

平成18年度 長崎県消費生活センターの相談業務の実施結果について

**相談件数は6,739件、前年度比の約15%減少、
悪質巧妙化が進行し、多重債務の相談は増加！**

平成18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、前年度に比べて15.2%、1,205件減少し、6,739件となりました。

これは、出会い系サイト、アダルト情報等、電話等通信情報サービスに関する不当・架空請求などについての苦情相談が、1,392件（前年度比59.2%、960件）と激減したことによるもので、平成17年度に引き続いての減少となりました。

しかし、10年前の平成8年度相談件数、3,450件と比べ約2倍と、依然として多くの相談が寄せられています。その内容については高齢者を狙う悪質商法などに見られるようにますます悪質巧妙化が進んでいるとともに、大幅な減少となった不当・架空請求については消費者を不安に陥れて騙す新たな手口が次々と出現しており、油断ができない状況が続いています。

また、社会問題化している多重債務問題については、平成18年度、1,352件と前年度に比べて約1割の増加となりました。

こうした苦情・相談について、県消費生活センターでは、弁護士会、司法書士会、警察、市町など関係機関と連携をとりながら、相談者に対し必要な助言や情報の提供を行い、消費者トラブルの解決をお手伝いしています。

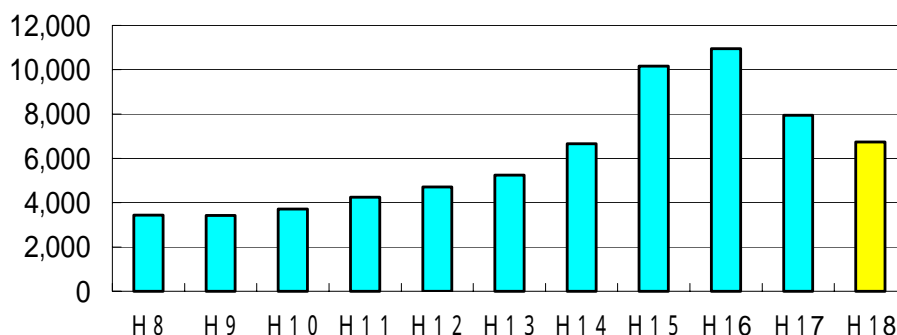
18年度の相談のうち、県消費生活センターではクーリング・オフや特定商取引法・消費者契約法を活用するなど助言や斡旋により1,458件について、5億3,759万円を救済することができました。

1. 受付件数

平成18年度は、6,739件（苦情・相談6,414件、問い合わせ325件）の苦情相談等を受け付けており、前年度と比べて1,205件（15.2%）減少している。

表1 受付件数の推移

年度	H8	H9	H10	H11	H12	H13	H14	H15	H16	H17	H18
受付件数	3,450	3,425	3,718	4,244	4,712	5,247	6,667	10,170	10,961	7,944	6,739
苦情相談	3,308	3,285	3,513	4,133	4,554	5,066	6,458	9,971	10,796	7,680	6,414
問合せ	142	140	205	110	158	181	209	199	165	264	325
増減	204	-25	293	526	468	535	1,420	3,503	791	-3,017	-1,205
率	6.3	-0.7	8.6	14.1	11.0	11.4	27.1	52.5	7.8	-27.5	-15.2

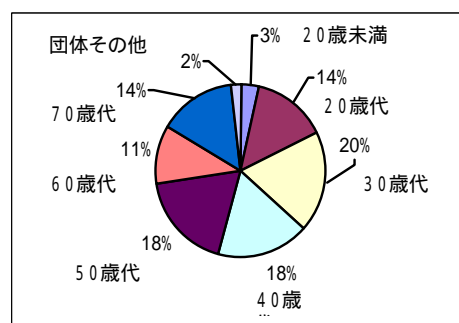


2. 当事者の年代別内訳

各年代とも前年度に比して減少している。平成17年度は全体の相談件数が大幅減少したなかで、60歳代、70歳以上の高齢者は増加したが、平成18年度は一転して減少に転じた。

表2 年代別・性別件数(苦情の内訳)

	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	団体その他	合計
男性	148	450	616	612	581	339	389	1	3,136
女性	65	463	607	535	593	359	540	2	3,164
団体								114	114
計	213	913	1,223	1,147	1,174	698	929	117	6,414
構成比	3.3	14.2	19.1	17.9	18.3	10.9	14.5	1.8	100.0
(前年)	267	1,162	1,367	1,390	1,206	1,160	1,041	87	7,680
(増減)	-54	-249	-144	-243	-32	-462	-112	30	-1,266
増減比	-20.2	-21.4	-10.5	-17.5	-2.7	-39.8	-10.8		



3. 商品・役務(サービス)の種類別上位件数

相談内容は電話等通信情報サービスのトラブルが大幅に減少したものの依然として役務(サービス)に関する苦情相談が商品に対する相談を上回っている。(役務(サービス)4,403件、商品2,011件)

商品では、高齢者の苦情・相談が多い「健康食品」「ふとん類」が1位、2位を占めている。6位「健康器具」も典型的な高齢者被害である。上位件数を占める商品の種類は順位の変動はあるものの例年どおりの商品が並んでおり、「資格取得用教材」「健康食品」が前年度より大きく減少し、「浄・整水器」は増加している。

役務（サービス）では、電話等通信情報サービスは15、16年度と大幅に増え続けていたが、17年度に続いて18年度も大幅な減少となった。サラ金・ヤミ金融は15年度をピークに減少してきたが、18年度は増加し1位となった。

