

平成26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3,290件、前年度比2.3%減少
70歳以上の相談は減少したものの年代別では最多
デジタルコンテンツ(携帯、パソコン等から得られる情報)の相談件数が増加

受付件数 3,290件

平成26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2.3%、77件減少し、3,290件となった。(資料P1 表1)

年代別の相談件数

70歳以上の相談件数は減少したものの、年代別の相談件数では最多になっている。年代が高くなる程、相談件数も多くなっている。(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位だが、昨年の3分の1に減少となった。
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位となっており、件数も増加している。

(資料P3 表3-1)

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)

26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583件について、1億9,915万円を救済することができた。

(資料P5 表4-2)

高齢者の消費者トラブル

相談件数全体に占める70歳以上の高齢者の構成比は、前年度より4.2%減少の23.9%となったが、依然として高い割合となっている。(資料P6 表(1))

(参考) 県内市町における苦情相談

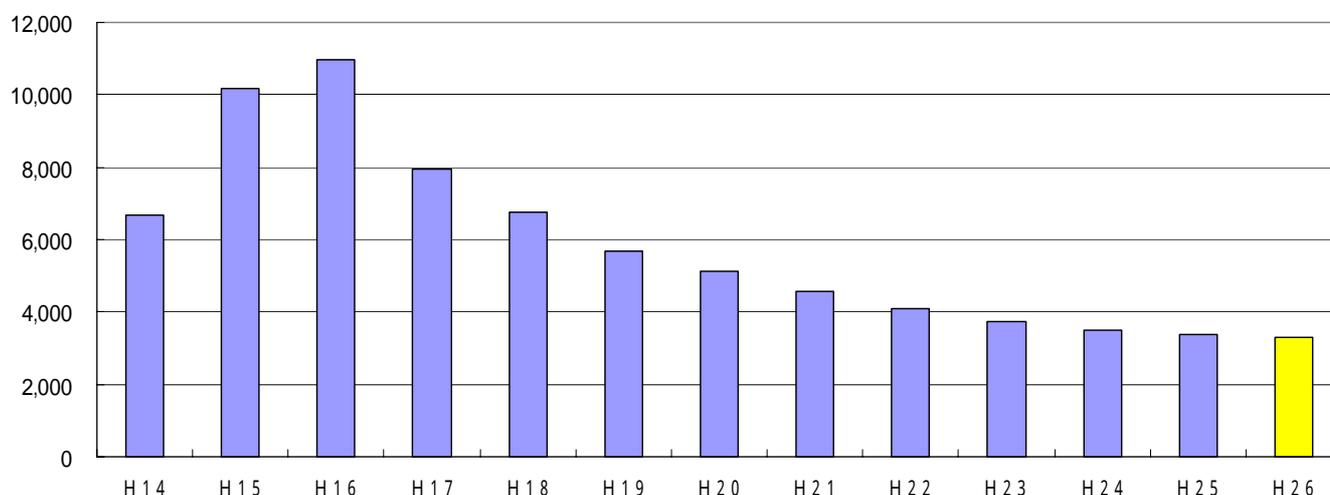
平成26年度に、県内市町が受け付けた相談件数は、前年度に比べて0.6%、54件増加し、8,778件となった。

(1) 受付件数

平成26年度は、3,290件(苦情・相談3,162件、問い合わせ128件)の苦情相談等を受け付けており、前年度と比べて77件(2.3%)減少している。

表1 受付件数の推移

年度	H14	H15	H16	H17	H18	H19	H20	H21	H22	H23	H24	H25	H26
受付件数	6,667	10,170	10,961	7,944	6,739	5,671	5,123	4,558	4,100	3,748	3,500	3,367	3,290
苦情相談	6,458	9,971	10,796	7,680	6,414	5,488	4,931	4,407	3,884	3,560	3,315	3,233	3,162
問合せ	209	199	165	264	325	183	192	151	216	188	185	134	128
増減	1,420	3,503	791	-3,017	-1,205	-1,068	-548	-565	-458	-352	-248	-133	-77
率	27.1	52.5	7.8	-27.5	-15.2	-15.8	-9.7	-11.0	-10.0	-8.6	-6.6	-3.8	-2.3

