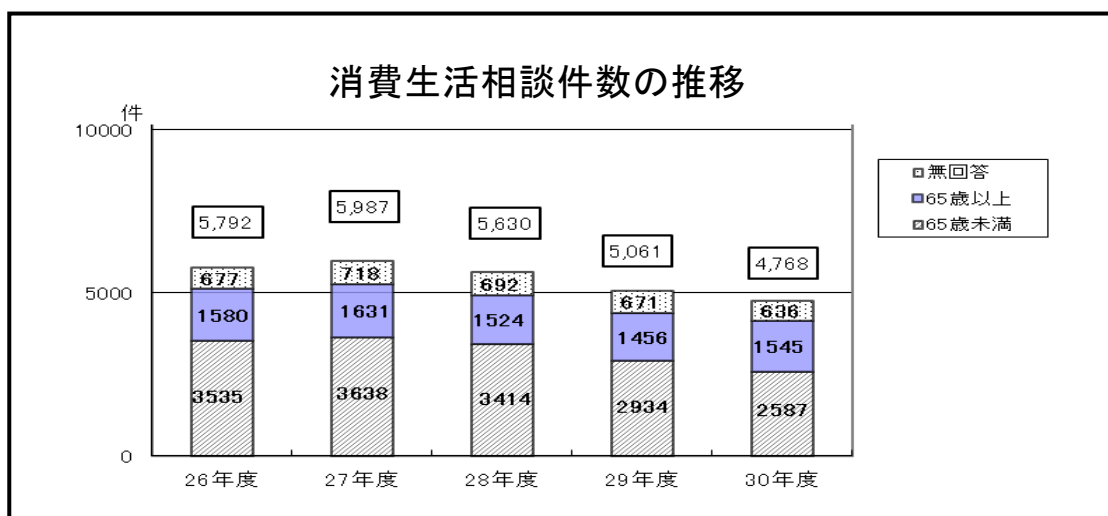


1 京都府の消費生活相談の状況

- 平成30年度の京都府（消費生活安全センター及び各広域振興局）の消費生活相談窓口寄せられた相談件数は4,768件、前年度より減少（前年度比94.2%、㉟5,061件）したが、この5年間は概ね5千件程度で推移
- 市町村を含めた京都府内の消費生活相談窓口で受け付けた相談件数は19,037件、（前年度比105.1%、㉟18,113件）（土日祝日電話相談を除く）
- 京都府及び京都市で共同実施している土日祝日電話相談件数は1,276件（前年度比111.1%、㉟1,149件）

【図表1】



2 京都府で受けた消費生活相談の特徴

(1) 商品・役務別相談件数

- 商品・役務別では、「放送・コンテンツ等^(※)」が最も多く、次いで「商品一般」、「不動産貸借」が上位を占める。
- 相談件数は、「放送・コンテンツ等」が593件と多く、12.4%を占める。（前年度比87.0%、㉟682件）
- 前年度に比べて「商品一般」（前年度比142.3%）の相談が増加。架空請求のはがきが送られてきたという相談が増加したため。

※「放送・コンテンツ等」：電波や衛星放送を利用した放送サービス及び電話回線やインターネットを使って情報を得るサービス（P3【用語】参照のこと）。PIO-NET（全国消費生活情報ネットワーク・システム）分類・キーワードマニュアル（2015年版）〔独立行政法人 国民生活センター発行〕による。（以下「PIO-NET 分類」という。）

【図表 2】商品・役務別（小分類）

順位	30 年度		29 年度		28 年度	
	商品・役務	金額	商品・役務	金額	商品・役務	金額
1 位	放送・コンテンツ等	593	放送・コンテンツ等	682	放送・コンテンツ等	955
2 位	商品一般	498	商品一般	350	不動産貸借	299
3 位	不動産貸借	239	不動産貸借	289	インターネット通信サービス	298
4 位	健康食品	168	インターネット通信サービス	220	商品一般	296
5 位	融資サービス	147	健康食品	196	健康食品	203
6 位	住宅工事	137	移動通信サービス	161	移動通信サービス	153
7 位	移動通信サービス	126	融資サービス	133	融資サービス	131
8 位	インターネット通信サービス	119	化粧品	104	住宅工事	116
9 位	化粧品	115	住宅工事	103	自動車	102
10 位	金融商品等	96	自動車	94	金融商品等	88

《相談事例》

■放送コンテンツ

サイト料金の架空請求

登録している有料サイトの利用料金が未納なので支払うようにとのメールが届き、電話をすると 30 万円をギフト券で支払うように指示された。全く身に覚えがなく、不安である。（20 歳代男性）

ワンポイントアドバイス

- ・身に覚えがない発信者からのメールに対し、氏名等の個人情報を提供しないようにしてください。
- ・また、メールに示された電話に架電すると電子マネーを購入するよう指示され、カードに記載された番号を伝えて、金銭をだまし取られる手口が多く見られます。他人から言われて電子マネーを購入したり、カードに記載された番号等を伝えたりすることは、絶対にしないでください。
- ・電子マネーに関してトラブルにあった場合は、早急に電子マネーの発行会社に連絡してください。
電子マネーとは・・・お金の価値を電子データに変えて記録媒体に保存し、そのデータの受け渡しによって支払いをする仕組みのこと

