



平成16年度 消費生活相談状況

相談件数が過去最高の2,605件！ 昨年度の1.4倍 架空請求・不当請求の苦情が増加！

1. 相談受付件数 ～過去最高の2,605件～

平成16年度の相談受付件数は過去最高の2,605件で、前年度1,922件の約1.4倍に増加した。その内訳は、苦情が2,359件（90.6%）、問い合わせが246件（9.4%）であった。（表1、図1）

相談件数が大幅に増えた要因として、何らかの名簿などが悪用されて「身に覚えのないさまざまな料金」をはがきや手紙で請求する架空請求や、携帯電話やパソコンでインターネット利用中に有料サイトにつながり、高額な情報料の請求を受ける不当請求の相談が急増したことがあげられる。

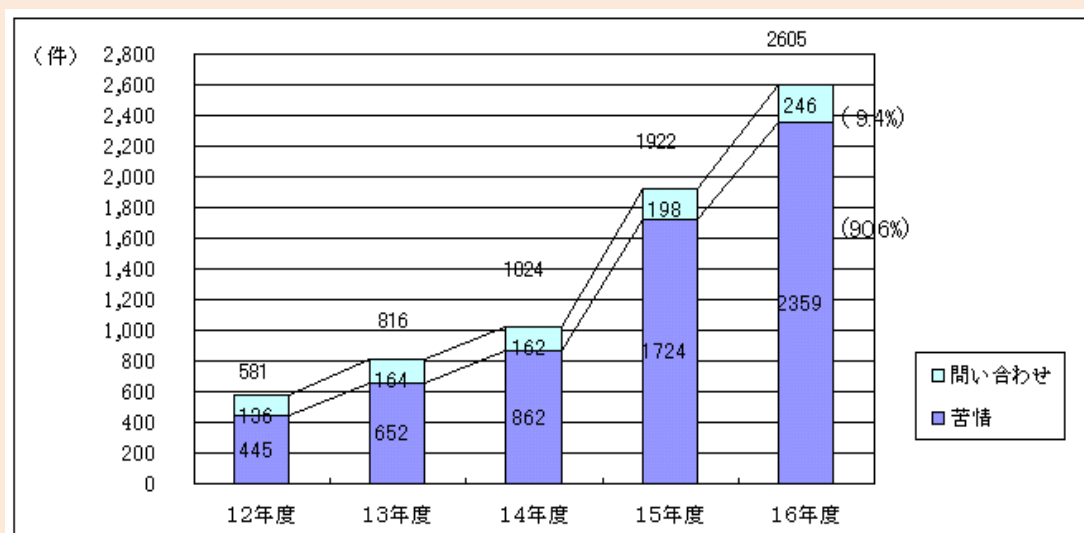
フリーローンやサラ金の相談は前年度に比べて減少しているものの、融資をほのめかして保証料などを請求するヤミ金関連の苦情など、詐欺行為となる悪質な事例が増えてきている。

また、高齢者を対象とした健康関連商品やふとん類などの訪問販売等に関する相談も増加している。

表1 相談方法別件数

区分	苦情			問い合わせ			計		
	14年度	15年度	16年度	14年度	15年度	16年度	14年度	15年度	16年度(割合)
来所	172	303	406	15	12	19	187	315	425 (16.3%)
電話	690	1,419	1,952	147	185	227	837	1,604	2,179 (83.7%)
文書	0	2	1	0	1	1	0	3	1 (0.0%)
計	862	1,724	2,359	162	198	246	1,024	1,922	2,605 (100.0%)

図1 過去5年間の相談件数の推移



2. 苦情契約当事者の男女別・年代別

～最多は30歳代女性、男女とも全年齢で増加～

苦情相談における契約当事者の男女別・年代別構成では、女性が前年度に比べ2.1倍になっており、30歳代の女性（324件）、20歳代の男性（268件）、30歳代の男性（268件）が多かった。

また、前年度との比較では、各年代とも増加している。（表2）

男女の各年代とも「電話・インターネット等関連サービス」が多くなっており、特に10歳代では携帯電話やインターネットでのトラブルが大半を占めている。女性の増加要因としては、「架空請求」のはがきが30歳代から50歳代の女性を中心として多数送りつけられたことによる。

