

## 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 石井, 亀岡 Tel. 073-433-1551

## 平成20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。】

## 1. 消費者相談受付状況

平成20年度上半期に県消費生活センターに寄せられた消費者の相談件数は前年度より374件減少の3,122件(前年度比0.89)となり、近年の減少傾向は、やや鈍ってきました。

この減少は架空請求ハガキに代表される詐欺的行為がピークの平成16年度から、減少に転じたためであり、契約トラブルなどの相談は減少していません。また、その手口は年々複雑・巧妙化しており、消費者を取り巻く環境は依然として厳しいものといえます。

消費者相談件数の推移(上半期)



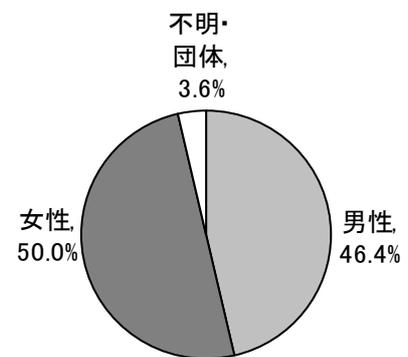
## 2. 苦情相談における相談者の状況

平成20年度上半期における全相談数のうち、苦情相談による件数は2,843件(本人からの相談は77.4%の2,196件)となっており、また、来所による面談相談は244件(8.6%)となっています。

契約当事者の性別をみると、女性の相談が1,423件(50.1%)と男性に比べてやや多く、前年度(51.5%)との比較では女性の占める割合は少し減少しています。

また、年齢別で見ると、30歳代からの相談が最も多く、次いで40、20、50歳代と続き、これらの年代層で半数以上(63.8%)を占めています。

契約当事者の性別



契約当事者の年齢別苦情相談件数

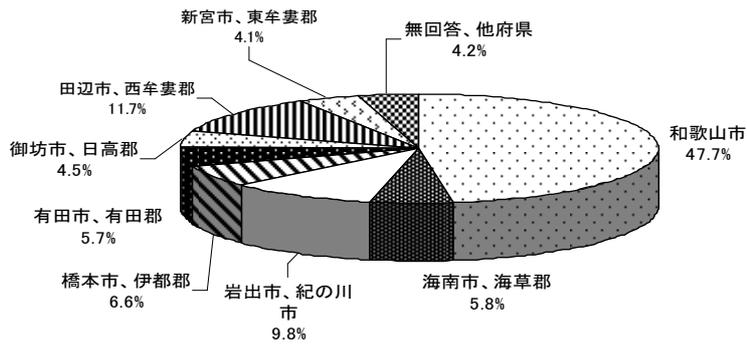
歳代	平成20年度(上半期)					平成19年度(上半期)				
	男性	女性	不明・団体	計	構成比率	男性	女性	不明・団体	計	構成比率
10歳未満	1	0	0	1	0.0%	6	3	0	9	0.3%
10歳代	88	42	0	130	4.6%	92	50	0	142	4.4%
20歳代	210	171	0	381	13.4%	189	176	0	365	11.4%
30歳代	296	265	0	561	19.7%	302	314	0	616	19.2%
40歳代	227	274	0	501	17.6%	251	338	0	589	18.4%
50歳代	157	214	0	371	13.0%	179	271	0	450	14.0%
60歳代	133	181	0	314	11.0%	155	185	0	340	10.6%
70歳以上	133	202	0	335	11.8%	125	173	0	298	9.3%
不明・団体	74	74	101	249	8.8%	155	141	98	394	12.3%
合計	1,319	1,423	98	2,843	100.0%	1,454	1,651	98	3,203	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増加したのは、20歳代の男性、70歳以上の男性、女性です。

全体的な構成比は、前年とほぼ同様ですが、60歳代、70歳以上に増加の傾向がみられ、高齢者に対するより一層の予防・啓発が必要と思われま

す。契約当事者の居住地では、和歌山市に居住する方の相談がほぼ半数(47.7%)を占めており、次いで、田辺市、西牟婁郡内(11.7%)、岩出市・紀の川市(旧那賀郡内)(9.8%)の順となり、前年度に比べ割合が増加した地域は田辺市と西牟婁郡内、海南市と海草郡内となっています。

