

平成19年度 消費生活相談状況のまとめ

平成20年 5 月 27 日

高知県立消費生活センター

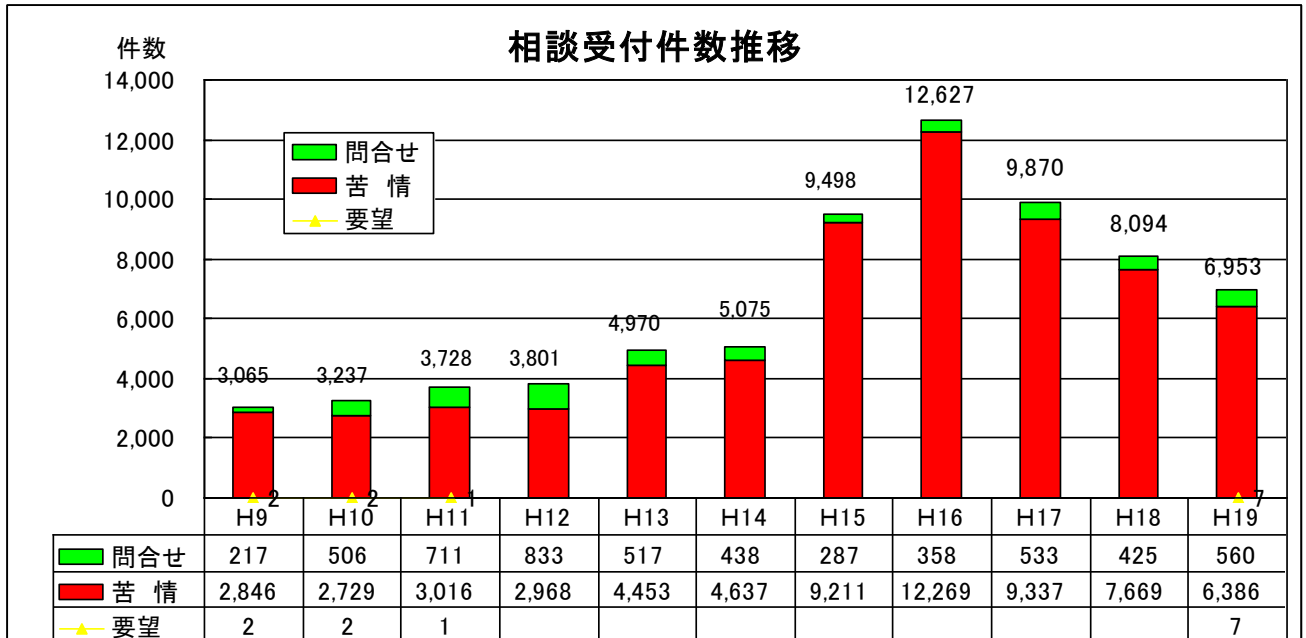
文化環境部県民生活・男女共同参画課

平成19年度（平成19年4月から平成20年3月まで）に消費生活センターに寄せられた相談の概要。

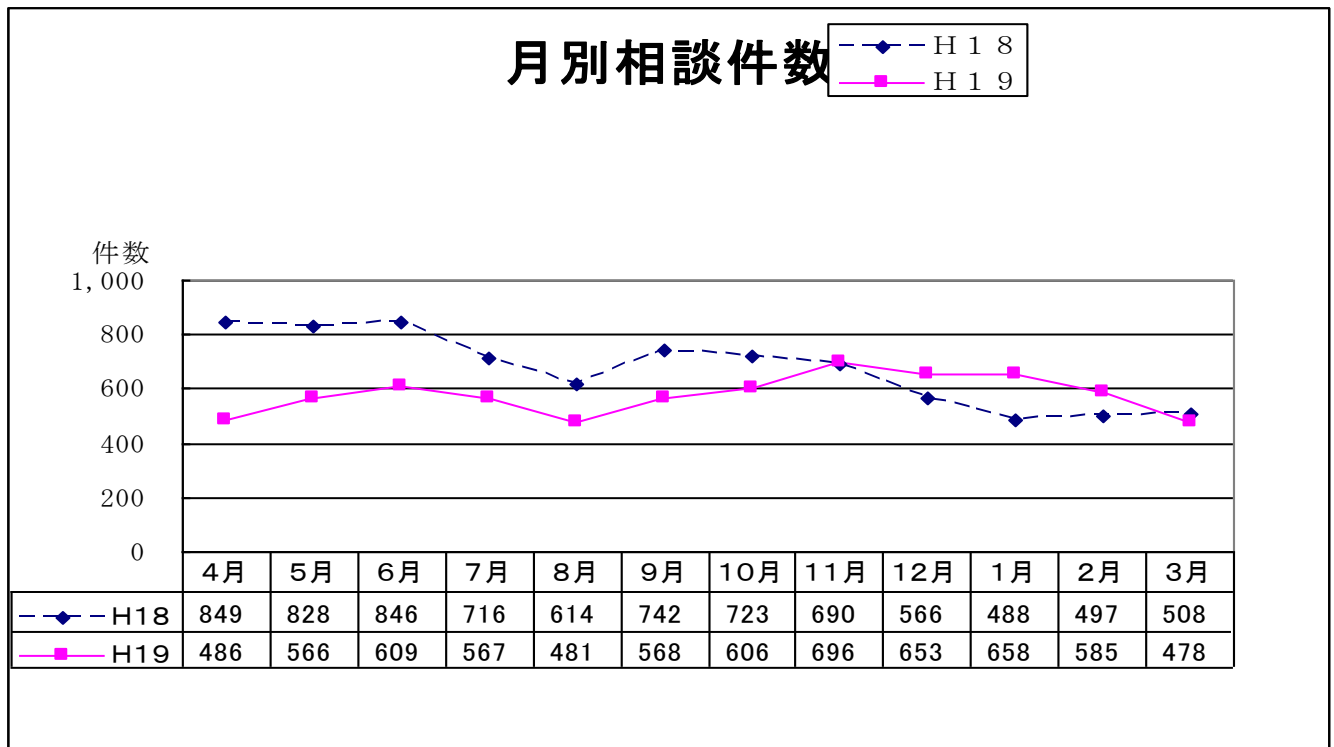
1. 相談受付件数

相談受付件数は、平成16年度の12,627件をピークに減少。
 平成19年度の相談受付総数は、6,953件で前年（8,094件）比14%（1,141件）減少した。（小数点以下四捨五入（図—1、2）（表—1）

図—1 相談受付件数推移



図—2 月別相談件数



表—1 消費生活相談、個人情報相談別件数

	苦情相談	問合せ	要望	計
消費生活相談	6,356	556	7	6,919
個人情報相談	30	4	0	34
合計	6,386	560	7	6,953

2. 消費生活相談

(1) 相談件数等

① 受付相談件数

表—2 消費生活相談件数推移

	合計	苦情	問合せ	要望
H16	12,627	12,269	358	0
H17	9,797	9,271	526	0
H18	8,067	7,643	424	0
H19	6,919	6,356	556	7

18年度より1,148件減少

② 契約当事者性別

表—3 契約当事者男女別

	合計	男性	女性	団体	不明・NA
H18	8,067	3,537	4,144	242	144
H19	6,919	2,801	3,811	215	92
H19割合		40.5%	55.1%	3.1%	1.3%

