

報道発表資料

平成 29 年 8 月 10 日
独立行政法人国民生活センター

2016 年度の越境消費者相談の概要
— 越境消費者センター (CCJ) で受け付けた相談から —

この概要は、国民生活センター越境消費者センター (CCJ) に寄せられた越境消費者取引に関する相談情報をまとめたものです。当該情報については「消費生活年報 2017」(2017 年 10 月発行予定) に掲載する予定です。

2016 年度の傾向と特徴

- ・ 2016 年度に CCJ に寄せられた越境消費者相談の件数は 4,473 件であり、2013 年以降 4,000 件を超えている。
- ・ 相談が寄せられた取引のほとんど (98%) がオンラインショッピングに関するものであり、決済手段はクレジットカード決済が約 8 割を占める。
- ・ 2016 年度に相談が多く寄せられたトラブルは、PC ソフトウェアの解約トラブル¹である。このため、商品・サービス類型では「ソフトウェア」が、2015 年度の 9%から急増し、22%を占めた。また、SNS の広告を見て購入した化粧品通販トラブル²も 2015 年度に引き続き多数の相談が寄せられた。
- ・ 詐欺・模倣品トラブルの相談全体に占める割合は、2015 年度から 12%減少し、2 割弱となった。
- ・ 相手方事業者の所在地としては、アメリカが最も多く、続いてイギリス、中国の順で、これら 3 カ国で全体の約 7 割を占める。

(注)「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。専用のホームページ (<https://ccj.kokusen.go.jp/>) 上の相談受付フォーム、メール及び 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。

¹ パソコンの画面上に、ポップアップでウィルス感染やセキュリティに関するメッセージが表示されたため、表示された番号に電話したところ遠隔操作により PC セキュリティソフトの購入をさせられたなどというトラブル
² SNS の広告を見て、お試しのつもりで化粧品を申し込んだが、継続購入契約になっていたなどというトラブル

1. CCJに寄せられた相談件数

(1) 年度別相談件数

- CCJに寄せられた相談件数を年度別に見ると、2011年度778件（2011年10月～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）、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（図1、表1）。

図1 年度別相談件数

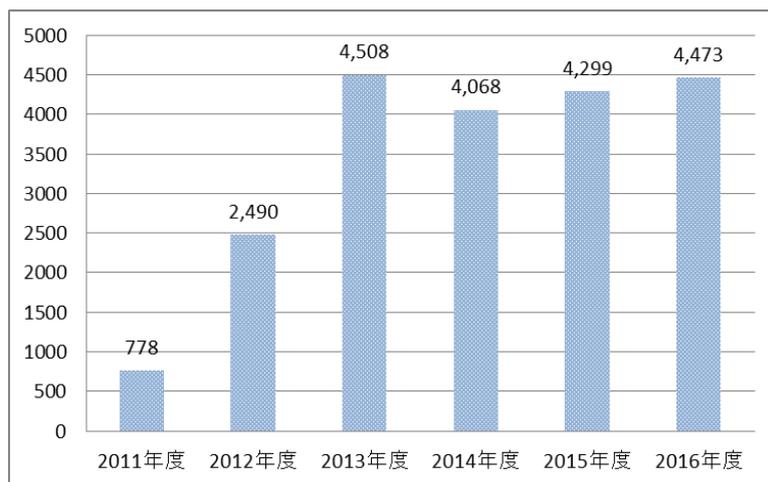


表1 年度別相談件数

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

(2) 相談者の属性³

①性別

相談者の性別は、「女性」が55%、「男性」が44%となっている（図2、表2）。

図2 相談者の性別（2016年度）

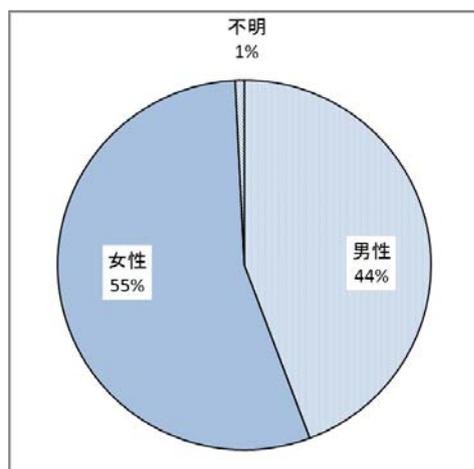


表2 相談者の性別相談件数と割合

性別	2016年度	(参考)2015年度
男性	1,981 (44%)	1,809 (42%)
女性	2,457 (55%)	2,477 (58%)
不明	35 (1%)	13 (0%)

