

平成26年度
消費生活センター事業の概要

平成27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. 大阪府附属機関運営状況	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	6
(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	6
4. 大阪府消費者基本計画の策定	6
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	7
(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	8
(3) 消費生活相談員レベルアップ事業	9
7. 消費者団体活動の支援	9
消費者研究発表大会の開催	9
8. 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）	9
(1) 消費生活相談及び苦情処理	9
(2) 消費生活相談の概要	9
(3) 消費者事故等の消費者庁への通知	9
9. 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）	9
(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	9
(2) 視聴覚教材等の閲覧、貸出	10
(3) 消費者啓発事業の開催	10
(4) 消費者教育の実施	10
10. 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）	12
製品関連被害防止・救済のための商品テスト	12
11. 各種被害者対策会議の設置状況	12

(1) 悪質事業者連絡会	1 2
(2) 高齢者・障がい者等の消費者被害に対する連絡会	1 3
12. 消費者保護条例に基づく自主行動基準の策定・届出	1 3
13. 大阪府消費者行政活性化基金	1 3
(1) 基金の造成、運用	1 3
(2) 消費者行政活性化事業補助金	1 3
(3) 大阪府消費者行政活性化基金活用事業	1 3
第3章 消費生活相談の概要	1 4
1. 消費生活相談のあらまし	1 4
(1) 消費生活相談件数と特徴	1 4
(2) 相談方法	1 4
(3) 相談者の性別・市町村別相談件数	1 5
(4) 契約当事者の性別・年代別相談件数	1 6
(5) 契約当事者の職業別相談件数	1 7
(6) 契約・購入金額別相談件数	1 8
(7) 商品・役務別相談件数	1 8
(8) 内容別相談件数	2 2
(9) 販売購入形態別相談件数	2 3
(10) 電子メール相談の概要	2 5
(11) 品目別相談	2 7
2. 消費者契約法関連相談	3 5
3. 危害・危険に関する相談	3 6
資料編	4 1
第4章 消費者啓発事業の概要	5 7
1. 大阪府消費者フェア 2014 の開催	5 7
2. 消費者府民啓発事業	5 8
3. 消費者問題講演会	5 8
4. 高齢者向け「消費者問題ミニ講座」	5 8
5. 消費者教育講師派遣事業	5 8
6. 暮らしの体験講座	5 9
7. 夏休み若者向け集中啓発講座	5 9
8. 消費者問題見守り講座	5 9
9. 情報収集及び提供	6 0
10. 高齢者及びその見守り者への集中啓発	6 0
第5章 商品テストの概要	6 2
1. 商品テストのあらまし	6 2
(1) 商品テスト及び技術相談	6 2
(2) 平成 26 年度商品テスト事例（抜粋）	6 5
(3) 平成 26 年度大阪府内商品テスト事例研究会	7 2
(4) 「暮らしの商品安全情報室からのお知らせ」	7 3
(5) 暮らしの体験講座	7 3
□ 参考資料	
・ 大阪府内の主要消費者団体連合体の概要	7 4
・ 消費者問題に係る主な専門家団体の概要	7 5
・ 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	7 6

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.	24	大阪府消費者保護審議会規則公布（45.11.24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（52.2.1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（52.2.1施行） 大阪府消費生活苦情審査会規則公布（52.2.1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（60.4.1施行）
60.	9. 25	く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「く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	大阪市北区曽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. 1	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（14.4.1施行） 大阪府消費者保護条例施行規則一部改正（14.4.1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（14.4.1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（17.7.1施行）
17.	6. 30	大阪府消費者保護条例施行規則一部改正（17.7.1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（26.4.1 施行及び26.7.1 施行）
26. 3. 28 大阪府消費者保護条例施行規則一部改正（26.4.1 施行及び26.7.1 施行）
26. 6. 13 景品表示法の改正（施行H26.12.1）
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

(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 ATC ITM 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 27 年 3 月 31 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

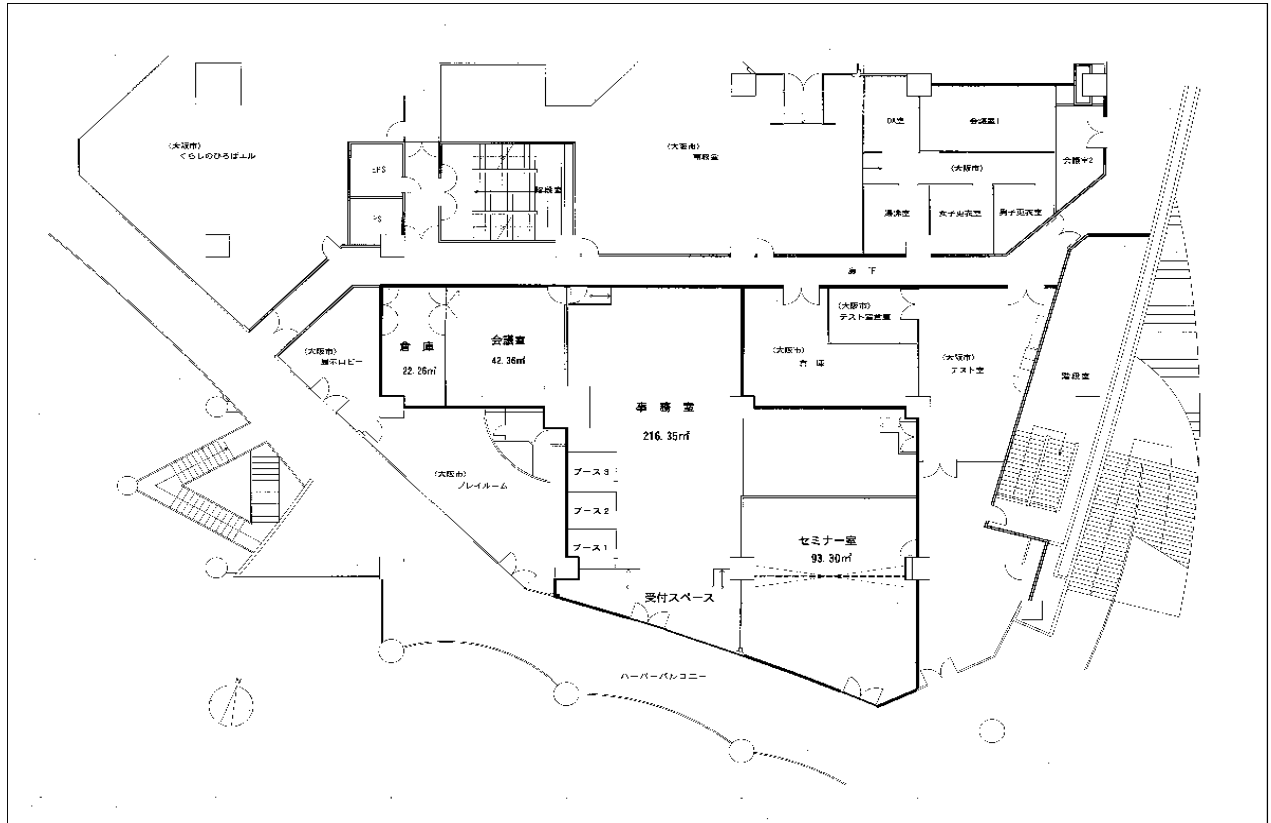
① 施設の規模

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. 大阪府附属機関運営状況

(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 (H26. 7. 29、H26. 8. 12、H27. 3. 25)
- ◇基本計画策定検討部会 (H26. 4. 15、H26. 6. 2、H26. 7. 7)
- ◇自主行動基準検討部会 (H26. 10. 22)

(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
H24	2件	取下げ	和・洋装品の売買契約の解約に関する紛争のあっせん事案
		あっせん成立	和・洋装品の売買契約の解約に関する紛争のあっせん事案
H25	2件	あっせん成立	結婚相手紹介サービス入会申込契約の解約に関する紛争のあっせん事案
		---	---
H26	0件	---	---

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
H24	1件	1件	1件	10件
H25	0件	0件	0件	6件
H26	0件	0件	1件	5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の指導を行い、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
H24	0(0)件	0(0)件	14(6)件(表示14(6)件)	
H25	0(0)件	0(0)件	11(8)件(表示11(8)件)	
H26	0(0)件	0(0)件	19(4)件(表示18(4)件)	

()内は大阪市分(内数)

※平成24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 事業者に景品表示法を理解していただくことにより、不当な表示による顧客の誘引を防止し、もって消費者の適正な商品選択に資するため、景品表示法に関する説明会を開催した。

開催日	主なテーマ	対象事業者	参加者数
H26. 6. 23	「メニュー・料理等の食品表示に係る景品表示法上の考え方について」(ガイドライン)について	大阪府内で外食産業、百貨店、ホテル等メニュー・料理等の表示に関わる事業を行っている事業者及び団体	190名
H27. 1. 27	・改正景品表示法の概要 ・「事業者が講ずべき景品類の提供及び表示の管理上の措置についての指針」について	大阪府内で事業を行っている事業者及び団体	167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
H24	3件	3件
H25	2件	1件
H26	2件	2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

権限移譲を実施した市及び移譲日

〔指示等の事務〕

寝屋川市 平成26年10月1日

（既に移譲済市 大阪市 平成24年4月1日）

※平成26年12月1日に施行された改正法により事務は廃止

〔措置命令等の事務〕

大阪市 平成27年1月1日

※平成26年12月1日に施行された改正法により新たに都道府県知事に委任

(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

※市へは、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日より法定移譲

◇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
H24	86店	97,948点	99.96%
H25	91店	63,863点	99.99%
H26	77店	59,563点	99.99%

(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

※市へは、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日より法定移譲

◇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
H24	48店	1,033点	2点	5店	0件
H25	54店	506点	0点	0店	0件
H26	52店	447点	0点	2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

※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

※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 14回 ◇相談件数20件

相談日	テーマ
H26. 4. 18	インターネットフリーマーケットの代金決済
	SNSを利用した新ビジネスの為のランディングページ作成料の解約
《緊急》H26. 4. 25	ゴルフ会員権の解約
《緊急》H26. 5. 23	大手ホームセンターが販売している壁掛け扇風機費等
H26. 6. 11	インターネットで見つけた在宅ワーク
H26. 7. 9	結婚サービスの解約
	自動車マフラーの不具合
《緊急》H26. 7. 10	結婚相手紹介サービスの解約
	液晶テレビのパネル修理
《緊急》H26. 8. 19	アポイントメントセールスにおけるクレジット契約の解除
H26. 9. 10	引越運送契約と損害保険
	メルマガに掲載した書籍販売
	情報商材購入のトラブル
《緊急》H26. 9. 11	タレント所属契約解除による事務所側からの訴訟
H26. 10. 9	納品された車が展示車だった事例
H26. 11. 12	新聞購読契約の解除
H26. 12. 10	訪問販売で購入した布団
《緊急》H27. 2. 4	株式会社代理人弁護士よりの債権回収文書
H27. 3. 11	クレジットカードの不正使用について
	ダイビングショップの不正について

(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 13事例

実施日	テーマ
H26. 4. 17	・NHK受信料問題
H26. 5. 22	・食品偽装と食品表示規制、民事救済
H26. 6. 19	・土地の管理事業を委託していた会社が倒産し、同事業の譲渡を受けた別の会社から維持管理料を請求されている事例
H26. 7. 17	・プロ向け（届出業務）ファンド
H26. 9. 18	・クレジットカードに係る決済代行業者登録制度に関する実証調査報告
H26. 10. 23	・高額な布団代金を請求された事例
	・学生マルチ弁護士団事件報告
H26. 11. 20	・高齢消費者被害の救済と予防
	・「成年後見制度」、「高齢者・障がい者虐待対応」
H26. 12. 18	・加盟店契約を締結させられる連鎖販売取引
H27. 1. 22	・訪問購入のトラブル事例
H27. 2. 19	・海外の業者の消費者問題
H27. 3. 19	・奨学金問題の現状と課題

(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 11回 ◇参加人数 156人

(4) 消費生活情報の提供

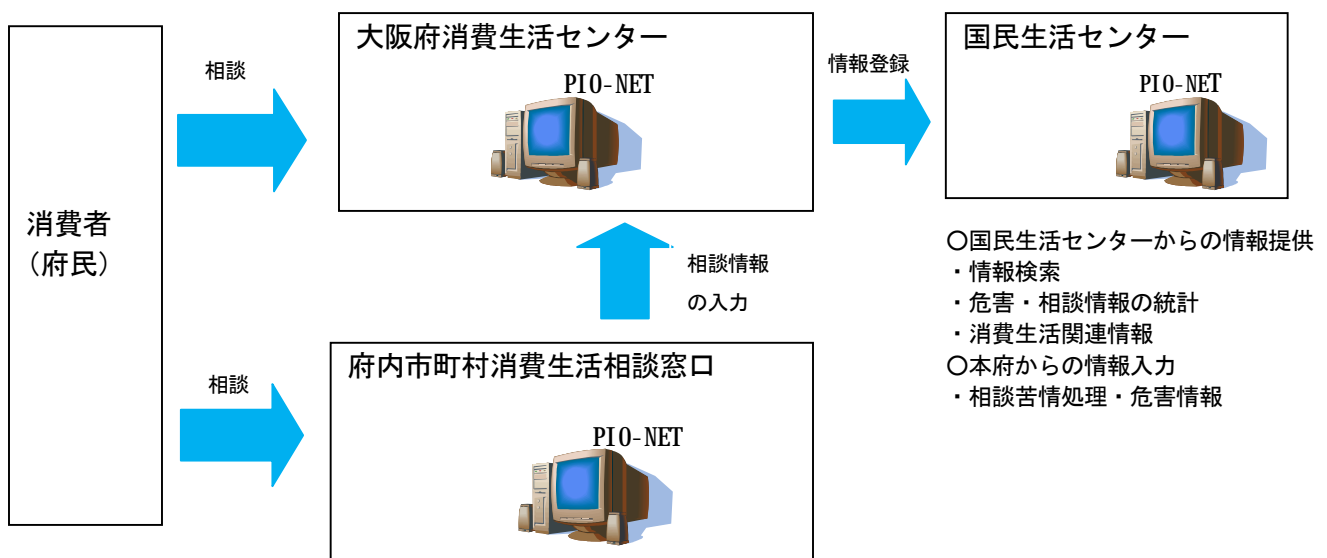
消費者が自主的、合理的な消費生活を営むうえで役立つ各種啓発資料を作成し、報道機関、市町村、各種団体等各方面へ情報提供を行った。また、平成26年10月発行の府政だより（約294万部）に特集記事を掲載し、大阪府・大阪市連携事業として消費者向けの生活情報誌として「くらしすと」（年4回30,000部/回（大阪市と共同発行））を発行した。

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：38市町）



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 19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
H26. 9. 2	「消費者市民社会の形成に向けての協働」	大阪教育大学 教育学部 教授 野田文子氏	47人
H26. 11. 6	「消費者市民社会って？」	Facilitator's LABO (えふらぼ) 栗本敦子氏	24人
H27. 1. 23	「少額訴訟制度について」、「調停に関する説明」	大阪簡易裁判所 民事公判18 (少額訴訟) 係 裁判官 小川正照氏、調停係 主任書記官 南正一氏	27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26年7月～平成26年11月の間の8日間	209人
ブロック別研修	平成26年9月～平成27年2月の間の14日間	212人

7. 消費者団体活動の支援

消費者研究発表大会の開催

消費者団体が日常行っている消費者問題について調査研究や実践活動の成果の発表を通じて府民意識の啓発を図るとともに、消費者団体活動の一層の充実と連携を図った。

	H24年度	H25年度	H26年度
と き	H25.3.2	H26.3.1	H27.3.7
と ころ	ドーンセンター	ドーンセンター	ドーンセンター
基本テーマ	「行動しよう 消費者重視の社会！」	「大阪から発信！消費者市民社会をつくるのはあなたです」	次世代につなごう 見きわめる力！ 安心・安全を求めて今、消費者としてやるべきこと
発表団体数	17団体	18団体	18団体
参加人数	364人	295人	311人

8. 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	H24年度 7,917件（内、苦情：7,030件、問合せ：887件） H25年度 8,486件（内、苦情：7,716件、問合せ：770件） H26年度 8,494件（内、苦情：7,722件、問合せ：772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条に基づく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 11件
- ◇府内市町村相談窓口からの通知 6件

9. 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/>>>

	H24年度	H25年度	H26年度
利用件数	35,683件	38,359件	32,184件
月平均	2,974件	3,197件	2,682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 1,153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）10回実施

放送日	内 容
H26. 5. 27	クリーニングについて
H26. 6. 17	夏休み若者向け集中講座について
H26. 7. 29	平成 25 年度相談概要について
H26. 8. 26	消費者市民社会ってなに？
H26. 9. 30	相談事例から
H26. 10. 21	消費生活センターをご存知ですか？
H26. 12. 16	冬の電気製品トラブルと定期点検について
H27. 1. 6	平成 26 年度上半期消費生活相談の概要
H27. 2. 17	大阪府消費者研究発表大会について
H27. 3. 31	新聞契約トラブルについて

(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	H24 年度		H25 年度		H26 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	1,256 人	1 回	1,780 人	1 回	2,314 人
消費者府民啓発事業	5 回	2,353 人	6 回	3,559 人	7 回	4,272 人
消費者問題講演会※2	1 回	75 人	1 回	124 人	1 回	115 人
くらしのナビゲーター養成講座	1 回 (10 日)	修了者 6 人	—	—	—	—
くらしのナビゲーター更新講座 (平成 17 年度より)	3 回	更新者 117 人	—	—	—	—
くらしの体験講座 ※3	5 回	158 人	2 回	56 人	2 回	47 人
夏休み若者向け啓発講座	5 回	580 人	5 回	525 人	5 回	570 人
大学生による消費者教育事業	8 回	1,384 人	8 回	1,126 人	8 回	860 人
高校生による消費者教育事業	8 回	4,950 人	10 回	9,834 人	10 回	12,877 人

※1 平成 24 年度からは 11 月に消費者フェアを開催

<消費者フェアテーマ>

H24 年度：「絆を宝に 大阪の消費者大集合！！」

H25 年度：「大阪から発信！消費者市民の声」

H26 年度：「みんなで楽しむ消費者フェア 2014」

※2 平成 19 年度～ 大阪市と共催

※3 平成 19 年度～24 年度まで大阪市と共催し、実施。

(4) 消費者教育の実施

① 大阪府消費者教育連絡会議開催（H26. 5. 1）

- ・大阪府の消費者行政、教育行政の担当課
- ・消費者教育に関する連絡調整及び関係機関等との連携等について情報交換を行い、より効果的な消費者教育の推進方策を協議。

② 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）

③ 講座の開催

○消費者問題講演会等

- ・府市連携講演会「食品表示ほんとのことが知りたい!! ～テレビじゃわからない食品の話～」
- ・夏休み若者向け集中啓発講座「10代のための消費生活サマーレッスン」
- ・くらしの体験講座（小学4～6年生とその保護者を対象に「キッズ体験講座」）

○大学生・高校生による消費者教育事業

- ・若者の悪質なマルチ商法やキャッチセールスによる被害の未然防止を図るため、大学生・高校生向けの消費者啓発支援を実施した。

日	曜日	開催場所	内容	実施者	対象者	参加者数	小計
10月1日	水	追手門学院大学	劇1本	劇団 飛行船	大学生・一般	25	47
10月2日	木					22	
10月31日	金	関西外語大学	劇1本	劇団 しん	大学生・一般	5	41
						11	
11月1日	土					8	
						17	
10月31日	金	大阪府立大学	劇1本	劇団 123	大学生・一般	38	74
11月1日	土					36	
11月1日	土	大阪産業大学	劇1本	劇団 我楽多	大学生・一般	40	40
11月1日	土	大阪大学	劇4本	劇団 ちゃうちゃわん	大学生・一般	37	370
						68	
11月2日	日					40	
						70	
11月3日	月					80	
		75					
11月2日	日	大阪経済大学	劇1本	劇団 解帯劇場	大学生・一般	53	84
11月3日	月					31	
11月6日	木	大阪工業大学	劇1本	劇団 かんき船	大学生・一般	7	26
11月7日	金					7	
11月8日	土					12	
7月20日	日	桃山学院大学	劇・クイズ 2本	法学部有志 法学部1年生	オープンキャンパス参加者 法学部学生	14	178
12月3日	水					75	
12月10日	水					45	
1月7日	水					44	

8大学 合計860人

日	曜日	開催場所	内容	実施者	対象者	参加者数
9月13日	土	府立福井高等学校	知って防ごう消費者トラブル	学校家庭科クラブ	高校生・保護者・一般（文化祭）	650
9月13日	土	府立高槻北高等学校	消費者の権利と責任 （契約・消費者トラブル・クレジットなど）	家庭科部	高校生・保護者・一般（文化祭）	2,712
9月14日	日					
9月13日	土	府立みどり清朋高等学校	「SNS」などのトラブルについて	コンピューター研究部	高校生・保護者・一般（文化祭）	33
9月13日	土	府立生野高等学校	その香り、その食べ物大丈夫ですか？	家庭科部・コンピューター部	高校生・保護者・一般（文化祭）	3,483
9月14日	日					

10月25日	土	府立平野高等学校	身近な消費者問題・情報モラル・セキュリティ問題について	設定科目：パソコンおよび、コンピュータ部	高校生・一般 (文化祭・学校内展示)	1,800
2月4日～ 2月24日	水 ～ 火					
12月18日	土	府立富田林高等学校	年代別のインターネットや携帯のトラブルとその対応他ポスターセッション	総合学習	1年生	389
2月5日	木					
1月14日～ 2月20日	水 ～ 金	府立春日丘高等学校	バーチャルウォーターから消費生活を考えよう	家庭科の授業	1年生	1,300
2月1日～ 2月16日	日 ～ 月	府立藤井寺高等学校	僕らのネットモラル	コンピューター部	高校生 一般(外部ポスター展示)	1,000
2月5日 2月16日	木 ～ 月	府立豊中高等学校	お弁当にこんな食品表示があったらいいな	家庭科の授業	1年生	850
2月13日	金	府立旭高等学校	オトナたちに教えたろLINE	社会科の授業・校内展示	1年生	380
3月25日	水		みんなのためのLINE白熱講座II	区民向け講座	一般	280

