

平成21年度の消費生活相談の概要

全国の消費生活センター・市町村消費生活相談窓口に寄せられた相談は、独立行政法人国民生活センターと全国の消費生活センター・市町村消費生活相談窓口をオンラインで結ぶ「全国消費生活情報ネットワークシステム」(以下「PIO-NET」)に登録され、消費者被害の未然防止、拡大防止に活用されています。

平成21年度に千葉県消費者センター及び市町村消費生活センター・消費生活相談窓口寄せられ、PIO-NETに登録された相談について概要がまとめられました。

21年度の相談の主な特徴

- ①消費生活相談件数は減少傾向
- ②契約当事者の年代別の全体に占める割合では30歳代以下は減少していますが、60歳以上は増加しています。
- ③商品・役務別では「デジタルコンテンツ」「フリーローン・サラ金」「不動産貸借」に関する相談件数が多くなっています。
- ④20年度と比較すると、「不動産貸借」「油脂(食用油)」「株」「四輪自動車」「音響・映像機器」に関する相談が増加。「商品一般(架空請求等)」「フリーローン・サラ金」「エステティックサービス」「社会保険」「医療サービス」に関する相談が減少しています。
- ⑤60歳以上の高齢者が契約当事者である相談の特徴として、販売購入形態は、「訪問販売」「電話勧誘販売」の割合が高く、「株」「油脂」「公社債」に関する相談が特に増加しています。

1. 消費生活相談件数

「PIO-NET」に登録された千葉県内の平成21年度の相談件数は、42,553件で、前年の44,785件に比べ、2,232件、率にして5.0%減少しているものの、依然として多くの相談があります。

その中でも千葉県消費者センターに寄せられた相談は9,523件で昨年度の9,429件に比べて94件増加しています。

相談件数の内訳は苦情38,940件、問合せ・要望3,613件で、苦情相談が消費生活相談全体の91.5%を占めています。

表1 消費生活相談件数

		21年度			20年度(B)	前年度比 (A/B)
		苦情	問合せ・要望	計(A)		
相談件数		38,940	3,613	42,553	44,785	95.0%
内 訳	県センター	9,057	466	9,523	9,429	101.0%
	市町村	29,883	3,147	33,030	35,356	93.4%

