

問合せ先
和歌山市手平2丁目1-2 県民交流プラザ和歌山ビッグ愛8階
県消費生活センター 担当 嶋田,石井 TEL 073-433-1551

平成21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

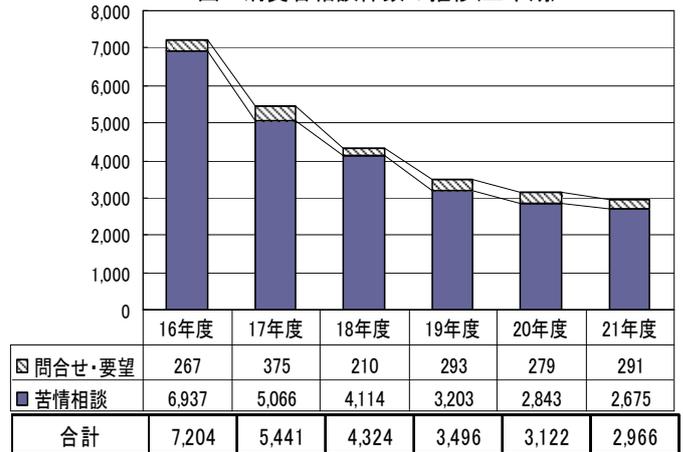
【※以下のデータは、すべて各年度の上半期(4月～9月)分です。】

1. 消費者相談受付状況

平成21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156件減少の2,966件(前年度比0.95)となり、近年の減少傾向は、やや鈍ってきました(図1)。

相談件数の減少は、架空請求ハガキ等の詐欺的行為に関する相談が平成16年度をピークに減少に転じたことや悪徳商法から消費者を守る各種法律の整備等による結果と考えられます。しかし、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。

図1 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21年度上半期における相談数2,966件のうち、苦情相談件数は2,675件で当事者本人からの相談は2,128件(79.6%)となっています。また、相談方法は電話による相談が2,464件(92.1%)、来所による面談相談は209件(7.8%)となっています。

契約当事者の性別(図2)をみると、女性の相談が1,313件(49.1%)と男性に比べてやや多く、前年度(50.1%)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、年齢別でみると、30歳代からの相談が最も多く、ついで40、50歳代と続き、20～40歳代が減少しているのに対し、50歳代以上では増加しています。

図2 契約当事者の性別

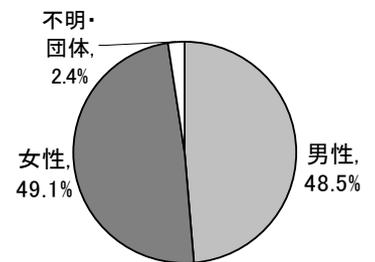


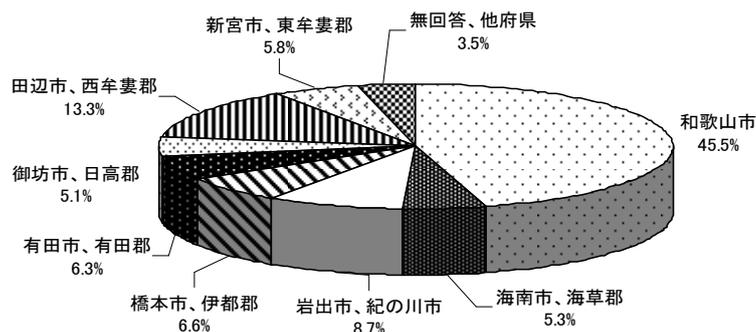
表1 契約当事者の年齢別苦情相談件数

歳代	平成21年度(上半期)					平成20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	3	0	-	3	0.1%	1	0	-	1	0.0%
10歳代	88	42	-	130	4.9%	88	42	-	130	4.6%
20歳代	154	143	-	297	11.1%	210	171	-	381	13.4%
30歳代	262	262	-	524	19.6%	296	265	-	561	19.7%
40歳代	216	249	-	465	17.4%	227	274	-	501	17.6%
50歳代	199	210	-	409	15.3%	157	214	-	371	13.0%
60歳代	166	171	-	337	12.6%	133	181	-	314	11.0%
70歳以上	153	198	-	351	13.1%	133	202	-	335	11.8%
不明・団体	57	38	64	159	5.9%	74	74	101	249	8.8%
合計	1298	1313	64	2675	100.0%	1,319	1,423	98	2,843	100.0%