10校 合計12,877人

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 2,272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 15回 ◇受講者数 742人

10. 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、「くらしの商品安全情報室からのおしらせ」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	
H24	34件	61品	延 1,270回	271件
H25	27件	47品	延 842回	280件
H26	20件	63品	延 424回	242件

※H18年度から比較(試買)テストは廃止

11. 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

12. 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 339件
(内訳：37事業者団体、302事業者) ※H27.3末現在

13. 大阪府消費者行政活性化基金

国が交付する「地方消費者行政活性化基金」を活用した「大阪府消費者行政活性化基金」を造成し、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) 基金の造成、運用

基金積立額……………1,944,831千円 ※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26年度末基金残高… 42,084千円

(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26年度補助実績 42市町村…186,617千円

(3) 大阪府消費者行政活性化基金活用事業

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。

また、高齢者及びその見守り者に向けた集中的な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
- ・大学生・高校生による消費者教育事業
- ・教職員への消費者教育事業
- ・地域における消費者教育推進事業
- ・府政だよりによる啓発
- ・府政だよりの抜き刷りリーフレットの作成
- ・高齢者及びその見守り者への集中的啓発
- ・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」の提供
- ・景品表示法に関する事業者向け説明会の開催
- ・啓発用ステッカーの制作
- ・条例改正啓発用パンフレットの制作

第3章 消費生活相談の概要

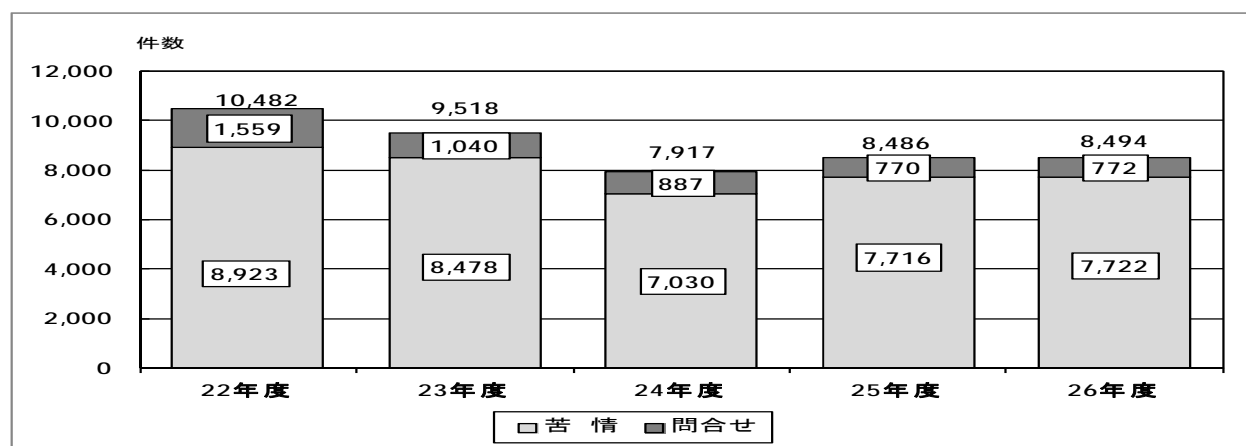
※本年度掲載の「平成25年度」の数値については、「平成25年度 事業概要」作成後、国民生活センター及び当センターにおいてPIO-NETの登録内容が精査・修正されたことに伴い、一部修正している。

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26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8,494件で、前年度の8,486件と比べ8件(0.1%)増加し、横ばい状態となりました。契約当事者の契約当事者の年代別で見ると30歳代、40歳代、50歳代が、前年度と比べ増加しました。また、60歳代以上の件数は2,292件で、前年度に引き続き4件に1件を超えています。

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
22年度	10,482	8,923	1,559	—	—	—	—	—	—
23年度	9,518	8,478	1,040	90.8%	95.0%	66.7%	▲964	▲445	▲519
24年度	7,917	7,030	887	83.2%	82.9%	85.3%	▲1,601	▲1,448	▲153
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



(2) 相談方法

相談方法別を見ると、電話による相談が7,855件で1番多く、全体件数の92.4%を占め、来訪による相談は153件で、全体件数の1.8%であった。

平成15年から実施しているメールによる相談は472件で、全体件数の5.6%であった。

相談方法	26年度		25年度		前年度比	増減数
	件数	構成比	件数	構成比		
来訪	153	1.8%	115	1.4%	133.0%	38
電話	7,855	92.4%	7,869	92.7%	99.8%	▲14
文書	14	0.2%	17	0.2%	82.4%	▲3
メール	472	5.6%	485	5.7%	97.3%	▲13
計	8,494	100.0%	8,486	100.0%	100.1%	8

(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3,827件と前年度の3,753件に比べ74件(2.0%)増加、女性が4,123件と前年度の4,189件に比べ66件(1.6%)減少、団体等は544件と前年度と同件数であった。

相談者

相談者	26年度	25年度	前年度比	増減数
男性	3,827	3,753	102.0%	74
女性	4,123	4,189	98.4%	▲ 66
団体等	544	544	100.0%	0
計	8,494	8,486	100.1%	8

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2,386件と最も多く、堺市500件、東大阪市381件、豊中市377件と続いている。

市町村別相談件数(26年度)

市町村名	件数	構成比	市町村名	件数	構成比
大阪市	2,386	28.1%	摂津市	86	1.0%
堺市	500	5.9%	高石市	79	0.9%
岸和田市	123	1.4%	藤井寺市	90	1.1%
豊中市	377	4.4%	東大阪市	381	4.5%
池田市	75	0.9%	泉南市	104	1.2%
吹田市	263	3.1%	四條畷市	102	1.2%
泉大津市	107	1.3%	交野市	70	0.8%
高槻市	151	1.8%	大阪狭山市	135	1.6%
貝塚市	70	0.8%	阪南市	162	1.9%
守口市	100	1.2%	島本町	81	1.0%
枚方市	227	2.7%	豊能町	82	1.0%
茨木市	145	1.7%	能勢町	38	0.4%
八尾市	271	3.2%	忠岡町	41	0.5%
泉佐野市	46	0.5%	熊取町	94	1.1%
富田林市	265	3.1%	田尻町	17	0.2%
寝屋川市	116	1.4%	岬町	54	0.6%
河内長野市	112	1.3%	太子町	37	0.4%
松原市	239	2.8%	河南町	41	0.5%
大東市	72	0.8%	千早赤阪村	11	0.1%
和泉市	141	1.7%	府内(不明)	81	1.0%
箕面市	136	1.6%	他府県	241	2.8%
柏原市	198	2.3%	在外邦人	5	0.1%
羽曳野市	262	3.1%	外国人	3	0.1%
門真市	77	0.9%			
計				8,494	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4,027件で前年度の3,961件に比べ66件(1.7%)増加となり、女性は3,870件で前年度の3,950件に比べ80件(2.0%)減少となった。年代別で見ると30歳代、40歳代、50歳代が、前年度と比べ増加した。60歳代以上が契約当事者の件数は2,292件で、前年度の2,312件より20件(0.9%)減少した。また、相談全体(8,494件)に占める割合は27.0%となり、4件に1件を越えている。

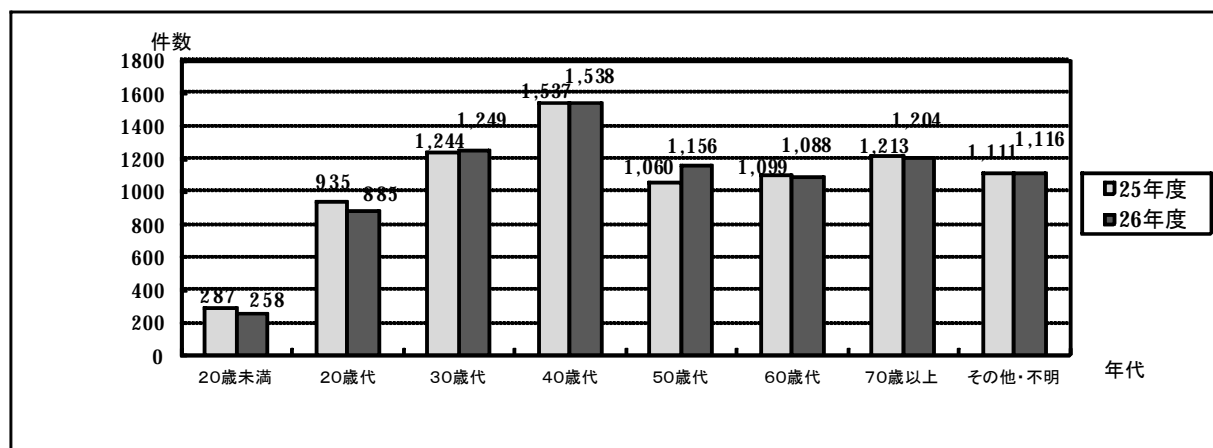
契約当事者の性別件数

契約当事者	26年度	25年度	前年度比	増減数
男性	4,027	3,961	101.7%	66
女性	3,870	3,950	98.0%	▲ 80
団体等	597	575	103.8%	22
計	8,494	8,486	100.1%	8

契約当事者の年代別内訳

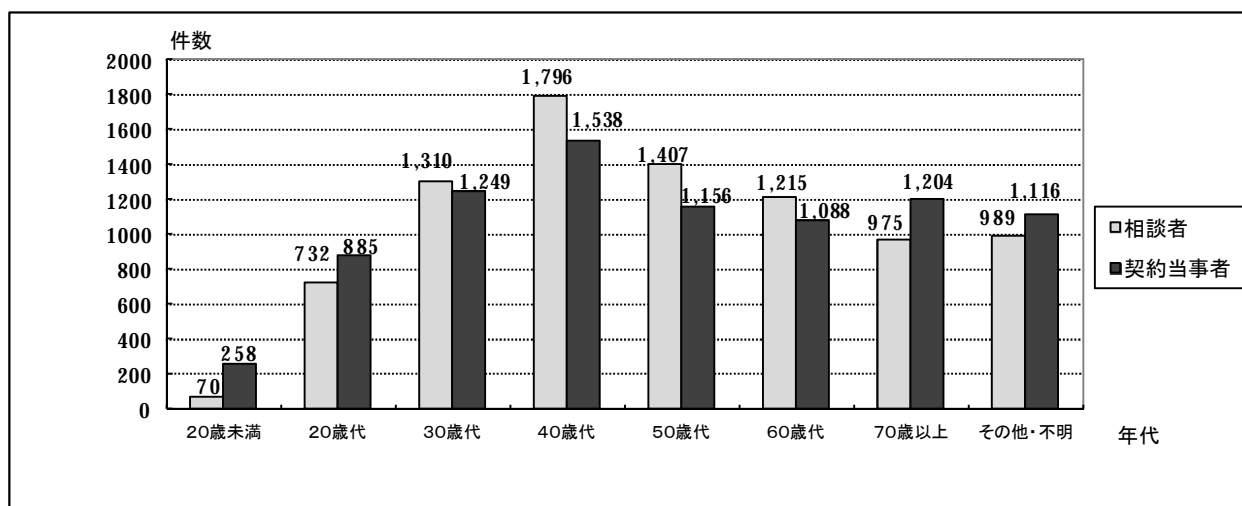
契約当事者	26年度		25年度		前年度比	増減数
	件数	構成比	件数	構成比		
20歳未満	258	3.0%	287	3.4%	89.9%	▲ 29
20歳代	885	10.4%	935	11.0%	94.7%	▲ 50
30歳代	1,249	14.7%	1,244	14.7%	100.4%	5
40歳代	1,538	18.2%	1,537	18.0%	100.1%	1
50歳代	1,156	13.6%	1,060	12.5%	109.1%	96
60歳代	1,088	12.8%	1,099	13.0%	99.0%	▲ 11
70歳以上	1,204	14.2%	1,213	14.3%	99.3%	▲ 9
その他・不明	1,116	13.1%	1,111	13.1%	100.5%	5
計	8,494	100.0%	8,486	100.0%	100.1%	8

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る。

年代別相談件数（26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、次いで無職が多かった。前年度比では、給与生活者、自営・自由業、団体について増加した。

契約当事者の職業別相談件数

契約当事者	26年度		25年度		前年度比	増減数
	件数	構成比	件数	構成比		
給与生活者	3,443	40.5%	3,386	39.9%	101.7%	57
自営・自由業	450	5.3%	404	4.8%	111.4%	46
家事従事者	1,148	13.5%	1,200	14.1%	95.7%	▲ 52
学 生	372	4.4%	425	5.0%	87.5%	▲ 53
無 職	1,869	22.0%	1,872	22.1%	99.8%	▲ 3
団 体	422	5.0%	392	4.6%	107.7%	30
その他・不明	790	9.3%	807	9.5%	97.9%	▲ 17
計	8,494	100.0%	8,486	100.0%	100.1%	8

(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、5万円以上10万円未満が966件、1万円未満が962件、1万円以上5万円未満が834件であった。また、5千万円以上1億円未満の金額帯も6件あった。

契約・購入金額	26年度		25年度		前年度比		増減数	
	全体	60歳以上	全体	60歳以上	全体	60歳以上	全体	60歳以上
1万円未満	962	243	971	230	99.1%	105.7%	▲ 9	13
1万円以上～5万円未満	834	185	956	270	87.2%	68.5%	▲ 122	▲ 85
5万円以上～10万円未満	966	179	883	184	109.4%	97.3%	83	▲ 5
10万円以上～50万円未満	810	203	689	166	117.6%	122.3%	121	37
50万円以上～100万円未満	167	44	188	54	88.8%	81.5%	▲ 21	▲ 10
100万円以上～500万円未満	287	101	313	112	91.7%	90.2%	▲ 26	▲ 11
500万円以上～1千万円未満	37	18	54	35	68.5%	51.4%	▲ 17	▲ 17
1千万円以上～5千万円未満	95	45	94	46	101.1%	97.8%	1	▲ 1
5千万円以上～1億円未満	6	0	5	4	120.0%	0.0%	1	▲ 4
1億円以上	0	0	6	1	0.0%	0.0%	▲ 6	▲ 1
不明	4,330	1,274	4,327	1,210	100.1%	105.3%	3	64
平均金額 (円)	853,031	1,150,291	1,096,962	1,570,555	77.8%	73.2%	▲ 243,931	▲ 420,264

※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

相談の多い商品・役務別を見ると、インターネット関連の商品・役務が上位を占めた。1番多い相談は、「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1,635件で、前年度の1,468件より167件（11.4%）増加し、最も多い相談となった。

「デジタルコンテンツ」の具体的内容を見ると、1番多いのは、ワンクリック請求トラブルなど「アダルト情報サイト」の1,054件であった。次いで、「有料サイトの架空請求」が306件、「サクラサイト（出会い系サイト）」が90件、「オンラインゲーム」が39件寄せられた。

「インターネット接続回線」（自宅で利用する光回線等のネット回線やプロバイダ）の相談が300件で、前年度156件の約2倍の相談が寄せられた。そのほか、「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）が238件、「携帯電話」が96件であった。

相談の多い商品・役務【上位20位】

順位	商品・役務	26年度	25年度	前年度比	増減数
1	デジタルコンテンツ (うちスマートフォン)	1,635 (823)	1,468 (584)	111.4% (140.9%)	167 (239)
2	賃貸アパート	317	340	93.2%	▲ 23
3	インターネット接続回線	300	156	192.3%	144
4	食料品(健康食品以外)	271	287	94.4%	▲ 16
5	移動通信サービス (うちスマートフォン)	238 (101)	221 (70)	107.7% (144.3%)	17 (31)
6	工事・建築	175	211	82.9%	▲ 36
7	医療	152	126	120.6%	26
8	自動車	146	142	102.8%	4
9	健康食品	137	232	59.1%	▲ 95
10	フリーローン・サラ金	136	150	90.7%	▲ 14
11	新聞	116	124	93.5%	▲ 8
12	化粧品	115	121	95.0%	▲ 6
13	紳士・婦人洋服	110	145	75.9%	▲ 35
14	かばん・財布類	98	119	82.4%	▲ 21
15	携帯電話 (うちスマートフォン)	96 (71)	107 (71)	89.7% (100.0%)	▲ 11 (0)
16	ファンド型投資商品	93	125	74.4%	▲ 32
17	興信所	90	27	333.3%	63
18	履物	89	92	96.7%	▲ 3
19	エステティックサービス	84	88	95.5%	▲ 4
20	生命保険	78	80	97.5%	▲ 2
	その他	4,018	4,125	97.4%	▲ 107
	総相談件数	8,494	8,486	100.1%	8

デジタルコンテンツの具体的内容(前年度比較)

商品・役務	26年度	25年度	前年度比	増減数
アダルト情報サイト	1,054	882	119.5%	172
有料サイトの架空請求	306	219	139.7%	87
サクラサイト(出会い系サイト)	90	141	63.8%	▲ 51
オンラインゲーム	39	83	47.0%	▲ 44
その他のデジタルコンテンツ※	146	143	102.1%	3
計	1,635	1,468	111.4%	167

※内容の特定できないサイトの利用、映像配信サービスやギャンブル情報サイトおよびその他の情報サイト

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
1	デジタルコンテンツ	161	デジタルコンテンツ	175	デジタルコンテンツ	251	デジタルコンテンツ	376	デジタルコンテンツ	285	デジタルコンテンツ	226	デジタルコンテンツ	107
2	健康食品	5	賃貸アパート	71	賃貸アパート	69	賃貸アパート	59	インターネット接続回線	50	インターネット接続回線	66	食料品(健康食品以外)	55
3	自動車(バイクを含む)	5	エステティックサービス	32	移动通信サービス	50	インターネット接続回線	58	賃貸アパート	47	食料品(健康食品以外)	44	健康食品	50
4	テレビ放送サービス	5	移动通信サービス	24	インターネット接続回線	36	移动通信サービス	56	食料品(健康食品以外)	43	工事・建築	27	新聞	46
5	移动通信サービス	5	内職・副業	23	紳士・婦人洋服	31	食料品(健康食品以外)	42	移动通信サービス	30	化粧品	25	ファンド型投資商品	46
6	婦人洋服	4	健康食品	22	食料品(健康食品以外)	29	工事・建築	39	自動車	24	移动通信サービス	25	インターネット接続回線	46
7	履物	4	紳士・婦人洋服	22	履物	29	フリーローン・サラ金	34	医療	23	ファンド型投資商品	22	工事・建築	37
8	専門・専修学校	4	履物	22	エステティックサービス	27	医療	32	工事・建築	22	新聞	17	医療	33
9	デジタルディスクソフト	3	フリーローン・サラ金	21	自動車	26	自動車	29	フリーローン・サラ金	22	自動車	17	株(うち未公開株)	24(11)
10	医療	3	携帯電話	20	フリーローン・サラ金	25	携帯電話	26	化粧品	18	賃貸アパート	17	生命保険	23
10											医療	17		
総計		258		885		1,249		1,538		1,156		1,088		1,204

商品・役務別相談件数【項目別分類】

商品・役務	26年度	25年度	前年度比	増減数
商品一般	216	165	130.9%	51
食料品	408	519	78.6%	▲ 111
住居品	476	432	110.2%	44
光熱水品	51	43	118.6%	8
被服品	469	519	90.4%	▲ 50
保健衛生品	222	246	90.2%	▲ 24
教養娯楽品	743	792	93.8%	▲ 49
車両・乗り物	203	207	98.1%	▲ 4
土地・建物・設備	238	284	83.8%	▲ 46
他の商品	20	13	153.8%	7
商品計	3,046	3,220	94.6%	▲ 174
クリーニング	49	47	104.3%	2
レンタル・リース・貸借	432	460	93.9%	▲ 28
工事・建築・加工	181	218	83.0%	▲ 37
修理・補修	77	70	110.0%	7
管理・保管	53	53	100.0%	0
役務一般	5	8	62.5%	▲ 3
金融・保険サービス	582	683	85.2%	▲ 101
運輸・通信サービス	2,479	2,218	111.8%	261
教育サービス	56	50	112.0%	6
教養・娯楽サービス	316	332	95.2%	▲ 16
保健・福祉サービス	351	351	100.0%	0
他の役務	453	389	116.5%	64
内職・副業・ねずみ講	59	33	178.8%	26
他の行政サービス	51	56	91.1%	▲ 5
役務計	5,144	4,968	103.5%	176
他の相談	304	298	102.0%	6
計	8,494	8,486	100.1%	8

(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6,247件で1番多く、前年度より54件(0.9%)増加した。2番目に多いのは、「販売方法」に関する相談の4,223件で、前年度より227件(5.7%)増加した。これは、インターネット上での契約トラブルなどに関する相談が多く寄せられたためと考えられる。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、2,167件であった。

なお、「安全・衛生」に関する相談は、442件で前年度の417件に比べ25件(6.0%)増加した。「品質・機能」に関する相談は、1,577件で前年度の1,568件に比べ9件(0.6%)増加した。

内容別相談件数【重複カウント】

内容別	26年度	25年度	前年度比	増減数
安全・衛生	442	417	106.0%	25
品質・機能	1,577	1,568	100.6%	9
法規・基準	402	362	111.0%	40
価格・料金	1,132	1,009	112.2%	123
計量・量目	13	11	118.2%	2
表示・広告	1,163	1,063	109.4%	100
販売方法	4,223	3,996	105.7%	227
契約・解約	6,247	6,193	100.9%	54
接客対応	2,167	2,134	101.5%	33
包装・容器	13	12	108.3%	1
施設・設備	11	12	91.7%	▲1
買物相談	2	5	40.0%	▲3
生活知識	12	11	109.1%	1
その他	51	60	85.0%	▲9

※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

販売購入形態別に相談件数を見ると、通信販売に関する相談が3,143件と1番多く、2番目に多いのは、店舗購入で2,499件。3番目に多いのは、訪問販売で601件。4番目は、電話勧誘販売の529件だった。

