

消費生活年報

2016 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
2015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害情報の概要	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	58
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 休日相談	73
3 個人情報相談	76
国民生活センター越境消費者センター（CCJ）に寄せられた相談	78
III 国民生活センターによる情報提供（2015年度）	83
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2015年の10大項目	100

I

最近の消費生活相談 の傾向と特徴

2015年度の消費生活相談の 傾向と特徴

◆ 相談件数は2年ぶりに減少するも依然として高水準

2015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92.6万件であった。2013年度以降相談件数は増加していたが、2015年度は2年ぶりに減少に転じた。依然として最も多い相談であるものの「アダルト情報サイト」に関する相談が2014年度に比べて2万件近く減少したこと、また、立場の違う複数の業者が登場し、架空の投資話などを電話で勧誘する“劇場型勧誘”（買え買え詐欺）が多くみられる「ファンド型投資商品」「公社債」「株」などの相談が、高齢者層を中心に減少したこと、さらには、2014年度に急増したバイナリーオプション取引に関する相談が減少したことなどによると考えられる。

一方、利用した覚えのないサイト利用料の請求など「架空請求」の相談は、2012年度以降増加傾向が続いている。また、「還付金詐欺」は、2011年度からの5年間で10倍以上も増加した。

◆ 光回線サービスの卸売りに関する勧誘トラブルが急増

2015年2月1日より、NTT東西（東日本電信電話株式会社および西日本電信電話株式会社）が光回線サービスの卸売り（光卸し）を開始したことにより、多くの事業者が、卸売りを受けた光回線とプロバイダーや携帯電話等を組み合わせた独自のサービスを、さまざまな料金や契約形態で消費者に提供するようになった。消費者にとっては契約先の選択肢が増えた一方、卸売りを受けた事業者の勧誘時の説明不足などに伴い、全国の消費生活センター等には、「現在契約している大手電話会社だと思って話を聞いたら、関係ない事業者との新たな契約になっていた」「知らないオプション契約をさせられて今より高くなった」などの事例や、消費者が光卸しについて十分な理解がないまま契約してトラブルになってしまった事例が多数寄せられ、2015年度に入り急増し、相談件数は1万件を超えた。

そこで、国民生活センターでは、消費者に契約内容を十分確認するようになどアドバイスするとともに、総務省には電気通信事業者等に対し、光卸しの販売勧誘等を行う際は、契約内容、特に注意点などについて説明を徹底するよう指導することなど、また、事業者団体には契約関係について十分説明を行うよう加盟事業者に周知徹底することなどを要望した。

この他、スマートフォンやモバイルデータ通信も勧誘時の説明などが分かりにくく、最近では契約内容が難しいという高齢者からの相談の割合も高くなりつつある。

こうした実態を踏まえ、電気通信事業法が2015年5月に改正され（施行は2016年5月）、契約後の書面の交付義務、初期契約解除制度、不実告知等の禁止、勧誘継続行為の禁止、代理店に対する指導などの措置義務が新たに導入された。法施行後の消費生活相談の動向を注視したい。

◆ 支払い手段のキャッシュレス化が進み、プリペイドカード詐欺被害が拡大

クレジットカードやプリペイドカード、電子マネーなどキャッシュレスで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、あるいは、その匿名性を悪用した業者による消費者トラブルも増加している。

特に、最近では、「有料サイトの料金を支払うために、業者に指示されるままにプリペイドカードを購入し、カードに記載されている番号を伝えてしまった」などプリペイドカードの記載番号を不正に取得しようとする“詐欺業者”とのトラブルが目立ってきた。こうした最近のサーバ型プリペイドカード（発行会社のサーバで購入した金額（価値）を管理する）の場合、カードに記載された番号を相手に伝えることで購入した価値をすべて相手に渡してしまうことになる。後でだまされたと感じても、いったん相手に渡した価値を取り戻すことは非常に困難である。

そこで、国民生活センターでは、2015年3月から5月を「プリカ詐欺撲滅強化期間」として、一般社団法人日本資金決済業協会とともに啓発活動を行った。また、その後も消費者庁や金融庁、警察庁とも連携し、啓発グッズなどを作成、全国のコンビニエンスストアなどにも注意喚起のための協力を呼びかけた。コンビニエンスストアの店員が不審な購買行動をする顧客に声かけするなど被害防止のための取り組みの輪が広がっている。

◆ マイナンバー制度の開始、電力の自由化とともに便乗商法も次々に

マイナンバー（社会保障・税番号）制度が始まり、2015年10月からはマイナンバーの通知が開始された。新制度に乗じ、不正な勧誘や個人情報の取得を行おうとする電話や訪問などに関する相談が寄せられた。マイナンバー制度やその通知を口実に資産状況や口座などの情報を聞き出したり、何らかの名目で現金を要求したりするもので、中にはお金を支払ってしまった例もある。

また、電力の小売全面自由化が2016年4月に始まったことから、それを口実にした太陽光発電システムやプロパンガス、蓄電池などの勧誘をする便乗商法が見られるようになってきた。また、2016年に入ってからは参入を予定しているさまざまな事業者から執拗な^{しつよう}勧誘をされたなどの相談も寄せられるようになり、相談件数は自由化がスタートする前に1,000件近くに上った。

国民生活センターでは、2016年2月に経済産業省電力・ガス取引監視等委員会と「電力小売全面自由化の実施に伴う消費者トラブル防止施策強化のための連携協定」を締結した。当センターと他の行政機関とのこうした連携協定は取引分野では初めてのことである。

◆ 海外の詐欺的事業者とのトラブルが急増

2011年11月から実証調査の一環として開設・運営されてきた「消費者庁越境消費者センター」は、2015年4月から国民生活センターに移管され、国民生活センター越境消費者センター（CCJ）として、越境消費者トラブルについて恒常的に対応することとなった。

2015年度にCCJに寄せられた相談件数は4,299件で、そのほとんどがオンラインショッピング（電子商取引）に関するものである。そのなかでもSNSの広告を見て化粧品を申し込んだが、注文した数倍の金額を請求されたという相談が急増した。海外の事業者とは気づかずに気軽に契約した結果、事業者と連絡が取れない、言葉の壁もあって、解約のやり取りができないなどである。相手が海外なのでトラブルが起きて自力で解決することは難しい。今後もトラブルの増加が予想され、トラブル解決機関としてCCJの役割がますます求められよう。

* 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（約1,100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休日相談

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「休日相談」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。

(3) 国民生活センター越境消費者センター（CCJ）に寄せられた相談

海外ネットショッピングなど、海外の事業者との取引でトラブルにあった消費者のための相談窓口である「国民生活センター越境消費者センター（CCJ）」で受け付けた相談の集計。

* PIO-NETにみる消費生活相談 一用語の説明一

(商品・役務等)

用語	説明
商品一般	商品の相談であることが明確であるが、分類を特定できない、または特定する必要のないもの。身に覚えがなく債権の内容も不明な請求に関する相談が目立つ。
保健衛生品	人の身体を清潔にし、美化し、または健康を保ち、疾病を治療するために使用される商品。医薬品、医療用具、化粧品など。
教養娯楽品	主として教養、事務または娯楽・趣味の目的で使用される商品。パソコン、電話機、音響・映像製品、スポーツ用品など。
運輸・通信サービス	旅客・貨物運送サービスおよび電話、放送、インターネット等の通信サービス。
家庭用電気治療器具	原則として医薬品医療機器等法に定められる医療機器のうち、家庭で利用されるもの。電気マッサージ器や温熱治療器を含む。
移動通信サービス	携帯電話サービスやPHSサービス等およびモバイルデータ通信サービス。
インターネット接続回線	光ファイバーやADSL等の通信回線やプロバイダーのサービス。
デジタルコンテンツその他	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。内容の特定できないサイトの利用を含む）。
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、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	販売業者が消費者に電話をかけ、または特定のやり方で電話をかけさせ、その電話における勧誘により、郵便等で契約を締結する販売方法のこと。
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。
家庭訪販	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（アポイントメントセールスは含まれていない）。
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」などと特別な有利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	商品・サービスを契約して、次は自分が買い手を探し、買い手が増えるごとにマージンが入る取引形態。買い手が次にその販売組織の売り手となり、組織が拡大していく。
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家訪し、「水質に問題がある」「布団にダニがいる」など事実と異なることを言って商品やサービスを販売する商法。
景品付販売	「契約すれば景品を付ける」など、景品を付けることを販売勧誘の手段にしている商法。
ネガティブ・オプション（送りつけ商法）	契約を結んでいないのに商品を手勝手に送ってきて、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、電話や郵便等で喫茶店や事務所等へ呼び出し、契約しないと帰れない状況にするなどして商品やサービスを契約させる商法。
S F 商法	（読み：エスエフしょうほう）閉め切った会場に人を集め、日用品などをただ同然で配って雰囲気盛り上げた後、最終的に高額な商品を契約させる商法。催眠商法ともいう。

(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2カ月以上3回以上にわたり分割で支払う方法。
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以下の通り支払う方法。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カ月超の支払い、またはリボルビング方式が該当する。
個別割賦（2009年度以前）・個別信用（2010年度以降）	ある特定の商品購入時に、信販会社等が消費者に代わって販売会社に代金を立替払いし、消費者は販売会社ではなく信販会社等に代金を以下の通り支払う方法。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カ月超の支払いが該当する。
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。

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、2015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2016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（2015年度は消費生活センター等からの経由相談は含まれていない）。

2015年度の傾向と特徴

- ・2015年度の相談件数は約92.6万件で、2014年度（約96.0万件）に比べ減少した。高齢者からの相談や金融商品に関する相談の減少が影響している。
- ・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2014年度に比べ1.2倍に増加した。
- ・契約当事者の年齢をみると60歳以上は34.3%であり、依然として割合は大きいですが、2014年度以降は減少傾向にある。
- ・「アダルト情報サイト」に関する相談は減少しているが、2011年度以降5年連続で第1位となった。「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は増加した。
- ・2014年度に引き続き「インターネット接続回線」「移動通信サービス」「携帯電話」「インターネット通信関連サービス」など情報通信分野の相談が増加した。
- ・「ファンド型投資商品」「公社債」「株」などの相談は減少傾向にある。これらの金融商品の平均購入金額・既支払金額が大きく減少した影響を受けて、全体の平均金額・合計金額ともに低くなった。
- ・「通信販売」に関する相談が増加し、全体の約35%を占めた。
- ・販売方法・手口をみると「還付金詐欺」が2011年度から2015年度の5年間で10倍以上も増加している。

1 相談件数等

2015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

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

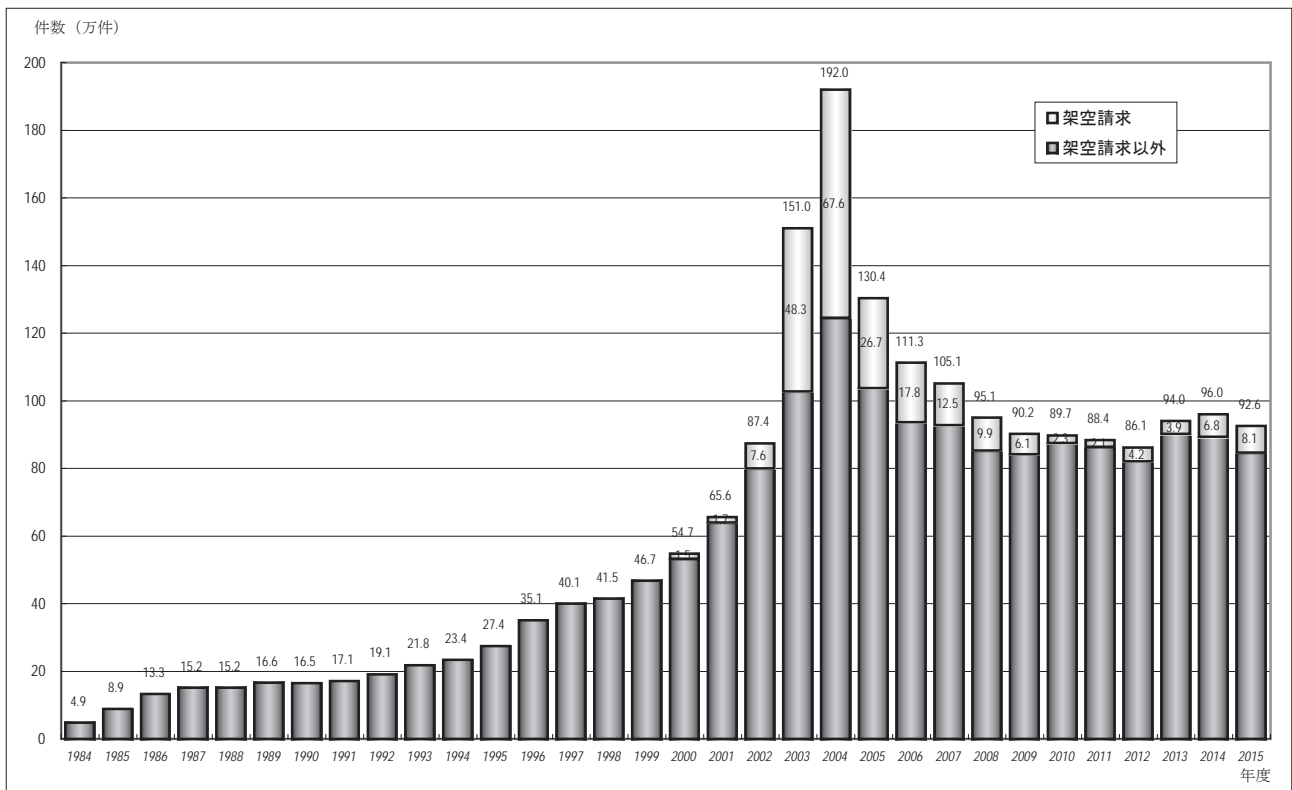
は、925,681万件であった（図1 9頁、表1 9頁）。相談件数は、2004年度をピークに年々減少した後、2013年度、2014年度に増加したが、2015年度は減少した。

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（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。2015年度は約8.1万件であり、2014年度（約6.8万件）に比べ1.2倍に増加した。

なお、1984年からの消費生活相談の累積件数は、約1,992万件に達している。

図1 消費生活相談の年度別総件数の推移（1984～2015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	1995	274,076	2006	1,113,146
1985	88,752	1996	351,139	2007	1,050,837
1986	133,103	1997	400,511	2008	950,507
1987	151,874	1998	415,347	2009	902,329
1988	151,784	1999	467,110	2010	897,187
1989	165,697	2000	547,138	2011	884,116
1990	164,643	2001	655,899	2012	861,217
1991	170,833	2002	874,260	2013	940,171
1992	191,200	2003	1,509,889	2014	960,242
1993	217,816	2004	1,919,674	2015	925,681
1994	234,022	2005	1,303,588	累積	19,922,338

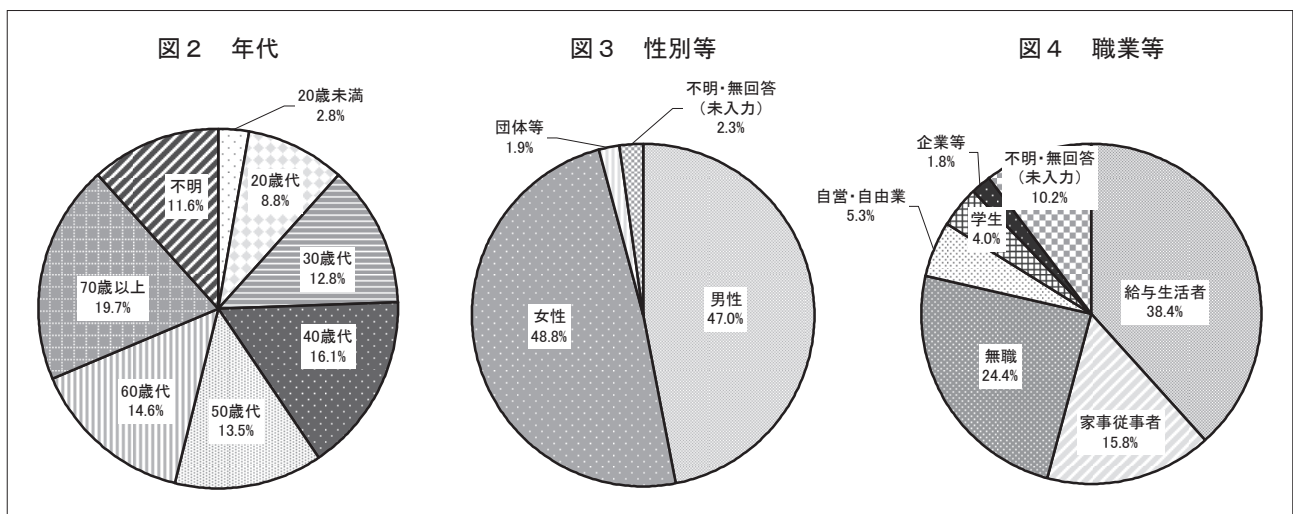
(1) 契約当事者の属性等

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5のとおりである。

契約当事者の年代別割合をみると、70歳以上の相談の割合は2013年度をピークに減少傾向にある。2015年度の60歳以上の割合は、合計で34.3%であり、2006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。契約当事者が20歳未満の相談では約67%が、また70歳以上の相談では約26%が、契約当事者とは別の person からの相談であった。

図2～4 2015年度の契約当事者の属性（構成比）



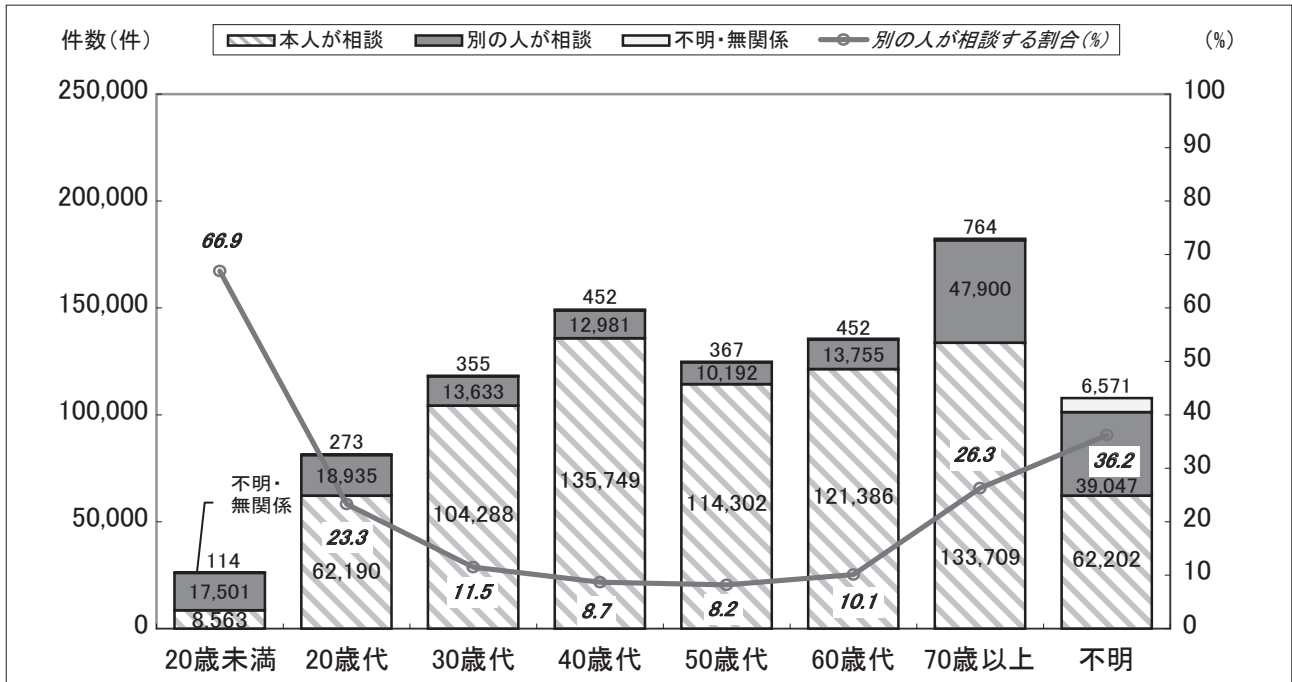
(注) 構成比は2015年度の総件数を100として算出し、小数点以下第2位を四捨五入した値である。

図5 年度別にみた契約当事者年代別割合（2006～2015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
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	13.1	14.7	20.5	10.9
2015	2.8	8.8	12.8	16.1	13.5	14.6	19.7	11.6

(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（2015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、2015年度は「運輸・通信サービス」が31.7%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などの「デジタルコンテンツその他」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「移动通信サービス」や、「出会い系サイト」の相談も多い（表9、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。「フリーローン・サラ金」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) 2015年度の商品・役務等の傾向

2014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。2015年度で特徴的なものは、以下のとおりである。なお〔 〕内は表2中の順位を示す。

1) 増加の目立つ商品・役務等

①インターネット接続回線〔1位〕、移动通信サービス〔2位〕、携帯電話〔7位〕、インターネット通信関連サービス〔12位〕、直収型固定電話〔15位〕

「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のなかでも特にNTT東西から光回線

サービスの卸売を受けた事業者（光コラボレーション事業者）が提供する光回線サービスに関する相談がみられた。「移動通信サービス」「携帯電話」では、モバイルデータ通信やスマートフォンの勧誘時における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有料会員サービスに関する相談などが寄せられた。「直収型固定電話」では、直収型固定電話サービスの終了に関する相談などがみられた。

②健康食品〔3位〕、化粧品〔13位〕

消費者がホームページやSNS等で広告を見て、「お試し価格」「初回無料」など通常価格より安い価格で健康食品や化粧品を購入したところ、実際は定期購入契約だったという相談が増加した。

③他の行政サービス〔4位〕、社会保険〔5位〕

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（還付金詐欺）に関する相談が目立った。「他の行政サービス」ではマイナンバー関連の相談もみられた。

④興信所〔6位〕、司法書士〔11位〕、解約代行サービス〔18位〕

「アダルト情報サイト」に関する相談は減少したものの、アダルト情報サイトからの請求に関して解決を依頼した探偵業者、司法書士、解約代行サービスについての信用性や料金、解約に関する相談が増加した。

⑤電気〔8位〕

電力の小売全面自由化（2016年4月1日スタート）に関連した相談のほか、便乗した勧誘に関する相談が寄せられた。

⑥石油ストーブ〔9位〕、炊飯器〔17位〕、油脂〔19位〕、自転車〔20位〕

「石油ストーブ」ではリコール対象となった製品に関する相談が目立った。「油脂」ではココナッツオイルの自主回収に関する相談等がみられた。「炊飯器」「自転車」では品質・機能に関する相談が寄せられた。

⑦洋服一般〔10位〕

「不要な古着を買い取る」と電話があり自宅に来た訪問購入業者に関する相談が寄せられた。中には「貴金属も買い取られた」という相談もみられた。

⑧手配旅行〔14位〕

事業廃止をした旅行業者について「連絡がとれない」「返金がされない」等の相談が寄せられた。

⑨保証サービス〔16位〕

高齢者の身元保証や生活支援等の支援業務を行っていた法人の預託金流用に関する相談がみられた。

2) 減少が目立つ商品・役務等

①アダルト情報サイト〔1位〕、出会い系サイト〔6位〕

「アダルト情報サイト」に関する相談は、2014年度に比べて16,555件減少したが、依然として最も多い相談である（表9 24～25頁）。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、スマートフォンの普及に伴い、スマートフォンでサイトを閲覧しているケースも目立つ。「出会い系サイト」は、相談件数は減少したが、SNSをきっかけとした相談は増加傾向にある。

②ファンド型投資商品〔2位〕、フリーローン・サラ金〔3位〕、公社債〔4位〕、株〔7位〕、デリバティブ取引その他〔14位〕

「ファンド型投資商品」「公社債」「株」では、「A社（販売会社）のパンフレットは届いていないか。代わりに購入すれば高値で買い取る」などと販売会社とは異なる勧誘業者（B社）が電話で勧誘をする「劇場型勧誘」にかかわる相談が2011年度に多く寄せられたが、近年は減少傾向にある。「デリバティブ取引その他」では、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2014年度に増加したが、2015年度は減少した。貸金業法、出資法の改正による影響などから「フリーローン・サラ金」に関する相談は年々減少している。

③その他

「靴・運動靴」〔5位〕、「他の身の回り品」〔9位〕、「かばん」〔10位〕、「アクセサリ」〔11位〕などでは、インターネット通販で代金を支払ったにもかかわらず商品が届かなかった、注文した商品とは違う商品が届いた、海外から偽物と思われる商品が届いたという相談が2012年度以降に多くみられたが、近年は減少傾向にある。「浄水器」〔8位〕は、2014年度に「業者と連絡がつかなくなった」といった相談が寄せられたが、2015年度は減少した。

表2 2015年度に増加件数・減少件数が多かった商品・役務等

増加件数の多い商品・役務等						減少件数の多い商品・役務等					
順位	商品・役務等	2015年度	2014年度	差	対前年度比	順位	商品・役務等	2015年度	2014年度	差	対前年度比
1	インターネット接続回線	43,797	34,534	9,263	1.27	1	アダルト情報サイト	95,364	111,919	-16,555	0.85
2	移动通信サービス	25,492	21,285	4,207	1.20	2	ファンド型投資商品	6,934	13,517	-6,583	0.51
3	健康食品	21,878	18,122	3,756	1.21	3	フリーローン・サラ金	32,046	36,218	-4,172	0.88
4	他の行政サービス	6,827	5,053	1,774	1.35	4	公社債	1,938	4,775	-2,837	0.41
5	社会保険	4,725	3,578	1,147	1.32	5	靴・運動靴	4,920	7,094	-2,174	0.69
6	興信所	4,290	3,199	1,091	1.34	6	出会い系サイト	11,098	13,228	-2,130	0.84
7	携帯電話	8,522	7,442	1,080	1.15	7	株	2,567	4,591	-2,024	0.56
8	電気	2,845	2,025	820	1.40	8	浄水器	2,714	4,503	-1,789	0.60
9	石油ストーブ	798	169	629	4.72	9	他の身の回り品	3,407	5,122	-1,715	0.67
10	洋服一般	924	437	487	2.11	10	かばん	4,406	6,086	-1,680	0.72
11	司法書士	1,317	840	477	1.57	11	アクセサリ	6,228	7,546	-1,318	0.83
12	インターネット通信関連サービス	4,650	4,193	457	1.11	12	ふとん類	4,731	5,989	-1,258	0.79
13	化粧品	9,380	8,938	442	1.05	13	テレビ	1,814	2,934	-1,120	0.62
14	手配旅行	1,526	1,095	431	1.39	14	デリバティブ取引その他	917	2,033	-1,116	0.45
15	直取型固定電話	683	307	376	2.22	15	新聞	10,907	11,992	-1,085	0.91
16	保証サービス	908	558	350	1.63	16	ソーラーシステム	3,348	4,367	-1,019	0.77
17	炊飯器	763	420	343	1.82	17	書籍・印刷物その他	824	1,796	-972	0.46
18	解約代行サービス	1,169	830	339	1.41	18	宝くじ	1,333	2,210	-877	0.60
19	油脂	509	194	315	2.62	19	医療サービス	7,125	7,997	-872	0.89
20	自転車	1,723	1,413	310	1.22	20	新築工事	5,513	6,225	-712	0.89

(3) 契約当事者と商品等分類

契約当事者の性別や年代などの属性ごとの商品等分類の件数と構成比を示したものが表10（26～27頁）、契約当事者の年代と性別ごとに件数の多い商品・役務等を25位まで示したものが表11（28～31頁）である。

各年代にわたって「アダルト情報サイト」の相談が多く、30歳代以下の年代では、男女ともに相談が最も多い。「デジタルコンテンツその他」も各年代で上位となっている。

20歳未満ではデジタルコンテンツやインターネット、携帯電話など、通信サービスに関連した相談が約7割を占めている。また、「放送サービス」や「出会い系サイト」の相談も多い。男性では「自

動二輪車」や「四輪自動車」「電子ゲーム・ソフト」がみられるのに対し、女性では「健康食品」や「エステティックサービス」「コンサート」等の相談がみられる。

20歳以上になると、男女ともに「フリーローン・サラ金」「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」に関する相談もみられる。

30歳代では、男性では「新築工事」「戸建住宅」「分譲マンション」等の不動産に関わ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が多い。女性では「学習塾・予備校」「補習用教材」「家庭教師」といった子どもに対する教育サービスに関するトラブルがみられる。

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

60歳代では、女性では「ファンド型投資商品」や、「ふとん類」「冠婚葬祭互助会」に関する相談がみられる。

70歳以上では、男女ともに「健康食品」に関する相談が多い。また「ファンド型投資商品」「株」「公社債」等の投資商品も多い。このほか「新聞」「ふとん類」「屋根工事」に関する相談が寄せられている。

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

2015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（表3）。

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」に関する相談は、2013年度から横ばい傾向が続いている（図7）。

契約当事者年代別にみると、2015年度は2014年度と比較して、特に70歳以上の契約当事者からの相談が件数、割合ともに減少しており、2年連続の減少となった（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」に関する相談は、2年連続で減少した（表3）。

（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年度から2014年度まで増加を続けていたが、2015年度は一転して減少した。また、「表示・広告」の相談件数も2013年度以降増加傾向だったが、2015年度は減少に転じた（表3）。

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

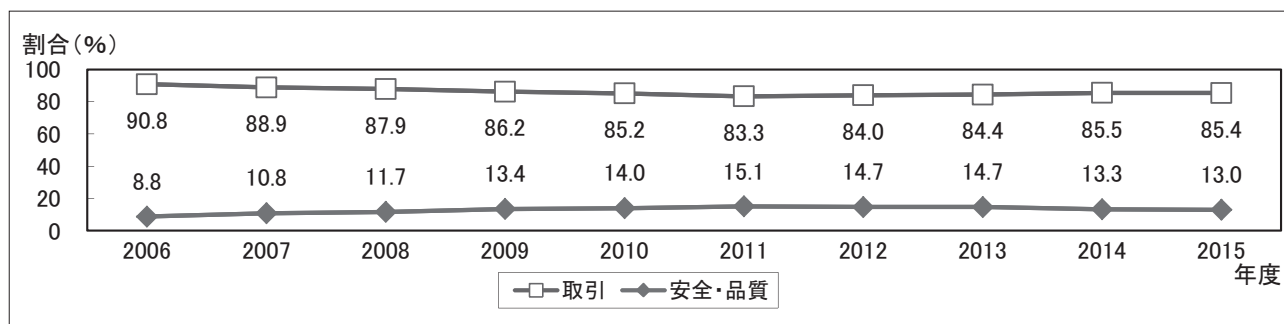


表3 年度別にみた相談内容別分類の相談件数の推移

内容	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
契約・解約	918,999	855,883	761,634	706,057	675,484	620,155	607,596	663,866	698,660	671,339
販売方法	480,369	426,148	369,052	344,121	370,128	401,763	407,531	472,370	497,912	478,240
価格・料金	155,051	163,335	151,329	150,286	173,858	162,803	148,486	155,775	162,405	151,630
品質・機能、役務品質	90,531	104,474	102,765	111,330	116,877	124,663	119,790	131,379	121,296	113,398
接客対応	86,876	101,127	99,877	115,098	121,256	126,564	129,396	141,270	144,137	129,236
表示・広告	41,492	45,360	41,820	41,506	46,098	50,941	49,990	57,786	58,509	55,410
法規・基準	41,312	39,823	36,120	32,383	37,648	34,763	32,871	35,657	36,254	27,791
安全・衛生	24,571	31,259	30,237	33,223	30,225	34,018	29,417	36,924	31,975	29,867
取引	1,011,069	933,696	835,299	777,909	764,032	736,759	723,385	793,744	821,330	790,984
安全・品質	97,742	113,398	110,862	121,204	125,236	133,485	126,353	138,239	127,872	120,183

(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	
		2014年度	2015年度	2014年度	2015年度
合計		821,330 (100.0)	790,984 (100.0)	127,872 (100.0)	120,183 (100.0)
20歳未満		27,425 (3.3)	24,928 (3.2)	1,392 (1.1)	1,217 (1.0)
20歳代		78,304 (9.5)	74,632 (9.4)	8,789 (6.9)	7,821 (6.5)
30歳代		108,553 (13.2)	103,960 (13.1)	17,828 (13.9)	16,076 (13.4)
40歳代		132,608 (16.1)	129,084 (16.3)	22,291 (17.4)	20,831 (17.3)
50歳代		106,490 (13.0)	106,246 (13.4)	19,315 (15.1)	17,935 (14.9)
60歳代		117,128 (14.3)	113,152 (14.3)	21,477 (16.8)	19,938 (16.6)
70歳以上		170,183 (20.7)	155,660 (19.7)	20,657 (16.2)	20,017 (16.7)

(注1) 表中の構成比は各相談内容の年度別件数を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」「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。

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）、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」に関する相談件数は、2014年度に引き続き2015年度も減少した（**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い。2014年度2番目に多かった「フリーローン・サラ金」の相談は2013年度に引き続き減少し、3位となった。2014年度3番目に多かった「移动通信サービス」は2013年度から引き続き増加し、2015年度では2位となった（**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、「訪問購入」も増加している（**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37.6%と多い（**図8**）。商品・役務等でみると2014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2014年度より増加した（**表15**）。

②通信販売

「通信販売」に関する相談は増加し、相談全体に占める割合は34.9%と、2013年度から引き続き、販売購入形態別で最も多かった（**表4**）。契約当事者の年代別では40歳代からの相談が20.3%と最も多い（**図8**）。商品・役務等でみると「アダルト情報サイト」に関する相談が最も多く2015年度は94,076件であり、次いで「デジタルコンテンツその他」は73,032件であった（**表15**）。

③マルチ取引

「マルチ取引」に関する相談は2014年度に件数が増加したものの、2015年度は減少した（**表5**）。契約当事者の年代別では20歳代の相談が34.7%を占めている（**図8**）。商品・役務等でみると2014年度に引き続き「健康食品」「化粧品」の相談が多い（**表15**）。

