

消費生活年報

2015

The Annual Report on
Consumer Affairs

独立行政法人国民生活センター編

目 次

I 最近の消費生活相談の傾向と特徴	1
2014年度の消費生活相談の傾向と特徴	2
* 相談関連情報を読むうえでのポイント	4
* PIO-NETにみる消費生活相談 -用語の説明-	5
II 消費生活相談からみたこの1年	7
PIO-NETにみる消費生活相談 -全国のデータから-	8
1 相談件数等	8
2 相談にかかわる商品・役務	11
3 相談内容別の傾向	14
4 販売購入形態別の傾向	16
5 契約金額等	19
6 販売方法や手口等	21
PIO-NETの危害・危険情報と医療機関ネットワークの情報	44
1 危害・危険情報と医療機関ネットワークの情報	44
2 消費生活センターに寄せられた危険情報の概要	45
3 消費生活センターに寄せられた危険情報の概要	52
4 消費生活センターに寄せられた危害・危険事例	56
5 医療機関ネットワークの情報とその活用	57
国民生活センター相談窓口寄せられた消費生活相談	64
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）	64
2 土日祝日相談	75
3 個人情報相談	78
III 国民生活センターによる情報提供（2014年度）	81
IV 消費生活関連資料	87
全国の商品テスト概要	88
1 苦情処理テスト	88
2 商品テスト（比較・試買テスト）	90
消費者問題に関する2014年の10大項目	100

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^{*1}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^{*2}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

(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。

II

消費生活相談から
みたこの1年

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）^{*1}」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、2014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2015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。

2014年度の傾向と特徴

- ・2014年度の相談件数は、約95.5万件（前年度は約94.0万件）で、前年度に引き続き、増加した。
- ・利用した覚えのないサイト利用料の請求など、「架空請求」の相談が前年度に比べ1.7倍に増加した。
- ・「アダルト情報サイト」に関する相談が最も増加し、2011年度以降、4年連続で第1位となった。さらに、「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も増加した。
- ・相談件数が前年度に引き続き増加した「インターネット接続回線」「移動通信サービス」では、勧誘時の説明不足等による解約などの相談が目立ち、特に、光回線の契約に関する相談や遠隔操作で手続きを行うプロバイダに関する相談が増加した。
- ・2013年度に急増した「健康食品の送りつけ商法」によるトラブルの相談が2014年度に減少したことにより、70歳以上の相談件数は2013年度をやや下回ったが、60歳以上が全体の約35%と引き続き高い割合を占めており、立場の違う複数の業者が実態不明のファンド等の金融商品や権利等を電話で勧誘する「劇場型勧誘」の被害も多くみられた。
- ・インターネット上の広告をきっかけとした海外の無登録業者とのバイナリーオプション取引に関するトラブルが増加した。

1 相談件数等

2014年度に全国の消費生活センターが受け付け、PIO-NETに登録された消費生活相談情報の総件数は、約95.5万件であった（**図1** 9頁、**表1** 9頁）。相談件数は、2004年度をピークに年々減少していたが、2013年度からは増加に転じた。

PIO-NETの運用を開始した1984年以降の年度別件数をみると、2003年度（約151万件）、2004年度

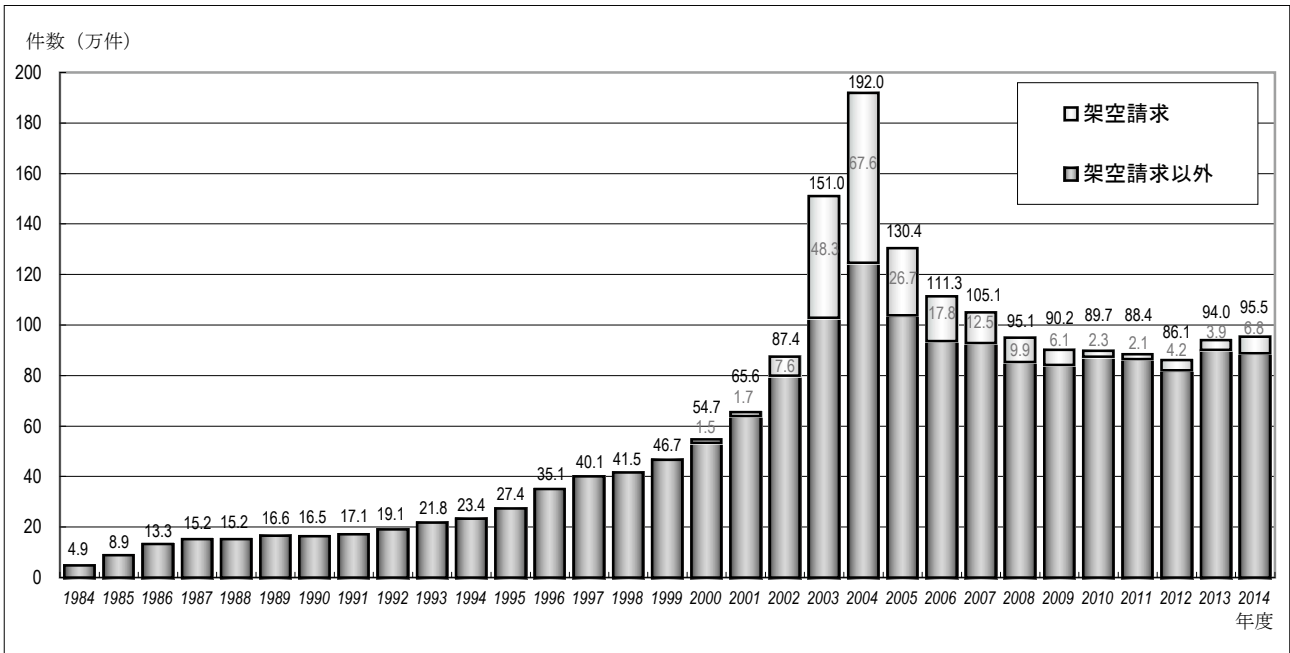
*1 PIO-NET（パイオネット）とは、Practical Living Information Online Network System の略である。

(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。2014年度は約6.8万件であった。

なお、1984年度からの累積件数は、約1,900万件に達している。

図1 消費生活相談の年度別総件数の推移(1984～2014年度)



(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	1994	234,022	2004	1,919,674
1985	88,752	1995	274,076	2005	1,303,588
1986	133,103	1996	351,139	2006	1,113,145
1987	151,874	1997	400,511	2007	1,050,826
1988	151,784	1998	415,347	2008	950,502
1989	165,697	1999	467,110	2009	902,215
1990	164,643	2000	547,138	2010	896,997
1991	170,833	2001	655,899	2011	883,959
1992	191,200	2002	874,260	2012	860,698
1993	217,816	2003	1,509,889	2013	939,800
				2014	954,591
				累積	18,989,638

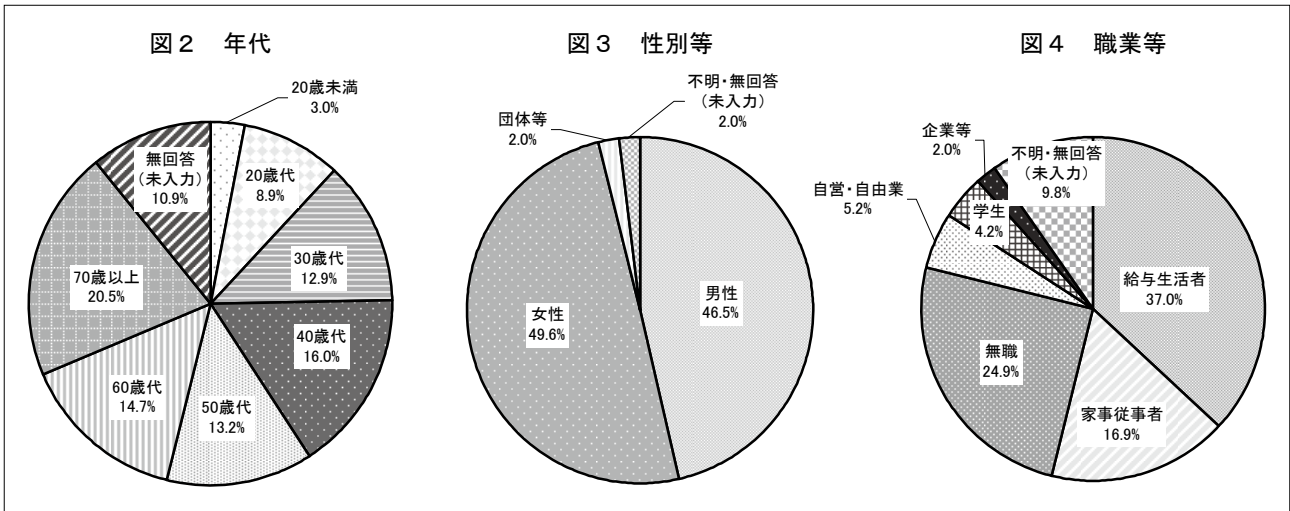
(1) 契約当事者の属性等

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3、図4、図5のとおりである。

契約当事者の年代別割合をみると、2014年度の60歳以上の割合は、合計で約35%であり、2005年度の60歳以上の合計（約23%）の約1.5倍になっている（図5）。

また、契約した本人から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である。2014年度は前年度同様に契約当事者が20歳未満の相談では約69%が契約当事者以外からであり、また70歳以上の相談は、約27%が契約当事者以外からの相談であった。

図2～4 2014年度の契約当事者の属性（構成比）



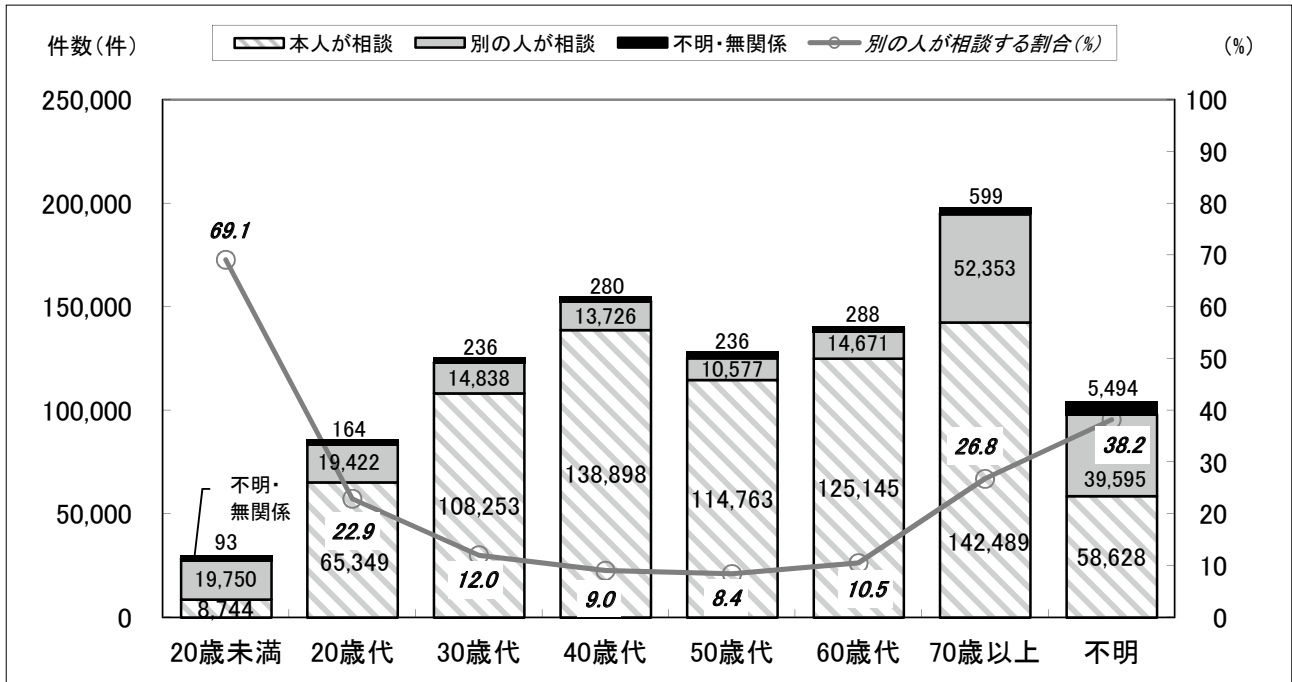
(注) 構成比は2014年度の総件数を100として算出し、小数点以下第2位を四捨五入した値である。

図5 年度別にみた契約当事者年代別割合（2005～2014年度）

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	不明
2005	3.9	16.3	19.5	15.0	13.0	12.4	10.7	9.2
2006	3.7	15.3	19.7	14.9	14.4	11.0	12.1	8.9
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	13.2	14.7	20.5	10.9

(注) 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相談者の内訳（2014年度）



2 相談にかかわる商品・役務

(1) 商品・役務等別分類別にみた相談の状況

相談にかかわった商品・役務の件数と構成比を示したものが表8（22～23頁）である。

表9（24～25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（40～41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」という）別にみると、2014年度は「運輸・通信サービス」が28.7%と最も多い（表8）。内訳をみると、「アダルト情報サイト」や利用した覚えのないサイト利用料の請求（架空請求）などの「デジタルコンテンツその他」などのデジタルコンテンツの相談のほか、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「移動通信サービス」や、「出会い系サイト」の相談も多い（表16）。「金融・保険サービス」は、割合が減少したものの2番目に相談が多い。「サラ金・フリーローン」のほか、「ファンド型投資商品」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) 2014年度の商品・役務等の傾向

2013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（13頁）にまとめた。2014年度で特徴的なものは、以下のとおり。

1) 増加の目立つ商品・役務等

① アダルト情報サイト

2014年度最も相談が増加したのは、「アダルト情報サイト」である。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ほとんどである。また、最近はスマートフォンでサイトを閲覧してトラブルとなるケースも目立つ。業者に支払う前の

相談が多くみられるが、「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」などの支払った後の相談も寄せられた。

②インターネット接続回線、移動通信サービス、インターネット通信関連サービス

「インターネット接続回線」では、光回線の契約に関する相談や遠隔操作で手続きをするプロバイダ変更契約に関する相談がみられた。「移動通信サービス」では、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における勧誘時のサービスについての説明不足による解約などの相談が目立った。「インターネット通信関連サービス」では、インターネット関連の会員サービスに関する相談などが寄せられた。

③商品一般

「商品一般」も相談が増加した。身に覚えのない料金の請求（架空請求）や、不審な電話勧誘などの相談が散見された。

④デジタルコンテンツその他

「デジタルコンテンツその他」においては、映画配信サービスに関する相談や利用した覚えのないサイト利用料の請求（架空請求）に関する相談が増加した。

⑤他の役務サービス

公的機関等をかたって個人情報削除を持ちかける詐欺に関するトラブルの相談が増加した。

⑥複合サービス会員

「複合サービス会員」では、「数十年前に退会したはずの複合サービスの会費について、業者から請求を受けた」などの相談が寄せられた。

⑦浄水器

「浄水器」については、「業者と連絡がつかなくなった」「料金を支払っているが商品が届かない」といった相談が目立った。

⑧興信所

「興信所」では、アダルト情報サイトからの請求に関して相談した探偵業者についての信用性や料金に関する相談が散見された。

⑨放送サービス

訪問による契約に関するトラブルなどについて相談が寄せられた。

⑩デリバティブ取引その他

「デリバティブ取引その他」では、「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を開始したが、出金を求めても応じてもらえない」など、海外の無登録業者とのバイナリーオプション取引に関するトラブルが増加した。

⑪IP電話

「IP電話」については、電話勧誘販売や訪問販売での勧誘時における料金等のサービスに関する説明不足や解約に関する相談が寄せられた。

⑫老人ホーム全般、有料老人ホーム

「老人ホーム全般」および「有料老人ホーム」については、老人ホームの入居権を代わりに申し込んでほしいなどの劇場型勧誘によるトラブルの相談が増加した。

⑬社会保険

市役所等の職員を名乗り、「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に関する相談が増加した。

20歳以上になると、男女ともに「サラ金・フリーローン」「賃貸アパート・マンション」の相談が増加する。

20歳代では、男女ともに「結婚式関連サービス」に関する相談が入る。男性では「四輪自動車」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」「美顔器」に関する相談もみられる。

30歳代では、男性では「新築工事」「分譲マンション」「戸建住宅」等の不動産に関わる相談や、「複合サービス会員」に関する相談が増えている。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」等がみられる。

40歳代では、男性では、不動産に関連する相談として「住宅ローン」があらわれる。女性では「補習用教材」「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る。

50歳代では、男女ともに「生命保険」「新聞」についての相談が寄せられている。

60歳代では、男女ともに「ファンド型投資商品」の相談が多く、女性では「公社債」「株」などの投資商品に関する相談も上位にあがっている。

70歳以上では、男女ともに件数は2013年度からは減少しているものの、依然として「健康食品」に関する相談が多い。また、60歳代と同様に「ファンド型投資商品」「公社債」「株」等の投資商品も多い。このほか、「新聞」に関する相談も上位にあがっている。

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（15頁）、表3（15頁）に、契約当事者年代別相談件数を表4（15頁）、商品等分類別、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（32～33頁）、表13（34～35頁）、表14（36～37頁）にまとめた（商品・役務等の傾向や特徴等は表2（13頁）および表16（40～41頁）を参照）。

（1）「取引」に関する相談

2014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」に関する相談件数は、2005年度から減少していたが、2013年度以降は増加に転じている（図7、表3）。

契約当事者年代別にみると、2014年度は2013年度と比較して、70歳以上の契約当事者からの相談が件数、割合ともに減少した（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」に関する相談件数は、2013年度と比較して減少した。

（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年度以降増加が続いており、2014年度は前年度に引き続き過去最高の相談件数となった。また、「表示・広告」の相談件数も2013年度から増加傾向がみられ、2014年度は過去最高の相談件数となった。

図7 年度別にみた相談内容別分類（「取引」「安全・品質」）の割合の推移

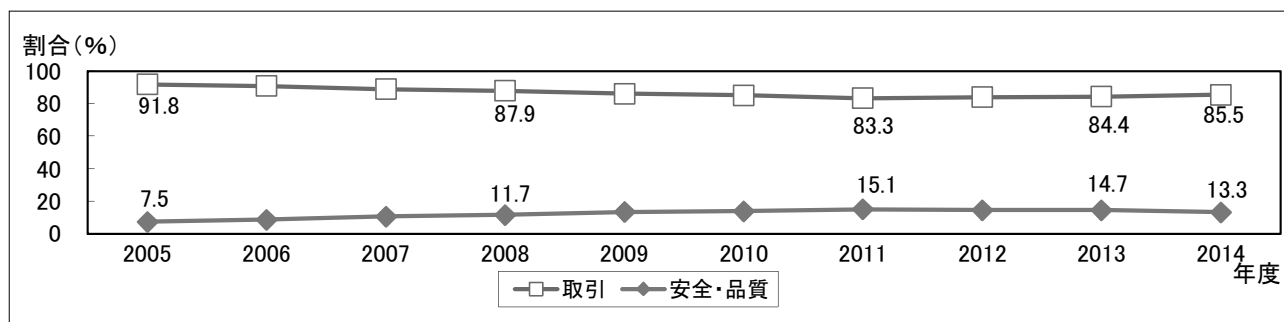


表3 年度別にみた相談内容別分類の相談件数の推移

内容	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
契約・解約	1,086,432	918,997	855,872	761,630	705,966	675,358	620,039	607,245	663,603	694,548
販売方法	583,342	480,369	426,138	369,050	344,092	370,050	401,703	407,346	472,187	494,821
価格・料金	144,760	155,049	163,332	151,326	150,261	173,818	162,774	148,390	155,699	161,295
品質・機能、役務品質	89,128	90,531	104,472	102,765	111,317	116,859	124,644	119,761	131,338	120,712
接客対応	81,804	86,876	101,125	99,877	115,088	121,234	126,542	129,351	141,231	143,468
表示・広告	45,229	41,492	45,360	41,820	41,504	46,091	50,931	49,979	57,760	58,185
法規・基準	43,430	41,312	39,823	36,120	32,379	37,633	34,759	32,861	35,640	35,875
安全・衛生	24,701	24,571	31,259	30,237	33,222	30,220	34,015	29,398	36,911	31,799
取引	1,196,975	1,011,068	933,685	835,294	777,815	763,874	736,628	722,945	793,448	816,455
安全・品質	97,818	97,742	113,396	110,862	121,190	125,218	133,467	126,310	138,191	127,270

(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) 相談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	
		2013年度	2014年度	2013年度	2014年度
合計		793,448 (100.0)	816,455 (100.0)	138,191 (100.0)	127,270 (100.0)
20歳未満		27,496 (3.5)	27,283 (3.3)	1,644 (1.2)	1,382 (1.1)
20歳代		72,633 (9.2)	77,888 (9.5)	9,524 (6.9)	8,744 (6.9)
30歳代		106,303 (13.4)	107,991 (13.2)	20,125 (14.6)	17,757 (14.0)
40歳代		121,193 (15.3)	131,960 (16.2)	24,377 (17.6)	22,201 (17.4)
50歳代		95,569 (12.0)	105,927 (13.0)	20,627 (14.9)	19,223 (15.1)
60歳代		108,919 (13.7)	116,408 (14.3)	23,438 (17.0)	21,356 (16.8)
70歳以上		182,959 (23.1)	168,770 (20.7)	21,861 (15.8)	20,528 (16.1)

(注1) 表中の構成比は各相談内容の年度別相談件数を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」と「契約・解約」の少なくとも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」と「品質・機能、役務品質」の少なくとも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（17頁）に、契約当事者の年代を図8（18頁）、相談内容を表6（18頁）、上位商品・役務等を表15（38～39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（13頁）および表16（40～41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、7番目の取引類型として追加した（2013年2月21日より新設）。

（1）店舗購入

「店舗購入」に関する相談は2013年度はいったん増加したが、2014年度は再び減少した（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」の相談件数が最も多く、2番目に多い「サラ金・フリーローン」の相談は2013年度に引き続き減少した（表15）。

（2）店舗外販売

「店舗外販売」に関する相談は、「通信販売」が相談件数・割合ともに増加し、次いで「マルチ取引」もやや増加している（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38.3%と多い（図8）。商品・役務等でみると前年度に引き続き「新聞」「放送サービス」「インターネット接続回線」の相談が多く、特に「放送サービス」「インターネット接続回線」の相談件数はいずれも前年度より増加した（表15）。

②通信販売

「通信販売」に関する相談が増加し、相談全体に占める割合は33.6%と、2013年度に引き続き、販売購入形態別で最も多かった（表5）。契約当事者年代別では40歳代からの相談が20.6%と最も多い（図8）。商品・役務等でみると最も多い「アダルト情報サイト」に関する相談がさらに増加し、2014年度は約11万件であった。「デジタルコンテンツその他」についても相談件数が増加した（表15）。

③マルチ取引

「マルチ取引」に関する相談は2008年度以降減少していたが、2014年度は増加した（表5）。契約当事者年代別では20歳代の相談が約3割を占めている（図8）。商品・役務等では業者と連絡が取れなくなったなど「浄水器」の相談が増加した。（表15）。

④電話勧誘販売

「電話勧誘販売」に関する相談は2009年度以降、件数・割合ともに増加していたが、2014年度は減少

した(表5)。70歳以上の相談が、43.9%である(図8)。商品・役務等では、「インターネット接続回線」に関するトラブルが増加し、電話勧誘販売で最も多くなった。また、2013年度に最も多かった「健康食品」の相談は大幅に件数が減少した(表15 38～39頁)。

⑤ネガティブ・オプション

「ネガティブ・オプション」に関する相談は減少した。契約当事者の年代別では70歳以上が42.8%であった(図8 18頁)。商品・役務等では2013年度に最も多かった「健康食品」が大幅に減少した(表5、表15)。

⑥訪問購入

「訪問購入」に関する相談では2013年度と比較すると件数は増加したが、販売購入形態別における割合は変わらなかった。契約当事者の年代別では70歳以上が46.1%と半数近くを占める(表5、図8)。商品・役務別では2013年度に引き続き「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 (%)						
2005	1,303,588 (100.0)	266,246 (20.4)	170,166 (13.1)	538,040 (41.3)	21,700 (1.7)	70,761 (5.4)	4,613 (0.4)	—	14,388 (1.1)	819,668 (62.9)
2006	1,113,145 (100.0)	291,355 (26.2)	140,554 (12.6)	368,737 (33.1)	21,338 (1.9)	59,669 (5.4)	6,739 (0.6)	—	12,635 (1.1)	609,672 (54.8)
2007	1,050,826 (100.0)	337,795 (32.1)	118,042 (11.2)	336,646 (32.0)	24,332 (2.3)	52,888 (5.0)	3,032 (0.3)	—	12,195 (1.2)	547,135 (52.1)
2008	950,502 (100.0)	328,206 (34.5)	99,580 (10.5)	280,820 (29.5)	19,159 (2.0)	49,273 (5.2)	3,057 (0.3)	—	10,377 (1.1)	462,266 (48.6)
2009	902,215 (100.0)	329,327 (36.5)	97,867 (10.8)	249,377 (27.6)	15,788 (1.7)	49,588 (5.5)	2,554 (0.3)	—	9,594 (1.1)	424,768 (47.1)
2010	896,997 (100.0)	324,409 (36.2)	98,919 (11.0)	243,420 (27.1)	11,634 (1.3)	64,184 (7.2)	2,902 (0.3)	—	9,851 (1.1)	430,910 (48.0)
2011	883,959 (100.0)	288,321 (32.6)	97,197 (11.0)	268,874 (30.4)	10,234 (1.2)	69,839 (7.9)	2,135 (0.2)	—	8,929 (1.0)	457,208 (51.7)
2012	860,698 (100.0)	271,204 (31.5)	92,043 (10.7)	256,728 (29.8)	10,176 (1.2)	80,021 (9.3)	4,208 (0.5)	686 (0.1)	8,550 (1.0)	452,412 (52.6)
2013	939,800 (100.0)	278,721 (29.7)	91,214 (9.7)	283,033 (30.1)	10,027 (1.1)	102,450 (10.9)	7,597 (0.8)	7,344 (0.8)	8,172 (0.9)	509,837 (54.2)
2014	954,591 (100.0)	269,187 (28.2)	89,050 (9.3)	320,620 (33.6)	11,828 (1.2)	90,755 (9.5)	2,849 (0.3)	7,958 (0.8)	7,877 (0.8)	530,937 (55.6)

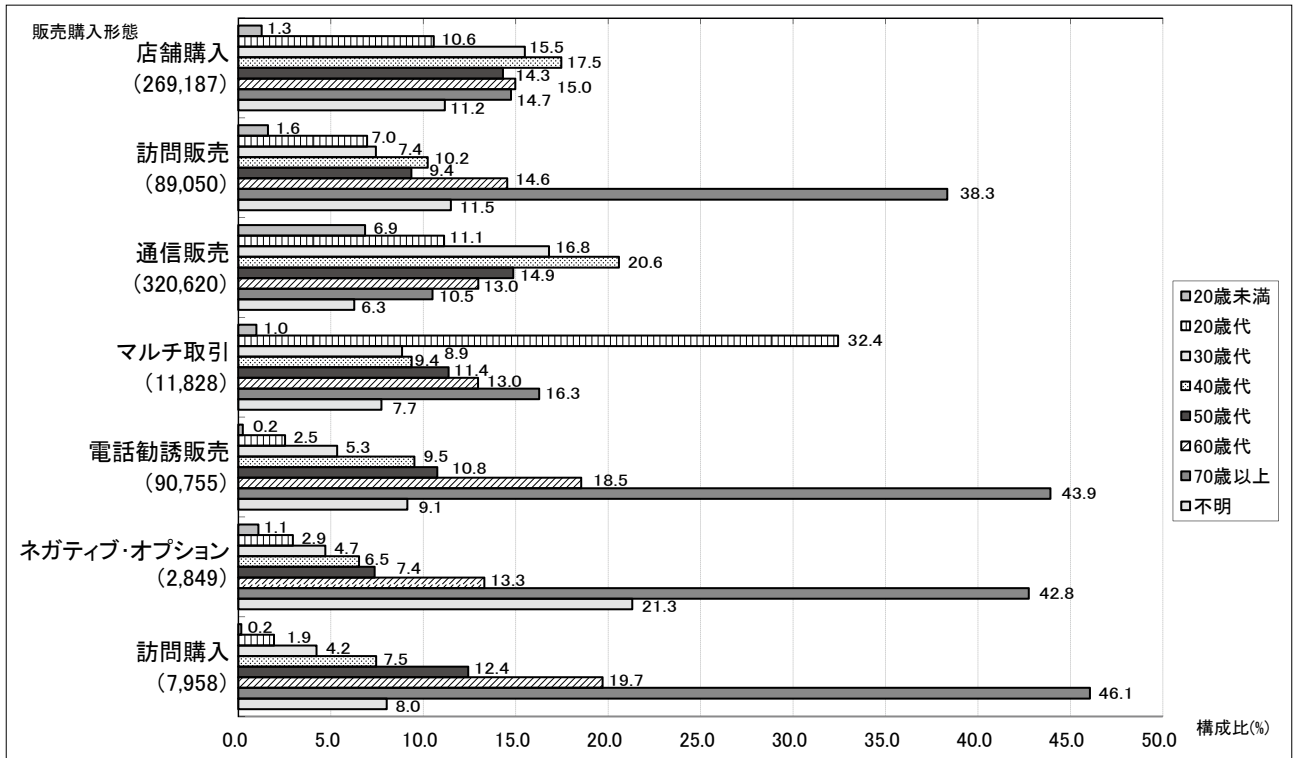
(注1) 表中の構成比は年度別総件数を100として算出し、小数点以下第2位を四捨五入した値である。

(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。

(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みた契約当事者年代構成比（2014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」「SF商法」「キャッチセールス」などが含まれる。

(注3) 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6 販売購入形態別みた相談内容別相談件数・構成比（2014年度）

販売形態	相談内容	計	安全・衛生	役品質・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
店舗外販売	店舗購入	269,187 (100.0)	21,455 (8.0)	73,693 (27.4)	14,747 (5.5)	63,987 (23.8)	871 (0.3)	13,172 (4.9)	48,478 (18.0)	188,788 (70.1)	72,451 (26.9)	712 (0.3)	926 (0.3)
	訪問販売	89,050 (100.0)	719 (0.8)	5,555 (6.2)	2,898 (3.3)	17,983 (20.2)	66 (0.1)	1,759 (2.0)	66,974 (75.2)	71,437 (80.2)	11,533 (13.0)	38 (0.0)	96 (0.1)
	通信販売	320,620 (100.0)	3,534 (1.1)	21,764 (6.8)	6,152 (1.9)	45,867 (14.3)	256 (0.1)	33,912 (10.6)	240,903 (75.1)	269,488 (84.1)	27,913 (8.7)	232 (0.1)	117 (0.0)
	マルチ取引	11,828 (100.0)	236 (2.0)	714 (6.0)	466 (3.9)	1,541 (13.0)	4 (0.0)	170 (1.4)	9,494 (80.3)	9,401 (79.5)	1,011 (8.5)	6 (0.1)	3 (0.0)
	電話勧誘販売	90,755 (100.0)	277 (0.3)	1,800 (2.0)	1,699 (1.9)	9,399 (10.4)	35 (0.0)	1,865 (2.1)	80,439 (88.6)	55,085 (60.7)	7,178 (7.9)	17 (0.0)	60 (0.1)
	ネガティブ・オプション	2,849 (100.0)	5 (0.2)	28 (1.0)	33 (1.2)	172 (6.0)	1 (0.0)	54 (1.9)	2,471 (86.7)	1,834 (64.4)	110 (3.9)	2 (0.1)	2 (0.1)
	訪問購入	7,958 (100.0)	17 (0.2)	189 (2.4)	274 (3.4)	704 (8.8)	4 (0.1)	303 (3.8)	6,203 (77.9)	4,398 (55.3)	869 (10.9)	2 (0.0)	1 (0.0)
	その他無店舗	7,877 (100.0)	347 (4.4)	1,222 (15.5)	375 (4.8)	2,011 (25.5)	44 (0.6)	524 (6.7)	3,409 (43.3)	5,700 (72.4)	1,284 (16.3)	10 (0.1)	54 (0.7)