無店舗販売の年代別販売方法をみると、各年代において「通信販売」が最も多い。なお、60歳代、70歳以上では、「電話勧誘販売」、「訪問販売」も多くなっている。

販売購入形態別相談件数

販売購入形態	26年度	25年度	前年度比	増減数
店舗購入	2,499	2,569	97.3%	▲ 70
訪問販売	601	703	85.5%	▲ 102
通信販売	3,143	2,879	109.2%	264
マルチ商法	115	102	112.7%	13
電話勧誘販売	529	522	101.3%	7
ネガティブ・オプション	15	23	65.2%	▲ 8
訪問購入	67	61	109.8%	6
その他無店舗販売	30	42	71.4%	▲ 12
不明・無関係	1,495	1,585	94.3%	▲ 90
計	8,494	8,486	100.1%	8

※「ネガティブ・オプション」とは、消費者から申込みもないのに、業者が売買契約の申込みに関する商品を送付するものをいう。

※「その他無店舗販売」とは、露店、屋台店、通常店舗とは考えられない場所で2日以上期間に渡り展示販売しているものをいう。

無店舗販売の契約当事者の年代構成

販売購入形態	26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	601	9	35	47	85	59	76	194	96
通信販売	3,143	194	361	593	688	496	369	237	205
マルチ商法	115	2	43	14	12	13	10	7	14
電話勧誘販売	529	2	25	35	71	65	114	173	44
ネガティブ・オプション	15	1	0	0	0	0	4	6	4
訪問購入	67	0	1	3	11	6	18	22	6
その他無店舗販売	30	0	2	7	7	4	1	7	2
計	4,500	208	467	699	874	643	592	646	371

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	188	インターネット通販	331	インターネット通販	513	インターネット通販	590	インターネット通販	411	インターネット通販	300	家庭訪販	211
2	ワンクリック請求	127	ワンクリック請求	124	ワンクリック請求	154	ワンクリック請求	226	ワンクリック請求	165	ワンクリック請求	143	電話勧誘販売	173
3	無料商法	12	サイドビジネス商法	69	架空請求	62	架空請求	106	無料商法	87	電話勧誘販売	114	インターネット通販	140
4	架空請求	11	マルチ取引	43	家庭訪販	50	家庭訪販	90	架空請求	85	家庭訪販	88	利殖商法	82
5	家庭訪販	7	無料商法	38	無料商法	45	電話勧誘販売	71	電話勧誘販売	65	架空請求	83	ワンクリック請求	60
6	景品付販売	4	架空請求	28	電話勧誘販売	35	無料商法	70	家庭訪販	64	無料商法	56	無料商法	47
7	代引配達	4	電話勧誘販売	25	インターネットオークション	24	インターネットオークション	22	景品付販売	19	利殖商法	38	架空請求	50
8	マルチ取引	2	家庭訪販	24	サイドビジネス商法	20	サイドビジネス商法	21	サイドビジネス商法	16	二次被害	22	身分詐称(かたり商法)	39
9	電話勧誘販売	2	利殖商法	20	マルチ取引	14	身分詐称(かたり商法)	20	テレビショッピング	16	テレビショッピング	20	劇場型勧誘	38
10	インターネットオークション	2	クレ・サラ強要商法	13	代引配達	9	景品付販売	18	利殖商法	15	訪問購入	18	二次被害	31
10	キャッチセールス	2			景品付販売	9								
10	サイドビジネス商法	2												
10	身分詐称(かたり商法)	2												

※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。

※「クレ・サラ強要商法」とは売買契約の際にサラ金等から借金させたりクレジット契約をさせる商法。

(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12年目となる。相談件数は472件で、相談全体の約5.6%となり、前年度の485件に比べ13件(2.7%)減少した。年代別で、1番多いのは、40歳代の132件。2番目に多いのは、30歳代の126件であった。30歳代と40歳代を合わせると、電子メール相談全体の54.7%となり、半数以上を占めた。

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	251	1	25	57	75	44	19	11	19
女性	192	3	34	69	57	17	4	1	7
その他・不明	29	0	0	0	0	0	0	0	29
計	472	4	59	126	132	61	23	12	55

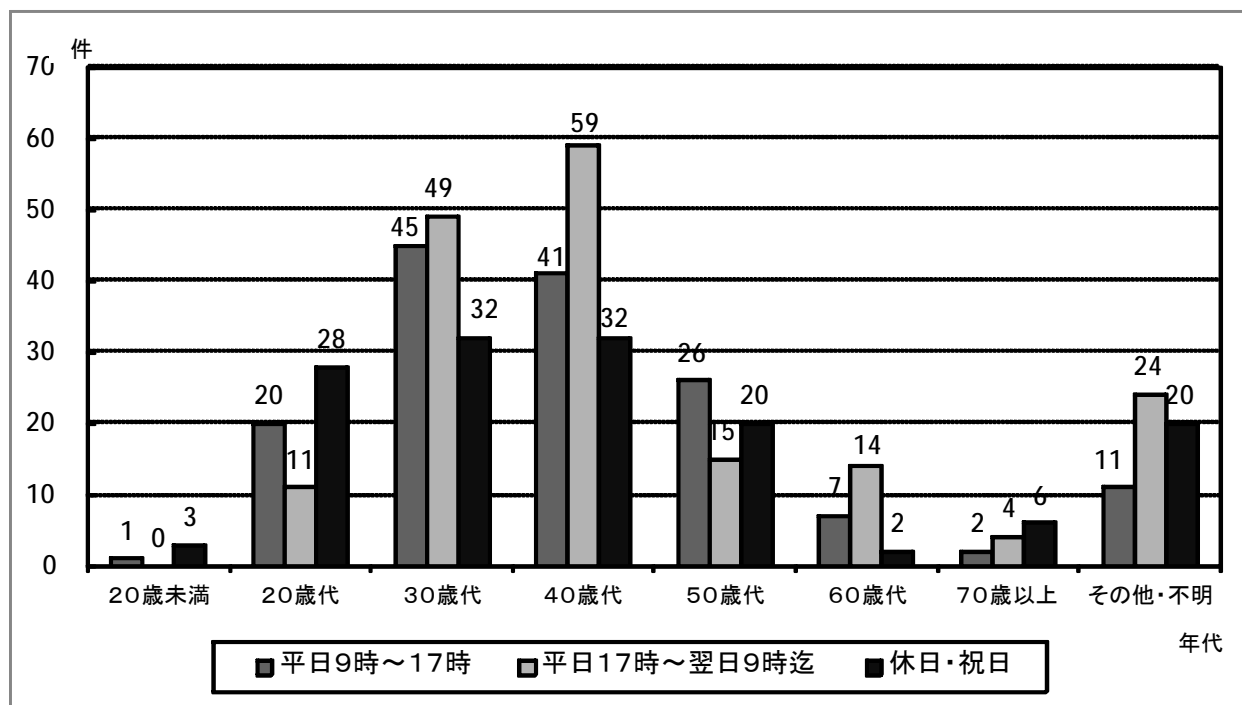
メールの送信時間は、電話相談受付時間内が153件、受付時間外が319件(平日受付時間外176件、休日・祝日143件)で、受付時間外の相談が約67.6%だった。

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57件で、メール相談全体の約12.1%を占め、最も多かった。

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	1	0	3	4
20歳代	20	11	28	59
30歳代	45	49	32	126
40歳代	41	59	32	132
50歳代	26	15	20	61
60歳代	7	14	2	23
70歳以上	2	4	6	12
その他・不明	11	24	20	55
計	153	176	143	472

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	26年度	25年度	前年度比	増減数
1	デジタルコンテンツ	57	56	101.8%	1
2	賃貸アパート	23	19	121.1%	4
2	移動通信サービス	23	27	85.2%	▲4
4	インターネット接続回線	22	18	122.2%	4
5	食料品(健康食品以外)	16	11	145.5%	5
6	履物	13	15	86.7%	▲2
7	エステティックサービス	11	7	157.1%	4
8	パソコン	10	5	200.0%	5
9	かばん・財布類	9	15	60.0%	▲6
9	化粧品	9	9	100.0%	0
9	自動車	9	12	75.0%	▲3
9	デリバティブ取引	9	0	-	9

(11) **品目別相談**（全体は、1－（7）「商品・役務別相談件数」参照 資料編・表 31 参照）

① **食料品**

食料品に関する相談件数は 408 件で、前年度 519 件より 111 件、割合にして 21.4%減少した。

1 番相談件数が多い品目は、「健康食品」で 137 件であった。2 番目に多い品目は、「調理食品」の 47 件であった。

《相談事例》

- 高齢の母に「健康食品の注文を受けている。2 万 4 千円。代金引換配達で送る」と電話があり、断ったが、別の販売員から「あなたに合わせて調合し、送る段取りになっている」と何度も電話がかかってきているようだ。母は最初家族に話さなかったが、孫が一緒にいるときに電話がかかってきて異変に気付いた。健康食品が届いたらどう対処したらよいか。（相談者 50 歳代男性、当事者 70 歳代女性）
- スーパーで消費期限間近のかぶらの酢の物のお惣菜を半額で購入し、その日のうちに食べたが、食後下痢と嘔吐を起こした。食べるときに異常に気づいたので、酢の物が原因に違いない。（60 歳代女性）

② **住居品**

住居品に関する相談件数は 476 件で、前年度 432 件より 44 件、割合にして 10.2%増加した。相談件数が 1 番多かった品目は、「家具・寝具類」で 89 件であった。2 番目に多い品目は「食器・台所用品」の 87 件であった。

《相談事例》

- 高齢の一人住まいの祖母の自宅に電話があり、「以前買った商品を見せてほしい」と言われて訪問を了解したところ、10 万円の羽毛布団と 22 万円の敷パットの契約をさせられた。後日再度訪問され、6 万円のマットレスの契約をさせられ、内金 2 万円を支払い商品は未受領である。次々と高額な契約をさせられているので、クーリング・オフ期間を過ぎているが解約させたい。（相談者 30 歳代男性、当事者 90 歳代女性）
- 新築マンション入居後、浄水器のカートリッジの点検だと訪れた業者に、「通常 4 か月毎の交換だが、このカートリッジなら 10 年間交換不要。マンションのみんながこのカートリッジに交換している」と勧誘され、代金約 5 万円を支払って契約した。あとで気になって管理人に相談したところ、この業者がマンションの他の住人にも同じ勧誘をしていることがわかった。クーリング・オフを申し出ようと電話をかけたが繋がらない。（30 歳代女性）

③ **光熱水品**

光熱水品に関する相談件数は 51 件で、前年度 43 件より 8 件、割合にして 18.6%増加した。相談件数が 1 番多かった品目は、「電気」で 20 件であった。2 番目に多い品目は「ガス」の 14 件であった。

《相談事例》

- マンションの管理組合が電力一括受電サービスを利用することに決めた。従来、地域電力会社と個別に契約していたのを、今後は、マンション全体で利用する電力を、ある事業者が地域電力会社から一括購入して供給するしくみで、電気料金が安くなるとのことだ。本当に安くなるかどうか不審だ。（30 歳代男性）
- 都市ガスに変更するためにプロパンガスの解約を申し出たところ、高額な撤去費用を請求された。（60 歳代男性）

④ 被服品

被服品に関する相談件数は 469 件で、前年度 519 件より 50 件、割合にして 9.6%減少した。相談件数が 1 番多かった品目は、「履物」で 89 件であった。2 番目に多い品目は「婦人洋服」の 74 件であった。

《相談事例》

- インターネット通販でブランドのスニーカーを注文し、通販サイトから指示された個人名義の口座に代金を振り込んだ。商品が届かないので、通販サイトに代金を振り込んだ旨をメールしたところ、配送問い合わせ番号を知らせてきたが、配送会社のサイトで番号検索しても該当番号なしと表示される。再度メールしたが、返信がない。(20 歳代女性)
- 大手ショッピングサイトで「フォックスファーのついたカシミア 100%のケープ」と表示のあるコートを購入し、コンビニ決済で約 1 万円を前払いした。表示と全然異なる商品が海外から届いたので、業者に電話をしたが外国人が対応し、こちらの言うことが通じない。(30 歳代女性)

⑤ 保健衛生品

保健衛生品に関する相談件数は 222 件で、前年度の 246 件より 24 件、割合にして 9.8%減少した。相談件数が 1 番多い品目は「化粧品」で 115 件、2 番目に多い品目は「医療用具」の 43 件であった。

《相談事例》

- ケミカルピーリングの施術を受けていた美容外科で、「クリニックでしか買えない輸入化粧品を使うと効果的。肌の弱い人でも大丈夫」と言われて化粧品を購入した。しかし、1 日使用しただけで湿疹ができ、顔が真っ赤に腫れた。美容外科に苦情を言うと返品の上、返金されたが、他の皮膚科で診察を受けたところ、化粧品の成分のトレチノンに肌を溶かす効果があり、ケミカルピーリングをした肌で使用したのでかぶれたと診断され、薬を処方された。なかなか改善しないので、他の美容外科でレーザー治療も受けたが、健康保険が使えず治療費が高額であるし、医師に治るかどうかわからないと言われた。化粧品を販売した美容外科に慰謝料を請求したい。(20 歳代女性)
※ケミカルピーリング…皮膚に化学薬品を塗り、皮膚を剥がすことによって起こりうる現象や効果を利用して行う治療
- 使い捨てコンタクトレンズを取り外す際に眼内で破損した。破損したレンズは眼科で除去してしまったので、手元にないが、欠陥品ではないか。(30 歳代女性)

⑥ 教養娯楽品

教養娯楽品に関する相談件数は 743 件で、前年度 792 件より 49 件、割合にして 6.2%減少した。相談件数が 1 番多い品目は、「書籍・印刷物」で 157 件、2 番目に多い品目は、「パソコン・パソコン関連用品」の 150 件、3 番目に多い品目は、「電話機・電話機用品」の 132 件であった。

《相談事例》

- 4 年前に 70 歳代後半だった夫が、訪問販売で 6 年間の新聞購読契約をした。その際、景品として小型テレビと 1 年間分の洗剤をもらった。夫が半年前から入退院を繰り返すようになり、先月亡くなった。新聞の契約の解約を申し出たが、契約期間がまだ 2 年間残っており、景品も渡しているため解約できないと言われた。(相談者 70 歳代女性、当事者 80 歳代男性)
- 高齢の父が携帯電話の更新にショップに向かい、タブレット端末を「無料だから」と勧められ、持ち帰った。しかし、毎月 6,000 円の請求がある。タブレット端末自体に料金がかかるとの説明は聞いていないので、こんなに料金がかかるのなら要らないと苦情を言ったが、スタッフは「アプリを無料で利用できる」と説明したが、タブレットを無料で利用できるとは言っていない」と反論し、解約に応じない。(相談者 40 歳代男性、当事者 70 歳代男性)
- スマートフォンを新機種に変更する際に、現在持っている機種の下取りサービスがあるという

ので、ショップで手続きをした。後日、破損があるので下取りできないと言われた。機種変更する際に、破損がある場合は下取りできないという説明はなかった。(20歳代男性)

⑦ 車両・乗り物

車両・乗り物に関する相談件数は203件で、前年度の207件より4件、割合にして1.9%減少した。相談件数が1番多い品目は、「自動車」の146件であった。

《相談事例》

- 4か月ほど前に購入した新車の軽自動車を運転中、エンジンから発煙し、エンジンが壊れた。消防車やパトカーも来るような事故だったのに、メーカーは「原因がわからない」と言うだけで対応してくれない。(20歳代男性)
- インターネットオークションで、走行距離1万5千kmと表示されているので、中古のバイクを落札した。届いたバイクの整備手帳で走行距離を確認すると11万5千kmだった。返品したい。(40歳代男性)

⑧ 土地・建物・設備

土地・建物・設備に関する相談件数は238件で、前年度の284件より46件、割合にして16.2%減少した。相談件数が1番多い品目は、「戸建住宅」の56件。2番目に多い品目は、「空調・冷暖房・給湯設備」の54件であった。

《相談事例》

- 1年前に、隣地は都市計画道路になるという説明を受けて注文住宅の契約をした。入居後、同じ不動産会社により隣地に家が建築中。家と家との間は2mしかなく、窓が同じ位置にあるので、互いの家の中が丸見えである。解約したい。(40歳代男性)
- 3日前、訪問販売で、オール電化にすると光熱水費が安くなると言って電気温水器の勧誘を受け契約したが、高額なので解約したい。(40歳代男性)

⑨ 商品関連役務

商品関連役務に関する相談は792件で、前年度の848件より56件、割合にして6.6%減少した。相談件数が1番多い品目は、賃貸アパートを含む「土地・建物・設備のレンタル・リース・賃借」に関する相談が374件。2番目に多い品目は、「土地・建物・設備の工事・建築・加工」に関する相談が172件であった。

《相談事例》

[レンタル・リース・賃借]

- 約1年間住んだ賃貸マンションの退去時に、大家からフローリングのクリーニング代を請求された。納得できない。(20歳未満男性)

[工事・建築・加工]

- 2, 3日前に突然訪問した業者に、無料白アリ点検を勧められた。その翌日に、建築診断士と名乗る人と再度訪れ、天井や床下を点検した後、柱が外れていると言って写真を見せ、補強工事を勧められた。急がされて不安になって契約してしまったが、解約したい。(70歳代男性)

[修理・補修]

- トイレが詰まったので、投げ込みチラシの業者に電話をし、修理を依頼した。修理によりトイレの詰まりは直ったが、修理代が54,000円もかかり、高額で納得できない。(60歳代男性)

[管理・保管]

- 随分以前に土地と別荘を購入し、毎年管理費を支払っていたが、管理業者から一括払いを勧め

られて 63 万円を支払った。当該業者はその半年後に倒産し、破産債権者届を出していた。先日、NPO 団体を名乗るところから電話があり、「和解交渉を行っている、弁護士名を名乗って被害者の会が立ち上がる、とのことだった。また電話がかかってくることになっているが、信用できるか。(60 歳代女性)

[クリーニング]

- 半年前にインターネット広告で「クリーニングした衣類を最高の状態で保管する」と表示のあった業者に、冬物衣類のクリーニングと保管サービスの申込みをインターネットから申し込み、衣類 15 点を業者に送った。送ったらすぐにクリーニングされるものと思っていたが、納品順にクリーニングすると説明があり、汚れた状態で保管するのは表示と異なることに納得できなかった。預けた衣類が先月末に届く予定になっていたが、先日紛失したと連絡があった。その後、衣類が届いたが、管理がずさんすぎる。(30 歳代女性)

⑩ 役務

⑨の商品関連役務を除いた役務に関する相談件数は 4,352 件で、前年度の 4,120 件より 232 件、割合にして 5.6%増加した。なお、商品関連役務 792 件も合わせた役務の相談件数は 5,144 件で、相談全体件数の 60.6%を占めた。

商品関連役務を除いた役務で相談件数が 1 番多い品目は、「運輸・通信サービス」の 2,479 件で、前年度より 261 件、割合にして 11.8%増加した。その内訳を見ると、1 番多いのは、「放送・コンテンツ等」の 1,759 件。2 番目に多いのは、「インターネット通信サービス」の 325 件。3 番目に多いのは、「移動通信サービス」の 238 件であった。

商品関連役務を除いた役務で 2 番目に多いのは、「金融・保険サービス」の 582 件で、前年度より 101 件、割合にして 14.8%減少した。その内訳を見ると、1 番多いのは、「融資サービス」の 174 件。2 番目に多いのは、「ファンド型投資商品」の 93 件。3 番目に多いのは、「預貯金・証券等」の 92 件であった。

[運輸・通信サービス]

(放送・コンテンツ等)

- スマートフォンでアダルトサイトに接続した。興味本位で「次へ」「次へ」をタッチしていたら、突然「登録完了」と表示され、99,800 円の請求画面が出た。その画面上にあった「個人情報削除依頼」をタッチしたが、サイトから連絡があるのではないかと不安になった。今後どう対処したらよいか。(20 歳未満男性)
- 身に覚えのないところからのメールがスマートフォンに届き、「お客様の携帯端末から登録されたサイトの料金が未納で、滞納金が発生している。退会手続きが必要なので早急に電話がほしい。連絡がない場合は訴訟となり、強制執行により給料を差し押さえる」などと書かれていた。驚いて業者に電話をし、尋ねられるがまま勤務先とその電話番号を伝えてしまい、レターパックで 168,000 円を送金するように指示され、送金した。しかし、その後も「退会処理ができていないサイトの未納料金があることが判明した」というメールが届き、不信感を持った。レターパックの送付先は控えていない。(20 歳代男性)
- インターネット在宅ワークを探していたときに、SNS 上の広告で、高収入の男性とメールのやり取りをするアルバイト募集というのを見つけ、サイトから応募したところ、登録完了のメールが来た。登録後、男性から「謝礼として 3,500 万円用意している」というメールが届き、メールのやり取りをすることになった。メール交換は無料だったが、サイト業者からセキュリティ解除費用や文字化け解除費用を 2 回にわたり、クレジットカードで 8 万円決済した。その後またセキュリティ解除費用が必要と言われ、詐欺だと気が付いた。(20 歳代女性)
- 小学生の子どもが母親のタブレットを使い、6 つのオンラインゲームを利用した。年齢確認で

利用金額の制限のない 20 歳以上を選んで母親のクレジットカード番号を入力したようで、18 万円の請求が来た。クレジットカード会社に事情を説明し、クレジットカードの利用停止依頼をしたが、支払わなければならないか。（相談者 40 歳代女性、契約当事者 10 歳代女性）

（インターネット通信サービス）

- 「大手通信会社の光回線に切り換えると安くなります」と電話で勧誘を受けたが、断った。再度同じ業者の他の営業員から電話があり、通信費の明細書を出して読み上げるように指示され、読み上げたところ、細かい契約をまとめて当社で契約すれば安くなると説明された。まだ本契約にはならないからと言われ、指示されるとおりにパソコンを立ち上げたところ、遠隔操作をされた。不安になり、後日電話で断りたいと申し出たところ、本契約になっているので解約料が 15,000 円かかると言われた。しかし、今まで使っていたプロバイダを解約するとテレビが視聴できなくなることがわかった。遠隔操作で契約させられたプロバイダを解約したいが、解約料を支払わなければならないのか。（70 歳代女性）