④電話勧誘販売

「電話勧誘販売」に関する相談は2014年度に引き続き減少した（表5）。70歳以上の相談が40.0%を占める（図8）。商品・役務別では、「インターネット接続回線」に関するトラブルが引き続き増加し2014年度以降、電話勧誘販売で最も多くなっている。また、2014年度に2番目に多かった「ファンド型投資商品」の相談は大幅に減少した（表15）。

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2014年度に引き続き減少した。契約当事者の年代別では70歳以上の契約者が43.0%である（図8）。商品・役務別では「健康食品」の相談が最も多かった（表15）。

⑥訪問購入

「訪問購入」に関する相談は2013年2月の新設以降、毎年度件数が増加しており、2015年度は件数・割合ともに増加した（表5）。契約当事者の年代別では70歳以上が46.8%と半数近くを占める（図8）。商品・役務別では2013年度以降2015年度も「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 (%)				
2006	1,113,146 (100.0)	291,356 (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	1,050,837 (100.0)	337,802 (32.1)	118,043 (11.2)	336,647 (32.0)	24,332 (2.3)	52,888 (5.0)	3,032 (0.3)	-	12,196 (1.2)	547,138 (52.1)
2008	950,507 (100.0)	328,209 (34.5)	99,580 (10.5)	280,821 (29.5)	19,159 (2.0)	49,273 (5.2)	3,057 (0.3)	-	10,377 (1.1)	462,267 (48.6)
2009	902,329 (100.0)	329,380 (36.5)	97,884 (10.8)	249,402 (27.6)	15,788 (1.7)	49,590 (5.5)	2,555 (0.3)	-	9,594 (1.1)	424,813 (47.1)
2010	897,187 (100.0)	324,466 (36.2)	98,951 (11.0)	243,458 (27.1)	11,634 (1.3)	64,198 (7.2)	2,904 (0.3)	-	9,856 (1.1)	431,001 (48.0)
2011	884,116 (100.0)	288,365 (32.6)	97,221 (11.0)	268,908 (30.4)	10,236 (1.2)	69,850 (7.9)	2,137 (0.2)	-	8,933 (1.0)	457,285 (51.7)
2012	861,217 (100.0)	271,295 (31.5)	92,111 (10.7)	256,807 (29.8)	10,181 (1.2)	80,125 (9.3)	4,215 (0.5)	686 (0.1)	8,561 (1.0)	452,686 (52.6)
2013	940,171 (100.0)	278,812 (29.7)	91,269 (9.7)	283,123 (30.1)	10,032 (1.1)	102,488 (10.9)	7,606 (0.8)	7,345 (0.8)	8,174 (0.9)	510,037 (54.2)
2014	960,242 (100.0)	270,636 (28.2)	89,670 (9.3)	322,265 (33.6)	11,909 (1.2)	91,536 (9.5)	2,870 (0.3)	7,998 (0.8)	7,917 (0.8)	534,165 (55.6)
2015	925,681 (100.0)	261,225 (28.2)	84,668 (9.1)	323,061 (34.9)	11,424 (1.2)	79,358 (8.6)	2,737 (0.3)	8,608 (0.9)	6,969 (0.8)	516,825 (55.8)

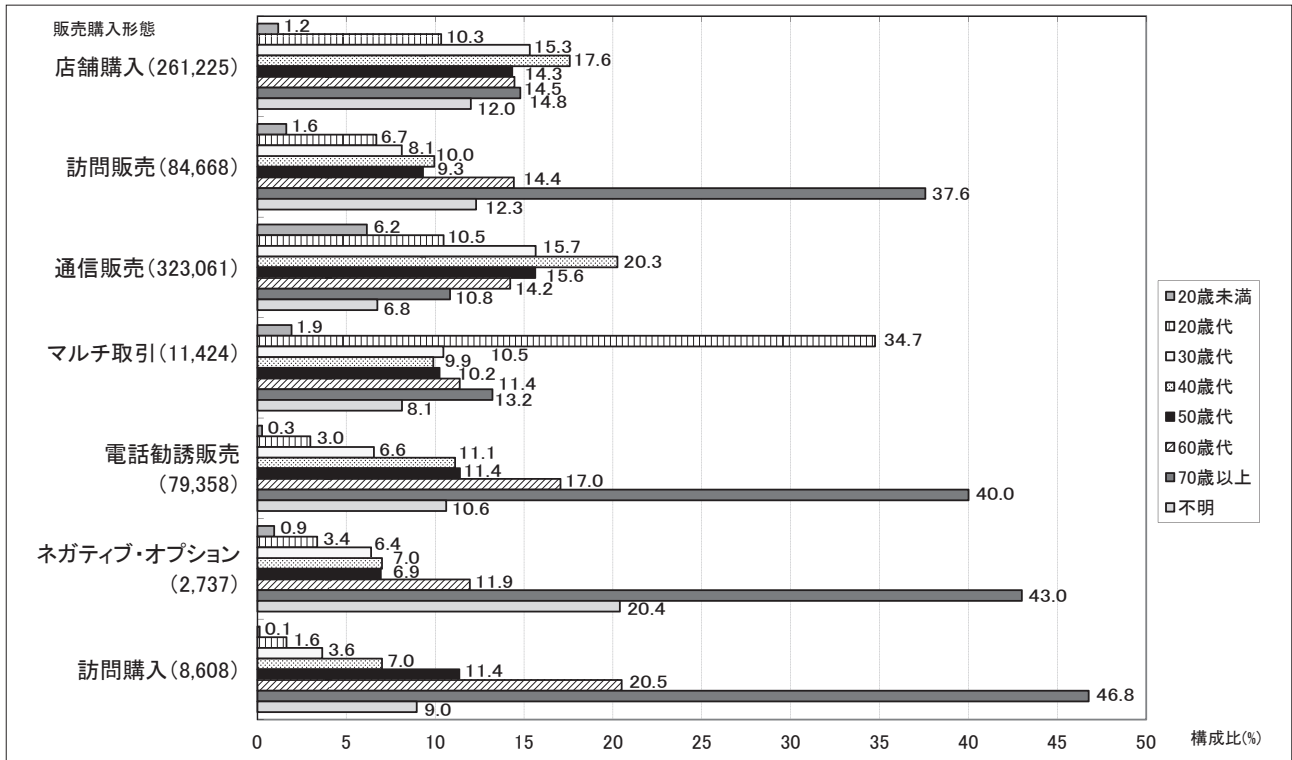
(注1) 表中の構成比は年度別総件数を100として算出し、小数点以下第2位を四捨五入した値である。

(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。

(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に見た契約当事者年代構成比（2015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 販売購入形態別に見た相談内容別相談件数の割合（2015年度）

販売形態	相談内容	計	相談内容		相談内容		相談内容		相談内容		相談内容		相談内容	
			安全・衛生	品質・機能、 品質・品質	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	
店舗購入		261,225	19,769 (7.6)	67,952 (26.0)	10,434 (4.0)	59,329 (22.7)	610 (0.2)	11,130 (4.3)	48,029 (18.4)	182,567 (69.9)	64,798 (24.8)	499 (0.2)	709 (0.3)	
店舗外販売	訪問販売	84,668	703 (0.8)	5,092 (6.0)	2,556 (3.0)	16,907 (20.0)	56 (0.1)	1,586 (1.9)	63,731 (75.3)	66,119 (78.1)	10,275 (12.1)	18 (0.0)	66 (0.1)	
	通信販売	323,061	3,746 (1.2)	21,621 (6.7)	4,762 (1.5)	44,644 (13.8)	264 (0.1)	34,866 (10.8)	243,648 (75.4)	270,743 (83.8)	25,227 (7.8)	163 (0.1)	129 (0.0)	
	マルチ取引	11,424	241 (2.1)	635 (5.6)	505 (4.4)	1,566 (13.7)	3 (0.0)	144 (1.3)	9,472 (82.9)	8,693 (76.1)	560 (4.9)	4 (0.0)	4 (0.0)	
	電話勧誘販売	79,358	212 (0.3)	1,800 (2.3)	1,192 (1.5)	8,487 (10.7)	18 (0.0)	1,083 (1.4)	68,950 (86.9)	48,995 (61.7)	6,621 (8.3)	15 (0.0)	34 (0.0)	
	ネガティブ・オプション	2,737	5 (0.2)	28 (1.0)	30 (1.1)	137 (5.0)	1 (0.0)	58 (2.1)	2,356 (86.1)	1,823 (66.6)	92 (3.4)	3 (0.1)	0 (0.0)	
	訪問購入	8,608	15 (0.2)	152 (1.8)	237 (2.8)	638 (7.4)	8 (0.1)	237 (2.8)	6,749 (78.4)	4,544 (52.8)	867 (10.1)	5 (0.1)	3 (0.0)	
	その他無店舗	6,969	258 (3.7)	1,014 (14.6)	337 (4.8)	1,613 (23.1)	27 (0.4)	457 (6.6)	2,987 (42.9)	4,976 (71.4)	1,115 (16.0)	7 (0.1)	30 (0.4)	

(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。ただし、内容別分類は複数回答項目のため合計しても100とならない。

(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。

5 契約金額等

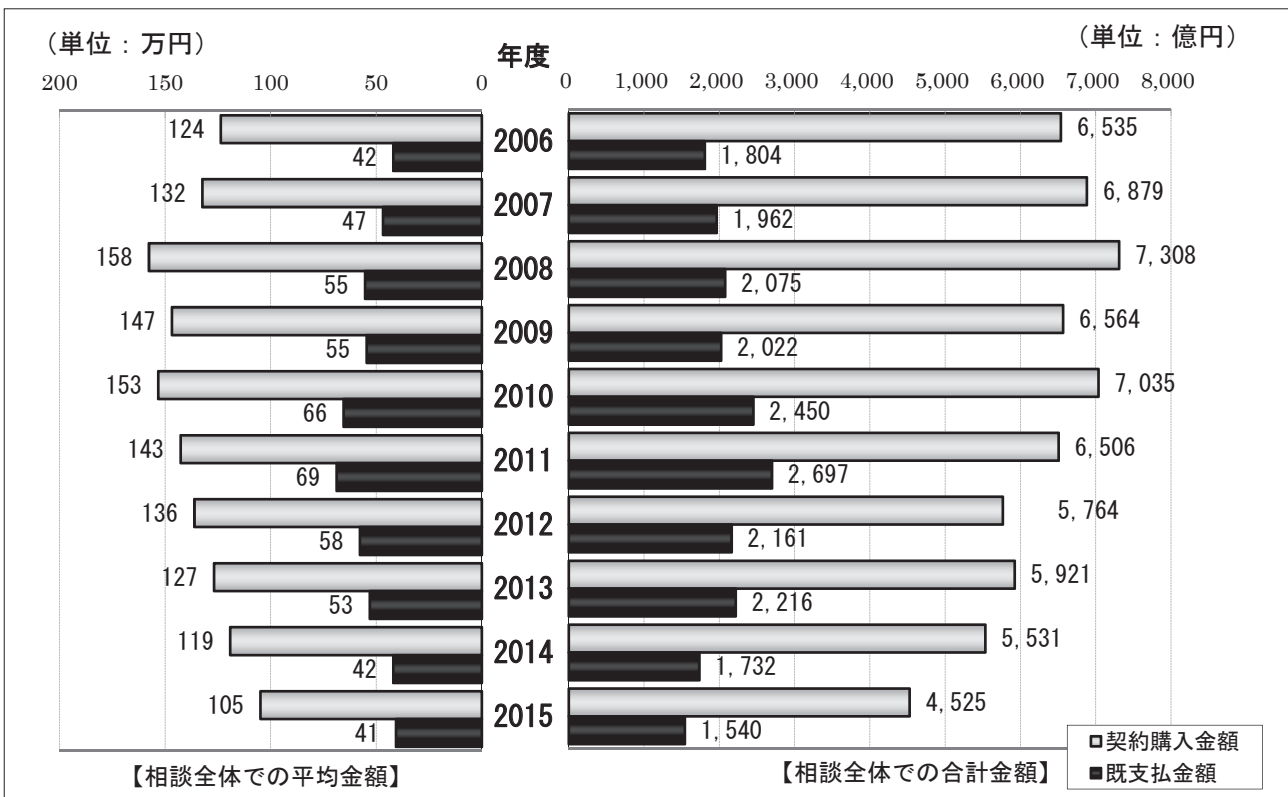
(1) 契約購入金額および既支払金額

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。

2015年度の契約購入金額は平均金額105万円、合計金額は4,525億円で、既支払金額は平均41万円、合計金額は1,540億円で、2014年度に引き続き減少した。

2015年度は2014年度に比べ、「ファンド型投資商品」「公社債」「株」などの金融商品の平均購入金額・既支払金額が大きく減少した影響を受けて、全体の平均金額・合計金額ともに低くなった。

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」の各支払方法の相談件数は微減または横ばいで推移しており、2014年度に比べると全体として93.2%と減少した。

「販売信用」では、「2か月内払い」が引き続き増加しており、販売信用全体の43.2%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」は引き続き減少した。

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										
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	
合計	885,251 (100.0)	861,780 (100.0)	768,650 (100.0)	723,798 (100.0)	合計	706,198 (100.0)	683,231 (100.0)	644,029 (100.0)	693,163 (100.0)	687,136 (100.0)	648,160 (100.0)
信用供与無し (小計)	633,917 (71.6)	623,283 (72.3)	554,912 (72.2)	541,609 (74.8)	信用供与無し (小計)	527,834 (74.7)	542,615 (79.4)	515,758 (80.1)	563,934 (81.4)	553,134 (80.5)	515,305 (79.5)
即時払	499,329 (78.8)	496,313 (79.6)	433,018 (78.0)	423,683 (78.2)	即時払	420,073 (79.6)	432,485 (79.7)	405,600 (78.6)	437,036 (77.5)	420,342 (76.0)	379,988 (73.7)
前払式割賦	450 (0.1)	438 (0.1)	411 (0.1)	370 (0.1)	前払式割賦	460 (0.1)	708 (0.1)	1,324 (0.3)	1,029 (0.2)	325 (0.1)	347 (0.1)
前払式特定	2,549 (0.4)	2,687 (0.4)	2,608 (0.5)	2,600 (0.5)	前払式特定	2,533 (0.5)	3,034 (0.6)	2,557 (0.5)	3,268 (0.6)	2,573 (0.5)	2,578 (0.5)
他の前払式	4,632 (0.7)	6,809 (1.1)	8,096 (1.5)	6,281 (1.2)	他の前払式	6,797 (1.3)	6,790 (1.3)	8,126 (1.6)	17,253 (3.1)	19,647 (3.6)	19,358 (3.8)
販売信用 (小計)	124,622 (14.1)	110,011 (12.8)	88,729 (11.5)	83,623 (11.6)	販売信用 (小計)	76,924 (10.9)	74,674 (10.9)	73,646 (11.4)	84,025 (12.1)	90,211 (13.1)	93,758 (14.5)
自社割賦	3,587 (2.9)	5,093 (4.6)	5,870 (6.6)	6,587 (7.9)	自社割賦	7,644 (9.9)	7,157 (9.6)	6,967 (9.5)	7,303 (8.7)	6,886 (7.6)	6,406 (6.8)
総合割賦	11,635 (9.3)	13,102 (11.9)	14,383 (16.2)	18,196 (21.8)	包括信用	21,739 (28.3)	21,094 (28.2)	18,742 (25.4)	19,735 (23.5)	19,166 (21.2)	19,381 (20.7)
個品割賦	87,296 (70.0)	69,348 (63.0)	45,387 (51.2)	33,760 (40.4)	個別信用	28,634 (37.2)	22,760 (30.5)	20,301 (27.6)	21,124 (25.1)	21,156 (23.5)	21,060 (22.5)
ローン提携販売	6,585 (5.3)	6,592 (6.0)	7,184 (8.1)	7,910 (9.5)	ローン提携販売	329 (0.4)	448 (0.6)	691 (0.9)	963 (1.1)	663 (0.7)	418 (0.4)
翌月一括・ ボーナス一括	8,352 (6.7)	9,228 (8.4)	9,523 (10.7)	11,078 (13.2)	2か月内払い	13,216 (17.2)	18,400 (24.6)	22,169 (30.1)	29,992 (35.7)	36,700 (40.7)	40,468 (43.2)
他の販売信用	2,259 (1.8)	2,015 (1.8)	1,878 (2.1)	1,685 (2.0)	他の販売信用	1,524 (2.0)	991 (1.3)	862 (1.2)	807 (1.0)	798 (0.9)	743 (0.8)
借金契約	126,712 (14.3)	128,486 (14.9)	125,009 (16.3)	98,566 (13.6)	借金契約	101,440 (14.4)	65,942 (9.7)	54,625 (8.5)	45,204 (6.5)	43,791 (6.4)	39,097 (6.0)

(注1) 合計、小計には不明・無関係等を含まない。「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年度以降のものについては、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478,240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209,094件であり、契約当事者は30歳代から50歳代の給与生活者が多い。このうち約4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「インターネット通販」の約7割となる。

また、「ワンクリック請求」や「無料商法」「被害にあった人を勧誘（二次被害）」においても、「アダルト情報サイト」に関する相談が多い。

「電話勧誘販売」は減少傾向が続いているが、「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3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。契約当事者は70歳以上が多い。

「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973万円、平均既支払金額が約193万円であり、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659万円、平均既支払金額が約455万円であり、「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。

その他、2015年度に増加した販売方法・手口としては、「訪問購入」や「還付金詐欺」「テレビショッピング」などがあげられる。特に「還付金詐欺」の相談件数は2011年度（491件）から2015年度（5,036件）の5年間で10倍以上も増加している。

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

年度	商品等分類 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
2006	1,113,146 (100.0)	191,976 (17.2)	27,317 (2.5)	50,618 (4.5)	5,297 (0.5)	34,092 (3.1)	29,351 (2.6)	81,891 (7.4)	20,666 (1.9)	31,151 (2.8)	660 (0.1)	473,019 (42.5)
		2	13	6	22	8	11	4	15	9	25	
2007	1,050,837 (100.0)	86,000 (8.2)	35,555 (3.4)	44,742 (4.3)	6,628 (0.6)	29,514 (2.8)	27,417 (2.6)	76,241 (7.3)	20,211 (1.9)	29,700 (2.8)	622 (0.1)	356,630 (33.9)
		3	9	7	21	12	13	4	15	10	25	
2008	950,507 (100.0)	60,074 (6.3)	38,400 (4.0)	38,316 (4.0)	10,111 (1.1)	26,608 (2.8)	23,104 (2.4)	68,597 (7.2)	19,773 (2.1)	31,994 (3.4)	648 (0.1)	317,625 (33.4)
		4	7	8	19	12	13	3	16	10	25	
2009	902,329 (100.0)	45,710 (5.1)	39,343 (4.4)	39,561 (4.4)	8,658 (1.0)	25,932 (2.9)	24,016 (2.7)	71,632 (7.9)	23,024 (2.6)	34,406 (3.8)	748 (0.1)	313,030 (34.7)
		5	7	6	19	12	14	3	15	9	25	
2010	897,187 (100.0)	26,711 (3.0)	37,285 (4.2)	38,271 (4.3)	11,136 (1.2)	27,732 (3.1)	22,120 (2.5)	72,555 (8.1)	22,932 (2.6)	35,244 (3.9)	1,299 (0.1)	295,285 (32.9)
		12	6	5	18	11	15	3	14	8	25	
2011	884,116 (100.0)	23,030 (2.6)	37,635 (4.3)	34,699 (3.9)	8,857 (1.0)	30,045 (3.4)	25,339 (2.9)	70,229 (7.9)	21,835 (2.5)	32,634 (3.7)	2,070 (0.2)	286,373 (32.4)
		14	6	8	18	11	13	3	16	9	23	
2012	861,217 (100.0)	27,635 (3.2)	50,483 (5.9)	33,217 (3.9)	9,049 (1.1)	32,479 (3.8)	21,280 (2.5)	66,957 (7.8)	21,874 (2.5)	31,266 (3.6)	1,885 (0.2)	296,125 (34.4)
		13	4	7	18	9	16	3	15	11	24	
2013	940,171 (100.0)	40,771 (4.3)	79,203 (8.4)	39,983 (4.3)	8,123 (0.9)	45,784 (4.9)	25,516 (2.7)	73,375 (7.8)	23,438 (2.5)	31,988 (3.4)	2,343 (0.2)	370,524 (39.4)
		8	3	9	18	6	14	4	16	11	24	
2014	960,242 (100.0)	50,182 (5.2)	44,887 (4.7)	40,104 (4.2)	8,156 (0.8)	42,802 (4.5)	22,631 (2.4)	73,123 (7.6)	21,937 (2.3)	29,516 (3.1)	1,858 (0.2)	335,196 (34.9)
		4	7	9	18	8	15	3	16	12	25	
2015	925,681 (100.0)	42,810 (4.6)	46,208 (5.0)	35,744 (3.9)	8,123 (0.9)	35,126 (3.8)	22,049 (2.4)	65,417 (7.1)	22,156 (2.4)	27,741 (3.0)	1,334 (0.1)	306,708 (33.1)
		7	6	9	18	10	16	3	15	12	25	

(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。

また、商品等分類の「商品一般」「教養娯楽品」については、2015年度に行った改訂により、2014年度以前と2015年度での時系列の比較はできない。

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						
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	41,004 (3.7) 7	29,860 (2.7) 10	28,896 (2.6) 12	15,950 (1.4) 17	2,673 (0.2) 23	620,423 (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	53,908 (5.1) 5	36,487 (3.5) 8	29,681 (2.8) 11	16,585 (1.6) 17	3,401 (0.3) 23	674,290 (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	170,613 (17.9) 2	213,296 (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	612,681 (64.5)	20,201 (2.1) 15
2009	7,646 (0.8) 20	57,141 (6.3) 4	24,184 (2.7) 13	11,739 (1.3) 17	1,852 (0.2) 24	2,716 (0.3) 23	152,043 (16.9) 2	191,480 (21.2) 1	5,130 (0.6) 21	35,584 (3.9) 8	32,320 (3.6) 11	32,870 (3.6) 10	9,686 (1.1) 18	4,121 (0.5) 22	568,512 (63.0)	20,787 (2.3) 16
2010	6,743 (0.8) 19	52,874 (5.9) 4	25,665 (2.9) 13	12,207 (1.4) 17	2,003 (0.2) 24	2,586 (0.3) 23	161,346 (18.0) 2	202,031 (22.5) 1	5,150 (0.6) 21	33,838 (3.8) 9	29,533 (3.3) 10	35,559 (4.0) 7	6,524 (0.7) 20	4,070 (0.5) 22	580,129 (64.7)	21,773 (2.4) 16
2011	6,621 (0.7) 19	51,243 (5.8) 4	28,119 (3.2) 12	13,837 (1.6) 17	2,041 (0.2) 25	2,063 (0.2) 24	136,608 (15.5) 2	216,392 (24.5) 1	4,773 (0.5) 21	35,466 (4.0) 7	30,296 (3.4) 10	38,301 (4.3) 5	4,870 (0.6) 20	4,569 (0.5) 22	575,199 (65.1)	22,544 (2.5) 15
2012	6,174 (0.7) 19	47,479 (5.5) 5	27,826 (3.2) 12	12,332 (1.4) 17	2,120 (0.2) 23	1,781 (0.2) 25	114,984 (13.4) 2	212,134 (24.6) 1	4,645 (0.5) 20	33,190 (3.9) 8	32,384 (3.8) 10	38,750 (4.5) 6	4,186 (0.5) 21	4,078 (0.5) 22	542,063 (62.9)	23,029 (2.7) 14
2013	6,018 (0.6) 19	47,041 (5.0) 5	31,321 (3.3) 12	12,626 (1.3) 17	2,370 (0.3) 23	2,194 (0.2) 25	105,377 (11.2) 2	217,717 (23.2) 1	4,927 (0.5) 20	30,163 (3.2) 13	36,467 (3.9) 10	41,034 (4.4) 7	3,687 (0.4) 22	4,545 (0.5) 21	545,487 (58.0)	24,160 (2.6) 15
2014	6,016 (0.6) 19	46,772 (4.9) 6	29,533 (3.1) 11	12,690 (1.3) 17	2,566 (0.3) 24	4,344 (0.5) 22	96,764 (10.1) 2	275,175 (28.7) 1	5,485 (0.6) 20	27,612 (2.9) 13	38,759 (4.0) 10	47,213 (4.9) 5	3,793 (0.4) 23	5,053 (0.5) 21	601,775 (62.7)	23,271 (2.4) 14
2015	5,662 (0.6) 20	46,311 (5.0) 5	28,187 (3.0) 11	12,498 (1.4) 17	2,289 (0.2) 24	3,606 (0.4) 23	77,144 (8.3) 2	293,424 (31.7) 1	4,712 (0.5) 21	26,311 (2.8) 13	38,603 (4.2) 8	46,614 (5.0) 4	4,624 (0.5) 22	6,827 (0.7) 19	596,812 (64.5)	22,161 (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）。また、商品等分類の「金融・保険サービス」「運輸・通信サービス」については、2015年度に行った改訂により、2014年度以前と2015年度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（2011～2015年度）

2011年度		件数 割合 (%)	2012年度		件数 割合 (%)	2013年度		件数 割合 (%)
全 体		884,116 (100.0)	全 体		861,217 (100.0)	全 体		940,171 (100.0)
順位	商品・役務等		順位	商品・役務等		順位	商品・役務等	
1	アダルト情報サイト	95,660 (10.8)	1	アダルト情報サイト	65,415 (7.6)	1	アダルト情報サイト	80,436 (8.6)
2	フリーローン・サラ金	56,547 (6.4)	2	デジタルコンテンツ その他	59,856 (7.0)	2	デジタルコンテンツ その他	52,325 (5.6)
3	賃貸アパート・ マンション	36,541 (4.1)	3	フリーローン・サラ金	45,605 (5.3)	3	健康食品	46,976 (5.0)
4	デジタルコンテンツ その他	35,238 (4.0)	4	賃貸アパート・ マンション	33,724 (3.9)	4	商品一般	40,771 (4.3)
5	出会い系サイト	26,432 (3.0)	5	健康食品	28,103 (3.3)	5	フリーローン・サラ金	36,826 (3.9)
6	商品一般	23,030 (2.6)	6	商品一般	27,635 (3.2)	6	賃貸アパート・ マンション	33,414 (3.6)
7	ファンド型投資商品	18,487 (2.1)	7	出会い系サイト	21,150 (2.5)	7	インターネット 接続回線	19,676 (2.1)
8	相談その他	17,090 (1.9)	8	移動通信サービス	17,694 (2.1)	8	移動通信サービス	18,953 (2.0)
9	四輪自動車	14,761 (1.7)	9	相談その他	17,420 (2.0)	9	相談その他	18,770 (2.0)
10	移動通信サービス	14,468 (1.6)	10	インターネット 接続回線	16,926 (2.0)	10	ファンド型投資商品	17,311 (1.8)
11	インターネット 接続回線	14,030 (1.6)	11	ファンド型投資商品	15,491 (1.8)	11	四輪自動車	14,731 (1.6)
12	放送サービス	12,920 (1.5)	12	四輪自動車	14,845 (1.7)	12	出会い系サイト	13,907 (1.5)
13	修理サービス	12,890 (1.5)	13	新聞	11,769 (1.4)	13	放送サービス	12,330 (1.3)
14	新聞	12,621 (1.4)	14	放送サービス	11,543 (1.3)	14	新聞	12,207 (1.3)
15	健康食品	12,493 (1.4)	15	修理サービス	11,423 (1.3)	15	修理サービス	11,680 (1.2)
16	化粧品	10,789 (1.2)	16	他の役務サービス	9,922 (1.2)	16	他の役務サービス	10,967 (1.2)
17	公社債	9,363 (1.1)	17	生命保険	8,978 (1.0)	17	化粧品	10,296 (1.1)
18	アクセサリー	9,343 (1.1)	18	携帯電話	8,612 (1.0)	18	アクセサリー	8,851 (0.9)
19	株	9,162 (1.0)	19	アクセサリー	8,101 (0.9)	19	生命保険	8,830 (0.9)
20	生命保険	9,142 (1.0)	20	化粧品	7,801 (0.9)	20	エステティック サービス	8,445 (0.9)
21	宝くじ	8,949 (1.0)	21	エステティック サービス	7,289 (0.8)	21	携帯電話	8,353 (0.9)
22	他の役務サービス	8,634 (1.0)	22	その他金融関連 サービス	7,232 (0.8)	22	靴・運動靴	7,721 (0.8)
23	その他金融関連 サービス	7,948 (0.9)	23	医療サービス	6,877 (0.8)	23	医療サービス	7,442 (0.8)
24	携帯電話	7,856 (0.9)	24	株	6,852 (0.8)	24	調理食品	7,163 (0.8)
25	エステティック サービス	7,541 (0.9)	25	宝くじ	6,497 (0.8)	25	その他金融関連 サービス	6,860 (0.7)

(注1) 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。

(注2) 2015年度から商品・役務分類を変更したことなどにより、「デジタルコンテンツその他」「商品一般」「他の役務サービス」「修理サービス」「紳士・婦人洋服」「その他金融関連サービス」については2014年度以前と2015年度での時系列の比較はできない（「商品・役務等」の名称が同じでも定義の変更により時系列での比較ができない）。

表9-2 年度別にみた上位商品・役務等別相談件数（2011～2015年度）

2014年度		件数 割合 (%)	2015年度		件数 割合 (%)
全 体		960,242 (100.0)	全 体		925,681 (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	111,919 (11.7)	1	アダルト情報サイト	95,364 (10.3)
2	デジタルコンテンツ その他	58,186 (6.1)	2	デジタルコンテンツ その他	78,035 (8.4)
3	商品一般	50,182 (5.2)	3	インターネット 接続回線	43,797 (4.7)
4	フリーローン・サラ金	36,218 (3.8)	4	商品一般	42,810 (4.6)
5	インターネット 接続回線	34,534 (3.6)	5	賃貸アパート・ マンション	33,625 (3.6)
6	賃貸アパート・ マンション	33,371 (3.5)	6	フリーローン・サラ金	32,046 (3.5)
7	移動通信サービス	21,285 (2.2)	7	移動通信サービス	25,492 (2.8)
8	相談その他	18,185 (1.9)	8	健康食品	21,878 (2.4)
9	健康食品	18,122 (1.9)	9	相談その他	17,529 (1.9)
10	他の役務サービス	13,700 (1.4)	10	四輪自動車	13,477 (1.5)
11	四輪自動車	13,658 (1.4)	11	他の役務サービス	13,366 (1.4)
12	放送サービス	13,578 (1.4)	12	放送サービス	12,930 (1.4)
13	ファンド型投資商品	13,517 (1.4)	13	修理サービス	11,544 (1.2)
14	出会い系サイト	13,228 (1.4)	14	出会い系サイト	11,098 (1.2)
15	新聞	11,992 (1.2)	15	新聞	10,907 (1.2)
16	修理サービス	11,673 (1.2)	16	化粧品	9,380 (1.0)
17	化粧品	8,938 (0.9)	17	携帯電話	8,522 (0.9)
18	生命保険	8,213 (0.9)	18	紳士・婦人洋服	8,085 (0.9)
19	医療サービス	7,997 (0.8)	19	生命保険	7,840 (0.8)
20	アクセサリー	7,546 (0.8)	20	エステティック サービス	7,343 (0.8)
21	携帯電話	7,442 (0.8)	21	医療サービス	7,125 (0.8)
22	エステティック サービス	7,408 (0.8)	22	ファンド型投資商品	6,934 (0.7)
23	靴・運動靴	7,094 (0.7)	23	他の行政サービス	6,827 (0.7)
24	その他金融関連 サービス	6,521 (0.7)	24	アクセサリー	6,228 (0.7)
25	婦人洋服	6,379 (0.7)	25	その他金融関連 サービス	6,101 (0.7)

(注1) 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。

(注2) 2015年度から商品・役務分類を変更したことなどにより、「デジタルコンテンツその他」「商品一般」「他の役務サービス」「紳士・婦人洋服」「その他金融関連サービス」については2014年度以前と2015年度での時系列の比較はできない（「商品・役務等」の名称が同じでも定義の変更により時系列での比較ができない）。

