

平成16年度 県消費生活センターにおける消費者相談の概要

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

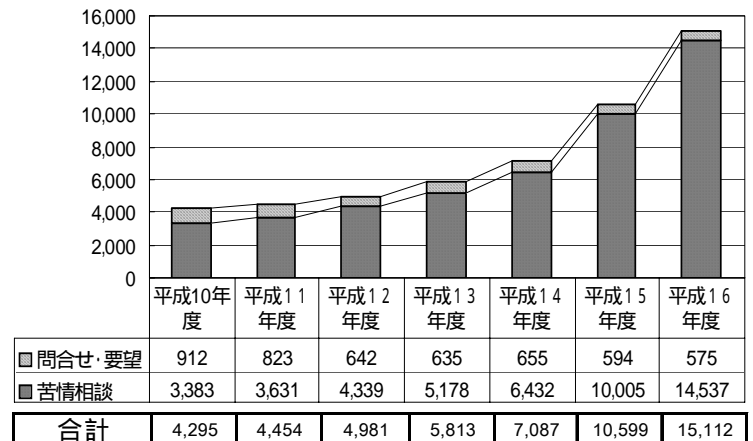
1. 消費者相談受付状況

平成16年度に県消費生活センターに寄せられた消費者相談件数は、前年度より4,513件増の15,112件（前年度比1.43倍）で、過去最高の件数となっています。

消費者相談は、著しい増加傾向にあり、2年前と比較しても2倍以上の受付件数となっています。

また、相談件数の約9%にあたる1,379名の方が相談のために県消費生活センターを訪れました。

消費者相談件数の推移



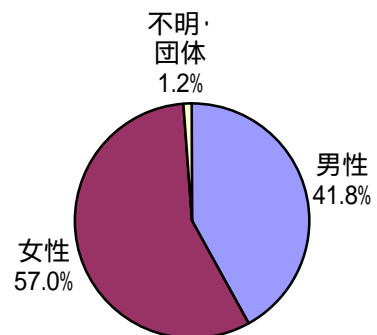
2. 苦情相談における相談者の状況

平成16年度における苦情相談件数は14,537件ですが、契約当事者本人からの相談は11,582件（79.7%）となっています。

相談者を性別にみると、女性からの相談は8,284件（57.0%）となっており、前年度より6.4ポイント低くなっています。

また、年齢別にみると、30歳代からの相談が最も多く、次いで40歳代となっています。

相談者の性別

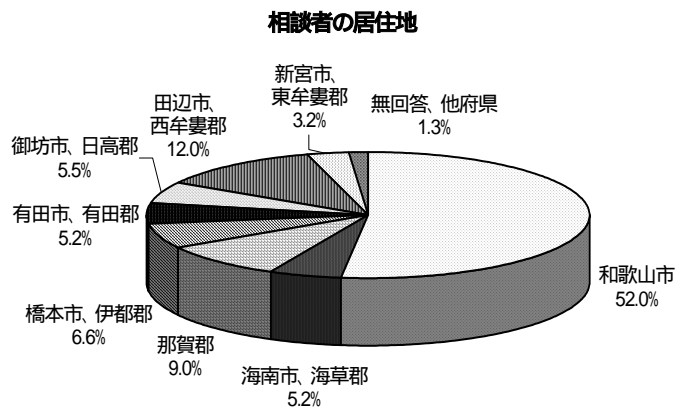


相談者の年齢別苦情相談件数

| | 平成16年度 | | | | | 平成15年度 | | | | |
|-------|--------|-------|-------|--------|--------|--------|-------|-------|--------|--------|
| | 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 | 279 | 133 | | 412 | 2.8% | 136 | 48 | | 184 | 1.8% |
| 20歳代 | 1,165 | 823 | | 1,988 | 13.7% | 980 | 615 | | 1,595 | 16.0% |
| 30歳代 | 1,575 | 1,905 | | 3,480 | 24.0% | 1,304 | 1,226 | | 2,530 | 25.3% |
| 40歳代 | 1,086 | 2,204 | | 3,290 | 22.6% | 889 | 1,126 | | 2,015 | 20.1% |
| 50歳代 | 766 | 1,826 | | 2,592 | 17.8% | 591 | 996 | | 1,587 | 15.9% |
| 60歳代 | 479 | 612 | | 1,091 | 7.5% | 347 | 445 | | 792 | 7.9% |
| 70歳以上 | 313 | 335 | | 648 | 4.5% | 179 | 255 | | 434 | 4.3% |
| 不明・団体 | 415 | 446 | 175 | 1,036 | 7.1% | 302 | 347 | 219 | 868 | 8.7% |
| 合計 | 6,078 | 8,284 | 175 | 14,537 | 100.0% | 4,728 | 5,058 | 219 | 10,005 | 100.0% |