（移动通信サービス）

- 携帯電話の機種変更にショップに向いたところ、スマートフォンと一緒にモバイル Wi-Fi ルータも持ってきて、モバイル Wi-Fi ルータの利用を推奨していると強引に勧められた。不要だと断ったが、音楽をダウンロードしたりゲームもできるなどと説明された。そういう使い方はしないと何度も断ったが、一方的に長時間勧誘され、疲れて契約してしまった。あとで、4 万円もする機器であることがわかった。解約したい。（50 歳代女性）

〔金融・保険サービス〕

（融資サービス（ヤミ金））

- お金が必要になり、インターネットで貸金業者を検索し、電話をした。10 万円の借金を申し込んだら、自分の名義でスマートフォンを契約し送付するように言われた。ショップでスマートフォンの契約をし、宅配便で送付したが、振込の約束の日に 2 万円しか振り込まれていなかった。事業者と連絡すると、すぐに 8 万円を振り込むと言われたが、結局振り込まれなかった。電話はすぐに停止したが、今後分割で機器代金を支払わなければならない。（40 歳代男性）

（ファン型投資商品）

- 3 年ほど前に投資詐欺で 100 万円損失したことがあり、その後、被害を取り戻すという電話があり、20 万円以上振り込み、被害が回復されないままだった。最近、知らない業者から電話があり、「国が投資詐欺の被害回復の支援をしている。仮想通貨を扱う事業者と協力すると救済される。あなたの名義で仮想通貨の購入予約をするように」と言われた。後日再度電話があり「別の会社があなたの代わりに 300 万円分を立て替えて予約をしているので、立て替えた業者の口座に明日までに 30 万円を振り込んでください。入金を確認できたら 3 年前の被害額 300 万円と謝礼 1,000 万円を自宅に持参する」と言われた。信用できるか。（60 歳代女性）

（預貯金・証券等）

- 先月、証券会社を名乗る業者から、「青い封筒が届いていたら 8 万円で購入したい」と電話があり、承諾した。後日、再度電話があり、「証券会社の社員は未公開株を買えないので、あなたの氏名を借りて 600 万円を買った。証券が今日届くので、明日あなたの家を訪問する」と言われた。どう対処したらよいか。（70 歳代女性）

〔他の役務〕

（役務その他）

- パソコンでアダルトサイトを閲覧しようとして画面上をクリックしたところ、10 万円の請求画面が出たので、慌ててインターネットで相談窓口を検索した。24 時間対応の相談窓口を見つけて電話すると、「5 万円で請求がこないようにしてあげる」と言われた。FAX で送られてきた書

面に署名捺印して返送したが、書面の内容について説明はなかった。後日、相談窓口をかたった業者から、この件を調査したが詐欺ではないと報告があり、探偵業者とわかった。解約を申し出たら**20%**の解約料**1万円**を請求された。(50歳代男性)

(外食)

- 居酒屋で、2歳の姪のために乳酸菌飲料を注文したが、店員が間違っってチューハイを運んできた。グラスにストローが差し込まれた状態だったので、姪はすぐに口を付けて飲んだ。飲み終わると急に具合が悪くなり、病院に搬送され入院した。(30歳代女性)

(冠婚葬祭)

- 娘と婚約者が結婚式場の見学に行った際、「今申し込みしないと特典が受けられない」と説明を受けて申し込み、申込金**20万円**を支払った。解約を申し出たころ、申込金は返還しないと言われた。結婚式の予定は1年以上先なので、納得できない。(50歳代女性)

[保健・福祉サービス]

(医療)

- 以前、美容外科を利用した際にもらった**5万円**の施術無料券を利用してリフトアップの施術を受けようと思い、2か月前に美容外科に出向いた。そこで、リフトアップではなく糸を使った手術を勧められ、**52万円**の手術料をクレジットの**36回**分割払いにして、その日のうちに手術した。約**1**か月後、皮膚が元の位置に落ちてきたので再度出向いて、口角だけを上げる手術をしたが再度落ちてきた。左のこめかみがへこんでおり、痛みがある。(50歳代女性)

(理美容)

- **20**歳になってすぐに、**500円**でお試しの足痩せエステの施術に出向いたところ、約**40万円**の**14**回コースを執拗に勧められ、クレジットカードの分割払いで契約した。**10**回ほど通った後、また新たな契約を執拗に勧められたので嫌になり、中途解約を申し出た。精算書が届いたが、請求額が**28万円**となっていたが、支払えないので放置していたところ、**2**年も経った今頃に**31万円**の請求書がきた。(20歳代女性)

[教養・娯楽サービス]

(教室・講座)

- 資格取得講座の事業者から「就職活動を手助けするので、入学しないか」と電話で勧誘を受け、**15万円**を支払って申し込んだ。しかし、勧誘時の説明と異なるので解約したい。(20歳代女性)

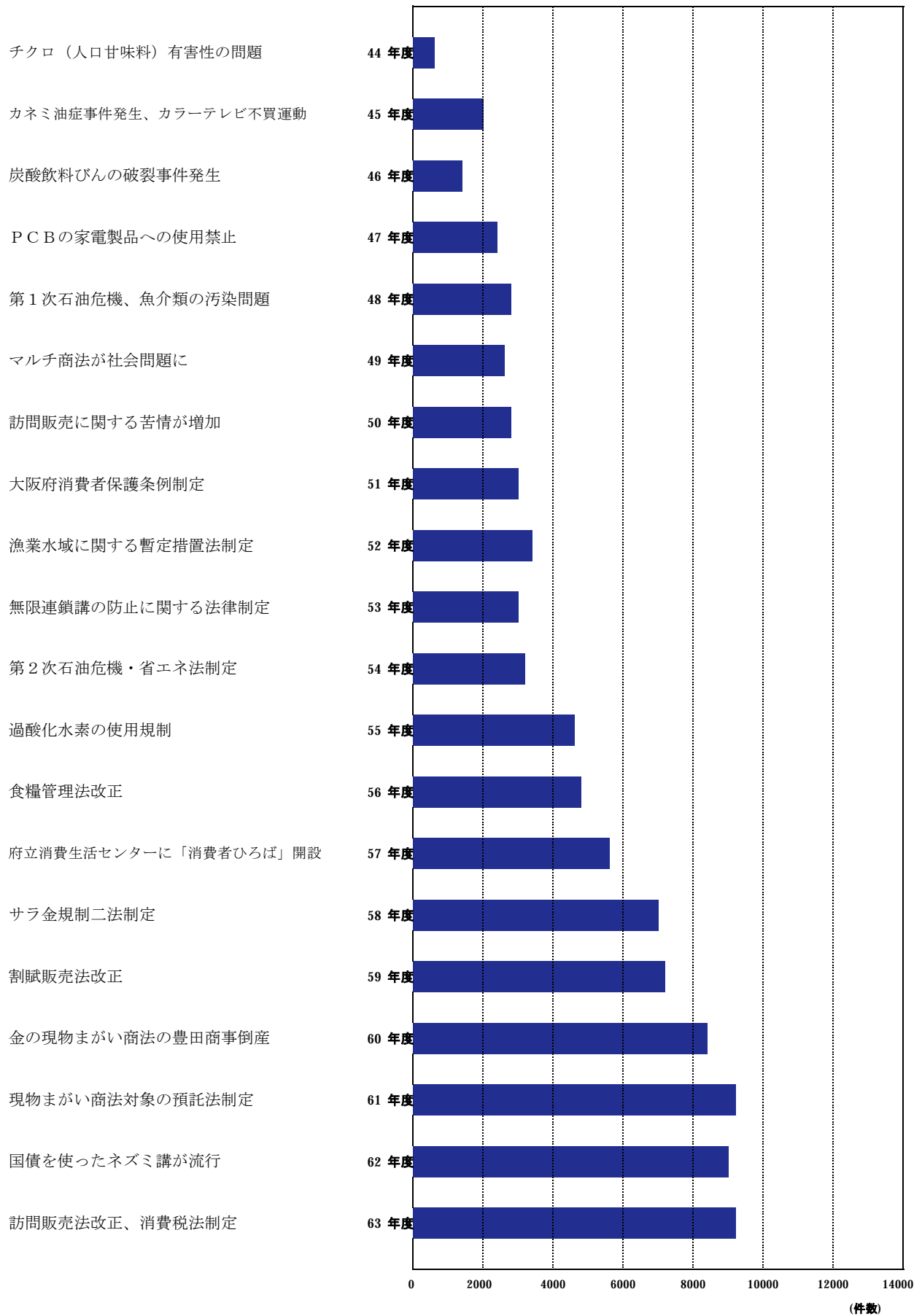
(他の教養娯楽)

- 「数字選択式宝くじの当選番号を教える」と電話がかかり、指示されたとおりに**320万円**を個人宛てに宅配便で送金した。さらに追加で**50万円**を請求され、同じ方法で送金した。しかし、当選番号を教えてもらえなかった。その後、別の担当者から「最初の担当者は逮捕された。**260万円**を返金するので、その前に**150万円**を送金してほしい」と電話があった。不審だ。(80歳代男性)

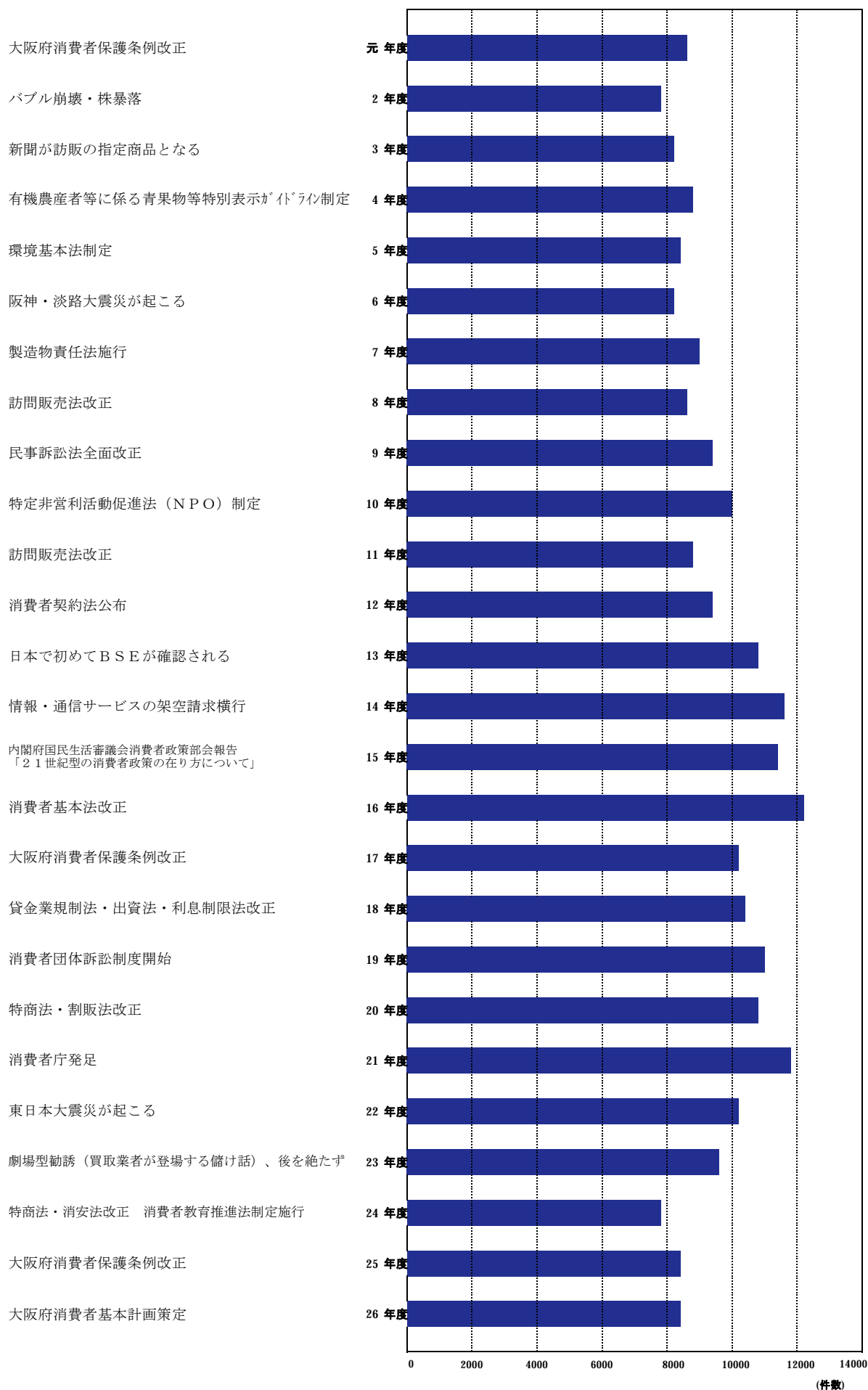
[内職・副業・ねずみ講]

- 友人に「オンラインカジノを普及させるビジネスに参加しないか」と勧められた。「オンラインカジノのアフィリエイトの会員になり、さらに会員を誘うと紹介料が入る。また、誘った会員がカジノで負けると負けた金額の一部が収入になる」と説明を受けた。消費者金融の自動支払機でカードを作り、約**20万円**支払った。契約書や領収書はなく、海外のカジノとのことで、メールでしか事業者と連絡が取れない。不審だ。(20歳代男性)

(参考)相談件数の推移と主な消費者関連事項



(参考)相談件数の推移と主な消費者関連事項



2. 消費者契約法関連相談

消費者契約法関連相談件数は72件※であり、消費者契約法の「不実告知」「退去妨害」などによる取消しや、「不当条項」の無効について助言した。

※PIO - NETの文字検索「消費者契約法」で抽出したものである。

《相談事例》

○ 不実告知

大型スーパーに買物に行ったとき、携帯電話売場の前で「今キャンペーンで今日が最終日です」と呼び止められた。「無料のモバイルWi-Fiルーターの契約をするとタブレット端末もついてくる。通信料はかかるが2か月間は無料である」と勧誘され契約した。多くの書面を渡され、読む暇もなく署名を求められ、スーパー内で利用できる2万円の商品券を渡された。自宅に帰って書面を確認したところ、タブレット端末代が分割払いで有料になっていることがわかった。有料なら不要だ。解約したい。(40歳代女性)

○ 不実告知・事実不告知

自宅に訪問した事業者に、「光回線からケーブルテレビに変えると、料金が安くなる」と勧誘された。光回線でテレビと電話とFAXを利用していたが、「機能性能は変わらず、問題なく移行できる」と言われたので契約した。工事後、FAXが利用できず、新たに電話番号を取る必要があることがわかった。対処法を知りたい。(60歳代男性)

○ 退去妨害

- ・携帯電話の機種変更にショップに出向いたところ、スマートフォンと一緒にモバイルWi-Fiルーターも持ってきて、モバイルWi-Fiルーターの利用を推奨していると強引に勧められた。不要だと断ったが、音楽をダウンロードしたりゲームもできるなどと説明された。そういう使い方はしないと何度も断ったが、一方的に長時間勧誘され、疲れて契約してしまった。あとで、4万円もする機器であることがわかった。解約したい。(50歳代女性)【再掲】
- ・痩身エステのコースを契約後、サウナの毛布に包まれた状態のときに痩身用機械を勧められた。金銭的に余裕がないと断ったが、強引に勧誘され、買わないとサウナから出られないと思い契約をしてしまった。クレジット払いだが、支払えない。(20歳代女性)

○ 不当条項

10日前にホテルで、2か月後に前撮りをする結婚式の貸衣装の契約をした。高額なので解約を申し出たところ、キャンセルできないと記載されていた。(相談者50歳代男性、契約当事者20歳代女性)

3. 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169件で、前年度の180件より11件、割合にして6.1%減少した。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88件で、前年度の78件より10件、割合にして12.8%増加した。

危害について品目別で1番多いのは、「保健・福祉サービス」が43件、2番目に多いのは、「保健衛生品」で34件、3番目に多いのは、「食料品(健康食品を含む)」の27件であった。危険について1番多いのは、「住居品」が29件、2番目に多いのは「車両・乗り物」の23件であった。

(1) 危害・危険に関する相談

相談	26年度	25年度
危害	169	180
危険	88	78
計	257	258

(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	40	脱臼・捻挫	2
刺傷・切傷	15	中毒	2
熱傷	15	神経・脊髄の損傷	2
消化器障害	14	筋・腱の損傷	1
擦過傷・挫傷・打撲傷	11	その他の傷病及び諸症状	57
呼吸器障害	4	不明	3
感電障害	3		
計			169

危険の内容

内容	件数	内容	件数
異物の混入	14	腐敗・変質	3
機能故障	12	操作・使用性の欠落	3
破損・折損	12	部品脱落	3
発煙・火花	9	転落・転倒・不安定	2
発火・引火	8	ガス漏れ	1
過熱・こげる	5	化学物質による危険	1
燃料・液漏れ等	5	その他	5
破裂	5		
計			88

(3) 危害・危険の品目別相談件数

危害

商品・役務	26年度	25年度	商品分類
商品一般	3	1	
食料品	27	30	調理食品7、菓子類6 他
住居品	18	24	家具・寝具7、食器・台所用品3 他
被服品	7	4	履物5 他
保健衛生品	34	54	化粧品26、医療用具4 他
教養娯楽品	11	3	電話機・電話機用品4 他
車両・乗り物	6	6	自動車4、自転車・用品2
レンタル・リース・貸借	5	1	集合住宅5
工事・建築・加工	1	1	戸建住宅1
管理・保管	0	1	(婦人用洋服1)
運輸・通信	0	1	(放送・コンテンツ等1)
教養・娯楽サービス	4	1	宿泊施設1、教室・講座1 他
保健・福祉サービス	43	45	医療26、理美容17
他の役務	10	6	外食・食事宅配9 等
他の行政サービス	0	2	
計	169	180	

危険

商品・役務	26年度	25年度	商品分類
商品一般	0	1	
食料品	17	31	菓子類7、調理食品6 他
住居品	29	13	食生活機器8、空調・冷暖房機器6 他
光熱水品	2	1	他の光熱水品(電池)2
被服品	1	2	婦人洋服1
保健衛生品	2	4	医療用具1、理美容用具・用品1
教養娯楽品	7	5	電話機・電話機用品3 他
車両・乗り物	23	11	自動車18、自転車・用品3 他
土地・建物・設備	1	6	戸建住宅1
レンタル・リース・貸借	1	0	自動車1
工事・建築・加工	1	0	食生活機器1
教養・娯楽サービス	1	0	他の教養・娯楽(施設利用)1
運輸・通信	0	1	(固定電話1)
保健・福祉サービス	1	0	医療1
他の役務	2	3	外食・食事宅配2
計	88	78	

(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 131 件で、前年度の 149 件より 18 件、割合にして 12.1%減少した。

これらを品目別に見ると 1 番多いのが保健衛生品で 36 件、2 番目に多いのが、住居品で 28 件、3 番目に多いのが食料品で 24 件であった。

※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	26年度	25年度	商品分類
商品一般	1	1	
食料品	24	28	調理食品7、菓子類6 他
住居品	28	30	家具・寝具6、食生活機器5 他
光熱水品	1	0	電池1
被服品	8	10	履物6 他
保健衛生品	36	54	化粧品27、医療用具4 他
教養娯楽品	12	5	電話機・電話機用品5、スポーツ用品3 他
車両・乗り物	8	8	自動車4、自転車・用品3 他
土地・建物・設備	4	8	賃貸アパート2 他
教養・娯楽サービス	3	0	宿泊施設1、教室・講座1 他
保健・福祉サービス	0	1	(理美容1)
他の役務	6	4	外食・食事宅配6
計	131	149	

内容別件数

内 容	26年度	25年度	内 容
身体損害	104	117	皮膚障害31、消化器障害12、熱傷9 他
財産損害	23	26	発火・引火2、過熱・こげる2、破裂2 他
身体・財産双方	4	6	擦過傷・挫傷・打撲傷1、神経・脊髄の損傷1、 点火・燃焼・消火不良1 他
計	131	149	

《危害・危険（拡大損害を含む）相談事例》

[住居品]

○ 危害・拡大損害

テレビショッピングで、取っ手が着脱式のフライパンを有名な料理人が紹介していたので購入した。そのフライパンで料理中に、取っ手のつなぎ部分が外れてフライパンが滑り落ちた。フライパンの中の中華料理のあんかけがこぼれて、右手の甲にかかり火傷をした。医者には行かなかったが、治るのに 3 週間くらいかかった。販売店に連絡しようとしたが電話がつかない。(50 歳代女性)

○ 危険

4年前に通信販売で購入した遠赤外線輻射式セラミックヒーターを利用時に、ゴトゴトと異常音がした後、パネル部分から火花が散り、発煙した。急いでコンセントを抜いたところ、火花は消えた。延焼や怪我はなかったが、販売店に連絡している。事故があったことを情報提供したい。(60歳代男性)

[食料品 (健康食品を含む)]

○ 危害・拡大損害

スーパーで買った調理食品のドライカレーを、小学生の息子が食べたところ、腹痛を起こした後発疹が出た。息子は卵アレルギーで、以前もアレルギー表示がなかったためにアナフィラキシーショックを起こしたことがある。今回も食品表示欄に卵の記載がなかったので、卵を含んでいないと思って食べさせた。医師の処方箋薬が家に残っていたのを飲ませたので重篤な状態にはならなかったが、アレルギー表示を徹底してほしい。(40歳代女性。被害者10歳未満男性)

○ 危険

スーパーで購入したカップ麺を食べたところ、1.5cmほどのプラスチック片が混入していた。怪我はなかったがメーカーに連絡した。情報提供したい。(50歳代男性)

[保健・福祉サービス]

○ 危害

以前、美容外科を利用した際にもらった5万円の施術無料券を利用してリフトアップの施術を受けようと思い、2か月前に美容外科に出向いた。そこで、リフトアップではなく糸を使った手術を勧められ、52万円の手術料をクレジットの36回分割払いにして、その日のうちに手術した。約1か月後、皮膚が元の位置に落ちてきたので再度出向いて、口角だけを上げる手術をしたが再度落ちてきた。左のこめかみがへこんでおり、痛みがある。(50歳代女性)【再掲】

[保健衛生品]