表10-1 2015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	925,681 (100.0)	42,810 (4.6)	46,208 (5.0)	35,744 (3.9)	8,123 (0.9)	35,126 (3.8)	22,049 (2.4)	65,417 (7.1)	22,156 (2.4)	27,741 (3.0)	1,334 (0.1)	306,708 (33.1)
年代	20歳未満	26,178 (100.0)	421 (1.6)	1,530 (5.8)	84 (0.3)	21 (0.1)	955 (3.6)	378 (1.4)	1,371 (5.2)	486 (1.9)	11 (0.0)	5 (0.0)	5,262 (20.1)
	20歳代	81,398 (100.0)	2,193 (2.7)	2,624 (3.2)	1,421 (1.7)	195 (0.2)	4,029 (4.9)	1,805 (2.2)	5,439 (6.7)	2,828 (3.5)	944 (1.2)	23 (0.0)	21,501 (26.4)
	30歳代	118,276 (100.0)	3,212 (2.7)	3,788 (3.2)	3,647 (3.1)	606 (0.5)	5,790 (4.9)	2,014 (1.7)	8,528 (7.2)	4,041 (3.4)	3,611 (3.1)	51 (0.0)	35,288 (29.8)
	40歳代	149,182 (100.0)	4,812 (3.2)	5,142 (3.4)	4,407 (3.0)	1,023 (0.7)	6,223 (4.2)	2,891 (1.9)	11,757 (7.9)	4,532 (3.0)	4,237 (2.8)	101 (0.1)	45,125 (30.2)
	50歳代	124,861 (100.0)	4,742 (3.8)	4,831 (3.9)	4,329 (3.5)	1,159 (0.9)	4,656 (3.7)	2,848 (2.3)	8,537 (6.8)	3,307 (2.6)	3,727 (3.0)	113 (0.1)	38,249 (30.6)
	60歳代	135,593 (100.0)	7,100 (5.2)	6,737 (5.0)	6,234 (4.6)	1,584 (1.2)	4,215 (3.1)	3,431 (2.5)	8,684 (6.4)	2,594 (1.9)	4,519 (3.3)	250 (0.2)	45,348 (33.4)
	70歳以上	182,373 (100.0)	13,747 (7.5)	16,075 (8.8)	10,639 (5.8)	1,962 (1.1)	6,052 (3.3)	6,427 (3.5)	12,818 (7.0)	1,668 (0.9)	6,181 (3.4)	423 (0.2)	75,992 (41.7)
	小計	817,861 (100.0)	36,227 (4.4)	40,727 (5.0)	30,761 (3.8)	6,550 (0.8)	31,920 (3.9)	19,794 (2.4)	57,134 (7.0)	19,456 (2.4)	23,230 (2.8)	966 (0.1)	266,765 (32.6)
性別等	男性	434,721 (100.0)	16,356 (3.8)	14,463 (3.3)	12,486 (2.9)	4,257 (1.0)	8,683 (2.0)	5,453 (1.3)	33,513 (7.7)	15,498 (3.6)	15,739 (3.6)	544 (0.1)	126,992 (29.2)
	女性	452,152 (100.0)	23,898 (5.3)	30,073 (6.7)	21,264 (4.7)	3,248 (0.7)	25,650 (5.7)	15,893 (3.5)	28,875 (6.4)	5,818 (1.3)	10,398 (2.3)	518 (0.1)	165,635 (36.6)
	団体	17,228 (100.0)	679 (3.9)	286 (1.7)	1,091 (6.3)	370 (2.1)	152 (0.9)	165 (1.0)	1,675 (9.7)	477 (2.8)	677 (3.9)	233 (1.4)	5,805 (33.7)
	小計	904,101 (100.0)	40,933 (4.5)	44,822 (5.0)	34,841 (3.9)	7,875 (0.9)	34,485 (3.8)	21,511 (2.4)	64,063 (7.1)	21,793 (2.4)	26,814 (3.0)	1,295 (0.1)	298,432 (33.0)
職業等	給与生活者	355,234 (100.0)	10,785 (3.0)	10,582 (3.0)	8,990 (2.5)	2,265 (0.6)	13,577 (3.8)	6,368 (1.8)	23,553 (6.6)	12,576 (3.5)	11,143 (3.1)	182 (0.1)	100,021 (28.2)
	自営・自由業	48,849 (100.0)	1,768 (3.6)	1,817 (3.7)	2,053 (4.2)	632 (1.3)	1,361 (2.8)	956 (2.0)	4,152 (8.5)	1,700 (3.5)	1,724 (3.5)	248 (0.5)	16,411 (33.6)
	家事従事者	146,209 (100.0)	8,846 (6.1)	10,611 (7.3)	9,124 (6.2)	1,241 (0.8)	8,882 (6.1)	5,368 (3.7)	9,879 (6.8)	1,766 (1.2)	3,859 (2.6)	186 (0.1)	59,762 (40.9)
	学生	37,193 (100.0)	667 (1.8)	1,800 (4.8)	181 (0.5)	50 (0.1)	1,384 (3.7)	621 (1.7)	2,527 (6.8)	464 (1.2)	41 (0.1)	7 (0.0)	7,742 (20.8)
	無職	226,326 (100.0)	13,728 (6.1)	15,486 (6.8)	10,395 (4.6)	2,431 (1.1)	6,261 (2.8)	6,276 (2.8)	16,583 (7.3)	2,900 (1.3)	6,979 (3.1)	358 (0.2)	81,397 (36.0)
	企業等	16,995 (100.0)	669 (3.9)	280 (1.6)	1,079 (6.3)	364 (2.1)	151 (0.9)	163 (1.0)	1,657 (9.7)	473 (2.8)	667 (3.9)	231 (1.4)	5,734 (33.7)
	小計	830,806 (100.0)	36,463 (4.4)	40,576 (4.9)	31,822 (3.8)	6,983 (0.8)	31,616 (3.8)	19,752 (2.4)	58,351 (7.0)	19,879 (2.4)	24,413 (2.9)	1,212 (0.1)	271,067 (32.6)

(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 2015年度の契約当事者年代別等にみ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	レンタル・貸借	工事・建築・加工	修理・補修	管理・保管	役務一般	金融・保険	運輸・通信	教育サービス	教養・娯楽	保健・福祉	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		5,662 (0.6)	46,311 (5.0)	28,187 (3.0)	12,498 (1.4)	2,289 (0.2)	3,606 (0.4)	77,144 (8.3)	293,424 (31.7)	4,712 (0.5)	26,311 (2.8)	38,603 (4.2)	46,614 (5.0)	4,624 (0.5)	6,827 (0.7)	596,812 (64.5)	22,161 (2.4)
年代	20歳未満	3 (0.0)	476 (1.8)	8 (0.0)	84 (0.3)	10 (0.0)	15 (0.1)	233 (0.9)	17,299 (66.1)	348 (1.3)	839 (3.2)	520 (2.0)	502 (1.9)	202 (0.8)	37 (0.1)	20,576 (78.6)	340 (1.3)
	20歳代	323 (0.4)	6,593 (8.1)	423 (0.5)	553 (0.7)	104 (0.1)	265 (0.3)	5,063 (6.2)	29,246 (35.9)	350 (0.4)	4,246 (5.2)	5,513 (6.8)	4,248 (5.2)	1,674 (2.1)	171 (0.2)	58,772 (72.2)	1,125 (1.4)
	30歳代	873 (0.7)	9,842 (8.3)	2,422 (2.0)	1,216 (1.0)	230 (0.2)	1,929 (1.6)	8,286 (7.0)	40,356 (34.1)	615 (0.5)	4,462 (3.8)	4,084 (3.5)	5,920 (5.0)	673 (0.6)	320 (0.3)	81,228 (68.7)	1,760 (1.5)
	40歳代	1,116 (0.7)	7,960 (5.3)	3,292 (2.2)	1,785 (1.2)	362 (0.2)	724 (0.5)	11,008 (7.4)	56,526 (37.9)	2,058 (1.4)	4,712 (3.2)	4,068 (2.7)	6,694 (4.5)	695 (0.5)	558 (0.4)	101,558 (68.1)	2,499 (1.7)
	50歳代	1,101 (0.9)	5,390 (4.3)	3,789 (3.0)	1,703 (1.4)	274 (0.2)	161 (0.1)	10,480 (8.4)	47,193 (37.8)	619 (0.5)	3,235 (2.6)	3,493 (2.8)	5,606 (4.5)	499 (0.4)	618 (0.5)	84,161 (67.4)	2,451 (2.0)
	60歳代	953 (0.7)	4,070 (3.0)	5,336 (3.9)	2,126 (1.6)	340 (0.3)	134 (0.1)	12,783 (9.4)	46,250 (34.1)	99 (0.1)	2,820 (2.1)	4,613 (3.4)	6,092 (4.5)	294 (0.2)	1,157 (0.9)	87,067 (64.2)	3,178 (2.3)
	70歳以上	725 (0.4)	3,673 (2.0)	8,502 (4.7)	3,457 (1.9)	440 (0.2)	154 (0.1)	19,923 (10.9)	35,597 (19.5)	39 (0.0)	3,225 (1.8)	11,852 (6.5)	9,945 (5.5)	226 (0.1)	2,708 (1.5)	100,466 (55.1)	5,915 (2.3)
小計		5,094 (0.6)	38,004 (4.6)	23,772 (2.9)	10,924 (1.3)	1,760 (0.2)	3,382 (0.4)	67,776 (8.3)	272,467 (33.3)	4,128 (0.5)	23,539 (2.9)	34,143 (4.2)	39,007 (4.8)	4,263 (0.5)	5,569 (0.7)	533,828 (65.3)	17,268 (2.1)
性別等	男性	1,276 (0.3)	21,931 (5.0)	14,313 (3.3)	5,859 (1.3)	1,196 (0.3)	2,157 (0.5)	40,550 (9.3)	165,335 (38.0)	1,366 (0.3)	10,744 (2.5)	9,816 (2.3)	19,415 (4.5)	2,300 (0.5)	2,892 (0.7)	299,150 (68.8)	8,579 (2.0)
	女性	4,299 (1.0)	20,373 (4.5)	12,139 (2.7)	6,135 (1.4)	821 (0.2)	1,399 (0.3)	33,951 (7.5)	121,288 (26.8)	3,206 (0.7)	14,791 (3.3)	27,543 (6.1)	23,382 (5.2)	2,162 (0.5)	3,590 (0.8)	275,079 (60.8)	11,438 (2.5)
	団体	24 (0.1)	2,975 (17.3)	870 (5.0)	290 (1.7)	201 (1.2)	13 (0.1)	721 (4.2)	2,320 (13.5)	12 (0.1)	274 (1.6)	152 (0.9)	2,854 (16.6)	93 (0.5)	93 (0.5)	10,892 (63.2)	531 (3.1)
小計		5,599 (0.6)	45,279 (5.0)	27,322 (3.0)	12,284 (1.4)	2,218 (0.2)	3,569 (0.4)	75,222 (8.3)	288,943 (32.0)	4,584 (0.5)	25,809 (2.9)	37,511 (4.1)	45,651 (5.0)	4,555 (0.5)	6,575 (0.7)	585,121 (64.7)	20,548 (2.3)
職業等	給与生活者	2,212 (0.6)	23,035 (6.5)	8,671 (2.4)	3,917 (1.1)	799 (0.2)	2,517 (0.7)	27,066 (7.6)	136,369 (38.4)	2,077 (0.6)	11,389 (3.2)	11,535 (3.2)	16,752 (4.7)	2,266 (0.6)	1,295 (0.4)	249,900 (70.3)	5,313 (1.5)
	自営・自由業	245 (0.5)	2,920 (6.0)	1,810 (3.7)	763 (1.6)	166 (0.3)	158 (0.3)	4,417 (9.0)	14,450 (29.6)	186 (0.4)	1,406 (2.9)	1,129 (2.3)	2,863 (5.9)	413 (0.8)	299 (0.6)	31,225 (63.9)	1,213 (2.5)
	家事従事者	1,901 (1.3)	3,686 (2.5)	4,874 (3.3)	2,443 (1.7)	265 (0.2)	355 (0.2)	9,893 (6.8)	37,405 (25.6)	1,184 (0.8)	4,156 (2.8)	7,741 (5.3)	7,428 (5.1)	449 (0.3)	1,187 (0.8)	82,967 (56.7)	3,480 (2.4)
	学生	35 (0.1)	1,351 (3.6)	25 (0.1)	167 (0.4)	21 (0.1)	45 (0.1)	667 (1.8)	21,587 (58.0)	525 (1.4)	1,726 (4.6)	1,411 (3.8)	960 (2.6)	422 (1.1)	74 (0.2)	29,016 (78.0)	435 (1.2)
	無職	714 (0.3)	7,645 (3.4)	8,740 (3.9)	3,647 (1.6)	518 (0.2)	294 (0.1)	25,834 (11.4)	58,970 (26.1)	262 (0.1)	4,720 (2.1)	12,002 (5.3)	11,053 (4.9)	720 (0.3)	2,670 (1.2)	137,789 (60.9)	7,140 (3.2)
	企業等	24 (0.1)	2,932 (17.3)	853 (5.0)	285 (1.7)	199 (1.2)	12 (0.1)	709 (4.2)	2,283 (13.4)	12 (0.1)	269 (1.6)	147 (0.9)	2,828 (16.6)	93 (0.5)	92 (0.5)	10,738 (63.2)	523 (3.1)
小計		5,131 (0.6)	41,569 (5.0)	24,973 (3.0)	11,222 (1.4)	1,968 (0.2)	3,381 (0.4)	68,586 (8.3)	271,064 (32.6)	4,246 (0.5)	23,666 (2.8)	33,965 (4.1)	41,884 (5.0)	4,363 (0.5)	5,617 (0.7)	541,635 (65.2)	18,104 (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 2015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	11,095	1	アダルト情報サイト	7,417	1	アダルト情報サイト	3,443
2	デジタルコンテンツその他	2,434	2	デジタルコンテンツその他	1,264	2	健康食品	1,152
3	オンラインゲーム	1,438	3	オンラインゲーム	1,224	3	デジタルコンテンツその他	1,126
4	健康食品	1,228	4	放送サービス	505	4	放送サービス	327
5	放送サービス	840	5	出会い系サイト	345	5	化粧品	226
6	出会い系サイト	555	6	商品一般	241	6	出会い系サイト	208
7	商品一般	421	7	移動通信サービス	225	7	エステティックサービス	187
8	移動通信サービス	400	8	インターネット接続回線	205	8	オンラインゲーム	182
9	相談その他	329	9	相談その他	164	9	商品一般	173
10	賃貸アパート・マンション	328	10	賃貸アパート・マンション	160	10	飲料	170
11	インターネット接続回線	309	11	自動二輪車	153	11	移動通信サービス	165
12	化粧品	263	12	四輪自動車	148	12	賃貸アパート・マンション	162
13	紳士・婦人洋服	260	13	電子ゲーム・ソフト	120	13	相談その他	158
14	靴・運動靴	216	14	新聞	118	14	紳士・婦人洋服	152
15	四輪自動車	194	15	他の役務サービス	111	15	コンサート	133
15	エステティックサービス	194	16	紳士・婦人洋服	106	16	他の身の回り品	114
17	飲料	191	17	靴・運動靴	104	17	靴・運動靴	109
18	他の役務サービス	182	18	携帯電話	103	18	インターネット接続回線	101
19	コンサート	170	19	学習塾・予備校	82	19	かばん	84
20	新聞	167	20	自動車運転教習所	71	20	他の役務サービス	70
21	他の身の回り品	165	21	内職・副業その他	70	21	電話関連機器・用品	57
22	自動二輪車	163	22	玩具・遊具その他	66	21	学習塾・予備校	57
23	携帯電話	152	23	パソコン	64	23	タレント・モデル内職	53
24	学習塾・予備校	143	24	電話音声情報	63	24	医療サービス	50
25	電子ゲーム・ソフト	135	25	健康食品	59	25	携帯電話	49
			25	興信所	59			

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	10,268	1	アダルト情報サイト	5,342	1	アダルト情報サイト	4,888
2	デジタルコンテンツその他	6,178	2	賃貸アパート・マンション	2,768	2	エステティックサービス	3,478
3	賃貸アパート・マンション	5,705	3	デジタルコンテンツその他	2,728	3	デジタルコンテンツその他	3,424
4	エステティックサービス	3,582	4	フリーローン・サラ金	2,257	4	賃貸アパート・マンション	2,887
5	移動通信サービス	3,382	5	インターネット接続回線	1,890	5	移動通信サービス	1,681
6	フリーローン・サラ金	3,258	6	移動通信サービス	1,679	6	出会い系サイト	1,543
7	インターネット接続回線	3,195	7	四輪自動車	1,441	7	インターネット接続回線	1,288
8	出会い系サイト	2,811	8	出会い系サイト	1,263	8	健康食品	1,270
9	商品一般	2,193	9	商品一般	1,098	9	商品一般	1,080
10	四輪自動車	1,932	10	内職・副業その他	754	10	フリーローン・サラ金	972
11	健康食品	1,760	11	放送サービス	654	11	化粧品	853
12	放送サービス	1,296	12	相談その他	559	12	医療サービス	694
13	内職・副業その他	1,288	13	オンラインゲーム	520	13	放送サービス	636
14	化粧品	1,203	14	他の役務サービス	519	14	紳士・婦人洋服	565
15	他の役務サービス	1,039	15	健康食品	482	15	内職・副業その他	527
16	相談その他	1,021	16	携帯電話	471	16	他の役務サービス	516
17	医療サービス	921	17	結婚式関連サービス	373	17	結婚式関連サービス	485
18	携帯電話	908	18	化粧品	343	18	四輪自動車	469
19	紳士・婦人洋服	870	19	興信所	316	19	相談その他	451
20	結婚式関連サービス	865	20	アクセサリ	305	20	携帯電話	432
21	興信所	701	21	紳士・婦人洋服	304	21	他の身の回り品	430
22	オンラインゲーム	700	22	修理サービス	295	22	かばん	392
23	他の身の回り品	691	23	新聞	287	23	靴・運動靴	388
24	アクセサリ	670	24	外食	278	24	興信所	384
25	靴・運動靴	648	25	靴・運動靴	258	25	アクセサリ	364

(注)「全体」の件数には性別が不明なものも含む。

表11-2 2015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	13,987	1	アダルト情報サイト	7,704	1	アダルト情報サイト	6,238
2	デジタルコンテンツその他	10,291	2	賃貸アパート・マンション	4,358	2	デジタルコンテンツその他	6,105
3	賃貸アパート・マンション	8,317	3	デジタルコンテンツその他	4,135	3	賃貸アパート・マンション	3,917
4	フリーローン・サラ金	5,215	4	フリーローン・サラ金	3,416	4	インターネット接続回線	2,237
5	インターネット接続回線	5,193	5	インターネット接続回線	2,941	5	移動通信サービス	1,845
6	移動通信サービス	4,096	6	移動通信サービス	2,239	6	フリーローン・サラ金	1,770
7	商品一般	3,212	7	四輪自動車	1,661	7	商品一般	1,670
8	四輪自動車	2,352	8	商品一般	1,521	8	健康食品	1,442
9	出会い系サイト	2,236	9	複合サービス会員	1,160	9	エステティックサービス	1,433
10	複合サービス会員	1,834	10	新築工事	899	10	出会い系サイト	1,396
11	健康食品	1,734	11	出会い系サイト	836	11	紳士・婦人洋服	999
12	エステティックサービス	1,505	12	携帯電話	755	12	化粧品	946
13	紳士・婦人洋服	1,493	13	相談その他	738	13	他の役務サービス	743
14	相談その他	1,438	14	他の役務サービス	662	14	かばん	720
15	他の役務サービス	1,410	15	放送サービス	657	15	相談その他	688
16	携帯電話	1,375	16	戸建住宅	631	16	四輪自動車	685
17	放送サービス	1,288	17	オンラインゲーム	612	17	靴・運動靴	683
18	新築工事	1,218	18	分譲マンション	601	18	複合サービス会員	667
19	化粧品	1,134	19	修理サービス	591	19	放送サービス	622
20	修理サービス	1,098	20	紳士・婦人洋服	487	20	携帯電話	614
21	靴・運動靴	1,082	21	外食	433	21	医療サービス	606
22	戸建住宅	933	22	興信所	421	22	クリーニング	604
23	興信所	917	23	パソコン	407	23	修理サービス	498
24	かばん	906	24	ソーラーシステム	405	24	興信所	493
25	医療サービス	899	25	靴・運動靴	395	25	スポーツ・健康教室	415

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	20,041	1	アダルト情報サイト	11,704	1	デジタルコンテンツその他	9,333
2	デジタルコンテンツその他	15,986	2	デジタルコンテンツその他	6,591	2	アダルト情報サイト	8,274
3	インターネット接続回線	7,662	3	インターネット接続回線	4,175	3	インターネット接続回線	3,454
4	フリーローン・サラ金	6,312	4	フリーローン・サラ金	4,025	4	賃貸アパート・マンション	3,051
5	賃貸アパート・マンション	6,206	5	賃貸アパート・マンション	3,134	5	商品一般	2,592
6	移動通信サービス	5,196	6	移動通信サービス	2,761	6	移動通信サービス	2,405
7	商品一般	4,812	7	商品一般	2,196	7	フリーローン・サラ金	2,251
8	四輪自動車	2,710	8	四輪自動車	1,921	8	健康食品	1,772
9	出会い系サイト	2,384	9	出会い系サイト	1,123	9	化粧品	1,477
10	健康食品	2,132	10	携帯電話	1,006	10	出会い系サイト	1,247
11	相談その他	2,035	11	相談その他	974	11	紳士・婦人洋服	1,078
12	携帯電話	1,815	12	修理サービス	848	12	相談その他	1,051
13	化粧品	1,672	13	放送サービス	763	13	エステティックサービス	929
14	修理サービス	1,605	14	他の役務サービス	708	14	クリーニング	869
15	紳士・婦人洋服	1,579	15	新築工事	706	15	他の役務サービス	825
16	他の役務サービス	1,536	16	分譲マンション	596	16	携帯電話	796
17	放送サービス	1,510	17	パソコン	578	17	四輪自動車	780
18	靴・運動靴	1,117	18	戸建住宅	558	18	学習塾・予備校	773
19	クリーニング	1,116	19	興信所	512	19	修理サービス	753
20	興信所	1,076	20	外食	511	20	かばん	744
21	新築工事	1,005	21	紳士・婦人洋服	498	21	放送サービス	739
22	かばん	1,001	22	複合サービス会員	441	22	靴・運動靴	736
23	パソコン	978	23	オンラインゲーム	437	23	補習用教材	726
24	エステティックサービス	976	24	インターネット通信関連サービス	427	24	医療サービス	636
25	戸建住宅	912	25	その他金融関連サービス	426	25	家庭教師	586
25	医療サービス	912						

(注)「全体」の件数には性別が不明なものも含む。

表11-3 2015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	15,966	1	アダルト情報サイト	11,831	1	デジタルコンテンツその他	7,972
2	デジタルコンテンツその他	14,279	2	デジタルコンテンツその他	6,248	2	アダルト情報サイト	4,076
3	インターネット接続回線	7,329	3	インターネット接続回線	4,098	3	インターネット接続回線	3,205
4	フリーローン・サラ金	5,141	4	フリーローン・サラ金	3,328	4	商品一般	2,724
5	商品一般	4,742	5	移动通信サービス	2,039	5	賃貸アパート・マンション	1,942
6	賃貸アパート・マンション	3,939	6	商品一般	1,988	6	フリーローン・サラ金	1,778
7	移动通信サービス	3,723	7	賃貸アパート・マンション	1,980	7	移动通信サービス	1,664
8	四輪自動車	2,043	8	四輪自動車	1,404	8	健康食品	1,324
9	相談その他	1,914	9	相談その他	894	9	化粧品	1,322
10	健康食品	1,808	10	出会い系サイト	826	10	相談その他	1,012
11	修理サービス	1,571	11	携帯電話	742	11	クリーニング	911
12	出会い系サイト	1,503	12	修理サービス	726	12	修理サービス	839
13	化粧品	1,498	13	他の役務サービス	646	13	紳士・婦人洋服	797
14	他の役務サービス	1,423	14	放送サービス	644	14	他の役務サービス	768
15	放送サービス	1,362	15	パソコン	517	15	放送サービス	712
16	携帯電話	1,313	16	健康食品	476	16	出会い系サイト	675
17	紳士・婦人洋服	1,110	17	生命保険	464	17	アクセサリ	673
18	クリーニング	1,101	18	新聞	444	18	四輪自動車	631
19	新聞	1,048	19	その他金融関連サービス	424	19	新聞	600
20	生命保険	967	20	新築工事	413	20	携帯電話	569
21	パソコン	889	21	ソーラーシステム	397	21	医療サービス	546
22	その他金融関連サービス	884	22	インターネット通信関連サービス	384	22	かばん	500
23	医療サービス	821	23	損害保険	380	22	生命保険	500
24	アクセサリ	797	24	外食	373	24	エステティックサービス	466
25	インターネット通信関連サービス	725	25	興信所	364	25	その他金融関連サービス	456

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	デジタルコンテンツその他	15,008	1	アダルト情報サイト	11,949	1	デジタルコンテンツその他	7,005
2	アダルト情報サイト	14,073	2	デジタルコンテンツその他	7,921	2	商品一般	4,183
3	インターネット接続回線	7,995	3	インターネット接続回線	5,194	3	インターネット接続回線	2,758
4	商品一般	7,100	4	フリーローン・サラ金	3,000	4	アダルト情報サイト	2,077
5	フリーローン・サラ金	4,637	5	商品一般	2,869	5	フリーローン・サラ金	1,604
6	移动通信サービス	3,260	6	移动通信サービス	1,913	6	健康食品	1,507
7	賃貸アパート・マンション	2,702	7	賃貸アパート・マンション	1,407	7	相談その他	1,366
8	相談その他	2,383	8	四輪自動車	1,200	8	移动通信サービス	1,332
9	健康食品	2,340	9	相談その他	1,002	9	賃貸アパート・マンション	1,280
10	修理サービス	1,951	10	修理サービス	887	10	化粧品	1,116
11	他の役務サービス	1,876	11	放送サービス	852	11	他の役務サービス	1,092
12	放送サービス	1,777	12	健康食品	825	12	修理サービス	1,056
13	四輪自動車	1,658	13	他の役務サービス	778	13	放送サービス	917
14	新聞	1,639	14	新聞	744	14	ファンド型投資商品	914
15	生命保険	1,541	15	生命保険	718	15	新聞	888
16	ファンド型投資商品	1,277	16	携帯電話	683	16	アクセサリ	866
17	化粧品	1,271	17	パソコン	618	17	生命保険	811
18	他の行政サービス	1,157	18	他の行政サービス	531	18	クリーニング	748
19	携帯電話	1,151	19	その他金融関連サービス	522	19	紳士・婦人洋服	680
20	その他金融関連サービス	1,035	20	インターネット通信関連サービス	505	20	他の行政サービス	620
21	アクセサリ	978	21	新築工事	481	21	医療サービス	559
22	クリーニング	953	22	出会い系サイト	471	22	ふとん類	515
23	医療サービス	940	23	塗装工事	468	23	その他金融関連サービス	508
24	パソコン	930	24	損害保険	464	24	携帯電話	466
25	紳士・婦人洋服	889	25	ソーラーシステム	460	25	冠婚葬祭互助会	456

(注)「全体」の件数には性別が不明なものも含む。

表11-4 2015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	13,747	1	デジタルコンテンツその他	5,986	1	商品一般	9,296
2	デジタルコンテンツその他	9,679	2	アダルト情報サイト	5,751	2	健康食品	6,788
3	健康食品	9,195	3	インターネット接続回線	5,137	3	デジタルコンテンツその他	3,642
4	インターネット接続回線	7,821	4	商品一般	4,359	4	相談その他	3,094
5	アダルト情報サイト	6,578	5	健康食品	2,349	5	新聞	3,028
6	新聞	4,820	6	フリーローン・サラ金	2,019	6	他の役務サービス	2,856
7	相談その他	4,647	7	新聞	1,747	7	ファンド型投資商品	2,653
8	他の役務サービス	3,934	8	移動通信サービス	1,561	8	インターネット接続回線	2,645
9	フリーローン・サラ金	3,625	9	相談その他	1,512	9	社会保険	2,047
10	ファンド型投資商品	3,523	10	放送サービス	1,393	10	ふとん類	1,939
11	修理サービス	3,289	11	修理サービス	1,351	11	修理サービス	1,922
12	放送サービス	3,106	12	他の役務サービス	1,047	12	生命保険	1,790
13	社会保険	2,800	13	生命保険	987	13	他の行政サービス	1,744
14	生命保険	2,798	14	屋根工事	960	14	放送サービス	1,693
15	他の行政サービス	2,708	15	他の行政サービス	948	15	アクセサリ	1,665
16	移動通信サービス	2,675	16	賃貸アパート・マンション	930	16	フリーローン・サラ金	1,585
17	ふとん類	2,353	17	ファンド型投資商品	834	17	化粧品	1,392
18	賃貸アパート・マンション	2,052	18	その他金融関連サービス	811	18	賃貸アパート・マンション	1,099
19	屋根工事	1,915	19	塗装工事	728	19	移動通信サービス	1,097
20	アクセサリ	1,861	20	社会保険	724	20	株	1,086
21	その他金融関連サービス	1,690	21	四輪自動車	716	21	冠婚葬祭互助会	1,003
22	冠婚葬祭互助会	1,687	22	冠婚葬祭互助会	673	22	公社債	976
23	医療サービス	1,569	23	医療サービス	663	23	浄水器	972
24	株	1,555	24	I P 電話	649	24	屋根工事	940
25	化粧品	1,550	25	土地	634	25	医療サービス	889

(注)「全体」の件数には性別が不明なものも含む。

表12-1 2015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	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	上段：件数 下段：構成比 (%)										
計	925,681 (100.0)	42,810 (4.6)	46,208 (5.0)	35,744 (3.9)	8,123 (0.9)	35,126 (3.8)	22,049 (2.4)	65,417 (7.1)	22,156 (2.4)	27,741 (3.0)	1,334 (0.1)	306,708 (33.1)
安全・衛生	29,867 (100.0)	335 (1.1)	6,879 (23.0)	4,269 (14.3)	314 (1.1)	671 (2.2)	2,542 (8.5)	1,577 (5.3)	2,044 (6.8)	1,372 (4.6)	49 (0.2)	20,052 (67.1)
品質・機能、 役務品質	113,398 (100.0)	909 (0.8)	10,757 (9.5)	12,867 (11.3)	723 (0.6)	6,759 (6.0)	5,590 (4.9)	13,320 (11.7)	7,535 (6.6)	6,002 (5.3)	219 (0.2)	64,681 (57.0)
法規・基準	27,791 (100.0)	1,169 (4.2)	1,225 (4.4)	892 (3.2)	395 (1.4)	728 (2.6)	539 (1.9)	1,531 (5.5)	807 (2.9)	1,420 (5.1)	56 (0.2)	8,762 (31.5)
価格・料金	151,630 (100.0)	2,511 (1.7)	4,686 (3.1)	5,009 (3.3)	3,132 (2.1)	3,947 (2.6)	3,310 (2.2)	7,876 (5.2)	3,553 (2.3)	5,287 (3.5)	180 (0.1)	39,491 (26.0)
計量・量目	1,104 (100.0)	18 (1.6)	392 (35.5)	61 (5.5)	117 (10.6)	74 (6.7)	67 (6.1)	52 (4.7)	17 (1.5)	45 (4.1)	4 (0.4)	847 (76.7)
表示・広告	55,410 (100.0)	2,816 (5.1)	6,964 (12.6)	2,866 (5.2)	289 (0.5)	3,017 (5.4)	2,289 (4.1)	4,469 (8.1)	1,380 (2.5)	873 (1.6)	69 (0.1)	25,032 (45.2)
販売方法	478,240 (100.0)	24,564 (5.1)	24,066 (5.0)	16,469 (3.4)	2,682 (0.6)	20,919 (4.4)	11,935 (2.5)	34,642 (7.2)	6,951 (1.5)	12,282 (2.6)	745 (0.2)	155,255 (32.5)
契約・解約	671,339 (100.0)	24,450 (3.6)	27,302 (4.1)	21,950 (3.3)	3,925 (0.6)	26,095 (3.9)	15,262 (2.3)	48,121 (7.2)	16,337 (2.4)	17,489 (2.6)	853 (0.1)	201,784 (30.1)
接客対応	129,236 (100.0)	3,530 (2.7)	7,172 (5.5)	6,498 (5.0)	1,534 (1.2)	5,707 (4.4)	3,422 (2.6)	12,783 (9.9)	5,098 (3.9)	4,608 (3.6)	180 (0.1)	50,532 (39.1)
包装・容器	828 (100.0)	27 (3.3)	386 (46.6)	109 (13.2)	4 (0.5)	24 (2.9)	85 (10.3)	70 (8.5)	10 (1.2)	9 (1.1)	3 (0.4)	727 (87.8)
施設・設備	1,507 (100.0)	132 (8.8)	48 (3.2)	40 (2.7)	45 (3.0)	17 (1.1)	10 (0.7)	29 (1.9)	12 (0.8)	213 (14.1)	5 (0.3)	551 (36.6)

(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 2015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	5,662 (0.6)	46,311 (5.0)	28,187 (3.0)	12,498 (1.4)	2,289 (0.2)	3,606 (0.4)	77,144 (8.3)	293,424 (31.7)	4,712 (0.5)	26,311 (2.8)	38,603 (4.2)	46,614 (5.0)	4,624 (0.5)	6,827 (0.7)	596,812 (64.5)	22,161 (2.4)
安全・衛生	202 (0.7)	1,553 (5.2)	1,098 (3.7)	464 (1.6)	66 (0.2)	4 (0.0)	237 (0.8)	610 (2.0)	24 (0.1)	559 (1.9)	3,722 (12.5)	1,112 (3.7)	6 (0.0)	158 (0.5)	9,815 (32.9)	-
品質・機能、 役務品質	3,746 (3.3)	6,831 (6.0)	8,767 (7.7)	4,316 (3.8)	307 (0.3)	37 (0.0)	1,192 (1.1)	9,843 (8.7)	394 (0.3)	2,039 (1.8)	7,196 (6.3)	3,518 (3.1)	99 (0.1)	432 (0.4)	48,717 (43.0)	-
法規・基準	293 (1.1)	2,699 (9.7)	836 (3.0)	249 (0.9)	118 (0.4)	53 (0.2)	4,716 (17.0)	4,412 (15.9)	184 (0.7)	845 (3.0)	1,725 (6.2)	1,547 (5.6)	181 (0.7)	1,171 (4.2)	19,029 (68.5)	-
価格・料金	458 (0.3)	16,062 (10.6)	6,642 (4.4)	4,565 (3.0)	676 (0.4)	553 (0.4)	11,299 (7.5)	48,747 (32.1)	1,069 (0.7)	4,654 (3.1)	7,071 (4.7)	9,287 (6.1)	679 (0.4)	377 (0.2)	112,139 (74.0)	-
計量・量目	2 (0.2)	18 (1.6)	45 (4.1)	11 (1.0)	1 (0.1)	0 (0.0)	18 (1.6)	57 (5.2)	2 (0.2)	18 (1.6)	30 (2.7)	53 (4.8)	1 (0.1)	1 (0.1)	257 (23.3)	-
表示・広告	122 (0.2)	564 (1.0)	674 (1.2)	631 (1.1)	327 (0.6)	40 (0.1)	2,042 (3.7)	16,960 (30.6)	244 (0.4)	2,472 (4.5)	1,687 (3.0)	4,002 (7.2)	442 (0.8)	171 (0.3)	30,378 (54.8)	-
販売方法	628 (0.1)	6,023 (1.3)	10,846 (2.3)	4,028 (0.8)	442 (0.1)	2,127 (0.4)	24,686 (5.2)	218,185 (45.6)	1,482 (0.3)	11,528 (2.4)	14,576 (3.0)	22,647 (4.7)	3,637 (0.8)	2,150 (0.4)	322,985 (67.5)	-
契約・解約	3,266 (0.5)	37,412 (5.6)	19,358 (2.9)	7,310 (1.1)	1,464 (0.2)	3,237 (0.5)	62,498 (9.3)	248,304 (37.0)	3,862 (0.6)	20,364 (3.0)	22,763 (3.4)	33,244 (5.0)	3,987 (0.6)	2,486 (0.4)	469,555 (69.9)	-
接客対応	2,331 (1.8)	8,504 (6.6)	6,408 (5.0)	3,357 (2.6)	626 (0.5)	153 (0.1)	8,273 (6.4)	27,161 (21.0)	898 (0.7)	4,836 (3.7)	7,058 (5.5)	7,407 (5.7)	340 (0.3)	1,352 (1.0)	78,704 (60.9)	-
包装・容器	1 (0.1)	2 (0.2)	3 (0.4)	4 (0.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	11 (1.3)	43 (5.2)	0 (0.0)	8 (1.0)	16 (1.9)	9 (1.1)	0 (0.0)	4 (0.5)	101 (12.2)	-
施設・設備	0 (0.0)	250 (16.6)	94 (6.2)	25 (1.7)	48 (3.2)	3 (0.2)	27 (1.8)	151 (10.0)	9 (0.6)	131 (8.7)	78 (5.2)	84 (5.6)	5 (0.3)	51 (3.4)	956 (63.4)	-

