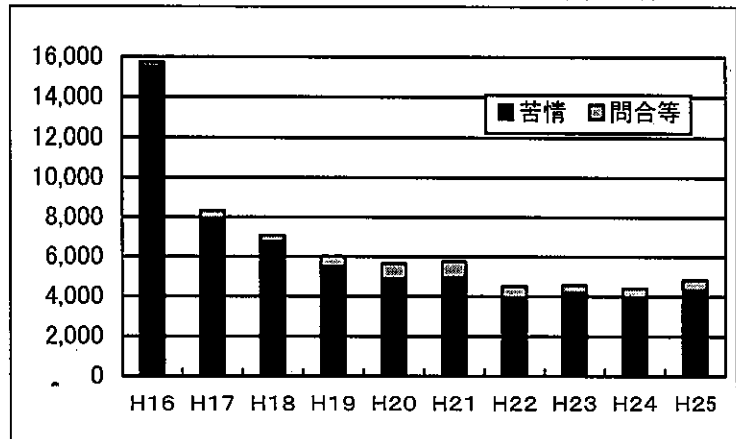


1 平成 25 年度消費生活相談の状況

(1) 平成 25 年度相談件数と相談件数の推移

- 平成 25 年度の相談件数は、4,821 件と前年度 4,411 件に比べ 410 件 (9.3%) 増加した。
- 過去 10 年間の相談件数の推移をみると、平成 16 年度を最高値として、以後年々減少傾向である。

〈受付相談件数の推移〉 単位：件



単位：件

年度	H16	H17	H18	H19	H20	H21	H22	H23	H24	H25
相 問合等	249	383	317	510	759	815	571	374	441	503
相 苦情	15,494	7,932	6,746	5,507	4,881	4,945	3,943	4,198	3,970	4,318
相 計	15,743	8,315	7,063	6,017	5,640	5,760	4,514	4,572	4,411	4,821
内 架空請求	11,138	3,999	2,808	2,101	1,414	1,308	697	814	727	712

(2) 項目別相談上位件数

(上段 H25 年度下段 H24 年度)

○相談件数 4,821 件 (H24 年度 4,411 件)

単位：件

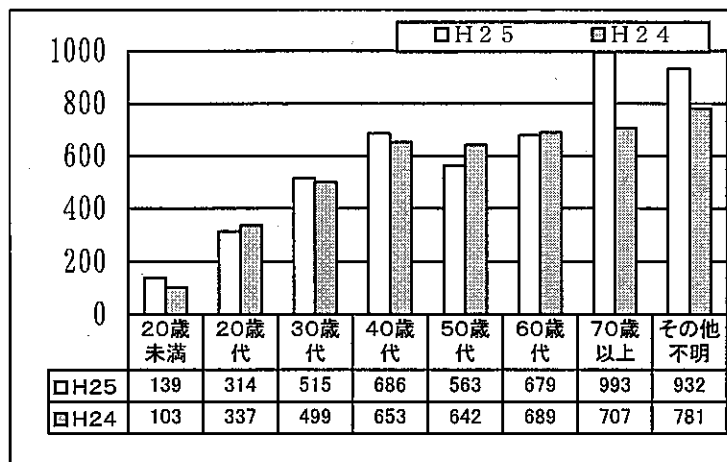
順位	項目 ※1	件数	割合 (%)	主な内容
1 (1)	放送・コンテンツ等 ※2	771 (757)	16.0 (17.2)	携帯・パソコンなどのワンクリック詐欺、情報通信料の架空・不当請求など
2 (2)	相談その他 ※3	387 (273)	8.0 (6.2)	落とし物・捜し物・日常生活に関すること、個人の貸借など
3 (4)	商品一般	285 (203)	5.9 (4.6)	ハガキ・封書等による架空請求で、何の商品の請求か特定できないものなど
4 (6)	健康食品	259 (155)	5.4 (3.5)	健康食品等の送りつけなど
5 (3)	融資サービス	191 (238)	4.0 (5.4)	サラ金、ヤミ金、多重債務、連帯保証人、自己破産、消費者金融の過払い金など
6 (8)	戸建住宅	154 (149)	3.2 (3.4)	売買契約、住宅リフォーム、中古住宅、外壁塗装工事など
7 (7)	自動車	142 (152)	2.9 (3.4)	売買(新車・中古車)・整備・修理・下取り、ネット販売など
8 (5)	集合住宅	125 (168)	2.6 (3.8)	賃貸住宅の原状回復費用等、マンションの契約、賃貸アパート敷金の返還など
9 (12)	役務その他	120 (97)	2.5 (2.2)	廃品回収、祈祷・占い、HP作成など
10 (9)	インターネット通信サービス	103 (130)	2.1 (2.9)	光回線、ADSL等の接続回線等のインターネット通信に関連したサービス

※1 項目は、国民生活センターの全国消費生活情報ネットワーク・システムの分類による。  
 ※2 放送・コンテンツ等は、放送関連やデジタルコンテンツ(アダルト情報サイト、オンラインゲーム等)などに関するもの。  
 ※3 相談その他は、消費者問題以外のもの。