この上位1、2位合計の相談件数（2,978件）は、役務の約68%を占めている。

特に電話等通信情報サービスについてみると、有料情報サービス（アダルト情報など）や、出会い系サイトなどを利用したとして、消費者に対しハガキや文書、メール、電話、FAXなどを使って詐欺的な手法で料金を請求する違法行為がほとんどで、公的機関を連想させる名称を用いたり、弁護士事務所や消費生活センターの名を騙るなど、ますます悪質巧妙化している。

表3 商品・役務（サービス）の種類別上位件数

商 品				役務(サービス)			
1	健康食品	133	(172)	1	サラ金・ヤミ金融	1,586	(1,561)
2	ふとん類	113	(137)	2	電話等通信情報サービス	1,392	(2,352)
3	自動車	103	(118)	3	不動産貸借	242	(243)
4	資格取得用教材	101	(153)	4	工事・建築	134	(147)
5	浄・整水器	82	(67)	5	内職・副業	109	(79)
6	健康器具	78	(80)	6	生命保険	79	(80)
7	化粧品	72	(63)	7	修理サービス	61	(57)
8	本	65	(63)	8	リースサービス	54	(65)
9	アクセサリ	58	(73)	9	未公開株	39	(17)
10	学習教材	54	(82)	9	駆除・清掃サービス	39	(78)
11	新聞	50	(88)	11	損害保険	38	(31)
12	ミシン	48	(51)	11	エステティック	38	(40)
13	パソコン類	43	(85)	13	宝くじ	35	(48)
	商品計	2,011	(2,269)		役務計	4,403	(5,411)

()は前年度

4 . 年代別上位の商品・役務（サ - ビス）

電話等通信情報サービス（表4中には、情報サービスと記載）が17年度に引き続き激減し、代わりに全国的に社会問題化している多重債務問題を反映して、30歳代以上の各年代では「サラ金・ヤミ金融」が圧倒的に1位となっている。

70歳以上は上位の商品・役務（サービス）の相談件数のひらきが他の年代ほどなく、「サラ金・ヤミ金融」「情報サービス」を除く「健康食品」「健康器具」「ふとん」などの相談が多い点は高齢者の特徴を示している。

40歳代以下の年代で3位を占めた「不動産貸借」は、賃貸アパートなどで退去時の敷金の取り扱いをめぐる家主とのトラブルが相談の大部分を占めている。

表4 年代別上位の商品・役務(サービス)

	1位		2位		3位		4位		5位	
20歳未満	情報サービス	171	サラ金・ヤミ金融	4	不動産貸借	3	自動車	3	新聞	3
20歳代	情報サービス	253	サラ金・ヤミ金融	226	不動産貸借	56	資格教材	28	ふとん	27
30歳代	サラ金・ヤミ金融	380	情報サービス	289	不動産貸借	89	資格教材	47	自動車	31
40歳代	サラ金・ヤミ金融	390	情報サービス	234	不動産貸借	39	学習教材	21	自動車	21
50歳代	サラ金・ヤミ金融	328	情報サービス	275	工事・建築	25	不動産貸借	24	生命保険	21
60歳代	サラ金・ヤミ金融	148	情報サービス	79	工事・建築	30	ふとん	23	生命保険	17
70歳以上	サラ金・ヤミ金融	104	情報サービス	78	健康食品	72	健康器具	44	ふとん	41

5. 特定商取引法に該当する販売方法(特殊販売)

特殊販売の苦情・相談件数は、3,368件で全体(6,414件)の52.5%を占めている。(表5-1)

また、通信販売が減少しているのは、分類上、「インターネット・携帯電話等」の有料情報サービスが通信販売で整理されており、これに関するアダルト情報、出会い系サイトなどの不当・架空請求などが減少したためである。(表5-2)

高齢者からの苦情・相談が多い販売方法は、家庭訪販とインターネット・携帯電話等及びSF商法並びに電話勧誘販売である。

若い人では、インターネット・携帯電話等と電話勧誘販売並びに家庭訪販等が多い傾向にある。(表5-3)

表5-1 特殊販売の相談件数

	訪問販売	通信販売	電話勧誘販売	マルチ等商法	ネガティブオブション	その他無店舗販売	特殊販売計	特殊販売以外	計
H17	1,290	2,836	448	193	3	80	4,852	2,828	7,680
H18	974	1,735	390	210	7	52	3,368	3,046	6,414
構成比	28.9	51.5	11.6	6.2	0.2	1.5	100.0		

表5-2 特殊販売形態別相談件数と主な商品サービスの内容

区分	販売形態	件数	主な商品・サービス
訪問販売 974	家庭訪問	723	ふとん類 79 浄・整水器 65 新聞 43 健康食品 40 ミシン 39 学習教材 35 駆除・清掃サービス 31 床下換気扇 23
	アポイントメント商法	60	アクセサリ 17 エステ 8 複合サービス会員権 6 婦人下着 6
	SF商法	57	健康器具 23 ふとん類 11 健康食品 8
	職場訪販	40	リースサービス 21 消火器 4 生命保険 2
	キャッチセール	18	エステ 4 放送サービス 4 化粧品 3
	その他	76	
通信販売 1735	インターネット・携帯電話等	1,234	アダルト情報、出会い系サイト等の不当・架空請求 1,126 サラ金・ヤミ金融 12
	DM広告	159	サラ金・ヤミ金融 80 アダルト情報、出会い系サイト等の不当・架空請求 28 宝くじ 25
	折込広告	29	内職 7 サラ金・ヤミ金融 5
	雑誌広告	119	アダルト情報、出会い系サイト等の不当・架空請求 57 サラ金・ヤミ金融 22
	その他	194	
	電話勧誘販売	390	資格取得用教材 95 サラ金・ヤミ金融 63 本 43
	マルチ商法	210	化粧品 38 健康食品 35 パソコン 14 内職 10 音響・映像機器 10
	ネガティブオブション	7	本 4 健康食品 1
	その他無店舗の展示販売	52	放送サービス 7 着物類 7 アクセサリ 7 健康器具 4
	計	3,368	

