

平成25年度

消費生活相談報告書

北海道立消費生活センター

・本書は、消費生活相談情報が蓄積されている「全国消費生活情報ネットワークシステム」(通称:PIO-NET ～パイオネット。独立行政法人国民生活センター運営)のデータベースをもとに、平成25年度に北海道立消費生活センターへ寄せられた相談情報を分析し、消費者被害の未然防止・拡大防止に役立てることを目的に発行しているものです。

・本書記載内容の転載等につきましては、下記までお問い合わせください。

(本書に関する問い合わせ先)

北海道立消費生活センター相談支援グループ (電話) 011-221-0110

はじめに

北海道では、道民の消費生活に関する施策を総合的かつ計画的に推進し、もって道民の消費生活の安定及び向上を図ることを目的に北海道消費生活条例を制定しています。また、消費生活行政の第一線の推進機関として「北海道立消費生活センター」を位置づけ、消費者から寄せられる消費生活に関する苦情や問い合わせ等の解決のため助言、情報提供、斡旋等を行っています。

本書は、平成25年度に消費者の皆様から北海道立消費生活センターに寄せられた消費生活相談の内容をまとめたものです。

平成25年度に寄せられた消費生活相談は5,918件で、そのうち苦情が5,387件と9割を占めています。また前年度との比較では、9年ぶりに前年度を上回り238件増加しました。

平成25年度の特徴としては、健康食品の送り付け商法や大手メーカー化粧品による白斑被害に関する相談、ふとんやソーラーシステム、火災保険を利用した住宅リフォーム等の悪質な訪問販売による件数が増加。また、アダルトサイトの不当請求やインターネット通販による相談も多く寄せられています。

「商品」では、健康食品や魚介類、穀類、パソコン・パソコン関連用品、音響・映像製品、寝具、中古自動車等の相談が多く寄せられています。

「役務」に関するものでは、携帯電話・パソコンを用いたアダルト情報サイト等の情報提供サービスに係る不当請求や賃貸アパート等の集合住宅の退去時のトラブル、金融保険サービスでは、フリーローンやサラ金、ヤミ金、社債や投資商品などを名目にした劇場型勧誘などを含む預貯金・証券等、ファンド型投資商品や一度被害にあった消費者に対し被害回復を謳う被害回復サービス、戸建住宅の新築工事や住宅リフォームに関する相談が多く寄せられています。

内容別に見ると、相談件数が増加しているものがあるほか、件数は全体から見ると少ないものの、1件あたりの経済的被害額が多額になっているなど、件数だけではなく内容的にも注視することが必要です。

「相談内容別」に見ると、引き続き「契約・解約」に係わるものが最も多く、次いで「販売方法」、「価格・料金」に係わるものが多くを占めています。

本書には相談事例も掲載していますので、消費生活相談の一助として、また、消費生活行政の参考としてご活用いただければ幸いです。

平成26年9月

北海道立消費生活センター
所長 橋本 智子

目 次

1. 消費生活相談の概要	1
2. 特殊販売の相談状況	7
3. 商品・役務別相談状況	9
(1) 商品・役務別相談状況	9
(2) 主な商品・役務の相談状況	10
4. 内容別分類の相談状況	14
5. 契約当事者の年代別相談状況	16
(1) 年代別相談の状況	16
(2) 主な商品・役務における年代別相談の傾向	16
6. 契約・購入金額及び既支払金額	21
7. 商品・役務の内容別相談状況	23
(1) 商品一般、食料品	23
(2) 住居品、光熱水品	24
(3) 被服品	25
(4) 保健衛生品、教養娯楽品	26
(5) 車両・乗り物、土地・建物・設備、他の商品	27
(6) クリーニング、レンタル・リース・貸借	28
(7) 工事・建築・加工、修理・補修	29
(8) 管理・保管、役務一般、金融・保険サービス	30
(9) 運輸・通信サービス、教育サービス	31
(10) 教養・娯楽サービス、保健・福祉サービス	32
(11) 他の役務、内職・副業・ねずみ講、他の行政サービス、他の相談	33
8. 商品・役務の危害・危険の相談状況	34
9. その他の相談状況	35
10. 苦情相談事例	36

1. 消費生活相談の概要

平成25年度に当センターに寄せられた相談件数は、5,918件で、9年ぶりに前年度を上回って238件(4.2%)増加しました。うち「苦情」は5,387件で、前年度に比べ228件(4.4%)増加しました。「問合せ」等は531件で10件(1.9%)増加しました。

内容別相談件数(複数カウント)は、「契約・解約」に係わるものが最も多く4,058件(「商品」と「役務」の相談受付件数における割合は70.6%)、次いで「販売方法」に係わるものが2,704件(47.1%)、「価格・料金」に係わるものが1,433件(24.9%)となっています。

相談方法では「電話」によるものが5,344件(相談全体の90.3%)で、前年度に比べて218件増加しています。「文書」による相談(メール相談を含む)は、246件(4.2%)と前年度に比べ33件増加し、「来訪」は328件(5.5%)で、前年度に比べ13件減少しました。

契約当事者の属性を性別で見ると、「男性」2,730件(46.1%)、「女性」2,795件(47.2%)となり、ほぼ同じ比率になっています。年齢別では「70歳以上」が最も多く1,166件(19.7%)、次いで「60歳代」が892件(15.1%)、「40歳代」が868件(14.7%)、「50歳代」が784件(13.2%)、「30歳代」が750件(12.7%)、「20歳代」が485件(8.2%)、「20歳未満」が155件(2.6%)の順となっています。また年齢の「その他・不明」を除く、構成割合では、前年度に比べ、「70歳以上」が22.9%と大きく、「60歳代」が17.5%、「50歳代」が15.4%と増加し、「20歳代から40歳代」はそれぞれ減少しました。

職業別では、「給与生活者」が最も多く2,021件(34.2%)ですが、前年度2,079件に比べて58件減少しています。次いで「無職」が1,548件(26.2%)で、前年度に比べて110件増加しています。なお、「給与生活者」と「無職」で3,569件と全体の約6割(60.3%)を占めています。

販売購入形態のうち、「店舗購入」と「不明・無関係」を除いた特殊販売は2,820件で、前年度より97件増加しています。特殊販売で最も多いのは「通信販売」1,597件(56.6%)、次いで「電話勧誘販売」544件(19.3%)、「訪問販売」504件(17.9%)、「ネガティブ・オプション」70件(2.5%)、「マルチ・マルチまがい取引」56件(2.0%)、「訪問購入」31件(1.1%)、「その他無店舗」18件(0.6%)の順で、前年度比では「訪問購入」「ネガティブ・オプション」「訪問販売」「通信販売」が増加、その他の「マルチ・マルチまがい取引」「その他無店舗」「電話勧誘販売」による販売形態は減少しました。

【商品部門】

「商品」に係わる相談は2,391件で前年度より306件増加、相談受付件数全体の40.4%となっています。うち苦情は2,189件で前年度より309件増加しています。商品分類別では、「食料品」(健康食品、カニ、米、冷凍調理食品など)が最も多く、次いで「教養娯楽品」(パソコン、テレビ、新聞、携帯電話、ペットなど)、「住居品」(ふとん類、浄水器など)、「車両・乗り物」(普通・小型自動車など)、「被服品」(アクセサリ、かばん、婦人洋服など)の順となっています。

【役務部門】

「役務」に係わる相談は3,353件で、前年度より28件減少し、相談受付件数全体の56.7%となっています。うち苦情は3,119件で、前年度より65件減少しています。役務分類別では、「運輸・通信サービス」(アダルト情報サイト、出会い系サイト、デジタルコンテンツ、携帯電話サービス、インターネット通信サービスなど)が最も多く、次いで「レンタル・リース・貸借」(集合住宅の賃貸、電話機・電話機用品のリースサービスなど)、「金融・保険サービス」(フリーローンなどの融資サービス、預貯金・証券等、ファンド型投資商品など)、「他の役務」(被害回復サービスなどの役務その他サービス、祈とうサービスなど)、「工事・建築・加工」(新築工事や増改築、壁工事、塗装工事など)の順となっています。

【平成25年度の特徴】

平成25年度の主な特徴は次のとおりです。

(1) 平成25年度の消費生活相談の受付件数5,918件で、9年ぶりに前年度を上回って238件増加しました。その内容を見ると、苦情件数が5,387件と相談受付件数全体の91.0%と約9割となっています。

(2) 商品部門では、化粧品などの「保健衛生品」が前年度比45.9%増加、アクセサリやかばんなどの「被服品」は29.6%、「土地・建物・設備」は28.8%、ふとんや浄水器などの「住居品」は27.7%、架空請求などの商品が特定できない「商品一般」は23.7%、健康食品や魚介類・穀類・調理食品などの「食料品」が21.4%、「車両・乗り物」は1.6%といずれも前年度比で増加しました。また、携帯電話や新聞、テレビなどの「教養娯楽品」は前年度比では減少していますが、依然として相談受付の上位件数を占めています。

一方、役務部門では、総件数は前年度より減少していますが、パソコンや携帯電話を介したサイトに係るワンクリック請求や不当請求、携帯電話サービスやインターネット通信サービスなどを含む「運輸・通信サービス」の相談は依然として多く、役務部門の38.4%を占めています。さらに、賃貸アパートなどの「レンタル・リース・貸借」や融資サービスや預貯金・証券等、ファンド型投資商品などの「金融・保険サービス」の相談件数も上位となっています。

(3) 契約当事者を年齢別に見ると、パソコンや携帯電話のサイトを介したワンクリック請求等の不当請求や移動通信サービスなどの「運輸・通信サービス」については、20歳未満をはじめとする幅広い年代からの相談が多く寄せられており、なかでも20歳未満においては、寄せられた相談件数155件のうち97件で62.6%を占めています。また、「運輸通信サービス」は、70歳以上を除く全ての年代で最も多い相談となっています。20歳代から40歳代では賃貸アパートなどの「レンタル・リース・貸借」も上位になっています。

60歳代から70歳以上の相談は、2,058件(相談全体の34.8%)で、前年度より381件増加しました。「特殊販売」(通信販売、電話勧誘販売、訪問販売、ネガティブ・オプション、マルチ・マルチまがい取引、訪問購入、その他無店舗)による販売形態では、通信販売とその他無店舗を除き、70歳以上の相談が最も多く寄せられており、通信販売とその他無店舗を除いた特殊販売全体では60歳代から70歳以上の相談が724件で60.1%を占めています。商品・役務では、販売形態に付随して、「訪問販売」による、ふとん等の「住居品」、ソーラーシステムなどの「空調・冷暖房・給湯設備」、新聞などの「教養娯楽品」、住宅リフォームなどの「工事・建築・加工」などの相談や、「電話勧誘販売」による、預貯金・証券等やファンド型投資商品などの「金融・保険サービス」の相談も多く寄せられています。

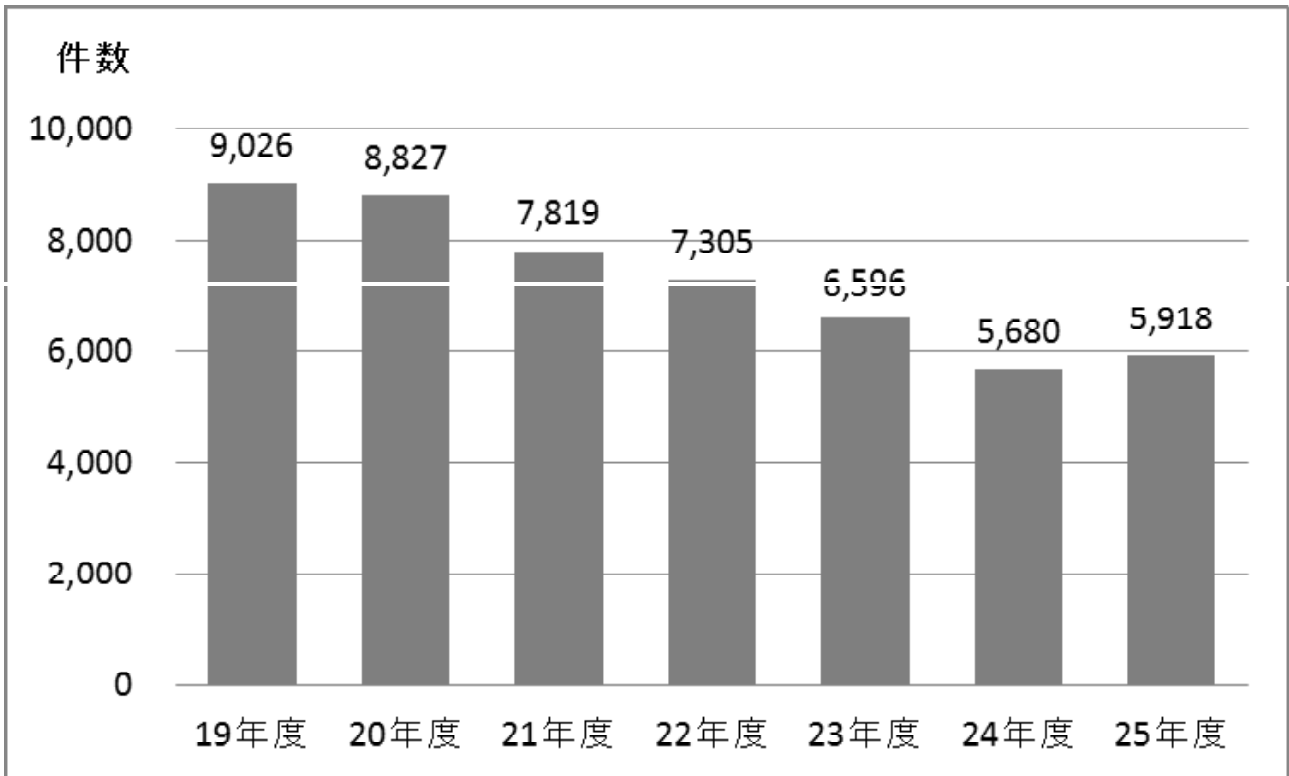
特に70歳以上では、「電話勧誘販売」や「ネガティブ・オプション」による健康食品などの「食料品」が最も多く寄せられました。

(4) 相談全体における「契約・購入金額」は前年度に比べて減少し、「既支払金額」は、増加しています。相談受付件数のうち「契約・購入金額」のわかる3,192件(相談全体の53.9%)の総額は約31億3千万円で、前年度に比べて約3億5千万円減少しました。「既支払金額」の総額は約15億4千万円で、前年度に比べて約8千万円増加しています。

苦情相談のうち、「既支払金額」の合計額を見ると、最も多かったのは「ファンド型投資商品」が約3億9千万円と前年度に比べ約2億9千万円増加し、詐欺的な劇場型勧誘の相談の被害が多く寄せられました。次いで、「新築工事」、賃貸用に購入契約した「新築・分譲マンション」、「住宅ローン」などの相談が上位になっています。前年度上位に入っていなかった「ソーラーシステム」では、平均して1件当たりの既支払金額が高額なものとなっています。

図1 総受付件数及び苦情、問合せ、要望受付件数の推移

・総受付件数の推移



・苦情、問合せ、要望受付件数の推移

□苦情 ■問合せ・要望

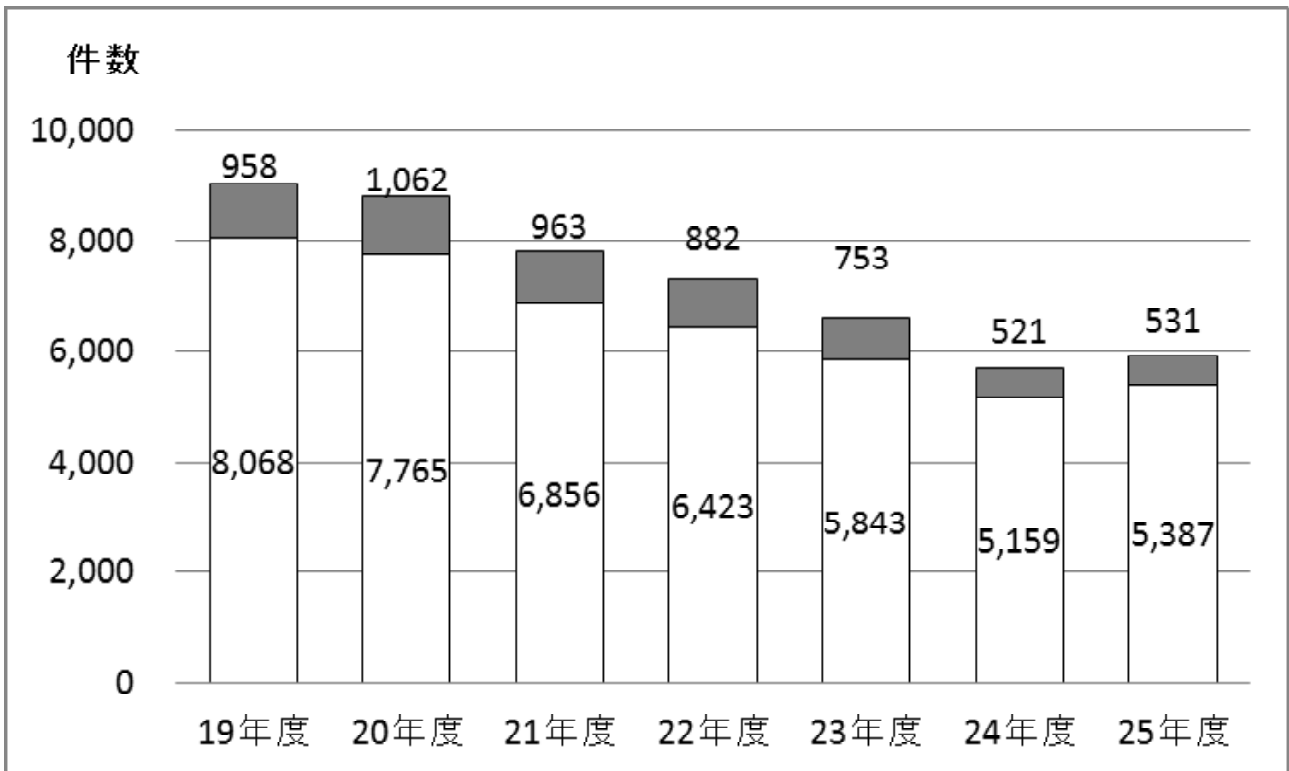


表1 受付状況

年度		25年度	24年度	前年度比	
相談件数		5,918	5,680	104.2%	
苦問要	苦情	5,387	5,159	104.4%	
	問合せ	515	515	100.0%	
	要望	16	6	266.7%	
相談方法	来訪	328	341	96.2%	
	電話	5,344	5,126	104.3%	
	文書	246	213	115.5%	
契約当事者属性	性別等	男性	2,730	2,779	98.2%
		女性	2,795	2,491	112.2%
		団体・不明	393	410	95.9%
	年齢別	20歳未満	155	141	109.9%
		20歳代	485	532	91.2%
		30歳代	750	879	85.3%
		40歳代	868	885	98.1%
		50歳代	784	720	108.9%
		60歳代	892	731	122.0%
		70歳以上	1,166	946	123.3%
		その他・不明	818	846	96.7%
	職業別	給与生活者	2,021	2,079	97.2%
		自営・自由業	352	394	89.3%
		家事従事者	1,044	827	126.2%
		学生	202	201	100.5%
		無職	1,548	1,438	107.6%
		団体	232	249	93.2%
		その他・不明	519	492	105.5%
	販売購入形態	店舗購入	1,721	1,706	100.9%
訪問販売		504	445	113.3%	
通信販売		1,597	1,560	102.4%	
マルチ・マルチまがい取引		56	78	71.8%	
電話勧誘販売		544	566	96.1%	
訪問購入		31	9	344.4%	
ネガティブ・オプション		70	43	162.8%	
その他無店舗		18	23	78.3%	
不明・無関係		1,377	1,250	110.2%	