■商品一般

料金の架空請求

地方裁判所管理局から「総合消費料金未納分訴訟最終通知書」というハガキが届いた。どうしたらいいか。（70 歳代女性）

ワンポイントアドバイス

- ・「地方裁判所」と名乗っていますが、裁判所とは一切関係がありません。
- ・正式な裁判手続きでは、訴状は「特別送達」と記載された裁判所の名前が記載された封書で郵便職員が直接手渡すことが原則です。ハガキでポスト投函されることはありません。なお、電話番号案内で電話番号を調べた上で、口頭弁論呼出状に記載された○裁判所第□民事部△係◇書記官あてに、事件番号、原告名、被告名を示し、事件係属の有無を確認することもできます。
- ・不審・不安に思うようであれば、最寄りの消費生活センター等にご相談ください。

【図表 3】 裁判所等の公的機関を装った架空請求

	29 年度	30 年度	前年比%
京都府(広域振興局含む)	90	181	201.1

■不動産貸借

賃貸住宅退去時の費用負担

2年間居住した賃貸マンションを退去した。ユニットキッチン交換費用 24 万円は少し回みを付けただけなので納得できない。応じないといけないものか。(20 歳代男性)

ワンポイントアドバイス

- ・入居時及び退去時には、賃借人と家主や管理会社、仲介業者等（以下、家主側）との立ち会いの下で部屋の現状を確認するようにしましょう。
- ・退去に備えて、入居時に室内の写真を撮っておく(日付入り)ことも有効な手段です。
- ・退去時に示された原状回復費用の内訳について、家主側に十分な説明を求めるようにすることが大切です。
- ・家主側との話し合いによる解決が困難である場合には、民事調停や少額訴訟などの手続きもあります。

【原状回復をめぐるトラブルとガイドライン（国土交通省）】

原状回復とは、賃借人の居住、使用により発生した建物価値の減少のうち、賃借人の故意・過失、善管注意義務違反、その他通常の使用を超えるような使用による損耗・毀損を復旧すること。

(賃借人負担とされる事例)

次のような事例は、争訟において通常の使用による汚損を超えるものと判断され賃借人負担とされる場合が多い。

- ① タバコのヤニや臭い
- ② ペットによる柱等の傷や臭い
- ③ 重量物を掛けるために開けた釘穴・ねじ穴
- ④ 予め設置された照明器具用コンセントを使用せずに天井に直接設置した照明

【用語】

放送・コンテンツ等	電波や衛星放送を利用した放送サービス及び電話回線やインターネットを使って情報を得るサービス
商品一般	商品・役務の分類項目を越えて、複数の分類にまたがっている相談、商品が特定できない相談
不動産貸借	借地、借家、賃貸アパート、駐車場等の不動産貸借
インターネット通信サービス	インターネット通信に関連したサービス。光ファイバー、ADSL 等の接続回線。ウイルスチェックサービス、インターネットに関連した複数のサービスを受けるための会費等
健康食品	プロテイン、酵母食品、酵素食品等の健康食品

※ 用語の定義は、PIO-NET 分類による。

PIO-NET 分類の商品別分類は大・中・小分類の 3 段階

例：大分類 運輸・通信サービス
 中分類 放送・通信サービス
 小分類 放送コンテンツ等

(2) 年齢層別相談件数

ア 年齢別、男女別

- 60歳代からの相談が最も多く756件(15.9%)、続いて70歳代の711件(14.9%)
- 男女別では、20歳未満を除き、女性からの相談がやや多い。

【図表4】

年代	30年度		男女別内訳 (不明等除く)		29年度 件数
	件数	%	男	女	
20歳未満	98	2.1	56	40	112
20歳代	377	7.9	178	195	508
30歳代	448	9.4	219	226	562
40歳代	646	13.5	296	348	720
50歳代	661	13.9	265	396	661
60歳代	756	15.9	306	445	774
70歳代	711	14.9	308	398	611
80歳以上	435	9.1	168	264	442
その他・不明	636	13.3	201	160	671
総件数	4,768	100	1,997 (44.7%)	2,472 (55.3%)	5,061

※ 本図表以下、年齢等については契約当事者の相談件数
契約当事者とは、消費生活上の取引(契約等)をした(する予定の)者

イ 年齢別、商品・役務別(小分類 上位3位)

- 60歳代と70歳代は「商品一般」、80歳以上は「健康食品」、その他の年代は「放送・コンテンツ等」の相談が1位。
- 次いで、20歳未満、50歳代及び80歳以上は身に覚えのない支払い請求など「商品一般」の相談が、20歳代から40歳代は退去時の費用負担など「不動産貸借」の相談が、60歳代及び70歳代は「放送・コンテンツ等」の相談が多くなっている。

