

# 平成17年度上半期 県消費生活センターにおける消費者相談の概要

【 以下のデータは、すべて各年度の上半期（4月～9月）分です。】

## 問合せ先

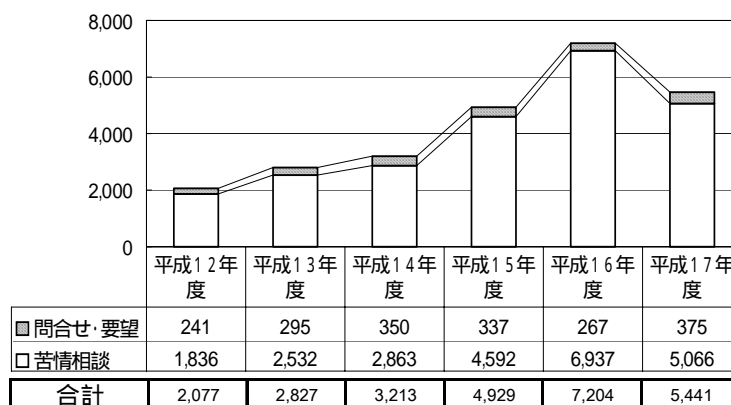
和歌山市西汀丁26 県経済センター2階  
 県消費生活センター 担当 若林,玉石 073-433-1551  
 田辺市朝日ヶ丘23番1号 県西牟婁総合庁舎1階  
 県消費生活センター紀南支所 担当 岩崎 0739-24-0999

## 1. 消費者相談受付状況

平成17年度上半期に県消費生活センターに寄せられた消費者相談件数は5,441件で、前年度より1,763件減りましたが、半年で5,000件以上と依然として高い水準にあり、架空請求が急増する前の平成14年度と比較すれば約1.7倍の相談件数となっています。

なお、県消費生活センターを訪れて相談された方は相談者の約6.6%(361名)であり、前年度の9.6%(90名)と比較すると減少傾向にあります。

消費者相談件数の推移(上半期)



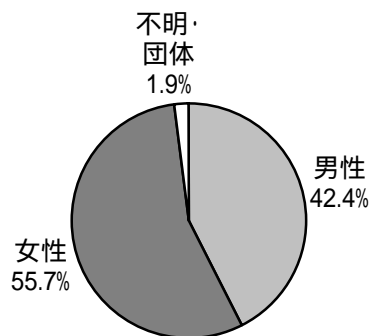
## 2. 苦情相談における相談者の状況

平成17年度上半期における苦情相談件数は5,066件ですが、契約当事者本人からの相談は3,529件(69.7%)となっています。

相談者を性別にみると、女性からの相談が2,822件(55.7%)と多く、前年度と比較すると架空請求の急増で増加傾向にあった男性からの相談が減少しています。

また、年齢別にみると、40歳代からの相談が最も多く、前年度と比較して相談者の年代は上がっています。

相談者の性別



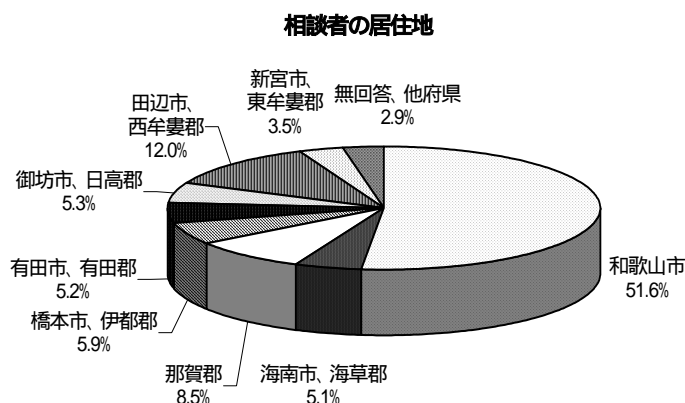
相談者の年齢別苦情相談件数

	平成17年度(上半期)					平成16年度(上半期)				
	男性	女性	不明・団体	計	比率	男性	女性	不明・団体	計	比率
10歳代	60	20		80	1.6%	155	66		221	3.2%
20歳代	277	266		543	10.7%	593	339		932	13.4%
30歳代	397	479		876	17.3%	783	857		1,640	23.6%
40歳代	463	627		1,090	21.5%	558	1,033		1,591	22.9%
50歳代	380	549		929	18.3%	394	760		1,154	16.6%
60歳代	196	322		518	10.2%	269	280		549	7.9%
70歳以上	129	223		352	6.9%	192	161		353	5.1%
不明・団体	248	336	94	678	13.4%	211	210	76	497	7.2%
合計	2,150	2,822	94	5,066	100.0%	3,155	3,706	76	6,937	100.0%

