

## 1. 消費生活相談全体の概要

平成 20 年(2008 年)度の相談受付件数は 465 件で、4 年連続の減少となった。これは、平成 15 年度から急増していた架空請求・不当請求に関する相談が沈静化していること、特定商取引法に基づく行政処分等の業者規制が強化されたことや、関連する法律が改正施行されることなどにより、悪質な訪問販売に関する相談等が減少していることが主な要因である。

全受付件数のうち「苦情相談」は 428 件、全相談に占める割合は 92.0%にのぼり、相談のほとんどが苦情相談であり、平成 15 年度から5年連続で相談の 90%以上を占めている。(表1・図1)

契約当事者の男女別では、女性 277 件(59.6%)、男性 183 件(39.4%)で、女性が男性を大きく上回っている。年齢別では、60 歳代 102 件、30 歳代 83 件、70 歳以上 81 件、50 歳代 76 件、40 歳代 66 件、20 歳代 41 件と続き、全年代層に幅広く分布している。しかし、60 歳以上が合計 183 件となり、全体の 40%近くを占めている。(表2・図2・図3)

相談の内容別では、「契約・解約」に関するものが最も多く 374 件、次いで「販売方法」の 243 件、「法規・基準」が 91 件で、上位 3 位までは例年どおりである。20 年度は「品質・機能」、「接客対応」の増加が目立っている。食品などの表示偽装事件の影響か、商品の品質や機能に対する関心が高い。(表3) (1 件の相談で複数の相談内容があるため、相談件数と内容別件数は一致しない)

商品・役務(サービス)の割合は、「役務」に関する相談が 273 件(58.7%)、「商品」に関する相談が 186 件(40.0%)となり、「役務」に関する相談が「商品」に関する相談を大幅に上回っている。(表4)

相談件数の多い商品・役務の1位は、「他の運輸・通信」で 63 件となった。そのうち 54 件が携帯電話やパソコンを利用した架空(不当)請求である。2 位は「商品一般」の 58 件で、このほとんども商品を特定しないで料金を請求する架空(不当)請求である。

架空(不当)請求はハガキによるものから、メールやインターネットによるものへと移行している。無料サイトやリンクボタン、メール記載の URL をクリックしHPを開くと、なんらかの料金を請求するいわゆる「ワンクリック・ツークリック詐欺」に加え、新たな手口も登場している。「お金をあげたい」「宝くじが当たった」という甘い誘いを信じ、サイトやメール交換を長時間頻繁に利用させられるが、

約束のお金等はおらず、大量のポイントを消費し高額な請求だけが残る、「サイトのサクラ詐欺」の被害がある。「サクラ」の存在を裏付ける情報を入手し、その存在を認めさせることは非常に難しく、「サクラ」の疑いがあることだけでサイト運営業者に返金を求めることは無理があり、解決困難である。また、利用料金の支払い方法も多様化しており、国際カード決済、電子マネー、コンビニ収納サービスに決済代行業者が絡み、問題をより複雑化している。

3位は「融資サービス」の42件で、うち39件が借金に関する相談である。中には、改正貸金業法の影響と思われる、「過払い金返還請求」「総量規制に伴う個人情報の提供」という相談もある。

以下、賃貸住宅トラブル、住宅の工事、書籍・印刷物、生命保険の順となった。(表5)