(注)千葉県消費者センター、県内各市の消費生活センター及び各市消費生活相談窓口で受け付けた相談のうち、PIO-NETに登録された相談件数

2. 苦情相談の状況

「PIO-NET」に登録された千葉県内の平成21年度の相談件数のうち苦情相談38,940件（県 9,057件、市町村29,883件）について分析します。

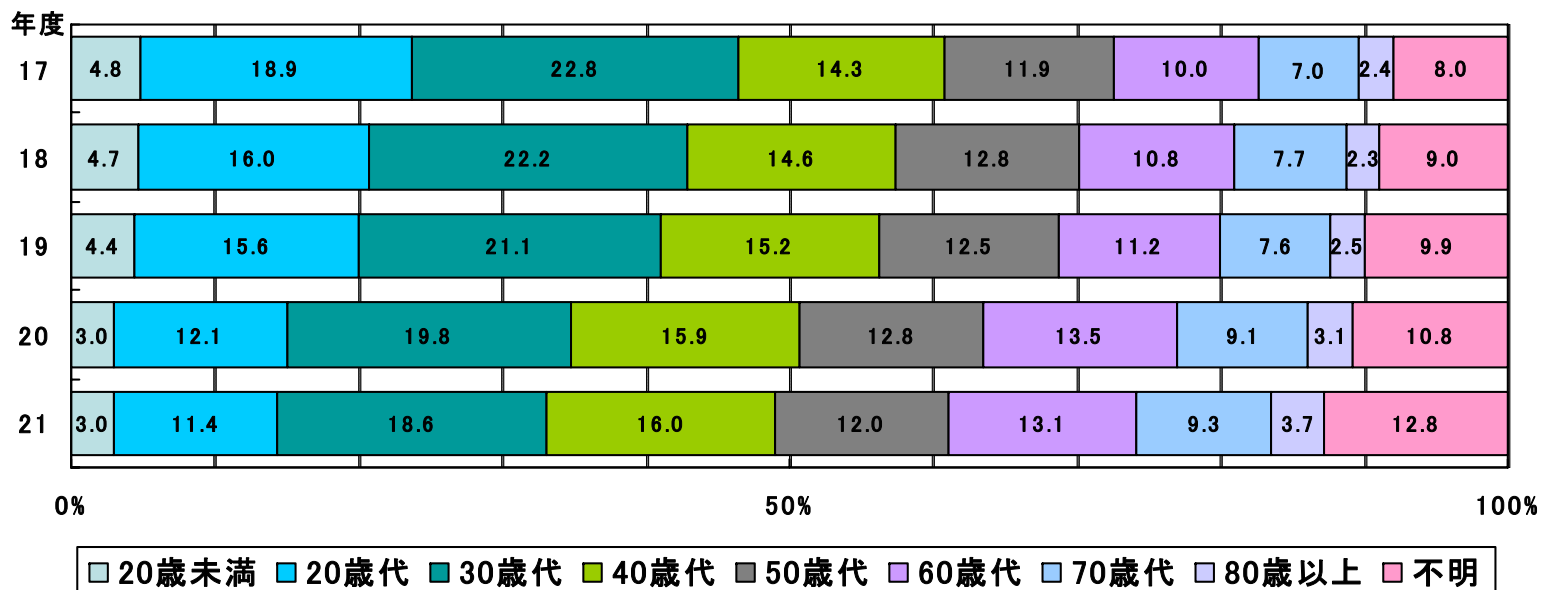
(1) 契約当事者の年代別割合

契約当事者の年代別の件数の全体に占める割合は、21年度では30歳代18.6%が多く、次いで40歳代16.0%、60歳代13.1%となっています。

年度ごとの推移では、30歳代以下の割合が減少しており、17年度には、46.5%であったのが、33.0%となっています。

一方で、60歳以上の高齢者の割合が増えており、17年度には19.4%であったものが、21年度には26.1%となっています。

図1 契約当事者年代別割合の推移



(2)商品・役務ごとに見た相談の状況

ア 相談の多い商品・役務

21年度から商品役務等分類の一部が変更となったため、20年度と比較できない項目もあります。

①デジタルコンテンツ(21年度新規項目)

パソコンや携帯電話等により、インターネットを通じ各種サイトから得られる情報やサービス。無料のアダルトサイトを閲覧して、年齢等を入力してクリックしたところ料金を請求された、無料の占いサイト等に登録したところ、出会い系サイトに登録され料金を請求されたなどの相談が多くなっています。また出会い系サイトを利用しメールの交換をしているうちに、利用料が高額になったとの相談もあります。

②フリーローン・サラ金

消費者金融、クレジット会社、銀行等による用途を限定しないで設定されている消費者ローン。平成18年に改正貸金業法が公布され、相談は減少傾向にあります。

③不動産貸借

賃貸アパートの相談が4分の3を占めています。退去時の修繕費用、敷金返還等でのトラブルが多くなっています。

④商品一般

商品が特定できないもの、複数の商品・役務にまたがる相談。身に覚えのない請求を通知したり、身に覚えのない債務で訴訟を起こすといった不審な葉書が送付される架空請求に関する相談が半分を占めていますが、20年度に比較すると激減しています。

