平成22年度　神奈川県内における

消費生活相談概要

平成23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割強 ･･････････････････････････････････････ 1

（３）「役務（サービス）」に関する苦情相談が過半数 ･･ 1

（４）「公社債」、「ファンド型投資商品」等利殖に関する相談が急増 ･･････････････････････････ 2

（５）　契約当事者の性別・年代別では６０歳以上の男性が増加 ･･････････････････････････････ 3

（６）　販売購入形態別では「電話勧誘販売」が急増 ･･ 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」及び「危険」に関する相談は減少 ･･ 5

３　特徴的な苦情相談

（１）「利殖商法」に関する苦情相談 ･･ 6

（２）「高齢者」からの苦情相談 ･･ 16

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　･･ 26

（２）生活再建支援相談 ･･ 29

付表・付図

＜消費生活相談受付状況＞
（付表１－１）平成 22 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 ･････････ 31
（付図１）　消費生活相談件数の推移 ･･･ 32
（付表１－２）平成 22 年度　相談者の居住地別苦情相談件数 ･････････････････････････ 33
＜苦情相談の状況＞
（付図２）　平成 22 年度　相談方法別件数及び構成比 ･････････････････････････････ 34
（付表２）　平成 22 年度　苦情相談の分類別状況 ･････････････････････････････････ 35

＜苦情相談上位品目関連＞
（付表３－１）平成 22 年度　苦情相談の上位 25 品目＜前年度比較＞ ･･････････････････ 36
（付表３－２）平成 22 年度　苦情相談の上位 25 品目＜前年度順位比較＞ ･･････････････ 37

＜契約当事者関連＞
（付図３）　平成 22 年度　苦情相談の契約当事者性別・年代別件数 ･･････････････････ 38
（付図４）　平成 22 年度　苦情相談の契約当事者職業別件数及び構成比 ･･････････････ 38
（付表４）　平成 22 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＞ ････ 39
（付表５－１）平成 22 年度　契約当事者年代別苦情相談上位５品目 ･･････････････････ 39
（付表５－２）平成 22 年度　契約当事者（男性）年代別苦情相談上位５品目 ･･････････ 40
（付表５－３）平成 22 年度　契約当事者（女性）年代別苦情相談上位５品目 ･･････････ 40

＜特殊販売関連＞
（付表６）　平成 22 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＞ 41
（付表７－１）平成 22 年度　訪問販売の苦情上位 10 品目＜前年度順位比較＞ ･･････････ 42
（付表７－２）平成 22 年度　通信販売の苦情上位５品目＜前年度順位比較＞ ･･････････ 42
（付表７－３）平成 22 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＞ ･･････ 42
（付表７－４）平成 22 年度　電話勧誘販売の苦情上位５品目＜前年度順位比較＞ ･･････ 43
（付表７－５）平成 22 年度　ﾈｶﾞﾃｨﾌﾞ・ｵﾌﾟｼｮﾝの苦情上位５品目＜前年度順位比較＞ ･･････ 43
（付表７－６）平成 22 年度　その他無店舗の苦情上位３品目＜前年度順位比較＞ ･･････ 43

＜販売方法・手口別関連＞
（付表８－１）平成 22 年度　販売方法・手口別の苦情相談の上位 25 位 ･･････････････ 44
（付表８－２）平成 22 年度　販売方法・手口別等苦情相談事例 ･･････････････････････ 46

＜危害・危険関連＞
（付表９－１）平成 22 年度　危害内容の商品・役務等別苦情相談件数、相談事例 ･･････ 49
（付表９－２）平成 22 年度　危険内容の商品・役務等別苦情相談件数、相談事例 ･･････ 50

＜その他＞
（付表１０）　平成 22 年度　苦情相談の契約購入金額・既支払金額 ･･････････････････ 51
（付表１１）　平成 22 年度　クーリング・オフに関する相談の契約購入金額 ･･････････ 51
（付図５）　平成 22 年度　苦情相談処理日数 ･･････････････････････････････････････ 52
（付図６）　平成 22 年度　苦情相談処理結果状況 ･･････････････････････････････････ 52

参考資料
（参考１）　消費生活相談の区分 ･･ 53
（参考２）　商品・役務等別分類 ･･ 54
（参考３）　内容別分類 ･･ 55
（参考４）　販売方法・手口一覧 ･･ 56
（参考５）　神奈川県内の消費生活相談窓口のご案内 ･･････････････････････････････････ 57

１　消費生活相談の状況

消費生活相談件数は、６７，６５２件　　（付図１、付表１－１～２）

平成 22 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、67,652 件（県 12,057 件、市町村 55,595 件）で、前年度（67,312 件）と比べると 340 件(0.5%)増加しています。

相談件数の内訳は、苦情 62,164 件、問合せ 5,483 件、要望 5 件（平成 21 年度 苦情 61,373 件、問合せ 5,930 件、要望 9 件）で、苦情相談が消費生活相談全体の 91.9%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神奈川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 62,164 件(県 11,234 件、市町村 50,930 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みると、「電話」による相談が最も多く 54,777 件で、全体の 88.1%を占めています。次いで「来訪」による相談が 7,236 件で 11.6%、「文書」が 151 件で 0.3%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割強　　（付表２）

内容別の分類をみると、「契約・解約」に関する相談が 44,660 件で、全体の 71.8%を占めています。次いで「販売方法」26,307 件（42.3%）、「価格・料金」13,569 件（21.8%）、「品質・機能・役務品質」10,485 件（16.9%）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の「販売方法」(26,307 件）で、前年度(24,883 件）に比べると 1,424 件増加しています。次いで商品の内容や広告などの「表示・広告」(3,965 件)で前年度（3,380 件）に比べると 585 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）

商品・役務別の分類をみると『役務（サービス)』に関する相談は 32,048 件で、前年度 31,359 件に比べると 2.2%の増加で、構成比では 51.6%を占めています。

『商品』に関する相談は 21,596 件（34.7%）で、前年度 21,630 件(35.2%)に比べ構成比で 0.5 ポイント減少し、『商品関連役務』に関する相談も 7,741 件（12.5%）で、前年度 8,049 件（13.1%）に比べ、構成比で 0.6 ポイント減少しています。

『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 14,811 件で、前年度（14,204 件）と比べると 4.3%増加しています。次いで相談の多かったのは、「金融・保険サービス」の 8,269 件で、前年度（7,856 件）と比べると 5.3%増加しています。また、パックツアー等の「教養・娯楽サービス」は 2,824 件で、前年度（2,616 件）と比べると 8.0%増加しています。

『商品』に関する相談で最も相談の多かったのは、新聞、音響・映像機器などの「教養娯楽品」の 5,429 件で、前年度（5,472 件）と比べると 0.8%減少しています。一方、商品が特定できな

い「商品一般」は 1,482 件で、前年度（1,364 件）と比べると 8.7%増加しています。これは、平成 22 年 4 月に資金決済法の施行に伴い、「手持ちの商品券がいつまで使えるか。」という相談が増えたことによります。

『商品関連役務』に関する相談で最も多かったのは、不動産貸借などの「レンタル・リース・貸借」の 3,856 件で、前年度（4,311 件）と比べると 10.6%減少しています。

（４）「公社債」、「ファンド型投資商品」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「デジタルコンテンツ(※1)」の 10,848 件で、前年度（10,319 件）と比べると 5.1%増加しています。「ネットサーフィンをしていたらアダルトサイトにアクセスし、クリックしたらいきなり登録となり料金を請求され、料金請求画面が消えない。」などのアダルト情報サイトによる相談内容が多くを占めています。

次いで、賃貸アパートの退去時の原状回復や敷金の清算および更新料をめぐるトラブルなどに関する「不動産貸借」が 3,454 件で、前年度（3,783 件）と比べると 8.7%減少、「フリーローン・サラ金」が 3,252 件で、前年度（3,620 件）と比べると 10.2%減少しています。

増加率が高いのは「公社債」に関する相談の 591 件で、前年度(134 件)と比べ約 4.4 倍に増加しています。このほか未公開株を含めた「株」に関する相談が 835 件と前年度(647 件)と比べて 29.1%増加、また事業や水利権等への出資などの「ファンド型投資商品」に関する相談が 485 件と前年度(180 件)と比べると約 2.7 倍に増加しています。

「以前購入した未公開株を買い取るので将来有望な会社の社債を購入して欲しい」、「高利回りが期待できるし発展途上国に対する社会貢献にもつながるなどと電話で勧誘され社債を購入したが実体のない会社だった」などの利殖に関連した相談が急増しています。

他に、テレビや携帯型音響映像機器に関する相談の「音響・映像機器」が 675 件で、前年度(529 件)と比べると 27.6% 増加しています。これは、地上デジタル放送への対応に伴う機器の買い替えやアンテナの設置などに伴い、消費者への説明不足や消費者の理解が不十分なことによるトラブルが増加したためです。

また、商品販売を伴わない民間のアンケート調査の信用性など多様な相談に関する「相談その他」が 556 件で、前年度(241 件)と比べると約 2.3 倍に増加しています。

逆に、減少しているのは「エステティック」に関する相談で 591 件と、前年度(1,410 件)と比べると 41.9%と半分以下に減少しています。これは前年度県内に複数店舗を展開する中規模のエステティック店の倒産に伴い多くの相談が寄せられましたが、昨年度はそうした相談が減少したためです。

※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）契約当事者の性別・年代別では６０歳以上の男性が増加

（付図３～４）（付表４、付表５－１～３）

契約当事者を年代別にみると、相談件数の最も多かったのは 30 歳代の 11,177 件(18.0%)、次いで 40 歳代の 10,469 件(16.8%)、70 歳以上の 9,868 件(15.9%)と続きます。

件数が大きく増えているのは60歳以上ですが､20歳未満も男性の相談を中心に増加しています。

『性別』では、女性の占める割合が全体の 48.3%で、男性が 48.9%となっています。これを年代別でみると、女性は 60 歳代及び 70 歳以上を除き各年代で減少しています。男性は 20 歳未満及び 40 歳以上で増加していますが、特に 60 歳代で 18.5% 、70 歳以上で 23.0%の増となっています。

『職業別』では、「給与生活者」が 39.0%、「無職」が 21.2%、「家事従事者」が 21.0%、「学生」が 5.1%の順になっています。前年度と比較すると「無職」が 2.1 ポイント増加しています。

『年代別』に品目をみると、70 歳以上を除く全ての年代で「デジタルコンテンツ」、70 歳以上では「工事・建築」が 1 位となっています。

これをさらに性別で見ると、男性では「デジタルコンテンツ」が 70 歳以上を除く各年代で 1 位で、20 歳未満では「新聞」やパケット料金等に関する相談などの「携帯電話サービス」、70 歳以上では、「株」が上位に入っています。

女性についても 50 歳代以下は「デジタルコンテンツ」が 1 位、60 歳以上では、「工事・建築」が 1 位、20 歳から 50 歳代以下は「不動産貸借」、70 歳以上は「新聞」、「株」や「ふとん類」が上位に入っています。

（６）販売購入形態別では「電話勧誘販売」が急増　　（付表６、付表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 30,419 件で全体の 48.9%を占めており、前年度（29,685 件、48.4%）と比べ 2.5%増加しています。特殊販売に関する相談のうち 60.6%を「通信販売」が占め、次いで「訪問販売」が 24.4%、「電話勧誘販売」が 11.3%となっています。前年度に比べて相談件数が増加したものは、「通信販売」、「電話勧誘販売」ですが、なかでも「電話勧誘販売」は 29.4%と急増しています。

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 7,415 件で、前年度(7,653 件)と比べると 238 件(3.1%)減少しています。品目をみると、1 位は「新聞」で 953 件、次いで「工事・建築」で 918 件となっています。特に増加が目立つ「テレビ放送サービス」の相談は 232 件で、前年度(159 件)と比べると 45.9%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、「有線テレビ放送」の相談は 203 件で前年度(160 件)と比べると 26.9%増加しています。これは、地上波デジタル放送へ切り替えをするなかで、「キャンペーン期間中で、今工事をすれば工事費は無料と勧誘を受け契約をしたが、工事が説明と違っていた。解約したい。」「地デジが見られると言われ有線テレビ契約をしたが、高額なチューナーを付けないと見られないことがわかった。最初に説明がなかった、解約したい。」などの相談が増加したためです。

イ　通信販売

通信販売に関する相談件数は18,425件で、前年度（18,050件）と比べると375件(2.1%)増加しています。品目をみると、「デジタルコンテンツ」が10,645件と最も多く全体の57.8%を占めています。「デジタルコンテンツ」や「競馬情報」等の「教養・娯楽サービスその他」のトラブルが増えています。

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543件で、前年度(655件)と比べると112件（17.1%）減少しています。品目をみると、１位がサプリメントなどの「他の健康食品」の73件、２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58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、3,435件で前年度(2,655件)と比べると780件（29.4%）増加しています。品目をみると、以前、未公開株を買った人が新たな勧誘をされる二次被害などの「株」に関する相談が458件と前年度（314件）に比べ45.9%と大きく増加しています。続いて、「公社債」301件、投資目的のマンションのしつこい勧誘などの「新築分譲マンション」に関する相談が237件、「インターネット接続回線」191件、「ファンド型投資商品」172件となっています。特に「公社債」に関する相談は前年度55件、「ファンド型投資商品」も前年度36件で上位にありませんでしたが、「公社債」が約5.5倍、「ファンド型投資商品」が約4.8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)に関する相談件数は93件で、前年度（167件）と比べて、大幅に減少しています。

（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13,661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9,996件で73.2%を占めています。契約当事者の特徴としては、20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18万6千円で平均既支払金額は、7万2千円となっており、契約当事者は男性(7,953件)が女性(5,590件)の約1.4倍となっています。

２位は「家庭訪販」の5,673件で、前年度微増したものの減少傾向にあり、平成22年度も減少しています。その内訳をみると「新聞」が818件、「工事・建築」が794件を占めています。契約当事者の特徴としては、60歳代以上の無職・家事従事者が多く、平均契約購入金額は185万7千円で平均既支払金額は91万8千円となっており、契約当事者は女性(3,330件)が男性(2,224件)の約1.5倍となっています。

３位は「電話勧誘」の4,995件で、ここ数年微増してきましたが、平成22年度は前年度（4,024件）と比べて24.1%と大きく増加しています。その内訳をみると「株」が539件、「公社債」が403件、「新築分譲マンション」が330件を占めています。平均購入契約金額は337万8千円、平均既支払金額は224万5千円となっており、契約金額と既支払金額の高額化が目立ちます。

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」の相談で、平成 22 年度は 1,357 件で、昨年度（746 件）に比べて約 1.8 倍と相談が急増しています。

（８）「危害」及び「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 778 件で、前年度（820 件）と比べ 42 件(5.1%)減少しています。商品・役務別にみると、商品では、化粧品、医療用具などの「保健衛生品」が 117 件(15.0%)、健康食品、飲料などの「食料品」が 111 件(14.3%)、家具、電化製品などの「住居品」が 106 件(13.6%)、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 213 件(27.4%)となっており、前年度(194 件)に比べ 19 件(9.8%)増加しています。

内容では、化粧品やエステティックサービスなどによる「皮膚障害」が 145 件(18.7%)、商品による「擦過傷・挫傷・打撲傷」が 95 件(12.2%) 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 395 件で、前年度（445 件）に比べ 11.2%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 155 件で最も多く、次いで「車両・乗り物」が 96 件となっています。

内容では、電化製品などの「発煙・火花」が 67 件で最も多く、車両部品の不具合などの「機能故障」が 61 件、ネジやボルト等の商品の部品が折れるなどの「破損・折損」が 47 件と続いています。

３　特徴的な苦情相談

（１）「利殖商法」に関する苦情相談

経済状況がなかなか改善しない中、銀行の預貯金の金利も低い状態が続いています。そうした中で少しでも効率的な資産運用を図りたいというニーズが消費者にはあり、特に、年金など社会保障への不安を抱える高齢者は、退職金や老後に備えた資金の運用として様々な金融商品の購入をすることが多いようです。

こうした状況を背景として、「利殖商法」に関するトラブルが多く見受けられます。「利殖商法」とは、未公開株、社債、商品相場、さまざまな事業への投資について高い利益が得られることをうたって、事業者がそうした商品に詳しくない消費者に「値上がり確実」「必ず儲かる」など利益に繋がることを強調して、投資や出資を勧誘する商法です。消費者がだまされて大きな損害を被る事例も多くみられます。そこで、「利殖商法」に関する相談件数の状況について分析してみました。

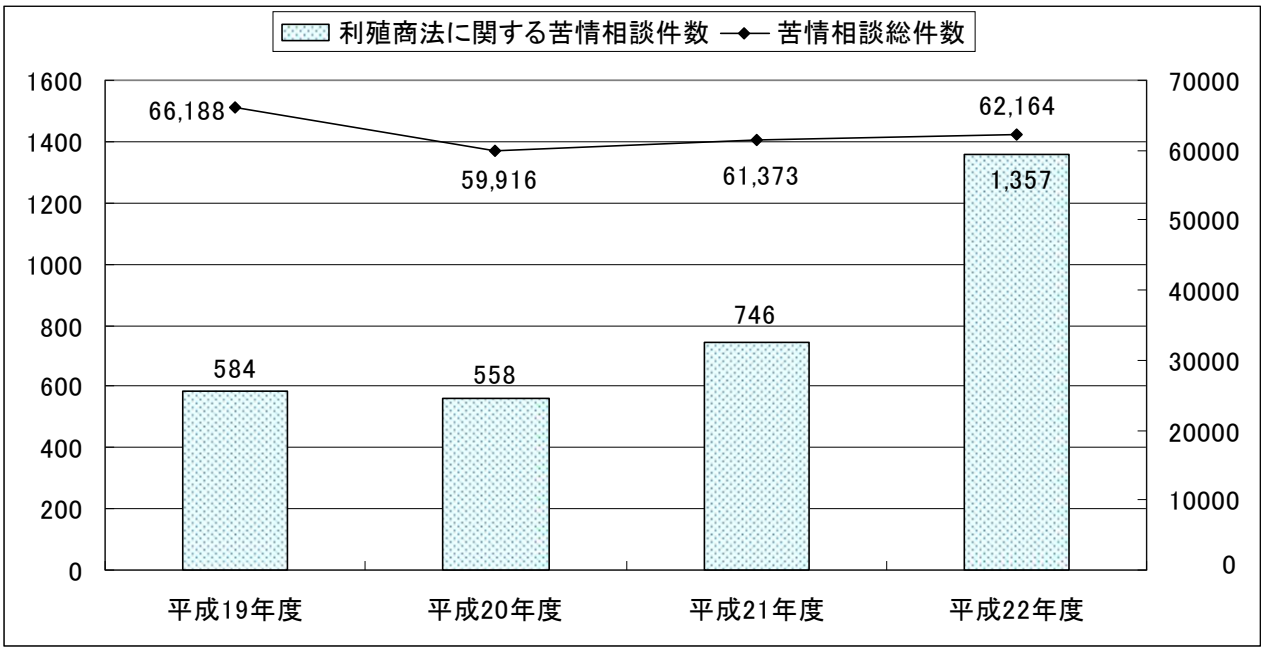
＜分析の対象＞

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 19 年 4 月～平成 23 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	：利殖商法に関する相談
相談事例	：平成 22 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）

