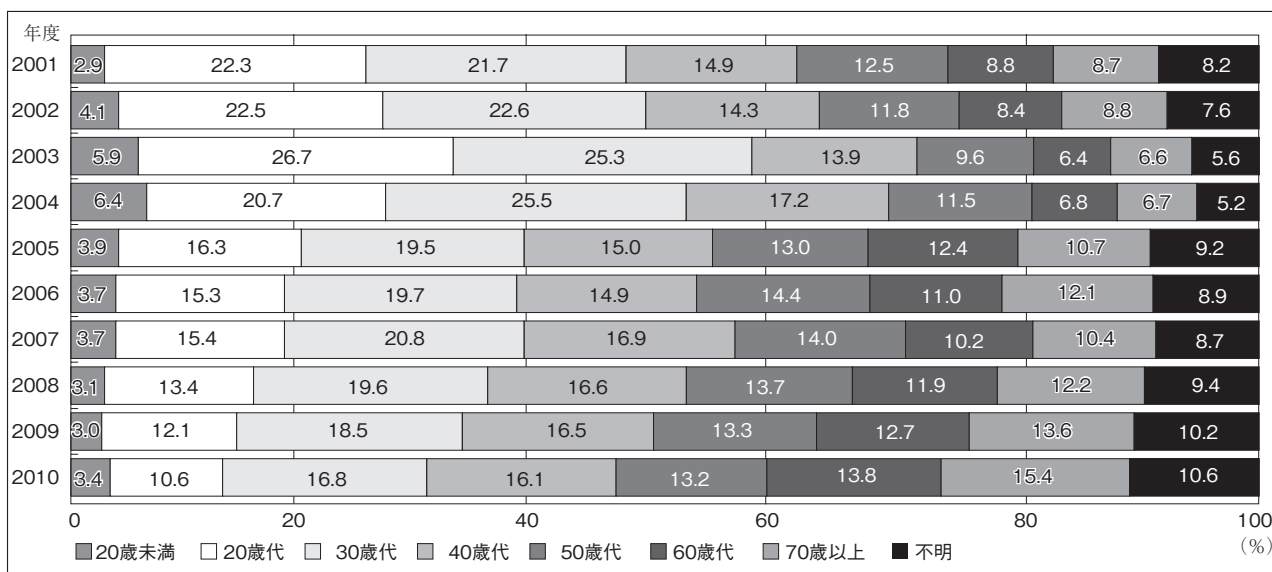
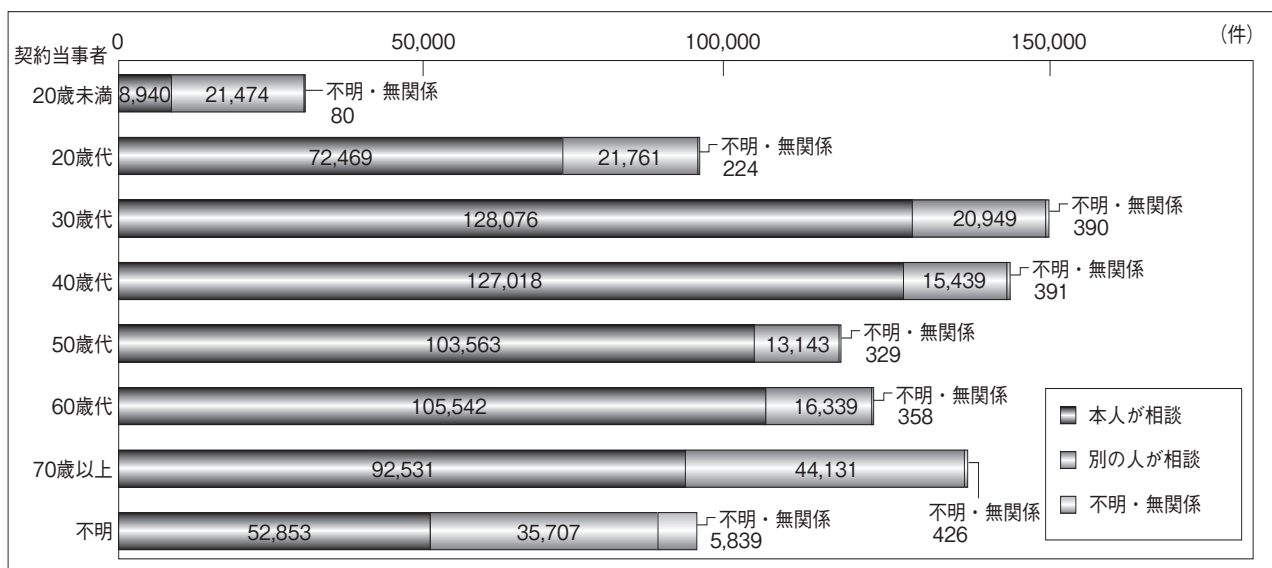


