

1. 消費生活相談全体の概要

平成 22 年(2010 年)度の相談受付件数は 364 件、前年度から約15%減で、6年連続の減少となった。減少の原因を特定することはできないが、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、特定商取引法、割賦販売法をはじめ、関連する法律が改正施行されたことにより、悪質な訪問販売に関する相談が激減したこと、貸金業法の完全施行に伴い、多重債務相談が一時的に減少したことなどが推定される。

全受付件数のうち「苦情相談」は 318 件(全相談に占める割合は約 87%)で、前年度より約 4%上昇した。(表1・図1)

契約当事者の男女別では、男性 191 件(52.5%)、女性 170 件(46.7%)で、男性からの相談が前年度より7%増加した。年齢別では、60 歳代、70 歳代以上がともに増加し合計 173 件となり、全体の約 48%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 252 件、次いで「販売方法」の 151 件、「法規・基準」が 84 件で、上位 3 位までは例年どおりである。平成 22 年度は、「接客対応」の割合が増加した。消費者庁の設置をきっかけに、消費者の権利意識が高まっており、従来はあまり苦情としてあがってこなかった、事業者の接客対応に関する苦情相談が多く寄せられるようになったことが伺える。(表3) (1 件の相談が複数の相談内容にかかっているため、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 205 件、「商品」に関する相談が 148 件で、役務に関する相談が多い。次々と新しいサービスが登場することにより、今後もこの傾向は続くと考えられる。(表4)

相談件数の多い商品・役務の1位は、「放送・コンテンツ等」の 40 件で、昨年より件数は減少したものの、アダルトサイトや出会い系サイトに関する相談は多く寄せられた。出会い系サイトの苦情相談に関しては「悩み事の相談を聞いてほしい。お礼をする」といったメールがきっかけで利用することになるケースや「サイトを通さずに直接メール交換しよう」と誘われるケースなどがあり、メールの送受信に必要なポイントを購入したものの、結局お金は受け取れない。アダルトサイトでは「画

像をクリックしたら登録完了となり会費を請求された」などの相談が多い。最近の特徴として、現金、電子マネー、クレジット払いなど、支払い方法が多様化・複雑化していることが挙げられ、トラブルとなった際に複雑な支払い方法を利用していた場合は返金交渉が難しい。

2位は「融資サービス」の 29 件。いわゆる借金に関する相談である。改正貸金業法完全施行、割賦販売法改正により無職の人や専業主婦の借り入れは難しくなった。そのことにより、多重債務相談の大幅増加が懸念されていたが、多重債務相談件数はむしろ減少傾向にある。

3位は「工事・建築・加工」の 19 件、前年度から倍増した。これは、新築工事やリフォーム工事に関する苦情で、引渡しからまもなく発見した外装や内装の不具合に対して、業者が対応してくれない、リフォーム工事をしてもらったが、工事に不満足、やり直してほしい、減額してほしいといった相談内容であった。

4位は「役務その他」である。役務その他とは、さまざまなサービス契約に関するものであるが、冠婚葬祭互助会の解約金に関する苦情や耐震診断サービスなどが目立った。5位は「商品一般」である。「商品一般」は、商品やサービスが特定できないものなどが分類されるが、依然として続いている架空請求・不当請求に関する相談は何の料金なのか特定されていないため、「商品一般」としてカウントしている。(表5)