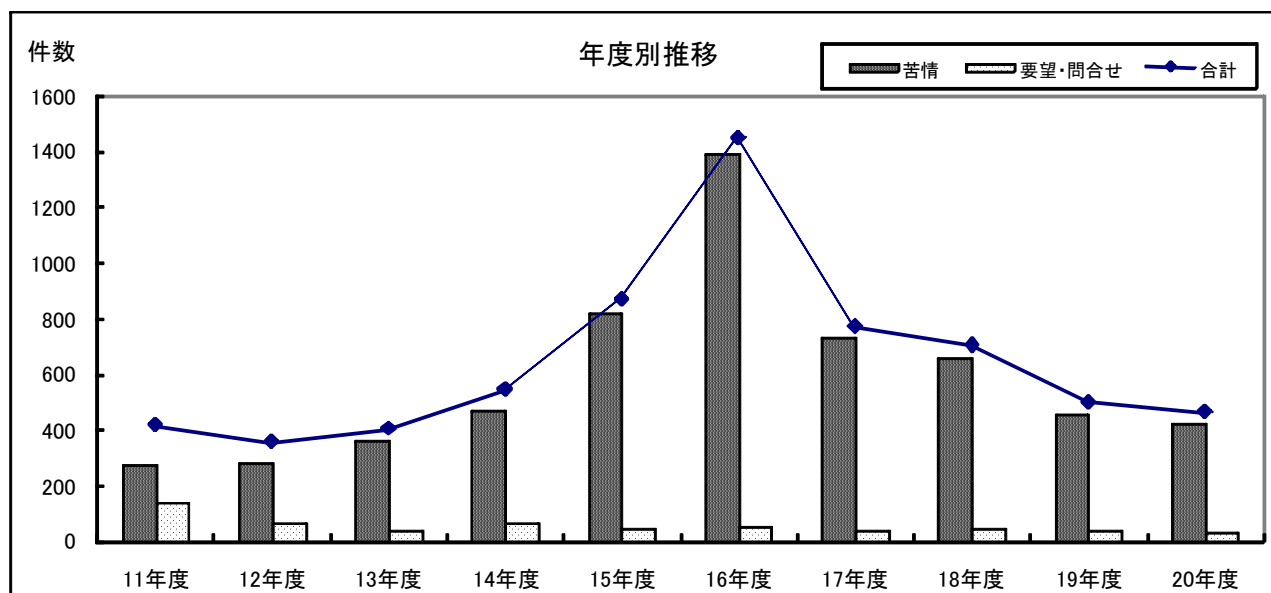
## (1)相談受付件数と年度別推移

表 1 月別相談受付件数

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	計	増減	前年比
18年度 (2006年)	96	54	68	53	55	48	48	68	48	70	43	55	706	-67	91.3%
19年度 (2007年)	57	40	33	48	33	42	48	45	37	32	43	44	502	-204	71.1%
20年度 (2008年)	43	45	33	36	28	34	48	31	58	34	36	39	465	-37	92.6%

図 1 相談受付件数の年度別推移

	11年度	12年度	13年度	14年度	15年度	16年度	17年度	18年度	19年度	20年度
苦情	279	285	362	476	821	1395	733	659	461	428
要望・問合せ	140	72	45	71	51	56	40	47	41	37
合計	419	357	407	547	872	1451	773	706	502	465



(2)契約当事者 性別・年齢別・職業別相談受付状況

表2 性別・年齢別・職業別相談受付件数

項 目			平成20年度【2008年度】		平成19年度【2007年度】		前年比
相談件数			465	100.0%	502	100.0%	92.6%
契約当事者	性別	男性	183	39.4%	197	39.2%	92.9%
		女性	277	59.6%	300	59.8%	92.3%
		不明	5	1.1%	5	1.0%	100.0%
	年齢別	20歳未満	9	1.9%	10	2.0%	90.0%
		20歳代	41	8.8%	60	12.0%	68.3%
		30歳代	83	17.8%	103	20.5%	80.6%
		40歳代	66	14.2%	66	13.1%	100.0%
		50歳代	76	16.3%	100	19.9%	76.0%
		60歳代	102	21.9%	74	14.7%	137.8%
		70歳以上	81	17.4%	70	13.9%	115.7%
		その他・不明	7	1.5%	19	3.8%	36.8%
	職業別	給与生活者	145	31.2%	162	32.3%	89.5%
		自営・自由業	11	2.4%	14	2.8%	78.6%
		家事従事者	167	35.9%	178	35.5%	93.8%
		学生	12	2.6%	19	3.8%	63.2%
		無職	117	25.2%	111	22.1%	105.4%
		団体	0	0.0%	1	0.2%	0.0%
		その他・不明	13	2.8%	17	3.4%	76.5%

