

平成22年度消費者苦情・相談の概要

相談件数は4,100件、前年度比10%減少

前年度に続き高齢者の構成比増加

受付件数 4,100件

平成22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10.0%、458件減少し、4,100件となりました。

年代別の相談件数

60歳代を除く全ての年齢層で減少しており、特に20歳代では20%を超える減少となっています。また、全体件数に占める60歳代及び70歳以上の高齢者層の構成比の増加傾向が続いています。

商品・役務（サービス）の相談種別上位件数

商品に関する相談については、健康食品に関するものが最も多く、2番目が自動車に関するものとなっています。

役務（サービス）に関する相談については、1番目のデジタルコンテンツ（携帯電話・パソコン等からインターネットを通じて得られる情報）と2番目のフリーローン・サラ金（ヤミ金を含む）に関するもので全体の50%を占めています。

相談件数が減少傾向にある中で「インターネット接続回線」や「ファンド型投資商品」などの件数が増加しています。

多重債務（債務が本人の返済能力を超えているもの）に関する相談

社会問題化している多重債務問題については、平成18年度の1,352件をピークに減少しており、平成22年度は356件となりました。

多重債務の原因は、生活費が39.9%で一番多くなっています。

被害救済額（県消費生活センターで被害を救済できた金額）

22年度の相談のうち、クーリング・オフや特定商取引法・消費者契約法を活用した助言や斡旋により754件について、2億197万円を救済することができました。

（参考）県内市町における苦情相談

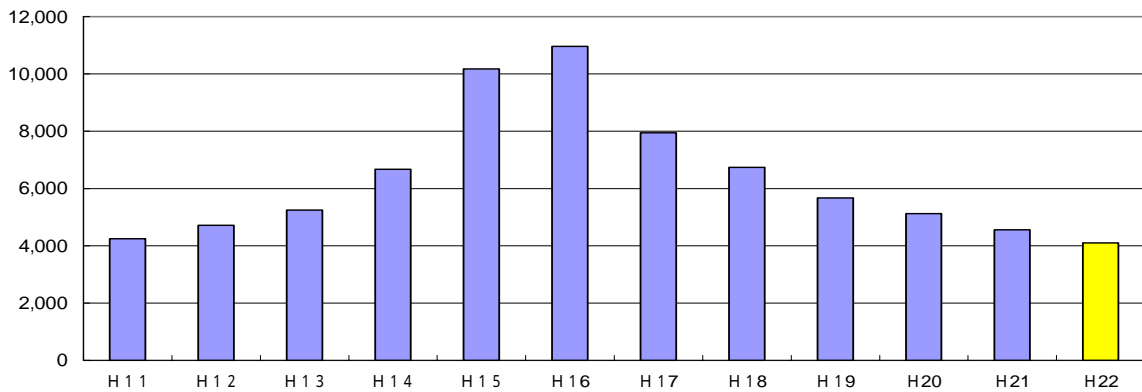
22年度、県内市町が受け付けた苦情相談は、7,711件で前年度に比べ7.2%、601件の減少となっています。

（1）受付件数

平成22年度は、4,100件（苦情・相談3,884件、問い合わせ216件）の苦情相談等を受け付けており、前年度と比べて458件（10.0%）減少している。

表1 受付件数の推移

年度	H11	H12	H13	H14	H15	H16	H17	H18	H19	H20	H21	H22
受付件数	4,244	4,712	5,247	6,667	10,170	10,961	7,944	6,739	5,671	5,123	4,558	4,100
苦情相談	4,133	4,554	5,066	6,458	9,971	10,796	7,680	6,414	5,488	4,931	4,407	3,884
問合せ	110	158	181	209	199	165	264	325	183	192	151	216
増減	526	468	535	1,420	3,503	791	-3,017	-1,205	-1,068	-548	-565	-458
率	14.1	11.0	11.4	27.1	52.5	7.8	-27.5	-15.2	-15.8	-9.7	-11.0	-10.0