5 - 3 特殊販売形態別・年代別の件数

	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	団体・不明	計
家庭訪問	5	56	66	72	74	124	323	3	723
アポイントメント商法	0	35	8	3	5	7	2	0	60
SF商法	0	2	0	1	4	5	44	1	57
職場訪問	0	2	3	2	4	4	4	21	40
キャッチセールス	3	10	3	1	0	1	0	0	18
インターネット・携帯電話等	156	235	277	208	253	49	51	5	1,234
DM広告	5	16	26	47	31	17	17	0	159
折込広告	0	2	11	5	3	6	2	0	29
雑誌広告	25	22	35	25	10	1	1	0	119
電話勧誘販売	0	49	92	64	61	40	75	9	390
マルチ商法	0	52	25	37	41	26	27	2	210
ネガティブオプション	0	1	0	1	0	1	1	3	7
その他無店舗の展示販売	1	6	7	4	12	10	11	1	52
その他・不明	0	0	0	0	0	0	0	270	270
計	195	488	553	470	498	291	558	315	3,368

6 . 多重債務

多重債務とは、消費者金融等からの金銭の借り入れや、クレジットの利用により発生した債務が本人の返済能力を超えることである。

生活困窮等の事情で資金が必要となり、手軽で簡便な「サラ金」を利用し、返済に追われて、借り換えを繰り返し、最終的には返済不能に陥るケースが多く、自己破産を含めた債権整理を迫られることになる。

年齢別についてみると20歳代から50歳代までにまんべんなく発生している。しかし、40歳代、50歳代では若干減少しているが、17年度に比べ全体では、128件（約10%）増加している。（表6-1）

多重債務に陥った主な原因についてみると、生活費が約1/3（36.7%）、ギャンブル等遊興費が約1/4（23.9%）となっている。（表6-1下段）

サラ金・ヤミ金融の相談（1,586件 表3）は、14年度までは役務（サービス）部門のトップを占め続けてきたが、15年度は2位になり、17年度まで減少していたが、18年度は増加に転じた。

サラ金・ヤミ金融の相談件数の推移

	H10	H11	H12	H13	H14	H15	H16	H17	H18
順位									
件数	727	842	923	1,167	1,861	2,878	1,681	1,561	1,586

表6 - 1 多重債務の年齢別・男女別相談件数と原因

	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	不明	計	比率
男性	2	119	208	182	148	57	57	0	773	57.2
女性	0	95	118	127	104	70	65	0	579	42.8
合計	2	214	326	309	252	127	122	0	1,352	100.0
前年度	1	212	252	310	274	93	81	1	1,224	-
増減	1	2	74	-1	-22	34	41	-1	128	-
構成比	0.1	15.8	24.1	22.9	18.6	9.4	9.0	0.0	100	-

原因	生活費	遊興費	保証人等	事業失敗	住宅	失業疾病	悪質商法	計	その他・不明	計
人数	376	245	134	105	33	21	110	1,024	328	1,352
構成比	36.7	23.9	13.1	10.3	3.2	2.1	10.7	100		

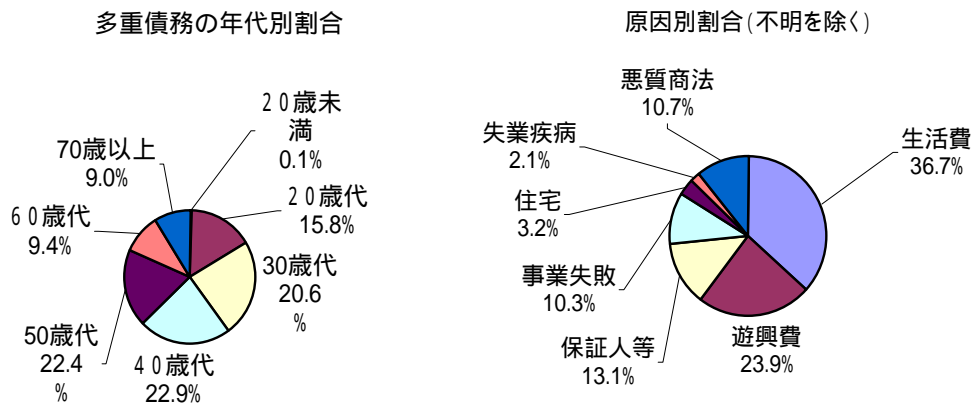


表6 - 2 多重債務額(相談者申出額)

債務残高	今年度		前年度 件数	増減
	件数	比率(%)		
100万円未満	213	15.8	157	56
100～300万円	374	27.7	316	58
300～500万円	238	17.6	221	17
500～1000万円	131	9.7	135	-4
1,000万円以上	75	5.5	68	7
不明	321	23.7	327	-6
計	1,352	100.0	1,224	128

債務総額等

債務総額	39億4,739万円
前年度	38億3,622万円
平均額	383万円
前年度	428万円

7. 処理結果

県消費生活センターに寄せられた苦情・相談の処理結果は、助言が5,814件、センターが相談者と業者の間に立つ斡旋が526件であった。(表7-1)

これらにより、契約の解除や取り消しができて救済されたものが1,458件の5億3,759万円となった。(表7-2)

