

電話相談
「消費者トラブルなんでも 110番」

南関東地方（千葉県・東京都・神奈川県・山梨県）

消費者庁消費者被害実態調査

令和2年1月

公益社団法人 全国消費生活相談員協会

目 次

I 実施目的	1
II 実施概要	1
III 実施結果	
1 受付件数	2
2 相談種別	2
3 相談者・契約当事者の属性	2
4 相談内容の分類	4
IV 相談内容	
1 商品・役務別にみた相談概	7
2 年代区分からみた相談概要	8
V 相談事例	
1 若者の相談事例	9
2 高齢者の相談事例	10
3 その他、30代、40代、50代の相談事例	11
VI まとめ	14

令和元年度

消費者トラブルなんでも110番

公益社団法人 全国消費生活相談員協会

I 実施目的

本協会では例年「電話相談110番」を実施しています。本事業は、通年行っている週末相談室事業と同様に、消費者からの相談に助言やあっせん対応を行うことで個別の問題解決につなげるとともに、相談情報を集約・分析して問題があると認められることについては、関係する行政機関等へ提言や要望をすることにより制度改正等にも資することを目的としています。

毎年テーマを決めて行っていますが、今年度は、本協会が消費者庁より受託した「消費者被害実態調査」の調査対象となっている南関東（神奈川県、東京都、千葉県、山梨県）における消費者被害の実態を把握するため、電話相談「消費者トラブルなんでも110番」を実施いたしました。南関東（神奈川県、東京都、千葉県、山梨県）においてどのようなトラブルが発生しているかの実態を把握し、特定適格消費者団体において被害回復が図れるかどうか等、検討事案の抽出を行うとともに、消費者からの相談に助言やあっせん対応を行うことで個別の問題解決につなげることを目的としました。

この報告書では、寄せられた南関東の相談情報をもとに、消費者トラブルについて分析を行いました。

II 実施概要

【開催日】 令和元年10月5日（土）～10月27日（日）の土曜日・日曜日

※12日、13日は、台風19号により開催できなかつたため、実質6日間の開催となつた。

【受付時間】 10時～16時

【電話番号】 03-5614-0316

※本調査期間の週末電話相談の南関東の相談も併せて分析した。

○本部事務所（土曜日・日曜日 10:00～16:00） ☎ 03-5614-0189

○関西事務所（日曜日のみ 10:00～16:00） ☎ 06-6203-7650

○北海道事務所（土曜日のみ 13:00～16:00） ☎ 011-612-7518

【担当者】 各日、消費生活相談員 5名 （北海道・関西支部担当者を除く）

III 実施結果

1. 受付件数

消費者トラブル「なんでも110番」 相談受付件数 78件

※期間中の北海道、関西事務所で受けた南関東の相談件数7件を含む

2. 相談種別

表1 相談区分別相談件数

相談区分	件数	比率
苦情	76	97.4%
問い合わせ	2	2.6%
要望	0	0.0%
合計	78	100.0%

問い合わせ2件は契約関係のない個人的な相談だったので、寄せられた消費生活相談は、すべて苦情であった。

2. 相談者・契約当事者の属性

(1) 性別

表2 相談者性別

性別	件数	比率
男性	26	33.3%
女性	51	65.4%
団体	1	1.3%
不明	0	0.0%
合計	78	100.0%

表3 契約者当事者性別

性別	件数	比率
男性	29	37.2%
女性	47	60.3%
団体	1	1.3%
不明	1	1.3%
合計	78	100.0%

相談者は、男性26人(33.3%)に対し、女性が51人(65.4%)と女性が倍で、契約当事者も男性29人(37.2%)、女性47人(60.3%)と女性が23.5ポイント多くなっている。本協会の例年の週末電話相談では、相談者、契約当事者の男女比は多少の差はあってもこれほどとの差はなく、本調査で特徴的である。

(2) 年代別

年代別でみると、相談者は、40代28人(33.9%)、20代18人(23.1%)、50代11人(14.1%)の順で、契約当事者も同じように、40代23人(29.5%)、20代21人(26.9%)、50代10人(12.8%)の順になっている。

例年の週末電話相談の集計では、高齢者については、相談者より契約当事者の件数が多く、子ども世代が親の消費者トラブルについて相談していると推測されている。以下の表のとおり、今回の調査では、高齢者については、相談者と契約当事者の件数に差異はあまり見られなかった。自分自身で相談してきたと思われる。

年代	件数	比率
10代	1	1.3%
20代	18	23.1%
30代	7	9.0%
40代	28	35.9%
50代	11	14.1%
60代	9	11.5%
70代	3	3.8%
80代	0	0.0%
90代	0	0.0%
未記入	1	1.3%
合計	78	100.0%

表4 相談者年代別

年代	件数	比率
10代	3	3.8%
20代	21	26.9%
30代	8	10.3%
40代	23	29.5%
50代	10	12.8%
60代	7	9.0%
70代	3	3.8%
80代	1	1.3%
90代	0	0.0%
未記入	2	2.6%
合計	78	100.0%