年度		25年度	24年度	前年度比
相談内容分類	安全・衛生	452	333	135.7%
	品質・機能 役務品質	1,181	1,135	104.1%
	法規・基準	248	220	112.7%
	価格・料金	1,433	1,374	104.3%
	計量・量目	24	24	100.0%
	表示・広告	689	622	110.8%
	販売方法	2,704	2,542	106.4%
	契約・解約	4,058	3,758	108.0%
	接客対応	1,240	1,254	98.9%
	包装・容器	9	13	69.2%
	施設・設備	8	14	57.1%
	買物相談	31	26	119.2%
	生活知識	8	7	114.3%
	その他	74	50	148.0%
商品大分類	商品一般	162	131	123.7%
	食料品	555	457	121.4%
	住居品	286	224	127.7%
	光熱水品	92	109	84.4%
	被服品	245	189	129.6%
	保健衛生品	194	133	145.9%
	教養娯楽品	417	443	94.1%
	車両・乗り物	248	244	101.6%
	土地・建物・設備	179	139	128.8%
	他の商品	13	16	81.3%
	商品計	2,391	2,085	114.7%
	クリーニング*	33	40	82.5%
	レンタル・リース・貸借	500	481	104.0%
	工事・建築・加工	272	234	116.2%
	修理・補修	63	46	137.0%
	管理・保管	13	11	118.2%
	役務一般	15	7	214.3%
	金融・保険サービス	454	497	91.3%
	運輸・通信サービス	1,289	1,356	95.1%
	教育サービス	30	23	130.4%
	教養・娯楽サービス	158	177	89.3%
	保健・福祉サービス	179	183	97.8%
	他の役務	297	274	108.4%
内職・副業・ねずみ講	23	19	121.1%	
他の行政サービス	27	33	81.8%	
役務計	3,353	3,381	99.2%	
他の相談	174	214	81.3%	
総計	5,918	5,680	104.2%	

表2 相談内容別分類件数

商品大分類	受付件数		安全・衛生	品質・機能 役務品質	法規・基準	価格・料金	計量・量目
		うち苦情					
商品一般	162	132	0	0	16	11	0
食料品	555	490	144	176	29	78	5
住居品	286	260	73	149	6	50	2
光熱水品	92	85	14	17	8	47	7
被服品	245	236	11	54	5	33	1
保健衛生品	194	180	55	80	9	39	3
教養娯楽品	417	400	36	131	13	58	2
車両・乗り物	248	239	18	90	9	65	0
土地・建物・設備	179	154	18	50	12	39	2
他の商品	13	13	2	5	0	3	0
小計（商品部門）	2,391	2,189	371	752	107	423	22
クリーニング	33	32	1	24	8	3	1
レンタル・リース・貸借	500	458	22	115	23	260	0
工事・建築・加工	272	247	14	122	3	62	0
修理・補修	63	58	4	23	1	24	0
管理・保管	13	10	0	0	1	4	0
役務一般	15	15	0	0	0	6	0
金融・保険サービス	454	416	2	8	36	115	0
運輸・通信サービス	1,289	1,256	9	74	26	379	0
教育サービス	30	25	0	0	3	10	0
教養・娯楽サービス	158	143	3	7	4	30	0
保健・福祉サービス	179	156	15	31	15	39	0
他の役務	297	268	9	24	20	70	1
内職・副業・ねずみ講	23	23	0	1	0	7	0
他の行政サービス	27	12	2	0	1	1	0
小計（役務部門）	3,353	3,119	81	429	141	1,010	2
計（商品＋役務）	5,744	5,308	452	1,181	248	1,433	24
他の相談	174	79	-	-	-	-	-
総件数	5,918	5,387	452	1,181	248	1,433	24

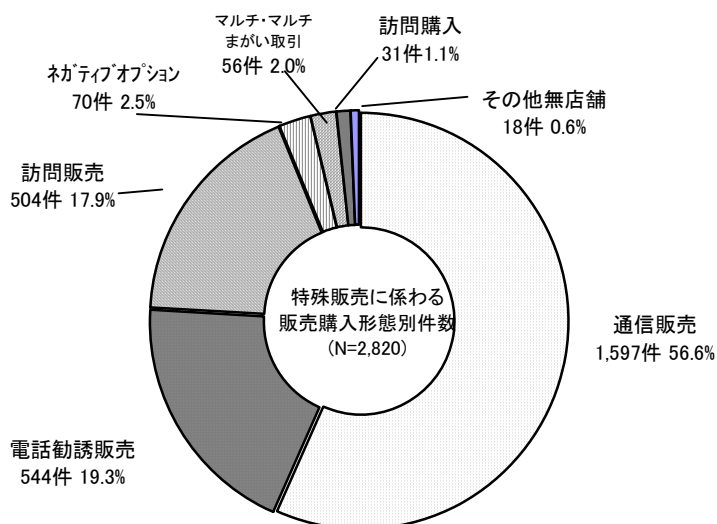
表示・広告	販売方法	契約・解約	接客対応	包装・容器	施設・設備	買物相談	生活知識	その他
22	68	93	26	0	1	0	0	5
91	302	270	58	7	0	3	1	3
28	97	165	64	2	0	3	0	1
3	8	35	32	0	0	0	0	1
55	159	203	64	0	0	3	0	0
22	85	120	41	0	0	1	0	2
64	195	298	116	0	1	0	0	3
43	68	189	83	0	0	3	0	0
8	73	90	40	0	0	4	0	5
2	5	8	2	0	0	0	0	0
338	1,060	1,471	526	9	2	17	1	20
0	2	20	15	0	0	0	0	0
5	74	392	122	0	0	1	2	4
17	99	183	82	0	0	5	1	6
6	19	36	26	0	0	1	0	0
1	1	7	2	0	0	1	0	1
0	6	15	2	0	0	0	0	0
50	205	353	74	0	1	1	1	7
183	942	1,109	224	0	2	1	0	10
4	10	25	6	0	0	0	0	0
22	73	113	37	0	3	1	0	6
14	42	111	56	0	0	0	1	5
43	150	197	59	0	0	3	0	5
6	20	22	2	0	0	0	0	0
0	1	4	7	0	0	0	2	10
351	1,644	2,587	714	0	6	14	7	54
689	2,704	4,058	1,240	9	8	31	8	74
-	-	-	-	-	-	-	-	-
689	2,704	4,058	1,240	9	8	31	8	74

※ 相談内容別分類件数は、複数カウントしています。

2. 特殊販売の相談状況

通信販売や訪問販売など、特殊販売に係わる相談件数は2,820件で、相談全体に占める割合は47.7%でした。内訳は「通信販売」が最も多く1,597件(特殊販売全体の56.6%)、次いで、「電話勧誘販売」が544件(同19.3%)、「訪問販売」が504件(同17.9%)、「ネガティブ・オプション」が70件(同2.5%)、「マルチ・マルチまがい取引」が56件(同2.0%)、「訪問購入」が31件(同1.1%)、「その他無店舗」が18件(同0.6%)となっています。

図2 特殊販売に係わる販売購入形態別件数



(1) 通信販売

通信販売の相談件数は1,597件で、昨年度より38件増加しており、年代別で見ると40歳代が341件と最も多く、次いで30歳代293件、50歳代241件、60歳代201件、20歳代185件、70歳以上131件、20歳未満109件の順となっています。20歳代から50歳代で約66%を占めています。ここでいう通信販売は、いわゆるカタログ通販やテレビショッピングのほか、通信手段（郵便、電話、口座払込、FAX、インターネットなど）を用いて契約するものが含まれます。

(2) 電話勧誘販売

電話勧誘販売の相談件数は544件で、年代別で見ると70歳以上が273件と最も多く、次いで60歳代76件、40歳代及び50歳代で各49件、30歳代37件、20歳代11件の順となっています。70歳以上の相談が約50%を占め、その割合は、昨年度より約6ポイント増加しています。

(3) 訪問販売

訪問販売の相談件数は504件で、年代別で見ると70歳以上が189件と最も多く、次いで60歳代87件、50歳代56件、40歳代49件、30歳代20件、20歳未満15件、20歳代14件の順となっています。50歳代から70歳以上で約66%を占めています。なお、訪問販売には、いわゆる家庭訪問のほか、アポイントメントセールスやキャッチセールス、SF商法（催眠商法）なども含まれます。

(4) ネガティブ・オプション

ネガティブ・オプションの相談件数は70件です。ネガティブ・オプションは、注文していない商品を一方的に送りつけ、受け取った消費者が勘違いなどで代金を支払ってしまうことを狙った商法です。年代別では70歳代以上の高齢者で48件、60歳代8件、50歳代4件、30歳代2件となっています。

(5) マルチ・マルチまがい取引

マルチ・マルチまがい取引の相談件数は56件で、年代別で見ると70歳以上が21件と最も多く、次いで20歳代11件、40歳代及び60歳代が各7件、50歳代5件、30歳代4件の順となっています。40歳代から70歳以上で約71%を占めており、中高年の相談割合が高くなっています。いわゆるマルチ商法は、商品を購入した消費者が商品の買い手を探し、その人がさらに買い手を探すということを繰り返して、買い手が増えるごとにマージンが入り収入を得られるというものです。

(6) 訪問購入

訪問購入の相談件数は31件で、年代別で見ると70歳以上8件、60歳代7件、20歳代5件、50歳代4件、30歳代及び40歳代が各3件の順となっています。50歳代から70歳以上で約61%を占めていました。

(7) その他無店舗

展示販売や露店、又は、これに類するような店舗以外での販売方法を指します。その他無店舗の相談件数は18件で、年代別では40歳代5件、60歳代4件、70歳以上3件、20歳代、30歳代及び50歳代が各2件の順となっています。

表3 特殊販売の契約当事者の年齢構成

販売購入形態	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	その他・不明	計
通信販売	109	185	293	341	241	201	131	96	1,597
電話勧誘販売	2	11	37	49	49	76	273	47	544
訪問販売	15	14	20	49	56	87	189	74	504
ネガティブ・オプション	1	0	2	0	4	8	48	7	70
マルチ・マルチまがい取引	0	11	4	7	5	7	21	1	56
訪問購入	0	5	3	3	4	7	8	1	31
その他無店舗	0	2	2	5	2	4	3	0	18
特殊販売全体	127	228	361	454	361	390	673	226	2,820

3. 商品・役務別相談状況

(1) 商品・役務別相談状況

総件数のうち「商品」に係わる相談は、2,391件、「役務」は3,353件で、総件数に占める「商品」の割合は40.4%、「役務」は56.7%でした。「商品」で最も相談件数が多かったのは、「食料品」（健康食品など）の555件（商品全体の23.2%）で、次いで、「教養娯楽品」（電話機・電話機用品、学習教材、書籍・印刷物など）の417件（17.4%）、「住居品」（食器・台所用品、家具・寝具類、他の住居品など）は286件（12.0%）、「車両・乗り物」（普通・小型自動車など）が248件（10.4%）、「被服品」は245件（10.2%）、「保健衛生品」が194件（8.1%）、「土地・建物・設備」は179件（7.5%）、「商品一般」（商品が特定できないもの）162件（6.8%）の順となっています。

1位の「食料品」では、「健康食品」が269件と最も多く、次いで「魚介類」49件、「穀類」37件となっています。2位の「教養娯楽品」では「パソコン・パソコン関連用品」が85件と一番多く、次いで「音響・映像製品」65件、「書籍・印刷物」60件となっています。3位の「住居品」は、「家具・寝具」が89件、次いで「食器・台所用品」45件となっています。4位の「車両・乗り物」は、「自動車」が219件とほとんどを占めています。

「役務」で最も多かったのは「運輸・通信サービス」（放送・コンテンツ等など）の1,289件（役務全体の38.4%）で、次いで「レンタル・リース・貸借」が500件（14.9%）、「金融・保険サービス」（融資サービス、預貯金・証券等など）の454件（13.5%）、「他の役務」（役務その他、冠婚葬祭など）が297件（8.9%）、「工事・建築・加工」が272件（8.1%）、「保健・福祉サービス」が179件（5.3%）、「教養・娯楽サービス」（教室・講座、他の教養・娯楽）が158件（4.7%）、「修理・補修」が63件（1.9%）の順となっています。

1位の「運輸・通信サービス」のうち、「放送・コンテンツ等」は902件で70.0%を占めています。内容は、パソコンや携帯電話を介したサイトに係る料金の不当請求など、また「インターネット通信サービス」は137件となっています。2位の「レンタル・リース・貸借」を見ると、退去時の敷金返還や高額な修繕費の請求など「集合住宅」に係わるものが、389件で77.8%を占めています。3位の「金融・保険サービス」では「融資サービス」が136件、「預貯金・証券等」は83件、「ファンド型投資商品」が72件となっています。

図3 商品別相談状況

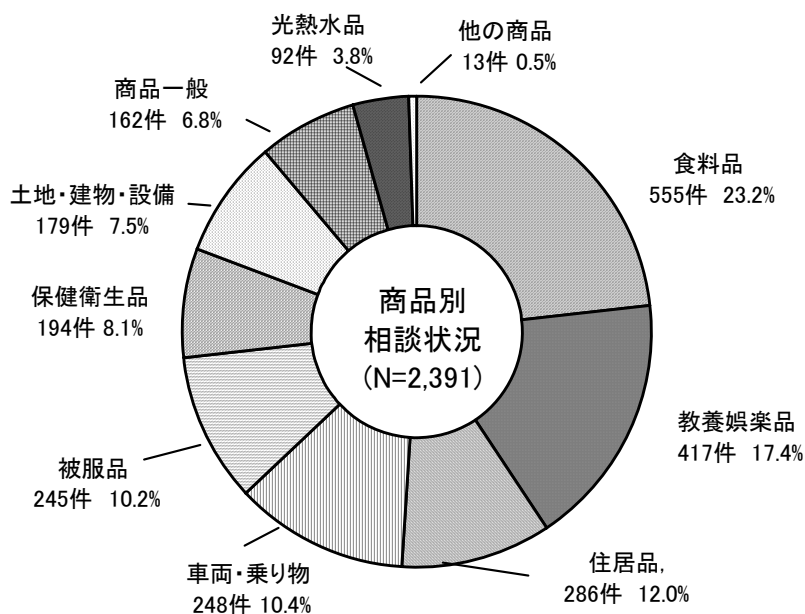
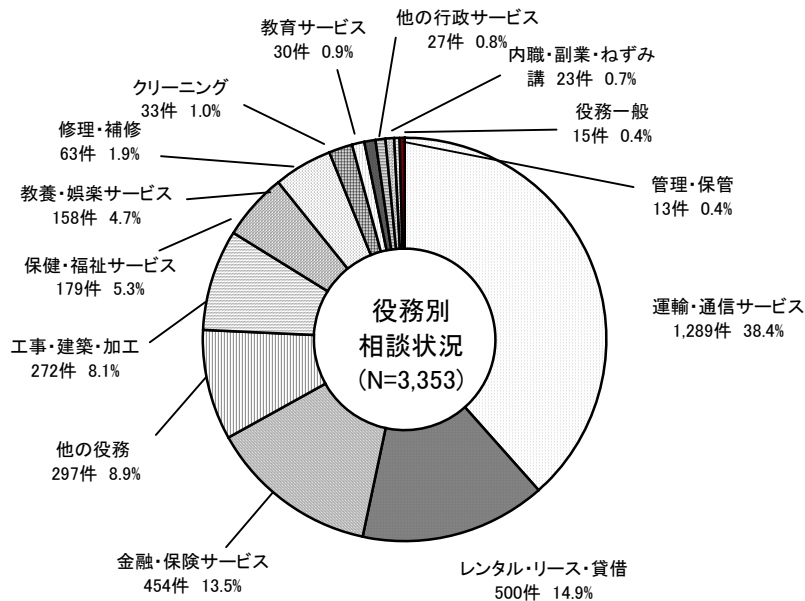


図4 役務別相談状況



(2) 主な商品・役務の相談状況

【商品部門】

① 食料品

「食料品」に関する相談は555件でした。うち、「健康食品」に関する相談は269件、「魚介類」に関する相談は49件、「穀類」に関する相談は37件、「調理食品」に関する相談は36件でした。契約当事者は男性が139件(25.0%)、女性が354件(63.8%)となっています。職業別では、無職が最も多く203件(36.6%)、次いで家事従事者の171件(30.8%)、給与生活者の61件(11.0%)となっています。

【次のような事例がありました】

- ・電話で、注文していた健康食品ができたので発送すると言われたが、注文した覚えはない。キャンセルできないと言われた。
- ・電話で、カニの注文をしているので送ると言われたが全く覚えがない。断ったが大丈夫か。
- ・大震災による原発事故が心配なので、知人からもらった被災地で作られた米の放射性物質の検査をしてほしい。
- ・スーパーで購入した冷凍のパイシートが農薬混入の疑いで回収対象とわかり返品したい。