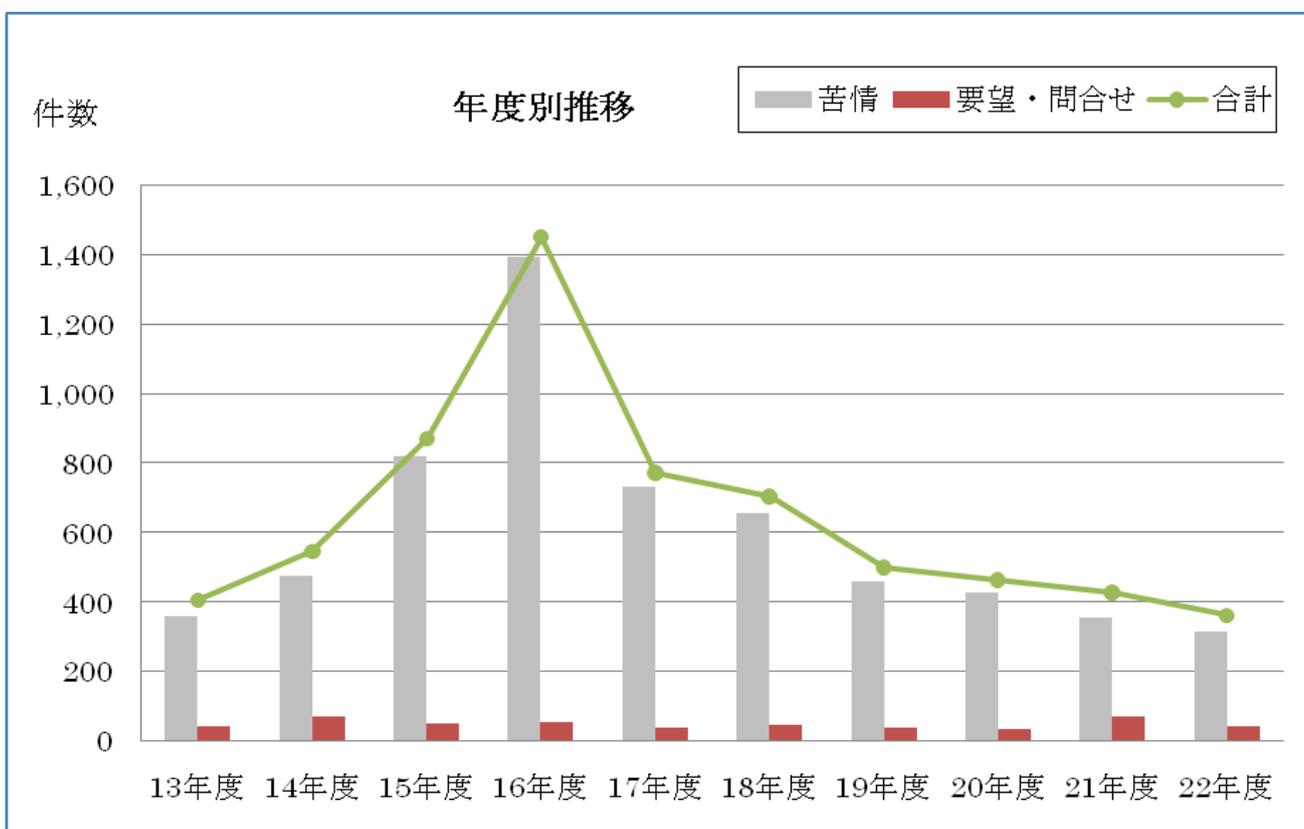
(1)相談受付件数と年度別推移

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
20年度 (2008年)	43	45	33	36	28	34	48	31	58	34	36	39	465	-37	92.6%
21年度 (2009年)	33	27	33	36	34	31	41	40	37	46	37	34	429	-36	92.3%
22年度 (2010年)	39	23	29	29	32	33	28	39	18	34	33	27	364	-65	84.8%

図1 相談受付件数の年度別推移

	13年度	14年度	15年度	16年度	17年度	18年度	19年度	20年度	21年度	22年度
苦情	362	476	821	1395	733	659	461	428	358	318
要望・問合せ	45	71	51	56	40	47	41	37	71	46
合計	407	547	872	1451	773	706	502	465	429	364



(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・職業別相談受付数

項目		平成22年度【2010年度】	平成21年度【2009年度】	前年比			
相談件数		364	429	84.8			
契約当事者	性別	男性	191	52.5%	195	45.5%	97.9
		女性	170	46.7%	229	53.4%	74.2
		不明	3	0.8%	5	1.2%	60.0
	年齢別	20歳未満	12	3.3%	6	1.4%	200.0
		20歳代	21	5.8%	32	7.5%	65.6
		30歳代	46	12.6%	79	18.4%	58.2
		40歳代	52	14.3%	55	12.8%	94.5
		50歳代	54	14.8%	61	14.2%	88.5
		60歳代	97	26.6%	100	23.3%	97.0
		70歳以上	76	20.9%	86	20.0%	88.4
		その他・不明	6	1.6%	10	2.3%	60.0
		平均年齢	54		53		103.0
	職業別	給与生活者	113	31.0%	128	29.8%	88.3
		自営・自由業	9	2.5%	11	2.6%	81.8
		家事従事者	107	29.4%	137	31.9%	78.1
		学生	14	3.8%	12	2.8%	116.7
		無職	116	31.9%	129	30.1%	89.9
		団体	1	0.3%	2	0.5%	50.0
		その他・不明	4	1.1%	10	2.3%	40.0