○ 危害・拡大損害

ケミカルピーリングの施術を受けていた美容外科で、「クリニックでしか買えない輸入化粧品を使うと効果的。肌の弱い人でも大丈夫」と言われて化粧品を購入した。しかし、1日使用しただけで湿疹ができ、顔が真っ赤に腫れた。美容外科に苦情を言うと返品の上、返金されたが、他の皮膚科で診察を受けたところ、化粧品の成分のトレチノンに肌を溶かす効果があり、ケミカルピーリングをした肌で使用したのでかぶれたと診断され、薬を処方された。なかなか改善しないので、他の美容外科でレーザー治療も受けたが、健康保険が使えず治療費が高額であるし、医師に治るかどうかわからないと言われた。化粧品を販売した美容外科に慰謝料を請求したい。(20歳代女性)【再掲】

※ケミカルピーリング…皮膚に化学薬品を塗り、皮膚を剥がすことによって起こりうる現象や効果を利用して行う治療

[車両・乗り物]

○ 危険

- ・4か月ほど前に購入した新車の軽自動車を運転中、エンジンから発煙し、エンジンが壊れた。消防車やパトカーも来るような事故だったのに、メーカーは「原因がわからない」と言うだけで対応してくれない。(20歳代男性)【再掲】
- ・1年4か月前に新車の外車を購入した。2か月前から走行中にエンストするようになり、輸入代理店に調査を依頼したところ、フューエルポンプ不良でガソリンの問題と指摘され、部品交換を受けた。しかし、その部品交換後も高速道路でエンストしたので再度修理に出し、

タンクや電子部品等の交換を受けた。しかし、納車後 2 日目にまたエンストしたため危険なので返品を要望したが、修理対応しかできないと言われ納得できない。(30 歳代男性)

[教養娯楽品]

○ 危害・拡大損害

買ったばかりのスマートフォンを布団の上で充電し、足元にコンセントがある状態で寝てしまった。夜中に足に痛みを感じて目が覚めて足を見ると、充電器のケーブルがふくらはぎの部分に当たっており、3cm×2cm位の大きさの低温やけどをしており、皮膚科で全治2週間と診断された。メーカーは充電用ケーブルに問題があると交換したが、足に大きな火傷の痕が残るのではないかと心配である。(20 歳代女性)

[他の役務]

○ 危害

居酒屋で、2 歳の姪のために乳酸菌飲料を注文したが、店員が間違えてチューハイを運んできた。グラスにストローが差し込まれた状態だったので、姪はすぐに口を付けて飲んだ。飲みみ終わると急に具合が悪くなり、病院に搬送され入院した。(30 歳代女性、被害者 10 歳以下女性) 【再掲】

[被服品]

○ 危害・拡大損害

百貨店でパンプスタイプのウオーキングシューズを、足のサイズ等があっているかを確認してもらって購入した。素材は牛皮とエナメルで、デザインは大きめのヒールの高さが 5cm、甲の部分を 2 本のベルトで固定している。その靴を履いて 9 時間ショッピングに出かけ、帰宅して靴を脱いだ途端、足の甲にベルトの型どおりに肌が赤く腫れ、痒い。市販のかゆみ止めを塗って様子を見ているが、靴を返品したい。(40 歳代女性)

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
22年度	10,482	8,923	1,559	—	—	—	—	—	—
23年度	9,518	8,478	1,040	90.8%	95.0%	66.7%	▲ 964	▲ 445	▲ 519
24年度	7,917	7,030	887	83.2%	82.9%	85.3%	▲ 1,601	▲ 1,448	▲ 153
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

○表2 相談方法別相談件数

相談方法	26年度		25年度		前年度比	増減数
	件数	構成比	件数	構成比		
来訪	153	1.8%	115	1.4%	133.0%	38
電話	7,855	92.4%	7,869	92.7%	99.8%	▲ 14
文書	14	0.2%	17	0.2%	82.4%	▲ 3
メール	472	5.6%	485	5.7%	97.3%	▲ 13
計	8,494	100.0%	8,486	100.0%	100.1%	8

○表3 相談者の性別件数

相談者	26年度	25年度	前年度比	増減数
男性	3,827	3,753	102.0%	74
女性	4,123	4,189	98.4%	▲ 66
団体等	544	544	100.0%	0
計	8,494	8,486	100.1%	8

○表4 契約当事者の性別件数

契約当事者	26年度	25年度	前年度比	増減数
男性	4,027	3,961	101.7%	66
女性	3,870	3,950	98.0%	▲ 80
団体等	597	575	103.8%	22
計	8,494	8,486	100.1%	8

○表5 相談者の年代別件数

相談者	26年度		25年度		前年度比	増減数
	件数	構成比	件数	構成比		
20歳未満	70	0.8%	76	0.9%	92.1%	▲ 6
20歳代	732	8.6%	755	8.9%	97.0%	▲ 23
30歳代	1,310	15.4%	1,305	15.4%	100.4%	5
40歳代	1,796	21.2%	1,836	21.6%	97.8%	▲ 40
50歳代	1,407	16.6%	1,337	15.8%	105.2%	70
60歳代	1,215	14.3%	1,195	14.1%	101.7%	20
70歳以上	975	11.5%	980	11.5%	99.5%	▲ 5
その他・不明	989	11.6%	1,002	11.8%	98.7%	▲ 13
計	8,494	100.0%	8,486	100.0%	100.1%	8

○表6 契約当事者の年代別件数

契約当事者	26年度		25年度		前年度比	増減数
	件数	構成比	件数	構成比		
20歳未満	258	3.0%	287	3.4%	89.9%	▲ 29
20歳代	885	10.4%	935	11.0%	94.7%	▲ 50
30歳代	1,249	14.7%	1,244	14.7%	100.4%	5
40歳代	1,538	18.2%	1,537	18.0%	100.1%	1
50歳代	1,156	13.6%	1,060	12.5%	109.1%	96
60歳代	1,088	12.8%	1,099	13.0%	99.0%	▲ 11
70歳以上	1,204	14.2%	1,213	14.3%	99.3%	▲ 9
その他・不明	1,116	13.1%	1,111	13.1%	100.5%	5
計	8,494	100.0%	8,486	100.0%	100.1%	8

○表7 相談者の職業別相談件数

相談者	26年度		25年度		前年度比	増減数
	件数	構成比	件数	構成比		
給与生活者	3,577	42.1%	3,571	42.1%	100.2%	6
自営・自由業	485	5.7%	457	5.4%	106.1%	28
家事従事者	1,474	17.4%	1,552	18.3%	95.0%	▲ 78
学 生	162	1.9%	175	2.1%	92.6%	▲ 13
無 職	1,700	20.0%	1,668	19.7%	101.9%	32
団 体	513	6.0%	507	6.0%	101.2%	6
その他・不明	583	6.9%	556	6.6%	104.9%	27
計	8,494	100.0%	8,486	100.0%	100.1%	8

○表8 契約当事者の職業別相談件数

契約当事者	26年度		25年度		前年度比	増減数
	件数	構成比	件数	構成比		
給与生活者	3,443	40.5%	3,386	39.9%	101.7%	57
自営・自由業	450	5.3%	404	4.8%	111.4%	46
家事従事者	1,148	13.5%	1,200	14.1%	95.7%	▲ 52
学 生	372	4.4%	425	5.0%	87.5%	▲ 53
無 職	1,869	22.0%	1,872	22.1%	99.8%	▲ 3
団 体	422	5.0%	392	4.6%	107.7%	30
その他・不明	790	9.3%	807	9.5%	97.9%	▲ 17
計	8,494	100.0%	8,486	100.0%	100.1%	8

○表 9 市町村別相談件数 (26年度)

市町村名	件数	構成比	市町村名	件数	構成比
大阪市	2,386	28.1%	摂津市	86	1.0%
堺市	500	5.9%	高石市	79	0.9%
岸和田市	123	1.4%	藤井寺市	90	1.1%
豊中市	377	4.4%	東大阪市	381	4.5%
池田市	75	0.9%	泉南市	104	1.2%
吹田市	263	3.1%	四條畷市	102	1.2%
泉大津市	107	1.3%	交野市	70	0.8%
高槻市	151	1.8%	大阪狭山市	135	1.6%
貝塚市	70	0.8%	阪南市	162	1.9%
守口市	100	1.2%	島本町	81	1.0%
枚方市	227	2.7%	豊能町	82	1.0%
茨木市	145	1.7%	能勢町	38	0.4%
八尾市	271	3.2%	忠岡町	41	0.5%
泉佐野市	46	0.5%	熊取町	94	1.1%
富田林市	265	3.1%	田尻町	17	0.2%
寝屋川市	116	1.4%	岬町	54	0.6%
河内長野市	112	1.3%	太子町	37	0.4%
松原市	239	2.8%	河南町	41	0.5%
大東市	72	0.8%	千早赤阪村	11	0.1%
和泉市	141	1.7%	府内(不明)	81	1.0%
箕面市	136	1.6%	他府県	241	2.8%
柏原市	198	2.3%	在外邦人	5	0.1%
羽曳野市	262	3.1%	外国人	3	0.1%
門真市	77	0.9%			
計				8,494	100.0%

○表 10 契約・購入金額別相談件数

契約・購入金額	26年度		25年度		前年度比		増減数	
	全体	60歳以上	全体	60歳以上	全体	60歳以上	全体	60歳以上
1万円未満	962	243	971	230	99.1%	105.7%	▲ 9	13
1万円以上～5万円未満	834	185	956	270	87.2%	68.5%	▲ 122	▲ 85
5万円以上～10万円未満	966	179	883	184	109.4%	97.3%	83	▲ 5
10万円以上～50万円未満	810	203	689	166	117.6%	122.3%	121	37
50万円以上～100万円未満	167	44	188	54	88.8%	81.5%	▲ 21	▲ 10
100万円以上～500万円未満	287	101	313	112	91.7%	90.2%	▲ 26	▲ 11
500万円以上～1千万円未満	37	18	54	35	68.5%	51.4%	▲ 17	▲ 17
1千万円以上～5千万円未満	95	45	94	46	101.1%	97.8%	1	▲ 1
5千万円以上～1億円未満	6	0	5	4	120.0%	0.0%	1	▲ 4
1億円以上	0	0	6	1	0.0%	0.0%	▲ 6	▲ 1
不明	4,330	1,274	4,327	1,210	100.1%	105.3%	3	64
平均金額 (円)	853,031	1,150,291	1,096,962	1,570,555	77.8%	73.2%	▲ 243,931	▲ 420,264

※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	26年度	25年度	前年度比	増減数
安全・衛生	442	417	106.0%	25
品質・機能	1,577	1,568	100.6%	9
法規・基準	402	362	111.0%	40
価格・料金	1,132	1,009	112.2%	123
計量・量目	13	11	118.2%	2
表示・広告	1,163	1,063	109.4%	100
販売方法	4,223	3,996	105.7%	227
契約・解約	6,247	6,193	100.9%	54
接客対応	2,167	2,134	101.5%	33
包装・容器	13	12	108.3%	1
施設・設備	11	12	91.7%	▲ 1
買物相談	2	5	40.0%	▲ 3
生活知識	12	11	109.1%	1
その他	51	60	85.0%	▲ 9

※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	26年度	25年度	前年度比	増減数
1	デジタルコンテンツ (うちスマートフォン)	1,635 (823)	1,468 (584)	111.4% (140.9%)	167 (239)
2	賃貸アパート	317	340	93.2%	▲ 23
3	インターネット接続回線	300	156	192.3%	144
4	食料品(健康食品以外)	271	287	94.4%	▲ 16
5	移動通信サービス (うちスマートフォン)	238 (101)	221 (70)	107.7% (144.3%)	17 (31)
6	工事・建築	175	211	82.9%	▲ 36
7	医療	152	126	120.6%	26
8	自動車	146	142	102.8%	4
9	健康食品	137	232	59.1%	▲ 95
10	フリーローン・サラ金	136	150	90.7%	▲ 14
11	新聞	116	124	93.5%	▲ 8
12	化粧品	115	121	95.0%	▲ 6
13	紳士・婦人洋服	110	145	75.9%	▲ 35
14	かばん・財布類	98	119	82.4%	▲ 21
15	携帯電話 (うちスマートフォン)	96 (71)	107 (71)	89.7% (100.0%)	▲ 11 (0)
16	ファンド型投資商品	93	125	74.4%	▲ 32
17	興信所	90	27	333.3%	63
18	履物	89	92	96.7%	▲ 3
19	エステティックサービス	84	88	95.5%	▲ 4
20	生命保険	78	80	97.5%	▲ 2
	その他	4,018	4,125	97.4%	▲ 107
	総相談件数	8,494	8,486	100.1%	8

○表 1 3 商品・役務別相談件数【項目別分類】

商品・役務	26年度	25年度	前年度比	増減数
商品一般	216	165	130.9%	51
食料品	408	519	78.6%	▲ 111
住居品	476	432	110.2%	44
光熱水品	51	43	118.6%	8
被服品	469	519	90.4%	▲ 50
保健衛生品	222	246	90.2%	▲ 24
教養娯楽品	743	792	93.8%	▲ 49
車両・乗り物	203	207	98.1%	▲ 4
土地・建物・設備	238	284	83.8%	▲ 46
他の商品	20	13	153.8%	7
商品計	3,046	3,220	94.6%	▲ 174
クリーニング	49	47	104.3%	2
レンタル・リース・貸借	432	460	93.9%	▲ 28
工事・建築・加工	181	218	83.0%	▲ 37
修理・補修	77	70	110.0%	7
管理・保管	53	53	100.0%	0
役務一般	5	8	62.5%	▲ 3
金融・保険サービス	582	683	85.2%	▲ 101
運輸・通信サービス	2,479	2,218	111.8%	261
教育サービス	56	50	112.0%	6
教養・娯楽サービス	316	332	95.2%	▲ 16
保健・福祉サービス	351	351	100.0%	0
他の役務	453	389	116.5%	64
内職・副業・ねずみ講	59	33	178.8%	26
他の行政サービス	51	56	91.1%	▲ 5
役務計	5,144	4,968	103.5%	176
他の相談	304	298	102.0%	6
計	8,494	8,486	100.1%	8

○表 1 4 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	216	3	11	27	24	1	24	92	121	38	1	3	0	0	2
食料品	408	107	161	23	40	4	115	158	192	99	7	0	0	1	1
住居品	476	76	222	25	47	1	86	197	306	126	1	0	0	3	0
光熱水品	51	3	6	4	18	0	2	10	25	13	0	0	0	0	1
被服品	469	10	110	30	33	0	199	281	375	130	0	0	0	0	3
保健衛生品	222	46	98	7	26	2	50	99	141	51	3	0	0	1	4
教養娯楽品	743	20	228	22	85	1	122	365	578	278	0	0	1	0	3
車両・乗り物	203	49	104	9	21	1	32	45	156	69	0	0	0	0	1
土地・建物・設備	238	4	73	19	35	1	16	101	151	61	0	0	0	1	2
他の商品	20	0	2	0	1	0	3	12	17	7	0	0	0	0	0
クリーニング	49	1	34	3	1	0	2	8	30	31	0	0	0	0	0
レンタル・リース・貸借	432	14	72	30	119	0	7	49	371	127	0	1	0	0	1
工事・建築・加工	181	4	55	6	41	0	9	75	141	51	0	0	0	1	1
修理・補修	77	2	30	3	34	0	10	19	58	31	0	0	0	0	0
管理・保管	53	0	12	4	18	0	9	9	39	26	0	0	0	0	0
役務一般	5	0	0	1	0	0	0	4	4	1	0	0	0	0	0
金融・保険サービス	582	0	17	54	44	0	39	279	445	168	0	0	0	0	8
運輸・通信サービス	2,479	1	117	40	332	0	255	1,929	2,171	461	1	0	0	0	0
教育サービス	56	0	3	4	15	0	2	20	43	16	0	0	0	0	1
教養・娯楽サービス	316	7	38	20	58	0	60	123	264	109	0	5	0	1	2
保健・福祉サービス	351	72	112	27	58	0	20	83	223	119	0	0	0	2	14
他の役務	453	23	67	29	70	2	83	216	331	124	0	2	1	1	0
内職・副業・ねずみ講	59	0	1	5	8	0	16	47	53	11	0	0	0	0	0
他の行政サービス	51	0	4	10	4	0	2	2	12	20	0	0	0	1	7
他の相談	304	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	304
計	8,494	442	1,577	402	1,132	13	1,163	4,223	6,247	2,167	13	11	2	12	355

※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	216	3	18	21	31	23	29	29	62	97	83	36	62	13	25	5	45	66
食料品	408	5	29	40	50	57	55	105	67	155	215	38	117	15	68	8	127	73
住居品	476	2	21	80	53	66	66	110	78	179	250	47	128	24	103	5	127	89
光熱水品	51	0	2	4	5	8	8	8	16	24	18	9	16	0	6	0	17	12
被服品	469	14	79	109	82	58	41	59	27	120	338	11	214	25	108	18	69	35
保健衛生品	222	1	22	19	45	32	42	34	27	61	154	7	72	12	44	4	64	26
教養娯楽品	743	14	65	101	169	95	92	105	102	387	308	48	267	42	110	24	189	111
車両・乗り物	203	6	18	42	35	32	24	13	33	139	41	23	91	24	12	5	29	42
土地・建物・設備	238	0	10	33	41	29	37	41	47	123	93	22	88	8	40	0	56	46
他の商品	20	0	1	0	1	1	4	7	6	6	9	5	3	1	2	0	7	7
クリーニング	49	0	6	9	12	3	6	10	3	13	35	1	22	3	13	0	9	2
レンタル・リース・貸借	432	4	80	85	68	52	27	27	89	191	177	64	222	12	29	11	63	95
工事・建築・加工	181	0	2	23	39	25	28	37	27	78	88	15	64	10	34	0	45	28
修理・補修	77	2	8	12	11	9	10	10	15	41	31	5	28	3	13	4	13	16
管理・保管	53	0	2	13	13	3	8	6	8	29	21	3	22	4	7	0	12	8
役務一般	5	0	0	2	0	0	0	1	2	3	1	1	2	0	1	0	0	2
金融・保険サービス	582	2	49	64	79	59	90	170	69	259	288	35	202	36	71	4	189	80
運輸・通信サービス	2,479	176	256	371	529	404	361	224	158	1,508	899	72	1,205	139	264	221	467	183
教育サービス	56	7	9	9	15	4	3	1	8	19	34	3	21	3	9	11	6	6
教養・娯楽サービス	316	11	62	58	65	39	21	28	32	133	169	14	147	26	33	20	51	39
保健・福祉サービス	351	4	49	59	62	43	32	68	34	91	252	8	145	12	58	12	93	31
他の役務	453	1	52	59	69	63	64	57	88	187	203	63	181	23	56	4	95	94
内職・副業・ねずみ講	59	0	23	8	13	5	1	4	5	32	23	4	26	2	2	8	13	8
他の行政サービス	51	1	3	6	10	4	4	3	20	24	20	7	16	1	3	1	10	20
他の相談	304	5	19	22	41	42	35	47	93	128	120	56	82	12	37	7	73	93
計	8,494	258	885	1,249	1,538	1,156	1,088	1,204	1,116	4,027	3,870	597	3,443	450	1,148	372	1,869	1,212

○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	161	デジタルコンテンツ	175	デジタルコンテンツ	251	デジタルコンテンツ	376	デジタルコンテンツ	285	デジタルコンテンツ	226	デジタルコンテンツ	107
2	健康食品	5	賃貸アパート	71	賃貸アパート	69	賃貸アパート	59	インターネット接続回線	50	インターネット接続回線	66	食料品(健康食品以外)	55
3	自動車(バイクを含む)	5	エステティックサービス	32	移動通信サービス	50	インターネット接続回線	58	賃貸アパート	47	食料品(健康食品以外)	44	健康食品	50
4	テレビ放送サービス	5	移動通信サービス	24	インターネット接続回線	36	移動通信サービス	56	食料品(健康食品以外)	43	工事・建築	27	新聞	46
5	移動通信サービス	5	内職・副業	23	紳士・婦人洋服	31	食料品(健康食品以外)	42	移動通信サービス	30	化粧品	25	ファンド型投資商品	46
6	婦人洋服	4	健康食品	22	食料品(健康食品以外)	29	工事・建築	39	自動車	24	移動通信サービス	25	インターネット接続回線	46
7	履物	4	紳士・婦人洋服	22	履物	29	フリーローン・サラ金	34	医療	23	ファンド型投資商品	22	工事・建築	37
8	専門・専修学校	4	履物	22	エステティックサービス	27	医療	32	工事・建築	22	新聞	17	医療	33
9	デジタルディスクソフト	3	フリーローン・サラ金	21	自動車	26	自動車	29	フリーローン・サラ金	22	自動車	17	株(うち未公開株)	24(11)
10	医療	3	携帯電話	20	フリーローン・サラ金	25	携帯電話	26	化粧品	18	賃貸アパート	17	生命保険	23
10											医療	17		
総計		258		885		1,249		1,538		1,156		1,088		1,204

○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	188	インターネット通販	331	インターネット通販	513	インターネット通販	590	インターネット通販	411	インターネット通販	300	家庭訪販	211
2	ワンクリック請求	127	ワンクリック請求	124	ワンクリック請求	154	ワンクリック請求	226	ワンクリック請求	165	ワンクリック請求	143	電話勧誘販売	173
3	無料商法	12	サイドビジネス商法	69	架空請求	62	架空請求	106	無料商法	87	電話勧誘販売	114	インターネット通販	140
4	架空請求	11	マルチ取引	43	家庭訪販	50	家庭訪販	90	架空請求	85	家庭訪販	88	利殖商法	82
5	家庭訪販	7	無料商法	38	無料商法	45	電話勧誘販売	71	電話勧誘販売	65	架空請求	83	ワンクリック請求	60
6	景品付販売	4	架空請求	28	電話勧誘販売	35	無料商法	70	家庭訪販	64	無料商法	56	無料商法	47
7	代引配達	4	電話勧誘販売	25	インターネットオークション	24	インターネットオークション	22	景品付販売	19	利殖商法	38	架空請求	50
8	マルチ取引	2	家庭訪販	24	サイドビジネス商法	20	サイドビジネス商法	21	サイドビジネス商法	16	二次被害	22	身分詐称(かたり商法)	39
9	電話勧誘販売	2	利殖商法	20	マルチ取引	14	身分詐称(かたり商法)	20	テレビショッピング	16	テレビショッピング	20	劇場型勧誘	38
10	インターネットオークション	2	クレ・サラ強要商法	13	代引配達	9	景品付販売	18	利殖商法	15	訪問購入	18	二次被害	31
10	キャッチセールス	2			景品付販売	9								
10	サイドビジネス商法	2												
10	身分詐称(かたり商法)	2												

