

1. 消費生活相談全体の概要

平成 24 年(2012 年)度の相談受付件数は 356 件で、前年度より 4 件減少した。

全受付件数のうち苦情相談は 312 件(全相談に占める割合は約 87.6%)で、相談件数、苦情相談とも 3 年連続ほぼ同じ件数で推移している。(表1・表2・グラフ1)

相談者の男女別では、女性が 203 件(57.0%)、男性は 151 件(42.4%)で、女性からの相談が増えた。年齢別で最も多かったのが 70 歳以上で、全体に占める割合が 32.0%であった。70 歳以上が 30%を超えたのは、統計を取り始めてから初めてのことである。次が 60 歳代で 21.1%、60 歳以上の合計が 53.1%となっており、他の年代の割合が減少する中、60 歳以上の高齢者の相談が過半数を超えた。(表3・グラフ2・グラフ3)

相談の内容別では、「契約・解約」に関するものが最も多く 212 件で、前年度の 178 件から 34 件増加した。次いで「販売方法」に関する相談が 150 件となっており、1 位 2 位は例年どおりである。第 3 位は「法規・基準」に関する相談が 60 件で、第 4 位は「品質・機能・役務品質」に関する相談で 56 件となっている。前年度多かった「価格・料金」に関する相談や「接客対応」に関する相談はいずれも減少した。(表4)

なお、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。

商品別にみると、商品・役務(サービス)の割合は、「役務」に関する相談が 198 件、「商品」に関する相談が 136 件で、前年度と同じく役務に関する相談が多いが、平成 24 年度は商品の割合が前年度に比べ 8.5%増加した。(表5)

相談件数の多い商品・役務の第1位は、「放送・コンテンツ等」の 50 件で、前年度より 5 件減少した。「デジタルコンテンツ」の具体的内容をみると、アダルトサイトのワンクリック請求や有料サイトの架空請求、オンラインゲームの高額請求などである。アダルトサイトの請求は、未成年者から高齢者まで全年齢層から相談があった。出会い系サイトに関する相談は減少した。また、オンラインゲームについては、中学生の息子が親のクレジット番号を登録していたというもので、契約当事者

がユーザー登録時に生年月日を偽ったことがわかり、未成年者取消しができないケースもあった。2位は「工事・建築・加工」の19件で、前年度より増加した。訪問販売リフォーム業者が「瓦がずれている」「瓦が割れている」などと説明し、「このままでは雨漏りするようになる」と消費者を不安にさせるケースが目立つ。また、床下工事についても「床下の木材が腐っている」「カビが発生している」などと説明し換気扇・攪拌機の設置や金物の取り付けなどを勧めるケースがあった。3位の「健康食品」は16件。これは高齢者を狙った健康食品の送り付け商法が急増したことによる。頼んでもいない健康食品を勝手に送り付けたり、「注文していない」と断っても「証拠がある」などと強引に送り付けるなど非常に悪質な商法である。4位は「他の相談」に分類されるもので、個人間のお金の貸し借りのトラブルや相続問題などがある。5位の「融資サービス」は住宅ローンやフリーローン・サラ金などの相談であるが、前年度より6件少なく、減少傾向にある。「修理・補修」が前年度よりも増加しており、チラシの業者に頼んだトイレの詰まり修理や水漏れ修理に関するトラブルが目立った。

(表6・グラフ5)

