

平成29年度
消費生活センター事業の概要

平成30年9月

大阪府消費生活センター

目 次

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

12. 大阪府消費者行政推進事業	13
(1) 大阪府消費者行政活性化基金の造成、運用	13
(2) 消費者行政推進事業補助金	13
(3) 大阪府の地方消費者行政推進交付金活用事業	14
第3章 消費生活相談の概要	15
1. 消費生活相談のあらまし	15
(1) 消費生活相談件数と特徴	15
(2) 相談方法	15
(3) 相談者の性別・市町村別相談件数	16
(4) 契約当事者の性別・年代別相談件数	17
(5) 契約当事者の職業別相談件数	18
(6) 契約・購入金額別相談件数	18
(7) 商品・役務別相談件数	19
(8) 内容別相談件数	21
(9) 販売購入形態別相談件数	22
(10) 電子メール相談の概要	23
2. 危害・危険に関する相談	25
(1) 危害・危険に関する相談	25
(2) 危害・危険の内容別件数	25
(3) 危害・危険の品目別相談件数	26
(4) 商品が原因で拡大損害が発生した相談	27
資料編	29
第4章 消費者啓発事業の概要	45
1. 大阪府消費者フェア 2017 の開催	45
2. 消費者問題講演会	46
3. 消費のサポーター養成講座・更新講座	46
4. 高齢者向け「消費者問題ミニ講座」への講師派遣	46
5. 消費者教育講師派遣事業	46
6. 夏休み若者向け特別啓発事業	46
7. 消費者問題見守り講座	46
8. 情報収集及び提供	46
(1) 専門資料コーナーの運営	47
(2) 消費者情報の提供	47
(3) 教材の貸出	48
(4) ウェブサイト「消費生活事典」・マス・メディアでの情報提供	48
第5章 商品テストの概要	49
1. 商品テストのあらまし	49
(1) 商品テスト及び技術相談	49
(2) 平成 29 年度商品テスト事例（抜粋）	51
(3) 平成 29 年度大阪府内商品テスト事例研究会	56
(4) 技術相談・商品テスト事例等の情報提供	57
(5) 地域講座における消費生活製品の取扱に係る注意喚起等の啓発事業	58
□ 参考資料	59
・ 大阪府内の主要消費者団体連合体の概要	61
・ 消費者問題に係る主な専門家団体の概要	62
・ 権限の一部が知事の自治事務となっている主要な法令の比較表	63

第1章 大阪府消費生活センターの概要

1. 大阪府消費生活センターの沿革等

(1) 沿革

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

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

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

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

② 開設年月日 昭和 44 年 8 月 15 日

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

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

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

(3) 組織表（平成 30 年 4 月 1 日現在）

消費生活センター

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

(4) 施設

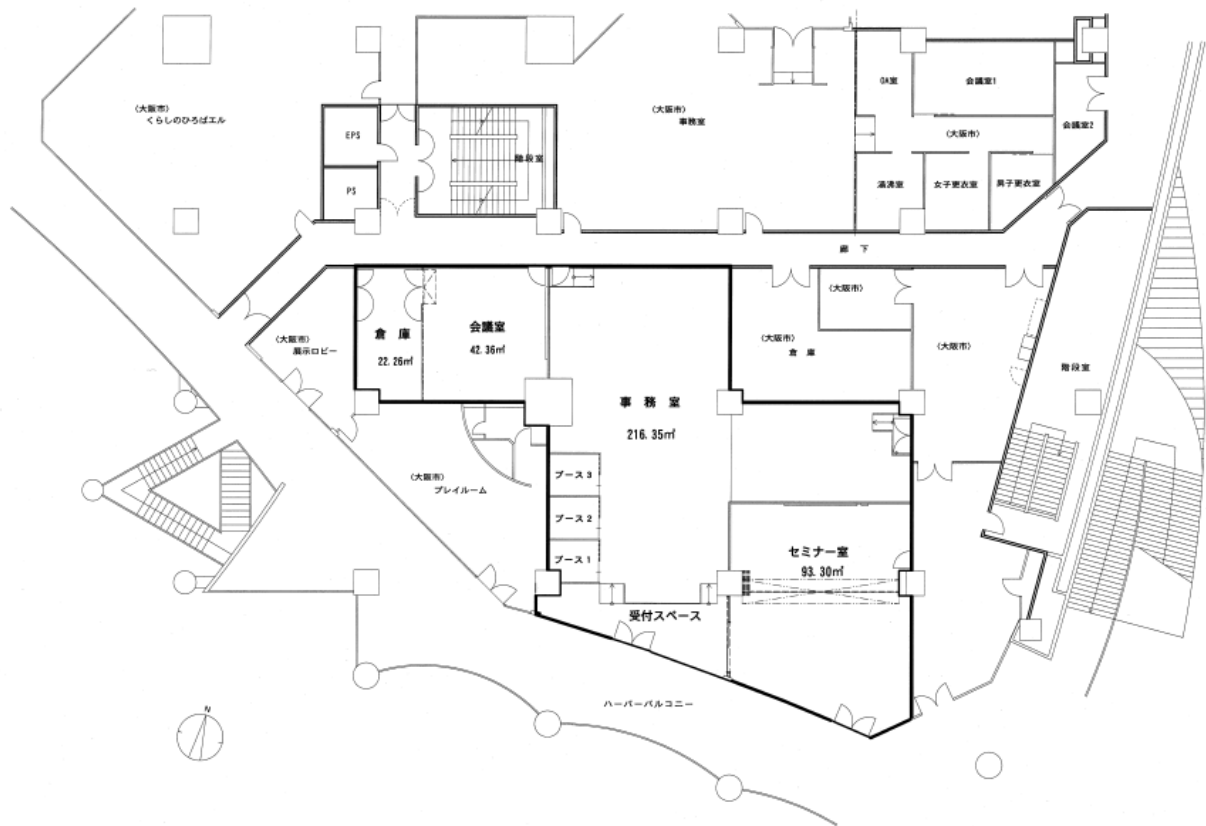
① 施設の規模

総 面 積 374.27 m² (113.4 坪)

(内 訳)

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

② 施設平面図



第2章 事業実施状況

1. 大阪府消費者保護審議会の運営状況

(1) 大阪府消費者保護審議会の運営

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

◇総会 (H29. 5. 15、H29. 10. 18)

(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
H27	0件	—	—
H28	0件※	—	—
H29	0件	—	—

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

2. 関係法令及び条例に基づく指導等

(1) 条例・特商法に基づく不当な取引行為の指導等

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
H27	1件	0件	1件	2件
H28	0件	0件	0件	0件
H29	0件	1件	1件	1件

(2) 不当景品・不当表示の指導等

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

年度	措置命令・指示	事業者名公表	指導(文書・口頭)	備考
H27	0(0)件	0(0)件	12(4)件(表示12(4)件)	
H28	0(0)件	0(0)件	12(5)件(表示12(5)件)	
H29	0(0)件	0(0)件	13(8)件(表示13(8)件)	

()内は大阪市分(内数)

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

※平成27年1月1日より大阪市へ措置命令等の事務を移譲

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

開催日	主なテーマ	対象事業者	参加者数
H30. 2. 5	・特定商取引法の目的 ・行政規制の解説 ・民事ルール等の解説 ・改正特定商取引法の概要 等	大阪府内で訪問販売、電話勧誘販売、特定継続的役務提供を行っている事業者	150名
①H29. 8. 28 ②H30. 3. 19	・景品表示法の概要 ・景品表示法違反事例 等	大阪府内で事業を行っている事業者及び団体	①246名 ②236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
H27	2件	2件
H28	1件	0件
H29	1件	0件

3. 大阪版地方分権推進制度による市町村への権限移譲

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

(1) 不当景品類及び不当表示防止法

大阪市に平成 27 年 1 月 1 日より移譲済

(特例条例により移譲している事務)

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

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

(2) 家庭用品品質表示法

府内全町村に平成 19 年 4 月 1 日より移譲済

(特例条例により移譲している事務)

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

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

◇参考：府内市町村が実施した立入検査等

年度	検査店舗数	検査点数	適正表示率
H27	82 店	61,416 点	100.00%
H28	75 店	46,500 点	100.00%
H29	87 店	62,194 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

(特例条例により移譲している事務)

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

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

◇参考：府内市町村が実施した立入検査等

年度	特定製品			特定保守製品	
	立入店舗数	調査機種数	違反機種数	立入店舗数	違反件数
H27	52 店	594 点	0 点	2 店	0 件
H28	54 店	556 点	0 点	3 店	0 件
H29	58 店	672 点	0 点	0 店	0 件

(4) 国民生活安定緊急措置法

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

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

※政令指定都市は法律により都道府県と同様の権限を有している

(5) 生活関連物資等の買占め及び売惜しみに対する緊急措置に関する法律

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

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

※政令指定都市は法律により都道府県と同様の権限を有している

4. 大阪府消費者基本計画の策定

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

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

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

H26. 12. 10～H27. 1. 8 パブリックコメント実施

5. 中核センターとしての相談・情報提供機能の充実強化

(1) 消費生活に関する法律相談

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

◇開催回数 19 回 ◇相談件数 21 件

相談日	テーマ
H29. 4. 12	新聞購読契約の訪問販売 心理学トレーナー資格講座 未成年の息子が勝手に購入した脱毛器の解約
H29. 5. 10	プロバイダー業者から勧誘され契約したウォーターサーバー 携帯電話契約
H29. 8. 9	海外の SNS サイト広告権利への投資 コミュニケーション能力を高める講座 ニンニク栽培・販売委託契約
H29. 10. 11	身に覚えのない通信販売の定期購入 中途解約時、エステ業者から請求されたカード手数料 屋根履き替え工事の違約損害金
H29. 11. 8	亡くなった夫の新聞購読契約 情報商材 (DVD) の購入契約 光回線の訪問販売
H30. 1. 10	1 年 5 ヶ月前に契約した情報商材の解約 FX の投資コンサルティング委託契約
H30. 2. 14	仮想通貨の自動売買ソフト

