

平成29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

- 「デジタルコンテンツ」が昨年度に引き続き全ての年代で相談件数1位に
- 商品では13年連続して「健康食品」が、役務では10年連続して「デジタルコンテンツ」が相談件数1位
- 60歳代以上の相談件数が、5年連続して全体の4割を超える

○ 受付件数 2,954件

29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5.2%、147件増加し、2,954件となった。(資料P1 表1)

○ 年代別の相談件数

相談件数を年代別に見ると「30歳代」と「40歳代」が減少し、他の年代は増加した。年代が高くなる程、相談件数は多くなり、60歳代の相談件数が最多となっている。

(資料P1 表2)

○ 商品・役務（サービス）の種類別上位件数

商品では、「健康食品」が平成17年度から連続して1位となっており、上位3位までは昨年度と同じ順位となっている。

役務では、「デジタルコンテンツ」が1位で全体でも最多となっており、商品と同様、上位3位までは昨年度と同じ順位となっている。(資料P2 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）

29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、389件について、1億2,278万円を救済することができた。

(資料P4 表4-2)

(参考) 県内市町における苦情相談

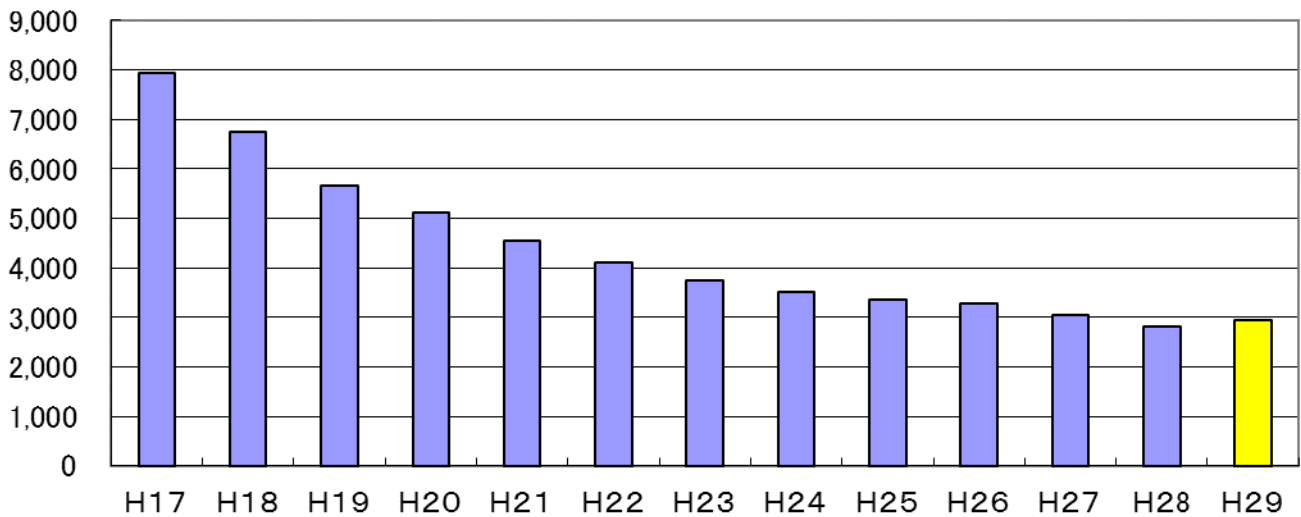
29年度に県内市町が受け付けた相談件数は9,367件で、県市町合計は12,321件、1,172件、10.5%の増加。

(1) 受付件数

29年度の苦情相談等の受付件数は2,954件（苦情・相談2,802件、問合せ152件）で、前年度と比べて147件（5.2%）増加した。

表1 受付件数の推移

年度	H17	H18	H19	H20	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29
受付件数	7,944	6,739	5,671	5,123	4,558	4,100	3,748	3,500	3,367	3,290	3,053	2,807	2,954
苦情相談	7,680	6,414	5,488	4,931	4,407	3,884	3,560	3,315	3,233	3,162	2,919	2,620	2,802
問合せ	264	325	183	192	151	216	188	185	134	128	134	187	152
(増減)	-3,017	-1,205	-1,068	-548	-565	-458	-352	-248	-133	-77	-237	-246	147
(増減率)	-27.5	-15.2	-15.8	-9.7	-11.0	-10.0	-8.6	-6.6	-3.8	-2.3	-7.2	-8.1	5.2