高齢者では、訪問販売等による家庭用電気治療器具などの「健康関連商品」、家屋補強工事や給湯システムなどの「住宅関連」等の高額な契約トラブルが目立った。（表2）

表2 苦情契約当事者の男女別・年代別構成

区分	10歳代			20歳代			30歳代		
	14年度	15年度	16年度	14年度	15年度	16年度	14年度	15年度	16年度
男性	20	71	101	128	256	268	91	318	268
女性	6	19	34	47	90	115	62	105	324
団体・不明	0	2	0	1	3	5	0	0	8
計	26	92	135	176	349	388	153	423	600

区分	40歳代			50歳代			60歳代		
	14年度	15年度	16年度	14年度	15年度	16年度	14年度	15年度	16年度
男性	64	205	201	59	121	129	39	59	88
女性	61	76	232	38	68	169	42	51	84
団体・不明	1	1	4	0	0	3	0	0	2
計	126	282	437	97	189	301	81	110	174

区分	70歳代以上			団体・不明			計		
	14年度	15年度	16年度	14年度	15年度	16年度	14年度	15年度	16年度
男性	46	65	88	10	17	6	457	1,112	1,149
女性	73	100	133	3	1	1	332	510	1,092
団体・不明	0	2	6	71	94	90	73	102	118
計	119	167	227	84	112	97	862	1,724	2,359

3. 販売購入形態別苦情件数 ～通信販売が1.7倍と大幅に増加～

苦情相談の販売購入形態別では、通信販売（1,621件）、訪問販売（279件）、店舗購入（180件）、電話勧誘販売（174件）が多い。

電話やインターネットを介した契約が含まれる通信販売は、はがきや封書、携帯電話などでの「情報料等の架空請求」やヤミ金のダイレクトメールでの勧誘などが急増したため、前年度の約1.7倍に増加した。（表3）

表3 販売購入形態別苦情件

区 分	14 年度	15 年度	16 年度
通信販売	300	968	1,621(68.7%)
訪問販売	214	231	279(11.8%)
店舗購入	111	166	180(7.6%)
電話勧誘販売	154	262	174(7.4%)
ネガティブオプション	14	15	14(0.6%)
マルチ・マルチまがい	21	15	4(0.2%)
その他無店舗	8	20	23(1.0)%
不明・無関係	40	47	64(2.7%)
計	862	1,724	2,359(100.0%)

4. 商品・サービス別苦情相談件数

～電話・インターネット等関連サービスの相談が2倍に～

苦情の多かった商品・サービスとしては、電話・インターネット等関連サービスの1,411件が最も多く、前年度の2倍に増加した。何らかの名簿を悪用して「利用した覚えのない情報料」をはがき、封書等で請求する架空請求トラブルのほか、携帯電話に届いたメールの無料と謳ったサービスを利用した後、登録料等を請求されるトラブルや携帯電話・パソコンの利用中にワンクリックで請求画面が表示されるトラブルなどの相談があった。

次に多いのがフリーローン・サラ金の苦情の178件で、前年度の3分の2に減少したものの、「新聞の折り込み広告やダイレクトメールを見て融資を申し込み、保証料などを支払ったが融資されない」などのヤミ金の詐欺行為にあたる悪質な事例が増えてきている。

以下、家庭用電気治療器具73件、資格教育講座や教材67件、ふとん類41件と続いている。

表4 苦情の多かった商品、サービス（上位5位）

年度 順位	14年度		15年度		16年度	
	商品・役務名	件数	商品・役務名	件数	商品・役務名	件数
1位	電話・インターネット等 関連サービス	197	電話・インターネット等 関連サービス	697	電話・インターネット等 関連サービス	1,411
2位	フローリング・サラ金	120	フローリング・サラ金	270	フローリング・サラ金	178
3位	資格・教育講座や 教材	86	資格・教育講座や 教材	152	資格・教育講座や 教材	73
4位	工事・建設	32	工事・建設	36	工事・建設	67
5位	ふとん類	29	ふとん類	34	ふとん類	41

