

3 内容別の相談傾向

(1) 商品・役務別の相談件数

県内の消費生活センターに寄せられた相談を内容別（商品・役務大分類）に見ると、対象商品が不明な請求などの「商品一般」が5,237件と相談全体の26.9%を占めており、アダルトサイトなどの「運輸・通信サービス」を抜いて最多となりました。「公的機関に似た名称を名乗る機関から総合消費料金に関する訴訟最終告知が届いた」など、対象商品を特定しない架空請求ハガキに係る相談が急増したことによるもので、前年度（836件）と比べると4,401件（526.4%）増加しました【表11】。

- ・第2位「運輸・通信サービス」…「料金未納」の架空請求の相談で「アダルト情報サイト」と内容を特定するものが減少したこと等により、対前年度比87.7%と減少しました。
- ・第7位「他の役務」…「架空請求の解決のためにインターネットで検索した事業者に依頼した」などの「興信所」に関する相談が減少したこと等により、対前年度比79.8%と減少しました。
- ・第8位「保健・福祉サービス」…「医療費や保険料の還付がある」という不審な電話に係る相談が減少したこと等により、対前年度比42.7%と減少しました。

【表11】相談件数の多い商品・役務 上位20

順位	商品・役務大分類	商品・役務の主な内容	H29年度	H28年度	対前年度比
1	商品一般	対象商品が不明な請求など	5,237	836	626.4%
2	運輸・通信サービス	アダルトサイト、デジタルコンテンツ、光回線など	4,164	4,747	87.7%
3	金融・保険サービス	消費者金融、ファンド型投資商品、社債など	1,311	1,391	94.2%
4	教養娯楽品	新聞、携帯電話、パソコンソフトなど	1,063	990	107.4%
5	食料品	健康食品、飲料、調理食品など	938	945	99.3%
6	他の相談	不審な電話、近隣関係、債権回収など	751	811	92.6%
7	他の役務	興信所、結婚相談所、外食など	676	847	79.8%
8	保健・福祉サービス	社会保険、医療サービスなど	569	1,331	42.7%
9	土地・建物・設備	ソーラーシステム、新築分譲マンションなど	537	522	102.9%
10	被服品	アクセサリ（買取り含む）、財布、洋服など	523	480	109.0%
11	レンタル・リース・貸借	賃貸アパート、電話機リースなど	519	497	104.4%
12	住居品	ふとん、消火器、浄水器、エアコンなど	446	591	75.5%
13	工事・建築・加工	住宅新築、リフォーム、塗装工事など	444	453	98.0%
14	車両・乗り物	自動車（新車・中古車）、自動車部品など	439	442	99.3%
15	保健衛生品	化粧品、電位治療器など	390	356	109.6%
16	修理・補修	雨樋、自動車、ふとんなど	340	414	82.1%
17	教養・娯楽サービス	スポーツクラブ、宝くじ・競馬当選情報、旅行など	313	377	83.0%
18	光熱水品	電気、プロパンガス、ガソリンなど	273	309	88.3%
19	他の行政サービス	各種相談窓口、税金、世論調査など	157	202	77.7%
20	役務一般	複合サービス会員など	105	82	128.0%

(2)内容別分類による相談件数

最も多いのは「契約・解約」(14,614件)で、前年度(11,799件)に比べ2,815件(23.9%)増加し、相談全体に対して75.2%を占めています【表12】。

【表12】相談件数の多い内容別分類 上位10

順位	相談内容	H29年度	H29年度構成割合	H28年度	H28年度構成割合
1	契約・解約	14,614	75.2%	11,799	70.1%
2	販売方法	9,561	49.2%	9,258	55.0%
3	接客対応	1,733	8.9%	1,687	10.0%
5	品質・機能、役務品質	1,534	7.9%	1,518	9.0%
4	価格・料金	1,319	6.8%	1,321	7.8%
6	表示・広告	924	4.8%	951	5.7%
7	安全・衛生	461	2.4%	370	2.2%
8	法規・基準	274	1.4%	269	1.6%
9	その他	250	1.3%	225	1.3%
10	買物相談	111	0.6%	106	0.6%