図2 性別割合 円グラフ

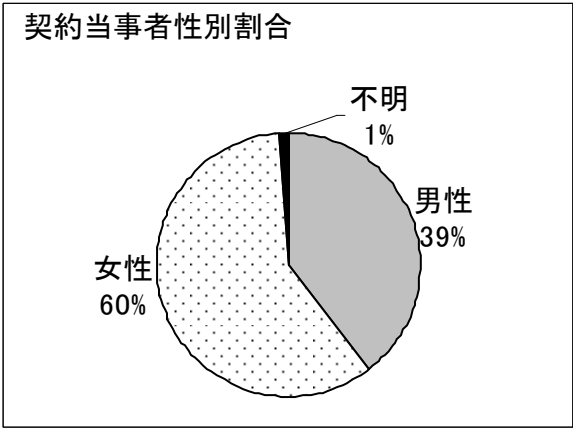


図3 年代別 棒グラフ

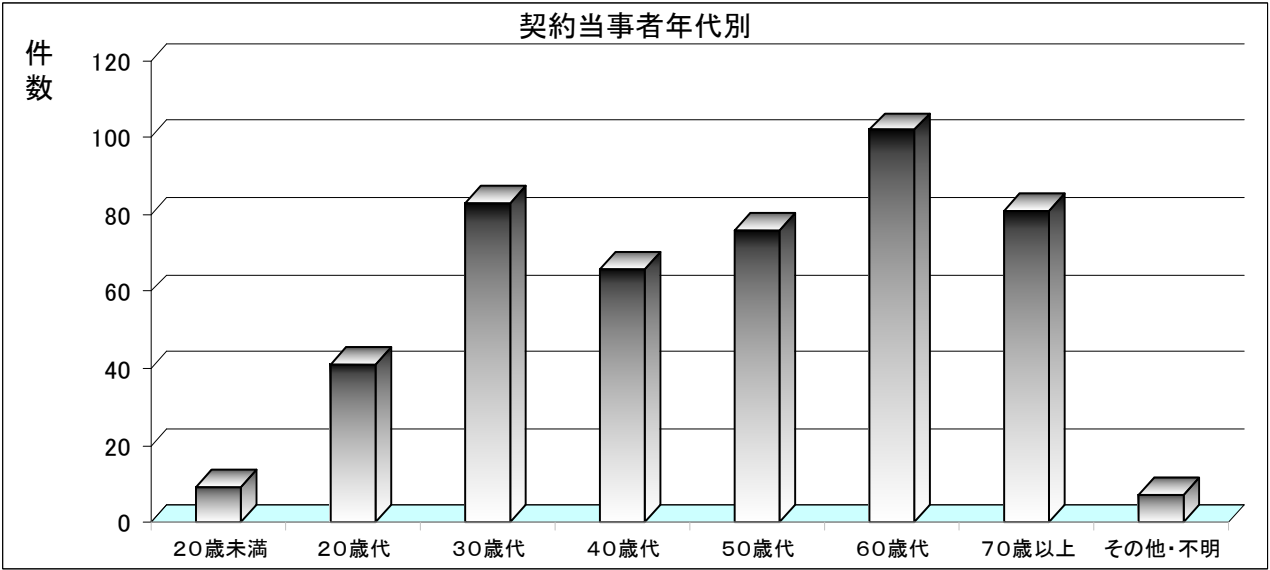
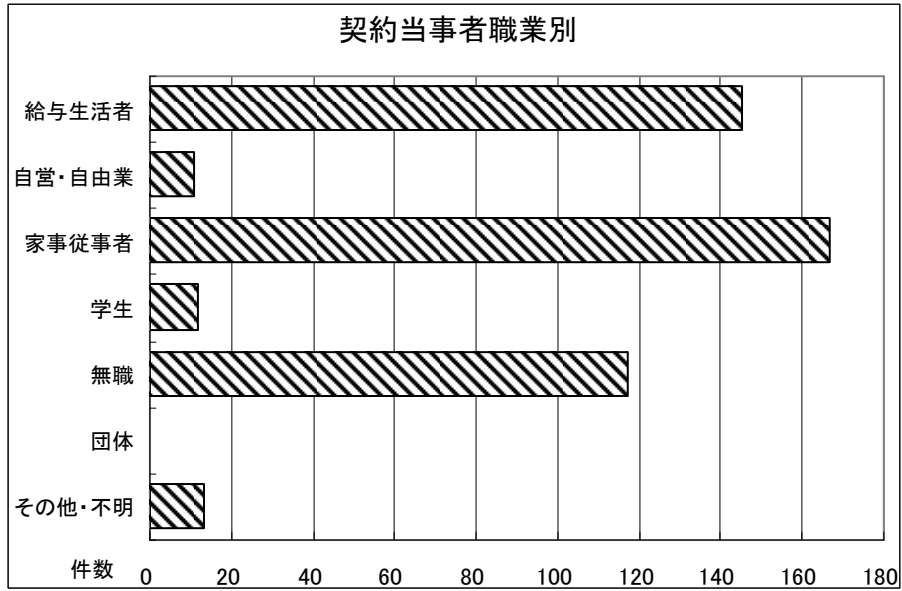