H30. 2. 14	訪問販売での羽毛布団のリフォーム 水漏れ修理を依頼した業者から教えられた損害保険 マルチ商法で購入した水生成器
《緊急》H29. 4. 10	脱毛エステの中途解約
《緊急》H29. 4. 26	金庫の購入案件
《緊急》H29. 5. 11	I Tセミナーの契約
《緊急》H29. 8. 30	情報商材の契約
《緊急》H29. 9. 13	未成年者のクレジットカード決済
《緊急》H29. 9. 19	雨漏りの調査報告書
《緊急》H29. 10. 20	家庭教師の中途解約
《緊急》H29. 11. 28	納骨堂の解約
《緊急》H30. 3. 6	建売住宅の縁石
《緊急》H30. 3. 8	長年暮らした賃貸マンションの敷金
《緊急》H30. 3. 12	着物類のアポイントメントセールス
《緊急》H30. 3. 26	出会い系サイトの解約合意書

(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 14 事例

実施日	テーマ
H29. 4. 20	「別荘地管理契約トラブル
H29. 5. 18	PL 事件関連
H29. 6. 15	高齢者に対する着物の次々販売事例
H29. 7. 20	仮装通貨と投資トラブル
H29. 9. 21	消費者教育について
H29. 10. 17	①会員になっているリフォーム会社からの次々販売②水道修理業者、耐震リフォーム業者のトラブル事例（質問箱）
H29. 11. 16	改正消費者契約法の概説
H29. 12. 21	①決済代行業者にクレジット決済を取り消しされた出会い系サイトによるサイト利用代金の請求訴訟について②「ネット広告を見てダイエット食品の 100 円モニターに応募したら定期購入だった」事案③倒産した旅行会社のカード決済返金について
H30. 1. 18	消滅時効（時効完成後の訴訟乱発問題）について
H30. 2. 15	「高額なブレーカー修理契約」事例について
H30. 3. 15	IOC (Initial Coin Offering / 新規仮想通貨公開) について

(3) 中核的センター機能充実強化研修

「指定消費生活相談員」の導入に伴い、中核的センター機能の強化を図り、府消費生活相談窓口の専門性を強化するとともに支援技術等の向上を図ることにより、府全体としての問題解決能力向上を図るため、弁護士や関係分野の専門家によるゼミナール形式の研修を実施した。

◇実施回数 12 回 ◇参加人数 131 人

(4) 消費生活情報の提供

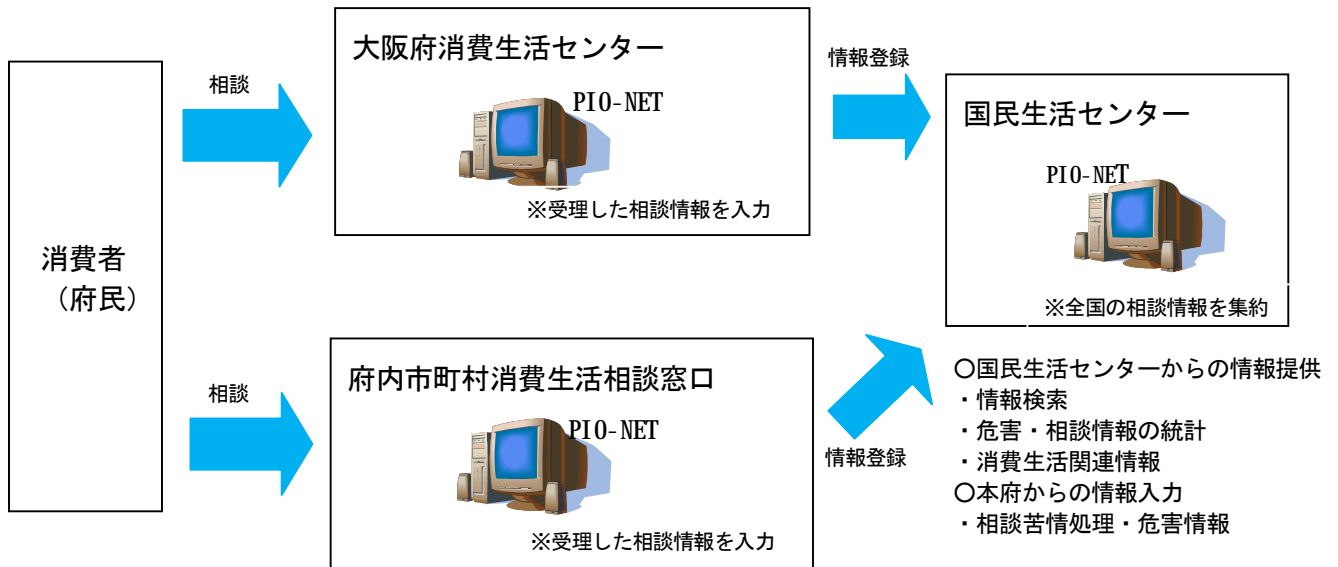
消費者が自主的、合理的な消費生活を営むうえで役立つ各種啓発資料を作成し、報道機関、市町村、各種団体等各方面へ情報提供を行った。また、平成 29 年 10 月発行の府政だより（約 278 万部）に特集記事を掲載し、大阪府・大阪市連携事業として消費者向けの生活情報誌「くらしすと」（年 4 回 30,000 部／回（大阪市と共同発行））を発行した。

6. 市町村の消費者行政への支援

(1) 市町村相談体制の整備支援

① 消費生活オンラインネットワークシステムの運用

消費生活情報の有効な活用を図るため、昭和 59 年度に設置した全国消費生活情報ネットワークシステム (PIO-NET: パイオネット Practical Living Information Online Network System) の適切な運用を図った。(導入市町村数: 39 市町 ※H30. 3. 31 現在)



② 消費生活相談窓口職員専用ウェブサイト

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

◇導入市町村数 43 市町村 ◇緊急情報発信数 6 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
H29. 6. 2	「消費者行政の現状と課題」	消費者庁消費者教育・地方協力課 課長補佐 梅田政徳氏	47 人
H29. 9. 22	「高齢者の見守りネットワーク(消費者安全確保 地域協議会を含む)の重要性について」	大阪弁護士会 薬袋真司 弁護士	41 人
H30. 2. 28	「簡易裁判所における民事手続きについて」	大阪簡易裁判所 調停係 裁判官 神山 義規氏 大阪簡易裁判所 調停委員 荒牧 京子氏 大阪簡易裁判所 訟廷管理官 吉田 浩一氏 大阪簡易裁判所 調停センター 主任書記官 田中 清人 氏	17 人

(3) 市町村相談員総括者研修

市町村消費生活相談窓口における問題解決能力の向上を目指し、困難事案の対応において府センターとのパイプ役になる市町村の総括的立場にある相談員を対象に、専門的で高度な内容の研修を実施した。

◇実施回数 22 回 ◇参加人数 268 人

7. 消費生活相談の概要

(1) 消費生活相談及び苦情処理

消費生活に関する消費者からの相談苦情の受付・処理を行った。

期 間	年間を通じて実施
相 談 方 法	来所、電話、文書、電子メール（※H15～）
相 談 内 容	消費生活一般の相談・苦情
処 理 結 果	必要に応じ、関係行政機関へ連絡するとともに、マスコミ等への記事提供、生活情報誌「くらしすと」への掲載等により府民に情報を提供した。
相 談 件 数	H27年度 8,443件（内、苦情：7,550件、問合せ：893件） H28年度 8,833件（内、苦情：8,000件、問合せ：833件） H29年度 7,633件（内、苦情：6,826件、問合せ：807件）

(2) 消費生活相談の概要

詳細は「第3章 消費生活相談の概要」のとおり

(3) 消費者事故等の消費者庁への通知

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

- ◇大阪府消費生活センターからの通知 5件
- ◇府内市町村相談窓口からの通知 10件

8. 消費者啓発事業の概要

詳細は「第4章 消費啓発事業の概要」のとおり

(1) ウェブサイト「消費生活事典」・マス・メディアでの情報提供

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

	H27年度	H28年度	H29年度
利用件数	32,812件	31,208件	26,827件
月平均	2,734件	2,600件	2,236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 819件

③ マス・メディアでの情報提供

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

放送日	内 容
H29.4.25	消費者月間と大阪府市連携消費者月間講演会のお知らせ
H29.6.6	高齢者のインターネットトラブル
H29.7.4	若者によくある消費者トラブルと高校生向けのイベント
H29.8.22	平成28年度 大阪府消費生活相談概要
H29.10.3	大阪府消費者フェア2017について
H29.11.7	新聞の契約トラブルについて
H29.12.12	LEDランプと証明器具について
H30.2.6	消費生活相談の特徴 インターネット関連のトラブルを中心に

(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) 消費者啓発事業の実施

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	H27年度		H28年度		H29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	3,594人	1回	2,692人	1回	3,178人
消費者問題講演会※2	1回	78人	1回	119人	1回	115人
消費者問題見守り講座	20回	803人	20回	656人	20回	1,035人
消費者問題ミニ講座	162回	6,170人	173回	6,280人	168回	6,391人
消費のサポーター養成講座	1回	47人	1回	30人	1回	39人
消費のサポーター更新講座	3回	91人	3回	112人	3回	118人
夏休み若者向け特別啓発事業	5回	560人	5回	345人	1回	456人
大学生による消費者教育事業	8回	914人	—	—	—	—
高校生による消費者教育事業	10回	15,087人	10回	11,325人	10回	9,939人

※1 平成27年度は2月に消費者フェアを開催、平成28・29年度は11月に開催

<消費者フェアテーマ>

H27年度：「大阪府消費者フェア つくろう！消費者市民社会」

H28年度：「あそんで 学んで 消費者市民社会の第一歩！」

H29年度：「楽しく学ぼう 消費者フェア2017～未来を拓く 消費者市民社会～」

※2 平成19年度～ 大阪市と共催

(4) 消費者教育の実施

① 消費者教育教材の提供

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

② 消費者問題講演会等の開催

- ・府市連携講演会「その話、ホントに信じていいの？
～非科学的な情報はなぜなくなるらないか～」
- ・夏休み若者向け特別啓発事業「笑いDE学ぶ消費者トラブルHS（ハイスクール）編」

③ 高校生による消費者教育事業

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

<高校>						
日	曜日	開催場所	内容	実施者	対象者	参加者数
H29.9.8・9	金・土	府立阿倍野高等学校	校内展示 クイズラ リー	家庭科部	高校生・一般	3,188
H29.9.11～29	月～金		校内展示			
H30.2.23～3.1	金～木		校外展示			