(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」「SF商法」「キャッチセールス」などが含まれる。

(注3) 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。

5 契約金額等

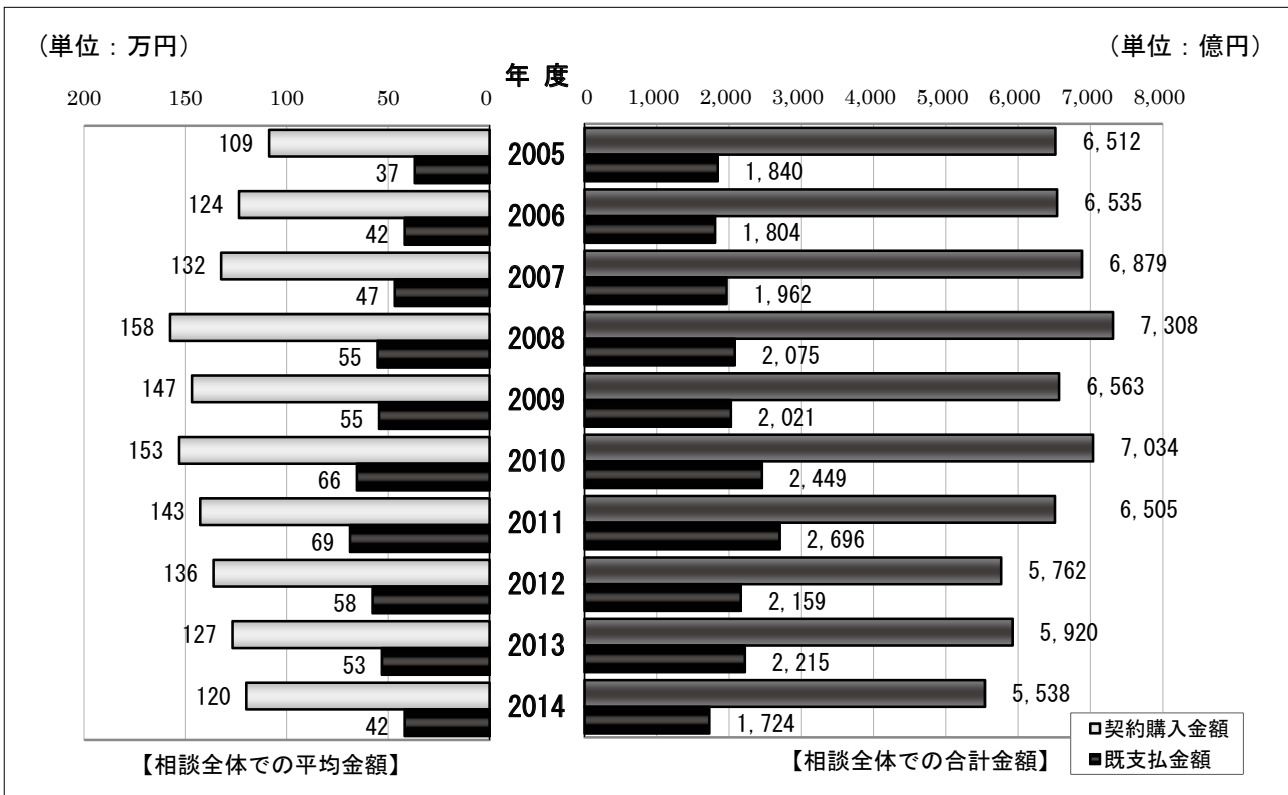
(1) 契約購入金額および既支払金額

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。

2014年度の契約購入金額は平均金額120万円、合計金額は5,538億円で、既支払金額は平均42万円、合計金額は1,724億円であった。契約購入金額について前年度と比較したところ、平均金額および合計金額はともにやや低くなった。また、既支払金額の平均金額が前年度比79.0%、合計金額は77.8%になるなど、全体として前年度を下回った。

2014年度は前年度に比べ、「ファンド型投資商品」「公社債」「未公開株」の契約購入金額と既支払金額が大きく減少した影響を受けて、平均金額および合計金額ともに低くなったもの。

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、「他の前払式」の相談件数が増えており、前年度と比較したところ、1.1倍であった。

「販売信用」では、「2か月内払い」が2013年度に引き続き増加しており、販売信用全体の40.7%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、「出会い系サイト」や「オンラインゲーム」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」の相談件数は前年度に比べやや減少した。

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										
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	
	上段：件数					下段：構成比 (%)					
合計	1,047,210 (100.0)	885,250 (100.0)	861,770 (100.0)	768,646 (100.0)	723,708 (100.0)	合計	706,034 (100.0)	683,100 (100.0)	643,619 (100.0)	692,880 (100.0)	682,980 (100.0)
信用供与無し (小計)	792,360 (75.7)	633,916 (71.6)	623,279 (72.3)	554,911 (72.2)	541,556 (74.8)	信用供与無し (小計)	527,722 (74.7)	542,520 (79.4)	515,442 (80.1)	563,712 (81.4)	549,834 (80.5)
即時払	625,126 (78.9)	499,326 (78.8)	496,309 (79.6)	433,018 (78.0)	423,643 (78.2)	即時払	420,027 (79.6)	432,430 (79.7)	405,464 (78.7)	436,907 (77.5)	418,258 (76.1)
前払式割賦	493 (0.1)	450 (0.1)	438 (0.1)	411 (0.1)	370 (0.1)	前払式割賦	460 (0.1)	706 (0.1)	1,324 (0.3)	1,028 (0.2)	322 (0.1)
前払式特定	2,295 (0.3)	2,549 (0.4)	2,687 (0.4)	2,608 (0.5)	2,599 (0.5)	前払式特定	2,533 (0.5)	3,033 (0.6)	2,557 (0.5)	3,267 (0.6)	2,560 (0.5)
他の前払式	4,817 (0.6)	4,632 (0.7)	6,809 (1.1)	8,096 (1.5)	6,281 (1.2)	他の前払式	6,793 (1.3)	6,791 (1.3)	8,123 (1.6)	17,253 (3.1)	19,597 (3.6)
販売信用 (小計)	140,025 (13.4)	124,622 (14.1)	110,005 (12.8)	88,729 (11.5)	83,611 (11.6)	販売信用 (小計)	76,897 (10.9)	74,664 (10.9)	73,607 (11.4)	83,989 (12.1)	89,704 (13.1)
自社割賦	3,522 (2.5)	3,587 (2.9)	5,093 (4.6)	5,870 (6.6)	6,587 (7.9)	自社割賦	7,637 (9.9)	7,156 (9.6)	6,964 (9.5)	7,297 (8.7)	6,833 (7.6)
総合割賦	10,072 (7.2)	11,635 (9.3)	13,102 (11.9)	14,383 (16.2)	18,195 (21.8)	包括信用	21,737 (28.3)	21,090 (28.2)	18,730 (25.4)	19,724 (23.5)	19,019 (21.2)
個品割賦	102,111 (72.9)	87,296 (70.0)	69,342 (63.0)	45,387 (51.2)	33,752 (40.4)	個別信用	28,627 (37.2)	22,754 (30.5)	20,285 (27.6)	21,117 (25.1)	21,042 (23.5)
ローン提携販売	6,487 (4.6)	6,585 (5.3)	6,592 (6.0)	7,184 (8.1)	7,909 (9.5)	ローン提携販売	324 (0.4)	451 (0.6)	689 (0.9)	963 (1.1)	651 (0.7)
翌月一括・ ボーナス一括	8,826 (6.3)	8,352 (6.7)	9,228 (8.4)	9,523 (10.7)	11,078 (13.2)	2か月内払い	13,213 (17.2)	18,400 (24.6)	22,167 (30.1)	29,983 (35.7)	36,553 (40.7)
他の販売信用	3,050 (2.2)	2,259 (1.8)	2,015 (1.8)	1,878 (2.1)	1,684 (2.0)	他の販売信用	1,524 (2.0)	991 (1.3)	859 (1.2)	807 (1.0)	795 (0.9)
借金契約	114,825 (11.0)	126,712 (14.3)	128,486 (14.9)	125,006 (16.3)	98,541 (13.6)	借金契約	101,415 (14.4)	65,916 (9.6)	54,570 (8.5)	45,179 (6.5)	43,442 (6.4)

(注1) 合計には不明・無関係を含まない。「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494,821件と全相談件数の約5割を占めており（表3 15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（42～43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203,019件であり、契約当事者は30歳代から40歳代の給与生活者が多い。「インターネット通販」の約5割を「アダルト情報サイト」が占め、「デジタルコンテンツその他」や「出会い系サイト」を合わせると、デジタルコンテンツに関する相談が約7割となる。

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。

「電話勧誘販売」は前年度と比べて減少傾向であるが、「インターネット接続回線」に関する相談の割合は増加しており、全体の約2割を占めるようになった。

「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。ここ数年増加傾向にあり、契約当事者は70歳代が多い。

「劇場型勧誘」は「利殖商法」のトラブルによくみられる手口である。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。平均契約金額が約990万円、平均既支払金額が約160万円であり、上位販売方法・手口のなかで高額となっている。

「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、平均契約金額が約740万円、平均既支払金額が約400万円であり、「劇場型勧誘」と同様に上位販売方法・手口のなかで高額となっている。

そのほか、2014年度に増加した販売方法・手口としては、「マルチ取引」や、「内職・副業（サイドビジネス）になる」「脱サラできる」といったセールストークで何らかの契約をさせる「サイドビジネス商法」や、「紹介販売」「インターネットオークション」「アポイントメントセールス」などがあげられる。

表8-1 年度別にみた商品等分類別相談件数・構成比の推移

商品等分類 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
2005	1,303,588 (100.0)	228,742 (17.5) 2	29,709 (2.3) 14	54,527 (4.2) 6	5,007 (0.4) 22	34,211 (2.6) 9	33,731 (2.6) 10	88,688 (6.8) 4	21,728 (1.7) 15	34,493 (2.6) 8	579 (0.0) 25	531,415 (40.8)
2006	1,113,145 (100.0)	191,976 (17.2) 2	27,317 (2.5) 13	50,618 (4.5) 6	5,297 (0.5) 22	34,092 (3.1) 8	29,351 (2.6) 11	81,892 (7.4) 4	20,666 (1.9) 15	31,151 (2.8) 9	660 (0.1) 25	473,020 (42.5)
2007	1,050,826 (100.0)	85,999 (8.2) 3	35,555 (3.4) 9	44,739 (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	356,626 (33.9)
2008	950,502 (100.0)	60,073 (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	317,624 (33.4)
2009	902,215 (100.0)	45,707 (5.1) 5	39,339 (4.4) 7	39,555 (4.4) 6	8,657 (1.0) 19	25,925 (2.9) 12	24,013 (2.7) 14	71,622 (7.9) 3	23,021 (2.6) 15	34,397 (3.8) 9	747 (0.1) 25	312,983 (34.7)
2010	896,997 (100.0)	26,706 (3.0) 12	37,271 (4.2) 6	38,259 (4.3) 5	11,136 (1.2) 18	27,727 (3.1) 11	22,115 (2.5) 15	72,541 (8.1) 3	22,927 (2.6) 14	35,228 (3.9) 8	1,299 (0.1) 25	295,209 (32.9)
2011	883,959 (100.0)	23,022 (2.6) 14	37,628 (4.3) 6	34,695 (3.9) 8	8,857 (1.0) 18	30,036 (3.4) 11	25,339 (2.9) 13	70,219 (7.9) 3	21,833 (2.5) 16	32,623 (3.7) 9	2,069 (0.2) 23	286,321 (32.4)
2012	860,698 (100.0)	27,622 (3.2) 13	50,438 (5.9) 4	33,193 (3.9) 7	9,044 (1.1) 18	32,456 (3.8) 9	21,263 (2.5) 16	66,935 (7.8) 3	21,867 (2.5) 15	31,236 (3.6) 11	1,885 (0.2) 24	295,939 (34.4)
2013	939,800 (100.0)	40,753 (4.3) 8	79,169 (8.4) 3	39,974 (4.3) 9	8,118 (0.9) 18	45,766 (4.9) 6	25,499 (2.7) 14	73,349 (7.8) 4	23,427 (2.5) 16	31,983 (3.4) 11	2,342 (0.2) 24	370,380 (39.4)
2014	954,591 (100.0)	49,790 (5.2) 4	44,567 (4.7) 7	39,901 (4.2) 9	8,102 (0.8) 18	42,572 (4.5) 8	22,482 (2.4) 15	72,718 (7.6) 3	21,810 (2.3) 16	29,363 (3.1) 12	1,853 (0.2) 25	333,158 (34.9)

(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。

表8-2 年度別にみた商品等分類別相談件数・構成比の推移

商品等分類 年度	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						
2005	10,121 (0.8) 19	55,854 (4.3) 5	33,110 (2.5) 11	10,874 (0.8) 18	1,115 (0.1) 24	7,985 (0.6) 20	163,692 (12.6) 3	331,510 (25.4) 1	7,153 (0.5) 21	46,981 (3.6) 7	31,108 (2.4) 12	30,695 (2.4) 13	19,499 (1.5) 17	2,473 (0.2) 23	752,170 (57.7)	20,003 (1.5) 16
2006	9,539 (0.9) 19	51,689 (4.6) 5	25,351 (2.3) 14	9,669 (0.9) 18	1,280 (0.1) 24	7,732 (0.7) 20	175,608 (15.8) 3	215,062 (19.3) 1	6,110 (0.5) 21	41,003 (3.7) 7	29,860 (2.7) 10	28,896 (2.6) 12	15,949 (1.4) 17	2,673 (0.2) 23	620,421 (55.7)	19,704 (1.8) 16
2007	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	53,901 (5.1) 5	36,487 (3.5) 8	29,681 (2.8) 11	16,585 (1.6) 17	3,401 (0.3) 23	674,283 (64.2)	19,917 (1.9) 16
2008	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	170,610 (17.9) 2	213,295 (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	612,677 (64.5)	20,201 (2.1) 15
2009	7,645 (0.8) 20	57,139 (6.3) 4	24,180 (2.7) 13	11,739 (1.3) 17	1,851 (0.2) 24	2,716 (0.3) 23	152,011 (16.8) 2	191,469 (21.2) 1	5,129 (0.6) 21	35,580 (3.9) 8	32,319 (3.6) 11	32,866 (3.6) 10	9,686 (1.1) 18	4,120 (0.5) 22	568,450 (63.0)	20,782 (2.3) 16
2010	6,743 (0.8) 19	52,862 (5.9) 4	25,662 (2.9) 13	12,206 (1.4) 17	2,002 (0.2) 24	2,585 (0.3) 23	161,304 (18.0) 2	201,998 (22.5) 1	5,149 (0.6) 21	33,830 (3.8) 9	29,529 (3.3) 10	35,555 (4.0) 7	6,524 (0.7) 20	4,070 (0.5) 22	580,019 (64.7)	21,769 (2.4) 16
2011	6,621 (0.7) 19	51,240 (5.8) 4	28,118 (3.2) 12	13,837 (1.6) 17	2,041 (0.2) 25	2,061 (0.2) 24	136,563 (15.4) 2	216,367 (24.5) 1	4,772 (0.5) 21	35,462 (4.0) 7	30,287 (3.4) 10	38,295 (4.3) 5	4,866 (0.6) 20	4,569 (0.5) 22	575,099 (65.1)	22,539 (2.5) 15
2012	6,172 (0.7) 19	47,469 (5.5) 5	27,818 (3.2) 12	12,325 (1.4) 17	2,120 (0.2) 23	1,781 (0.2) 25	114,890 (13.3) 2	212,030 (24.6) 1	4,643 (0.5) 20	33,180 (3.9) 8	32,343 (3.8) 10	38,734 (4.5) 6	4,183 (0.5) 21	4,077 (0.5) 22	541,765 (62.9)	22,994 (2.7) 14
2013	6,017 (0.6) 19	47,034 (5.0) 5	31,307 (3.3) 12	12,621 (1.3) 17	2,369 (0.3) 23	2,191 (0.2) 25	105,320 (11.2) 2	217,640 (23.2) 1	4,926 (0.5) 20	30,160 (3.2) 13	36,456 (3.9) 10	41,026 (4.4) 7	3,684 (0.4) 22	4,542 (0.5) 21	545,293 (58.0)	24,127 (2.6) 15
2014	5,991 (0.6) 19	46,515 (4.9) 6	29,382 (3.1) 11	12,624 (1.3) 17	2,565 (0.3) 24	4,322 (0.5) 22	96,069 (10.1) 2	273,702 (28.7) 1	5,464 (0.6) 20	27,491 (2.9) 13	38,526 (4.0) 10	46,976 (4.9) 5	3,775 (0.4) 23	4,987 (0.5) 21	598,389 (62.7)	23,044 (2.4) 14

(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、商品等分類の「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）。

表9-1 年度別にみた上位商品・役務等別相談件数（2010～2014年度）

2010年度		件数 割合 (%)	2011年度		件数 割合 (%)	2012年度		件数 割合 (%)
全 体		896,997 (100.0)	全 体		883,959 (100.0)	全 体		860,698 (100.0)
順位	商品・役務等		順位	商品・役務等		順位	商品・役務等	
1	サラ金・フリーローン	89,480 (10.0)	1	アダルト情報サイト	95,654 (10.8)	1	アダルト情報サイト	65,389 (7.6)
2	アダルト情報サイト	85,844 (9.6)	2	サラ金・フリーローン	56,526 (6.4)	2	デジタルコンテンツ その他	59,830 (7.0)
3	賃貸アパート・ マンション	37,706 (4.2)	3	賃貸アパート・ マンション	36,540 (4.1)	3	サラ金・フリーローン	45,554 (5.3)
4	デジタルコンテンツ その他	32,545 (3.6)	4	デジタルコンテンツ その他	35,229 (4.0)	4	賃貸アパート・ マンション	33,716 (3.9)
5	出会い系サイト	28,564 (3.2)	5	出会い系サイト	26,427 (3.0)	5	健康食品	28,074 (3.3)
6	商品一般	26,706 (3.0)	6	商品一般	23,022 (2.6)	6	商品一般	27,622 (3.2)
7	相談その他	16,863 (1.9)	7	ファンド型投資商品	18,484 (2.1)	7	出会い系サイト	21,144 (2.5)
8	四輪自動車	15,549 (1.7)	8	相談その他	17,086 (1.9)	8	移動通信サービス	17,686 (2.1)
9	インターネット 接続回線	12,664 (1.4)	9	四輪自動車	14,761 (1.7)	9	相談その他	17,391 (2.0)
10	新聞	12,640 (1.4)	10	移動通信サービス	14,466 (1.6)	10	インターネット 接続回線	16,905 (2.0)
11	健康食品	12,457 (1.4)	11	インターネット 接続回線	14,029 (1.6)	11	ファンド型投資商品	15,482 (1.8)
12	移動通信サービス	12,183 (1.4)	12	放送サービス	12,918 (1.5)	12	四輪自動車	14,841 (1.7)
13	放送サービス	11,582 (1.3)	13	修理サービス	12,890 (1.5)	13	新聞	11,766 (1.4)
14	修理サービス	11,291 (1.3)	14	新聞	12,619 (1.4)	14	放送サービス	11,538 (1.3)
15	株	10,248 (1.1)	15	健康食品	12,491 (1.4)	15	修理サービス	11,416 (1.3)
16	生命保険	10,211 (1.1)	16	化粧品	10,788 (1.2)	16	他の役務サービス	9,913 (1.2)
17	その他金融関連 サービス	8,407 (0.9)	17	公社債	9,362 (1.1)	17	生命保険	8,971 (1.0)
18	アクセサリ	8,043 (0.9)	18	アクセサリ	9,341 (1.1)	18	携帯電話	8,609 (1.0)
19	エステティック サービス	7,837 (0.9)	19	株	9,161 (1.0)	19	アクセサリ	8,092 (0.9)
20	分譲マンション	7,677 (0.9)	20	生命保険	9,137 (1.0)	20	化粧品	7,794 (0.9)
21	化粧品	7,478 (0.8)	21	宝くじ	8,947 (1.0)	21	エステティック サービス	7,284 (0.8)
22	ファンド型投資商品	7,217 (0.8)	22	他の役務サービス	8,633 (1.0)	22	その他金融関連 サービス	7,231 (0.8)
23	携帯電話	6,817 (0.8)	23	その他金融関連 サービス	7,947 (0.9)	23	医療サービス	6,872 (0.8)
24	公社債	6,814 (0.8)	24	携帯電話	7,855 (0.9)	24	株	6,844 (0.8)
25	クリーニング	6,743 (0.8)	25	エステティック サービス	7,539 (0.9)	25	宝くじ	6,492 (0.8)

(注) 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。

表9-2 年度別にみた上位商品・役務等別相談件数（2010～2014年度）

2013年度		件数 割合 (%)	2014年度		件数 割合 (%)
全 体		939,800 (100.0)	全 体		954,591 (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	80,421 (8.6)	1	アダルト情報サイト	111,420 (11.7)
2	デジタルコンテンツ その他	52,307 (5.6)	2	デジタルコンテンツ その他	57,894 (6.1)
3	健康食品	46,954 (5.0)	3	商品一般	49,790 (5.2)
4	商品一般	40,753 (4.3)	4	サラ金・フリーローン	35,901 (3.8)
5	サラ金・フリーローン	36,799 (3.9)	5	インターネット 接続回線	34,272 (3.6)
6	賃貸アパート・ マンション	33,409 (3.6)	6	賃貸アパート・ マンション	33,193 (3.5)
7	インターネット 接続回線	19,664 (2.1)	7	移动通信サービス	21,190 (2.2)
8	移动通信サービス	18,948 (2.0)	8	相談その他	18,024 (1.9)
9	相談その他	18,750 (2.0)	9	健康食品	17,955 (1.9)
10	ファンド型投資商品	17,303 (1.8)	10	他の役務サービス	13,641 (1.4)
11	四輪自動車	14,725 (1.6)	11	四輪自動車	13,564 (1.4)
12	出会い系サイト	13,894 (1.5)	12	放送サービス	13,500 (1.4)
13	放送サービス	12,328 (1.3)	13	ファンド型投資商品	13,428 (1.4)
14	新聞	12,199 (1.3)	14	出会い系サイト	13,119 (1.4)
15	修理サービス	11,675 (1.2)	15	新聞	11,888 (1.2)
16	他の役務サービス	10,965 (1.2)	16	修理サービス	11,614 (1.2)
17	化粧品	10,292 (1.1)	17	化粧品	8,875 (0.9)
18	アクセサリー	8,846 (0.9)	18	生命保険	8,162 (0.9)
19	生命保険	8,827 (0.9)	19	医療サービス	7,969 (0.8)
20	エステティック サービス	8,444 (0.9)	20	アクセサリー	7,497 (0.8)
21	携帯電話	8,351 (0.9)	21	携帯電話	7,414 (0.8)
22	靴・運動靴	7,715 (0.8)	22	エステティック サービス	7,384 (0.8)
23	医療サービス	7,441 (0.8)	23	靴・運動靴	7,068 (0.7)
24	調理食品	7,161 (0.8)	24	その他金融関連 サービス	6,484 (0.7)
25	その他金融関連 サービス	6,856 (0.7)	25	婦人洋服	6,349 (0.7)

(注) 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。

表10-1 2014年度の契約当事者年代別等にした商品等分類別相談件数・構成比

契約当事者	商品等分類	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	954,591 (100.0)	49,790 (5.2)	44,567 (4.7)	39,901 (4.2)	8,102 (0.8)	42,572 (4.5)	22,482 (2.4)	72,718 (7.6)	21,810 (2.3)	29,363 (3.1)	1,853 (0.2)	333,158 (34.9)
年代	20歳未満	28,587 (100.0)	318 (1.1)	609 (2.1)	119 (0.4)	30 (0.1)	1,430 (5.0)	218 (0.8)	1,665 (5.8)	485 (1.7)	15 (0.1)	5 (0.0)	4,894 (17.1)
	20歳代	84,935 (100.0)	2,049 (2.4)	2,250 (2.6)	1,759 (2.1)	239 (0.3)	6,148 (7.2)	2,262 (2.7)	6,647 (7.8)	2,908 (3.4)	947 (1.1)	29 (0.0)	25,238 (29.7)
	30歳代	123,327 (100.0)	3,261 (2.6)	3,217 (2.6)	4,062 (3.3)	770 (0.6)	7,836 (6.4)	1,875 (1.5)	9,699 (7.9)	4,081 (3.3)	3,793 (3.1)	76 (0.1)	38,670 (31.4)
	40歳代	152,904 (100.0)	4,790 (3.1)	4,338 (2.8)	4,983 (3.3)	1,152 (0.8)	7,728 (5.1)	2,555 (1.7)	12,916 (8.4)	4,523 (3.0)	4,608 (3.0)	119 (0.1)	47,712 (31.2)
	50歳代	125,576 (100.0)	5,205 (4.1)	4,723 (3.8)	5,233 (4.2)	1,215 (1.0)	5,275 (4.2)	2,644 (2.1)	9,523 (7.6)	3,082 (2.5)	4,130 (3.3)	154 (0.1)	41,184 (32.8)
	60歳代	140,104 (100.0)	8,764 (6.3)	7,166 (5.1)	7,067 (5.0)	1,563 (1.1)	4,475 (3.2)	3,730 (2.7)	9,708 (6.9)	2,618 (1.9)	4,952 (3.5)	334 (0.2)	50,377 (36.0)
	70歳以上	195,441 (100.0)	18,443 (9.4)	17,153 (8.8)	11,658 (6.0)	1,681 (0.9)	6,371 (3.3)	7,093 (3.6)	13,872 (7.1)	1,619 (0.8)	6,585 (3.4)	707 (0.4)	85,182 (43.6)
	小計	850,874 (100.0)	42,830 (5.0)	39,456 (4.6)	34,881 (4.1)	6,650 (0.8)	39,263 (4.6)	20,377 (2.4)	64,030 (7.5)	19,316 (2.3)	25,030 (2.9)	1,424 (0.2)	293,257 (34.5)
性別等	男性	443,951 (100.0)	15,903 (3.6)	15,117 (3.4)	13,330 (3.0)	4,229 (1.0)	10,946 (2.5)	5,561 (1.3)	37,455 (8.4)	15,267 (3.4)	16,565 (3.7)	674 (0.2)	135,047 (30.4)
	女性	473,096 (100.0)	31,424 (6.6)	27,863 (5.9)	24,503 (5.2)	3,313 (0.7)	30,877 (6.5)	16,314 (3.4)	31,926 (6.7)	5,790 (1.2)	11,243 (2.4)	853 (0.2)	184,106 (38.9)
	団体	18,913 (100.0)	686 (3.6)	312 (1.6)	1,204 (6.4)	357 (1.9)	177 (0.9)	191 (1.0)	2,140 (11.3)	469 (2.5)	697 (3.7)	275 (1.5)	6,508 (34.4)
	小計	935,960 (100.0)	48,013 (5.1)	43,292 (4.6)	39,037 (4.2)	7,899 (0.8)	42,000 (4.5)	22,066 (2.4)	71,521 (7.6)	21,526 (2.3)	28,505 (3.0)	1,802 (0.2)	325,661 (34.8)
職業等	給与生活者	353,256 (100.0)	10,381 (2.9)	8,964 (2.5)	10,099 (2.9)	2,398 (0.7)	17,343 (4.9)	5,801 (1.6)	25,677 (7.3)	12,279 (3.5)	11,589 (3.3)	206 (0.1)	104,737 (29.6)
	自営・自由業	49,257 (100.0)	1,867 (3.8)	1,714 (3.5)	2,019 (4.1)	621 (1.3)	1,560 (3.2)	971 (2.0)	4,527 (9.2)	1,731 (3.5)	1,927 (3.9)	292 (0.6)	17,229 (35.0)
	家事従事者	161,729 (100.0)	12,411 (7.7)	10,834 (6.7)	10,830 (6.7)	1,296 (0.8)	10,725 (6.6)	5,835 (3.6)	11,535 (7.1)	1,715 (1.1)	4,380 (2.7)	349 (0.2)	69,910 (43.2)
	学生	40,258 (100.0)	539 (1.3)	978 (2.4)	264 (0.7)	60 (0.1)	2,258 (5.6)	581 (1.4)	3,165 (7.9)	473 (1.2)	40 (0.1)	8 (0.0)	8,366 (20.8)
	無職	237,939 (100.0)	17,084 (7.2)	16,482 (6.9)	11,433 (4.8)	2,266 (1.0)	6,694 (2.8)	6,920 (2.9)	18,221 (7.7)	2,896 (1.2)	7,440 (3.1)	585 (0.2)	90,021 (37.8)
	企業等	18,791 (100.0)	685 (3.6)	309 (1.6)	1,196 (6.4)	353 (1.9)	175 (0.9)	188 (1.0)	2,127 (11.3)	469 (2.5)	695 (3.7)	273 (1.5)	6,470 (34.4)
	小計	861,230 (100.0)	42,967 (5.0)	39,281 (4.6)	35,841 (4.2)	6,994 (0.8)	38,755 (4.5)	20,296 (2.4)	65,252 (7.6)	19,563 (2.3)	26,071 (3.0)	1,713 (0.2)	296,733 (34.5)

(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 2014年度の契約当事者年代別等にした商品等分類別相談件数・構成比

契約当事者	商品等分類	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 下段：構成比 (%)															
計		5,991 (0.6)	46,515 (4.9)	29,382 (3.1)	12,624 (1.3)	2,565 (0.3)	4,322 (0.5)	96,069 (10.1)	273,702 (28.7)	5,464 (0.6)	27,491 (2.9)	38,526 (4.0)	46,976 (4.9)	3,775 (0.4)	4,987 (0.5)	598,389 (62.7)	23,044 (2.4)
20歳未満		10 (0.0)	492 (1.7)	13 (0.0)	64 (0.2)	13 (0.0)	13 (0.0)	240 (0.8)	20,170 (70.6)	434 (1.5)	892 (3.1)	497 (1.7)	364 (1.3)	161 (0.6)	21 (0.1)	23,384 (81.8)	309 (1.1)
20歳代		323 (0.4)	6,955 (8.2)	456 (0.5)	571 (0.7)	126 (0.1)	168 (0.2)	6,111 (7.2)	28,129 (33.1)	425 (0.5)	4,144 (4.9)	6,137 (7.2)	3,665 (4.3)	1,225 (1.4)	143 (0.2)	58,578 (69.0)	1,119 (1.3)
30歳代		958 (0.8)	9,802 (7.9)	2,599 (2.1)	1,212 (1.0)	274 (0.2)	1,269 (1.0)	10,062 (8.2)	40,153 (32.6)	784 (0.6)	4,485 (3.6)	4,328 (3.5)	5,822 (4.7)	632 (0.5)	310 (0.3)	82,690 (67.0)	1,967 (1.6)
40歳代		1,219 (0.8)	7,912 (5.2)	3,534 (2.3)	1,770 (1.2)	381 (0.2)	2,053 (1.3)	12,406 (8.1)	54,111 (35.4)	2,312 (1.5)	4,876 (3.2)	4,347 (2.8)	6,499 (4.3)	596 (0.4)	460 (0.3)	102,476 (67.0)	2,716 (1.8)
50歳代		1,164 (0.9)	5,194 (4.1)	3,965 (3.2)	1,723 (1.4)	320 (0.3)	205 (0.2)	11,980 (9.5)	42,749 (34.0)	691 (0.6)	3,528 (2.8)	3,659 (2.9)	5,639 (4.5)	384 (0.3)	466 (0.4)	81,667 (65.0)	2,725 (2.2)
60歳代		993 (0.7)	4,214 (3.0)	5,963 (4.3)	2,165 (1.5)	408 (0.3)	162 (0.1)	16,628 (11.9)	39,947 (28.5)	112 (0.1)	3,295 (2.4)	4,877 (3.5)	6,467 (4.6)	231 (0.2)	805 (0.6)	86,267 (61.6)	3,460 (2.5)
70歳以上		774 (0.4)	3,703 (1.9)	8,611 (4.4)	3,570 (1.8)	562 (0.3)	206 (0.1)	28,454 (14.6)	30,770 (15.7)	65 (0.0)	3,758 (1.9)	10,726 (5.5)	10,896 (5.6)	218 (0.1)	1,819 (0.9)	104,132 (53.3)	6,127 (3.1)
小計		5,441 (0.6)	38,272 (4.5)	25,141 (3.0)	11,075 (1.3)	2,084 (0.2)	4,076 (0.5)	85,881 (10.1)	256,029 (30.1)	4,823 (0.6)	24,978 (2.9)	34,571 (4.1)	39,352 (4.6)	3,447 (0.4)	4,024 (0.5)	539,194 (63.4)	18,423 (2.2)
男性		1,399 (0.3)	22,067 (5.0)	14,870 (3.3)	5,998 (1.4)	1,343 (0.3)	2,622 (0.6)	46,691 (10.5)	158,742 (35.8)	1,578 (0.4)	11,461 (2.6)	9,905 (2.2)	19,434 (4.4)	1,742 (0.4)	2,091 (0.5)	299,943 (67.6)	8,961 (2.0)
女性		4,500 (1.0)	20,368 (4.3)	12,871 (2.7)	6,136 (1.3)	975 (0.2)	1,653 (0.3)	46,436 (9.8)	108,999 (23.0)	3,732 (0.8)	15,366 (3.2)	27,648 (5.8)	23,639 (5.0)	1,873 (0.4)	2,570 (0.5)	276,766 (58.5)	12,224 (2.6)
団体		37 (0.2)	3,217 (17.0)	902 (4.8)	292 (1.5)	199 (1.1)	7 (0.0)	987 (5.2)	2,440 (12.9)	14 (0.1)	267 (1.4)	141 (0.7)	3,048 (16.1)	114 (0.6)	140 (0.7)	11,805 (62.4)	600 (3.2)
小計		5,936 (0.6)	45,652 (4.9)	28,643 (3.1)	12,426 (1.3)	2,517 (0.3)	4,282 (0.5)	94,114 (10.1)	270,181 (28.9)	5,324 (0.6)	27,094 (2.9)	37,694 (4.0)	46,121 (4.9)	3,729 (0.4)	4,801 (0.5)	588,514 (62.9)	21,785 (2.3)
給与生活者		2,316 (0.7)	22,777 (6.4)	9,075 (2.6)	3,923 (1.1)	847 (0.2)	3,001 (0.8)	30,957 (8.8)	126,398 (35.8)	2,277 (0.6)	11,346 (3.2)	11,958 (3.4)	15,585 (4.4)	1,539 (0.4)	952 (0.3)	242,951 (68.8)	5,568 (1.6)
自営・自由業		248 (0.5)	2,914 (5.9)	1,776 (3.6)	772 (1.6)	210 (0.4)	179 (0.4)	5,347 (10.9)	13,010 (26.4)	184 (0.4)	1,420 (2.9)	1,105 (2.2)	2,973 (6.0)	361 (0.7)	253 (0.5)	30,752 (62.4)	1,276 (2.6)
家事従事者		2,061 (1.3)	4,009 (2.5)	5,358 (3.3)	2,525 (1.6)	362 (0.2)	440 (0.3)	15,493 (9.6)	34,112 (21.1)	1,506 (0.9)	4,551 (2.8)	8,051 (5.0)	8,045 (5.0)	424 (0.3)	931 (0.6)	87,868 (54.3)	3,951 (2.4)
学生		39 (0.1)	1,460 (3.6)	33 (0.1)	151 (0.4)	28 (0.1)	25 (0.1)	609 (1.5)	23,949 (59.5)	634 (1.6)	1,778 (4.4)	1,529 (3.8)	797 (2.0)	431 (1.1)	41 (0.1)	31,504 (78.3)	388 (1.0)
無職		747 (0.3)	7,588 (3.2)	9,200 (3.9)	3,661 (1.5)	622 (0.3)	346 (0.1)	33,114 (13.9)	53,744 (22.6)	340 (0.1)	5,483 (2.3)	11,368 (4.8)	11,843 (5.0)	689 (0.3)	1,823 (0.8)	140,568 (59.1)	7,350 (3.1)
企業等		37 (0.2)	3,189 (17.0)	894 (4.8)	289 (1.5)	196 (1.0)	7 (0.0)	982 (5.2)	2,422 (12.9)	14 (0.1)	265 (1.4)	139 (0.7)	3,040 (16.2)	114 (0.6)	140 (0.7)	11,728 (62.4)	593 (3.2)
小計		5,448 (0.6)	41,937 (4.9)	26,336 (3.1)	11,321 (1.3)	2,265 (0.3)	3,998 (0.5)	86,502 (10.0)	253,635 (29.5)	4,955 (0.6)	24,843 (2.9)	34,150 (4.0)	42,283 (4.9)	3,558 (0.4)	4,140 (0.5)	545,371 (63.3)	19,126 (2.2)