※該当する全ての項目に分類するため、1件の相談について複数項目に分類する場合があります。

4 特徴的な相談

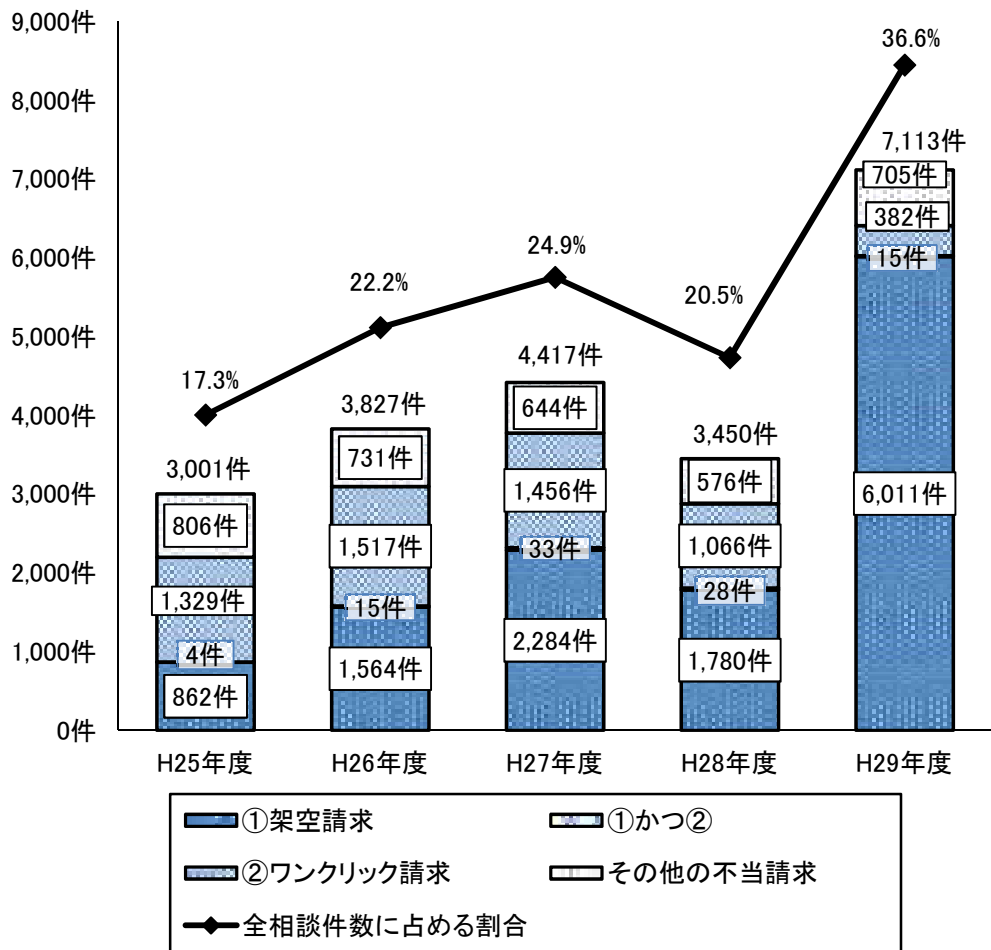
(1)架空・不当請求に関する相談

身に覚えのない代金の請求や契約の意思を伴わない請求などの「架空・不当請求」に関する相談は7,113件で、前年度(3,450件)に比べ3,663件(106.2%)増加しました【図8】。

内訳を見ると、「公的機関に似た名称を名乗る機関から総合消費料金に関する訴訟最終告知が届いた」など、対象商品を特定しない架空請求ハガキに係る相談が増加したことにより「商品一般」が4,587件(対前年度比3,611.8%)と激増しました。

一方で、「アダルト情報サイト」など内容を特定した未納料金の請求に関する相談が417件(対前年度比41.9%)と、前年度に引き続き減少しました。それに伴い、「架空請求の解決のためにインターネットで検索して事業者に依頼した」などの「興信所」に関する相談も19件(対前年度比16.4%)と、減少しました【表13】。

50歳以上の女性から架空請求ハガキに係る相談が多く寄せられたことから、契約当事者を年代別に前年度と比べると、50歳代の相談が対前年度比233.3%、60歳代の相談が対前年度比489.3%、70歳代の相談が対前年度比282.9%、80歳以上の相談が対前年度比190.0%と50歳以上の各年代で増加しました。また、男女別に前年度と比べると、女性からの相談が対前年度比368.4%と増加しました【図9】【表14】。



【図 8】 架空・不当請求に関する相談件数の年度別推移

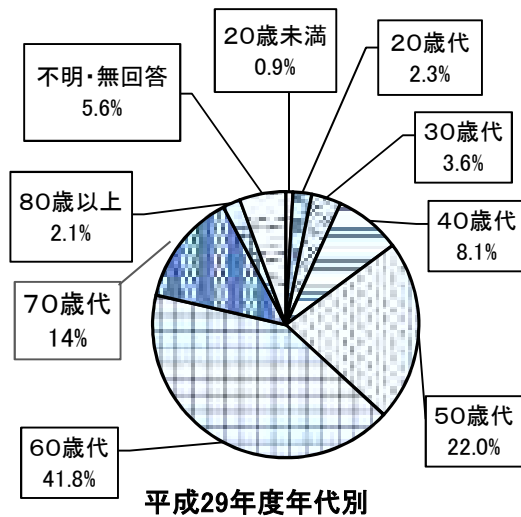
【表 13】 相談の多い架空・不当請求の商品・役務 上位 5 (11 位は参考)

