課金できる状態だった。
- 例② 子どもが生年月日の入力画面に成人年齢を入力し、課金できてしまった。
- 例③ 子どもにアプリのダウンロードや課金の方法を教えていなかったが、兄弟から教えてもらっていた。

## 商品・役務別相談件数（上位25品目）

順位	商品・役務名	令和5年度上半期 相談件数	令和4年度上半期 相談件数	前年度同期 増加率(%)	主な相談内容
1	賃貸アパート	482	384	25.5	退去時の高額な原状回復費用等
2	商品一般	364	373	▲ 2.4	メールやSMSによる身に覚えのない料金の請求などの不審な請求等
3	他の健康食品	177	205	▲ 13.7	他に分類されない健康食品の解約や返金、定期購入に関する相談
4	役務その他サービス	140	104	34.6	インターネットで申し込んだサービスの解約や返金などに関する相談等
5	脱毛エステ	111	115	▲ 3.5	脱毛サロンの長期又は無期限の契約に関する解約や返金に関する相談
6	光ファイバー	104	130	▲ 20.0	料金が安くなると勧誘されて契約した光回線の解約等
7	携帯電話サービス	103	108	▲ 4.6	携帯電話の乗り換えや解約時の違約金に関する相談等
8	乳液	72	78	▲ 7.7	意に反した美容液等の定期購入契約の解約等
9	普通・小型自動車	71	82	▲ 13.4	中古車売買後の手続きの不備や車両・付属品の不具合等
10	出会い系サイト・アプリ	67	74	▲ 9.5	SNSや出会い系アプリ等から誘導されて登録した後の高額な利用料等
11	修理サービス	59	43	37.2	修理後の不具合や高額な修理代の相談等
12	相談その他	56	48	16.7	消費者問題以外の相談で労働相談、アンケート調査、個人間のトラブル等
13	医療サービス	51	35	45.7	医師が行う治療等に関する相談等
14	インターネットゲーム	49	52	▲ 5.8	有料サービスへの課金に関する相談
15	他の内職・副業	42	43	▲ 2.3	儲け話の勧誘を受けたが、儲からず解約したい等の相談
16	金融関連サービスその他	41	35	17.1	クレジットカードの入退会・手数料等の相談及び暗号資産に関する相談
17	電子タバコ	40	59	▲ 32.2	注文した覚えのない商品が届いた等
18	フリーローン・サラ金	39	26	50.0	多重債務の整理方法や金利・利息の相談等
19	モバイルデータ通信	37	23	60.9	モバイルデータ通信契約の解約や解約時の違約金等
20	化粧クリーム	36	16	125.0	お試しのつもりが定期購入契約となっていた。解約の連絡がとれない等
20	養毛剤	36	13	176.9	お試しのつもりが定期購入契約となっていた。解約の連絡がとれない等
20	教養・娯楽サービスその他	36	23	56.5	競馬・競輪等の情報サイトや占いサイト等及びプレゼント等のあるサービスの相談
23	新聞	35	18	94.4	強引な訪問販売により契約した新聞の解約等
23	衛生設備工事	35	28	25.0	トイレや水道管の詰まり工事で、施工後の不具合や高額請求に関する相談
25	スマートフォン	34	30	13.3	スマートフォンの購入や機種変更等による端末の不具合等に関する相談

※ PIO-NET2020商品分類「第1商品KW（小）」に基づいた分類で集計している。

※ 「商品一般」とは、商品の相談であることは明確であるが、商品特定できない、または特定する必要のない相談を指す。

※ 「他の健康食品」とは、「ニンニク食品」や「ビタミン剤」など、PIO-NET2020商品分類上の13種類以外の健康食品を指す。

## 契約当事者年代別 商品・役務別相談件数（上位10品目）

## 年代 「未成年者」

相談件数	113
全相談件数に占める割合	2.3%
1 インターネットゲーム	28 (24.8%)
2 脱毛エステ	6 (5.3%)
3 商品一般	5 (4.4%)
3 他の健康食品	5 (4.4%)
3 賃貸アパート	5 (4.4%)
6 光ファイバー	4 (3.5%)
7 携帯電話サービス	3 (2.7%)
7 娯楽等情報配信サービス	3 (2.7%)
7 アダルト情報	3 (2.7%)
7 他の娯楽等情報配信サービス	3 (2.7%)
7 相談その他	3 (2.7%)

