

平成23年度 神奈川県内における

消費生活相談概要

平成24年7月

目 次

1	消費生活相談の状況	1
2	苦情相談の状況	
	(1) 「電話」による苦情相談が約9割	1
	(2) 「契約・解約」に関する苦情相談が全体の7割	1
	(3) 「役務(サービス)」に関する苦情相談が過半数	1
	(4) 「デジタルコンテンツ」に関する苦情相談が1位 「ファンド型投資商品」、「公社債」等利殖に関する相談が急増	2
	(5) 契約当事者の年代別では40歳以上で増加、 特に40歳代と70歳以上の女性が増加	3
	(6) 販売購入形態別では「通信販売」が1位	3
	(7) 販売方法・手口別は「電子商取引」が1位、「利殖商法」が急増	4
	(8) 「危害」に関する相談は増加、「危険」に関する相談は減少	5
3	特徴的な苦情相談	
	(1) 「二次被害」に関する苦情相談	6
	(2) 「高齢者」からの苦情相談	17
4	かながわ中央消費生活センターにおける消費生活相談等の状況	
	(1) 苦情相談	28
	(2) 生活再建支援相談	31

付表・付図及び参考

付表・付図

<消費生活相談受付状況>

(付表1-1)	平成23年度	県内市町村消費生活センター等の消費生活相談件数	33
(付図1)		消費生活相談件数の推移	34
(付表1-2)	平成23年度	相談者の居住地別苦情相談件数	35

<苦情相談の状況>

(付図2)	平成23年度	相談方法別件数及び構成比	36
(付表2)	平成23年度	苦情相談の分類別状況	37

<苦情相談上位品目関連>

(付表3-1)	平成23年度	苦情相談の上位25品目<前年度比較>	38
(付表3-2)	平成23年度	苦情相談の上位25品目<前年度順位比較>	39

<契約当事者関連>

(付図3)	平成23年度	苦情相談の契約当事者性別・年代別件数	40
(付図4)	平成23年度	苦情相談の契約当事者職業別件数及び構成比	40
(付表4)	平成23年度	契約当事者性別・年代別苦情相談受付件数<前年度比較>	41
(付表5-1)	平成23年度	契約当事者年代別苦情相談上位5品目	41
(付表5-2)	平成23年度	契約当事者(男性)年代別苦情相談上位5品目	42
(付表5-3)	平成23年度	契約当事者(女性)年代別苦情相談上位5品目	42

<特殊販売関連>

(付表6)	平成23年度	苦情相談の販売購入形態別相談件数及び構成比<前年度比較>	43
(付表7-1)	平成23年度	訪問販売の苦情上位10品目<前年度順位比較>	44
(付表7-2)	平成23年度	通信販売の苦情上位5品目<前年度順位比較>	44
(付表7-3)	平成23年度	マルチ・マルチマガいの苦情上位5品目<前年度順位比較>	44
(付表7-4)	平成23年度	電話勧誘販売の苦情上位5品目<前年度順位比較>	45
(付表7-5)	平成23年度	ネット・オフの苦情上位5品目<前年度順位比較>	45
(付表7-6)	平成23年度	その他無店舗の苦情上位3品目<前年度順位比較>	45

<販売方法・手口別関連>

(付表8-1)	平成23年度	販売方法・手口別の苦情相談の上位25位	46
(付表8-2)	平成23年度	販売方法・手口別等苦情相談事例	48

<危害・危険関連>

(付表9-1)	平成23年度	危害内容の商品・役務等別苦情相談件数、相談事例	50
(付表9-2)	平成23年度	危険内容の商品・役務等別苦情相談件数、相談事例	51

<その他>

(付表10)	平成23年度	苦情相談の契約購入金額・既支払金額	52
(付表11)	平成23年度	クーリング・オフに関する相談の契約購入金額	52
(付図5)	平成23年度	苦情相談処理日数	53
(付図6)	平成23年度	苦情相談処理結果状況	53

参考資料

(参考1)		消費生活相談の区分	54
(参考2)		商品・役務等別分類	55
(参考3)		内容別分類	56
(参考4)		販売方法・手口一覧	57
(参考5)		神奈川県内の消費生活相談窓口のご案内	58

1 消費生活相談の状況

消費生活相談件数は、67,684件

(付図1、付表1-1~2)

平成23年度の神奈川県及び県内市町村の消費生活センター等で受け付けた相談件数は、67,684件(県11,694件、市町村55,990件)で、前年度(67,652件)と比べると32件増加しています。

相談件数の内訳は、苦情63,354件、問合せ4,330件、要望0件(平成22年度 苦情62,164件、問合せ5,483件、要望5件)で、苦情相談が消費生活相談全体の93.6%を占めています。

2 苦情相談の状況

全国消費生活情報ネットワークシステム(PIO-NET)のデータベースに蓄積されている県内の消費生活センター等で受け付けた苦情相談の件数63,354件(県10,886件、市町村52,468件)について分析しています。

(1)「電話」による苦情相談が約9割

(付図2)

苦情相談を相談方法別で見ると、「電話」による相談が最も多く56,047件で、全体の88.5%を占めています。次いで「来訪」による相談が7,151件で11.3%、「文書」が156件で0.2%となっています。

(2)「契約・解約」に関する苦情相談が全体の7割

(付表2)

内容別の分類をみると、「契約・解約」に関する相談が44,635件で、全体の70.5%を占めています。次いで「販売方法」29,115件(46.0%)、「価格・料金」12,808件(20.2%)、「品質・機能・役務品質」10,853件(17.1%)と続いています。

特に増加がみられたのは、販売の形態や販売手口などに関する「販売方法」で、前年度(26,307件)に比べると2,808件増加しています。次いで商品の内容表示や広告などに関する「表示・広告」(5,119件)で前年度(3,965件)に比べると1,154件増加しています。

(「内容別分類」は、1相談4項目まで選択可能なため、「内容別分類」の件数の計は相談件数と一致しない。ただし、「内容別分類」に関する構成比は、苦情相談合計と対比した。)

(3)「役務(サービス)」に関する苦情相談が過半数

(付表2)

消費生活相談の内容が商品によるものかサービスによるものかの区別を見ると、『商品』に関する相談は21,177件(構成比33.4%)、『商品関連役務』に関する相談は7,891件(構成比12.5%)、『役務(サービス)』に関する相談は33,364件(構成比52.7%)で苦情相談件数の過半数を占めています。この構成比は前年度とほぼ同じです。

『商品』に関する相談で最も相談が多かったのは、新聞、音響・映像機器などの「教養娯楽品」の5,318件ですが、前年度(5,429件)と比べると2.0%減少しています。

一方、米や野菜、魚介類などの「食料品」(2,559件)が、前年度(2,276件)と比べると12.4%の増加となっています。これは、東京電力福島第一原子力発電所の事故に伴い食料品に対する放射能の不安などから相談が増えたためです。また、アクセサリなどの「被服品」(2,383件)が前年度(2,085件)と比べると14.3%増加し、金貨など貴金属を中心とした「他の商品」(103件)も、前年度(43件)と比べると2.4倍と大きく増加しています。これは、貴金属価格の高騰を背景に貴金属製品の訪問買取に伴う相談が増加したことによるものです。

『商品関連役務』の相談で最も多かったものは、不動産貸借やリースサービスなどの「レンタル・リース・貸借」3,830件ですが、前年度（3,856件）と比べると0.7%減少しています。増加率が大きかったのはリフォーム工事などの「工事・建築・加工」の2,385件で、前年度（2,246件）と比べると6.2%の増加となっています。

また、『役務（サービス）』に関する相談で最も相談の多かったのは、携帯電話・パソコンからインターネットを通じて情報を得るなどの「運輸・通信サービス」の16,122件で、前年度（14,811件）と比べると8.9%増加しています。特に増加が見られたのは、外食や廃品回収サービスなどの「他の役務」の2,933件で、前年度（2,633件）と比べると11.4%増加しています。

（４）「デジタルコンテンツ」に関する苦情相談が１位

「ファンド型投資商品」、「公社債」等利殖に関する相談が急増（付表３－１～２）

苦情相談の上位品目をみると、最も件数が多いのは「芸能人に関するサイトから、アダルトサイトに繋がり、18歳以上かと聞かれ、はいをクリックしたところ、『登録が完了。利用料金を２日以内に支払うように』と画面が貼りついて消えない。」といったアダルト情報サイトや出会い系サイトを中心とするインターネットの情報サイトのトラブルなどに関する「デジタルコンテンツ（※1）」の11,763件で、前年度（10,848件）と比べると8.4%増加しています。

次いで、賃貸アパートの更新料をめぐるトラブルなどの「不動産貸借」に関する相談が3,408件で、前年度（3,454件）と比べると1.3%減少となりました。さらに多重債務などの「フリーローン・サラ金」に関する相談が2,473件と続きますが、前年度（3,252件）と比べると24.0%減少となっています。これは平成22年6月から完全施行された改正貸金業法により、借りることのできる金額の総額に規制がかかったこと及び、出資法の上限金利の引き下げがなされた結果、多重債務者等の債務整理が促進されたことや新たな債務者となる人が減少したことが主な理由と考えられます。

前年度と比べて増加率が高いのは、「和牛の育成事業に出資をしたが、倒産してしまった。」などの「ファンド型投資商品」に関する相談の1,356件で、前年度（485件）と比べると約2.8倍と大幅に増加しています。また「社債購買勧誘のパンフレットが送られてきたところ、直後に別の会社から電話があり、『優良企業なので代わりに社債を購入して欲しい。後で倍額で買い取る』と言われ購入したが、買取業者と連絡がつかなくなった。」などの「公社債」に関する相談も、838件と前年度（591件）と比べると41.8%増加しています。長引く景気の低迷を背景に少しでも有利な投資をしたいという消費者の気持ちにつけ込む利殖に関係した相談の増加が著しくなっています。

また「過去の被害を回復するという業者に手数料をだまし取られた」などの「役務その他サービス」が731件と前年度（531件）と比べると37.7%の増加、公共放送の受信料の支払いなどに関する「テレビ放送サービス」が569件で、前年度（458件）と比べると24.2%増加しています。この他に、スマートフォンの故障などに関する「携帯電話」の22.6%増、携帯電話やスマートフォンの契約や通信料などの「携帯電話サービス」の20.4%増と続きます。

※1 「デジタルコンテンツ」は、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のこと。

(5) 契約当事者の年代別では40歳以上で増加、特に40歳代と70歳以上の女性が増加 (付図3～4、附表4、附表5－1～3)

契約当事者を年代別に見てみると最も多かったのは40歳代の11,272件(17.8%)、次いで30歳代の10,699件(16.9%)、70歳以上の10,613件(16.8%)と続きます。40歳以上の男女で増加しており、特に40歳代の女性が5,756件で前年度(5,202件)と比べて10.6%増加し、70歳以上の女性も5,730件で、前年度(5,265件)と比べて8.8%増加しています。

『性別』では、男性の占める割合が全体の48.1%となっており、前年度(48.9%)と比べて、0.8ポイント減少しました。一方、女性の占める割合は全体の49.0%となっており、前年度(48.3%)と比べて、0.7ポイント増加しました。

『職業別』では、「給与生活者」が38.1%(前年度39.0%)、「無職」が22.4%(前年度21.2%)、「家事従事者」が20.4%(前年度21.0%)、「学生」が5.0%(前年度5.1%)の順になっています。

『年代別』に品目をみると、70歳以上で「工事・建築」、他の年代で「デジタルコンテンツ」の相談が1位となっています。「デジタルコンテンツ」以外で相談の多い品目は、20歳未満では「携帯電話サービス」、20歳代では「エステティックサービス」、60歳代では「工事・建築」「ファンド型投資商品」、70歳以上では「ファンド型投資商品」「公社債」が上位に入っています。

これをさらに性別に特徴をみると、男性では「デジタルコンテンツ」が全ての年代で1位となっていますが、20歳代から50歳代で「四輪自動車」、70歳以上で「株」が上位に入っています。

女性についても50歳代以下では「デジタルコンテンツ」が1位となっていますが、60歳代及び70歳以上で「工事・建築」が1位となっています。また、30歳代以下では「エステティックサービス」、50歳代で「クリーニング」、70歳以上で「新聞」が上位に入っています。

(6) 販売購入形態別では「通信販売」が1位 (附表6、附表7－1～6)

販売購入形態別にみると、通信販売、訪問販売、電話勧誘販売等の特殊販売(＝店舗外販売)に関する相談は32,818件で全体の51.8%を占めており、前年度(30,419件、48.9%)と比べ2.9ポイント増加しています。

特殊販売に関する相談のうち61.6%を「通信販売」が占め、次いで「訪問販売」が22.7%、「電話勧誘販売」が12.1%となっています。前年度に比べて特に相談件数が増加したのは「通信販売」で前年度から1,789件も増えています。また「電話勧誘販売」は23年度3,965件で前年度(3,435件)に比べ15.4%増加となっています。

特殊販売の主な販売購入形態別の件数及び品目は、次のとおりです。

ア 訪問販売

訪問販売に関する相談は7,470件で、前年度(7,415件)と比べると55件(0.7%)増加しています。品目をみると、1位は「工事・建築」で1,007件、次いで「新聞」で929件となっています。特に増加が目立つのは「テレビ放送サービス」に関する相談の308件で、前年度(232件)と比べると32.8%増加しています。これは、受信料の徴収に伴う相談が多く寄せられたためです。

また、「修理サービス」の相談は220件で前年度(181件)と比べると21.5%増加しています。

イ 通信販売

通信販売に関する相談は 20,214 件で、前年度 (18,425 件) と比べると 1,789 件 (9.7%) 増加しています。品目をみると、「デジタルコンテンツ」が 11,479 件と最も多く全体の 56.8% を占めています。また、海外懸賞金等の「教養・娯楽サービスその他」のトラブルが増加し、「デジタルコンテンツ」に次ぐ順位となっています。

ウ マルチ・マルチまがい

マルチ・マルチまがいに関する相談は 556 件で、前年度 (543 件) と比べると 13 件 (2.4%) 増加しています。品目をみると、1 位が事業内容はよくわからないが友人からネットワークビジネスに誘われたなど商品が特定できない「商品一般」の 68 件、2 位が「健康食品」の 60 件となっています。

エ 電話勧誘販売

電話勧誘販売に関する相談は、3,965 件で前年度 (3,435 件) と比べると 530 件 (15.4%) 増加しています。品目をみると、「公社債」に関する相談が 513 件と前年度 (301 件) に比べ 70.4% の増となっています。続いて、「ファンド型投資商品」が 496 件で、前年度 (172 件) の約 2.9 倍と大きく増加しています。

オ ネガティブ・オプション

ネガティブ・オプション (送り付け商法) に関する相談は 88 件で、前年度 (93 件) と比べて 5 件減少しています。

カ その他無店舗販売

その他無店舗販売に関する相談は 525 件で、前年度 (508 件) と比べて 17 件増加しています。品目では街頭アンケートでもらったミネラルウォーターのサーバーに関する相談が急増しています。

(7) 販売方法・手口別は「電子商取引」が 1 位、「利殖商法」が急増

(付表 8-1~2)

販売方法・手口別にみると、「電子商取引」が 15,279 件で 1 位となっており年々増加傾向にあります。その内訳をみると「デジタルコンテンツ」が 11,024 件で 72.2% を占めています。契約当事者の特徴としては、30 歳代から 40 歳代までの給与生活者が多く、平均契約購入金額は 19 万 5 千円で平均既支払金額は、7 万円となっており、契約当事者は男性 (8,802 件) が女性 (6,309 件) の約 1.4 倍となっています。

2 位は「家庭訪販」の 6,152 件で、前年度減少したもののまた増加に転じました。その内訳をみると「工事・建築」が 920 件、「新聞」が 861 件で全体の約 3 割を占めています。契約当事者の特徴としては、70 歳以上の無職・家事従事者が多く、平均契約購入金額は 188 万 9 千円で平均既支払金額は 89 万 9 千円となっており、契約当事者は女性 (3,652 件) が男性 (2,382 件) の約 1.5 倍となっています。

3 位は「電話勧誘」の 5,829 件で、ここ数年増加し続けています。その内訳をみると「ファンド型投資商品」が 699 件、「公社債」が 662 件、「株」が 421 件と投資や利殖に関する相談が多くなっており、これらで「電話勧誘」の 3 割以上を占めています。契約当事者の特徴としては 70 歳以

上、男性は無職または給与生活者、女性は家事従事者が多く、平均契約購入金額は392万4千円、平均既支払金額は221万2千円となっており、平均契約購入金額と平均既支払金額の高額化が目立っています。

特に増加が著しいのは高利回りなど利殖になることを強調して、投資や出資を勧誘する株や公社債などの「利殖商法」の2,264件で、前年度に比べて約1.7倍、一昨年度(746件)からみると約3倍に相談が急増しています。

その内訳を見ると「ファンド型商品」が886件、「公社債」が495件、「株」が303件を占めています。「利殖商法」の契約当事者の特徴は70歳以上で無職の人が多くなっています。性別では女性(1,271件)が男性(981件)の約1.3倍となっています。平均契約購入金額は827万1千円、平均既支払金額は646万4千円となっており、前年度の平均契約購入金額628万5千円、平均既支払金額は516万8千円と比べ大幅に高額化しています。

(8)「危害」に関する相談は増加、「危険」に関する相談は減少 (付表9-1~2)

製品やサービスにより疾病やケガ等の『危害』を受けたという相談は895件で、前年度(778件)と比べ117件(15.0%)増加しています。商品・役務別にみると、商品では、石鹼、化粧品、医療用具などの「保健衛生品」が243件(27.3%)で前年度(117件)に比べ約2.1倍となっています。健康食品、飲料などの「食料品」が132件(14.7%)、家具、電化製品などの「住居品」が80件(8.9%)、役務(サービス)では理美容、医療などの「保健・福祉サービス」が189件(21.2%)となっています。

内容では、インプラントやコンタクトレンズによる障害を含む「その他の疾病及び諸症状」が249件(27.9%)、石鹼や化粧品、エステティックサービスなどによる「皮膚障害」が225件(25.1%)となっています。特に23年度は小麦由来のたんぱく質を含有した石鹼によるアレルギーに関する相談が増えたため「皮膚障害」で前年度(145件)の55.2%増となっています。

危害に至る恐れがある『危険』に関する相談は355件で、前年度(395件)に比べ10.1%減少しています。商品・役務等別では、電気洗濯機や電子レンジ等の「住居品」が129件で最も多く、次いで「車両・乗り物」が86件となっています。

内容では、車両部品の不具合などの「機能故障」が56件で最も多く、電化製品などの「発煙・火花」が44件、「過熱・こげる」が39件と続いています。

3 特徴的な苦情相談

(1) 「二次被害」に関する苦情相談

「二次被害」とは、以前契約をした商品・サービスについて「損を取り戻してあげる」「勧誘がこなくなるよう名簿から抹消してあげる」などと説明し、これまでにあった被害の救済を装って金銭を支払わせる商法です。ここ数年、金融商品の消費者被害が深刻化する中、前回の損害を取り戻そうという被害者の心理につけこみ、新たな契約を結ばせるという悪質な手口も多々見受けられます。

そこで、「二次被害」に関する相談件数の状況について分析してみました。

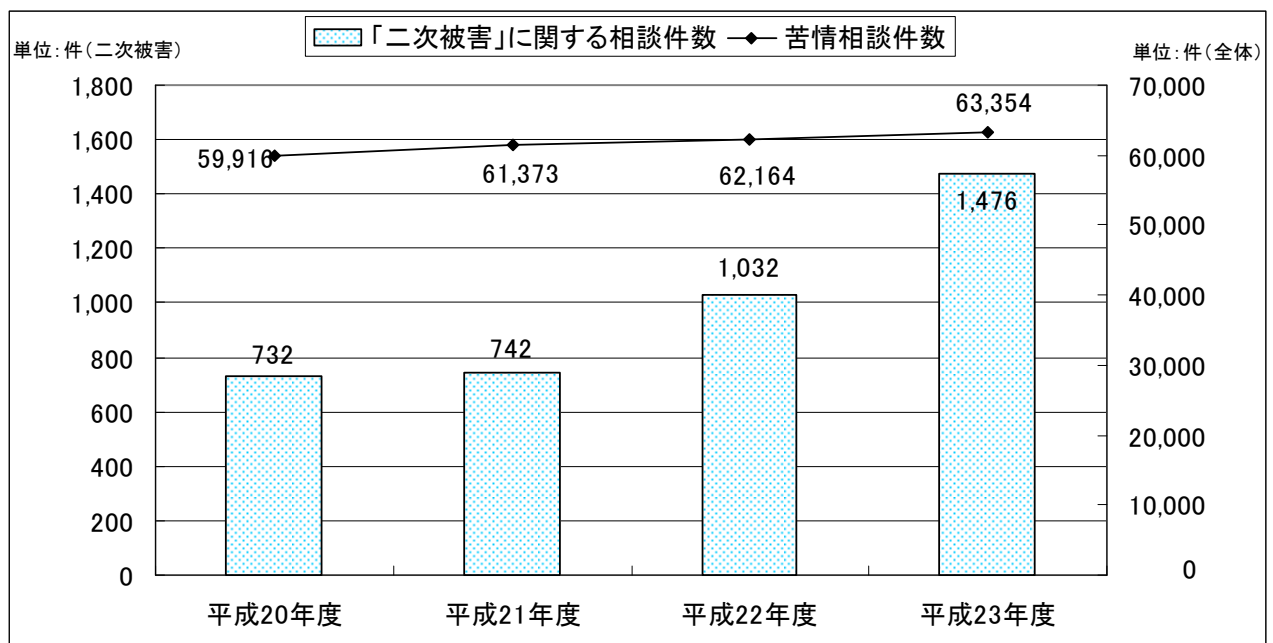
<分析の対象>

分析データ：神奈川県及び県内の市町村の相談窓口で受け付けた苦情相談で平成 20 年 4 月～平成 24 年 3 月（4 年間）の全国消費生活情報ネットワークシステム(PIO-NET)の登録データ
分析項目：「二次被害」に関する相談
相談事例：平成 23 年度に受け付けた相談から抽出

ア 苦情相談件数について (図 1)

「二次被害」に関する相談件数は、平成 20 年度は 732 件、平成 21 年度は 742 件でほぼ横ばいで推移していましたが、平成 22 年度は 1,032 件と大きく増加し、さらに平成 23 年度には 1,476 件で前年度に比べて約 1.4 倍と大幅に増加しました。苦情相談件数はここ数年、ほぼ横ばいにある中、「二次被害」に関する相談は増加しており、苦情相談全体に占める割合も年々高くなってきています。