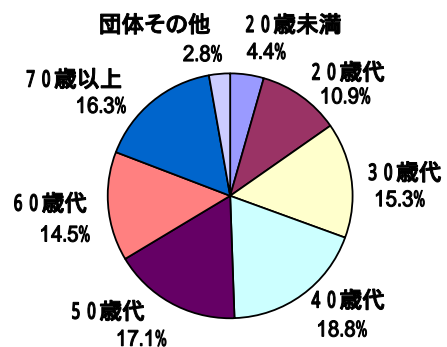


(2) 当事者の年代別内訳

60歳代を除く全ての年齢層で減少しており、特に20歳代では20%を超える減少となっている。

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	118	203	340	379	370	294	236	3	1,943
女性	51	219	253	353	293	268	399	7	1,843
団体								98	98
計	169	422	593	732	663	562	635	108	3,884
構成比	4.4	10.9	15.3	18.8	17.1	14.5	16.3	2.8	100.0
(前年)	188	550	731	782	795	546	695	120	4,407
(増減)	-19	-128	-138	-50	-132	16	-60	-12	-523
増減比	-10.1	-23.3	-18.9	-6.4	-16.6	2.9	-8.6	-10.0	-11.9



(3) 商品・役務(サービス)の種類別上位件数

商品と役務(サービス)の比率は平成18年以降は概ね1:2で推移している。

商品では、相談件数が前年度から20.3% 318件減少しており、種類別では高齢者の苦情・相談が多い

「健康食品」が平成17年度から連続して1位を占めている。昨年度2位の「健康器具」が36件減少の33件と半減しているほか、上位商品の多くが減少している中において、「パソコン類」「書籍」は増加している。

役務(サービス)に関しては、相談件数が前年度から7.2% 205件減少した。

1位の「デジタルコンテンツ」(携帯電話・パソコン等からインターネットを通じて得られる情報)と2位の「フリーローン・サラ金」(ヤミ金を含む)の相談件数が役務の50%を占めている。「生命保険」や「フリーローン・サラ金」などが減少し、「インターネット接続回線」「ファンド型投資信託」「株」などの件数が増加している。

「デジタルコンテンツ」は前年度に比べて僅かに増加している。無料サイトにアクセスしようとしたところ、有料情報サービス(アダルト情報など)に登録されたとして料金を請求されたり、巧みに詐欺的な出会い系サイトに誘導され、短期間に多数のメールのやり取りを繰り返し、高額のポイントを購入し代金を支払ったといった被害が多くなっている。

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	110 (132)	1	デジタルコンテンツ	745 (740)
2	自動車	62 (79)	2	フリーローン・サラ金	573 (595)
3	新聞	52 (58)	3	不動産貸借	173 (188)
4	ふとん類	49 (48)	4	工事・建築	81 (73)
5	音響・映像機器	47 (47)	5	インターネット接続回線	67 (29)
6	書籍	39 (33)	6	生命保険	58 (81)
6	パソコン類	39 (29)	7	修理サービス	50 (39)
8	化粧品	38 (41)	8	ファンド型投資商品	48 (27)
9	健康器具	33 (69)	9	携帯電話サービス	40 (50)
10	アクセサリ	28 (34)	10	株	35 (22)
	商品計	1,252 (1,570)		役務計	2,632 (2,837)

()は21年度

(4) 年代別上位の商品・役務(サービス)

20歳代から60歳代までの各世代で「デジタルコンテンツ」(携帯電話・パソコン等からインターネットを通じて得られる情報)と「フリーローン・サラ金」(ヤミ金を含む)の相談が1位、2位を占めている。

70歳以上の高齢者では、「健康食品」が1位、「フリーローン・サラ金」が2位であるが、前年度2位の「健康器具」が大きく減少し、「ファンド型投資商品」が増加している。

50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	デジタルコンテンツ	122	テレビ放送サービス	9	不動産貸借	4	携帯電話サービス	2	フリーローン・サラ金	2
20歳代	デジタルコンテンツ	150	フリーローン・サラ金	51	不動産貸借	30	エステティック	14	自動車	9
30歳代	デジタルコンテンツ	183	フリーローン・サラ金	103	不動産貸借	39	自動車	14	工事・建築	13
40歳代	デジタルコンテンツ	162	フリーローン・サラ金	134	不動産貸借	40	学習教材	15	工事・建築	14
50歳代	フリーローン・サラ金	128	デジタルコンテンツ	76	不動産貸借	28	健康食品	16	工事・建築	14
60歳代	フリーローン・サラ金	102	デジタルコンテンツ	46	健康食品	18	インターネット接続回線	14	株	13
70歳以上	健康食品	55	フリーローン・サラ金	46	工事・建築	23	ふとん類	22	ファンド型投資商品	22

