

# 消費生活年報

2017 The Annual Report on  
Consumer Affairs

独立行政法人国民生活センター編

# 目 次

<b>I 消費生活相談からみたこの1年</b> .....	1
* 相談関連情報を読むうえでのポイント.....	2
* PIO-NETにみる消費生活相談　－用語の説明－ .....	3
PIO-NETにみる消費生活相談　－全国のデータから－ .....	4
<b>1</b> 相談件数等 .....	4
<b>2</b> 相談にかかわる商品・役務 .....	7
<b>3</b> 相談内容別の傾向 .....	10
<b>4</b> 販売購入形態別の傾向 .....	12
<b>5</b> 契約金額等 .....	15
<b>6</b> 販売方法や手口等 .....	17
PIO-NETの危害・危険情報と医療機関ネットワークの情報 .....	40
<b>1</b> 危害・危険情報と医療機関ネットワークの情報 .....	40
<b>2</b> 消費生活センター等に寄せられた危害情報の概要 .....	41
<b>3</b> 消費生活センター等に寄せられた危険情報の概要 .....	48
<b>4</b> 消費生活センター等に寄せられた危害・危険事例 .....	52
<b>5</b> 医療機関ネットワークの情報とその活用 .....	55
国民生活センター相談窓口寄せられた消費生活相談.....	62
<b>1</b> 平日に寄せられた相談（経由相談、平日バックアップ相談、お昼の消費生活相談、各種110番）...	62
<b>2</b> 休日相談 .....	74
<b>3</b> 個人情報相談 .....	77
国民生活センター越境消費者センター（CCJ）に寄せられた相談 .....	80
<b>II 消費生活関連資料</b> .....	85
全国の商品テスト概要.....	86
<b>1</b> 苦情処理テスト .....	86
<b>2</b> 商品テスト（比較・試買テスト）.....	88

I

消費生活相談からみた  
この1年

## \* 相談関連情報を読むうえでのポイント

### 1 相談の分類について

国民生活センターおよび全国各地の消費生活センター等では、寄せられる消費生活相談について共通の分類を行っている。

相談は大きく分けると、まず「苦情」「問合せ」「要望」となる。その中で、①相談の主体となる商品・役務（サービス）等を分類する「商品・役務等別分類」（商品別分類）と、②その商品・役務等の相談内容を分類する「内容別分類」によっても分けている。

すなわち、1件の相談について、原則として2種類の分類を行っている。①は1件の相談について1つだが、②は4つを上限としてマルチ分類している。

### 2 消費生活年報における統計等について

#### (1) PIO-NETにみる消費生活相談

国民生活センターと都道府県、政令指定都市および市区町村の消費生活センター等（約1,200カ所）をオンラインネットワークで結んだシステム「全国消費生活情報ネットワークシステム（PIO-NET：パイオネット。Practical Living Information Online Network Systemの略。以下、『PIO-NET』という）」に蓄積された消費生活相談情報（苦情相談）の集計。

#### (2) 国民生活センター相談窓口寄せられた消費生活相談

##### ① 平日に寄せられた相談

各地消費生活センター等の窓口で受け付けた相談について各地の消費生活センター等を経由して寄せられる「経由相談」、消費者庁の「消費者ホットライン」業務の補完として消費者からの相談を受ける「平日バックアップ相談」、地方支援の一環として消費者からの相談を受ける「お昼の消費生活相談」（2013年7月29日から開始）、特定テーマで消費者からの相談を受ける各種「110番」の集計。

##### ② 休日相談

消費者庁の「消費者ホットライン」業務の一環として、土日祝日（年末年始を除く）に、都道府県や政令指定都市などの消費生活センター等が開所していない場合に、国民生活センターが消費者からの相談を受ける「休日相談」の集計。

##### ③ 個人情報相談

国民生活センターの「経由相談」で受け付けた個人情報に関する相談の集計。

#### (3) 国民生活センター越境消費者センター（CCJ）に寄せられた相談

海外ネットショッピングなど、海外の事業所との取引でトラブルにあった消費者のための相談窓口である「国民生活センター越境消費者センター（CCJ）」で受け付けた相談の集計。

## \* PIO-NETにみる消費生活相談 一用語の説明一

## (商品・役務等)

用語	説明
商品一般	商品の相談であることが明確であるが、分類を特定できない、または特定する必要のないもの。身に覚えがなく債権の内容も不明な請求に関する相談が目立つ。
他の身の回り品	身の回り品のうち、履物、かばん、アクセサリ以外のもの。財布類や帽子、マフラー等を含む。
保健衛生品	人の身体を清潔にし、美化し、または健康を保ち、疾病を治療するために使用される商品。医薬品、医療用具、化粧品など。
家庭用電気治療器具	原則として医薬品医療機器等法で定める医療機器のうち、家庭で利用されるもの。電気マッサージ器や温熱治療器を含む。
教養娯楽品	主として教養、事務または娯楽・趣味の目的で使用される商品。パソコン、固定・携帯電話機、音響・映像製品、スポーツ用品など。
複合サービス会員	旅行、飲食店、映画等が安くなるなどの特典をうたった会員サービス。
ファンド型投資商品	運用者が資金を集め、運用し、そこから生じる収益等の配当を出資者に分配するもの。いわゆる集団投資スキームのほかに預託契約などを含む。
その他金融関連サービス	金融関連サービスのうちその他のサービスで、クレジットカードの入退会・会費に関するものなどが含まれる。
運輸・通信サービス	旅客・貨物運送サービスおよび電話、放送、インターネット等の通信サービス。
移動通信サービス	携帯電話サービスやPHSサービス等およびモバイルデータ通信サービス。
デジタルコンテンツその他	ギャンブル情報サイトおよびその他の情報サイト（占い・懸賞サイトなど。内容の特定できないサイトの利用を含む）。
インターネット接続回線	光ファイバーやADSL等の通信回線やプロバイダーのサービス。
内職・副業その他	アフィリエイト・ドロップ SHIPPING 内職など。内職や副業の内容が特定できないものを含む。
他の行政サービス	消費者問題に直接関係のない相談で、相談の相手方が行政機関であるもの。印鑑証明や行政の行うアンケート調査など。
相談その他	主に「売り手」対「買い手」という図式でないもののうち、交通事故や個人間の金銭貸借など、内容が特定できないもの。

## (販売方法・手口等)

用語	説明
家庭訪問	販売業者が消費者宅を訪問し、商品やサービスを販売する方法。
ネガティブ・オプション（送りつけ商法）	契約を結んでいないのに商品を勝手に送ってきて、受け取ったことで、支払い義務があると消費者に勘違いさせて代金を支払わせようとする商法。
インターネット通販	オンラインショッピングなど、インターネット等のネットワークを利用して行われる取引。ここでは、出会い系サイトなどの有料サイト等のサービスも含めてインターネット通販としている。
アポイントメントセールス	「抽選に当たったので景品を取りに来て」「特別なモニターに選ばれた」などと販売目的を明らかにしないで、または著しく有利な条件で取引できると言って、電話や郵便等で喫茶店や事務所等へ呼び出し、契約しないと帰れない状況にするなどして商品やサービスを契約させる商法。
電話勧誘販売	販売業者が消費者に電話をかけ、または特定のやり方で電話をかけさせ、その電話における勧誘により、郵便等で契約を締結する販売方法のこと。
紹介販売	商品やサービスを購入した人に、知人など他の人を紹介させることによって販売を拡大するシステム。
劇場型勧誘	「代わりに購入すれば高値で買い取る」等と立場の違う複数の業者が、金融商品等を電話で勧誘する。金融商品等とは、未公開株、社債、実態不明のファンドや金融商品まがいの権利等。「利殖商法」のトラブルに多くみられる手口。
S F 商法（エスエフしょうほう）	閉め切った会場に人を集め、日用品などをただ然で配って雰囲気盛り上げた後、最終的に高額な商品を契約させる商法。催眠商法ともいう。
無料商法	「無料サービス」「無料招待」「無料体験」「無料で閲覧」など「無料」であることを強調して勧誘し、最終的に商品やサービスを購入させる商法。
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」などをセールストークに何らかの契約をさせる商法。
利殖商法	「値上がり確実」「必ずもうかる」など、利殖になることを強調して、未公開株、ファンドなどへの投資や出資を勧誘する商法。
当選商法	「当選した」「あなただけが選ばれた」などと特別な有利性を強調して消費者に近づき、商品やサービスを販売する商法。
点検商法	「点検に来た」「無料で点検する」などと言って消費者宅に来訪し、「水質に問題がある」「布団にダニがいる」など、事実と異なることを言って商品やサービスを販売する商法。
景品付販売	「契約すれば景品を付ける」など、景品を付けることを販売勧誘の手段にしている商法。
次々販売	一人の消費者に次から次へと契約させる商法。同じ商品また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。
被害にあった人を勧誘（二次被害）	一度被害にあった人を再び勧誘し、二次的な被害を与えること。三次・四次被害の相談や、二次被害にあう前の勧誘されただけの相談も含む。
販売目的隠匿	商品やサービスの販売であることを意図的に隠して消費者に近づき、不意打ち的に契約させようとする販売方法（アポイントメントセールスは含まれていない）。
薬効をうたった勧誘	「病気が治る」「血行をよくする」などの薬効をうたうことができない商品やサービスであるにもかかわらず、医薬品的効能効果を強調して契約させる商法。
ワンクリック請求	パソコンや携帯電話でアダルトサイトなどにアクセスしたところ、いきなり「登録ありがとうございます」などと表示され、高額の料金を請求されるという商法。
訪問購入	購入業者が、消費者の自宅等、営業所等以外の場所において、売買契約の申し込みを受け、または売買契約を締結して物品等を購入する方法。
マルチ取引	商品・サービスを契約して、次は自分が買い手を探し、買い手が増えることにマージンが入る取引形態。買い手が次にその販売組織の売り手となり、組織が拡大していく。
かたり商法（身分詐称）	販売業者が有名企業や、市役所・消費生活センターなどの公的機関、適格消費者団体の職員、またはその関係者であるかのように思わせて商品やサービスを契約させる商法。

## (支払方法)

用語	説明
信用供与	消費者の支払いを一定期間猶予すること。
販売信用	信販会社等から商品・役務の購入に当たって支払う代金に対して信用供与を受けたもの、または受けることを前提としたもの。
自社割賦	販売会社等に対して代金を2カ月以上3回以上にわたり分割で支払う方法。
総合割賦（2009年度以前） 包括信用（2010年度以降）	クレジットカードにより以下の通り支払う方法。2009年度以前は、2カ月以上3回以上にわたる支払い、またはリボルビング払いが該当し、2010年度以降は、2カ月超の支払い、またはリボルビング方式が該当する。
個別割賦（2009年度以前） 個別信用（2010年度以降）	ある特定の商品購入時に、信販会社等が消費者に代わって販売会社に代金を立替払いし、消費者は販売会社ではなく信販会社等に代金を以下の通り支払う方法。2009年度以前は、2カ月以上3回以上にわたる支払いが該当し、2010年度以降は、2カ月超の支払いが該当する。
ローン提携販売	分割で支払う方法であるが、販売店や販売店から委託を受けた保証会社などが、消費者の債務を保証するもの。2009年度以前は、個別方式と包括方式が該当するが、2010年度以降は、包括方式のみが該当する。

# PIO-NETにみる消費生活相談 —全国のデータから—

「全国消費生活情報ネットワークシステム（PIO-NET：パイオネット）<sup>\*1</sup>」は国民生活センターと消費生活センター等に設置した端末機をオンラインで結び、複雑化する消費者問題に対応するため、1984年より運用を開始した。PIO-NETは、全国の消費生活センター等が受け付けた消費生活相談の中の「苦情相談（危害情報を含む）」を収集している。

本稿では、2016年度における消費生活相談情報の傾向を中心に分析を行う。なお、分析データは2017年5月末日までにPIO-NETに登録された情報を基にしている（2015年度以降は消費生活センター等からの経由相談は含まれていない）。

## 2016年度の傾向と特徴

- ・2016年度の相談件数は約88.7万件で、2015年度（約93.0万件）に比べ減少した。「アダルト情報サイト」や金融商品、情報通信サービスに関する相談の減少が影響している。
- ・利用した覚えのないサイト利用料の請求など「架空請求」の相談は2012年度から再び増加傾向にあり、2016年度は約8.3万件であった。
- ・契約当事者の年齢をみると70歳以上の割合は減少しているが、各年代の中では最も高い。50歳代、60歳代の割合は増加している。
- ・「健康食品」「化粧品」「飲料」の相談が増加した。これら商品の定期購入に関する相談の増加が影響している。
- ・「興信所」の相談が増加した。「アダルト情報サイト」とのトラブル救済をうたう探偵業者等に関する相談の増加が影響している。
- ・「通信販売」に関する相談の全体に占める割合は約37%であり、2013年度以降、引き続き販売購入形態別で最も高かった。
- ・契約購入金額および既支払金額の合計金額は2014年度以降減少している。2016年度は契約購入金額の合計金額が4,281億円、平均金額が105万円であり、既支払金額の合計金額が1,465億円、平均金額が41万円であった。
- ・販売方法・手口をみると「還付金詐欺」が2012年度から2016年度の5年間で7倍以上も増加している。

## 1 相談件数等

2016年度に全国の消費生活センター等が受け付け、PIO-NETに登録された消費生活相談情報の総件

\* 1 PIO-NET（パイオネット）とは、Practical Living Information Online Network System の略である。

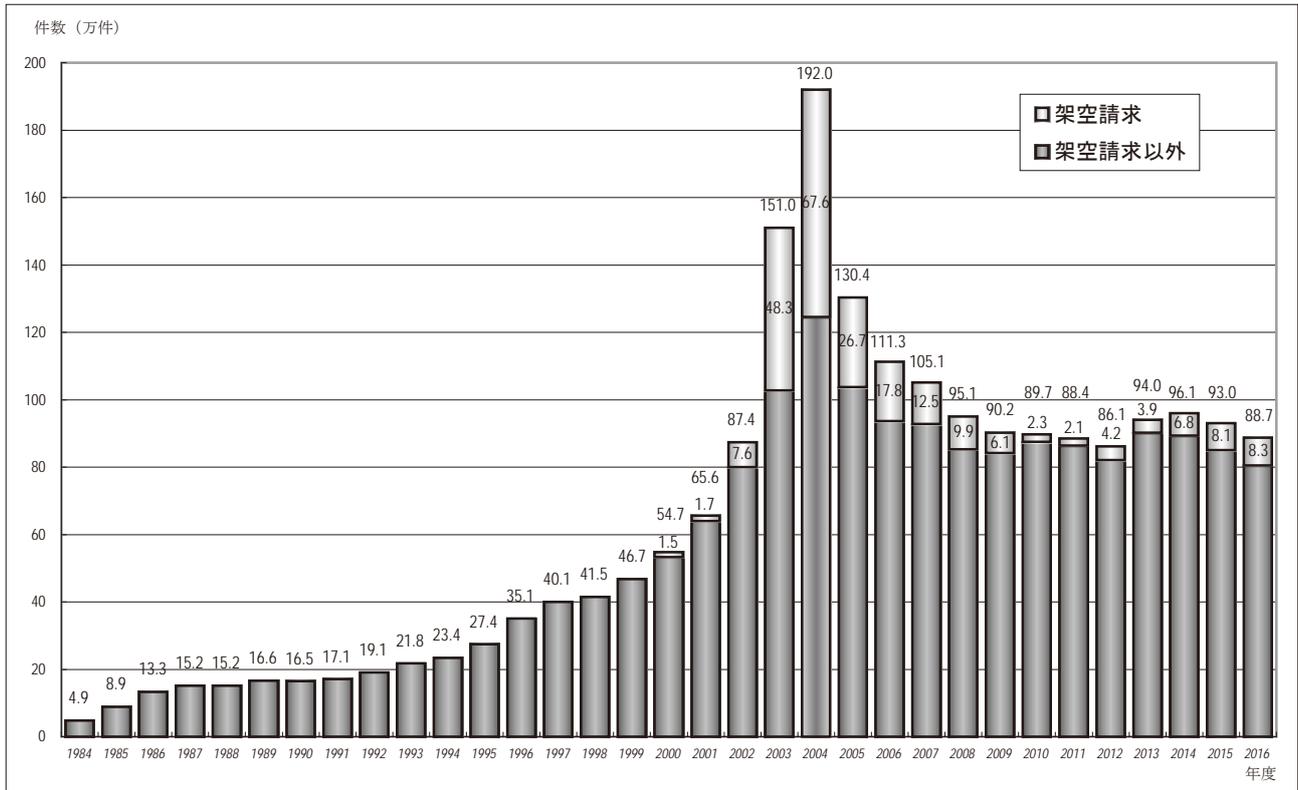
数は、887,316件であった（図1、表1）。相談件数は、2004年度をピークに年々減少した後、2013年度、2014年度に増加したが、2015年度、2016年度は減少した。

PIO-NETの運用を開始した1984年度以降の年度別件数をみると、2003年度（約151万件）、2004年度（約192万件）は、架空請求に関する相談が多数寄せられたことから、相談件数が急増した。

架空請求に関する相談件数は、2004年度（約68万件）をピークに大きく減少したが、2012年度から再び増加傾向にある。2016年度は約8.3万件であり、2015年度（約8.1万件）に比べ増加した。

なお、1984年度からの消費生活相談の累積件数は、約2,081万件に達している。

図1 消費生活相談の年度別総件数の推移



(注) 架空請求の件数は2000年度以降集計している。

表1 消費生活相談の年度別総件数

年度	件数	年度	件数	年度	件数
1984	48,550	1995	274,076	2006	1,113,146
1985	88,752	1996	351,139	2007	1,050,837
1986	133,103	1997	400,511	2008	950,507
1987	151,874	1998	415,347	2009	902,352
1988	151,784	1999	467,110	2010	897,452
1989	165,697	2000	547,138	2011	884,316
1990	164,643	2001	655,899	2012	861,358
1991	170,833	2002	874,260	2013	940,280
1992	191,200	2003	1,509,889	2014	960,549
1993	217,816	2004	1,919,674	2015	929,852
1994	234,022	2005	1,303,588	2016	887,316
				累積	20,814,870

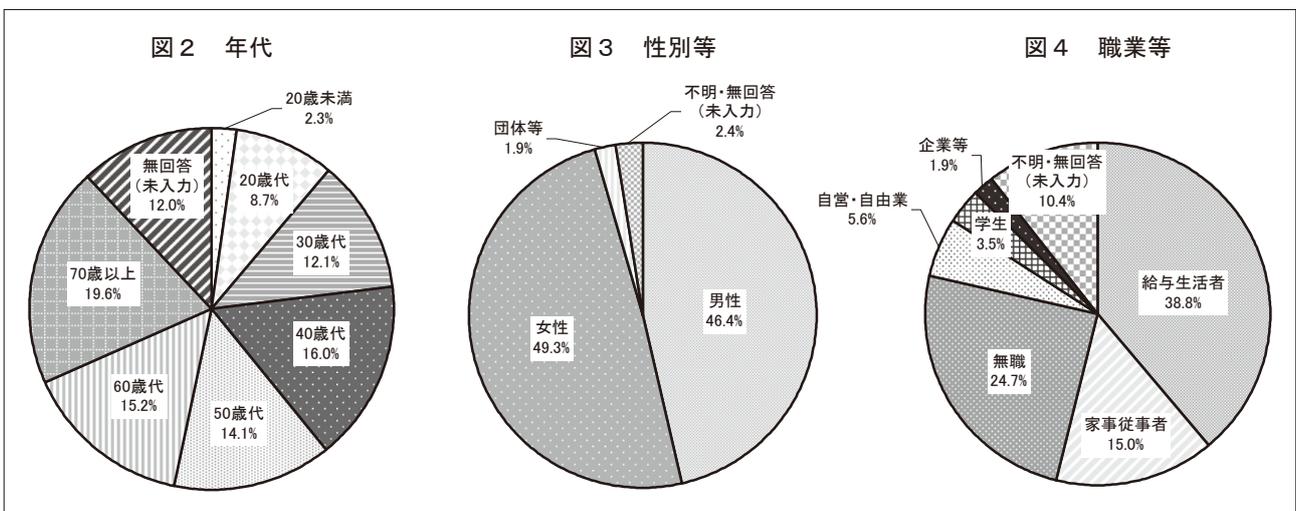
(1) 契約当事者の属性等

契約当事者の年代別、性別、職業別の相談件数の割合は、図2～図5のとおりである。

契約当事者の年代別割合をみると、70歳以上の相談の割合は2013年度をピークに減少傾向にあるが、2016年度は19.6%であり、各年代の中では最も高かった。50歳代、60歳代の割合は近年増加している(図5)。

また、契約した本人が相談をしているのか、別の人が相談をしているのかの内訳を表したものが図6(7頁)である。契約当事者が20歳未満の相談では約66%が、また70歳以上の相談では約26%が、契約当事者とは別の person からの相談であった。

図2～4 2016年度の契約当事者の属性(構成比)



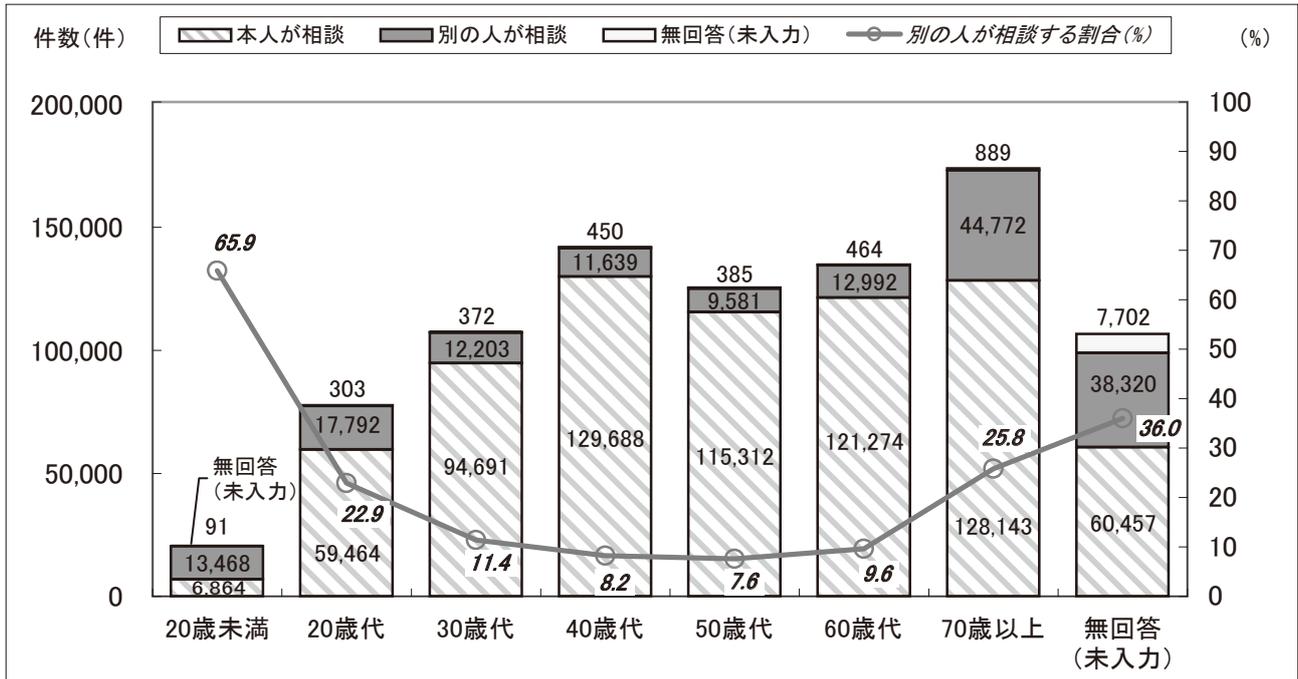
(注) 表中の構成比は2016年度の総件数を100として算出し、小数点以下第2位を四捨五入した値である。

図5 年度別にみた契約当事者年代別割合

年度	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	無回答(未入力)
2007	3.7	15.4	20.8	16.9	14.0	10.2	10.4	8.7
2008	3.1	13.4	19.6	16.6	13.7	11.9	12.2	9.4
2009	3.0	12.1	18.5	16.5	13.3	12.7	13.6	10.2
2010	3.4	10.6	16.8	16.1	13.2	13.8	15.5	10.7
2011	3.4	9.8	15.9	16.3	12.9	14.2	16.8	10.8
2012	3.0	9.2	14.7	16.2	12.8	14.2	18.9	11.0
2013	3.1	8.5	13.2	15.3	12.4	14.3	22.4	10.9
2014	3.0	8.9	12.9	16.0	13.1	14.7	20.5	10.9
2015	2.8	8.8	12.8	16.1	13.5	14.7	19.7	11.6
2016	2.3	8.7	12.1	16.0	14.1	15.2	19.6	12.0

(注) 表中の構成比は各年度の総件数を100として算出し、小数点以下第2位を四捨五入した値である。

図6 契約当事者の年代別にみる相談者の内訳（2016年度）



## 2 相談にかかわる商品・役務

### (1) 商品・役務等別分類にみた相談の状況

相談にかかわった商品・役務等の件数と構成比を示したものが表8（18～19頁）である。

表9（20～21頁）は、商品・役務の詳細な区分である「商品・役務等」を示したものであり、表16（36～37頁）では、その「商品・役務等」別に特徴をまとめた。

相談の多い商品や役務等について、大きな区分である商品・役務等別分類（以下、「商品別分類」という）ごとにみると、2016年度は「運輸・通信サービス」が30.7%と最も多い（表8）。内訳をみると、利用した覚えのないサイト利用料の請求など架空請求の相談が目立つ。「デジタルコンテンツその他」、「アダルト情報サイト」の相談のほか、光回線などの「インターネット接続回線」、スマートフォンなどの携帯電話サービスやモバイルデータ通信などの「移动通信サービス」の相談も多い（表9、表16）。「金融・保険サービス」は、2番目に相談が多く、「フリーローン・サラ金」や「生命保険」等が含まれる。「教養娯楽品」は「新聞」や「携帯電話」等が含まれ、3番目に多い（表8）。

### (2) 2016年度の商品・役務等の傾向

2015年度と比較して、相談件数に大きな変化があった商品・役務等を表2（9頁）にまとめた。2016年度で特徴的なものは、以下のとおりである。なお、〔 〕内は表2中の順位を示す。

#### 1) 増加が目立つ商品・役務等

##### ① デジタルコンテンツその他〔1位〕

「デジタルコンテンツその他」においては、架空請求に関する相談が増加した。

##### ② 健康食品〔2位〕、化粧品〔4位〕、飲料〔5位〕

消費者がホームページやSNS等で広告を見て、「お試し価格」「初回無料」など通常価格より安い

価格で健康食品や化粧品、飲料を購入したところ、実際は定期購入契約だったという相談が増加した。

### ③興信所〔3位〕

アダルト情報サイトからの請求等に関して解決を依頼した探偵業者に関する相談が増加した。

### ④海外パックスツアー〔6位〕

旅行業者の倒産に伴い「海外旅行代金を返金してほしい」等の相談が寄せられた。

### ⑤社会保険〔7位〕

市役所職員を名乗り「医療費の還付金の手続きをする」などと言って、スーパーやコンビニなどのATMに誘導し、お金を振り込ませようとする不審な電話（還付金詐欺）に関する相談が目立った。

### ⑥インターネット通信関連サービス〔8位〕

インターネット関連の有料会員サービスの料金請求に関する相談などが寄せられた。

### ⑦修理サービス〔9位〕

「修理サービス」では、住宅や自動車、スマートフォンの修理に関する相談がみられた。また、平成28年熊本地震の影響で、地震で損害を受けた家屋の修理に関する相談が数多く寄せられた。

### ⑧こんろ類〔10位〕

「こんろ類」では卓上こんろ用カセットボンベの自主回収に関する相談が寄せられた。

### ⑨その他

「電気」〔11位〕は、電力の小売全面自由化（2016年4月1日スタート）に関連した相談のほか、便乗した勧誘に関する相談が寄せられた。

「四輪自動車」〔12位〕は中古自動車の相談も多く含まれており、解約料や約束不履行、故障や修理等に関する相談がみられた。また、普通自動車および小型自動車の燃費性能に関する不当表示に関連した相談がみられた。

「紳士・婦人洋服」〔13位〕や「家具類」〔15位〕、「自動車部品」〔20位〕はインターネット通販での商品未着や連絡不能の相談がみられた。

「内職・副業その他」〔14位〕では、インターネットやSNSをきっかけとして契約したアフィリエイト等の副業に関する、解約や返金についての相談がみられた。

「タバコ用品」〔16位〕では、電子タバコ機器について故障等に関する相談がみられた。

「保証サービス」〔17位〕では、家電製品の延長保証サービス事業者の倒産に関する相談が寄せられた。

「パソコンソフト」〔18位〕では、OSのアップグレードに関する相談や、パソコンがウイルスに感染したとの偽の警告を画面に表示させ、ウイルス除去の不要なサポートを勧め、契約させるといった相談がみられた。

「建物清掃サービス」〔19位〕では、訪問販売や点検商法により契約したり、投込広告をみて契約したなどの相談がみられた。

## 2) 減少が目立つ商品・役務等

### ①アダルト情報サイト〔1位〕、出会い系サイト〔8位〕

「アダルト情報サイト」に関する相談は、2015年度までは最も多い相談であったが、2016年度は2015年度に比べて33,182件減少し、2番目に多い相談となった（表9 20～21頁）。利用料が有料であるという認識がないままサイトを進んでいくと、登録となり、料金を請求されたという相談が多い。また、スマートフォンの普及に伴い、スマートフォンでサイトを閲覧しているケースも目立つ。「出

会い系サイト」は、相談件数は減少したが、SNSをきっかけとした相談は増加傾向にある。

## ②フリーローン・サラ金〔2位〕、ファンド型投資商品〔7位〕、公社債〔19位〕、株〔20位〕

「ファンド型投資商品」「公社債」「株」は減少傾向にあり、特に「A社（販売会社）のパンフレットは届いていないか。代わりに購入すれば高値で買い取る」などと販売会社とは異なる勧誘業者（B社）が電話で勧誘をする“劇場型勧誘”にかかわる相談は、2014年度以降は減少傾向にある。貸金業法、出資法の改正による影響などから「フリーローン・サラ金」に関する相談は年々減少している。

## ③インターネット接続回線〔3位〕、携帯電話〔12位〕

「インターネット接続回線」や「携帯電話」の相談も減少した。2016年5月21日に改正電気通信事業法が施行され、「インターネット接続回線」や「携帯電話」等の消費者保護ルールが強化されたことが、これらの相談が減少した一因と考えられる。NTT東西から光回線サービスの卸売りを受けた事業者（光コラボレーション事業者）が提供する光回線サービスの相談は、依然として多い。

表2 2016年度に増加件数・減少件数が多かった商品・役務等

増加件数の多い商品・役務等						減少件数の多い商品・役務等					
順位	商品・役務等	2016年度	2015年度	差	対前年度比	順位	商品・役務等	2016年度	2015年度	差	対前年度比
1	デジタルコンテンツその他	96,638	78,285	18,353	1.23	1	アダルト情報サイト	62,408	95,590	-33,182	0.65
2	健康食品	29,312	22,042	7,270	1.33	2	フリーローン・サラ金	26,927	32,309	-5,382	0.83
3	興信所	7,649	4,308	3,341	1.78	3	インターネット接続回線	40,550	44,055	-3,505	0.92
4	化粧品	12,446	9,416	3,030	1.32	4	商品一般	39,663	43,086	-3,423	0.92
5	飲料	7,453	4,604	2,849	1.62	5	相談その他	15,493	17,648	-2,155	0.88
6	海外パックツアー	3,562	878	2,684	4.06	6	他の行政サービス	5,099	6,857	-1,758	0.74
7	社会保険	6,853	4,744	2,109	1.44	7	ファンド型投資商品	5,210	6,956	-1,746	0.75
8	インターネット通信関連サービス	6,074	4,680	1,394	1.30	8	出会い系サイト	9,551	11,198	-1,647	0.85
9	修理サービス	12,865	11,603	1,262	1.11	9	冠婚葬祭互助会	2,536	3,770	-1,234	0.67
10	こころ類	1,210	88	1,122	13.75	10	新聞	9,835	10,987	-1,152	0.90
11	電気	3,903	2,859	1,044	1.37	11	賃貸アパート・マンション	32,681	33,770	-1,089	0.97
12	四輪自動車	14,337	13,555	782	1.06	12	携帯電話	7,499	8,528	-1,029	0.88
13	紳士・婦人洋服	8,865	8,117	748	1.09	13	クリーニング	4,686	5,678	-992	0.83
14	内職・副業その他	3,746	3,201	545	1.17	14	かばん	3,540	4,426	-886	0.80
15	家具類	3,525	3,038	487	1.16	15	I P電話	2,338	3,084	-746	0.76
16	タバコ用品	949	478	471	1.99	16	ふとん類	4,034	4,759	-725	0.85
17	保証サービス	1,315	911	404	1.44	17	靴・運動靴	4,231	4,945	-714	0.86
18	パソコンソフト	2,706	2,354	352	1.15	18	他の身の回り品	2,712	3,420	-708	0.79
19	建物清掃サービス	2,453	2,126	327	1.15	19	公社債	1,292	1,954	-662	0.66
20	自動車部品	1,196	942	254	1.27	20	株	1,916	2,570	-654	0.75
						20	手配旅行	874	1,528	-654	0.57

### (3) 契約当事者と商品別分類

契約当事者の年代や性別などの属性ごとに商品別分類の相談件数と構成比を示したものが表10（22～23頁）、契約当事者の年代と性別ごとに相談件数の多い商品・役務等を25位まで示したものが表11（24～27頁）である。

20歳未満全体および50歳代男性では「アダルト情報サイト」の相談が最も多く、70歳以上女性では「健康食品」の相談が最も多いが、その他の年代では、男女ともに「デジタルコンテンツその他」の相談が最も多い。なお、「アダルト情報サイト」と「健康食品」は全年代で相談が多く、またデジタルコンテンツや「インターネット接続回線」「移动通信サービス」「携帯電話」などの通信サービスや「放送サービス」に関連した相談が大きな割合を占めている。

年代別特徴としては、20歳未満では、男女ともに「オンラインゲーム」や「化粧品」の相談が多い

ほか、男性では「四輪自動車」「自動二輪車」等がみられる。女性では「健康食品」の相談が上位にみられるほか、「コンサート」や「エステティックサービス」等の相談がみられた。

20歳～60歳代では、男女ともに「賃貸アパート・マンション」「フリーローン・サラ金」の相談が上位に寄せられた。

20歳代は、男女ともに「結婚式関連サービス」に関する相談が上位にみられる。男性では「四輪自動車」「内職・副業その他」の相談が多い。女性では「エステティックサービス」が多く、他に「医療サービス」に関する相談もみられた。

30歳代は、男性では「新築工事」「戸建住宅」「分譲マンション」等の不動産に関わる相談が寄せられた。女性では、20歳代と同様に「エステティックサービス」や「医療サービス」等がみられた。

40歳代は、男性では、通信サービスや不動産に関連する相談が多い。女性では「学習塾・予備校」といった子どもに対する教育サービスに関する相談がみられた。

50歳代は、男女ともに「生命保険」「新聞」についての相談が寄せられた。

60歳代は、女性では「ファンド型投資商品」に関する相談が寄せられた。

70歳以上は、男女ともに「健康食品」に関する相談が多い。また「社会保険」や「ファンド型投資商品」「新聞」「ふとん類」「屋根工事」「土地」に関する相談が寄せられた。

## 3 相談内容別の傾向

相談内容別にみた相談件数の推移を図7（11頁）、表3（11頁）に、契約当事者年代別の相談件数を表4（11頁）、商品別分類、契約当事者の属性別、上位商品・役務等別の相談件数をそれぞれ表12（28～29頁）、表13（30～31頁）、表14（32～33頁）にまとめた（商品・役務等の傾向や特徴等は表2（9頁）および表16（36～37頁）を参照）。

### （1）「取引」に関する相談

2016年度の相談を相談内容別にみると、解約したいなど「契約・解約」に関する相談が最も多く、次いで、販売手口やセールストーク等に問題がある「販売方法」に関する相談が多い。

これら「契約・解約」と「販売方法」のいずれかが問題となっている「取引」に関する相談の件数は、2015年度以降減少傾向であるが、その割合は2014年度以降横ばいである（表3、図7）。

契約当事者年代別にみると、2016年度は2015年度と比較して、特に30歳代の契約当事者からの相談が件数、割合ともに減少している（表4）。

### （2）「安全・品質」に関する相談

身体等への被害やその危険性などに関する「安全・衛生」や、商品・役務の品質や内容などに関する「品質・機能、役務品質」のいずれかが問題となっている「安全・品質」に関する相談は、3年連続で減少した（表3）。

### （3）その他の相談

アフターサービスや販売時の接客態度、クレーム処理などに関する「接客対応」の相談件数は、2009年度から2014年度まで増加を続けていたが、2015年度以降は減少している。また、「表示・広告」の相談件数は、2015年度は減少したものの、2016年度は増加した（表3）。

図7 年度別にみた内容別分類（「取引」「安全・品質」）の割合の推移

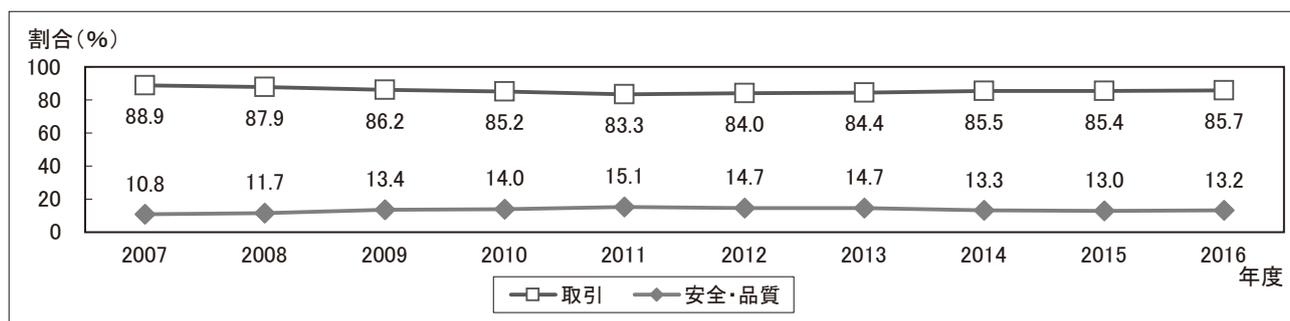


表3 年度別にみた内容別分類の相談件数の推移

内容別分類	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
契約・解約	855,883	761,634	706,075	675,700	620,283	607,694	663,956	698,886	674,333	646,128
販売方法	426,148	369,052	344,131	370,211	401,853	407,592	472,439	498,074	480,336	463,822
価格・料金	163,335	151,329	150,289	173,881	162,847	148,510	155,785	162,452	152,525	134,804
品質・機能、役務品質	104,474	102,765	111,332	116,891	124,687	119,806	131,385	121,327	113,965	109,844
接客対応	101,127	99,877	115,103	121,278	126,587	129,410	141,289	144,156	129,704	129,266
表示・広告	45,360	41,820	41,507	46,107	50,954	50,007	57,791	58,528	55,648	57,664
法規・基準	39,823	36,120	32,384	37,665	34,778	32,877	35,661	36,272	28,029	22,857
安全・衛生	31,259	30,237	33,225	30,234	34,031	29,428	36,936	31,979	30,002	29,458
<b>取引</b>	<b>933,696</b>	<b>835,299</b>	<b>777,928</b>	<b>764,262</b>	<b>736,924</b>	<b>723,505</b>	<b>793,849</b>	<b>821,596</b>	<b>794,546</b>	<b>760,576</b>
<b>安全・品質</b>	<b>113,398</b>	<b>110,862</b>	<b>121,207</b>	<b>125,255</b>	<b>133,511</b>	<b>126,366</b>	<b>138,246</b>	<b>127,903</b>	<b>120,724</b>	<b>116,873</b>