※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。

※「クレ・サラ強要商法」とは売買契約の際にサラ金等から借金させたりクレジット契約をさせる商法

○表 18 販売購入形態別相談件数

販売購入形態	26年度	25年度	前年度比	増減数
店舗購入	2,499	2,569	97.3%	▲ 70
訪問販売	601	703	85.5%	▲ 102
通信販売	3,143	2,879	109.2%	264
マルチ商法	115	102	112.7%	13
電話勧誘販売	529	522	101.3%	7
ネガティブ・オプション	15	23	65.2%	▲ 8
訪問購入	67	61	109.8%	6
その他無店舗販売	30	42	71.4%	▲ 12
不明・無関係	1,495	1,585	94.3%	▲ 90
計	8,494	8,486	100.1%	8

○表 19 無店舗販売 契約当事者の年代構成

販売購入形態	26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	601	9	35	47	85	59	76	194	96
通信販売	3,143	194	361	593	688	496	369	237	205
マルチ商法	115	2	43	14	12	13	10	7	14
電話勧誘販売	529	2	25	35	71	65	114	173	44
ネガティブ・オプション	15	1	0	0	0	0	4	6	4
訪問購入	67	0	1	3	11	6	18	22	6
その他無店舗販売	30	0	2	7	7	4	1	7	2
計	4,500	208	467	699	874	643	592	646	371

○表 20 訪問販売に関する勧誘方法別相談件数

勧誘方法	26年度	25年度	前年度比	増減数
家庭訪問販売	518	611	84.8%	▲ 93
アポイントメントセールス	19	17	111.8%	2
キャッチセールス	3	8	37.5%	▲ 5
SF商法	12	9	133.3%	3
その他	49	58	84.5%	▲ 9
計	601	703	85.5%	▲ 102

○表 21 訪問販売で相談の多い商品・役務

商品・役務	26年度	25年度	前年度比	増減数
新聞	103	111	92.8%	▲ 8
工事・建築	60	79	75.9%	▲ 19
テレビ放送サービス	44	57	77.2%	▲ 13
インターネット接続回線	38	46	82.6%	▲ 8
浄水器	34	33	103.0%	1

○表 22 家庭訪問販売で相談の多い商品・役務

商品・役務	26年度	25年度	前年度比	増減数
新聞	103	111	92.8%	▲ 8
工事・建築	59	76	77.6%	▲ 17
テレビ放送サービス	44	57	77.2%	▲ 13
インターネット接続回線	37	44	84.1%	▲ 7
浄水器	33	31	106.5%	2

○表 23 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	26年度	25年度	前年度比	増減数
和服	3	0	—	3
アクセサリ	3	7	42.9%	▲ 4
化粧品	3	0	—	3
紳士洋服	2	0	—	2
集合住宅	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	26年度	25年度	前年度比	増減数
絵画	1	2	50.0%	▲ 1
タレント・モデル養成教室	1	0	—	1
美容医療	1	0	—	1

○表 2 5 SF商法で相談の多い商品・役務

商品・役務	26年度	25年度	前年度比	増減数
健康食品	5	6	83.3%	▲ 1
電気暖房機器(電気毛布)	2	0	—	2
ふとん類	2	0	—	2

※「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	26年度	25年度	前年度比	増減数
デジタルコンテンツ	1,611	1,437	112.1%	174
かばん・財布類	83	94	88.3%	▲ 11
履物	75	75	100.0%	0
興信所	75	15	500.0%	60
紳士・婦人洋服	65	92	70.7%	▲ 27
パソコン・パソコンソフト	65	64	101.6%	1

○表 2 7 マルチ商法で相談の多い商品・役務

商品・役務	26年度	25年度	前年度比	増減数
健康食品	31	25	124.0%	6
化粧品	22	23	95.7%	▲ 1
内職・副業	10	2	500.0%	8
浄水器	6	4	150.0%	2
ファンド型投資商品	4	3	133.3%	1

○表 2 8 電話勧誘販売で相談の多い商品・役務

商品・役務	26年度	25年度	前年度比	増減数
インターネット接続回線	164	42	390.5%	122
ファンド型投資商品	60	50	120.0%	10
健康食品	29	125	23.2%	▲ 96
株(うち未公開株)	25(13)	33(30)	75.8(43.3)%	▲ 8(▲ 17)
食料品(健康食品以外)	16	21	76.2%	▲ 5

○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	26年度	25年度	前年度比	増減数
書籍・印刷物	5	7	71.4%	▲ 2
他の身の回り品(財布類・帽子)	2	0	—	2
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	26年度	25年度	前年度比	増減数
和服	15	9	166.7%	6
被服品(和服以外)	11	6	183.3%	5
アクセサリ	8	14	57.1%	▲ 6
テレビ	3	1	300.0%	2
自動車	3	2	150.0%	1

○表3 1 品目別相談件数

① 食料品

食料品		平成26年度		平成25年度		前年度比	増減数
			うち苦情		うち苦情		
食料品一般		13	10	10	4	130.0%	3
主要食品	穀類	27	26	37	33	73.0%	▲ 10
	魚介類	29	25	45	40	64.4%	▲ 16
	肉類	22	17	16	12	137.5%	6
	乳卵類	9	8	7	7	128.6%	2
	野菜・海草	22	12	24	23	91.7%	▲ 2
	油脂・調味料	8	7	7	5	114.3%	1
嗜好食品	果物	13	10	8	8	162.5%	5
	菓子類	29	26	18	16	161.1%	11
	飲料	40	36	34	32	117.6%	6
	酒類	12	11	12	11	100.0%	0
調理食品		47	44	66	62	71.2%	▲ 19
他の食料品	健康食品	137	127	232	227	59.1%	▲ 95
	食料品その他	0	0	3	3	0.0%	▲ 3
計		408	359	519	483	78.6%	▲ 111

② 住居品

住居品		平成26年度		平成25年度		前年度比	増減数
			うち苦情		うち苦情		
住居品一般		6	3	2	2	300.0%	4
家事用品	食生活機器	59	52	53	52	111.3%	6
	食器・台所用品	87	79	92	85	94.6%	▲ 5
	洗濯・裁縫用具	24	22	21	17	114.3%	3
	掃除用具	21	21	22	21	95.5%	▲ 1
	洗剤等	13	11	20	17	65.0%	▲ 7
住生活用品	空調・冷暖房機器	65	59	59	56	110.2%	6
	家具・寝具類	89	85	84	82	106.0%	5
	室内装備品	16	16	10	9	160.0%	6
	照明器具	24	22	14	13	171.4%	10
他の住居品		72	63	55	49	130.9%	17
計		476	433	432	403	110.2%	44

③ 光熱水品

光熱水品		平成26年度		平成25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		20	17	17	17	117.6%	3
ガス		14	11	12	12	116.7%	2
石油		10	8	9	8	111.1%	1
水道		4	3	4	4	100.0%	0
他の光熱水品		3	3	1	1	300.0%	2
計		51	42	43	42	118.6%	8

④ 被服品

被服品		平成26年度		平成25年度		前年度比	増減数
			うち苦情		うち苦情		
被服品一般		10	8	8	6	125.0%	2
和服		45	43	32	30	140.6%	13
洋服	洋服一般	2	1	2	1	100.0%	0
	紳士洋服	36	35	48	48	75.0%	▲ 12
	婦人洋服	74	70	97	88	76.3%	▲ 23
	子供洋服	4	4	7	6	57.1%	▲ 3
	洋装下着	19	18	10	7	190.0%	9
身の回り品	履物	89	87	92	88	96.7%	▲ 3
	かばん	63	60	81	79	77.8%	▲ 18
	アクセサリ	58	54	84	78	69.0%	▲ 26
	他の身の回り品	64	63	54	52	118.5%	10
生地・糸類		2	1	1	1	200.0%	1
他の被服品		3	3	3	2	100.0%	0
計		469	447	519	486	90.4%	▲ 50

⑤ 保健衛生品

保健衛生品		平成26年度		平成25年度		前年度比	増減数
			うち苦情		うち苦情		
保健衛生品一般		0	0	0	0	—	0
医薬品		11	9	18	18	61.1%	▲ 7
医療用具		43	41	42	41	102.4%	1
化粧品		115	110	121	115	95.0%	▲ 6
理美容器具・用品		27	23	31	27	87.1%	▲ 4
他の保健衛生品		26	24	34	28	76.5%	▲ 8
計		222	207	246	229	90.2%	▲ 24

⑥ 教養娯楽品

教養娯楽品		平成26年度		平成25年度		前年度比	増減数
			うち苦情		うち苦情		
教養娯楽品一般		0	0	0	0	—	0
文具・事務用品		20	17	13	12	153.8%	7
パソコン・パソコン関連用品		150	142	142	135	105.6%	8
電話機・電話機用品		132	120	135	130	97.8%	▲ 3
学習教材		36	36	39	36	92.3%	▲ 3
書籍・印刷物		157	153	156	151	100.6%	1
音響・映像製品		88	84	93	89	94.6%	▲ 5
スポーツ用品		32	30	31	29	103.2%	1
光学機器・時計	カメラ類	5	5	10	10	50.0%	▲ 5
	時計	25	24	44	42	56.8%	▲ 19
	他の光学機器	1	1	0	0	—	1
玩具・遊具		22	22	33	32	66.7%	▲ 11
他の教養娯楽品	楽器	4	4	7	7	57.1%	▲ 3
	教養娯楽品その他	71	63	89	81	79.8%	▲ 18
計		743	701	792	754	93.8%	▲ 49

⑦ 車両・乗り物

車両・乗り物	平成26年度		平成25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	146	127	142	133	102.8%	4
自動車用品	24	22	28	27	85.7%	▲4
自転車・用品	28	26	23	20	121.7%	5
運搬用具	4	3	11	11	36.4%	▲7
他の乗り物	1	1	3	3	33.3%	▲2
計	203	179	207	194	98.1%	▲4

⑧ 土地・建物・設備

土地・建物・設備	平成26年度		平成25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	3	1	5	1	60.0%	▲2	
土地	26	22	23	20	113.0%	3	
建物	建物一般	0	0	5	1	0.0%	▲5
	集合住宅	49	45	73	67	67.1%	▲24
	戸建住宅	56	51	58	47	96.6%	▲2
	他の建物	2	2	1	1	200.0%	1
住宅構成材	6	5	8	7	75.0%	▲2	
住宅設備	空調・冷暖房・給湯設備	54	46	68	62	79.4%	▲14
	衛生設備	16	15	14	10	114.3%	2
	屋外装備品	18	15	15	12	120.0%	3
	他の住宅設備	8	7	14	14	57.1%	▲6
計	238	209	284	242	83.8%	▲46	

⑨ 商品関連役務

商品関連役務	平成26年度		平成25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	5	5	4	4	125.0%	1
	被服品	44	43	43	40	102.3%	1
	その他	0	0	0	0	—	0
レンタル・リース・貸借	住居品	3	3	12	11	25.0%	▲9
	被服品	8	7	7	6	114.3%	1
	車両・乗り物	15	14	8	7	187.5%	7
	土地・建物・設備	374	331	400	343	93.5%	▲26
	その他	32	27	33	30	97.0%	▲1
工事・建築・加工	被服品	4	4	5	4	80.0%	▲1
	土地・建物・設備	172	156	206	188	83.5%	▲34
	その他	5	5	7	6	71.4%	▲2
修理・補修	住居品	10	8	7	7	142.9%	3
	被服品	4	4	3	3	133.3%	1
	娯楽教養品	19	19	16	13	118.8%	3
	車両・乗り物	19	18	19	19	100.0%	0
	土地・建物・設備	23	22	23	20	100.0%	0
	その他	2	2	2	2	100.0%	0
管理・保管	被服品	0	0	1	1	0.0%	▲1
	車両・乗り物	30	29	34	34	88.2%	▲4
	土地・建物・設備	19	19	17	15	111.8%	2
	その他	4	4	1	1	400.0%	3
計	792	720	848	754	93.4%	▲56	

⑩ 役務

役 務		平成26年度		平成25年度		前年度比	増減数	
			うち苦情		うち苦情			
役務一般		5	5	8	8	62.5%	▲ 3	
金融・保険サービス	金融・保険一般	3	3	2	2	150.0%	1	
	生命保険	78	72	80	77	97.5%	▲ 2	
	損害保険	46	41	55	51	83.6%	▲ 9	
	その他の保険	19	17	21	21	90.5%	▲ 2	
	預貯金・証券等	92	77	120	112	76.7%	▲ 28	
	デリバティブ取引	30	28	19	19	157.9%	11	
	ファンド型投資商品	93	90	125	120	74.4%	▲ 32	
	融資サービス	174	145	183	158	95.1%	▲ 9	
	他の金融関連サービス	47	41	78	69	60.3%	▲ 31	
運輸・通信サービス	運輸・運送サービス一般	1	1	2	2	50.0%	▲ 1	
	旅客運送サービス	56	54	65	61	86.2%	▲ 9	
	郵便・貨物運送サービス	70	65	90	85	77.8%	▲ 20	
	放送・通信サービス一般	1	1	0	0	—	1	
	電報・固定電話	29	27	35	32	82.9%	▲ 6	
	移動通信サービス	238	232	221	214	107.7%	17	
	放送・コンテンツ等	1,759	1,741	1,612	1,596	109.1%	147	
	インターネット通信サービス	325	317	193	187	168.4%	132	
教育サービス	教育一般	0	0	1	1	0.0%	▲ 1	
	学校教育	20	17	6	5	333.3%	14	
	補習教育	33	31	34	31	97.1%	▲ 1	
	他の教育	3	1	9	5	33.3%	▲ 6	
教養・娯楽サービス	教養・娯楽一般	0	0	0	0	—	0	
	旅行代理業	33	30	53	48	62.3%	▲ 20	
	宿泊施設	24	23	15	14	160.0%	9	
	教室・講座	122	111	124	110	98.4%	▲ 2	
	観覧・鑑賞	39	37	19	18	205.3%	20	
	各種会員権	12	11	23	21	52.2%	▲ 11	
	他の教養・娯楽	86	80	98	94	87.8%	▲ 12	
保健・福祉サービス	保健・福祉一般	0	0	0	0	—	0	
	保 健	医療	152	140	126	114	120.6%	26
		理美容	106	98	114	104	93.0%	▲ 8
		浴場	7	7	2	2	350.0%	5
		衛生サービス	17	13	28	24	60.7%	▲ 11
	福 祉	保育	1	1	1	1	100.0%	0
		老人・福祉サービス	21	19	14	10	150.0%	7
他の保健・福祉	47	27	66	28	71.2%	▲ 19		
他の役務	外食・食事宅配	68	59	76	70	89.5%	▲ 8	
	冠婚葬祭	39	38	64	61	60.9%	▲ 25	
	家事サービス	9	7	22	18	40.9%	▲ 13	
	役務その他	337	301	227	201	148.5%	110	
内職・副業・ねずみ講	内職・副業一般	1	1	0	0	—	1	
	自動販売機	1	1	5	4	20.0%	▲ 4	
	内職・副業	56	52	28	26	200.0%	28	
	無限連鎖講	1	1	0	0	—	1	
他の行政サービス		51	31	56	33	91.1%	▲ 5	
計		4,352	4,094	4,120	3,857	105.6%	232	

〔平成26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	1	0	3	4
20歳代	20	11	28	59
30歳代	45	49	32	126
40歳代	41	59	32	132
50歳代	26	15	20	61
60歳代	7	14	2	23
70歳以上	2	4	6	12
その他・不明	11	24	20	55
計	153	176	143	472

○表33 相談者の性別件数

相談者	26年度	25年度	前年度比	増減数
男性	251	268	93.7%	▲17
女性	192	191	100.5%	▲1
団体等	29	26	111.5%	▲3
計	472	485	97.3%	▲13

○表34 契約当事者の性別件数

契約当事者	26年度	25年度	前年度比	増減数
男性	248	259	95.8%	▲11
女性	190	196	96.9%	▲6
団体等	34	30	113.3%	▲4
計	472	485	97.3%	▲13

○表35 相談者の年代別件数

相談者	26年度	25年度	前年度比	増減数
20歳未満	4	7	57.1%	▲3
20歳代	59	66	89.4%	▲7
30歳代	126	103	122.3%	▲23
40歳代	132	144	91.7%	▲12
50歳代	61	78	78.2%	▲17
60歳代	23	19	121.1%	▲4
70歳以上	12	11	109.1%	▲1
その他・不明	55	57	96.5%	▲2
計	472	485	97.3%	▲13

○表36 契約当事者の年代別

契約当事者	26年度	25年度	前年度比	増減数
20歳未満	8	11	72.7%	▲3
20歳代	58	67	86.6%	▲9
30歳代	116	98	118.4%	▲18
40歳代	122	130	93.8%	▲8
50歳代	49	71	69.0%	▲22
60歳代	27	19	142.1%	▲8
70歳以上	26	21	123.8%	▲5
その他・不明	66	68	97.1%	▲2
計	472	485	97.3%	▲13

○表37 契約・購入金額別相談件数

契約購入金額	26年度	25年度	前年度比	増減数
1万円未満	99	100	99.0%	▲1
1万円以上～5万円未満	77	92	83.7%	▲15
5万円以上～10万円未満	39	35	111.4%	▲4
10万円以上～50万円未満	51	33	154.5%	▲18
50万円以上～100万円未満	9	9	100.0%	▲0
100万円以上～500万円未満	19	12	158.3%	▲7
500万円以上～1000万円未満	1	2	50.0%	▲1
1000万円以上～1億円未満	1	11	9.1%	▲10
1億円以上	0	0	-	▲0
不明	176	191	92.1%	▲15
平均金額 (円)	359,162	1,030,030	34.9%	▲670,868

※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	26年度	25年度	前年度比	増減数
安全・衛生	27	19	142.1%	8
品質・機能	128	114	112.3%	14
法規・基準	26	23	113.0%	3
価格・料金	78	78	100.0%	0
計量・量目	1	2	50.0%	▲1
表示・広告	126	127	99.2%	▲1
販売方法	244	261	93.5%	▲17
契約・解約	344	376	91.5%	▲32
接客対応	217	198	109.6%	19
包装・容器	1	0	-	1
施設・設備	1	2	50.0%	▲1
買物相談	0	0	-	0
生活知識	0	0	-	0
その他	0	1	0.0%	▲1

※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	26年度	25年度	前年度比	増減数
1	デジタルコンテンツ	57	56	101.8%	1
2	賃貸アパート	23	19	121.1%	4
2	移動通信サービス	23	27	85.2%	▲4
4	インターネット接続回線	22	18	122.2%	4
5	食料品(健康食品以外)	16	11	145.5%	5
6	履物	13	15	86.7%	▲2
7	エステティックサービス	11	7	157.1%	4
8	パソコン	10	5	200.0%	5
9	かばん・財布類	9	15	60.0%	▲6
9	化粧品	9	9	100.0%	0
9	自動車	9	12	75.0%	▲3
9	デリバティブ取引	9	0	-	9

○表40 商品・役務別相談件数【項目別分類】

商品・役務	26年度	25年度	前年度比	増減数
商品一般	13	16	81.3%	▲3
食料品	19	17	111.8%	2
住居品	21	15	140.0%	6
光熱水品	1	1	100.0%	0
被服品	34	57	59.6%	▲23
保健衛生品	13	15	86.7%	▲2
教養娯楽品	64	65	98.5%	▲1
車両・乗り物	14	20	70.0%	▲6
土地・建物・設備	9	19	47.4%	▲10
他の商品	1	1	-	0
商品計	189	226	83.6%	▲37
クリーニング	2	1	-	1
レンタル・リース・貸借	27	22	122.7%	5
工事・建築・加工	6	10	60.0%	▲4
修理・補修	4	3	133.3%	1
管理・保管	1	2	50.0%	▲1
役務一般	0	0	-	0
金融・保険サービス	23	15	153.3%	8
運輸・通信サービス	116	129	89.9%	▲13
教育サービス	2	4	50.0%	▲2
教養・娯楽サービス	42	21	200.0%	21
保健・福祉サービス	26	17	152.9%	9
他の役務	24	28	85.7%	▲4
内職・副業・ねずみ講	6	2	300.0%	4
他の行政サービス	1	1	-	0
役務計	280	255	109.8%	25
他の相談	3	4	75.0%	▲1
計	472	485	97.3%	▲13

第4章 消費者啓発事業の概要

1. 大阪府消費者フェア2014の開催

「みんなで楽しむ消費者フェア2014」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するとともに、講演会等を開催した。

テーマ：みんなで楽しむ消費者フェア2014 期 間：H.26.11.3、11.18 ところ：大阪府咲洲庁舎2階エントランスホール、追手門学院大阪城スクエア 参加延人数：2,314人		
とき	内容	参加者数
H26.11.3	<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） 	2,224人
H26.11.18	フォーラム「情報を読み解くチカラって？ 食を通して一緒に考えてみませんか」 <ul style="list-style-type: none"> ・講演「ふくしまの今を語る」 ふくしまの今を語る人（食品関連生産者2人） ・パネルディスカッション「自分のくらしにあった食品を選ぶために」 コーディネーター 大本 久美子（大阪教育大学家政教育講座准教授） パネリスト 福島の生産者（食品関連生産者2人） 岡本 孝子（なにわの消費者団体連絡会事務局長） 細見 三英子（ジャーナリスト） 大阪府健康医療部食の安全推進課 	90人