(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 2015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	925,681 (100.0)	29,867 (3.2)	113,398 (12.3)	27,791 (3.0)	151,630 (16.4)	1,104 (0.1)		
年代	20歳未満	26,178 (100.0)	391 (1.5)	1,136 (4.3)	587 (2.2)	5,139 (19.6)	3 (0.0)		
	20歳代	81,398 (100.0)	1,916 (2.4)	7,432 (9.1)	2,205 (2.7)	16,023 (19.7)	45 (0.1)		
	30歳代	118,276 (100.0)	3,898 (3.3)	15,310 (12.9)	3,544 (3.0)	21,365 (18.1)	107 (0.1)		
	40歳代	149,182 (100.0)	4,966 (3.3)	19,879 (13.3)	4,306 (2.9)	25,132 (16.8)	151 (0.1)		
	50歳代	124,861 (100.0)	4,330 (3.5)	17,100 (13.7)	3,578 (2.9)	20,355 (16.3)	151 (0.1)		
	60歳代	135,593 (100.0)	4,965 (3.7)	18,775 (13.8)	4,094 (3.0)	20,741 (15.3)	243 (0.2)		
	70歳以上	182,373 (100.0)	5,142 (2.8)	18,592 (10.2)	4,889 (2.7)	26,619 (14.6)	248 (0.1)		
	小計	817,861 (100.0)	25,608 (3.1)	98,224 (12.0)	23,203 (2.8)	135,374 (16.6)	948 (0.1)		
性別等	男性	434,721 (100.0)	11,395 (2.6)	50,136 (11.5)	14,535 (3.3)	75,981 (17.5)	479 (0.1)		
	女性	452,152 (100.0)	17,032 (3.8)	58,399 (12.9)	11,702 (2.6)	70,316 (15.6)	575 (0.1)		
	団体	17,228 (100.0)	387 (2.2)	2,193 (12.7)	597 (3.5)	2,624 (15.2)	25 (0.1)		
	小計	904,101 (100.0)	28,814 (3.2)	110,728 (12.2)	26,834 (3.0)	148,921 (16.5)	1,079 (0.1)		
職業等	給与生活者	355,234 (100.0)	10,139 (2.9)	42,157 (11.9)	10,305 (2.9)	64,439 (18.1)	315 (0.1)		
	自営・自由業	48,849 (100.0)	1,754 (3.6)	7,144 (14.6)	1,729 (3.5)	8,241 (16.9)	75 (0.2)		
	家事従事者	146,209 (100.0)	6,467 (4.4)	22,339 (15.3)	3,435 (2.3)	20,050 (13.7)	253 (0.2)		
	学生	37,193 (100.0)	578 (1.6)	2,000 (5.4)	878 (2.4)	7,130 (19.2)	3 (0.0)		
	無職	226,326 (100.0)	6,506 (2.9)	23,869 (10.5)	6,849 (3.0)	35,303 (15.6)	274 (0.1)		
	企業等	16,995 (100.0)	373 (2.2)	2,164 (12.7)	588 (3.5)	2,589 (15.2)	22 (0.1)		
	小計	830,806 (100.0)	25,817 (3.1)	99,673 (12.0)	23,784 (2.9)	137,752 (16.6)	942 (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 2015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	55,410 (6.0)	478,240 (51.7)	671,339 (72.5)	129,236 (14.0)	828 (0.1)	1,507 (0.2)
年代	20歳未満	1,679 (6.4)	18,882 (72.1)	22,860 (87.3)	1,824 (7.0)	8 (0.0)	23 (0.1)
	20歳代	4,539 (5.6)	44,987 (55.3)	67,887 (83.4)	9,814 (12.1)	44 (0.1)	112 (0.1)
	30歳代	7,476 (6.3)	59,354 (50.2)	93,008 (78.6)	18,367 (15.5)	78 (0.1)	200 (0.2)
	40歳代	9,943 (6.7)	77,651 (52.1)	113,273 (75.9)	23,395 (15.7)	133 (0.1)	246 (0.2)
	50歳代	8,275 (6.6)	64,425 (51.6)	91,631 (73.4)	19,172 (15.4)	119 (0.1)	179 (0.1)
	60歳代	8,743 (6.4)	70,115 (51.7)	93,898 (69.2)	18,940 (14.0)	156 (0.1)	225 (0.2)
	70歳以上	8,873 (4.9)	102,579 (56.2)	120,138 (65.9)	20,744 (11.4)	172 (0.1)	268 (0.1)
	小計	49,528 (6.1)	437,993 (53.6)	602,695 (73.7)	112,256 (13.7)	710 (0.1)	1,253 (0.2)
性別等	男性	26,806 (6.2)	223,984 (51.5)	324,696 (74.7)	60,351 (13.9)	372 (0.1)	672 (0.2)
	女性	26,522 (5.9)	238,636 (52.8)	322,587 (71.3)	64,116 (14.2)	416 (0.1)	725 (0.2)
	団体	815 (4.7)	6,996 (40.6)	11,712 (68.0)	2,094 (12.2)	13 (0.1)	34 (0.2)
	小計	54,143 (6.0)	469,616 (51.9)	658,995 (72.9)	126,561 (14.0)	801 (0.1)	1,431 (0.2)
職業等	給与生活者	21,723 (6.1)	188,449 (53.0)	278,879 (78.5)	50,918 (14.3)	233 (0.1)	533 (0.2)
	自営・自由業	3,301 (6.8)	23,992 (49.1)	35,251 (72.2)	8,291 (17.0)	68 (0.1)	100 (0.2)
	家事従事者	9,082 (6.2)	78,905 (54.0)	98,379 (67.3)	21,086 (14.4)	181 (0.1)	204 (0.1)
	学生	2,367 (6.4)	25,524 (68.6)	31,937 (85.9)	3,143 (8.5)	12 (0.0)	41 (0.1)
	無職	12,174 (5.4)	117,326 (51.8)	155,992 (68.9)	28,368 (12.5)	195 (0.1)	380 (0.2)
	企業等	809 (4.8)	6,909 (40.7)	11,555 (68.0)	2,064 (12.1)	12 (0.1)	31 (0.2)
	小計	49,456 (6.0)	441,105 (53.1)	611,993 (73.7)	113,870 (13.7)	701 (0.1)	1,289 (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 2015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		120,183 (100.0)	全 体		151,630 (100.0)	全 体		55,410 (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	5,971 (5.0)	1	アダルト情報サイト	19,229 (12.7)	1	デジタルコンテンツ その他	6,892 (12.4)
2	四輪自動車	4,644 (3.9)	2	賃貸アパート・マンション	12,296 (8.1)	2	アダルト情報サイト	5,915 (10.7)
3	修理サービス	4,126 (3.4)	3	インターネット 接続回線	7,113 (4.7)	3	商品一般	2,816 (5.1)
4	クリーニング	3,831 (3.2)	4	移動通信サービス	6,696 (4.4)	4	健康食品	2,803 (5.1)
5	移動通信サービス	2,883 (2.4)	5	デジタルコンテンツ その他	6,540 (4.3)	5	化粧品	1,212 (2.2)
6	携帯電話	2,713 (2.3)	6	フリーローン・サラ金	5,972 (3.9)	6	移動通信サービス	1,038 (1.9)
7	医療サービス	2,311 (1.9)	7	修理サービス	4,250 (2.8)	7	他の役務サービス	1,009 (1.8)
8	健康食品	2,303 (1.9)	8	健康食品	2,761 (1.8)	8	出会い系サイト	1,004 (1.8)
9	紳士・婦人洋服	2,275 (1.9)	9	四輪自動車	2,588 (1.7)	9	フリーローン・サラ金	835 (1.5)
10	新築工事	2,219 (1.8)	10	商品一般	2,511 (1.7)	10	紳士・婦人洋服	777 (1.4)
11	インターネット 接続回線	2,083 (1.7)	11	放送サービス	2,196 (1.4)	11	興信所	672 (1.2)
12	パソコン	2,009 (1.7)	12	出会い系サイト	2,119 (1.4)	12	四輪自動車	611 (1.1)
13	調理食品	1,936 (1.6)	13	他の役務サービス	1,998 (1.3)	13	パソコン	592 (1.1)
14	化粧品	1,932 (1.6)	14	医療サービス	1,800 (1.2)	14	修理サービス	591 (1.1)
15	戸建住宅	1,672 (1.4)	15	携帯電話	1,658 (1.1)	15	調理食品	574 (1.0)
16	歯科治療	1,533 (1.3)	16	エステティック サービス	1,475 (1.0)	16	飲料	560 (1.0)
17	塗装工事	1,312 (1.1)	17	プロパンガス	1,373 (0.9)	17	インターネット 接続回線	556 (1.0)
18	飲料	1,267 (1.1)	18	借家	1,290 (0.9)	18	菓子類	510 (0.9)
19	外食	1,250 (1.0)	19	アクセサリ	1,111 (0.7)	19	外食	473 (0.9)
20	家具類	1,235 (1.0)	20	化粧品	1,109 (0.7)	20	靴・運動靴	424 (0.8)
21	増改築工事	1,175 (1.0)	21	ふとん類	1,083 (0.7)	21	建物清掃サービス	405 (0.7)
22	菓子類	1,134 (0.9)	22	新築工事	1,056 (0.7)	22	かばん	404 (0.7)
23	靴・運動靴	1,069 (0.9)	23	オンラインゲーム	1,041 (0.7)	23	オンラインゲーム	401 (0.7)
24	他の工事・ 建築サービス	1,050 (0.9)	24	外食	992 (0.7)	24	他の身の回り品	368 (0.7)
25	テレビ	1,047 (0.9)	25	歯科治療	921 (0.6)	25	エステティック サービス	359 (0.6)

(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 2015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		790,984 (100.0)	全 体		129,236 (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	95,090 (12.0)	1	インターネット 接続回線	7,717 (6.0)
2	デジタルコンテンツ その他	76,546 (9.7)	2	賃貸アパート・ マンション	6,481 (5.0)
3	インターネット 接続回線	42,393 (5.4)	3	移動通信サービス	6,404 (5.0)
4	商品一般	38,815 (4.9)	4	商品一般	3,530 (2.7)
5	フリーローン・サラ金	30,317 (3.8)	5	四輪自動車	3,163 (2.4)
6	賃貸アパート・ マンション	27,644 (3.5)	6	修理サービス	3,068 (2.4)
7	移動通信サービス	22,732 (2.9)	7	放送サービス	2,703 (2.1)
8	健康食品	20,778 (2.6)	8	携帯電話	2,580 (2.0)
9	他の役務サービス	12,179 (1.5)	9	クリーニング	2,331 (1.8)
10	放送サービス	11,786 (1.5)	10	デジタルコンテンツ その他	2,171 (1.7)
11	出会い系サイト	10,977 (1.4)	11	健康食品	2,027 (1.6)
12	四輪自動車	10,892 (1.4)	12	医療サービス	2,013 (1.6)
13	新聞	10,678 (1.3)	13	生命保険	1,907 (1.5)
14	化粧品	8,260 (1.0)	14	紳士・婦人洋服	1,766 (1.4)
15	修理サービス	8,147 (1.0)	15	新築工事	1,688 (1.3)
16	生命保険	7,216 (0.9)	16	外食	1,656 (1.3)
17	紳士・婦人洋服	6,898 (0.9)	17	損害保険	1,522 (1.2)
18	ファンド型投資商品	6,857 (0.9)	18	パソコン	1,477 (1.1)
19	エステティック サービス	6,848 (0.9)	19	アダルト情報サイト	1,474 (1.1)
20	携帯電話	6,754 (0.9)	20	新聞	1,377 (1.1)
21	アクセサリ	5,780 (0.7)	21	他の行政サービス	1,352 (1.0)
22	その他金融関連 サービス	5,593 (0.7)	22	他の役務サービス	1,345 (1.0)
23	靴・運動靴	4,448 (0.6)	23	化粧品	1,239 (1.0)
24	インターネット 通信関連サービス	4,397 (0.6)	24	引越	1,090 (0.8)
25	ふとん類	4,365 (0.6)	25	エステティック サービス	1,053 (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) 「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 2015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		261,225 (100.0)	全 体		84,668 (100.0)	全 体		323,061 (100.0)	全 体		11,424 (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	27,890 (10.7)	1	新聞	9,295 (11.0)	1	アダルト情報サイト	94,076 (29.1)	1	健康食品	2,092 (18.3)
2	移動通信サービス	18,618 (7.1)	2	放送サービス	7,988 (9.4)	2	デジタルコンテンツその他	73,032 (22.6)	2	化粧品	1,486 (13.0)
3	フリーローン・サラ金	17,865 (6.8)	3	インターネット接続回線	6,110 (7.2)	3	健康食品	10,994 (3.4)	3	内職・副業その他	1,105 (9.7)
4	四輪自動車	10,529 (4.0)	4	修理サービス	3,020 (3.6)	4	出会い系サイト	10,897 (3.4)	4	ファンド型投資商品	1,010 (8.8)
5	携帯電話	6,737 (2.6)	5	屋根工事	2,464 (2.9)	5	商品一般	10,136 (3.1)	5	商品一般	820 (7.2)
6	エステティックサービス	6,561 (2.5)	6	塗装工事	2,348 (2.8)	6	化粧品	5,194 (1.6)	6	飲料	493 (4.3)
7	医療サービス	6,032 (2.3)	7	生命保険	2,239 (2.6)	7	紳士・婦人洋服	4,442 (1.4)	7	複合サービス会員	432 (3.8)
8	修理サービス	5,735 (2.2)	8	ふとん類	2,216 (2.6)	8	他の役務サービス	4,181 (1.3)	8	浄水器	310 (2.7)
9	クリーニング	4,952 (1.9)	9	ソーラーシステム	1,989 (2.3)	9	オンラインゲーム	4,012 (1.2)	9	デジタルコンテンツその他	243 (2.1)
10	インターネット接続回線	4,471 (1.7)	10	浄水器	1,694 (2.0)	10	インターネット接続回線	3,749 (1.2)	10	教養娯楽・資格教材	178 (1.6)
11	商品一般	4,178 (1.6)	11	リースサービス	1,483 (1.8)	11	靴・運動靴	3,501 (1.1)	11	婦人下着	168 (1.5)
12	新築工事	3,717 (1.4)	12	電気温水器	1,403 (1.7)	12	かばん	3,161 (1.0)	12	ふとん類	153 (1.3)
13	外食	3,603 (1.4)	13	複合サービス会員	1,286 (1.5)	13	フリーローン・サラ金	3,030 (0.9)	13	オンラインゲーム	134 (1.2)
14	歯科治療	3,075 (1.2)	14	冠婚葬祭互助会	1,252 (1.5)	14	興信所	2,999 (0.9)	14	家庭用電気治療器具	125 (1.1)
15	戸建住宅	2,915 (1.1)	15	他の工事・建築サービス	1,232 (1.5)	15	移動通信サービス	2,986 (0.9)	14	教室・講座その他	125 (1.1)

(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15-2 2015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		79,358 (100.0)	全 体		2,737 (100.0)	全 体		8,608 (100.0)	全 体		6,969 (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	25,056 (31.6)	1	健康食品	656 (24.0)	1	アクセサリ	1,715 (19.9)	1	フリーローン・ サラ金	371 (5.3)
2	商品一般	7,283 (9.2)	2	商品一般	399 (14.6)	2	商品一般	1,365 (15.9)	2	移动通信 サービス	282 (4.0)
3	健康食品	4,530 (5.7)	3	書籍	223 (8.1)	3	被服品一般	724 (8.4)	3	飲料	258 (3.7)
4	他の役務 サービス	3,405 (4.3)	4	新聞	115 (4.2)	4	和服	606 (7.0)	4	健康食品	213 (3.1)
5	ファンド型 投資商品	2,786 (3.5)	5	化粧品	107 (3.9)	5	靴・運動靴	453 (5.3)	5	家庭用電気 治療器具	198 (2.8)
6	社会保険	1,723 (2.2)	6	雑誌	104 (3.8)	6	四輪自動車	441 (5.1)	6	パーキング	180 (2.6)
7	I P 電話	1,454 (1.8)	7	鮮魚	84 (3.1)	7	紳士・婦人洋服	416 (4.8)	7	修理サービス	168 (2.4)
8	鮮魚	1,320 (1.7)	8	アクセサリ	59 (2.2)	8	洋服一般	358 (4.2)	8	ファンド型 投資商品	166 (2.4)
9	公社債	1,294 (1.6)	9	書籍・印刷物 その他	56 (2.0)	9	他の商品	163 (1.9)	8	他の役務 サービス	166 (2.4)
10	株	1,280 (1.6)	10	飲料	46 (1.7)	10	廃品回収 サービス	159 (1.8)	10	商品一般	130 (1.9)
11	デジタルコンテ ンツその他	1,006 (1.3)	11	デジタル ディスクソフト	41 (1.5)	11	テレビ	156 (1.8)	11	アクセサリ	123 (1.8)
12	フリーローン・ サラ金	943 (1.2)	12	紳士・婦人洋服	35 (1.3)	12	コレクション 用品	110 (1.3)	12	賃貸アパート・ マンション	116 (1.7)
13	インターネット 通信関連サービス	916 (1.2)	12	電話関連機器・ 用品	35 (1.3)	13	時計・ 時計付属品	106 (1.2)	13	四輪自動車	108 (1.5)
14	他の行政 サービス	915 (1.2)	14	他の身の回り品	29 (1.1)	14	食器	103 (1.2)	14	廃品回収 サービス	105 (1.5)
15	老人ホーム全般	912 (1.1)	15	魚介類全般	28 (1.0)	15	かばん	96 (1.1)	15	パソコン	94 (1.3)

(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) 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16-1 2015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	95,364	男性	63,573	46.1	30歳代～60歳代 給与生活者	195,775	通信販売 (98.6)
			女性	30,599	38.7		18,317	電話勧誘販売 (0.4)
2	デジタルコンテンツその他	78,035	男性	36,552	52.0	40歳代～60歳代 給与生活者	321,713	通信販売 (93.6)
			女性	40,081	48.3		79,289	電話勧誘販売 (1.3)
3	インターネット接続回線	43,797	男性	25,914	54.2	40歳以上 給与生活者	20,440	電話勧誘販売 (57.2)
			女性	16,762	51.8		6,308	訪問販売 (14.0)
4	商品一般	42,810	男性	16,356	56.4	70歳以上 給与生活者、無職	758,037	通信販売 (23.7)
			女性	23,898	61.4		177,863	電話勧誘販売 (17.0)
5	賃貸アパート・マンション	33,625	男性	16,656	42.2	20歳代～40歳代 給与生活者	249,391	店舗購入 (82.9)
			女性	15,681	42.4		108,376	通信販売 (0.6)
6	フリーローン・サラ金	32,046	男性	20,227	48.3	30歳代～60歳代 給与生活者	2,033,285	店舗購入 (55.7)
			女性	10,872	50.5		368,117	通信販売 (9.5)
7	移动通信サービス	25,492	男性	13,688	47.7	30歳代～50歳代 給与生活者	86,077	店舗購入 (73.0)
			女性	11,111	46.1		16,052	通信販売 (11.7)
8	健康食品	21,878	男性	5,256	62.7	70歳以上 無職	110,841	通信販売 (50.3)
			女性	16,121	58.2		83,963	電話勧誘販売 (20.7)
9	四輪自動車	13,477	男性	9,352	45.2	20歳代～50歳代 給与生活者	1,560,908	店舗購入 (78.1)
			女性	3,607	45.4		723,885	通信販売 (9.3)
10	他の役務サービス	13,366	男性	4,867	52.3	70歳以上 給与生活者、家事従事者、無職	564,022	通信販売 (31.3)
			女性	7,331	59.2		205,622	電話勧誘販売 (25.5)
11	放送サービス	12,930	男性	6,213	50.7	70歳以上 給与生活者、無職	36,773	訪問販売 (61.8)
			女性	6,226	53.7		9,583	店舗購入 (7.2)
12	修理サービス	11,544	男性	5,301	56.1	70歳以上 給与生活者、無職	253,964	店舗購入 (49.7)
			女性	5,774	60.1		105,068	訪問販売 (26.2)
13	出会い系サイト	11,098	男性	5,345	40.9	20歳代～40歳代 給与生活者	651,371	通信販売 (98.2)
			女性	5,646	37.7		472,347	店舗購入 (0.2)
14	新聞	10,907	男性	4,404	62.3	70歳以上 無職	48,076	訪問販売 (85.2)
			女性	6,072	65.9		11,400	店舗購入 (2.6)
15	化粧品	9,380	男性	1,299	43.6	20歳以上、女性中心 給与生活者、家事従事者	76,553	通信販売 (55.4)
			女性	7,884	50.6		52,481	マルチ・マルチまがい (15.8)
16	携帯電話	8,522	男性	4,756	48.3	30歳代～50歳代 給与生活者	97,074	店舗購入 (79.1)
			女性	3,591	47.0		28,273	通信販売 (12.8)
17	紳士・婦人洋服	8,085	男性	2,302	43.5	30歳代～50歳代、70歳以上 給与生活者	57,315	通信販売 (54.9)
			女性	5,602	48.6		32,650	店舗購入 (33.9)
18	生命保険	7,840	男性	3,350	60.1	70歳以上 給与生活者、無職	4,919,200	訪問販売 (28.6)
			女性	4,301	63.7		3,624,059	店舗購入 (24.0)
19	エステティックサービス	7,343	男性	255	36.0	20歳代、女性中心 給与生活者	322,230	店舗購入 (89.4)
			女性	6,970	31.7		142,931	訪問販売 (4.1)
20	医療サービス	7,125	男性	2,490	55.3	70歳以上 給与生活者、無職	496,954	店舗購入 (84.7)
			女性	4,456	50.2		227,181	電話勧誘販売 (2.4)
21	ファンド型投資商品	6,934	男性	2,099	60.5	70歳以上 無職	6,446,022	電話勧誘販売 (40.2)
			女性	4,643	68.7		5,045,593	マルチ・マルチまがい (14.6)
22	他の行政サービス	6,827	男性	2,892	61.3	70歳以上 無職	533,084	電話勧誘販売 (13.4)
			女性	3,590	65.8		198,280	店舗購入 (5.6)
23	アクセサリ	6,228	男性	1,201	44.4	70歳以上、女性中心 給与生活者、家事従事者、無職	417,796	店舗購入 (28.2)
			女性	4,896	59.0		274,089	訪問購入 (27.5)
24	その他金融関連サービス	6,101	男性	3,108	55.8	70歳以上 給与生活者、無職	883,318	店舗購入 (41.8)
			女性	2,857	58.1		533,964	通信販売 (12.6)
25	クリーニング	5,662	男性	1,276	49.7	30歳代～60歳代、女性中心 給与生活者、家事従事者	13,703	店舗購入 (87.5)
			女性	4,299	51.9		6,821	通信販売 (5.2)

(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。

(注3) 2015年度から商品・役務分類を変更したことなどにより、「デジタルコンテンツその他」「商品一般」「他の役務サービス」「修理サービス」「紳士・婦人洋服」「その他金融関連サービス」については2014年度以前と2015年度での時系列の比較はできない(「商品・役務等」の名称が同じでも定義の変更により時系列での比較ができない)。「過去5年間の件数の推移」については2015年度分のみグラフとした。

表16-2 2015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
1	アダルト情報サイト	95,364	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架空請求、⑥強引、⑦プライバシー、⑧詐欺、⑨電子広告、⑩無料商法	111,919 65,415
2	デジタルコンテンツその他	78,035	①インターネット通販、②架空請求、③迷惑メール、④詐欺、⑤強引、⑥プライバシー、⑦解約、⑧高価格・料金、⑨虚偽説明、⑩ワンクリック請求	78,035 0
3	インターネット接続回線	43,797	①電話勧誘、②解約、③説明不足、④解約料、⑤虚偽説明、⑥信用性、⑦契約書・書面、⑧経済性、⑨家庭訪販、⑩連絡不能	43,797 14,030
4	商品一般	42,810	①電話勧誘、②信用性、③架空請求、④プライバシー、⑤インターネット通販、⑥詐欺、⑦迷惑メール、⑧クレジットカード、⑨身分詐称、⑩強引	42,810 0
5	賃貸アパート・マンション	33,625	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クレーム処理、⑧説明不足、⑨不当請求、⑩補償	36,541 33,371
6	フリーローン・サラ金	32,046	①多重債務、②金利・利息、③契約書・書面、④クレジットカード、⑤信用性、⑥自己破産、⑦法律違反、⑧高価格・料金、⑨債権回収業者、⑩銀行等	56,547 32,046
7	移動通信サービス	25,492	①解約、②説明不足、③解約料、④高価格・料金、⑤クレーム処理、⑥契約書・書面、⑦虚偽説明、⑧価格・料金、⑨契約変更、⑩返金	25,492 14,468
8	健康食品	21,878	①解約、②インターネット通販、③電話勧誘、④返品、⑤電子広告、⑥高価格・料金、⑦強引、⑧連絡不能、⑨代引配達、⑩信用性	46,976 12,493
9	四輪自動車	13,477	①解約、②契約書・書面、③説明不足、④クレーム処理、⑤解約料、⑥返金、⑦約束不履行、⑧高価格・料金、⑨補償、⑩早期故障	14,845 13,477
10	他の役務サービス	13,366	①電話勧誘、②信用性、③インターネット通販、④プライバシー、⑤解約、⑥電子広告、⑦詐欺、⑧身分詐称、⑨高価格・料金、⑩虚偽説明	13,366 0
11	放送サービス	12,930	①家庭訪販、②解約、③強引、④公共料金、⑤説明不足、⑥契約書・書面、⑦法令、⑧販売態度、⑨クレーム処理、⑩虚偽説明	13,578 11,543
12	修理サービス	11,544	①修理代、②高価格・料金、③家庭訪販、④説明不足、⑤見積り、⑥クレーム処理、⑦信用性、⑧補償、⑨機能故障、⑩解約	11,544 0
13	出会い系サイト	11,098	①インターネット通販、②詐欺、③返金、④高価格・料金、⑤解約、⑥クレジットカード、⑦迷惑メール、⑧SNS、⑨電子マネー、⑩プライバシー	26,432 11,098
14	新聞	10,907	①家庭訪販、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クレーム処理、⑩無断契約	12,621 10,907
15	化粧品	9,380	①解約、②インターネット通販、③返品、④電子広告、⑤返金、⑥連絡不能、⑦クレジットカード、⑧皮膚障害、⑨高価格・料金、⑩信用性	10,789 7,801
16	携帯電話	8,522	①解約、②説明不足、③クレーム処理、④交換、⑤早期故障、⑥高価格・料金、⑦解約料、⑧機能故障、⑨アフターサービス、⑩インターネット通販	8,612 7,442
17	紳士・婦人洋服	8,085	①インターネット通販、②解約、③返品、④返金、⑤連絡不能、⑥クレーム処理、⑦商品未着、⑧交換、⑨サイズ、⑩電子広告	8,085 0
18	生命保険	7,840	①説明不足、②解約、③契約書・書面、④家庭訪販、⑤クレーム処理、⑥信用性、⑦返金、⑧契約変更、⑨強引、⑩電話勧誘	9,142 7,840
19	エステティックサービス	7,343	①解約、②返金、③クーリングオフ、④高価格・料金、⑤契約書・書面、⑥倒産、⑦瘦身、⑧強引、⑨クレジットカード、⑩解約料	8,445 7,289
20	医療サービス	7,125	①美容医療、②説明不足、③施術不良、④高価格・料金、⑤返金、⑥クレーム処理、⑦販売態度、⑧解約、⑨契約書・書面、⑩価格・料金	7,997 6,261
21	ファンド型投資商品	6,934	①利殖商法、②電話勧誘、③詐欺、④信用性、⑤劇場型勧誘、⑥返金、⑦解約、⑧虚偽説明、⑨強引、⑩約束不履行	18,487 6,934
22	他の行政サービス	6,827	①信用性、②プライバシー、③身分詐称、④電話勧誘、⑤詐欺、⑥法令、⑦還付金詐欺、⑧税金、⑨説明不足、⑩虚偽説明	6,827 4,078
23	アクセサリ	6,228	①解約、②強引、③家庭訪販、④電話勧誘、⑤高価格・料金、⑥クーリングオフ、⑦返品、⑧返金、⑨信用性、⑩インターネット通販	9,343 6,228
24	その他金融関連サービス	6,101	①クレジットカード、②解約、③説明不足、④信用性、⑤契約書・書面、⑥プライバシー、⑦連絡不能、⑧難解、⑨無断契約、⑩クレーム処理	6,101 0
25	クリーニング	5,662	①補償、②クレーム処理、③ドライクリーニング、④紛失、⑤しみ、⑥説明不足、⑦変色、⑧風合、⑨伸縮、⑩裂け・亀裂	6,621 5,662

表17-1 2015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	209,094	男性	113,148	46.9	30歳代～50歳代	213,591
			女性	92,555	42.1	給与生活者	71,606
2	ワンクリック請求	80,342	男性	54,720	45.2	30歳代～50歳代	173,693
			女性	24,682	35.7	給与生活者	12,402
3	電話勧誘販売	68,950	男性	27,948	59.0	70歳以上	1,452,916
			女性	37,816	66.0	給与生活者、無職	466,096
4	家庭訪販	55,177	男性	22,147	60.0	70歳以上	1,550,025
			女性	31,468	65.2	無職	664,325
5	無料商法	25,374	男性	13,564	49.8	20歳以上	248,887
			女性	11,239	46.6	給与生活者	54,233
6	かたり商法(身分詐称)	22,509	男性	6,633	61.2	70歳以上	1,776,245
			女性	14,813	67.9	家事従事者、無職	412,257
7	被害にあった人を勧誘(二次被害)	12,570	男性	6,945	49.3	30歳代～40歳代、70歳以上	777,175
			女性	5,464	50.5	給与生活者	426,633
8	マルチ取引	11,424	男性	4,565	34.9	20歳代	823,705
			女性	6,545	48.0	給与生活者	755,111
9	サイドビジネス商法	10,619	男性	4,689	35.2	20歳代	888,944
			女性	5,725	40.9	給与生活者	527,367
10	販売目的隠匿	9,286	男性	3,138	51.8	70歳以上	852,634
			女性	5,776	58.5	給与生活者、家事従事者、無職	287,010
11	劇場型勧誘	9,282	男性	1,433	72.3	70歳以上、女性中心	9,731,170
			女性	7,638	74.2	家事従事者、無職	1,929,391
12	利殖商法	7,398	男性	3,223	53.1	70歳以上	6,587,306
			女性	4,001	65.6	給与生活者、無職	4,553,117
13	訪問購入	6,749	男性	1,137	64.4	70歳以上、女性中心	503,479
			女性	5,402	68.3	家事従事者、無職	163,114
14	次々販売	6,720	男性	1,952	62.1	70歳以上	2,625,210
			女性	4,584	66.5	無職	1,850,771
15	代引配達	6,101	男性	1,804	58.0	70歳以上	46,471
			女性	4,191	63.7	無職	20,454
16	点検商法	5,790	男性	2,195	69.3	70歳以上	674,075
			女性	3,336	70.7	無職	193,392
17	還付金詐欺	5,036	男性	1,220	74.1	70歳以上	128,581
			女性	3,602	74.4	無職	86,546
18	紹介販売	4,559	男性	1,752	36.0	20歳代	1,111,783
			女性	2,700	48.2	給与生活者	886,316
19	インターネットオークション	4,426	男性	2,829	42.3	30歳代～40歳代	164,799
			女性	1,439	39.2	給与生活者	98,538
20	テレビショッピング	4,033	男性	1,330	68.0	70歳以上	24,926
			女性	2,654	66.3	家事従事者、無職	15,841
21	景品付販売	3,994	男性	1,648	59.2	70歳以上	183,192
			女性	2,267	62.2	無職	47,815
22	当選商法	3,627	男性	1,432	59.4	70歳以上	1,617,970
			女性	2,089	59.6	給与生活者、無職	256,340
23	アポイントメントセールス	2,824	男性	1,491	33.3	20歳代～30歳代	1,067,784
			女性	1,311	38.9	給与生活者	420,877
24	ネガティブ・オプション	2,737	男性	1,037	63.6	70歳以上	85,854
			女性	1,340	66.3	無職	58,236
25	カタログ通販	2,488	男性	909	68.0	70歳以上	165,029
			女性	1,478	64.9	無職	63,203

