

大分県消費生活・男女共同参画プラザ《アイネス》

平成26年度上半期消費生活相談の概要（4月～9月）

1 相談件数の動向

平成26年度（4月～9月）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1,917件で、前年度同期比5.7%（116件）減となった。そのうち苦情相談は1,804件（全体の94.1%）で、「デジタルコンテンツ」（インターネットでのサイト関連のトラブル）に関する相談が最も多く、商品（サービス）が特定できない「商品一般」が2番目に多くなっている。「サラ金・ヤミ金」（多重債務等）の相談は減少しているものの、依然として3番目に多い。

平成26年度上半期（4月～9月）消費生活相談の概要

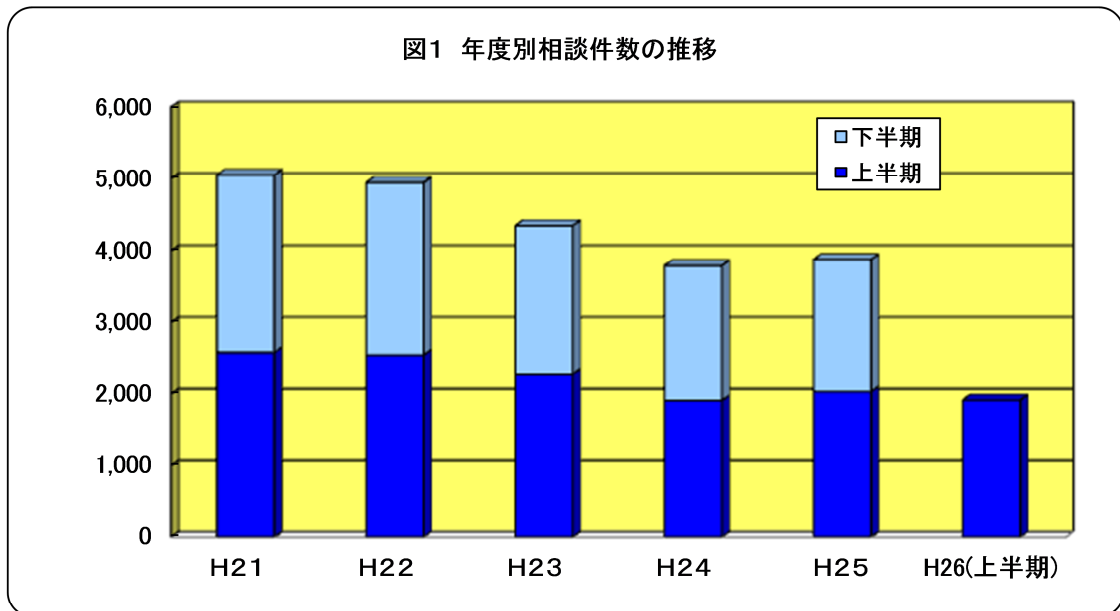


表1 年度別相談件数の推移

年度		H 2 1	H 2 2	H 2 3	H 2 4	H 2 5	H26(上半期)
相 談 件 数	上 半 期	2,569	2,534	2,272	1,912	2,033	1,917
	対前年度(%)	81.1	98.6	89.7	84.2	106.3	94.3
	苦情相談	2,398	2,241	2,075	1,748	1,907	1,804
	問い合わせ等	171	293	197	164	126	113
	下 半 期	2,481	2,410	2,075	1,880	1,845	
計		5,050	4,944	4,347	3,792	3,878	1,917

2 苦情相談の契約当事者の構成

居住地別では、大分市が全体の41.7%と最も多く、続いて別府市12.5%、中津市5.5%、佐伯市4.6%、日田市が3.8%となっている。

性別では、男性44.2%(798件)、女性49.7%(896件)、その他(団体・不明)が6.1%(110件)となっている。

年代別では、70歳以上が21.3%（385件）で最も多く、60歳代16.6%、40歳代12.6%の順となっている。

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14.3%と極端に低く、20歳代が63.7%、70歳以上が68.3%となっている。