図5 年度別にみた契約当事者年代別構成比（2001～2010年度）



（注）データは2011年5月末日までの登録分。構成比は各年度の総件数を100として算出した値である。

図6 契約当事者からの相談と別の人からの相談の内訳（2010年度）



（注）データは2011年5月末日までの登録分。

なお、消費生活センターへ相談を寄せる人が契約者本人ではない場合もある。2010年度は契約当事者が20歳未満の未成年者においては約7割、70歳以上の高齢者は約3割が、契約当事者とは別の人から相談を寄せている（図6）。

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

相談に関わった品目の商品と役務の割合を見ると、2010年度は商品が32.9%、役務が64.7%であり役務の方が倍近く多い。この傾向は、近年ほとんど変化がない（表3）。

相談の多い商品や役務について、大きな区

分である商品・役務等別分類（以下、「商品等分類」）別に見ると、最も多いのは「運輸・通信サービス」で、「アダルト情報サイト」や「出会い系サイト」など、インターネットサイトの相談が多い（表3、表4、表15）。「運輸・通信サービス」の順位は2001年度以降1位であるが、架空請求が10万件を超えていた2003～2007年度を除くと、近年では2割を超えており、2001年度と比較すると相談の主流が情報通信に関連した相談にシフトしてきている。次に多いのは、「金融・保険サービス」であり、大手消費者金融会社の破綻の影響もあり「サラ金・フリーローン」が約半数を占めているほか、「生命保険」も多い。3位以下は「教養娯楽品」「レンタル・リース・貸借」「住居品」と続く（表3）。

「光熱水品」の増加は、東日本大震災によるガソリン不足や、電力不足による計画停電などの相談が急増したことが影響している。

さらに、商品や役務について詳細な区分である「商品・役務等」ごとに見ると、2010年度は、2009年度に続き「サラ金・フリーローン」（10.0%）が最も多かったが、「アダルト情報サイト」（9.6%）が急増し、一位と並ぶ件数である。次いで、「賃貸アパート・マンション」（4.2%）「デジタルコンテンツその

他」（3.6%）、「出会い系サイト」（3.2%）などが多い（表4）。上位5位までの商品・役務で全相談の3割を占めている。

(2) 2010年度の商品・役務等の傾向

2009年度と比較して、大きな変化があった商品・役務等を表2にまとめた。主な特徴は、以下のとおり。

1) 増加が目立った商品・役務等

① アダルト情報サイト

2009年度も相談は多かったものの、2010年度は約3万件増加した。有料であるという認識がないまま、サイトを見ていくと、登録となり料金を請求されたという相談が大半である。パソコンを起動するたびに料金請求の画面が表示され、対処に困って相談してくるケースも多い。

