

平成28年度
消費生活センター事業の概要

平成29年9月

大阪府消費生活センター

目 次

第1章 大阪府消費生活センターの概要	1
1. 大阪府消費生活センターの沿革等	1
(1) 沿革	1
(2) 設置の目的と事業	3
(3) 組織表	3
(4) 施設	3
第2章 事業実施状況	5
1. 大阪府消費者保護審議会の運営状況	5
(1) 大阪府消費者保護審議会の運営	5
(2) 大阪府消費生活苦情審査委員会の運営	5
2. 関係法令及び条例に基づく指導等	5
(1) 条例・特商法に基づく不当な取引行為及び訪問販売等の指導等	5
(2) 不当景品・不当表示の指導等	5
(3) 前払式特定取引業者の指導監督等	6
3. 大阪版地方分権推進制度による市町村への権限移譲	6
(1) 不当景品類及び不当表示防止法	6
(2) 家庭用品品質表示法	6
(3) 消費生活用製品安全法	6
(4) 国民生活安定緊急措置法	7
(5) 生活関連物資等の買占め及び売惜しみに対する緊急措置に関する法律	7
4. 大阪府消費者基本計画の策定	7
5. 中核センターとしての相談・情報提供機能の充実強化	7
(1) 消費生活に関する法律相談	7
(2) 大阪弁護士会との共同事例研究会	8
(3) 府消費生活相談窓口の高度化・専門化事業	8
(4) 消費生活情報の提供	8
6. 市町村の消費者行政への支援	8
(1) 市町村相談体制の整備支援	8
(2) 市町村消費生活相談員研修の実施	9
(3) 消費生活相談員レベルアップ事業	9
7. 消費生活相談の概要（詳細は「第3章 消費生活相談の概要」のとおり）	10
(1) 消費生活相談及び苦情処理	10
(2) 消費生活相談の概要	10
(3) 消費者事故等の消費者庁への通知	10
8. 消費者啓発事業の概要（詳細は「第4章 消費者啓発事業の概要」のとおり）	10
(1) ウェブサイト「消費生活事典」・マス・メディアでの情報提供	10
(2) 視聴覚教材等の閲覧、貸出	10
(3) 消費者啓発事業の開催	11
(4) 消費者教育の実施	11
9. 商品テストの概要（詳細は「第5章 商品テストの概要」のとおり）	13
消費生活相談・苦情に基づく商品テスト	13
10. 各種被害者対策会議の設置状況	13
(1) 悪質事業者連絡会	13
(2) 高齢者・障がい者等の消費者被害に対する連絡会	13

11. 消費者保護条例に基づく自主行動基準の策定・届出	13
12. 大阪府消費者行政推進事業	14
(1) 大阪府消費者行政活性化基金の造成、運用	14
(2) 消費者行政推進事業補助金	14
(3) 大阪府の地方消費者行政推進交付金活用事業	14
第3章 消費生活相談の概要	15
1. 消費生活相談のあらまし	15
(1) 消費生活相談件数と特徴	15
(2) 相談方法	15
(3) 相談者の性別・市町村別相談件数	16
(4) 契約当事者の性別・年代別相談件数	17
(5) 契約当事者の職業別相談件数	18
(6) 契約・購入金額別相談件数	18
(7) 商品・役務別相談件数	19
(8) 内容別相談件数	21
(9) 販売購入形態別相談件数	22
(10) 電子メール相談の概要	23
2. 危害・危険に関する相談	25
(1) 危害・危険に関する相談	25
(2) 危害・危険の内容別件数	25
(3) 危害・危険の品目別相談件数	26
(4) 商品が原因で拡大損害が発生した相談	27
資料編	29
第4章 消費者啓発事業の概要	45
1. 大阪府消費者フェア 2016 の開催	45
2. 消費者問題講演会	46
3. 高齢者向け「消費者問題ミニ講座」への講師派遣	46
4. 消費者教育講師派遣事業	46
5. 夏休み若者向け集中啓発講座	46
6. 消費者問題見守り講座	46
7. 情報収集及び提供	46
(1) 専門資料コーナーの運営	46
(2) 消費者情報の提供	47
(3) 教材の貸出	48
(4) ウェブサイト「消費生活事典」・マス・メディアでの情報提供	48
第5章 商品テストの概要	49
1. 商品テストのあらまし	49
(1) 商品テスト及び技術相談	49
(2) 平成 28 年度商品テスト事例（抜粋）	51
(3) 平成 28 年度大阪府内商品テスト事例研究会	56
(4) 技術相談・商品テスト事例等の情報提供	57
(5) 地域講座における消費生活製品の取扱に係る注意喚起等の啓発事業	58
□ 参考資料	59
・ 大阪府内の主要消費者団体連合体の概要	61
・ 消費者問題に係る主な専門家団体の概要	62
・ 権限の一部が知事の自治事務となっている主要な法令の比較表	63

第1章 大阪府消費生活センターの概要

1. 大阪府消費生活センターの沿革等

(1) 沿革

- 昭和 43. 5. 30 消費者保護基本法公布、施行
44. 8. 15 大阪府立消費生活センター開設（企画部府民生活課所管・職員数 11 名）
但し、(財)関西消費者協会に事務の一部を委託
45. 11. 1 生活環境部生活総務課所管となる。
46. 11. 4 大阪府消費者保護審議会規則公布（S45. 11. 24 施行）
47. 4. 1 (財)関西消費者協会への事業委託を廃止。府民センター開設に伴い、事業の連携を図る。
51. 10. 22 大阪府消費者保護条例公布（S52. 2. 1 施行）
51. 11. 20 消費者啓発事業を一元化するため、生活総務課から①消費生活リーダー養成講座、
②消費生活コンサルタント派遣、③消費者啓発資料の作成、④消費者情報誌、
⑤消費生活展の 5 事業を引継ぐ。生活環境部消費生活課所管となる。
（組織改定を行い、教育普及課、相談課を設置・職員数 16 名）
52. 1. 31 大阪府消費者保護条例施行規則公布（S52. 2. 1 施行）
大阪府消費生活苦情審査会規則公布（S52. 2. 1 施行）
54. 9. 14 開設 10 周年記念行事を開催
56. 9. 16 大阪弁護士会との共同事例研究会を開始
57. 9. 18 消費者ひろば（情報交流コーナー及び専門資料コーナー）の開設
59. 5. 1 国民生活センターとオンラインにより、消費生活情報のネットワーク化を図る。
60. 3. 27 大阪府消費者保護条例改正（S60. 4. 1 施行）
60. 9. 25 暮らしの府民セミナー（消費者大学）を開講
61. 10. 25 大阪府消費者保護条例制定 10 周年記念事業「暮らしのフェスティバル'86」を開催
62. 3. 26 大阪府消費者保護審議会から「消費者啓発のあり方について」の答申が出される。
63. 5. 24 「消費者月間」制定記念行事を開催
- 平成元年 8. 29 開設 20 周年記念事業「大阪府生活フェスティバル」を開催
3. 10. 3 「消費者相談フェア」（大阪弁護士会との消費者相談事例共同研究会 100 回記念行事）開催
5. 4. 1 消費生活に関する法律相談実施要領制定・施行
5. 4. 1 (財)関西消費者協会に、消費者教育講座啓発事業の一部を委託
6. 11. 17 開設 25 周年記念事業「美しい暮らし展」を開催
8. 4. 1 府民生活課から①新生活運動の推進 ②省資源・省エネルギー運動の推進事業を引継ぐ。
10. 4. 1 (財)関西消費者協会に、消費者啓発事業の一部を委託
10. 7. 22 (財)関西消費者協会の事務所がセンター内に移転
11. 7. 5 大阪市北区曾根崎新地桜橋東洋ビルから大阪市中央区大手前 OMMビルへ移転
12. 4. 2 府民生活課へ省資源・省エネルギー運動の推進事業を引継ぐ。
13. 9. 17 大阪府消費者保護審議会から「今後の消費者施策のあり方について」の答申が出される。
14. 3. 29 大阪府消費生活センター設置条例制定（H14. 4. 1 施行）
大阪府消費者保護条例施行規則一部改正（H14. 4. 1 施行）
消費生活センターを公の施設から行政機関に改編
大阪府消費生活センター処務規定制定（H14. 4. 1 施行）
14. 4. 1 (財)関西消費者協会に、苦情・相談処理事業、商品テスト事業等を委託
17. 1. 25 大阪府消費者保護審議会から「大阪府消費者保護条例の改正にあたり、盛り込むべき基本的事項について」の答申が出される。
17. 3. 29 大阪府消費者保護条例改正（H17. 7. 1 施行）
17. 6. 30 大阪府消費者保護条例施行規則一部改正（H17. 7. 1 施行）
19. 3. 16 大阪府消費生活行政事務に係る事務処理の特例に関する条例の一部を改正（H19. 4. 1 施行）し、
家庭用品品質表示法他 3 法の事務を市町村へ移譲。
19. 4. 1 商品テスト業務を大阪市と統合。（大阪市消費者センター内で共同実施。）
19. 5. 1 消費者情報誌「美しい暮らし」を大阪市の情報誌「エル」と統合し、大阪府・大阪市の共同の生活
情報誌「くらしすと」を発行

- 19. 5. 9 大阪府・大阪市の事業者指導チームを発足
- 21. 3. 27 大阪府消費者行政活性化基金条例公布（同日施行）
- 21. 6. 5 消費者安全法の公布（都道府県消費生活センターは必置）
- 21. 9. 1 消費者庁創設
- 22. 4. 1 府民文化部府民文化総務課に消費者行政の企画機能（大阪府消費者保護審議会、大阪府消費者行政推進本部会議等）を移管
- 23. 4. 1 大阪府消費者保護審議会と大阪府消費生活苦情審査会を統合し、新たに大阪府消費者保護審議会を設置
- 24. 3. 5 大阪市中央区大手前OMMビルから大阪市住之江区南港北ATC I TM棟へ移転
- 24. 4. 1 府民文化部府民文化総務課から消費生活センターに消費者行政の企画機能（大阪府消費者保護審議会、大阪府消費者行政推進本部会議等）を移管
- 25. 8. 31 大阪府消費者保護審議会から「大阪府消費者保護条例の改正について」の答申が出される。
- 26. 3. 27 大阪府消費者保護条例改正（H26. 4. 1 施行及びH26. 7. 1 施行）
- 26. 3. 28 大阪府消費者保護条例施行規則一部改正（H26. 4. 1 施行及びH26. 7. 1 施行）
- 26. 6. 13 景品表示法の改正（H26. 12. 1 施行）
消費者安全法の改正
- 26. 9. 5 府消費者保護審議会から「大阪府消費者基本計画の策定に向けての意見」答申
- 27. 3. 26 「大阪府消費者基本計画」策定
- 28. 3. 24 大阪府消費生活センター設置条例一部改正（H28. 4. 1 施行）
大阪府消費生活行政事務に係る事務処理の特定に関する条例一部改正（H28. 4. 1 施行）

(2) 設置の目的と事業（平成 14 年 4 月 1 日、公の施設から行政機関に組織改編）

① 目的 消費者の利益の擁護及び増進を図り、府民の消費生活の安定及び向上に資する。

② 開設年月日 昭和 44 年 8 月 15 日

③ 場 所 大阪市住之江区南港北 2 丁目 1 番 10 号 A T C I T M 棟 3 階
郵便番号 559-0034 TEL 06(6612)7500
TEL 06(6612)0888 (相談専用)

④ 事 業 ① 消費者啓発のための講座等の開催
② 消費者啓発のための展示
③ 消費者生活に係る情報の収集及び提供
④ 消費生活に係る相談及び苦情の処理
⑤ 苦情の処理等のための商品テスト

⑤ 利用時間 平日 午前 9 時 ～ 午後 5 時 45 分（相談業務は、午後 5 時まで）
土曜日、日曜日、祝休日、年末年始は休み

(3) 組織表（平成 29 年 4 月 1 日現在）

消費生活センター

所 長 ____ 事業グループ長 ____ 事業グループ
(1 名) (1 名) (8 名)

(4) 施設

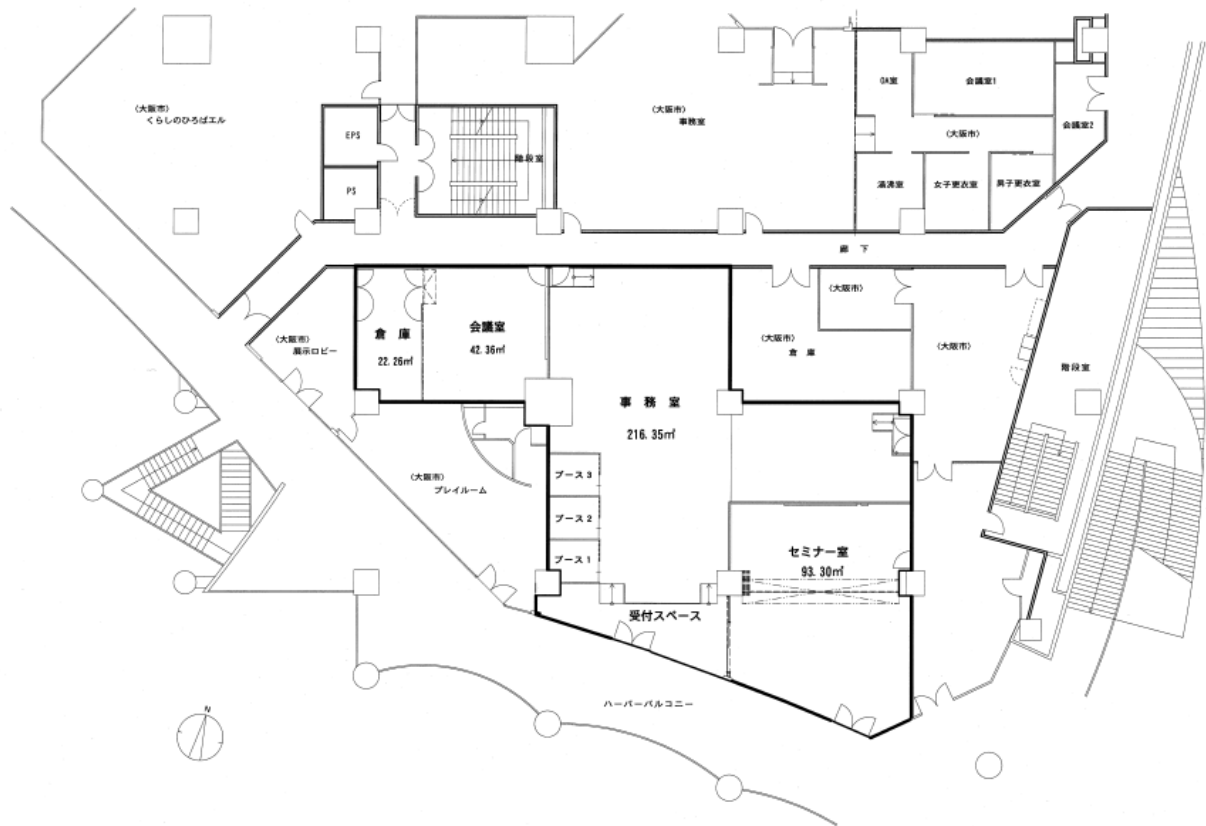
① 施設の規模

総 面 積 374.27 m² (113.4 坪)

(内 訳)

事務室・受付スペース・ブース 1～3	216.35 m ² (65.6 坪)
セミナー室	93.30 m ² (28.3 坪)
会議室	42.36 m ² (12.8 坪)
倉庫	22.26 m ² (6.7 坪)

② 施設平面図



第2章 事業実施状況

1. 大阪府消費者保護審議会の運営状況

(1) 大阪府消費者保護審議会の運営

消費者保護に関する施策についての重要事項の調査・審議を行うため設置している大阪府消費者保護審議会を開催した。

◇総会 (H28. 9. 6)

(2) 大阪府消費生活苦情審査委員会の運営

消費者保護条例の規定によるあっせん・調停等の調査審議を行うため大阪府消費者保護審議会に設置している消費生活苦情審査委員会の適切な運営を図った。

年度	あっせん・調停件数	あっせん・調停状況	あっせん事案
H26	0件	—	—
H27	0件	—	—
H28	0件※	—	—

※1件の付託があったが、消費生活苦情審査委員会が開催される前に申出が取り下げられた。

2. 関係法令及び条例に基づく指導等

(1) 条例・特商法に基づく不当な取引行為及び訪問販売等の指導等

特定商取引に関する法律、消費者保護条例に基づき不当な取引行為を行う事業者に対し指導等、必要な措置を講じることにより、被害の発生及び拡大の防止に努めた。

年度	特商法に基づく指示・業務停止処分	条例に基づく		
		情報提供・公表	勧告	指導
H26	0件	0件	1件	5件
H27	1件	0件	1件	2件
H28	0件	0件	0件	0件

(2) 不当景品・不当表示の指導等

① 事業者の公正な競争を確保し、消費者の適正な商品選択に資するため、不当表示や不当な景品付き販売行為を行う事業者に対する指導を行い、違反行為の防止と排除に努めた。

年度	措置命令・指示	事業者名公表	指導(文書・口頭)	備考
H26	0(0)件	0(0)件	19(4)件(表示18(4)件)	
H27	0(0)件	0(0)件	12(4)件(表示12(4)件)	
H28	0(0)件	0(0)件	12(5)件(表示12(5)件)	

()内は大阪市分(内数)

※平成23年4月1日より大阪市、平成26年10月1日より寝屋川市へ指示等の事務を移譲(法改正(平成26年12月1日施行)により、指示等の事務は廃止)

※平成27年1月1日より大阪市へ措置命令等の事務を移譲

② 事業者の関係法令の理解を深めることにより、不当な取引行為の未然防止、拡大防止、また、不当な表示等による顧客の誘引を防止し、消費者の適正な商品選択に資するため、関係法令等に関する事業者向け説明会を開催した。

開催日	主なテーマ	対象事業者	参加者数
H29. 2. 6 H29. 2. 7	・特定商取引法の目的 ・民事ルール等の解説 ・「特定商取引に関する法律の一部を改正する法律」の概要等	大阪府内で通信販売、訪問販売、電話勧誘販売、特定継続的役務提供を行っている事業者及び団体	151名
H28. 11. 18	・景品表示法の概要 ・景品表示法違反事例等	大阪府内で事業を行っている事業者及び団体	168名

(3) 前払式特定取引業者の指導監督等

前払式特定取引業者（冠婚葬祭互助会及び友の会）を対象に立入検査を実施し、事業者指導に努めた。

年度	立入検査	指導件数
H26	2件	2件
H27	2件	2件
H28	1件	0件

3. 大阪版地方分権推進制度による市町村への権限移譲

大阪版地方分権推進制度に基づき、次の事務を市町村へ移譲し、当該移譲事務に係る交付金を移譲市町村へ交付した。

(1) 不当景品類及び不当表示防止法

大阪市に平成 27 年 1 月 1 日より移譲済

(特例条例により移譲している事務)

- ・措置命令（法第 7 条第 1 項）
- ・合理的根拠の提出要求（法第 7 条第 2 項）
- ・報告徴収・立入検査（法第 29 条第 1 項）
- ・消費者庁長官に報告（不当景品類及び不当表示防止法施行令第 23 条第 2 項）

※平成 26 年 12 月 1 日に施行された改正法により「措置命令等の事務」が新たに都道府県知事に委任
※なお、大阪市へは平成 23 年 4 月 1 日より「指示等の事務」を委任していたが、上記改正法により事務は廃止

(2) 家庭用品品質表示法

府内全町村に平成 19 年 4 月 1 日より移譲済

(特例条例により移譲している事務)

- ・指示（法第 4 条第 1 項）
- ・指示に従わない業者の公表（法第 4 条第 3 項）
- ・消費者からの申出の受理及び調査（法第 10 条）
- ・報告徴収・立入検査（法第 29 条第 2 項）
- ・消費者庁長官に報告（家庭用品品質表示法施行令第 4 条第 6 項）

※市は、町村と同様に特例条例により移譲していたが、平成 24 年 4 月 1 日より法律に基づく市の権限となった

◇参考：府内市町村が実施した立入検査等

年度	検査店舗数	検査点数	適正表示率
H26	77 店	59,563 点	99.99%
H27	82 店	61,416 点	100.00%
H28	75 店	46,500 点	100.00%

(3) 消費生活用製品安全法

府内全町村に平成 19 年 4 月 1 日より移譲済

(特例条例により移譲している事務)

- ・報告徴収（法第 40 条第 1 項）
- ・立入検査（法第 41 条第 1 項）
- ・消費生活用製品の提出命令（法第 42 条第 1 項）
- ・経済産業大臣に報告（消費生活用製品安全法施行令第 14 条第 2 項）

※市は、町村と同様に特例条例により移譲していたが、平成 24 年 4 月 1 日より法律に基づく市の権限となった

◇参考：府内市町村が実施した立入検査等

年度	特定製品			特定保守製品	
	立入店舗数	調査機種数	違反機種数	立入店舗数	違反件数
H26	52 店	447 点	0 点	2 店	0 件
H27	52 店	594 点	0 点	2 店	0 件
H28	54 店	556 点	0 点	3 店	0 件

(4) 国民生活安定緊急措置法

政令指定都市を除く全市町村に平成 19 年 4 月 1 日より移譲済
(特例条例により移譲している事務)

- ・指示 (法第 6 条第 2 項、法第 7 条第 1 項)
- ・指示に従わない者の公表 (法第 6 条第 3 項、法第 7 条第 2 項)
- ・報告徴収・立入検査 (法第 30 条第 1 項)

※政令指定都市は法律により都道府県と同様の権限を有している

(5) 生活関連物資等の買占め及び売惜しみに対する緊急措置に関する法律

政令指定都市を除く全市町村に平成 19 年 4 月 1 日より移譲済
(特例条例により移譲している事務)

- ・調査 (法第 3 条)
- ・指示 (法第 4 条第 1 項)
- ・指示に従わない者への命令 (法第 4 条第 2 項)
- ・裁定 (法第 4 条第 4 項)
- ・裁定をした旨の通知 (法第 4 条第 5 条)
- ・報告徴収・立入検査 (法第 5 条第 1 項)

※政令指定都市は法律により都道府県と同様の権限を有している

4. 大阪府消費者基本計画の策定

大阪府消費者保護条例に基づき、消費者施策を総合的、計画的に推進するため、平成 27 年 3 月 26 日に「大阪府消費者基本計画」を策定した。

H26. 2. 10 大阪府消費者保護審議会に「大阪府消費者施策に関する基本的な計画 (基本計画) の策定について」諮問

H26. 9. 5 大阪府消費者保護審議会から「大阪府消費者施策に関する基本的な計画 (基本計画) の策定に向けての意見」答申

H26. 12. 10～H27. 1. 8 パブリックコメント実施

5. 中核センターとしての相談・情報提供機能の充実強化

(1) 消費生活に関する法律相談

消費生活に関する相談のうち高度な法的処理を必要とするものについて専門家の助言を受けるため、当センターにおいて、センター及び市町村相談窓口職員等を対象に弁護士による法律相談を行った。(平成 5 年度から実施)

