

## 平成30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  
ただし、件数は大きく減少
- ・商品では14年連続して「健康食品」が、役務では11年連続して「デジタル  
コンテンツ」が相談件数1位
- ・70歳以上の相談件数が最多で、60歳代と合わせると全体の約半数

受付件数 2,371件

30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19.7%、  
583件減少し、2,371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全世代で減少した。特に20歳未満の相談が半減し、40歳から  
60歳代の減少幅が大きくなっている。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、2位は「化粧品」、  
3位は「電気」となっている。

役務では、「デジタルコンテンツ」が1位で全体でも最多だが、件数は大きく減少した。  
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)

30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、326件について、8,052万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

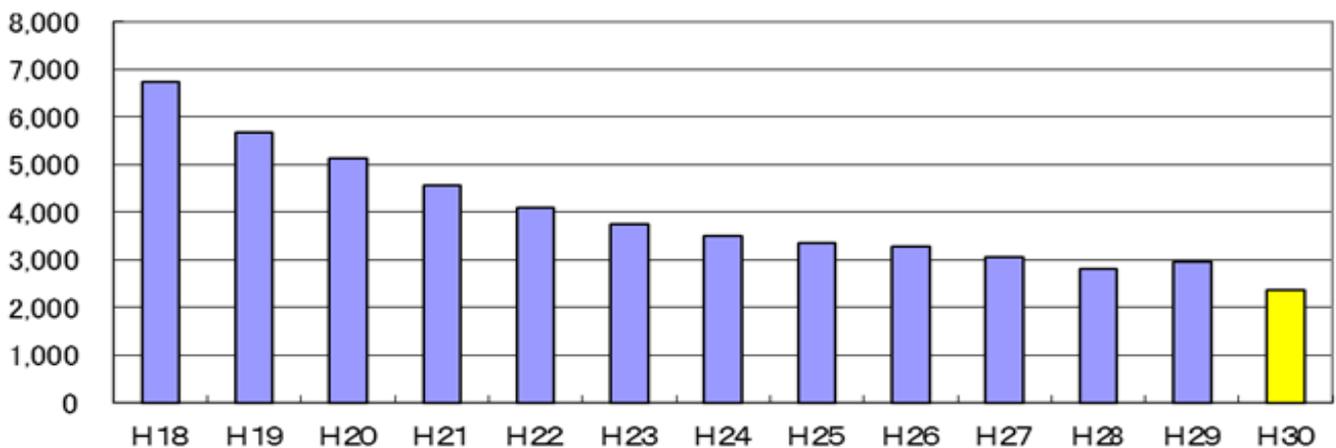
30年度に県内市町が受け付けた相談件数は8,335件で、県市町合計は10,706件、  
1,615件、13.1%の減少。

## (1) 受付件数

30年度の苦情相談等の受付件数は2,371件(苦情・相談2,263件、問合せ108件)で、前年度と比べて583件(19.7%)減少した。

表1 受付件数の推移

年度	H18	H19	H20	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30
受付件数	6,739	5,671	5,123	4,558	4,100	3,748	3,500	3,367	3,290	3,053	2,807	2,954	2,371
苦情相談	6,414	5,488	4,931	4,407	3,884	3,560	3,315	3,233	3,162	2,919	2,620	2,802	2,263
問合せ	325	183	192	151	216	188	185	134	128	134	187	152	108
(増減)	-1,205	-1,068	-548	-565	-458	-352	-248	-133	-77	-237	-246	147	-583
(増減率)	-15.2	-15.8	-9.7	-11.0	-10.0	-8.6	-6.6	-3.8	-2.3	-7.2	-8.1	5.2	-19.7



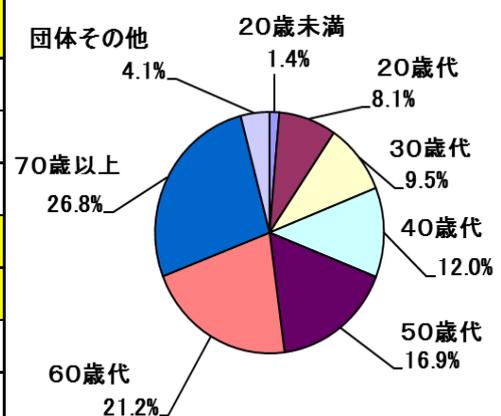
## (2) 当事者の年代別内訳

全年代で減少した。特に20歳未満の相談が半減し、40歳から60歳代の減少幅が大きくなっている。

年代が高くなる程、相談件数は多くなっている。70歳以上の相談件数が最多であり、60歳代、70歳以上は全体の約半数を占めている。

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	18	87	116	141	191	242	223	12	1,030
女性	13	96	98	131	191	236	383	13	1,161
団体・不明	0	1	0	0	1	2	1	67	72
計	31	184	214	272	383	480	607	92	2,263
構成比	1.4	8.1	9.5	12.0	16.9	21.2	26.8	4.1	100.0
[前年]	65	186	227	360	522	671	663	108	2,802
(増減)	-34	-2	-13	-88	-139	-191	-56	-16	-539
(増減率)	-52.3	-1.1	-5.7	-24.4	-26.6	-28.5	-8.4	-14.8	-19.2