(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 2014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	13,693	1	アダルト情報サイト	9,344	1	アダルト情報サイト	4,058
2	デジタルコンテンツその他	3,894	2	デジタルコンテンツその他	2,659	2	デジタルコンテンツその他	1,155
3	放送サービス	847	3	放送サービス	507	3	健康食品	341
4	出会い系サイト	693	4	出会い系サイト	436	4	放送サービス	329
5	移動通信サービス	422	5	移動通信サービス	250	5	出会い系サイト	255
6	健康食品	375	6	インターネット接続回線	202	6	他の身の回り品	239
7	他の身の回り品	349	7	靴・運動靴	188	7	婦人洋服	220
8	靴・運動靴	335	8	商品一般	183	8	移動通信サービス	163
9	商品一般	318	9	自動二輪車	165	9	相談その他	148
10	インターネット接続回線	311	10	相談その他	149	10	靴・運動靴	146
11	相談その他	300	11	賃貸アパート・マンション	148	11	かばん	145
12	賃貸アパート・マンション	290	12	四輪自動車	137	12	賃貸アパート・マンション	140
13	婦人洋服	225	13	電子ゲーム・ソフト	132	13	商品一般	133
14	かばん	209	14	紳士洋服	114	14	コンサート	122
15	自動二輪車	182	15	新聞	110	15	エステティックサービス	118
16	携帯電話	175	16	他の身の回り品	108	16	インターネット接続回線	108
17	新聞	173	17	携帯電話	107	17	電話関連機器・用品	88
18	四輪自動車	166	18	自動車運転教習所	95	18	化粧品	77
19	学習塾・予備校	161	19	電話音声情報	91	19	貸衣装	73
20	コンサート	148	20	学習塾・予備校	90	20	専門・専修学校	69
21	電子ゲーム・ソフト	148	21	パソコン	82	21	携帯電話	67
22	自動車運転教習所	147	22	他の役務サービス	72	22	医療サービス	66
23	医療サービス	133	23	玩具・遊具その他	71	22	学習塾・予備校	66
24	電話関連機器・用品	128	24	かばん	64	24	新聞	61
25	紳士洋服	121	24	内職・副業その他	64	25	飲料	55

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	アダルト情報サイト	11,926	1	アダルト情報サイト	6,476	1	アダルト情報サイト	5,434
2	賃貸アパート・マンション	5,935	2	賃貸アパート・マンション	2,897	2	エステティックサービス	3,785
3	デジタルコンテンツその他	5,207	3	デジタルコンテンツその他	2,472	3	賃貸アパート・マンション	3,023
4	エステティックサービス	3,894	4	サラ金・フリーローン	2,357	4	デジタルコンテンツその他	2,719
5	サラ金・フリーローン	3,542	5	移動通信サービス	1,447	5	出会い系サイト	1,638
6	出会い系サイト	2,984	6	四輪自動車	1,426	6	移動通信サービス	1,292
7	移動通信サービス	2,744	7	インターネット接続回線	1,344	7	サラ金・フリーローン	1,179
8	インターネット接続回線	2,297	8	出会い系サイト	1,340	8	化粧品	1,043
9	商品一般	2,049	9	商品一般	1,049	9	商品一般	988
10	四輪自動車	1,930	10	放送サービス	685	10	インターネット接続回線	948
11	健康食品	1,408	11	健康食品	650	11	医療サービス	866
12	化粧品	1,379	12	靴・運動靴	533	12	他の身の回り品	842
13	放送サービス	1,374	13	相談その他	525	13	靴・運動靴	829
14	靴・運動靴	1,363	14	携帯電話	481	14	婦人洋服	762
15	他の身の回り品	1,198	15	アクセサリー	431	15	健康食品	754
16	医療サービス	1,137	16	内職・副業その他	425	16	かばん	714
17	相談その他	996	17	教養娯楽・資格教材	418	17	放送サービス	681
18	アクセサリー	969	18	デリバティブ取引その他	417	18	アクセサリー	532
19	かばん	895	19	他の役務サービス	373	19	四輪自動車	501
20	携帯電話	880	20	紳士洋服	370	20	相談その他	468
21	結婚式関連サービス	798	21	外食	360	21	結婚式関連サービス	452
22	他の役務サービス	796	22	他の身の回り品	354	22	他の役務サービス	421
23	婦人洋服	786	23	パソコンソフト	350	23	携帯電話	399
24	内職・副業その他	729	24	結婚式関連サービス	345	24	美顔器	313
25	デリバティブ取引その他	632	25	化粧品	334	25	内職・副業その他	303

(注)「全体」の件数には性別が不明なものも含む。

表11-2 2014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	アダルト情報サイト	17,562	1	アダルト情報サイト	9,570	1	アダルト情報サイト	7,977
2	デジタルコンテンツその他	8,829	2	賃貸アパート・マンション	4,367	2	デジタルコンテンツその他	5,009
3	賃貸アパート・マンション	8,246	3	サラ金・フリーローン	4,135	3	賃貸アパート・マンション	3,870
4	サラ金・フリーローン	6,307	4	デジタルコンテンツその他	3,807	4	サラ金・フリーローン	2,153
5	インターネット接続回線	3,493	5	インターネット接続回線	1,960	5	商品一般	1,732
6	移動通信サービス	3,484	6	移動通信サービス	1,895	6	出会い系サイト	1,642
7	商品一般	3,261	7	四輪自動車	1,719	7	移動通信サービス	1,586
8	出会い系サイト	2,691	8	商品一般	1,523	8	インターネット接続回線	1,525
9	四輪自動車	2,411	9	出会い系サイト	1,047	9	エステティックサービス	1,364
10	靴・運動靴	1,993	10	新築工事	1,000	10	靴・運動靴	1,295
11	相談その他	1,607	11	複合サービス会員	818	11	婦人洋服	1,122
12	エステティックサービス	1,441	12	相談その他	799	12	かばん	1,012
13	放送サービス	1,413	13	携帯電話	734	13	化粧品	826
14	新築工事	1,396	14	放送サービス	728	14	健康食品	806
15	携帯電話	1,316	15	靴・運動靴	696	15	相談その他	805
16	かばん	1,299	16	分譲マンション	688	16	医療サービス	772
17	他の役務サービス	1,215	17	戸建住宅	629	17	クリーニング	689
18	複合サービス会員	1,209	18	修理サービス	588	18	四輪自動車	688
19	婦人洋服	1,161	19	他の役務サービス	577	19	他の身の回り品	685
20	修理サービス	1,079	20	外食	549	20	放送サービス	681
21	他の身の回り品	1,068	21	紳士洋服	537	21	他の役務サービス	637
22	医療サービス	1,041	22	ソーラーシステム	480	22	携帯電話	579
23	健康食品	1,028	23	パソコン	460	23	家具類	578
24	クリーニング	958	24	他の身の回り品	382	24	修理サービス	489
25	化粧品	954	25	デリバティブ取引その他	348	25	アクセサリ	459

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	アダルト情報サイト	23,780	1	アダルト情報サイト	14,084	1	アダルト情報サイト	9,669
2	デジタルコンテンツその他	12,642	2	デジタルコンテンツその他	5,066	2	デジタルコンテンツその他	7,563
3	サラ金・フリーローン	7,099	3	サラ金・フリーローン	4,441	3	賃貸アパート・マンション	2,981
4	賃貸アパート・マンション	6,070	4	賃貸アパート・マンション	3,081	4	商品一般	2,737
5	インターネット接続回線	5,516	5	インターネット接続回線	2,903	5	サラ金・フリーローン	2,647
6	商品一般	4,790	6	移動通信サービス	2,419	6	インターネット接続回線	2,600
7	移動通信サービス	4,375	7	商品一般	2,043	7	移動通信サービス	1,949
8	出会い系サイト	2,993	8	四輪自動車	1,870	8	出会い系サイト	1,657
9	四輪自動車	2,719	9	出会い系サイト	1,333	9	婦人洋服	1,151
10	相談その他	2,175	10	複合サービス会員	1,198	10	かばん	1,114
11	複合サービス会員	1,937	11	相談その他	1,063	11	相談その他	1,105
12	携帯電話	1,722	12	携帯電話	964	12	化粧品	1,084
13	放送サービス	1,604	13	修理サービス	864	13	クリーニング	943
14	修理サービス	1,575	14	新築工事	807	13	靴・運動靴	943
15	他の役務サービス	1,503	15	放送サービス	762	15	補習用教材	910
16	かばん	1,491	16	分譲マンション	729	16	健康食品	895
17	靴・運動靴	1,465	17	他の役務サービス	721	17	エステティックサービス	874
18	化粧品	1,220	18	外食	590	18	四輪自動車	848
19	クリーニング	1,219	19	パソコン	586	19	放送サービス	838
20	婦人洋服	1,198	20	戸建住宅	560	20	医療サービス	832
21	健康食品	1,186	21	紳士洋服	558	21	学習塾・予備校	812
22	新築工事	1,186	22	ソーラーシステム	541	22	他の役務サービス	780
23	医療サービス	1,139	23	靴・運動靴	522	23	携帯電話	756
24	補習用教材	1,086	24	生命保険	440	24	複合サービス会員	736
25	分譲マンション	1,022	25	住宅ローン	425	25	修理サービス	706

(注)「全体」の件数には性別が不明なものも含む。

表11-3 2014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	アダルト情報サイト	17,961	1	アダルト情報サイト	13,576	1	デジタルコンテンツその他	5,290
2	デジタルコンテンツその他	9,869	2	デジタルコンテンツその他	4,569	2	アダルト情報サイト	4,372
3	サラ金・フリーローン	5,805	3	サラ金・フリーローン	3,659	3	商品一般	3,220
4	インターネット接続回線	5,715	4	インターネット接続回線	3,067	4	インターネット接続回線	2,639
5	商品一般	5,205	5	商品一般	1,974	5	サラ金・フリーローン	2,135
6	賃貸アパート・マンション	3,729	6	賃貸アパート・マンション	1,898	6	賃貸アパート・マンション	1,824
7	移動通信サービス	3,091	7	移動通信サービス	1,726	7	移動通信サービス	1,364
8	相談その他	2,092	8	四輪自動車	1,375	8	相談その他	1,127
9	四輪自動車	2,022	9	出会い系サイト	969	9	化粧品	1,085
10	出会い系サイト	1,799	10	相談その他	960	10	クリーニング	933
11	修理サービス	1,574	11	修理サービス	781	11	健康食品	888
12	放送サービス	1,459	12	放送サービス	740	12	出会い系サイト	826
13	他の役務サービス	1,401	13	他の役務サービス	662	13	婦人洋服	814
14	健康食品	1,269	14	携帯電話	584	14	アクセサリ	799
15	新聞	1,232	15	生命保険	535	15	修理サービス	788
16	化粧品	1,204	16	ソーラーシステム	528	16	他の役務サービス	735
17	クリーニング	1,164	17	新聞	511	17	放送サービス	718
18	生命保険	1,114	18	パソコン	510	17	新聞	718
19	携帯電話	1,033	19	分譲マンション	461	19	かばん	673
20	アクセサリ	949	20	新築工事	438	20	四輪自動車	642
21	かばん	908	21	その他金融関連サービス	415	21	医療サービス	629
22	ファンド型投資商品	899	22	住宅ローン	412	22	ファンド型投資商品	620
23	医療サービス	893	23	外食	411	23	生命保険	578
24	パソコン	854	24	パソコンソフト	403	24	浄水器	557
25	婦人洋服	844	25	健康食品	379	25	携帯電話	448

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	アダルト情報サイト	15,700	1	アダルト情報サイト	13,378	1	商品一般	5,927
2	商品一般	8,764	2	デジタルコンテンツその他	4,803	2	デジタルコンテンツその他	3,623
3	デジタルコンテンツその他	8,435	3	インターネット接続回線	4,482	3	インターネット接続回線	2,590
4	インターネット接続回線	7,078	4	サラ金・フリーローン	3,197	4	アダルト情報サイト	2,310
5	サラ金・フリーローン	5,294	5	商品一般	2,818	5	ファンド型投資商品	2,148
6	ファンド型投資商品	2,773	6	移動通信サービス	1,601	6	サラ金・フリーローン	2,082
7	賃貸アパート・マンション	2,714	7	賃貸アパート・マンション	1,423	7	相談その他	1,520
8	移動通信サービス	2,652	8	四輪自動車	1,239	8	健康食品	1,389
9	相談その他	2,561	9	相談その他	1,032	9	賃貸アパート・マンション	1,285
10	健康食品	2,104	10	放送サービス	982	10	化粧品	1,241
11	他の役務サービス	2,054	11	修理サービス	977	11	他の役務サービス	1,227
12	修理サービス	2,009	12	新聞	851	12	新聞	1,044
13	新聞	1,900	13	他の役務サービス	823	12	移動通信サービス	1,044
14	放送サービス	1,897	14	生命保険	791	14	修理サービス	1,029
15	四輪自動車	1,752	15	健康食品	710	15	アクセサリ	985
16	生命保険	1,618	16	パソコンソフト	660	16	公社債	939
17	化粧品	1,427	17	ファンド型投資商品	620	17	放送サービス	913
18	公社債	1,165	18	出会い系サイト	598	18	生命保険	826
19	アクセサリ	1,127	19	ソーラーシステム	568	19	クリーニング	787
20	その他金融関連サービス	1,117	20	新築工事	564	20	ふとん類	710
21	医療サービス	1,038	21	パソコン	555	21	婦人洋服	700
22	クリーニング	993	22	携帯電話	542	22	株	691
23	株	958	23	その他金融関連サービス	505	23	その他金融関連サービス	610
24	塗装工事	944	24	インターネット通信関連サービス	501	24	浄水器	605
25	出会い系サイト	939	25	屋根工事	485	25	医療サービス	592

(注)「全体」の件数には性別が不明なものも含む。

表11-4 2014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	商品一般	18,443	1	アダルト情報サイト	6,461	1	商品一般	14,123
2	健康食品	9,244	2	インターネット接続回線	4,431	2	健康食品	6,865
3	ファンド型投資商品	7,733	3	商品一般	4,270	3	ファンド型投資商品	6,038
4	アダルト情報サイト	7,490	4	デジタルコンテンツその他	3,868	4	他の役務サービス	3,287
5	インターネット接続回線	6,929	5	健康食品	2,352	5	相談その他	3,253
6	デジタルコンテンツその他	5,617	6	サラ金・フリーローン	2,181	6	新聞	3,169
7	新聞	5,063	7	新聞	1,885	7	ふとん類	2,573
8	相談その他	4,788	8	ファンド型投資商品	1,676	8	インターネット接続回線	2,483
9	他の役務サービス	4,626	9	相談その他	1,518	9	公社債	2,233
10	サラ金・フリーローン	3,932	10	放送サービス	1,486	10	修理サービス	2,091
11	修理サービス	3,414	11	他の役務サービス	1,323	11	アクセサリ	2,037
12	放送サービス	3,158	12	修理サービス	1,312	12	株	1,910
13	ふとん類	3,068	13	移動通信サービス	1,278	13	サラ金・フリーローン	1,744
14	公社債	2,940	14	生命保険	1,068	14	デジタルコンテンツその他	1,742
15	株	2,781	15	賃貸アパート・マンション	991	15	生命保険	1,685
16	生命保険	2,760	16	屋根工事	974	16	放送サービス	1,664
17	アクセサリ	2,274	17	その他金融関連サービス	882	17	化粧品	1,659
18	移動通信サービス	2,192	18	株	865	18	浄水器	1,249
19	賃貸アパート・マンション	2,131	19	四輪自動車	781	19	社会保険	1,211
20	その他金融関連サービス	1,935	20	I P電話	753	20	他の行政サービス	1,166
21	屋根工事	1,906	21	塗装工事	731	21	賃貸アパート・マンション	1,128
22	化粧品	1,862	22	公社債	702	22	その他金融関連サービス	1,046
23	他の行政サービス	1,819	23	土地	670	23	アダルト情報サイト	1,025
24	社会保険	1,790	24	医療サービス	658	24	医療サービス	976
25	浄水器	1,740	25	他の行政サービス	645	25	屋根工事	925

(注)「全体」の件数には性別が不明なものも含む。

表12-1 2014年度の相談内容別分類ごとにみた商品等分類別相談件数・構成比

相談内容別分類	商品等分類 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
計	954,591 (100.0)	49,790 (5.2)	44,567 (4.7)	39,901 (4.2)	8,102 (0.8)	42,572 (4.5)	22,482 (2.4)	72,718 (7.6)	21,810 (2.3)	29,363 (3.1)	1,853 (0.2)	333,158 (34.9)
安全・衛生	31,799 (100.0)	349 (1.1)	6,860 (21.6)	4,616 (14.5)	361 (1.1)	801 (2.5)	3,041 (9.6)	1,675 (5.3)	2,202 (6.9)	1,444 (4.5)	38 (0.1)	21,387 (67.3)
品質・機能・ 役務品質	120,712 (100.0)	1,067 (0.9)	10,790 (8.9)	13,910 (11.5)	837 (0.7)	7,852 (6.5)	6,133 (5.1)	14,605 (12.1)	7,915 (6.6)	6,495 (5.4)	249 (0.2)	69,853 (57.9)
法規・基準	35,875 (100.0)	2,273 (6.3)	1,883 (5.2)	1,009 (2.8)	453 (1.3)	1,112 (3.1)	725 (2.0)	2,262 (6.3)	925 (2.6)	1,840 (5.1)	67 (0.2)	12,549 (35.0)
価格・料金	161,295 (100.0)	3,356 (2.1)	5,249 (3.3)	5,958 (3.7)	3,545 (2.2)	4,725 (2.9)	3,368 (2.1)	8,869 (5.5)	3,770 (2.3)	5,600 (3.5)	240 (0.1)	44,680 (27.7)
計量・量目	1,464 (100.0)	16 (1.1)	410 (28.0)	89 (6.1)	262 (17.9)	83 (5.7)	78 (5.3)	100 (6.8)	19 (1.3)	72 (4.9)	8 (0.5)	1,137 (77.7)
表示・広告	58,185 (100.0)	3,138 (5.4)	6,484 (11.1)	2,995 (5.1)	324 (0.6)	4,270 (7.3)	2,102 (3.6)	5,291 (9.1)	1,432 (2.5)	1,066 (1.8)	118 (0.2)	27,220 (46.8)
販売方法	494,821 (100.0)	27,758 (5.6)	22,642 (4.6)	18,401 (3.7)	2,276 (0.5)	26,613 (5.4)	11,936 (2.4)	39,332 (7.9)	6,474 (1.3)	13,082 (2.6)	1,140 (0.2)	169,654 (34.3)
契約・解約	694,548 (100.0)	30,087 (4.3)	24,818 (3.6)	25,946 (3.7)	4,084 (0.6)	32,802 (4.7)	15,296 (2.2)	54,271 (7.8)	16,123 (2.3)	18,705 (2.7)	1,162 (0.2)	223,294 (32.1)
接客対応	143,468 (100.0)	3,960 (2.8)	7,165 (5.0)	8,452 (5.9)	1,680 (1.2)	7,315 (5.1)	3,806 (2.7)	15,071 (10.5)	5,668 (4.0)	5,232 (3.6)	260 (0.2)	58,609 (40.9)
包装・容器	1,170 (100.0)	45 (3.8)	484 (41.4)	178 (15.2)	5 (0.4)	40 (3.4)	130 (11.1)	97 (8.3)	17 (1.5)	2 (0.2)	0 (0.0)	998 (85.3)
施設・設備	1,828 (100.0)	168 (9.2)	54 (3.0)	59 (3.2)	66 (3.6)	23 (1.3)	8 (0.4)	47 (2.6)	12 (0.7)	200 (10.9)	4 (0.2)	641 (35.1)

(注) 表中の構成比は相談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。相談内容別分類は複数回答項目。なお、「他の相談」は相談内容別分類を行っていない。

表12-2 2014年度の相談内容別分類ごとにみた商品等分類別相談件数・構成比

商品等分類 相談内容別分類	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	5,991 (0.6)	46,515 (4.9)	29,382 (3.1)	12,624 (1.3)	2,565 (0.3)	4,322 (0.5)	96,069 (10.1)	273,702 (28.7)	5,464 (0.6)	27,491 (2.9)	38,526 (4.0)	46,976 (4.9)	3,775 (0.4)	4,987 (0.5)	598,389 (62.7)	23,044 (2.4)
安全・衛生	214 (0.7)	1,475 (4.6)	1,109 (3.5)	492 (1.5)	49 (0.2)	7 (0.0)	273 (0.9)	641 (2.0)	38 (0.1)	474 (1.5)	4,287 (13.5)	1,202 (3.8)	11 (0.0)	140 (0.4)	10,412 (32.7)	-
品質・機能・役務品質	4,136 (3.4)	6,841 (5.7)	9,403 (7.8)	4,362 (3.6)	333 (0.3)	41 (0.0)	1,567 (1.3)	9,024 (7.5)	474 (0.4)	2,094 (1.7)	8,260 (6.8)	3,870 (3.2)	112 (0.1)	342 (0.3)	50,859 (42.1)	-
法規・基準	373 (1.0)	3,568 (9.9)	1,156 (3.2)	356 (1.0)	169 (0.5)	76 (0.2)	6,052 (16.9)	5,243 (14.6)	308 (0.9)	1,134 (3.2)	2,078 (5.8)	1,827 (5.1)	136 (0.4)	850 (2.4)	23,326 (65.0)	-
価格・料金	621 (0.4)	16,668 (10.3)	7,091 (4.4)	4,677 (2.9)	818 (0.5)	625 (0.4)	13,209 (8.2)	48,569 (30.1)	1,164 (0.7)	4,982 (3.1)	7,650 (4.7)	9,606 (6.0)	574 (0.4)	361 (0.2)	116,615 (72.3)	-
計量・量目	3 (0.2)	35 (2.4)	49 (3.3)	12 (0.8)	2 (0.1)	1 (0.1)	23 (1.6)	64 (4.4)	4 (0.3)	10 (0.7)	51 (3.5)	69 (4.7)	1 (0.1)	3 (0.2)	327 (22.3)	-
表示・広告	146 (0.3)	533 (0.9)	819 (1.4)	585 (1.0)	328 (0.6)	50 (0.1)	3,023 (5.2)	15,962 (27.4)	299 (0.5)	2,704 (4.6)	1,949 (3.3)	4,047 (7.0)	385 (0.7)	135 (0.2)	30,965 (53.2)	-
販売方法	674 (0.1)	6,197 (1.3)	11,249 (2.3)	4,107 (0.8)	551 (0.1)	2,640 (0.5)	38,741 (7.8)	204,976 (41.4)	1,677 (0.3)	12,757 (2.6)	13,904 (2.8)	23,368 (4.7)	2,837 (0.6)	1,489 (0.3)	325,167 (65.7)	-
契約・解約	3,414 (0.5)	38,144 (5.5)	20,637 (3.0)	7,565 (1.1)	1,709 (0.2)	3,921 (0.6)	74,954 (10.8)	233,703 (33.6)	4,442 (0.6)	21,107 (3.0)	23,409 (3.4)	33,270 (4.8)	3,229 (0.5)	1,750 (0.3)	471,254 (67.9)	-
接客対応	2,801 (2.0)	9,629 (6.7)	7,461 (5.2)	3,635 (2.5)	714 (0.5)	178 (0.1)	10,287 (7.2)	25,981 (18.1)	1,113 (0.8)	5,512 (3.8)	8,286 (5.8)	7,817 (5.4)	258 (0.2)	1,187 (0.8)	84,859 (59.1)	-
包装・容器	1 (0.1)	9 (0.8)	15 (1.3)	8 (0.7)	1 (0.1)	0 (0.0)	18 (1.5)	61 (5.2)	2 (0.2)	11 (0.9)	18 (1.5)	23 (2.0)	3 (0.3)	2 (0.2)	172 (14.7)	-
施設・設備	3 (0.2)	271 (14.8)	135 (7.4)	43 (2.4)	86 (4.7)	3 (0.2)	64 (3.5)	166 (9.1)	4 (0.2)	127 (6.9)	127 (6.9)	118 (6.5)	3 (0.2)	37 (2.0)	1,187 (64.9)	-

(注) 表中の構成比は相談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。相談内容別分類は複数回答項目。なお、「他の相談」は相談内容別分類を行っていない。

表13-1 2014年度の契約当事者年代別等にした相談内容別分類ごとの相談件数・構成比

契約当事者	相談内容別分類	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	954,591 (100.0)	31,799 (3.3)	120,712 (12.6)	35,875 (3.8)	161,295 (16.9)	1,464 (0.2)		
年代	20歳未満	28,587 (100.0)	349 (1.2)	1,309 (4.6)	685 (2.4)	5,910 (20.7)	10 (0.0)		
	20歳代	84,935 (100.0)	2,158 (2.5)	8,320 (9.8)	2,980 (3.5)	17,017 (20.0)	55 (0.1)		
	30歳代	123,327 (100.0)	4,311 (3.5)	16,938 (13.7)	4,688 (3.8)	22,834 (18.5)	142 (0.1)		
	40歳代	152,904 (100.0)	5,353 (3.5)	21,272 (13.9)	5,575 (3.6)	26,261 (17.2)	206 (0.1)		
	50歳代	125,576 (100.0)	4,841 (3.9)	18,322 (14.6)	4,858 (3.9)	21,096 (16.8)	233 (0.2)		
	60歳代	140,104 (100.0)	5,407 (3.9)	20,217 (14.4)	5,503 (3.9)	22,628 (16.2)	303 (0.2)		
	70歳以上	195,441 (100.0)	5,193 (2.7)	19,276 (9.9)	6,096 (3.1)	29,172 (14.9)	315 (0.2)		
	小計	850,874 (100.0)	27,612 (3.2)	105,654 (12.4)	30,385 (3.6)	144,918 (17.0)	1,264 (0.1)		
性別等	男性	443,951 (100.0)	11,813 (2.7)	52,545 (11.8)	19,017 (4.3)	81,368 (18.3)	679 (0.2)		
	女性	473,096 (100.0)	18,423 (3.9)	63,111 (13.3)	15,039 (3.2)	74,592 (15.8)	727 (0.2)		
	団体	18,913 (100.0)	447 (2.4)	2,466 (13.0)	799 (4.2)	3,026 (16.0)	33 (0.2)		
	小計	935,960 (100.0)	30,683 (3.3)	118,122 (12.6)	34,855 (3.7)	158,986 (17.0)	1,439 (0.2)		
職業等	給与生活者	353,256 (100.0)	10,768 (3.0)	44,462 (12.6)	13,296 (3.8)	66,063 (18.7)	424 (0.1)		
	自営・自由業	49,257 (100.0)	1,819 (3.7)	7,249 (14.7)	2,248 (4.6)	8,459 (17.2)	103 (0.2)		
	家事従事者	161,729 (100.0)	7,271 (4.5)	25,096 (15.5)	4,732 (2.9)	23,081 (14.3)	312 (0.2)		
	学生	40,258 (100.0)	563 (1.4)	2,327 (5.8)	1,076 (2.7)	8,159 (20.3)	13 (0.0)		
	無職	237,939 (100.0)	6,747 (2.8)	25,157 (10.6)	8,799 (3.7)	38,514 (16.2)	382 (0.2)		
	企業等	18,791 (100.0)	443 (2.4)	2,450 (13.0)	793 (4.2)	3,005 (16.0)	33 (0.2)		
	小計	861,230 (100.0)	27,611 (3.2)	106,741 (12.4)	30,944 (3.6)	147,281 (17.1)	1,267 (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。相談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 2014年度の契約当事者年代別等にした相談内容別分類ごとの相談件数・構成比

契約当事者	相談内容別分類	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 (%)					
	計	58,185 (6.1)	494,821 (51.8)	694,548 (72.8)	143,468 (15.0)	1,170 (0.1)	1,828 (0.2)
年代	20歳未満	1,743 (6.1)	20,667 (72.3)	25,211 (88.2)	2,188 (7.7)	15 (0.1)	29 (0.1)
	20歳代	4,687 (5.5)	47,420 (55.8)	71,620 (84.3)	11,454 (13.5)	66 (0.1)	120 (0.1)
	30歳代	8,146 (6.6)	61,525 (49.9)	97,388 (79.0)	21,005 (17.0)	139 (0.1)	239 (0.2)
	40歳代	10,224 (6.7)	78,978 (51.7)	116,425 (76.1)	25,938 (17.0)	180 (0.1)	263 (0.2)
	50歳代	8,346 (6.6)	63,249 (50.4)	91,616 (73.0)	20,657 (16.4)	159 (0.1)	253 (0.2)
	60歳代	9,349 (6.7)	71,416 (51.0)	95,692 (68.3)	20,860 (14.9)	211 (0.2)	311 (0.2)
	70歳以上	9,943 (5.1)	113,140 (57.9)	129,668 (66.3)	23,307 (11.9)	252 (0.1)	348 (0.2)
	小計	52,438 (6.2)	456,395 (53.6)	627,620 (73.8)	125,409 (14.7)	1,022 (0.1)	1,563 (0.2)
性別等	男性	28,610 (6.4)	229,348 (51.7)	333,965 (75.2)	65,687 (14.8)	516 (0.1)	800 (0.2)
	女性	27,548 (5.8)	250,522 (53.0)	336,604 (71.1)	72,596 (15.3)	602 (0.1)	920 (0.2)
	団体	892 (4.7)	7,854 (41.5)	13,156 (69.6)	2,570 (13.6)	14 (0.1)	35 (0.2)
	小計	57,050 (6.1)	487,724 (52.1)	683,725 (73.1)	140,853 (15.0)	1,132 (0.1)	1,755 (0.2)
職業等	給与生活者	22,115 (6.3)	186,370 (52.8)	279,010 (79.0)	55,036 (15.6)	360 (0.1)	615 (0.2)
	自営・自由業	3,273 (6.6)	24,256 (49.2)	35,538 (72.1)	8,809 (17.9)	63 (0.1)	117 (0.2)
	家事従事者	10,244 (6.3)	87,391 (54.0)	107,924 (66.7)	25,060 (15.5)	252 (0.2)	291 (0.2)
	学生	2,387 (5.9)	27,753 (68.9)	35,062 (87.1)	3,735 (9.3)	23 (0.1)	37 (0.1)
	無職	13,348 (5.6)	125,277 (52.7)	164,548 (69.2)	31,715 (13.3)	310 (0.1)	417 (0.2)
	企業等	890 (4.7)	7,812 (41.6)	13,079 (69.6)	2,546 (13.5)	14 (0.1)	35 (0.2)
	小計	52,257 (6.1)	458,859 (53.3)	635,161 (73.8)	126,901 (14.7)	1,022 (0.1)	1,566 (0.2)