順位	商品・役務	H29 年度	H28 年度	対前年度比
1	商品一般	4,587	127	3,611.8%
2	デジタルコンテンツ	1,308	1,459	89.7%
3	アダルト情報サイト	417	996	41.9%
4	他のデジタルコンテンツ	114	116	98.3%
5	複合サービス会員	68	52	130.8%
11	興信所	19	116	16.4%

※デジタルコンテンツ：インターネットを介して得られるコンテンツ提供サービスのうち、内容が複合的なもの、または内容の特定できないサイト利用料（例えば、「有料情報サイトの利用料金が長期滞納になっているので至急連絡するように、という内容のメールが携帯電話等に突然届いた」などの、いわゆる架空請求に関する相談等）

※他のデジタルコンテンツ：懸賞・占い・芸能・アニメ・ニュース等の情報サイト、学習サイト、SNS、電子書籍等

※複合サービス会員：レジャー会員券等



【図 9】 架空・不当請求に関する
契約当事者の年代別

年代別	H29 年度	H28 年度	対前年度比
20 歳未満	62	155	40.0%
20 歳代	162	244	66.4%
30 歳代	256	445	57.5%
40 歳代	576	706	81.6%
50 歳代	1,563	670	233.3%
60 歳代	2,970	607	489.3%
70 歳代	973	344	282.9%
80 歳以上	152	80	190.0%
不明・無回答	399	199	200.5%

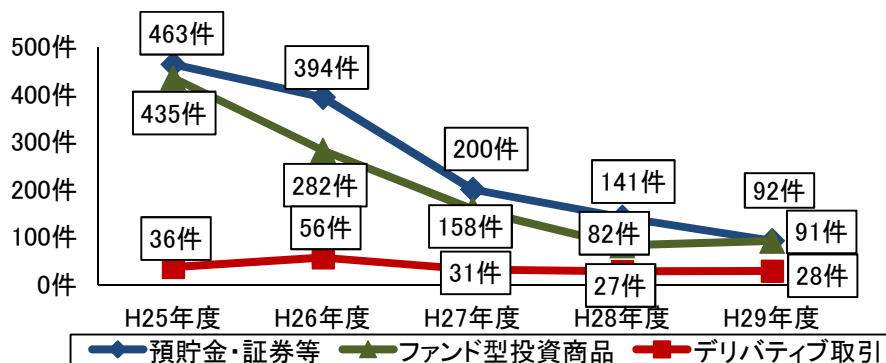
男女別	H29 年度	H28 年度	対前年度比
男	1,459	1,870	78.0%
女	5,551	1,507	368.4%
不明等	103	73	141.1%

【表 14】 架空・不当請求に関する
契約当事者の年代別・男女別

(2) 金融商品に関する相談

金融商品に関する相談（「預貯金・証券等」「ファンド型投資商品」「デリバティブ取引」に関する相談）は、211 件で前年度（250 件）に比べ 39 件（15.6%）減少しました。内訳を見ると、「預貯金・証券等」に関する相談は 92 件で前年度（141 件）に比べ 49 件（34.8%）減少し、「ファンド型投資商品」については 91 件（前年度 82 件）、「デリバティブ取引」については 28 件（前年度 27 件）とほぼ横ばいでした【図 10】。

金融商品に関する相談の契約当事者の年代構成を見ると、60 歳以上の高齢者の割合が「預貯金・証券等」では 78.2%、「ファンド型投資商品」では 59.4%と高くなっています。一方、「デリバティブ取引」では 60 歳未満の方からの相談も多く、46.4%を占めています【図 11】

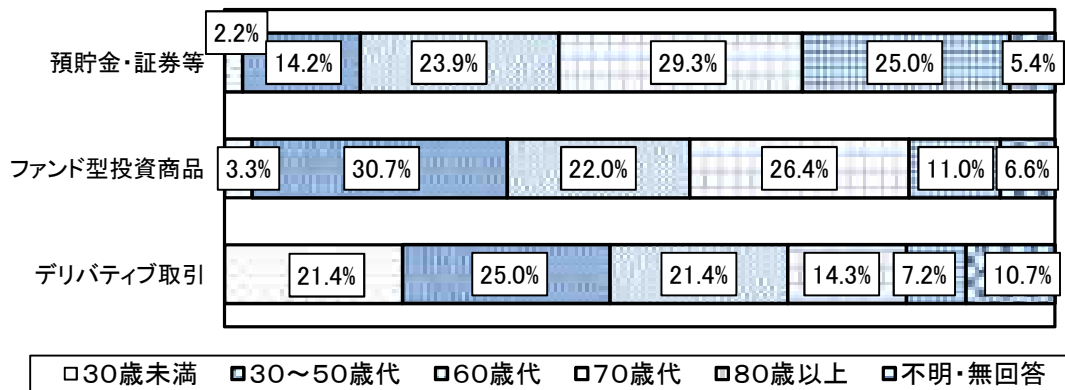


【図 10】 金融商品に関する相談件数の推移

※預貯金・証券等：各種預貯金、株取引、公社債、投資信託など

※ファンド型投資商品：商品ファンド、組合型ファンド等、運用者への出資により利益を得るもの

※デリバティブ取引：通貨や株式、債券などの現物の取引ではなく、それらの変動する価格を主な取引の対象とするもの



【図 11】 金融商品に関する相談の契約当事者の年代構成

(3) 劇場型勧誘に関する相談

芝居の配役のように複数の者が登場して消費者をだまそうとする「劇場型勧誘」に関する相談は、97 件で前年度（675 件）に比べ 578 件（85.6%）減少しました【表 15】。