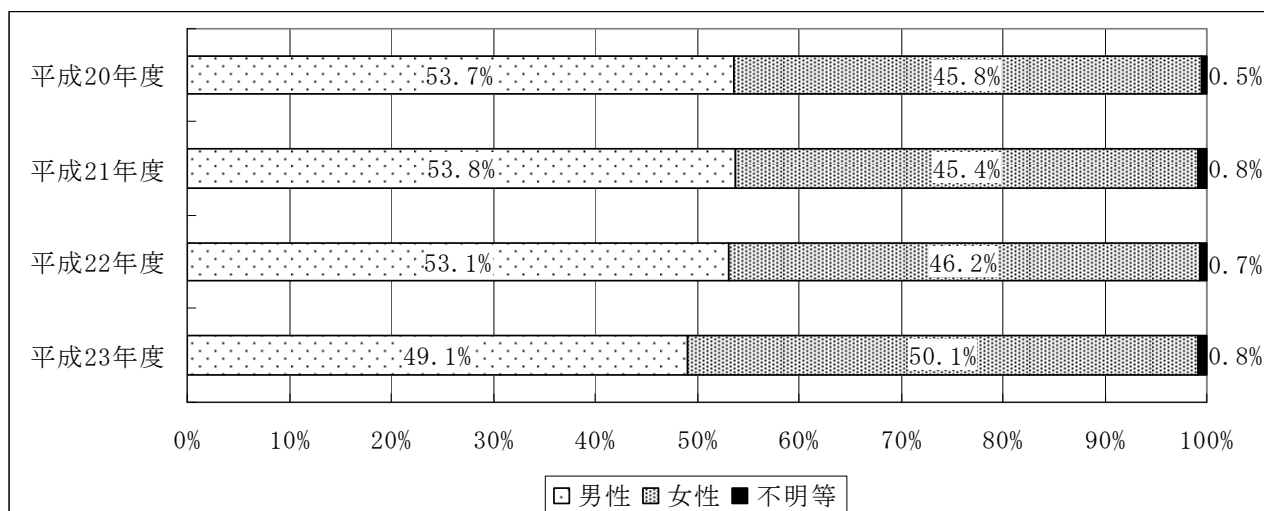
(図 1) 「二次被害」に関する相談件数の推移



イ 性別割合について (図 2)

契約当事者の性別をみると、平成 20 年度から平成 22 年度までは「男性」が「女性」を上回っていましたが、平成 23 年度では「女性」が「男性」を上回りました。これは、女性の契約当事者の割合が高かった和牛預託商法の「二次被害」に関する相談が増加したためです。

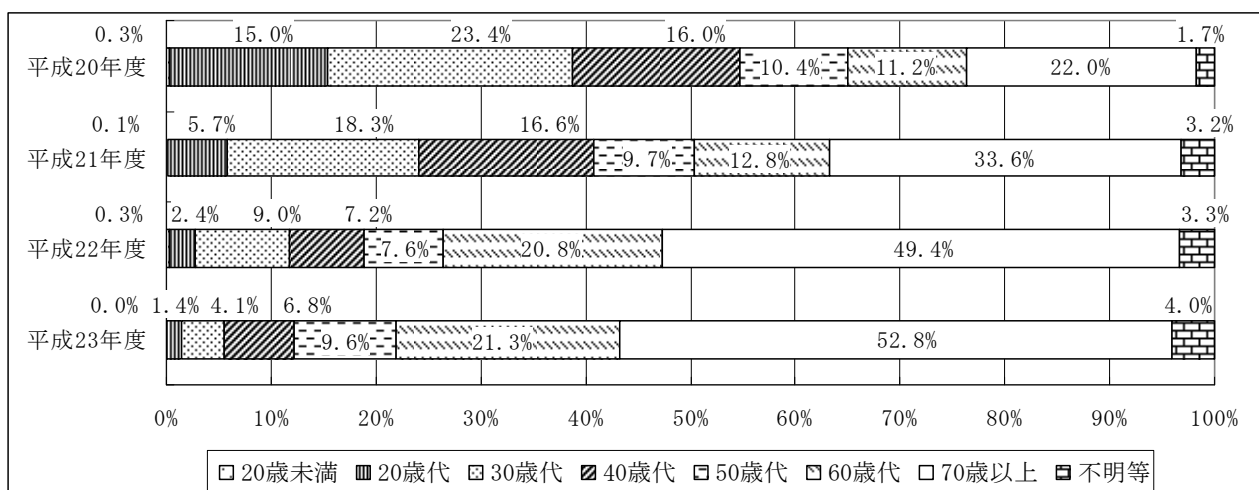
(図2) 性別割合



ウ 契約当事者の年代別割合について (図3)

契約当事者の年代をみると、平成20年度は30歳代からの相談の占める割合が23.4%と最も高く、次いで70歳以上が22.0%、40歳代が16.0%で続いていたものの、年度が進むにつれて高齢者の占める割合が増加し、平成23年度には70歳以上が52.8%、次いで60歳代が21.3%、50歳代が9.6%という順になっており、特に平成23年度については60歳以上で相談全体の74.1%を占めています。

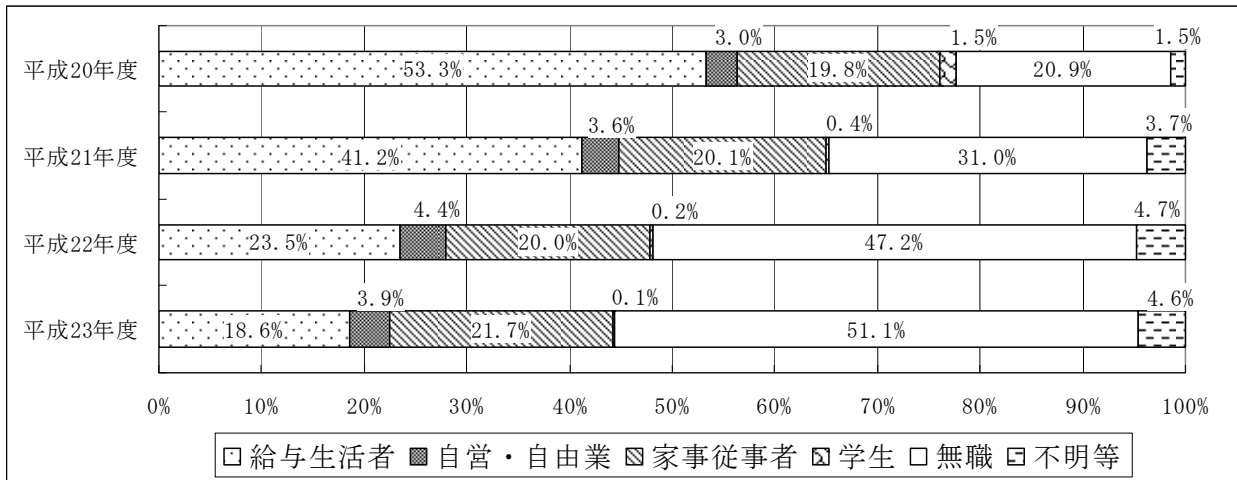
(図3) 年代別割合



エ 契約当事者の職業別割合について (図4)

高齢者からの相談が年々増加していることから、職業別では給与生活者の割合が減って無職と家事従事者の割合が増加しています。無職と家事従事者は平成20年度では合わせて40.7%を占めていましたが、平成23年度には72.8%と「二次被害」の相談全体の4分の3を占めています。

(図4) 職業別割合

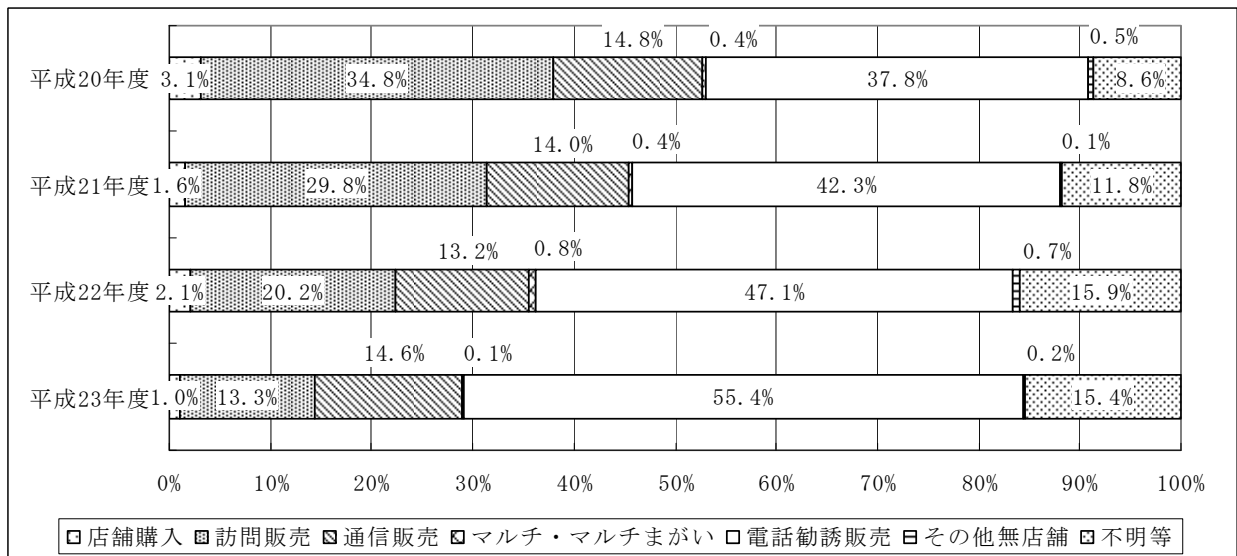


オ 販売購入形態について (図5)

販売購入形態別の割合をみると、平成20年度は「訪問販売」が34.8%、「電話勧誘販売」が37.8%でほぼ同じ割合を占めていましたが、ここ数年は「訪問販売」が減少傾向、「電話勧誘販売」が増加傾向で推移しています。平成23年度には「電話勧誘販売」は55.4%で相談全体の半数以上を占め、「訪問販売」の13.3%と比べて4倍以上の割合となっています。

このことは、従来の訪問による販売の勧誘形態から、リストを基に電話で多数の被害者に被害回復をうたって新たな商品や役務の契約を迫るという勧誘形態へと変遷していることを表しています。

(図5) 販売購入形態別割合



カ 契約購入金額および既支払金額 (表1)

契約購入金額別の相談件数をみると、100万円以上の相談（「100万円以上500万円未満」と「500万円以上」の件数の計）が平成20年度から一貫して増加し続けていることが分かります。平成20年度と平成23年度を比較すると他の金額の構成比が全て減少している中で、100万円以上の相談は2割程だったのが5割近くまで増加しています。既支払金額でも高額な相談の件数が増加しており、特に500万円以上の相談は、平成20年度9件でしたが、平成23年度90件と4年間で10倍と急激に増加しており、年々被害が深刻化しています。

(表1) 契約購入金額および既支払金額

		10万円未満	10万円以上 50万円未満	50万円以上 100万円未満	100万円以上 500万円未満	500万円以上	計(判明分)
平成20年度	契約購入金額 (構成比)	59 (14.1%)	165 (39.4%)	103 (24.6%)	81 (19.3%)	11 (2.6%)	419 (100.0%)
	既支払金額 (構成比)	39 (20.4%)	70 (36.7%)	30 (15.7%)	43 (22.5%)	9 (4.7%)	191 (100.0%)
平成21年度	契約購入金額 (構成比)	62 (13.8%)	161 (35.9%)	99 (22.0%)	87 (19.4%)	40 (8.9%)	449 (100.0%)
	既支払金額 (構成比)	31 (13.7%)	68 (30.1%)	38 (16.8%)	62 (27.4%)	27 (12.0%)	226 (100.0%)
平成22年度	契約購入金額 (構成比)	64 (10.5%)	163 (26.7%)	98 (16.1%)	181 (29.7%)	104 (17.0%)	610 (100.0%)
	既支払金額 (構成比)	37 (10.3%)	74 (20.6%)	53 (14.7%)	121 (33.6%)	75 (20.8%)	360 (100.0%)
平成23年度	契約購入金額 (構成比)	74 (9.6%)	231 (30.1%)	104 (13.6%)	229 (29.9%)	129 (16.8%)	767 (100.0%)
	既支払金額 (構成比)	42 (9.2%)	110 (24.1%)	56 (12.3%)	158 (34.7%)	90 (19.7%)	456 (100.0%)

キ 商品別について (表2) (図6)

商品別の相談件数をみると、平成21年度から「株」の相談が最も多くなっており、平成23年度も248件と前年度(289件)と比べて41件(14.2%)減少しているものの、1位となっています。未公開株を購入した会社が倒産した等で損失を抱えた人に、手持ちの未公開株を買い取る代わりに新たな株の購入を求めるといった手口です。

2位は「ファンド型投資商品」の相談の230件で、前年度(78件)と比べて約2.9倍の増加となっています。「ファンド型投資商品」とは、運用者が複数の者から資金を集めて運用し、そこから生じる収益の配当について出資者に配分するものですが、以前の金融商品での損失を取り戻せるとして実体のない風力発電等の事業に投資をさせるといった手口です。

3位は金融商品の被害回復を請け負うなどとして手数料等を請求するなどの「役務その他サービス」の188件で、前年度(58件)と比べて約3.2倍に急増しています。

このほか、これまでの金融被害を取り返すためとして社債を購入させるなどの「公社債」が172件、以前に事業者が倒産し使えなくなったリゾート会員権の返金のために新たな会員権を購入させるなどの「リゾート会員権」が89件と上位にあります。

また、過去に資格講座を受講した人に資格取得が済んでいないことを理由に新たな講座契約を迫るなどの「資格講座」、以前ふとんを購入した人に一定期間経過後に新たにふとんを購入させるなどの「ふとん類」、覚えのないサイト利用料等を請求されて支払ってしまった人に対して別のサイト利用料が未払いであるとして請求を行う「デジタルコンテンツ」(平成20年度は「オンライン等関連サービス」)の相談が平成20年度から平成23年度の間全ての年度で上位にあります。

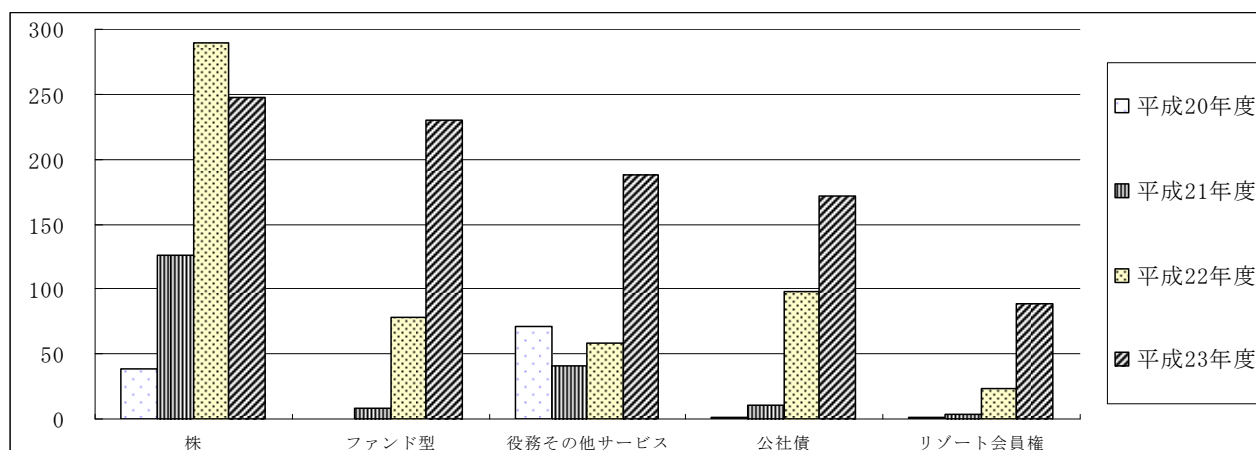
平成23年度には、スーダンなど政情不安な外国の紙幣を持っていれば円に両替したときにもうかり、これまでの金融商品等で出た損害を取り戻せるとして高額で外国紙幣を購入させるなどの「金融関連サービスその他」や、行方の分からなくなった事業者を探して損害を取り返してあげるなどとして調査契約を結ばせる「興信所」の相談が上位に入っています。

(表2) 商品別相談件数

	平成20年度	件数		平成21年度	件数
1	資格講座	81	1	株	126
2	役務その他サービス	71	2	資格講座	75
3	オンライン等関連サービス	57	3	資格取得用教材	55
4	資格取得用教材	54	4	デジタルコンテンツ	54
5	ふとん類	46	5	ふとん類	49
6	複合サービス会員	40	6	役務その他サービス	41
7	株	38	7	複合サービス会員	31
8	商品一般	36	8	工事・建築	24
8	工事・建築	29	9	解約代行サービス	19
10	ネックレス	18	10	商品一般	17

	平成22年度	件数		平成23年度	件数
1	株	289	1	株	248
2	公社債	98	2	ファンド型投資商品	230
3	ファンド型投資商品	78	3	役務その他サービス	188
4	役務その他サービス	58	4	公社債	172
5	資格講座	50	5	リゾート会員権	89
6	ふとん類	39	6	デジタルコンテンツ	39
7	資格取得用教材	34	7	金融関連サービスその他	37
8	デジタルコンテンツ	29	8	資格講座	36
9	金融関連サービスその他	24	9	興信所	34
10	リゾート会員権	23	10	ふとん類	31

(図6) 平成23年度上位5品目の年度別相談件数



ク 契約当事者の年代別商品上位5品目 (表3)

平成23年度の年代別商品件数をみると、30歳代以下ではデジタルコンテンツや資格関係の相談が多く、50歳代以上では1位から5位までの全てを金融関係の商品が占めています。40歳代を境に金融商品への被害が増加していることがうかがえます。

(表3) 平成23年度 契約当事者年代別上位5品目

順位	単位:件数							
	年代 20歳代 [21]	30歳代 [60]	40歳代 [100]	50歳代 [142]	60歳代 [315]	70歳以上 [779]	不明等 [59]	計 [1,476]
1位	デジタルコンテンツ (14)	デジタルコンテンツ (13)	ファンド型投資商品 (19)	ファンド型投資商品	ファンド型投資商品	株 (163)	ファンド型投資商品 (9)	株 (248)
2位		資格講座 (11)	資格取得用教材 (13)	役務その他サービス (各22)	株 (各60)	公社債 (119)	株 (8)	ファンド型投資商品 (230)
3位	貴金属 興信所 資格講座 新築分譲マンション 複合サービス会員 役務その他サービス 融資サービス	複合サービス会員 (7)	資格講座 (11)	リゾート会員権 (14)	役務その他サービス (55)	ファンド型投資商品 (117)	リゾート会員権 (6)	役務その他サービス (188)
4位		資格取得用教材 (5)	役務その他サービス (8)	株 (11)	公社債 (34)	役務その他サービス (96)	役務その他サービス (5)	公社債 (172)
5位		ファンド型投資商品 リゾート会員権 公社債 (各1)	デジタルコンテンツ (7)	公社債 (10)	リゾート会員権 (28)	リゾート会員権 (33)	興信所 測量サービス 不動産仲介サービス 複合サービス会員 預貯金・証券等 (各2)	リゾート会員権 (89)

ケ 相談内容について (表4)

相談内容を内容等キーワードでみると、「電話勧誘」が平成20年度から1位になっています。「家庭訪販」も件数は同水準で推移しており、上位10位以内に入っています。また、平成22年度以降「利殖商法」が4位になっており金融商品の被害が拡大していることがわかります。同様に「詐欺」も平成22年度以降10位以内に入っており「信用性」や「虚偽説明」と合わせて契約の実体が存在しないような詐欺的な勧誘が増加していることを示しています。平成23年度の7位に「倒産」が入っていますが、これは昨年夏に和牛預託業者が倒産したことに伴い、投資金を取り戻すと称して勧誘を受けたという相談が急増したためです。

(表4) 年度別相談内容 上位10位

順位	平成20年度	件数	順位	平成21年度	件数	順位	平成22年度	件数	順位	平成23年度	件数
1	電話勧誘	380	1	電話勧誘	436	1	電話勧誘	615	1	電話勧誘	1,072
2	虚偽説明	242	2	虚偽説明	227	2	信用性	324	2	信用性	570
3	強引	199	3	強引	209	3	虚偽説明	270	3	虚偽説明	434
4	家庭訪販	164	4	家庭訪販	158	4	利殖商法	210	4	利殖商法	420
5	信用性	131	5	信用性	152	5	強引	184	5	詐欺	344
6	高価格・料金	107	5	解約	115	6	詐欺	176	6	返金	272
7	解約	96	7	高価格・料金	112	7	返金	168	7	倒産	210
8	プライバシー	各90	8	プライバシー	各88	8	解約	各156	8	強引	201
9	不当請求		9	次々販売		9	家庭訪販		9	解約	183
10	クーリングオフ	77	10	クーリングオフ	77	10	高価格・料金	128	10	家庭訪販	168

(注) 受付内容は、全国消費生活情報ネットワークシステム (PIO-NET) の定義による「内容等キーワード」で複数選択可能なため、件数の計は相談件数と一致しない。

コ まとめ

「二次被害」に関する相談は、以前の被害を取り返そうという消費者の心理につけこんだ手口です。被害に遭ってしまった人は、何とかその被害の回復を図ろうとしがちで悪質業者からの被害回復の勧誘に乗ってしまい、かえって被害を拡大させてしまうケースが多くあります。特に、ここ数年、「利殖商法」による金融被害の相談が急増していることから、その被害回復に関する「二次被害」の相談がさらに増加することが心配されます。

中でも高齢者は、少しでも手持ちのお金を増やそうと詐欺的な儲け話に手を出してしまうことがあります。その結果、退職金などを騙し取られた上、さらにその被害を回復しようとして残していたお金をも騙し取られるケースが多く見受けられます。お金を渡してしまうと業者と連絡が取れなくなってしまい、被害回復が困難なケースが大半です。

「以前の損失を取り戻せる」などのうまい被害回復の話はありません。消費者は、見ず知らずの業者からの突然の勧誘には絶対に乗らず、少しでも怪しいと感じたのであれば、契約する前に身近な人や消費生活センターに相談することが大切です。特に、過去に投資トラブルに遭った人や、高額な資格講座等を受けた人は注意が必要です。もしお金を払ってしまったとしても諦めず、すぐに消費生活センターに相談してください。

[二次被害に関する相談事例]

○電子商取引（アダルト情報サイト）

（当事者） 20歳代 男性 給与生活者 契約金額 9万円

（相談内容） 知らない会社名を名乗る男から電話で、アダルトサイト料金9万円を払えと言われた。1年前に、アダルトサイトにアクセスし、年齢確認後にいきなり料金7万円を請求する画面となったことがあり、仕方なく7万円を振り込んだことはある。そのときはサイトの閲覧はできず、その後一切アダルトサイトは見えていなかった。このことを男に告げると、規約により別のサイトへの登録がされているので、明日までに9万円を支払うよう請求していると言われた。払わなければならないのだろうか。

（対応） 電子消費者契約法について概要を説明した。以前の請求に関しても契約が成立しておらず、本来支払う必要はなかったし、今回の請求も支払う必要はないことも説明した。今後は相手に連絡を取らないよう伝え、登録した電話番号以外の着信を拒否するようにするか、着信時の電話番号を確認して不審な相手には応答しないよう助言した。

○原野商法、電話勧誘（整地・測量）

（当事者） 80歳代 男性 無職 契約金額 120万円

（相談内容） 以前、原野商法で山林を購入させられた高齢の父の自宅に、「所有の山林を高く買い取りたいという人がいる。ただし、売却するには測量をしておく必要がある。」という電話があった。父は、高く売れるならと思い、書類も交わさないまま、測量代として20万円を電話で指定された口座に振り込んだ。その後、「地盤が軟らかいので補強工事をしなければならない。その費用が100万円かかる。」と追加で請求があった。高額なので父が娘の私に相談してきて契約が発覚した。解約して振り込んだ20万円も返金して欲しい。