(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。相談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 2014年度の主な相談内容別分類ごとにみた上位商品・役務別相談件数

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		127,270 (100.0)	全 体		161,295 (100.0)	全 体		58,185 (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	5,873 (4.6)	1	アダルト情報サイト	22,101 (13.7)	1	アダルト情報サイト	7,241 (12.4)
2	四輪自動車	4,936 (3.9)	2	賃貸アパート・マンション	12,528 (7.8)	2	デジタルコンテンツ その他	5,196 (8.9)
3	クリーニング	4,204 (3.3)	3	サラ金・フリーローン	6,910 (4.3)	3	商品一般	3,138 (5.4)
4	修理サービス	4,199 (3.3)	4	移動通信サービス	5,879 (3.6)	4	健康食品	1,593 (2.7)
5	医療サービス	2,879 (2.3)	5	デジタルコンテンツ その他	5,842 (3.6)	5	出会い系サイト	1,117 (1.9)
6	携帯電話	2,730 (2.1)	6	インターネット 接続回線	5,706 (3.5)	6	サラ金・フリーローン	1,023 (1.8)
7	移動通信サービス	2,572 (2.0)	7	修理サービス	4,323 (2.7)	7	他の役務サービス	950 (1.6)
8	新築工事	2,523 (2.0)	8	商品一般	3,356 (2.1)	8	化粧品	933 (1.6)
9	化粧品	2,180 (1.7)	9	四輪自動車	2,663 (1.7)	9	靴・運動靴	781 (1.3)
10	パソコン	2,179 (1.7)	10	出会い系サイト	2,500 (1.5)	10	パソコンソフト	758 (1.3)
11	調理食品	2,079 (1.6)	11	健康食品	2,466 (1.5)	11	移動通信サービス	750 (1.3)
12	健康食品	1,857 (1.5)	12	放送サービス	2,356 (1.5)	12	調理食品	685 (1.2)
13	婦人洋服	1,804 (1.4)	13	医療サービス	2,030 (1.3)	13	婦人洋服	643 (1.1)
14	戸建住宅	1,686 (1.3)	14	他の役務サービス	1,928 (1.2)	14	四輪自動車	635 (1.1)
15	歯科治療	1,594 (1.3)	15	プロパンガス	1,822 (1.1)	15	他の身の回り品	625 (1.1)
16	家具類	1,489 (1.2)	16	エステティック サービス	1,524 (0.9)	16	かばん	612 (1.1)
17	外食	1,396 (1.1)	17	携帯電話	1,407 (0.9)	17	外食	594 (1.0)
18	塗装工事	1,334 (1.0)	18	ふとん類	1,375 (0.9)	18	菓子類	581 (1.0)
19	インターネット 接続回線	1,319 (1.0)	19	外食	1,350 (0.8)	19	修理サービス	545 (0.9)
20	増改築工事	1,295 (1.0)	20	アクセサリー	1,327 (0.8)	20	アクセサリー	527 (0.9)
21	靴・運動靴	1,255 (1.0)	21	借家	1,245 (0.8)	21	飲料	525 (0.9)
22	かばん	1,200 (0.9)	22	新築工事	1,212 (0.8)	22	ファンド型投資商品	493 (0.8)
23	商品一般	1,194 (0.9)	23	生命保険	1,035 (0.6)	23	興信所	486 (0.8)
24	飲料	1,193 (0.9)	24	衛生設備工事	958 (0.6)	24	インターネット 接続回線	449 (0.8)
25	菓子類	1,153 (0.9)	25	冠婚葬祭互助会	949 (0.6)	25	ふとん類	437 (0.8)

(注1) 表中の割合は相談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。相談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 2014年度の主な相談内容別分類ごとにみた上位商品・役務別相談件数

取引		件数 割合 (%)	接客対応		件数 割合 (%)
全 体		816,455 (100.0)	全 体		143,468 (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	111,067 (13.6)	1	賃貸アパート・ マンション	7,136 (5.0)
2	デジタルコンテンツ その他	56,266 (6.9)	2	移动通信サービス	5,983 (4.2)
3	商品一般	44,868 (5.5)	3	インターネット 接続回線	5,627 (3.9)
4	サラ金・フリーローン	33,920 (4.2)	4	商品一般	3,960 (2.8)
5	インターネット 接続回線	33,344 (4.1)	5	四輪自動車	3,486 (2.4)
6	賃貸アパート・ マンション	27,587 (3.4)	6	修理サービス	3,301 (2.3)
7	移动通信サービス	18,909 (2.3)	7	放送サービス	3,134 (2.2)
8	健康食品	16,981 (2.1)	8	クリーニング	2,801 (2.0)
9	ファンド型投資商品	13,320 (1.6)	9	デジタルコンテンツ その他	2,662 (1.9)
10	出会い系サイト	12,960 (1.6)	10	携帯電話	2,640 (1.8)
11	他の役務サービス	12,573 (1.5)	11	医療サービス	2,446 (1.7)
12	放送サービス	12,385 (1.5)	12	生命保険	2,218 (1.5)
13	新聞	11,623 (1.4)	13	新築工事	2,151 (1.5)
14	四輪自動車	10,900 (1.3)	14	アダルト情報サイト	1,962 (1.4)
15	修理サービス	8,231 (1.0)	15	外食	1,950 (1.4)
16	生命保険	7,590 (0.9)	16	損害保険	1,724 (1.2)
17	化粧品	7,515 (0.9)	17	新聞	1,696 (1.2)
18	アクセサリ	7,021 (0.9)	18	パソコン	1,636 (1.1)
19	エステティック サービス	6,860 (0.8)	19	婦人洋服	1,532 (1.1)
20	靴・運動靴	6,570 (0.8)	20	健康食品	1,524 (1.1)
21	その他金融関連 サービス	6,013 (0.7)	21	化粧品	1,399 (1.0)
22	携帯電話	5,791 (0.7)	22	他の役務サービス	1,263 (0.9)
23	かばん	5,578 (0.7)	23	サラ金・フリーローン	1,249 (0.9)
24	ふとん類	5,516 (0.7)	24	引越	1,208 (0.8)
25	婦人洋服	5,445 (0.7)	25	エステティック サービス	1,190 (0.8)

(注3) 「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 2014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		269,187 (100.0)	全 体		89,050 (100.0)	全 体		320,620 (100.0)	全 体		11,828 (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	27,667 (10.3)	1	新聞	10,030 (11.3)	1	アダルト情報サイト	110,054 (34.3)	1	健康食品	2,474 (20.9)
2	サラ金・フリーローン	20,051 (7.4)	2	放送サービス	7,586 (8.5)	2	デジタルコンテンツその他	53,374 (16.6)	2	化粧品	1,497 (12.7)
3	移动通信サービス	15,398 (5.7)	3	インターネット接続回線	4,959 (5.6)	3	出会い系サイト	12,845 (4.0)	3	浄水器	1,142 (9.7)
4	四輪自動車	10,613 (3.9)	4	修理サービス	2,987 (3.4)	4	商品一般	11,399 (3.6)	4	商品一般	860 (7.3)
5	医療サービス	6,887 (2.6)	5	ふとん類	2,769 (3.1)	5	健康食品	5,946 (1.9)	5	ファンド型投資商品	853 (7.2)
6	エステティックサービス	6,364 (2.4)	6	屋根工事	2,461 (2.8)	6	靴・運動靴	5,811 (1.8)	6	飲料	561 (4.7)
7	携帯電話	6,198 (2.3)	7	ソーラーシステム	2,417 (2.7)	7	かばん	4,741 (1.5)	7	内職・副業その他	475 (4.0)
8	修理サービス	5,874 (2.2)	8	塗装工事	2,383 (2.7)	8	他の身の回り品	4,306 (1.3)	8	教養娯楽・資格教材	343 (2.9)
9	クリーニング	5,259 (2.0)	9	商品一般	2,340 (2.6)	9	他の役務サービス	3,800 (1.2)	9	複合サービス会員	247 (2.1)
10	商品一般	4,998 (1.9)	10	生命保険	2,188 (2.5)	10	化粧品	3,762 (1.2)	10	デジタルコンテンツその他	247 (2.1)
11	新築工事	4,221 (1.6)	11	浄水器	1,839 (2.1)	11	サラ金・フリーローン	3,647 (1.1)	11	ふとん類	225 (1.9)
12	外食	4,206 (1.6)	12	リースサービス	1,725 (1.9)	12	婦人洋服	3,456 (1.1)	12	家庭用電気治療器具	205 (1.7)
13	歯科治療	3,026 (1.1)	13	複合サービス会員	1,611 (1.8)	13	パソコンソフト	3,394 (1.1)	13	パソコンソフト	168 (1.4)
14	戸建住宅	2,906 (1.1)	14	冠婚葬祭互助会	1,261 (1.4)	14	インターネット接続回線	2,980 (0.9)	14	婦人下着	161 (1.4)
15	パソコン	2,653 (1.0)	15	電気温水器	1,259 (1.4)	15	移动通信サービス	2,444 (0.8)	15	デジタルディスクソフト	114 (1.0)

(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。

(注3) 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15-2 2014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		90,755 (100.0)	全 体		2,849 (100.0)	全 体		7,958 (100.0)	全 体		7,877 (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	20,551 (22.6)	1	健康食品	566 (19.9)	1	アクセサリ	1,592 (20.0)	1	サラ金・ フリーローン	352 (4.5)
2	ファンド型 投資商品	8,073 (8.9)	2	商品一般	335 (11.8)	2	商品一般	1,123 (14.1)	2	家庭用電気 治療器具	242 (3.1)
3	商品一般	7,363 (8.1)	3	書籍・印刷物 その他	168 (5.9)	3	和服	678 (8.5)	3	健康食品	222 (2.8)
4	健康食品	5,334 (5.9)	4	本	154 (5.4)	4	被服品一般	606 (7.6)	4	飲料	213 (2.7)
5	他の役務 サービス	4,380 (4.8)	5	雑誌	143 (5.0)	5	四輪自動車	461 (5.8)	5	パーキング	199 (2.5)
6	公社債	3,601 (4.0)	6	カレンダー	130 (4.6)	6	婦人洋服	367 (4.6)	6	ファンド型 投資商品	197 (2.5)
7	株	2,774 (3.1)	7	新聞	128 (4.5)	7	靴・運動靴	268 (3.4)	7	移动通信 サービス	181 (2.3)
8	I P 電話	1,817 (2.0)	8	化粧品	121 (4.2)	8	廃品回収 サービス	232 (2.9)	8	修理サービス	172 (2.2)
9	鮮魚	1,573 (1.7)	9	鮮魚	86 (3.0)	9	他の商品	200 (2.5)	9	商品一般	162 (2.1)
10	サラ金・ フリーローン	1,479 (1.6)	10	飲料	59 (2.1)	10	洋服一般	191 (2.4)	10	他の役務 サービス	161 (2.0)
11	社会保険	1,161 (1.3)	11	デジタル ディスクソフト	57 (2.0)	11	紳士洋服	114 (1.4)	11	アクセサリ	153 (1.9)
12	インターネット 通信関連サービス	1,035 (1.1)	12	アクセサリ	43 (1.5)	12	テレビ	98 (1.2)	12	賃貸アパート・ マンション	134 (1.7)
13	分譲マンション	1,016 (1.1)	13	他の身の回り品	41 (1.4)	13	コレクション 用品	95 (1.2)	13	洗濯物干し 用品類	129 (1.6)
14	広告代理 サービス	994 (1.1)	14	菓子類	32 (1.1)	14	自動二輪車	88 (1.1)	14	和服	129 (1.6)
15	相談その他	895 (1.0)	15	魚介類全般	28 (1.0)	15	時計・ 時計付属品	85 (1.1)	15	四輪自動車	106 (1.3)

(注) 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。

表16-1 2014年度の上位商品・役務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	アダルト情報サイト	111,420	男性	74,682	45.4	30歳代～60歳代 給与生活者	147,579	通信販売 (98.8)
			女性	35,609	38.5		13,681	電話勧誘販売 (0.2)
2	デジタルコンテンツその他	57,894	男性	28,547	47.4	30歳代～60歳代 給与生活者	799,273	通信販売 (92.2)
			女性	27,992	45.3		97,115	電話勧誘販売 (1.4)
3	商品一般	49,790	男性	15,903	56.5	60歳代～70歳代(特に70歳代) 無職	966,188	通信販売 (22.9)
			女性	31,424	64.2		207,603	電話勧誘販売 (14.8)
4	サラ金・フリーローン	35,901	男性	22,121	48.1	30歳代～60歳代 給与生活者、無職	2,190,213	店舗購入 (55.9)
			女性	12,832	50.3		354,100	通信販売 (10.2)
5	インターネット接続回線	34,272	男性	19,898	55.6	40歳代～70歳代 給与生活者、無職	14,772	電話勧誘販売 (60.0)
			女性	13,655	53.4		4,356	訪問販売 (14.5)
6	賃貸アパート・マンション	33,193	男性	16,619	42.1	20歳代～40歳代 給与生活者	256,717	店舗購入 (83.4)
			女性	15,443	42.3		102,398	通信販売 (0.6)
7	移动通信サービス	21,190	男性	11,659	47.2	20歳代～60歳代 給与生活者	81,028	店舗購入 (72.7)
			女性	8,969	45.9		14,711	通信販売 (11.5)
8	健康食品	17,955	男性	4,973	62.2	70歳代～80歳代、女性中心 無職	126,349	通信販売 (33.1)
			女性	12,599	65.0		91,433	電話勧誘販売 (29.7)
9	他の役務サービス	13,641	男性	5,003	55.4	60歳代～70歳代(特に70歳代) 無職、給与生活者、家事従事者	548,235	電話勧誘販売 (32.1)
			女性	7,593	61.7		213,646	通信販売 (27.9)
10	四輪自動車	13,564	男性	9,355	45.5	20歳代～60歳代、男性中心 給与生活者	1,491,333	店舗購入 (78.2)
			女性	3,749	45.5		744,483	通信販売 (8.8)
11	放送サービス	13,500	男性	6,676	51.0	20歳代～70歳代 給与生活者、無職	37,305	訪問販売 (56.2)
			女性	6,356	52.8		11,700	店舗購入 (8.7)
12	ファンド型投資商品	13,428	男性	3,429	64.7	60歳代～80歳代、女性中心 無職、家事従事者	7,770,832	電話勧誘販売 (60.1)
			女性	9,714	70.4		4,469,119	訪問販売 (8.0)
13	出会い系サイト	13,119	男性	6,308	41.5	20歳代～40歳代 給与生活者	693,778	通信販売 (97.9)
			女性	6,697	38.4		484,513	電話勧誘販売 (0.3)
14	新聞	11,888	男性	4,827	62.2	60歳代～80歳代(特に70歳代) 無職	40,664	訪問販売 (84.4)
			女性	6,628	65.3		4,903	店舗購入 (3.2)
15	修理サービス	11,614	男性	5,419	55.9	40歳代～70歳代 給与生活者、無職、家事従事者	218,368	店舗購入 (50.6)
			女性	5,744	60.9		85,213	訪問販売 (25.7)
16	化粧品	8,875	男性	1,216	46.4	20歳代～70歳代、女性中心 給与生活者、家事従事者、無職	121,919	通信販売 (42.4)
			女性	7,483	52.5		70,430	店舗購入 (18.0)
17	生命保険	8,162	男性	3,686	59.8	60歳代～70歳代(特に70歳代) 無職、給与生活者	4,776,903	訪問販売 (26.8)
			女性	4,291	62.5		3,768,813	店舗購入 (24.4)
18	医療サービス	7,969	男性	2,601	54.2	20歳代～70歳代 給与生活者、無職	560,308	店舗購入 (86.4)
			女性	5,183	48.7		250,159	電話勧誘販売 (1.3)
19	アクセサリ	7,497	男性	1,567	43.9	20歳代、60歳代～70歳代、女性中心 給与生活者、家事従事者、無職	2,521,221	店舗購入 (25.7)
			女性	5,787	58.8		345,379	通信販売 (25.5)
20	携帯電話	7,414	男性	4,145	46.2	30歳代～50歳代 給与生活者	109,023	店舗購入 (83.6)
			女性	3,094	45.1		46,863	通信販売 (8.7)
21	エステティックサービス	7,384	男性	270	34.1	20歳代、女性中心 給与生活者	318,088	店舗購入 (86.2)
			女性	7,048	31.2		139,205	訪問販売 (6.8)
22	靴・運動靴	7,068	男性	2,560	38.2	20歳代～40歳代 給与生活者	14,546	通信販売 (82.2)
			女性	4,413	40.4		9,092	店舗購入 (12.4)
23	その他金融関連サービス	6,484	男性	3,188	55.9	60歳代～70歳代(特に70歳代) 給与生活者、無職	877,131	店舗購入 (40.7)
			女性	3,157	58.8		548,949	通信販売 (12.6)
24	婦人洋服	6,349	男性	204	46.8	20歳代～60歳代、女性中心 給与生活者、家事従事者	69,624	通信販売 (54.4)
			女性	6,051	47.0		33,639	店舗購入 (33.9)
25	新築工事	6,196	男性	3,958	48.9	30歳代～40歳代、60歳代 給与生活者	33,397,233	店舗購入 (68.1)
			女性	1,897	50.5		9,935,687	訪問販売 (6.5)

(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。

表16-2 2014年度の上位商品・役務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				
				'10	'11	'12	'13	'14
1	アダルト情報サイト	111,420	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強引、⑥無料商法、⑦架空請求、⑧プライバシー、⑨電子広告、⑩未成年者契約	111,420	65,389			
2	デジタルコンテンツその他	57,894	①インターネット通販、②架空請求、③迷惑メール、④プライバシー、⑤強引、⑥高価格・料金、⑦解約、⑧不当請求、⑨虚偽説明、⑩クレジットカード	59,830	32,545			
3	商品一般	49,790	①架空請求、②電話勧誘、③信用性、④プライバシー、⑤身分詐称、⑥インターネット通販、⑦強引、⑧クレジットカード、⑨虚偽説明、⑩契約書・書面	49,790	23,022			
4	サラ金・フリーローン	35,901	①多重債務、②金利・利息、③信用性、④契約書・書面、⑤クレジットカード、⑥自己破産、⑦法律違反、⑧高価格・料金、⑨債権回収業者、⑩プライバシー	89,480	35,901			
5	インターネット接続回線	34,272	①電話勧誘、②解約、③説明不足、④解約料、⑤信用性、⑥虚偽説明、⑦契約書・書面、⑧強引、⑨家庭訪問、⑩連絡不能	34,272	12,664			
6	賃貸アパート・マンション	33,193	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説明不足、⑧クレーム処理、⑨他の接客対応、⑩不当請求	37,706	33,193			
7	移動通信サービス	21,190	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他の接客対応、⑧虚偽説明、⑨契約変更、⑩他の価格・料金	21,190	12,183			
8	健康食品	17,955	①解約、②電話勧誘、③高価格・料金、④強引、⑤インターネット通販、⑥クーリングオフ、⑦信用性、⑧無断契約、⑨代引配達、⑩返金	46,954	12,457			
9	他の役務サービス	13,641	①電話勧誘、②信用性、③プライバシー、④インターネット通販、⑤解約、⑥身分詐称、⑦二次被害、⑧虚偽説明、⑨高価格・料金、⑩電子広告	13,641	6,432			
10	四輪自動車	13,564	①解約、②契約書・書面、③説明不足、④クレーム処理、⑤新車、⑥解約料、⑦返金、⑧早期故障、⑨約束不履行、⑩高価格・料金	15,549	13,564			
11	放送サービス	13,500	①家庭訪問、②解約、③強引、④説明不足、⑤公共料金、⑥契約書・書面、⑦法令、⑧他の接客対応、⑨クレーム処理、⑩電話勧誘	13,500	11,538			
12	ファンド型投資商品	13,428	①電話勧誘、②利殖商法、③信用性、④虚偽説明、⑤強引、⑥返金、⑦身分詐称、⑧解約、⑨プライバシー、⑩カタログ・パンフレット	18,484	7,217			
13	出会い系サイト	13,119	①インターネット通販、②返金、③迷惑メール、④高価格・料金、⑤クレジットカード、⑥解約、⑦電子マネー、⑧虚偽説明、⑨プライバシー、⑩不当請求	28,564	13,119			
14	新聞	11,888	①家庭訪問、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解約料、⑩無断契約	12,640	11,766			
15	修理サービス	11,614	①修理代、②高価格・料金、③家庭訪問、④説明不足、⑤見積り、⑥クレーム処理、⑦信用性、⑧他の接客対応、⑨解約、⑩補償	12,890	11,291			
16	化粧品	8,875	①解約、②インターネット通販、③返金、④拡大損害、⑤皮膚障害、⑥連絡不能、⑦電話勧誘、⑧サイドビジネス商法、⑨信用性、⑩クーリングオフ	10,788	7,478			
17	生命保険	8,162	①説明不足、②解約、③契約書・書面、④家庭訪問、⑤返金、⑥他の接客対応、⑦信用性、⑧クレーム処理、⑨電話勧誘、⑩契約変更	10,211	8,162			
18	医療サービス	7,969	①美容医療、②施術不良、③説明不足、④高価格・料金、⑤他の接客対応、⑥返金、⑦解約、⑧他の傷病・症状、⑨契約書・書面、⑩補償	7,969	6,131			
19	アクセサリ	7,497	①解約、②電話勧誘、③高価格・料金、④返金、⑤強引、⑥家庭訪問、⑦クーリングオフ、⑧信用性、⑨インターネット通販、⑩契約書・書面	9,341	7,497			
20	携帯電話	7,414	①解約、②説明不足、③クレーム処理、④交換、⑤早期故障、⑥他の接客対応、⑦機能故障、⑧解約料、⑨高価格・料金、⑩故障頻発	8,609	6,817			
21	エステティックサービス	7,384	①解約、②返金、③クーリングオフ、④高価格・料金、⑤瘦身、⑥契約書・書面、⑦強引、⑧無料商法、⑨クレジットカード、⑩施術不良	8,444	7,284			
22	靴・運動靴	7,068	①インターネット通販、②連絡不能、③商品未着、④解約、⑤返金、⑥中華人民共和国、⑦電子広告、⑧クレジットカード、⑨所在不明、⑩偽物	7,715	2,175			
23	その他金融関連サービス	6,484	①クレジットカード、②解約、③説明不足、④信用性、⑤プライバシー、⑥契約書・書面、⑦連絡不能、⑧難解、⑨電話勧誘、⑩無断契約	8,407	6,484			
24	婦人洋服	6,349	①インターネット通販、②解約、③返金、④連絡不能、⑤クレーム処理、⑥交換、⑦商品未着、⑧サイズ、⑨電子広告、⑩他の接客対応	6,724	5,117			
25	新築工事	6,196	①解約、②クレーム処理、③約束不履行、④説明不足、⑤補償、⑥契約書・書面、⑦返金、⑧他の接客対応、⑨解約料、⑩高価格・料金	6,650	5,996			

表17-1 2014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	203,019	男性	114,640	45.4	30歳代～40歳代 給与生活者	370,306
			女性	85,354	40.2		58,640
2	ワンクリック請求	91,520	男性	63,100	44.5	40歳代、男性中心 給与生活者	127,169
			女性	27,586	35.4		7,755
3	電話勧誘販売	80,439	男性	29,454	60.6	60歳以上 無職、家事従事者	2,347,896
			女性	47,787	67.1		579,224
4	家庭訪販	57,175	男性	22,165	60.5	60歳以上 無職	1,541,089
			女性	33,571	65.5		557,131
5	無料商法	34,423	男性	19,191	49.4	20歳代～60歳代 給与生活者	232,689
			女性	14,695	46.4		59,236
6	かたり商法(身分詐称)	23,370	男性	6,485	61.4	70歳代 無職、家事従事者	2,845,439
			女性	15,854	67.6		454,173
7	劇場型勧誘	18,084	男性	3,247	72.6	70歳代 無職、家事従事者	9,885,574
			女性	14,590	72.6		1,639,274
8	利殖商法	15,719	男性	5,504	57.7	70歳代 無職、家事従事者	7,401,047
			女性	9,937	68.6		4,010,331
9	被害にあった人を勧誘(二次被害)	13,663	男性	7,111	53.0	30歳代～80歳代 給与生活者、無職	1,088,890
			女性	6,372	58.4		630,717
10	マルチ取引	11,828	男性	4,697	36.3	20歳代 給与生活者	825,275
			女性	6,872	51.2		744,118
11	販売目的隠匿	11,200	男性	3,657	52.0	20歳代、60歳以上 無職、給与生活者	1,019,088
			女性	7,170	58.7		277,197
12	サイドビジネス商法	10,388	男性	4,604	34.8	20歳代 給与生活者	852,927
			女性	5,568	43.2		530,110
13	次々販売	8,266	男性	2,299	61.2	70歳以上 無職	2,524,872
			女性	5,744	66.4		1,668,805
14	代引配達	6,482	男性	2,087	56.8	60歳以上 無職、給与生活者、家事従事者	114,710
			女性	4,289	62.8		20,491
15	訪問購入	6,203	男性	1,084	63.5	60歳以上 無職、家事従事者	290,867
			女性	4,963	67.7		117,947
16	点検商法	5,995	男性	2,327	68.6	70歳以上 無職	613,363
			女性	3,401	70.2		194,386
17	当選商法	4,898	男性	1,645	62.7	60歳以上 無職、家事従事者	1,792,035
			女性	3,176	62.3		369,372
18	紹介販売	4,814	男性	1,769	37.1	20歳代 給与生活者	987,073
			女性	2,929	49.6		823,848
19	景品付販売	4,786	男性	1,875	59.2	60歳以上 無職	289,321
			女性	2,829	61.9		74,909
20	インターネットオークション	4,509	男性	2,849	41.2	30歳代～40歳代 給与生活者	137,845
			女性	1,515	39.2		95,146
21	アポイントメントセールス	3,298	男性	1,723	34.9	20歳代、40歳代 給与生活者	902,179
			女性	1,552	39.1		337,370
22	還付金詐欺	3,191	男性	920	73.8	70歳代 無職	212,854
			女性	2,153	72.3		113,636
23	テレビショッピング	3,169	男性	973	67.4	60歳以上 無職	32,170
			女性	2,162	66.3		20,346
24	ネガティブ・オプション	2,849	男性	1,062	65.3	70歳以上 無職	43,559
			女性	1,399	66.2		6,392
25	カタログ通販	2,727	男性	942	66.9	60歳以上 無職、家事従事者	208,836
			女性	1,679	63.8		40,817

(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) 「劇場型勧誘」は2012年度相談受付分から付与されている。

(注5) 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 2014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)	過去5年間の件数の推移					
				'10	'11	'12	'13	'14	
1	インターネット通販	203,019	①アダルト情報サイト (47.1%)、②デジタルコンテンツその他 (19.2%)、③出会い系サイト (5.1%)、④靴・運動靴 (2.1%)、⑤かばん (1.7%)	203,019	117,474				
2	ワンクリック請求	91,520	①アダルト情報サイト (93.0%)、②デジタルコンテンツその他 (3.7%)、③興信所 (1.1%)、④他の役務サービス (0.6%)、⑤行政書士 (0.3%)	91,520	56,624				
3	電話勧誘販売	80,439	①インターネット接続回線 (22.2%)、②ファンド型投資商品 (9.5%)、③商品一般 (8.5%)、④健康食品 (5.9%)、⑤他の役務サービス (5.0%)	92,782	54,263				
4	家庭訪販	57,175	①新聞 (12.2%)、②放送サービス (8.2%)、③インターネット接続回線 (6.9%)、④ふとん類 (3.9%)、⑤修理サービス (3.5%)	57,849	51,508				
5	無料商法	34,423	①アダルト情報サイト (44.1%)、②デジタルコンテンツその他 (7.7%)、③インターネット接続回線 (4.3%)、④出会い系サイト (3.3%)、⑤移动通信サービス (3.2%)	34,423	29,180				
6	かたり商法 (身分詐称)	23,370	①商品一般 (18.6%)、②インターネット接続回線 (10.7%)、③他の役務サービス (9.0%)、④社会保険 (7.8%)、⑤ファンド型投資商品 (7.2%)	23,370	4,667				
7	劇場型勧誘	18,084	①ファンド型投資商品 (33.0%)、②公社債 (16.7%)、③商品一般 (10.7%)、④株 (9.9%)、⑤他の役務サービス (5.8%)	18,940	17,911				
8	利殖商法	15,719	①ファンド型投資商品 (40.2%)、②公社債 (13.3%)、③株 (10.0%)、④デリバティブ取引その他 (5.1%)、⑤分譲マンション (3.5%)	28,961	15,719				
9	被害にあった人を勧誘 (二次被害)	13,663	①アダルト情報サイト (18.6%)、②他の役務サービス (14.6%)、③興信所 (7.1%)、④複合サービス会員 (6.4%)、⑤ファンド型投資商品 (4.8%)	18,526	13,224				
10	マルチ取引	11,828	①健康食品 (20.9%)、②化粧品 (12.7%)、③浄水器 (9.7%)、④商品一般 (7.3%)、⑤ファンド型投資商品 (7.2%)	11,828	10,027				
11	販売目的隠匿	11,200	①商品一般 (11.3%)、②インターネット接続回線 (5.2%)、③ふとん類 (4.4%)、④アクセサリ (4.3%)、⑤他の役務サービス (3.5%)	11,323	9,635				
12	サイドビジネス商法	10,388	①健康食品 (13.7%)、②内職・副業その他 (11.3%)、③化粧品 (9.0%)、④出会い系サイト (5.9%)、⑤商品一般 (5.2%)	10,573	8,756				
13	次々販売	8,266	①ふとん類 (7.3%)、②健康食品 (7.2%)、③エステティックサービス (5.4%)、④アクセサリ (3.6%)、⑤出会い系サイト (2.9%)	10,749	8,266				
14	代引配達	6,482	①健康食品 (23.4%)、②鮮魚 (10.1%)、③化粧品 (6.5%)、④商品一般 (4.5%)、⑤ふとん類 (2.8%)	18,204	4,364				
15	訪問購入	6,203	①アクセサリ (21.3%)、②商品一般 (15.2%)、③被服品一般 (8.8%)、④和服 (8.0%)、⑤婦人洋服 (5.0%)	6,203	547				
16	点検商法	5,995	①屋根工事 (13.2%)、②修理サービス (10.5%)、③浄水器 (9.3%)、④建物清掃サービス (6.9%)、⑤ふとん類 (5.4%)	6,412	5,342				
17	当選商法	4,898	①宝くじ (27.3%)、②デジタルコンテンツその他 (12.9%)、③他の教養・娯楽サービス (9.5%)、④出会い系サイト (7.9%)、⑤商品一般 (7.2%)	11,745	4,898				
18	紹介販売	4,814	①健康食品 (15.5%)、②化粧品 (10.4%)、③ファンド型投資商品 (8.5%)、④浄水器 (6.6%)、⑤商品一般 (4.9%)	4,814	3,551				
19	景品付販売	4,786	①新聞 (76.3%)、②インターネット接続回線 (6.3%)、③移动通信サービス (3.4%)、④健康食品 (1.0%)、⑤化粧品 (0.7%)	4,786	4,254				
20	インターネットオークション	4,509	①四輪自動車 (6.5%)、②かばん (5.3%)、③商品一般 (4.8%)、④婦人洋服 (4.0%)、⑤他の身の回り品 (3.7%)	4,509	3,957				
21	アポイントメントセールス	3,298	①複合サービス会員 (35.4%)、②アクセサリ (12.6%)、③化粧品 (3.1%)、④パソコンソフト (2.7%)、⑤教養娯楽・資格教材 (2.4%)	3,298	2,529				
22	還付金詐欺	3,191	①社会保険 (63.2%)、②他の行政サービス (9.9%)、③他の保健・福祉サービス (6.6%)、④医療サービス (6.0%)、⑤商品一般 (3.6%)	3,191	117				
23	テレビショッピング	3,169	①健康食品 (14.6%)、②化粧品 (11.1%)、③電気掃除機類 (5.9%)、④商品一般 (4.3%)、⑤アクセサリ (4.0%)	3,502	2,258				
24	ネガティブ・オプション	2,849	①健康食品 (19.9%)、②商品一般 (11.8%)、③書籍・印刷物その他 (5.9%)、④本 (5.4%)、⑤雑誌 (5.0%)	7,597	2,135				
25	カタログ通販	2,727	①商品一般 (13.2%)、②健康食品 (8.4%)、③化粧品 (5.2%)、④婦人洋服 (3.9%)、⑤アクセサリ (3.6%)	2,868	2,216				