(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 2015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)	相談の特徴等
1	インターネット通販	209,094	①アダルト情報サイト (39.2%)、②デジタルコンテンツその他 (27.3%)、③出会い系サイト (4.2%)、④健康食品 (2.2%)、⑤商品一般 (1.9%)	209,094 137,623
2	ワンクリック請求	80,342	①アダルト情報サイト (89.4%)、②デジタルコンテンツその他 (5.7%)、③興信所 (2.0%)、④他の役務サービス (0.9%)、⑤解約代行サービス (0.6%)	91,868 56,641
3	電話勧誘販売	68,950	①インターネット接続回線 (31.0%)、②商品一般 (9.6%)、③健康食品 (5.9%)、④他の役務サービス (4.5%)、⑤ファンド型投資商品 (3.7%)	92,813 61,030
4	家庭訪販	55,177	①新聞 (12.0%)、②放送サービス (9.5%)、③インターネット接続回線 (8.6%)、④屋根工事 (3.6%)、⑤修理サービス (3.4%)	57,881 54,864
5	無料商法	25,374	①アダルト情報サイト (37.7%)、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 (4.7%)、④移动通信サービス (4.4%)、⑤健康食品 (4.4%)	34,605 25,374
6	かたり商法 (身分詐称)	22,509	①商品一般 (16.1%)、②インターネット接続回線 (14.2%)、③社会保険 (11.6%)、④他の役務サービス (8.6%)、⑤デジタルコンテンツその他 (5.6%)	23,604 5,578
7	被害にあった人を勧誘 (二次被害)	12,570	①アダルト情報サイト (25.7%)、②興信所 (13.9%)、③他の役務サービス (10.9%)、④デジタルコンテンツその他 (5.4%)、⑤土地 (4.8%)	18,528 12,570
8	マルチ取引	11,424	①健康食品 (18.3%)、②化粧品 (13.0%)、③内職・副業その他 (9.7%)、④ファンド型投資商品 (8.8%)、⑤商品一般 (7.2%)	11,909 10,032
9	サイドビジネス商法	10,619	①内職・副業その他 (18.1%)、②健康食品 (11.0%)、③化粧品 (8.2%)、④デジタルコンテンツその他 (7.7%)、⑤出会い系サイト (6.7%)	10,619 8,759
10	販売目的隠匿	9,286	①商品一般 (10.8%)、②インターネット接続回線 (6.0%)、③ふとん類 (4.0%)、④アクセサリ (3.9%)、⑤アダルト情報サイト (3.1%)	11,328 9,286
11	劇場型勧誘	9,282	①ファンド型投資商品 (19.3%)、②商品一般 (14.0%)、③公社債 (11.1%)、④他の役務サービス (10.6%)、⑤株 (8.7%)	18,945 9,282
12	利殖商法	7,398	①ファンド型投資商品 (41.3%)、②株 (7.5%)、③公社債 (5.9%)、④分譲マンション (5.4%)、⑤デリバティブ取引その他 (5.0%)	28,965 7,398
13	訪問購入	6,749	①アクセサリ (20.3%)、②商品一般 (17.6%)、③被服品一般 (9.5%)、④和服 (6.7%)、⑤靴・運動靴 (6.0%)	6,749 547
14	次々販売	6,720	①健康食品 (7.7%)、②ふとん類 (7.2%)、③エステティックサービス (5.0%)、④出会い系サイト (3.9%)、⑤アクセサリ (3.3%)	9,994 6,720
15	代引配達	6,101	①健康食品 (29.8%)、②鮮魚 (8.9%)、③化粧品 (5.9%)、④商品一般 (3.8%)、⑤紳士・婦人洋服 (2.9%)	18,247 4,364
16	点検商法	5,790	①屋根工事 (13.8%)、②浄水器 (9.8%)、③修理サービス (9.3%)、④建物清掃サービス (7.1%)、⑤白蟻駆除サービス (4.8%)	6,413 5,344
17	還付金詐欺	5,036	①社会保険 (61.5%)、②他の行政サービス (12.5%)、③他の保健・福祉サービス (7.5%)、④商品一般 (5.5%)、⑤医療サービス (5.4%)	5,036 491
18	紹介販売	4,559	①健康食品 (14.5%)、②ファンド型投資商品 (10.2%)、③化粧品 (10.2%)、④内職・副業その他 (8.3%)、⑤商品一般 (5.3%)	4,853 3,661
19	インターネットオークション	4,426	①商品一般 (6.3%)、②四輪自動車 (6.3%)、③紳士・婦人洋服 (5.8%)、④かばん (4.3%)、⑤コンサート (4.0%)	4,537 3,957
20	テレビショッピング	4,033	①健康食品 (17.3%)、②化粧品 (8.3%)、③電気掃除機類 (7.6%)、④フライパン (4.3%)、⑤パソコン (4.1%)	4,033 2,479
21	景品付販売	3,994	①新聞 (79.8%)、②インターネット接続回線 (3.4%)、③移动通信サービス (2.9%)、④健康食品 (1.1%)、⑤商品一般 (0.7%)	4,832 3,994
22	当選商法	3,627	①宝くじ (22.7%)、②デジタルコンテンツその他 (17.8%)、③他の教養・娯楽サービス (7.6%)、④商品一般 (7.3%)、⑤出会い系サイト (6.7%)	11,748 3,627
23	アポイントメントセールス	2,824	①複合サービス会員 (33.7%)、②アクセサリ (10.2%)、③内職・副業その他 (3.9%)、④ビジネス教室 (3.1%)、⑤パソコンソフト (2.3%)	3,316 2,529
24	ネガティブ・オプション	2,737	①健康食品 (24.0%)、②商品一般 (14.6%)、③書籍 (8.1%)、④新聞 (4.2%)、⑤化粧品 (3.9%)	7,606 2,137
25	カタログ通販	2,488	①商品一般 (13.1%)、②健康食品 (11.1%)、③化粧品 (4.8%)、④紳士・婦人洋服 (4.5%)、⑤ふとん類 (2.3%)	2,873 2,488

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、2015年度にPIO-NETにより収集した「危害・危険情報」と、医療機関ネットワークに参画している30医療機関から収集した情報をまとめた。

2015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15,114件^{*2}で、対前年度比でみると10.0%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7,733件^{*3}で、対前年度比98.5%となっている。
- 「危害情報」は10,638件で、上位3商品・役務は「化粧品」「医療サービス」「健康食品」である。「危険情報」は4,476件で、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「健康食品」が315件増加したものの、顔のリフトアップなどの「美容医療」に関するもの214件の減少を含めて「医療サービス」が301件減少、2011年度から1位の「化粧品」が191件減少したほか、「エステティックサービス」が101件減少したことなどが影響している。なお、「化粧品」の減少については、薬用化粧品の白斑トラブルに関するものが引き続き減少したことなどが影響している。
- 「危険情報」の減少については、1位の「四輪自動車」が95件、「自転車」が56件、また、「電子レンジ類」が40件それぞれ減少したことなどが影響している。
- 医療機関ネットワークについては、2015年度から第3期事業（2017年3月末まで）を開始し、30の医療機関（2015年9月末までは28機関）からの情報を7,733件収集した。

*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、事故防止の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た。

*2 データは2016年5月末までの登録分。なお、2007年度からは国民生活センターで受け付けた「経由相談」を除いており、2015年度からは「経由相談」全体を除いている。

*3 2016年3月末までの伝送分。

2 消費生活センターに寄せられた危害情報の概要

2015年度に消費生活センターから収集した危害情報は10,638件で、前年度（11,594件）と比べて956件減少した（表18、図10 46頁）。

これは、顔のリフトアップなどの「美容医療」が214件減少したこともあり、「医療サービス」が301件減少したこと、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の減少により「化粧品」が191件減少したことが大きく影響している。その他、「エステティックサービス」が101件減少し、「調理食品」51件、「外食」43件もそれぞれ減少した（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)

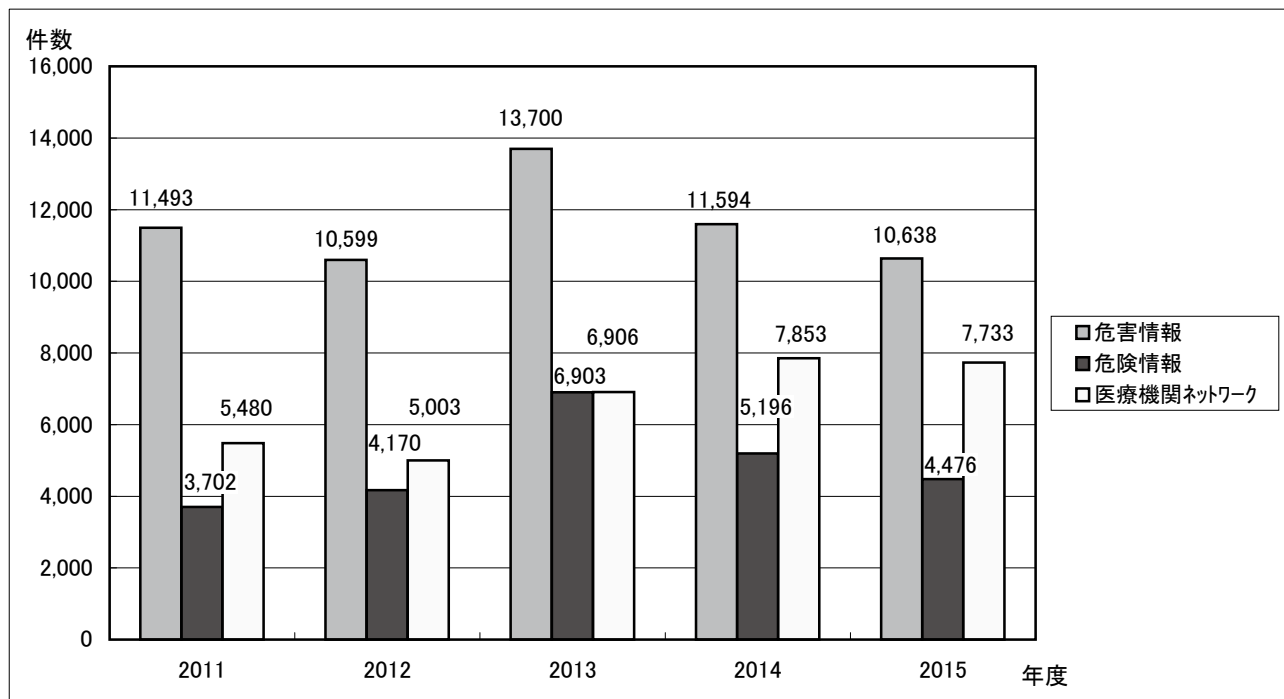
年度	消費生活センター				医療機関ネットワーク		計 (A+B)	対前年度比
	危害	危険	計 (A)	対前年度比	危害 (B)	対前年度比		
1975	292	345	637					
1976	528	708	1,236	194.0				
1977	907	834	1,741	140.9				
1978	1,009	1,223	2,232	128.2				
1979	979	1,200	2,179	97.6				
1980	929	1,318	2,247	103.1				
1981	948	1,850	2,798	124.5				
1982	1,292	1,516	2,808	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
2015	10,638	4,476	15,114	90.0	7,733	98.5	22,847	92.7
計	188,579	98,901	287,480		34,166		129,338	

(注1) 消費生活センター (A) は2016年5月末日までの登録分。2007年度からは国民生活センターで受け付けた「経由相談」を除いており、2015年度からは「経由相談」全体を除いている。

(注2) 医療機関ネットワーク (B) は2016年3月末までの伝送分。2010年度の件数は2010年12月から2011年3月末までのものである。

(注3) 医療機関ネットワークには、2015年度は30の医療機関（2015年9月末までは28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) 消費生活センターからの危害情報、危険情報は、2016年5月末日までの登録分。2014年度まで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。2015年度からは「経由相談」全体を除いている。

(注2) 医療機関ネットワークの件数は2016年3月末までの伝送分。2010年度の件数は2010年12月から2011年3月末までのもの。

(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」2,804件（26.4%）で、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）。前年度（3,262件）から458件減少した。

2位は「食料品」2,259件（21.2%）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。「健康食品」が315件増加したため、前年度（3位、2,122件）から137件増加した。

3位は「保健衛生品」1,791件（16.8%）で、内訳をみると「化粧品」「医薬品類」「家庭用電気治療器具」「他の保健衛生用品」などが多い。前年度（2位、2,136件）から「化粧品」が191件減少、「メガネ・コンタクトレンズ」が71件減少した。

4位は「住居品」932件（8.8%）で、内訳をみると「家具類」「洗濯用洗剤」「ふとん類」などが多い。「洗濯用洗剤」が51件減少したことなどから164件減少した。

5位は「他のサービス」602件（5.7%）で「外食」などが多い。「外食」が43件減少したため、前年度（5位、660件）から58件減少した。

6位は「教養・娯楽サービス」364件（3.4%）で「スポーツ・健康教室」「宿泊施設」などが多い。

7位は「被服品」351件（3.3%）で、「靴・運動靴」などが多い。8位は「教養・娯楽品」342件（3.2%）で「健康器具」「携帯電話」などが含まれる。9位は「レンタル・リース・貸借」284件（2.7%）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」248件（2.3%）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	2,259	21.2	健康食品 (898)、調理食品 (343)、飲料 (249)、菓子類 (179)、パン類 (56)、鮮魚 (56)
住居品	932	8.8	家具類 (172)、洗濯用洗剤 (113)、ふとん類 (102)、調理器具 (27)、食器 (27)
光熱水品	31	0.3	石油 (9)、水道 (8)、電気 (7)、他の光熱水品 (5)
被服品	351	3.3	靴・運動靴 (88)、紳士・婦人洋服 (43)、アクセサリ (39)、草履・サンダル類 (38)、婦人下着 (34)
保健衛生品	1,791	16.8	化粧品 (1,036)、医薬品類 (158)、家庭用電気治療器具 (110)、他の保健衛生用品 (95)、メガネ・コンタクトレンズ (64)
教養娯楽品	342	3.2	健康器具 (58)、携帯電話 (43)、他の教養娯楽品類 (29)、タバコ用品 (27)、電話関連機器・用品 (21)
車両・乗り物	248	2.3	自転車 (118)、四輪自動車 (73)、自動二輪車 (12)、他の自動車用品類 (10)、自転車用品 (9)
土地・建物・設備	203	1.9	電気温水器 (66)、戸建住宅 (28)、空調・冷暖房・給湯設備全般 (20)、分譲マンション (14)、建具 (13)
クリーニング	8	0.1	クリーニング (8)
レンタル・リース・貸借	284	2.7	賃貸アパート・マンション (223)、借家 (19)、レンタルサービスその他 (13)、レンタカー (7)、介護用品レンタル (7)
工事・建築・加工	122	1.1	新築工事 (34)、内装工事 (20)、塗装工事 (18)、増改築工事 (18)、他の工事・建築サービス (10)
修理・補修	21	0.2	修理サービス (19)
運輸・通信サービス	84	0.8	バスサービス (20)、鉄道サービス (17)、移動通信サービス (15)、タクシーサービス (10)、航空サービス (7)
教養・娯楽サービス	364	3.4	スポーツ・健康教室 (96)、宿泊施設 (79)、スポーツ施設利用 (60)、遊園地・レジャーランド (26)、遊興施設利用 (23)
保健・福祉サービス	2,804	26.4	医療サービス (904)、エステティックサービス (521)、美容院 (341)、歯科治療 (319)、他の理美容サービス (145)
他のサービス	602	5.7	外食 (501)、食事・食材宅配 (19)、他の行政サービス (18)、ハウスクリーニング (10)、結婚式関連サービス (10)
その他	192	1.8	商品一般 (182)、他の商品 (10)
合計	10,638	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。2016年5月末日までの登録分。「経由相談」全体を除いたもの。

(2) 危害情報の商品・役務別件数

商品・役務別にみると、最も件数が多かったのは「化粧品」1,036件 (9.7%) で、前年度 (1位、1,227件) と同じ順位であるが、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などが大きく影響し、191件減少した (表24 59頁)。

2位は「医療サービス」904件 (8.5%) で、顔のリフトアップなどの「美容医療」に関するものが214件減少したため、前年度 (2位、1,205件) から301件減少した。

3位は「健康食品」898件 (8.4%) で、前年度 (4位、583件) から315件増加した。

4位は「エステティックサービス」521件 (4.9%) で、「美顔エステ」が41件、「脱毛エステ」が25件、「痩身エステ」が21件それぞれ減少するなどしたため、前年度 (3位、622件) から101件減少した。

5位は「外食」501件 (4.7%) で、異物混入に関するものが10件、転倒に関するものが9件、転落に関するものが5件それぞれ減少したことなどから、43件減少した。

6位は「調理食品」343件 (3.2%)、7位は「美容院」341件 (3.2%)、8位は「歯科治療」319件 (3.0%)、9位は「飲料」249件 (2.3%)、10位は「賃貸アパート」223件 (2.1%) であった。

(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」2,841件（26.7%）であった（表20）。内容を商品・役務別にみると「医療サービス」406件、「歯科治療」237件、「健康食品」217件、「化粧品」98件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。「医療サービス」の247件の減少を含め、前年度（1位、3,567件）から726件減少した（表26 60頁）。

2位は「皮膚障害」2,590件（24.3%）で、「化粧品」908件、「健康食品」292件、「医療サービス」200件などに関するものが多かった。「化粧品」152件の減少を含め、前年度（2位、2,782件）から192件減少した。

3位は「消化器障害」1,224件（11.5%）で、商品・役務別では「健康食品」361件、「調理食品」138件、「外食」130件、「飲料」129件などに関するものが多く、「健康食品」が135件増加したこともあり、前年度（3位、1,161件）から63件増加した。

4位は「擦過傷・挫傷・打撲傷」836件（7.9%）で、商品・役務別では「エステティックサービス」79件、「商品一般」73件、「自転車」63件、「家具類」43件に関するものが多く、前年度（4位、825件）から11件増加した。

5位は、「刺傷・切傷」746件（7.0%）で、商品・役務別では「調理食品」57件、「外食」55件、「歯科治療」24件、「美容院」24件などに関するものが多い。前年度（6位、725件）から21件増加した。

6位は「熱傷」643件（6.0%）で、商品・役務別では「エステティックサービス」99件、「外食」57件、「医療サービス」56件、「美容院」34件、「ヘアケア用具」34件などに関するものが多い。前年度（5位、731件）から88件減少した。

7位は「骨折」358件（3.4%）で、商品・役務別では「商品一般」40件、「自転車」23件、「医療サービス」19件、「デイケアサービス」18件に関するものが多かった。

8位は「呼吸器障害」303件（2.8%）で、商品・役務別では「賃貸アパート・マンション」41件、柔軟仕上げ剤などの「洗濯用洗剤」21件、「ふとん類」11件、「家具類」11件などに関するものが多かった。

表20 危害内容別上位10位（消費生活センター）

年度 順位	2015年度		
	危害内容	件数	割合 (%)
1	その他の傷病及び諸症状	2,841	26.7
2	皮膚障害	2,590	24.3
3	消化器障害	1,224	11.5
4	擦過傷・挫傷・打撲傷	836	7.9
5	刺傷・切傷	746	7.0
6	熱傷	643	6.0
7	骨折	358	3.4
8	呼吸器障害	303	2.8
9	神経・脊髄の損傷	278	2.6
10	不明	188	1.8
総件数		10,638	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）2016年5月末日までの登録分。「経由相談」全体を除いたもの。

9位は「神経・脊髄の損傷」278件（2.6%）で、商品・役務別で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」26件、「医療サービス」26件、「エステティックサービス」20件、「骨つぎ整復」20件などに関するものが多く、前年度（10位、218件）から60件増加した。

10位は「不明」188件（1.8%）であった。

（4）被害者の性別・年代

危害を受けた被害者の性別件数をみると、女性が7,464件（70.2%）、男性が2,899件（27.3%）で、「美容医療」や「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た（表21）。

年代別件数では、前年度と同じく40歳代が1,789件（16.8%）と最も多く、次いで70歳以上1,642件（15.4%）、50歳代1,579件（14.8%）、60歳代1,568件（14.7%）、30歳代1,375件（12.9%）、20歳代899件（8.5%）と続いた。10歳代を除く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・無回答		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	146	5.0	140	1.9	66	24.0	352	3.3		
10歳代	115	4.0	202	2.7	7	2.5	324	3.0		
20歳代	184	6.3	709	9.5	6	2.2	899	8.5		
30歳代	328	11.3	1,040	13.9	7	2.5	1,375	12.9		
40歳代	473	16.3	1,314	17.6	2	0.7	1,789	16.8		
50歳代	426	14.7	1,151	15.4	2	0.7	1,579	14.8		
60歳代	452	15.6	1,109	14.9	7	2.5	1,568	14.7		
70歳以上	472	16.3	1,162	15.6	8	2.9	1,642	15.4		
不明・無回答	303	10.5	637	8.5	170	61.8	1,110	10.4		
合計	2,899	27.3	7,464	70.2	275	2.6	10,638	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）2016年5月末日までの登録分。「経由相談」全体を除いたもの。

次に、被害者の年代別に危害の多かった商品・役務をみると、10歳未満では、1位は「外食」35件で、前年度（1位、45件）から10件減少した（表27 61頁）。2位は「菓子類」「家具類」がともに19件、4位は「商品一般」14件である。6位の屋内遊戯施設などの「遊園地・レジャーランド」、7位の「パン類」、10位の「スポーツ・健康教室」は、他の年代では10位以内に入らない商品・役務である。

10歳代では、1位は「健康食品」45件で、前年度（27位、3件）から42件増加した。2位は「自転車」31件、3位は「飲料」24件であった。2位の「自転車」は、他の年代では10位以内に入らない商品である。

20歳代では、1位は「美容医療」などの「医療サービス」131件で、前年度（2位、158件）から27件減少した。2位は「エステティックサービス」124件で、前年度（1位、170件）から46件減少した。3位は「外食」74件であった。

30歳代では、1位は「エステティックサービス」130件で、前年度（2位、160件）から30件減少した。2位は「美容医療」などの「医療サービス」125件で、前年度（1位、183件）から58件減少した。3位は「健康食品」117件で、前年度（8位、43件）から74件増加した。

40歳代では、1位は「健康食品」165件で、前年度（8位、54件）から111件増加した。2位は「化

化粧品」158件で、39件減少した。3位は「美容医療」などの「医療サービス」131件で、前年度（1位、211件）から80件減少した。

50歳代では、1位は「化粧品」188件で、前年度（1位、243件）から55件減少した。2位は「健康食品」132件で、前年度（4位、81件）から51件増加した。3位は「美容医療」などの「医療サービス」119件で、前年度（2位、168件）から49件減少した。

60歳代では、1位は「化粧品」220件で、前年度（1位、300件）から80件減少した。2位は「健康食品」119件で、前年度（3位、109件）から10件増加した。3位は「医療サービス」116件で、前年度（2位、127件）から11件減少した。

70歳以上では、1位は「健康食品」207件で、前年度（1位、230件）から23件減少した。2位は「化粧品」186件で、前年度（2位、212件）から26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」158件であり、前年度（3位、206件）から48件減少した。9位「デイケアサービス」は、他の年代では10位以内に入らない商品・役務である。

「健康食品」は、10歳代から60歳代で件数が増加し、順位が上昇した。「外食」は10歳未満と30歳代から60歳代で件数が減少している。「化粧品」は40歳代以上の年代で件数が減少している。

（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」「健康食品」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（1,036件）

性別では、女性が946件（91.3%）と9割以上を占めている。年代別では、60歳代が220件（21.2%）で最も多く、次いで50歳代188件（18.1%）、70歳以上186件（18.0%）の順であった。

「化粧品」の内訳をみると、「基礎化粧品（全般）」127件（12.3%）と「化粧クリーム」127件（12.3%）、「化粧水」89件（8.6%）、「乳液」86件（8.3%）で41.4%を占めている。危害内容は、「皮膚障害」が908件（87.6%）と全体の約9割を占め、次いで「その他の傷病及び諸症状」98件（9.5%）、「呼吸器障害」8件（0.8%）の順であった。

<事例>

- ・長年利用していて問題がなかった化粧品なのに、今月に入って、急に肌が荒れてきた。皮膚科に行くと、今まで使っていた化粧品は使わないほうがよいと言われた（60歳代・女性）。
- ・洗顔と美容液、化粧水のセットを使い始めてから、おでこ眉のあたりにしこりができ、顔面に白いうみが出る吹き出物ができて目や鼻の周りが赤くたかれた。皮膚科で接触皮膚炎との診断だった（40歳代・女性）。
- ・妊娠時のボディケアクリームを購入した。3、4回使ったら腹部に湿疹ができた（40歳代・女性）。
- ・購入した美容液を洗顔後につけたら顔が焼けるように熱くなった。すぐに美容液をぬぐったが頬からまぶた、目のふちまで赤くなった。顔がかぶれて目も痛い（70歳以上・女性）。
- ・初めて購入した化粧水、乳液、クリームを使い始めてしばらくすると肌がかさかさし、ぶつぶつができた。化粧品が原因とは思わなかったので使い続けたところ、顔のかたちが分からなくなるほど腫れ、夜中には呼吸ができなくなってきた（40歳代・女性）。

②医療サービス（904件）

性別では、女性が662件（73.2%）、男性が231件（25.6%）となっている。年代別では、70歳以上が158件（17.5%）で最も多く、次いで20歳代および40歳代がともに131件（14.5%）、30歳代125件（13.8%）の順であった。

「医療サービス」の内容をみると、「美容医療」が412件（45.6%）と5割弱を占めている。危害内容は、「その他の傷病及び諸症状」406件（44.9%）が最も多く、次いで「皮膚障害」200件（22.1%）、「不明」57件（6.3%）、「熱傷」56件（6.2%）の順であった。

<事例>

- ・医療脱毛の施術を受けたところ、施術が原因で皮膚が炎症し、ニキビの跡のようになってしまった。今後も消えないようで不安である（20歳代・女性）。
- ・美容外科で目の下のしわに液を注入、気になっていた部分のしわは目立たなくなったが、別の注入した部分が、筋状にふくらんだ。病院は注入不良を認めたが今後が心配（40歳代・女性）。
- ・美容外科で糸による顔のリフトアップの施術を受けたが、顔がでこぼこになり6カ月経っても痛みが引かない（30歳代・女性）。
- ・ドライアイ治療のため眼科を受診した際に勧められた網膜剥離を予防する処置で右目が失明しかけた。不適切な治療だと他医で言われた（60歳代・男性）。
- ・ネット広告を見て包茎手術を受けたが痛みがあり性行為ができず、亀頭増大の効果も感じられない（30歳代・男性）。

③健康食品（898件）

性別では、女性が758件（84.4%）と約8割を占めている。年代別では、70歳以上が207件（23.1%）で最も多く、次いで、40歳代165件（18.4%）、50歳代132件（14.7%）の順である。

「健康食品」の内訳をみると、「他の健康食品」が479件（53.3%）で最も多く、次いで「酵素食品」190件（21.2%）となっている。「酵素食品」は前年度（22件）から168件増加した。

危害内容は、「消化器障害」が361件（40.2%）と約4割を占め、次いで、「皮膚障害」292件（32.5%）、「その他傷病及び諸症状」217件（24.2%）の順であった。

<事例>

- ・生酵素の健康食品をお試しで購入したが、からだに合わなかったのか下痢をしてしまった。内科に行くと飲むのを止めるよう言われた（30歳代・男性）。
- ・腰痛を改善しようと思い、ネットでグルコサミンを購入した。3日間服用したら、下痢になった（40歳代・男性）。
- ・プラセンタ錠剤を1週間飲んだら腹痛と熱が出た。肝臓の数値が悪く10日間入院した（50歳代・女性）。
- ・スタイルアップのサプリメントを購入し飲んだが、バストに発疹が出てきて医者から飲むのを止めるよう言われた（20歳代・女性）。
- ・バストアップとダイエットのお試しを飲んだら生理が止まりバストが痛く眠くなるのでこれ以上飲みたくない（10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

2015年度に消費生活センターに寄せられた危険情報は4,476件で、前年度（5,196件）と比べると720件（前年度比13.9%）減少した（表18 45頁、図10 46頁）。

これは、1位の「四輪自動車」が95件、「自転車」が56件それぞれ減少したこと、また、「電子レンジ類」が40件減少したことなどが影響している（表25 59頁）。

（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、最も件数が多かったのは「住居品」1,302件（29.1%）で「家具類」「電子レンジ類」などが多かった（表22 53頁）。「電子レンジ類」が40件、「電気掃除機類」が11件それぞれ減少したことなどから、前年度（1位、1,641件）から339件減少した。

2位は「食料品」950件（21.2%）で、「調理食品」「菓子類」などが多い。「調理食品」が32件、「菓子類」が15件増加したことなどから、前年度（3位、889件）から61件増加した。

3位は「車両・乗り物」871件（19.5%）で、「四輪自動車」「自転車」などが多い。「四輪自動車」が95件、「自転車」が56件、「自動二輪車」が23件それぞれ減少したことなどから、前年度（2位、1,024件）から153件減少した。

4位は「教養娯楽品」422件（9.4%）で、「携帯電話」などが多い。前年度（4位、513件）から91件減少した。

5位は「保健衛生品」156件（3.5%）で、「ヘアケア用具」などが多い。「他の保健衛生用品」の8件の減少を含め、前年度（6位、165件）から9件減少した。

6位は「土地・建物・設備」146件（3.3%）である。「他の浴室関連設備」が10件、「温水ボイラー」が9件減少するなどし、前年度（5位、208件）から62件減少した。

7位は「他のサービス」116件（2.6%）で「外食」「食事・食材宅配」などが多かった。8位は「修理・補修」97件（2.2%）で四輪自動車の「修理サービス」などが多く、9位が「レンタル・リース・貸借」90件（2.0%）で「賃貸アパート・マンション」などが多かった。10位は「光熱水品」77件（1.7%）で「電池」を含む「他の光熱水品」などが多かった。

（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」592件（13.2%）である（表25 59頁）。前年度（1位、687件）から95件減少した。

2位は「調理食品」307件（6.9%）で、前年度（2位、275件）から32件増加した。

3位は「菓子類」167件（3.7%）で、前年度（3位、152件）から15件増加した。

4位は「家具類」87件（1.9%）であった。（「家具類」は2015年度に行った改訂により、2014年度以前と2015年度での時系列の比較ができない）

5位は「外食」80件（1.8%）である。前年度（10位、84件）から4件減少した。

6位は「電子レンジ類」79件（1.8%）で、前年度（5位、119件）から40件減少した。7位は「自転車」78件（1.7%）で、前年度（4位、134件）から56件減少した。8位は「石油ファンヒーター」70件（1.6%）、9位は「飲料」68件（1.5%）、10位は「パン類」67件（1.5%）であった。

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	950	21.2	調理食品(307)、菓子類(167)、飲料(68)、パン類(67)、他の野菜・海草加工品(37)、調味料(37)
住居品	1,302	29.1	家具類(87)、電子レンジ類(79)、石油ファンヒーター(70)、電気掃除機類(66)、石油ストーブ(60)
光熱水品	77	1.7	他の光熱水品(39)、石油(22)、電気(9)、プロパンガス(5)
被服品	60	1.3	紳士・婦人洋服(15)、他の身の回り品(13)、靴・運動靴(11)
保健衛生品	156	3.5	ヘアケア用具(46)、他の保健衛生用品(17)、化粧品(14)、家庭用電気治療器具(13)、メガネ・コンタクトレンズ(12)
教養娯楽品	422	9.4	携帯電話(58)、テレビ(51)、電話関連機器・用品(50)、パソコン(46)、パソコン周辺機器・用品(40)
車両・乗り物	871	19.5	四輪自動車(592)、自転車(78)、自動二輪車(65)、自転車用ベビーチェア(44)、他の自動車用品類(35)
土地・建物・設備	146	3.3	戸建住宅(27)、温水ボイラー(15)、ソーラーシステム(12)、トイレ設備(9)、他の浴室関連設備(9)、屋外装備品その他(9)
クリーニング	3	0.1	クリーニング(3)
レンタル・リース・貸借	90	2.0	賃貸アパート・マンション(53)、レンタカー(13)、借家(6)
工事・建築・加工	71	1.6	新築工事(22)、増改築工事(11)、他の工事・建築サービス(9)、屋根工事(6)、壁工事(5)
修理・補修	97	2.2	修理サービス(67)、車検サービス(30)
運輸・通信サービス	14	0.3	移動通信サービス(5)
教養・娯楽サービス	22	0.5	宿泊施設(5)
保健・福祉サービス	58	1.3	医療サービス(41)、歯科治療(7)
他のサービス	116	2.6	外食(80)、食事・食材宅配(9)、他の行政サービス(7)、他の役務サービス(5)
その他	21	0.5	商品一般(11)、他の商品(10)
合計	4,476	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。2016年5月末日までの登録分。「経由相談」全体を除いたもの。

(3) 危険内容

危険内容で最も件数が多かったのは「異物の混入」924件(20.6%)である(表23 54頁)。内容を商品・役務別にみると「調理食品」285件、「菓子類」142件、「パン類」62件、「外食」60件などに関するものが多く、「調理食品」が57件、「菓子類」が29件増加したこともあり、前年度(1位、841件)から83件増加した(表28 62頁)。

2位は「その他」522件(11.7%)で、商品・役務別では「四輪自動車」63件、「自動車用ベビーチェア」39件、「医療サービス」38件、「石油ファンヒーター」28件などに関するものが多い。前年度(6位、511件)から11件増加した。

3位は「機能故障」498件(11.1%)で、商品・役務別では「四輪自動車」335件、「自動二輪車」40件などに関するものが多く、「四輪自動車」の102件の減少により、前年度(2位、667件)から169件減少した。

4位は「発煙・火花」477件(10.7%)で、商品・役務別では「四輪自動車」38件、「電子レンジ類」29件、「電気掃除機類」29件などに関するものが多い。前年度に比べ「電子レンジ類」が20件、「他の住居用電気器具」が9件それぞれ減少したことなどから全体で92件減少した。

5位は「過熱・こげる」447件(10.0%)で、商品・役務別では「携帯電話」41件、「電話関連機器・用品」20件、「電気掃除機類」20件などに関するものが多い。「携帯電話」が23件、「他の住居用電気器具」が9件、「電話関連機器・用品」が13件それぞれ減少したことなどから前年度(3位、589件)

から142件減少した。

6位は「破損・折損」380件（8.5%）で、商品・役務別では「家具類」48件、「四輪自動車」32件、「自転車」31件などに関するものが多い。前年度（5位、538件）から158件減少した。