② 公社債、ファンド型投資商品、株

「公社債」「ファンド型投資商品」「株」は、件数だけでなく、対前年度比も大きく増加している。複数の業者が登場し、A社が「B社の社債を買ってくれば、高く買い取る」などと勧誘し、B社との契約をさせる劇場型の勧誘の手口についての相談が目立つ。「株」は、未公開株の相談が多い。

表2 2010年度に増加・減少が目立った商品・役務等

増加が目立った商品・役務等						減少が目立った商品・役務等					
順位	商品・役務等	2009年度	2010年度	差	対前年度比	順位	商品・役務等	2009年度	2010年度	差	対前年度比
1	アダルト情報サイト	55,237	85,190	29,953	1.54	1	商品一般	45,698	26,060	-19,638	0.57
2	公社債	1,675	6,659	4,984	3.98	2	デジタルコンテンツその他	51,470	32,291	-19,179	0.63
3	ファンド型投資商品	2,988	6,957	3,969	2.33	3	出会い系サイト	33,474	28,228	-5,246	0.84
4	インターネット接続回線	8,975	12,534	3,559	1.40	4	油脂	5,473	287	-5,186	0.05
5	株	7,533	10,168	2,635	1.35	5	サラ金・フリーローン	93,156	88,968	-4,188	0.96
6	放送サービス	9,453	11,470	2,017	1.21	6	エステティックサービス	10,518	7,766	-2,752	0.74
7	その他金融関連サービス	6,415	8,080	1,665	1.26	7	賃貸アパート・マンション	39,359	37,333	-2,026	0.95
8	石油	1,561	3,197	1,636	2.05	8	移動通信サービス	13,745	12,069	-1,676	0.88
9	鮮魚	3,326	4,862	1,536	1.46	9	内職・副業その他	4,466	3,042	-1,424	0.68
10	テレビ	3,798	5,169	1,371	1.36	10	他の不動産貸借	3,557	2,157	-1,400	0.61
11	アクセスラリー	6,608	7,926	1,318	1.20	11	ふとん類	7,918	6,623	-1,295	0.84
12	飲料	2,959	3,736	777	1.26	12	生命保険	11,402	10,120	-1,282	0.89
13	修理サービス	10,461	11,172	711	1.07	13	宝くじ	6,058	4,791	-1,267	0.79
14	集合住宅その他	1,963	2,656	693	1.35	14	リースサービス	6,021	4,791	-1,230	0.80
15	電気	1,159	1,798	639	1.55	15	教養娯楽・資格教材	3,484	2,357	-1,127	0.68

(注) データは2011年5月末日までの登録分。

③その他金融関連サービス

日本の金融機関では取り扱いがなく、換金性に乏しいなじみのない外国の通貨（イラクディナール、スーダンポンド等）を「将来価値があがる」等と勧誘され契約してしまったという相談が相次いだ。

④インターネット接続回線

「利用料金が安くなる」「ADSLから光回線に切り替えないか」といった電話勧誘による光回線の契約についての相談が増加した。

⑤放送サービス

2011年7月24日からの地上波のデジタル放送化に伴い、デジタル放送を見るためのケーブルテレビに関する相談や、衛星放送等の相談が増加した。

⑥石油、飲料

東日本大震災で、ガソリンの品不足に関する相談が急増した。また、放射性物質による水の汚染の不安から、ミネラルウォーター等が品不足となり相談が増加した。

⑦鮮魚

かに等の電話勧誘販売が引き続き増加している。

⑧テレビ

地上波のデジタル放送化に伴うテレビの買い替えの影響で、相談件数が増加した。商品の品質に関する相談や、接客対応についての相談などが多い。

2) 減少が目立った商品・役務等

「商品一般」「デジタルコンテンツその他」は架空請求の相談が減少したことによる。特定保健用食品の許可を得ていた食用油の製造・販売を2009年9月に製造業者が停止した影響で2009年度に相談件数が激増した「油脂」は、2010年度は大幅に減少した。