(1) 相談受付件数と年度別推移

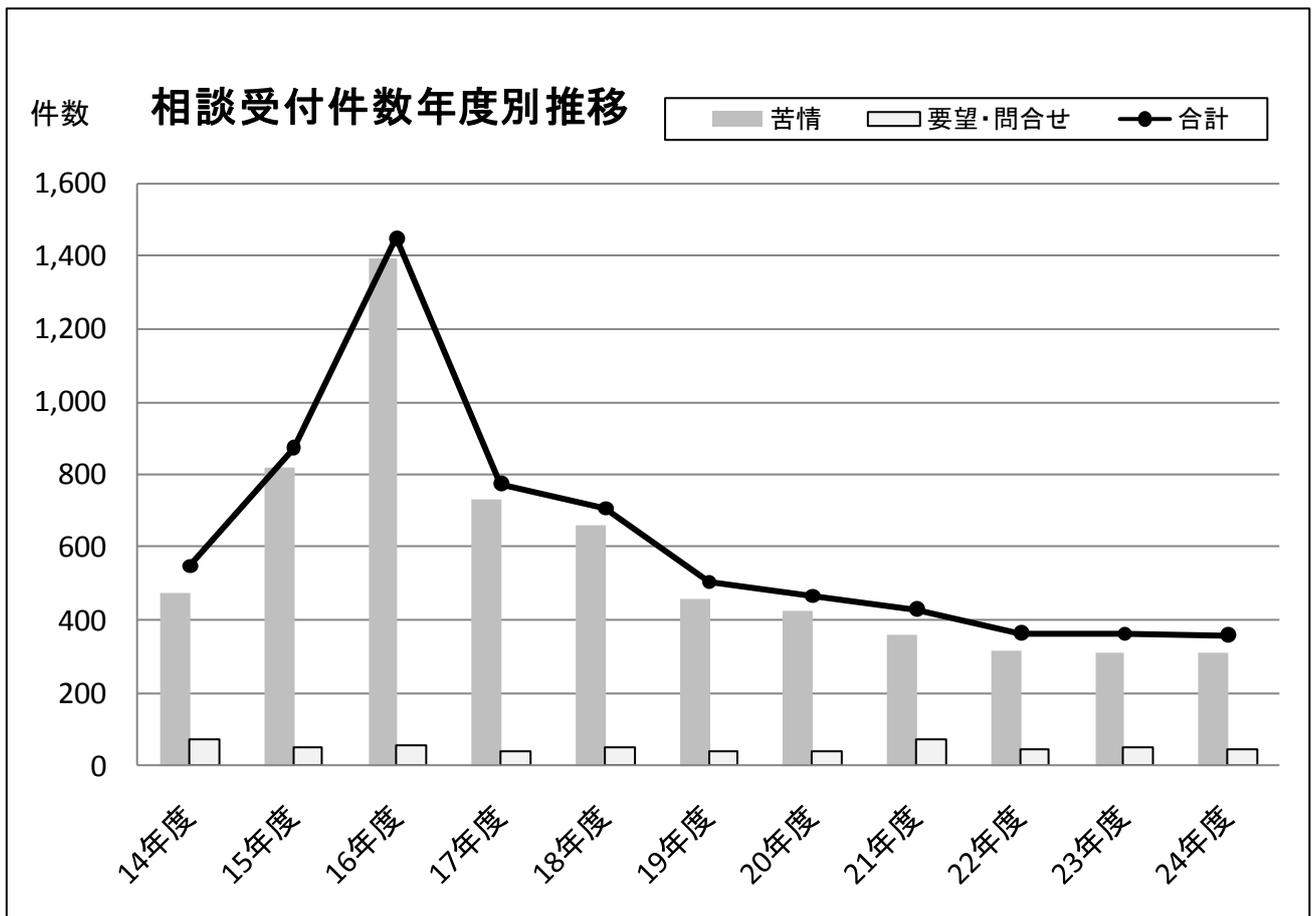
表1 月別相談受付件数

	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
22年度	39	23	29	29	32	33	28	39	18	34	33	27	364	-65	84.8%
23年度	38	29	29	27	33	27	29	36	26	26	21	39	360	-4	98.9%
24年度	34	29	30	29	26	37	34	33	20	20	32	32	356	-4	98.9%

表2 相談受付件数の年度別推移

	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	23年度	24年度
苦情	476	821	1395	733	659	461	428	358	318	312	312
要望・問合せ	71	51	56	40	47	41	37	71	46	48	44
合計	547	872	1451	773	706	502	465	429	364	360	356