図2 性別割合 円グラフ

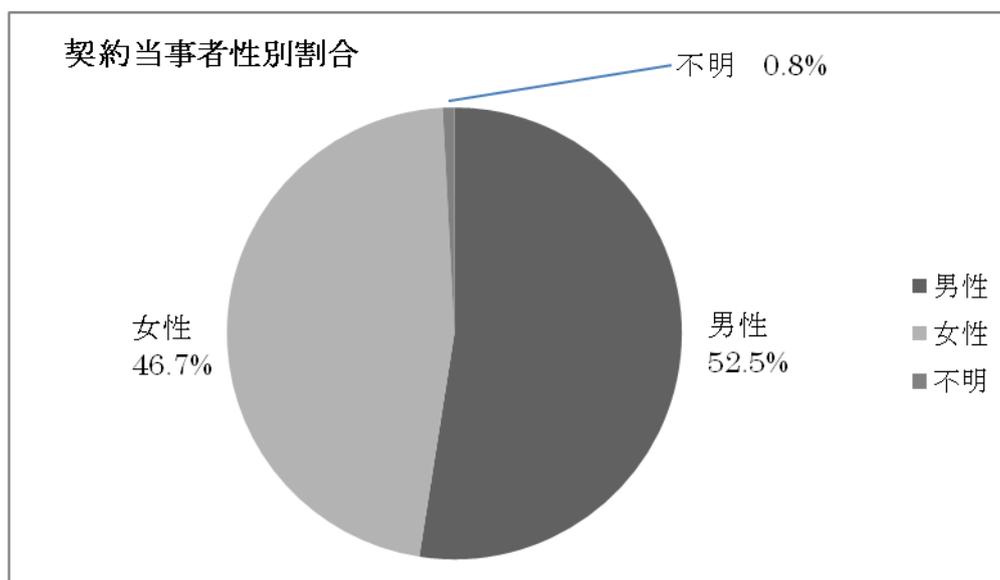


図3 年代別 棒グラフ

