

平成21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

受付件数は減少したが、70歳以上の高齢者の相談件数は増加

受付件数 4,558件

平成21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11.0%、565件減少し、4,558件となりました。

年代別の相談件数

20歳代から60歳代までは、各年代とも前年度と比べて減少しており、特に30歳代では22%の減少となっています。

一方、20歳未満の若年層では3.3%、70歳以上の高齢者層では5.5%の増加となっています。

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47%を占めています。

また、商品が前年度比較で34件(2.1%)の減少に対して、役務は490件(14.7%)の減少となっています。

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21年度は394件と3年度連続して3割以上の減少となりました。

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)

21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757件について、2億3万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

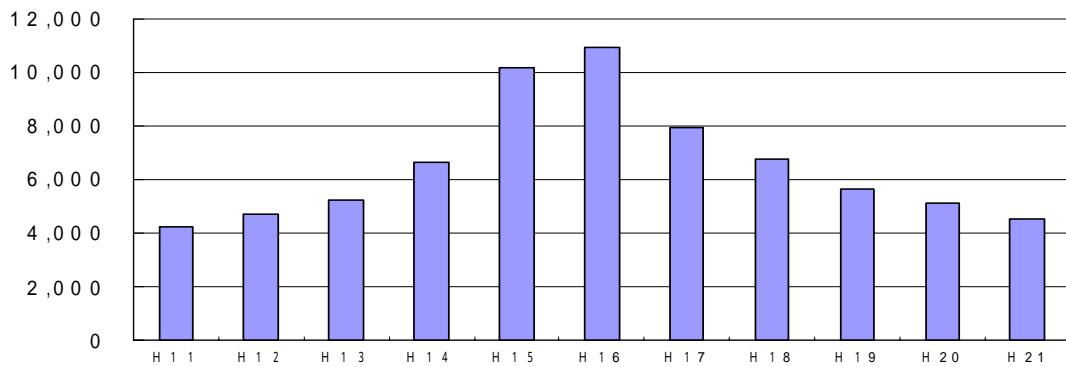
21年度、県内市町が受け付けた苦情相談は、8,312件で前年度に比べて13.1%、1,257件の減少となっています。

1. 受付件数

平成21年度は、4,558件（苦情・相談4,407件、問い合わせ151件）の苦情相談等を受け付けており、前年度と比べて565件（11.0%）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
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
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
問合せ	110	158	181	209	199	165	264	325	183	192	151
増減	526	468	535	1,420	3,503	791	-3,017	-1,205	-1,068	-548	-565
率	14.1	11.0	11.4	27.1	52.5	7.8	-27.5	-15.2	-15.8	-9.7	-11.0

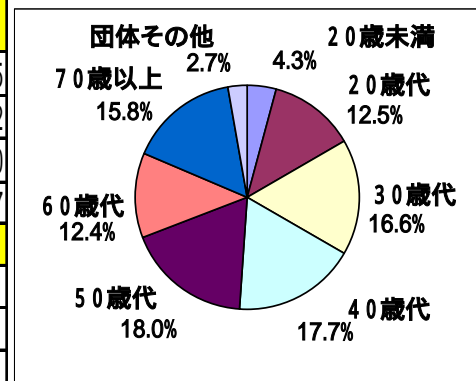


2. 当事者の年代別内訳

20歳代から60歳代までは、各世代とも前年度と比べて減少しており、特に30歳代では22%の減少となっています。一方、20歳未満の若年層と70歳以上の高齢者層で増加している。

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	114	274	384	396	411	250	296	0	2,125
女性	74	276	347	386	384	296	399	0	2,162
団体								120	120
計	188	550	731	782	795	546	695	120	4,407
構成比	4.3	12.5	16.6	17.7	18.0	12.4	15.8	2.7	100.0
(前年)	182	647	937	947	846	607	659	106	4,931
(増減)	6	-97	-206	-165	-51	-61	36	14	-524
増減比	3.3	-15.0	-22.0	-17.4	-6.0	-10.0	5.5	13.2	-10.6