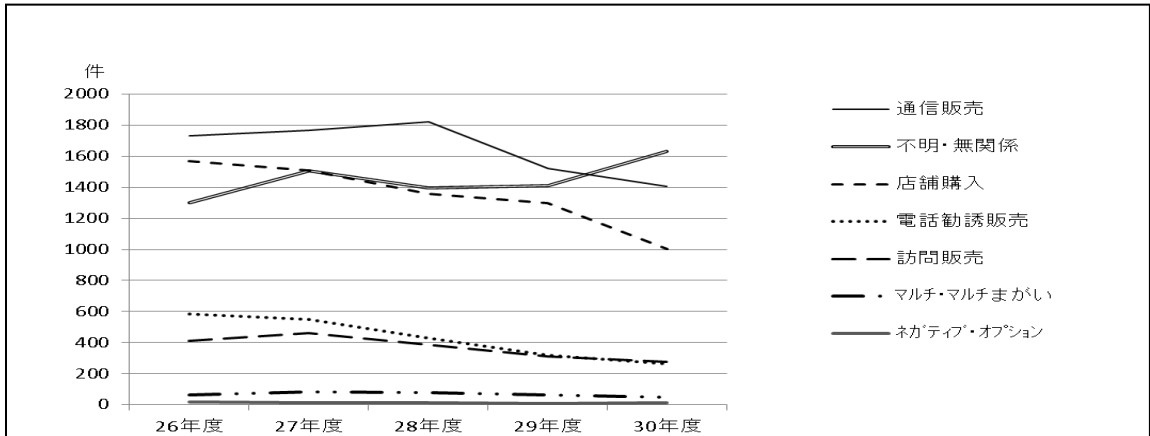
【図表5】

年代	1位		2位		3位	
	商品・役務	件数	商品・役務	件数	商品・役務	件数
20歳未満	放送・コンテンツ等	41	商品一般	7	自動車	3
20歳代	放送・コンテンツ等	58	不動産貸借	41	商品一般	26
30歳代	放送・コンテンツ等	52	不動産貸借	41	商品一般	36
40歳代	放送・コンテンツ等	103	不動産貸借	45	商品一般	40
50歳代	放送・コンテンツ等	103	商品一般	56	健康食品	34
60歳代	商品一般	127	放送・コンテンツ等	92	住宅工事	28
70歳代	商品一般	121	放送・コンテンツ等	88	インターネット通信サービス	33
80歳以上	健康食品	34	商品一般	31	放送・コンテンツ等	22

(3) 販売購入形態別相談件数

- 販売購入形態別では、「通信販売」が最も多い。1,407件（30.0%）（前年度比92.6%、㉑1,520件）（不明・無関係を除く）
「通信販売」の中では「インターネット通販」が968件（68.8%）であり、前年度（1,060件）からの減少の主な要因となっている。（前年度比91.3%）
- 「インターネット通販」での購入商品等は、「デジタルコンテンツ」が377件（38.9%）と最も多く、続いて「健康食品」が95件（9.8%）、「化粧品」が68件（7.0%）などとなっている。

【図表6】



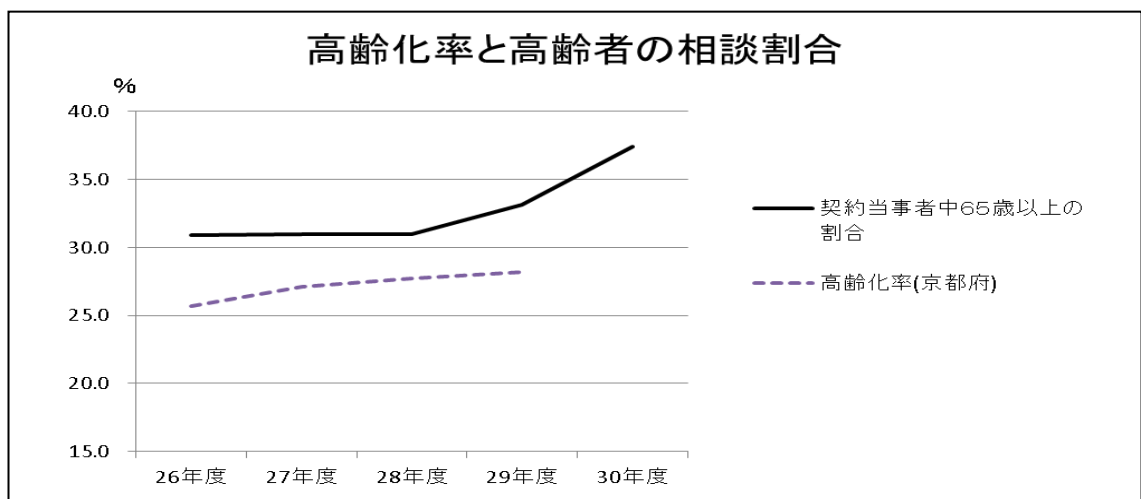
※ 不明・無関係とは、他のいずれの販売形態に当たるか不明なもの、そもそも販売や購入という概念とは無関係なものなど（贈答品、法制度等の照会、税金関係、労務関係など）