³ 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、割合の値について必要に応じて端数処理を行っている。

②年代

- 相談者の年代は、「20歳代」～「50歳代」で8割以上を占めているものの、60歳代、70歳代も一定の割合（合計15%）を占めている（図3、表3）。

図3 相談者の年代別割合（2016年度）

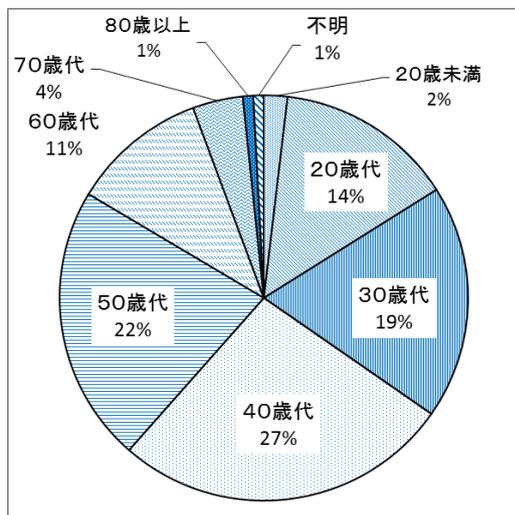


表3 相談者の年代別相談件数と割合

年代	2016年度	(参考)2015年度
20歳未満	83 (2%)	89 (2%)
20歳代	634 (14%)	657 (15%)
30歳代	835 (19%)	937 (22%)
40歳代	1,198 (27%)	1,293 (30%)
50歳代	988 (22%)	830 (19%)
60歳代	483 (11%)	322 (7%)
70歳代	178 (4%)	125 (3%)
80歳以上	37 (1%)	22 (1%)
不明	37 (1%)	24 (1%)

(3) 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（図4、表4）。

図4 取引類型別割合（2016年度）

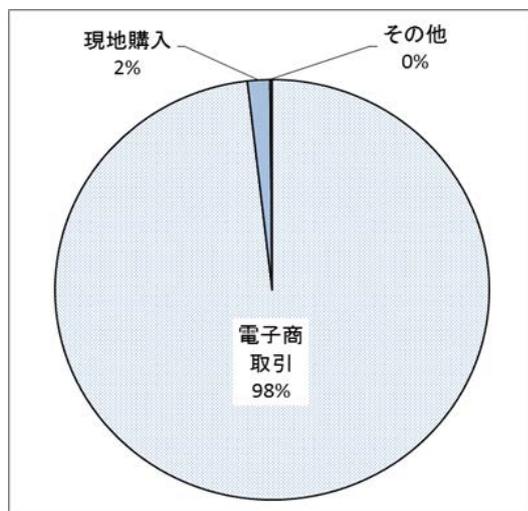


表4 取引類型別相談件数と割合

取引類型	2016年度	(参考)2015年度
電子商取引	4,391 (98%)	4,190 (97%)
現地購入	75 (2%)	67 (2%)
その他	7 (0%)	42 (1%)

(4) 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利用する傾向にあるためであるが⁴、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(図5、表5)。

図5 決済手段別割合(2016年度)