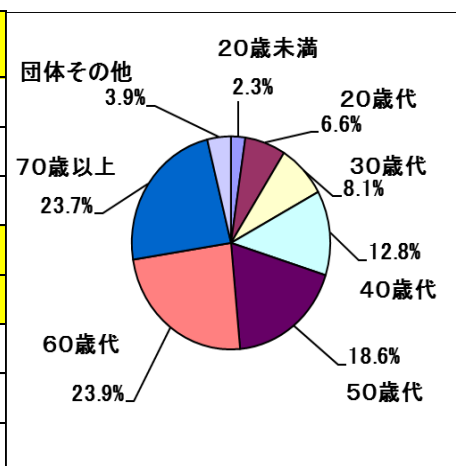
(2) 当事者の年代別内訳

年代別では、「30歳代」と「40歳代」が減少し、他の年代は増加した。

年代が高くなる程、相談件数は多くなっており、60歳代の相談件数が最多であり、60歳代、70歳代の増加率は2割を超えている。

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・不明	合計
男性	40	99	98	160	222	279	244	13	1,155
女性	25	86	128	197	297	391	419	13	1,556
団体・不明	0	1	1	3	3	1	0	82	91
計	65	186	227	360	522	671	663	108	2,802
構成比	2.3	6.6	8.1	12.8	18.6	23.9	23.7	3.9	100.0
[前年]	59	179	284	408	479	555	528	128	2,620
(増減)	6	7	-57	-48	43	116	135	-20	182
(増減率)	10.2	3.9	-20.1	-11.8	9.0	20.9	25.6	-15.6	6.9



(3) - 1 商品・役務（サービス）の種類別上位件数

商品の相談件数は1, 207件で、前年度と比べて306件（34.0%）増加した。これは統計上「商品一般」（商品の内容が特定できないもの）に分類される架空請求のハガキの増加によるものである。

種類別では、1位「健康食品」、2位「化粧品」となった。上位4位まで、及び「魚介類」、「携帯電話」が前年度に比べて増加しており、その他の商品は減少したものが多い。

役務（サービス）の相談件数は1, 595件で、前年度と比べて124件（7.2%）減少した。

種類別では、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）となった。「デジタルコンテンツ」、「テレビ放送サービス」、「携帯電話サービス」、「生命保険」、「ファンド型投資商品」等については増加が見られるものの、全体としては減少が続いている。

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）		
順位	商 品		順位	役 務（サービス）	
1	健康食品	119 (① 98)	1	デジタルコンテンツ	544 (①528)
2	化粧品	55 (② 50)	2	フリーローン・サラ金	128 (②157)
3	四輪自動車	54 (③ 48)	3	インターネット接続回線	100 (③114)
4	アクセサリ	27 (⑤ 24)	4	テレビ放送サービス	69 (⑦ 38)
5	パソコン類	26 (④ 28)	5	工事・建築	65 (⑤ 65)
6	魚介類	23 (⑫ 15)	6	不動産貸借	64 (④103)
7	ソーラーシステム	19 (⑧ 20)	7	携帯電話サービス	57 (⑥ 49)
8	健康器具	16 (⑦ 21)	8	修理サービス	34 (⑧ 35)
8	携帯電話	16 (7)	9	生命保険	31 (⑪ 29)
10	新聞 ほか	15 (⑩ 17)	10	ファンド型投資商品	27 (⑮ 15)
商品 計			役 務 計		
1,207 (901)			1,595 (1,719)		