表7 - 1 処理結果

内 容	件 数		増 減
	17 年 度	18 年 度	
助 言	7,127	5,814	-1,313
幹 旋	469	526	57
情 報 提 供	30	12	-18
他機関紹介	31	19	-12
苦情処理部会	0	1	1
そ の 他	23	42	19
計	7,680	6,414	-1,266

県消費生活センターでは、相談者が自主的に交渉ができるよう助言・斡旋を行っている。

一言に「助言」と言っても、それぞれの相談のケースによって内容は千差万別である。例えば、身に覚えのない不当請求のハガキに対してどう対処したらよいかをアドバイスしたり、クーリング・オフや消費者契約法を活用して契約を解除する場合、文書の書き方や注意事項をわかりやすく相談者に説明し、できあがった文書にも目を通すなど細かい配慮を行っている。

「斡旋」は、相談者だけでは解決が困難と思われるケースの場合、センターが業者と相談者との間に立って斡旋し解決を図るもの。

また、法的な対応が必要な案件については、弁護士会や司法書士会などに相談するよう勧めている。

センターが助言や斡旋をすることにより、契約の解除や取り消しができたものを取りまとめたのが表7 - 2となっている。

表7 - 2 救済額

方 法	年 度	件 数	救済額(万円)	平均(万円)
ク ー リ ン グ ・ オ フ	18	277	11,413	41
	17	416	17,639	42
	増 減	-139	-6,226	-1
特 定 商 取 引 法 ・ 消 費 者 契 約 法	18	276	16,303	59
	17	392	24,763	63
	増 減	-116	-8,460	-4
そ の 他	18	905	26,043	29
	17	1,170	26,848	23
	増 減	-265	-805	6
合 計	18	1,458	53,759	37
	17	1,978	69,250	35
	増 減	-520	-15,491	2

用語の説明（国民生活センター等の定義による）

S F（催眠）商法

「くじに当たった」「新商品を紹介する」などといって人を集め、閉め切った会場で台所用品などを無料で配り、得した気分になせ、興奮状態にしておいて、異様な雰囲気の中で最後に高額の商品を売りつける。

キャッチセールス

駅や繁華街の路上でアンケート調査などと称して呼び止め、喫茶店や営業所に連れて行き、応じない限り解放しない雰囲気にして商品・サービスを契約させる。

アポイントメント商法

「景品が当たった」「旅行に安く行ける、会って話したい」などと、販売目的を隠し、「あなただけは特別」などと、有利な条件を強調して電話などで営業所や喫茶店に呼び出し、商品・サービスを契約させる。

ネガティブオプション

商品を一方的に送りつけ、消費者が受け取った以上、支払わなければならないと勘違いして支払うことを狙った商法。代金引換郵便を悪用したものもある。福祉目的をうたい、寄付と勘違いさせて商品を買わせることもある。

マルチ商法

マルチ商法とは、「もうかる」と商品の販売組織に誘い、商品やサービスを契約させ、次々に組織への加入者を増やしていくと利益が得られるというもの。勧誘時の成功話と違って思うように加入者を獲得できず、売れない商品を抱えることが多い。

多重債務

消費者金融（サラ金）、クレジット会社、銀行等からの金銭の借り入れや、クレジットの利用により発生した債務が本人の返済能力を超えること。

クーリング・オフ制度

訪問販売など特定の取引について、いったん契約した場合でも、契約書面を受け取った日から一定期間は消費者に考え直す機会を与え、理由なしで契約を解除することを認める制度。

特 殊 販 売

特定商取引法に規定する販売形態のことで、訪問販売、通信販売及び電話勧誘販売、連鎖販売(マルチ)、特定継続的役務提供(エステなど)並びに業務提供誘引販売(内職商法など)を言う。

次 々 販 売

一人の消費者に一業者又は複数の業者が商品・役務(サービス)を立て続けに販売すること。次々販売の相談件数のとらえ方は、16年度までは契約者(人数)ベースであったが、17年度からより実態を捉えるために契約ベースに変更している。

C I C

株式会社シー・アイ・シーとは、クレジット会社などの共同出資により設立されたクレジット業界の個人信用情報機関。CICには、クレジット取引に関する情報(個人信用情報)が、クレジット会社より登録されている。

成 年 後 見 制 度

判断能力の不十分な方々は、財産を管理したり、介護などのサービスや施設への入所に関する契約を結んだりする必要があっても、自分一人では難しい場合がある。また、悪徳商法に引っかかり不利益な契約を結んでしまうこともある。このような方々を保護し、支援する制度。

住 宅 リ フ ォ ー ム

当センターでは、統計の分析上、住宅リフォームの定義については、全国消費生活情報ネットワーク・システム(国民生活センターPIO-NET)分類の中分類「工事・建築」のうち「工事・建築サービス」「増改築工事」「屋根工事」「壁工事」「塗装工事」「内装工事」「電気工事」「ガス工事」「衛生設備工事」、中分類「他の住居雑費」のうち「乾燥剤」、中分類「住居管理設備」のうち「床下換気扇」「他の住居管理設備(床下ジャッキ)」、中分類「駆除サービス」のうち「白蟻駆除サービス」としている。

県消費生活センターの消費者教育・啓発事業（18年度実績）

当センターは、消費生活に関する相談及び苦情を受け付けて関係する機関と連携をとりながら、相談者に対して必要な助言や情報の提供を行い、消費者トラブルを解決しております。その一方では消費者自らが、物事を判断する確かな目を持ち、主体性を持って考え、行動する自立した消費者となるように消費者教育及び啓発事業を推進して、消費者トラブルの未然防止を図っています。