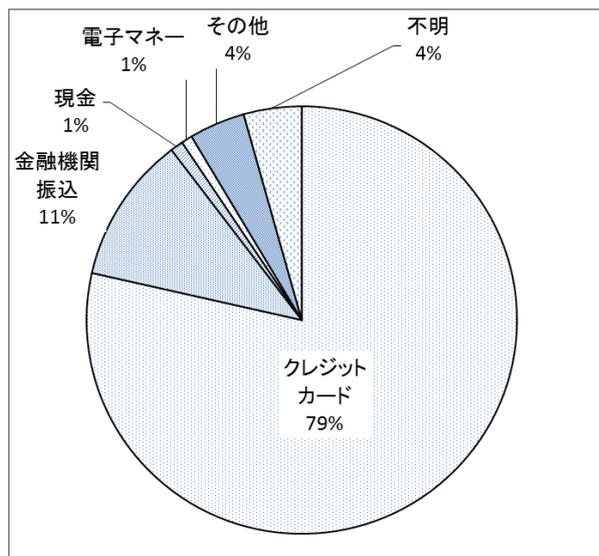


表5 決済手段別相談件数と割合

決済手段	2016年度	(参考)2015年度
クレジットカード	3,513 (79%)	3,208 (75%)
金融機関振込	497 (11%)	713 (17%)
現金	43 (1%)	43 (1%)
電子マネー	37 (1%)	15 (0%)
その他	188 (4%)	153 (4%)
不明	195 (4%)	167 (4%)

(5) 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が多数寄せられた。
- ・続いて、詐欺・模倣品トラブル(「詐欺疑い」及び「模倣品到着」⁵)が約2割となっており、「解約」とあわせると全体の約8割を占めた(図6、表6)。

4 「クレジットカード」支払の場合は、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」を利用する傾向にあると考えられる。

5 「詐欺疑い」は、注文及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(又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。

図6 トラブル類型別割合（2016年度）

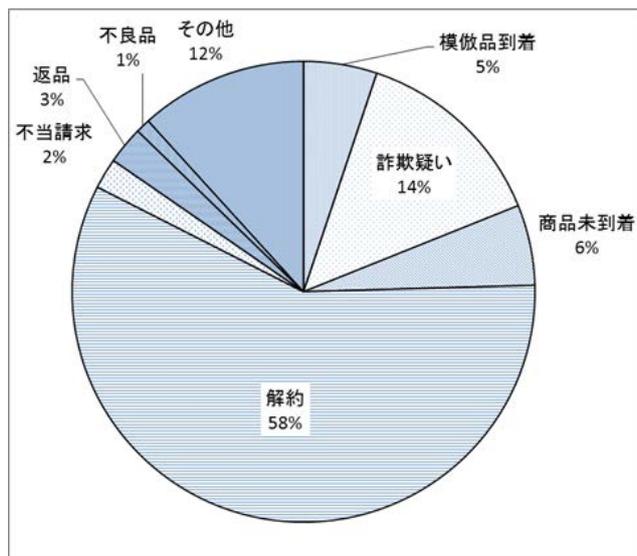


表6 トラブル類型別相談件数と割合

トラブル類型	2016年度	(参考)2015年度
模倣品到着	229 (5%)	368 (9%)
詐欺疑い	616 (14%)	954 (22%)
商品未到着	253 (6%)	232 (5%)
解約	2,593 (58%)	2,133 (50%)
不当請求	96 (2%)	111 (3%)
返品	118 (3%)	71 (2%)
不良品	45 (1%)	50 (1%)
その他	523 (12%)	380 (9%)

(6) 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、バック・腕時計・装飾品等）が「身の回り品」に分類されるためである。なお、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」も一定の割合を占め（合計13%）、この傾向は2015年度と同様である。
- ・次いで「ソフトウェア」が、2015年度の9%から急増し、2割強を占めた。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7、表7）。