### (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956件で、前年度と比べて251件(20.8%)減少した。これは平成29年度に急増した架空請求のハガキ(統計上「商品一般」に分類)が減少したことによるものである。

種類別では、1位「健康食品」、2位「化粧品」となった。「電気」、「新聞」、「ソーラーシステム」、「ふとん類」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1,307件で、前年度と比べて288件(18.1%)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」は全体でも最多となっているが、昨年度から大幅に減少している。「不動産貸借」、「工事・建築」、「修理サービス」、「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		件数	順位	役 務 ( サービス )		件数
1	健康食品	93	( 119 )	1	デジタルコンテンツ	302	( 544 )
2	化粧品	40	( 55 )	2	フリーローン・サラ金	111	( 128 )
3	電気	38	( 12 )	3	インターネット接続回線	85	( 100 )
4	四輪自動車	35	( 54 )	4	不動産貸借	79	( 64 )
5	新聞	20	( 15 )	5	工事・建築	74	( 65 )
5	ソーラーシステム	20	( 19 )	6	修理サービス	36	( 34 )
7	パソコン類	19	( 26 )	7	ファンド型投資商品	33	( 27 )
8	アクセサリ	17	( 27 )	8	テレビ放送サービス	32	( 69 )
9	ふとん類	16	( 11 )	9	モバイルデータ通信	30	( 18 )
10	音響・映像機器	12	( 14 )	10	携帯電話サービス	29	( 57 )
商品計				役務計			
956 (1,207)				1,307 (1,595)			

( )は29年度

### (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	9	テレビ放送サービス、学習塾、金融関係商品サービス	各2	新聞、健康食品等(16種類)
20歳代	デジタルコンテンツ	42	フリーローン・サラ金	15	不動産貸借
30歳代	デジタルコンテンツ	24	不動産貸借	13	携帯電話サービス
40歳代	デジタルコンテンツ	57	フリーローン・サラ金	18	不動産貸借
50歳代	デジタルコンテンツ	72	インターネット接続回線	24	健康食品
60歳代	デジタルコンテンツ	59	インターネット接続回線	24	フリーローン・サラ金
70歳以上	デジタルコンテンツ	36	健康食品	33	フリーローン・サラ金

(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1,171件で、全体(2,263件)の51.7%を占めている。(表3-3)

形態別では、「通信販売」「訪問販売」「電話勧誘販売」で9割を超えている。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7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
H29	237	943	208	40	8	29	22	1,487	1,315	2,802
H30	220	642	206	52	1	34	16	1,171	1,092	2,263
構成比	18.8	54.8	17.6	4.4	0.1	2.9	1.4	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 220	家庭訪問	167	工事・建築25 修理サービス18 新聞16 テレビ放送サービス11 ソーラーシステム11 インターネット接続回線6 駆除サービス6 電池6 ふとん類5 ほか
	アポイントメント商法	6	内職・副業2 複合サービス会員1 着物類1 アクセサリー1 デリバティブ取引1
	SF商法	3	保健衛生品その他2 ふとん類1
	職場訪問	13	リースサービス5 固定電話サービス3 電気、中古分譲マンション、電気設備、インターネット接続回線 ほか
	キャッチセールス	1	アクセサリー1
	その他	30	工事・建築5 モバイルデータ通信3 テレビ放送サービス2 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 642	インターネット通販・オークション	469	デジタルコンテンツ249 健康食品38 化粧品22 パソコン・パソコン関連用品6 ほか
	DM広告	13	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 宝くじ、フリーローン・サラ金、アクセサリー ほか
	折込広告	3	健康食品1 防災・防犯用品1 携帯電話1
	雑誌広告	2	アクセサリー1 電話音声情報1
	その他	155	デジタルコンテンツ25 健康食品15 ファンド型投資商品13 フリーローン・サラ金9 ほか
電話勧誘販売	206	インターネット接続回線50 電気23 健康食品16 フリーローン・サラ金11 デジタルコンテンツ9 モバイルデータ通信5 広告代理サービス5 固定電話サービス4 魚介類4 ほか	
マルチ等商法	52	ファンド型投資商品9 健康食品9 化粧品7 内職・副業6 デジタルコンテンツ4 ほか	
ネガティブオプション	1	書籍1	
訪問購入	34	時計5 着物類4 靴4 音響・映像機器3 郵便・信書便サービス2 貴金属、カメラ、アクセサリー ほか	
その他無店舗の展示販売	16	モバイルデータ通信4 健康食品2 家庭用電気治療器具、補聴器、パソコン、デリバティブ取引 ほか	
計		1,171	