② 教養娯楽品

「教養娯楽品」に関する相談は417件でした。うち、「パソコン・パソコン関連用品」に関する相談は85件でした。「音響・映像製品」に関する相談は65件、「書籍・印刷物」に関する相談は60件、「電話機・電話機用品」及び「他の教養娯楽品」に関する相談は各58件、契約当事者は男性が236件(56.6%)、女性が161件(38.6%)となっています。職業別では、給与生活者が最も多く148件(35.5%)、次いで無職の114件(27.3%)、家事従事者の56件(13.4%)となっています。

【次のような事例がありました】

- ・ネットで中古パソコンを購入したが不具合があった。返品したいが手数料がかかると言われ納得できない。
- ・大手ネットショッピングモールから、液晶テレビの決裁が完了したとメールが届いた。注文した覚えはない。
- ・訪販で、景品を次々と出され、断りきれずに新聞を契約した。解約を申し出たができないと言われた。

③住居品

「住居品」に関する相談は286件でした。うち、「家具・寝具」に関する相談は89件、「食器・台所用品」は45件、「空調・冷暖房機器」は36件、契約当事者は男性が103件(36.0%)、女性が163件(57.0%)となっています。職業別では、無職が最も多く101件(35.3%)、次いで家事従事者80件(28.0%)、給与生活者56件(19.6%)の順となっています。

【次のような事例がありました】

- ・ふとんの在庫があるから買ってほしい等と勧誘され、家に上がられて断っても帰ってもらえず何度も契約した。
- ・以前から使っている浄水器のカートリッジが先月から届いていない。料金だけ引き落とされた。
- ・遠赤外線効果で漬物が早くできるという漬物器を買ったが業者が不当表示で処分を受けた。返金できるか。

【役務部門】

① 運輸・通信サービス

「運輸・通信サービス」に関する相談は1,289件で、相談件数では最も多くなっており、「放送・コンテンツ等」(アダルト情報サイト、出会い系サイトなど)に関する相談は902件でした。次いで「インターネット通信サービス」に関する相談が137件でした。契約当事者は男性が750件(58.2%)、女性が498件(38.6%)となっています。職業別では、給与生活者が最も多く600件(46.5%)、次いで無職の233件(18.1%)の順となっています。

【次のような事例がありました】

- ・パソコンで無料のアダルトサイトを見ようと思い年齢認証したら突然登録となり高額請求された。請求画面が消えずに困っている。
- ・携帯に身に覚えのない利用したサイト料金が未納、放置すると和解退会の手続きが取れず法的措置に移行するとメールが届いた。
- ・高収入バイトというアプリをインストールしたら、出会い系サイトから大量のメールが来た。高額な金額をもらうために登録したところ文字化けの解消やセキュリティブロックが必要として次々金銭を要求され、おかしいと気づいた。
- ・電話勧誘で光回線料金が安くなると言われプロバイダを契約。遠隔操作で設定後、安くないことが分かった。

② レンタル・リース・貸借

「レンタル・リース・貸借」に関する相談は500件でした。うち、「集合住宅」に関する相談が最も多く389件でした。次いで「リースサービス」に関する相談は44件でした。契約当事者は男性が228件(45.6%)、女性が208件(41.6%)となっています。職業別では、給与生活者が最も多く229件(45.8%)、次いで無職の97件(19.4%)、企業・団体※の55件(11.0%)の順となっています。

※「企業・団体」とはこのケースの場合、賃貸マンションやアパートの貸し主など

【次のような事例がありました】

- ・賃貸アパート退去でクロスの張り替え費用を請求されたが、管理会社が経過年数による負担を考慮せずに全額請求して納得できない。
- ・仲介業者が賃貸アパート2年契約満了に伴い更新手続きを求めてきた。入居時に手続き不要と言われており話が違う。
- ・電話会社が紹介した会社とハッキング対策のセキュリティー機器をリースで契約したが、高額で不要なものなので解約したい。

③ 金融・保険サービス

「金融・保険サービス」に関する相談は454件でした。うち、「融資サービス」(フリーローン・サラ金など)に関する相談は136件でした。次いで「預貯金・証券等」に関する相談は83件となっています。契約当事者は男性が242件(53.3%)女性が194件(42.7%)となっています。職業別では、無職が最も多く159件(35.0%)、次いで給与生活者の117件(25.8%)、家事従事者81件(17.8%)の順となっています。

【次のような事例がありました】

- ・携帯のネット検索で探した業者に融資を申し込んだがヤミ金だったようだ。キャンセルできないと言われた。
- ・電話で「再生医療の会社の社債を買えば配当が出る」と言われ、「名義を貸すだけで謝礼が貰えると言われた」が詐欺だと思う。
- ・証券会社を名乗り、「介護施設建設の投資名簿に名前が記載されているので購入してほしい。高額で買い取る」と言われ了承したが不審だ。
- ・「医療機器会社からピンクの封筒が届いたら買い取りたいので連絡してほしい」と電話で言われ、本日封書が届いたが不審だ。

表4 商品小分類及び役務小分類に見る主な相談(上位10位)

(1)商品小分類

順位	商品名	平成25年度			平成24年度		
		合計	苦情	問合せ・要望	合計	苦情	問合せ・要望
1	健康食品	269	260	9	176	170	6
2	自動車 普通・小型自動車	219	211	8	222	209	13
3	商品一般	162	132	30	130	101	29
4	家具・寝具 ふとん	89	80	9	54	51	3
5	パソコン・パソコン関連用品 パソコンソフト	85	81	4	73	69	4
6	化粧品 化粧水	72	71	1	46	41	5
7	音響・映像製品 テレビジョン・デジタルディスクソフト	65	63	2	63	56	7
8	医療用具 電位治療器	63	57	6	40	40	0
8	空調・冷暖房・給湯設備 ソーラーシステム	63	57	6	28	27	1
10	書籍・印刷物 新聞	60	57	3	98	98	0

(2)役務小分類

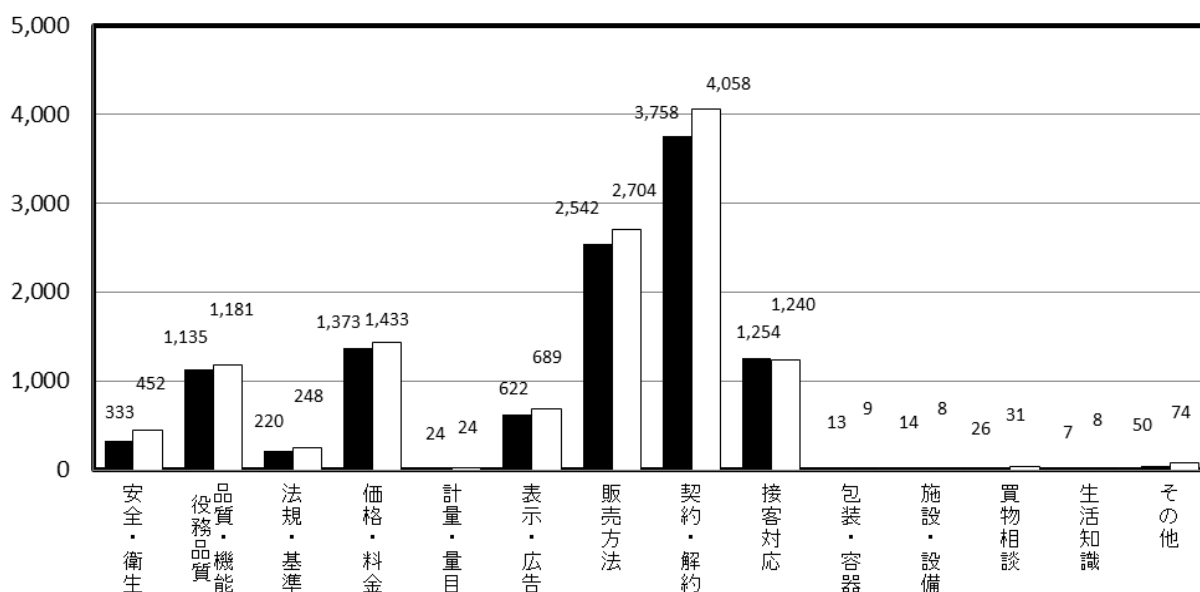
順位	役務名	平成25年度			平成24年度		
		合計	苦情	問合せ・要望	合計	苦情	問合せ・要望
1	放送・コンテンツ等 アダルト情報サイト	902	890	12	980	968	12
2	レンタル・リース・貸借 集合住宅	500	458	42	481	431	50
3	工事・建築・加工 戸建住宅	272	247	25	218	205	13
4	役務その他 役務その他サービス	227	210	17	234	224	10
5	インターネット通信サービス 光ファイバー	137	131	6	143	139	4
6	融資サービス フリーローン・サラ金	136	120	16	150	136	14
7	移动通信サービス 携帯電話サービス	124	119	5	129	125	4
8	預貯金・証券等 公社債	83	80	3	104	97	7
9	ファンド型投資商品	72	68	4	76	75	1
10	他の教養・娯楽 教養・娯楽サービスその他	68	65	3	99	95	4

※ 商品名及び役務名欄の下段は、その分類における代表的な商品・役務です。また「レンタル・リース・貸借」、「工事・建築・加工」は、その分類における代表的な商品です。

4. 内容別分類の相談状況

図5 内容別分類の相談件数

■ 24年度 □ 25年度



内容別分類の相談状況は、「契約・解約」が最も多く4,058件(商品・役務の70.6%)でした。次いで多かったのは「販売方法」の2,704件(同47.1%)、次いで「価格・料金」の1,433件(同24.9%)となっています。

過去5年間の推移をみても、「契約・解約」についての相談が最も多くみられ、ついで「販売方法」についての相談も毎年上位を占めています。

表5 商品と役務の件数に対する内容別分類相談の割合 (単位:%)

内容別分類	商品	役務	合計
契約・解約	61.5	77.2	70.6
販売方法	44.3	49.0	47.1
価格・料金	17.7	30.1	24.9
接客対応	22.0	21.3	21.6
品質・機能 役務品質	31.5	12.8	20.6

※ 合計は商品・役務の受付件数に対する割合です。

表6 内容別分類相談の推移

年 度	内容別分類相談件数													
	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	買物 相談	生活 知識	その他
21年度	394 (5.2)	1,223 (16.2)	358 (4.7)	1,697 (22.5)	28 (0.4)	684 (9.1)	2,865 (37.9)	5,764 (76.3)	1,426 (18.9)	7 (0.1)	6 (0.1)	25 (0.3)	13 (0.2)	148 (2.0)
22年度	388 (5.5)	1,328 (18.8)	362 (5.1)	2,241 (31.7)	28 (0.4)	834 (11.8)	3,241 (45.8)	5,196 (73.4)	1,400 (19.8)	14 (0.2)	21 (0.3)	31 (0.4)	11 (0.2)	83 (1.2)
23年度	317 (5.0)	1,176 (18.4)	275 (4.3)	1,704 (26.6)	24 (0.4)	885 (13.8)	3,114 (48.7)	4,555 (71.2)	1,260 (19.7)	13 (0.2)	6 (0.1)	53 (0.8)	12 (0.2)	87 (1.4)
24年度	333 (6.1)	1,135 (20.8)	220 (4.0)	1,373 (25.1)	24 (0.4)	622 (11.4)	2,542 (46.5)	3,758 (68.8)	1,254 (22.9)	13 (0.2)	14 (0.3)	26 (0.5)	7 (0.1)	50 (0.9)
25年度	452 (7.9)	1,181 (20.6)	248 (4.3)	1,433 (24.9)	24 (0.4)	689 (12.0)	2,704 (47.1)	4,058 (70.6)	1,240 (21.6)	9 (0.2)	8 (0.1)	31 (0.5)	8 (0.1)	74 (1.3)

※ 内容別分類相談件数は、複数カウントしています。

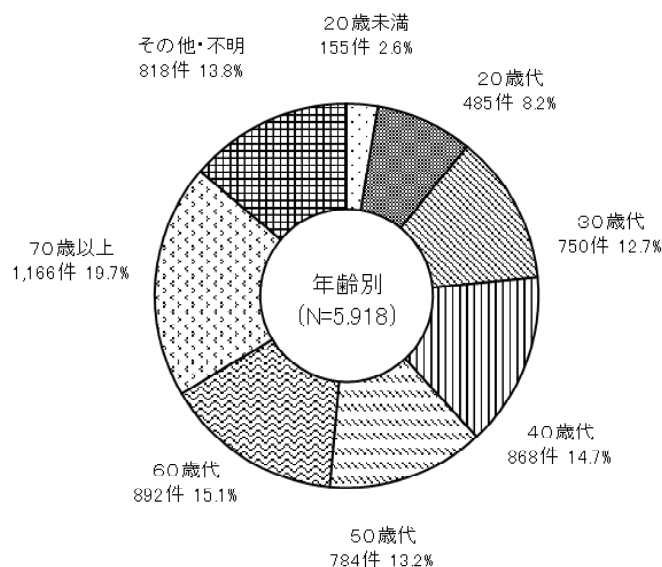
※ ()内は、「商品」と「役務」の受付件数の合計に対する割合です。(単位:%)。

5. 契約当事者の年代別相談状況

(1) 年代別相談の状況

相談件数5,918件を契約当事者の年代別で見ると、70歳以上1,166件(19.7%)が最も多く、次いで60歳代892件(15.1%)、40歳代868件(14.7%)、50歳代784件(13.2%)、30歳代が750件(12.7%)、20歳代485件(8.2%)、20歳未満155件(2.6%)の順となっています。

図6 年代別相談状況



(2) 主な商品・役務における年代別相談の傾向

相談の多い主な商品・役務について、契約当事者の年代別傾向を見ると次のとおりとなります。

ア 主な商品における年代別相談の傾向

① 食料品

「食料品」に関する相談は555件で、これを年代別で見ると70歳以上256件(46.1%)、60歳代83件(15.0%)、50歳代51件(9.2%)、40歳代31件(5.6%)、30歳代23件(4.1%)、20歳代13件(2.3%)、20歳未満3件(0.5%)となっています。

「食料品」に関する相談で最も多いのは「健康食品」に関する相談269件で、年代別では70歳以上195件(72.5%)、次いで60歳代25件(9.3%)、40歳代及び50歳代、各10件(3.7%)、20歳代7件(2.6%)、30歳代6件(2.2%)、20歳未満3件(1.1%)となっています。

② 教養娯楽品

「教養娯楽品」に関する相談は417件で、これを年代別に見ると70歳以上81件(19.4%)、60歳代68件(16.3%)、40歳代67件(16.1%)、50歳代56件(13.4%)、30歳代50件(12.0%)、20歳代36件(8.6%)、20歳未満12件(2.9%)の順となっています。

「教養娯楽品」に関する相談で最も多いのは、「パソコン・パソコン関連用品」に関する相談85件で、年代別では60歳代19件(22.4%)、40歳代18件(21.2%)、50歳代及び70歳以上が各13件(15.3%)、30歳代10件(11.8%)、20歳代及び20歳未満が各3件(3.5%)となっています。

次いでテレビやDVDソフトなどの「音響・映像製品」に関する相談が65件で、年代別では60歳代16件(24.6%)、70歳以上13件(20.0%)、50歳代及び40歳代、各9件(13.8%)、20歳代及び30歳代、各4件(6.2%)、20歳未満1件(1.5%)となっています。

③ 住居品

「住居品」に関する相談は286件で、これを年代別で見ると70歳以上の95件(33.2%)が最も多く、次いで60歳代57件(19.9%)、50歳代が37件(12.9%)で40歳代29件(10.1%)、30歳代15件(5.2%)、20歳代6件(2.1%)、20歳未満1件(0.3%)となっています。

「住居品」に関する相談で最も多いのは、ふとん類などの「家具・寝具」に関する相談の89件で、年代別では70歳以上49件(55.1%)、50歳代9件(10.1%)、60歳代8件(9.0%)、40歳代6件(6.7%)、30歳代3件(3.4%)、20歳代2件(2.2%)、20歳未満1件(1.1%)となっています。次いで多いのは、浄水器などの「食器・台所用品」に関する相談で45件となっています。年代別では70歳以上の15件(33.3%)、60歳代11件(24.4%)、50歳代5件(11.1%)、40歳代4件(8.9%)、30歳代3件(6.7%)、20歳代2件(4.4%)となっています。

④ 車両・乗り物

「車両・乗り物」に関する相談は248件で、これを年代別で見ると40歳代61件(24.6%)、30歳代45件(18.1%)、50歳代36件(14.5%)、20歳代33件(13.3%)、60歳代26件(10.5%)、70歳以上13件(5.2%)、20歳未満4件(1.6%)となっています。

「車両・乗り物」に関する相談で最も多いのは「自動車」に関する相談219件で、年代別では40歳代が49件(22.4%)、30歳代43件(19.6%)、50歳代32件(14.6%)、20歳代31件(14.2%)、60歳代24件(11.0%)、70歳以上10件(4.6%)、20歳未満3件(1.4%)となっています。

⑤ 被服品

「被服品」に関する相談は245件で、これを年代別で見ると40歳代の43件(17.6%)、20歳代42件(17.1%)、30歳代の39件(15.9%)、60歳代33件(13.5%)、70歳以上の31件(12.7%)、50歳代29件(11.8%)、20歳未満11件(4.5%)となっています。

「被服品」に関するもので最も多かったのは「アクセサリ」に関する相談の54件、年代別では70歳以上17件(31.5%)、60歳代10件(18.5%)、40歳代及び50歳代の各6件(11.1%)、20歳代5件(9.3%)、30歳代3件(5.6%)、20歳未満1件(1.9%)となっています。次いで多いのは、「かばん」に関する相談で41件となっています。年代別では、40歳代の10件(24.4%)、30歳代9件(22.0%)、50歳代8件(19.5%)、20歳代7件(17.1%)、60歳代4件(9.8%)、20歳未満1件(2.4%)となっています。

イ 主な役務における年代別相談の傾向

① 運輸・通信サービス

「運輸・通信サービス」に関する相談は1,289件で、これを年代別で見ると40歳代259件(20.1%)、30歳代234件(18.2%)、50歳代198件(15.4%)、60歳代156件(12.1%)、20歳代142件(11.0%)、20歳未満97件(7.5%)、70歳以上90件(7.0%)となっています。