H29. 9. 9～H30. 3. 31	土～土	府立茨木西高等学校	校内展示	3年生生活科学選択者及び家庭科クラブ員 1, 2 年生	高校生・一般	2, 484
H29. 9. 15・16	金・土	府立藤井寺高等学校	校内展示	マルチメディア部	高校生・一般	315
H29. 9. 16	土		校内発表(映像)			
H29. 11. 3	金	大阪市立第二工芸高等学校	校内発表	社会科部	高校生・一般	355
H29. 11. 4	土		校内展示			
H29. 10. 28	土	府立平野高等学校	校内展示	コンピュータ部及び3年生情報科「マルチメディア」「デジタルマスター」選択者	高校生・一般	196
H29. 10. 28	土	大阪市立中央高等学校	校内展示	生徒代表者	高校生・一般	155
H30. 1. 29～2. 26	月～月	府立渋谷高等学校	校内発表	1年生 6 クラス	高校生	941
H29. 11. 11～H30. 1. 20	土～土	府立西寝屋川高等学校	校内展示	ワープロを履修している3年生の生徒	高校生・中学生・一般	1, 278
H30. 2. 8	木	府立富田林高等学校	校内発表	1年生	高校生・一般	691
H29. 3. 3	木		校内提示			
H29. 11. 21	火	府立福井高等学校	校内発表	課題研究選択者	高校生・一般	336
H29. 11. 27	月		校内発表			
H29. 11. 21～H30. 2. 19	火～月		校内展示			

10校 合計9,939人

④消費者教育教材活用推進事業

- ・平成28年度に作成した消費者教育教材を活用して、教育現場で消費者教育の定着を図るため、「大阪府消費者教育推進モデル校」を指定し、モデル授業を実施した。また、その授業の内容をとりまとめた実践事例集を作成し、府内全高校に配付した。あわせて、教職員向けの研修を行い、教材の有効的な活用を促した。

<29年度実績>

◇大阪府消費者教育推進モデル校 府立高校4校

◇モデル授業 5授業 生徒数171名

◇教職員向け研修 5回 受講者67名

⑤大学生期における消費者教育推進事業

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

<29年度実績> 消費者教育学生リーダー 19名認定

⑥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 2,772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 434人

9. 商品テストの概要

消費生活相談・苦情に基づく商品テスト

消費者からの相談・苦情に基づき、商品のテストを行った。

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

詳細は「第5章 商品テストの概要」のとおり

年度	苦情相談に基づくテスト			テスト技術 相談件数
	件数	商品点数	テスト数	
H27	22件	77品	延 659回	284件
H28	25件	67品	延 790回	261件
H29	17件	57品	延 624回	263件

※H18年度から比較（試買）テストは廃止

10. 各種被害者対策会議の設置状況

(1) 悪質事業者連絡会

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

(2) 高齢者・障がい者等の消費者被害に対する連絡会

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

11. 消費者保護条例に基づく自主行動基準の策定・届出

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

◇消費生活センターウェブサイト掲載件数 348件

(内訳：36事業者団体、312事業者) ※H29.3末現在

12. 大阪府消費者行政推進事業

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

(1) 大阪府消費者行政活性化基金の造成、運用

基金積立額…………… 1,944,845千円 ※運用益含む

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

平成29年度末基金残高… 9,161千円

(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 29 年度補助実績 42 市町村…203,731 千円

(3) 大阪府の地方消費者行政推進交付金活用事業

国が交付する「地方消費者行政推進交付金」を活用し、消費生活相談窓口の機能強化等を図るため、市町村相談員総括者研修を実施した。

また、高齢者及びその見守り者や若者に向けた啓発等に取り組んだ。

- ・市町村相談員総括者研修
- ・中核的センター機能充実強化研修
- ・高校生による消費者教育事業
- ・大学生期における消費者教育推進事業
- ・教職員等への消費者教育事業
- ・消費者教育教材活用推進事業
- ・府政だよりの発行（10 月、高齢者向け）
- ・消費者問題見守り講座の開催
- ・消費のサポーター養成講座・更新講座の開催
- ・福祉部と連携した見守り強化
- ・若者向けホームページの運営・管理
- ・関係法令等に関する事業者向け説明会の開催

第3章 消費生活相談の概要

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

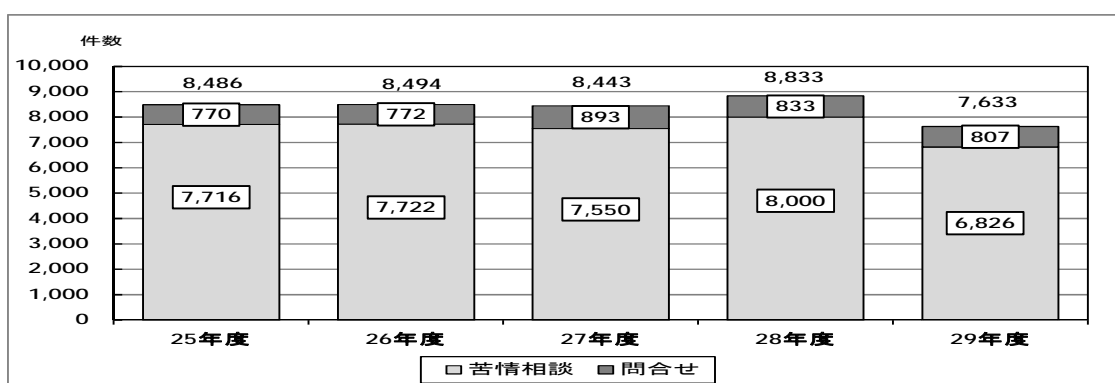
※具体の相談事例については、平成30年7月公表の「大阪府消費生活センターの相談概要」に掲載しています。

1. 消費生活相談のあらまし

- (1) 消費生活相談件数と特徴・・・平成29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7,633件で、前年度の8,833件と比べ1,200件(13.6%)減少しました。契約当事者の年代別で見ると、60歳以上が前年度と比べ226件減少して2,282件となり、相談全体に占める割合は29.9%となっています。また、70歳以上が1,342件で、前年度と比べ38件(2.9%)増加し、相談全体に占める割合(17.6%)も、前年度(14.8%)より増加しました。

相談件数の推移

年度	件数			前年度比			増減数		
	全体	苦情	問合せ	全体	苦情	問合せ	全体	苦情	問合せ
25年度	8,486	7,716	770	—	—	—	—	—	—
26年度	8,494	7,722	772	100.1%	100.1%	100.3%	8	6	2
27年度	8,443	7,550	893	99.4%	97.8%	115.7%	▲51	▲172	121
28年度	8,833	8,000	833	104.6%	106.0%	93.3%	390	450	▲60
29年度	7,633	6,826	807	86.4%	85.3%	96.9%	▲1,200	▲1,174	▲26



(2) 相談方法

相談方法別を見ると、電話による相談が7,142件で1番多く、全体件数の93.6%を占め、来訪による相談は119件で、全体件数の1.6%でした。

平成15年から実施しているメールによる相談は362件で、全体件数の4.7%でした。

相談方法	29年度		28年度		前年度比	増減数
	件数	構成比	件数	構成比		
来訪	119	1.6%	143	1.6%	83.2%	▲24
電話	7,142	93.6%	8,232	93.2%	86.8%	▲1,090
文書	10	0.1%	11	0.1%	90.9%	▲1
メール	362	4.7%	447	5.1%	81.0%	▲85
計	7,633	100.0%	8,833	100.0%	86.4%	▲1,200

(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3,357件と前年度の3,980件に比べ623件（15.7%）減少、女性が3,833件と前年度の4,425件に比べ592件（13.4%）減少、団体等は443件と前年度の428件に比べ15件（3.5%）増加しました。

相談者

相談者	29年度	28年度	前年度比	増減数
男性	3,357	3,980	84.3%	▲ 623
女性	3,833	4,425	86.6%	▲ 592
団体等	443	428	103.5%	15
計	7,633	8,833	86.4%	▲ 1,200

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2,288件と最も多く、堺市494件、東大阪市320件、豊中市292件と続いています。

市町村別相談件数（29年度）

市町村名	件数	構成比	市町村名	件数	構成比
大阪市	2,288	30.0%	摂津市	73	1.0%
堺市	494	6.5%	高石市	36	0.5%
岸和田市	134	1.8%	藤井寺市	90	1.2%
豊中市	292	3.8%	東大阪市	320	4.2%
池田市	62	0.8%	泉南市	66	0.9%
吹田市	267	3.5%	四條畷市	81	1.1%
泉大津市	90	1.2%	交野市	61	0.8%
高槻市	172	2.2%	大阪狭山市	78	1.0%
貝塚市	53	0.7%	阪南市	101	1.3%
守口市	81	1.1%	島本町	84	1.1%
枚方市	223	2.9%	豊能町	144	1.9%
茨木市	151	2.0%	能勢町	44	0.6%
八尾市	155	2.0%	忠岡町	32	0.4%
泉佐野市	44	0.6%	熊取町	76	1.0%
富田林市	156	2.0%	田尻町	22	0.3%
寝屋川市	107	1.4%	岬町	58	0.8%
河内長野市	109	1.4%	太子町	18	0.2%
松原市	167	2.2%	河南町	28	0.4%
大東市	70	0.9%	千早赤阪村	10	0.1%
和泉市	110	1.4%	府内(不明)	153	2.0%
箕面市	173	2.3%	他府県	187	2.4%
柏原市	184	2.4%	在外邦人	2	0.0%
羽曳野市	205	2.7%	外国人	3	0.0%
門真市	68	0.9%	不明	11	0.1%
計				7,633	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 3,407 件で前年度の 4,109 件に比べ 702 件 (17.1%) 減少し、女性は 3,678 件で前年度の 4,157 件に比べ 479 件 (11.5%) 減少しました。契約当事者の年代別で見ると 70 歳以上が、前年度と比べ 38 件 (2.9%) 増加して 1,342 件となりました。60 歳以上で見ると、前年度と比べ 226 件 (9.0%) 減少して 2,282 件となり相談全体(7,633 件)の 29.9%となりました。