○消費者団体の調査・活動パネル展示

	団 体 名	テ ー マ
食	大阪府地域消費者団体連絡会	ちょっと気になる子どもたちのおやつ パート2
	交野市消費生活問題研究会	食品の安全とは
	ケール健人の会	もっと野菜を食べましょう!!
	とよなか消費者協会	健康食品について
	寝屋川市消費者協会	食品ロスについて
くらし	茨木市消費者協会	ロコモティブシンドローム（運動器症候群）
	大阪府消費生活リーダー会	悪質な電話勧誘の撃退法いろいろ！
	大阪府生活学校連絡会	私達にとってよりよい葬儀とは
	大阪友の会	今日1日に満足できる時間の使い方
	かわちながの消費者協会	学校給食センター見学会
	岸和田市消費生活研究会	高齢者の大切な財産を守ろう
	NPO法人 関西消費者連合会&八尾市消費生活問題研究会	認知症
	NPO法人 消費者支援機構関西	消費者被害の未然防止・拡大防止のために
	NPO法人 住宅長期保証支援センター	3世代先まで住宅を住み継ぐポイント
	高槻市消費者団体連絡会	暮らしと計量
環境	全大阪消費者団体連絡会	温暖化から地球を守ろう！
	公益社団法人 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会西日本支部	みんなで創ろう！ 持続可能な消費者市民社会

羽曳野市消費者団体連絡協議会生活環境部会	「レジ袋要りません」マイバッグ啓発活動
守口市消費生活リーダークラブ	地球温暖化と私達の暮らし

2. 消費者府民啓発事業（年8回：消費者団体企画）

- (1) 大阪府消費者フェアにおける啓発 11月3日 参加人数：619人
 - ・手作り教室
 - ・消費者団体による活動発表
 - ・消費者団体によるパネル展示
- (2) NPO法人消費者情報ネット 9日14日（日）参加人数：900人
 - ・「消費者被害にあわないために！」
- (3) NPO法人関西消費者連合会 八尾市消費問題研究会 9月29日（月） 参加人数：101人
 - ・「最近の 대기環境について」
- (4) 東大阪市消費者団体協議会 10月18日（土） 参加人数：600人
 - ・「食品ロスをあなたは意識していますか？」
- (5) とよなか消費者協会 10月25日（土） 参加人数：957人
 - ・「消費生活の安全・安心をめざして！」
- (6) なにわの消費者団体連絡会 11月7日（金） 参加人数：230人
 - ・「だまされたらあかん！inハルカス」
- (7) 茨木市消費者協会 11月15日（土） 参加人数：484人
- (8) 寝屋川市消費者協会 11月16日（日） 参加人数：1,000人
 - ・「つながろう消費者～安全・安心なくらしのために～」

3. 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、講演会を実施した。

実施日	テーマ	講師	参加人数
H26.5.23 共催・大阪市	食品表示ほんとのことが知りたい!! ～テレビじゃわからない食品の話～	垣田 達哉（消費者問題研究所 代表、食品問題評論家、食品表 示アドバイザー）	115人

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 186回 ◇受講者数 6,503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 2,272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 15回 ◇受講者数 742人

6. 暮らしの体験講座

消費生活に役立つ身近な問題について、実験実習を通じて消費生活に興味を持ち学習する機会を提供するとともに、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。

ところ： 大阪府消費生活センターセミナー室			
対 象： 大阪府内在住の小学4年生～6年生とその保護者			参加人数： 47人
実施日	テーマ	講師	参加人数
H26.7.28	乾電池のしくみを知ろう ～自分で乾電池を作ってみよう～	一般社団法人電池工業会 職員	26人
H26.8.1	ようこそ カビワールドへ ～顕微鏡でカビの世界をのぞいてみよう～	大阪市立自然史博物館 外来研究員	21人

7. 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。

テーマ「10代のための消費生活サマーレッスン」 期 間：H26.8.4～8.10 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、消費者ホットラインなど 参加者数：570人（うち講座受講者205人、DVD等視聴者365人）			
実施日	講座テーマ	講座講師	講座受講者数
H26.8.4	10代のマスト！ 契約・金融ってなあに？	SMBCコンシューマーファイナンス株式会社 マネーアドバイザー	24人
H26.8.5	スマホとの上手な付き合い方	兵庫県立大学環境人間学部 人間形成コース(教職担当) 准教授 竹内 和雄	46人
H26.8.6	食品表示について 企業と一緒に考えてみよう	公益社団法人 消費者関連専門 家会議（ACAP）	47人
H26.8.7	環境クイズ大会&ミニ見学会 (体験・見学講座)	おおさかATCグリーンエコ プラザ スタッフ	61人
H26.8.8	ユニバーサルデザインについて 知ろう！（体験・見学講座）	ATCエイジレスセンター ス タッフ	27人

8. 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 695人

9. 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	25年度	26年度	26年度末総計
大阪府資料	164 (26)	151 (32)	13,275
他府県資料	121	131	16,335
国の資料	84	87	10,948
業界等資料	234	260 (57)	45,417
消費者団体資料	171	168	10,429
新聞等	342 (280)	337 (265)	4,833
雑誌	31	38	6,183
書籍	58	33	4,999
計	1,205 (306)	1,205 (354)	112,419

()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 大阪府大阪市共同で「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）、くらしの安全情報室からのお知らせ（商品テスト等）、イベントのお知らせ等

配付先：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！」 | 86,600部（26年度版） |
| ② 「どうする？君なら」 | 95,000部（26年度版） |
| ③ 「これであなたも契約名人」 | 3,000部（改訂版） |
| ④ 「府内消費生活相談窓口」 | 7,000部（改訂版） |
| ⑤ 「くらしすと」（点字啓発資料） | 200部×4回 |
| ⑥ 「撃退！悪質商法 シルバー世代編」 | 10,000部（改訂版） |
| ⑦ 「消費生活のトラブルって？」 | 2,000部 |
| ⑧ 「子どもたちのネットトラブル急増中」 | 5,000部 |
| ⑨ 「消費生活センターからのお知らせ」 <small>（府政だより抜き刷り）</small> | 40,000部 |

ウ 府政だより（保存版）の発行

平成26年10月に発行した府政だよりにより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294万部）。また、これを活用して啓発用リーフレット（40,000枚）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	22	67	2,333	—	—	—
行政関係	16	31	901	1	1	87
業界関係	6	22	500	—	—	—
消費者団体	18	41	1,084	5	36	1,000
個人	10	31	11	—	—	—
合計	72	192	4,829	6	37	1,087

(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/>>>

	H24年度	H25年度	H26年度
利用件数	35,683件	38,359件	32,184件
月平均	2,974件	3,197件	2,682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 1,153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）10回実施

放送日	内 容
H26. 5. 27	クリーニングについて
H26. 6. 17	夏休み若者向け集中講座について
H26. 7. 29	平成25年度相談概要について
H26. 8. 26	消費者市民社会ってなに？
H26. 9. 30	相談事例から
H26. 10. 21	消費生活センターをご存知ですか？
H26. 12. 16	冬の電気製品トラブルと定期点検について
H27. 1. 6	平成26年度上半期消費生活相談の概要
H27. 2. 17	大阪府消費者研究発表大会について
H27. 3. 31	新聞契約トラブルについて

10. 高齢者及びその見守り者への集中啓発

悪質商法等による高齢者の消費者トラブルを未然に防止するため、高齢者及びその見守り者（主に家族）をターゲットにした新聞広告やラジオCM等を実施した。

○ラジオCMの放送（20秒2種類）

- ・ABC、MBS、OBC 各局50本
- ・平成26年12月20日（土）～平成27年1月10日（土）

○ラジオパブリシティの実施

- ・ABC、MBS、OBC 各局

○新聞広告の掲載

- ・5大紙、5段2種類、カラー
- ・平成26年12月20日（土）、平成27年1月17日（土）

○フリーペーパーでの記事掲載

- ・配布日：平成27年1月8日（木）、9日（金）
- ・配布部数：812,516部

第5章 商品テストの概要

1. 商品テストのあらまし

平成19年度から商品テスト業務を大阪市と統合。「くらしの商品安全情報室」を設置し、消費者から持ち込まれた相談・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20件で、前年度27件より7件減少した。また、技術相談件数は242件で、前年度280件より38件減少した。前年度にくらべて商品テストの依頼を相談途中で取り下げたもの、商品テストのために相談品を破壊するのを拒まれたりする件数が多く、前年度は全技術相談件数の2%程度であったが、本年は10%程度あった。

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件で、そのうち5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・商品テストの結果は、「くらしの商品安全情報室からのお知らせ」として「くらしすと」に掲載する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20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4件、その他2件であり、被服品のうちクリーニングに関係するものは5件であった。また、危険・危害に関する商品テストは全体のうち2件であった。

《相談事例》

- 「濃い緑色のワンピースをクリーニングしたところ、受け取りの際に、襟ぐり、裾の折り返し部分やポケットの縫い付け部分の色が抜けて白くなっていた。クリーニング業者は“白化現象なのでこちらに落ち度はなく、責任はない”と主張し弁償に応じてもらえない」との相談があった。相談品の外観を観察したところ、見返しや縫い代で生地が多重になっている部位に、プレスによるアタリが認められた。相談品が濃い色のため白いアタリが目立ちやすい傾向もあるが、プレス時の当て布やアイロン加重にクリーニング業者の配慮が不足していた可能性も考えられる。クリーニング工程の洗浄中に発生した白化であれば、ワンピース全体にスジ状もしくはムラ状のランダムな色相変化が生じると推測され、本件の現象には該当しないと考えられた。また、著しく白化しやすい生地特性であった可能性もあるが、ワンピースのメーカーに同様の申し出はないことから、その可能性は低いと推察された。

この結果をふまえ、相談者はワンピースのメーカーに生地データ等の資料を請求した。その資料をもって相談員がクリーニング業者と交渉したところ、クリーニング事故賠償基準に基づき補償された。

- 「約1年前(2013年)にスーパーで購入した通勤用のビジネスシューズ。何足か持っているのですが、月1回程度しか履いていない。雨の日に水がしみてくるので見てみると、靴底が割れて

いた。商品に問題があるのではないか。調べてほしい」との相談があった。相談者から申し出のあった販売店には相談品は納品されておらず、近隣の靴専門店にも納品されていないことから、相談品は他店で購入したものと考えられた。メーカーへの聴取により相談品は2007年3月に製造されたものであると判明した。靴底のひび割れはポリウレタンの加水分解による劣化と考えられた。靴の取り扱い及びポリウレタン底の特性については靴箱底面に記載されており、ポリウレタンは使用回数にかかわらず経年劣化が生じることがあることを伝えた。

- 「4年前に購入したデジタルカメラ。今年初めに表面の塗装の剥がれに気がついた。手で持つ部分は特にひどく、下地が見えて粘っている。メーカーの修理部門に見てもらったところ“原因は不明。外装の交換には25000円必要”と言われたが、新たに購入した方が安い。材質や原因について説明を求めたい」との相談があった。メーカーから粘っている箇所の素材について聴取したところ、本体表面全体にポリウレタン系樹脂の触感塗料を用いて塗装していることが分かった。本体表面にポリウレタン系樹脂の触感塗料を施していることから、手に触れる部分は汗や水分が付着しやすく、手を触れない部分に比べてウレタンの劣化が早く進むと考えられた。購入4年を経過していることから、相談品の表面の粘つきや角部分の剥がれはポリウレタン樹脂塗料の経年劣化と推測された。

靴底の劣化、バッグの劣化など、ポリウレタン樹脂コーティングの劣化に関する相談を例年受ける。これまで、経年劣化の可能性がある商品を販売する際は、経年劣化の可能性がある旨を消費者へ注意喚起する、消費者もポリウレタンの劣化について理解するなど、啓発に努めてきた。多様な商品でポリウレタン樹脂が使用されている現状では、引き続き啓発が必要である。

- 「コンタクトレンズショップに併設されている眼科で検眼し、その結果に合う製品をすすめてもらうという方法でコンタクトレンズを購入している。1年半ほど前に20箱まとめて購入した。10箱ぐらい使用し、次に開封したレンズを使用したところ、1日が終わる頃には白目が真っ赤になっていた。2～4回までは季節的なものかと思い、眼科に行かず充血が引くまでは眼鏡を使用し、充血が治ったところでコンタクトを使うようにしていた。しかし、5回目も同じ症状になったので眼科を受診したところ、細菌性の結膜炎と診断された。流行性の結膜炎の検査やアレルギーの検査もしたがいずれも該当しなかった。コンタクトレンズに細菌が発生しているのはいいか。メーカーに調べてもらいたいと申し出たが断られた。テストしてほしい」との相談があった。相談品の細菌の有無を調べるため、無菌試験法を実施したところ、相談品のソフトコンタクトレンズからは微生物の増殖は認められず、相談者の結膜炎の原因は不明であった。

平成26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			
	26年度	25年度	26年度	25年度	26年度	25年度	26年度	25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)	2 (2)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	23 (7)	19 (6)
住居品	2 (1)	2 (1)	0 (0)	1 (1)	0 (0)	1 (0)	73 (37)	79 (39)
光熱水品	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	2 (0)
被服品	11 (10)	16 (10)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	82 (59)	116 (72)
保健衛生品	3 (1)	4 (0)	1 (0)	2 (0)	1 (0)	1 (0)	19 (5)	26 (8)
教養娯楽品	2 (0)	3 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	1 (0)	28 (12)	20 (5)
その他	2 (2)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	17 (5)	18 (4)
計	20 (14)	27 (13)	1 (0)	3 (1)	1 (0)	3 (0)	242 (125)	280 (134)

()は大阪市を除いた件数

(2) 平成26年度 商品テスト事例(抜粋)

品目	品名	テスト依頼内容	相談品及びテスト写真	テスト結果																										
住居品	椅子	<p>食卓用椅子の座面が滑るので姿勢が保てない。長時間座っていると滑り落ちそうになる。原因は座面と背面に使用されている革だと思いが、それ以外にも原因がありそうだ。購入当時は座面に滑り止めシートとクッションを敷いたりして工夫してみたが、どうしても滑り落ちそうになり、それを支えるために腰が痛くなる。約5か月間我慢した末に購入店に返品したいと申し出たが、直接製造元を案内された。その製造元と2か月間交渉を続け、メーカーが見に来たが、異常がないと言いつつ交換してもらえない。他の椅子と交換してもらいたいため、滑る原因を知りたい。</p>	<p>相談品(肘あり)</p>  <p>相談品(肘なし)</p> 	<p>外観寸法測定は次表のとおりであった。</p> <table border="1" data-bbox="1011 277 1342 506"> <thead> <tr> <th rowspan="2"></th> <th colspan="2">単位:cm</th> </tr> <tr> <th>肘あり</th> <th>肘なし</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>座面 高さ</td> <td>43</td> <td>43</td> </tr> <tr> <td>座面 奥行</td> <td>45</td> <td>44.5</td> </tr> <tr> <td>座面幅(手前)</td> <td>39.5</td> <td>48</td> </tr> <tr> <td>座面幅(背中側)</td> <td>28</td> <td>28</td> </tr> <tr> <td>背面 高さ</td> <td>50.5</td> <td>50.5</td> </tr> <tr> <td>背面 長さ</td> <td>90.5</td> <td>90.5</td> </tr> <tr> <td>肘掛け 高さ(座面から)</td> <td>16.5</td> <td>—</td> </tr> </tbody> </table> <p>相談品(肘あり、肘なし)について、男性7名、女性29名の計36名を対象にモニターテストを実施した。モニターの意見を集約したところ、相談品は肘あり・肘なしとも、座面にはクッション性があり、背もたれはややフィットしない。また、肘ありのものについては肘掛けの高さが低いと感じられたものの、全体的な使用感としては不快と感じられないものであった。</p> <p>肘ありの椅子については、肘掛けの高さが低いため、肘掛けに合わせて座ると前滑りを感じられることもあるが、相談品は肘あり、肘なしとも通常想定される用途(ダイニングテーブルで食事をする)での使用においては問題のある商品とは言いにくい。</p>		単位:cm		肘あり	肘なし	座面 高さ	43	43	座面 奥行	45	44.5	座面幅(手前)	39.5	48	座面幅(背中側)	28	28	背面 高さ	50.5	50.5	背面 長さ	90.5	90.5	肘掛け 高さ(座面から)	16.5	—
	単位:cm																													
	肘あり	肘なし																												
座面 高さ	43	43																												
座面 奥行	45	44.5																												
座面幅(手前)	39.5	48																												
座面幅(背中側)	28	28																												
背面 高さ	50.5	50.5																												
背面 長さ	90.5	90.5																												
肘掛け 高さ(座面から)	16.5	—																												
被服品	婦人ワンピース	<p>クリーニングに5点出した。受け取りの際に、3点についてトラブルが見つかった。①黄色のワンピースの膝部分になかった筈のシミがついていた。再度シミ抜きされたのでシミは薄くなったが生地が薄くなってしまった。②緑色のワンピースは襟ぐりや裾の折り返し部分やポケットの縫い付け部分の色が抜けて白くなっていった。③婦人コート(毛混)の仕上げが悪くて前後の着丈が3mm違っていた。再プレスされたが誤差は残っている。再処理の結果①、③については仕方がないと許容できるが、②については納得できない。緑色ワンピースの購入価格の弁償を求めたがクリーニング業者は責任がないという。</p>	<p>相談品</p> 	<p>生地が多重になっている部位にプレスによるアタリが見られる。相談品が濃色で白いアタリが目立ちやすい傾向もあるが、プレス時の当て布やアイロン加重でクリーニング業者の配慮が不足していた可能性も考えられる。クリーニング業者は「白化現象なのでこちらに落ち度はない」と主張するが、クリーニング工程の洗浄中に起きた白化であれば、ワンピース全体にスジ状もしくはムラ状のランダムな色相変化が生じると推測され、本件の現象には該当しないと考える。また、著しく白化しやすい生地特性である可能性もあるが、メーカーに同様の申し出はないことから、その見込みは低いと推察する。この結果をふまえ、相談者は百貨店の店頭からワンピースのメーカーに生地データ等の資料を請求した。その資料をもって相談員がクリーニング業者に対して賠償金の交渉を行ったところ、クリーニング事故賠償基準に基づき補償された。</p>																										

品目	品名	テスト依頼内容	相談品及びテスト写真	テスト結果
被服品	婦人ジャケット	<p>2年前の7月に購入したシワ加工のジャケットを、昨年夏頃に初めてクリーニングに出したところ、アイロンで無理やり伸ばしたようにシワが取れて戻ってきた。サイズも大きくなって着られない。クリーニング業者に申し出たが横柄な態度で「表示通りにした」と一言で済ませ、怖くてそれ以上言えなかった。シワをもとに戻せないものかと購入店に相談した。本社に送って調査依頼してくれた。結果は、「生地段階で加工しているので縫製後はできない。クリーニング店に弁償してもらおうように」と言われた。購入履歴から購入日や購入価格もわかっている。クリーニング店に賠償してもらえるかテストしてほしい。</p>	<p>相談品</p>  <p>メーカーの生地サンプル</p> <p>クリーニング後</p>  <p>表示の内容が矛盾している</p> 	<p>クリーニング業者は「ドライの後で軽くスチームをあてた可能性はあるが、強いプレスはしていない」と主張。相談者は、①シワが伸びているので修正してほしい②サイズも大きくなっている、この2点について店頭からメーカー本社に確認を求めたが、メーカー品質管理室の回答は「生地段階でシワ加工を行っているので、製品での再加工は不可能。サイズは特に大きくなっておらず問題ない」との回答。メーカーの生地サンプルとクリーニング後の相談品を比べると、明らかにシワ加工が消失して、プレス圧がかかってシワが伸ばされているように見える。洗濯絵表示は「低温アイロン+当て布」、付記用語に「アイロン、又はスチームアイロンのご使用は絶対にお避け下さい」とあり、表記指示が一貫していない。メーカーに低温アイロンの絵表示について「シワ加工に不適ではないか」と指摘すると、表示が間違っていると認められた。しかし、2年前(2012年)の商品なので補償はしないという。クリーニング業者の取扱いはシワ加工にふさわしくなかったと推測するが、商品に付記された取扱表示に従えば低温アイロンしてもよいという解釈になるので、今回の事故はメーカーに非があると判断する。相談者が、同等の新品商品を受け取り、納得された。</p>
被服品	婦人セーター	<p>3年前に購入したカシミヤのセーター(グレーと白の毛糸)。初めてクリーニングに出したところ、全体に白っぽくなりフェルトのように弾力がなくなっていた。クリーニング業者は「こんな(この程度の)ものだ」というので強く抗議しセーターは受け取らずに帰った。クリーニング業者がメーカーに連絡して、報告書ももらっているようだが内容は知らない。購入したデパートに連絡したが当該品の販売店は立ち退いていて連絡が取れないといわれた。セーターがクリーニングにより変化してしまったことがわかるか調べてほしい。</p>	<p>相談品</p>  <p>絵表示他</p> 	<p>メーカーの意見聴取では、「9年前の製品なのでこの商品に関する資料はない。インポートなので外国人の体型に合わせて作られているため袖が長い。今回の相談品を見て率直な感想は、9年前の商品だが非常にきれいな状態で着用・保管されていると思う。」とのことであった。クリーニング店は石油系ドライ シリコーン溶剤で行った。衣服の繊維・縫製・染色に対しても最もダメージを与えずにドライクリーニングできる溶剤です、と書面で相談者に説明している。商品の元寸が入手できないため、クリーニングによる寸法変化は判断できないが、XSサイズということとを考慮すると商品の伸縮性や全体のサイズ感に大きな問題はないように思われる。風合いは、主観的な評価なので感じ方に個人差が大きく、比較判断がむずかしい。メーカーが「お申し出品に色落ちや風合い変化は見受けられません」と見解を出している点もふまえ、今回はクリーニングによる許容範囲内の風合い変化が生じたものと推察された。</p>