消費者教育・啓発事業

1. 消費生活支援講座

(1) ヤング講座 消費者相談の多い若年者の被害の未然防止を図るため、高等学校が実施する講座に講師の派遣を行う。

開催回数 48回（島原高校外 47校） 受講者数 6,223人

(2) シニア講座 消費者相談の多い高齢者の被害の未然防止を図るため、各種団体が実施する講座に講師の派遣を行う。

開催回数 24回（長崎県すこやか長寿財団外 23団体） 受講者数 1,726人

(3) リーダー講座 地域ぐるみの取り組みで被害の未然防止を図るため地域リーダー養成のための講座を開催

開催回数 12回 受講者数 665人

2. 消費生活通信講座 従業などのために講座や学習会等の受講機会が少ない一般消費者を対象に消費生活に関する基礎知識を内容とした通信講座を実施。

期間 平成17年11月～1月（3ヶ月） 受講者数 1,000人

テーマ 「くらしの法律」について外4テーマ

3. 消費生活学習会 各地区の女性団体、生活学校、その他各種団体等の要請により、かしこい消費者として自主的且つ、合理的に行動するため消費生活に関する学習指導を実施。

開催回数 30回 受講者数 1,039人

4. くらしの講座（学習テスト含む） 各消費者団体やグループからの要請により、当センター内において、消費生活の向上を目的とした講座（講話、実習、見学）を実施。

開催回数 5回 受講者数 133人

5. 消費者講座（くらしの安全）

製品による事故や商品の安全性及び品質等「くらしの安全」を推進するため必要な情報を提供。開催回数 7回 受講者数 421人

6. 消費者月間事業 5月の「消費者月間」に併せて消費者問題講演会を実施。

日時 平成18年6月4日 場所 佐世保市

参加者 140人 内容 「悪徳商法から身を守る」

7. 消費者情報提供事業

(1) 情報紙「くらしの情報」を毎月発行 13,700部

(2) ラジオ・テレビ・長崎新聞（生活110番）への情報提供

(3) 全世帯広報誌「県政だより」への情報掲載

8. 展示 当センター展示室において、パネルや現物を展示し、製品の警告表示や食品の表示・添加物などの基礎知識、商品テスト結果など商品やサービスに関する情報の提供。

表- 平成16, 17, 18年度講座等実施状況

	消費生活 学習会		くらしの講座 (学習テスト含)		くらしの安全		消費生活支援講座						通信講座		合計		パネル展	
			回数	受講数	回数	受講数	回数	受講数	ヤング講座		シニア講座							
	回数	受講数	回数	受講数	回数	受講数	回数	受講数	回数	受講数	回数	受講数	回数	受講数	回数	受講数	回数	日数
H18	30	1,039	5	133	7	421	48	6,223	24	1,726	12	665	1	1000	127	11,207	2	2
H17	30	1,319	6	204	2	147	43	6,241	25	2,229	8	562	1	860	115	11,562	2	2
H16	24	1,024	8	129	9	331	36	5,150	25	2,800	8	527	1	920	111	10,881	2	2

特集

．増え続ける高齢者の消費者トラブル

当センターが受け付けた70歳以上の高齢者に関する苦情件数は、ここ数年来増加傾向が続いていたが、18年度は減少に転じました。しかし、依然として高水準にあると言えます。(表1)

販売形態別では、訪問販売が373件と全苦情・相談の約40%を占めています。(表3) 本人以外からの相談申し出は410件、率で44.1%(表4)と他の年代と比較すると多く、判断不十分者(表6-1)、次々販売(表7-1)、住宅リフォーム(表8-2)に占める割合も高くなっています。

表1．70歳以上の苦情相談の受付件数

		H18	H17	H16	H15	H14	H13
70歳以上	男性	389	380	338	293	251	216
	女性	540	661	625	513	427	411
	計	929	1,041	963	806	678	627
全体受付件数		6,414	7,680	10,796	9,971	6,458	5,065
構成比		14.5	13.6	8.9	8.1	10.5	12.4
前年度比		89.2	108.1	119.5	118.9	108.1	120.3

表2．70歳以上の主な商品・役務

	H18		H17		H16		H15		H14		H13		
	商品・役務	件数	商品・役務	件数	商品・役務	件数	商品・役務	件数	商品・役務	件数	商品・役務	件数	
70歳以上	1位	サラ金	104	情報サービス	106	情報サービス	182	サラ金	111	健康食品	70	健康食品	68
	2位	情報サービス	78	サラ金	76	健康食品	105	健康器具	63	健康器具	58	ふとん	56
	3位	健康食品	72	健康食品	74	健康器具	65	健康食品	60	ふとん	53	健康器具	44
	4位	健康器具	44	ふとん	69	サラ金	64	ふとん	55	サラ金	44	サラ金	44
	5位	ふとん	41	健康器具	56	ふとん	52	情報サービス	36	情報サービス	32	駆除・清掃	22
	計		339		381		468		325		257		234

表3．70歳以上の販売形態の件数

	販売形態	H18	H17	H16	H15	H14	H13
70歳以上	家庭訪販	323	444	360	311	329	274
	インターネット・携帯	51	76	120	20	15	13
	SF商法	44	68	102	80	61	73
	電話勧誘販売	75	62	69	64	62	58
	DM広告	17	38	22	21	10	9
	無店舗展示販売	11	20	23	12	20	0
	マルチ商法	27	15	20	11	13	16
	アポイントメント商法	2	6	4	1	2	0
	折込広告	2	3	0	4	4	7
	職場訪問	4	3	1	1	0	0
	雑誌広告	1	1	1	0	1	0
	ネガティブオプション	1	0	3	0	2	0
	キャッチセール	0	0	1	0	1	0
特殊販売計		558	736	725	525	519	450