（対応） 今回の販売方法は電話勧誘販売であるが、特定商取引法で定められた契約書面の交付がないので、今でもクーリング・オフの行使期間内であり、クーリング・オフの主張を書面で通知するように助言した。消費生活センターから業者へクーリング・オフをするので返金するよう求めたところ、月末に返金するとの回答があり、相談者にその旨を伝えた。その後、相談者から「クーリング・オフの通知は宛て先不明で戻ってきてしまい、返金もなされない。」と連絡があった。業者と連絡が取れないため、これ以上の交渉は困難であることを相談者に説明し、早急に警察に相談するよう助言した。

○電話勧誘（役務その他サービス・興信所）

（当 事 者） 70歳代 女性 家事従事者 契約金額 30万円

（相談内容） 15年前に100万円で契約したレジャー会員券の業者が、数年前に倒産してしまい、返金は諦めていた。先日、興信所を名乗るところから「会員券の業者の代表者の隠し財産が外国で見つかったので返金ができることになった。手数料30万円を支払えば、自分が代理人となり、交渉して全額を取り戻すことができる。」と電話があった。全額が戻るなら手数料を払ってもいいと考えているが、信用できる話だろうか。

（対 応） 会員券の二次被害の例を情報提供し、手数料の搾取を目的とした詐欺と思われるので、毅然と断るように伝えた。また、レジャー会員券購入者の名簿が出回っている可能性もあることから、今後も被害回復を図るという勧誘には十分注意するように助言した。

○電話勧誘（資格講座）

（当 事 者） 30歳代 女性 給与生活者 契約金額 50万円

（相談内容） 5年前に電話で行政書士資格取得講座の勧誘を受け契約した。その支払いは完了しているが、結局資格は取れなかった。先日、同じ業者から「行政書士資格取得講座は合格するまで継続している。講座の内容に改訂があったので、新たな教材を購入するように。」と電話で勧誘があった。もう受講するつもりはないと断ると、受講者名簿から名前を削除するのに手数料50万円が必要と言われた。支払いたくない。

（対 応） 資格商法の二次被害について紹介した。5年前の契約は支払いが終わった時点で完了していること、特定商取引法で電話勧誘に際して契約を締結しない旨の意思表示をした者への再勧誘は禁止されていることを説明した。次に電話が入った際もきっぱり断るよう助言し、もし勧誘が執拗に続くのであれば消費生活センターから業者に勧誘をやめるよう申し入れるので、再度連絡するよう伝えた。

○電話勧誘、利殖商法（公社債）

（当 事 者） 70歳代 女性 無職 契約金額 300万円

（相談内容） 以前、未公開株で2,000万円の被害を受けた。数日前、突然A社から電話があり、「B社の転換社債を300万円で購入してくれば、あなたの未公開株を1,100万円で買い取る。転換社債の代金は、後日、当社があなたの口座に振り込むので実質的な負担はない。」と勧誘を受けた。その後、B社の社債のパンフレットと申込用紙が郵送されてきたので、申込みをしてしまった。ところが、A社からは振込みを約束した期日になっても振込みがなされず、苦情を伝えると「銀行の都合で送金を止められた。」と回答があった。今日、B社から「早急に300万円を支払わないと損害賠償の裁判を起こす。」と電話があった。どうしたらよいか。

（対 応） これまでの経緯を文書にして解約する旨の意思を伝えた上で、損害賠償の要求には応じず様子を見るよう助言した。B社が訴訟を起こすとは思えないが、もし訴訟を提起された場合は無視をせず、再度消費生活センターに連絡するよう助言し、今後はこのような勧誘があっても相手にしないよう注意を促した。

○電話勧誘（外国通貨）

（当 事 者） 70歳代 男性 無職 契約金額 200万円

（相談内容） 以前、外国の鉱山開発の出資金詐欺に遭ったことがある。その被害に関しては諦めていたが、1か月前、監督官庁の外郭団体で被害回復協議会と称するところから電話があり、「被害回復に便宜を図る。そのためには大手の外資系銀行のグループ会社と取引して実績を作る必要がある。スーダンの通貨を購入すれば実績が作れる。」と言われた。そこでスーダンの通貨を購入するとして200万円を支払ったところ、宅配便でスーダンの紙幣が大量に送られてきた。先日、また電話があり、「取引実績を作るためもう少し通貨を買い増す必要がある。」と言われた。この取引を続けることが心配になった。

（対 応） 過去の出資金に絡む二次被害と思われる。弁護士や有力者と称して被害を回復すると誘い、金銭を請求する二次被害の同様のトラブル事例を情報提供し、スーダンの貨幣を円に換金することは困難であり、詐欺的な取引であるのでこれ以上支払いはしないよう助言した。現在も相手と連絡がとれるとのことだったので、契約書類を持って警察に情報提供することも案内した。

○電話勧誘（ファンド型投資商品）

（当 事 者） 60歳代 男性 無職 契約金額 600万円

（相談内容） 以前、健康食品販売業者に出資したことがあるが、その業者は倒産してしまった。最近になって電話で「その業者の隠し財産が見つかったので返還請求を受け付けている。手数料を差し引いて340万円返金される。返還請求の手続きをする代わりに、本県在住者しか申込みができない風力発電開発会社の土地購入権600万円分の申込みをして欲しい。1割の謝礼金も支払う。」という勧誘があった。信用できる話だろうか。

（対 応） 金融商品販売で、最近寄せられる詐欺的勧誘と思われることを伝えた。購入申込書を確認しても、土地購入の申込書なのか、社員権の申込書なのかわからなかった。勧誘してきた業者は、金融商品の販売もしくは金融商品販売仲介業者の登録もないことが判明した。投資被害者の被害を取り戻したいという心情につけ込んだ詐欺的手口と思われるので、うまい話や仕組みのわからない投資話に耳を傾けないよう注意を促した。

○電話勧誘、点検商法（ふとん）

（当 事 者） 70歳代 女性 無職 契約金額 0円

（相談内容） 数年前に訪問販売で高額な布団を購入させられた。先日、見知らぬ業者から「ふとんの販売会社が倒産し、当社が管理を引き継いだので訪問したい。」と電話があった。断っていたが、ダニ防止加工やクリーニングなど様々な理由をつけて電話を切らせてくれず執拗な勧誘を受けた。何とか断ったが、直接自宅を訪問されたらと思うと心配だ。

（対 応） 口実を作って訪問し、新たな契約を求める二次被害のケースである可能性が高いことを説明した。特定商取引法では、電話勧誘販売や訪問販売で一旦断った者への再勧誘は禁止されていることを伝え、きっぱり断るよう助言した。

(2) 「高齢者」からの苦情相談

団塊の世代が定年期を迎え、総務省の人口推計でも、平成24年1月1日現在の65歳以上の人口が、総人口に占める割合は23.4%を超え、75歳以上の人口の総人口に占める割合も11.6%となっています。わが国の高齢化は急速に進んでいる状況です。

こうした中で高齢者の一人暮らしや高齢の夫婦だけの世帯がさらに増加しており、家族や地域とのつながりが希薄となり社会的に孤立している高齢者も少なくありません。自宅にいることの多い高齢者が悪質業者に騙され、深刻な消費者被害に遭うケースも数多く見受けられるところです。

高齢者には健康上や経済上の不安を抱える者もおり、こうした弱みにつけ込んだ悪質業者は様々な手口で高齢者をターゲットとして不当な契約を結ばせるなどしています。

今後ますます増えることが予想される高齢者の消費者トラブルについて、苦情相談の傾向を分析してみました。

<分析の対象>

分析データ：神奈川県及び県内の市町村の相談窓口で受け付けた苦情相談で平成20年4月～平成24年3月（4年間）の全国消費生活情報ネットワークシステム(PIO-NET)の登録データ
 分析項目：契約当事者が60歳以上の相談
 相談事例：平成23年度に受け付けた相談から抽出

ア 苦情相談件数について (表1) (図1)

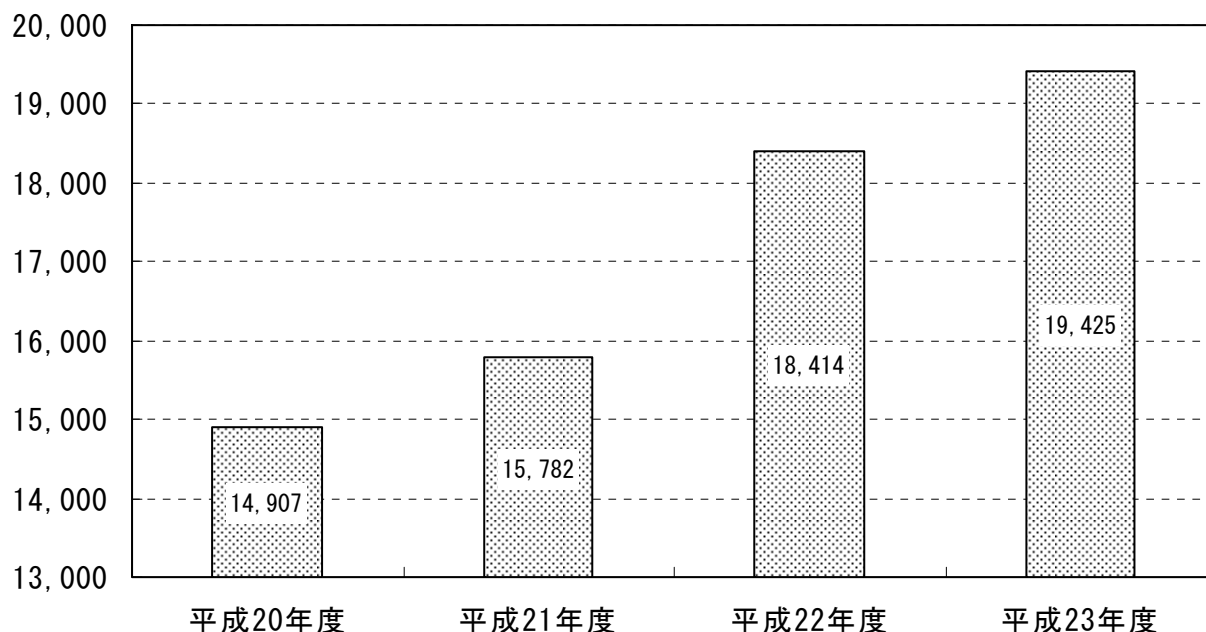
平成23年度に受け付けた相談件数63,354件のうち、60歳以上の高齢者の相談件数は、19,425件で、前年度(18,414件)に比べ1,011件(5.5%)増加しています。構成比をみると、高齢者による相談の占める割合は年々増加し、平成23年度は全体の3割を超えるようになりました。

特に80歳以上の相談件数の伸びは、他の年代の伸びよりも大きく、平成20年度に比べると47.7%の増となっています。

(表1) 高齢者の相談件数の推移

区分	平成20年度	平成21年度	平成22年度	平成23年度
高齢者の相談件数(A)	14,907	15,782	18,414	19,425
60歳代	7,386	7,582	8,546	8,812
(構成比)	(49.6%)	(48.0%)	(46.4%)	(45.4%)
70歳代	5,340	5,678	6,770	7,392
(構成比)	(35.8%)	(36.0%)	(36.8%)	(38.0%)
80歳以上	2,181	2,522	3,098	3,221
(構成比)	(14.6%)	(16.0%)	(16.8%)	(16.6%)
相談総件数(B)	59,916	61,373	62,164	63,354
相談総件数に占める高齢者の相談の割合(A)/(B)	24.9%	25.7%	29.6%	30.7%

(図1) 高齢者の相談件数の推移



イ 相談が多い商品・役務について (表2)(表3)

商品・役務別の統計をみると、平成23年度は、「デジタルコンテンツ」に関する相談を筆頭に、「工事・建築」、「ファンド型投資商品」、「公社債」に関する相談が上位を占めています。

「デジタルコンテンツ」の相談は、アダルトサイト接続に伴うワンクリック請求やサイトの利用料に関する架空・不当請求の相談、「工事・建築」の相談は、屋根の修理工事、外壁塗装工事、トイレの改修工事等に関するものなどで、高齢者を狙った住宅リフォームトラブルが依然として後を絶たない状況にあると言えます。「ファンド型投資商品」の相談は平成22年度の相談件数361件の約2.5倍の893件となっています。

高齢者の相談の特徴は、ファンド型投資商品や株など金融関係商品が上位にあることです。低金利が続く中で、手持ちの資産を少しでも増やして老後を安心して暮らしたいとする高齢者に対して「値上がり確実」「有利な金額で債権を買い取る」などと言って投資をさせトラブルになるケースが増えていることがうかがえます。

これをさらに年代別にみると60歳代、70歳代までは「デジタルコンテンツ」が1位ですが、80歳以上になると「工事・建築」が1位となり、「新聞」や「ふとん類」が上位に上がってきます。

(表2) 商品・役務別件数上位15位

	平成20年度 [14,907]	件数	構成比	平成21年度 [15,782]	件数	構成比	平成22年度 [18,414]	件数	構成比	平成23年度 [19,425]	件数	構成比
1	オンライン等関連サービス	1,130	7.6%	工事・建築	946	6.0%	デジタルコンテンツ	1,167	6.3%	デジタルコンテンツ	1,661	8.6%
2	商品一般	929	6.2%	デジタルコンテンツ	850	5.4%	工事・建築	1,095	5.9%	工事・建築	1,152	5.9%
3	工事・建築	906	6.1%	フリーローン・サラ金	763	4.8%	フリーローン・サラ金	854	4.6%	ファンド型投資商品	893	4.6%
4	フリーローン・サラ金	810	5.4%	不動産貸借	各 503	3.2%	株	691	3.8%	公社債	703	3.6%
5	新聞	426	2.9%	株			商品一般	545	3.0%	フリーローン・サラ金	614	3.2%
6	会社生命保険	392	2.6%	新聞	485	3.1%	不動産貸借	508	2.8%	株	532	2.7%
7	不動産貸借	373	2.5%	商品一般	456	2.9%	公社債	478	2.6%	不動産貸借	524	2.7%
8	ふとん類	297	2.0%	普通生命保険	330	2.1%	新聞	458	2.5%	新聞	508	2.6%
9	株	各 280	1.9%	プロパンガス	324	2.1%	ファンド型投資商品	361	2.0%	商品一般	485	2.5%
10	修理サービス			ふとん類	318	2.0%	ふとん類	318	1.7%	修理サービス	340	1.8%
11	電話サービス	268	1.8%	修理サービス	273	1.7%	修理サービス	305	1.7%	役務その他サービス	328	1.7%
12	宝くじ	251	1.7%	宝くじ	201	1.3%	プロパンガス	265	1.4%	プロパンガス	261	1.3%
13	プロパンガス	225	1.5%	油脂	185	1.2%	普通生命保険	261	1.4%	音響・映像機器	258	1.3%
14	家庭用電気治療器具	189	1.3%	携帯電話サービス	172	1.1%	音響・映像機器	250	1.4%	教養・娯楽サービスその他	248	1.3%
15	役務その他サービス	167	1.1%	家庭用電気治療器具	171	1.1%	金融関連サービスその他	227	1.2%	ふとん類	247	1.3%

(表3) 平成23年度 高齢者年代別・商品件数

	60歳代 [8,812]	件数	構成比	70歳代 [7,392]	件数	構成比	80歳以上 [3,221]	件数	構成比
1	デジタルコンテンツ	1,132	12.8%	デジタルコンテンツ	451	6.1%	工事・建築	244	7.6%
2	工事・建築	496	5.6%	工事・建築	412	5.6%	新聞	197	6.1%
3	ファンド型投資商品	349	4.0%	ファンド型投資商品	403	5.5%	公社債	151	4.7%
4	フリーローン・サラ金	340	3.9%	公社債	350	4.7%	ファンド型投資商品	141	4.4%
5	不動産貸借	300	3.4%	株	282	3.8%	商品一般	93	2.9%
6	商品一般	207	2.3%	フリーローン・サラ金	236	3.2%	株	88	2.7%
7	公社債	202	2.3%	商品一般	185	2.5%	デジタルコンテンツ	78	2.4%
8	株	162	1.8%	新聞	176	2.4%	ふとん類	71	2.2%
9	修理サービス	150	1.7%	不動産貸借	171	2.3%	修理サービス	68	2.1%
10	プロパンガス	141	1.6%	宝くじ	132	1.8%	役務その他サービス	66	2.0%

ウ 主な相談内容について (表4)

相談内容の上位をみると、平成23年度の1位は「解約」、2位は「電話勧誘」、3位は「家庭訪問」となっています。

特に「電話勧誘」は、平成20年度1,428件でしたが、急激に件数が増え、平成23年度は3,481件と約2.4倍になっています。「高価格・料金」、「強引」、「信用性」についても各年度とも上位に入っており、「訪問販売で強引な勧誘を受けて高額な契約をしてしまったが解約したい。」「電話で勧誘を受けた業者は信用できるか。」などといった相談が多く寄せられていることがわかります。

(表4) 内容別件数上位10位

	平成20年度 [14,907]	件数	構成 比	平成21年度 [15,782]	件数	構成 比	平成22年度 [18,414]	件数	構成 比	平成23年度 [19,425]	件数	構成 比
1	家庭訪販	3,034	20.4%	解約	3,354	21.3%	解約	3,560	19.3%	解約	3,619	18.6%
2	解約	2,721	18.3%	家庭訪販	3,089	19.6%	家庭訪販	3,063	16.6%	電話勧誘	3,481	17.9%
3	高価格・料金	2,043	13.7%	高価格・料金	2,361	15.0%	電話勧誘	2,741	14.9%	家庭訪販	3,250	16.7%
4	強引	1,955	13.1%	強引	2,177	13.8%	高価格・料金	2,542	13.8%	強引	2,721	14.0%
5	不当請求	1,876	12.6%	信用性	1,923	12.2%	強引	2,267	12.3%	信用性	2,716	14.0%
6	信用性	1,643	11.0%	電話勧誘	1,772	11.2%	信用性	2,237	12.1%	高価格・料金	2,515	12.9%
7	電話勧誘	1,428	9.6%	説明不足	1,673	10.6%	返金	2,216	12.0%	返金	2,243	11.5%
8	返金	1,288	8.6%	返金	1,659	10.5%	説明不足	1,764	9.6%	説明不足	1,978	10.2%
9	説明不足	1,285	8.6%	クレーム処理	1,018	6.5%	インターネット通販	1,334	7.2%	インターネット通販	1,886	9.7%
10	インターネット	1,048	7.0%	インターネット通販	934	5.9%	契約書・書面	1,157	6.3%	契約書・書面	1,660	8.5%

(注) 受付内容は、全国消費生活情報ネットワークシステム (PIO-NET) の定義による「内容等キーワード」で複数選択可能なため、件数の計は相談件数と一致しない。

エ 販売方法・手口別の特徴について (表5)

販売方法・手口別では『電話勧誘』が1位で、「ファンド型投資商品」や「公社債」・「株」などの金融商品に関する相談が上位に入っています。2位の『家庭訪販』では、その主な品目は「工事・建築」の契約に関する相談がトップです。全相談件数の中では「電子商取引」が他の販売方法・手口を引き離して1位になっていますが高齢者に限るとこれは3位になります。特に4位の『利殖商法』は前年度と比べ約1.6倍と急増し、平均契約額も高いことが注目されます。

このほか「海外の宝くじに当たりました」とか、「賞金を獲得する権利があります」といった通知を送りつけ手数料をだまし取る「当選商法」や、「過去の投資の被害を回復します」などと言って新たな投資商品を売りつける「二次被害」が急増していることがわかります。

(表5) 平成23年度販売方法・手口別上位10位

	販売方法・手口 [19,425]	平成 23年度	平成 22年度	前年度比	平均契約 金額 (千円)	主な品目と件数
1	電話勧誘	3,481	2,741	127.0%	4,520	①ファンド型投資商品555②公社債547③株359 ④役員その他サービス155⑤商品一般142
2	家庭訪販	3,250	3,063	106.1%	1,974	①工事・建築563②新聞430③プロパンガス151 ④ふとん類148⑤有線テレビ放送108
3	電子商取引	1,946	1,384	140.6%	623	①デジタルコンテンツ1,560②パソコンソフト28③商品一般20 ④パソコン関連機器・用品14⑤音響・映像機器13⑥パソコン13
4	利殖商法	1,595	997	160.0%	7,939	①ファンド型投資商品583②公社債414③株248 ④金融関連サービスその他57⑤役員その他サービス53
5	二次被害	1,094	725	150.9%	4,646	①株223②ファンド型投資商品177③公社債153 ④役員その他サービス151⑤リゾート会員権61
6	無料商法	578	512	112.9%	325	①デジタルコンテンツ200②工事・建築49③ミネラルウォーター40 ④廃品回収サービス30⑤家庭用電気治療器具28
7	当選商法	388	208	186.5%	160	①宝くじ177②教養・娯楽サービスその他143③デジタルコンテンツ30 ④ミネラルウォーター8⑤ファンド型投資商品7
8	次々販売	375	372	100.8%	5,903	①ふとん類42②工事・建築41③公社債36 ④ファンド型投資商品26⑤株19
9	点検商法	324	352	92.0%	681	①工事・建築143②ふとん類26③修理サービス21 ④住居管理設備20⑤他の台所用品17
10	販売目的隠匿	280	230	121.7%	890	①ふとん類32①工事・建築32③ファンド型投資商品27 ④商品一般23⑤公社債10

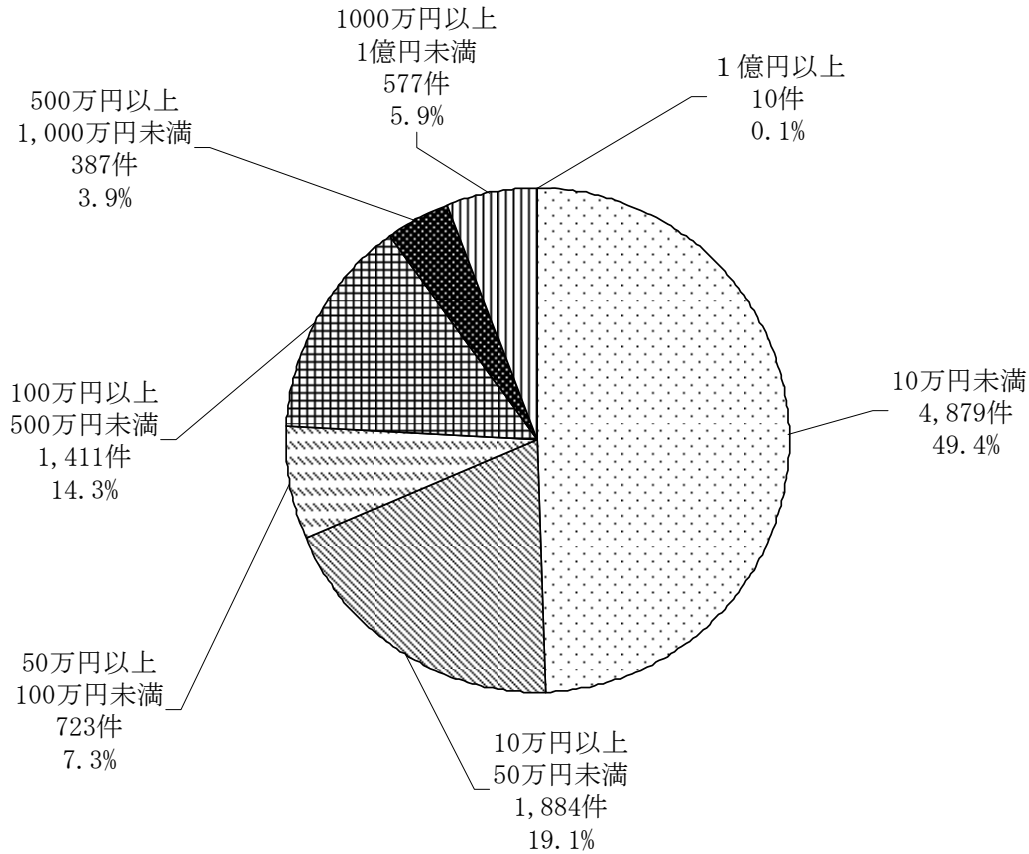
(注) 販売方法・手口は、全国消費生活情報ネットワークシステム (PIO-NET) の「内容等キーワード」の定義による。1つの相談につき複数の項目が選択可能なため、数値は相談件数と一致しない。

