

# 平成17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 TEL 073-433-1551

田辺市朝日ヶ丘23番1号 県西牟婁総合庁舎1階

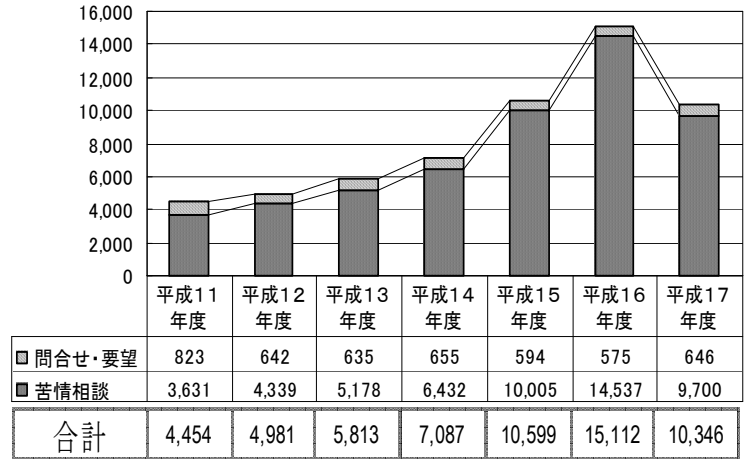
県消費生活センター紀南支所 担当 岩崎 TEL 0739-24-0999

## 1. 消費者相談受付状況

平成17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4,766件減少の10,346件（前年度比0.68倍）で年間の相談件数は減少しました。

とはいえ、極端に相談件数が多かった前年度比較で減少しただけで依然として高い水準にあり、悪質商法や詐欺的行為の蔓延など依然として消費者を取り巻く環境は厳しいといえます。

消費者相談件数の推移



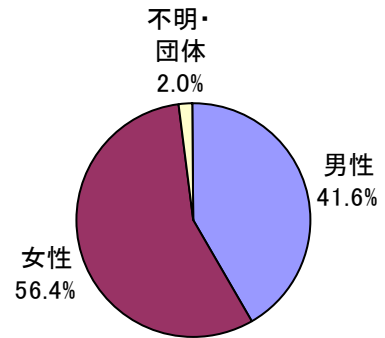
## 2. 苦情相談における相談者の状況

平成17年度における苦情相談件数は9,700件ですが、契約当事者本人からの相談は7,079件（73.0%）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5,474件（56.4%）となっており、前年度より0.6ポイント低くなっています。

また、年齢別にみると、40歳代からの相談が最も多く、次いで50歳代となっています。

相談者の性別



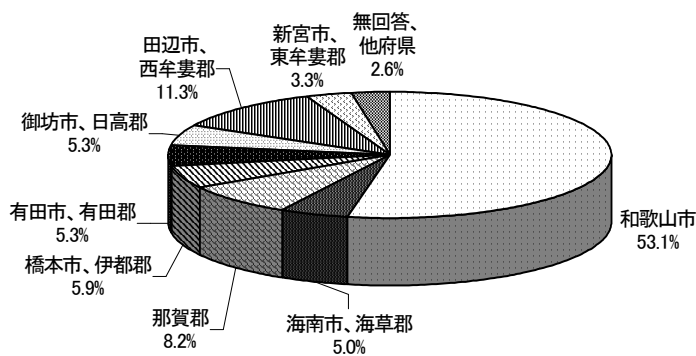
相談者の年齢別苦情相談件数

	平成17年度					平成16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	92	36		128	1.3%	279	133		412	2.8%
20歳代	450	455		905	9.3%	1,165	823		1,988	13.7%
30歳代	727	891		1,618	16.7%	1,575	1,905		3,480	23.9%
40歳代	782	1,091		1,873	19.3%	1,086	2,204		3,290	22.7%
50歳代	665	1,050		1,715	17.7%	766	1,826		2,592	17.8%
60歳代	543	904		1,447	14.9%	479	612		1,091	7.5%
70歳以上	269	390		659	6.8%	313	335		648	4.5%
不明・団体	508	657	190	1,355	14.0%	415	446	175	1,036	7.1%
合計	4,036	5,474	190	9,700	100.0%	6,078	8,284	175	14,537	100.0%

