

# 平成 18 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 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

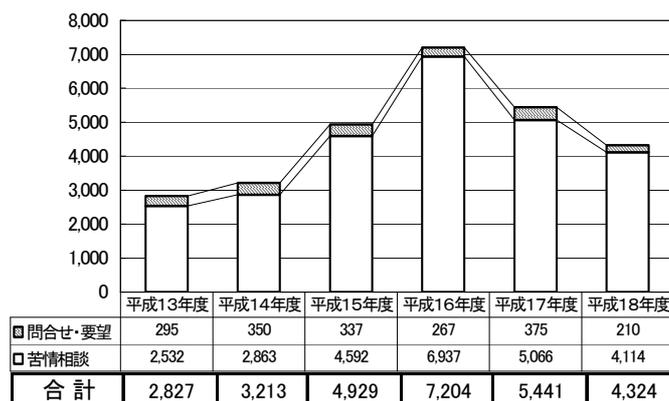
県消費生活センター紀南支所 担当 岩崎 TEL 0739-24-0999

## 1. 消費者相談受付状況

平成 18 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 4,324 件(前年度比 0.80)で、前年度より 1,117 件減りましたが、依然として、半年で 4,000 件以上と高い水準にあり、架空請求が急増する前の平成 14 年度と比較すれば約 1.3 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 7.2%(312 名)であり、前年度の 6.6%と比較すると来所に占める割合がやや増加する傾向にあります。

消費者相談件数の推移(上半期)



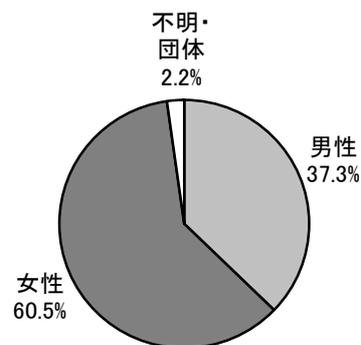
## 2. 苦情相談における相談者の状況

平成 18 年度における苦情相談件数は 4,114 件ですが、契約当事者本人からの相談は 3,198 件 (77.7%) となっています。

相談者の性別をみると、女性からの相談が 2,488 件 (60.5%) と多く、前年度が 55.7%、前々年度が 53.4% と近年は女性の占める割合が増加する傾向にあります。

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 30 歳代、50 歳代と続き、これらの年代層でほぼ 6 割を占めています。

相談者の性別



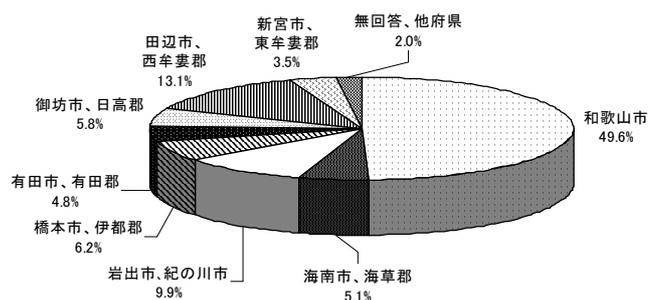
相談者の年齢別苦情相談件数

	平成 18 年度(上半期)					平成 17 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	12	21		33	0.8%	60	20		80	1.6%
20 歳代	165	217		382	9.3%	277	266		543	10.7%
30 歳代	306	541		847	20.6%	397	479		876	17.3%
40 歳代	300	579		879	21.4%	463	627		1,090	21.5%
50 歳代	258	501		759	18.4%	380	549		929	18.3%
60 歳代	226	297		523	12.7%	196	322		518	10.2%
70 歳以上	131	153		284	6.9%	129	223		352	6.9%
不明・団体	138	179	90	407	9.9%	248	336	94	678	13.4%
合計	1,536	2,488	90	4,114	100.0%	2,150	2,822	94	5,066	100.0%

前年度と比較すると、全体の相談件数が減少したにもかかわらず件数が伸びたのが30歳代の女性、60歳代の男性及び70歳代の男性です。全体に占める各年代の構成比率でみると、前年度と変動はあまりありませんが、30歳代と60歳代などでそれぞれ3.3%と2.5%増加しています。

相談者の居住地では、和歌山市に居住する方の相談が約半数（49.6%）を占めており、次いで田辺市、西牟婁郡内（13.1%）、岩出市・紀の川市〔旧那賀郡内〕（9.9%）の順となっています。