グラフ1 相談受付件数の年度別推移

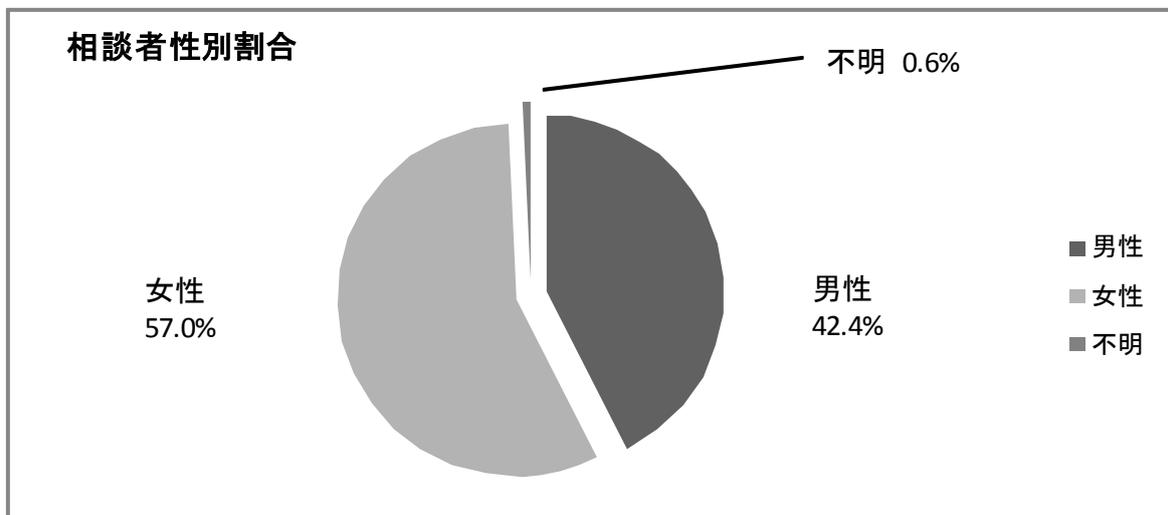


(2)相談者 性別・年齢別・職業別相談受付状況

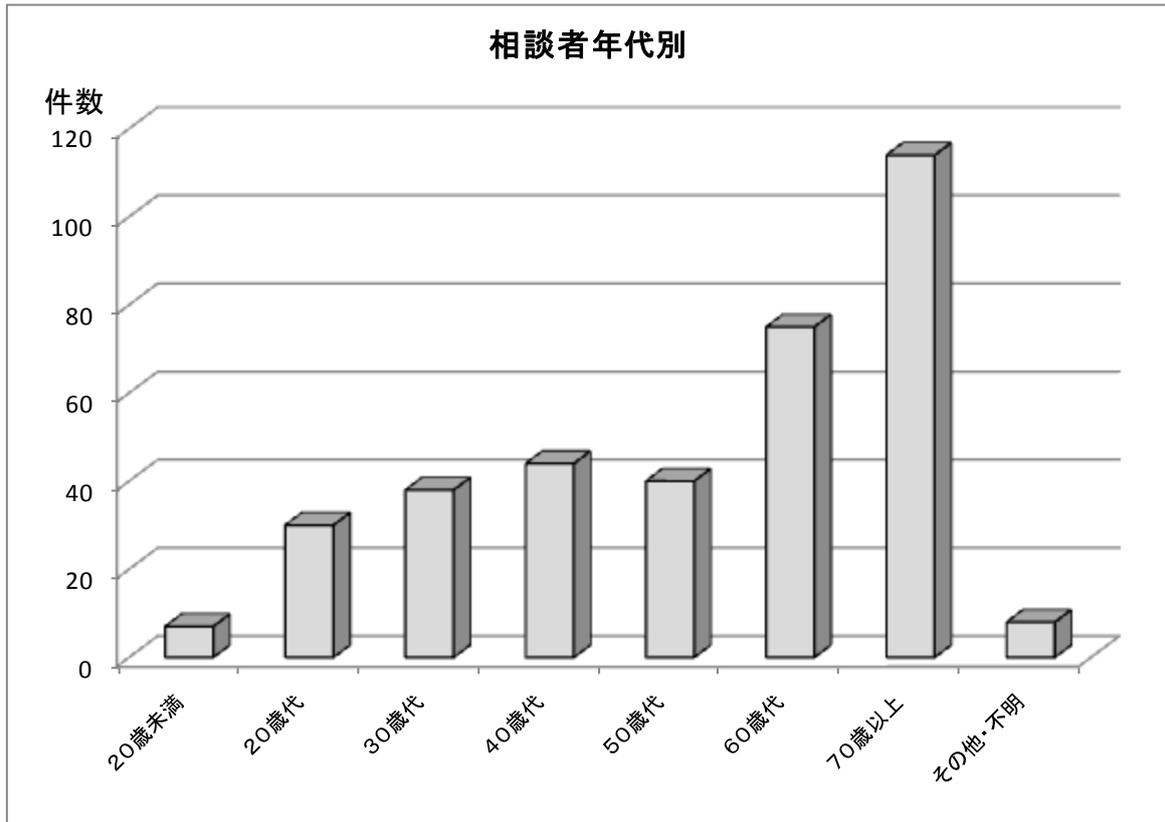
表3 性別・年齢別・職業別相談受付件状況

項目		24年度		23年度		前年比
相談件数		356	100.0%	360	100.0%	98.9%
性別	男性	151	42.4%	166	46.1%	91.0%
	女性	203	57.0%	191	53.1%	106.3%
	不明	2	0.6%	3	0.8%	66.7%
年齢別	20歳未満	7	2.0%	10	2.8%	70.0%
	20歳代	30	8.4%	21	5.8%	142.9%
	30歳代	38	10.7%	52	14.4%	73.1%
	40歳代	44	12.4%	45	12.5%	97.8%
	50歳代	40	11.2%	58	16.1%	69.0%
	60歳代	75	21.1%	80	22.2%	93.8%
	70歳以上	114	32.0%	87	24.2%	131.0%
	その他・不明	8	2.2%	7	2.0%	114.3%
	平均年齢	56		55		
職業別	給与生活者	100	28.1%	102	28.3%	98.0%
	自営・自由業	14	3.9%	12	3.3%	116.7%
	家事従事者	120	33.7%	102	28.3%	117.6%
	学生	9	2.5%	10	2.8%	90.0%
	無職	109	30.6%	122	34.0%	89.3%
	団体	2	0.6%	0	0.0%	-
	その他・不明	2	0.6%	12	3.3%	16.7%