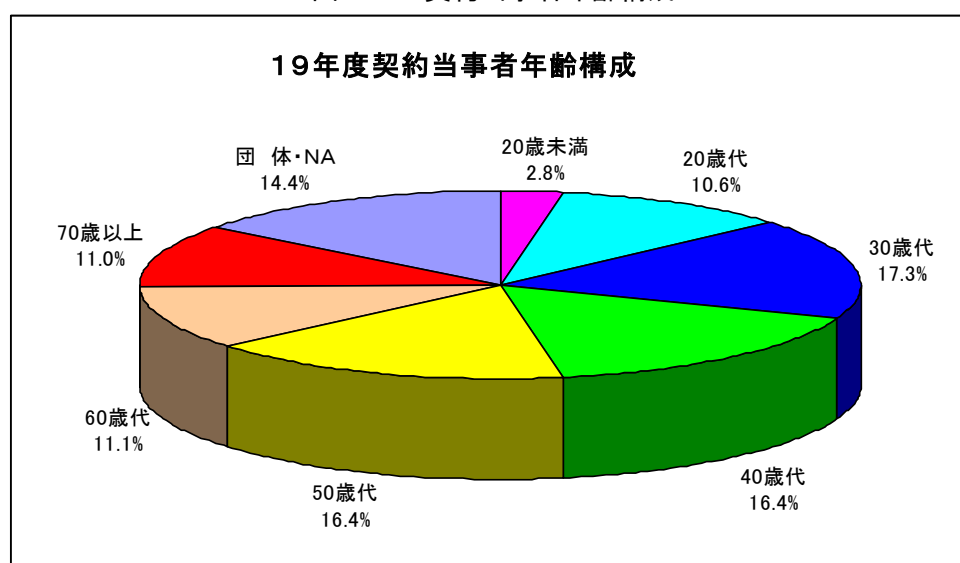
③ 契約当事者年齢別

表—4 年齢別消費生活相談件数

	合計	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	団体・NA
H17	9,797	293	1,226	1,655	1,449	1,335	1,213	1,285	1,341
H18	8,067	233	929	1,178	1,028	1,260	908	1,216	1,315
H19	6,919	197	731	1,198	1,137	1,132	770	760	994
H19割合		2.8%	10.6%	17.3%	16.4%	16.4%	11.1%	11.0%	14.4%

30歳代、40歳代の相談件数が増加。70歳代は大きく減少。

図—3 契約当事者年齢構成



(2)トラブルの多い商品・サービス

①消費生活相談で最も多かったのは「サラ金（借金）」に関する相談で過去最高となっている。

前年より増加しているのは、サラ金と情報提供サービスだった。情報提供サービスは、18年度にはその前年度よりも807件減っていたが、平成19年度には減少傾向が止まった。商品一般（主に架空請求）は前年度に引き続き減少。※商品一般とは、商品の特定が出来ない相談で、大半が架空請求に係る相談となっている

表—5 相談件数の多かった商品・サービス

商品・サービス	H19	H18	増減
サラ金	1472	1340	132
商品一般	1176	1874	-698
情報提供サービス	674	667	7
借家・賃貸アパート	154	168	-14
工事・建築	129	160	-31
電話サービス	126	185	-59
生命保険	122	143	-21
健康食品	96	166	-70
書籍・雑誌	82	143	-61
内職・副業	79	91	-12
自動車	71	89	-18

②年齢別 相談の多い商品・サービス

殆どどの年代でフリーローン・サラ金の相談が最も多かった。20歳代30歳代では、情報提供サービス、資格商法や内職商法に関する相談件数が多い。また、国内大手英会話教室の経営破綻を受け、外国語会話教室に関する相談が増えた。60歳以上の高齢者では生命保険や工事・建築、健康食品などの相談が相変わらず上位に入っている。（表—6）