5. 食の安全・安心相談室の相談受付件数

「食の安全・安心」に関する相談件数は47件で、内訳は苦情が15件（31.9%）、問い合わせが32件（68.1%）あった。相談内容では、安全性に関するものが最も多く21件（44.7%）であり、具体的には、「台風で冠水した食品の安全性について」や「サラダ油の賞味期限について」などがあった。（表5）

表5

区分	安全性	表示	品質	その他	計	(割合)
苦情	4	6	2	3	15	(31.9%)
問い合わせ	17	1	2	12	32	(68.1%)
計	21	7	4	15	47	(100.0%)

6. 消費者へのアドバイス

1. 電話・インターネット等の不当請求・架空請求への対処法

- ① 絶対にこちらから業者に連絡してはならない。（それが業者の狙いです）
- ② 毅然と断り、話に応じてはならない。（こちらの弱みにつけこもうとしています）
- ③ 自宅の住所、電話番号、勤務先などの個人情報を書いてはならない。（別のトラブルのきっかけになります）
- ④ 支払ってはならない。（一度支払いに応じると請求がエスカレートします）

2. 小中高校生は、携帯電話やパソコンのトラブルについて家庭内で話し合い、興味本位でサイトを開かないようにする。

3. 高齢者や若者の消費者トラブルは家庭や地域で早期発見をし、訪問販売や電話勧誘などでは、クーリング・オフ制度を活用する。

4. 不安な時は最寄りの消費生活相談窓口へ相談をしてください。

7. 相談事例

事例1：架空請求のはがき

「総合消費料金未納最終通告書」というはがきが届いた。以前別のはがきが届き、生活科学センターに相談したら名簿類を悪用した根拠のない請求と助言を受けたが、今回は訴訟になったとの記載があり、テレビで訴訟になった場合は放置してはいけないと言っていたので心配である。

(40歳代女性)

<アドバイス等>

裁判所からの本当の通知の場合は、①特別送達と記載された裁判所の名前入りの封書で送られてくる ②郵便職員からの手渡しが原則 ③受取りの際は、署名又は押印が求められる ④「事件番号」や「事件名」が記載されている という見分け方を説明し、本当の通知であれば対応する必要があるが、そうでない場合はそのまま放置しておくように助言した。

事例2：携帯電話のワンクリック詐欺

携帯電話に送られてきたショートメッセージ中のサイト表示を興味本位でクリックしたところ、突然、「登録完了。ありがとうございます。登録料3万円を3日以内に支払ってください。遅れると違約金5万円と一日ごとに千円の遅延金を請求します。」と表示された。直ぐに接続を切ったが、登録した覚えもないし、利用もしていない。支払いたくない。

(16歳高校生と40歳代母親)

<アドバイス等>

携帯電話の有料サイトに単にアクセスしただけでは契約は成立しないこと、誤ってアクセスした場合は電子契約法等が適用され、業者から消費者に契約の意思を確認する画面表示が必要であり、確認画面での意思確認が無い場合、支払い義務は無いことを説明。また、業者に対し問い合わせなど連絡をとって個人情報を漏らさないよう助言した。業者は、携帯電話番号やメールアドレスから氏名や住所など個人情報を、携帯電話会社を通じて調べることはできないことを伝えた。

事例3：信用屋

ダイレクトメールを見て業者に50万円の融資を申し込んだところ、取引の実績がないので信用料として、2万円を3回請求され支払ったのに融資がない。お金は個人名義の口座に振り込んだ。

<アドバイス等>

融資をえさに信用料や保証料をだまし取る、振り込め詐欺の一種。金銭を支払ったことで、今後もターゲットになる可能性があることを説明し、警察に被害届けを出し、以後、請求に応じないよう助言した。

事例4：医療器具の催眠商法

近所の家に「近くの町に店を出すので無料で粗品を配る。」と呼び集められ、無料で台所用品の小物を貰った後、温熱治療器を勧められ、つい欲しくなって契約してしまった。商品はすぐに届き、代金の一部として1万円を払ったが、解約したい。(70歳代男性)