## 年代 「50代」

相談件数	820
全相談件数に占める割合	16.6%
1 賃貸アパート	78 (9.5%)
2 商品一般	51 (6.2%)
3 他の健康食品	30 (3.7%)
4 役務その他サービス	17 (2.1%)
4 光ファイバー	16 (2.0%)
6 化粧クリーム	15 (1.8%)
7 乳液	14 (1.7%)
7 修理サービス	14 (1.7%)
9 携帯電話サービス	13 (1.6%)
9 医療サービス	13 (1.6%)

## 年代 「20代」

相談件数	518
全相談件数に占める割合	10.5%
1 賃貸アパート	73 (14.1%)
2 脱毛エステ	71 (13.7%)
3 役務その他サービス	26 (5.0%)
4 出会い系サイト・アプリ	23 (4.4%)
5 他の内職・副業	19 (3.7%)
6 商品一般	13 (2.5%)
7 普通・小型自動車	12 (2.3%)
8 他の健康食品	11 (2.1%)
9 携帯電話サービス	10 (1.9%)
9 ビジネス教室	10 (1.9%)

## 年代 「60代」

相談件数	703
全相談件数に占める割合	14.2%
1 賃貸アパート	58 (8.3%)
2 商品一般	49 (7.0%)
3 他の健康食品	29 (4.1%)
4 乳液	21 (3.0%)
5 携帯電話サービス	19 (2.7%)
6 光ファイバー	15 (2.1%)
7 役務その他サービス	14 (2.0%)
8 養毛剤	12 (1.7%)
8 普通・小型自動車	12 (1.7%)
10 修理サービス	10 (1.4%)

## 年代 「30代」

相談件数	528
全相談件数に占める割合	10.7%
1 賃貸アパート	94 (17.8%)
2 脱毛エステ	25 (4.7%)
3 商品一般	19 (3.6%)
4 役務その他サービス	16 (3.0%)
5 光ファイバー	14 (2.7%)
6 普通・小型自動車	12 (2.3%)
7 他の健康食品	10 (1.9%)
8 修理サービス	9 (1.7%)
8 携帯電話サービス	9 (1.7%)
10 モバイルデータ通信	8 (1.5%)

## 年代 「70代」

相談件数	668
全相談件数に占める割合	13.5%
1 商品一般	44 (6.6%)
1 賃貸アパート	44 (6.6%)
3 他の健康食品	21 (3.1%)
4 役務その他サービス	20 (3.0%)
5 教養・娯楽サービスその他	18 (2.7%)
6 光ファイバー	17 (2.5%)
7 携帯電話サービス	15 (2.2%)
8 乳液	13 (1.9%)
9 新聞	12 (1.8%)
9 衛生設備工事	12 (1.8%)

## 年代 「40代」

相談件数	673
全相談件数に占める割合	13.6%
1 賃貸アパート	79 (11.7%)
2 商品一般	43 (6.4%)
3 他の健康食品	21 (3.1%)
4 役務その他サービス	18 (2.7%)
5 普通・小型自動車	16 (2.4%)
5 光ファイバー	16 (2.4%)
5 出会い系サイト・アプリ	16 (2.4%)
8 携帯電話サービス	15 (2.2%)
9 スポーツ・健康教室	10 (1.5%)
9 医療サービス	10 (1.5%)
9 外食	10 (1.5%)
9 他の内職・副業	10 (1.5%)

## 年代 「80代以上」

相談件数	354
全相談件数に占める割合	7.2%
1 商品一般	26 (7.3%)
2 賃貸アパート	17 (4.8%)
3 他の健康食品	14 (4.0%)
4 塗装工事	13 (3.7%)
5 衛生設備工事	10 (2.8%)
5 携帯電話サービス	10 (2.8%)
7 新聞	9 (2.5%)
7 役務その他サービス	9 (2.5%)
9 修理サービス	8 (2.3%)
9 有料老人ホーム	8 (2.3%)

※その他・年齢不明等の相談件数560件（全相談件数に占める割合11.34%）

※（ ）内は、各年代における相談件数に対する割合