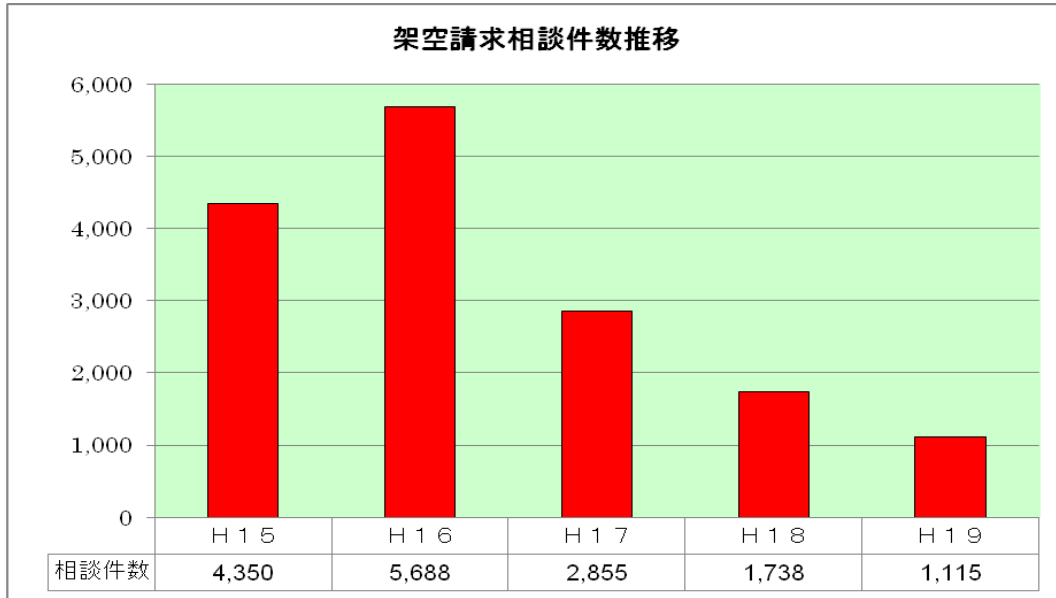
表—6 年齢別相談件数

20歳代		30歳代		40歳代	
1	フリーローン・サラ金 173	1	フリーローン・サラ金 350	1	フリーローン・サラ金 302
2	情報提供サービス 150	2	商品一般 226	2	商品一般 274
3	商品一般 56	3	情報提供サービス 177	3	情報提供サービス 104
4	借家・賃貸アパート 38	4	借家・賃貸アパート 36	4	借家・賃貸アパート 25
5	アクセサリ 22	5	資格教材・講座 19	5	工事・建築 24
6	エステ 22	6	内職・副業 18	6	電話サービス 23
7	内職・副業 17	7	自動車 15	7	その他教材 15
8	自動車 14	8	外国語会話教室 14	8	内職・副業 12
9	資格教材・講座 13	9	エステ 12	9	分譲マンション 12
10	携帯電話機 9	10	その他教材 11	10	自動車 9
10	布団類 9				
10	外国語会話教室 9				
50歳代		60歳代		70歳以上	
1	商品一般 346	1	フリーローン・サラ金 173	1	商品一般 72
2	フリーローン・サラ金 239	2	商品一般 85	2	フリーローン・サラ金 52
3	情報提供サービス 57	3	生命保険 29	3	健康食品 45
4	電話サービス 18	4	工事・建築 24	4	電話サービス 31
5	生命保険 17	5	情報提供サービス 20	5	生命保険 30
6	工事・建築 15	6	電話サービス 18	6	書籍・雑誌 30
7	借家・賃貸アパート 14	7	治療器 10	7	布団類 28
8	内職・副業 14	8	借家・賃貸アパート 9	8	工事・建築 27
9	自動車 14	9	健康食品 9	9	宝くじ 21
10	クリーニング 10	10	電気温水器 9	10	治療器 10
				10	借家・賃貸アパート 10
				10	浄水器 10

③架空請求（身に覚えのない請求）の相談件数は16年度をピークに減少しているが手口は巧妙で多様化している。

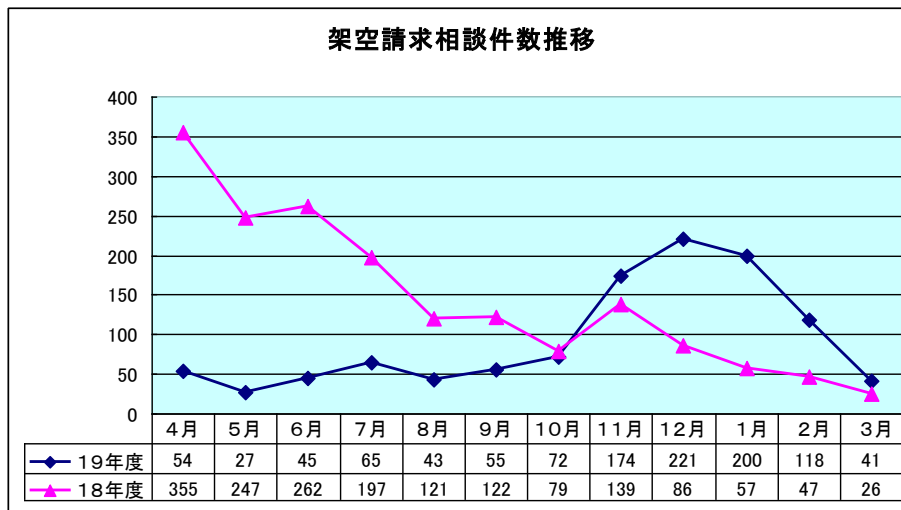
相談件数は、18年度より623件減少したが、19年度途中から再び増加し始めるとともに、さまざまな新たな手口が目立った。ハガキでの架空請求の手口は従来どおり「身に覚えのない消費料金が未払いのために裁判を起こされた」といったものが多かったが、相談者の多くは今回初めて届いたために驚いて相談してきたケースが多かった。このことから、架空請求業者が新しい名簿を入手して大量に送りつけたことが予想された。また、携帯電話のメール機能を悪用した架空請求の手口では、登録した覚えのない有料サイト料金を請求する内容のメールが電話番号を用いたメール機能で送られてくるケースが多かった。（図—4、5）（表—7）