(3) 契約当事者と商品等分類

表5は契約当事者の性別や年齢などの属性ごとの商品等分類の件数と構成比、表6は契約当事者の年代と性別ごとに、件数の多い商

品・役務等を25位まで並べた表である。

全年代にわたって多い商品・役務等は「アダルト情報サイト」が多い。特に、インターネットや携帯電話の利用頻度が高いと思われる40歳代以下では、男女とも相談が多い。

20歳未満では、インターネットや携帯電話など、「運輸・通信サービス」が7割以上を占めている。また、男性では、「自動二輪車」「四輪自動車」が多いのに対し、女性は「婦人洋服」「コンサート」「エステティックサービス」などが多い。

20歳代以上になると、男女ともに「サラ金・フリーローン」の相談が増加する。「出会い系サイト」は20歳未満から50歳代まで多く見られる。また、「賃貸アパート・マンション」も20歳以上の各年代で多い。

20歳代は、「結婚式関連サービス」「外国語・会話教室」に関する相談が上位に入っているのが特徴的である。男性で、「アクセサリー」が上位に入るのは、20歳代だけであるが、アポイントメントセールスや、デート商法による被害が多い。女性の「美容関連教室」はネイルスクールが倒産した影響である。

30歳代になると、「分譲マンション」や「新築工事」「戸建住宅」といった不動産に関する相談が多くなる。また、「結婚相手紹介サービス」が上位に入っているのも特徴である。

40歳代になると、「生命保険」の相談が上位に入る。男性では「住宅ローン」の相談が上位に入り、女性では子どもの「補修用教材」のトラブルが目立つ。

50歳以上になると、通信サービスに関連した相談の割合が減少し、「株」などの投資に関する相談が上位に入ってくる。

50歳代の男性では、「損害保険」や「石油」が上位に上がってくるが、「損害保険」は、自動車保険に関する相談が多い。「石油」は、震災によるガソリンの品不足や値上げなどの相談が約半数を占めている。女性の「和服」には、自分自身の着物の契約のほか、娘の成

人式用の振袖に関する相談も含まれている。

60歳以上は、「株」に加えて、「ファンド型投資商品」「公社債」が上位に入っている。また、海外宝くじが含まれる「宝くじ」も多い。女性では、「鮮魚」が多く、かになどの電話勧誘販売の相談が多い。

70歳以上では、「健康食品」や「家庭用電気治療器具」など、健康にまつわる商品が多い。また、「冠婚葬祭互助会」に関する相談が多いのも特徴である。

3 相談内容別の傾向について

相談内容ごとにみた相談件数の推移を図7、商品等分類別、契約当事者の属性別、上位商品・役務等の件数をそれぞれ表8、表9、表10にまとめた（商品・役務等の傾向や特徴等は表2および表15を参照）。