「運輸・通信サービス」に関する相談で最も多いのは、アダルトサイトや出会い系サイトなど携帯電話やパソコンを介したサイト利用料請求などの「放送・コンテンツ等」に関する相談902件で、年代別では40歳代195件(21.6%)、30歳代176件(19.5%)、50歳代145件(16.1%)、20歳代108件(12.0%)、60歳代99件(11.0%)、20歳未満95件(10.5%)、70歳以上45件(5.0%)となっています。

次いで多いのはインターネット接続回線などの「インターネット通信サービス」に関する相談137件で、年代別では60歳代の29件(21.2%)、50歳代及び70歳以上、各21件(15.3%)、30歳代20件(14.6%)、40歳代で17件(12.4%)、20歳代14件(10.2%)、20歳未満1件(0.7%)となっています。

② レンタル・リース・貸借

「レンタル・リース・貸借」に関する相談は500件で、これを年代別で見ると30歳代106件(21.2%)、20歳代及び40歳代、各82件(16.4%)、50歳代61件(12.2%)、60歳代44件(8.8%)、70歳以上20件(4.0%)、20歳未満3件(0.6%)となっています。

「レンタル・リース・貸借」に関する相談で最も多いのは、賃貸アパート・マンションなどの「集合住宅」に関する相談389件で、年代別では30歳代の98件(25.2%)、20歳代78件(20.1%)、40歳代69件(17.7%)、50歳代47件(12.1%)、60歳代34件(8.7%)、70歳代以上15件(3.9%)、20歳未満2件(0.5%)となっています。20歳代から40歳代で63.0%を占めており、賃貸アパート・マンション退去時の修繕費や敷金についての相談が多く寄せられています。

③ 金融・保険サービス

「金融・保険サービス」に関する相談は454件で、これを年代別で見ると70歳以上134件(29.5%)、60歳代81件(17.8%)、50歳代65件(14.3%)、40歳代49件(10.8%)、30歳代42件(9.3%)、20歳代30件(6.6%)、20歳未満2件(0.4%)となっています。

「金融・保険サービス」に関する相談で最も多いのは、フリーローン・サラ金やヤミ金融など「融資サービス」に関する相談136件で、年代別では30歳代28件(20.6%)、40歳代25件(18.4%)、50歳代23件(16.9%)、20歳代18件(13.2%)、60歳代13件(9.6%)、70歳以上12件(8.8%)となっています。20歳代から40歳代までで52.2%を占めており、多重債務やヤミ金融などに関する相談も寄せられています。次いで多いのは、公社債や未公開株、投資信託などの「預貯金・証券等」に関する相談で83件でした。年代別では、70歳以上46件(55.4%)、60歳代17件(20.5%)、40歳代4件(4.8%)、30歳代3件(3.6%)、50歳代2件(2.4%)、20歳代1件(1.2%)となっています。60歳代と70歳以上で75%を超えています。

④ 他の役務

「他の役務」に関する相談は297件で、これを年代別で見ると70歳以上70件(23.6%)、60歳代43件(14.5%)、50歳代42件(14.1%)、30歳代36件(12.1%)、40歳代35件(11.8%)、20歳代8件(2.7%)、20歳未満3件(1.0%)となっています。

「他の役務」は、「役務その他サービス」や「弁護士」、「祈祷サービス」などですが、相談で最も多いのは、投資などの金銭的被害を回復するとうたう被害回復サービスなどの「役務その他」で227件となっています。年代別では70歳以上61件(26.9%)、60歳代33件(14.5%)、50歳代31件(13.7%)、40歳代27件(11.9%)、30歳代25件(11.0%)、20歳代6件(2.6%)、20歳未満3件(1.3%)となっています。

⑤ 工事・建築・加工

「工事・建築・加工」に関する相談は272件で、これを年代別で見ると60歳代及び70歳以上、各70件(25.7%)、50歳代36件(13.2%)、40歳代35件(12.9%)、30歳代18件(6.6%)、20歳代4件(1.5%)となっています。

「工事・建築・加工」に関する相談で最も多いのは、「戸建住宅」に関する相談200件で、年代別では60歳代62件(31.0%)、70歳以上50件(25.0%)、50歳代25件(12.5%)、40歳代20件(10.0%)、30歳代17件(8.5%)、20歳代の1件(0.5%)、となっています。60歳代から70歳以上で56.0%を占めています。

次いで多いものは「集合住宅」に関する相談で18件あり、年代別では、40歳代5件(27.8%)、50歳代3件(16.7%)、60歳代及び70歳代、各2件(11.1%)、20歳代1件(5.6%)、となっています。

表7 主な商品・役務に関する年代別の相談件数(上位5位) ※()内は、その商品・役務のうち上位のもの

区 分		20 歳 未 満	20 歳 代	30 歳 代	40 歳 代	50 歳 代	60 歳 代	70 歳 以 上	不そ の 明他	25 年 度 計	24 年 度 計
商 品	食料品	3	13	23	31	51	83	256	95	555	457
	(健康食品)	3	7	6	10	10	25	195	13	269	176
	(魚介類)	0	0	3	2	11	4	14	15	49	64
	教養娯楽品	12	36	50	67	56	68	81	47	417	443
	(パソコン・パソコン関連用品)	3	3	10	18	13	19	13	6	85	73
	(音響・映像製品)	1	4	4	9	9	16	13	9	65	62
	住居品	1	6	15	29	37	57	95	46	286	224
	(家具・寝具)	1	2	3	6	9	8	49	11	89	54
	(食器・台所用品)	0	2	3	4	5	11	15	5	45	44
	車両・乗り物	4	33	45	61	36	26	13	30	248	244
	(自動車)	3	31	43	49	32	24	10	27	219	222
	(自動車用品)	0	1	1	6	3	1	1	1	14	13
	被服品	11	42	39	43	29	33	31	17	245	189
	(アクセサリ)	1	5	3	6	6	10	17	6	54	40
(かばん)	1	7	9	10	8	4	0	2	41	21	
役 務	運輸・通信サービス	97	142	234	259	198	156	90	113	1,289	1,356
	(放送・コンテンツ等)	95	108	176	195	145	99	45	39	902	980
	(インターネット通信サービス)	1	14	20	17	21	29	21	14	137	143
	レンタル・リース・貸借	3	82	106	82	61	44	20	102	500	481
	(集合住宅)	2	78	98	69	47	34	15	46	389	368
	金融・保険サービス	2	30	42	49	65	81	134	51	454	497
	(融資サービス)	0	18	28	25	23	13	12	17	136	150
	(預貯金・証券等)	0	1	3	4	2	17	46	10	83	104
	他の役務	3	8	36	35	42	43	70	60	297	274
	(役務その他)	3	6	25	27	31	33	61	41	227	218
	(外食・食事宅配)	0	1	8	4	2	3	2	13	33	23
工事・建築・加工	0	4	18	35	36	70	70	39	272	234	
(戸建住宅)	0	1	17	20	25	62	50	25	200	168	
(集合住宅)	0	1	0	5	3	2	2	5	18	15	

表8 契約当事者属性別 商品・役務別件数

商品大分類	全 体	年齢								性別			職業等				
		20 歳 未 満	20 歳 代	30 歳 代	40 歳 代	50 歳 代	60 歳 代	70 歳 以 上	そ の 他 ・ 不 明	男 性	女 性	そ の 他 ・ 不 明	給 与 生 活 者	自 営 ・ 自 由 業	家 事 従 事 者	学 生	無 職
総計	5,918	155	485	750	868	784	892	1,166	818	2,730	2,795	393	2,021	352	1,044	202	1,548
商品一般	162	0	5	20	15	13	28	41	40	60	79	23	37	8	29	0	47
食料品	555	3	13	23	31	51	83	256	95	139	354	62	61	21	171	5	203
住居品	286	1	6	15	29	37	57	95	46	103	163	20	56	12	80	1	101
光熱水品	92	1	8	8	12	15	19	14	15	52	36	4	29	6	15	2	27
被服品	245	11	42	39	43	29	33	31	17	55	179	11	105	10	62	15	34
保健衛生品	194	3	8	10	25	31	37	60	20	45	145	4	45	13	55	4	60
教養娯楽品	417	12	36	50	67	56	68	81	47	236	161	20	148	34	56	19	114
車両・乗り物	248	4	33	45	61	36	26	13	30	185	48	15	147	20	14	2	39
土地・建物・設備	179	0	4	11	27	22	47	42	26	93	70	16	51	14	32	0	57
他の商品	13	0	0	0	1	3	0	2	7	5	2	6	1	2	2	0	1
商品計	2,391	35	155	221	311	293	398	635	343	973	1,237	181	680	140	516	48	683
クリーニング	33	0	1	2	2	12	11	3	2	9	23	1	15	1	14	0	2
レンタル・リース・賃借	500	3	82	106	82	61	44	20	102	228	208	64	229	36	31	16	97
工事・建築・加工	272	0	4	18	35	36	70	70	39	141	107	24	86	23	47	0	79
修理・補修	63	0	2	6	8	4	13	19	11	18	42	3	17	2	14	0	19
管理・保管	13	0	0	2	2	2	2	1	4	5	4	4	4	0	3	0	2
役務一般	15	0	0	10	2	0	0	3	0	11	4	0	7	0	1	0	4
金融・保険サービス	454	2	30	42	49	65	81	134	51	242	194	18	117	40	81	4	159
運輸・通信サービス	1,289	97	142	234	259	198	156	90	113	750	498	41	600	70	168	109	233
教育サービス	30	2	6	1	12	3	0	0	6	11	16	3	11	1	6	5	3
教養・娯楽サービス	158	9	13	26	22	23	18	27	20	79	74	5	56	7	31	12	37
保健・福祉サービス	179	1	24	24	22	11	22	51	24	61	113	5	49	4	31	1	83
他の役務	297	3	8	36	35	42	43	70	60	118	152	27	90	13	56	5	84
内職・副業・ねずみ講	23	0	4	3	9	2	1	1	3	9	12	2	8	3	5	0	3
他の行政サービス	27	0	1	1	2	3	7	10	3	15	12	0	3	0	7	1	14
役務計	3,353	117	317	511	541	462	468	499	438	1,697	1,459	197	1,292	200	495	153	819
他の相談	174	3	13	18	16	29	26	32	37	60	99	15	49	12	33	1	46

6. 契約・購入金額及び既支払金額

(1) 契約・購入金額

相談全体における契約・購入金額について、金額が判明しているものの合計は、約31億3千万円で、平均約98万円となっています。内訳は、1万円以上5万円未満705件(11.9%)で最も多く、次いで10万円以上50万円未満が647件(10.9%)、1万円未満641件(10.8%)、5万円以上10万円未満584件(9.9%)、100万円以上500万円未満311件(5.3%)、50万円以上100万円未満185件(3.1%)、1千万円以上5千万円未満が78件(1.3%)、500万円以上1千万円未満が36件(0.6%)、5千万円以上1億円未満が4件(0.1%)、1億円以上が1件の順で、契約・購入金額が不明のものは2,726件(46.1%)となっています。

苦情相談における契約・購入金額では、金額の判明している3,100件(苦情全体の57.5%)の合計は、約30億4千万円でした。また、平均金額は、約97万9千円でした。苦情相談に見る契約・購入金額の合計額の最も多かった商品・役務としては「ファンド型投資商品」の約5億3千万円となります。次いで「新築工事」の約3億9千5百万円、「新築分譲マンション」の約2億9千6百万円、「普通・小型自動車」の約1億5千万円、「住宅ローン」の約9千6百万円、「ソーラーシステム」の約9千2百万円の順となっています。

(2) 既支払金額

相談全体における既支払金額について、金額が判明するものの合計は、約15億4千万円で、平均約47万3千円となっています。

苦情相談における既支払金額では、金額が判明している3,169件(苦情全体の58.8%)の合計は約15億6百万円で、平均金額は約47万5千円となりました。既支払金額の合計額が最も多かったのは、「ファンド型投資商品」の約3億9千万円、次いで「新築工事」の約2億7百万円、「新築分譲マンション」の約1億4千8百万円、「住宅ローン」の約8千2百万円、「普通・小型自動車」の約5千9百万円の順となっています。

表9 相談全体における契約・購入金額及び既支払金額

	契約・購入金額											既支払金額				
	1万円未満	5万円未満	10万円未満	50万円未満	100万円未満	500万円未満	1千万円未満	5千万円未満	1億円未満	1億円以上	その他・不明	総件数(件)	総合計金額(円)	平均金額(円)	総合計金額(円)	平均金額(円)
件数	641	705	584	647	185	311	36	78	4	1	2,726	5,918	3,125,234,586	979,084	1,539,378,759	473,218
構成比	10.8	11.9	9.9	10.9	3.1	5.3	0.6	1.3	0.1	0.0	46.1	100.0				

※構成比は単位:%

※「平均金額」には、0円のものも含まれています。

表10 相談全体における年度別契約・購入金額及び既支払金額の推移

年度	契約・購入金額(円)		既支払金額(円)	
	合計金額	平均金額	合計金額	平均金額
平成 21 年度	3,679,658,887	914,428	1,764,963,907	478,310
平成 22 年度	4,284,744,458	1,043,533	1,956,500,227	506,734
平成 23 年度	4,464,058,455	1,210,428	2,291,270,252	632,773
平成 24 年度	3,476,078,460	1,167,645	1,461,974,275	475,130
平成 25 年度	3,125,234,586	979,084	1,539,378,759	473,218

表11 苦情相談における契約・購入金額及び既支払金額別上位商品・役務等

契約・購入金額(円)				既支払金額(円)			
苦情相談全体		合計金額	平均金額	苦情相談全体		合計金額	平均金額
		3,035,459,666	979,181			1,505,644,969	475,117
順位	商品・役務等	合計金額	平均金額	順位	商品・役務等	合計金額	平均金額
1	ファンド型投資商品	531,274,300	10,842,333	1	ファンド型投資商品	389,674,300	7,793,486
2	新築工事	395,000,000	26,333,333	2	新築工事	207,000,000	15,923,077
3	新築分譲マンション	296,400,000	59,280,000	3	新築分譲マンション	148,000,000	49,333,333
4	普通・小型自動車	149,730,753	1,497,308	4	住宅ローン	82,000,000	41,000,000
5	住宅ローン	96,000,000	48,000,000	5	普通・小型自動車	59,256,148	750,078
6	ソーラーシステム	91,889,351	4,836,282	6	増改築工事	55,731,645	4,287,050
7	増改築工事	81,433,476	6,264,114	7	投資信託	50,300,000	7,185,714
8	農機具	61,300,000	12,260,000	8	農機具	46,400,000	11,600,000
9	投資信託	60,300,000	8,614,286	9	特定生命保険	36,000,000	7,200,000
10	他の建物	59,000,000	59,000,000	10	壁工事	27,778,890	1,634,052
11	壁工事	53,310,152	3,135,891	11	外国為替証拠金取引	18,399,600	2,628,514
12	他の四輪自動車	51,400,000	10,280,000	12	祈とうサービス	16,136,930	1,241,302
13	新築建売住宅	51,220,000	25,610,000	13	役務その他サービス	15,152,889	202,039
14	フリーローン・サラ金	49,979,311	703,934	14	普通生命保険	15,097,272	2,516,212
15	出会い系サイト	46,749,835	649,303	15	ソーラーシステム	14,909,201	931,825
16	アダルト情報サイト	43,382,863	115,688	16	塗装工事	14,864,910	646,300
17	デジタルコンテンツ	38,752,166	790,861	17	他の四輪自動車	11,300,000	5,650,000
18	特定生命保険	36,000,000	7,200,000	18	屋根工事	11,200,000	448,000
19	中古住宅	35,600,000	17,800,000	19	指輪	11,154,000	1,593,429
20	デジタルディスクソフト	32,955,796	4,707,971	20	軽自動車	10,779,100	371,693
合計	上位 20 位まで (苦情相談全体との 比較)	2,261,678,003 (74.5%)		合計	上位 20 位まで (苦情相談全体との 比較)	1,241,134,885 (82.4%)	

7. 商品・役務の内容別相談状況

以下、商品別分類の名称にある英数字は、「全国消費生活情報ネットワークシステム」(通称:PIO-NET～パイオネット。独立行政法人国民生活センター運営)の分類・キーワードによるものです。

※内容別相談件数欄の「品質・機能」は、「品質・機能 役務品質」の略です。

表12 商品一般、食料品

商品別分類	受付件数	うち苦情件数	内容別相談件数														計
			安全・衛生	品質・機能	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	買物相談	生活知識	その他	
A00 商品一般	162	132	0	0	16	11	0	22	68	93	26	0	1	0	0	5	242
B 食料品	B10 食料品一般	17	12	5	6	5	1	2	6	4	5	1	0	0	0	0	35
	B21 穀類	37	35	21	28	2	2	0	10	3	6	6	0	0	1	0	79
	B22 魚介類	49	44	7	10	2	4	1	15	28	22	7	0	0	0	0	96
	B23 肉類	7	3	1	2	1	1	0	5	0	1	1	0	0	0	0	12
	B24 乳卵類	8	7	4	3	1	0	0	2	2	2	1	0	0	0	0	15
	B25 野菜・海草	35	32	22	23	2	0	0	12	3	6	5	0	0	0	0	73
	B26 油脂・調味料	22	15	13	17	0	0	0	3	0	2	3	0	0	2	1	41
	B31 果物	18	14	10	11	2	1	0	4	3	3	2	0	0	0	1	37
	B32 菓子類	19	16	8	9	3	0	2	2	3	6	5	3	0	0	0	41
	B33 飲料	28	15	15	22	0	1	0	8	2	5	4	1	0	0	0	58
	B34 酒類	10	9	2	2	2	1	0	1	4	6	4	2	0	0	1	25
	B40 調理食品	36	28	30	30	2	0	0	3	0	14	8	1	0	0	0	88
	B51 健康食品	269	260	6	13	7	67	0	20	250	192	11	0	0	0	1	567
	B52 食料品その他	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
B 計	555	490	144	176	29	78	5	91	302	270	58	7	0	3	1	1,167	