(4) 高齢者に関する相談

ア 高齢化率と高齢者の相談割合

- 相談件数中、高齢者（65歳以上）の占める割合は、37.4%に増加（㉑33.2%）し、京都府の高齢化率を上回っている。

【図表7】

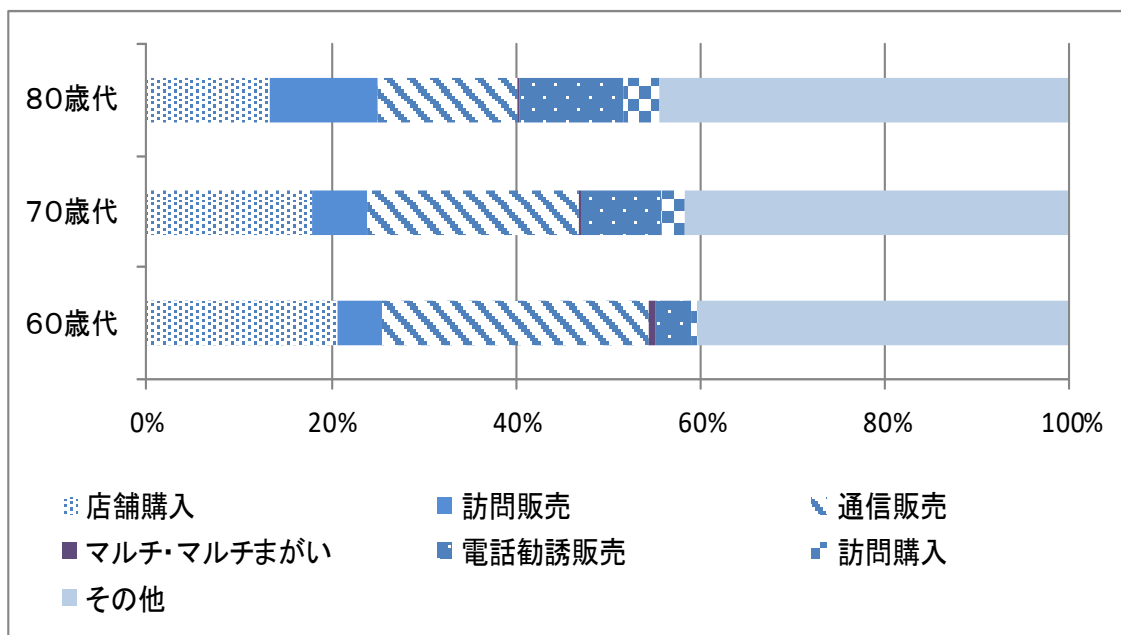


※ 1 「契約当事者中65歳以上の割合」は、府が受け付けた相談件数（年齢無回答を除く）中、65歳以上の契約当事者の相談割合
2 高齢化率は京都府「介護保険制度の実施状況について」から引用の各年度の数値は30年度分は未公表

イ 年齢層別（60歳代～80歳代）・購入形態別（割合）

- 年齢が上がるにつれて「店舗購入」、「通信販売」の割合が減少し、「訪問販売」「電話勧誘販売」が増加している。
- 販売される商品・役務等は、「訪問販売」では「生命保険」など、「電話勧誘販売」では「インターネット接続回線（光通信）」などが多い。

【図表 8】



ウ 判断不十分者（契約当事者）に関する相談件数

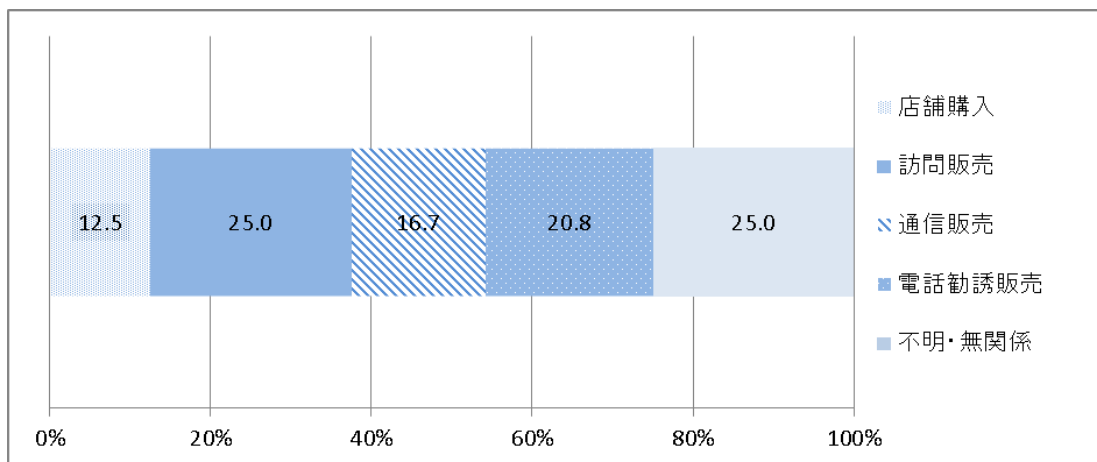
- 高齢者の相談のうち、判断不十分者^(※)からの相談（相談自体は家族や施設職員等から）は、24件（高齢者に占める割合 1.6%）と減少した。（2958件）
- 商品・役務別で見ると「健康食品」が4件で16.7%を占めている。
- 販売購入形態別で見ると「訪問販売」が6件（25.0%）と最も多く、続いて「電話勧誘販売」が5件（20.8%）で、両者で全体の約半数を占めている。

※ 「判断不十分者」とは、精神障害や知的障害、加齢に伴う疾病等で十分な判断ができない状態にある者（定義は、PIO-NET 分類による。）

【図表 9】

	25年度	26年度	27年度	28年度	29年度	30年度
65歳以上	1,597	1,580	1,631	1,524	1,456	1,545
うち判断不十分者の契約	43 (2.7%)	39 (2.5%)	50 (3.1%)	55 (3.6%)	58 (4.0%)	24 (1.6%)

【図表 10】 判断不十分(契約当事者)に関する相談 (24 件) の販売購入形態別割合



《相談事例》

高齢者を狙う送り付け商法

海産物を送るという勧誘電話が掛かってきた。断っているのに商品が届いた場合、どうすればよいか。(60歳代女性)

