

平成22年度 消費生活相談の概要

平成22年度に消費生活・男女共同参画プラザ《アイネス》が受け付けた消費生活相談件数は4,944件で、前年度に比べて106件、率では2.1%減少しているものの、依然として高い水準にある。

1 相談件数の動向

相談件数は平成14年度まで緩やかに増加してきたが、架空請求を含む不当請求の激増に伴い、15年度と16年度は急激に増加している。その後、不当請求の減少とともに17年度からは減少に転じ、22年度は前年度のおよそ98%の4,944件になった。その内訳は、トラブルになっているなどの苦情相談が4,379件（全体の89%）、問い合わせ等が565件（同11%）となっている。

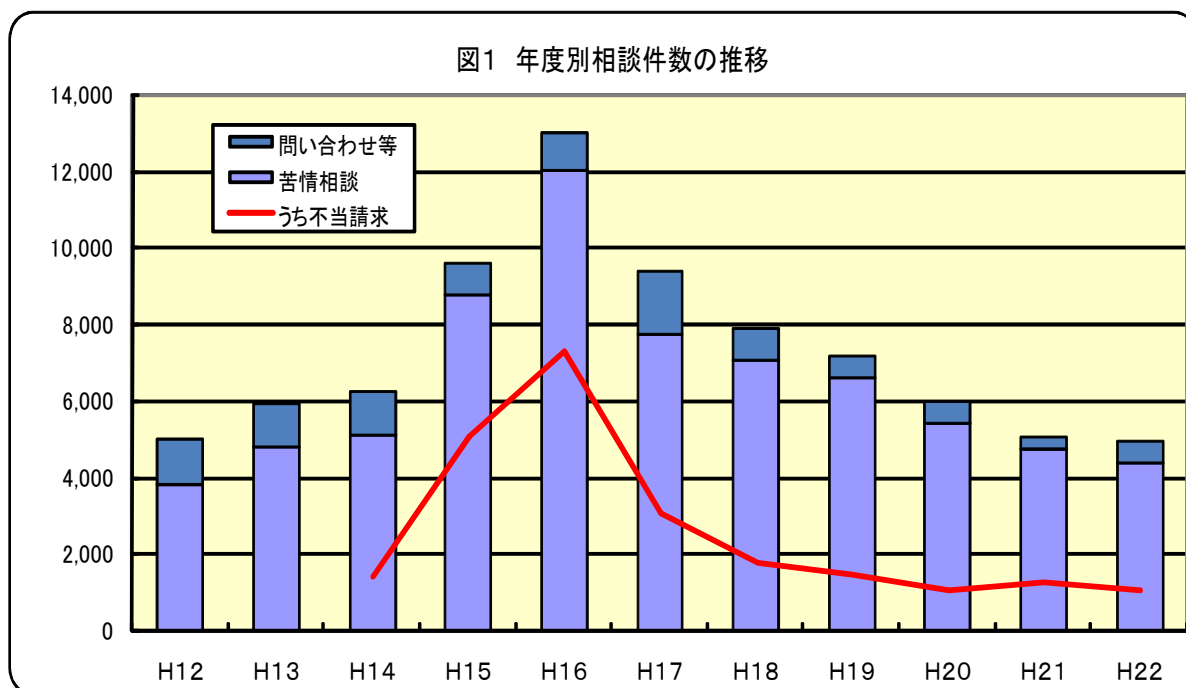


表1 年度別相談件数の推移

年度	H12	H13	H14	H15	H16	H17	H18	H19	H20	H21	H22
相談件数	4,966	5,897	6,243	9,607	13,014	9,355	7,886	7,163	5,970	5,050	4,944
苦情相談	3,773	4,767	5,112	8,760	11,997	7,737	7,038	6,604	5,374	4,752	4,379
問い合わせ等	1,193	1,130	1,131	847	1,017	1,618	848	559	596	298	565
うち不当請求			1,390	5,048	7,297	3,047	1,788	1,441	1,057	1,247	1,038
対前年度(%)	98.0	118.7	105.9	153.9	135.5	71.9	84.3	90.8	83.3	84.6	97.9