表5 契約当事者年代別

(3) 職業別

表6 相談者職業別

職業	件数	比率
給与所得者	57	73.1%
自営・自由業	2	2.6%
家事	11	14.1%
学生	1	1.3%
無職	5	6.4%
企業・団体	1	1.3%
不明	1	1.3%
合計	78	100.0%

職業別では、相談者、契約者とも給与所得者が多く約7割を占めている。学生は、相談者が1件だったが、契約者は5件となっている。家族等からの相談と思われる。

(4) 都県別

表8 相談者県別

都道府県	件数	比率
千葉県	13	16.7%
東京都	48	61.5%
神奈川県	14	17.9%
山梨県	3	3.8%
合計	78	100.0%

南関東地域は、千葉県、東京都、神奈川県、山梨県である。都県別では、東京都が相談者、契約者とも多く、6割強となっている。山梨県の相談は相談者、契約者とも3件(3.8%)だけだった。

表9 契約当事者都県別

都道府県	件数	比率
千葉県	12	15.4%
東京都	49	62.8%
神奈川県	14	17.9%
山梨県	3	3.8%
合計	78	100.0%

3. 相談内容の分類

(1) 商品・役務(サービス)別分類

表 10 商品

商品別分類	件数	比率
商品一般	6	7.7%
食料品	6	7.7%
住居品	4	5.1%
光熱水品	0	0.0%
被服品	2	2.6%
保健衛生品	3	3.8%
教養娯楽品	2	2.6%
車両・乗り物	1	1.3%
土地・建物・設備	1	1.3%
他の商品	0	0.0%
商品計	25	32.1%

表 11 役務

役務別分類	件数	比率
クリーニング	0	0.0%
レンタル・リース・貸借	3	3.8%
工事・建築	2	2.6%
修理・補修	0	0.0%
管理・保管	0	0.0%
役務一般	0	0.0%
金融・保険サービス	1	1.3%
運輸・通信サービス	19	24.4%
教育サービス	3	3.8%
教養・娯楽サービス	8	10.3%
保健・福祉サービス	9	11.5%
他の役務	5	6.4%
内職・副業・相場	1	1.3%
他の行政サービス	0	0.0%
役務計	51	65.4%

表 12 地の相談

商品・役務以外の相談	件数	比率
他の相談	2	2.6%

表 13 分類別の相談

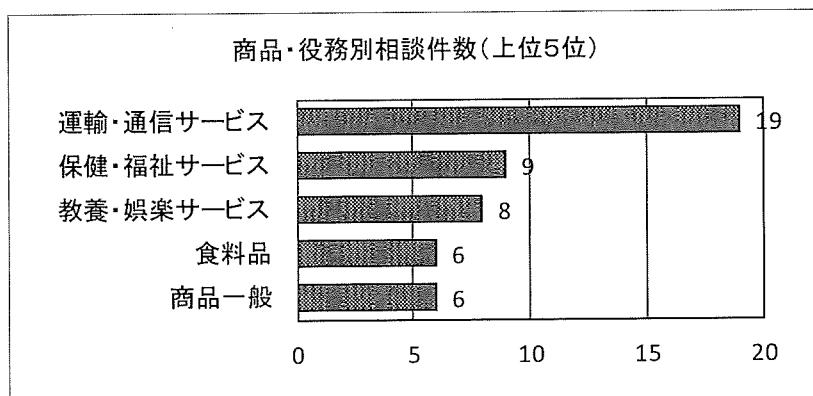
分類	件数	比率
商品	25	32.1%
役務	51	65.4%
他の相談	2	2.6%
合計	78	100.0%

商品・役務の分類では、商品 25 件 (32.1%) に対し、役務 51 件 (65.4%) と役務(サービス)の相談が商品の相談の倍になっている。

商品・役務別分類の中で、最も多いのは、「運輸・通信サービス」19 件 (24.4%)、次に「保健・福祉サービス」9 件 (11.5%)、「教養・娯楽サービス」8 件 (10.3%)、「商品一般」6 件 (7.7%)、「食料品」6 件 (7.7%) と続いている。

商品・役務別相談件数の上位 5 位を図 1 に示した。運輸・通信サービスが突出して多いが、これは、週末電話相談でも例年同様の結果となっている。

図 1 商品・役務別相談件数 上位 5 位



「運輸・通信サービス」の詳細を相談データからみると、「放送・コンテンツ」が 9 件 (11.5%) で、次に「インターネット通信サービス」6 件 (7.7%) となっている。「放送・コンテンツ」はオンラインゲーム、出会い系サイト、コンテンツの架空請求などデジタルコンテンツの相談で、「インターネット通信サービス」は、光回線の相談が多い。

