

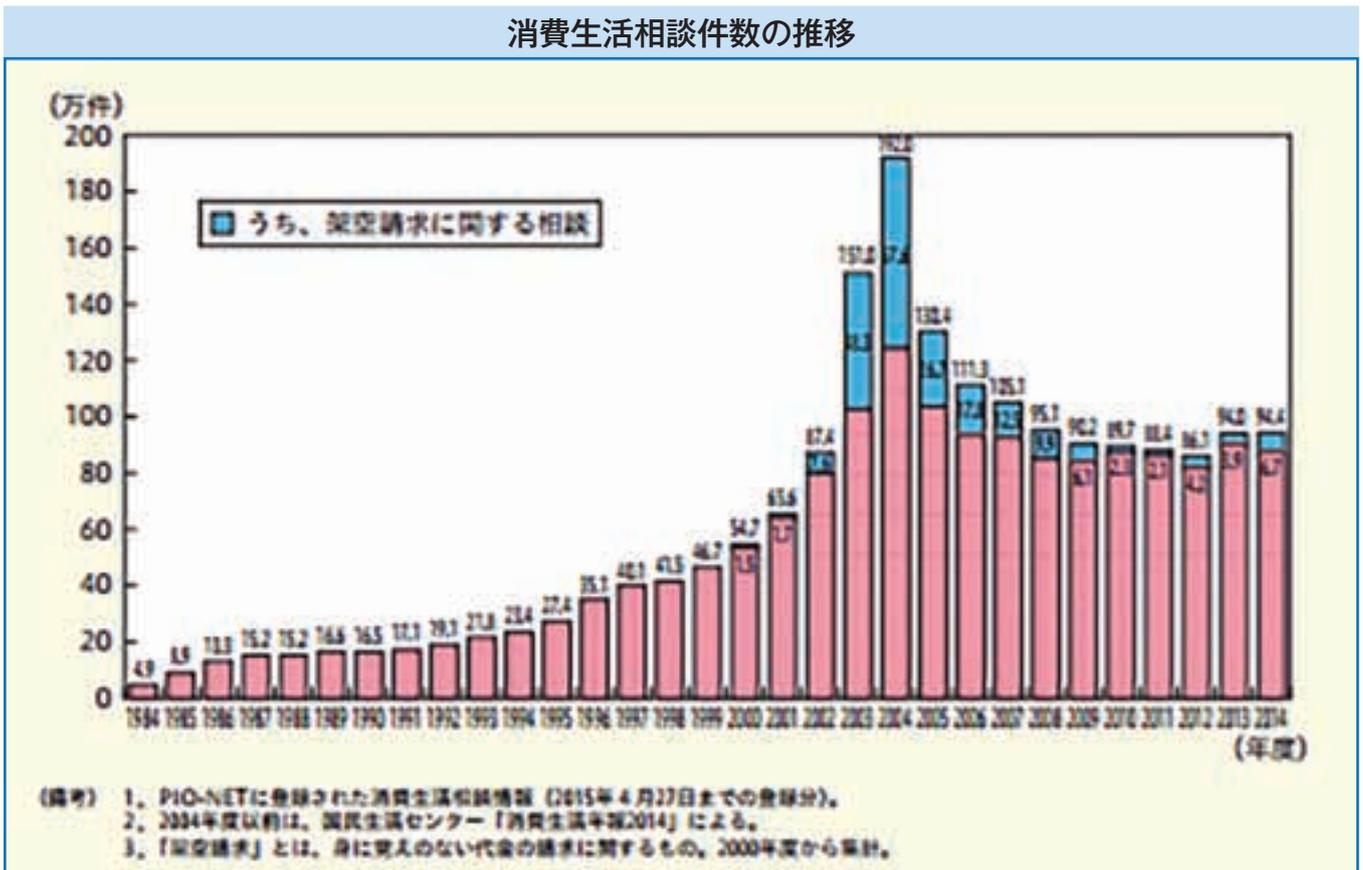
(3) 消費者トラブル

契約におけるトラブルや悪質商法、製品事故などの消費者トラブルは、私たちの日々の消費生活の中で起こっています。未然に防ぐためには、情報を収集・選択し、活用する力を身につける必要があります。