オ 契約購入金額について (表6) (図2)

平成23年度の契約購入金額の構成比をみると、10万円未満が49.4%と最も多くなっていますが、100万円以上も24.2%にのぼり、契約金額が高額なケースも相当数あります。特に1億円以上が10件もあります。

また、平均契約購入金額をみると、平成23年度の高齢者の平均契約購入金額は230万1千円で、相談者全体の平均157万5千円と比較して高くなっています。

(図2) 契約購入金額別割合 (平成23年度)



(表6) 平均契約購入金額の推移 (高齢者・相談全体)

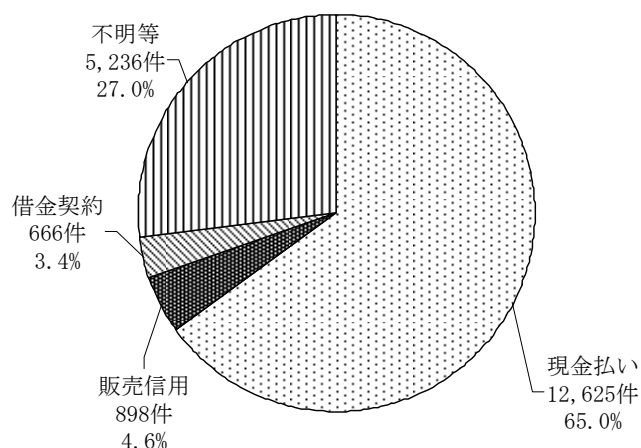
単位:千円

区分	平成20年度	平成21年度	平成22年度	平成23年度
高齢者	2,223	1,977	2,251	2,301
相談全体	1,700	1,531	1,602	1,575

カ 支払方法について (図3)

支払い方法別の割合をみると「現金払い」が全体の65.0%で、分割払いなどの「販売信用」によるものが4.6%となっています。

(図3) 支払方法別割合 (平成23年度)



キ 高齢者の「利殖商法」の相談について (表7、表8) (図4、図5)

前述のとおり、販売方法・手口別では「利殖商法」に関する相談が前年度から約1.6倍に急増しているうえ、平均契約金額も高いため高齢者の「利殖商法」について分析してみました。

高齢者に関する「利殖商法」の苦情相談件数は年々増えており、平成20年度と比べると約4.9倍になります。また高齢者の相談件数中に占める割合も大きくなっていることがわかります。(表7)

さらに苦情相談全体(全年齢)での「利殖商法」に関する相談件数中に占める高齢者の割合を見ると平成23年度では約7割が60歳以上となっています。(図4)

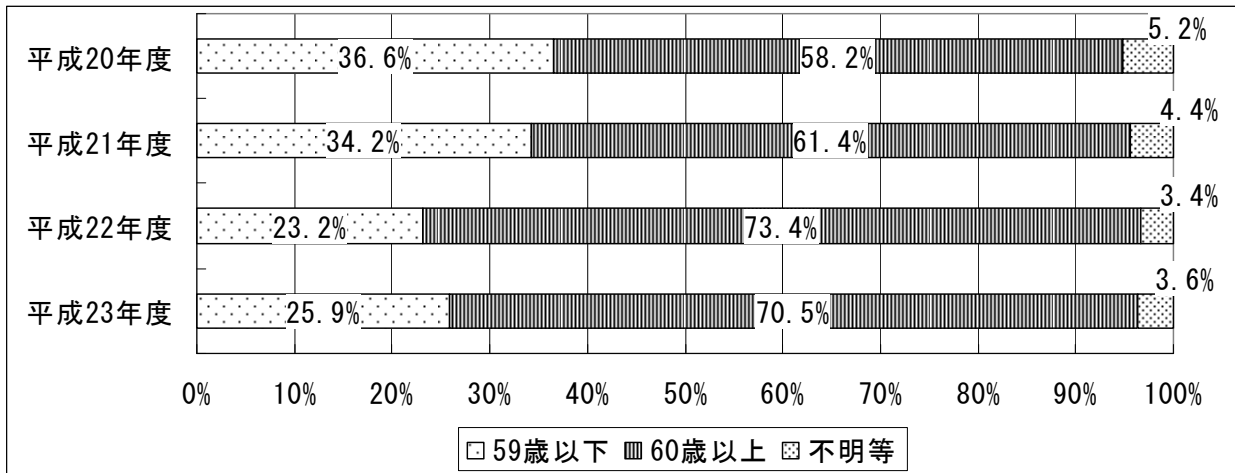
高齢者の「利殖商法」に関する商品を見ていくと前年度と比べて「ファンド型投資商品」「公社債」「役務その他のサービス」が大きく件数を伸ばしています。(表8)

契約購入金額についてみると、高齢者に関する相談全体では100万円未満の契約が75.8%を占めるのに対し、「利殖商法」では100万円以上の契約が76.9%となり、契約金額の大きさが突出していることが分かります。(図5)

(表7) 高齢者の利殖商法に関する相談件数推移

区分	平成20年度	平成21年度	平成22年度	平成23年度
高齢者の利殖商法に関する相談件数(A)	325	458	997	1,595
60歳代	119	155	336	540
(構成比)	36.6%	33.8%	33.7%	33.8%
70歳代	140	202	427	757
(構成比)	43.1%	44.1%	42.8%	47.5%
80歳以上	66	101	234	298
(構成比)	20.3%	22.1%	23.5%	18.7%
高齢者の相談件数(B)	14,907	15,782	18,414	19,425
高齢者の相談件数に占める利殖商法に関する相談の割合(A)/(B)	2.2%	2.9%	5.4%	8.2%

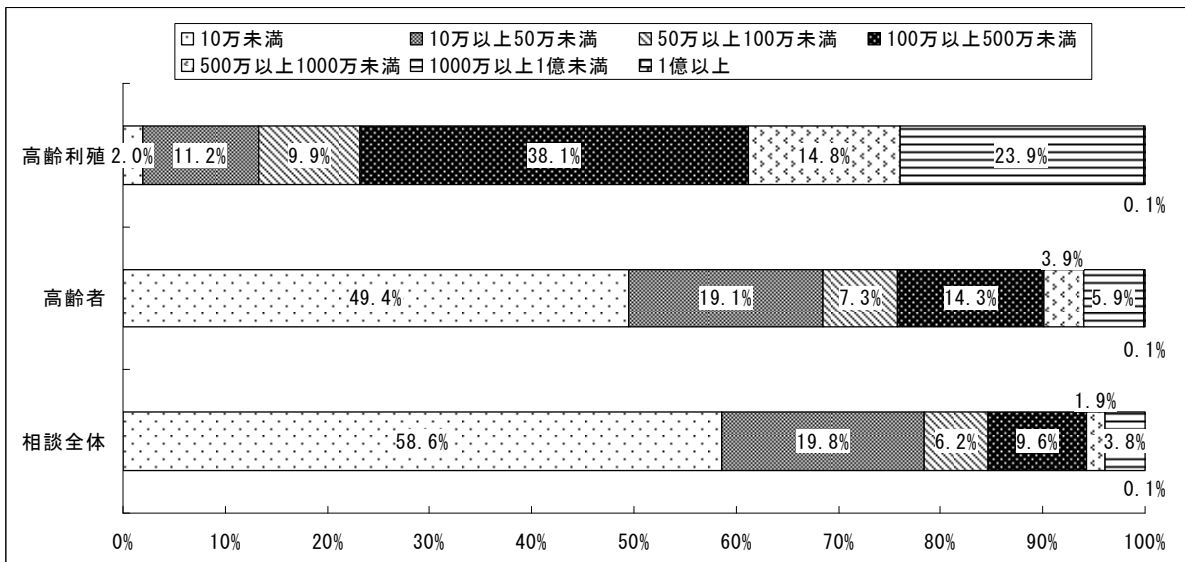
(図4) 利殖商法に関する相談件数の年代別割合



(表8) 高齢者の利殖商法 商品別上位10位

順位	平成20年度 [325]			平成21年度 [458]			平成22年度 [997]			平成23年度 [1,595]		
	商品	件数	構成比	商品	件数	構成比	商品	件数	構成比	商品	件数	構成比
1	株	97	29.8%	株	186	40.6%	株	293	29.4%	ファンド型投資商品	583	36.6%
2	金相場	各 53	16.3%	商品デリバティブ取引	83	18.1%	公社債	240	24.1%	公社債	414	26.0%
3	他の預貯金・証券等			ファンド型投資商品	62	13.5%	ファンド型投資商品	174	17.5%	株	248	15.5%
4	石油相場	27	8.3%	公社債	45	9.8%	商品デリバティブ取引	107	10.7%	金融関連サービスその他	57	3.6%
5	投資信託	20	6.2%	他のデリバティブ取引	25	5.5%	金融関連サービスその他	41	4.1%	役務その他サービス	53	3.3%
6	預託内職	12	3.7%	投資信託	16	3.5%	リゾート会員権	28	2.8%	他のデリバティブ取引	41	2.6%
7	為替相場	8	2.5%	リゾート会員権	6	1.3%	他のデリバティブ取引	26	2.6%	商品デリバティブ取引	38	2.4%
8	公社債	各 6	1.8%	デリバティブ取引	各 4	0.9%	投資信託	14	1.4%	投資信託	37	2.3%
9	他の商品相場			金融・保険一般			預貯金・証券等	10	1.0%	預貯金・証券等	21	1.3%
10	商品相場	4	1.2%	育成内職、他の教養娯楽品 他の融資サービス、特定預貯金 預貯金・証券等	各 2	0.4%	パソコンソフト	8	0.8%	リゾート会員権	14	0.9%

(図5) 高齢者・利殖 契約購入金額割合



ク まとめ

近年、高齢者の消費者トラブルは増加傾向にあり、投機的な金融商品や高額なリフォーム工事契約などにより被害金額も高額になる傾向があります。こうした被害の背景には、一人暮らしや夫婦世帯だけの高齢者が増加に伴い社会から孤立し身近に相談する人がいなかったり、孤独感や健康や経済面での不安に加えて、加齢に伴う判断能力の低下など、高齢者ならではの不安要素に巧みに付け込む悪質業者が後を絶たないという状況があります。

特に増加が目立つ利殖商法についてみると、高齢者は退職金や相続により多額の現金を持つことがあること、低金利が続き通常の金融商品ではほとんど運用益を望めないなどの状況から、悪質業者が勧める高金利をうたった金融商品に投資してしまったという被害の事例が数多く寄せられています。また、一度被害に遭った人が再度狙われる二次被害も多くなっており、勧誘方法も非常に巧妙になっています。

高齢者の中には、自身の被害を自覚していなかったり、被害に遭ったことを恥じて誰にも相談できない、また相談先を知らなかったとして問題が潜在化、深刻化する人も数多くいると考えられます。また、高齢者の多くは被害を受けてしまうと収入を得て損失を補うことは難しく、直ちに生活の困窮につながりかねません。

こうした高齢者の消費者トラブルを防ぐためには、高齢者自身に消費生活知識や消費生活センターについての周知を進めていくとともに、高齢者の身近にいる人たちにも同じように悪質商法の手口や対応方法、相談窓口といった知識を広めていくことが重要です。

県でも、消費生活の相談窓口や消費生活情報の周知をさまざまな機会を設けて行っていますが、ご家族、近隣の方々やヘルパーの方など高齢者を見守る人々が相互に協力し、積極的な対応を心がけることが求められています。

【高齢者に関する相談事例】

○家庭訪販、点検商法、無料商法（屋根工事）

（当事者） 70歳代 女性 無職 契約金額 100万円

（相談内容） 近所で仕事をしたという業者が来て、「無料で屋根の点検をする。」と言われ、屋根を点検してもらった。点検をしたら「先日の台風で屋根が傷んでいる。屋根の修理と塗装をした方が良い。近所でも同じような工事をするので安くできる。」と勧められた。近所でも仕事をしているなら信用できると思い契約したが、後で近所の人に確認したところ、点検はしてもらったが工事はしていないことが分かった。信用ができないので解約したい。

（対応） 訪問販売に当たるため、クーリング・オフが可能であることから、クーリング・オフの通知を出すよう助言した。後日、消費生活センターからも事業者には電話をし、クーリング・オフができたことを確認した。併せて、訪問販売員が虚偽の説明で契約するのは問題であることを伝えたところ、事業者は、謝罪し、販売員に注意を促すと約束した。

○電話勧誘（新聞）

（当事者） 80歳代 女性 無職 契約金額 4万7千円

（相談内容） 高齢で認知症気味の母は、目が悪く、新聞を読むことは困難なのに、来訪した新聞勧誘員からお米やビールをもらって、1年間の新聞の契約を結んでしまったらしい。契約後、2週間くらいして、私が母の家を訪問した時に気がつき、新聞販売店にクーリング・オフを申し出たが、クーリング・オフ期間が過ぎているということで断られた。もらったお米は使っていたが、ビールはそのまま置いてある。これからでも解約したい。

（対応） 消費生活センターから販売店責任者に連絡を取り、当事者の意向を伝えるとともに、勧誘時の問題点を指摘して解決策の検討を求めた。販売店からは、1年の契約を3か月に短縮し、残っている景品のみを回収し、使ってしまった分の返還を要求しないと提案があった。相談者に提案内容を伝えたところ、了解された。相談者には、今後のこともあるので、成年後見制度の利用も検討するよう助言した。

○催眠商法（羽毛布団）

（当 事 者） 80歳代 女性 無職 契約金額 21万円

（相談内容） 業者が家に来て、近所で集会があり参加すればいいものがたくさんもらえると誘ってきた。集会をのぞいてみたら、近所の人がたくさんいたので話を聞いた。業者が砂糖や菓子などを次々配ってくれた。そのうち、「これ一枚でどんな寒いときも大丈夫」という特殊加工した羽毛布団の宣伝が始まった。21万円と高額で、最初は断ったが、布団カバーや腰痛用ベルトも一緒に付けると言われ、根負けして契約してしまった。後で考えるととても支払いができないので解約したい。

（対 応） 相談者にクーリング・オフの通知を出すよう助言したが、本人は目が悪く通知文を書くことが難しいということであった。相談者から民生委員の連絡先を聞き、協力を依頼した。民生委員に契約書を確認してもらい、クーリング・オフの仕方を説明し、通知を出してもらった。その後、消費生活センターから業者にこの旨を伝えたところ、業者はクーリング・オフに応じた。布団は、後日業者が回収したことを確認した。

○利殖商法（公社債）

（当 事 者） 80歳代 男性 無職 契約金額 300万円

（相談内容） 見知らぬ業者から私募債募集の案内が届いた。内容は「投資期間3年、元本保証、年利10%」等の記載があった。数日後、別の会社から電話があり、「募集案内があった私募債は大変優良であるが、人数制限しているので当社では購入できない。高価格で買い取るので、ぜひ購入しておいて欲しい。」と言われ購入する気になって300万円分の私募債を購入した。しかし、よく考えると、約束どおり買い取ってもらえるか不安になったので解約したい。

（対 応） 劇場型の利殖商法の手口を紹介し、投資したお金を取り戻すのは極めて難しいことを説明し、内容確認のため契約書の写しを送付してもらった。重要事項説明書にクーリング・オフ制度の記載があり、まだ期間内であったので急いでクーリング・オフの通知を送付した。業者から解約に応じるが、返金は30万円の10回払いとしたいと提案があったので、交渉を続けながら、警察の悪質商法110番にも相談するよう助言した。後日、相談者から全額一括で返金された旨の連絡があった。

○利殖商法（ファンド型投資商品）

（当事者） 70歳代 男性 無職 契約金額 1,500万円

（相談内容） 自宅にスイスの水資源を開発するというA社の社員権のパフレットが届いた。その後、B社から「A社の社員権は地域限定での販売であり、当社では直接購入できない。あなたが持っていれば買い取りたい。」と言われた。そのうち、B社から、「あなたの名前で社員権を30口、1,500万円分申し込んでくれれば、社員権の購入を希望する個人の方が代金を払い込み、あなたにも謝礼として180万円を支払う。」と勧誘を受けた。名義を貸すだけで報酬が得られるならと思い、A社に社員権を申し込んだ。その後、B社から、名義を借りたいと言っていた個人が長期入院になったので、一旦立て替えて欲しいと言ってきたので、詐欺ではないかと不安になった。社員権を解約したい。

（対応） 消費生活センターで契約書を確認後、業者に相談者の解約の意思を伝えた。業者からは、まだ相談者が出資していないので解約を受け付けるとの回答を得た。相談者に契約解除通知を出しておくよう助言した。また、社債やファンド型投資商品の勧誘事例を紹介し、注意を促した。

○電話勧誘（貴金属の訪問買取）

（当事者） 60歳代 女性 家事従事者 契約金額 5万円

（相談内容） 一昨日、見知らぬ業者から着物を買取るという電話があり、来訪してもらったが、着物はまったく買取ってくれなかった。帰り際になって、不要な指輪等のアクセサリーはないかと尋ねてきて、金の指輪を見せたところ、5万円で買取ると半ば強引に買取っていった。後になってずいぶん安く買取られてしまったと分かった。契約書面などの交付は受けていないが、解約して取り戻すことはできないだろうか。

（対応） 買取業者が特定できないのでは返還の交渉はできないこと、金などを訪問して買取りをする業者にはクーリング・オフは適用されないことを説明した。貴金属の買取サービスに関するトラブル事例も紹介した。古物営業には公安委員会の許可が必要であり、訪問時には許可証または行商従事者証を携帯することになっていることを伝え、今後、訪問買取りには注意するよう助言した。

4 かながわ中央消費生活センターにおける消費生活相談等の状況

(1) 苦情相談

平成23年度の相談件数は10,886件あり、前年度(11,234件)に比べ348件(3.1%)減少しています。このうち、「休日」の相談は2,677件あり、前年度(2,579件)に比べ98件(3.8%)増加しています。また、「夜間」(平日の16時～19時)の相談は2,168件あり、前年度(2,253件)に比べ85件(3.8%)減少しています。

<相談総件数>

区分	平成23年度				平成22年度				対前年比 (%) (A/B)
	相談 総件数 (A)	平日昼 件数	休日 件数	夜間 件数	相談 総件数 (B)	平日昼 件数	休日 件数	夜間 件数	
4月	903	513	219	171	945	534	211	200	95.6
5月	1,040	507	326	207	989	517	273	199	105.2
6月	937	559	164	214	1,054	639	173	242	88.9
7月	968	518	268	182	1,006	575	234	197	96.2
8月	912	546	171	195	890	490	190	210	102.5
9月	904	487	244	173	899	471	259	169	100.6
10月	870	464	250	156	890	480	243	167	97.8
11月	883	466	236	181	894	514	226	154	98.8
12月	860	499	186	175	890	524	191	175	96.6
1月	870	495	223	152	911	520	231	160	95.5
2月	839	491	163	185	872	517	203	152	96.2
3月	900	496	227	177	994	621	145	228	90.5
計	10,886	6,041	2,677	2,168	11,234	6,402	2,579	2,253	96.9

<休日相談>

区分	平成23年度				平成22年度				対前年比 (%) (C/D)
	休日 日数	件 数 (C)	うち、 来所件数	1日平均 件数	休日 日数	件 数 (D)	うち、 来所件数	1日平均 件数	
4月	9	219	(11)	24.3	9	211	(7)	23.4	103.8
5月	12	326	(16)	27.2	13	273	(18)	21.0	119.4
6月	7	164	(7)	23.4	7	173	(8)	24.7	94.8
7月	11	268	(9)	24.4	10	234	(10)	23.4	114.5
8月	7	171	(9)	24.4	8	190	(7)	23.8	90.0
9月	10	244	(13)	24.4	10	259	(11)	25.9	94.2
10月	10	250	(15)	25.0	10	243	(15)	24.3	102.9
11月	10	236	(11)	23.6	10	226	(16)	22.6	104.4
12月	8	186	(3)	23.3	8	191	(5)	23.9	97.4
1月	9	223	(12)	24.8	9	231	(13)	25.7	96.5
2月	7	163	(7)	23.3	8	203	(11)	25.4	80.3
3月	10	227	(9)	22.7	6	145	(9)	24.2	156.6
計	110	2,677	(122)	24.3	108	2,579	(130)	23.9	103.8

<夜間> (平日 16:00~19:00)

区分	平成23年度				平成22年度				1日平均 比較(%) (E/F)
	日 数	件 数	うち、 来所件数	1日平均 件数(E)	日 数	件 数	うち、 来所件数	1日平均 件数(F)	
4月	20	171	(5)	8.6	21	200	(8)	9.5	90.5
5月	19	207	(13)	10.9	18	199	(9)	11.1	98.2
6月	22	214	(13)	9.7	22	242	(8)	11.0	88.2
7月	20	182	(13)	9.1	21	197	(8)	9.4	96.8
8月	23	195	(12)	8.5	22	210	(14)	9.5	89.5
9月	20	173	(11)	8.7	20	169	(6)	8.5	102.4
10月	20	156	(9)	7.8	20	167	(10)	8.4	92.9
11月	20	181	(6)	9.1	20	154	(5)	7.7	118.2
12月	19	175	(9)	9.2	19	175	(8)	9.2	100.0
1月	19	152	(15)	8.0	19	160	(6)	8.4	95.2
2月	21	185	(2)	8.8	19	152	(10)	8.0	110.0
3月	21	177	(5)	8.4	22	228	(7)	10.4	80.8
計	244	2,168	(113)	8.9	243	2,253	(99)	9.3	95.7

<メール相談>

平成23年度は286件（1日あたり0.8件）の相談がありました。相談者を職業別にみると、給与生活者の占める割合が6割弱（163件、57.0%）で、次いで無職（24件、8.4%）、家事従事者（22件、7.7%）と続いています。年代別にみると、30歳代からの相談が87件で全体の3割強（30.4%）と多数を占めています。男女別にみると、男性が163件（57.0%）、女性が105件（36.7%）で、男性からの相談が女性の約1.6倍となっています。

メールが送信された時間帯をみると16時から24時が141件（49.3%）、0時から9時半が54件（18.9%）で、夜間の相談が全体の68.2%を占めています。

商品・役務別では「放送・コンテンツ等」に関する相談が59件（20.6%）で最も多く、次いで多いのが「商品一般」27件（9.4%）、「レンタル・リース・貸借」15件（5.2%）となっています。

<<相談件数>>

区分	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
平成22年度	35	40	30	26	35	29	26	23	28	38	18	24	352
平成23年度	26	26	17	14	27	34	19	24	38	20	27	14	286