前年度と比較すると、すべての年齢層で相談が増加しており、最も増加している10歳代では男女ともに2倍を越える伸びとなっています。

相談者の居住地では、和歌山市に居住する方の相談が全体の過半数(52.0%)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9.0%となっています。



3. 苦情相談の概要

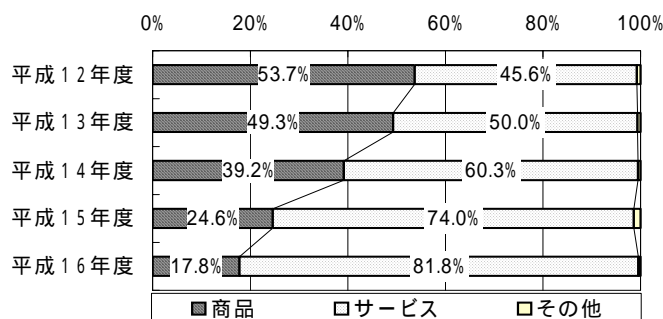
【商品・サービス別】

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。

最近の傾向としては、サービスに対する苦情相談が急増しています。

これは、主にパソコン・携帯電話などの普及・利用の拡大に伴い、悪質サイトへの登録に関する苦情などの消費者トラブルが急増している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



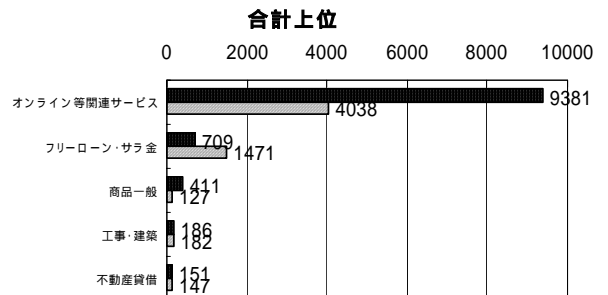
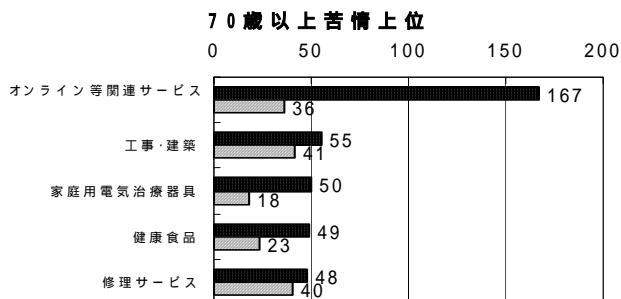
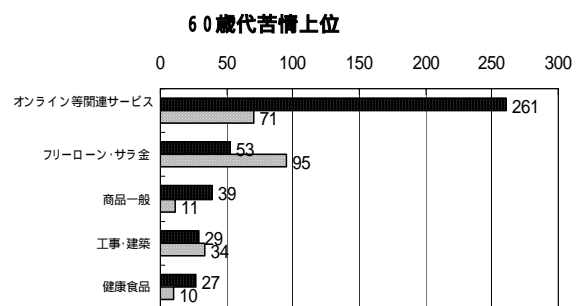
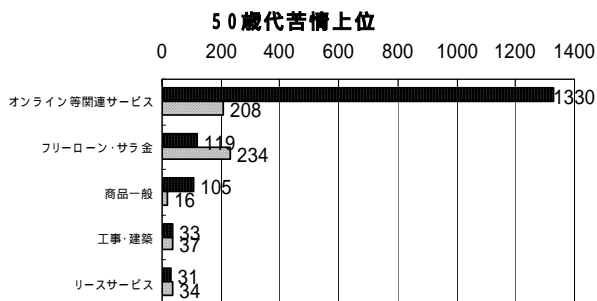
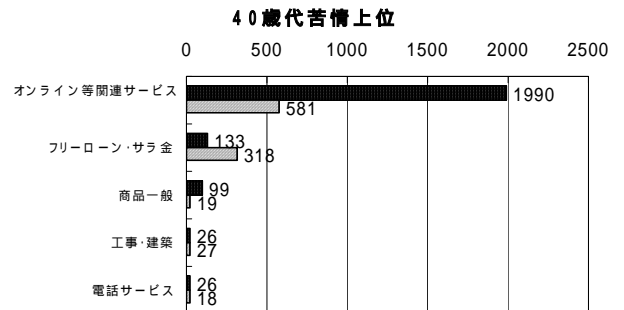
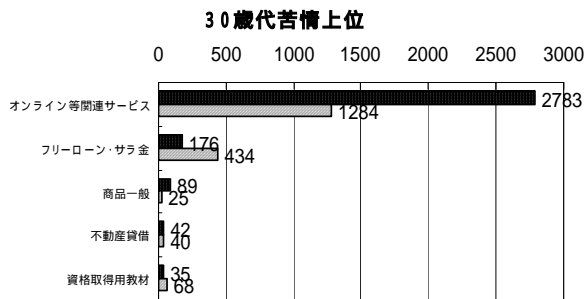
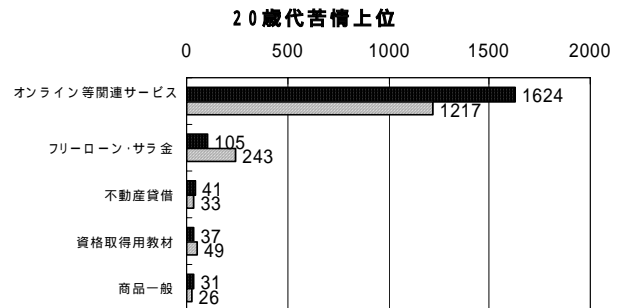
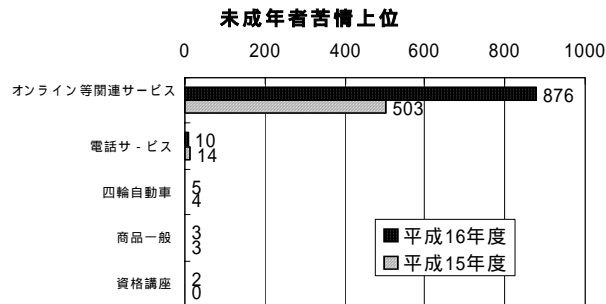
【苦情相談ワースト10】