契約当事者の居住地



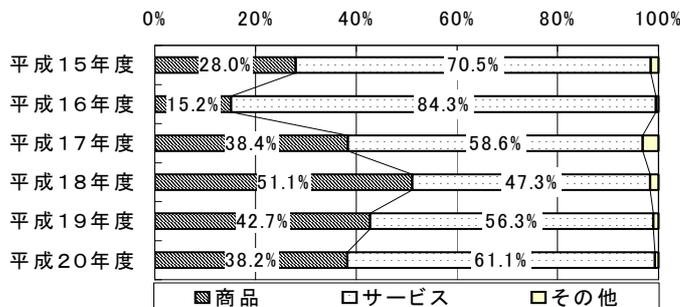
### 3. 苦情相談の概要

#### 【商品・サービス別】

苦情相談は、商品そのもの(ハガキを使った詐欺行為等、自動車など)に対する相談と、役務の提供などサービス(ワンクリックによる情報、消費者金融、エステティックサービスなど)に対する相談に大別されます。

平成17年度より増加の傾向にあった商品に対する相談が年々減少し、サービスに対する相談が大きく上回りました。これは商品に分類されているハガキを使った詐欺行為等が前年度423件あったものが約1/2以下の188件と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】

最も多く寄せられた苦情相談は「オンライン等関連サービス」(21.1%)、次いで「フリーローン・消費者金融」(8.3%)、「ハガキを使った詐欺行為等」(6.6%)の順であり、「ハガキを使った詐欺行為等」が激減(前年度比の0.44)する反面、「オンライン等関連サービス」、「工事・建築」、「不動産貸借」、「エステティックサービス」、「新聞」の相談件数が増加しています。