品目	品名	テスト依頼内容	相談品及びテスト写真	テスト結果
被服品	スリッパ	<p>テレビ通販でキャミソール4点とスリッパ2点を購入した。素材はすべてポリエステル95%ポリウレタン5%。黒のスリッパを着たら痒くなり、おしやれ着洗い用洗剤を使って手で水洗いをした。水が真っ黒になるほど色落ちしたので、一旦乾かし、再度水洗い。真っ黒ではないが紫っぽい黒い色落ちがあった。「濃い色は色落ちします」と書いてあったが、ひどいのでメーカーに相談した。メーカーを通して通販会社から連絡があり、色落ちの件を伝え、検査を希望した。「堅牢度は各社が決めることができる。手元の色落ちのスリッパを送ってほしい」といわれた。通販会社の同等品で調査してほしいので送りたい。個別の案件として済ませようとしている。こんな色落ちする商品を販売してよいのか調査してほしい。</p>	 	<p>メーカーによる在庫品での堅牢度試験は、洗濯・汗・摩擦・水・色泣きの5項目について実施された。洗濯テストは相談者が使用した洗剤を指定して、JISのA-1法(40℃洗濯機洗い)で行っている。結果は、洗濯の一部(汚染)と色泣きに不合格数値であった。しかし、色泣きは配色デザインではないので注視項目ではない。汚染はメーカーの自社基準を満たしていないが、一般的な基準は満たしていたので性能に大きな不備はないと考える。他項目については合格数値であった。相談者が申し出た洗液汚染は4級と良好な結果であり、多少の染料流出はあるものの他の繊維に移行する現象(逆汚染)まで発展する不良品とはいえない。また、相談品のスリッパ(着用+2回洗濯)とキャミソール(新品)で移染の簡易テストを当室で行った。ドライ油性剤、および水溶性シメキ剤による白布への色移りの様子からは、染料移行が認められるが、水溶性(水を媒体とする色移り)に注目すると度合いは顕著なものではない。この見解は個人の主観が影響するものの、同浴品への色移りが多発する事例として報告がない点や、単品で洗濯(手洗い)されれば他の衣料に移染する心配はないため、問題になりにくい。販売者が主張する個体差、もしくはロット違いによる性能のバラツキは存在しないわけではないが、今回のテストで確認された品質であれば商品に問題があるとは言えない結果であった。</p>
被服品	紳士ポロシャツ	<p>ポロシャツをクリーニングに出した。台襟の内側にある紺生地から外側の白生地に色が移った。クリーニング業者がメーカーに苦情を言ったが、メーカーは品質に問題がないという。相談者はクリーニング業者から消費生活センターへ相談するよう言われた。2012年に相談者(夫)が退職記念としてプレゼントされたもの。2013年5~6回着用した。そのうち1回はゴルフでの着用。洗濯はゴルフの後に1回のみ、手洗いでおしやれ着洗濯用の洗剤を使用した。手洗い洗濯時には青色は出なかった。洗濯後に1回着用した。その時は洗っていきなく今期は着用していない。5月に襟汚れが気になり、クリーニングに出したところ、白生地に色が移った。原因を知りたい。</p>	  	<p>クリーニング業者はしみ抜き処理を行った際、「やればやるほど紺の染料が流出するため、色移り色素の除去は不可能」との見解を示した。台襟に顕著な色泣きが生じているのは、表側白、裏側紺の生地配色で目立ちやすいこと、縫い目付近は乾燥しにくく生地が密着しているためと思われる。表裏が同じ紺生地の右前立ては染料がにじみ出てもわかりにくい、前立て下部の白生地と重なる部分には台襟と同様の現象がある。綿を染める反応染料は、染色してから時間の経過とともに空気中の水分等を含み繊維と結合する力が弱まり、染料が容易に遊離しやすくなる。衣服は一着の製品を作るにあたり、同じ反物から各パーツを採取することが基本とされている。色移りした紺生地は本体を構成する主素材ではなく、少量の一部分使用であるため、別ロットの素材を裁断・縫製したのではないかと、台襟と前立ては同時期生産の生地でサイドベンツのみ別の反物だったのではないかと推察する。色移りする様子が部位によってバラついている点について、紺生地が同一反から裁断された生地ではなく、生産された時期または染色釜が異なる生地(ロット違い)を用いられた可能性は否めない。また、台襟周辺に著しい染料の流出が発生していることに注目すると、汗成分による染料分解もあり得るが、クリーニング受け取り時の状態が不明なため断定できない。クリーニング業者でのしみ抜き処理によって色移りが広がった可能性もあり、原因の特定は困難であった。</p>
被服品	婦人トレーニングウェア	<p>ゴルフウェアブランドの黄×白ボーダーのノースリーブワンピースを今年のバーゲンで購入し一度着用後、洗濯した。この商品だけを手洗いで、室内に干したところ、黄色の部分に黄緑に変色した。販売店に苦情を申し出たところ、洗濯の絵表示(お取扱い上のご注意)を守らないための事故だといわれた。注意表示は表・裏あり、表の表示しか確認せず洗濯をしたが、購入時に洗濯方法の説明義務はないのか。同じブランドの商品を数点所有しており、同様の洗剤を使用しているが変色しない。納得いかないので返品したい。</p>	  	<p>相談品のボーダーの黄色部分が黄緑色に変化しており、部分的に液状物質が付着した形状で変色している部分も見られた。その変色は生地裏側、ポケット内部まで及んでいることから、浸透している様子がうかがえる。また、白色部分もオリジナル生地より若干くすんで見える。メーカーから取り寄せたオリジナル生地、申し出の洗剤(液体合成洗剤)と無蛍光洗剤による手洗い試験を行ったが、いずれの洗剤使用においても黄色部分に変化は見られなかった。したがって、相談品は申し出の洗剤により変色が発生する可能性は低いと考えられる。洗剤以外に、洗濯の方法や環境、条件などの影響が推察されるが、原因の特定は不可能であった。</p>

品目	品名	テスト依頼内容	相談品及びテスト写真	テスト結果
被服品	婦人ジャケット	シルクのジャケットと綿の二重の上着、旅先で購入した黒のジャケットをクリーニングに出した。3点とも元の状態と違う状況で戻ってきた。シルクジャケットは脱色された状態であり、綿のジャケットは風合いが違っていたうえ白い埃が所々に付着していた。2度しか着用していない黒のジャケットは風合いが違って戻ってきた。シルクのジャケットと綿の上着についてはクリーニング店の対応に、ほぼ了解できるが、黒のジャケットについては納得できない。このまま泣き寝入りしないといけないか。	<div data-bbox="544 203 978 958"> <p>相談品</p> <p>前身頃</p> <p>後身頃</p> <p>表示</p> <p>新品生地</p> <p>相談品生地</p> </div>	<p>相談品の風合いは未クリーニングのエンジ色(色違い)の生地と比較して特に大きな遜色は見られない。相談品の各部位を採寸し、メーカーから提供された「企画サイズ」と比較したところ、タテ方向に-1.9~-2.1%、ヨコ方向に-5.5~-11.5%と、ヨコ方向に著しい収縮が認められた。ポリウレタンは伸縮性に富んだ繊維で、体の動きに合わせて生地が追従する特長があるが、ナイロン・ポリウレタンともに熱に弱い性質を持っている。ポリウレタンは生地組成において混用比率が高いほど、熱を受けた場合に寸法変化が生じやすい傾向があることから、相談品全体に許容範囲を超える収縮が発生した原因には、クリーニング時のタンブラー乾燥が影響している可能性が考えられる。数値のとおり収縮がおこると相談品の表面は凹凸がより深くなるのが想像できるが、外観変化についてはシワ加工が細かく表れており、風合いが変わっているとは見えない。しかし、特に大きい収縮数値は袖部で、袖幅39.7cm→35.6cmということは袖まわりで約8cm縮んでいることになり、着用された際にはクリーニング前と比較して腕に窮屈な感じや、腕の上がりにくさを感じられると推察する。詳細なクリーニング工程が不明なため、タンブラー乾燥の有無は判断出来兼ねるが、クリーニング業者から返却後に相談者が何らかの変化を感じられたとすれば、元寸法からの縮みに起因している可能性がある。後日メーカーから「企画サイズ」よりも実際は小さく商品は出来上がっていたと連絡があった。よって詳細な寸法の変化については不明となり、原因の特定は困難であった。</p>
被服品	婦人用バッグ	昨年購入した赤のショルダーバッグを海外旅行中に使用し、着用していた服(白色のTシャツ数枚)にかばんの色が移った。販売店に苦情を伝えたと、取扱説明書に「色移りをするところがある」と記載があるので返金はできないと言われた。販売店が商品について初めての苦情なので検査をしたいという申し出があったので了承した。着用していた服について販売店でクリーニングをしてくれたが、きれいに落ちていない。その後、一部が切断されて使えなくなった商品(ショルダーバッグ)が説明なく送られてきた。不満なのでこのバッグが悪いのではないかと調査してほしい。	<div data-bbox="544 999 978 1753"> <p>相談品(後ろ側)</p> <p>ショルダー部(表)</p> <p>ショルダー部(裏)</p> </div>	<p>外部試験機関での染色堅牢度試験の結果では、湿潤状態で摩擦された場合または人工汗液を含有した状態で、添付白布に顕著な色移りが生じている(汗試験の汚染 酸性/アルカリ性とも1-2級)。販売店の品質管理室の試験結果と比較すると、水試験及び湿潤摩擦の汚染がそれぞれ半級劣る等級であった。</p> <p>販売店品質管理室の観察結果(写真)から、相談者のTシャツ数枚には、後ろ身頃のほぼ同じ部位に色移りが認められる。相談者が左肩にショルダーバッグをかけた際、ショルダー部の表側についている赤い革が衣服に直接あたっていたと推察する。皮革製品は、個体差や部位によって強度・堅牢度等にバラツキが発生しやすい特性がある。また、染色工程において高温や強い圧力がかけられないため、堅牢な染着が得られない場合もある。相談品のショルダーバッグには「素材の性質上、色落ちする場合があります。特に水に濡れますと、色ムラやシミになりやすいのでご注意ください」と取扱注意が表示されていた。相談者は旅行先で雨に降られておらず、滞在した夏季の平均最高気温が26~27℃であることから相談品は汗と着用摩擦の複合作用でTシャツへの色移りが発生したと考える。表示の「色落ち」は皮革の赤色がうすくなるのか、赤色が他に移ることなのか判断しにくい。たとえ表示物がついていても、販売時に皮革製品の取扱いや注意点について、詳しく口頭で説明するべきだったのではないかと考える。</p>

品目	品名	テスト依頼内容	相談品及びテスト写真	テスト結果
被服品	紳士靴	約1年前にスーパーで購入した通勤用のビジネスシューズ。何足か持っているのですが、月1回ぐらいしか履いていない。雨の日に水がしみてくるので見てみると、靴底が割れていました。商品に問題があるのではないかと、調べてほしい。	<p>相談品</p>  <p>7037と表示あり</p> <p>左足 右足</p> <p>両足の靴底に亀裂が認められる</p> <p>PU:ポリウレタン</p>	相談者から申し出のあった販売店には相談品は納品されておらず、近隣の靴専門店にも納品されていないことから、相談品は他店で購入したものと考えられる。メーカーへの聴取により相談品は2007年3月に製造されたものであると判明した。靴底のひび割れはポリウレタンの加水分解による劣化と考えられる。靴の取扱い方法及びポリウレタン底の特性については靴箱底面に記載されており、ポリウレタンは使用回数に関わらず経年劣化が生じることを伝えた。
被服品	婦人靴	インターネットでショートブーツを購入した。履口は両サイドにゴムがあり、そのまま足を入れることができるようなサイドゴアだったので注文した。ワンサイズ上を注文するように説明書きがあったので、通常は24センチだが靴下をはいても履けるように24.5センチを注文した。届いたショートブーツを履こうと足を入れたが、どう考えても入るものではなかった。販売店に連絡したが、「間違ったサイズを送ったわけではないし、初めはゴムが固いかもしれない。」とキャンセルを受け付けてくれなかった。態度も横柄でこれまでの通販業者はきちんと返品などにも応じてくれていた。対応が傲慢だ。履けないような靴を売りつけることに納得いかない。履けない靴であることをテストしてほしい。	<p>相談品</p> 	5人のモニターに履いてもらった。モニターテストの結果では、履けなかった人は一人もいなかった。すべてのモニターが履くことができたが、「履きにくい」「やや履きにくい」という人は5名中3人いた。しかし、まったく履けないわけではなく、履いてしまえば履き心地は悪くないようである。強いて言えば履いている間の窮屈感は背が高い人に感じられるようである。サイドゴアタイプで、履口から底のあたりまでゴムが伸びる仕様になっているため、大多数の人が着脱可能で商品としては問題ないと考えられる。
保健衛生品	歯ぶらし	0～3歳児向けの仕上げ歯磨き用の歯ぶらしから毛束の1つがポロッと取れた。小さな金属片が毛羽のあいだに挟まっていた。となりの毛束にもある。もう一本新品があるが、それには金属片は見当たらない。単品不良なのかどうか調べてほしい。	<p>左が相談品 右が未使用品</p> <p>相談品 未使用品</p> 	相談品と未使用比較品を確認したところ、毛羽の本数に差はなかった。相談品は留め具の金属がきちんとはまっていなかったため脱落した可能性が考えられる。相談者より提供のあった2本だけの検査では、単品不良か否かはわからなかったが、乳幼児用の歯ぶらして誤飲する危険が伴うことから、メーカーに検品体制を問うなど、再発防止の注意喚起をし、関係機関に通知することとなった。

品目	品名	テスト依頼内容	相談品及びテスト写真	テスト結果
保健衛生品	使い捨てコンタクトレンズ	<p>普段からコンタクトレンズショップに併設されている眼科で検眼し、その結果に合う製品をすすめてもらうという方法でコンタクトレンズを購入している。問題の製品は1年半くらい前に20箱まとめて買った。現在10箱くらい残っているが、2月に入ったころに未開封の箱を開けた。1回目からずっと1日が終わるころには白目が真っ赤になっていた。2~4回までは季節的なものかなと思いき、眼科に行かず充血が引くまでは眼鏡で過ごし、治まったところまた、コンタクトを使うようになっていた。めがねと併用しながらだましだましコンタクトを5回装着してきた。しかし、5回目にも同じ症状になったので眼科で調べてもらったところ、細菌性の結膜炎と診断された。流行性の結膜炎の検査やアレルギーの検査もしてもらったがいずれも該当せず、やはりコンタクトレンズに細菌が発生しているのではないかと思う。メーカーに調べてもらいたいと申し出たところ断られた。検査してほしい。</p>	<p>相談品</p>    	<p>(独)国民生活センターへ調査を依頼した。細菌の有無を調べるために第十六改正日本薬局方の一般試験法に定められた「無菌試験法」に基づいて試験された。無作為に抽出された10枚のソフトコンタクトレンズについて液状チオグリコール酸培地300ml、ソイビーン・ダイジェスト培地300mlにそれぞれ浸漬し。微生物の増殖を観察した。その結果、苦情品の未開封のソフトコンタクトレンズからはいずれの培地においても観察期間中に微生物の増殖は認められなかった。今回の調査の限りでは未開封品の無菌状態は保たれていると考えられるとのことであった。</p>
教養娯楽品	携帯型音響映像機器	<p>ポータブルDVDプレーヤーで音楽を聴くと、途中で低周波のような音が鳴るので修理に出したが、そのような音は聴こえないと言われた。2回修理に出したが、メーカーは異音は聴こえないと言っている。公的な機関で調べてほしい。CDをヘッドフォンで聴くと、曲と曲の間にブーンと低周波のような音が聴こえる。</p>	<p>相談品</p>  <p>相談者所有のヘッドフォン</p> 	<p>販売店は異音はDVDプレーヤー付属のイヤホンでは確認できないというが、当室では相談者所有のヘッドフォンや、当室が用意したイヤホンでは異音が認められた。DVDプレーヤー本体が付属のイヤホン以外に対応できない性能であれば、取扱説明書などに記載する、または販売時に説明する等の必要があると考える。取扱説明書では付属のイヤホンのみ使用とは指定はない。相談者はいかなるヘッドフォン類にも対応できるものと思いつている。相談品は展示品だったため、通常の新品とは状態が異なっていた可能性はあるが、問題になった異音は相談者の他に少なくとも4名(友人2名、相談・テスト職員の2名)が認識した。その後、メーカーが相談者が使用しているヘッドフォンで異音を確認したため、付属イヤホンを使用することを前提に、同型の新バージョンの新品に機種交換することを提案した。相談者が販売店に赴き、提案のあった新バージョンの新品DVDプレーヤーをDVD付属のイヤホンで視聴したところ、DVD付属のイヤホンでも異音を確認した。店員も異音が聴こえることを認めたため、相談者は当初の購入金額を返金してもらって相談は終了した。</p>

品目	品名	テスト依頼内容	相談品及びテスト写真	テスト結果
車両・乗り物	車シートカバー	<p>車のシートカバー(半オーダーメイド)を注文した。3か月後に納品されて取り付けしたが2週間もたたないうちに一部が裂けてきた。商品が悪いのではないか。買ってすぐに破れるのは不良品に違いない。業者に言っても全く対応してくれない。原因を調査してほしい。</p>	<p>相談品</p>   <p>表側の生地裂け</p>  <p>裏側の生地裂け</p> 	<p>外観試験では鋭利な刃物で突き刺したような傷があったが何が原因かはわからなかった。</p> <p>外部試験機関での調査の結果、生地裂けの原因として以下のことが考えられた。① 表側から確認できる生地裂けは2ヶ所のみで、その2ヶ所の生地裂け部の間には裏側から型押しされたような線状の痕跡がある(写真矢印A,B)。② 縫い目を解くと、表側の生地裂けが縫い代内にまで及んでいることが確認できた(写真矢印C)。③ カーシートカバーの生地は4層構造のボンディング生地であり、表側樹脂発泡層に確認できた線状の痕跡部分では、裏側から見ると2層目白色基布側に線状の裂け目が確認できた(写真矢印D)。線状の裂け目は2層目白色基布側から1層目樹脂発泡層にもわずかに達している。3層目(スポンジ)と4層目(不織布)に生地裂けは認められない。</p> <p>以上の結果から、カーシートカバー生地の製造工程中、裏側の白色基布側からカット疵(キズ)が入った様子がうかがえる。そのカット疵(キズ)が発端となり、運転中の着座によって作用する荷重や摩擦等の力がその部分に加わることで、シートカバー表側に裂けとして顕在化したのではないかと推察された。</p>

(3) 平成26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	5月14日(水)	<p>①講演 「ドライクリーニングの実際と最近の事故事例」 講師：大阪府クリーニング生活衛生同業組合 大阪府クリーニング研究所 所長 桑野 富夫 氏</p> <p>②テスト事例交換・質疑 ・独立行政法人 製品評価技術基盤機構 製品安全センター 「テスト事例発表等について」 ・公益財団法人 関西消費者協会 テストグループ 「ダウンコートのクリーニング」</p>
第2回	10月3日(金)	<p>①講演 「近年多く寄せられている住居品(家具類)の事例紹介と相談対応について」 講師：独立行政法人 国民生活センター 商品テスト部 テスト第2課 課長 菱戸 淳二 氏</p> <p>②テスト事例交換・質疑 ・独立行政法人 製品評価技術基盤機構 製品安全センター 「テスト事例発表等について」 ・公益財団法人 関西消費者協会 テストグループ 「魔法瓶のにおい」</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) 「くらしの商品安全情報室からのお知らせ」

『くらしすと』(5月、11月発行号)に「くらしの商品安全情報室からのお知らせ」を掲載。製品事故情報の情報発信やくらしの商品安全情報室に寄せられた相談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。

発行月	テーマ
5月	○コンタクトレンズによるトラブル ○眼の健康のためのコンタクトレンズの使用法
11月	○電動歯ブラシによる事故 ○電動歯ブラシの安全な使い方

(5) くらしの体験講座【再掲】

消費生活に役立つ身近な問題について、実験実習を通じて消費生活に興味を持ち学習する機会を提供するとともに、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。

と　　こ　　ろ： 大阪府消費生活センター セミナー室			
対　　象： 大阪府内在住の小学4年生～6年生とその保護者		参加人数： 47人	
実施日	テーマ	講師	参加人数
7月28日 (月)	「乾電池のしくみを知ろう」 ～自分で乾電池を作ってみよう～	一般社団法人 電池工業会 職員	26人
8月1日 (金)	「ようこそカビワールドへ」 ～顕微鏡でカビの世界をのぞいてみよう～	大阪自然史博物館 外来研究員	21人

参 考 资 料

大阪府内の主要消費者団体連合体の概要

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	大阪消費者友の会 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ピュア大阪 とよなか消費者協会 生活協同組合エスコープ大阪 (8団体)	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パルコープ 生活協同組合連合会大学生協阪神事業連合 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 全国大学生協連合会 大阪・兵庫・和歌山ブロック 全農林大阪中央分会 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 (23団体)
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

	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: 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 ・ コ ン サ ル タ ン ト ・ 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 大阪弁護士会館内(委員会事務局)	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(4221名:H27.8)	企業等に属して消費者問題に携わる事業者(正会員734名(569社)、全会員854名:H27.7)	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2,082名H27.3)	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(3,046名:H27.3)
	消費者保護委員会委員長 江口 文子 (大阪弁護士会会長 松葉 知幸)	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 青山理恵子 高橋 徹 (西日本支部長 藤原 以久子)
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、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 ・「全相協消費者講座」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 ・調査研究活動 ・一般消費者向け啓発セミナーの開催 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コーナーを設置 ・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（ミシンなど）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） 	
知事の自治事務	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 	<p>当該都道府県内の区域内において、特定商取引法の実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。）</p>	<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 	<p>都道府県内にある販売業者</p>
	内容	<ul style="list-style-type: none"> （H26.11.30まで） 指示 [法第7条]・措置請求 [法第8条]・報告徴収、立入検査 [法第9条第2項] （H26.12.1から） 措置命令 [法第6条] 合理的根拠の提出要求 [法第4条第2項] 報告徴収・立入検査 [法第9条第1項] 	<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	内容	<p>【大阪市、寝屋川市（H26. 10から）に移譲】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・指示 [法第7条] ・措置請求 [法第8条] ・報告徴収、立入検査 [法第9条第2項] <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6条] ・合理的根拠の提出要求 [法第4条第2項] ・報告徴収・立入検査 [法第9条第1項] <p>※改正法施行（H26. 12. 1）により新たに移譲</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6条] ・合理的根拠の提出要求 [法第4条第2項] ・報告徴収・立入検査 [法第9条第1項] 	<p>〈前払式業者に対する権限〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・許可 [法第11条、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 <p>〈その他業者に対する権限〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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・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 <p>知事所管以外の事項に係る</p> <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] 	<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 [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 ・危害防止命令 [法第32条]（対製造・輸入・販売業者） ・勧告、命令 [法第32条の20] ・危害防止命令 [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
国の権限	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16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17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 27 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