前年度との比較で件数が減少した年齢層がほとんどですが、60歳代と70歳以上の年齢層で件数が増加しています。特に60歳代では3割以上も増加するなど伸びが際立っています。

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（53.1%）を占めており、次いで田辺市、西牟婁郡内の11.3%、那賀郡内の8.2%となっています。

相談者の居住地（合併前の旧市町村で分類）



### 3. 苦情相談の概要

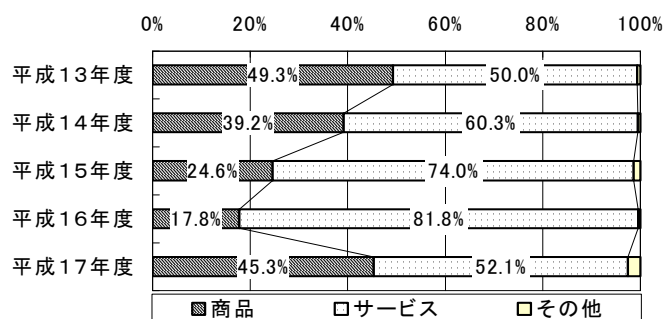
#### 【商品・サービス別】

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。

平成14年度頃から架空請求のハガキが社会問題化し、当初はパソコン・携帯電話などの利用料（サービス）名目で請求ハガキが出されていましたが、平成17年度において

は通信販売の商品代金などの名目での請求が多くなり構成比に影響を与えました。

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】

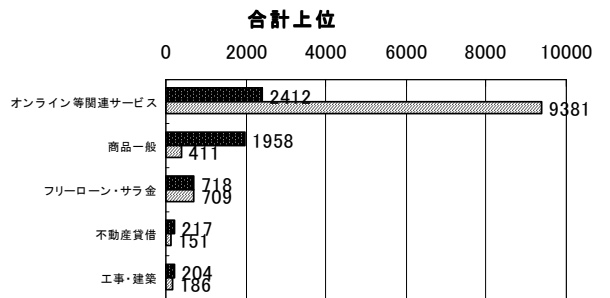
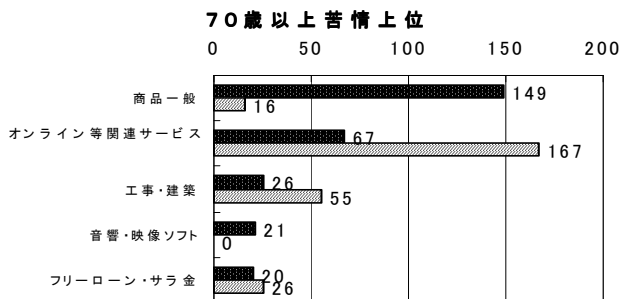
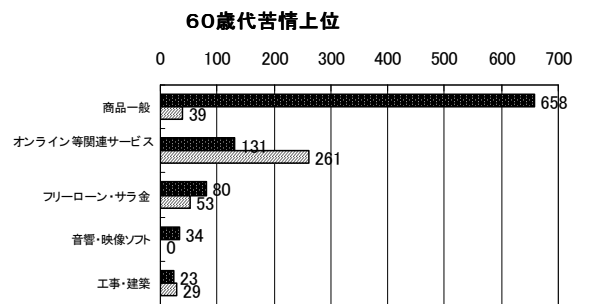
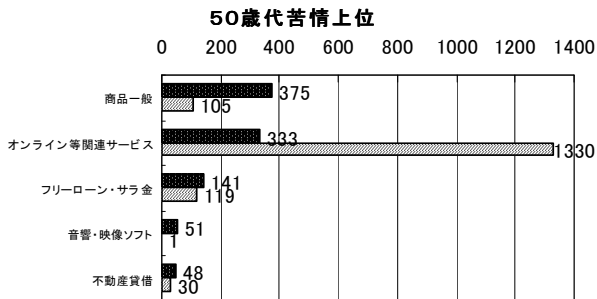