7位は「発火・引火」297件（6.6%）で、商品・役務別では「電子レンジ類」27件、「電話関連機器・用品」18件、「電気ストーブ」13件などに関するものが多い。

8位は「破裂」178件（4.0%）で、商品・役務別では「消火器」36件などに関するものが多い。

9位は「燃料・液漏れ等」169件（3.8%）で、商品・役務別では「四輪自動車」25件、「石油ファンヒーター」23件、「石油ストーブ」21件、「電池」等の「他の光熱水品」21件などに関するものが多い。

10位は、「部品脱落」131件（2.9%）である。商品・役務別では「四輪自動車」25件、「自転車」12件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	2015年度		
	危険内容	件数	割合（%）
1	異物の混入	924	20.6
2	その他	522	11.7
3	機能故障	498	11.1
4	発煙・火花	477	10.7
5	過熱・こげる	447	10.0
6	破損・折損	380	8.5
7	発火・引火	297	6.6
8	破裂	178	4.0
9	燃料・液漏れ等	169	3.8
10	部品脱落	131	2.9
総件数		4,476	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）2016年5月末日までの登録分。「経由相談」全体を除いたもの。

（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（592件）

「四輪自動車」の内訳をみると、「普通・小型自動車」413件（69.8%）が最も多く、次いで「軽自動車」137件（23.1%）となっている。危険内容は、「機能故障」335件（56.6%）が最も多く、次いで「その他」63件（10.6%）、「発煙・火花」38件（6.4%）の順であった。

<事例>

- ・ブレーキペダルを踏んだらバックした。CVT（無段変速機）の故障だと言われた。
- ・1年程乗っていた車で、急に警告ランプが点灯しハンドルが重くなるという症状が頻発した。
- ・自家用車で高速道路を走行中、煙が出て大きな音がしてエンジンが止まった。
- ・2年前に購入した衝突被害軽減ブレーキシステム付きの軽自動車です衝突事故を起こした。システム

に不具合があったのではないか。

- ・軽トラックのマフラーの触媒が燃え交換した。センサーの故障が原因と言われたが欠陥ではないか。

②調理食品（307件）

「調理食品」の内訳をみると、惣菜、餃子などの「他の調理食品」91件（29.6%）が最も多く、次いで「弁当」73件（23.8%）、「冷凍調理食品」59件（19.2%）、「フライ類」29件（9.4%）、「調理パン」26件（8.5%）と続く。危険内容は、「異物の混入」の285件（92.8%）がほとんどを占めた。

<事例>

- ・スーパーで購入したサラダの中にプラスチックのかけらが入っていた。
- ・コンビニで購入したおにぎりを娘が食べようとしたら中からヘアピンが出てきた。
- ・スーパーで購入した冷凍餃子を調理したところ、父が食べた餃子1個に3センチの針金状の金属が入っていた。
- ・コンビニエンスストアで購入した鶏の唐揚げに長さ4cmのプラスチックひもが混じっていた。
- ・息子が食べたハンバーガーの中に結束バンドが入っていた。

③菓子類（167件）

「菓子類」の内訳をみると、「他の菓子類」59件（35.3%）が最も多く、次いで「他の和生菓子」が23件（13.8%）「他の洋生菓子」21件（12.6%）、「あめ」が20件（12.0%）と続いた。危険内容では、「異物の混入」142件（85.0%）が最も多かった。

<事例>

- ・購入したよもぎ大福の中に、マッチ棒の先ほどの小石が混入していた。
- ・和生菓子を食べたら、中から約1cmの先のとがった木くずが出てきた。
- ・神社の屋台で食べた一口カステラの中に、ねじが入っていた。
- ・娘が食べた杏仁豆腐にガラスが入っていた。
- ・べっ甲飴をなめていたら、ベアリングのような鉄の玉が口に残った。

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ライター

父がライターを使って喫煙中にライターを入れた服の胸ポケットから火が出て熱傷。救急搬送されたが数日後に亡くなった（70歳以上・男性）。

②介護サービス

認知症の父が通っていた介護施設で、消毒液の原液を誤飲し死亡した（70歳以上・男性）。

③介護サービス

高齢の母が介護施設で食事をのどに詰まらせて死亡した（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美容院

美容院でパーマと毛染めをしたが、それ以降ひどい皮膚炎に悩まされている（60歳代・女性）。

②スポーツ教室

フィットネスクラブでバーベルを使うようなマシンを勧められ、けがをしそうで怖いと言ったところ、補助するから大丈夫と言われ使用したら背筋を断裂した（50歳代・女性）。

③外食

飲食店の床に落ちていた固形物で足を滑らせ転倒し背骨を骨折した（60歳代・女性）。

④自転車

3年前に店舗で購入したスポーツサイクルで走行中に突然サドルが折れ腰椎を骨折した（40歳代・男性）。

⑤賃貸アパート

賃貸アパートの上層階からの水漏れで室内にカビが大量発生。カビが原因で体調不良となり現在入院治療中（60歳代・男性）。

(3) 目新しい商品・役務による事故例

①デイケアサービス

ラジウム足岩盤浴の体験を受けたところ、かかと部分に低温火傷を負い通院治療している（70歳以上・男性）。

②痩身エステ

エステで脂肪冷却の施術後に赤くなって腫れ水膨れになった。皮膚科で凍傷やけどになっており、傷跡が数年残ると言われた（40歳代・女性）。

③スポーツ教室

痩せるために食事制限付ジムに通っていたが、皮膚障害が出た（20歳代・女性）。

④医療サービス

ネットに脂肪融解注射の広告が載っていたので説明を聞きに行ったら二の腕のお試しを勧誘され契約した。施術後腕が内出血ししこりもある（50歳代・女性）。

⑤健康器具

妻がインターネット通販で購入した腹筋トレーニング器具を使用中に跳ね上がった背もたれが妻の顔を直撃し、左顎骨^{ひだりがくこつ}を骨折した（20歳代・女性）。

(4) 主に乳幼児等向けの商品・サービスの事故例

①ベビーカー

ベビーカーを展開した際、1歳4カ月の子どもが右手小指を挟まれ、指を切断する事故にあった。

②抱っこひも

抱っこひもから8カ月の子どもが滑り落ちて頭部を打ち救急搬送された。

③屋内遊戯施設

ショッピングセンターの遊戯施設で、4歳の子どもがボールプールに飛び込み両手を骨折した。

(5) 主に高齢者・障害者向けの商品・サービスの事故例

①補聴器

祖母が店に行き、補聴器を購入したが、使うと耳や頭が痛くなるという（70歳以上・女性）。

②介護サービス

車椅子に乗った義祖母がデイサービスの送迎車のリフトから車椅子ごと転倒し、けがをした（70歳以上・女性）。

③介護用品レンタル

母が介護保険でレンタルしている老人用手押し車が故障して転倒し、大腿骨頸部^{だいたいこつけいぶ}を骨折した（70歳以上・女性）。

④賃貸アパート

半身不随でひとり暮らしをしている。賃貸アパートの便所の手すりが工事業者の工事が悪かったために外れて転倒しけがをした（40歳代・男性）。

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

2015年度に医療機関ネットワークで収集した情報（基本情報）は、30の医療機関（2015年9月30日までは28機関）から7,733件あった。前年度7,853件に比べ120件減少（前年度比1.5%減）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261件である。

さらに、以下の3件については現地調査等を実施している。

- ・ウォーターサーバーによる熱傷事故（国民生活センター、電話による聞き取り調査）
- ・水で膨らむ樹脂ボールの誤飲事故（国民生活センター、現地調査）
- ・水素を発生させる入浴剤による熱傷事故（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（報道発表）は以下の9件である。その他にメールマガジン等にも活用している（表29 63頁）。

- ・「後を絶たない、まつ毛エクステンションの危害」2015年6月4日国民生活センター公表
- ・「高齢者の誤飲・誤食事故に御注意ください！」2015年9月16日消費者庁公表
- ・「幼児が水で膨らむボール状の樹脂製品を誤飲－十二指腸閉塞、開腹手術により摘出－」2015年10月1日国民生活センター公表
- ・「乗馬施設での事故に御注意ください」2015年11月5日消費者庁公表
- ・「高齢者のやけどに御注意ください！」2015年11月18日消費者庁公表
- ・「発達をみながら注意したい0・1・2歳児の事故－医療機関ネットワーク情報から－」2016年1月14日国民生活センター公表
- ・「遊具による子供の事故に御注意！」2016年2月10日消費者庁公表
- ・「自転車用レインウェアの運転への影響と安全性について」2016年2月18日国民生活センター公表
- ・「油断しないで！耳掃除－思わぬ事故につながることも－」2016年2月25日国民生活センター公表

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	2011年度 11,493件			2012年度 10,599件			2013年度 13,700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	化粧品	3,447	30.0	化粧品	1,405	13.3	化粧品	2,313	16.9
2	医療サービス	728	6.3	医療サービス	850	8.0	調理食品	1,407	10.3
3	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	医療サービス	1,056	7.7
4	健康食品	533	4.6	健康食品	532	5.0	エステティックサービス	661	4.8
5	外食	438	3.8	外食	466	4.4	健康食品	655	4.8
6	歯科治療	296	2.6	歯科治療	380	3.6	外食	459	3.4
7	美容院	273	2.4	美容院	335	3.2	洗濯用洗剤	317	2.3
8	調理食品	252	2.2	調理食品	314	3.0	歯科治療	301	2.2
9	家具類	218	1.9	家具類	218	2.1	美容院	300	2.2
10	飲料	199	1.7	飲料	216	2.0	飲料	259	1.9

順位	2014年度 11,594件			2015年度 10,638件		
	商品・役務	件数	割合 (%)	商品・役務	件数	割合 (%)
1	化粧品	1,227	10.6	化粧品	1,036	9.7
2	医療サービス	1,205	10.4	医療サービス	904	8.5
3	エステティックサービス	622	5.4	健康食品	898	8.4
4	健康食品	583	5.0	エステティックサービス	521	4.9
5	外食	544	4.7	外食	501	4.7
6	調理食品	394	3.4	調理食品	343	3.2
7	美容院	346	3.0	美容院	341	3.2
8	歯科治療	331	2.9	歯科治療	319	3.0
9	飲料	238	2.1	飲料	249	2.3
10	菓子類	216	1.9	賃貸アパート	223	2.1

(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) 2016年5月末日までの登録分。

2014年度まで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。2015年度からは「経由相談」全体を除いている。

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	2011年度 3,702件			2012年度 4,170件			2013年度 6,903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	490	13.2	四輪自動車	655	15.7	調理食品	2,419	35.0
2	化粧品	128	3.5	調理食品	120	2.9	四輪自動車	563	8.2
3	電子レンジ類	89	2.4	携帯電話	108	2.6	菓子類	155	2.2
4	自動二輪車	82	2.2	家具類	96	2.3	携帯電話	130	1.9
5	菓子類	81	2.2	自動二輪車	93	2.2	自転車	111	1.6
6	家具類	79	2.1	自転車	93	2.2	電子レンジ類	107	1.6
7	自転車	74	2.0	修理サービス	89	2.1	家具類	99	1.4
8	電気掃除機類	64	1.7	電子レンジ類	87	2.1	医療サービス	79	1.1
9	調理食品	63	1.7	電球類	85	2.0	室内照明器具	70	1.0
10	テレビ	60	1.6	菓子類	73	1.8	修理サービス	69	1.0

順位	2014年度 5,196件			2015年度 4,476件		
	商品・役務	件数	割合 (%)	商品・役務	件数	割合 (%)
1	四輪自動車	687	13.2	四輪自動車	592	13.2
2	調理食品	275	5.3	調理食品	307	6.9
3	菓子類	152	2.9	菓子類	167	3.7
4	自転車	134	2.6	家具類	87	1.9
5	電子レンジ類	119	2.3	外食	80	1.8
6	家具類	114	2.2	電子レンジ類	79	1.8
7	携帯電話	101	1.9	自転車	78	1.7
8	修理サービス	98	1.9	石油ファンヒーター	70	1.6
9	自動二輪車	88	1.7	飲料	68	1.5
10	外食	84	1.6	パン類	67	1.5

(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) 2016年5月末日までの登録分。

2014年度まで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。2015年度からは「経由相談」全体を除いている。

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）

商品・役務	危害内容																			2015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	358	101	14	836	746	39	24	278	70	17	160	643	14	2,590	13	179	303	1,224	2,841	188	10,638	100.0
化粧品	0	0	0	5	7	0	0	0	0	0	2	3	1	908	0	1	8	2	98	1	1,036	9.7
医療サービス	19	1	0	18	8	7	14	26	2	1	47	56	3	200	0	1	6	32	406	57	904	8.5
健康食品	0	0	0	0	1	0	3	0	0	1	4	0	0	292	0	0	10	361	217	9	898	8.4
エステティックサービス	16	2	0	79	5	1	0	20	9	0	1	99	6	190	0	0	1	11	81	0	521	4.9
外食	12	4	0	29	55	0	0	8	1	0	5	57	0	15	0	82	6	130	94	3	501	4.7
調理食品	0	0	0	5	57	0	1	0	0	0	3	11	1	17	0	24	3	138	79	4	343	3.2
美容院	0	0	1	10	24	0	0	9	2	0	4	34	0	196	0	0	1	0	60	0	341	3.2
歯科治療	1	2	0	8	24	0	0	15	0	0	5	6	0	12	0	1	4	2	237	2	319	3.0
飲料	0	0	0	7	19	0	0	0	0	0	1	11	0	23	0	2	4	129	51	2	249	2.3
賃貸アパート・マンション	5	0	1	14	8	0	0	4	2	0	3	2	0	39	0	1	41	4	87	12	223	2.1
商品一般	40	15	0	73	12	4	0	9	5	0	1	2	0	3	0	1	0	1	8	8	182	1.7
菓子類	0	1	0	3	20	0	0	0	0	1	2	2	0	21	0	0	8	66	55	0	179	1.7
家具類	7	2	3	43	22	2	0	8	1	0	1	0	0	25	0	0	11	2	42	3	172	1.6
医薬品類	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	4	0	0	78	0	1	4	25	42	2	158	1.5
他の理美容サービス	0	0	0	16	13	0	0	0	1	0	5	8	0	31	0	0	1	0	70	0	145	1.4
自転車	23	6	0	63	8	2	0	6	1	0	0	2	0	0	0	0	0	0	5	2	118	1.1
洗濯用洗剤	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	0	0	6	0	1	21	1	73	7	113	1.1
他の医療サービス	8	3	0	11	1	0	0	26	3	0	1	6	0	4	0	0	1	0	46	1	111	1.0
家庭用電気治療器具	4	0	0	15	1	1	1	4	3	0	3	6	0	7	0	0	3	1	61	0	110	1.0
ふとん類	0	0	0	3	5	0	0	7	0	1	0	0	0	27	0	0	11	1	47	0	102	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) 2016年5月末日までの登録分。「経由相談」全体を除いたもの。

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 35	菓子類 19	家具類 19	商品一般 14	飲料 13
10歳代		健康食品 45	自転車 31	飲料 24	化粧品 23	外食 20
20歳代		医療サービス 131	エステティックサービス 124	外食 74	化粧品 72	健康食品 71
30歳代		エステティックサービス 130	医療サービス 125	健康食品 117	化粧品 108	外食 86
40歳代		健康食品 165	化粧品 158	医療サービス 131	エステティックサービス 120	外食 86
50歳代		化粧品 188	健康食品 132	医療サービス 119	エステティックサービス 73	調理食品 60
60歳代		化粧品 220	健康食品 119	医療サービス 116	歯科治療 65	外食 49
70歳以上		健康食品 207	化粧品 186	医療サービス 158	歯科治療 60	医薬品類 51
不明・無回答		医療サービス 107	化粧品 77	外食 66	健康食品 42	調理食品 40

年代	順位	6位	7位	8位	9位	10位	累計 (%)
10歳未満		遊園地・レジャーランド 12	パン類 10	調理食品 10	賃貸アパート・マンション 9	スポーツ・健康教室 8	42.3
10歳代		美容院 17	調理食品 15	菓子類 11	医療サービス 10	エステティックサービス 8	63.0
20歳代		美容院 49	他の理美容サービス 48	調理食品 25	賃貸アパート・マンション 23	飲料 21	71.0
30歳代		美容院 54	賃貸アパート・マンション 47	歯科治療 41	調理食品 38	他の理美容サービス 34	56.7
40歳代		美容院 72	調理食品 67	歯科治療 56	賃貸アパート・マンション 40	家具類、飲料 36	52.0
50歳代		外食 59	歯科治療 48	美容院 45	飲料 41	商品一般 31	50.4
60歳代		調理食品 49	医薬品類 41	美容院 40	家庭用電気治療器具 34	家具類 32	48.8
70歳以上		家庭用電気治療器具 47	商品一般 41	調理食品 39	デイケアサービス 36	飲料 31	52.1
不明・無回答		エステティックサービス 36	美容院 31	賃貸アパート・マンション 31	菓子類 26	歯科治療、飲料 25	43.3
						累計	10,638 52.6

(注) 2016年5月末日までの登録分。「経由相談」全体を除いたもの。

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																				2015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	70	297	477	447	4	23	57	41	169	23	178	380	131	498	71	9	67	67	924	17	522	4	4,476	100.0
四輪自動車	32	4	38	18	0	0	1	0	25	0	7	32	25	335	3	0	9	0	0	0	63	0	592	13.2
調理食品	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	2	0	0	0	0	0	6	285	1	10	0	307	6.9
菓子類	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	13	142	0	11	0	167	3.7
家具類	1	1	1	1	0	0	0	0	0	1	6	48	7	0	14	2	2	0	0	0	3	0	87	1.9
外食	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	0	0	1	0	6	60	1	7	1	80	1.8
電子レンジ類	0	27	29	16	0	0	0	2	0	0	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	79	1.8
自転車	0	2	3	0	0	0	0	0	0	0	3	31	12	16	0	0	1	0	0	0	10	0	78	1.7
石油ファンヒーター	0	6	6	1	0	0	5	0	23	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	28	0	70	1.6
飲料	0	0	0	1	0	0	0	0	2	0	1	4	0	1	0	0	2	13	38	1	5	0	68	1.5
パン類	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	62	0	1	0	67	1.5
修理サービス	0	3	10	7	0	3	1	0	3	0	2	4	4	25	0	0	0	0	1	0	4	0	67	1.5
電気掃除機類	0	11	29	20	0	0	0	1	2	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	66	1.5
自動二輪車	0	1	1	1	0	0	0	0	9	0	0	7	5	40	1	0	0	0	0	0	0	0	65	1.5
石油ストーブ	0	5	1	1	0	0	8	0	21	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	23	0	60	1.3
携帯電話	1	3	9	41	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	2	0	58	1.3
賃貸アパート・マンション	3	2	2	3	0	1	2	2	4	0	0	13	2	2	4	0	2	0	0	0	11	0	53	1.2
室内照明器具	0	6	23	13	0	0	0	0	0	0	1	4	3	0	1	0	0	0	0	0	1	0	52	1.2
テレビ	2	7	24	9	0	0	0	0	0	0	0	4	0	0	1	0	0	0	0	0	4	0	51	1.1
電話関連機器・用品	0	18	9	20	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	50	1.1
他の住居用電気器具	4	8	8	19	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	6	0	47	1.1

(注1) 表中の割合は、小数点第2位を四捨五入した値である。

(注2) 2016年5月末日までの登録分。「経由相談」全体を除いたもの。

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)
滑り台での事故に御注意！					232号 2015年4月2日
旅先でのベッドの事故に御注意！					234号 2015年4月16日
訪問先等でのやけどに御注意！					235号 2015年4月23日
子供用製品のリコール情報をチェックしましょう！					236号 2015年4月30日
ブランコでの事故に御注意！					238号※ 2015年5月14日
網戸からの転落に御注意！					239号 2015年5月21日
抱っこひもからの子どもの転落に注意				88号 2015年5月26日	
洗濯用パック型液体洗剤に気をつけて！		No.325※ 2015年5月発行			
子供を抱っこしながらの自転車は危険です！					240号 2015年5月28日
後を絶たない、まつ毛エクステンションの危害	2015年6月4日 国民生活センター	No.326※ 2015年7月発行			
子供が歯ブラシで遊んでいませんか？					241号※ 2015年6月4日
子供を自転車に乗せたまま離れないで！					243号※ 2015年6月18日
置き餌タイプの殺虫剤に御注意！					244号 2015年6月25日
小麦アレルギーの方は要注意！～米粉製品に小麦が入っていることも					245号 2015年7月2日
お風呂で溺れる事故は水が少なくても起きています！					247号 2015年7月16日
ベランダからの転落に注意！					250号 2015年8月6日
子供の誤飲事故を防ぎましょう！					253号 2015年8月27日
高齢者の誤飲・誤食事故に御注意ください！	2015年9月16日 消費者庁				
チャイルドシートを使いましょう！					256号 2015年9月17日
幼児が水で膨らむボール状の樹脂製品を誤飲～十二指腸閉塞、開腹手術により摘出～	2015年10月1日 国民生活センター	No.328※ 2015年11月発行		94号※ 2015年11月17日	259号※ 2015年10月8日
ヘアアイロンでのやけどに御注意！					258号 2015年10月1日
脚立からの転落、高齢者は特に注意を！！			234号 2015年10月14日		
お店の鉄板でのやけどに御注意！					260号 2015年10月15日
ショッピングカートからの転落は、頭を打つケースが多く危険です！					261号 2015年10月22日
化粧品の保管に注意 ～子供は大人の真似が大好きです					262号 2015年10月29日
加湿器によるやけどに御注意ください！					263号 2015年11月5日
外出先でのブッシュ式消毒剤の使用に注意！					264号 2015年11月12日
乗馬施設での事故に御注意ください	2015年11月5日 消費者庁				
高齢者のやけどに御注意ください！	2015年11月18日 消費者庁				
テーブルの上の熱い食べ物、飲物に御注意！					265号 2015年11月19日
暖房機器での低温やけどに御注意！					268号 2015年12月10日
コイン形電池の誤飲は死に至る危険性も！					270号※ 2015年12月24日
低温やけどにご用心 見た目より重症の場合も			241号 2016年1月8日		
発達をみながら注意したい0・1・2歳児の事故～医療機関ネットワーク情報から～	2016年1月14日 国民生活センター				275号※ 2016年2月4日
薬の誤飲に御注意ください！					273号 2016年1月21日
ナッツ類は小さな破片も要注意！3歳頃までは与えないで！！					274号 2016年1月28日
遊具による子供の事故に御注意！	2016年2月10日 消費者庁			98号※ 2016年3月23日	277号※ 2016年2月18日
ストーブやファンヒーターでのやけどに注意！					276号 2016年2月10日
自転車用レインウェアの運転への影響と安全性について	2016年2月18日 国民生活センター				
油断しないで！耳掃除～思わぬ事故につながることも～	2016年2月25日 国民生活センター				281号※ 2016年3月17日
アルコール飲料の保管に御注意！					278号 2016年2月25日
歯ブラシだけじゃない！喉突き事故に注意！					279号 2016年3月3日
おもちゃのパーツ、誤飲に御注意！					280号 2016年3月10日
ペット用品は小さい子供の生活空間には置かないで！					282号※ 2016年3月24日
子供を乗せた自転車の転倒に御注意！					283号※ 2016年3月31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、各媒体のタイトル名としている。

(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、各媒体のタイトル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、2015年度は、各地の消費生活センター等から寄せられる「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」「休日相談」「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）。「休日相談」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*。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、2015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2016年5月末までの登録分）。

*2010年1月16日より「土日祝日相談」として実施してきたが、2015年4月1日より「休日相談」と名称を改めた。

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、2015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13,682件であった（表30 2014年度は14,027件）。内訳は、表31～35、図11（65～66頁）のとおりである。

表30 相談件数の年度別推移

年度	区分	件数	対前年度比
2006		8,496	
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%
2015		13,682	97.5%

表31 苦情・問合せ・要望別相談件数の推移（（ ）内は相談総件数に占める比率）

年度	2011	2012	2013	2014	2015	2015年度 対前年度比
相談総件数	9,492 (100.0%)	9,450 (100.0%)	12,859 (100.0%)	14,027 (100.0%)	13,682 (100.0%)	97.5%
苦情	9,178 (96.7%)	9,204 (97.4%)	12,667 (98.5%)	13,831 (98.6%)	13,425 (98.1%)	97.1%
問合せ	308 (3.2%)	244 (2.6%)	189 (1.5%)	187 (1.3%)	251 (1.8%)	134.2%
要望	6 (0.1%)	2 (0.0%)	3 (0.0%)	9 (0.1%)	6 (0.0%)	66.7%

(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・役務別相談件数の推移（（ ）内は相談総件数に占める比率）

年度	2011	2012	2013	2014	2015	2015年度 対前年度比
相談総件数	9,492 (100.0%)	9,450 (100.0%)	12,859 (100.0%)	14,027 (100.0%)	13,682 (100.0%)	97.5%
商品	3,004 (31.6%)	3,168 (33.5%)	4,874 (37.9%)	4,749 (33.9%)	4,348 (31.8%)	91.6%
役務全体(A+B)	6,340 (66.8%)	6,207 (65.7%)	7,882 (61.3%)	9,177 (65.4%)	9,241 (67.5%)	100.7%
役務(A)	5,503 (58.0%)	5,503 (58.2%)	6,904 (53.7%)	8,068 (57.5%)	8,177 (59.8%)	101.4%
商品関連役務(B)	837 (8.8%)	704 (7.4%)	978 (7.6%)	1,109 (7.9%)	1,064 (7.8%)	95.9%
他の相談	148 (1.6%)	75 (0.8%)	103 (0.8%)	101 (0.7%)	93 (0.7%)	92.1%

(注) 役務(A)とは純粋役務のこと。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

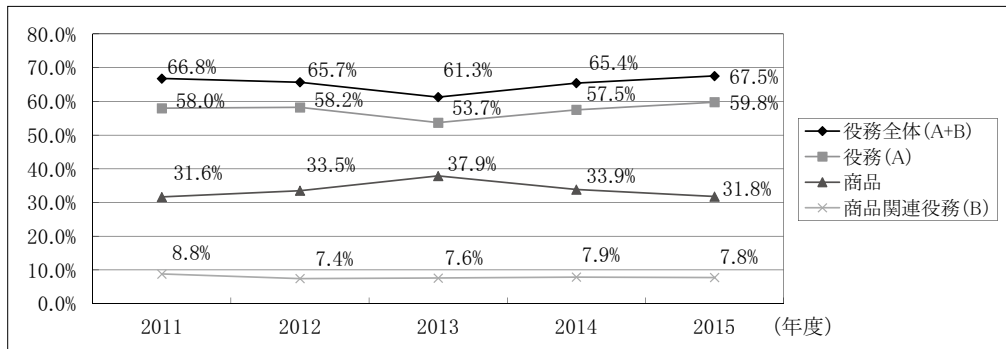


表33 相談者および契約当事者の性別推移（（ ）内は相談総件数に占める比率）

年度	2011	2012	2013	2014	2015	2015年度 対前年度比	
相談総件数	9,492 (100.0%)	9,450 (100.0%)	12,859 (100.0%)	14,027 (100.0%)	13,682 (100.0%)	97.5%	
相談者	男性	4,012 (42.3%)	4,102 (43.4%)	5,458 (42.4%)	6,369 (45.4%)	6,257 (45.7%)	98.2%
	女性	5,038 (53.1%)	4,780 (50.6%)	6,983 (54.3%)	7,345 (52.4%)	7,157 (52.3%)	97.4%
	団体	337 (3.6%)	453 (4.8%)	284 (2.2%)	225 (1.6%)	243 (1.8%)	108.0%
	不明	105 (1.1%)	115 (1.2%)	134 (1.0%)	88 (0.6%)	25 (0.2%)	28.4%
契約当事者	男性	4,243 (44.7%)	4,304 (45.5%)	5,944 (46.2%)	6,704 (47.8%)	6,529 (47.7%)	97.4%
	女性	4,673 (49.2%)	4,466 (47.3%)	6,314 (49.1%)	6,656 (47.5%)	6,581 (48.1%)	98.9%
	団体	246 (2.6%)	314 (3.3%)	193 (1.5%)	182 (1.3%)	198 (1.4%)	108.8%
	不明	330 (3.5%)	366 (3.9%)	408 (3.2%)	485 (3.5%)	374 (2.7%)	77.1%

(注) 「不明」には、無回答を含む場合がある。以下同じ。

表34 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		2011	2012	2013	2014	2015	2015年度 対前年度比
相談総件数		9,492 (100.0%)	9,450 (100.0%)	12,859 (100.0%)	14,027 (100.0%)	13,682 (100.0%)	97.5%
相談者	20歳未満	79 (0.8%)	89 (0.9%)	118 (0.9%)	150 (1.1%)	194 (1.4%)	129.3%
	20歳代	1,043 (11.0%)	1,127 (11.9%)	1,577 (12.3%)	1,917 (13.7%)	2,053 (15.0%)	107.1%
	30歳代	1,786 (18.8%)	1,788 (18.9%)	2,451 (19.1%)	2,617 (18.7%)	2,678 (19.6%)	102.3%
	40歳代	1,843 (19.4%)	1,940 (20.5%)	2,783 (21.6%)	3,326 (23.7%)	3,117 (22.8%)	93.7%
	50歳代	1,314 (13.8%)	1,293 (13.7%)	1,831 (14.2%)	2,239 (16.0%)	2,217 (16.2%)	99.0%
	60歳代	1,263 (13.3%)	1,142 (12.1%)	1,454 (11.3%)	1,603 (11.4%)	1,505 (11.0%)	93.9%
	70歳以上 不明	1,301 (13.7%) 863 (9.1%)	1,101 (11.7%) 970 (10.3%)	1,618 (12.6%) 1,027 (8.0%)	1,333 (9.5%) 842 (6.0%)	1,225 (9.0%) 693 (5.1%)	91.9% 82.3%
契約当事者	20歳未満	279 (2.9%)	399 (4.2%)	740 (5.8%)	573 (4.1%)	585 (4.3%)	102.1%
	20歳代	1,079 (11.4%)	1,192 (12.6%)	1,652 (12.8%)	2,023 (14.4%)	2,148 (15.7%)	106.2%
	30歳代	1,694 (17.8%)	1,664 (17.6%)	2,218 (17.2%)	2,404 (17.1%)	2,491 (18.2%)	103.6%
	40歳代	1,546 (16.3%)	1,626 (17.2%)	2,254 (17.5%)	2,774 (19.8%)	2,607 (19.1%)	94.0%
	50歳代	1,082 (11.4%)	998 (10.6%)	1,378 (10.7%)	1,775 (12.7%)	1,792 (13.1%)	101.0%
	60歳代	1,175 (12.4%)	1,009 (10.7%)	1,302 (10.1%)	1,424 (10.2%)	1,342 (9.8%)	94.2%
	70歳以上 不明	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%) 1,439 (10.3%)	1,493 (10.9%) 1,224 (8.9%)	92.4% 85.1%

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

年度		2011	2012	2013	2014	2015	2015年度 対前年度比
相談総件数		9,492 (100.0%)	9,450 (100.0%)	12,859 (100.0%)	14,027 (100.0%)	13,682 (100.0%)	97.5%
相談者	給与生活者	3,506 (36.9%)	3,789 (40.1%)	5,446 (42.4%)	6,699 (47.8%)	6,993 (51.1%)	104.4%
	自営・自由業	549 (5.8%)	677 (7.2%)	923 (7.2%)	1,073 (7.6%)	1,142 (8.3%)	106.4%
	家事従事者	1,938 (20.4%)	1,616 (17.1%)	2,251 (17.5%)	2,234 (15.9%)	2,076 (15.2%)	92.9%
	学生	201 (2.1%)	241 (2.6%)	350 (2.7%)	466 (3.3%)	460 (3.4%)	98.7%
	無職	1,956 (20.6%)	1,814 (19.2%)	2,445 (19.0%)	2,336 (16.7%)	2,156 (15.8%)	92.3%
	相談窓口	3 (0.0%)	1 (0.0%)	3 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	-
	行政機関	36 (0.4%)	41 (0.4%)	39 (0.3%)	29 (0.2%)	26 (0.2%)	89.7%
	消費者団体	1 (0.0%)	0 (0.0%)	2 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	-
	企業・団体	297 (3.1%)	412 (4.4%)	240 (1.9%)	195 (1.4%)	218 (1.6%)	111.8%
	不明	1,005 (10.6%)	859 (9.1%)	1,160 (9.0%)	995 (7.1%)	611 (4.5%)	61.4%
契約当事者	給与生活者	3,327 (35.1%)	3,521 (37.3%)	4,929 (38.3%)	6,160 (43.9%)	6,407 (46.8%)	104.0%
	自営・自由業	502 (5.3%)	605 (6.4%)	823 (6.4%)	960 (6.8%)	1,017 (7.4%)	105.9%
	家事従事者	1,619 (17.1%)	1,317 (13.9%)	1,720 (13.4%)	1,694 (12.1%)	1,636 (12.0%)	96.6%
	学生	403 (4.2%)	547 (5.8%)	961 (7.5%)	919 (6.6%)	873 (6.4%)	95.0%
	無職	2,170 (22.9%)	1,984 (21.0%)	2,805 (21.8%)	2,562 (18.3%)	2,388 (17.5%)	93.2%
	相談窓口	1 (0.0%)	1 (0.0%)	2 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	-
	行政機関	4 (0.0%)	8 (0.1%)	7 (0.1%)	4 (0.0%)	4 (0.0%)	100.0%
	消費者団体	1 (0.0%)	0 (0.0%)	1 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	-
	企業・団体	241 (2.5%)	307 (3.2%)	182 (1.4%)	176 (1.3%)	194 (1.4%)	110.2%
	不明	1,224 (12.9%)	1,160 (12.3%)	1,429 (11.1%)	1,552 (11.1%)	1,163 (8.5%)	74.9%

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

1) 概況

① 経由相談の相談件数と内訳

経由相談の内訳は表36～40（66～68頁）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。

表36 経由相談受付件数の年度別推移

年度	区分	件数	対前年度比
2006		4,374	
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%
2015		7,116	92.6%