最も件数の多かったワンクリック詐欺などの「オンライン等関連サービス」は未成年者がトラブルに巻き込まれやすい内容でもあるため注意する必要があります。

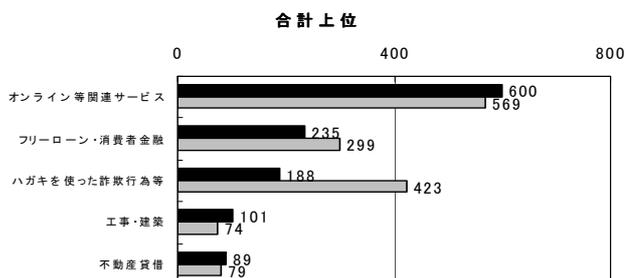
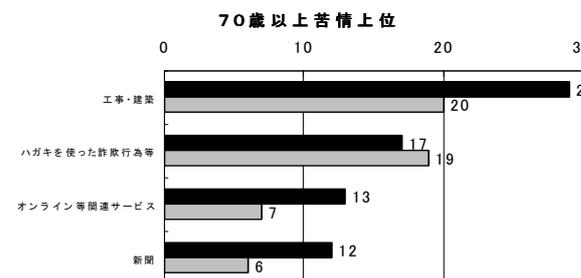
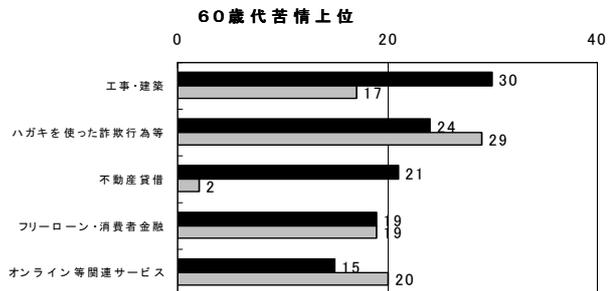
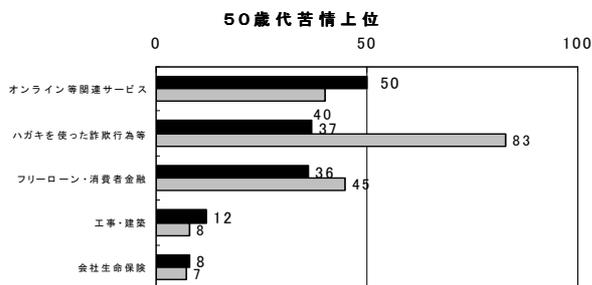
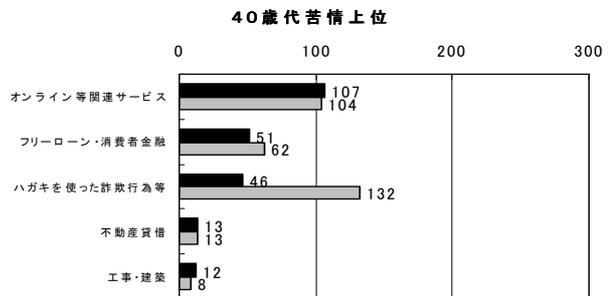
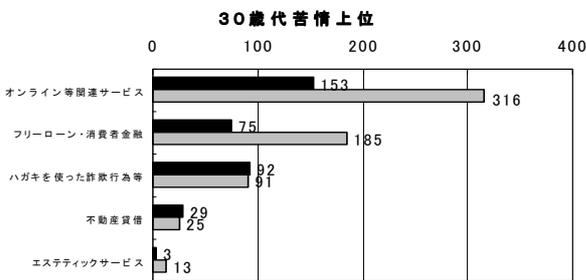
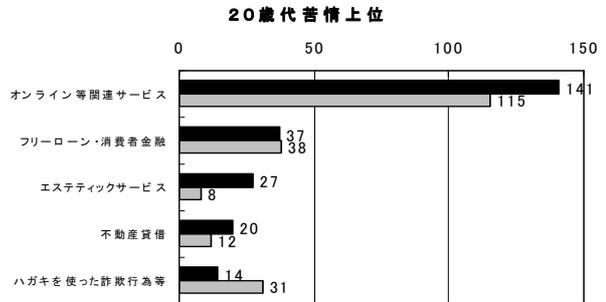
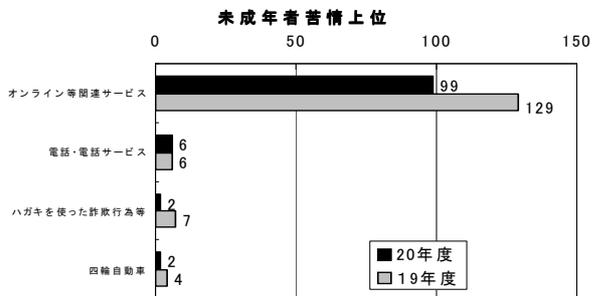
順位	商品・サービス分類	平成20年度	平成19年度	前年度との比較		具体的な商品・サービスの内容
				増減	伸び率	
1	オンライン等関連サービス	600	569	31	105.4%	悪質サイトからの不当請求、ワンクリック詐欺など
2	フリーローン・消費者金融	235	299	-64	78.6%	消費者金融ローン、カードローン、ヤミ金融など
3	ハガキを使った詐欺行為等	188	423	-235	44.4%	裁判の予告通知、架空請求ハガキなど
4	工事・建築	101	74	27	136.5%	耐震補強工事、換気・除湿工事など
5	不動産貸借	89	79	10	112.7%	マンションの退去時のトラブル、駐車場の賃貸借など
6	エステティックサービス	60	15	45	400.0%	店舗倒産等に関する関連する苦情相談
7	新聞	41	40	1	102.5%	購読料契約時のトラブルなど
8	四輪自動車	40	42	-2	95.2%	中古自動車の購入に関するトラブルなど
9	リースサービス	36	57	-21	63.2%	電話機・FAXのリースなど
9	電話サービス	36	73	-37	49.3%	IP電話、携帯電話など