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^{*1}（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い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、2014年度にPIO-NETにより収集した「危害・危険情報」^{*2}と、医療機関ネットワークに参画している24医療機関から収集した情報をまとめた。

2014年度の傾向と特徴

- 全国の消費生活センターから収集した「危害・危険情報」は16,790件^{*2}で、対前年度比でみると18.5%減である。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7,853件で、対前年度比13.7%増で過去最多の件数となっている。
- 「危害情報」は11,594件であり、上位3商品・役務は「化粧品」「医療サービス」「エステティックサービス」である。「危険情報」は5,196件であり、上位3商品・役務は「四輪自動車」「調理食品」「菓子類」である。
- 「危害情報」の減少については、2011年度から1位の「化粧品」が約1,100件減少したことや、前年度2位の「調理食品」が約1,000件減少したことによる。「化粧品」については薬用化粧品の白斑トラブルに関するものが減少したこと、「調理食品」については冷凍食品への農薬（マラチオン）混入事案に関するものが減少したことが大きく影響している。
- 「危険情報」の減少については、前年度1位の「調理食品」が、冷凍食品への農薬（マラチオン）混入事案に関するものなどを含め、約2,100件減少したことが大きく影響している。
- 医療機関ネットワークには、2013年度に引き続き2014年度も24医療機関が参画し、収集した情報は約950件増加した。

*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、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ている。

*2 データは2015年5月末日までの登録分。なお、2007年度から、国民生活センターで受け付けた「経由相談」は除いている。

2 消費生活センターに寄せられた危害情報の概要

2014年度に消費生活センターから収集した危害情報は11,594件で、前年度（13,700件）と比べると2,106件減少（前年度比15.4%減）した（表18、図10 46頁）。

これは、自主回収している薬用化粧品の白斑トラブルに関するものなどが減少したことにより、前年度1位の「化粧品」が1,086件減少したことと、前年度2位の「調理食品」が冷凍食品への農薬（マラチオン）混入事案に関するものなどの減少により、1,013件減少したことが大きく影響している。その他、「洗濯用洗剤」が153件減少し、「医療サービス」が149件、「外食」が85件、それぞれ増加している（表24 59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)

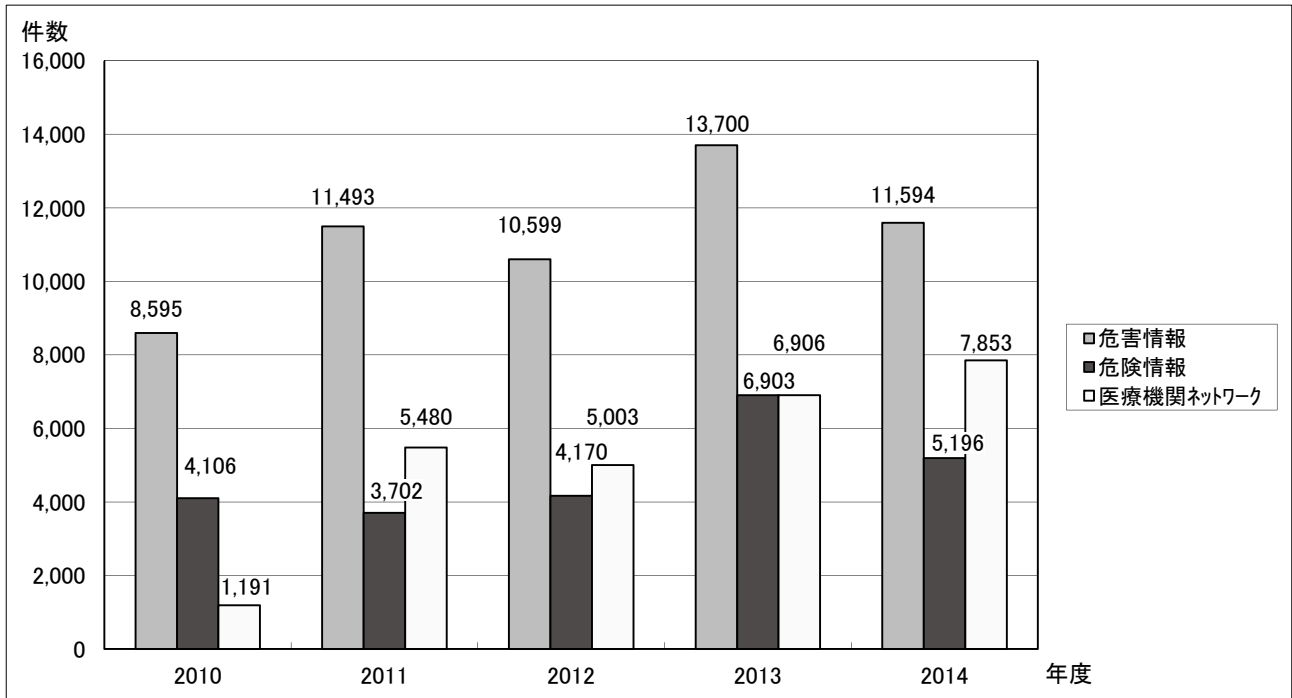
年度	消費生活センター				医療機関ネットワーク		計 (A+B)	対前年度比
	危害	危険	計 (A)	対前年度比	危害 (B)	対前年度比		
1975	292	345	637					
1976	528	708	1,236	194.0				
1977	907	834	1,741	140.9				
1978	1,009	1,223	2,232	128.2				
1979	979	1,200	2,179	97.6				
1980	929	1,318	2,247	103.1				
1981	948	1,850	2,798	124.5				
1982	1,292	1,516	2,808	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
計	177,941	94,425	272,366		26,433		106,491	

(注1) 2015年5月末日までの登録分。消費生活センター（A）は2007年度から国民生活センターで受け付けた「経由相談」を除いている。

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

(注3) 医療機関ネットワークには、2014年度は2013年度に引き続き24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) 2015年5月末日までの登録分。消費生活センターからの危害情報、危険情報は、国民生活センターで受け付けた「経由相談」を除いたもの。

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

(1) 危害情報の商品等分類別件数

危害情報を商品等分類別にみると、最も件数が多かったのは、「保健・福祉サービス」3,262件（28.1%）で、前年度（3位、3,073件）から189件増加した。内訳をみると「医療サービス」「エステティックサービス」「美容院」「歯科治療」などが多い（表19 47頁）。

2位は「保健衛生品」2,136件（18.4%）で、内訳をみると「化粧品」「医薬品類」「メガネ・コンタクトレンズ」「家庭用電気治療器具」などが多い。「化粧品」が1,086件減少したことが大きく影響し、前年度（1位、3,271件）から1,135件減少した。

3位は「食料品」2,122件（18.3%）で、内訳をみると「健康食品」「調理食品」「飲料」「菓子類」などが多い。「調理食品」が1,013件減少したことが大きく影響し、前年度（2位、3,138件）より1,016件減少した。

4位は「住居品」1,096件（9.5%）で、「家具類」「洗濯用洗剤」「ふとん類」などが多い。前年度（4位、1,306件）から、「洗濯用洗剤」の153件の減少を含め、210件減少した。

5位は「他のサービス」660件（5.7%）で「外食」などが多い。「外食」が85件増加したこともあり、前年度（5位、585件）から75件増加した。

6位は「被服品」380件（3.3%）で「靴・運動靴」などが多く、7位は「教養娯楽品」379件（3.3%）で「携帯電話」「健康器具」などが多い。8位は「教養・娯楽サービス」307件（2.6%）で「宿泊施設」「スポーツ・健康教室」などが含まれ、9位は「レンタル・リース・貸借」262件（2.3%）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」255件（2.2%）で「自転車」などが多い。

表19 危害情報の商品等分類別件数および主な商品・役務（消費生活センター）

商品等分類	件数	割合(%)	主な商品・役務
食料品	2,122	18.3	健康食品 (583)、調理食品 (394)、飲料 (238)、菓子類 (216)、他の野菜・海藻加工品 (105)
住居品	1,096	9.5	家具類 (214)、洗濯用洗剤 (164)、ふとん類 (103)、家庭用手工工具 (36)、食器 (33)
光熱水品	38	0.3	電気 (13)、石油 (12)、他の光熱水品 (7)、水道 (6)
被服品	380	3.3	靴・運動靴 (109)、ぞうり・サンダル類 (41)、婦人洋服 (36)、アクセサリ (35)、婦人下着 (35)
保健衛生品	2,136	18.4	化粧品 (1,227)、医薬品類 (175)、メガネ・コンタクトレンズ (135)、家庭用電気治療器具 (106)、他の保健衛生用品 (93)
教養娯楽品	379	3.3	携帯電話 (67)、健康器具 (52)、タバコ用品 (29)、園芸用品 (20)、玩具・遊具その他 (19)
車両・乗り物	255	2.2	自転車 (119)、四輪自動車 (82)、自動二輪車 (11)、自転車用品 (9)、運搬用具その他 (5)、他の自動車用具類 (5)
土地・建物・設備	253	2.2	電気温水器 (104)、戸建住宅 (30)、建具 (20)、分譲マンション (16)、空調・冷暖房・給湯設備全般 (15)
クリーニング	10	0.1	クリーニング (10)
レンタル・リース・貸借	262	2.3	賃貸アパート・マンション (212)、借家 (28)、レンタルサービスその他 (10)
工事・建築・加工	124	1.1	新築工事 (28)、内装工事 (27)、増改築工事 (21)、塗装工事 (15)、他の工事・建築サービス (7)
修理・補修	28	0.2	修理サービス (24)
運輸・通信サービス	88	0.8	バスサービス (22)、鉄道サービス (16)、移動通信サービス (15)、タクシーサービス (14)、宅配便サービス (6)
教養・娯楽サービス	307	2.6	宿泊施設 (80)、スポーツ・健康教室 (63)、スポーツ施設利用 (40)、遊園地・レジャーランド (19)、遊興施設利用 (18)
保健・福祉サービス	3,262	28.1	医療サービス (1,205)、エステティックサービス (622)、美容院 (346)、歯科治療 (331)、他の理美容サービス (144)
他のサービス	660	5.7	外食 (544)、食事・食材宅配 (21)、他の行政サービス (14)、結婚式関連サービス (10)、ハウスクリーニング (9)
その他	194	1.7	商品一般 (185)、他の商品 (9)
合計	11,594	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」は各商品等分類における上位5位の商品・役務。ただし、5件未満は除く。2015年5月末日までの登録分。国民生活センターで受け付けた「経由相談」を除いたもの。

(2) 危害情報の商品・役務別件数

危害情報を商品・役務別にみると、最も件数が多かったのは「化粧品」1,227件（10.6%）である（表24 59頁）。自主回収している薬用化粧品の白斑トラブルに関するものが減少したことが大きく影響し、前年度（1位、2,313件）から1,086件減少した。

2位は「医療サービス」1,205件（10.4%）である。顔のリフトアップなど「美容医療」が159件増加したこともあり、前年度（3位、1,056件）から149件増加した。

3位は「エステティックサービス」622件（5.4%）で、美顔エステが42件、脱毛エステが21件減少するなどしたため、前年度（4位、661件）から39件減少した。

4位は「健康食品」583件（5.0%）で、前年度（5位、655件）から72件減少した。

5位は「外食」544件（4.7%）で、前年度（6位、459件）であったが、異物混入に関するものが24件増加したことなどから、85件増加した。

6位は「調理食品」394件（3.4%）で、冷凍食品への農薬（マラチオン）混入事案に関するものが減少したことが大きく影響し、前年度（2位、1,407件）から1,013件減少した。7位は「美容院」346件（3.0%）、8位は「歯科治療」331件（2.9%）、9位は「飲料」238件（2.1%）、10位は「菓子類」216件（1.9%）の順である。

(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「その他の傷病及び諸症状」3,567件（30.8%）である（表20）。内容としては「医療サービス」「歯科治療」「健康食品」「エステティックサービス」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多い。前年度（2位、3,609件）から42件減少した（表26 60頁）。

2位は「皮膚障害」2,782件（24.0%）で、内容としては「化粧品」（1,060件）が最も多く、次いで「エステティックサービス」「医療サービス」などに関するものが多い。「化粧品」の1,062件の減少を含め、前年度（1位、4,030件）から1,248件減少した。

3位は「消化器障害」1,161件（10.0%）で、内容としては「健康食品」「外食」「調理食品」「飲料」などに関するものが多い。「調理食品」が大幅に減少したこともあり、前年度（3位、2,015件）から854件減少した。

4位は「擦過傷・挫傷・打撲傷」の825件（7.1%）である。内容としては「エステティックサービス」「自転車」「靴・運動靴」や店舗内の転倒などに関するものが多い。前年度（4位、858件）から33件減少した。

5位は「熱傷」731件（6.3%）で、内容としては「エステティックサービス」「医療サービス」「外食」「携帯電話」などに関するものが多い。前年度（5位、765件）から34件減少した。

6位は「刺傷・切傷」725件（6.3%）で、内容としては「調理食品」「外食」「家具類」などに関するものが多い。

7位は「骨折」407件（3.5%）で、内容としては「デイケアサービス」「医療サービス」「有料老人ホーム」「自転車」や店舗内の転倒などに関するものが多い。

8位は「呼吸器障害」327件（2.8%）で、内容としては「賃貸アパート・マンション」「柔軟仕上げ剤」などの「洗濯用洗剤」「医療サービス」「家具類」などに関するものが多い。

9位は「中毒」237件（2.0%）で、内容としては「外食」「他の野菜・海草加工品」「調理食品」などに関するものが多い。

10位は「神経・脊髄の損傷」218件（1.9%）で、内容としては整体やカイロプラクティックなどの「他の医療サービス」や、「骨つぎ整復」「医療サービス」「家具類」「四輪自動車」などに関するものが多い。

表20 危害内容別上位10位（消費生活センター）

年度 順位	2014年度		
	危害内容	件数	割合 (%)
1	その他の傷病及び諸症状	3,567	30.8
2	皮膚障害	2,782	24.0
3	消化器障害	1,161	10.0
4	擦過傷・挫傷・打撲傷	825	7.1
5	熱傷	731	6.3
6	刺傷・切傷	725	6.3
7	骨折	407	3.5
8	呼吸器障害	327	2.8
9	中毒	237	2.0
10	神経・脊髄の損傷	218	1.9
	総件数	11,594	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）2015年5月末日までの登録分。国民生活センターで受け付けた「経由相談」を除いたもの。

(4) 被害者の性別・年代

危害を受けた被害者の性別をみると、女性が8,179件（70.5%）、男性が3,155件（27.2%）で、「化粧品」などの件数の減少により、前年度と比べ女性の割合が減少している（表21）。

年代別では、前年度と同じく40歳代が1,949件（16.8%）で最も多く、次いで70歳以上1,883件（16.2%）、50歳代1,750件（15.1%）、60歳代1,718件（14.8%）、30歳代1,516件（13.1%）、20歳代986件（8.5%）、10歳未満371件（3.2%）、10歳代293件（2.5%）と続いた。すべての年代で件数は減少した。

表21 年代別・性別危害件数（消費生活センター）

年代	性別		男		女		不明		計	
	件数	割合 (%)	件数	割合 (%)	件数	割合 (%)	件数	割合 (%)	件数	割合 (%)
10歳未満	175	5.5	153	1.9	43	16.5	371	3.2		
10歳代	135	4.3	148	1.8	10	3.8	293	2.5		
20歳代	210	6.7	774	9.5	2	0.8	986	8.5		
30歳代	350	11.1	1,164	14.2	2	0.8	1,516	13.1		
40歳代	488	15.5	1,458	17.8	3	1.2	1,949	16.8		
50歳代	454	14.4	1,291	15.8	5	1.9	1,750	15.1		
60歳代	488	15.5	1,223	15.0	7	2.7	1,718	14.8		
70歳以上	527	16.7	1,350	16.5	6	2.3	1,883	16.2		
不明	328	10.4	618	7.6	182	70.0	1,128	9.7		
合計	3,155	27.2	8,179	70.5	260	2.2	11,594	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）2015年5月末日までの登録分。国民生活センターで受け付けた「経由相談」は除いたもの。

次に、被害者の年代別に危害の多い商品・役務をみると、10歳未満では、1位は「外食」45件で、前年度（2位、34件）から11件増加した（表27 61頁）。2位は「菓子類」30件、3位は「調理食品」18件である。2位の「菓子類」、9位の屋内遊戯施設などの「遊園地・レジャーランド」は、他の年代では10位以内でない商品・役務である。

10歳代では、1位は「自転車」25件で、前年度（2位、37件）から12件減少した。2位は「外食」23件、3位は「他の野菜・海草加工品」18件である。10位にカラーコンタクトレンズなどの「メガネ・コンタクトレンズ」が入っているが、他の年代では10位以内にみられない商品である。

20歳代では、1位は「エステティックサービス」170件で、前年度（1位、211件）から41件減少した。2位は「美容医療」などの「医療サービス」158件で、前年度（3位、113件）から45件増加した。3位は「外食」72件である。

30歳代では、1位は「美容医療」などの「医療サービス」183件で、前年度（2位、174件）から9件増加した。2位は「エステティックサービス」160件で、前年度（4位、160件）と同件数であった。3位は「化粧品」108件で、前年度（1位、186件）から78件減少した。

40歳代でも、1位は「美容医療」などの「医療サービス」211件で、前年度（3位、179件）から32件増加した。2位は「化粧品」197件で、前年度（1位、369件）から172件減少した。3位は「エステティックサービス」133件で、前年度（4位、156件）から23件減少した。

50歳代では、1位は「化粧品」243件で、前年度（1位、459件）から216件減少した。2位は「美容医療」などの「医療サービス」168件で、前年度（3位、140件）から28件増加した。3位は「エステティックサービス」84件で、前年度（7位、58件）から26件増加した。

60歳代では、1位は「化粧品」300件で、前年度（1位、583件）から283件減少した。2位は「美容医療」に関するものなどの「医療サービス」127件で、前年度（2位、148件）から21件減少した。3位は「健康食品」109件で、前年度（4位、127件）から18件減少した。

70歳以上では、1位は「健康食品」230件で、前年度（2位、237件）から7件減少した。2位は「化粧品」212件で、前年度（1位、475件）から263件減少した。3位は処方薬に関するものなどの「医療サービス」206件で、前年度（3位、189件）から17件増加した。6位「家庭用電気治療器具」と7位「デイケアサービス」は、他の年代では10位以内でない商品・役務である。

「調理食品」は、どの年代でも件数、順位が大きく減少し、「化粧品」は30歳代以上の年代で件数が大きく減少している。また、「家具類」は、前年度は10歳代未満以外で10位以内になかったものであるが、30歳代では10位、60歳代では9位となっている。

（5）上位3商品・役務における危害情報の概要

危害情報の上位3商品・役務である「化粧品」「医療サービス」「エステティックサービス」の危害内容等は次のとおりである（表24 59頁、表26 60頁）。

①化粧品（1,227件）

性別では、女性が1,105件（90.1%）と9割以上を占めている。年代別では、60歳代が300件（24.4%）で最も多く、次いで50歳代243件（19.8%）、70歳以上212件（17.3%）の順である。

「化粧品」の内訳をみると、「基礎化粧品（全般）」187件（15.2%）と「化粧水」140件（11.4%）、「化粧クリーム」133件（10.8%）、「乳液」100件（8.1%）で45.6%を占めている。危害内容は、「皮膚障害」が1,060件（86.4%）と全体の9割弱を占め、次いで「その他の傷病及び諸症状」119件（9.7%）、「感覚機能の低下」12件（1.0%）、「呼吸器障害」11件（0.9%）の順である。

<事例>

- ・通販で化粧水を2本買って昨夜使用した。今朝顔全体が腫れて熱を持ち、真っ赤になって目も開けられないほどだ（70歳以上・女性）。
- ・サンプルでもらったリキッドファンデーションで顔が腫れた。まだ病院には行っていないが、だんだんひどくなる。（40歳代・女性）。
- ・2週間前に薬用の美白マスクを使ったところ翌日から顔が赤く腫れ、皮膚科で治療中（50歳代・女性）。
- ・まつ毛の美容液をまつ毛の根元に塗布して就寝したら翌朝、上まぶたが腫れ、かゆみもあり目が充血した（60歳代・女性）。
- ・足裏の角質除去パックをしたら、両足が腫れ、水膨れで痛くて歩けない。医師からはやけどのような症状と診断された（10歳代・女性）。

②医療サービス（1,205件）

性別では、女性が936件（77.7%）、男性が247件（20.5%）となっている。年代別では、40歳代が211件（17.5%）で最も多く、次いで70歳以上206件（17.1%）、30歳代183件（15.2%）の順である。

「医療サービス」の内容をみると、「美容医療」が626件（52.0%）を占めている。危害内容は、「その他の傷病及び諸症状」653件（54.2%）が最も多く、次いで「皮膚障害」242件（20.1%）、「熱傷」70

件（5.8%）、「感覚機能の低下」58件（4.8%）の順である。

<事例>

- ・10年来通っている美容外科で糸による顔のリフトアップの施術を受けた。後遺症と思われる痛みが残っており納得できない（50歳代・女性）。
- ・先月美容外科で目の下のまぶたのたるみを治す手術を受けた後、痛み、腫れ、目の赤みが治まらず、たるみもまたすぐに戻り不満（50歳代・女性）。
- ・美容クリニックで脂肪吸引手術により真皮層をやけど。元には戻らないと言われ1カ月経過後も痛みが激しく不安だ（30歳代・女性）。
- ・美容外科でヒアルロン酸注射を注入。その後、腫れや内出血が引かず、しこりもできた（30歳代・女性）。

③エステティックサービス（622件）

性別では、女性が595件（95.7%）と大半を占めている。年代別では、20歳代が170件（27.3%）で最も多く、次いで、30歳代160件（25.7%）、40歳代133件（21.4%）の順である。

「エステティックサービス」の内訳をみると、「美顔エステ」が179件（28.8%）で最も多く、次いで痩身エステ143件（23.0%）、脱毛エステ142件（22.8%）となっている。

危害内容は、「皮膚障害」が255件（41.0%）と約4割を占め、次いで「その他傷病及び諸症状」127件（20.4%）、「熱傷」89件（14.3%）、「擦過傷・挫傷・打撲傷」76件（12.2%）の順である。

<事例>

- ・ハーブのトリートメントで角質を取り、肌をきれいにするエステを行うと、顔中にニキビができ4カ月も治らず（20歳代・女性）。
- ・エステで^{痩身}の施術を受けたら腕が2倍に腫れた。皮膚がタルタルになって^{あざ}になっている（20歳代・女性）。
- ・エステで全身脱毛の施術を受けた。施術した腹部両側についたシミが取れない（20歳代・女性）。
- ・機器を使用したエステの施術を受けて腹部・リンパの腫れ、手足のしびれ、全身の^{けんたい}倦怠感、尾てい骨の痛み等が出た（70歳以上・女性）。
- ・まつ毛エクステを受けた後、目が痛くなり眼科でエクステが原因で角膜びらんになっていると言われた（30歳代・女性）。

3 消費生活センターに寄せられた危険情報の概要

2014年度に消費生活センターに寄せられた危険情報は5,196件で、前年度（6,903件）と比べると1,707件もの減少（前年度比24.7%減）である（表18 45頁、図10 46頁）。

これは、昨年度急増した冷凍食品への農薬（マラチオン）混入事案に関するものなどの減少により、前年度1位の「調理食品」が2,144件減少したことが大きく影響している。

（1）危険情報の商品等分類別件数

危険情報を商品等分類別にみると、最も多かったのは「住居品」1,641件（31.6%）で、内訳は「電子レンジ類」などが多い（表22 53頁）。「家具類」の15件の増加、「電子レンジ類」の12件の増加、「電気掃除機類」の10件の増加を含め、前年度（2位、1,551件）から90件増加した。

2位は「車両・乗り物」1,024件（19.7%）であり、「四輪自動車」「自転車」などが多い。「四輪自動車」の124件の増加、「自転車」の23件の増加、「自動二輪車」の20件の増加を含めて、前年度（3位、875件）から149件増加した。

3位は「食料品」889件（17.1%）で、「調理食品」「菓子類」などが多い。「調理食品」が2,144件減少したことが大きく影響し、前年度（1位、2,924件）から2,035件減少した。

4位は「教養娯楽品」513件（9.9%）で、「携帯電話」などが多い。前年度（4位、481件）から32件増加した。

5位は「土地・建物・設備」208件（4.0%）で、「屋外装備品その他」が18件減少するなどし、前年度（5位、213件）から5件減少した。

6位は「保健衛生品」165件（3.2%）で、「ヘアケア用具」などが多い。「他の保健衛生用品」の11件の減少を含め、前年度（5位、213件）から48件減少した。

7位は「修理・補修」126件（2.4%）で、四輪自動車の「修理サービス」などが多く、8位は「他のサービス」119件（2.3%）で「外食」「食事・食材宅配」などが多く、9位は「光熱水品」114件（2.2%）で「電池」を含む「他の光熱水品」などが多く、10位が「レンタル・リース・貸借」93件（1.8%）で「賃貸アパート・マンション」などが多くなっている。

（2）危険情報の商品・役務別件数

危険情報を商品・役務別にみると、最も多かったのは、「四輪自動車」687件（13.2%）である（表25 59頁）。前年度（2位、563件）から124件増加した。

2位は「調理食品」275件（5.3%）である。冷凍食品への農薬（マラチオン）混入事案に関するものの大幅な減少などにより、前年度（1位、2,419件）から2,144件減少した。

3位は「菓子類」152件（2.9%）で、順位も件数も前年度（3位、155件）と変わらない。

4位は「自転車」134件（2.6%）で、前年度（5位、111件）から23件増加した。

5位は「電子レンジ類」119件（2.3%）で、前年度（6位、107件）から12件増加した。

6位は「家具類」114件（2.2%）、7位は「携帯電話」101件（1.9%）、8位は「修理サービス」98件（1.9%）、9位は「自動二輪車」88件（1.7%）、10位は「外食」84件（1.6%）の順である。

表22 危険情報の商品等分類別件数および主な商品・役務（消費生活センター）

商品等分類	件数	割合(%)	主な商品・役務
食料品	889	17.1	調理食品 (275)、菓子類 (152)、飲料 (61)、パン類 (59)、調味料 (42)
住居品	1,641	31.6	電子レンジ類 (119)、家具類 (114)、電気掃除機類 (77)、室内照明器具 (74)、他の住居用電気器具 (61)
光熱水品	114	2.2	他の光熱水品 (54)、石油 (29)、電気 (13)、プロパンガス (9)、都市ガス (7)
被服品	76	1.5	婦人洋服 (15)、靴・運動靴 (13)、他の身の回り品 (9)、子守用被服品 (6)、かばん (6)
保健衛生品	165	3.2	ヘアケア用具 (43)、他の保健衛生用品 (25)、化粧品 (21)、家庭用電気治療器具 (16)、メガネ・コンタクトレンズ (12)
教養娯楽品	513	9.9	携帯電話 (101)、電話関連機器・用品 (58)、パソコン (51)、パソコン周辺機器・用品 (45)、タバコ用品 (42)
車両・乗り物	1,024	19.7	四輪自動車 (687)、自転車 (134)、自動二輪車 (88)、自動車部品 (18)、自動車用タイヤ (15)、他の自動車用品類 (15)
土地・建物・設備	208	4.0	戸建住宅 (26)、温水ボイラー (24)、電気設備 (19)、他の浴室関連設備 (19)、電気温水器 (13)、トイレ設備 (13)
クリーニング	0	0.0	
レンタル・リース・貸借	93	1.8	賃貸アパート・マンション (59)、レンタカー (11)、借家 (5)
工事・建築・加工	77	1.5	増改築工事 (18)、新築工事 (18)、他の工事・建築サービス (12)、電気工事 (7)、衛生設備工事 (6)
修理・補修	126	2.4	修理サービス (98)、車検サービス (27)
運輸・通信サービス	33	0.6	バスサービス (5)、タクシーサービス (5)、鉄道サービス (5)
教養・娯楽サービス	18	0.3	スポーツ・健康教室 (6)
保健・福祉サービス	81	1.6	医療サービス (58)、歯科治療 (11)
他のサービス	119	2.3	外食 (84)、食事・食材宅配 (10)、他の役務サービス (7)、他の行政サービス (5)
その他	19	0.4	商品一般 (10)、他の商品 (9)
合計	5,196	100	

(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」は各商品等分類における上位5位の商品・役務。ただし、5件未満は除く。2015年5月末日までの登録分。国民生活センターで受け付けた「経由相談」を除いたもの。

(3) 危険内容

危険内容で、最も多かったのは「異物の混入」841件 (16.2%) である (表23 54頁)。内容としては「調理食品」「菓子類」「外食」「パン類」などに関するものが多い。「調理食品」が2,161件減少したこともあり、前年度 (1位、2,845件) から2,004件減少した (表28 62頁)。

2位は「機能故障」667件 (12.8%) である。内容としては「四輪自動車」「自動二輪車」などに関するものが多い。「四輪自動車」の73件の増加を含め、前年度 (4位、573件) から94件増加した。

3位は「過熱・こげる」589件 (11.3%) で、内容としては「携帯電話」「電話関連機器・用品」「テーブルタップ」などの「他の住居用電気器具」などに関するものが多い。前年度 (2位、581件) から8件増加した。

4位は「発煙・火花」569件 (11.0%) で、内容としては「電子レンジ類」「四輪自動車」「電気掃除機類」などに関するものが多い。「室内照明器具」の6件の減少、「携帯電話」の5件の減少を含め、前年度 (3位、580件) から11件減少した。

5位は「破損・折損」538件 (10.4%) で、内容としては「自転車」「家具類」「四輪自動車」などに関するものが多い。前年度 (5位、482件) から56件増加した。

6位は「その他」511件 (9.8%) で、内容としては「医療サービス」などに関するものが多い。

7位は「発火・引火」347件 (6.7%) で、内容としては「電子レンジ類」「電気ストーブ」「携帯電話」「ヘアケア用具」などに関するものが多い。

8位は「破裂」183件（3.5%）で、内容としては「消火器」などに関するものが多い。

9位は「部品脱落」172件（3.3%）で、内容としては「四輪自動車」「自転車」「家具類」などに関するものが多い。

10位は「燃料・液漏れ等」169件（3.3%）で、内容としては「四輪自動車」や「電池」などの「他の光熱水品」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）

年度 順位	2014年度		
	危険内容	件数	割合（%）
1	異物の混入	841	16.2
2	機能故障	667	12.8
3	過熱・こげる	589	11.3
4	発煙・火花	569	11.0
5	破損・折損	538	10.4
6	その他	511	9.8
7	発火・引火	347	6.7
8	破裂	183	3.5
9	部品脱落	172	3.3
10	燃料・液漏れ等	169	3.3
	総件数	5,196	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）2015年5月末日までの登録分。国民生活センターで受け付けた「経由相談」を除いたもの。

（4）上位3商品・役務における危険情報の概要

危険情報の上位3商品・役務である「四輪自動車」「調理食品」「菓子類」の危険内容等は次のとおりである（表25 59頁、表28 62頁）。

①四輪自動車（687件）

「四輪自動車」の内訳をみると、「普通・小型自動車」482件（70.2%）が最も多く、次いで「軽自動車」174件（25.3%）である。危険内容は、「機能故障」437件（63.6%）が最も多く、次いで「破損・折損」50件（7.3%）、「発煙・火花」44件（6.4%）の順である。

<事例>

- ・妻が自動車の自損事故を起こし、車体前面が大破したのにエアバッグが作動しなかった。
- ・新車で自動車道を走行中、渋滞に巻き込まれ前の車に追突。自動ブレーキシステムが作動しなかったことが原因と思う。
- ・普通自動車を運転中、急ブレーキをかけたところ、運転席と本体の溶接部が断裂し座席が前へ移動した。
- ・2カ月前に新車を購入。今月初めエンジンがかからない不具合が発生し、ディーラーに見てもらったところ「コンピュータ制御部分の問題でプラグ1本が黒く焼け焦げている」と言われた。
- ・走行中にABSランプが点灯し、すぐにブレーキが利かなくなり、ハンドブレーキで何とか止まった。

②調理食品（275件）

「調理食品」の内訳をみると、「弁当」63件（22.9%）が最も多く、次いでチキンナゲット、惣菜などの「他の調理食品」62件（22.5%）、「冷凍調理食品」50件（18.2%）、「調理パン」29件（10.5%）、「フライ類」21件（7.6%）の順である。危険内容は、「異物の混入」の228件（82.9%）が最も多かった。