① 商品一般

商品一般の相談件数は162件で、うち苦情件数は132件(81.5%)です。内容としては、「身に覚えのない料金を請求された」のような架空請求や不当請求、「覚えのないところから封書が届いた」のような投資詐欺、買った覚えのないクレジットカードの請求など商品が特定できないものに関する相談が多く寄せられています。内容別では、「契約・解約」が93件、「販売方法」が68件、「接客対応」26件の順となっています。

② 食料品

食料品の相談件数は555件で、うち苦情件数は490件(88.3%)です。内容としては「健康食品」に関する相談が最も多く269件(48.5%)で、次いで「魚介類」49件(8.8%)、「穀類」37件(6.7%)、「調理食品」36件(6.5%)等となっています。

「健康食品」では、「注文していたサプリメントの用意ができたので代引きで送るので受け取るように言われたが注文した覚えは全くないので断りたい」のように、健康食品の「送りつけ商法」の相談が多数寄せられています。「魚介類」では、カニ等の電話勧誘販売に係わる相談、「穀類」では、米の品質テストの依頼や、東日本大震災による放射能の汚染に関わる放射性物質の含有量のテスト依頼についての相談が寄せられました。内容別では、「販売方法」が302件、「契約・解約」が270件の順となっています。

表13 住居品、光熱水品

商品別分類	受付件数	うち苦情件数	内容別相談件数														計	
			安全・衛生	品質・機能	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	買物相談	生活知識	その他		
C10 住居品一般	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
C21 食生活機器	32	32	12	24	0	3	0	2	4	16	12	0	0	0	0	0	0	73
C22 食器・台所用品	45	40	14	18	1	6	0	8	16	22	9	1	0	0	0	0	0	95
C23 洗濯・裁縫用具	16	15	4	10	0	2	0	0	2	9	6	0	0	0	0	0	0	33
C24 掃除用品	9	8	0	6	0	2	0	0	3	8	3	0	0	0	0	0	0	22
C25 洗剤等	12	12	9	11	0	0	0	2	1	2	3	0	0	0	0	0	0	28
C31 空調・冷暖房機器	36	33	21	30	0	4	0	4	4	14	8	0	0	0	0	0	0	85
C32 家具・寝具	89	80	5	26	3	26	1	9	52	68	14	0	0	2	0	0	0	206
C33 室内装備品	6	6	0	3	0	2	0	1	3	4	2	0	0	0	0	0	0	15
C34 照明器具	12	12	4	10	0	0	0	1	0	5	4	0	0	0	0	0	0	24
C40 他の住居品	28	21	4	11	2	5	1	1	12	16	3	1	0	1	0	1	0	58
C 計	286	260	73	149	6	50	2	28	97	165	64	2	0	3	0	1	0	640
D10 光熱水品一般	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
D20 電気	17	15	0	0	1	12	1	0	1	6	5	0	0	0	0	0	0	26
D30 ガス	36	36	1	1	4	28	3	1	4	18	13	0	0	0	0	0	0	73
D40 石油	24	20	3	6	3	4	2	1	3	10	11	0	0	0	0	0	1	44
D50 水道	12	11	9	10	0	3	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	25
D60 他の光熱水品	3	3	1	0	0	0	0	1	0	0	2	0	0	0	0	0	0	4
D 計	92	85	14	17	8	47	7	3	8	35	32	0	0	0	0	0	1	172

① 住居品

住居品の相談件数は286件で、うち苦情件数は260件(90.9%)です。「家具・寝具」に関する相談が最も多く89件(31.1%)、次いで「食器・台所用品」45件(15.7%)、「空調・冷暖房機器」が36件(12.6%)の順となっています。

「家具・寝具」では、「以前買ったふとんの保証期間だから点検すると言って自宅に訪ねてきた業者から高額なふとんの契約をさせられた」などの判断力が不十分な高齢者の自宅などをねらう訪問販売に関する相談が寄せられています。「食器・台所用品」では、浄水器や漬物容器などに係る相談が多く寄せられています。「空調・冷暖房機器」では、石油ストーブや空気清浄機などの相談が寄せられています。

内容別では「契約・解約」が165件、「品質・機能 役務品質」が149件、の順となっています。

② 光熱水品

光熱水品の相談件数は92件で、うち苦情件数は85件(92.4%)です。「ガス」に関する相談が最も多く36件(39.1%)で、内容別では「価格・料金」47件や「契約・解約」35件の順となっています。

表14 被服品

商品別分類	受付件数	うち苦情件数	内容別相談件数														計	
			安全・衛生	品質・機能	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	買物相談	生活知識	その他		
E10 被服品一般	5	5	0	0	0	0	0	0	1	4	5	2	0	0	0	0	0	12
E20 和服	9	8	0	0	0	1	0	0	0	8	8	1	0	0	1	0	0	19
E31 洋服一般	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
E32 紳士洋服	17	17	0	4	0	2	0	2	8	15	7	0	0	0	0	0	0	38
E33 婦人洋服	38	35	0	12	1	5	0	8	23	32	12	0	0	0	0	0	0	93
E34 子供洋服	2	2	0	0	0	0	0	0	1	0	2	0	0	0	0	0	0	3
E35 洋装下着	11	11	0	2	0	2	0	1	6	8	6	0	0	0	0	0	0	25
E41 履物	33	32	2	10	0	2	0	11	25	29	9	0	0	0	0	0	0	88
E42 かばん	41	40	0	7	1	2	1	12	30	36	8	0	0	0	0	0	0	97
E43 アクセサリー	54	51	8	14	3	14	0	6	31	40	8	0	0	2	0	0	0	126
E44 他の身の回り品	29	29	1	4	0	4	0	11	20	26	7	0	0	0	0	0	0	73
E50 生地・糸類	3	3	0	0	0	0	0	1	1	3	2	0	0	0	0	0	0	7
E60 他の被服品	2	2	0	1	0	1	0	2	1	1	0	0	0	0	0	0	0	6
E 計	245	236	11	54	5	33	1	55	159	203	64	0	0	3	0	0	0	588

① 被服品

被服品の相談件数は245件で、うち苦情件数は236件(96.3%)です。「アクセサリー」に関する相談が最も多く54件(22.0%)、次いで、「かばん」が41件(16.7%)、「婦人洋服」が38件(15.5%)、「履物」が33件(13.5%)、「他の身の回り品」が29件(11.8%)、「紳士洋服」が17件(6.9%)の順となっています。

「アクセサリー」では、「不要な服はないかと電話が来て来訪してもらったが、用意していた服は要らないと言われ室内を物色されて、アクセサリーなど多数を買い取られた。クーリング・オフしたが、買い取られた3分の2が戻らない」などの訪問買取りに係わる相談が寄せられています。「かばん」では、「ネット通販でブランド物のバッグを購入し、現金振り込み後、注文した商品と違う商品が届いた」などの通信販売による相談が多く寄せられています。「婦人洋服」では、「ネット広告を見て、婦人コートの申込みをしたが、粗悪なジャンパーが届いた。」「履物」についても「ネット通販でスニーカーを注文し代金を支払ったが商品が届かない」などの「通信販売」に関する相談等が寄せられています。

内容別では「契約・解約」が203件、「販売方法」が159件の順となっています。

表15 保健衛生品、教養娯楽品

商品別分類	受付件数	うち苦情件数	内容別相談件数														計	
			安全・衛生	品質・機能	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	買物相談	生活知識	その他		
F 保健衛生品	F10 保健衛生品一般	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	F20 医薬品	25	20	5	5	1	5	0	3	13	13	5	0	0	1	0	1	52
	F30 医療用具	63	57	4	20	6	20	2	9	36	37	10	0	0	0	0	1	145
	F40 化粧品	72	71	36	40	0	7	0	7	25	48	20	0	0	0	0	0	183
	F50 理美容器具・用品	24	23	6	9	1	6	0	2	9	17	3	0	0	0	0	0	53
	F60 他の保健衛生品	10	9	4	6	1	1	1	1	2	5	3	0	0	0	0	0	24
F 計	194	180	55	80	9	39	3	22	85	120	41	0	0	1	0	2	457	
G 教養娯楽品	G10 教養娯楽品一般	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	G20 文具・事務用品	13	13	0	0	0	4	0	1	10	11	2	0	0	0	0	0	28
	G21 パソコン・パソコン用品	85	81	4	33	2	11	1	24	41	70	27	0	0	0	0	1	214
	G25 電話機・電話機用品	58	56	7	32	3	7	0	6	13	34	28	0	0	0	0	0	130
	G30 学習教材	15	14	0	0	0	5	0	1	11	12	0	0	0	0	0	1	30
	G40 書籍・印刷物	60	57	1	2	4	6	0	4	44	51	8	0	0	0	0	0	120
	G50 音響・映像製品	65	63	5	22	0	12	0	4	23	41	23	0	1	0	0	1	132
	G60 スポーツ用品	16	15	2	6	1	1	0	6	10	13	3	0	0	0	0	0	42
	G71 カメラ類	6	6	1	1	0	1	0	2	3	5	2	0	0	0	0	0	15
	G72 時計	18	18	2	8	0	2	0	3	7	13	4	0	0	0	0	0	39
	G73 他の光学機器	1	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	2
	G80 玩具・遊具	19	19	2	6	0	2	1	3	10	11	6	0	0	0	0	0	41
	G91 楽器	3	3	0	1	0	1	0	1	1	3	1	0	0	0	0	0	8
G92 他の教養娯楽品	58	54	12	19	3	6	0	9	21	34	12	0	0	0	0	0	116	
G 計	417	400	36	131	13	58	2	64	195	298	116	0	1	0	0	3	917	

① 保健衛生品

保健衛生品の相談件数は194件で、うち苦情件数は180件(92.8%)です。「化粧品」に関する相談が最も多く72件(37.1%)、次いで「医療用具」63件(32.5%)、「医薬品」25件(12.9%)、「理美容器具・用品」24件(12.4%)の順となっています。「化粧品」では、「使用していた化粧水、乳液が回収になると報道された。自分も白斑の症状があり化粧品のせいだと分かった。補償はどうなるのか」などの「契約・解約」、「安全・衛生」、「品質・機能・役務品質」に関する相談などが寄せられています。「医療用具」では、電位治療器やメガネ、電気マッサージ器、補聴器、家庭用電気治療器具などについての相談が多く寄せられています。

内容別では「契約・解約」が120件、「販売方法」が85件の順となっています。

② 教養娯楽品

教養娯楽品の相談件数は417件で、うち苦情件数は400件(95.9%)です。「パソコン・パソコン用品」に関する相談が最も多く85件(20.4%)、次いで「音響・映像製品」65件(15.6%)、「書籍・印刷物」60件(14.4%)、「電話機・電話機用品」58件(13.9%)の順となっています。

「パソコン・パソコン用品」では「ノートパソコンの電源が入らず修理を依頼。保証期間切れのため有償修理となったが、初期不良のため返金してほしい」などの「契約・解約」、「品質・機能・役務品質」に関する相談が多く寄せられました。「音響・映像製品」では、「大手ネットショッピングモールから液晶テレビの決済確認メールが届いたが注文した覚えはない」など「契約・解約」に関する相談、「書籍・印刷物」では、訪問販売による強引な新聞の勧誘による「販売方法」に関する相談が寄せられています。内容別では、「契約・解約」が298件、「販売方法」が195件、「品質・機能・役務品質」が131件、「接客対応」が116件、の順となっています。

表16 車両・乗り物、土地・建物・設備、他の商品

商品別分類	受付件数	うち苦情件数	内容別相談件数														計	
			安全・衛生	品質・機能	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	買物相談	生活知識	その他		
H 車 両 ・ 乗 り 物	H10 車両・乗り物一般	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
	H20 自動車	219	211	15	80	7	61	0	36	57	172	76	0	0	2	0	0	506
	H30 自動車用品	14	13	1	3	1	0	0	2	7	10	3	0	0	1	0	0	28
	H40 自転車・用品	10	10	2	5	1	3	0	4	3	4	3	0	0	0	0	0	25
	H50 運搬用具	3	3	0	0	0	1	0	1	0	3	1	0	0	0	0	0	6
	H60 他の乗り物	1	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	2
H 計	248	239	18	90	9	65	0	43	68	189	83	0	0	3	0	0	568	
I 土 地 ・ 建 物 ・ 設 備	I10 土地・建物・設備一般	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
	I20 土地	27	20	0	2	1	4	0	2	6	15	5	0	0	1	0	1	37
	I31 建物一般	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	I32 集合住宅	25	22	2	7	1	5	1	1	12	10	7	0	0	1	0	1	48
	I33 戸建住宅	15	12	1	4	3	4	0	1	4	9	1	0	0	0	0	1	28
	I34 他の建物	2	1	0	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	3
	I40 住宅構成材	9	9	6	8	0	0	0	1	1	2	3	0	0	0	0	0	21
	I51 空調・冷暖房・給湯設備	63	57	4	19	2	13	0	0	38	32	17	0	0	2	0	1	128
	I52 衛生設備	8	8	1	4	1	1	0	0	2	4	1	0	0	0	0	0	14
	I53 屋外装備品	17	12	0	2	2	6	0	3	3	13	4	0	0	0	0	1	34
I54 他の住宅設備	12	12	4	4	1	5	1	0	5	5	2	0	0	0	0	0	27	
I 計	179	154	18	50	12	39	2	8	73	90	40	0	0	4	0	5	341	
J00 他の商品	13	13	2	5	0	3	0	2	5	8	2	0	0	0	0	0	27	

① 車両・乗り物

車両・乗り物の相談件数は248件で、うち苦情件数は239件(96.4%)です。「自動車」に関する相談が大半を占め219件(88.3%)で、購入後の故障に関する相談や「自分の車を売却する契約をし翌日すぐに解約を申し出ても応じてくれず、違約金を請求された」等の相談が寄せられています。

内容別では「契約・解約」が189件、「品質・機能 役務品質」が90件、「接客対応」が83件、「販売方法」が68件の順となっています。

② 土地・建物・設備

土地・建物・設備の相談件数は179件で、うち苦情件数は154件(86.0%)です。「空調・冷暖房・給湯設備」63件(35.2%)で最も多く、次いで「土地」の27件(15.1%)、「集合住宅」の25件(14.0%)の順となっています。「空調・冷暖房・給湯設備」では、「電話で勧誘を受け太陽光発電を屋根に設置したが発電効率が悪く雪も落ちない。勧誘時の説明と違う」などの「販売方法」に関する訪問販売によるソーラーシステムの相談が多く寄せられています。「土地」では所有している土地の売却に関する相談や「集合住宅」では新築分譲マンションの購入や勧誘に関する相談が寄せられています。内容別では「契約・解約」が90件、「販売方法」が73件となっています。

③ 他の商品

他の商品の相談件数は13件で、全て苦情相談です。農業用トラクター等の不具合に係わる相談や「翡翠の優待券のパンフレットが届いてないか」などの劇場型詐欺と思われる相談も多く寄せられています。

内容別では、「契約・解約」が8件、「品質・機能 役務品質」及び「販売方法」が各5件となっています。

表17 クリーニング、レンタル・リース・貸借

商品別分類	受付件数	うち苦情件数	内容別相談件数														計	
			安全・衛生	品質・役務	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	買物相談	生活知識	その他		
K クリーニング	C 住居品	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	2
	E 被服品	32	31	1	24	8	3	0	0	2	20	14	0	0	0	0	0	72
	うち和服	2	2	0	1	0	0	0	0	0	1	2	0	0	0	0	0	4
	うち洋服	29	28	1	22	8	3	0	0	1	18	11	0	0	0	0	0	64
	上記以外の商品	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
K 計	33	32	1	24	8	3	1	0	2	20	15	0	0	0	0	0	74	
L レンタル・リース・貸借	C 住居品	3	3	1	0	0	1	0	0	0	3	2	0	0	0	0	0	7
	E 被服品	4	3	0	0	0	2	0	1	2	3	1	0	0	0	0	0	9
	F 保健衛生品	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	G 教養娯楽品	39	38	0	0	2	22	0	0	23	34	5	0	0	0	0	0	86
	うち電話機・電話機用品	22	21	0	0	0	16	0	0	16	19	1	0	0	0	0	0	52
	H 車両・乗り物	4	3	0	0	1	1	0	0	0	3	1	0	0	0	0	0	6
	I 土地・建物・設備	448	409	21	115	20	234	0	4	49	347	113	0	0	1	2	4	910
	うち土地	14	11	0	2	1	4	0	1	0	11	7	0	0	0	0	0	26
	うち集合住宅	389	358	17	103	18	208	0	1	40	300	94	0	0	0	2	4	787
	うち戸建住宅	25	22	1	8	0	13	0	1	3	20	7	0	0	0	0	0	53
上記以外の商品	2	2	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	2	
L 計	500	458	22	115	23	260	0	5	74	392	122	0	0	1	2	4	1,020	

※商品別分類の中で、うち書きしている品目は、主な商品であり、合計しても、その商品別分類の受付件数とは一致しません。

① クリーニング

クリーニングの相談件数は33件で、うち苦情件数は32件(97.0%)です。洋服や和服など「被服品」に関する相談が32件(97.0%)で、衣服の破れ、しみ、変色、脱色、風合い変化や接客対応などについての相談が寄せられています。

内容別では「品質・機能 役務品質」が24件と最も多く、次いで「契約・解約」が20件、「接客対応」が15件となっています。一般的には、商品や役務に関する相談は「契約・解約」に係わるものが多いのに対して、「品質・機能 役務品質」が多いことが特徴的な傾向となっています。

② レンタル・リース・貸借

レンタル・リース・貸借の相談件数は500件で、うち苦情件数は458件(91.6%)です。賃貸アパートなど「集合住宅」に関する相談が389件(77.8%)で、「退去時の床や壁紙の貼り替えなど高額な修繕費やハウスクリーニング料を請求されたが応じる必要はあるか」などの原状回復に係わる相談が多く寄せられています。