② 経由相談の相談内容

表37 経由相談の相談者の都道府県別推移

都道府県名	2014年度	2015年度	都道府県名	2014年度	2015年度	都道府県名	2014年度	2015年度
北海道	137	132	福井県	159	182	山口県	94	93
青森県	69	83	山梨県	44	48	徳島県	50	48
岩手県	43	48	長野県	139	155	香川県	70	59
宮城県	111	133	岐阜県	82	86	愛媛県	151	123
秋田県	30	30	静岡県	348	342	高知県	59	55
山形県	131	128	愛知県	321	246	福岡県	257	226
福島県	74	67	三重県	130	95	佐賀県	70	43
茨城県	277	263	滋賀県	141	137	長崎県	67	86
栃木県	154	164	京都府	271	246	熊本県	100	86
群馬県	200	141	大阪府	499	443	大分県	19	21
埼玉県	495	447	兵庫県	307	256	宮崎県	89	106
千葉県	503	490	奈良県	182	120	鹿児島県	132	110
東京都	466	399	和歌山県	50	43	沖縄県	26	38
神奈川県	304	244	鳥取県	56	38	不明	12	7
新潟県	105	132	島根県	69	67			
富山県	73	111	岡山県	116	103			
石川県	161	157	広島県	244	239	総合計	7,687	7,116

表38 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	2014		2015		2015年度 対前年度比
相談総件数		7,687	(100.0%)	7,116	(100.0%)	92.6%
商 品	商品一般	138	(1.8%)	258	(3.6%)	187.0%
	食料品	337	(4.4%)	391	(5.5%)	116.0%
	住居品	540	(7.0%)	256	(3.6%)	47.4%
	光熱水品	29	(0.4%)	27	(0.4%)	93.1%
	被服品	311	(4.0%)	182	(2.6%)	58.5%
	保健衛生品	264	(3.4%)	247	(3.5%)	93.6%
	教養娯楽品	618	(8.0%)	467	(6.6%)	75.6%
	車両・乗り物	197	(2.6%)	173	(2.4%)	87.8%
	土地・建物・設備	166	(2.2%)	175	(2.5%)	105.4%
	他の商品	22	(0.3%)	19	(0.3%)	86.4%
	計		2,622	(34.1%)	2,195	(30.8%)
商 品 関 連 役 務	クリーニング	43	(0.6%)	44	(0.6%)	102.3%
	レンタル・リース・貸借	104	(1.4%)	96	(1.3%)	92.3%
	工事・建築・加工	185	(2.4%)	161	(2.3%)	87.0%
	修理・補修	59	(0.8%)	64	(0.9%)	108.5%
	管理・保管	65	(0.8%)	46	(0.6%)	70.8%
計		456	(5.9%)	411	(5.8%)	90.1%
役 務	役務一般	439	(5.7%)	295	(4.1%)	67.2%
	金融・保険サービス	816	(10.6%)	542	(7.6%)	66.4%
	運輸・通信サービス	1,797	(23.4%)	1,782	(25.0%)	99.2%
	教育サービス	43	(0.6%)	37	(0.5%)	86.0%
	教養・娯楽サービス	462	(6.0%)	447	(6.3%)	96.8%
	保健・福祉サービス	382	(5.0%)	405	(5.7%)	106.0%
	他の役務	518	(6.7%)	551	(7.7%)	106.4%
	内職・副業・ねずみ講	139	(1.8%)	432	(6.1%)	310.8%
他の行政サービス	3	(0.0%)	5	(0.1%)	166.7%	
計		4,599	(59.8%)	4,496	(63.2%)	97.8%
他の相談		10	(0.1%)	14	(0.2%)	140.0%

(注1) 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。

(注2) 商品等分類の「商品一般」「教養娯楽品」「金融・保険サービス」「運輸・通信サービス」については、2015年度に行った改訂により、2014年度と2015年度での時系列の比較はできない。

表39 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		2014		2015		2015年度 対前年度比
相談総件数		7,687	(100.0%)	7,116	(100.0%)	92.6%
内 訳	商品・役務等	7,677	(99.9%)	7,102	(99.8%)	92.5%
	他の相談	10	(0.1%)	14	(0.2%)	140.0%
商品・ 商品関連 役務・ 役務の 相談 内容	安全・衛生	449	(5.8%)	445	(6.3%)	99.1%
	品質・機能、役務品質	1,246	(16.2%)	1,139	(16.0%)	91.4%
	法規・基準	55	(0.7%)	45	(0.6%)	81.8%
	価格・料金	183	(2.4%)	155	(2.2%)	84.7%
	計量・量目	2	(0.0%)	5	(0.1%)	250.0%
	表示・広告	293	(3.8%)	330	(4.6%)	112.6%
	販売方法	4,589	(59.7%)	4,556	(64.0%)	99.3%
	契約・解約	6,984	(90.9%)	6,353	(89.3%)	91.0%
	接客対応	929	(12.1%)	581	(8.2%)	62.5%
	包装・容器	16	(0.2%)	11	(0.2%)	68.8%
	施設・設備	19	(0.2%)	10	(0.1%)	52.6%
	買物相談	3	(0.0%)	4	(0.1%)	133.3%
	生活知識	2	(0.0%)	5	(0.1%)	250.0%
	その他	4	(0.1%)	4	(0.1%)	100.0%

(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40 経由相談の販売購入形態別件数

項目		2014	2015	2015年度 対前年度比
相談総件数		5,036	4,716	93.6%
販売 購入 形態	訪問販売	1,074	877	81.7%
	通信販売	2,493	2,508	100.6%
	マルチ取引	682	673	98.7%
	電話勧誘販売	679	566	83.4%
	ネガティブ・オプション	17	18	105.9%
	訪問購入	42	32	76.2%
	その他無店舗販売	49	42	85.7%

(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、特定商取引法の改正により「訪問購入」を新設した。

2) 経由相談の対応状況

経由相談の対応状況について、表41（69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41 経由相談の対応状況別件数

経由種類	件数
移送・共同処理等	701
助言	6,013
その他	402
合計	7,116

(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2015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6,554件だった。内訳は「苦情」が6,336件、「問合せ」が213件、「要望」が5件である（表42）。このうち「平日バックアップ相談」として3,518件、「お昼の消費生活相談」として3,036件の相談を受け付けた。1日あたりの平均受付件数は「平日バックアップ相談」が14.5件、「お昼の消費生活相談」は12.5件であった。

表42 平日バックアップ相談等の相談種別件数と割合

相談種別	件数	割合
苦情	6,336	96.7%
問合せ	213	3.2%
要望	5	0.1%
合計	6,554	100.0%

(注) 表中の構成比は2015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、表43～46のとおりである。

表43 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	3,252	49.6%
女性	3,185	48.6%
団体	116	1.8%
不明	1	0.0%
合計	6,554	100.0%

表44 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	3,562	54.3%
自営・自由業	750	11.4%
家事従事者	1,024	15.6%
学生	223	3.4%
無職	752	11.5%
その他・不明	243	3.7%
合計	6,554	100.0%

表45 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	90	1.4%
20歳代	911	13.9%
30歳代	1,514	23.1%
40歳代	1,754	26.8%
50歳代	1,190	18.2%
60歳代	604	9.2%
70歳以上	250	3.8%
不明	241	3.7%
合計	6,554	100.0%

表46 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	206	3.1%
東北南部	148	2.3%
北関東	310	4.7%
南関東	3,453	52.7%
甲信越	169	2.6%
北陸	74	1.1%
東海	609	9.3%
近畿	810	12.4%
山陰	24	0.4%
山陽	209	3.2%
四国	105	1.6%
九州北部	260	4.0%
九州南部・沖縄	114	1.7%
在外邦人・外国人	53	0.8%
不明	10	0.2%
合計	6,554	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47）。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」、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」、携帯電話の契約等にもつわる「携帯電話サービス」が多い。中でも「デジタルコンテンツ」に含まれる「アダルト情報サイト」の相談が最も多かった。

次いで「教養娯楽品」が相談の1割弱を占めた。内訳は「携帯電話」「パソコン」、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47 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	159	2.4%
	食料品	277	4.2%
	住居品	248	3.8%
	光熱水品	27	0.4%
	被服品	322	4.9%
	保健衛生品	189	2.9%
	教養娯楽品	530	8.1%
	車両・乗り物	213	3.2%
	土地・建物・設備	176	2.7%
	他の商品	5	0.1%
	商 品 関 連 役 務	クリーニング	28
レンタル・リース・貸借		371	5.7%
工事・建築・加工		154	2.3%
修理・補修		81	1.2%
管理・保管		19	0.3%
役 務	役務一般	18	0.3%
	金融・保険サービス	336	5.1%
	運輸・通信サービス	2,238	34.1%
	教育サービス	42	0.6%
	教養・娯楽サービス	353	5.4%
	保健・福祉サービス	244	3.7%
	他の役務	351	5.4%
	内職・副業・相場	53	0.8%
	他の行政サービス	41	0.6%
他の相談	79	1.2%	
合 計		6,554	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2015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35件であった（表48）。

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」「デイケアサービス施設」などが含まれる「保健・福祉サービス」が最も多く、化粧品などの「保健衛生品」や、スポーツ施設などの「教養・娯楽サービス」なども寄せられた。

表48 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	10
保健衛生品	6
教養・娯楽サービス	4
住居品	3
商品一般	2
他の役務	2
食料品	1
被服品	1
教養娯楽品	1
車両・乗り物	1
土地・建物・設備	1
レンタル・リース・貸借	1
工事・建築・加工	1
運輸・通信サービス	1
合計	35

(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。2015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：2015年9月10日（木）～9月11日（金）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：12件

2 休日相談

「休日相談」は、地方支援の一環として、「消費者ホットライン」を補完し、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休日相談の果たすべき役割は大きい。

以下、2015年度に「休日相談」の窓口で受け付けた相談の概況を報告する。

(1) 概況

1) 休日相談の相談件数と内訳

2015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113日）で、合計5,571件の相談を受け付けた。内訳は、「苦情」が5,426件、「問合せ」が145件である（表49）。

1日当たりの平均受付件数は49.3件であった。これを曜日別にみると、土曜日が平均49.3件、日曜日が50.5件、祝日が44.5件であった。

表49 休日相談の相談種別件数と割合

相談種別	件数	割合
苦情	5,426	97.4%
問合せ	145	2.6%
要望	0	0.0%
合計	5,571	100.0%

（注）表中の構成比は2015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) 休日相談の相談者の属性

相談者の属性は、表50～53（73～74頁）のとおりである。

「平日バックアップ相談等」（表44 70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51 74頁）。

表50 休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	2,849	51.1%
女性	2,623	47.1%
団体	99	1.8%
不明	0	0.0%
合計	5,571	100.0%

表51 休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	3,717	66.7%
自営・自由業	343	6.2%
家事従事者	633	11.4%
学生	225	4.0%
無職	495	8.9%
その他・不明	158	2.8%
合計	5,571	100.0%

表52 休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	126	2.3%
20歳代	821	14.7%
30歳代	1,273	22.9%
40歳代	1,492	26.8%
50歳代	1,013	18.2%
60歳代	453	8.1%
70歳以上	214	3.8%
不明	179	3.2%
合計	5,571	100.0%

表53 休日相談の相談者の地域別相談件数と割合

地域	件数	割合
北海道・東北北部	267	4.8%
東北南部	219	3.9%
北関東	385	6.9%
南関東	1,584	28.4%
甲信越	331	5.9%
北陸	63	1.1%
東海	629	11.3%
近畿	1,219	21.9%
山陰	29	0.5%
山陽	142	2.5%
四国	190	3.4%
九州北部	426	7.6%
九州南部・沖縄	85	1.5%
在外邦人・外国人	0	0.0%
不明	2	0.0%
合計	5,571	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) 休日相談の相談内容

相談内容を商品等分類別にみると（表54 75頁）、「運輸・通信サービス」が5割近くになっており、最も多い。

全国の2015年度のPIO-NETデータ統計では31.7%（表12-2 33頁）であることから、「休日相談」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1,376件であり、「運輸・通信サービス」のうち5割以上を占めている。

表54 休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	115	2.1%
	食料品	169	3.0%
	住居品	147	2.6%
	光熱水品	22	0.4%
	被服品	195	3.5%
	保健衛生品	78	1.4%
	教養娯楽品	425	7.6%
	車両・乗り物	196	3.5%
	土地・建物・設備	139	2.5%
	他の商品	8	0.1%
商 品 関 連 役 務	クリーニング	24	0.4%
	レンタル・リース・貸借	248	4.5%
	工事・建築・加工	135	2.4%
	修理・補修	62	1.1%
	管理・保管	11	0.2%
役 務	役務一般	21	0.4%
	金融・保険サービス	154	2.8%
	運輸・通信サービス	2,597	46.6%
	教育サービス	20	0.4%
	教養・娯楽サービス	188	3.4%
	保健・福祉サービス	163	2.9%
	他の役務	309	5.5%
	内職・副業・相場	33	0.6%
	他の行政サービス	27	0.5%
他の相談	85	1.5%	
合 計		5,571	100.0%

(2) 休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2015年度に消費者庁へ通知した相談は12件であった（表55）。商品・役務別の内訳は、「理美容」「教室・講座」のほか「化粧品」や「電話機・電話機用品」「外食・食事宅配」などとなっている。

表55 休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
理美容	3
教室・講座	2
被服品一般	1
化粧品	1
電話機・電話機用品	1
戸建住宅	1
レンタル・リース・貸借	1
医療	1
外食・食事宅配	1
合 計	12

3 個人情報相談

2015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等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

2015年度の個人情報相談の総件数とその内訳は表56のとおりである。

表56 個人情報相談の相談種別件数と割合

相談種別	件数	割合
苦情	88	100.0%
問合せ	0	0.0%
要望	0	0.0%
合計	88	100.0%

（注）表中の構成比は2015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

相談者の属性は表57～59のとおりである。

表57 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	50.0%
女性	41	46.6%
団体等・不明	3	3.4%
合計	88	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58 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	35	39.8%
無職	19	21.6%
家事従事者	14	15.9%
自営・自由業	6	6.8%
学生	0	0.0%
その他・不明	14	15.9%
合計	88	100.0%

表59 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	0	0.0%
20歳代	3	3.4%
30歳代	17	19.3%
40歳代	20	22.7%
50歳代	18	20.5%
60歳代	14	15.9%
70歳以上	7	8.0%
不明	9	10.2%
合計	88	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表60のとおりである。

表60 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	9	10.2%
金融・信用	9	10.2%
情報通信	12	13.6%
その他の事業分野	59	67.0%

(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表61のとおりである。

表61 個人情報相談の苦情分類別相談件数

順位	内容		件数	割合
1	開示等	開示・訂正・利用停止などに関する相談	34	38.6%
2	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	32	36.4%
3	苦情等の窓口対応	事業者の窓口対応に関する相談	22	25.0%
4	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	18	20.5%
5	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	14	15.9%
6	その他	法律の定義や適用に関する相談など	10	11.4%
7	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	5	5.7%
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	4.5%
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	1	1.1%
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	0	0.0%

国民生活センター越境消費者センター(CCJ)に 寄せられた相談

「国民生活センター越境消費者センター（CCJ：Cross-border Consumer center Japan）」は、海外の事業者との取引でトラブルにあった消費者のための相談窓口で、専用のホームページ（<https://ccj.kokusen.go.jp/>）上の相談受付フォーム、メールおよびFAXで相談を受け付けている。CCJは、2011年11月に消費者庁の調査事業として設置され、2015年度からは国民生活センターの恒常的事業として運営されている。

以下では、2015年度にCCJで受け付けた相談の概況を報告する。

（１）CCJに寄せられた相談件数等

１）年度別相談件数

CCJに寄せられた相談件数を年度別に見ると、2011年度778件（2011年10月*¹～2012年3月の6カ月間）、2012年度2,490件、2013年度4,508件、2014年度4,068件、2015年度4,299件（2015年6月～2016年3月の10カ月間*²）となっており、ここ数年4,000件を超える相談が寄せられている（表62）。

表62 CCJの年度別相談件数

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

２）月別平均相談件数

CCJの月別平均相談件数（図12 79頁）は、2011年度130件、2012年度208件、2013年度376件、2014年度339件となっているが、2015年度は430件と大幅に増加した。

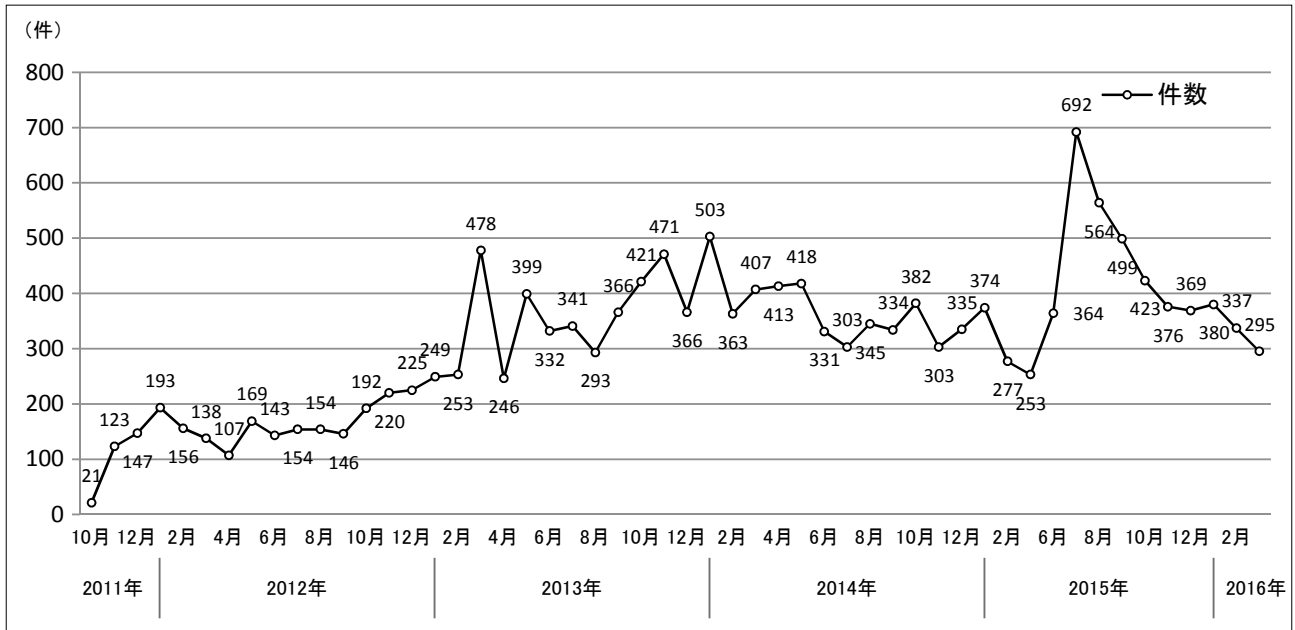
特に2015年7月の相談件数が突出しており、692件と過去最高の相談件数となった。これは、SNSの広告を見て購入した化粧品通販トラブル*³に関する相談が急増したためである。

* 1 CCJは、2011年10月から相談受付を開始している。

* 2 消費者庁から国民生活センターへの移管に伴い、2015年4～5月の2カ月間はCCJの相談窓口を一旦閉鎖している。

* 3 SNSの広告を見て化粧品を申し込んだが、注文の数倍の金額を請求されたといったトラブル

図12 CCJの月別平均相談件数の推移



3) 相談者の属性*4

① 性別

相談者の性別は、「女性」が58%、「男性」が42%となっている（表63）。

② 年代

相談者の年代は、「20歳代」～「50歳代」で全体の9割近くを占めている（表64）。

表63 CCJの相談者の性別相談件数と割合

性別	件数	割合
男性	1,809	42%
女性	2,477	58%
不明	13	0%

表64 CCJの相談者の年代別件数と割合

年代	件数	割合
20歳未満	89	2%
20歳代	657	15%
30歳代	937	22%
40歳代	1,293	30%
50歳代	830	19%
60歳代	322	7%
70歳代	125	3%
80歳以上	22	1%
不明	24	1%

* 4 本項以降は、2015年度にCCJに寄せられた相談（4,299件）について分析している。なお、割合の値については必要に応じて端数処理を行っている。

(2) CCJに寄せられた相談の内容

1) 取引類型

相談が寄せられた取引のほとんど(97%)が「電子商取引」(オンラインショッピング)に関するもので、海外旅行先等での「現地購入」に関するものは2%にとどまっている。今後も消費者向け越境EC市場の規模は拡大すると推定されており*5、この傾向は継続すると予想される(表65)。

2) 決済手段

決済手段としては、「クレジットカード」による支払いが75%を占めている。一方、「金融機関振込」の割合も16%と比較的高くなっている。これは詐欺的な事業者が「金融機関振込」を好む傾向にあるためと考えられる*6(表66)。

表65 CCJに寄せられた相談の取引類型別件数と割合

取引類型	件数	割合
電子商取引	4,190	97%
現地購入	67	2%
その他	42	1%

表66 CCJに寄せられた相談の決済手段別件数と割合

決済手段	件数	割合
クレジットカード	3,208	75%
金融機関振込	713	16%
決済代行	45	1%
現金	40	1%
その他	126	3%
不明	167	4%

3) トラブル類型

「解約」トラブルが5割を占める。これは、SNSの広告を見て購入した化粧品通販トラブルやiPhone当選に見せかけた有料サイト契約トラブル*7に関して、その解約を希望する相談が多数寄せられたためである。続いて、詐欺・模倣品トラブル(「詐欺疑い」および「模倣品到着」*8)が3割となっており、「解約」と合わせると全体の8割を占める。

図13 CCJに寄せられた相談のトラブル類型別割合

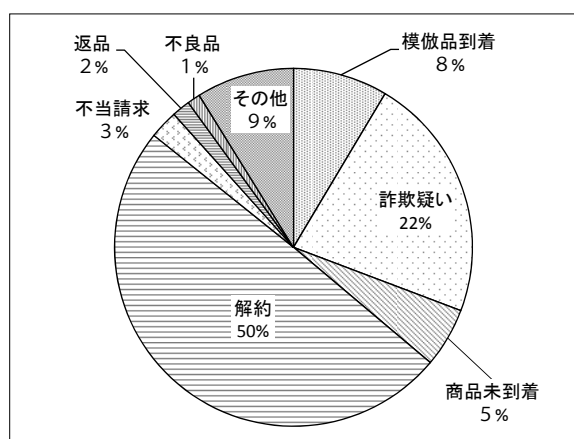


表67 CCJに寄せられた相談のトラブル類型別件数と割合

トラブル類型	件数	割合
模倣品到着	368	8%
詐欺疑い	954	22%
商品未到着	232	5%
解約	2,133	50%
不当請求	111	3%
返品	71	2%
不良品	50	1%
その他	380	9%

*5 経済産業省「平成27年度我が国経済社会の情報化・サービス化に係る基盤整備(電子商取引に関する市場調査)報告書」によれば、日本、米国、中国相互間の消費者向け越境EC市場規模は、2015年から2019年にかけて1.5~2.9倍拡大すると推定されている。

*6 「クレジットカード」支払の場合は、事業者はクレジットカード会社からの入金を待たねばならないが、「金融機関振込」の場合は即時に口座から引き出しができることから、詐欺的な事業者は「金融機関振込」を好む傾向にあると考えられる。

*7 パソコンやスマートフォンを使っていたら、突然「iPhoneが当たった」などというポップアップ画面が表示され、興味をひかれてカード情報を入力し申し込んだら、自動的にまったく別のサービスの申し込みになり、海外の事業者から月額利用料を請求されたといったトラブル

*8 「詐欺疑い」は、注文および決済の事実が確認できるにもかかわらず、何も届かないまま事業者とのコミュニケーションが途絶え(または事業者が合理的な応対をしない)、かつ事業者の実体が正確に把握できない相談を指す。「模倣品到着」は、広義には詐欺と考えられるが、模倣品到着に関する事実と傾向を把握するため区別している。他方、「商品未到着」は、事業者の実体が確認できる相談を指しており、「詐欺疑い」や「模倣品到着」とは異なる。

4) 商品・サービス類型

「身の回り品」の割合が最も高い(33%)。これもSNSの広告を見て購入した化粧品通販トラブルが急増したことによる影響である(化粧品は「身の回り品」*⁹に分類)。

その他、詐欺・模倣品トラブルが多いことを受け、主に有名ブランド品に係る商品(「衣類」、「履物」、バッグ・腕時計・装飾品等の「身の回り品」)の割合も高い。

図14 CCJに寄せられた相談の商品・サービス類型別割合

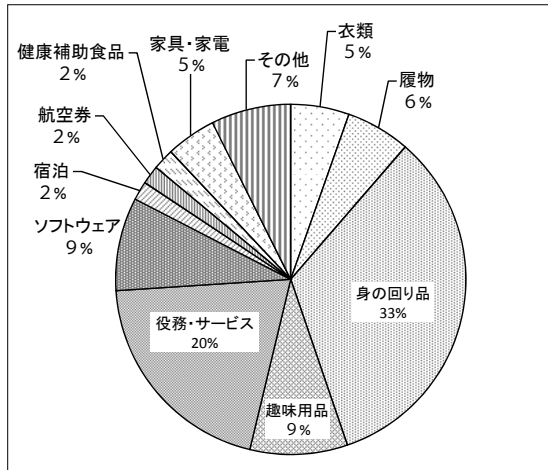


表68 CCJに寄せられた相談の商品・サービス類型別件数と割合

商品・サービス類型	件数	割合
衣類	232	5%
履物	256	6%
身の回り品	1,436	33%
趣味用品	387	9%
役務・サービス	869	20%
ソフトウェア	370	9%
宿泊	75	2%
航空券	74	2%
健康補助食品	84	2%
家具・家電	199	5%
その他	317	7%

5) CCJに寄せられた相談の相手先事業者所在地

相手方事業者の所在地としては、イギリスが最も多く、事業者所在地が判明した相談件数*¹⁰に占める割合は34%となっている。続いてアメリカが30%、中国が16%となっており、これら3カ国で全体の8割を占める。

イギリスについては、SNSの広告を見て購入した化粧品通販トラブルに関する相談が大半を占めている。アメリカについては、さまざまな相談が寄せられているが、比較的パソコン用セキュリティソフトのダウンロード販売トラブルが多い。また中国については、詐欺・模倣品トラブルが多い。

表69 CCJに寄せられた相談の相手先事業者所在地別件数と割合

事業者所在地	件数	割合
イギリス	842	34%
アメリカ	757	30%
中国	390	16%
香港	71	3%
シンガポール	59	2%
韓国	42	2%
デンマーク	38	1%
オランダ	29	1%
キプロス	25	1%
ドイツ	23	1%
フランス	22	1%
その他の国・地域	203	8%

* 9 「身の回り品」は、バッグ、腕時計、装飾品等のいわゆる有名ブランド品のほか、化粧品等を含む。なお、「趣味用品」は、ゴルフ用品、釣り用品、モータースポーツ用品等のスポーツ用品や、カメラ、ヘッドホン、DVD等の音響・映像用品等。
 * 10 2015年度の相談(4,299件)から、事業者所在地の判別がつかなかった相談(1,701件)および事業者が国内だった相談(97件)を控除した2,501件を母数としている。



**国民生活センターによる
情報提供（2015年度）**

国民生活センターによる 情報提供 (2015年度)

2015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23回、そのほかホームページまたはファックス公表を14回開催し、58件の情報提供を行った。内訳は、取引関連が19件、商品テスト関連が10件、相談解決のためのテストが11件、危害情報関連が4件、その他が14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。

内容は以下のとおりである。

公表日	公表内容
4月23日	アダルトサイトの相談が年間で10万件を突破！
5月14日	アダルトサイトとの解約交渉を行政書士はできません！
5月21日	高齢者が支払えなくなるまで次々に販売するSF商法－支払い金額の平均は170万円にも！－
5月28日	ご存じですか？商品先物取引の勧誘ルールが変わります！ －勧誘を受けても、取引の仕組みやリスクの大きさを理解できなければ契約しないで！－
6月4日	後を絶たない、まつ毛エクステーションの危害
	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27年度第1回） 日本年金機構における個人情報流出に便乗した不審な電話にご注意ください！
6月18日	スポーツ用自転車の取扱いに注意－構造と使用方法をよく理解しましょう－
	チャイルドシートを運搬中に可動部品で指をけが（相談解決のためのテストから No.87）
6月22日	日本年金機構における個人情報流出に便乗した不審な電話にご注意ください！（第2報）
7月9日	「消費者トラブルメール箱」2014年度のまとめ
7月16日	20代に増えている！アフィリエイトやドロップシッピング内職の相談 －友人を紹介すると儲かる！？借金をさせてまで支払わせる事例も－
	充電中に破裂して右指にやけどを負った携帯型の充電器（相談解決のためのテストから No.88）
	詰め物が表示と異なっていたこたつ布団（相談解決のためのテストから No.89）
8月6日	物干しざおに10万円！？－高齢女性を中心に、移動販売でのトラブルが再び増加！－
8月18日	SNSの広告で購入した化粧品で思わぬ請求が！ －日本語のサイトでも契約先は海外の詐欺的事業者！？－
8月20日	2014年度のPIO-NETにみる消費生活相談の概要
	2014年度のPIO-NETにみる危害・危険情報の概要
8月27日	高齢者でトラブル多発！IP電話に関する相談が増加しています
	自然災害にみる消費者トラブル－被災した住宅の修理トラブルから、便乗商法まで－
9月3日	「名義を貸して…」 「代わりに買って…」 などと持ちかける不審な電話は詐欺です！ －古銭の購入に関連した詐欺的トラブルにご注意！－
	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27年度第2回）
	表示に問題があったミネラルウォーター（相談解決のためのテストから No.90）

公表日	公表内容
9月15日	マイナンバー制度に便乗した不審な電話等にご注意ください！
9月17日	走行中にフレームが破断した折りたたみ自転車 - 輸入代理店がフレームの回収と無料交換を実施しています - ----- チェーン部分からニッケルが溶出したネックレス (相談解決のためのテストから No.91)
10月1日	幼児が水で膨らむボール状の樹脂製品を誤飲 - 十二指腸閉塞、開腹手術により摘出 -
10月30日	「ねらわれてます！高齢者 悪質商法110番」実施結果
11月5日	トラブルになってからでは遅い！結婚式トラブルへの備えとは - 「キャンセル料」「打合せ不足」に関するトラブルが後を絶ちません -
11月12日	マイナンバー制度に便乗した不審な電話等にご注意ください！ (第2報) - 「マイナンバーが漏えいしている」などといった不審なメールにもご用心 -
11月26日	消費者契約法に関連する消費生活相談の概要と主な裁判例等
12月3日	破損、色落ち、雑な仕上がり！？ - 掃除サービスでのトラブルに遭わないために！ -
12月17日	電力の小売全面自由化が始まります！ - 正確な情報を収集し、よく理解してから契約を！便乗商法にも気をつけましょう - ----- 大切な葬儀で料金トラブル発生！ - 後悔しない葬儀にするために知っておきたいこと - ----- 消費者問題に関する2015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27年度第3回)
2016年1月14日	発達をみながら注意したい0・1・2歳児の事故 - 医療機関ネットワーク情報から -
1月20日	内部から発煙、発火したセラミックファンヒーター - 当該品をお持ちの方は使用を中止して下さい -
1月21日	家庭用電気マッサージ器による危害 - 体調を改善するつもりが悪化する事も！特に高齢者は注意が必要 -
1月26日	訴訟履歴がマイナンバーに登録される！？マイナンバー制度を悪用したお知らせメールにご注意ください！
1月28日	見た目だけでは分からない、えごま油の品質
2月12日	電力の小売全面自由化まで、50日を切りました！ - 正確な情報を収集し、契約内容をよく理解しましょう！便乗した勧誘も気をつけましょう - ----- 光回線サービスの卸売に関する勧誘トラブルにご注意！ ----- 美容用具で肌が引っばられて傷 (相談解決のためのテストから No.92)
2月18日	自転車用レインウェアの運転への影響と安全性について ----- 投資や利殖をうたう仮想通貨の勧誘トラブルが増加 - 「必ず値上がりする」などの説明をうのみにせず、リスクが理解できなければ契約しないでください -
2月25日	使用中に破片が飛び、目を負傷した回転させる玩具 - 小さなものでも傷やひび割れがある当該品は、使用を中止してください - ----- 油断しないで！耳掃除 - 思わぬ事故につながることも - ----- 使用中にパッキンに亀裂が生じ蒸気が漏れた圧力鍋 (相談解決のためのテストから No.93) ----- 子ども用のマニキュアからホルムアルデヒドを検出 - 当該品をお持ちの方は使用を中止して下さい - (相談解決のためのテストから No.94)
3月10日	活性酸素の一種を抑制する水をつくるとうたった装置 - 飲用による効果を表したものではありません - ----- 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27年度第4回) ----- においの強い手袋 (相談解決のためのテストから No.95)

公表日	公表内容
3月14日	あと3週間で電力自由化がスタートします - 正確な情報を収集し、契約内容をよく理解しましょう！便乗した勧誘も気をつけましょう -
3月17日	水圧で伸びる散水ホースの破損に注意 - 短期間で使用できなくなるおそれも -
	絶対に入ってはいけない！「ぼったくりバー」 - 楽しい気分が一転、高額請求 -
	商品名にWaterproofとあるが、水が浸入したスマートフォンのケース (相談解決のためのテストから No.96) 突然動き出した電気掃除機 (相談解決のためのテストから No.97)

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1,006センターを対象に調査票を郵送し、951センターが回答した（回収率94.5%）。

*1 消費者からの消費生活に関す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

2015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1,110件^{*3}で、2014年度より202件（対前年度比15.4%）減少した（表70）。

苦情処理テストを実施したのは、都道府県33センター、政令指定都市16センター、市区町村153センターおよび国民生活センターの合計203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70 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
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
2015	1,110	△ 15.4	203	46	△ 9.8	19

（注）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。

(1) 商品等分類別件数

「住居品」が382件（34.4%）と最も多く、次いで「クリーニング（被服品）」184件（16.6%）、「被服品」129件（11.6%）、「食料品」126件（11.4%）であった（表71）。この4種類で約4分の3を占めており、これらに続いて「教養娯楽品」「車両・乗り物」「保健衛生品」「光熱水品」「土地・建物・設備」等の順であった。