劇場型勧誘の内訳を見ると、前年度に急増した「公的機関を名乗って医療費の還付金があるという不審な電話があった」などの「社会保険」に関する相談は 31 件であり、前年度（534 件）に比べ 503 件（94.2%）減少しました。「パンフレットが届いていたら購入の権利を譲ってほしいという不審な電話があった」などの「ファンド型投資商品」や「老人ホームに優先して入居できる権利を譲ってほしいという不審な電話があった」などの「老人ホーム」や「社債を買いませんかという不審な電話があった」などの「公社債」に関する相談についても減少しました【表 16】。

また、契約当事者の年代別に見ると、40 歳未満の方からの相談はなく、60 歳以上の高齢者からの相談が 78 件で、劇場型勧誘の相談の 80.4%を占めています【図 12】。

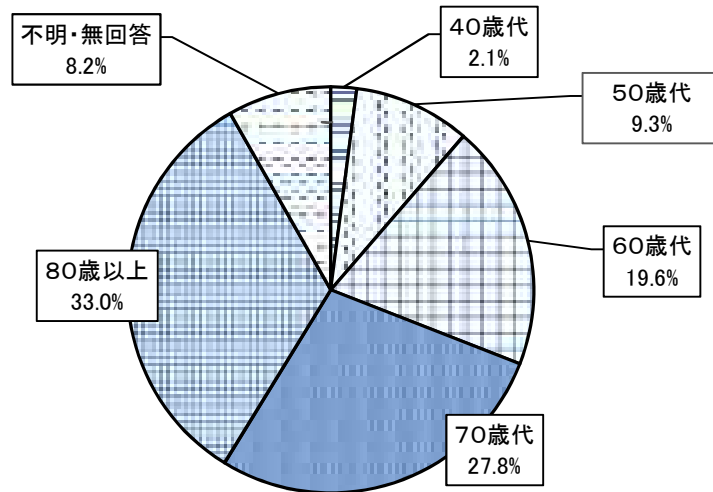
【表 15】 劇場型勧誘の年度別相談件数

	H25 年度	H26 年度	H27 年度	H28 年度	H29 年度
劇場型勧誘	631 件	590 件	462 件	675 件	97 件

【表 16】 相談の多い劇場型勧誘の内訳 上位 5

順位	商品・役務	H29 年度	H28 年度	対前年度比
1	社会保険	31	534	5.8%
2	商品一般	19	20	95.0%
3	ファンド型投資商品	11	16	68.8%
4	老人ホーム	8	14	57.1%
5	公社債	6	22	27.3%

※商品一般：何の商品か特定できない勧誘等



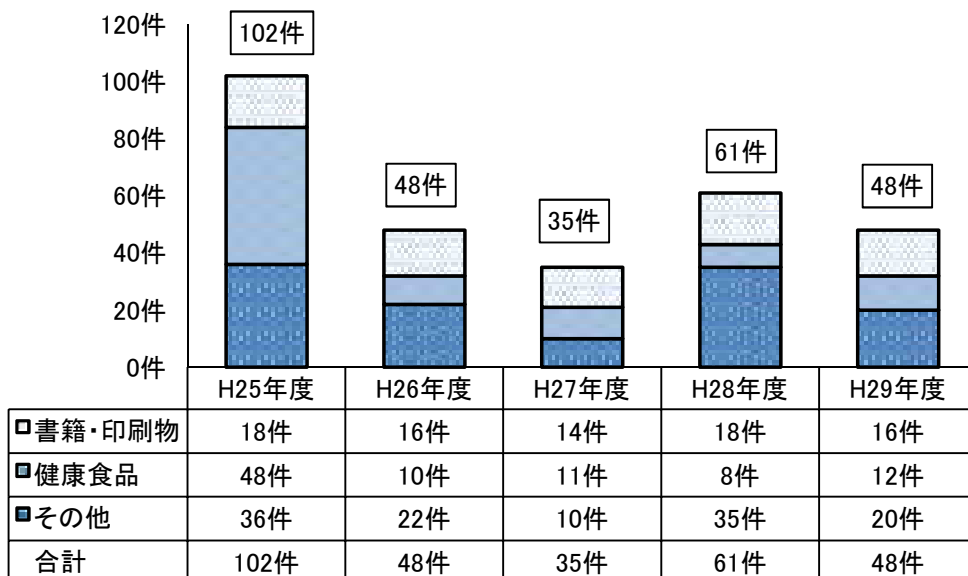
※40歳未満の相談件数はなし。

【図 12】 劇場型勧誘に関する相談の契約当事者の年代別

(4)ネガティブ・オプション(送りつけ商法)に関する相談

「ネガティブ・オプション（送りつけ商法）」に関する相談は 48 件で、健康食品の送りつけ商法に係る相談が多かった平成 25 年度（102 件）と比べ 54 件（52.9%）減少しました【図 13】。

