

I

最近の消費生活相談 の傾向と特徴

I 最近の消費生活相談の傾向と特徴

1 高齢者の相談が10年前の約2.5倍、トラブルの内容は多様化

2012年度に全国の消費生活センター等が受け付けた相談件数は、約85万件で近年減少傾向が続いている。しかし、全体の相談件数が減少している中、高齢者が契約当事者である相談は年々増加しており、2012年度は60歳代以上の相談が全体の3割を超えた。2003年度の60歳代以上の割合は約13%であったので、この10年で約2.5倍も増加したことになる。

(1) 健康食品の送りつけ商法が激増

高齢者の消費者トラブルの中で特に目立ったのが「健康食品の送りつけ商法」である。「以前お申し込みいただいた健康食品を今から送ります」などと突然電話があり、申し込んだ覚えがないと断ったのに健康食品を強引に送りつけられるという相談が、2012年度は14,000件を超え、2011年度の5.2倍と激増した。これらの中には、業者から「申し込んだのだから払え」と高圧的に言われたり、「裁判を起こす」などと脅されたりして購入を承諾してしまう事例も多く見られる。

商品は代金引換配達（以下、代引配達）にて送付される例が多い。こうしたトラブルの実態を憂慮した代引配達業者の中には、消費生活センター等と連携して健康食品の送りつけ業者に問題があると判断した場合、契約を解除するなどの動きも出てきた。消費生活センター等行政機関だけでなく、このように民間事業者とも協力して悪質業者を排除していく取り組みが今後はますます重要になろう。

一方、最近では送りつけ業者が代引配達業者から契約を解除されたためか商品とともに現金書留封筒や振込用紙を同封して送りつけ、代金を郵送したり、振り込みをするよう消費者に指示する手口がみられる。国民生活センターでは複数回、注意喚起を行っているが、新手の手口も出てきた中、引き続き注視していく必要がある。

(2) 「買え買え詐欺」被害（劇場型勧誘）が止まらない

複数の事業者が登場し、さまざまな手口で利殖商品等を勧誘する「買え買え詐欺」ともいえる劇場型勧誘が一向に止まらない。劇場型勧誘とは、勧誘業者であるB社が、A社の販売する権利等（鉱山の採掘権、CO2排出権等さまざま）について「購入額を上回る金額で買い取る」などとウソの説明を行い、販売会社（A社）との取引が自らの利益につながると消費者に誤認させ、消費者にA社へお金を支払わせるよう仕向けるという一連の詐欺的勧誘のことをいう。

「レアアース採掘権」、「外国の土地使用権」など目新しいものや最近話題になっているもの、高齢者が関心を持ちそうな事業、社会貢献につながりそうな事業等が投資の対象となる。このほか、日本で換金することが困難な外国通貨を劇場型勧誘で勧められたという相談も相変わらず多い。

さらに、かつて未公開株や社債等のトラブルにあった人に対して、過去の損失を取り戻すなどと持

ちかけて金銭を支払わせる“二次被害”も後を絶たない。消費生活センター等をかたり、公的機関からの被害救済と思わせる手続書類を使うなど、その手口はますます巧妙化している。

最近では、郵便や宅配便を使って金銭を送付させる、あるいは手渡しで支払わせる手口も目立ってきた。こうした場合、その後業者とは連絡が取れず、支払った代金を取り戻すことは非常に困難であり、被害の未然防止対策が重要となる。高齢者本人への注意喚起等の働きかけに加えて、家族や地域の人たちの見守りがますます必要になろう。さらに、不招請勧誘への対策なども大きな課題である。

2 インターネット関連の相談は増加する一方

アダルト情報サイトの相談が、2011年度に続き最も多く、大人の知らない間に子どもが利用してしまうオンラインゲームの相談も増加するなどインターネット関連の相談は増加する一方である。

(1) 請求手段がハガキから電子メールになり再び増加した架空請求

身に覚えのない料金を請求される架空請求のトラブルは2004年度にピークを迎えた以降減少し続けていたが、2012年度に入り、再び増加に転じた。請求手段はハガキから電子メールへ変わってきており、請求名目も「総合情報サイト利用料」等デジタルコンテンツの料金が多くなっている。ハガキに比べて電子メールは、業者にとっては安価なコストで不特定多数の人に請求できる手段であり、より多くの人がトラブルに巻き込まれやすくなっている。一方、消費者にとって電子メールは送信された本人だけが読むものであるため、以前のハガキに比べて本人が悩んでいても家族や周囲が気づきにくく、被害救済が遅れる可能性も高いといえる。