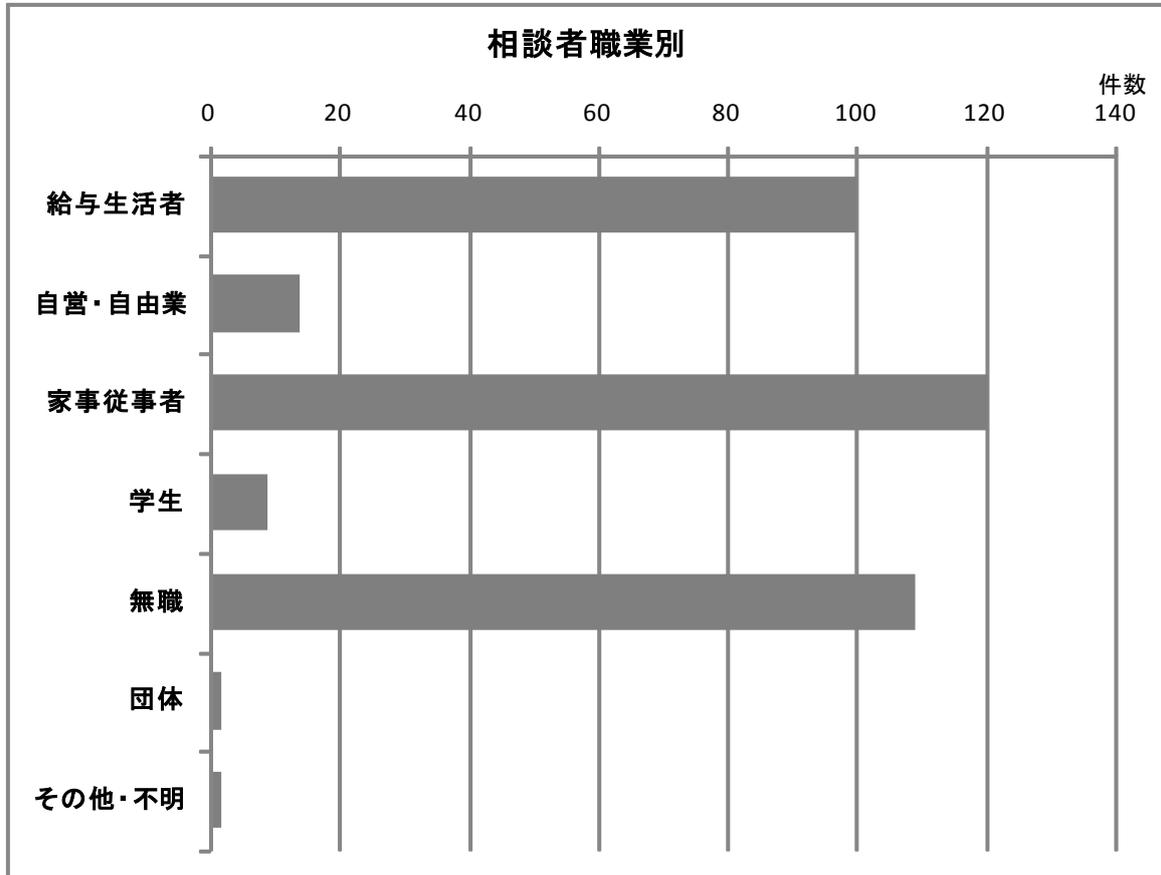
グラフ2 相談者性別割合



グラフ3 相談者年代別



グラフ4 相談者職業別



(3)商品別・内容別相談受付状況

表4 商品別・内容別相談受付件数

		受付件数	苦情件数	安全・衛生	品質・機能・役務品質	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	6	4				1			2	3	1					1
	食料品	27	27	2	5	3	1		2	19	18	2					
	住居品	24	20	3	8	8	4			7	14	2	1		1		
	光熱水品	3	2		1					1							1
	被服品	13	12		2	3	1		2	3	9						
	保健衛生品	8	8	1	3	2				1	5						
	教養娯楽品	29	26		2	6	3		7	14	19	3			1	2	
	車両・乗り物	10	10		5	5				1	8	1					
	土地・建物・設備	16	15	1	3	2	3			5	12	1		1			
	他の商品																
役 務	クリーニング	8	3	1	4	3					1	1			1	2	
	レンタル・リース・賃借	10	7		3	4	1			1	7						
	工事・建築・加工	19	17		7	3	3			5	12	1					1
	修理・補修	10	9	1	3	2	3		1	5	5	1			1		
	管理・保管																
	役務一般																
	金融・保険サービス	38	33	1	2	10	1			13	27	4			1		1
	運輸・通信サービス	62	61		2	4	6		11	49	47	4					
	教育サービス	1	1				1			1	1						
	教養・娯楽サービス	14	14			1			2	10	6						
保健・福祉サービス	20	17	4	4	3	4			6	8	1					1	
他の役務	13	12	2	1	1	3			7	7	1			1			
内職・副業・ねずみ講	1	1		1						1							
他の行政サービス	2	2	1							2							
他の相談	22	11															
総件数	356	312	17	56	60	35	0	25	150	212	23	1	1	6	6	3	