◇開催回数 15 回 ◇相談件数 21 件

相談日	テーマ
《緊急》H28. 6. 8	トイレつまり工事開始時の説明不足
《緊急》H28. 6. 9	アイフォンの修理ビジネスの解約
《緊急》H28. 6. 24	まつ毛エクステンション費用の返金
《緊急》H28. 7. 18	携帯電話契約の解約
《緊急》H28. 8. 2	新聞の長期先付契約
《緊急》H28. 8. 18	新車の売買契約の解約
《緊急》H28. 9. 30	トイレつまり工事開始時の説明不足
《緊急》H28. 10. 5	トイレつまり工事開始時の説明不足
H28. 10. 12	スズメバチ駆除業者からの高額請求 訪問販売による磁気活水器 NPO 団体に貰い受けた犬の病気
H28. 11. 9	アポイントメントセールスで購入したネックレス 通販サイト割引クーポンの使用 庭木の剪定 ミックスナッツの異物混入
H28. 12. 14	注文していない高額なサブプリメント FX 取引ソフトの解約

《緊急》H29. 1. 10	着物の過量販売
《緊急》H29. 2. 27	レンタカーの成りすまし契約
《緊急》H29. 2. 28	エステの中途解約
《緊急》H29. 3. 13	海外事業者との連鎖販売取引

(2) 大阪弁護士会との共同事例研究会

大阪弁護士会消費者保護委員会と府内消費生活センター及び消費生活相談窓口の相談担当者が、相談事例について情報を交換しながら法的な検討を行った。

(昭和 56 年度から大阪弁護士会と府消費生活センターが共同運営)

◇開催回数 11 回 ◇事例内容 15 事例

実施日	テーマ
H28. 4. 21	人材育成プログラムの勧誘トラブルについて
H28. 5. 18	椅子転倒・負傷の事案
H28. 6. 16	新聞勧誘員による新聞購読契約トラブル
H28. 7. 21	特殊詐欺におけるツールの提供者に対する責任の追及
H28. 9. 13	高齢者の住宅問題等について
H28. 10. 18	①庭を使用できなかったアパートの賃貸借契約②スマホを用いた契約、お試しのつもりで申し込んだが定期購入になっていた事案（質問箱）
H28. 11. 17	①旅行トラブルについて②カードから勝手に引き落とされていたネットのサポートオプションについて
H28. 12. 15	①太陽光発電システムに関する契約の取消について②電気製品の長期保証会社の倒産について
H29. 1. 19	改正個人情報保護法の全面施行について
H29. 2. 16	『お試し』のつもりが実際は『定期購入』となった通信販売トラブル
H29. 3. 16	①ホームページ作成システム利用ライセンス契約トラブル事案②電気通信事業法の初期契約解除制度適用事業者から訪問販売で携帯電話を契約した場合の解約方法

(3) 府消費生活相談窓口の高度化・専門化事業

府消費生活センターの相談員等の法務能力を向上させ、相談窓口の広域専門性を強化するために、大阪弁護士会と連携したゼミナール形式の法規研修等を実施した。

◇実施回数 12 回 ◇参加人数 127 人

(4) 消費生活情報の提供

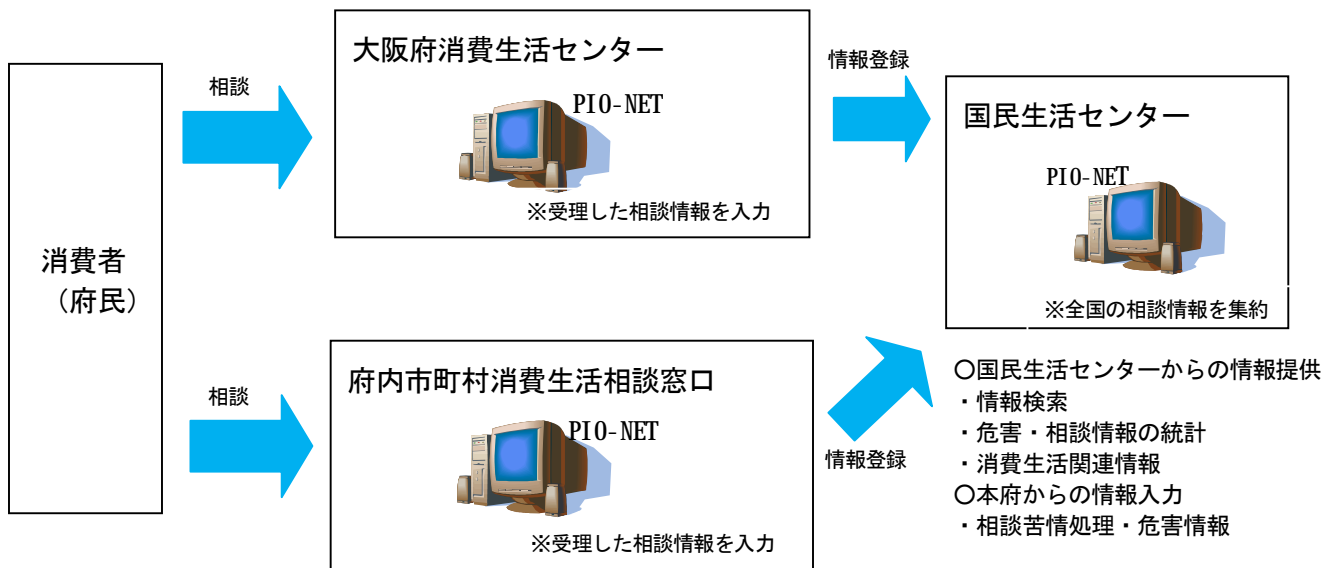
消費者が自主的、合理的な消費生活を営むうえで役立つ各種啓発資料を作成し、報道機関、市町村、各種団体等各方面へ情報提供を行った。また、平成 28 年 10 月発行の府政だより（約 284 万部）に特集記事を掲載し、大阪府・大阪市連携事業として消費者向けの生活情報誌として「くらしすと」（年 4 回 30,000 部/回（大阪市と共同発行））を発行した。

6. 市町村の消費者行政への支援

(1) 市町村相談体制の整備支援

① 消費生活オンラインネットワークシステムの運用

消費生活情報の有効な活用を図るため、昭和 59 年度に設置した全国消費生活情報ネットワークシステム（PIO-NET：パイオネット Practical Living Information Online Network System）の適切な運用を図った。（導入市町村数：39 市町 ※H29. 3. 31 現在）



② 消費生活相談窓口職員専用ウェブサイト

センター及び市町村の相談窓口職員が、消費者被害に迅速・的確に対応できるよう、被害の拡大が予想される新手の悪質な手口やその対処法、事業者情報等、業務に役立つ情報を即時に共有できる「消費生活相談窓口職員専用ウェブサイト」（平成17年4月導入）を管理運営した。

◇導入市町村数 43市町村 ◇緊急情報発信数 14件

(2) 市町村消費者行政職員等研修の実施

府内市町村の消費者行政担当職員等のスキルアップ・レベルアップを図るための研修を実施した。

実施日	内容	講師	受講者数
H28. 5. 16	消費者行政の課題と展望について	消費者庁消費者教育・地方協力課 課長補佐 吉田朗氏	37人
H28. 10. 3	高齢者や障がい者などの見守りネットワークの構築について	大阪府立大学地域保健学域 教育福祉学類 教授 小野 達也	51人
H29. 2. 24	支払督促、調停、少額訴訟、訴訟のメリット、デメリットなどについて	大阪簡易裁判所 民事公判係 裁判官 西田 文則氏 大阪簡易裁判所 調停係 裁判官 神山 義規氏 大阪簡易裁判所 調停委員 荒牧 京子氏	14人

(3) 消費生活相談員レベルアップ事業

消費生活相談に従事する市町村の相談員のレベルアップを図るため、テーマ別、府内3ブロック別の研修を実施した。

	事業実施期間	参加人数
テーマ別研修	平成28年7月～平成28年11月の間の8日間	165人
ブロック別研修	平成28年8月～平成29年2月の間の14日間	168人

7. 消費生活相談の概要

(1) 消費生活相談及び苦情処理

消費生活に関する消費者からの相談苦情の受付・処理を行った。

期 間	年間を通じて実施
相 談 方 法	来所、電話、文書、電子メール（※H15～）
相 談 内 容	消費生活一般の相談・苦情
処 理 結 果	必要に応じ、関係行政機関へ連絡するとともに、マスコミ等への記事提供、生活情報誌「くらしすと」への掲載等により府民に情報を提供した。
相 談 件 数	H26年度 8,494件（内、苦情：7,722件、問合せ：772件） H27年度 8,443件（内、苦情：7,550件、問合せ：893件） H28年度 8,833件（内、苦情：8,000件、問合せ：833件）

(2) 消費生活相談の概要

詳細は「第3章 消費生活相談の概要」のとおり

(3) 消費者事故等の消費者庁への通知

消費者安全法第12条に基づき消費者事故等の発生に関する消費者庁への情報の通知を行った。

- ◇大阪府消費生活センターからの通知 1件
- ◇府内市町村相談窓口からの通知 17件

8. 消費者啓発事業の概要

詳細は「第4章 消費啓発事業の概要」のとおり

(1) ウェブサイト「消費生活事典」・マス・メディアでの情報提供

① ウェブサイトの利用状況 <<URL: <http://www.pref.osaka.jp/shouhi/>>>

	H26年度	H27年度	H28年度
利用件数	32,184件	32,812件	31,208件
月平均	2,682件	2,734件	2,600件

② メールマガジン「大阪府消費生活センター便り」の発行

- ◇毎月発行 12回
- ◇配信先数 759件

③ マス・メディアでの情報提供

◇NHK 関西ラジオワイドへの出演：毎週火曜日（近畿2府4県で持ち回り）9回実施

放送日	内 容
H28. 4. 19	高齢者の新聞契約のトラブルについて
H28. 5. 31	くらしの商品安全情報 傘の取扱について
H28. 6. 28	最近の相談事例から 電子マネーで料金を支払わせるワンクリック請求トラブル
H28. 8. 2	若者によくある消費者トラブルと夏休みのイベントについて
H28. 9. 27	電子ギフト券で料金を支払わせるワンクリック請求トラブル
H28. 11. 1	大阪府消費者フェア2016について
H29. 12. 13	くらしの商品安全情報 不良灯油について
H29. 2. 7	高齢者のインターネットトラブル（国会中継のため中止）
H29. 3. 1	高齢者のインターネットトラブル（国会中継のため中止）

(2) 視聴覚教材等の閲覧、貸出

大阪市消費者センター「くらしの広場・エル」内に、消費生活に関する専門図書や啓発用ビデオ・DVDを開架し、利用者への閲覧、貸出を行った。

(3) 消費者啓発事業の開催

府内の消費者を対象に商品や役務並びに時事的な消費者問題等に関する正しい知識を提供するため、各種啓発事業等を実施した。

啓発事業等	H26年度		H27年度		H28年度	
	回数	受講者数	回数	受講者数	回数	受講者数
「消費者フェア」関連事業※1	1回	2,314人	1回	3,594人	1回	2,692人
消費者府民啓発事業	7回	4,272人	—	—	—	—
消費者問題講演会※2	1回	115人	1回	78人	1回	119人
消費者問題見守り講座	20回	695人	20回	803人	20回	656人
消費者問題ミニ講座	186人	6,503人	162回	6,170人	173回	6,280人
消費のサポーター養成講座	—	—	1回	47人	1回	30人
消費のサポーター更新講座	4回	119人	3回	91人	3回	112人
くらしの体験講座	2回	47人	—	—	—	—
夏休み若者向け啓発講座	5回	570人	5回	560人	5回	345人
大学生による消費者教育事業	8回	860人	8回	914人	—	—
高校生による消費者教育事業	10回	12,877人	10回	15,087人	10回	11,325人

※1 平成26年度・平成28年度は11月に消費者フェアを開催、平成27年度は2月に開催

<消費者フェアテーマ>

H26年度：「みんなで楽しむ消費者フェア2014」

H27年度：「大阪府消費者フェア つくろう！消費者市民社会」

H28年度：「あそんで 学んで 消費者市民社会の第一歩！」

※2 平成19年度～ 大阪市と共催

(4) 消費者教育の実施

① 消費者教育教材の提供

- ・若者向け啓発資料「あまい誘いにご用心！」を府内高校2年生全員に配布
- ・若者向け啓発資料「どうする？君なら」を府内中学校2年生全員に配布
- ・ネットトラブルの事例を取り上げた小学生から20代までの若者向け消費者教育教材「インターネットはいろいろなトラブルともつながっている」の運営
- ・高校生向け消費者教育教材「ケーヤクにつけるクスリ」の提供（HPにて公開、H15年度開発）
- ・中学生向け消費者教育教材「くらし・生活・My Life」の提供（HPにて公開、H16年度開発）
- ・小学生向け消費者教育教材「くらしの学習」の提供（HPにて公開、H16年度開発）

② 講座の開催

○消費者問題講演会等

- ・府市連携講演会「得する選択 損する選択～多様化するサービスの選び方～」
- ・夏休み若者向け集中啓発講座「情報にだまされるな！一めさせ消費者市民」

○高校生による消費者教育事業

- ・若者の消費者被害の未然防止を図るため、高校生が同世代間で行う消費者啓発活動支援を行った。

＜高校＞						
日	曜日	開催場所	内容	実施者	対象者	参加者数
H28. 9. 9・10	金・土	府立阿倍野高等学校	校内展示 クイズラリー	家庭科部	高校生・一般	2,100
H28. 9. 11～30	日～金		校内展示			
H28. 9. 16～23	金～金		校外展示			
H28. 9. 10	土	府立みどり清朋高等学校	校内発表	コンピュータ研究部	高校生・一般	840
H28. 9. 9～	金		校内展示			
H28. 9. 9	金	府立藤井寺高等学校	校内展示・ 映像発表	マルチメディア部	藤井寺支援学校・ 市立北小学校	1,400
H28. 9. 10	土				高校生・一般	
H29. 2. 4～12	土～日		校外展示		一般	
H28. 10. 1	土	大阪市立第二工芸 高等学校	校内発表	社会科部	高校生・一般	350
H28. 10. 2	日		校内展示			
H28. 10. 29	土	府立平野高等学校	校内発表・	コンピュータ部	高校生・一般	1,500
	土		校内展示			
H28. 10. 31～11. 11	月～金	府立渋谷高等学校	校内展示	家庭科	高校生	1,000
H28. 11. 14～25	月～金		校内発表 (授業)			
H28. 12. 1	木	府立西寝屋川高等 学校	校内発表 (授業)	ワープロを履修し ている3年生の生 徒	高校生	1,097
H29. 1. 11～2. 28	水～火		校内展示		高校生・一般	
H29. 1. 14	土		校内展示 (オープ ンスク ール)			
H29. 1. 30～3. 31	月～金	府立芥川寺高等学 校	校内展示	家庭総合「子ども の発達と保育」選 択者	高校生・一般	1,350
H29. 2. 1～15	水～水		校外展示 (高槻市 立服部図 書館)			
H29. 2. 9	木	府立富田林高等学 校	校内発表	1年生Eタイム (総合的な学習 の時間)	高校生	1,218
H29. 3. 4	木		校内発表		高校生・一般	
H29. 2. 14～3. 31	火～金	府立福井高等学校	校内発表	家庭科課題研究選 択者	高校生・一般	470

10校 合計11,325人

○大学生期における消費者教育

- ・消費者市民社会の実現に向け積極的に活動を行うことができる力を持つ消費者教育学生ボランティアを育成し、主体的な活動を促進した。

＜28年度実績＞ 消費者教育学生リーダー 21名認定

③高校教職員向け消費者教育教材作成

- ・学習指導要領を踏まえながら、高校生の消費者としての判断能力及び消費者市民としての能力の育成を早期に行うことを目的に、高校教職員向けの消費者教育の教材を作成し、府内の全高校に配布した。

④ 研修・講師派遣

- ・消費者教育講師派遣事業

消費者問題について、学習を希望するテーマに応じた講師を派遣し、消費者グループの自主学習の促進、学習機会や教育の提供に努めた。

◇実施回数 20回 ◇受講者数 1,291人

- ・教職員への消費者教育事業

若年層の消費者被害の未然防止・拡大防止のため、児童・生徒と密接にかかわり、生活指導に重要な役割を果たす教職員に対して消費者被害の現状や対処法について研修を実施した。

◇実施回数 21回 ◇受講者数 621人

9. 商品テストの概要

消費生活相談・苦情に基づく商品テスト

消費者からの相談・苦情に基づき、商品のテストを行った。

テストの結果は、消費生活相談及び苦情処理に活用するほか製品関連被害の未然・再発防止等安全確保に役立てるとともに、「くらしの安全情報」を「くらしすと」に掲載し、消費者の商品知識の向上を図った。

詳細は「第5章 商品テストの概要」のとおり

年度	苦情相談に基づくテスト			テスト技術 相談件数
	件数	商品点数	テスト数	
H26	20件	63品	延 424回	242件
H27	22件	77品	延 659回	284件
H28	25件	67品	延 790回	261件

※H18年度から比較（試買）テストは廃止

10. 各種被害者対策会議の設置状況

(1) 悪質事業者連絡会

- ・大阪府・大阪市の消費者行政、建築行政の担当課(所)
- ・悪質事業者に関する情報交換

(2) 高齢者・障がい者等の消費者被害に対する連絡会

- ・大阪府・大阪市の消費者行政、福祉行政の担当課(所)
- ・高齢者や障がい者等の消費者被害の未然防止・拡大防止のための情報交換及び対策の検討のための恒常的枠組みとして設置

11. 消費者保護条例に基づく自主行動基準の策定・届出

消費者との信頼関係を構築し、その利益の擁護及び増進を図るため、事業者の自主行動基準の策定を支援し、事業者に対して、策定した自主行動基準を知事に届け出るよう促進し、その内容が上記の内容に適合すると認めるものを公示した。

◇消費生活センターウェブサイト掲載件数 346件

(内訳：36事業者団体、310事業者) ※H29.3末現在

12. 大阪府消費者行政推進事業

国が交付する「地方消費者行政推進交付金」及び「地方消費者行政活性化基金」により造成した「大阪府消費者行政活性化基金」を活用し、府及び市町村において消費生活に係る相談窓口の機能強化等を図った。

(1) 大阪府消費者行政活性化基金の造成、運用

基金積立額…………… 1,944,845 千円 ※運用益含む

(平成 20 年度に造成、平成 21 年度、平成 24 年度、平成 25 年度及び平成 26 年度に積み増し)

平成 28 年度末基金残高… 22,282 千円

(2) 消費者行政推進事業補助金

市町村が行う消費者相談窓口等の機能強化などの各種事業に対し、補助金を交付し市町村における消費者行政の活性化に努めた。

◇平成 28 年度補助実績 42 市町村…194,776 千円

(3) 大阪府の地方消費者行政推進交付金活用事業

国が交付する「地方消費者行政推進交付金」を活用し、消費生活相談窓口の機能強化等を図るため、市町村の消費生活相談員のレベルアップ研修事業を実施した。

また、高齢者及びその見守り者や若者に向けた啓発等に取り組んだ。

- ・市町村相談員等レベルアップ研修事業
- ・府消費生活相談窓口の高度化・専門化事業
- ・高校生による消費者教育事業
- ・大学生期における消費者教育
- ・教職員等への消費者教育事業
- ・高校教職員向け消費者教育教材作成
- ・府政だよりの発行（10 月、高齢者向け）
- ・消費者問題見守り講座の開催
- ・消費のサポーター養成講座・更新講座の開催
- ・福祉部と連携した見守り強化
- ・若者向けホームページの運営・管理
- ・関係法令等に関する事業者向け説明会の開催

第3章 消費生活相談の概要

※昨年度以前の数値については、昨年度版作成後、国民生活センター及び当センターにおけるPIO-NETの登録内容の精査・修正に伴い、一部修正していることがあります。

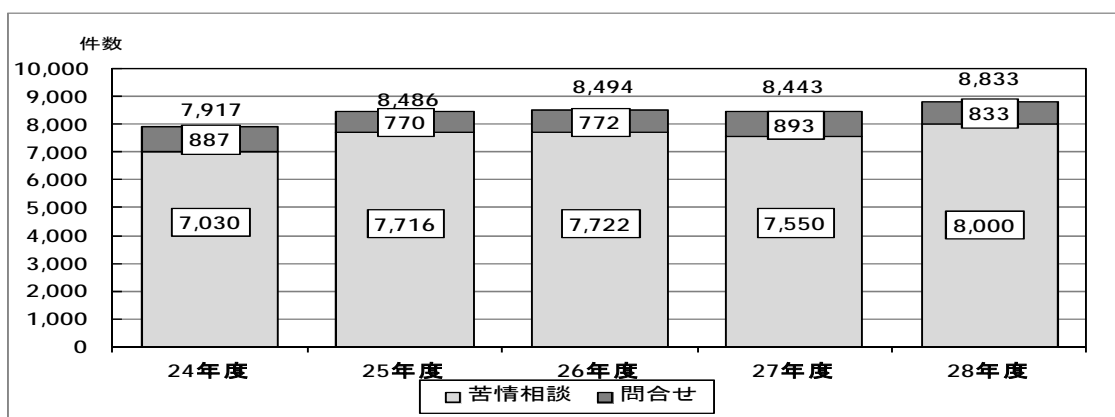
※具体の相談事例については、平成29年7月公表の「大阪府消費生活センターの相談概要」に掲載しています。

1. 消費生活相談のあらまし

(1) 消費生活相談件数と特徴・・・平成28年度に大阪府消費生活センターが受け付けた相談件数は8,833件で、前年度の8,443件と比べ390件(4.6%)増加しました。契約当事者の年代別で見ると、60歳以上が、前年度と比べ169件(7.2%)増加して2,508件となり相談全体(8,833件)の約28%となりました。

相談件数の推移

年度	件数			前年度比			増減数		
	全体	苦情	問合せ	全体	苦情	問合せ	全体	苦情	問合せ
24年度	7,917	7,030	887	—	—	—	—	—	—
25年度	8,486	7,716	770	107.2%	109.8%	86.8%	569	686	▲117
26年度	8,494	7,722	772	100.1%	100.1%	100.3%	8	6	2
27年度	8,443	7,550	893	99.4%	97.8%	115.7%	▲51	▲172	121
28年度	8,833	8,000	833	104.6%	106.0%	93.3%	390	450	▲60