(注1) 「取引」は「販売方法」「契約・解約」のいずれかが問題となっているものの相談件数、「安全・品質」は「安全・衛生」「品質・機能、役務品質」のいずれかが問題となっているものの相談件数。

(注2) 内容別分類は複数回答項目。

表4 「取引」「安全・品質」における契約当事者年代別相談件数の推移

年代	相談内容	「取引」に関する相談		「安全・品質」に関する相談	
		2015年度	2016年度	2015年度	2016年度
	合計	794,546 (100.0)	760,576 (100.0)	120,724 (100.0)	116,873 (100.0)
	20歳未満	25,045 (3.2)	19,370 (2.5)	1,220 (1.0)	1,160 (1.0)
	20歳代	74,995 (9.4)	71,136 (9.4)	7,859 (6.5)	7,712 (6.6)
	30歳代	104,398 (13.1)	94,161 (12.4)	16,143 (13.4)	15,118 (12.9)
	40歳代	129,573 (16.3)	122,872 (16.2)	20,918 (17.3)	20,114 (17.2)
	50歳代	106,704 (13.4)	107,476 (14.1)	18,015 (14.9)	17,936 (15.3)
	60歳代	113,681 (14.3)	113,877 (15.0)	20,048 (16.6)	19,331 (16.5)
	70歳以上	156,515 (19.7)	149,058 (19.6)	20,122 (16.7)	19,700 (16.9)

(注1) 表中の構成比は各相談内容の年度別件数を100として算出し、小数点以下第2位を四捨五入した値である。

(注2) 「取引」は「販売方法」「契約・解約」のいずれかが問題となっているものの相談件数、「安全・品質」は「安全・衛生」「品質・機能、役務品質」のいずれかが問題となっているものの相談件数。

## 4 販売購入形態別の傾向

商品などの販売購入形態別に、相談件数の推移を**表5**（13頁）、契約当事者の年代を**図8**（14頁）、相談内容を**表6**（14頁）、上位商品・役務等を**表15**（34～35頁）にそれぞれまとめた（商品・役務等の傾向や特徴等は**表2**（9頁）および**表16**（36～37頁）を参照）。

ここでは、「店舗購入」と「店舗外販売」に関する傾向を示した。なお、「店舗外販売」とは、「店舗購入」と「不明・無関係」を除いた、「訪問販売」「通信販売」「マルチ取引」「電話勧誘販売」「ネガティブ・オプション」「訪問購入」「その他無店舗販売」の販売購入形態を指す。

なお、「訪問購入」は2012年8月の特定商取引法の改正を受けて、追加した（2013年2月21日より新設）。

### （1）店舗購入

「店舗購入」に関する相談件数は、2014年度以降減少傾向にあり、2016年度も引き続き減少した（**表5**）。相談内容をみると、他の販売購入形態に比べて、「安全・衛生」「品質・機能、役務品質」「接客対応」の割合が高い（**表6**）。

また、商品・役務等でみると「賃貸アパート・マンション」の相談件数が2015年度に引き続き最も多い。2015年度2番目に多かった「移动通信サービス」、3番目に多かった「フリーローン・サラ金」は、2016年度も順位が変わらなかった（**表15**）。

### （2）店舗外販売

「店舗外販売」に関する相談は、「通信販売」「訪問購入」とともに相談件数は横ばいであるが、割合は増加している（**表5**）。また、相談内容をみると「販売方法」や「契約・解約」など「取引」に関するものが多い（**表6**）。以下に、「店舗外販売」のうち、「訪問販売」「通信販売」「マルチ取引」「電話勧誘販売」「ネガティブ・オプション」「訪問購入」について傾向をまとめた。

#### ①訪問販売

「訪問販売」に関する相談では70歳以上の相談が37.8%と高い（**図8**）。商品・役務等でみると2015年度に引き続き「新聞」「放送サービス」「インターネット接続回線」の相談が多いが、相談件数はいずれも2015年度より減少した（**表15**）。

#### ②通信販売

「通信販売」に関する相談の相談全体に占める割合は36.5%であり、2013年度以降、引き続き、販売購入形態別で最も高かった（**表5**）。契約当事者の年代別では40歳代からの相談が20.1%と最も高い（**図8**）。商品・役務等でみると「デジタルコンテンツその他」に関する相談が最も多く2016年度は91,093件であり、次いで「アダルト情報サイト」は61,564件であった（**表15**）。

#### ③マルチ取引

「マルチ取引」に関する相談は2014年度に件数が増加したものの、2016年度は2015年度に引き続き減少した（**表5**）。契約当事者の年代別では20歳代の相談が35.9%を占めている（**図8**）。商品・役務等でみると2015年度に引き続き「健康食品」「化粧品」の相談が多い（**表15**）。

## ④電話勧誘販売

「電話勧誘販売」に関する相談は2014年度以降、引き続き減少した（表5）。70歳以上の相談が37.7%を占める（図8 14頁）。商品・役務等別では、「インターネット接続回線」に関するトラブルが引き続き1位であり、2014年度以降、電話勧誘販売で最も多いが、件数としては減少している（表15 34～35頁）。

## ⑤ネガティブ・オプション

「ネガティブ・オプション」に関する相談は2016年度は増加した。契約当事者の年代別では70歳以上の契約者が44.7%である（図8）。商品・役務等別では「健康食品」の相談が引き続き最も多かった（表15）。

## ⑥訪問購入

「訪問購入」に関する相談は2013年2月の新設以降、毎年度件数が増加しており、2016年度は件数は横ばいであるものの、割合は増加した（表5）。契約当事者の年代別では70歳以上が47.1%と半数近くを占める（図8）。商品・役務等別では2013年度以降、2016年度も「アクセサリ」の相談が最も多い（表15）。

表5 年度別にみた販売購入形態別相談件数・構成比の推移

年度	販売形態 年度別 総件数	店舗購入	店舗外販売						合計	
			訪問販売	通信販売	マルチ取引	電話勧誘 販売	ネガティブ・ オプション	訪問購入		その他 無店舗販売
			上段：件数			下段：構成比 (%)				
2007	1,050,837 (100.0)	337,802 (32.1)	118,043 (11.2)	336,647 (32.0)	24,332 (2.3)	52,888 (5.0)	3,032 (0.3)	-	12,196 (1.2)	547,138 (52.1)
2008	950,507 (100.0)	328,209 (34.5)	99,580 (10.5)	280,821 (29.5)	19,159 (2.0)	49,273 (5.2)	3,057 (0.3)	-	10,377 (1.1)	462,267 (48.6)
2009	902,352 (100.0)	329,385 (36.5)	97,888 (10.8)	249,405 (27.6)	15,790 (1.7)	49,594 (5.5)	2,555 (0.3)	-	9,594 (1.1)	424,826 (47.1)
2010	897,452 (100.0)	324,603 (36.2)	98,972 (11.0)	243,498 (27.1)	11,636 (1.3)	64,207 (7.2)	2,906 (0.3)	-	9,860 (1.1)	431,079 (48.0)
2011	884,316 (100.0)	288,434 (32.6)	97,249 (11.0)	268,956 (30.4)	10,239 (1.2)	69,873 (7.9)	2,139 (0.2)	-	8,933 (1.0)	457,389 (51.7)
2012	861,358 (100.0)	271,324 (31.5)	92,130 (10.7)	256,833 (29.8)	10,185 (1.2)	80,148 (9.3)	4,216 (0.5)	684 (0.1)	8,566 (1.0)	452,762 (52.6)
2013	940,280 (100.0)	278,843 (29.7)	91,314 (9.7)	283,149 (30.1)	10,033 (1.1)	102,513 (10.9)	7,606 (0.8)	7,306 (0.8)	8,174 (0.9)	510,095 (54.2)
2014	960,549 (100.0)	270,705 (28.2)	89,743 (9.3)	322,341 (33.6)	11,914 (1.2)	91,581 (9.5)	2,870 (0.3)	7,942 (0.8)	7,921 (0.8)	534,312 (55.6)
2015	929,852 (100.0)	262,402 (28.2)	85,185 (9.2)	324,206 (34.9)	11,512 (1.2)	79,768 (8.6)	2,772 (0.3)	8,617 (0.9)	7,011 (0.8)	519,071 (55.8)
2016	887,316 (100.0)	241,951 (27.3)	80,593 (9.1)	324,122 (36.5)	11,327 (1.3)	68,855 (7.8)	3,026 (0.3)	8,619 (1.0)	6,600 (0.7)	503,142 (56.7)

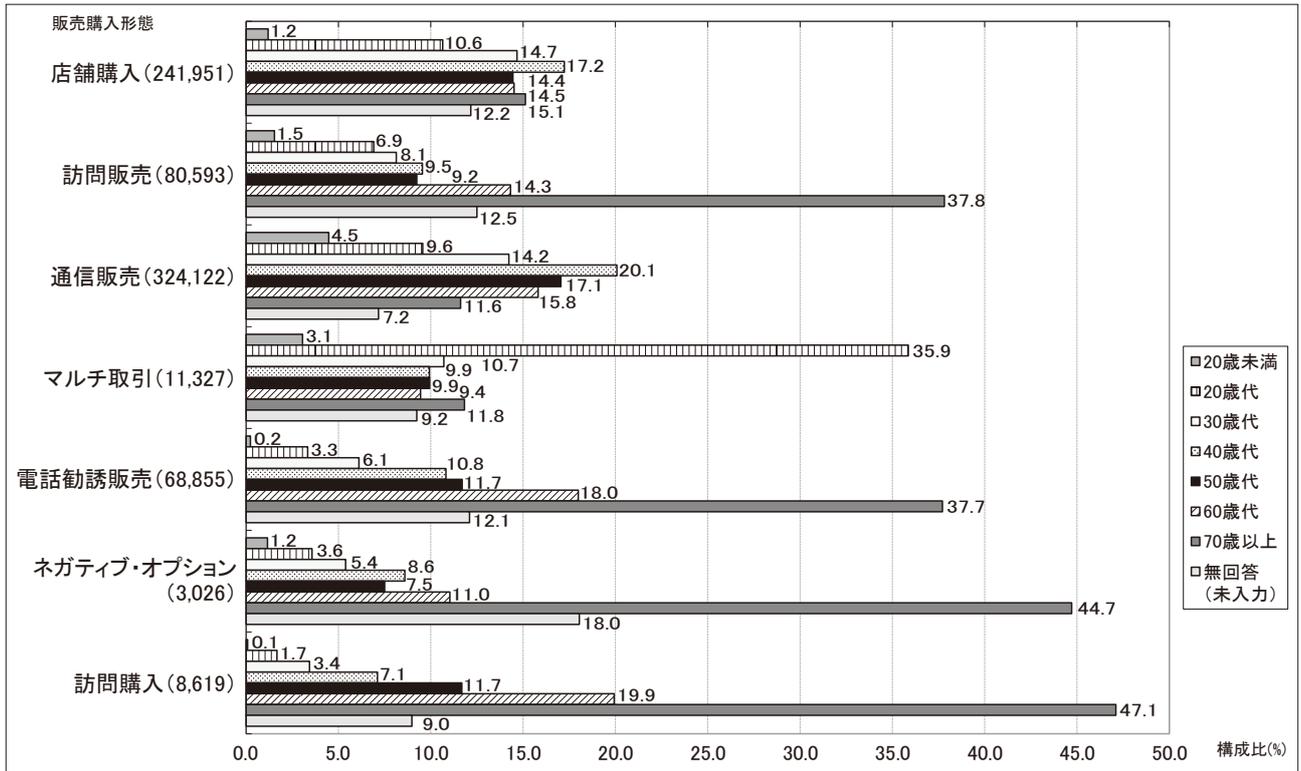
（注1）表中の構成比は年度別総件数を100として算出し、小数点以下第2位を四捨五入した値である。

（注2）「店舗外販売」とは、販売購入形態のうち「店舗購入」と「不明・無関係」を除いた、「訪問販売」「通信販売」「マルチ取引」「電話勧誘販売」「ネガティブ・オプション」「訪問購入」「その他無店舗販売」の形態。

（注3）「訪問販売」には、「家庭訪問」「アポイントメントセールス」「SF商法」「キャッチセールス」などが含まれる。

（注4）2013年2月21日以降、特定商取引法改正により「訪問購入」を新設した。

図8 主な販売購入形態別に見た契約当事者年代構成比（2016年度）



(注1) 表中の構成比は各形態別の全体数を100として算出し、小数点以下第2位を四捨五入した値である。

(注2) 「訪問販売」には「家庭訪販」「アポイントメントセールス」「S F 商法」「キャッチセールス」などが含まれる。

表6 販売購入形態別に見た内容別分類ごとの相談件数の割合（2016年度）

販売形態	内容別分類	計	安全・衛生	役品質・品質・機能	法規・基準	価格・料金	計量・量目	表示・広告	販売方法	契約・解約	接客対応	包装・容器	施設・設備
			上段：件数				下段：構成比 (%)						
店舗外販売	店舗購入	241,951	18,198 (7.5)	63,170 (26.1)	8,592 (3.6)	52,825 (21.8)	581 (0.2)	10,192 (4.2)	45,777 (18.9)	168,312 (69.6)	61,237 (25.3)	467 (0.2)	715 (0.3)
	訪問販売	80,593	649 (0.8)	4,979 (6.2)	2,096 (2.6)	15,405 (19.1)	24 (0.0)	1,788 (2.2)	61,013 (75.7)	62,454 (77.5)	10,040 (12.5)	14 (0.0)	55 (0.1)
	通信販売	324,122	5,264 (1.6)	23,753 (7.3)	3,895 (1.2)	38,801 (12.0)	211 (0.1)	38,408 (11.8)	243,508 (75.1)	270,108 (83.3)	29,356 (9.1)	170 (0.1)	64 (0.0)
	マルチ取引	11,327	179 (1.6)	573 (5.1)	458 (4.0)	1,485 (13.1)	0 (0.0)	167 (1.5)	9,509 (83.9)	8,630 (76.2)	600 (5.3)	2 (0.0)	2 (0.0)
	電話勧誘販売	68,855	205 (0.3)	1,517 (2.2)	947 (1.4)	7,107 (10.3)	17 (0.0)	915 (1.3)	59,501 (86.4)	43,940 (63.8)	5,965 (8.7)	2 (0.0)	20 (0.0)
	ネガティブ・オプション	3,026	3 (0.1)	23 (0.8)	26 (0.9)	166 (5.5)	0 (0.0)	41 (1.4)	2,588 (85.5)	1,986 (65.6)	139 (4.6)	4 (0.1)	0 (0.0)
	訪問購入	8,619	12 (0.1)	144 (1.7)	240 (2.8)	489 (5.7)	2 (0.0)	223 (2.6)	6,756 (78.4)	4,522 (52.5)	1,015 (11.8)	1 (0.0)	1 (0.0)
	その他無店舗	6,600	214 (3.2)	966 (14.6)	217 (3.3)	1,433 (21.7)	19 (0.3)	355 (5.4)	3,035 (46.0)	4,905 (74.3)	1,078 (16.3)	5 (0.1)	34 (0.5)

(注1) 表中の構成比は各形態別の全体数を100として算出し、小数点以下第2位を四捨五入した値である。ただし、内容別分類は複数回答項目のため合計しても100とならない。

(注2) 「店舗外販売」とは、販売購入形態のうち「店舗購入」と「不明・無関係」を除いた、「訪問販売」「通信販売」「マルチ取引」「電話勧誘販売」「ネガティブ・オプション」「訪問購入」「その他無店舗販売」の形態。

(注3) 「訪問販売」には「家庭訪販」「アポイントメントセールス」「S F 商法」「キャッチセールス」などが含まれる。

## 5 契約金額等

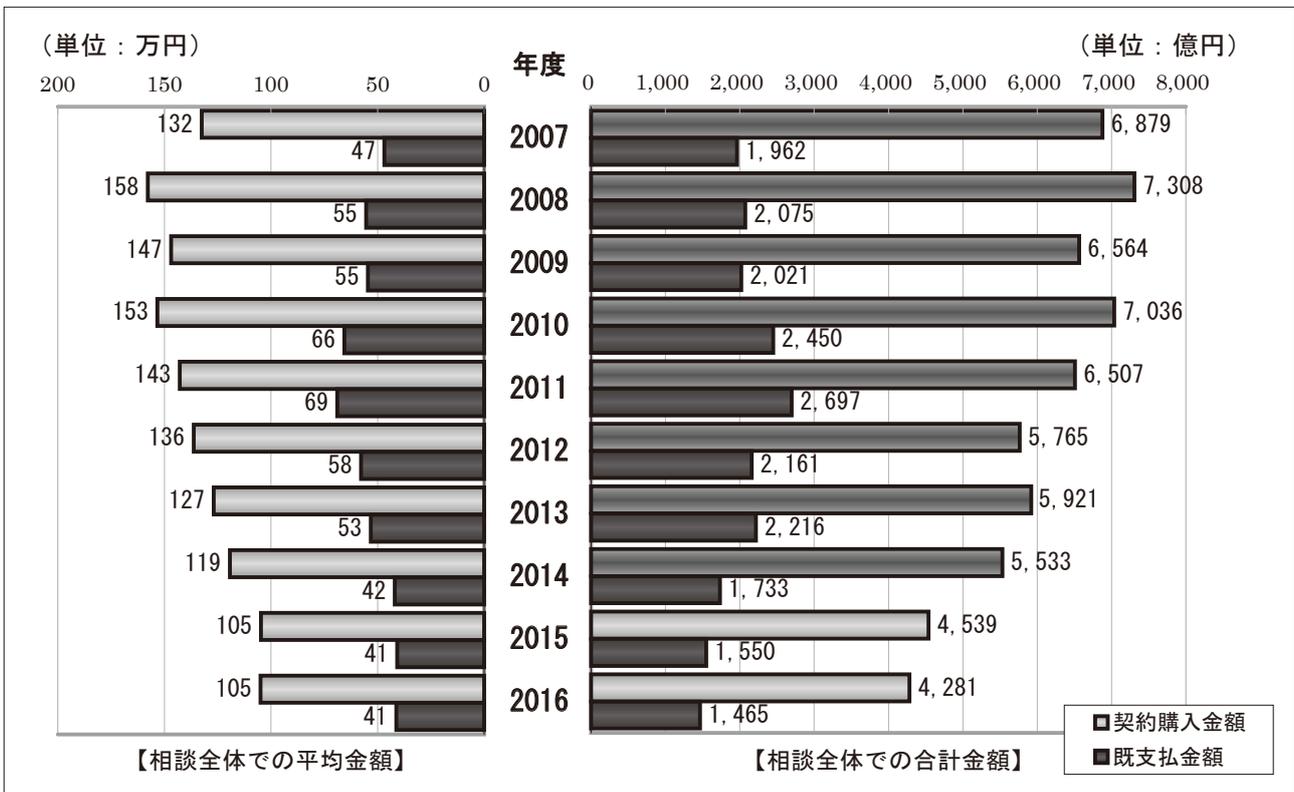
### (1) 契約購入金額および既支払金額

契約購入金額と既支払金額の年度別推移を図9に示した。

2016年度の契約購入金額は平均金額105万円、合計金額は4,281億円で、既支払金額は平均41万円、合計金額は1,465億円であり、平均金額は2015年度から横ばいであるが、合計金額は2014年度以降、引き続き減少した。

2016年度は2015年度に比べ、契約購入金額や既支払金額については「デジタルコンテンツその他」「四輪自動車」などが増加する一方、建築関連の「新築工事」「増改築」や、金融商品である「株」「ファンド型投資商品」などが減少した。

図9 年度別にみた契約購入金額および既支払金額の推移



(注) 図中の金額は、合計金額では1億円未満を、平均金額では1万円未満を四捨五入した値である。  
平均金額は、金額が不明な相談を除き、0円を含むすべての相談の算術平均である。

## (2) 代金支払方法

商品や役務を購入した代金の支払方法別相談件数を表7にまとめた。

「信用供与無し」では、「即時払」が引き続き減少しており、全体として77.9%に減少した。

「販売信用」では、「2か月内払い」が引き続き増加しており、販売信用全体の47.7%と半数近くを占める。ほとんどがクレジットカードを利用したものである。「2か月内払い」の相談としては、「デジタルコンテンツその他」や「出会い系サイト」などのデジタルコンテンツに関するものが多い。

また、「借金契約」は引き続き減少した。

表7 年度別にみた支払方法別相談件数・構成比

支払方法	年度			2010 2011 2012 2013 2014 2015 2016							
	2007	2008	2009	上段：件数				下段：構成比 (%)			
合計	861,780 (100.0)	768,650 (100.0)	723,816 (100.0)	合計	706,417 (100.0)	683,378 (100.0)	644,150 (100.0)	693,261 (100.0)	687,339 (100.0)	651,202 (100.0)	602,157 (100.0)
信用供与無し (小計)	623,279 (72.3)	554,908 (72.2)	541,617 (74.8)	信用供与無し (小計)	527,928 (74.7)	542,707 (79.4)	515,835 (80.1)	564,002 (81.4)	553,259 (80.5)	517,504 (79.5)	468,960 (77.9)
即時払	496,324 (79.6)	433,041 (78.0)	423,714 (78.2)	即時払	420,133 (79.6)	432,575 (79.7)	405,663 (78.6)	437,087 (77.5)	420,430 (76.0)	381,657 (73.7)	332,152 (70.8)
前払式割賦	159 (0.0)	131 (0.0)	96 (0.0)	前払式割賦	188 (0.0)	452 (0.1)	1,102 (0.2)	793 (0.1)	136 (0.0)	100 (0.0)	155 (0.0)
前払式特定	2,827 (0.5)	2,755 (0.5)	2,753 (0.5)	前払式特定	2,679 (0.5)	3,167 (0.6)	2,680 (0.5)	3,386 (0.6)	2,670 (0.5)	2,663 (0.5)	1,872 (0.4)
他の前払式	6,842 (1.1)	8,105 (1.5)	6,297 (1.2)	他の前払式	6,835 (1.3)	6,826 (1.3)	8,149 (1.6)	17,279 (3.1)	19,678 (3.6)	19,490 (3.8)	20,922 (4.5)
販売信用 (小計)	110,014 (12.8)	88,732 (11.5)	83,629 (11.6)	販売信用 (小計)	76,953 (10.9)	74,696 (10.9)	73,663 (11.4)	84,039 (12.1)	90,260 (13.1)	94,284 (14.5)	98,281 (16.3)
自社割賦	5,093 (4.6)	5,870 (6.6)	6,587 (7.9)	自社割賦	7,645 (9.9)	7,160 (9.6)	6,972 (9.5)	7,304 (8.7)	6,895 (7.6)	6,451 (6.8)	5,724 (5.8)
総合割賦	13,102 (11.9)	14,383 (16.2)	18,196 (21.8)	包括信用	21,753 (28.3)	21,099 (28.2)	18,744 (25.4)	19,735 (23.5)	19,181 (21.3)	19,519 (20.7)	18,909 (19.2)
個品割賦	69,348 (63.0)	45,387 (51.2)	33,761 (40.4)	個別信用	28,640 (37.2)	22,768 (30.5)	20,303 (27.6)	21,130 (25.1)	21,170 (23.5)	21,186 (22.5)	20,206 (20.6)
ローン提携販売	6,592 (6.0)	7,184 (8.1)	7,911 (9.5)	ローン提携販売	330 (0.4)	449 (0.6)	691 (0.9)	963 (1.1)	665 (0.7)	418 (0.4)	100 (0.1)
翌月一括・ ボーナス一括	9,228 (8.4)	9,523 (10.7)	11,080 (13.2)	2か月内払い	13,220 (17.2)	18,402 (24.6)	22,171 (30.1)	29,994 (35.7)	36,704 (40.7)	40,663 (43.1)	46,834 (47.7)
他の販売信用	2,016 (1.8)	1,878 (2.1)	1,685 (2.0)	他の販売信用	1,524 (2.0)	991 (1.3)	862 (1.2)	807 (1.0)	799 (0.9)	750 (0.8)	744 (0.8)
借金契約	128,487 (14.9)	125,010 (16.3)	98,570 (13.6)	借金契約	101,536 (14.4)	65,975 (9.7)	54,652 (8.5)	45,220 (6.5)	43,820 (6.4)	39,414 (6.1)	34,916 (5.8)

(注1) 合計、小計には不明・無関係等を含まない。「信用供与無し」の内訳の構成比は「信用供与無し」の小計値、「販売信用」の内訳の構成比は「販売信用」の小計値をそれぞれ100として算出し、小数点以下第2位を四捨五入した値である。

(注2) 割賦販売法の改正に伴い、2010年度受付分から、販売信用の内訳について区分を変更した。PIO-NETでは、契約日に関係なく、受付日が2010年度以降のものについては、新しい区分としている。

## 6 販売方法や手口等

販売方法に問題のある相談は463,822件と全相談件数の約5割を占めており（表3 11頁）、この中には取引形態や販売手口、セールストークなどに問題のある、いわゆる「問題商法」に関する相談も多い。販売方法・手口別に相談件数が上位25位までのものを取り上げ、契約当事者の傾向や相談件数の推移、主な商品・役務等について表17（38～39頁）にまとめた。

最も相談件数が多いのは「インターネット通販」の208,841件であり、契約当事者は30歳代から60歳代の給与生活者が多い。「インターネット通販」の内訳は、「デジタルコンテンツその他」や「アダルト情報サイト」「出会い系サイト」といったデジタルコンテンツに関する相談が大半を占めている。

また、「ワンクリック請求」や「無料商法」「被害にあった人を勧誘（二次被害）」においても、「アダルト情報サイト」に関する相談が多い。

このうち、「被害にあった人を勧誘（二次被害）」は、“アダルトサイトとのトラブル解決”をうたう探偵業者にかかわる「興信所」や、原野商法の二次被害である「土地」の相談が多い。

「かたり商法（身分詐称）」は、有名企業や公的機関等をかたり、商品やサービスを契約させる商法である。契約当事者は70歳以上が多い。

「サイドビジネス商法」は増加傾向が続いており、契約当事者は20歳代が多い。

「還付金詐欺」は増加傾向が続いており、2012年度（1,053件）から2016年度（7,613件）の5年間で7倍以上も増加している。契約当事者は70歳以上が多い。

「利殖商法」は「ファンド型投資商品」等の金融商品に関する相談が多く、相談件数は減少傾向であるものの、平均契約金額が約640万円、平均既支払金額が約460万円であり、上位販売方法・手口のなかで高額となっている。

「劇場型勧誘」は「利殖商法」のトラブルにみられる手口であり、最近では還付金詐欺でもよくみられる。立場の違う複数の業者が「代わりに購入すれば高値で買い取る」などと、実態不明のファンドなどの金融商品や権利等を電話で勧誘するというものである。相談件数は減少傾向であるものの、平均契約金額が約782万円、平均既支払金額が約190万円であり、「利殖商法」と同様に上位販売方法・手口のなかで高額となっている。

表8-1 年度別にみた商品別分類の相談件数・構成比の推移

商品別分類 年度	年度別総件数	商品一般	食料品	住居品	光熱水品	被服品	保健衛生品	教養娯楽品	車両・乗り物	土地・建物・設備	他の商品	商品全体
2007	1,050,837 (100.0)	86,000 (8.2) 3	35,555 (3.4) 9	44,742 (4.3) 7	6,628 (0.6) 21	29,514 (2.8) 12	27,417 (2.6) 13	76,241 (7.3) 4	20,211 (1.9) 15	29,700 (2.8) 10	622 (0.1) 25	356,630 (33.9)
2008	950,507 (100.0)	60,074 (6.3) 4	38,400 (4.0) 7	38,316 (4.0) 8	10,111 (1.1) 19	26,608 (2.8) 12	23,104 (2.4) 13	68,597 (7.2) 3	19,773 (2.1) 16	31,994 (3.4) 10	648 (0.1) 25	317,625 (33.4)
2009	902,352 (100.0)	45,710 (5.1) 5	39,345 (4.4) 7	39,563 (4.4) 6	8,658 (1.0) 19	25,932 (2.9) 12	24,019 (2.7) 14	71,637 (7.9) 3	23,024 (2.6) 15	34,407 (3.8) 9	748 (0.1) 25	313,043 (34.7)
2010	897,452 (100.0)	26,733 (3.0) 12	37,289 (4.2) 6	38,284 (4.3) 5	11,138 (1.2) 18	27,735 (3.1) 11	22,123 (2.5) 15	72,569 (8.1) 3	22,935 (2.6) 14	35,250 (3.9) 8	1,299 (0.1) 25	295,355 (32.9)
2011	884,316 (100.0)	23,034 (2.6) 14	37,654 (4.3) 6	34,704 (3.9) 8	8,858 (1.0) 18	30,060 (3.4) 11	25,344 (2.9) 13	70,244 (7.9) 3	21,847 (2.5) 16	32,637 (3.7) 9	2,070 (0.2) 23	286,452 (32.4)
2012	861,358 (100.0)	27,640 (3.2) 13	50,499 (5.9) 4	33,228 (3.9) 7	9,052 (1.1) 18	32,490 (3.8) 9	21,284 (2.5) 16	66,972 (7.8) 3	21,876 (2.5) 15	31,270 (3.6) 11	1,886 (0.2) 24	296,197 (34.4)
2013	940,280 (100.0)	40,875 (4.3) 7	79,210 (8.4) 3	40,001 (4.3) 9	8,123 (0.9) 18	45,851 (4.9) 6	25,521 (2.7) 14	73,409 (7.8) 4	23,447 (2.5) 16	31,992 (3.4) 11	2,349 (0.2) 24	370,778 (39.4)
2014	960,549 (100.0)	50,312 (5.2) 4	44,911 (4.7) 7	40,140 (4.2) 9	8,157 (0.8) 18	42,881 (4.5) 8	22,650 (2.4) 15	73,167 (7.6) 3	21,951 (2.3) 16	29,532 (3.1) 12	1,861 (0.2) 25	335,562 (34.9)
2015	929,852 (100.0)	43,086 (4.6) 7	46,450 (5.0) 6	35,920 (3.9) 9	8,152 (0.9) 18	35,325 (3.8) 10	22,175 (2.4) 16	65,694 (7.1) 3	22,268 (2.4) 15	27,861 (3.0) 12	1,350 (0.1) 25	308,281 (33.2)
2016	887,316 (100.0)	39,663 (4.5) 7	53,874 (6.1) 4	33,397 (3.8) 9	8,551 (1.0) 18	32,860 (3.7) 10	24,082 (2.7) 14	61,242 (6.9) 3	22,634 (2.6) 15	26,227 (3.0) 13	1,296 (0.1) 25	303,826 (34.2)

(注) 表中の構成比は年度別総件数を100として算出し、小数点以下第2位を四捨五入した値である。

また、商品別分類の「商品一般」「教養娯楽品」については、2015年度に行った改訂により、2014年度以前と2015年度以降での時系列の比較はできない。

表8-2 年度別にみた商品別分類の相談件数・構成比の推移

年度	商品別分類 年度別 総件数	クリーニング	リース・ 貸借	工事・ 建築・ 加工	修理・ 補修	管理・ 保管	役務 一般	金融・ 保険 サービス	運輸・ 通信 サービス	教育 サービス	教養・ 娯楽 サービス	保健・ 福祉 サービス	他の 役務	内職・ 副業・ ねずみ 講	他の 行政 サービス	役務 全体	他の 相談
		上段：件数 中段：構成比 (%) 下段：総合順位															
2007	1,050,837 (100.0)	8,891 (0.8) 19	49,839 (4.7) 6	23,774 (2.3) 14	10,612 (1.0) 18	1,481 (0.1) 24	5,563 (0.5) 22	174,734 (16.6) 2	251,938 (24.0) 1	7,396 (0.7) 20	53,908 (5.1) 5	36,487 (3.5) 8	29,681 (2.8) 11	16,585 (1.6) 17	3,401 (0.3) 23	674,290 (64.2)	19,917 (1.9) 16
2008	950,507 (100.0)	8,498 (0.9) 20	50,299 (5.3) 5	23,071 (2.4) 14	10,315 (1.1) 18	1,656 (0.2) 24	3,280 (0.3) 23	170,613 (17.9) 2	213,296 (22.4) 1	5,483 (0.6) 21	37,808 (4.0) 9	39,258 (4.1) 6	30,843 (3.2) 11	14,124 (1.5) 17	4,137 (0.4) 22	612,681 (64.5)	20,201 (2.1) 15
2009	902,352 (100.0)	7,646 (0.8) 20	57,142 (6.3) 4	24,184 (2.7) 13	11,739 (1.3) 17	1,852 (0.2) 24	2,716 (0.3) 23	152,045 (16.8) 2	191,483 (21.2) 1	5,132 (0.6) 21	35,584 (3.9) 8	32,321 (3.6) 11	32,871 (3.6) 10	9,686 (1.1) 18	4,121 (0.5) 22	568,522 (63.0)	20,787 (2.3) 16
2010	897,452 (100.0)	6,744 (0.8) 19	52,885 (5.9) 4	25,672 (2.9) 13	12,209 (1.4) 17	2,003 (0.2) 24	2,587 (0.3) 23	161,453 (18.0) 2	202,065 (22.5) 1	5,150 (0.6) 21	33,841 (3.8) 9	29,539 (3.3) 10	35,569 (4.0) 7	6,524 (0.7) 20	4,076 (0.5) 22	580,317 (64.7)	21,780 (2.4) 16
2011	884,316 (100.0)	6,623 (0.7) 19	51,252 (5.8) 4	28,128 (3.2) 12	13,839 (1.6) 17	2,042 (0.2) 25	2,063 (0.2) 24	136,647 (15.5) 2	216,415 (24.5) 1	4,774 (0.5) 21	35,475 (4.0) 7	30,308 (3.4) 10	38,304 (4.3) 5	4,872 (0.6) 20	4,571 (0.5) 22	575,313 (65.1)	22,551 (2.6) 15
2012	861,358 (100.0)	6,176 (0.7) 19	47,484 (5.5) 5	27,829 (3.2) 12	12,333 (1.4) 17	2,121 (0.2) 23	1,783 (0.2) 25	115,021 (13.4) 2	212,150 (24.6) 1	4,645 (0.5) 20	33,194 (3.9) 8	32,385 (3.8) 10	38,733 (4.5) 6	4,189 (0.5) 21	4,078 (0.5) 22	542,121 (62.9)	23,040 (2.7) 14
2013	940,280 (100.0)	6,019 (0.6) 19	47,042 (5.0) 5	31,324 (3.3) 12	12,628 (1.3) 17	2,370 (0.3) 23	2,194 (0.2) 25	105,401 (11.2) 2	217,742 (23.2) 1	4,928 (0.5) 20	30,165 (3.2) 13	36,470 (3.9) 10	40,829 (4.3) 8	3,688 (0.4) 22	4,544 (0.5) 21	545,344 (58.0)	24,158 (2.6) 15
2014	960,549 (100.0)	6,018 (0.6) 19	46,780 (4.9) 6	29,538 (3.1) 11	12,700 (1.3) 17	2,566 (0.3) 24	4,345 (0.5) 22	96,811 (10.1) 2	275,245 (28.7) 1	5,486 (0.6) 20	27,616 (2.9) 13	38,773 (4.0) 10	46,970 (4.9) 5	3,799 (0.4) 23	5,054 (0.5) 21	601,701 (62.6)	23,286 (2.4) 14
2015	929,852 (100.0)	5,678 (0.6) 20	46,512 (5.0) 5	28,328 (3.0) 11	12,564 (1.4) 17	2,292 (0.2) 24	3,627 (0.4) 23	77,614 (8.3) 2	294,582 (31.7) 1	4,728 (0.5) 21	26,422 (2.8) 13	38,761 (4.2) 8	46,606 (5.0) 4	4,655 (0.5) 22	6,857 (0.7) 19	599,226 (64.4)	22,345 (2.4) 14
2016	887,316 (100.0)	4,686 (0.5) 21	44,872 (5.1) 6	26,893 (3.0) 12	13,748 (1.5) 17	2,050 (0.2) 24	3,757 (0.4) 23	66,892 (7.5) 2	272,503 (30.7) 1	4,413 (0.5) 22	27,915 (3.1) 11	39,159 (4.4) 8	47,082 (5.3) 5	5,099 (0.6) 19	5,099 (0.6) 19	564,168 (63.6)	19,322 (2.2) 16

(注) 表中の構成比は年度別総件数を100として算出し、小数点以下第2位を四捨五入した値である。なお、商品別分類の「内職・副業・ねずみ講」は、2008年度までは「内職・副業・相場」という分類であったが、2009年度からはそのうち商品先物取引などの「商品相場」に関する相談を「金融・保険サービス」に移設し、新たに「内職・副業・ねずみ講」と名称を変更した（「金融・保険サービス」および「内職・副業・ねずみ講」については2008年度以前と2009年度以降での時系列の比較はできない）。

また、商品別分類の「金融・保険サービス」「運輸・通信サービス」については、2015年度に行った改訂により、2014年度以前と2015年度以降での時系列の比較はできない。

表9-1 年度別にみた上位商品・役務等別相談件数

2012年度		件数 割合 (%)	2013年度		件数 割合 (%)	2014年度		件数 割合 (%)
全 体		861,358 (100.0)	全 体		940,280 (100.0)	全 体		960,549 (100.0)
順位	商品・役務等		順位	商品・役務等		順位	商品・役務等	
1	アダルト情報サイト	65,418 (7.6)	1	アダルト情報サイト	80,438 (8.6)	1	アダルト情報サイト	111,938 (11.7)
2	デジタルコンテンツ その他	59,858 (6.9)	2	デジタルコンテンツ その他	52,334 (5.6)	2	デジタルコンテンツ その他	58,197 (6.1)
3	フリーローン・サラ金	45,625 (5.3)	3	健康食品	46,982 (5.0)	3	商品一般	50,312 (5.2)
4	賃貸アパート・ マンション	33,725 (3.9)	4	商品一般	40,875 (4.3)	4	フリーローン・サラ金	36,242 (3.8)
5	健康食品	28,117 (3.3)	5	フリーローン・サラ金	36,841 (3.9)	5	インターネット 接続回線	34,550 (3.6)
6	商品一般	27,640 (3.2)	6	賃貸アパート・ マンション	33,414 (3.6)	6	賃貸アパート・ マンション	33,375 (3.5)
7	出会い系サイト	21,155 (2.5)	7	インターネット 接続回線	19,680 (2.1)	7	移动通信サービス	21,290 (2.2)
8	移动通信サービス	17,696 (2.1)	8	移动通信サービス	18,957 (2.0)	8	相談その他	18,193 (1.9)
9	相談その他	17,428 (2.0)	9	相談その他	18,769 (2.0)	9	健康食品	18,152 (1.9)
10	インターネット 接続回線	16,928 (2.0)	10	ファンド型投資商品	17,312 (1.8)	10	四輪自動車	13,662 (1.4)
11	ファンド型投資商品	15,495 (1.8)	11	四輪自動車	14,733 (1.6)	11	他の役務サービス	13,648 (1.4)
12	四輪自動車	14,846 (1.7)	12	出会い系サイト	13,908 (1.5)	12	放送サービス	13,582 (1.4)
13	新聞	11,771 (1.4)	13	放送サービス	12,332 (1.3)	13	ファンド型投資商品	13,524 (1.4)
14	放送サービス	11,544 (1.3)	14	新聞	12,212 (1.3)	14	出会い系サイト	13,236 (1.4)
15	修理サービス	11,423 (1.3)	15	修理サービス	11,682 (1.2)	15	新聞	11,996 (1.2)
16	他の役務サービス	9,911 (1.2)	16	他の役務サービス	10,918 (1.2)	16	修理サービス	11,683 (1.2)
17	生命保険	8,978 (1.0)	17	化粧品	10,298 (1.1)	17	化粧品	8,946 (0.9)
18	携帯電話	8,614 (1.0)	18	アクセサリー	8,869 (0.9)	18	生命保険	8,215 (0.9)
19	アクセサリー	8,105 (0.9)	19	生命保険	8,833 (0.9)	19	医療サービス	8,001 (0.8)
20	化粧品	7,801 (0.9)	20	エステティック サービス	8,445 (0.9)	20	アクセサリー	7,566 (0.8)
21	エステティック サービス	7,289 (0.8)	21	携帯電話	8,354 (0.9)	21	携帯電話	7,445 (0.8)
22	その他金融関連 サービス	7,233 (0.8)	22	靴・運動靴	7,722 (0.8)	22	エステティック サービス	7,412 (0.8)
23	医療サービス	6,877 (0.8)	23	医療サービス	7,444 (0.8)	23	靴・運動靴	7,101 (0.7)
24	株	6,853 (0.8)	24	調理食品	7,163 (0.8)	24	その他金融関連 サービス	6,521 (0.7)
25	宝くじ	6,499 (0.8)	25	その他金融関連 サービス	6,861 (0.7)	25	婦人洋服	6,385 (0.7)