また、電話機やファックス付き電話機、パソコン関連機器などのリース契約に係わる相談も寄せられています。

内容別では「契約・解約」が392件、「価格・料金」が260件、「接客対応」が122件の順となっています。

表18 工事・建築・加工、修理・補修

商品別分類	受付件数	うち苦情件数	内容別相談件数														計	
			安全・衛生	品質・機能	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	買物相談	生活知識	その他		
M 工事・建築・加工	E 被服品	10	10	0	5	0	1	0	0	3	5	4	0	0	0	0	18	
	I 土地・建物・設備	260	235	14	116	3	61	0	17	94	176	77	0	0	5	1	6	570
	うち戸建住宅	200	181	9	88	3	45	0	15	75	134	56	0	0	5	1	5	436
	うち住宅設備	30	29	1	9	0	11	0	1	13	27	8	0	0	0	0	0	70
	上記以外の商品	2	2	0	1	0	0	0	0	2	2	1	0	0	0	0	0	6
M 計	272	247	14	122	3	62	0	17	99	183	82	0	0	5	1	6	594	
N 修理・補修	C 住居品	13	11	0	3	0	2	0	0	7	9	2	0	0	1	0	0	24
	うち家具・寝具	8	8	0	3	0	2	0	0	5	6	1	0	0	0	0	0	17
	E 被服品	3	3	0	3	0	2	0	0	0	3	1	0	0	0	0	0	9
	F 保健衛生品	3	2	0	1	0	1	0	0	0	1	2	0	0	0	0	0	5
	G 教養娯楽品	7	7	0	3	0	1	0	1	1	3	7	0	0	0	0	0	16
	うち音響・映像製品	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	H 車両・乗り物	11	10	1	4	1	3	0	1	1	4	7	0	0	0	0	0	22
	うち自動車	11	10	1	4	1	3	0	1	1	4	7	0	0	0	0	0	22
	I 土地・建物・設備	25	24	3	9	0	15	0	3	9	15	7	0	0	0	0	0	61
	うち建物	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
上記以外の商品	1	1	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	3	
N 計	63	58	4	23	1	24	0	6	19	36	26	0	0	1	0	0	140	

※商品別分類の中で、うち書きしている品目は、主な商品であり、合計しても、その商品別分類の受付件数とは一致しません。

① 工事・建築・加工

工事・建築・加工の相談件数は272件で、うち苦情件数は228件(83.8%)です。「戸建住宅」に関する相談が200件(73.5%)で、訪問販売や電話勧誘販売などで「雪害などによる住宅損耗を保険金を使って修理できると勧誘し、ずさんな工事をして、その後連絡がとれなくなった」などの屋根工事や、壁工事、塗装工事などについての相談が多く寄せられています。

内容別では「契約・解約」が183件、「品質・機能 役務品質」が122件、「販売方法」が99件、の順となっています。

② 修理・補修

修理・補修の相談件数は63件で、うち苦情件数は58件(92.1%)です。

「普通・小型自動車」や「ふとん類」、「トイレ設備」「建具」などの修理サービスの相談が寄せられています。

内容別では「契約・解約」が36件、「接客対応」が26件、「価格・料金」が24件、「品質・機能 役務品質」が23件、「販売方法」が19件の順となっています。

表19 管理・保管、役務一般、金融・保険サービス

商品別分類	受付件数	うち苦情件数	内容別相談件数															
			安全・衛生	品質・機能	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	買物相談	生活知識	その他	計	
○ 管理・保管	D 光熱水品	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	E 被服品	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	H 車両・乗り物	1	1	0	0	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	3
	I 土地・建物・設備	12	9	0	0	1	3	0	0	1	6	2	0	0	1	0	1	15
	うち集合住宅	9	7	0	0	1	2	0	0	0	5	2	0	0	0	0	1	11
	うち戸建住宅	1	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	2
	上記以外の商品	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0 計	13	10	0	0	1	4	0	1	1	7	2	0	0	1	0	1	18	
P00 役務一般	15	15	0	0	0	6	0	0	6	15	2	0	0	0	0	0	29	
Q 金融・保険サービス	Q10 金融・保険一般	4	3	0	0	1	0	0	0	2	1	0	0	0	0	0	4	
	Q20 生命保険	55	47	1	1	2	12	0	0	21	49	16	0	0	0	3	105	
	Q30 損害保険	44	40	1	4	0	14	0	1	8	31	15	0	0	1	1	76	
	Q35 その他の保険	18	18	0	0	1	4	0	2	9	16	3	0	0	0	0	35	
	Q70 預貯金・証券等	83	80	0	2	1	15	0	14	57	49	18	0	0	1	1	158	
	Q75 デリバティブ取引	9	9	0	0	0	3	0	1	7	8	2	0	0	0	0	21	
	Q76 ファンド型投資商品	72	68	0	0	10	18	0	12	63	53	4	0	0	0	1	161	
	Q80 融資サービス	136	120	0	0	18	43	0	18	27	119	12	0	1	0	1	239	
	Q90 他の金融関連サービス	33	31	0	1	3	6	0	2	11	27	4	0	0	0	0	54	
Q 計	454	416	2	8	36	115	0	50	205	353	74	0	1	1	7	853		

※商品別分類の中で、うち書きしている品目は、主な商品であり、合計しても、その商品別分類の受付件数とは一致しません。

① 管理・保管

管理・保管の相談件数は13件で、うち苦情件数は10件(76.9%)です。賃貸アパート・分譲マンションの管理、駐車場、倉庫の管理などの「契約」に係わる相談が寄せられています。内容別では、「契約・解約」が7件、「価格・料金」が4件、となっています。

② 役務一般

役務一般の相談件数は15件で、全てが苦情です。何年も前に退会している複合サービス会員契約について、会費が未納であると高額な請求通知が届いた等の契約に係わる相談が寄せられています。内容別では、「契約・解約」が15件、「価格・料金」及び「販売方法」が各6件となっています。

③ 金融・保険サービス

金融・保険サービスの相談件数は454件で、うち苦情件数は416件(91.6%)です。フリーローン・サラ金やヤミ金融などの「融資サービス」に関する相談は、前年度よりも約9.3%減少しているものの、件数としては最も多く136件(30.0%)、次いで「預貯金・証券等」が83件(18.3%)、「ファンド型投資商品」が72件(15.9%)の順となっています。

「融資サービス」では、サラ金やキャッシングによる多重債務の整理方法や、ヤミ金業者への対応について等の相談が寄せられています。また、「預貯金・証券等」や「ファンド型投資商品」では、大手証券会社を名乗って社債や投資ファンドの権利を譲ってほしいなどいわゆる劇場型勧誘方法の「販売方法」の相談が寄せられています。内容別では「契約・解約」が圧倒的に多く353件となっており、次いで「販売方法」が205件、「価格・料金」が115件の順となっています。

表20 運輸・通信サービス、教育サービス

商品別分類	受付件数	うち苦情件数	内容別相談件数														計	
			安全・衛生	品質・機能	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	買物相談	生活知識	その他		
R 運輸・通信サービス	R70 運輸・運送サービス一般	1	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	2
	R71 旅客運送サービス	40	34	7	4	1	1	0	3	5	19	24	0	1	0	0	6	71
	R72 郵便・貨物運送サービス	51	48	0	23	1	3	0	3	3	32	36	0	0	0	0	2	103
	R80 放送・通信サービス一般	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
	R81 電報・固定電話	32	32	0	3	0	12	0	1	13	26	12	0	0	0	0	0	67
	R82 移動通信サービス	125	119	2	26	6	35	0	7	49	101	46	0	0	0	0	1	273
	R83 放送・コンテンツ等	902	890	0	13	16	277	0	166	783	809	68	0	1	0	0	1	2,134
	R84 インターネット通信サービス	137	131	0	5	2	50	0	3	88	121	38	0	0	1	0	0	308
R 計	1,289	1,256	9	74	26	379	0	183	942	1,109	224	0	2	1	0	10	2,959	
S 教育サービス	S10 教育一般	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	S20 学校教育	8	6	0	0	1	5	0	0	0	7	1	0	0	0	0	0	14
	S30 補習教育	18	17	0	0	1	5	0	4	9	16	5	0	0	0	0	0	40
	S40 他の教育	4	2	0	0	1	0	0	0	1	2	0	0	0	0	0	0	4
S 計	30	25	0	0	3	10	0	4	10	25	6	0	0	0	0	0	58	

① 運輸・通信サービス

運輸・通信サービスの相談件数は1,289件となり、うち苦情件数は1,256件(97.4%)です。デジタルコンテンツなどの「放送・コンテンツ等」に関する相談が最も多く902件(70.0%)、次いで「インターネット通信サービス」の137件(10.6%)の順となっています。

「放送・コンテンツ等」では、「パソコンや携帯電話で無料のアダルトサイトを開き動画再生をクリックしたら、突然高額請求画面になった」、「サイトの退会処理がされていないので料金が発生している、電話連絡するようにとのメールが届いた。身に覚えがない」、不当請求や架空請求などの「契約」や「販売方法」に関する相談が多く寄せられています。「インターネット通信サービス」では、光回線の中途解約や販売時の説明等にかかわる相談が寄せられています。

内容別では「契約・解約」が1,109件と圧倒的に多くっており、次いで「販売方法」が942件や「価格・料金」が379件の順になっています。

② 教育サービス

教育サービスの相談件数は30件、うち苦情件数は25件(83.3%)です。家庭教師や学習塾などの「補習教育」に関する相談は18件(60.0%)で、学習塾の中途解約や家庭教師の教材の過量販売による高額な請求をめぐる「契約・解約」、「価格料金」に関するトラブルの相談が寄せられています。

内容別では「契約・解約」が25件、「価格・料金」及び「販売方法」が各10件の順となっています。

表21 教養・娯楽サービス、保健・福祉サービス

商品別分類	受付件数	うち苦情件数	内容別相談件数														計	
			安全・衛生	品質・機能	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	買物相談	生活知識	その他		
T 教養・娯楽サービス	T10 教養・娯楽一般	1	1	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	3
	T20 旅行代理業	15	14	0	0	0	2	0	3	6	12	5	0	1	0	0	0	29
	T30 宿泊施設	9	9	2	2	0	1	0	1	2	8	5	0	1	0	0	0	22
	T40 教室・講座	48	39	0	1	2	11	0	6	16	31	11	0	0	1	0	4	83
	T50 観覧・鑑賞	15	13	0	0	1	2	0	3	7	12	1	0	0	0	0	2	28
	T60 各種会員権	2	2	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	2
	T70 他の教養・娯楽	68	65	1	4	1	13	0	9	41	47	15	0	1	0	0	0	132
T 計	158	143	3	7	4	30	0	22	73	113	37	0	3	1	0	6	299	
U 保健・福祉サービス	U10 保健・福祉一般	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	U21 医療	57	52	10	18	2	16	0	2	4	29	26	0	0	0	0	3	110
	U22 理美容	42	41	4	11	3	13	0	4	16	35	15	0	0	0	0	0	101
	U23 浴場	3	3	0	0	0	0	0	0	0	2	2	0	0	0	0	0	4
	U24 衛生サービス	17	15	1	1	1	3	0	1	13	12	0	0	0	0	0	0	32
	U31 保育	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	U32 老人福祉・サービス	12	10	0	0	4	4	0	1	1	9	2	0	0	0	0	0	21
	U40 他の保健・福祉	48	35	0	1	5	3	0	6	8	24	11	0	0	0	1	2	61
U 計	179	156	15	31	15	39	0	14	42	111	56	0	0	0	1	5	329	

① 教養・娯楽サービス

教養・娯楽サービスの相談件数は158件で、うち苦情件数は143件(90.5%)です。「他の教養・娯楽」が68件(43.0%)、次いで資格取得講座などの「教室・講座」に関する相談が48件(30.4%)となっています。「他の教養・娯楽」では、「電話でお金を払えば数字選択式宝くじ(ロト)の当選番号の枠が得られると言われ高額な金額を振り込んでしまった。」「宝くじの高額当選金が当たったと海外からダイレクトメールが届いた。」などの相談が多く寄せられています。内容別では「契約・解約」が113件、「販売方法」が73件、「接客対応」が37件、「価格・料金」が30件の順となっています。

② 保健・福祉サービス

保健・福祉サービスの相談件数は179件で、うち苦情件数は156件(87.2%)です。「医療」に関する相談が最も多く57件(31.8%)、次いで社会保険や募金などの「他の保険・福祉」が48件(26.8%)、エステなどの「理美容」に関する相談が42件(23.5%)寄せられてとなっています。

「医療」では、医療サービスや「子供が歯科矯正を受けるために高額な金額を前払いしたが、毎月必要以上のお金を請求された」といった歯科治療に関する相談など、「他の保険・福祉」では、社会保険証書の紛失やDMによる寄付に関する相談などが寄せられています。「理美容」では、脱毛エステや痩身エステに関する相談が寄せられています。内容別では「契約・解約」が最も多く111件となっており、次いで「接客対応」が56件、「販売方法」が42件、「価格料金」が39件の順になっています。

表22 他の役務、内職・副業・ねずみ講、他の行政サービス、他の相談

商品別分類	受付件数	うち 苦情件数	内容別相談件数														
			安全・衛生	品質・機能	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	買物相談	生活知識	その他	計
V 他の役務	V10 外食・食事宅配	33	28	5	5	7	6	0	12	1	4	18	0	0	0	0	58
	V20 冠婚葬祭	27	20	0	1	3	3	0	2	11	17	9	0	0	2	0	48
	V30 家事サービス	10	10	1	4	0	4	0	1	4	8	3	0	0	0	0	25
	V40 役務その他	227	210	3	14	10	57	1	28	134	168	29	0	0	1	0	450
	V 計	297	268	9	24	20	70	1	43	150	197	59	0	0	3	0	581
W 内職・副業・ねずみ講	W15 内職・副業一般	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	W30 自動販売機	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	W40 内職・副業	22	22	0	1	0	7	0	6	20	21	2	0	0	0	0	57
	W50 無限連鎖講	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
	W 計	23	23	0	1	0	7	0	6	20	22	2	0	0	0	0	58
X00 他の行政サービス	27	12	2	0	1	1	0	0	1	4	7	0	0	0	2	28	
Z 他の相談	174	79	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	

① 他の役務

他の役務の相談件数は297件で、うち苦情件数は268件(90.2%)です。「役務その他」が最も多く227件(76.4%)となっています。「役務その他」では、「2年前に電話勧誘で社債を購入後、事業者と連絡不能になった。最近、電話で消費者センターを名乗る所から被害回復団体を紹介された」、「アダルトサイトの高額請求についてネットで見た相談窓口で電話をしたら請求を取り下げると言い高額な着し金を請求された」といった被害回復を謳った相談や火災保険の申請調査・申請代行の相談なども多く寄せられています。内容別では「契約・解約」が最も多く197件、次いで「販売方法」が150件となっています。

② 内職・副業・ねずみ講

内職・副業・ねずみ講の相談件数は23件で、全て苦情相談です。「内職・副業」に関する相談が最も多く22件(95.7%)となっています。

「内職・副業」では、アフィリエイトやドロップシッピングなど様々な種類の内職を含む「他の内職・副業」が最も多く、「副収入が入ると言われアフィリエイト内職に高額の支払いをしたが、約束通りの収入が一銭もなく騙された。」などの「契約」や「解約」に係わる相談が寄せられています。

内容別では「契約・解約」が22件、次いで「販売方法」20件、「価格・料金」が7件の順となっています。

③ 他の行政サービス

他の行政サービスの相談件数は27件で、うち苦情件数は12件(44.4%)です。

④ 他の相談

他の相談の相談件数は174件で、うち苦情件数は79件(45.4%)です。消費生活相談にあてはまらないものですが、相隣関係や相続、個人間の金銭貸借などの相談が寄せられています。

8. 商品・役務の危害・危険の相談状況

※以下、「危害・危険」は、「全国消費生活情報ネットワークシステム」(通称:PIO-NET～パイオネット。独立行政法人 国民生活センター運営)の分類によるものです。

※「危害」:商品等(役務・設備を含む)によって、身体にけが、病気等の疾病(危害)を受けたという相談

「危険」:商品等の発火、破裂、故障等によって身体に危害が及ぶおそれがあったという相談

① 危害

「危害」としての相談受付件数は、113件でした。そのうち、「化粧品」が最も多く29件(25.7%)、次いで「医療」の7件(6.2%)、「健康食品」「洗浄剤」「レンタル・リース・貸借」の各6件(5.3%)でした。具体的な相談内容として、次のようなものがありました。

- ・顔や首に白斑が出て4年前から皮膚科に通院中。症状が出る前に回収中の化粧品を使用しており、関連があるのではないか
- ・薬用美白化粧水を使って右手首の横側に報道で見た他社製品による白斑と同じような症状が出た。
- ・分譲マンションの共有部分などに芳香剤などの臭いがこもり、体調が悪くなり、化学物質過敏症と診断された。
- ・アパートの改装で塗装臭が廊下や階段を伝って吐き気や手の震えが起きた。
- ・電話勧誘で購入した健康食品を飲んだら具合が悪くなった。返品を申し出たが応じてもらえない。

② 危険

「危険」としての相談受付件数は、46件でした。そのうち、「調理食品」が最も多く14件(30.4%)、次いで「空調・冷暖房機器」10件(21.7%)、「自動車」5件(10.9%)でした。具体的な相談内容として、次のようなものがありました。

- ・スーパーで購入した未開封の冷凍パイシートが、農薬混入の疑いで回収対象とわかり返品したい。
- ・除湿乾燥機が焦げ臭い臭いなのでメーカーに確認したところ送ってほしいとだけ言われた。調べると国の機関から事故情報が出ていた。
- ・購入した中古車の右側ヘッドライトから出火した。

表23 商品別分類のうち「危害」(上位)

	商品別分類	受付件数
1	化粧品	29
2	医療	7
3	健康食品	6
3	洗浄剤	6
3	レンタル・リース・貸借	6

表24 商品別分類のうち「危険」(上位)

	商品別分類	受付件数
1	調理食品	14
2	空調・冷暖房機器	10
3	自動車	5
4	食生活機器	2
4	家具・寝具	2
4	石油	2

9. その他の相談状況

(1) 電子メール相談

平成18年度から、道立消費生活センターの消費生活相談受付時間内に相談できない消費者の相談に対応するため、電子メールによる相談を受け付けている。平成25年度の受付件数は、196件でした。