前年度と比較すると、すべての年齢層で相談が減少していますが、60歳代と70歳以上の女性については全体の件数が減少しているにもかかわらず増加しています。

これは、架空請求のハガキが女性及び高齢者にも送りつけられるようになり相談が急増したことが要因です。

相談者の居住地では、和歌山市に居住する方の相談が半数以上(51.6%)を占めており、次いで田辺市、西牟婁郡内の12.0%、那賀郡内の8.5%となっています。



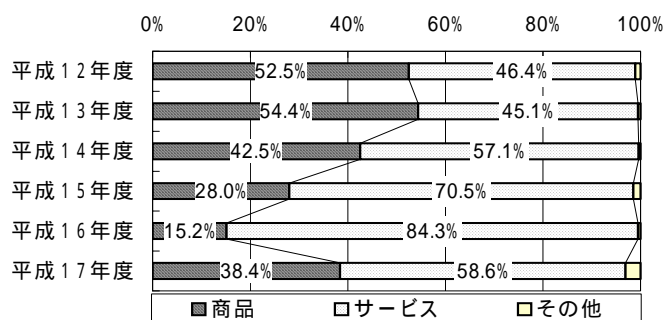
### 3. 苦情相談の概要

#### 【商品・サービス別】

苦情相談は、商品そのものに対する相談と、役務の提供などサービスに対する相談に大別されます。

昨年よりサービスに対する苦情相談は減少しましたが、これは、携帯電話やパソコンのサイト利用等に関する「オンライン等関連サービス」の相談が減少したことによるものです。

商品・サービス別苦情相談構成比の推移



#### 【苦情相談件数上位10位】

順位	商品・サービス分類	平成17年度	平成16年度	増減	伸び率	具体的な商品・サービスの内容
1	オンライン等関連サービス	1553	4577	-3024	33.9%	架空請求(身に覚えのない情報料の請求)など
2	商品一般	726	58	668	1251.7%	架空請求(内容の特定できない商品の請求)など
3	フリーローン・サラ金	373	367	6	101.6%	消費者ローン、カードローン、ヤミ金融など
4	工事・建築	125	86	39	145.3%	耐震補強工事、換気・除湿工事など
5	不動産貸借	124	65	59	190.8%	賃貸マンション、駐車場の賃貸借など
6	電話サービス	80	57	23	140.4%	IP電話、携帯電話など
7	リースサービス	65	92	-27	70.7%	電話機・FAXのリースなど
7	修理サービス	65	75	-10	86.7%	屋根修理、水漏れなど給排水管の修理
9	資格取得用教材	64	43	21	148.8%	旅行関連資格、トレース資格など
10	四輪自動車	61	64	-3	95.3%	中古車販売、故障・修理など

最も多く寄せられた苦情相談は、前年度と同様「オンライン等関連サービス」に関するものですが、相談件数全体の66%を占めていた前年度とは状況が一変し件数も約3分の1になりました。ただし、内容の特定できない商品の請求ハガキを送る手口(「商品一般」に分類)が出てきており、女性を中心に相談が激増しています。件数が減少しているとはいえ、不特定多数の消費者を引っ掛けようとするこれらの手口は、依然、センターに寄せられる苦情相談の中心を占めておりまだまだ注意が必要です。

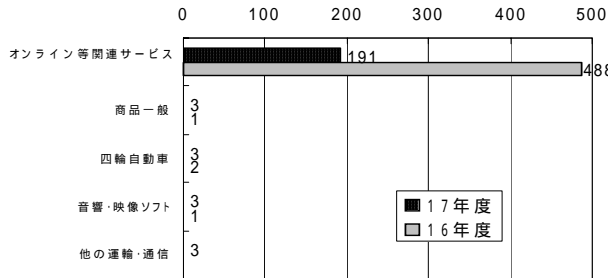
なお、前年度「オンライン等関連サービス」に関する相談が極端に多く他の相談内

容を圧迫していた反動があらわれ前年度の件数を上回る相談内容が出てきています。悪質リフォーム関係で高齢者を中心に被害の多かった「工事・建築」、前年度比較で2倍近く相談件数が伸びた「不動産貸借」については特に注意が必要です。

