

令和元年度 消費生活相談受付状況

徳島県消費者情報センター

概 要

- ・全相談件数は2,565件で、前年同期に比べて116件減少しました（対前年同期比95.7％）。
- ・年代別では、40歳代以下の全ての年代で「デジタルコンテンツ」の相談が1位、50歳代以上の全ての年代で「商品一般」の相談が1位となりました。
- ・架空請求の相談件数は224件で、前年同期より257件（対前年同期比46.6％）の減少となりました。

1 相談件数

令和元年度に受けた相談件数は2,565件（対前年同期比95.7％）で、前年度に比べると116件減少しました。内訳としては、「健康食品」「化粧品」等に関する相談が前年度に比べ増加となり、その一方で「商品一般」「インターネット通信サービス」等に関する相談が減少しています。

相談内容をみると「苦情相談」が2,306件（対前年同期97.1比％）、「問合せ」が258件（対前年同期比85.7％）、「要望」が1件（対前年同期比25.0％）であり、苦情相談が全体の89.9％を占めています。

(件)				
年度	苦情	問合せ	要望	合計
R1	2,306	258	1	2,565
(構成比)	89.9%	10.1%	0.0%	100.0%
H30	2,376	301	4	2,681
(構成比)	88.6%	11.2%	0.1%	100.0%
差引増減	△70	△43	△3	△116
対前年度比	97.1%	85.7%	25.0%	95.7%

<相談受理方法>

相談受理方法は、来訪217件、電話2,310件、文書38件となっており、電話での相談が全体の90.1％を占めています。文書相談は、メールでの相談受付です。

<解決、処理状況>

これらの相談には消費生活相談員が対応しましたが、その処理結果の内訳は、他機関紹介（情報提供）77件、消費者への助言（自主交渉）1,407件、その他情報提供（助言及び情報提供）582件、あっせんによる解決270件、処理不調・処理不能等219件、その他10件となっています。

なお、これらの処理のうち、訴訟等の法的処理の検討を要する相談については、弁護士による法律相談を計20件実施しました。

また、事業者の訪問が57件あり、担当者から適切な取引行為について説明などを行っています。

2 年度別相談件数

平成22年度以降、相談件数は3,000件前後で推移し、平成30年度以降は2,600件前後で推移しています。

(件)

項目	年度									
	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30	R1
苦情	2,895	2,706	2,405	2,852	2,922	2,696	2,638	2,761	2,376	2,306
問合せ	441	322	271	201	212	208	353	281	301	258
要望	2	2	0	2	2	0	6	6	4	1
合計	3,338	3,030	2,676	3,055	3,136	2,904	2,997	3,048	2,681	2,565
対前年度比	-	90.8%	88.3%	114.2%	102.7%	92.6%	103.2%	101.7%	88.0%	95.7%

3 商品役務別相談件数

(件)

順位	品目	年度			順位	品目	年度		
		R1	H30	差引増減			R1	H30	差引増減
1	商品一般	300	430	△ 130	6	相談その他	93	86	7
2	デジタルコンテンツ	245	291	△ 46	7	工事・建築・加工	91	110	△ 19
3	健康食品	163	107	56	8	化粧品	90	53	37
4	レンタル・リース・賃借	125	104	21	9	インターネット通信サービス	70	123	△ 53
5	役務その他	98	108	△ 10	10	電気	64	52	12

【用語解説】

「商品一般」は、商品に関する相談のうち、分類を特定できない相談です。ハガキの架空請求や個人情報の収集が疑われる不審な電話などに関する相談が含まれます。

「デジタルコンテンツ」は、インターネットを通じて得られる情報サービスに関わるトラブルです。アダルト情報サイトやオンラインゲームに関連する高額な料金請求などの相談が寄せられています。

「健康食品」は、高麗人参濃縮液など通常の食料品が持つ栄養素等を超えた薬事的効果又は類似の効果をうたって製造・販売される食品に関する相談です。

「レンタル・リース・賃借」は、商品や不動産を賃貸借する場合（不動産の場合は、使用賃借も含む）の相談です。アパートの退去時の原状回復義務などの相談がよく見られます。