相談者の居住地



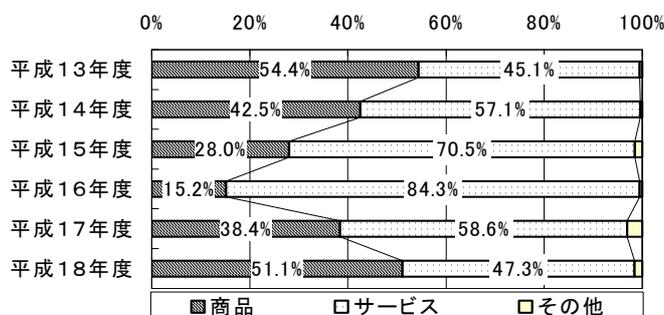
### 3. 苦情相談の概要

#### 【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。

前年同時期から減少し始めたサービスに関する件数がさらに減少し、相対的に商品に関する相談の占める割合が大きくなりました。これはハガキ等による架空請求について、サービスに分類される「情報料の請求」がほとんどなくなり、商品関係の相談として分類される「内容の特定できない商品の請求（商品一般）」がほぼすべてを占めるようになったことや、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が要因です。

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】

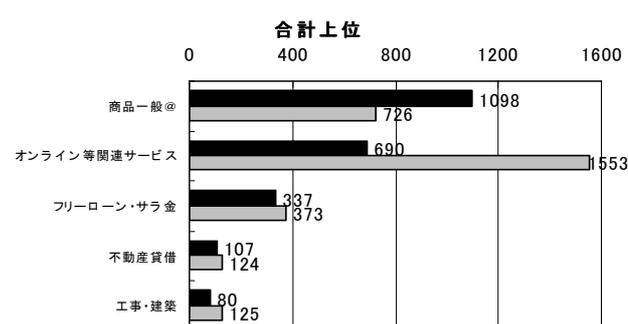
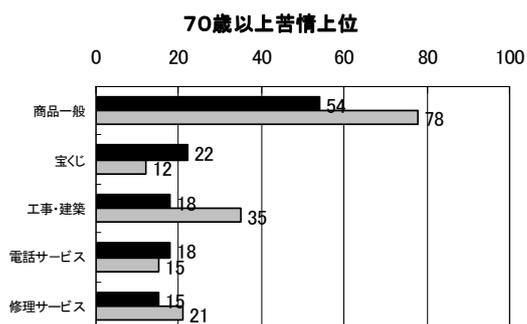
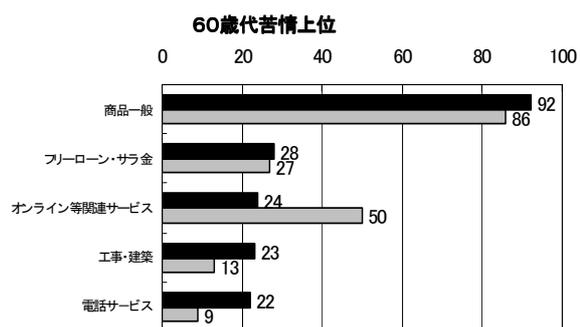
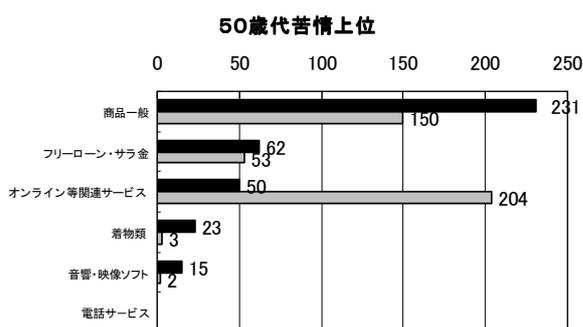
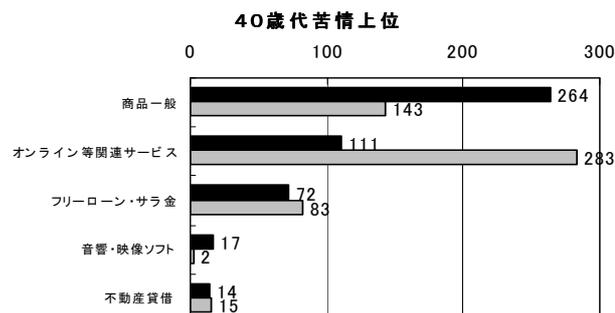
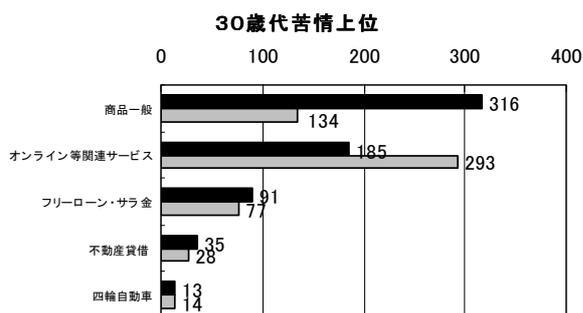
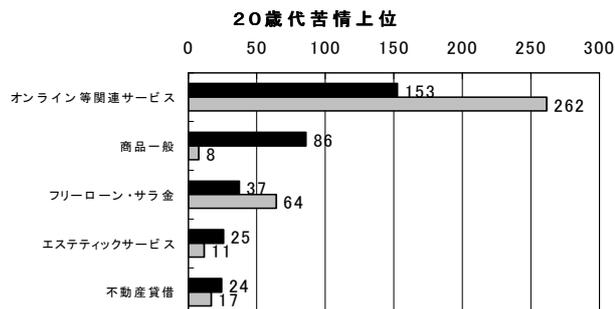
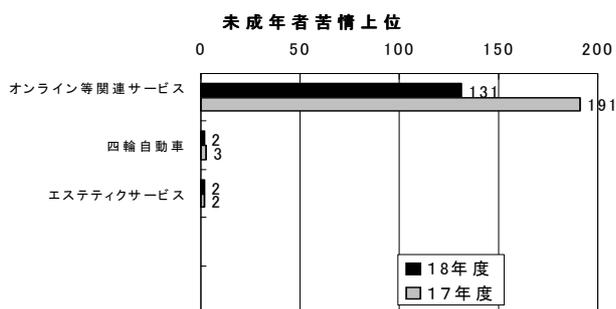
平成18年度上半期で最も多く寄せられた苦情相談は、「架空請求（商品一般）」に関するものです。近年、苦情相談件数のかなりの割合を占めている架空請求に関する相談は依然として多く、7位の「架空請求（音響・映像ソフト）」と合わせると全体の28.4%を占めております。次いで相談が多かったのが、ワンクリック詐欺などの「オンライン等関連サービス」に関するもので全体の16.8%となっています。