(2) 相談方法

相談方法別を見ると、電話による相談が8,233件で1番多く、全体件数の93.2%を占め、来訪による相談は142件で、全体件数の1.6%でした。

平成15年から実施しているメールによる相談は447件で、全体件数の5.1%でした。

相談方法	28年度		27年度		前年度比	増減数
	件数	構成比	件数	構成比		
来訪	142	1.6%	157	1.9%	90.4%	▲15
電話	8,233	93.2%	7,776	92.1%	105.9%	457
文書	11	0.1%	20	0.2%	55.0%	▲9
メール	447	5.1%	490	5.8%	91.2%	▲43
計	8,833	100.0%	8,443	100.0%	104.6%	390

(3) 相談者の性別・市町村別相談件数

相談者の性別相談件数を見ると、男性は3,980件と前年度の3,912件に比べ68件(1.7%)増加、女性が4,425件と前年度の4,052件に比べ373件(9.2%)増加、団体等は428件と前年度の479件に比べ51件(10.6%)減少しました。

相談者

相談者	28年度	27年度	前年度比	増減数
男性	3,980	3,912	101.7%	68
女性	4,425	4,052	109.2%	373
団体等	428	479	89.4%	▲ 51
計	8,833	8,443	104.6%	390

相談者の市町村別相談件数を見ると、大阪市からの相談が2,536件と最も多く、堺市515件、豊中市381件、東大阪市366件と続いています。

市町村別相談件数(28年度)

市町村名	件数	構成比	市町村名	件数	構成比
大阪市	2,536	28.7%	摂津市	88	1.0%
堺市	515	5.8%	高石市	35	0.4%
岸和田市	149	1.7%	藤井寺市	118	1.3%
豊中市	381	4.3%	東大阪市	366	4.1%
池田市	109	1.2%	泉南市	89	1.0%
吹田市	279	3.2%	四條畷市	96	1.1%
泉大津市	103	1.2%	交野市	87	1.0%
高槻市	194	2.2%	大阪狭山市	90	1.0%
貝塚市	64	0.7%	阪南市	137	1.5%
守口市	102	1.2%	島本町	73	0.8%
枚方市	289	3.3%	豊能町	107	1.2%
茨木市	170	1.9%	能勢町	44	0.5%
八尾市	207	2.3%	忠岡町	50	0.6%
泉佐野市	58	0.7%	熊取町	94	1.1%
富田林市	178	2.0%	田尻町	24	0.3%
寝屋川市	147	1.7%	岬町	68	0.8%
河内長野市	116	1.3%	太子町	15	0.2%
松原市	180	2.0%	河南町	26	0.3%
大東市	90	1.0%	千早赤阪村	8	0.1%
和泉市	117	1.3%	府内(不明)	231	2.6%
箕面市	184	2.1%	他府県	248	2.8%
柏原市	246	2.8%	在外邦人	5	0.1%
羽曳野市	238	2.7%	外国人	10	0.1%
門真市	60	0.7%	不明	12	0.1%
計			8,833	100.0%	

(4) 契約当事者の性別・年代別相談件数

契約当事者の性別相談件数を見ると、男性が4,109件で前年度の4,081件に比べ28件(0.7%)増加し、女性は4,158件で前年度の3,835件に比べ323件(8.4%)増加しました。契約当事者の年代別で見ると60歳代が、前年度と比べ169件(16.3%)増加して1,204件となりました。60歳以上で見ると、前年度と比べ169件(7.2%)増加して2,508件となり相談全体(8,833件)の約28%となりました。

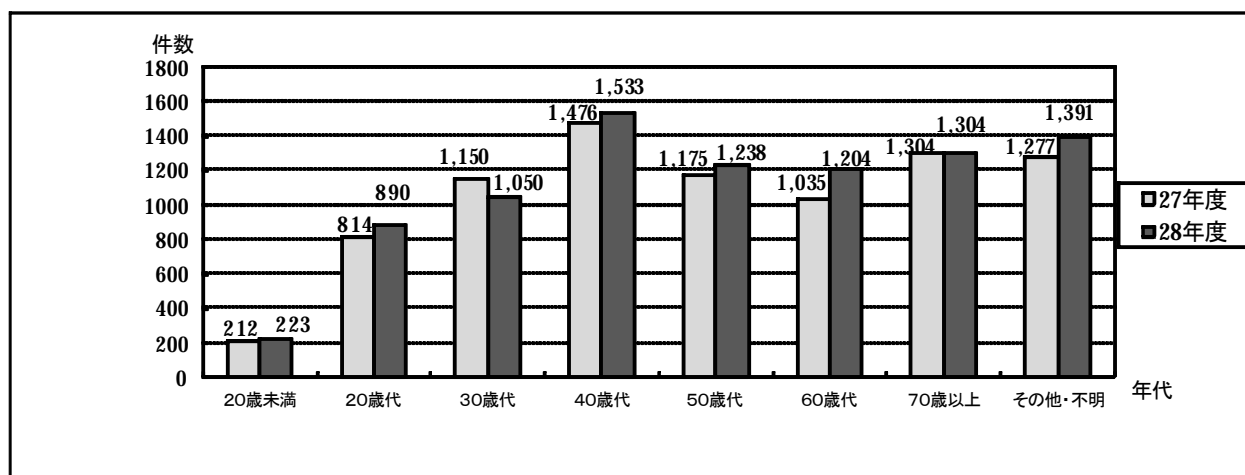
契約当事者の性別件数

契約当事者	28年度	27年度	前年度比	増減数
男性	4,109	4,081	100.7%	28
女性	4,158	3,835	108.4%	323
団体等	566	527	107.4%	39
計	8,833	8,443	104.6%	390

契約当事者の年代別内訳

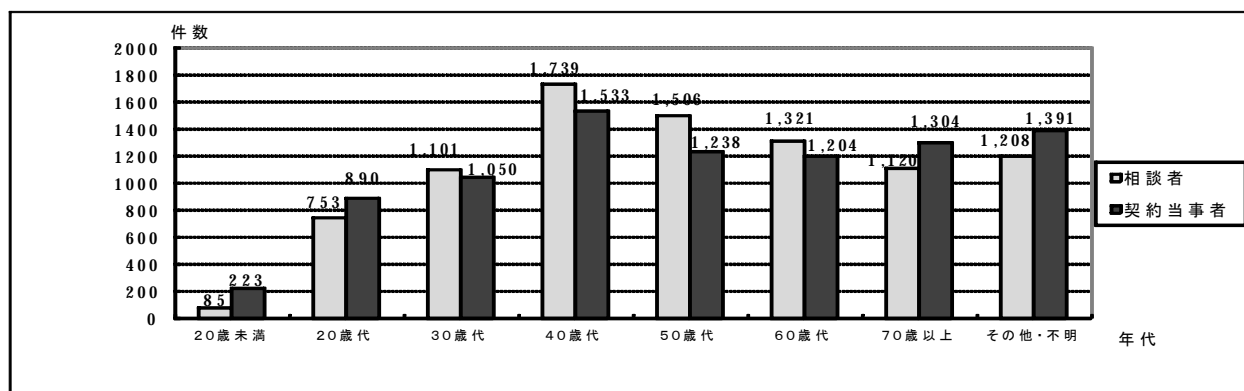
契約当事者	28年度		27年度		前年度比	増減数
	件数	構成比	件数	構成比		
20歳未満	223	2.5%	212	2.5%	105.2%	11
20歳代	890	10.1%	814	9.6%	109.3%	76
30歳代	1,050	11.9%	1,150	13.6%	91.3%	▲ 100
40歳代	1,533	17.4%	1,476	17.5%	103.9%	57
50歳代	1,238	14.0%	1,175	13.9%	105.4%	63
60歳代	1,204	13.6%	1,035	12.3%	116.3%	169
70歳以上	1,304	14.8%	1,304	15.5%	100.0%	0
その他・不明	1,391	15.7%	1,277	15.1%	108.9%	114
計	8,833	100.0%	8,443	100.0%	104.6%	390

年代別相談件数（前年度比較）【契約当事者】



相談者と契約当事者の年代構成比較を見ると、20歳未満と20歳代の若者や70歳以上の高齢者は、契約当事者件数が相談者件数より多いことから、契約当事者以外からの相談が多く見られます。

年代別相談件数（28年度）【相談者と契約当事者との比較】



(5) 契約当事者の職業別相談件数

契約当事者の職業別相談件数を見ると、給与生活者が1番多く、次いで無職が多くなりました。前年度比では、自営・自由業が増加しました。

契約当事者の職業別相談件数

契約当事者	28年度		27年度		前年度比	増減数
	件数	構成比	件数	構成比		
給与生活者	3,317	37.6%	3,341	39.6%	99.3%	▲ 24
自営・自由業	476	5.4%	410	4.9%	116.1%	66
家事従事者	1,069	12.1%	1,049	12.4%	101.9%	20
学生	381	4.3%	340	4.0%	112.1%	41
無職	1,982	22.4%	1,950	23.1%	101.6%	32
団体等	323	3.7%	345	4.1%	93.6%	▲ 22
その他・不明	1,285	14.5%	1,008	11.9%	127.5%	277
計	8,833	100.0%	8,443	100.0%	104.6%	390

(6) 契約・購入金額別相談件数

契約・購入金額を確認できた相談について、契約・購入金額別相談件数を多い順に見ると、10万円以上50万円未満が1,103件、1万円以上5万円未満が881件、1万円未満が812件でした。また、5千万円以上の金額帯も5件ありました。

契約・購入金額	28年度		27年度		前年度比		増減数	
	全体	65歳以上	全体	65歳以上	全体	65歳以上	全体	65歳以上
1万円未満	812	176	848	157	95.8%	112.1%	▲ 36	19
1万円以上～5万円未満	881	163	845	154	104.3%	105.8%	36	9
5万円以上～10万円未満	468	62	430	70	108.8%	88.6%	38	▲ 8
10万円以上～50万円未満	1,103	187	1,126	178	98.0%	105.1%	▲ 23	9
50万円以上～100万円未満	196	42	175	36	112.0%	116.7%	21	6
100万円以上～500万円未満	240	67	237	64	101.3%	104.7%	3	3
500万円以上～1千万円未満	36	12	46	23	78.3%	52.2%	▲ 10	▲ 11
1千万円以上～5千万円未満	63	17	47	18	134.0%	94.4%	16	▲ 1
5千万円以上～1億円未満	4	3	1	0	400.0%	-	3	3
1億円以上	1	1	2	2	50.0%	50.0%	▲ 1	▲ 1
不明	5,029	1,109	4,686	1,083	107.3%	102.4%	343	26
平均金額 (円)	752,008	1,235,216	653,906	1,302,471	115.0%	94.8%	98,102	▲ 67,255

※契約・購入金額は既支払額とは限らない。

(7) 商品・役務別相談件数

商品・役務別の相談件数では、前年度同様インターネット関連の相談が上位になりました。最も多い相談は、「デジタルコンテンツ」(インターネット上で提供する情報等)の1,653件で、前年度より8.6%増加し、どの年代層においても1位となりました。「デジタルコンテンツ」の具体的内容としては、「アダルト情報サイト」に関する相談が692件で、最も多く寄せられました。また、メールによる「有料サイトの架空請求」が607件で、前年度の約2倍寄せられました。

なお、「アダルト情報サイト」のワンクリック請求のトラブル解決をうたったインターネット広告を見て連絡したところ、企業調査の契約をさせられてしまったなどという「興信所」(調査業)に関する相談が193件で前年度の約2倍寄せられ、8位となりました。

このほか、インターネット関連では、「インターネット接続回線」(自宅で利用する光回線等インターネット回線)、「移動通信サービス」(携帯電話・スマートフォン等の通信回線)に関する相談が前年度に比べ減少したものの、上位となりました。

また、「健康食品」に関する相談が335件で、前年度より150件(81.1%)増加し、3位となりました。

相談の多い商品・役務【上位20位】

順位	商品・役務	28年度	27年度	前年度比	増減数
1	デジタルコンテンツ	1,653	1,522	108.6%	131
2	賃貸アパート	348	293	118.8%	55
3	健康食品	335	185	181.1%	150
4	インターネット接続回線	308	354	87.0%	▲ 46
5	移動通信サービス	287	321	89.4%	▲ 34
6	食料品(健康食品以外)	211	306	69.0%	▲ 95
7	工事・建築	206	193	106.7%	13
8	興信所	193	96	201.0%	97
9	自動車	145	128	113.3%	17
10	医療	141	130	108.5%	11
11	化粧品	137	114	120.2%	23
12	フリーローン・サラ金	127	117	108.5%	10
13	新聞	117	111	105.4%	6
14	携帯電話(スマートフォンを含む)	106	94	112.8%	12
15	紳士・婦人洋服	101	107	94.4%	▲ 6
16	テレビ放送サービス	98	93	105.4%	5
17	宅配便サービス	92	108	85.2%	▲ 16
18	エステティックサービス	85	80	106.3%	5
19	内職・副業	80	65	123.1%	15
20	生命保険	77	75	102.7%	2
	その他	3,986	3,951	100.9%	35
	総相談件数	8,833	8,443	104.6%	390

デジタルコンテンツの具体的内容（前年度比較）

商品・役務	28年度	27年度	前年度比	増減数
アダルト情報サイト	692	877	78.9%	▲ 185
有料サイトの架空請求	607	318	190.9%	289
サクラサイト(出会い系サイト)	86	100	86.0%	▲ 14
オンラインゲーム	46	54	85.2%	▲ 8
その他のデジタルコンテンツ※	222	173	128.3%	49
計	1,653	1,522	108.6%	131

※その他のデジタルコンテンツには、セキュリティソフトのダウンロード、迷惑メール、情報商材などを含む

契約当事者年代別相談の多い商品・役務【上位10位】

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	
	件数	件数	件数	件数	件数	件数	件数	件数	件数	件数	件数	件数	件数	
1	デジタルコンテンツ	98	デジタルコンテンツ	186	デジタルコンテンツ	202	デジタルコンテンツ	348	デジタルコンテンツ	299	デジタルコンテンツ	284	デジタルコンテンツ	152
2	健康食品	13	賃貸アパート	65	賃貸アパート	77	健康食品	86	健康食品	51	インターネット接続回線	49	健康食品	65
3	テレビ放送サービス	11	エステティックサービス	35	移動通信サービス	51	興信所	61	賃貸アパート	47	移動通信サービス	42	インターネット接続回線	59
4	学校教育	6	興信所	35	健康食品	48	インターネット接続回線	54	インターネット接続回線	40	工事・建築	36	工事・建築	57
5	興信所	6	内職・副業	35	インターネット接続回線	37	移動通信サービス	50	移動通信サービス	36	新聞	29	新聞	56
6	賃貸アパート	5	健康食品	29	自動車	26	賃貸アパート	46	食料品(健康食品以外)	30	興信所	27	食料品(健康食品以外)	50
7	医療	5	移動通信サービス	29	エステティックサービス	25	食料品(健康食品以外)	35	フリーローン・サラ金	29	食料品(健康食品以外)	26	移動通信サービス	32
8	移動通信サービス	4	化粧品	21	化粧品	21	自動車	33	興信所	29	賃貸アパート	22	医療	28
9	コンサート	4	自動車	19	携帯電話	18	紳士・婦人洋服	30	工事・建築	26	化粧品	20	他の行政サービス	28
10	内職・副業	4	インターネット接続回線	18	フリーローン・サラ金	18	化粧品	25	紳士・婦人洋服	19	医療	20	ファンド型投資商品	25
10			医療	18	興信所	18			化粧品	19				
10									携帯電話	19				
総計		223		890		1,050		1,533		1,238		1,204		1,304

商品・役務別相談件数【項目別分類】

商品・役務	28年度	27年度	前年度比	増減数
商品一般	287	228	125.9%	59
食料品	546	491	111.2%	55
住居品	401	404	99.3%	▲ 3
光熱水品	57	46	123.9%	11
被服品	357	387	92.2%	▲ 30
保健衛生品	253	247	102.4%	6
教養娯楽品	687	704	97.6%	▲ 17
車両・乗り物	214	210	101.9%	4
土地・建物・設備	204	230	88.7%	▲ 26
他の商品	16	24	66.7%	▲ 8
商品計	3,022	2,971	101.7%	51
クリーニング	37	45	82.2%	▲ 8
レンタル・リース・貸借	430	376	114.4%	54
工事・建築・加工	211	198	106.6%	13
修理・補修	94	86	109.3%	8
管理・保管	47	46	102.2%	1
役務一般	12	6	200.0%	6
金融・保険サービス	510	487	104.7%	23
運輸・通信サービス	2,676	2,644	101.2%	32
教育サービス	49	44	111.4%	5
教養・娯楽サービス	347	296	117.2%	51
保健・福祉サービス	387	328	118.0%	59
他の役務	620	503	123.3%	117
内職・副業・ねずみ講	82	69	118.8%	13
他の行政サービス	74	74	100.0%	0
役務計	5,576	5,202	107.2%	374
他の相談	235	270	87.0%	▲ 35
計	8,833	8,443	104.6%	390

(8) 内容別相談件数

内容別相談件数を見ると、「契約・解約」に関する相談が6,472件で1番多く、前年度より594件(10.1%)増加しました。2番目に多いのは、「販売方法」に関する相談の4,576件で、前年度より643件(16.3%)増加しました。3番目に多いのは、商品・役務に関するクレーム処理や販売時の接客態度など「接客対応」に関する相談で、2,256件でした。なお、「安全・衛生」に関する相談は、367件で前年度の396件に比べ29件(7.3%)減少しました。「品質・機能」に関する相談は、1,584件で前年度の1,622件に比べ38件(2.3%)減少しました。

内容別相談件数【重複カウント】

内容別	28年度	27年度	前年度比	増減数
安全・衛生	367	396	92.7%	▲ 29
品質・機能	1,584	1,622	97.7%	▲ 38
法規・基準	228	224	101.8%	4
価格・料金	1,296	1,274	101.7%	22
計量・量目	8	13	61.5%	▲ 5
表示・広告	1,335	965	138.3%	370
販売方法	4,576	3,933	116.3%	643
契約・解約	6,472	5,878	110.1%	594
接客対応	2,256	2,212	102.0%	44
包装・容器	14	4	350.0%	10
施設・設備	24	14	171.4%	10
買物相談	18	14	128.6%	4
生活知識	21	14	150.0%	7
その他	119	114	104.4%	5

※内容別分類には、1件の相談でも相談が複数の「内容」に該当する場合は、それぞれの「内容」にカウントしているため、内容別分類の合計件数は相談件数とは一致しない。
※以降【重複カウント】と表記した場合、同様の処理となっている。

(9) 販売購入形態別相談件数

販売購入形態別の相談件数では、「通信販売」に関する相談が最も多く寄せられました。特に「インターネット通販」のうち最も多いのは「デジタルコンテンツ」ですが、「健康食品」、「化粧品」、「紳士・婦人洋服」、「履物」などの相談も多く寄せられました。「健康食品」と「化粧品」については、無料お試しと申込んで申込みをしたのに定期購入の契約になっていた等のトラブルが目立ちました。「紳士・婦人洋服」、「履物」については、詐欺的な通販サイトの利用による商品未着などのトラブルが寄せられました。

なお、「マルチ・マルチまがい」商法についての相談は158件寄せられ、前年度より19.7%増加しました。そのうち、20歳代以下の若者の相談が79件で、「マルチ・マルチまがい」商法の2分の1を占めました。

販売購入形態別相談件数

販売購入形態	28年度	27年度	前年度比	増減数
通信販売	3,480	3,039	114.5%	441
(うちインターネット通販)	(2,935)	(2,492)	(117.8%)	(443)
店舗購入	2,262	2,415	93.7%	▲ 153
訪問販売	615	597	103.0%	18
電話勧誘販売	455	467	97.4%	▲ 12
マルチ・マルチまがい	158	132	119.7%	26
訪問購入	67	65	103.1%	2
その他無店舗販売	45	41	109.8%	4
ネガティブ・オプション	14	12	116.7%	2
不明・無関係	1,737	1,675	103.7%	62
計	8,833	8,443	104.6%	390

※ネガティブ・オプション……契約を結んでいないのに商品を勝手に送ってきて、受け取ったことで、支払義務があると消費者に勘違いさせて代金を支払わせようとする商法。

※その他無店舗販売……露店、屋台店等通常店舗とは考えられない場所で2日以上期間に渡り行われる展示販売等。

インターネット通販の相談内容

商品・役務	28年度	27年度	前年度比	増減数
デジタルコンテンツ	1,618	1,476	109.6%	142
健康食品	262	115	227.8%	147
興信所(探偵)	178	83	214.5%	95
化粧品	89	64	139.1%	25
紳士・婦人洋服	67	68	98.5%	▲ 1

無店舗販売の契約当事者の年代構成

販売購入形態	28年度計	年代別内訳							
		20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	その他・不明
訪問販売	615	16	46	38	58	54	100	211	92
通信販売	3,480	147	397	476	781	571	497	325	286
マルチ商法	158	2	77	19	16	11	8	9	16
電話勧誘販売	455	1	17	24	59	57	77	158	62
ネガティブ・オプション	14	0	2	1	0	0	1	5	5
訪問購入	67	0	2	3	5	11	21	16	9
その他無店舗販売	45	0	5	9	7	7	2	8	7
計	4,834	166	546	570	926	711	706	732	477

契約当事者年代別相談の多い販売方法・手口【重複カウント】

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	
		件数		件数		件数		件数		件数		件数		件数
1	インターネット通販	145	インターネット通販	384	インターネット通販	431	インターネット通販	715	インターネット通販	508	インターネット通販	398	家庭訪販	225
2	ワンクリック請求	69	ワンクリック請求	103	架空請求	91	ワンクリック請求	180	架空請求	143	架空請求	143	インターネット通販	198
3	架空請求	19	架空請求	89	ワンクリック請求	87	架空請求	149	ワンクリック請求	132	ワンクリック請求	128	電話勧誘販売	158
4	家庭訪販	13	サイドビジネス商法	89	家庭訪販	36	電話勧誘販売	59	家庭訪販	62	家庭訪販	120	架空請求	95
5	無料商法	5	マルチ取引	77	サイドビジネス商法	33	家庭訪販	55	電話勧誘販売	57	電話勧誘販売	77	ワンクリック請求	63
6	サイドビジネス商法	4	家庭訪販	30	無料商法	27	身分詐称(かたり商法)	41	身分詐称(かたり商法)	40	身分詐称(かたり商法)	45	身分詐称(かたり商法)	60
7	身分詐称(かたり商法)	3	無料商法	23	電話勧誘販売	24	無料商法	34	無料商法	21	利殖商法(投資商法)	27	利殖商法(投資商法)	37
8	アフィリエイト	2	紹介販売	22	マルチ取引	19	二次被害	27	二次被害	20	テレビショッピング	25	景品付販売	30
9	アポイントメントセールス	2	身分詐称(かたり商法)	18	身分詐称(かたり商法)	17	サイドビジネス商法	25	サイドビジネス商法	18	無料商法	17	テレビショッピング	29
10	マルチ取引	2	アフィリエイト	17	インターネットオークション	15	代引配達	18	テレビショッピング	11	二次被害	16	代引配達	28
10			電話勧誘販売	17					マルチ取引	11				
10			二次被害	17										