⑤工事・建築

戸建住宅(新築・増改築・屋根工事・塗装工事等)に関する相談が3分の2を占めています。

⑥四輪自動車

中古自動車に関する相談が半分近くを占めています。契約・解約、品質に関するトラブルが多くなっています。

表2 相談の多い商品・役務

	21年度	件数	20年度	件数
1	デジタルコンテンツ (21年度新規項目)	6,268	オンライン等関連サービス	7,809
2	フリーローン・サラ金	3,534	フリーローン・サラ金	4,288
3	不動産貸借	2,031	商品一般	3,404
4	商品一般	1,728	不動産貸借	1,691
5	工事・建築	1,285	工事・建築	1,195
6	四輪自動車	656	電話サービス	774
7	修理サービス	565	エステティックサービス	612
8	携帯電話サービス (21年度新規項目)	497	四輪自動車	545
9	新聞	443	修理サービス	514
10	クリーニング	435	クリーニング	449
11	株	389	会社生命保険	417
12	インターネット接続回線 (21年度新規項目)	354	新築分譲マンション	411
13	音響・映像機器	335	医療サービス	402
	新築分譲マンション	335	新聞	381
15	普通生命保険 (21年度新規項目)	327	プロパンガス	318

イ 相談件数の増減が大きい商品・役務

(ア) 増加が大きい商品・役務

① 油脂(食用油)

平成21年9月に特定保健用食品の表示許可を受けていた食用油について、製造業者が販売を停止したことに伴って相談が急増しました。

② 株

証券取引所などに上場していない未公開株に関する相談が多くなっています。(上場するからと勧誘されて購入したが上場しない、未公開株を購入したが業者と連絡が取れなくなった、他の業者から買い取るからといわれて購入したが、買い取ってもらえないなど)また、一度購入すると次々勧誘されるケースが多くなっています。

③ 音響・映像機器

テレビと地上デジタル放送用のアンテナに関する相談が増加しています。

(イ) 減少が大きい商品・役務

① 商品一般

相談の約半分を占める架空請求の相談が減少傾向にあり、20年度の3分の1になっているため減少しています。商品一般のうち架空請求を除く相談数はほぼ変動ありません。

② エステティックサービス

事業者の倒産に関連して、19年度・20年度は相談が多かったですが、21年度は減少しています。

③ 社会保険・医療サービス

20年度には、市役所等の担当課を騙った電話があり、医療費の還付金があるので銀行に行き、ATMを操作するよとの振り込み詐欺と思われる相談が多かったため相談件数が多かったですが、21年度は減少しました。

図2 相談件数の増加が大きい商品・役務

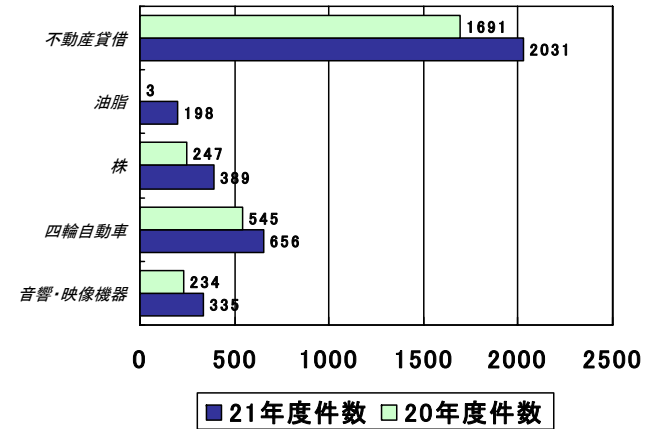
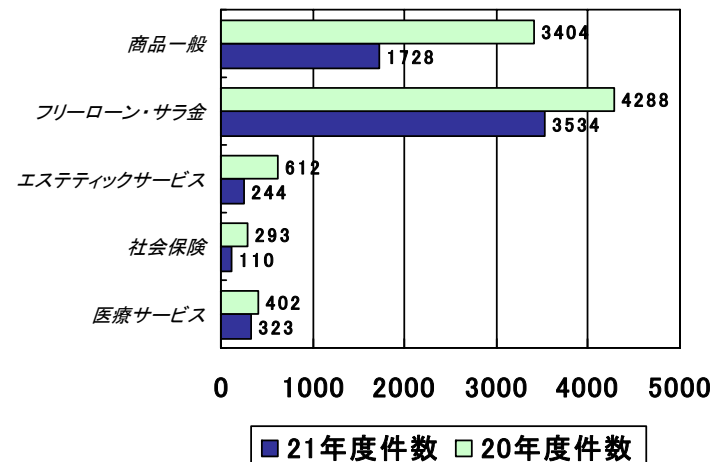