※不当請求H12～13は統計なし

2 苦情相談の契約当事者の構成

(1) 居住地別では大分市が最も多く全体の42.2%、以下別府市12.2%、中津市5.5%、佐伯市、宇佐市4.7%となっている。

なお、千人当たりの件数では玖珠町が4.6件と最も多く、以下別府市4.2件、大分市が3.9件の順となっている。

表 2-1 市町村別苦情相談件数

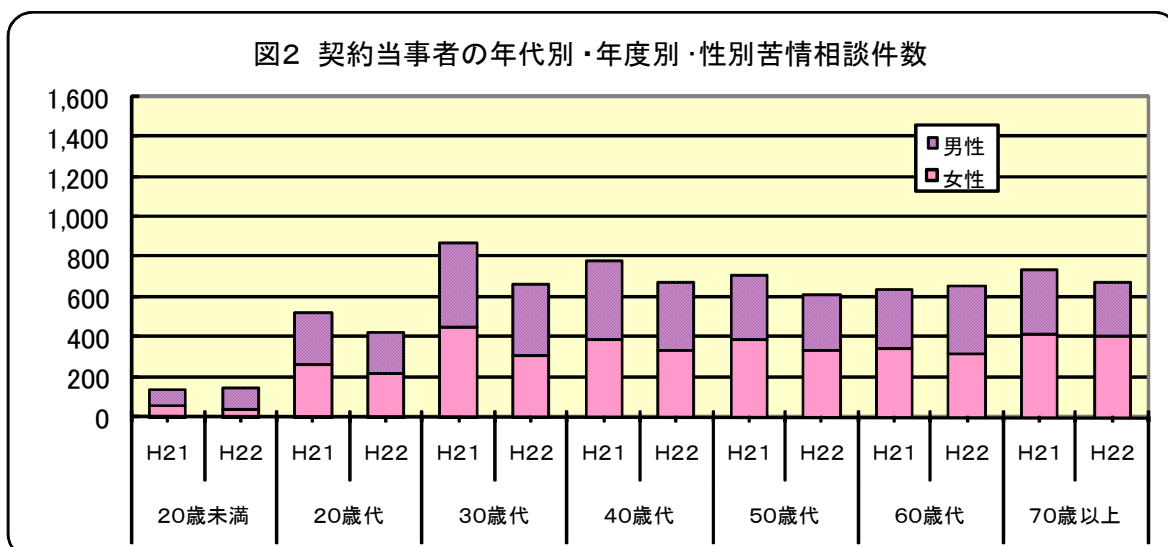
市町村名	相談件数	割合	千人当たりの相談件数	市町村名	相談件数	割合	千人当たりの相談件数
大分市	1,847	42.2%	3.9	姫島村	1	0.0%	0.5
別府市	535	12.2%	4.2	日出町	85	1.9%	3.0
中津市	241	5.5%	2.8	九重町	32	0.7%	3.0
日田市	179	4.1%	2.5	玖珠町	80	1.8%	4.6
佐伯市	205	4.7%	2.7	町村部計	198	4.5%	3.4
臼杵市	131	3.0%	3.1	県内市町村不明	39	0.9%	
津久見市	55	1.3%	2.8	大分県計	4,239	96.8%	
竹田市	72	1.6%	2.9	県外等	140	3.2%	
豊後高田市	60	1.4%	2.5	計	4,379	100.0%	3.7
杵築市	110	2.5%	3.4				
宇佐市	205	4.7%	3.5				
豊後大野市	133	3.0%	3.4				
由布市	127	2.9%	3.6				
国東市	102	2.3%	3.1				
市部計	4,002	91.4%	3.5				