(2) 相談内容別分類

表 14 相談内容別 n=78

内容分類	件数	比率
安全・衛生	4	5.1%
品質・機能・役務品質	9	11.5%
法規・基準	3	3.8%
価格・料金	6	7.7%
表示・広告	4	5.1%
販売方法	42	53.8%
契約・解約	63	80.8%
接客対応	14	17.9%
生活知識	3	3.8%

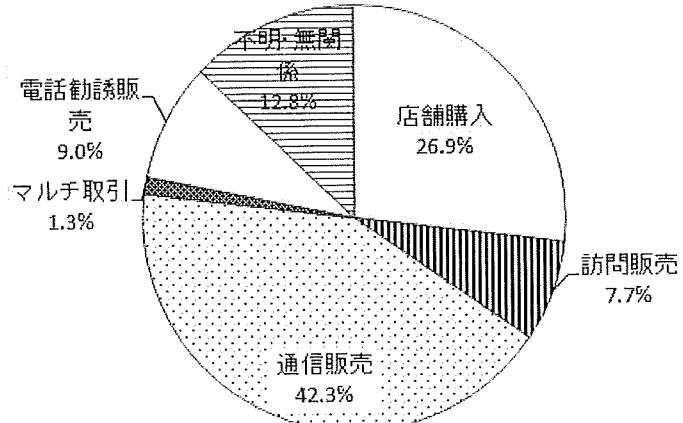
複数回答だが、「契約・解約」に関する相談内容が 63 件(80.8%)と最も多く、次に「販売方法」42 件(53.8%) だった。販売方法については、相談件数の半数以上であり、販売方法について何らかの問題があったことがわかる。

(3) 販売購入形態別分類

表 15 販 売 購 入 形 態 別

図 2 販売購入形態別

販売購入形態	件数	比率
店舗購入	21	26.9%
訪問販売	6	7.7%
通信販売	33	42.3%
マルチ取引	1	1.3%
電話勧誘販売	7	9.0%
ネガティブ・オプション	0	0.0%
訪問購入	0	0.0%
その他無店舗	0	0.0%
不明・無関係	10	12.8%
合 計	78	100.0%



販売購入形態別にみると、「通信販売」が最も多く、33 件(42.3%)で、次に「店舗購入」21 件(26.9%)となっている。店舗購入より、通信販売の相談が多くなっていた。例年の週末電話相談でも、店舗購入より通信販売の相談が多くなっている。

「電話勧誘販売」は 7 件(9.0%)、「訪問販売」は 6 件(7.7%)だった。「不明・無関係」10 件(12.8%)には、契約関係の無い相談や架空請求等が含まれている。

相談内容の分類についてみると、今年度の電話相談 110 番は、南関東地域の相談ではあったが、例年の週末電話相談の「契約内容別分類」「販売購入形態別分類」の結果に近い割合を示していた。「商品・役務別分類」については、突出している「運輸・通信サービス」は変わらないが、他の相談件数上位については、多少の違いが見られたが、例年の週末電話相談でも多い相談となっている。

(4) 契約・購入金額及び既払金額

契約金額は、1万円～5万円未満が一番多く14件(17.9%)で、次に20万円～30万円8件(10.3%)、5000円未満(9.0%)、100万円～500万円6件(7.7%)と続いている。0円の契約は無料のメールサービスの契約である。

既に支払った金額は、1万円～5万円9件(11.5%)が最も多く、20万円～30万円5件(6.4%)、5万円～10万円4件(5.1%)、5000円未満4件(5.1%)の順であつた。高額な100万円～500万円未満で支払った相談は、「授業料の相談で、半年で転校したので返金してほしい」という相談だった。

表16 契約金額

契約金額	件数	比率
0円	1	1.3%
5000円未満	7	9.0%
5000～1万円未満	3	3.8%
1万～5万円未満	14	17.9%
5万～10万円未満	5	6.4%
10万～20万円未満	5	6.4%
20万～30万円未満	8	10.3%
30万～40万円未満	3	3.8%
40万～50万円未満	0	0.0%
50万～100万円未満	0	0.0%
100万～500万円未満	6	7.7%
500万～1000万円未満	0	0.0%
1000万円以上	0	0.0%
不明・未記入	26	33.3%
合計	78	100.0%

表17 既払金額

既払金額	件数	比率
0円	21	26.9%
5000円未満	4	5.1%
5000～1万円未満	0	0.0%
1万～5万円未満	9	11.5%
5万～10万円未満	4	5.1%
10万～20万円未満	3	3.8%
20万～30万円未満	5	6.4%
30万～40万円未満	0	0.0%
40万～50万円未満	0	0.0%
50万～100万円未満	0	0.0%
100万～500万円未満	1	1.3%
500万～1000万円未満	0	0.0%
1000万円以上	0	0.0%
不明・未記入	31	39.7%
合計	78	100.0%

