

平成23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3,748件、前年度比8.6%減少
年代別で70歳以上の件数が最多、利殖商法の件数が大きく増加

受付件数 3,748件

平成23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8.6%、352件減少し、3,748件となりました。(資料P1 表1)

年代別の相談件数

70歳以上だけが相談件数が増加し、その結果、年代別の相談件数で70歳以上が最多になりました。40歳代以下の減少率が大きくなっています。(資料P1 表2)

商品・役務(サービス)の種別上位件数

商品については、健康食品に関するものが1位となりました。

役務(サービス)については、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)が1位となりました。

「フリーローン・サラ金」の相談件数が大きく減少する一方で、「ファンド型投資商品」「公社債」など利殖関連の件数が大きく増加しています。(資料P2 表3)

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

社会問題となっていた多重債務については、平成18年度の1,352件をピークに減少しており、23年度は185件で前年度から半減しました。(171件、48%減少) 多重債務の原因は、生活費が34.5%で一番多くなっています。

(資料P4 表6-1)

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)

23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679件について、1億5,145万円を救済することができました。(資料P6 表7-2)

(参考) 県内市町における苦情相談

23年度、県内市町が受け付けた苦情相談は、7,907件で前年度に比べて2.5%、196件の増加となっています。

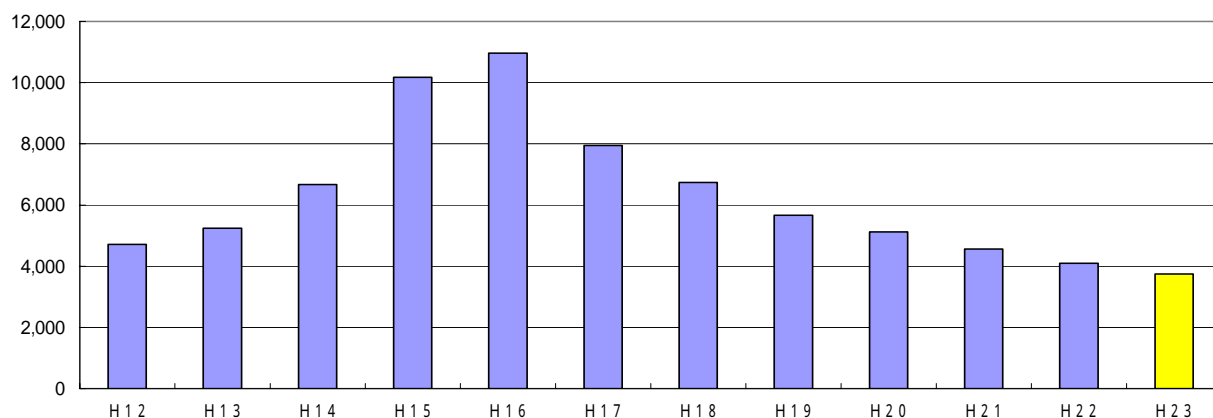
平成23年度 長崎県消費生活センターの相談業務の実施結果（資料）

（1）受付件数

平成23年度は、3,748件（苦情・相談3,560件、問い合わせ188件）の苦情相談等を受け付けており、前年度と比べて352件（8.6%）減少している。

表1 受付件数の推移

年度	H12	H13	H14	H15	H16	H17	H18	H19	H20	H21	H22	H23
受付件数	4,712	5,247	6,667	10,170	10,961	7,944	6,739	5,671	5,123	4,558	4,100	3,748
苦情相談	4,554	5,066	6,458	9,971	10,796	7,680	6,414	5,488	4,931	4,407	3,884	3,560
問合せ	158	181	209	199	165	264	325	183	192	151	216	188
増減	468	535	1,420	3,503	791	-3,017	-1,205	-1,068	-548	-565	-458	-352
率	11.0	11.4	27.1	52.5	7.8	-27.5	-15.2	-15.8	-9.7	-11.0	-10.0	-8.6