(注1) 表中の割合は年度別総件数を100として算出し、小数点以下第2位を四捨五入した値である。

(注2) 2015年度から商品別分類を変更したことなどにより、「デジタルコンテンツその他」「商品一般」「他の役務サービス」「修理サービス」「紳士・婦人洋服」「その他金融関連サービス」については2014年度以前と2015年度以降での時系列の比較はできない（「商品・役務等」の名称が同じでも定義の変更により時系列での比較ができない）。

表9-2 年度別にみた上位商品・役務等別相談件数

2015年度		件数 割合 (%)	2016年度		件数 割合 (%)
全 体		929,852 (100.0)	全 体		887,316 (100.0)
順位	商品・役務等		順位	商品・役務等	
1	アダルト情報サイト	95,590 (10.3)	1	デジタルコンテンツ その他	96,638 (10.9)
2	デジタルコンテンツ その他	78,285 (8.4)	2	アダルト情報サイト	62,408 (7.0)
3	インターネット 接続回線	44,055 (4.7)	3	インターネット 接続回線	40,550 (4.6)
4	商品一般	43,086 (4.6)	4	商品一般	39,663 (4.5)
5	賃貸アパート・ マンション	33,770 (3.6)	5	賃貸アパート・ マンション	32,681 (3.7)
6	フリーローン・サラ金	32,309 (3.5)	6	健康食品	29,312 (3.3)
7	移動通信サービス	25,647 (2.8)	7	フリーローン・サラ金	26,927 (3.0)
8	健康食品	22,042 (2.4)	8	移動通信サービス	25,134 (2.8)
9	相談その他	17,648 (1.9)	9	相談その他	15,493 (1.7)
10	四輪自動車	13,555 (1.5)	10	四輪自動車	14,337 (1.6)
11	他の役務サービス	13,358 (1.4)	11	他の役務サービス	13,246 (1.5)
12	放送サービス	12,979 (1.4)	12	修理サービス	12,865 (1.4)
13	修理サービス	11,603 (1.2)	13	放送サービス	12,630 (1.4)
14	出会い系サイト	11,198 (1.2)	14	化粧品	12,446 (1.4)
15	新聞	10,987 (1.2)	15	新聞	9,835 (1.1)
16	化粧品	9,416 (1.0)	16	出会い系サイト	9,551 (1.1)
17	携帯電話	8,528 (0.9)	17	紳士・婦人洋服	8,865 (1.0)
18	紳士・婦人洋服	8,117 (0.9)	18	生命保険	7,666 (0.9)
19	生命保険	7,877 (0.8)	19	興信所	7,649 (0.9)
20	エステティック サービス	7,368 (0.8)	20	携帯電話	7,499 (0.8)
21	医療サービス	7,158 (0.8)	21	飲料	7,453 (0.8)
22	ファンド型投資商品	6,956 (0.7)	22	エステティック サービス	7,085 (0.8)
23	他の行政サービス	6,857 (0.7)	23	社会保険	6,853 (0.8)
24	アクセサリー	6,279 (0.7)	24	医療サービス	6,723 (0.8)
25	その他金融関連 サービス	6,122 (0.7)	25	インターネット 通信関連サービス	6,074 (0.7)

(注1) 表中の割合は年度別総件数を100として算出し、小数点以下第2位を四捨五入した値である。

(注2) 2015年度から商品別分類を変更したことなどにより、「デジタルコンテンツその他」「商品一般」「他の役務サービス」「修理サービス」「紳士・婦人洋服」「その他金融関連サービス」については2014年度以前と2015年度以降での時系列の比較はできない（「商品・役務等」の名称が同じでも定義の変更により時系列での比較ができない）。

表10-1 2016年度の契約当事者年代別等にした商品別分類の相談件数・構成比

契約当事者	商品別分類	計	商品一般	食料品	住居品	光熱水品	被服品	保健衛生品	教養娯楽品	車両・乗り物	土地・建物・設備	他の商品	商品全体
		上段：件数 下段：構成比 (%)											
	計	887,316 (100.0)	39,663 (4.5)	53,874 (6.1)	33,397 (3.8)	8,551 (1.0)	32,860 (3.7)	24,082 (2.7)	61,242 (6.9)	22,634 (2.6)	26,227 (3.0)	1,296 (0.1)	303,826 (34.2)
年代	20歳未満	20,423 (100.0)	389 (1.9)	1,423 (7.0)	88 (0.4)	16 (0.1)	789 (3.9)	713 (3.5)	1,246 (6.1)	474 (2.3)	16 (0.1)	4 (0.0)	5,158 (25.3)
	20歳代	77,559 (100.0)	2,398 (3.1)	3,310 (4.3)	1,508 (1.9)	203 (0.3)	3,575 (4.6)	2,188 (2.8)	4,998 (6.4)	2,803 (3.6)	1,103 (1.4)	25 (0.0)	22,111 (28.5)
	30歳代	107,266 (100.0)	3,126 (2.9)	5,572 (5.2)	3,314 (3.1)	605 (0.6)	5,116 (4.8)	2,345 (2.2)	7,495 (7.0)	3,844 (3.6)	3,423 (3.2)	52 (0.0)	34,892 (32.5)
	40歳代	141,777 (100.0)	4,692 (3.3)	8,337 (5.9)	4,232 (3.0)	1,062 (0.7)	5,975 (4.2)	3,454 (2.4)	10,533 (7.4)	4,622 (3.3)	3,769 (2.7)	110 (0.1)	46,786 (33.0)
	50歳代	125,278 (100.0)	5,063 (4.0)	6,917 (5.5)	4,341 (3.5)	1,220 (1.0)	4,569 (3.6)	3,582 (2.9)	8,304 (6.6)	3,484 (2.8)	3,356 (2.7)	128 (0.1)	40,964 (32.7)
	60歳代	134,730 (100.0)	6,306 (4.7)	6,777 (5.0)	5,665 (4.2)	1,532 (1.1)	4,035 (3.0)	3,431 (2.5)	8,354 (6.2)	2,725 (2.0)	4,318 (3.2)	211 (0.2)	43,354 (32.2)
	70歳以上	173,804 (100.0)	11,293 (6.5)	15,819 (9.1)	9,634 (5.5)	2,231 (1.3)	5,831 (3.4)	5,991 (3.4)	12,538 (7.2)	1,876 (1.1)	6,042 (3.5)	381 (0.2)	71,636 (41.2)
	小計	780,837 (100.0)	33,267 (4.3)	48,155 (6.2)	28,782 (3.7)	6,869 (0.9)	29,890 (3.8)	21,704 (2.8)	53,468 (6.8)	19,828 (2.5)	22,027 (2.8)	911 (0.1)	264,901 (33.9)
性別等	男性	411,350 (100.0)	16,637 (4.0)	15,063 (3.7)	11,933 (2.9)	4,376 (1.1)	8,151 (2.0)	6,143 (1.5)	31,727 (7.7)	15,947 (3.9)	14,894 (3.6)	554 (0.1)	125,425 (30.5)
	女性	437,249 (100.0)	20,465 (4.7)	37,147 (8.5)	19,564 (4.5)	3,490 (0.8)	23,983 (5.5)	17,268 (3.9)	26,520 (6.1)	5,865 (1.3)	9,817 (2.2)	449 (0.1)	164,568 (37.6)
	団体	17,277 (100.0)	672 (3.9)	237 (1.4)	1,059 (6.1)	413 (2.4)	145 (0.8)	164 (0.9)	1,583 (9.2)	452 (2.6)	577 (3.3)	246 (1.4)	5,548 (32.1)
	小計	865,876 (100.0)	37,774 (4.4)	52,447 (6.1)	32,556 (3.8)	8,279 (1.0)	32,279 (3.7)	23,575 (2.7)	59,830 (6.9)	22,264 (2.6)	25,288 (2.9)	1,249 (0.1)	295,541 (34.1)
職業等	給与生活者	344,283 (100.0)	10,966 (3.2)	16,446 (4.8)	9,070 (2.6)	2,355 (0.7)	12,892 (3.7)	7,953 (2.3)	21,862 (6.4)	12,905 (3.7)	10,608 (3.1)	199 (0.1)	105,256 (30.6)
	自営・自由業	49,847 (100.0)	1,911 (3.8)	2,208 (4.4)	1,942 (3.9)	759 (1.5)	1,300 (2.6)	1,115 (2.2)	4,049 (8.1)	1,836 (3.7)	1,637 (3.3)	277 (0.6)	17,034 (34.2)
	家事従事者	133,271 (100.0)	7,120 (5.3)	11,648 (8.7)	8,019 (6.0)	1,283 (1.0)	7,995 (6.0)	5,381 (4.0)	8,389 (6.3)	1,576 (1.2)	3,488 (2.6)	130 (0.1)	55,029 (41.3)
	学生	31,115 (100.0)	750 (2.4)	1,680 (5.4)	171 (0.5)	51 (0.2)	1,220 (3.9)	953 (3.1)	2,211 (7.1)	428 (1.4)	60 (0.2)	6 (0.0)	7,530 (24.2)
	無職	219,112 (100.0)	12,154 (5.5)	15,657 (7.1)	9,565 (4.4)	2,569 (1.2)	6,090 (2.8)	6,096 (2.8)	16,419 (7.5)	3,109 (1.4)	6,713 (3.1)	328 (0.1)	78,700 (35.9)
	企業等	17,024 (100.0)	658 (3.9)	231 (1.4)	1,052 (6.2)	408 (2.4)	141 (0.8)	160 (0.9)	1,561 (9.2)	447 (2.6)	568 (3.3)	240 (1.4)	5,466 (32.1)
	小計	794,652 (100.0)	33,559 (4.2)	47,870 (6.0)	29,819 (3.8)	7,425 (0.9)	29,638 (3.7)	21,658 (2.7)	54,491 (6.9)	20,301 (2.6)	23,074 (2.9)	1,180 (0.1)	269,015 (33.9)

(注) 表中の構成比は契約当事者の年代、性別等、職業等の各項目計を100として算出し、小数点以下第2位を四捨五入した値である。なお、小計には不明・無回答を含まない。

表10-2 2016年度の契約当事者年代別等にみた商品別分類の相談件数・構成比

契約当事者	商品別分類	クリーニング	レンタル・貸借	工事・建築・加工	修理・補修	管理・保管	役務一般	金融・保険サービス	運輸・通信サービス	教育サービス	教養・娯楽サービス	保健・福祉サービス	他の役務	内職・副業・ねずみ講	他の行政サービス	役務全体	他の相談
		上段：件数 下段：構成比 (%)															
計		4,686 (0.5)	44,872 (5.1)	26,893 (3.0)	13,748 (1.5)	2,050 (0.2)	3,757 (0.4)	66,892 (7.5)	272,503 (30.7)	4,413 (0.5)	27,915 (3.1)	39,159 (4.4)	47,082 (5.3)	5,099 (0.6)	5,099 (0.6)	564,168 (63.6)	19,322 (2.2)
年代	20歳未満	11 (0.1)	460 (2.3)	13 (0.1)	106 (0.5)	13 (0.1)	9 (0.0)	244 (1.2)	11,520 (56.4)	307 (1.5)	1,082 (5.3)	472 (2.3)	534 (2.6)	216 (1.1)	20 (0.1)	15,007 (73.5)	258 (1.3)
	20歳代	245 (0.3)	6,525 (8.4)	420 (0.5)	598 (0.8)	131 (0.2)	341 (0.4)	4,607 (5.9)	24,507 (31.6)	366 (0.5)	4,497 (5.8)	5,573 (7.2)	4,774 (6.2)	1,806 (2.3)	129 (0.2)	54,519 (70.3)	929 (1.2)
	30歳代	645 (0.6)	9,111 (8.5)	2,270 (2.1)	1,185 (1.1)	258 (0.2)	2,071 (1.9)	6,903 (6.4)	32,423 (30.2)	619 (0.6)	4,429 (4.1)	3,830 (3.6)	6,170 (5.8)	779 (0.7)	248 (0.2)	70,941 (66.1)	1,433 (1.3)
	40歳代	906 (0.6)	7,738 (5.5)	3,076 (2.2)	2,026 (1.4)	333 (0.2)	676 (0.5)	9,577 (6.8)	49,202 (34.7)	1,813 (1.3)	4,926 (3.5)	3,836 (2.7)	7,463 (5.3)	798 (0.6)	433 (0.3)	92,803 (65.5)	2,188 (1.5)
	50歳代	962 (0.8)	5,281 (4.2)	3,491 (2.8)	1,901 (1.5)	288 (0.2)	127 (0.1)	9,291 (7.4)	45,970 (36.7)	599 (0.5)	3,787 (3.0)	3,428 (2.7)	6,027 (4.8)	594 (0.5)	460 (0.4)	82,206 (65.6)	2,108 (1.7)
	60歳代	827 (0.6)	4,011 (3.0)	5,206 (3.9)	2,344 (1.7)	264 (0.2)	133 (0.1)	11,311 (8.4)	49,093 (36.4)	92 (0.1)	3,267 (2.4)	5,005 (3.7)	6,049 (4.5)	297 (0.2)	813 (0.6)	88,712 (65.8)	2,664 (2.0)
	70歳以上	618 (0.4)	3,783 (2.2)	8,154 (4.7)	3,904 (2.2)	290 (0.2)	148 (0.1)	16,514 (9.5)	38,150 (22.0)	38 (0.0)	3,043 (1.8)	12,209 (7.0)	8,239 (4.7)	208 (0.1)	1,878 (1.1)	97,176 (55.9)	4,992 (2.9)
小計		4,214 (0.5)	36,909 (4.7)	22,630 (2.9)	12,064 (1.5)	1,577 (0.2)	3,505 (0.4)	58,447 (7.5)	250,865 (32.1)	3,834 (0.5)	25,031 (3.2)	34,353 (4.4)	39,256 (5.0)	4,698 (0.6)	3,981 (0.5)	501,364 (64.2)	14,572 (1.9)
性別等	男性	1,066 (0.3)	21,246 (5.2)	13,589 (3.3)	6,508 (1.6)	1,090 (0.3)	2,344 (0.6)	35,620 (8.7)	149,366 (36.3)	1,264 (0.3)	11,022 (2.7)	10,406 (2.5)	20,320 (4.9)	2,489 (0.6)	2,227 (0.5)	278,557 (67.7)	7,368 (1.8)
	女性	3,539 (0.8)	20,033 (4.6)	11,604 (2.7)	6,679 (1.5)	733 (0.2)	1,349 (0.3)	28,807 (6.6)	116,162 (26.6)	3,003 (0.7)	16,050 (3.7)	27,401 (6.3)	22,691 (5.2)	2,430 (0.6)	2,484 (0.6)	262,965 (60.1)	9,716 (2.2)
	団体	27 (0.2)	2,680 (15.5)	824 (4.8)	284 (1.6)	168 (1.0)	13 (0.1)	752 (4.4)	2,777 (16.1)	9 (0.1)	264 (1.5)	171 (1.0)	3,045 (17.6)	89 (0.5)	104 (0.6)	11,207 (64.9)	522 (3.0)
小計		4,632 (0.5)	43,959 (5.1)	26,017 (3.0)	13,471 (1.6)	1,991 (0.2)	3,706 (0.4)	65,179 (7.5)	268,305 (31.0)	4,276 (0.5)	27,336 (3.2)	37,978 (4.4)	46,056 (5.3)	5,008 (0.6)	4,815 (0.6)	552,729 (63.8)	17,606 (2.0)
職業等	給与生活者	1,912 (0.6)	22,685 (6.6)	8,328 (2.4)	4,439 (1.3)	821 (0.2)	2,722 (0.8)	23,919 (6.9)	121,941 (35.4)	2,030 (0.6)	12,313 (3.6)	11,431 (3.3)	18,474 (5.4)	2,497 (0.7)	910 (0.3)	234,422 (68.1)	4,605 (1.3)
	自営・自由業	203 (0.4)	2,812 (5.6)	1,738 (3.5)	811 (1.6)	168 (0.3)	164 (0.3)	4,119 (8.3)	15,079 (30.3)	164 (0.3)	1,502 (3.0)	1,136 (2.3)	3,128 (6.3)	407 (0.8)	311 (0.6)	31,742 (63.7)	1,071 (2.1)
	家事従事者	1,423 (1.1)	3,362 (2.5)	4,365 (3.3)	2,454 (1.8)	203 (0.2)	289 (0.2)	7,942 (6.0)	35,128 (26.4)	981 (0.7)	4,170 (3.1)	7,714 (5.8)	6,270 (4.7)	543 (0.4)	703 (0.5)	75,547 (56.7)	2,695 (2.0)
	学生	46 (0.1)	1,302 (4.2)	23 (0.1)	181 (0.6)	26 (0.1)	37 (0.1)	547 (1.8)	15,311 (49.2)	511 (1.6)	2,112 (6.8)	1,451 (4.7)	1,145 (3.7)	484 (1.6)	52 (0.2)	23,228 (74.7)	357 (1.1)
	無職	633 (0.3)	7,523 (3.4)	8,504 (3.9)	4,152 (1.9)	371 (0.2)	278 (0.1)	22,224 (10.1)	60,339 (27.5)	261 (0.1)	4,700 (2.1)	12,358 (5.6)	10,304 (4.7)	759 (0.3)	1,961 (0.9)	134,367 (61.3)	6,045 (2.8)
	企業等	26 (0.2)	2,645 (15.5)	804 (4.7)	281 (1.7)	162 (1.0)	13 (0.1)	738 (4.3)	2,738 (16.1)	8 (0.0)	257 (1.5)	169 (1.0)	3,015 (17.7)	89 (0.5)	101 (0.6)	11,046 (64.9)	512 (3.0)
小計		4,243 (0.5)	40,329 (5.1)	23,762 (3.0)	12,318 (1.6)	1,751 (0.2)	3,503 (0.4)	59,489 (7.5)	250,536 (31.5)	3,955 (0.5)	25,054 (3.2)	34,259 (4.3)	42,336 (5.3)	4,779 (0.6)	4,038 (0.5)	510,352 (64.2)	15,285 (1.9)

(注) 表中の構成比は契約当事者の年代、性別等、職業等の各項目計を100として算出し、小数点以下第2位を四捨五入した値である。なお、小計には不明・無回答を含まない。

表11-1 2016年度の契約当事者年代別・性別にみた上位商品・役務等別相談件数

全体			20歳未満			女性		
順位	商品・役務等	件数	順位	商品・役務等	件数	順位	商品・役務等	件数
1	アダルト情報サイト	6,044	1	アダルト情報サイト	3,972	1	アダルト情報サイト	1,914
2	デジタルコンテンツその他	2,134	2	オンラインゲーム	1,148	2	デジタルコンテンツその他	974
3	オンラインゲーム	1,362	3	デジタルコンテンツその他	1,113	3	健康食品	953
4	健康食品	1,091	4	放送サービス	406	4	化粧品	404
5	放送サービス	710	5	出会い系サイト	244	5	放送サービス	281
6	化粧品	615	6	商品一般	217	6	飲料	224
7	商品一般	389	7	移動通信サービス	203	7	移動通信サービス	178
8	移動通信サービス	387	8	化粧品	197	8	オンラインゲーム	177
9	出会い系サイト	352	9	四輪自動車	185	9	商品一般	165
10	賃貸アパート・マンション	310	10	インターネット接続回線	180	10	コンサート	160
11	インターネット接続回線	282	11	賃貸アパート・マンション	148	11	エステティックサービス	155
12	紳士・婦人洋服	258	12	自動二輪車	141	12	賃貸アパート・マンション	154
13	相談その他	249	13	相談その他	138	13	紳士・婦人洋服	147
14	飲料	248	14	健康食品	126	14	出会い系サイト	106
15	四輪自動車	218	15	靴・運動靴	119	15	相談その他	105
16	興信所	203	16	新聞	109	16	インターネット接続回線	98
17	コンサート	197	17	ビジネス教室	107	17	興信所	97
18	靴・運動靴	190	18	紳士・婦人洋服	106	18	他の役務サービス	71
19	エステティックサービス	161	18	内職・副業その他	106	19	靴・運動靴	67
20	他の役務サービス	156	20	興信所	102	20	他の身の回り品	66
21	新聞	155	21	電子ゲーム・ソフト	92	21	医療サービス	65
22	自動二輪車	152	22	他の役務サービス	83	22	かばん	57
23	内職・副業その他	148	23	自動車運転教習所	77	23	貸衣装	54
24	ビジネス教室	138	24	玩具・遊具その他	74	24	電話関連機器・用品	53
25	自動車運転教習所	133	25	修理サービス	67	24	学習塾・予備校	53

全体			20歳代			女性		
順位	商品・役務等	件数	順位	商品・役務等	件数	順位	商品・役務等	件数
1	デジタルコンテンツその他	6,864	1	デジタルコンテンツその他	3,090	1	デジタルコンテンツその他	3,747
2	アダルト情報サイト	5,967	2	アダルト情報サイト	3,039	2	エステティックサービス	3,544
3	賃貸アパート・マンション	5,687	3	賃貸アパート・マンション	2,750	3	賃貸アパート・マンション	2,906
4	エステティックサービス	3,684	4	フリーローン・サラ金	1,894	4	アダルト情報サイト	2,903
5	移動通信サービス	3,376	5	インターネット接続回線	1,703	5	移動通信サービス	1,804
6	インターネット接続回線	2,836	6	移動通信サービス	1,556	6	健康食品	1,633
7	フリーローン・サラ金	2,776	7	四輪自動車	1,518	7	出会い系サイト	1,309
8	商品一般	2,398	8	商品一般	1,276	8	化粧品	1,177
9	健康食品	2,213	9	出会い系サイト	832	9	インターネット接続回線	1,122
10	出会い系サイト	2,147	10	内職・副業その他	716	10	商品一般	1,097
11	四輪自動車	2,014	11	放送サービス	580	11	フリーローン・サラ金	863
12	化粧品	1,643	12	健康食品	567	12	興信所	781
13	内職・副業その他	1,428	13	他の役務サービス	544	13	内職・副業その他	704
14	興信所	1,321	14	興信所	537	14	紳士・婦人洋服	694
15	放送サービス	1,202	15	オンラインゲーム	466	15	医療サービス	665
16	他の役務サービス	1,132	16	化粧品	461	16	放送サービス	609
17	紳士・婦人洋服	1,058	16	相談その他	461	17	他の役務サービス	583
18	医療サービス	896	18	携帯電話	380	18	飲料	494
19	相談その他	867	19	紳士・婦人洋服	363	19	四輪自動車	489
20	結婚式関連サービス	846	20	結婚式関連サービス	357	20	結婚式関連サービス	487
21	携帯電話	730	21	アクセサリ	323	21	相談その他	401
22	飲料	682	22	分譲マンション	316	22	携帯電話	344
23	アクセサリ	653	23	修理サービス	313	23	アクセサリ	326
24	オンラインゲーム	613	24	インターネット通信関連サービス	281	24	他の身の回り品	305
25	修理サービス	547	25	ビジネス教室	271	25	靴・運動靴	282

(注)「全体」の件数には性別が不明なものも含む。

表11-2 2016年度の契約当事者年代別・性別にみた上位商品・役務等別相談件数

全体			30歳代			女性		
順位	商品・役務等	件数	順位	商品・役務等	件数	順位	商品・役務等	件数
1	デジタルコンテンツその他	10,983	1	デジタルコンテンツその他	4,344	1	デジタルコンテンツその他	6,612
2	賃貸アパート・マンション	7,730	2	賃貸アパート・マンション	4,005	2	賃貸アパート・マンション	3,685
3	アダルト情報サイト	7,585	3	アダルト情報サイト	3,963	3	アダルト情報サイト	3,606
4	フリーローン・サラ金	4,142	4	フリーローン・サラ金	2,691	4	健康食品	2,766
5	インターネット接続回線	4,141	5	インターネット接続回線	2,549	5	移動通信サービス	1,798
6	移動通信サービス	3,776	6	移動通信サービス	1,965	6	商品一般	1,609
7	健康食品	3,347	7	四輪自動車	1,687	7	インターネット接続回線	1,581
8	商品一般	3,126	8	商品一般	1,504	8	フリーローン・サラ金	1,425
9	四輪自動車	2,407	9	複合サービス会員	1,343	9	エステティックサービス	1,325
10	複合サービス会員	1,973	10	新築工事	895	10	化粧品	1,219
11	出会い系サイト	1,807	11	出会い系サイト	706	11	出会い系サイト	1,093
12	紳士・婦人洋服	1,571	12	他の役務サービス	674	12	紳士・婦人洋服	1,067
13	化粧品	1,516	13	興信所	643	13	他の役務サービス	800
14	他の役務サービス	1,477	14	携帯電話	620	14	興信所	783
15	興信所	1,429	15	相談その他	607	15	飲料	758
16	エステティックサービス	1,409	16	戸建住宅	589	16	四輪自動車	712
17	相談その他	1,196	17	修理サービス	579	17	複合サービス会員	625
18	新築工事	1,190	18	健康食品	572	18	放送サービス	606
19	放送サービス	1,159	19	オンラインゲーム	568	19	相談その他	580
20	携帯電話	1,134	20	分譲マンション	550	20	かばん	547
21	修理サービス	1,087	21	放送サービス	544	21	携帯電話	510
22	飲料	954	22	紳士・婦人洋服	496	22	修理サービス	505
23	戸建住宅	850	23	パソコン	406	23	医療サービス	492
24	靴・運動靴	769	24	インターネット通信関連サービス	400	24	靴・運動靴	476
25	インターネット通信関連サービス	761	25	外食	356	25	クリーニング	432

全体			40歳代			女性		
順位	商品・役務等	件数	順位	商品・役務等	件数	順位	商品・役務等	件数
1	デジタルコンテンツその他	18,629	1	デジタルコンテンツその他	7,305	1	デジタルコンテンツその他	11,270
2	アダルト情報サイト	12,392	2	アダルト情報サイト	6,976	2	アダルト情報サイト	5,392
3	インターネット接続回線	6,340	3	インターネット接続回線	3,496	3	健康食品	4,097
4	賃貸アパート・マンション	6,034	4	フリーローン・サラ金	3,310	4	賃貸アパート・マンション	2,940
5	フリーローン・サラ金	5,285	5	賃貸アパート・マンション	3,068	5	インターネット接続回線	2,826
6	健康食品	5,003	6	移動通信サービス	2,418	6	商品一般	2,552
7	移動通信サービス	4,787	7	商品一般	2,117	7	移動通信サービス	2,359
8	商品一般	4,692	8	四輪自動車	1,947	8	フリーローン・サラ金	1,945
9	四輪自動車	2,833	9	出会い系サイト	978	9	化粧品	1,911
10	化粧品	2,250	10	修理サービス	940	10	紳士・婦人洋服	1,370
11	出会い系サイト	2,062	11	健康食品	891	11	飲料	1,096
12	紳士・婦人洋服	1,964	12	携帯電話	864	12	他の役務サービス	1,078
13	他の役務サービス	1,938	13	他の役務サービス	855	13	出会い系サイト	1,074
14	興信所	1,908	14	興信所	832	14	興信所	1,071
15	修理サービス	1,850	15	相談その他	817	15	相談その他	914
16	相談その他	1,746	16	放送サービス	698	16	修理サービス	904
17	携帯電話	1,539	17	新築工事	604	17	四輪自動車	872
18	放送サービス	1,400	18	紳士・婦人洋服	592	18	エステティックサービス	802
19	飲料	1,388	19	分譲マンション	536	19	クリーニング	707
20	靴・運動靴	940	20	戸建住宅	524	20	放送サービス	700
21	インターネット通信関連サービス	929	21	パソコン	505	21	携帯電話	670
22	医療サービス	907	22	インターネット通信関連サービス	477	22	学習塾・予備校	658
23	クリーニング	906	23	オンラインゲーム	452	23	医療サービス	638
24	パソコン	889	24	その他金融関連サービス	443	24	靴・運動靴	632
25	新築工事	874	25	外食	430	25	かばん	614

(注)「全体」の件数には性別が不明なものも含む。

表11-3 2016年度の契約当事者年代別・性別にみた上位商品・役務等別相談件数

全体			50歳代			女性		
順位	商品・役務等	件数	順位	商品・役務等	件数	順位	商品・役務等	件数
1	デジタルコンテンツその他	18,773	1	アダルト情報サイト	8,267	1	デジタルコンテンツその他	10,677
2	アダルト情報サイト	11,199	2	デジタルコンテンツその他	8,036	2	アダルト情報サイト	2,896
3	インターネット接続回線	6,378	3	インターネット接続回線	3,583	3	商品一般	2,853
4	商品一般	5,063	4	フリーローン・サラ金	2,916	4	健康食品	2,825
5	フリーローン・サラ金	4,371	5	商品一般	2,183	5	インターネット接続回線	2,778
6	賃貸アパート・マンション	3,809	6	移動通信サービス	1,946	6	賃貸アパート・マンション	1,918
7	健康食品	3,699	7	賃貸アパート・マンション	1,876	7	化粧品	1,871
8	移動通信サービス	3,694	8	四輪自動車	1,529	8	移動通信サービス	1,737
9	四輪自動車	2,197	9	健康食品	862	9	フリーローン・サラ金	1,439
10	化粧品	2,184	10	修理サービス	851	10	紳士・婦人洋服	962
11	修理サービス	1,755	11	出会い系サイト	804	11	修理サービス	899
12	相談その他	1,667	12	他の役務サービス	790	12	相談その他	871
13	他の役務サービス	1,631	13	相談その他	786	13	他の役務サービス	837
14	出会い系サイト	1,467	14	興信所	748	14	クリーニング	794
15	放送サービス	1,364	15	放送サービス	657	15	飲料	775
16	紳士・婦人洋服	1,321	16	携帯電話	639	16	放送サービス	706
17	興信所	1,245	17	インターネット通信関連サービス	526	17	出会い系サイト	660
18	携帯電話	1,146	18	パソコン	478	18	四輪自動車	656
19	飲料	1,055	19	生命保険	442	19	アクセサリ	615
20	インターネット通信関連サービス	980	20	その他金融関連サービス	412	20	新聞	541
21	クリーニング	962	21	新聞	379	21	携帯電話	505
22	生命保険	943	22	外食	361	22	海外バックツァー	497
23	新聞	922	23	紳士・婦人洋服	357	23	生命保険	495
24	その他金融関連サービス	820	24	新築工事	338	24	興信所	493
25	パソコン	763	25	住宅ローン	328	25	医療サービス	483

全体			60歳代			女性		
順位	商品・役務等	件数	順位	商品・役務等	件数	順位	商品・役務等	件数
1	デジタルコンテンツその他	20,569	1	デジタルコンテンツその他	10,791	1	デジタルコンテンツその他	9,716
2	アダルト情報サイト	11,306	2	アダルト情報サイト	9,999	2	商品一般	3,372
3	インターネット接続回線	8,111	3	インターネット接続回線	5,275	3	インターネット接続回線	2,804
4	商品一般	6,306	4	商品一般	2,910	4	健康食品	1,758
5	フリーローン・サラ金	4,114	5	フリーローン・サラ金	2,684	5	フリーローン・サラ金	1,412
6	移動通信サービス	3,246	6	移動通信サービス	1,972	6	アダルト情報サイト	1,276
7	健康食品	2,713	7	賃貸アパート・マンション	1,391	7	移動通信サービス	1,256
8	賃貸アパート・マンション	2,645	8	四輪自動車	1,245	8	賃貸アパート・マンション	1,244
9	修理サービス	2,199	9	修理サービス	1,064	9	化粧品	1,211
10	相談その他	2,060	10	他の役務サービス	1,014	10	相談その他	1,140
11	他の役務サービス	1,903	11	健康食品	942	11	修理サービス	1,119
12	放送サービス	1,832	12	放送サービス	918	12	放送サービス	906
13	四輪自動車	1,801	13	相談その他	909	13	他の役務サービス	884
14	生命保険	1,482	14	インターネット通信関連サービス	735	14	生命保険	828
15	化粧品	1,469	15	生命保険	646	15	社会保険	806
16	新聞	1,415	16	興信所	642	16	アクセサリ	805
17	社会保険	1,210	17	携帯電話	630	17	新聞	783
18	携帯電話	1,100	18	新聞	625	18	ファンド型投資商品	714
19	インターネット通信関連サービス	1,057	19	パソコン	533	19	紳士・婦人洋服	711
20	ファンド型投資商品	1,013	20	出会い系サイト	518	20	クリーニング	661
21	その他金融関連サービス	1,008	21	その他金融関連サービス	473	21	海外バックツァー	572
22	紳士・婦人洋服	930	22	塗装工事	439	22	四輪自動車	549
23	アクセサリ	923	23	損害保険	433	23	飲料	532
24	医療サービス	898	24	屋根工事	432	24	その他金融関連サービス	523
25	海外バックツァー	895	25	パソコンソフト	427	25	医療サービス	522

(注)「全体」の件数には性別が不明なものも含む。

表11-4 2016年度の契約当事者年代別・性別にみた上位商品・役務等別相談件数

全体			70歳以上			女性		
順位	商品・役務等	件数	順位	商品・役務等	件数	順位	商品・役務等	件数
1	デジタルコンテンツその他	13,243	1	デジタルコンテンツその他	7,969	1	健康食品	7,020
2	商品一般	11,293	2	インターネット接続回線	5,281	2	商品一般	6,933
3	健康食品	9,079	3	アダルト情報サイト	5,187	3	デジタルコンテンツその他	5,234
4	インターネット接続回線	7,895	4	商品一般	4,279	4	新聞	2,919
5	アダルト情報サイト	5,603	5	健康食品	1,997	5	社会保険	2,743
6	新聞	4,578	6	移動通信サービス	1,844	6	相談その他	2,651
7	社会保険	4,105	7	フリーローン・サラ金	1,703	7	インターネット接続回線	2,573
8	相談その他	3,970	8	新聞	1,620	8	修理サービス	2,165
9	修理サービス	3,760	9	修理サービス	1,576	9	生命保険	1,867
10	移動通信サービス	3,141	10	放送サービス	1,367	10	他の役務サービス	1,764
11	放送サービス	3,093	11	社会保険	1,339	11	放送サービス	1,697
12	フリーローン・サラ金	2,960	12	相談その他	1,296	12	アクセサリ	1,631
13	他の役務サービス	2,954	13	他の役務サービス	1,180	13	ふとん類	1,585
14	生命保険	2,931	14	生命保険	1,038	14	ファンド型投資商品	1,583
15	ファンド型投資商品	2,163	15	屋根工事	1,016	15	化粧品	1,506
16	賃貸アパート・マンション	2,061	16	賃貸アパート・マンション	929	16	移動通信サービス	1,283
17	ふとん類	1,936	17	四輪自動車	857	17	フリーローン・サラ金	1,237
18	屋根工事	1,929	18	土地	837	18	他の行政サービス	1,134
19	他の行政サービス	1,878	19	その他金融関連サービス	735	19	賃貸アパート・マンション	1,123
20	アクセサリ	1,835	19	他の行政サービス	735	20	屋根工事	896
21	化粧品	1,741	21	インターネット通信関連サービス	643	21	医療サービス	875
22	土地	1,576	22	塗装工事	642	22	その他金融関連サービス	825
23	その他金融関連サービス	1,574	23	飲料	628	23	鮮魚	797
24	医療サービス	1,492	24	電気	619	24	飲料	777
25	飲料	1,413	25	医療サービス	610	25	紳士・婦人洋服	771

(注)「全体」の件数には性別が不明なものも含む。

表12-1 2016年度の内容別分類ごとにみた商品別分類の相談件数・構成比

内容別分類	商品別分類	計	商品一般	食料品	住居品	光熱水品	被服品	保健衛生品	教養娯楽品	車両・乗り物	土地・建物・設備	他の商品	商品全体
	上段：件数 下段：構成比 (%)												
計	887,316 (100.0)	39,663 (4.5)	53,874 (6.1)	33,397 (3.8)	8,551 (1.0)	32,860 (3.7)	24,082 (2.7)	61,242 (6.9)	22,634 (2.6)	26,227 (3.0)	1,296 (0.1)	303,826 (34.2)	
安全・衛生	29,458 (100.0)	300 (1.0)	6,989 (23.7)	4,050 (13.7)	322 (1.1)	630 (2.1)	2,622 (8.9)	1,554 (5.3)	1,955 (6.6)	1,265 (4.3)	57 (0.2)	19,744 (67.0)	
品質・機能、 役務品質	109,844 (100.0)	751 (0.7)	10,740 (9.8)	12,443 (11.3)	750 (0.7)	6,133 (5.6)	5,514 (5.0)	12,982 (11.8)	7,790 (7.1)	5,659 (5.2)	213 (0.2)	62,975 (57.3)	
法規・基準	22,857 (100.0)	917 (4.0)	1,049 (4.6)	696 (3.0)	316 (1.4)	652 (2.9)	408 (1.8)	1,312 (5.7)	751 (3.3)	1,290 (5.6)	34 (0.1)	7,425 (32.5)	
価格・料金	134,804 (100.0)	2,237 (1.7)	5,236 (3.9)	4,403 (3.3)	2,649 (2.0)	3,247 (2.4)	3,146 (2.3)	6,891 (5.1)	3,369 (2.5)	4,867 (3.6)	172 (0.1)	36,217 (26.9)	
計量・量目	948 (100.0)	11 (1.2)	342 (36.1)	58 (6.1)	95 (10.0)	58 (6.1)	61 (6.4)	54 (5.7)	19 (2.0)	44 (4.6)	6 (0.6)	748 (78.9)	
表示・広告	57,664 (100.0)	2,799 (4.9)	8,736 (15.1)	2,602 (4.5)	278 (0.5)	2,767 (4.8)	2,932 (5.1)	4,053 (7.0)	1,646 (2.9)	804 (1.4)	66 (0.1)	26,683 (46.3)	
販売方法	463,822 (100.0)	22,659 (4.9)	31,166 (6.7)	15,190 (3.3)	3,159 (0.7)	19,789 (4.3)	13,604 (2.9)	31,976 (6.9)	7,177 (1.5)	11,738 (2.5)	736 (0.2)	157,194 (33.9)	
契約・解約	646,128 (100.0)	22,910 (3.5)	36,307 (5.6)	20,315 (3.1)	4,427 (0.7)	24,322 (3.8)	17,384 (2.7)	44,653 (6.9)	16,399 (2.5)	16,497 (2.6)	878 (0.1)	204,092 (31.6)	
接客対応	129,266 (100.0)	3,562 (2.8)	9,241 (7.1)	6,543 (5.1)	1,843 (1.4)	5,504 (4.3)	3,729 (2.9)	12,235 (9.5)	5,408 (4.2)	4,531 (3.5)	195 (0.2)	52,791 (40.8)	
包装・容器	769 (100.0)	27 (3.5)	364 (47.3)	89 (11.6)	6 (0.8)	20 (2.6)	91 (11.8)	70 (9.1)	8 (1.0)	2 (0.3)	2 (0.3)	679 (88.3)	
施設・設備	1,429 (100.0)	128 (9.0)	44 (3.1)	39 (2.7)	63 (4.4)	16 (1.1)	3 (0.2)	31 (2.2)	7 (0.5)	191 (13.4)	8 (0.6)	530 (37.1)	