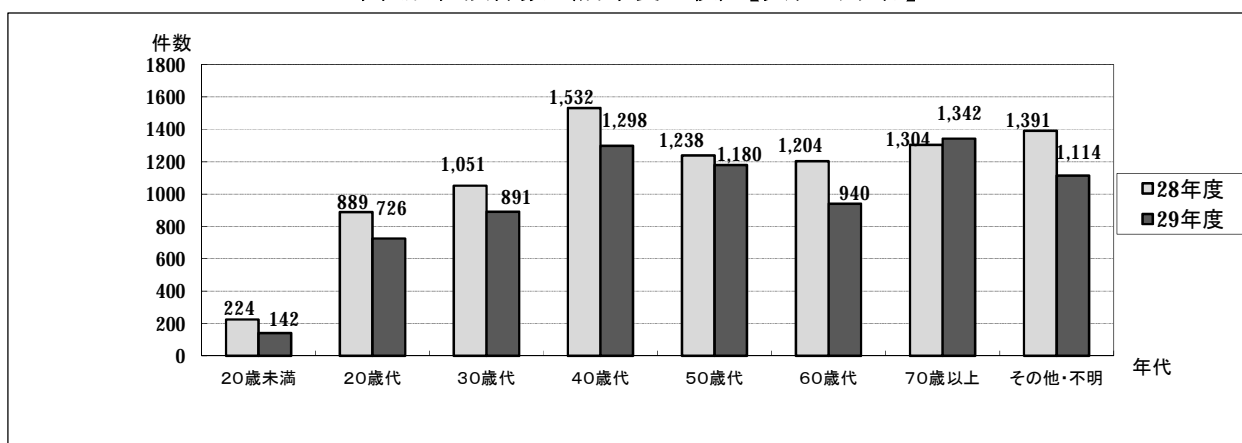
契約当事者の性別件数

契約当事者	29年度	28年度	前年度比	増減数
男性	3,407	4,109	82.9%	▲ 702
女性	3,678	4,157	88.5%	▲ 479
団体等	548	567	96.6%	▲ 19
計	7,633	8,833	86.4%	▲ 1,200

契約当事者の年代別内訳

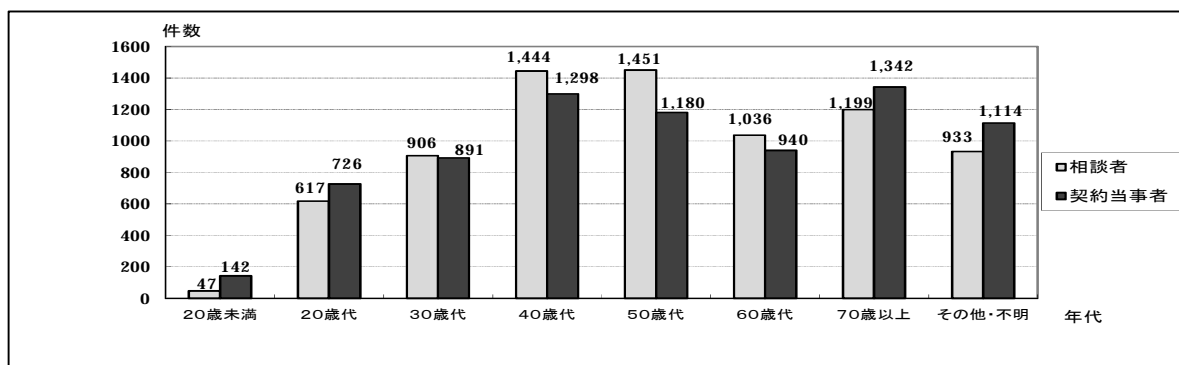
契約当事者	29年度		28年度		前年度比	増減数
	件数	構成比	件数	構成比		
20歳未満	142	1.9%	224	2.5%	63.4%	▲ 82
20歳代	726	9.5%	889	10.1%	81.7%	▲ 163
30歳代	891	11.7%	1,051	11.9%	84.8%	▲ 160
40歳代	1,298	17.0%	1,532	17.3%	84.7%	▲ 234
50歳代	1,180	15.4%	1,238	14.0%	95.3%	▲ 58
60歳代	940	12.3%	1,204	13.6%	78.1%	▲ 264
70歳以上	1,342	17.6%	1,304	14.8%	102.9%	38
その他・不明	1,114	14.6%	1,391	15.8%	80.1%	▲ 277
計	7,633	100.0%	8,833	100.0%	86.4%	▲ 1,200

年代別相談件数（前年度比較）【契約当事者】



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

年代別相談件数（29年度）【相談者と契約当事者との比較】



(5) 契約当事者の職業別相談件数

契約当事者の職業別相談件数を見ると、給与生活者が1番多く、次いで無職が多くなりました。

契約当事者の職業別相談件数

契約当事者	29年度		28年度		前年度比	増減数
	件数	構成比	件数	構成比		
給与生活者	2,863	37.5%	3,317	37.5%	86.3%	▲ 454
自営・自由業	470	6.2%	476	5.4%	98.7%	▲ 6
家事従事者	933	12.2%	1,069	12.1%	87.3%	▲ 136
学 生	263	3.4%	381	4.3%	69.0%	▲ 118
無 職	1,897	24.9%	1,981	22.4%	95.8%	▲ 84
団 体 等	314	4.1%	323	3.7%	97.2%	▲ 9
その他・不明	893	11.7%	1,286	14.6%	69.4%	▲ 393
計	7,633	100.0%	8,833	100.0%	86.4%	▲ 1,200

(6) 契約・購入金額別相談件数

契約・購入金額を確認できた相談について、契約・購入金額別相談件数を多い順に見ると、10万円以上50万円未満が814件、1万円以上5万円未満が808件、1万円未満が791件でした。また、5千万円以上の金額帯は4件ありました。

契約・購入金額	29年度		28年度		前年度比		増減数	
	全 体	65歳以上	全 体	65歳以上	全 体	65歳以上	全 体	65歳以上
1万円未満	791	175	806	175	98.1%	100.0%	▲ 15	0
1万円以上～5万円未満	808	156	902	165	89.6%	94.5%	▲ 94	▲ 9
5万円以上～10万円未満	321	61	469	63	68.4%	96.8%	▲ 148	▲ 2
10万円以上～50万円未満	814	164	1,103	187	73.8%	87.7%	▲ 289	▲ 23
50万円以上～100万円未満	182	34	196	42	92.9%	81.0%	▲ 14	▲ 8
100万円以上～500万円未満	255	68	240	67	106.3%	101.5%	15	1
500万円以上～1千万円未満	32	13	36	12	88.9%	108.3%	▲ 4	1
1千万円以上～5千万円未満	51	21	63	17	81.0%	123.5%	▲ 12	4
5千万円以上～1億円未満	3	1	4	3	75.0%	33.3%	▲ 1	▲ 2
1億円以上	1	0	1	1	100.0%	0.0%	0	▲ 1
不 明	4,375	1,118	5,013	1,107	87.3%	101.0%	▲ 638	11
平均金額 (円)	765,749	1,088,407	748,973	1,231,965	102.2%	88.3%	16,776	▲ 143,558

※契約・購入金額は既支払額とは限らない。

(7) 商品・役務別相談件数

商品・役務別の相談件数では、前年度同様インターネット関連の相談が上位になりました。最も多い相談は、「デジタルコンテンツ」（インターネット上で提供する情報等）の1,001件で、前年度より39.4%減少しましたが、どの年代層においても1位となりました。

「デジタルコンテンツ」の具体的内容としては、利用した覚えのない「有料サイトの架空請求」に関する相談が418件で、前年度と比べ減少したものの最も多く寄せられました。次に多い相談は「アダルト情報サイト」に関する相談で前年度と比べ大幅に減少したものの230件寄せられました。

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

またインターネット関連とは別に、身に覚えのない総合消費料金などという商品名が不明の料金が未納なので訴状が提出されたなどと記載し電話連絡を促す「架空請求ハガキ」が送りつけられるという相談が107件寄せられ、前年度（5件）に比べ、急増しました。

相談の多い商品・役務【上位20位】

順位	商品・役務	29年度	28年度	前年度比	増減数
1	デジタルコンテンツ	1,001	1,653	60.6%	▲ 652
2	賃貸アパート	347	348	99.7%	▲ 1
3	健康食品	291	335	86.9%	▲ 44
4	インターネット接続回線	248	308	80.5%	▲ 60
5	食料品(健康食品以外)	238	211	112.8%	27
6	移動通信サービス	221	288	76.7%	▲ 67
7	工事・建築	213	206	103.4%	7
8	化粧品	184	137	134.3%	47
9	自動車	124	145	85.5%	▲ 21
10	紳士・婦人洋服	123	101	121.8%	22
10	医療	123	141	87.2%	▲ 18
12	新聞	122	117	104.3%	5
13	エステティックサービス	111	85	130.6%	26
14	ハガキによる架空請求	107	5	2140.0%	102
15	テレビ放送サービス	97	98	99.0%	▲ 1
16	宅配便サービス	96	92	104.3%	4
17	携帯電話(スマートフォンを含む)	83	106	78.3%	▲ 23
18	金融関連サービスその他	73	46	158.7%	27
19	フリーローン・サラ金	71	126	56.3%	▲ 55
20	他のネット通信関連サービス	70	46	152.2%	24
	その他	3,690	4,239	87.0%	▲ 549
	総相談件数	7,633	8,833	86.4%	▲ 1,200

デジタルコンテンツの具体的内容（前年度比較）

商品・役務	29年度	28年度	前年度比	増減数
有料サイトの架空請求	418	607	68.9%	▲ 189
アダルト情報サイト	230	692	33.2%	▲ 462
サクラサイト(出会い系サイト)	85	86	98.8%	▲ 1
オンラインゲーム	43	46	93.5%	▲ 3
その他のデジタルコンテンツ※	225	222	101.4%	3
計	1,001	1,653	60.6%	▲ 652