全国の消費生活センター等に寄せられた相談件数は、2004年度の192.0万件をピークに減少傾向でしたが、2013年度は9年ぶりに増加となり、2014年度においても94.4万件と、前年度を上回る相談が寄せられ、2年連続の増加となっています〈参考資料1〉。

2014年度の未成年者の相談を小学生、中学生、高校生、大学生等と分類してみると、インターネットを利用した、アダルト情報サイト、オンラインゲーム等のデジタルコンテンツが最も多いという点は共通しています。中学生では「携帯電話サービス」や「学習塾」、高校生ではインターネット通販を利用したのトラブル（「他の健康食品」、「財布類」、「運動ぐつ」等）が見られます。さらに、大学生等では「テレビ放送サービス」、「インターネット接続回線」、「不動産貸借」、「新聞」といった、一人暮らしを始めた際に遭いやすいトラブルに関する商品・サービスが上位となる点が特徴的です〈参考資料2〉。

〈参考資料1〉消費生活相談件数の推移



出典：消費者庁「平成27年版 消費者白書」P.102

* PIO-NET：practical living information online network system（全国消費生活情報ネットワーク・システム）。独立行政法人国民生活センターと都道府県、政令指定都市及び市町村の消費生活センターや消費生活相談窓口をオンラインネットワークで結び、消費者から消費生活センター等に寄せられる消費生活に関する苦情相談情報（消費生活相談情報）の収集を行っているシステムのこと。

〈参考資料 2〉 未成年者に多い消費者被害

未成年者に関する相談が多い商品・サービス（2014年度）

順位	小学生		中学生		高校生		大学生等	
	商品・サービス	件数	商品・サービス	件数	商品・サービス	件数	商品・サービス	件数
1	デジタルコンテンツ	2,322	デジタルコンテンツ	4,798	デジタルコンテンツ	4,519	デジタルコンテンツ	2,770
2	電子ゲームソフト	38	商品一般	45	他の健康食品	143	テレビ放送サービス	650
3	他の玩具・遊具	25			携帯電話サービス	111	インターネット接続回線	192
4	スポーツ・健康教室	23	学習塾	40	運動くつ	100	不動産賃借	175
5	電子ゲーム玩具	21	音響・映像機器	33	商品一般	91	新聞	135
	総数	2,796	総数	5,756	総数	7,150	総数	6,011

（備考） 1. PIO-NETに登録された消費生活相談情報（2015年4月27日までの登録分）。
 2. 未成年者とは、契約当事者が20歳未満。
 3. 未成年者の「他の学生」を「大学生等」としている。

出典：消費者庁「平成27年版 消費者白書」P.122

〈参考資料 3〉 消費者被害・被害額の推計

消費者被害・トラブル額

	2014年	2013年
契約購入金額	約7.8兆円	約6.5兆円
既支払額（信用供与を含む。）※	約6.7兆円	約6.0兆円
既支払額	約5.5兆円	約5.4兆円

※「既支払額（信用供与を含む。）」とは、既に支払った金額にクレジットカード等による将来の支払を加えたもの。
 （備考） 1. 消費者意識基本調査において「あなたがこの1年間に購入した商品、利用したサービスについてお尋ねします。この1年間に、以下に当てはまる経験をしたことはありますか。」との問いに対して、以下の経験についての回答を集計した結果に基づき件数を推計している。①けが、病気をする等、安全性や衛生に問題があった、②機能・品質やサービスの質が期待よりかなり劣っていた、③思っていたよりかなり高い金額を請求された、④表示・広告と実際の商品・サービスの内容がかなり違っていた、⑤問題のある販売手口やセールストークにより契約・購入した、⑥契約・解約時のトラブルにより被害に遭った、⑦詐欺によって事業者にお金を払った（又はその約束をした）、⑧その他、消費者被害の経験。
 2. 2014年の消費生活相談情報（2015年1月31日までの登録分）に基づき平均既支払額を算出。
 3. 消費者被害・トラブルに関する商品・サービスへの支出総額。
 4. 「消費者意識基本調査」を行い消費者被害・トラブルの「発生確率」を求めた上で、PIO-NET情報から計算される消費者被害1件当たりの平均金額を乗じ、高齢者の潜在被害が一定数存在するものと仮定しその分を上乗せするなどの補正を行った推計額。
 5. 本推計に使用している意識調査はあくまで消費者の意識に基づくものであり、消費者被害・トラブルの捉え方が回答者により異なること、意識調査の性格上誤差を含むものであることに注意が必要。