表4．契約当事者と当事者以外からの苦情相談

契約当事者		本人からの相談	家族・知人等からの相談	計
60歳代	件数	526	172	698
	構成比	75.4	24.6	100
70歳以上	件数	519	410	929
	構成比	55.9	44.1	100
全体苦情件数	件数	4,515	1,899	6,414
	構成比	70.4	29.6	100

表5．70歳以上の多重債務者数

		H18	H17	H16	H15	H14	H13
70歳以上	男性	57	34	27	19	15	16
	女性	65	47	20	25	18	16
	計	122	81	47	44	33	32
全体件数		1,352	1,224	1,139	1,194	1,351	921
構成比		9.0	6.6	4.1	3.7	2.4	3.5

表6 - 1．判断不十分者（認知症の高齢者の方、知的障害のある方、精神障害のある方など）の性別年齢別件数

		20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	計
18年度	男性	0	7	5	4	8	6	38	68
	女性	0	4	5	2	6	8	93	118
	計	0	11	10	6	14	14	131	186
	率	0.0	5.9	5.4	3.2	7.5	7.5	70.4	100
17年度	男性	0	3	3	9	7	12	28	62
	女性	1	2	3	7	5	8	81	107
	計	1	5	6	16	12	20	109	169
	率	0.6	3.0	3.6	9.5	7.1	11.8	64.5	100
16年度	男性	0	7	3	5	6	4	18	43
	女性	0	5	3	1	2	1	42	54
	計	0	12	6	6	8	5	60	97
	率	0.0	12.4	6.2	6.2	8.2	5.2	61.9	100

表6 - 2．判断不十分者の主な商品・役務

順位	H18		H17		H16	
	商品・役務	件数	商品・役務	件数	商品・役務	件数
1	健康食品	24	サラ金	16	床下換気扇	12
2	サラ金	19	健康食品	14	サラ金	10
3	浄・整水器	13	ふとん	11	健康食品	7
4	ふとん	9	床下換気扇	10	電話等情報通信サービス	6
5	健康器具	7	工事・建築	10	ふとん	6
6	床下換気扇	6	新聞	9	駆除・清掃サービス	5
7	ミシン	5	駆除・清掃サービス	9	本	4
8	株	5	電話等情報通信サービス	7	浄・整水器	3
9	駆除・清掃サービス	5	着物類	5	着物類	3

表6 - 3 . 判断不十分者の契約購入金額の件数

契約購入額	H18	H17	H16
1000円未満	0	1	1
1万円未満	5	2	2
5万円未満	14	14	7
10万円未満	8	8	5
50万円未満	65	36	21
100万円未満	35	30	12
500万円未満	28	41	26
500万円以上	3	37	2
無回答	0	0	21
計	186	169	97

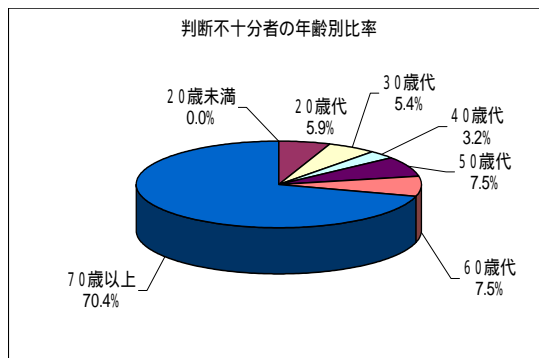


表7 - 1 . 次々販売の性別年齢別件数

年度	性別	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	計
		率							
18年度	男性	1	17	19	10	5	3	34	89
	女性	0	14	11	7	10	30	91	163
	計	1	31	30	17	15	33	125	252
	率	0.4	12.3	11.9	6.7	6.0	13.1	49.6	100
17年度	男性	0	12	6	9	5	19	34	85
	女性	0	11	8	17	11	18	161	226
	計	0	23	14	26	16	37	195	311
	率	0.0	7.4	4.5	8.4	5.1	11.9	62.7	100
16年度	男性	1	8	3	6	6	8	22	54
	女性	0	20	6	7	6	14	60	113
	計	1	28	9	13	12	22	82	167
	率	0.6	16.8	5.4	7.8	7.2	13.2	49.1	100

表7 - 2 . 次々販売の主な商品・役務

順位	H18		H17		H16	
	商品・役務	件数	商品・役務	件数	商品・役務	件数
1	ふとん	23	床下換気扇	33	健康食品	47
2	健康食品	21	健康食品	26	床下換気扇	11
3	資格取得用教材	19	ふとん	25	ふとん	9
4	床下換気扇	14	駆除・清掃サービス	23	着物類	9
5	浄・整水器	12	工事・建築	17	アクセサリ	8
6	アクセサリ	12	広告代理サービス	17	広告代理サービス	8
7	学習教材	10	乾燥材	16	資格取得用教材	8

表7 - 3 . 次々販売の契約購入金額の件数

契約購入額	H18	H17	H16
1000円未満	0	0	0
1万円未満	2	3	2
5万円未満	13	19	5
10万円未満	5	3	3
50万円未満	82	60	17
100万円未満	60	74	29
500万円未満	63	92	74
500万円以上	8	23	15
無回答	19	37	22
計	252	311	167