※販売方法については、1件の相談でもその相談が複数の販売方法・手口に該当する場合は、それぞれの販売方法・手口にカウントしているため、合計件数と相談件数とは一致しない。

(10) 電子メール相談の概要

電子メール相談は、平成15年度から開始し14年目となります。相談件数は447件で、相談全体の約5.1%となり、前年度の490件に比べ43件(8.8%)減少しました。年代別で、1番多いのは、40歳代の99件。2番目に多いのは、30歳代の96件でした。30歳代と40歳代を合わせると、電子メール相談全体の43.6%を占めました。

相談者の性別・年代別内訳

相談者	計	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	その他・不明
男性	240	4	23	50	50	49	34	11	19
女性	179	4	40	46	49	25	6	1	8
その他・不明	28	0	0	0	0	0	0	0	28
計	447	8	63	96	99	74	40	12	55

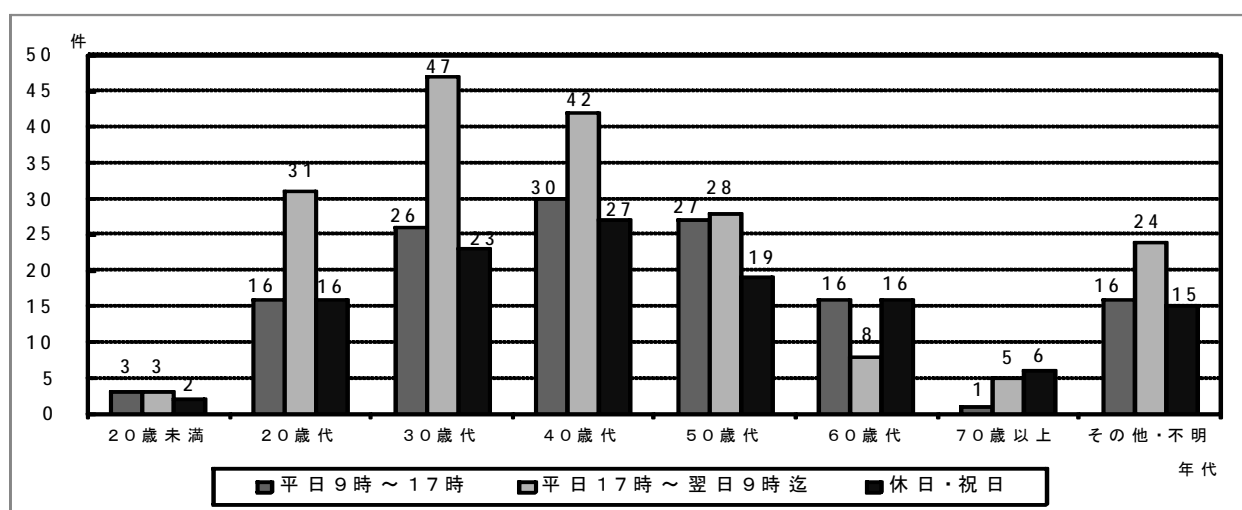
メールの送信時間は、電話相談受付時間内が 135 件、受付時間外が 312 件(平日受付時間外 188 件、休日・祝日 124 件)で、受付時間外の相談が約 69.8%でした。

相談の多い商品・役務名で見ると、「デジタルコンテンツ」(インターネット上で提供する情報等)に関する相談が 40 件で、メール相談全体の約 8.9%を占め、最も多くなりました。

相談者の年代別・送信時刻別にみた件数

相談者	送信時刻			計
	平日 9時～17時	平日 17時～翌日 9時迄	休日・祝日	
20歳未満	3	3	2	8
20歳代	16	31	16	63
30歳代	26	47	23	96
40歳代	30	42	27	99
50歳代	27	28	19	74
60歳代	16	8	16	40
70歳以上	1	5	6	12
その他・不明	16	24	15	55
計	135	188	124	447

相談者の年代別メール相談送信時間帯



メール相談の多い商品・役務【上位10位】

順位	商品・役務	28年度	27年度	前年度比	増減数
1	デジタルコンテンツ	40	82	48.8%	▲ 42
2	インターネット接続回線	26	27	96.3%	▲ 1
3	移動通信サービス	24	26	92.3%	▲ 2
4	賃貸アパート	15	19	78.9%	▲ 4
5	健康食品	14	3	466.7%	▲ 11
6	自動車	12	11	109.1%	▲ 1
7	食料品(健康食品以外)	11	20	55.0%	▲ 9
7	テレビ放送サービス	11	4	275.0%	▲ 7
7	内職・副業	11	3	366.7%	▲ 8
10	化粧品	8	10	80.0%	▲ 2
10	工事・建築	8	5	160.0%	▲ 3

2. 危害・危険に関する相談

危害に関する相談（商品・役務・設備に関連して、身体に怪我、病気等の危害を受けたという相談）は140件で、前年度の130件と比べ10件(7.7%)増加しました。「健康食品」と「医療(美容医療を含む)」による危害件数がそれぞれ26件で最も多くなりました。危険に関する相談(危害を受けたわけではないが、そのおそれのある相談)は61件で、前年度(80件)と比べ減少しました。なお、ガス漏れの可能性のあるカセットボンベのリコールが公表されたため、カセットボンベに関する相談が6件寄せられました。

(1) 危害・危険に関する相談

相談	28年度	27年度
危害	140	130
危険	61	80
計	201	210

(2) 危害・危険の内容別件数

危害の内容

内容	件数	内容	件数
皮膚障害	42	骨折	2
消化器障害	22	筋・腱の損傷	1
擦過傷・挫傷・打撲傷	11	感覚機能の低下	1
熱傷	10	呼吸器障害	1
刺傷・切傷	9	その他の傷病及び諸症状	30
神経・脊髄の損傷	4	不明	4
中毒	3		
計			140

危険の内容

内容	件数	内容	件数
発煙・火花	8	火災	1
異物の混入	8	点火・燃焼・消火不良	1
発火・引火	6	破裂	1
機能故障	6	バリ・鋭利	1
過熱・こげる	5	操作・使用性の欠落	1
破損・折損	5	異物の侵入	1
部品脱落	5	その他	12
計			61

(3) 危害・危険の品目別相談件数

危害

商品・役務	28年度	27年度	商品分類
商品一般	1	1	
食料品	35	32	健康食品26、菓子類3、調理食品3 他
住居品	11	10	食器・台所用品3、洗剤3 他
被服品	2	9	子供洋服1、履物1
保健衛生品	28	34	化粧品19、理美容器具・用具4 他
教養娯楽品	6	1	電話機・電話機用品2 他
車両・乗り物	2	2	自転車・用品2
レンタル・リース・貸借	1	2	賃貸アパート1
工事・建築・加工	2	3	内装工事1、新築工事1
運輸・通信	1	0	旅客運送サービス1
教育サービス	1	0	学校教育1
教養・娯楽サービス	5	5	教室・講座2 他
保健・福祉サービス	33	24	医療26、理美容5 他
他の役務	12	7	外食・食事宅配12
計	140	130	

危険

商品・役務	28年度	27年度	商品分類
商品一般	1	1	
食料品	8	19	穀類2、調理食品2 他
住居品	27	26	食生活機器10、食器・台所用品5 他
被服品	0	1	(履物1)
保健衛生品	3	3	医薬品1、医療用具1 他
教養娯楽品	10	6	音響・映像製品3 他
車両・乗り物	8	13	自転車・用品5 他
土地・建物・設備	3	4	集合住宅1、衛生設備1 他
工事・建築・加工	0	1	(壁工事1)
教養・娯楽サービス	0	1	(他の教養・娯楽(施設利用)1)
保健・福祉サービス	1	2	医療1
他の役務	0	3	(外食・食事宅配3)
計	61	80	

(4) 商品が原因で拡大損害が発生した相談

商品が原因で拡大損害※が発生した相談は 109 件で、前年度の 108 件より 1 件（0.9%）増加しました。

これらを品目別に見ると 1 番多いのが食料品で 34 件、2 番目に多いのが保健衛生品で 30 件、3 番目に多いのが住居品で 18 件でした。

※拡大損害とは、商品が原因で、身体・生命あるいは当該商品以外の財産に拡大して損害が生じることをいう

品目別件数

商品・役務	28年度	27年度	商品分類
食料品	34	32	健康食品26、菓子類3、調理食品3 他
住居品	18	14	食器・台所用品4、洗浄剤4 他
被服品	3	10	紳士・婦人洋服2、履物1
保健衛生品	30	36	化粧品21、理美容器具・用品4 他
教養娯楽品	7	3	文具・事務用品2、電話機・電話機用品2 他
車両・乗り物	5	4	自動車用品3、自転車・用品2
土地・建物・設備	1	1	他の住宅設備1
工事・建築・加工	2	2	内装工事1、新築工事1
教養・娯楽サービス	0	2	(宿泊施設2)
保健・福祉サービス	1	1	理美容1
他の役務	8	3	外食・食事宅配8
計	109	108	

内容別件数

内容	28年度	27年度	内容
身体損害	87	89	皮膚障害36、消化器障害21 他
財産損害	18	18	発火・引火2、発煙・火花2 他
身体・財産双方	4	1	擦過傷・挫傷・打撲傷2、発煙・火花1 他
計	109	108	

資料編

資料目次

- 表 1 相談件数の年度推移
- 表 2 相談方法別相談件数
- 表 3 相談者の性別件数
- 表 4 契約当事者の性別件数
- 表 5 相談者の年代別件数
- 表 6 契約当事者の年代別件数
- 表 7 相談者の職業別相談件数
- 表 8 契約当事者の職業別相談件数
- 表 9 市町村別相談件数
- 表 10 契約・購入金額別相談件数
- 表 11 内容別相談件数【重複カウント】
- 表 12 相談の多い商品・役務【上位20位】
- 表 13 商品・役務別相談件数【項目別分類】
- 表 14 相談内容別分類件数【重複カウント】
- 表 15 契約当事者属性別 商品・役務別件数
- 表 16 契約当事者年代別 相談の多い商品・役務【上位10位】
- 表 17 契約当事者年代別 相談の多い販売方法・手口【上位10位】【重複カウント】
- 表 18 販売購入形態別相談件数
- 表 19 無店舗販売 契約当事者の年代構成
- 表 20 訪問販売に関する勧誘方法別相談件数
- 表 21 訪問販売で相談の多い商品・役務
- 表 22 家庭訪問販売で相談の多い商品・役務
- 表 23 アポイントメントセールスで相談の多い商品・役務
- 表 24 キャッチセールスで相談の多い商品・役務
- 表 25 SF商法で相談の多い商品・役務
- 表 26 通信販売で相談の多い商品・役務
- 表 27 マルチ商法で相談の多い商品・役務
- 表 28 電話勧誘販売で相談の多い商品・役務
- 表 29 ネガティブ・オプションで相談の多い商品・役務
- 表 30 訪問購入で相談の多い商品・役務
- 表 31 品目別相談件数
- 表 32 [メール相談分] 相談者の年代別・送信時刻別にみた件数
- 表 33 [メール相談分] 相談者の性別件数
- 表 34 [メール相談分] 契約当事者の性別件数
- 表 35 [メール相談分] 相談者の年代別件数
- 表 36 [メール相談分] 契約当事者の年代別件数
- 表 37 [メール相談分] 契約・購入金額別相談件数
- 表 38 [メール相談分] 内容別相談件数【重複カウント】
- 表 39 [メール相談分] 相談の多い商品・役務【上位10位】
- 表 40 [メール相談分] 商品・役務別相談件数【項目別分類】

資料編

○表1 相談件数の年度推移

年度	件数			前年度比			増減数		
	全体	苦情	問合せ	全体	苦情	問合せ	全体	苦情	問合せ
24年度	7,917	7,030	887	—	—	—	—	—	—
25年度	8,486	7,716	770	107.2%	109.8%	86.8%	569	686	▲ 117
26年度	8,494	7,722	772	100.1%	100.1%	100.3%	8	6	2
27年度	8,443	7,550	893	99.4%	97.8%	115.7%	▲ 51	▲ 172	121
28年度	8,833	8,000	833	104.6%	106.0%	93.3%	390	450	▲ 60

○表2 相談方法別相談件数

相談方法	28年度		27年度		前年度比	増減数
	件数	構成比	件数	構成比		
来訪	142	1.6%	157	1.9%	90.4%	▲ 15
電話	8,233	93.2%	7,776	92.1%	105.9%	457
文書	11	0.1%	20	0.2%	55.0%	▲ 9
メール	447	5.1%	490	5.8%	91.2%	▲ 43
計	8,833	100.0%	8,443	100.0%	104.6%	390

○表3 相談者の性別件数

相談者	28年度	27年度	前年度比	増減数
男性	3,980	3,912	101.7%	68
女性	4,425	4,052	109.2%	373
団体等	428	479	89.4%	▲ 51
計	8,833	8,443	104.6%	390

○表4 契約当事者の性別件数

契約当事者	28年度	27年度	前年度比	増減数
男性	4,109	4,081	100.7%	28
女性	4,158	3,835	108.4%	323
団体等	566	527	107.4%	39
計	8,833	8,443	104.6%	390

○表5 相談者の年代別件数

相談者	28年度		27年度		前年度比	増減数
	件数	構成比	件数	構成比		
20歳未満	85	1.0%	84	1.0%	101.2%	1
20歳代	753	8.5%	679	8.0%	110.9%	74
30歳代	1,101	12.4%	1,161	13.8%	94.8%	▲ 60
40歳代	1,739	19.7%	1,649	19.5%	105.5%	90
50歳代	1,506	17.0%	1,445	17.1%	104.2%	61
60歳代	1,321	15.0%	1,158	13.7%	114.1%	163
70歳以上	1,120	12.7%	1,112	13.2%	100.7%	8
その他・不明	1,208	13.7%	1,155	13.7%	104.6%	53
計	8,833	100.0%	8,443	100.0%	104.6%	390

○表6 契約当事者の年代別件数

契約当事者	28年度		27年度		前年度比	増減数
	件数	構成比	件数	構成比		
20歳未満	223	2.5%	212	2.5%	105.2%	11
20歳代	890	10.1%	814	9.6%	109.3%	76
30歳代	1,050	11.9%	1,150	13.6%	91.3%	▲ 100
40歳代	1,533	17.4%	1,476	17.5%	103.9%	57
50歳代	1,238	14.0%	1,175	13.9%	105.4%	63
60歳代	1,204	13.6%	1,035	12.3%	116.3%	169
70歳以上	1,304	14.8%	1,304	15.5%	100.0%	0
その他・不明	1,391	15.7%	1,277	15.1%	108.9%	114
計	8,833	100.0%	8,443	100.0%	104.6%	390

○表7 相談者の職業別相談件数

相談者	28年度		27年度		前年度比	増減数
	件数	構成比	件数	構成比		
給与生活者	3,481	39.4%	3,457	40.9%	100.7%	24
自営・自由業	537	6.1%	446	5.3%	120.4%	91
家事従事者	1,312	14.8%	1,315	15.6%	99.8%	▲ 3
学 生	208	2.4%	174	2.1%	119.5%	34
無 職	1,878	21.3%	1,822	21.6%	103.1%	56
団 体 等	401	4.5%	443	5.2%	90.5%	▲ 42
その他・不明	1,016	11.5%	786	9.3%	129.3%	230
計	8,833	100.0%	8,443	100.0%	104.6%	390

○表8 契約当事者の職業別相談件数

契約当事者	28年度		27年度		前年度比	増減数
	件数	構成比	件数	構成比		
給与生活者	3,317	37.6%	3,341	39.6%	99.3%	▲ 24
自営・自由業	476	5.4%	410	4.9%	116.1%	66
家事従事者	1,069	12.1%	1,049	12.4%	101.9%	20
学 生	381	4.3%	340	4.0%	112.1%	41
無 職	1,982	22.4%	1,950	23.1%	101.6%	32
団 体 等	323	3.7%	345	4.1%	93.6%	▲ 22
その他・不明	1,285	14.5%	1,008	11.9%	127.5%	277
計	8,833	100.0%	8,443	100.0%	104.6%	390

○表9 市町村別相談件数（28年度）

市町村名	件数	構成比	市町村名	件数	構成比
大阪市	2,536	28.7%	摂津市	88	1.0%
堺市	515	5.8%	高石市	35	0.4%
岸和田市	149	1.7%	藤井寺市	118	1.3%
豊中市	381	4.3%	東大阪市	366	4.1%
池田市	109	1.2%	泉南市	89	1.0%
吹田市	279	3.2%	四條畷市	96	1.1%
泉大津市	103	1.2%	交野市	87	1.0%
高槻市	194	2.2%	大阪狭山市	90	1.0%
貝塚市	64	0.7%	阪南市	137	1.5%
守口市	102	1.2%	島本町	73	0.8%
枚方市	289	3.3%	豊能町	107	1.2%
茨木市	170	1.9%	能勢町	44	0.5%
八尾市	207	2.3%	忠岡町	50	0.6%
泉佐野市	58	0.7%	熊取町	94	1.1%
富田林市	178	2.0%	田尻町	24	0.3%
寝屋川市	147	1.7%	岬町	68	0.8%
河内長野市	116	1.3%	太子町	15	0.2%
松原市	180	2.0%	河南町	26	0.3%
大東市	90	1.0%	千早赤阪村	8	0.1%
和泉市	117	1.3%	府内（不明）	231	2.6%
箕面市	184	2.1%	他府県	248	2.8%
柏原市	246	2.8%	在外邦人	5	0.1%
羽曳野市	238	2.7%	外国人	10	0.1%
門真市	60	0.7%	不明	12	0.1%
計				8,833	100.0%

○表10 契約・購入金額別相談件数

契約・購入金額	28年度		27年度		前年度比		増減数	
	全体	65歳以上	全体	65歳以上	全体	65歳以上	全体	65歳以上
1万円未満	812	176	848	157	95.8%	112.1%	▲ 36	19
1万円以上～5万円未満	881	163	845	154	104.3%	105.8%	36	9
5万円以上～10万円未満	468	62	430	70	108.8%	88.6%	38	▲ 8
10万円以上～50万円未満	1,103	187	1,126	178	98.0%	105.1%	▲ 23	9
50万円以上～100万円未満	196	42	175	36	112.0%	116.7%	21	6
100万円以上～500万円未満	240	67	237	64	101.3%	104.7%	3	3
500万円以上～1千万円未満	36	12	46	23	78.3%	52.2%	▲ 10	▲ 11
1千万円以上～5千万円未満	63	17	47	18	134.0%	94.4%	16	▲ 1
5千万円以上～1億円未満	4	3	1	0	400.0%	-	3	3
1億円以上	1	1	2	2	50.0%	50.0%	▲ 1	▲ 1
不明	5,029	1,109	4,686	1,083	107.3%	102.4%	343	26
平均金額（円）	752,008	1,235,216	653,906	1,302,471	115.0%	94.8%	98,102	▲ 67,255

※契約・購入金額は既支払額とは限らない。

○表11 内容別相談件数【重複カウント】

内容別	28年度	27年度	前年度比	増減数
安全・衛生	367	396	92.7%	▲ 29
品質・機能	1,584	1,622	97.7%	▲ 38
法規・基準	228	224	101.8%	4
価格・料金	1,296	1,274	101.7%	22
計量・量目	8	13	61.5%	▲ 5
表示・広告	1,335	965	138.3%	370
販売方法	4,576	3,933	116.3%	643
契約・解約	6,472	5,878	110.1%	594
接客対応	2,256	2,212	102.0%	44
包装・容器	14	4	350.0%	10
施設・設備	24	14	171.4%	10
買物相談	18	14	128.6%	4
生活知識	21	14	150.0%	7
その他	119	114	104.4%	5

※内容別分類には、1件の相談でも相談が複数の「内容」に該当する場合は、それぞれの「内容」にカウントしているため、内容別分類の合計件数は相談件数とは一致しない。

○表 1 2 相談の多い商品・役務【上位 20 位】

順位	商品・役務	28年度	27年度	前年度比	増減数
1	デジタルコンテンツ	1,653	1,522	108.6%	131
2	賃貸アパート	348	293	118.8%	55
3	健康食品	335	185	181.1%	150
4	インターネット接続回線	308	354	87.0%	▲ 46
5	移動通信サービス	287	321	89.4%	▲ 34
6	食料品(健康食品以外)	211	306	69.0%	▲ 95
7	工事・建築	206	193	106.7%	13
8	興信所	193	96	201.0%	97
9	自動車	145	128	113.3%	17
10	医療	141	130	108.5%	11
11	化粧品	137	114	120.2%	23
12	フリーローン・サラ金	127	117	108.5%	10
13	新聞	117	111	105.4%	6
14	携帯電話(スマートフォンを含む)	106	94	112.8%	12
15	紳士・婦人洋服	101	107	94.4%	▲ 6
16	テレビ放送サービス	98	93	105.4%	5
17	宅配便サービス	92	108	85.2%	▲ 16
18	エステティックサービス	85	80	106.3%	5
19	内職・副業	80	65	123.1%	15
20	生命保険	77	75	102.7%	2
その他		3,986	3,951	100.9%	35
総相談件数		8,833	8,443	104.6%	390

○表 1 3 商品・役務別相談件数【項目別分類】

商品・役務	28年度	27年度	前年度比	増減数
商品一般	287	228	125.9%	59
食料品	546	491	111.2%	55
住居品	401	404	99.3%	▲ 3
光熱水品	57	46	123.9%	11
被服品	357	387	92.2%	▲ 30
保健衛生品	253	247	102.4%	6
教養娯楽品	687	704	97.6%	▲ 17
車両・乗り物	214	210	101.9%	4
土地・建物・設備	204	230	88.7%	▲ 26
他の商品	16	24	66.7%	▲ 8
商品計	3,022	2,971	101.7%	51
クリーニング	37	45	82.2%	▲ 8
レンタル・リース・貸借	430	376	114.4%	54
工事・建築・加工	211	198	106.6%	13
修理・補修	94	86	109.3%	8
管理・保管	47	46	102.2%	1
役務一般	12	6	200.0%	6
金融・保険サービス	510	487	104.7%	23
運輸・通信サービス	2,676	2,644	101.2%	32
教育サービス	49	44	111.4%	5
教養・娯楽サービス	347	296	117.2%	51
保健・福祉サービス	387	328	118.0%	59
他の役務	620	503	123.3%	117
内職・副業・ねずみ講	82	69	118.8%	13
他の行政サービス	74	74	100.0%	0
役務計	5,576	5,202	107.2%	374
他の相談	235	270	87.0%	▲ 35
計	8,833	8,443	104.6%	390