※その他のデジタルコンテンツには、情報商材、セキュリティソフトなどを含む

契約当事者年代別相談の多い商品・役務【上位10位】

順位	20歳未満		20歳代		30歳代		40歳代		50歳代		60歳代		70歳以上	
	件数	件数	件数	件数	件数	件数	件数	件数	件数	件数	件数	件数	件数	
1	デジタルコンテンツ	41	デジタルコンテンツ	95	デジタルコンテンツ	107	デジタルコンテンツ	211	デジタルコンテンツ	193	デジタルコンテンツ	181	デジタルコンテンツ	125
2	健康食品	12	賃貸アパート	66	賃貸アパート	82	健康食品	68	健康食品	49	ハガキによる架空請求	38	食料品(健康食品以外)	60
3	移动通信サービス	6	エステティックサービス	65	健康食品	40	移动通信サービス	55	賃貸アパート	48	食料品(健康食品以外)	37	新聞	58
4	賃貸アパート	5	健康食品	33	インターネット接続回線	29	化粧品	51	インターネット接続回線	42	工事・建築	35	インターネット接続回線	54
5	医療	5	化粧品	24	化粧品	28	賃貸アパート	51	化粧品	39	インターネット接続回線	33	工事・建築	51
6	紳士・婦人洋服	4	紳士・婦人洋服	21	移动通信サービス	26	インターネット接続回線	38	移动通信サービス	38	移动通信サービス	31	ハガキによる架空請求	48
7	化粧品	4	インターネット接続回線	21	紳士・婦人洋服	24	工事・建築	35	工事・建築	37	健康食品	30	健康食品	47
8	バイク・バイク部品	3	医療	20	エステティックサービス	23	食料品(健康食品以外)	32	食料品(健康食品以外)	31	賃貸アパート	24	テレビ放送サービス	32
9	食料品(健康食品以外)	3	移动通信サービス	18	食料品(健康食品以外)	22	自動車	31	紳士・婦人洋服	24	新聞	19	移动通信サービス	28
10	タレント・モデル養成教室	3	自動車	12	自動車	22	紳士・婦人洋服	29	自動車	23	テレビ放送サービス	19	固定電話サービス	28
10	エステティックサービス	3												
10	外食	3												
総計		142		726		891		1,298		1,180		940		1,342

商品・役務別相談件数【項目別分類】

商品・役務	29年度	28年度	前年度比	増減数
商品一般	416	287	144.9%	129
食料品	529	546	96.9%	▲ 17
住居品	311	401	77.6%	▲ 90
光熱水品	71	57	124.6%	14
被服品	357	357	100.0%	0
保健衛生品	275	253	108.7%	22
教養娯楽品	665	687	96.8%	▲ 22
車両・乗り物	211	214	98.6%	▲ 3
土地・建物・設備	213	204	104.4%	9
他の商品	16	16	100.0%	0
商品計	3,064	3,022	101.4%	42
クリーニング	33	37	89.2%	▲ 4
レンタル・リース・貸借	431	430	100.2%	1
工事・建築・加工	217	211	102.8%	6
修理・補修	88	94	93.6%	▲ 6
管理・保管	38	47	80.9%	▲ 9
役務一般	6	12	50.0%	▲ 6
金融・保険サービス	432	509	84.9%	▲ 77
運輸・通信サービス	1,925	2,677	71.9%	▲ 752
教育サービス	33	49	67.3%	▲ 16
教養・娯楽サービス	323	347	93.1%	▲ 24
保健・福祉サービス	345	387	89.1%	▲ 42
他の役務	390	620	62.9%	▲ 230
内職・副業・ねずみ講	47	82	57.3%	▲ 35
他の行政サービス	66	74	89.2%	▲ 8
役務計	4,374	5,576	78.4%	▲ 1,202
他の相談	195	235	83.0%	▲ 40
計	7,633	8,833	86.4%	▲ 1,200

(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 5,539 件で 1 番多く、前年度より 933 件 (14.4%) 減少しました。2 番目に多いのは、「販売方法」に関する相談の 3,433 件で、前年度より 1,143 件 (25.0%) 減少しました。3 番目に多いのは、商品・役務に関するクレーム処理や販売時の接客態度など「接客対応」に関する相談で、1,934 件でした。なお、「安全・衛生」に関する相談は、347 件で前年度の 367 件に比べ 20 件 (5.4%) 減少しました。「品質・機能」に関する相談は、1,474 件で前年度の 1,584 件に比べ 110 件 (6.9%) 減少しました。

内容別相談件数【重複カウント】

内容別	29年度	28年度	前年度比	増減数
安全・衛生	347	367	94.6%	▲ 20
品質・機能	1,474	1,584	93.1%	▲ 110
法規・基準	182	228	79.8%	▲ 46
価格・料金	1,012	1,296	78.1%	▲ 284
計量・量目	13	8	162.5%	5
表示・広告	1,043	1,335	78.1%	▲ 292
販売方法	3,433	4,576	75.0%	▲ 1,143
契約・解約	5,539	6,472	85.6%	▲ 933
接客対応	1,934	2,256	85.7%	▲ 322
包装・容器	8	14	57.1%	▲ 6
施設・設備	16	24	66.7%	▲ 8
買物相談	16	18	88.9%	▲ 2
生活知識	18	21	85.7%	▲ 3
その他	88	119	73.9%	▲ 31

※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

販売購入形態別相談件数では、「通信販売」に関する相談が最も多く寄せられました。「通信販売」のうち 79.5%を占めるインターネット通販の相談内容を見ると、最も多いのは「デジタルコンテンツ」ですが、「健康食品」、「化粧品」の相談も多く寄せられ、お試しだと思っていたら定期購入になっていた等のトラブルが目立ちました。

販売購入形態別相談件数

販売購入形態	29年度	28年度	前年度比	増減数
通信販売	2,716	3,480	78.0%	▲ 764
(うちインターネット通販)	(2,159)	(2,940)	(73.4%)	(781)
店舗購入	1,978	2,262	87.4%	▲ 284
訪問販売	536	615	87.2%	▲ 79
電話勧誘販売	353	455	77.6%	▲ 102
マルチ・マルチまがい	97	158	61.4%	▲ 61
訪問購入	53	67	79.1%	▲ 14
その他無店舗販売	47	45	104.4%	2
ネガティブ・オプション	6	14	42.9%	▲ 8
不明・無関係	1,847	1,737	106.3%	110
計	7,633	8,833	86.4%	▲ 1,200

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

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

インターネット通販の相談内容

商品・役務	29年度	28年度	前年度比	増減数
デジタルコンテンツ	955	1,601	59.7%	▲ 646
健康食品	191	211	90.5%	▲ 20
化粧品	115	70	164.3%	45
紳士・婦人洋服	81	54	150.0%	27
他のネット通信関連サービス	52	34	152.9%	18

無店舗販売の契約当事者の年代構成

販売購入形態	29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	536	3	45	37	54	53	71	204	69
通信販売	2,716	82	269	389	615	514	362	298	187
マルチ商法	97	1	32	17	15	7	5	11	9
電話勧誘販売	353	0	12	23	32	47	48	138	53
ネガティブ・オプション	6	1	2	0	1	0	0	1	1
訪問購入	53	0	0	2	6	7	10	25	3
その他無店舗販売	47	0	9	7	12	8	4	4	3
計	3,808	87	369	475	735	636	500	681	325

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	78	インターネット通販	242	インターネット通販	336	インターネット通販	527	インターネット通販	433	インターネット通販	281	家庭訪販	225
2	ワンクリック請求	18	サイドビジネス商法	49	架空請求	39	架空請求	109	架空請求	137	架空請求	149	インターネット通販	170
3	架空請求	5	架空請求	33	家庭訪販	30	家庭訪販	52	家庭訪販	60	家庭訪販	79	電話勧誘販売	138
4	無料商法	4	マルチ取引	32	サイドビジネス商法	29	ワンクリック請求	42	電話勧誘販売	47	電話勧誘販売	48	架空請求	136
5	家庭訪販	3	家庭訪販	31	電話勧誘販売	23	身分詐称(かたり商法)	33	ワンクリック請求	39	ワンクリック請求	48	身分詐称(かたり商法)	53
6	代引配達	2	ワンクリック請求	17	ワンクリック請求	23	電話勧誘販売	32	身分詐称(かたり商法)	33	身分詐称(かたり商法)	47	テレビショッピング	44
7			無料商法	16	マルチ取引	17	サイドビジネス商法	30	無料商法	23	テレビショッピング	17	景品付販売	28
8			電話勧誘販売	12	無料商法	17	インターネットオークション	28	サイドビジネス商法	16	無料商法	13	無料商法	28
9			インターネットオークション	10	身分詐称(かたり商法)	15	無料商法	25	利殖商法(投資商法)	14	利殖商法(投資商法)	13	訪問購入	25
10			身分詐称(かたり商法)	10	インターネットオークション	14	マルチ取引	15	インターネットオークション	12	代引配達	11	ワンクリック請求	25

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

(10) 電子メール相談の概要

電子メール相談は、平成15年度から開始し15年目となります。相談件数は362件で、相談全体の4.7%となり、前年度の447件に比べ85件(19.0%)減少しました。年代別で、1番多いのは、30歳代の90件、2番目に多いのは、40歳代の83件でした。30歳代と40歳代を合わせると、電子メール相談全体の47.8%を占めました。

相談者の性別・年代別内訳

相談者	計	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	その他・不明
男性	181	1	21	50	32	33	20	7	17
女性	158	1	31	40	51	18	6	1	10
その他・不明	23	0	0	0	0	0	0	0	23
計	362	2	52	90	83	51	26	8	50

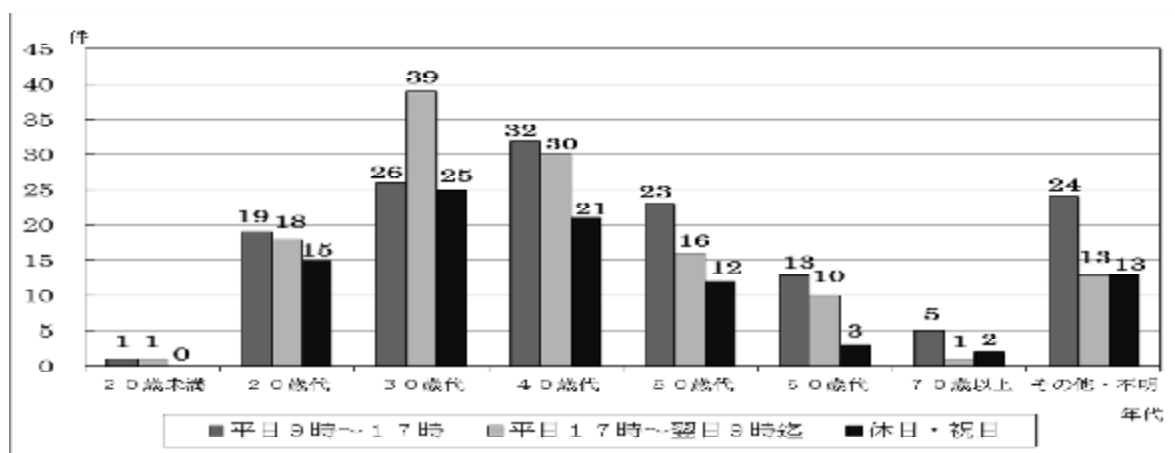
メールの送信時間は、電話相談受付時間内が 143 件、受付時間外が 219 件(平日受付時間外 128 件、休日・祝日 91 件)で、受付時間外の相談が約 60.5%でした。