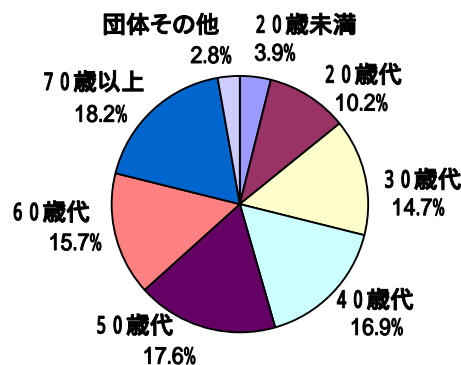


（2）当事者の年代別内訳

70歳以上だけが相談件数が増加しており、その結果、年代別の相談件数で70歳以上が最多になった。40歳代以下の年代の減少率が大きい。

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	98	176	254	301	339	295	233	0	1,696
女性	41	187	269	299	287	265	415	0	1,763
団体								101	101
計	139	363	523	600	626	560	648	101	3,560
構成比	3.9	10.2	14.7	16.9	17.6	15.7	18.2	2.8	100.0
(前年)	169	422	593	732	663	562	635	108	3,884
(増減)	-30	-59	-70	-132	-37	-2	13	-7	-324
増減比	-17.8	-14.0	-11.8	-18.0	-5.6	-0.4	2.0	-6.5	-8.3



(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10.7% 134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、自動車²位となっている。「化粧品」「アクセサリ」「仏具・神具」などの件数が増加している。

役務(サービス)に関しては、相談件数が前年度から7.2% 190件減少した。1位「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)、2位「フリーローン・サラ金」(ヤミ金を含む)、3位「不動産貸借」は例年どおりの順位であるが、「フリーローン・サラ金」の相談件数は大きく減少した。

一方で「ファンド型投資信託」「公社債」など利殖商法の相談件数が大きく増加している。

相談件数が全体的に減少する中で、「デジタルコンテンツ」の相談は平成21年度以降740件前後で推移している。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の請求がきたり、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	79 (110)	1	デジタルコンテンツ	734 (745)
2	自動車	71 (62)	2	フリーローン・サラ金	357 (573)
3	化粧品	58 (38)	3	不動産貸借	151 (173)
4	新聞	55 (52)	4	ファンド型投資商品	102 (48)
5	アクセサリ	48 (28)	5	工事・建築	97 (81)
6	音響・映像機器	38 (47)	6	インターネット接続回線	68 (67)
7	書籍	29 (39)	7	生命保険	53 (58)
8	パソコン類	28 (39)	8	公社債	50 (17)
9	給湯システム	23 (27)	9	修理サービス	48 (50)
10	仏具・神具	19 (4)	10	宝くじ	44 (28)
	商品計	1,118 (1,252)		役務計	2,442 (2,632)

()は22年度

(4) 年代別上位の商品・役務(サービス)

70歳以上を除く各世代で「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)が1位となった。また、20歳代から60歳代では「フリーローン・サラ金」(ヤミ金を含む)の相談が2位を占めている。

70歳以上の高齢者では、「健康食品」が1位である。

60歳代と70歳以上の高齢者層で「ファンド型投資商品」「公社債」の相談が多くなっている。

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	102	テレビ放送サービス	5	自動車	4	不動産貸借	2	携帯電話 ほか	2
20歳代	デジタルコンテンツ	136	フリーローン・サラ金	37	不動産貸借	24	自動車	14	携帯電話サービス	12
30歳代	デジタルコンテンツ	181	フリーローン・サラ金	70	不動産貸借	33	自動車	12	工事・建築 ほか	8
40歳代	デジタルコンテンツ	149	フリーローン・サラ金	77	不動産貸借	32	工事・建築	18	自動車	15
50歳代	デジタルコンテンツ	95	フリーローン・サラ金	84	不動産貸借	30	工事・建築	16	インターネット接続回線	15
60歳代	デジタルコンテンツ	57	フリーローン・サラ金	54	ファンド型投資商品	35	工事・建築	21	公社債	15
70歳以上	健康食品	50	ファンド型投資商品	41	公社債	28	フリーローン・サラ金	27	工事・建築	27

(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、1,998件で全体(3,560件)の半数以上を占めている。(表5-1)