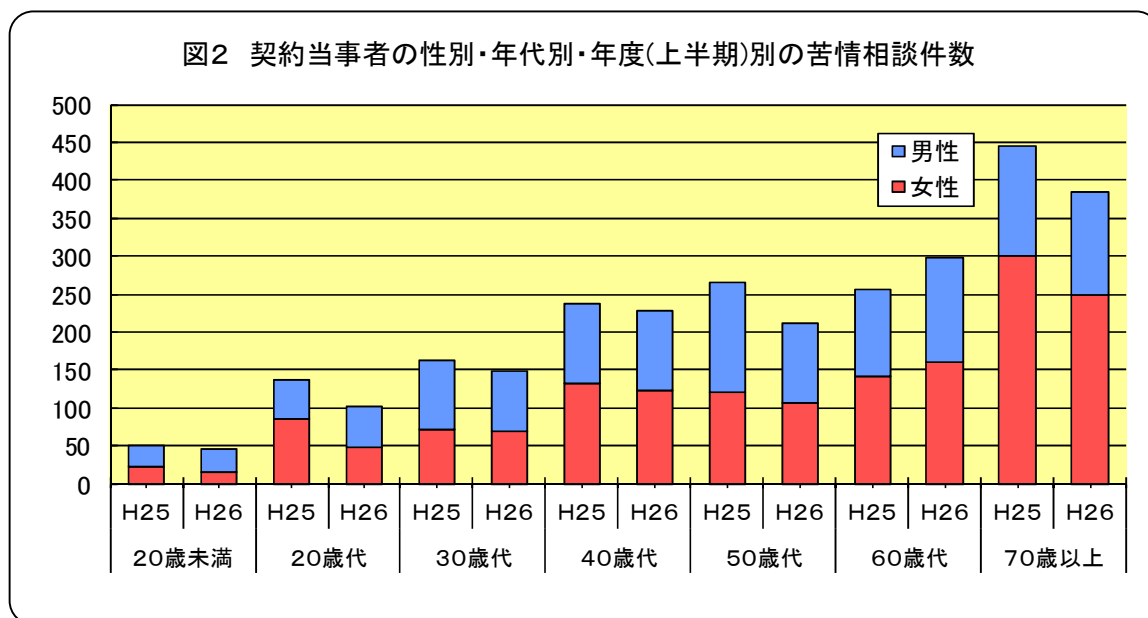


表2 年代別契約当事者本人・本人以外別苦情相談件数

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	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	49	7	14.3	41	83.7
20歳代	102	65	63.7	37	36.3
30歳代	148	125	84.5	23	15.5
40歳代	227	200	88.1	27	11.9
50歳代	212	195	92.0	17	8.0
60歳代	300	277	92.3	23	7.7
70歳以上	385	263	68.3	121	31.4
団体・不明	381	225	59.1	156	40.9
合計	1,804	1,357	75.2	445	24.7

3 商品・役務(サービス)ごとにみた苦情相談の状況

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く、昨年度同期に急増した<健康食品>は6番目となった。(表3-1)

性別でみると、男性は昨年度同様<デジタルコンテンツ>が最も多く、次いで<サラ金・ヤミ金>となっている。女性も、今年度は<デジタルコンテンツ>が最も多く、<商品一般>が2番目に多い。(表3-2)

年代別では、60歳代までは、<デジタルコンテンツ>が最も多く、70歳以上では、<健康食品>が最も多い。(表3-3)

表3-1 年度別苦情相談の多い商品・役務

順位	25年度（上半期）		26年度（上半期）	
	商品・役務	件数	商品・役務	件数
1	デジタルコンテンツ	250	デジタルコンテンツ	328
2	健康食品	187	商品一般	92
3	サラ金・ヤミ金	92	サラ金・ヤミ金	80
4	商品一般	80	借家・アパート	65
5	借家・アパート	62	工事・建築	62
6	工事・建築	58	健康食品	56
7	新聞	47	インターネット通信サービス	40
7	インターネット通信サービス	41	新聞	40
9	四輪自動車	40	役務その他サービス	35
10	修理・補修	36	固定電話サービス	34

表3-2 性別にみた苦情相談の多い商品・役務

順位	男	性	件数	順位	女	性	件数
1	デジタルコンテンツ		194	1	デジタルコンテンツ		129
2	サラ金・ヤミ金		53	2	商品一般		48
3	商品一般		38	3	健康食品		43
4	借家・アパート		31	4	工事・建築		30
5	工事・建築		29	4	借家・アパート		30
6	インターネット通信サービス		21	6	新聞		25
7	四輪自動車		17	7	サラ金・ヤミ金		22
8	他の金融関連サービス		16	7	ファンド型投資商品		22
9	固定電話サービス		14	9	役務その他サービス		21
10	ソーラーシステム		13	10	固定電話サービス		17

表3-3 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	29	デジタルコンテンツ	30	デジタルコンテンツ	51	デジタルコンテンツ	71	デジタルコンテンツ	50	デジタルコンテンツ	53	健康食品	35
2	テレビ放送サービス	5	サラ金・ヤミ金	7	サラ金・ヤミ金	11	サラ金・ヤミ金	16	サラ金・ヤミ金	12	商品一般	14	商品一般	25
3			借家・アパート	7	借家・アパート	9	インターネット通信サービス	12	商品一般	10	新聞	11	デジタルコンテンツ	24
4			商品一般	6	四輪自動車	6	借家・アパート	10	工事・建築	6	ファンド型投資商品	8	工事・建築	19
5			インターネット通信サービス	4	インターネット通信サービス	4	商品一般	8	四輪自動車	6	健康食品	8	役務その他サービス	18
6			ふとん類	3	健康食品	3	相談その他	6	借家・アパート	4	工事・建築	8	固定電話サービス	17
7			エステサービス	3	商品一般	3	工事・建築	6			化粧品	7	ファンド型投資商品	16
8					医療サービス	3	四輪自動車	6			携帯電話サービス	7	新聞	12
9					結婚相手紹介サービス	3	教室・講座	5					飲料	11
10													他の金融関連サービス	9