(注意)内容別分類は重複カウントしているため、総受付件数と一致しない

空白は0件

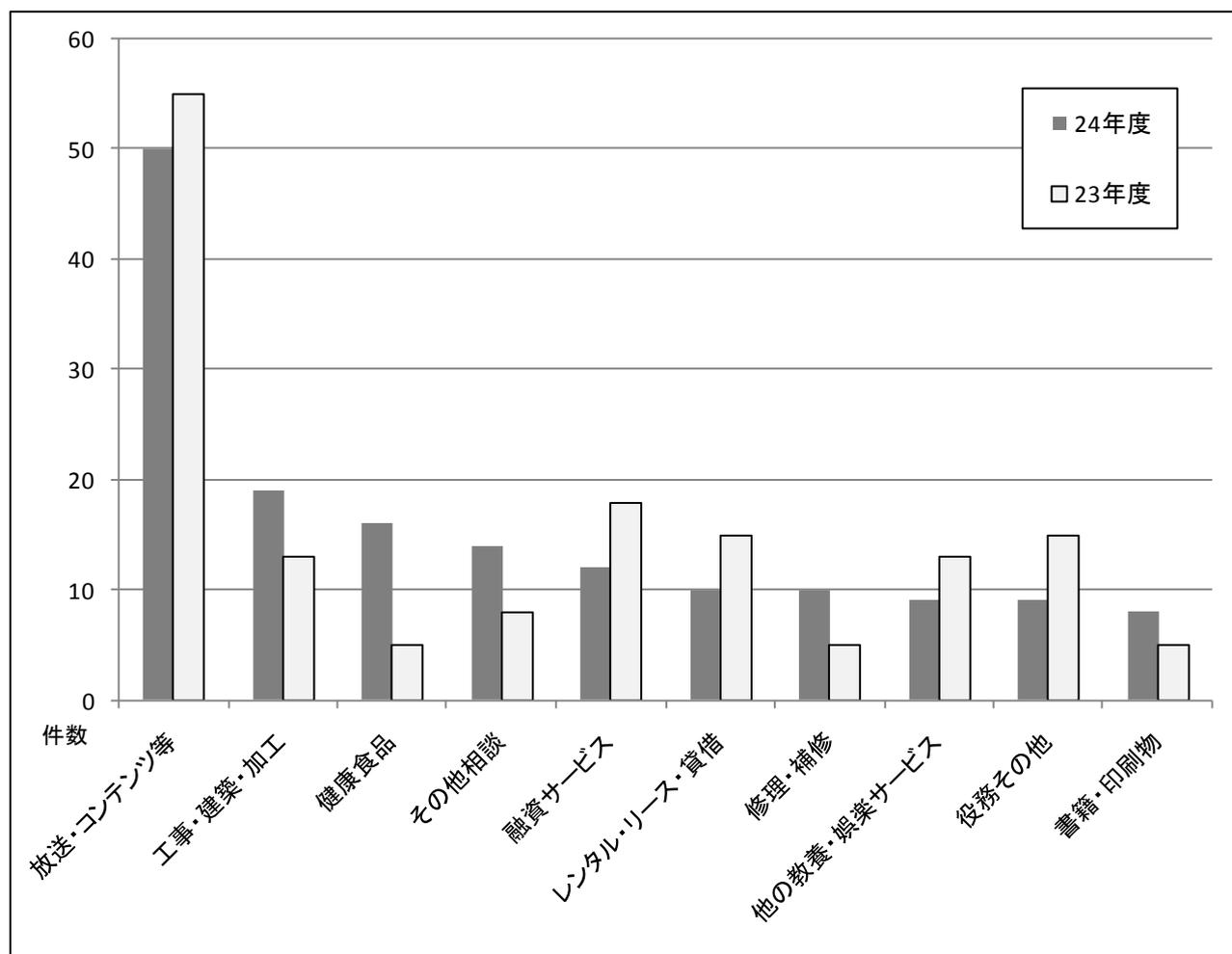
表5 商品・役務別受付件数（大分類による）

品名・役務(大分類)		24年度		23年度	
		件数	構成比	件数	構成比
商 品	商品一般	6	1.7%	3	0.8%
	食料品	27	7.6%	18	5.0%
	住居品	24	6.7%	15	4.2%
	光熱水品	3	0.8%	5	1.4%
	被服品	13	3.7%	5	1.4%
	保健衛生品	8	2.2%	4	1.1%
	教養娯楽品	29	8.2%	25	6.9%
	車両・乗り物	10	2.8%	6	1.7%
	土地・建物・設備	16	4.5%	25	6.9%
	他の商品	0	0.0%	1	0.3%
	商品計	136	38.2%	107	29.7%
役 務	クリーニング	8	2.2%	8	2.2%
	レンタル・リース・貸借	10	2.8%	15	4.2%
	工事・建築・加工	19	5.3%	13	3.6%
	修理・補修	10	2.8%	5	1.4%
	管理・保管	0	0.0%	0	0.0%
	役務一般	0	0.0%	0	0.0%
	金融・保険サービス	38	10.7%	65	18.0%
	運輸・通信サービス	62	17.4%	64	17.8%
	教育サービス	1	0.3%	2	0.6%
	教養・娯楽サービス	14	3.9%	25	6.9%
	保健・福祉サービス	20	5.6%	18	5.0%
	他の役務	13	3.7%	23	6.4%
	内職・副業・ねずみ講	1	0.3%	0	0.0%
	他の行政サービス	2	0.6%	1	0.3%
役務計	198	55.6%	239	66.4%	
他の相談	22	6.2%	14	3.9%	
合計	356	100.0%	360	100.0%	

表6 相談の多い商品・役務上位10位（小分類による）

順位	商品・役務別小分類	大分類	24年度	23年度	前年比
1	放送・コンテンツ等	運輸・通信サービス	50	55	91%
2	工事・建築・加工	工事・建築・加工	19	13	146%
3	健康食品	食料品	16	5	320%
4	その他相談	他の相談	14	8	175%
5	融資サービス	金融・保険サービス	12	18	67%
6	レンタル・リース・貸借	レンタル・リース・貸借	10	15	67%
7	修理・補修	修理・補修	10	5	200%
8	他の教養・娯楽サービス	教養・娯楽サービス	9	13	69%
9	役務その他	他の役務	9	15	60%
10	書籍・印刷物	教養娯楽品	8	5	160%