(注) 表中の構成比は内容別分類各項目計を100として算出し、小数点以下第2位を四捨五入した値である。内容別分類は複数回答項目。なお、「他の相談」は内容別分類を行っていない。

表12-2 2016年度の内容別分類ごとにみた商品別分類の相談件数・構成比

内容別分類	商品別分類															
	クリーニング	レンタル・リース・貸借	工事・建築・加工	修理・補修	管理・保管	役務一般	金融・保険サービス	運輸・通信サービス	教育サービス	教養・娯楽サービス	保健・福祉サービス	他の役務	内職・副業・ねずみ講	他の行政サービス	役務全体	他の相談
	上段：件数 下段：構成比 (%)															
計	4,686 (0.5)	44,872 (5.1)	26,893 (3.0)	13,748 (1.5)	2,050 (0.2)	3,757 (0.4)	66,892 (7.5)	272,503 (30.7)	4,413 (0.5)	27,915 (3.1)	39,159 (4.4)	47,082 (5.3)	5,099 (0.6)	5,099 (0.6)	564,168 (63.6)	19,322 (2.2)
安全・衛生	199 (0.7)	1,638 (5.6)	1,024 (3.5)	540 (1.8)	37 (0.1)	1 (0.0)	207 (0.7)	672 (2.3)	28 (0.1)	526 (1.8)	3,722 (12.6)	970 (3.3)	6 (0.0)	144 (0.5)	9,714 (33.0)	-
品質・機能、 役務品質	3,203 (2.9)	6,685 (6.1)	8,065 (7.3)	4,481 (4.1)	265 (0.2)	33 (0.0)	1,110 (1.0)	10,195 (9.3)	396 (0.4)	1,883 (1.7)	6,840 (6.2)	3,228 (2.9)	126 (0.1)	359 (0.3)	46,869 (42.7)	-
法規・基準	199 (0.9)	2,275 (10.0)	719 (3.1)	223 (1.0)	97 (0.4)	80 (0.4)	3,908 (17.1)	3,433 (15.0)	137 (0.6)	752 (3.3)	1,390 (6.1)	1,203 (5.3)	169 (0.7)	847 (3.7)	15,432 (67.5)	-
価格・料金	386 (0.3)	14,642 (10.9)	6,170 (4.6)	4,741 (3.5)	682 (0.5)	582 (0.4)	9,185 (6.8)	40,348 (29.9)	882 (0.7)	4,526 (3.4)	6,323 (4.7)	9,097 (6.7)	729 (0.5)	294 (0.2)	98,587 (73.1)	-
計量・量目	2 (0.2)	9 (0.9)	32 (3.4)	9 (0.9)	0 (0.0)	1 (0.1)	11 (1.2)	33 (3.5)	3 (0.3)	11 (1.2)	28 (3.0)	59 (6.2)	0 (0.0)	2 (0.2)	200 (21.1)	-
表示・広告	88 (0.2)	590 (1.0)	767 (1.3)	767 (1.3)	313 (0.5)	34 (0.1)	1,668 (2.9)	17,287 (30.0)	208 (0.4)	2,381 (4.1)	1,700 (2.9)	4,526 (7.8)	531 (0.9)	121 (0.2)	30,981 (53.7)	-
販売方法	548 (0.1)	5,908 (1.3)	10,472 (2.3)	4,732 (1.0)	287 (0.1)	2,182 (0.5)	21,035 (4.5)	201,384 (43.4)	1,393 (0.3)	12,243 (2.6)	16,518 (3.6)	24,420 (5.3)	4,029 (0.9)	1,477 (0.3)	306,628 (66.1)	-
契約・解約	2,589 (0.4)	35,799 (5.5)	18,358 (2.8)	8,009 (1.2)	1,262 (0.2)	3,388 (0.5)	54,753 (8.5)	228,277 (35.3)	3,616 (0.6)	22,358 (3.5)	22,761 (3.5)	34,604 (5.4)	4,348 (0.7)	1,914 (0.3)	442,036 (68.4)	-
接客対応	1,854 (1.4)	8,514 (6.6)	6,274 (4.9)	3,582 (2.8)	605 (0.5)	164 (0.1)	7,818 (6.0)	25,866 (20.0)	856 (0.7)	5,113 (4.0)	6,934 (5.4)	7,440 (5.8)	370 (0.3)	1,085 (0.8)	76,475 (59.2)	-
包装・容器	0 (0.0)	7 (0.9)	1 (0.1)	3 (0.4)	1 (0.1)	0 (0.0)	2 (0.3)	39 (5.1)	1 (0.1)	3 (0.4)	17 (2.2)	12 (1.6)	1 (0.1)	3 (0.4)	90 (11.7)	-
施設・設備	3 (0.2)	254 (17.8)	110 (7.7)	40 (2.8)	50 (3.5)	1 (0.1)	17 (1.2)	82 (5.7)	9 (0.6)	120 (8.4)	76 (5.3)	88 (6.2)	3 (0.2)	46 (3.2)	899 (62.9)	-

(注) 表中の構成比は内容別分類各項目計を100として算出し、小数点以下第2位を四捨五入した値である。内容別分類は複数回答項目。なお、「他の相談」は内容別分類を行っていない。

表13-1 2016年度の契約当事者年代別等に応じた内容別分類ごとの相談件数・構成比

契約当事者	内容別分類	計	安全・衛生	役務品質 品質・機能、	法規・基準	価格・料金	計量・量目	上段：件数 下段：構成比 (%)	
	計	887,316 (100.0)	29,458 (3.3)	109,844 (12.4)	22,857 (2.6)	134,804 (15.2)	948 (0.1)		
年代	20歳未満	20,423 (100.0)	367 (1.8)	1,089 (5.3)	386 (1.9)	3,636 (17.8)	5 (0.0)		
	20歳代	77,559 (100.0)	2,015 (2.6)	7,304 (9.4)	1,810 (2.3)	14,507 (18.7)	30 (0.0)		
	30歳代	107,266 (100.0)	3,758 (3.5)	14,392 (13.4)	2,806 (2.6)	18,246 (17.0)	79 (0.1)		
	40歳代	141,777 (100.0)	5,153 (3.6)	19,003 (13.4)	3,469 (2.4)	21,645 (15.3)	142 (0.1)		
	50歳代	125,278 (100.0)	4,572 (3.6)	16,930 (13.5)	3,054 (2.4)	18,196 (14.5)	132 (0.1)		
	60歳代	134,730 (100.0)	4,814 (3.6)	18,123 (13.5)	3,398 (2.5)	19,305 (14.3)	191 (0.1)		
	70歳以上	173,804 (100.0)	4,729 (2.7)	18,380 (10.6)	3,973 (2.3)	24,492 (14.1)	197 (0.1)		
	小計	780,837 (100.0)	25,408 (2.8)	95,221 (10.9)	18,896 (2.6)	120,027 (14.6)	776 (0.1)		
性別等	男性	411,350 (100.0)	10,652 (3.3)	48,279 (12.2)	12,052 (2.4)	66,807 (15.4)	460 (0.1)		
	女性	437,249 (100.0)	17,401 (2.6)	56,799 (11.7)	9,354 (2.9)	63,394 (16.2)	442 (0.1)		
	団体	17,277 (100.0)	358 (4.0)	2,145 (13.0)	496 (2.1)	2,284 (14.5)	20 (0.1)		
	小計	865,876 (100.0)	28,411 (2.0)	107,223 (12.4)	21,902 (2.8)	132,485 (13.2)	922 (0.1)		
職業等	給与生活者	344,283 (100.0)	10,724 (2.1)	42,065 (12.4)	8,597 (2.9)	57,647 (13.2)	258 (0.1)		
	自営・自由業	49,847 (100.0)	1,733 (3.3)	7,024 (12.4)	1,545 (2.5)	7,563 (15.3)	66 (0.1)		
	家事従事者	133,271 (100.0)	6,035 (3.1)	20,199 (12.2)	2,518 (2.5)	17,339 (16.7)	164 (0.1)		
	学生	31,115 (100.0)	531 (3.5)	1,911 (14.1)	617 (3.1)	5,540 (15.2)	11 (0.1)		
	無職	219,112 (100.0)	6,244 (4.5)	23,846 (15.2)	5,633 (1.9)	32,038 (13.0)	279 (0.1)		
	企業等	17,024 (100.0)	346 (1.7)	2,104 (6.1)	484 (2.0)	2,245 (17.8)	20 (0.0)		
	小計	794,652 (100.0)	25,613 (3.2)	97,149 (12.2)	19,394 (2.4)	122,372 (15.4)	798 (0.1)		

(注) 表中の構成比は契約当事者の年代、性別等、職業等の各項目計を100として算出し、小数点以下第2位を四捨五入した値である。内容別分類は複数回答項目。なお、小計には不明・無回答を含まない。

表13-2 2016年度の契約当事者年代別等にした内容別分類ごとの相談件数・構成比

契約当事者	内容別分類	表示・広告	販売方法	契約・解約	接客対応	包装・容器	施設・設備	上段：件数 下段：構成比 (%)	
								件数	構成比 (%)
	計	57,664 (6.5)	463,822 (52.3)	646,128 (72.8)	129,266 (14.6)	769 (0.1)	1,429 (0.2)		
年代	20歳未満	1,399 (6.9)	14,185 (69.5)	17,681 (86.6)	1,756 (8.6)	8 (0.0)	22 (0.1)		
	20歳代	4,536 (5.8)	42,322 (54.6)	64,650 (83.4)	10,041 (12.9)	38 (0.0)	84 (0.1)		
	30歳代	7,491 (7.0)	53,475 (49.9)	84,036 (78.3)	17,553 (16.4)	77 (0.1)	188 (0.2)		
	40歳代	10,818 (7.6)	74,633 (52.6)	107,403 (75.8)	23,123 (16.3)	135 (0.1)	213 (0.2)		
	50歳代	9,330 (7.4)	66,658 (53.2)	92,470 (73.8)	19,526 (15.6)	134 (0.1)	194 (0.2)		
	60歳代	9,404 (7.0)	72,699 (54.0)	94,847 (70.4)	18,996 (14.1)	137 (0.1)	183 (0.1)		
	70歳以上	8,758 (5.0)	98,718 (56.8)	117,170 (67.4)	20,907 (12.0)	136 (0.1)	267 (0.2)		
	小計	51,736 (5.7)	422,690 (52.8)	578,257 (69.7)	111,902 (13.2)	665 (0.1)	1,151 (0.2)		
性別等	男性	27,195 (6.6)	213,754 (54.1)	305,739 (74.1)	59,321 (14.3)	366 (0.1)	611 (0.1)		
	女性	28,339 (6.6)	234,332 (52.0)	316,628 (74.3)	64,957 (14.4)	368 (0.1)	686 (0.1)		
	団体	792 (6.5)	7,184 (53.6)	12,007 (72.4)	2,177 (14.9)	6 (0.1)	33 (0.2)		
	小計	56,326 (4.6)	455,270 (41.7)	634,374 (69.6)	126,455 (12.6)	740 (0.0)	1,330 (0.2)		
職業等	給与生活者	23,637 (4.6)	183,778 (41.6)	269,523 (69.5)	51,893 (12.6)	242 (0.0)	506 (0.2)		
	自営・自由業	3,584 (6.5)	25,396 (52.6)	36,057 (73.3)	8,337 (14.6)	57 (0.1)	71 (0.2)		
	家事従事者	9,217 (6.9)	73,392 (53.4)	91,653 (78.3)	19,584 (15.1)	148 (0.1)	194 (0.1)		
	学生	2,047 (7.2)	20,611 (50.9)	26,494 (72.3)	3,055 (16.7)	10 (0.1)	35 (0.1)		
	無職	12,488 (6.9)	115,787 (55.1)	152,667 (68.8)	28,985 (14.7)	182 (0.1)	332 (0.1)		
	企業等	777 (6.6)	7,105 (66.2)	11,852 (85.1)	2,146 (9.8)	6 (0.0)	30 (0.1)		
	小計	51,750 (6.5)	426,069 (53.6)	588,246 (74.0)	114,000 (14.3)	645 (0.1)	1,168 (0.1)		

(注) 表中の構成比は契約当事者の年代、性別等、職業等の各項目計を100として算出し、小数点以下第2位を四捨五入した値である。内容別分類は複数回答項目。なお、小計には不明・無回答を含まない。

表14-1 2016年度の主な内容別分類ごとにみた上位商品・役務等別相談件数

安全・品質		件数 割合 (%)	価格・料金		件数 割合 (%)	表示・広告		件数 割合 (%)
全 体		116,873 (100.0)	全 体		134,804 (100.0)	全 体		57,664 (100.0)
順位	商品・役務等		順位	商品・役務等		順位	商品・役務等	
1	賃貸アパート・マンション	5,954 (5.1)	1	アダルト情報サイト	12,856 (9.5)	1	デジタルコンテンツ その他	9,718 (16.9)
2	四輪自動車	5,080 (4.3)	2	賃貸アパート・マンション	11,328 (8.4)	2	健康食品	4,780 (8.3)
3	修理サービス	4,368 (3.7)	3	デジタルコンテンツ その他	6,982 (5.2)	3	アダルト情報サイト	3,716 (6.4)
4	健康食品	3,642 (3.1)	4	インターネット 接続回線	6,504 (4.8)	4	商品一般	2,799 (4.9)
5	クリーニング	3,295 (2.8)	5	移動通信サービス	6,068 (4.5)	5	化粧品	1,937 (3.4)
6	移動通信サービス	2,736 (2.3)	6	フリーローン・サラ金	4,532 (3.4)	6	他の役務サービス	1,280 (2.2)
7	携帯電話	2,570 (2.2)	7	修理サービス	4,469 (3.3)	7	興信所	1,240 (2.2)
8	医療サービス	2,203 (1.9)	8	健康食品	3,270 (2.4)	8	飲料	968 (1.7)
9	紳士・婦人洋服	2,198 (1.9)	9	四輪自動車	2,488 (1.8)	9	紳士・婦人洋服	925 (1.6)
10	化粧品	2,194 (1.9)	10	商品一般	2,237 (1.7)	10	四輪自動車	891 (1.5)
11	新築工事	1,932 (1.7)	11	他の役務サービス	2,125 (1.6)	11	移動通信サービス	832 (1.4)
12	デジタルコンテンツ その他	1,901 (1.6)	12	放送サービス	2,040 (1.5)	12	出会い系サイト	807 (1.4)
13	パソコン	1,822 (1.6)	13	出会い系サイト	1,652 (1.2)	13	修理サービス	728 (1.3)
14	インターネット 接続回線	1,800 (1.5)	14	医療サービス	1,531 (1.1)	14	フリーローン・サラ金	620 (1.1)
15	戸建住宅	1,575 (1.3)	15	エステティック サービス	1,343 (1.0)	15	インターネット 接続回線	565 (1.0)
16	飲料	1,552 (1.3)	16	興信所	1,304 (1.0)	16	調理食品	515 (0.9)
17	調理食品	1,537 (1.3)	17	携帯電話	1,300 (1.0)	16	インターネット 通信関連サービス	515 (0.9)
18	歯科治療	1,416 (1.2)	18	化粧品	1,282 (1.0)	18	外食	462 (0.8)
19	家具類	1,239 (1.1)	19	借家	1,185 (0.9)	19	菓子類	446 (0.8)
20	塗装工事	1,236 (1.1)	20	オンラインゲーム	1,031 (0.8)	20	内職・副業その他	401 (0.7)
21	増改築工事	1,068 (0.9)	21	プロパンガス	1,027 (0.8)	21	パソコンソフト	385 (0.7)
22	外食	1,062 (0.9)	22	新築工事	950 (0.7)	22	オンラインゲーム	380 (0.7)
23	他の工事・ 建築サービス	981 (0.8)	23	ふとん類	942 (0.7)	23	エステティック サービス	373 (0.6)
24	こんろ類	963 (0.8)	24	アクセサリ	938 (0.7)	24	賃貸アパート・ マンション	367 (0.6)
25	テレビ	937 (0.8)	25	屋根工事	906 (0.7)	25	靴・運動靴	363 (0.6)

(注1) 表中の割合は内容別分類各項目計を100として算出し、小数点以下第2位を四捨五入した値である。内容別分類は複数回答項目。

(注2) 「安全・品質」は「安全・衛生」「品質・機能、役務品質」のいずれかが問題となっているもの。

表14-2 2016年度の主な内容別分類ごとにみた上位商品・役務等別相談件数

取引		件数 割合 (%)	接客対応		件数 割合 (%)
全 体		760,576 (100.0)	全 体		129,266 (100.0)
順位	商品・役務等		順位	商品・役務等	
1	デジタルコンテンツ その他	94,837 (12.5)	1	インターネット 接続回線	6,906 (5.3)
2	アダルト情報サイト	62,258 (8.2)	2	賃貸アパート・ マンション	6,483 (5.0)
3	インターネット 接続回線	39,174 (5.2)	3	移動通信サービス	6,172 (4.8)
4	商品一般	35,887 (4.7)	4	健康食品	3,926 (3.0)
5	健康食品	28,171 (3.7)	5	商品一般	3,562 (2.8)
6	賃貸アパート・ マンション	26,476 (3.5)	6	四輪自動車	3,465 (2.7)
7	フリーローン・サラ金	25,567 (3.4)	7	修理サービス	3,313 (2.6)
8	移動通信サービス	22,465 (3.0)	8	デジタルコンテンツ その他	3,172 (2.5)
9	他の役務サービス	12,069 (1.6)	9	放送サービス	2,439 (1.9)
10	放送サービス	11,484 (1.5)	10	携帯電話	2,292 (1.8)
11	四輪自動車	11,428 (1.5)	11	医療サービス	1,908 (1.5)
12	化粧品	11,256 (1.5)	12	クリーニング	1,854 (1.4)
13	新聞	9,621 (1.3)	13	紳士・婦人洋服	1,837 (1.4)
14	出会い系サイト	9,443 (1.2)	14	生命保険	1,775 (1.4)
15	修理サービス	9,146 (1.2)	15	化粧品	1,721 (1.3)
16	紳士・婦人洋服	7,734 (1.0)	16	新築工事	1,648 (1.3)
17	興信所	7,539 (1.0)	17	外食	1,569 (1.2)
18	生命保険	6,968 (0.9)	18	他の役務サービス	1,432 (1.1)
19	エステティック サービス	6,636 (0.9)	19	飲料	1,409 (1.1)
20	社会保険	6,542 (0.9)	20	損害保険	1,376 (1.1)
21	飲料	6,245 (0.8)	21	パソコン	1,316 (1.0)
22	携帯電話	5,837 (0.8)	22	新聞	1,280 (1.0)
23	インターネット 通信関連サービス	5,797 (0.8)	23	エステティック サービス	1,195 (0.9)
24	その他金融関連 サービス	5,497 (0.7)	24	他の行政サービス	1,085 (0.8)
25	アクセサリ	5,446 (0.7)	25	引越	1,026 (0.8)

(注1) 表中の割合は内容別分類各項目計を100として算出し、小数点以下第2位を四捨五入した値である。内容別分類は複数回答項目。

(注2) 「取引」は「販売方法」「契約・解約」のいずれかが問題となっているもの。

表15-1 2016年度の販売購入形態別にみた上位商品・役務等別相談件数

店舗購入		件数 割合(%)	訪問販売		件数 割合(%)	通信販売		件数 割合(%)	マルチ取引		件数 割合(%)
全 体		241,951 (100.0)	全 体		80,593 (100.0)	全 体		324,122 (100.0)	全 体		11,327 (100.0)
順位	商品・役務等		順位	商品・役務等		順位	商品・役務等		順位	商品・役務等	
1	賃貸アパート・マンション	26,553 (11.0)	1	新聞	8,343 (10.4)	1	デジタルコンテンツその他	91,093 (28.1)	1	健康食品	1,854 (16.4)
2	移動通信サービス	17,166 (7.1)	2	放送サービス	7,903 (9.8)	2	アダルト情報サイト	61,564 (19.0)	2	化粧品	1,367 (12.1)
3	フリーローン・サラ金	14,744 (6.1)	3	インターネット接続回線	5,019 (6.2)	3	健康食品	18,969 (5.9)	3	内職・副業その他	1,212 (10.7)
4	四輪自動車	11,244 (4.6)	4	修理サービス	3,612 (4.5)	4	商品一般	10,589 (3.3)	4	商品一般	1,074 (9.5)
5	エステティックサービス	6,360 (2.6)	5	屋根工事	2,599 (3.2)	5	出会い系サイト	9,388 (2.9)	5	ファンド型投資商品	1,025 (9.0)
6	修理サービス	5,920 (2.4)	6	塗装工事	2,240 (2.8)	6	化粧品	8,389 (2.6)	6	複合サービス会員	599 (5.3)
7	携帯電話	5,783 (2.4)	7	生命保険	2,126 (2.6)	7	興信所	6,016 (1.9)	7	飲料	366 (3.2)
8	医療サービス	5,743 (2.4)	8	ふとん類	1,744 (2.2)	8	紳士・婦人洋服	5,566 (1.7)	8	ビジネス教室	230 (2.0)
9	クリーニング	4,127 (1.7)	9	ソーラーシステム	1,716 (2.1)	9	他の役務サービス	5,197 (1.6)	9	デジタルコンテンツその他	217 (1.9)
10	インターネット接続回線	3,964 (1.6)	10	他の役務サービス	1,508 (1.9)	10	オンラインゲーム	3,850 (1.2)	10	浄水器	211 (1.9)
11	商品一般	3,753 (1.6)	11	建物清掃サービス	1,478 (1.8)	11	インターネット接続回線	3,486 (1.1)	11	リゾート会員権	192 (1.7)
12	新築工事	3,355 (1.4)	12	リースサービス	1,382 (1.7)	12	インターネット通信関連サービス	3,483 (1.1)	12	教養娯楽・資格教材	151 (1.3)
13	外食	3,264 (1.3)	12	複合サービス会員	1,382 (1.7)	13	飲料	3,387 (1.0)	13	空気清浄機	149 (1.3)
14	歯科治療	2,842 (1.2)	14	浄水器	1,302 (1.6)	14	移動通信サービス	3,153 (1.0)	14	その他金融関連サービス	147 (1.3)
15	戸建住宅	2,684 (1.1)	15	電気温水器	1,297 (1.6)	15	海外パッケージツアー	2,953 (0.9)	15	ふとん類	141 (1.2)

(注1) 表中の割合は各形態別の全体数を100として算出し、小数点以下第2位を四捨五入した値である。

(注2) 「訪問販売」には、「家庭訪問」「アポイントメントセールス」「SF商法」「キャッチセールス」などが含まれる。

表15-2 2016年度の販売購入形態別にみた上位商品・役務等別相談件数

電話勧誘販売		件数 割合(%)	ネガティブ・ オプション		件数 割合(%)	訪問購入		件数 割合(%)	その他 無店舗販売		件数 割合(%)
全 体		68,855 (100.0)	全 体		3,026 (100.0)	全 体		8,619 (100.0)	全 体		6,600 (100.0)
順位	商品・役務等		順位	商品・役務等		順位	商品・役務等		順位	商品・役務等	
1	インターネット 接続回線	23,118 (33.6)	1	健康食品	736 (24.3)	1	アクセサリ	1,745 (20.2)	1	移动通信 サービス	467 (7.1)
2	商品一般	5,518 (8.0)	2	商品一般	425 (14.0)	2	商品一般	1,449 (16.8)	2	飲料	333 (5.0)
3	健康食品	4,264 (6.2)	3	書籍	144 (4.8)	3	被服品一般	752 (8.7)	3	フリーローン・ サラ金	244 (3.7)
4	社会保険	2,128 (3.1)	4	化粧品	122 (4.0)	4	靴・運動靴	555 (6.4)	4	家庭用電気 治療器具	196 (3.0)
5	他の役務 サービス	1,976 (2.9)	5	カレンダー	109 (3.6)	5	和服	501 (5.8)	5	修理サービス	188 (2.8)
6	ファンド型 投資商品	1,438 (2.1)	6	新聞	104 (3.4)	6	四輪自動車	457 (5.3)	6	パーキング	177 (2.7)
7	鮮魚	1,237 (1.8)	7	雑誌	100 (3.3)	7	紳士・婦人洋服	428 (5.0)	7	健康食品	166 (2.5)
8	I P 電話	1,229 (1.8)	8	鮮魚	94 (3.1)	8	洋服一般	371 (4.3)	8	他の役務 サービス	160 (2.4)
9	デジタルコンテ ンツその他	1,195 (1.7)	9	飲料	75 (2.5)	9	他の商品	209 (2.4)	9	ファンド型 投資商品	156 (2.4)
10	電気	991 (1.4)	10	書籍・印刷物 その他	70 (2.3)	10	コレクション 用品	140 (1.6)	10	アクセサリ	123 (1.9)
11	インターネット 通信関連サービス	947 (1.4)	11	電話関連機器・ 用品	58 (1.9)	11	食器	116 (1.3)	11	和服	104 (1.6)
12	移动通信 サービス	907 (1.3)	12	仏具・神具類	54 (1.8)	12	時計・ 時計付属品	107 (1.2)	12	四輪自動車	99 (1.5)
13	フリーローン・ サラ金	895 (1.3)	13	動物用医薬品	53 (1.8)	13	テレビ	102 (1.2)	13	商品一般	98 (1.5)
14	広告代理 サービス	801 (1.2)	14	アクセサリ	41 (1.4)	14	かばん	98 (1.1)	14	内職・副業 その他	88 (1.3)
15	飲料	785 (1.1)	15	魚介類全般	36 (1.2)	15	フィルムカメラ	87 (1.0)	15	廃品回収 サービス	87 (1.3)
			15	他の身の回り品	36 (1.2)						

(注1) 表中の割合は各形態別の全体数を100として算出し、小数点以下第2位を四捨五入した値である。

(注2) 2013年2月21日以降、特定商取引法改正により「訪問購入」を新設した。

表16-1 2016年度の上位商品・役務等別にみた相談の特徴

順位	商品・役務等	件数	男女別の傾向		契約当事者の特徴	平均契約金額 (円) 平均既支払金額 (円)	主な販売購入形態 (%)	
			性別	件数			平均年齢	
1	デジタルコンテンツその他	96,638	男性	44,765	53.9	40歳代～60歳代 給与生活者	328,754	通信販売 (94.3)
			女性	50,242	50.2		94,696	電話勧誘販売 (1.2)
2	アダルト情報サイト	62,408	男性	42,746	49.6	40歳代～60歳代 給与生活者	265,846	通信販売 (98.6)
			女性	18,928	39.4		31,091	電話勧誘販売 (0.4)
3	インターネット接続回線	40,550	男性	24,315	55.5	40歳以上 給与生活者	33,859	電話勧誘販売 (57.0)
			女性	14,803	53.3		6,996	訪問販売 (12.4)
4	商品一般	39,663	男性	16,637	56.2	70歳以上 無職、給与生活者	775,571	通信販売 (26.7)
			女性	20,465	59.5		193,586	電話勧誘販売 (13.9)
5	賃貸アパート・マンション	32,681	男性	16,180	42.5	20歳代～40歳代 給与生活者	264,041	店舗購入 (81.2)
			女性	15,331	42.7		100,586	通信販売 (0.6)
6	健康食品	29,312	男性	6,443	57.2	70歳以上、女性中心 給与生活者、無職	67,838	通信販売 (64.7)
			女性	22,320	54.9		43,635	電話勧誘販売 (14.5)
7	フリーローン・サラ金	26,927	男性	17,062	48.9	30歳代～60歳代 給与生活者	2,191,562	店舗購入 (54.8)
			女性	9,091	50.3		259,217	通信販売 (9.7)
8	移动通信サービス	25,134	男性	13,151	49.4	20歳代～60歳代 給与生活者	95,177	店舗購入 (68.3)
			女性	11,294	46.5		16,585	通信販売 (12.5)
9	四輪自動車	14,337	男性	9,924	45.8	20歳代～50歳代 給与生活者	1,621,718	店舗購入 (78.4)
			女性	3,914	46.1		809,338	通信販売 (9.0)
10	他の役務サービス	13,246	男性	5,645	53.5	70歳以上 給与生活者、無職	362,210	通信販売 (39.2)
			女性	6,443	54.7		235,910	店舗購入 (15.6)
11	修理サービス	12,865	男性	5,968	57.0	70歳以上 給与生活者、無職	209,734	店舗購入 (46.0)
			女性	6,368	60.5		85,547	訪問販売 (28.1)
12	放送サービス	12,630	男性	5,999	52.4	70歳以上 給与生活者、無職	43,074	訪問販売 (62.6)
			女性	6,125	54.5		11,781	店舗購入 (6.2)
13	化粧品	12,446	男性	2,217	43.1	20歳代～50歳代、70歳以上 女性中心、給与生活者	55,642	通信販売 (67.4)
			女性	9,947	49.0		34,326	マルチ・マルチまがい (11.0)
14	新聞	9,835	男性	3,902	63.4	70歳以上 無職	42,600	訪問販売 (84.8)
			女性	5,507	67.5		5,994	店舗購入 (2.4)
15	出会い系サイト	9,551	男性	4,634	43.9	20歳代～50歳代 給与生活者	543,518	通信販売 (98.3)
			女性	4,814	39.1		477,692	店舗購入 (0.2)
16	紳士・婦人洋服	8,865	男性	2,532	43.2	30歳代～50歳代 給与生活者	64,458	通信販売 (62.8)
			女性	6,175	47.7		34,280	店舗購入 (27.2)
17	生命保険	7,666	男性	3,175	61.3	70歳以上 無職	5,415,409	訪問販売 (27.7)
			女性	4,275	64.8		4,112,985	店舗購入 (23.4)
18	興信所	7,649	男性	3,883	46.4	20歳代～40歳代 給与生活者	160,502	通信販売 (78.7)
			女性	3,674	40.2		62,840	電話勧誘販売 (8.9)
19	携帯電話	7,499	男性	4,149	49.8	30歳代～60歳代 給与生活者	98,613	店舗購入 (77.1)
			女性	3,177	48.6		24,426	通信販売 (13.8)
20	飲料	7,453	男性	2,204	57.0	30歳代～50歳代、70歳以上 給与生活者	54,499	通信販売 (45.4)
			女性	5,012	48.7		35,709	店舗購入 (17.1)
21	エステティックサービス	7,085	男性	282	32.5	20歳代、女性中心 給与生活者	333,005	店舗購入 (89.8)
			女性	6,732	31.2		144,397	訪問販売 (3.6)
22	社会保険	6,853	男性	2,336	68.0	70歳以上 無職	282,071	電話勧誘販売 (31.1)
			女性	4,223	71.2		128,427	店舗購入 (2.1)
23	医療サービス	6,723	男性	2,326	55.5	70歳以上 給与生活者、無職	488,379	店舗購入 (85.4)
			女性	4,193	50.7		204,472	電話勧誘販売 (2.1)
24	インターネット 通信関連サービス	6,074	男性	3,472	54.1	30歳以上 給与生活者	54,226	通信販売 (57.3)
			女性	2,252	48.1		13,004	電話勧誘販売 (15.6)
25	その他金融関連サービス	5,982	男性	3,014	55.0	70歳以上 給与生活者、無職	939,455	店舗購入 (39.6)
			女性	2,791	57.9		426,049	通信販売 (14.1)

(注1) 「他の相談」に属する項目は集計対象から除いている。

(注2) 「訪問販売」には「家庭訪問」「アポイントメントセールス」「SF商法」「キャッチセールス」などが含まれる。

(注3) 2015年度から商品別分類を変更したことなどにより、「デジタルコンテンツその他」「商品一般」「他の役務サービス」「修理サービス」「紳士・婦人洋服」「その他金融関連サービス」については2014年度以前と2015年度以降での時系列の比較はできない(「商品・役務等」の名称が同じでも定義の変更により時系列での比較ができない)。「過去5年間の件数の推移」については2015年度以降受付分のみグラフとした。

表16-2 2016年度の上位商品・役務等別にみた相談の特徴

順位	商品・役務等	件数	主な相談内容等 (相談内容は複数回答項目である)	過去5年間の件数の推移
1	デジタルコンテンツその他	96,638	①インターネット通販、②架空請求、③迷惑メール、④詐欺、⑤強引、⑥プライバシー、⑦解約、⑧虚偽説明、⑨高価格・料金、⑩電子広告	96,638 78,285
2	アダルト情報サイト	62,408	①インターネット通販、②ポルノ・風俗、③ワンクリック請求、④高価格・料金、⑤詐欺、⑥プライバシー、⑦強引、⑧電子広告、⑨架空請求、⑩無料商法	111,938 62,408
3	インターネット接続回線	40,550	①解約、②電話勧誘、③説明不足、④解約料、⑤経済性、⑥虚偽説明、⑦契約書・書面、⑧信用性、⑨連絡不能、⑩家庭訪販	44,055 16,928
4	商品一般	39,663	①電話勧誘、②信用性、③インターネット通販、④プライバシー、⑤架空請求、⑥迷惑メール、⑦詐欺、⑧クレジットカード、⑨強引、⑩身分詐称	43,086 39,663
5	賃貸アパート・マンション	32,681	①解約、②修理代、③保証金等、④契約書・書面、⑤高価格・料金、⑥返金、⑦クレーム処理、⑧説明不足、⑨補償、⑩不当請求	33,770 32,681
6	健康食品	29,312	①解約、②インターネット通販、③電子広告、④連絡不能、⑤電話勧誘、⑥返品、⑦高価格・料金、⑧強引、⑨効能・効果、⑩代引配達	46,982 18,152
7	フリーローン・サラ金	26,927	①多重債務、②金利・利息、③契約書・書面、④クレジットカード、⑤自己破産、⑥債権回収業者、⑦時効、⑧銀行等、⑨高価格・料金、⑩信用性	45,625 26,927
8	移動通信サービス	25,134	①解約、②説明不足、③解約料、④高価格・料金、⑤契約書・書面、⑥クレーム処理、⑦虚偽説明、⑧価格・料金、⑨返金、⑩難解	25,647 17,696
9	四輪自動車	14,337	①解約、②契約書・書面、③クレーム処理、④説明不足、⑤補償、⑥解約料、⑦返金、⑧約束不履行、⑨高価格・料金、⑩早期故障	14,846 13,555
10	他の役務サービス	13,246	①インターネット通販、②解約、③信用性、④電子広告、⑤電話勧誘、⑥高価格・料金、⑦プライバシー、⑧詐欺、⑨返金、⑩虚偽説明	13,358 13,246
11	修理サービス	12,865	①修理代、②高価格・料金、③家庭訪販、④説明不足、⑤見積り、⑥クレーム処理、⑦信用性、⑧解約、⑨機能故障、⑩返金	12,865 11,603
12	放送サービス	12,630	①家庭訪販、②解約、③強引、④公共料金、⑤説明不足、⑥契約書・書面、⑦法令、⑧販売態度、⑨信用性、⑩クレーム処理	13,582 11,544
13	化粧品	12,446	①インターネット通販、②解約、③電子広告、④返品、⑤連絡不能、⑥返金、⑦信用性、⑧高価格・料金、⑨クレジットカード、⑩皮膚障害	12,446 7,801
14	新聞	9,835	①家庭訪販、②解約、③景品付販売、④強引、⑤クーリングオフ、⑥契約書・書面、⑦長期契約、⑧判断不十分者契約、⑨クレーム処理、⑩解約拒否	12,212 9,835
15	出会い系サイト	9,551	①インターネット通販、②詐欺、③返金、④解約、⑤高価格・料金、⑥SNS、⑦クレジットカード、⑧迷惑メール、⑨虚偽説明、⑩プライバシー	21,155 9,551
16	紳士・婦人洋服	8,865	①インターネット通販、②解約、③返品、④返金、⑤連絡不能、⑥商品未着、⑦電子広告、⑧クレーム処理、⑨詐欺、⑩サイズ	8,865 8,117
17	生命保険	7,666	①説明不足、②解約、③契約書・書面、④家庭訪販、⑤信用性、⑥クレーム処理、⑦プライバシー、⑧返金、⑨難解、⑩強引	8,978 7,666
18	興信所	7,649	①インターネット通販、②二次被害、③電子広告、④ワンクリック請求、⑤ポルノ・風俗、⑥解約、⑦虚偽説明、⑧信用性、⑨契約書・書面、⑩高価格・料金	7,649 1,734
19	携帯電話	7,499	①解約、②説明不足、③クレーム処理、④交換、⑤早期故障、⑥機能故障、⑦高価格・料金、⑧解約料、⑨アフターサービス、⑩インターネット通販	8,614 7,445
20	飲料	7,453	①解約、②インターネット通販、③連絡不能、④電子広告、⑤返品、⑥電話勧誘、⑦説明不足、⑧無料商法、⑨クレーム処理、⑩信用性	7,453 4,458
21	エステティックサービス	7,085	①解約、②返金、③クーリングオフ、④高価格・料金、⑤契約書・書面、⑥痩身、⑦約束不履行、⑧解約料、⑨強引、⑩電子広告	8,445 7,085
22	社会保険	6,853	①還付金詐欺、②身分詐称、③電話勧誘、④詐欺、⑤劇場型勧誘、⑥虚偽説明、⑦信用性、⑧プライバシー、⑨紛失、⑩銀行等	6,853 1,864
23	医療サービス	6,723	①美容医療、②説明不足、③高価格・料金、④施術不良、⑤返金、⑥解約、⑦販売態度、⑧クレーム処理、⑨契約書・書面、⑩信用性	8,001 6,723
24	インターネット 通信関連サービス	6,074	①解約、②インターネット通販、③クレジットカード、④説明不足、⑤電話勧誘、⑥連絡不能、⑦難解、⑧返金、⑨無断契約、⑩契約書・書面	6,074 2,747
25	その他金融関連サービス	5,982	①クレジットカード、②解約、③説明不足、④信用性、⑤契約書・書面、⑥プライバシー、⑦難解、⑧連絡不能、⑨ポイントサービス、⑩インターネット通販	6,122 5,982