図3 相談件数の減少が大きい商品・役務



(3) 高齢者の相談の特徴

ア 販売購入形態

60歳以上の高齢者が契約当事者である相談の特徴として、店舗外の販売、特に訪問販売、電話勧誘販売の割合が高くなっています。通信販売によるものは60歳以上では割合が低くなっています。

ネガティブオプションとは、消費者からの申し込みなく、事業者が商品を送りつける商法

イ 相談の増加した商品・役務

①株

全年代での株に関する相談が389件のうち60歳以上が契約当事者である相談が303件と8割近くなっています。

また、そのうち未公開株の相談が262件となっています。

購入形態は電話勧誘販売(137件)と訪問販売(56件)が主なものとなっています。

実際に被害にあった人の平均被害金額も約350万円と高額になっています。

②金融関連サービスその他

クレジットカードの入退会や会費に関するトラブルが多くなっています。

年会費無料と思い申し込みをしたが、実際は年会費が必要だったり初年度のみ年会費無料だったケースや、申し込んだという認識がないクレジットカードが送付されたなどの相談が多くなっています。

③公社債

ダイレクトメールや電話により、高額な配当があるからと勧誘されたり、別の業者から高値で買い取るからと持ちかけられて次々社債を購入したが、買い取ってもらえなかったなどの相談があります。

実際に被害にあった人の平均被害金額も約340万円と高額になっています。

④防災・防犯用品

平成21年9月に腐食が進んだ古い消火器の爆発事故があり、その報道をうけて処分方法の相談の電話が多くありました。

また訪問販売で高額な消火器を売りつけられたという相談も相変わらず多くなっています。

図4 販売購入形態別相談件数

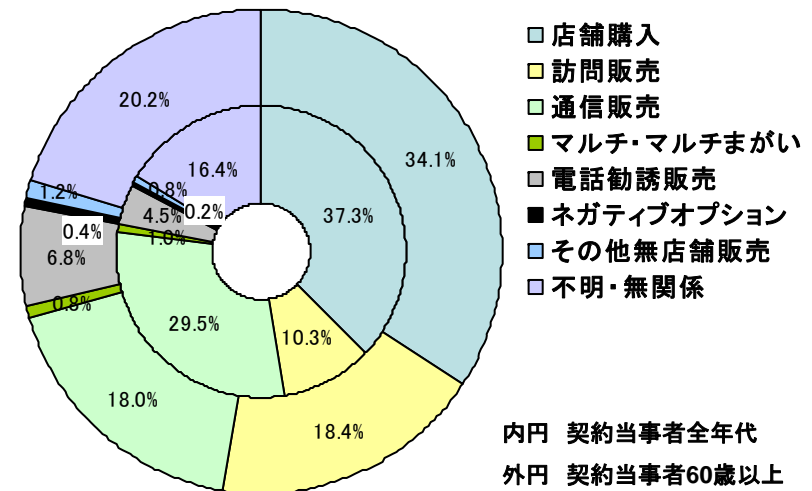


表3 相談の増加した商品・役務

商品・役務等	平成21年度	平成20年度	増減(対前年度比%)
株	303	166	137(82.5)
不動産貸借	253	172	81(47.1)
油脂	124	2	122(6,100.0)
音響・映像機器	122	77	45(58.4)
四輪自動車	96	53	43(81.1)
金融関連サービスその他	83	55	28(50.9)
給湯システム	74	46	28(60.9)
歯科治療	60	34	26(76.5)
公社債	57	13	44(338.5)
防災・防犯用品	55	35	20(57.1)