(1) 「取引」に関する相談

相談内容別分類をみると、解約したいなどの「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

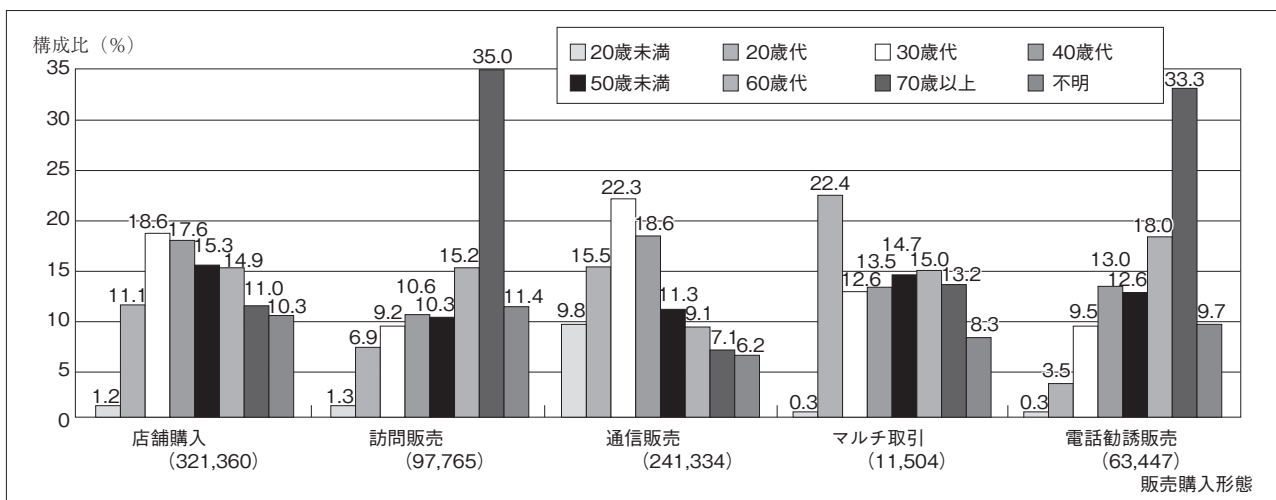
れら「契約・解約」と「販売方法」の少なくともいずれかが問題となっている「取引」に関する相談は、2010年度は756,336件であり、2004年度以降、減少している（図7）。

ただし、年代別にみると、60歳代や70歳以上では前年度を上回っている（表7）。また、商品・役務等上位商品を見ると、「アダルト情報サイト」「出会い系サイト」等の情報通信関連の相談は40歳代以下で多い。一方、未公開株等の「株」「公社債」等の投資商品に関する相談は60歳以上に多い（表6、表15）。

(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、商品やサービス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2010年度は124,197件で、近年、増加傾向にあり、1984年度以降最も多かった（図7）。商品・役務等別にみると、たとえば、早期故障等の「四輪自動車」、水漏れやカビ等の「賃貸アパート・マンション」、しみや変色等の「クリーニング」に関する相談が多い（表10）。

図8 2010年度の主な販売購入形態別にみた契約当事者年代構成比



(注1) データは2011年5月末日までの登録分。表中の構成比は各形態別の全体数を100として算出した値である。

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

4 販売購入形態別の傾向について

商品などの販売購入形態別に、相談件数の推移（表11）、契約当事者の年代（図8）、相談内容別分類（表12）、上位商品・役務等の件数（表13）をまとめた（商品・役務等の傾向や特徴等は表2および表15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」「その他無店舗販売」の販売購入形態を指す。

(1) 店舗購入

販売購入形態が「店舗購入」である相談は年々増加傾向にはあるものの、2010年度は321,360件（36.2%）と前年度に比べるとやや減少した（表11）。商品・役務等では「サラ金・フリーローン」、原状回復費用や敷金等の返還を求める「賃貸アパート・マンション」が多い。また、「新築工事」「戸建住宅」では、住宅エコポイント制度に関連した相談もみられる。（表13）「店舗購入」における相談内容をみると、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」の割合が特に高い（表12）。

(2) 店舗外販売

「店舗外販売」に関する相談は426,659件（48.0%）で、前年度に比べ件数、割合ともにわずかに増加した。中でも、「電話勧誘販売」が63,447件（7.1%）と増えている（表11）。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12）。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」について傾向をまとめた。

・訪問販売

「訪問販売」に関する相談では70歳以上の相談が35.0%と圧倒的に多い（図8）。「新聞」に関する相談は各年代で多いが、40歳代では「補修用教材」や「家庭教師」に関する相談が多く、60歳以上では住宅リフォーム関連の相談が目立つ。また、「アクセサリー」については、20歳代～30歳代では、アポイントメントセールスや、デート商法に関する相談が多い。一方、40歳以上では、貴金属等の訪問買い取りなどの相談が増加している（表2、表6、表13、表15、表16）。