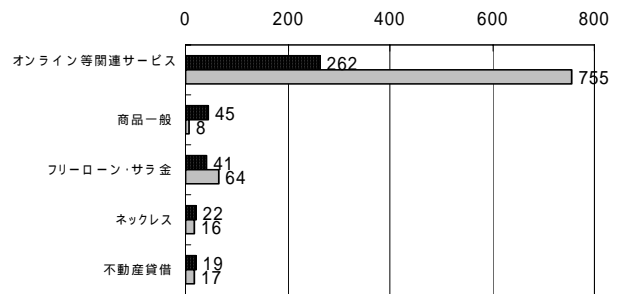
【年代別苦情相談件数上位5位】

不特定多数の消費者を引っ掛けようとする手口(「オンライン等関連サービス」、「商品一般」)がすべての年代で上位を占めています。若い年代ほど「オンライン等関連サービス」の比率が高く、携帯電話やパソコンの利用が少ないと考えられる60歳代、70歳代以上で「オンライン等関連サービス」、「商品一般」が逆転します。

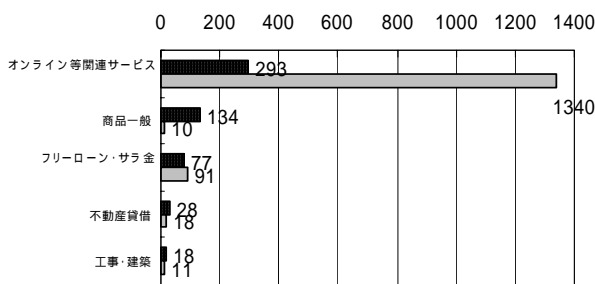
未成年者苦情上位



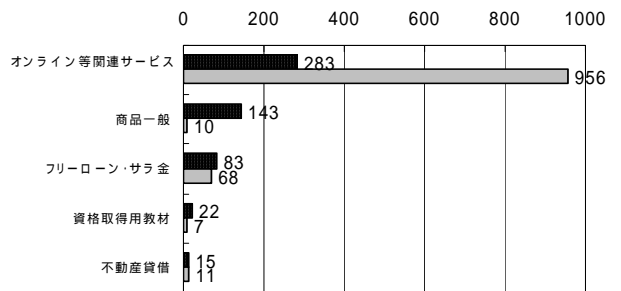
20歳代苦情上位



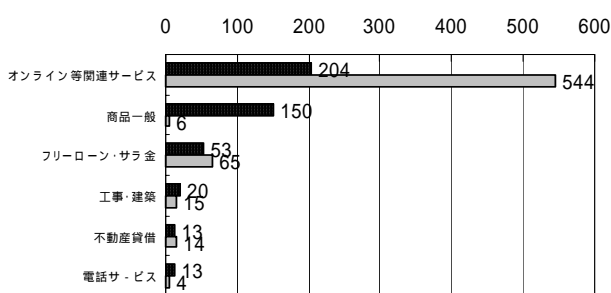
30歳代苦情上位



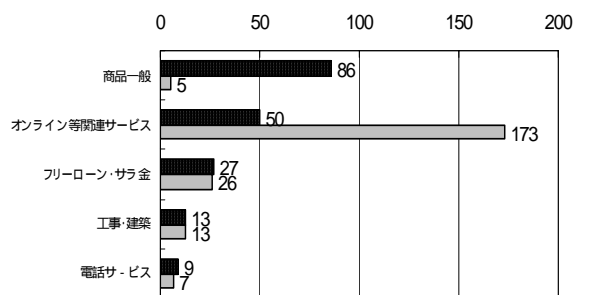
40歳代苦情上位



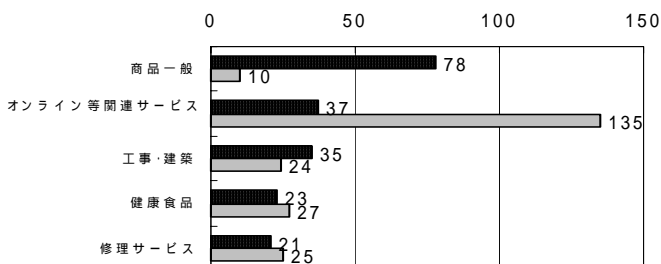
50歳代苦情上位



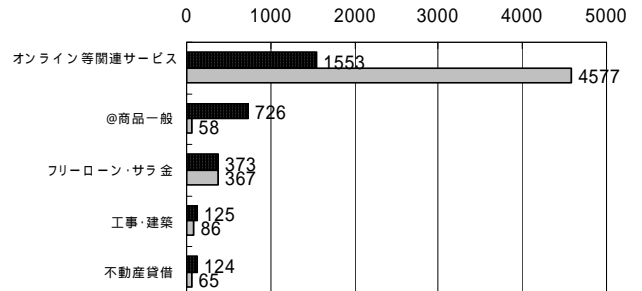
60歳代苦情上位



70歳以上苦情上位



合計上位

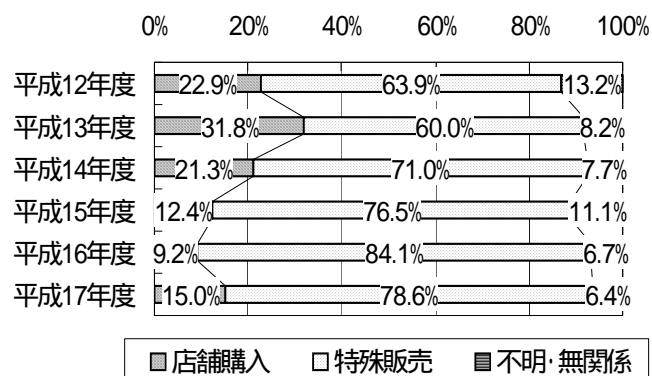


## 【購入先の販売形態別】

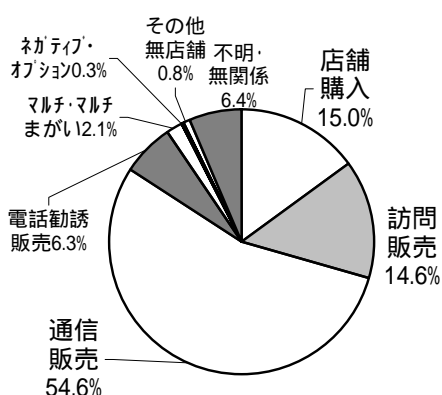
苦情相談における購入先の販売形態をみると、販売業者の店舗以外の場所で契約したり、販売業者と対面せずに購入する“特殊販売”（訪問販売、通信販売等）によるものが78.6%を占めています。