○表14 相談内容別分類件数【重複カウント】

	受付 件数	安全 ・ 衛生	品質 ・ 機能	法規 ・ 基準	価格 ・ 料金	計量 ・ 量目	表示 ・ 広告	販売 方法	契約 ・ 解約	接客 対応	包装 ・ 容器	施設 ・ 設備	買物 相談	生活 知識	その他 ・ 不明
商品一般	287	5	10	19	18	1	33	135	162	57	1	3	0	1	10
食料品	546	84	141	8	57	4	269	321	383	161	3	0	2	1	2
住居品	401	69	202	7	36	1	72	158	233	131	3	0	3	2	5
光熱水品	57	2	9	4	17	1	5	18	30	18	0	1	1	0	1
被服品	357	3	94	9	41	0	106	209	276	102	1	0	0	1	1
保健衛生品	253	46	93	6	36	0	86	126	164	54	4	0	0	2	3
教養娯楽品	687	28	210	14	67	0	112	339	516	219	0	1	1	1	13
車両・乗り物	214	31	100	5	28	0	34	79	148	86	0	0	0	0	2
土地・建物・設備	204	10	53	11	32	0	9	84	132	48	0	2	3	3	7
他の商品	16	0	2	0	3	0	4	9	7	5	0	0	0	1	0
クリーニング	37	0	29	2	6	0	0	4	22	21	0	0	0	0	0
レンタル・リース・貸借	430	6	76	16	138	0	11	51	373	125	0	4	1	0	7
工事・建築・加工	211	4	94	3	52	0	9	70	143	73	0	1	1	1	5
修理・補修	94	0	36	0	38	0	13	26	57	46	0	1	1	0	1
管理・保管	47	0	9	2	14	0	7	5	22	21	0	1	0	0	1
役務一般	12	0	1	0	0	0	1	10	9	1	0	0	0	0	1
金融・保険サービス	510	0	18	34	47	0	34	241	381	132	0	0	2	1	7
運輸・通信サービス	2,676	5	174	33	392	0	295	1,986	2,283	543	1	2	0	1	15
教育サービス	49	1	11	2	8	0	5	17	38	17	0	0	0	0	3
教養・娯楽サービス	347	6	44	10	62	0	50	138	279	119	0	4	0	0	2
保健・福祉サービス	387	49	97	20	64	0	20	113	237	103	0	0	1	4	17
他の役務	620	18	65	12	130	1	147	351	488	145	1	2	2	1	7
内職・副業・ねずみ講	82	0	2	4	9	0	11	70	72	12	0	0	0	0	0
他の行政サービス	74	0	14	7	1	0	2	16	17	17	0	2	0	1	9
他の相談	235	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	235
計	8,833	367	1,584	228	1,296	8	1,335	4,576	6,472	2,256	14	24	18	21	354

※内容別分類には、1件の相談でも相談が複数の「内容」に該当する場合は、それぞれの「内容」にカウントしているため、内容別分類の合計件数とは一致しない。

○表15 契約当事者属性別 商品・役務別件数

	全 体	年 代								性 別			職 業 等					
		20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	その他・不明	男 性	女 性	その他・不明	給与生活者	自営・自由業	家事従事者	学 生	無 職	その他・不明
商品一般	287	3	35	21	31	30	32	49	86	135	113	39	78	14	29	12	62	92
食料品	546	14	33	65	121	81	41	115	76	172	342	32	187	26	82	17	129	105
住居品	401	2	18	29	61	62	72	82	75	145	220	36	104	24	87	2	97	87
光熱水品	57	0	1	2	9	10	7	10	18	30	21	6	16	6	5	1	14	15
被服品	357	5	50	56	76	60	33	35	42	92	251	14	132	19	79	10	59	58
保健衛生品	253	7	28	26	51	38	33	41	29	89	157	7	99	11	43	12	58	30
教養娯楽品	687	13	52	69	124	102	102	126	99	368	286	33	208	45	77	31	207	119
車両・乗り物	214	6	24	32	45	21	32	20	34	160	44	10	105	23	12	6	29	39
土地・建物・設備	204	0	11	26	32	31	35	32	37	101	93	10	85	4	25	2	53	35
他の商品	16	0	0	0	0	2	2	3	9	1	8	7	1	0	2	0	4	9
クリーニング	37	0	2	7	7	7	6	3	5	12	24	1	11	2	15	1	3	5
レンタル・リース・貸借	430	6	72	84	58	52	31	24	103	190	192	48	201	19	27	15	67	101
工事・建築・加工	211	0	5	13	20	28	36	57	52	77	103	31	39	5	33	0	71	63
修理・補修	94	0	3	9	12	20	19	15	16	52	35	7	31	7	13	0	26	17
管理・保管	47	0	5	6	6	5	3	10	12	23	18	6	18	6	3	0	8	12
役務一般	12	0	3	3	3	0	1	1	1	5	6	1	7	0	1	0	2	2
金融・保険サービス	510	2	27	42	69	71	100	126	73	240	249	21	164	41	61	3	147	94
運輸・通信サービス	2,676	118	266	330	507	410	421	303	321	1,523	1,007	146	1,153	144	272	174	557	376
教育サービス	49	8	3	7	15	6	1	0	9	16	31	2	13	4	9	11	2	10
教養・娯楽サービス	347	10	56	49	70	44	41	29	48	141	193	13	132	21	47	27	61	59
保健・福祉サービス	387	10	65	52	52	38	38	84	48	119	258	10	144	8	51	17	109	58
他の役務	620	8	76	81	123	89	82	60	101	251	317	52	275	32	69	23	108	113
内職・副業・ねずみ講	82	4	35	15	10	6	3	1	8	36	45	1	41	6	5	9	10	11
他の行政サービス	74	0	3	8	7	2	3	28	23	30	37	7	13	3	6	0	28	24
他の相談	235	7	17	18	24	23	30	50	66	101	108	26	60	6	16	8	71	74
計	8,833	223	890	1,050	1,533	1,238	1,204	1,304	1,391	4,109	4,158	566	3,317	476	1,069	381	1,982	1,608

○表16 契約当事者年代別 相談の多い商品・役務【上位10位】

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	
	件数	件数	件数	件数	件数	件数	件数	件数	件数	件数	件数	件数	件数	件数
1	デジタルコンテンツ	98	デジタルコンテンツ	186	デジタルコンテンツ	202	デジタルコンテンツ	348	デジタルコンテンツ	299	デジタルコンテンツ	284	デジタルコンテンツ	152
2	健康食品	13	賃貸アパート	65	賃貸アパート	77	健康食品	86	健康食品	51	インターネット接続回線	49	健康食品	65
3	テレビ放送サービス	11	エステティックサービス	35	移動通信サービス	51	興信所	61	賃貸アパート	47	移動通信サービス	42	インターネット接続回線	59
4	学校教育	6	興信所	35	健康食品	48	インターネット接続回線	54	インターネット接続回線	40	工事・建築	36	工事・建築	57
5	興信所	6	内職・副業	35	インターネット接続回線	37	移動通信サービス	50	移動通信サービス	36	新聞	29	新聞	56
6	賃貸アパート	5	健康食品	29	自動車	26	賃貸アパート	46	食料品(健康食品以外)	30	興信所	27	食料品(健康食品以外)	50
7	医療	5	移動通信サービス	29	エステティックサービス	25	食料品(健康食品以外)	35	フリーローン・サラ金	29	食料品(健康食品以外)	26	移動通信サービス	32
8	移動通信サービス	4	化粧品	21	化粧品	21	自動車	33	興信所	29	賃貸アパート	22	医療	28
9	コンサート	4	自動車	19	携帯電話	18	紳士・婦人洋服	30	工事・建築	26	化粧品	20	他の行政サービス	28
10	内職・副業	4	インターネット接続回線	18	フリーローン・サラ金	18	化粧品	25	紳士・婦人洋服	19	医療	20	ファンド型投資商品	25
10			医療	18	興信所	18			化粧品	19				
10									携帯電話	19				
総計		223		890		1,050		1,533		1,238		1,204		1,304

○表17 契約当事者年代別 相談の多い販売方法【上位10位】【重複カウント】

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	
	件数	件数	件数	件数	件数	件数	件数	件数	件数	件数	件数	件数	件数	件数
1	インターネット通販	145	インターネット通販	384	インターネット通販	431	インターネット通販	715	インターネット通販	508	インターネット通販	398	家庭訪販	225
2	ワンクリック請求	69	ワンクリック請求	103	架空請求	91	ワンクリック請求	180	架空請求	143	架空請求	143	インターネット通販	198
3	架空請求	19	架空請求	89	ワンクリック請求	87	架空請求	149	ワンクリック請求	132	ワンクリック請求	128	電話勧誘販売	158
4	家庭訪販	13	サイドビジネス商法	89	家庭訪販	36	電話勧誘販売	59	家庭訪販	62	家庭訪販	120	架空請求	95
5	無料商法	5	マルチ取引	77	サイドビジネス商法	33	家庭訪販	55	電話勧誘販売	57	電話勧誘販売	77	ワンクリック請求	63
6	サイドビジネス商法	4	家庭訪販	30	無料商法	27	身分詐称(かたり商法)	41	身分詐称(かたり商法)	40	身分詐称(かたり商法)	45	身分詐称(かたり商法)	60
7	身分詐称(かたり商法)	3	無料商法	23	電話勧誘販売	24	無料商法	34	無料商法	21	利殖商法(投資商法)	27	利殖商法(投資商法)	37
8	アフィリエイト	2	紹介販売	22	マルチ取引	19	二次被害	27	二次被害	20	テレビショッピング	25	景品付販売	30
9	アポイントメントセールス	2	身分詐称(かたり商法)	18	身分詐称(かたり商法)	17	サイドビジネス商法	25	サイドビジネス商法	18	無料商法	17	テレビショッピング	29
10	マルチ取引	2	アフィリエイト	17	インターネットオークション	15	代引配達	18	テレビショッピング	11	二次被害	16	代引配達	28
10			電話勧誘販売	17					マルチ取引	11				
10			二次被害	17										

※販売方法については、1件の相談でもその相談が複数の販売方法に該当する場合は、それぞれの販売方法にカウントしているため、合計件数と相談件数とは一致しない。

○表 18 販売購入形態別相談件数

販売購入形態	28年度	27年度	前年度比	増減数
店舗販売	2,262	2,415	93.7%	▲ 153
訪問販売	615	597	103.0%	18
通信販売	3,480	3,039	114.5%	441
マルチ商法	158	132	119.7%	26
電話勧誘販売	455	467	97.4%	▲ 12
ネガティブ・オプション	14	12	116.7%	2
訪問購入	67	65	103.1%	2
その他無店舗販売	45	41	109.8%	4
不明・無関係	1,737	1,675	103.7%	62
計	8,833	8,443	104.6%	390

○表 19 無店舗販売 契約当事者の年代構成

販売購入形態	28年度計	年代別内訳							
		20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	その他・不明
訪問販売	615	16	46	38	58	54	100	211	92
通信販売	3,480	147	397	476	781	571	497	325	286
マルチ商法	158	2	77	19	16	11	8	9	16
電話勧誘販売	455	1	17	24	59	57	77	158	62
ネガティブ・オプション	14	0	2	1	0	0	1	5	5
訪問購入	67	0	2	3	5	11	21	16	9
その他無店舗販売	45	0	5	9	7	7	2	8	7
計	4,834	166	546	570	926	711	706	732	477

○表 20 訪問販売に関する勧誘方法別相談件数

勧誘方法	28年度	27年度	前年度比	増減数
家庭訪問販売	542	523	103.6%	19
アポイントメントセールス	21	16	131.3%	5
キャッチセールス	8	5	160.0%	3
SF商法	6	9	66.7%	▲ 3
その他	38	44	86.4%	▲ 6
計	615	597	103.0%	18

○表 21 訪問販売で相談の多い商品・役務

商品・役務	28年度	27年度	前年度比	増減数
新聞	105	96	109.4%	9
工事・建築	71	64	110.9%	7
テレビ放送サービス	68	62	109.7%	6
インターネット接続回線	36	59	61.0%	▲ 23
空調・冷暖房・給湯設備 (給湯システム・ソーラーシステム・家庭用燃料電池システム)	29	23	126.1%	6

○表 22 家庭訪問販売で相談の多い商品・役務

商品・役務	28年度	27年度	前年度比	増減数
新聞	105	96	109.4%	9
工事・建築	69	63	109.5%	6
テレビ放送サービス	68	62	109.7%	6
インターネット接続回線	35	58	60.3%	▲ 23
空調・冷暖房・給湯設備 (給湯システム・ソーラーシステム・家庭用燃料電池システム)	29	23	126.1%	6

○表 2 3 アポイントメントセールスで相談の多い商品・役務

商品・役務	28年度	27年度	前年度比	増減数
アクセサリ	5	4	125.0%	1
スポーツ教室(ダイニングスクール)	4	2	200.0%	2
複合サービス会員	2	1	200.0%	1

○表 2 4 キャッチセールスで相談の多い商品・役務

商品・役務	28年度	27年度	前年度比	増減数
美容サービス(エステ、ネイル)	3	2	150.0%	1
移動通信サービス	2	0	—	2
和服	1	0	—	1
化粧品	1	0	—	1
時計	1	0	—	1

○表 2 5 SF商法で相談の多い商品・役務

商品・役務	28年度	27年度	前年度比	増減数
健康食品	4	5	80.0%	▲ 1
電磁調理器	1	0	—	1

※「SF商法」とは催眠商法をいう。

○表 2 6 通信販売で相談の多い商品・役務

商品・役務	28年度	27年度	前年度比	増減数
デジタルコンテンツ	1,618	1,476	109.6%	142
健康食品	262	115	227.8%	147
興信所(探偵)	178	83	214.5%	95
化粧品	89	64	139.1%	25
紳士・婦人洋服	67	68	98.5%	▲ 1

○表 2 7 マルチ商法で相談の多い商品・役務

商品・役務	28年度	27年度	前年度比	増減数
内職・副業	37	28	132.1%	9
健康食品	17	23	73.9%	▲ 6
化粧品	17	29	58.6%	▲ 12
ファンド型投資商品	9	6	150.0%	3
浄水器	7	2	350.0%	5

○表 2 8 電話勧誘販売で相談の多い商品・役務

商品・役務	28年度	27年度	前年度比	増減数
インターネット接続回線	163	148	110.1%	15
健康食品	21	28	75.0%	▲ 7
食料品(健康食品以外)	19	21	90.5%	▲ 2
集合住宅	18	16	112.5%	2
ファンド型投資商品	17	32	53.1%	▲ 15

○表 2 9 ネガティブ・オプションで相談の多い商品・役務

商品・役務	28年度	27年度	前年度比	増減数
健康食品	5	2	250.0%	3
書籍・印刷物	3	3	100.0%	0
化粧品	2	0	—	2

○表 3 0 訪問購入で相談の多い商品・役務

商品・役務	28年度	27年度	前年度比	増減数
被服品(和服以外)	14	12	116.7%	2
アクセサリ	13	9	144.4%	4
和服	8	5	160.0%	3
自動車	4	7	57.1%	▲ 3
テレビ	3	5	60.0%	▲ 2

○表3-1 品目別相談件数

① 食料品

食料品		平成28年度		平成27年度		前年度比	増減数
			うち苦情		うち苦情		
食料品一般		13	8	18	11	72.2%	▲ 5
主要食品	穀類	21	18	34	30	61.8%	▲ 13
	魚介類	22	22	44	40	50.0%	▲ 22
	肉類	12	11	18	14	66.7%	▲ 6
	乳卵類	6	6	10	9	60.0%	▲ 4
	野菜・海草	21	21	12	10	175.0%	9
	油脂・調味料	6	5	16	9	37.5%	▲ 10
嗜好食品	果物	10	9	14	13	71.4%	▲ 4
	菓子類	20	15	24	24	83.3%	▲ 4
	飲料	45	43	53	42	84.9%	▲ 8
	酒類	4	3	13	11	30.8%	▲ 9
調理食品		27	24	48	36	56.3%	▲ 21
他の食料品	健康食品	335	327	185	177	181.1%	150
	食料品その他	4	3	2	2	200.0%	2
計		546	515	491	428	111.2%	55

② 住居品

住居品		平成28年度		平成27年度		前年度比	増減数
			うち苦情		うち苦情		
住居品一般		7	4	2	2	350.0%	5
家事用品	食生活機器	47	43	47	44	100.0%	0
	食器・台所用品	71	66	68	65	104.4%	3
	洗濯・裁縫用具	27	24	21	21	128.6%	6
	掃除用具	18	18	22	21	81.8%	▲ 4
	洗剤等	14	11	13	11	107.7%	1
住生活用品	空調・冷暖房機器	54	49	70	67	77.1%	▲ 16
	家具・寝具	73	69	68	56	107.4%	5
	室内装備品	14	14	26	24	53.8%	▲ 12
	照明器具	17	17	14	11	121.4%	3
他の住居品		59	52	53	46	111.3%	6
計		401	367	404	368	99.3%	▲ 3

③ 光熱水品

光熱水品		平成28年度		平成27年度		前年度比	増減数
			うち苦情		うち苦情		
光熱水品一般		0	0	0	0	—	0
電気		34	29	26	21	130.8%	8
ガス		9	8	9	8	100.0%	0
石油		8	7	7	7	114.3%	1
水道		4	4	3	3	133.3%	1
他の光熱水品		2	1	1	0	200.0%	1
計		57	49	46	39	123.9%	11

④ 被服品

被服品		平成28年度		平成27年度		前年度比	増減数
			うち苦情		うち苦情		
被服品一般		13	11	6	6	216.7%	7
和服		25	23	23	18	108.7%	2
洋服	洋服一般	10	7	10	7	100.0%	0
	子供洋服	6	6	7	7	85.7%	▲1
	洋装下着	22	21	29	29	75.9%	▲7
	紳士・婦人洋服	101	98	107	99	94.4%	▲6
身の回り品	履物	46	43	55	54	83.6%	▲9
	かばん	38	36	60	56	63.3%	▲22
	アクセサリ	59	56	60	55	98.3%	▲1
	他の身の回り品	32	30	25	24	128.0%	7
生地・糸類		4	3	2	2	200.0%	2
他の被服品		1	1	3	3	33.3%	▲2
計		357	335	387	360	92.2%	▲30

⑤ 保健衛生品

保健衛生品		平成28年度		平成27年度		前年度比	増減数
			うち苦情		うち苦情		
保健衛生品一般		2	1	0	0	—	2
医薬品		23	18	24	21	95.8%	▲1
医療用具		42	41	47	45	89.4%	▲5
化粧品		137	133	114	109	120.2%	23
理美容器具・用品		27	24	35	35	77.1%	▲8
他の保健衛生品		22	18	27	26	81.5%	▲5
計		253	235	247	236	102.4%	6

⑥ 教養娯楽品

教養娯楽品		平成28年度		平成27年度		前年度比	増減数
			うち苦情		うち苦情		
教養娯楽品一般		2	2	0	0	—	2
文具・事務用品		18	17	22	18	81.8%	▲4
パソコン・パソコン関連用品		91	85	121	114	75.2%	▲30
電話機・電話機用品		143	132	130	119	110.0%	13
学習教材		13	13	21	21	61.9%	▲8
書籍・印刷物		141	131	144	134	97.9%	▲3
音響・映像製品		88	78	82	77	107.3%	6
スポーツ用品		25	23	27	25	92.6%	▲2
光学機器・時計	カメラ類	9	9	7	7	128.6%	2
	時計	36	35	34	32	105.9%	2
	他の光学機器	1	1	1	1	100.0%	0
玩具・遊具		33	33	35	31	94.3%	▲2
他の教養娯楽品	楽器	4	4	9	8	44.4%	▲5
	教養娯楽品その他	83	76	71	67	116.9%	12
計		687	639	704	654	97.6%	▲17

⑦ 車両・乗り物

車両・乗り物	平成28年度		平成27年度		前年度比	増減数
		うち苦情		うち苦情		
車両・乗り物一般	0	0	0	0	—	0
自動車	145	140	128	120	113.3%	17
自動車用品	25	25	40	39	62.5%	▲15
自転車・用品	38	35	36	33	105.6%	2
運搬用具	5	5	5	5	100.0%	0
他の乗り物	1	0	1	1	100.0%	0
計	214	205	210	198	101.9%	4

⑧ 土地・建物・設備

土地・建物・設備		平成28年度		平成27年度		前年度比	増減数
			うち苦情		うち苦情		
土地・建物・設備一般		5	4	8	2	62.5%	▲3
土地		14	12	14	8	100.0%	0
建物	建物一般	1	0	4	1	25.0%	▲3
	集合住宅	60	52	60	53	100.0%	0
	戸建住宅	31	23	40	38	77.5%	▲9
	他の建物	2	1	3	3	66.7%	▲1
住宅構成材		9	6	15	12	60.0%	▲6
住宅設備	空調・冷暖房・給湯設備	53	49	44	43	120.5%	9
	衛生設備	11	11	10	9	110.0%	1
	屋外装備品	9	5	15	15	60.0%	▲6
	他の住宅設備	9	6	17	14	52.9%	▲8
計		204	169	230	198	88.7%	▲26

⑨ 商品関連役務

商品関連役務		平成28年度		平成27年度		前年度比	増減数
			うち苦情		うち苦情		
クリーニング	住居品	1	1	3	3	33.3%	▲2
	被服品	35	34	41	38	85.4%	▲6
	その他	1	1	1	1	100.0%	0
レンタル・リース・貸借	住居品	10	8	12	9	83.3%	▲2
	被服品	3	3	4	2	75.0%	▲1
	車両・乗り物	13	12	12	12	108.3%	1
	土地・建物・設備	388	347	327	281	118.7%	61
	その他	16	14	21	17	76.2%	▲5
工事・建築・加工	被服品	3	3	2	2	150.0%	1
	土地・建物・設備	199	167	183	162	108.7%	16
	その他	9	7	13	12	69.2%	▲4
修理・補修	住居品	12	10	8	8	150.0%	4
	被服品	7	7	7	7	100.0%	0
	娯楽教養品	24	23	30	30	80.0%	▲6
	車両・乗り物	14	14	23	23	60.9%	▲9
	土地・建物・設備	37	35	16	14	231.3%	21
	その他	0	0	2	2	0.0%	▲2
管理・保管	被服品	0	0	0	0	-	0
	車両・乗り物	25	24	25	25	100.0%	0
	土地・建物・設備	21	17	20	18	105.0%	1
	その他	1	1	1	1	100.0%	0
計		819	728	751	667	109.1%	68