(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、2,008件で全体(3,884件)の約5割を占めている。(表5-1)

形態別にみると、「訪問販売」「マルチ等商法」が減少し、「電話勧誘販売」が増加している。訪問販売は、平成17年度の1,290件をピークに引き続き減少しているが、これは、平成21年度の12月1日に改正特定商取引法及び改正割賦販売法が施行され、訪問販売等に対する規制が強化されたことなどによるものと考えられる。

高齢者からの苦情・相談が多い販売方法は、家庭訪販と電話勧誘販売である。

若い年代では、インターネット・携帯電話等による通信販売が多い。(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	ネガティブオプション	その他無店舗販売	特殊販売計	特殊販売以外	計
H21	516	1,079	322	162	3	27	2,109	2,298	4,407
H22	432	1,071	348	120	10	27	2,008	1,876	3,884
構成比	21.5	53.3	17.3	6.0	0.5	1.3	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 432	家庭訪問	343	新聞45 ふとん類32 工事・建築24 修理サービス20 学習教材18 給湯システム17 テレビ放送サービス13 ソーラーシステム12 健康食品11 健康器具11
	アポイントメント商法	13	アクセサリ-4 複合サービス会員2
	SF商法	10	ふとん類3 健康食品3 健康器具2
	職場訪販	16	雑誌4 リースサービス2 広告代理サービス2
	キャッチセールス	4	化粧品2 エステティック1 室内装飾品1
	その他	46	
通信販売 1,071	インターネット・携帯電話等	551	デジタルコンテンツ549 パソコン類2
	DM広告	42	宝くじ16 フリーローン・サラ金11 デジタルコンテンツ2 健康食品2 書籍2
	折込広告	9	アクセサリ-2 健康食品1 生命保険1 書籍1 化粧品1
	雑誌広告	22	デジタルコンテンツ9 教養・娯楽サービスその他6
	その他	447	
	電話勧誘販売	348	フリーローン・サラ金34 株25 健康食品24 資格取得用教材21 ファンド型投資商品20
	マルチ等商法	120	健康食品43 ファンド型投資商品15 化粧品13 パソコン類9
	ネガティブオプション	10	カレンダー5 健康食品2
	その他無店舗の展示販売	27	健康器具7 アクセサリ-2 修理サービス2 着物類2
	計	2,008	

表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	11	15	23	59	38	53	139	5	343
アポイントメント商法	0	6	2	2	1	2	0	0	13
SF商法	0	0	0	1	0	1	8	0	10
職場訪問	0	2	3	2	2	1	0	6	16
キャッチセールス	0	4	0	0	0	0	0	0	4
インターネット・携帯電話等	99	107	127	118	56	37	4	3	551
DM広告	0	3	3	6	7	10	13	0	42
折込広告	0	1	1	3	2	0	1	1	9
雑誌広告	2	5	5	3	4	2	1	0	22
電話勧誘販売	2	15	34	54	58	65	106	14	348
マルチ商法	0	10	15	19	22	19	34	1	120
ネガティブオプション	0	0	0	1	2	3	4	0	10
その他無店舗の展示販売	0	4	3	3	6	5	6	0	27
その他・不明	0	0	0	0	0	0	0	493	493
計	114	172	216	271	198	198	316	523	2,008

(6) 多重債務

多重債務とは、消費者金融等からの金銭の借入れや、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務整理を迫られることになる。

年齢別についてみると40歳代から50歳代を中心に各年代にわたっており、前年度に比べて全体では、38件(約10%)減少している。(表6-1)

債務総額は前年度比で約40%減少し、6億9,608万円となった。

多重債務に陥った主な原因についてみると、生活費が39.9%と一番多く、ギャンブル等遊興費が17.4%と続いている。(表6-1下段)

