

消費生活年報

2014

The Annual Report on
Consumer Affairs

独立行政法人国民生活センター編

消費生活年報 2014 の訂正とお詫びについて

消費生活年報 2014 の一部に誤りがありました。訂正とともにお詫び申し上げます。

「消費生活センターに寄せられた危害情報の概要」に関する訂正

47 頁の表 18 の 2012 年度の対前年度比の一部

消費生活センターの対前年度比の数値	(誤) 116.3	(正) 97.2
医療機関ネットワークの対年度比の数値	(誤) 420.1	(正) 91.3
計 (A + B) の対前年度比の数値	(誤) 142.3	(正) 95.6

目 次

I 最近の消費生活相談の傾向と特徴	1
2013年度の消費生活相談の傾向と特徴	2
1 高齢者の相談が引き続き増加、70歳以上の割合は10年で約3倍に増加	2
2 インターネット関連の相談は引き続き増加、トラブルも国際化	3
3 「安全・品質」に関する相談が2004年度以降最多	3
* 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 消費生活相談から見たこの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	12
3 相談内容別の傾向	15
4 販売購入形態別の傾向	18
5 契約金額等	21
6 販売方法や手口等	23
PIO-NETの危害・危険情報と医療機関ネットワークの情報	46
1 危害・危険情報と医療機関ネットワークの情報	46
2 消費生活センターに寄せられた危害情報の概要	47
3 消費生活センターに寄せられた危険情報の概要	54
4 消費生活センターに寄せられた危害・危険事例	58
5 医療機関ネットワークの情報とその活用	60
国民生活センター相談窓口寄せられた消費生活相談	66
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）	66
2 土日祝日相談	77
3 個人情報相談	80
III 国民生活センターによる情報提供（2013年度）	83
IV 消費生活関連資料	89
全国の商品テスト概要	90
1 苦情処理テスト	90
2 商品テスト（比較・試買テスト）	92
消費者問題に関する2013年の10大項目	102

I

最近の消費生活相談 の傾向と特徴

2013年度の消費生活相談の 傾向と特徴

2013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、93.5万件で、相談件数がピークであった2004年度以来9年ぶりに増加した。

1 高齢者の相談が引き続き増加、70歳以上の割合は10年で約3倍に増加

高齢者が契約当事者である相談は年々増加しており、70歳以上の割合が全体の2割を超えた(22.3%)。2004年度の割合は6.7%であったので、この10年で約3倍に増加したことになる。

(1) 依然として目立つ健康食品の送りつけ商法、買え買え詐欺(劇場型勧誘)

高齢者の消費者トラブルの中で2012年度に引き続き特に目立ったのが「健康食品の送りつけ商法」である。高齢者宅に、注文した覚えのない健康食品が送りつけられ代金が請求されるという相談が2012年度に急増。2013年度はさらに増加し3万件を超え、前年度の約2倍となった。しかし、2013年2月の消費者庁による健康食品の送りつけ業者への業務停止命令を皮切りに、同様の業者への相次ぐ行政処分、また警察の逮捕等により、相談件数は徐々に減少してきている。

一方、「代わりに購入してくれれば高値で買い取る」等と立場の違う複数の業者が、実態不明のファンド等の金融商品や権利等を電話で勧誘する「買え買え詐欺(劇場型勧誘)」は依然として多い。2013年度は、2020年開催の東京オリンピックに関連して、オリンピック用の土地・建物に関する架空のもうけ話も登場した。今後も同様のトラブルが増加することが予想されるため、十分な注意が必要である。

(2) 投資経験の乏しい高齢者にプロ向けファンドを勧誘

本来はプロの投資家を相手に販売・運用が行われるものとして、販売勧誘規制等が緩やかになっているプロ向けファンドを、一部の事業者が高齢者を中心とした投資経験の乏しい消費者に販売し、多くのトラブルが生じている。相談件数も直近3年間で約10倍となるなど深刻な広がりをみせているため、当センターでは「①プロ向けファンドの制度趣旨にのっとったしくみを導入すること、②不適切な勧誘を行うプロ向けファンド届出業者に対して厳格な対応をとること」の2点について、金融庁と証券取引等監視委員会に2013年12月に要望した。

現在、金融庁において適格機関投資家等特例業務(プロ向けファンド)の見直しにかかわる政令等の改正を検討中(2014年9月1日現在)である。

今後ますます増加するであろう高齢者の消費者トラブルについては、トラブルの未然防止対策が重要となる。家族や地域の人たちの見守りとともに、高齢者に効果的な啓発活動を関係機関が連携して行うしくみ作りが必要であろう。さらに、訪問販売・電話勧誘等における不招請勧誘への対策なども大きな課題である。

2 インターネット関連の相談は引き続き増加、トラブルも国際化

インターネットで申し込みをする通信販売（以下、「インターネット通販」という）の相談が急増している。また、オンラインゲームで大人の知らない間に子どもがクレジットカード等を利用して高額な課金決済をしてしまうといった相談など、インターネット関連の相談は増加する一方である。

さらに、瞬時に世界とつながるインターネットの普及によってトラブルも国際化している。

(1) インターネット通販の前払いによるトラブルが急増

インターネット通販の前払いトラブルについての相談が急増している。「注文した商品が届かない」「注文とは異なるものが外国から届いた」などの相談が目立つが、商品到着以前に銀行口座への前払いを指定されるため、すでに代金は業者側にあり、トラブルが起きた場合、業者が応じない限りは金銭的な救済がされない。さらに、業者の所在が不明であったり連絡が取れないことも多々ある。そもそも特定商取引法上で定められた住所や電話番号の表記がない場合が多いことに加え、事業者のホームページは国内の事業者であるように見せかけた日本語であるのに、実態は外国の事業者だったという例も多数ある。これらは事後の被害救済が非常に難しく、未然防止を図ることが重要となる。今後も増加が予想される越境消費者トラブルについては、何らかの対応策の検討が喫緊の課題である。

(2) 消費者保護ルールの導入が待たれる電気通信サービス

光回線やプロバイダなどのインターネット接続回線、モバイルデータ通信、スマートフォンや携帯電話等の電気通信サービスを訪問販売や電話勧誘で「よく分からないまま契約してしまった」などという相談が前年度に引き続き増加している。プロバイダや通信事業者等の説明不足や、解約が難しく高額な違約金等が請求される等の相談が目立つが、これら電気通信サービスの契約は特定商取引法の適用がなく、法律に基づくクーリング・オフ規定等も整備されていない。事業者団体が策定した営業活動の自主基準はあるものの実効性が十分あるとは言い難い。

そこで、国民生活センターでは2013年6月に「ネット回線勧誘トラブル110番」を実施し、相談を詳細に聞き取り、分析した結果を消費者に情報提供するとともに、総務省に、契約時の書面交付義務、クーリング・オフ規定の導入、解約に関する規制の導入などを2014年3月に要望した。

現在、総務省では、消費者保護ルールの見直し・充実への課題等について検討を重ねているが、2014年6月にICTサービス安心・安全研究会にてクーリング・オフ規定の導入等の中間とりまとめがなされたところである。

3 「安全・品質」に関する相談が2004年度以降最多

「安全・品質」に関する相談が、2013年度は約14万件と2004年度以降最多となった。冷凍食品の農薬（マラチオン）混入事案や化粧品の白斑トラブルについての相談が急増したことによる。

また、年度後半には、アトピー性皮膚炎等の疾患を持つ患者に対し、ステロイド不使用をうたった医療機関で処方された漢方クリームにステロイドが含有されていることが、当センターの商品テスト部が調べた結果判明し、将来的な不安を訴える相談が相次いだ。

いずれの事案も事故発覚後の事業者の消費者対応の不適切さが指摘された。事業者には事故の原因と今後の対策等について、迅速な消費者への情報提供等適切な対応が求められる。

* 相談関連情報を読むうえでのポイント

1 相談の分類について

国民生活センターおよび全国各地の消費生活センターでは、寄せられる消費生活相談について共通の分類を行っている。

相談は大きく分けると、まず「苦情」「問合せ」「要望」となる。その中で、①相談の主体となる商品・役務（サービス）等を分類する「商品・役務等別分類」（商品別分類）と、②その商品・役務等の相談内容を分類する「内容別分類」によっても分けている。

すなわち、1件の相談について、原則として2種類の分類を行っている。①は1件の相談について1つだが、②は4つを上限としてマルチ分類している。

2 消費生活年報における統計等について

(1) PIO-NETにみる消費生活相談

国民生活センターと都道府県、政令指定都市および市区町村の消費生活センター（端末設置箇所2014年4月1日現在（1,056カ所）をオンラインネットワークで結んだシステム「全国消費生活情報ネットワーク・システム（PIO-NET：パイオネット。Practical Living Information Online Network Systemの略、以下、『PIO-NET』という）」に蓄積された消費生活相談情報（苦情相談）の集計。

(2) 国民生活センター相談窓口寄せられた消費生活相談

① 平日に寄せられた相談

各地消費生活センターの窓口で受け付けた相談について各地の消費生活センターを経由して寄せられる「経由相談」、消費者庁の「消費者ホットライン」業務の補完として消費者からの相談を受ける「平日バックアップ相談」、地方支援の一環として消費者からの相談を受ける「お昼の消費生活相談」（2013年7月29日から開始）、特定テーマで消費者からの相談を受ける「各種110番」の集計。

② 土日祝日相談

消費者庁の「消費者ホットライン」業務の一環として、土日祝日（年末年始を除く）に、都道府県や政令指定都市などの消費生活センターが開所していない場合に、国民生活センターが消費者からの相談を受ける「土日祝日相談」の集計。

③ 個人情報相談

国民生活センターの「経由相談」「平日バックアップ相談」で受け付けた、個人情報に関する相談の集計。

* PIO-NETにみる消費生活相談 一用語の説明

(商品・役務等)

用語	説明
商品一般	商品の相談であることが明確であるが、分類を特定できない、または特定する必要のないもの。身に覚えがなく債権の内容も不明な請求に関する相談が目立つ。
保健衛生品	人の身体を清潔にし、美化し、または健康を保ち、疾病を治療するために使用される商品。医薬品、医療用具、化粧品など。
教養娯楽品	主として教養、事務または娯楽・趣味の目的で使用される商品。パソコン、電話機、音響・映像製品、スポーツ用品など。
運輸・通信サービス	旅客・貨物運送サービスおよび電話、放送、インターネット等の通信サービス。
家庭用電気治療器具	原則として薬事法に定められる医療機器のうち、家庭で利用されるもの。電気マッサージ器や温熱治療器を含む。
移動通信サービス	携帯電話サービスやPHSサービス等およびモバイルデータ通信サービス。
インターネット接続回線	光ファイバーやADSL等の通信回線やプロバイダのサービス。
デジタルコンテンツその他	内容の特定できないサイトの利用、オンラインゲームやギャンブル情報サイトおよびその他の情報サイト（占いサイト、懸賞サイトなど）。
複合サービス会員	旅行、飲食店、映画等が安くなる等の特典をうたった会員サービス。
ファンド型投資商品	運用者が資金を集め、運用し、そこから生じる収益等の配当を出資者に分配するもの。いわゆる集団投資スキームのほかに、預託契約などを含む。
その他金融関連サービス	金融関連サービスのうちその他のサービスで、クレジットカードの入退会・会費に関するものなどが含まれる。

(販売方法・手口等)

用語	説明
インターネット通販	オンラインショッピングなど、インターネット等のネットワークを利用して行われる取引。ここでは、出会い系サイトなどの有料サイト等のサービスも含めてインターネット通販としている。
電話勧誘販売	販売業者が消費者宅や職場に電話し、商品やサービスを販売する方法。
ワンクリック請求	パソコンや携帯電話でアダルトサイトなどにアクセスしたところ、いきなり「登録ありがとうございます」などと表示され、高額な料金を請求するという商法。
家庭訪問	販売業者が消費者宅を訪問し、商品やサービスを販売する方法。
無料商法	「無料サービス」「無料招待」「無料体験」「無料で閲覧」など「無料」であることを強調して勧誘し、最終的に商品やサービスを購入させる商法。
利殖商法	「値上がり確実」「必ずもうかる」など、利殖になることを強調して、未公開株、ファンドなどへの投資や出資を勧誘する商法。
劇場型勧誘	「代わりに購入すれば高値で買い取る」など立場の違う複数の業者が、金融商品等を電話で勧誘する。金融商品等とは、未公開株、社債、実態不明のファンドや金融商品まがいの権利等。「利殖商法」のトラブルに多くみられる手口。
被害にあった人を勧誘（二次被害）	一度被害にあった人を再び勧誘して、二次的な被害を与えること。
販売目的隠匿	商品やサービスの販売であることを意図的に隠して消費者に近づき、不意打ち的に契約させようとする販売方法。
当選商法	「当選した」「景品が当たった」「あなただけが選ばれた」などと特別な優位性を強調して消費者に近づき、商品やサービスを販売する商法。
マルチ取引	販売組織の加入者が消費者を当該販売組織に加入させることによってマージンが得られるしくみの取引。これを繰り返すことにより、販売組織がピラミッド式に拡大していく。
次々販売	一人の消費者に次から次へと契約させる商法。同じ商品または異なる複数の商品を次々に契約させるケースや、複数の業者が次々に契約させるケースなどがある。
サイドビジネス商法	「内職・副業（サイドビジネス）になる」「脱サラできる」などをセールストークに何らかの契約をさせる商法。
かたり商法（身分詐称）	販売業者が有名企業や、市役所・消費生活センターなどの公的機関、適格消費者団体の職員、またはその関係者であるかのように思わせて商品やサービスを契約させる商法。
点検商法	「点検に来た」「無料で点検する」などと言って消費者宅に訪れ、「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勝手に送ってきて、受け取ったことで、支払義務があると消費者に勘違いさせて代金を支払わせようとする商法。
紹介販売	商品やサービスを購入した人に、知人など他の人を紹介させることによって販売を拡大するシステム。
薬効をうたった勧誘	「病気が治る」「血行をよくする」などの薬効をうたうことができないにもかかわらず、医薬品的効能効果を強調して契約させる商法。
アポイントメントセールス	「抽選に当たったので景品を取りに来て」「特別なモニターに選ばれた」などと販売目的を明らかにしないで、または著しく有利な条件で取引できると言って、電話や郵便で喫茶店や事務所へ呼び出し、契約しないと帰れない状況にするなどして商品やサービスを契約させる商法。
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。催眠商法とも言う。

(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・役務の購入にあたって支払う代金に対して信用供与を受けたもの、または受けることを前提としたもの。
自社割賦	販売会社等に対して代金を分割で支払う方法。
総合割賦（2009年度以前）・包括信用（2010年度以降）	クレジットカードにより分割で支払う方法。2009年度以前は、2カ月以上3回以上にわたる支払い、またはリボルビング払いが該当し、2010年度以降は、2カ月以上にわたる支払い、またはリボルビング方式が該当する。
個品割賦（2009年度以前）・個別信用（2010年度以降）	ある特定の商品購入時に、信販会社等が消費者に代わって販売会社に代金を立替払いし、消費者は販売会社ではなく信販会社に代金を分割で支払う方法。2009年度以前は、2カ月以上3回以上にわたる支払いが該当し、2010年度以降は、2カ月以上にわたる支払いが該当する。
ローン提携販売	分割で支払う方法であるが、販売店や販売店から委託を受けた保証会社などが、消費者の債務を保証するもの。2009年度以前は、個別方式と包括方式が該当するが、2010年度以降は包括方式のみが該当する。

※その他については、国民生活センターホームページ「消費生活相談データベース（PIO-NETより）」
[\(http://datafile.kokusen.go.jp/\)](http://datafile.kokusen.go.jp/) の検索メニュー内の項目解説を参照。

II

消費生活相談から
みたこの1年

PIO-NETにみる消費生活相談 —全国のデータから—

「全国消費生活情報ネットワーク・システム（PIO-NET：パイオネット）^{*1}」は国民生活センターと消費生活センター等に設置した端末機をオンラインで結び、複雑化する消費者問題に対応するため、1984年より運用を開始した。PIO-NETは、全国の消費生活センター等が受け付けた消費生活相談の中の「苦情相談（危害・危険情報を含む）」を収集している。

本稿では、2013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2014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。

2013年度の傾向と特徴

- ・2013年度の相談件数は、93.5万件（前年度は約86万件）で、ピークの2004年度以来9年ぶりに増加に転じた。
- ・「健康食品」の相談が最も増加した。前年度に引き続き、高齢者宅に注文した覚えのない健康食品が送付されてくる、送りつけ商法の相談が多い。
- ・高齢者の相談については増加傾向が続き、「健康食品」とともに「代わりに購入すれば高値で買い取る」などと立場の違う複数の業者が、実態不明のファンド等の金融商品や権利等を電話で勧誘する「劇場型勧誘」の被害も多い。
- ・「アダルト情報サイト」に関する相談件数が増加し、2011年度以降3年連続で第1位。
- ・インターネット通販で注文した様々な商品（靴・運動靴、かばん、他の身の回り品、時計・時計付属品等）に関するトラブルも増加。
- ・インターネット関連では、プロバイダや光回線の電話勧誘の相談が増加した。電話勧誘の後、すぐに遠隔操作でプロバイダの乗り換え作業をする新たな手口もみられた。
- ・調理食品や化粧品の相談件数が増加した。これは冷凍食品への農薬（マラチオン）混入事案や化粧品の白斑トラブルによるところが大きい。

1 相談件数等

2013年度に全国の消費生活センター等が受け付け、PIO-NETに登録された消費生活相談情報の総件数は、約93.5万件であった（**図1** 9頁、**表1** 9頁）。相談件数は、2004年度をピークに年々減少していたが、2013年度は9年ぶりに増加した。

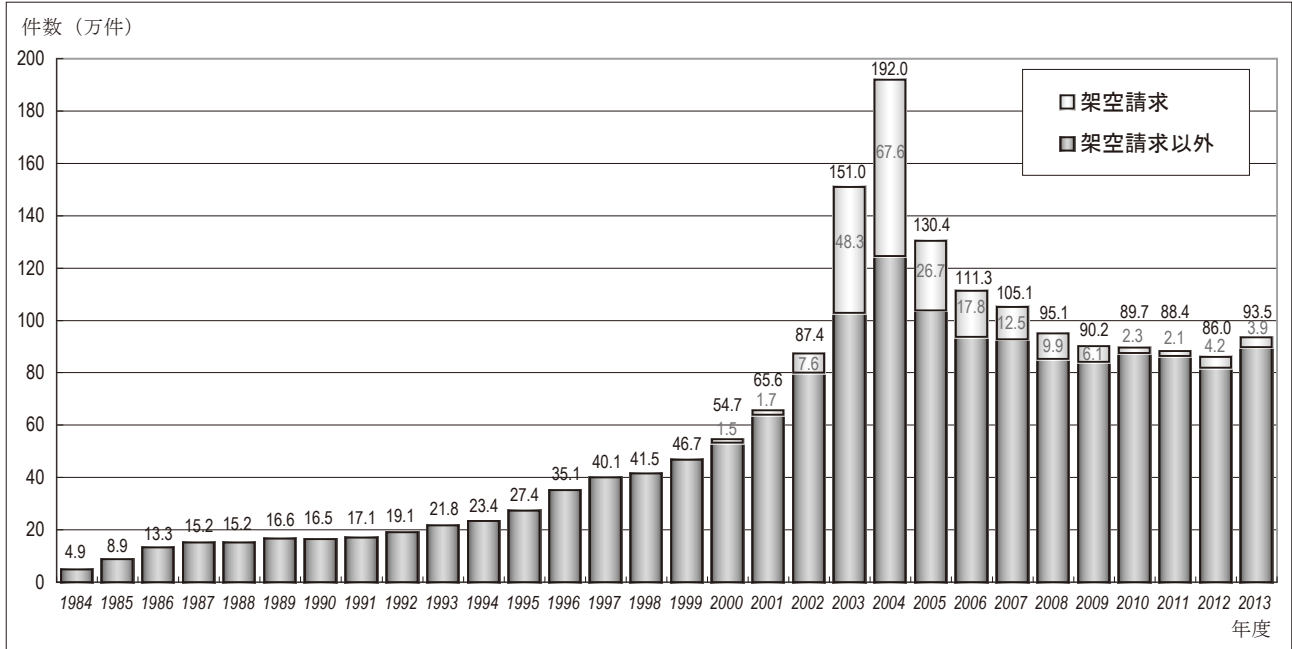
PIO-NETの運用を開始した1984年度以降の年度別相談件数をみると、2003年度（約151万件）、2004

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

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、2013年度は約4万件であった。なお、1984年度からの相談件数の累積は、約1,803万件に達している。

図1 消費生活相談の年度別総件数の推移（1984～2013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（1984～2013年度）

年度	件数	年度	件数	年度	件数
1984	48,550	1994	234,022	2004	1,919,674
1985	88,752	1995	274,076	2005	1,303,588
1986	133,103	1996	351,139	2006	1,113,145
1987	151,874	1997	400,511	2007	1,050,826
1988	151,784	1998	415,347	2008	950,502
1989	165,697	1999	467,110	2009	902,213
1990	164,643	2000	547,138	2010	896,971
1991	170,833	2001	655,899	2011	883,794
1992	191,200	2002	874,260	2012	860,427
1993	217,816	2003	1,509,889	2013	935,224
				累積	18,030,007

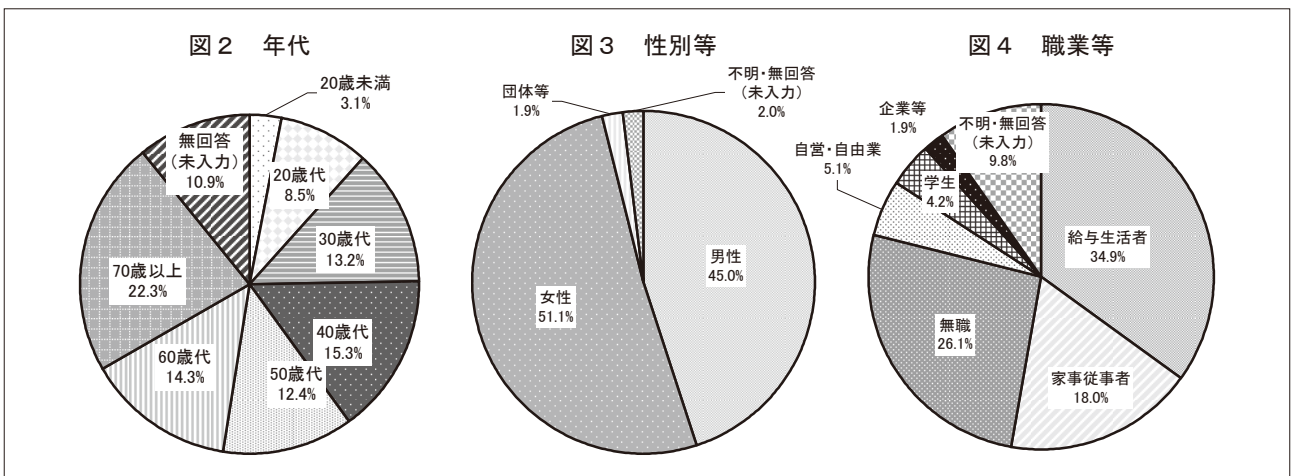
(1) 契約当事者の属性等

契約当事者の年代別、性別、職業別の相談件数は、**図2**、**図3**、**図4**、**図5**のとおりである。

契約当事者の年代の割合をみると、70歳以上の割合が前年度に引き続き増加し、22.3%となった。60歳以上の割合は、合計で約37%と4割近くを占めており、2004年度の60歳以上の合計（約14%）の約2.7倍になっている（**図5**）。高齢化の進展に伴い、高齢者の相談が増加する傾向にあると考えられる。

また、契約した本人が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。2013年度は前年度同様に契約当事者が20歳未満の相談の約7割が契約当事者以外からで、ほとんどは親からの相談である。70歳以上の相談は、約3割が契約当事者以外からで、主に家族のほか、地域包括支援センター等からの相談であった。

図2～4 2013年度の契約当事者の属性（構成比）



(注) 構成比は2013年度の総件数を100として算出した値である。

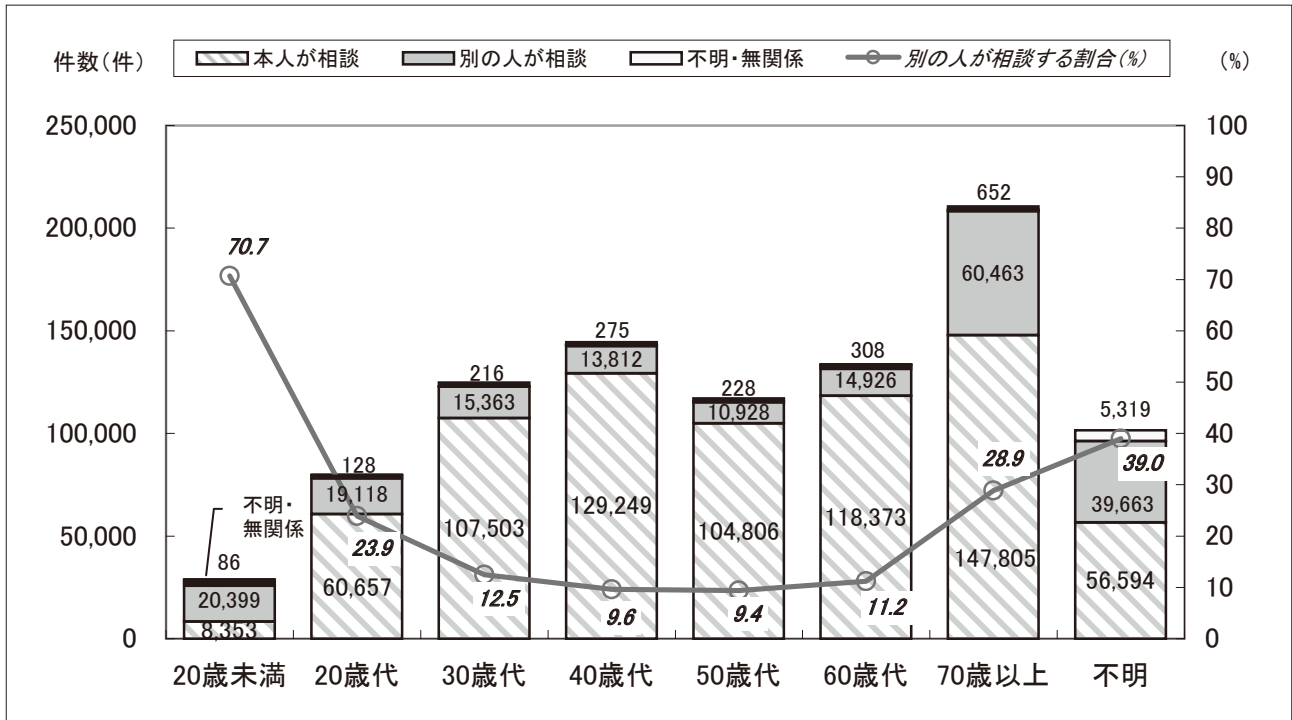
図5 年度別にみた契約当事者年代別割合（2004～2013年度）

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
2004	6.4	20.7	25.5	17.2	11.5	6.8	6.7	5.2
2005	3.9	16.3	19.5	15.0	13.0	12.4	10.7	9.2
2006	3.7	15.3	19.7	14.9	14.4	11.0	12.1	8.9
2007	3.7	15.4	20.8	16.9	14.0	10.2	10.4	8.7
2008	3.1	13.4	19.6	16.6	13.7	11.9	12.2	9.4
2009	3.0	12.1	18.5	16.5	13.3	12.7	13.6	10.2
2010	3.4	10.6	16.8	16.1	13.2	13.8	15.5	10.7
2011	3.4	9.8	15.9	16.3	12.9	14.2	16.8	10.8
2012	3.0	9.2	14.7	16.2	12.8	14.2	18.9	11.0
2013	3.1	8.5	13.2	15.3	12.4	14.3	22.3	10.9

0 20 40 60 80 100 構成比(%)

(注) 構成比は各年度の総件数を100として算出した値である。

図6 契約当事者の年代別相談者の内訳（2013年度）



2 相談にかかわる商品・役務

(1) 商品・役務等別分類にみた相談の状況

相談にかかわった商品と役務の件数と構成比を示したものが**表8**（24～25頁）である。

表9（26～27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**（42～43頁）では、その「商品・役務等」の特徴をまとめた。

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、2013年度は「運輸・通信サービス」が23.2%と最も多い（**表8**）。内訳をみると、「アダルト情報サイト」や「出会い系サイト」、利用した覚えのないサイト利用料の請求（架空請求）やオンラインゲームなどの「デジタルコンテンツその他」などのデジタルコンテンツの相談のほか、光回線などの「インターネット接続回線」、スマートフォンやモバイルデータ通信などの「移動通信サービス」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。「サラ金・フリーローン」の他、「ファンド型投資商品」や「生命保険」等が含まれる。「食料品」が全体に占める割合は8.4%と、前年度の5.9%から大きく増加し、相談件数が3番目に多かった（**表8**）。なお、「食料品」には「健康食品」や「調理食品」等が含まれる。

(2) 2013年度の商品・役務等の傾向

2012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**（14頁）にまとめた。2013年度で特徴的なものは、以下のとおり。

1) 増加の目立つ商品・役務等

①健康食品

2013年度に最も相談が増加したのは、「健康食品」である。前年度に引き続き高齢者宅に注文した覚えのない健康食品が送付されてくる送りつけ商法の相談が多い。

②アダルト情報サイト

「アダルト情報サイト」の相談では、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内容がほとんどである。パソコンを起動するたびに料金を請求する画面が表示され消えなくなり、対処法に困って相談してくるケースも散見される。また、スマートフォンの普及に伴い、スマートフォンからアダルト情報サイトを利用したという相談も増加している。

③商品一般

2013年度の架空請求の相談件数は減少したが、ハガキなどによる身に覚えのない商品の料金の請求（架空請求）や、不審な電話勧誘などの相談が多い。

④調理食品

冷凍食品への農薬（マラチオン）混入事案を受けて、相談が増加した。手元にある商品が自主回収対象品であるか知りたい、事業者と連絡を取りたいといった相談がみられた。

⑤靴・運動靴、かばん、他の身の回り品、時計・時計付属品、婦人洋服、紳士洋服

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多い。業者と連絡が取れないとい

う相談も寄せられた。他の身の回り品では、財布やサングラスなどの相談が目立つ。

⑥インターネット接続回線、移動通信サービス

「インターネット接続回線」では、光回線などのインターネット接続回線のほか、プロバイダの相談が目立つ。プロバイダの相談では、電話勧誘の後、すぐに遠隔操作でプロバイダの乗り換え作業をされたという相談が増加した。また、「移動通信サービス」では、スマートフォンやモバイルデータ通信の相談がみられる。どちらも勧誘時のサービスについての説明不足による解約などの相談が多く寄せられた。

⑦化粧品

薬用化粧品による白斑トラブルが発生し、製品が自主回収されたが、自分の使用している製品は関係があるか確認したいといった反響相談が寄せられた。また、インターネットでサンプルを申し込んだつもりが、定期購入になっていたという相談もみられた。

⑧パソコンソフト

ウイルス対策ソフトなどのセキュリティーソフトウェアに関する相談が寄せられた。パソコンを操作中に使用中のパソコンの危険などを知らせる警告が突然表示され不安になり、セキュリティーソフトウェアをダウンロードしたが解約したいという相談がみられる。

⑨ファンド型投資商品

「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」にかかわる相談が多い。実態不明のファンドや金融商品まがいの権利等のトラブルがみられる。また、プロの投資家向けのファンドを、高齢者を中心とする投資経験の乏しい者に販売したことによるトラブルもみられる。

⑩相談その他

公的機関を装った不審な電話についての相談などがみられる。

⑪エステティックサービス

高額で長期の契約をしたが、途中で解約したいという相談がみられる。契約した事業者が倒産して連絡が付かなくなり、施術を受けられないという相談も寄せられた。

⑫他の台所用品類

景品表示法に違反した漬物容器の相談件数が増加した。事業者と連絡を取りたいという相談が寄せられた。

2) 減少が目立つ商品・役務等

貸金業法、出資法の改正による影響などから「サラ金・フリーローン」に関する相談は2012年度に引き続き減少した。

「デジタルコンテンツその他」の相談件数の減少は、利用した覚えのないサイト利用料の請求（架空請求）の相談件数が減少したことによる影響が大きい。一方、親の知らない間に未成年の子どもがクレジットカード決済でゲームアイテムを購入したといったオンラインゲームの相談が目立つ。

「出会い系サイト」も相談件数は減少したが、そのなかでもSNSをきっかけとした相談の割合は増加傾向にある。

「宝くじ」は、海外から宝くじに当選したかのようなダイレクトメールが届き、その高額な当選金を受け取るための手続料等の名目で金銭を支払うように誘導される海外宝くじの相談が減少した。

「株」「公社債」は、「劇場型勧誘」によるトラブルが多いものの、相談は減少している。その一方で、「劇場型勧誘」に関しては「ファンド型投資商品」のトラブルが拡大するなど、トラブルとなる金融商品に変化がみられる。

表2 2013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	2013年度	2012年度	差	対前年度比	順位	商品・役務等	2013年度	2012年度	差	対前年度比
1	健康食品	46,760	28,061	18,699	1.67	1	サラ金・フリーローン	36,666	45,561	-8,895	0.80
2	アダルト情報サイト	80,127	65,374	14,753	1.23	2	デジタルコンテンツその他	52,073	59,817	-7,744	0.87
3	商品一般	40,546	27,613	12,933	1.47	3	出会い系サイト	13,806	21,134	-7,328	0.65
4	調理食品	7,137	2,010	5,127	3.55	4	宝くじ	3,796	6,490	-2,694	0.58
5	靴・運動靴	7,671	3,834	3,837	2.00	5	他の教養・娯楽サービス	4,094	5,261	-1,167	0.78
6	かばん	6,449	3,785	2,664	1.70	6	株	5,726	6,842	-1,116	0.84
7	他の身の回り品	5,468	2,805	2,663	1.95	7	住宅ローン	2,795	3,432	-637	0.81
8	インターネット接続回線	19,522	16,896	2,626	1.16	8	電話音声情報	1,370	1,964	-594	0.70
9	化粧品	10,243	7,792	2,451	1.31	9	その他金融関連サービス	6,670	7,192	-522	0.93
10	パソコンソフト	5,396	3,443	1,953	1.57	10	公社債	5,766	6,270	-504	0.92
11	ファンド型投資商品	17,216	15,476	1,740	1.11	11	プロパンガス	3,436	3,907	-471	0.88
12	時計・時計付属品	3,312	1,811	1,501	1.83	12	分譲マンション	4,524	4,993	-469	0.91
13	相談その他	18,671	17,386	1,285	1.07	13	賃貸アパート・マンション	33,290	33,708	-418	0.99
14	移动通信サービス	18,850	17,685	1,165	1.07	14	リースサービス	3,145	3,493	-348	0.90
15	婦人洋服	6,695	5,569	1,126	1.20	15	仏具・神具類	863	1,188	-325	0.73
16	エステティックサービス	8,402	7,281	1,121	1.15	16	ミシン	1,517	1,812	-295	0.84
17	他の台所用品類	1,213	158	1,055	7.68	17	携帯電話	8,317	8,607	-290	0.97
18	他の役務サービス	10,940	9,905	1,035	1.10	18	電気	1,900	2,188	-288	0.87
19	社会保険	2,790	1,862	928	1.50	19	本	1,791	2,072	-281	0.86
20	紳士洋服	3,298	2,488	810	1.33	20	興信所	1,729	2,009	-280	0.86

(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（28～29頁）に、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位まで並べたものが表11（30～33頁）である。

70歳未満の各年代にわたって「アダルト情報サイト」の相談が多い。特に、インターネットや携帯電話の利用頻度が高いと思われる40歳代以下では、男女ともに相談が多い。「デジタルコンテンツその他」の相談も多い。

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6割以上を占めている。また「放送サービス」の相談も多い。男性では「電子ゲーム・ソフト」や「自動二輪車」がみられるのに対し、女性では「エステティックサービス」や「コンサート」などがみられる。

さらに、20歳未満では「他の身の回り品」「靴・運動靴」「婦人洋服」「かばん」「紳士洋服」「時計・時計付属品」の相談もみられる。これらは、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、偽物と思われる商品が届いたなどの相談が目立ち、また、20歳代～40歳代にも同様の相談が多くみられる。

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

20歳代では、男女ともに「結婚式関連サービス」に関する相談が入る。男性では「アクセサリ」

が入っているのは、20歳代だけであり、アポイントメントセールスや、デート商法によるトラブルが多い。また、「デジタルディスクソフト」の相談は大学生を中心に広がる投資用DVDのマルチ商法によるトラブルである。女性では「エステティックサービス」や美容医療などの「医療サービス」「美顔器」に関する相談もみられる。

30歳代では、男性では「新築工事」「戸建住宅」「分譲マンション」といった不動産に関する相談が増えてくる。このほか30歳代以上の男性では「ソーラーシステム」といったものもみられる。女性では、20歳代と同様に美容医療などの「医療サービス」の相談もみられる。