内訳を見ると、書籍・印刷物に係る相談が 16 件で送りつけ商法の相談の 33.3%を占めており、健康食品に係る相談が多かった平成 25 年度を除き、書籍・印刷物に係る相談が多くなっています【図 13】。

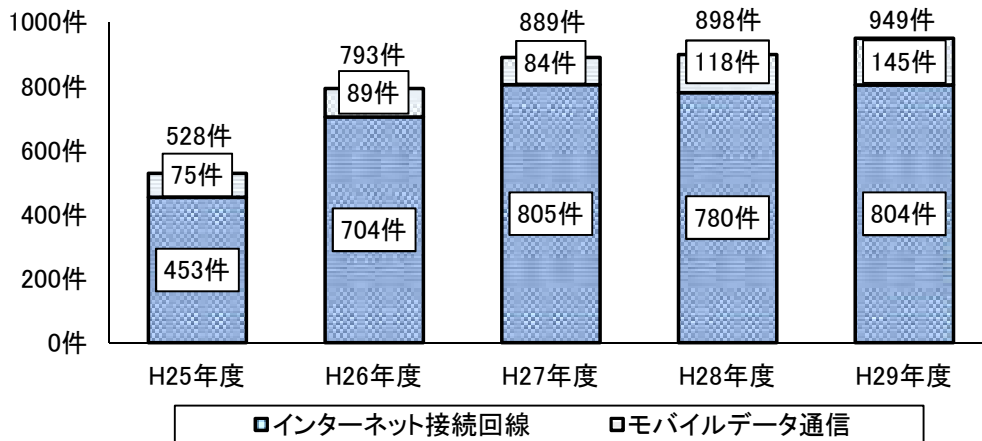


【図 13】 ネガティブ・オプションに関する相談件数の年度別推移

※ ネガティブ・オプション：頼んでもいない商品を一方的に送りつけて代金を請求する商法。

(5) データ通信に関する相談

光回線やプロバイダ等の「データ通信」に関する相談については、「インターネット接続回線」が804件で前年度（780件）に比べ24件（3.1%）増加、「モバイルデータ通信」は145件で前年度（118件）に比べ27件（22.9%）増加しました【図14】。

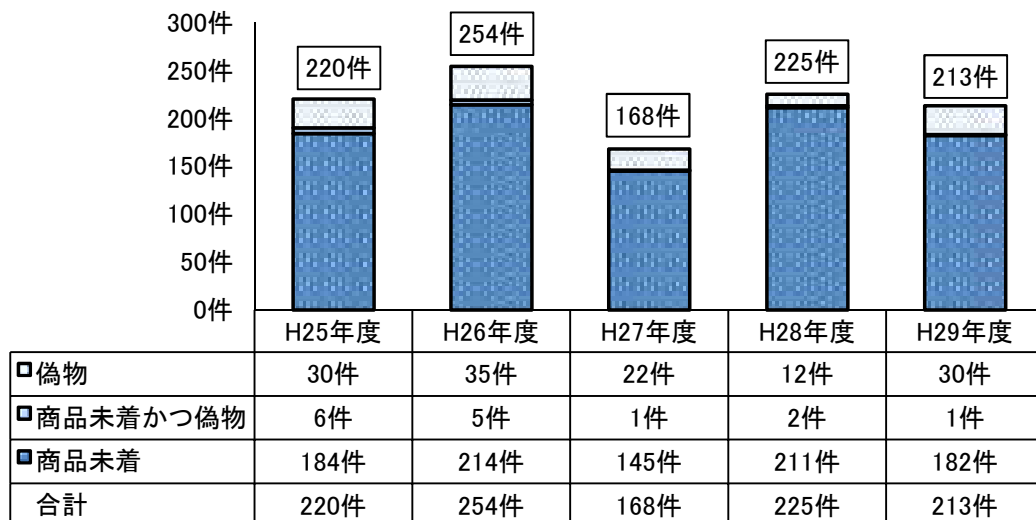


【図14】 データ通信に関する相談件数の年度別推移

(6) インターネット通販に関する相談

インターネットを利用して商品を購入する「インターネット通販」に関するトラブルの相談のうち、商品代金を支払ったのに商品が届かない（「商品未着」）、商品が届いたが偽物であった（「偽物」）などの相談は213件で前年度（225件）と比べ12件（5.3%）減少しました【図15】。相談が多い主な商品は、紳士・婦人洋服、履物、自動車でした【表17】。

