

# I

## 最近の消費生活相談 の傾向と特徴

# 2014年度の消費生活相談の 傾向と特徴

## ◆ 相談件数が2013年度に引き続き増加、95万件を超える

2014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95.5万件であった。2004年度以来9年ぶりに相談件数が増加に転じた2013年度に引き続いての増加となった。最も件数が多かった「アダルト情報サイト」の増加とともに、「インターネット接続回線」など情報通信関連の相談や、利用した覚えのないサイト利用料の請求など「架空請求」の相談が増加したことによると考えられる。

## ◆ 相談件数が11万件を突破した「アダルト情報サイト」

「アダルト情報サイト」に関する相談は、2011年度から4年連続で全相談中1位となっているが、2014年度には、ついに11万件を超え、過去最多となった。

相談事例をみると、「有料だという認識がないままサイトを見ていたところ、突然、料金の請求画面が表示された。支払わなければならないか」など、業者に支払う前の相談が多くみられるが、最近では、スマートフォン（スマホ）でサイトを閲覧してトラブルとなるケースも目立ち、「業者の問い合わせ先に電話をしたら、支払うよう強く言われたので、焦って支払ってしまった」など実際に被害が出ているケースも少なくない。スマホの場合、パソコン等と違い、すぐに電話発信やメール送信ができて、業者につながってしまうため、スマホ普及率の急速な高まり<sup>\*1</sup>とともに、こうしたトラブルもまた増加してきたと考えられる。

## ◆ 遠隔操作によるプロバイダ変更勧誘トラブルが急増

光回線やプロバイダなどのインターネット接続回線を「よく分からないまま契約してしまった」などという相談が2013年度に引き続き増加している。特に、大手電話会社の関連事業者と誤解させるような勧誘を行い、遠隔操作で手続きを行うプロバイダに関する相談が近畿ブロックを中心に目立った。そのため、国民生活センターではトラブルの実態および問題点を分析し、消費者に注意を呼びかけるとともに、同ブロックの消費生活センター（計15カ所）の賛同も得て、総務省に消費者保護ルールの整備等について、要望を行った。

総務省では、消費者保護ルールの見直し・充実への課題などを含めた電気通信事業法の改正について検討を重ねていたが、2015年5月22日に改正電気通信事業法が成立した。同法施行後には、書面の交付義務、初期契約解除制度等が導入される。

\* 1 総務省「平成25年通信利用動向調査」によると、スマホの普及率は2012年が49.5%であったのに対し、2013年は62.6%と急速に伸びている。

## ◆ バイナリーオプション等インターネットを介在した取引によるトラブルが増加

「インターネット上の広告を見て興味を持ち、海外業者とバイナリーオプション取引<sup>\*2</sup>を開始したが、出金を求めても応じてもらえない」といった相談が、2014年度に急増した。

金融商品取引法では、日本の顧客との間で、バイナリーオプション取引などの店頭デリバティブ取引を業として行う場合は、海外業者も含め、金融商品取引業の登録が必要となるが、寄せられた相談をみると、事業者のほとんどが無登録で所在地は海外にあった。また、インターネットを介在しているためか、契約者は20～30歳代の若い層に多いことも特徴的である。

このバイナリーオプション取引と同様に、「インターネット上の広告を見て」、あるいは「SNSの広告を見て…」「SNSで知り合った知人から紹介されて…」トラブルになるケースが最近増加している。例えば、「SNSの広告を見て、化粧品を申し込んだが、外国から商品が届き、注文したものより数倍の金額を請求された」「1回の申し込みのつもりだったのに定期購入になっていた」「SNSの知人からマルチ商法に勧誘された」等々、多数の相談が寄せられている。

インターネットが、特に若い層では生活の一部にもなっている現在、インターネット広告の見方、取引における注意点等の啓発や消費者教育が今後ますます重要になろう。

## ◆ キャッシュレスでの支払い手段の多様化とともに新手的消費者トラブルも

近年、クレジットカードやプリペイドカード、電子マネー等を利用して支払いをする場面が多くなってきている。しかし、現金不要で、インターネット上でもすぐ買い物できるなどの利便性・効率性の陰で、「インターネット通販でクレジット決済をしたが、商品が届かない」「指示されるままに、コンビニの窓口で相手の電子マネーとして現金をチャージしてしまった」「指示されるままに、クレジットカードで電子ギフト券を購入して業者に送ってしまった」など新しいタイプの消費者トラブルもみられるようになってきた。そこで、国民生活センターでは、2014年11月に「キャッシュレスでの買い物トラブル110番」を実施し、その結果、67件の相談が寄せられた。これらのトラブルは、さまざまな決済システムの中に問題のある業者が入り込んでいる、またはこれらの決済手段を悪用する業者が存在するために引き起こされていると考えられる。

東京オリンピック・パラリンピックの開催を見据え、キャッシュレス社会のいっそうの進展が図られるなか、多様化する決済システムを悪用する業者をいかに排除していくかの検討が必要である。

## ◆ 高齢者の相談が引き続き高い割合を占める、特商法改正の論議に注目

高齢者が契約当事者である相談は、70歳以上の割合が全体の2割を超え、2013年度に引き続き、高い割合を占めた。立場の違う複数の業者が登場し、架空の投資話などを巧みなセールストークを用いて電話で勧誘する劇場型勧誘も依然として多くみられる。

一般的に、在宅率が高く、保有資産が他の年齢層より多い高齢者層は、訪問販売や電話勧誘販売等で悪質業者のターゲットになりやすい。2015年3月にスタートした「特定商取引法専門調査会」において、不招請勧誘も含めた訪問販売、電話勧誘販売等のあり方が議論されているが、どのようにまとまるか、その結果が注目される。

\*2 為替相場等が上がるか下がるかを予想する取引。取引期間終了時（権利行使期限）に事前に定めた権利行使価格を上回った（または下回った）場合に、一定額の金銭（ペイアウト）を受け取ることができる。

## \* 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

国民生活センターおよ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（端末設置箇所2015年4月1日時点（1,055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」、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、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、国民生活センターが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」で受け付けた個人情報に関する相談の集計。

## \* 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。
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	原則として医薬品医療機器等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。

### (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。
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。
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。
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。
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しくみの取引。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來訪し、「水質に問題がある」「消火器が壊れて使用できない」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。
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。
SF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。催眠商法ともいう。

### (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カ月以上にわたる支払い、またはリボルビング方式が該当する。
個品割賦(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カ月以上にわた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。

※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(PIO-NETより)」  
(<http://datafile.kokusen.go.jp/>)の検索メニュー内の項目解説を参照。