表17-1 2016年度の上位販売方法・手口別にみた相談の特徴

順位	販売方法・手口	件数	男女別の傾向			契約当事者の特徴	平均契約金額(円) 平均既支払金額(円)
			性別	件数	平均年齢		
1	インターネット通販	208,841	男性	105,713	49.6	30歳代～60歳代 給与生活者	220,397
			女性	99,583	44.4		72,683
2	電話勧誘販売	59,501	男性	25,780	59.7	70歳以上 給与生活者、無職	954,296
			女性	30,402	65.7		352,896
3	ワンクリック請求	59,486	男性	40,177	49.2	40歳代～60歳代 給与生活者	228,382
			女性	18,685	38.0		24,196
4	家庭訪販	51,804	男性	21,181	60.8	70歳以上 無職	1,612,559
			女性	29,025	65.8		700,389
5	かたり商法(身分詐称)	24,431	男性	8,783	60.7	70歳以上 無職	1,074,234
			女性	14,519	64.9		228,460
6	無料商法	22,276	男性	11,115	52.5	20歳以上 給与生活者	286,961
			女性	10,416	48.3		55,661
7	被害にあった人を勧誘(二次被害)	14,270	男性	7,922	50.3	30歳代～50歳代、70歳以上 給与生活者	832,539
			女性	6,170	47.0		499,404
8	マルチ取引	11,327	男性	4,663	34.3	20歳代 給与生活者	985,352
			女性	6,286	46.4		925,111
9	サイドビジネス商法	11,217	男性	5,128	35.6	20歳代 給与生活者	818,561
			女性	5,816	40.2		536,661
10	販売目的隠匿	8,463	男性	3,141	51.4	70歳以上 給与生活者、無職	901,614
			女性	4,962	56.6		272,181
11	還付金詐欺	7,613	男性	2,366	73.0	70歳以上 無職	365,507
			女性	4,910	72.9		128,423
12	訪問購入	6,756	男性	1,189	65.1	70歳以上、女性中心 家事従事者、無職	360,964
			女性	5,351	68.5		-
13	利殖商法	6,280	男性	3,033	51.2	70歳以上 給与生活者、無職	6,400,425
			女性	3,107	63.1		4,595,595
14	次々販売	6,223	男性	1,849	62.2	70歳以上 無職	2,674,789
			女性	4,198	67.4		1,933,847
15	代引配達	6,137	男性	1,714	59.1	70歳以上 無職	42,710
			女性	4,315	66.5		16,804
16	劇場型勧誘	5,766	男性	1,116	71.7	70歳以上、女性中心 家事従事者、無職	7,817,330
			女性	4,481	73.2		1,900,471
17	点検商法	5,700	男性	2,332	69.2	70歳以上 無職	653,562
			女性	3,076	70.1		160,648
18	紹介販売	4,612	男性	1,825	34.9	20歳代 給与生活者	1,141,004
			女性	2,672	46.6		852,958
19	インターネットオークション	4,375	男性	2,879	42.1	30歳代～40歳代 給与生活者	146,280
			女性	1,387	40.2		96,544
20	テレビショッピング	4,047	男性	1,258	69.1	70歳以上 家事従事者、無職	25,800
			女性	2,730	67.5		14,663
21	景品付販売	3,557	男性	1,395	61.0	70歳以上 無職	187,892
			女性	2,094	63.2		75,201
22	当選商法	3,187	男性	1,480	59.7	60歳以上 給与生活者、無職	1,972,440
			女性	1,654	58.7		348,416
23	ネガティブ・オプション	3,026	男性	1,072	63.2	70歳以上 無職	64,314
			女性	1,621	66.8		23,274
24	アポイントメントセールス	2,835	男性	1,630	33.6	20歳代～30歳代 給与生活者	1,112,042
			女性	1,169	38.0		375,777
25	カタログ通販	2,142	男性	737	67.6	70歳以上 無職	124,869
			女性	1,321	63.4		84,322

(注1) 1件の相談に複数の販売方法・手口が含まれる場合は、各々に対し1件ずつカウントしている。

(注2) 「インターネット通販」「電話勧誘販売」「家庭訪販」「訪問購入」「インターネットオークション」「代引配達」「カタログ通販」「テレビショッピング」は販売方法に問題があるとカウントされたもののみを対象に集計した。

(注3) 「販売目的隠匿」には「アポイントメントセールス」は含まれていない。

(注4) 2013年2月21日以降、特定商取引法改正により「訪問購入」を新設した。

表17-2 2016年度の上位販売方法・手口別にみた相談の特徴

順位	販売方法・手口	件数	主な商品・役務等 (括弧内の数値は各項目計に占める割合)	相談の特徴等
1	インターネット通販	208,841	①デジタルコンテンツその他 (34.7%)、②アダルト情報サイト (25.8%)、③健康食品 (5.0%)、④出会い系サイト (3.7%)、⑤化粧品 (2.3%)	209,768 137,629
2	電話勧誘販売	59,501	①インターネット接続回線 (32.8%)、②商品一般 (8.4%)、③健康食品 (6.4%)、④社会保険 (3.4%)、⑤他の役務サービス (3.0%)	92,837 59,501
3	ワンクリック請求	59,486	①アダルト情報サイト (84.4%)、②デジタルコンテンツその他 (6.9%)、③興行所 (5.8%)、④他の役務サービス (1.2%)、⑤解約代行サービス (0.6%)	91,880 56,648
4	家庭訪販	51,804	①新聞 (11.7%)、②放送サービス (10.4%)、③インターネット接続回線 (7.3%)、④修理サービス (4.2%)、⑤屋根工事 (3.9%)	57,812 51,804
5	かたり商法 (身分詐称)	24,431	①社会保険 (18.9%)、②デジタルコンテンツその他 (17.0%)、③インターネット接続回線 (13.0%)、④商品一般 (10.7%)、⑤他の役務サービス (3.8%)	24,431 6,940
6	無料商法	22,276	①アダルト情報サイト (28.2%)、②デジタルコンテンツその他 (8.9%)、③移动通信サービス (5.7%)、④健康食品 (4.9%)、⑤インターネット接続回線 (4.0%)	34,618 22,276
7	被害にあった人を勧誘 (二次被害)	14,270	①興行所 (27.0%)、②アダルト情報サイト (24.1%)、③他の役務サービス (8.4%)、④デジタルコンテンツその他 (7.9%)、⑤土地 (6.4%)	15,965 12,617
8	マルチ取引	11,327	①健康食品 (16.4%)、②化粧品 (12.1%)、③内職・副業その他 (10.7%)、④商品一般 (9.5%)、⑤ファンド型投資商品 (9.0%)	11,914 10,033
9	サイドビジネス商法	11,217	①内職・副業その他 (20.4%)、②デジタルコンテンツその他 (10.2%)、③健康食品 (8.6%)、④化粧品 (6.9%)、⑤商品一般 (6.3%)	11,217 8,759
10	販売目的隠匿	8,463	①商品一般 (9.7%)、②インターネット接続回線 (5.4%)、③デジタルコンテンツその他 (4.8%)、④アクセサリ (3.7%)、⑤出会い系サイト (3.1%)	11,328 8,463
11	還付金詐欺	7,613	①社会保険 (71.4%)、②他の行政サービス (7.8%)、③他の保健・福祉サービス (7.0%)、④商品一般 (3.5%)、⑤医療サービス (3.3%)	7,613 1,053
12	訪問購入	6,756	①アクセサリ (20.5%)、②商品一般 (18.2%)、③被服品一般 (9.4%)、④靴・運動靴 (7.2%)、⑤和服 (5.9%)	6,762 546
13	利殖商法	6,280	①ファンド型投資商品 (37.6%)、②デリバティブ取引その他 (6.5%)、③デジタルコンテンツその他 (6.2%)、④株 (5.7%)、⑤分譲マンション (5.2%)	24,171 6,280
14	次々販売	6,223	①健康食品 (8.5%)、②ふとん類 (5.8%)、③エステティックサービス (5.0%)、④デジタルコンテンツその他 (3.6%)、⑤アクセサリ (3.3%)	9,444 6,223
15	代引配達	6,137	①健康食品 (33.1%)、②鮮魚 (8.1%)、③化粧品 (7.8%)、④商品一般 (3.8%)、⑤紳士・婦人洋服 (2.9%)	18,249 6,128
16	劇場型勧誘	5,766	①社会保険 (23.3%)、②ファンド型投資商品 (12.2%)、③商品一般 (10.3%)、④公社債 (9.8%)、⑤老人ホーム全般 (8.1%)	18,949 5,766
17	点検商法	5,700	①屋根工事 (13.6%)、②建物清掃サービス (11.3%)、③修理サービス (9.6%)、④浄水器 (7.0%)、⑤白蟻駆除サービス (5.0%)	6,414 5,657
18	紹介販売	4,612	①健康食品 (12.8%)、②ファンド型投資商品 (10.3%)、③内職・副業その他 (9.4%)、④化粧品 (9.2%)、⑤商品一般 (7.0%)	4,856 4,003
19	インターネットオークション	4,375	①紳士・婦人洋服 (6.6%)、②商品一般 (6.5%)、③四輪自動車 (5.7%)、④かばん (5.0%)、⑤デジタルコンテンツその他 (4.4%)	4,537 3,957
20	テレビショッピング	4,047	①健康食品 (21.9%)、②化粧品 (8.8%)、③電気掃除機類 (4.5%)、④婦人下着 (4.3%)、⑤移动通信サービス (3.6%)	4,051 2,480
21	景品付販売	3,557	①新聞 (80.3%)、②移动通信サービス (2.9%)、③インターネット接続回線 (2.3%)、④健康食品 (0.9%)、⑤飲料 (0.7%)	4,834 3,557
22	当選商法	3,187	①デジタルコンテンツその他 (23.7%)、②商品一般 (17.6%)、③宝くじ (17.0%)、④他の教養・娯楽サービス (8.3%)、⑤出会い系サイト (6.9%)	10,291 3,187
23	ネガティブ・オプション	3,026	①健康食品 (24.3%)、②商品一般 (14.0%)、③書籍 (4.8%)、④化粧品 (4.0%)、⑤カレンダー (3.6%)	7,606 2,772
24	アポイントメントセールス	2,835	①複合サービス会員 (32.5%)、②アクセサリ (9.5%)、③内職・副業その他 (4.0%)、④ビジネス教室 (3.6%)、⑤他の役務サービス (2.9%)	3,316 2,529
25	カタログ通販	2,142	①商品一般 (14.7%)、②健康食品 (7.5%)、③化粧品 (7.1%)、④紳士・婦人洋服 (4.8%)、⑤ふとん類 (3.0%)	2,873 2,142

(注5) 「訪問購入」は消費者が物品を売却し、代金を受け取るという取引であるため既支払金額を登録対象外としている。

# PIO-NETの危害・危険情報と 医療機関ネットワークの情報

## 1 危害・危険情報と医療機関ネットワークの情報

全国消費生活情報ネットワークシステム（PIO-NET:パイオネット）では、全国の消費生活センター等に寄せられる商品・役務・設備に関連して身体にけが、病気等の疾病（危害）を受けた情報（以下「危害情報」という）、および、危害を受けたわけではないが、そのおそれがある情報（以下「危険情報」という）を収集している。また、医療機関ネットワーク事業\*<sup>1</sup>（以下「医療機関ネットワーク」という）では、消費生活において生命または身体に被害を生じる事故にあり、医療機関を利用した被害者から情報を収集している。

本章では、2016年度にPIO-NETにより収集した「危害・危険情報」と、医療機関ネットワークに参画している30医療機関から収集した情報をまとめた。

### 2016年度の傾向と特徴

- 全国の消費生活センター等から収集した「危害・危険情報」は15,153件\*<sup>2</sup>で、対前年度比で見ると0.3%増である。医療機関ネットワークの参画医療機関から収集した情報(基本情報)は8,286件で、対前年度比107.2%となっている。
- 「危害情報」は11,602件で、上位3商品・役務等は「健康食品」「化粧品」「医療サービス」である。「危険情報」は3,551件で、上位3商品・役務等は「四輪自動車」「こんろ類」「調理食品」である。
- 「危害情報」は昨年度と比べ「調理食品」が74件減少、「美容院」が86件減少したものの、「健康食品」が968件増加し、そのほかにも「飲料」が205件、「化粧品」が132件それぞれ増加したことなどが影響し、全体で964件増加している。
- 「危険情報」は昨年度と比べ、カセットボンベのリコールの影響で「こんろ類」が249件増加したが、1位の「四輪自動車」が137件、「調理食品」が159件、「菓子類」が92件、それぞれ減少したことなどが影響し、全体で925件減少している。
- 医療機関ネットワークについては、2015年度から第3期事業（2017年3月末まで）において、30の医療機関が参画し、8,286件\*<sup>3</sup>の情報を収集した。

\* 1 「医療機関ネットワーク事業」とは、消費生活において生命および身体に生ずる被害に関する事故等の概要や発生時の状況などの情報を医療機関から収集し、事故防止の注意喚起などに活用することを目的としている事業。消費者庁との共同事業であり2010年12月より情報収集を開始した。

\* 2 データは2017年5月末までの登録分。なお、2007年度からは国民生活センターで受け付けた経由相談を除いており、2015年度以降は消費生活センター等からの経由相談を除いている。

\* 3 2017年3月末までの伝送分。

## 2 消費生活センター等に寄せられた危害情報の概要

2016年度に消費生活センター等から収集した危害情報は11,602件で、前年度（10,638件）と比べて964件（前年度比9.1%）増加した（表18、図10 42頁）。

これは、「調理食品」が74件減少、「美容院」が86件減少したものの、「健康食品」が968件増加し、そのほかにも「飲料」が205件、「化粧品」が132件それぞれ増加したことなどが大きく影響している。（表24 56頁）。

表18 危害・危険情報と医療機関ネットワークの情報の収集件数の推移

(件)

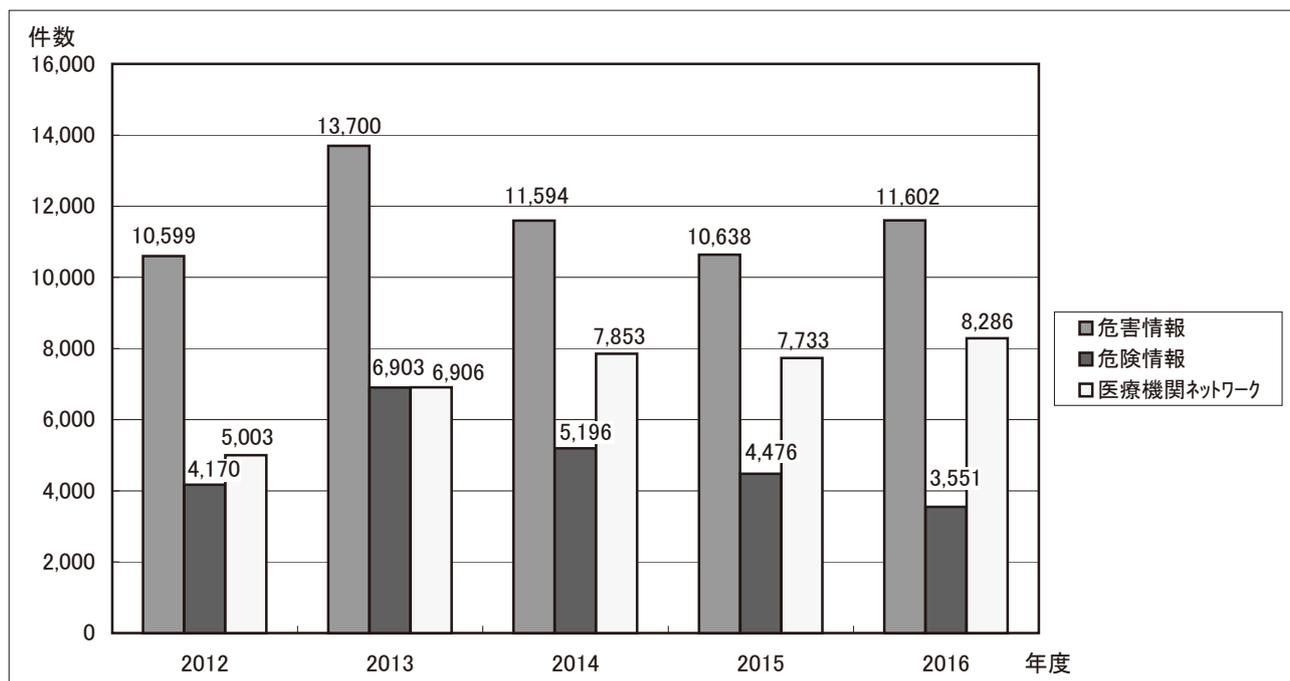
年度	消費生活センター等				医療機関ネットワーク		計 (A+B)	対前年度比
	危害	危険	計 (A)	対前年度比	危害 (B)	対前年度比		
1975	292	345	637					
1976	528	708	1,236	194.0				
1977	907	834	1,741	140.9				
1978	1,009	1,223	2,232	128.2				
1979	979	1,200	2,179	97.6				
1980	929	1,318	2,247	103.1				
1981	948	1,850	2,798	124.5				
1982	1,292	1,516	2,808	100.4				
1983	1,115	1,331	2,446	87.1				
1984	1,413	1,294	2,707	110.7				
1985	1,640	1,119	2,759	101.9				
1986	1,567	1,279	2,846	103.2				
1987	1,603	1,111	2,714	95.4				
1988	1,640	1,074	2,714	100.0				
1989	1,650	1,165	2,815	103.7				
1990	1,734	1,196	2,930	104.1				
1991	1,650	1,089	2,739	93.5				
1992	1,834	1,110	2,944	107.5				
1993	2,206	1,725	3,931	133.5				
1994	2,449	2,534	4,983	126.8				
1995	3,934	3,324	7,258	145.7				
1996	4,978	4,009	8,987	123.8				
1997	5,035	2,688	7,723	85.9				
1998	4,889	1,967	6,856	88.8				
1999	5,106	1,936	7,042	102.7				
2000	6,199	3,109	9,308	132.2				
2001	5,670	2,578	8,248	88.6				
2002	7,612	2,588	10,200	123.7				
2003	6,543	2,132	8,675	85.0				
2004	5,848	2,434	8,282	95.5				
2005	6,511	2,819	9,330	112.7				
2006	7,054	3,597	10,651	114.2				
2007	8,545	4,558	13,103	123.0				
2008	8,434	3,974	12,408	94.7				
2009	8,217	3,614	11,831	95.3				
2010	8,595	4,106	12,701	107.4	1,191	-	13,892	-
2011	11,493	3,702	15,195	119.6	5,480	460.1	20,675	148.8
2012	10,599	4,170	14,769	97.2	5,003	91.3	19,772	95.6
2013	13,700	6,903	20,603	139.5	6,906	138.0	27,509	139.1
2014	11,594	5,196	16,790	81.5	7,853	113.7	24,643	89.6
2015	10,638	4,476	15,114	90.0	7,733	98.5	22,847	92.7
2016	11,602	3,551	15,153	100.3	8,286	107.2	23,439	102.6
計	200,181	102,452	302,633		42,452		152,777	

(注1) 消費生活センター等 (A) は2017年5月末日までの登録分。2007年度からは国民生活センターで受け付けた経由相談を除いており、2015年度以降は消費生活センター等からの経由相談を除いている。

(注2) 医療機関ネットワーク (B) は2017年3月末までの伝送分。2010年度の件数は2010年12月から2011年3月末までのもの。

(注3) 医療機関ネットワークには、2016年度は30の医療機関が参画した。

図10 危害・危険情報と医療機関ネットワークの情報の収集件数の推移



(注1) 消費生活センター等からの危害情報、危険情報は、2017年5月末日までの登録分。2014年度までは国民生活センターで受け付けた経由相談を除いたもの。2015年度以降は、消費生活センター等からの経由相談を除いている。

(注2) 医療機関ネットワークの件数は2017年3月末日までの伝送分。2010年度の件数は2010年12月から2011年3月末日までのもの。

### (1) 危害情報の商品別分類の件数

危害情報を商品別分類ごとに見ると、最も件数が多かったのは、「食料品」3,173件（27.3%）で、内訳をみると「健康食品」「飲料」「調理食品」「菓子類」などが多い（表19 43頁）。「健康食品」が968件増加したため、前年度（2位、2,259件）から914件増加した。

2位は「保健・福祉サービス」2,844件（24.5%）で、「医療サービス」「エステティックサービス」「歯科治療」「美容院」などが多い。前年度（1位、2,804件）から40件増加した。

3位は「保健衛生品」1,896件（16.3%）で、内訳をみると「化粧品」「医薬品類」「家庭用電気治療器具」「他の保健衛生用品」などが多い。前年度（3位、1,791件）と順位は同じであるが、「化粧品」が132件増加し、「医薬品類」が24件減少した。

4位は「住居品」935件（8.1%）で、内訳をみると「家具類」「洗濯用洗剤」「ふとん類」などが多い。前年度（4位、932件）と同じ順位であるが、「家具類」が12件減少したものの「洗濯用洗剤」が18件増加したことなどから前年度から3件増加した。

5位は「他のサービス」579件（5.0%）で「外食」などが多い。「外食」が34件減少するなどしたため、前年度（5位、602件）から23件減少した。

6位は「教養娯楽品」383件（3.3%）で、「健康器具」「携帯電話」などが多い。7位は「教養・娯楽サービス」354件（3.1%）で、「スポーツ・健康教室」「宿泊施設」などが多い。8位は「被服品」327件（2.8%）で、「靴・運動靴」「紳士・婦人洋服」などが多い。9位は「レンタル・リース・貸借」259件（2.2%）で「賃貸アパート・マンション」などが多い。10位は「車両・乗り物」220件（1.9%）で「自転車」などが多い。

表19 危害情報の商品別分類の件数および主な商品・役務等（消費生活センター等）

商品別分類	件数	割合(%)	主な商品・役務等
食料品	3,173	27.3	健康食品 (1,866)、飲料 (454)、調理食品 (269)、菓子類 (133)、鮮魚 (50)
住居品	935	8.1	家具類 (160)、洗濯用洗剤 (131)、ふとん類 (100)、他の住居洗剤 (39)、鍋類 (26)
光熱水品	46	0.4	電気 (23)、他の光熱水品 (10)、石油 (6)、水道 (5)
被服品	327	2.8	靴・運動靴 (101)、紳士・婦人洋服 (49)、婦人下着 (34)、アクセサリ (28)、他の身の回り品 (24)
保健衛生品	1,896	16.3	化粧品 (1,168)、医薬品類 (134)、家庭用電気治療器具 (99)、他の保健衛生用品 (92)、メガネ・コンタクトレンズ (56)
教養娯楽品	383	3.3	健康器具 (57)、携帯電話 (46)、タバコ用品 (29)、電話関連機器・用品 (27)、ペット (20)
車両・乗り物	220	1.9	自転車 (107)、四輪自動車 (60)、自動車用洗剤等 (11)、自動二輪車 (8)、運搬用具その他 (8)
土地・建物・設備	183	1.6	電気温水器 (69)、戸建住宅 (27)、空調・冷暖房・給湯設備全般 (13)、分譲マンション (9)、建具 (8)
クリーニング	7	0.1	クリーニング (7)
レンタル・リース・貸借	259	2.2	賃貸アパート・マンション (215)、借家 (15)、介護用品レンタル (10)、レンタルサービスその他 (9)、レンタカー (6)
工事・建築・加工	124	1.1	新築工事 (42)、内装工事 (31)、増改築工事 (18)、他の工事・建築サービス (10)、加工サービス (9)
修理・補修	23	0.2	修理サービス (21)
運輸・通信サービス	83	0.7	バスサービス (24)、タクシーサービス (16)、移動通信サービス (10)、引越 (8)、鉄道サービス (7)
教養・娯楽サービス	354	3.1	スポーツ・健康教室 (108)、宿泊施設 (75)、スポーツ施設利用 (43)、遊園地・レジャーランド (33)、遊興施設利用 (20)
保健・福祉サービス	2,844	24.5	医療サービス (926)、エステティックサービス (564)、歯科治療 (348)、美容院 (255)、他の理美容サービス (177)
他のサービス	579	5.0	外食 (467)、他の行政サービス (20)、食事・食材宅配 (18)、損害保険 (13)、結婚式関連サービス (10)
その他	166	1.4	商品一般 (146)、他の商品 (20)
合計	11,602	100.0	

(注1) 表中の割合は、小数点以下第2位を四捨五入した値である。

(注2) 「主な商品・役務等」は各商品別分類における上位5位の商品・役務等。ただし、5件未満は除く。2017年5月末日までの登録分。消費生活センター等からの経由相談を除く。

## (2) 危害情報の商品・役務等別件数

商品・役務等別にみると、最も件数が多かったのは「健康食品」1,866件 (16.1%) で、定期購入契約の製品に関するものが多く、前年度 (3位、898件) から968件増加した (表24 56頁)。

2位は「化粧品」1,168件 (10.1%) で、薬用化粧品の皮膚障害トラブルに関するものが増加したことなどが大きく影響し、前年度 (1位、1,036件) から132件増加した。

3位は「医療サービス」926件 (8.0%) で、前年度 (2位、904件) から22件増加した。

4位は「エステティックサービス」564件 (4.9%) で、美顔エステが5件、脱毛エステが10件、痩身エステが10件それぞれ増加するなどしたため、前年度 (4位、521件) から43件増加した。

5位は「外食」467件 (4.0%) で、異物混入に関するものが45件減少したことなどから、前年度 (5位、501件) から34件減少した。

6位は「飲料」454件 (3.9%)、7位は「歯科治療」348件 (3.0%)、8位は「調理食品」269件 (2.3%)、9位は「美容院」255件 (2.2%)、10位は「賃貸アパート・マンション」215件 (1.9%) であった。

### (3) 危害内容

危害内容別にみると、最も件数が多かったのは「皮膚障害」3,042件（26.2%）であった（表20）。内容を商品・役務等別にみると「化粧品」1,035件、「健康食品」592件、「エステティックサービス」215件などに関するものが多かった。「健康食品」300件の増加、「化粧品」127件の増加を含め、前年度（2位、2,590件）から452件増加した。（表26 57頁）。

2位は「その他の傷病及び諸症状」2,813件（24.2%）で、「医療サービス」400件、「歯科治療」267件、「健康食品」265件などに関するものが多く、体調がすぐれない、気分が悪い、痛みがあるなどの症状が目立つ。「健康食品」が48件、「歯科治療」が30件それぞれ増加したが、「外食」が46件、「調理食品」が38件減少するなどし、前年度（1位、2,841件）から28件減少した。

3位は「消化器障害」1,917件（16.5%）で、「健康食品」969件、「飲料」273件、「外食」145件などに関するものが多く、「調理食品」が18件、「菓子類」が17件それぞれ減少したものの、「健康食品」が608件、「飲料」が144件それぞれ増加したこともあり、前年度（3位、1,224件）から693件増加した。

4位は「擦過傷・挫傷・打撲傷」780件（6.7%）で、「エステティックサービス」80件、「自転車」67件、「商品一般」55件などに関するものが多く、前年度（4位、836件）から56件減少した。

5位は、「熱傷」676件（5.8%）で、「エステティックサービス」117件、「医療サービス」67件、「外食」45件などに関するものが多い。前年度（6位、643件）から33件増加した。

6位は「刺傷・切傷」627件（5.4%）で、「外食」53件、「調理食品」45件、「歯科治療」24件などに関するものが多い。

7位は「骨折」357件（3.1%）で、「デイケアサービス」34件、「商品一般」29件、「医療サービス」21件などに関するものが多かった。

8位は「呼吸器障害」340件（2.9%）で、「賃貸アパート・マンション」48件、「医療サービス」25件、柔軟仕上げ剤などの「洗濯用洗剤」18件などに関するものが多かった。

9位は「神経・<sup>せきずい</sup>脊髄の損傷」270件（2.3%）で、「医療サービス」30件、整体やカイロプラクティックなどの「他の医療サービス」28件、「骨つぎ整復」25件などに関するものが多かった。

10位は「中毒」189件（1.6%）で、「外食」91件、「調理食品」27件などに関するものが多かった。

表20 危害内容別上位10位（消費生活センター等）

年度 順位	2016年度		
	危害内容	件数	割合 (%)
1	皮膚障害	3,042	26.2
2	その他の傷病及び諸症状	2,813	24.2
3	消化器障害	1,917	16.5
4	擦過傷・挫傷・打撲傷	780	6.7
5	熱傷	676	5.8
6	刺傷・切傷	627	5.4
7	骨折	357	3.1
8	呼吸器障害	340	2.9
9	神経・脊髄の損傷	270	2.3
10	中毒	189	1.6
総件数		11,602	100.0

（注1）表中の割合は、小数点以下第2位を四捨五入した値である。

（注2）2017年5月末日までの登録分。消費生活センター等からの経由相談を除く。

#### (4) 被害者の性別・年代

危害を受けた被害者の性別件数をみると、女性が8,549件（73.7%）、男性が2,832件（24.4%）で、「健康食品」や「化粧品」などの件数の増加により、女性の割合が前年度（7,464件、70.2%）と比べ増加した（表21）。

年代別件数では、前年度と同じく40歳代が2,104件（18.1%）と最も多く、次いで50歳代が1,854件（16.0%）、70歳以上が1,641件（14.1%）、30歳代1,588件（13.7%）、60歳代1,585件（13.7%）、20歳代1,086件（9.4%）、10歳代337件（2.9%）、10歳未満336件（2.9%）と続いた。10歳代から60歳代で前年度に比べ件数は増加した。

表21 性別・年代別危害件数（消費生活センター等）

年代	性別		性別		不明・無回答(未入力)		計	
	男性	女性	男性	女性	件数	割合 (%)	件数	割合 (%)
10歳未満	161	5.7	124	1.5	51	23.1	336	2.9
10歳代	125	4.4	205	2.4	7	3.2	337	2.9
20歳代	213	7.5	871	10.2	2	0.9	1,086	9.4
30歳代	303	10.7	1,284	15.0	1	0.5	1,588	13.7
40歳代	420	14.8	1,681	19.7	3	1.4	2,104	18.1
50歳代	435	15.4	1,418	16.6	1	0.5	1,854	16.0
60歳代	439	15.5	1,146	13.4	0	0.0	1,585	13.7
70歳以上	454	16.0	1,181	13.8	6	2.7	1,641	14.1
無回答（未入力）	282	10.0	639	7.5	150	67.9	1,071	9.2
合計	2,832	24.4	8,549	73.7	221	1.9	11,602	100.0

（注1）表中の割合は、小数点以下第2位を四捨五入した値である。

（注2）2017年5月末日までの登録分。消費生活センター等からの経由相談を除く。

次に、被害者の年代別に危害の多かった商品・役務等をみると、10歳未満では、1位は「外食」32件で、前年度（1位、35件）から3件減少した（表27 58頁）。2位は「家具類」19件、3位は「遊園地・レジャーランド」18件である。2位の「家具類」、3位の屋内遊戯施設などの「遊園地・レジャーランド」、10位の「玩具・遊具その他」は他の年代では10位以内に入らない商品・役務等である。

10歳代では、1位は「化粧品」49件で、前年度（4位、23件）から26件増加した。2位は「健康食品」47件、3位は「自転車」34件であった。

20歳代では、1位は「エステティックサービス」163件で前年度（2位、124件）から39件増加した。2位は「健康食品」156件で、前年度（5位、71件）から85件増加した。3位は美容医療などの「医療サービス」144件で、前年度（1位、131件）から13件増加した。

30歳代では、1位は「健康食品」292件で、前年度（3位、117件）から175件増加した。2位は「化粧品」162件で、前年度（4位、108件）から54件増加した。3位は「エステティックサービス」135件で、前年度（1位、130件）から5件増加した。

40歳代では、1位は「健康食品」482件で、前年度（1位、165件）から317件増加した。2位は「化粧品」208件で、前年度（2位、158件）から50件増加している。3位は美容医療などの「医療サービス」157件で、前年度（3位、131件）から26件増加した。

50歳代では、1位は「健康食品」361件で、前年度（2位、132件）から229件増加した。2位は「化粧品」180件で、前年度（1位、188件）から8件減少している。3位は美容医療などの「医療サービス」

ス」99件で、前年度（3位、119件）から20件減少した。

60歳代では、1位は「健康食品」207件で、前年度（2位、119件）から88件増加した。2位は「化粧品」187件で、前年度（1位、220件）から33件減少した。3位は「医療サービス」97件で、前年度（3位、116件）から19件減少した。9位の「洗濯用洗剤」は他の年代では10位以内に入らない商品・役務等である。

70歳以上では、1位は「健康食品」218件で、前年度（1位、207件）から11件増加した。2位は処方薬に関するものなどの「医療サービス」185件であり、前年度（3位、158件）から27件増加した。3位は「化粧品」173件で、前年度（2位、186件）から13件減少した。6位の「デイケアサービス」と8位の「家庭用電気治療器具」は他の年代では10位以内に入らない商品・役務等である。

「健康食品」は、10歳代から70歳以上で件数が増加した。「外食」は10歳未満から40歳代と60歳代で件数が減少している。「化粧品」は50歳代以上の年代で件数が減少している。

## （5）危害情報における上位3商品・役務等の概要

危害情報の上位3商品・役務等である「健康食品」「化粧品」「医療サービス」の危害内容等は次のとおりであった（表24 56頁、表26 57頁）。

### ①健康食品（1,866件）

性別では、女性が1,622件（86.9%）と9割近くを占めている。年代別では、40歳代が482件（25.8%）で最も多く、次いで、50歳代361件（19.3%）、30歳代292件（15.6%）の順である。

「健康食品」の内訳をみると、ダイエット食品などを含む「他の健康食品」が1,074件（57.6%）で最も多く、次いで「酵素食品」534件（28.6%）となっている。「他の健康食品」は前年度（479件）から595件、「酵素食品」は前年度（190件）から344件それぞれ増加した。

危害内容は、「消化器障害」が969件（51.9%）と5割を超え、次いで、「皮膚障害」592件（31.7%）、「その他傷病及び諸症状」265件（14.2%）の順であった。

#### <事例>

- ・体調が悪ければすぐにやめられると説明されたので健康食品を購入した。飲んだ直後に下痢をしたので解約を申し出たが断られ不満だ（50歳代・女性）。
- ・スマホで青汁の初回お試しを注文。湿疹が出て体調不良になったと言ったのに、4回の定期購入で解約不可と言う。納得がいかない（40歳代・女性）。
- ・ネットでお試し500円という酵素を注文したら、定期コースの申し込みになっていた。飲むと下痢をしたり体調不良になるし、やめたいが連絡不能（50歳代・女性）。
- ・ネットで購入したサプリメントを服用後、体調を崩し、肝障害を起こしていると診断された。サプリメントの服用はやめるように言われ1カ月半入院することになった（20歳代・女性）。
- ・バスタップができるというサプリメントを購入し飲んでいたが、お腹が痛くなり飲むのを止めた。返金保証制度が利用できない（20歳代・女性）。

### ②化粧品（1,168件）

性別では、女性が1,015件（86.9%）と9割近くを占めている。年代別では、40歳代が208件（17.8%）で最も多く、次いで60歳代187件（16.0%）、50歳代180件（15.4%）の順であった。

「化粧品」の内訳をみると、「化粧クリーム」211件（18.1%）、「基礎化粧品（全般）」168件（14.4%）と「乳液」98件（8.4%）、「化粧水」91件（7.8%）で48.6%と約5割を占めている。危害内容は、「皮膚障害」が1,035件（88.6%）と全体の約9割を占め、次いで「その他の傷病及び諸症状」98件（8.4%）、「呼吸器障害」11件（0.9%）の順であった。

#### <事例>

- ・通信販売で化粧品をお試しのつもりで注文した。定期コースだが、いつでも解約できると思っていた。肌が乾燥し吹き出物が増えたので解約したい（40歳代・女性）。
- ・化粧クリームを使用したら1週間ほど目が開けられないほど顔が腫れた。補償や慰謝料が請求できるか知りたい（60歳代・女性）。
- ・新聞広告の業者からしわ伸ばしクリームを購入した。4回使用すると顔が赤くなり左頬にぼつぼつができた。どうしたらよいか（70歳以上・女性）。
- ・「30日間返金保証」とあったのでニキビ用の薬用ジェルを買ったが、肌荒れした。解約の電話を何度しても通じない（20歳代・女性）。
- ・ネット通販で4回の定期購入が条件で初回格安の美容液を購入したが、肌が荒れた。業者が定期購入を止めさせてくれない（30歳代・女性）。

### ③医療サービス（926件）

性別では、女性が688件（74.3%）、男性が219件（23.7%）となっている。年代別では、70歳以上が185件（20.0%）で最も多く、次いで40歳代が157件（17.0%）、20歳代144件（15.6%）の順であった。

「医療サービス」の内容をみると、美容医療が420件（45.4%）と5割弱を占めている。危害内容は、「その他の傷病及び諸症状」400件（43.2%）が最も多く、次いで「皮膚障害」193件（20.8%）、「熱傷」67件（7.2%）の順であった。

#### <事例>

- ・骨粗しょう症の注射の副作用で、顔や足がむくみ、指先や手に痛みが出た。どの病院に行っても治らない。どこへ相談したらよいか（70歳以上・女性）。
- ・両まぶたの窪みを直したくて美容皮膚科に行ったところ両まぶたの窪みに何かを注入された。半年経ったが顔全体が痛く、目や頬がけいれんする（40歳代・女性）。
- ・美容医療機関でHIFUによるリフトアップの施術を受けやけどした。後遺症がないようにしてもらいたい（40歳代・女性）。
- ・美容クリニックで背中の上のしみを取るためのレーザー施術を受けたが色素沈着が起これ納得できない。結婚式を控え、不安だ（20歳代・女性）。
- ・レーザー脱毛の施術を受けていた。薄くなるどころかとても濃くなり猿のようになってしまった。今後の対処法を知りたい（40歳代・男性）。

## 3 消費生活センター等に寄せられた危険情報の概要

2016年度に消費生活センター等に寄せられた危険情報は3,551件で、前年度（4,476件）と比べると925件（前年度比20.7%）減少した（表18 41頁、図10 42頁）。

これは、1位の「四輪自動車」が137件、「調理食品」が159件それぞれ減少したこと、また、「菓子類」が92件減少したことなどが影響している（表25 56頁）。

### （1）危険情報の商品別分類の件数

危険情報を商品別分類ごとにみると、最も件数が多かったのは「住居品」1,294件（36.4%）で、「こんろ類」「電子レンジ類」「家具類」「電気掃除機類」などが多かった（表22 49頁）。「こんろ類」が249件増えたものの、「石油ファンヒーター」が42件、「石油ストーブ」が33件、「フライパン」が24件それぞれ減少したことなどから、前年度（1位、1,302件）から8件減少した。

2位は「車両・乗り物」673件（19.0%）で、「四輪自動車」「自転車」「自動二輪車」「他の自動車用品類」などが多い。「四輪自動車」が137件、「自動二輪車」が33件減少したことなどから前年度（3位、871件）から198件減少した。

3位は「食料品」461件（13.0%）で、「調理食品」「菓子類」「パン類」「飲料」などが多い。「調理食品」が159件、「菓子類」が92件、「パン類」が39件減少したことなどから、前年度（2位、950件）から489件減少した。

4位は「教養娯楽品」402件（11.3%）で、「携帯電話」「電話関連機器・用品」「パソコン」などが多い。前年度（4位、422件）から20件減少した。

5位は「保健衛生品」139件（3.9%）で、「ヘアケア用具」「化粧品」「他の保健衛生用品」などが多い。「ヘアケア用品」が2件、「メガネ・コンタクトレンズ」が3件それぞれ減少したことなどから、前年度（5位、156件）から17件減少した。