40歳代では、男性では不動産に関連する相談として「住宅ローン」が入る。女性では「学習塾・予備校」「補習用教材」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「ファンド型投資商品」や「生命保険」についての相談が寄せられている。「ファンド型投資商品」の相談においては、「代わりに購入すれば高値で買い取る」などと立場の違う複数の業者が、実態不明のファンド等の金融商品や権利などを電話で勧誘する「劇場型勧誘」にかかわる相談が多い。

60歳以上では「ファンド型投資商品」「公社債」「株」などの投資商品に関する相談も多くみられる。また、前年度に引き続き、健康食品の送りつけによる「健康食品」の相談も多い。

70歳以上では「健康食品」に加えて「家庭用電気治療器具」など、健康にまつわる商品が多い。「健康食品」のほかにも、かに等の「鮮魚」が送りつけられたという相談や、訪問販売に関する「ふとん類」や「屋根工事」などの相談も多い。このほか「冠婚葬祭互助会」に関する相談も寄せられた。

3 相談内容別の傾向

相談内容別にみた相談件数の推移、契約当事者年代別相談件数をそれぞれ図7（16頁）、表3（16頁）、表4（17頁）に、商品等分類別、契約当事者の属性別、上位商品・役務等別の件数をそれぞれ表12（34～35頁）、表13（36～37頁）、表14（38～39頁）にまとめた（商品・役務等の傾向や特徴等は表2（14頁）および表16（42～43頁）を参照）。

(1) 「取引」に関する相談

2013年度の相談を相談内容別にみると、解約したいなど「契約・解約」に関する相談が最も多く、次いで、販売手口やセールストーク等に問題がある「販売方法」に関する相談が多い。

これら「契約・解約」と「販売方法」のいずれかが問題となっている「取引」に関する相談は、2005年度から減少していたが2013年度は増加に転じた（図7、表3）。

契約当事者年代別にみると、2013年度は2012年度と比較して、70歳以上の契約当事者からの相談が件数、割合ともに増加した（表4）。高齢者への健康食品の送りつけによる相談が前年度に引き続き増加したことが一因と考えられる。

(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2004年度以降最多の件数となった。

2013年度に相談が増加した背景には、冷凍食品への農薬（マラチオン）混入事案を受けた「調理食品」の相談や、薬用化粧品による白斑トラブルに関連して「化粧品」に関する相談が増加したことが主な原因と考えられる。

(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」の相談件数は年々増加しており、2013年度は前年度に引き続き過去最高の相談件数となった。冷凍食品への農薬（マラチオン）混入事案を受けた「調理食品」の相談について、商品の自主回収を行った事業者の事後対応等に関する苦情などが寄せられたことも増加の一因と考えられる。

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

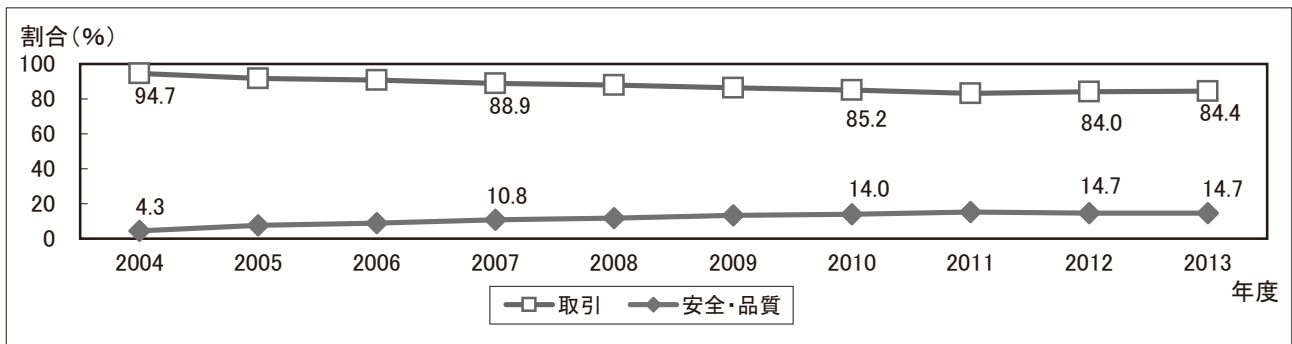


表3 年度別にみた相談内容別分類の相談件数の推移

内容	年度	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
契約・解約		1,646,361	1,086,432	918,997	855,872	761,630	705,964	675,343	619,931	607,068	660,128
販売方法		872,671	583,342	480,369	426,138	369,050	344,090	370,031	401,635	407,220	469,733
価格・料金		131,508	144,760	155,049	163,332	151,326	150,261	173,819	162,753	148,328	154,657
品質・機能・役務品質		79,261	89,128	90,531	104,472	102,765	111,314	116,849	124,624	119,728	130,801
接客対応		64,176	81,804	86,876	101,125	99,877	115,089	121,230	126,528	129,288	140,688
表示・広告		47,090	45,229	41,492	45,360	41,820	41,503	46,090	50,925	49,972	57,534
法規・基準		37,520	43,430	41,312	39,823	36,120	32,379	37,633	34,753	32,843	35,373
安全・衛生		16,641	24,701	24,571	31,259	30,237	33,214	30,206	34,002	29,381	36,754
取引		1,817,504	1,196,975	1,011,068	933,685	835,294	777,813	763,850	736,485	722,716	789,465
安全・品質		82,946	97,818	97,742	113,396	110,862	121,191	125,214	133,449	126,277	137,675

(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	
		2012年度	2013年度	2012年度	2013年度
	合計	722,716 (100.0)	789,465 (100.0)	126,277 (100.0)	137,675 (100.0)
	20歳未満	24,030 (3.3)	27,368 (3.5)	1,542 (1.2)	1,633 (1.2)
	20歳代	70,853 (9.8)	72,261 (9.2)	9,565 (7.6)	9,490 (6.9)
	30歳代	108,233 (15.0)	105,827 (13.4)	20,110 (15.9)	20,060 (14.6)
	40歳代	117,045 (16.2)	120,647 (15.3)	22,876 (18.1)	24,288 (17.6)
	50歳代	90,214 (12.5)	95,111 (12.0)	18,855 (14.9)	20,552 (14.9)
	60歳代	99,102 (13.7)	108,372 (13.7)	20,514 (16.2)	23,348 (17.0)
	70歳以上	140,548 (19.4)	181,923 (23.0)	17,631 (14.0)	21,759 (15.8)

(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**（19頁）、契約当事者の年代構成比を**図8**（20頁）、相談内容別相談件数を**表6**（20頁）、上位商品・役務等相談件数を**表15**（40～41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**（14頁）および**表16**（42～43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」「その他無店舗販売」の販売購入形態を指す。

なお、近年の貴金属などの訪問買取りによる被害の増加を受けて、2012年8月に特定商取引法が改正され、7番目の取引類型として「訪問購入」が追加された（2013年2月より施行）。

（1）店舗購入

「店舗購入」に関する相談はここ数年減少していたが、2013年度は相談件数が増加した（**表5**）。相談内容を見ると、他の販売購入形態に比べて、「安全・衛生」「品質・機能・役務品質」「接客対応」の割合が高い（**表6**）。

また、商品・役務等でみると「賃貸アパート・マンション」の相談件数が最も多く、2番目に多い「サラ金・フリーローン」の相談は前年度に引き続き減少した。また、冷凍食品への農薬（マラチオン）混入事案の影響で「調理食品」の相談が増加した（**表15**）。

（2）店舗外販売

「店舗外販売」に関する相談は「通信販売」や「電話勧誘販売」「ネガティブ・オプション」が相談件数・割合ともに増加している（**表5**）。また、相談内容を見ると「販売方法」や「契約・解約」など「取引」に関するものが多い（**表6**）。以下に「店舗外販売」のうち「訪問販売」「通信販売」「マルチ取引」「電話勧誘販売」「ネガティブ・オプション」「訪問購入」について傾向をまとめた。

①訪問販売

「訪問販売」に関する相談では70歳以上の相談が38.3%と多い（**図8**）。商品・役務等でみると前年度に引き続き「新聞」「放送サービス」「インターネット接続回線」の相談が多く、相談件数はいずれも前年度より増加した。また「修理サービス」「屋根工事」「塗装工事」など、リフォーム工事に関する相談の増加がみられた（**表15**）。

②通信販売

「通信販売」に関する相談が増加し、相談全体に占める割合は30.1%と「店舗購入」（29.7%）を上回り、販売購入形態別で最も多くなった（**表5**）。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、前年度から相談件数も増加した。「デジタルコンテンツその他」「出会い系サイト」が前年度に引き続き上位だが、件数は減少した。また、「健康食品」「靴・運動靴」「かばん」「他の身の回り品」などインターネット通販での相談も増加している。「健康食品」に関しては、サンプルのつもりで申し込んだところ、定期購入になっていたという相談が目立った（**表15**）。

③マルチ取引

「マルチ取引」に関する相談は2008年度以降減少しているが、2013年度の全体に占める割合は前年

度とほぼ同じ1.1%である（表5）。マルチ取引では20歳代が3割を占めている（図8 20頁）。商品・役務等では新たに「デジタルディスクソフト」「教養娯楽・資格教材」の相談が見られる。これは大学生を中心に広がる投資用DVDのマルチ商法である（表15 40～41頁）。

④電話勧誘販売

「電話勧誘販売」は2009年度以降、件数・割合ともに増加している（表5）。2013年度は健康食品の送りつけ商法の「健康食品」の相談件数が2012年度の倍以上となった影響で70歳以上の相談が54.4%と半数を超えた（図8）。また「インターネット接続回線」に関するトラブルも増加し、「ファンド型投資商品」と順位が逆転した（表15）。

⑤ネガティブ・オプション

「ネガティブ・オプション」が全体に占める割合は、0.8%と少ないものの、健康食品の送りつけ商法の急増により、相談件数が急増した（表5、表15）。

⑥訪問購入

「訪問購入」が全体に占める割合は0.8%で、70歳代の契約者が43.9%と多い（表5、図8）。商品別では「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 (%)							
2004	1,919,674 (100.0)	230,301 (12.0)	168,344 (8.8)	1,245,539 (64.9)	20,070 (1.0)	87,415 (4.6)	5,036 (0.3)	—	12,764 (0.7)	1,539,168 (80.2)
2005	1,303,588 (100.0)	266,246 (20.4)	170,166 (13.1)	538,040 (41.3)	21,700 (1.7)	70,761 (5.4)	4,613 (0.4)	—	14,388 (1.1)	819,668 (62.9)
2006	1,113,145 (100.0)	291,355 (26.2)	140,554 (12.6)	368,737 (33.1)	21,338 (1.9)	59,669 (5.4)	6,739 (0.6)	—	12,635 (1.1)	609,672 (54.8)
2007	1,050,826 (100.0)	337,795 (32.1)	118,042 (11.2)	336,646 (32.0)	24,332 (2.3)	52,888 (5.0)	3,032 (0.3)	—	12,195 (1.2)	547,135 (52.1)
2008	950,502 (100.0)	328,206 (34.5)	99,580 (10.5)	280,820 (29.5)	19,159 (2.0)	49,273 (5.2)	3,057 (0.3)	—	10,377 (1.1)	462,266 (48.6)
2009	902,213 (100.0)	329,326 (36.5)	97,867 (10.8)	249,376 (27.6)	15,788 (1.7)	49,587 (5.5)	2,554 (0.3)	—	9,594 (1.1)	424,766 (47.1)
2010	896,971 (100.0)	324,403 (36.2)	98,916 (11.0)	243,405 (27.1)	11,635 (1.3)	64,183 (7.2)	2,905 (0.3)	—	9,851 (1.1)	430,895 (48.0)
2011	883,794 (100.0)	288,283 (32.6)	97,170 (11.0)	268,830 (30.4)	10,234 (1.2)	69,826 (7.9)	2,135 (0.2)	—	8,928 (1.0)	457,123 (51.7)
2012	860,427 (100.0)	271,118 (31.5)	92,003 (10.7)	256,649 (29.8)	10,171 (1.2)	79,990 (9.3)	4,210 (0.5)	689 (0.1)	8,548 (1.0)	452,260 (52.6)
2013	935,224 (100.0)	277,442 (29.7)	90,529 (9.7)	281,797 (30.1)	9,964 (1.1)	101,945 (10.9)	7,543 (0.8)	7,381 (0.8)	8,120 (0.9)	507,279 (54.2)

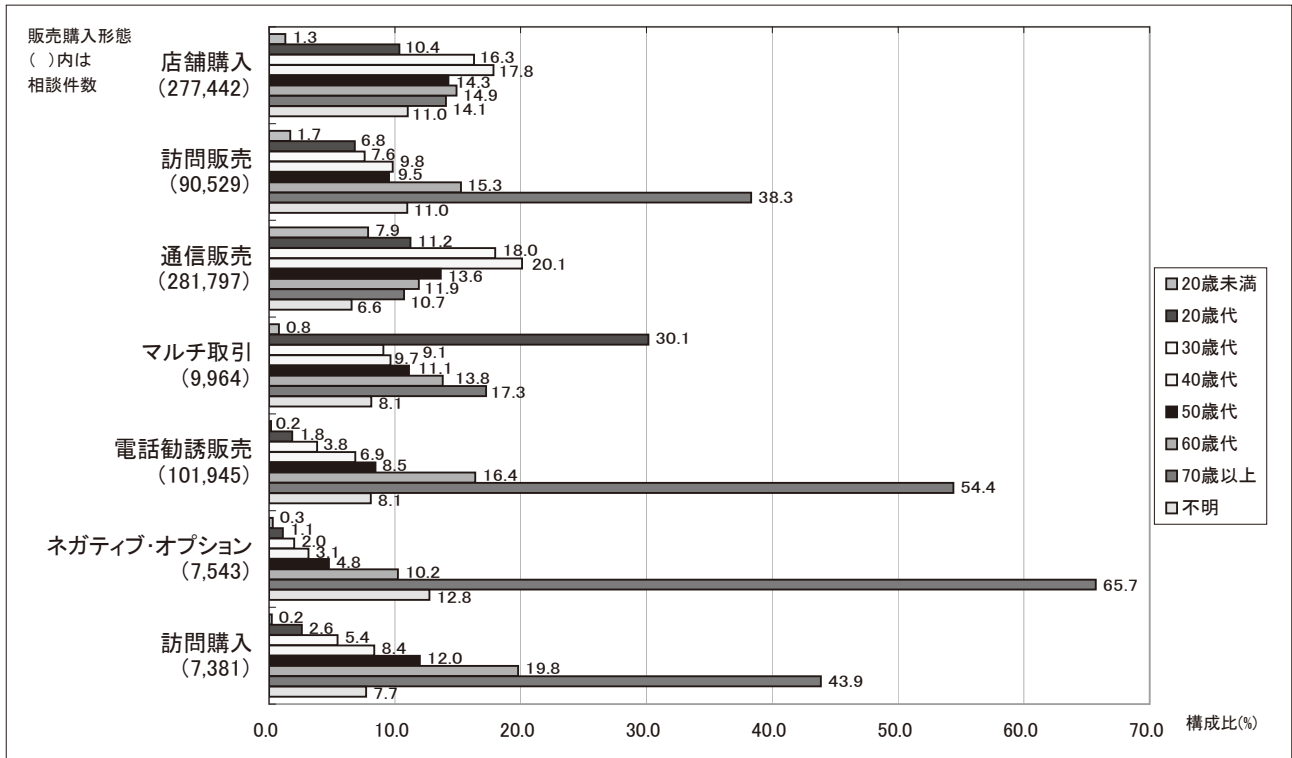
(注1) 表中の構成比は年度別総件数を100として算出した値である。

(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」「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」が新設されている。

図8 主な販売購入形態別に見た契約当事者年代構成比（2013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」が新設されている。

表6 販売購入形態別に見た相談内容別相談件数・構成比（2013年度）

販売形態	相談内容	計	相談内容別相談件数・構成比										
			安全・衛生	役品質・品質・機能	法規・基準	価格・料金	計量・量目	表示・広告	販売方法	契約・解約	接客対応	包装・容器	施設・設備
店舗購入		277,442 (100.0)	25,927 (9.3)	81,813 (29.5)	14,616 (5.3)	62,885 (22.7)	938 (0.3)	14,335 (5.2)	47,644 (17.2)	191,204 (68.9)	72,930 (26.3)	654 (0.2)	1,010 (0.4)
訪問販売		90,529 (100.0)	755 (0.8)	5,728 (6.3)	2,936 (3.2)	17,934 (19.8)	63 (0.1)	1,681 (1.9)	67,326 (74.4)	71,284 (78.7)	10,761 (11.9)	19 (0.0)	121 (0.1)
通信販売		281,797 (100.0)	3,518 (1.2)	22,856 (8.1)	6,045 (2.1)	39,854 (14.1)	261 (0.1)	31,824 (11.3)	203,389 (72.2)	231,270 (82.1)	26,793 (9.5)	243 (0.1)	112 (0.0)
マルチ取引		9,964 (100.0)	227 (2.3)	656 (6.6)	360 (3.6)	1,379 (13.8)	3 (0.0)	99 (1.0)	8,213 (82.4)	7,491 (75.2)	497 (5.0)	5 (0.1)	3 (0.0)
電話勧誘販売		101,945 (100.0)	332 (0.3)	1,828 (1.8)	1,848 (1.8)	10,103 (9.9)	39 (0.0)	2,538 (2.5)	92,340 (90.6)	61,088 (59.9)	6,760 (6.6)	26 (0.0)	53 (0.1)
ネガティブ・オプション		7,543 (100.0)	21 (0.3)	53 (0.7)	90 (1.2)	664 (8.8)	5 (0.1)	93 (1.2)	6,927 (91.8)	5,127 (68.0)	349 (4.6)	4 (0.1)	2 (0.0)
訪問購入		7,381 (100.0)	23 (0.3)	175 (2.4)	256 (3.5)	680 (9.2)	9 (0.1)	199 (2.7)	5,831 (79.0)	4,118 (55.8)	756 (10.2)	1 (0.0)	2 (0.0)
その他無店舗販売		8,120 (110.0)	304 (4.1)	1,268 (17.2)	472 (6.4)	2,010 (27.2)	31 (0.4)	530 (7.2)	3,720 (50.4)	5,880 (79.7)	1,281 (17.4)	18 (0.2)	54 (0.7)

(注1) 表中の構成比は各形態別の全体数を100として算出した値である。

(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」が新設されている。

5 契約金額等

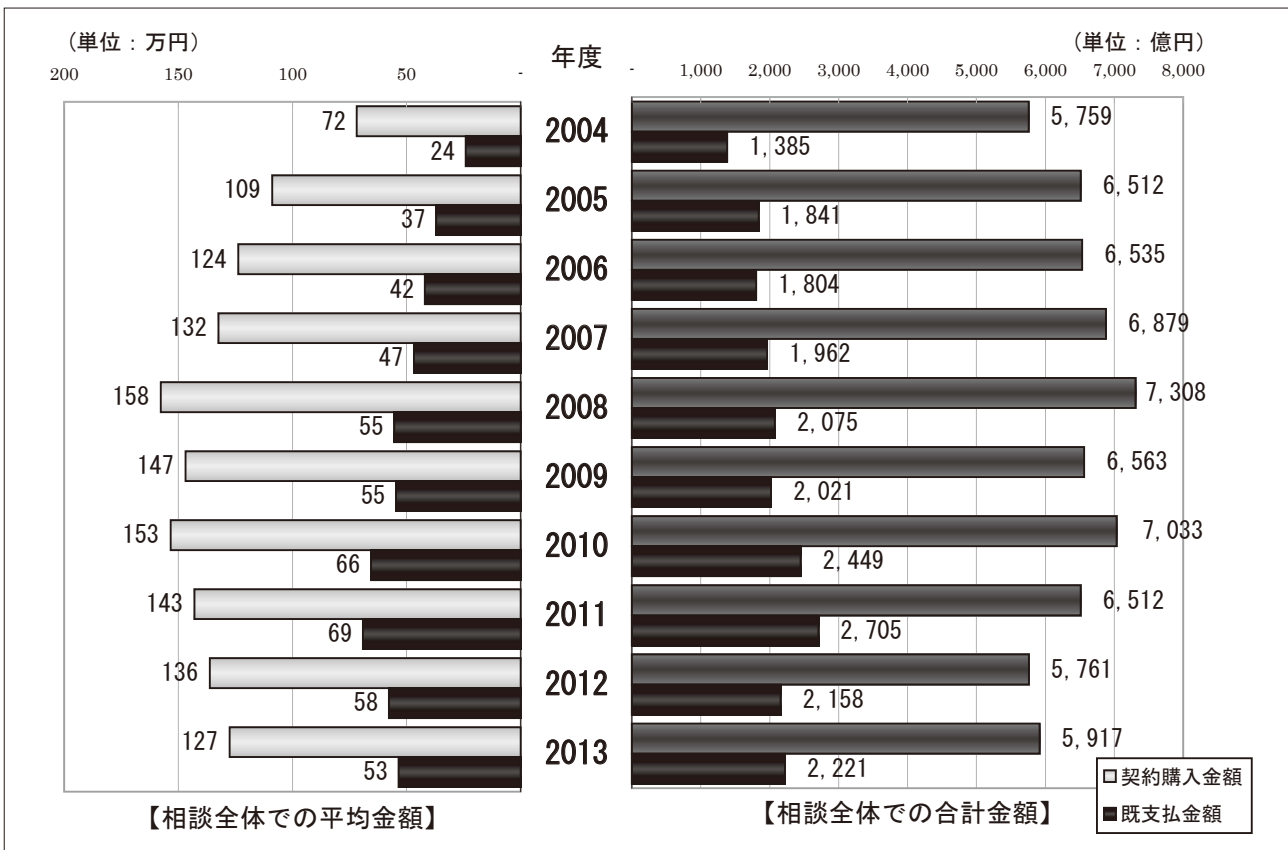
(1) 契約購入金額および既支払金額

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。

2013年度は、契約購入金額および既支払金額の平均金額が、前年度よりも減少した。一方、合計金額では、契約購入金額、既支払金額ともに、前年度をやや上回った。

契約購入金額の平均金額の減少は、金額の大きな「サラ金・フリーローン」の相談件数が前年度に引き続き減少したことが要因と考えられ、既支払金額の平均金額の減少は、金融商品と比べて単価が相対的に低い「健康食品」等の相談が増加したことの影響が考えられる。

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について表7にまとめた。

「信用供与無し」では、「他の前払式」の相談件数が増えているが、これは「インターネット通販」の前払いによるトラブルが急増した影響である。

「販売信用」の内訳をみると「2カ月内払い」が引き続き増加して約35%となり、前年度から「個別信用」（約26%）より多い状況が続いている。ほとんどがクレジットカードを利用したものである。「2カ月内払い」に含まれる相談としては、「オンラインゲーム」や「出会い系サイト」などのデジタルコンテンツに関するものが多い。また「インターネット通販」の相談の増加も「2カ月内払い」の増加の一因となっている。一方「個別信用」として多いものは「四輪自動車」や「ソーラーシステム」などである。

また「サラ金・フリーローン」の相談件数が減少したことから、「借金契約」の割合は前年度に続き減少した。

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	2004	2005	2006	2007	2008	2009			2010	2011	2012	2013
		上段：件数						下段：構成比 (%)					
合計		1,645,536 (100.0)	1,047,210 (100.0)	885,250 (100.0)	861,770 (100.0)	768,646 (100.0)	723,704 (100.0)	合計		706,011 (100.0)	682,973 (100.0)	643,409 (100.0)	689,240 (100.0)
信用供与無し (小計)		1,388,341 (84.4)	792,360 (75.7)	633,916 (71.6)	623,279 (72.3)	554,911 (72.2)	541,554 (74.8)	信用供与無し (小計)		528,920 (74.9)	543,702 (79.6)	516,400 (80.3)	561,921 (81.5)
即時払		1,137,056 (81.9)	625,126 (78.9)	499,326 (78.8)	496,309 (79.6)	433,018 (78.0)	423,641 (78.2)	即時払		420,703 (79.5)	433,060 (79.7)	405,935 (78.6)	435,577 (77.5)
前払式割賦		630 (0.0)	493 (0.1)	450 (0.1)	438 (0.1)	411 (0.1)	370 (0.1)	前払式割賦		462 (0.1)	711 (0.1)	1,326 (0.3)	1,024 (0.2)
前払式特定		1,936 (0.1)	2,295 (0.3)	2,549 (0.4)	2,687 (0.4)	2,608 (0.5)	2,599 (0.5)	前払式特定		2,533 (0.5)	3,032 (0.6)	2,555 (0.5)	3,249 (0.6)
他の前払式		3,255 (0.2)	4,817 (0.6)	4,632 (0.7)	6,809 (1.1)	8,096 (1.5)	6,281 (1.2)	他の前払式		6,793 (1.3)	6,789 (1.2)	8,123 (1.6)	17,208 (3.1)
販売信用 (小計)		142,268 (8.6)	140,025 (13.4)	124,622 (14.1)	110,005 (12.8)	88,729 (11.5)	83,609 (11.6)	販売信用 (小計)		79,370 (11.2)	76,108 (11.1)	74,708 (11.6)	84,777 (12.3)
自社割賦		3,820 (2.7)	3,522 (2.5)	3,587 (2.9)	5,093 (4.6)	5,870 (6.6)	6,587 (7.9)	自社割賦		7,697 (9.7)	7,184 (9.4)	6,988 (9.4)	7,296 (8.6)
総合割賦		8,479 (6.0)	10,072 (7.2)	11,635 (9.3)	13,102 (11.9)	14,383 (16.2)	18,195 (21.8)	包括信用		22,385 (28.2)	21,320 (28.0)	18,912 (25.3)	19,846 (23.4)
個品割賦		107,986 (75.9)	102,111 (72.9)	87,296 (70.0)	69,342 (63.0)	45,387 (51.2)	33,750 (40.4)	個別信用		29,816 (37.6)	23,621 (31.0)	20,863 (27.9)	21,691 (25.6)
ローン提携販売		5,062 (3.6)	6,487 (4.6)	6,585 (5.3)	6,592 (6.0)	7,184 (8.1)	7,909 (9.5)	ローン提携販売		440 (0.6)	527 (0.7)	796 (1.1)	953 (1.1)
翌月一括・ ボーナス一括		7,153 (5.0)	8,826 (6.3)	8,352 (6.7)	9,228 (8.4)	9,523 (10.7)	11,078 (13.2)	2カ月内払い		13,236 (16.7)	18,410 (24.2)	22,181 (29.7)	29,934 (35.3)
他の販売信用		2,518 (1.8)	3,050 (2.2)	2,259 (1.8)	2,015 (1.8)	1,878 (2.1)	1,684 (2.0)	他の販売信用		1,597 (2.0)	1,015 (1.3)	884 (1.2)	819 (1.0)
借金契約		114,927 (7.0)	114,825 (11.0)	126,712 (14.3)	128,486 (14.9)	125,006 (16.3)	98,541 (13.6)	借金契約		97,721 (13.8)	63,163 (9.2)	52,301 (8.1)	42,542 (6.2)

(注1) 合計には不明・無関係を含まない。「信用供与無し」の内訳の構成比は「信用供与無し」の小計値、「販売信用」の内訳の構成比は「販売信用」の小計値を100として算出した値である。

(注2) 割賦販売法の改正に伴い、2010年度受付分から、販売信用の内訳について区分を変更した。PIO-NETでは、契約日に関係なく、受付日が2010年度のものについては、新しい区分としている。

6 販売方法や手口等

販売方法に問題のある相談は469,733件と総相談件数の約5割を占めており（表3 16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」に関する相談情報も多い。販売方法・手口について相談件数が上位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・役務等についての特徴を表17（44～45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163,468件であり、契約当事者は30歳代から40歳代の給与生活者に多い。「インターネット通販」の約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約7割となる。「靴・運動靴」や「かばん」については、前払いしたものの商品が届かないという相談や、注文したものと異なる商品が届いたといった相談が増加した。

また、「ワンクリック請求」や「無料商法」についても「アダルト情報サイト」に関する相談が多い。

「インターネット通販」に次いで多いのが「電話勧誘販売」であり、増加傾向にある。前年度に引き続き「健康食品」に関する相談が増加し、約3割を占めるようになった。

「家庭訪販」は、前年度よりも増加しており、契約当事者は60歳以上が多い。主な商品・役務等をみると「新聞」「放送サービス」などが多い。

「利殖商法」は「ファンド型投資商品」などの金融商品に関する相談が多く、平均契約金額約860万円、平均既支払金額約560万円と、上位販売方法・手口のなかで高額となっている。

「劇場型勧誘」は「利殖商法」のトラブルに多くみられる手口であり、「代わりに購入すれば高値で買い取る」などと立場の違う複数の業者が、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。平均契約金額約960万円、平均既支払金額約280万円と「利殖商法」同様に高額となっている。

「被害にあった人を勧誘（二次被害）」に関する相談とは、一度被害にあった人を再び勧誘して、「損を取り戻す」などと勧誘し、別の投資商品等を購入させる手口である。消費生活センターや公的機関を思わせる名称をかたり、「未公開株」「公社債」「ファンド型投資商品」など投資によって経済的損失を被っている人に対して過去の被害の救済を装って電話勧誘をした後、公的機関を思わせる形式の手続き書類を使うなどの手口もみられる。

その他、2013年度に増加した販売方法・手口としては、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「かたり商法（身分詐称）」や事業者から「健康食品」などの注文した覚えのない商品が送られてきたという「ネガティブ・オプション（送りつけ商法）」などがあげられる。

また、特定商取引法の改正により新設された「訪問購入」も販売方法に問題がある相談が多い。

表8-1 年度別にみた商品等分類別相談件数・構成比の推移

商品等分類 年度	年度別総件数	商品一般	食料品	住居品	光熱水品	被服品	保健衛生品	教養娯楽品	車両・乗り物	土地・建物・設備	他の商品	商品全体
		上段：件数 中段：構成比(%) 下段：総合順位										
2004	1,919,674 (100.0)	73,024 (3.8) 4	27,314 (1.4) 11	53,930 (2.8) 5	3,758 (0.2) 22	32,700 (1.7) 9	37,496 (2.0) 8	90,859 (4.7) 3	19,515 (1.0) 16	27,019 (1.4) 12	527 (0.0) 25	366,142 (19.1)
2005	1,303,588 (100.0)	228,742 (17.5) 2	29,709 (2.3) 14	54,527 (4.2) 6	5,007 (0.4) 22	34,211 (2.6) 9	33,731 (2.6) 10	88,688 (6.8) 4	21,728 (1.7) 15	34,493 (2.6) 8	579 (0.0) 25	531,415 (40.8)
2006	1,113,145 (100.0)	191,976 (17.2) 2	27,317 (2.5) 13	50,617 (4.5) 6	5,297 (0.5) 22	34,092 (3.1) 8	29,351 (2.6) 11	81,892 (7.4) 4	20,666 (1.9) 15	31,151 (2.8) 9	661 (0.1) 25	473,020 (42.5)
2007	1,050,826 (100.0)	85,999 (8.2) 3	35,555 (3.4) 9	44,739 (4.3) 7	6,628 (0.6) 21	29,514 (2.8) 12	27,417 (2.6) 13	76,241 (7.3) 4	20,211 (1.9) 15	29,700 (2.8) 10	622 (0.1) 25	356,626 (33.9)
2008	950,502 (100.0)	60,073 (6.3) 4	38,400 (4.0) 7	38,316 (4.0) 8	10,111 (1.1) 19	26,608 (2.8) 12	23,104 (2.4) 13	68,597 (7.2) 3	19,773 (2.1) 16	31,994 (3.4) 10	648 (0.1) 25	317,624 (33.4)
2009	902,213 (100.0)	45,707 (5.1) 5	39,339 (4.4) 7	39,554 (4.4) 6	8,657 (1.0) 19	25,924 (2.9) 12	24,013 (2.7) 14	71,622 (7.9) 3	23,021 (2.6) 15	34,398 (3.8) 9	747 (0.1) 25	312,982 (34.7)
2010	896,971 (100.0)	26,354 (2.9) 12	37,261 (4.2) 6	38,250 (4.3) 5	11,129 (1.2) 18	27,697 (3.1) 11	22,102 (2.5) 15	72,508 (8.1) 3	22,830 (2.5) 14	35,210 (3.9) 8	1,297 (0.1) 25	294,638 (32.8)
2011	883,794 (100.0)	23,018 (2.6) 14	37,619 (4.3) 6	34,694 (3.9) 8	8,856 (1.0) 18	30,027 (3.4) 11	25,334 (2.9) 13	70,211 (7.9) 3	21,832 (2.5) 16	32,613 (3.7) 9	2,069 (0.2) 23	286,273 (32.4)
2012	860,427 (100.0)	27,613 (3.2) 13	50,420 (5.9) 4	33,185 (3.9) 7	9,044 (1.1) 18	32,451 (3.8) 9	21,257 (2.5) 16	66,912 (7.8) 3	21,859 (2.5) 15	31,232 (3.6) 11	1,885 (0.2) 24	295,858 (34.4)
2013	935,224 (100.0)	40,546 (4.3) 8	78,835 (8.4) 3	39,784 (4.3) 9	8,081 (0.9) 18	45,537 (4.9) 6	25,363 (2.7) 14	72,977 (7.8) 4	23,321 (2.5) 16	31,822 (3.4) 11	2,330 (0.2) 24	368,596 (39.4)

(注) 表中の構成比は年度別総件数を100として算出した値である。

表8-2 年度別にみた商品等分類別相談件数・構成比の推移

年度	商品等分類	クリーニング	リース・貸借	工事・建築・加工	修理・補修	管理・保管	役務一般	金融・保険サービス	運輸・通信サービス	教育サービス	教養・娯楽サービス	保健・福祉サービス	他の役務	内職・副業・ねずみ講	他の行政サービス	役務全体	他の相談
		上段：件数							中段：構成比 (%)				下段：総合順位				
2004		10,434 (0.5) 19	49,394 (2.6) 6	26,523 (1.4) 14	10,449 (0.5) 18	880 (0.0) 24	8,914 (0.5) 20	160,034 (8.3) 2	1,140,433 (59.4) 1	6,517 (0.3) 21	40,855 (2.1) 7	30,144 (1.6) 10	27,001 (1.4) 13	23,112 (1.2) 15	1,384 (0.1) 23	1,536,074 (80.0)	17,458 (0.9) 17
2005		10,121 (0.8) 19	55,854 (4.3) 5	33,110 (2.5) 11	10,874 (0.8) 18	1,115 (0.1) 24	7,985 (0.6) 20	163,692 (12.6) 3	331,510 (25.4) 1	7,153 (0.5) 21	46,981 (3.6) 7	31,108 (2.4) 12	30,695 (2.4) 13	19,499 (1.5) 17	2,473 (0.2) 23	752,170 (57.7)	20,003 (1.5) 16
2006		9,539 (0.9) 19	51,689 (4.6) 5	25,351 (2.3) 14	9,669 (0.9) 18	1,280 (0.1) 24	7,732 (0.7) 20	175,608 (15.8) 3	215,062 (19.3) 1	6,110 (0.5) 21	41,003 (3.7) 7	29,860 (2.7) 10	28,896 (2.6) 12	15,949 (1.4) 17	2,673 (0.2) 23	620,421 (55.7)	19,704 (1.8) 16
2007		8,891 (0.8) 19	49,839 (4.7) 6	23,774 (2.3) 14	10,612 (1.0) 18	1,481 (0.1) 24	5,563 (0.5) 22	174,734 (16.6) 2	251,938 (24.0) 1	7,396 (0.7) 20	53,901 (5.1) 5	36,487 (3.5) 8	29,681 (2.8) 11	16,585 (1.6) 17	3,401 (0.3) 23	674,283 (64.2)	19,917 (1.9) 16
2008		8,498 (0.9) 20	50,299 (5.3) 5	23,071 (2.4) 14	10,315 (1.1) 18	1,656 (0.2) 24	3,280 (0.3) 23	170,610 (17.9) 2	213,295 (22.4) 1	5,483 (0.6) 21	37,808 (4.0) 9	39,258 (4.1) 6	30,843 (3.2) 11	14,124 (1.5) 17	4,137 (0.4) 22	612,677 (64.5)	20,201 (2.1) 15
2009		7,645 (0.8) 20	57,139 (6.3) 4	24,180 (2.7) 13	11,739 (1.3) 17	1,851 (0.2) 24	2,716 (0.3) 23	152,011 (16.8) 2	191,468 (21.2) 1	5,129 (0.6) 21	35,580 (3.9) 8	32,320 (3.6) 11	32,866 (3.6) 10	9,685 (1.1) 18	4,120 (0.5) 22	568,449 (63.0)	20,782 (2.3) 16
2010		6,745 (0.8) 19	52,857 (5.9) 4	25,641 (2.9) 13	12,200 (1.4) 17	2,002 (0.2) 24	2,584 (0.3) 23	162,046 (18.1) 2	201,946 (22.5) 1	5,146 (0.6) 21	33,804 (3.8) 9	29,514 (3.3) 10	35,492 (4.0) 7	6,520 (0.7) 20	4,067 (0.5) 22	580,564 (64.7)	21,769 (2.4) 16
2011		6,621 (0.7) 19	51,237 (5.8) 4	28,103 (3.2) 12	13,829 (1.6) 17	2,041 (0.2) 25	2,060 (0.2) 24	136,586 (15.5) 2	216,315 (24.5) 1	4,771 (0.5) 21	35,454 (4.0) 7	30,277 (3.4) 10	38,256 (4.3) 5	4,866 (0.6) 20	4,569 (0.5) 22	574,985 (65.1)	22,536 (2.5) 15
2012		6,169 (0.7) 19	47,458 (5.5) 5	27,802 (3.2) 12	12,319 (1.4) 17	2,119 (0.2) 23	1,781 (0.2) 25	114,842 (13.3) 2	211,976 (24.6) 1	4,638 (0.5) 20	33,177 (3.9) 8	32,330 (3.8) 10	38,714 (4.5) 6	4,179 (0.5) 21	4,077 (0.5) 22	541,581 (62.9)	22,988 (2.7) 14
2013		5,993 (0.6) 19	46,836 (5.0) 5	31,143 (3.3) 12	12,562 (1.3) 17	2,356 (0.3) 23	2,184 (0.2) 25	104,670 (11.2) 2	216,600 (23.2) 1	4,906 (0.5) 20	30,018 (3.2) 13	36,318 (3.9) 10	40,881 (4.4) 7	3,653 (0.4) 22	4,521 (0.5) 21	542,641 (58.0)	23,987 (2.6) 15