また、「健康食品や化粧品などのお試し購入のつもりが4回の定期購入になっていた」などの「定期購入」についての相談が304件で、前年度（210件）と比べ94件（44.8%）増加しました。契約当事者の年代別に見ると、60歳以上の高齢者からの相談割合が9.9%であり、他の相談に比べて低いことが特徴です【表18】。



【図15】 インターネット通販（「商品未着」「偽物」）に関する相談件数の年度別推移

【表 17】 インターネット通販（「商品未着」「偽物」）に関する主な商品 上位 3

順位	商品	主な商品	H29 年度	H28 年度	対前年度比
1	紳士・婦人洋服	上着、スカート、洋服など	27	26	103.8%
2	履物	革靴、運動靴など	12	11	109.1%
2	自動車	自動車、オートバイ、自動車部品など	12	12	100.0%

【表 18】 インターネット通販（「定期購入」）の年度別・年代別相談件数

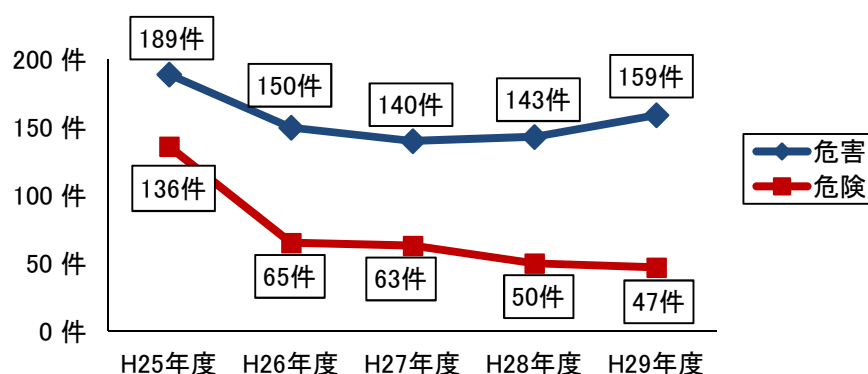
年代	H25 年度	H26 年度	H27 年度	H28 年度	H29 年度	構成割合	対前年度比
合計	7	21	83	210	304	100.0%	144.8%
20歳未満	1	4	22	20	30	9.9%	150.0%
20歳代		5	18	31	47	15.5%	151.6%
30歳代	2	5	18	44	56	18.4%	127.3%
40歳代	3	4	10	54	83	27.3%	153.7%
50歳代		2	7	40	43	14.1%	107.5%
60歳以上	1	1	5	12	30	9.9%	250.0%
その他・不明			3	9	15	4.9%	166.7%

(7) 危害・危険に関する相談

「危害」に関する相談は 159 件で、前年度（143 件）に比べ 16 件（11.2%）増加、「危険」に関する相談は 47 件で、前年度（50 件）に比べ 3 件（6.0%）減少しました【図 16】。

平成 25 年度は、食品に関する「危害」「危険」の相談が急増したため相談件数が大幅に増加しましたが、平成 26 年度以降は平成 24 年度以前の相談件数と同程度になっています。

平成 29 年度の「危害」に関する相談は、食料品（健康食品やサプリメントなどによる消化器障害等）が多く、「危険」に関する相談は、食料品（調理食品などの異物混入等）が多くなっています【表 19、表 20】。



【図 16】 「危害」・「危険」に関する相談の年度別推移

※危害：商品・役務・設備に関して、身体にけが、病気等の疾病（危害）を受けた相談

※危険：危害には至っていないが、そのおそれがある相談

【表 19】「危害」に関する相談の主な商品・役務 上位3

順位	商品・役務	H29 年度	H28 年度	対前年度比	主な危害内容
1	食料品	48	39	123.1%	健康食品、サプリメントなどによる消化器障害等
2	保健衛生品	29	25	116.0%	化粧品、理美容器具などによる皮膚障害等
3	保健・福祉サービス	25	35	71.4%	医療サービス、エステなどによる皮膚障害等