相談の多い商品・役務名で見ると、「デジタルコンテンツ」(インターネット上で提供する情報等)に関する相談が 32 件で、メール相談全体の約 8.8%を占め、最も多くなりました。

相談者の年代別・送信時刻別にみた件数

相談者	送信時刻			計
	平日9時～17時	平日17時～翌日9時迄	休日・祝日	
20歳未満	1	1	0	2
20歳代	19	18	15	52
30歳代	26	39	25	90
40歳代	32	30	21	83
50歳代	23	16	12	51
60歳代	13	10	3	26
70歳以上	5	1	2	8
その他・不明	24	13	13	50
計	143	128	91	362

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	29年度	28年度	前年度比	増減数
1	デジタルコンテンツ	32	40	80.0%	▲ 8
2	インターネット接続回線	15	26	57.7%	▲ 11
2	エステティックサービス	15	5	300.0%	▲ 10
4	移動通信サービス	14	24	58.3%	▲ 10
5	食料品(健康食品以外)	11	11	100.0%	0
5	健康食品	11	14	78.6%	▲ 3
5	賃貸アパート	11	15	73.3%	▲ 4
8	化粧品	9	8	112.5%	1
9	履物	7	1	700.0%	6
9	自動車	7	12	58.3%	▲ 5

2. 危害・危険に関する相談

危害に関する相談（商品・役務・設備に関連して、身体に怪我、病気等の危害を受けたという相談）は146件で、前年度（140件）と比べ、6件（4.3%）増加しました。「健康食品」28件、「化粧品」26件が上位となり、それぞれ前年度（「健康食品」26件、「化粧品」19件）と比べ増加しました。危険に関する相談（危害を受けたわけではないが、そのおそれのある相談）は59件で、前年度（61件）と比べほぼ横ばいとなっています。「電動自転車」、「自動車」の相談が目立ちました。

(1) 危害・危険に関する相談

相談	29年度	28年度
危害	146	140
危険	59	61
計	205	201

(2) 危害・危険の内容別件数

危害の内容

内容	件数	内容	件数
皮膚障害	42	感覚機能の低下	2
消化器障害	22	頭蓋(内)損傷	1
熱傷	9	筋・腱の損傷	1
刺傷・切傷	8	窒息	1
擦過傷・挫傷・打撲傷	5	呼吸器障害	1
中毒	5	その他の傷病及び諸症状	41
神経・脊髄の損傷	3	不明	3
骨折	2		
計			146

危険の内容

内容	件数	内容	件数
発煙・火花	15	破損・折損	2
過熱・こげる	8	化学物質による危険	1
機能故障	7	破裂	1
異物の混入	6	転落・転倒・不安定	1
部品脱落	5	操作・使用性の欠落	1
燃料・液漏れ等	4	その他	5
発火・引火	2	不明	1
計			59

(3) 危害・危険の品目別相談件数

危害

商品・役務	29年度	28年度	商品分類
商品一般	3	1	
食料品	40	35	健康食品28、菓子類4 他
住居品	12	11	家具5、洗剤等4 他
被服品	2	2	婦人洋服1、アクセサリー1
保健衛生品	29	28	化粧品26 他
教養娯楽品	4	6	健康器具1、電子ゲーム玩具1 他
車両・乗り物	6	2	一般用自転車2、電動自転車2 等
土地・建物・設備	2	0	給湯システム1、浴室設備1等
レンタル・リース・貸借	4	1	賃貸アパート3等
工事・建築・加工	1	2	加工サービス1
運輸・通信	2	1	鉄道サービス1、有線テレビ放送1 等
教育サービス	0	1	
教養・娯楽サービス	2	5	旅館1、スポーツ教室1
保健・福祉サービス	31	33	医療20、理美容11
他の役務	8	12	外食8
計	146	140	

危険

商品・役務	29年度	28年度	商品分類
商品一般	0	1	
食料品	6	8	調理食品4 他
住居品	14	27	空調・冷暖房機器5、食生活機器4 他
被服品	2	0	子供洋服1 他
保健衛生品	4	3	医療用具2 他
教養娯楽品	8	10	テレビジョン3、パソコン2 他
車両・乗り物	19	8	電動自転車9、自動車8 他
土地・建物・設備	1	3	集合住宅1
修理サービス	2	0	修理サービス1、車検サービス1
運輸・通信	1	0	引越し1
保健・福祉サービス	1	1	募金1
他の役務	1	0	外食1
計	59	61	

(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 117 件で、前年度の 109 件より 8 件（7.3%）増加しました。

これらを品目別に見ると 1 番多いのが食料品で 39 件、2 番目に多いのが保健衛生品で 28 件、3 番目に多いのが住居品で 13 件でした。

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

品目別件数

商品・役務	29年度	28年度	商品分類
商品一般	2	0	
食料品	39	34	健康食品28、菓子類4 他
住居品	13	18	家具5、洗剤等4 他
被服品	8	3	紳士・婦人洋服5、アクセサリー2 他
保健衛生品	28	30	化粧品26、医薬品1 他
教養娯楽品	5	7	健康器具1、電子ゲーム玩具1 他
車両・乗り物	7	5	一般用自転車2、電動自転車2 等
土地・建物・設備	2	1	給湯システム1、浴室設備1
レンタル・リース・賃借	2	0	借家1、賃貸アパート1
工事・建築・加工	1	2	加工サービス1
運輸・通信	1	0	有線テレビ放送1
保健・福祉サービス	2	1	理美容1、募金1
他の役務	7	8	外食7
計	117	109	

内容別件数

内容	29年度	28年度	内容
身体損害	106	87	皮膚障害34、消化器障害21 他
財産損害	10	18	発火・引火1、発煙・火花1 他
身体・財産双方	1	4	機能故障1
計	117	109	

資料編

資料目次

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

資料編

○表1 相談件数の年度推移

年度	件数			前年度比			増減数		
	全体	苦情	問合せ	全体	苦情	問合せ	全体	苦情	問合せ
25年度	8,486	7,716	770	—	—	—	—	—	—
26年度	8,494	7,722	772	100.1%	100.1%	100.3%	8	6	2
27年度	8,443	7,550	893	99.4%	97.8%	115.7%	▲ 51	▲ 172	121
28年度	8,833	8,000	833	104.6%	106.0%	93.3%	390	450	▲ 60
29年度	7,633	6,826	807	86.4%	85.3%	96.9%	▲ 1,200	▲ 1,174	▲ 26

○表2 相談方法別相談件数

相談方法	29年度		28年度		前年度比	増減数
	件数	構成比	件数	構成比		
来訪	119	1.6%	143	1.6%	83.2%	▲ 24
電話	7,142	93.6%	8,232	93.2%	86.8%	▲ 1,090
文書	10	0.1%	11	0.1%	90.9%	▲ 1
メール	362	4.7%	447	5.1%	81.0%	▲ 85
計	7,633	100.0%	8,833	100.0%	86.4%	▲ 1,200

○表3 相談者の性別件数

相談者	29年度	28年度	前年度比	増減数
男性	3,357	3,980	84.3%	▲ 623
女性	3,833	4,425	86.6%	▲ 592
団体等	443	428	103.5%	15
計	7,633	8,833	86.4%	▲ 1,200

○表4 契約当事者の性別件数

契約当事者	29年度	28年度	前年度比	増減数
男性	3,407	4,109	82.9%	▲ 702
女性	3,678	4,157	88.5%	▲ 479
団体等	548	567	96.6%	▲ 19
計	7,633	8,833	86.4%	▲ 1,200

○表5 相談者の年代別件数

相談者	29年度		28年度		前年度比	増減数
	件数	構成比	件数	構成比		
20歳未満	47	0.6%	85	1.0%	55.3%	▲ 38
20歳代	617	8.1%	753	8.5%	81.9%	▲ 136
30歳代	906	11.9%	1,101	12.4%	82.3%	▲ 195
40歳代	1,444	18.9%	1,739	19.7%	83.0%	▲ 295
50歳代	1,451	19.0%	1,506	17.0%	96.3%	▲ 55
60歳代	1,036	13.6%	1,321	15.0%	78.4%	▲ 285
70歳以上	1,199	15.7%	1,120	12.7%	107.1%	79
その他・不明	933	12.2%	1,208	13.7%	77.2%	▲ 275
計	7,633	100.0%	8,833	100.0%	86.4%	▲ 1,200

○表6 契約当事者の年代別件数

契約当事者	29年度		28年度		前年度比	増減数
	件数	構成比	件数	構成比		
20歳未満	142	1.9%	224	2.5%	63.4%	▲ 82
20歳代	726	9.5%	889	10.1%	81.7%	▲ 163
30歳代	891	11.7%	1,051	11.9%	84.8%	▲ 160
40歳代	1,298	17.0%	1,532	17.3%	84.7%	▲ 234
50歳代	1,180	15.4%	1,238	14.0%	95.3%	▲ 58
60歳代	940	12.3%	1,204	13.6%	78.1%	▲ 264
70歳以上	1,342	17.6%	1,304	14.8%	102.9%	38
その他・不明	1,114	14.6%	1,391	15.8%	80.1%	▲ 277
計	7,633	100.0%	8,833	100.0%	86.4%	▲ 1,200

○表7 相談者の職業別相談件数

相談者	29年度		28年度		前年度比	増減数
	件数	構成比	件数	構成比		
給与生活者	3,059	40.1%	3,481	39.4%	87.9%	▲ 422
自営・自由業	519	6.8%	537	6.1%	96.6%	▲ 18
家事従事者	1,105	14.5%	1,312	14.8%	84.2%	▲ 207
学 生	133	1.7%	208	2.4%	63.9%	▲ 75
無 職	1,790	23.4%	1,878	21.3%	95.3%	▲ 88
団 体 等	425	5.6%	401	4.5%	106.0%	24
その他・不明	602	7.9%	1,016	11.5%	59.3%	▲ 414
計	7,633	100.0%	8,833	100.0%	86.4%	▲ 1,200

○表8 契約当事者の職業別相談件数

契約当事者	29年度		28年度		前年度比	増減数
	件数	構成比	件数	構成比		
給与生活者	2,863	37.5%	3,317	37.5%	86.3%	▲ 454
自営・自由業	470	6.2%	476	5.4%	98.7%	▲ 6
家事従事者	933	12.2%	1,069	12.1%	87.3%	▲ 136
学 生	263	3.4%	381	4.3%	69.0%	▲ 118
無 職	1,897	24.9%	1,981	22.4%	95.8%	▲ 84
団 体 等	314	4.1%	323	3.7%	97.2%	▲ 9
その他・不明	893	11.7%	1,286	14.6%	69.4%	▲ 393
計	7,633	100.0%	8,833	100.0%	86.4%	▲ 1,200

