

平成23年度の消費生活相談の概要

全国の消費生活センター・市町村消費生活相談窓口寄せられた相談は、独立行政法人国民生活センターと全国の消費生活センター・市町村消費生活相談窓口をオンラインで結ぶ「全国消費生活情報ネットワークシステム」(以下「PIO-NET」)に登録され、消費者被害の未然防止、拡大防止に活用されています。

平成23年度に千葉県消費者センター及び市町村消費生活センター・消費生活相談窓口寄せられ、PIO-NETに登録された相談件数の集計結果について公表します。

23年度の相談の主な特徴

- ①消費生活相談件数はわずかに減少
- ②契約当事者の年代別の全体に占める割合では30歳代以下は減少していますが、60歳以上は増加しています。
- ③商品・役務別では「デジタルコンテンツ」「フリーローン・サラ金」「不動産貸借」等役務に関する相談件数が増えています。
- ④22年度と比較すると、ファンド型投資商品や公社債等の利殖商法やその二次被害に関する相談、「宝くじ」「ミネラルウォーター」「ソーラーシステム」「モバイルデータ通信」「その他化粧品」に関する相談が大きく増加。
- ⑤60歳以上の高齢者が契約当事者である相談の特徴として、販売購入形態は、「訪問販売」「電話勧誘販売」の割合が高く、「ファンド型投資商品」等利殖に関する相談、海外宝くじや懸賞等、「当選商法」に関する相談が特に増加しています。

1. 消費生活相談件数

「PIO-NET」に登録された千葉県内の平成23年度の相談件数は、43,082件で、前年の43,119件に比べ、37件、率にして0.1%とわずかながら減少しています。

その中でも千葉県消費者センターに寄せられた相談は9,915件で県全体の相談件数の23.0%を占め、昨年度の10,539件に比べて624件減少しています。相談件数の内訳は苦情39,080件、問合せ・要望4,002件で、苦情相談が消費生活相談全体の90.7%を占めています。

表1 消費生活相談件数

(件)

		23年度			22年度			増減(比率)		
		苦情	問合せ・要望	計	苦情	問合せ・要望	計	苦情	問合せ・要望	計
相談件数		39,080	4,002	43,082	38,951	4,168	43,119	129	△166	△37(△0.1%)
内訳	県センター	9,232	683	9,915	9,821	718	10,539	△589	△35	△624(△5.9%)
	県	132	22	154	199	4	203	△67	18	△49(△24.1%)
	市町村	29,716	3,297	33,013	28,931	3,446	32,377	785	△149	636(2.0%)

(注)千葉県、県内各市の消費生活センター及び各市町村消費生活相談窓口で受け付けた相談のうち、PIO-NETに登録された相談件数

(2) 商品・役務ごとに見た相談の状況

ア 相談の多い商品・役務

① デジタルコンテンツ

パソコンや携帯電話等により、インターネットを通じ各種サイトから得られる情報やサービス。無料と思いアダルトサイトを閲覧して、年齢等を入力してクリックしたところ料金を請求されたという相談が大変増えています。また、スマートフォン利用に伴う、ゲームや各種サービス利用料金に関する相談も増えています。

② フリーローン・サラ金

消費者金融、クレジット会社、銀行等による用途を限定しないで設定されている消費者ローン。平成22年6月に「改正貸金業法」が完全施行され、「上限金利の引下げ」や「総量規制」が導入された効果もあり大きく減少しました。

③ 不動産貸借

賃貸アパートの相談が8割を占めています。退去時の修繕費用、敷金返還等でのトラブルが多くなっています。

④ 工事・建築

戸建住宅（新築・増改築・屋根工事・塗装工事等）に関する相談が3分の2を占めています。また、震災による住宅等の改修工事に関する相談が増えています。

表2 相談の多い商品・役務

	23年度	件数	22年度	件数
1	デジタルコンテンツ	7,007	デジタルコンテンツ	6,414
2	フリーローン・サラ金	2,242	フリーローン・サラ金	3,534
3	不動産貸借	1,899	不動産貸借	1,813
4	工事・建築	1,427	工事・建築	1,366
5	ファンド型投資商品	968	商品一般	929
6	商品一般	957	四輪自動車	735
7	修理サービス	751	修理サービス	585
8	四輪自動車	679	インターネット接続回線	501
9	公社債	526	携帯電話サービス	491
10	インターネット接続回線	496	音響・映像機器	483
11	携帯電話サービス	473	新聞	421
12	役務・その他サービス	464	株	406
13	新聞	435	クリーニング	384
14	音響・映像機器	409	公社債	368
15	株	403	ファンド型投資商品	323