形態別にみると、前年度に比べて「訪問販売」「マルチ等商法」の件数が減少し、「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、家庭訪問販売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
H22	432	1,071	348	120	10	27	2,008	1,876	3,884
H23	388	1,100	410	70	3	27	1,998	1,562	3,560
構成比	19.3	54.8	20.4	3.5	0.1	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 388	家庭訪問	277	新聞43 工事・建築29 アクセサリー17 給湯システム16 修理サービス15 健康食品9 ふとん類9 テレビ放送サービス8 インターネット接続回線8
	アポイントメント商法	16	アクセサリー5 複合サービス会員2 健康器具2
	SF商法	1	健康食品1
	職場訪問	14	リースサービス4 雑誌3 広告代理サービス3
	キャッチセールス	3	アクセサリー2 室内装飾品1
	その他	77	
通信販売 1,100	インターネット・携帯電話等	535	デジタルコンテンツ525 パソコン類3
	DM広告	67	宝くじ34 フリーローン・サラ金9 書籍5 募金3 健康食品3 アクセサリー2
	折込広告	11	健康食品2 内職・副業2 化粧品2
	雑誌広告	23	デジタルコンテンツ11 アクセサリー2 電話音声情報2
	その他	464	
	電話勧誘販売	410	ファンド型投資商品61 公社債43 インターネット接続41 健康食品26 株23
	マルチ等商法	70	健康食品12 化粧品8 ファンド型投資商品7 理美容用具6 株4
	ネガティブオプション	3	雑誌2 新聞1
	その他無店舗の展示販売	27	健康器具6 健康食品4 仏具・神具3 フリーローン・サラ金2
	計	1,998	

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	6	12	18	27	29	43	139	3	277
アポイントメント商法	0	5	4	2	2	0	3	0	16
SF商法	0	0	0	0	0	0	1	0	1
職場訪問	0	0	0	1	0	1	1	11	14
キャッチセールス	0	3	0	0	0	0	0	0	3
インターネット・携帯電話等	87	100	125	97	71	46	8	1	535
DM広告	0	1	5	8	13	11	28	1	67
折込広告	0	0	1	1	1	1	7	0	11
雑誌広告	1	4	4	7	5	2	0	0	23
電話勧誘販売	2	17	26	47	77	81	149	11	410
マルチ商法	0	11	8	10	14	12	14	1	70
ネガティブオプション	0	0	0	0	0	0	0	3	3
その他無店舗の展示販売	0	1	2	3	4	9	8	0	27
その他・不明	0	0	0	0	0	0	0	541	541
計	96	154	193	203	216	206	358	572	1,998

(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務整理を迫られることになる。

相談件数は前年度に比べて半減(171件、48%減少)した。年齢別では30歳代から40歳代を中心に各年代にわたっている。(表6-1)

債務総額は前年度比で34.4%減少し、4億5,642万円となった。(表6-2)

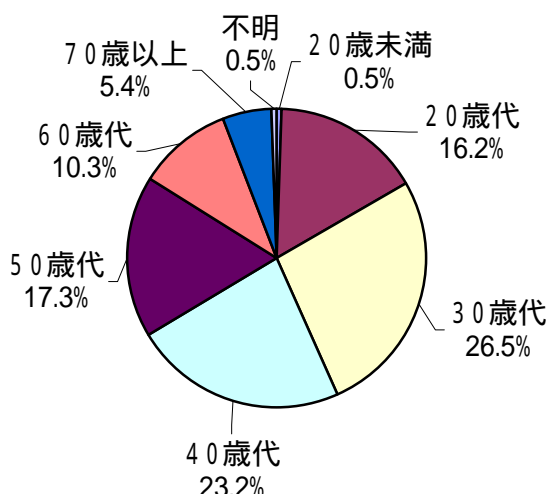
多重債務に陥った主な原因についてみると、生活費が34.5%と一番多く、ギャンブル等遊興費が25.7%と続いている。(表6-1下段)

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	1	22	33	29	17	11	2	0	115	62.2
女性	0	8	16	14	15	8	8	0	69	37.3
団体								1	1	0.5
合計	1	30	49	43	32	19	10	1	185	100.0
前年度	1	42	53	92	85	59	20	4	356	-
増減	0	-12	-4	-49	-53	-40	-10	-3	-171	-
構成比	0.5	16.2	26.5	23.2	17.3	10.3	5.4	0.5	100.0	-