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	0	28	38	57	53	29	9	1	215	60.4
女性	1	14	15	35	32	30	11	0	138	38.8
団体								3	3	0.8
合計	1	42	53	92	85	59	20	4	356	100.0
前年度	0	49	95	89	99	37	25	0	394	-
増減	1	-7	-42	3	-14	22	-5	4	-38	-
構成比	0.3	11.8	14.9	25.8	23.9	16.6	5.6	1.1	100.0	-

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	87	38	29	25	11	15	13	218	138	356
構成比	39.9	17.4	13.3	11.5	5.0	6.9	6.0	100.0		

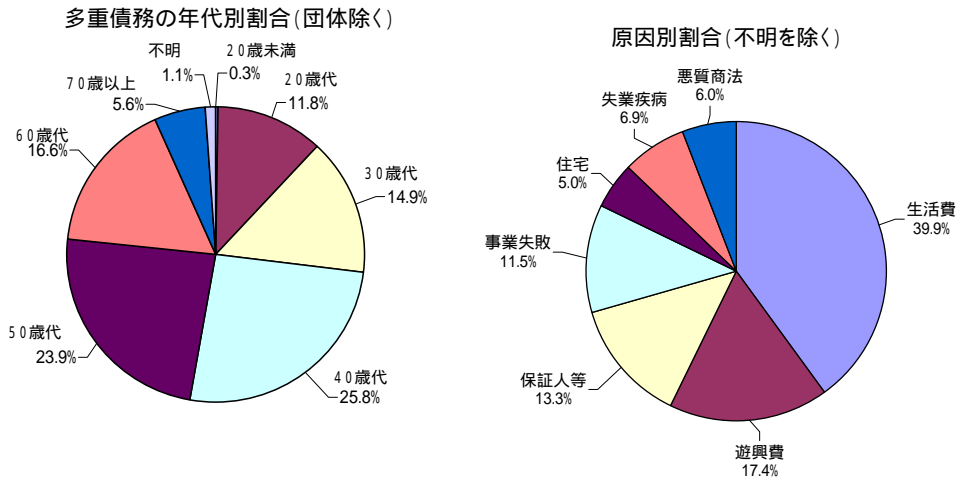


表6-2 多重債務額(相談者申出額)

債務残高	21年度 件数	22年度		増減
		件数	比率(%)	
100万円未満	60	85	23.9	25
100～300万円	100	97	27.2	-3
300～500万円	35	30	8.4	-5
500～1000万円	28	19	5.3	-9
1,000万円以上	27	13	3.7	-14
不明	144	112	31.5	-32
計	394	356	100.0	-38

債務総額等

債務総額	6億9,608万円
前年度	11億5,458万円
平均額	285万円
前年度	462万円

フリーローン・サラ金(ヤミ金を含む)の相談(573件 表3)は、15年度をピークに減少傾向にあり、18年度は再び増加に転じたものの、19年度以降は毎年度減少している。

フリーローン・サラ金の相談件数の推移(参考)

	H13	H14	H15	H16	H17	H18	H19	H20	H21	H22
順位										
件数	1,167	1,861	2,878	1,681	1,561	1,586	1,134	886	595	573

(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3,176件、センターが相談者と業者の間に立つ斡旋が404件となっている。(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754件の2億197万円となっている。(表7-2)

表7 - 1 処理結果

内 容	件 数		増 減
	21年度	22年度	
助 言	3,875	3,176	-699
斡 旋	401	404	3
情報提供	49	198	149
他機関紹介	58	61	3
そ の 他	24	45	21
計	4,407	3,884	-523

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の救済額となっている。

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	21	141	6,604	47
	22	102	3,367	33
	増 減	-39	-3,237	-14
特定商取引法 消費者契約法	21	110	5,037	46
	22	115	5,820	51
	増 減	5	783	5
その他	21	506	8,362	17
	22	537	11,010	21
	増 減	31	2,648	4
計	21	757	20,003	26
	22	754	20,197	27
	増 減	-3	194	-2

2. 高齢者の消費者トラブル

70歳以上の高齢者に関する苦情件数は、21年度比で60件、8.6%減少したが、相談件数に占める構成比は16.3%となり前年度を上回った。(表1)

販売形態別では、訪問販売が147件と特殊販売の苦情相談件数の46.5%を占めている。(表3)本人以外からの相談申し出は275件、率で40.5%(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)においても70歳以上の占める割合が高くなっている。