表71 苦情処理テスト商品等分類別件数

商品等分類	食料品	住居品	被服品	保健衛生品	教養娯楽品	車両・乗り物	光熱水品	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
実施機関												
都道府県センター	79	149	65	20	55	11	7	1	5	116	0	508
政令指定都市センター	5	48	13	4	9	9	0	4	0	21	0	113
市区町村センター	31	106	29	20	29	23	12	3	2	47	0	302
国民生活センター	11	79	22	17	24	27	5	2	0	0	0	187
合計	126	382	129	61	117	70	24	10	7	184	0	1,110
※下段は総件数に占める比率	(11.4%)	(34.4%)	(11.6%)	(5.5%)	(10.5%)	(6.3%)	(2.2%)	(0.9%)	(0.6%)	(16.6%)	(0.0%)	(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) 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1,110件のうち460件であった（表72）。また、国民生活センター実施分187件を除く苦情処理テスト件数合計923件における外部依頼の割合は、49.8%であった。

商品等分類別にみると、「住居品」が171件と最も多く、次いで「クリーニング（被服品）」77件、「教養娯楽品」48件の順であった。外部依頼依存率は「車両・乗り物」が81.4%、「土地・建物・設備」75.0%、「保健衛生品」72.7%と続いた。

表72 苦情処理テスト外部依頼件数

商品等分類	食料品	住居品	被服品	保健衛生品	教養娯楽品	車両・乗り物	光熱水品	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
実施機関												
都道府県センター	5	42	8	8	14	6	2	0	0	10	0	95
政令指定都市センター	3	27	8	4	8	9	0	4	0	20	0	83
市区町村センター	23	102	29	20	26	20	11	2	2	47	0	282
合計	31	171	45	32	48	35	13	6	2	77	0	460
苦情処理テスト件数合計 (国民生活センターを除く)	115	303	107	44	93	43	19	8	7	184	0	923
※(苦情処理テスト件数合計に 占める比率(外部依頼依存率))	(27.0%)	(56.4%)	(42.1%)	(72.7%)	(51.6%)	(81.4%)	(68.4%)	(75.0%)	(28.6%)	(41.8%)	(0.0%)	(49.8%)

(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) 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699件（63.0%）と最も多く、「危険に関するもの」212件（19.1%）、「危害に関するもの」199件（17.9%）の順であった（表73）。

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、「車両・乗り物」が75.7%、次いで「光熱水品」が66.6%、「土地・建物・設備」が60.0%の順であった。

表73 商品等分類別苦情処理テストの内容件数

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	9 (7.1%)	11 (8.7%)	106 (84.1%)	126 (100.0%)
住居品	74 (19.4%)	127 (33.2%)	181 (47.4%)	382 (100.0%)
被服品	22 (17.1%)	7 (5.4%)	100 (77.5%)	129 (100.0%)
保健衛生品	22 (36.1%)	12 (19.7%)	27 (44.3%)	61 (100.0%)
教養娯楽品	26 (22.2%)	18 (15.4%)	73 (62.4%)	117 (100.0%)
車両・乗り物	33 (47.1%)	20 (28.6%)	17 (24.3%)	70 (100.0%)
光熱水品	5 (20.8%)	11 (45.8%)	8 (33.3%)	24 (100.0%)
土地・建物・設備	1 (10.0%)	5 (50.0%)	4 (40.0%)	10 (100.0%)
その他の商品	2 (28.6%)	1 (14.3%)	4 (57.1%)	7 (100.0%)
クリーニング（被服品）	5 (2.7%)	0 (0.0%)	179 (97.3%)	184 (100.0%)
クリーニング（その他）	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
合計	199 (17.9%)	212 (19.1%)	699 (63.0%)	1,110 (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) () 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）

2015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46件で、2014年度より5件（9.8%）減少した（表74）。

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2センター、市区町村6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

「住居品」が17件（37.0%）と最も多く、「食料品」16件（34.8%）、「保健衛生品」5件（10.9%）と続いた。この3種類で約8割を占めており、これらに続いて「被服品」「教養娯楽品」「車両・乗り物」の順であった（表74・図15）。

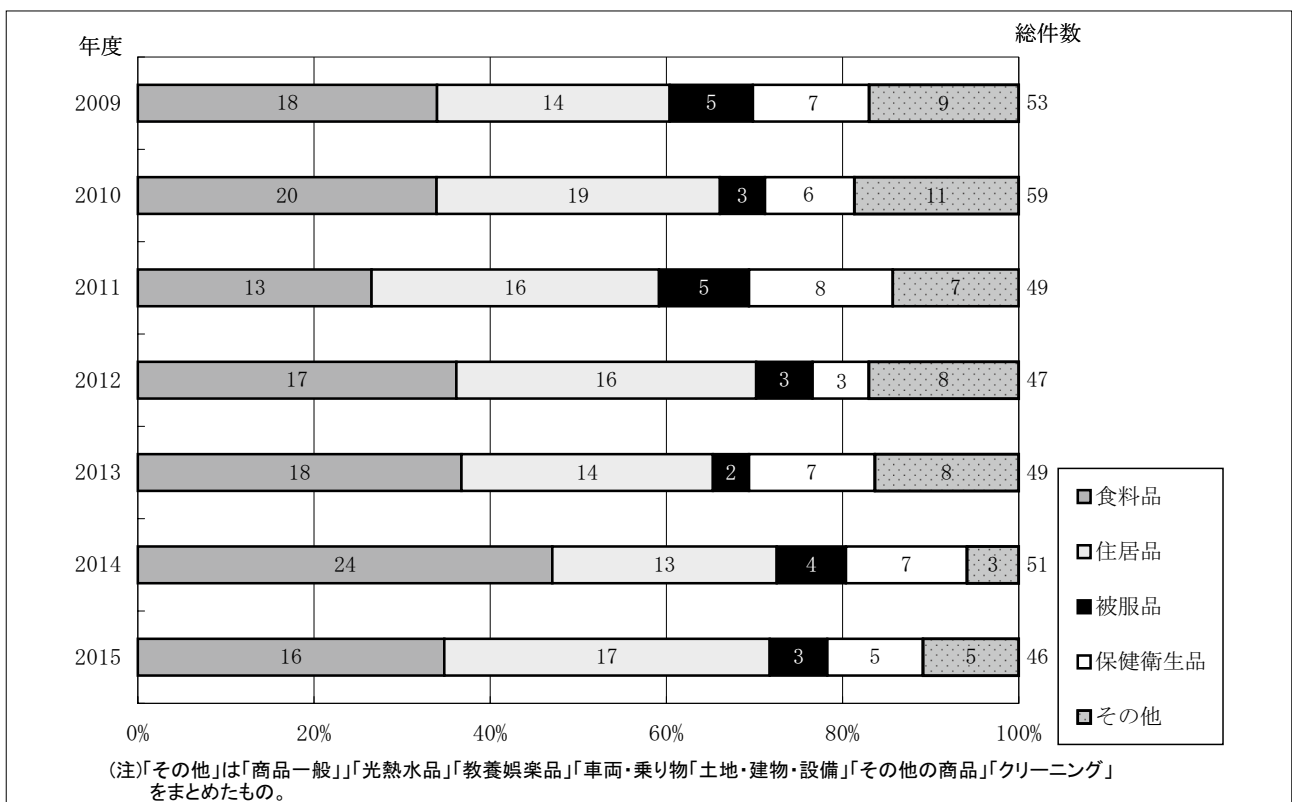
実施機関別に実施状況を見ると、都道府県では「住居品」が10件で5割を占め、「保健衛生品」4件（20.0%）、「食料品」3件（15.0%）、「被服品」2件（10.0%）、「教養娯楽品」1件（5.0%）であった。また、政令指定都市では「住居品」が2件、「食料品」が1件であり、市区町村では「食料品」が11件、「住居品」が2件であった。2015年度には、富山県・石川県・福井県の北陸3県で、「電気ケトル」について、共同比較テストが行われた。

表74 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	被服品	保健衛生品	教養娯楽品	車両・乗り物	光熱水品	設備 土地・建物・	その他の商品	クリーニング	合計
都道府県センター		0	3	10	2	4	1	0	0	0	0	0	20
政令指定都市センター		0	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	3
市区町村センター		0	11	2	0	0	0	0	0	0	0	0	13
国民生活センター		0	1	3	1	1	2	2	0	0	0	0	10
合計		0	16	17	3	5	3	2	0	0	0	0	46
※(総件数に占める比率)		(0.0%)	(34.8%)	(37.0%)	(6.5%)	(10.9%)	(6.5%)	(4.3%)	(0.0%)	(0.0%)	(0.0%)	(0.0%)	(100.0%)

(注) 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。

図15 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	180	4
青森県	3	0
岩手県	0	1
宮城県	2	0
秋田県	0	0
山形県	0	0
福島県	0	0
茨城県	3	0
栃木県	6	0
群馬県	7	1
埼玉県	63	1
千葉県	15	0
東京都	46	0
神奈川県	1	2
新潟県	2	0
富山県	4	1
石川県	31	3
福井県	13	3
山梨県	0	0
長野県	1	0
岐阜県	4	0
静岡県環境衛生科学研究所	0	3
静岡県中部県民生活センター	1	0
愛知県	20	0
三重県	0	0
滋賀県	9	0
京都府	5	0
大阪府	7	0
兵庫県中播磨消費生活創造センター	2	0
兵庫県立健康生活科学研究所	36	1
奈良県	10	0
和歌山県	0	0
鳥取県	0	0
島根県	2	0
岡山県	1	0
広島県	7	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	0	0
佐賀県	1	0
長崎県	1	0
熊本県	14	0
大分県	0	0
宮崎県	0	0
鹿児島県	0	0
沖縄県	6	0
(合計)	508	20

(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	2	2
仙台市	1	0
さいたま市	11	0
千葉市	0	0
横浜市	10	1
川崎市	1	0
相模原市	2	0
新潟市	2	0
静岡市	1	0
浜松市	0	0
名古屋市	21	0
京都市	2	0
大阪市	13	0
堺市	4	0
神戸市	9	0
岡山市	0	0
広島市	12	0
福岡市	17	0
北九州市	5	0
熊本市	0	0
(合計)	113	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
旭川市	2	0
釧路市	2	0
帯広市	0	2
苫小牧市	2	0
江別市	4	4
天塩町	0	1
中標津町	1	0
青森市	9	0
八戸市	1	0
北上市	1	0
山形市	1	0
水戸市	2	0
結城市	1	0
つくば市	2	0
潮来市	1	0
桜川市	1	0
宇都宮市	3	0
足利市	2	0
日光市	1	0
小山市	1	4
高崎市	1	0
伊勢崎市	1	0
藤岡市	1	0
明和町	1	0
川越市	1	0
熊谷市	1	0
川口市	1	0
所沢市	1	0
東松山市	1	0
狭山市	4	0
鴻巣市	1	0
草加市	2	0
越谷市	3	0
入間市	1	0
朝霞市	4	0
志木市	2	0
新座市	2	0
久喜市	2	0
八潮市	1	0
富士見市	1	0
三郷市	1	0
坂戸市	1	0
ふじみ野市	2	0
寄居町	1	0
館山市	1	0

機関名	苦情処理テスト	商品テスト
松戸市	2	0
柏市	2	0
市原市	1	0
君津市	1	0
袖ヶ浦市	1	0
八街市	1	0
中央区	1	0
港区	3	0
新宿区	1	0
文京区	1	0
台東区	4	0
江東区	3	0
品川区	3	0
目黒区	1	0
大田区	8	0
世田谷区	2	0
中野区	3	0
杉並区	1	0
北区	1	0
荒川区	1	0
練馬区	1	0
足立区	13	0
江戸川区	4	0
八王子市	3	0
立川市	1	0
調布市	4	0
町田市	2	0
小金井市	1	0
国立市	3	0
清瀬市	6	0
稲城市	1	0
西東京市	1	0
横須賀市	3	0
鎌倉市	1	0
藤沢市	1	0
茅ヶ崎市	2	0
厚木市	1	0
大和市	1	0
海老名市	1	0
座間市	3	0
長岡市	1	0
富山市	2	0
福井市	1	0
勝山市	1	0
鯖江市	1	0
越前市	2	0

機関名	苦情処理テスト	商品テスト
坂井市	1	0
松本市	2	0
多治見市	1	0
三島市	1	0
藤枝市	4	0
牧之原市	1	0
豊田市	3	0
大津市	5	1
彦根市	2	0
草津市	1	0
守山市	2	0
野洲市	2	0
宇治市	5	0
木津川市	1	0
岸和田市	1	0
池田市	2	0
泉大津市	2	0
枚方市	1	0
茨木市	3	0
富田林市	1	0
寝屋川市	6	0
河内長野市	1	0
松原市	1	0
箕面市	1	0
摂津市	1	0
藤井寺市	1	0
東大阪市	7	0
交野市	1	0
大阪狭山市	1	0
尼崎市	4	0
西宮市	4	0
芦屋市	4	0
加古川市	2	0

機関名	苦情処理テスト	商品テスト
宝塚市	5	0
三木市	1	0
三田市	4	0
加西市	1	0
養父市	1	0
太子町	1	0
上郡町	1	0
佐用町	1	0
奈良市	3	0
大和郡山市	2	0
橿原市	1	0
桜井市	2	0
生駒市	5	0
宇陀市	1	0
米子市	2	0
松江市	1	0
浅口市	1	0
呉市	1	0
福山市	1	0
下関市	1	0
松山市	1	0
行橋市	1	0
小郡市	3	0
筑紫野市	1	0
大野城市	1	0
田川郡	1	0
長崎市	2	0
宇城市	1	0
鹿児島市	1	0
霧島市	1	0
那覇市	1	0
(合計)	302	13

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	食料品	食料品（10品目）の価格及び出回り状況を調査。比較検討し物価の情報収集及び適正を判断	天塩町
	食品ロスの出ない食生活について	大量生産、大量消費、大量廃棄の現在の生活様式において、食品廃棄は社会問題となっており、調理を通して食品ロス削減について学習し、環境負荷の軽減や資源の有効活用に繋がる方法を検討、その結果を消費生活展において発表	小山市
穀類	カップラーメンの比較試買テスト	市販されているカップラーメンについて、実際に数種類のラーメンを購入し、塩分及び食味、製品表示の確認等のテスト等を行い、その結果を消費生活展において発表	小山市
魚介類	生鮭の切り身	市内の食品スーパー 17店舗より4品目を購入し食品の重量が適正に表示されているか調査	江別市
	たらこ	市内の食品スーパー 17店舗より4品目を購入し食品の重量が適正に表示されているか調査	江別市
肉類	豚肉	市内の食品スーパー 17店舗より4品目を購入し食品の重量が適正に表示されているか調査	江別市
野菜・海藻	ほうれん草の硝酸イオン量とミネラルの調査	食の安全を求める消費者ニーズへの対応と地産地消の推進を図るため、北海道産（十勝）と道外産のほうれん草の硝酸イオン量とミネラルについて調査。硝酸イオンについては道内産、道外産どちらも一般的なほうれん草（200～400mg/100g）よりも低い値だった。ミネラルについては道内産、道外産ともにナトリウムが高めであった以外は一般的なほうれん草と大差はなかった	帯広市
	ちぢみほうれん草の硝酸イオン量とミネラルの調査	一般的なほうれん草と比べちぢみほうれん草のミネラルと硝酸イオン量について比較調査。硝酸イオンについては一般的なほうれん草（200～400mg/100g）の値だった。ミネラルは一般的なほうれん草と比べてカリウム、亜鉛、マグネシウムが高い値だった	帯広市
	長芋	市内の食品スーパー 17店舗より4品目を購入し食品の重量が適正に表示されているか調査	江別市
油脂・調味料	減塩調味料	日本人の一日当たり食塩摂取目標値が厳しくなったことを受けて、市販されている様々な減塩調味料類の表示、塩分濃度を調べ、消費者に情報提供	福井県
	ソースの比較試買テスト	市販されているソースの塩分濃度を同じ会社が販売している3種類の同系統のソースで比較し、併せて他社の製品3種類を同様に測定・比較等した後、その結果を消費生活展において発表	小山市
	浅漬け、麴漬け等の調味液	調味液に含まれる旨味成分およびナトリウムの量や野菜および肉を漬ける前後における旨味成分およびナトリウムの含有量の変化を測定	静岡県環境衛生科学研究所
	見た目だけでは分からない、えごま油の品質	えごま油はα-リノレン酸を豊富に含む油でメディアでしばしば取り上げられており、2015年度に入って、PIO-NETの相談件数が急激に増加している。また、えごま油であるか調べてほしいという依頼が寄せられ、調べたところ、いろいろな機関で公表されているえごま油とは脂肪酸の組成が大きく異なり、純粋なえごま油であるか疑わしいものがあつた。そこで20銘柄の品質や表示について調査し、消費者に情報提供	国民生活センター
飲料	豆乳類の品質	たんぱく質含有量、糖類、表示	北海道
	茶葉のカドミウム	ティーバッグタイプのお茶9品目に対して、カドミウムの検出の有無を調べた。お茶にすると、9検体のうち6検体からカドミウムが検出されたが、数値は問題がないと思われる域であった	札幌市
	紅茶・清涼飲料水の比較試買テスト	市販されているペットボトル入り紅茶と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

(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	電気ケトル	電気ケトルは、単身世帯を中心に広く普及している。その一方で、側面に触れてやけどをした、転倒した際に流れ出た熱湯でやけどをした等の事故が報告されていることから、それらの表示や安全性、性能、使用性のテストを実施	※富山県 ※石川県 ※福井県
	割り箸	残留漂白剤（二酸化硫黄）の測定	函館市
食器・台用品	笛の付いたやかん	笛の付いたやかんでガスコンロでお湯を沸かした際に、笛部の樹脂に変化があるかどうか、容量や材質の異なるやかんの笛部の温度変化を測定し、サーモグラフィで視覚的に分かりやすく消費者へ情報提供	神奈川県
	簡易浄水器（蛇口直結型）	浄水器（6点）について、表示内容の確認、浄水性能（残留塩素・一般細菌）についてテストを実施し、消費者に情報提供	横浜市
	米の保存	米の保存容器を用意し、それぞれの容器において、保存条件の違いによる米の糖含有量の経時変化を調査。糖の含有量調査、水濡れの影響も調べることで、米の適切な保管方法を消費者に情報提供	静岡県環境衛生科学研究所
	活性酸素の一種を抑制する水をつくるとうたった装置	水道水を電気分解して水素を発生させることにより、活性酸素の一種であるヒドロキシラジカルを抑制する水ができるとうたった商品について、複数の消費生活センターからテスト依頼があった。また、PIONETには装置の効果や活性酸素に関する相談が寄せられており、特に2014年度は前年度までの2倍近くに増えていた。そこで、水の中のヒドロキシラジカルを抑制する水をつくるとうたった商品2銘柄について調べ、消費者に情報提供	国民生活センター
洗浄剤等	柔軟剤の吸水性	吸水性、柔軟性、表示	北海道
	排水口ぬめり取り	固型剤（トリクロロイソシアスル酸）に高温の野菜のゆで汁をかけて中毒症状をおこすような塩素ガスが発生するか調査	大津市
空調・冷暖房機器	電気あんか	発熱部や本体全体が柔軟性をもつ電気あんかで低温やけどを負った相談から、同種の電気あんかを7商品試買し、就寝時の使用を想定した表面温度測定を実施。電気あんかを折り曲げて使用することで表面温度が上昇し、比較的短い時間でも身体の一部が触れていると「低温やけど」になる危険性が高まった	兵庫県立健康生活科学研究所
	内部から発煙、発火したセラミックファンヒーター	同じ型式のセラミックファンヒーターについて、発火した原因を調べてほしいという2件のテスト依頼が寄せられテストを行ったところ、接続部に何らかの不具合があったため異常発熱し、発煙・発火したものと考えられた。販売事業者はリコールを実施した。このことから、消費者に直ちに使用を中止するように情報提供	国民生活センター
室内 装備品	家庭用雑貨品の臭いについて	整理用グッズやランチョンマット等の雑貨品計7検体に対して、次の4つのテストを行った。①ポータブル型ニオイセンサテスト②におい官能テスト③高速液体クロマトグラフ分析装置（HPLC）を用いたテスト④ガスクロマトグラフ質量分析装置（GC-MS）を用いたテスト	札幌市
他の住居品	食品用乾燥剤等	食品用乾燥剤等は、食品の品質や保存性を高めるために広く使われている。その一方で、子どもの誤飲・誤食や廃棄時等の注意が必要である、乾燥剤として再利用できるなどの声も聞かれることから、それらの性能や安全性、再利用等のテストを実施（消費者団体との共同テスト）	石川県
	ごみ収集袋	家庭からのごみを減量するため、各市町のごみ分別方法やごみ収集袋の表示を調べ、消費者に情報提供	福井県
	スプレータイプの除菌・消臭剤	アンケート調査により除菌・消臭剤の使用実態を把握したうえで、消臭効果の官能試験、除菌効果の微生物試験、除菌剤成分の含有量調査、pH調査を実施	静岡県環境衛生科学研究所
	水圧で伸びる散水ホースの破損に注意	蛇口に接続して水を流すと約3倍の長さに伸びるといふ、水圧で伸びる散水ホースが販売されており、従来の巻き取り式と比較して、収納の便利さや軽量化をうたっている。これまでのテスト依頼では耐久性や耐摩耗性などの品質に問題があると考えられた。そこで、販売されている水圧で伸びる散水ホースについて調査し、消費者に情報提供	国民生活センター

(注) ※は共同比較【試買】テスト。

(3) 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
下着	肌着の快適性に関する調査	綿100%と綿100%以外の半袖シャツについて、汗を吸収拡散させて水分の蒸発を促進する吸水速乾性に着目して調査を実施し、その結果について消費者に情報提供	神奈川県
紳士・婦人洋服	レインコート(ポンチョ)の品質について	5製品について、はっ水効果の持続性を確認するため、洗濯前後のはっ水試験、乾燥状態と湿潤状態の摩さつ染色堅ろう度試験を実施した。洗濯前後、乾燥・湿潤状態ともに基準を下回るものは確認されなかった	群馬県
	自転車用レインウェアの運転への影響と安全性について	改正道路交通法を背景に、自転車で使用できることをうたったレインウェアなども販売されるようになった。アンケート調査では、レインウェアを使用していて危険を感じた人や実際にけがをした人がいたため、自転車用レインウェアの運転への影響と安全性についてテストを行い、消費者に情報提供	国民生活センター

(4) 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
器具医療	電子体温計の性能	モニターテスト、測定値、所要時間、表示	北海道
他の保健衛生品	ゆたんぼ(湯を入れるもの)	ゆたんぼによるやけどの事故が報告されているが、こうした事故は正しく使用することで防ぐことができると考え、正しい使い方を周知する目的で、その特徴や使用上の注意点を整理し紹介	岩手県
	使い捨てカイロによる低温やけどにご注意ください	【ねらい】 使い捨てカイロの温度変化の特徴を調査して、低温やけど防止のための注意事項を明らかにする 【主なテスト項目】 ・カイロを当てた部位を圧迫する ・カイロを他の暖房器具と併用する ・カイロに傷(穴)がある状態で使用する ・有効期限の切れたカイロを使用する	埼玉県
	フェイスタオル	フェイスタオルは、毎日の洗顔や洗髪後等に広く使われ、近年では多種多様なタオルが販売されてきている。こうしたなか、綿とマイクロファイバータオルの吸水性の違い等について相談が寄せられていることから、それらの吸水性能や使用性等のテストを実施	石川県
	後を絶たない、まつ毛エクステーションの危害	PIO-NETには、まつ毛エクステーションの施術を受けたことによる危害情報が2010年度以降、毎年100件以上で推移している。また、警察庁によると、まつ毛エクステーションにかかわる美容師法違反での検挙事件数は2013年に大きく増えている。まつ毛エクステーションによる危害情報を分析するとともに、利用者の実態や、施術に用いられる接着剤などについて消費者に情報提供	国民生活センター

(5) 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
スポーツ用品	子供用ラッシュガードの紫外線カット効果	紫外線遮へい率、耐洗濯性、表示	北海道
玩具・遊具	使用中に破片が飛び、目を負傷した回転させる玩具	回転させて遊ぶ玩具を使用したところ、プラスチック部品が破損し、破片が右目に当たり負傷した。商品に問題がないか調べてほしいというテスト依頼が寄せられテストを行ったところ、ひび割れなどの破損がある状態で使用すると、割れて分離した破片が高速で飛散するおそれがあることが分かったため、直ちに使用を中止するよう消費者に情報提供	国民生活センター
他の教養娯楽品	幼児が水で膨らむボール状の樹脂製品を誤飲	医療機関ネットワーク事業において、誤飲した異物による十二指腸閉塞の情報が寄せられた。異物は、当該医療機関から提供された写真等から高吸水性樹脂製品と考えられた。高吸水性樹脂製品は吸水するとゼリー状に膨らむものであり、誤飲した場合は、本件事故のような危険性が考えられることから、市販の商品4銘柄について、表示や実際に浸水させたときのようすなどを確認し、消費者に情報提供	国民生活センター

(6) 車両・乗り物

	件名	テストのねらいまたはテスト項目	実施センター
自転車・用品	スポーツ用自転車の取扱いに注意	スポーツ車の年間販売台数は増加傾向にあり、今後普及が進むことで、さらに相談が増加することが懸念される。また、事故を起こすと、スポーツ車以外の自転車よりも重症化する傾向があることも明らかになっている。取扱方法に起因した事故の未然防止のため、注意点について消費者に情報提供	国民生活センター
	走行中にフレームが破断した折りたたみ自転車	折りたたみ自転車についてテスト依頼が寄せられテストを行ったところ、溶接強度が不足していることがわかり、輸入代理店がフレームの回収と交換を行っていることから、当該品について消費者に注意喚起するために情報提供	国民生活センター

消費者問題に関する 2015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*。

2015年は、年金情報の大量流出事件やマイナンバー制度の始動に伴い、それらに便乗した公的機関をかたる不審な電話や詐欺被害が発生した。また、大手企業がマンションの基礎部分の杭打ちデータを改ざんしていたことが発覚するなど、消費者の不信感が高まった。

1 公的機関をかたる詐欺的勧誘が依然高水準 高齢者がターゲットに

- ・国民生活センターや消費生活センターなどの公的機関名をかたり、「あなたの個人情報が出ているので削除してあげる」などと電話等をかけ、最終的にはお金をだまし取る詐欺が跡を絶たない。劇場型勧誘の手法で混乱させ金銭をだまし取る手口は一層複雑になり、その被害は高齢者が中心となっている。
- ・不祥事や事件、新たな制度に便乗した不審な電話や詐欺も多く発生した。
- ・高齢者については、原野商法の二次被害、SF商法における次々販売・過量販売、物干しぎおの移動販売など、過去に苦情が多かった勧誘方法が時代に合わせて変化し、再び相談件数が増加している。

2 ウイルスメールにより大量の年金情報が流出

- ・2015年5月に、日本年金機構において、職員の端末に外部からウイルスメールによる不正アクセスが行われ、当該機関が保有する個人情報約125万件が流出する事件が発生し、消費者の不安が高まった。
- ・自分の年金情報が流出したのではないかと不安を感じている消費者から、「あなたの年金情報が流出している」「流出した年金情報を削除してあげる」などといった不審な電話に関する相談も寄せられ、当センターでも注意を呼びかけた。
- ・電話の相手は、日本年金機構を名乗るケースが目立ち、この他に消費者庁、国民生活センターや消費生活センター、郵便局等の職員を名乗るケースもあった。

* 本件に関する詳細な資料は、2015年12月17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-20151217_2.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、2015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。

3 マイナンバー通知開始 便乗詐欺被害が発生

- ・マイナンバー（社会保障・税番号）制度が始まり、2015年10月からはマイナンバーの通知が開始された。
- ・マイナンバー制度の理解が深まっていない現状に乘じ、不正な勧誘や個人情報の取得を行おうとする電話や訪問等に関する相談が寄せられた。電話は、マイナンバー制度やマイナンバーの通知を口実に資産状況や口座などの情報を聞き出したり、何らかの名目で現金を要求するもので、中には言われるままにお金を支払ってしまった例もあった。
- ・制度に便乗したこれらの被害を防止するため、政府広報等でも注意喚起を行っているが、当センターでもあらゆる手段を使って注意を呼びかけ、被害の未然防止に努めている。

4 分譲マンションの基礎杭データ改ざんが発覚 大手企業への不信感高まる

- ・大手建設会社が施工・販売した横浜市の大規模分譲マンションで、建物に傾きが生じていることに気づいたことが発端となり、2015年10月に基礎部分の杭打ち施工不良が判明、施工した(株)旭化成建材がデータの改ざんを行っていたことが発覚した。データ改ざんは当該マンション、当該事業者にとどまらず、業界全体の体質についての問題へと拡大し続けた。
- ・他にも、東洋ゴム工業(株)が製造販売した免震ゴムや防振ゴムについてのデータ改ざんや、日本国内での販売はなかったものの、フォルクスワーゲンが自動車排ガスデータを改ざんしていた問題など、大手企業の信用を損なう事件が次々と発覚した。

5 決済手段の多様化によりキャッシュレスが進展 プリカ詐欺も発生

- ・インターネットの普及や決済手段の多様化により、キャッシュレス化が進む傾向にある。平成26年通信利用動向調査によると、インターネットで商品・サービスを購入する際の決済手段として、「クレジットカード払い」を利用する割合は6割を超えている。また、家計消費状況調査年報（2014年）によると、電子マネーを利用した世帯員がいる世帯の割合は2008年からの6年間で約2.2倍になった。
- ・最近のプリペイドカードでは、購入した金額（価値）をカード本体に記録するのではなく、発行会社のサーバで管理する「サーバ型」というものがある。サーバ型プリペイドカードの場合、カードに記載された番号を人に伝えることで価値を他人に簡単に渡してしまうことができる。アダルトサイト等の料金請求等でこの機能を悪用した詐欺が発生している。

6 消費者トラブルのグローバル化体制整備始まる

- ・インターネットの普及や日本を訪れる外国人旅行者の増加、2020年の東京オリンピック・パラリンピックの開催等に向けて準備が進むなか、消費生活においてもグローバル化が進んでいる。2015年10月にはTPP協定が大筋合意に至り、今後消費生活における影響も予想される。
- ・通信販売や投資等に関するトラブルはボーダーレスの傾向をみせ、しかも模造品や詐欺関連が多くなっている。2011年11月から実証調査の一環として開設・運営されてきた「消費者庁越境消費者センター（CCJ）」は、2015年4月から、国民生活センターに移管され、越境消費者トラブルについて恒常的に対応することとなった（「国民生活センター越境消費者センター（CCJ）」）。現在、各国との連携作りを進めている。

7 大規模自然災害相次ぐ 被害に便乗した消費者トラブルも

- ・2015年も台風・豪雨や火山の噴火などの自然災害が相次ぎ、大規模な災害が発生した。自然災害に関連した消費者トラブルは、2011年に発生した東日本大震災に関連して一時的に急増した後減少したが、それを除くと減少の傾向はみられない。
- ・地震や台風、大雪などの自然災害に関連した消費生活相談は、直接被災した人からの住宅の修理工事などに関する相談のほか、旅行や航空サービスのキャンセルに関する相談など、自然災害によって間接的に発生したトラブルもある。また、自然災害をきっかけや口実にした怪しい勧誘電話などに関する事例も多くみられる。

8 子どもの事故防止へ向けて引き続き取り組みを強化

- ・子どもの痛ましい事故が今年も発生した。2015年6月には7歳の児童が洗濯乾燥機に閉じ込められ死亡する事故も発生し、大きな衝撃が走った。また、同年7月には川で遊んでいた家族が川岸に設置されていた動物よけの電気さくに触れ2人が死亡する事故も起きた。
- ・当センターでは、2015年3月に「洗濯洗剤カプセル／パケットに関する国際啓発キャンペーン」の一環として、消費者庁と連名でパック型液体洗剤の誤飲に関する注意喚起を行った。また、同年10月には、インテリアやディスプレイ等に使用する水で膨らむボール状の樹脂製品（高吸水性樹脂製品）の誤飲により十二指腸閉塞^{へいそく}を起こした事例を発表し、注意喚起を行った。
- ・商業施設内のエア遊具やボールプールなどの遊戯施設における事故や医薬品の誤飲、ボタン電池の誤飲などについても各方面で事故防止に向けた取り組みが進められている。

9 変わる制度新たな制度 消費者ホットラインも「188」へ

- ・消費者関連の新制度として大きな話題となったのは、2015年4月からスタートした食品表示法に基づく、新たな食品表示制度である。トクホや栄養機能食品とは異なる新しい食品の機能性表示制度ができたほか、アレルギー表示の変更や加工食品の栄養成分表示の義務化が行われた。
- ・2015年1月には商品先物取引法施行規則が改正され、一定の条件を満たす消費者にはこれまでより広く不招請勧誘が可能になった。同年3月には、繊維製品品質表示規程の改正により、衣類等の取り扱い絵表示がISO規格と同じ絵表示（新JIS）に変わることになった。10月にはクリーニング賠償基準が16年ぶりに大改訂された。
- ・消費者ホットラインの電話番号も2015年7月から3桁化し「188」となった。

10 消費者関連法令次々と見直し

- ・消費者委員会では昨年引き続き、消費者契約法の見直しについて議論が続けられている。2015年3月からは特定商取引法の改正についても検討が始まり、指定権利制の見直しや美容医療契約を規制対象とすること等について議論が行われている。
- ・割賦販売法についても、2014年から続いていた検討がまとまり2015年7月に報告書が出され、改正に向け動き出している。
- ・電気通信事業法も2015年5月に改正され、電気通信サービスに初期契約解除制度や書面交付義務等が導入された。しかし、消費者被害の未然防止の観点からはまだ課題が残る状況である。
- ・2015年6月の公職選挙法改正による選挙年齢の引き下げに伴い、民法の成年年齢の引き下げも議論されている。成年年齢が引き下げられると、18歳、19歳が行った契約についての未成年者取消権が失われることにもなり、消費者被害の拡大や救済できない例が増加するのではないかと懸念されている。