利殖商法に関する相談件数は、平成 19 年度は 584 件で、平成 20 年度に 558 件とやや減少したものの、平成 21 年度は 746 件と増加し、平成 22 年度は、1,357 件と前年度に比べ約 1.8 倍と大幅に増加しました。全体の相談件数があまり増加していないにもかかわらず、利殖商法に関する相談は増加しており、相談全体に占める割合も年々高まっています。

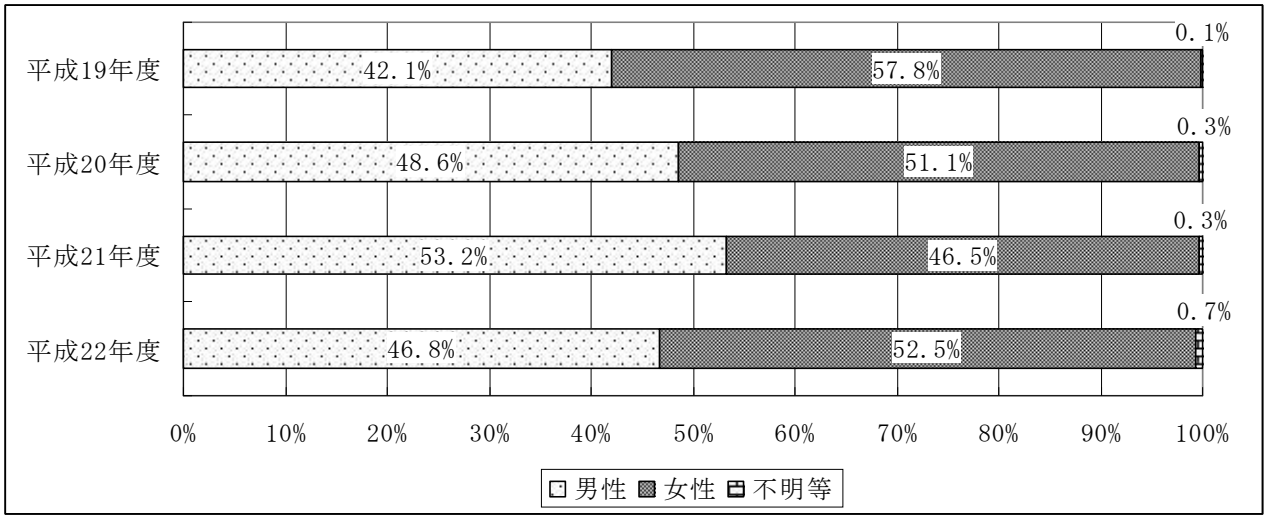
（図１）「利殖商法」に関する相談件数の推移



イ　契約当事者の性別割合について　（図２）

契約当事者の性別をみると、平成 21 年度は、「男性」が「女性」を上回っていますが、その他の年度では「女性」が「男性」を上回っています。

（図２）契約当事者性別割合

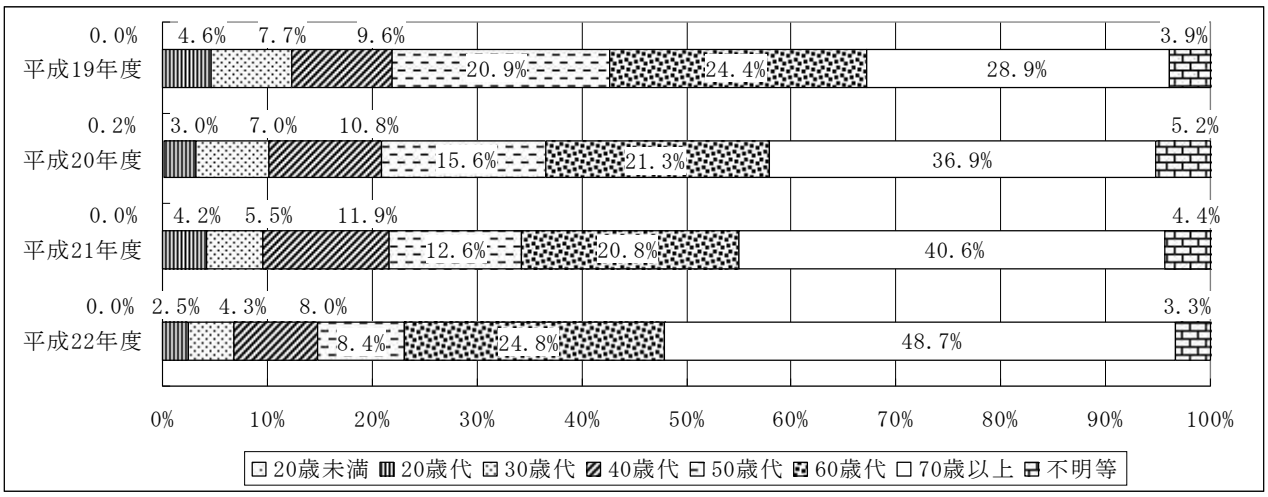


ウ　契約当事者の年代別割合について　（図３）

契約当事者の年代をみると、60 歳以上の高齢者からの相談が占める割合が高く、平成 19 年度 53.3%、平成 20 年度 58.2%、平成 21 年度 61.4%となっており、平成 22 年度は 73.5%となっています。

さらに平成 22 年度の内訳をみると、特に 70 歳以上の相談の割合が 48.7%を占めています。

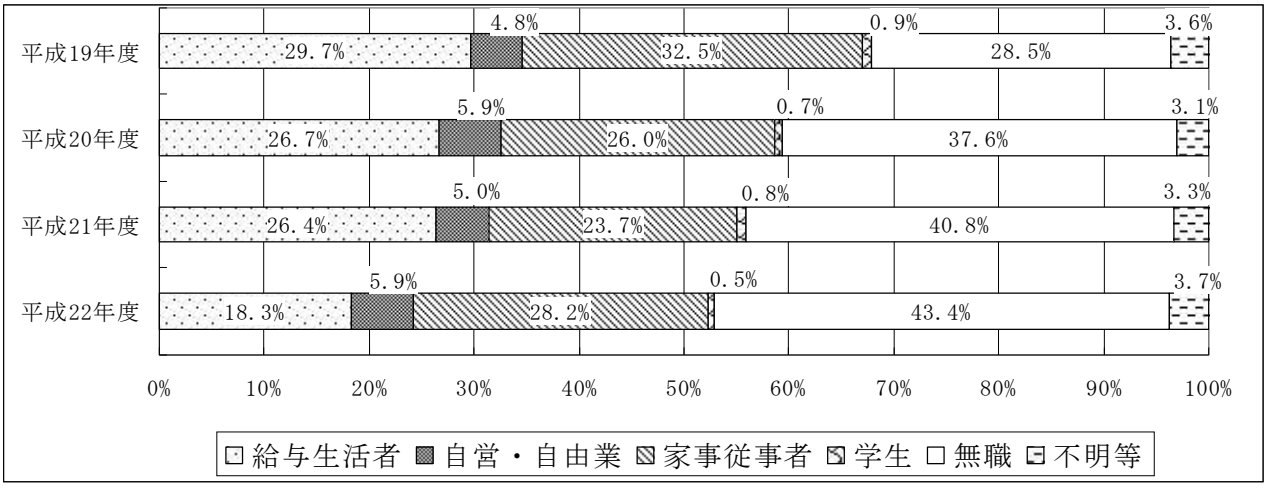
（図３）年代別割合



エ　契約当事者の職業別割合について　（図４）

職業別では、高齢者からの相談が年々増加していることから、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各年度とも６割以上を占めており、特に平成 22 年度は 71.6%と７割を超えています。高齢などで無職や家事従事者である者は、在宅している可能性が高いため訪問販売や電話勧誘を受けやすい状況にあると考えられます。

（図４）職業別割合

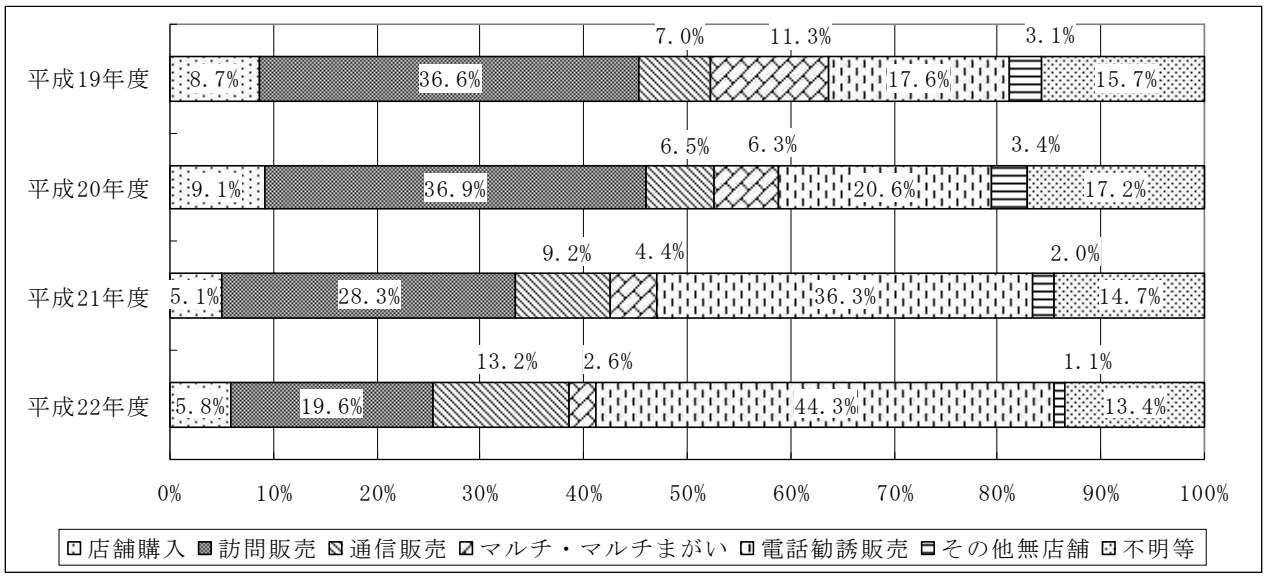


オ　販売購入形態について（図５）

販売購入形態別の割合をみると、平成 19 年度及び平成 20 年度は、「訪問販売」が最も多かったが、平成 21 年度及び平成 22 年度は、「電話勧誘販売」がそれぞれ 36.3%、44.3%と最も多くなっています。

このことは、従来の訪問による販売の勧誘形態からカタログやパンフレット等を送付し、その後電話で勧誘するという新しい形態の勧誘へと変遷していることをあらわしています。

（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 500 万円未満の相談が、いずれの年度も全体の 40%以上で最も多くの割合を占めています。

特に 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）は、平成 19 年度 354 件、平成 20 年度 319 件、平成 21 年度 385 件でしたが、平成 22 年度 657 件と大幅に増加しています。また、既支払金額も高額な相談の件数が増加しており、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19年度	契約購入金額	3	27	58	207	147	442
	(構成比)	(0.7%)	(6.1%)	(13.1%)	(46.8%)	(33.3%)	(100.0%)
	既支払金額	44	24	47	188	129	432
	(構成比)	(10.2%)	(5.6%)	(10.9%)	(43.5%)	(29.8%)	(100.0%)
平成20年度	契約購入金額	12	35	56	174	145	422
	(構成比)	(2.8%)	(8.3%)	(13.3%)	(41.2%)	(34.4%)	(100.0%)
	既支払金額	64	26	49	153	127	419
	(構成比)	(15.3%)	(6.2%)	(11.7%)	(36.5%)	(30.3%)	(100.0%)
平成21年度	契約購入金額	8	48	83	218	167	524
	(構成比)	(1.5%)	(9.2%)	(15.8%)	(41.6%)	(31.9%)	(100.0%)
	既支払金額	100	33	66	181	136	516
	(構成比)	(19.4%)	(6.4%)	(12.8%)	(35.1%)	(26.3%)	(100.0%)
平成22年度	契約購入金額	13	94	115	369	288	879
	(構成比)	(1.5%)	(10.7%)	(13.0%)	(42.0%)	(32.8%)	(100.0%)
	既支払金額	173	62	100	307	234	876
	(構成比)	(19.8%)	(7.1%)	(11.4%)	(35.0%)	(26.7%)	(100.0%)

キ　商品別について（表２）

平成 22 年度の商品別相談件数をみると、1 位の「株」は前年度 225 件から 341 件と約 1.5 倍の増加となっています。2 位の「公社債」は、前年度 53 件から 299 件と約 5.6 倍の増加となっています。これらは、特に株のうち未公開株に関する相談、社債のうち私募債（証券会社を通じて広く一般に募集される公募債とは異なり、少数の投資家（49 人以下）が直接引き受けする社債のことをいう）に関する相談が増加したことによります。３位の「ファンド型投資商品」は、いわゆる集団投資スキームなどの相談をいいます。一般に集団投資スキームとは、複数の投資家からの拠出金をまとめて特定の主体が運用する仕組をいい、「水資源の権利を購入すると配当が得られる」などといって、資源関連事業を行う会社への投資を呼びかける相談などが上位に入ってきます。４位の「商品デリバティブ取引」とは、石油、金、大豆などの商品先物取引をいいます。そのほか、電話勧誘による「新築分譲マンション」の執拗な勧誘に関する相談が寄せられ、相談件数は前年度よりやや増加しています。そのほか、平成 21 年度及び平成 22 年度は「パソコンソフト」が 10 位となっていますが、これは、知人に「必ず儲かる」と紹介されて競馬予想ソフトを購入したが儲からないという相談が増加したことによります。

「株」、「公社債」及び「新築分譲マンション」は相談件数が年々増加しており、特に「株」は平成 19 年度から平成 22 年度を通じて１位にあり、「公社債」及び「新築分譲マンション」も年々順位をあげています。

※平成 21 年 4 月から「金相場」「石油相場」「為替相場」「商品相場」など商品先物取引については、「デリバティブ取引」として集計。

（表２）商品別相談件数

	平成19年度	件数		平成20年度	件数
1	株	116	1	株	134
2	他の預貯金･証券等	85	2	他の預貯金･証券等	78
3	金相場	71	3	金相場	67
4	預託内職	61	4	石油相場	42
5	石油相場	39	5	投資信託	34
6	他の内職･副業	32	6	新築分譲マンション	31
7	新築分譲マンション	28	7	預託内職	23
8	為替相場	17	8	為替相場	21
	商品相場	17	9	他の集合住宅	9
10	投資信託	14	10	公社債	8
				集合住宅	8
				他の商品相場	8

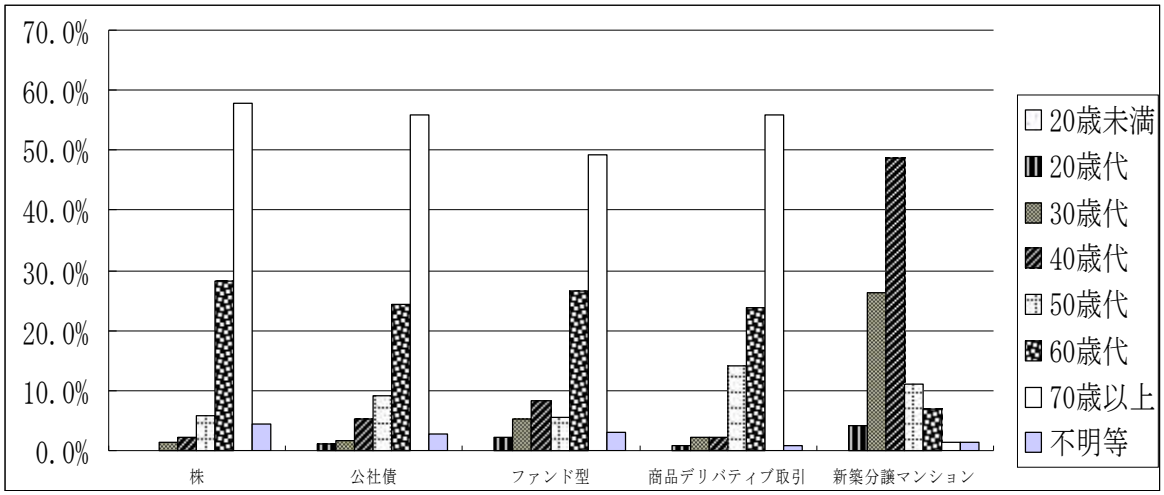
	平成21年度	件数		平成22年度	件数
1	株	225	1	株	341
2	商品デリバティブ取引	126	2	公社債	299
3	ファンド型投資商品	97	3	ファンド型投資商品	230
4	公社債	53	4	商品デリバティブ取引	134
5	新築分譲マンション	51	5	新築分譲マンション	72
6	他のデリバティブ取引	37	6	金融関連サービスその他	50
7	投資信託	24	7	他のデリバティブ取引	37
8	他の集合住宅	20	8	リゾート会員権	31
9	集合住宅	16	9	投資信託	19
10	パソコンソフト	12	10	パソコンソフト	17

※「新築分譲マンション」「集合住宅」「他の集合住宅」については「投資商品」として勧誘されたもの

ク　契約当事者からの商品別年代別割合（図６）（表３）

平成 22 年度の契約当事者の属性からの商品別年代別割合をみると、最も多かった「株」は、60 歳以上の高齢者が 86.0%と９割近くを占めています。60 歳以上の高齢者が占める割合は、第 2 位の「公社債」でも 80.3%、第３位の「ファンド型投資商品」でも 75.6%と８割近くを占めています。一方、第５位の「新築分譲マンション」は、40 歳代が 48.6%と半数近くを占めています。

（図６）平成２２年度商品別の年代別割合



（表３）平成２２年度商品別の年代別割合

	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
株	0.0%	0.0%	1.5%	2.3%	5.9%	28.2%	57.8%	4.3%
公社債	0.0%	1.0%	1.7%	5.4%	9.0%	24.4%	55.9%	2.6%
ファンド型投資商品	0.0%	2.2%	5.2%	8.3%	5.7%	26.5%	49.1%	3.0%
商品デリバティブ取引	0.0%	0.7%	2.2%	2.2%	14.2%	23.9%	56.0%	0.8%
新築分譲マンション	0.0%	4.2%	26.4%	48.6%	11.1%	6.9%	1.4%	1.4%