ワンポイントアドバイス

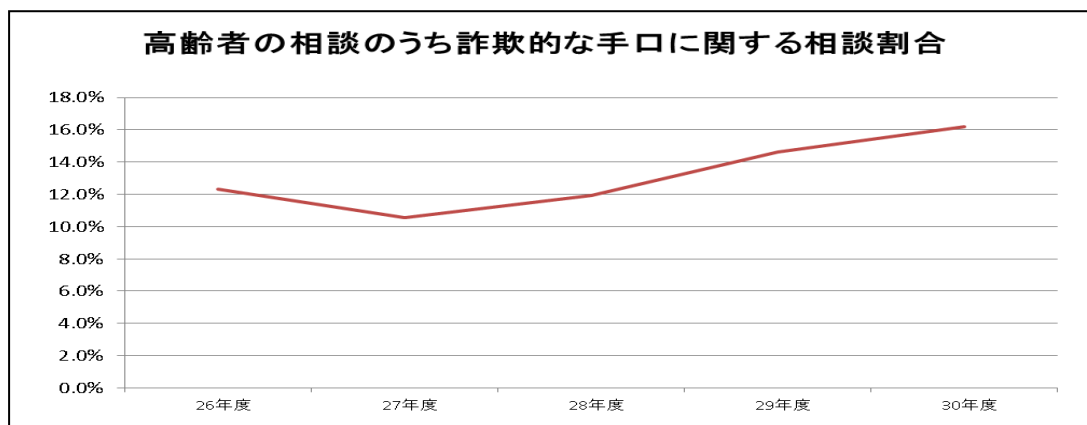
- ・特殊詐欺など高齢者を狙う悪質な手口が増え、80歳以上の方の被害も目立ちます。高齢になると在宅時間が長くなるため、訪問販売や電話勧誘販売のターゲットになりやすく、また、新しい情報を得られにくくなるので、被害に気づくのが遅くなりがちです。
- ・被害を防ぐには、家族や介護関係者等をはじめ、周囲の人の気づきや「どうされたのですか」、「最近、健康食品の電話勧誘販売の被害が多いようですよ」などの声かけなどによる見守りが大切です。

エ 詐欺的な手口に関する相談

- 高齢者の相談のうち詐欺的な手口^(※)に関する相談は、250件と増加している。(前年度比117.4% ⑳213件) 高齢者相談件数に占める割合は16.2%と昨年度(14.6%)より1.6%増加した。

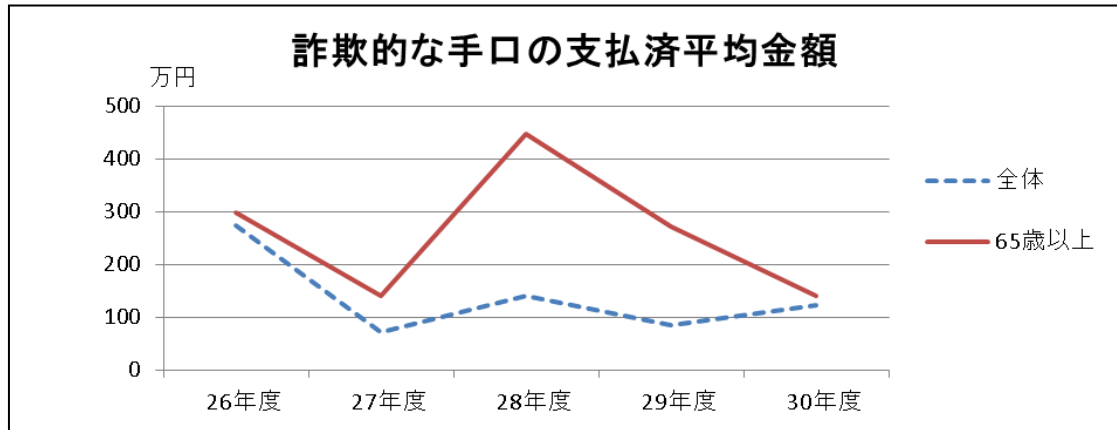
※ 「詐欺的な手口」とは、PIO-NET分類「詐欺」「架空請求」「融資保証金詐欺」「還付金詐欺」の合計

【図表 11】



- 一昨年増加した1件当たりの支払済平均金額は、平成29年度に引き続き減少した。高齢者の平均金額は142万円と全年齢層の平均124万円と比べて高くなっている。

【図表 12】



《相談事例》

原野商法における二次被害

原野商法で購入した未利用の土地について管理費用を業者から請求され、管理契約を締結していないと拒否したところ、個別契約がなくても別荘地全体の管理をされており支払い義務はある。管理費の支払いがない限り別荘地内における車での通行は一切認めないと言われた。どうすればよいか。(70歳代 男性)

ワンポイントアドバイス

- ・当該別荘（土地を含む。）を管理委託していなければ管理費用を支払う義務は生じていません。
- ・囲繞地通行権は車にも認められていることから、通常の用法による車の通行は認められます。
- ・不審・不安に思うことがあれば、最寄りの消費生活センターにご相談ください。

(5) インターネット関連の相談

ア 放送・コンテンツ等の内容

- 「放送・コンテンツ等」の内容を見ると、「デジタルコンテンツ」が513件で昨年に比べて減少したが、なお、大多数を占めている。(86.5%) (前年度比 87.8% ②9584 件)
- デジタルコンテンツの内容を見ると、「占いサイト」や「副業サイト」「動画サイト」の未払利用料請求などの「他のデジタルコンテンツ^(※)」や、スマホでアダルトサイトに接続すると登録完了との表示が出て料金請求される等の「アダルト情報サイト」が約8割(82.7%)を占める。
- オンラインゲーム関係では、子どもが勝手にゲームをしたとの相談がほとんどで、他には突然規約違反だとしてアカウントが停止され、理由の開示を求めても拒否されるとする相談(4件)もある。
- 出会い系サイトの内容を見ると、登録後出会うまでに次々と金銭の支払いを求めてくる相談が多数である。また、会わなくても電話相談に乗るだけで報酬がもらえるとするサイトに登録すると、報酬を受け取る際には色々な登録をする必要があるとしそのための費用を請求されるとの相談(6件)が現れてきた。
- テレビ放送サービスの内容は「公共放送の受信料」が47件で75.8%を占めている。