3. 商品・役務（サービス）の種類別上位件数

センター開設の昭和47年には9割が商品に関する苦情相談で役務（サービス）に関する苦情相談は1%にも満たなかったが、平成3年度からその比率が逆転し、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。これは、様々なサービスの商品化が進んだことによるもので、「物を買う」という行為から「サービスを買う」といった選択肢の広がりから消費生活が豊かになったという反面、目に見えないサービスを購入するところから生じる消費者トラブルも増加している。平成18年度から商品と役務（サービス）の比率は概ね1：2で推移している。（商品1,570件、役務（サービス）2,837件 表3）

商品に関する相談件数は、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。相談件数は前年度から81件減少の132件と大きく減少した。その他、上位件数を占める商品では「資格取得用教材」や「新聞」などが前年度から減少したのに対して、「油脂」「音響・映像機器」「健康器具」などが増加している。

役務（サービス）に関しては、相談件数が昨年から14.7% 490件減少しており、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）に関するもので役務の47%を占めている。

特に「デジタルコンテンツ」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、電話などを使って詐欺的な手法で料金を請求したり、言葉巧みに振り込ませ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、税務当局など官公庁の名を騙るなど、悪質巧妙な手口で消費者を不安に陥れている。

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	132	(213)	1	デジタルコンテンツ	740	(1,133)
2	自動車	79	(66)	2	フリーローン・サラ金	595	(886)
3	健康器具	69	(52)	3	不動産貸借	188	(182)
4	新聞	58	(80)	4	生命保険	81	(75)
5	ふとん類	48	(53)	5	工事・建築	73	(109)
6	音響・映像機器	47	(22)	6	携帯電話サービス	50	(-)
7	油脂	45	(1)	7	内職・副業	44	(74)
8	化粧品	41	(37)	8	宝くじ	40	(41)
9	資格取得用教材	38	(71)	9	修理サービス	39	(37)
10	アクセサリ	34	(48)	9	リースサービス	39	(26)
	商品計	1,570	(1,604)		役務計	2,837	(3,327)

4. 年代別上位の商品・役務（サ・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）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」「健康器具」の相談が上位を占めている。

50歳代以下の年代で「不動産貸借」が上位を占めているが、これは、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	128	テレビ放送サービス	7	不動産貸借	4	携帯電話サービス	4	自動二輪車	3
20歳代	デジタルコンテンツ	156	フリーローン・サラ金	76	不動産貸借	32	エステティック	16	アクセサリ	15
30歳代	デジタルコンテンツ	182	フリーローン・サラ金	150	不動産貸借	37	自動車	19	健康食品	10
40歳代	デジタルコンテンツ	154	フリーローン・サラ金	112	不動産貸借	38	自動車	20	健康食品	18
50歳代	フリーローン・サラ金	144	デジタルコンテンツ	85	不動産貸借	45	工事・建築	21	健康食品	20
60歳代	フリーローン・サラ金	61	デジタルコンテンツ	30	健康食品	22	油脂	20	生命保険	18
70歳以上	健康食品	50	健康器具	44	フリーローン・サラ金	38	生命保険	27	新聞	25

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、2,109件で全体(4,407件)の約5割を占めている。(表5-1)

この中で訪問販売は、平成17年度の1,290件をピークに大きく減少しているが、これは、訪問販売をめぐる悪質商法が新聞報道等で大きく取り扱われたことで消費者の関心が高まったことや、特定商取引法、割賦販売法が改正され、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傾向にある

(表5-3)