また、特殊販売の中では、サイト関連の相談など通信販売によるものが全体の54.6%(2,764件)と過半数を占めていますが、架空請求の減少が影響して前年同期と比較すると4割以上も減少しています。

## 店舗・特殊販売別苦情相談構成比の推移



## 苦情相談の販売形態



販売形態	平成17年度	平成16年度	対前年比
店舗購入	758	640	118.4%
訪問販売	739	640	115.5%
通信販売	2,764	4,850	57.0%
電話勧誘販売	321	233	137.8%
マルチ・マルチまがい	105	53	198.1%
ネガティブ・オプション	13	13	100.0%
その他無店舗	42	44	95.5%
不明・無関係	324	464	69.8%
計	5,066	6,937	73.0%

## 【販売形態別苦情相談件数上位5位】

販売形態別による苦情商品・サービス内容の上位は下表のとおりとなっています。店舗販売以外の特殊販売のうち、訪問販売では「工事・建築」、「リースサービス」が、また、インターネット等各種の情報伝達手段を利用して購入する通信販売では「オンライン等関連サービス」が、電話勧誘販売では「資格取得用教材」が、最も多い苦情相談となっています。

順位	店舗販売	758件
1	不動産貸借	103
2	フリーローン・サラ金	82
3	四輪自動車	53
4	工事・建築	36
5	エステティックサービス	30

順位	訪問販売	739件
1	工事・建築	70
2	リースサービス	60
3	修理サービス	45
4	他の台所用品	38
4	ふとん類	38

順位	通信販売	2764件
1	オンライン等関連サービス	1,514
2	商品一般	668
3	フリーローン・サラ金	176
4	電話サービス	29
4	音響・映像ソフト	29