(2) 職業別では、給与生活者が最も多く全体の39.3%(前年度40.6%)で、無職24.7%(同25.6%)、家事従事者13.7%(同14.3%)、自営・自由業7.0%(同8.8%)、学生4.2%(同3.7%)、となっている。

(3) 性別では、女性が、2,159件で、全体に占める割合は49.3%、男性は2,133件で、同48.7%と前年度同様女性が男性をわずかに上回っている。

(4) 年代別では、70歳代以上が15.5%と最も多い。続いて40歳代15.4%、30歳代15.3%、60歳代15.0%、50歳代14.1%で、以下20歳代、20歳未満となっている。前年度に比べると、各年代で減少傾向にあるなか、20歳未満と60歳代は増加している。

図2 契約当事者の年代別・年度別・性別苦情相談件数



(5) 契約当事者と相談者の関係を年代別にみると、契約当事者本人からの相談は20歳未満が24.5%と極端に低く、70歳以上56.2%、20歳代61.4%と他の年代に比べて、低くなっている。

表2-2 年代別契約当事者本人・本人以外別苦情相談件数

契約当事者			本人からの相談		本人以外(家族・知人等)からの相談	
年代	総数	年代別割合(%)	相談件数	総数に占める割合(%)	相談件数	総数に占める割合(%)
20歳未満	155	3.5	38	24.5	117	75.5
20歳代	435	9.9	267	61.4	168	38.6
30歳代	670	15.3	554	82.7	115	17.2
40歳代	675	15.4	607	89.9	67	9.9
50歳代	617	14.1	543	88.0	72	11.7
60歳代	660	15.1	559	84.7	100	15.2
70歳以上	678	15.5	381	56.2	296	43.7
団体・不明	489	11.2	262	53.6	223	45.6
合計	4,379	100.0	3,211	73.3	1,158	26.4

3 商品・役務(サービス)ごとにみた苦情相談の状況

(1) インターネットを通じての情報提供サービス<デジタルコンテンツ>に関する相談が最も多い。次は多重債務やヤミ金融等に係る<サラ金・ヤミ金>に関する相談で、96件減少したものの、依然として多い。第3位は<借家・アパート>に関する相談で昨年度と同様の傾向となっている。一方、ハガキを利用した架空請求の減少などにより<商品一般>に関する相談は92件減少している。<工事・建築>、<四輪自動車>、<健康食品>、<新聞>などに関する相談が昨年同様上位である。

表3-1 年度別苦情相談の多い商品・役務の推移

順位	18年度		19年度		20年度		21年度		22年度	
	商品・役務	件数	商品・役務	件数	商品・役務	件数	商品・役務	件数	商品・役務	件数
1	サラ金・ヤミ金	1,396	サラ金・ヤミ金	1,254	オンライン等関連サービス	927	デジタルコンテンツ	719	デジタルコンテンツ	721
2	オンライン等関連サービス	995	オンライン等関連サービス	1,082	サラ金・ヤミ金	827	サラ金・ヤミ金	510	サラ金・ヤミ金	414
3	商品一般	714	商品一般	456	商品一般	294	借家・アパート	226	借家・アパート	186
4	借家・アパート	289	借家・アパート	254	借家・アパート	245	商品一般	203	工事・建築	124
5	工事・建築サービス	169	工事・建築サービス	174	工事・建築サービス	136	健康食品	120	商品一般	111
6	健康食品	153	生命保険	145	健康食品	122	新聞	108	四輪自動車	110
7	布団類	143	健康食品	144	新聞	119	工事・建築	107	健康食品	105
8	学習教材	136	乗用車	130	乗用車	97	四輪自動車	102	新聞	95
9	乗用車	126	布団類	122	布団類	93	布団類	89	布団類	78
10	生命保険	123	電気・磁気治療器具	118	生命保険	91	生命保険	83	学習教材	66