前年度と比較(表1)すると、相談件数が減少したにもかかわらず50歳代～70歳以上の男性で増加がみられ、構成比率の前年度比でも50歳以上に増加がみられるため、中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(図3)では、和歌山市の居住者からの相談が半数近く(45.5%)を占めており、次いで、田辺市、西牟婁郡内(13.3%)、岩出市・紀の川市(8.7%)の順となっています。

図3 契約当事者の居住地



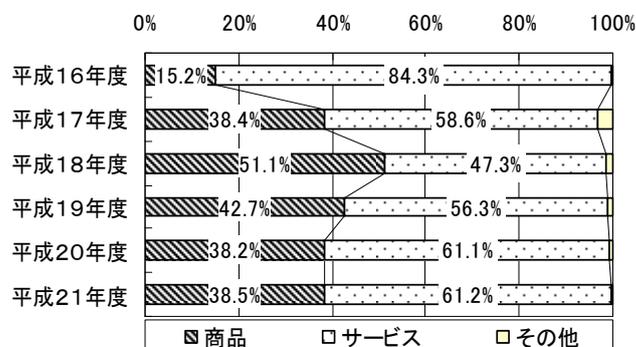
3. 苦情相談の概要

【商品・サービス別】

苦情相談は、商品(ハガキを使った詐欺行為等、油脂、自動車など)に対する相談と、サービスの提供(ウェブサイト情報料、消費者金融、工事・建築など)に対する相談に大別されます(図4)。

平成18年度まで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増加していましたが、本年度は前年度とほぼ変わらない割合となっています。

図4 商品・サービス別苦情相談構成比の推移



【苦情相談内容】

苦情相談内容については次のように要約できます(表2)。

1位「ウェブサイト関連」(全相談に占める割合は前年21.1%→本年21.6%)はほぼ横ばい傾向にあり、内容としてはアダルト情報に関するものが39.7%、出会い系サイトに関するものが21.8%、ギャンブルサイトに関するものが8.3%の順であり、ワンクリック詐欺による不当請求などが多く、年代は30歳代を中心に幅広い年代層からの相談がありました。

表2 苦情相談内容10位

順位	商品・サービス分類	平成21年度	平成20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	ウェブサイト関連	579	600	-21	0.97	ワンクリック詐欺による不当請求など
2	フリーローン・消費者金融	168	235	-67	0.71	消費者ローン、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	148	188	-40	0.79	裁判の予告通知、架空請求ハガキなど
4	工事・建築	85	101	-16	0.84	耐震補強工事、換気・除湿工事など
5	不動産貸借	80	89	-9	0.90	マンションの退去時のトラブル、駐車場の賃貸借など
6	電話サービス	54	44	10	1.23	携帯電話などの通話料や契約時のトラブル
7	油脂	39	0	39	∞	油脂食品の回収
8	四輪自動車	37	40	-3	0.93	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	36	0	1.00	電話機・FAXのリースなど
10	修理サービス	29	23	6	1.26	家電製品、自動車、排水施設など
10	インターネット接続	29	18	11	1.61	光ケーブル、ADSL等の契約時のトラブル

2位 「フリーローン・消費者金融」(8.3%→6.3%)は貸金業規制の法整備の効果で減少傾向ですが、深刻な多重債務や自己破産などに関係する相談が半数以上の57.7%にのぼっており、前年度(48.0%)より増加しています。