「工事・建築・加工」には、建物の改築工事や塗装の補修工事などが含まれます。

「化粧品」「医薬品医療機器等法」に定める化粧品。人の身体を清潔にし、美化することを目的とするもので、機械・器具でないもの。

「相談その他」は、消費者問題以外の相談です。

「役務その他」は、金融・保険、運輸・通信、教育、教養・娯楽、保健・福祉のいずれにも該当しない役務に関する相談です。「登録された個人情報を削除する」などと持ちかける劇場型勧誘やワンクリック請求を解決するという調査会社に関する苦情が含まれます。

「インターネット通信サービス」には、プロバイダや光回線契約の中途解約に関する相談があります。

「電気」は、エネルギーとしての電気及び供給元から各戸の親メーターまでの電気供給設備に関する相談です。

4 年代別相談件数（契約当事者）

50歳代以上の全ての年代で、「商品一般」に関する相談が1位となっています。「消費料金に関する訴訟最終通告のお知らせ」と題した請求内容のよくわからないハガキが公的機関のような名前のところから届いたという架空請求に関する相談が多く寄せられています。

また、「デジタルコンテンツ」に関する相談は、昨年度に引き続き70歳代以下の全ての年代で上位に入り、40歳代以下の全ての年代において1位となりました。

<年代別内訳>

順位	20歳未満	件数
1	デジタルコンテンツ	19
2	健康食品	17
3	化粧品	5
4	観覧・鑑賞	2
	電気	2

順位	20歳代	件数
1	デジタルコンテンツ	37
2	レンタル・リース・賃借	14
3	商品一般	10
4	健康食品	9
	相談その他	9
	理美容	9

順位	30歳代	件数
1	デジタルコンテンツ	22
2	レンタル・リース・賃借	15
3	商品一般	14
4	健康食品	11
5	工事・建築・加工	10
	自動車	10

順位	40歳代	件数
1	デジタルコンテンツ	43
2	商品一般	33
3	レンタル・リース・賃借	29
4	健康食品	27
5	化粧品	17

順位	50歳代	件数
1	商品一般	59
2	デジタルコンテンツ	45
3	健康食品	41
4	化粧品	23
5	レンタル・リース・賃借	17

順位	60歳代	件数
1	商品一般	72
2	デジタルコンテンツ	33
3	健康食品	22
4	化粧品	18
5	役務その他	16

順位	70歳代	件数
1	商品一般	69
2	デジタルコンテンツ	28
3	相談その他	19
4	健康食品	16
5	工事・建築・加工	15

順位	80歳以上	件数
1	商品一般	18
2	健康食品	17
3	工事・建築・加工	11
4	電気	10
5	相談その他	9

5 契約当事者年齢別件数

昨年度に比べ、20歳未満、20歳代及び40歳代の年代において相談が増加しました。相談件数に占める60歳以上の割合は、平成23年度以降、30%を超えており、今年度も39.1%となっています。

年度	年齢									合計
	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳代	80歳以上	その他・不明	
H23	112	305	431	415	397	395	317	226	432	3,030
H24	97	207	347	387	368	385	316	185	384	2,676
H25	133	225	344	397	394	508	384	267	403	3,055
H26	117	224	364	477	439	466	401	239	409	3,136
H27	93	246	322	456	407	447	330	223	380	2,904
H28	85	225	346	486	432	509	329	243	342	2,997
H29	23	154	280	494	618	727	347	137	268	3,048
H30	59	143	230	347	414	512	423	203	350	2,681
R1	61	183	226	354	398	412	389	201	341	2,565
差引増減	2	40	△ 4	7	△ 16	△ 100	△ 34	△ 2	△ 9	△ 116
対前年度比	103.4%	128.0%	98.3%	102.0%	96.1%	80.5%	92.0%	99.0%	97.4%	95.7%

6 販売購入形態別件数

訪問販売には、SF商法、アポイントメント商法などが含まれており、「販売員に不意に自宅に來られ健康食品などを購入してしまったが、後で考えると必要のない品物なので解約したい」という相談があります。

通信販売は、郵便、電話、インターネットなどの通信手段を用いて契約するもので、「ネットでブランドのバッグを注文し代金を払ったが、商品が届かない」といった、インターネット通販に関する相談が増加しています。