また、減少しているとは言え、利用した覚えのない請求や誤って相手に連絡を取ってしまい請求の電話が頻繁にかかってくるなどの「ハガキを使った詐欺行為等」は手口が巧妙化し、また時期や地域がスポット的に集中し、いつ、どこで起きるか予測不能なため、さらに引き続き注意する必要があります。

### 【年代別苦情相談件数上位 5 位】

すべての年代層で「オンライン等関連サービス」、「ハガキを使った詐欺行為等」が、上位を占め、特に「オンライン等関連サービス」は若・中年者層(50歳代以下)で1位を占めており、また、20歳代では前年度より増加し(前年度比 1.23)、特に注意する必要があります。「フリーローン・消費者金融」については、50歳代以下で2位3位を占め(未成年者を除く)、前年度と比べてもあまり減少はしていません。

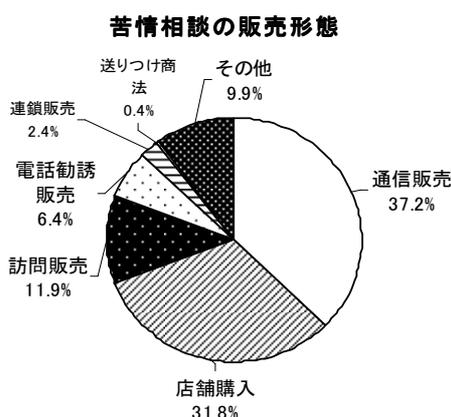
また、年代層で特徴的なことは20歳代での「エステティックサービス」がランクインしたことや高齢者(60歳以上)で「工事・建築」が前年度より大きく増加しており、訪問による悪徳リフォームの被害等に、まだまだ注意する必要があります。



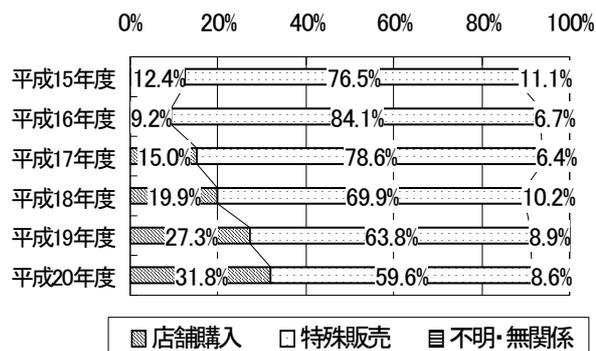
## 【購入先の販売形態別】

苦情相談における購入先は店舗販売が31.8%、店舗以外での“特殊販売”によるものが59.6%を占めていますが、最近では店舗購入の占める割合が、年々増加しています。

また、特殊販売では、通信販売、訪問販売、電話勧誘販売の順であり、電話勧誘販売や送りつけ商法で前年度の件数を上回っています。



## 店舗・特殊販売別苦情相談構成比の推移



販売形態	平成20年度	平成19年度	対前年比
店舗購入	905	874	103.5%
特殊販売			
訪問販売	337	438	76.9%
通信販売	1058	1,341	78.9%
電話勧誘販売	181	142	127.5%
連鎖販売(マルチ商法)	69	82	84.1%
送りつけ商法	11	8	137.5%
その他無店舗	37	32	115.6%
不明・無関係	245	286	85.7%
合計	2843	3,203	88.8%

## 【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内容には、特徴が見られ、苦情の多かった商品・サービス等は下表のとおりです。店舗販売では「フリーローン・消費者金融」や「不動産貸借」が、上位を占め、前年比較では「エステティックサービス」が店舗倒産等によるトラブルのため、新たに登場しています。家庭や職場を訪れる訪問販売では「工事・建築」(前年に比べ2.1倍増加)や「新聞」が、また、インターネットや郵便物を利用する通信販売では「オンライン等関連サービス」「ハガキを使った詐欺行為等」が、多くなっています。