・通信販売

「通信販売」に関する相談は、20歳代～40歳代に多くみられる（図8）。商品・役務等では「アダルト情報サイト」や「出会い系サイト」などの相談が50歳代までの各年代で多く、60歳以上では海外宝くじなど「宝くじ」の相談が多くみられる（表2、表6、表13、表15）。

・マルチ取引

「マルチ取引」に関する相談は、業者の逮捕・摘発や行政処分によって2008年度以降、減少している。20歳代では男女の割合は変わらないものの、30歳以降では女性の割合が多くなっている。20歳代～30歳代では、「健康食品」や「化粧品」に関する相談が多い（表6、表13、表15、表16）。

・電話勧誘販売

電話勧誘販売では、「株」は昨年度に比べて約3割増加している。特に60歳以上では、「株」や「公社債」等の投資に関する相談が多い。一方、30歳代～50歳代では、「インターネット接続回線」に関する相談が多い。また、特定商取引法の適用除外となる商品・役務に関するものが上位を占めている。（表2、表6、表13、表15、表16）。

5 契約金額等について

(1) 契約・購入金額及び既支払金額

図9に、契約・購入金額と既支払金額の年度別推移を示した。2010年度の相談における契約・購入金額を合計すると約6,985億円で、2009年度より6.4%増加した。既支払金額の合計は約2,429億円で、2009年度より20.2%増加した。

相談総件数が減少傾向にある中で、既支払金額は、過去最高となった。これは、「公社債」「ファンド型投資商品」「株」といった平均契約金額が大きい投資関連の相談件数の増加が影響していると思われる(表2、表15)。

(2) 代金支払方法

表14に、商品や役務を購入した代金の支払方法についてまとめた。

2009年12月の割賦販売法の改正に伴い、PIO-NETでも、販売信用の内訳については、項目名称と定義を変更した(9ページの用語の説明参照)。PIO-NETでは、契約年月日にかかわらず、受付日を基準に2010年度受付分から新しい分類となっている。

2010年度は「信用供与無し」が75.0%、信用供与を受けている「販売信用」(クレジット契約)と「借金契約」が合わせて25.0%となっている。

「販売信用」の内訳をみると「個別信用」が最も多く37.6%を占めているが、法改正による個別信用の規制強化の影響からか、減少した。その一方で、大きな改正が行われなかった「自社割賦」が増加した。

またインターネット通販や「出会い系サイト」でクレジットカードが使われることが多いことから、「包括信用」や「2か月内払い」が件数・割合ともに増加している。「ローン提携販売」は、法改正によって包括方式のみになったことから、相談件数も減少した。

6 販売方法や手口等

販売方法に問題のある相談は366,303件で、全相談の41.3%を占めており(図7)、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。そこで、販売方法・手口について相談件数が上位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・役務等についての特徴を表16にまとめた。

最も件数が多いのは、「インターネット通販」の116,480件であり、契約当事者は20歳代から40歳代の給与生活者に多い。「インターネット通販」の半数以上は「アダルト情報サイト」が占めている。また、「ワンクリック請求」や「無料商法」についても、「アダルト情報サイト」に関する相談が多い。

「家庭訪販」は50,803件であり、契約当事者は70歳以上の女性が圧倒的に多い。主な商品・役務をみると依然として「新聞」「ふとん類」「放送サービス」等が多い。

また、以前「株」等の投資商品を儲かるといわれ購入したが、実際には儲からなかったという消費者に対して、「損を取り戻してあげる」等とって別の投資商品を購入させる手口である「被害にあった人を勧誘(二次被害)」についての相談が増加した。「利殖商法」や「被害にあった人を勧誘(二次被害)」が増加した要因のひとつには、これらの投資商品に関する相談の増加が挙げられる。

件数が増加している「インターネットオークション」では、落札した四輪自動車に不具合があったという相談の他、インターネットオークションの一種で、入札のたびに手数料のかかる、いわゆるペニーオークションに関する相談なども寄せられている。

(相談情報部)