6位は「土地・建物・設備」103件（2.9%）で、「戸建住宅」や「ソーラーシステム」などが多い。

7位は「修理・補修」82件（2.3%）で、四輪自動車の「修理サービス」などが多い。

8位は「レンタル・リース・貸借」「他のサービス」がともに70件（2.0%）で、前者は「賃貸アパート・マンション」などが多く、後者は「外食」などが多い。

10位は「光熱水品」60件（1.7%）で、「電池」を含む「他の光熱水品」などが多い。

### （2）危険情報の商品・役務等別件数

危険情報を商品・役務等別にみると、最も件数が多かったのは、「四輪自動車」455件（12.8%）である（表25）。前年度（1位、592件）から137件減少した。

2位は「こんろ類」264件（7.4%）で、前年度（24位、15件）から249件増加した。

3位は「調理食品」148件（4.2%）で、前年度（2位、307件）から159件減少した。

4位は「自転車」90件（2.5%）で、前年度（7位、78件）から12件増加した。

5位は「電子レンジ類」85件（2.4%）である。前年度（6位、79件）から6件増加した。

6位は「家具類」83件（2.3%）、7位は「菓子類」75件（2.1%）、8位は「携帯電話」71件（2.0%）、9位は「電気掃除機類」63件（1.8%）、10位は「修理サービス」60件（1.7%）であった。

表22 危険情報の商品別分類の件数および主な商品・役務等（消費生活センター等）

商品別分類	件数	割合(%)	主な商品・役務等
食料品	461	13.0	調理食品 (148)、菓子類 (75)、パン類 (28)、飲料 (24)、めん類 (19)
住居品	1,294	36.4	こんろ類 (264)、電子レンジ類 (85)、家具類 (83)、電気掃除機類 (63)、室内照明器具 (41)
光熱水品	60	1.7	他の光熱水品 (43)、石油 (10)
被服品	45	1.3	紳士・婦人洋服 (9)、靴・運動靴 (9)、他の身の回り品 (8)
保健衛生品	139	3.9	ヘアケア用具 (44)、化粧品 (20)、他の保健衛生用品 (19)、家庭用電気治療器具 (11)、メガネ・コンタクトレンズ (9)、防虫・殺虫用品 (9)
教養娯楽品	402	11.3	携帯電話 (71)、電話関連機器・用品 (60)、パソコン (50)、パソコン周辺機器・用品 (45)、テレビ (43)
車両・乗り物	673	19.0	四輪自動車 (455)、自転車 (90)、自動二輪車 (32)、他の自動車用品類 (31)、自動車部品 (12)
土地・建物・設備	103	2.9	戸建住宅 (12)、ソーラーシステム (11)、他の浴室関連設備 (9)、分譲マンション (8)、電気温水器 (8)
クリーニング	3	0.1	クリーニング (3)
レンタル・リース・貸借	70	2.0	賃貸アパート・マンション (46)、レンタカー (11)
工事・建築・加工	45	1.3	新築工事 (16)、他の工事・建築サービス (7)、内装工事 (5)
修理・補修	82	2.3	修理サービス (60)、車検サービス (22)
運輸・通信サービス	23	0.6	移動通信サービス (9)
教養・娯楽サービス	15	0.4	宿泊施設 (5)
保健・福祉サービス	45	1.3	医療サービス (28)
他のサービス	70	2.0	外食 (43)、他の行政サービス (8)
その他	21	0.6	他の商品 (11)、商品一般 (10)
合計	3,551	100.0	

(注1) 表中の割合は、小数点以下第2位を四捨五入した値である。

(注2) 「主な商品・役務等」は各商品別分類における上位5位の商品・役務等。ただし、複数ある場合、5件未満は除く。2017年5月末日までの登録分。消費生活センター等からの経由相談を除く。

### (3) 危険内容

危険内容で最も件数が多かったのは「その他」503件 (14.2%) で、製品のリコールに関するものが多い (表23 50頁)。内容を商品・役務等別にみるとカセットボンベのリコール情報の影響で「こんろ類」230件が最も多く、「四輪自動車」68件、「医療サービス」24件などに関するものが続いている (表28 59頁)。前年度 (2位、522件) から19件減少した。

2位は「異物の混入」467件 (13.2%) である。「調理食品」130件、「菓子類」62件、「外食」30件などに関するものも多く、「調理食品」が155件、「菓子類」が80件減少したこともあり、前年度 (1位、924件) から457件減少した。

3位は「発煙・火花」445件 (12.5%) で、「電子レンジ類」40件、「四輪自動車」37件、「電気掃除機類」26件などに関するものが多い。「電子レンジ類」が11件増加したものの、「電気掃除機類」「修理サービス」「室内照明器具」がそれぞれ3件減少するなどして前年度 (4位、477件) から32件減少した。

4位は「過熱・こげる」443件 (12.5%) で、「携帯電話」34件、「パソコン周辺機器・用品」20件、「電話関連機器・用品」19件などに関するものが多い。「修理サービス」が3件増えたものの、「携帯電話」が7件、「四輪自動車」「電子レンジ類」がともに4件減少するなどして前年度 (5位、447件) から4件減少した。

5位は「機能故障」371件 (10.4%) で、「四輪自動車」234件、「修理サービス」22件、「自転車」21件などに関するものが多い。「四輪自動車」の101件の減少により、前年度 (3位、498件) から127件

減少した。

6位は「破損・折損」290件（8.2%）で、「四輪自動車」27件、「自転車」27件、「家具類」25件などに関するものが多い。

7位は「発火・引火」276件（7.8%）で、「電子レンジ類」23件、「こんろ類」17件、「携帯電話」16件などに関するものが多い。

8位は「破裂」172件（4.8%）で、「消火器」16件、電池などの「他の光熱水品」14件、「鍋類」10件などに関するものが多い。

9位は「部品脱落」114件（3.2%）で、「四輪自動車」15件、「自転車」15件、「家具類」13件などに関するものが多い。

10位は、「燃料・液漏れ等」98件（2.8%）で、「四輪自動車」16件、「石油ファンヒーター」11件、電池などの「他の光熱水品」10件などに関するものが多い。

表23 危険内容別上位10位（消費生活センター等）

年度 順位	2016年度		
	危険内容	件数	割合 (%)
1	その他	503	14.2
2	異物の混入	467	13.2
3	発煙・火花	445	12.5
4	過熱・こげる	443	12.5
5	機能故障	371	10.4
6	破損・折損	290	8.2
7	発火・引火	276	7.8
8	破裂	172	4.8
9	部品脱落	114	3.2
10	燃料・液漏れ等	98	2.8
総件数		3,551	100.0

（注1）表中の割合は、小数点以下第2位を四捨五入した値である。

（注2）2017年5月末日までの登録分。消費生活センター等からの経由相談を除く。

#### （4）危険情報における上位3商品・役務等の概要

危険情報の上位3商品・役務等である「四輪自動車」「こんろ類」「調理食品」の危険内容等は次のとおりである（表25 56頁、表28 59頁）。

##### ①四輪自動車（455件）

「四輪自動車」の内訳をみると、「普通・小型自動車」315件（69.2%）が最も多く、次いで「軽自動車」112件（24.6%）となっている。危険内容は、「機能故障」234件（51.4%）が最も多く、次いで「その他」68件（14.9%）、「発煙・火花」37件（8.1%）の順であった。

##### <事例>

- ・1カ月前、マンションの駐車場を出て、道路に出る前の通路でエンジンが吹き上がり急発進。停止中の車に衝突した。危険だった。
- ・車の法定点検に行った際にエアバックがリコール対象だと知らされた。交換に約1年かかり、代替

品の提供はないという。

- ・新車購入後から、アイドリングストップ機能で停止したエンジンが再始動しないといった不具合が頻発。ブレーキ不良も発生。ディーラーは原因不明と判断し予防的に部品を交換したが不安。
- ・購入した中古外車で初めて遠出した際、ボンネットから煙が出た。救援業者からはエンジンが発火寸前状態であると言われた。
- ・昨年2月に購入した新車がバックギアに入れても前進する。ディーラーも別の同車種で同じ現象を確認したが対応されない。

## ②こんろ類 (264件)

「こんろ類」の内訳をみると、「卓上ガスコンロ」260件 (98.5%) が最も多く、次いで「他のコンロ」が4件 (1.5%) と続いた。危険内容では、「その他」230件 (87.1%) が最も多く、リコールに関するものがほとんどを占めた。

### <事例>

- ・カセットコンロで煮物をして火を消した後にカセットボンベが爆発し、ボンベが飛んで壁がへこんだ。のちに新聞でリコール商品だと知った。
- ・ガス漏れの危険があるとしてLPガス業者が自主回収している卓上コンロ用カセットボンベが自宅にある。回収申込方法を知りたい。
- ・ガス漏れにより製造メーカーが回収している卓上用カセットボンベを持っている。問合せ窓口で電話が繋がらない。
- ・カセットコンロを使用中、突然引火した。コンロとボンベのメーカーが違うせいだと言われた。
- ・電源が入っていないIHクッキングヒーターの上で卓上カセットコンロを使用し調理したところ、3～5分後にボンベが爆発した。原因を知りたい。

## ③調理食品 (148件)

「調理食品」の内訳をみると、総菜、焼き鳥などの「他の調理食品」45件 (30.4%) が最も多く、次いで「弁当」31件 (20.9%)、「冷凍調理食品」28件 (18.9%) と続く。危険内容は、「異物の混入」の130件 (87.8%) と9割近くを占めた。

### <事例>

- ・仕出し屋で骨付き鶏の総菜を購入したところ、配線止め金具が入っていた。
- ・レトルトカレーを食べていたら、奥歯に固いものがあたった。吐き出してみると、幅1センチ程度の、グリーンとピンクのプラスチックの三角形のかけらのようなものが出てきた。
- ・スーパーで購入した弁当の肉団子の中に、2.5センチ×3センチのプラスチック片が入っていた。
- ・店舗購入の冷凍チャーハンに、長さ4センチほどのプラスチック片が混入していた。
- ・スーパーで購入したジャンボコロッケの中に、10センチぐらいの針金が入っていた。

## 4 消費生活センター等に寄せられた危害・危険事例

( ) 内は被害者の年代・性別

### (1) 死亡事故事例

#### ①エアコン

使用していないエアコンの室内機から出火。住宅全焼し、母が一酸化炭素中毒で死亡した(60歳代・女性)。

#### ②介護サービス

特別養護老人ホームに入所中の母が、入浴清拭中、ストレッチャーから落ち転倒。受診した際は意識があったが急変し死亡(70歳以上・女性)。

#### ③介護サービス

老人ホームに入所中の母親がベッドから落ちて、発見後すぐに病院に搬送されず死亡した(70歳以上・女性)。

### (2) 後遺症の可能性が大きい事故例と重症事故例

#### ①医療サービス

美容クリニックで下まぶたたるみ取り手術を受けたら顔面まひになった。大学病院で神経2本が損傷しており、美容整形手術が原因と思われると診断された(40歳代・女性)。

#### ②医療サービス

病院で脂肪冷却瘦身<sup>そうしん</sup>の施術を受け、お尻と脇腹に凍傷。施術を中止して半年間当該病院に治療のため通院。お尻は治ったが、まだ脇腹にやけどのような跡形が2カ所残っている(40歳代・女性)。

#### ③カイロプラクティック

整形外科で手術を勧められたが、手術を避けたくてカイロプラクティックで施術を受けた。7日目の施術直後に足がまひして立ち上がれなくなった。その後大学病院で手術を受け1カ月半入院し、リハビリのため転院した(40歳代・男性)。

#### ④バスサービス

席に座る前にバスが発車し転倒。腰椎<sup>ようつい</sup>圧迫骨折で2カ月入院した(70歳以上・女性)。

#### ⑤美容サービス

まつ毛のエクステンションの施術を受けたら、接着剤が目に入り、角膜が損傷した。左目の角膜の4分の1が剥がれ、痛くて目が開けられない状態である(40歳代・女性)。

### (3) 目新しい商品・役務等による事故例

#### ①スポーツ教室

通電ジャケットの着用により短期間で筋肉をつけるジムで、私の前に使った人の通電量のままトレナーがスイッチを入れたため、身体が<sup>こうちやく</sup>膠着し声も出なくなった。何とかしてスイッチを切ってもらったが、終了後にも全身がけいれんした（50歳代・女性）。

#### ②化粧品

足の角質パックをパッチテストもして使用したが、<sup>かかと</sup>踵がずるむけになり腫れて発熱した。数カ月経ってもまだ小さい水泡が残っている（30歳代・女性）。

#### ③理美容用具

ジェルネイルを自分でやりたいと思い、UVライトを購入。指6本のネイルが焦げ、爪から1 cm下が日焼けしてしまった（30歳代・女性）。

#### ④美容サービス

エステサロンで店員の指示の下、自分で歯のセルフホワイトニングをしたら口の中が荒れて白くなった（30歳代・女性）。

#### ⑤入浴剤

ショッピングセンターで購入の水素入浴剤を使ったところ、持病のぜんそく発作が出て息苦しくなった（40歳代・女性）。

### (4) 主に乳幼児等向けの商品・役務等の事故例

#### ①ベビー用玩具

調味料の容器を模した1歳児向けの玩具を購入し1カ月使用したら中がカビだらけになった。7カ月の子どもが舐め続けていたせいか、せきが出た。

#### ②ベビーフェンス

2歳の娘の足が、組み立て式のベビーサークルに開けられた穴にひざまで挟まり抜けず、赤い痣<sup>あざ</sup>ができた。

#### ③ベビーベッド

電動ゆりかごに7カ月の乳児を乗せようと製品のそばに寝かせていたところ、乳児が移動しフレームとラックの隙間に親指を入れ、全治3カ月の複雑骨折を負った。

#### ④玩具・遊具

1歳の息子が幼児用の車型おもちゃのハンドルにあごが挟まった。慌てて抜いたところ、歯が2本抜ける事故になった。

### ⑤玩具・遊具

2歳の娘が幼稚園で購入したピカピカ光る玩具を1時間以上握っていたところ、低温やけどになり、全治2週間と医師から言われた。

## (5) 主に高齢者・障害者向けの商品・役務等の事故例

### ①補聴器

1週間のお試し後購入した補聴器だが、数日で耳に炎症が起きた。耳鼻科で常時の使用は無理と言われたので解約したいが拒否された(70歳以上・女性)。

### ②健康食品

健康食品を1カ月前から飲んでいるが、最近太ももが水ぼうそうのようになって、かゆみがあり、痕になった(60歳代・女性)。

### ③運搬用具

シルバーカーの後輪に突然ブレーキがかかり、転倒して顔と腰を打撲した(60歳代・女性)。

### ④介護用品レンタル

介護保険でレンタルしている四輪歩行補助車のブレーキが突然利かなくなって転倒した(60歳代・男性)。

### ⑤電動自転車

電動三輪車を購入した。走行中に歩道に乗ろうとしたら転倒して、骨盤を骨折し1カ月程入院した(70歳以上・男性)。

## 5 医療機関ネットワークの情報とその活用

### (1) 情報の収集

2016年度に医療機関ネットワークで収集した情報（基本情報）は、30の医療機関から8,286件であり、前年度の7,733件に比べ553件の増加（前年度比+7.2%）である（表18 41頁、図10 42頁）。

収集した基本情報のうち、依頼に基づいて、医療機関がさらに詳しい内容を聞き取った情報（詳細情報）は281件である。

さらに、以下の4件については、国民生活センターが現地調査等を実施している。

- ・抱っこひもでの呼吸器障害事故（現地調査）
- ・自転車前輪挟み込み事故（事故車両および事故関係品の写真提供）
- ・ポリフェノールが疑われる胎児動脈管早期収縮（事故品調査）
- ・自転車スポーク外傷事故（事故車両の写真提供）

### (2) 情報の活用

医療機関ネットワークの情報を活用した消費者への注意喚起は以下の7件である。その他メールマガジン等にも活用している（表29 60頁）。

- ・「発熱反応を伴い水素を発生するというパック型入浴剤」2016年7月21日国民生活センター公表
- ・「自転車に乗せた子どもの足が車輪に巻き込まれる事故に注意」2016年8月18日国民生活センター公表
- ・「暖房器具等での子供のやけど及びけがに気を付けましょう」2016年11月22日消費者庁公表
- ・「お子様用の玩具や乗り物は、安全面に気を付けましょう」2016年12月7日消費者庁・国民生活センター公表
- ・「医療機関ネットワークにみる店舗用ショッピングカートでの子どもの事故」2016年12月7日国民生活センター公表
- ・「子供の歯磨き中の喉突き事故などに気を付けましょう！」2017年2月15日消費者庁・国民生活センター公表
- ・「食品による子供の窒息事故に御注意ください！」2017年3月15日消費者庁公表

表24 危害情報の上位10商品・役務等の推移（消費生活センター等）

順位	2012年度 10,599件			2013年度 13,700件			2014年度 11,594件		
	商品・役務等	件数	割合 (%)	商品・役務等	件数	割合 (%)	商品・役務等	件数	割合 (%)
1	化粧品	1,405	13.3	化粧品	2,313	16.9	化粧品	1,227	10.6
2	医療サービス	850	8.0	調理食品	1,407	10.3	医療サービス	1,205	10.4
3	エステティックサービス	590	5.6	医療サービス	1,056	7.7	エステティックサービス	622	5.4
4	健康食品	532	5.0	エステティックサービス	661	4.8	健康食品	583	5.0
5	外食	466	4.4	健康食品	655	4.8	外食	544	4.7
6	歯科治療	380	3.6	外食	459	3.4	調理食品	394	3.4
7	美容院	335	3.2	洗濯用洗剤	317	2.3	美容院	346	3.0
8	調理食品	314	3.0	歯科治療	301	2.2	歯科治療	331	2.9
9	家具類	218	2.1	美容院	300	2.2	飲料	238	2.1
10	飲料	216	2.0	飲料	259	1.9	菓子類	216	1.9

順位	2015年度 10,638件			2016年度 11,602件		
	商品・役務等	件数	割合 (%)	商品・役務等	件数	割合 (%)
1	化粧品	1,036	9.7	健康食品	1,866	16.1
2	医療サービス	904	8.5	化粧品	1,168	10.1
3	健康食品	898	8.4	医療サービス	926	8.0
4	エステティックサービス	521	4.9	エステティックサービス	564	4.9
5	外食	501	4.7	外食	467	4.0
6	調理食品	343	3.2	飲料	454	3.9
7	美容院	341	3.2	歯科治療	348	3.0
8	歯科治療	319	3.0	調理食品	269	2.3
9	飲料	249	2.3	美容院	255	2.2
10	賃貸アパート・マンション	223	2.1	賃貸アパート・マンション	215	1.9

(注1) 表中の割合は、小数点以下第2位を四捨五入した値である。

(注2) 2017年5月末日までの登録分。2014年度までは国民生活センターで受け付けた経由相談は除いたもの。2015年度以降は消費生活センター等からの経由相談を除く。

表25 危険情報の上位10商品・役務等の推移（消費生活センター等）

順位	2012年度 4,170件			2013年度 6,903件			2014年度 5,196件		
	商品・役務等	件数	割合 (%)	商品・役務等	件数	割合 (%)	商品・役務等	件数	割合 (%)
1	四輪自動車	655	15.7	調理食品	2,419	35.0	四輪自動車	687	13.2
2	調理食品	120	2.9	四輪自動車	563	8.2	調理食品	275	5.3
3	携帯電話	108	2.6	菓子類	155	2.2	菓子類	152	2.9
4	家具類	96	2.3	携帯電話	130	1.9	自転車	134	2.6
5	自動二輪車	93	2.2	自転車	111	1.6	電子レンジ類	119	2.3
6	自転車	93	2.2	電子レンジ類	107	1.6	家具類	114	2.2
7	修理サービス	89	2.1	家具類	99	1.4	携帯電話	101	1.9
8	電子レンジ類	87	2.1	医療サービス	79	1.1	修理サービス	98	1.9
9	電球類	85	2.0	室内照明器具	70	1.0	自動二輪車	88	1.7
10	菓子類	73	1.8	修理サービス	69	1.0	外食	84	1.6

順位	2015年度 4,476件			2016年度 3,551件		
	商品・役務等	件数	割合 (%)	商品・役務等	件数	割合 (%)
1	四輪自動車	592	13.2	四輪自動車	455	12.8
2	調理食品	307	6.9	こんろ類	264	7.4
3	菓子類	167	3.7	調理食品	148	4.2
4	家具類	87	1.9	自転車	90	2.5
5	外食	80	1.8	電子レンジ類	85	2.4
6	電子レンジ類	79	1.8	家具類	83	2.3
7	自転車	78	1.7	菓子類	75	2.1
8	石油ファンヒーター	70	1.6	携帯電話	71	2.0
9	飲料	68	1.5	電気掃除機類	63	1.8
10	パン類	67	1.5	修理サービス	60	1.7

(注1) 表中の割合は、小数点以下第2位を四捨五入した値である。

(注2) 2017年5月末日までの登録分。2014年度までは国民生活センターで受け付けた経由相談は除いたもの。2015年度以降は消費生活センター等からの経由相談を除く。

表26 危害情報における上位商品・役務等の危害内容ごとの件数（消費生活センター等）

危害内容 商品・役務等	危害内容																		2016年度計	割合(%)		
	骨折	脱臼・捻挫	切断	擦過傷・挫傷・打撲傷	刺傷・切傷	頭蓋(内)損傷	内臓損傷	神経・脊髄の損傷	筋・腱の損傷	窒息	感覚機能の低下	熱傷	凍傷	皮膚障害	感電障害	中毒	呼吸器障害	消化器障害			その他の傷病及び諸症状	不明
全体	357	72	14	780	627	32	11	270	85	19	142	676	14	3,042	15	189	340	1,917	2,813	187	11,602	100.0
健康食品	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	4	0	0	592	0	1	13	969	265	19	1,866	16.1
化粧品	0	0	0	2	6	0	0	0	0	0	4	8	0	1,035	0	0	11	1	98	3	1,168	10.1
医療サービス	21	3	2	18	14	4	8	30	2	1	40	67	4	193	1	0	25	46	400	47	926	8.0
エステティックサービス	7	3	0	80	8	0	0	20	15	0	2	117	5	215	1	0	1	18	69	3	564	4.9
外食	12	2	0	30	53	0	1	5	2	1	3	45	0	18	0	91	5	145	48	6	467	4.0
飲料	1	0	0	2	8	1	0	0	0	1	2	9	0	86	0	3	3	273	62	3	454	3.9
歯科治療	1	0	0	13	24	0	0	12	0	1	8	5	0	9	0	0	3	4	267	1	348	3.0
調理食品	2	1	0	4	45	0	0	0	0	2	3	9	0	9	0	27	4	120	41	2	269	2.3
美容院	0	1	0	10	10	0	0	5	1	0	3	25	0	125	0	0	1	0	74	0	255	2.2
賃貸アパート・マンション	7	3	1	13	9	1	0	3	0	0	2	0	0	26	0	1	48	7	84	10	215	1.9
他の理美容サービス	0	0	0	8	16	0	0	0	0	0	6	6	0	58	0	0	0	0	82	1	177	1.5
家具類	7	3	4	33	14	3	0	13	1	0	2	2	0	14	0	0	17	1	43	3	160	1.4
商品一般	29	11	0	55	15	2	0	13	4	0	0	1	0	1	2	0	2	1	7	3	146	1.3
医薬品類	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	3	0	0	56	0	0	4	31	36	2	134	1.2
菓子類	0	0	0	1	11	0	0	0	0	0	8	1	1	10	0	4	4	49	44	0	133	1.1
洗濯用洗剤	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	12	0	2	18	2	91	4	131	1.1
他の医療サービス	9	2	0	15	0	0	0	28	10	0	1	5	0	9	0	0	0	2	42	0	123	1.1
スポーツ・健康教室	10	2	0	5	1	1	0	16	11	0	0	0	0	14	1	0	1	1	44	1	108	0.9
自転車	18	6	2	67	4	1	0	2	0	0	0	1	0	1	0	0	1	0	4	0	107	0.9
靴・運動靴	11	6	0	39	5	2	0	0	3	0	0	0	0	17	0	0	0	0	18	0	101	0.9

(注1) 表中の割合は、小数点以下第2位を四捨五入した値である。

(注2) 2017年5月末日までの登録分。消費生活センター等からの経由相談を除く。

表27 危害情報における年代別上位商品・役務等と件数（消費生活センター等）

年代	順位	1位	2位	3位	4位	5位
10歳未満		外食 32	家具類 19	遊園地・ レジャーランド 18	菓子類 16	調理食品 16
10歳代		化粧品 49	健康食品 47	自転車 34	外食 18	飲料 18
20歳代		エステティック サービス 163	健康食品 156	医療サービス 144	化粧品 134	外食 70
30歳代		健康食品 292	化粧品 162	エステティック サービス 135	医療サービス 117	外食 79
40歳代		健康食品 482	化粧品 208	医療サービス 157	エステティック サービス 103	飲料 103
50歳代		健康食品 361	化粧品 180	医療サービス 99	エステティック サービス 79	飲料 79
60歳代		健康食品 207	化粧品 187	医療サービス 97	歯科治療 75	飲料 60
70歳以上		健康食品 218	医療サービス 185	化粧品 173	歯科治療 57	医薬品類 52
無回答 (未入力)		健康食品 103	医療サービス 99	化粧品 71	外食 68	調理食品 35

年代	順位	6位	7位	8位	9位	10位	累計 (%)
10歳未満		医療サービス 12	飲料 12	自転車 10	賃貸アパート・ マンション 10	玩具・遊具 その他 8	45.5
10歳代		医療サービス 16	美容院 11	調理食品 11	エステティック サービス 10	菓子類 7	65.6
20歳代		他の理美容 サービス 49	美容院 40	飲料 40	調理食品 22	賃貸アパート・ マンション 22	77.3
30歳代		飲料 79	賃貸アパート・ マンション 51	他の理美容 サービス 46	美容院 46	歯科治療 42	66.1
40歳代		外食 82	歯科治療 53	他の理美容 サービス 44	美容院 43	調理食品 43	62.6
50歳代		歯科治療 63	外食 60	美容院 48	調理食品 37	商品一般 33	56.0
60歳代		外食 39	調理食品 38	エステティック サービス 33	医薬品類、商品一般、 洗濯用洗剤 28		51.7
70歳以上		デイケア サービス 46	飲料 41	家庭用電気 治療器具 40	調理食品 32	商品一般 27	53.1
無回答 (未入力)		エステティック サービス 30	賃貸アパート・ マンション 29	歯科治療 28	家具類 25	美容院 23	47.7
累計						11,602	58.8

(注) 2017年5月末日までの登録分。消費生活センター等からの經由相談を除く。

表28 危険情報における上位商品・役務等の危険内容ごとの件数（消費生活センター等）

危険内容 商品・役務等	危険内容																				2016年度計	割合(%)		
	火災	発火・引火	発煙・火花	過熱・こげる	ガス爆発	ガス漏れ	点火・燃焼・消火不良	漏電・電波等の障害	燃料・液漏れ等	化学物質による危険	破裂	破損・折損	部品脱落	機能故障	転落・転倒・不安定	バリ・鋭利	操作・使用性の欠落	腐敗・変質	異物の混入	異物の侵入			その他	不明
全体	64	276	445	443	5	20	37	20	98	40	172	290	114	371	85	10	44	33	467	12	503	2	3,551	100.0
四輪自動車	26	5	37	14	0	0	0	0	16	0	8	27	15	234	0	0	5	0	0	0	68	0	455	12.8
こんろ類	1	17	2	3	3	6	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	230	0	264	7.4
調理食品	0	6	0	3	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	5	130	0	2	1	148	4.2
自転車	0	3	5	6	0	0	0	0	0	0	2	27	15	21	3	0	3	0	0	0	5	0	90	2.5
電子レンジ類	0	23	40	12	0	0	0	0	0	0	3	5	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	85	2.4
家具類	0	3	3	2	0	0	0	0	1	2	8	25	13	3	15	0	5	0	2	0	1	0	83	2.3
菓子類	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	8	62	0	4	0	75	2.1
携帯電話	0	16	10	34	0	0	0	0	0	0	3	5	0	0	0	0	1	0	0	0	2	0	71	2.0
電気掃除機類	0	9	26	18	0	0	0	1	1	1	3	3	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	63	1.8
修理サービス	0	3	7	10	0	0	2	2	5	0	1	0	3	22	1	0	0	0	1	0	3	0	60	1.7
電話関連機器・用品	3	13	16	19	0	0	0	0	1	0	2	4	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	60	1.7
パソコン	0	8	22	16	0	0	0	0	0	0	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	50	1.4
賃貸アパート・マンション	2	1	4	6	0	4	2	0	1	1	0	7	3	2	11	0	0	0	0	0	2	0	46	1.3
パソコン周辺機器・用品	1	6	10	20	0	0	0	0	0	0	1	3	0	0	0	0	0	0	0	0	4	0	45	1.3
ヘアケア用具	0	14	15	8	0	0	0	0	0	0	1	4	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	44	1.2
テレビ	0	7	22	9	0	0	0	1	1	0	0	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	43	1.2
他の光熱水品	0	5	3	7	0	0	0	0	10	1	14	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	0	43	1.2
外食	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	4	30	0	6	0	43	1.2
室内照明器具	0	2	20	14	0	0	0	0	0	0	0	2	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	41	1.2
鍋類	0	1	0	5	0	0	0	0	1	0	10	14	6	0	0	0	1	0	0	0	2	0	40	1.1

(注1) 表中の割合は、小数点第2位を四捨五入した値である。

(注2) 2017年5月末日までの登録分。消費生活センター等からの経由相談を除く。

表29 医療機関ネットワークの情報の活用実績

公表テーマ名等	公表（注意喚起）	リーフレット 「くらしの危険」	メールマガジン		
			見守り新鮮情報	子ども サポート情報	子ども安全メール (消費者庁)
チャイルドシート、自分で抜け出してしまうことも!?					284号 2016年4月7日
発達をみながら注意したい0・1・2歳児の事故				99号※ 2016年4月12日	
公共交通機関でのベビーカー利用に気を付けて!					285号 2016年4月14日
お風呂では子供から目を離さないで!					286号 2016年4月21日
ベランダや窓からの転落事故が発生しています!					287号 2016年4月28日
高齢者の誤飲・誤食事故に御注意ください!			253号※ 2016年5月13日		
「異物の侵入」に注意!					289号※ 2016年5月19日
自転車用レインウェアの運転への影響と安全性について		No.331※ 2016年5月発行			
ごみ箱に捨てたものを子供が誤飲することも!					290号 2016年5月26日
抱っこやおんぶをしながらの調理は要注意!					291号 2016年6月2日
油断しないで!耳掃除				101号※ 2016年6月7日	
ハイチェア(子供用の座面の高い椅子)からの転落に御注意!					292号 2016年6月9日
プラスチックのスプーンをかじって破片を誤飲!					293号 2016年6月16日
プールでの事故に御注意!					296号 2016年7月7日
花火によるやけどに注意				103号 2016年7月13日	
発熱反応を伴い水素を発生するというバック型入浴剤	2016年7月21日 国民生活センター	No.333※ 2016年9月発行			
エスカレーターでの事故に御注意ください!					298号※ 2016年7月21日
お線香によるやけどに注意!					301号 2016年8月10日
自転車に乗せた子どもの足が車輪に巻き込まれる事故に注意	2016年8月18日 国民生活センター	No.334※ 2016年11月発行		107号※ 2016年10月18日	305号※ 2016年9月8日
扇風機の事故に御注意!					302号 2016年8月18日
台所用や洗濯用洗剤の誤飲に気を付けて!					303号 2016年8月25日
テーブルの上に手が届くことも!スープやみそ汁でのやけど					306号 2016年9月15日
口に入る大きさの磁石は子供の手の届かないところに置きましょう。					307号 2016年9月21日
子供がタンスを倒した!					308号 2016年9月29日
電気ケトルの転倒等による乳幼児の熱傷事故にご注意ください					309号※ 2016年10月6日
おむつ替えの時の転落事故に気を付けて!					310号 2016年10月13日
シールの誤飲・誤えんに御注意ください					311号 2016年10月20日
炊飯器の蒸気によるやけどに注意しましょう					313号 2016年11月2日
暖房器具等での子供のやけど及びけがに気を付けましょう	2016年11月22日 消費者庁				317号※ 2016年12月1日
お子様用の玩具や乗り物は、安全面に気を付けましょう	2016年12月7日 消費者庁+国民生活センター				
医療機関ネットワークにみる店舗用ショッピングカートでの子どもの事故	2016年12月7日 国民生活センター	No.335※ 2017年3月発行		110号※ 2017年1月24日	320号※ 2016年12月22日
カップ麺でのやけどに気を付けましょう!					322号 2017年1月12日
危ない!エレベーターでの事故に気を付けて!					323号 2017年1月19日
子供がお風呂で溺れる事故を防ぎましょう!					324号 2017年1月26日
豆・ナッツ類は、喉に詰まりやすいので気を付けて!					325号 2017年2月2日
エスカレーターでの事故に御注意ください!				111号※ 2017年2月14日	
子供の歯磨き中の喉突き事故などに気を付けましょう!	2017年2月15日 消費者庁+国民生活センター				327号※ 2017年2月16日
電気カーペットでの低温やけどや熱中症に注意しましょう。					328号 2017年2月23日
電気コンセントでの感電に注意しましょう!					329号 2017年3月2日
抱っこひもからお子さんが転落!					330号 2017年3月9日
食品による子供の窒息事故に御注意ください!	2017年3月15日 消費者庁				

(注1)「公表テーマ名等」の名称は公表(注意喚起)の資料名を優先しており、公表(注意喚起)を行わずに、リーフレット、メールマガジンだけで活用したものは、各媒体のタイトル名としている。

(注2)※は過去年度を含む公表(注意喚起)の資料名を「公表テーマ名等」の名称としているため、各媒体のタイトル名と異なる場合がある。

# 国民生活センター相談窓口に 寄せられた消費生活相談

国民生活センターの相談窓口では、2016年度は、各地の消費生活センター等から寄せられる「経由相談」や、相談者からの相談を受け付ける「平日バックアップ相談」「休日相談」「お昼の消費生活相談」を実施した。この他、特定のテーマの相談を受け付ける「110番」も行った。

「経由相談」では、各地の消費生活センター等に寄せられた相談を解決するうえで必要な、さまざまな情報の提供や処理方法についてアドバイスをを行っている。

「平日バックアップ相談」では、消費者庁が運営する消費者ホットライン（188）で平日に全国の消費生活センター等の相談窓口の電話が話中でつながらない場合などに、国民生活センターで相談を受け付けることで、地方自治体をバックアップしている（2011年6月20日から開始）。「お昼の消費生活相談」では、全国の消費生活相談等の相談窓口が昼休み等のためつながりにくい時間帯（11:00～13:00）に、国民生活センターが消費者から直接相談を受け付けている（2013年7月29日から開始）。「休日相談」では、都道府県や市町村の中には土日祝日に相談窓口が開所していないところもあることから、これらを補完するため、年末年始を除く土日祝日に、消費者ホットラインを通じ、消費生活相談を受け付けている\*。また、「経由相談」では、「個人情報の保護に関する法律」の施行（2005年4月1日）を機に、個人情報に関する相談も受け付けている。

なお、「独立行政法人の事務・事業の見直しの基本方針」（2010年12月7日閣議決定）において国民生活センターの直接相談の廃止が決定したため、2011年3月末をもって従来のかたちでの「直接相談」を終了している。また、直接相談の廃止（2011年3月末日）に伴い、直接消費者から個人情報等に関連する相談を受け取るための専用電話も廃止している。

本稿では、2016年度、国民生活センターで受け付けた上記の相談について報告を行う（データは、すべて2017年5月末までの登録分）。

\*2010年1月16日より「土日祝日相談」として実施してきたが、2015年4月1日より「休日相談」と名称を改めた。

## 1 平日に寄せられた相談 (経由相談、平日バックアップ相談、お昼の消費生活相談、各種110番)

### (1) 概況

平日に国民生活センターを窓口として、2016年度に受け付けた消費生活相談は「経由相談」「平日バックアップ相談」「お昼の消費生活相談」各種「110番」の合計15,320件であった（表30 2015年度は13,682件）。内訳は、表31～35、図11（63～64頁）のとおりである。

表30 相談件数の年度別推移

年度	区分	件数	対前年度比
2007		9,597	
2008		9,841	102.5%
2009		9,989	101.5%
2010		13,178	131.9%
2011		9,492	72.0%
2012		9,450	99.6%
2013		12,859	136.1%
2014		14,027	109.1%
2015		13,682	97.5%
2016		15,320	112.0%

表31 苦情・問合せ・要望別相談件数の推移

年度	2012	2013	2014	2015	2016	2016年度 対前年度比
相談総件数	9,450 (100.0%)	12,859 (100.0%)	14,027 (100.0%)	13,682 (100.0%)	15,320 (100.0%)	112.0%
苦情	9,204 (97.4%)	12,667 (98.5%)	13,831 (98.6%)	13,425 (98.1%)	14,808 (96.7%)	110.3%
問合せ	244 (2.6%)	189 (1.5%)	187 (1.3%)	251 (1.8%)	508 (3.3%)	202.4%
要望	2 (0.0%)	3 (0.0%)	9 (0.1%)	6 (0.0%)	4 (0.0%)	66.7%

(注1) 表中の構成比は各年度の総件数を100として算出し、小数点以下第2位を四捨五入した値である。以下同じ。

(注2) ( ) 内は相談総件数に占める比率。以下同じ。

表32 商品・役務等別相談件数の推移

年度	2012	2013	2014	2015	2016	2016年度 対前年度比
相談総件数	9,450 (100.0%)	12,859 (100.0%)	14,027 (100.0%)	13,682 (100.0%)	15,320 (100.0%)	112.0%
商品	3,168 (33.5%)	4,874 (37.9%)	4,749 (33.9%)	4,348 (31.8%)	4,965 (32.4%)	114.2%
役務全体(A+B)	6,207 (65.7%)	7,882 (61.3%)	9,177 (65.4%)	9,241 (67.5%)	10,173 (66.4%)	110.1%
役務(A)	5,503 (58.2%)	6,904 (53.7%)	8,068 (57.5%)	8,177 (59.8%)	8,600 (56.1%)	105.2%
商品関連役務(B)	704 (7.4%)	978 (7.6%)	1,109 (7.9%)	1,064 (7.8%)	1,573 (10.3%)	147.8%
他の相談	75 (0.8%)	103 (0.8%)	101 (0.7%)	93 (0.7%)	182 (1.2%)	195.7%

(注) 役務(A)とは純粋役務のこと。商品関連役務(B)とは、商品との関連が著しい役務であり、①クリーニング②レンタル・リース・貸借③工事・建築・加工④修理・補修⑤管理・保管の5種類がある。