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「電話勧誘」に比べると件数は少ないですが、上位 10 位以内を占めています。また、「虚偽説明」「強引」「詐欺」「儲からない」といった問題のある勧誘をうかがわせる内容が上位を占めています。平成 22 年度に「二次被害」が上位に上がっていますが、これは、過去に未公開株や社債のトラブルにあった人がさらに被害にあっているためです。

また「返金」、「解約」、「信用性」の内容から、解約して返金を望むといった相談や、事業者の信用性を問うような相談が目立ちます。

（表４）年度別相談内容　上位 10 位

	平成19年度	件数		平成20年度	件数		平成21年度	件数		平成22年度	件数
1	解約	224	1	電話勧誘	236	1	電話勧誘	415	1	電話勧誘	827
2	電話勧誘	207	2	解約	182	2	解約	254	2	返金	369
3	返金	201	3	家庭訪販	170	3	返金	219	3	解約	347
4	家庭訪販	164	4	返金	167	4	強引	210	4	信用性	316
5	儲からない	127	5	儲からない	109	5	家庭訪販	161	5	虚偽説明	281
6	虚偽説明	119		強引	109	6	虚偽説明	145	6	強引	274
7	強引	108	7	虚偽説明	103	7	信用性	135	7	二次被害	210
8	約束不履行	102	8	信用性	79	8	儲からない	108	8	詐欺	204
9	信用性	95	9	約束不履行	68	9	高価格･料金	71	9	儲からない	190
10	詐欺	70	10	連絡不能	63	10	詐欺	70	10	家庭訪販	185
							約束不履行	70			

（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

「利殖商法」に関する相談は、「必ず儲かる」「利率がいい」等のセールストークで、投資経験や取引に関する知識がない消費者を強引に勧誘し、トラブルにつながっているケースが目立っています。取引の実態のない詐欺的な手口も見られ、高齢者が被害にあうケースも多くみられます。

「利殖商法」で購入した商品は、未公開株、社債、ファンド型投資商品、デリバティブ取引、新築分譲マンションなど多岐にわたっていますが、最近は特に未公開株・社債等の詐欺的な投資取引（劇場型・被害回復型・二次被害型等）に関する次のような消費者トラブルが増加しています。

社債発行会社（X社）が、パンフレットを送付して、「当社の社債を買わないか」と電話勧誘し、さらに買取り業者と称する者から「X社の社債はパンフレットが送られた 49 人しか買えない。持っていれば 3 倍で買い取る」と言ってきて、消費者に信じさせます。社債を購入したものの、買取り業者は、社債を買い取ると言いながら実行せず、最終的には買取り業者と（場合によっては発行会社にも）連絡がとれなくなってしまいます。（劇場型）

さらに、一度社債を購入すると、それ以降次々と、「以前購入した未公開株や社債を査定し買い取るかわりに別の社債を購入してほしい。」などという買取り業者が現れ、以前購入した未公開株や社債の被害額を少しでも取り戻せたらという気持ちから購入させられる被害も多くあります。（被害回復型・二次被害型）

詐欺的な社債発行会社は、私募債（証券会社を通じて広く一般に募集される公募債とは異なり、少数の投資家（49 人以下）が直接引き受けする社債のことをいう）について金融商品取引法上の開示義務の規制がないことを悪用するケースが目立っています。「将来有望な会社の社債」「購入可能な人数が制限されており 49 人の枠が埋まればもう販売しない」などと勧誘されますが、一般的に、幅広い投資家に「私募債」の取引の勧誘が行われることは、考えられないので、関わらないことが大切です。

「劇場型」「被害回復型」「二次被害型」のトラブルは社債だけではなく、未公開株やファンド型投資商品などでもあります。

このように、「利殖商法」でトラブルになる商品は様々ですが、「必ず儲かる」「値上がり確実」などと電話勧誘され、申込金を支払ったとたん連絡がとれなくなったり、契約後約束どおりに配当金が支払われないなどのトラブルが多く、仕組みのわからない話には安易に飛びつかないことが大切です。「聞きなれない用語ばかりでよく分からないけれどプロが言うことだから」などと軽率に応じないで仕組みが理解できない金融商品は絶対に契約しないことです。特に、未公開株や社債の場合は、消費者がお金を支払ってしばらくすると行方をくらます業者が多く、業者に連絡がつかない場合には、実際の被害回復は困難です。また、過去に未公開株や社債取引経験のある者の名簿が流出しており、業者が被害回復をうたってさらなる被害につながるという二次被害にあってしまう場合も少なくありません。まずは、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。

［利殖商法に関する相談事例］

○電話勧誘販売、信用性（未公開株）

（当 事 者）　８０歳代　男性　無職　契約金額　０万円

（相談内容）　３月に東日本大震災があった後「当社は環境に配慮した仕事をしており、政府から原発の環境対策を請け負った。政府から 7 億の資金が提供される。自社株が上場するので今当社の株を買っておけば儲かる。1 株 10 万円を何口でもいいから購入してほしい。」と電話で勧誘が入った。直後に「同社の未公開株を３倍の価格で買い取る」という電話が何社からも来る。以前も未公開株を購入して連絡がつかなくなったことがあった。この会社の信用性を知りたい。

（対　　応）　原発事故の影響を受けて環境対策の事業など震災に関連して将来有望な会社と説明し、投資するように言っているが、震災に便乗したセールストークは、信ぴょう性にとぼしく、実態がない可能性が高いこと、このような勧誘は劇場型と呼ばれ裏では同一業者がつながっており、最近、このような手の込んだ事例が多いことを相談者に説明した。また、以前、未公開株を購入されているので、その情報が漏れて勧誘されている可能性があり、二次被害につながる場合があるので注意することを伝えた。お金を支払うと取り戻すのは困難なので、あわててお金を支払わないこと、うまい話には乗らないように助言した。

○電話勧誘販売、信用性、虚偽説明（ファンド型投資商品）

（当 事 者）　８０歳代　男性　無職　契約金額　１００万円

（相談内容）　夫あてに水資源獲得のためにある町でブナ林の開発事業をしているという会社からパンフレットが届いた。パンフレットには「ブナ林の開発事業計画予定地の町にある水資源の権利を 100 万円で購入すると配当金が年６％から８％であるので７万円くらいになる」などと書かれていた。後日別会社から「水資源の権利に関するパンフレットが届いていないか。水資源の権利は希少価値があるので儲かる。権利の購入は個人しかできず法人はできない。権利をもっているなら、倍の価格で買い取る。」という電話が頻繁にある。夫は信じてしまい 100 万円支払ってしまった。夫はさらに 100 万円入金しようとしているが、不安である。今後どのように対応したらよいか。

（対　　応）　相談者には劇場型の事例を紹介し、今後も同様の勧誘には注意するとともに、当事者から警察にも 100 万円を支払った経緯を伝えておくように助言した。ブナ林の開発事業計画予定地の所在役場のホームページでは、同種投資話の勧誘につき役場に問い合わせが多数寄せられている旨を告知していると伝えたところ、夫を説得し追加投資の 100 万円は入金しなかったとの連絡があった。

○電話勧誘販売、二次被害（社債）

（当 事 者）　７０歳代　女性　無職　契約金額　１００万円

（相談内容）　以前発展途上の難民支援をしている会社から 200 万円で社債を購入したことがあるが、償還期限がすぎているのに償還されず、不安に思っていた。別の会社から電話があり「あなたが購入している社債を 180 万円の現金で買い取るが、そのためにはまず最初に、100 万円で別の中国のレアアースを扱っている会社の社債を購入してもらいたい。当社は直接購入できないので一旦購入してもらったものをうちの会社に預けてくれれば２倍にして返す。」という勧誘電話があった。この会社の信用性を知りたい。

（対　　応）　社債に限らず、未公開株などを対象として買取業者により「これまでの被害を回復してあげる。」といって社債等を買い取って被害回復をうたう悪質な勧誘があることを伝える。買い取りが実行されることはほぼないので、支払ってしまうと返金を求めることは困難であること、今後も同様の勧誘には注意するよう助言した。

○電話勧誘販売、虚偽説明、二次被害（ファンド型投資商品）

（当 事 者）　７０歳代　男性　無職　契約金額　５０万円

（相談内容）　夫が５年前に和牛預託金契約をしたが、会社が破綻し 600 万円被害を受けた。今日知らない会社から「本日事業者は破産宣告を受けた。被害者に分配金が配られる予定だが、当社に 50 万円支払ってもらえたら被害額全額を取り戻してあげる。」と電話がきた。信用できるだろうか。

（対　　応）　和牛預託商法（高額の配当が出るなどとうたって和牛オーナを募る商法）の被害者に対し、被害回復をしてあげると話を持ちかけ、何らかの費用を請求するなど被害回復型の二次被害であることを伝える。和牛預託業者は、預託金返還の見込みがないことから弁護団も活動を終了しているケースもあるのが現状で被害救済は困難な状態であることを伝えた。また、電話勧誘した事業者は和牛預託金の会社について口頭だけで説明していて実態が不明であること、いったん被害回復のための費用を支払ってしまうと実際に被害金を取り戻すことは困難であることなどにより事業者の話には乗らないように助言した。

○電話勧誘販売、強引（投資用マンション）

（当 事 者）　４０歳代　男性　給与生活者　契約金額０万円

（相談内容）　８日前からマンション販売業者が自宅に頻繁に電話をかけてくる。投資用マンションの勧誘で有利な話とのことだったが、電話を切ろうとすると「利益に繋がる情報を提供しようとしているだけなのにチャンスを失うことになる。」などと執拗に切らせないようにする。1回に10分程度で断って電話を切ると直ぐに再度かかってくるという状態が数回繰り返される日々が続いた。いつも話しの途中で「今忙しい。」と言うと「いつならいいのか。」としつこく、「なぜ人の話をきちんと聞かないで電話を切ろうとするのか。失礼ではないか。」などと言いがかりのような言い方をされ、脅されたりする。自宅周辺を回っているので是非話を聞いてほしいというがどう対処したらよいか。

（対　　応）　マンションの勧誘については宅地建物取引業法の適用を受け、私生活又は業務の平穏を害するような方法により、消費者を困惑させるような行為は禁じられており、電話による長時間の勧誘などにより消費者を困惑させることは宅建業法違反となることを説明し、買う気がなければ絶対に会わず、毅然とした対応で断ることを助言した。

（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 23 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 23.1％を超え、75 歳以上の人口の総人口に占める割合も 11.3％となっています。わが国の高齢化が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っ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、こうした高齢者の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 19 年 4 月～平成 23 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 22 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）

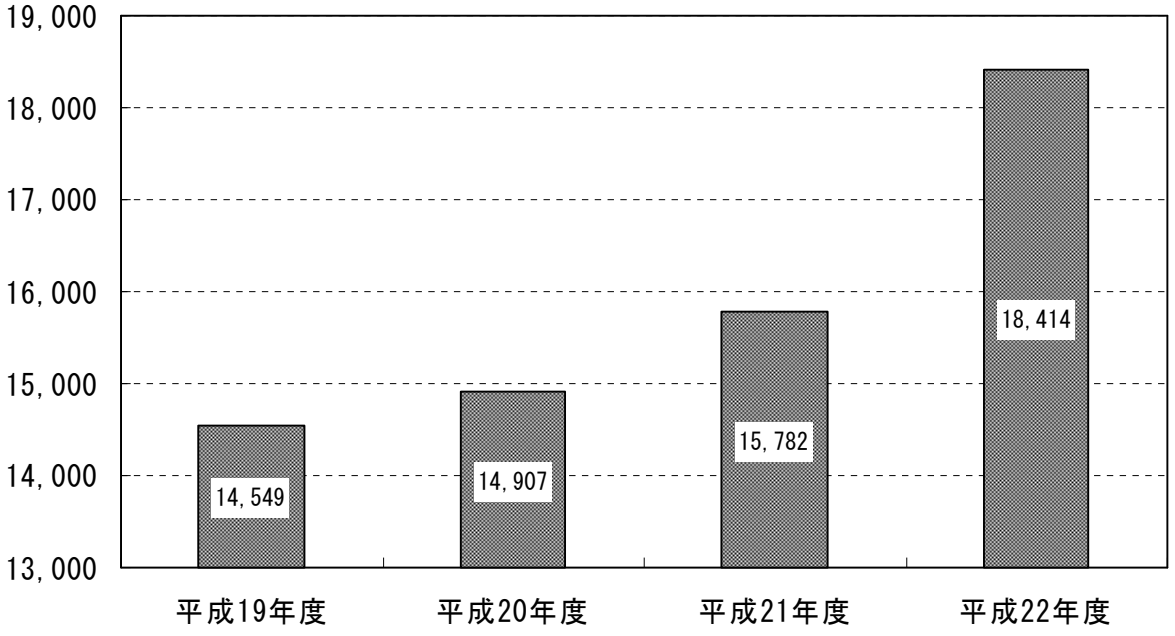
平成 22 年度に受け付けた相談件数 62,164 件のうち、60 歳以上の高齢者の相談件数は、18,414 件で、前年度(15,782 件)に比べ 2,632 件（16.7％）増加しています。構成比をみると、いずれの年度も相談全体の２割以上を占めていますが、平成 22 年度は、29.6％と全体の４分の１強を占めています。

特に 80 歳以上の相談件数は、3,098 件で前年度（2,522 件）に比べ 576 件（22.8％）増加しています。

（表１）高齢者の相談総件数の推移

区　分		平成19年度	平成20年度	平成21年度	平成22年度
高齢者の相談件数(A)		14,549	14,907	15,782	18,414
	60歳代	7,298	7,386	7,582	8,546
	(構成比)	(50.2%)	(49.6%)	(48.0%)	(46.4%)
	70歳代	5,265	5,340	5,678	6,770
	(構成比)	(36.2%)	(35.8%)	(36.0%)	(36.8%)
	80歳以上	1,986	2,181	2,522	3,098
	(構成比)	(13.6%)	(14.6%)	(16.0%)	(16.8%)
相談総件数(B)		66,188	59,916	61,373	62,164
相談総件数に占める高齢者の相談の割合(A)/(B)		22.0%	24.9%	25.7%	29.6%

（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）

商品･役務別の統計をみると、平成 22 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」、「フリーローン・サラ金」、「株」、「商品一般」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で、高齢者を狙った住宅リフォームトラブルが増える傾向のなか、平成 21 年度にはトップとなり、こうした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。

「株（「未公開株」を含む)」の相談は、各年度とも続けて上位に入っていますが、平成 22 年度も引き続き増加傾向で、平成 21 年度の相談件数 503 件の約 1.4 倍の 691 件となっています。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」などと言って未公開株を勧め、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。

「公社債」や「ファンド型投資商品」は、平成 21 年度までは上位には入っていなかったのですが、平成 22 年度には上位に入ってきて、株や金融商品に関する相談が上位を占めるようになってきています。

（表２）商品・役務別件数上位 15 位

	平成19年度 [14,549]	件数	構成比	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
1	オンライン等関連サービス	1,175	8.1%	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%
2	工事・建築	936	6.4%	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%
3	フリーローン・サラ金	794	5.5%	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%
4	会社生命保険	501	3.4%	フリーローン・サラ金	810	5.4%	不動産貸借	503	3.2%	株	691	3.8%
5	商品一般	477	3.3%	新聞	426	2.9%	株	503	3.2%	商品一般	545	3.0%
6	新聞	430	3.0%	会社生命保険	392	2.6%	新聞	485	3.1%	不動産貸借	508	2.8%
7	電話サービス	395	2.7%	不動産貸借	373	2.5%	商品一般	456	2.9%	公社債	478	2.6%
8	ふとん類	348	2.4%	ふとん類	297	2.0%	普通生命保険	330	2.1%	新聞	458	2.5%
9	不動産貸借	319	2.2%	株	280	1.9%	プロパンガス	324	2.1%	ファンド型投資商品	361	2.0%
10	修理サービス	277	1.9%	修理サービス	280	1.9%	ふとん類	318	2.0%	ふとん類	318	1.7%
11	株	235	1.6%	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%
12	宝くじ	211	1.5%	宝くじ	251	1.7%	宝くじ	201	1.3%	プロパンガス	265	1.4%
13	役務その他サービス	197	1.4%	プロパンガス	225	1.5%	油脂	185	1.2%	普通生命保険	261	1.4%
14	プロパンガス	185	1.3%	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%
15	他の健康食品	175	1.2%	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%

ウ　主な相談内容について　　（表３）

相談内容の上位をみると、平成 21 年度及び平成 22 年度とも「解約」が 1 位、「家庭訪販」が 2 位となっています。

また、「電話勧誘」は平成 19 年度は 1,335 件でしたが、平成 20 年度 1,428 件、平成 21 年度 1,772 件と増加し、平成 22 年度は 2,741 件と大きく増えています。「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３）内容別件数上位 10 位

	平成19年度 [14,549]	件数	構成比	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
1	家庭訪販	3,073	21.1%	家庭訪販	3,034	20.4%	解約	3,354	21.3%	解約	3,560	19.3%
2	解約	3,053	21.0%	解約	2,721	18.3%	家庭訪販	3,089	19.6%	家庭訪販	3,063	16.6%
3	高価格・料金	2,103	14.5%	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%
4	強引	1,701	11.7%	強引	1,955	13.1%	強引	2,177	13.8%	高価格・料金	2,542	13.8%
5	信用性	1,629	11.2%	不当請求	1,876	12.6%	信用性	1,923	12.2%	強引	2,267	12.3%
6	不当請求	1,620	11.1%	信用性	1,643	11.0%	電話勧誘	1,772	11.2%	信用性	2,237	12.1%
7	説明不足	1,347	9.3%	電話勧誘	1,428	9.6%	説明不足	1,673	10.6%	返金	2,216	12.0%
8	返金	1,344	9.2%	返金	1,288	8.6%	返金	1,659	10.5%	説明不足	1,764	9.6%
9	電話勧誘	1,335	9.2%	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%
10	インターネット	1,074	7.4%	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%

（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４）

販売方法・手口別では『家庭訪販』が１位で、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。２位の『電話勧誘』では、「株」や「公社債」・「ファンド型投資商品」などの金融商品に関する相談が上位に入っています。４位の『利殖商法』でも「株」・「公社債」・「ファンド型投資商品」・「商品デリバティブ」が上位を占めています。高齢者が投資性の強い金融商品についてそのリスクを十分理解しないまま悪質業者に儲け話をもちかけられ、多額の被害を被ったという相談が多く寄せられています。

また、『電話勧誘』の主な品目の５位に「鮮魚」が入っており、これは、「カニを送ります。」と電話があり、強引に契約させられてしまったり、断ったのに商品が届いたりするという相談が多く寄せられたことによるものです。