| 順位 | 商品・サービス分類 | 平成16年度 | 平成15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 | 9381 | 4038 | 5343 | 232.3% | 身に覚えのない情報料の請求など |
| 2 | フリーローン・サラ金 | 709 | 1471 | -762 | 48.2% | 消費者ローン、カードローン、ヤミ金融など |
| 3 | 商品一般 | 411 | 127 | 284 | 323.6% | 内容の特定できない商品の請求、会員権、商品券など |
| 4 | 工事・建築 | 186 | 182 | 4 | 102.2% | 耐震補強工事、換気・除湿工事など |
| 5 | 不動産貸借 | 151 | 147 | 4 | 102.7% | 賃貸マンションの退去時トラブルなど |
| 6 | 電話サービス | 148 | 94 | 54 | 157.4% | IP電話、携帯電話など |
| 7 | リースサービス | 147 | 147 | 0 | 100.0% | 電話機・FAXのリースなど |
| 8 | 修理サービス | 132 | 110 | 22 | 120.0% | 屋根修理、畳の張り替えなど |
| 9 | 健康食品 | 116 | 160 | -44 | 72.5% | ダイエット食品、クロレラ、深海鮫エキス、アガリクスなど |
| 10 | 四輪自動車 | 113 | 69 | 44 | 163.8% | 中古車販売など |

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、苦情相談件数の65%を占めております。内容としては、いわゆる架空請求のハガキについての相談やパソコン・携帯電話から悪質サイトへ接続してしまったことに対する相談がほとんどです。なお、架空請求のハガキについては、美容関連等情報通信料以外の内容を装っている場合もでてきており注意が必要です。

【年代別苦情相談ワースト】

契約当事者の年代別に見てもすべての年齢層で「オンライン等関連サービス」が最も多い相談内容となっています。なお、未成年者では「電話サービス」、30歳代から60歳代では「フリーローン・サラ金」、70歳以上では「工事・建築」が次いで多い相談内容となっています。