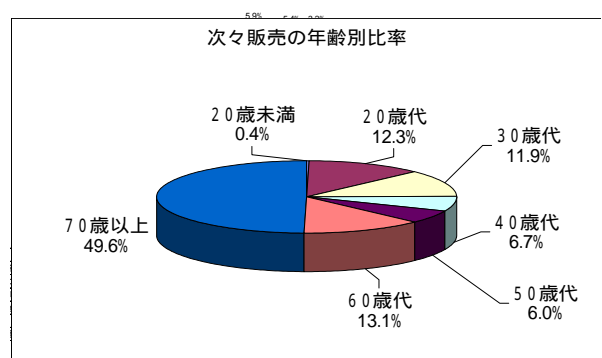


表 8 - 1 . 住宅リフォームの苦情・相談件数の推移

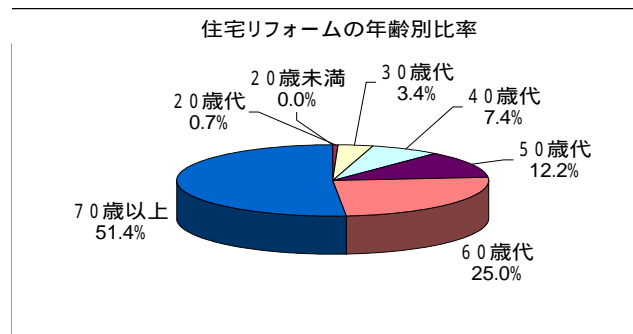
	総件数	住宅リフォーム	割合	前年比
18年度	6,414	149	2.3%	-37.1%
17年度	7,680	237	3.1%	57.0%
16年度	10,796	151	1.4%	-23.4%
15年度	9,971	197	2.0%	7.1%

表 8 - 2 . 住宅リフォームの性別年齢別件数

		20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	計
18年度	男性	0	1	3	8	10	16	34	72
	女性	0	0	2	3	8	21	43	77
	計	0	1	5	11	18	37	77	149
	率	0.0	0.7	3.4	7.4	12.1	24.8	51.7	100
17年度	男性	0	0	6	8	15	21	42	92
	女性	0	0	2	5	10	17	111	145
	計	0	0	8	13	25	38	153	237
	率	0.0	0.0	3.4	5.5	10.5	16.0	64.6	100
16年度	男性	0	0	1	7	8	16	30	62
	女性	0	1	3	8	13	28	36	89
	計	0	1	4	15	21	44	66	151
	率	0.0	0.7	2.6	9.9	13.9	29.1	43.7	100
15年度	男性	0	4	2	6	16	24	37	89
	女性	0	1	4	9	21	22	51	108
	計	0	5	6	15	37	46	88	197
	率	0.0	2.5	3.0	7.6	18.8	23.4	44.7	100

表 8 - 3 . 住宅リフォームの商品・役務件数

18年度			
順位	商品・役務名	件数	割合
1	屋根工事	36	24.2%
2	白蟻駆除サービス	26	17.4%
3	床下換気扇	24	16.1%
4	増改築工事	18	12.1%
5	塗装工事	9	6.0%
6	乾燥剤	9	6.0%
7	床下ジャッキ	8	5.4%
8	工事・建築サービス	7	4.7%
9	内装工事	5	3.4%
10	壁工事	3	2.0%
11	衛生設備工事	2	1.3%
12	電気工事	1	0.7%
13	工事・建築	1	0.7%
14	ガス工事	0	0.0%
合計		149	100%



・高齢者を狙う悪質商法の手口

高齢者が家族に相談する時間的なゆとりを与えない。

金額、商品名や支払い方法など、契約内容を十分に説明せず契約書に署名させる。

契約を拒否すると高圧的な態度や泣き落としをして困惑させる。

高齢者の人のよさや知識の不十分さなどを巧みに利用する。

不安感（健康に関する不安、住宅の強度に関する不安）をあおって商品・サービスを販売する。

【次々販売の事例1（平成18年10月くらしの情報より）】

1年半前、66歳になる一人暮らしの母は、訪問販売で自宅に来た業者から「無料で床下の点検をします。」と言われ、「無料なら」と思い点検を頼んだ。すると、「床下にカビがあるので床下換気扇の設置とカビ消毒が必要」と言われ工事契約をした。この契約を締結して5ヶ月後、今度は「シロアリが発生している。このままでは家が食いつぶされる。」と同じ業者から言われ、シロアリ駆除の契約をした。

その後、母は別の訪問販売業者から健康食品も購入しており、その契約書の職業欄に農業と虚偽の記載もさせられ、断りきれず契約している。すべての契約の総額は99万円にもなり、支払い困難になっている。解約できないか。

（46才、女性）

（センターのアドバイス）

当センターで、これら2種類の契約書について確認したところ、工事契約書については、商品の種類、販売店名、住所、代表者名の記載がなかったため、書面不備による契約の解除と、「家がつぶれる」などの不実の説明をしていることにより、契約取り消しを契約者名で書面により業者へ通知した。しかし、業者は書面に記載した契約者の主張を認めなかったため、業者に当センターへの来所を求め、当センターから業者に対して、罰則規定を含めてこれらの問題点を指摘した。その結果、業者は契約の解除に応じ既払い金を返金した。

健康食品の契約書についても、商品名の記載が不明確で、商品の特定ができないことから、契約の解除と、また健康食品が高血圧に効くと言われて買っていたので、消費者契約法による取り消しを相談者は業者に対して主張した。

その後、健康食品を販売した業者は、薬事法違反で逮捕されたため、信販会社から無条件解除により既払い金を返還すると連絡があった。これらの結果、契約総額99万円が救済された。