原因	生活費	遊興費	保証人等	事業失敗	住宅ローン	失業疾病	悪質商法	計	その他・不明	計
人数	39	29	13	14	7	5	6	113	72	185
構成比	34.5	25.7	11.5	12.4	6.2	4.4	5.3	100.0		

多重債務の年代別割合(団体除く)



原因別割合(不明を除く)

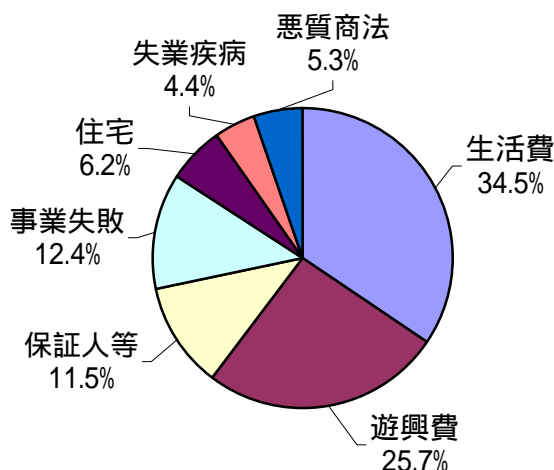


表6 - 2 多重債務額(相談者申出額)

債務残高	22年度 件数	23年度		増減
		件数	比率(%)	
100万円未満	85	40	21.6	-45
100~300万円	97	49	26.5	-48
300~500万円	30	9	4.9	-21
500~1000万円	19	4	2.2	-15
1,000万円以上	13	12	6.5	-1
不明	112	71	38.4	-41
計	356	185	100.0	-171

債務総額等

債務総額	4億5,642万円
前年度	6億9,608万円
平均額	400万円
前年度	285万円

(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2,395件、センターが相談者と業者の間に立つ斡旋が409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679件、1億5,145万円となっている。(表7-2)

表7 - 1 処理結果

内 容	件 数		増 減
	22年度	23年度	
助 言	3,176	2,395	-781
斡 旋	404	409	5
情報提供	198	660	462
他機関紹介	61	45	-16
そ の 他	45	51	6
計	3,884	3,560	-324

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	22	102	3,367	33
	23	79	2,394	30
	増減	-23	-973	-3
特定商取引法 消費者契約法	22	115	5,820	51
	23	128	7,387	58
	増減	13	1,567	7
その他	22	537	11,010	21
	23	472	5,364	11
	増減	-65	-5,646	-10
計	22	754	20,197	27
	23	679	15,145	22
	増減	-75	-5,052	-5

. 高齢者の消費トラブル

70歳以上の高齢者に関する苦情件数は、平成17年度をピークに減少しているが、相談件数全体に占める構成比は18.2%となり前年度に続き上昇している。(表1)

また、家族や知人など本人以外からの相談が256件、39.5%と高い割合になっている。(表3)

表1. 70歳以上の苦情相談の受付件数

		H16	H17	H18	H19	H20	H21	H22	H23
70歳以上	男性	338	380	389	285	265	296	236	233
	女性	625	661	540	462	394	399	399	415
	計	963	1,041	929	747	659	695	635	648
全体受付件数		10,796	7,680	6,414	5,488	4,931	4,407	3,884	3,560
構成比		8.9	13.6	14.5	13.6	13.4	15.8	16.3	18.2
前年度比(構成比)		0.8	4.6	0.9	-0.9	-0.2	2.4	0.6	1.9

表2. 70歳以上の主な商品・役務

		H19		H20		H21		H22		H23	
		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	健康器具	73	健康食品	60	健康食品	50	健康食品	55	健康食品	50
	2位	健康食品	72	サラ金	51	健康器具	44	フリーローン・サラ金	46	ファンド型投資商品	41
	3位	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	公社債	28
	4位	ふとん	37	健康器具	35	生命保険	27	ふとん類	22	フリーローン・サラ金	27
	5位	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	工事・建築	27
	計		286		211		184		168		173

表3. 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	462	98	560
	構成比	82.5	17.5	100.0
70歳以上	件数	392	256	648
	構成比	60.5	39.5	100.0
全体苦情件数	件数	2,693	867	3,560
	構成比	75.6	24.4	100.0