出典：消費者庁「平成27年版 消費者白書」P.126

消費者被害・トラブル額の推計 …消費者被害・トラブル額の推計の考え方

推計は、消費者被害・トラブルの推計件数に消費者被害・トラブル1件当たりの平均金額を乗じる手法により実施しています。具体的には、まず全国の満15歳以上から無作為抽出して意識調査を行い消費者被害・トラブルの「発生確率」を求めた上で消費者被害・トラブルの総数を推計し、これにPIO-NET情報から計算される平均金額を乗じ、所要の補正を行って推計値を算出するという手法を採用しています。

「消費者被害・トラブル1件当たりの平均金額」は、PIO-NET情報の「契約購入金額」、「既支払額」といった項目により算出。実際には、消費者は小さな消費者被害・トラブルではわざわざ消費生活センター等に相談をすることはせず、より深刻な場合ほど相談率は高いものと考えられることから、PIO-NET情報から得られる平均金額は実態より相当高い水準にあるものと推測されます。そこでこうした相談情報の特性を考慮し、トラブル金額が少額のものと同額のものとは分けて推計することで推計値の補正を行っています。

また、近年、高齢者の消費者被害・トラブルが大幅に増加していますが、高齢者の特性として、本人が被害に気付かず相談しないということがあり、特に認知症の高齢者等に顕著に

見られる傾向があります。このため、本人が自ら回答することが前提の意識調査では、本人が認識していない消費者被害・トラブルを十分に把握できない可能性があります。そこで高齢者の潜在被害が一定数存在するものと仮定し、その分を推計値に上乘せする形で補正を行っています。

なお、「消費者意識基本調査」では試験的に被害相当額、派生的な被害額、問題対応費用等についても尋ねていますが、サンプルが少ないことと回答の正確性の問題から、推計に用いるには精度が不十分なものと判断し、推計には含めていません。したがって、本推計は、厳密には「消費者被害・トラブルに関する商品・サービスへの支出総額」と称すべきものですが、便宜上「消費者被害・トラブル額」と表現しています。

〈参考資料4〉平成26年度 山梨県県民生活センターの消費生活相談状況

総相談件数 4,428 件 (平成25年度 4,821 件)

① 相談件数の多い上位項目

(上段：平成26年度 下段：平成25年度)

順位	項目*1	件数	割合(%)	主な内容
1 (1)	放送・コンテンツ等*2	886 (771)	20.0 (16.0)	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 (3)	商品一般	310 (285)	7.0 (5.9)	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
3 (2)	相談その他*3	235 (387)	5.3 (8.0)	日常生活に関すること、個人間の貸借など
4 (9)	役務その他	170 (119)	3.8 (2.5)	廃品回収、祈祷、占い、ホームページ作成など
5 (6)	戸建住宅	168 (154)	3.8 (3.2)	売買(新築・中古)、住宅リフォーム、外壁塗装工事など
6 (10)	インターネット通信サービス	161 (103)	3.6 (2.1)	光ファイバー等のインターネット接続回線に関するもの
7 (7)	自動車	143 (142)	3.2 (2.9)	売買(新車・中古車)・整備・修理・下取り、ネット販売など
8 (5)	融資サービス	139 (191)	3.1 (4.0)	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
9 (8)	集合住宅	126 (125)	2.8 (2.6)	賃貸住宅の原状回復費用・敷金の返還等、マンションの契約など
10 (12)	移動通信サービス	86 (96)	1.9 (2.0)	携帯電話、スマートフォンの契約等、移動通信サービスに関するもの