（表４）　平成 22 年度販売方法・手口別上位 10 位

	販売方法・手口 [18,414]	件数	平均契約金額（千円）	主な品目と件数
1	家庭訪販	3,063	1,886	①工事・建築523②新聞347③ふとん類203④プロパンガス150⑤商品デリバティブ取引107
2	電話勧誘	2,741	3,902	①株463②公社債325③ファンド型投資商品190④商品一般123⑤鮮魚112
3	電子商取引	1,384	216	①デジタルコンテンツ1,078②パソコンソフト26③商品一般19④パソコン関連機器・用品10④音響・映像機器10
4	利殖商法	997	6,274	①株293②公社債240③ファンド型投資商品174④商品デリバティブ取引107⑤金融関連サービスその他41
5	二次被害	725	4,822	①株259②公社債87③ファンド型投資商品64④役務その他サービス45⑤ふとん類35
6	無料商法	512	377	①デジタルコンテンツ168②工事・建築39③家庭用電気治療器具30④他の書籍・印刷物21⑤役務その他サービス17
7	次々販売	372	5,513	①工事・建築52②ふとん類47③株39④公社債27⑤ファンド型投資商品18
8	点検商法	352	714	①工事・建築134②ふとん類34③駆除サービス27④修理サービス26⑤他の台所用品23
9	販売目的隠匿	230	577	①ふとん類33②工事・建築20③商品一般16④新聞10④他の台所用品10
10	テレビショッピング	227	27	①電気掃除機類24②他の健康食品13③ふとん類12③音響・映像機器12④家庭用電気治療器具9④電気空調・冷房機器9

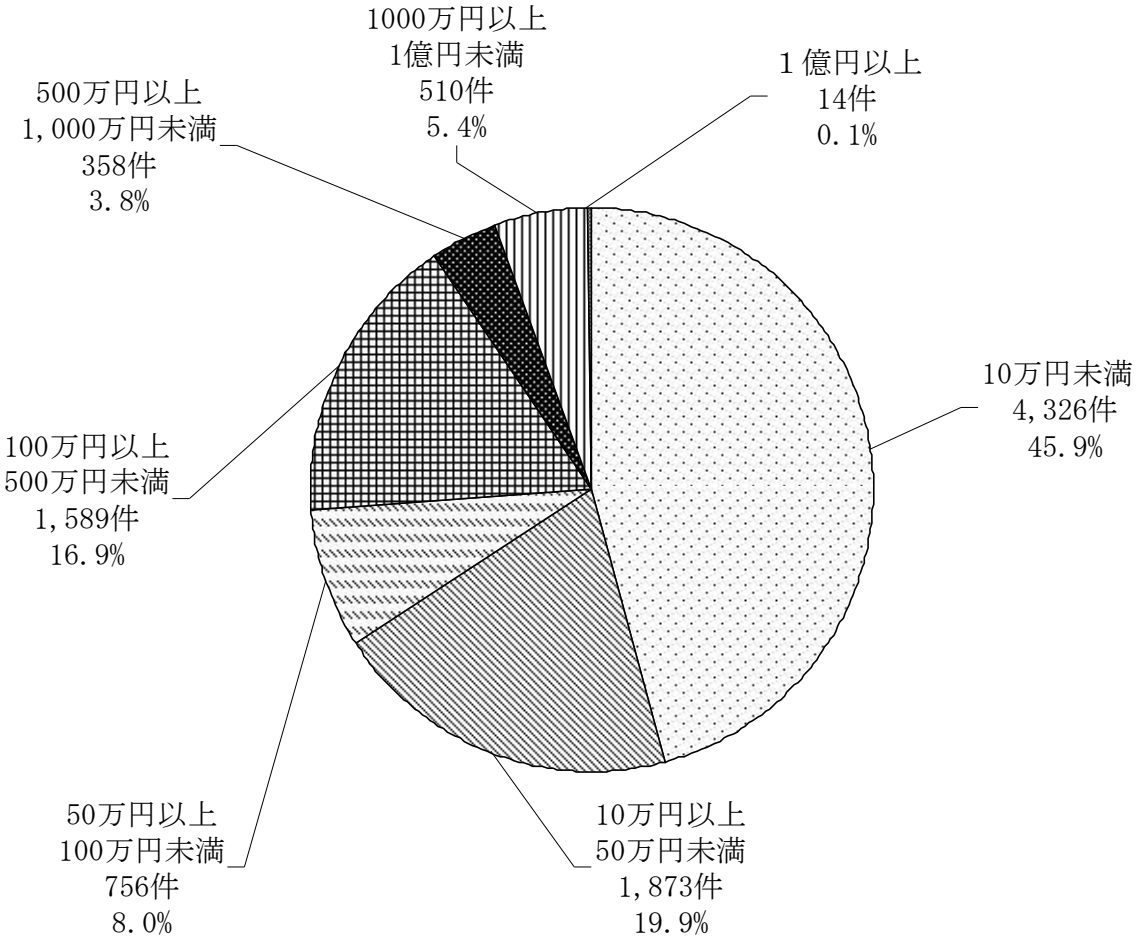
（注）受付内容は、全国消費生活情報ネットワークシステム（PIO-NET）の定義による「内容等キーワード」で複数選択可能なため、件数の計は相談件数と一致しない。

オ　契約購入金額について　　（表５）（図２）

平成 22 年度の契約購入金額の構成比をみると、10 万円未満が 45.9%と最も多くなっていますが、100 万円以上も 26.2%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 14 件もあります。

また、平均契約購入金額をみると、平成 22 年度は高齢者の平均契約購入金額は 225 万 1 千円で、相談者全体の平均 160 万 2 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 22 年度）



（表５）平均契約購入金額の推移（高齢者・相談全体）

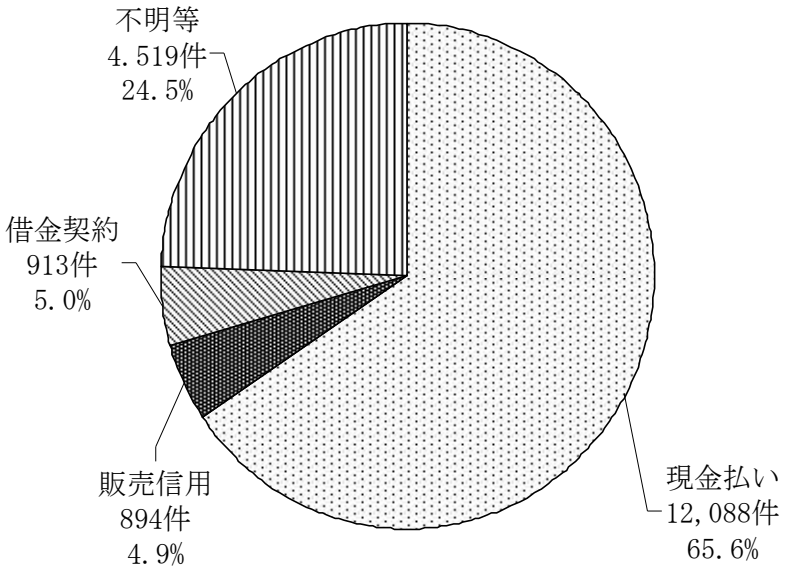
単位：千円

区 分	平成19年度	平成20年度	平成21年度	平成22年度
高 齢 者	2,068	2,223	1,977	2,251
相談全体	1,441	1,700	1,531	1,602

カ　支払方法について　　（図３）

支払い方法別の割合を見てみると「現金払い」が全体の 65.6%で、分割払いなどの「販売信用」によるものが 4.9%となっています。

（図３）支払方法別割合（平成 22 年度）



キ　まとめ

近年、高齢者の消費者トラブルは増加傾向にあり、特に平成 22 年度は相談件数が急増しました。未公開株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、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。

高齢者は、少しでも手持ちのお金を増やして豊かな老後を送りたいという気持ちで、仕組みのよくわからない投資の勧誘を断れなかったり、日頃の孤独感からやさしい言葉をかけられたり、親切に話を聞いてくれるセールスマンを信用してしまい契約に至るケースも多くあります。

高齢化が進展する中で、こうした被害の未然防止は喫緊の課題ですが、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ずに、泣き寝入りしてしまうケースも少なくなく、ともすると問題が潜在化、深刻化する傾向にあります。

一人暮らしや夫婦世帯だけの高齢者が増加し、親族による見守りが困難になっていることから、身近に相談する者がいなかったり、相談先を知らなかったとして消費生活センターに相談していない高齢者も数多くいると考えられます。

高齢者が消費者トラブルに巻き込まれることを防ぐためには、高齢者自身に消費生活センターの窓口を周知し、早目に相談できる体制を整えることが不可欠です。併せて、高齢者の身近にいる者が高齢者の被害に気づき相談につなぐことが重要です。

県でも、相談窓口の広報を行うなどを通じて、消費生活の相談窓口を周知する機会を設けていますが、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、虚偽説明、クーリング・オフ（工事・建築）

（当 事 者）　８０歳代　女性　無職　契約金額　１８０万円

（相談内容）　高齢の叔母の家に床下の点検をすると業者が訪問し、点検後に写真を見せられ、「防湿工事が必要で 300 万円のところを本日現金で 120 万円を支払えば､総額 180 万円で契約できる。タクシー代は負担するので、今すぐ銀行からおろしてくるように」と言われ、応じてしまった。しかし、写真と実際の床下を見比べると異なっており事業者の説明が信用できなくなった。解約し返金を求めたい。

（対　　応）　クーリング・オフの期間内であったので、クーリング・オフをするよう助言した。消費生活センターから業者に当事者の意向を伝えたところクーリング・オフに応じるとのことだった。事業者から既払金の返金方法については分割払いとしたいと申し出があり、事業者と当事者及び相談者で話し合い、２か月間で２回分割して返金することで合意した。２か月後、相談者から全額返金がなされたことを確認した。

○家庭訪販、判断不十分者契約（新聞）

（当 事 者）　９０歳代　女性　無職　契約金額　１万２千円

（相談内容）　高齢の伯母には軽度の認知症があるため、自分が成年後見制度の補助人となり、伯母が３万円以上の契約では自分の同意が必要ということになっている。先日、伯母の家に出向いたところ、新しい半年間の新聞購読の契約書があった。伯母は既に別の新聞を取っており、その新聞も読まないので尋ねたら、家庭訪販で勧誘され断りきれなかったと言うことだった。勧誘の際、米も５袋もらったという。クーリング・オフの期間も過ぎているが解約できないか。

（対　　応）　消費生活センターから当事者に確認したところ、来訪した担当者が退去しようとしないので契約したようだがよく覚えていないということだった。消費生活センターから販売店に事情を伝えたところ解約を了承した。景品の米については未消費だったため、販売店へ相談者立会いのもとで返品することとした。

○訪問販売、二次被害、信用性、虚偽説明（羽毛布団の販売）

（当 事 者）　７０歳代　女性　無職　契約金額　２７万円

（相談内容）　いきなり知らない事業者から「以前買った布団の点検に伺います。」と電話があり、耳がよく聞こえないこともあってよくわからずに返事をした。後刻、事業者が訪ねてきて二人の男がさっさと部屋に上がり、寝室のベッドの布団をはがして新しい布団を敷いてしまった。要らないといったにもかかわらず契約書を書きサインをするように言われた。高額で払えないといったら分割にして毎月、集金に来ると言う。仕方なく一部を現金で支払ったが、年金生活者なので、支払いが大変だ。解約して返金してほしい。

（対　　応）　特定商取引法の訪問販売に該当し、クーリング・オフができること説明した。クーリング・オフの書面を記録に残る出し方で事業者に送付するよう助言した。後日、消費生活センターから事業者にクーリング・オフの通知が送付されていることを確認をし、相談者にも商品の引き取りと返金がなされたことを確認した。なお、同様の勧誘には注意するよう助言した。

○電話勧誘販売、虚偽説明、特典強調（社債）

（当 事 者）　８０歳代　女性　家事従事者　契約金額　１，２００万円

（相談内容）　１週間前、医療機器を開発しているという社債発行会社から自社の社債に関するパンフレットが送付されてきた。パンフレットには、「当社は世界各国の医療機関と提携しており、当社開発の医療機器等で安定した配当を出すことができる。」ことが書いてあり、また、「銀行に預けていても満足のいく利子はつかない。株や証券を購入しても一日中監視する必要があり難しい。」が、「当社の社債を購入すれば１千万円に対して 63 万円の配当がある。」との記載があった。高配当が魅力だったので、昨日 1200 万円を電信払い込みで送った。しかしよく考えると不安になったが、大丈夫だろうか。

（対　　応）　社債については、「必ず儲かる」などとうたっていても、約束どおりにお金が支払われなかったり、出資したお金が返金されない、などというトラブルが多いことを伝える。昨日の送金だったので、当所から送金先銀行へ銀行口座凍結が可能なら実行してほしいと依頼したが、凍結は不可との回答だった。専門家に相談したいとの意向があり、契約書等具体的情報を持って早急に法律相談を受けるよう助言した。今後は、社債の内容についてよくわからない場合は、一人で判断せず、家族や周りの信頼できる人や友人に相談することを伝え、相談者が高齢のため併せて成年後見制度も案内し専門窓口へ案内した。

○電話勧誘販売、解約、虚偽説明（貴金属の買取）

（当 事 者）　８０歳代　女性　無職　　契約金額　１０万円

（相談内容）　着物を買い取るという電話が自宅にあったので来訪してもらったが、着物は売ることをやめた。貴金属も扱っているといわれ、100 グラムの喜平ネックレスを出したところ、40 グラムだから 10 万円といって代金を置いていった。夫の形見の品であるので返品して欲しいと思い直して業者に電話したが、既に他の業者に引き渡されており買戻しはできないと言われた。返してはもらえないか。

（対　　応）　金などを訪問して買い取りをする業者についてはクーリング・オフは適用されないことを説明した。その上で消費生活センターから事業者に本当に商品がないのか連絡を入れたが買取専門業者に既に売却したとのことだった。相談者にその旨を伝えて了承された。

○説明不足、地デジ関連（ケーブルテレビ）

（当 事 者）　７０歳代　女性　無職　契約金額

（相談内容）　近くに高いビルがあり、難視聴地域なのでケーブルテレビが引かれている。ある日ポストに「地上デジタルに関して説明に伺いたい」というケーブルテレビのチラシが入っていたので、テレビを買い換えたのを機に何か工事が必要なのかと思って連絡をしたところ、担当者が説明に来訪し、言われるままに書類にサインをして工事をした。後日、地上デジタル放送だけでなく、多くの有料チャンネルを見ることができる契約をしたことがわかったが、自分のような高齢者には不要なものだったので解約したい。

（対　　応）　消費生活センターから当該ケーブルテレビ事業者に苦情内容を伝え、従来どおりのチャンネルを視聴できればいいという相談者の希望を伝え、検討してくれるように依頼した。事業者としては、難視聴地域なので、地上デジタルに関しても今までのケーブルテレビ契約で問題ないことを認めた。担当者が説明したにも関わらず、相談者が忘れている部分もあったとのことだが、事業者としては新規契約の工事費等は請求せずに解約に応じることで合意した。

○電話勧誘、信用性、虚偽説明　（魚介類のネガティブオプション）

（当 事 者）　７０歳代　女性　無職　契約金額　１万２千円

（相談内容）　５年前に一度契約したことがあると電話で親しげに話しかけられ、カニ２kg など魚介類のセットの購入契約をしてしまった。契約日から８日から２週間位で宅配便で届けられるということだったが一人では食べきれないので解約しようと思うが事業者の連絡先がわからない。どうしたら解約できるか。

（対　　応）　まずは、商品が届いたら受取拒否することを助言した。万が一、受け取ってしまったら商品は直ちに着払いで事業者へ返品のうえ、クーリング・オフ通知を出すよう書き方等を伝えた。電話勧誘販売では、事業者は申込書面と契約書面を契約者に渡す義務があり、この書面が届いていないため、契約は成立しているとは考えられないため、クーリング・オフ通知で対処するよう助言した。

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 22 年度の相談件数は 11,234 件あり、前年度（12,307 件）に比べ 1,073 件（8.7%）減少しています。このうち、「休日」の相談は 2,579 件あり、前年度（2,506 件）に比べ 73 件（2.9%）増加しています。また、「夜間」（平日の 16 時～19 時）の相談は 2,253 件あり、前年度（1,900 件）に比べ 353 件（18.6%）増加しています。

＜相談総件数＞

区分	平成22年度				平成21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	945	534	211	200	1,144	769	206	169	82.6
5月	989	517	273	199	964	589	249	126	102.6
6月	1,054	639	173	242	1,002	683	150	169	105.2
7月	1,006	575	234	197	976	628	191	157	103.1
8月	890	490	190	210	921	595	190	136	96.6
9月	899	471	259	169	1,079	659	255	165	83.3
10月	890	480	243	167	1,101	724	193	184	80.8
11月	894	514	226	154	1,055	666	236	153	84.7
12月	890	524	191	175	973	641	184	148	91.5
1月	911	520	231	160	1,032	638	228	166	88.3
2月	872	517	203	152	1,013	642	204	167	86.1
3月	994	621	145	228	1,047	667	220	160	94.9
計	11,234	6,402	2,579	2,253	12,307	7,901	2,506	1,900	91.3

＜休日相談＞

区分	平成22年度				平成21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	211	(7)	23.4	9	206	(5)	22.9	102.4
5月	13	273	(18)	21.0	13	249	(7)	19.2	109.6
6月	7	173	(8)	24.7	7	150	(9)	21.4	115.3
7月	10	234	(10)	23.4	9	191	(12)	21.2	122.5
8月	8	190	(7)	23.8	10	190	(16)	19.0	100.0
9月	10	259	(11)	25.9	11	255	(15)	23.2	101.6
10月	10	243	(15)	24.3	9	193	(11)	21.4	125.9
11月	10	226	(16)	22.6	11	236	(12)	21.5	95.8
12月	8	191	(5)	23.9	7	184	(10)	26.3	103.8
1月	9	231	(13)	25.7	9	228	(9)	25.3	101.3
2月	8	203	(11)	25.4	8	204	(10)	25.5	99.5
3月	6	145	(9)	24.2	9	220	(9)	24.4	65.9
計	108	2,579	(130)	23.9	112	2,506	(125)	22.4	102.9

＜夜間＞（平日 16:00～19:00）

区分	平成22年度				平成21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	21	200	(8)	9.5	21	169	(6)	8.0	118.8
5月	18	199	(9)	11.1	18	126	(5)	7.0	158.6
6月	22	242	(8)	11.0	22	169	(6)	7.7	142.9
7月	21	197	(8)	9.4	22	157	(6)	7.1	132.4
8月	22	210	(14)	9.5	21	136	(10)	6.5	146.2
9月	20	169	(6)	8.5	19	165	(9)	8.7	97.7
10月	20	167	(10)	8.4	21	184	(6)	8.8	95.1
11月	20	154	(5)	7.7	19	153	(3)	8.1	95.6
12月	19	175	(8)	9.2	17	148	(7)	8.7	105.7
1月	19	160	(6)	8.4	19	166	(9)	8.7	96.6
2月	19	152	(10)	8.0	19	167	(3)	8.8	90.9
3月	22	228	(7)	10.4	22	160	(6)	7.3	142.5
計	243	2,253	(99)	9.3	240	1900	(76)	7.9	117.7