(注) 表中の構成比は年度別総件数を100として算出した値である。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」及び「内職・副業・ねずみ講」については2008年度以前と2009年度以降での時系列の比較はできない）。

表9-1 年度別にみた上位商品・役務等別相談件数（2009～2011年度）

2009年度		件数 割合 (%)	2010年度		件数 割合 (%)	2011年度		件数 割合 (%)
全 体		902,213 (100.0)	全 体		896,971 (100.0)	全 体		883,794 (100.0)
順位	商品・役務等		順位	商品・役務等		順位	商品・役務等	
1	サラ金・フリーローン	93,200 (10.3)	1	サラ金・フリーローン	90,251 (10.1)	1	アダルト情報サイト	95,634 (10.8)
2	アダルト情報サイト	55,265 (6.1)	2	アダルト情報サイト	85,834 (9.6)	2	サラ金・フリーローン	56,614 (6.4)
3	デジタルコンテンツ その他	51,478 (5.7)	3	賃貸アパート・ マンション	37,705 (4.2)	3	賃貸アパート・ マンション	36,539 (4.1)
4	商品一般	45,707 (5.1)	4	デジタルコンテンツ その他	32,532 (3.6)	4	デジタルコンテンツ その他	35,216 (4.0)
5	賃貸アパート・ マンション	39,379 (4.4)	5	出会い系サイト	28,541 (3.2)	5	出会い系サイト	26,419 (3.0)
6	出会い系サイト	33,486 (3.7)	6	商品一般	26,354 (2.9)	6	商品一般	23,018 (2.6)
7	相談その他	16,224 (1.8)	7	相談その他	16,863 (1.9)	7	ファンド型投資商品	18,461 (2.1)
8	四輪自動車	15,766 (1.7)	8	四輪自動車	15,462 (1.7)	8	相談その他	17,084 (1.9)
9	移動通信サービス	13,749 (1.5)	9	インターネット 接続回線	12,665 (1.4)	9	四輪自動車	14,760 (1.7)
10	健康食品	13,166 (1.5)	10	新聞	12,638 (1.4)	10	移動通信サービス	14,460 (1.6)
11	新聞	12,333 (1.4)	11	健康食品	12,454 (1.4)	11	インターネット 接続回線	14,024 (1.6)
12	生命保険	11,411 (1.3)	12	移動通信サービス	12,178 (1.4)	12	放送サービス	12,918 (1.5)
13	エステティック サービス	10,523 (1.2)	13	放送サービス	11,581 (1.3)	13	修理サービス	12,883 (1.5)
14	修理サービス	10,466 (1.2)	14	修理サービス	11,288 (1.3)	14	新聞	12,617 (1.4)
15	放送サービス	9,458 (1.0)	15	株	10,247 (1.1)	15	健康食品	12,484 (1.4)
16	インターネット 接続回線	8,992 (1.0)	16	生命保険	10,211 (1.1)	16	化粧品	10,786 (1.2)
17	分譲マンション	8,454 (0.9)	17	その他金融関連 サービス	8,177 (0.9)	17	公社債	9,359 (1.1)
18	ふとん類	7,921 (0.9)	18	アクセサリー	8,033 (0.9)	18	アクセサリー	9,338 (1.1)
19	化粧品	7,843 (0.9)	19	エステティックサービ ス	7,829 (0.9)	19	株	9,158 (1.0)
20	クリーニング	7,645 (0.8)	20	分譲マンション	7,673 (0.9)	20	生命保険	9,136 (1.0)
21	株	7,535 (0.8)	21	化粧品	7,472 (0.8)	21	宝くじ	8,944 (1.0)
22	携帯電話	7,085 (0.8)	22	ファンド型投資商品	7,201 (0.8)	22	他の役務サービス	8,630 (1.0)
23	アクセサリー	6,609 (0.7)	23	携帯電話	6,816 (0.8)	23	その他金融関連 サービス	7,886 (0.9)
24	その他金融関連 サービス	6,419 (0.7)	24	公社債	6,814 (0.8)	24	携帯電話	7,855 (0.9)
25	宝くじ	6,059 (0.7)	25	クリーニング	6,745 (0.8)	25	エステティック サービス	7,535 (0.9)

(注) 表中の割合は年度別総件数を100として算出した値である。

表9-2 年度別にみた上位商品・役務等別相談件数（2012～2013年度）

2012年度		件数 割合 (%)	2013年度		件数 割合 (%)
全 体		860,427 (100.0)	全 体		935,224 (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	65,374 (7.6)	1	アダルト情報サイト	80,127 (8.6)
2	デジタルコンテンツ その他	59,817 (7.0)	2	デジタルコンテンツ その他	52,073 (5.6)
3	サラ金・フリーローン	45,561 (5.3)	3	健康食品	46,760 (5.0)
4	賃貸アパート・ マンション	33,708 (3.9)	4	商品一般	40,546 (4.3)
5	健康食品	28,061 (3.3)	5	サラ金・フリーローン	36,666 (3.9)
6	商品一般	27,613 (3.2)	6	賃貸アパート・ マンション	33,290 (3.6)
7	出会い系サイト	21,134 (2.5)	7	インターネット 接続回線	19,522 (2.1)
8	移動通信サービス	17,685 (2.1)	8	移動通信サービス	18,850 (2.0)
9	相談その他	17,386 (2.0)	9	相談その他	18,671 (2.0)
10	インターネット 接続回線	16,896 (2.0)	10	ファンド型投資商品	17,216 (1.8)
11	ファンド型投資商品	15,476 (1.8)	11	四輪自動車	14,659 (1.6)
12	四輪自動車	14,834 (1.7)	12	出会い系サイト	13,806 (1.5)
13	新聞	11,757 (1.4)	13	放送サービス	12,264 (1.3)
14	放送サービス	11,536 (1.3)	14	新聞	12,109 (1.3)
15	修理サービス	11,410 (1.3)	15	修理サービス	11,621 (1.2)
16	他の役務サービス	9,905 (1.2)	16	他の役務サービス	10,940 (1.2)
17	生命保険	8,968 (1.0)	17	化粧品	10,243 (1.1)
18	携帯電話	8,607 (1.0)	18	アクセサリー	8,785 (0.9)
19	アクセサリー	8,092 (0.9)	19	生命保険	8,768 (0.9)
20	化粧品	7,792 (0.9)	20	エステティック サービス	8,402 (0.9)
21	エステティック サービス	7,281 (0.8)	21	携帯電話	8,317 (0.9)
22	その他金融関連 サービス	7,192 (0.8)	22	靴・運動靴	7,671 (0.8)
23	医療サービス	6,870 (0.8)	23	医療サービス	7,418 (0.8)
24	株	6,842 (0.8)	24	調理食品	7,137 (0.8)
25	宝くじ	6,490 (0.8)	25	婦人洋服	6,695 (0.7)

(注) 表中の割合は年度別総件数を100として算出した値である。

表10-1 2013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	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		935,224 (100.0)	40,546 (4.3)	78,835 (8.4)	39,784 (4.3)	8,081 (0.9)	45,537 (4.9)	25,363 (2.7)	72,977 (7.8)	23,321 (2.5)	31,822 (3.4)	2,330 (0.2)	368,596 (39.4)
年代	20歳未満	28,838 (100.0)	270 (0.9)	377 (1.3)	117 (0.4)	29 (0.1)	1,802 (6.2)	258 (0.9)	1,970 (6.8)	513 (1.8)	11 (0.0)	3 (0.0)	5,350 (18.6)
	20歳代	79,903 (100.0)	1,829 (2.3)	2,118 (2.7)	1,739 (2.2)	264 (0.3)	7,137 (8.9)	1,848 (2.3)	6,782 (8.5)	3,132 (3.9)	923 (1.2)	37 (0.0)	25,809 (32.3)
	30歳代	123,082 (100.0)	2,812 (2.3)	3,809 (3.1)	4,007 (3.3)	781 (0.6)	9,179 (7.5)	2,045 (1.7)	10,301 (8.4)	4,799 (3.9)	4,298 (3.5)	51 (0.0)	42,082 (34.2)
	40歳代	143,336 (100.0)	4,065 (2.8)	5,650 (3.9)	4,883 (3.4)	1,211 (0.8)	7,944 (5.5)	2,842 (2.0)	12,805 (8.9)	4,839 (3.4)	5,115 (3.6)	128 (0.1)	49,482 (34.5)
	50歳代	115,962 (100.0)	4,418 (3.8)	6,318 (5.4)	5,017 (4.3)	1,256 (1.1)	5,112 (4.4)	3,096 (2.7)	9,096 (7.8)	3,326 (2.9)	4,364 (3.8)	175 (0.2)	42,178 (36.4)
	60歳代	133,607 (100.0)	6,719 (5.0)	10,905 (8.2)	7,262 (5.4)	1,513 (1.1)	4,648 (3.5)	4,559 (3.4)	9,493 (7.1)	2,638 (2.0)	5,579 (4.2)	361 (0.3)	53,677 (40.2)
	70歳以上	208,920 (100.0)	14,648 (7.0)	42,696 (20.4)	11,785 (5.6)	1,594 (0.8)	6,366 (3.0)	8,388 (4.0)	13,981 (6.7)	1,570 (0.8)	7,023 (3.4)	1,169 (0.6)	109,220 (52.3)
小計	833,648 (100.0)	34,761 (4.2)	71,873 (8.6)	34,810 (4.2)	6,648 (0.8)	42,188 (5.1)	23,036 (2.8)	64,428 (7.7)	20,817 (2.5)	27,313 (3.3)	1,924 (0.2)	327,798 (39.3)	
性別等	男性	421,036 (100.0)	14,018 (3.3)	19,161 (4.6)	13,059 (3.1)	4,210 (1.0)	12,579 (3.0)	5,923 (1.4)	38,661 (9.2)	16,357 (3.9)	17,936 (4.3)	749 (0.2)	142,653 (33.9)
	女性	478,149 (100.0)	24,492 (5.1)	57,612 (12.0)	24,763 (5.2)	3,309 (0.7)	32,206 (6.7)	18,766 (3.9)	31,029 (6.5)	6,252 (1.3)	12,364 (2.6)	1,322 (0.3)	212,115 (44.4)
	団体	17,639 (100.0)	616 (3.5)	369 (2.1)	1,038 (5.9)	369 (2.1)	174 (1.0)	210 (1.2)	2,104 (11.9)	434 (2.5)	642 (3.6)	216 (1.2)	6,172 (35.0)
小計	916,824 (100.0)	39,126 (4.3)	77,142 (8.4)	38,860 (4.2)	7,888 (0.9)	44,959 (4.9)	24,899 (2.7)	71,794 (7.8)	23,043 (2.5)	30,942 (3.4)	2,287 (0.2)	360,940 (39.4)	
職業等	給与生活者	326,149 (100.0)	8,481 (2.6)	10,424 (3.2)	9,397 (2.9)	2,409 (0.7)	18,707 (5.7)	5,988 (1.8)	25,861 (7.9)	13,199 (4.0)	12,483 (3.8)	218 (0.1)	107,167 (32.9)
	自営・自由業	47,945 (100.0)	1,535 (3.2)	2,530 (5.3)	1,992 (4.2)	559 (1.2)	1,630 (3.4)	943 (2.0)	4,765 (9.9)	1,847 (3.9)	1,920 (4.0)	302 (0.6)	18,023 (37.6)
	家事従事者	168,643 (100.0)	9,678 (5.7)	23,236 (13.8)	11,653 (6.9)	1,405 (0.8)	11,486 (6.8)	7,166 (4.2)	11,174 (6.6)	2,015 (1.2)	5,121 (3.0)	534 (0.3)	83,468 (49.5)
	学生	39,280 (100.0)	475 (1.2)	663 (1.7)	217 (0.6)	65 (0.2)	2,720 (6.9)	483 (1.2)	3,451 (8.8)	517 (1.3)	45 (0.1)	4 (0.0)	8,640 (22.0)
	無職	243,671 (100.0)	14,071 (5.8)	34,428 (14.1)	11,424 (4.7)	2,184 (0.9)	6,779 (2.8)	7,986 (3.3)	18,290 (7.5)	2,941 (1.2)	8,035 (3.3)	889 (0.4)	107,027 (43.9)
	企業等	17,481 (100.0)	610 (3.5)	363 (2.1)	1,022 (5.8)	365 (2.1)	171 (1.0)	208 (1.2)	2,081 (11.9)	430 (2.5)	636 (3.6)	215 (1.2)	6,101 (34.9)
小計	843,169 (100.0)	34,850 (4.1)	71,644 (8.5)	35,705 (4.2)	6,987 (0.8)	41,493 (4.9)	22,774 (2.7)	65,622 (7.8)	20,949 (2.5)	28,240 (3.3)	2,162 (0.3)	330,426 (39.2)	

(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として算出した値である。なお、小計には不明・無回答を含まない。

表10-2 2013年度の契約当事者年代別等にした商品等分類別相談件数・構成比

契約当事者	商品等分類	クリーニング	貸借 レンタル・リース・	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	5,993 (0.6)	46,836 (5.0)	31,143 (3.3)	12,562 (1.3)	2,356 (0.3)	2,184 (0.2)	104,670 (11.2)	216,600 (23.2)	4,906 (0.5)	30,018 (3.2)	36,318 (3.9)	40,881 (4.4)	3,653 (0.4)	4,521 (0.5)	542,641 (58.0)	23,987 (2.6)	
20歳未満	14 (0.0)	518 (1.8)	7 (0.0)	93 (0.3)	19 (0.1)	5 (0.0)	204 (0.7)	20,202 (70.1)	378 (1.3)	868 (3.0)	482 (1.7)	252 (0.9)	81 (0.3)	21 (0.1)	23,144 (80.3)	344 (1.2)	
20歳代	407 (0.5)	7,001 (8.8)	512 (0.6)	560 (0.7)	110 (0.1)	85 (0.1)	5,635 (7.1)	23,837 (29.8)	371 (0.5)	4,079 (5.1)	6,280 (7.9)	2,830 (3.5)	948 (1.2)	132 (0.2)	52,787 (66.1)	1,307 (1.6)	
30歳代	908 (0.7)	10,010 (8.1)	2,760 (2.2)	1,349 (1.1)	258 (0.2)	947 (0.8)	10,478 (8.5)	36,047 (29.3)	756 (0.6)	4,633 (3.8)	4,700 (3.8)	4,965 (4.0)	704 (0.6)	307 (0.2)	78,822 (64.0)	2,178 (1.8)	
40歳代	1,105 (0.8)	8,040 (5.6)	3,799 (2.7)	1,829 (1.3)	370 (0.3)	625 (0.4)	13,283 (9.3)	43,838 (30.6)	2,135 (1.5)	4,899 (3.4)	4,408 (3.1)	5,481 (3.8)	663 (0.5)	445 (0.3)	90,920 (63.4)	2,934 (2.0)	
50歳代	1,247 (1.1)	5,166 (4.5)	4,345 (3.7)	1,629 (1.4)	308 (0.3)	106 (0.1)	13,000 (11.2)	31,596 (27.2)	606 (0.5)	3,711 (3.2)	3,482 (3.0)	4,912 (4.2)	434 (0.4)	478 (0.4)	71,020 (61.2)	2,764 (2.4)	
60歳代	1,021 (0.8)	4,268 (3.2)	6,399 (4.8)	2,233 (1.7)	350 (0.3)	115 (0.1)	19,000 (14.2)	27,183 (20.3)	95 (0.1)	4,037 (3.0)	4,633 (3.5)	5,821 (4.4)	288 (0.2)	751 (0.6)	76,194 (57.0)	3,736 (2.8)	
70歳以上	775 (0.4)	3,585 (1.7)	9,169 (4.4)	3,393 (1.6)	452 (0.2)	167 (0.1)	32,129 (15.4)	18,995 (9.1)	58 (0.0)	4,982 (2.4)	8,566 (4.1)	9,708 (4.6)	211 (0.1)	1,529 (0.7)	93,719 (44.9)	5,981 (2.9)	
小計	5,477 (0.7)	38,588 (4.6)	26,991 (3.2)	11,086 (1.3)	1,867 (0.2)	2,050 (0.2)	93,729 (11.2)	201,698 (24.2)	4,399 (0.5)	27,209 (3.3)	32,551 (3.9)	33,969 (4.1)	3,329 (0.4)	3,663 (0.4)	486,606 (58.4)	19,244 (2.3)	
男性	1,312 (0.3)	22,335 (5.3)	15,690 (3.7)	5,756 (1.4)	1,204 (0.3)	1,363 (0.3)	52,031 (12.4)	124,923 (29.7)	1,465 (0.3)	13,062 (3.1)	9,609 (2.3)	16,600 (3.9)	1,546 (0.4)	1,953 (0.5)	268,849 (63.9)	9,534 (2.3)	
女性	4,601 (1.0)	20,391 (4.3)	13,912 (2.9)	6,324 (1.3)	893 (0.2)	792 (0.2)	49,622 (10.4)	86,658 (18.1)	3,304 (0.7)	16,223 (3.4)	25,812 (5.4)	20,766 (4.3)	1,956 (0.4)	2,317 (0.5)	253,571 (53.0)	12,463 (2.6)	
団体	29 (0.2)	3,279 (18.6)	776 (4.4)	289 (1.6)	203 (1.2)	12 (0.1)	870 (4.9)	1,948 (11.0)	11 (0.1)	246 (1.4)	158 (0.9)	2,725 (15.4)	111 (0.6)	83 (0.5)	10,740 (60.9)	727 (4.1)	
小計	5,942 (0.6)	46,005 (5.0)	30,378 (3.3)	12,369 (1.3)	2,300 (0.3)	2,167 (0.2)	102,523 (11.2)	213,529 (23.3)	4,780 (0.5)	29,531 (3.2)	35,579 (3.9)	40,091 (4.4)	3,613 (0.4)	4,353 (0.5)	533,160 (58.2)	22,724 (2.5)	
給与生活者	2,256 (0.7)	23,003 (7.1)	9,426 (2.9)	3,860 (1.2)	805 (0.2)	1,440 (0.4)	31,844 (9.8)	99,863 (30.6)	2,011 (0.6)	11,505 (3.5)	12,237 (3.8)	12,552 (3.8)	1,389 (0.4)	881 (0.3)	213,072 (65.3)	5,910 (1.8)	
自営・自由業	239 (0.5)	3,110 (6.5)	1,882 (3.9)	789 (1.6)	199 (0.4)	77 (0.2)	6,118 (12.8)	9,999 (20.9)	156 (0.3)	1,483 (3.1)	1,094 (2.3)	2,730 (5.7)	383 (0.8)	241 (0.5)	28,500 (59.4)	1,422 (3.0)	
家事従事者	2,178 (1.3)	4,139 (2.5)	6,024 (3.6)	2,697 (1.6)	302 (0.2)	214 (0.1)	17,107 (10.1)	26,173 (15.5)	1,399 (0.8)	5,089 (3.0)	7,206 (4.3)	7,175 (4.3)	558 (0.3)	831 (0.5)	81,092 (48.1)	4,083 (2.4)	
学生	47 (0.1)	1,464 (3.7)	21 (0.1)	157 (0.4)	23 (0.1)	16 (0.0)	525 (1.3)	23,334 (59.4)	580 (1.5)	1,808 (4.6)	1,455 (3.7)	530 (1.3)	231 (0.6)	34 (0.1)	30,225 (76.9)	415 (1.1)	
無職	735 (0.3)	7,361 (3.0)	9,774 (4.0)	3,560 (1.5)	513 (0.2)	267 (0.1)	37,932 (15.6)	38,462 (15.8)	311 (0.1)	6,910 (2.8)	10,000 (4.1)	10,809 (4.4)	763 (0.3)	1,746 (0.7)	129,143 (53.0)	7,501 (3.1)	
企業等	30 (0.2)	3,257 (18.6)	760 (4.3)	287 (1.6)	200 (1.1)	12 (0.1)	868 (5.0)	1,933 (11.1)	11 (0.1)	239 (1.4)	158 (0.9)	2,710 (15.5)	111 (0.6)	82 (0.5)	10,658 (61.0)	722 (4.1)	
小計	5,485 (0.7)	42,334 (5.0)	27,887 (3.3)	11,350 (1.3)	2,042 (0.2)	2,026 (0.2)	94,394 (11.2)	199,764 (23.7)	4,468 (0.5)	27,034 (3.2)	32,150 (3.8)	36,506 (4.3)	3,435 (0.4)	3,815 (0.5)	492,690 (58.4)	20,053 (2.4)	

(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として算出した値である。なお、小計には不明・無回答を含まない。

表11-1 2013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	12,684	1	アダルト情報サイト	8,920	1	アダルト情報サイト	3,581
2	デジタルコンテンツその他	4,761	2	デジタルコンテンツその他	3,323	2	デジタルコンテンツその他	1,352
3	放送サービス	851	3	放送サービス	535	3	他の身の回り品	319
4	出会い系サイト	822	4	出会い系サイト	532	4	放送サービス	299
5	他の身の回り品	488	5	靴・運動靴	294	5	出会い系サイト	289
6	靴・運動靴	474	6	移動通信サービス	253	6	婦人洋服	242
7	移動通信サービス	445	7	電子ゲーム・ソフト	229	7	移動通信サービス	189
8	賃貸アパート・マンション	337	8	紳士洋服	177	8	靴・運動靴	179
9	相談その他	325	9	相談その他	174	9	賃貸アパート・マンション	172
10	インターネット接続回線	289	10	インターネット接続回線	172	10	かばん	162
11	電子ゲーム・ソフト	279	11	自動二輪車	169	11	相談その他	142
12	商品一般	270	12	他の身の回り品	166	12	エステティックサービス	127
13	婦人洋服	245	13	賃貸アパート・マンション	163	13	コンサート	118
14	携帯電話	239	14	商品一般	157	14	インターネット接続回線	117
15	新聞	237	15	四輪自動車	156	15	健康食品	110
16	かばん	230	16	新聞	148	16	商品一般	108
17	四輪自動車	206	17	携帯電話	144	17	携帯電話	93
18	自動二輪車	186	18	電話音声情報	104	18	化粧品	89
19	紳士洋服	185	19	学習塾・予備校	87	19	新聞	88
20	健康食品	163	20	自動車運転教習所	81	20	医療サービス	66
21	学習塾・予備校	150	21	修理サービス	74	21	時計・時計付属品	65
22	コンサート	138	22	時計・時計付属品	70	22	メガネ・コンタクトレンズ	63
23	自動車運転教習所	136	23	かばん	68	23	学習塾・予備校	58
23	時計・時計付属品	136	24	パソコン	67	24	電話関連機器・用品	55
25	エステティックサービス	133	25	玩具・遊具その他	55	25	美容院	54

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	9,168	1	アダルト情報サイト	4,520	1	アダルト情報サイト	4,636
2	賃貸アパート・マンション	6,005	2	賃貸アパート・マンション	2,966	2	エステティックサービス	4,159
3	デジタルコンテンツその他	4,938	3	サラ金・フリーローン	2,612	3	賃貸アパート・マンション	3,025
4	エステティックサービス	4,325	4	デジタルコンテンツその他	2,243	4	デジタルコンテンツその他	2,684
5	サラ金・フリーローン	3,811	5	移動通信サービス	1,541	5	出会い系サイト	1,298
6	移動通信サービス	2,798	6	四輪自動車	1,471	6	移動通信サービス	1,250
7	出会い系サイト	2,461	7	出会い系サイト	1,160	7	サラ金・フリーローン	1,190
8	四輪自動車	1,992	8	インターネット接続回線	961	8	靴・運動靴	960
9	商品一般	1,829	9	商品一般	938	9	婦人洋服	932
10	インターネット接続回線	1,705	10	靴・運動靴	733	10	他の身の回り品	925
11	靴・運動靴	1,694	11	放送サービス	671	11	商品一般	886
12	他の身の回り品	1,395	12	携帯電話	606	12	かばん	845
13	放送サービス	1,259	13	相談その他	599	13	化粧品	760
14	相談その他	1,168	14	他の身の回り品	469	14	インターネット接続回線	739
15	携帯電話	1,122	15	紳士洋服	445	15	医療サービス	664
16	かばん	1,107	16	健康食品	442	16	放送サービス	583
17	化粧品	1,045	17	アクセサリ	432	17	相談その他	563
18	健康食品	971	18	パソコンソフト	396	18	健康食品	528
19	婦人洋服	955	19	結婚式関連サービス	373	19	四輪自動車	519
20	アクセサリ	941	20	時計・時計付属品	348	20	携帯電話	514
21	医療サービス	904	21	デジタルディスクソフト	329	21	アクセサリ	509
22	結婚式関連サービス	841	22	新聞	319	22	結婚式関連サービス	465
23	時計・時計付属品	626	23	自動二輪車	311	23	美顔器	312
24	新聞	603	24	化粧品	284	24	他の役務サービス	289
25	パソコンソフト	589	25	修理サービス	283	25	新聞	283

(注)「全体」の件数には性別が不明なものも含む。

表11-2 2013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	13,528	1	アダルト情報サイト	7,609	1	デジタルコンテンツその他	6,076
2	デジタルコンテンツその他	9,904	2	サラ金・フリーローン	4,532	2	アダルト情報サイト	5,903
3	賃貸アパート・マンション	8,434	3	賃貸アパート・マンション	4,524	3	賃貸アパート・マンション	3,891
4	サラ金・フリーローン	6,889	4	デジタルコンテンツその他	3,818	4	サラ金・フリーローン	2,346
5	移動通信サービス	3,495	5	四輪自動車	2,048	5	出会い系サイト	1,724
6	四輪自動車	2,913	6	移動通信サービス	2,021	6	エステティックサービス	1,700
7	出会い系サイト	2,868	7	商品一般	1,345	7	移動通信サービス	1,470
8	商品一般	2,812	8	インターネット接続回線	1,278	8	商品一般	1,461
9	靴・運動靴	2,305	9	出会い系サイト	1,137	9	靴・運動靴	1,377
10	インターネット接続回線	2,222	10	新築工事	1,066	10	婦人洋服	1,275
11	エステティックサービス	1,803	11	携帯電話	1,015	11	かばん	1,244
12	相談その他	1,756	12	靴・運動靴	925	12	インターネット接続回線	941
13	携帯電話	1,712	13	相談その他	871	13	化粧品	900
14	かばん	1,658	14	戸建住宅	744	14	相談その他	881
15	新築工事	1,460	15	分譲マンション	726	15	四輪自動車	860
16	放送サービス	1,370	16	紳士洋服	666	16	医療サービス	802
17	婦人洋服	1,323	17	修理サービス	658	17	他の身の回り品	789
18	他の身の回り品	1,255	18	放送サービス	645	18	調理食品	773
19	修理サービス	1,224	19	複合サービス会員	611	19	放送サービス	722
20	戸建住宅	1,100	20	他の役務サービス	509	20	携帯電話	695
21	医療サービス	1,084	21	ソーラーシステム	500	21	健康食品	670
22	化粧品	1,038	22	パソコン	476	22	クリーニング	655
23	他の役務サービス	1,012	23	他の身の回り品	466	23	修理サービス	565
24	分譲マンション	1,006	24	外食	454	24	アクセサリ	561
25	調理食品	990	25	かばん	412	25	家具類	515

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	16,120	1	アダルト情報サイト	10,441	1	デジタルコンテンツその他	7,770
2	デジタルコンテンツその他	12,585	2	デジタルコンテンツその他	4,798	2	アダルト情報サイト	5,656
3	サラ金・フリーローン	7,159	3	サラ金・フリーローン	4,465	3	賃貸アパート・マンション	3,087
4	賃貸アパート・マンション	6,124	4	賃貸アパート・マンション	3,025	4	サラ金・フリーローン	2,676
5	商品一般	4,065	5	移動通信サービス	2,281	5	商品一般	2,319
6	移動通信サービス	3,943	6	四輪自動車	2,106	6	出会い系サイト	1,937
7	出会い系サイト	3,484	7	商品一般	1,735	7	移動通信サービス	1,654
8	インターネット接続回線	3,099	8	インターネット接続回線	1,659	8	インターネット接続回線	1,436
9	四輪自動車	3,031	9	出会い系サイト	1,541	9	化粧品	1,313
10	相談その他	2,345	10	相談その他	1,111	10	相談その他	1,221
11	携帯電話	1,962	11	携帯電話	1,090	11	婦人洋服	1,187
12	修理サービス	1,626	12	分譲マンション	886	12	調理食品	1,163
13	靴・運動靴	1,532	13	新築工事	846	13	健康食品	1,129
14	調理食品	1,489	14	修理サービス	834	14	かばん	1,053
15	放送サービス	1,481	15	放送サービス	699	15	エステティックサービス	1,040
16	健康食品	1,479	16	パソコン	617	16	四輪自動車	920
17	化粧品	1,464	17	靴・運動靴	613	17	靴・運動靴	916
18	かばん	1,453	18	戸建住宅	607	18	クリーニング	881
19	新築工事	1,259	19	他の役務サービス	598	19	携帯電話	868
20	他の役務サービス	1,236	20	紳士洋服	583	20	学習塾・予備校	793
21	婦人洋服	1,232	21	ソーラーシステム	580	21	修理サービス	792
22	分譲マンション	1,206	22	外食	540	22	放送サービス	778
23	クリーニング	1,105	23	パソコンソフト	513	23	アクセサリ	745
24	エステティックサービス	1,097	24	住宅ローン	503	24	医療サービス	740
25	新聞	1,085	25	その他金融関連サービス	495	25	補習用教材	658

(注)「全体」の件数には性別が不明なものも含む。

表11-3 2013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	11,303	1	アダルト情報サイト	9,532	1	デジタルコンテンツその他	4,866
2	デジタルコンテンツその他	8,474	2	サラ金・フリーローン	3,705	2	商品一般	2,740
3	サラ金・フリーローン	5,806	3	デジタルコンテンツその他	3,601	3	サラ金・フリーローン	2,094
4	商品一般	4,418	4	賃貸アパート・マンション	1,821	4	アダルト情報サイト	1,762
5	賃貸アパート・マンション	3,588	5	インターネット接続回線	1,682	5	賃貸アパート・マンション	1,761
6	インターネット接続回線	3,121	6	商品一般	1,669	6	健康食品	1,576
7	移動通信サービス	2,612	7	移動通信サービス	1,510	7	インターネット接続回線	1,436
8	四輪自動車	2,177	8	四輪自動車	1,456	8	化粧品	1,410
9	相談その他	2,111	9	出会い系サイト	1,094	9	相談その他	1,114
10	健康食品	2,042	10	相談その他	991	10	移動通信サービス	1,098
11	出会い系サイト	2,022	11	修理サービス	715	11	クリーニング	1,030
12	化粧品	1,553	12	携帯電話	669	12	出会い系サイト	925
13	修理サービス	1,517	13	放送サービス	664	13	アクセサリ	877
14	放送サービス	1,361	14	生命保険	583	14	調理食品	841
15	ファンド型投資商品	1,301	15	他の役務サービス	562	15	ファンド型投資商品	837
16	クリーニング	1,247	16	パソコンソフト	519	16	婦人洋服	808
17	生命保険	1,231	17	新聞	511	17	修理サービス	801
17	他の役務サービス	1,231	18	ソーラーシステム	500	18	四輪自動車	718
19	新聞	1,229	19	パソコン	499	19	新聞	717
20	調理食品	1,210	20	分譲マンション	498	20	放送サービス	692
21	携帯電話	1,131	21	新築工事	480	21	他の役務サービス	666
22	アクセサリ	1,042	22	住宅ローン	467	22	生命保険	644
23	婦人洋服	854	23	ファンド型投資商品	463	23	かばん	580
24	医療サービス	843	24	健康食品	460	24	医療サービス	548
25	新築工事	823	25	その他金融関連サービス	445	25	携帯電話	462

全体			60歳代			女性		
順位	商品・役務等	件数	順位	商品・役務等	件数	順位	商品・役務等	件数
1	アダルト情報サイト	10,344	1	アダルト情報サイト	9,764	1	商品一般	4,394
2	商品一般	6,719	2	サラ金・フリーローン	3,308	2	健康食品	3,776
3	デジタルコンテンツその他	5,679	3	デジタルコンテンツその他	3,124	3	ファンド型投資商品	2,653
4	サラ金・フリーローン	5,189	4	商品一般	2,315	4	デジタルコンテンツその他	2,545
5	健康食品	4,808	5	インターネット接続回線	2,232	5	サラ金・フリーローン	1,874
6	ファンド型投資商品	3,825	6	賃貸アパート・マンション	1,481	6	化粧品	1,747
7	インターネット接続回線	3,594	7	四輪自動車	1,295	7	相談その他	1,581
8	相談その他	2,739	8	移動通信サービス	1,270	8	インターネット接続回線	1,356
9	賃貸アパート・マンション	2,738	9	ファンド型投資商品	1,163	9	賃貸アパート・マンション	1,250
10	修理サービス	2,066	10	相談その他	1,149	10	アクセサリ	1,231
11	移動通信サービス	2,063	11	健康食品	1,025	11	修理サービス	1,167
12	化粧品	1,921	12	修理サービス	898	12	公社債	988
13	生命保険	1,848	13	生命保険	866	13	生命保険	978
14	新聞	1,822	14	放送サービス	864	14	新聞	966
15	四輪自動車	1,811	15	新聞	851	15	放送サービス	887
16	放送サービス	1,754	16	パソコンソフト	838	16	他の役務サービス	877
17	他の役務サービス	1,683	17	他の役務サービス	803	17	調理食品	823
18	アクセサリ	1,422	18	ソーラーシステム	729	18	クリーニング	818
19	公社債	1,356	19	出会い系サイト	717	19	移動通信サービス	787
20	調理食品	1,268	20	新築工事	610	20	婦人洋服	712
21	その他金融関連サービス	1,245	21	その他金融関連サービス	585	21	株	696
22	株	1,169	22	塗装工事	512	22	その他金融関連サービス	656
23	パソコンソフト	1,091	23	パソコン	506	23	ふとん類	633
24	ソーラーシステム	1,055	24	他の教養・娯楽サービス	505	24	医療サービス	605
25	出会い系サイト	1,029	25	損害保険	496	25	アダルト情報サイト	572

(注)「全体」の件数には性別が不明なものも含む。

表11-4 2013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	健康食品	33,579	1	健康食品	4,781	1	健康食品	28,732
2	商品一般	14,648	2	アダルト情報サイト	4,241	2	商品一般	10,545
3	ファンド型投資商品	9,586	3	商品一般	4,068	3	ファンド型投資商品	6,808
4	新聞	4,935	4	ファンド型投資商品	2,758	4	新聞	3,156
5	相談その他	4,563	5	インターネット接続回線	2,285	5	相談その他	3,014
6	アダルト情報サイト	4,400	6	サラ金・フリーローン	2,077	6	ふとん類	2,565
7	サラ金・フリーローン	3,717	7	デジタルコンテンツその他	1,855	7	公社債	2,465
8	公社債	3,638	8	新聞	1,762	8	アクセサリ	2,414
9	インターネット接続回線	3,572	9	相談その他	1,536	9	他の役務サービス	2,233
10	他の役務サービス	3,543	10	株	1,378	10	化粧品	2,087
11	株	3,465	11	他の役務サービス	1,305	11	株	2,077
12	修理サービス	3,235	12	修理サービス	1,239	12	修理サービス	1,985
13	ふとん類	3,097	13	放送サービス	1,206	13	生命保険	1,632
14	デジタルコンテンツその他	2,852	14	公社債	1,169	14	サラ金・フリーローン	1,629
15	生命保険	2,776	15	生命保険	1,129	15	放送サービス	1,365
16	アクセサリ	2,770	16	賃貸アパート・マンション	977	16	インターネット接続回線	1,277
17	放送サービス	2,581	17	屋根工事	952	17	家庭用電気治療器具	1,225
18	化粧品	2,300	18	宝くじ	936	18	鮮魚	1,174
19	賃貸アパート・マンション	2,033	19	移動通信サービス	876	19	その他金融関連サービス	1,083
20	屋根工事	1,972	20	その他金融関連サービス	840	20	賃貸アパート・マンション	1,048
21	その他金融関連サービス	1,929	21	塗装工事	786	21	屋根工事	1,015
22	宝くじ	1,871	22	四輪自動車	778	22	デジタルコンテンツその他	995
23	鮮魚	1,821	23	土地	706	23	他の行政サービス	972
24	家庭用電気治療器具	1,786	24	他の教養・娯楽サービス	701	24	社会保険	958
25	冠婚葬祭互助会	1,532	25	パソコンソフト	675	25	冠婚葬祭互助会	940