グラフ5 相談の多い商品・役務上位10位（小分類による）



2. 高齢者の消費生活相談の傾向

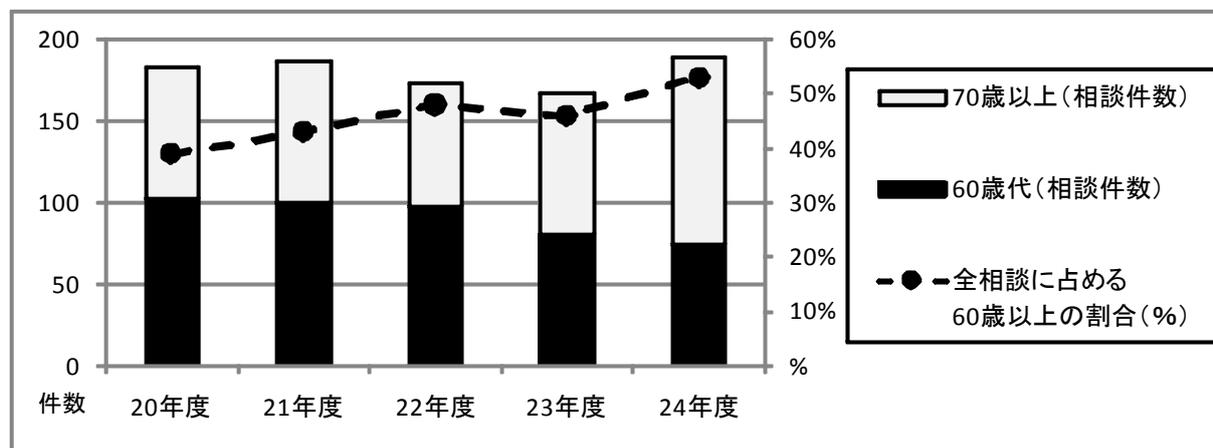
60歳以上の相談件数は189件で、前年度の167件より22件増加し、全相談に占める割合も53%となり、2人に1人が高齢者の相談という結果となった。特に70歳以上の方の相談が前年度より27件増加しており、年齢別では最も多かった。(表7・グラフ6)

相談内容では、アダルト情報サイトや有料サイトなどの「デジタルコンテンツ」が第1位で、第2位は「健康食品」となっている。申し込んだ覚えがないと断ったのに、強引に送り付けられるという送り付け商法の相談が70歳以上の高齢者で急増した。また、他の年代と比較して、訪問販売、電話勧誘販売に関するトラブルの割合が高くなっている。在宅中の高齢者が不意打ちで勧誘を受け、被害にあうケースが目立つ。件数は少ないものの、未公開株や社債など「預貯金・証券」に関する相談も高齢者相談の特徴である。多くの高齢者は、将来の生活資金や自分の健康への不安を感じており、また寂しさもあることからか、親身になって話し相手をしてくれる悪質業者に心を許し、悪質業者は親切を装って近づき財産を狙う。投資経験のない高齢者をターゲットに「怪しいもうけ話」を持ちかけるケースが多く、被害金額が1千万円を超えるケースもあり、平均被害額は高額化している。

表7 全相談に占める高齢者の割合と件数の推移

	20年度	21年度	22年度	23年度	24年度
60歳代(相談件数)	102	100	97	80	75
70歳以上(相談件数)	81	86	76	87	114
全相談に占める 60歳以上の割合(%)	39%	43%	48%	46%	53%

グラフ6 全相談に占める高齢者の割合と件数の推移



3. 訪問販売等の特殊販売に関する相談の概要

平成 24 年度の特特殊販売(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 173 件、全相談件数に占める特殊販売の割合は約 49%であった。

(表 8・表 9・グラフ 7・グラフ 8)

販売購入形態別でみると、「通信販売」が最も多く 92 件で、特殊販売全体の約 53%を占めている。インターネットや携帯端末の急激な普及に伴い、インターネット通販は増加している。

「訪問購入」は新たな販売形態として分類されたもので、これは、消費者と事業者の取引ではあるが、消費者が売る立場、事業者から代金を受け取る立場の取引である。「着物を買収る」などと訪問し、あるいは突然訪問し、強引に貴金属などを安価で買収る「押し買収」のトラブルの増加に伴い、特定商取引法で規制された。「電話勧誘販売」は前年度と同じ 30 件であり、「ネガティブオプション」は増加した。これは、健康食品の送り付けの増加によるものと思われる(表 8・グラフ 7)。



表8 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	訪問購入	その他無店舗販売	合計
20年度	48件	153件	6件	39件	1件	0件	7件	254件
21年度	51件	148件	2件	19件	1件	0件	4件	225件
22年度	44件	82件	5件	20件	3件	0件	9件	163件
23年度	41件	105件	2件	30件	0件	0件	1件	179件
24年度	39件	92件	3件	30件	6件	2件	1件	173件