表5-1 特殊販売の相談件

	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
H20	548	1,291	363	266	2	38	2,508	2,423	4,931
H21	516	1,079	322	162	3	27	2,109	2,298	4,407
構成比	24.5	51.2	15.3	7.7	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 516	家庭訪問	364	新聞45 ふとん類29 健康器具24 給湯システム22 工事・建築21 補習用教材18 商品取引14 テレビ放送サービス12 ハウスクリーニング12 健康食品11
	アポイントメント商法	33	アクセサリ-13 複合サービス会員4 料理教室3
	SF商法	36	健康器具21 ふとん類6 アクセサリ-3 健康食品3
	職場訪問	25	リースサービス15 雑誌3
	キャッチセールス	1	アクセサリ-1
	その他	57	
通信販売 1,079	インターネット・携帯電話等	601	デジタルコンテンツ588 健康食品2
	DM広告	48	宝くじ29 フリーローン・サラ金7 健康食品3
	折込広告	9	健康食品3 医療共済2
	雑誌広告	24	デジタルコンテンツ6 電話音声情報5
	その他	397	
	電話勧誘販売	322	フリーローン・サラ金46 資格取得用教材35 健康食品34
マルチ商法	162	健康食品46 内職・副業18 パソコン関連機器15 化粧品12 投資商品12	
ネガティブオプション	3	本2 額縁1	
その他無店舗の展示販売	27	健康器具7 モバイルデータ通信3	
計		2,109	

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	5	30	21	45	54	57	150	2	364
アポイントメント商法	0	17	4	4	4	3	1	0	33
SF商法	0	0	0	0	0	4	32	0	36
職場訪問	0	0	1	1	3	2	4	14	25
キャッチセールス	0	1	0	0	0	0	0	0	1
インターネット・携帯電話等	103	127	149	125	63	27	6	1	601
DM広告	1	2	3	1	8	10	23	0	48
折込広告	0	0	2	3	0	2	2	0	9
雑誌広告	3	1	9	6	5	0	0	0	24
電話勧誘販売	1	26	47	58	62	32	85	11	322
マルチ商法	0	38	14	35	29	26	17	3	162
ネガティブオプション	0	0	0	0	0	0	1	2	3
その他無店舗の展示販売	0	1	3	4	5	5	9	0	27
その他・不明	0	0	0	0	0	0	0	454	454
計	113	243	253	282	233	168	330	487	2,109

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。

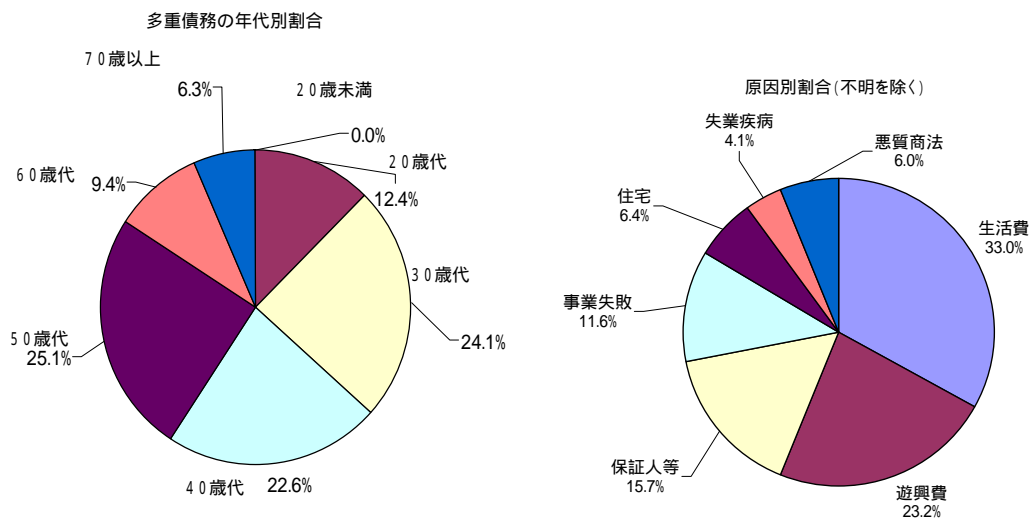
年齢別についてみると30歳代から50歳代を中心に各年代にわたっており、平成20年度に比べて全体では、225件（約36%）減少している。（表6 - 1）

多重債務に陥った主な原因についてみると、生活費が33.0%と一番多く、ギャンブル等遊興費が23.2%と続いている。（表6 - 1）

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	27	70	53	66	22	17	0	255	64.7
女性	0	22	25	36	33	15	8	0	139	35.3
合計	0	49	95	89	99	37	25	0	394	100.0
前年度	2	76	133	158	127	85	38	0	619	-
増減	-2	-27	-38	-69	-28	-48	-13	0	-225	-
構成比	0.0	12.4	24.1	22.6	25.1	9.4	6.3	0.0	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	88	62	42	31	17	11	16	267	127	394
構成比	33.0	23.2	15.7	11.6	6.4	4.1	6.0	100.0		