(5) 代金の支払方法

表18 信用供与の有無別

信用供与の有無	件数	比率
無	25	32.1%
即時払い	20	25.6%
他の前払式	5	6.4%
販売信用	28	35.9%
包括信用	5	6.4%
個別信用	2	2.6%
二ヶ月内払い	21	26.9%
借金契約	1	1.3%
不明・無関係	24	30.8%
合計	78	100.0%

代金の支払方法を信用供与の有無別で見ると、信用供与のない即時払いや他の前払いが25件(32.1%)であった。

クレジットカードなど後払いとなる信用供与有りの件数は28件(35.9%)と無しよりやや多くなっていた。信用強有りの中で、多い「2か月内払い」21件(26.9%)は、大半がクレジットカードの翌月払いである。また、定期購入においてよく利用されているコンビニ後払いもここに分類されている。

表 19 支払手段

支払手段	件数	比率
クレジットカード	21	26.9%
手形・小切手	0	0.0%
商品券・回数券等	0	0.0%
電子マネー	4	5.1%

支払手段をみると、クレジットカードが多く 21 件 (26.9%) だったが、電子マネーも 4 件 (5.1%) 使われていた。

IV 相談内容

1. 商品・役務別にみた相談概要

商品・役務別相談件数の上位 5 位についてどのような相談が寄せられたかまとめた。

(1) 運輸・通信サービス

商品・役務別で相談件数が 19 件と最も多かった「運輸・通信サービス」の相談は、「コンテンツ」に関する相談が多く、「子どもが携帯払いでのオンラインゲームで課金した」、「SNS で知り合い出会い系サイトに誘導された」、「SNS で知り合い情報商材を勧められた」「有料サイトが未納との架空請求」、「パソコンが危険な状態になると、にせの警告をして対応ソフトを勧められた」などであった。

次に「インターネット通信サービス」は光回線等に関する相談である。「光回線の利用料が安くなると電話があったので利用中の通信会社かと思って契約したが違っていた」など、電話勧誘による光回線の相談が多かった。他に「運輸」関係で、引越しサービスの相談が 2 件入っていた。

(2) 保健・福祉サービス

次に多かった「保健・福祉サービス」9 件では、エステ関係の相談が 4 件あり「月々 3000 円で脱毛できるキャンペーンの店を見つけて出向いたが、結果的に高額な契約になった。」や「まつげエクステンションの施術が未熟だった。無資格ではないか」などがあった。

他には、整体、マッサージなどであった。

(3) 教養・娯楽サービス

教養・娯楽サービスは 8 件あったが、「SNS で知り合った人からコンサートチケットを買ったが届かなかった」などが 3 件あった。他にパック旅行、自己啓発セミナー、自動車教習所等であった。

(4) 食品

「食品」の相談は 6 件で、サプリの定期購入の相談が多く「ダイエットサプリをお試し価格で申し込んだら定期購入だった。」などで、他には、蟹の電話勧誘販売の相談が入

っていた。

(5) 商品一般

「商品一般」も6件で、「クレジットカードを不正利用された。」や「スマホに覚えのないメールが届いている。」という架空請求などである。

2. 年代区分からみた相談概要

契約当事者の年代を「若者」「高齢者」「その他」の3区分に分け、相談概要を見た。「若者」は10代、20代、「高齢者」は60代以上、「その他」は、30代、40代、50代とした。各年代の相談内容の詳細については、下記項目の、V 相談事例に記載した。ここでは、概要について記載している。

(1) 若者の相談

契約当事者が10代、20代の若者の相談は、24件（30.8%）だったが、特徴的なのは、SNSが入り口となった契約が多かったことである。情報商材、自己啓発セミナー、エステ、コンサートチケット、出会い系サイトなどがあった。他に、友人に勧誘されたオンラインカジノのオーナー契約、スマホのアプリの広告を見て契約したダイエットサプリ、賃貸アパート、引越しサービス、光回線、電子マネーなどの相談が入っていた。また、結婚式場の相談が2件あった。

今回の電話相談110番は、相談期間が6日間と短く、しかも関東南部地域と地域が限定されていたが、若者の相談件数は、その割合が例年の週末電話相談より10%ほど多かった。また、現在、若者の消費者トラブルで問題となっている相談内容が網羅的に寄せられてた。都市部の相談であることによるのかもしれない。

(2) 高齢者の相談

契約当事者が60代以上の相談は11件（14.1%）と例年の週末電話相談の件数割合より5%ほど少なかった。

相談内容をみると、「訪問販売で無料点検から屋根工事の契約をしたがやめたい」「訪問販売の業者に屋根工事のため火災保険の申請代行を頼んだが不審」「インターネットで杖を頼んだが業者と連絡がつかない」「スマホに宅配業者から出荷案内が届いたが覚えがなく不審」「パソコンの状態が危険とにせの警告が表示され連絡してしまった」「何度も電話勧誘されWi-Fiルーターの契約をしたが解約したい」「ネット通販でダイエットサプリを契約したが定期購入だった」「電話勧誘で蟹を買ったが断りたい」などであった。