図7 商品・サービス類型別割合（2016年度）

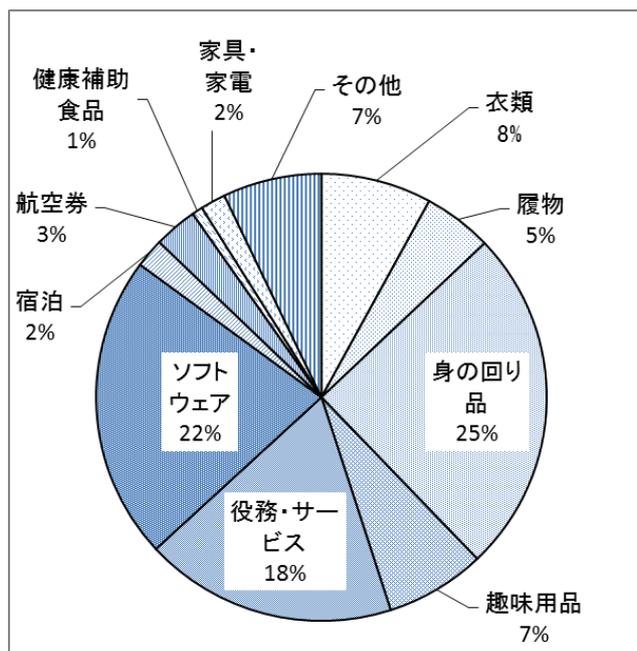


表7 商品・サービス類型別件数と割合

商品・サービス類型	2016年度	(参考)2015年度
衣類	355 (8%)	232 (5%)
履物	222 (5%)	256 (6%)
身の回り品	1,116 (25%)	1,436 (33%)
趣味用品	321 (7%)	387 (9%)
役務・サービス	810 (18%)	869 (20%)
ソフトウェア	983 (22%)	370 (9%)
宿泊	94 (2%)	75 (2%)
航空券	139 (3%)	74 (2%)
健康補助食品	35 (1%)	84 (2%)
家具・家電	81 (2%)	110 (3%)
その他	317 (7%)	406 (9%)

(7) CCJに寄せられた相談の相手先事業者所在地

- ・相手方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⁶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の相談が多数寄せられ、6%増加した。キプロス、マルタでも同様の相談が多く寄せられた。
- ・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ついて、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⁷。
- ・詐欺・模倣品トラブルの多い中国は、これらトラブルの減少に伴い、7%減少した(図8、表8)。

図8 事業者所在地別割合

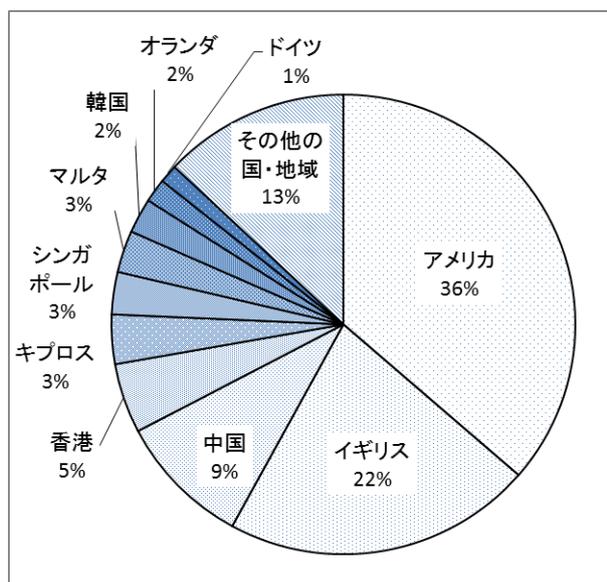


表8 事業者所在地別相談件数と割合

2016年度		(参考)2015年度	
事業者所在地	件数	事業者所在地	件数
アメリカ	964 (36%)	イギリス	842 (34%)
イギリス	572 (22%)	アメリカ	757 (30%)
中国	248 (9%)	中国	375 (15%)
香港	130 (5%)	香港	86 (3%)
キプロス	92 (3%)	シンガポール	59 (2%)
シンガポール	79 (3%)	韓国	42 (2%)
マルタ	78 (3%)	デンマーク	38 (2%)
韓国	65 (2%)	オランダ	29 (1%)
オランダ	44 (2%)	キプロス	25 (1%)
ドイツ	34 (1%)	ドイツ	23 (1%)
その他の国・地域	344 (13%)	その他の国・地域	225 (9%)

2. 情報提供先

消費者庁消費者教育・地方協力課 (法人番号 5000012010024)

内閣府消費者委員会事務局 (法人番号 2000012010019)

⁶ 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)及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。2015年度についても相談総件数(4,299件)から所在地不明(1,701件)及び国内(97件)を控除した2,501件を母数としている。

⁷ 一方、所在国不明の事業者との間で同様のトラブルが増えたため、全体としては2015年度に引き続き2016年度も多数の相談が寄せられた。