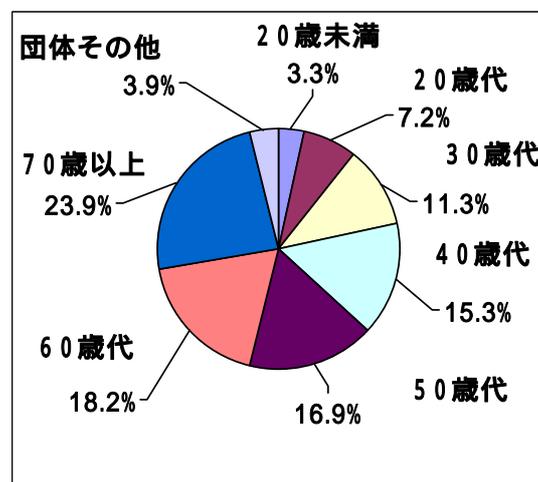


(2) 当事者の年代別内訳

30歳代と70歳以上の件数が減少した。特に70歳以上は大きく減少した。年代が高くなる程、相談件数は多くなり、70歳以上の相談件数が最多である。

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	65	109	200	242	308	325	284	7	1,540
女性	38	119	156	243	227	251	472	8	1,514
団体								108	108
計	103	228	356	485	535	576	756	123	3,162
構成比	3.3	7.2	11.3	15.3	16.9	18.2	23.9	3.9	100.0
(前年)	102	201	369	432	518	544	910	157	3,233
(増減)	1	27	-13	53	17	32	-154	-34	-71
増減比	1.0	13.4	-3.5	12.3	3.3	5.9	-16.9	-21.7	-2.2



(3) - 1 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年度以降、概ね1:2で推移している。

商品の相談件数は前年度から15% 190件の減少で、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、自動車が2位となっている。健康食品の件数が大幅に減少した一方、「パソコン類」「ソーラーシステム」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6.1% 119件増加した。

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だった。また、「デジタルコンテンツ」のほか「インターネット接続回線」「携帯電話サービス」の相談件数が大きく増加している。

「デジタルコンテンツ」はアダルト情報サイトに関する相談が増加している。

表3-1 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 (233)	1	デジタルコンテンツ 625 (492)
2	自動車	49 (48)	2	フリーローン・サラ金 216 (239)
3	パソコン類	47 (24)	3	不動産貸借 135 (130)
4	ソーラーシステム	36 (20)	4	インターネット接続回線 134 (83)
5	アクセサリ	35 (45)	5	工事・建築 82 (86)
6	新聞	33 (30)	6	携帯電話サービス 63 (33)
7	化粧品	32 (43)	7	ファンド型投資商品 51 (74)
8	健康器具	28 (26)	8	生命保険 42 (36)
9	学習教材	22 (19)	8	医療 42 (36)
9	音響・映像機器	22 (30)	10	修理サービス 35 (39)
商品計			1,077	(1267)
			役務計	2,085 (1966)

()は25年度

(3) - 2 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。

「健康食品」に関する相談件数は、大幅に減ったものの、70歳以上では1位となっており、「健康食品」の相談件数の半分以上は70歳以上である。

「インターネット接続回線」は全年代で5位以内に入ってきている。

表3-2 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	63	テレビ放送サービス	6	インターネット接続回線	3	運動ぐつ	3	財布類 他	2
20歳代	デジタルコンテンツ	63	フリーローン・サラ金	15	不動産貸借	14	自動車	11	インターネット接続回線	10
30歳代	デジタルコンテンツ	100	フリーローン・サラ金	31	不動産貸借	24	インターネット接続回線	16	工事・建築	11
40歳代	デジタルコンテンツ	136	フリーローン・サラ金	42	不動産貸借	34	携帯電話サービス	14	インターネット接続回線	14
50歳代	デジタルコンテンツ	130	フリーローン・サラ金	56	インターネット接続回線	33	不動産貸借	26	工事・建築	17
60歳代	デジタルコンテンツ	90	フリーローン・サラ金	38	インターネット接続回線	31	工事・建築	31	健康食品 他	14
70歳以上	健康食品	44	デジタルコンテンツ	34	フリーローン・サラ金	30	ファンド型投資商品	28	インターネット接続回線	26