順位	商品・サービス分類	平成18年度	平成17年度	増減	対前年度比	具体的な商品・サービスの内容
1	架空請求（商品一般）	1,098	726	372	151.2%	架空請求のハガキなど
2	オンライン等関連サービス	690	1,553	-863	44.4%	悪質サイトからの不当請求、ワンクリック詐欺など
3	フリーローン・サラ金	337	373	-36	90.3%	消費者ローン、カードローン、ヤミ金融など
4	不動産貸借	107	124	-17	86.3%	賃貸マンション退去時のトラブルなど
5	工事・建築	80	125	-45	64.0%	耐震補強工事、換気・除湿工事など
6	電話サービス	79	80	-1	98.8%	IP電話、携帯電話など
7	架空請求（音響・映像ソフト）	69	32	37	215.6%	架空請求（アダルトビデオ等の請求）など
8	着物類	63	26	37	242.3%	着物販売店の倒産に関連する苦情相談など
9	リースサービス	57	65	-8	87.7%	電話機・FAXのリースなど
10	四輪自動車	43	61	-18	70.5%	中古車販売、故障・修理など

なお、相談件数の伸びが一番大きかったのが8位の「着物類」です。近年倒産した着物販売会社に関連する相談が集中したことで件数が急増しました。また、「工事・建築」に関する相談も毎年上位を占めています。大きな社会問題となった悪質リフォーム関連の相談は減少傾向にあります。過去に契約させられた人を再度狙う手口が目立ちますので引き続き注意が必要です。

### 【年代別苦情相談件数上位5位】

「合計上位」で1位と2位の「商品一般」、「オンライン等関連サービス」はいわば不特定多数の消費者を引っ掛けようとする手口です。各年代別に見ても、これらの相談が上位を占めている状況は変わりません。