(2) 市町村からの経由相談

平成25年度に、道内の市町村の消費生活相談窓口担当者から受け付けた経由相談の件数は、523件でした。

(3) 特別相談

平成18年度から道民の潜在的な消費者被害の掘り起こしを目的として、特別相談を実施している。平成25年度は、2回実施しました。

①特別相談名 「訪問販売・買い取りトラブル110番」

主 催：北海道立消費生活センター・札幌弁護士会

目 的：ここ数年、事業者が消費者宅に訪問し、強引に物品の購入を行う訪問買い取りについて、多数の相談が寄せられています。また、訪問販売についても、高齢者からの相談が多く寄せられ、中には二次被害、三次被害といったケースも見られることから被害救済・被害拡大防止を目的として実施しました。

開催日時：平成25年10月19日(土) 午前10時から午後3時

開催場所：北海道立消費生活センターくらしの教室

相談対象：訪問販売や訪問買い取りの契約

従 事 者：相談員6名、専門員1名、職員2名、弁護士3名(1時間交代制)

相談件数：5件

②特別相談名 「住宅トラブル110番 ～リフォーム・賃貸・修繕など～」

主 催：北海道立消費生活センター・札幌弁護士会

目 的：「住宅」に関する相談は近年増加傾向にあり、特に「住宅リフォーム」については、ここ数年大幅に増加傾向にある。また、「賃貸アパート」についても、例年退去時の原状回復費用に係るトラブルが後を絶ちません。このような現状を踏まえ被害の未然防止と救済を目的として実施しました。

開催日時：平成26年3月1日(土) 午前10時から午後3時

開催場所：北海道立消費生活センターくらしの教室

相談対象：住宅(リフォーム契約・賃貸契約・新築契約・修繕契約)に係る相談

従 事 者：相談員6名、専門員1名、職員1名、弁護士3名(1時間交代制)

相談件数：20件

10. 苦情相談事例

相談事例のアドバイスは受付時点のものであり、法改正などで現在と解決方法が異なる場合もありますのでご了承ください。

安心してくらすために ～製品事故を防止しよう～

「北のくらし」平成25年4月号掲載

問 事例1 加湿器を回収していることを新聞報道で知った。自宅で加湿器を利用しているが、大丈夫だろうか。
(70代 男性)

事例2 石油ストーブを購入した際、説明書などに同封されているはがきに住所や名前などを記載して返送してほしいと言われた。送らなければいけないのか。(60代 男性)

答 事例1の場合、相談者宅の加湿器の製造会社や型式などを確認し、当センターから製造会社に問い合わせたところ「当該製品について、事故等の報告はなく、リコールはしていない。異常を感知した場合は安全装置が働く仕組み」とのことでした。ただし、「25年前に製造された商品で、使用期間が長いと、不安であれば使用を中止してはどうか」との回答がありました。相談者は25年も使っていたことに気づかず、安全を考えて買い替えを検討するとのことでした。

「リコール」という言葉を耳にしたことがあると思いますが、リコールとは、製品に欠陥や不具合があり、安全上問題がある場合や、製品を安全に使用するための予防的措置として、製造会社等が製品を無料で回収・修理することです。消費生活用製品安全法などの法令によって回収する場合と、製造会社等が自主的にリコールを行う場合もあります。

リコール情報は新聞やテレビなどでも知らされますが、消費者庁や独立行政法人国民生活センターのホームページなどでも公表されています。

リコール製品と分かたらすぐに製造会社に連絡するか、最寄りの消費生活センターへ問い合わせましょう。

事例2の場合、消費生活用製品安全法の改正により、新しく設けられた「長期使用製品安全点検制度」の所有者登録にかかわる相談です。

長期間の使用に伴って生じる劣化により、火災や死亡事故を起こすおそれの多い※1特定保守製品を購入した場合、所有者情報を登録することが求められています。所有者情報を提供することにより、点検時期が近付いたら、製造会社等から通知が送付され、所有者に点検を促すことで事故を防止する制度です。相談者には添付されてあるはがきに必要事項を記入して返送するよう、助言しました。

また、点検は求められていませんが、長期にわたって使用されるため、注意喚起を促す表示を義務付けている※2製品もあります。

点検や表示が求められているのは、平成21年4月1日以降に製造・輸入された製品についてです。法令の規制にかかわらず、長く使い続けている電化製品等は、気付かないうちに劣化し、思わぬ事故に遭遇することもあります。製造時期を確認し、自主的に点検を受け、事故の防止に努めましょう。

※1 対象製品は、屋内式ガス瞬間湯沸器(都市ガス用、LPガス用)、屋内式ガスバーナー付ふろがま(同)、石油給湯機、石油ふろがま、密閉燃焼(FI)式石油温風暖房機、ビルトイン式電気食器洗機、浴室用電気乾燥機の9品目。

※2 対象製品は、扇風機、エアコン、換気扇、洗濯機(洗濯乾燥機を除く)、ブラウン管テレビの5品目。

クリーニングの賠償 ～購入価格全額は可能？基準は？～

「きらめっく」平成25年5月号掲載

問 事例1 5年前、8千円で買ったコートドライクリーニングに出したところ、全体にかけてシミが広がり、着用不能になった。クリーニング事業者は同じコートは入手不能のため、金銭賠償すると言って、当初2千円ほどの賠償額を提示してきたが、思い入れのあるコートなので納得できない。（30代 女性）

事例2 スーツのスカートだけをクリーニングに出した。仕上がり後、自宅に持ち帰り、確認したところ、自分のものではないことに気づいた。クリーニング店に連絡し、探してもらったが見つからなかった。スカート代を賠償してもらったことになったが、スーツとして購入したので、スカートがなければスーツとして着用できない。スーツ分の金額を賠償してほしい。（30代 女性）

答 いずれの場合も、全国クリーニング生活衛生同業組合が作成した「クリーニング事故賠償基準」で賠償額などが定められており、事業者はその基準に基づいて賠償額を提示していると思われます。

事例1の場合、賠償額は、原則損害が発生したものと同一品質のものを購入する価格をもとに、その品目（この場合はコート）の平均使用年数と、実際に購入してからの経過月数により、設定された補償割合で算定されます。今回の場合、5年前に購入していることから、新品交換や購入時の価格全額を求めることは難しいと思われるので、納得のいく説明を求めて話し合うよう助言しました。

劣化しやすい素材や加工の製品は、平均使用年数が短く設定されており、例えば一般的なコートは4年ですが、ポリウレタンコーティング製品となると2年と短く、その分、賠償額も低くなります。

また、賠償金を受け取った場合、その品物の所有者は消費者から事業者に移り、返品してもらえません。返してほしい場合は、事業者と話し合うこととなりますが、賠償額は減額されます。

賠償されるのは品物を受け取ってから6カ月以内です。なお、賠償額の特約を事業者が定めている場合は、それに従うことになります。

一般的にスーツなど2点以上を一对とした製品の賠償額は全体を考慮して算定されますが、事例2の場合はスーツのスカートと伝えていなかったため、スーツとして賠償されるかどうかは、事業者との話し合いになることを伝えました。

賠償額のことだけでなく、上下の色や風合いに差を生じさせないためにもスーツなどはセットで出した方がよいでしょう。

●預ける前、受け取り後にチェックしましょう

クリーニングに預ける前は、ポケットの中や、シミや汚れの場所、ほつれや破れがないかを確認しましょう。預ける際は、シミや汚れの場所や原因、ベルトやフードの有無などを受付時に伝え、洗濯物の預かり証に品物の特徴や注意事項の記載があるかどうか確認しましょう。

品物を受け取る際は、預けた物や数をその場で確認し、カバーを外してシミや汚れの落ち具合をチェックした方がよいでしょう。

ビニールカバーは汚れやキズがつかないための運搬用で、入れたままにしておくとう変色やかびの原因になります。自宅で収納する際はすぐにカバーから出して陰干した後、収納します。

過去の損害取り戻せる？～「被害者の会」は信用できるか～

「北の暮らし」平成25年6月号掲載

問 数年前、130万円の投資の被害に遭った。すでにその会社は詐欺で摘発されているが、先日その会社の被害者の会から委任されたという団体名で「被害金の全額が分配返還されているので、取り戻せる」という書面が届いた。信用できるか。（60代 女性）

答 過去に投資被害に遭った人に対しての被害回復を名目とした詐欺的な勧誘に関する相談が、全国の消費生活センターに寄せられています。その中の多くが、別の投資商品を勧めたり、手数料を振り込ませたりする手口と考えられます。相談者にはその旨伝え、同様の勧誘には十分注意するよう助言しました。

この事例以外にも「隠し財産が見つかった」「公的機関(消費生活センターや消費者庁、国民生活センターなど)から委託を受けた」と勧誘し、公的手続きを思わせる書面を使うなど、手口も巧妙化しています。行政や公的機関が被害調査を事業者に委託したり、被害者に対して債権を買い取る団体を勧めたり、個人情報事業者に提供したりすることは一切ありません。

最近では、米国の資産運用会社「MRIインターナショナル」が行政処分を受けました。「被害金を取り戻す」などと勧誘がある場合は、二次被害につながる可能性がありますので、十分ご注意ください。

勧誘を断ったものの不安があるときや契約や支払いを強要されたときは、最寄りの消費生活センターへ。

注文してない！～強引な健康食品送りつけ～

「北の暮らし」平成25年6月号掲載

問 昨日、電話で「注文のあった健康食品を送った」と言われた。覚えがないと断ると「2週間以内に断りの連絡をしなければ、注文したことになると前回の電話で伝えたはずだ」「申し込みの証拠が残っている」「裁判になると60万円を払うことになる。特別に3万円にする。キャンセルはできない」など、一方的に言われた。明日の午後届くようだが、どうしたらよいか。（70代 女性）

答 契約は、事業者の勧誘に対し、消費者が承諾をすれば成立します。注文した覚えがなく、電話でもはっきり断っているのであれば、契約は成立していないと考えられます。相談者には、商品が届いても受け取り拒否をするよう助言しました。当センターから事業者へ苦情内容を伝えたと「そんな勧誘はしていない。送った後に注文違いと気づき、すでにキャンセル処理した」と言うので、相談者は今後の勧誘を希望していない旨伝え、終了しました。

最近、この事例のように特に高齢者を狙った強引な健康食品の送りつけの販売手口が急増しています。脅し文句に屈せず、きっぱりと断ることが大切です。

また、電話による勧誘は特定商取引法の電話勧誘販売に該当し、契約書面の交付義務やクーリング・オフが規定されています。万が一、電話で契約に同意してしまったり、断りきれず代引き配達で現金を支払ってしまった場合でも、書面受領後8日間はクーリング・オフが可能です。悪質な勧誘であればクーリング・オフの期間が過ぎていたとしても解約できることもあります。最寄りの消費生活センターへ相談してください。

入会していないのに請求が スマホでサイトにアクセス…

「きらめっく」平成25年7月号掲載

問 スマートフォン(以下、スマホ)でアダルトサイトにアクセスし、「18歳以上ですか」と聞かれたので、「はい」のボタンを押したら「入会金9万円を振り込んでください」と画面に表示された。入会するつもりはないので「退会する」のボタンを押したらメールが届き、「入会金を支払わなければ退会できない」とあった。どうしたらよいか。
(40代 男性)

答 契約の成立には「申し込みとそれに対する承諾」が必要です。相談者に、サイトにアクセスしたときの状況を聞くと、有料であるという案内や規約の表示はなかったとのこと。これらの状況から「有料サイトの利用を申し込む」という意思表示をしたとは考えられず、事業者が一方向的に請求してきているだけであり、契約が成立しているとはいえません。また、事業者が契約は成立していると主張しても、契約内容を確認する画面がなかった場合は、電子消費者契約法により、契約の無効を主張できると考えられます。

相談者には以上のことを説明し、支払う必要はないので無視してしばらく様子を見るよう助言しました。

スマホはあらゆる世代に広がっており、それに伴ってさまざまなトラブルが全国の消費生活センターなどに寄せられています。

一般サイトで見つけたアプリケーションソフト(以下、アプリ)ではなく、いわゆる公式マーケットから無料アプリをダウンロードしたにもかかわらず、突然、料金を請求されたり、無視していると事業者から振り込みを指示する電話がかかってきたりするなどのトラブルが発生しています。中には個人情報抜き取りアプリがあることも報告されています。

アプリのダウンロードを指示する画面では、そのアプリがどのような情報にアクセスするかを示す「アクセス許可」の画面を十分確認する必要があります。電話番号やメールアドレスへのアクセス許可を求めるなど、疑問に思う場合は、ダウンロードを中止しましょう。トラブルに遭わないためには、安易にアプリをダウンロードしないことです。

身に覚えのない請求は無視し、不安に思う場合はあわてて事業者へ連絡を取るのではなく、最寄りの消費生活センターに相談しましょう。

●セキュリティを万全に

スマホは高機能携帯電話というよりも、電話機能のついた超小型パソコンです。従来の携帯電話とは違い、日常生活や趣味、ビジネス用など多種多様なアプリを利用者が目的に合わせてダウンロードできる、利便性の高いものです。しかし、直接インターネットにつながるため、ウイルス感染などの危険性が高まります。ウイルス対策ソフトの導入をおすすめします。子供が使う場合には、フィルタリングなどの機能制限を活用し、保護者が常に注意しましょう。

スマホには個人情報満載です。日ごろより画面にロックをかけるなど、盗難や紛失対策も忘れずにしましょう。

便利だけど…～ネット通販 ご注意！～

「北の暮らし」平成25年8月号掲載

問 インターネットの通販サイトからブランド物の激安財布を注文し、代金を振り込んだが、納期を過ぎても商品が届かない。広告を確認してみると、所在地も電話番号も記載がなかった。メールは送信できるので、「納品できない場合は返金してほしい」と送ったが返信がない。国内の宅配業者が配達すると記載があったが、口座名義人は外国人のような名前だ。返金してほしいがだまされたのか。（20代 女性）

答 ネット通販は、パソコンや携帯電話から簡単に買い物ができることから幅広い世代が利用しています。しかし、この事例のようにブランド物を格安で販売するサイトを利用し、商品が届かなかったり、届いたとしても模倣品だったりするトラブルが多発しています。

また、日本語のサイトでも海外の事業者が運営するサイトだったというケースも増加しており、模倣品を輸入することは、商標権侵害に問われる可能性もありますので、消費者も注意が必要です。

消費者庁は模倣品を販売するウェブサイトを見抜くチェックポイントを4つ挙げています。① 正確な運営情報（運営者氏名・住所・電話番号）が記載されていない。連絡手段がEメールしかない。② 正規販売店の販売価格より極端に値引きされている。③ 日本語の表現が不自然である。④ 支払い方法が銀行振込のみとなっており、クレジットカードが利用できない。

模倣品を販売するサイトでは、消費者が商品代金を支払った後に、販売サイトと連絡が取れなくなるケースが多く、商品の交換や、銀行振込の場合は返金を求めることはほぼ不可能です。

この事例の場合、海外サイトの可能性があり、住所も電話番号も記載がないのであれば、返金交渉は困難だと思われる。振込票等が残っているのであれば警察に持参して、相談してはどうかと助言しました。

インターネットや店頭取引を含む海外ショッピングに関する相談窓口として消費者庁越境消費者センターがあります。

なお、国内の通信販売の場合、クーリング・オフは適用されませんが、広告などに返品の有無や規定を表示しなければならぬので、表示のない場合、8日間は返品可能です。ただし、返送費用は消費者負担です。

オークションでチケット本物が届くか心配…

「北の暮らし」平成25年8月号掲載

問 インターネットのオークションで、個人が出品しているサッカーの国際試合の観戦チケットを落札しようと思うが、高額なのでニセ物だと困る。注意点を教えてほしい。（30代 男性）

答 主催団体のホームページで確認したところ、「オークション、またはインターネットオークションにかけて転売した場合、そのチケットは無効となる」との記載がありました。相談者には、オークション等で入手したチケットは、たとえ本物でも無効になり、観戦できない可能性があることを情報提供しました。

一般的には、チケットの真偽を確かめる方法としては、主催者に確認する方法があります。この事例のように主催者側がチケットの転売を禁止している場合は確かめる方法はなく、転売した時点でチケットが無効になってしまう場合があるので、オークションでの入手にはリスクがあることを知っておきましょう。

展示会に誘われて…～お店で買った着物、解約できる？～

「きらめっく」平成25年9月号掲載

問 1週間前に「景品をあげるので展示会に来ないか」と電話があった。スーパー内の店舗に行くとな着物を次々と合わされ、必要ないと断ったが、「帯を購入すると着物は無料になる。買わなくていいから手付け金だけ置いて」などと言われ、千円を支払わされた。次の展示会で帯を見ることになり、店舗に行くとな帯と着物を勧められ、買わないと断ったが「帯と仕立て代26万を払うと着物も手に入る」と説得された。1万円を払い、残り25万円をクレジットカード24回払いで契約してしまった。その翌日、店舗に行き「着る機会がなく、着物はたくさんあるので解約したい」と伝えたが、湯通し済みだなどと言われ、応じてもらえなかった。やはり必要のない物なので解約したい。（70代 女性）

答 特定商取引法(特商法)では、店舗以外の場所で事業者が消費者に対して行う商品等の販売を「訪問販売」と定めて規制しています。契約をした場所が店舗や事務所であっても、勧誘目的を告げずに呼び出し、契約をさせた場合も訪問販売に該当すると定めています。

例えばこの相談事例のように、勧誘目的を告げず「景品がもらえる」と電話で誘って商品やサービスの契約をさせる「アポイントメントセールス」や路上などで「アンケートに答えてください」と声を掛けてきて、言葉巧みに店舗に誘導し結局商品を買わせる「キャッチセールス」などが訪問販売に該当します。

訪問販売に該当する場合、書面の交付義務があり、断っている人への勧誘を継続することや、その後改めて勧誘することは禁止されています。法律で決められた内容が記載された契約書面を受け取って8日間はクーリング・オフが可能です。

相談者には、一般的に店舗契約の場合、解約は事業者の定めによりますが、今回のケースでは特商法の訪問販売に該当する可能性があり、クーリング・オフを主張することができる旨、説明しました。当センターから事業者へ販売方法について確認したところ、当該事業者は、店舗販売であっても8日間の自主クーリング・オフ制度を設けており、また、湯通しは仕立ての一工程だが、契約翌日にすることはないため、無条件で解約を受けるとの回答がありました。念のため相談者から契約解除通知を発信するようアドバイスしました。相談者は翌々日、店舗に出向き、クレジットカードのキャンセル処理をし、支払った現金全額が返金されたという報告があり、相談を終了しました。