図—4 架空請求相談件数推移（身に覚えの無い請求）



18年度より623件減少

図—5 架空請求月別相談推移



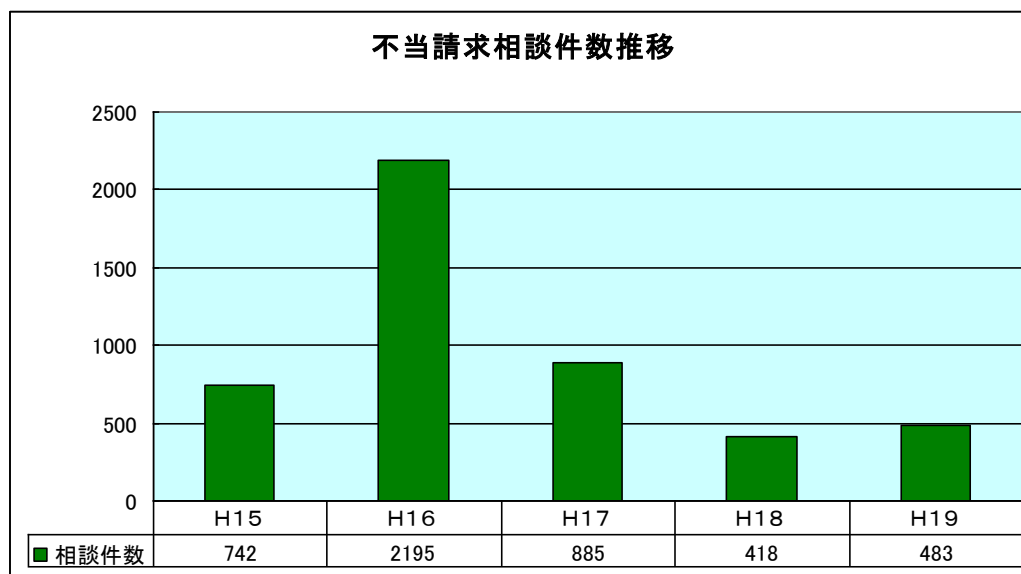
表—7 架空請求方法

	H19	H18	対前年
ハガキ	890	1501	-611
メール	107	11	96
電話	41	57	-16
封書	75	165	-90
不明・その他	2	4	-2
合計	1115	1738	-623

メールでの架空請求相談件数が18年度の約10倍

- ④不当請求の相談件数は、平成16年度の2,197件をピークに減少していたが、再び増加に転じた。
(図—6)

図—6 不当請求相談件数推移(インターネット有料サイトなどの不当な請求)



18年度より65件増加

(3) 販売方法別手口

問題商法では、無料商法とマルチ商法が前年比でそれぞれ約2割増し、ネガティブオプション、SF商法、アポイントメント商法は約5割～6割減少した。(表—8)

表—8 問題商法

問題商法	H19	H18	対前年
無料商法	223	185	38
マルチ商法	130	107	23
内職商法	79	91	-12
当選商法	55	49	6
資格商法	52	98	-46
SF商法	45	100	-55
アポイントメント商法	28	53	-25
点検商法	21	22	-1
ネガティブ・オプション	20	48	-28
アンケート商法	7	7	0

* 無料商法

「無料で点検します」「無料で検診します」「お試し無料」など、無料でつって売りつける商法。

* マルチ商法

販売組織の加入者が消費者に商品などを購入させて、その販売組織に加入させることによりマージンを得るしくみの商法。儲かると思って加入しても思うように売れず、多額の借金と在庫を抱えることになる。また、他人を勧誘することで自らが加害者になることもある

* 内職商法

契約すれば仕事を紹介すると勧誘し、実際は高額な材料などを売りつける商法。ほとんど収入は得られずに、支払いだけが残る。

* 当選商法

「当選した」「景品が当たった」「あなただけが選ばれた」などと特別な優位性を強調して消費者に近づき、商品やサービスを販売する。

*** 資格商法**

「受講すれば資格が取れる」などと電話で勧誘して、講座や教材を契約させる。以前の契約者に「資格が取れるまで契約が続いている」「登録の取消料が必要」と再度の契約を迫る二次被害も増えている。

*** SF商法（催眠商法）**

空き店舗や倉庫など閉め切った会場に日用品の安売り名目等で人を集めて、日用品などをただ同然で配って雰囲気盛り上げた後、最終的に高額な商品を契約させる商法。

*** アポイントメント商法**

「抽選で当たったので景品を取りに来て」「モニターに選ばれました」など電話や郵便で販売目的を隠して呼び出し、商品やサービスを契約させる。アポイントメント商法は、こちらから出向いて契約しても、訪問販売とみなされる。