表1. 70歳以上の苦情相談の受付件数

		H15	H16	H17	H18	H19	H20	H21	H22
70歳以上	男性	293	338	380	389	285	265	296	236
	女性	513	625	661	540	462	394	399	399
	計	806	963	1,041	929	747	659	695	635
全体受付件数		9,971	10,796	7,680	6,414	5,488	4,931	4,407	3,884
構成比		8.1	8.9	13.6	14.5	13.6	13.4	15.8	16.3
前年度比		118.9	119.5	108.1	89.2	80.4	88.2	105.5	91.4

表2. 70歳以上の主な商品・役務

		H18		H19		H20		H21		H22	
		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	健康器具	73	健康食品	60	健康食品	50	健康食品	55
	2位	情報サービス	78	健康食品	72	サラ金	51	健康器具	44	フリーローン・サラ金	46
	3位	健康食品	72	サラ金	68	情報サービス	37	フリーローン・サラ金	38	工事・建築	23
	4位	健康器具	44	ふとん	37	健康器具	35	生命保険	27	ふとん類	22
	5位	ふとん	41	情報サービス	36	工事・建築	28	新聞	25	ファンド型投資商品	22
	計		339		286		211		184		168

表3. 70歳以上の販売形態の件数

		販売形態	H15	H16	H17	H18	H19	H20	H21	H22
70歳以上		家庭訪販	311	360	444	323	190	164	150	139
		インターネット・携帯	20	120	76	51	7	12	6	4
		SF商法	80	102	68	44	76	27	32	8
		電話勧誘販売	64	69	62	75	78	74	85	106
		DM広告	21	22	38	17	19	24	23	13
		無店舗展示販売	12	23	20	11	21	9	9	6
		マルチ商法	11	20	15	27	35	45	17	34
		アポイントメント商法	1	4	6	2	3	3	1	0
		折込広告	4	0	3	2	1	2	2	1
		職場訪問	1	1	3	4	3	0	4	0
		雑誌広告	0	0	1	1	0	1	0	1
		ネガティブオプション	0	3	0	1	0	1	1	4
		キャッチセール	0	1	0	0	0	0	0	0
	特殊販売計	525	725	736	558	433	362	330	316	

は訪問販売

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	461	101	562
	構成比	82.0	18.0	100.0
70歳以上	件数	378	257	635
	構成比	59.5	40.5	100.0
全体苦情件数	件数	2,868	1016	3,884
	構成比	73.8	26.2	100.0

表5. 70歳以上の多重債務に関する苦情相談

		H17	H18	H19	H20	H21	H22
70歳以上	男性	34	57	30	15	17	9
	女性	47	65	28	23	8	11
	計	81	122	58	38	25	20
全体件数		1,224	1,352	897	619	394	356
構成比		6.6	9.0	6.5	6.1	6.3	5.6

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
22年度	男性	1	0	0	2	4	2	6	15
	女性	0	2	0	0	0	3	23	28
	計	1	2	0	2	4	5	29	43
	率	2.3	4.7	0.0	4.7	9.3	11.6	67.4	100.0
21年度	男性	0	2	1	0	2	5	9	19
	女性	0	4	2	5	2	5	36	54
	計	0	6	3	5	4	10	45	73
	率	0.0	8.2	4.1	6.8	5.5	13.7	61.6	100.0
20年度	男性	0	1	3	4	2	5	17	32
	女性	1	5	1	3	3	3	51	67
	計	1	6	4	7	5	8	68	99
	率	1.0	6.1	4.0	7.1	5.1	8.1	68.7	100.0

表6 - 2. 判断不十分者の主な商品・役務

順位	H20		H21		H22	
	商品・役務	件数	商品・役務	件数	商品・役務	件数
1	サラ金	10	室内装飾品	5	健康食品	10
2	室内装飾品	10	健康食品	4	ふとん	3
3	電話等情報通信サービス	9	ふとん	4	修理サービス	3
4	健康食品	9	生命保険	4	広告代理サービス	4
5	新聞	8	サラ金	4	化粧品セット	2
6	浄・整水器	5	携帯電話サービス	4	新聞	2
7	工事・建築	5	工事・建築	3	給油システム	2
8	ふとん	4	健康器具	2	デジタルコンテンツ	2