3位 「ハガキを使った詐欺行為等」(6.6%→5.5%)は減少していますが、時期や地域が集中し、急に増加することもあり、引き続き注意する必要があります。

その他 20年度より増加したものは食料品の「油脂(食用油の返品等)」(0%→1.5%)で、これはメーカーによる自主回収によるもので、これらの安全性や回収方法等の相談であり、また「インターネット接続」(0.6%→1.1%)に関しては家庭訪問による光回線やADSLによるインターネット接続契約時のトラブルの相談が多くみられます。

【年代別苦情相談内容】

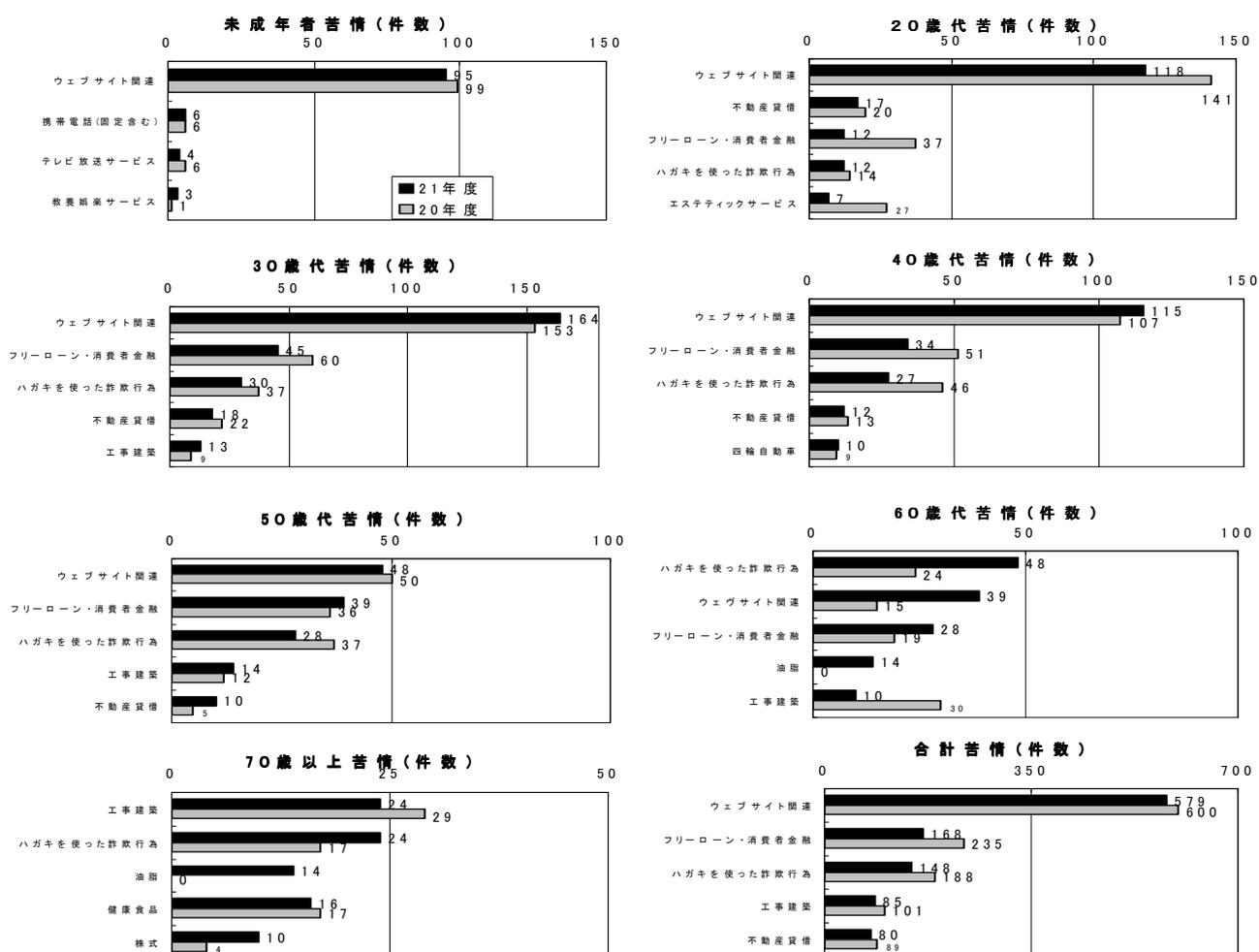
年代別の苦情の特徴(図5)は、未成年では、ほとんどが、「ウェブサイト関連」(71.4%)で、ワンクリック詐欺による不当請求等となっています。