(注)「全体」の件数には性別が不明なものも含む。

表12-1 2013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	935,224 (100.0)	40,546 (4.3)	78,835 (8.4)	39,784 (4.3)	8,081 (0.9)	45,537 (4.9)	25,363 (2.7)	72,977 (7.8)	23,321 (2.5)	31,822 (3.4)	2,330 (0.2)	368,596 (39.4)
安全・衛生	36,754 (100.0)	350 (1.0)	10,678 (29.1)	4,696 (12.8)	351 (1.0)	839 (2.3)	4,398 (12.0)	1,762 (4.8)	2,159 (5.9)	1,400 (3.8)	49 (0.1)	26,682 (72.6)
品質・機能・役務品質	130,801 (100.0)	1,062 (0.8)	15,100 (11.5)	14,727 (11.3)	770 (0.6)	8,599 (6.6)	8,062 (6.2)	15,845 (12.1)	8,394 (6.4)	6,924 (5.3)	241 (0.2)	79,724 (61.0)
法規・基準	35,373 (100.0)	1,519 (4.3)	2,018 (5.7)	1,254 (3.5)	444 (1.3)	1,216 (3.4)	804 (2.3)	2,119 (6.0)	1,043 (2.9)	2,080 (5.9)	69 (0.2)	12,566 (35.5)
価格・料金	154,657 (100.0)	2,487 (1.6)	7,898 (5.1)	5,809 (3.8)	3,601 (2.3)	5,035 (3.3)	3,812 (2.5)	8,880 (5.7)	3,762 (2.4)	6,087 (3.9)	258 (0.2)	47,629 (30.8)
計量・量目	1,553 (100.0)	19 (1.2)	480 (30.9)	80 (5.2)	268 (17.3)	98 (6.3)	94 (6.1)	84 (5.4)	31 (2.0)	82 (5.3)	12 (0.8)	1,248 (80.4)
表示・広告	57,534 (100.0)	2,374 (4.1)	6,833 (11.9)	3,412 (5.9)	279 (0.5)	4,578 (8.0)	2,232 (3.9)	5,506 (9.6)	1,676 (2.9)	1,132 (2.0)	170 (0.3)	28,192 (49.0)
販売方法	469,733 (100.0)	23,441 (5.0)	51,101 (10.9)	17,132 (3.6)	2,198 (0.5)	28,255 (6.0)	12,943 (2.8)	39,049 (8.3)	6,660 (1.4)	14,270 (3.0)	1,653 (0.4)	196,702 (41.9)
契約・解約	660,128 (100.0)	23,192 (3.5)	47,020 (7.1)	24,778 (3.8)	3,965 (0.6)	34,809 (5.3)	16,208 (2.5)	53,744 (8.1)	17,340 (2.6)	19,898 (3.0)	1,365 (0.2)	242,319 (36.7)
接客対応	140,688 (100.0)	3,569 (2.5)	9,745 (6.9)	8,090 (5.8)	1,795 (1.3)	8,030 (5.7)	4,199 (3.0)	14,880 (10.6)	5,901 (4.2)	5,563 (4.0)	227 (0.2)	61,999 (44.1)
包装・容器	1,115 (100.0)	33 (3.0)	492 (44.1)	142 (12.7)	8 (0.7)	41 (3.7)	133 (11.9)	88 (7.9)	16 (1.4)	6 (0.5)	0 (0.0)	959 (86.0)
施設・設備	1,986 (100.0)	167 (8.4)	57 (2.9)	47 (2.4)	77 (3.9)	15 (0.8)	18 (0.9)	51 (2.6)	18 (0.9)	268 (13.5)	8 (0.4)	726 (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 2013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	5,993 (0.6)	46,836 (5.0)	31,143 (3.3)	12,562 (1.3)	2,356 (0.3)	2,184 (0.2)	104,670 (11.2)	216,600 (23.2)	4,906 (0.5)	30,018 (3.2)	36,318 (3.9)	40,881 (4.4)	3,653 (0.4)	4,521 (0.5)	542,641 (58.0)	23,987 (2.6)
安全・衛生	204 (0.6)	1,497 (4.1)	1,100 (3.0)	502 (1.4)	58 (0.2)	4 (0.0)	317 (0.9)	593 (1.6)	23 (0.1)	482 (1.3)	4,148 (11.3)	998 (2.7)	8 (0.0)	138 (0.4)	10,072 (27.4)	-
品質・機能・役務品質	4,165 (3.2)	6,629 (5.1)	9,760 (7.5)	4,581 (3.5)	328 (0.3)	26 (0.0)	1,754 (1.3)	9,008 (6.9)	433 (0.3)	2,218 (1.7)	8,119 (6.2)	3,611 (2.8)	127 (0.1)	318 (0.2)	51,077 (39.0)	-
法規・基準	340 (1.0)	3,503 (9.9)	1,255 (3.5)	326 (0.9)	152 (0.4)	49 (0.1)	6,499 (18.4)	4,684 (13.2)	250 (0.7)	1,391 (3.9)	1,833 (5.2)	1,657 (4.7)	102 (0.3)	766 (2.2)	22,807 (64.5)	-
価格・料金	578 (0.4)	16,809 (10.9)	7,492 (4.8)	4,634 (3.0)	811 (0.5)	377 (0.2)	14,866 (9.6)	38,519 (24.9)	1,115 (0.7)	5,294 (3.4)	7,391 (4.8)	8,225 (5.3)	566 (0.4)	351 (0.2)	107,028 (69.2)	-
計量・量目	4 (0.3)	20 (1.3)	57 (3.7)	7 (0.5)	5 (0.3)	1 (0.1)	28 (1.8)	36 (2.3)	1 (0.1)	22 (1.4)	36 (2.3)	83 (5.3)	1 (0.1)	4 (0.3)	305 (19.6)	-
表示・広告	138 (0.2)	587 (1.0)	870 (1.5)	549 (1.0)	340 (0.6)	38 (0.1)	3,734 (6.5)	13,753 (23.9)	220 (0.4)	3,048 (5.3)	2,207 (3.8)	3,319 (5.8)	428 (0.7)	111 (0.2)	29,342 (51.0)	-
販売方法	647 (0.1)	5,902 (1.3)	11,390 (2.4)	3,928 (0.8)	427 (0.1)	1,198 (0.3)	43,323 (9.2)	155,581 (33.1)	1,482 (0.3)	14,612 (3.1)	12,136 (2.6)	18,621 (4.0)	2,694 (0.6)	1,090 (0.2)	273,031 (58.1)	-
契約・解約	3,340 (0.5)	38,325 (5.8)	21,705 (3.3)	7,362 (1.1)	1,523 (0.2)	1,934 (0.3)	80,316 (12.2)	182,304 (27.6)	4,137 (0.6)	21,757 (3.3)	22,267 (3.4)	28,172 (4.3)	3,014 (0.5)	1,653 (0.3)	417,809 (63.3)	-
接客対応	2,680 (1.9)	9,132 (6.5)	7,602 (5.4)	3,615 (2.6)	691 (0.5)	128 (0.1)	10,883 (7.7)	21,331 (15.2)	978 (0.7)	5,284 (3.8)	7,568 (5.4)	7,339 (5.2)	264 (0.2)	1,194 (0.8)	78,689 (55.9)	-
包装・容器	3 (0.3)	9 (0.8)	12 (1.1)	4 (0.4)	0 (0.0)	1 (0.1)	16 (1.4)	62 (5.6)	1 (0.1)	6 (0.5)	12 (1.1)	25 (2.2)	1 (0.1)	4 (0.4)	156 (14.0)	-
施設・設備	1 (0.1)	318 (16.0)	153 (7.7)	43 (2.2)	77 (3.9)	2 (0.1)	81 (4.1)	166 (8.4)	8 (0.4)	136 (6.8)	114 (5.7)	117 (5.9)	5 (0.3)	39 (2.0)	1,260 (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 2013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	935,224 (100.0)	36,754 (3.9)	130,801 (14.0)	35,373 (3.8)	154,657 (16.5)	1,553 (0.2)		
年代	20歳未満	28,838 (100.0)	432 (1.5)	1,554 (5.4)	745 (2.6)	5,884 (20.4)	9 (0.0)		
	20歳代	79,903 (100.0)	2,277 (2.8)	9,102 (11.4)	2,682 (3.4)	15,790 (19.8)	68 (0.1)		
	30歳代	123,082 (100.0)	5,096 (4.1)	19,225 (15.6)	4,875 (4.0)	22,400 (18.2)	143 (0.1)		
	40歳代	143,336 (100.0)	6,536 (4.6)	23,239 (16.2)	5,516 (3.8)	24,052 (16.8)	231 (0.2)		
	50歳代	115,962 (100.0)	5,575 (4.8)	19,672 (17.0)	4,812 (4.1)	19,419 (16.7)	240 (0.2)		
	60歳代	133,607 (100.0)	6,515 (4.9)	22,080 (16.5)	5,472 (4.1)	21,062 (15.8)	294 (0.2)		
	70歳以上	208,920 (100.0)	5,758 (2.8)	20,466 (9.8)	6,013 (2.9)	30,339 (14.5)	373 (0.2)		
	小計	833,648 (100.0)	32,189 (3.9)	115,338 (13.8)	30,115 (3.6)	138,946 (16.7)	1,358 (0.2)		
性別等	男性	421,036 (100.0)	12,502 (3.0)	55,380 (13.2)	18,497 (4.4)	74,732 (17.7)	715 (0.2)		
	女性	478,149 (100.0)	22,654 (4.7)	70,314 (14.7)	15,199 (3.2)	75,016 (15.7)	777 (0.2)		
	団体	17,639 (100.0)	447 (2.5)	2,339 (13.3)	688 (3.9)	2,677 (15.2)	35 (0.2)		
	小計	916,824 (100.0)	35,603 (3.9)	128,033 (14.0)	34,384 (3.8)	152,425 (16.6)	1,527 (0.2)		
職業等	給与生活者	326,149 (100.0)	11,766 (3.6)	47,034 (14.4)	12,949 (4.0)	60,274 (18.5)	429 (0.1)		
	自営・自由業	47,945 (100.0)	1,963 (4.1)	7,886 (16.4)	2,253 (4.7)	8,324 (17.4)	100 (0.2)		
	家事従事者	168,643 (100.0)	9,896 (5.9)	29,607 (17.6)	4,985 (3.0)	23,901 (14.2)	370 (0.2)		
	学生	39,280 (100.0)	642 (1.6)	2,691 (6.9)	1,054 (2.7)	7,808 (19.9)	17 (0.0)		
	無職	243,671 (100.0)	7,303 (3.0)	26,551 (10.9)	8,639 (3.5)	37,876 (15.5)	410 (0.2)		
	企業等	17,481 (100.0)	437 (2.5)	2,307 (13.2)	675 (3.9)	2,644 (15.1)	35 (0.2)		
	小計	843,169 (100.0)	32,007 (3.8)	116,076 (13.8)	30,555 (3.6)	140,827 (16.7)	1,361 (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 2013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
計			57,534 (6.2)	469,733 (50.2)	660,128 (70.6)	140,688 (15.0)	1,115 (0.1)	1,986 (0.2)
年代	20歳未満		1,642 (5.7)	20,083 (69.6)	25,253 (87.6)	2,187 (7.6)	13 (0.0)	32 (0.1)
	20歳代		4,452 (5.6)	41,492 (51.9)	66,199 (82.8)	11,396 (14.3)	70 (0.1)	113 (0.1)
	30歳代		8,327 (6.8)	56,856 (46.2)	94,992 (77.2)	21,475 (17.4)	137 (0.1)	274 (0.2)
	40歳代		9,619 (6.7)	67,858 (47.3)	105,304 (73.5)	25,211 (17.6)	164 (0.1)	310 (0.2)
	50歳代		8,092 (7.0)	53,680 (46.3)	80,640 (69.5)	19,954 (17.2)	184 (0.2)	274 (0.2)
	60歳代		9,344 (7.0)	64,531 (48.3)	87,284 (65.3)	20,360 (15.2)	190 (0.1)	301 (0.2)
	70歳以上		10,346 (5.0)	128,542 (61.5)	135,974 (65.1)	22,965 (11.0)	191 (0.1)	359 (0.2)
小計			51,822 (6.2)	433,042 (51.9)	595,646 (71.5)	123,548 (14.8)	949 (0.1)	1,663 (0.2)
性別等	男性		28,195 (6.7)	205,467 (48.8)	307,049 (72.9)	63,589 (15.1)	462 (0.1)	944 (0.2)
	女性		27,388 (5.7)	250,490 (52.4)	330,656 (69.2)	72,354 (15.1)	604 (0.1)	926 (0.2)
	団体		844 (4.8)	6,850 (38.8)	11,991 (68.0)	2,301 (13.0)	15 (0.1)	41 (0.2)
	小計		56,427 (6.2)	462,807 (50.5)	649,696 (70.9)	138,244 (15.1)	1,081 (0.1)	1,911 (0.2)
職業等	給与生活者		20,569 (6.3)	158,304 (48.5)	250,812 (76.9)	53,265 (16.3)	329 (0.1)	681 (0.2)
	自営・自由業		3,346 (7.0)	22,111 (46.1)	33,557 (70.0)	8,803 (18.4)	72 (0.2)	144 (0.3)
	家事従事者		10,939 (6.5)	89,568 (53.1)	108,214 (64.2)	26,163 (15.5)	265 (0.2)	308 (0.2)
	学生		2,235 (5.7)	26,167 (66.6)	33,962 (86.5)	3,652 (9.3)	20 (0.1)	55 (0.1)
	無職		13,470 (5.5)	131,948 (54.2)	164,656 (67.6)	30,707 (12.6)	242 (0.1)	470 (0.2)
	企業等		838 (4.8)	6,809 (39.0)	11,897 (68.1)	2,269 (13.0)	13 (0.1)	40 (0.2)
小計			51,397 (6.1)	434,907 (51.6)	603,098 (71.5)	124,859 (14.8)	941 (0.1)	1,698 (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 2013年度の主な相談内容別分類ごとに見た上位商品・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		137,675 (100.0)	全 体		154,657 (100.0)	全 体		57,534 (100.0)
順位	商品・役務等		順位	商品・役務等		順位	商品・役務等	
1	調理食品	5,816 (4.2)	1	アダルト情報サイト	16,176 (10.5)	1	アダルト情報サイト	5,051 (8.8)
2	賃貸アパート・マンション	5,721 (4.2)	2	賃貸アパート・マンション	12,588 (8.1)	2	デジタルコンテンツ その他	4,573 (7.9)
3	四輪自動車	5,176 (3.8)	3	サラ金・フリーローン	7,284 (4.7)	3	商品一般	2,374 (4.1)
4	修理サービス	4,375 (3.2)	4	デジタルコンテンツ その他	6,141 (4.0)	4	健康食品	1,673 (2.9)
5	クリーニング	4,227 (3.1)	5	健康食品	5,667 (3.7)	5	移動通信サービス	1,359 (2.4)
6	携帯電話	3,643 (2.6)	6	移動通信サービス	4,990 (3.2)	6	出会い系サイト	1,264 (2.2)
7	化粧品	3,589 (2.6)	7	修理サービス	4,349 (2.8)	7	ファンド型投資商品	1,098 (1.9)
8	移動通信サービス	2,771 (2.0)	8	インターネット 接続回線	3,255 (2.1)	8	サラ金・フリーローン	945 (1.6)
9	医療サービス	2,631 (1.9)	9	四輪自動車	2,739 (1.8)	9	化粧品	897 (1.6)
10	新築工事	2,566 (1.9)	10	商品一般	2,487 (1.6)	10	靴・運動靴	887 (1.5)
11	健康食品	2,269 (1.6)	11	出会い系サイト	2,316 (1.5)	11	パソコンソフト	822 (1.4)
12	パソコン	2,059 (1.5)	12	放送サービス	2,092 (1.4)	12	調理食品	810 (1.4)
13	婦人洋服	1,947 (1.4)	13	プロパンガス	1,997 (1.3)	13	四輪自動車	774 (1.3)
14	戸建住宅	1,830 (1.3)	14	医療サービス	1,946 (1.3)	14	外食	748 (1.3)
15	家具類	1,596 (1.2)	15	エステティック サービス	1,705 (1.1)	15	他の役務サービス	730 (1.3)
16	歯科治療	1,529 (1.1)	16	他の役務サービス	1,629 (1.1)	16	かばん	726 (1.3)
17	靴・運動靴	1,456 (1.1)	17	携帯電話	1,525 (1.0)	17	アクセサリー	717 (1.2)
18	増改築工事	1,401 (1.0)	18	アクセサリー	1,491 (1.0)	18	婦人洋服	650 (1.1)
19	塗装工事	1,324 (1.0)	19	ファンド型投資商品	1,422 (0.9)	19	他の台所用品類	635 (1.1)
20	かばん	1,308 (1.0)	20	新築工事	1,360 (0.9)	20	宝くじ	621 (1.1)
21	飲料	1,232 (0.9)	21	ふとん類	1,299 (0.8)	21	他の身の回り品	617 (1.1)
22	外食	1,214 (0.9)	22	借家	1,244 (0.8)	22	募金	593 (1.0)
23	エステティック サービス	1,189 (0.9)	23	生命保険	1,184 (0.8)	23	他の教養・ 娯楽サービス	551 (1.0)
24	菓子類	1,182 (0.9)	24	増改築工事	1,046 (0.7)	24	菓子類	523 (0.9)
25	テレビ	1,181 (0.9)	25	ソーラーシステム	992 (0.6)	25	修理サービス	516 (0.9)

(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 2013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		789,465 (100.0)	全 体		140,688 (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	79,878 (10.1)	1	賃貸アパート・ マンション	6,777 (4.8)
2	デジタルコンテンツ その他	50,342 (6.4)	2	移动通信サービス	5,010 (3.6)
3	健康食品	45,587 (5.8)	3	インターネット 接続回線	3,699 (2.6)
4	商品一般	36,828 (4.7)	4	四輪自動車	3,621 (2.6)
5	サラ金・フリーローン	34,630 (4.4)	5	商品一般	3,569 (2.5)
6	賃貸アパート・ マンション	27,592 (3.5)	6	修理サービス	3,313 (2.4)
7	インターネット 接続回線	18,870 (2.4)	7	携帯電話	2,984 (2.1)
8	ファンド型投資商品	17,029 (2.2)	8	健康食品	2,929 (2.1)
9	移动通信サービス	16,577 (2.1)	9	放送サービス	2,783 (2.0)
10	出会い系サイト	13,599 (1.7)	10	クリーニング	2,680 (1.9)
11	新聞	11,875 (1.5)	11	デジタルコンテンツ その他	2,541 (1.8)
12	四輪自動車	11,870 (1.5)	12	生命保険	2,388 (1.7)
13	放送サービス	11,142 (1.4)	13	医療サービス	2,210 (1.6)
14	他の役務サービス	9,964 (1.3)	14	新築工事	2,157 (1.5)
15	アクセサリ	8,225 (1.0)	15	調理食品	1,882 (1.3)
16	生命保険	8,088 (1.0)	16	損害保険	1,809 (1.3)
17	修理サービス	8,047 (1.0)	17	化粧品	1,691 (1.2)
18	エステティック サービス	7,882 (1.0)	18	外食	1,686 (1.2)
19	化粧品	7,841 (1.0)	19	新聞	1,607 (1.1)
20	靴・運動靴	7,100 (0.9)	20	婦人洋服	1,603 (1.1)
21	携帯電話	6,258 (0.8)	21	パソコン	1,583 (1.1)
22	その他金融関連 サービス	6,157 (0.8)	22	靴・運動靴	1,480 (1.1)
23	かばん	5,906 (0.7)	23	サラ金・フリーローン	1,303 (0.9)
24	公社債	5,724 (0.7)	24	エステティック サービス	1,288 (0.9)
25	婦人洋服	5,650 (0.7)	25	引越	1,282 (0.9)

(注3) 「取引」は「契約・解約」「販売方法」のいずれかが問題となっているもの。

表15-1 2013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		277,442 (100.0)	全 体		90,529 (100.0)	全 体		281,797 (100.0)	全 体		9,964 (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	27,974 (10.1)	1	新聞	10,173 (11.2)	1	アダルト情報サイト	79,294 (28.1)	1	健康食品	2,278 (22.9)
2	サラ金・フリーローン	21,123 (7.6)	2	放送サービス	6,685 (7.4)	2	デジタルコンテンツその他	48,528 (17.2)	2	化粧品	1,432 (14.4)
3	移动通信サービス	13,403 (4.8)	3	インターネット接続回線	3,932 (4.3)	3	出会い系サイト	13,481 (4.8)	3	商品一般	870 (8.7)
4	四輪自動車	11,542 (4.2)	4	修理サービス	2,982 (3.3)	4	商品一般	8,467 (3.0)	4	ファンド型投資商品	733 (7.4)
5	携帯電話	7,211 (2.6)	5	ふとん類	2,954 (3.3)	5	健康食品	7,098 (2.5)	5	飲料	443 (4.4)
6	エステティックサービス	7,153 (2.6)	6	ソーラーシステム	2,775 (3.1)	6	靴・運動靴	6,579 (2.3)	6	浄水器	287 (2.9)
7	医療サービス	6,361 (2.3)	7	屋根工事	2,620 (2.9)	7	かばん	5,131 (1.8)	7	内職・副業その他	266 (2.7)
8	調理食品	6,195 (2.2)	8	商品一般	2,540 (2.8)	8	他の身の回り品	4,677 (1.7)	8	パソコンソフト	192 (1.9)
9	修理サービス	5,953 (2.1)	9	塗装工事	2,453 (2.7)	9	パソコンソフト	4,286 (1.5)	9	デジタルディスクソフト	175 (1.8)
10	クリーニング	5,346 (1.9)	10	生命保険	2,409 (2.7)	10	化粧品	3,847 (1.4)	10	教養娯楽・資格教材	160 (1.6)
11	新築工事	4,535 (1.6)	11	リースサービス	1,779 (2.0)	11	婦人洋服	3,677 (1.3)	11	ふとん類	160 (1.6)
12	商品一般	4,043 (1.5)	12	浄水器	1,724 (1.9)	12	サラ金・フリーローン	3,615 (1.3)	12	婦人下着	155 (1.6)
13	外食	3,518 (1.3)	13	ファンド型投資商品	1,535 (1.7)	13	他の役務サービス	2,763 (1.0)	13	家庭用電気治療器具	142 (1.4)
14	戸建住宅	3,287 (1.2)	14	冠婚葬祭互助会	1,471 (1.6)	14	宝くじ	2,587 (0.9)	14	デジタルコンテンツその他	126 (1.3)
15	歯科治療	2,881 (1.0)	15	建物清掃サービス	1,229 (1.4)	15	時計・時計付属品	2,268 (0.8)	15	複合サービス会員	115 (1.2)

(注1) 表中の割合は各形態別の全体数を100として算出した値である。

(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」が新設されている。

表15-2 2013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			101,945 (100.0)			全 体			7,543 (100.0)			全 体			7,381 (100.0)			全 体			8,120 (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		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	健康食品		1	健康食品		1	アクセサリー		1	アクセサリー		1	家庭用電気 治療器具		1	家庭用電気 治療器具		1	家庭用電気 治療器具		1	517 (6.4)	
2	インターネット 接続回線		2	商品一般		2	商品一般		2	商品一般		2	サラ金・ フリーローン		2	サラ金・ フリーローン		2	サラ金・ フリーローン		2	461 (5.7)	
3	ファンド型 投資商品		3	書籍・印刷物 その他		3	和服		3	和服		3	飲料		3	飲料		3	飲料		3	405 (5.0)	
4	商品一般		4	本		4	被服品一般		4	被服品一般		4	ファンド型 投資商品		4	ファンド型 投資商品		4	ファンド型 投資商品		4	229 (2.8)	
5	公社債		5	化粧品		5	四輪自動車		5	四輪自動車		5	健康食品		5	健康食品		5	健康食品		5	225 (2.8)	
6	株		6	新聞		6	婦人洋服		6	婦人洋服		6	修理サービス		6	修理サービス		6	修理サービス		6	185 (2.3)	
7	他の役務 サービス		7	鮮魚		7	他の商品		7	他の商品		7	パーキング		7	パーキング		7	パーキング		7	181 (2.2)	
8	鮮魚		8	雑誌		8	廃品回収 サービス		8	廃品回収 サービス		8	移動通信 サービス		8	移動通信 サービス		8	移動通信 サービス		8	165 (2.0)	
9	サラ金・ フリーローン		9	アクセサリー		9	洋服一般		9	洋服一般		9	アクセサリー		9	アクセサリー		9	アクセサリー		9	163 (2.0)	
10	分譲マンション		10	飲料		10	かばん		10	かばん		10	洗濯物干し 用品類		10	洗濯物干し 用品類		10	洗濯物干し 用品類		10	140 (1.7)	
11	I P 電話		11	デジタル ディスクソフト		11	テレビ		11	テレビ		11	他の役務 サービス		11	他の役務 サービス		11	他の役務 サービス		11	137 (1.7)	
12	他の教養・ 娯楽サービス		12	生鮮果実		12	家具類		12	家具類		12	商品一般		12	商品一般		12	商品一般		12	132 (1.6)	
13	化粧品		13	仏具・神具類		13	紳士洋服		13	紳士洋服		13	賃貸アパート・ マンション		13	賃貸アパート・ マンション		13	賃貸アパート・ マンション		13	126 (1.6)	
14	アクセサリー		14	魚介類全般		14	食器		14	食器		14	四輪自動車		14	四輪自動車		14	四輪自動車		14	124 (1.5)	
15	広告代理 サービス		15	医薬品類		15	自動二輪車		15	自動二輪車		15	廃品回収 サービス		15	廃品回収 サービス		15	廃品回収 サービス		15	118 (1.5)	

(注) 表中の割合は各形態別の全体数を100として算出した値である。

表16-1 2013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(%)	過去5年間の件数の推移						
			性別	件数				平均年齢	'09	'10	'11	'12	'13	
1	アダルト情報サイト	80,127	男性	56,490	43.7	10歳代、30歳代～50歳代、男性中心	114,080	通信販売 (99.0)	95634					
			女性	22,739	33.7	給与生活者	6,158	電話勧誘販売 (0.2)	55265					
2	デジタルコンテンツその他	52,073	男性	23,882	42.6	30歳代～50歳代	639,643	通信販売 (93.2)	59817					
			女性	27,215	42.8	給与生活者	82,909	電話勧誘販売 (1.1)	32532					
3	健康食品	46,760	男性	7,889	68.6	70歳以上、女性中心	87,030	電話勧誘販売 (58.6)	46760					
			女性	38,106	73.7	無職	49,923	通信販売 (15.2)	12454					
4	商品一般	40,546	男性	14,018	57.0	60歳以上	723,385	通信販売 (20.9)	45707					
			女性	24,492	63.3	無職、家事従事者	204,207	電話勧誘販売 (17.9)	23018					
5	サラ金・フリーローン	36,666	男性	22,915	47.4	30歳代～60歳代	1,972,588	店舗購入 (57.6)	93200					
			女性	12,773	49.3	給与生活者	373,938	通信販売 (9.9)	36666					
6	賃貸アパート・マンション	33,290	男性	16,716	41.8	20歳代～40歳代	244,784	店舗購入 (84.0)	39379					
			女性	15,492	41.8	給与生活者	98,909	通信販売 (0.6)	33290					
7	インターネット接続回線	19,522	男性	11,198	53.5	40歳以上	21,724	電話勧誘販売 (47.2)	19522					
			女性	7,793	51.4	給与生活者、無職	8,526	訪問販売 (20.1)	8992					
8	移動通信サービス	18,850	男性	10,727	44.8	20歳代～50歳代	93,850	店舗購入 (71.1)	18850					
			女性	7,648	43.9	給与生活者	16,080	通信販売 (11.4)	12178					
9	ファンド型投資商品	17,216	男性	5,390	66.9	70歳以上	9,572,781	電話勧誘販売 (52.8)	18461					
			女性	11,511	69.6	無職	6,913,707	通信販売 (10.9)	3195					
10	四輪自動車	14,659	男性	10,136	44.9	30歳代～50歳代、男性中心	1,487,983	店舗購入 (78.7)	15766					
			女性	4,080	44.6	給与生活者	712,025	通信販売 (8.3)	14659					
11	出会い系サイト	13,806	男性	6,837	42.2	20歳代～40歳代	661,641	通信販売 (97.6)	33486					
			女性	6,817	39.0	給与生活者	457,343	電話勧誘販売 (0.2)	13806					
12	放送サービス	12,264	男性	5,999	49.5	20歳以上	42,912	訪問販売 (54.5)	12918					
			女性	5,762	52.0	給与生活者、無職	11,677	店舗購入 (8.5)	9458					
13	新聞	12,109	男性	4,865	60.3	60歳以上	36,428	訪問販売 (84.0)	12638					
			女性	6,771	63.8	無職	5,779	店舗購入 (3.0)	11757					
14	修理サービス	11,621	男性	5,220	54.9	40歳以上	194,951	店舗購入 (51.2)	12883					
			女性	5,957	59.8	給与生活者、無職、家事従事者	97,225	訪問販売 (25.7)	10466					
15	他の役務サービス	10,940	男性	4,437	57.1	60歳以上	733,811	電話勧誘販売 (27.5)	10940					
			女性	5,617	60.7	無職、給与生活者	387,443	通信販売 (25.3)	5748					
16	化粧品	10,243	男性	1,194	47.5	40歳以上、女性中心	83,648	通信販売 (37.6)	10786					
			女性	8,849	54.7	給与生活者、家事従事者	57,464	店舗購入 (24.1)	7472					
17	アクセサリ	8,785	男性	1,878	46.2	60歳以上、女性中心	837,340	通信販売 (24.7)	9338					
			女性	6,745	59.3	家事従事者、無職、給与生活者	395,890	店舗購入 (23.9)	6609					
18	生命保険	8,768	男性	3,978	59.7	60歳以上	4,237,395	訪問販売 (27.5)	11411					
			女性	4,616	61.4	無職、給与生活者	3,406,603	店舗購入 (25.2)	8768					
19	エステティックサービス	8,402	男性	370	32.4	20歳代、女性中心	304,858	店舗購入 (85.1)	10523					
			女性	7,966	31.3	給与生活者	135,420	訪問販売 (5.9)	7281					
20	携帯電話	8,317	男性	4,719	43.7	40歳代、女性中心	87,268	店舗購入 (86.7)	8607					
			女性	3,426	43.1	給与生活者	25,828	通信販売 (6.9)	6816					
21	靴・運動靴	7,671	男性	3,202	35.8	20歳代～40歳代	13,578	通信販売 (85.8)	7671					
			女性	4,398	38.0	給与生活者	10,594	店舗購入 (12.0)	1816					
22	医療サービス	7,418	男性	2,444	54.2	20歳以上	479,866	店舗購入 (85.8)	7418					
			女性	4,804	49.5	給与生活者、無職	184,784	電話勧誘販売 (1.6)	5912					
23	調理食品	7,137	男性	2,154	55.0	30歳代～60歳代	4,100	店舗購入 (86.8)	7137					
			女性	4,836	50.5	家事従事者、給与生活者	2,698	通信販売 (6.7)	1747					
24	婦人洋服	6,695	男性	242	47.1	20歳代～40歳代、女性中心	60,325	通信販売 (54.9)	6695					
			女性	6,369	45.3	給与生活者、家事従事者	35,638	店舗購入 (35.5)	4952					
25	その他金融関連サービス	6,670	男性	3,306	55.9	40歳代、60歳以上	1,244,481	店舗購入 (38.9)	8177					
			女性	3,212	59.1	無職、給与生活者	779,729	通信販売 (12.8)	6419					

(注1) 「他の相談」に属する項目は集計対象から除いている。

(注2) 「訪問販売」には「家庭訪問」「アポイントメントセールス」「SF商法」「キャッチセールス」などが含まれる。

表16-2 2013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)	相談の特徴等
1	アダルト情報サイト	80,127	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無料商法、⑥強引、⑦不当請求、⑧電子広告、⑨未成年者契約、⑩プライバシー	スマートフォンなどを利用し無料だと思いアダルト情報サイトを閲覧していたところ、料金を請求されたという相談が見られる。
2	デジタルコンテンツその他	52,073	①インターネット通販、②架空請求、③迷惑メール、④高価格・料金、⑤強引、⑥プライバシー、⑦不当請求、⑧解約、⑨クレジットカード、⑩未成年者契約	利用した覚えのないサイト利用料の請求に関する相談が多い。オンラインゲームに関する相談も見られる。
3	健康食品	46,760	①電話勧誘、②強引、③無断契約、④代引配達、⑤ネガティブオプション、⑥虚偽説明、⑦解約、⑧高価格・料金、⑨不当請求、⑩クーリングオフ	注文した覚えのない商品が送付されてきたという相談が多い。
4	商品一般	40,546	①電話勧誘、②信用性、③架空請求、④プライバシー、⑤強引、⑥クレジットカード、⑦インターネット通販、⑧無断契約、⑨解約、⑩虚偽説明	身に覚えのない料金の請求や、不審な電話勧誘などの相談が多い。
5	サラ金・フリーローン	36,666	①多重債務、②金利・利息、③クレジットカード、④自己破産、⑤法律違反、⑥契約書・書面、⑦高価格・料金、⑧信用性、⑨債権回収業者、⑩プライバシー	多重債務、債務整理に関する相談が多い。
6	賃貸アパート・マンション	33,290	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他の接客対応	敷金の返還や原状回復等、退去時のトラブルが目立つ。
7	インターネット接続回線	19,522	①解約、②電話勧誘、③説明不足、④解約料、⑤家庭訪問、⑥虚偽説明、⑦強引、⑧信用性、⑨契約書・書面、⑩連絡不能	電話で安くなると勧誘し、遠隔操作で手続きをする光回線の契約やプロバイダに関する相談が見られる。
8	移動通信サービス	18,850	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他の接客対応、⑧虚偽説明、⑨返金、⑩他の価格・料金	スマートフォンやモバイルデータ通信の解約にまつわるトラブルや、サービスについての説明不足による相談が目立った。
9	ファンド型投資商品	17,216	①電話勧誘、②利殖商法、③信用性、④返金、⑤虚偽説明、⑥強引、⑦カタログ・パンフレット、⑧解約、⑨DM広告、⑩二次被害	複数の事業者が登場する劇場型勧誘が多い。
10	四輪自動車	14,659	①解約、②契約書・書面、③説明不足、④新車、⑤クレーム処理、⑥解約料、⑦返金、⑧約束不履行、⑨早期故障、⑩高価格・料金	新車だけでなく中古車の相談も多い。品質・機能に関する相談が見られる。
11	出会い系サイト	13,806	①インターネット通販、②迷惑メール、③返金、④高価格・料金、⑤解約、⑥不当請求、⑦クレジットカード、⑧決済代行業者、⑨虚偽説明、⑩プライバシー	お金が貰える等とうたうメールが届き、手続きのためにサイトに高額な支払いをしてしまったという相談が見られる。
12	放送サービス	12,264	①家庭訪問、②解約、③強引、④説明不足、⑤公共料金、⑥契約書・書面、⑦法令、⑧他の接客対応、⑨クレーム処理、⑩電話勧誘	放送料金に関する相談や、ケーブルテレビなどの相談が目立った。
13	新聞	12,109	①家庭訪問、②解約、③景品付販売、④強引、⑤クーリングオフ、⑥契約書・書面、⑦長期契約、⑧判断不十分者契約、⑨無断契約、⑩解約料	訪問販売についての相談や長期間にわたる契約についての相談が目立った。
14	修理サービス	11,621	①修理代、②高価格・料金、③家庭訪問、④説明不足、⑤見積り、⑥クレーム処理、⑦信用性、⑧他の接客対応、⑨補償、⑩機能故障	見積りより請求額が高額になったなど修理代に関する相談が多い。
15	他の役務サービス	10,940	①信用性、②電話勧誘、③二次被害、④解約、⑤インターネット通販、⑥虚偽説明、⑦返金、⑧プライバシー、⑨高価格・料金、⑩電子広告	アダルト情報サイトからの請求トラブルを解決してくれるという事業者等に関する相談が見られる。
16	化粧品	10,243	①解約、②拡大損害、③皮膚障害、④返金、⑤インターネット通販、⑥電話勧誘、⑦連絡不能、⑧信用性、⑨クレーム処理、⑩サイドビジネス商法	薬用化粧品による白斑トラブルにまつわる相談が見られる。
17	アクセサリ	8,785	①解約、②電話勧誘、③強引、④高価格・料金、⑤返金、⑥信用性、⑦家庭訪問、⑧クーリングオフ、⑨インターネット通販、⑩ダイヤモンド	貴金属の訪問購入に関する相談が見られる。
18	生命保険	8,768	①説明不足、②解約、③契約書・書面、④家庭訪問、⑤他の接客対応、⑥返金、⑦クレーム処理、⑧信用性、⑨契約変更、⑩強引	契約内容などの説明不足や解約に関するトラブルが目立つ。
19	エステティックサービス	8,402	①解約、②返金、③クーリングオフ、④高価格・料金、⑤倒産、⑥瘦身、⑦契約書・書面、⑧強引、⑨クレジットカード、⑩約束不履行	若い女性の相談が多く、高額な契約のため解約したいという相談が見られる。
20	携帯電話	8,317	①解約、②説明不足、③交換、④クレーム処理、⑤早期故障、⑥故障頻発、⑦機能故障、⑧他の接客対応、⑨解約料、⑩高価格・料金	通信サービスの契約に関する相談と、機器の不具合に関する相談が見られる。
21	靴・運動靴	7,671	①インターネット通販、②連絡不能、③返金、④商品未着、⑤解約、⑥中華人民共和国、⑦電子広告、⑧注文品違い、⑨所在不明、⑩交換	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り、違う商品が届いたりしたという相談が多い。
22	医療サービス	7,418	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他の接客対応、⑦解約、⑧他の傷病・症状、⑨クレーム処理、⑩契約書・書面	美容医療サービスに関する相談が目立つ。契約を急かされたり、説明不足であったりしたという相談が寄せられた。
23	調理食品	7,137	①異物混入、②冷凍、③リコール、④他の化学物質、⑤連絡不能、⑥スーパー、⑦拡大損害、⑧社告、⑨返金、⑩クレーム処理	冷凍食品の農薬混入事案にまつわる相談が多い。
24	婦人洋服	6,695	①インターネット通販、②解約、③返金、④連絡不能、⑤商品未着、⑥交換、⑦クレーム処理、⑧サイズ、⑨電子広告、⑩他の接客対応	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り、違う商品が届いたりしたという相談が多い。
25	その他金融関連サービス	6,670	①クレジットカード、②解約、③信用性、④説明不足、⑤電話勧誘、⑥契約書・書面、⑦プライバシー、⑧連絡不能、⑨契約拒否、⑩無断契約	クレジットカードの入退会に関する相談が多い。