イ 相談件数の増加が大きい商品・役務

①ファンド型投資商品 645件(323→968件)

運用者が資金を集め運用し、生じた収益等の配当を出資者に分配するもの。震災に便乗した環境ビジネスへの投資や、経営が破たんした和牛預託に関する相談が増加しました。また、リスクについて十分な説明もないまま実態のわからない高額な出資契約を結ばされたりするケースも目立ち相談は急増しました。

②公社債 158件(368件→526件)

「必ずもうかる」との勧誘を受けた社債の売買に関する相談。「A社の社債を買ってほしい」「A社の社債を高値で買い取ります」と、複数の事業者が入り代り立ち代り勧誘するいわゆる劇場型手口による売買のトラブルが増えています。

③役務・その他サービス 206件(258件→464件)

耐震検査、床下・排水管の無料点検をうたった訪問に関する相談や、過去の金融取引による損失や投資被害額を回復させるとの電話やダイレクトメールが来たとの相談が多くなっています。

④宝くじ 133件(164件→297件)

海外宝くじに当選したようなダイレクトメールが送付されてくる等の相談が増えています。購入手数料の名目で振り込ませようとしたり、クレジットカード番号の通知を求めたりしています。

⑤ミネラルウォーター 155件(66件→221件)

東日本大震災に伴う水の安全性への関心の高まりを背景に、ミネラルウォーターの無料サンプルの電話勧誘や申し込んでいないのに自宅に無料サンプルが届いた等の相談が増えています。

⑥ソーラーシステム 83件(121件→204件)

東日本大震災の影響もあり、ソーラーシステムへの関心が高まったことから、その設置に伴う相談が増えています。

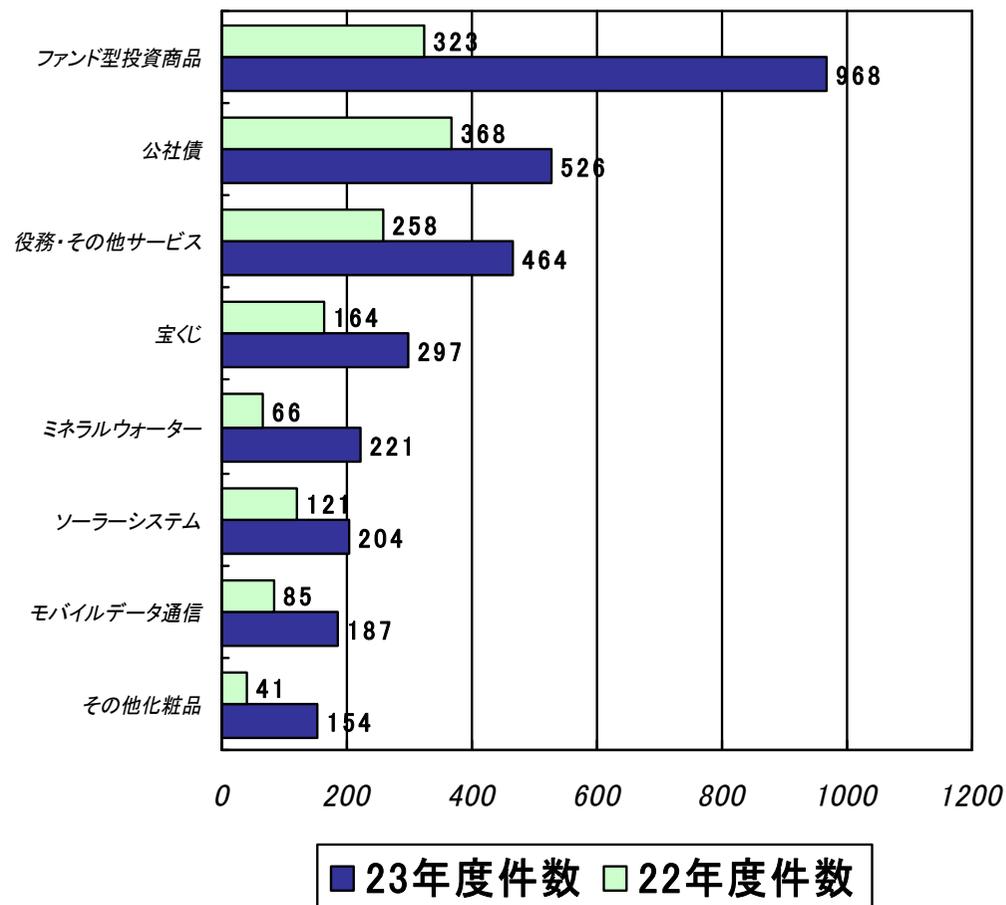
⑦モバイルデータ通信 102件(85件→187件)