●こんな誘い文句にもご注意ください！

着物関係の勧誘であれば、次のような相談も寄せられています。例えば浴衣を購入するにあたり、店舗に出向くと「期間限定の反物がある」「お子さんの卒業式用に1枚持っていた方がよい」などと強引に反物をあててきて数10万円の契約をさせられた、展示会の案内が来たので行くと「訪問着と帯を購入したら値引きをして、娘さんの振り袖もサービスする」などと言われ、高額なクレジット契約をさせられ支払いが困難になった、などです。

必要ないと思ったらきっぱりと断ることです。契約をしてしまった場合でも、この事例のように店舗販売であってもクーリング・オフが可能な場合もあります。あきらめず、最寄りの消費生活センターなどで相談しましょう。

自宅に指輪買い取り～ 契約書がなく悪質？～

「北のくらし」平成25年10月号掲載

問 3日ほど前、祖母宅に事業者が「アクセサリはないか」と言って訪問してきたので、指輪2点とネックレス1点を見せたところ、3万円で買い取ると言ったので渡したという。事業者は、名刺は置いていったが、契約書などは一切渡さなかったようだ。悪質なので情報提供する。（20代 女性）

答 このように事業者が自宅に訪問してきて物品を買い取る取り引きについて、平成25年2月に施行された改正特定商取引法で「訪問購入」として規制の対象となりました。法律が改正される前には、例えば「『着物を買う』と言って電話が掛かってきたのに、実際は『貴金属を売ってくれ』という話だった」、「貴金属を引き渡してしまったが、翌日に返品してもらおうと連絡したら『もう溶かした』と言われ、返してもらえなかった」などのトラブルが起きていました。

改正法では、要請をしていない者に対する勧誘を禁止しているほか、事業者の連絡先や購入価格、クーリング・オフ制度などについて書かれた書面の交付が義務づけられ、書面交付から8日間はクーリング・オフが可能になりました。ただし、すべての物品が規制の対象となるのではなく、自動車（二輪を除く）や家具、家電（携行が容易な物を除く）、本やCD・DVD、有価証券などは規制の対象とはなりませんので、ご注意ください。

この事例の場合、クーリング・オフ期間なので、取り戻したい場合には無条件で契約を解除することができるので、本人から相談窓口連絡するように伝えました。

約束もなく自宅を突然訪れたり、書面を渡さなかったりする業者には要注意です。きっぱりと断りましょう。トラブルに遭った場合は最寄りの消費生活センターへ。

水道局が点検工事？～不要な作業、解約したい～

「北のくらし」平成25年10月号掲載

問 5日前、私の留守中に「水道局の者ですが…」と事業者が訪問してきた。高齢の母が対応したところ、排水管の洗浄が必要だと説明され、よく分からなかったが水道局ならと思い契約してしまい、代金1万2600円を支払ってしまったという。チラシと領収書、名刺を置いていったが、契約書はもらっていないようだ。不要な作業と思われるので、返金してほしい。（50代 女性）

答 この事例は、特定商取引法の訪問販売に該当し、洗浄作業が終了してしまってもクーリング・オフのできるの、相談者にはその方法を伝えました。契約当事者からクーリング・オフを通知し、返金を確認し終了しました。

点検などを装って訪問し、不安をあおったり、急がせたりして契約させるものを点検商法と言いますが、最近、公的機関を名乗って信用させる悪質な事業者もいます。公的機関を名乗ってきたときは、その場で契約せずに、部署名、氏名を聞いて、その機関に確認しましょう。

玄関先に「訪問販売お断り」のステッカーなどを貼っている家に、事業者が訪問販売することを北海道消費生活条例では不当な勧誘方法として禁止しています。訪問販売を断りたい場合は、ステッカーを貼るのも一つの方法です。

壁と屋根の工事 ～火災保険で直せるの？～

「きらめつく」平成25年11月号掲載

問 自宅を訪問してきた事業者に、火災保険を利用して壁と屋根の修理工事ができると勧誘を受けた。自然災害といえば自己負担がないと言われたが、このような修理は可能か。（60代 男性）

答 住居として使用される建物や家財が、雪害などの自然災害によって損害を受けた場合、火災保険等の保険金が支払われることはあります。しかし、保険商品により時価額で支払われるものや、損害額が一定額以上の場合に支払われるもの、損害額を新品価額で算出して支払われるものなどさまざまです。

また、自然の消耗や劣化で生じた損害は自然災害とはいえず、保険金は支払われません。消費者が経年劣化と知りながら、事業者の指示で自然災害だと偽って保険金の請求をすると保険契約を解除されたり、保険契約者自身が保険金詐欺に関与していると思なされたりする可能性もあります。いずれにしても事業者の説明をうのみにせず、保険会社に保険内容や対象範囲などを確認する必要があります。

火災保険を使って無料で修理できると持ちかける修理事業者について、消費生活センターや(一社)日本損害保険協会には、「ずさんな工事だった」「工事代を水増し請求された」などのトラブルが寄せられています。

相談者にはこれらのことを伝え、修理工事が必要なときは複数の事業者から見積もりを取るなどして、金額や契約内容をよく確認するよう助言しました。

●解約に高額違約金？

実際に「火災保険で自宅の雪害修理ができると訪問勧誘があり、保険請求と車庫と壁修理を依頼した。実際に下りた保険金額は、請求金額より少額だったため、壁の修理を見直したいと伝えたとこ、違約金を請求された」との相談も寄せられています。この相談のように「保険金の請求申請を代行する」というセールストークが使われている場合が多いですが、実際に申請をするのは消費者です。事業者は、保険会社などに提出する写真撮影や見積書を作成することが主ですが、中には消費者になりすまして請求を行い、トラブルになるケースもあります。

このほかにも不審に思い断ると、根拠のない「違約金」や「解約金」「見積もり調査費」などの名目で保険金の数十%を請求してくる事業者もいます。

訪問販売で契約した場合、法律で定められたことが記載された書面を交付されてから8日以内であれば、クーリング・オフができます。書面不交付や記載内容に不備があるときは、8日間を過ぎていても可能な場合があります。クーリング・オフをした場合は、事業者は違約金等の請求はできません。

また、「保険金を先払いしたが、一向に着工されず、連絡不能となった」「希望箇所の工事がされず、3カ月後に雨漏りが発生した」との相談も寄せられています。

火災保険が使えるとあって、勧誘する事業者が訪れた場合には、必ず損害保険会社や代理店に相談しましょう。

雪の降る前に工事を終わらせた方がよい、などといって契約を急がせる事業者にも注意が必要です。トラブルに遭ったら最寄りの消費生活センターへ。

事前に分かる？～宝くじの当せん番号～

「北のくらし」平成25年12月号掲載

問 「数字選択式宝くじの当せん番号は事前に分かっているので教えることができる。会員になるための審査費用4万円を払って」と電話がかかってきた。不審に思うのだが、信用できるか。（40代 女性）

答 「ロト6」など数字選択式の宝くじの当せん番号を事前に教えるのと引き替えに、高額な審査費用や情報料などを支払わせるトラブルが増えています。中には「当せん番号を言うから明日の新聞で確認してみよう」と言われ、翌朝の新聞を見たところ当たっていたのですっかり信用し、その後、保証金などの名目で数百万円をだまし取られたという事例もあります。これは、くじの抽せん会がインターネットで生中継され、朝刊よりも早く番号を知ることを利用したものです。このほか、支払ってしまった情報料の返金を求めようとしたが、事業者と連絡が取れなくなったという事例もあります。

警察庁や独立行政法人国民生活センターは「宝くじの当せん番号は、機械により無作為に決まるものなので、事前に分かることは絶対ない」とし、注意を呼び掛けています。

相談者にはトラブル事例の情報を提供し、うまい話には耳を貸さず、お金を支払わないようアドバイスしました。

また、海外宝くじについても、高額賞金の当せん権利があるなどと記載されたDMを送り、手数料などを支払わせる手口が最近また増加しています。海外の宝くじは、日本国内で買うだけでも違法となる可能性があるため、十分注意しましょう。

競馬予想の情報料～当たらなかったら返金して！～

「北のくらし」平成25年12月号掲載

問 インターネットで「絶対もうかる競馬予想情報」という広告を見て、事業者へ電話をし、無料会員登録をした。情報料45万円を振り込み、もらった情報どおり馬券を購入したが当たらなかった。事業者へ苦情を言うと、「会員ランクアップ費用を払えば確実な情報が渡せる」と説明を受け、合計290万円を支払ったが、当たらなかった。返金してほしい。（60代 男性）

答 事業者へては解約を希望する通知を送付するようアドバイスしましたが、あて先不明で返送されてきました。センターから電話をかけて（販売方法の）問題点を伝えたところ、「販売方法に問題はないが、情報が的中しなかったのであれば申し訳ない。一部を返金する」との返答でしたが、その後、事業者と連絡が取れなくなり、結果的には返金されませんでした。

この事例のようなトラブルが多発しており、事業者と連絡が取れなくなると、返金は難しくなります。競馬にはさまざまな不確定要素があることから、「必ず当たる」情報はあり得ません。日本中央競馬会（JRA）や独立行政法人国民生活センターなどは「絶対もうかる」「八百長レースを仕組んでいるから勝敗が分かる」などといったセールストークに惑わされないよう、注意を呼び掛けています。

同様の手口でパチンコの攻略法や競艇の予想情報の提供を持ちかける手口もあります。もうけ話には十分注意し、トラブルに遭ったら最寄りの消費生活センターへ。

減らない新聞トラブル ～2年先の購読契約に問題あり！～

「きらめっく」平成26年1月号掲載

問 一人暮らしの79歳の母宅の郵便受けに「来月から新聞が入ります」とお知らせが入っていたので販売店に問い合わせたところ、2年ほど前に契約し、半年間の契約だという。母は入院しており、契約たこともよく覚えていないというので、販売店に認知症の症状も出ていることなど事情を説明し、解約を求めた。販売店からは、すでに米6*とタオルを景品として渡していて、解約はできないと言われ、困っている。どうしたらよいか。（50代 女性）

答 訪問販売で新聞の契約をした場合、特定商取引法の規制を受けますが、契約書面を受け取っており、クーリング・オフ期間も過ぎているので一方的な解約は難しく、解約するには事業者との交渉が必要です。

当センターで販売店と交渉し、当事者の病気による解約は合理的な理由であることや、認知症の高齢者に2年も先の契約をさせていること、さらに景品についても、新聞契約に伴う景品は6カ月分の購読料の8%以下に制限されており、これらに違反する不当景品の提供を行っていることなどの問題点を指摘したところ、解約になり、景品を返して解決しました。

このように何年か先に購読が始まる契約をさせ、契約者が購読期間中に入院などの理由で解約を申し出ても中途解約を認めなかったり、解約料を請求されたりするなど、トラブルになることがあります。中には10年以上先まで契約をしていたケースもあります。独立行政法人国民生活センターは、問題点を指摘して業界団体に対応を求めています。

●不要なら“きっぱり”断って！

新聞の訪問販売に関する相談はなかなか減りません。特に次のことに注意しましょう。

・不用意にドアを開けない

「引っ越しのあいさつです」など、新聞の勧誘であることを告げずに販売員が訪ねてくるケースがあります。訪問者が誰なのかを確認してから対応し、購読の意思がなければドアを開けないことです。また、勧誘を受けても、販売員の「いつでも解約できる」などのセールストークだけを信用してすぐ契約せず、不要なら断りましょう。

・契約期間などの確認を

契約書にサインする際は、購読開始時期と購読期間を確認し、終了まで購読できるかを慎重に考え、書面の内容もよく確認し、契約書の控えはとっておきましょう。

・高額な景品は受け取らない

新聞の公正競争規約では、新聞契約に伴う景品には上限があり、取引の価格の8%、または6カ月分の購読料の8%のいずれか低い金額(通常、最高で2,000円程度)となっています。しかし、この額を超えるテレビや掃除機などを渡されることもあります。契約者が規約の範囲を超える景品を受け取っても罰則はありませんが、解約の際に景品はトラブルの原因になりますので、ご注意ください。

トラブルに遭ったら最寄りの消費生活センターへ。

修理のつもりが…～高額布団の契約？ 解約したい…～

「北のくらし」平成26年2月号掲載

問 3カ月ほど前、「布団を購入した人に収納ケースをサービスしている。布団を見せてほしい」と事業者が訪問してきた。1年ほど前に別の事業者から購入した羽毛布団を見せたところ「羽が出ているので直さないとだめだ」と言われた。修理のため布団を渡し、納品のときに現金31万円を支払った。今になって契約書面を見ると新しい布団を購入する契約になっており、話が違うので契約解除できないか。また、訪問販売お断りのステッカーを貼っているのに業者が来て困っている。（70代 女性）

答 特定商取引法の訪問販売では、勧誘に先立ち、販売目的を告げることや、法律で決められた事項を記載した契約書面の交付義務、不当な勧誘行為や過量販売の禁止などが規定されています。

また、北海道消費生活条例では、訪問販売お断りのステッカーなどを貼って意思表示をしている家に訪問販売することを不当な取引方法として禁止しています。

今回の事例では、受け取った書面で契約した商品やサービスの特定ができないので、書面不備によるクーリング・オフが主張できると考えられます。当センターから事業者に連絡して確認したところ、書面に記載はないがリフォーム契約で間違いないとのことなので、書面不備によりクーリング・オフする意向を伝え、事業者の承諾を得ました。クーリング・オフと今後の勧誘を希望しないことを書面で通知し、解決しました。

ほかにも一度契約した消費者を狙って次々と布団などを販売する次々販売や、「ほかの訪問販売事業者の勧誘を止める」「一生、布団の保証をする」などと言って、高額な手数料を請求されたなどの相談も寄せられています。過去に契約したことがある人は特に注意が必要です。トラブルに遭ったら、最寄りの消費生活センターへ。

退去時に高額清掃・修繕費 ～6年入居でも支払うの？～

「北のくらし」平成26年2月号掲載

問 6年ほど住んだ賃貸アパートを退去した。その後、管理会社からの請求書を見ると、清掃費に加え、たばこのヤニ汚れや焦げ付きによるクロスやクッションフロアの全面張り替え、網戸の交換、子どもが穴を開けた押し入れのドアの交換など、総額50万円となっていた。清掃費は契約書に退去時に請求すると書かれていたので仕方ないが、そのほかの費用は高額で納得いかない。（20代 男性）

答 国土交通省が定めた「原状回復をめぐるトラブルとガイドライン」によれば、網戸の張り替えについては、入居者の入れ替わりによる物件の維持管理上の問題であるとされ、ハウスクリーニングについては、通常の清掃を実施している場合には次の入居者確保のためのものとされ、どちらも貸主負担と考えられています。

この事例のように借主の故意・過失での破損の場合、修繕費は借主負担と考えられていますが、ガイドラインでは、経過年数を考慮し負担割合を減少するとしています。クロスやクッションフロアの耐用年数は6年で、6年間入居しているのであれば残存価値は1円と考えられます。ただし、契約書に特約が明記され、説明を受けている場合は一方的に拒否するのは難しくなります。相談者には以上を踏まえ、管理会社と話し合っはどうかと伝えました。

プロバイダ勧誘…～遠隔操作で契約？～

「きらめっく」平成26年3月号掲載

問 「インターネットの利用料金が安くなる」と言われ、プロバイダの乗り換えを勧められた。安くなるならよいと思いい、よくわからないまま事業者が“遠隔操作”でパソコンを設定した。後日、以前よりプロバイダ料金が高額になることが分かったので、解約を申し出たところ、違約金として2万円も請求された。違約金がかかることなどは説明されておらず、納得いかない。（20代 女性）

答 相談者は契約内容や利用料金、解約条件等についての具体的な説明を受けた覚えはないとのことでした。また、勧誘したのはプロバイダではなく、代理店であることがわかりました。センターから契約先であるプロバイダに連絡を取り、実際には安くならないことや、契約内容について説明不足があること、代理店の勧誘に問題があることなどを伝えて交渉したところ、解約料については説明不足があったことを認め、無条件で解約となりました。

この事例は解約に応じた例ですが、事業者が「契約内容について十分説明し、録音もある」「パソコンの画面上で契約条件などを提示して同意を得ている」などと主張し、交渉に応じないこともあります。

※遠隔操作…インターネットを使って、自分のパソコンの画面を離れた場所にいる事業者のパソコンに表示して、事業者が操作して設定すること

●クーリング・オフはできません！

最近、この事例のようにプロバイダの乗り換えを勧められ、よく分からないまま、事業者の遠隔操作によって契約し、トラブルにつながるケースが増えており、独立行政法人国民生活センターから注意喚起が出されています。

消費者の中には、事業者から書面が送られてきて、それを返送してから契約成立になると思っている人もいますが、「申し込みとそれに対する承諾」があれば口頭でも成立するため、電話で承諾すれば契約が成立します。

プロバイダ契約については、電気通信事業法で規制されており、事業者は契約時に料金やサービス提供条件について、消費者に説明することが義務づけられています。しかし、特定商取引法が適用されないため、法的なクーリング・オフ制度はありません。

また、大手電話会社を名乗って信用させたり、ウイルス対策やサポート料金等のオプション契約をさせられたりして、最終的に料金が以前よりも高額になるトラブルもあります。現在の利用状況を調べた上で、変更する必要があるかどうかを検討し、必要がなければきっぱり断りましょう。

事業者に自分のパソコンの遠隔操作をさせるということは、自分のパソコン内にある情報を知られたり、情報が外部に漏れたりするなど、危険性もありますので、注意が必要です。トラブルに遭ったら最寄りの消費生活相談窓口へ。

平成25年度
消費生活相談報告書

平成26年9月発行

編集・発行 北海道立消費生活センター
〒060-0003
札幌市中央区北3条西7丁目 北海道庁別館西棟
電話（代 表）011-221-0110
（相談専用）050-7505-0999
FAX（共 通）011-221-4210
URL <http://www.do-syouhi-c.jp/>

北海道立消費生活センターは、設置者の北海道から一般社団法人北海道消費者協会が指定管理者の指定を受けて管理・運営しています。

[指定管理者] 一般社団法人 北海道消費者協会

〒060-0003 札幌市中央区北3条西7丁目 北海道庁別館西棟
電話（代 表）011-221-4217 FAX 011-221-4219