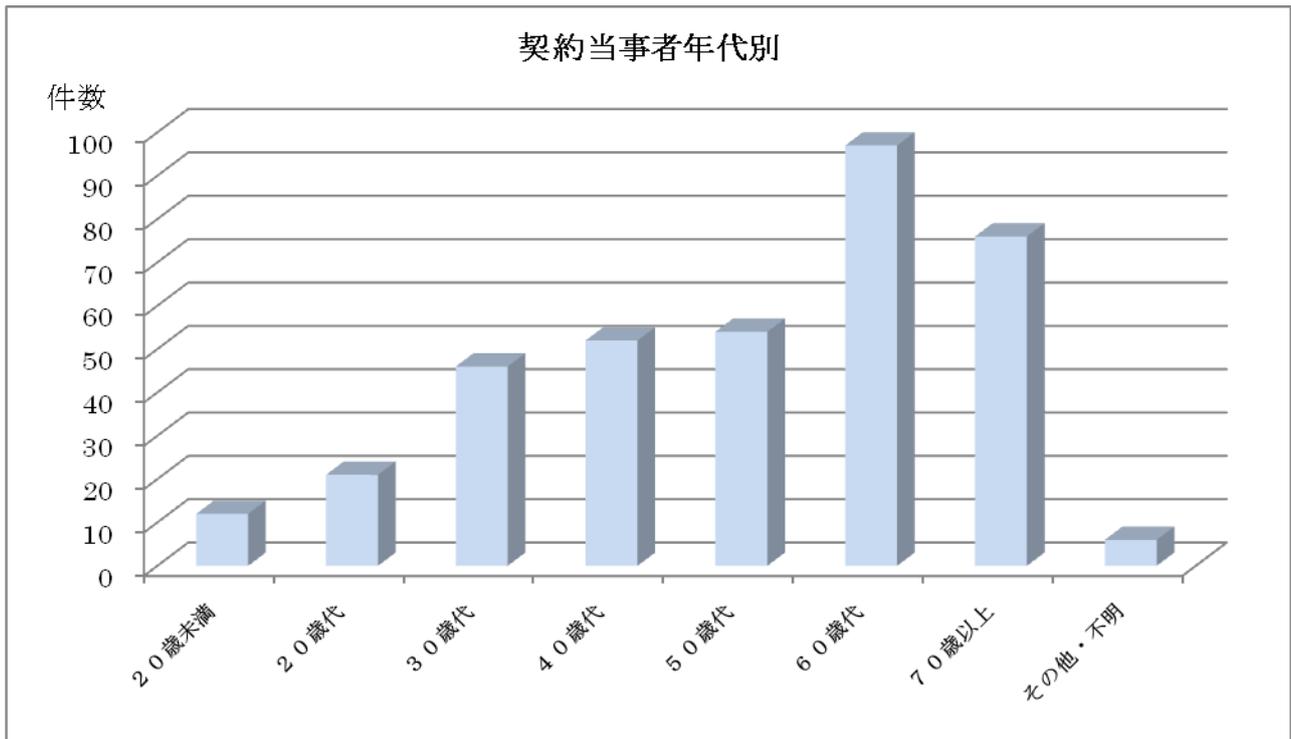
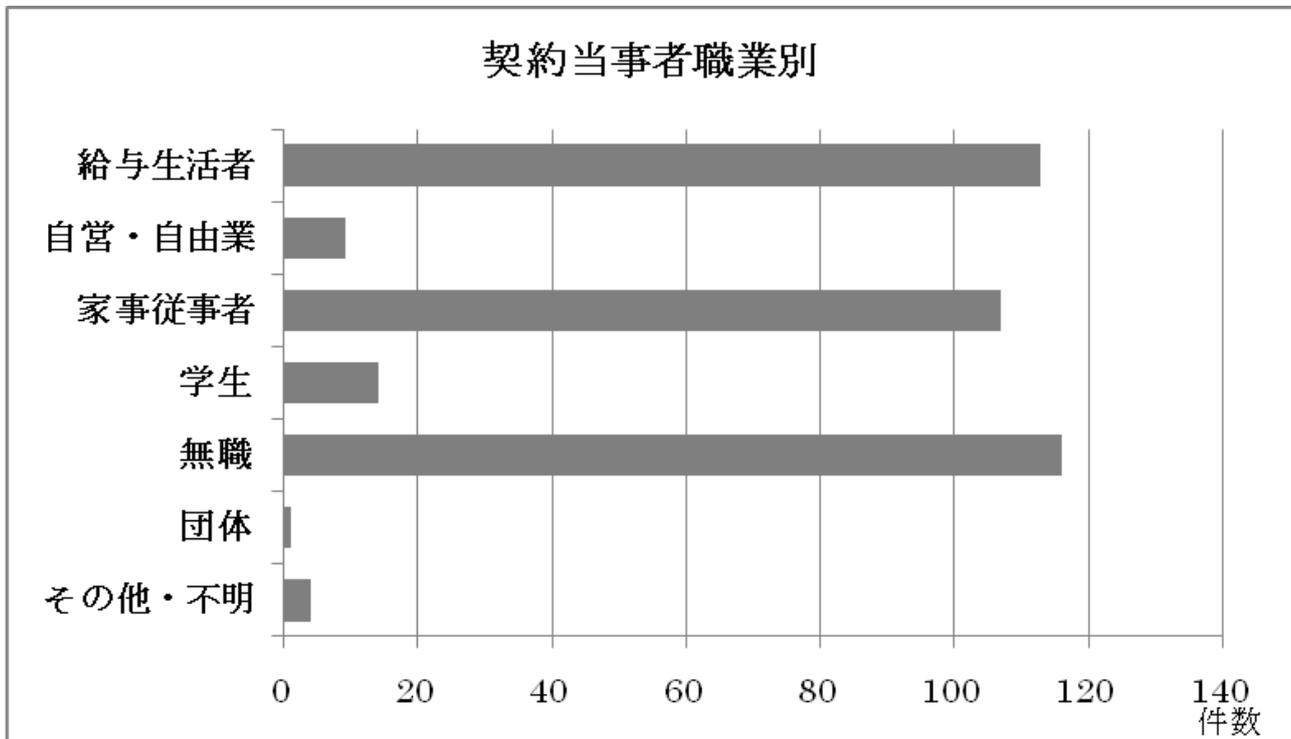


