

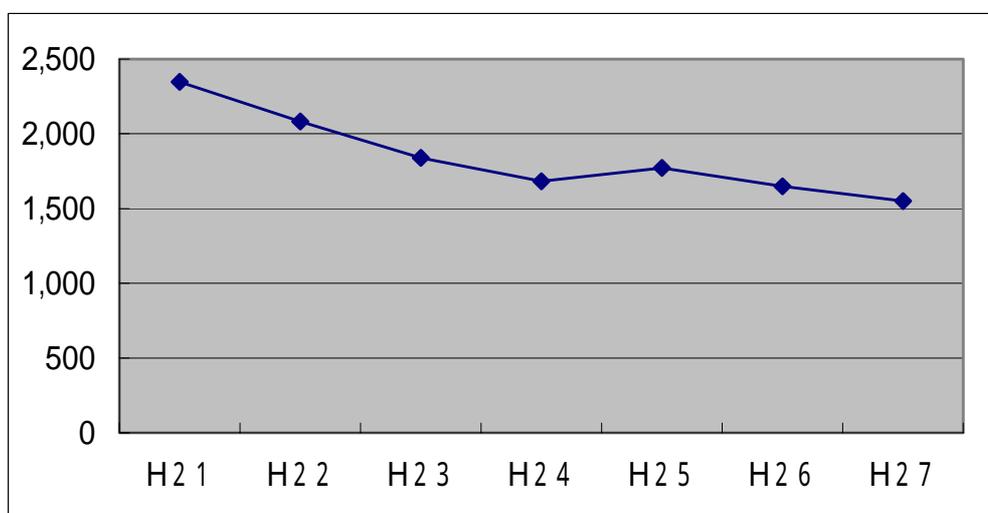
平成27年度上半期における県消費生活センター 相談業務の実施結果について

1. 受付件数

平成27年度上半期は、1,551件（苦情・相談1,488件、問い合わせ63件）の苦情相談等を受け付けており、前年度同期と比べて97件、5.9%の減少となっている。

表1. 受付件数の推移

年度	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27
上半期	2,349	2,084	1,839	1,682	1,773	1,648	1,551
年度計	4,558	4,100	3,748	3,500	3,367	3,290	



2. 相談当事者の年代別内訳

20歳代と60歳代を除くすべての年代で相談件数が減少している。60歳代の相談件数は70歳以上のそれと同程度となり、60歳代以上の構成比率は4割超となっている。

表2 相談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
27年度4 ~9月	男性	33	61	93	112	107	165	120	6	697
	女性	15	74	81	106	98	155	209	5	743
	団体								48	48
	計	48	135	174	218	205	320	329	59	1,488
	構成比	3.2	9.1	11.7	14.7	13.8	21.5	22.1	4.0	100
前年度 上半期	件数	59	119	194	262	258	270	357	64	1,583
	構成比	3.7	7.5	12.3	16.6	16.3	17.1	22.6	4.0	100
増減		-11	16	-20	-44	-53	50	-28	-5	-95
増減比		-18.6	13.4	-10.3	-16.8	-20.5	18.5	-7.8	-7.8	-6.0

3. 商品・役務（サービス）の種類別上位件数

全体の件数は減少している。「健康食品」「健康器具」「インターネット接続回線」などが増加し、「ソーラーシステム」「デジタルコンテンツ」などが減少している。

表3 商品・役務の種類別上位件数

商 品			
1	健康食品	44	(38)
2	自動車	22	(25)
3	化粧品	20	(18)
4	アクセサリ	18	(23)
5	健康器具	16	(12)
6	パソコン類	15	(20)
7	ソーラーシステム	13	(27)
8	新聞	12	(12)
9	ガソリン	10	(5)
10	ふとん類ほか	9	(11)
商品計		481	(544)

役務(サービス)			
1	デジタルコンテンツ	296	(321)
2	フリーローン・サラ金	83	(93)
3	インターネット接続回線	70	(62)
4	不動産貸借	66	(67)
5	携帯電話サービス	47	(38)
6	工事・建築	37	(45)
7	修理サービス	20	(16)
8	テレビ放送サービス	18	(17)
9	医療サービス	15	(16)
10	年金	12	(7)
役務計		1,007	(1,039)