フリーローン・サラ金（ヤミ金を含む）の相談（595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年度以降は毎年度大幅な減少が続いている。

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
順位									
件数	1,167	1,861	2,878	1,681	1,561	1,586	1,134	886	595

表6 - 2 多重債務額(相談者申出額)

債務残高	20年度 件数	21年度		増減
		件数	比率(%)	
100万円未満	100	60	15.2	-40
100～300万円	164	100	25.4	-64
300～500万円	81	35	8.9	-46
500～1000万円	40	28	7.1	-12
1,000万円以上	28	27	6.9	-1
不明	206	144	36.5	-62
計	619	394	100.0	-225

債務総額等

債務総額 11億5,458万円
 前年度 14億2,834万円
 平均額 462万円
 前年度 346万円

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3,875件、センターが相談者と業者の間に立つ斡旋が401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757件の2億3万円となっている。(表7-2)

表7 - 1 処理結果

内容	件数		増減
	20年度	21年度	
助言	4,306	3,875	-431
斡旋	520	401	-119
情報提供	29	49	20
他機関紹介	43	58	15
その他	33	24	-9
計	4,931	4,407	-524

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
	20	147	5,915	40
	増減	-6	689	7
特定商取引法 消費者契約法	21	110	5,037	46
	20	220	10,238	47
	増減	-110	-5,201	-1
その他	21	506	8,362	17
	20	578	9,949	17
	増減	-72	-1,587	0
計	21	757	20,003	26
	20	945	26,102	28
	増減	-188	-6,099	-2

・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傾向が続いていましたが、21年度は前年度比で36件、5.5%増加し、相談件数に占める構成比も15.8%となり平成18年度の14.5%を上回りました。(表1)

販売形態別では、訪問販売が187件と全苦情・相談の約57%を占めている。(表3) 本人以外からの相談申し出は291件、率で41.9%(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

		H14	H15	H16	H17	H18	H19	H20	H21
70歳以上	男性	251	293	338	380	389	285	265	296
	女性	427	513	625	661	540	462	394	399
	計	678	806	963	1,041	929	747	659	695
全体受付件数		6,458	9,971	10,796	7,680	6,414	5,488	4,931	4,407
構成比		10.5	8.1	8.9	13.6	14.5	13.6	13.4	15.8
前年度比		108.1	118.9	119.5	108.1	89.2	80.4	88.2	105.5

表2. 70歳以上の主な商品・役務

		H17		H18		H19		H20		H21	
		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	情報サービス	106	サラ金	104	健康器具	73	健康食品	60	健康食品	50
	2位	サラ金	76	情報サービス	78	健康食品	72	サラ金	51	健康器具	44
	3位	健康食品	74	健康食品	72	サラ金	68	情報サービス	37	サラ金	51
	4位	ふとん	69	健康器具	44	ふとん	37	健康器具	35	生命保険	27
	5位	健康器具	56	ふとん	41	情報サービス	36	工事・建築	28	新聞	25
	計		381		339		286		211		197

表3. 70歳以上の販売形態の件数

		販売形態	H14	H15	H16	H17	H18	H19	H20	H21
70歳以上		家庭訪販	329	311	360	444	323	190	164	150
		インターネット・携帯	15	20	120	76	51	7	12	6
		SF商法	61	80	102	68	44	76	27	32
		電話勧誘販売	62	64	69	62	75	78	74	85
		DM広告	10	21	22	38	17	19	24	23
		無店舗展示販売	20	12	23	20	11	21	9	9
		マルチ商法	13	11	20	15	27	35	45	17
		アポイントメント商法	2	1	4	6	2	3	3	1
		折込広告	4	4	0	3	2	1	2	2
		職場訪問	0	1	1	3	4	3	0	4
		雑誌広告	0	0	0	1	1	0	1	0
		ネガティブオプション	2	0	3	0	1	0	1	1
		キャッチセール	1	0	1	0	0	0	0	0
		特殊販売計	519	525	725	736	558	433	362	330