マルチ・マルチまがい取引には、連鎖販売取引等が含まれます。「思ったように会員が集まらず儲からない」「販売組織に疑問を持ったのでやめたい」という相談があります。

電話勧誘販売には、「執拗な勧誘に押し切られて契約してしまったが、やはり解約したい」といった相談があります。

ネガティブ・オプション（送り付け商法）は、当方から申し込んでもいないのに、業者が売買契約の申込みに関わる商品を送り付けてくるものです。注文していない新聞、雑誌、健康食品を送り付けられたなどの相談があります。

訪問購入は、購入業者が消費者の自宅等（営業所等以外の場所）において売買契約を締結して物品を購入するものです。

その他無店舗販売は、店舗でないところで購入、契約したものです。通常の店舗とは考えられない場所での2日以上期間にわたって行われる展示販売での購入、契約も含まれます。「展示会で勧められて購入したが、返品したい」などの相談があります。

(件)

形態別	年度	R1	H30	差引増減	対前年度比
訪問販売		215	202	13	106.4%
通信販売		823	742	81	110.9%
マルチ・マルチまがい取引		37	36	1	102.8%
電話勧誘販売		136	160	△ 24	85.0%
ネガティブ・オプション		8	12	△ 4	66.7%
訪問購入		11	28	△ 17	39.3%
その他無店舗販売		19	12	7	158.3%
特殊販売 計		1,249	1,192	57	104.8%
店舗購入		460	520	△ 60	88.5%
不明・無関係		856	969	△ 113	88.3%
合 計		2,565	2,681	△ 116	95.7%

〈特殊販売の種別順位〉

順位	訪問販売	件数	順位	通信販売	件数	順位	マルチ・マルチまがい	件数
1	工事・建築	36	1	デジタルコンテンツ	221	1	複合サービス会員	10
2	電気	28	2	他の健康食品	88	2	健康食品	5
3	複合サービス会員	17	3	基礎化粧品	53	3	ファンド型投資商品	4
4	修理サービス	16	4	商品一般	43	3	他の台所用品	4
	テレビ放送サービス	16	5	酵素食品	20			

順位	電話勧誘販売	件数	順位	ネガティブ・オプション	件数	順位	訪問購入	件数
1	インターネット接続回線	25	1	新聞	5	1	アクセサリ	2
2	電気	13	2	紳士・婦人用バッグ	1		被服品一般	2
	広告代理サービス	13		アクセサリ	1	食器	1	
3	デジタルコンテンツ	11		モバイルデータ通信	1	電動家庭用工具	1	
4	他の健康食品	7	2			指輪	1	
						コレクション用品	1	
						四輪自動車	1	

順位	その他無店舗	件数
1	家庭用電気治療器具	5
2	ミネラルウォーター	3
3	パソコン	2
4	冷凍冷蔵機器	1
	室内装飾品	1
	生命保険	1
	リゾート会員権	1

〈参考一特殊販売の商品別大分類〉

(件)

項目	訪問販売	通信販売	マルチ・マルチまがい	電話勧誘販売	ネガティブ・オプション	訪問購入	その他無店舗販売	合計
1 運輸・通信サービス	36	247	1	42	1	0	0	327
2 商品一般	1	43	0	3	0	1	0	48
3 食料品	3	153	7	20	0	0	4	187
4 金融・保険サービス	14	20	5	12	0	0	1	52
5 保健衛生品	2	110	8	2	0	0	5	127

7 さまざまな問題商法

(件)

順位	年度		R1	H30	差引増減	順位	年度		R1	H30	差引増減
	商法別						商法別				
1	無料商法		113	67	46	8	点検商法		7	7	0
2	マルチ商法		37	36	1		アンケート商法		7	2	5
3	利殖商法		31	45	△ 14	9	内職商法		5	5	0
4	当選商法		22	8	14	10	開運商法		4	9	△ 5
5	アポイントメント商法		18	11	7		SF商法		4	4	0
6	資格商法		9	2	7	11	キャッチセールス		2	1	1
7	ネガティブ・オプション		8	12	△ 4						

無料商法とは、無料招待、無料体験など「無料」をうたい文句に人を集めて、高額な商品購入やサービス提供など別の契約をさせる商法です。

マルチ商法とは、次々に加入者を増やしていくと利益が得られると販売組織に誘い、商品やサービスを契約させるものです。勧誘時の成功話を信じ、仕組みをよく理解せずに組織に加入し、被害に遭う人も多いようです。