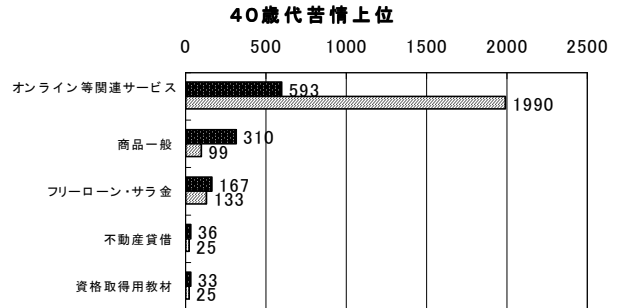
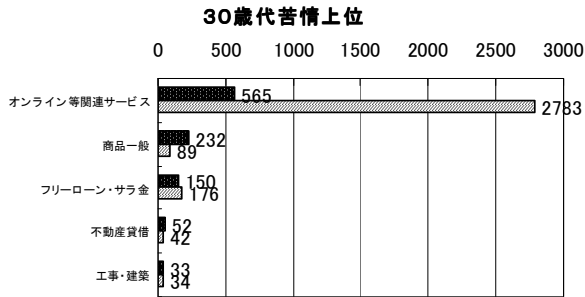
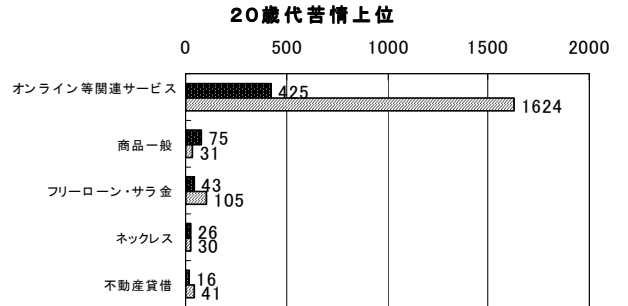
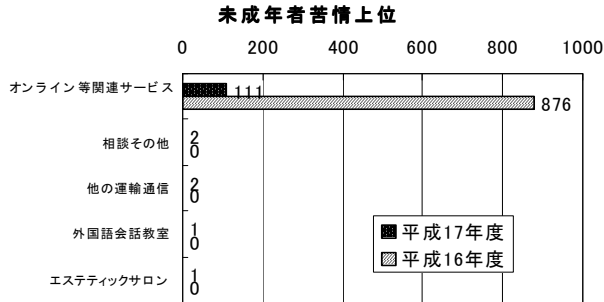
順位	商品・サービス分類	平成17年度	平成16年度	増減	伸び率	具体的な商品・サービスの内容
1	オンライン等関連サービス	2,412	9,381	-6,969	25.7%	悪質サイトからの不当請求、ワンクリック詐欺、架空請求ハガキなど
2	商品一般	1,958	411	1,547	476.4%	債権回収業者を騙った架空請求ハガキなど
3	フリーローン・サラ金	718	709	9	101.3%	消費者ローン、カードローン、ヤミ金融など
4	不動産貸借	217	151	66	143.7%	賃貸マンションの退去時トラブルなど
5	工事・建築	204	186	18	109.7%	耐震補強工事、換気・除湿工事など
6	音響・映像ソフト	161	23	138	700.0%	レンタルビデオの滞納料金請求を騙った架空請求ハガキなど
7	リースサービス	133	147	-14	90.5%	電話機・FAXのリースなど
8	相談その他	127	55	72	230.9%	個人間のトラブル、問合せなど
9	電話サービス	125	148	-23	84.5%	IP電話、携帯電話など
10	修理サービス	115	132	-17	87.1%	屋根修理、リフォームなど

