

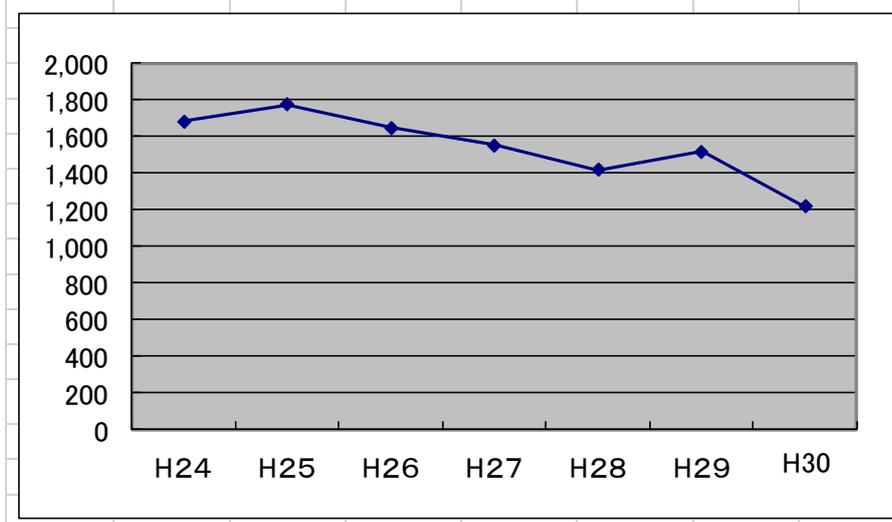
平成30年度上半期 長崎県消費生活センターの相談業務の実施結果について

1. 受付件数

平成30年度上半期は、1,217件(苦情・相談1,156件、問合せ61件)の苦情相談等を受け付けており、前年度同期と比べて300件、19.8%の減となっている。

表1 受付件数の推移

年度	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30
上半期	1,682	1,773	1,648	1,551	1,419	1,517	1,217
年度計	3,500	3,367	3,290	3,053	2,807	2,954	



2. 契約当事者の年代別内訳

相談件数は30歳代以外の各年代で減少している。年代が高くなる程、相談件数は多くなっており、60歳代以上の構成比率は49.2%とほぼ半数を占めている。

表2 契約当事者の年代別内訳

		20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	その他	合計
H30 上半期 (4~9月)	男性	10	32	63	72	96	126	97	6	502
	女性	8	41	47	69	99	120	225	7	616
	団体								38	38
	計	18	73	110	141	195	246	322	51	1,156
	構成比	1.6	6.3	9.5	12.2	16.9	21.3	27.9	4.4	100
H29 上半期	件数	32	91	103	206	265	345	333	59	1,434
	構成比	2.2	6.3	7.2	14.4	18.5	24.1	23.2	4.1	100
(増減)		-14	-18	7	-65	-70	-99	-11	-8	-278
(増減率)		-43.8	-19.8	6.8	-31.6	-26.4	-28.7	-3.3	-13.6	-19.4

3. 商品・役務（サービス）の種類別上位件数

商品では例年通り「健康食品」が1位となった以外は、「電気」、「ふとん類」、「新聞」が増加に転じ順位にも変動が見られる。「デジタルコンテンツ」が1位となったものの前年度同期比48.9%と大幅に件数は減少している。全体として減少傾向にある中で「ファンド型投資商品」が倍増している。役務と商品の差が縮小している。

表3 商品・役務(サービス)の種類別上位件数

順位	商 品	H30	H29	順位	役務(サービス)	H30	H29
1	健康食品	54	① 54	1	デジタルコンテンツ	159	① 311
2	自動車	20	③ 23	2	フリーローン・サラ金	53	② 61
3	電気	19	⑨ 8	3	インターネット接続回線	37	③ 52
4	化粧品	16	② 27	4	不動産貸借	34	⑥ 32
5	ふとん類	12	- 1	5	工事・建築	30	⑤ 34
6	新聞	16	⑨ 8	6	ファンド型投資商品	25	⑩ 12
7	ソーラーシステム	9	⑦ 13	7	修理サービス	19	⑧ 21
7	音響・映像機器	9	⑪ 7	8	テレビ放送サービス	18	④ 41
7	携帯電話	9	⑪ 7	9	携帯電話サービス	16	⑥ 25
10	アクセサリ	8	④ 17	10	固定電話サービス	15	⑪ 11
10	パソコン類	8	⑤ 16	上半期計		651	854
上半期計		505	580				

4. 年代別上位の商品・役務（サービス）

70歳以上で「健康食品」が1位となったが、他の年代では「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位となっている。「ファンド型投資商品」について60歳代以上で顕著な増加が見られる。

表4 年代別上位の商品・役務

年代	1位		2位		3位		4位		5位	
20歳未満	デジタルコンテンツ	4	テレビ放送サービス	2	金融関連サービス	2	アクセサリ、新聞、二輪車、携帯電話サービス、学習塾、手配旅行、コンサートなど			1
20歳代	デジタルコンテンツ	18	フリーローン・サラ金	7	エステティックサービス	6	健康食品	5	不動産貸借	5
30歳代	デジタルコンテンツ	12	不動産貸借	8	健康食品	6	自動	4	結婚相手紹介サービス	4
40歳代	デジタルコンテンツ	34	フリーローン・サラ金	9	不動産貸借	7	化粧品	5	健康食品、工事・建築、学習塾	4
50歳代	デジタルコンテンツ	43	健康食品	13	フリーローン・サラ金	11	インターネット接続回線	11	不動産貸借	7
60歳代	デジタルコンテンツ	32	インターネット接続回線	12	フリーローン・サラ金	10	工事・建築	8	健康食品、ファンド型投資商品、電気	7
70歳以上	健康食品	19	デジタルコンテンツ	14	ファンド型投資商品	13	フリーローンサラ金	11	工事・建築	8