(4) 相談の多い販売方法とその特徴

順位	販売方法・手口	件数	契約当事者の傾向	主な商品・役務	相談の特徴等
1	インターネット通販	6,439	20歳～40歳代中心	①アダルト情報サイト(31.0%)②デジタルコンテンツその他(25.5%)③出会い系サイト(18.5%)	利用料無料のサイトに登録したところ、またはアダルトサイト等を閲覧しているうちに登録となり、料金を請求された相談が多い。出会い系サイトに関しては、高額な利用料の相談が多い。
2	家庭訪問販売	2,412	60歳以上 女性がやや多い	①工事建築(14.1%)②新聞(12.1%)③浄水器(5.3%)④給湯システム(4.1%)⑤ふとん類(3.9%)⑥プロパンガス(3.7%)⑦ソーラーシステム(3.2%)	突然の業者の訪問を受け、高額な契約をしたとの相談が多い。工事・建築は屋根、塗装、下水道工事など。給湯システムは電気温水器に関する相談が多い。
3	電話勧誘	2,328	30歳～40歳代、60歳～70歳代が多い	①株(9.5%)②新築分譲マンション(7.6%)③インターネット接続回線(5.0%)	未公開株等に関する相談は高齢者に、新築分譲マンションに関する相談は、30歳～40歳代で多い。長時間に及ぶ強引な勧誘、断っているのに商品を送付されたケースもある。
4	ワンクリック請求	1,798	10歳～40歳代 男性が多い	①アダルト情報サイト(72.7%)②デジタルコンテンツその他(14.5%)③出会い系サイト(11.5%)	アダルトサイトで無料の動画を見ようとして画面をクリックしているうちに、登録となり、料金を請求する。また、利用者のパソコンにウイルスを感染させ、数分おきに料金請求表示画面を表示させるケースもある。
5	無料商法	1,120	30歳代が中心	①デジタルコンテンツ(66.3%)②有線テレビ放送(2.1%)③家庭用電気治療器具(2.0%)④エステティックサービス(1.9%)	デジタルコンテンツに関する相談は、ワンクリック請求にかかるもの。他の商品・役務に関しては、無料のものが料金を請求されたり、他の有料の契約がセットになっていた、無料体験後、高額な契約を勧められたなどの相談がある。
6	二次被害	467	30歳代、60歳以上	①株(16.9%)②資格講座(10.1%)・資格取得用教材(10.1%)④デジタルコンテンツ(7.7%)	以前契約した商品・サービスについて、「損を取り戻す」「解約する」「未納である」との説明で、さらに金銭を支払わせるケースが多い。
7	サイドビジネス商法	429	30歳代が中心 女性が多い	①内職・副業その他(16.1%)②ワープロ・パソコン内職(10.3%)③健康食品(7.5%)④パチンコ関連内職(7.2%)	高額な登録料や教材費を支払ったものの、説明されたような収入が得られないケースが多い。また、「会員を増やすと利益になるから」として株や競馬の予想ソフト、健康食品等を販売するマルチ商法と関連する相談も多い。
8	利殖商法	402	70歳代が中心	①株(32.3%)②商品デリバティブ取引(18.7%)③ファンド型投資商品(15.7%)④新築分譲マンション(8.0%)⑤公社債(5.7%)	電話やダイレクトメールで金融商品を勧誘するケースが多い。購入後に連絡が取れなくなったり解約できなかったりする詐欺まがいのトラブルもある。
9	販売目的隠匿	342	女性が多い	①ふとん類(7.0%)②商品一般(6.4%)③浄水器(6.1%)	点検に来たと家庭を訪問したり、アンケートを口実にしたり販売目的を隠して消費者に接触。強引な勧誘で契約させられるケースもある。
10	次々販売	308	70歳以上の女性が多い	①工事・建築(8.4%)②ふとん類(7.8%)③エステティックサービス(5.2%)④株(4.9%)	高齢者に訪問販売で次から次へと契約をさせるケースが多い。