＜アドバイス等＞

事例のように、消費者を一ヶ所に集め、無料の商品を配って「ただのものは貰わないと損」のような催眠状態にさせ、最後に高額な商品を契約させる商法は、催眠商法（SF商法）と呼ばれる。一度に多くの消費者が契約することが多く、購入後冷静になった消費者から業者に対し、価格や品質、返品でのトラブルを起こしやすい商法である。今回の例ではクーリング・オフの期間内（8日間）であったため、書面でクーリング・オフを申し出るよう助言した。

事例5：プロバイダー契約

店頭で詳しい説明を受けないまま名前を書いてくれと言われ名前を書いた。後日、自宅にモデムが届いたが受け取り拒否をした。その後、プロバイダーから何通か封書が届いたが、関係のない書類だと思い捨てていた。今回届いた封書には「重要」と記載があったので開封すると、6～7月分の請求書であった。料金センターに問い合わせると契約になっているので支払うように言われた。支払わなければならないか。（70歳代男性）

＜アドバイス等＞

相談者が高齢で内容をよく理解していなかったこともあり、当センターよりプロバイダーの相談窓口へ連絡をとり、勧誘時の問題点を指摘し、その上で支払いについて検討を依頼した。後日、相談者より、プロバイダーから支払いはしなくてもよいとの回答があったと連絡を受けた。

事例6：次々販売

数年前に太陽熱温水器、台所用浄水器、ボイラーを訪問販売で契約、そのときの販売員が温水器の点検に来て、錆で温水器やボイラーが故障すると言われ、温水器に設置する浄水器を契約。数日後、それだけでは不十分と言われ別の埋め込み式の浄水器を契約。クレジットを組んでおり、支払い総額は合計約100万円。不審に思い、数年前の販売員の会社に電話すると、販売員は退社していたことがわかった。今回の契約書をよく見ると別会社だった。

＜アドバイス等＞

契約から5ヶ月が経過し、クーリング・オフの期間を過ぎていたが、販売員の勧誘方法に問題があるため、書面に契約時の販売員とのやり取りの詳細を記載し、契約の取り消しを販売店・信販会社に申し出るよう助言。当センターが間に入って双方と交渉し、無条件解約となった。

事例7：新聞購読契約

突然、契約の覚えのない新聞が配達され、不審に思い新聞販売店に電話すると、3年前に夫が今月から2年間の契約をしていたことがわかった。別の新聞契約も2年間あるため購読をやめた。（50歳代女性）

＜アドバイス等＞

クーリング・オフ期間を過ぎていて、一方的に解約できないことを説明し、購読時期の延期を販売店に頼んでみてはどうかと助言。数年先の新聞契約は契約の意識が低く、トラブルになることが多い。

《台風に関連したもの》

事例8：住宅修繕

(1) 訪問販売で屋根修理を勧められて契約し工事をしてもらった。工事内容の割には高額な料金を請求され納得がいかない。

(2) 床下浸水の被害にあった。訪問販売員が来て防腐剤の散布を勧められ、それと合わせて市から配布された消毒の薬剤も散布するといわれ、散布してもらった。工事後もらった契約書を見ると70万円と高額であった。納得がいかない。

<アドバイス等>

いずれも訪問販売であり、契約から一週間以内の相談であったので、クーリング・オフをするよう助言した。クーリング・オフをすればたとえ工事が終了していても契約は無かったことのできる。

事例9：事業所のリース契約

水害によりリースのコピー機が使用不能になり、リース会社と再契約したが、以前の契約よりも高いものであるため契約をやめたい。

<アドバイス等>

同様の相談では、コピー機だけでなくFAXについても相談があった。これらは、消費者ではなく事業用の契約なので消費者関連法規の適用外であり、クーリング・オフや消費者契約法は適用されない。

しかし、リース契約は、販売店が商品の勧誘に来て契約し、商品設置の後、リース会社から確認があって初めて契約が成立する。よって、商品設置前であれば交渉は可能であるため、あきらめずに交渉することが重要。