⑩ 役務

役 務		平成28年度		平成27年度		前年度比	増減数	
			うち苦情		うち苦情			
役務一般		12	11	6	6	200.0%	6	
金融・保険 サービス	金融・保険一般	3	3	2	1	150.0%	1	
	生命保険	77	67	75	67	102.7%	2	
	損害保険	52	40	45	38	115.6%	7	
	その他の保険	12	12	18	15	66.7%	▲ 6	
	預貯金・証券等	80	72	55	44	145.5%	25	
	デリバティブ取引	21	20	19	18	110.5%	2	
	ファンド型投資商品	54	54	77	74	70.1%	▲ 23	
	融資サービス	153	130	135	118	113.3%	18	
	他の金融関連サービス	58	49	61	53	95.1%	▲ 3	
運輸・通信 サービス	運輸・運送サービス一般	2	2	0	0	—	2	
	旅客運送サービス	50	49	57	54	87.7%	▲ 7	
	郵便・貨物運送サービス	140	66	172	76	81.4%	▲ 32	
	放送・通信サービス一般	4	3	2	2	200.0%	2	
	電報・固定電話	55	40	32	28	171.9%	23	
	移動通信サービス	287	279	321	312	89.4%	▲ 34	
	放送・コンテンツ等	1,783	1,761	1,661	1,640	107.3%	122	
	インターネット通信サービス	355	347	399	391	89.0%	▲ 44	
教育サービス	教育一般	0	0	1	1	0.0%	▲ 1	
	学校教育	16	13	13	13	123.1%	3	
	補習教育	31	30	23	23	134.8%	8	
	他の教育	2	1	7	2	28.6%	▲ 5	
教養・娯楽 サービス	教養・娯楽一般	0	0	1	1	0.0%	▲ 1	
	旅行代理業	75	72	46	43	163.0%	29	
	宿泊施設	14	14	25	24	56.0%	▲ 11	
	教室・講座	122	112	117	104	104.3%	5	
	観覧・鑑賞	30	29	21	19	142.9%	9	
	各種会員権	17	15	9	9	188.9%	8	
	他の教養・娯楽	89	85	77	74	115.6%	12	
保健・福祉 サービス	保健・福祉一般	0	0	1	0	0.0%	▲ 1	
	保 健	医療	141	125	130	122	108.5%	11
		理美容	109	102	99	92	110.1%	10
		浴場	2	2	3	3	66.7%	▲ 1
	福 祉	衛生サービス	27	20	19	12	142.1%	8
		保育	1	1	1	1	100.0%	0
		老人福祉・サービス	32	25	28	24	114.3%	4
		他の保健・福祉	75	49	47	29	159.6%	28
他の役務	外食・食事宅配	63	57	63	59	100.0%	0	
	冠婚葬祭	37	35	55	50	67.3%	▲ 18	
	家事サービス	18	15	14	13	128.6%	4	
	役務その他	502	462	371	339	135.3%	131	
内職・副業・ ねずみ講	内職・副業一般	0	0	3	2	0.0%	▲ 3	
	自動販売機	2	2	1	1	200.0%	1	
	内職・副業	80	76	65	60	123.1%	15	
	無限連鎖講	0	0	0	0	—	0	
他の行政サービス		74	50	74	44	100.0%	0	
計		4,757	4,397	4,451	4,101	106.9%	306	

〔平成28年度メール相談分〕

○表32 相談者の年代別・送信時刻別にみた件数

相談者	送信時刻			計
	平日9時～17時	平日17時～翌日9時迄	休日・祝日	
20歳未満	3	3	2	8
20歳代	16	31	16	63
30歳代	26	47	23	96
40歳代	30	42	27	99
50歳代	27	28	19	74
60歳代	16	8	16	40
70歳以上	1	5	6	12
その他・不明	16	24	15	55
計	135	188	124	447

○表33 相談者の性別件数

相談者	28年度	27年度	前年度比	増減数
男性	240	264	90.9%	▲24
女性	179	189	94.7%	▲10
団体等	28	37	75.7%	▲9
計	447	490	91.2%	▲43

○表34 契約当事者の性別件数

契約当事者	28年度	27年度	前年度比	増減数
男性	232	254	91.3%	▲22
女性	182	196	92.9%	▲14
団体等	33	40	82.5%	▲7
計	447	490	91.2%	▲43

○表35 相談者の年代別件数

相談者	28年度	27年度	前年度比	増減数
20歳未満	8	3	266.7%	5
20歳代	63	61	103.3%	2
30歳代	96	110	87.3%	▲14
40歳代	99	105	94.3%	▲6
50歳代	74	69	107.2%	5
60歳代	40	27	148.1%	13
70歳以上	12	12	100.0%	0
その他・不明	55	103	53.4%	▲48
計	447	490	91.2%	▲43

○表36 契約当事者の年代別

契約当事者	28年度	27年度	前年度比	増減数
20歳未満	10	5	200.0%	5
20歳代	68	61	111.5%	7
30歳代	92	110	83.6%	▲18
40歳代	87	101	86.1%	▲14
50歳代	67	60	111.7%	7
60歳代	38	25	152.0%	13
70歳以上	21	22	95.5%	▲1
その他・不明	64	106	60.4%	▲42
計	447	490	91.2%	▲43

○表37 契約・購入金額別相談件数

契約購入金額	28年度	27年度	前年度比	増減数
1万円未満	65	91	71.4%	▲26
1万円以上～5万円未満	67	70	95.7%	▲3
5万円以上～10万円未満	26	16	162.5%	10
10万円以上～50万円未満	49	52	94.2%	▲3
50万円以上～100万円未満	4	9	44.4%	▲5
100万円以上～500万円未満	20	22	90.9%	▲2
500万円以上～1000万円未満	2	1	200.0%	1
1000万円以上～1億円未満	2	0	-	2
1億円以上	0	0	-	0
不明	212	229	92.6%	▲17
平均金額 (円)	528,551	248,030	213.1%	280,521

※契約・購入金額は既支払額とは限らない。

○表38 内容別相談件数【重複カウント】

内容別	28年度	27年度	前年度比	増減数
安全・衛生	27	28	96.4%	▲ 1
品質・機能	105	134	78.4%	▲ 29
法規・基準	10	21	47.6%	▲ 11
価格・料金	97	97	100.0%	0
計量・量目	0	1	0.0%	▲ 1
表示・広告	96	104	92.3%	▲ 8
販売方法	245	248	98.8%	▲ 3
契約・解約	338	344	98.3%	▲ 6
接客対応	197	203	97.0%	▲ 6
包装・容器	0	0	-	0
施設・設備	0	0	-	0
買物相談	0	0	-	0
生活知識	0	0	-	0
その他	1	1	100.0%	0

※内容別分類には、1件の相談でも相談が複数の「内容」に該当する場合は、それぞれの「内容」にカウントしているため、内容別分類の合計件数は相談件数とは一致しない。

○表39 相談の多い商品・役務【上位10位】

順位	商品・役務	28年度	27年度	前年度比	増減数
1	デジタルコンテンツ	40	82	48.8%	▲ 42
2	インターネット接続回線	26	27	96.3%	▲ 1
3	移動通信サービス	24	26	92.3%	▲ 2
4	賃貸アパート	15	19	78.9%	▲ 4
5	健康食品	14	3	466.7%	11
6	自動車	12	11	109.1%	1
7	食料品(健康食品以外)	11	20	55.0%	▲ 9
7	テレビ放送サービス	11	4	275.0%	7
7	内職・副業	11	3	366.7%	8
10	化粧品	8	10	80.0%	▲ 2
10	工事・建築	8	5	160.0%	3

○表40 商品・役務別相談件数【項目別分類】

商品・役務	28年度	27年度	前年度比	増減数
商品一般	20	16	125.0%	4
食料品	25	23	108.7%	2
住居品	15	25	60.0%	▲ 10
光熱水品	3	0	-	3
被服品	19	34	55.9%	▲ 15
保健衛生品	11	15	73.3%	▲ 4
教養娯楽品	43	55	78.2%	▲ 12
車両・乗り物	19	20	95.0%	▲ 1
土地・建物・設備	11	6	183.3%	5
他の商品	1	1	100.0%	0
商品計	167	195	85.6%	▲ 28
クリーニング	1	2	50.0%	▲ 1
レンタル・リース・貸借	20	22	90.9%	▲ 2
工事・建築・加工	9	6	150.0%	3
修理・補修	6	6	100.0%	0
管理・保管	3	1	300.0%	2
役務一般	1	0	-	1
金融・保険サービス	17	8	212.5%	9
運輸・通信サービス	124	155	80.0%	▲ 31
教育サービス	1	1	100.0%	0
教養・娯楽サービス	27	38	71.1%	▲ 11
保健・福祉サービス	16	15	106.7%	1
他の役務	33	29	113.8%	4
内職・副業・ねずみ講	11	4	275.0%	7
他の行政サービス	4	0	-	4
役務計	273	287	95.1%	▲ 14
他の相談	7	8	87.5%	▲ 1
計	447	490	91.2%	▲ 43

第4章 消費者啓発事業の概要

1. 大阪府消費者フェア 2016 の開催

「あそんで 学んで 消費者市民社会の第一歩！」をテーマに、府内消費者団体の参加・協力を得て、その調査・活動の成果をパネル展示等により発表した。

テーマ：あそんで 学んで 消費者市民社会の第一歩！ 期 間：H28. 11. 5 ところ：大阪府咲洲庁舎 1階 フェスパ 参加延人数：2,692人		
とき	内容	参加者数
H28. 11. 5	<ul style="list-style-type: none"> ・ステージプログラム（消費者団体等による寸劇、クイズ大会、お楽しみ抽選会など） ・手づくり・体験・遊びコーナー（消費者団体による手作り教室など） ・情報コーナー（関係行政機関によるパネル展示など） 	2,692人

○消費者団体の調査・活動パネル展示

	団 体 名	テ ー マ
食	茨木市消費者協会	正しいお箸の使い方
	大阪友の会	食品ロス ゼロをめざして
	大阪府消費生活リーダー会	「食品ロス」を減らそう！
	大阪府地域消費者団体連絡会	加工食品の安全性について
	高槻市消費者団体連絡会	知っておきたい食品表示
	とよなか消費者協会	介護食品について
	NPO法人 日本主婦連合会	加工用トマトのはなし
	寝屋川市消費者協会	食べよう！日本の麦
	八尾市消費問題研究会	もったいない、捨てている食品！
くらし	交野市消費生活問題研究会	自転車は危険がいっぱい
	NPO法人 関西消費者連合会	危ない！こんな被害にご用心
	岸和田市消費生活研究会	災害に関するアンケート調査
	きんきビジョンサポート	あなたのひと声大作戦！ ～駅で目の不自由な方を見かけたら～
	NPO 法人消費者支援機構関西	すっごいやん！KC's（ケーシーズ）
	全大阪消費者団体連絡会	お断りシールで迷惑訪問販売STOP
	公益社団法人 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会西日本支部	消費生活と資格 その役割と活動
	かわちながの消費者協会	家庭で使った水はどこへ行くのでしょうか？
環境	守口市消費生活リーダークラブ	大地震に備えて

2. 消費者問題講演会（年1回）

消費者の関心の高い時事的なテーマを選び、消費者問題についての認識を深めるため、大阪市と共同で講演会を実施した。

実施日	テーマ	講師	参加者数
H28. 5. 27	「得する選択 損する選択～多様化するサービスの選び方～」	大阪国際大学 准教授 谷口 真由美	119人

3. 消費のサポーター養成講座・更新講座

・高齢者の消費者被害の未然防止、拡大防止のため地域における高齢者の集まり等で情報提供等を行う「消費のサポーター」養成講座を実施した。

◇実施回数 1回 ◇平成28年度サポーター登録者数 143人

・「消費のサポーター」に消費者問題に関する最新の情報等を提供し、専門的な知識の維持と更新を図った。

◇実施回数 3回

4. 高齢者向け「消費者問題ミニ講座」への講師派遣

高齢者の消費者被害を未然に防ぐため、老人クラブや自治体などの集まりに「情報提供ボランティア（消費のサポーター）」を派遣し、高齢者を狙う悪質商法の手口とその対策等の情報提供を行った。

◇実施回数 173回 ◇受講者数 6,280人

5. 消費者教育講師派遣事業

・消費者問題について、学習を希望するテーマに応じた講師を派遣し、消費者グループの自主学習の促進、学習機会や教育の提供に努めた。

◇実施回数 20回 ◇受講者数 1,291人

・若年層の消費者被害の未然防止・拡大防止のため、児童・生徒と密接にかかわり、生活指導に重要な役割を果たす教職員等に対して、消費者被害の現状や対処法について研修を実施した。

◇実施回数 21回 ◇受講者数 621人

6. 夏休み若者向け集中啓発講座

消費者の関心の高い時事的なテーマを選び、消費者問題についての認識を深めるため、若者を対象に講演会等を実施した。

実施日	講座テーマ	講座講師	講座受講者数
テーマ「情報にだまされるな！—めざせ消費者市民—」 期 間：H28. 8. 2～8. 8 ところ：大阪府消費生活センターセミナー室他 内 容：ミニ講座、DVD上映 パネル展示 クイズラリーなど 参加者数：345人（うち講座受講者173人、DVD等視聴者172人）			
H28. 8. 2	その食べ方ってホントにいいの？	(公財) 消費者関連専門家会議 (ACAP) 企業会員 日本ハム株式会社 中村奈央	44人
H28. 8. 3	インターネット—指先から始まる危険—	N T T 情報技術推進ネットワーク(株) 代表 篠原 嘉一	32人
H28. 8. 4	高校生でも持てる？カード	消費生活専門相談員 新原 佳美	20人
H28. 8. 5	美容整形したいですか？—トラブル事例紹介—	弁護士 矢倉 昌子	23人
H28. 8. 8	高校生による高校生のためのインターネット講座	府立平野高等学校コンピュータ部 府立藤井寺高等学校マルチメディア部	54人

7. 消費者問題見守り講座

高齢者・障がい者などをサポートする見守り・支援者向けに出前講座等を実施した。

◇実施回数 20回 ◇受講者数 656人

8. 情報収集及び提供

消費生活に関する種々の資料を収集整理し、センター各事業に活用するほか、消費者の利用に供した。また、生活情報誌「くらしすと」及び啓発資料を発行し、情報の提供に努めた。

(1) 専門資料コーナーの運営

消費生活に関する種々の資料を収集整理した。これらの資料はセンター各事業等に活用するとともに、消費者、マスコミ関係、業界等の利用に供した。

資料分類	27年度	28年度	28年度末総計
大阪府資料	141 (73)	125 (20)	13,448
他府県資料	109 (87)	89 (37)	16,409
国の資料	100 (18)	78	11,108
業界等資料	215 (53)	186 (1)	45,764
消費者団体資料	152	146	10,727
新聞等	326 (373)	331 (264)	4,853
雑誌	23 (92)	24	6,138
書籍	42	9	5,050
計	1,108 (696)	988 (322)	113,497

()は廃棄件数

(2) 消費者情報の提供

消費者被害の未然防止・拡大防止を図るとともに、合理的な消費者行動等を促進するため、情報誌及び啓発資料を発行し配布した。

ア 大阪市と共同で「くらしすと」を発行（平成19年5月創刊）

年4回（A4版 4ページ）・30,000部/回

内容：こんな消費者トラブルに気をつけて！（消費生活相談事例）、くらしのトピックス（悪質商法等）、くらしの安全情報（商品テスト等）、イベントのお知らせ等

配布先：消費者団体、府の各種窓口、行政機関、教育機関等

イ 啓発資料の発行

- | | |
|-------------------|----------------|
| ① 「あまーい誘いにご用心！」 | 92,000部（28年度版） |
| ② 「どうする？君なら」 | 95,000部（28年度版） |
| ③ 「撃退！悪質商法シルバー編」 | 6,000部（改訂版） |
| ④ 「撃退！悪質商法訪問購入編」 | 4,000部（改訂版） |
| ⑤ 「消費者市民社会ってなに？」 | 2,000部 |
| ⑥ 「くらしすと」（点字啓発資料） | 200部×4回 |

ウ 府政だより（保存版）の発行

平成28年10月に発行した府政だよりが高齢者の消費者被害の未然防止に向けた特集記事を掲載した（約284万部）。また、これを活用して啓発用リーフレット（50,000部）を作成した。

(3) 教材の貸出

消費者問題についての視聴覚教材（ビデオ）、展示パネル等を貸し出し、消費者啓発及び情報提供した。

	視 聴 覚 教 材			展 示 用 パ ネ ル 等		
	件数	本数	利用人数	件数	枚数	利用人数
教育関係	15	47	2,301	—	—	—
行政関係	11	19	483	4	13333	1,200
業界関係	6	19	94	—	—	—
消費者団体	7	13	210	2	15	400
個人	2	3	11	—	—	—
合計	41	102	3,099	6	28	1,600

(4) ウェブサイト「消費生活事典」・マス・メディアでの情報提供

① ウェブサイトの利用状況 <<URL: <http://www.pref.osaka.jp/shouhi/>>>

	H26年度	H27年度	H28年度
利用件数	32,184件	32,812件	31,208件
月平均	2,682件	2,734件	2,600件

② メールマガジン「大阪府消費生活センター便り」の発行

◇毎月発行 12回 ◇配信先数 759件

③ マス・メディアでの情報提供

◇NHK 関西ラジオワイドへの出演：毎週火曜日 9回実施

放送日	内 容
H28. 4. 19	高齢者の新聞契約のトラブルについて
H28. 5. 31	くらしの商品安全情報 傘の取扱について
H28. 6. 28	最近の相談事例から 電子マネーで料金を支払わせるワンクリック請求トラブル
H28. 8. 2	若者によくある消費者トラブルと夏休みのイベントについて
H28. 9. 27	電子ギフト券で料金を支払わせるワンクリック請求トラブル
H28. 11. 1	大阪府消費者フェア2016について
H29. 12. 13	くらしの商品安全情報 不良灯油について
H29. 2. 7	高齢者のインターネットトラブル（国会中継のため中止）
H29. 3. 1	高齢者のインターネットトラブル（国会中継のため中止）

第5章 商品テストの概要

1. 商品テストのあらまし

消費者から寄せられた相談・苦情処理のための商品テストを行った。商品テスト件数は25件で、前年度22件より3件増加した。また、技術相談件数は261件で、前年度284件より23件減少した。商品テストの件数は、例年どおり被服品に関するものが最も多く、11件、そのうち7件がクリーニングに関するものであった。

技術相談の事例・商品テストの結果を、「くらしの安全情報」として「くらしすと」に掲載したり、地域における講座で消費生活製品の取扱い、製品事故情報などを紹介し、注意喚起を行うことで積極的に消費者に情報提供した。

(1) 商品テスト及び技術相談

商品テスト全体25件のうち、被服品が11件で最も多く、その内容をみると、色落ちなど変色に関するものが5件、破れ、風合い変化など外観に関するものが6件であり、被服品のうちクリーニングに関係するものは7件であった。また、危険・危害に関する商品テストは全体25件のうち8件を受け、前年度全体22件のうち3件の受付より5件増加した。

平成28年度の商品テスト件数

品目	テスト総件数		商品テストの内容				技術相談	
			危害に関する件数		危険に関する件数			
	28年度	27年度	28年度	27年度	28年度	27年度	28年度	27年度
商品一般	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)
食料品	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	18 (13)	20 (15)
住居品	5 (2)	3 (2)	1 (0)	0 (0)	3 (1)	2 (1)	76 (37)	93 (65)
光熱水品	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	1 (1)
被服品	11 (4)	18 (10)	0 (0)	1 (1)	0 (0)	0 (0)	99 (59)	101 (58)
保健衛生品	1 (1)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	13 (7)	15 (7)
教養娯楽品	4 (1)	1 (1)	0 (0)	0 (0)	1 (0)	0 (0)	32 (13)	32 (17)
その他	4 (0)	0 (0)	1 (0)	0 (0)	2 (0)	0 (0)	23 (6)	22 (17)
計	25 (8)	22 (13)	2 (0)	1 (1)	6 (1)	2 (1)	261 (135)	284 (180)

()は大阪市を除いた件数

(2) 平成28年度 商品テスト事例(抜粋)