表17-1 2013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)	過去5年間の件数の推移					
			性別	件数			平均年齢	'09	'10	'11	'12	'13
1	インターネット通販	163,468	男性	92,087	43.4	30歳代～40歳代 給与生活者	221,812 67,615	163468				
			女性	69,033	38.2			89387				
2	電話勧誘販売	92,340	男性	28,097	63.3	70歳以上 家事従事者	1,778,924 712,309	92340				
			女性	61,243	70.4			40448				
3	ワンクリック請求	69,409	男性	48,903	43.7	10歳代、30歳代～50歳代、男性中心 給与生活者	105,984 3,715	82371				
			女性	19,841	34.0			38510				
4	家庭訪販	57,483	男性	22,175	60.0	60歳以上 無職	1,635,741 665,438	57483				
			女性	33,933	65.2			50227				
5	無料商法	32,878	男性	17,561	49.1	20歳代～60歳代 給与生活者	228,373 64,697	33771				
			女性	14,769	46.1			29165				
6	利殖商法	22,010	男性	7,975	63.8	70歳以上 無職	8,615,593 5,566,862	28958				
			女性	13,683	69.5			10636				
7	劇場型勧誘	18,864	男性	4,949	72.5	70歳以上、女性中心 無職、家事従事者	9,592,238 2,849,295	18864				
			女性	13,674	71.9			17901				
8	代引配達	18,200	男性	3,500	62.5	70歳以上、女性中心 無職	50,635 18,097	18200				
			女性	14,482	73.1			3593				
9	被害にあった人を勧誘 (二次被害)	13,163	男性	5,979	62.4	70歳以上 無職	2,756,009 1,767,993	18525				
			女性	6,961	68.1			11305				
10	かたり商法(身分詐称)	12,645	男性	3,646	61.2	70歳以上 無職、家事従事者	2,940,514 911,982	12645				
			女性	8,244	67.1			4667				
11	販売目的隠匿	11,256	男性	3,708	52.6	60歳以上 無職、給与生活者、家事従事者	989,712 340,682	11293				
			女性	7,147	58.7			9636				
12	マルチ取引	9,964	男性	3,598	37.2	20歳代 給与生活者	834,570 741,972	15788				
			女性	6,112	51.3			9964				
13	次々販売	9,284	男性	2,509	63.0	70歳以上、女性中心 無職	2,689,369 2,052,726	10831				
			女性	6,545	67.4			9284				
14	サイドビジネス商法	8,711	男性	3,590	35.8	20歳代 給与生活者	918,850 603,692	15805				
			女性	4,950	44.2			8711				
15	ネガティブ・オプション	7,543	男性	1,794	67.8	70歳以上、女性中心 無職	55,975 14,315	7543				
			女性	5,219	74.7			2135				
16	当選商法	6,534	男性	2,742	62.6	60歳以上 無職	1,000,140 400,272	11741				
			女性	3,686	59.3			6534				
17	点検商法	6,371	男性	2,358	68.6	70歳以上 無職	613,508 183,947	6371				
			女性	3,716	70.0			5341				
18	訪問購入	5,831	男性	1,140	62.1	60歳以上、女性中心 家事従事者、無職	424,279 359,494	5831				
			女性	4,556	66.5			550				
19	景品付販売	4,651	男性	1,846	57.2	60歳以上 無職	156,215 57,122	4651				
			女性	2,717	59.9			3822				
20	インターネット オークション	4,190	男性	2,724	41.0	30歳代～40歳代 給与生活者	146,248 92,730	4367				
			女性	1,373	38.1			3895				
21	紹介販売	4,035	男性	1,372	37.8	20歳代 給与生活者	1,104,934 921,640	4035				
			女性	2,568	51.0			3550				
22	テレビショッピング	3,494	男性	1,027	68.4	60歳以上、女性中心 無職、家事従事者	31,599 19,922	3494				
			女性	2,437	65.6			1778				
23	薬効をうたった勧誘	3,058	男性	742	65.9	70歳以上、女性中心 無職	387,714 285,553	3311				
			女性	2,260	67.4			2940				
24	開運商法	2,960	男性	643	54.4	40歳代以上、女性中心 無職、給与生活者、家事従事者	1,055,661 832,601	3411				
			女性	2,276	55.0			2250				
25	カタログ通販	2,849	男性	933	66.8	60歳以上 無職	336,702 211,447	2849				
			女性	1,832	63.2			1357				

(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」「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」が新設されている。

表17-2 2013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	163,468	①アダルト情報サイト (41.7%)、②デジタルコンテンツその他 (20.9%)、③出会い系サイト (6.6%)、④靴・運動靴 (3.0%)、⑤かばん (2.2%)	スマートフォンなどを利用し無料だと思いアダルト情報サイトを閲覧していたところ、料金を請求されたという相談が見られる。
2	電話勧誘販売	92,340	①健康食品 (28.1%)、②ファンド型投資商品 (9.4%)、③インターネット接続回線 (8.4%)、④商品一般 (7.2%)、⑤公社債 (4.0%)	高齢者に対する強引な健康食品の勧誘や、劇場型勧誘による金融商品の勧誘が目立つ。
3	ワンクリック請求	69,409	①アダルト情報サイト (92.6%)、②デジタルコンテンツその他 (5.4%)、③出会い系サイト (0.9%)、④興信所 (0.3%)、⑤他の役務サービス (0.2%)	スマートフォンなどを利用し無料だと思いアダルト情報サイトを閲覧していたところ、料金を請求されたという相談が見られる。
4	家庭訪販	57,483	①新聞 (12.4%)、②放送サービス (6.8%)、③インターネット接続回線 (5.3%)、④ふとん類 (4.3%)、⑤ソーラーシステム (3.5%)	消費者が要請していないにもかかわらず、業者が家庭を訪問し、消費者を勧誘するケースがほとんどである。強引な勧誘や長時間に及ぶ勧誘など、問題が多い。
5	無料商法	32,878	①アダルト情報サイト (41.0%)、②デジタルコンテンツその他 (9.0%)、③出会い系サイト (4.3%)、④インターネット接続回線 (3.2%)、⑤健康食品 (3.1%)	「無料」をうたったアダルト情報サイトなどを利用したところ、利用料を請求されたという相談が多い。
6	利殖商法	22,010	①ファンド型投資商品 (43.8%)、②公社債 (12.9%)、③株 (10.1%)、④分譲マンション (3.3%)、⑤他の役務サービス (3.1%)	高齢者に対する劇場型勧誘による金融商品の勧誘が見られる。
7	劇場型勧誘	18,864	①ファンド型投資商品 (35.3%)、②公社債 (17.7%)、③商品一般 (10.1%)、④株 (8.9%)、⑤アクセサリー (4.0%)	「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。
8	代引配達	18,200	①健康食品 (67.1%)、②鮮魚 (4.9%)、③商品一般 (3.3%)、④化粧品 (2.9%)、⑤アクセサリー (1.1%)	事業者から、注文した覚えのない商品が代引配達で送付されてきたという相談が目立つ。
9	被害にあった人を 勧誘 (二次被害)	13,163	①他の役務サービス (18.1%)、②ファンド型投資商品 (10.6%)、③株 (10.4%)、④土地 (4.8%)、⑤商品一般 (4.5%)	以前被害を受けた消費者のトラブルの損害を回復するなど電話で勧誘し、新たに契約を結ばせ金銭を支払わせるケースが多い。
10	かたり商法 (身分詐称)	12,645	①商品一般 (15.1%)、②社会保険 (8.5%)、③ファンド型投資商品 (6.7%)、④他の役務サービス (5.9%)、⑤公社債 (5.3%)	公的機関をかたって医療費の還付金を得られる等と言ひ、金銭を支払わせようとする相談が多い。
11	販売目的隠匿	11,256	①商品一般 (11.0%)、②ふとん類 (4.6%)、③ファンド型投資商品 (4.5%)、④アクセサリー (4.3%)、⑤健康食品 (4.1%)	事業者から突然勧誘を受け、契約してしまったが解約したいという相談が多い。
12	マルチ取引	9,964	①健康食品 (22.9%)、②化粧品 (14.4%)、③商品一般 (8.7%)、④ファンド型投資商品 (7.4%)、⑤飲料 (4.4%)	若者に多く、友人や知人から勧誘されたという相談が見られる。SNSを使った勧誘も見られる。
13	次々販売	9,284	①健康食品 (13.9%)、②ふとん類 (6.8%)、③エステティックサービス (5.3%)、④アクセサリー (4.0%)、⑤ファンド型投資商品 (3.9%)	注文した覚えのない商品が続けて送られてくる場合や、事業者に次々に契約させられる場合がある。
14	サイドビジネス 商法	8,711	①健康食品 (14.6%)、②内職・副業その他 (10.8%)、③化粧品 (10.0%)、④商品一般 (6.5%)、⑤デジタルコンテンツその他 (3.9%)	若者が利益になると勧誘され契約するが、思うように利益にならないという相談が多い。
15	ネガティブ・ オプション	7,543	①健康食品 (59.6%)、②商品一般 (8.1%)、③書籍・印刷物その他 (3.3%)、④本 (2.8%)、⑤化粧品 (2.6%)	事業者から、健康食品等の注文した覚えのない商品が送付されてきたという相談が目立つ。
16	当選商法	6,534	①宝くじ (35.4%)、②他の教養・娯楽サービス (12.5%)、③デジタルコンテンツその他 (11.0%)、④飲料 (7.9%)、⑤出会い系サイト (6.1%)	多額の金銭を得る権利が当選したと事業者から連絡が来て手続きをするも、金銭が得られないという相談が見られる。
17	点検商法	6,371	①屋根工事 (12.5%)、②浄水器 (9.2%)、③修理サービス (9.1%)、④建物清掃サービス (7.4%)、⑤ふとん類 (5.7%)	点検という名目で来訪した事業者と契約したが、解約したいという相談が見られる。
18	訪問購入	5,831	①アクセサリー (24.3%)、②商品一般 (15.8%)、③和服 (7.9%)、④被服品一般 (7.8%)、⑤婦人洋服 (4.1%)	不用品を買取るということで来訪した事業者から、貴金属の買取りを迫られたという相談が見られる。
19	景品付販売	4,651	①新聞 (76.6%)、②インターネット接続回線 (5.1%)、③移动通信サービス (3.3%)、④携帯電話 (1.1%)、⑤健康食品 (0.8%)	訪問販売について、事業者から景品を受け取ってしまったが解約したいという相談が多い。
20	インターネット オークション	4,190	①四輪自動車 (7.1%)、②かばん (5.2%)、③商品一般 (4.9%)、④婦人洋服 (3.8%)、⑤紳士洋服 (3.5%)	代金を支払ったにもかかわらず商品が届かなかったり、商品が届いても説明と違うものであったりしたなど解約・返金に関する相談が多い。
21	紹介販売	4,035	①健康食品 (16.6%)、②化粧品 (10.9%)、③ファンド型投資商品 (9.0%)、④商品一般 (4.9%)、⑤エステティックサービス (3.8%)	若者に多く、友人や知人から勧誘されたという相談が見られる。SNSを使った勧誘も見られる。
22	テレビ ショッピング	3,494	①健康食品 (16.9%)、②他の台所用品類 (10.3%)、③化粧品 (8.8%)、④電気掃除機類 (5.0%)、⑤健康器具 (3.5%)	一度購入したところ、定期購入になっていたという相談が見られる。景品表示法に違反した漬物容器に関する相談も見られた。
23	薬効をうたった 勧誘	3,058	①健康食品 (47.2%)、②家庭用電気治療器具 (21.3%)、③飲料 (5.1%)、④化粧品 (3.7%)、⑤ふとん類 (2.8%)	病気が治ったり、痛みが和らいだりするなど勧誘され商品を購入している。解約・返金に関する相談が多い。
24	開運商法	2,960	①祈とうサービス (33.3%)、②アクセサリー (21.1%)、③印鑑 (7.1%)、④デジタルコンテンツその他 (6.5%)、⑤仏具・神具類 (4.1%)	「霊がついている」などと言って消費者を不安にさせたり、「運氣があがる」などと広告して販売したりするケースが多い。
25	カタログ通販	2,849	①商品一般 (12.3%)、②健康食品 (8.1%)、③化粧品 (5.4%)、④アクセサリー (4.5%)、⑤婦人洋服 (4.1%)	申し込んでいないのにカタログが届いたり、商品が届いたりしたという相談が見られる。

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り、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、2013年度にPIO-NETにより収集した「危害・危険情報」^{*2}と、医療機関ネットワークに参画している24医療機関から収集した情報をまとめた。

2013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20,603件で、対前年度比で見ると39.5%増である。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6,906件で、対前年度比38.0%増である。いずれも過去最多の件数となっている。
- ・「危害情報」は13,700件であり、上位3商品・役務は「化粧品」「調理食品」「医療サービス」である。「危険情報」は6,903件であり、上位3商品・役務は「調理食品」「四輪自動車」「菓子類」である。
- ・「危害情報」の約3,100件の増加については、前年度同様1位の「化粧品」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（437件）^{*3}などにより約900件増加したことや、前年度8位の「調理食品」が冷凍食品への農薬（マラチオン^{*4}）混入事案に関するもの（965件）などにより約1,100件増加したことが大きく影響している。
- ・「危険情報」の約2,700件の増加については、前年度2位の「調理食品」が、冷凍食品への農薬（マラチオン）混入事案に関するもの（2,211件）などにより約2,300件増加したことが大きく影響している。
- ・医療機関ネットワークの情報は、2012年度までは13医療機関からの収集であったが、2013年度は24医療機関からの収集となり、約1,900件増加した。

*1 「医療機関ネットワーク事業」とは、消費生活において生命および身体に生ずる被害に関する事故等の概要や発生時の状況などの情報を医療機関から収集し、注意喚起などに活用することを目的としている事業。消費者庁との共同事業であり、2010年12月より情報収集を開始している。

*2 データは2014年5月末までの登録分。なお、2007年度から、国民生活センターで受け付けた「経由相談」は除いている。

*3 データは消費者庁が独自に精査したもの。

*4 マラチオンは、有機リン系の殺虫剤であり、中毒症状としては吐き気・おう吐・唾液分泌過多、発汗過多、下痢、腹痛、軽い縮瞳等が知られている。（厚生労働省ホームページ「農薬（マラチオン）を検出した冷凍食品の自主回収について」<http://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/0000034127.html>より）

2 消費生活センターに寄せられた危害情報の概要

2013年度に消費生活センターから収集した危害情報は13,700件で、前年度（10,599件）と比べると3,101件もの増加（前年度比29.3%の増加）である（表18、図10 48頁）。

これは、自主回収している薬用化粧品の白斑トラブルに関するもの（437件）などにより、前年度1位の「化粧品」が908件増加したことで、冷凍食品への農薬（マラチオン）混入事案に関するもの（965件）などにより、前年度8位の「調理食品」が1,093件増加したことが大きく影響している。その他、「洗濯用洗剤」が246件、「医療サービス」が206件、「健康食品」が123件増加している（表24 61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

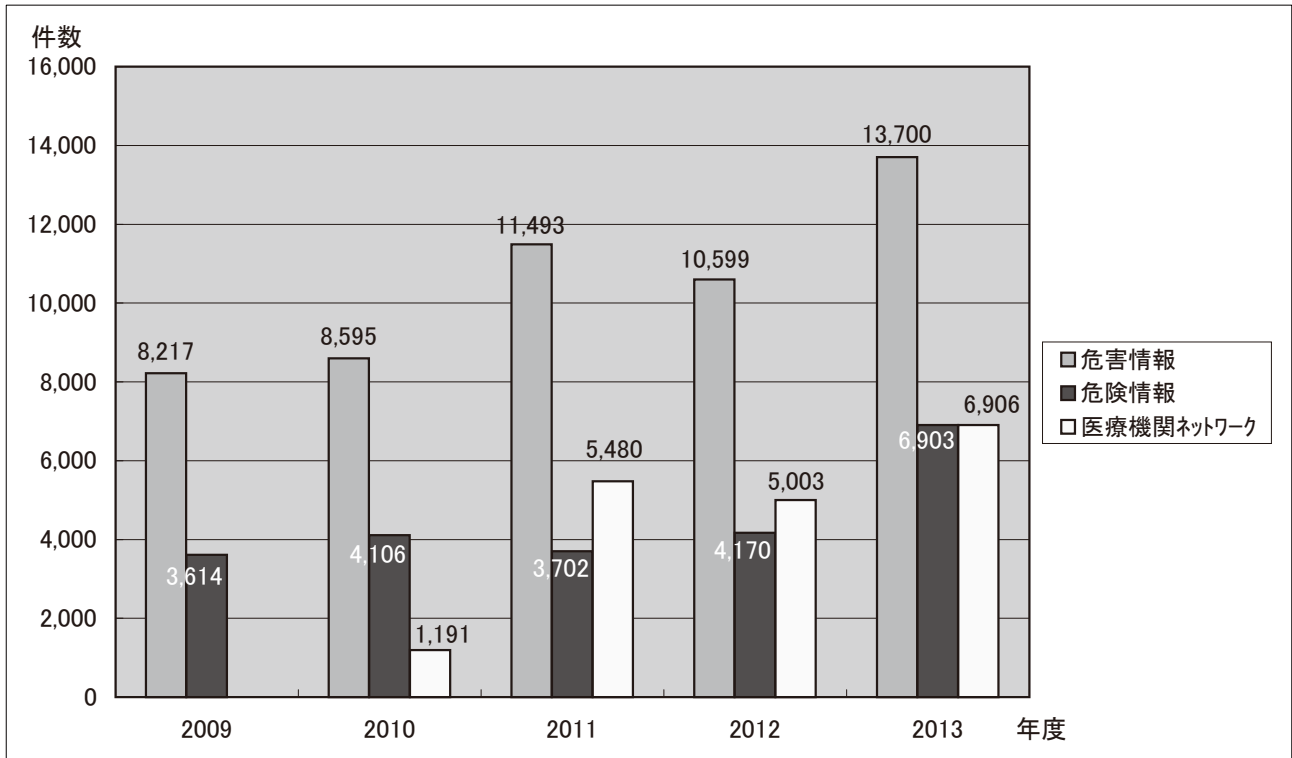
(件)

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	116.3	5,003	420.1	19,772	142.3
2013	13,700	6,903	20,603	139.5	6,906	138.0	27,509	139.1
計	166,347	89,229	255,576		18,580		81,848	

(注1) 2014年5月末日までの登録分。消費生活センター (A) は2007年度から国民生活センターで受け付けた「経由相談」は除いている。

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

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) 2014年5月末日までの登録分。消費生活センターの危害情報、危険情報は、国民生活センターで受け付けた「経由相談」は除いたもの。

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

(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(表19 49頁)、最も多かったのは「化粧品」「医薬品類」などの「保健衛生品」3,271件(23.9%)である。「化粧品」が908件増加したため、前年度(2位、2,277件)から994件増加し、順位も上昇している。

2位は「調理食品」「健康食品」「飲料」「菓子類」などの「食料品」3,138件(22.9%)である。「調理食品」が1,093件増加し、さらに「健康食品」も123件増加したため、前年度(3位、1,792件)から1,346件増加し、順位も上昇している。

3位は「医療サービス」「エステティックサービス」「歯科治療」「美容院」などの「保健・福祉サービス」3,073件(22.4%)である。前年度(1位、2,844件)から順位は下がったものの、「医療サービス」の206件の増加を含め、229件増加している。

4位は「洗濯用洗剤」「家具類」「ふとん類」などの「住居品」1,306件(9.5%)である。前年度(4位、1,002件)と同じ順位であるが、「洗濯用洗剤」の246件の増加を含め、304件増加している。

5位は「外食」などの「他のサービス」585件(4.3%)である。前年度(5位、563件)から22件のみの増加であり、同じ順位である。

6位から10位は、6位が「靴・運動靴」などの「被服品」454件(3.3%)、7位が「携帯電話」などの「教養娯楽品」411件(3.0%)、8位が「宿泊施設」「スポーツ・健康教室」などの「教養・娯楽サービス」302件(2.2%)、9位が「自転車」などの「車両・乗り物」286件(2.1%)、10位が「賃貸アパート・マンション」などの「レンタル・リース・貸借」218件(1.6%)である。

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	3,138	22.9	調理食品(1,407)、健康食品(655)、飲料(259)、菓子類(186)、他の魚介加工品(82)
住居品	1,306	9.5	洗濯用洗剤(317)、家具類(199)、ふとん類(120)、他の住居洗剤(46)、電気掃除機類(31)
光熱水品	30	0.2	他の光熱水品(11)、石油(10)、電気(6)
被服品	454	3.3	靴・運動靴(124)、婦人下着(45)、他の身の回り品(42)、婦人洋服(41)、アクセサリー(38)
保健衛生品	3,271	23.9	化粧品(2,313)、医薬品類(194)、他の保健衛生用品(146)、家庭用電気治療器具(130)、メガネ・コンタクトレンズ(104)
教養娯楽品	411	3.0	携帯電話(66)、健康器具(54)、タバコ用品(44)、園芸用品(23)、パソコン(18)、玩具・遊具その他(18)
車両・乗り物	286	2.1	自転車(138)、四輪自動車(70)、ベビーカー(14)、自動二輪車(14)、自転車用品(9)
土地・建物・設備	152	1.1	電気温水器(35)、戸建住宅(22)、建具(18)、分譲マンション(14)、他の浴室関連設備(7)、ソーラーシステム(7)
クリーニング	11	0.1	クリーニング(11)
レンタル・リース・貸借	218	1.6	賃貸アパート・マンション(182)、借家(12)、レンタルサービスその他(8)
工事・建築・加工	124	0.9	新築工事(33)、内装工事(26)、増改築工事(20)、塗装工事(19)、衛生設備工事(8)
修理・補修	27	0.2	修理サービス(22)、車検サービス(5)
運輸・通信サービス	100	0.7	鉄道サービス(24)、バスサービス(22)、タクシーサービス(10)、航空サービス(9)、引越(9)
教養・娯楽サービス	302	2.2	宿泊施設(73)、スポーツ・健康教室(73)、スポーツ施設利用(36)、遊園地・レジャーランド(24)、遊興施設利用(23)
保健・福祉サービス	3,073	22.4	医療サービス(1,056)、エステティックサービス(661)、歯科治療(301)、美容院(300)、他の理美容サービス(131)
他のサービス	585	4.3	外食(459)、食事・食材宅配(22)、損害保険(15)、ハウスクリーニング(13)、他の行政サービス(13)
その他	212	1.5	商品一般(199)、他の商品(13)
合計	13,700	100	

(注)「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。2014年5月末日までの登録分。国民生活センターで受け付けた「経由相談」は除いたもの。

(2) 危害情報の商品・役務別件数

危害情報を商品・役務別にみると(表24 61頁)、最も多かったのは「化粧品」2,313件(16.9%)である。前年度(1位、1,405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437件などにより、908件増加している。

2位は「調理食品」1,407件(10.3%)である。冷凍食品への農薬(マラチオン)混入事案に関するもの965件などにより、前年度(8位、314件)から1,093件増加し、順位も大きく上昇している。

3位は「医療サービス」1,056件(7.7%)である。前年度(2位、850件)から順位は下がったものの、顔のリフトアップなどの「美容医療」の110件の増加を含め、206件増加している。

4位は「エステティックサービス」661件(4.8%)である。前年度(3位、590件)から順位は下がったものの、リラクゼーションを目的としたマッサージなどの「他のエステサービス」の34件の増加を含め、71件増加している。

5位は「健康食品」655件(4.8%)である。前年度(4位、532件)から順位は下がったものの、プラセンタなどの「他の健康食品」の67件の増加を含め、123件増加している。

6位から10位は、6位が「外食」459件(3.4%)、7位が「柔軟仕上げ剤」などの「洗濯用洗剤」317件(2.3%)、8位が「歯科治療」301件(2.2%)、9位が「美容院」300件(2.2%)、10位が「飲料」259件(1.9%)である。

(3) 危害内容

危害内容では、最も多かったのは「皮膚障害」4,030件（29.4%）である（表20）。内容としては「化粧品」「エステティックサービス」「医療サービス」などに関するものが多い。「化粧品」の998件の増加を含め、前年度（2位、2,669件）から1,361件増加し、順位も上昇している（表26 62頁）。

2位は、「その他の傷病及び諸症状」3,609件（26.3%）である。内容としては「医療サービス」「洗濯用洗剤」「歯科治療」「健康食品」などに関するものも多く、体調がすぐれない、気分が悪い、痛みがあるなどの症状が多い。前年度（1位、3,092件）から順位は下がったものの、「洗濯用洗剤」の190件の増加を含め517件増加している。

3位は「消化器障害」2,015件（14.7%）である。内容としては「調理食品」「健康食品」「外食」「飲料」などに関するものが多い。前年度（3位、1,021件）と順位は同じであるが、「調理食品」の918件の増加を含め、994件増加している。

4位は「擦過傷・挫傷・打撲傷」の858件（6.3%）である。内容としては「エステティックサービス」「自転車」「靴・運動靴」や店舗内の転倒などに関するものが多い。「エステティックサービス」の31件の増加、「自転車」の26件の増加、「靴・運動靴」の21件の増加などを含め、前年度（5位、691件）から167件増加し、順位も上昇している。

5位は「熱傷」765件（5.6%）である。内容としては「エステティックサービス」「医療サービス」「外食」「携帯電話」などに関するものが多い。前年度（4位、813件）から48件減少したため、順位も下がっているが、前年度に急増したスマートフォンなどの「携帯電話」が46件と高止まりしている。

6位は「刺傷・切傷」734件（5.4%）である。内容としては「外食」「調理食品」などに関するものが多い。

7位は「骨折」366件（2.7%）である。内容としては「自転車」「デイケアサービス」や店舗内の転倒などに関するものが多い。

8位は「呼吸器障害」328件（2.4%）である。内容としては「柔軟仕上げ剤」などの「洗濯用洗剤」「賃貸アパート・マンション」「家具類」などに関するものが多い。

9位は「神経・脊髄の損傷」225件（1.6%）である。内容としては「医療サービス」、整体やカイロプラクティックなどの「他の医療サービス」「骨つぎ整復」「四輪自動車」などに関するものが多い。

10位は「中毒」188件（1.4%）である。内容としては「外食」「調理食品」などに関するものが多い。

表20 危害内容別上位10位（消費生活センター）

年度 順位	2013年度		
	危害内容	件数	割合 (%)
1	皮膚障害	4,030	29.4
2	その他の傷病及び諸症状	3,609	26.3
3	消化器障害	2,015	14.7
4	擦過傷・挫傷・打撲傷	858	6.3
5	熱傷	765	5.6
6	刺傷・切傷	734	5.4
7	骨折	366	2.7
8	呼吸器障害	328	2.4
9	神経・脊髄の損傷	225	1.6
10	中毒	188	1.4
	総件数	13,700	100.0

（注）2014年5月末日までの登録分。国民生活センターで受け付けた「経由相談」は除いたもの。

(4) 被害者の性別・年代

危害を受けた被害者の性別をみると（表21）、女性が9,749件（71.2%）、男性が3,624件（26.4%）で、「化粧品」などの件数の増加により、前年度と比べ女性の割合が増加している。

年代別では、前年度と同じく40歳代が2,232件（16.3%）で最も多く、次いで60歳代と70歳以上は同数で2,186件（16.0%）である。

以下、50歳代2,053件（15.0%）、30歳代1,695件（12.4%）、20歳代1,095件（8.0%）、10歳未満564件（4.1%）、10歳代470件（3.4%）と続いた。すべての年代で件数は増加している。

表21 年代別・性別危害件数（消費生活センター）

年代	男		女		不明		計	
	件数	割合 (%)	件数	割合 (%)	件数	割合 (%)	件数	割合 (%)
10歳未満	272	7.5	227	2.3	65	19.9	564	4.1
10歳代	210	5.8	242	2.5	18	5.5	470	3.4
20歳代	249	6.9	844	8.7	2	0.6	1,095	8.0
30歳代	420	11.6	1,269	13.0	6	1.8	1,695	12.4
40歳代	538	14.8	1,692	17.4	2	0.6	2,232	16.3
50歳代	498	13.7	1,549	15.9	6	1.8	2,053	15.0
60歳代	530	14.6	1,653	17.0	3	0.9	2,186	16.0
70歳以上	583	16.1	1,598	16.4	5	1.5	2,186	16.0
不明	324	8.9	675	6.9	220	67.3	1,219	8.9
合計	3,624	26.5	9,749	71.2	327	2.4	13,700	100

（注）2014年5月末日までの登録分。国民生活センターで受け付けた「経由相談」は除いたもの。

次に、被害者の年代別に危害の多い商品・役務をみると（表27 63頁）、10歳未満では、1位は「調理食品」176件で、前年度（4位、15件）から161件増加している。2位は「外食」34件、3位は「菓子類」23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」、8位の「玩具・遊具その他」、9位の「ベビーカー」が、他の年代では10位以内でない商品・役務である。

10歳代では、1位は「調理食品」175件で、前年度（7位、10件）から165件増加している。2位は「自転車」37件、3位は「化粧品」27件である。2位の「自転車」、7位のカラーコンタクトレンズなどの「メガネ・コンタクトレンズ」が他の年代では10位以内でない商品である。

20歳代では、1位は「エステティックサービス」211件で、前年度（1位、164件）から47件増加している。2位は「調理食品」141件で、前年度（10位、24件）から117件増加している。3位は「美容医療」などの「医療サービス」113件である。7位のまつ毛エクステンションやネイルアートなどの「他の理美容サービス」は、他の年代では10位以内でない役務である。

30歳代では、1位は「化粧品」186件で、前年度（2位、145件）から41件増加している。「化粧品」は30歳代以上の年代では、いずれの年代でも1位となっている。2位は「美容医療」などの「医療サービス」174件で、前年度（3位、121件）から53件増加している。3位は「調理食品」167件で、前年度（7位、54件）から113件増加している。

40歳代では、1位は「化粧品」369件で、前年度（1位、206件）から163件増加している。2位は「調理食品」188件で、前年度（6位、63件）から125件増加している。3位は「美容医療」などの「医療サービス」179件で、前年度（2位、147件）から32件増加している。

50歳代では、1位は「化粧品」459件で、前年度（1位、251件）から208件増加している。2位は「調理食品」165件で、前年度（8位、37件）から128件増加している。3位は「美容医療」などの「医療サービス」140件で、前年度（2位、101件）から39件増加している。

60歳代では、1位は「化粧品」583件で、前年度（1位、332件）から251件増加している。2位は処方薬に関するものなどの「医療サービス」148件で、前年度（2位、117件）から31件増加している。3位は「調理食品」141件で、前年度（5位、45件）から96件増加している。

70歳以上では、1位は「化粧品」475件で、前年度（1位、273件）から202件増加している。2位は「健康食品」237件で、前年度（2位、212件）から25件増加している。3位は処方薬に関するものなどの「医療サービス」189件であり、前年度（3位、156件）から33件増加している。5位「家庭用電気治療器具」と9位「デイケアサービス」が、他の年代では10位以内でない商品・役務である。

「調理食品」は、どの年代でも件数、順位が大きく上昇し、「化粧品」は30歳代以上の年代で件数が増加している。また、「柔軟仕上げ剤」などの「洗濯用洗剤」は、前年度はいずれの年代でも10位以内になかったものであるが、40歳代、50歳代、60歳代では5位、30歳代では7位となっている。

(5) 上位3商品・役務における危害情報の概要

危害情報の上位3商品・役務である「化粧品」「調理食品」「医療サービス」の危害内容等は次のとおりである（表24 61頁、表26 62頁）。

①化粧品 (2,313件)

性別では、女性が2,162件（93.5%）と9割以上を占めている。年代別では、60歳代が583件（25.2%）で最も多く、次いで70歳以上475件（20.5%）、50歳代459件（19.8%）の順である。

「化粧品」の内訳をみると、「基礎化粧品（全般）」478件（20.7%）と「化粧水」438件（18.9%）、「乳液」242件（10.5%）、「化粧クリーム」226件（9.8%）で約6割を占めている。危害内容は「皮膚障害」が2,122件（91.7%）と全体の約9割を占め、次いで「その他の傷病及び諸症状」140件（6.1%）、「呼吸器障害」15件（0.6%）、「感覚機能の低下」12件（0.5%）の順である。

<事例>

- ・化粧品店で5年以上同じメーカーの化粧品を購入してきた。美白効果は高額の商品のほうが高いだろうと思って使用していたが、腕に白い斑点ができた（60歳代・女性）。
- ・基礎化粧品のトライアルセットを利用し始めて、使用3日目にまぶた、耳、頬に赤い発疹が出た（50歳代・女性）。
- ・自宅で白髪を染めていたら、液垂れで目に入り視力が低下した（50歳代・女性）。
- ・海外製の未承認の育毛剤をネットで購入、長期間使っていたが最近になり頭皮がかぶれてしまった（40歳代・男性）。
- ・ホテルで親族の結婚式があり、新郎新婦が配った小さな引き出物をもらった。翌日にお菓子だと思い込んでかじったらせっけんだった。すぐ吐き出したが一部飲み込んでしまった。小さな直方体のせっけんを包装紙でくるんでリボンが掛けてあり、口に入れるまで気づかなかった。ケーキや羊かんのような見た目だった（70歳以上・女性）。

②調理食品（1,407件）

性別では、女性が729件（51.8%）、男性が586件（41.6%）となっている。年代別では、40歳代が188件（13.4%）で最も多く、次いで10歳未満が176件（12.5%）、10歳代175件（12.4%）の順である。

「調理食品」の内訳をみると、「冷凍調理食品」1,071件（76.1%）が最も多く、次いで「弁当」142件（10.1%）、即席みそ汁などの「他の調理食品」72件（5.1%）、「フライ類」27件（1.9%）、「調理パン」22件（1.6%）と続く。危害内容は「消化器障害」1,059件（75.3%）が最も多く、次いで「その他の傷病及び諸症状」159件（11.3%）、「中毒」50件（3.6%）、「皮膚障害」と「刺傷・切傷」48件（3.4%）の順である。

<事例>

- ・農薬混入で回収されている冷凍食品のうち、クリームコロッケを、12月中旬に自分と3歳の娘が食べた。においや味に異変は感じられなかったが、娘がおう吐と下痢をした（10歳未満・女児）。
- ・元々、卵アレルギーがあったが、マヨネーズ入りおにぎりを購入した。原材料としてマヨネーズを使っているものの、卵のアレルギー表示がないため、大丈夫と思っていたが、食べたところ、軽いアレルギー症状が出た（10歳代・性別不明）。
- ・スーパーで総菜を購入したらプラスチック片が混入していて口腔内が切れた（50歳代・女性）。
- ・電子レンジで温めるだけのパック入りのうどんを購入。表示より少なめにレンジで加熱した。卵をかんだ瞬間に破裂して唇をやけどした（30歳代・男性）。
- ・コンビニで消費期限切れの弁当が販売されており、知らずに購入し食べた。気持ちが悪く、おなか痛い（40歳代・男性）。

③医療サービス（1,056件）

性別では、女性が791件（74.9%）と7割を占めている。年代別では、70歳以上が189件（17.9%）で最も多く、次いで40歳代179件（17.0%）、30歳代174件（16.5%）の順である。