図4 職業別 棒グラフ



(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

商品大分類		内容別分類															
		受付件数	苦情件数	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	14	12	0	1	2	0	0	0	11	10	0	0	0	0	1	0
	食料品	14	13	4	3	1	1	1	2	8	7	2	0	0	0	0	0
	住居品	21	21	2	8	2	1	0	0	11	14	8	0	2	0	0	0
	光熱水品	1	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
	被服品	14	13	0	2	1	1	0	0	7	10	3	0	0	1	0	0
	保健衛生品	8	7	1	3	1	0	0	2	3	4	2	0	0	0	0	0
	教養娯楽品	32	27	0	6	7	5	0	1	16	26	5	0	0	0	1	0
	車両・乗り物	11	11	2	7	2	0	1	0	2	7	4	0	0	0	0	0
	土地・建物・設備	31	26	2	5	16	7	0	0	12	18	3	0	3	2	1	0
	他の商品	2	2	0	0	0	0	0	0	2	1	0	0	0	0	0	0
役務	クリーニング	2	2	0	1	2	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0
	レンタル・リース・賃借	14	7	0	1	8	2	0	0	0	8	1	0	3	1	1	0
	工事・建築・加工	19	18	1	11	3	3	0	1	5	13	9	0	5	1	0	0
	修理・補修	4	4	0	0	0	2	0	0	1	2	1	0	1	0	0	0
	管理・保管	1	1	0	0	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0
	役務一般	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	金融・保険サービス	61	55	0	7	25	5	0	0	21	53	12	0	0	0	3	0
	運輸・通信サービス	53	51	0	4	4	3	0	9	37	45	4	0	2	0	2	0
	教育サービス	3	3	0	0	1	0	0	0	0	3	0	0	0	0	0	0
	教養・娯楽サービス	10	9	1	4	1	1	0	0	4	8	2	0	1	0	0	0
	保健・福祉サービス	13	8	0	3	2	1	0	0	2	6	2	0	0	2	2	0
	他の役務	22	19	0	4	4	6	0	1	7	13	2	0	1	2	0	0
	内職・副業・ねずみ講	1	1	0	1	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0
他の行政サービス	2	2	0	0	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	
他の相談		11	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
総件数		364	318	13	71	84	39	2	17	151	252	63	0	18	9	11	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