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、内容としてはパソコン・携帯電話から悪質サイトへ接続してしまったこと（いわゆる不当請求、ワンクリック詐欺）に対する相談がほとんどです。

なお、社会問題になっている架空請求のハガキについては、情報通信料名目での請求（「オンライン等関連サービス」に分類）は減ったものの、総合消費料金などと請求内容をぼかしているもの（「商品一般」に分類）やレンタルビデオの延滞料金などを装っているもの（「音響・映像ソフト」に分類）は急増しており引き続き注意が必要です。

#### 【年代別苦情相談ワースト】

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」）が各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、相対的に携帯電話やパソコンの利用が少ないと考えられる50歳代以上の世代で「オンライン等関連サービス」と「商品一般」が逆転します。

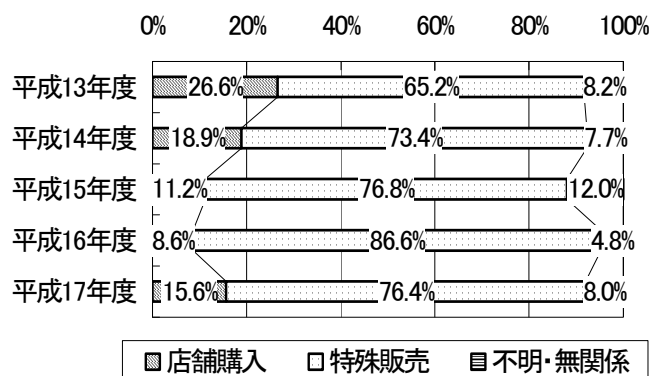


## 【購入先の販売形態別】

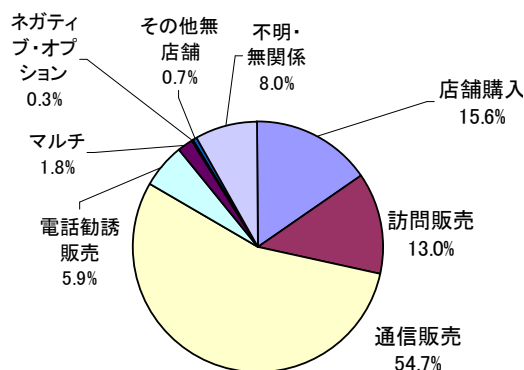
苦情相談における購入先の販売形態をみると、販売業者の店舗以外の場所で契約したり販売業者と対面せずに購入する“特殊販売”（訪問販売、通信販売等）によるものが76.4%を占めています。

また、特殊販売の中では、通信販売によるものが5,307件と最も多いのですが、ハガキによる架空請求の減少により前年度比較では約半分の件数になっています。

## 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	1,514	1,256	120.5%
訪問販売	1,262	1,352	93.3%
通信販売	5,307	10,561	50.3%
電話勧誘販売	571	475	120.2%
マルチ・マルチまがい	178	109	163.3%
ネガティブ・オプション	27	24	112.5%
その他無店舗	66	69	95.7%
不明・無関係	775	691	112.2%
計	9,700	14,537	66.7%

## 【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、訪問販売では電話などの「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	1514件
1	不動産貸借	162
2	フリーローン・サラ金	157
3	四輪自動車	85
4	着物類	83
5	工事・建築	59

順位	訪問販売	1262件
1	リースサービス	115
2	工事・建築	105
3	新聞	72
4	修理サービス	67
5	他の台所用品	63

順位	通信販売	5307件
1	オンライン等関連サービス	2,349
2	商品一般	1,809
3	フリーローン・サラ金	333
4	音響・映像ソフト	147
5	宝くじ	56