(2) 商品別では依然として<商品一般>が多く、次いで<四輪自動車>、<健康食品>、<新聞>、が上位にある。

役務別では<デジタルコンテンツ>が最も多く、<サラ金・ヤミ金>、<借家・アパート>、<工事・建築>が続いている。

※ デリバティブ取引:石油、大豆などのモノ商品や国債、通貨などの金融商品の取引から派生して誕生した取引。先物取引、オプション取引など。

表3-2 苦情相談の多い商品・役務別20品目

順位	商品	件数	順位	役務(サービス)	件数
1	商品一般	111	1	デジタルコンテンツ	721
2	四輪自動車	110	2	サラ金・ヤミ金	414
3	健康食品	105	3	借家・アパート	186
4	新聞	95	4	工事・建築	124
5	布団類	78	5	生命保険	64
6	学習教材	66	6	インターネット通信サービス	61
7	化粧品	52	7	修理・補修	59
8	カニ	48	8	他の金融関連サービス	52
9	アクセサリ	34	9	内職・副業	45
10	電気・磁気治療器具	28	10	役務その他のサービス	43
	テレビ	28	11	医療サービス	41
12	住宅用火災警報器	27	12	冠婚葬祭	36
13	パソコン・パソコン関連用品	26	13	教室・講座	35
14	単行本・紳士録	24		クリーニング	35
15	携帯電話	23	15	株	34
	婦人洋服	23	16	固定電話サービス	33
	プロパンガス	23		携帯電話サービス	33
18	集合住宅(マンション等)	20	18	デリバティブ取引	32
	給湯システム	20	19	エステティックサービス	31
20	はり・灸用機器	15		テレビ放送サービス	31
その 他		659	その 他		560
計		1,615	計		2,670

(3) 男女ともに、<デジタルコンテンツ>、<サラ金・ヤミ金>、<借家・アパート>が1・2・3位を占める。男性では、<四輪自動車>、<学習教材>、<生命保険>、女性では、<健康食品>、<布団類>が多いのが特徴的である。

表3-3 性別にみた苦情相談の多い商品・役務

男 性			女 性		
順位	商品・役務	件数	順位	商品・役務	件数
1	デジタルコンテンツ	444	1	デジタルコンテンツ	271
2	サラ金・ヤミ金	255	2	サラ金・ヤミ金	152
3	借家・アパート	95	3	借家・アパート	90
4	四輪自動車	69	4	健康食品	80
5	工事・建築	65	5	新聞	62
6	商品一般	52	6	布団類	60
7	学習教材	37	7	工事・建築	55
8	生命保険	35		商品一般	55
9	新聞	32	9	化粧品	50
10	修理・補修	27	10	四輪自動車	40
	他の金融関連サービス	27			

(4) 年代別にみると、40歳代までは<デジタルコンテンツ>、50歳代、60歳代では<サラ金・ヤミ金>、70歳以上は<健康食品>が最も多くなっている。

<デジタルコンテンツ>は、70歳以上を除く各年代で上位にある。各年代での特徴は、20歳代から50歳代の<借家・アパート>、<学習教材>、20歳代から60歳代の<四輪自動車>、50歳以上の<健康食品>、70歳以上の<布団類>、<カニ>などである。