(3) - 3 特定商取引法に該当する取引形態

特定商取引法に該当する取引に関する苦情・相談件数は、1,803件で全体(3,162件)の半数以上を占めている。(表3-3)

形態別にみると、前年度に比べて「訪問販売」「電話勧誘販売」「マルチ等商法」の件数が減少し、「通信販売」「訪問購入」が増加している。

特に「通信販売」の相談比率は半分以上を占めており、中でもインターネット・携帯電話等によるものが多くなっている。また、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。若い世代は、インターネット・携帯等による通信販売が多い(表3-5)

表3-3 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	訪問購入	その他無店舗販売	特殊販売計	特殊販売以外	計
H25	354	828	559	55	29	26	31	1,882	1,351	3,233
H26	310	947	428	45	14	31	28	1,803	1,359	3,162
構成比	17.2	52.5	23.7	2.5	0.8	1.7	1.6	100.0		

表3-4 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 310	家庭訪問	241	工事・建築31 新聞23 テレビ放送サービス19 ソーラーシステム18 ふとん類13 修理サービス12 インターネット接続回線11 健康食品9
	アポイントメント商法	14	化粧品5 複合サービス会員3 家庭用電気治療器具2 結婚相手紹介サービスほか1
	SF商法	4	ふとん類2 健康食品ほか1
	職場訪問	17	リースサービス4 パソコンソフト2 生命保険2 自動販売機2
	キャッチセールス	6	医療サービス2 化粧品ほか1
	その他	28	
通信販売 947	インターネット・携帯電話等	516	デジタルコンテンツ496 音響・映像機器ほか3
	DM広告	36	宝くじ12 フリーローン・サラ金6 デジタルコンテンツ5 アクセサリー4
	折込広告	5	炊飯器、コンサート、家庭用電気治療器具ほか1
	雑誌広告	7	デジタルコンテンツ2 教養娯楽品、風呂用具その他1
	その他	383	
	電話勧誘販売	428	インターネット接続回線98 健康食品42 公社債28 ファンド型投資商品27 役務その他サービス17 フリーローン・サラ金15
	マルチ等商法	45	化粧品10 台所用品8 ファンド型投資商品7 健康食品5
	ネガティブオプション	14	単行本4 カレンダー2 健康食品2
	訪問購入	31	アクセサリー10 靴3 着物類2
	その他無店舗の展示販売	28	家庭用電気治療器具4
	計	1,803	

表3-5 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	8	10	15	18	32	46	112	0	241
アポイントメント商法	0	7	3	2	0	0	2	0	14
SF商法	0	0	0	0	0	1	3	0	4
職場訪問	0	1	1	1	1	0	1	12	17
キャッチセールス	0	3	1	1	0	0	1	0	6
インターネット・携帯電話等	50	52	78	106	115	79	31	5	516
DM広告	1	1	1	5	8	5	15	0	36
折込広告	0	0	0	1	1	2	1	0	5
雑誌広告	1	0	2	1	2	0	1	0	7
電話勧誘販売	1	12	30	37	47	87	198	16	428
マルチ商法	0	5	3	4	10	10	12	1	45
ネガティブオプション	0	0	0	1	3	1	3	6	14
訪問購入	0	0	1	2	1	13	14	0	31
その他無店舗の展示販売	0	2	1	0	4	8	10	3	28
その他・不明	0	0	0	0	0	0	0	411	411
計	61	93	136	179	224	252	404	454	1,803

(4) 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2,175件、センターが相談者と業者の間に立つ斡旋が346件となっている。(表4-1)

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583件、1億9,915万円となっている。(表4-2)