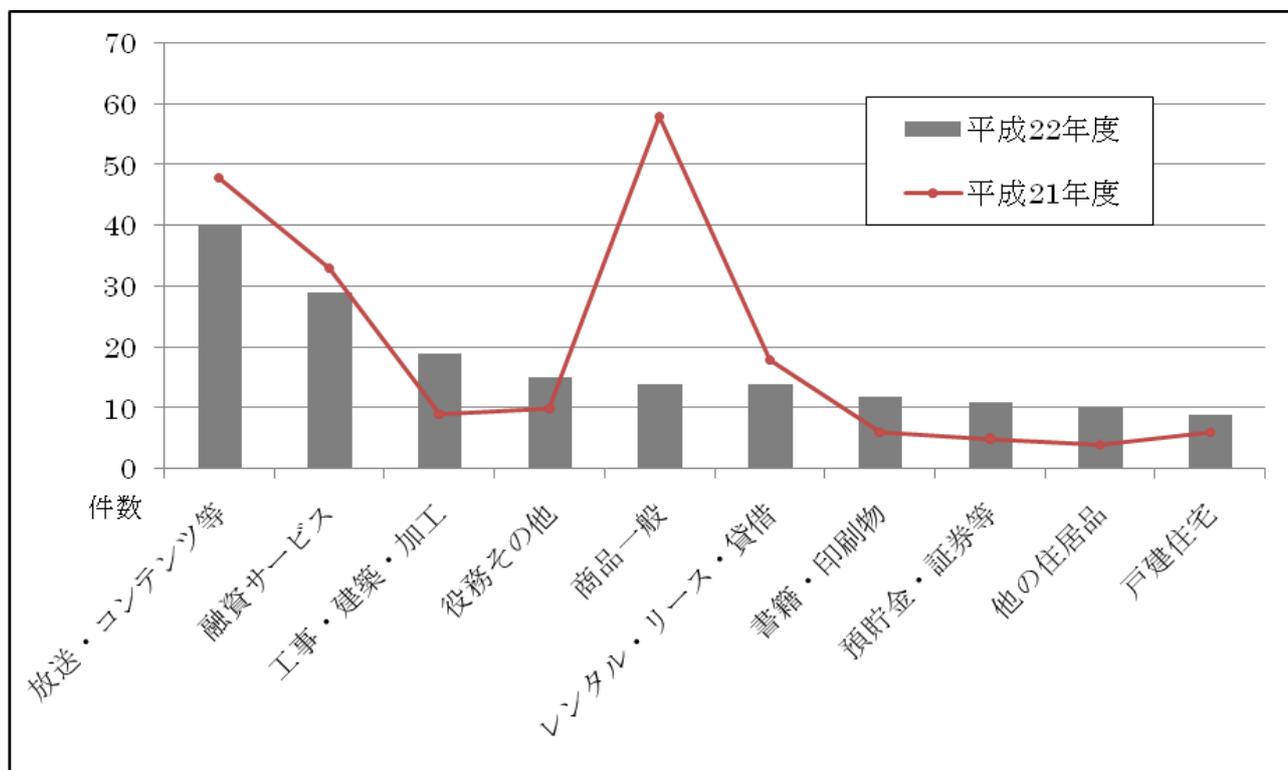
表4 商品・役務別受付件数（大分類による）

品名・役務(大分類)		平成22年度【2010年】		平成21年度【2009年】	
		件数	%	件数	%
商 品	商 品 一 般	14	3.8%	58	13.5%
	食 料 品	14	3.8%	24	5.6%
	住 居 品	21	5.8%	18	4.2%
	光 熱 水 品	1	0.3%	5	1.2%
	被 服 品	14	3.8%	10	2.3%
	保 健 衛 生 品	8	2.2%	10	2.3%
	教 養 娛 楽 品	32	8.8%	27	6.3%
	車 両 ・ 乗 り 物	11	3.0%	11	2.6%
	土 地 ・ 建 物 ・ 設 備	31	8.5%	29	6.8%
	他 の 商 品	2	0.5%	1	0.2%
	小 計	148	40.7%	193	45.0%
役 務	ク リ ー ニ ン グ	2	0.5%	1	0.2%
	レ ン タ ル ・ リ ー ス ・ 貸 借	14	3.8%	18	4.2%
	工 事 ・ 建 築 ・ 加 工	19	5.2%	9	2.1%
	修 理 ・ 補 修	4	1.1%	10	2.3%
	管 理 ・ 保 管	1	0.3%	2	0.5%
	役 務 一 般	0	0.0%	3	0.7%
	金 融 ・ 保 険 サ ー ビ ス	61	16.8%	60	14.0%
	運 輸 ・ 通 信 サ ー ビ ス	53	14.6%	61	14.2%
	教 育 サ ー ビ ス	3	0.8%	0	0.0%
	教 養 ・ 娛 楽 サ ー ビ ス	10	2.7%	13	3.0%
	保 健 ・ 福 祉 サ ー ビ ス	13	3.6%	17	4.0%
	他 の 役 務	22	6.0%	18	4.2%
	内 職 ・ 副 業 ・ ね ず み 講	1	0.3%	0	0.0%
	他 の 行 政 サ ー ビ ス	2	0.5%	3	0.7%
小 計	205	56.3%	215	50.1%	
他 の 相 談	11	3.0%	21	4.9%	
合 計	364	100.0%	429	100.0%	

表5 相談の多い商品・役務上位10（小分類による）

相談の多い商品・役務上位10位

順位	商品・役務別小分類	大分類	平成22年度件数	平成21年度件数	前年同期比(%)
1	放送・コンテンツ等	運輸・通信サービス	40	48	83.3%
2	融資サービス	金融・保険サービス	29	33	87.9%
3	工事・建築・加工	工事・建築・加工	19	9	211.1%
4	役務その他	他の役務	15	10	150.0%
5	商品一般	商品一般	14	58	24.1%
6	レンタル・リース・貸借	レンタル・リース・貸借	14	18	77.8%
7	書籍・印刷物	教養娯楽品	12	6	200.0%
8	預貯金・証券等	金融・保険サービス	11	5	220.0%
9	他の住居品	住居品	10	4	250.0%
10	戸建住宅	土地・建物・設備	9	6	150.0%



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)に関する相談は 163 件で、全相談件数に占める特殊販売の割合は約 45%となった。特殊販売の割合が 50%を割ったのは平成 12 年以來 10 年ぶりのことである。(図6)

販売購入形態別でみると、依然として「通信販売」がもっとも多く 82 件で、特殊販売全体の約 50%を占める。ネット通販やネットオークションなどに関する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。訪問販売、電話勧誘販売はほぼ前年度と同様だった。(表 6・図5)