高齢者の相談では、訪問販売や電話勧誘販売も寄せられたが、インターネットに関係した相談も多かった。年代に関係なくインターネットに関連した相談が多いことが分かる。

(3) その他（30代、40代、50代）の相談

契約当事者が30代、40代、50代の相談は、41件（52.6%）だった。相談が多かったの

は、インターネット通販で契約した商品・サービスの相談で、ベッド、ダイニングセット、エアコン、ボディソープ、ダイエットサプリ、整腸サプリ、美容液、日用品、整体のチケット、海外パックツアー、スポーツ観戦チケットなど様々な商品・サービスをインターネットで契約していた。また、インターネットの広告を見て店で契約した脱毛エステ、オイルマッサージやネットで探した事業者に来てもらって契約したフローリングのリフォーム工事の相談もあった。消費者が商品・サービスの選択にインターネットから情報を得ていることがよく分かる。他には、芋ようかん、引越しサービス、国内パックツアー、自動車教習所、光回線、学習塾、火災保険の申請代行サービス、オンラインゲーム、サイトの架空請求、スマートフォンなどいろいろな相談が入っていた。情報提供だが投資用マンションの相談も寄せられた。

V 相談事例

1. 若者の相談事例

- ① SNSで知り合った友人に誘われて脱毛エステの無料体験に行った。2時間半ほどの施術後に、今契約すれば10万円ほど安くなると勧められ、1年間で8回コース、30万円の契約をした。36回払いの個別クレジットもその場で契約した。帰宅してから母に話すと高額ではないかと言われた。クーリング・オフできるか。
(20代 女性)
- ② SNSで同じ趣味の人と知り合い食事に誘われた。すばらしい人がいるので紹介したいと言われ3人で一緒に何回か会った。その後、紹介された人から自己啓発セミナーと教材を勧められ、カフェで50万5000円の契約をした。よく考えたら必要ないと思う。クーリング・オフできるか。
(20代 女性)
- ③ 友人から副業のアルバイトがあると紹介され、オンラインカジノのオーナーになる契約をした。高額な23万円のコースでも直ぐに利益で回収できる、1人紹介すると5千円になると説明された。即金での支払いを求められクレジットで一部の5万円を払ったが、その後消費者融で借りて残金を払うようSNSのメッセージでのURLが送られてきた。不審なので解約したい。
(20代 女性)
- ④ 4日前SNSで知り合った友人の紹介でインターネットの情報商材の説明を受けた。断り切れずにカード決済で契約したが、クーリング・オフの通知を販売店とクレジット会社に出した。8日以内に届かなかつたらどうなるのか。
(20代 男性)
- ⑤ 利用しているSNSで女性からメールがきて友人になったが、スマホを変えたのでこちらに登録してほしいと有料の出会い系サイトに誘導された。会員になり、個人同士でやり取り

するためにクレジットカードで1万5千円払ったが不審だ。このまま放置すると更に請求されるだろうか。どうしたらよいか。
(20代 男性)

⑥ 電子マネーを転売サイトで買えば得だと思って購入した。実際に利用してみて最初はうまくいったが、後から使用禁止になり、結局購入分が全て使えなかつた。返金してほしい。
(10代 男性)

⑦ SNSで知り合った人から、アイドルのコンサートチケットを譲ってもらうことになった。「コンビニで大手通販会社の発行している電子マネーをチケットと同じ額の1万5千円分を購入してその番号を教えてくれれば、確認ができしだい、会場に入れるQRコードを送る」と言われ、電子マネーの番号を伝えた。その後、急に相手と連絡が取れなくなった。相手の氏名や住所はわからない。騙されたのだと思う。どうしたらよいか。
(20代 女性)

⑧ SNSでチケット譲りますという書き込みを見て、SNSのメールでやりとりした。メールに振込口座の他に、名前、住所、生年月日が書いてあって、住所が実在していたので信用して口座に25000円振込んだが、直後に連絡が取れなくなった。その後、ネットで調べると詐欺と書いてあった。
(20代 女性)

⑨ スマートフォンの広告からダイエットサプリを申込後、インターネットで「体調不良をおこした。事件性あり、詐欺だ。」と言う書き込みを見つけたので、商品が3回届いたが受取拒否をした。昨日、料金後納会社から督促状が届き6日後までに支払うか、相談の電話をするように、放置すると弁護士に債権を譲渡すると書かれている。電話をしたがつながらなかつた。商品を受け取っていないのに支払う必要はあるのか。消費者庁から、この健康食品は下痢などの健康被害が短期間に急増していると公表されているので飲みたくない。
(20代 女性)