<<相談者の状況>>

住所地			
横浜市	99	葉山町	3
川崎市	32	寒川町	
相模原市	19	大磯町	
横須賀市	4	二宮町	
平塚市	7	中井町	
鎌倉市	10	大井町	
藤沢市	7	松田町	
小田原市	3	山北町	1
茅ヶ崎市	10	開成町	
逗子市	6	箱根町	
三浦市	2	真鶴町	
秦野市	5	湯河原町	
厚木市	4	愛川町	2
大和市	10	清川村	1
伊勢原市	2	不明その他	45
海老名市	6		
座間市	2		
南足柄市	1		
綾瀬市	5	計	286

年代	
10代以下	8
20代	42
30代	87
40代	63
50代	25
60代	19
70代	3
80代以上	1
不明	38
計	286

職業	
給与生活者	163
自営自由業	17
家事従事者	22
学生	15
無職	24
その他	
不明	45
計	286

性別	
男性	163
女性	105
不明	18
計	286

<送信時間>

時間帯	件数
16:00~24:00	141
0:00~9:30	54
9:30~16:00	91
計	286

<<商品・役務の分類>>

分類	累計	分類	累計	分類	累計	分類	累計
商品一般	27	書籍・印刷物	5	屋外装備品	1	放送・コンテンツ等	59
食料品	7	音響・映像製品	7	他の住宅設備	1	インターネット通信サービス	6
住居品	10	カメラ類	1	クリーニング	3	旅行代理業	1
光熱水品	1	玩具・遊具	1	レンタル・リース・貸借	15	宿泊施設	2
被服品一般	3	学習教材	1	工事・建築・加工	2	教室・講座	4
かばん	2	他の教養娯楽品	1	修理・補修	2	観覧・鑑賞	3
アクセサリ	1	自動車	4	複合サービス会員	1	他の教養娯楽	4
他の身の回り品	2	自動車用品	2	生命保険	2	リゾート会員権	1
医薬品	2	自動二輪車	3	預貯金・証券等	4	医療	5
医療用具	3	自転車・用品	2	ファンド型投資商品	8	理美容	4
化粧品	2	土地・建物・設備一般	3	融資サービス	5	他の役務	10
保健衛生品その他	2	土地	2	他の金融関連サービス	5	内職・副業	1
教養娯楽品一般	1	集合住宅	5	旅客運送サービス	2	他の相談	9
パソコン・パソコン関連機器	7	戸建住宅	4	郵便・貨物運送サービス	3		
電話機・電話機用品	6	衛生設備	1	移動通信サービス	5	計	286

（注）このデータは、全国消費生活情報ネットワークシステム（PIO-NET）の登録データではありません。

(2) 生活再建支援相談

多重債務者をめぐる状況は、依然として深刻な社会問題となっていることに加え、景気低迷が続く中、給料が減額になったり収入の途が絶たれたりして、住宅ローンや教育費が家計の負担になるなど、新たな問題が発生しています。このため、多重債務者問題に精通した団体である「かながわ生活支援相談センター」と連携して、電話相談だけでなく、きめ細やかな対応が可能な面接による相談窓口をかながわ中央消費生活センター内に設置し、多重債務者の救済と生活再建に向けた支援に加え、住宅ローンの返済等に悩む方の生活再建にまで踏み込んだ相談を実施しています。

平成23年度の相談件数は878件ありました。

相談の傾向として、相談者は女性が5割以上を占めている一方、借金をしている当事者は男性が約6割を占めています。また、本人からの相談は約7割で、残りは家族や親族からの相談となっています。債務額は300万円未満が約4割を占める中、1,000万円以上の相談も2割近くあります。借金のきっかけは低収入や不況により仕事が減った、残業がなくなった等による収入減が多くを占めていますが、住宅ローン返済や本人・家族の病気等による生活費のために借金をしてしまったという割合も増加しています。

<受付件数>

実施月	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
開所日数	29	31	29	31	30	30	30	30	27	28	28	31	354
電話相談													
受付件数	52	41	80	34	46	71	55	66	28	41	42	44	600
面接相談													
受付件数	29	20	30	25	24	35	28	24	20	14	18	11	278
受付件数計	81	61	110	59	70	106	83	90	48	55	60	55	878

<相談者の性別>

	男性	女性	不明	計
電話相談				
件数	267	332	1	600
割合	44.5%	55.3%	0.2%	100.0%
面接相談				
件数	128	150	0	278
割合	46.0%	54.0%	0.0%	100.0%
計				
件数	395	482	1	878
割合	45.0%	54.9%	0.1%	100.0%

<相談のきっかけ>

	かながわ生活支援相談センターのHP	県のHP	その他のHP	テレビ・ラジオ	新聞	ポスター	かながわ生活支援相談センターのチラシ	県の広報紙	市町村の広報紙	タウン紙等
電話相談										
件数	31	40	19	1	3	8	26	109	10	2
面接相談										
件数	15	27	9	0	1	3	14	45	5	0
計										
件数	46	67	28	1	4	11	40	154	15	2
割合	5.2%	7.6%	3.2%	0.1%	0.5%	1.3%	4.6%	17.5%	1.7%	0.2%

	行政窓口	かながわ中央消費生活センター	その他の消費生活センター	弁護士(会)	司法書士(会)	家族・知人の紹介	その他・不明	合計
電話相談								
件数	64	69	45	3	9	18	143	600
面接相談								
件数	36	36	16	2	5	12	52	278
計								
件数	100	105	61	5	14	30	195	878
割合	11.4%	12.0%	6.9%	0.6%	1.6%	3.4%	22.2%	100.0%

<相談者と当事者の関係>

		本人	本人以外	不明	計
電話相談	件数	403	178	19	600
	割合	67.2%	29.7%	3.1%	100.0%
面接相談	件数	195	81	2	278
	割合	70.2%	29.1%	0.7%	100.0%
計	件数	598	259	21	878
	割合	68.1%	29.5%	2.4%	100.0%

<当事者の性別>

		男性	女性	不明	計
電話相談	件数	384	195	21	600
	割合	64.0%	32.5%	3.5%	100.0%
面接相談	件数	185	92	1	278
	割合	66.5%	33.1%	0.4%	100.0%
計	件数	569	287	22	878
	割合	64.8%	32.7%	2.5%	100.0%

<当事者の年齢>

	10歳代	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	不明	計
電話相談	0	38	88	144	96	75	38	121	600
面接相談	1	16	42	74	62	40	17	26	278
計	1	54	130	218	158	115	55	147	878
割合	0.1%	6.2%	14.8%	24.8%	18.0%	13.1%	6.3%	16.7%	100.0%

<当事者の職業>

	給与所得者	自営・自由業	家事従事者	学生	無職	その他・不明	計
電話相談	287	61	7	4	132	109	600
面接相談	156	30	3	1	62	26	278
計	443	91	10	5	194	135	878
割合	50.5%	10.4%	1.1%	0.6%	22.1%	15.3%	100.0%

<当事者の年収> (世帯合計)

	100万円未満	100万～300万円未満	300万～500万円未満	500万～700万円未満	700万～900万円未満	900万～1000万円未満	1000万円以上	不明	計
電話相談	72	95	83	33	10	2	8	297	600
面接相談	40	58	44	18	4	1	6	107	278
計	112	153	127	51	14	3	14	404	878
割合	12.8%	17.4%	14.5%	5.8%	1.6%	0.3%	1.6%	46.0%	100.0%

<当事者の債務額の合計>

	100万円未満	100万～300万円未満	300万～500万円未満	500万～700万円未満	700万～900万円未満	900万～1000万円未満	1000万円以上	不明	計
電話相談	104	129	36	18	11	15	109	178	600
面接相談	42	73	22	12	6	8	61	54	278
計	146	202	58	30	17	23	170	232	878
割合	16.6%	23.0%	6.6%	3.4%	1.9%	2.6%	19.4%	26.5%	100.0%

<当事者の借金のきっかけ> (複数回答)

	低収入・収入の減少	商品・サービス購入	ギャンブル・遊興費	事業資金の補填	保証・借金肩代わり	住宅ローン等借金返済	本人・家族の病気・けが	その他・不明	電話相談・面接相談件数
電話相談	150	31	41	40	23	88	36	281	690
面接相談	82	18	22	24	9	49	21	93	318
計	232	49	63	64	32	137	57	374	1,008
割合	23.0%	4.9%	6.3%	6.3%	3.2%	13.6%	5.7%	37.0%	100.0%

<対応> (複数回答)

	面談予約	生活再建支援	弁護士会紹介	司法書士紹介	法テラス紹介	その他機関紹介	その他	計
電話相談	310		12	19	35	227	56	659
面接相談		148	3	72	35	10	26	294
計	310	148	15	91	70	237	82	953
割合	32.5%	15.5%	1.6%	9.5%	7.3%	24.9%	8.7%	100.0%

(注) このデータは、全国消費生活情報ネットワークシステム (PIO-NET) の登録データではありません。

付表・付図

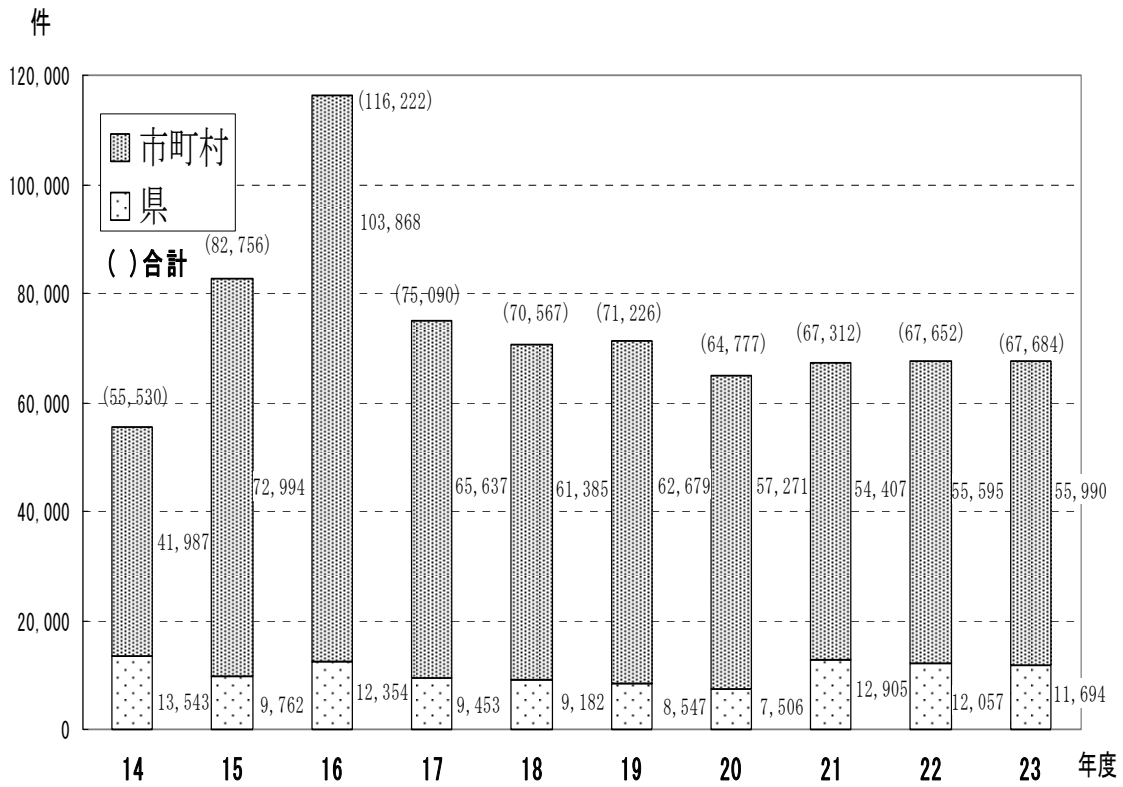
(付表 1-1) 平成23年度 県内市町村消費生活センター等の消費生活相談件数

単位:件数

区分等 市町村	平成23年度				平成22年度 合計 (B)	前年度比 (A/B)
	苦情	問合せ	要望	計 (A)		
横浜市	22,878	1,129	0	24,007	23,743	101.1%
川崎市	7,556	536	0	8,092	7,769	104.2%
相模原市	4,944	486	0	5,430	5,687	95.5%
横須賀市	2,427	156	0	2,583	2,676	96.5%
平塚市	1,894	174	0	2,068	2,012	102.8%
鎌倉市	1,235	62	0	1,297	1,238	104.8%
藤沢市	2,206	144	0	2,350	2,514	93.5%
小田原市	1,240	76	0	1,316	1,266	103.9%
茅ヶ崎市	1,427	135	0	1,562	1,615	96.7%
逗子市	169	10	0	179	148	120.9%
三浦市	78	17	0	95	74	128.4%
秦野市	690	37	0	727	759	95.8%
厚木市	1,308	154	0	1,462	1,411	103.6%
大和市	1,327	100	0	1,427	1,354	105.4%
伊勢原市	362	26	0	388	427	90.9%
海老名市	809	73	0	882	816	108.1%
座間市	866	85	0	951	1,020	93.2%
南足柄市	419	58	0	477	381	125.2%
綾瀬市	320	31	0	351	328	107.0%
葉山町	30	2	0	32	43	74.4%
寒川町	158	10	0	168	169	99.4%
愛川町	125	21	0	146	145	100.7%
市町村計	52,468	3,522	0	55,990	55,595	100.7%
県	10,886	808	0	11,694	12,057	97.0%
総合計	63,354	4,330	0	67,684	67,652	100.0%

(注) 消費生活相談の区分は、国民生活センターの全国消費生活情報ネットワークシステム(PIO-NET)の定義による。(参考1(P54)参照)

(付図 1) 消費生活相談件数の推移



以下、全国消費生活情報ネットワークシステム（P I O-N E T）による分析です。

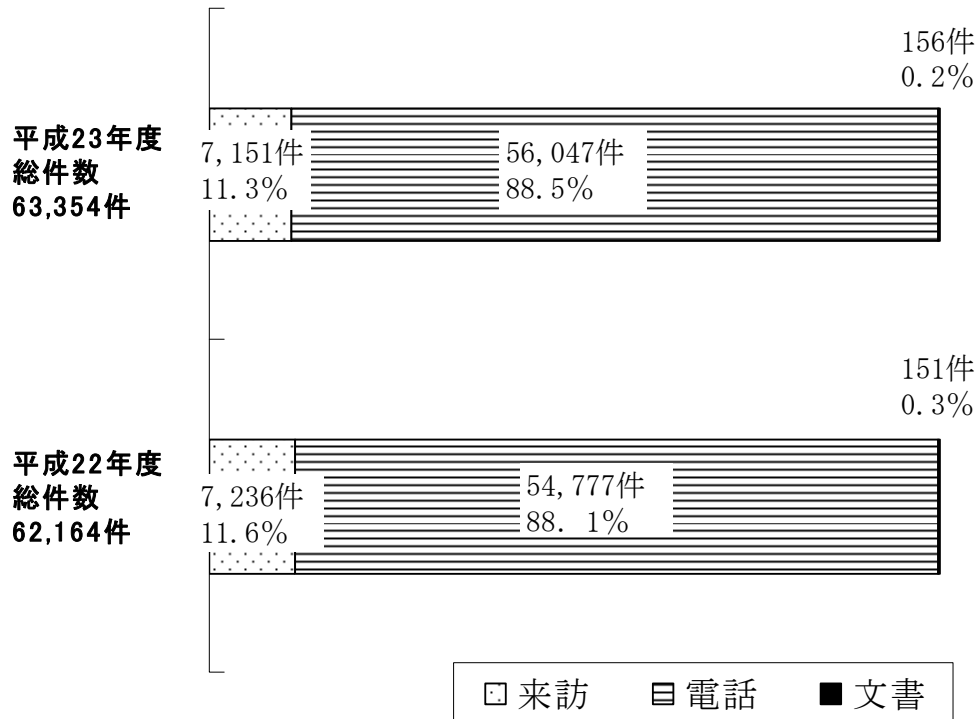
(付表 1-2) 平成23年度 相談者の居住地別苦情相談件数

単位: 件数

居住地	市町村		県		合計
	件数	合計に占める割合	件数	合計に占める割合	
横浜市	22,189	84.2%	4,158	15.8%	26,347
川崎市	7,518	84.9%	1,338	15.1%	8,856
相模原市	4,808	90.0%	532	10.0%	5,340
横須賀市	2,450	86.4%	386	13.6%	2,836
平塚市	1,551	84.7%	280	15.3%	1,831
鎌倉市	1,226	81.5%	278	18.5%	1,504
藤沢市	2,218	81.8%	492	18.2%	2,710
小田原市	1,044	84.1%	198	15.9%	1,242
茅ヶ崎市	1,366	81.6%	308	18.4%	1,674
逗子市	191	44.7%	236	55.3%	427
三浦市	81	40.3%	120	59.7%	201
秦野市	687	79.5%	177	20.5%	864
厚木市	1,321	83.9%	253	16.1%	1,574
大和市	1,305	77.1%	387	22.9%	1,692
伊勢原市	369	68.7%	168	31.3%	537
海老名市	775	80.8%	184	19.2%	959
座間市	875	81.8%	195	18.2%	1,070
南足柄市	187	73.3%	68	26.7%	255
綾瀬市	181	50.3%	179	49.7%	360
計	50,342	83.5%	9,937	16.5%	60,279
葉山町	37	22.0%	131	78.0%	168
寒川町	228	76.5%	70	23.5%	298
大磯町	175	72.0%	68	28.0%	243
二宮町	157	77.7%	45	22.3%	202
中井町	26	65.0%	14	35.0%	40
大井町	65	72.2%	25	27.8%	90
松田町	89	78.8%	24	21.2%	113
山北町	36	66.7%	18	33.3%	54
開成町	36	70.6%	15	29.4%	51
箱根町	40	70.2%	17	29.8%	57
真鶴町	34	64.2%	19	35.8%	53
湯河原町	85	70.8%	35	29.2%	120
愛川町	135	63.7%	77	36.3%	212
清川村	14	87.5%	2	12.5%	16
計	1,157	67.4%	560	32.6%	1,717
不明	379	69.2%	169	30.8%	548
県外	590	72.8%	220	27.2%	810
合計	52,468	82.8%	10,886	17.2%	63,354

(注) 各消費生活センター等で受け付けた相談を相談者の居住地別に集計したものであるため、(付表 1-1) の市町村・県別の相談件数とは一致しない。

(付図2) 平成23年度 相談方法別件数及び構成比



(付表2) 平成23年度 苦情相談の分類別状況

単位:件数

商品・役務等別分類	内容別分類 ※1		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	無回答	計	
	平成22年度 件数	平成23年度 件数														
商品	A 商品一般	1,482	1,355	27	70	54	103	0	91	629	774	192	0	15	0	1,955
	B 食料品	2,276	2,559	527	917	74	229	30	431	1,044	1,127	476	29	5	0	4,889
	C 住居品	3,026	2,693	321	1,215	61	443	8	252	950	1,556	584	11	6	0	5,407
	D 光熱水品	1,207	941	29	83	34	535	10	32	377	507	154	0	8	0	1,769
	E 被服品	2,085	2,383	63	743	41	377	6	239	1,061	1,712	497	1	0	0	4,740
	F 保健衛生品	1,451	1,530	322	653	40	228	0	165	644	899	274	11	0	0	3,236
	G 教養娯楽品	5,429	5,318	143	1,602	107	701	4	406	2,297	3,773	1,230	2	9	0	10,274
	H 車両・乗り物	1,592	1,503	166	624	49	283	1	129	370	1,083	341	1	1	0	3,048
	I 土地・建物・設備	3,005	2,792	107	672	141	534	2	114	1,309	1,560	439	2	18	0	4,898
	J 他の商品	43	103	2	13	7	17	0	3	58	54	19	0	0	0	173
	小計	21,596	21,177	1,707	6,592	608	3,450	61	1,862	8,739	13,045	4,206	57	62	0	40,389
構成比	34.7%	33.4%	8.1%	31.1%	2.9%	16.3%	0.3%	8.8%	41.3%	61.6%	19.9%	0.3%	0.3%	0.0%	-	
商品関連役務	K クリーニング	629	615	20	419	21	67	2	6	59	327	275	1	0	0	1,197
	L レンタル・リース・貸借	3,856	3,830	102	485	215	1,648	2	70	446	3,035	720	0	19	0	6,742
	M 工事・建築・加工	2,246	2,385	71	852	55	618	5	90	894	1,530	500	0	5	0	4,620
	N 修理・補修	846	873	16	375	18	362	1	42	231	429	269	1	2	0	1,746
	O 管理・保管	164	188	10	43	6	68	0	26	33	102	55	0	8	0	351
	小計	7,741	7,891	219	2,174	315	2,763	10	234	1,663	5,423	1,819	2	34	0	14,656
構成比	12.5%	12.5%	2.8%	27.6%	4.0%	35.0%	0.1%	3.0%	21.1%	68.7%	23.1%	0.0%	0.4%	0.0%	-	
役務	P 役務一般	127	70	0	3	1	13	0	1	50	61	3	0	0	0	132
	Q 金融・保険サービス	8,269	8,210	13	187	439	1,561	3	342	3,591	6,157	893	2	7	0	13,195
	R 運輸・通信サービス	14,811	16,122	27	656	155	2,896	4	1,867	11,447	13,951	1,606	6	17	0	32,632
	S 教育サービス	397	423	1	38	9	103	0	21	123	362	64	0	1	0	722
	T 教養・娯楽サービス	2,824	2,780	59	212	57	595	0	348	1,383	1,921	424	0	15	0	5,014
	U 保健・福祉サービス	2,314	2,218	239	593	66	591	3	132	610	1,357	502	0	15	0	4,108
	V 他の役務	2,633	2,933	73	341	86	755	4	244	1,232	1,986	524	1	9	0	5,255
	W 内職・副業・ねずみ講	393	338	0	18	4	53	0	53	238	266	31	0	0	0	663
	X 他の行政サービス	280	270	9	39	33	28	1	15	39	106	83	0	1	0	354
	小計	32,048	33,364	421	2,087	850	6,595	15	3,023	18,713	26,167	4,130	9	65	0	62,075
構成比	51.6%	52.7%	1.3%	6.3%	2.5%	19.8%	0.0%	9.1%	56.1%	78.4%	12.4%	0.0%	0.2%	0.0%	-	
Z 他の相談	779	922	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	922	922	
構成比	1.2%	1.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	-	
平成23年度合計	-	63,354	2,347	10,853	1,773	12,808	86	5,119	29,115	44,635	10,155	68	161	922	118,042	
平成23年度構成比 ※2	-	100.0%	3.7%	17.1%	2.8%	20.2%	0.1%	8.1%	46.0%	70.5%	16.0%	0.1%	0.3%	1.5%	-	
平成22年度合計	62,164	-	2,251	10,485	2,087	13,569	97	3,965	26,307	44,660	9,834	92	166	779	114,292	
平成22年度構成比 ※2	100.0%	-	3.6%	16.9%	3.4%	21.8%	0.2%	6.4%	42.3%	71.8%	15.8%	0.1%	0.3%	1.3%	-	