*** 点検商法**

点検をするという家に入り込み、「布団にダニがいる」「床下が腐っている」などと不安を煽って高額な契約をさせる。

*** ネガティブオプション**

注文していない商品を一方的に送りつけ、受取った消費者が購入しなければならないものと勘違いして支払うことを狙った商法。代金引換郵便を悪用する手口もある。

*** アンケート商法**

「アンケートに答えてほしい」「アンケートを取るだけです」などと言って消費者に接近し、高額な契約をさせる。

(4) 販売購入形態

販売購入形態では、店舗購入が約1割増加した。フリーローン・サラ金に関する相談件数が増加したことと関連していると考えられる。ほか、マルチ商法が増加した以外はすべて減少。（表—9）

表—9 販売購入形態

販売購入形態	H19	H18	対前年
店舗購入	1995	1804	191
通信販売	1192	1559	-367
訪問販売	512	758	-246
電話勧誘販売	353	501	-148
マルチ・マルチまがい	130	107	23
その他無店舗	44	79	-35
ネガティブ・オプション	20	48	-28
不明・無関係	2673	3211	-538
合計	6919	8067	-1148

3. 個人情報相談では、「漏洩・紛失」に関する相談が多かった。

主な内容は、漏洩・紛失や目的外利用などの相談件数が多かった。（表—10）

表—10 個人情報相談内容（重複あり）

目的外利用	同意のない提供	不適正な取得	情報内容の誤り	漏洩・紛失	その他	合計
7	6	6	1	8	10	38

4. 19年度の主な特徴

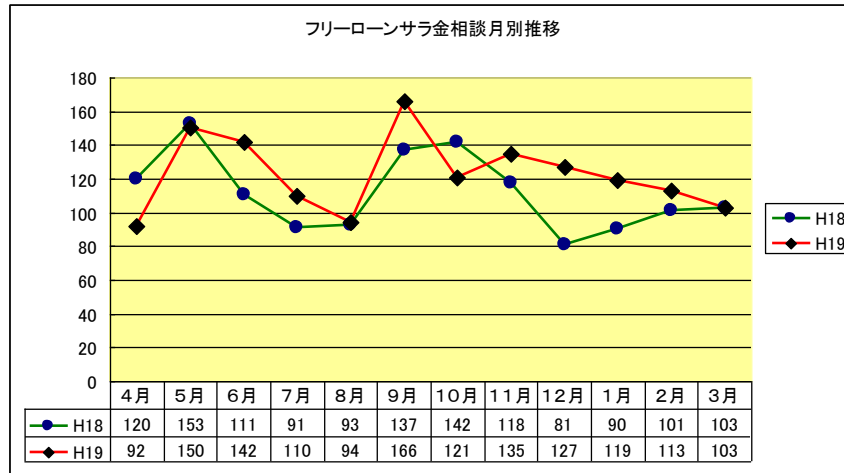
9月10日から多重債務相談体制を拡充して取り組み、法律家に面談予約を取り債務整理につなげた結果、フリーローン・サラ金の相談が増加した。(表—11)

表—11 多重債務関係相談件数(重複あり)

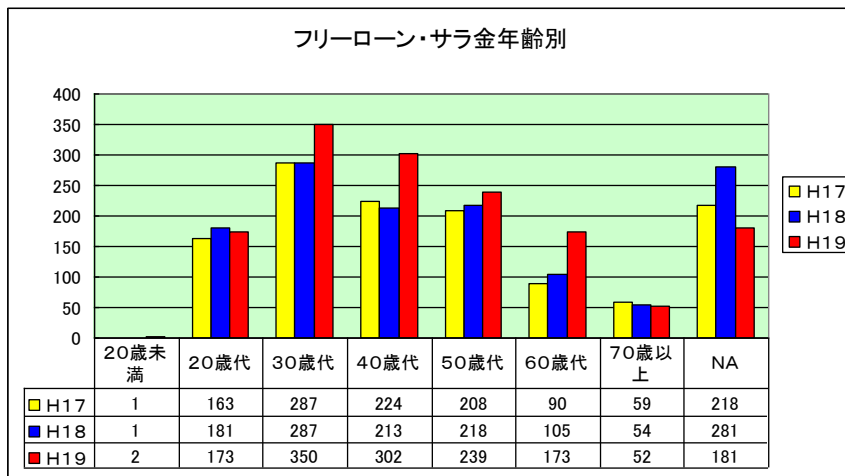
	19年度	18年度	対前年
フリーローン・サラ金	1472	1340	132
ヤミ金	211	238	-27
多重債務	1119	836	283

※多重債務とは、借金の返済が困難になった状態

図—7 フリーローン・サラ金相談月別推移



図—8 フリーローン・サラ金年齢別



30歳代～60歳代の相談件数が増加している。

図—9 多重債務相談推移