図11 商品・役務等の構成比推移

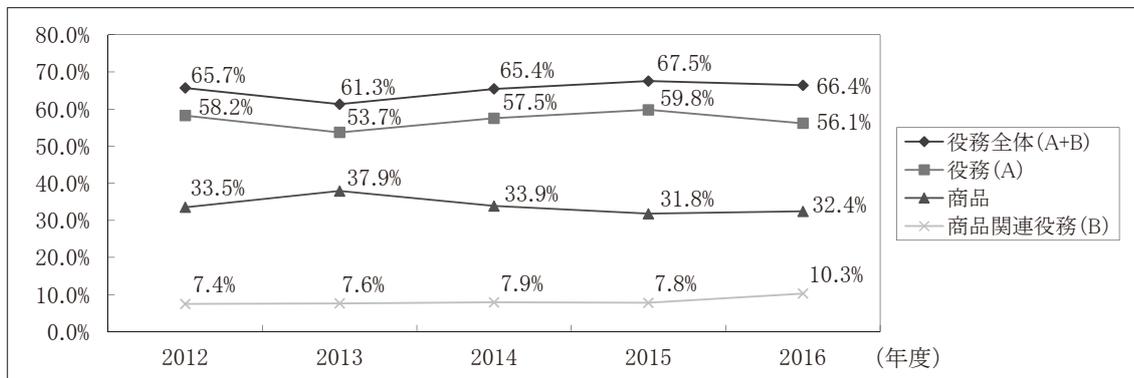


表33 相談者および契約当事者の性別相談件数の推移

年度	2012	2013	2014	2015	2016	2016年度 対前年度比	
相談総件数	9,450 (100.0%)	12,859 (100.0%)	14,027 (100.0%)	13,682 (100.0%)	15,320 (100.0%)	112.0%	
相談者	男性	4,102 (43.4%)	5,458 (42.4%)	6,369 (45.4%)	6,257 (45.7%)	6,773 (44.2%)	108.2%
	女性	4,780 (50.6%)	6,983 (54.3%)	7,345 (52.4%)	7,157 (52.3%)	8,144 (53.2%)	113.8%
	団体	453 (4.8%)	284 (2.2%)	225 (1.6%)	243 (1.8%)	372 (2.4%)	153.1%
	不明	115 (1.2%)	134 (1.0%)	88 (0.6%)	25 (0.2%)	31 (0.2%)	124.0%
契約当事者	男性	4,304 (45.5%)	5,944 (46.2%)	6,704 (47.8%)	6,529 (47.7%)	6,967 (45.5%)	106.7%
	女性	4,466 (47.3%)	6,314 (49.1%)	6,656 (47.5%)	6,581 (48.1%)	7,521 (49.1%)	114.3%
	団体	314 (3.3%)	193 (1.5%)	182 (1.3%)	198 (1.4%)	287 (1.9%)	144.9%
	不明	366 (3.9%)	408 (3.2%)	485 (3.5%)	374 (2.7%)	545 (3.6%)	145.7%

(注) 「不明」には、無回答を含む場合がある。以下同じ。

表34 相談者および契約当事者の年代別相談件数の推移

年度	2012	2013	2014	2015	2016	2016年度 対前年度比	
相談総件数	9,450 (100.0%)	12,859 (100.0%)	14,027 (100.0%)	13,682 (100.0%)	15,320 (100.0%)	112.0%	
相談者	20歳未満	89 (0.9%)	118 (0.9%)	150 (1.1%)	194 (1.4%)	178 (1.2%)	91.8%
	20歳代	1,127 (11.9%)	1,577 (12.3%)	1,917 (13.7%)	2,053 (15.0%)	2,172 (14.2%)	105.8%
	30歳代	1,788 (18.9%)	2,451 (19.1%)	2,617 (18.7%)	2,678 (19.6%)	2,768 (18.1%)	103.4%
	40歳代	1,940 (20.5%)	2,783 (21.6%)	3,326 (23.7%)	3,117 (22.8%)	3,524 (23.0%)	113.1%
	50歳代	1,293 (13.7%)	1,831 (14.2%)	2,239 (16.0%)	2,217 (16.2%)	2,687 (17.5%)	121.2%
	60歳代	1,142 (12.1%)	1,454 (11.3%)	1,603 (11.4%)	1,505 (11.0%)	1,816 (11.9%)	120.7%
	70歳以上 不明	1,101 (11.7%) 970 (10.3%)	1,618 (12.6%) 1,027 (8.0%)	1,333 (9.5%) 842 (6.0%)	1,225 (9.0%) 693 (5.1%)	1,356 (8.9%) 819 (5.3%)	110.7% 118.2%
契約当事者	20歳未満	399 (4.2%)	740 (5.8%)	573 (4.1%)	585 (4.3%)	523 (3.4%)	89.4%
	20歳代	1,192 (12.6%)	1,652 (12.8%)	2,023 (14.4%)	2,148 (15.7%)	2,252 (14.7%)	104.8%
	30歳代	1,664 (17.6%)	2,218 (17.2%)	2,404 (17.1%)	2,491 (18.2%)	2,571 (16.8%)	103.2%
	40歳代	1,626 (17.2%)	2,254 (17.5%)	2,774 (19.8%)	2,607 (19.1%)	3,028 (19.8%)	116.1%
	50歳代	998 (10.6%)	1,378 (10.7%)	1,775 (12.7%)	1,792 (13.1%)	2,154 (14.1%)	120.2%
	60歳代	1,009 (10.7%)	1,302 (10.1%)	1,424 (10.2%)	1,342 (9.8%)	1,669 (10.9%)	124.4%
	70歳以上 不明	1,360 (14.4%) 1,202 (12.7%)	2,046 (15.9%) 1,269 (9.9%)	1,615 (11.5%) 1,439 (10.3%)	1,493 (10.9%) 1,224 (8.9%)	1,641 (10.7%) 1,482 (9.7%)	109.9% 121.1%

表35 相談者および契約当事者の職業等別相談件数の推移

年度	2012	2013	2014	2015	2016	2016年度 対前年度比	
相談総件数	9,450 (100.0%)	12,859 (100.0%)	14,027 (100.0%)	13,682 (100.0%)	15,320 (100.0%)	112.0%	
相談者	給与生活者	3,789 (40.1%)	5,446 (42.4%)	6,699 (47.8%)	6,993 (51.1%)	7,829 (51.1%)	112.0%
	自営・自由業	677 (7.2%)	923 (7.2%)	1,073 (7.6%)	1,142 (8.3%)	1,296 (8.5%)	113.5%
	家事従事者	1,616 (17.1%)	2,251 (17.5%)	2,234 (15.9%)	2,076 (15.2%)	2,285 (14.9%)	110.1%
	学生	241 (2.6%)	350 (2.7%)	466 (3.3%)	460 (3.4%)	455 (3.0%)	98.9%
	無職	1,814 (19.2%)	2,445 (19.0%)	2,336 (16.7%)	2,156 (15.8%)	2,462 (16.1%)	114.2%
	相談窓口	1 (0.0%)	3 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	2 (0.0%)	-
	行政機関	41 (0.4%)	39 (0.3%)	29 (0.2%)	26 (0.2%)	31 (0.2%)	119.2%
	消費者団体	0 (0.0%)	2 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	-
	企業・団体	412 (4.4%)	240 (1.9%)	195 (1.4%)	218 (1.6%)	338 (2.2%)	155.0%
	不明	859 (9.1%)	1,160 (9.0%)	995 (7.1%)	611 (4.5%)	622 (4.1%)	101.8%
契約当事者	給与生活者	3,521 (37.3%)	4,929 (38.3%)	6,160 (43.9%)	6,407 (46.8%)	7,183 (46.9%)	112.1%
	自営・自由業	605 (6.4%)	823 (6.4%)	960 (6.8%)	1,017 (7.4%)	1,153 (7.5%)	113.4%
	家事従事者	1,317 (13.9%)	1,720 (13.4%)	1,694 (12.1%)	1,636 (12.0%)	1,833 (12.0%)	112.0%
	学生	547 (5.8%)	961 (7.5%)	919 (6.6%)	873 (6.4%)	831 (5.4%)	95.2%
	無職	1,984 (21.0%)	2,805 (21.8%)	2,562 (18.3%)	2,388 (17.5%)	2,688 (17.5%)	112.6%
	相談窓口	1 (0.0%)	2 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	1 (0.0%)	-
	行政機関	8 (0.1%)	7 (0.1%)	4 (0.0%)	4 (0.0%)	5 (0.0%)	125.0%
	消費者団体	0 (0.0%)	1 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	-
	企業・団体	307 (3.2%)	182 (1.4%)	176 (1.3%)	194 (1.4%)	280 (1.8%)	144.3%
	不明	1,160 (12.3%)	1,429 (11.1%)	1,552 (11.1%)	1,163 (8.5%)	1,346 (8.8%)	115.7%

## (2) 経由相談

国民生活センターでは、各地消費生活センター等の相談処理を支援し、中核的機能の充実を図るため、2001年3月、各地消費生活センター等からの問い合わせに対応するための、専用の電話回線「経由相談ホットライン」を設置した。

また、2011年度より、専門的な相談の充実・強化のため専門チーム制を導入した。金融・保険、情報通信、特商法等の専門チームに分かれ、相談の受け付けを行い、外部の専門家のヒアリング、事例研究会等を通じて専門性を高めている。

### 1) 概況

#### ①経由相談の相談件数と内訳

経由相談の内訳は表36～40 (64～66頁) のとおりである。なお、経由相談の件数は行政の相談受付窓口および消費者団体からの相談件数を合わせたものである。

表36 経由相談件数の年度別推移

年度	区分	件数	対前年度比
2007		5,541	
2008		4,696	84.8%
2009		5,317	113.2%
2010		5,939	111.7%
2011		6,344	106.8%
2012		5,918	93.3%
2013		7,233	122.2%
2014		7,687	106.3%
2015		7,116	92.6%
2016		7,589	106.6%

② 経由相談の相談内容

表37 経由相談の相談者の都道府県別件数

都道府県名	2015年度	2016年度	都道府県名	2015年度	2016年度	都道府県名	2015年度	2016年度
北海道	132	139	福井県	182	184	山口県	93	86
青森県	83	71	山梨県	48	40	徳島県	48	52
岩手県	48	60	長野県	155	192	香川県	59	124
宮城県	133	111	岐阜県	86	85	愛媛県	122	95
秋田県	30	22	静岡県	342	308	高知県	55	68
山形県	128	106	愛知県	247	245	福岡県	226	306
福島県	67	59	三重県	95	95	佐賀県	43	69
茨城県	263	241	滋賀県	137	127	長崎県	86	80
栃木県	164	123	京都府	246	301	熊本県	86	87
群馬県	141	158	大阪府	443	490	大分県	21	44
埼玉県	447	552	兵庫県	256	299	宮崎県	106	90
千葉県	490	476	奈良県	120	170	鹿児島県	110	123
東京都	399	491	和歌山県	43	66	沖縄県	38	30
神奈川県	244	279	鳥取県	38	52	その他・不明	7	18
新潟県	132	105	島根県	67	68			
富山県	111	107	岡山県	103	96			
石川県	157	156	広島県	239	243	総合計	7,116	7,589

表38 経由相談の商品別分類の件数

項目	年度	2015		2016		2016年度 対前年度比
相談総件数		7,116	(100.0%)	7,589	(100.0%)	106.6%
商 品	商品一般	258	(3.6%)	188	(2.5%)	72.9%
	食料品	391	(5.5%)	772	(10.2%)	197.4%
	住居品	256	(3.6%)	253	(3.3%)	98.8%
	光熱水品	27	(0.4%)	24	(0.3%)	88.9%
	被服品	182	(2.6%)	237	(3.1%)	130.2%
	保健衛生品	247	(3.5%)	285	(3.8%)	115.4%
	教養娯楽品	467	(6.6%)	427	(5.6%)	91.4%
	車両・乗り物	173	(2.4%)	193	(2.5%)	111.6%
	土地・建物・設備	175	(2.5%)	140	(1.8%)	80.0%
	他の商品	19	(0.3%)	16	(0.2%)	84.2%
計		2,195	(30.8%)	2,535	(33.4%)	115.5%
商品 関連 役務	クリーニング	44	(0.6%)	41	(0.5%)	93.2%
	レンタル・リース・貸借	96	(1.3%)	84	(1.1%)	87.5%
	工事・建築・加工	161	(2.3%)	156	(2.1%)	96.9%
	修理・補修	64	(0.9%)	83	(1.1%)	129.7%
	管理・保管	46	(0.6%)	9	(0.1%)	19.6%
計		411	(5.8%)	373	(4.9%)	90.8%
役 務	役務一般	295	(4.1%)	150	(2.0%)	50.8%
	金融・保険サービス	542	(7.6%)	467	(6.2%)	86.2%
	運輸・通信サービス	1,781	(25.0%)	1,824	(24.0%)	102.4%
	教育サービス	37	(0.5%)	52	(0.7%)	140.5%
	教養・娯楽サービス	448	(6.3%)	579	(7.6%)	129.2%
	保健・福祉サービス	405	(5.7%)	475	(6.3%)	117.3%
	他の役務	551	(7.7%)	679	(8.9%)	123.2%
	内職・副業・ねずみ講	432	(6.1%)	440	(5.8%)	101.9%
他の行政サービス	5	(0.1%)	3	(0.0%)	60.0%	
計		4,496	(63.2%)	4,669	(61.5%)	103.8%
他の相談		14	(0.2%)	12	(0.2%)	85.7%

表39 経由相談の内容別分類の件数

項目		2015		2016		2016年度 対前年度比
相談総件数		7,116	(100.0%)	7,589	(100.0%)	106.6%
内 訳	商品・役務等	7,102	(99.8%)	7,577	(99.8%)	106.7%
	他の相談	14	(0.2%)	12	(0.2%)	85.7%
商品・ 商品関連 役務・ 役務の 内容	安全・衛生	445	(6.3%)	437	(5.8%)	98.2%
	品質・機能・役務品質	1,139	(16.0%)	1,270	(16.7%)	111.5%
	法規・基準	45	(0.6%)	55	(0.7%)	122.2%
	価格・料金	155	(2.2%)	225	(3.0%)	145.2%
	計量・量目	5	(0.1%)	3	(0.0%)	60.0%
	表示・広告	330	(4.6%)	463	(6.1%)	140.3%
	販売方法	4,556	(64.0%)	4,760	(62.7%)	104.5%
	契約・解約	6,353	(89.3%)	6,930	(91.3%)	109.1%
	接客対応	581	(8.2%)	969	(12.8%)	166.8%
	包装・容器	11	(0.2%)	9	(0.1%)	81.8%
	施設・設備	10	(0.1%)	14	(0.2%)	140.0%
	買物相談	4	(0.1%)	5	(0.1%)	125.0%
	生活知識	5	(0.1%)	2	(0.0%)	40.0%
その他	4	(0.1%)	6	(0.1%)	150.0%	

(注) 商品・商品関連役務・役務の内容別分類は複数回答項目。

表40 経由相談の販売購入形態別件数

項目		2015	2016	2016年度 対前年度比
相談総件数		4,716	5,204	110.3%
販売 購入 形態	訪問販売	877	812	92.6%
	通信販売	2,508	3,254	129.7%
	マルチ取引	673	504	74.9%
	電話勧誘販売	566	534	94.3%
	ネガティブ・オプション	18	28	155.6%
	訪問購入	32	25	78.1%
	その他無店舗	42	47	111.9%

(注) 販売購入形態のうち「店舗購入」と「不明・無関係」を除いた件数。「訪問販売」「通信販売」「電話勧誘販売」等の無店舗の形態で販売されたもの。

## 2) 経由相談の対応状況

経由相談の対応状況について、表41 (67頁) に示した。「移送・共同処理等」「助言」「その他」に分類している。

「移送」とは、「国民生活センターが各地消費生活センター等から全面的に処理を依頼されたものをいい、処理の主体は国民生活センターであるもの」をいう。

「共同処理等」とは、「①国民生活センターと各地消費生活センター等が共同して苦情を処理するもの、または、②国民生活センターが、各地消費生活センター等の依頼に応じ、関係省庁等に問い合わせたり、関係事業者に連絡を取る、関係事業者に関する情報を入手するなど、当該苦情の処理・解決のために助力するものをいい、処理の主体は各地消費生活センター等であるもの」をいう。

「助言」とは、「処理方法や同種事例の有無など、各地消費生活センター等の問い合わせに対し、アドバイスを行うこと」である。

「その他」はそれ以外のもの（例えば、〇〇の相談が寄せられたので国民生活センターに情報提供するなど）である。

表41 経由相談の対応状況別件数

経由種類	件数
移送・共同処理等	853
助言	6,603
その他	133
合計	7,589

### (3) 平日バックアップ相談等

2011年6月20日に開始した「平日バックアップ相談」は、「直接相談」が廃止されたなかで、全国の消費生活センター等に対する支援（地方支援）とともに、日々変化する消費者被害の詳細を迅速にキャッチし、問題点を浮き彫りにするという「センサー機能」の確保を目的のひとつとしている。今後も相談件数を維持し、積極的に「あっせん」を実施していくことで、「センサー機能」を向上させていくことが重要である。

また、2013年7月29日から、さらなる地方支援の一環として「お昼の消費生活相談」を開始し、全国の消費生活センター等がつながりにくく、給与生活者の相談しやすい昼休みの時間帯（11：00～13：00）に、国民生活センターが消費者から直接相談を受け付け、助言やあっせんなどを行っている。

ここでは、「平日バックアップ相談等」として、「平日バックアップ相談」と「お昼の消費生活相談」について2016年度の受付状況の概況を報告する。

#### 1) 概況

##### ①平日バックアップ相談等の相談件数と内訳

「平日バックアップ相談等」の合計は6,761件だった。内訳は「苦情」が6,553件、「問合せ」が207件、「要望」が1件である（表42）。このうち「平日バックアップ相談」として3,740件、「お昼の消費生活相談」として3,021件の相談を受け付けた。

表42 平日バックアップ相談等の相談種別件数と割合

相談種別	件数	割合
苦情	6,553	96.9%
問合せ	207	3.1%
要望	1	0.0%
合計	6,761	100.0%

②平日バックアップ相談等の相談者の属性

相談者の属性は、表43～46のとおりである。

表43 平日バックアップ相談等の性別相談件数と割合

性別	件数	割合
男性	3,243	48.0%
女性	3,322	49.1%
団体	196	2.9%
不明	0	0.0%
合計	6,761	100.0%

表44 平日バックアップ相談等の職業別相談件数と割合

職業	件数	割合
給与生活者	3,640	53.8%
自営・自由業	846	12.5%
家事従事者	1,026	15.2%
学生	171	2.5%
無職	782	11.6%
その他・不明	296	4.4%
合計	6,761	100.0%

表45 平日バックアップ相談等の年代別相談件数と割合

年代	件数	割合
20歳未満	58	0.9%
20歳代	831	12.3%
30歳代	1,463	21.6%
40歳代	1,856	27.5%
50歳代	1,349	20.0%
60歳代	664	9.8%
70歳以上	254	3.8%
不明	286	4.2%
合計	6,761	100.0%

表46 平日バックアップ相談等の地域別相談件数と割合

地域	件数	割合
北海道・東北北部	249	3.7%
東北南部	141	2.1%
北関東	248	3.7%
南関東	3,526	52.2%
甲信越	164	2.4%
北陸	79	1.2%
東海	566	8.4%
近畿	945	14.0%
山陰	29	0.4%
山陽	201	3.0%
四国	115	1.7%
九州北部	282	4.2%
九州南部・沖縄	107	1.6%
在外邦人・外国人	47	0.7%
不明	62	0.9%
合計	6,761	100.0%

【北海道・東北北部】 北海道・青森・岩手・秋田  
 【東北南部】 宮城・山形・福島  
 【北関東】 茨城・栃木・群馬  
 【南関東】 埼玉・千葉・東京・神奈川  
 【甲信越】 新潟・山梨・長野  
 【北陸】 富山・石川・福井  
 【東海】 岐阜・静岡・愛知・三重  
 【近畿】 滋賀・京都・大阪・兵庫・奈良・和歌山  
 【山陰】 鳥取・島根  
 【山陽】 岡山・広島・山口  
 【四国】 徳島・香川・愛媛・高知  
 【九州北部】 福岡・佐賀・長崎・熊本・大分  
 【九州南部・沖縄】 宮崎・鹿児島・沖縄

### ③平日バックアップ相談等の相談内容

「平日バックアップ相談等」の相談を商品別分類ごとにみると、「運輸・通信サービス」の相談が最も多く、全体の約3割であった（表47）。内訳は「デジタルコンテンツ」、プロバイダーとの契約や回線料金などに関する「インターネット接続回線」、携帯電話の契約等につわる「携帯電話サービス」が多かった。中でも「デジタルコンテンツ」では、大手通販サイト業者や大手コンテンツ業者をかたりさまざまな料金をSMS（ショートメッセージサービス）を利用して請求された、という相談が増加した。また、昨年度に引き続き「アダルト情報サイト」の相談も多かった。

表47 平日バックアップ相談等の商品別分類の相談件数と割合

項目		件数	割合
商 品	商品一般	172	2.5%
	食料品	410	6.1%
	住居品	279	4.1%
	光熱水品	35	0.5%
	被服品	308	4.6%
	保健衛生品	195	2.9%
	教養娯楽品	513	7.6%
	車両・乗り物	243	3.6%
	土地・建物・設備	155	2.3%
	他の商品	12	0.2%
商 品 関 連 役 務	クリーニング	26	0.4%
	レンタル・リース・貸借	452	6.7%
	工事・建築・加工	122	1.8%
	修理・補修	67	1.0%
	管理・保管	11	0.2%
役 務	役務一般	27	0.4%
	金融・保険サービス	350	5.2%
	運輸・通信サービス	2,016	29.8%
	教育サービス	46	0.7%
	教養・娯楽サービス	406	6.0%
	保健・福祉サービス	274	4.1%
	他の役務	490	7.2%
	内職・副業・ねずみ講	49	0.7%
	他の行政サービス	25	0.4%
他の相談	78	1.2%	
合 計		6,761	100.0%

## 2) 平日バックアップ相談等に寄せられた重大事故

消費者安全法における「重大事故等」として2016年度に消費者庁へ通知した相談は「平日バックアップ相談」「お昼の消費生活相談」を合わせて30件であった（表48）。

「エステティックサービス」「デイケアサービス施設」などが含まれる「保健・福祉サービス」が最も多く、椅子などの「住居品」や、化粧品などの「保健衛生品」なども寄せられた。

表48 平日バックアップ相談等に寄せられた重大事故の商品・役務等別件数

商品・役務等	件数
保健・福祉サービス	7
住居品	6
保健衛生品	4
食料品	3
教養・娯楽サービス	3
レンタル・リース・貸借	2
商品一般	1
車両・乗り物	1
土地・建物・設備	1
工事・建築・加工	1
他の役務	1
合 計	30

## (4) 110番の実施

国民生活センターでは、全国的に発生している案件、被害が深刻化している案件、解決困難な案件などについて、各地消費生活センター等の相談処理を支援し、中核的機能の充実を図るため、特定のテーマに関する相談を「110番」というかたちで、一定期間消費者から直接相談を受ける特設窓口を設けた。2016年度に実施した110番は以下の2件である。

### ● 「アクティブシニアのトラブル増加！ 60歳以上の消費者トラブル110番」

実施日：2016年9月15日（木）～9月16日（金）2日間

時 間：10：00～16：00

場 所：国民生活センター 相談情報部（特設電話回線を設置）

件 数：95件

### ● 「熊本地震消費者トラブル110番」（詳細は次ページ参照）

## (5) 熊本地震消費者トラブル110番について

2016年4月14日（木）以降に発生した「平成28年熊本地震」（以下、熊本地震）に関し、被災地域および被災者の方々の支援と、地元消費生活センター等のバックアップを目的として、国民生活センターでは、4月28日から7月14日までの77日間、特設電話相談窓口「熊本地震消費者トラブル110番」（通話料無料、九州地方限定着信、受付時間：10：00～16：00）を開設した。

### 1) 相談件数

「熊本地震消費者トラブル110番」（以下、「熊本地震110番」という）では、4月28日から7月14日までの77日間に875件の相談を受け付けた（1日平均、約11.4件）。内訳は、表49のとおりである。

※6月11日の施設点検のため、6月7日～16日は9日間の件数となっている。また、7月7日～14日は8日間の件数。

表49 熊本地震110番の相談件数

期間	件数	1日当たりの平均受付件数
4月28日～5月7日	313	31.3
5月8日～5月17日	206	20.6
5月18日～5月27日	141	14.1
5月28日～6月6日	69	6.9
6月7日～6月16日	50	5.6
6月17日～6月26日	41	4.1
6月27日～7月6日	36	3.6
7月7日～7月14日	19	2.4
合計（4月28日～7月14日）	875	11.4

### 2) 契約当事者の属性

#### ①契約当事者の特徴

年代別にみると、60歳以上の割合が49.2%と高い（表50）。職業別でみると、給与生活者が39.8%と最も多く、続いて無職30.4%、家事従事者16.9%、自営・自由業6.1%、その他5.5%、学生1.3%という順になっている（表51）。

性別でみると、男性350件（44.6%）、女性434件（55.4%）で、女性が多くなっている（表52 72頁）。

表50 熊本地震110番の契約当事者の年代別相談件数と割合

年代	件数	割合
30歳未満	48	6.5%
30歳代	74	10.0%
40歳代	127	17.2%
50歳代	126	17.1%
60歳代	174	23.5%
70歳以上	190	25.7%
合計	739	100.0%

（注1）表中の構成比は「熊本地震110番」の総件数を100として算出し、小数点以下第2位を四捨五入した値である。以下同じ。

（注2）合計には不明・無回答（未入力）を含まない。

表51 熊本地震110番の契約当事者の職業別相談件数と割合

職業	件数	割合
給与生活者	306	39.8%
自営・自由業	47	6.1%
家事従事者	130	16.9%
学生	10	1.3%
無職	234	30.4%
その他	42	5.5%
合計	769	100.0%

（注）合計には不明・無回答（未入力）を含まない。

表52 熊本地震110番の契約当事者の性別相談件数と割合

性別	件数	割合
男性	350	44.6%
女性	434	55.4%
合計	784	100.0%

(注) 合計には団体等、不明・無回答（未入力）を含まない。

### 3) 主な相談内容（商品・役務等別）

窓口開設期間中に寄せられた相談の内容を商品・役務等別にみると、賃貸住宅の退去や修理等の「不動産貸借」が316件（36.1%）、続いて屋根工事などの「工事・建築」が125件（14.3%）で上位に来ており、この2つを合わせた住宅に関する相談が全体の約半数と非常に多くなっている。また、自宅の屋根瓦が落下して隣家の設備を壊したなどの「相隣関係」や、屋根の応急処置等に関する「修理サービス」についての相談や問い合わせもみられる（表53）。

表53 熊本地震110番の商品・役務等別相談件数と割合

順位	商品・役務等	件数	割合
1	不動産貸借	316	36.1%
2	工事・建築	125	14.3%
3	相隣関係	70	8.0%
4	修理サービス	68	7.8%
5	他の行政サービス	44	5.0%
6	火災保険	35	4.0%
7	給湯システム	28	3.2%
8	保健・福祉その他	25	2.9%
9	相談その他（全般）	18	2.1%
10	役務その他サービス	14	1.6%
	その他	132	15.1%
	合計	875	100.0%

### 4) 主な相談の傾向

#### ①住宅関連の相談

熊本地震では、比較的限定された地域に震度7の地震が連続して起こり、その後も強い余震が続いたことから、大きな被害が住宅などの建物に集中したとみられる。「熊本地震110番」にも、さまざまな住宅関連の相談が多く寄せられた。

#### ・賃貸借契約

窓口開設当初の、強い余震が頻繁に起こっている時期は、「このまま住み続けられるのかが分からず今後のめどが立たない」という漠然とした相談が目立ったが、時間が経つにつれ、安全が確保できない等により住み続けられなくなった場合については退去の際の違約金条項や敷金返還等、住み続けられる場合については家主の修理対応等に関する問題が増えるなど、相談のポイントが明確になる傾向がみられた。どちらの場合も「家賃」の相談も含まれ、避難などで利用できなかった期間の支払いや、

建物の価値が下がったことによる家賃の減額についての相談が主なものだった。

#### ・工事・建築・修理サービス

地震で損害を受けた家屋の修理に関する相談も数多く寄せられ、中でも、屋根の修理に関するものが多かった。窓口開設当初は、屋根の応急処置であるブルーシートの価格や設置に関する相談が非常に多く寄せられた。地震発生から時間が経過し、り災証明書の発行が始まると、具体的な修理工事の契約に関する相談が寄せられ、そのほとんどは工事の価格や内容を問題としていた。

また、東日本大震災時にもみられたように、電気温水器の貯湯タンクが転倒した事例が寄せられ、メーカーの設置説明書の記載どおりにアンカーボルトが取り付けられていなかったケースも複数あった。

#### ・点検商法

り災証明書の発行が行き渡り、具体的に修理工事を行う段階になると、「近所で工事しているのでついでに屋根を点検しましょう」などと訪問してきて、屋根に上って撮ったと称する写真を見せながら「このままでは危ない」と不安をあおり、不要・高額な工事の契約を締結させる「点検商法」がみられた。

### ②相隣関係

隣人とのトラブルは直接の消費者問題ではないが、窓口開設当初から一定数の相談が寄せられた。

「屋根の瓦が落ちて、隣家の車や構築物に損害を与えた」というものが相隣関係の相談の約半数となっており、他に「塀が倒れた」例や「家屋が倒れかかっている」という例もあった。

### ③火災保険・地震保険

保険に関する相談では、査定についての苦情が多かった。また、今回の地震は2回の震度7の揺れを始め、複数回の大きな地震が起こったという特徴があるため、ちょうど大きな地震と地震の間に保険の加入手続きが行われたケースで、どの地震によって損害を受けたか、それによる保険金の支払いの有無が問題となった事例もあった。

## 2 休日相談

「休日相談」は、地方支援の一環として、「消費者ホットライン」を補完し、最寄りの消費生活相談窓口が開所していない場合に助言を行うとして開始したものであり、詳細を聞き取ってから処理をする必要があるケースについては、地元の消費生活センター等を案内することとしている。

土日祝日に相談窓口を開設している地方公共団体の相談窓口はまだまだ少ないことから、今後も国民生活センターが実施している休日相談の果たすべき役割は大きい。

以下、2016年度に「休日相談」の窓口で受け付けた相談の概況を報告する。

### (1) 概況

#### 1) 休日相談の相談件数と内訳

2016年度の1年間（年末年始および国民生活センターの施設点検日を除く112日）で、合計5,431件の相談を受け付けた。内訳は、「苦情」が5,269件、「問合せ」「要望」が162件である（表54）。

表54 休日相談の相談種別件数と割合

相談種別	件数	割合
苦情	5,269	97.0%
問合せ	161	3.0%
要望	1	0.0%
合計	5,431	100.0%

（注）表中の構成比は2016年度の総件数を100として算出し、小数点以下第2位を四捨五入した値である。以下同じ。

#### 2) 休日相談の相談者の属性

相談者の属性は、表55～58（74～75頁）のとおりである。

「平日バックアップ相談等」（表44 68頁）と比較して、平日に相談しにくい給与生活者の割合が高い（表56 75頁）。

表55 休日相談の性別相談件数と割合

性別	件数	割合
男性	2,623	48.3%
女性	2,717	50.0%
団体	91	1.7%
不明	0	0.0%
合計	5,431	100.0%

表56 休日相談の職業別相談件数と割合

職業	件数	割合
給与生活者	3,509	64.6%
自営・自由業	351	6.5%
家事従事者	686	12.6%
学生	152	2.8%
無職	593	10.9%
その他・不明	140	2.6%
合計	5,431	100.0%

表57 休日相談の年代別相談件数と割合

年代	件数	割合
20歳未満	74	1.4%
20歳代	761	14.0%
30歳代	1,102	20.3%
40歳代	1,434	26.4%
50歳代	1,064	19.6%
60歳代	544	10.0%
70歳以上	274	5.0%
不明	178	3.3%
合計	5,431	100.0%

表58 休日相談の地域別相談件数と割合

地域	件数	割合
北海道・東北北部	237	4.4%
東北南部	173	3.2%
北関東	385	7.1%
南関東	1,547	28.5%
甲信越	301	5.5%
北陸	53	1.0%
東海	569	10.5%
近畿	1,256	23.1%
山陰	30	0.6%
山陽	156	2.9%
四国	165	3.0%
九州北部	451	8.3%
九州南部・沖縄	99	1.8%
在外邦人・外国人	2	0.0%
不明	7	0.1%
合計	5,431	100.0%

【北海道・東北北部】 北海道・青森・岩手・秋田  
 【東北南部】 宮城・山形・福島  
 【北関東】 茨城・栃木・群馬  
 【南関東】 埼玉・千葉・東京・神奈川  
 【甲信越】 新潟・山梨・長野  
 【北陸】 富山・石川・福井  
 【東海】 岐阜・静岡・愛知・三重  
 【近畿】 滋賀・京都・大阪・兵庫・奈良・和歌山  
 【山陰】 鳥取・島根  
 【山陽】 岡山・広島・山口  
 【四国】 徳島・香川・愛媛・高知  
 【九州北部】 福岡・佐賀・長崎・熊本・大分  
 【九州南部・沖縄】 宮崎・鹿児島・沖縄

### 3) 休日相談の相談内容

相談を商品別分類ごとにみると（表59 76頁）、「運輸・通信サービス」が約4割を占めており、最も多い。

全国での2016年度のPIO-NETデータ統計では30.7%（表12-2 29頁）であるため、「休日相談」では、「運輸・通信サービス」が突出して多いといえる。具体的には、「アダルト情報サイト」が963件であり、「運輸・通信サービス」の約4割を占めている。

表59 休日相談の商品別分類の相談件数と割合

項目		件数	割合
商 品	商品一般	136	2.5%
	食料品	231	4.3%
	住居品	137	2.5%
	光熱水品	29	0.5%
	被服品	193	3.6%
	保健衛生品	107	2.0%
	教養娯楽品	382	7.0%
	車両・乗り物	172	3.2%
	土地・建物・設備	128	2.4%
	他の商品	5	0.1%
商 品 関 連 役 務	クリーニング	22	0.4%
	レンタル・リース・貸借	243	4.5%
	工事・建築・加工	129	2.4%
	修理・補修	52	1.0%
	管理・保管	11	0.2%
役 務	役務一般	12	0.2%
	金融・保険サービス	165	3.0%
	運輸・通信サービス	2,317	42.7%
	教育サービス	27	0.5%
	教養・娯楽サービス	195	3.6%
	保健・福祉サービス	186	3.4%
	他の役務	412	7.6%
	内職・副業・ねずみ講	31	0.6%
	他の行政サービス	20	0.4%
他の相談	89	1.6%	
合 計		5,431	100.0%

(2) 休日相談に寄せられた重大事故

消費者安全法における「重大事故等」として2016年度に消費者庁へ通知した相談は4件であった(表60)。

商品・役務別の内訳は、「住居品」「食料品」「保健・福祉サービス」となっている。

表60 休日相談に寄せられた重大事故の商品・役務等別件数

商品・役務等	件数
住居品	2
食料品	1
保健・福祉サービス	1
合 計	4

## 3 個人情報相談

2016年度に国民生活センターに寄せられた、各地消費生活センター等からの個人情報に関する経由相談（以下、「個人情報相談」という）の受付状況について取りまとめた。

### (1) 個人情報相談の相談件数と内訳

2016年度の個人情報相談の総件数とその内訳は表61のとおりである。

表61 個人情報相談の相談種別件数と割合

相談種別	件数	割合
苦情	68	94.4%
問合せ	4	5.6%
要望	0	0.0%
合計	72	100.0%

(注1) 表中の構成比は2016年度の総件数を100として算出し、小数点以下第2位を四捨五入した値である。

(注2) 直接相談の廃止（2011年3月末日）に伴い、直接消費者から個人情報などに関連する相談は受け付けていない。

なお、以下の統計は、「苦情」のみを対象とする。

### (2) 個人情報相談の相談者の属性

相談者の属性は表62～64のとおりである。

表62 個人情報相談の性別相談件数と割合

性別	件数	割合
男性	31	45.6%
女性	34	50.0%
団体等・不明	3	4.4%
合計	68	100.0%

(注) 表中の構成比は「苦情」総件数を100として算出し、小数点以下第2位を四捨五入した値である。以下同じ。

表63 個人情報相談の職業別相談件数と割合

職業	件数	割合
給与生活者	33	48.5%
無職	11	16.2%
家事従事者	8	11.8%
自営・自由業	2	2.9%
学生	3	4.4%
その他・不明	11	16.2%
合計	68	100.0%

表64 個人情報相談の年代別相談件数と割合

年代	件数	割合
20歳未満	0	0.0%
20歳代	8	11.8%
30歳代	18	26.5%
40歳代	19	27.9%
50歳代	5	7.4%
60歳代	7	10.3%
70歳以上	5	7.4%
その他・不明	6	8.8%
合計	68	100.0%

(3) 個人情報相談の事業分野別相談件数（複数回答項目）

事業分野別の相談件数および割合は表65のとおりである。

表65 個人情報相談の  
事業分野別相談件数と割合

事業分野	件数	割合
医療・福祉	4	5.9%
金融・信用	6	8.8%
情報通信	8	11.8%
その他の事業分野	50	73.5%

(4) 個人情報相談の苦情分類別相談件数（複数回答項目）

苦情分類別の相談件数および割合は表66のとおりである。

表66 個人情報相談の苦情分類別相談件数

順位	内容		件数	割合
1	開示等	開示・訂正・利用停止等に関する相談	24	35.3%
2	同意のない提供	個人情報をあらかじめ本人の同意を取らないで第三者に提供していると思われる相談や共同利用の手続きに不備がある相談	19	27.9%
3	漏えい・紛失	個人情報が外部に漏えい・紛失しているとの相談	15	22.1%
4	目的外利用	事業者が本人に対して利用目的を知らせていない相談や、利用目的以外に個人情報を利用している相談	11	16.2%
5	苦情等の窓口対応	事業者の窓口対応に関する相談	9	13.2%
6	その他	法律の定義や適用に関する相談等	9	13.2%
7	不適正な取得	不正な手段によって個人情報を取得しているとの相談	8	11.8%
8	情報内容の誤り	情報内容に誤りのある個人情報を利用している相談	2	2.9%
9	委託先等の監督	従業者や委託先の監督が適切でないとの相談	0	0.0%
9	オプトアウト違反	オプトアウト（本人の求めにより個人情報の第三者提供を停止すること）に関する相談	0	0.0%

(注) 複数回答項目のため、合計しても割合は100とにならない。

# 国民生活センター越境消費者センター(CCJ)に寄せられた相談

「国民生活センター越境消費者センター（CCJ：Cross-border Consumer center Japan）」は、海外の事業者との取引でトラブルにあった消費者のための相談窓口で、専用のホームページ（<https://ccj.kokusen.go.jp/>）上の相談受付フォーム、メールおよびFAXで相談を受け付けている。CCJは、2011年11月に消費者庁の調査事業として設置され、2015年度からは国民生活センターの恒常的事業として運営されている。

以下では、2016年度にCCJで受け付けた相談の概況を報告する。

## （１）相談件数等

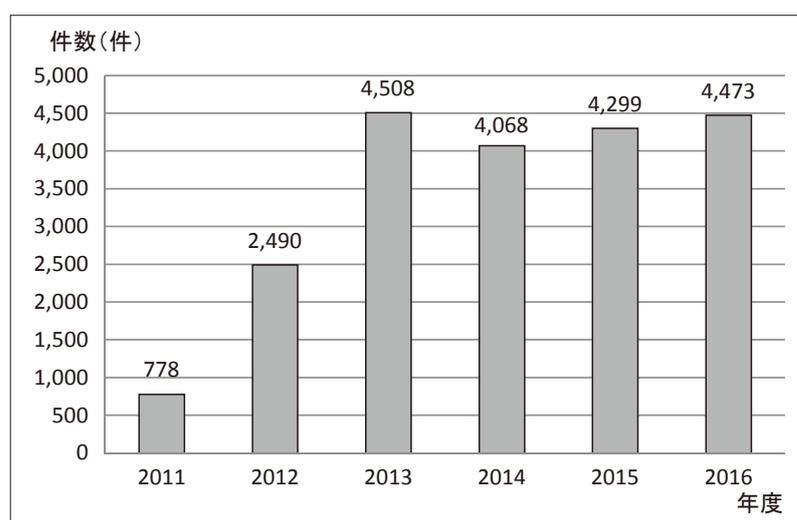
### １）年度別相談件数

CCJに寄せられた相談件数を年度別にみると、2011年度778件（2011年10月\*<sup>1</sup>～2012年3月の6カ月間）、2012年度2,490件、2013年度4,508件、2014年度4,068件、2015年度4,299件（2015年6月～2016年3月の10カ月間\*<sup>2</sup>）、2016年度4,473件となっており、直近3年間は緩やかに増加している。2013年度以降4,000件を超える相談が寄せられている（表67、図12）。