訪問販売による商品、役務では、住居品や工事契約が多い。一番多かったのは消火器で、その他、掃除機、太陽光発電システムなどの商品、リフォーム工事や屋根工事、学習教材、新聞など従来から変わらない。特定商取引法改正により指定商品制が廃止となり、原則全ての商品が対象となったが、それぞれの件数はいずれも少ない。(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
20年度 (2008年度)	48件	153件	6件	39件	1件	7件	254件
21年度 (2009年度)	51件	148件	2件	19件	1件	4件	225件
22年度 (2010年度)	44件	82件	5件	20件	3件	9件	163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、マーヅンが入り短期間で高収入になるというネヅミ講式販売方法)
 ・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

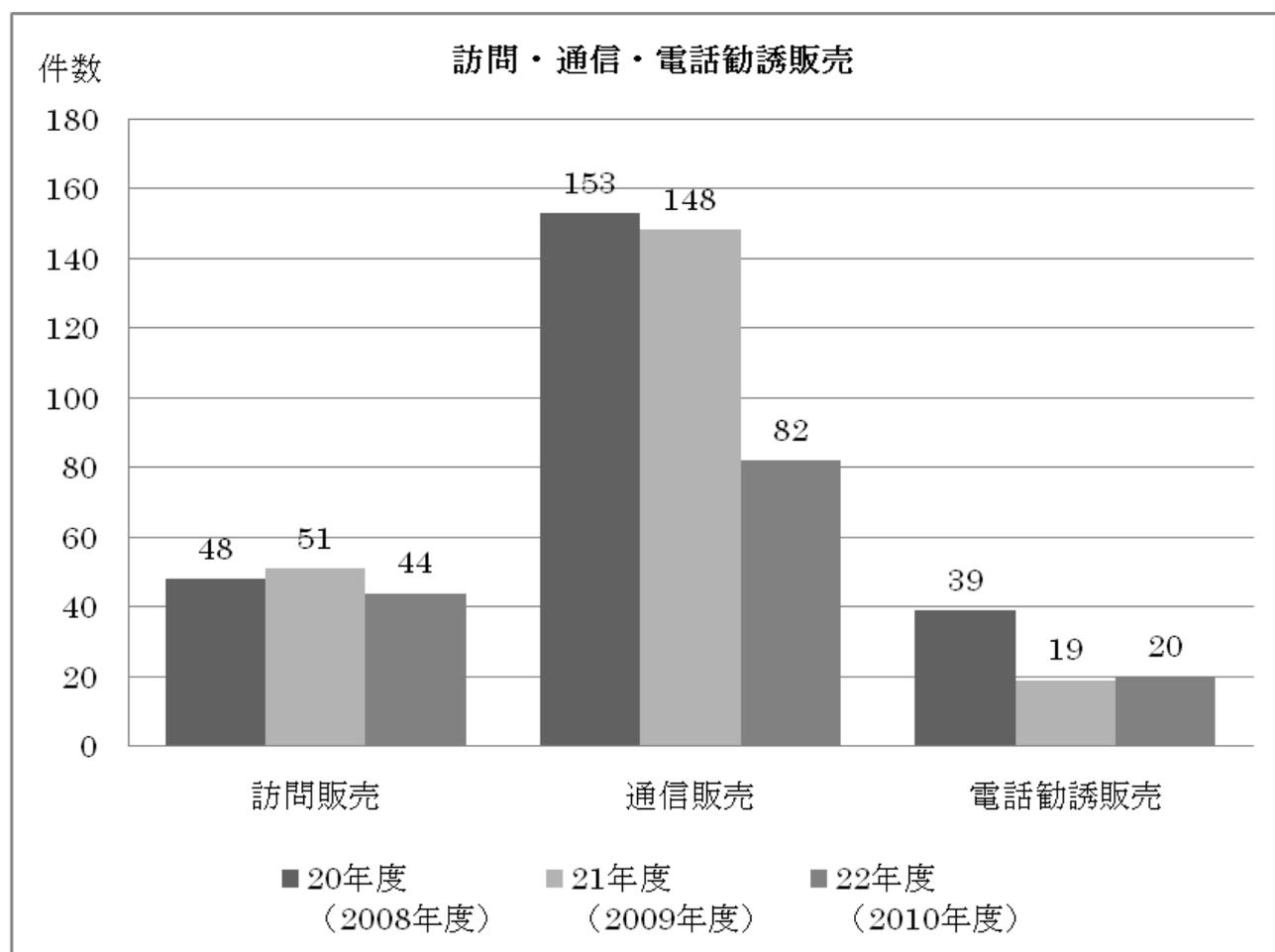


図6 相談全体に占める訪問販売等の特殊販売に関する相談の割合

	13年度	14年度	15年度	16年度	17年度	18年度	19年度	20年度	21年度	22年度
特殊販売	213	300	633	1203	555	461	284	254	225	163
その他の相談	194	247	239	248	218	245	218	211	204	201