「医療サービス」の内訳をみると、「美容医療」に関するものは467件であり、44.2%を占めている。

危害内容は「その他の傷病及び諸症状」が546件（51.7%）と半数を占め、次いで「皮膚障害」253件（24.0%）、「熱傷」51件（4.8%）、「感覚機能の低下」47件（4.5%）の順である。

<事例>

- ・美容クリニックからDMが来たので、顔のリフトアップの施術を受けた。顔の腫れ、ひきつきがあり、効果もない（50歳代・女性）。
- ・クーポンサイトで医療レーザー脱毛チケットを購入し施術を受けたが、両腕のひじ下をやけどし、皮膚が白くなった（20歳代・女性）。
- ・3年前にアトピー性皮膚炎の漢方クリームを処方してもらっていた。ステロイドが入っていたのでリバウンドしてしまった（30歳代・男性）。
- ・美容クリニックに行き、レーザー治療でシミ取りをしたら皮膚が腫れ、やけどのような状態になり水膨れになった（40歳代・女性）。
- ・2年前から病院で処方された高血圧治療薬を服用していたら、4カ月前、からだ中に水膨れや湿疹ができ、皮膚科で副作用と診断された（70歳以上・女性）。

3 消費生活センターに寄せられた危険情報の概要

2013年度に消費生活センターから収集した危険情報は6,903件で、前年度（4,170件）と比べると2,733件もの増加（前年度比65.5%の増加）である（表18 47頁、図10 48頁）。

これは、冷凍食品への農薬（マラチオン）混入事案に関するもの（2,211件）などにより、前年度2位の「調理食品」が2,299件増加したことが大きく影響している。

(1) 危険情報の商品等分類別件数

危険情報を商品等分類別にみると（表22 55頁）、最も多かったのは「調理食品」「菓子類」などの「食料品」2,924件（42.4%）である。「調理食品」が2,299件増加したため、前年度（3位、456件）から2,468件増加し、順位も上昇している。

2位は「電子レンジ類」などの「住居品」1,551件（22.5%）である。前年度（1位、1,374件）から順位は下がったものの、「室内照明器具」の29件の増加、「電気洗濯乾燥機」の21件の増加を含め、177件増加している。

3位は「四輪自動車」「自転車」などの「車両・乗り物」875件（12.7%）である。前年度（2位、940件）から65件減少したため、順位が下がっている。

4位は「携帯電話」などの「教養娯楽品」481件（7.0%）で、前年度（4位、421件）から60件増加している。

5位は「ヘアケア用具」などの「保健衛生品」と、「戸建住宅」などの「土地・建物・設備」213件（3.1%）である。「保健衛生品」は、「化粧品」の17件の増加を含め、前年度（5位、190件）から23件増加し、「土地・建物・設備」は、大雪により車庫が破損した事案に関するものを含め、前年度（6位、185件）から28件増加している。

7位から10位は、7位が「医療サービス」などの「保健・福祉サービス」100件（1.4%）、8位が四輪自動車の「修理サービス」などの「修理・補修」92件（1.3%）、9位が「電池」を含む「他の光熱水品」などの「光熱水品」90件（1.3%）、10位が「外食」などの「他のサービス」86件（1.2%）である。

(2) 危険情報の商品・役務別件数

危険情報を商品・役務別にみると（表25 61頁）、最も多かったのは「調理食品」2,419件（35.0%）である。冷凍食品への農薬（マラチオン）混入事案に関するもの2,211件などにより、前年度（2位、120件）から2,299件増加し、順位も上昇している。

2位は「四輪自動車」563件（8.2%）である。前年度（1位、655件）から92件減少したため、順位が下がっている。

3位は「菓子類」155件（2.2%）である。自主回収品を含め「まんじゅう」が29件増加し、前年度（10位、73件）から82件増加し、順位も大きく上昇している。

4位は「携帯電話」130件（1.9%）である。前年度（3位、108件）から順位は下がったものの、スマートフォンの充電端子の焼損や本体の発熱等の事案などにより22件増加している。

5位は「自転車」111件（1.6%）である。前年度（5位、93件）と同じ順位であるが、18件増加している。

表22 危険情報の商品等分類別件数および主な商品・役務（消費生活センター）

商品等分類	件数	割合(%)	主な商品・役務
食料品	2,924	42.4	調理食品 (2,419)、菓子類 (155)、飲料 (43)、パン類 (40)、他の魚介加工品 (36)
住居品	1,551	22.5	電子レンジ類 (107)、家具類 (99)、室内照明器具 (70)、電球類 (68)、電気掃除機類 (67)
光熱水品	90	1.3	他の光熱水品 (42)、石油 (32)、プロパンガス (7)、電気 (6)
被服品	68	1.0	靴・運動靴 (20)、婦人洋服 (13)、他の身の回り品 (6)、子供洋服 (5)
保健衛生品	213	3.1	ヘアケア用具 (48)、他の保健衛生用品 (36)、化粧品 (30)、メガネ・コンタクトレンズ (17)、医薬品類 (12)
教養娯楽品	481	7.0	携帯電話 (130)、電話関連機器・用品 (65)、パソコン (42)、テレビ (34)、タバコ用品 (30)
車両・乗り物	875	12.7	四輪自動車 (563)、自転車 (111)、自動二輪車 (68)、他の自動車用品類 (32)、自動車部品 (19)
土地・建物・設備	213	3.1	戸建住宅 (28)、屋外装備品その他 (27)、温水ボイラー (18)、建具 (16)、瞬間湯沸器 (15)
クリーニング	2	0.1%未満	
レンタル・リース・貸借	78	1.1	賃貸アパート・マンション (47)、レンタカー (9)、借家 (9)
工事・建築・加工	67	1.0	新築工事 (18)、他の工事・建築サービス (10)、増改築工事 (9)、屋根工事 (6)、内装工事 (5)、塗装工事 (5)
修理・補修	92	1.3	修理サービス (69)、車検サービス (23)
運輸・通信サービス	26	0.4	移動通信サービス (7)、引越 (5)
教養・娯楽サービス	15	0.2	
保健・福祉サービス	100	1.4	医療サービス (79)、歯科治療 (5)
他のサービス	86	1.2	外食 (58)、他の役務サービス (6)
その他	22	0.3	商品一般 (11)、他の商品 (11)
合計	6,903	100	

(注)「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。2014年5月末日までの登録分。国民生活センターで受け付けた「経由相談」は除いたもの。

6位から10位は、6位が「電子レンジ類」107件 (1.6%)、7位が「いす類」などの「家具類」99件 (1.4%)、8位がステロイド不使用をうたった医療機関で処方された漢方クリームにステロイドが含有されていた事案などの「医療サービス」79件 (1.1%)、9位が「室内照明器具」70件 (1.0%)、10位が「修理サービス」69件 (1.0%) である。

(3) 危険内容

危険内容では、最も多かったのは「異物の混入」2,845件 (41.2%) である (表23 56頁)。内容としては「調理食品」などに関するものが多い。「調理食品」の2,282件の増加を含め、前年度 (3位、481件) から2,364件増加し、順位も上昇している (表28 64頁)。

2位は「過熱・こげる」581件 (8.4%) である。内容としては「携帯電話」「電話関連機器・用品」などに関するものが多い。「電話関連機器・用品」の26件の増加を含め、前年度 (5位、451件) から130件増加し、順位も上昇している。

3位は「発煙・火花」580件 (8.4%) である。内容としては「電子レンジ類」「四輪自動車」「電気掃除機類」などに関するものが多い。前年度 (2位、499件) から順位は下がったものの、「電子レンジ類」の17件の増加、「携帯電話」の15件の増加などを含め、81件増加している。

4位は「機能故障」573件 (8.3%) である。内容としては「四輪自動車」「自動二輪車」などに関するものが多い。「四輪自動車」の38件の減少により、前年度 (1位、611件) から38件減少し、順位も下がっている。

5位は「破損・折損」482件（7.0%）である。内容としては「家具類」「自転車」「四輪自動車」などに関するものが多い。前年度（4位、455件）から順位は下がったものの、「自転車」の15件の増加を含め、27件増加している。

6位は「その他」442件（6.4%）である。内容としては「医療サービス」などに関するものが多い。

7位は「発火・引火」313件（4.5%）である。内容としては「電子レンジ類」などに関するものが多い。

8位は「破裂」196件（2.8%）である。内容としては「消火器」などに関するものが多い。

9位は「部品脱落」162件（2.3%）である。内容としては「自転車」「四輪自動車」「電球類」などに関するものが多い。

10位は「燃料・液漏れ等」145件（2.1%）である。内容としては「四輪自動車」「電池」などの「他の光熱水品」などに関するものが多い。

表23 危険内容別上位10位（消費生活センター）

年度 順位	2013年度		
	危険内容	件数	割合（%）
1	異物の混入	2,845	41.2
2	過熱・こげる	581	8.4
3	発煙・火花	580	8.4
4	機能故障	573	8.3
5	破損・折損	482	7.0
6	その他	442	6.4
7	発火・引火	313	4.5
8	破裂	196	2.8
9	部品脱落	162	2.3
10	燃料・液漏れ等	145	2.1
総件数		6,903	100.0

（注）2014年5月末日までの登録分。国民生活センターで受け付けた「経由相談」は除いたもの。

（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「調理食品」「四輪自動車」「菓子類」の危険内容等は次のとおりである（表25 61頁、表28 64頁）。

①調理食品（2,419件）

「調理食品」の内訳をみると、「冷凍調理食品」2,283件（94.4%）が9割を占めており、次いで「弁当」が39件（1.6%）、即席みそ汁などの「他の調理食品」26件（1.1%）、「レトルト調理食品」12件（0.5%）、「フライ類」11件（0.5%）と続く。危険内容は「異物の混入」の2,389件（98.8%）がほとんどを占めた。

<事例>

- ・農薬が検出された回収対象の冷凍グラタンが2袋ある。2つ入りの1袋を開けて、1つは食べてしまった。
- ・以前購入した冷凍ピザが農薬付着報道の工場製だと分かった。賞味期限は分かるが該当商品かどうか分からない。
- ・デパートの地下でパック入りの野菜サラダを購入し、自宅で娘が食べたら、野菜の中にプラスチック

ク片が混入していた。

- ・肉屋で弁当を購入。容器ごと電子レンジに入れて温めようとしたら容器が燃えた。容器には電子レンジ不可の表示がなかった。
- ・夜、コンビニで弁当を買ったところ消費期限から9時間も過ぎていた。

②四輪自動車（563件）

「四輪自動車」の内訳をみると、「普通・小型自動車」395件（70.2%）が最も多く、次いで「軽自動車」140件（24.9%）である。危険内容は「機能故障」364件（64.7%）が最も多く、次いで「発煙・火花」35件（6.2%）、「破損・折損」34件（6.0%）の順である。

<事例>

- ・普通車のインテリジェントキーが誤作動し、生後3カ月の赤ん坊が車内に閉じ込められた。
- ・外車を購入したが、納車3日目にアイドリングストップした後、急に発進した。ディーラーはプログラムの不具合と言っているが、いつ修理できるか分からない。
- ・3年前に購入した自動車が、高速道路のゲートで急に自動ブレーキ装置が作動してしまった。
- ・購入した新しい自動車は右斜め前のフレームが太いため視界に死角ができる。運転しづらく柱に車をぶつけた。
- ・ネットで4輪バギーを契約。納車2日目にチェーンが切れたため安心して乗れない。

③菓子類（155件）

「菓子類」の内訳をみると、「まんじゅう」35件（22.6%）が最も多く、次いで「ケーキ」18件（11.6%）、「チョコレート」15件（9.7%）、「せんべい」14件（9.0%）と続く。危険内容では「異物の混入」98件（63.2%）が最も多かった。

<事例>

- ・大手メーカー製のまんじゅう5個入りパックを購入した。まだ食べていない。新聞報道で、カルキ臭のする商品があることが判明し、自主回収していると知った。メーカーに電話をかけているがまったくつながらない。
- ・アレルギーを持つ子どものためにアレルギー除去のケーキを注文したにもかかわらず、通常のケーキを渡された。
- ・トリュフチョコレートを食べたら固いものがあった。口から出してみると1cmくらいのネジのようなものが入っていた。口の中は傷ついていない。
- ・スーパーでせんべいを買った。息子がせんべいを食べたら、中から1.3cmの細い針金が出てきた。けがをすることがなかったが、危険ではないか。
- ・スーパーでアイスクリームを購入した。自分でドライアイスを機械から取り出し、専用の備え付けのビニール袋に入れて持ち帰った。帰宅したら、ドライアイスを入れていた袋が膨らみ破裂し、ドライアイスが飛び散った。

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風呂釜

入浴していた家族が、風呂釜が原因の一酸化炭素中毒で死亡した（年齢不明・性別不明）。

②電動ベッド

家族が病院の電動ベッドの手すりの間に首を挟まれ死亡した。ベッドの片側に手すりが2本あり、メーカーは事故防止のために2本の間をつなぐ部品の取り付けを案内していたが、付いていなかった（60歳代・女性）。

③ダイビング機器

夫がダイビング中に死亡した。マウスピースが浮いており、マウスピースがレギュレーターから外れたため、水を大量に飲み込み、亡くなったのではないかと（年齢不明・男性）。

(2) 後遺症が残る可能性の大きい事故例と重症事故例

①ペダルなし二輪遊具

公道での走行は禁止されている幼児向けのペダルなし二輪遊具に乗っていた男児が、団地内の坂道で止まることができずに衝突し、小枝が目の付近に刺さり重傷を負った（10歳未満・男児）。

②カラーコンタクトレンズ

中学3年生の娘が量販店でカラーコンタクトレンズをファッション用に買い、寝るとき以外は1カ月間、ずっと装着していたようだ。両目に痛みを感じ目が開けられなくなったと言うので眼科に連れて行ったら、医師に「角膜に傷が付いている。失明の可能性もあるので大きな病院を紹介する」と言われた（10歳代・女性）。

③海外で購入した漢方薬

糖尿病の持病のある人が、海外で購入した漢方薬を飲んで低血糖状態に陥り、意識がない状態で運ばれた。とても危険な状態だったので処置をしないと死亡に至っていた可能性もあった（60歳代・女性）。

④電気足温器

インターネットで購入した電気足温器で低温やけどを負い化膿が原因で指を切断した（50歳代・男性）。

⑤レーシック

インターネットで有名人が出ている広告を見て眼科を訪れ、レーシック手術を受けた。手術後、遠視になってしまい、頭痛や目の痛み、吐き気があり仕事ができない（30歳代・女性）。

(3) 知っている人が少ないと思われる事故例

①花粉防御用眼鏡

子どもに、花粉防御用眼鏡をインターネットで買って着用させていた。学校の掃除の時間に、雑巾がけをしていてつまずき、顔から落ちて、眉の所を少し切り、目の近くに打撲痕ができ、目が充血した（10歳未満・女兒）。

②スマートフォン

5カ月前にスマートフォンを契約。就寝中に充電器が顔の左側に接触し低温やけどになった（30歳代・女性）。

③キャンドルブッシュを含む健康茶

インターネットで購入したハーブティーを飲んだ後、気分が高揚したり、お腹の調子が悪くなるときがあった。妙な成分が入っていたのではないかと感じる。ハブ茶やキャンドルブッシュが主に使用されているようだ（30歳代・女性）。

④柔軟仕上げ剤

マンションのベランダ越しに柔軟剤のにおいがきつく、せきが出て、頭が痛くなる。ベランダが居間に面しているので、夏でも窓が開けられない（50歳代・女性）。

⑤規制後のライター

簡易ライターを使用。スイッチが固く親指の関節が外れた（70歳以上・男性）。

(4) 目新しい商品・役務による事故例

①通気性のよいベビーカー

通気性が11倍というので買ったベビーカーが景品表示法違反で措置命令を受けた。子どものお尻があせもでひどくなり、皮膚科に行って塗り薬をもらってつけている（10歳未満・男児）。

②携帯型空間除菌剤

子どもがインフルエンザに効くという首から下げるカードをポケットに入れていたのを知らず、そのまま休ませていたところ、大腿部にやけどを負った（10歳代・男性）。

③炭酸水製造機

炭酸水製造機を初めて購入したので、製品のマニュアルどおりにやることにした。炭酸ガスカートリッジをヘッド部分に入れて、ヘッド部分を回した途端にボトルが真上に破裂して、ヘッドを押さえていた右手を突き抜けて飛んで行った。右手を見ると、人差し指と親指の付け根から血が噴き出していた。その破裂したボトルは天井に突き刺さったままで落ちてこない（20歳代・女性）。

④角質除去グッズ

インターネットで買った足の角質除去グッズを取扱説明書どおりに使ったら、皮膚障害が起こり皮

膚科の治療を受けた（40歳代・男性）。

⑤脂肪冷凍痩身機を使用したエステ

エステティック店で腹部と二の腕に脂肪冷凍痩身機の施術を受けたら、腹痛と、うつぶせで重い機器を乗せられたため腕と指のしびれが起きた。広告には4℃で施術と書かれていたがもっと温度が低いと思う（50歳代・女性）。

5 医療機関ネットワークの情報とその活用

(1) 情報の収集

医療機関ネットワークから収集した情報（基本情報）は、2012年度までは13医療機関からの収集であったが、2013年度は24医療機関からの収集となったため、6,906件となり、前年度の5,003件と比べると1,903件の増加（前年度比38.0%の増加）である（表18 47頁、図10 48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169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。

- ・医薬品の誤飲事故（消費者庁）
- ・プラスチックキャップの誤飲事故（国民生活センター、電話による聞き取り調査）
- ・乾電池の液漏れ誤飲事故（国民生活センター、電話による聞き取り調査）

(2) 情報の活用

医療機関ネットワークの情報を活用した消費者への注意喚起は以下のとおりである（表29 65頁）。

- ・「商業施設内の屋内遊戯施設における子どもの事故」2013年6月6日国民生活センター公表
- ・「ジャンプ式の折りたたみ傘及び乳幼児用のいすの事故に気をつけて！－新たに「取扱い上の注意」の表示が義務付けられました－」2013年6月11日消費者庁公表
- ・「刈払機（草刈機）の使い方に注意－指の切断や目に障害を負う事故も－」2013年7月4日国民生活センター公表
- ・「子ども用の花粉防御用眼鏡の安全性－衝突や転倒などによる目の周辺のけがを防ぐために－」2013年8月22日国民生活センター公表
- ・「高齢者の餅による窒息事故に気を付けて！－年末年始は餅による窒息事故が増えます。注意して餅を食べましょう－」2013年12月18日消費者庁公表
- ・「子ども用の花粉防御用眼鏡の安全性（再注意喚起）－衝突や転倒などによる目の周辺のけがを防ぐために－」2014年2月6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	2009年度 8,217件			2010年度 8,595件			2011年度 11,493件		
	商品・役務	件数	割合 (%)	商品・役務	件数	割合 (%)	商品・役務	件数	割合 (%)
1	医療サービス	640	7.8	医療サービス	712	8.3	化粧品	3,447	30.0
2	化粧品	638	7.8	化粧品	649	7.6	医療サービス	728	6.3
3	エステティックサービス	610	7.4	エステティックサービス	593	6.9	エステティックサービス	616	5.4
4	健康食品	459	5.6	健康食品	423	4.9	健康食品	533	4.6
5	外食	363	4.4	外食	335	3.9	外食	438	3.8
6	調理食品	241	2.9	美容院	250	2.9	歯科治療	296	2.6
7	美容院	227	2.8	調理食品	246	2.9	美容院	273	2.4
8	家具類	198	2.4	歯科治療	241	2.8	調理食品	252	2.2
9	歯科治療	191	2.3	家具類	240	2.8	家具類	218	1.9
10	飲料	168	2.0	菓子類	173	2.0	飲料	199	1.7

順位	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 (%)
1	化粧品	1,405	13.3	化粧品	2,313	16.9
2	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	590	5.6	医療サービス	1,056	7.7
4	健康食品	532	5.0	エステティックサービス	661	4.8
5	外食	466	4.4	健康食品	655	4.8
6	歯科治療	380	3.6	外食	459	3.4
7	美容院	335	3.2	洗濯用洗剤	317	2.3
8	調理食品	314	3.0	歯科治療	301	2.2
9	家具類	218	2.1	美容院	300	2.2
10	飲料	216	2.0	飲料	259	1.9

(注) 2014年5月末日までの登録分。国民生活センターで受け付けた「経由相談」は除いたもの。

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	2009年度 3,614件			2010年度 4,106件			2011年度 3,702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	542	15.0	四輪自動車	639	15.6	四輪自動車	490	13.2
2	電子レンジ類	125	3.5	電子レンジ類	115	2.8	化粧品	128	3.5
3	テレビ	96	2.7	テレビ	113	2.8	電子レンジ類	89	2.4
4	自転車	88	2.4	自転車	111	2.7	自動二輪車	82	2.2
5	家具類	85	2.4	家具類	103	2.5	菓子類	81	2.2
6	ハロゲンヒーター	83	2.3	自動二輪車	83	2.0	家具類	79	2.1
7	室内照明器具	74	2.0	消火器	83	2.0	自転車	74	2.0
8	修理サービス	73	2.0	石油ファン・クリーンヒーター	82	2.0	電気掃除機類	64	1.7
9	自動二輪車	73	2.0	菓子類	74	1.8	調理食品	63	1.7
10	鍋類	68	1.9	他の住居用電気器具	73	1.8	テレビ	60	1.6

順位	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 (%)
1	四輪自動車	655	15.7	調理食品	2,419	35.0
2	調理食品	120	2.9	四輪自動車	563	8.2
3	携帯電話	108	2.6	菓子類	155	2.2
4	家具類	96	2.3	携帯電話	130	1.9
5	自動二輪車	93	2.2	自転車	111	1.6
6	自転車	93	2.2	電子レンジ類	107	1.6
7	修理サービス	89	2.1	家具類	99	1.4
8	電子レンジ類	87	2.1	医療サービス	79	1.1
9	電球類	85	2.0	室内照明器具	70	1.0
10	菓子類	73	1.8	修理サービス	69	1.0

(注) 2014年5月末日までの登録分。国民生活センターで受け付けた「経由相談」は除いたもの。

表26 危害情報の上位商品・役務の危害内容（消費生活センター）

危害内容 商品・役務	危害内容																			2013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	366	80	3	858	734	32	15	225	73	21	181	765	18	4,030	16	188	328	2,015	3,609	143	13,700	100.0
化粧品	0	0	0	6	7	0	0	0	0	0	12	4	0	2,122	0	0	15	6	140	1	2,313	16.9
調理食品	0	0	0	7	48	0	1	0	0	2	3	16	0	48	0	50	6	1,059	159	8	1,407	10.3
医療サービス	14	1	1	11	15	9	9	19	4	3	47	51	2	253	1	1	4	20	546	45	1,056	7.7
エステティックサービス	8	1	0	83	3	0	0	11	7	0	10	120	7	283	0	0	0	11	116	1	661	4.8
健康食品	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	2	0	0	180	0	1	6	251	210	2	655	4.8
外食	9	4	0	21	51	0	0	10	0	2	0	47	0	18	0	81	7	126	82	1	459	3.4
洗濯用洗剤	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	26	0	0	52	6	231	2	317	2.3
歯科治療	0	0	0	8	22	0	0	7	0	0	6	9	0	9	0	0	2	5	230	3	301	2.2
美容院	3	0	0	9	16	0	0	8	1	0	4	33	0	147	0	0	0	0	79	0	300	2.2
飲料	0	0	0	5	14	0	0	2	0	0	2	12	0	26	0	2	2	115	77	2	259	1.9
家具類	2	0	0	39	32	0	0	11	1	0	0	3	0	27	0	0	20	0	64	0	199	1.5
商品一般	41	19	0	67	16	0	1	12	4	0	0	3	1	1	0	0	0	2	26	6	199	1.5
医薬品類	0	0	0	4	2	0	0	1	0	0	4	3	0	90	0	0	7	15	68	0	194	1.4
菓子類	0	0	0	5	25	0	0	0	0	4	3	2	2	13	0	1	6	65	60	0	186	1.4
賃貸アパート・マンション	2	3	0	9	7	0	0	0	0	0	2	2	0	33	0	1	28	5	85	5	182	1.3
他の保健衛生用品	0	0	0	5	3	0	1	0	1	0	5	32	1	64	0	0	13	2	18	1	146	1.1
自転車	33	7	0	71	10	0	0	8	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	3	138	1.0
他の理美容サービス	0	0	0	9	13	0	0	1	0	0	3	9	0	37	0	0	0	0	57	2	131	1.0
家庭用電気治療器具	2	0	0	7	0	1	0	1	1	0	2	10	0	15	0	0	3	2	84	2	130	0.9
靴・運動靴	8	4	0	55	13	0	0	1	2	0	0	0	0	14	0	0	0	0	26	1	124	0.9

(注) 2014年5月末日までの登録分。国民生活センターで受け付けた「経由相談」は除いたもの。

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		調理食品 176	外食 34	菓子類 23	飲料 21	家具類 19
10歳代		調理食品 175	自転車 37	化粧品 27	外食 22	医療サービス 15
20歳代		エステティックサービス 211	調理食品 141	医療サービス 113	化粧品 80	外食 59
30歳代		化粧品 186	医療サービス 174	調理食品 167	エステティックサービス 160	外食 84
40歳代		化粧品 369	調理食品 188	医療サービス 179	エステティックサービス 156	洗濯用洗剤 78
50歳代		化粧品 459	調理食品 165	医療サービス 140	健康食品 95	洗濯用洗剤 71
60歳代		化粧品 583	医療サービス 148	調理食品 141	健康食品 127	洗濯用洗剤 69
70歳以上		化粧品 475	健康食品 237	医療サービス 189	調理食品 99	家庭用電気治療器具 67
不明		調理食品 155	化粧品 129	医療サービス 88	外食 67	健康食品 47

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 16	商品一般 15	玩具・遊具その他 12	ベビーカー 11	他の保健衛生用品 11	59.9
10歳代		美容院 14	メガネ・コンタクトレンズ 10	エステティックサービス 9	健康食品 8	菓子類 8	69.1
20歳代		美容院 53	他の理美容サービス 45	賃貸アパート・マンション 33	健康食品 24	歯科治療 16	70.8
30歳代		美容院 57	洗濯用洗剤 46	健康食品 45	賃貸アパート・マンション 44	歯科治療 41	59.2
40歳代		外食 76	健康食品 72	美容院 65	歯科治療 47	飲料 43	57.0
50歳代		外食 59	エステティックサービス 58	歯科治療 56	美容院 48	商品一般 37	57.9
60歳代		歯科治療 62	医薬品類 52	飲料 49	外食 41	他の保健衛生用品 34	59.7
70歳以上		飲料 56	歯科治療 46	商品一般 44	デイケアサービス 43	医薬品類 43	59.4
不明		エステティックサービス 32	飲料 30	歯科治療 24	菓子類 21	賃貸アパート・マンション 21	50.4
						累計	13,700 59.3

(注) 2014年5月末日までの登録分。国民生活センターで受け付けた「経由相談」は除いたもの。

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																				2013年度計	割合(%)		
	火災	発火・引火	発煙・火花	過熱・こげる	ガス爆発	ガス漏れ	点火・燃焼・消火不良	漏電・電波等の障害	燃料・液漏れ等	化学物質による危険	破裂	破損・折損	部品脱落	機能故障	転落・転倒・不安定	バリ・鋭利	操作・使用性の欠落	腐敗・変質	異物の混入	異物の侵入			その他	不明
全体	59	313	580	581	4	35	91	37	145	78	196	482	162	573	75	12	130	57	2,845	4	442	2	6,903	100.0
調理食品	0	5	0	3	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	1	0	5	2,389	0	13	1	2,419	35.0
四輪自動車	14	13	35	17	0	0	0	0	25	1	6	34	24	364	0	1	10	0	0	0	19	0	563	8.2
菓子類	0	0	2	0	0	0	0	0	0	1	3	6	0	0	0	1	0	16	98	1	27	0	155	2.2
携帯電話	1	13	21	89	0	0	0	0	0	0	3	2	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	130	1.9
自転車	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	1	55	26	19	2	0	3	0	0	0	3	0	111	1.6
電子レンジ類	2	30	44	8	0	0	0	3	0	0	5	3	0	8	0	0	1	0	0	0	3	0	107	1.6
家具類	0	1	2	4	0	0	0	0	0	1	2	58	9	0	10	1	9	0	0	0	2	0	99	1.4
医療サービス	0	0	0	0	0	0	0	0	0	46	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	31	0	79	1.1
室内照明器具	0	7	27	23	0	0	0	1	1	0	2	3	5	0	1	0	0	0	0	0	0	0	70	1.0
修理サービス	0	2	10	5	0	0	2	0	7	0	1	6	5	24	0	1	0	0	1	0	5	0	69	1.0
電球類	0	3	5	22	0	0	0	0	0	0	10	5	21	0	2	0	0	0	0	0	0	0	68	1.0
自動二輪車	5	0	3	2	0	0	1	0	9	0	0	7	2	37	0	0	1	0	0	0	1	0	68	1.0
電気掃除機類	0	7	35	18	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	0	0	2	0	0	0	0	0	67	1.0
電話関連機器・用品	0	15	5	30	0	0	0	0	0	0	3	11	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	65	0.9
石油ファン・クリーンヒーター	3	6	18	9	0	0	8	0	9	0	0	1	0	3	0	0	0	0	0	0	1	0	58	0.8
外食	0	3	0	3	0	0	0	0	1	0	0	3	0	1	0	0	0	5	38	0	4	0	58	0.8
消火器	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	54	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	58	0.8
他の住居用電気器具	3	11	12	24	1	0	2	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	57	0.8
電気洗濯乾燥機	0	1	9	8	0	0	0	1	1	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	27	0	50	0.7
ヘアケア用具	0	14	22	5	0	0	0	0	0	0	0	2	0	2	0	0	3	0	0	0	0	0	48	0.7

(注) 2014年5月末日までの登録分。国民生活センターで受け付けた「経由相談」は除いたもの。

表29 医療機関ネットワークの情報の活用実績

公表テーマ名等	公表（注意喚起）	リーフレット 「くらしの危険」	メールマガジン		
			見守り新鮮情報	子ども サポート情報	子ども安全メール （消費者庁）
子ども用の花粉防御用眼鏡による顔のけがに注意					130号※ 2013年4月4日
乳幼児の歯ブラシによる事故に注意！		No.313※ 2013年5月発行		64号※ 2013年6月4日	133号※ 2013年4月25日
スライサーを安全に使うには－安全ホルダーの使用性を中心に－		No.314※ 2013年8月発行			
乳幼児用ベッドの使用上のご注意					135号 2013年5月9日
アイロンによるやけどの事故にご注意！					137号 2013年5月23日
商業施設内の屋内遊戯施設における子どもの事故	2013年6月6日 国民生活センター	No.316※ 2014年1月発行		65号※ 2013年7月5日	142号※ 2013年6月27日
ジャンプ式の折りたたみ傘及び乳幼児用のいすの事故に気をつけて！－新たに「取扱い上の注意」の表示が義務付けられました－	2013年6月11日 消費者庁				141号※ 2013年6月20日
刈払機（草刈機）の使い方に注意－指の切断や目に障害を負う事故も－	2013年7月4日 国民生活センター	No.315※ 2013年9月発行			
エスカレーターでの事故に気をつけて！			168号 2013年7月11日		
赤ちゃんを大人用ベッドに1人で寝かせないで！					148号 2013年8月8日
子ども用の花粉防御用眼鏡の安全性－衝突や転倒などによる目の周辺のけがを防ぐために－	2013年8月22日 国民生活センター				
バウンサー（乳幼児用揺動シート）からの転落事故にご注意！					155号 2013年9月26日
ペットボトルのラベルで窒息！？の危険					156号 2013年10月3日
カップラーメンの待ち時間で子どもがやけど！？					157号 2013年10月10日
錠剤の誤飲にご注意！					158号 2013年10月17日
背の低い家具でも下敷きに！					159号 2013年10月24日
ショッピングカートからの転落にご注意！					160号 2013年10月31日
子どもの上に電子レンジが落下！？					162号 2013年11月14日
ベビーカーに子どもを乗せる際は必ずベルトを着用しましょう。					163号 2013年11月21日
ストーブ等の床に置くタイプの暖房器具でのやけどに注意しましょう。					165号 2013年12月5日
注意！服に火が燃え移ってやけど！			178号 2013年12月6日		
ふかふかの寝具による窒息にご注意！					166号 2013年12月12日
高齢者の餅による窒息事故に気を付けて！－年末年始は餅による窒息事故が増えます。注意して餅を食べましょう－	2013年12月18日 消費者庁				
子どもを自転車に乗せたときの転倒に注意！					167号※ 2013年12月19日
灯油を誤飲した場合は、絶対に吐かせてはいけません。					168号 2013年12月26日
公共交通機関でのベビーカーの利用に気を付けて！（1）					170号 2014年1月16日
公共交通機関でのベビーカーの利用に気を付けて！（2）					171号 2014年1月23日
子ども用の花粉防御用眼鏡の安全性（再注意喚起）－衝突や転倒などによる目の周辺のけがを防ぐために－	2014年2月6日 国民生活センター	No.318※ 2014年3月発行			
御注意！子どもは鼻や耳にピアス等を入れるのが大好き！！					175号 2014年2月20日

（注1）「公表テーマ名等」の名称は公表（注意喚起）の資料名を優先しており、公表（注意喚起）を行わずに、リーフレット、メールマガジンだけで活用したものは、各媒体の資料名としている。

（注2）※は過去年度を含む公表（注意喚起）の資料名を「公表テーマ名等」の名称としているため、各媒体の資料名と異なる場合がある。

国民生活センター相談窓口に 寄せられた消費生活相談

国民生活センターの相談窓口では、2013年度は、各地の消費生活センターから寄せられる「経由相談」や「平日バックアップ相談」「土日祝日相談」「お昼の消費生活相談」（2013年7月29日から開始）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行っている。

また、地方支援の一環として、以下を実施した。

「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（0570-064-370）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）。同様に、「土日祝日相談」では、都道府県や市町村の中には土日祝日に相談窓口が開所していないところもあることから、これらを補完するため、年末年始を除く土曜日曜祝日に消費者ホットラインを通じ消費生活相談を受け付けている（2010年1月から開始）。さらに、2013年7月29日からは新たに「お昼の消費生活相談」を開始し、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。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）を期に、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直接相談、および直接消費者から個人情報等に関連する相談を受ける専用電話は廃止している。

本稿では、2013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2014年5月末までの登録分）。

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、2013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12,858件であった。2012年度と比較すると、2013年度は2013年7月29日から「お昼の消費生活相談」を開設したため、相談件数が増加した。12,858件の内訳は、次のとおりである。

表30 相談件数の推移

年度	区分	相談件数	対前年度比
2004		8,911	
2005		8,291	93.0%
2006		8,496	102.5%
2007		9,597	113.0%
2008		9,841	102.5%
2009		9,989	101.5%
2010		13,178	131.9%
2011		9,492	72.0%
2012		9,450	99.6%
2013		12,858	136.1%

表31 苦情・問合せ・要望別件数の推移（（ ）内は相談総件数に占める比率）

年度	2009	2010	2011	2012	2013	2013年度 対前年度比
相談総件数	9,989 (100.0%)	13,178 (100.0%)	9,492 (100.0%)	9,450 (100.0%)	12,858 (100.0%)	136.1%
苦情	9,496 (95.1%)	12,586 (95.5%)	9,178 (96.7%)	9,204 (97.4%)	12,667 (98.5%)	137.6%
問合せ	490 (4.9%)	592 (4.5%)	308 (3.2%)	244 (2.6%)	188 (1.5%)	77.0%
要望	3 (0.0%)	0 (0.0%)	6 (0.1%)	2 (0.0%)	3 (0.0%)	150.0%

表32 商品・役務別件数の推移（（ ）内は相談総件数に占める比率）

年度	2009	2010	2011	2012	2013	2013年度 対前年度比
相談総件数	9,989 (100.0%)	13,178 (100.0%)	9,492 (100.0%)	9,450 (100.0%)	12,858 (100.0%)	136.1%
商品	3,287 (32.9%)	4,169 (31.6%)	3,004 (31.6%)	3,168 (33.5%)	4,875 (37.9%)	153.9%
役務全体(A+B)	6,538 (65.5%)	8,751 (66.4%)	6,340 (66.8%)	6,207 (65.7%)	7,881 (61.3%)	127.0%
役務(A)	5,714 (57.2%)	7,626 (57.9%)	5,503 (58.0%)	5,503 (58.2%)	6,903 (53.7%)	125.4%
商品関連役務(B)	824 (8.2%)	1,125 (8.5%)	837 (8.8%)	704 (7.4%)	978 (7.6%)	138.9%
他の相談	164 (1.6%)	258 (2.0%)	148 (1.6%)	75 (0.8%)	102 (0.8%)	136.0%

(注) 役務(A)とは純粹役務のこと。商品関連役務(B)とは、商品との関連が著しい役務であり、①クリーニング、②レンタル・リース・貸借、③工事・建築・加工、④修理・補修、⑤管理・保管の5種類がある。