<事例>

- ・調理済み焼き魚を購入したが、中に釣り針が入っていた。
- ・弁当屋で購入した弁当の中に3センチ角のビニール破片が混入していた。
- ・対面販売のパン屋でピザパンを購入した。食べたら、1センチ程のプラスチック片が混入していた。
- ・母がスーパーで購入したかき揚げの中に、欠けたワッシャーの金属片が入っていた。
- ・チーズバーガーを店舗で購入して自宅へ持ち帰り子どもが食べた。味がおかしいと言うので半分に切ってみるとパテが半生だった。

③菓子類（152件）

「菓子類」の内訳をみると、「他の和生菓子」17件（11.2%）が最も多く、次いで「他の菓子類」が15件（9.9%）「まんじゅう」「チョコレート」が14件（9.2%）の順である。危険内容では、「異物の混入」113件（74.3%）が最も多かった。

<事例>

- ・朝市で、こしあんをやわらかい餅で包んだ地域独自の大福を買った。夜、娘が食べたら、小石が入っていた。
- ・コンビニでグミを買い、食べたら中からねじが出てきた。
- ・箱に入ったアイスクリームを食べたら、中から白い長方形のプラスチック破片が出てきた。
- ・小学生の息子がチョコレートを食べたところ、針金が入っていた。
- ・パン屋でアップルパイを買った。自宅で食べようとしたところ中身がかびていた。

4 消費生活センターに寄せられた危害・危険事例

(1) 死亡事故事例

①介護サービス

老人ホームで、流動食の指示がある利用者のにり巻きを提供したため、のどに詰まらせ亡くなった（70歳以上・女性）。

②介護サービス

看護助手が車椅子介助中に誤って車椅子から手を離し、介護施設入所者が階段から車椅子ごと転落し死亡（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電位治療器

無料体験で電位治療器を体験し、肩に炎症を起し腫れと運動障害が出た。腫れと痛みで通常のように睡眠をとることができないため治療中（70歳以上・女性）。

②化粧品

薬用化粧品の化粧水と乳液を使って痒みと白斑かゆが出た（50歳代・女性）。

③EMS機器

男性向けのエステサロンで痩身目的のEMSを1時間施術してもらったら、腰の筋肉が断裂し、歩行できなくなった（50歳代・男性）。

④ベッド

息子がシステムベッドから降りる際に、足が側面の板とベッド床網の隙間に入り大腿骨だいたいこつを骨折した（10歳未満・男児）。

(3) 知っている人が少ないと思われる事故例

①舌ブラシ

舌苔ぜったいを取るため舌ブラシを舌の奥の方に載せたら、急にブラシが舌から外れなくなった。40分後に外れたが危険だと思う（70歳以上・女性）。

②歯磨き粉

顆粒入り歯磨き粉を使った患者の歯と歯茎の間に顆粒が入り込み、歯肉炎になった（50歳代・女性）。

③防水スプレー

靴に防水スプレーを噴霧したところ、それが原因で化学性肺炎となり全治4週間と診断された（50歳代・男性）。

④スマートフォンの液晶画面保護用ガラスシート

スマホの液晶画面の保護用ガラスシートが割れて破片が指に入ってしまう取り除くことができない（30歳代・女性）。

⑤パウチタイプのアルコール飲料

酒店で娘がパウチタイプジュースを選んだら酒だった。気づかず飲んでしまい顔が赤くなり気持ちが悪くなり寝てしまった（10歳未満・女兒）。

(4) 目新しい商品・役務による事故例

①パック型液体洗剤

2歳児が握ったジェルボール型液体洗剤が破裂し目に入った。通院1週間で外見は完治したが、後遺症が不安（10歳未満・男児）。

②蒸気を使うエステサービス

韓国式よもぎ蒸しの店で施術を受けている最中に気を失って倒れ、左足にやけどを負った（30歳代・女性）。

③マタニティアート

知人からもらったチケットでマタニティアートを受けた。4カ月经つが色素が沈着し、未だに跡が消えない（20歳代・女性）。

④痩身エステ

脂肪冷凍痩身エステの施術後腹痛、手にしびれが残った。広告と施術の温度が異なる危険な施術を行っている（50歳代・女性）。

⑤ロボット掃除機

ロボット掃除機が階段の上から落ちて私の腕や手の小指などに当たった（70歳以上・女性）。

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

医療機関ネットワークから収集した情報（基本情報）は、2014年度は24医療機関から7,853件であり、前年度の6,906件と比べると947件増加（前年度比13.7%増）した（表18 45頁、図10 46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305件であった。

さらに、以下の6件については現地調査等を実施している。

- ・子守帯からの転落事故（国民生活センター、現地調査）
- ・補聴器のボタン電池誤飲事故（国民生活センター、電話による聞き取り調査）

- ・電車のおもちゃの磁石誤飲事故（国民生活センター、電話による聞き取り調査）
- ・首浮き輪使用中の溺水事故（国民生活センター、電話による聞き取り調査）
- ・ボタン電池の誤飲事故（国民生活センター、電話による聞き取り調査）
- ・泡ソープによるアレルギー事故（国民生活センター、電話による聞き取り調査）

（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13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 63頁）。

- ・「子どもを自転車事故から守るために－ブレーキ点検とヘルメット着用の重要性について－」2014年4月25日消費者庁公表
- ・「カラーコンタクトレンズの安全性－カラコンの使用で目に障害も－」2014年5月22日国民生活センター公表
- ・「乳幼児（特に1歳以下）のボタン電池の誤飲に注意！－重症化することを知らない保護者が6割も！！－」2014年6月18日消費者庁・国民生活センター連名公表
- ・「ペダルなし二輪遊具による坂道の事故に注意－衝突や転倒により幼児がけがを負う事故が発生－」2014年7月3日国民生活センター公表
- ・「スプレー缶製品の事故に注意－コールドスプレー使用時とスプレー缶の穴開け時の事故も発生－」2014年7月24日国民生活センター公表
- ・「気を付けて、浴槽での首掛け式浮き輪の事故！！－赤ちゃんは御機嫌でも一瞬も目を離してはいけません－」2014年10月9日消費者庁・国民生活センター連名公表
- ・「キックスクーター走行中の子どもの事故に注意！－頭を強く打つと命に関わる大けがを負うことも－」2014年10月17日消費者庁公表
- ・「ボタン電池を使用した商品に注意－乳幼児の誤飲により、化学やけどのおそれも－」2014年10月30日国民生活センター公表
- ・「食品加熱時の突沸に注意」2014年12月4日国民生活センター公表
- ・「子どもによる医薬品の誤飲事故に注意！」2014年12月19日消費者庁公表
- ・「脚立・はしごからの転落に注意！～庭木の^{せんてい}剪定、屋根修理で、死亡事故の危険も～」2014年12月22日消費者庁公表
- ・「歩行型ロータリ除雪機の使い方に注意（再注意喚起）－今冬も死亡事故が発生！使い方の再確認を－」2015年1月26日国民生活センター公表
- ・「洗濯用パック型液体洗剤に気を付けて！－特に3歳以下の乳幼児に事故が集中しています－」2015年3月18日消費者庁・国民生活センター連名公表

表24 危害情報の上位10商品・役務の推移（消費生活センター）

順位	2010年度 8,595件			2011年度 11,493件			2012年度 10,599件		
	商品・役務	件数	割合 (%)	商品・役務	件数	割合 (%)	商品・役務	件数	割合 (%)
1	医療サービス	712	8.3	化粧品	3,447	30.0	化粧品	1,405	13.3
2	化粧品	649	7.6	医療サービス	728	6.3	医療サービス	850	8.0
3	エステティックサービス	593	6.9	エステティックサービス	616	5.4	エステティックサービス	590	5.6
4	健康食品	423	4.9	健康食品	533	4.6	健康食品	532	5.0
5	外食	335	3.9	外食	438	3.8	外食	466	4.4
6	美容院	250	2.9	歯科治療	296	2.6	歯科治療	380	3.6
7	調理食品	246	2.9	美容院	273	2.4	美容院	335	3.2
8	歯科治療	241	2.8	調理食品	252	2.2	調理食品	314	3.0
9	家具類	240	2.8	家具類	218	1.9	家具類	218	2.1
10	菓子類	173	2.0	飲料	199	1.7	飲料	216	2.0

順位	2013年度 13,700件			2014年度 11,594件		
	商品・役務	件数	割合 (%)	商品・役務	件数	割合 (%)
1	化粧品	2,313	16.9	化粧品	1,227	10.6
2	調理食品	1,407	10.3	医療サービス	1,205	10.4
3	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	エステティックサービス	661	4.8	健康食品	583	5.0
5	健康食品	655	4.8	外食	544	4.7
6	外食	459	3.4	調理食品	394	3.4
7	洗濯用洗剤	317	2.3	美容院	346	3.0
8	歯科治療	301	2.2	歯科治療	331	2.9
9	美容院	300	2.2	飲料	238	2.1
10	飲料	259	1.9	菓子類	216	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) 2015年5月末日までの登録分。国民生活センターで受け付けた「経由相談」を除いたもの。

表25 危険情報の上位10商品・役務の推移（消費生活センター）

順位	2010年度 4,106件			2011年度 3,702件			2012年度 4,170件		
	商品・役務	件数	割合 (%)	商品・役務	件数	割合 (%)	商品・役務	件数	割合 (%)
1	四輪自動車	639	15.6	四輪自動車	490	13.2	四輪自動車	655	15.7
2	電子レンジ類	115	2.8	化粧品	128	3.5	調理食品	120	2.9
3	テレビ	113	2.8	電子レンジ類	89	2.4	携帯電話	108	2.6
4	自転車	111	2.7	自動二輪車	82	2.2	家具類	96	2.3
5	家具類	103	2.5	菓子類	81	2.2	自動二輪車	93	2.2
6	自動二輪車	83	2.0	家具類	79	2.1	自転車	93	2.2
7	消火器	83	2.0	自転車	74	2.0	修理サービス	89	2.1
8	石油ファン・クリーンヒーター	82	2.0	電気掃除機類	64	1.7	電子レンジ類	87	2.1
9	菓子類	74	1.8	調理食品	63	1.7	電球類	85	2.0
10	他の住居用電気器具	73	1.8	テレビ	60	1.6	菓子類	73	1.8

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

(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) 2015年5月末日までの登録分。国民生活センターで受け付けた「経由相談」を除いたもの。

表26 危害情報の上位商品・役務の危害内容（消費生活センター）

危害内容 商品・役務	危害内容																			2014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	407	69	9	825	725	33	17	218	83	20	190	731	14	2,782	20	237	327	1,161	3,567	159	11,594	100.0
化粧品	0	0	0	4	10	0	0	1	0	0	12	5	0	1,060	0	1	11	4	119	0	1,227	10.6
医療サービス	29	0	0	14	10	6	12	18	5	0	58	70	3	242	0	1	16	24	653	44	1,205	10.4
エステティックサービス	16	2	0	76	10	0	0	11	16	0	6	89	3	255	2	0	1	6	127	2	622	5.4
健康食品	1	0	0	2	0	1	0	1	0	1	6	1	0	166	0	0	10	226	161	7	583	5.0
外食	14	6	0	29	46	1	1	8	1	0	2	61	0	22	0	85	9	167	89	3	544	4.7
調理食品	0	0	0	3	58	0	0	0	0	2	6	18	0	22	0	23	2	165	95	0	394	3.4
美容院	4	0	0	11	12	0	0	2	0	0	6	38	0	177	0	0	1	1	94	0	346	3.0
歯科治療	0	2	0	5	21	0	0	5	0	0	4	9	0	9	0	0	1	1	273	1	331	2.9
飲料	0	0	0	4	12	0	0	0	0	0	3	9	0	25	0	2	7	118	57	1	238	2.1
菓子類	0	0	0	4	26	0	0	0	0	4	4	1	3	24	0	4	6	65	75	0	216	1.9
家具類	8	3	0	47	33	2	0	14	1	0	2	0	0	21	0	0	12	0	69	2	214	1.8
賃貸アパート・マンション	5	0	0	14	6	0	0	0	0	0	1	2	0	32	0	0	40	2	94	16	212	1.8
商品一般	32	10	0	81	17	2	0	8	4	0	1	1	0	2	0	0	2	1	18	6	185	1.6
医薬品類	0	0	0	2	3	0	0	0	0	0	3	1	0	73	0	1	7	30	54	1	175	1.5
洗濯用洗剤	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	2	0	0	18	0	0	23	4	112	4	164	1.4
他の理美容サービス	0	0	0	4	11	0	0	0	0	0	1	4	0	37	0	0	0	0	87	0	144	1.2
メガネ・コンタクトレンズ	0	1	0	7	13	0	0	0	0	0	7	1	0	17	0	0	1	0	88	0	135	1.2
他の医療サービス	6	4	0	11	0	0	0	26	8	0	1	3	0	4	0	1	0	0	57	0	121	1.0
自転車	17	4	2	65	13	1	0	3	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	11	2	119	1.0
靴・運動靴	9	3	0	55	9	1	0	1	0	0	0	0	0	14	0	0	1	0	15	1	109	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) 2015年5月末日までの登録分。国民生活センターで受け付けた「経由相談」を除いたもの。

表27 危害情報の年代別上位商品・役務（消費生活センター）

年代	順位	1位	2位	3位	4位	5位
10歳未満		外食 45	菓子類 30	調理食品 18	商品一般 17	家具類 15
10歳代		自転車 25	外食 23	他の野菜・海草加工品 18	医療サービス 15	家具類 14
20歳代		エステティックサービス 170	医療サービス 158	外食 72	化粧品 58	美容院 54
30歳代		医療サービス 183	エステティックサービス 160	化粧品 108	外食 99	美容院 74
40歳代		医療サービス 211	化粧品 197	エステティックサービス 133	外食 103	美容院 78
50歳代		化粧品 243	医療サービス 168	エステティックサービス 84	健康食品 81	外食 71
60歳代		化粧品 300	医療サービス 127	健康食品 109	歯科治療 63	調理食品 58
70歳以上		健康食品 230	化粧品 212	医療サービス 206	医薬品類 57	歯科治療 56
不明		医療サービス 128	化粧品 93	外食 58	調理食品 53	健康食品 37

年代	順位	6位	7位	8位	9位	10位	累計 (%)
10歳未満		飲料 12	医療サービス 9	賃貸アパート・マンション 9	遊園地・レジャーランド 8	自転車 8	46.1
10歳代		歯科治療 12	調理食品 11	化粧品 11	飲料 10	メガネ・コンタクトレンズ 10	50.9
20歳代		他の理美容サービス 40	他の野菜・海草加工品 37	賃貸アパート・マンション 31	調理食品 26	健康食品 24	68.0
30歳代		調理食品 55	他の理美容サービス 44	健康食品 43	賃貸アパート・マンション 42	家具類 34	55.5
40歳代		調理食品 72	歯科治療 54	健康食品 54	賃貸アパート・マンション 47	洗濯用洗剤 40	50.7
50歳代		歯科治療 70	美容院 59	調理食品 53	商品一般 42	飲料 37	51.9
60歳代		外食 50	飲料 35	医薬品類 33	家具類 31	商品一般 31	48.7
70歳以上		家庭用電気治療器具 51	デイケアサービス 49	調理食品 48	飲料 43	商品一般 39	52.6
不明		エステティックサービス 31	飲料 26	家具類 26	賃貸アパート・マンション 26	商品一般 23	44.4
						累計	11,594 52.3

(注) 2015年5月末日までの登録分。国民生活センターで受け付けた「経由相談」を除いたもの。

表28 危険情報の上位商品・役務の危険内容（消費生活センター）

危険内容 商品・役務	危険内容																				2014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	59	347	569	589	5	42	77	34	169	41	183	538	172	667	95	13	126	95	841	16	511	7	5,196	100.0
四輪自動車	16	8	44	19	0	0	1	0	31	0	5	50	26	437	0	0	12	0	1	1	35	1	687	13.2
調理食品	0	7	4	1	0	0	0	0	0	0	2	1	0	0	0	0	0	17	228	0	15	0	275	5.3
菓子類	0	5	2	0	0	0	0	0	0	1	0	2	0	0	0	0	0	19	113	3	7	0	152	2.9
自転車	0	1	0	1	0	0	0	0	2	0	0	56	23	21	8	0	11	0	0	0	11	0	134	2.6
電子レンジ類	0	35	49	10	0	0	0	1	1	0	5	9	0	6	0	0	0	0	0	0	3	0	119	2.3
家具類	0	1	3	1	0	0	0	0	0	2	7	53	20	1	16	0	7	0	2	0	1	0	114	2.2
携帯電話	1	12	16	64	0	0	0	0	0	0	5	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	101	1.9
修理サービス	0	4	7	8	0	1	1	0	6	0	0	9	13	36	0	0	0	0	1	0	11	1	98	1.9
自動二輪車	1	0	2	3	0	0	0	0	11	0	0	6	9	53	1	0	0	0	0	0	2	0	88	1.7
外食	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	5	1	0	1	0	1	2	63	1	7	0	84	1.6
電気掃除機類	0	8	31	20	0	0	0	1	4	0	3	5	0	1	1	0	2	0	0	0	1	0	77	1.5
室内照明器具	0	6	21	17	0	0	0	0	3	0	3	3	1	0	6	0	0	0	0	0	14	0	74	1.4
他の住居用電気器具	3	9	17	28	0	1	1	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	61	1.2
飲料	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	5	8	0	0	0	1	2	12	24	0	6	1	61	1.2
鍋類	0	2	0	2	0	0	0	0	7	0	12	25	5	0	2	2	2	0	0	0	1	0	60	1.2
賃貸アパート・マンション	1	2	3	2	1	5	2	1	4	2	0	17	3	4	4	0	0	0	0	0	8	0	59	1.1
パン類	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	56	0	1	0	59	1.1
電話関連機器・用品	0	6	14	33	0	0	0	0	0	0	1	3	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	58	1.1
医療サービス	0	0	0	0	0	0	0	0	0	8	0	1	0	0	0	0	0	0	6	1	42	0	58	1.1
消火器	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	36	0	0	0	0	0	0	0	0	0	18	0	54	1.0
他の光熱水品	0	2	3	10	0	0	1	0	26	0	11	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	54	1.0

(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) 2015年5月末日までの登録分。国民生活センターで受け付けた「経由相談」を除いたもの。

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)
子どもを自転車事故から守るためにブレーキ点検とヘルメット着用の重要性について	2014年4月25日 消費者庁				187号※ 2014年5月15日 188号※ 2014年5月22日
ペットボトルのキャップ等の誤飲に注意！！					186号 2014年5月8日
カラーコンタクトレンズの安全性-カラコンの使用で目に障害も-	2014年5月22日 国民生活センター	No.320※ 2014年7月発行		76号※ 2014年6月2日	
乳幼児（特に1歳以下）のボタン電池の誤飲に注意！-重症化することを知らない保護者が6割も！！-	2014年6月18日 消費者庁・国民生活センター				
家の中の転倒事故に注意しましょう			192号 2014年6月20日		
柔らかな光でも、照明器具は熱いことが！					193号 2014年6月26日
ペダルなし二輪遊具による坂道の事故に注意-衝突や転倒により幼児がけがを負う事故が発生-	2014年7月3日 国民生活センター	No.321※ 2014年9月発行		79号※ 2014年9月3日	197号※ 2014年7月24日
口に入らない大きさの玩具でも誤飲や窒息のおそれ					196号 2014年7月17日
スプレー缶製品の事故に注意-コールドスプレー使用時とスプレー缶の穴開け時の事故も発生-	2014年7月24日 国民生活センター				
内側がメッシュ生地の水泳パンツに気をつけて！					199号 2014年8月7日
飲み物と間違えて洗剤などを飲んでしまった			197号 2014年8月13日		
抱っこひもからの子どもの転落にご注意！！					202号 2014年8月28日
おもつ交換台からの転落事故にご注意！					203号 2014年9月4日
乳幼児の大人用ベッドでの添い寝に注意！					207号 2014年10月2日
気を付けて、浴槽での首掛け浮き輪の事故！！-赤ちゃんは御機嫌でも一瞬も目を離してはいけません-	2014年10月9日 消費者庁・国民生活センター	No.322※ 2014年11月発行			209号※ 2014年10月16日
キックスケート走行中の子どもの事故に注意！-頭を強く打つと命に関わる大けがを負うことも-	2014年10月17日 消費者庁			85号※ 2015年2月24日	210号※ 2014年10月23日
ボタン電池を使用した商品に注意-乳幼児の誤飲により、化学やけどのおそれも-	2014年10月30日 国民生活センター	No.323※ 2015年1月発行		81号※ 2014年11月21日	192号※ 2014年6月19日 212号※ 2014年11月6日
ビーズを鼻に入れる事故に御注意！					214号 2014年11月20日
食品加熱時の突沸に注意	2014年12月4日 国民生活センター	No.324※ 2015年3月発行	210号 2015年1月15日		
炊飯器の蒸気でのやけどに注意！					216号 2014年12月4日
熱い！！ 魚焼きグリルでやけど！					218号 2014年12月18日
子どもによる医薬品の誤飲事故に注意！	2014年12月19日 消費者庁			84号※ 2015年2月3日	219号※ 2014年12月25日
脚立・はしごからの転落に注意！-庭木の剪定、屋根修理で、死亡事故の危険も-	2014年12月22日 消費者庁				
年末年始 餅での窒息事故に気をつけて			209号 2014年12月22日		
歩行型ロータリ除雪機の使い方に注意(再注意喚起)-今冬も死亡事故が発生！ 使い方の再確認を-	2015年1月26日 国民生活センター				
ビーナッツや節分の豆は3歳までは食べさせてはいけません！					223号 2015年1月29日
カップ麺の熱湯で子どもがやけど！					224号 2015年2月5日
電化製品のコードに御注意！					228号 2015年3月5日
洗濯用パック型液体洗剤に気を付けて！-特に3歳以下の乳幼児に事故が集中しています-	2015年3月18日 消費者庁・国民生活センター			86号※ 2015年3月24日	204号※ 2014年9月11日 230号※ 2015年3月19日

(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、各媒体の資料名としている。

(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、各媒体の資料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、2014年度は、各地の消費生活センターから寄せられる「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」「土日祝日相談」「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）。「土日祝日相談」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、年末年始を除く土曜日曜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（2010年1月16日から開始）。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月末をもって国民生活センターでの従来のかたちでの「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、2014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2015年5月末までの登録分）。

*従来からの電話番号（0570-064-370）も引き続き使用可能。

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

平日に当センターを窓口として、2014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14,027件であった（2013年度は12,859件）。14,027件の内訳は、次のとおりである。

表30 相談受付件数の推移

年度	区分	相談件数	対前年度比
2005		8,291	
2006		8,496	102.5%
2007		9,597	113.0%
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%

表31 苦情・問合せ・要望別件数の推移（（ ）内は相談総件数に占める比率）

年度	2010	2011	2012	2013	2014	2014年度 対前年度比
相談総件数	13,178 (100.0%)	9,492 (100.0%)	9,450 (100.0%)	12,859 (100.0%)	14,027 (100.0%)	109.1%
苦情	12,586 (95.5%)	9,178 (96.7%)	9,204 (97.4%)	12,667 (98.5%)	13,831 (98.6%)	109.2%
問合せ	592 (4.5%)	308 (3.2%)	244 (2.6%)	189 (1.5%)	187 (1.3%)	98.9%
要望	0 (0.0%)	6 (0.1%)	2 (0.0%)	3 (0.0%)	9 (0.1%)	300.0%

(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。以下同じ。

表32 商品・役務別件数の推移（（ ）内は相談総件数に占める比率）

年度	2010	2011	2012	2013	2014	2014年度 対前年度比
相談総件数	13,178 (100.0%)	9,492 (100.0%)	9,450 (100.0%)	12,859 (100.0%)	14,027 (100.0%)	109.1%
商品	4,169 (31.6%)	3,004 (31.6%)	3,168 (33.5%)	4,874 (37.9%)	4,749 (33.9%)	97.4%
役務全体(A+B)	8,751 (66.4%)	6,340 (66.8%)	6,207 (65.7%)	7,882 (61.3%)	9,177 (65.4%)	116.4%
役務(A)	7,626 (57.9%)	5,503 (58.0%)	5,503 (58.2%)	6,904 (53.7%)	8,068 (57.5%)	116.9%
商品関連役務(B)	1,125 (8.5%)	837 (8.8%)	704 (7.4%)	978 (7.6%)	1,109 (7.9%)	113.4%
他の相談	258 (2.0%)	148 (1.6%)	75 (0.8%)	103 (0.8%)	101 (0.7%)	98.1%

(注) 役務(A)とは純粹役務のこと。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

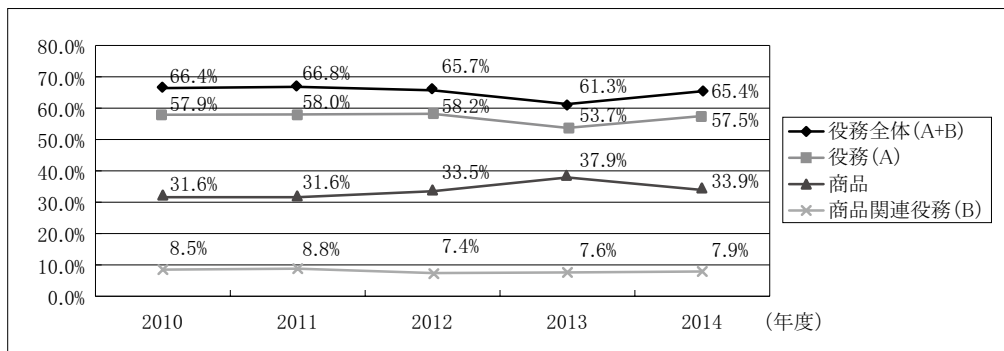


表33 相談方法別件数の推移（（ ）内は相談総件数に占める比率）

年度	2010	2011	2012	2013	2014	2014年度 対前年度比	
相談総件数	13,178 (100.0%)	9,492 (100.0%)	9,450 (100.0%)	12,859 (100.0%)	14,027 (100.0%)	109.1%	
相談方法	電話	13,057 (99.1%)	9,492 (100.0%)	9,450 (100.0%)	12,859 (100.0%)	14,027 (100.0%)	109.1%
	文書等	121 (0.9%)	-	-	-	-	-

(注) 文書等とは、文書による相談と来所による相談を足したものの。2010年度をもって「直接相談」を廃止したことに伴い、2011年度から文書相談、来所相談も廃止した。

表34 相談者および契約当事者の性別推移（（ ）内は相談総件数に占める比率）

年度	2010	2011	2012	2013	2014	2014年度 対前年度比	
相談総件数	13,178 (100.0%)	9,492 (100.0%)	9,450 (100.0%)	12,859 (100.0%)	14,027 (100.0%)	109.1%	
相談者	男性	6,107 (46.3%)	4,012 (42.3%)	4,102 (43.4%)	5,458 (42.4%)	6,370 (45.4%)	116.7%
	女性	6,434 (48.8%)	5,038 (53.1%)	4,780 (50.6%)	6,983 (54.3%)	7,345 (52.4%)	105.2%
	団体	591 (4.5%)	337 (3.6%)	453 (4.8%)	284 (2.2%)	224 (1.6%)	78.9%
	不明	46 (0.3%)	105 (1.1%)	115 (1.2%)	134 (1.0%)	88 (0.6%)	65.7%
契約当事者	男性	6,293 (47.8%)	4,243 (44.7%)	4,304 (45.5%)	5,944 (46.2%)	6,705 (47.8%)	112.8%
	女性	5,995 (45.5%)	4,673 (49.2%)	4,466 (47.3%)	6,314 (49.1%)	6,656 (47.5%)	105.4%
	団体	452 (3.4%)	246 (2.6%)	314 (3.3%)	193 (1.5%)	180 (1.3%)	93.3%
	不明	438 (3.3%)	330 (3.5%)	366 (3.9%)	408 (3.2%)	486 (3.5%)	119.1%

(注) 「不明」には、無回答を含む場合がある。以下同じ。

表35 相談者および契約当事者の年代別の推移（（ ）内は相談総件数に占める比率）

年度	2010	2011	2012	2013	2014	2014年度 対前年度比	
相談総件数	13,178 (100.0%)	9,492 (100.0%)	9,450 (100.0%)	12,859 (100.0%)	14,027 (100.0%)	109.1%	
相談者	20歳未満	178 (1.4%)	79 (0.8%)	89 (0.9%)	118 (0.9%)	150 (1.1%)	127.1%
	20歳代	2,023 (15.4%)	1,043 (11.0%)	1,127 (11.9%)	1,577 (12.3%)	1,917 (13.7%)	121.6%
	30歳代	2,931 (22.2%)	1,786 (18.8%)	1,788 (18.9%)	2,451 (19.1%)	2,617 (18.7%)	106.8%
	40歳代	2,517 (19.1%)	1,843 (19.4%)	1,940 (20.5%)	2,783 (21.6%)	3,326 (23.7%)	119.5%
	50歳代	1,702 (12.9%)	1,314 (13.8%)	1,293 (13.7%)	1,831 (14.2%)	2,240 (16.0%)	122.3%
	60歳代	1,412 (10.7%)	1,263 (13.3%)	1,142 (12.1%)	1,454 (11.3%)	1,604 (11.4%)	110.3%
	70歳以上 不明	1,322 (10.0%) 1,093 (8.3%)	1,301 (13.7%) 863 (9.1%)	1,101 (11.7%) 970 (10.3%)	1,618 (12.6%) 1,027 (8.0%)	1,332 (9.5%) 841 (6.0%)	82.3% 81.9%
契約当事者	20歳未満	413 (3.1%)	279 (2.9%)	399 (4.2%)	740 (5.8%)	573 (4.1%)	77.4%
	20歳代	2,054 (15.6%)	1,079 (11.4%)	1,192 (12.6%)	1,652 (12.8%)	2,023 (14.4%)	122.5%
	30歳代	2,696 (20.5%)	1,694 (17.8%)	1,664 (17.6%)	2,218 (17.2%)	2,405 (17.1%)	108.4%
	40歳代	2,128 (16.1%)	1,546 (16.3%)	1,626 (17.2%)	2,254 (17.5%)	2,773 (19.8%)	123.0%
	50歳代	1,391 (10.6%)	1,082 (11.4%)	998 (10.6%)	1,378 (10.7%)	1,776 (12.7%)	128.9%
	60歳代	1,322 (10.0%)	1,175 (12.4%)	1,009 (10.7%)	1,302 (10.1%)	1,425 (10.2%)	109.4%
	70歳以上 不明	1,591 (12.1%) 1,583 (12.0%)	1,562 (16.5%) 1,075 (11.3%)	1,360 (14.4%) 1,202 (12.7%)	2,046 (15.9%) 1,269 (9.9%)	1,615 (11.5%) 1,437 (10.2%)	78.9% 113.2%

表36 相談者および契約当事者の職業別の推移（（ ）内は相談総件数に占める比率）

年度	2010	2011	2012	2013	2014	2014年度 対前年度比	
相談総件数	13,178 (100.0%)	9,492 (100.0%)	9,450 (100.0%)	12,859 (100.0%)	14,027 (100.0%)	109.1%	
相談者	給与生活者	5,458 (41.4%)	3,506 (36.9%)	3,789 (40.1%)	5,446 (42.4%)	6,699 (47.8%)	123.0%
	自営・自由業	1,053 (8.0%)	549 (5.8%)	677 (7.2%)	923 (7.2%)	1,074 (7.7%)	116.4%
	家事従事者	2,465 (18.7%)	1,938 (20.4%)	1,616 (17.1%)	2,251 (17.5%)	2,234 (15.9%)	99.2%
	学生	455 (3.5%)	201 (2.1%)	241 (2.6%)	350 (2.7%)	466 (3.3%)	133.1%
	無職	2,360 (17.9%)	1,956 (20.6%)	1,814 (19.2%)	2,445 (19.0%)	2,336 (16.7%)	95.5%
	相談窓口	5 (0.0%)	3 (0.0%)	1 (0.0%)	3 (0.0%)	0 (0.0%)	-
	行政機関	38 (0.3%)	36 (0.4%)	41 (0.4%)	39 (0.3%)	29 (0.2%)	74.4%
	消費者団体	0 (0.0%)	1 (0.0%)	0 (0.0%)	2 (0.0%)	0 (0.0%)	-
	企業・団体	547 (4.2%)	297 (3.1%)	412 (4.4%)	240 (1.9%)	194 (1.4%)	80.8%
	不明	797 (6.0%)	1,005 (10.6%)	859 (9.1%)	1,160 (9.0%)	995 (7.1%)	85.8%
	契約当事者	給与生活者	5,103 (38.7%)	3,327 (35.1%)	3,521 (37.3%)	4,929 (38.3%)	6,160 (43.9%)
自営・自由業		964 (7.3%)	502 (5.3%)	605 (6.4%)	823 (6.4%)	962 (6.9%)	116.9%
家事従事者		2,014 (15.3%)	1,619 (17.1%)	1,317 (13.9%)	1,720 (13.4%)	1,694 (12.1%)	98.5%
学生		711 (5.4%)	403 (4.2%)	547 (5.8%)	961 (7.5%)	919 (6.6%)	95.6%
無職		2,568 (19.5%)	2,170 (22.9%)	1,984 (21.0%)	2,805 (21.8%)	2,563 (18.3%)	91.4%
相談窓口		3 (0.0%)	1 (0.0%)	1 (0.0%)	2 (0.0%)	0 (0.0%)	-
行政機関		10 (0.1%)	4 (0.0%)	8 (0.1%)	7 (0.1%)	4 (0.0%)	57.1%
消費者団体		0 (0.0%)	1 (0.0%)	0 (0.0%)	1 (0.0%)	0 (0.0%)	-
企業・団体		440 (3.3%)	241 (2.5%)	307 (3.2%)	182 (1.4%)	174 (1.2%)	95.6%
不明		1,365 (10.4%)	1,224 (12.9%)	1,160 (12.3%)	1,429 (11.1%)	1,551 (11.1%)	108.5%