(3) - 2 年代別上位の商品・役務（サービス）

全ての年代で昨年度に引き続き「デジタルコンテンツ」が1位となった。

上位の商品・役務（サービス）については、若干の順位の変動は見られるものの大きな変化は認められない。

表3-2 年代別上位の商品・役務（サービス）

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 26	健康食品 6	飲料、四輪自動車、自動二輪、不動産貸借、モバイルデータ通信、テレビ放送サービス		各2
20歳代	デジタルコンテンツ 41	フリーローン・サラ金 14	不動産貸借 12	健康食品 11	四輪自動車 11
30歳代	デジタルコンテンツ 51	フリーローン・サラ金 22	化粧品 9	不動産貸借、四輪自動車、携帯電話サービス 各7	
40歳代	デジタルコンテンツ 95	フリーローン・サラ金 23	健康食品 16	不動産貸借 15	インターネット接続回線 12
50歳代	デジタルコンテンツ 115	インターネット接続回線 22	フリーローン・サラ金 20	四輪自動車 15	健康食品 15
60歳代	デジタルコンテンツ 132	インターネット接続回線 25	フリーローン・サラ金 24	テレビ放送サービス 17	工事・建築 16
70歳以上	デジタルコンテンツ 79	健康食品 48	テレビ放送サービス 26	工事・建築 20	インターネット接続回線 フリーローン・サラ金 17

(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・相談は1,487件で、全体(2,802件)の53.1%を占めている。(表3-3)

形態別では、「通信販売」「電話勧誘販売」「訪問販売」で9割を越している。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「インターネット通販・オークション」によるものが「通信販売」の8割を占めている。(表3-4)

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。(表3-5)

表3-3 特殊販売の相談件数

年度	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
H28	255	924	238	30	4	43	40	1,534	1,086	2,620
H29	237	943	208	40	8	29	22	1,487	1,315	2,802
構成比	15.9	63.4	14.0	2.7	0.5	2.0	1.5	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	
訪問販売 237	家庭訪問	183	工事・建築23 テレビ放送サービス16 インターネット接続回線15 修理サービス12 幼児用教材11 駆除サービス11 ソーラーシステム8 固定電話サービス6
	アポイントメント商法	10	複合サービス会員2 ミシン、指輪、アクセサリ、エステ、仏具・神具ほか
	SF商法	2	パン類1 アクセサリ1
	職場訪問	9	リースサービス2 広告代理サービス2 書籍、携帯電話サービス、資格講座、自動販売機ほか
	キャッチセールス	0	
	その他	33	テレビ放送サービス6 生命保険4 インターネット接続回線2 駆除サービス2ほか
通信販売 943	インターネット通販・オークション	746	デジタルコンテンツ489 健康食品46 化粧品26 ほか
	DM広告	10	宝くじ4 フリーローン・サラ金2 健康食品、化粧品、生命保険ほか
	折込広告	6	魚介類1 健康食品1 健康器具1 化粧品1 緑茶1 靴1
	雑誌広告	3	電話音声情報2 化粧品1
	その他	178	デジタルコンテンツ35 健康食品18 フリーローン・サラ金10 ほか
電話勧誘販売	208	インターネット接続回線61 健康食品30 魚介類14 資格取得要教材6 固定電話サービス6 デジタルコンテンツ6 ハウスクリーニング6 モバイルデータ通信5 書籍5 ほか	
マルチ等商法	40	ファンド型投資商品8 化粧品7 内職5 健康食品5 ほか	
ネガティブオプション	8	健康食品2 紳士録・名簿1 新聞1	
訪問購入	29	アクセサリ10 衣服類5 着物類2 貴金属2 カメラ ほか	
その他無店舗の展示販売	22	健康食品4 モバイルデータ通信 健康器具 飲料 許容娯楽教材 ほか	
計		1,487	

表3-5 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 237	家庭訪問	183	2	4	8	15	32	39	81	2
	アポイントメント商法	10	0	2	1	3	0	0	4	0
	SF商法	2	0	0	0	0	0	0	2	0
	職場訪問	9	0	1	1	0	1	1	0	5
	キャッチセールス	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	その他	33	1	3	2	8	3	6	8	2
通信販売 924	インターネット通販・オークション	746	39	63	94	135	155	152	96	12
	DM広告	10	0	0	0	0	1	2	7	0
	折込広告	6	0	0	0	0	0	0	6	0
	雑誌広告	3	0	0	0	1	2	0	0	0
	その他	178	2	9	12	21	32	44	49	9
電話勧誘販売	208	1	7	4	29	39	32	77	19	
マルチ商法	40	0	10	3	2	9	5	11	0	
ネガティブオプション	8	1	0	1	0	0	2	4	0	
訪問購入	29	0	0	0	5	6	5	11	2	
その他無店舗の展示販売	22	1	3	2	1	2	1	12	0	
計		1,487	47	102	128	220	282	289	368	51
構成比		100.0	3.2	6.9	8.6	14.8	19.0	19.4	24.7	3.4