5. 特定商取引法に該当する販売方法（特殊販売）

特殊販売の相談件数は601件で前年度同期と比べ194件減少している。なお、全体の52.0%を占めているが、前年度同期に比べ3.4%減少した。

形態別では、「通信販売」が56.4%と前年度同期に比べ6.6%減少している。また、「訪問購入」以外のすべての形態で減少している。

年代別をみると、「家庭訪問販売」と「電話勧誘販売」は高齢者からの相談が多く、「インターネット通販・オークション」はすべての年代で最も多くなっている。

表5-1 特殊販売の相談件数

年度 (上半期)	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	訪問購入	その他 無店舗販売	特殊販売 (計)	特殊販売 以外	合計
H29	126	501	115	22	4	16	11	795	639	1,434
H30	102	339	108	23	1	22	6	601	555	1,156
構成比	17.0	56.4	18.0	3.8	0.2	3.7	1.0	100.0		

表5-2 特殊販売形態別相談件数と商品・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 102	家庭訪問	75	工事・建築9 テレビ放送サービス9 修理サービス8 新聞8 ふとん類5 ソーラーシステム3 インターネット接続回線3 健康器具3
	アポイントメント商法	4	着物類1 複合サービス会員1 デリバティブ取引1 内職・副業1
	SF商法	3	保健衛生品2 ふとん類1
	職場訪問	10	リースサービス3 固定電話サービス3 電気1 電気設備1、インター別途接続回線1 金融・保健1
	キャッチセールス	0	
	その他	10	工事・建築2 ソーラーシステム1 複合会員1 モバイルデータ通信1 テレビ放送サービス1 ほか
通信販売 339	インターネット通販・オークション	250	デジタルコンテンツ138 健康食品25 化粧品9 パソコン類6 ホテル・旅館4
	DM広告	8	健康食品3 ファンド型投資商品2 デジタルコンテンツ2
	折込広告	1	防災・防犯商品1
	雑誌広告	2	アクセサリ1 電話音声情報1
	その他	78	ファンド型投資商品13 デジタルコンテンツ11 健康食品7 電気空調・冷房機器6
	電話勧誘販売	108	インターネット接続回線25 健康食品11 電気9 フリーローン・サラ金5
	マルチ等商法	23	ファンド型投資商品4 健康食品4 電気2 化粧品2 内職・副業2
	ネガティブオプション	1	書籍1
	訪問購入	22	靴3 アクセサリ3 音響・映像機器3 時計3
	その他無店舗の展示販売	6	モバイルデータ通信2 生命保険1 補聴器1 デリバティブ取引1 弁護士1
	計	601	

表5-3 特殊販売形態別・年代別の件数

区分	販売形態	計	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
訪問販売 102	家庭訪問	75	1	2	2	7	8	20	34	1
	アポイントメント商法	4	0	2	0	1	0	1	0	0
	SF商法	3	0	0	0	0	0	0	3	0
	職場訪問	10	0	0	0	0	0	3	0	7
	キャッチセールス	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	その他	10	0	3	2	0	0	2	2	1
通信販売 501	インターネット通販・オークション	250	7	26	39	49	64	43	18	4
	DM広告	8	0	0	0	3	1	1	3	0
	折込広告	1	0	0	0	0	0	0	1	0
	雑誌広告	2	0	0	0	0	1	1	0	0
	その他	78	0	5	4	12	11	13	33	0
	電話勧誘販売	108	0	1	2	10	21	23	38	13
	マルチ商法	23	0	6	4	4	2	4	1	2
	ネガティブオプション	1	0	0	0	0	0	0	0	1
	訪問購入	22	0	0	0	1	2	6	13	0
	その他無店舗の展示販売	6	0	1	2	0	0	1	2	0
	計	601	8	46	55	87	110	118	148	29
	構成比	100	1.3	7.7	9.2	14.5	18.3	19.6	24.6	4.8

6. 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744件、相談員が相談者と業者の間に立って交渉する「斡旋」が164件であった。

こうした取組みにより、契約の解除や取消、被害が未然に防止されたものが162件、4,200万円となった。

表6-1 処理結果

内 容	件 数(上半期)		増 減
	H29	H30	
助 言	961	744	-217
斡 旋	148	164	16
情報提供	286	222	-64
他機関紹介	8	13	5
そ の 他	31	13	-18
計	1,434	1,156	-278

表6-2 救済額

方 法	件 数	回復額(万円)	平均(万円)
回復 ※1 (クーリング・オフ以外)	94	1,340	14
回復 ※2 (クーリング・オフ)	21	933	44
未然防止 ※3	47	1,927	41
H30上半期 計	162	4,200	26
H29上半期 計	189	5,984	32
増 減	-27	-1,784	-6

※1： 既に契約・申込してしまった金額の全部又は一部が相談者に返金された、又は支払いを免除された金額。クーリング・オフを根拠に返金された金額を除く。

※2： 上記で除いた、クーリング・オフを根拠に返金、解約・取消された金額

※3： 契約・申込をする前に相談した結果、相談者が当該契約を締結せず、支払わずに済んだ金額。