(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て相談の受け付けを行い、外部の専門家へのヒアリング、事例研究会等を通じて専門性を高めている。

表37 経由相談受付件数の年度別推移

年度	相談件数	対前年度比
2005	4,179	-
2006	4,374	104.7%
2007	5,541	126.7%
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%

1) 概況

① 経由相談の相談件数と内訳

「経由相談」の内訳は次のとおりである。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。

② 経由相談の相談内容

表38 経由相談の相談者の都道府県別推移

都道府県名	2013年度	2014年度	都道府県名	2013年度	2014年度	都道府県名	2013年度	2014年度
北海道	156	137	福井県	169	159	山口県	91	94
青森県	48	69	山梨県	59	44	徳島県	29	50
岩手県	48	43	長野県	90	139	香川県	69	70
宮城県	105	111	岐阜県	71	82	愛媛県	143	151
秋田県	33	30	静岡県	367	348	高知県	55	59
山形県	93	131	愛知県	240	321	福岡県	241	257
福島県	58	74	三重県	164	130	佐賀県	51	70
茨城県	285	277	滋賀県	125	141	長崎県	72	67
栃木県	152	154	京都府	252	271	熊本県	85	100
群馬県	187	200	大阪府	483	499	大分県	29	19
埼玉県	449	495	兵庫県	249	307	宮崎県	116	89
千葉県	536	503	奈良県	142	182	鹿児島県	147	132
東京都	394	466	和歌山県	40	50	沖縄県	15	26
神奈川県	272	304	鳥取県	61	56	不明	5	12
新潟県	98	105	島根県	59	69			
富山県	85	73	岡山県	102	116			
石川県	172	161	広島県	241	244	総合計	7,233	7,687

表39 経由相談の商品等分類別件数（（ ）内は相談総件数に占める比率）

項目	年度	2013		2014		2014年度 対前年度比
相談総件数		7,233	(100.0%)	7,687	(100.0%)	106.3%
商 品	商品一般	102	(1.4%)	138	(1.8%)	135.3%
	食料品	696	(9.6%)	337	(4.4%)	48.4%
	住居品	317	(4.4%)	540	(7.0%)	170.3%
	光熱水品	22	(0.3%)	29	(0.4%)	131.8%
	被服品	321	(4.4%)	311	(4.0%)	96.9%
	保健衛生品	325	(4.5%)	265	(3.4%)	81.5%
	教養娯楽品	629	(8.7%)	618	(8.0%)	98.3%
	車両・乗り物	180	(2.5%)	197	(2.6%)	109.4%
	土地・建物・設備	158	(2.2%)	166	(2.2%)	105.1%
	他の商品	46	(0.6%)	22	(0.3%)	47.8%
	計		2,796	(38.7%)	2,623	(34.1%)
商 品 関 連 役 務	クリーニング	29	(0.4%)	43	(0.6%)	148.3%
	レンタル・リース・貸借	112	(1.5%)	104	(1.4%)	92.9%
	工事・建築・加工	154	(2.1%)	185	(2.4%)	120.1%
	修理・補修	48	(0.7%)	59	(0.8%)	122.9%
	管理・保管	36	(0.5%)	65	(0.8%)	180.6%
	計		379	(5.2%)	456	(5.9%)
役 務	役務一般	247	(3.4%)	439	(5.7%)	177.7%
	金融・保険サービス	867	(12.0%)	815	(10.6%)	94.0%
	運輸・通信サービス	1,597	(22.1%)	1,797	(23.4%)	112.5%
	教育サービス	46	(0.6%)	43	(0.6%)	93.5%
	教養・娯楽サービス	360	(5.0%)	462	(6.0%)	128.3%
	保健・福祉サービス	404	(5.6%)	382	(5.0%)	94.6%
	他の役務	419	(5.8%)	518	(6.7%)	123.6%
	内職・副業・ねずみ講	100	(1.4%)	139	(1.8%)	139.0%
	他の行政サービス	2	(0.0%)	3	(0.0%)	150.0%
計		4,042	(55.9%)	4,598	(59.8%)	113.8%
他の相談		16	(0.2%)	10	(0.1%)	62.5%

(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。以下同じ。

表40 経由相談の上位商品と主な相談内容

教養娯楽品			件数
全体			618
順位	商品	主な相談内容	
1	パソコン・パソコン関連用品	ウイルス対策ソフトやFX自動販売ソフトなどのパソコンソフトに関する相談のほか、パソコン、関連機器等の品質に関する相談が寄せられた。	175
2	他の教養娯楽品	ペット用サプリを販売する情報商材や、ペット、記念硬貨等に関する相談が寄せられた。	103
3	学習教材	投資用DVD教材や、補習用教材の解約に関する相談が寄せられた。	100

住居品			件数
全体			540
順位	商品	主な相談内容	
1	食器・台所用品	定期購入をしていた浄水器のカートリッジが届かず、事業者と連絡が取れない等の相談が寄せられた。	311
2	家具・寝具	訪問販売で高額なふとん等の寝具を購入させられてしまった相談のほか、勧誘目的等不明示や、不実告知等により行政処分を受けた連鎖販売業者に関する相談が寄せられた。	87
3	他の住居品	情報商材がきっかけで購入した防災用品の解約に関する相談や、リコール対象の消火器に関する相談が寄せられた。	50

食料品			件数
全体			337
順位	商品	主な相談内容	
1	健康食品	インターネットで健康食品のサンプルだけを申し込んだつもりが、定期購入になっていたという相談や、マルチ取引に関する相談等が寄せられた。	205
2	飲料	水のマルチ取引に関する相談や、青汁のモニターコースを購入したら、定期購入になっていたという相談が寄せられた。	63
3	調理食品	調理食品や加工食品の品質等に関する相談が寄せられた。	17

表41 経由相談の上位役務と主な相談内容

運輸・通信サービス			件数
全体			1,797
順位	役務	主な相談内容	
1	放送・コンテンツ等	出会い系サイトやオンラインゲームに関する相談が多数寄せられた。オンラインゲームについては、未成年が利用したという相談が目立った。	1,039
2	インターネット通信サービス	プロバイダを遠隔操作で変更されてしまったという相談が多く寄せられた。また、光回線の卸売りに関する相談も寄せられた。	416
3	移動通信サービス	スマートフォンやモバイルデータ通信について、説明不足による解約などの相談や、通信の品質に関する相談が寄せられた。	220

金融・保険サービス			件数
全体			815
順位	役務	主な相談内容	
1	ファンド型投資商品	倒産した会社の破産管財人をかたり、不当利得返還請求の文書が届いたという相談や、実体のわからないファンドや権利の購入を複数の事業者が勧める劇場型勧誘の相談も寄せられた。	293
2	デリバティブ取引	バイナリーオプションに関する相談が多く寄せられた。その他に、CO2排出権取引に関する相談も寄せられた。	248
3	預貯金・証券等	未公開株や怪しい社債等の劇場型勧誘の相談が多く寄せられた。	94

他の役務			件数
全体			518
順位	役務	主な相談内容	
1	役務その他	投資や詐欺等の被害を回復するという二次被害に関する相談や、個人情報漏えいの削除に関する相談が多数寄せられた。	431
2	冠婚葬祭	冠婚葬祭互助会や結婚式場の解約料に関する相談が寄せられた。	59
3	外食・食事宅配	飲食店で高額請求に関する相談や、異物混入、共同購入クーポンに関する相談が寄せられた。	24

表42 経由相談の相談内容別分類別件数（（ ）内は相談総件数に占める比率）

項目		2013		2014		2014年度 対前年度比
相談総件数		7,233	(100.0%)	7,687	(100.0%)	106.3%
内 訳	商品・役務等	7,217	(99.8%)	7,677	(99.9%)	106.4%
	他の相談	16	(0.2%)	10	(0.1%)	62.5%
商品・ 商品関連 役務・ 役務の 相談内容	安全・衛生	490	(6.8%)	449	(5.8%)	91.6%
	品質・機能・役務品質	1,281	(17.7%)	1,246	(16.2%)	97.3%
	法規・基準	42	(0.6%)	55	(0.7%)	131.0%
	価格・料金	131	(1.8%)	183	(2.4%)	139.7%
	計量・量目	3	(0.0%)	2	(0.0%)	66.7%
	表示・広告	408	(5.6%)	293	(3.8%)	71.8%
	販売方法	4,143	(57.3%)	4,589	(59.7%)	110.8%
	契約・解約	6,352	(87.8%)	6,984	(90.9%)	109.9%
	接客対応	686	(9.5%)	929	(12.1%)	135.4%
	包装・容器	11	(0.2%)	16	(0.2%)	145.5%
	施設・設備	11	(0.2%)	19	(0.2%)	172.7%
	買物相談	4	(0.1%)	3	(0.0%)	75.0%
	生活知識	1	(0.0%)	2	(0.0%)	200.0%
	その他	2	(0.0%)	4	(0.1%)	200.0%

(注) 商品・商品関連役務・役務の相談内容別分類は複数回答項目。

表43 経由相談の販売購入形態別件数

項目		2013	2014	2014年度 対前年度比
相談総件数		4,610	5,035	109.2%
販売 購入 形態	訪問販売	972	1,074	110.5%
	通信販売	2,330	2,493	107.0%
	マルチ取引	320	681	212.8%
	電話勧誘販売	712	679	95.4%
	ネガティブ・オプション	172	17	9.9%
	訪問購入	56	42	75.0%
	その他無店舗販売	48	49	102.1%

(注1) 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。

(注2) 2013年2月21日以降、特定商取引法により、「訪問購入」が新設されている。

2) 経由相談の対応状況

「経由相談」の対応状況について、表44（71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の問い合わせに対し、アドバイスをを行うこと」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44 経由相談の対応状況別件数

対応状況	件数
移送・共同処理等	1,150
助言	6,250
その他	287
合計	7,687

(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。今後も相談件数を増やし、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日からは、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、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2014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6,222件（表45）。このうち「平日バックアップ相談」として3,150件、「お昼の消費生活相談」として3,072件の相談を受け付けた。1日当たりの平均受付件数は「平日バックアップ相談」が12.9件、「お昼の消費生活相談」は12.5件であった。

表45 平日バックアップ相談等の相談種別

相談種別	件数	割合
苦情	6,061	97.4%
問合せ	152	2.4%
要望	9	0.1%
合計	6,222	100.0%

（注）表中の構成比は2014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、以下のとおりである。

表46 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	3,118	50.1%
女性	3,039	48.8%
団体	64	1.0%
不明	1	0.0%
合計	6,222	100.0%

表47 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	3,301	53.1%
自営・自由業	699	11.2%
家事従事者	1,011	16.2%
学生	180	2.9%
無職	787	12.6%
その他・不明	244	3.9%
合計	6,222	100.0%

表48 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	64	1.0%
20歳代	777	12.5%
30歳代	1,411	22.7%
40歳代	1,810	29.1%
50歳代	1,141	18.3%
60歳代	580	9.3%
70歳以上	233	3.7%
不明	206	2.3%
合計	6,222	100.0%

表49 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	190	3.1%
東北南部	104	1.7%
北関東	223	3.6%
南関東	3,473	55.8%
甲信越	135	2.2%
北陸	57	0.9%
東海	572	9.2%
近畿	732	11.8%
山陰	17	0.3%
山陽	190	3.1%
四国	81	1.3%
九州北部	265	4.3%
九州南部・沖縄	107	1.7%
在外邦人・外国人	76	1.2%
合計	6,222	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」の相談を商品等分類別でみると、「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50）。アダルトサイトや出会い系サイトなどの「デジタルコンテンツ」、携帯電話の契約等につわる「携帯電話サービス」、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」が多くの割合を占めている。中でも「デジタルコンテンツ」の中の「アダルト情報サイト」が最も多かった。

次いで「教養娯楽品」が相談の1割程度を占めた。内訳は「携帯電話」「パソコン」「パソコンソフト」、テレビや音楽プレーヤーなどの「音響・映像機器」が多かった。

表50 平日バックアップ相談等の商品等分類別相談件数と割合

項目		件数	割合
商 品	商品一般	153	2.5%
	食料品	182	2.9%
	住居品	272	4.4%
	光熱水品	28	0.5%
	被服品	371	6.0%
	保健衛生品	150	2.4%
	教養娯楽品	565	9.1%
	車両・乗り物	197	3.2%
	土地・建物・設備	168	2.7%
	他の商品	7	0.1%
	商 品 関 連 役 務	クリーニング	26
レンタル・リース・貸借		401	6.4%
工事・建築・加工		131	2.1%
修理・補修		67	1.1%
管理・保管		21	0.3%
役 務	役務一般	19	0.3%
	金融・保険サービス	376	6.0%
	運輸・通信サービス	1,969	31.6%
	教育サービス	44	0.7%
	教養・娯楽サービス	325	5.2%
	保健・福祉サービス	281	4.5%
	他の役務	311	5.0%
	内職・副業・相場	42	0.7%
	他の行政サービス	30	0.5%
他の相談	86	1.4%	
合 計		6,222	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2014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18件であった（表51）。

美容医療などの「医療サービス」や「エステティックサービス」「デイケアサービス」などが含まれる「保健・福祉サービス」が多く、次いで「エアコン」「ストーブ」などの「住居品」や、スポーツ施設などの「教養・娯楽サービス」などであった。

表51 平日バックアップ相談等に寄せられた重大事故の商品・役務別件数

商品・役務	件数
保健・福祉サービス	8
住居品	3
食料品	2
教養・娯楽サービス	2
被服品	1
保健衛生品	1
レンタル・リース・貸借	1

(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窓口を設けた。2014年度に実施した110番は以下のとおりである。

● 「ねらわれてます！高齢者 悪質商法110番」

実施日：2014年9月16日（火）～17日（水）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：51件

● 「キャッシュレスでの買い物トラブル110番」

実施日：2014年11月21日（金）～22日（土）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：67件

2 土日祝日相談

「土日祝日相談」は、地方支援の一環として、「消費者ホットライン」を補完して、最寄りの消費生活相談窓口が開所していない場合に緊急避難的な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土日祝日相談の果たすべき役割は大きい。

以下、2014年度に「土日祝日相談」の窓口で受け付けた相談の概況を報告する。

(1) 概況

1) 土日祝日相談の相談件数と内訳

2014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111日）で、合計7,553件の相談を受け付けた。内訳は、苦情が7,377件、問合せ・要望が174件である。

1日当たりの平均受付件数は68件である。これを曜日別にみると、土曜日が平均64.5件、日曜日が67.6件、祝日が74.8件である。

以下の統計は、「PIO-NETにみる消費生活相談」（以下、「PIO-NET統計」という、8頁）と比較するため、「苦情」のみを対象とする。

2) 土日祝日相談の相談者の属性

相談者の属性は、以下のとおりである。「平日バックアップ相談等」（表47 72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53 76頁）。

表52 土日祝日相談の相談者の性別相談件数と割合

性別	件数	割合
男性	3,758	50.9%
女性	3,546	48.1%
団体	73	1.0%
不明	0	0.0%
合計	7,377	100.0%

(注) 表中の構成比は2014年度の「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53 土日祝日相談の相談者の職業別相談件数と割合

職業	件数	割合
給与生活者	4,999	67.8%
自営・自由業	390	5.3%
家事従事者	825	11.2%
学生	350	4.7%
無職	656	8.9%
その他・不明	157	2.1%
合計	7,377	100.0%

表54 土日祝日相談の相談者の年代別相談件数と割合

年代	件数	割合
20歳未満	193	2.6%
20歳代	1,272	17.2%
30歳代	1,703	23.1%
40歳代	1,976	26.8%
50歳代	1,275	17.3%
60歳代	547	7.4%
70歳以上	258	3.5%
不明	153	2.1%
合計	7,377	100.0%

表55 土日祝日相談の相談者の地域別件数と割合

地域	件数	割合
北海道・東北北部	353	4.8%
東北南部	261	3.5%
北関東	502	6.8%
南関東	2,154	29.2%
甲信越	433	5.9%
北陸	100	1.4%
東海	813	11.0%
近畿	1,535	20.8%
山陰	43	0.6%
山陽	204	2.8%
四国	225	3.1%
九州北部	626	8.5%
九州南部・沖縄	128	1.7%
在外邦人・外国人	0	0.0%
合計	7,377	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) 土日祝日相談の相談内容

相談を商品等分類別にみると（表56 77頁）、「運輸・通信サービス」が4割超と最も多い。

全国の2014年度のPIO-NET統計では約28.7%（表12-2 33頁）であることから、「土日祝日相談」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2,150件であり、これだけで「運輸・通信サービス」の6割以上を占めている。

表56 土日祝日相談の商品等分類別相談件数と割合

項目		件数	割合
商 品	商品一般	138	1.9%
	食料品	219	3.0%
	住居品	216	2.9%
	光熱水品	24	0.3%
	被服品	335	4.5%
	保健衛生品	105	1.4%
	教養娯楽品	548	7.4%
	車両・乗り物	238	3.2%
	土地・建物・設備	201	2.7%
	他の商品	7	0.1%
商 品 関 連 役 務	クリーニング	39	0.5%
	レンタル・リース・貸借	330	4.5%
	工事・建築・加工	148	2.0%
	修理・補修	71	1.0%
	管理・保管	9	0.1%
役 務	役務一般	25	0.3%
	金融・保険サービス	275	3.7%
	運輸・通信サービス	3,414	46.3%
	教育サービス	38	0.5%
	教養・娯楽サービス	209	2.8%
	保健・福祉サービス	248	3.4%
	他の役務	432	5.9%
	内職・副業・相場	32	0.4%
	他の行政サービス	23	0.3%
他の相談	53	0.7%	
合 計		7,377	100.0%

(2) 土日祝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2014年度に消費者庁へ通知した相談は4件であった。商品・役務別の内訳は、「教養娯楽品」「車両・乗り物」「デイケアサービス」などの「保健・福祉サービス」「他の役務」となっている。

表57 土日祝日相談に寄せられた重大事故の商品・役務別件数

商品・役務	件数
教養娯楽品	1
車両・乗り物	1
保健・福祉サービス	1
他の役務	1

3 個人情報相談

2014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など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）の受付状況などについて取りまとめた。なお、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を受けるための専用電話は廃止となった。

（1）個人情報相談の相談件数と内訳

2014年度の個人情報相談の総件数とその内訳は以下のとおりである。

表58 個人情報相談の相談種別と割合

相談種別	件数	割合
苦情	117	95.9%
問合せ	5	4.1%
要望	0	0.0%
合計	122	100.0%

（注）表中の構成比は2014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

相談者の属性は以下のとおりである。

表59 個人情報相談の相談者の性別相談件数と割合

性別	件数	割合
男性	44	37.6%
女性	37	31.6%
団体等・不明	36	30.8%
合計	117	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60 個人情報相談の相談者の職業別相談件数と割合

職業	件数	割合
給与生活者	38	32.5%
無職	8	6.8%
家事従事者	13	11.1%
自営・自由業	2	1.7%
学生	0	0.0%
その他・不明	56	47.9%
合計	117	100.0%

表61 個人情報相談の相談者の年代別相談件数と割合

年代	件数	割合
20歳未満	1	0.9%
20歳代	5	4.3%
30歳代	12	10.3%
40歳代	23	19.7%
50歳代	19	16.2%
60歳代	7	6.0%
70歳以上	6	5.1%
不明	44	37.6%
合計	117	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以下のとおりである。

表62 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	5	4.3%
金融・信用	7	6.0%
情報通信	16	13.7%
その他の事業分野	93	79.5%

(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以下のとおりである。

表63 個人情報相談の苦情分類別相談件数と割合

順位	内容		件数	割合
1	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	40	34.2%
2	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	35	29.2%
3	開示等	開示・訂正・利用停止などに関する相談	31	26.5%
4	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	20	17.1%
5	その他	法律の定義や適用に関する相談など	16	13.7%
6	苦情等の窓口対応	事業者の窓口対応に関する相談	12	10.3%
7	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	8	6.8%
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	4	3.4%
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	2	1.7%
10	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	1	0.9%



**国民生活センターによる
情報提供（2014年度）**

国民生活センターによる 情報提供 (2014年度)

2014年度、消費生活相談情報や商品テスト結果を中心に記者説明会を21回、そのほかホームページまたはファックス公表を13回開催し、73件の情報提供を行った。内訳は、取引関連が22件、商品テスト関連が11件、相談解決のためのテストが20件、危害情報関連が5件、その他が15件（ホームページ上で迅速に注意喚起を行ったものを含む）である。また、消費生活相談員を対象としたアンケート調査についても公表し、合計74件の情報提供を行った。

内容は以下のとおりである。

公表日	公表内容
4月24日	SNSの思わぬ落とし穴にご注意！－消費者トラブルのきっかけは、SNSの広告や知人から？－ 突然現れるパソコンの警告表示をすぐにクリックしないこと！ －その表示は、有料ソフトウェアの広告かもしれません－
	パーツの分解時に親指を挟んで負傷したスチームクリーナー (相談解決のためのテストから No.67)
	調理中に取っ手が根元から破損したフライパン (相談解決のためのテストから No.68)
5月8日	相談急増！大学生に借金をさせて高額な投資用DVDを購入させるトラブル
5月22日	カラーコンタクトレンズの安全性－カラコンの使用で目に障害も－
	国民生活センター ADRの実施状況と結果概要について (平成26年度第1回)
5月23日	国民生活センターをかたる通知書にご注意ください！
5月29日	「当選番号を事前に教えてあげる」はあり得ない！ ロト6などの数字選択式宝くじの当選番号詐欺が急増
6月5日	借金をさせてまで支払わせるメルマガ作成内職 －20代から40代の女性に100万円以上の借金をさせる事例も！－
	「消費者トラブルメール箱」2013年度のまとめ 一部に合成皮革が使用された本革のスマートフォンケース (相談解決のためのテストから No.69)
6月9日	「幸運」を手に入れるつもりが「不幸」を招くことも… －請求金額が高額化！！開運グッズや祈禱等を次々と勤める業者にご注意－
6月18日	乳幼児（特に1歳以下）のボタン電池の誤飲に注意！ －重症化することを知らない保護者が6割も！！－
6月19日	儲かってるのに出金できない！？海外FX取引をめぐるトラブルにご注意 －自動売買ソフト等を購入させ、海外FX取引に誘う手口－
	外側が熱くなったステンレス製携帯用魔法瓶 (相談解決のためのテストから No.70)

公表日	公表内容
6月27日	「保険金が使えない」という住宅修理サービスのトラブルにご注意ください！
7月3日	ペダルなし二輪遊具による坂道の事故に注意 －衝突や転倒により幼児がけがを負う事故が発生－ さわった指に苦味がした樹脂製の玩具 (相談解決のためのテストから No.71)
7月14日	なくしてからでは遅い！携帯電話の紛失・盗難に備えて －「不正利用されて高額請求」、「データの流出が心配」等の相談が増加！－ 送り付け商法、今度は違法なアダルトDVDが消費者のもとに… －申し込んだ覚えがなければ代金を支払わないこと！！－
7月22日	株式会社ベネッセコーポレーションにおける個人情報漏えいに乗じた不審な勧誘にご注意ください！
7月24日	スプレー缶製品の事故に注意 －コールドスプレー使用時とスプレー缶の穴開け時の事故も発生－ 炭酸水製造機が破裂し、手に大けがを負う事故が発生 －「ざ・炭酸」をお持ちの方は使わないで－ 使用していくうちに羽根が吹き出してきた羽根枕 (相談解決のためのテストから No.72) 走行中にフレームが破損した折りたたみ電動アシスト自転車 (相談解決のためのテストから No.73)
7月30日	個人情報が出ていますので削除してあげる？！ 公的機関をかたって個人情報の削除を持ちかける詐欺にご注意！ エアコンの「フロンガスが2020年から使用できなくなる」という勧誘にご注意！！ －「環境省の指示」、「フロンガスが使用できなくなる」というのはウソです－
8月7日	置き型のワンプッシュ式蚊取りの使い方に注意 2013年度のPIO-NETにみる消費生活相談の概要 2013年度のPIO-NETにみる危害・危険情報の概要 留めねじが脱落し取っ手が外れたフライパン (相談解決のためのテストから No.74) 液漏れしたアルカリ乾電池 (相談解決のためのテストから No.75)
8月27日	国民生活センター ADRの実施状況と結果概要について (平成26年度第2回)
9月4日	海外業者とのバイナリーオプション取引にご注意ください！ －無登録業者との契約は行わないで！！－
9月11日	家族や周囲の“見守り”と“気づき”が大切 －認知症等高齢者の消費者トラブルが過去最高に！！－ iPS細胞・STAP細胞の関連事業をかたった詐欺的トラブルにご注意！ －話題性のある出来事に便乗して、高齢者を狙う悪質な手口－
9月18日	相談激増！遠隔操作によるプロバイダ変更勧誘トラブルにご注意 差込口のスイッチ周辺が焦げたテーブルタップ (相談解決のためのテストから No.76) 触れたところとげが刺さった折りたたみ傘 (相談解決のためのテストから No.77)

公表日	公表内容
10月9日	気を付けて、浴槽での首掛け式浮き輪の事故！！ －赤ちゃんは御機嫌でも一瞬も目を離してはいけません－
10月16日	コピー商品・偽ブランド品・偽造品…「ニセモノ」に関する消費者トラブルに注意！ －失うのはお金だけじゃない！？－
10月23日	「ねらわれてます！高齢者 悪質商法110番」実施結果
10月30日	ボタン電池を使用した商品に注意 －乳幼児の誤飲により、化学やけどのおそれも－
	住宅の新築工事・リフォーム工事等での遅延トラブルが増加 －人手不足による放置や、倒産による放棄の事例も－ 強いにおいがする婦人用レインブーツ (相談解決のためのテストから No.78)
11月7日	止まらない！！増え続ける原野商法の二次被害トラブル
11月18日	カード、電子マネー…等で支払ってトラブルになっていませんか？ －キャッシュレス決済を悪用する業者にご用心！－
11月27日	消費者契約法に関連する消費生活相談の概要
12月4日	食品加熱時の突沸に注意
	使っていたらボロボロと崩れてきた腕時計の樹脂製ベルト (相談解決のためのテストから No.79)
12月18日	消費者問題に関する2014年の10大項目
	国民生活センター ADRの実施状況と結果概要について (平成26年度第3回)
	空転で破断した非金属タイヤチェーン (相談解決のためのテストから No.80) 保管中に突然割れた電気グリル鍋のガラス製のふた (相談解決のためのテストから No.81)
12月24日	速報！！「キャッシュレスでの買い物トラブル110番」の実施結果報告
2015年1月20日	鳥インフルエンザが発生しています 正確な情報に基づいて冷静に対応しましょう
1月26日	食品の異物混入に関する相談の概要
	歩行型ロータリ除雪機の使い方に注意 (再注意喚起) －今冬も死亡事故が発生！使い方の再確認を－ 注ぎ口の筈部が溶けたやかん (相談解決のためのテストから No.82)
2月19日	過信は禁物！息を吹きかけて呼気中のアルコール濃度を調べる測定器 －運転の可否の判断には使用しないで！－
2月20日	医療費などの還付金がATMで支払われることは絶対にありません！！ －「お金が返ってくるのでATMへ行くように」は詐欺です－
3月5日	店舗型とは違います インターネットで申し込む宅配クリーニングのトラブルにご注意！
	設定温度にならないヘアアイロン (相談解決のためのテストから No.83) 調理中に取っ手が外れた片手鍋 (相談解決のためのテストから No.84)

公表日	公表内容
3月18日	洗濯用パック型液体洗剤に気を付けて！ －特に3歳以下の乳幼児に事故が集中しています－
3月19日	電子レンジ庫内の発煙・発火－庫内の汚れの付着や食品の加熱しすぎに注意－ ----- ガラス繊維強化プラスチックによるけがに注意！ －傘の骨やテントの支柱、園芸用ポールなどに使われています－ ----- 国民生活センター ADRの実施状況と結果概要について (平成26年度第4回) ----- 幼児がやけどを負い、こたつ布団なども焦げた電気こたつ (相談解決のためのテストから No.85) ----- 内圧変化で亀裂が生じたガソリン携行缶 (相談解決のためのテストから No.86)
3月26日	通信販売における宅配便トラブルを減らすために －運送事業者・通販事業者・消費者、それぞれが取り組めること－ ----- プリペイドカードの購入を指示する詐欺業者にご注意！！ －「購入したカードに記載された番号を教えて」は危ない！－
3月31日	消費生活相談員を対象とした「越境消費者取引の相談対応等に関する調査」＜結果・概要＞

IV

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で実施された「苦情処理テスト^{*1}」「商品テスト（比較・試買テスト）^{*2}」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989センターを対象に調査票を郵送し、947センターが回答した（回収率95.8%）。

*1 消費者からの消費生活に係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

2014年度に全国の消費生活センター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1,312件^{*3}で、2013年度より193件減少し、12.8%減であった（表64）。

苦情処理テストを実施したのは、都道府県44センター、政令指定都市15センター、市区町村168センターおよび国民生活センターの合計228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64 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
2008	1,386	16.9	140	56	△ 9.7	19
2009	1,395	0.6	141	53	△ 5.4	19
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

(1) 商品等分類別件数

「住居品」が406件（30.9%）と最も多く、次いで「クリーニング（被服品）」196件（14.9%）、「被服品」180件（13.7%）、「教養娯楽品」144件（11.0%）であった（表65）。この4種類で約7割を占めており、これらに続いて「食料品」「保健衛生品」「車両・乗り物」「土地・建物・設備」等の順であった。

表65 苦情処理テスト商品等分類別件数

実施機関	商品等分類	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	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
都道府県センター		77	145	13	101	37	53	25	10	9	136	5	611
政令指定都市センター		4	60	1	12	10	6	3	9	1	18	0	124
市区町村センター		41	120	2	46	32	54	25	6	3	42	2	373
国民生活センター		10	81	0	21	35	31	23	2	1	0	0	204
合計		132	406	16	180	114	144	76	27	14	196	7	1,312
※(総件数に占める比率)		(10.1%)	(30.9%)	(1.2%)	(13.7%)	(8.7%)	(11.0%)	(5.8%)	(2.1%)	(1.1%)	(14.9%)	(0.5%)	(100.0%)

(注) 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1,312件のうち588件であった（表66）。また、総件数のうち国民生活センター実施分204件を除く苦情処理テスト件数合計1,108件における外部依頼の割合は、53.1%であった。

商品等分類別にみると、「住居品」が218件と最も多く、次いで「教養娯楽品」72件、「クリーニング（被服品）」65件の順であった。外部依頼依存率は「車両・乗り物」が84.9%、「住居品」67.1%、「土地・建物・設備」64.0%と続いた。

表66 苦情処理テスト外部依頼件数

実施機関	商品等分類	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	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
都道府県センター		5	60	0	9	11	20	17	3	0	11	0	136
政令指定都市センター		4	41	1	11	9	3	3	7	1	15	0	95
市区町村センター		41	117	2	44	29	49	25	6	3	39	2	357
合計		50	218	3	64	49	72	45	16	4	65	2	588
苦情処理テスト件数合計 (国民生活センターを除く)		122	325	16	159	79	113	53	25	13	196	7	1,108
※(苦情処理テスト件数合計に 占める比率(外部依頼依存率))		(41.0%)	(67.1%)	(18.8%)	(40.3%)	(62.0%)	(63.7%)	(84.9%)	(64.0%)	(30.8%)	(33.2%)	(28.6%)	(53.1%)

(注) 外部依頼件数は、国民生活センターへの依頼を含む。

(3) 苦情処理テストの内容

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776件（59.1%）と最も多く、「危険に関するもの」279件（21.3%）、「危害に関するもの」257件（19.6%）の順であった（表67）。

商品等分類別に「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、「教養娯楽品」が66.7%、次いで「住居品」が63.5%、「車両・乗り物」が59.2%の順であった。