図4 職業別 棒グラフ



## (3)商品別・内容別相談受付状況

表3 商品別・内容別相談受付件数

内容別分類 商品大分類		苦 情 件 数	総 受 付 件 数	安 全 ・ 衛 生	品 質 ・ 機 能	法 規 ・ 基 準	価 格 ・ 料 金	計 量 ・ 量 目	表 示 ・ 広 告	販 売 方 法	契 約 ・ 解 約	接 客 対 応	包 装 ・ 容 器	施 設 ・ 設 備	買 物 相 談	生 活 知 識	そ の 他
商 品	商品一般	55	58	0	0	2	0	0	0	51	54	1	0	0	0	3	0
	食料品	20	26	3	6	1	1	0	3	14	15	3	0	0	0	4	0
	住居品	19	21	3	7	1	2	1	0	12	13	2	0	0	1	0	0
	光熱水品	3	3	0	0	2	0	0	0	2	2	1	0	3	0	0	0
	被服品	12	12	0	5	3	1	0	0	5	12	2	0	0	0	0	0
	保健衛生品	9	10	0	3	0	1	0	0	2	9	2	0	0	0	1	0
	教養娯楽品	31	33	2	7	7	2	0	0	18	27	7	0	0	0	2	0
	車両・乗り物	5	5	1	3	1	0	0	0	2	5	4	0	0	0	0	0
	土地・建物・設備	16	18	0	3	7	5	0	0	12	11	2	0	1	1	0	0
	他の商品	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
役 務	クリーニング	3	3	0	1	2	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0
	レンタル・リース・貸借	29	31	2	2	20	6	0	1	5	28	15	0	4	0	0	0
	工事・建築・加工	15	15	0	11	7	1	0	0	2	9	7	0	5	0	0	0
	修理・補修	6	9	0	4	0	1	0	0	3	4	1	0	0	2	1	0
	管理・保管	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	役務一般	4	4	0	0	0	0	0	0	4	4	0	0	0	0	0	0
	金融・保険サービス	61	66	0	0	25	5	0	0	13	59	13	0	0	1	3	0
	運輸・通信サービス	79	79	1	2	5	3	0	0	65	74	10	0	1	0	0	0
	教育サービス	2	2	1	1	0	0	0	0	1	1	1	0	1	0	0	0
	教養・娯楽サービス	10	11	0	0	1	1	0	0	7	8	2	0	0	0	1	0
	保健・福祉サービス	27	33	1	5	5	2	0	0	14	23	8	0	1	4	1	0
	他の役務	13	14	0	1	2	1	0	0	6	11	4	0	0	1	0	0
	内職・副業・相場	5	5	0	1	0	0	0	0	5	4	2	0	0	0	0	0
	他の行政サービス	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
他 の 相 談		3	6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
総 件 数		428	465	14	63	91	32	1	4	243	374	88	0	16	10	16	0