- (注)・マルチ販売（会員になって加入者を勧誘し商品が売れば、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）

グラフ7 訪問販売・通信販売・電話勧誘販売等の年度別推移

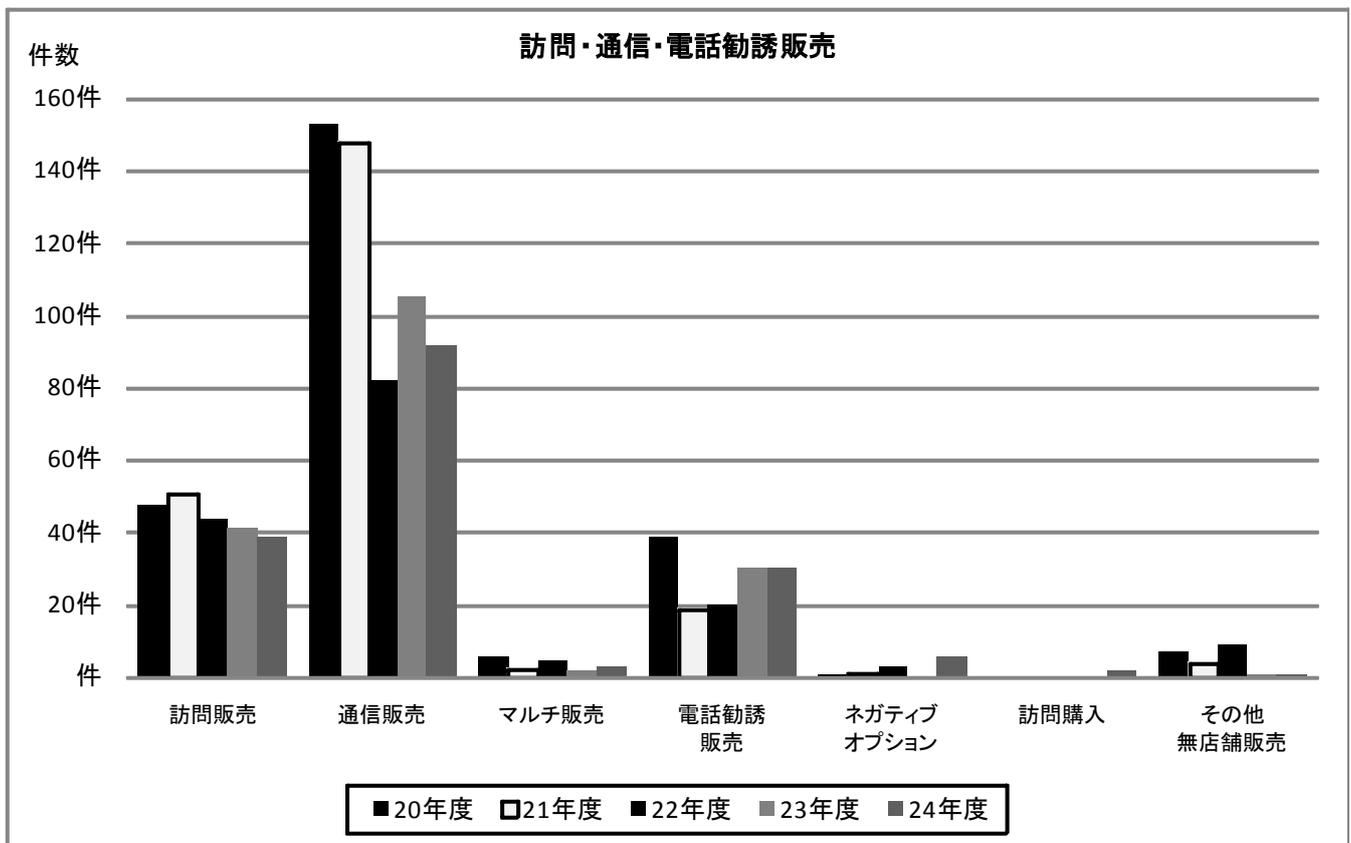


表9 相談全体に占める訪問販売等の特殊販売に関する相談の割合

	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	23年度	24年度
特殊販売	300	633	1203	555	461	284	254	225	163	179	173
その他の相談	247	239	248	218	245	218	211	204	201	181	183
合計	547	872	1451	773	706	502	465	429	364	360	356

グラフ8 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