利殖商法とは、「値上がりは確実です」「必ずもうかります」など、利殖になることを強調して契約させるものです。先物取引や未公開株など、素人には危険なものが多く含まれます。

アポイントメント商法とは、販売意図を明らかにしないで、又は他の人に比べて著しく有利な条件で契約できると言って、電話等で呼び出して販売する手口です。

ネガティブ・オプション（送り付け商法）は、当方から申し込んでもいないのに、業者が売買契約の申込みに関わる商品を送り付けてきたものです。注文していない新聞、雑誌、健康食品を送り付けられたなどの相談が含まれます。

当選商法とは、「当選しました」「景品が当たりました」などと有利性を強調して関心を引き、高額な商品やサービスを契約させる商法です。

点検商法とは、家屋、布団、浄水器などの点検を名目に家にあがり、「シロアリの被害を受けています」「布団にダニがいます」などと不安をあおって、修理や商品の購入を契約させる商法です。

開運商法とは、「身に付けるだけで能力が向上する」などと宣伝し、あるいは「購入しなければ不幸になる」などと不安に陥れ、高額な開運グッズを買わせる商法です。

内職商法とは、仕事を紹介するからと言って保証金を請求したり、仕事に必要なだとパソコン等の商品を購入させる手口です。

資格商法には、過去に講座を受けた人が再度勧誘されたり、断ると登録抹消代等の名目で金銭を請求する手口（二次被害）などの相談が寄せられています。

SF 商法とは、閉めきった会場等に人を集め、最初に無料か安い商品を来訪者に提供し、雰囲気の高まったところで売り込もうとする商品を出して説明を行い、その商品を買わせる商法などです。

アンケート商法とは、「アンケートに答えてください」「アンケートをとるだけです」などと言って消費者に接近して売りつける商法です

キャッチセールスとは、特定の消費者に呼びかけることによって注意を向けさせ、営業所等まで案内して、そこで契約させる商法です。

8 危害・危険相談件数

危害相談とは、商品・サービス・設備に関連し、相談者から身体にけが、病気等の疾病（危害）を受けたという相談です。

危険相談とは、危害を受けたわけではないが、そのおそれがある相談です。相談者が「危険である」と申し出ている相談もここに含まれます。

前年度に比べ、危害相談は5件増加、危険相談は4件増加しました。

(件)

品目 分類	住居 品	食料 品	光熱 水品	教養 娯楽 品	保健 衛生 品	保険 福祉 サービス	車両・ 乗り物	工事・ 建築・ 加工	レンタル リース・ 賃借	土地・ 建物・ 設備	合計
危 害	0	17	1	2	19	8	0	0	0	1	48
危 険	2	1	0	2	0	0	4	0	2	0	11
合 計	2	18	1	4	19	8	4	0	2	1	59

9 多重債務相談

多重債務に係る相談について、消費者情報センターでは、相談者との面談によって債務状況を詳しく聴取し債務相談受付カード等に整理して、相談内容に応じたアドバイスを行っています。内容から判断し必要と思われる場合には、その場で法律専門家に予約を入れ、作成したカード等とともに確実に引き継ぐことで、多重債務を解決に導く努力を行っています。

(件)

年度 \ 項目	総相談件数	うち多重債務相談件数	総相談件数に占める割合	対前年度比
H24	2,676	76	2.8%	66.1%
H25	3,136	69	2.2%	90.8%
H26	2,904	51	1.8%	73.9%
H27	2,904	58	2.0%	113.7%
H28	2,997	61	2.0%	105.2%
H29	3,048	51	1.7%	83.6%
H30	2,681	48	1.8%	94.1%
R1	2,565	45	1.8%	93.8%
差引増減	△ 116	△ 3	—	—

10 ヤミ金融

ヤミ金融とは、貸金業としての登録を行っていない貸金業者（業務）や、登録していても違法な高金利を取る業者（業務）をいいます。ヤミ金融の業者に連絡をしたり金銭を借りたりすると、違法な高金利や執拗な取り立てなどの被害に遭います。

当センターからは、相談者にはヤミ金融は犯罪であることや、その手口などについてアドバイスし、県警察総合相談センターに相談することを勧めています。

(件)