図11 商品・役務等の構成比推移

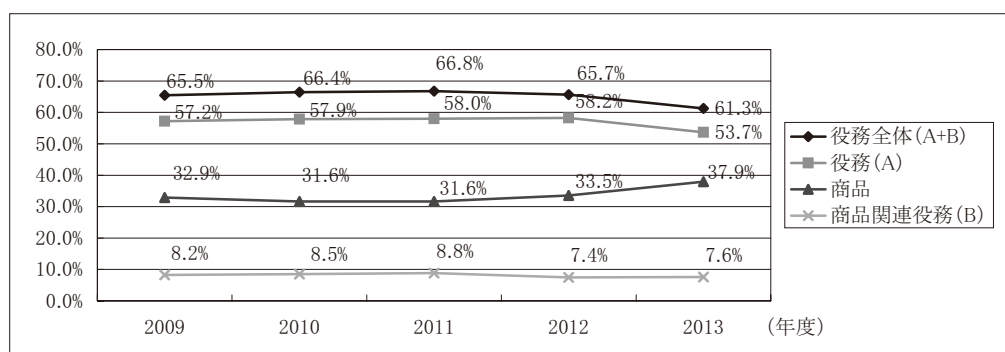


表33 相談方法別件数の推移（（ ）内は相談総件数に占める比率）

年度	2009	2010	2011	2012	2013	2013年度 対前年度比
相談総件数	9,989 (100.0%)	13,178 (100.0%)	9,492 (100.0%)	9,450 (100.0%)	12,858 (100.0%)	136.1%
相談方法						
電話	9,881 (98.9%)	13,057 (99.1%)	9,492 (100.0%)	9,450 (100.0%)	12,858 (100.0%)	136.1%
文書等	108 (1.1%)	121 (0.9%)	-	-	-	-

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

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

年度	2009	2010	2011	2012	2013	2013年度 対前年度比	
相談総件数	9,989 (100.0%)	13,178 (100.0%)	9,492 (100.0%)	9,450 (100.0%)	12,858 (100.0%)	136.1%	
相談者	男性	4,610 (46.7%)	6,107 (46.3%)	4,012 (42.3%)	4,102 (43.4%)	5,457 (42.4%)	133.0%
	女性	5,007 (50.0%)	6,434 (48.8%)	5,038 (53.1%)	4,780 (50.6%)	6,982 (54.3%)	146.1%
	団体	372 (3.3%)	591 (4.5%)	337 (3.6%)	453 (4.8%)	284 (2.2%)	62.7%
	不明	0 (0.0%)	46 (0.3%)	105 (1.1%)	115 (1.2%)	135 (1.0%)	117.4%
契約当事者	男性	4,766 (48.4%)	6,293 (47.8%)	4,243 (44.7%)	4,304 (45.5%)	5,942 (46.2%)	138.1%
	女性	4,696 (46.7%)	5,995 (45.5%)	4,673 (49.2%)	4,466 (47.3%)	6,314 (49.1%)	141.4%
	団体	289 (2.4%)	452 (3.4%)	246 (2.6%)	314 (3.3%)	193 (1.5%)	61.5%
	不明	238 (2.4%)	438 (3.3%)	330 (3.5%)	366 (3.9%)	409 (3.2%)	111.7%

(注) 2010年度から、相談者の「不明」の項目が新設された。「不明」には、無回答を含む。

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

年度	2009	2010	2011	2012	2013	2013年度 対前年度比	
相談総件数	9,989 (100.0%)	13,178 (100.0%)	9,492 (100.0%)	9,450 (100.0%)	12,858 (100.0%)	136.1%	
相談者	20歳未満	114 (1.1%)	178 (1.4%)	79 (0.8%)	89 (0.9%)	118 (0.9%)	132.6%
	20歳代	1,762 (17.6%)	2,023 (15.4%)	1,043 (11.0%)	1,127 (11.9%)	1,577 (12.3%)	139.9%
	30歳代	2,323 (23.3%)	2,931 (22.2%)	1,786 (18.8%)	1,788 (18.9%)	2,451 (19.1%)	137.1%
	40歳代	1,920 (19.2%)	2,517 (19.1%)	1,843 (19.4%)	1,940 (20.5%)	2,782 (21.6%)	143.4%
	50歳代	1,243 (12.4%)	1,702 (12.9%)	1,314 (13.8%)	1,293 (13.7%)	1,830 (14.2%)	141.5%
	60歳代	975 (9.8%)	1,412 (10.7%)	1,263 (13.3%)	1,142 (12.1%)	1,454 (11.3%)	127.3%
	70歳以上	785 (7.9%)	1,322 (10.0%)	1,301 (13.7%)	1,101 (11.7%)	1,618 (12.6%)	147.0%
	不明	495 (5.0%)	502 (3.8%)	526 (5.5%)	517 (5.5%)	744 (5.8%)	143.9%
契約当事者	団体	372 (3.7%)	591 (4.5%)	337 (3.6%)	453 (4.8%)	284 (2.2%)	62.7%
	20歳未満	285 (2.9%)	413 (3.1%)	279 (2.9%)	399 (4.2%)	740 (5.8%)	185.5%
	20歳代	1,793 (17.9%)	2,054 (15.6%)	1,079 (11.4%)	1,192 (12.6%)	1,651 (12.8%)	138.5%
	30歳代	2,182 (21.8%)	2,696 (20.5%)	1,694 (17.8%)	1,665 (17.6%)	2,217 (17.2%)	133.2%
	40歳代	1,635 (16.4%)	2,128 (16.1%)	1,546 (16.3%)	1,626 (17.2%)	2,254 (17.5%)	138.6%
	50歳代	995 (10.0%)	1,391 (10.6%)	1,082 (11.4%)	998 (10.6%)	1,377 (10.7%)	138.0%
	60歳代	903 (9.0%)	1,322 (10.0%)	1,175 (12.4%)	1,008 (10.7%)	1,302 (10.1%)	129.2%
	70歳以上	1,016 (10.2%)	1,591 (12.1%)	1,562 (16.5%)	1,360 (14.4%)	2,046 (15.9%)	150.4%
不明	891 (8.9%)	1,131 (8.6%)	829 (8.7%)	888 (9.4%)	1,078 (8.4%)	121.4%	
団体	289 (2.9%)	452 (3.4%)	246 (2.6%)	314 (3.3%)	193 (1.5%)	61.5%	

表36 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	2009	2010	2011	2012	2013	2013年度 対前年度比	
相談総件数	9,989 (100.0%)	13,178 (100.0%)	9,492 (100.0%)	9,450 (100.0%)	12,858 (100.0%)	136.1%	
相談者	給与生活者	4,639 (46.4%)	5,458 (41.4%)	3,506 (36.9%)	3,789 (40.1%)	5,445 (42.3%)	143.7%
	自営・自由業	737 (7.4%)	1,053 (8.0%)	549 (5.8%)	677 (7.2%)	924 (7.2%)	136.5%
	家事従事者	1,670 (16.7%)	2,465 (18.7%)	1,938 (20.4%)	1,616 (17.1%)	2,251 (17.5%)	139.3%
	学生	342 (3.4%)	455 (3.5%)	201 (2.1%)	241 (2.6%)	349 (2.7%)	144.8%
	無職	1,605 (16.1%)	2,360 (17.9%)	1,956 (20.6%)	1,814 (19.2%)	2,445 (19.0%)	134.8%
	相談窓口	9 (0.1%)	5 (0.0%)	3 (0.0%)	1 (0.0%)	3 (0.0%)	300.0%
	行政機関	35 (0.4%)	38 (0.3%)	36 (0.4%)	41 (0.4%)	39 (0.3%)	95.1%
	消費者団体	1 (0.0%)	0 (0.0%)	1 (0.0%)	0 (0.0%)	2 (0.0%)	-
	企業・団体	327 (3.3%)	547 (4.2%)	297 (3.1%)	412 (4.4%)	240 (1.9%)	58.3%
	不明	624 (6.2%)	797 (6.0%)	1,005 (10.6%)	859 (9.1%)	1,160 (9.0%)	135.0%
	契約当事者	給与生活者	4,376 (43.8%)	5,103 (38.7%)	3,327 (35.1%)	3,521 (37.3%)	4,928 (38.3%)
自営・自由業		666 (6.7%)	964 (7.3%)	502 (5.3%)	605 (6.4%)	823 (6.4%)	136.0%
家事従事者		1,339 (13.4%)	2,014 (15.3%)	1,619 (17.1%)	1,317 (13.9%)	1,720 (13.4%)	130.6%
学生		533 (5.3%)	711 (5.4%)	403 (4.2%)	547 (5.8%)	960 (7.5%)	175.5%
無職		1,801 (18.0%)	2,568 (19.5%)	2,170 (22.9%)	1,984 (21.0%)	2,805 (21.8%)	141.4%
相談窓口		6 (0.1%)	3 (0.0%)	1 (0.0%)	1 (0.0%)	2 (0.0%)	200.0%
行政機関		6 (0.1%)	10 (0.1%)	4 (0.0%)	8 (0.1%)	7 (0.1%)	87.5%
消費者団体		0 (0.0%)	0 (0.0%)	1 (0.0%)	0 (0.0%)	1 (0.0%)	-
企業・団体		280 (2.8%)	440 (3.3%)	241 (2.5%)	307 (3.2%)	182 (1.4%)	59.3%
不明		982 (9.8%)	1,365 (10.4%)	1,224 (12.9%)	1,160 (12.3%)	1,430 (11.1%)	123.3%

(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合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、外部の専門家へのヒアリング、事例研究会等を通じて専門性を高めている。

1) 概況

①相談件数と内訳

経由相談の内訳は次のとおりである。なお、経由相談の件数は行政の相談受付窓口及び消費者団体からの相談件数を合わせたものである。

表37 経由相談受付件数の年度別推移

年度	区分	相談件数	対前年度比
2004		3,767	
2005		4,179	110.9%
2006		4,374	104.7%
2007		5,541	126.7%
2008		4,696	84.8%
2009		5,317	113.2%
2010		5,940	111.7%
2011		6,344	106.8%
2012		5,918	93.3%
2013		7,233	122.2%

②相談内容

表38 経由相談の相談者都道府県別推移

都道府県名	2012年度	2013年度	都道府県名	2012年度	2013年度	都道府県名	2012年度	2013年度
北海道	147	156	福井県	139	169	山口県	58	91
青森県	65	48	山梨県	67	59	徳島県	17	29
岩手県	40	48	長野県	60	90	香川県	49	69
宮城県	100	105	岐阜県	76	71	愛媛県	121	143
秋田県	35	33	静岡県	360	367	高知県	53	55
山形県	117	93	愛知県	205	240	福岡県	163	241
福島県	45	58	三重県	131	164	佐賀県	32	51
茨城県	220	285	滋賀県	142	125	長崎県	64	72
栃木県	94	152	京都府	146	252	熊本県	73	85
群馬県	120	187	大阪府	436	483	大分県	23	29
埼玉県	350	449	兵庫県	227	249	宮崎県	84	116
千葉県	420	536	奈良県	113	142	鹿児島県	139	147
東京都	247	395	和歌山県	36	40	沖縄県	25	15
神奈川県	260	272	鳥取県	41	61	不明	14	4
新潟県	55	98	島根県	41	59			
富山県	55	85	岡山県	92	102			
石川県	105	172	広島県	216	241	総合計	5,918	7,233

表39 経由相談の商品等分類別件数（（ ）内は相談総件数に占める比率）

項目	年度	2012		2013		2013年度 対前年度比
相談総件数		5,918	(100.0%)	7,233	(100.0%)	122.2%
商 品	商品一般	68	(1.1%)	102	(1.4%)	150.0%
	食料品	302	(5.1%)	696	(9.6%)	230.5%
	住居品	218	(3.7%)	317	(4.4%)	145.4%
	光熱水品	16	(0.3%)	22	(0.3%)	137.5%
	被服品	237	(4.0%)	321	(4.4%)	135.4%
	保健衛生品	221	(3.7%)	325	(4.5%)	147.1%
	教養娯楽品	558	(9.4%)	631	(8.7%)	113.1%
	車両・乗り物	157	(2.7%)	180	(2.5%)	114.6%
	土地・建物・設備	144	(2.4%)	158	(2.2%)	109.7%
	他の商品	33	(0.6%)	46	(0.6%)	139.4%
	計		1,954	(33.0%)	2,798	(38.7%)
商 品 関 連 役 務	クリーニング	28	(0.5%)	29	(0.4%)	103.6%
	レンタル・リース・貸借	102	(1.7%)	112	(1.5%)	109.8%
	工事・建築・加工	176	(3.0%)	154	(2.1%)	87.5%
	修理・補修	42	(0.7%)	48	(0.7%)	114.3%
	管理・保管	9	(0.2%)	36	(0.5%)	400.0%
	計		357	(6.0%)	379	(5.2%)
役 務	役務一般	169	(2.9%)	247	(3.4%)	146.2%
	金融・保険サービス	925	(15.6%)	865	(12.0%)	93.5%
	運輸・通信サービス	1,327	(22.4%)	1,597	(22.1%)	120.3%
	教育サービス	36	(0.6%)	46	(0.6%)	127.8%
	教養・娯楽サービス	319	(5.4%)	360	(5.0%)	112.9%
	保健・福祉サービス	274	(4.6%)	404	(5.6%)	147.4%
	他の役務	355	(6.0%)	419	(5.8%)	118.0%
	内職・副業・ねずみ講	177	(3.0%)	100	(1.4%)	56.5%
	他の行政サービス	7	(0.1%)	2	(0.0%)	28.6%
計		3,589	(60.6%)	4,040	(55.9%)	112.6%
他の相談		18	(0.3%)	16	(0.2%)	88.9%

表40 経由相談の上位商品と主な相談内容

食料品			件数
全体			696
順位	役務	主な相談内容	
1	健康食品	高齢者への健康食品の送りつけに関する相談が多く寄せられた。また、インターネットで健康食品のサンプルを申し込んだつもりが定期購入になっていたという相談などが寄せられた。	568
2	飲料	水の宅配とウォーターサーバーのレンタル業者が倒産したことに関する相談が寄せられた。また、水のマルチ取引に関する相談もみられた。	42
3	魚介類	高齢者へのカニ等の送りつけの相談ほか、缶詰の自主回収に関する相談などが寄せられた。	23

教養娯楽品			件数
全体			631
順位	役務	主な相談内容	
1	パソコン・パソコン関連用品	ウイルス対策ソフトやFX自動販売ソフトなどのパソコンソフトに関する相談のほか、パソコン、関連機器などの品質に関する相談が寄せられた。	185
2	電話機・電話機用品	携帯電話、特にスマートフォンの不具合に関する相談が多く寄せられた。	106
3	他の教養娯楽品	ペットに関する相談や、開運商法、絵画などに関する相談が寄せられた。	71

保健衛生品			件数
全体			325
順位	役務	主な相談内容	
1	化粧品	薬用化粧品による白斑トラブルが発生し、反響の相談が多く寄せられた。また、インターネットで化粧品のサンプルを申し込んだはずが、定期購入になっていたという相談も目立った。	177
2	医療用具	電位治療器に関する相談、特に効能・効果に関して優良誤認があったとして行政処分を受けた事業者に関する相談が多く寄せられた。	68
3	理美容器具・用品	エステ店や街中で勧誘されて美顔器を購入してしまったという相談や、理美容器具・用品のマルチ取引に関する相談も寄せられた。	36

表41 経由相談の上位役務と主な相談内容

運輸・通信サービス			件数
全体			1,597
順位	役務	主な相談内容	
1	放送・コンテンツ等	未成年が利用したオンラインゲームに関する相談が多数寄せられた。また、出会い系サイトに関する相談も目立った。	1,103
2	移動通信サービス	スマートフォンやモバイルデータ通信について、勧誘時の説明不足による解約などの相談や、通信の品質に関する相談がみられた。	221
3	インターネット通信サービス	光回線やプロバイダの電話勧誘販売や訪問販売に関する相談が寄せられた。	178

金融・保険サービス			件数
全体			865
順位	役務	主な相談内容	
1	ファンド型投資商品	行政処分を受けた事業者に関する相談や、実態のわからないファンドや権利の購入を複数の事業者が勧める劇場型勧誘の相談も寄せられた。	478
2	預貯金・証券等	怪しい社債や未公開株などの劇場型勧誘の相談が多く寄せられた。	156
3	デリバティブ取引	CO2排出権取引に関する相談が多く寄せられた。その他、海外FXに関する相談も寄せられた。	73

他の役務			件数
全体			419
順位	役務	主な相談内容	
1	役務その他	投資や詐欺等の被害を回復するという二次被害に関する相談が多数寄せられた。その他、ホームページ作成代行サービスと祈とうサービスについての相談もみられた。	352
2	冠婚葬祭	冠婚葬祭互助会や結婚式場の解約料に関する相談が寄せられた。	42
3	外食・食事宅配	飲食店での高額請求に関する相談や、共同購入クーポンに関する相談が寄せられた。	22

表42 経由相談の相談内容別分類別件数（（ ）内は相談総件数に占める比率）

項目		2012		2013		2013年度 対前年度比
内 訳	相談総件数	5,918	(100.0%)	7,233	(100.0%)	122.2%
	商品・役務等	5,900	(99.7%)	7,217	(99.8%)	122.3%
	他の相談	18	(0.3%)	16	(0.2%)	88.9%
商品・商品関連 役務・役務の 相談内容	安全・衛生	408	(6.9%)	490	(6.8%)	120.1%
	品質・機能・役務品質	1,186	(20.0%)	1,281	(17.7%)	108.0%
	法規・基準	20	(0.3%)	42	(0.6%)	210.0%
	価格・料金	93	(1.6%)	131	(1.8%)	140.9%
	計量・量目	2	(0.0%)	3	(0.0%)	150.0%
	表示・広告	286	(4.8%)	408	(5.6%)	142.7%
	販売方法	3,423	(57.8%)	4,143	(57.3%)	121.0%
	契約・解約	4,848	(81.9%)	6,352	(87.8%)	131.0%
	接客対応	628	(10.6%)	686	(9.5%)	109.2%
	包装・容器	14	(0.2%)	11	(0.2%)	78.6%
	施設・設備	8	(0.1%)	11	(0.2%)	137.5%
	買物相談	4	(0.1%)	4	(0.1%)	100.0%
	生活知識	0	(0.0%)	1	(0.0%)	0.0%
	その他	4	(0.1%)	2	(0.0%)	50.0%

(注) 商品・商品関連役務・役務の相談内容別分類は複数回答項目。

表43 経由相談の販売購入形態別件数

項目	2012	2013	2013年度 対前年度比
相談総件数	3,716	4,610	124.1%
訪問販売	853	972	114.0%
通信販売	2,034	2,330	114.6%
マルチ取引	296	320	108.1%
電話勧誘販売	458	712	155.5%
ネガティブ・オプション	44	172	390.9%
訪問購入	1	56	-
その他無店舗販売	30	48	160.0%

(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、特定商取引法改正により、「訪問購入」が新設されている。

2) 経由相談の対応状況

経由相談の対応状況について、表44（73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、関係省庁等に問合せたり、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合せに対し、アドバイスを行うこと」である。

「その他」はそれ以外のもの（例えば、〇〇の相談が寄せられたので国民生活センターに情報提供するなど）である。

表44 経由相談の対応状況

経由種類	件数
移送・共同処理等	1,364
助言	5,333
その他	536
合計	7,233

(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」が廃止された中で、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。今後は相談件数を増やし、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」の受付状況の概況を報告する。

（「平日バックアップ相談」は、2013年4月1日から2014年3月31日までの受付状況、「お昼の消費生活相談」は2013年7月29日から2014年3月31日までの受付状況）

1) 概況

①相談件数と内訳

「平日バックアップ相談等」の合計は5,454件（表45）。このうち「平日バックアップ相談」として3,365件、「お昼の消費生活相談」として2,089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13.8件、「お昼の消費生活相談」は12.8件であった。

表45 相談の種別

相談種別	件数	割合
苦情	5,303	97.2%
問合せ	150	2.8%
要望	1	0.0%
合計	5,454	100.0%

（注）「平日バックアップ相談等」には、「平日バックアップ相談」と2013年7月29日より開始された「お昼の消費生活相談」を含む。以下同じ。

②相談者の属性

相談者の属性は、以下のとおりである。

表46 男女別相談件数

性別	件数	割合
男性	2,638	48.4%
女性	2,711	49.7%
団体	104	1.9%
不明	1	0.0%
合計	5,454	100.0%

表47 職業別相談件数

職業	件数	割合
給与生活者	2,703	49.6%
自営・自由業	584	10.7%
家事従事者	1,008	18.5%
学生	170	3.1%
無職	699	12.8%
その他・不明	290	5.3%
合計	5,454	100.0%

表48 年代別相談件数

年代	件数	割合
20歳未満	72	1.3%
20歳代	741	13.6%
30歳代	1,342	24.6%
40歳代	1,440	26.4%
50歳代	862	15.8%
60歳代	483	8.9%
70歳以上	257	4.7%
団体	104	1.9%
不明	153	2.8%
合計	5,454	100.0%

表49 地域別相談件数

地域	件数	割合
北海道・東北北部	165	3.0%
東北南部	108	2.0%
北関東	219	4.0%
南関東	3,107	57.0%
甲信越	123	2.3%
北陸	52	1.0%
東海	417	7.6%
近畿	636	11.7%
山陰	24	0.4%
山陽	159	2.9%
四国	79	1.4%
九州北部	227	4.2%
九州南部・沖縄	75	1.4%
在外邦人・外国人	63	1.2%
合計	5,454	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相談内容

「平日バックアップ相談等」の相談を商品等分類別でみると、「運輸・通信サービス」の相談が最も多く、全体の約3割であった(表50)。アダルトサイトや出会い系サイトなどの「デジタルコンテンツ」、携帯電話の契約等につながる「携帯電話サービス」、プロバイダとの契約や回線料金などに関する「インターネット接続回線」が多くの割合を占めている。中でも「デジタルコンテンツ」の中の「アダルト情報サイト」が最も多かった。

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

表50 商品等分類別相談件数

項目		件数	割合
商 品	商品一般	124	2.3%
	食料品	223	4.1%
	住居品	278	5.1%
	光熱水品	33	0.6%
	被服品	345	6.3%
	保健衛生品	159	2.9%
	教養娯楽品	543	10.0%
	車両・乗り物	180	3.3%
	土地・建物・設備	166	3.0%
	他の商品	5	0.1%
	商 品 関 連 役 務	クリーニング	34
レンタル・リース・貸借		365	6.7%
工事・建築・加工		115	2.1%
修理・補修		64	1.2%
管理・保管		18	0.3%
役 務	役務一般	6	0.1%
	金融・保険サービス	322	5.9%
	運輸・通信サービス	1,474	27.0%
	教育サービス	35	0.6%
	教養・娯楽サービス	263	4.8%
	保健・福祉サービス	265	4.9%
	他の役務	290	5.3%
	内職・副業・相場	30	0.6%
	他の行政サービス	40	0.7%
他の相談	77	1.4%	
合 計		5,454	100.0%

2) 重大事故

消費者安全法における「重大事故等」として2013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57件であった（表51）。

美容医療などの「医療サービス」や「エステティックサービス」が含まれる「保健・福祉サービス」、「化粧品」や防虫剤などの「他の防虫殺虫用品」が含まれる「保健衛生品」、「柔軟仕上げ剤」などの「住居品」が上位にみられた。

表51 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	25
保健衛生品	9
住居品	6
食料品	4
金融・保険サービス	4
被服品	2
教養娯楽品	2
運輸・通信サービス	2
レンタル・リース・賃貸	1
教養・娯楽サービス	1
他の役務	1

(4) 110番の実施

国民生活センターでは、全国的に発生している案件、被害が深刻化している案件、解決困難な案件などについて、各地消費生活センターの相談処理を支援し、中核的機能の充実を図るため、特定のテーマに関する相談を「110番」というかたちで、一定期間消費者から直接相談を受ける窓口を設けた。2013年度に実施した110番は以下のとおりである。

● 「ネット回線勧誘トラブル110番」

実施日：2013年6月14日（金）～15日（土）2日間

時 間：10：00～16：00

場 所：国民生活センター 相談情報部（特設電話回線を設置）

件 数：114件

● 「ねらわれてます高齢者 悪質商法110番（高齢者110番）」

実施日：2013年9月17日（火）～18日（水）2日間

時 間：10：00～16：00

場 所：国民生活センター 相談情報部（特設電話回線を設置）

件 数：57件

2 土日祝日相談

土日祝日相談は、地方支援の一環として、「消費者ホットライン」を補完して、最寄りの消費生活相談窓口が開所していない場合に緊急避難的な助言等を行う窓口として開始したものであり、詳細を聞き取ってから処理をする必要があるケースについては、地元の消費生活センターを案内することとしている。

土日祝日に相談窓口を開設している地方公共団体の相談窓口はまだまだ少ないことから、今後も国民生活センターが実施している土日祝日相談の果たすべき役割は大きい。

以下、2013年度に「土日祝日相談」の窓口で受け付けた相談の概況を報告する。

(1) 概況

1) 相談件数と内訳

2013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112日）で、合計7,636件の相談を受け付けた。内訳は、苦情が7,449件、問合せ・要望が187件である。

1日あたりの平均受付件数は68件である。これを曜日別の平均でみると、土曜日が64件、日曜日が72件、祝日が69件である。

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

2) 相談者の属性

相談者の属性は、以下のとおりである。「平日バックアップ相談等」（表46、表47 74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52 男女別相談件数

性別	件数	割合
男性	3,744	50.3%
女性	3,618	48.6%
団体等・不明	87	1.2%
合計	7,449	100.0%

表53 職業別相談件数

職業	件数	割合
給与生活者	4,974	66.8%
自営・自由業	355	4.8%
家事従事者	930	12.5%
学生	341	4.6%
無職	668	9.0%
その他・不明	181	2.4%
合計	7,449	100.0%

表54 年代別相談件数

年代	件数	割合
20歳未満	173	2.3%
20歳代	1,327	17.8%
30歳代	1,924	25.8%
40歳代	1,897	25.5%
50歳代	1,146	15.4%
60歳代	532	7.1%
70歳以上	291	3.9%
不明・無回答	159	2.1%
合計	7,449	100.0%

表55 地域別件数

地域	件数	割合
北海道・東北北部	347	4.7%
東北南部	329	4.4%
北関東	715	9.6%
南関東	2,218	29.8%
甲信越	429	5.8%
北陸	92	1.2%
東海	869	11.7%
近畿	1,102	14.8%
山陰	33	0.4%
山陽	196	2.6%
四国	236	3.2%
九州北部	745	10.0%
九州南部・沖縄	134	1.8%
在外邦人・外国人	4	0.1%
合計	7,449	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) 相談内容

相談を商品等分類別にみると（表56 79頁）、「運輸・通信サービス」が約4割と最も多い。

全国の2013年度のPIO-NET統計では約23%であることから、「土日祝日相談」では、「運輸・通信サービス」が突出して多い。その中で具体的に特に多いのは、①アダルト情報サイトが1,745件（23.4%）、②出会い系サイトが161件（2.2%）であり、この2つの相談だけで「運輸・通信サービス」の6割以上を占めている。

表56 商品等分類別相談件数

項目		件数	割合
商 品	商品一般	132	1.8%
	食料品	367	4.9%
	住居品	227	3.0%
	光熱水品	38	0.5%
	被服品	422	5.7%
	保健衛生品	153	2.1%
	教養娯楽品	624	8.4%
	車両・乗り物	293	3.9%
	土地・建物・設備	237	3.2%
	他の商品	10	0.1%
商 品 関 連 役 務	クリーニング	39	0.5%
	レンタル・リース・貸借	388	5.2%
	工事・建築・加工	166	2.2%
	修理・補修	69	0.9%
	管理・保管	11	0.1%
役 務	役務一般	10	0.1%
	金融・保険サービス	356	4.8%
	運輸・通信サービス	2,924	39.3%
	教育サービス	36	0.5%
	教養・娯楽サービス	250	3.4%
	保健・福祉サービス	276	3.7%
	他の役務	303	4.1%
	内職・副業・相場	44	0.6%
	他の行政サービス	13	0.2%
他の相談	61	0.8%	
合 計		7,449	100.0%

(2) 重大事故

消費者安全法における「重大事故等」として2013年度に消費者庁へ通知した相談は13件であった(表57)。

商品・役務別の内訳は、下表のとおりである。サービス利用者が転倒し骨折したという「デイケアサービス」などの「保健・福祉サービス」が最も多かった。

表57 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	4
被服品	2
教養・娯楽サービス	2
住居品	1
保健衛生品	1
教養娯楽品	1
クリーニング	1
他の役務	1

3 個人情報相談

2013年度に国民生活センターに寄せられた、消費生活センターなどからの個人情報に関する経由相談（以下、「個人情報相談」という）の受付状況などについて取りまとめた。なお、直接相談の廃止（2011年3月末日）に伴い、直接消費者から個人情報などに関連する相談を受けるための専用電話は廃止となった。

(1) 概況

1) 相談件数と内訳

2013年度の個人情報相談の総件数とその内訳は以下のとおりである。

表58 相談の種別

相談種別	件数	割合
苦情	130	96.3%
問合せ	5	3.7%
要望	0	0.0%
合計	135	100.0%

以下の統計は、「苦情」のみを対象とする。

2) 相談者の属性

相談者の属性は以下のとおりである。

表59 男女別相談件数

性別	件数	割合
男性	72	55.4%
女性	49	37.7%
団体等・不明	9	6.9%
合計	130	100.0%

表60 職業別相談件数

職業	件数	割合
給与生活者	48	36.9%
無職	16	12.3%
家事従事者	16	12.3%
自営・自由業	14	10.8%
学生	1	0.8%
その他・不明	35	26.9%
合計	130	100.0%

表61 年代別相談件数

年代	件数	割合
20歳未満	0	0.0%
20歳代	5	3.8%
30歳代	32	24.6%
40歳代	37	28.5%
50歳代	17	13.1%
60歳代	16	12.3%
70歳以上	4	3.1%
その他・不明	19	14.6%
合計	130	100.0%

3) 事業分野別相談件数（複数回答項目）

事業分野別の相談件数および割合は以下のとおりである。

表62 事業分野別相談件数

事業分野	件数	割合
医療・福祉	8	6.2%
金融・信用	13	10.0%
情報通信	35	26.9%
その他の事業分野	97	74.6%

(注) 割合は、苦情相談件数を100%とした構成比。

4) 苦情分類別相談件数（複数回答項目）

苦情分類別の相談件数および割合は以下のとおりである。

表63 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	69	53.1%
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	67	51.5%
3	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	40	30.8%
4	苦情等の窓口対応	事業者の窓口対応に関する相談	23	17.7%
5	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	20	15.4%
6	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	19	14.6%
7	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	8	6.2%
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	8	6.2%
9	その他	法律の定義や適用に関する相談など	7	5.4%
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	3	2.3%

(注) 割合は、苦情相談件数を100%とした構成比。



**国民生活センターによる
情報提供（2013年度）**

国民生活センターによる 情報提供 (2013年度)

2013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、そのほかファックスまたはホームページ公表を12回開催し、80件の情報提供を行った。その内訳は、取引関連が26件、商品テスト関連が13件、相談解決のためのテストが24件、危害情報関連が4件、その他が13件（ホームページ上で迅速に注意喚起を行ったものを含む）である。

また、国民生活動向調査、商品テストの実施状況についても公表し、合計82件の情報提供を行った。内容は以下のとおりである。

公表日	公表内容
2013年4月4日	フッ素樹脂、シリコン樹脂等を含む衣類用スプレー製品の安全性 －防水効果をうたっていない商品について－
	モバイルデータ通信の相談が増加－「よく分からないけどお得だから」はトラブルのもと！－ 約1年7カ月の使用で破損した椅子 (相談解決のためのテストから No.43)
4月30日	首から下げるタイプの除菌用品の安全性－皮膚への刺激性を中心に－
	搭載していた充電池が発火したラジコンヘリコプター (相談解決のためのテストから No.44)
5月2日	MRIインターナショナルに関する二次被害トラブルにご注意ください！
5月9日	新たなエネルギー事業をうたった買え買え詐欺にご注意！ －シェールガス？メタンハイドレート？新しい話題を悪用した儲（もう）け話－
	「国の被害救済制度で過去の投資被害の回復が図れる」という不審な勧誘にご注意！ －消費生活センターをかたり、公的機関を思わせる手続書類を使うなど、手口が巧妙化－ 左右両方のひじ掛け部分が破損した椅子 (相談解決のためのテストから No.45)
5月21日	スマートフォンからアクセスしたアダルト情報サイトの相談が急増！ －“公式マーケット”でダウンロードした無料アプリからの請求も－
5月23日	高齢者を狙った健康食品の送りつけ商法が急増！申し込んだ覚えがなければ絶対に受け取らない、お金を払わない！
	温風吹出口から火花が出たセラミックファンヒーター (相談解決のためのテストから No.46)
6月3日	いわゆる「偽装質屋」からは絶対に借り入れしないで！ －「質草は何でもいい」「年金口座から自動引落し」などのうたい文句に注意－
6月6日	商業施設内の屋内遊戯施設における子どもの事故
	「消費者トラブルメール箱」2012年度のまとめ 着用で体にしみができたブラジャー (相談解決のためのテストから No.47)

公表日	公表内容
6月13日	速報！“遠隔操作”によるプロバイダ勧誘トラブルにご注意！
6月14日	国民生活センター ADRの実施状況と結果概要について（平成25年度第1回）
7月1日	速報！！「ネット回線勧誘トラブル110番」の実施結果報告
7月4日	刈払機（草刈機）の使い方に注意－指の切断や目に障害を負う事故も－
	低運賃でも苦情は急増 LCCなどの格安航空に関するトラブル
	美容用具のローラーで頬に傷 （相談解決のためのテストから No.48）
7月12日	突然「あなたの名前で社債を購入した」と電話をしてくる手口に注意！ －消費者をあわてさせてお金をだまし取る買え買え詐欺－
8月1日	相談件数が過去最高に！原野商法の二次被害トラブルが再び増加 －「買いたい人がある」「高く売れる」などのセールストークをうのみにしないこと－
	2012年度のPIO-NETにみる消費生活相談の概要
	2012年度のPIO-NETおよび医療機関ネットワークにみる危害・危険情報の概要
	ノートパソコンのUSBポートが破損したICカードリーダー/ライター （相談解決のためのテストから No.49）
	コーナー部が割れて水漏れしたステンレスシンク （相談解決のためのテストから No.50）
8月22日	なかなか減らない新聞のトラブル－高齢者に10年以上の契約も！解約しようとしたら断られた！－
	子ども用の花粉防御用眼鏡の安全性－衝突や転倒などによる目の周辺のけがを防ぐために－
	電気炊飯ジャーで20時間保温すると異臭がする米 （相談解決のためのテストから No.51）
8月29日	国民生活センター ADRの実施状況と結果概要について（平成25年度第2回）
9月5日	防犯ブザーの電池切れや故障に注意！－いざという時のために家庭で点検を－
	無料（タダ）ではない！？ウォーターサーバーの当選商法 －実態は水の定期購入！1年未満の解約では解約料がかかる－
	立体感が得られないことがあったデジタルカメラの3D写真 （相談解決のためのテストから No.52）
	洗車中に発煙した高压洗浄機 （相談解決のためのテストから No.53）
9月12日	ダイヤモンドの買え買え詐欺にご注意！－トラブルにあった人の9割は高齢者－
9月19日	柔軟仕上げ剤のにおいに関する情報提供
9月30日	健康食品の送りつけ商法に新たな手口 現金書留封筒を同封して送りつけ、脅迫めいた口調で支払いを迫る！
10月3日	「一日最大〇〇円」…、確認せずに利用すると高額料金になることも！ －コインパーキングの「表示」に関するトラブルが増えている－
10月11日	「ねらわれてます高齢者 悪質商法110番」実施結果
10月30日	東京オリンピックに関連した詐欺的トラブルにご注意ください！
11月7日	自動車用緊急脱出ハンマーのガラス破碎性能
	液垂れした部分の塗装が剥がれた自動車ガラス用はっ水剤 （相談解決のためのテストから No.54）
	吸いづらいストロー付きの乳幼児用カップ （相談解決のためのテストから No.55）