表67 商品等分類別にみた苦情処理テストの内容

商品等分類	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	15 (11.4%)	10 (7.6%)	107 (81.1%)	132 (100.0%)
住居品	100 (24.6%)	158 (38.9%)	148 (36.5%)	406 (100.0%)
光熱水品	2 (12.5%)	2 (12.5%)	12 (75.0%)	16 (100.0%)
被服品	30 (16.7%)	3 (1.7%)	147 (81.7%)	180 (100.0%)
保健衛生品	45 (39.5%)	13 (11.4%)	56 (49.1%)	114 (100.0%)
教養娯楽品	30 (20.8%)	66 (45.8%)	48 (33.3%)	144 (100.0%)
車両・乗り物	26 (34.2%)	19 (25.0%)	31 (40.8%)	76 (100.0%)
土地・建物・設備	4 (14.8%)	5 (18.5%)	18 (66.7%)	27 (100.0%)
その他の商品	2 (14.3%)	2 (14.3%)	10 (71.4%)	14 (100.0%)
クリーニング（被服品）	3 (1.5%)	1 (0.5%)	192 (98.0%)	196 (100.0%)
クリーニング（その他）	0 (0.0%)	0 (0.0%)	7 (100.0%)	7 (100.0%)
合計	257 (19.6%)	279 (21.3%)	776 (59.1%)	1,312 (100.0%)

(注) () 内は各商品分類に占める比率。

2 商品テスト（比較・試買テスト）

2014年度に全国の消費生活センター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51件で、2013年度より2件増加し、4.1%増となった（表64 88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3センター、市区町村5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) 商品等分類別件数

「食料品」が24件（47.1%）と最も多く「住居品」13件（25.5%）、「保健衛生品」7件（13.7%）、と続いた。この3種類で86.3%を占めており、これらに続いて「被服品」「光熱水品」「教養娯楽品」の順であった（表68、図12）。

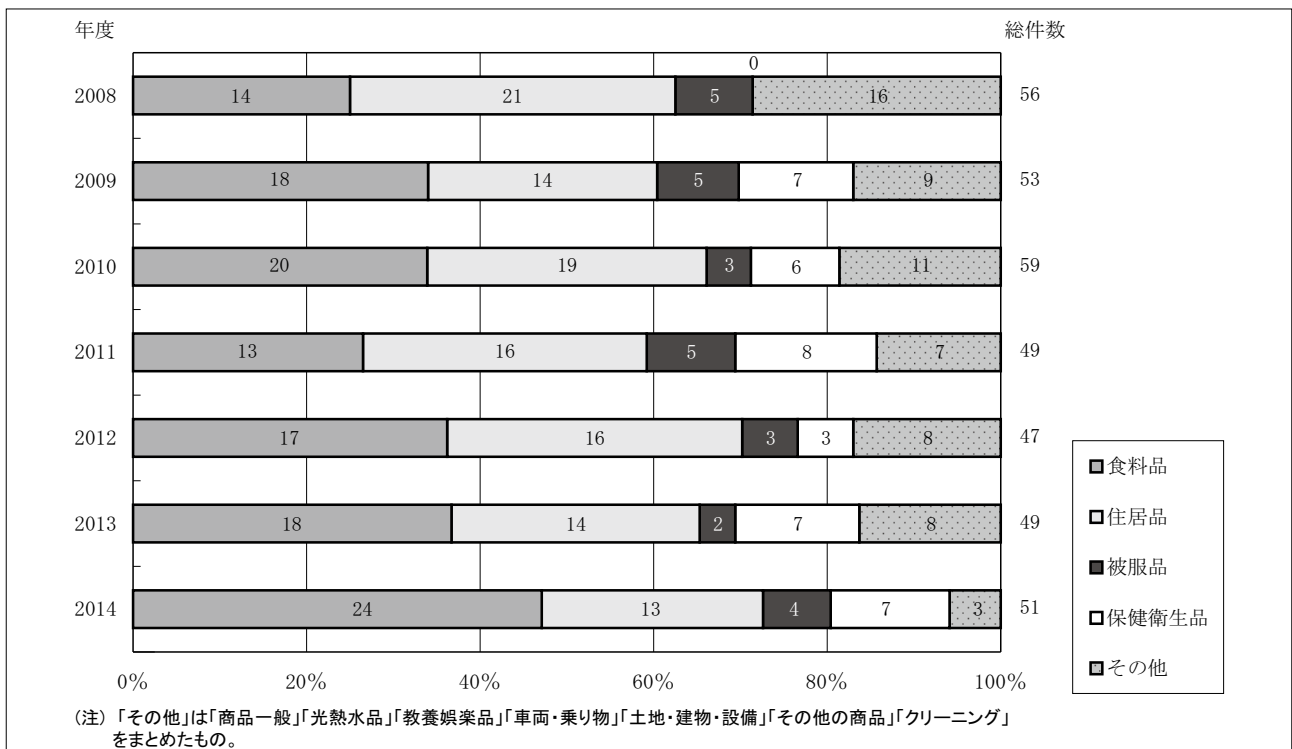
実施機関別に実施状況を見ると、都道府県では「食料品」「住居品」がそれぞれ8件（38.1%）ずつで、この2種類で76.2%を占めた。政令指定都市では「食料品」「住居品」「保健衛生品」がそれぞれ1件ずつであった。市区町村では、実施された商品テスト14件はすべて「食料品」であった。

テストの効率化と相互の技術の向上・交流を図る有効な手段として消費生活センター間で共同比較テストが行われているケースもある。2014年度には、富山県・石川県・福井県の北陸3県で「清涼飲料水」について、共同比較テストが行われた。

表68 商品テスト商品等分類別件数

実施機関	商品等分類	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	その他の商品	クリーニング	合計
都道府県センター		0	8	8	0	3	2	0	0	0	0	0	21
政令指定都市センター		0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	3
市区町村センター		0	14	0	0	0	0	0	0	0	0	0	14
国民生活センター		0	1	4	2	1	4	1	0	0	0	0	13
合計		0	24	13	2	4	7	1	0	0	0	0	51
※(総件数に占める比率)		(0.0%)	(47.1%)	(25.5%)	(3.9%)	(7.8%)	(13.7%)	(2.0%)	(0.0%)	(0.0%)	(0.0%)	(0.0%)	(100.0%)

図12 商品テスト年度別件数（商品等分類別）



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	170	4
青森県	2	0
岩手県	1	1
宮城県	3	1
秋田県	0	0
山形県	2	0
福島県	0	0
茨城県	3	0
栃木県	4	0
群馬県	15	1
埼玉県	52	2
千葉県	21	0
東京都	63	0
神奈川県	10	2
新潟県	2	0
富山県	5	1
石川県	38	3
福井県	26	3
山梨県	2	0
長野県北信消費生活センター	3	0
長野県東信消費生活センター	2	0
岐阜県	3	0
静岡県環境衛生科学研究所	1	3
静岡県中部県民生活センター	2	0
静岡県東部県民生活センター	4	0
愛知県	38	0
三重県	0	0
滋賀県	5	0
京都府	6	0
大阪府	8	0
兵庫県立健康生活科学研究所 生活科学総合センター	37	0
兵庫県中播磨消費生活創造センター	1	0
兵庫県但馬消費生活センター	1	0
奈良県	29	0
和歌山県	2	0
鳥取県	0	0
島根県	4	0
岡山県	1	0
広島県	4	0
山口県	0	0
徳島県	0	0
香川県	2	0
愛媛県	0	0
高知県	3	0
福岡県	2	0
佐賀県	0	0
長崎県	5	0
熊本県	16	0
大分県	1	0
宮崎県	3	0
鹿児島県	1	0
沖縄県	8	0
(合計)	611	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	2	0
さいたま市	7	0
千葉市	0	0
横浜市	15	1
川崎市	7	0
相模原市	5	0
新潟市	0	1
静岡市	4	0
浜松市	1	0
名古屋市	23	0
京都市	12	0
大阪市	6	0
堺市	0	0
神戸市	3	0
岡山市	0	0
広島市	12	0
北九州市	5	0
福岡市	21	0
熊本市	0	0
(合計)	124	3

(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
小樽市	5	0
旭川市	5	0
室蘭市	2	0
釧路市	1	0
帯広市	3	0
苫小牧市	1	0
江別市	1	1
千歳市	1	0
登別市	1	0
恵庭市	2	0
岩内町	1	0
上砂川町	0	3
芽室町	1	0
本別町	0	5
山形市	2	0
いわき市	6	0
水戸市	3	0
土浦市	1	0
つくば市	1	0
阿見町	1	0
宇都宮市	1	0
足利市	1	0
小山市	0	4
大田原市	1	0
芳賀地区	1	0
前橋市	4	0
高崎市	1	0
伊勢崎市	1	0
甘楽町	1	0
川越市	1	0
熊谷市	4	0
川口市	2	0
飯能市	2	0
本庄市	1	0
東松山市	1	0
狭山市	1	0
上尾市	1	0
越谷市	1	0
入間市	1	0
朝霞市	2	0
志木市	1	0
和光市	1	0
新座市	5	0
三郷市	1	0
鶴ヶ島市	2	0

機関名	苦情処理テスト	商品テスト
吉川市	1	0
ふじみ野市	2	0
白岡市	1	0
伊奈町	1	0
船橋市	6	0
木更津市	1	0
野田市	1	0
柏市	2	0
市原市	1	0
流山市	1	0
八千代市	1	0
浦安市	1	0
白井市	2	0
中央区	1	0
新宿区	6	0
墨田区	1	0
江東区	7	0
目黒区	1	0
大田区	11	0
世田谷区	2	0
渋谷区	1	0
中野区	4	0
杉並区	2	0
北区	3	0
荒川区	1	0
練馬区	4	0
足立区	16	0
江戸川区	7	0
八王子市	1	0
立川市	1	0
武蔵野市	1	0
三鷹市	2	0
府中市	1	0
調布市	2	0
町田市	4	0
小平市	3	0
東村山市	2	0
清瀬市	8	0
東久留米市	1	0
多摩市	1	0
あきる野市	1	0
横須賀市	3	0
平塚市	2	0
鎌倉市	2	0
藤沢市	4	0
茅ヶ崎市	2	0

機関名	苦情処理テスト	商品テスト
秦野市	1	0
大和市	1	0
海老名市	1	0
座間市	3	0
射水市	1	0
かほく市	1	0
福井市	1	0
大野市	1	0
坂井市	2	0
岐阜市	1	0
三島市	1	0
島田市	1	0
富士市	3	0
藤枝市	3	0
豊橋市	1	0
岡崎市	2	0
豊田市	1	0
小牧市	1	0
名張市	1	0
大津市	6	0
長浜市	1	0
近江八幡市	2	0
草津市	4	0
湖南市	1	0
宇治市	3	0
京田辺市	1	0
岸和田市	1	0
豊中市	2	0
泉大津市	2	0
貝塚市	5	0
守口市	1	0
枚方市	2	0
茨木市	3	0
寝屋川市	6	0
河内長野市	1	0
松原市	1	0
和泉市	1	0
箕面市	2	0
門真市	5	0
藤井寺市	2	0

機関名	苦情処理テスト	商品テスト
東大阪市	5	0
泉南市	1	0
交野市	3	0
姫路市	5	0
尼崎市	8	0
西宮市	7	0
芦屋市	6	0
加古川市	6	0
三田市	8	0
養父市	1	0
丹波市	1	0
猪名川町	1	0
佐用町	1	0
奈良市	4	0
大和郡山市	3	0
桜井市	1	0
生駒市	3	0
上牧町	1	0
米子市	1	0
安来市	1	0
府中町	1	0
防府市	1	0
山陽小野田市	1	0
周防大島町	1	0
徳島市	1	0
松山市	2	0
新居浜市	1	0
高知市	1	0
大牟田市	1	0
小郡市	1	0
筑紫野市	1	0
大野城市	1	0
佐賀市	1	0
長崎市	2	0
大村市	1	0
人吉市	1	0
合志市	1	0
別府市	1	0
宮崎市	1	0
鹿児島市	1	0
(合計)	373	14

2. 商品分類別商品テスト一覧

(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	災害食のアンケートとテスト	自然災害が頻発する昨今、市民の食糧備蓄の参考になるよう調査した 1. 災害食に関する市民の意識アンケート調査 2. モニターによる災害食品や発熱材の使用テスト	新潟市
	試買量目調査	豚肉、鮭の切り身、長芋、たらこ（計4品目）の食品表示、重量をチェックするために、江別市商店街振興組合連合会、北海道計量協会の立会いのもと調査した（市内16店舗）。量目公差不足は7点であった	江別市
	地元野菜を活用した、食品ロスの出ない食生活について	産地表示の調査や官能テストを実施し、栄養学的立場から地元野菜を活用した健康的な食生活を科学的に考察したほか、食品ロスについての知識やレシピについて学び、消費生活展において発表	小山市
	食品加熱時の突沸に注意	電子レンジを使って液体を沸騰させると突沸することがあると2003年に情報提供を行ったが、その後も「突沸」に関する危害・危険情報が継続的に寄せられている。電子レンジ以外にガスコンロ、IHクッキングヒーターにも突沸事故が見られることから、電子レンジに加え、新たにガスコンロやIHクッキングヒーターで食品を加熱した場合の突沸について再現テストを行い、消費者へ情報提供	国民生活センター
穀類	即席カップめん	塩分量	函館市
魚介類	養殖えびの抗生物質	抗生物質、表示	北海道
	試買量目調査	量目調査	上砂川町
	魚介類（ホタテ・エビ・タコ・まぐろ等）	消費者保護の観点から、町内主要店舗の商品を試買し適正な表示量となっているか計量。量目不足の商品については、各店舗へ改善を要望	本別町
肉類	試買量目調査	量目調査	上砂川町
	肉類（豚・鶏・牛）	消費者保護の観点から、町内主要店舗の商品を試買し適正な表示量となっているか計量。量目不足の商品については、各店舗へ改善を要望	本別町
野菜・海藻	試買量目調査	量目調査	上砂川町
	野菜類（芋・玉ネギ・はくさい・人参等）	消費者保護の観点から、町内主要店舗の商品を試買し適正な表示量となっているか計量。量目不足の商品については、各店舗へ改善を要望	本別町
	梅ぼしの比較試買テスト	市販されている梅ぼしの塩分を測定・比較し、その結果を消費生活展において発表	小山市
油脂・調味料	バター・マーガリン類（消費者団体との共同テスト）	バター・マーガリン類で「カロリーカット」「コレステロールゼロ」「ビタミンE入り」「食物繊維入り」などの健康志向をうたったものが多いため、表示や価格などについて調べ、消費者へ情報提供	福井県
	ジャム（いちご）の比較試買テスト	市販されているジャムの糖度を測定し、内容量を計量したものをまとめ、比較し、その結果を消費生活展において発表	小山市
果物	果実（バナナ・ぶどう等）	消費者保護の観点から、町内主要店舗の商品を試買し適正な表示量となっているか計量。量目不足の商品については、各店舗へ改善を要望	本別町
飲料	スポーツドリンクの品質	糖組成、人工甘味料、モニターテスト、表示	北海道
	清涼飲料水	水分やミネラルの補給を目的とした清涼飲料水の表示、品質（糖度やミネラル含有量）などをテストし、購入時や使用時などの留意点を情報提供	※富山県 ※石川県 ※福井県
	ミネラルウォーター類（消費者団体との共同テスト）	炭酸、糖類、香料などを添加したミネラルウォーター等の表示、品質（硬度、pH）などをテストし、消費者へ情報提供	福井県
	清涼飲料水の比較試買テスト	市販されている清涼飲料水の糖分を測定・比較し、その結果を消費生活展において発表	小山市

(注) ※は共同比較【試買】テスト。

	件名	テストのねらいまたはテスト項目	実施センター
調理食品	惣菜	消費者保護の観点から、町内主要店舗の商品を試買し適正な表示量となっているか計量。量目不足の商品については、各店舗へ改善を要望	本別町
健康食品	カテキン、クロロゲン酸含有健康食品	健康食品（カテキン、クロロゲン酸含有）または緑茶飲料などの、カテキン類、クロロゲン酸、カフェイン、重金属（鉛、カドミウム）及びカリウム等の含有量を調査。健康食品については、錠剤の崩壊性試験も実施	静岡県環境衛生科学研究所

(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	オーブントースターの誤使用による発火	オーブントースターの誤使用について、「パンの加熱時間超過」「揚げ物など油の出るものの受皿不使用加熱」「直接加熱禁止食品（生魚・生肉）の直接加熱」「バターやジャムを塗ったパンの加熱」による発火現象を調査し、情報提供	埼玉県
	電子レンジ庫内の発煙・発火	電子レンジの発煙や発火などに関する相談について、「電子レンジ庫内側面から火花が出た」といったものや、「電子レンジで野菜を加熱していて、野菜から火が出た」といった食品に関わる相談が寄せられている。発煙・発火の形態も一様ではなく、継続的に相談が寄せられていることから、電子レンジにおける庫内壁面および食品の発煙・発火についてテストを行い、注意喚起を実施	国民生活センター
食器・台所用品	電磁調理器対応鍋	電磁調理器対応鍋での調理中の発火事例や他の鍋に比べて湯が沸くまでに時間がかかるといった相談が寄せられている事から表示や加熱性能、安全性等に関するテストを実施	石川県
	食品包装用ラップフィルム	家庭での食品の保存などに広く使われ、種類も豊富で、耐熱性の優れたものがある一方、切りにくいなどの声も聞かれることから品質テストと意識調査を実施（消費者団体との共同テスト）	石川県
	炭酸水製造機が破裂し、手に大けがを負う事故が発生	飲用などの目的で炭酸水を製造できるとして、一般家庭向けに販売されている炭酸水製造機のうち、ボトルが突然破裂し、手指を病院で縫合するほどの大けがを負う事故が同一銘柄で発生した。当該品について消費者へ注意喚起するために情報提供	国民生活センター
掃除用具	キッチン用お掃除シート	使い捨てタイプの「お掃除シート」（11点）について、除菌剤成分の含有量、pH、除菌効果（シートの有無による雑菌の生育状況の差）、汚れの拭取り率などを調査	静岡県環境衛生科学研究所
	ふとんクリーナー	ふとんクリーナー（4点）について、表示などの点検、機能性・安全性・使用性についてテストを行い、消費者に商品選択の際考慮してもらいたいことなどについて情報提供	横浜市
洗剤等	洗濯用パック型液体洗剤に気を付けて！	洗濯用パック型液体洗剤は、新たな形の洗濯用洗剤として、近年、日本でも製造販売が行われている。計量の必要がなく簡便という利点があるものの、フィルムが破れ、洗剤が口や目に入る等の事故情報が消費者庁に寄せられている。フィルムは水に溶けやすいため、子供が握ったりかんだり遊んでいるうちに、破れてしまうケースが多く、特に3歳以下の乳幼児に被害が集中しているため、注意喚起を実施	国民生活センター
空調・冷暖房機器	除湿機の性能	除湿量、消費電力、表示	北海道
室内装備品	特殊繊維を使用したバスマットの品質	吸水量、吸水放置後の湿り感、構造、モニターテスト、表示	北海道

	件名	テストのねらいまたはテスト項目	実施センター
他の住居品	家庭用除湿剤	家庭用除湿剤の使用で、ケースにたまった潮解液* ¹ が漏れ床面を汚したなどの苦情が寄せられているが、正しい使い方をする事でこうした事故を減らすことができると考え、その特徴や使用上の注意事項を整理し情報提供	岩手県
	吊り下げ式防虫剤	吊り下げ式の防虫剤（害虫忌避剤）について、距離、水濡れの有無または時間の経過による、防虫成分の拡散量の差等を調査	静岡県環境衛生科学研究所
	歩行型ロータリ除雪機の使い方注意（再注意喚起）	2012年に除雪機に関する事故の分析を行い、オーガ* ² に巻き込まれる事故や、安全装置が作動しない状態で使用したために除雪機にひかれる事故などについて危険性を検証するとともに、誤った使い方をしないよう消費者へ注意喚起を行ったが、その後も引き続き事故が発生していることから、事故の防止のため、消費者へ再度注意喚起を実施	国民生活センター

* 1 吸湿剤が空気中の水蒸気を吸収して溶けた液

* 2 除雪機の一部で、雪をかき崩し、収集するためのらせん状の刃

(3) 光熱水品

	件名	テストのねらいまたはテスト項目	実施センター
他の光熱水品	乳幼児（特に1歳以下）のボタン電池の誤飲に注意！	医療機関ネットワークには子どものボタン電池の誤飲事故が、2010年12月から今年3月までに全国で93件報告されており、子どものボタン電池の誤飲は、重症化の危険がある。消費者庁が乳幼児の保護者に行ったアンケート調査では、誤飲のおそれや重症事例の存在を知らない人が6割であった	国民生活センター
	ボタン電池を使用した商品に注意	PIO-NETには、ボタン電池を誤飲した、あるいは誤飲しそうになったという報告が寄せられていた。玩具では、玩具安全基準（ST基準）により電池ふたの構造について、一定の安全性が担保されているが、それ以外の商品については、規格基準がない。そこで、「家庭内でボタン電池が使用されている商品」の電池室のふたの構造などを調査	国民生活センター

(4) 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
被服品一般	服のサイズに関する調査	同じサイズの服でも丈や幅に違いがあるのかについて調査を実施し、結果を情報提供	神奈川県
洋服一般	アンゴラ混のニット衣料品	外観、毛羽付着試験および耐洗濯性	群馬県
	コンプレッションウェアの洗濯による収縮	洗濯により収縮するとの相談が寄せられている「コンプレッションウェア」について、乾燥時や保管時の温度の伸縮率への影響を調査し、情報提供	埼玉県
他の身の回り品	ガラス繊維強化プラスチックによるけがに注意！	ガラス繊維強化プラスチックは、傘の骨やテントの支柱など、軽量で弾性が求められる部位に用いられていることがあるが、使われているガラス繊維は細くて肉眼では非常に見えにくいいため、破損した部分等に触れ、けがにつながる場合もあった。そこで、ガラス繊維強化プラスチックが使用されている商品について調査し、注意喚起を実施	国民生活センター

(5) 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
医療用具	カラーコンタクトレンズの安全性	カラーコンタクトレンズは、2009年11月から視力補正を目的としないものについても、高度管理医療機器としての承認が必要となったが、PIO-NETの相談が近年増加していることなどから、国内で承認されている17銘柄に参考として個人輸入品3銘柄を加え、安全性や使用実態を調査	国民生活センター
具理・美容器	ヘアドライヤーの商品テスト	ヘアドライヤーを使用する時、実際ノズル等がどの位の温度になるのかをテストし、取り扱ううえでの注意点等について情報提供	神奈川県
他の保健衛生品	タオルの外観調査、脱毛率試験(輸入品)	2種類のバスタオルのうち、ひとつは毛羽立ちやパイルのほつれがみられ、耳縫いは粗く、洗濯により脱落する繊維が多い傾向があった。もうひとつは、苦情品の提供がなかったため、新品の苦情同型品のみでテストを行ったところ、洗濯により脱落する繊維が少なめではあったものの、価格や大きさが類似した参考品よりは脱落が多い傾向があり、毛羽立ちやパイルのほつれもみられた	宮城県
	保湿ティッシュペーパー	従来品より「しっとり柔らか」等とうたわれている保湿ティッシュについてソルビトール含有量検査、水へのほぐれやすさ試験、官能テストを実施。官能テストでは7検体中2検体で従来品と変わらないという結果であった	札幌市
	スプレー缶製品の事故に注意	「スプレー缶製品の使用上の安全性」で情報提供を行ったが、その後破裂や爆発、引火、凍傷や凍結による事故などが引き続き発生していることから、新たな再現テストを加え、あらためて消費者へ情報提供	国民生活センター
	置き型のワンプッシュ式蚊取りの使い方に注意	電気や火を使わず、ボタンを1回押すだけで1日分の使用量に相当する薬剤が噴射され、長時間にわたり蚊を駆除する「ワンプッシュ式蚊取り」が販売されている。PIO-NETや日本中毒情報センター等に危害情報が寄せられていることから、蚊取り剤を使用する夏場に、被害の未然防止のために注意喚起を実施	国民生活センター
	過信は禁物！息を吹きかけて呼気中のアルコール濃度を調べる測定器	息を吹きかけることによって呼気中のアルコール濃度を簡易的に調べるといふ測定器（アルコールチェッカー）は、使用者が正常に作動しているか否かを確認することは困難であると考えられ、測定動作に異常等がない限り、検知できなくなっても、そのまま気が付かずに使用して測定結果を信用してしまう可能性がある。そこで、市販されている簡易型6銘柄についてテストし、商品の表示や広告、使用者の意識に関する調査等を行い、その結果を消費者に情報提供	国民生活センター

(6) 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
玩具・遊具	ペダルなし二輪遊具による坂道の事故に注意	幼児を対象に、自転車に乗る前にバランス感覚を養う遊具、いわゆるペダルなし二輪遊具が販売されている。急な坂道で使用してしまうと、速度がついてしまい重大な事故になることがあるため、坂道を滑走した場合の速度を測定し、安全に使用するための注意喚起を実施	国民生活センター

消費者問題に関する 2014年の10大項目

国民生活センターでは、毎年、消費者問題として社会的注目を集めたものや消費生活相談が多く寄せられたものなどから、その年の「消費者問題に関する10大項目」を選定し、公表している*4。

2014年は、冷凍食品への農薬混入や事業者が保有する個人情報の大量流出など、社会を騒がせた重大な事件が相次ぎ、消費者の不安が高まった。また、あたかも公的機関等の職員であるかのように思わせる詐欺的勧誘や、遠隔操作によるプロバイダ変更勧誘トラブルの増加が顕著となった。

1 高齢者の消費者被害依然として多く 認知症等の被害者も目立つ

- ・契約当事者が65歳以上の相談は、2014年は218,010件寄せられており、全相談の3割近くを占め、依然多い状況にある（2013年同期225,304件）。
- ・高齢者の中でも、特に、認知症等の理由によって判断能力が不十分な状態になっている高齢者の被害も目立つ。
- ・なお、昨年急増した「健康食品の送りつけ商法」に関する相談は激減したが、健康食品の送りつけに関する相談を除くと、65歳以上の相談は微増している。

2 事業者からの個人情報の大量流出事件発生

- ・株式会社ベネッセコーポレーションが保有する顧客の個人情報が大量に*5流出する事件が発生した。
- ・経済産業省においては個人情報保護法に基づく勧告やガイドラインの改定を行うとともに、消費者庁では、各府省におけるガイドラインの改定にあたり、盛り込むべき事項等の考え方を明らかにするため「ガイドラインの共通化の考え方について」の改定を行うなど、再発防止に向けての取り組みが行われている。

*4 本件に関する詳細な資料は、2014年12月18日報道発表資料として、国民生活センターホームページの発表情報コーナー（http://www.kokusen.go.jp/news/data/n-20141218_1.html）に掲載されている。なお、本件で使用されている相談件数等の情報は、2014年11月30日までにPIO-NET（全国消費生活情報ネットワークシステム）に登録されたものである。また、前年同期としている2013年の数字は、2013年11月30日までにPIO-NETに登録された相談件数である。

*5 ベネッセコーポレーションによれば、売却された個人情報は約3,504万件分、実態件数としては約2,895万件と推計。

3 公的機関等をかたる詐欺的勧誘が急増 国民生活センターをかたる電話も頻発

- ・ 公的機関や有名企業などをかたる勧誘手口が急増する。
- ・ 「あなたの個人情報が出ていますので、削除してあげる」などと電話がかかってきたなど、個人情報削除を持ちかける詐欺に関する相談が、2014年は1,744件と、2013年同期409件の4倍以上と急増した。この中には、公的機関をかたるものが目立つ。
- ・ 公的機関の職員、複数の業者や弁護士などを名乗る多数の役回りが登場して、最終的にはお金をだまし取る「劇場型勧誘」も多くみられる。
- ・ 2014年は国民生活センターをかたるハガキ・文書やメール、電話による勧誘も頻発した。
- ・ ベネッセコーポレーションの個人情報流出事件の後には、この事件に便乗した「あなたの情報が流出していないか確認してあげる」「流出した名簿にあなたの名前がある。このままでは口座凍結される」といった不審な勧誘があったとの相談事例が寄せられた。

4 食の安全と信頼が脅かされる事件が相次ぐ 食品の安全性に関する相談がここ5年で最多

- ・ 昨年末に発生した、株式会社アクリフーズ群馬工場が製造した冷凍食品の一部に、農薬が混入された事件を始めとして、チキンナゲットを製造する中国工場での不衛生な実態の発覚、輸入ししゃもへの汚物付着など、食品の安全や衛生に関する問題が相次いで明るみに出た。食品の安全・衛生に関する相談は2014年は9,572件と2013年同期（5,191件）の約1.8倍となった。
- ・ また、株式会社木曾路のメニュー表示等において牛肉等に関する不当表示が発覚し、景品表示法に基づく措置命令が出されるなど、「食」への信頼が脅かされる事態が再発した。

5 インターネット通販などのネット関連トラブルは 引き続き増加

- ・ インターネット関連の相談件数は引き続き増加した。特に、インターネット通販^{*6}に関する相談件数は、2014年は200,689件で、2013年同期の161,388件と比べ2割以上増加している。
- ・ SNSをきっかけとしたインターネット通販トラブルも増加している。
- ・ コピー商品や偽造品などの「ニセモノ」に関するトラブルもインターネット通販で多く寄せられている。

*6 インターネットによる申し込みを受けて商品の販売やサービスの提供を行う販売方法。アダルト情報サイトや出会い系サイトなどのデジタルコンテンツ提供サービスなども含まれる。

6 遠隔操作によるプロバイダ変更勧誘トラブルが急増

- ・大手電話会社の関連事業者と思わされるなどし、プロバイダ契約の内容変更を遠隔操作でもらった後トラブルになっている相談は、2014年は既に3,747件となり、2013年同期726件と比べ5倍以上と急増した。
- ・国民生活センターでは2013年6月に続き、2014年9月に消費者へ向けて再度の注意喚起を行い、相談件数が多かった地域の消費生活センターと共同で、総務省へ消費者保護ルールの整備や制度的な対応について改めて要望を行った。

7 若者に投資関連トラブルが拡大 バイナリーオプション取引などが顕著

- ・インターネットで簡単に取引が始められることもあり、バイナリーオプション取引^{*7}の相談では、20歳代の契約当事者が全体の約半数を占めるなどの特徴がみられる（2014年990件のうち20歳代479件（49.6%。無回答を除くn=966）、30歳代347件（35.9%。同左））。
- ・大学生に借金をさせて高額な投資用DVDを購入させ、支払いに困ると、人を紹介し契約させればマージンが得られると友人を勧誘させる手口が、再び増加した。2014年11月には、消費者庁と東京都が連携し、このような勧誘・販売を行っていた複数の業者に対し、特定商取引法違反の行政処分を行った。

8 繰り返される子どもの事故 事故防止へのさまざまな取り組み

- ・乳幼児の誤飲事故や溺水事故等、子どもの事故が繰り返し起きている。
- ・国民生活センターでは、2014年6月に消費者庁と連名で、ボタン電池の誤飲事故に関する国際的な連携の取り組みの一環として注意喚起を行った^{*8}。さらに同年10月にはボタン電池を使用した商品のテスト結果等を公表し、業界・事業者へより安全な構造の商品開発を要望した。
- ・2014年7月にはペダルなし二輪遊具の坂道での事故、同年10月には消費者庁と連名で浴槽での首掛け式浮き輪での溺水事故に関して注意喚起を行った。
- ・子ども用衣料に付属するひもやブラインド等のひもの事故に関連するJIS制定等の検討^{*9}や、教育・保育施設での事故情報収集の検討など、各方面での取り組みも行われている。

*7 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。

*8 経済協力開発機構(OECD)が16の国と国際機関とで連携して取り組む「ボタン電池の安全性に関する国際啓発期間」の一環。

*9 子ども用の衣料については、2014年6月23日、日本工業標準調査会(JISC)第49回消費生活技術専門委員会が開催され、JIS L4129(子ども用衣料の安全性-子ども用衣料に付属するひもの要求事項)を2015年12月に制定公示することが決定された。

9 消費税が8%にアップ 相談も増加

- ・2014年4月1日から消費税が5%から8%に上がった。消費生活相談の窓口にも、消費税に関する相談が多く寄せられた（2014年9,080件）。相談内容で多かったものは、便乗値上げや表示に関する相談、その他説明不足等に関する相談だった。

10 消費者関連法規の改正により地方消費者行政の基盤を強化

- ・食品表示等の不正や高齢者の消費者被害など、消費者の安全・安心をめぐる問題を背景に、消費者安全法、景品表示法の改正法が2014年6月に成立・公布された。
- ・本改正のうち、消費者安全法に関しては、地方消費者行政の基盤強化等を図るための体制整備として、地域の見守りネットワークづくり、消費生活相談体制の強化、消費者行政職員・消費生活相談員の確保と資質向上が盛り込まれた。景品表示法に関しては、行政の監視指導体制強化や、事業者が講ずべき表示等の管理上の措置などが盛り込まれた。なお、景品表示法については2014年11月に課徴金制度の導入に関する改正法も成立した。