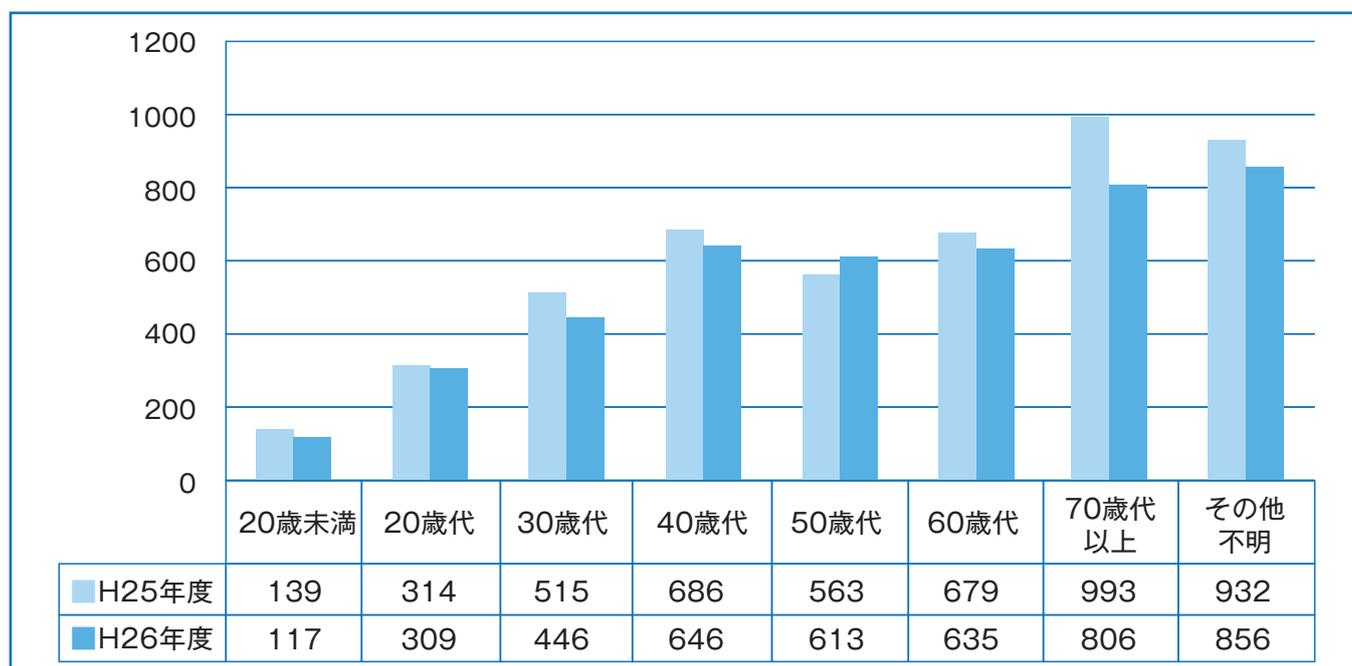
※1 項目は、国民生活センターの全国消費生活情報ネットワーク・システムの分類による。

※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。

② 契約当事者の年齢

(単位：人)



③ 年代ごとによる相談件数の上位

順位	20歳未満	件数	20歳代	件数	30歳代	件数
1	放送・コンテンツ等	80	放送・コンテンツ等	79	放送・コンテンツ等	134
2	自動車	6	集合住宅	19	自動車	26
3	理美容	4	自動車	18	集合住宅	22
4	インターネット通信サービス	3	商品一般	14	商品一般	15
5	履物	2	他の身の回り品	13	戸建住宅	15
6	かばん	2	理美容	13	融資サービス	14
7	スポーツ用品	2	融資サービス	12	移動通信サービス	14
8	戸建住宅	2	インターネット通信サービス	10	インターネット通信サービス	14
9	移動通信サービス	2	移動通信サービス	9	相談その他	13
10	医療	2	健康食品	7	役務その他	11

順位	40歳代	件数	50歳代	件数	60歳代	件数
1	放送・コンテンツ等	200	放送・コンテンツ等	160	放送・コンテンツ等	104
2	融資サービス	32	インターネット通信サービス	34	商品一般	58
3	戸建住宅	29	商品一般	32	戸建住宅	33
4	商品一般	24	相談その他	30	インターネット通信サービス	30
5	役務一般	24	役務その他	29	相談その他	30
6	役務その他	24	集合住宅	23	融資サービス	25
7	相談その他	23	融資サービス	20	空調・冷暖房・給湯設備	19
8	自動車	22	戸建住宅	19	自動車	18
9	インターネット通信サービス	22	自動車	14	役務その他	17
10	集合住宅	14	移動通信サービス	13	集合住宅	13

順位	70歳以上	件数
1	商品一般	100
2	放送・コンテンツ等	57
3	相談その他	52
4	役務その他	43
5	戸建住宅	37
6	家具・寝具	34
7	健康食品	33
8	預貯金・証券等	26
9	ファンド型投資商品	26
10	医療用具	23