＜メール相談＞

平成 22 年度は 352 件（１日あたり 1.0 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割強（233 件、66.2%）で、次いで無職（29 件、8.2%）、自営・自由業者（25 件、7.1%）と続いています。年代別にみると、30 歳代からの相談が 120 件で全体の３割強（34.1%）と多数を占めています。男女別にみると、男性が 233 件（66.2%）、女性が 96 件（27.3%）で、男性からの相談が女性の 2.4 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 152 件(43.2%)、0 時から 9 時半が 72 件(20.5%)で、夜間の相談が全体の 63.7%を占めています。

商品・役務別では、「デジタルコンテンツ」に関する相談が 52 件（14.8%）で最も多く、次いで多いのが「運輸・通信サービス」36 件（10.2%）、「商品一般」24 件（6.8%）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21年度	44	40	50	43	47	62	39	45	32	29	34	41	506
平成22年度	35	40	30	26	35	29	26	23	28	38	18	24	352

＜＜相談者の状況＞

住所地			
横浜市	111	葉山町	2
川崎市	55	寒川町	4
相模原市	15	大磯町	4
横須賀市	10	二宮町	3
平塚市	6	中井町	0
鎌倉市	13	大井町	0
藤沢市	20	松田町	1
小田原市	4	山北町	0
茅ヶ崎市	6	開成町	1
逗子市	5	箱根町	0
三浦市	2	真鶴町	0
秦野市	5	湯河原町	0
厚木市	9	愛川町	0
大和市	16	清川村	0
伊勢原市	6	不明その他	38
海老名市	5		
座間市	6		
南足柄市	1		
綾瀬市	4	計	352

年代	
10代以下	2
20代	58
30代	120
40代	81
50代	34
60代	19
70代	8
80代以上	1
不明	29
計	352

職業	
給与生活者	233
自営自由業	25
家事従事者	18
学生	9
無職	29
その他	1
不明	37
計	352

性別	
男	233
女	96
不明	23
計	352

＜送信時間＞

時間帯	件数
16:00～24:00	152
0:00～9:30	72
9:30～16:00	128
計	352

＜＜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	24	教養娯楽品	16	クリーニング	3	外国語教室	1
食料品	9	学習教材	3	金融 保険サービス	14	資格講座	0
健康食品	1	紳士録 名簿	0	フリーローン サラ金	3	他の行政サービス	0
住居品	14	文具 事務用品	0	株	0	保健福祉サービス	4
光熱水品	5	電話	6	運輸 通信サービス	36	エステティックサービス	4
被服品	2	新聞	5	移動通信サービス	11	他の役務	9
和服	0	車両 乗り物	8	デジタルコンテンツ	52	結婚式場	1
洋服	4	分譲マンション	1	貨物運送	0	結婚紹介サービス	1
身の回り品	6	修理 補修	14	教育サービス	1	内職 副業	4
保健衛生品	1	工事 建築 加工	9	学習塾	2	賃貸トラブル	22
化粧品	0	土地 建物 設備	12	教養娯楽サービス	17	その他	22
理美容具	0	レンタル リース 賃借	4	旅行代理業	1	計	352

（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

県では、平成 20 年度から民間団体と協働して、債務整理のための情報提供だけでなく、家計管理などを含め借金をしない生活が営めるよう、専門家が今後の生活の建て直し等についてアドバイスできる「多重債務者生活支援相談」を実施しておりましたが、平成 22 年度からは多重債務者の救済とその生活再建に向けた支援策だけでなく、住宅ローンの返済等に悩む相談者の生活立て直しを図っていく「生活再建支援相談」の体制を整え、業務に精通している「かながわ生活支援相談センター」に業務委託し、相談事業の拡大を図りました。相談方法は、電話相談及び面接相談があり、いずれも毎日実施しています。

平成 22 年度の相談件数は 1,323 件ありました。

家計管理などについて、継続的に対応している相談も徐々に増えています。相談の傾向として、相談者は女性が５割以上を占めています。また、本人からの相談が約７割で、残りが家族や親族などからの相談となっています。借金をしている当事者は男性が約６割を占めています。債務額は 300 万円未満が多い一方、1,000 万円以上の相談も約１割あります。借金のきっかけは低収入や不況により仕事が減った、残業代がなくなった等による収入減が多くを占めています。

＜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
電話相談	受付件数	93	98	79	83	111	113	101	61	72	71	59	47	988
	開所日数	30	31	29	31	30	30	30	30	27	28	27	27	350
面接相談	受付件数	29	35	25	30	29	37	31	32	21	26	28	12	335
	開所日数	25	27	25	25	27	29	27	29	27	28	27	24	320
受付件数計		122	133	104	113	140	150	132	93	93	97	87	59	1,323

＜相談者の性別＞

		男性	女性	不明	計
電話相談	件数	417	535	36	988
	割合	42.2%	54.1%	3.7%	100.0%
面接相談	件数	175	156	4	335
	割合	52.2%	46.6%	1.2%	100.0%
計	件数	592	691	40	1,323
	割合	44.8%	52.2%	3.0%	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	48	47	17	3	8	7	49	131	44	2
面接相談	件数	18	23	9	2	6	3	14	51	14	0
計	件数	66	70	26	5	14	10	63	182	58	2
	割合	5.0%	5.3%	2.0%	0.4%	1.1%	0.7%	4.8%	13.8%	4.4%	0.1%

		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	114	68	58	3	4	21	364	988
面接相談	件数	56	35	21	1	0	9	73	335
計	件数	170	103	79	4	4	30	437	1,323
	割合	12.8%	7.7%	6.0%	0.3%	0.3%	2.3%	33.0%	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	692	246	50	988
	割合	70.0%	24.9%	5.1%	100.0%
面接相談	件数	271	54	10	335
	割合	80.9%	16.1%	3.0%	100.0%
計	件数	963	300	60	1,323
	割合	72.8%	22.7%	4.5%	100.0%

＜当事者の性別＞

		男性	女性	不明	計
電話相談	件数	543	307	138	988
	割合	55.0%	31.1%	13.9%	100.0%
面接相談	件数	209	118	8	335
	割合	62.4%	35.2%	2.4%	100.0%
計	件数	752	425	146	1,323
	割合	56.9%	32.1%	11.0%	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	100	188	134	129	88	311	988
面接相談	0	13	48	90	66	46	43	29	335
計	0	51	148	278	200	175	131	340	1,323
割合	0.0%	3.9%	11.2%	21.0%	15.1%	13.2%	9.9%	25.7%	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	393	87	13	2	187	306	988
面接相談	183	38	5	0	72	37	335
計	576	125	18	2	259	343	1,323
割合	43.5%	9.4%	1.4%	0.2%	19.6%	25.9%	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	86	131	122	45	20	6	9	569	988
面接相談	29	90	74	45	17	3	6	71	335
計	115	221	196	90	37	9	15	640	1,323
割合	8.7%	16.7%	14.8%	6.8%	2.8%	0.7%	1.1%	48.4%	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	125	179	108	34	22	14	99	407	988
面接相談	48	86	52	16	8	5	64	56	335
計	173	265	160	50	30	19	163	463	1,323
割合	13.1%	20.0%	12.1%	3.8%	2.3%	1.4%	12.3%	35.0%	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	204	51	78	57	31	121	37	409	988
面接相談	70	27	32	30	21	44	23	88	335
計	274	78	110	87	52	165	60	497	1,323
割合	20.7%	5.9%	8.3%	6.6%	3.9%	12.5%	4.5%	37.6%	100.0%

＜対応＞

	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	431		57	93	25	113	269	988
面接相談（複数回答）		130	15	133	13	9	83	383
計	431	130	72	226	38	122	352	1,371
割合	31.4%	9.5%	5.3%	16.5%	2.8%	8.9%	25.6%	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

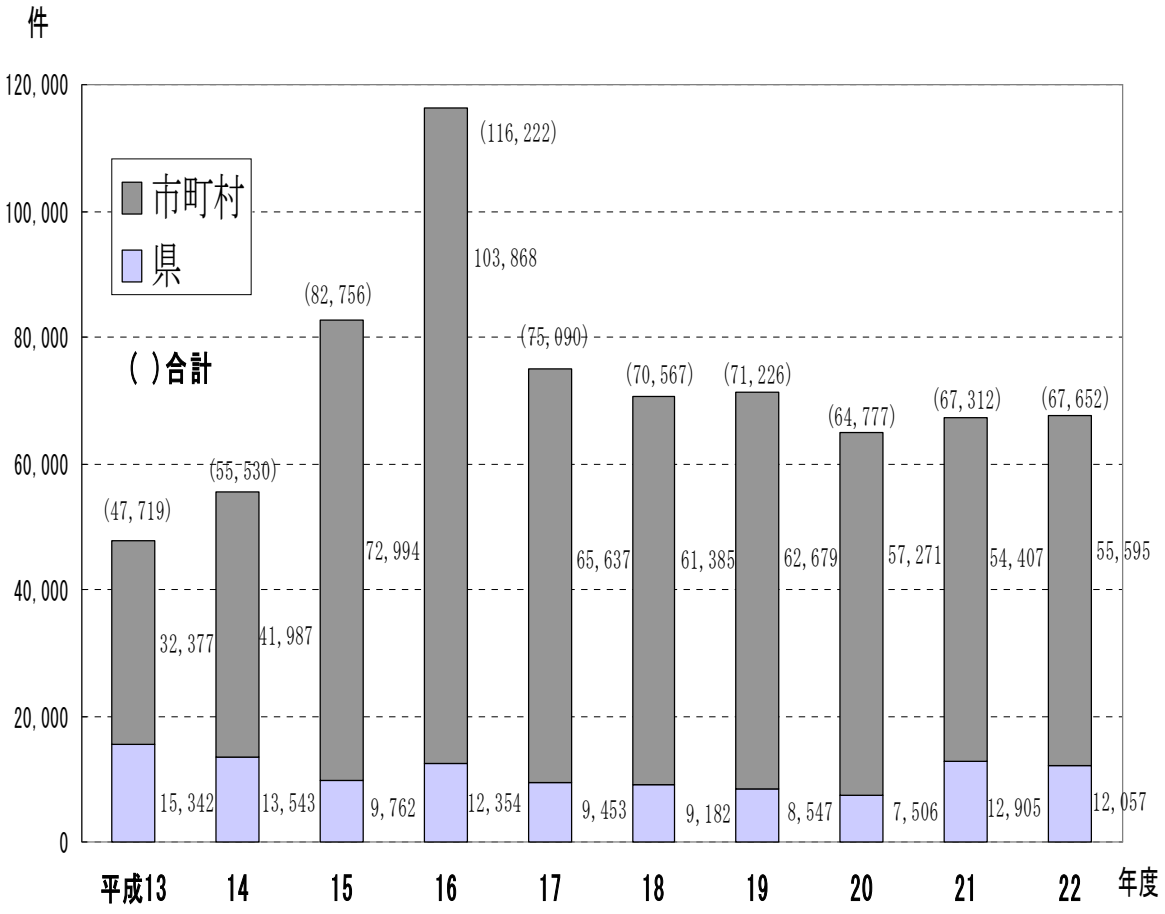
（付表１－1）平成２２年度　県内市町村消費生活センター等の消費生活相談件数

単位:件数

区分等 / 市町村	平成22年度				平成21年度合計（B）	前年度比（A／B）
	苦情	問合せ	要望	計（A）		
横 浜 市	21,837	1,906	0	23,743	22,513	105.5 %
川 崎 市	7,182	587	0	7,769	7,534	103.1 %
相模原市	5,158	529	0	5,687	5,970	95.3 %
横須賀市	2,487	189	0	2,676	2,576	103.9 %
平 塚 市	1,739	273	0	2,012	2,136	94.2 %
鎌 倉 市	1,181	57	0	1,238	1,318	93.9 %
藤 沢 市	2,323	191	0	2,514	2,537	99.1 %
小田原市	1,161	103	2	1,266	1,054	120.1 %
茅ヶ崎市	1,406	209	0	1,615	2,089	77.3 %
秦 野 市	706	53	0	759	760	99.9 %
厚 木 市	1,271	140	0	1,411	1,426	98.9 %
大 和 市	1,245	109	0	1,354	1,310	103.4 %
伊勢原市	397	30	0	427	224	190.6 %
海老名市	742	72	2	816	835	97.7 %
座 間 市	932	88	0	1,020	1,001	101.9 %
南足柄市	341	40	0	381	354	107.6 %
綾 瀬 市	303	24	1	328	251	130.7 %
寒川町	152	17	0	169	164	103.0 %
その他市町村	367	43	0	410	355	115.5 %
市町村計	50,930	4,660	5	55,595	54,407	102.2 %
県	11,234	823	0	12,057	12,905	93.4 %
総　合　計	62,164	5,483	5	67,652	67,312	100.5 %

（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(Ｐ53)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（ＰＩＯ－ＮＥＴ）による分析です。

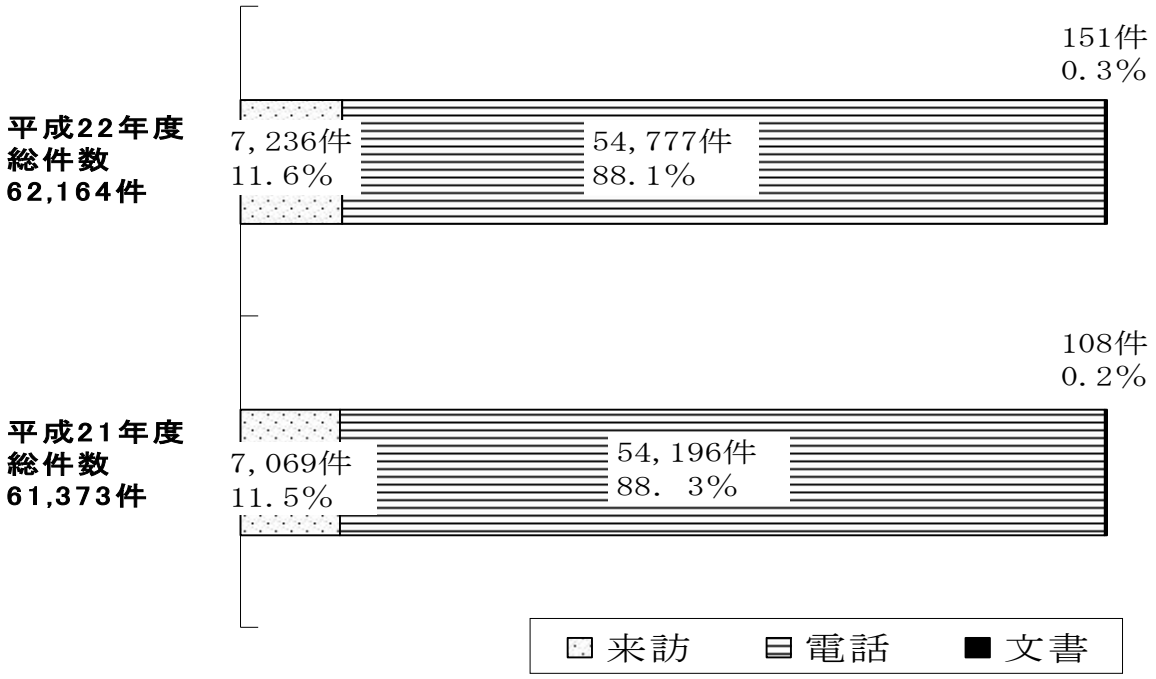
（付表 1－2） 平成22年度　相談者の居住地別苦情相談件数

単位:件数

受付センター等 / 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	21,098	82.1%	4,608	17.9%	25,706
川崎市	7,089	83.4%	1,412	16.6%	8,501
相模原市	5,048	91.7%	455	8.3%	5,503
横須賀市	2,500	86.7%	385	13.3%	2,885
平塚市	1,429	85.5%	243	14.5%	1,672
鎌倉市	1,175	79.7%	300	20.3%	1,475
藤沢市	2,318	82.9%	478	17.1%	2,796
小田原市	953	85.9%	157	14.1%	1,110
茅ケ崎市	1,300	81.9%	287	18.1%	1,587
逗子市	163	50.8%	158	49.2%	321
三浦市	73	42.0%	101	58.0%	174
秦野市	672	75.1%	223	24.9%	895
厚木市	1,282	82.4%	274	17.6%	1,556
大和市	1,221	74.8%	412	25.2%	1,633
伊勢原市	398	70.4%	167	29.6%	565
海老名市	724	81.4%	165	18.6%	889
座間市	886	82.3%	191	17.7%	1,077
南足柄市	180	75.6%	58	24.4%	238
綾瀬市	204	54.8%	168	45.2%	372
計	48,713	82.6%	10,242	17.4%	58,955
葉山町	42	23.0%	141	77.0%	183
寒川町	201	69.3%	89	30.7%	290
大磯町	166	73.8%	59	26.2%	225
二宮町	136	66.3%	69	33.7%	205
中井町	18	69.2%	8	30.8%	26
大井町	48	68.6%	22	31.4%	70
松田町	47	78.3%	13	21.7%	60
山北町	24	60.0%	16	40.0%	40
開成町	60	65.9%	31	34.1%	91
箱根町	43	78.2%	12	21.8%	55
真鶴町	30	75.0%	10	25.0%	40
湯河原町	84	73.7%	30	26.3%	114
愛川町	129	58.9%	90	41.1%	219
清川村	10	58.8%	7	41.2%	17
計	1,038	63.5%	597	36.5%	1,635
不明	641	79.4%	166	20.6%	807
県外	538	70.1%	229	29.9%	767
合　計	50,930	81.9%	11,234	18.1%	62,164