順位	電話勧誘販売	571件
1	資格取得用教材	85
2	フリーローン・サラ金	43
3	資格講座	39
4	単行本	35
5	電話サービス	31

順位	マルチ・マルチまがい	178件
1	商品一般	21
2	健康食品	19
3	他の台所用品	15
3	電話機類	15
5	プレスレット	11

順位	ネガティブ・オプション	27件
1	他の書籍・印刷物	6
2	商品一般	3
2	単行本	3
4	健康食品	2
4	雑誌	2

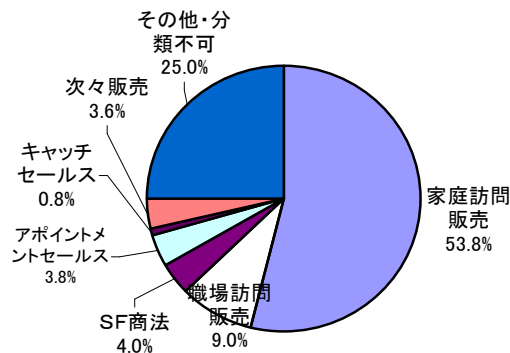
また、個人を商品の販売員として勧誘し、さらに次の販売員を勧誘すれば収入があがるとして販売活動をさせ、連鎖的に販売組織を拡大するマルチ・マルチまがい商法については「健康食品」が多く、注文もしていない商品が勝手に送りつけられるネガティブ・オプションについては、書籍等の印刷物が多くなっています。

### (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53.8%を占めており、相談内容は「工事・建築」や浄水器などの「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	679件
1	工事・建築	80
2	台所用品	58
3	修理サービス	51
4	新聞	46
5	ふとん類	44

順位	職場訪問販売	113件
1	リースサービス	70
2	防災・防犯用品	8
3	電話機類	5
4	新築分譲マンション	3
4	広告代理サービス	3

順位	SF商法	51件
1	磁気治療器具	15
2	家庭用電気治療器具	12
3	健康食品	10
4	ふとん類	7
5	電気掃除機	1

順位	アポイントメントセールス	48件
1	ネックレス	19
2	指輪	9
3	会員権	7
4	アクセサリ	3
4	ペンダント	2

順位	キャッチセールス	10件
1	室内装飾品	3
2	紳士コート	2
2	ネックレス	2
4	化粧品	1
4	エステティックサービス	1

順位	次々販売	45件
1	工事・建築	11
2	ふとん類	5
3	住居管理設備	3
3	健康食品	3
3	他の台所用品	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。

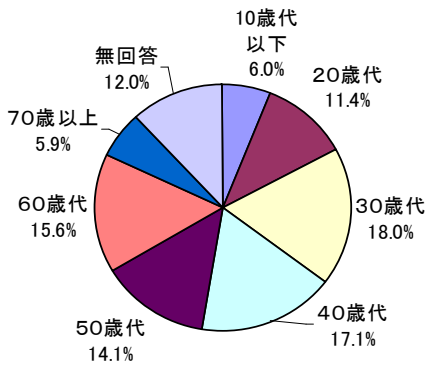
通信販売や電話勧誘販売では、30歳代が最も多く、次いで40歳代となっており、マルチ・マルチまがい商法では、20歳代が最も多くなっています。

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35.5%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20.4%を占めています。

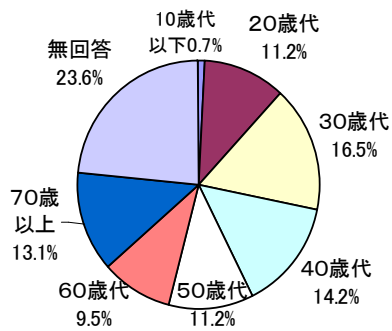
また、SF（催眠）商法では、70歳以上が66.7%を占め、次いで60歳代となっています。

電話で呼び出しアクセサリなどを法外な値段で販売するアポイントメントセールスやアンケートなどを口実に強引な販売を行う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72.9%、70.0%を占めています。