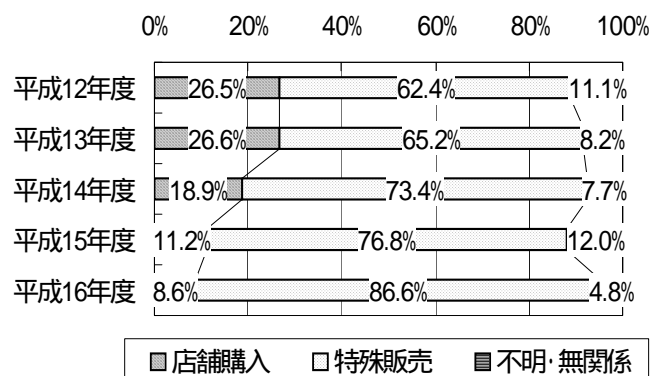


【購入先の販売形態別】

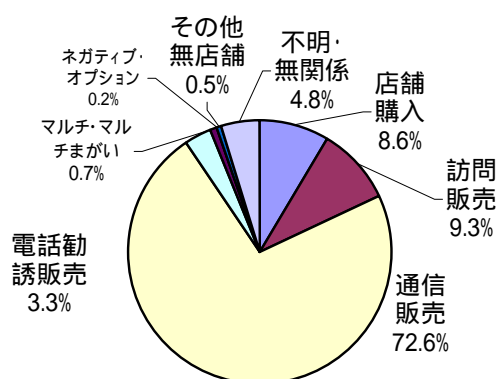
苦情相談における購入先の販売形態をみると、販売業者の店舗以外の場所で契約したり、販売業者と対面せずに購入する“特殊販売”（訪問販売、通信販売等）によるものが86.6%を占めています。

また、特殊販売の中では、通信販売によるものが10,561件と最も多く、前年度の約2倍と急激に増加しています。

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16年度 | 平成15年度 | 対前年比 |
|-------------|--------|--------|--------|
| 店舗購入 | 1,256 | 1,124 | 111.7% |
| 訪問販売 | 1,352 | 1,440 | 93.9% |
| 通信販売 | 10,561 | 5,188 | 203.6% |
| 電話勧誘販売 | 475 | 789 | 60.2% |
| マルチ・マルチまがい | 109 | 178 | 61.2% |
| ネガティブ・オプション | 24 | 22 | 109.1% |
| その他無店舗 | 69 | 67 | 103.0% |
| 不明・無関係 | 691 | 1,197 | 57.7% |
| 計 | 14,537 | 10,005 | 145.3% |

【販売形態別苦情相談ワースト5】

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「リースサービス」、「工事・建築」が、また、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、特に多く寄せられている相談内容です。

| 順位 | 店舗販売 | 1256件 |
|----|------------|-------|
| 1 | フリーローン・サラ金 | 162 |
| 2 | 不動産貸借 | 124 |
| 3 | 四輪自動車 | 95 |
| 4 | 工事・建築 | 54 |
| 5 | クリーニング | 40 |

| 順位 | 訪問販売 | 1352件 |
|----|---------|-------|
| 1 | リースサービス | 126 |
| 2 | 工事・建築 | 108 |
| 3 | 健康食品 | 81 |
| 4 | 新聞 | 77 |
| 5 | 修理サービス | 75 |

| 順位 | 通信販売 | 10561件 |
|----|--------------|--------|
| 1 | オンライン等関連サービス | 9,141 |
| 2 | フリーローン・サラ金 | 368 |
| 3 | 商品一般 | 315 |
| 4 | 電話サービス | 54 |
| 5 | 教養・娯楽サービスその他 | 34 |

| 順位 | 電話勧誘販売 | 475件 |
|----|------------|------|
| 1 | 資格取得用教材 | 84 |
| 2 | 電話サービス | 43 |
| 3 | 資格講座 | 42 |
| 4 | フリーローン・サラ金 | 29 |
| 4 | 単行本 | 29 |

| 順位 | マルチ・マルチまがい | 109件 |
|----|------------|------|
| 1 | 電話機類 | 14 |
| 1 | 婦人下着 | 14 |
| 3 | 商品一般 | 9 |
| 3 | 他の台所用品 | 9 |
| 5 | 健康食品 | 6 |

| 順位 | ネガティブ・オプション | 24件 |
|----|-------------|-----|
| 1 | 雑誌 | 4 |
| 1 | 単行本 | 4 |
| 3 | 新聞 | 2 |
| 3 | 商品一般 | 2 |
| 3 | 化粧品 | 2 |