（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22年度　相談方法別件数及び構成比



（付表 2）平成22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		平成21年度件数	平成22年度件数	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	無回答	計
商品	A 商品一般	1,364	1,482	32	76	60	120	2	83	640	802	218	1	21		2,055
	B 食料品	2,428	2,276	375	800	75	226	24	397	894	1,110	387	29	4		4,321
	C 住居品	2,970	3,026	464	1,386	75	511	8	225	1,110	1,614	567	26	6		5,992
	D 光熱水品	1,139	1,207	34	101	39	551	6	32	427	664	243	4	11		2,112
	E 被服品	1,958	2,085	61	673	46	323	6	218	894	1,525	409	0	2		4,157
	F 保健衛生品	1,705	1,451	188	509	39	267	6	157	632	922	248	7	4		2,979
	G 教養娯楽品	5,472	5,429	143	1,476	123	755	7	383	2,262	3,870	1,255	6	7		10,287
	H 車両・乗り物	1,647	1,592	189	678	61	342	0	80	385	1,112	384	1	0		3,232
	I 土地・建物・設備	2,923	3,005	121	698	163	591	9	108	1,414	1,732	458	0	18		5,312
	J 他の商品	24	43	0	3	0	6	0	2	26	25	5	0	0		67
	小計	21,630	21,596	1,607	6,400	681	3,692	68	1,685	8,684	13,376	4,174	74	73	0	40,514
	構成比	35.2%	34.7%	7.4%	29.6%	3.2%	17.1%	0.3%	7.8%	40.2%	61.9%	19.3%	0.3%	0.3%	0.0%	－
商品関連役務	K クリーニング	645	629	19	483	23	70	0	12	54	327	267	0	2		1,257
	L レンタル・リース・貸借	4,311	3,856	81	442	233	1,719	2	48	432	3,090	635	3	24		6,709
	M 工事・建築・加工	2,082	2,246	78	712	61	634	5	75	865	1,521	429	1	13		4,394
	N 修理・補修	849	846	30	367	16	381	1	40	218	444	256	0	1		1,754
	O 管理・保管	162	164	4	20	15	46	1	14	30	90	43	0	7		270
	小計	8,049	7,741	212	2,024	348	2,850	9	189	1,599	5,472	1,630	4	47	0	14,384
	構成比	13.1%	12.5%	2.7%	26.1%	4.5%	36.8%	0.1%	2.4%	20.7%	70.7%	21.1%	0.1%	0.6%	0.0%	－
役務	P 役務一般	130	127	1	6	6	28	0	1	78	107	9	0	0		236
	Q 金融・保険サービス	7,856	8,269	16	205	539	1,826	4	218	2,926	6,561	920	1	7		13,223
	R 運輸・通信サービス	14,204	14,811	30	600	178	2,988	5	1,097	9,829	12,905	1,453	10	11		29,106
	S 教育サービス	415	397	3	44	16	117	0	23	104	331	68	0	0		706
	T 教養・娯楽サービス	2,616	2,824	41	220	116	618	2	280	1,169	2,158	451	1	12		5,068
	U 保健・福祉サービス	3,088	2,314	276	632	88	607	1	139	628	1,493	465	1	6		4,336
	V 他の役務	2,390	2,633	57	311	74	747	6	252	965	1,832	528	0	9		4,781
	W 内職・副業・ねずみ講	459	393	0	27	3	69	2	68	296	316	20	0	0		801
	X 他の行政サービス	201	280	8	16	38	27	0	13	29	109	116	1	1		358
	小計	31,359	32,048	432	2,061	1,058	7,027	20	2,091	16,024	25,812	4,030	14	46	0	58,615
	構成比	51.1%	51.6%	1.3%	6.4%	3.3%	21.9%	0.1%	6.5%	50.0%	80.5%	12.6%	0.0%	0.1%	0.0%	－
Z 他の相談		335	779	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	779	779
構成比		0.5%	1.2%	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%	－
平成21年度合計		61,373	－	2,505	10,418	1,814	13,547	123	3,380	24,883	45,058	9,560	125	113	335	111,861
平成21年度構成比　※2		100.0%	－	4.1%	17.0%	3.0%	22.1%	0.2%	5.5%	40.5%	73.4%	15.6%	0.2%	0.2%	0.5%	－

（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（Ｐ54,55）参照。

（付表 3-1） 平成22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22年度	平成21年度	前年度比	備　考
	[相談総件数]	[62,164]	[61,373]	101.3 %	
1	デジタルコンテンツ	10,848	10,319	105.1 %	アダルト情報サイト6,581、出会い系サイト1,923、他のデジタルコンテンツ1,140
2	不動産貸借	3,454	3,783	91.3 %	賃貸アパート2,937、借家246、不動産貸借サービス142
3	フリーローン・ サラ金	3,252	3,620	89.8 %	
4	工事・建築	2,183	2,008	108.7 %	新築工事468、塗装工事304、増改築工事296
5	商品一般	1,482	1,364	108.7 %	
6	新聞	1,077	1,170	92.1 %	
7	四輪自動車	1,039	1,115	93.2 %	普通・小型自動車802、軽自動車125、四輪自動車91
8	株	835	647	129.1 %	未公開株731、株104
9	修理サービス	788	756	104.2 %	
10	インターネット接続回線	780	748	104.3 %	光ファイバー372、インターネット接続回線302、ＡＤＳＬ74
11	携帯電話サービス	759	918	82.7 %	
12	プロパンガス	713	927	76.9 %	
13	音響・映像機器	675	529	127.6 %	テレビジョン352、デジタルプレイ・レコーダー80、携帯型音響映像機器59、音響・映像機器付属品59
14	クリーニング	629	645	97.5 %	
15	新築分譲マンション	606	611	99.2 %	
16	エステティックサービス	591	1,410	41.9 %	痩身エステ200、脱毛エステ141、美顔エステ130
16	公社債	591	134	441.0 %	
18	携帯電話	566	593	95.4 %	
19	相談その他	556	241	230.7 %	
20	普通生命保険	552	666	82.9 %	
21	役務その他サービス	531	500	106.2 %	
22	医療サービス	496	465	106.7 %	
23	ファンド型投資商品	485	180	269.4 %	
24	金融関連サービスその他	472	447	105.6 %	
25	ふとん類	470	482	97.5 %	羽毛ぶとん149、ふとん108、他のふとん類59

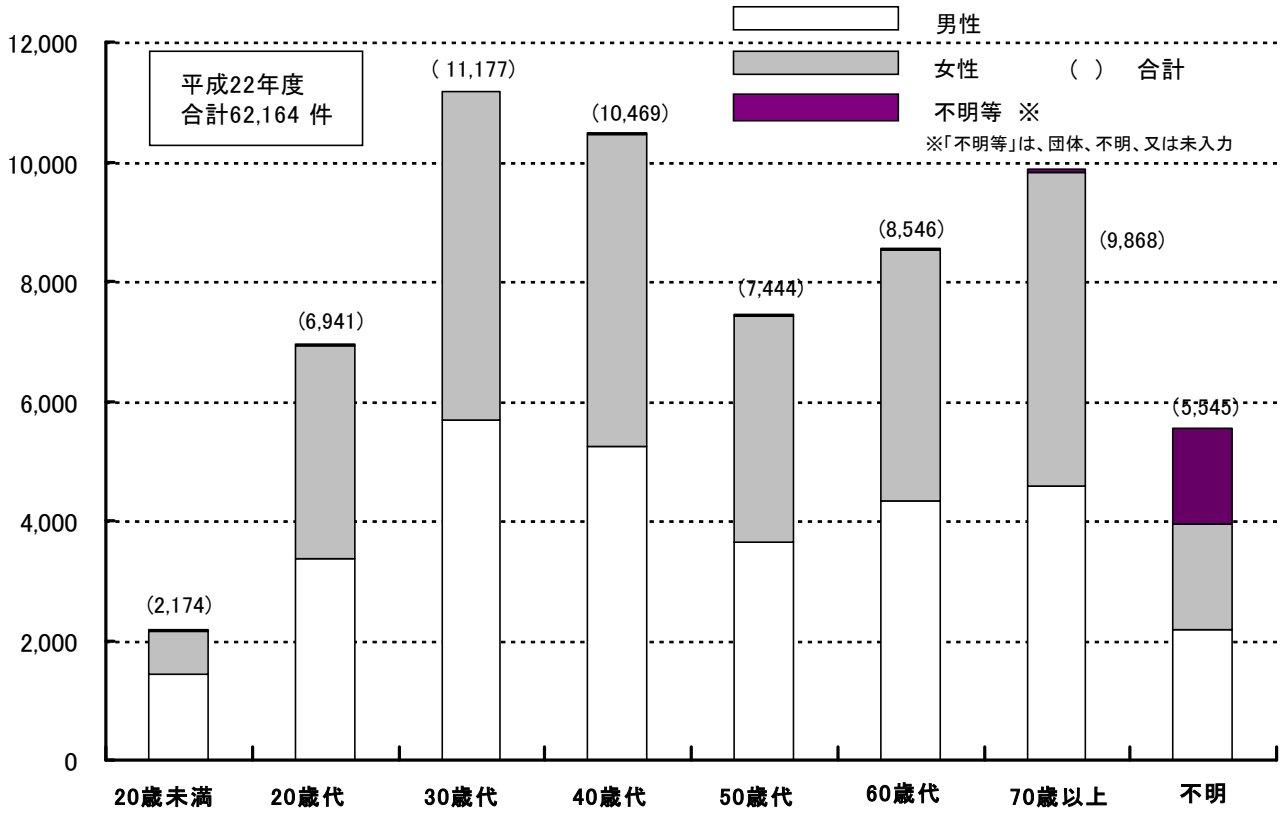
（付表 3-2）平成22年度　苦情相談の上位25品目<前年度順位比較>

単位:件数

順位	22年度	相談総件数	[62,164]	順位	21年度	相談総件数	[61,373]
	品　　目	相談件数	全体に占める割合		品　　目	相談件数	全体に占める割合
1	デジタルコンテンツ	10,848	(17.5%)	1	デジタルコンテンツ	10,319	(16.8%)
2	不動産貸借	3,454	(5.6%)	2	不動産貸借	3,783	(6.2%)
3	フリーローン・ サラ金	3,252	(5.2%)	3	フリーローン・ サラ金	3,620	(5.9%)
4	工事・建築	2,183	(3.5%)	4	工事・建築	2,008	(3.3%)
5	商品一般	1,482	(2.4%)	5	エステティックサービス	1,410	(2.3%)
6	新聞	1,077	(1.7%)	6	商品一般	1,364	(2.2%)
7	四輪自動車	1,039	(1.7%)	7	新聞	1,170	(1.9%)
8	株	835	(1.3%)	8	四輪自動車	1,115	(1.8%)
9	修理サービス	788	(1.3%)	9	プロパンガス	927	(1.5%)
10	インターネット接続回線	780	(1.3%)	10	携帯電話サービス	918	(1.5%)
11	携帯電話サービス	759	(1.2%)	11	修理サービス	756	(1.2%)
12	プロパンガス	713	(1.1%)	12	インターネット接続回線	748	(1.2%)
13	音響・映像機器	675	(1.1%)	13	普通生命保険	666	(1.1%)
14	クリーニング	629	(1.0%)	14	株	647	(1.1%)
15	新築分譲マンション	606	(1.0%)	15	クリーニング	645	(1.1%)
16	エステティックサービス	591	(1.0%)	16	新築分譲マンション	611	(1.0%)
16	公社債	591	(1.0%)	17	携帯電話	593	(1.0%)
18	携帯電話	566	(0.9%)	18	音響・映像機器	529	(0.9%)
19	相談その他	556	(0.9%)	19	役務その他サービス	500	(0.8%)
20	普通生命保険	552	(0.9%)	20	ふとん類	482	(0.8%)
21	役務その他サービス	531	(0.9%)	21	パソコン	467	(0.8%)
22	医療サービス	496	(0.8%)	22	医療サービス	465	(0.8%)
23	ファンド型投資商品	485	(0.8%)	23	金融関連サービスその他	447	(0.7%)
24	金融関連サービスその他	472	(0.8%)	24	給湯システム	377	(0.6%)
25	ふとん類	470	(0.8%)	25	固定電話サービス	376	(0.6%)

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

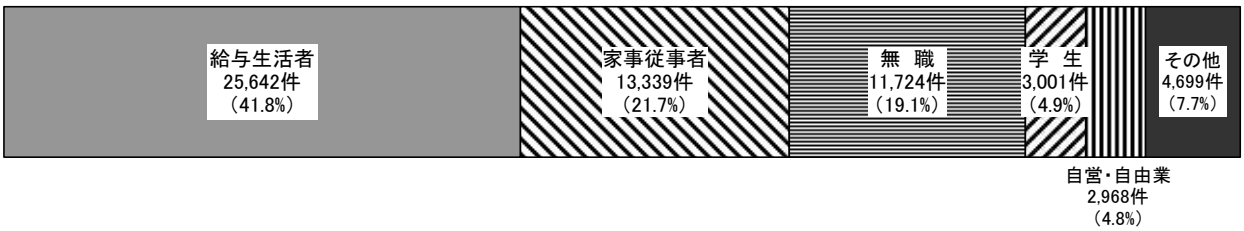
（付図3） 平成22年度　苦情相談の契約当事者性別・年代別件数



（付図4） 平成22年度　苦情相談の契約当事者職業別件数及び構成比

＜平成２２年度＞

＜平成２１年度＞



（付表 4） 平成22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

性別	年代	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	22年度	1,425	3,372	5,683	5,254	3,637	4,322	4,567	2,167	30,427	48.9 %
		(4.7%)	(11.1%)	(18.7%)	(17.3%)	(12.0%)	(14.2%)	(15.0%)	(7.0%)	(100.0%)	
	21年度	1,222	3,505	5,771	5,245	3,438	3,646	3,713	2,692	29,232	47.6 %
		(4.2%)	(12.0%)	(19.7%)	(17.9%)	(11.8%)	(12.5%)	(12.7%)	(9.2%)	(100.0%)	
	前年度比	(116.6%)	(96.2%)	(98.5%)	(100.2%)	(105.8%)	(118.5%)	(123.0%)	(80.5%)	(104.1%)	－
女性	22年度	737	3,555	5,476	5,202	3,793	4,205	5,265	1,778	30,011	48.3 %
		(2.5%)	(11.8%)	(18.2%)	(17.3%)	(12.6%)	(14.0%)	(17.5%)	(6.1%)	(100.0%)	
	21年度	766	3,996	6,292	5,282	3,855	3,931	4,477	2,160	30,759	50.1 %
		(2.5%)	(13.0%)	(20.5%)	(17.2%)	(12.5%)	(12.8%)	(14.6%)	(6.9%)	(100.0%)	
	前年度比	(96.2%)	(89.0%)	(87.0%)	(98.5%)	(98.4%)	(107.0%)	(117.6%)	(82.3%)	(97.6%)	－
不明等	22年度	12	14	18	13	14	19	36	1,600	1,726	2.8 %
		(0.7%)	(0.8%)	(1.0%)	(0.8%)	(0.8%)	(1.1%)	(2.1%)	(92.7%)	(100.0%)	
	21年度	7	6	9	5	2	5	10	1,338	1,382	2.3 %
		(0.5%)	(0.4%)	(0.7%)	(0.4%)	(0.1%)	(0.4%)	(0.7%)	(96.8%)	(100.0%)	
	前年度比	(171.4%)	(233.3%)	(200.0%)	(260.0%)	(700.0%)	(380.0%)	(360.0%)	(119.6%)	(124.9%)	－
計	22年度	2,174	6,941	11,177	10,469	7,444	8,546	9,868	5,545	62,164	100.0 %
		(3.5%)	(11.2%)	(18.0%)	(16.8%)	(12.0%)	(13.7%)	(15.9%)	(8.9%)	(100.0%)	
	21年度	1,995	7,507	12,072	10,532	7,295	7,582	8,200	6,190	61,373	100.0 %
		(3.3%)	(12.2%)	(19.7%)	(17.2%)	(11.9%)	(12.4%)	(13.4%)	(9.9%)	(100.0%)	
	前年度比	(109.0%)	(92.5%)	(92.6%)	(99.4%)	(102.0%)	(112.7%)	(120.3%)	(89.6%)	(101.3%)	－

（注）年度下段のカッコ内は構成比

（付表 5-1） 平成22年度　契約当事者年代別苦情相談上位 5 品目

単位:件数

順位 ＼ 年代	２０歳未満 [2,174]	２０歳代 [6,941]	３０歳代 [11,177]	４０歳代 [10,469]	５０歳代 [7,444]	６０歳代 [8,546]	７０歳以上 [9,868]	不明等 [5,545]	計 [62,164]
1位	デジタルコンテンツ (1,538)	デジタルコンテンツ (1,980)	デジタルコンテンツ (2,550)	デジタルコンテンツ (2,260)	デジタルコンテンツ (1,047)	デジタルコンテンツ (837)	工事・建築 (650)	不動産貸借 (397)	デジタルコンテンツ (10,848)
2位	携帯電話サービス (42)	不動産貸借 (603)	不動産貸借 (1,006)	フリーローン・サラ金 (680)	フリーローン・サラ金 (515)	フリーローン・サラ金 (542)	株 (459)	デジタルコンテンツ (306)	不動産貸借 (3,454)
3位	新聞 (35)	フリーローン・サラ金 (296)	フリーローン・サラ金 (644)	不動産貸借 (575)	不動産貸借 (351)	工事・建築 (445)	デジタルコンテンツ	工事・建築 (271)	フリーローン・サラ金 (3,252)
4位	携帯電話 (22)	エステティックサービス (283)	四輪自動車 (254)	工事・建築 (262)	工事・建築 (311)	不動産貸借 (281)	新聞 (330)	フリーローン・サラ金 (260)	工事・建築 (2,183)
5位	音響・映像ソフト (21)	四輪自動車 (168)	工事・建築 商品一般 (211)	商品一般 (235)	商品一般 (166)	株 (232)	公社債 (329)	商品一般 (190)	商品一般 (1,482)

（付表 5-2）　平成22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 [1,425]	２０歳代 [3,372]	３０歳代 [5,683]	４０歳代 [5,254]	５０歳代 [3,637]	６０歳代 [4,322]	７０歳以上 [4,567]	不明等 [2,167]	計 [30,427]
1位	デジタルコンテンツ (1,074)	デジタルコンテンツ (955)	デジタルコンテンツ (1,323)	デジタルコンテンツ (1,318)	デジタルコンテンツ (790)	デジタルコンテンツ (737)	工事・建築 (308)	デジタルコンテンツ (166)	デジタルコンテンツ (6,657)
2位	新聞 (23)	不動産貸借 (314)	不動産貸借 (547)	フリーローン・サラ金 (429)	フリーローン・サラ金 (335)	フリーローン・サラ金 (339)	デジタルコンテンツ (294)	フリーローン・サラ金 (161)	フリーローン・サラ金 (2,053)
3位	携帯電話サービス (22)	フリーローン・サラ金 (184)	フリーローン・サラ金 (425)	不動産貸借 (317)	不動産貸借 (170)	工事・建築 (238)	株 (246)	不動産貸借 (146)	不動産貸借 (1,781)
4位	音響・映像ソフト	四輪自動車 (131)	四輪自動車 (198)	新築分譲マンション (185)	工事・建築 (146)	不動産貸借 (155)	フリーローン・サラ金 (178)	工事・建築 (94)	工事・建築 (1,067)
5位	自動二輪車 (15)	新聞 (71)	新築分譲マンション (150)	四輪自動車 (152)	四輪自動車 (105)	株 (134)	商品一般 (143)	商品一般 (79)	四輪自動車 (763)