表6 - 3 . 判断不十分者の契約購入金額の件数

契約購入額	H20	H21	H22
1000円未満	0	0	0
1万円未満	3	1	4
5万円未満	19	7	8
10万円未満	5	5	8
50万円未満	25	22	13
100万円未満	7	8	1
500万円未満	7	10	2
500万円以上	6	5	0
無回答	27	15	7
計	99	73	43

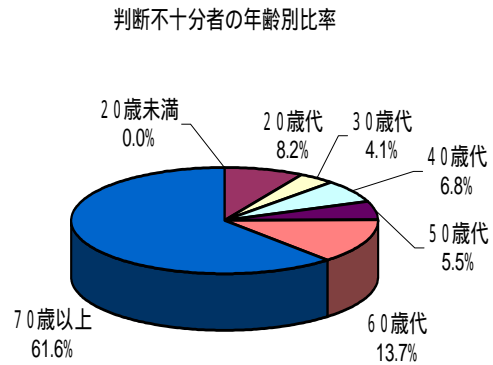


表7 - 1 . 次々販売の性別年齢別件数

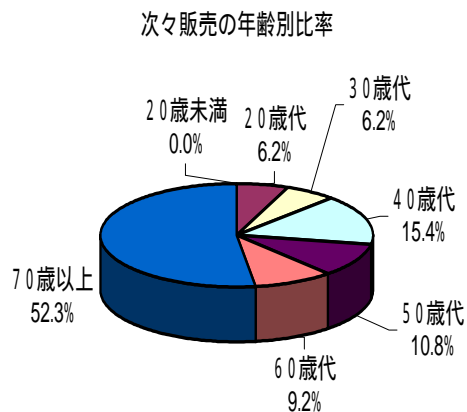
		20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	計
22年度	男性	0	1	3	4	1	1	7	17
	女性	0	1	2	7	3	3	23	39
	計	0	2	5	11	4	4	30	56
	率	0.0	3.6	8.9	19.6	7.1	7.1	53.6	100.0
21年度	男性	0	1	1	3	1	4	6	16
	女性	0	3	3	7	6	2	28	49
	計	0	4	4	10	7	6	34	65
	率	0.0	6.2	6.2	15.4	10.8	9.2	52.3	100.0
20年度	男性	0	6	5	2	3	2	14	32
	女性	1	9	7	3	2	6	33	61
	計	1	15	12	5	5	8	47	93
	率	1.1	16.1	12.9	5.4	5.4	8.6	50.5	100.0

表7 - 2 . 次々販売の主な商品・役務

順位	H20		H21		H22	
	商品・役務	件数	商品・役務	件数	商品・役務	件数
1	ふとん	10	ふとん	9	デジタルコンテンツ	7
2	資格取得用教材	10	健康食品	6	ふとん	5
3	アクセサリー	9	着物類	4	健康食品	5
4	健康食品	8	新聞	4	ファンド型投資商品	3
5	エステティック	8	室内装飾品	4	住居管理設備	3
6	健康器具	7	学習教材	3	着物類	2
7	室内装飾品	7	広告代理サービス	3	資格取得用教材	2

表7 - 3 . 次々販売の契約購入金額の件数

契約購入額	H20	H21	H22
1000円未満	0	0	0
1万円未満	0	1	0
5万円未満	4	4	1
10万円未満	5	2	4
50万円未満	24	11	11
100万円未満	16	12	6
500万円未満	22	15	17
500万円以上	4	2	5
無回答	18	18	12
計	93	65	56



(1) 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。

【電話勧誘販売の事例(平成22年5・6月からの情報より)】

1年前、ひとり暮らしの認知症の義母が、電話勧誘で次々と掛け軸や書画など装飾品の購入契約をしていることが分かった。調べた結果、数年前の契約など合計29件、約393万円余りの契約だった。義母は電話の内容や話した相手など良く覚えておらず、契約書も見あたらない。今後、義母は施設に入所予定だが、不要で高額な商品売りつけるのは納得できない。解約したい。

(70才代、女性)

(センターのアドバイス)