順位	店舗販売	905件
1	フリーローン・消費者金融	115
2	不動産貸借	75
3	エステティックサービス	59
4	四輪自動車	33
4	工事・建築	33

順位	訪問販売	337件
1	工事・建築	55
2	新聞	37
3	リースサービス	26
4	ふとん類	14

順位	通信販売	1058件
1	オンライン等関連サービス	575
2	ハガキを使った詐欺行為	140
3	フリーローン・消費者金融	57
4	宝くじ	23
5	教養・娯楽サービス	12

順位	電話勧誘販売	181件
1	オンライン等関連サービス	13
2	資格取得用教材	12
2	資格講座	12
4	フリーローン・消費者金融	11
5	鮮魚	10

順位	連鎖販売(マルチ商法)	69件
1	健康食品	10
2	商品一般	9
3	化粧品	8
3	内職副業	8

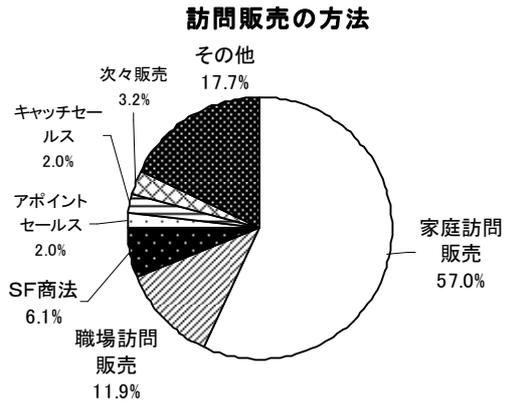
順位	送りつけ商法	11件
1	健康食品	3
2	商品一般	2
2	仏具・神具	2

## (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57.0%と半数以上を占めており、相談内容は、家屋などの修理や設備の修理やリフォームする「工事・建築」が増加しており(前年度比1.6)、その他「新聞の購読契約時のトラブル」に関するものが多くなっています。

また高齢者に被害が多いSF(催眠)商法では家庭用電気治療器やふとん類が多くなっています。

その他、キャッチセールス(若者を中心に繁華街などでアンケート調査と称して呼び止め、喫茶店等で執拗に商品やサービス契約をさせる)やアポイントメントセールス(「景品に当たった」「会って話したい」などと本来の販売目的を隠して呼び出し、有利な条件を強調して商品やサービスを契約させる商法)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	196件
1	工事・建築	47
2	新聞	24
3	ふとん類	8
3	修理サービス	8
3	給湯システム	8

順位	職場訪問販売	41件
1	リースサービス	23
2	印鑑	4
2	住居用電気器具	4
2	レンタルサービス	4

順位	SF商法	21件
1	家庭用電気治療器	7
2	ふとん類	6

順位	キャッチセールス	7件
1	外国語・会話教室	3
2	紳士コート	2

順位	アポイントメントセールス	7件
1	ネックレス	2

### 【販売形態別契約者年齢】

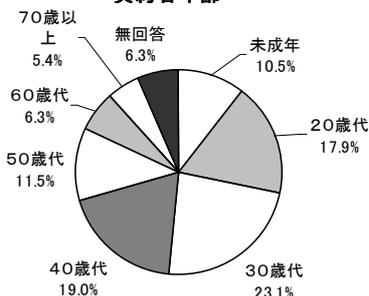
寄せられた苦情相談を購入販売形態別にみると、その契約者の年代ごとに特徴がみられます。

通信販売(携帯電話やパソコン等でのインターネット)では、20～40歳代の若中年層で半数以上の60%が、電話勧誘販売では30～50歳代の中年層(半数以上の56.4%)が、連鎖販売(マルチ商法)では、20歳代、30歳代が多く(44.9%)なっています。