### (3) 契約当事者の年齢

- 契約当事者の年齢は、年代別では、70歳以上（20.6%）が最も多く、次いで40歳代、60歳代の順となっている。
- 60歳以上は、全体の34.7%を占めている。〔H24. 31.6%〕

〈契約当事者の年齢〉 単位：人



### (4) 年代ごとによる相談件数の上位

年齢	1位	2位	3位
20歳未満	放送・コンテンツ等	履物	自動車
20歳代	放送・コンテンツ等	移動通信サービス	商品一般
30歳代	放送・コンテンツ等	融資サービス	自動車
40歳代	放送・コンテンツ等	相談その他	融資サービス
50歳代	放送・コンテンツ等	相談その他	融資サービス
60歳代	放送・コンテンツ等	商品一般	相談その他
70歳以上	健康食品	商品一般	相談その他

### (5) 購入形態別・契約当事者年代別相談件数（不明分等除く）

単位：件

年代	購入形態 ※1	店舗購入	訪問販売	通信販売	マルチ・マルチ まがい取引	電話勧誘販売	ネガティブ オプション ※2	訪問購入 ※3	その他 無店舗販売 ※4
20歳未満		13	8	76	0	0	0	0	0
20歳代		114	19	143	7	8	1	0	5
30歳代		145	31	205	3	24	0	1	6
40歳代		184	26	281	10	52	2	0	7
50歳代		223	49	193	3	77	1	1	6
60歳代		215	48	148	10	116	2	10	7
70歳以上		133	83	129	7	171	18	12	8

※1 年代別に最多の部分に色づけ

※2 ネガティブオプションとは、注文していないのに、業者が勝手に商品を送りつけて代金を請求するもの。

※3 訪問購入は、平成25年2月の改正特定商取引法施行により新設された。（貴金属などの強引な買い取り）

※4 無店舗販売とは、露店、屋台、移動販売など店舗を持たずに直接消費者と取引するもの。

## (6) 消費生活相談における相談の対応状況

- 平成25年度の相談件数4,821件の対応状況は、助言が4,011件、その他情報提供が282件、あっせんが174件、他機関への紹介等が354件である。
- 県民生活センターは、山梨県県民生活センター設置条例第3条第6項に基づき、必要に応じあっせんを行うが、あっせんを行った174件の内、153件が解決した。(解決率87.9%)
- あっせんが不調に終わった21件については、事業者があっせんに応じない、事業者と連絡がつかない、双方の主張に歩み寄りがない、などの原因がある。  
※あっせんとは、相談者と事業者との交渉が円滑に行われるように、県民生活センターが介入することをいう。

## 2 悪質商法の傾向

- (1) 架空・不当請求・・・「放送・コンテンツ等」「商品一般」など、携帯電話、スマートフォン、ハガキ等での身に覚えのない代金の請求や不当に高額な請求
- (2) 高齢者が契約当事者・・・健康食品などの送り付けや未公開株や社債、ファンドなどの利殖商法など。また、過去の被害を取り戻すと勧誘されるなどの二次被害もある。

## 3 主な相談事例

### ◆「放送・コンテンツ等」に関する相談

◇スマートフォンで無料占いサイトに登録したら、とつぜん出会い系サイトへ入った。「あなたは18歳以上ですか」とダイアログ画面が出た。「はい」をクリックしたら、画面上に大きく赤字で「登録完了。登録料5万円を2日以内にお振込みください。」とあった。

### ◆「健康食品」に関する相談（送りつけ）

◇「注文のあった健康食品を代金引換で送る」と電話があった。「注文した覚えはない」と伝えると「確かに注文している。代金は2万円。支払わないと訴える」と脅された。経済的にゆとりがないので、そんなに高い健康食品を注文するはずがないのに、翌日業者が言ったとおり商品が届いてしまった

### ◆「商品一般」に関する相談

◇自宅へ公的機関を思わせる名称から、「最終通告」や「民事訴訟通告」という不審なハガキが届いた。未納料金について訴訟が起こされており、訴えの取り下げの相談に応じるので問い合わせるようにとの内容であるが、身に覚えがない。

### ◆「訪問購入」に関する相談

◇貴金属の買い取り業者が突然訪問し、家にある貴金属を売るようしつこく言われたので納得できなかったが買い取ってもらった。その後、やはり止めたくなかったので返して欲しいと連絡すると、「あなたが商品を買ったわけではないのでクーリング・オフはできない」と言われた。(平成25年度は、34件の相談あり)

※平成25年2月、特定商取引法が改正され、クーリング・オフが適用されることとなった。

#### 4 啓発 [ ] 内は H24 年度

啓発活動・・・111回 (10,057人) [124回 (11,974人)]

- ・消費者啓発のための出前講座 (地域消費者教室/高齢者教室/若者教室)
- ・消費生活講座
- ・消費生活相談員研修会
- ・教職員研修

#### 5 出前講座について

①目的 消費生活トラブルの未然防止・再発防止のため、消費生活に関する学習機会を提供

②対象 未就学児から高齢者まで (学校・地域などの学習会等)

③内容 対象や要望に応じる。

(例)

- 悪質商法の手口と対処法
- 高齢者等に多いトラブル、高齢者等の見守り
- 家庭内事故防止・製品事故防止
- 携帯電話やインターネットのトラブル など