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 220	家庭訪問	167	3	5	4	15	16	43	77	4
	アポイントメント商法	6	0	4	0	1	0	1	0	0
	SF商法	3	0	0	0	0	0	0	3	0
	職場訪問	13	0	0	0	1	0	3	0	9
	キャッチセールス	1	0	1	0	0	0	0	0	0
	その他	30	0	7	7	1	2	4	6	3
通信販売 642	インターネット通販・オークション	469	14	54	66	88	118	82	41	6
	DM広告	13	0	0	0	3	1	2	7	0
	折込広告	3	0	0	0	0	0	1	2	0
	雑誌広告	2	0	0	0	0	1	1	0	0
	その他	155	0	17	7	19	17	32	60	3
電話勧誘販売	206	0	6	9	18	43	42	66	22	
マルチ商法	52	0	22	7	8	6	5	2	2	
ネガティブオプション	1	0	0	0	0	0	0	0	1	
訪問購入	34	0	0	0	3	3	7	21	0	
その他無店舗の展示販売	16	0	3	3	1	1	1	7	0	
計		1,171	17	119	103	158	208	224	292	50
構成比		100.0	1.5	10.2	8.8	13.5	17.8	19.1	24.9	4.3

#### (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1,465件、センターが相談者と業者の間に立つ「斡旋」が339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326件 8,052万円となっている。(表4-2)

表4-1 処理結果

内 容	件 数		増 減
	29年度	30年度	
助 言	1,865	1,465	-400
斡 旋	334	339	5
情報提供	532	394	-138
他機関紹介	14	34	20
そ の 他	57	31	-26
計	2,802	2,263	-539

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	29	50	1,965	39
	30	44	1,989	45
	増 減	-6	24	6
特定商取引法 消費者契約法	29	213	5,274	25
	30	201	3,516	17
	増 減	-12	-1,758	-8
その他	29	126	5,039	40
	30	81	2,547	31
	増 減	-45	-2,492	-9
計	29	389	12,278	32
	30	326	8,052	25
	増 減	-63	-4,226	-7

## 高齢者の消費トラブル

「70歳以上」の苦情相談件数は607件で、前年度比8.4%の減少となった。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、「70歳代」では、13.6%の割合であるが、「80歳以上」では、42.0%の割合であり、「60歳代」「70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		H20	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30
70歳以上	男性	265	296	236	233	262	318	284	263	221	244	223
	うち80歳以上	76	96	76	88	100	91	94	87	75	80	88
	女性	394	399	399	415	492	592	472	432	307	419	384
	うち80歳以上	136	154	168	157	195	232	182	197	113	148	138
	計	659	695	635	648	754	910	756	695	528	663	607
	うち80歳以上	212	250	244	245	295	323	276	284	188	228	226
全体受付件数		4,931	4,407	3,884	3,560	3,315	3,233	3,162	2,919	2,620	2,802	2,263
構成比		13.4	15.8	16.3	18.2	22.7	28.1	23.9	23.8	20.2	23.7	26.8
うち80歳以上		4.3	5.7	6.3	6.9	8.9	10.0	8.7	9.7	7.2	8.1	10.0
前年度比(構成比)		13.4	2.4	0.6	1.9	4.5	5.4	-4.2	-0.1	-3.7	3.5	3.1
うち80歳以上		0.4	1.4	0.6	0.6	2.0	1.1	-1.3	1.0	-2.6	1.0	1.9

表(2) 70歳以上の主な商品・役務

年度		H25		H26		H27		H28		H29		H30	
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
70歳以上	1位	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	デジタル・コンテンツ	36
	2位	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	健康食品	33
	3位	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	フリーローン・サラ金	27
	4位	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	工事・建築	25
	5位	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	インターネット接続回線	17
計(上位5位)			314		162		164		133		190		138

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	415	65	480
	構成比	86.5	13.5	100.0
70歳代	件数	329	52	381
	構成比	86.4	13.6	100.0
80歳以上	件数	131	95	226
	構成比	58.0	42.0	100.0
全体	件数	1,838	425	2,263
	構成比	81.2	18.8	100.0