表4-1 処理結果

内 容	件 数		増 減
	25年度	26年度	
助 言	2,047	2,175	128
斡 旋	417	346	-71
情報提供	657	555	-102
他機関紹介	66	39	-27
そ の 他	46	47	1
計	3,233	3,162	-71

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である。

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4-2の救済額となっている。

表4-2 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	25	103	3,895	38
	26	63	4,619	73
	増 減	-40	724	35
特定商取引法 消費者契約法	25	89	2,188	25
	26	182	2,991	16
	増 減	93	803	-9
その他	25	366	8,782	24
	26	338	12,305	36
	増 減	-28	3,523	12
計	25	558	14,865	27
	26	583	19,915	34
	増 減	25	5,050	7

高齢者の消費トラブル

70歳以上の高齢者からの苦情相談件数は、平成17年度のピークに減少していたが、最近は増加傾向にあった。平成26年度は昨年度より大きく減少したが、これは平成24、25年度に多かった健康食品の送りつけ商法が落ち着いた影響によるものである。しかし、相談件数全体に占める構成比は23.9%で依然として高い割合となっており、予断を許さない。

昨年度まで増加を続けていた80歳以上の高齢者からの相談の割合も全体の8.7%となり、約10年ぶりの減少となった。【表(1)】

また、家族や知人など本人以外からの相談は、29.9%の割合であり、60歳代に比べ高くなっている。【表(3)】

表1 70歳以上の苦情相談の受付件数

		H17	H18	H19	H20	H21	H22	H23	H24	H25	H26
70歳以上	男性	380	389	285	265	296	236	233	262	318	284
	うち80歳以上	122	105	73	76	96	76	88	100	91	94
	女性	661	540	462	394	399	399	415	492	592	472
	うち80歳以上	179	139	142	136	154	168	157	195	232	182
	計	1,041	929	747	659	695	635	648	754	910	756
	うち80歳以上	301	244	215	212	250	244	245	295	323	276
全体受付件数		7,680	6,414	5,488	4,931	4,407	3,884	3,560	3,315	3,233	3,162
構成比		13.6	14.5	13.6	13.4	15.8	16.3	18.2	22.7	28.1	23.9
うち80歳以上		3.9	3.8	3.9	4.3	5.7	6.3	6.9	8.9	10.0	8.7
前年度比(構成比)		4.6	0.9	-0.9	-0.2	2.4	0.6	1.9	4.5	5.4	-4.2
うち80歳以上		-	-0.1	0.1	0.4	1.4	0.6	0.6	2.0	1.1	-1.3

表2 70歳以上の主な商品・役務

	H21		H22		H23		H24		H25		H26		
	商品・役務	件数											
70歳以上	1位	健康食品	50	健康食品	55	健康食品	50	健康食品	139	健康食品	192	健康食品	44
	2位	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	フリーローン・サラ金	34	ファンド型投資商品	44	デジタル・コンテンツ	34
	3位	フリーローン・サラ金	38	工事・建築	23	公社債	28	工事・建築	28	フリーローン・サラ金	31	フリーローン・サラ金	30
	4位	生命保険	27	ふとん類	22	フリーローン・サラ金	27	ファンド型投資商品	28	工事・建築	24	ファンド型投資商品	28
	5位	新聞	25	ファンド型投資商品	22	工事・建築	27	新聞	22	デジタル・コンテンツ	23	インターネット接続回線	26
	計		184		168		173		251		314		162

表3 契約当事者と当事者以外の苦情相談

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	498	78	576
	構成比	86.5	13.5	100.0
70歳以上	件数	530	226	756
	構成比	70.1	29.9	100.0
全体苦情件数	件数	2,474	688	3,162
	構成比	78.2	21.8	100.0

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など）をあおって商品・サービスを販売する。

【 事 例 】

#####

電気通信サービスのトラブルに注意

#####

【 概 要 】10日前、「電話代が安くなる」といって電話会社の代理店から電話があり光回線契約とプロバイダー契約を勧められた。「2ヶ月間無料で利用できる」「契約すれば中古パソコンを提供する」とも説明され、ちょうどパソコン教室に通いたいと思っていたので契約した。今日パソコンが届いたが、廃棄処分品かと疑うほど古いものだった。回線の開通工事前だが、解約したい。