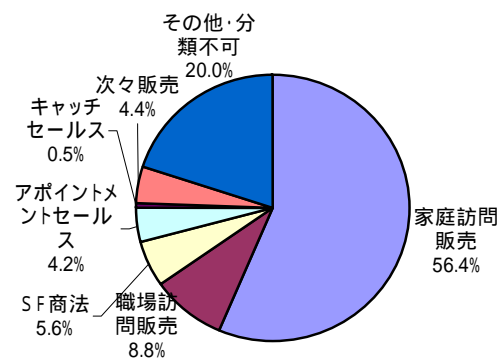
また、個人を商品の販売員として勧誘し、さらに次の販売員を勧誘すれば収入があがるとして販売活動をさせ、連鎖的に販売組織を拡大するマルチ・マルチまがい商法については「電話機類」、「婦人下着」が多く、注文もしていない商品が勝手に送りつけられるネガティブ・オプションについては「雑誌」等の印刷物が多くなっています。

（訪問販売の方法）

訪問販売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56.4%を占めており、相談内容は「工事・建築」、「他の台所用品」、に関するものが多くなっています。

その他、職場訪問販売や、販売目的を隠して人を集め、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。

訪問販売の方法



| 順位 | 家庭訪問販売 | 763件 |
|----|--------|------|
| 1 | 工事・建築 | 90 |
| 2 | 他の台所用品 | 65 |
| 2 | 健康食品 | 65 |
| 4 | 修理サービス | 62 |
| 5 | 新聞 | 57 |

| 順位 | 職場訪問販売 | 119件 |
|----|---------|------|
| 1 | リースサービス | 87 |
| 2 | 防災・防犯用品 | 12 |
| 3 | 電話機類 | 4 |
| 4 | ネックレス | 2 |
| 4 | 電話サービス | 2 |

| 順位 | SF商法 | 76件 |
|----|-----------|-----|
| 1 | 家庭用電気治療器具 | 32 |
| 2 | ふとん類 | 21 |
| 3 | 磁気治療器具 | 9 |
| 4 | 商品一般 | 4 |
| 4 | 健康食品 | 4 |

| 順位 | アポイントメントセールス | 57件 |
|----|--------------|-----|
| 1 | ネックレス | 19 |
| 2 | 会員権 | 8 |
| 3 | 指輪 | 6 |
| 4 | 背広 | 3 |
| 4 | 室内装飾品 | 3 |

| 順位 | キャッチセールス | 7件 |
|----|--------------|----|
| 1 | 化粧品 | 2 |
| 1 | ネックレス | 2 |
| 3 | 化粧品セット | 1 |
| 3 | 着物類 | 1 |
| 3 | オンライン等関連サービス | 1 |

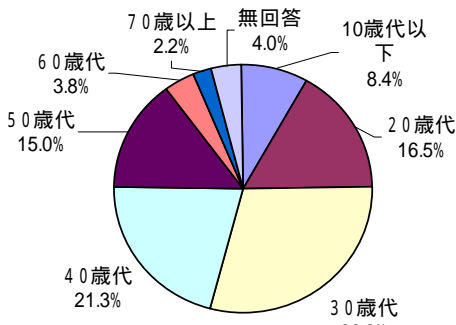
| 順位 | 次々販売 | 59件 |
|----|-------|-----|
| 1 | 健康食品 | 13 |
| 2 | 工事・建築 | 10 |
| 3 | ふとん類 | 5 |
| 4 | 婦人下着 | 4 |
| 5 | 健康食品 | 3 |

【販売形態別契約者年齢】

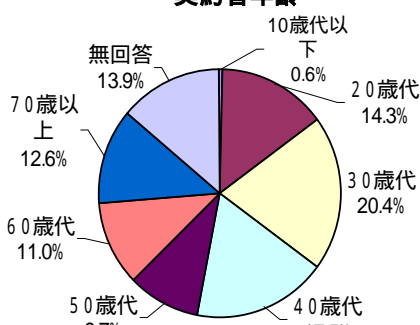
寄せられた苦情相談を購入先の販売形態別にみると、その契約者の年代ごとに特徴がみられる商法があります。