年度 \ 項目	総相談件数	うちヤミ金融相談件数	総相談件数に占める割合	対前年度比
H24	2,676	13	0.5%	48.1%
H25	3,136	22	0.7%	169.2%
H26	2,904	16	0.6%	72.7%
H27	2,904	13	0.4%	81.3%
H28	2,997	18	0.6%	138.5%
H29	3,048	5	0.2%	27.8%
H30	2,681	11	0.4%	220.0%
R1	2,565	4	0.2%	36.4%
差引増減	△ 116	△ 7	—	—

11 融資保証金詐欺

融資保証金詐欺とは、金融業者を名乗る者に融資を申し込むと、先に保証金等の名目で金銭を要求される手口です。現金を振り込み後、連絡が取れなくなったり、次々と請求されたりします。

この融資保証金詐欺は悪質な犯罪行為でもあり、当センターに相談があった場合には、県警察総合相談センターに相談することを勧めています。

(件)

年度	項目	総相談件数	融資保証金詐欺 相談件数	総相談件数に 占める割合	対前年度比
H24		2,676	4	0.15%	400.0%
H25		3,136	1	0.03%	25.0%
H26		2,904	2	0.07%	200.0%
H27		2,904	1	0.03%	50.0%
H28		2,997	2	0.07%	200.0%
H29		3,048	1	0.03%	50.0%
H30		2,681	0	0.00%	0.0%
R1		2,565	1	0.04%	—
	差引増減	△ 116	1	—	—

12 架空請求

架空請求とは、電子メールやハガキ、電話などで、身に覚えのない代金の請求をされるものです。請求の名目は、有料サイトの利用料や商品の購入代金などが多く、実在する動画サイトや官公庁に類似した団体を名乗り、消費者を錯覚させ信じさせようとするなど、一段と悪質化しています。

(件)

年度	項目	総相談件数	うち架空請求 相談件数	総相談件数に 占める割合	対前年度比
H24		2,676	111	4.1%	241.3%
H25		3,136	107	3.4%	96.4%
H26		2,904	231	8.0%	215.9%
H27		2,904	186	6.4%	80.5%
H28		2,997	231	7.7%	124.2%
H29		3,048	821	26.9%	355.4%
H30		2,681	481	17.9%	58.6%
R1		2,565	224	8.7%	46.6%
	差引増減	△ 116	△ 257	—	—

13 ワンクリック請求

メールやホームページにおいて、クリックする前に利用料金・利用規約等について明確な説明がない、又は事実と異なる説明によりクリックを促し、リンク先において即座に「契約完了」や「料金請求」といった内容を表示させるなどして金銭を支払わせようとする手口です。

(件)

年度	項目	総相談件数	ワンクリック 請求相談件数	総相談件数に 占める割合	対前年度比
H24		2,676	178	6.7%	53.6%
H25		3,136	263	8.4%	147.8%
H26		2,904	321	11.1%	122.1%
H27		2,904	314	10.8%	97.8%
H28		2,997	213	7.1%	67.8%
H29		3,048	66	2.2%	31.0%
H30		2,681	49	1.8%	74.2%
R1		2,565	34	1.3%	69.4%
	差引増減	△ 116	△ 15	—	—

14 市町村別相談件数（相談者居住地）

(件)

市町村名	相談件数	市町村名	相談件数	市町村名	相談件数
徳島市	1,082	上勝町	1	北島町	65
鳴門市	126	佐那河内村	12	藍住町	151
小松島市	104	石井町	104	板野町	36
阿南市	156	神山町	15	上板町	34
吉野川市	141	那賀町	20	つるぎ町	14
阿波市	109	牟岐町	6	東みよし町	30
美馬市	45	美波町	15	県外・不明	171
三好市	40	海陽町	20		
勝浦町	15	松茂町	53	合計	2,565

15 県内消費生活相談窓口別相談件数

(件)

相談窓口名	相談件数	相談窓口名	相談件数
徳島県消費者情報センター	2,565	みよし消費生活センター	137
徳島市消費生活センター	1,313	松茂・北島消費生活センター	157
鳴門市消費生活センター	292	藍住町消費生活センター	205
小松島市消費生活センター	253	板野町消費生活相談所	238
阿南市消費生活センター	479	上板町消費生活相談窓口	97
吉野川市消費生活センター	198		
阿波市消費生活センター	238		
美馬地区消費生活センター	174	合計	6,346