表3-4 年代別にみた苦情相談の多い商品・役務

順位	20歳未満		20歳代		30歳代		40歳代		50歳代		60歳代		70歳以上	
1	デジタルコンテンツ	110	デジタルコンテンツ	118	デジタルコンテンツ	191	デジタルコンテンツ	141	サラ金・ヤミ金	88	サラ金・ヤミ金	80	健康食品	50
2	テレビ放送サービス	5	借家・アパート	50	サラ金・ヤミ金	73	サラ金・ヤミ金	75	デジタルコンテンツ	74	デジタルコンテンツ	41	布団類	38
3	教室・講座	3	サラ金・ヤミ金	28	借家・アパート	38	借家・アパート	27	借家・アパート	27	工事・建築	20	新聞	35
4	サラ金・ヤミ金	2	四輪自動車	20	商品一般	25	四輪自動車	24	工事・建築	15	健康食品	20	工事・建築	34
5	借家・アパート	2	エステサービス	19	四輪自動車	21	学習教材	21	四輪自動車	14	商品一般	17	サラ金・ヤミ金	24
6	四輪自動車	2	健康食品	11	学習教材	21	新聞	17	学習教材	12	修理・補修	16	カニ	21
7	インターネット通信サービス	2	商品一般	9	工事・建築	12	インターネット通信サービス	14	商品一般	11	借家・アパート	15	商品一般	20
8	医療サービス	2	学習教材	7	内職・副業	11	内職・副業	14	健康食品	11	四輪自動車	15	宝くじ	16
9	コンタクトレンズ	2	布団類	6	教室・講座	11	商品一般	11	新聞	11	インターネット通信サービス	15	デジタルコンテンツ	15
10	電話音声情報	2	内職・副業	6	新聞	10	化粧品	11	化粧品	10	新聞	12	株	15
			医療サービス	6			他の金融関連サービス	11			化粧品	12		
			アクセサリなど	6			携帯電話サービス	11						

4 販売購入形態ごとにみた苦情相談の状況

(1) 販売購入形態別では、店舗販売、電話勧誘販売が増加している。店舗外販売の訪問販売、その他無店舗販売などは減少している。

表4-1 販売購入形態苦情相談件数

区 分	21年度		22年度		増 減	
	相談件数	割合 (%)	相談件数	割合 (%)		
店 舗 販 売	1,537	32.3	1,551	35.4	14	
店 舗 外 販 売	訪 問 販 売	651	13.7	555	11.7	△ 96
	通 信 販 売	1,193	25.1	1,180	24.8	△ 13
	マルチ・マルチまがい取引	109	2.3	95	2.0	△ 14
	電 話 勧 誘 販 売	321	6.8	444	9.3	123
	ネガティブオプション	14	0.3	11	0.2	△ 3
	その他無店舗販売	129	2.7	19	0.4	△ 110
小 計	2,417	50.9	2,304	48.5	△ 113	
不 明 ・ 無 関 係	798	16.8	524	12.0	△ 274	
総 件 数	4,752	100.0	4,379	100.0	△ 373	

※ 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。

※ マルチ・マルチまがい取引：儲かるからと商品の販売組織に誘い、商品を購入させ、友人など次々に組織への加入者を増やしていくと利益が得られるというもの。

(2) 年代別にみると店舗販売、通信販売は全ての年代にわたっているが、特に30歳代を中心とした年代が多い。訪問販売も全ての年代にわたっているが、70歳以上がおよそ4割を占め、他の年代より特に多くなっている。また、マルチ・マルチまがい取引は60歳代が多い。電話勧誘販売、ネガティブオプションは70歳以上が多い。

特に訪問販売、電話勧誘販売では、およそ半数は60歳以上であり、その割合は年々増加している。

表4-2 販売購入形態別・年代別苦情相談件数

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	団体・不明	計	
店舗販売	21	171	254	248	251	274	146	186	1,551	
店舗外販売	訪問販売	7	20	37	59	55	101	207	69	555
	通信販売	122	170	270	204	149	110	79	76	1,180
	マルチ・マルチまがい取引	0	12	7	16	14	21	13	12	95
	電話勧誘販売	1	13	39	72	61	72	139	47	444
	ネガティブオプション	0	0	0	1	0	2	4	4	11
	その他無店舗販売	0	2	0	4	6	3	2	2	19
	小計	130	217	353	356	285	309	444	210	2,304
合計	151	388	607	604	536	583	590	396	3,855	

(3) 主な商品・役務別にみると店舗販売では<サラ金・ヤミ金>が最も多く、訪問販売では<新聞>、通信販売では<デジタルコンテンツ>が最も多い。また、マルチ・マルチまがい取引では<健康食品>、電話勧誘販売では<カニ>、<健康食品>、<学習教材>が多くなっている。