⑩ 7日前に結婚式と披露宴の契約をしたが、親から立地が悪いと指摘され、4日後に解約の申し出をしたら、規約通り申込金の20万円は返金できないと言われた。担当者の説明で、挙式当日より151日前までは申込金全額と実費支払が必要と聞いてはいるが、挙式は1年以上先の来年の12月なので申込金を返金してほしい。式場と話し合うことになっているので社名は伝えられないが助言がほしい。
(20代 女性)

⑪ 自分名義でスマートフォンを契約し中学生の娘を使わせていた。先月の通信料が高額だったので明細を確認したところ、オンラインゲームで有料アイテムを購入したことがわかつた。通信料と合わせた利用料が3万円、今月は5万5000円である。取り消しできんだろうか。
(10代 女性)

2. 高齢者の相談事例

① 留守番をしていた85歳の母がかにの勧誘電話を受け9500円にすると言われ頼んでしまっ

た。代引き配達で送られるようだ。受信履歴に残っている携帯電話番号に連絡しているが誰も出ない。断りたいがどうしたらよいか。

(60代 女性)

② 台風のあとに「家の屋根の無料点検をする。」と業者が来訪したので点検してもらった。ビスが緩くなっていて次の台風の時には屋根が飛ぶかもしれないと言われ、屋根工事30万円の契約をしたが、よく考えると高額と思い書面でクリーニング・オフの通知をだした受け取り拒否で戻って来た。どうすればいいか。

(60代 女性)

③ 台風で屋根の一部とテラスが壊れた。近所で工事をしていた業者に屋根を見てほしいと言つたら見に来てくれた。保険の話になったので申請書はもう手元にあると伝えたら、後日見積書を作ってきて私の撮った写真をつけて保険会社に申請してくれた。しかし、工事を業者に頼まないときは保険金の3割を業者に払う契約になっているので、家族が不審だという。解約したい。

(60代 女性)

④ Wi-Fiルーターでインターネットの性能が上がると何度も電話があり、契約内容はよくわからなかつたが、クレジットカード情報を教えてしまつた。4日前、Wi-Fiルーターと契約書が届いたが、解約したい。契約書に初期契約解除の記載がある。どうしたらよいか。

(70代 男性)

⑤ パソコン画面にパソコンの状態が危険だと表示された。登録画面に連絡先として電話番号が書かれていたので電話をかけてみたところ外国人が出て説明されたが、途中で切つた。後から電話で何かを請求されることはないか。

(70代 男性)

⑥ ネット通販で痩せる酵素食品を注文し3か月続けて飲んだ。初回のみ限定価格で次月からはそれほど安くない金額をコンビニ払いでの支払ってきたがまったく効果がないので電話で解約を伝えたところ、5回の定期購入でやめられないと言われた。どうしたらよいか。

(60代 男性)

⑦ スマホに身に覚えの無い代引配達の注文品出荷案内メールが届いた。該当していない場合は要返信と書いてある。覚えのない会社名と屋号の記載はあるが、連絡先住所や電話番号、商品内容や金額等は一切書かれていません。明日出荷らしいが、受取拒否すると、往復送料や代引手数料、梱包代、事務手数料を請求するらしい。どうしたら良いか。

(60代 女性)

3. 30代、40代、50代の相談事例

① 写真投稿アプリの広告からリンクしたサイトで、お試し価格の100円のダイエットサプリメントを申込んだ。その後商品とコンビニ払いの払込票が届いたが、定期購入の契約だった。定期購入とは分からなかったので、解約を伝えるため販売会社に電話をしたが繋がらない。

(30代 女性)

② スマートフォンのインターネットで腸に効果のあるサプリメントが初回0円、2回目以降も割引価格5000円という広告を見つけて注文した。購入回数の縛りは無い。今日、ネットでこの事業者の口コミを確認すると「電話が繋がらないので解約ができない、どんどん商品を送りつける悪徳事業者だ」と書かれていた。不審なので解約しようと思うが電話が繋がらない時はどうすればいいのか。

(50代 女性)

③ 1カ月程前にスマートフォンにメールが届いた。大手のネット通信サービスが複数列挙されていて、あなたの利用料金に未納があると書かれていた。不安になり、問い合わせのメールを返信してしまった。その際、氏名、住所、携帯電話番号を知らせてしまった。今日、また同じところからメールがきて「今日の8時までに連絡がない場合は、法的措置に移行する」とあった。どうしたらいいか。

(40代 男性)

④ 光回線の契約会社名を言われ、光回線のバージョンアップで1500円ほど安くなると言われたので、契約に同意した。工事の後で書類が届き、契約中の会社ではなく別会社と契約したことが分かった。契約書を確認したら11のオプション契約が付いていた。オプションは2か月間は無料のようだが、オプションを付けることは、契約時には聞いていない。元に戻してほしい。

(50代 女性)

⑤ 光回線のプロバイダーが変わるので工事をして現在の機器と交換すると電話連絡があった。現在の利用料7000円位が4000円代になり安くなると言われたので了承した。工事を決める電話があったときに、大手通信会社ではないと分かったので断ったらキャンセルできると言わされたが、キャンセルできるだろうか。