※ 「他のデジタルコンテンツ」とは、内容の複合的なデジタルコンテンツ提供サービス、内容の特定できないサイト利用料等

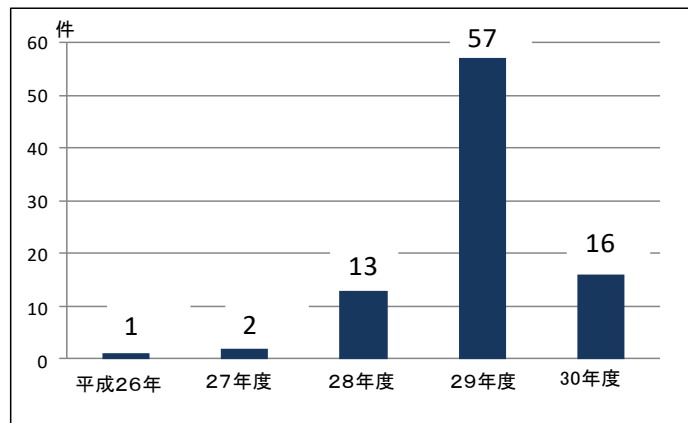
【図表 13】

順位	内訳	29年度	30年度
1	デジタルコンテンツ	584	513
	他のデジタルコンテンツ	410	323
	アダルト情報サイト	115	101
	出会い系サイト	31	44
	オンラインゲーム	12	27
	映画配信サービス	11	11
	投資情報サイト	4	7
	ギャンブル情報サイト	1	0
2	テレビ放送サービス	83	62
3	電話音声情報	9	9
4	有線テレビ放送	3	3
5	その他	3	6

イ 暗号資産（仮想通貨）に関する相談

- 「暗号資産（仮想通貨）自動売買ツールを購入し仮想通貨の売買を始めたが儲からない」などとする仮想通貨に関する相談が減少した結果、前年度比28%と大きく減少した。しかしながら、「海外の財団に暗号資産で投資したが、財団発行の暗号資産が発行されない」とする新たな相談が出現した。

【図表 14】



《相談事例》

暗号資産（仮想通貨）

絶対に儲かる暗号資産（仮想通貨）自動売買ツールだと勧誘を受け購入し暗号資産（仮想通貨）の売買を始めたが儲からないので解約したい。（80歳代 男性）

ワンポイントアドバイス

- ・取引しようとする暗号資産（仮想通貨）交換業者は登録を受けた業者か確認をしましょう。
- ・価格変動リスク等をよく理解しましょう。
- ・暗号資産（仮想通貨）交換業の導入に便乗したりする詐欺や悪質商法に注意し、不審に思われたら、最寄りの消費生活センターに相談しましょう。

ウ SNSに関する相談

- SNSは若年者層を中心に広まってきていますが、今や中高齢者層にも広く普及していると考えられ、40歳代、50歳代の相談件数は、平成26年度と比較すると、それぞれ2.5倍、4倍と大きく増加しています。
SNSに関するトラブル相談は必ずしも若年者層だけではないという認識が必要です。

※ SNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス（Social Networking Service））とは、ネット上で、主に情報交換をすることを目的に、人と人がつながるための機能に特化したサービスを総合的に提供しているもの

【図表 15】

年代	26年度	27年度	28年度	29年度	30年度
20歳未満	8	25	13	15	26
20歳代	50	51	73	82	98
30歳代	27	21	45	35	38
40歳代	20	29	34	37	50
50歳代	12	25	35	55	48
60歳代	2	10	14	11	31
70歳代	1	2	7	12	10
80歳以上	1	2	0	0	1
その他・不明	8	6	6	7	10
計	129	171	227	254	312

《相談事例》

SNSを利用した契約

不正ログインがあったのでパスワードと暗証番号を変更するようにと携帯キャリア業者の名前でコメントが届いた。パスワード等変更後、WEB上のクレジット明細を確認したところ身に覚えのないオンラインゲームの請求があった。(50歳代女性)

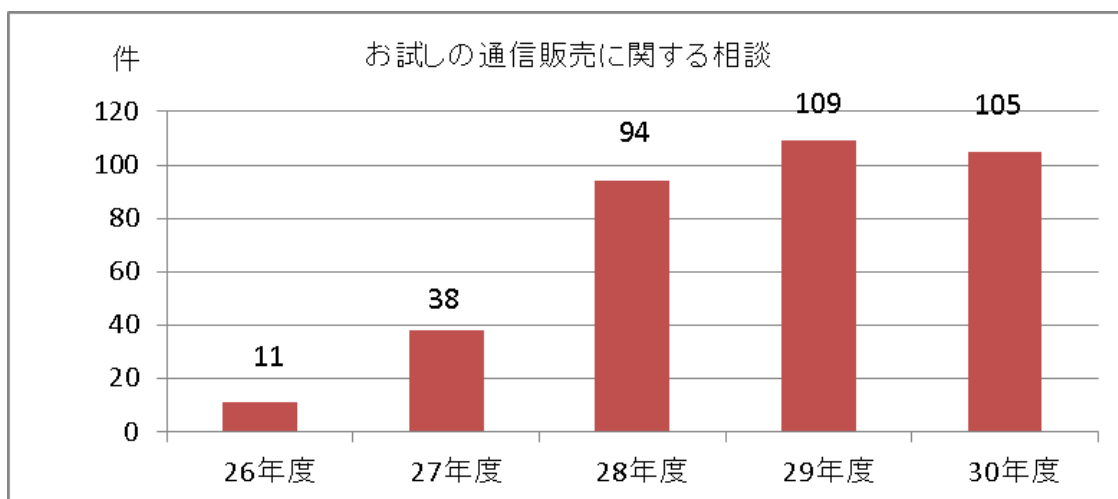
ワンポイントアドバイス

- ・「登録変更が必要」などのメールには応じないようにし、気になる場合は該当する銀行やカード会社に直接電話して事実確認をしましょう。
- ・2段階認証が使える場合は積極的に利用しましょう。
- ・パスワードは使い回しせず適切に管理しましょう。