表4-3 販売購入形態別にみた主な商品・役務等別苦情相談件数

区分	件数	主な商品・役務										
		第1位		第2位		第3位		第4位		第5位		
店舗販売	1,551	サラ金・ヤミ金	289	借家・アパート	158	四輪自動車	100	工事・建築	47	医療サービス	40	
店舗外販売	訪問販売	555	新聞	90	布団類	58	工事・建築	48	生命保険	26	電気・磁気治療器具	16
	通信販売	1,180	デジタルコンテンツ	715	サラ金・ヤミ金	35	健康食品	25	商品一般	25	宝くじ	21
	マルチ・マルチまがい取引	95	健康食品	19	化粧品	13	内職・副業	9	商品一般	9	電気・磁気治療器具	6
	電話勧誘販売	444	カニ	47	健康食品	35	学習教材	35	インターネット通信サービス	34	サラ金・ヤミ金	27
	ネガティブオプション	11	カレンダー	4	雑誌	2						
	その他無店舗販売	19	物干しざお	3	サラ金・ヤミ金	2	モバイルデータ通信	2	廃品回収サービス	2		

5 販売方法・手口ごとにみた苦情相談の状況

家庭訪販で最も多い商品・役務は<新聞>であり、2位の<布団類>は次々販売でも多くなっている。無料商法では<デジタルコンテンツ>が特に多い。当選商法では<デジタルコンテンツ>、二次被害、次々販売では<学習教材>が最も多い。

表5 販売方法・手口別にみた主な商品・役務等別苦情相談件数

販売方法・手口	件数	主な商品・役務									
		第1位		第2位		第3位		第4位		第5位	
家庭訪販	412	新聞	73	布団類	57	工事・建築	40	学習教材	14	デリバティブ取引 はり・灸用機器	13
無料商法	392	デジタル コンテンツ	299	インターネット 通信サービス	11	モバイルデータ通信	5	健康食品 布団類	4	電気・磁気 治療器具	4
サイドビジネス商法	109	内職・副業	26	健康食品	18	化粧品	12	商品一般	8	電気・磁気 治療器具	5
当選商法	67	デジタル コンテンツ	30	宝くじ	21	教養・娯楽サー ビスその他	2	布団類	2	商品一般	2
利殖商法	97	デリバティブ 取引	25	株	19	公社債	14	内職・副業	12	ファンド型 投資商品	11
被害にあった人を勧誘 (二次被害)	50	学習教材	25	複合サービス 会員	3	株	3	デジタル コンテンツ	3	役務その他 サービス	3
次々販売	50	学習教材	12	布団類	6	工事・建築	4	広告代理 サービス	3	.	
インターネット オークション	40	音響・ 映像製品	6	商品一般	5	四輪自動車	4	パソコン・ パソコン関連商品	3	楽器 自動車用品	3
カタログ通販	27	健康食品	3	化粧品	3	布団類	2	婦人洋服	2	音響・ 映像製品	2
テレビショッピング	24	スポーツ用品	5	健康食品	4	音響・ 映像製品	3	婦人下着	2	.	
かたまり商法 (身分詐称)	22	商品一般	5	住宅用 火災警報器	3	布団類	2	インターネット 通信サービス	2	.	
点検商法	17	給湯システム	7	工事・建築	4	
SF(催眠)商法	16	健康食品	8	電気・磁気 治療器具	2	

(注) 1件の相談に複数の販売方法・手口が含まれる場合は、各々の販売方法・手口について、1件ずつカウントしており、複数カウントしている。

※ SF(催眠)商法:「新商品を紹介する」などと言って人を集め、締め切った会場で日用品を無料で配り、得した気分させ、雰囲気盛り上げ、興奮状態の中で最後に高額な商品売りつける。

点検商法:「点検きた」といって来訪し、「布団にダニがいる」「住宅の工事をしないと危険」などと言って商品やサービスを契約させる。