品目	品名	テスト依頼内容	テスト結果
住居品	自動ゆりかご	<p>生後7か月の赤ちゃんを乗せる電動ゆりかごを購入した。箱から取り出し、床に置いた。その時点でかごはゆらゆら揺れていた。</p> <p>取扱説明書を読もうとしたときに、そばに寝かせていた赤ちゃんが動き出し、ゆりかごのをせるフレームとラックの間にある5ミリくらいの隙間に左手の親指を挟んだ。複雑骨折で全治3か月と言われた。</p> <p>メーカーはすぐに見に来た。検査のためゆりかごを持ち帰り、翌日メーカーからゆりかごには問題はないと返事があった。</p> <p>箱から取り出したときには、ストップがかかっている状態、ゆらゆら揺れていた。原因を調べてほしい。SGマークがついている。治療費などどうしたらよいか。</p>	<p>当センターにテストを依頼した府内市町村の消費者センターから重大事故として消費者庁へ届が提出され、経済産業省より独立行政法人製品評価技術基盤機構(以下「nite」という)へ調査依頼が入った。</p> <p>SGマークのついた製品であることの意味を説明した結果、相談者は補償を希望していることから、製品安全協会に苦情を申し出て、調査を依頼することになった。</p> <p>そのため、niteでは、メーカーから提供された同型品のテストとなった。niteは消費者センターで、相談品の外観観察を行なった。nite担当者の助言は乳幼児用ハイローラックのSG認定基準が守られているかが設計不良か否かを判断する基準となることであった。製品安全協会の調査の後、治療費等が支払われることになったが、何が原因と判断されたかは不明。消費者庁及び経済産業省から調査の報告が公表されたが、「当該製品は出荷時からスイングのロックがかかっていなかったため、両親が目を見守っていた際に被害者が当該製品の後部につかまったことで座面が前方にスイングし、座面の後部と脚部台座との間にある隙間に、左手の指が挟まれて骨折に至ったものと推定される。」というものであった。</p> <p>使用中はスイングするものなので、子どもが複数いる場合など、使用中に、他の子供が指を挟むことも充分考えられるため、構造について改善が必要ではないかと思われる。</p>
住居品	ステンレス製洗い桶	<p>ネット通販で中栓がついている脚付きステンレス洗い桶を購入した。栓を抜いて水を流したあと、桶に入っている物をよけて栓をしたら下側にするって抜けおちてしまった。</p> <p>販売会社や製造会社は「栓を斜めにして穴に入れようとしたら抜けてしまう、再度斜めにすれば穴から引き戻せる」とのことであるが、穴の周囲が鋭く、ゴムでできた栓にキズがつきそうだ。商品ホームページにも、穴の周囲が鋭くて手を切ったとの書き込みがあった。「斜めにすれば・・・」との説明はなく、あれば購入しなかった。</p> <p>30日間以内なら返品できるが、販売会社に連絡したのはその期間を過ぎていたのでできないとのこと。危険で使えないのに納得できない。</p>	<p>桶の使用の仕方の可能性を鑑みて試験を実施した結果、中栓の抜け落ちやすさについて、中栓自体に洗剤液がついた状態、およびお湯を入れた状態の場合、乾いた状態および水を入れた状態にくらべて中栓を指で押した際、抜け落ちやすさを感じた。洗剤等の付着により中栓が抜け落ちやすくなったものの、中栓を指で押さないかぎり水圧で抜け落ちることはなかった。</p> <p>よって、中栓ゴムを真っ直ぐ穴に装着することで通常の使用には大きな問題はないと考える。</p> <p>但し、中栓ゴムのサイズが穴径に対してやや小さく、場合によっては(桶中に茶碗など入った状態など)真っ直ぐ穴に装着し難い状況は考えられる。</p> <p>中栓端部分の鋭利さについて、ST基準に基づいたシャープエッジテストを実施したが、「危険な鋭い縁部」とは言えなかった。</p>
住居品	エンジン式チェーンソー	<p>エンジン式のチェーンソーをネット通販で購入した。付属の工具とネジで組み立てしようとしたが本体に刃を取り付けられない。ネジのオスとメスが合わない。本体側にはネジ穴が無い。販売店に苦情を言ったところ、「ネジを力強く締め付けられれば使える」という。そのような使い方をすれば危険を伴うと思われる。販売店に返品する前に第三者機関で調べてほしい。メーカーに改善の必要性を求めてもらい、返金だけでうやむやにさせないでほしい。</p>	<p>ネジ穴、及びネジの大きさを簡易に測定した結果、スパイクを取り付ける際のネジとネジ穴が合わないことを確認した。</p> <p>販売店の助言どおり、力強くネジを押し込んだ場合については、ネジ穴が破損する可能性や、耐久性が低下することも考えられる。</p> <p>チェーンソーの製品特性(刃物)を考えれば、安全については充分配慮しなければならず、販売店の「力強く締め付けられれば使える」との発言が安全性の裏付けがあつてのことか、疑問である。ネジ穴の大きさ・仕様、ネジの品質・選択、本体の品質(ノリが見られる)等について、品質管理の徹底を、販売店に要望すべきと考える。</p> <p>(相談者は、消費者センターが相談品を確認した上で、相談員から販売店へ相談者の主張を伝えることを希望したことから、新品での商品確認、テスト等は実施せず)</p> <p>販売店へ結果を伝えたと、今回取り付けられなかった「スパイク」を今後は取り付けられた状態で出荷することだった。</p>

ネジ穴及びネジの大きさを簡易に測定

ネジ穴(上部)	ネジ穴(下部)	ネジ(傷あり)円筒部径	ネジ円筒部径
-	最大 5.7mm	首 4.8mm	首 4.9mm
4.2mm	最小 4.3mm	ネジ先 4.6mm	ネジ先 4.7mm

品目	品名	テスト依頼内容	テスト結果
住居品	こたつ布団	<p>1年ほど前に家電量販店でこたつとこたつ布団をセットで購入したが、こたつ布団の縫製が悪くほつれがひどい。昨冬は、ほつれた箇所テープを貼って使っていた。しかし、今年の冬になって、こたつ本体の調子が悪くなり、販売店に申し出ると、新しい布団に交換してくれた。</p> <p>新しい布団も状況は変わらず、縫い目からのほつれがひどい。メーカーに苦情を言ったが、布団については保証はなく、修理方法もわからないとの回答。不良品なのかは消費生活センターに問い合わせるよう言われた。不良品がどうかを調べてほしい。</p>	<p>①生地自体の滑脱抵抗方試験、及び商品の縫目の強さ試験の結果、一般的な基準を満たしていなかった。よって滑脱し易い生地と言えらるることから、生地設計不良、および滑脱し易い生地に対する対策(縫代・縫目の仕様)が施されていない可能性が考えられる。</p> <p>②縫製不良について“縫製不良で縫代が少なかった”などの大きな問題が認められなかったことから、今回の原因となった可能性は低い。</p> <p>③使用中の過度な引っ張りについて、インターネットに同様の書込みが2件あることから、一般的な使用により滑脱する可能性は考えられる。但し、書込みの真偽は不明である。使用中、過度に引っ張ったかどうかについては特定できないものの、①生地の物理的性能が低かったことから、③が主な原因となった可能性は低いと考える。</p> <p>メーカーは相談者が家電量販店に返品したこたつ布団を確認していなかった。家電量販店から回収せず、廃棄させたとのことであった。通常、消費者から何らかの申し出があり商品が返品された場合、事業者は現物を確認し、商品の改善につなげる等の対応を行うべきである</p> <p>また、メーカーのお客様相談窓口では同様の申し出はないとのことであったが、インターネットを検索すると同様の書込みがあった。書込みの真偽は不明ではあるが、上記、当該申し出について現物確認せず廃棄という対応をしていることからすると、同様の申し出があっても記録できていない可能性も考えられる。メーカーは相談者からの申し出に係る対応について、再検討すべきと考える。</p>
被服品	ガウン	<p>有名ブランドのガウンを購入後、市販の洗剤を用いて1回だけ洗濯機で洗濯した。黒が茶色に変色した。そのような品質のブランド品があるだろうか、まず見てもらいたい。</p> <p>製品もイタリアのブランド品であるが、イタリアで作っていない。ブランド品として許せない。</p> <p>ガウンは1、2年前に友人からもらった物で購入日は不明である。</p>	<p>事業者聴取によると日本国内では販売していないが、他の国では販売されていた。</p> <p>外観観察の結果から、光による変色の可能性が考えられる。</p> <p>商品の内側に変色が認められないこと、フードの影となっている箇所に変色が認められないこと、および、商品をハンガー等に掛けた状態の凹凸に沿って変色が発生していることから、ハンガーに掛けた状態(下半分を何らかでふさいだ状態)や、椅子に掛けたりした状態で窓辺の光や、蛍光灯の光に曝され、変色した可能性が考えられる。</p> <p>また、入手の経路は不明であるが、商品のディスプレイ時の光で染料が変化し、洗濯で脱落し、変色が顕著化した可能性も考えられる。</p> <p>“洗濯で変色した”とのことだが、洗濯或いは洗剤が原因であれば商品全体が変色するはずであり、洗濯が原因とは言い難い。また、洗濯後乾燥した際に日光にあたり変色した場合、商品が不良であれば光が照射した箇所全体が変色する可能性が高い。どのように干したかは不明ではあるが、前身頃には著しい変色は認められないこと、後身頃の上半分のみが著しく変色していることから、商品が不良であった可能性も低いと思われる。</p>
被服品	ジーパンのクリーニング	<p>3年前に買ったペイントのあるジーパンをクリーニングに出したら、ペイントが全て剥がれ落ちた。太ももや後ろポケットに手描きペイントのある8万円のジーパンである。一点物で手に入りにくい。店側は48000円の賠償で、ジーパンも戻すとやっている。これ以上の好条件はない、業界基準に基づいた算定なのでどこに聞いてもらってもいいと言われたが、納得できない。</p>	<p>洗浄前のプリントの状態が把握できないことから、プリントがどのように、どの程度剥がれているかどうかについては詳細不明である。</p> <p>よって、以下考察については、相談者およびクリーニング店への聞き取り、相談品現物の観察によるもので、あくまでも推測である。</p> <p>ペンキが飛んだようなペイントであったことから、ペンキは顔料であった可能性が高い。</p> <p>受付クリーニング店(A)では相談者の申し出によりこのプリントを把握していた。但し、このクリーニング店(A)から別のクリーニング店(B)へこのジーパンの洗浄を依頼した際に、シミ抜きとしか情報が伝わっていなかったことから、クリーニング店(B)ではペイントをシミと思い除去したと考える。</p> <p>ちなみに、顔料はドライクリーニング不可のものが多く、相談品の取扱いは、水洗いで、ドライクリーニング(石油系)も可となっている。“シミ抜き”の別途作業でなくとも、通常のドライクリーニング(石油系ドライクリーニング)によっても、ペイントが脱落する可能性も考えられる。</p>

品目	品名	テスト依頼内容	テスト結果
被服品	フレアスカート	<p>約26万円で買ったばかりのフレアスカートを初めてクリーニングに出したところ、仕上がったと思われる頃にクリーニング店から最初の状況確認をしてほしいとの連絡が入った。</p> <p>クリーニング店にスカートを見に行くと、生地がボコボコになってアイロンをかけたようなシワがあった。クリーニング店は「クリーニングはしていない」と断言し販売店が着用していた私に問題があるかのような言い方をした。受付に出した時は何も言われなかった。問題のスカートを写真に撮って販売店に見せたが「クリーニングで高熱を加えたので、このような状態になった」と言われた。</p> <p>クリーニング店はクリーニングをしていないことを証明する検査結果を出して当方には問題がないと回答した。クリーニング店で受付確認した時にはこんな状態ではなかった。他店で同じスカートが販売されているので入手して弁償してほしい。</p>	<p>相談品は、絹とキュプラの2枚の生地を貼り合わせたボンディング生地であり、裏面のぶくつきについては、貼り合わせるために使用した接着樹脂のポリウレタンが劣化したことにより発生していると考ええる。生地は製造から劣化が進行し、一般的には2～3年で劣化し始めると言われている。熱や湿気など保管条件によって劣化は進行するが、購入から3か月未満であることから、相談品の生地製造時期は不明ではあるものの、生地の製造時期が古かった、或いは製造(接着)が不良であったために早々に劣化(剥離)したと推測される。</p> <p>また、ドライクリーニングでプレスや洗浄を行ったためにぶくつきが発生したのではないかと、とのことだが、仮にドライクリーニング処理を実施していたとしても、購入から3か月未満でぶくつきが発生していることから、クリーニングのみが原因とは言い切れない。</p> <p>また、今回販売事業者が消費生活センターへ持参した新品にも既にぶくつきが発生し、劣化が認められることから、クリーニング店に渡す以前から商品に問題があった可能性が高い。</p> <p>シワについて、クリーニング店は「プレスもしていない」とのことから、原因は不明である。</p> <p>品質表示に、「裏地」との表記があるが裏生地はついていないため、問題である。また、ポリウレタン8%と表記があり、ポリウレタン繊維が使用されている内容となっているが、このポリウレタンは接着樹脂のポリウレタンである可能性があり、接着樹脂であった場合、組成表示は不適となる。また、任意ではあるが、ポリウレタンの劣化に関する注意表示や絹の取扱いに関する注意表示、および店頭での取扱いに関する注意などがなく、消費者に対して商品の情報が十分に伝わっていない。</p> <p>また、テスト実施時点においても劣化が始まっている商品を販売していることから、今後ドライクリーニングすることで苦情となる可能性や、消費者がクリーニング事故に巻き込まれる可能性が高い。さらに上記の注意もなく、消費者への情報提供も不十分である。</p>
被服品	スカート	<p>ブランドのスカート(素材はシルク47%、レーヨン26%、ウール17%、ポリエステル10%)を2回しか着用していないのに2か所毛羽立ちができ、糸も引いている。ネックレスやピアスをしてスカートを着用したことはない。</p> <p>販売店に申し出ると同じ商品の、使用後のサンプルを持ってきたが、たくさん毛羽立っていた。また、「こんなもんですよ」と言われた。購入時に素材や取扱いの説明はなかった。こんな毛羽立つスカートなら買わなかった。返品してほしい。</p>	<p>生地の織り方を見ると、糸を引っかけ易く、また、目立ち易い素材と思われる。</p> <p>毛羽立ちの原因として、一般的には着用者のアクセサリや靴との過度の摩擦によるケースが多い。但し、今回はネックレスやピアスもしていないとのことから原因は不明である。今回の商品の組成は、シルク、ウールと、レーヨン・ポリエステルと表示されていることから、毛玉(毛羽立ち)が発生してしまうと脱落し難く、生地表面に残ることで外観が悪くなる可能性が高い。但し、毛玉が著しく出来やすいかどうかについては、破壊検査が必要であり、確認できなかった。また、品質についての確認は相談者から手紙を事業者に送付した後に、必要に応じて市町村で相談を受けた者が行うとのこと、テスト担当からは確認できなかった。</p> <p>商品の設計や品質についてはブランドの考え方にもよるが、素材・風合いを重視した商品であって、引っかけ、毛羽立ちが避けられない商品の場合、購入時、消費者に対してデメリットとして説明、或いは表示すべきと考える。</p> <p>また、相談者の主張では、購入店舗に申し出た際、たくさん毛羽立っている同じ商品のサンプルを持ってきて「こんなもんですよ」と言われたとのことから、他にも同様の申し出が過去にあった可能性が高い。事業者が毛羽立ちを把握しているのであれば、購入時使用上の注意を伝えるべきであったと考えられる。</p>
保健衛生品	水素発生器	<p>知人の紹介で、水素を発生する容器と水素発生剤を30000円で購入した。容器に水素発生剤を入れ水を注ぎ、水素を発生させて吸うようになっていた。新聞広告には大学でも研究しているように出ていた。本当に水素がでているのかどうか不安になり、商品と一緒にもらった新聞広告にある研究所の電話番号にかけたが誰も出ない。水素が発生しているか調査してほしい。</p>	<p>独立行政法人国民生活センターへテスト実施の検討を依頼した。国民生活センター(以下「国民生活センター」という)での検討内容は以下の通りであった。</p> <p>「水素が出ているかどうか」については、水素発生剤の成分が記載されている通りであれば、「出ている」となるだろう。よってテスト依頼の目的が、水素が出ているか、出していないか、であれば化学反応としては出ている、と考えられる。</p> <p>テストの目的が「水素の濃度について表示通りなのか、知りたい」ということであれば、テスト実施も再検討するが、商品に添付された資料に、明確な水素発生量、濃度が記載されていないため、表示通りの製品かどうか判断できない状況にあるとのことであった。</p> <p>以上から事業者へ水素濃度を聞き取りしようとしたところ、返品に応じると言う回答があった。相談者は返品を希望し終了となった。</p>

品目	品名	テスト依頼内容	テスト結果																								
教養 娯楽品	骨盤 ストレッチ用枕	<p>100円ショップで、骨盤をストレッチさせるための枕を買った。塩化ビニル樹脂製で紙の箱に入っていた。小学4年の娘が膨らませたが、石油臭く、ガスのような臭いがした。娘も自分も気分が悪くなったためすぐ窓を開けて換気した。</p> <p>販売店に申し出たら返金すると言われただけだ。娘は気分が悪くて学校を休んでいるが、医者にはかかっていない。センターでみてほしい。同型品1個も持参した。</p>	<p>成人22人を対象に相談品、同型品2種についてモニターテストを実施した。相談品及び同型品①は同型品②に比べて「我慢できないくらい臭う」及び「やや気分が悪い」を含め「気分が悪い」と回答した人が多かった。</p> <p>以上の結果から国民生活センターへ調査を依頼した。</p> <p>国民生活センターでの調査からテトラメチルベンゼン2種及びナフタレンが検出された。これらを口にくわえても害がないかについては、可塑剤として使用されているもので、可塑剤の中には規制のあるものもあるが今回検出されたものはその範囲ではなく、使用できないとは言えない。</p> <p>相談品及び相談同型品の臭いは、トルエン、キシレン、エチルベンゼン等と推定される成分が混合したものと考えられた。</p> <p>多くのモニターが不快と感じ、口をつけて空気を入れて膨らませたくないという回答したことから、商品自体の臭いを低減することが望まれる。</p> <div data-bbox="813 593 1332 952"> <p>モニターテストの結果（枕の臭い）</p> <table border="1"> <caption>モニターテストの結果（枕の臭い）</caption> <thead> <tr> <th>項目</th> <th>相談品</th> <th>同型品①</th> <th>同型品②</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>我慢できないくらい臭う</td> <td>5</td> <td>5</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>やや気分が悪い</td> <td>6</td> <td>2</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>気分が悪い</td> <td>6</td> <td>6</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>臭いを感じるが不快は感じない</td> <td>5</td> <td>8</td> <td>9</td> </tr> <tr> <td>臭くない</td> <td>0</td> <td>1</td> <td>4</td> </tr> </tbody> </table> </div>	項目	相談品	同型品①	同型品②	我慢できないくらい臭う	5	5	3	やや気分が悪い	6	2	3	気分が悪い	6	6	1	臭いを感じるが不快は感じない	5	8	9	臭くない	0	1	4
項目	相談品	同型品①	同型品②																								
我慢できないくらい臭う	5	5	3																								
やや気分が悪い	6	2	3																								
気分が悪い	6	6	1																								
臭いを感じるが不快は感じない	5	8	9																								
臭くない	0	1	4																								
教養 娯楽品	鉄棒 （玩具）	<p>玩具の鉄棒で子供の友達が使用したら接続部分にひびが入った。</p> <p>4月メーカーの通販サイトで室内で使用する子供用の鉄棒を購入した。子供は6歳の女兒で約20kg。普段逆上がりなどしている。12月中旬、子供の友達（9歳女兒、体重約30kg）がこの鉄棒で逆上がりをした時、両サイドの接続部分にひびが入った。使用上の注意には、「鉄棒を使用するSGマーク補償対象年齢は、3歳児から7歳児までとし、耐荷重は70kgまでです」と記載されている。30kgの子が使用してひびが入るのは、製品に問題があるかと思う、メーカーに苦情を申し出て無償修理を求めた。</p> <p>画像を送付して調べてもらった。「拝見した画像は樹脂が伸びた際に現われる白いあざが見られ、一時的に基準の耐荷重以上の大きな負担がかかったために、亀裂が生じたと思われます。本来ですと修理対象として部品代もいただく内容となりますが、今回にしましては当初案内した通り、作業代金2000円のみで修理を承ります」という返答がきた。納得できない。</p>	<p>国民生活センターでの調査の結果、相談品はSG認定基準を満たす強度を有していたものの、対象年齢を超える9才児が使用した際に接続パーツにSG基準想定以上の過大な負荷がかかり、ひびが入ったものと考えられた。</p> <p>9才児と7才児（SG認定基準最大年齢）では運動能力・体格が違うことから、体重30kgであっても、衝撃性が大きく、ひびが入ったと考えられる。</p> <p>なお、「耐荷重70kg」の表示や、事業者のホームページ上の「175cmのスタッフが逆上がり経験済み」「お子様にレクチャーできる」の文言について、体重70kgまで使用可能などの誤認を与える可能性があるため、表示の改善が望ましい。</p> <p>また、SG認定基準の表示についても、年齢での区切りでは個人差が大きいことから、例えば“3才児から体重20kgまでの7才児とする。”とするなど、より明確に対象年齢を記載すべきと考える。</p>																								
教養 娯楽品	水着	<p>幼稚園の指定の水着が1年ほどの使用で肩部分がベトベトしてきた。2年間使用したものを譲り受けて使っている。知合い3人が同じようになっているという。他の人は使用して1年くらいなので洗濯すると、肩ひもの一部分のゴム部分から白いねばねばの物がでてくるという。メーカーに申し出たら交換するといわれたが、他の人もなっているという、ゴムなので劣化は当たり前と言って交換しようと思わない。幼稚園に申し出ても埒があかない。</p> <p>10年ほど前に長女が幼稚園に通っていたときの水着は全く変化がなかった。その旨をメーカーに言うとこれは製造メーカーが異なるとのことだった。納得できない。プールは温水で塩素は使用していないとのことだが、消毒はしているはず。また、使用頻度は週に2、3回の割合で1年中プールに入っているとのこと。</p>	<p>マイクロスコープによる拡大観察の結果から、肩部分がベトベトする原因はゴムの劣化と考える。</p> <p>水着のゴム・ポリウレタンの劣化の原因としては、一般的に、経年変化、塩素の影響が考えられる。水着の一般的な耐用時間は、80時間程度とされており、週3回、1時間程度の使用で約半年程度となる。相談品の水着は週2、3回の頻度で1年間使用されている。さらに、譲り受ける前に、2年間使用しているとのことから、この耐用時間を超えていると推測され、経年劣化と考える。</p> <p>また、知合いの方の水着も使用期間1年を経過しており、一般的な耐用時間を超えていることから、劣化が始まっているとしても商品の不良とは言い切れないと考える。</p>																								

品目	品名	テスト依頼内容	テスト結果
車両・乗り物	自動車のサンバイザー	<p>テレビ通販で自動車用サンバイザーを購入した。昼間の日差しを遮る板と、夜のライトの強い光を和らげる板を片手で切り替えることができるものだが、車に装着してみると板が短すぎて視界が届かず使えなかった。そこで、息子の車につけてみたが、やはり短いので、車に設置している純正のサンバイザーを斜めに傾けて取り付けないと、視界が届かなかった。昼間、息子は目の前に来ないように夜用の板を車のフロントガラス側に向け、取り付けのクリップをわざわざ外して、夜間は昼用の板が目前に来ないように工夫して使用していた。そのため3か月で根元のクリップが壊れてしまった。抜き差しさえしなければ壊れなかったと思う。2枚組だったので、息子もいまでは助手席に差して全く使用していない。</p> <p>8千円もしたので、納得がいかない」と通販事業者へ問い合わせると交換すると言われた。交換してもおなじ商品だ。役目を果たす商品か、どうか調べてほしい。</p>	<p>国民生活センターへ調査依頼をした。その結果、相談者が使用していた車両に対して使用した場合に、バイザーの大きさが足りず、まぶしさを低減できない状態になることが確認された。</p> <p>相談品には、「純正サンバイザーが特殊な形状だと取付けできない場合がある」ことは記載されていたが、前方視界に重なる位置まで下がらない車種・使用できない車種等があることについて、表示することが望ましいと考える。</p> <p>サイズについて、取扱説明書・製品仕様では、高さ17cmとなっているが、これはバイザーとクリップを合わせたサイズである。クリップを含めない、バイザーのみの大きさと勘違いして購入する場合もあると推測されることから、より明確にバイザー部の大きさ(約12cm)、或いはクリップ込みの注意書きを記載した方が良いと考える。</p> <p>また、販売事業者のホームページについて、女性が乗車している画像では、取扱説明書の取り付け方法(フロントガラス側から取り付け)とは異なる方法(座席側から取り付け)で取り付けられているのが確認され、矛盾があった。</p>
車両・乗り物	電動アシスト自転車	<p>電動アシスト自転車のタイヤのチューブが外れ、倒れて塚にぶつかった。左足の膝下を打撲した。タイヤは前輪、チューブ、ゴムの部分が外れ、金属部分にぶら下がっている状態になっている。当該自転車は、新聞のチラシを見て電話をして購入した。事業者へ事故の状況を申し出たが、空気が減って、タイヤが外れたと回答があった。点検するから、送料を相談者負担で送るようにも言われた。怖くて、このような自転車に乗りたくない。自転車を事業者へ渡したら、証拠隠滅も考えられるので、消費者センターへ相談した。現在医療機関を受診していない。これから受診しようとは思っている。</p> <p>相談者からセンターへ届いた手紙には上記の相談内容以外に、使用7か月だが以前も怖い思いを何度かした。こいでないのに急に加速したことがある。カギをつけていないのに走行したので不安であったが、使用を続けていた。ということも記載されていた。</p>	<p>国民生活センターへ調査依頼をした。その結果、リム外れに対する圧力、走行耐久性はJISの規定を満たすものであり、タイヤが外れた原因を特定することはできなかった。また、タイヤ外れの原因として事業者が主張した“空気が低下していた”可能性については、空気が低下した状態で乗車するとリムが変形するケースがある。今回の相談品については、著しい変形は認められなかった。よって、空気が低かったとは断定できないためタイヤが外れた原因を特定することはできなかった。</p> <p>また、自転車が急に加速する原因については、道路交通法の定める基準の上限を超えるアシスト比率であったことによると考えられる。基準を超えたアシスト力が不意に加わることで、バランスを崩す可能性もあり危険であるとともに、道路交通法違反の電動アシスト自転車で道路を通行すると法令違反となる。</p> <p>さらに、相談者からの申し出にある施錠した状態で自転車が動いた原因については、自転車を後に押すと錠の構成部品であるローターが緩んでしまう構造によるものと考えられる。これについては、施錠は可能、及び、ローターが緩んだ状態でも、車輪から脱落する可能性は低いことから、不良品とは言えなかった。</p>