出典：山梨県県民生活センター業務概要（平成27年度）

ワンポイントアドバイス 悪質商法に共通する対処法

- ・「見るだけでもいいから店に来てください」「話を聞きに営業所に来てください」「今、〇〇を無料で配っています」などの誘いがあっても、ついて行かないこと、会いに行かないこと
- ・勧誘されても、自分には必要ないときっぱりと断ること
- ・すぐに返事をせず、冷静に判断する時間をとること
- ・ひとりで悩まずに、すぐに相談をすること
家族、学校の先生、職場の上司、友人、民生委員、支援担当者
山梨県県民生活センター、市町村の消費生活センター、警察署など



こちらは 県民生活センターです



消費者を支える法律・制度に基づいて消費者庁、独立行政法人国民生活センターと共に消費者を支える行政機関が消費生活センターですが、山梨県では県民生活センターがその役割を担っています。県内の市町村には消費生活センターまたは消費生活相談窓口が設置されています。

消費生活相談

私たちの消費生活全般における衣・食・住にかかわる商品・サービスへの苦情や相談について、資格のある消費生活相談員が問題解決に向けての情報の提供や助言などを行っています。また、自主交渉では解決が困難な時などには、業者とのあっせんを行います。

電話または来所による相談を受けています。相談は無料で、相談の秘密は守られ、匿名での相談もできます。一人で悩まないことが大切です。

消費生活に関する知識の普及と 情報提供、注意喚起

消費者被害の未然防止や暮らしに役立つ情報を、テレビ放送、各種パンフレット、資料等によって提供しています。

- ・テレビ放送「くらしの情報」
県内放送局2局 月～金 夕方
- ・県民生活センター web サイト
- ・広報誌 「かいじ号」
年5回発行
- ・山梨県公式 twitter、facebook
- ・リーフレット、パンフレットの配布
- ・教材作成

県民生活センターでは、消費生活相談だけでなく、交通事故、労働、金銭貸借、相続、土地住宅、内職、家族、地域相隣などの相談、行政苦情相談、移動県民相談、無料弁護士相談も行っています。

県民生活センター web サイト <https://www.pref.yamanashi.jp/kenminskt-c/>

出前講座

ライフステージに応じた出前講座を実施しています。

- ・**若者教室**（小・中学校、高等学校、大学、専門学校、支援センターなど）入学時のオリエンテーション、高等学校卒業前の単立教室、新学期・長期休業前の学習会、家庭科、社会科、道徳、総合的な学習の時間の授業、生活・生徒指導の一環
- ・**高齢者教室**（いきいきサロン、公民館高齢者学級、デイサービスセンター、ことぶき勸学院など）
- ・**地域消費者教室**（公民館講座、民生委員研修会、ケアマネージャー・介護士研修会、教職員研修会、保護者会、各種団体・企業研修会など）

〔講座内容例〕

- 契約の基本
- 消費者トラブルの事例と対処法
- インターネットトラブル
- 最近の消費者トラブル
- 悪質商法の事例と対処法
- 賢い消費者となるために
- 子どもの安全・安心～製品事故から子どもを守る～
- 消費者トラブルを防ぐために～見守りの視点から～

*費用は全て無料です。

(4) 悪質商法の事例

不本意の契約、購入した商品やサービスにより健康・安全が脅かされるなど、消費生活におけるトラブルが後を絶ちません。特に、悪質な販売業者が消費者を騙したり脅かしたりして商品売りつけようとする悪質商法に巻き込まれることが少なくありません。

キャッチセールス

街角で「アンケートに教えてください。」と声をかけて、営業所や喫茶店に連れて行き、契約に応じるまで帰れない雰囲気にして商品やサービスを契約させます。

(化粧品、エステ、美顔器、健康食品、絵画などの契約が多い。)

あるいは、「モデルになりませんか。」と誘い、高額なレッスン料や写真撮影代を請求してきます。



アポイントメントセールス

「あなたが特別にモニターに選ばれました。詳しい説明をしたいので事務所に来てください。」「あなたが抽選に当たったので景品を取りに来てください。」などと、「あなたに特別な」「あなたに有利な」条件をもちかけて、電話で呼び出して商品やサービスを契約させます。

(アクセサリ、会員権、絵画などの契約が多い。)

さらにデート商法は、出会い系サイトやメールを使って、出会いの機会をつくって恋人気分させ、高額な商品を契約させます。男性には女性が、女性には男性が近づき異性感情を巧みに利用して、断りにくい状況をつくり購入を勧め、契約後は行方不明となり連絡がとれなくなります。