公表日	公表内容
11月21日	不良灯油による石油暖房機器の故障や異常に注意 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 防水性の繊維製品を脱水中に異常振動が発生し、破損した洗濯乾燥機 (相談解決のためのテストから No.56) 保温できなかったスープ用のポット (相談解決のためのテストから No.57)
11月26日	「料金未支払があり、ほうっておくと裁判になる」などと脅す架空請求に注意!
12月4日	レーシック手術を安易に受けることは避け、リスクの説明を十分受けましょう! -希望した視力を得られないだけでなく、重大な危害が発生したケースもあります-
12月5日	豆乳等によるアレルギーについて-花粉症(カバノキ科花粉症)の方はご注意を- 年に1回、憧れの海外リゾートライフ? 海外不動産所有権付きリゾート会員権「タイムシェア」の契約は慎重に! 折り曲げたら液体が飛び散った発光するブレスレット (相談解決のためのテストから No.58) 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25年度第3回)
12月12日	増え続ける子どものオンラインゲームのトラブル -家族でゲームの遊び方を話し合うとともに、クレジットカード管理の徹底を!-
12月19日	「インターネット通販の前払いによるトラブル」が急増! -個人名義の銀行口座への前払いはしない- 投資経験の乏しい者に「プロ向けファンド」を販売する業者にご注意! -高齢者を中心にトラブルが増加、劇場型勧誘も見られる- 消費者問題に関する2013年の10大項目
2014年1月23日	キャンドルブッシュを含む健康茶-下剤成分(センノシド)を含むため過剰摂取に注意- 婚活サイトなどで知り合った相手から勧誘される投資用マンション販売に注意!! -ハンコを押す相手は信ジラレマスカ?- 洗濯をしたら異臭がした紳士ズボン (相談解決のためのテストから No.59) 婦人靴のヒールが取れて踵に受傷 (相談解決のためのテストから No.60) においのきつい断熱用カーテン (相談解決のためのテストから No.61)
2月6日	子ども用の花粉防御用眼鏡の安全性(再注意喚起) -衝突や転倒などによる目の周辺のけがを防ぐために- “人助け”だと思って代わりに申し込んで!? 親切心につけこむ「老人ホーム入居権」の買え買え詐欺にご注意!
2月14日	東京オリンピックに関連した詐欺的トラブルにご注意ください!(No. 2) -オリンピック用の建物・土地に関する架空の儲け話-
2月20日	スマートフォンの充電端子の焼損や本体の発熱に注意-なかにはやけどを負った事例も- 消費税アップによる駆け込み需要でより混雑する? 引越サービスに関するトラブルを防ぐために 「高い」、「期待したほど聞こえない」、あなたの補聴器選び大丈夫ですか? スタンドが溶けたスチームアイロン (相談解決のためのテストから No.62) 座ったら衣服に色移りしたフロアチェア (相談解決のためのテストから No.63)

公表日	公表内容
3月6日	よく分からないまま契約していませんか? インターネット、携帯電話等の電気通信サービスに関する勧誘トラブルにご注意!
	第41回国民生活動向調査<結果・概要>-くらしと海外-
	洗濯してもおいが取れなかった子ども用パジャマ (相談解決のためのテストから No.64) 温度制御に問題があった電気足温器 (相談解決のためのテストから No.65)
3月11日	ステロイド不使用をうたった医療機関で処方された漢方クリームにステロイドが含有
3月20日	販売時の表示とは異なり、公道走行できないペダル付き電動2輪車 - 電動アシスト自転車と外観が類似している所以要注意 -
	海外で購入した血糖を下げるという漢方薬を服用して重篤な低血糖症
	購入して最初に使ってやけどをしたスチームクリーナー (相談解決のためのテストから No.66)
	全国の消費生活センター等の商品テスト実施状況 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25年度第4回)

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976センターを対象に調査票を郵送し、918センターが回答した（回収率94.1%）。

* 1 消費者からの消費生活に係る苦情相談について、原因を究明するもの。

* 2 複数の商品について、品質・性能等、さまざまな角度から比較し、評価を行うもの。

1 苦情処理テスト

2013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1,505件^{*3}であった。苦情処理テストの総件数は2012年度より148件減少し、9.0%減であった（表64）。

苦情処理テストを実施したのは、都道府県45センター、政令指定都市18センター、市区町村177センターおよび国民生活センターの合計241センターであった。

* 3 国民生活センターの件数は、消費生活センター等からの依頼によるもの。

表64 テスト件数の推移

年度	苦情処理テスト			商品テスト（比較・試買テスト）		
	総件数	対前年度増加率(%)	実施機関数	総件数	対前年度増加率(%)	実施機関数
2007	1,186	6.8	129	62	△17.3	22
2008	1,386	16.9	140	56	△ 9.7	19
2009	1,395	0.6	141	53	△ 5.4	19
2010	1,482	6.2	181	59	11.3	26
2011	1,752	18.2	226	49	△ 16.9	21
2012	1,653	△ 5.7	227	47	△ 4.1	18
2013	1,505	△ 9.0	241	49	4.3	20

(1) 商品分類別件数

「住居品」が478件（31.8%）と最も多く、次いで「被服品」225件（15.0%）、「被服品に関するクリーニング」209件（13.9%）、「教養娯楽品」181件（12.0%）であった（表65）。この4種類で約7割を占めており、これらに続いて「食料品」「保健衛生品」「車両・乗り物」「土地・建物・設備」等の順であった。

表65 苦情処理テスト商品分類別件数

実施機関	商品別分類	食料品	住居品	光熱水品	被服品	保健衛生品	教養娯楽品	車両・乗り物	設備 土地・建物・	その他の商品	クリーニング (被服品)	クリーニング (その他)	合計
都道府県センター		90	183	14	124	48	76	31	15	2	133	2	718
政令指定都市センター		3	42	2	23	11	17	6	8	0	29	1	142
市区町村センター		29	160	7	50	38	44	22	10	3	47	2	412
国民生活センター		10	93	4	28	29	44	19	6	0	0	0	233
合計		132	478	27	225	126	181	78	39	5	209	5	1,505
※(総件数に占める比率)		(8.8%)	(31.8%)	(1.8%)	(15.0%)	(8.4%)	(12.0%)	(5.2%)	(2.6%)	(0.3%)	(13.9%)	(0.3%)	(100.0%)

(注) 国民生活センターの件数は、消費生活センター等からの依頼によるもの。

(2) 外部依頼件数

テストの効率化や処理能力を持たないなどの理由で、外部機関への依頼により処理された苦情処理テスト件数は、総件数1,505件のうち685件であった（表66）。また、総件数のうち国民生活センター実施分233件を除く苦情処理テスト件数合計1,272件における外部依頼の割合は、53.9%であった。

商品分類別にみると「住居品」が273件と最も多く、次いで「教養娯楽品」85件、「被服品」81件の順であった。外部依頼依存率は「車両・乗り物」が78.0%、「住居品」70.9%、「教養娯楽品」62.0%と続いた。

表66 苦情処理テスト外部依頼件数

実施機関	商品別分類	食料品	住居品	光熱水品	被服品	保健衛生品	教養娯楽品	車両・乗り物	設備 土地・建物・	その他の商品	クリーニング (被服品)	クリーニング (その他)	合計
都道府県センター		5	81	4	15	13	26	18	2	0	7	0	171
政令指定都市センター		0	34	2	16	7	15	6	8	0	25	1	114
市区町村センター		27	158	6	50	37	44	22	10	3	41	2	400
合計		32	273	12	81	57	85	46	20	3	73	3	685
苦情処理テスト件数合計 (国民生活センターを除く)		122	385	23	197	97	137	59	33	5	209	5	1,272
※(苦情処理テスト件数合計に 占める比率(外部依頼依存率))		(26.2%)	(70.9%)	(52.2%)	(41.1%)	(58.8%)	(62.0%)	(78.0%)	(60.6%)	(60.0%)	(34.9%)	(60.0%)	(53.9%)

(注) 外部依頼件数は、国民生活センターへの依頼を含む。

(3) 苦情処理テストの内容

苦情処理テストの内容を「危害に関するもの」「危険に関するもの」「その他品質・性能等」の3項目に分類すると、「その他品質・性能等」が874件（58.1%）と最も多く、「危険に関するもの」342件（22.7%）、「危害に関するもの」289件（19.2%）の順であった（表67）。

商品分類別に「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80.8%、次いで「保健衛生品」が67.5%、「住居品」が62.1%の順であった。

表67 商品分類別苦情処理テストの内容件数

商品別分類	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		18 (13.6%)	7 (5.3%)	107 (81.1%)	132 (100.0%)
住居品		99 (20.7%)	198 (41.4%)	181 (37.9%)	478 (100.0%)
光熱水品		4 (14.8%)	9 (33.3%)	14 (51.9%)	27 (100.0%)
被服品		34 (15.1%)	9 (4.0%)	182 (80.9%)	225 (100.0%)
保健衛生品		62 (49.2%)	23 (18.3%)	41 (32.5%)	126 (100.0%)
教養娯楽品		29 (16.0%)	62 (34.3%)	90 (49.7%)	181 (100.0%)
車両・乗り物		36 (46.2%)	27 (34.6%)	15 (19.2%)	78 (100.0%)
土地・建物・設備		7 (17.9%)	5 (12.8%)	27 (69.2%)	39 (100.0%)
その他の商品		0 (0.0%)	2 (40.0%)	3 (60.0%)	5 (100.0%)
クリーニング（被服品）		0 (0.0%)	0 (0.0%)	209 (100.0%)	209 (100.0%)
クリーニング（その他）		0 (0.0%)	0 (0.0%)	5 (100.0%)	5 (100.0%)
合計		289 (19.2%)	342 (22.7%)	874 (58.1%)	1,505 (100.0%)

(注) () 内は各商品分類に占める比率。

2 商品テスト（比較・試買テスト）

2013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49件であった。商品テストの総件数は2012年度より2件増加し、4.3%増となった（表64 90頁）。

商品テストを実施したセンター数は都道府県10センター、政令指定都市3センター、市区町村6センターおよび国民生活センターの合計20センターであった。

(1) 商品分類別件数

「食料品」が18件（36.7%）と最も多く「住居品」14件（28.6%）、「保健衛生品」7件（14.3%）、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「教養娯楽品」「被服品」「車両・乗り物」「光熱水品」の順であった（表68、図12）。

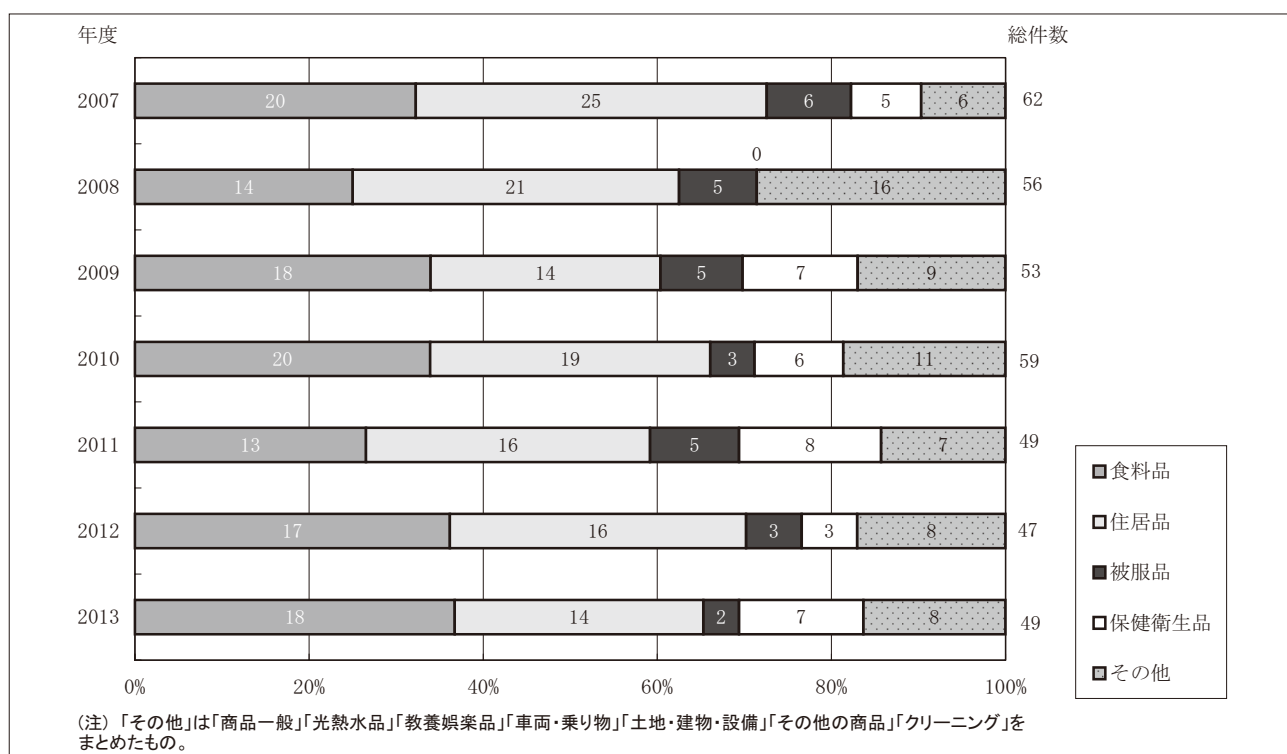
機関別に実施状況を見ると、都道府県では「住居品」が10件（43.5%）、「食料品」6件（26.1%）でこの2種類で約7割を占めた。政令指定都市では「住居品」が2件、「教養娯楽品」が1件であった。市区町村では、実施された商品テスト11件はすべて「食料品」であった。

テストの効率化と相互の技術の向上・交流を図る有効な手段として消費生活センター間で共同比較テストが行われているケースもある。2013年度には、富山県・石川県・福井県の北陸3県で「オープントスター」について、共同比較テストが行われた。

表68 商品テスト件数

実施機関	商品別分類	商品一般	食料品	住居品	光熱水品	被服品	保健衛生品	教養娯楽品	車両・乗り物	土地・建物・設備	その他の商品	クリーニング	合計
都道府県センター		0	6	10	0	2	3	2	0	0	0	0	23
政令指定都市センター		0	0	2	0	0	0	1	0	0	0	0	3
市区町村センター		0	11	0	0	0	0	0	0	0	0	0	11
国民生活センター		0	1	2	1	0	4	2	2	0	0	0	12
合計		0	18	14	1	2	7	5	2	0	0	0	49
※(総件数に占める比率)		(0.0%)	(36.7%)	(28.6%)	(2.0%)	(4.1%)	(14.3%)	(10.2%)	(4.1%)	(0.0%)	(0.0%)	(0.0%)	(100.0%)

図12 商品テスト年度別件数（商品分類別）



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	172	4
青森県	3	0
岩手県	1	1
宮城県	0	0
秋田県	1	0
山形県	0	0
福島県	0	0
茨城県	2	0
栃木県	7	0
群馬県	15	1
埼玉県	41	1
千葉県	21	0
東京都	115	0
神奈川県	11	4
新潟県	2	0
富山県	6	1
石川県	35	3
福井県	27	3
山梨県	3	0
長野県	4	0
岐阜県	1	0
静岡県	9	3
愛知県	35	0
三重県	0	0
滋賀県	5	0
京都府	20	0
大阪府	5	0
兵庫県立健康生活科学研究所 生活科学総合センター	45	2
兵庫県中播磨消費生活創造セ ンター	4	0
兵庫県但馬消費生活センター	1	0
兵庫県東播磨消費生活セン ター	1	0
奈良県	28	0
和歌山県	3	0
鳥取県	4	0
島根県	2	0
岡山県	5	0
広島県	13	0
山口県	0	0
徳島県	2	0
香川県消費生活センター	3	0
香川県西讃県民センター	1	0
愛媛県	1	0
高知県	7	0
福岡県	3	0
佐賀県	1	0
長崎県	7	0
熊本県	39	0
大分県	1	0
宮崎県	3	0
鹿児島県	0	0
沖縄県	3	0
(合計)	718	23

(2) 政令指定都市センター

機関名	苦情処理テスト	商品テスト
札幌市	1	1
仙台市	3	0
さいたま市	6	0
千葉市	1	0
横浜市	34	1
川崎市	5	0
相模原市	4	0
新潟市	1	1
静岡市	1	0
浜松市	2	0
名古屋市	21	0
京都市	10	0
大阪市	17	0
堺市	3	0
神戸市	5	0
岡山市	0	0
広島市	10	0
北九州市	3	0
福岡市	15	0
熊本市	0	0
(合計)	142	3

(3) 市区町村センター

機関名	苦情処理テスト	商品テスト
函館市	0	1
小樽市	3	0
旭川市	4	0
釧路市	4	0
帯広市	2	1
岩見沢市	1	0
江別市	1	1
千歳市	3	0
滝川市	5	0
上砂川町	0	3
芽室町	3	0
山形市	2	0
酒田市	1	0
水戸市	2	0
日立市	3	0
土浦市	1	0
守谷市	1	0
那珂市	2	0
神栖市	1	0
宇都宮市	5	0
足利市	1	0
小山市	2	4
大田原市	2	0
那須塩原市	1	0
下野市	2	0
前橋市	1	0
高崎市	4	0
桐生市	1	0
太田市	1	0
沼田市	2	0
藤岡市	1	0
川越市	1	0
川口市	2	0
所沢市	1	0
東松山市	1	0
狭山市	1	0
鴻巣市	1	0
深谷市	2	0
上尾市	1	0
越谷市	3	0
蕨市	1	0
入間市	2	0
朝霞市	6	0
久喜市	1	0
八潮市	2	0

機関名	苦情処理テスト	商品テスト
富士見市	1	0
三郷市	1	0
坂戸市	2	0
鶴ヶ島市	1	0
越生町	1	0
宮代町	1	0
杉戸町	1	0
市川市	1	0
船橋市	3	0
館山市	1	0
木更津市	1	0
松戸市	1	0
茂原市	1	0
柏市	5	0
市原市	3	0
流山市	3	0
八千代市	1	0
我孫子市	1	0
袖ヶ浦市	1	0
八街市	1	0
中央区	2	0
港区	7	0
新宿区	8	0
文京区	6	0
江東区	2	0
目黒区	2	0
大田区	2	0
世田谷区	2	0
渋谷区	2	0
中野区	2	0
杉並区	9	0
豊島区	1	0
北区	3	0
荒川区	1	0
練馬区	3	0
足立区	8	0
江戸川区	7	0
八王子市	2	0
武蔵野市	2	0
三鷹市	4	0
調布市	3	0
町田市	5	0
国分寺市	1	0
福生市	2	0
狛江市	1	0

機関名	苦情処理テスト	商品テスト
横須賀市	2	0
平塚市	3	0
鎌倉市	3	0
藤沢市	3	0
厚木市	1	0
大和市	2	0
伊勢原市	1	0
座間市	1	0
砺波市	1	0
かほく市	1	0
津幡町	1	0
福井市	3	0
敦賀市	1	0
越前市	2	0
坂井市	2	0
伊那市	3	0
茅野市	1	0
岐阜市	3	0
大垣市	1	0
島田市	1	0
藤枝市	1	0
御殿場市	1	0
袋井市	1	0
岡崎市	4	0
小牧市	1	0
伊勢市	1	0
桑名市	0	1
大津市	7	0
長浜市	1	0
近江八幡市	2	0
草津市	2	0
野洲市	3	0
宇治市	2	0
長岡京市	2	0
池田市	2	0
泉大津市	1	0
高槻市	1	0
守口市	8	0
枚方市	3	0
茨木市	5	0
八尾市	6	0
寝屋川市	5	0
松原市	2	0
大東市	1	0
和泉市	5	0

機関名	苦情処理テスト	商品テスト
羽曳野市	1	0
門真市	2	0
高石市	1	0
藤井寺市	3	0
東大阪市	9	0
交野市	2	0
姫路市	12	0
尼崎市	2	0
明石市	1	0
西宮市	7	0
芦屋市	2	0
加古川市	4	0
宝塚市	2	0
三田市	3	0
加西市	3	0
奈良市	2	0
大和郡山市	2	0
天理市	1	0
桜井市	3	0
生駒市	5	0
葛城市	1	0
上牧町	1	0
米子市	3	0
出雲市	1	0
安来市	1	0
倉敷市	1	0
福山市	3	0
府中市	1	0
東広島市	1	0
府中町	1	0
下関市	1	0
岩国市	1	0
周南市	1	0
徳島市	2	0
松山市	3	0
高知市	3	0
古賀市	1	0
長崎市	2	0
佐世保市	1	0
大村市	1	0
玉名市	2	0
合志市	2	0
指宿市	1	0
薩摩川内市	1	0
霧島市	1	0
(合計)	412	11

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	試買量目調査	(豚肉、魚の切り身(鮭)、レンコン、たらこ) 4品目を食品表示重量をチェックするために、江別市商店街振興組合連合会、北海道計量協会の立合いのもと調査した(市内18店舗)。不足品25点あり。公差以上不足は3点であった	江別市
	地元野菜を活用した健康的な食生活について	産地表示の調査や官能テストを実施し、栄養学的立場から野菜を活用した健康的な食生活を科学的に考察し、消費生活展において発表	小山市
	食品正味量	消費生活物資を購入して、計量の正確さを調べ消費者の計量に対する関心を高めるとともに一般商店の計量実態を把握	桑名市
魚介類	試買量目調査	量目調査(魚介類)	上砂川町
肉類	試買量目調査	量目調査(肉類)	上砂川町
野菜・海藻	輸入野菜の残留農薬	残留農薬	北海道
	ほうれん草のミネラルと硝酸イオン量テスト	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(十勝)産と、道外産のほうれん草のミネラルと硝酸イオン量について調査。ミネラル成分: Na, K, Fe, Mg, Cu, Zn, Ca	帯広市
	試買量目調査	量目調査(野菜・海藻)	上砂川町
油脂・調味料	食用油	揚げ物などの調理に欠かせない食用油だが、劣化については関心が持たれる。食用油についての意識調査や、劣化の度合いのテストを実施	石川県
	マヨネーズ類(消費者団体との共同テスト)	健康志向を反映して、原材料の卵・酢・植物油などのこだわりをアピールするもの、「コレステロールゼロ」をうたうものなど多種類のマヨネーズ類がある。表示や価格等について調べ、消費者へ情報提供	福井県
	味噌中のイソフラボン	味噌中の機能性成分であるイソフラボン類の含有量、保管方法によるイソフラボン類の含有量の変化、塩分、保存料(パラベン)含有量を調査	静岡県
	醤油の比較試買テスト	市販されている醤油の塩分濃度や見た目、味等を比較しその結果を消費生活展において発表	小山市
	味噌の比較試買テスト	市販されている味噌と材料から作った味噌の見た目や味等を比較し、その結果を消費生活展において発表	小山市
	マヨネーズの比較試買テスト	市販されているマヨネーズと材料から作ったマヨネーズの見た目や味等を比較し、その結果を消費生活展において発表	小山市
飲料	ノンアルコール飲料	アルコール分、合成甘味料、表示、価格	北海道
	ミネラルウォーター類	容器入りのミネラルウォーター類と参考品としての水道水(函館市・札幌市)について硬度、成分表示、残留塩素を調査	函館市
健康食品	ウコン含有健康食品	ウコン含有健康食品中の機能性成分であるクルクミン類の含有量、サプリメントタイプ(錠剤、カプセル剤、顆粒剤)の健康食品の崩壊性、重金属・残留農薬を調査	静岡県
	キャンドルブッシュを含む健康茶	キャンドルブッシュを使用した15銘柄の健康茶を利用することによって、どれくらいセンノシドを摂取する可能性があるのか、十分な注意表示はあるのかなどを調査	国民生活センター

(2) 住居品

	件名	テストのねらいまたはテスト項目	実施センター
食生活機器	オーブントースター	オーブントースターは手軽な調理器具として広く普及しているが、火災に至った事例ややけどを負った事例などの報告もある。表示、仕様、性能、安全性、取扱いの注意点等をテストし、購入時や使用時等の留意点を情報提供	※富山県 ※石川県 ※福井県
台所用用品・食器	携帯用ステンレスボトル	350ml前後の大きさの携帯用ステンレスボトル（20検体）を対象に、表示などについて調査し、機能性、使用性、安全性についてのテストを実施した。消費者の商品選択の参考になるよう、ステンレスボトルの型により特徴があることを報告	横浜市
洗浄剤等	カビ取り用洗浄剤	購入直後のカビ取り用洗浄剤の容器から、中身の液体が漏れ、幼児が触り被害を受けるという事故があった。容器の落下テスト等を行い、安全性についてテストを実施	石川県
	柔軟剤の香り成分	柔軟剤の香り成分の含有量、使用量の変化に伴うタオルへの香り成分残存量と香りの強さに関する官能検査を実施	静岡県
暖房機器・空調・冷房機器	電気製品の節電効果	消費電力、温度変化、省エネ効果・表示	北海道
家具・寝具	防寒用シート等の保温性テスト	災害時等に役立つと思われる防寒用シート等について保温性を調べ、その結果を情報提供	神奈川県
器具照明	家庭用ガーデンソーラーライト	購入した9製品に対し、長期使用（6カ月間）耐久テスト、点灯時間確認テスト、照度テスト、充放電テスト、説明書・保証内容の確認	群馬県
他の住居品	ガス抜きキャップと穴あけ器	ガス抜きキャップの利用者を増やして、スプレー缶廃棄時の事故を減らすことを意図し、スプレー缶に付いているガス抜きキャップの種類や使用方法、使用上の注意点等を整理し、紹介。また、穴あけ器についても実施	岩手県
	テーブルタップの発熱	テーブルタップによる事故防止を目的として、どのような使用状態の時に発熱するのか、また、製品によって発熱の程度に違いがあるのかなどについてテストを実施	埼玉県
	家具転倒防止器具設置テスト	家具転倒防止器具のモニター設置テスト、家具転倒防止に関するアンケート調査（生命を守る防災への備え・対策）	新潟市
	フッ素樹脂、シリコン樹脂等を含む衣類用スプレー製品の安全性	UVをカットするという衣類用のスプレーを室内で缶の半分程度使用したところ、肺障害等を発症し、入院するという事故が発生した。この商品は、呼吸器系の中毒事故を引き起こす可能性のあるはっ水剤成分の一つであるシリコン樹脂が配合されているものであった。そこで、防水効果をうたっていない衣類用スプレー製品で、フッ素樹脂やシリコン樹脂等を含むものについて調査	国民生活センター
	防犯ブザーの電池切れや故障に注意	前回の公表から約5年が経過していることから、小学生が使用していた防犯ブザーの調査や保護者へのアンケートを実施して、防犯ブザーの使用実態を調査するとともに、全国防犯協会連合会の優良防犯ブザー10銘柄について、音量や耐落下衝撃などのテストを実施	国民生活センター

(注) ※は共同比較【試買】テスト。

(3) 光熱水品

	件名	テストのねらいまたはテスト項目	実施センター
石油	不良灯油による石油暖房機器の故障や異常に注意	灯油は保管方法を誤ると太陽光や熱による変質、水や灯油以外の油・ごみ等の混入などで不良灯油になることがある。そこで、実際に不良灯油を作成し、それらを石油暖房機器に使用することで、どのような異常が生じるかテストを実施	国民生活センター

(4) 被服品

	件名	テストのねらいまたはテスト項目	実施センター
被服品 一般	繊維製品による紫外線カット効果（消費者団体との共同テスト）	紫外線カット加工のTシャツ類や生地の色による紫外線遮へい率についてテストを実施し、消費者へ情報提供	福井県
下洋装 着装	吸汗速乾肌着	速乾性、吸汗性、蒸散性、吸湿性、耐洗濯性、組成、走査型電子顕微鏡による繊維断面の観察、表示	北海道

(5) 保健衛生品

	件名	テストのねらいまたはテスト項目	実施センター
医薬品	ステロイド不使用をうたった医療機関で処方された漢方クリームにステロイドが含有	ステロイドを使わず、漢方でアトピー性皮膚炎の治療を行うとインターネットでうたった医院で処方された「漢方クリーム」についての相談が消費生活センター等より寄せられ、複数の当該品にステロイドが含まれていたことから消費者に周知するため情報提供	国民生活センター
	海外で購入した血糖を下げるという漢方薬を服用して重篤な低血糖症	海外旅行先で購入してきた漢方薬を服用して低血糖症を発症し、意識不明の重症で病院に救急搬送されるという事故が発生した。この患者が病院に搬送されてきた際にはとても危険な状態で、処置をしないと脳に後遺症が残るか死亡に至っていた可能性もあった。この漢方薬に血糖降下作用のある医薬品成分グリベンクラミドが含まれていたことから情報提供	国民生活センター
医療用具	メガネフレームの商品テスト	メガネフレームが、熱を加えられるとどのような変化がおきるか、高温での寸法定定性試験等を実施し、眼鏡を取り扱う上での注意点などについて情報提供	神奈川県
	ブルーライトカット眼鏡の透過率テスト	ブルーライトカット眼鏡の透過率から、ブルーライトカット率を算出し、その結果を情報提供	神奈川県
具理・美 用品器	ヘアドライヤー	「ヘアドライヤーの電源コードで、本体との接続部分が断線、火花が飛び、着衣が焦げた」との相談があり、苦情品の原因究明調査を実施するとともに、市販品を複数購入し、電源コードの本体との接続部分の形状などを比較	兵庫県立健康生活科学研究所
他の保健衛生品	首から下げるタイプの除菌用品の安全性	首から下げるタイプの除菌用品で、化学熱傷を起こす事故が発生し、事業者が自主回収を行うことになった。これを受け、類似品の安全性に関する相談が寄せられたことから、二酸化塩素などによる除菌効果をうたった首から下げるタイプの商品と、参考品として、成分に次亜塩素酸ナトリウムを含むとの表示のある銘柄を加え、皮膚への刺激性を中心に調査	国民生活センター
	子ども用の花粉防御用眼鏡の安全性	子ども用の花粉防御用眼鏡について、形状や材質に係る安全性や視界の変化について調べ、消費者へけがを防ぐための安全な使用方法などの情報提供を行うとともに、次シーズンに向けてより安全性に配慮した商品の開発を事業者に要望	国民生活センター

(6) 教養娯楽品

	件名	テストのねらいまたはテスト項目	実施センター
電話機・ 電話機用品	スマートフォンの充電端子の焼損や本体の発熱に注意	「スマートフォンの充電端子の焼損や本体の発熱等」に関する相談が、スマートフォンの普及とともに急増していることから、同様のトラブル拡大防止のために消費者へ注意喚起	国民生活センター
他の 教養娯楽品	ライターの調査	幼児が容易に着火できない幼児対策が施されたライターの押し込み力を調査し、消費者が安全に使用できる方法を情報提供	神奈川県
	犬用伸縮リード	「犬用伸縮リードのロックが効かず、リードをつかみ、手をケガした」との相談があり、市販品を複数購入、分解し、苦情品とリードの形状やリードをロックする構造の違いなどを観察	兵庫県立健康生活科学研究所
	ケーキ用飾りの試買テスト—カドミウム、鉛の溶出について—	市内やインターネットで販売されるケーキ用飾り（オーナメント）の材質についてカドミウムと鉛の溶出テストを行い、安全性と表示を調査。結果、8検体すべてで不検出だったが、一部、表示に改善が必要なものがあった	札幌市
	刈払機（草刈機）の使い方 に注意	刈払機（草刈機）の事故の未然防止を図るために、具体的な事故事例を再現し、刈払機の使用上の注意（保護具の必要性、キックバックなど機械特有の事例、誤った使い方による事例など）について、消費者に情報提供	国民生活センター

(7) 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
自動車用品	自動車用緊急脱出ハンマーのガラス破砕性能	これまで本体のグリップ部を金づちのように握って使用する自動車用緊急脱出ハンマーについて、注意喚起を行ってきた。このほかにも、グリップ部をピックのように握って使用するタイプ、ヘッド部をウインドーガラスに押し当てて使用するタイプが販売されていることがわかったため、15社19銘柄について使用目的として最も重要なウインドーガラス破砕性能に着眼したテストを実施	国民生活センター
自転車用品	販売時の表示とは異なり、公道走行できないペダル付き電動2輪車	インターネット通販で販売されていたペダル付き電動2輪車について、公道を走行できないことが判明したため、2005年に排除命令が出された。しかし、依然として公道使用の可否に関して曖昧な表現の商品が販売されている。そこで、販売サイトの表示や、車両の機能や装備の調査を行い、再度、情報提供	国民生活センター

消費者問題に関する 2013年の10大項目

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

2013年は、高齢者の消費者トラブルがさらに増加したほか、トラブルの国際化の傾向も見られた。また、ホテルなどのメニュー表示や薬用化粧品による白斑トラブルが大きな問題となった。

1 高齢消費者トラブルが6年連続で増加 相談全体の3割にまで

- ・契約当事者が65歳以上の相談は2008年から6年連続で増加しており、2013年は225,206件（2012年同期163,556件の約1.4倍）の相談が寄せられている。
- ・これまで契約当事者が65歳以上の相談が全相談件数に占める割合は2割前後であったが、2013年は約3割にまで増えている。

2 「健康食品の送りつけ商法」が激増 昨年同時期の約10倍

- ・「健康食品の送りつけ商法」のトラブルは、2013年は36,531件（2012年同期3,851件の9.5倍）の相談が寄せられている。
- ・申し込んだ覚えがない健康食品が代金引換配達で送付されるケースが多いが、最近では、現金書留封筒や振込用紙を同封し、代金を郵送・振り込みするよう消費者に指示する、といった手口もみられる。

3 依然として多い投資トラブル 広がる劇場型勧誘（買え買え詐欺）

- ・未公開株、社債、ファンド型投資商品などの投資トラブルは依然として多く、高齢者のトラブルが目立つ。
- ・投資トラブルで多くみられる劇場型勧誘（買え買え詐欺）*5の手口は、ダイヤモンドなど様々な商品に広がっている。

*4 本件に関する詳細な資料は、2013年12月19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-20131219_3.html）に掲載されている。

*5 複数の業者が登場し「高値で買い取る」「過去の被害を救済する」などとウソの説明をし、消費者に新たな契約をさせる手口。

4 ホテルや百貨店でのメニュー表示問題が相次ぐ

- ・10月以降、ホテルや百貨店のレストラン等においてメニュー表示と異なる食材を使用していたことが大きな社会問題となった。
- ・消費者庁や関係省庁においては、関係団体に対してメニュー表示の適正化や再発防止を要請したほか「食品表示等問題関係府省庁等会議」が開催されるなど取り組みが進められている。

5 薬用化粧品による白斑トラブルが発生

- ・薬用化粧品により白斑様症状を発症したとの被害が発生した。
- ・カネボウ化粧品による白斑トラブルについて、消費者からの対象商品の回収は67.1万個（2013年10月31日時点）、白斑様症状確認数は13,429人（2013年11月24日時点）となっている（カネボウ化粧品ホームページより引用）。

6 トラブルの国際化 海外インターネット通販が急増

- ・「インターネット通販」のトラブルは増加傾向にあり、とくに「外国」関連の相談^{*6}は過去最高の10,520件（2012年同期4,810件の約2.2倍）となった。
- ・海外のインターネット通販を利用したところ「代金を払ったのに、商品が届かない」「注文した商品とは違うものが届いた」といった相談が多くみられる。
- ・2020年夏季オリンピックの東京開催が9月に決定したことに伴い、東京オリンピックに関連した詐欺的トラブルの相談が寄せられはじめている。

7 ネットサイト関連の相談が上位を占める アダルトサイトは老若男女問わず

- ・2013年は「アダルト情報サイト」「出会い系サイト」などインターネットサイト関連の相談が上位を占めており、その中でも「アダルト情報サイト」は、男性では70歳代までの各年代、女性では40歳代までの各年代で最も多い相談である。
- ・「オンラインゲーム」の相談が増加傾向にあり「大人の知らない間に子どもが利用してしまい、高額な請求をされた」といった相談が目立つ。

* 6 日本の消費者がインターネットを通じて外国の事業者と取引する場合（いわゆる越境取引）のほか、国内での輸出品や外国製品などの外国がらみの相談を広く含む。

8 「偽装質屋」が登場 サラ金の相談は6年連続で減少

- ・改正貸金業法、改正出資法（2006年12月成立、2008年6月完全施行）により「サラ金・フリーローン」の相談は2008年から6年連続で減少している。
- ・一方、2010年～2012年頃にかけては「クレジットカード現金化」*7、2012年以降は「偽装質屋」*8など、新手の手口が登場している。

9 進む消費者関連法の整備 「地域体制の在り方」の検討もスタート

- ・「食品表示法」*9が6月に成立・公布され「財産的被害の集団的な回復のための民事の裁判手続の特例に関する法律」*10についても12月に成立した。
- ・10月以降、消費者庁「消費者の安全・安心確保のための『地域体制の在り方』に関する意見交換会」において、消費者被害の早期発見・未然防止につなげていくための見守りネットワークの構築など「地域体制の在り方」について、法的な整備を含めた対応策が検討されている。

10 国民生活センターの在り方 独立行政法人「中期目標管理型の法人」が示される

- ・国民生活センターの在り方*11については、これまで累次の検討が行われてきたところ、2013年12月13日に森まさこ大臣より
「組織形態としては、独立行政法人の新たな類型の一つである『中期目標管理型の法人』とすることが相応しい」
「相模原事務所研修施設については、具体的な利用の在り方について更に必要な検討を行い、再開の妥当性が確認されたならば、研修施設として利用を再開することとしたい」
との方針が示された。
- ・国民生活センターでは、新しい相談業務（お昼の消費生活相談*12）を2013年7月29日より試行的に実施している。

*7 クレジットカードのショッピング枠で消費者に商品などを購入させ、それを業者が買い取ることで消費者に現金が渡る。

*8 担保価値の無い物品を質に取り、実際には年金などを担保として違法な高金利で貸し付けをする。

*9 食品衛生法、JAS法、健康増進法の食品の表示に関する規定を統合して、食品の表示に関する包括的かつ一元的な制度を創設。公布の日（2013年6月28日）から2年以内に施行。

*10 消費者契約に関して相当多数の消費者に生じた財産的被害を集団的に回復するための裁判手続を創設。公布の日（2013年12月11日）から3年以内に施行。

*11 「独立行政法人の事務・事業の見直しの基本方針」（2010年12月閣議決定）では、国民生活センターについては「法人を廃止することを含め、法人の在り方を検討する」「現行の直接相談については廃止する」「相模原研修所については、研修施設としては廃止する」とされた。

*12 平日の11時～13時のお昼の時間帯に、消費者から電話で相談を受け付けている。