(3) 平成28年度 大阪府内商品テスト事例研究会

苦情相談に寄せられた商品の原因究明のためのテスト事例の情報交換を行うことにより、テスト部門の向上及び府内市町村の相談支援を図るため商品テスト事例研究会を開催した。

	実施日	主なテーマ
第1回	6月9日(木)	<p>1 講演 「独立行政法人 製品評価技術基盤機構における事故調査の流れ及び事件事例の紹介他」 講師:独立行政法人 製品評価技術基盤機構 製品安全センター リスク評価広報課 田中 均 氏</p> <p>2 新施設の見学 世界最大規模大型蓄電池システム試験評価施設他</p>
第2回	10月6日(木)	<p>1 講演 「電動アシスト自転車・スポーツ車について」 講師: パナソニックサイクルテック株式会社 事業企画部 栗原博志 氏 サービス部 福田基雄 氏、柴田康成 氏</p> <p>2 テスト事例交換・質疑 「niteにおける事故相談事例の説明」 講師: (独)製品評価技術基盤機構 製品安全センター 石倉 悟 氏 「電気こたつ ヒーターユニットの落下」について 講師: (公財)関西消費者協会 相談グループ テスト総括</p>

参加機関 (独)製品評価技術基盤機構 製品安全センター
大阪府内市町村消費者行政テストおよび相談担当者

(4) 技術相談・商品テスト事例等の情報提供

製品事故情報の発信や技術相談・商品テスト事例を掲載することで、安全な消費生活に関する情報提供を行った。

・『くらしすと』秋号(11月発行)、冬号(2月発行)に「くらしの安全情報」を掲載。

発行月	テーマ
秋号 (11月)	○ポリウレタンの劣化に注意しましょう
冬号 (2月)	○電子レンジの事故を防ぎましょう

・NHK関西ラジオワイドへ出演し、製品の事故情報を発信。

放送日	テーマ
平成28年5月31日	傘の取扱いについて
平成28年12月13日	不良灯油について

(5) 地域講座における消費生活製品の取扱いに係る注意喚起等の啓発事業

消費生活に役立つ身近な問題について、安全で健康な消費生活の実践に役立つ情報提供を行った。

開催日時	開催場所	テーマ
6月23日(木)	東成区民センター	靴の劣化に関する事例紹介・啓発
7月21日(木)	難波市民学習センター	ガラス繊維強化プラスチックによるけがに注意
11月17日(木)	総合生涯学習センター	不良灯油に関する事故と灯油の保管方法について
1月19日(木)	阿倍野市民学習センター	低温やけどについて

参 考 资 料

大阪府内の主要消費者団体連合体の概要

(平成 29 年 4 月 1 日現在)

名 称	なにわの消費者団体連絡会	全大阪消費者団体連絡会
所在地等	〒542-0012 大阪市中央区谷町7-4-15 大阪府社会福祉会館 (大阪府生活協同組合連合会内) TEL : 06-6762-7220 FAX : 06-6762-7296	〒540-0026 大阪市中央区内本町2-1-19 内本町松屋ビル10 430号室 TEL : 06-6941-3745 FAX : 06-6941-5699
代 表 者	代表幹事 千 神 國 夫 (大阪府生活協同組合連合会顧問)	事務局長 飯 田 秀 男
設立年月	平成 16 年 6 月	昭和 47 年 7 月
構成団体	<p>大阪消費者女の会 生活協同組合コープこうべ 岸和田市消費生活研究会 大阪府消費生活リーダー会 大阪府生活協同組合連合会 生活協同組合コープ自然派ビュー大阪 とよなか消費者協会 生活協同組合エスコープ大阪</p> <p style="text-align: center;">(8 団体)</p>	<p>NPO法人大阪障害者センター 大阪いずみ市民生活協同組合 大阪教育大学生生活協同組合 大阪商工団体連合会 大阪母親大会連絡会 大阪府生活協同組合連合会 大阪府保険医協会 大阪府立大学生生活協同組合 大阪よどがわ市民生活協同組合 近畿大学生生活協同組合 国家公務員労働組合大阪地区連合会 金剛団地自治会 新日本婦人の会大阪府本部 生活協同組合おおさかソールコープ 生活協同組合連合会大学生協 関西北陸事業連合 全大阪公営住宅連合会 全大阪借地借家人組合連合会 全大阪労働組合総連合 全国大学生生活協同組合連合会 関西北陸ブロック 全農林大阪分会 阪南大学生生活協同組合 民主法律協会 民放労連近畿地方連合会</p> <p style="text-align: right;">(23 団体)</p>
設立の経緯	大阪府消費者団体連絡協議会及び大阪府地域消費者団体連絡会の呼びかけにより、府内の消費者団体が自主的に組織され結成される。(両団体は、平成 17 年 3 月 31 日に解散)	消費者問題が複雑・多様化し、個々の団体活動のみでは対応が困難として、各種府民団体、労働団体、生活協同組合を含む運動・連絡会組織を結成。テーマ別に関西・全国レベルでの組織・活動を推進。
主な活動内容	団体相互間の活動環境の整備及び情報交換の推進、消費生活に関する諸問題の調査研究・情報の提供・啓発の推進、消費者行政等のあり方に対する検討及び要望。	消費者の権利を確立する活動、いのちと健康を守り環境を保全する活動、税・公共料金の公正化を求め、暮らしを守る活動、社会的不正を正し、食・住生活を改善する活動を主眼とした各種の調査・研究の実施、資料の収集、啓発資料の作成・配布、研究会・集会等の開催

消費者問題に係る主な専門家団体の概要

(平成 29 年 4 月 1 日現在)

	大阪弁護士会 (うち、消費者保護委員会)	(公社)消費者関連専門家会議 [ACAP: the Association of Consumer Affairs Professionals]	(公社)全国消費生活相談員協会 [JACAS: Japan Association of Consumer Affairs Specialists]	(公社)日本消費生活アドバイザー・相談員協会 [NACS: Nippon Association of Consumer Specialists]
発足年	昭和 24 年 (昭和 52 年)	昭和 55 年	昭和 52 年	昭和 63 年
監督庁	弁護士会は、弁護士法第 32 条により地方裁判所の管轄区域ごとに設置	内閣府 (許可 昭和 60 年)	内閣府 (許可 昭和 62 年)	経済産業省/内閣府 (許可 昭和 63 年)
本部所在地	大阪市北区西天満 1-12-5 大阪弁護士会館 7 階委員会部人権課	東京都新宿区新宿 1-14-12 玉屋ビル 5F	東京都中央区日本橋堀留町 2-3-5 グランドメゾン日本橋堀留 101	東京都渋谷区渋谷 1-17-14 全国婦人会館 2 階
構成員	大阪地裁管轄内に事務所を設ける弁護士 (全員) から、弁護士会会長が選任 (4472 名: H29.7)	企業等に属して消費者問題に携わる事業者 (正会員 758 名 (593 社)、全会員 881 名: H29.3)	消費生活センター等で消費生活相談業務等に従事している消費生活相談員 (約 1,950 名: H29.4)	消費生活アドバイザーや消費生活コンサルタント等の資格保持者 (2,823 名: H29.3)
	消費者保護委員会委員長 石川 直基 (大阪弁護士会会長 小原 正敏)	特別顧問 高 巖 理事長 坂倉 忠夫 (西日本支部長 島谷 克史)	会 長 金子 晃 理事長 吉川 萬里子 (関西支部長 澤村 美賀)	会 長 山本 和彦 副会長 高橋 徹 大石 美奈子 (西日本支部長 樋口 容子)
主な活動内容	消費者問題に関して消費者保護の立場からの、必要な調査・研究その他適切な処置 ・社会的に問題の大きい消費者問題に係る被害者説明会の開催 など (弁護士団の結成は、各弁護士個人の活動であり、会としては行わない)	企業の消費者志向経営の推進と健全で安全・安心な消費社会の実現、消費者・行政・事業者の相互理解と信頼関係の構築 ・会員の資質向上 ・事業者の消費者志向経営の推進のための研修 ・消費者問題についてのシンポジウム等の開催 ・消費者教育・啓発活動の支援、情報提供 ・消費者問題等に関する調査・研究活動 ・消費者問題への適切な対応を図るための提言活動など	会員及び消費生活問題専門家への資質向上、消費者啓発 ・消費者問題関連での電話 110 番 ・週末電話相談 ・適格消費者団体として事業者へ申し入れや改善要望 ・行政機関からの委託等による消費生活相談・啓発活動 ・事業者、業界団体、各省庁との意見交換、国の審議会をはじめ行政・業界団体等の各種委員会における消費者委員としての活動 ・全国の消費生活相談員へのレベルアップ講座の開催 ・「消費生活相談員資格取得講座」の開催 ・「全協消費者講座」等の消費者教育・啓発活動など	消費生活に関する消費者啓発活動、調査研究及び研修会・研究会の開催 ・高校生等を対象とした消費者教育 ・各種トラブルに関する電話相談「なんでも 110 番事業」 ・週末の電話相談 ・消費者問題に関する調査研究活動 ・一般消費者向け啓発セミナーの開催 ・消費者問題への適切な対応を図るための提言活動 など
府との関係等	・府、市町村からの法律相談 ・事例研究会の実施 (S56.4 ~ 大阪府と共催)	・府センターが共同で使用している大阪市センター「くらしの広場エル」内に ACAP 消費者啓発資料常設展示コーナーを設置。大阪府消費者フェア等への参加。 ・H23.12 公益社団法人の認定 ・H24.4 登記完了	・H24.3 公益社団法人の認定 ・H24.4 登記完了	・H23.4 公益社団法人の登記完了

権限の一部が知事の自治事務となっている主要な法令の比較表

法律名	不当景品類及び不当表示防止法	割賦販売法	特定商取引に関する法律	ゴルフ場等に係る会員契約の適正化に関する法律	家庭用品品質表示法	消費生活用製品安全法
所管庁	消費者庁	経済産業省・消費者庁	消費者庁・経済産業省	経済産業省	消費者庁・経済産業省	経済産業省・消費者庁
目的	<ul style="list-style-type: none"> ・不当な景品類及び表示による顧客の誘引を防止 ・一般消費者の利益保護 	<ul style="list-style-type: none"> ・割賦販売等（割賦販売（前払式を含む）・ローン提携販売・信用購入あっせん・前払式特定取引）に係る取引の適正化及びその健全な発達 ・購入者等の利益の保護 ・商品流通の円滑 	<ul style="list-style-type: none"> ・特定商取引（訪問販売、通信販売、電話勧誘販売に係る取引、連鎖販売取引、特定継続的役務、業務提供誘引販売、訪問購入に係る取引）の公正確保 ・購入者等の損害防止 ・商品流通、役務提供の適正円滑 	<ul style="list-style-type: none"> ・ゴルフ場等に係る会員契約の締結、履行の公正 ・会員の損害防止、利益保護 ・役務提供の適正円滑 	<ul style="list-style-type: none"> ・家庭用品の品質表示適正化 ・一般消費者の利益保護 	<ul style="list-style-type: none"> ・一般消費者の危害防止（生活上、特に安全性を要する製品について、製造及び販売を規制（PSCマーク表示、製品事故情報報告・公表制度、長期使用製品安全点検・表示制度）） ・一般消費者の利益保護
規制対象	<ul style="list-style-type: none"> ・全ての商品、役務 	<ul style="list-style-type: none"> ・割賦販売、ローン提携販売 指定商品54品目（ミンなど）等 ・包括信用購入あっせん、個別信用購入あっせん 全ての商品、役務（一部適用除外あり） 指定権利7品目（語学の教授を受ける権利など） ・前払式特定取引 商品（全ての商品）の売買の取次…「友の会」 指定役務の提供又は指定役務提供の取次…「冠婚葬祭互助会」 	<ul style="list-style-type: none"> ・訪問販売、通信販売、電話勧誘販売 全ての商品、役務（一部適用除外あり） 指定権利3品目（語学の教授を受ける権利など） ・連鎖販売取引、業務提供誘引販売取引 全ての商品、役務 ・特定継続的役務提供 エステ等6業種 ・訪問購入 全ての物品（一部適用除外あり） 	<ul style="list-style-type: none"> ・ゴルフ場に係る会員契約 ・政令で定めるもの（現在指定なし） 	<ul style="list-style-type: none"> ・繊維製品（35品目） ・合成樹脂加工品（8品目） ・電気機械器具（17品目） ・雑貨工業品（30品目） 	<ul style="list-style-type: none"> ・特定製品（6品目） ・特別特定製品（4品目） ・特定保守製品（9品目）
対象	<ul style="list-style-type: none"> ・当該都道府県の区域内において、事業者が消費者に対して行う不当な景品類の提供や商品、役務に関する不当な表示に係るもの（事業者等の所在地は問わない。） <p>※改正法施行（H26.12.1）により、指示等事務が廃止され、新たに措置命令等事務が都道府県知事に委任。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・〈個別信用購入あっせん業者に係るもの〉 ・申込み又は締結の勧誘を行う場所（訪問販売等の場合）、勧誘の相手方が勧誘を受けた場所（電話勧誘販売）が当該都道府県内であるもの ・〈前払式特定取引業者に係るもの〉 ・その営業所及び代理店が一の都道府県内のみにあるもの 	<ul style="list-style-type: none"> ・当該都道府県内の区域内において、特定商取引法の適用を受ける取引を行う事業者等の業務に係るもの。（事業者等の所在地を問わない。） 	<ul style="list-style-type: none"> ・当該都道府県の区域内における会員制事業者又は会員契約代行者の業務に係るもの 	<ul style="list-style-type: none"> ・〈立入検査以外〉 ・主たる事務所及び店舗が一の都道府県内のみにある販売業者（卸売業者を除く）〈立入検査〉 ・都道府県内にある販売業者（卸売業者を除く）の店舗、営業所、事務所又は倉庫 	<ul style="list-style-type: none"> ・都道府県内にある販売業者
内容	<ul style="list-style-type: none"> ・(H26.11.30まで) ・指示・措置請求・報告徴収、立入検査 ・(H26.12.1から) ・措置命令【法第7条第1項】 ・合理的根拠の提出要求【法第7条第2項】 ・報告徴収・立入検査【法第29条第1項】 <p>※改正法施行（H28.4.1）により条項変更（事務は変更なし）</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・改善命令【法第35条の3の21第1項】 ・業務停止命令【法第35条の3の32第2項】 ・報告徴収（財務関係）【法第40条第3項・第9項】 ・立入検査【法第41条第1項・第5項】 	<ul style="list-style-type: none"> ・指示【法第7条・法第14条・法第22条・法第38条・法第46条・法第56条・法第58条の12】 ・業務停止命令・公表【法第8条・法第15条・法第23条・法第39条・法第47条・法第57条・法第58条の13】 ・合理的根拠を示す資料の提出【法第6条の2・法第12条の2・法第21条の2・法第34条の2・法第36条の2・法第43条の2・法第44条の2・法第52条の2・法第54条の2】 ・消費者からの申出の受理及び調査【法第60条】 ・報告徴収、立入検査【法第66条第1～4項・第6項】 	<ul style="list-style-type: none"> ・指示【法第10条】 ・業務停止命令・公表【法第11条】 ・報告徴収、立入検査【法第17条第1項】 ・（誇大広告の禁止、会員契約の締結又は更新についての勧誘における不実告知等、不当な取引行為の禁止に係るものに限る。） 	<ul style="list-style-type: none"> ・指示【法第4条第1項】 ・指示に従わない業者の公表【法第4条第3項】 ・消費者からの申出の受理及び調査【法第10条】 ・報告徴収・立入検査【法第19条第2項】 	<ul style="list-style-type: none"> ・報告徴収【法第40条第1項】 ・立入検査【法第41条第1項】 ・消費生活用製品の提出命令【法第42条第1項】

市町村移譲事務	<p>【大阪市、寝屋川市 (H26. 10 から) に移譲】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・指示 ・措置請求 ・報告徴収、立入検査 <p>※改正法施行(H26. 12. 1)により廃止</p> <p>【大阪市(H27. 1 から)に移譲】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・措置命令 [法第7条第1項] ・合理的根拠の提出要求 [法第7条第2項] ・報告徴収・立入検査 [法第29条第1項] <p>※改正法施行 (H26. 12. 1) により新たに移譲</p> <p>※改正法施行(H28. 4. 1)により条項変更</p>				<p>【全市町村に移譲】</p> <p>※市についてはH24. 4～法定移譲</p> <ul style="list-style-type: none"> ・指示 [法第4条第1項] ・指示に従わない業者の公表 [法第4条第3項] ・消費者からの申出の受理及び調査 [法第10条] ・報告徴収、立入検査 [法第19条第2項] 	<p>【全市町村に移譲】</p> <p>※市についてはH24. 4～法定移譲</p> <ul style="list-style-type: none"> ・報告徴収 [法第40条第1項] ・立入検査 [法第41条第1項] ・消費生活用製品の提出命令 [法第42条第1項]
権限	<ul style="list-style-type: none"> ・措置命令[法第7条第1項] ・合理的根拠の提出要求 [法第7条第2項・法第8条第3項] ・課徴金納付命令[法第8条第1項] ・指導及び助言[法第27条] ・勧告及び公表[法第28条] ・報告徴収・立入検査 [法第29条第1項] 	<ul style="list-style-type: none"> ・(前払式業者に対する権限) ・許可 [法第11条、法第35条の3の61] ・契約締結禁止命令 [法第20条] ・改善命令 [法第20条の2] ・許可取消 [法第23条] ・各種届出の受理 (その他業者に対する権限) ・標準割賦販売条件の告示 [法第9条] ・包括信用購入あっせん業者の登録 [法第31条] ・指定信用情報提供機関の登録 [法第35条の3の36] 等 	<ul style="list-style-type: none"> ・指示 [法第7条・法第14条・法第22条・法第38条・法第46条・法第56条・法第58条の12] ・業務停止命令・公表 [法第8条・法第15条・法第23条・法第39条・法第47条・法第57条・法第58条の13] ・合理的根拠を示す資料の提出 [法第6条の2・法第12条の2・法第21条の2・法第34条の2・法第36条の2・法第43条の2・法第44条の2・法第52条の2・法第54条の2] ・消費者からの申出の受理及び調査 [法第60条] ・報告徴収、立入検査 [法第66条] 	<ul style="list-style-type: none"> ・各種届出の受理 ・知事所管以外の事項に係る ・指示 [法第10条] ・業務停止命令・公表 [法第11条] ・報告徴収、立入検査 [法第17条] 	<ul style="list-style-type: none"> ・指示、指示に従わない業者の公表等 [法第4条] ・適正表示命令 [法第5条～7条] ・消費者からの申出の受理及び調査 [法第10条] ・報告徴収、立入検査 [法第19条] 	<ul style="list-style-type: none"> ・各種届出の受理 ・危告防止命令 [法第32条] (対製造・輸入・販売業者) ・勧告、命令 [法第32条の20] ・危告防止命令 [法第39条] (対製造・輸入業者) ・報告徴収 [法第40条] ・立入検査 [法第41条] ・消費生活用製品の提出命令 [法第42条] 等
罰則	<ul style="list-style-type: none"> ・措置命令違反…2年以下の懲役又は300万円以下の罰金 [法第36条] ・報告徴収、立入検査の拒否等…1年以下の懲役又は300万円以下の罰金 [法第37条] 	<ul style="list-style-type: none"> ・契約締結禁止命令等違反…2年以下の懲役又は300万円以下の罰金 [法第51条] ・報告徴収、立入検査の拒否等…50万円以下の罰金 [法第53条] 等 	<ul style="list-style-type: none"> ・禁止行為違反 (下記以外) …3年以下の懲役又は300万円以下の罰金 [法第70条] ・業務停止命令違反…2年以下の懲役又は300万円以下の罰金 [法第70条の2] ・禁止行為 (キャッチセールス・アポイントメントセールス) 違反…1年以下の懲役又は200万円以下の罰金 [法第70条の3] ・連鎖販売取引、業務提供誘引販売取引に係る書面不交付等…6月以下の懲役又は100万円以下の罰金 [法第71条] ・指示違反・報告徴収、立入検査の拒否等…100万円以下の罰金 [法第72条] 等 	<ul style="list-style-type: none"> ・業務停止命令違反、不実告知・重要事項不告知…1年以下の懲役又は100万円以下の罰金 [法第22条] ・報告徴収、立入検査の拒否、各種届出違反等…50万円以下の罰金 [法第23条] 	<ul style="list-style-type: none"> ・命令違反…20万円以下の罰金 [法第25条] ・報告徴収、立入検査の拒否等…5万円以下の罰金 [法第26条] 	<ul style="list-style-type: none"> ・命令違反等…1年以下の懲役又は100万円以下の罰金 [法第58条] ・報告徴収、立入検査の拒否等…30万円以下の罰金 [法第59条]



大阪府

大阪府消費生活センター 平成 29 年 9 月発行

〒559-0034 大阪市住之江区南港北 2-1-10

アジア太平洋トレードセンター I T M 棟 3 階/TEL: 06-6612-7500