印は訪問販売

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	427	119	546
	構成比	78.2	21.8	100.0
70歳以上	件数	404	291	695
	構成比	58.1	41.9	100.0
全体苦情件数	件数	3,261	1,146	4,407
	構成比	74.0	26.0	100.0

表5. 70歳以上の多重債務者数

		H16	H17	H18	H19	H20	H21
70歳以上	男性	27	34	57	30	15	17
	女性	20	47	65	28	23	8
	計	47	81	122	58	38	25
全体件数		1,139	1,224	1,352	897	619	394
構成比		4.1	6.6	9.0	6.5	6.1	6.3

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
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
19年度	男性	0	3	3	2	2	8	23	41
	女性	0	2	9	3	8	3	42	67
	計	0	5	12	5	10	11	65	108
	率	0.0	4.6	11.1	4.6	9.3	10.2	60.2	100.0

表6 - 2. 判断不十分者の主な商品・役務

順位	H19		H20		H21	
	商品・役務	件数	商品・役務	件数	商品・役務	件数
1	健康食品	22	サラ金	10	室内装飾品	5
2	ふとん	9	室内装飾品	10	健康食品	4
3	サラ金	8	電話等情報通信サービス	9	ふとん	4
4	浄・整水器	6	健康食品	9	生命保険	4
5	新聞	4	新聞	8	サラ金	4
6	修理サービス	4	浄・整水器	5	携帯電話サービス	4
7	電話等情報通信サービス	4	工事・建築	5	工事・建築	3
8	駆除・清掃サービス	4	ふとん	4	健康器具	2
9	健康器具	2	アクセサリ	4	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	H19	H20	H21
1000円未満	1	0	0
1万円未満	4	3	1
5万円未満	7	19	7
10万円未満	3	5	5
50万円未満	26	25	22
100万円未満	29	7	8
500万円未満	14	7	10
500万円以上	2	6	5
無回答	22	27	15
計	108	99	73

判断不十分者の年齢別比率

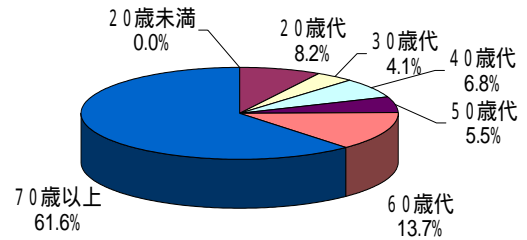


表7 - 1 . 次々販売の性別年齢別件数

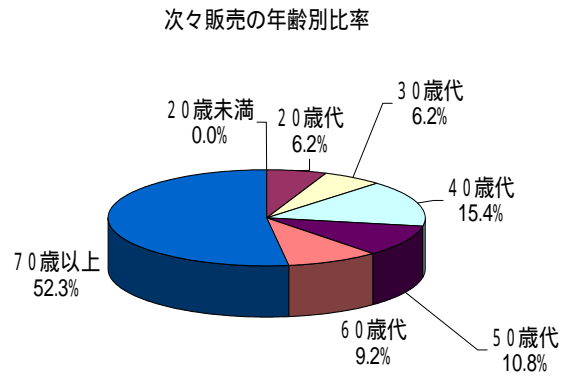
		20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	計
21年度	男性	0	1	1	3	1	4	6	16
	女性	0	3	3	7	6	2	28	49
	計	0	4	4	10	7	6	34	65
	率	0.0	6.2	6.2	15.4	10.8	9.2	52.3	100.0
20年度	男性	0	6	5	2	3	2	14	32
	女性	1	9	7	3	2	6	33	61
	計	1	15	12	5	5	8	47	93
	率	1.1	16.1	12.9	5.4	5.4	8.6	50.5	100.0
19年度	男性	0	8	1	0	2	5	13	29
	女性	0	18	9	4	4	8	34	77
	計	0	26	10	4	6	13	47	106
	率	0.0	24.5	9.4	3.8	5.7	12.3	44.3	100.0