(2) “サクラサイト商法”被害の防止に向けたキャンペーンを実施

芸能人等になりすまして主に出会い系サイトに誘導し、メール交換等の有料サービスを利用させ、そのたびに支払いを続けさせる“サクラサイト商法”の相談は、金額が高額化しており、被害が深刻化している。そこで、国民生活センターでは、2012年5月から6月にかけて「詐欺的“サクラサイト商法”被害撲滅キャンペーン」を実施した。全国の複数の弁護士会が「サクラサイト被害撲滅全国一斉110番」を実施したほか、一般社団法人日本音楽事業者協会が加盟の芸能プロダクション、所属芸能人に向けて啓発の呼びかけを行った。こうした事業者団体との連携は初の試みであったが、“サクラサイト商法”が広く認識されるとともに、トラブルが減少することを期待したい。

(3) 悪質な勧誘方法も散見される電気通信サービス

光回線やプロバイダ等の「インターネット接続回線」、無線でインターネットにつなぐ「モバイルデータ通信」、スマートフォンや携帯電話等の電気通信サービスを「よく分からないまま契約してしまった」などの相談が増加している。プロバイダや通信事業者等の説明不足や、解約がしにくく高額な違約金等が請求されるなどといった相談が目立つ。しかし、現在、これら電気通信サービスの契約は特定商取引法の適用がなく、法律に基づくクーリング・オフ規定等も整備されていない。事業者団体が策定した営業活動の自主基準はあるものの実効性が十分あるとはいえない。

電気通信サービス分野は、今後も次々に新しい商品・サービスが登場することが想定されるが、消費者が契約内容を十分理解し安心してサービスを利用できるよう何らかの法規制が望まれる。

* 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

国民生活センター及び全国各地の消費生活センターでは、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」によっても分けられる。

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されている。

2 消費生活年報における統計等について

(1) PIO-NETに見る消費生活相談

国民生活センターと都道府県、政令指定都市及び市区町村の消費生活センター（端末設置箇所2013年4月1日現在（1,061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）」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」、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 土日祝日相談

消費者庁の「消費者ホットライン」業務の一環として、国民生活センターが土日祝日（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が開所していない場合に消費者からの相談を受ける「土日祝日相談」の集計。

③ 個人情報相談

国民生活センターの「経由相談」、「平日バックアップ相談」で受け付けた個人情報に関する相談の集計。

* PIO-NETに見る消費生活相談 —用語の説明—

※その他については、国民生活センターホームページ「消費生活相談データベース (<http://datafile.kokusen.go.jp/>)」の検索メニュー内の項目解説を参照。

(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。
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。
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、電話機、音響・映像製品、スポーツ用品など。
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。
家庭用電気治療器具	原則として業事法に定められる医療機器のうち、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。
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。
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。
デジタルコンテンツその他	内容の特定できないサイトの利用、オンラインゲームやギャンブル情報サイトおよびその他の情報サイト（古いサイト、懸賞サイトなど）。
複合サービス会員	旅行、飲食店、映画等が安くなる等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他に、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。

(販売方法・手口等)

用語	説明
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。
電話勧誘販売	販売業者が消費者宅や職場に電話し、商品やサービスを販売する方法。
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、高額な料金を請求するという商法。
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。
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。
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。
被害にあった人を勧誘（二次被害）	一度被害に遭った人を再び勧誘して、二次的な被害を与えること。
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。
当選商法	「当選した」「景品が当たった」「あなただけが選ばれた」などと特別な優位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。
マルチ取引	販売組織の加入者が消費者を当該販売組織に加入させることによってマージンが得られる仕組みの取引。これを繰り返すことにより、販売組織がピラミッド式に拡大していく。
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。
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。
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。
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訪れ、「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。
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。
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。
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。
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、電話や郵便で喫茶店や事務所へ呼び出し、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。
S F 商法	（読み：エスエフしょうほう）閉め切った会場に人を集め、日用品などをただ同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。催眠商法とも言う。

(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・役務の購入にあ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分割で支払う方法。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カ月を超える支払い、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に代金を分割で支払う方法。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カ月を超える支払いが該当する。
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。