○表9 市町村別相談件数（29年度）

市町村名	件数	構成比	市町村名	件数	構成比
大阪市	2,288	30.0%	摂津市	73	1.0%
堺市	494	6.5%	高石市	36	0.5%
岸和田市	134	1.8%	藤井寺市	90	1.2%
豊中市	292	3.8%	東大阪市	320	4.2%
池田市	62	0.8%	泉南市	66	0.9%
吹田市	267	3.5%	四條畷市	81	1.1%
泉大津市	90	1.2%	交野市	61	0.8%
高槻市	172	2.2%	大阪狭山市	78	1.0%
貝塚市	53	0.7%	阪南市	101	1.3%
守口市	81	1.1%	島本町	84	1.1%
枚方市	223	2.9%	豊能町	144	1.9%
茨木市	151	2.0%	能勢町	44	0.6%
八尾市	155	2.0%	忠岡町	32	0.4%
泉佐野市	44	0.6%	熊取町	76	1.0%
富田林市	156	2.0%	田尻町	22	0.3%
寝屋川市	107	1.4%	岬町	58	0.8%
河内長野市	109	1.4%	太子町	18	0.2%
松原市	167	2.2%	河南町	28	0.4%
大東市	70	0.9%	千早赤阪村	10	0.1%
和泉市	110	1.4%	府内(不明)	153	2.0%
箕面市	173	2.3%	他府県	187	2.4%
柏原市	184	2.4%	在外邦人	2	0.0%
羽曳野市	205	2.7%	外国人	3	0.0%
門真市	68	0.9%	不明	11	0.1%
計				7,633	100.0%

○表10 契約・購入金額別相談件数

契約・購入金額	29年度		28年度		前年度比		増減数	
	全体	65歳以上	全体	65歳以上	全体	65歳以上	全体	65歳以上
1万円未満	791	175	806	175	98.1%	100.0%	▲ 15	0
1万円以上～5万円未満	808	156	902	165	89.6%	94.5%	▲ 94	▲ 9
5万円以上～10万円未満	321	61	469	63	68.4%	96.8%	▲ 148	▲ 2
10万円以上～50万円未満	814	164	1,103	187	73.8%	87.7%	▲ 289	▲ 23
50万円以上～100万円未満	182	34	196	42	92.9%	81.0%	▲ 14	▲ 8
100万円以上～500万円未満	255	68	240	67	106.3%	101.5%	15	1
500万円以上～1千万円未満	32	13	36	12	88.9%	108.3%	▲ 4	1
1千万円以上～5千万円未満	51	21	63	17	81.0%	123.5%	▲ 12	4
5千万円以上～1億円未満	3	1	4	3	75.0%	33.3%	▲ 1	▲ 2
1億円以上	1	0	1	1	100.0%	0.0%	0	▲ 1
不明	4,375	1,118	5,013	1,107	87.3%	101.0%	▲ 638	11
平均金額 (円)	765,749	1,088,407	748,973	1,231,965	102.2%	88.3%	16,776	▲ 143,558

※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	29年度	28年度	前年度比	増減数
安全・衛生	347	367	94.6%	▲ 20
品質・機能	1,474	1,584	93.1%	▲ 110
法規・基準	182	228	79.8%	▲ 46
価格・料金	1,012	1,296	78.1%	▲ 284
計量・量目	13	8	162.5%	5
表示・広告	1,043	1,335	78.1%	▲ 292
販売方法	3,433	4,576	75.0%	▲ 1,143
契約・解約	5,539	6,472	85.6%	▲ 933
接客対応	1,934	2,256	85.7%	▲ 322
包装・容器	8	14	57.1%	▲ 6
施設・設備	16	24	66.7%	▲ 8
買物相談	16	18	88.9%	▲ 2
生活知識	18	21	85.7%	▲ 3
その他	88	119	73.9%	▲ 31

※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12 相談の多い商品・役務【上位20位】

順位	商品・役務	29年度	28年度	前年度比	増減数
1	デジタルコンテンツ	1,001	1,653	60.6%	▲ 652
2	賃貸アパート	347	348	99.7%	▲ 1
3	健康食品	291	335	86.9%	▲ 44
4	インターネット接続回線	248	308	80.5%	▲ 60
5	食料品(健康食品以外)	238	211	112.8%	27
6	移動通信サービス	221	288	76.7%	▲ 67
7	工事・建築	213	206	103.4%	7
8	化粧品	184	137	134.3%	47
9	自動車	124	145	85.5%	▲ 21
10	紳士・婦人洋服	123	101	121.8%	22
10	医療	123	141	87.2%	▲ 18
12	新聞	122	117	104.3%	5
13	エステティックサービス	111	85	130.6%	26
14	ハガキによる架空請求	107	5	2140.0%	102
15	テレビ放送サービス	97	98	99.0%	▲ 1
16	宅配便サービス	96	92	104.3%	4
17	携帯電話(スマートフォンを含む)	83	106	78.3%	▲ 23
18	金融関連サービスその他	73	46	158.7%	27
19	フリーローン・サラ金	71	126	56.3%	▲ 55
20	他のネット通信関連サービス	70	46	152.2%	24
	その他	3,690	4,239	87.0%	▲ 549
	総相談件数	7,633	8,833	86.4%	▲ 1,200

○表13 商品・役務別相談件数【項目別分類】

商品・役務	29年度	28年度	前年度比	増減数
商品一般	416	287	144.9%	129
食料品	529	546	96.9%	▲ 17
住居品	311	401	77.6%	▲ 90
光熱水品	71	57	124.6%	14
被服品	357	357	100.0%	0
保健衛生品	275	253	108.7%	22
教養娯楽品	665	687	96.8%	▲ 22
車両・乗り物	211	214	98.6%	▲ 3
土地・建物・設備	213	204	104.4%	9
他の商品	16	16	100.0%	0
商品計	3,064	3,022	101.4%	42
クリーニング	33	37	89.2%	▲ 4
レンタル・リース・貸借	431	430	100.2%	1
工事・建築・加工	217	211	102.8%	6
修理・補修	88	94	93.6%	▲ 6
管理・保管	38	47	80.9%	▲ 9
役務一般	6	12	50.0%	▲ 6
金融・保険サービス	432	509	84.9%	▲ 77
運輸・通信サービス	1,925	2,677	71.9%	▲ 752
教育サービス	33	49	67.3%	▲ 16
教養・娯楽サービス	323	347	93.1%	▲ 24
保健・福祉サービス	345	387	89.1%	▲ 42
他の役務	390	620	62.9%	▲ 230
内職・副業・ねずみ講	47	82	57.3%	▲ 35
他の行政サービス	66	74	89.2%	▲ 8
役務計	4,374	5,576	78.4%	▲ 1,202
他の相談	195	235	83.0%	▲ 40
計	7,633	8,833	86.4%	▲ 1,200

○表14 相談内容別分類件数【重複カウント】

	受付 件数	安全 ・ 衛生	品質 ・ 機能	法規 ・ 基準	価格 ・ 料金	計量 ・ 量目	表示 ・ 広告	販売 方法	契約 ・ 解約	接客 対応	包装 ・ 容器	施設 ・ 設備	買物 相談	生活 知識	その他 ・ 不明
商品一般	416	3	19	15	18	1	30	239	282	66	0	5	1	2	6
食料品	529	94	138	7	40	1	182	271	360	133	3	0	2	1	6
住居品	311	47	147	3	30	0	44	115	186	101	1	0	4	4	0
光熱水品	71	0	5	3	19	1	5	30	42	22	0	3	0	0	3
被服品	357	8	112	3	20	2	103	159	284	102	0	0	0	0	1
保健衛生品	275	41	84	8	28	0	96	142	206	61	2	1	2	0	0
教養娯楽品	665	21	209	13	61	1	93	331	496	204	2	0	1	1	0
車両・乗り物	211	39	96	6	29	0	43	55	150	77	0	0	0	1	1
土地・建物・設備	213	7	48	6	35	0	14	94	130	45	0	0	0	0	4
他の商品	16	0	4	0	3	0	4	7	10	4	0	0	0	0	0
クリーニング	33	0	24	1	3	0	1	1	19	19	0	0	0	0	0
レンタル・リース・貸借	431	11	62	30	144	0	12	41	364	123	0	0	1	0	1
工事・建築・加工	217	5	80	9	38	0	12	67	141	87	0	2	1	0	0
修理・補修	88	2	32	1	41	0	12	25	50	31	0	0	1	1	0
管理・保管	38	0	8	0	14	0	11	9	20	14	0	2	0	0	0
役務一般	6	0	2	0	1	0	0	3	5	0	0	0	0	0	0
金融・保険サービス	432	0	32	21	51	2	27	171	335	120	0	0	0	1	2
運輸・通信サービス	1,925	6	158	24	236	1	213	1,280	1,627	391	0	0	2	2	30
教育サービス	33	0	5	0	2	0	1	6	30	10	0	0	0	0	0
教養・娯楽サービス	323	5	40	12	58	2	45	130	265	85	0	2	0	1	1
保健・福祉サービス	345	45	95	6	61	1	25	73	233	101	0	0	0	1	16
他の役務	390	12	56	11	75	1	59	136	258	105	0	1	0	3	3
内職・副業・ねずみ講	47	0	6	2	2	0	8	39	42	9	0	0	0	0	0
他の行政サービス	66	1	12	1	3	0	3	9	4	24	0	0	1	0	14
他の相談	195	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	195
計	7,633	347	1,474	182	1,012	13	1,043	3,433	5,539	1,934	8	16	16	18	283