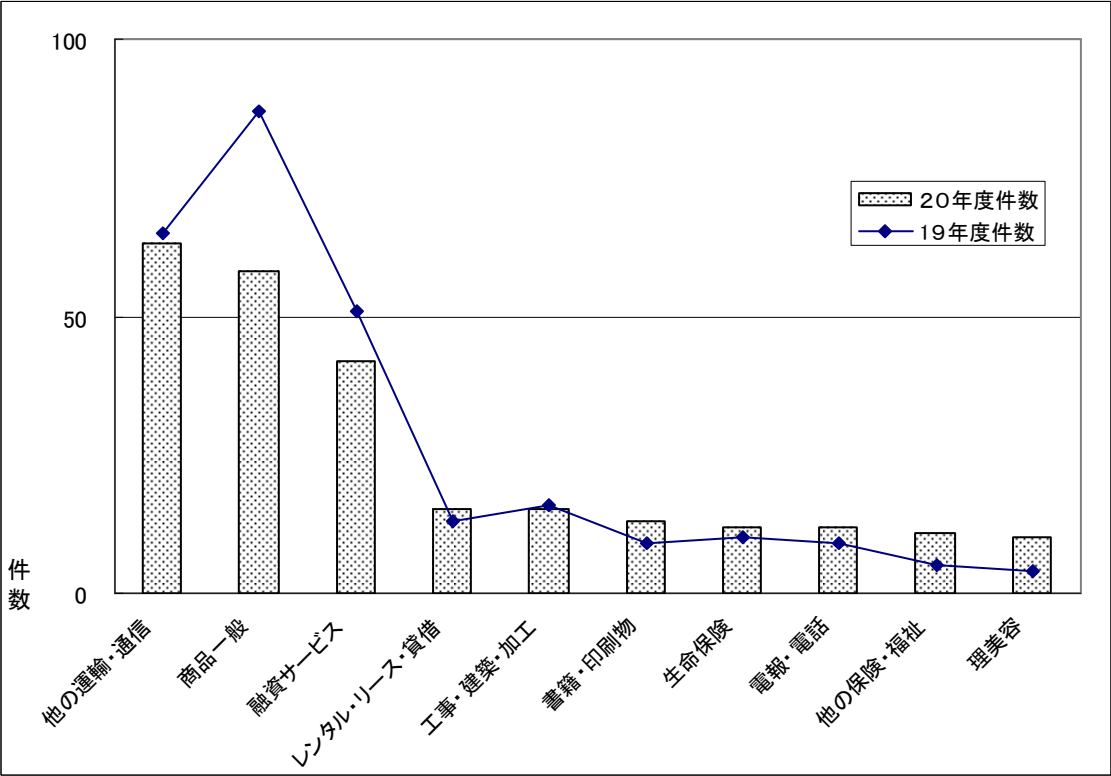
(注) 内容別分類は複数カウントしているため、総受付件数と一致しない

表4 商品・役務別受付件数(大分類による)

品名・役務（大分類）		平成20年度【2008年】		平成19年度【2007年】	
		件数	%	件数	%
商 品	商 品 一 般	58	12.5%	87	17.3%
	食 料 品	26	5.6%	27	5.4%
	住 居 品	21	4.5%	21	4.2%
	光 熱 水 品	3	0.6%	3	0.6%
	被 服 品	12	2.6%	18	3.6%
	保 健 衛 生 品	10	2.2%	16	3.2%
	教 養 娛 楽 品	33	7.1%	26	5.2%
	車 両 ・ 乗 り 物	5	1.1%	8	1.6%
	土 地 ・ 建 物 ・ 設 備	18	3.9%	22	4.4%
	そ の 他 の 商 品	0	0.0%	1	0.2%
	小 計	186	40.0%	229	45.6%
役 務	ク リ ー ニ ン グ	3	0.6%	4	0.8%
	レ ン タ ル ・ リ ー ス ・ 貸 借	31	6.7%	13	2.6%
	工 事 ・ 建 築 ・ 加 工	15	3.2%	16	3.2%
	修 理 ・ 補 修	9	1.9%	6	1.2%
	管 理 ・ 保 管	0	0.0%	2	0.4%
	役 務 一 般	4	0.9%	2	0.4%
	金 融 ・ 保 険 サ ー ビ ス	66	14.2%	80	15.9%
	運 輸 ・ 通 信 サ ー ビ ス	79	17.0%	75	14.9%
	教 育 サ ー ビ ス	2	0.4%	3	0.6%
	教 養 娛 楽 サ ー ビ ス	11	2.4%	28	5.6%
	保 健 ・ 福 祉 サ ー ビ ス	33	7.1%	19	3.8%
	そ の 他 の 役 務	14	3.0%	11	2.2%
	内 職 ・ 副 業 ・ 相 場	5	1.1%	3	0.6%
	他 の 行 政 サ ー ビ ス	1	0.2%	0	0.0%
	小 計	273	58.7%	262	52.2%
そ の 他		6	1.3%	11	2.2%
合 計		465	100.0%	502	100.0%

表5 相談の多い商品・役務ベスト10(小分類による)

順位	商品・役務別小分類	大分類	20年度件数	19年度件数	前年同期比(%)
1位	他の運輸・通信	運輸・通信サービス	63	65	96.9%
2位	商品一般	商品一般	58	87	66.7%
3位	融資サービス	金融・保険サービス	42	51	82.4%
4位	レンタル・リース・貸借	レンタル・リース・貸借	15	13	115.4%
5位	工事・建築・加工	工事・建築・加工	15	16	93.8%
6位	書籍・印刷物	教養娯楽品	13	9	144.4%
7位	生命保険	金融・保険サービス	12	10	120.0%
8位	電報・電話	運輸・通信サービス	12	9	133.3%
9位	他の保険・福祉	教養・娯楽サービス	11	5	220.0%
10位	理美容	保健・福祉サービス	10	4	250.0%