通信販売や電話勧誘販売では、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。

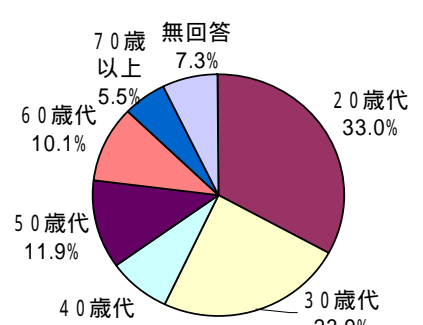
通信販売による苦情の契約者年齢



電話勧誘販売による苦情の契約者年齢



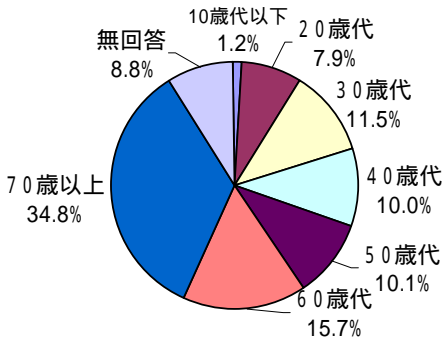
マルチ・マルチまがいによる苦情の契約者年齢



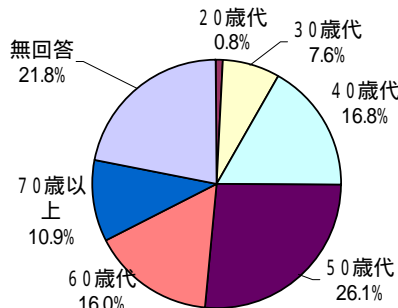
訪問販売をみると、家庭訪問販売では70歳以上の契約者が34.8%を占めており、次いで60歳代となっていますが、職場訪問販売では50歳代が26.1%を占めています。また、SF（催眠）商法では、70歳以上が62.6%を占め、次いで60歳代となっています。

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71.9%、71.4%を占めています。

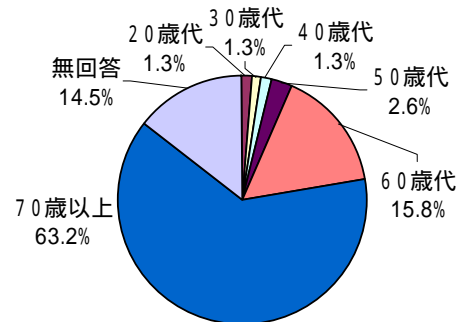
家庭訪問販売による苦情の契約者年齢



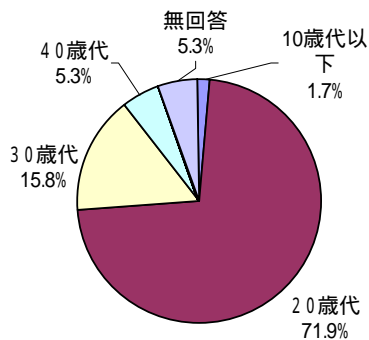
職場訪問販売による苦情の契約者年齢



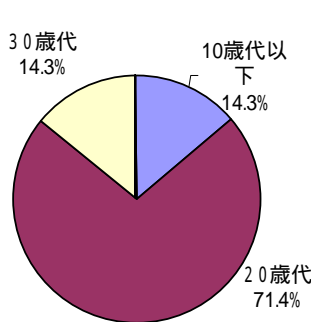
SF商法による苦情の契約者年齢



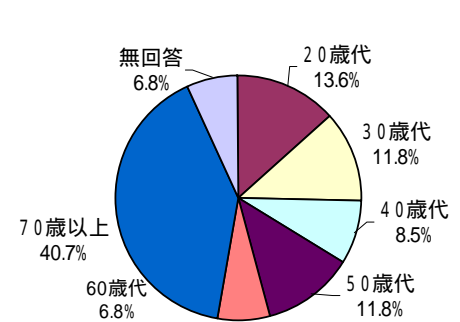
アポイントメントセールスによる苦情の契約者年齢



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 | 1,256 | 29 | 188 | 290 | 202 | 206 | 117 | 76 | 148 |
| 訪問販売 | 1,352 | 15 | 134 | 159 | 137 | 156 | 197 | 383 | 171 |
| 通信販売 | 10,561 | 882 | 1,748 | 3,047 | 2,245 | 1,588 | 400 | 231 | 420 |
| 電話勧誘販売 | 475 | 3 | 68 | 97 | 83 | 46 | 52 | 60 | 66 |
| マルチ・マルチまがい | 109 | 0 | 36 | 26 | 9 | 13 | 11 | 6 | 8 |
| ネガティブ・オプション | 24 | 0 | 2 | 1 | 1 | 2 | 4 | 4 | 10 |
| その他無店舗 | 69 | 2 | 7 | 11 | 7 | 13 | 10 | 13 | 6 |
| 不明・無関係 | 691 | 28 | 90 | 118 | 100 | 88 | 59 | 62 | 146 |
| 合計 | 14,537 | 959 | 2,273 | 3,749 | 2,784 | 2,112 | 850 | 835 | 975 |