（付表 5-3）　平成22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 [737]	２０歳代 [3,555]	３０歳代 [5,476]	４０歳代 [5,202]	５０歳代 [3,793]	６０歳代 [4,205]	７０歳以上 [5,265]	不明等 [1,778]	計 [30,011]
1位	デジタルコンテンツ (456)	デジタルコンテンツ (1,022)	デジタルコンテンツ (1,224)	デジタルコンテンツ (941)	デジタルコンテンツ (255)	工事・建築 (207)	工事・建築 (338)	不動産貸借 (93)	デジタルコンテンツ (4,121)
2位	携帯電話サービス (19)	不動産貸借 (287)	不動産貸借 (459)	不動産貸借 (258)	不動産貸借 180	フリーローン・サラ金 (203)	新聞 (215)	デジタルコンテンツ (90)	不動産貸借 (1,511)
3位	新聞 (12)	エステティックサービス (270)	フリーローン・サラ金 (219)	フリーローン・サラ金 (248)	フリーローン・サラ金 (179)	商品一般 (128)	株 (212)	フリーローン・サラ金 (67)	フリーローン・サラ金 (1,163)
4位	携帯電話 (11)	フリーローン・サラ金 (112)	エステティックサービス (120)	工事・建築	工事・建築 (164)	不動産貸借 (126)	ふとん類 (198)	商品一般 (62)	工事・建築建築 (989)
5位	コンサート (10)	携帯電話サービス (64)	商品一般 (110)	商品一般 (130)	クリーニング (102)	株 デジタルコンテンツ (97)	公社債 (187)	工事・建築 (60)	商品一般 (767)

（付表 6）平成22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＼年度	平成 22 年度 件数(A)	平成 22 年度 構成比	平成 21年度 件数(B)	平成 21年度 構成比	増加・減少（△）件数 (A-B)	増加・減少（△）率 ((A-B)/B)
苦情相談	62,164	100.0 %	61,373	100.0 %	791	1.3 %
特殊販売	30,419	48.9 %	29,685	48.4 %	734	2.5 %
（特殊販売に占める割合）		(100.0%)		(100.0%)		
訪問販売	7,415	11.9 %	7,653	12.5 %	△ 238	△ 3.1 %
（特殊販売に占める割合）		(24.4%)		(25.8%)		
通信販売	18,425	29.6 %	18,050	29.4 %	375	2.1 %
（特殊販売に占める割合）		(60.6%)		(60.8%)		
マルチ・マルチまがい	543	0.9 %	655	1.1 %	△ 112	△ 17.1 %
（特殊販売に占める割合）		(1.8%)		(2.2%)		
電話勧誘販売	3,435	5.5 %	2,655	4.3 %	780	29.4 %
（特殊販売に占める割合）		(11.3%)		(8.9%)		
ネガティブ・オプション	93	0.1 %	167	0.3 %	△ 74	△ 44.3 %
（特殊販売に占める割合）		(0.3%)		(0.6%)		
その他無店舗	508	0.9 %	505	0.8 %	3	0.6 %
（特殊販売に占める割合）		(1.6%)		(1.7%)		
特殊販売以外	31,745	51.1 %	31,688	51.6 %	57	0.2 %

※（　）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日以上の展示販売。

（付表 7-1） 平成22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	22年度	[相談総件数]　[7,415]		順位	21年度	[相談総件数]　[7,653]	
	品　目	相談件数	全体に占める割合		品　目	相談件数	全体に占める割合
1	新聞	953	(12.9%)	1	新聞	1,059	(13.8%)
2	工事・建築	918	(12.4%)	2	工事・建築	827	(10.8%)
3	プロパンガス	408	(5.5%)	3	プロパンガス	585	(7.6%)
4	ふとん類	266	(3.6%)	4	ふとん類	289	(3.8%)
5	テレビ放送サービス	232	(3.1%)	5	給湯システム	259	(3.4%)
6	有線テレビ放送	203	(2.7%)	6	普通生命保険	232	(3.0%)
7	給湯システム	201	(2.7%)	7	修理サービス	196	(2.6%)
7	普通生命保険	201	(2.7%)	8	他の台所用品	165	(2.2%)
9	修理サービス	181	(2.4%)	9	有線テレビ放送	160	(2.1%)
10	インターネット接続回線	168	(2.3%)	10	テレビ放送サービス	159	(2.1%)

（付表 7-2） 平成22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	22年度	[相談総件数]　[18,425]		順位	21年度	[相談総件数]　[18,050]	
	品　目	相談件数	全体に占める割合		品　目	相談件数	全体に占める割合
1	デジタルコンテンツ	10,645	(57.8%)	1	デジタルコンテンツ	10,155	(56.3%)
2	商品一般	264	(1.4%)	2	フリーローン・サラ金	364	(2.0%)
3	宝くじ	229	(1.2%)	3	商品一般	312	(1.7%)
4	フリーローン・サラ金	217	(1.2%)	4	宝くじ	291	(1.6%)
5	教養・娯楽サービスその他	184	(1.0%)	5	インターネット接続回線	231	(1.3%)

（付表 7-3） 平成22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	22年度	[相談総件数]　[543]		順位	21年度	[相談総件数]　[655]	
	品　目	相談件数	全体に占める割合		品　目	相談件数	全体に占める割合
1	他の健康食品	73	(13.4%)	1	他の健康食品	85	(13.0%)
2	商品一般	58	(10.7%)	2	健康食品	55	(8.4%)
3	化粧品セット	49	(9.0%)	3	商品一般	42	(6.4%)
4	健康食品	39	(7.2%)	4	化粧品セット	41	(6.3%)
5	化粧品	22	(4.1%)	5	パソコンソフト	36	(5.5%)

（付表 7-4） 平成22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	22年度	[相談総件数]	[3,435]	順位	21年度	[相談総件数]	[2,655]
	品　目	相談件数	全体に占める割合		品　目	相談件数	全体に占める割合
1	株	458	(13.3%)	1	株	314	(11.8%)
2	公社債	301	(8.8%)	2	新築分譲マンション	178	(6.7%)
3	新築分譲マンション	237	(6.9%)	3	インターネット接続回線	144	(5.4%)
4	インターネット接続回線	191	(5.6%)	4	鮮魚	141	(5.3%)
5	ファンド型投資商品	172	(5.0%)	5	商品一般	132	(5.0%)

（付表 7-5） 平成22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	22年度	[相談総件数]	[93]	順位	21年度	[相談総件数]	[167]
	品　目	相談件数	全体に占める割合		品　目	相談件数	全体に占める割合
1	カレンダー	18	(19.4%)	1	カレンダー	21	(12.6%)
2	商品一般	7	(7.5%)	2	商品一般	20	(12.0%)
	他の書籍・印刷物	7	(7.5%)	3	他の書籍・印刷物	18	(10.8%)
	単行本	7	(7.5%)	4	単行本	12	(7.2%)
5	音響・映像ソフト	4	(4.3%)	5	音響・映像ソフト	11	(6.6%)
	鮮魚	4	(4.3%)				

（付表 7-6） 平成22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	22年度	[相談総件数]	[508]	順位	21年度	[相談総件数]	[505]
	品　目	相談件数	全体に占める割合		品　目	相談件数	全体に占める割合
1	フリーローン・サラ金	36	(7.1%)	1	フリーローン・サラ金	26	(5.1%)
2	工事・建築	27	(5.3%)	2	廃品回収サービス	23	(4.6%)
3	役務その他サービス	17	(3.3%)	3	家庭用電気治療器具	21	(4.2%)

（付表 8-1）　平成22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	男女別		主な品目	契約当事者の特徴	平均契約金額(千円) 平均既支払金額(千円)	過去4年間の件数の推移 07 08 09 10
			性別	件数				
1	電子商取引	13,661	男性	7,953	①デジタルコンテンツ9,996②音響・映像ソフト114②商品一般114④パソコンソフト105	20～40歳代給与生活者	18万6千円	
			女性	5,590			7万2千円	
2	家庭訪販	5,673	男性	2,224	①新聞818②工事・建築794③プロパンガス354	60歳代以上、無職、家事従事者	185万7千円	
			女性	3,330			91万8千円	
3	電話勧誘	4,995	男性	2,356	①株539②公社債403③新築分譲マンション330	60歳代以上、無職、家事従事者、給与生活者	337万8千円	
			女性	2,495			224万5千円	
4	無料商法	2,250	男性	1,184	①デジタルコンテンツ1,352②エステティックサービス81③工事・建築66	20～40歳代給与生活者	27万2千円	
			女性	1,051			10万9千円	
5	利殖商法	1,357	男性	635	①株341②公社債299③ファンド型投資商品230	60歳代以上、無職、家事従事者	628万5千円	
			女性	713			516万8千円	
6	二次被害	1,032	男性	548	①株289②公社債98③ファンド型投資商品78	60歳代以上無職、給与生活者	391万1千円	
			女性	477			266万2千円	
7	販売目的隠匿	665	男性	264	①商品一般49②ふとん類46③新聞32	70歳代以上及び20～40歳代給与生活者、家事従事者	89万9千円	
			女性	387			23万4千円	
8	次々販売	605	男性	195	①工事・建築67②ふとん類54③エステティックサービス46	70歳代以上、女性中心無職、給与生活者、家事従事者	458万8千円	
			女性	397			390万9千円	
9	サイドビジネス商法	541	男性	234	①他の内職・副業71②デジタルコンテンツ44③ワープロ・パソコン内職43	20～40歳代給与生活者	48万6千円	
			女性	299			38万6千円	
10	点検商法	496	男性	204	①工事・建築186②ふとん類44③他の台所用品37	70歳代以上無職、家事従事者	85万円	
			女性	281			24万9千円	
11	当選商法	425	男性	198	①宝くじ170②デジタルコンテンツ117③教養・娯楽サービスその他47	70歳代以上無職、給与生活者	163万4千円	
			女性	226			46万3千円	
12	テレビショッピング	415	男性	100	①電気掃除機類35②他の健康食品26③ふとん類25	60歳代以上、女性家事従事者、無職	2万9千円	
			女性	314			1万8千円	
13	かたり商法（身分詐称）	329	男性	149	①商品一般34②公社債28③新聞23	60歳代以上、無職、家事従事者	387万5千円	
			女性	163			257万5千円	

14	景品付販売	291	男性	136	①新聞228②インターネット接続回線12③音響・製造ソフト6	60歳代以上及び20歳代 無職、家事従事者、給与生活者	73万4千円	
			女性	155			6万8千円	
15	キャッチセールス	258	男性	64	①エステティックサービス80②他の理美容用具30③医療サービス19	20歳代、女性 給与生活者	63万2千円	
			女性	193			14万4千円	
16	カタログ通販	228	男性	67	①商品一般17②他の健康食品9③いす類7	60歳代以上、女性 家事従事者	26万9千円	
			女性	156			19万円	
17	アポイントメントセールス	191	男性	107	①ネックレス35②複合サービス会員26③パソコンソフト12	20歳代 給与生活者	185万9千円	
			女性	84			41万4千円	
18	ネガティブオプション	185	男性	95	①カレンダー28②商品一般16③他の書籍・印刷物12③単行本12	70歳代以上 無職	1万9千円	
			女性	77			4千円	
19	アンケート商法	177	男性	65	①エステティックサービス24②医療サービス12②商品一般12③ネックレス10③外国語・会話教室10	20歳代 女性中心 給与生活者	53万6千円	
			女性	112			12万5千円	
20	職場訪販	168	男性	69	①リースサービス42②普通生命保険30②広告代理サービス13	男性中心 給与生活者、企業・団体	192万6千円	
			女性	29			53万5千円	
21	紹介販売	163	男性	45	①他の健康食品22②化粧品セット13③ファンド型投資商品9③他の内職・副業9	20歳代 女性中心 給与生活者	100万4千円	
			女性	116			86万9千円	
22	過量販売	136	男性	28	①新聞19②ふとん類14③補習用教材12	70歳代以上、女性中心 無職、家事従事者	169万2千円	
			女性	106			40万2千円	
23	展示販売	117	男性	24	①着物類21②室内装飾品14③家庭用電気治療器具13	60歳代以上 女性中心 給与生活者、家事従事者	98万2千円	
			女性	92			44万7千円	
24	SF商法	109	男性	23	①健康食品23②家庭用電気治療器具21③他の健康食品15	70歳代以上 女性中心 無職、家事従事者	74万7千円	
			女性	79			46万3千円	
25	業務提供誘引販売	98	男性	36	①ワープロ・パソコン内職35②他の内職・副業17③タレント・モデル養成教室11	20～40歳代、女性中心 給与生活者、家事従事者	40万3千円	
			女性	62			24万7千円	

(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(Ｐ56)参照

（付表 8-2） 平成22年度 販売方法･手口別等苦情相談事例

○電子商取引、ワンクリック請求（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 ９８，０００円

（相談内容） パソコンで無料の動画サイトにアクセスし「１８歳以上」をクリックすると突然アダルトサイトに登録完了となり「３日以内に料金を支払うように」との請求画面が表示された。あわててパソコンの電源を落としたが、そのパソコンを立ち上げるたびに、請求画面が現れ消せない。どうしたらよいか。

（対 応） 電子消費者契約においては、契約の意思の確認や料金の表示がわかりにくい場所にある場合は錯誤無効を主張できること、不安に思い請求元に連絡を取ると個人情報を把握されてしまい長期にわたりしつこく料金を請求される恐れがあることなどを伝えた。請求画面が表示されるのはコンピュータウイルスによるものなので、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伝えた。

○点検商法（屋根工事）

（当 事 者） ３０歳代 男性 給与生活者 契約金額 ７８万円

（相談内容） 以前に屋根の施工をした業者から頼まれて地震の被害を点検に来たと業者が訪問してきた。屋根に上り点検したところ、屋根部分は釘が抜けており、棟の部分は粘土が取れて水が入る、目止めが取れている、石綿を使っており有害だと言われ、屋根と棟部分の修理の契約をした。突然の訪問で契約をしたが、高額でもあり不安になった。契約をやめたいができるか。

（対 応） 相談者は契約内容を不安に思っているようだったので、一旦契約を白紙に戻し、改めて複数の業者から見積りを取って、料金だけでなく保証の有無などを確認してはどうかと助言した。相談者は契約を再考したいということだったので、業者にクーリング・オフの葉書を出すよう出し方を説明した。センターからも念のため業者に相談者がクーリング・オフする旨を電話で伝えたところ了解された。

○虚偽説明、クーリング・オフ（トイレ工事）

（当 事 者） ６０歳代 女性 無職 契約金額 ３３万円

（相談内容） 夜トイレが詰まったので、新聞折り込み広告にあった業者に修理を依頼した。業者は詰まった異物を溶かす薬剤代が４万円かかるが、異物が溶けないこともある。その場合は、便器交換となるが薬剤代も支払ってもらうと言われ、それならばと便器交換を依頼した。業者はその日のうちに便器を交換して古い便器を持ち帰ってしまったがよく考えると便器の交換までは必要なかったのではないかと思うし契約書等も渡されなかったので不審である。解約して返金してもらいたいができるか。

（対 応） クーリング・オフ期間内であるため葉書で契約解除通知を出すよう助言し、後日センターから事業者に連絡した。事業者は、便器は既に設置したため減額で対応するとの回答だったが、あくまでもクーリング・オフするよう求めた。事業者は修理代４万円は請求したいと主張するので、修理はしておらず、書面がないので応じられないことを伝えた。事業者はクーリング・オフに応じ返金がなされた。

○訪問販売、虚偽説明、解約（プロパンガス）

（当 事 者）　４０歳代　男性　給与生活者　１３万円

（相談内容）　プロパンガスの料金が安くなると事業者が訪問してきた。従量料金がこれまでの半額近くに安くなると説明を受け、これまでの事業者から変更することにし変更の申込書と委任状を渡した。契約変更に当たり費用負担はないと説明を受けたのに、自宅新築以来契約している事業者から配管設備の残存分として 13 万円余りを請求された。話が違うので解約したい。

（対　　応）　消費生活センターから新たな契約業者に照会し、相談者の意向と勧誘の際の説明が不十分であったこと、消費者に誤解を生じさせる勧誘の問題点を指摘し、対応を求めたところ、申込みの撤回を認めた。相談者にも事業者に連絡をするよう伝えるとともに、事業者の選択に当たっては、メンテナンスの体制の確認、提示された料金がいつまで続くのかや解約の際の負担など、留意すべき点を伝えた。

○キャッチセールス、アンケート商法、虚偽説明、長時間勧誘、クーリング・オフ回避（エステティック）

（当 事 者）　２０歳代　女性　学生　契約金額　不明

（相談内容）　夕方、街頭で美についてのアンケートに答えてほしいと声をかけられ店に行った。肌診断をされ、ケアをしないと大変なことになると言われ、夜１０時過ぎまで勧誘され、申込金を支払い、エステティックと化粧品セットの契約をした。店で「クーリング・オフはいつでもできる。残金の支払いは２か月後なので化粧品を試してみて」と説明を受け、一部の化粧品を渡された。残りは施術の際に渡されると言われた。施術は受けていないが、化粧品はすべて使用してしまった。契約書を確認したら、クーリング・オフの行使期間は契約日から８日以内とされており、いつでもできるわけではないとわかった。使用した化粧品以外の支払いはやめたい。

（対　　応）　クーリング・オフの行使期間は経過しているが、業者からいつでもクーリング・オフできると虚偽の説明を受けたのであれば、その旨主張しクーリング・オフの手続きをするよう助言した。消費した化粧品については支払う必要があるが申込金についても返還を求めることができることを説明した。相談者がクーリング・オフの手続きをとった後、センターからも業者に販売方法の問題点を説明し、相談者がクーリング・オフしたことを伝えた。業者はクーリング・オフを了承し、相談者は使用した化粧品の代金から申込金を差し引いた金額を支払うことになった。

○多重債務（クレジットカードの現金化）

（当 事 者）　　５０歳代　自営業者　契約金額　３３万円

（相談内容）　知人からお金を貸してくれるところがあると紹介され店舗に出向いた。金を 33 万円で個人名で購入する契約で、手渡された金を買取業者に持って行き 20 万円で買い取ってもらった。その金額が借りた金額なので、購入代金 33 万円との差額を 1 か月以内に返済しなければならない。返済できないと更に金を買い、現金化することになる。今後どうしたらよいか。

（対　　応）　警察の相談窓口に至急相談するよう案内するとともに、自営業の運転資金であるならば自治体の窓口も案内した。また、日本弁護士連合会の中小企業向け相談窓口では期間限定であるが無料の法律相談を受け付けていることも情報提供した。