## 2. 訪問販売等の特殊販売に関する相談の概要

今年度の特殊販売（訪問販売、通信販売、マルチ販売、電話勧誘販売、ネガティブオプション等）形態に係わる相談は、254 件で、全相談件数に占める特殊販売の件数、割合ともに前年度より減少した。（図6）

販売購入形態別でみると、「通信販売」がもっとも多く153 件で、特殊販売全体の60.0%を占める。架空請求はがきが大幅に減少する一方で、パソコンや携帯電話による架空（不当）請求に加えて、ネット通販やネットオークションなどのトラブルの増加もあり、通信販売は他の販売方法を大きく引き離している。通信販売では、年々「PCによるインターネット」が利用媒体として増加しており、トラブル数もそれに比例した形となっている。訪問販売、電話勧誘販売は増加しているが、マルチ販売は減少している。（表6・図5）

販売購入形態別の商品別件数をみると、訪問販売の1位は「書籍・印刷物」で、新聞購読契約のトラブルである。2 位は「他の運輸通信」で、突然訪れた事業者により固定電話サービスやインターネット回線の契約や変更を迫られるトラブルである。3位は「他の住宅設備」となっており、これは自然冷房電機給湯器設置契約であり、エコな時代を反映したトラブルである。（表7）



表6 訪問販売等の特殊販売に関する受付件数

	訪問販売	通信販売	マルチ販売	電話勧誘販売	ネガティブオプション	その他 無店舗販売	合計
18年度 (2006年度)	55件	347件	5件	48件	3件	3件	461件
19年度 (2007年度)	37件	202件	8件	33件	2件	2件	284件
20年度 (2008年度)	48件	153件	6件	39件	1件	7件	254件

(注)

- マルチ販売(会員になって加入者を勧誘し商品を買えば、マージンが入り短期間で高収入になるというネズミ講式販売方法)
- 電話勧誘販売(電話で勧誘され電話等で契約するもの)
- ネガティブオプション(商品を一方的に送りつける販売方法)