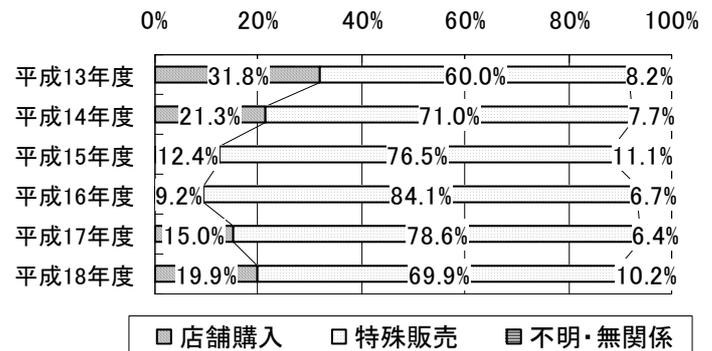
## 【購入先の販売形態別】

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）によるものが約70%を占めています。

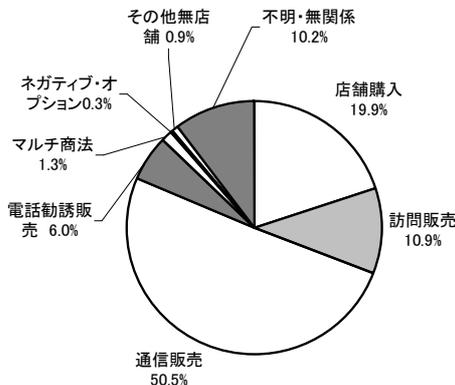
また、特殊販売の中では、サイト関連の相談など通信販売によるものが全体の50.5%(2,076件)と過半数を占めています。

なお、前年度との比較では各販売形態で全体的に減少していますが、マルチ商法については対前年度比52.4%とほぼ半減しています。

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18年度	平成17年度	対前年比
店舗購入	819	758	108.0%
訪問販売	450	739	60.9%
通信販売	2,076	2,764	75.1%
電話勧誘販売	247	321	76.9%
マルチ商法	55	105	52.4%
ネガティブ・オプション	10	13	76.9%
その他無店舗	37	42	88.1%
不明・無関係	420	324	129.6%
計	4,114	5,066	81.2%

## 【販売形態別苦情相談件数上位5位】

順位	店舗販売	819件
1	フリーローン・サラ金	108
2	不動産貸借	84
3	着物類	56
4	四輪自動車	37
5	エステティックサービス	34

順位	通信販売	2,076件
1	商品一般	950
2	オンライン等関連サービス	665
3	フリーローン・サラ金	124
4	音響・映像ソフト	60
5	宝くじ	39

順位	マルチ・マルチまがい	55件
1	商品一般	9
2	健康食品	8
3	化粧品	6
4	他の台所用品	4
5	イオン整水器	3

順位	訪問販売	450件
1	リースサービス	43
2	工事・建築	37
3	電話サービス	26
3	新聞	26
5	他の台所用品	23

順位	電話勧誘販売	247件
1	資格取得用教材	24
1	フリーローン・サラ金	24
3	電話サービス	20
3	資格講座	20
5	単行本	17

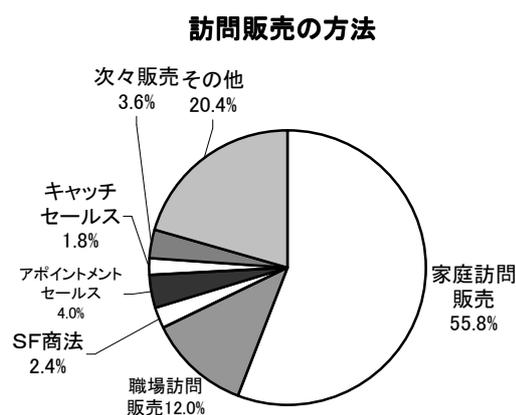
順位	ネガティブ・オプション	10件
1	健康食品	2
1	商品一般	2

## (訪問販売の方法)

訪問販売(450 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 55.8%を占めており、相談内容は「工事・建築」、「新聞」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	251件
1	工事・建築	28
2	新聞	20
3	電話サービス	18
4	修理サービス	17
4	他の台所用品	17

順位	職場訪問販売	54件
1	リースサービス	33
2	電話機類	6
3	自動販売機	4
4	防災・防犯用品	2
4	複写機	2

順位	SF商法	11件
1	健康食品	2
2	ふとん類	2

順位	アポイントメントセールス	18件
1	ネックレス	6
2	複合サービス会員	2
2	音響・映像ソフト	2
2	婦人スーツ	2

順位	キャッチセールス	8件
1	音響・映像ソフト	2
1	エステティックサービス	2
1	室内装飾	2

順位	次々販売	16件
1	リースサービス	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。

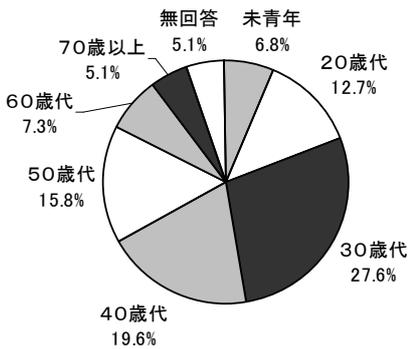
通信販売では、30～40歳代の中年層に多く、電話勧誘販売では、比較的各年代ごとのばらつきが少なくなっています。また、マルチ・マルチまがい商法では、20歳代が最も多くなっています。