エ お試しの通信販売に関する相談

- 健康食品等をインターネットでの通信販売で購入する際にトラブルになる相談がここ3年高止まりをしている。なかでも「無料お試し」や「低額のお試し価格」と思い注文したつもりが、定期購入の条件がついていたという相談が多く、また、化粧品、健康食品等で102件と全体の97.1%を占めている。

【図表 16】



《相談事例》

健康食品等のお試し購入

スマホからサプリメントをお試しの低価格で購入したところ、2回目が届き定期購入が条件であることがわかった。7日前に解約の申し出があればいつでも解約できると表示していることから2回目の購入は必要であるといわれた。どうすればよいか。

(60歳代 女性)

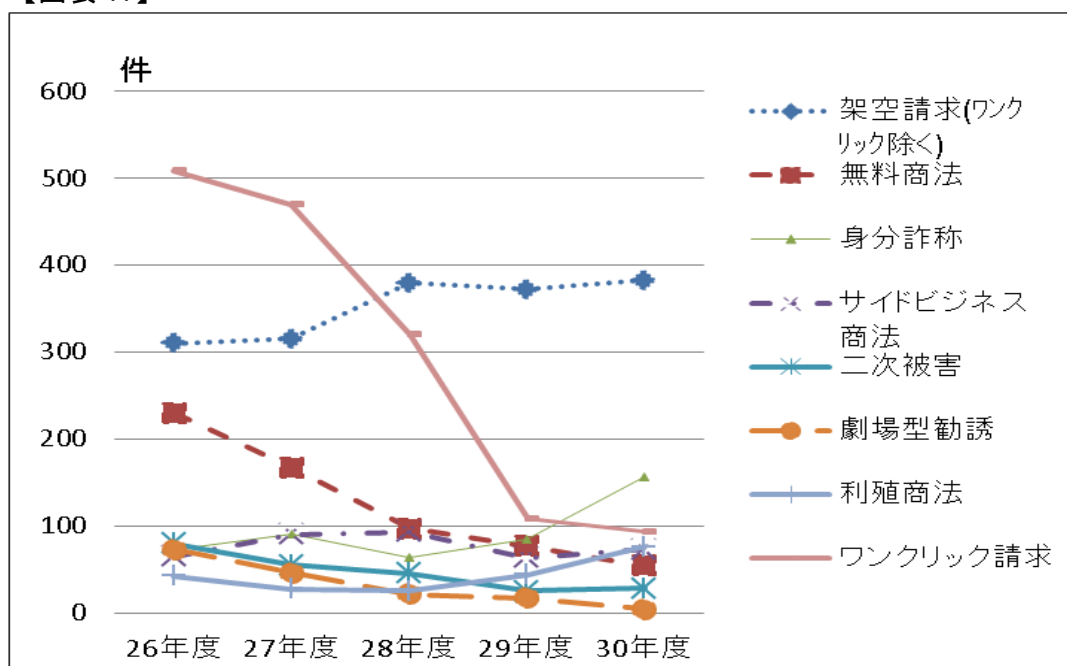
ワンポイントアドバイス

- ・「無料」や「モニター価格」、「効果を実感できなければ全額返金」などという健康食品等の広告を見て、1回だけのお試しと思って申し込んだら継続的な契約（定期購入）になっていたという相談が多く寄せられています。
- ・通信販売は、クーリング・オフの対象外になりますので、申し込む前に返品特約など広告の記載内容を必ず確認しましょう。
- ・SNSの広告がきっかけという例もあります。SNSを利用する際には、年齢や職業、興味のある分野など個人情報を登録しますが、その情報に基づき、特定の人に向けたターゲティング広告が表示されることが増えています。

(6) トラブルになりやすい商法・手口

- トラブルになりやすい商法・手口では、身に覚えのない代金の請求など「架空請求」が多い。(前年度比 102.7%、**30**382 件²⁹372 件)
- 身分詐称に関する相談が増加した。(前年度比 183.5%、**30**156 件²⁹85 件)

【図表 17】



【用語】

架空請求	身に覚えのない代金の請求
無料商法	無料体験など無料であることを強調し誤認させる手口
身分詐称	販売員が公的機関や有名企業の職員であるかのように思わせる手口
サイドビジネス商法	副業になる等をセールストークにした手口
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手口
劇場型勧誘	第三者が消費者に対し、利益が得られる等の勧誘を行い契約の成立を煽る手口
利殖商法	必ず儲かるなど利殖になることを強調し、投資等を勧誘する手口
ワンクリック請求	メールやホームページにおいてクリックを促し、即座に「契約完了」や「料金請求」等の表示で金銭を支払わせようとする手口 (定義は、PIO-NET 分類による)

《相談事例》

■ 架空請求

サイト料金の架空請求

スマホに料金が未納というSMSが届いた。電話連絡すると、有料サイトの料金が未納だと言われたが、アクセスした覚えはない。氏名と生年月日を回答しているので支払った方がよいだろうか。(60歳代男性)

※SMS (Short Message Service)、携帯電話番号だけでメッセージのやりとりができるサービスのこと

ワンポイントアドバイス

- ・身に覚えがない請求等に対しては、返信をしたり、連絡をしたりしないでください。
- ・また、最近、他人から言われて電子マネーを購入し、カードに記載された番号を伝えて、金銭をだまし取られる手口が増えています。他人から言われて電子マネーを購入したり、カードに記載された番号等を伝えたりすることは、絶対にしないでください。(再掲)
- ・電子マネーに関してトラブルにあった場合は、早急に電子マネーの発行会社に連絡してください。(再掲)