○インターネットオークション、誇大広告、解約（ペニーオークション(※)）

（当 事 者）　　３０歳代　女性　家事従事者　契約金額　3 万円

（相談内容）　格安、激安、99%オフなどとあったインターネットオークションサイトに登録し、入札のためコインを 550 枚購入した。ハンドバックと商品券の入札をしたが、入札のためにはコインを支払う必要がある。入札した物に他の人が入札してくるとその度に入札期限も延長され、対抗して再度入札するとまた入札期限が延長され他の人が入札してくる。入札時にシステムの不具合で操作できなくなったりしたこともあり、結局落札できずコイン代のみがかかった。コイン代のみ支払うことに納得できない。

（対　　応）　サイトの広告上の問題点及び解約したい旨の通知をし、信販会社にも引き落としを待って欲しい旨の申出をするよう助言した。信販会社から 1 か月間請求を保留すると回答があった。決済代行業者に事情を説明し対応を求めたところ、決済代行業者から全額返金がなされた。

（※）ペニーオークションは、入札するたびに入札手数料が必要となる形式のインターネットオークションのことで、入札開始価格が低額で、1 回の入札金額の単価も低額だが、入札者が競り合っている場合には、落札できたとしても、落札金額のほか多額の入札手数料を支払うこととなり、落札できない場合にも多額の入札手数料を支払うことになる。

（付表 9-1） 平成22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	他の商品	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21年度件数
骨折	5	2	4		1			2						1		1	1	1	8	10	1		37	4.8%	27
脱臼･捻挫	1																	1	2	4			8	1.0%	12
切断																							0	0.0%	0
擦過傷･挫傷･打撲傷	9	2	19		12	2	4	20	4				1				2		3	14	3		95	12.2%	67
刺傷･切傷	1	10	13		2	1	3	3	1			3					2		2	18	4		63	8.1%	71
頭蓋(内)損傷								2												2			4	0.5%	0
内臓損傷		1																					1	0.1%	0
神経･脊髄の損傷	3		2			2		4	2			2	1				3		1	5			25	3.2%	15
筋･腱の損傷			3		1				1										1	2			8	1.0%	8
窒息																				1			1	0.1%	2
感覚機能の低下		1	1			2														4			8	1.0%	6
熱傷		3	18		1	7	7	2	2			1				1				13	8		63	8.1%	53
凍傷																							0	0.0%	0
皮膚障害		9	6		9	66	4				1	1	1							48			145	18.7%	200
感電障害			3			1	1																5	0.7%	6
中毒																					4		4	0.5%	7
呼吸器障害		2	6			2	1					2	1						1		1		16	2.1%	23
消化器障害		38	2			3														1	5		49	6.3%	78
その他の疾病及び諸症状	4	43	29	3	4	31	10	1	5			5	5	1			2		4	87	7	1	242	31.1%	241
不明																				4			4	0.5%	4
計	23	111	106	3	30	117	30	34	15	0	1	14	9	2	0	2	10	2	22	213	33	1	778	100.0%	820
割合	3.0%	14.3%	13.6%	0.4%	3.9%	15.0%	3.8%	4.4%	1.9%	0.0%	0.1%	1.8%	1.1%	0.3%	0.0%	0.3%	1.3%	0.3%	2.8%	27.4%	4.2%	0.1%	100.0%	－	－
平成21年度件数	21	132	102	3	42	141	32	15	15	1	4	17	17	5	1	0	7	0	27	194	43	1	820	－	－

[相談事例] （パーマ施術中の液だれ）

（当 事 者） ５０歳代 女性 自営業 契約金額 ４千円

（相談内容） パーマ施術中に、対応した担当者のタオルの巻き方が不十分だったため、1 液目のパーマ液をかけた後、２液目をかけようとしたら巻いていたタオルが突然解けてしまい顔面や目の中に２液が流れ込み、痛みが生じた。目を水で洗い流したが、パーマの途中でもあり十分には洗浄できなかった。本部の担当者が同伴して眼科を受診したところ、「薬品性角膜皮膚」で全治一週間の診断だった。次回は３日後に再診予定。眼帯をし、軟膏と目薬を処方され、治療費と交通費は事業者が負担した。しかし、店長の謝罪が一言もないこと等美容院の対応に不満である。痛みと精神的苦痛を含め今後の仕事への支障等もあり慰謝料、損害賠償を検討したいができるか。

（対 応） 業者へ架電し相談者の意向を伝えた。社長以下役員で協議し、相談者の都合に合わせて謝罪に出向く予定とのことであった。相談者に業者へは相談者の意向は伝えてあるが、要望内容を整理し業者へ申し出るよう助言した結果、治療には事業者がタクシーで付き添い、治療費も全額負担し、謝罪もあったということで、治療終了後、消費生活センターに相談者から連絡があったため終了とした。

（付表 9-2） 平成22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	他の商品	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	保健・福祉サービス	他の役務	計	割合	平成21年度件数
火災			4				1					1					6	1.5%	9
発火･引火		1	15		2	4	8	1	1				1				33	8.4%	51
発煙･火花			43			4	11	3	2		1		3				67	17.0%	58
過熱･こげる		1	24			2	13	2	3								45	11.4%	54
ガス爆発									1								1	0.3%	0
ガス漏れ			2				1										3	0.8%	2
点火･燃焼･消火不良			3				2		1								6	1.5%	8
漏電･電波等の障害							1										1	0.3%	3
燃料･液漏れ等			3	2			1	3	1								10	2.5%	15
化学物質による危険																	0	0.0%	0
破裂		3	15	2		1		2			1	1					25	6.3%	25
破損･折損		2	16		1	4	3	17	1		1	1	1				47	11.9%	41
部品脱落			5			1	1	9					1				17	4.3%	29
機能故障			5			1		50	1		1		3				61	15.4%	74
転落･転倒･不安定			7						1								8	2.0%	5
バリ･鋭利																	0	0.0%	2
操作･使用性の欠落			3		2		1	5	1								12	3.0%	10
腐敗･変質		3															3	0.8%	2
異物の混入		21	2		4	1						1				2	31	7.8%	33
異物の侵入																	0	0.0%	2
その他		1	8			1	4	4					1				19	4.8%	22
計	0	32	155	4	9	19	47	96	13	0	4	4	10	0	0	2	395	100.0%	445
割合	0.0%	8.1%	39.3%	1.0%	2.3%	4.8%	11.9%	24.3%	3.3%	0.0%	1.0%	1.0%	2.5%	0.0%	0.0%	0.5%	100.0%	－	－
平成21年度件数	0	30	157	7	7	15	47	122	21	1	8	7	18	1	2	2	445	－	－

[相談事例]　（製品発熱）

（当 事 者）　　３０歳代　男性　給与生活者

（相談内容）　　５年前購入した携帯用音楽プレイヤーが充電中熱くなる。同種商品の充電中発火の報道を知り、購入店に持参したところ、「ご迷惑をおかけした。調査するのでお預かりする。代替品の在庫がきれているので、１，２週間待ってほしい。」とのことだったが、1ヶ月待っても何の連絡もない。店やメーカーの顧客窓口に問い合わせているが、電話が混み合っているとのテープが流れるばかりで一向につながらない。交換品を早く引き渡してほしい。電話はわざとつながらないようにしているのではないかと不審である。

（対　　応）　　消費生活センターより販売店に連絡するも、照会内容により番号を押して電話が振り分けられる仕組みで、機能に関する問い合わせやネットショッピングに関する相談等は全くつながらない状況だった。やむなく、法人購入窓口に連絡したところ、メッセージを残すよう案内があり、指示通りにしたところ返事があった。経緯を伝えたところ、代替品は既に入荷済みであり、当該不具合商品は所管官庁が事故の再発防止対策等について指示した該当商品であるとの回答を得た。電話が著しくつながらないのは問題ではないかと申し入れをした。相談者には、この間の経緯を伝え、交換品を取りに行くよう伝え終了とした。

（付表 10） 平成 22 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	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%)	
	21年度	5,800	11,871	10,493	4,307	1,185	33,656	1,550
		(17.2%)	(35.3%)	(31.2%)	(12.8%)	(3.5%)	(100.0%)	
	前年度比	(97.2%)	(108.0%)	(87.6%)	(99.4%)	(106.1%)	(98.6%)	(103.4%)
既支払金額	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%	
	21年度	3,911	5,838	5,347	2,080	450	17,626	1,081
		(22.2%)	(33.1%)	(30.3%)	(11.8%)	(2.6%)	(100.0%)	
	前年度比	(92.9%)	(93.3%)	(88.8%)	(116.5%)	(110.0%)	(95.0%)	(118.3%)

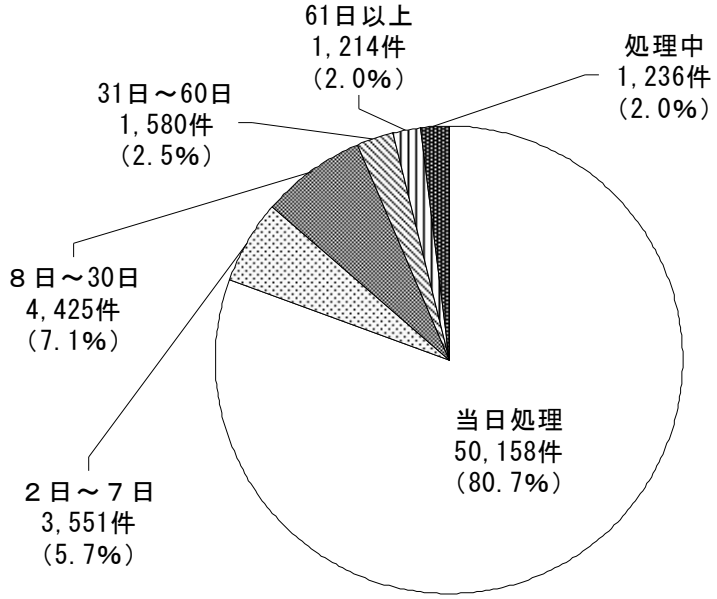
（付表 11） 平成 22 年度　クーリング・オフに関する相談の契約購入金額

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	96	460	948	251	19	1,774	1,399,539	100,000	789
構成比	5.4%	25.9%	53.5%	14.1%	1.1%	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 2,169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 22 年度　苦情相談処理日数 （平成 23 年 3 月 31 日現在）

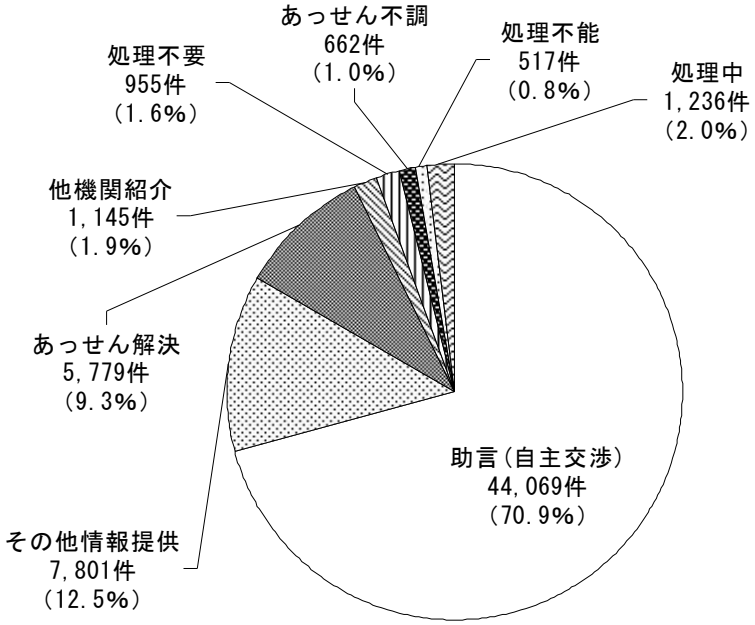


苦情相談処理日数の推移（各年度末時点）

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19年度	54,826	2,895	3,950	1,759	1,283	1,475
	82.8%	4.4%	6.0%	2.7%	1.9%	2.2%
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%

（付図6）平成 22 年度　苦情相談処理結果状況 （平成 23 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	A００
B.食料品	
1．食料品一般	B１０
2．主要食品	
1．穀類	B２１
2．魚介類	B２２
3．肉類	B２３
4．乳卵類	B２４
5．野菜・海草	B２５
6．油脂・調味料	B２６
3．し好食品	
1．果物	B３１
2．菓子類	B３２
3．飲料	B３３
4．酒類	B３４
4．調理食品	B４０
5．他の食料品	
1．健康食品	B５１
2．食料品その他	B５２
C.住居品	
1．住居品一般	C１０
2．家事用品	
1．食生活機器	C２１
2．食器・台所用品	C２２
3．洗濯・裁縫用具	C２３
4．掃除用具	C２４
5．洗浄剤等	C２５
3．住生活用品	
1．空調・冷暖房機器	C３１
2．家具・寝具	C３２
3．室内装備品	C３３
4．照明器具	C３４
4．他の住居品	C４０
D.光熱水品	
1．光熱水品一般	D１０
2．電気	D２０
3．ガス	D３０
4．石油	D４０
5．水道	D５０
6．他の光熱水品	D６０
E.被服品	
1．被服品一般	E１０
2．和服	E２０
3．洋服	
1．洋服一般	E３１
2．紳士洋服	E３２
3．婦人洋服	E３３
4．子供洋服	E３４
5．洋装下着	E３５
4．身の回り品	
1．履物	E４１
2．かばん	E４２
3．アクセサリー	E４３
4．他の身の回り品	E４４
5．生地・糸類	E５０
6．他の被服品	E６０
F.保健衛生品	
1．保健衛生品一般	F１０
2．医薬品	F２０
3．医療用具	F３０
4．化粧品	F４０
5．理美容器具・用品	F５０
6．他の保健衛生品	F６０
G.教養娯楽品	
1．教養娯楽品一般	G１０
2．文具・事務用品	G２０
2.1．パソコン・パソコン関連用品	G２１
2.5．電話機・電話機用品	G２５
3．学習教材	G３０
4．書籍・印刷物	G４０
5．音響・映像製品	G５０
6．スポーツ用品	G６０
7．光学機器・時計	
1．カメラ類	G７１
2．時計	G７２
3．他の光学機器	G７３
8．玩具・遊具	G８０
9．他の教養娯楽品	
1．楽器	G９１
2．他の教養娯楽品	G９２
H.車両・乗り物	
1．車両・乗り物一般	H１０
2．自動車	H２０
3．自動車用品	H３０
4．自転車・用品	H４０
5．運搬用具	H５０
6．他の乗り物	H６０
I.土地・建物・設備	
1．土地・建物・設備一般	I１０
2．土地	I２０
（借地L－I２０）	
（土地造成M-I２０）	
（土地管理O－I２０）	
3．建物	
1．建物一般	I３１
2．集合住宅	I３２
（分譲マンション　I３２）	
（賃貸マンション・アパート L－I３２）	
（マンション管理 O－I３２）	
3．戸建住宅	I３３
（建売住宅　I３３）	
（借家　L－I３３）	
（注文住宅　M－I３３）	
（増改築　M－I３３）	
4．他の建物	I３４
4．住宅構成材	I４０
5．住宅設備	
1．空調・冷暖房・給湯設備	I５１
2．衛生設備	I５２
3．屋外装備品	I５３
4．他の住宅設備	I５４
J.他の商品	J００
K.クリーニング	K
L.レンタル・リース・賃借	L
M.工事・建築・加工	M
N.修理・補修	N
O.管理・保管	O
P.役務一般	P００
Q.金融・保険サービス	
1．金融・保険一般	Q１０
2．生命保険	Q２０
3．損害保険	Q３０
3.5．その他の保険	Q３５
7．預貯金・証券等	Q７０
7.5．デリバティブ取引	Q７５
7.6．ファンド型投資商品	Q７６
8．融資サービス	Q８０
9．他の金融関連サービス	Q９０
R.運輸・通信サービス	
7．運輸・運送サービス	
0．運輸・運送サービス一般	R７０
1．旅客運送サービス	R７１
2．郵便・貨物運送サービス	R７２
8．放送・通信サービス	
0．放送・通信サービス一般	R８０
1．電報・固定電話	R８１
2．移動通信サービス	R８２
3．放送・コンテンツ等	R８３
4．インターネット通信サービス	R８４
S.教育サービス	
1．教育一般	S１０
2．学校教育	S２０
3．補習教育	S３０
4．他の教育	S４０
T.教養・娯楽サービス	
1．教養・娯楽一般	T１０
2．旅行代理業	T２０
3．宿泊施設	T３０
4．教室・講座	T４０
5．観覧・鑑賞	T５０
6．各種会員権	T６０
7．他の教養・娯楽	T７０
U.保健・福祉サービス	
1．保健・福祉一般	U１０
2．保健	
1．医療	U２１
2．理美容	U２２
3．浴場	U２３
4．衛生サービス	U２４
3．福祉	
1．保育	U３１
2．老人福祉・サービス	U３２
4．他の保健・福祉	U４０
V.他の役務	
1．外食・食事宅配	V１０
2．冠婚葬祭	V２０
3．家事サービス	V３０
4．役務その他	V４０
W.内職・副業・ねずみ講	
1.5．内職・副業一般	W１５
3．自動販売機	W３０
4．内職・副業	W４０
5．無限連鎖講	W５０
X.他の行政サービス	X００
Z.他の相談	
1．消費者運動（消費者問題一般）	Z１０
2．家庭管理	Z２０
3．健康管理	Z３０
4．相隣関係	Z４０
5．慣習・しきたり	Z５０
6．婚姻	Z６０
7．相続	Z７０
8．相談その他	Z８０

（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で商品・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、得した気分にさせ興奮状態にしておいて、最後に高額な商品を売りつける商法
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23年7月1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	9:00～16:00	川崎市川崎区砂子1-10-2 ソシオ砂子ビル6階	044-200-3030
			金（夜間）	16:00～19:00		
	※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 ＪＡ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。	月～金 （年末年始・月曜日から金曜日の祝日は除きます。）	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・水	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～9月の間は相談時間を変更しています。	月～土	9:00～16:00 （水・土曜日は9:00～12:00）	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）	座間市緑ケ丘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］	木曜日を除く平日は、中井町、大井町、松田町、山北町、開成町にお住まいの方は南足柄市消費生活センターをご利用ください。	木	9:30～17:15	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	9:30～12:00、13:00～16:00	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	9:30～12:00、13:00～16:00	足柄上郡松田町松田惣領2037 松田町役場内	0465-83-1228
山北町	山北町産業観光課　［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	8:30～17:00	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］	箱根町、真鶴町、湯河原町にお住まいの方は、小田原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	足柄下郡箱根町湯本256 箱根町役場内	0460-85-7160
真鶴町	真鶴町税務町民課　［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	9:30～19:00	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
			土・日・祝日	9:30～16:30		
	※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4月17日、6月19日、8月21日、10月16日、12月18日、2月19日（かながわ県民センター休館日）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。