(注) ※1「内容別分類」は、1相談4項目まで選択可能なため、「内容別分類」の件数の計は相談件数と一致しない。

※2「内容別分類」に関する構成比は、各年度の苦情相談総件数に対するもの。

※「商品・役務等別分類」「内容別分類」は、参考2、3(P55,56)参照。

(付表 3-1) 平成23年度 苦情相談の上位25品目<前年度比較>

単位:件数

順位	品 目	平成23年度	平成22年度	前年度比	備 考
	[相談総件数]	[63, 354]	[62, 164]	101.9 %	
1	デジタルコンテンツ	11,763	10,848	108.4 %	アダルト情報サイト7,386、出会い系サイト1,835、デジタルコンテンツ1,185
2	不動産貸借	3,408	3,454	98.7 %	賃貸アパート2,864、借家257、不動産貸借サービス128
3	フリーローン・サラ金	2,473	3,252	76.0 %	
4	工事・建築	2,322	2,183	106.4 %	新築工事469、増改築工事364、屋根工事332
5	ファンド型投資商品	1,356	485	279.6 %	
6	商品一般	1,355	1,482	91.4 %	
7	新聞	1,056	1,077	98.1 %	
8	四輪自動車	953	1,039	91.7 %	普通・小型自動車755、軽自動車126、四輪自動車64
9	携帯電話サービス	914	759	120.4 %	
10	公社債	838	591	141.8 %	
11	修理サービス	822	788	104.3 %	
12	インターネット接続回線	806	780	103.3 %	光ファイバー384、インターネット接続回線312、ADSL59
13	役務その他サービス	731	531	137.7 %	
14	携帯電話	694	566	122.6 %	
15	プロパンガス	663	713	93.0 %	
	音響・映像機器	663	675	98.2 %	テレビジョン295、音響・映像機器付属品82、デジタルプレイ・レコーダー79
17	株	642	835	76.9 %	未公開株523
18	相談その他	639	556	114.9 %	
19	クリーニング	615	629	97.8 %	
20	テレビ放送サービス	569	458	124.2 %	テレビ放送サービス426、衛星テレビ放送143
21	エステティックサービス	518	591	87.6 %	痩身エステ166、脱毛エステ146、美顔エステ112
22	新築分譲マンション	507	606	83.7 %	
23	金融関連サービスその他	503	472	106.6 %	
24	医療サービス	494	496	99.6 %	
25	普通生命保険	468	552	84.8 %	

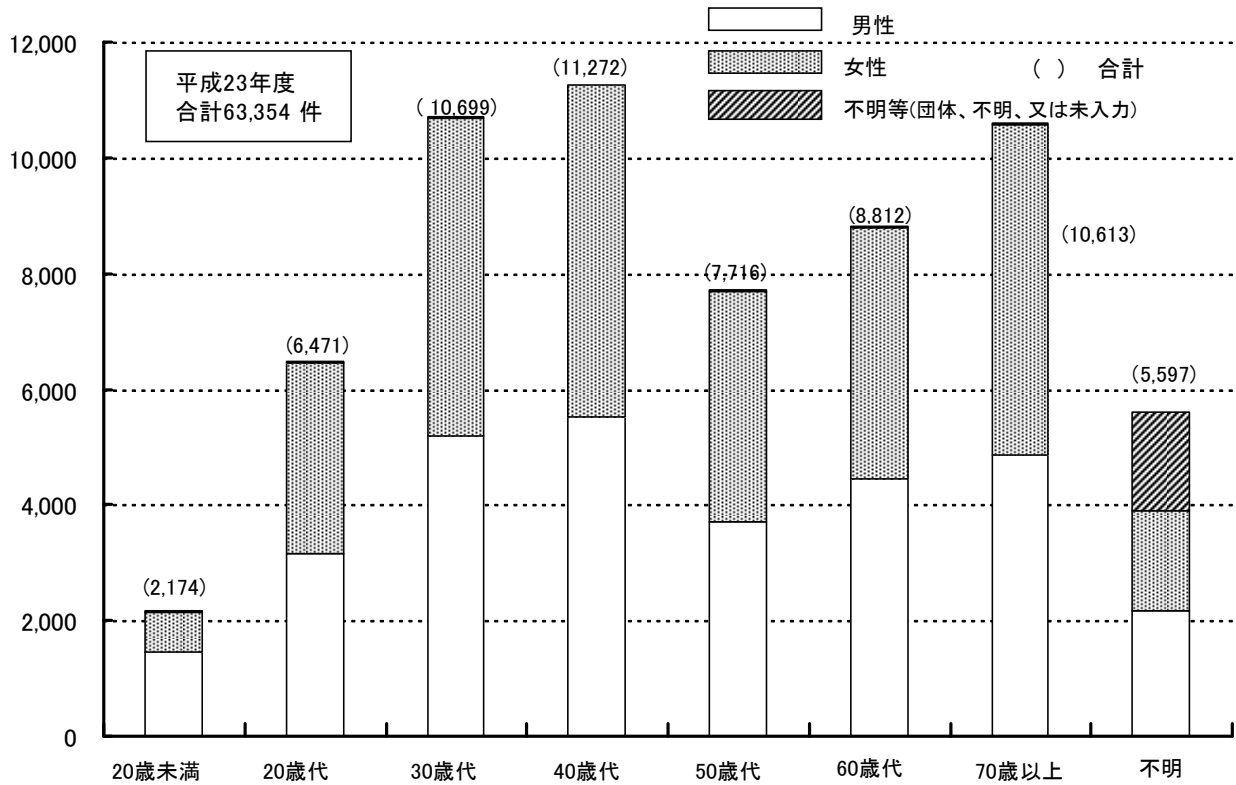
(付表 3-2) 平成23年度 苦情相談の上位25品目<前年度順位比較>

単位:件数

順位	23年度		順位	22年度			
	品目	相談総件数 相談件数		品目	相談総件数 相談件数		
		[63, 354]			[62, 164]		
		全体に占める割合			全体に占める割合		
1	デジタルコンテンツ	11,763	(18.6%)	1	デジタルコンテンツ	10,848	(17.5%)
2	不動産貸借	3,408	(5.4%)	2	不動産貸借	3,454	(5.6%)
3	フリーローン・サラ金	2,473	(3.9%)	3	フリーローン・サラ金	3,252	(5.2%)
4	工事・建築	2,322	(3.7%)	4	工事・建築	2,183	(3.5%)
5	ファンド型投資商品	1,356	(2.1%)	5	商品一般	1,482	(2.4%)
6	商品一般	1,355	(2.1%)	6	新聞	1,077	(1.7%)
7	新聞	1,056	(1.7%)	7	四輪自動車	1,039	(1.7%)
8	四輪自動車	953	(1.5%)	8	株	835	(1.3%)
9	携帯電話サービス	914	(1.4%)	9	修理サービス	788	(1.3%)
10	公社債	838	(1.3%)	10	インターネット接続回線	780	(1.3%)
11	修理サービス	822	(1.3%)	11	携帯電話サービス	759	(1.2%)
12	インターネット接続回線	806	(1.3%)	12	プロパンガス	713	(1.1%)
13	役務その他サービス	731	(1.2%)	13	音響・映像機器	675	(1.1%)
14	携帯電話	694	(1.1%)	14	クリーニング	629	(1.0%)
15	プロパンガス	663	(1.0%)	15	新築分譲マンション	606	(1.0%)
	音響・映像機器	663	(1.0%)	16	エステティックサービス	591	(1.0%)
17	株	642	(1.0%)		16	公社債	591
18	相談その他	639	(1.0%)	18	携帯電話	566	(0.9%)
19	クリーニング	615	(1.0%)	19	相談その他	556	(0.9%)
20	テレビ放送サービス	569	(0.9%)	20	普通生命保険	552	(0.9%)
21	エステティックサービス	518	(0.8%)	21	役務その他サービス	531	(0.9%)
22	新築分譲マンション	507	(0.8%)	22	医療サービス	496	(0.8%)
23	金融関連サービスその他	503	(0.8%)	23	ファンド型投資商品	485	(0.8%)
24	医療サービス	494	(0.8%)	24	金融関連サービスその他	472	(0.8%)
25	普通生命保険	468	(0.7%)	25	ふとん類	470	(0.8%)

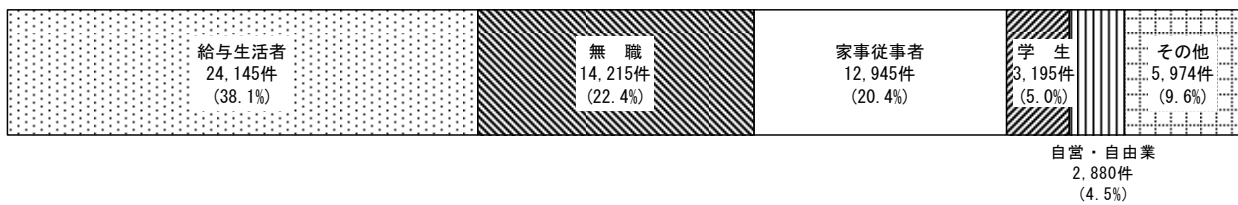
(注 1) 品目は、全国消費生活情報ネットワークシステム(PI0-NET)の定義による商品・役務等別分類(中分類)をいう。(以下、同様)

(付図3) 平成23年度 苦情相談の契約当事者性別・年代別件数

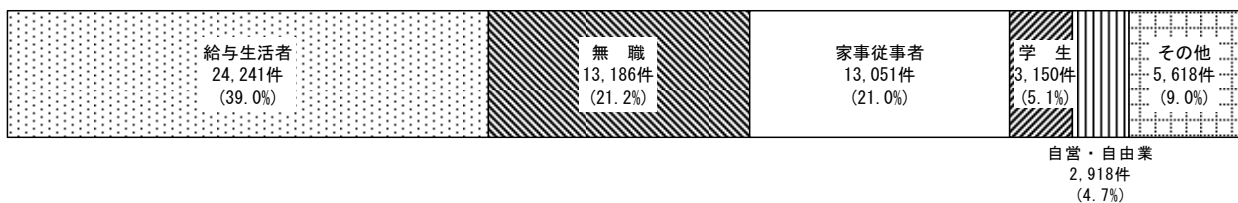


(付図4) 平成23年度 苦情相談の契約当事者職業別件数及び構成比

<平成23年度>



<平成22年度>



(付表 4) 平成23年度 契約当事者性別・年代別苦情相談受付件数<前年度比較>

単位:件数

年代 性別		20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	不明等	計	性別比
男性	23年度	1,469 (4.8%)	3,150 (10.3%)	5,199 (17.1%)	5,506 (18.1%)	3,714 (12.2%)	4,439 (14.6%)	4,849 (15.9%)	2,158 (7.0%)	30,484 (100.0%)	48.1%
	22年度	1,425 (4.7%)	3,372 (11.1%)	5,683 (18.7%)	5,254 (17.3%)	3,637 (12.0%)	4,322 (14.2%)	4,567 (15.0%)	2,167 (7.0%)	30,427 (100.0%)	48.9%
	前年度比	(103.1%)	(93.4%)	(91.5%)	(104.8%)	(102.1%)	(102.7%)	(106.2%)	(99.6%)	(100.2%)	-
女性	23年度	679 (2.2%)	3,310 (10.7%)	5,488 (17.7%)	5,756 (18.5%)	3,987 (12.8%)	4,361 (14.0%)	5,730 (18.5%)	1,737 (5.6%)	31,048 (100.0%)	49.0%
	22年度	737 (2.5%)	3,555 (11.8%)	5,476 (18.2%)	5,202 (17.3%)	3,793 (12.6%)	4,205 (14.0%)	5,265 (17.5%)	1,778 (6.1%)	30,011 (100.0%)	48.3%
	前年度比	(92.1%)	(93.1%)	(100.2%)	(110.6%)	(105.1%)	(103.7%)	(108.8%)	(97.7%)	(103.5%)	-
不明等	23年度	26 (1.4%)	11 (0.6%)	12 (0.7%)	10 (0.5%)	15 (0.8%)	12 (0.7%)	34 (1.9%)	1,702 (93.4%)	1,822 (100.0%)	2.9%
	22年度	12 (0.7%)	14 (0.8%)	18 (1.0%)	13 (0.8%)	14 (0.8%)	19 (1.1%)	36 (2.1%)	1,600 (92.7%)	1,726 (100.0%)	2.8%
	前年度比	(216.7%)	(78.6%)	(66.7%)	(76.9%)	(107.1%)	(63.2%)	(94.4%)	(106.4%)	(105.6%)	-
計	23年度	2,174 (3.4%)	6,471 (10.2%)	10,699 (16.9%)	11,272 (17.8%)	7,716 (12.2%)	8,812 (13.9%)	10,613 (16.8%)	5,597 (8.8%)	63,354 (100.0%)	100.0%
	22年度	2,174 (3.5%)	6,941 (11.2%)	11,177 (18.0%)	10,469 (16.8%)	7,444 (12.0%)	8,546 (13.7%)	9,868 (15.9%)	5,545 (8.9%)	62,164 (100.0%)	100.0%
	前年度比	(100.0%)	(93.2%)	(95.7%)	(107.7%)	(103.7%)	(103.1%)	(107.5%)	(100.9%)	(101.9%)	-

(注) 年度下段のカッコ内は構成比

(付表 5-1) 平成23年度 契約当事者年代別苦情相談上位 5 品目

単位:件数

年代 順位	20歳未満 [2,174]	20歳代 [6,471]	30歳代 [10,699]	40歳代 [11,272]	50歳代 [7,716]	60歳代 [8,812]	70歳以上 [10,613]	不明等 [5,597]	計 [63,354]
1位	デジタルコン テンツ (1,528)	デジタルコン テンツ (1,775)	デジタルコン テンツ (2,635)	デジタルコン テンツ (2,496)	デジタルコン テンツ (1,356)	デジタルコン テンツ (1,132)	工事・建築 (656)	不動産貸借 (381)	デジタルコン テンツ (11,763)
2位	携帯電話サー ビス (53)	不動産貸借 (569)	不動産貸借 (948)	不動産貸借 (610)	フリーローン・ サラ金 (367)	工事・建築 (496)	ファンド型投資 商品 (544)	デジタルコン テンツ (312)	不動産貸借 (3,408)
3位	テレビ放送サー ビス (25)	エステティック サービス (258)	フリーロー ン・サラ金 (483)	フリーロー ン・サラ金 (549)	不動産貸借 (362)	ファンド型投 資商品 (349)	デジタルコン テンツ (529)	工事・建築 (284)	フリーロー ン・サラ金 (2,473)
4位	携帯電話 (各23)	フリーローン・ サラ金 (210)	工事・建築 (各225)	工事・建築 (322)	工事・建築 (323)	フリーロー ン・サラ金 (340)	公社債 (501)	フリーロー ン・サラ金 (248)	工事・建築 (2,322)
5位	自動二輪車 (各23)	四輪自動車 (144)	四輪自動車 (各225)	商品一般 (219)	商品一般 (163)	不動産貸借 (300)	新聞 (373)	商品一般 (186)	ファンド型投資 商品 (1,356)

(付表 5-2) 平成23年度 契約当事者(男性)年代別苦情相談上位 5 品目

単位:件数

順位	年代	20歳未満 [1,469]	20歳代 [3,150]	30歳代 [5,199]	40歳代 [5,506]	50歳代 [3,714]	60歳代 [4,439]	70歳以上 [4,849]	不明等 [2,158]	計 [30,484]
1位		デジタルコン テンツ (1,103)	デジタルコン テンツ (869)	デジタルコン テンツ (1,323)	デジタルコン テンツ (1,365)	デジタルコン テンツ (965)	デジタルコン テンツ (950)	デジタルコン テンツ (466)	デジタルコン テンツ (166)	デジタルコン テンツ (7,207)
2位		携帯電話サー ビス (23)	不動産貸借 (282)	不動産貸借 (518)	フリーローン・ サラ金 (363)	フリーローン・ サラ金 (228)	工事・建築 (240)	工事・建築 (322)	フリーロー ン・サラ金 (153)	不動産貸借 (1,792)
3位		自動二輪車 (22)	フリーロー ン・サラ金 (146)	フリーロー ン・サラ金 (312)	不動産貸借 (347)	不動産貸借 (197)	フリーロー ン・サラ金 (189)	ファンド型投 資商品 (218)	不動産貸借 (151)	フリーロー ン・サラ金 (1,538)
4位		携帯電話 (17)	四輪自動車 (112)	四輪自動車 (167)	工事・建築 (169)	工事・建築 (151)	不動産貸借 (171)	公社債 (217)	工事・建築 (113)	工事・建築 (1,131)
5位		新聞 (16)	携帯電話サー ビス (70)	工事・建築 (126)	四輪自動車 (156)	四輪自動車 (83)	ファンド型投 資商品 (126)	株 (213)	商品一般 (57)	四輪自動車 (674)

(付表 5-3) 平成23年度 契約当事者(女性)年代別苦情相談上位 5 品目

単位:件数

順位	年代	20歳未満 [679]	20歳代 [3,310]	30歳代 [5,488]	40歳代 [5,756]	50歳代 [3,987]	60歳代 [4,361]	70歳以上 [5,730]	不明等 [1,737]	計 [31,048]
1位		デジタルコン テンツ (409)	デジタルコン テンツ (905)	デジタルコン テンツ (1,310)	デジタルコン テンツ (1,130)	デジタルコン テンツ (388)	工事・建築 (255)	工事・建築 (333)	デジタルコン テンツ (83)	デジタルコン テンツ (4,468)
2位		携帯電話サー ビス (30)	不動産貸借 (286)	不動産貸借 (430)	不動産貸借 (262)	工事・建築 (172)	ファンド型投 資商品 (223)	ファンド型投 資商品 (325)	商品一般 (各73)	不動産貸借 (1,456)
3位		エステティク サービス (247)	エステティク サービス (170)	フリーローン・ サラ金 (184)	フリーローン・ サラ金 (164)	不動産貸借 (181)	デジタルコン テンツ (284)	公社債 (284)	不動産貸借 (各73)	工事・建築 (1,080)
4位		テレビ放送サー ビス (各12)	フリーローン・ サラ金 (64)	エステティク サービス (103)	工事・建築 (153)	フリーロー ン・サラ金 (138)	フリーロー ン・サラ金 (150)	新聞 (237)	工事・建築 (62)	フリーロー ン・サラ金 (887)
5位		レンタルサー ビス (11)	結婚式 (54)	商品一般 (102)	商品一般 (121)	クリーニング (122)	不動産貸借 (129)	商品一般 (165)	フリーロー ン・サラ金 (54)	ファンド型投 資商品 (842)

(付表 6) 平成23年度 苦情相談の販売購入形態別相談件数及び構成比 <前年度比較>

単位:件数

販売購入形態	平成 23 年度		平成 22年度		増加・減少(Δ)件数(A-B)	増加・減少(Δ)率((A-B)/B)
	件数(A)	構成比	件数(B)	構成比		
苦情相談	63,354	100.0%	62,164	100.0%	1,190	1.9%
特殊販売	32,818	51.8%	30,419	48.9%	2,399	7.9%
(特殊販売に占める割合)		(100.0%)		(100.0%)		
訪問販売	7,470	11.8%	7,415	11.9%	55	0.7%
(特殊販売に占める割合)		(22.7%)		(24.4%)		
通信販売	20,214	31.9%	18,425	29.6%	1,789	9.7%
(特殊販売に占める割合)		(61.6%)		(60.6%)		
マルチ・マルチまがい	556	0.9%	543	0.9%	13	2.4%
(特殊販売に占める割合)		(1.7%)		(1.8%)		
電話勧誘販売	3,965	6.3%	3,435	5.5%	530	15.4%
(特殊販売に占める割合)		(12.1%)		(11.3%)		
ネガティブ・オプション	88	0.1%	93	0.1%	Δ 5	Δ 5.4%
(特殊販売に占める割合)		(0.3%)		(0.3%)		
その他無店舗	525	0.8%	508	0.9%	17	3.3%
(特殊販売に占める割合)		(1.6%)		(1.6%)		
特殊販売以外	30,536	48.2%	31,745	51.1%	Δ 1,209	Δ 3.8%

※ () 内は、特殊販売に占める割合。

(注) 1 苦情相談・販売購入形態別の定義は、原則として、特定商取引に関する法律(以下「特商法」という。)に定める販売購入の形態に従っているが、2種類以上の場合は、国民生活センター全国消費生活情報ネットワークシステム(PIO-NET)の定義により1つに絞っている。

2 それぞれの特殊販売の定義は、次のとおり。

<訪問販売>

家庭訪販、職場訪販、1日だけ開催する展示販売、SF商法、販売目的を隠した誘引方法、キャッチセールス、アポイントメントセールス等。

<通信販売>

通信手段(郵便、電話、ファックス、インターネット等)を用いて契約するもの。

<マルチ・マルチまがい>

消費者を、商品等の販売組織に加入させるため、別の者を加入させれば利益(特定利益)が得られると言って勧誘し、かつ、何らかの金銭負担(特定負担)をさせるもの。

<電話勧誘販売>

業者が消費者に電話をかけ、または特定のやり方で電話をかけさせ、その電話の勧誘により、郵便等で契約を締結するもの。

<ネガティブ・オプション>

消費者から申込みもないのに商品を一方的に送りつけ、代金を請求するもの。

<その他の無店舗販売>

特商法の露店・屋台店等、2日以上での展示販売。

(付表 7-1) 平成23年度 訪問販売の苦情上位 10 品目 <前年度順位比較>

単位:件数

順位	23年度		順位	22年度			
	品 目	相談件数		品 目	相談件数		
		[相談総件数] [7, 470]			[相談総件数] [7, 415]		
		全体に占める割合			全体に占める割合		
1	工事・建築	1,007	(13.5%)	1	新聞	953	(12.9%)
2	新聞	929	(12.4%)	2	工事・建築	918	(12.4%)
3	プロパンガス	370	(5.0%)	3	プロパンガス	408	(5.5%)
4	テレビ放送サービス	308	(4.1%)	4	ふとん類	266	(3.6%)
5	修理サービス	220	(2.9%)	5	テレビ放送サービス	232	(3.1%)
6	有線テレビ放送	218	(2.9%)	6	有線テレビ放送	203	(2.7%)
7	ふとん類	199	(2.7%)	7	給湯システム	201	(2.7%)
8	インターネット接続回線	183	(2.4%)	7	普通生命保険	201	(2.7%)
9	給湯システム	163	(2.2%)	9	修理サービス	181	(2.4%)
10	普通生命保険	146	(2.0%)	10	インターネット接続回線	168	(2.3%)

(付表 7-2) 平成23年度 通信販売の苦情上位5品目 <前年度順位比較>

単位:件数

順位	23年度		順位	22年度			
	品 目	相談件数		品 目	相談件数		
		[相談総件数] [20, 214]			[相談総件数] [18, 425]		
		全体に占める割合			全体に占める割合		
1	デジタルコンテンツ	11,479	(56.8%)	1	デジタルコンテンツ	10,645	(57.8%)
2	教養・娯楽サービスその他	317	(1.6%)	2	商品一般	264	(1.4%)
3	宝くじ	307	(1.5%)	3	宝くじ	229	(1.2%)
4	商品一般	274	(1.4%)	4	フリーローン・サラ金	217	(1.2%)
5	ファンド型投資商品	231	(1.1%)	5	教養・娯楽サービスその他	184	(1.0%)