(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1,865件、センターが相談者と業者の間に立つ「斡旋」が334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389件 1億2,278万円となっている。(表4-2)

表4-1 処理結果

内 容	件 数		増 減
	28年度	29年度	
助 言	1,645	1,865	220
斡 旋	360	334	-26
情 報 提 供	503	532	29
他機関紹介	36	14	-22
そ の 他	76	57	-19
計	2,620	2,802	182

県消費生活センターでは、苦情・相談に対して、「助言」や「斡旋」などを行っている。

「助言」は、相談者が事業者と自主的に交渉できるようアドバイスするものである。

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交渉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の救済額である。

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	28	43	1,574	37
	29	50	1,965	39
	増 減	7	391	2
特定商取引法 消費者契約法	28	212	3,391	16
	29	213	5,274	25
	増 減	1	1,883	9
その他	28	200	6,134	31
	29	126	5,039	40
	増 減	-74	-1,095	9
計	28	455	11,099	24
	29	389	12,278	32
	増 減	-66	1,179	8

高齢者の消費トラブル

「70歳以上」の苦情相談件数は663件で、前年度比25%の増加となった。また、構成比は平成24年度から連続して2割を超え依然として高い割合となっており、予断を許さない。
(表(1))

また、「家族や知人など本人以外からの相談」は、26.7%の割合であり、「60歳代」に比べはるかに高くなっている。(表(3))

表(1) 70歳以上からの苦情相談の受付件数

年度		H19	H20	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29
70歳以上	男性	285	265	296	236	233	262	318	284	263	221	244
	うち80歳以上	73	76	96	76	88	100	91	94	87	75	80
	女性	462	394	399	399	415	492	592	472	432	307	419
	うち80歳以上	142	136	154	168	157	195	232	182	197	113	148
	計	747	659	695	635	648	754	910	756	695	528	663
	うち80歳以上	215	212	250	244	245	295	323	276	284	188	228
全体受付件数		5,488	4,931	4,407	3,884	3,560	3,315	3,233	3,162	2,919	2,620	2,802
構成比		13.6	13.4	15.8	16.3	18.2	22.7	28.1	23.9	23.8	20.2	23.7
	うち80歳以上	3.9	4.3	5.7	6.3	6.9	8.9	10.0	8.7	9.7	7.2	8.1
前年度比(構成比)		13.6	-0.2	2.4	0.6	1.9	4.5	5.4	-4.2	-0.1	-3.7	3.5
	うち80歳以上	0.1	0.4	1.4	0.6	0.6	2.0	1.1	-1.3	1.0	-2.6	1.0

表(2) 70歳以上の主な商品・役務

年度	H24		H25		H26		H27		H28		H29		
年代	順位	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	商品・役務	件数
	1位	健康食品	139	健康食品	192	健康食品	44	健康食品	59	デジタル・コンテンツ	37	デジタル・コンテンツ	79
	2位	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	デジタル・コンテンツ	41	健康食品	32	健康食品	48
70歳	3位	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	インターネット接続回線	23	インターネット接続回線	26	テレビ放送サービス	26
以上	4位	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	工事・建築	21	フリーローン・サラ金	22	工事・建築	20
	5位	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	健康器具	20	不動産貸借	16	インターネット接続回線 フリーローン・サラ金	17
	計(上位5位)		251		314		162		164		133		190

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	590	81	671
	構成比	87.9	12.1	100.0
70歳以上	件数	486	177	663
	構成比	73.3	26.7	100.0
全体	件数	2,290	512	2,802
	構成比	81.7	18.3	100.0