(50代 女性)

⑥ ネット通販でボディソープ3800円を注文し、料金も払ったが商品が届かない。クレジットカードで払うつもりだったがエラーになり、結局、事業者から届いたバーコードをコンビニの機械で読み取って払った。コンビニで払うよう指示されたところまではメールがあつたが、その後何度も問い合わせても返事がない。電話番号の記載は無かった。どうしたら良いか。

(50代 男性)

⑦ 夜9時近くに私の卒業した大学の者だと名乗り「卒業した人に電話をしています。投資用マンションを買わないか」と勧誘の電話が入った。「興味ないです。」とはっきりと断り電話を切ったのに、その後3回も電話がきた。強引な勧誘なので情報提供する。(40代 男性)

⑧ 自動車教習所にクレジットカードで28万円払って申込みをした。学科と適性検査を受け、次回からの実技の予約を取ろうと思ったら、一か月先まで一杯だった。それに乳児がいるので所内の託児所も予約しなければならない。このままでは卒業できないのではと不安だ。解約には15%の違約金が必要なのでやめたくない。どうしたらよいか。

(40代 女性)

⑨ 雨漏り修理業者を探すサイトに登録したら業者から連絡があり、火災保険を利用して修理ができるというので火災保険の申請業務委託契約をした。雨漏りの修理は、業者がやってくれる予定だったが、修理内容で折り合はず契約はやめた。契約書には保険金が下りた後に修理契約をキャンセルする場合は保険金の35%を解約料として徴収すると書かれていたが、保険申請は、保険会社へ電話し申請を取り下げた。解約料の請求書面を送ると言われたがどうしたらよいか。

(50代 男性)

⑩ アプリで整体のチケットの割引があったので700円で購入しクレジット決済した。整体院の予約は電話ですることになっているので電話をすると、忙しいので次の日と言われ、次に電話をしたら休みだった。その後電話に出なくなった。利用できないのでアプリ運営会社に問い合わせをしたが、1ヶ月経っても返信が来ない。少額だが対応に納得できない。

(40代 女性)

VI まとめ

今年度「電話相談110番」は、本協会が消費者庁より受託した「消費者被害実態調査」の調査対象となっている南関東（神奈川県、東京都、千葉県、山梨県）における消費者被害の実態を把握するため、電話相談「消費者トラブルなんでも110番」として相談を受けた。集計の結果、本協会が行っている通年の週末電話相談に比べて、若者の相談の割合が高く、高齢者の相談の割合が低かった。都市部において若者の消費者トラブルが多く発生していることがよく分かった。

相談内容について、全体的には、インターネットに関係したトラブルが多く、特に若者については、トラブルの入り口がSNSから始まっている相談が目立った。

若者のSNS利用について、令和元年の消費者白書では、「COLUMN 5 若者のSNSに対する意識について（第1部、第1章、第2節 社会経済情勢の変化と消費生活）において、アンケート調査の結果から、近年、若者を中心にSNSの利用が増えていますが、便利さの反面、消費者被害に遭うきっかけにもなっています。今回の調査では、直接会ったことのないSNS上での友達を持つ若者が少なくないという実態、SNS上でのやり取りだけで相手を信用する若者やSNS上での見知らぬ人からの働き掛け等について、特別な警戒感を持たない若者も一定数存在することが分かりました。SNSは若者にとって身近で便利なコミュニケーション手段である反面、悪質商法の勧誘者にとっても勧誘する際の便利なツールになっています。SNS上での見知らぬ人との出会いに対して特別な警戒をしていない若者が一定数存在することを踏まえると、SNSに潜在するリスクについての認識を持ってもらうための啓発活動が求められていると考えられます。」と報告している。

本調査において、消費者白書での指摘が、はからずも実際の若者の消費者トラブル相談として寄せられていた。SNSが入り口となった相談は、「SNSで知り合った友人の紹介でインタ

「ネットの情報商材の契約をした。」、「SNSで同じ趣味の人と知り合い食事に誘われ、自己啓発セミナーの契約をした。」、「SNSで知り合った友人に誘われて脱毛エステの無料体験を行ったが、高額な契約になった。」、「SNSで知り合った人から、アイドルのコンサートチケットを譲ってもらうことになり、お金を払ったが連絡が取れない。」、「利用しているSNSで女性からメールがきて友だちになったが出会い系サイトだった。」などがあった。白書では、若者にSNSについて啓発活動が必要としているが、SNSによるトラブルは、児童の連れ去り事件等子どもが被害に会う犯罪も発生していることから、若者を対象とした啓発だけではなく、すべての年代に対する教育が必要と考える。特に、子どもについては、保護者がインターネットが利用できる機器を子どもに与えるときから、使い方について責任を持って利用させることが大切である。しかし、保護者が子どものネット利用の実態を理解していないことや子どもの方が機器の使用方法等について詳しい場合があることなどから、保護者が子どもに対して適切な教育をすることが難しい状況も見られる。子どもから高齢者までインターネットを利用していることを考えると、安心・安全な消費生活を営むためには、すべての年代に対して消費者教育の一環として情報通信のリテラシー教育も必須である。