マルチ商法

友人に、「化粧品を30万円分買って会員となり、他の人を勧誘するともうかる。」と誘われます。

友人からセミナーに誘われ、「就職に有利な資格取得のためのDVDを購入し、販売組織にも加入するともうかる。その後、友人を誘って組織に加入させるとその人たちを勧誘させたことで利益が得られるので、購入するのに、お金を借りてもすぐに返せるから損はしない簡単にもうかるいい話だから。」と勧められます。

化粧品、健康食品、サプリメント、投資用DVDなど勧誘するときは、簡単にもうかると説明があっても、思うように買い取った商品が売れなかったり、組織への加入者が見つからなかったりして、商品の支払いだけが残る場合やローンなどの借金も残る場合があります。さらに、友人などを誘ったことで人間関係が悪くなることもあります。

被害者となるだけでなく、他人を勧誘すると加害者にもなってしまうこともあります。



点検商法

「〇〇の点検に来ました！」と、販売目的を告げずに訪問してきます。「このままでは大変なことになりますよ。」など、消費者の日頃の不安につけ込んで、不安をあおり、「今なら特別に安くする。」などと言って、高額な工事を契約させます。(耐震・下水などの工事・シロアリ駆除・ふとん・浄水器・ブレーカー など)

S F (催眠) 商法

日用品の無料配達・タダより高いものはありません！無料や安価な商品のチラシ等で人を集め、閉鎖的な異様な雰囲気の中で、「ここにお集まりの皆さんにお安く日用品を提供します。」「先着 5 名の方に、卵を無料で差し上げます。」などと言って、得をしたような気分させ、最後に高額な商品の購入を勧誘する。(ふとん・健康食品・健康器具 など)

次々販売商法

孤独につけ込むニセの親切！ターゲットは高齢者。親切な言葉や態度に惑わされ、はっきり断れないまま、次々に販売される。
(リフォームなどの各種工事・ふとん・着物など)

かたり商法

消防署、市役所から来ましたなどと制服姿や身分証明書のようなものを見せ信じ込ませ、工事の契約や商品の勧誘をしてきます。
(消火器・火災警報機・電話機リース・浄水器など)

送りつけ商法

ある日突然、頼んでもいない商品が宅配便で届き、代金引換や振り込み用紙同封で代金を支払わせる。

(書籍類・雑誌・ゲームソフト・CD・ダイエット食品 など)



還付金詐欺

税務署、年金事務所、市役所などの職員を騙る者から「税金の還付金がある」「医療費の還付金がある」といった電話があり、通知が届いているはずと信用させ、金融機関のATMへ行かせ、携帯電話で巧みに操作を誘導し、口座から振り込ませる。

架空・不当請求詐欺

パソコンのアダルトサイトに入り、年齢確認をクリックした。さらに、もう一度クリックしたら有料サイトに登録された。何をクリックしたのかよく覚えていないが、確認画面はなかった。90日間99,800円の請求画面が出た。