()は前年度上半期

4. 年代別上位の商品・役務（サービス）

70歳以上を除いた各世代で「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位となっている。

70歳以上では、「健康食品」が1位を占めている。

表4 年代別上位の商品・役務

	1位		2位		3位		4位		5位	
20歳未満	デジタルコンテンツ	29	テレビ放送サービス	5	モバイルデータ通信	2	解約代行サービス	2	音響・映像ソフトなど	1
20歳代	デジタルコンテンツ	40	不動産貸借	11	フリーローン・サラ金	7	化粧品	6	携帯電話サービス	5
30歳代	デジタルコンテンツ	38	不動産貸借	16	フリーローン・サラ金	15	インターネット接続回線	7	携帯電話サービス	5
40歳代	デジタルコンテンツ	61	フリーローン・サラ金	20	インターネット接続回線	14	不動産貸借	11	携帯電話サービス	9
50歳代	デジタルコンテンツ	44	インターネット接続回線	16	不動産貸借	11	フリーローン・サラ金	10	携帯電話サービス	7
60歳代	デジタルコンテンツ	59	フリーローン・サラ金	21	インターネット接続回線	20	工事・建築	14	携帯電話サービス	8
70歳以上	健康食品	28	デジタルコンテンツ	20	工事・建築	11	生命保険	11	携帯電話サービスなど	10

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・相談件数は全体の57.7%を占めている。前年度と比べると、全体に占める割合はほとんど変わっていない。

また、全体的に件数は減少しており、インターネット通販・オークションとDM広告の減少が他に比べて大きい。

年代別にみると、70歳以上では「電話勧誘販売」が多く、ついで「家庭訪問」が多い傾向は変わらない。

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	訪問購入	特殊販売計	特殊販売以外	計
H26	160	476	228	21	6	13	17	921	662	1,583
H27	156	462	184	27	2	12	15	858	630	1,488
構成比	18.2	53.8	21.4	3.1	0.2	1.4	1.7	100.0		

表5 - 2 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 156	家庭訪問	126	工事・建築15 テレビ放送サービス14 ソーラーシステム10 インターネット接続回線10 新聞10 修理サービス8
	アポイントメント商法	6	化粧品2 アクセサリー2 保健衛生品1 複合サービス会員1
	SF商法	0	
	職場訪問	5	リースサービス3 生命保険1 果実1
	キャッチセールス	1	医療サービス1
	その他	18	
通信販売 462	インターネット通販・オークション	379	デジタルコンテンツ281 興信所5 靴5
	DM広告	4	雑誌2 宝くじ1 大学1
	折込広告	1	筆記用具1
	雑誌広告	3	デジタルコンテンツ2 電話音声情報1
	その他	75	
電話勧誘販売	184	インターネット接続回線50 健康食品10 公社債5 ファンド型投資商品5	
マルチ・マルチまがい商法	27	健康食品8 化粧品7 ファンド型投資商品2 生命保険2	
ネガティブオプション	2	財布類1 身の回り品1	
訪問購入	15	アクセサリー4 靴2 かばん1 など	
その他無店舗の展示販売	12	家庭用電気治療器具2 パソコン2 など	
	計	858	

表5 - 3 主な販売形態別・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	6	4	12	16	34	43	5	126
アポイントメント商法	0	3	1	0	0	0	2	0	6
SF商法	0	0	0	0	0	0	0	0	0
職場訪問	0	0	0	1	2	0	0	2	5
キャッチセールス	0	1	0	0	0	0	0	0	1
インターネット通販・オークション	32	53	63	81	52	69	22	7	379
DM広告	0	0	0	0	0	1	3	0	4
折込広告	0	0	0	0	0	1	0	0	1
雑誌広告	0	1	0	0	1	1	0	0	3
電話勧誘販売	2	1	16	20	21	40	79	5	184
マルチ・マルチまがい商法	0	7	2	3	4	4	7	0	27
ネガティブオプション	0	0	0	1	0	0	1	0	2
訪問購入	0	0	1	0	2	5	7	0	15
その他無店舗販売	0	2	2	1	2	1	4	0	12
その他・不明	0	0	0	0	0	0	0	93	93
計	40	74	89	119	100	156	168	112	858

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943件、相談員が相談者と業者の間に立って交渉する斡旋が206件であった。

これらにより、契約の解除や取消ができたり、被害が未然に防止されたものが214件、1億3,449万円になった。

表6 - 1 処理結果

内容	件 数(上半期)		増減
	26年度	27年度	
助 言	1,083	943	-140
斡 旋	178	206	28
情報提供	284	288	4
他 機 関 紹 介	19	24	5
そ の 他	19	27	8
計	1,583	1,488	-95

表6 - 2 救済額

方 法	件 数	回復額(万円)	平均(万円)
回復 1	70	1,048	15
回復 2 (クーリング・オフ)	18	5,802	322
未然防止 3	126	6,599	52
H27上半期計	214	13,449	63
H26上半期計 4	323	11,351	35
増減	-109	2,098	28

- 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。
- 4..... H26からPIO-NETへの救済金に関する入力方法が変わったため、救済された合計件数及び金額のみ比較している。