(付表 7-3) 平成23年度 マルチ・マルチまがいの苦情上位5品目 <前年度順位比較>

単位:件数

順位	23年度		順位	22年度			
	品 目	相談件数		品 目	相談件数		
		[相談総件数] [556]			[相談総件数] [543]		
		全体に占める割合			全体に占める割合		
1	商品一般	68	(12.2%)	1	他の健康食品	73	(13.4%)
2	健康食品	60	(10.8%)	2	商品一般	58	(10.7%)
3	他の健康食品	58	(10.4%)	3	化粧品セット	49	(9.0%)
4	化粧品セット	31	(5.6%)	4	健康食品	39	(7.2%)
5	化粧品	28	(5.0%)	5	化粧品	22	(4.1%)

(付表 7-4) 平成23年度 電話勧誘販売の苦情上位5品目 <前年度順位比較>

単位:件数

順位	23年度		順位	22年度	
	品目	相談件数		品目	相談件数
		[相談総件数] [3,965]			[相談総件数] [3,435]
		全体に占める割合			全体に占める割合
1	公社債	513	1	株	458
		(12.9%)			(13.3%)
2	ファンド型投資商品	496	2	公社債	301
		(12.5%)			(8.8%)
3	株	353	3	新築分譲マンション	237
		(8.9%)			(6.9%)
4	インターネット接続回線	200	4	インターネット接続回線	191
		(5.0%)			(5.6%)
5	新築分譲マンション	167	5	ファンド型投資商品	172
		(4.2%)			(5.0%)

(付表 7-5) 平成23年度 ネガティブ・オプションの苦情上位5品目 <前年度順位比較>

単位:件数

順位	23年度		順位	22年度	
	品目	相談件数		品目	相談件数
		[相談総件数] [88]			[相談総件数] [93]
		全体に占める割合			全体に占める割合
1	商品一般	13	1	カレンダー	18
		(14.8%)			(19.4%)
2	単行本	10	2	商品一般	各 7
3	新聞	5		他の書籍・印刷物	
4	他の書籍・印刷物	4		単行本	
		(11.4%)			(7.5%)
		(5.7%)			
		(4.5%)			
5	カレンダー、果実 音響・映像ソフト 深海鮫エキス、鮮魚 他の健康食品	各 3	5	音響・映像ソフト	各 4
		(3.4%)		鮮魚	(4.3%)

(付表 7-6) 平成23年度 その他無店舗の苦情上位3品目 <前年度順位比較>

単位:件数

順位	23年度		順位	22年度	
	品目	相談件数		品目	相談件数
		[相談総件数] [525]			[相談総件数] [508]
		全体に占める割合			全体に占める割合
1	ミネラルウォーター	49	1	フリーローン・サラ金	36
		(9.3%)			(7.1%)
2	フリーローン・サラ金	37	2	工事・建築	27
		(7.0%)			(5.3%)
3	家庭用電気治療器具 工事・建築	各 22	3	役務その他サービス	17
		(4.2%)			(3.3%)

(付表 8-1) 平成23年度 販売方法・手口別の苦情相談の上位25位

順位	販売方法・手口	件数 (前年度)	男女別		主な品目	契約当事者の 特徴	平均契約金額(千円)		過去4年間の件数の推移 08 09 10 11
			性別	件数			平均既支払金額(千円)		
1	電子商取引	15,279 (13,661)	男性	8,802	①デジタルコンテンツ11,024 ②商品一般151 ③靴119	30～40歳代 給与生活者	19万5千円		
			女性	6,309			7万円		
2	家庭訪販	6,152 (5,673)	男性	2,382	①工事・建築920 ②新聞861 ③プロパンガス337	70歳以上 無職 家事従事者	188万9千円		
			女性	3,652			89万9千円		
3	電話勧誘	5,829 (4,995)	男性	2,611	①ファンド型投資商品699 ②公社債662 ③株421	70歳以上 給与生活者 無職 家事従事者	392万4千円		
			女性	3,072			221万2千円		
4	利殖商法	2,264 (1,357)	男性	981	①ファンド型投資商品886 ②公社債495 ③株303	70歳以上 無職	827万1千円		
			女性	1,271			646万4千円		
5	無料商法	2,254 (2,250)	男性	1,270	①デジタルコンテンツ1,261 ②ミネラルウォーター84 ③エステティックサービス77	20歳以上 給与生活者	18万9千円		
			女性	965			4万7千円		
6	二次被害	1,476 (1,032)	男性	724	①株248 ②ファンド型投資商品230 ③役務その他サービス188	70歳以上 無職	394万8千円		
			女性	739			270万6千円		
7	販売目的隠匿	746 (665)	男性	288	①商品一般48 ②工事・建築45 ③ふとん類44	70歳以上及び 20～40歳代 女性中心 給与生活者 家事従事者	117万3千円		
			女性	448			28万8千円		
8	当選商法	715 (425)	男性	317	①宝くじ258 ②教養・娯楽サービスその他225 ③デジタルコンテンツ105	70歳以上 給与生活者 無職	19万円		
			女性	391			9万円		
9	サイドビジネス 商法	595 (541)	男性	244	①デジタルコンテンツ71 ②他の内職・副業65 ③ワープロ・パソコン内職37 ③健康食品37 ③商品一般37	20～30歳代 女性中心 給与生活者	67万7千円		
			女性	341			49万4千円		
10	次々販売	567 (605)	男性	161	①工事・建築51 ②ふとん類46 ③公社債37	70歳以上 女性中心 無職	510万3千円		
			女性	393			447万9千円		
11	点検商法	468 (496)	男性	195	①工事・建築189 ②ふとん類40 ③修理サービス34	70歳以上 女性中心 無職	73万9千円		
			女性	263			31万4千円		
12	テレビショッピ ング	452 (415)	男性	116	①音響・映像機器35 ②電気掃除機類28 ③ふとん類25	60歳以上 女性中心 家事従事者	3万8千円		
			女性	331			2万2千円		
13	身分詐称	365 (329)	男性	156	①公社債36 ②ファンド型投資商品27 ③新聞24	70歳以上 無職 家事従事者	413万円		
			女性	188			404万3千円		

14	景品付販売	306 (291)	男性	131	①新聞232 ②携帯電話サービス10 ③雑誌6	70歳以上 給与生活者 無職 家事従事者	9万2千円	
			女性	174			4万1千円	
15	カタログ販売	253 (228)	男性	69	①ふとん類13 ①商品一般13 ③他の健康食品9	70歳以上 女性中心 無職 家事従事者	24万1千円	
			女性	174			19万8千円	
16	職場訪販	242 (168)	男性	102	①リースサービス45 ②普通生命保険31 ③広告代理サービス18	40～60歳代 男性中心 企業・団体 給与生活者	282万円	
			女性	36			122万1千円	
17	キャッチセールス	226 (258)	男性	57	①エステティックサービス72 ②他の理美容用具25 ③タレント・モデル内職15	20歳代 女性中心 給与生活者	45万6千円	
			女性	169			23万9千円	
18	アポイントメントセールス	220 (191)	男性	126	①ネックレス43 ②指輪30 ③複合サービス会員19	20歳代 給与生活者	107万8千円	
			女性	93			27万3千円	
19	紹介販売	167 (163)	男性	58	①健康食品19 ②他の健康食品13 ③商品一般10	20歳代 女性中心 給与生活者	105万4千円	
			女性	106			90万2千円	
20	アンケート商法	166 (177)	男性	71	①エステティックサービス26 ②ネックレス10 ③デジタルコンテンツ9	20歳代 給与生活者	260万円	
			女性	95			31万9千円	
21	ネガティブオプション	147 (185)	男性	62	①商品一般18 ②単行本14 ③ミネラルウォーター9	70歳以上 無職 家事従事者	1万9千円	
			女性	70			2千円	
22	過量販売	140 (136)	男性	23	①他の教養・娯楽15 ②補習用教材12 ③ふとん類10	70歳以上 女性中心 無職	150万9千円	
			女性	116			140万円	
23	開運商法	126 (97)	男性	29	①祈とうサービス43 ②ブレスレット27 ③仏具・神具15	30歳以上 女性中心 給与生活者 無職 家事従事者	230万8千円	
			女性	96			221万2千円	
24	展示販売	113 (117)	男性	14	①着物類27 ②ネックレス10 ②家庭用電気治療器具10	70歳以上 女性中心 給与生活者 家事従事者	120万7千円	
			女性	99			14万4千円	
25	業務提供誘引販売	112 (98)	男性	41	①ワープロ・パソコン内職35 ②他の内職・副業14 ③タレント・モデル内職13	20～40歳代 女性中心 給与生活者	44万4千円	
			女性	71			23万5千円	

(注)※1 「販売方法・手口」は複数選択可能なため、件数の計は相談件数と一致しない。
 ※2 「販売方法・手口」の内容については、参考4 (P57)参照

(付表 8-2) 平成23年度 販売方法・手口別等苦情相談事例

○電子商取引（アダルト情報サイト）

(当事者) 20歳代 男性 給与生活者 契約金額 7万円

(相談内容) パソコンで芸能人に関する情報サイトを見ていたところ、18歳以上か問われたので、「はい」をクリックしたら、突然アダルトサイトにつながり、「登録完了しました。3日以内に7万円支払うように。」との画面が表示された。その請求画面はパソコンを立ち上げるたびに表示される。問い合わせ先に電話して事情を話したが、「登録が完了した以上、支払いはしてもらおう。払わなければIPアドレスから住所、勤務先を調べて回収に行く。」と言われた。支払いたくない。

(対応) 電子消費者契約における契約の成立要件を伝え、相談者の場合、契約が成立しているとは限らないことを伝えた。不安に思い業者に連絡を取ると個人情報把握されてしまい、長期にわたり料金をしつこく請求される恐れがあることも伝えた。業者に電話をしたことから電話番号を知られていると思われるので、業者の電話番号を着信拒否設定し、相手先が不明な電話番号には出ないなどの対応方法を助言した。貼り付いた請求画面の消し方については、IPA（独立行政法人情報処理推進機構）のホームページに対処方法が掲載されていることを案内した。

○家庭訪販、点検商法、次々販売（床下換気扇）

(当事者) 50歳代 女性 家事従事者 契約金額 21万円

(相談内容) 「床下換気扇のメーカーの名簿を見て無料点検に来た。」と業者が訪問して来た。半年前の点検時に問題ないと言われていたので断ったが、「換気扇のスイッチが逆についていることがある。」などと言われ、仕方なく点検を依頼した。風呂場の土台の柱に白カビが発生している写真を見せられ、調湿剤を撒かないと家が傾くと言われ、5袋分契約した。夕方に再度「ライトを紛失した。」と言って訪問され、その際に5袋の調湿剤を撒いた。ところが、土がかなり湿っているので、15袋撒かないと効果がないと言われ、翌日更に10袋撒いた。たびたび説明が変わり信用できないので支払いたくない。

(対応) 相談者に契約の経緯と問題点、相談者の意向を文書で通知するよう助言した。業者に契約者の意向を伝え、勧誘時の問題点や契約書面の不備を基に消費生活センターが交渉した結果、業者は解約を了解し、調湿剤の回収もしないこととなった。

○利殖商法（ファンド型投資商品）

(当事者) 40歳代 女性 家事従事者 契約金額 200万円

(相談内容) 和牛育成に係るファンド型投資商品を18年前に初めて50万円購入した。契約どおり配当が続いたので、昨年100万円、今年50万円の追加契約をした。最近になって、業者の依頼を受け代理人となった弁護士から、当該業者が経営破たんし、債務整理の任にあたることになったと連絡が来た。被害者弁護団を結成する動きもあるようだが、業者から説明も十分になされておらず、どう対応したらよいか。

(対応) 消費生活センターで把握している情報を提供し、資産の調査中だが今後破産管財人が決まれば説明会が行われると思われること、通知が送られているので債権者としてのリストには含まれており、必要事項は先方から通知が送られてくるのが一般的であることを伝えた。報道を注視し、説明会等に参加して今後の方針を判断するよう伝えた。

○電話勧誘、利殖商法（公社債）

（当 事 者） 80歳代 男性 無職 契約金額 500万円

（相談内容） 一昨日、「社債のパンフレットが届いていないか。その会社は、太陽光発電事業で将来有望なので、社債を購入してくれれば5倍で買い取る。」と電話があった。確かに数日前にパンフレットが届いていたが放置していた。最初は断っていたが、経済雑誌の記者を名乗る人物から、将来有望な社債なので、持っていれば取材をしたいと電話があり信用してしまった。本日、銀行から500万円を振り込もうとした際に、銀行の人に止められ、これまでの経緯を話したところ、不審な内容なのでよく考えるよう言われた。どう対応したらよいか。

（対 応） 典型的な劇場型の勧誘方法であることを説明した。お金を一旦支払うと業者と連絡が取れなくなり、返金を求めることも困難であることから、絶対に振り込まないよう伝え、併せて、業者から電話があっても毅然として断ること、着信拒否設定や番号表示機能を使用して不審な電話には出ないよう助言した。

○説明不足（スマートフォンの通信料）

（当 事 者） 30歳代 男性 給与生活者 契約金額 6千円

（相談内容） 携帯電話をスマートフォンに変えた際、店員から、「ポケット料金プランには、使用量に応じて3千円から6千円を支払う変額プランと5千円の定額プランの2種類がある。メールの送受信だけなら2千円程度にしかならない。」と説明を受けた。そこで変額プランを選択したところ、メールしかしていないのに6千円の請求を受けた。カスタマーセンターに問い合わせたところ、スマートフォンはアプリやOSの更新で通信をするので、通信料を抑えるには、使用しない間電源を切っておくしかないといわれた。スマートフォンの解約をしたいが、違約金は支払いたくない。どうしたらよいか。

（対 応） 購入時に説明された内容が事実と異なるのであれば、具体的に経緯を記した書面を携帯電話会社のカスタマーセンター宛に送るように助言した。後日、相談者から携帯電話会社が説明不足を認め、定額プランとすることで、千円の返金に応じたため、契約を定額プランに変更し、このまま使用するとの報告があった。

○通信販売、当選商法（海外懸賞金）

（当 事 者） 80歳代 男性 無職

（相談内容） 本日、中国から1億3千万円が当たる「賞金獲得登録書」と記載された書面が届いた。この書面に記入をして、同封された返信用封筒でカナダに返送するように書かれていた。身に覚えがないので無視をしていたが、また同じ内容の封筒が届いた。どのようにすればいいのか教えて欲しい。

（対 応） 契約は結んでいないので、このまま無視するよう助言した。また、同じような事例や海外宝くじについて情報提供した。今後、また何か送られてきて心配なときは、再度相談電話を入れるように伝えた。

(付表 9-1) 平成23年度 危害内容の商品・役務等別苦情相談件数、相談事例

単位:件数

商品・役務等 危害内容	商品一般	食料品	住居品	光熱水品	被服品	保健衛生品	教養娯楽品	車両・乗り物	土地・建物・設備	クリーニング	レンタル・リース・賃借	工事・建築・加工	修理・補修	管理・保管	金融保険サービス	運輸・通信サービス	教育サービス	教養・娯楽サービス	保健・福祉サービス	他の役務	他の行政サービス	計	割合	平成22年度件数
骨折	2	1	4		1			5				1						7	13	4		38	4.2%	37
脱臼・捻挫	1				1	1		4						1				3	2			13	1.5%	8
切断			1															1				2	0.2%	0
擦過傷・挫傷・打撲傷	6	2	8		9	4	3	8	2		2			1	1	1		4	7	4		62	6.9%	95
刺傷・切傷	2	8	13		7	6	6	3			3							2	7	3		60	6.7%	63
頭蓋(内)損傷	1																					1	0.1%	4
内臓損傷																						0	0.0%	1
神経・脊髄の損傷	3		2			1		1						1	1			4	12			25	2.8%	25
筋・腱の損傷	1	1	2				1												1			6	0.7%	8
窒息		1	1			2													1			5	0.6%	1
感覚機能の低下			1			3	1		1										1			7	0.8%	8
熱傷			12			9	8	1	2									1	16	4		53	5.9%	63
皮膚障害		19	5		8	148	1	1				1						4	38			225	25.1%	145
感電障害			2				4												1			7	0.8%	5
中毒		9	1																	8		18	2.0%	4
呼吸器障害		2	7	2	2	13			2		3	1						3	4	2		41	4.6%	16
消化器障害		51	1			5			2									1	4	16		80	8.9%	49
その他の疾病及び諸症状	1	38	20		12	48	12	1	9		9		2		1	2		6	82	6		249	27.9%	242
不明						3																3	0.3%	4
計	17	132	80	2	40	243	36	23	19	0	17	3	2	3	3	3	0	36	189	47	0	895	100.0%	778
割合	1.9%	14.7%	8.9%	0.2%	4.5%	27.3%	4.0%	2.6%	2.1%	0.0%	1.9%	0.3%	0.2%	0.3%	0.3%	0.3%	0.0%	4.0%	21.2%	5.3%	0.0%	100.0%	-	-
平成22年度件数	23	111	106	3	30	117	30	34	15	1	14	9	2	0	2	10	2	22	213	33	1	778	-	-

[相談事例] (お茶石けんによるアレルギー症状)

(当事者) 30歳代 女性 給与生活者

(相談内容) 2、3年前から小麦成分の含まれた洗顔石けんを使用していた。以前から時々まぶたが腫れたりすることはあったが、2か月前にもまぶたが腫れ、息苦しさも覚えた。そこで医師に検査を依頼したところ、石けんが原因と診断された。業者にはアレルギーの申し出をして、通院費と検査料を支払うと言われていたが、今後のことが心配なので被害者弁護団に相談したい。どうしたらよいか。

(対応) 被害者弁護団の連絡先や連絡方法などを案内し、弁護団の事務局に参加費用など知りたいことをきちんと確認するよう伝えた

(付表 9-2) 平成23年度 危険内容の商品・役務等別苦情相談件数、相談事例

単位:件数

商品・役務等 危険内容	商品一般	食料品	住居品	光熱水品	被服品	保健衛生品	教養娯楽品	車両・乗り物	土地・建物・設備	レンタル・リース・賃借	工事・建築・加工	修理・補修	運輸・通信サービス	教養・娯楽サービス	保健・福祉サービス	他の役務	計	割合	平成22年度件数
火災			1				1	3	1								6	1.7%	6
発火・引火			23				4	4	1								32	9.0%	33
発煙・火花		1	24			1	11	5	1		1						44	12.4%	67
過熱・こげる			27	1		2	7	1		1							39	11.0%	45
ガス爆発									2								2	0.6%	1
ガス漏れ			1	1			1				1						4	1.1%	3
点火・燃焼・消火不良			2	1													3	0.8%	6
漏電・電波等の障害			1														1	0.3%	1
燃料・液漏れ等			2	2		1		3									8	2.3%	10
化学物質による危険								1			1						2	0.6%	0
破裂			17	2			5	1		1							26	7.3%	25
破損・折損			13			1	1	15	3	1	2						36	10.1%	47
部品脱落			6			1	1	4				1					13	3.7%	17
機能故障	1		2					44	5	1	1	2					56	15.8%	61
転落・転倒・不安定			3					1	2	1	2					1	11	3.1%	8
バリ・鋭利			1														1	0.3%	0
操作・使用性の欠落		1	4			1	1	3	2		2						14	3.9%	12
腐敗・変質		1														1	2	0.6%	3
異物の混入		27	2		5											4	38	10.7%	31
異物の侵入		1															1	0.3%	0
その他		1				4	1	1	4	1	1		1	1	1		16	4.4%	19
計	1	32	129	7	5	11	33	86	21	6	11	3	1	2	1	6	355	100.0%	395
割合	0.3%	9.0%	36.3%	2.0%	1.4%	3.1%	9.3%	24.2%	5.9%	1.7%	3.1%	0.8%	0.3%	0.6%	0.3%	1.7%	100.0%	-	-
平成22年度件数	0	32	155	4	9	19	47	96	13	4	4	10	0	0	0	2	395	-	-

[相談事例] (発煙した「デスクライト」)

(当事者) 40歳代 男性 給与生活者

(相談内容) 2年前に購入した電球型蛍光灯のデスクライトを息子の勉強機の照明として使用していた。一昨日の夜中にライトを使用していたところ、異臭がしたので見てみると電球型蛍光灯から煙が出ていた。スイッチを切り確認してみると、電球に穴が開き、ソケットに繋がる樹脂が焦げ、ボディ部分が膨れていた。メーカーには連絡したが、消費生活センターにも情報提供する。

(対応) メーカーに連絡してあり、現品も送ってあるとのことだったので、相談者にメーカーの対応について報告を依頼した。また、メーカーにも調査結果を消費生活センターにも送付するよう依頼した。後日、報告書がメーカーから送られ、「発光管の製造不良による短寿命と考えられる。非常にまれなケースで、同型品での発生例はなく、他の型式で過去に1例の発生を確認した。この個体だけの事象であり、他の商品では問題ない。」とのことであった。同型品は販売終了のため、相談者に同等品を送付するとのことであった。相談者は、報告書の内容、業者対応に納得したとのことだったので相談を終了した。

(付表 10) 平成 23 年度 苦情相談の契約購入金額・既支払金額

単位:件数

区分	年度	1万円未満	1万円以上 10万円未満	10万円以上 100万円未満	100万円以上 1000万円未満	1千万円以上	判明分	平均金額 (千円)
契約購入金額	23年度	6,324	13,689	8,892	3,929	1,321	34,155	1,575
		(18.5%)	(40.1%)	(26.0%)	(11.5%)	(3.9%)	(100.0%)	
	22年度	5,636	12,824	9,190	4,280	1,257	33,187	1,602
		(17.0%)	(38.6%)	(27.7%)	(12.9%)	(3.8%)	(100.0%)	
	前年度比	(112.2%)	(106.7%)	(96.8%)	(91.8%)	(105.1%)	(102.9%)	(98.3%)
	既支払金額	23年度	3,889	5,588	4,490	2,267	597	16,831
(23.1%)			(33.2%)	(26.7%)	(13.5%)	(3.5%)	(100.0%)	
22年度		3,635	5,446	4,750	2,423	495	16,749	1,279
		(21.7%)	(32.5%)	(28.3%)	(14.5%)	(3.0%)	(100.0%)	
前年度比		(107.0%)	(102.6%)	(94.5%)	(93.6%)	(120.6%)	(100.5%)	(107.3%)

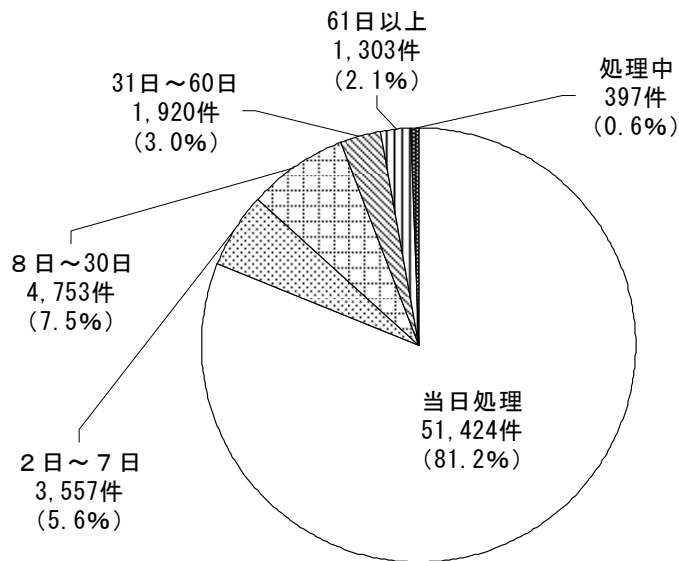
(付表 11) 平成 23 年度 クーリング・オフに関する相談の契約購入金額

単位:件数

区分	1万円未満	1万円以上 10万円未満	10万円以上 100万円未満	100万円以上 1000万円未満	1千万円以上	判明分	合計金額 (千円)	最大金額 (千円)	平均金額 (千円)
件数	114	420	840	284	30	1,688	1,588,467	34,380	941
構成比	(6.7%)	(24.9%)	(49.8%)	(16.8%)	(1.8%)	100.0%			