表4. 70歳以上の多重債務に関する苦情相談

		H18	H19	H20	H21	H22	H23
70歳以上	男性	57	30	15	17	9	2
	女性	65	28	23	8	11	8
	計	122	58	38	25	20	10
全体件数		1,352	897	619	394	356	185
構成比		9.0	6.5	6.1	6.3	5.6	5.4

・高齡者を狙う悪質商法の手口

高齡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。
高齡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。

【 事 例 】

怪しい投資話（ファンド型投資商品）

#####

【 概 要 】 数ヶ月前、複数の会社からある会社について、海外で事業展開しており、配当がよく素晴らしい会社だという電話が次々とかかった。その後、パンフレットが届いたので直接問い合わせてみると高い配当だったため100万円投資した。最初は契約どおり配当があったが、やがて配当がストップした。その後、別の会社から騙されているので投資額の5%を支払えば顧問弁護士が取り戻すことができるという電話がかかってきた。（80代女性）

【 県センターの対応 】 既に業者とは連絡が取れなくなっており、今後出資金を取り戻すなどといった連絡があっても絶対お金を振り込まないこと、何かあれば必ず連絡するようご家族の方も含めて助言しました。

#####

仏像の電話勧誘販売（仏具・神具）

#####

【 概 要 】 数ヶ月前、ダイレクトメールが届いた後、電話があり仏像の購入を勧められた。「いらない」とはっきり断ったところ、「郵送した書面に契約の意思がなければ一週間以内に同封のはがきを返送するよう記載していたのに返信がなかった」と私に落ち度があり購入する必要があるよう言われた。それでも「いらない」と断ったが、10日前業者から仏像を送るとの電話があったので、いらないし勧誘を止めるよう伝えると「今後は一切勧誘しない」と答えたのでもう連絡はないものと思った。ところが、8日前、仏像が届き40万円の請求書が入っていた。（80代、女性）

【 県センターの対応 】 相談者の居住地のセンターと共同して、契約不成立、仮に契約が成立したとしても 契約書面不交付によるクーリング・オフ、「ハガキの返送がなければ契約が成立する」が解除に関する説明の不実告知に該当しこれによる契約の取消を主張するとともに、断っているにもかかわらず執拗な勧誘を行っていることなどの問題点を指摘する書面の送付を助言しました。その結果、商品（仏像）は着払いで業者に返送し相談者の個人情報削除も行われることになりました。

#####

ミシンの訪問販売（ミシン）

#####

【概要】4ヶ月前、ミシンを点検すると言って販売員が訪ねてきた。体調が悪く横になっていると断ったが、この地区での点検は今日だけだと言われ、私の都合では断れないような言い方だったので応じた。点検の後、「このミシンはかみ合わせがずれていて、3万円の修理代がかかる。」「それより、今あるミシンを10万円で下取りするので、20万円の新しいミシンに買い替えたほうが得になる。」と勧められた。10万円で新しいミシンが手に入るのだと思い契約した。商品は受け取ったが体調が悪くそのままにしていた。後日、古びた取扱説明書が送られて来たため、不審に思いビニールの梱包を解くと、中から中古品としか思えないミシンが出てきた。

しかし、入退院を繰り返し苦情を申し出ることができなかった。最近ようやく体調が落ち着いてきた。解約し元のミシンを返して欲しい。（70代 女性）

【県センターの対応】この契約は、特定商取引法の訪問販売に該当します。販売店が、相談者に交付していた契約書面には、法律で定められた重要な記載事項に不備があり、契約解除を主張しました。また、商品が中古品であるという説明が無かったことから、特定商取引法及び消費者契約法による契約取り消しを求め、契約時の問題点を指摘した書面の送付を居住市相談窓口が援助しました。

センターが販売店に苦情内容を伝えて斡旋した結果、販売店は勧誘の問題点は認めませんでした。契約解除には応じると回答し、支払い済代金10万円が返金されました。下取りされたミシンは既に処分されていることが分かり、預けたミシンと同等のミシンが返品されました。

#####

・高齡者を消費者トラブルから守るには

高齡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齡者の方に巧みに近づくチャンスをつかっている。

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)

日本貸金業協会長崎県支部(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、島原市消費生活センター、諫早市消費生活センター、大村市消費生活センター、五島市消費生活センター、雲仙市消費生活センター、南島原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。