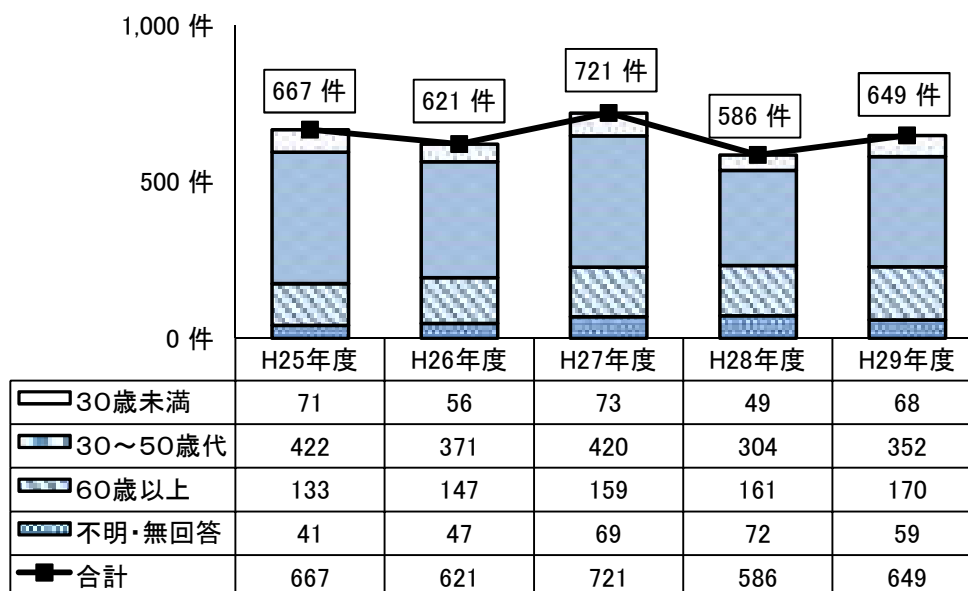
【表 20】「危険」に関する相談の主な商品・役務 上位3

順位	商品・役務	H29 年度	H28 年度	対前年度比	主な危険内容
1	食料品	13	9	144.4%	調理食品などの異物混入等
2	車両・乗り物	10	12	83.3%	自動車などの機能故障等
3	住居品	7	18	38.9%	家具、冷暖房器具などの破損等

(8)多重債務(借金)問題に関する相談

多重債務関連の相談は 649 件で、前年度（586 件）と比較して、63 件（10.8%）増加しました。平成 22 年 6 月の改正貸金業法施行以降は減少傾向であり、施行前の平成 21 年度の相談（1,601 件）と比べ 952 件（59.5%）減少しております。

また、契約当事者の年代構成を見ると、30～50 歳代が最も多く、全体の 54.2%を占めています【図 17】。



【図 17】 多重債務に関する相談の年度別・年齢層別推移

5 注意を要する主な相談事例

(1) 架空請求ハガキ

「総合消費料金に関する訴訟最終告知のお知らせ」というハガキが届いた。「利用していた契約会社、ないしは運営会社側から約束不履行による民事訴訟として訴状が提出されたことを通知する」「裁判最終取り下げ期日までに連絡しないと、給料差し押さえ及び、動産、不動産物の差し押さえを強制的に履行する」とあり、問い合わせ電話番号が書いてある。半年前にも同じようなハガキが届いており、2回目なので心配になった。(60歳代 女性)

【注】架空請求ハガキについての相談は、50～70歳代の女性から多く寄せられており、中には、同じようなハガキが複数回届くこともあります。信用させるために、差出人は公的機関を装った名称を使うことが多く、個人情報保護のシールが貼ってある場合もあります。ハガキに記載された問い合わせ窓口に電話をすると支払いを強く迫られ、いったん支払ってしまうと、お金を取り戻すことは困難です。

(2) インターネット通販の定期購入トラブル

SNSの広告で、「やせるサプリメント、今なら無料、送料のみ500円負担」とあったので注文した。受注メールが届き、定期コースで最低4回は購入する契約だと書いてあった。注文の時には定期コースだとは気付かなかったので解約したい。(40歳代 男性)

【注】「お試し」とうたった健康食品や化粧品等を1回だけのつもりで注文したら定期購入が条件だったという相談が増加しています。スマートフォンでは「定期購入」などの条件を見落とす例も多く、注文前に契約内容や解約条件をよく確認しましょう。

(3) マルチ、マルチまがい(後出しマルチ)

SNSで知り合った人から「絶対に儲かる」という副業に誘われた。投資の仕方を教えるというコンサルティング契約を交わし、「すぐに返せるから大丈夫」と言われて費用をサラ金で借りて払ったが、実際には儲からなかった。儲からないと伝えたところ、人を紹介すればマージンが入ると言われたが、友達を誘うことができなかった。(20歳代 男性)

【注】簡単に儲かる話はありません。友人からの誘いでもきっぱりと断りましょう。友人を勧誘すると人間関係が壊れる恐れもあります。また、消費者金融などで借金をさせて支払わせる例も見られますが、安易に借金すると多重債務などに陥る危険性があります。

(4) 点検商法

「無料で屋根を点検する」と業者が来訪し、点検後に「瓦がひび割れているのでそのままだと雨漏りする」と言われて、屋根の補修工事の契約をしてしまった。(80歳代 女性)

【注】屋根、床下、布団などの無料点検のつもりが、修理などの高額な契約に発展する例が多くあります。本当に必要かよく考え、契約する前に複数事業者から見積りを取りましょう。