【次々販売の事例2（平成18年12月生活110番より）】

3年前、自宅に訪ねてきた販売員にチラシを見せられ、しつこく呉服の展示会に来るよう誘われた。その後、毎月のように販売員が自宅まで誘いに来て、展示会に行くと係員が3人、私について回り、商品を買うように勧めた。「払えない」と言っても「数ヶ月先からでいい、千円とか三千円ずつでいい」と言われて、バッグや指輪、健康器具などを次々に買ってしまった。しかし、途中で支払額が増え、今では月に6万円以上支払わなければいけない。年金は月に6万円しかない。買ったものは、ほとんど未使用である。契約総額は218万円となり、契約を解除したい。

（77才、女性）

（センターのアドバイス）

当センターで契約書面を確認したところ、商品名、業者名、支払期間などの記載に不備があったので、特定商取引法の不備な書面を交付したことによる契約の解除を、書面で業者に対して申し出るよう相談者に助言した。

また、当センターより業者に対して、年金暮らしの高齢者相手に高額な品物を次々に販売することは、特定商取引法の適合性原則（顧客の知識、経験、財産の状況に照らして適当と認められる者を取引相手とすること）並びに県条例の支払い能力を超える借り入れをさせる取引及び過大な量の商品を購入させる取引を禁止している条項に違反していることなどを指摘した。

業者は当初「この取引は、店舗販売だから特定商取引法の適用はない」と主張したが、その後取引上の問題点を認め、未使用品は無条件で引き取り、使用中の布団、下着を相談者が44万円で買い取るという内容の和解が成立した。その結果、相談者は174万円の支払いを免れることができた。

・高齢者を消費者トラブルから守るには

高齢者を消費者トラブルから守るには、家族、身近な人や地域のサポートが大切です。

1．被害に遭わないために（消費者自身の心がけ）

悪質商法のセールスマンは被害者になりそうな高齢者の方に巧みに近づくチャンスがうかがっている。

悪質商法のセールスマンの相手にはならないようにすること。

絶対に家の中にいれない。

声をかけられても立ち止まって振り向かない。

電話の誘いに応じない。

契約書に安易に署名しないこと。

相手の言うことや契約の内容を理解し、確認するために子供、知人や日頃接する人に相談する。

契約すべきかどうか考えるためその場で決めない。

高齢者に日頃から勇気を出して「いいません。早く帰って下さい」とはっきり断ることを伝えておく。

2．未然に被害を防ぐために

クレジット利用の自粛手続きをする。

個人信用機関への貸し出し自粛依頼をする。

C I C九州支店（ 092-716-9706 ） 長崎県貸金業協会（ 095-824-5503 ）

成年後見制度を利用する。

認知症などで判断力が不十分な高齢者の場合は成年後見制度を活用する。医師の診断書を添えて家庭裁判所に申し立てることにより、家庭裁判所で選任された後見人等が、本人に代わって法律行為や各種の契約を行う。

長崎県福祉あんしんサポートセンター（ 095-846-8807 ）を利用する。

高齢者の判断不十分な方や日常生活に不安のある方が、「福祉サービスの利用援助」「日常的な金銭管理」「書類等の預かりサービス」を受けることができる。

3. 被害に遭ったとき

クーリング・オフ制度を活用する。

訪問販売やSF商法、電話勧誘販売の場合、契約書面受理日から8日以内に解約を通知すれば、無条件に契約解除できる。

専門家に相談する。

長崎県消費生活センター、長崎市消費者センター、佐世保市消費生活センター、諫早市消費生活センター、市町消費者相談窓口
長崎県弁護士会、長崎県司法書士会など

最終的には調停、督促、訴訟、刑事告訴などの法律的な措置をとる。

業者が交渉を重ねても誠意ある対応をしないとき、損害が取り戻せない場合など法的措置をとることもできる。

4. 当センターの高齢者教育・啓発事業

高齢者消費トラブル未然防止事業（新規）の実施

（在宅福祉従事者等啓発事業）

在宅しがちである高齢者と接する機会の多い居宅介護支援事業所職員等が悪質商法やその対処法についての知識を習得し、日々接する高齢者に啓発することで、高齢者の悪質商法被害を未然に防止することを目的として、当センターから講師を派遣する。

<平成19年度の計画>

開催回数 12回

受講者数 1,000人

場所 県下一円

主な主催者（受講対象者） 地域包括支援センター（職員）、居宅介護支援事業所（職員）

（シニア講座）〔継続〕

消費者相談の多い高齢者の消費トラブルの未然防止を図るため、各種団体が実施する講座に講師を派遣する。

<平成19年度の計画>

開催回数 25回

受講者数 1,800人

場所（県下一円）

主な主催者（受講対象者） 高齢者大学、高齢者学級、老人会・老人クラブなど

消費生活支援講座の実施

（リーダー講座）

高齢者を狙った悪質商法被害を地域ぐるみの取り組みで未然に防止することを目的として、地域リーダー養成の講座を実施する。

<平成19年度の計画>

開催回数 12回

受講者数 670人

場所（県下一円）

主なリーダー対象者（受講対象者）市町職員、消費生活相談員、民生委員、地域相談員

消費者情報提供事業の実施

情報紙「くらしの情報」に高齢者トラブル特集を掲載

毎月発行 13,700部

テレビ・ラジオ・長崎新聞（生活110番）への情報提供

全世帯広報誌「県政だより」への情報掲載

5. 消費者被害防止ネットワークの推進

県では悪質商法や詐欺的な手口から消費者、特に狙われやすい若年者や高齢者、障害者等をトラブルから守るため、行政、社会福祉協議会や老人クラブ、社会福祉団体、学校などと連携するネットワークシステムを昨年10月に構築し、被害の未然防止・拡大防止を図っている。今後は市町においてもネットワークシステムの構築に努めてもらい、県下全体で連携して取り組んでいく。