順位	電話勧誘販売	321件
1	資格取得用教材	54
2	フリーローン・サラ金	25
3	電話サービス	21
4	資格講座	19
5	教養娯楽教材	14

順位	マルチ・マルチまがい	105件
1	電話機類	13
2	商品一般	11
3	健康食品	10
3	プレスレット	10
5	他の台所用品	6

順位	ネガティブ・オプション	13件
1	書籍・印刷物	3
2	商品一般	2
3	単行本	1
3	他の書籍・印刷物	1
3	基礎化粧品	1

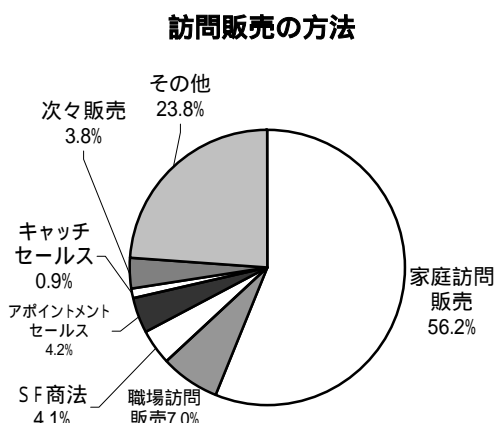
また、個人を商品の販売員として勧誘し、さらに次の販売員を勧誘すれば収入があがるとして販売活動をさせ、連鎖的に販売組織を拡大するマルチ・マルチまがい商法については「電話機類」などが多くなっています。

### （訪問販売の方法）

訪問販売(739件)にはいくつかの販売方法の形態がありますが、家庭を訪問する家庭訪問販売が56.2%を占めており、相談内容は「工事・建築」、「修理サービス」に関するものが多くなっています。

次いで、電話・FAXなどのリース契約を目的とした職場訪問販売、本来の販売目的を告げずに電話やハガキなどで呼び出し、ネックレス・指輪等の契約締結を行うアポイントメントセールスの順に多くなっています。

その他、無料で日用品等を配りながらその場の雰囲気盛り上げて、高額な商品を販売するSF（催眠）商法などがあり、販売方法ごとに商品・サービスの特徴が見られます。



順位	家庭訪問販売	415件
1	工事・建築	52
2	修理サービス	36
3	他の台所用品	35
4	ふとん類	27
5	新聞	20

順位	職場訪問販売	52件
1	リースサービス	33
2	電話機類	4
3	オンライン等関連サービス	3
4	小型コンピューター	2
5	広告代理サービス	1

順位	SF商法	30件
1	磁気治療器具	11
2	家庭用電気治療器具	6
3	健康食品	4
3	ふとん類	4
5	電気掃除機類	1

順位	アポイントメントセールス	31件
1	ネックレス	11
2	複合サービス会員	6
2	指輪	6
4	アクセサリ	2
4	ペンダント	2

順位	キャッチセールス	7件
1	室内装飾品	2
1	紳士コート	2
1	ネックレス	2
4	基礎化粧品	1

順位	次々販売	28件
1	工事・建築	7
2	ふとん類	3
3	健康食品	2
3	修理サービス	2
3	着物類	2

### 【販売形態別契約者年齢】

寄せられた苦情相談を購入先の販売形態別にみると、その契約者の年代ごとに特徴がみられる商法があります。

通信販売では、40歳代が最も多く、次いで30歳代、電話勧誘販売では、30歳代が最も多く、次いで40歳代となっており、マルチ・マルチまがい商法では、20歳代が最も多くなっています。

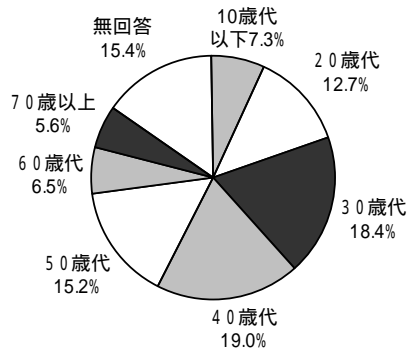
訪問販売をみると、家庭訪問販売では70歳以上の契約者が35.7%を占めており、次いで60歳代となっていますが、職場訪問販売では40歳代を中心に60歳代までの年

代が多くなっています。

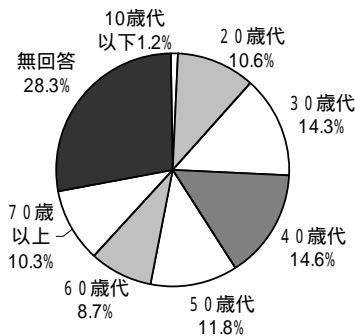
また、SF（催眠）商法では、70歳以上が70.0%を占め、次いで60歳代となっています。