表67 年度別相談件数

年度	件数
2011	778
2012	2,490
2013	4,508
2014	4,068
2015	4,299
2016	4,473

図12 年度別相談件数



\* 1 CCJは、2011年10月から相談受付を開始している。

\* 2 消費者庁から国民生活センターへの移管に伴い、2015年4～5月の2カ月間はCCJの相談窓口を一旦閉鎖している。

## 2) 相談者の属性\*<sup>3</sup>

### ① 性別

相談者の性別は、「女性」が55%、「男性」が44%となっている（表68）。

### ② 年代

相談者の年代は、「20歳代」～「50歳代」で全体の8割以上を占めている（表69）。

表68 性別相談件数と割合

性別	件数	割合
男性	1,981	44%
女性	2,457	55%
不明	35	1%

表69 年代別件数と割合

年代	件数	割合
20歳未満	83	2%
20歳代	634	14%
30歳代	835	19%
40歳代	1,198	27%
50歳代	988	22%
60歳代	483	11%
70歳代	178	4%
80歳以上	37	1%
不明	37	1%

## (2) 相談の内容

### 1) 取引類型

相談が寄せられた取引のほとんど（98%）が「電子商取引」（オンラインショッピング）に関するもので、海外旅行先等での「現地購入」に関するものは2%にとどまっている（表70）。

今後も消費者向け越境EC市場の規模は拡大すると推定されており\*<sup>4</sup>、この傾向は継続すると予想される。

表70 取引類型別件数と割合

取引類型	件数	割合
電子商取引	4,391	98%
現地購入	75	2%
その他	7	0%

## 2) 決済手段

決済手段としては、「クレジットカード」による支払いが79%を占めており、2015年度と比較して4%増加した。多くの相談が寄せられたPCソフトウェアの解約トラブルなどで、「クレジットカード」決済が行われたことが増加の要因と考えられる。次いで「金融機関振込」が11%と一定割合を占めている。これは詐欺的な事業者が「金融機関振込」を好む傾向にあるためであるが\*<sup>5</sup>、2015年度と比較すると、詐欺疑い・模倣品トラブルの減少に伴い、6%減少した（表71 82頁）。

\*<sup>3</sup> 本項以降は、2016年度にCCJに寄せられた相談（4,473件）について分析している。なお、割合の値については必要に応じて端数処理を行っている。

\*<sup>4</sup> 経済産業省「平成28年度我が国経済社会の情報化・サービス化に係る基盤整備（電子商取引に関する市場調査）報告書」によれば、日本、米国、中国相互間の消費者向け越境EC市場規模は、2016年から2020年にかけて1.2～1.8倍拡大すると推定されている。

\*<sup>5</sup> 「クレジットカード」支払いの場合は、事業者はクレジットカード会社からの入金を待たねばならないが、「金融機関振込」の場合は即時に口座から引き出しができることから、詐欺的な事業者は「金融機関振込」を好む傾向にあると考えられる。

表71 決済手段別件数と割合

決済手段	件数	割合
クレジットカード	3,513	79%
金融機関振込	497	11%
現金	43	1%
電子マネー	37	1%
その他	188	4%
不明	195	4%

### 3) トラブル類型

「解約」トラブルが約6割を占める。「解約」トラブルは2015年度も5割を占め、近年最も多いトラブル類型となっているが、2016年度は特にPCソフトウェアの解約トラブルが多数寄せられた。このほか、2015年度に引き続き、SNSの広告を見て購入した化粧品通販トラブルが多く、その解約を希望する相談も多数寄せられた。

続いて、詐欺・模倣品トラブル（「詐欺疑い」および「模倣品到着」\*6）が約2割となっており、「解約」と合わせると全体の約8割を占めた（図13、表72）。

図13 トラブル類型別割合

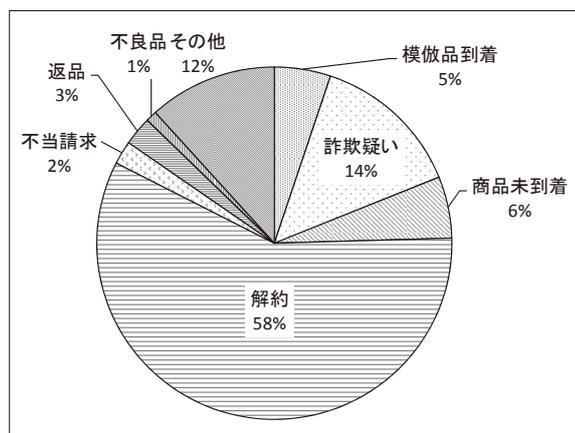


表72 トラブル類型別件数と割合

トラブル類型	件数	割合
模倣品到着	229	5%
詐欺疑い	616	14%
商品未到着	253	6%
解約	2,593	58%
不当請求	96	2%
返品	118	3%
不良品	45	1%
その他	523	12%

\* 6 「詐欺疑い」は、注文および決済の事実が確認できるにもかかわらず、何も届かないまま事業者とのコミュニケーションが途絶え（または事業者が合理的な対応をしない）、かつ事業者の実体が正確に把握できない相談を指す。「模倣品到着」は、広義には詐欺と考えられるが、模倣品到着に関する事実と傾向を把握するため区別している。他方、「商品未到着」は、事業者の実体が確認できる相談を指しており、「詐欺疑い」や「模倣品到着」とは異なる。

#### 4) 商品・サービス類型

「身の回り品」の割合が最も高い (25%)。これは、相談件数の多い、SNSの広告を見て購入した化粧品通販トラブルでの対象商品や、詐欺・模倣品トラブルでの対象商品 (化粧品、バッグ、腕時計、装飾品等) が「身の回り品」に分類されるためである。

詐欺・模倣品トラブルの関係では、主に有名なブランド品に関する「衣類」「履物」の割合も高く (合計13%)、この傾向は2015年度と同様である (図14、表73)。

次いで「ソフトウェア」が、昨年度より急増し、2割強を占めた (2015年度は1割弱)。これはPCソフトウェア解約トラブルの増加によるものである。

図14 商品・サービス類型別割合

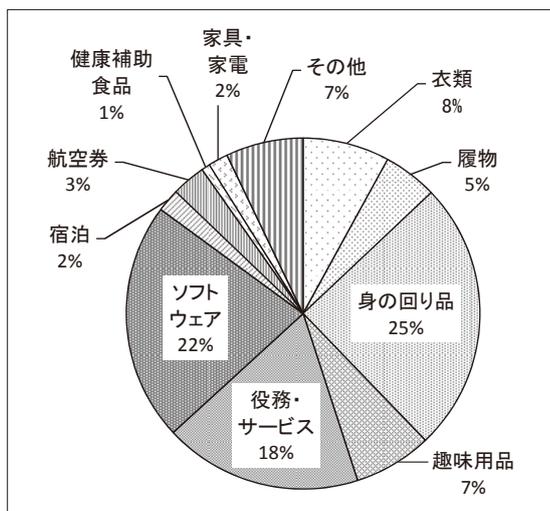


表73 商品・サービス類型別件数と割合

商品・サービス類型	件数	割合
衣類	355	8%
履物	222	5%
身の回り品	1,116	25%
趣味用品	321	7%
役務・サービス	810	18%
ソフトウェア	983	22%
宿泊	94	2%
航空券	139	3%
健康補助食品	35	1%
家具・家電	81	2%
その他	317	7%

#### 5) 相手先事業者の所在地

事業者の所在地としては、アメリカが最多となり、事業者所在地が判明した相談件数<sup>\*7</sup>に占める割合は36%である。続いてイギリス (22%)、中国 (9%) が多く、3カ国で全体の約7割を占める。

アメリカについては、PCソフトウェアの解約トラブルが多数寄せられ、昨年度より6%増加した。キプロス、マルタでも同様のトラブルが多く寄せられた。イギリスは、2015年度に急増した、SNSの広告を見て購入した化粧品通販トラブルにおいて、イギリスの事業者との間のトラブルが減少したことに伴い、12%減少した。また中国は、詐欺・模倣品トラブルの減少に伴い、7%減少した (表74)。

表74 相手先事業者の所在地別件数と割合

事業者所在地	件数	割合
アメリカ	964	36%
イギリス	572	22%
中国	248	9%
香港	130	5%
キプロス	92	3%
シンガポール	79	3%
マルタ	78	3%
韓国	65	2%
オランダ	44	2%
ドイツ	34	1%
その他の国・地域	344	13%

\*7 2016年度の相談 (4,473件) から、事業者所在地の判別がつかなかった相談 (1,710件) および事業者が国内だった相談 (113件) を控除した2,650件を母数としている。

# II

## 消費生活関連資料

# 全国の商品テスト概要

国民生活センターでは、全国の消費生活センター等で実施された「苦情処理テスト<sup>\*1</sup>」「商品テスト（比較・試買テスト）<sup>\*2</sup>」の実態を調査している。

都道府県中央センター、一部支部センター、政令指定都市センター、市区町村センターなど計1,050センターを対象に調査票を郵送し、998センターが回答した（回収率95.0%）。

\*1 消費者からの消費生活に関する苦情相談について、原因を究明するもの。

\*2 複数の商品について、品質・性能等、さまざまな角度から比較し、評価を行うもの。

## 1 苦情処理テスト

2016年度に全国の消費生活センター等および国民生活センターで実施された苦情処理テストの総件数は1,064件<sup>\*3</sup>で、2015年度より46件（対前年度比4.1%）減少した（表75）。

苦情処理テストを実施したのは、都道府県39センター、政令指定都市16センター、市区町村148センターおよび国民生活センターの合計204センターであった。

\*3 国民生活センターの件数は、消費生活センター等からの依頼によるもの。

表75 テスト件数の推移

年度	苦情処理テスト			商品テスト（比較・試買テスト）		
	総件数	対前年度増加率(%)	実施機関数	総件数	対前年度増加率(%)	実施機関数
2010	1,482	6.2	181	59	11.3	26
2011	1,752	18.2	226	49	△ 16.9	21
2012	1,653	△ 5.7	227	47	△ 4.1	18
2013	1,505	△ 9.0	241	49	4.3	20
2014	1,312	△ 12.8	228	51	4.1	19
2015	1,110	△ 15.4	203	46	△ 9.8	19
2016	1,064	△ 4.1	204	45	△ 2.2	19

（注）表中の割合は、小数点以下第2位を四捨五入した値である。

### (1) 商品別分類の件数

「住居品」が342件（32.1%）と最も多く、次いで「教養娯楽品」131件（12.3%）、「クリーニング（被服品）」125件（11.7%）、「食料品」118件（11.1%）であった（表76）。この4種類で約7割を占めており、これらに続いて「被服品」「保健衛生品」「車両・乗り物」「光熱水品」および「土地・建物・設備」等の順であった。

表76 苦情処理テスト商品別分類の件数

商品別分類	食料品	住居品	被服品	保健衛生品	教養娯楽品	車両・乗り物	光熱水品	設備 土地・建物・	その他の商品	クリーニング (被服品)	クリーニング (その他)	合計
実施機関												
都道府県センター	67	131	52	36	55	16	9	7	3	74	1	451
政令指定都市センター	4	22	13	5	11	7	2	0	0	16	0	80
市区町村センター	36	108	23	27	31	30	6	9	10	35	4	319
国民生活センター	11	81	22	27	34	32	3	4	0	0	0	214
合計	118	342	110	95	131	85	20	20	13	125	5	1,064
※下段は総件数に占める比率	(11.1%)	(32.1%)	(10.3%)	(8.9%)	(12.3%)	(8.0%)	(1.9%)	(1.9%)	(1.2%)	(11.7%)	(0.5%)	(100.0%)

(注1) 表中の割合は、小数点以下第2位を四捨五入した値である。

(注2) 国民生活センターの件数は、消費生活センター等からの依頼によるもの。

### (2) 外部依頼件数

テストの効率化や処理能力を持たないなどの理由で、外部機関への依頼により処理された苦情処理テスト件数は、総件数1,064件のうち421件であった（表77）。また、総件数のうち国民生活センター実施分214件を除く苦情処理テスト件数合計850件における外部依頼の割合は、49.5%であった。

商品別分類ごとにみると、「住居品」が151件と最も多く、次いで「教養娯楽品」50件、「クリーニング（被服品）」49件の順であった。外部依頼依存率は「車両・乗り物」が83.0%、「クリーニング（その他）」80.0%、「住居品」57.9%と続いた。

表77 苦情処理テスト外部依頼件数

商品別分類	食料品	住居品	被服品	保健衛生品	教養娯楽品	車両・乗り物	光熱水品	設備 土地・建物・	その他の商品	クリーニング (被服品)	クリーニング (その他)	合計
実施機関												
都道府県センター	4	39	9	9	14	11	0	2	0	5	0	93
政令指定都市センター	3	18	12	4	11	7	2	0	0	14	0	71
市区町村センター	20	94	22	19	25	26	6	5	6	30	4	257
合計	27	151	43	32	50	44	8	7	6	49	4	421
苦情処理テスト件数合計 (国民生活センターを除く)	107	261	88	68	97	53	17	16	13	125	5	850
※(苦情処理テスト件数合計に 占める比率(外部依頼依存率))	(25.2%)	(57.9%)	(48.9%)	(47.1%)	(51.5%)	(83.0%)	(47.1%)	(43.8%)	(46.2%)	(39.2%)	(80.0%)	(49.5%)

(注1) 表中の割合は、小数点以下第2位を四捨五入した値である。

(注2) 外部依頼件数は、国民生活センターへの依頼を含む。

### (3) 苦情処理テスト内容

苦情処理テストの内容を「危害に関するもの」「危険に関するもの」「その他品質・性能等」の3項目に分類すると、「その他品質・性能等」が646件（60.7%）と最も多く、「危害に関するもの」232件（21.8%）、「危険に関するもの」186件（17.5%）の順であった（表78）。

商品別分類ごとに「危害に関するもの」「危険に関するもの」を合わせた割合をみると、「車両・乗り物」が62.4%、次いで「住居品」および「保健衛生品」が54.7%の順であった。

表78 商品別分類ごとの苦情処理テスト内容別件数

商品別分類 \ テスト内容	危害に関するもの	危険に関するもの	その他品質・性能等	合計
食料品	19 (16.1%)	3 (2.5%)	96 (81.4%)	118 (100.0%)
住居品	83 (24.3%)	104 (30.4%)	155 (45.3%)	342 (100.0%)
被服品	20 (18.2%)	8 (7.3%)	82 (74.5%)	110 (100.0%)
保健衛生品	36 (37.9%)	16 (16.8%)	43 (45.3%)	95 (100.0%)
教養娯楽品	28 (21.4%)	23 (17.6%)	80 (61.1%)	131 (100.0%)
車両・乗り物	31 (36.5%)	22 (25.9%)	32 (37.6%)	85 (100.0%)
光熱水品	2 (10.0%)	5 (25.0%)	13 (65.0%)	20 (100.0%)
土地・建物・設備	8 (40.0%)	2 (10.0%)	10 (50.0%)	20 (100.0%)
その他の商品	4 (30.8%)	2 (15.4%)	7 (53.8%)	13 (100.0%)
クリーニング（被服品）	0 (0.0%)	0 (0.0%)	125 (100.0%)	125 (100.0%)
クリーニング（その他）	1 (20.0%)	1 (20.0%)	3 (60.0%)	5 (100.0%)
合計	232 (21.8%)	186 (17.5%)	646 (60.7%)	1,064 (100.0%)

(注1) 表中の割合は、小数点以下第2位を四捨五入した値である。

(注2) ( ) 内は各商品別分類に占める比率。

## 2 商品テスト（比較・試買テスト）

2016年度に全国の消費生活センター等および国民生活センターで実施された商品テスト（比較・試買テスト）の総件数は45件で、2015年度より1件（2.2%）減少した（表79 89頁）。

商品テストを実施したセンター数は都道府県10センター、政令指定都市1センター、市区町村7センターおよび国民生活センターの合計19センターであった。

(1) 商品別分類の件数

「食料品」が20件（44.4%）と最も多く、「住居品」10件（22.2%）、「車両・乗り物」5件（11.1%）と続いた。この3種類で約8割を占めており、これらに続いて「保健衛生品」「被服品」および「教養娯楽品」の順であった（表79・図15）。

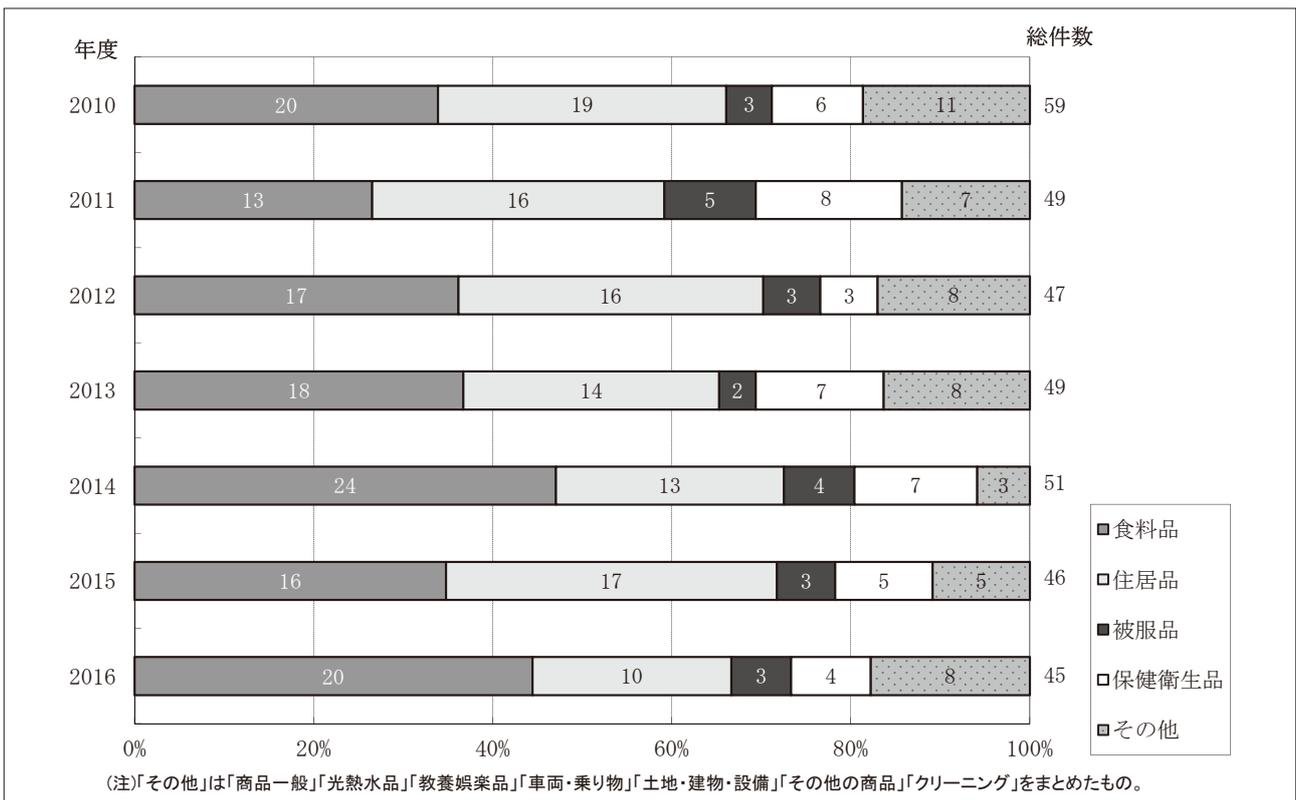
機関別に実施状況を見ると、都道府県では「住居品」が9件（42.9%）、「食料品」が6件（28.6%）、「保健衛生品」および「教養娯楽品」が各2件（9.5%）、「被服品」および「車両・乗り物」が各1件（4.8%）と続いた。政令指定都市では「被服品」が1件であり、市区町村では「食料品」が13件であった。2016年度には、富山県・石川県・福井県の北陸3県で、「圧力鍋」について、共同比較テストが行われた。

表79 商品テスト商品別分類の件数

実施機関	商品別分類	商品一般	食料品	住居品	被服品	保健衛生品	教養娯楽品	車両・乗り物	光熱水品	設備・土地・建物	その他の商品	クリーニング	合計
都道府県センター		0	6	9	1	2	2	1	0	0	0	0	21
政令指定都市センター		0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
市区町村センター		0	13	0	0	0	0	0	0	0	0	0	13
国民生活センター		0	1	1	1	2	1	4	0	0	0	0	10
合計		0	20	10	3	4	3	5	0	0	0	0	45
※(総件数に占める比率)		(0.0%)	(44.4%)	(22.2%)	(6.7%)	(8.9%)	(6.7%)	(11.1%)	(0.0%)	(0.0%)	(0.0%)	(0.0%)	(100.0%)

(注) 表中の割合は、小数点以下第2位を四捨五入した値である。

図15 商品テスト年度別件数（商品別分類）



参考資料

1. 機関別テスト実施状況（件数）

(1) 都道府県センター

機関名	苦情処理テスト	商品テスト
北海道	176	4
青森県	2	0
岩手県	1	1
宮城県	0	0
秋田県	0	0
山形県	0	0
福島県	0	0
茨城県	3	0
栃木県	0	0
群馬県	8	1
埼玉県	49	1
千葉県	7	0
東京都	49	0
神奈川県	1	2
新潟県	2	0
富山県	4	1
石川県	18	3
福井県	10	2
山梨県	1	0
長野県	1	0
岐阜県	3	0
静岡県環境衛生科学研究所	1	4
静岡県西部県民生活センター	1	0
静岡県東部県民生活センター	1	0
愛知県	11	0
三重県	0	0
滋賀県	10	0
京都府	10	0
大阪府	7	0
兵庫県但馬消費生活センター	1	0
兵庫県東播磨消費生活センター	3	0
兵庫県立健康生活科学研究所	28	2
奈良県	14	0
和歌山県	1	0
鳥取県	1	0
岡山県	0	0
広島県	4	0
山口県	1	0
徳島県	0	0
香川県小豆県民センター	1	0
香川県消費生活センター	1	0
愛媛県	1	0
高知県	1	0
福岡県	0	0
佐賀県	0	0
長崎県	2	0
熊本県	6	0
大分県	0	0
宮崎県	3	0
鹿児島県	0	0
沖縄県	7	0
合計	451	21

(2) 政令指定都市センター

機関名	苦情処理テスト	商品テスト
札幌市	1	1
仙台市	3	0
さいたま市	7	0
千葉市	1	0
横浜市	1	0
川崎市	2	0
相模原市	6	0
新潟市	1	0
静岡市	0	0
浜松市	0	0
名古屋市	20	0
京都市	2	0
堺市	3	0
大阪市	16	0
神戸市	0	0
岡山市	1	0
広島市	10	0
福岡市	3	0
北九州市	3	0
熊本市	0	0
合計	80	1

(3) 市区町村センター

機関名	苦情処理テスト	商品テスト
函館市	0	1
釧路市	4	0
帯広市	0	1
苫小牧市	1	0
江別市	1	0
恵庭市	1	0
天塩町	0	1
音更町	1	0
清水町	1	0
五所川原市	1	0
湯沢市	2	0
いわき市	2	0
水戸市	2	0
土浦市	1	0
つくば市	2	0
潮来市	1	0
那珂市	1	0
桜川市	1	0
神栖市	1	0
宇都宮市	1	0
栃木市	2	0
小山市	0	4
高根沢町	1	0
前橋市	1	0
高崎市	2	0
伊勢崎市	1	0
熊谷市	1	0
所沢市	1	0
春日部市	1	0
狭山市	1	0
鴻巣市	2	0
深谷市	1	0
上尾市	1	0
草加市	2	0
越谷市	1	0
朝霞市	1	0
志木市	1	0
新座市	1	0
久喜市	1	0
富士見市	2	0
坂戸市	1	0
鶴ヶ島市	2	0
吉川市	4	0
ふじみ野市	3	0
白岡市	1	0
市川市	1	0

機関名	苦情処理テスト	商品テスト
船橋市	2	0
野田市	1	0
旭市	1	0
市原市	1	0
富里市	2	0
中央区	1	0
港区	4	2
新宿区	1	0
墨田区	1	0
江東区	4	0
品川区	1	0
目黒区	2	0
大田区	11	0
世田谷区	1	0
中野区	5	0
杉並区	3	0
荒川区	1	0
練馬区	6	0
足立区	13	0
江戸川区	1	0
立川市	1	0
武蔵野市	1	0
府中市	1	0
調布市	2	0
町田市	3	0
小平市	1	0
日野市	3	0
東村山市	1	0
国立市	1	0
清瀬市	2	0
西東京市	1	0
横須賀市	2	0
藤沢市	2	0
茅ヶ崎市	2	0
秦野市	1	0
大和市	2	0
伊勢原市	1	0
海老名市	1	0
座間市	1	0
長岡市	1	0
金沢市	5	0
小松市	5	0
福井市	3	0
沼津市	1	0
富士宮市	0	2
磐田市	1	0

機関名	苦情処理テスト	商品テスト
岡崎市	1	0
半田市	1	0
豊田市	1	0
四日市市	1	0
桑名市	2	0
大津市	4	0
彦根市	1	0
長浜市	2	0
草津市	4	0
野洲市	1	0
岸和田市	1	0
高槻市	1	0
守口市	2	0
枚方市	5	0
茨木市	3	0
富田林市	1	0
寝屋川市	17	0
河内長野市	1	0
羽曳野市	2	0
門真市	1	0
四條畷市	1	0
交野市	1	0
大阪狭山市	1	0
姫路市	4	0
尼崎市	12	0
西宮市	4	0
芦屋市	2	0
加古川市	2	0
赤穂市	2	0
三木市	2	0
高砂市	2	0
三田市	5	0

機関名	苦情処理テスト	商品テスト
加西市	1	0
たつの市	1	0
福崎町	3	0
上郡町	0	2
奈良市	9	0
大和郡山市	1	0
天理市	1	0
橿原市	1	0
生駒市	2	0
香芝市	1	0
斑鳩町	1	0
河合町	1	0
かつらぎ町	1	0
米子市	1	0
松江市	1	0
倉敷市	3	0
津山市	2	0
呉市	1	0
岩国市	12	0
高松市	2	0
砥部町	1	0
行橋市	1	0
筑紫野市	7	0
大野城市	2	0
太宰府市	1	0
唐津市	1	0
長崎市	1	0
大分市	1	0
霧島市	1	0
那覇市	1	0
合計	319	13

2. 商品別分類の商品テスト一覧

(1) 食料品

	件名	テストのねらいまたはテスト項目	実施センター
食料品一般	食料品	食料品（6品目）の価格および出回り状況を調査比較、検討し物価の情報収集および適正を判断	天塩町
	インスタントみそ汁の比較試買テスト	市販されているインスタントみそ汁について、実際に数種類を購入し、塩分および製品表示の確認等のテスト等を行い、その結果をまとめ発表	小山市
	地元食材を使用したバランスの良い食生活と食品ロスについて	地産地消の観点から地元野菜を活用して栄養学的にもバランスの良い健康的な食生活を科学的に考案し、学習することで、安全安心な生活を送れるようにする。また、調理を通して食品ロスについて学習検討しその結果をまとめ発表	小山市
肉類	ソーセージ	発色剤（亜硝酸根）の含有量について調査を実施	函館市
	精肉	適正な量かチェック	富士宮市
	食肉製品（ハム・ソーセージ）	ハム・ソーセージ等の食肉製品に使われている発色剤を検出し、食品添加物の食品表示に関して発表	上郡町
野菜・海藻	ほうれん草の硝酸イオンとミネラル含有量の調査	食の安全を求める消費者ニーズへの対応と地産地消の推進を図るため、北海道産（十勝）と道外産のほうれん草の硝酸イオンとミネラル含有量について調査	帯広市
	野菜（タマネギ・ブロッコリー）	タマネギやブロッコリーからDNAを抽出し観察するとともに、遺伝子組換え食品について注意喚起	上郡町
油脂・調味料	トマト加工品	ケチャップを中心に価格や原材料、栄養成分等の表示を調査した結果について消費者に情報提供（消費者団体との共同テスト）	福井県
	しょうゆの比較試買テスト	市販されているしょうゆの塩分濃度を、同じ会社が販売している同系統のしょうゆで比較し、併せて他社の製品を同様に測定、比較等した後、その結果をまとめ発表	小山市
菓子	菓子の糖質	菓子24銘柄について、表示内容、糖類・糖アルコール・甘味料の含有量を調査	静岡県
飲料	お茶（ペットボトル）のカフェイン	お茶のカフェインの含有量および表示の調査を実施	北海道
	ウォーターサーバーの実態調査	ウォーターサーバーから供給される水について、細菌学的な調査を実施して、消費者へ情報提供	神奈川県
	飲料の糖質	飲料38銘柄について、表示内容、糖類・糖アルコール・甘味料の含有量を調査	静岡県
	幼児用の簡単に手に入る飲料の糖分	幼児にも糖尿病が増えているため、幼児用の飲料から幼児がどれだけの糖分を摂取しているのか、その結果をまとめ発表	小山市
	市販飲料のBrix糖度と炭水化物濃度の比較	炭酸飲料、清涼飲料水などのBrix%を測定し、栄養成分表示の炭水化物濃度と比較し、主たる原料が糖類の場合は両者がほぼ一致することを確認	港区
	容器入りおよび生成器で作る、飲む「水素水」	飲用する水素水としては、アルミパウチやアルミボトル等に入れて販売されているものや、水素水生成器により作るものなどがあり、溶存水素濃度が表示されているが、実際に飲用する際に、どのくらいの濃度になっているのかは分からない。そこで、容器入りの水素水と水素水生成器について、表示・広告、溶存水素濃度を調べ消費者に情報提供	国民生活センター
調理食品	アルファ米の官能評価（水戻し、湯戻しの差）	市販アルファ米について水で戻した場合と湯で戻した場合でどの程度差があるか官能評価を実施	港区
	ツナ缶	ツナ缶8銘柄について、表示内容、冷蔵保存による腐敗アミン・イノシン酸の含有量変化を調査	静岡県
	総菜	適正な量かチェック	富士宮市

(2) 住居品

	件名	テストのねらいまたはテスト項目	実施センター
食生活機器	卓上カセットこんろ	カセットこんろを点火した際に突然大きな炎が出た相談、およびカセットこんろの底から炎が出て食卓が焦げた相談から、苦情のこんろを確認し、現行品と構造等を比較した。カセットこんろ内のゴム製部品の経年劣化によるガス漏れや、調理物の煮こぼれ等の汚れによる金属の腐食について、県民に向けて注意喚起を実施	兵庫県
食器・台所用品	圧力鍋	圧力鍋は、短時間で調理ができ、一般の家庭に広く普及している。一方で、突然大きな音とともに中のものが飛び散って怖い思いをした、おもりが飛んでガラスが割れた等の相談も寄せられていることから、圧力鍋の表示や安全性、加熱性能、使用性テスト、意識調査を行った結果をもとに購入時や使用時の留意点をまとめ、消費者に情報提供	※富山県 ※石川県 ※福井県
	フライパン	フライパンは、近年さまざまな素材や表面塗膜加工のものが販売されている。一方で、購入後すぐにフライパンの皮膜が剥がれたり、焦げ付くようになる等、表面塗膜加工の安全性や耐久性について疑問に思う声も聞かれることから、フライパンの表示や性能、安全性、使用性等のテストを行うとともに、意識調査を実施（消費者団体との共同テスト）	石川県
	ガラス製鍋蓋	調理中にガラス製の蓋が突然破損した相談から、ガラス製蓋付の鍋を用い、ガスコンロで蓋をずらす、IHクッキングヒーターで鍋の横に蓋を置く状態で、蓋が局部的に高温になることを確認した。高温になった蓋を水につけると破損する恐れがあり、またIHクッキングヒーターでは蓋の金属部が高温になるため、容易に触れた際に熱傷を負う危険性があることを確認した	兵庫県
ふとん類	防ダニ性をうたっている布団カバーをダニが通過するかどうか試験し、消費者へ情報提供	神奈川県	
他の住居品	スプレー缶、カセットボンベのガス抜き器の品質	ガス抜き器の耐久性、材質、重量、表示を調査するとともに、モニターテストを実施	北海道
	防水スプレー（家庭用）	防水スプレーによる呼吸系中毒等の事故原因のひとつとして、その危険性を意識せず使用している消費者が多いことが考えられる。このため、防水スプレーの危険性、正しい使用方法を周知することが事故防止につながると考え、その危険性、使用上の注意点を整理し紹介	岩手県
	高さが調節できる入浴用いすの脚の破損に注意	入浴用いすについて、テスト依頼があり、いずれも脚の高さ調節機構にある金属製のバネにさびが発生し、変形したことで脚が急に縮んでしまったものと考えられた。そこで、一般家庭等で実際に使用されている入浴用いすの脚の高さ調節機構の状態を調査するとともに、市場で販売されている商品についても調査し、情報提供	国民生活センター

(注) ※は共同比較【試買】テスト。

(3) 被服品

	件名	テストのねらいまたはテスト項目	実施センター
衣類一般	「家庭での洗濯禁止」のニット衣料品の洗濯について	家庭用品品質表示法の洗濯表示改正に伴い、「水洗いできない」衣料品を洗うことができるとされていた「おしゃれ着洗い用洗剤」も表示が変更されている。そこで、新表示で「家庭での洗濯禁止」となっている衣料品を、旧表示のおしゃれ着洗い用洗剤を用いて、耐洗濯性の品質をテスト	群馬県
洋装下着	少量の失禁尿を吸収するうたった下着	過去に失禁尿を吸収することをうたった、洗濯して繰り返し使える布製の下着について、適正な吸収量表示をするよう事業者に要望をしたが、それ以降もテストを実施したところ、表示よりも少ない尿の量で上に着用している衣服までしみ出す可能性があるものがみられたことや吸収性に関する相談も寄せられていることから、情報提供	国民生活センター
生地	編み物製品の着用時における毛羽立ち(ピリング)の検証	ウール100%や混紡糸で作られているセーター・カーディガンなどの編み物製品に、着用中の摩擦による毛羽立ち(ピリング)がどの程度発生するのかを調べ、情報提供することで商品購入の参考としてもらうことを目的に調査	札幌市

(4) 保健衛生品

	件名	テストのねらいまたはテスト項目	実施センター
化粧品	子ども用マニキュアのホルムアルデヒド	子ども用マニキュアのホルムアルデヒド含有量および表示の調査を実施	北海道
理容器具・用品	ヘアドライヤーの取り扱いに注意	近年ヘアドライヤーに関する相談が毎年100件以上寄せられており、危害・危険情報が毎年50~70件程度含まれていた。そこで、これらの相談事例をもとに、消費者にヘアドライヤーの使用実態等についてのアンケートを実施するとともに、一般家庭で使用中のヘアドライヤーに関する調査、再現テストを行い、注意喚起および情報提供	国民生活センター
他の保健衛生品	除菌ウエットティッシュの効果をテスト ~丁寧に繰り返し拭き取ることが重要です~	除菌を標ぼうする商品は数多いが、除菌の効果は実際には目に見えない。そこで、除菌ウエットティッシュの効果について、使い古しのスポンジ、テーブル、検査キットを用いてテストを実施(テスト項目) アルコールタイプ、ノンアルコールタイプ、その他のウエットティッシュ、水道水を含ませたティッシュペーパーの比較。拭き取り回数による比較	埼玉県
	発熱反応を伴い水素を発生するというパック型入浴剤	医療機関ネットワークに寄せられたやけどの事故情報は、その配合成分から、水と反応して発熱し、水素を発生すると考えられるものであった。PIO-NETには、ここ数年、水素を発生するという入浴剤による危害・危険情報が寄せられていることから、入浴中に使用した場合を想定し、入浴剤本体や周囲の温度等を調べ情報提供	国民生活センター

(5) 教養娯楽品

	件名	テストのねらいまたはテスト項目	実施センター
文具・事務用品	卓上型シュレッダーの品質	卓上型シュレッダーの処理時間、裁断量、消費電力、安全性、表示を調査するとともに、モニターテストを実施	北海道
	家庭用接着剤	家庭で使われている接着剤は、多用途にわたって多くの種類の製品が市販されている。一方で、まったく接着しなかった、しばらくすると剥がれていた等の相談があり、また、接着剤が飛び出し目に入り負傷した等の事例も発生している。このため、接着剤の表示事項、正味量、接着性能および安全性のテストを実施	石川県
電話機・電話機用品	液体の入ったスマートフォンケースからの液漏れに注意	スマートフォンを保護や装飾する目的で、さまざまなスマートフォンケースが販売されている。そのうち、内部に液体が封入された商品から漏れた液体が皮膚に付着し、化学やけどを負った事例がインターネット等で報告されている。また、2015年以降、PIO-NETに危害事例が5件寄せられている。そこで、スマートフォンケースに封入された液体について、皮膚への刺激性を調べ、被害の未然防止のために、消費者に注意喚起	国民生活センター

(6) 車両・乗り物

	件名	テストのねらいまたはテスト項目	実施センター
自動車用品	車用除菌・消臭スプレー	車用除菌・消臭スプレー 20銘柄について、表示内容、除菌・消臭成分の含有量、除菌効果、消臭効果を調査	静岡県
	突然プレートが下がって視界を遮る自動車用サンバイザー	「自動車に通信販売で購入したサンバイザーを取り付けたところ、走行中に昼間用プレートが通常の使用位置まで自然に下がってきてしまった。原因を調べてほしい」という内容のテスト依頼が3件寄せられた。テストの結果、走行中の衝撃などでプレートが下がってくるものがあることが分かったことから、当該品を持つ消費者に対して、プレートの固定がゆるいと感じたら使用を中止するよう情報提供	国民生活センター
	金属製タイヤチェーン使用時のトラブルに注意	過去5年間でタイヤチェーン（金属製・非金属製両方を含む）の安全・品質に関する相談が89件、その中でも57件（64.0%）が南関東であり、これは冬季でも積雪が少なくタイヤチェーンを使用する機会がないために、使用に不慣れな人が急な積雪に対して使用することがあるためと考えられた。そこで、金属製チェーンの使用実態に関するアンケート調査を実施するとともに、販売数量が多い金属製チェーンを使ううえでの注意点を消費者に情報提供	国民生活センター
自転車・用品	自転車に乗せた子どもの足が車輪に巻き込まれる事故に注意	自転車の後ろの幼児座席あるいは直接荷台に座っていた同乗者の足が後車輪に巻き込まれて受傷する、いわゆる「スポーク外傷」については、子どもが受傷者となりやすく、大きなけがを負う可能性がある。そこで、消費者へ注意喚起および情報提供	国民生活センター
	アシスト力や充電コードに不具合がみられた電動アシスト自転車	電動アシスト自転車について「アシスト力が強いので調べてほしい」「バッテリーを充電中に充電コードが発火したので原因を調べてほしい」というテスト依頼が寄せられ、テスト結果をもとに当該品を持つ消費者に対して事業者にお問い合わせするよう情報提供	国民生活センター