図5 訪問販売等・通信販売・電話勧誘販売の年度別推移

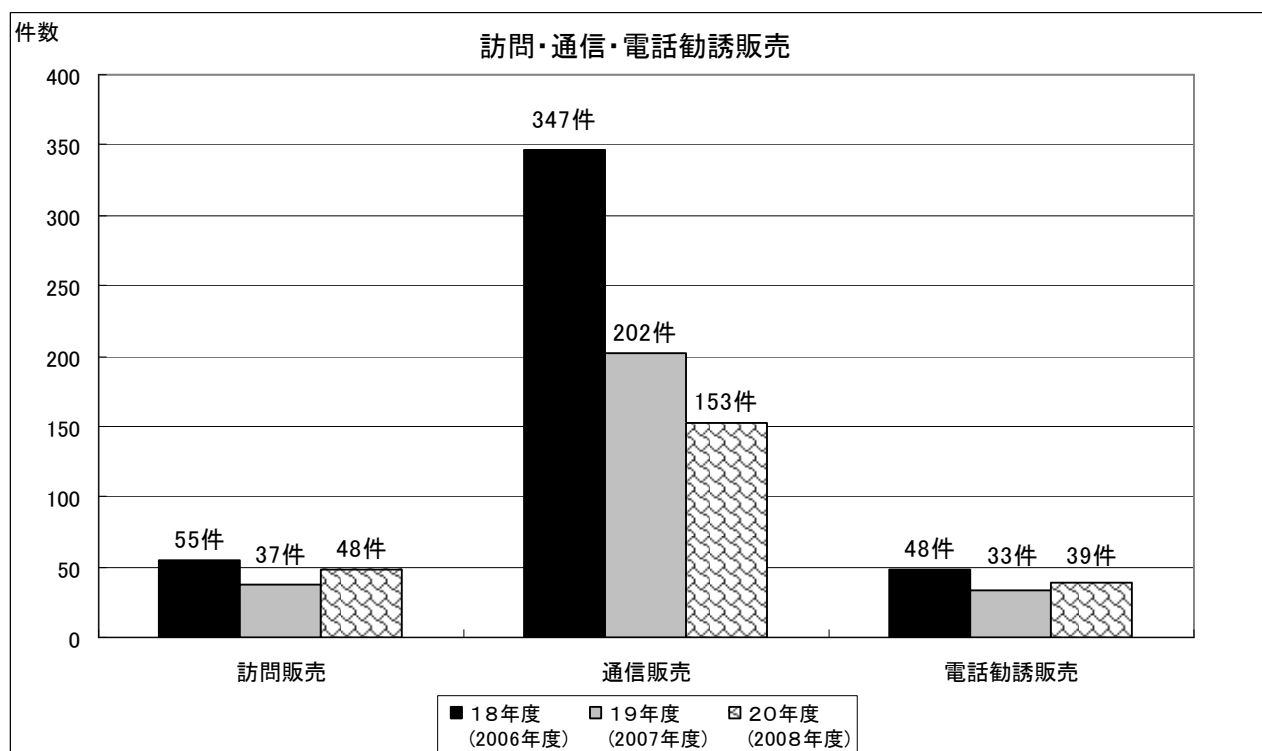


図6 相談全体に占める訪問販売等の特殊販売に関する相談の割合

	11年度	12年度	13年度	14年度	15年度	16年度	17年度	18年度	19年度	20年度
特殊販売	145	160	213	300	633	1203	555	461	284	254
その他の相談	274	197	194	247	239	248	218	245	218	211

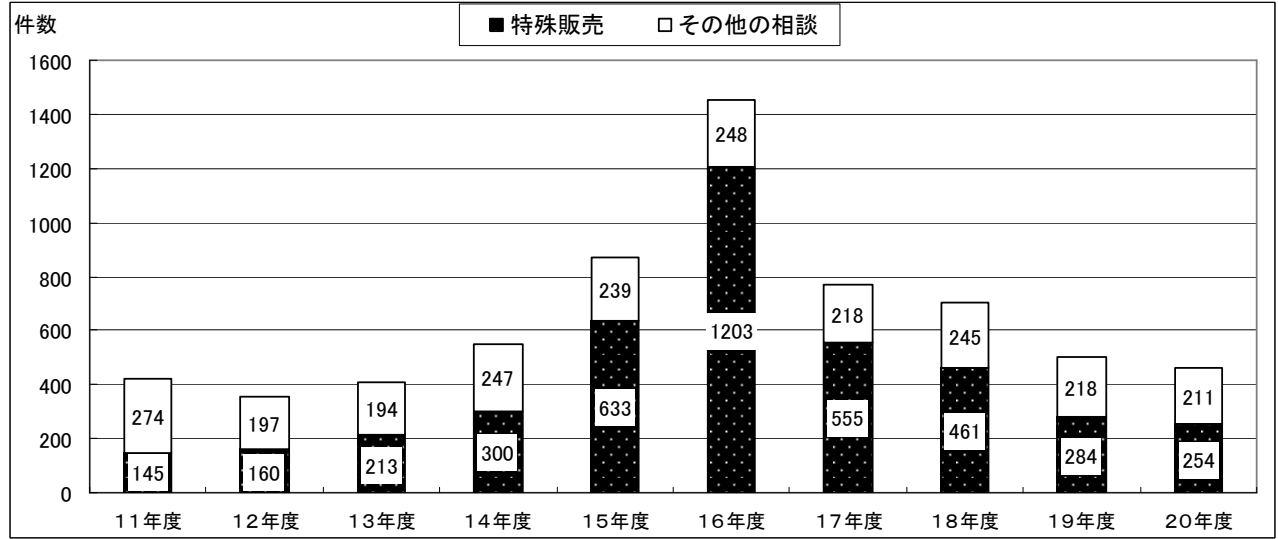


表7 訪問販売の商品分類別件数 ベスト10位

順位	商品・役務	20年度件数	19年度件数	増減
1	書籍・印刷物	6	5	1
2	他の運輸・通信	4	1	3
3	他の住宅設備	3	4	-1
4	役務一般	3	0	3
5	レンタル・リース・貸借	3	0	3
6	空調・冷暖房設備	3	2	1
7	商品相場・金商法	2	0	2
8	和服	2	0	2
9	修理・補修	2	0	2
10	衛生サービス	2	2	0