20歳代では、「ウェブサイト関連」(76.6%)、「不動産貸借」(5.7%)、「フリーローン・消費者金融」(4.0%)が、上位を占めています。

30～50歳代では、「ウェブサイト関連」(23.4%)、「フリーローン・消費者金融」(8.5%)、「ハガキを使った詐欺行為等」(6.1%)が上位を占めています。

高齢者層(60歳以上)では、「ハガキを使った詐欺行為等」(10.5%)、「工事・建築」(4.9%)、「油脂」(4.1%)の相談が多いことが特徴となっています。

図5 年齢別苦情相談の特徴



【販売形態別の苦情相談件数】

購入先では店舗販売が 31.5%、店舗以外での“特殊販売”によるものが 60.2%を占めていますが、年々増加していた店舗購入は本年度に入り横ばいとなっています（図6）。

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、送りつけ商法やその他無店舗は前年度の件数の半数となっています（図7,表3）。

図6 店舗・特殊販売別苦情相談構成比の推移

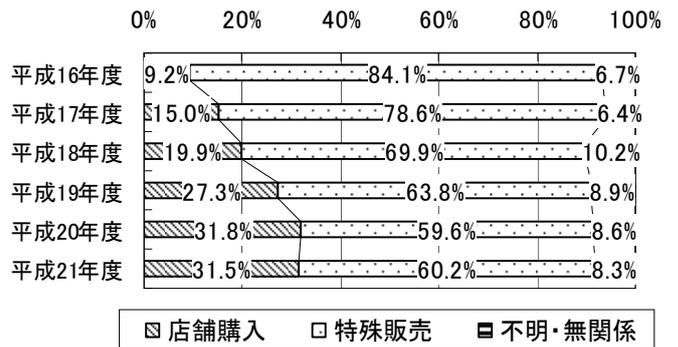


図7 苦情相談の販売形態

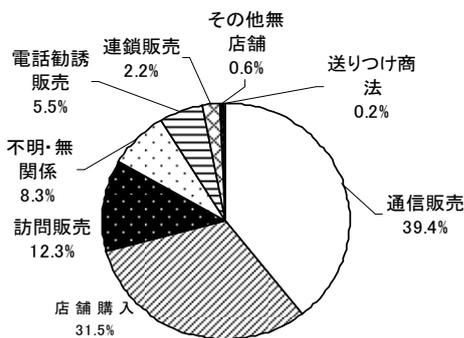


表3 販売形態別の苦情相談

販売形態	平成21年度	平成20年度	対前年比
店舗購入	843	905	93.1%
特殊販売			
訪問販売	330	337	97.9%
通信販売	1053	1058	99.5%
電話勧誘販売	147	181	81.2%
連鎖販売(マルチ商法)	58	69	84.1%
送りつけ商法	5	11	45.5%
その他無店舗	17	37	45.9%
不明・無関係	222	245	90.6%
合計	2675	2843	94.1%

【販売形態別苦情相談内容】

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・サービス等は表4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、前年度になかった「油脂」の安全性や回収情報の相談が、新たに登場しています。訪問販売では「工事・建築」や「修理サービス」による悪質リフォームや「給湯システム」、「新聞」の契約トラブルが多く、また、通信販売では「ウェブサイト関連」「ハガキを使った詐欺行為等」が多くなっています。

表4 販売形態別苦情相談の主な内容

順位	店舗販売	843件
1	フリーローン・消費者金融	93
2	不動産貸借	65
3	四輪自動車	33
4	油脂	28
5	工事・建築	26

順位	訪問販売	330件
1	工事・建築	48
2	リースサービス	31
3	給湯システム	18
4	新聞	16
4	修理サービス	16

順位	通信販売	1053件
1	ウェブサイト関連	575
2	ハガキを使った詐欺行為	102
3	フリーローン・消費者金融	35
4	宝くじ	18
5	携帯電話サービス	15