表7 - 2 . 次々販売の主な商品・役務

順位	H19		H20		H21	
	商品・役務	件数	商品・役務	件数	商品・役務	件数
1	ふとん	13	ふとん	10	ふとん	9
2	健康食品	12	資格取得用教材	10	健康食品	6
3	着物類	9	アクセサリー	9	着物類	4
4	エステティック	7	健康食品	8	新聞	4
5	アクセサリー	5	エステティック	8	室内装飾品	4
6	化粧品	5	健康器具	7	学習教材	3
7	資格取得用教材	5	室内装飾品	7	広告代理服务	3

表7 - 3 . 次々販売の契約購入金額の件数

契約購入額	H19	H20	H21
1000円未満	0	0	0
1万円未満	0	0	1
5万円未満	5	4	4
10万円未満	1	5	2
50万円未満	22	24	11
100万円未満	27	16	12
500万円未満	34	22	15
500万円以上	1	4	2
無回答	18	18	18
計	108	93	65



・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。

【 事 例 】

健康食品

#####

【概要】 高齢者が電話勧誘で健康食品の契約をしているとヘルパーから役場に相談があった。代引き配達分が止められず困っている。ヘルパーの話によると押入れに大量の健康食品があるとのことだ。要支援者で夫と2人暮らしだ。同じように別会社からも健康食品が昨日届き、これはクーリング・オフした。代引き配達でプレゼントのくつ下が届いている。リウマチで足の痛みがとれると勧誘されている。（70歳代女性）

【県センターの対応】 当該事業者を確認した処、約2年前から8件の契約があり、請求分は半年前の最後の契約分であった。役場担当者、巡回相談員、養成講座研修生、ヘルパー立会いで商品を確認。多数の中からこの分のみを発見した。契約書の再送付を依頼、特商法の商品名など不備、代表者名なし、クーリング・オフの告知なしなどで解除と、足の痛みがとれるは特商法、消契法の不実告知取消し、適合性原則違反を通知、解除された。

#####

健康器具

#####

【概要】 1ヶ月前、SF商法の場所を強引に提供させられ、足の痛みが取れると信じて契約したが高額で解約したい。契約書は販売員が書いた。漢字が違うのに気づいて上から正しい字を重ねたような書き方になっている。足の痛みが取れるなどと説明した。足の痛みで病院通いをしていたので仕方なく応じたが、支払いが不安でその後使用していない。（70歳代女性）

【県センターの対応】 居住市相談窓口で詳しい経緯を聞き取り、解約通知書を準備することになった。契約書を確認したところ、クレジット会社の分割払いになっていたため、先に支払停止抗弁書を送付した。また、厚労省に確認したところ、温熱効果ありとだけ承認されていた。当該事業者について他機関も調査中との情報が入り、通知書送付前だったが、当該事業者とクレジット会社に苦情内容を伝えたところ、解約すると回答あり。返金確認。

#####

生命保険

#####

【概要】 2年前に生命保険に加入し、4ヶ月前に入院したので保険金の請求をしたが告知義務違反として給付できないとの事。近所に住む営業員に勧められ2口契約した。営業員は2年以内に大きな病気をしていたら告知する必要があるとし、血圧やめまいで通院は関係なしとの事だった。告知書は署名以外はすべて営業員が書いた。支払済保険料だけでも返金してほしい。手元の書類は紛失した。(80歳代女性)

【県センターの対応】 相談者に告知義務違反について説明し、センターからお客様相談窓口にて苦情を伝え、関係書類の写しの送付と詳しい調査内容の説明を求めた。相談者にこの旨伝え、書面や説明に納得できない場合は再度相談するよう助言した。

#####

・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。

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、大村市消費生活センター、雲仙市消費生活センター、五島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22年度の計画>

開催回数 15回

受講者数 1,100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）

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22年度の計画>

開催回数 10回

受講者数 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22年度の計画>

開催回数 8回

受講者数 500人

場所(県下一円)

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

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。

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、**県内**全体で連携して取り組んでいく。