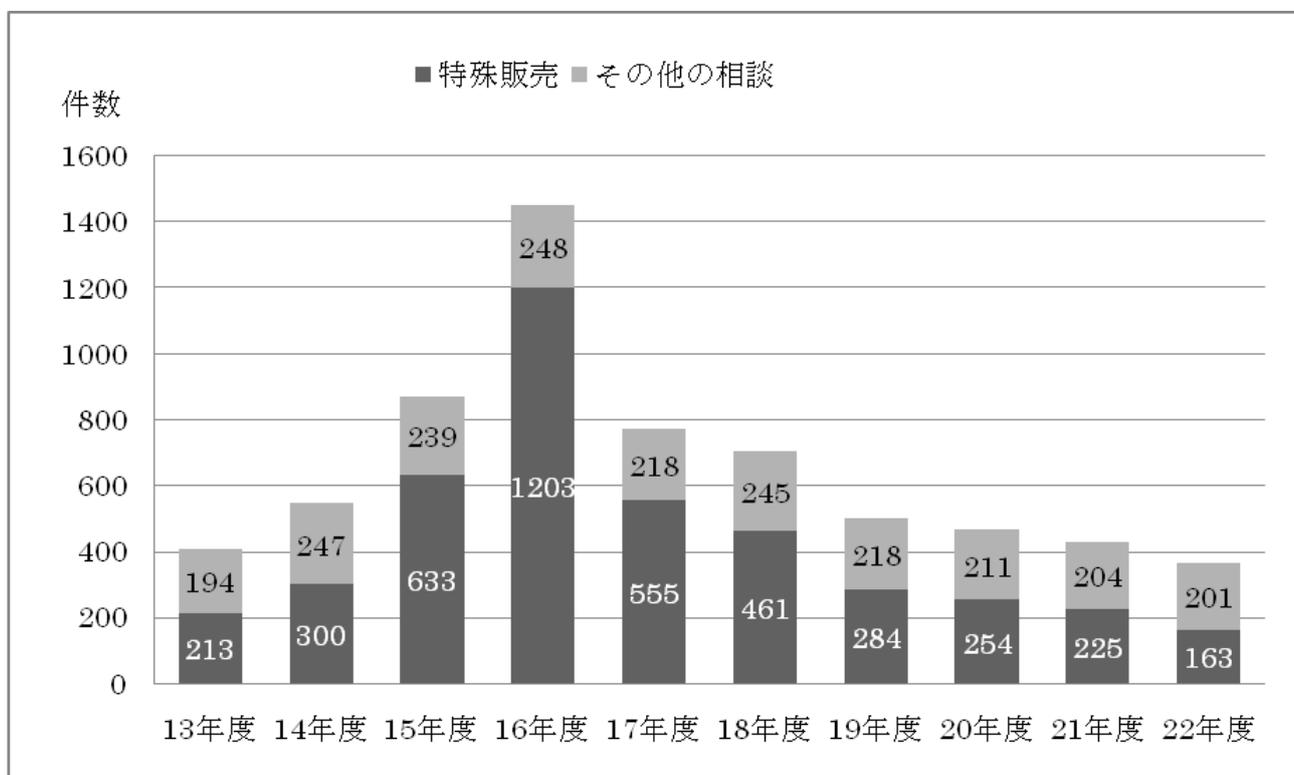


表7 訪問販売の商品分類別件数 上位10位

順位	商品・役務	22年度件数	21年度件数	増減
1	他の住居品	10	2	8
2	工事・建築・加工	5	1	4
3	書籍・印刷物	4	5	-1
4	空調・冷暖房設備	3	9	-6
5	役務その他	3	4	-1
6	アクセサリ	2	1	1
7	学習教材	2	3	-1
8	他の商品	2	1	1
9	生命保険	2	3	-1
10	デリバティブ取引	2	2	0