4 販売購入形態ごとにみた苦情相談の状況

販売購入形態別では、昨年度より、通信販売に関する相談が増加し、電話勧誘販売に関する相談は減少した。年代別でみると、電話勧誘販売に関する相談の54.8%、訪問販売に関する相談の35.9%が70歳代以上で、高い割合となっている。通信販売に関する相談は30歳代以上の全ての年代で、昨年度より増加した。

表4-1 販売購入形態ごとの苦情相談件数

区 分		25年度（上半期）		26年度（上半期）		増 減
		相談件数	比率（%）	相談件数	比率（%）	
店 舗 販 売		576	30.2	527	29.2	△ 49
店 舗 外 販 売	訪 問 販 売	204	10.7	209	11.6	5
	通 信 販 売	462	24.2	528	29.3	66
	マルチ・マルチまがい取引	40	2.1	20	1.1	△ 20
	電 話 勧 誘 販 売	300	15.7	199	11.0	△ 101
	ネガティブオプション	5	0.3	3	0.2	△ 2
	訪 問 購 入	6	0.3	12	0.7	6
	そ の 他 無 店 舗 販 売	16	0.8	17	0.9	1
不 明 ・ 無 関 係		298	15.6	289	16.0	△ 9
計		1,907	100.0	1,804	100.0	△ 103

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	4	30	47	64	71	85	80	146	527	
店 舗 外 販 売	訪 問 販 売	6	11	5	12	16	37	75	47	209
	通 信 販 売	37	42	83	96	78	78	52	62	528
	マルチ・マルチまがい取引	0	4	2	1	4	4	3	2	20
	電 話 勧 誘 販 売	1	2	3	18	13	32	109	21	199
	ネガティブオプション	0	0	0	0	0	0	1	2	3
	訪 問 購 入	0	0	0	0	2	8	2	0	12
	そ の 他 無 店 舗 販 売	0	0	0	1	1	5	7	3	17
不 明 ・ 無 関 係	1	13	8	35	27	51	56	98	289	
計	49	102	148	227	212	300	385	381	1,804	

(参考)相談があった契約等の契約・購入金額の合計額(判明分のみ)の推移

(単位:円)

年度		H22	H23	H24	H25	H26
契約・購入金額	上半期	1,398,505,365	1,167,963,737	794,808,102	1,021,906,965	642,346,846
	下半期	932,114,822	954,009,200	872,791,242	658,431,882	
	合計	2,330,620,187	2,121,972,937	1,667,599,344	1,680,338,847	642,346,846

(参考) 平成26年度、大分県消費生活・男女共同参画プラザにおける相談受付分被害回復金額等

平成24年度6月以降、大分県消費生活・男女共同参画プラザでは、被害回復金額を集計している。

被害回復金額：大分県消費生活・男女共同参画プラザが斡旋・助言したことにより、解約・返金された金額や大分県消費生活・男女共同参画プラザの助言等により、相談者が支払わずに済んだ金額。

* 被害回復件数、被害回復金額、契約・購入件数、契約・購入額とも、判明分のみ記載している。

(単位: 件、円)

月	相談件数	被害回復件数	被害回復金額	契約・購入件数	契約・購入額
4	340	48	9,317,897	132	87,539,719
5	314	48	29,073,374	124	113,380,324
6	344	37	29,693,582	134	56,731,419
7	338	53	14,573,406	146	227,987,796
8	274	41	5,973,769	123	103,091,600
9	307	43	11,788,247	133	53,615,988
合計	1,917	270	100,420,275	792	642,346,846
被害回復金額内訳※	回復額(クーリング・オフ除く)	23	6,870,737	(23)	(9,823,247)
	回復額(クーリング・オフ額)	45	17,876,698	(45)	(17,935,318)
	未然防止額	202	75,672,840	(202)	(76,225,040)
月平均	160	45	16,736,713	132	107,057,808

・相談件数の考え方: 新規の相談のみカウントしている。継続相談はカウントされていない。

・助言・あっせん等の対象件数273件の契約・購入額 104,859,600円(うち95.8%回復)
(月平均 17,476,600円)

※被害回復金額の内訳

・回復額(クーリング・オフを除く)

大分県消費生活・男女共同参画プラザに相談した結果、既に契約・申込してしまった金額の全部又は一部が相談者に返金された、または、支払いを免除された金額

・回復額(クーリング・オフ額)

大分県消費生活・男女共同参画プラザに相談した結果、クーリング・オフを根拠に返金、解約、取消された金額

・未然防止額

契約・申込をする前に大分県消費生活・男女共同参画プラザに相談した結果、相談者が当該契約を締結せず、支払わずに済んだ金額