【 対 応 】インターネット接続回線などの電気通信サービスの相談は増加傾向にありますので注意が必要です。上記事例では、電話会社との光回線契約と、プロバイダー会社とのインターネット接続サービス契約について、それぞれの会社に直接解約の申し出をしたところ、インターネットにつながる工事前であることから両契約とも無条件で解約することができ、中古パソコンは代理店に返却しました。

インターネット接続回線など電気通信サービスは契約内容が分かりにくい一方で、電話で承諾しただけでも契約は成立します。サービスの内容、料金体系、解約時の手続きや解約料などサービス提供条件については事前にしっかり確認しておきましょう。最近では、遠隔操作を使って内容を確認する余裕を与えず契約させるという手口もあります。

トラブルを避けるためには、必要ないのにしつこく勧誘する業者に対しては、あいまいな返事をせず連絡先や担当者名を聞いた上で、契約するつもりはない旨をはっきり伝えることです。また、一般的に工事前の解約は無料ですが、工事終了後の解約は契約条件により解約料が発生する場合があります。さらに、電話勧誘販売や訪問販売での契約は一定期間内であればクーリングオフ（無条件契約解除）ができることが多いのですが、事例のような電気通信サービスには適用されないので注意してください。

#####

国内パックツアーの解約にご注意

#####

【概要】1か月前、折り込み広告を見て友人と2人で国内パック旅行を申し込み、代金5万円を振り込んだ。しかし、人数が集まらず旅行は中止になった。その後、日程やプランを変えて申し込んだが中止になり、4回目の申し込みでやっと行けることになって代金の差額を振り込んだ。ところが、出発13日前に友人が体調を崩したので解約を申出たところ、1人8千円の取り消し料を差し引いての返金になると言う。そんな説明は受けていないし、私から連絡して初めて旅行中止が分かるなど、業者の対応も不満だ。全額返金して欲しい。

【対応】折込み広告に掲載された約款には1人8千円の取り消し料が発生することの記載がありました。しかし、相談者は取消料について口頭では説明を受けていないことや、旅行中止が重なり、その際の対応に不満があることなどセンターから旅行会社に事情を伝えました。その結果、相談者への説明に不十分な点もあったとして、今回については取消料を請求しないとの旅行会社の回答がありました。

あらかじめ日程や料金などの内容が決められ、広告・ホームページなどで募集する旅行は「パッケージツアー」(募集型企画旅行)と呼ばれます。それぞれ最少催行人数が決められていて、申込が定数に満たない場合は旅行が中止になります。法律(旅行業法)に基づいて定められた「標準旅行業約款」により、旅行者に理由を説明して旅行会社が契約を解除することもあります。

一方、旅行者はいつでも旅行契約を解除できますが、国内旅行か海外旅行か、旅行開始日前日からさかのぼって何日目か - などによって、取消料が必要になる場合があります。法律では契約締結の際にその取引の条件を説明し、そのサービスの内容や金額などを記載した書面を交付することになっています。契約書を受け取ったら必ず契約条件を確認しましょう。

無登録業者の倒産による被害も起きていますので、広告を見るときには目的地や旅程だけでなく、国や都道府県への登録を示す登録番号もあわせて確認しましょう。

#####

公的機関かたる劇場型勧誘詐欺

#####

【概要】2か月ほど前、消費生活センターの職員を名乗って「あなたの個人情報盗まれている。個人情報を削除するには代理人が必要なので、私が信用できる方を見つけて電話させる」と電話があった。すぐに代理人から連絡があり「個人情報を削除するためだ。私の名前で車いす100台を業者に発注してほしい」と、言われるままに指定された業者に注文したところ、代金3千万円を請求された。「払えなければ懲役10年の犯罪だ」と業者に言われ、恐ろしかったので代理人に相談し、すぐに返金するという約束で300万円を相手業者に宅配便で送った。その後も何度かに分けて1千万円を送金したが、お金は返金されない。代理人と連絡もとれなくなった。