データ通信専用の移動端末を使い外出先などでインターネット通信をするための契約をしたが、契約時の説明不足や、解約時の料金に関するトラブルが多くなっています。

⑧その他化粧品 113件(41件→154件)

小麦加水分解含有石けんで小麦アレルギーが発症する症例が判明したため、製品が自主回収されたことにより、相談が相次ぎました。

図2 相談件数の増加が大きい商品・役務



(3) 高齢者の相談の特徴

ア 販売購入形態

60歳以上の高齢者が契約当事者である相談の特徴として、訪問販売、電話勧誘販売の割合が高くなっています。通信販売によるものは60歳以上では割合が低くなっていますが増加傾向にあります。

(※)ネガティブオプションとは、消費者からの申し込みもなく、事業者が商品を送りつける商法

イ 相談の増加した商品・役務

①ファンド型投資商品

全年代での相談968件のうち60歳以上が契約当事者である相談が658件と7割近くになっています。実際に投資した平均金額も約744万円と高額になっています。

②宝くじ

海外宝くじに当選したかのようなダイレクトメールが送付されてくる等の相談が増えています。手数料の名目で振り込ませようしたり、クレジットカード番号の通知を求めたりしています。

③役務・その他サービス

未公開株等の投資被害額について被害回復させるので手数料を払うようにとの勧誘電話が多くなっています。

④教養・娯楽サービスその他

宝くじではないが身に覚えのない懸賞に当選したので手数料を振り込むようにといったダイレクトメールが海外から届いたといった相談が大変増えています。

⑤ミネラルウォーター

「無料サンプルを送付する」との電話勧誘があったとの相談が多く寄せられました。

図3 販売購入形態別割合

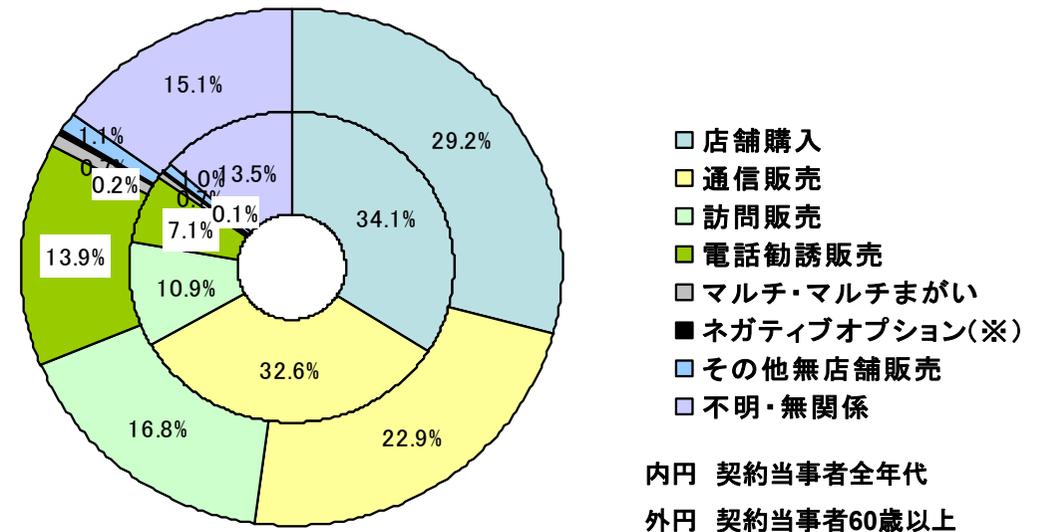


表3 相談の増加した商品・役務(契約当事者60歳以上) (件)