契約件数の多い販売会社に、その内容を確認した。契約一覧表と医師の診断書を添え、契約書の書面不備並びに不交付による解除、契約無効、特定商取引法の適合性原則の問題点をあげ、契約解除を主張する文書の作成を、当センターが援助し相談者が業者へ送付した。当センターが斡旋した結果、販売会社不明など一部を除き、解約・返金された。

このように電話勧誘で、いつの間にか次々と商品を契約させられていたという被害が後を絶たない。特に判断力の劣る高齢者については、家族や身近な人の見守りが大切である。

【電話勧誘販売の事例(平成22年9月生活110番より)】

海外に投資したり、知人を紹介すれば高い配当があると友人から誘われ、数年前に一口7万5千円で三口分のお金を預けたが、配当金を手にすることはなかった。

今年になって関係者から連絡があり、「この会社は出資法違反の恐れがあるため、投資した人から委任状を取り金銭の回収について会社側と交渉する」というので信用して委任した。しかし、その関係者とも連絡が取れなくなった。会社とも連絡は取れない。返金してほしい。

(70代、女性)

(センターのアドバイス)

出資に関する消費者トラブルは、金融商品取引法の対象として、消費者保護のルールが適用され、「絶対儲かる」といった断定的判断の提供を禁止しており、これにより消費者が損害を被った場合、損害賠償が請求できる。また、投資や運用の実態がなく単に金品を上位者に送付している場合などは、詐欺や無限連鎖講(ねずみ講)に当たる恐れや出資法に抵触することも考えられる。

このようにマルチ商法型出資勧誘は、金融商品取引法に違反している可能性が高いため、友人などの誘いに応じて契約し、他の人を勧誘してしまうと自らも刑事罰の対象となる恐れがある。

事例では、契約書や関係する資料もほとんどなく、センターから確認できる電話番号に掛けても連絡は取れなかった。弁護士を設置するような動きも見られなかったため、新たな情報が入ったら相談者に連絡することで一旦相談を終了した。

【電話勧誘販売の事例(平成22年11・12月くらしの情報より)】

今日、公的機関のような所から、電話で住宅用火災警報器に関するアンケートのような電話があり、つい答えてしまった。機械音声によるもので電話機の1か2を押して回答する方式だった。最後に訪問に同意すると回答してしまったが、よく考えたら必要ない。断りたいが、相手の会社名や連絡先は不明である。

(80才代、女性)

(センターのアドバイス)

消防法及び火災予防条例により、平成18年6月1日からすべての住宅に火災警報器の設置が義務付けられた(既存住宅も平成23年5月31日までに設置)。この設置義務化を悪用して、高齢者に危険性を強調して勧誘し、実際には必要でない商品を高額に売りつける事例がある。その場ですぐ契約をせず、本当に必要なものか家族や知人に相談したり、いくつかの業者から見積を取るようにしましょう。公的機関が火災警報器のアンケートや販売、また業者に販売を委託することはない。業者の服装や紛らわしい言葉には十分注意してください。訪問販売や電話勧誘販売の場合、契約書を受け取った日を含めて8日間以内であれば、クーリング・オフができる。

事例の場合、もし業者の訪問があった時は、事業者名・連絡先を確認し、きっぱり断りましょう。子ども夫婦と同居しているとのことだったので、子どもにも相談しておくこと、また、何か契約したとしてもクーリ

ング・オフの対象となるので、すぐ消費生活センターに相談するよう伝えた。

(2) 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。

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をうかがっている。

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。

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。

CIC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。

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。

高齢者教育・啓発事業について

高齢者消費トラブル未然防止事業の実施

(高齢者見守り講座)

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23年度の計画>

開催回数 15回

受講者数 1,100人

場所 県内

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)

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23年度の計画>

開催回数 10回

受講者数 560人

場所(長崎市、佐世保市、諫早市、五島市を除く県内)

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23年度の計画>

開催回数 8回 受講者数 500人

場所(県内8地区)

主な対象者(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

年6回発行 各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

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平成18年10月に構築し、被害の未然防止・拡大防止を図っている。

引き続き未設置の市町においてネットワークシステムの構築に努めてもらい、県内全体で連携して取り組んでいく。