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歳代と高齢層に多い結果となっています。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。

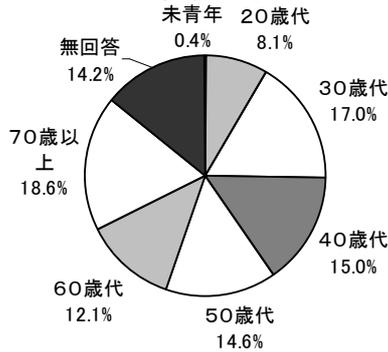
また、SF（催眠）商法では、50歳以上の比較的高齢層で80%を占めています。

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20～30歳代の比較的若者層からの相談が多く約9割を占めています。

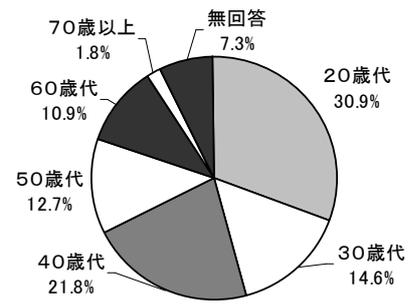
通信販売による苦情の契約者年齢



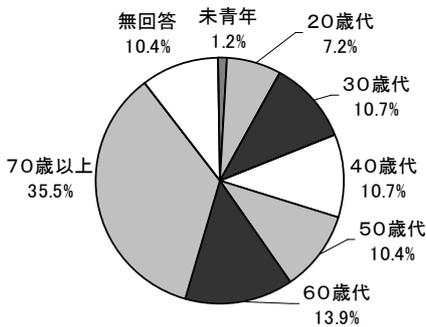
電話勧誘販売による苦情の契約者年齢



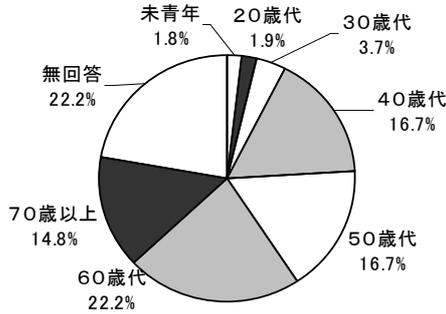
マルチ・マルチまがいによる苦情の契約者年齢



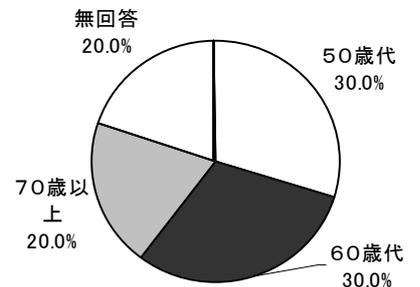
家庭訪問販売による苦情の契約者年齢



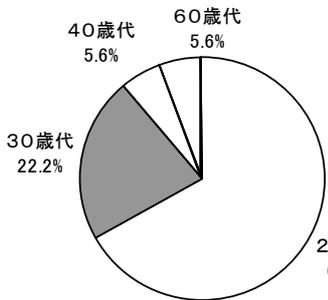
職場訪問販売による苦情の契約者年齢



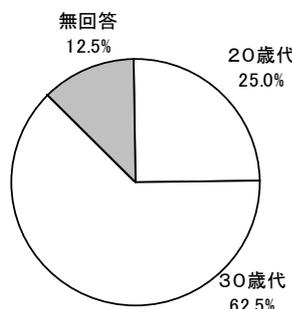
SF商法による苦情の契約者年齢



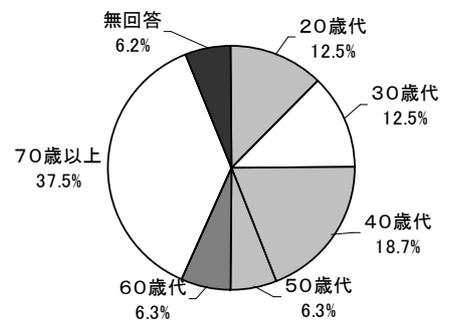
アポイントメントセールスによる苦情の契約者年齢



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	未成年	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	819	14	109	174	144	125	104	55	94
訪問販売	450	5	46	44	44	54	67	126	64
通信販売	2,076	141	264	574	407	328	151	105	106
電話勧誘販売	247	1	20	42	37	36	30	46	35
マルチ商法	55	0	17	8	12	7	6	1	4
ネガティブ・オプション	10	0	1	2	0	3	0	2	2
その他無店舗	37	0	11	4	4	9	4	2	3
不明・無関係	420	0	34	67	71	62	51	34	101
合計	4,114	161	502	915	719	624	413	371	409