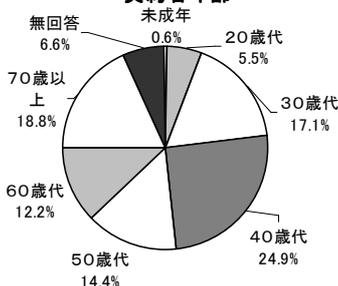
訪問販売をみると、家庭訪問販売では60歳以上でほぼ半数の53.7%を占めており、昼間家庭に多い高齢者が狙われる実態がうかがえます。また、SF(催眠)商法では、60歳以上の高齢層が83.9%と大半を占め、また、電話で呼び出しアクセサリなどを法外な値段で販売するアポイントメントセールスやアンケートなどを口実にして強引に販売を行うキャッチセールスでは、逆に20～30歳の若者からの相談が多くそれぞれ87.5%、85.7%と大半を占めています。

<参考> 苦情相談における販売形態別の契約者年齢

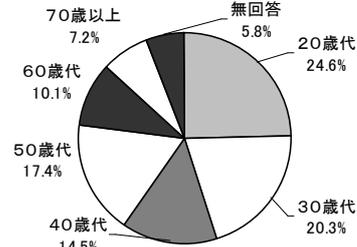
通信販売による苦情の契約者年齢



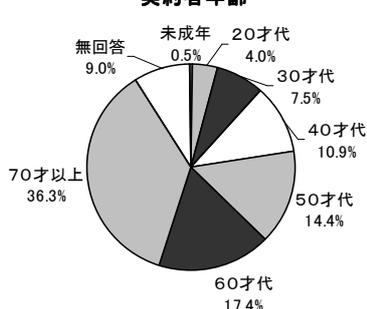
電話勧誘販売による苦情の契約者年齢



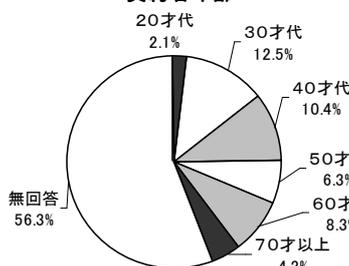
マルチ・マルチまがいによる苦情の契約者年齢



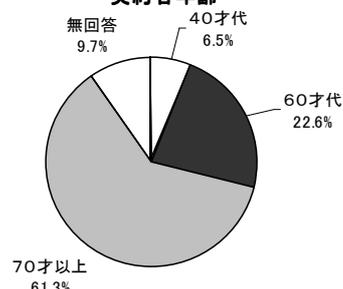
家庭訪問販売による苦情の契約者年齢



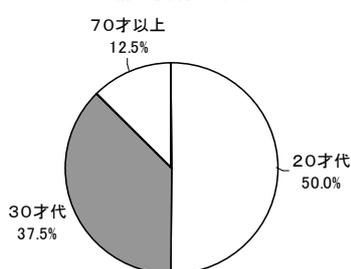
職場訪問販売による苦情の契約者年齢



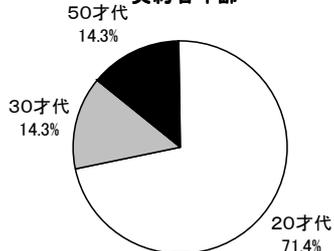
SF商法による苦情の契約者年齢



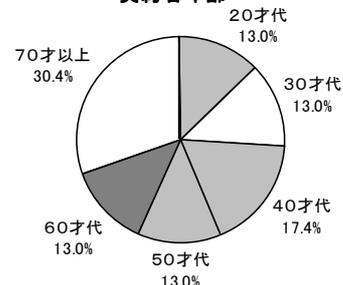
アポイントセールスによる苦情の契約者年齢



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



販売形態	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	12	120	195	157	136	112	100	73
訪問販売	2	26	27	44	39	51	100	48
通信販売	111	189	244	201	122	67	57	67
電話勧誘販売	1	10	31	45	26	22	34	12
連鎖販売(マルチ商法)	0	17	14	10	12	7	5	4
送りつけ商法	0	0	1	1	2	2	4	1
その他無店舗	3	3	7	9	2	5	6	2
不明・無関係	2	16	42	34	32	48	29	42
合計	131	381	561	501	371	314	335	249