アポイントメントセールスやキャッチセールスでは、逆に20歳代の若者からの相談が多くそれぞれ71.0%、71.4%を占めています。

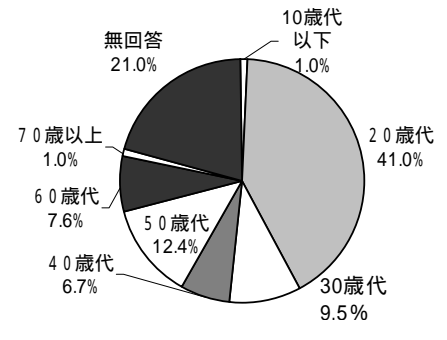
通信販売による苦情の契約者年齢



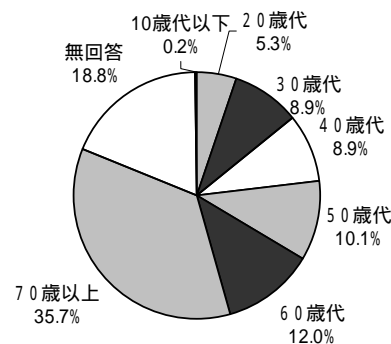
電話勧誘販売による苦情の契約者年齢



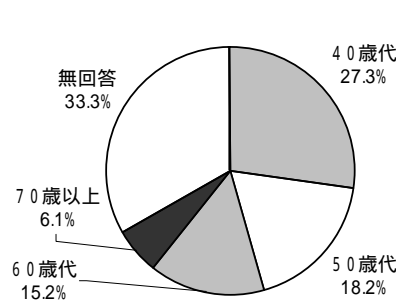
マルチ・マルチまがいによる苦情の契約者年齢



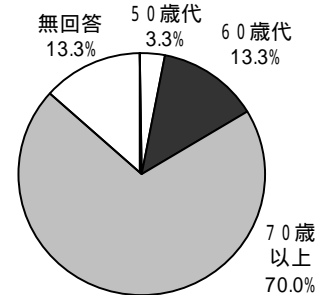
家庭訪問販売による苦情の契約者年齢



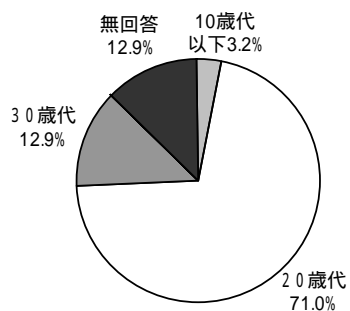
職場訪問販売による苦情の契約者年齢



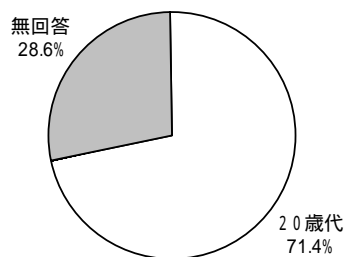
SF商法による苦情の契約者年齢



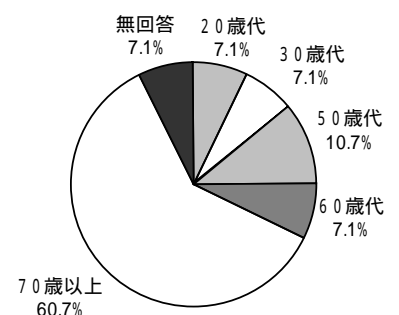
アポイントメントセールスによる苦情の契約者年齢



キャッチセールスによる苦情の契約者年齢



次々販売による苦情の契約者年齢



<参考> 苦情相談における販売形態別の契約者年齢

販売形態	合計	10歳代以下	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	無回答
店舗購入	758	16	102	132	88	87	68	50	215
訪問販売	739	5	58	59	69	85	79	212	172
通信販売	2,764	202	350	508	524	419	181	155	425
電話勧誘販売	321	4	34	46	47	38	28	33	91
マルチ・マルチまがい	105	1	43	10	7	13	8	1	22
ネガティブ・オプション	13	0	2	1	0	1	0	3	6
その他無店舗	42	1	5	6	6	9	5	3	7
不明・無関係	324	2	31	45	43	42	27	29	105
合計	5,066	231	625	807	784	694	396	486	1,043