■ 身分詐称

大手電力会社の子会社を装った契約変更

電力会社の訪問があり電気が安くなるとの説明を受け、現在契約中の電力会社だと思い契約をしたが、翌月請求書と一緒に送ってきた契約書を見ると、別会社であり子会社でもないことがわかった。解約をしたい。(50歳代女性)

ワンポイントアドバイス

- ・訪問や電話勧誘してきた会社と現在契約している電力会社との関係を確認しましょう。
- ・訪問や電話勧誘販売で電気の供給契約を締結した場合は、特定商取引法に基づくクーリング・オフの対象です。
- ・自分自身の電気使用状況を夜型か昼型かと言った具合に詳細に把握し、本当に安くなる電気供給契約かどうか判断して下さい。
- ・電力自由化に便乗した器具の販売等に注意し、不審に思われたら、最寄りの消費生活センターに相談しましょう。

3 土日祝日の消費生活相談電話の状況

京都府では、平成 17 年度から京都市と合同で、土・日曜日の消費生活相談を実施し、平成 22 年度からは祝日にも拡大して実施している。

相談件数は 1,276 件と、前年度に比べ 127 件、11.1%の増加となった。

相談状況における年齢別内訳を見ると、30 歳代から 50 歳代までの割合が 45.5%となっており、平日に相談しにくい年齢層の需要に一定程度応えることができているものと考えられる。

【図表 18】 土日祝日別の相談件数

	29 年度			30 年度		
	件数	日数	平均（件／日）	件数	日数	平均（件／日）
土曜日	602	52	11.8	652	51	12.8
日曜日	430	51	8.4	484	52	9.3
祝日	117	12	9.8	140	12	11.7
計	1,149	115	10.0	1,276	115	11.1

【図表 19】 相談者（契約当事者）の年齢別相談件数及び構成比

	京都市内	京都府内 (京都市以外)	他府県	計	構成比
20 歳未満	32	15	1	48	3.8%
20 歳代	124	34	8	166	13.0%
30 歳代	133	45	6	184	14.4%
40 歳代	138	75	6	219	17.2%
50 歳代	121	56	1	178	13.9%
60 歳代	106	51	2	159	12.5%
70 歳代	73	50	3	126	9.9%
80 歳以上	60	47	3	110	8.6%
不明	26	12	48	86	6.7%
計	813	385	78	1,276	100%

【図表 20】 商品・役務別件数内訳（相談件数上位の内容）

順位	30 年度		29 年度	
	件数	件数	件数	件数
1 位	放送・コンテンツ等	194	放送・コンテンツ等	176
2 位	商品一般	99	インターネット通信サービス	79
3 位	不動産貸借	77	不動産貸借	64
4 位	インターネット通信サービス	58	商品一般	62
5 位	移動通信サービス	49	健康食品	33

(参考資料) 京都府内の消費生活相談窓口で受けた相談

【図表 21】相談概要

項目		30年度	
相談件数		20,313	
契約当事者	性別	男性	8,321
		女性	11,022
	年齢別	20歳未満	415
		20歳代	1,630
		30歳代	1,824
		40歳代	2,741
		50歳代	2,765
		60歳代	3,441
		70歳以上	5,306
		その他・不明	2,191
	職業別	平均年齢	56
		給与生活者	6,558
		自営・自由	1,430
		家事従事者	3,302
		学生	914
		無職	5,655
		団体	428
その他・不明	2,026		

項目		30年度
販売購入形態	店舗購入	4,354
	訪問販売	1,374
	通信販売	5,728
	マルチ・マルチまがい取引	189
	電話勧誘販売	1,176
	ネガティブ・オプション	63
	訪問購入	191
	その他無店舗販売	286
	不明・無関係	6,952

項目		30年度
商品大分類	商品一般	2,721
	食料品	1,235
	住居品	726
	光熱水品	476
	被服品	841
	保健衛生品	743
	教養娯楽品	1,441
	車両・乗り物	373
	土地・建物・設備	573
	他の商品	19
	商品計	9,148
	クリーニング	87
	レンタル・リース・貸借	1,035
	工事・建築・加工	606
	修理・補修	366
	管理・保管	86
	役務一般	50
	金融・保険サービス	1,379
	運輸・通信サービス	4,012
	教育サービス	89
	教養・娯楽サービス	588
	保健・福祉サービス	709
	他の役務	918
	内職・副業・ねずみ講	77
	他の行政サービス	154
	役務計	10,156
	他の相談	1,009
総計	20,313	

【図表 22】年代別商品・役務件数

※ PIO-NET (全国消費生活情報ネットワーク・システム) に登録された件数 (平成 30 年 4 月 1 日～平成 31 年 3 月 31 日 (令和元年 6 月 21 日現在、土日祝日電話相談含む))

順位	20歳未満	件数	20歳代	件数	30歳代	件数	40歳代	件数	50歳代	件数	60歳代	件数	70歳以上	件数
1	放送・コンテンツ等	157	放送・コンテンツ等	232	放送・コンテンツ等	227	放送・コンテンツ等	352	放送・コンテンツ等	370	商品一般	828	商品一般	954
2	健康食品	27	不動産貸借	182	不動産貸借	171	商品一般	191	商品一般	288	放送・コンテンツ等	415	放送・コンテンツ等	480
3	商品一般	22	商品一般	86	商品一般	115	不動産貸借	143	健康食品	132	インターネット通信サービス	128	インターネット通信サービス	246