また、若者の事例では、契約の責任について理解されていないのではないかという相談が見られた。例えば、「スマートフォンで、お試しのダイエットサプリを申し込んだが、ネット調べて評判の悪い業者と知り、商品の受取拒否を3回した。受け取っていないので払いたくない。」という相談である。契約には責任が伴うことが理解されていないと推測される。

若者の消費者教育は、成年年齢引き下げが行われる2022年までの喫緊の課題となっており、学校教育においてすでに対応が始まっていると思われるが、実際に消費生活センター等に寄せられる相談事例は、消費者教育の現場で役立つものと考えられる。学校教育と消費生活センター等との連携がはかられ、生きた情報が子ども達に伝わると、一人一人の子ども達が消費者トラブルが自分のことと考えられるのではないだろうか。

本協会では、通年に亘り、大学、高校等で若者向けに無料の全相協出前講座を実施しているが、同時に消費者教育教材の作成にも力を入れている。特に昨年は、消費者教育教材「やってみよう！考えてみよう！ 中学生向け消費者教育教材集 ワークシート付き」を発行した。次年度も引き続き消費者教育に取り組んでゆく予定である。

高齢者の相談を見ると、相変わらず「無料点検します」と訪問して屋根工事等を契約させる点検商法が寄せられていた。屋根工事については、ここ数年の台風等による被害もあることから、今後も同様の勧誘が予想され、在宅率の高い高齢者に対するより一層の啓発が必要である。また、高齢者においてもインターネットに関連した相談も多いことから、インターネットに関する啓発も必要である。

各年代を通じて見られたのが、ネット通販のダイエットサプリ、健康食品の相談である。お試し価格、初回0円などの広告で購入すると一定回数購入しなければならない定期購入になっていたなどが多い。定期購入については、平成28年の特定商取引法施行規則の改正によって、支払総額や契約期間などの販売条件を明記することが義務付けられたが、相変わらず定期購入

の相談が多い。相談の内容から見ると、広告のトップで、「お試し価格」「初回 0 円」などと強調されると、他のデメリット表示を見ることなく契約しているようだ。消費者の不注意もあるが、これほど相談がなくならるのは、事業者が、最低限の法定記載事項だけを記載し、より分かりやすくという視点での広告表示をしていないためと考えられる。

消費者庁から業務停止命令が出された事業者の広告は、「最終画面で、定期購入であることが申込みを完了させるボタンよりも下に、著しく小さい文字で表示し、かつ、何回もスクロールしなければその内容を最後まで確認すること ができない表示になっていた」ということであつたが、定期購入のトラブルが減少しない状況を考えると、行政指導となつた表示によって誤認して契約した消費者については、契約の取消しができるといった規定が必要なのではないかと考える。

また、定期購入の支払方においては、商品到着後にコンビニで支払う支払い方が多く利用されているが、これは、コンビ払いを運営している事業者が介在している契約となつていて、定期購入事業者は、コンビニ払いを運営している事業者の加盟店にあたると考えられる。コンビニ払いについては、現在のところ法規制はないが、コンビニ払いを運営している事業者には、加盟店管理をお願いしたい。

以上

南関東地方（千葉県・東京都・神奈川県・山梨県）

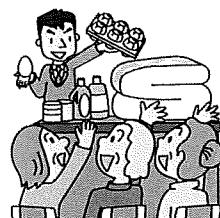
消費者庁消費者被害実態調査

「消費者トラブル なんでも110番」

下記の地域からのご相談をお待ちしています

南関東(1都3県)

千葉県・東京都・
神奈川県・山梨県



電話相談 03-5614-0316

受付日時：令和元年10月の土曜日、日曜日

10月5日、6日、12日、13日、19日、20日、26日、27日

受付時間：10時～16時

消費者庁イラスト集より

主催：公益社団法人全国消費生活相談員協会

本部事務所 TEL:03-5614-0543 FAX:03-5614-0743

令和元年度 電話相談 110 番報告書

令和2年1月発行

公益社団法人 全国消費生活相談員協会
〒103-0012 東京都中央区日本橋堀留町2-3-5
グランドメゾン日本橋堀留 101
TEL 03-5614-0543 FAX 03-5614-0743
URL <http://www.zenso.or.jp/>

<関西事務所>
〒541-0041 大阪市中央区北浜2-6-26
大阪グリーンビルB1
TEL 06-6203-7660 FAX 06-6203-7684

<北海道事務所>
〒060-0042 札幌市中央区大通西18-1-43
プレジャービル大通西18-108
TEL 011-622-2725 FAX 011-622-2725