(注) 「内容等キーワード」に「クーリング・オフ」が付与された相談 2,074 件のうち、契約購入金額判明分について分析したものです。

(付図5) 平成 23 年度 苦情相談処理日数 (平成 24 年3月 31 日現在)

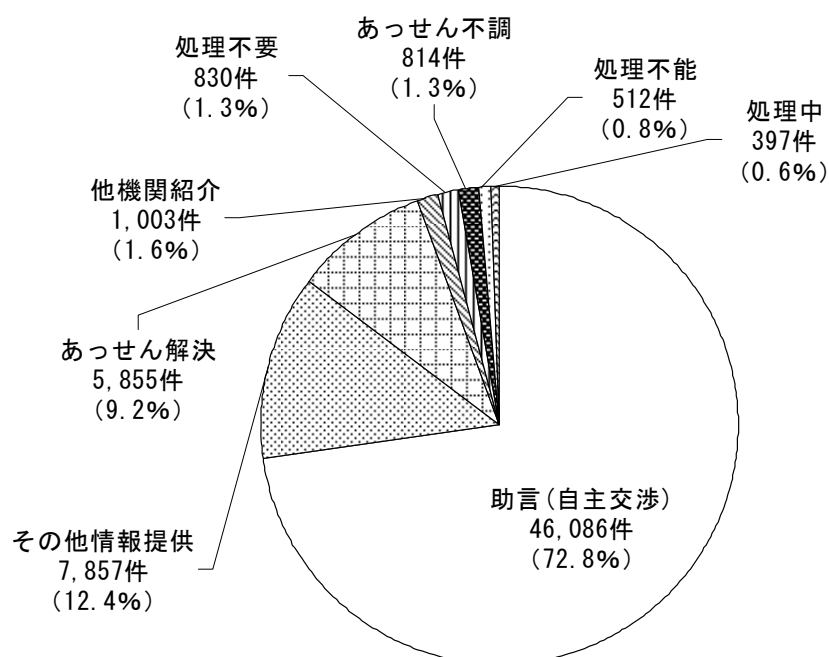


苦情相談処理日数の推移(各年度末時点)

単位:件

	当日処理	2日～7日	8日～30日	31日～60日	61日以上	処理中
平成20年度	48,712	3,097	4,218	1,552	1,296	1,041
	81.3%	5.2%	7.0%	2.6%	2.2%	1.7%
平成21年度	48,644	3,623	4,545	1,795	1,355	1,411
	79.3%	5.9%	7.4%	2.9%	2.2%	2.3%
平成22年度	50,158	3,551	4,425	1,580	1,214	1,236
	80.7%	5.7%	7.1%	2.5%	2.0%	2.0%
平成23年度	51,424	3,557	4,753	1,920	1,303	397
	81.2%	5.6%	7.5%	3.0%	2.1%	0.6%

(付図6) 平成 23 年度 苦情相談処理結果状況 (平成 24 年3月 31 日現在)



参考資料

(参考1) 消費生活相談の区分

区分	性格
苦情	事業者の提供する物資等によって生じた消費生活上の苦情に関する相談をいう。
問合せ	物資等その他消費生活に関する情報の提供に関する相談をいう。
要望	物資等その他消費生活に関して、消費者の保護その他消費生活の安定及び向上に役立つ希望に関する相談をいう。

(参考2) 商品・役務等別分類

A. 商品一般	A 0 0	6. 他の保健衛生品	F 6 0	7. 預貯金・証券等	Q 7 0
B. 食料品		G. 教養娯楽品		7.5. デリバティブ取引	Q 7 5
1. 食料品一般	B 1 0	1. 教養娯楽品一般	G 1 0	7.6. ファンド型投資商品	Q 7 6
2. 主要食品		2. 文具・事務用品	G 2 0	8. 融資サービス	Q 8 0
1. 穀類	B 2 1	2.1. パソコン・パソコン関連用品	G 2 1	9. 他の金融関連サービス	Q 9 0
2. 魚介類	B 2 2	2.5. 電話機・電話機用品	G 2 5	R. 運輸・通信サービス	
3. 肉類	B 2 3	3. 学習教材	G 3 0	7. 運輸・運送サービス	
4. 乳卵類	B 2 4	4. 書籍・印刷物	G 4 0	0. 運輸・運送サービス一般	R 7 0
5. 野菜・海草	B 2 5	5. 音響・映像製品	G 5 0	1. 旅客運送サービス	R 7 1
6. 油脂・調味料	B 2 6	6. スポーツ用品	G 6 0	2. 郵便・貨物運送サービス	R 7 2
3. し好食品		7. 光学機器・時計		8. 放送・通信サービス	
1. 果物	B 3 1	1. カメラ類	G 7 1	0. 放送・通信サービス一般	R 8 0
2. 菓子類	B 3 2	2. 時計	G 7 2	1. 電報・固定電話	R 8 1
3. 飲料	B 3 3	3. 他の光学機器	G 7 3	2. 移動通信サービス	R 8 2
4. 酒類	B 3 4	8. 玩具・遊具	G 8 0	3. 放送・コンテンツ等	R 8 3
4. 調理食品	B 4 0	9. 他の教養娯楽品		4. インターネット通信サービス	R 8 4
1. 健康食品	B 5 1	1. 楽器	G 9 1	S. 教育サービス	
2. 食料品その他	B 5 2	2. 他の教養娯楽品	G 9 2	1. 教育一般	S 1 0
C. 住居品		H. 車両・乗り物		2. 学校教育	S 2 0
1. 住居品一般	C 1 0	1. 車両・乗り物一般	H 1 0	3. 補習教育	S 3 0
2. 家事用品		2. 自動車	H 2 0	4. 他の教育	S 4 0
1. 食生活機器	C 2 1	3. 自動車用品	H 3 0	T. 教養・娯楽サービス	
2. 食器・台所用品	C 2 2	4. 自転車・用品	H 4 0	1. 教養・娯楽一般	T 1 0
3. 洗濯・裁縫用具	C 2 3	5. 運搬用具	H 5 0	2. 旅行代理業	T 2 0
4. 掃除用具	C 2 4	6. 他の乗り物	H 6 0	3. 宿泊施設	T 3 0
5. 洗浄剤等	C 2 5	I. 土地・建物・設備		4. 教室・講座	T 4 0
3. 住生活用品		1. 土地・建物・設備一般	I 1 0	5. 観覧・鑑賞	T 5 0
1. 空調・冷暖房機器	C 3 1	2. 土地	I 2 0	6. 各種会員権	T 6 0
2. 家具・寝具	C 3 2	(借地 L-I 2 0)		7. 他の教養・娯楽	T 7 0
3. 室内装備品	C 3 3	(土地造成 M-I 2 0)		U. 保健・福祉サービス	
4. 照明器具	C 3 4	(土地管理 O-I 2 0)		1. 保健・福祉一般	U 1 0
4. 他の住居品	C 4 0	3. 建物		2. 保健	
D. 光熱水品		1. 建物一般	I 3 1	1. 医療	U 2 1
1. 光熱水品一般	D 1 0	2. 集合住宅	I 3 2	2. 理美容	U 2 2
2. 電気	D 2 0	(分譲マンション I 3 2)		3. 浴場	U 2 3
3. ガス	D 3 0	(賃貸マンション・アパート		4. 衛生サービス	U 2 4
4. 石油	D 4 0	L-I 3 2)		3. 福祉	
5. 水道	D 5 0	(マンション管理 O-I 3 2)		1. 保育	U 3 1
6. 他の光熱水品	D 6 0	3. 戸建住宅	I 3 3	2. 老人福祉・サービス	U 3 2
E. 被服品		(建売住宅 I 3 3)		4. 他の保健・福祉	U 4 0
1. 被服品一般	E 1 0	(借家 L-I 3 3)		V. 他の役務	
2. 和服	E 2 0	(注文住宅 M-I 3 3)		1. 外食・食事宅配	V 1 0
3. 洋服		(増改築 M-I 3 3)		2. 冠婚葬祭	V 2 0
1. 洋服一般	E 3 1	4. 他の建物	I 3 4	3. 家事サービス	V 3 0
2. 紳士洋服	E 3 2	4. 住宅構成材	I 4 0	4. 役務その他	V 4 0
3. 婦人洋服	E 3 3	5. 住宅設備		W. 内職・副業・ねずみ講	
4. 子供洋服	E 3 4	1. 空調・冷暖房・給湯設備	I 5 1	1.5. 内職・副業一般	W 1 5
5. 洋装下着	E 3 5	2. 衛生設備	I 5 2	3. 自動販売機	W 3 0
4. 身の回り品		3. 屋外装備品	I 5 3	4. 内職・副業	W 4 0
1. 履物	E 4 1	4. 他の住宅設備	I 5 4	5. 無限連鎖講	W 5 0
2. かばん	E 4 2	J. 他の商品	J 0 0	X. 他の行政サービス	X 0 0
3. アクセサリー	E 4 3	K. クリーニング	K	Z. 他の相談	
4. 他の身の回り品	E 4 4	L. レンタル・リース・貸借	L	1. 消費者運動	Z 1 0
5. 生地・糸類	E 5 0	M. 工事・建築・加工	M	(消費者問題一般)	
6. 他の被服品	E 6 0	N. 修理・補修	N	2. 家庭管理	Z 2 0
F. 保健衛生品		O. 管理・保管	O	3. 健康管理	Z 3 0
1. 保健衛生品一般	F 1 0	P. 役務一般	P 0 0	4. 相隣関係	Z 4 0
2. 医薬品	F 2 0	Q. 金融・保険サービス		5. 慣習・しきたり	Z 5 0
3. 医療用具	F 3 0	1. 金融・保険一般	Q 1 0	6. 婚姻	Z 6 0
4. 化粧品	F 4 0	2. 生命保険	Q 2 0	7. 相続	Z 7 0
5. 理美容器具・用品	F 5 0	3. 損害保険	Q 3 0	8. 相談その他	Z 8 0
		3.5. その他の保険	Q 3 5		

(参考3) 内容別分類

内容別分類	相談内容
安全・衛生	身体・生命の被害及びそのおそれのある事故、火災・発火等の危険、食品衛生、発ガン性や残留農薬等の一般的安全性及び衛生に関する相談
品質・機能 役務品質	商品の品質、機能・性能、故障、不具合、使い勝手等及び役務の内容・水準等に関する相談
法規・基準	法律、条例、指導通達、業界基準、自主基準、法規格、任意規格等規定された一定の基準に関する相談
価格・料金	商品の価格及び利用料、使用料等役務の対価に関する相談
計量・量目	商品の計量方法、計量・量目及びそれらの不足に関する相談
表示・広告	商品・役務の内容、取引条件及び取引に関するその他の事項について事業者が行う表示、広告、マーク等の相談
販売方法	購入したか否か関係なく、販売形態、販売の手口、セールストーク等のいずれかひとつでも問題がある相談
契約・解約	法律行為としての契約に関する相談及び法定解除理由がないと判断される解約に関する相談
接客対応	アフターサービス、販売時の接客態度、クレーム処理、保証等に関する相談
包装・容器	商品に附随する包装、容器に関する相談
施設・設備	商品・役務を販売している施設、設備に関する安全・衛生、品質・機能等一切の相談
買物相談	商品・役務を購入するに先立って、情報を収集する目的での相談
生活知識	商品・役務の購入に関係なく、生活の知恵、暮らしのノウハウ等を問う相談
その他	上記のいずれにも含まれない内容の相談

(参考4) 販売方法・手口一覧

区 分	内 容
電子商取引	オンラインショッピング。インターネット等のネットワーク上で行う取引
家庭訪販	販売員が消費者の家庭を訪問し、商品・サービスを販売するもの
電話勧誘	販売員が消費者の職場や家庭等へ電話で勧誘し、商品・サービスを販売するもの
無料商法	「無料サービス」「無料体験」など「無料」をセールストークにして広告やチラシで人を 集め高額な商品やサービスを売りつける商法
利殖商法	「高利回り」など利殖になることを強調して投資や出資を勧誘する商法
二次被害	一度、被害を受けた消費者を再び勧誘し被害を与えるもの
販売目的隠匿	意図的に販売目的を説明せず不意打ち的に契約をさせるもの
次々販売	一人の消費者に次から次に契約させる販売方法
サイドビジネス商法	「内職・副業(サイドビジネス)になる」「脱サラできる」等のセールストークで「講座」や 機材等を契約させる商法
当選商法	「当選した」「あなたが選ばれた」などと特別な優位性を強調して売り付ける商法
点検商法	「点検に来た」と言って来訪し、「布団にダニがいる」「工事をしないと危険」などと、事実と異なることを言い新品や別の商品・サービス等を契約させる商法
テレビショッピング	テレビを広告媒体とした通信販売
景品付販売	景品を押付けて強引に契約するなど、景品を付けることを販売勧誘の手段にしているもの
アポイントメントセールス	「景品が当たった」などと、販売目的を隠し、あるいは「特別に選ばれた」などと有利な条件を強調して電話等で喫茶店や営業所などへ呼び出し、商品・サービスの契約させるもの
カタログ通販	カタログやパンフレットを広告媒体とした通信販売
かたり商法(身分詐称)	あたかも公的機関や有名企業の職員やその関係者であるかのように思わせるそぶりやトークで売り付ける商法
ネガティブオプション	商品を一方的に送りつけ、消費者が受け取った以上、支払わなければならないと勘違いして支払うことを狙った商法
キャッチセールス	駅や繁華街の路上で呼び止めて喫茶店や営業所に連れて行き、応じるまで開放しない雰囲気の商品・サービスの契約をさせるもの
SF(催眠)商法	人を集め、閉め切った会場で台所用品などをタダ同然で配り、得した気分にならせ興奮状態にしておいて、最後に高額な商品売りつける商法
過量販売	商品・サービスともに必要以上の量や長期間の契約を迫り、結果として高額な契約をさせるもの
紹介販売	商品・サービスを購入した人に、知人など他の人を紹介させて販売を拡大する販売システム
職場訪販	販売員が商品の販売を目的に消費者の職場を訪問し、商品・サービスを販売するもの
アンケート商法	「アンケートに答えて」「アンケートをとるだけ」等といって消費者の警戒心を解かせて 売りつける商法
展示販売	展示会や博覧会と称して、一定期間仮設店舗などの会場で商品を販売するもの
業務提供誘引販売	「業務提供利益」を受けられるとして顧客を誘引し、顧客に商品やサービスの販売・あっせんをし、その対価として金銭的負担(特定負担)を負わせる取引。

(参考5) 神奈川県内の消費生活相談窓口のご案内

平成24年7月11日現在

市町村	相談窓口	相談日	相談時間	住所	電話番号	
横浜市	横浜市消費生活総合センター [土日は電話相談のみ]	毎日 〔年末年始・月曜日から金曜日の祝日は除きます。〕	平日 9:00~18:00 土日 9:00~16:45	横浜市港南区上大岡西1-6-1 ゆめおおおかオフィスタワー4階	045-845-6666	
※まずは、上記センターにお電話ください。面接による相談が必要な場合は、予約制(相談日:月~金)により市内18区役所またはセンターで行います。						
川崎市	川崎市消費者行政センター [夜間(金曜日)は電話相談のみ]	月~金 金(夜間)	9:00~16:00 16:00~19:00	川崎市川崎区砂子1-8-9 御幸ビル5階	044-200-3030	
※上記センターのほか、面談相談が必要な場合は、中原区(金曜)・高津区(火曜)・多摩区(月曜)の3区役所で出張相談を行います。前日までに上記電話へ予約を。						
相模原市	相模原市北消費生活センター	毎日	9:00~12:00、13:00~16:00	相模原市緑区橋本6-2-1 JR橋本駅北口 サティビル6階	042-775-1770	
	相模原市相模原消費生活センター	月~金	9:00~12:00、13:00~16:00	相模原市中央区相模原1-1-3 JR相模原駅ビル4階	042-776-2511	
	相模原市南消費生活センター	月~金	9:00~12:00、13:00~16:00	相模原市南区相模大野5-31-1 南区合同庁舎3階	042-749-2175	
横須賀市	横須賀市消費生活センター	月~金 (祝祭日を除く)	8:30~16:30	横須賀市本町2-1 総合福祉会館内2階	046-821-1314	
平塚市	平塚市消費生活センター	平塚市、大磯町、二宮町 にお住まいの方	月~金	9:30~16:00	平塚市八重咲町3-3 J Aビルかながわ内2階	0463-21-7530
鎌倉市	鎌倉市消費生活センター	月~金	9:30~16:00	鎌倉市御成町18-10 鎌倉市役所内	0467-24-0077	
藤沢市	藤沢市消費生活センター	※当面の間、土・日曜日の電話相談を中止しています。 〔年末年始・月曜日から金曜日の祝日は除きます。〕	月~金	9:00~12:00、13:00~16:00	藤沢市朝日町1-1 藤沢市役所内	0466-25-1111 (代)
小田原市	小田原市消費生活センター	小田原市、箱根町、真鶴町、湯河原町にお住まいの方	月~金	9:30~12:00、13:00~16:00	小田原市荻窪300 小田原市役所内	0465-33-1777
茅ヶ崎市	茅ヶ崎市消費生活センター [寒川町の相談窓口も利用可]	茅ヶ崎市、寒川町に在住・在勤・在学の方	月~金	9:30~16:00	茅ヶ崎市茅ヶ崎1-1-1 茅ヶ崎市役所内	0467-82-1111 (代)
逗子市	逗子市生活安全課	月・水・金	9:30~12:00、13:00~16:00	逗子市逗子5-2-16 逗子市役所内	046-873-1111 (代)	
三浦市	三浦市協働推進課(消費生活相談)	月・木 [祝日の際は、翌平日]	9:30~12:00、13:00~15:30	三浦市城山町1-1 三浦市役所内	046-882-1111 (代)	
秦野市	秦野市消費生活センター	月~金	9:00~12:00、13:00~16:00	秦野市桜町1-3-2 秦野市役所内	0463-82-5181	
厚木市	厚木市消費生活センター	厚木市、清川村にお住まいの方	月~金	9:30~16:00	厚木市栄町1-16-15 厚木商工会議所会館内4階	046-294-5800
大和市	大和市消費生活センター	月~金	9:30~12:00、13:00~16:00	大和市下鶴間1-1-1 大和市役所内	046-260-5120	
	高座渋谷駅前複合ビル内市民相談コーナー 消費生活相談窓口	火	9:30~12:00、13:00~16:00	大和市福田2021-2 高座渋谷駅前複合ビル(イコーザ)内	046-267-2232	
伊勢原市	伊勢原市消費生活センター	月~金	9:30~12:00、13:00~16:00	伊勢原市田中348 伊勢原市役所内	0463-95-3500	
海老名市	海老名市消費生活センター	※7月~8月25日の間は相談時間を変更しています。	月~金 〔夏季のみ 水・土曜日は9:00~12:00〕	9:00~16:30 海老名市勝瀬175-1 海老名市役所内	046-292-1000	
座間市	座間市消費生活センター	月~金	9:30~12:00、13:00~15:30 〔偶数月第2水曜日は13:00~15:30のみ〕	座間市緑ヶ丘1-1-1 座間市役所内	046-252-8490	
南足柄市	南足柄市消費生活センター	南足柄市、中井町、大井町、松田町、山北町、開成町にお住まいの方	月・火・水・金	9:30~12:00、13:00~16:00	南足柄市関本440 南足柄市役所内	0465-71-0163
綾瀬市	綾瀬市消費生活センター	月・火・木・金	10:00~12:00、13:00~16:00	綾瀬市早川550番地 綾瀬市役所内	0467-70-3335	
葉山町	葉山町町民サービス課	水	9:30~12:00、13:00~15:30	三浦郡葉山町堀内2135 葉山町役場内	046-876-1111 (代)	
寒川町	寒川町町民課 [茅ヶ崎市の相談窓口も利用可]	寒川町、茅ヶ崎市に在住・在勤・在学の方	月・木	10:00~12:00、13:00~16:00	高座郡寒川町宮山165 寒川町役場内	0467-74-1111 (代)
大磯町	大磯町町民課 [職員が対応]	大磯町、二宮町にお住まいの方は平塚市消費生活センターもご利用いただけます。	月~金	8:30~17:15	中郡大磯町東小磯183番地 大磯町役場内	0463-61-4100(代)
二宮町	二宮町防災安全課 [職員が対応]	月~金	9:00~17:00	中郡二宮町二宮961 二宮町役場内	0463-71-3311(代)	
中井町	中井町環境経済課 [職員が対応]	木	8:30~17:15	足柄上郡中井町比奈窪56 中井町役場内	0465-81-1115	
大井町	大井町総務安全課防災安全室 [職員が対応]	木	8:30~17:15	足柄上郡大井町金子1995 大井町役場内	0465-85-5002	
松田町	松田町環境経済課 [職員が対応]	木	8:30~17:15	足柄上郡松田町松田惣領2037 松田町役場内	0465-83-1228	
山北町	山北町商工観光課 [職員が対応]	木	8:30~17:15	足柄上郡山北町山北1301-4 山北町役場内	0465-75-3646	
開成町	開成町産業振興課 [職員が対応]	木	8:30~17:15	足柄上郡開成町延沢773 開成町役場内	0465-84-0317	
箱根町	箱根町総務課 [職員が対応]	月~金	8:30~17:15	足柄下郡箱根町湯本256 箱根町役場内	0460-85-7160	
真鶴町	真鶴町町民生活課 [職員が対応]	月~金	8:30~17:15	足柄下郡真鶴町岩244-1 真鶴町役場内	0465-68-1131(代)	
湯河原町	湯河原町住民課 [職員が対応]	月~金	8:30~17:15	足柄下郡湯河原町中央2-2-1 湯河原町役場内	0465-63-2111(代)	
愛川町	愛川町住民課	月・木 火・水・金は随時職員が対応。	10:00~12:00、13:00~16:00	愛甲郡愛川町角田251-1 愛川町役場内	046-285-2111 (代)	
清川村	◆清川村にお住まいの方は、上記厚木市消費生活センターをご利用ください。	清川村の消費生活主管課	◇清川村 【総務課】	046-288-1212		
神奈川県	かながわ中央消費生活センター	月~金 土・日・祝日	9:30~19:00 9:30~16:30	横浜市神奈川区鶴屋町2-24-2 かながわ県民センター6階	045-311-0999	
	※お住まいの市町村で相談窓口を開いていない日や、特別な理由でお住まいの市町村での相談を希望しない方などからの相談を受け付けています。詳しくはかながわ中央消費生活センターへお問い合わせください。 ※年末年始及び8月19日、10月21日、12月16日、2月17日(かながわ県民センター休館日)及び12月28日17時以降はお休みです。					

※ 祝日は、かながわ中央消費生活センターをご利用ください。また、相模原市に在住、在勤の方は相模原市北消費生活センターもご利用いただけます。

いずれの相談窓口も、年末年始(12月29日~1月3日)はお休みです。