アダルトサイトに入り、「無料お試し期間」とあったのでクリックした。3日以内に69,000円請求という画面が消えない。

振り込め詐欺

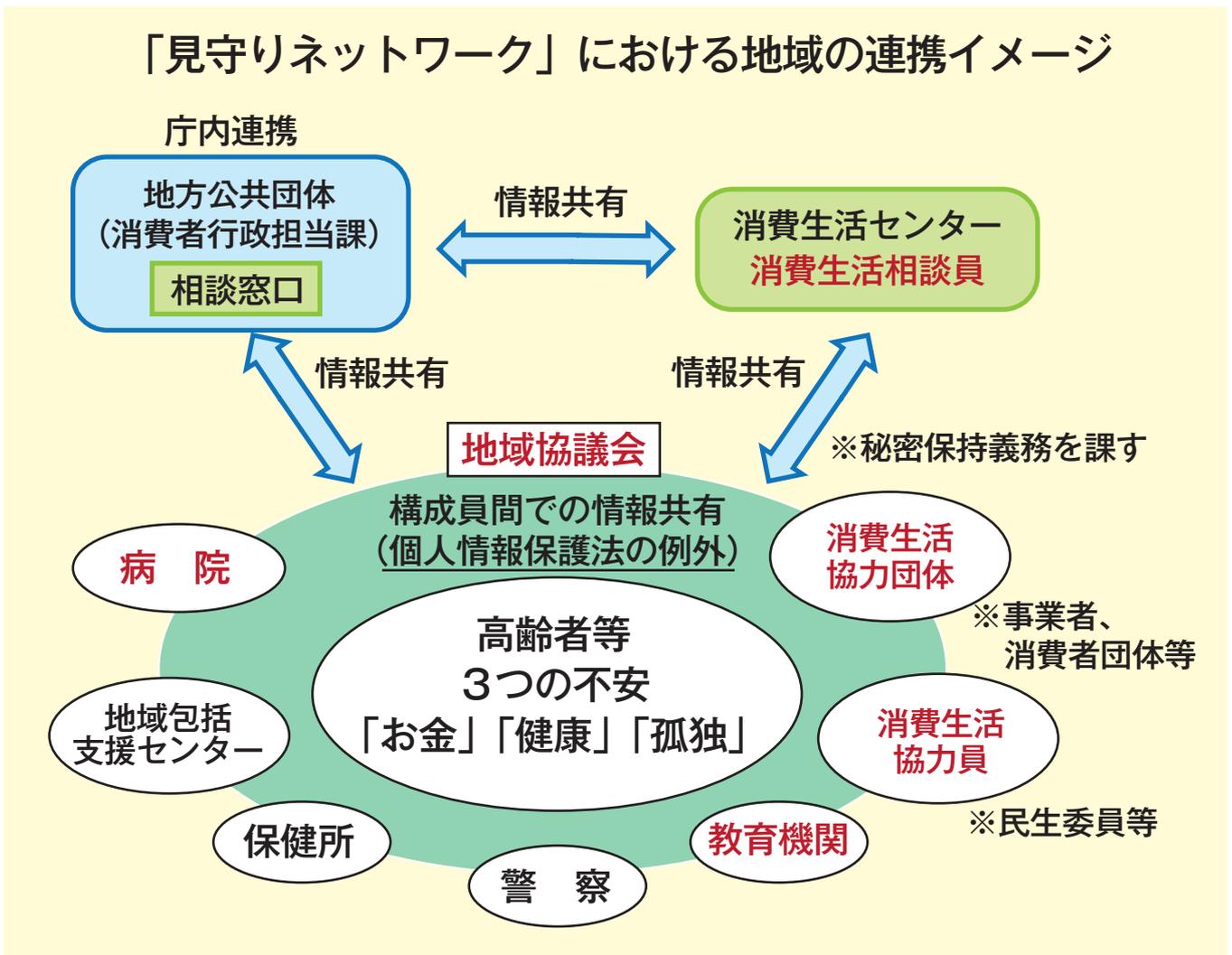
息子を名乗る電話があり、「携帯電話をトイレに落として番号が変わった。」という連絡だった。次の日にまた電話があり、「株購入のために消費者金融から200万円の借金をした。『支払いができなくなったら、会社に電話して給与を差し押さえをする。』と脅された。お母さんからその業者に電話をしてほしい。」と頼まれた。調べたらそういう業者はなかった。息子の携帯電話の番号も変わっていないとわかった。

(5) 地域における「見守り」の視点

高齢者の消費者被害の背景には、生活困窮や社会的孤立、認知力の低下などが潜んでいることが多く、高齢者本人からの相談が少なく対応が遅れることが多いという特徴があります。地域で高齢者等の消費者被害に遭いやすい人を把握し、地域のネットワークによる「見守り」を実施することが重要になっています。

消費者安全法の改正（2014年成立、2016年4月施行）では、高齢者、障がい者、認知症等により判断力が不十分となった人などの消費者被害を防ぐため、地方公共団体及び地域の関係者が連携した**消費者安全確保地域協議会（見守りネットワーク）**の構築の促進が盛り込まれました。〈参考資料5〉は「見守りネットワーク」の連携イメージ図です。2016年3月に策定した「山梨県消費者基本計画」でも、重点施策の1つに「高齢者等の見守り体制の構築」を掲げています。

〈参考資料5〉「見守りネットワーク」における地域の連携イメージ



出典：消費者庁「平成27年版 消費者白書」p.209

「山梨県消費者基本計画」は、山梨県県民生活センターのwebサイトで閲覧できます。