順位	電話勧誘販売	147件
1	ウェブサイト関連	9
2	特定出来ない商品	8
3	新築分譲マンション	7
3	固定電話サービス	7

順位	連鎖販売(マルチ商法)	58件
1	営業用セット	14
2	内職副業	12
3	健康食品	8
3	化粧品	8

順位	送りつけ商法	5件
1	健康食品	2
2	雑誌	1
2	体力測定器	1
2	特定できない商品	1

また、トラブルの多い連鎖販売(マルチ商法)では、営業用セット、内職・副業やいわゆる健康食品等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(図8, 表5)が、家庭を訪問する家庭訪問販売が60.9%と半数以上を占めており、相談内容は、家屋や設備の修理・リフォームする「工事・建築」「修理サービス」や「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健康食品が多くなっています。

SF(催眠)商法・・・「景品をプレゼントします」「健康によい話をします」などと言って人を集め、閉め切った会場で日用品などを無料で配り、雰囲気盛り上げて興奮状態にして、最終的に高額な商品売りつける商法。

図8 訪問販売の方法

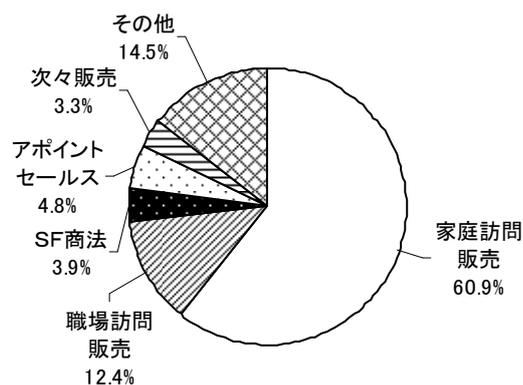


表5 訪問販売形態別苦情相談の主な内容

順位	家庭訪問販売	201件
1	工事・建築	43
2	給湯システム	18
3	新聞	13
3	修理サービス	13
5	ふとん類	9

順位	職場訪問販売	41件
1	リースサービス	23
2	固定電話サービス	3
3	自動販売機	2
3	住居用電気器具	2

順位	SF(催眠)商法	13件
1	家庭用電気治療器	4
2	健康食品	3
3	放射性岩石	2

順位	アポイントメントセールス	16件
1	ネックレス	4
2	給湯システム	2
2	理美容具	2
2	ふとん類	2

順位	次々販売	11件