[対 応] 事例は、複数の登場人物が役割分担をして、お芝居のように消費者を騙す「劇場型」の手口です。公的機関が「個人情報削除してあげる」などと電話をすることは絶対にありません。このような電話がかかってきたら、相手にせず、すぐに電話を切ってください。一度お金を支払ってしまうと取り戻すことは困難ですので、絶対に支払ってはいけません。公的機関や類似した名称を名乗る電話で不審に感じた時は、「こちらからかけ直す」と言って電話を切り、その時に相手から教えられた番号には連絡せず、担当課に確認してください。また、このような詐欺的な手口では最近、価値のない投資商品を契約させお金を振り込ませたり、宅配便などで現金を送らせるケースのほかにも、息子を演じて地方から東京まで現金を持ってこさせる「上京型」などの新しい手口もありますので注意が必要です。

お年寄りの消費者トラブルを防止するには、本人が注意するだけでなく、周囲の協力が不可欠です。家族やホームヘルパーなど身近な方が、日頃からお年寄りの生活の様子を見守り、声をかけてあげてください

#####

水漏れ修理の契約トラブル

#####

[概要] 以前から台所の水道蛇口が水漏れしていたので、3日前、裏がマグネットになった投げ込み広告『見積り0円』を見て業者に電話したところ、すぐに担当者が家を訪ねてきた。「シンクの付け根と裏に水漏れがある」「止水栓が動かないので水を止められない」「蛇口全体の交換が必要」と言われたが、見積金額が4万円と高かったので断った。しかし、担当者から強く勧められ、仕方なく応じてしまった。工事後、やはり納得できず担当者にクーリングオフを申し出たが、できないと言われた。どうにかならないのか。

[対 応] 本件は、見積りだけのつもりが、訪問した担当者から勧誘され蛇口交換の契約をしたもので、特定商取引法の訪問販売に該当すると判断し、クーリングオフ（無条件契約解除）の手続きを支援しました。

水漏れ・詰まり修理のチラシや広告を見て、見積りだけと思い事業者を自宅に呼び、勧められるまま仕方なく契約したが高額すぎるという相談が増えています。広告の中の「出張見積り無料」「割引チケット」などのお得な言葉だけに惑わされず、冷静な判断が必要です。

事業者の訪問を受ける場合は、一人で対応せず家族や友人に同席してもらいましょう。契約する前には、必ず工事（修理）の説明や費用について確認したり、複数の業者から見積もりを取るようにしましょう。また、水漏れが発生した時に備えて、日頃から元栓や止水栓の閉め方などチェックしておくことも大事です。

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おかっている。

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「いりません。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。

(株)シー・アイ・シー(CIC) TEL:0570-666-414

(株)日本信用情報機構(JICC) TEL:0120-441-481

全国銀行個人信用情報センター TEL:0120-540-558

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、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、平戸市消費生活センター、松浦市消費生活センター、対馬市消費生活相談所、五島市消費生活センター、西海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、壱岐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。

用語の説明（国民生活センター等の定義による）

SF(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、得た気分させ、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。

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(エステ等)並びに業務提供誘引販売(内職商法など)を言う。

平成24年からは、新たに訪問購入が加えられた。

訪問購入

店舗以外の場所で、政令で指定されたものを除くすべての物品を、事業者が消費者から買い取る契約。クーリング・オフ期間中は、事業者への物品の引き渡しを拒むことができる。

政令で指定されたものとは、自動車(2輪を除く)、家電(携行が容易なものを除く)、家具、本・CD・DVD・ゲームソフト類、有価証券である。

CIC、JICC、全国銀行信用情報センター

個人が金融機関から借り入れた金額、返済状況、残高、融資件数などの情報を収集・管理し、会員会社に提供する団体。

CICがクレジット会社系、JICCが消費者金融系、全国銀行信用情報センターが銀行系。

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、悪質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。