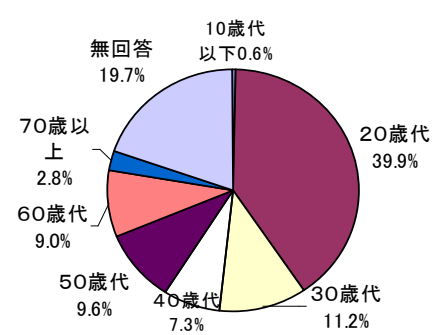
通信販売による苦情の契約者年齢



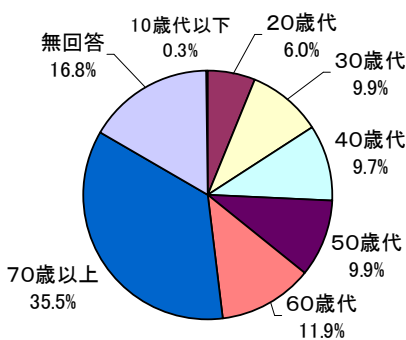
電話勧誘販売による苦情の契約者年齢



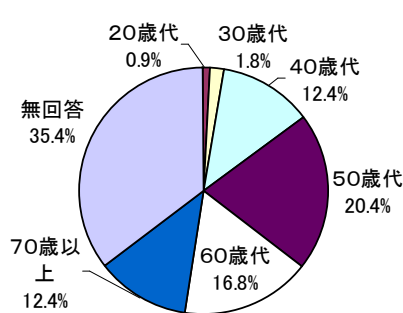
マルチ・マルチまがいによる苦情の契約者年齢



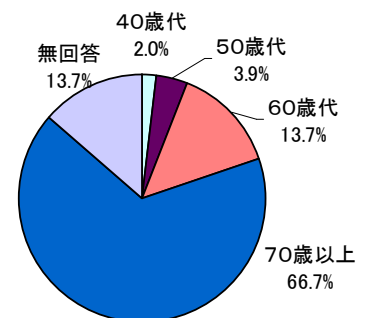
家庭訪問販売による苦情の契約者年齢



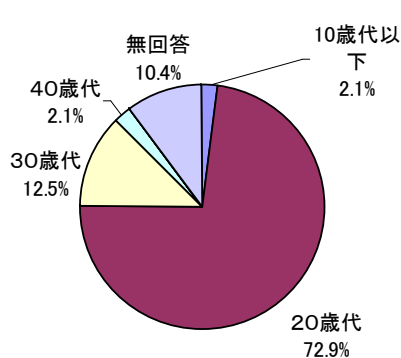
職場訪問販売による苦情の契約者年齢



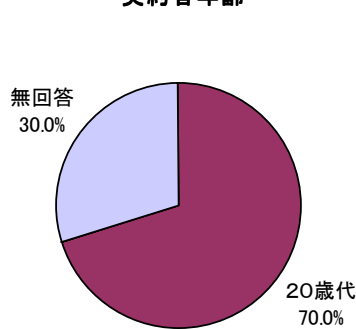
SF商法による苦情の契約者年齢



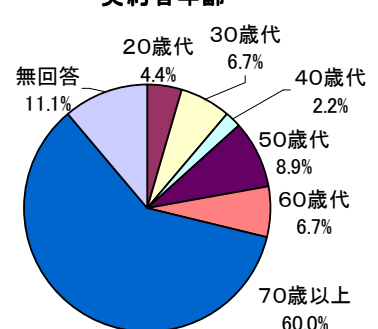
アポイントメントセールスによる苦情の契約者年齢



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	1,514	28	173	254	208	222	176	99	354
訪問販売	1,262	7	101	119	116	142	152	357	268
通信販売	5,307	318	603	954	907	746	828	313	638
電話勧誘販売	571	4	64	94	81	64	54	75	135
マルチ・マルチまがい	178	1	71	20	13	17	16	5	35
ネガティブ・オプション	27	0	4	2	3	1	1	7	9
その他無店舗	66	1	7	12	9	13	10	5	9
不明・無関係	775	10	70	99	88	106	72	67	263
合計	9,700	369	1,093	1,554	1,425	1,311	1,309	928	1,711