1	工事・建築	4
2	修理サービス	3

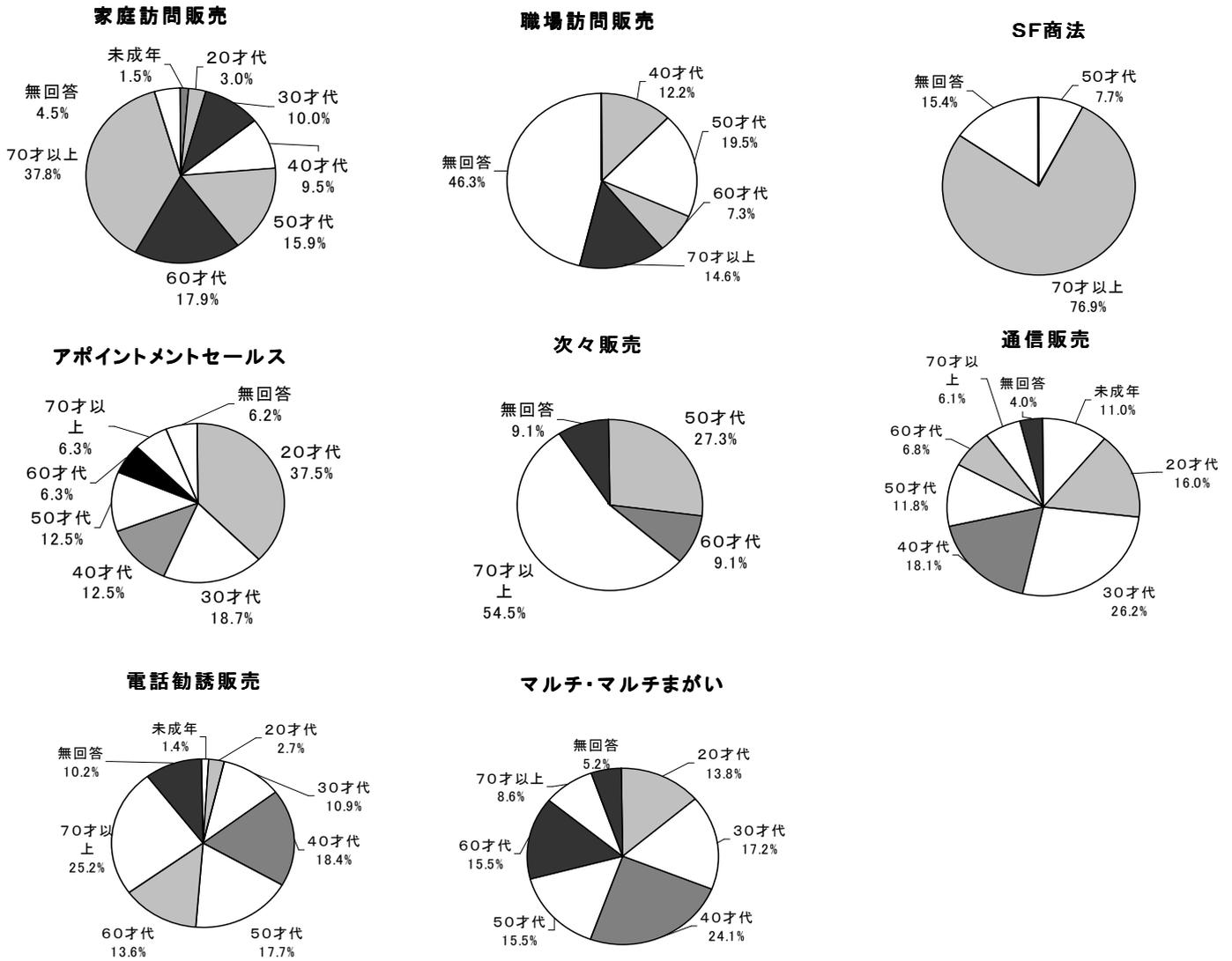
【販売形態別契約者年齢】

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(図9)。

通信販売(携帯電話やパソコンでのインターネット等)では、20～40歳代の若中年層で半数以上の60.3%が、電話勧誘販売や連鎖販売(マルチ商法)では各年代層でほぼ均一に分散しています。

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55.7%を占めており、一人暮らしで昼間家庭にいることが多い高齢者が狙われる実態がうかがえます。SF(催眠)商法では、70歳以上の高齢層が76.9%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では、逆に20～30歳の若者からの相談が多く56.2%と半数以上を占めています。

図9.各販売形態による年代別苦情相談件数



【相談処理結果の内容】

苦情相談の処理結果の年度別推移は表6のとおりです。

表6 処理結果内容

年度	項目	助言	他機関紹介	斡旋対応 (斡旋解決)	情報提供等	その他*	合計
平成21年度	件数	2,092	196	177 (149)	123	87	2,675
	構成割合%	78.2%	7.3%	6.6% (5.6%)	4.6%	3.3%	100.0%
平成20年度	件数	2,318	223	101 (87)	153	48	2,843
	構成割合%	81.5%	7.8%	3.6% (3.1%)	5.4%	1.7%	100.0%
平成19年度	件数	2,768	284	57 (51)	49	45	3,203
	構成割合%	86.4%	8.9%	1.8% (1.6%)	1.5%	1.4%	100.0%

*は処理不要や処理不能と無回答である。