商品・役務等	平成23年度	平成22年度	増減(対前年度比%)
デジタルコンテンツ	900	639	261(40.8%)
ファンド型投資商品	658	231	427(184.8%)
公社債	425	303	122(40.3%)
修理サービス	335	230	105(45.7%)
宝くじ	207	116	91(78.4%)
役務・その他サービス	206	114	92(80.7%)
教養・娯楽サービスその他	157	104	53(51.0%)
医療サービス	113	78	35(44.9%)
ミネラルウォーター	96	17	79(464.7%)

(4) 相談の多い販売方法とその特徴

順位	販売方法・手口	件数	増減 (前年度 件数)	契約当事者の傾向	主な商品・役務	相談の特徴等
1	インターネット通販	8,555	↙ (7,404)	20歳～40歳代中心	①アダルト情報サイト(47.6%) ②出会い系サイト(11.7%) ③他のデジタルコンテンツ(6.0%)	利用料無料のサイトに登録したところ、またはアダルトサイト等を閲覧しているうちに登録となり、料金を請求された相談が多い。 出会い系サイトに関しては、高額な利用料の相談も多い。
2	電話勧誘	3,713	↙ (3,158)	60歳～70歳代が多い	①ファンド型投資商品(14.5%) ②公社債(11.9%) ③株(7.5%) ④商品一般(4.9%) ⑤インターネット接続回線(4.7%)	投資に関する相談は60歳以上に、新築分譲マンションに関する相談は、30歳～50歳代男性が多い。
3	ワンクリック請求	3,679	↙ (2,979)	10歳～40歳代 男性が多い	①アダルト情報サイト(91.5%) ②出会い系サイト(3.0%) ③他のデジタルコンテンツ(2.1%)	アダルト情報サイトに関する相談が多い。無料の動画を見ようとして画面をクリックしているうちに、登録となり料金を請求する。また、利用者のパソコンに料金請求表示画面を表示させて消せないというケースもある。
4	訪問販売	2,902	↙ (2,729)	60歳以上 70歳代の女性が特に多い	①工事・建築(13.1%) ②新聞(10.9%) ③ソーラーシステム(5.1%) ④修理サービス(4.6%) ⑤ふとん類(3.5%)	ふとん類の割合は減少傾向にある。震災の影響でソーラーシステムと屋根等の修理サービスが増えた。
5	利殖商法	1,394	↗ (759)	60歳～70歳代が多い	①ファンド型投資商品(43.5%) ②公社債(21.4%) ③株(11.7%)	電話やダイレクトメールで金融商品を勧誘する「劇場型勧誘」が多い。購入後に連絡が取れなくなったり解約できなかったりする詐欺まがいのトラブルもある。
6	無料商法	1,333	← (1,325)	30歳～40歳代と60歳代男性が多い	①デジタルコンテンツ(52.6%) ②ミネラルウォーター(5.3%) ③耐震診断サービス(2.1%) ③有線テレビ放送(2.1%)	デジタルコンテンツに関する相談は、ワンクリック請求にかかるもの。無料であることを強調して勧誘し、商品やサービスを購入させる。
7	二次被害	928	↗ (611)	60歳～70歳代が多い	①株(16.6%) ②役務・その他サービス(13.0%) ③ファンド型投資商品(12.4%)	以前契約した商品・サービスについて、「損を取り戻す」「買い取る」「返金する」等の説明で、さらに金銭を支払わせるケースが多い。
8	当選商法	553	↗ (299)	60歳～70歳代が多い	①宝くじ(42.3%) ②教養・娯楽サービス(26.0%) ③デジタルコンテンツ(15.4%)	海外宝くじや懸賞に当選したとのダイレクトメールが外国から送付されたとの相談が急増している。