○平成29年度 契約当事者の市町村別相談状況（県内消費生活センター受付分）

市 町 村 名	相談件数	割 合	市 町 村 名	相談件数	割 合
前 橋 市	3,752	19.3%	長 野 原 町	34	0.2%
高 崎 市	3,507	18.0%	孺 恋 村	71	0.4%
桐 生 市	1,110	5.7%	草 津 町	33	0.2%
伊 勢 崎 市	1,943	10.0%	高 山 村	15	0.1%
太 田 市	1,910	9.8%	東 吾 妻 町	86	0.4%
沼 田 市	376	1.9%	片 品 村	26	0.1%
館 林 市	672	3.5%	川 場 村	16	0.1%
渋 川 市	748	3.8%	昭 和 村	32	0.2%
藤 岡 市	561	2.9%	み な か み 町	90	0.5%
富 岡 市	420	2.2%	玉 村 町	505	2.6%
安 中 市	659	3.4%	板 倉 町	40	0.2%
み ど り 市	547	2.8%	明 和 町	77	0.4%
榛 東 村	110	0.6%	千 代 田 町	74	0.4%
吉 岡 町	125	0.6%	大 泉 町	330	1.7%
上 野 村	4	0.0%	邑 楽 町	286	1.5%
神 流 町	11	0.1%			
下 仁 田 町	46	0.2%	県 外 ・ 不 明 等	895	4.6%
南 牧 村	17	0.1%	市 計	16,205	83.4%
甘 楽 町	162	0.8%	町 村 計	2,340	12.0%
中 之 条 町	150	0.8%	合 計	19,440	100.0%

群馬県消費生活センター利用案内

利用時間 9:00～17:00

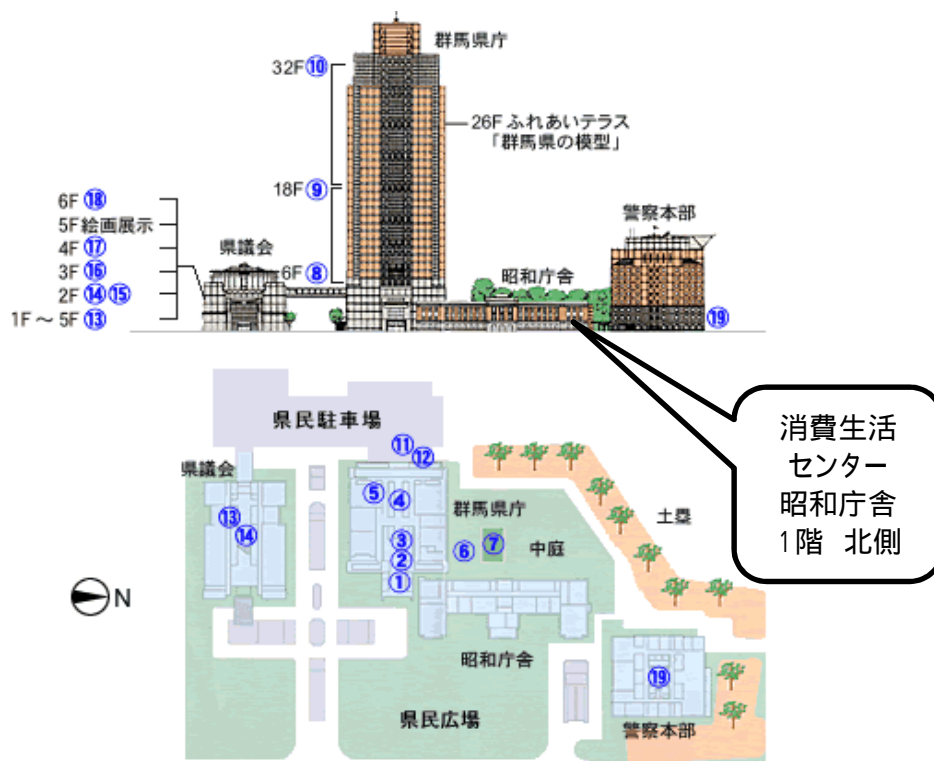
(相談受付時間) 月～金曜日 9:00～17:00 (祝日、年末年始は除く)

土曜日 9:00～12:00 (土曜日は電話相談のみ)
13:00～17:00

所在地 〒371-8570
前橋市大手町1-1-1 (昭和庁舎1階北側)

電話番号 TEL 027-226-2281 (事務室)
027-223-3001 (相談専用)
FAX 027-223-8100

E-MAIL shouhisoudan@pref.gunma.lg.jp



消費者ホットライン

イヤヤ 泣き寝入り!
188 (専用電話番号)

平成30年9月発行

平成30年度消費者行政の概要
(平成30年度消費者施策と平成29年度実績)

発行 群馬県生活文化スポーツ部消費生活課
群馬県前橋市大手町1-1-1
TEL 027-226-2274 (ダイヤルイン)
FAX 027-223-8100
e-mail shouhika@pref.gunma.lg.jp