※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	416	3	22	36	38	48	75	119	75	135	233	48	100	11	80	9	129	87
食料品	529	15	42	62	100	80	67	107	56	163	345	21	182	28	96	24	147	52
住居品	311	1	13	30	53	55	31	79	49	120	159	32	87	26	47	5	87	59
光熱水品	71	0	1	6	12	9	7	18	18	37	27	7	22	3	10	0	18	18
被服品	357	6	44	62	76	68	29	45	27	104	241	12	163	18	75	14	48	39
保健衛生品	275	6	31	35	60	49	30	39	25	76	190	9	121	17	41	8	56	32
教養娯楽品	665	9	61	63	130	107	75	144	76	351	286	28	229	54	74	22	200	86
車両・乗り物	211	4	20	32	49	37	31	15	23	141	62	8	113	16	19	1	35	27
土地・建物・設備	213	1	10	30	41	28	23	41	39	116	82	15	91	11	27	1	48	35
他の商品	16	0	0	1	0	1	7	3	4	8	4	4	2	3	2	0	5	4
クリーニング	33	0	3	2	9	7	4	7	1	11	22	0	16	1	7	1	7	1
レンタル・リース・貸借	431	7	74	91	60	59	29	36	75	194	193	44	196	19	24	20	89	83
工事・建築・加工	217	0	4	13	37	37	35	52	39	92	107	18	63	14	29	0	73	38
修理・補修	88	0	9	9	11	10	14	21	14	47	36	5	26	5	12	3	27	15
管理・保管	38	1	4	9	8	3	5	2	6	24	11	3	14	7	0	2	9	6
役務一般	6	0	0	1	3	0	0	1	1	4	1	1	3	1	0	0	0	2
金融・保険サービス	432	1	25	38	60	66	63	129	50	211	197	24	141	31	43	9	143	65
運輸・通信サービス	1,925	52	161	198	339	335	298	294	248	1,042	738	145	769	129	202	85	473	267
教育サービス	33	4	2	2	12	6	0	1	6	13	19	1	13	3	5	7	3	2
教養・娯楽サービス	323	11	50	53	64	50	33	23	39	141	166	16	143	27	35	20	51	47
保健・福祉サービス	345	12	95	47	41	34	21	49	46	77	254	14	157	8	40	15	74	51
他の役務	390	5	35	45	62	51	39	54	99	168	170	52	142	22	41	8	86	91
内職・副業・ねずみ講	47	1	10	11	10	7	1	1	6	17	29	1	29	4	1	4	4	5
他の行政サービス	66	0	2	4	4	2	8	20	26	34	29	3	7	2	9	0	24	24
他の相談	195	3	8	11	19	31	15	42	66	81	77	37	34	10	14	5	61	71
計	7,633	142	726	891	1,298	1,180	940	1,342	1,114	3,407	3,678	548	2,863	470	933	263	1,897	1,207

○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
1	デジタルコンテンツ	41	デジタルコンテンツ	95	デジタルコンテンツ	107	デジタルコンテンツ	211	デジタルコンテンツ	193	デジタルコンテンツ	181	デジタルコンテンツ	125
2	健康食品	12	賃貸アパート	66	賃貸アパート	82	健康食品	68	健康食品	49	ハガキによる架空請求	38	食料品(健康食品以外)	60
3	移動通信サービス	6	エステティックサービス	65	健康食品	40	移動通信サービス	55	賃貸アパート	48	食料品(健康食品以外)	37	新聞	58
4	賃貸アパート	5	健康食品	33	インターネット接続回線	29	化粧品	51	インターネット接続回線	42	工事・建築	35	インターネット接続回線	54
5	医療	5	化粧品	24	化粧品	28	賃貸アパート	51	化粧品	39	インターネット接続回線	33	工事・建築	51
6	紳士・婦人洋服	4	紳士・婦人洋服	21	移動通信サービス	26	インターネット接続回線	38	移動通信サービス	38	移動通信サービス	31	ハガキによる架空請求	48
7	化粧品	4	インターネット接続回線	21	紳士・婦人洋服	24	工事・建築	35	工事・建築	37	健康食品	30	健康食品	47
8	バイク・バイク部品	3	医療	20	エステティックサービス	23	食料品(健康食品以外)	32	食料品(健康食品以外)	31	賃貸アパート	24	テレビ放送サービス	32
9	食料品(健康食品以外)	3	移動通信サービス	18	食料品(健康食品以外)	22	自動車	31	紳士・婦人洋服	24	新聞	19	移動通信サービス	28
10	タレント・モデル養成教室	3	自動車	12	自動車	22	紳士・婦人洋服	29	自動車	23	テレビ放送サービス	19	固定電話サービス	28
10	エステティックサービス	3												
10	外食	3												
総計		142		726		891		1,298		1,180		940		1,342

○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
1	インターネット通販	78	インターネット通販	242	インターネット通販	336	インターネット通販	527	インターネット通販	433	インターネット通販	281	家庭訪販	225
2	ワンクリック請求	18	サイドビジネス商法	49	架空請求	39	架空請求	109	架空請求	137	架空請求	149	インターネット通販	170
3	架空請求	5	架空請求	33	家庭訪販	30	家庭訪販	52	家庭訪販	60	家庭訪販	79	電話勧誘販売	138
4	無料商法	4	マルチ取引	32	サイドビジネス商法	29	ワンクリック請求	42	電話勧誘販売	47	電話勧誘販売	48	架空請求	136
5	家庭訪販	3	家庭訪販	31	電話勧誘販売	23	身分詐称(かたり商法)	33	ワンクリック請求	39	ワンクリック請求	48	身分詐称(かたり商法)	53
6	代引配達	2	ワンクリック請求	17	ワンクリック請求	23	電話勧誘販売	32	身分詐称(かたり商法)	33	身分詐称(かたり商法)	47	テレビショッピング	44
7			無料商法	16	マルチ取引	17	サイドビジネス商法	30	無料商法	23	テレビショッピング	17	景品付販売	28
8			電話勧誘販売	12	無料商法	17	インターネットオークション	28	サイドビジネス商法	16	無料商法	13	無料商法	28
9			インターネットオークション	10	身分詐称(かたり商法)	15	無料商法	25	利殖商法(投資商法)	14	利殖商法(投資商法)	13	訪問購入	25
10			身分詐称(かたり商法)	10	インターネットオークション	14	マルチ取引	15	インターネットオークション	12	代引配達	11	ワンクリック請求	25

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

○表 18 販売購入形態別相談件数

販売購入形態	29年度	28年度	前年度比	増減数
店舗購入	1,978	2,262	87.4%	▲ 284
訪問販売	536	615	87.2%	▲ 79
通信販売	2,716	3,480	78.0%	▲ 764
マルチ商法	97	158	61.4%	▲ 61
電話勧誘販売	353	455	77.6%	▲ 102
ネガティブ・オプション	6	14	42.9%	▲ 8
訪問購入	53	67	79.1%	▲ 14
その他無店舗販売	47	45	104.4%	2
不明・無関係	1,847	1,737	106.3%	110
計	7,633	8,833	86.4%	▲ 1,200

○表 19 無店舗販売 契約当事者の年代構成

販売購入形態	29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	536	3	45	37	54	53	71	204	69
通信販売	2,716	82	269	389	615	514	362	298	187
マルチ商法	97	1	32	17	15	7	5	11	9
電話勧誘販売	353	0	12	23	32	47	48	138	53
ネガティブ・オプション	6	1	2	0	1	0	0	1	1
訪問購入	53	0	0	2	6	7	10	25	3
その他無店舗販売	47	0	9	7	12	8	4	4	3
計	3,808	87	369	475	735	636	500	681	325

○表 20 訪問販売に関する勧誘方法別相談件数

勧誘方法	29年度	28年度	前年度比	増減数
家庭訪問販売	457	542	84.3%	▲ 85
アポイントメントセールス	13	21	61.9%	▲ 8
キャッチセールス	9	8	112.5%	1
SF商法	8	6	133.3%	2
その他	49	38	128.9%	11
計	536	615	87.2%	▲ 79

○表 21 訪問販売で相談の多い商品・役務

商品・役務	29年度	28年度	前年度比	増減数
新聞	112	105	106.7%	7
工事・建築	67	71	94.4%	▲ 4
テレビ放送サービス	60	68	88.2%	▲ 8
インターネット接続回線	31	36	86.1%	▲ 5
空調・冷暖房・給湯設備 (給湯システム・ソーラーシステム等)	20	29	69.0%	▲ 9

○表 22 家庭訪問販売で相談の多い商品・役務

商品・役務	29年度	28年度	前年度比	増減数
新聞	111	105	105.7%	6
工事・建築	67	69	97.1%	▲ 2
テレビ放送サービス	57	68	83.8%	▲ 11
インターネット接続回線	28	35	80.0%	▲ 7
空調・冷暖房・給湯設備 (給湯システム・ソーラーシステム等)	19	29	65.5%	▲ 10

○表 2 3 アポイントメントセールスで相談の多い商品・役務

商品・役務	29年度	28年度	前年度比	増減数
スポーツ教室(ダイビングスクール)	4	4	100.0%	0
アクセサリ	3	5	60.0%	▲ 2
デジタルコンテンツ(情報商材)	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	29年度	28年度	前年度比	増減数
ミネラルウォーター	2	0	—	2
移動通信サービス	2	2	100.0%	0
美容サービス(エステ等)	2	3	66.7%	▲ 1

○表 2 5 SF商法で相談の多い商品・役務

商品・役務	29年度	28年度	前年度比	増減数
健康食品	5	4	125.0%	1
紳士・婦人洋服	1	0	—	1
磁気治療器具	1	0	—	1

※「SF商法」とは催眠商法をいう。

○表 2 6 通信販売で相談の多い商品・役務

商品・役務	29年度	28年度	前年度比	増減数
デジタルコンテンツ	972	1,618	60.1%	▲ 646
健康食品	237	262	90.5%	▲ 25
化粧品	138	89	155.1%	49
紳士・婦人洋服	97	67	144.8%	30
他のネット通信関連サービス	59	36	163.9%	23

○表 2 7 マルチ商法で相談の多い商品・役務

商品・役務	29年度	28年度	前年度比	増減数
化粧品	19	17	111.8%	2
健康食品	15	17	88.2%	▲ 2
ファンド型投資商品	15	9	166.7%	6
内職・副業	7	37	18.9%	▲ 30
食料品(健康食品以外)	3	4	75.0%	▲ 1

○表 2 8 電話勧誘販売で相談の多い商品・役務

商品・役務	29年度	28年度	前年度比	増減数
インターネット接続回線	119	163	73.0%	▲ 44
食料品(健康食品以外)	27	19	142.1%	8
健康食品	20	21	95.2%	▲ 1
集合住宅	16	18	88.9%	▲ 2
電気	8	4	200.0%	4

○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	29年度	28年度	前年度比	増減数
食料品(健康食品以外)	1	0	—	1
健康食品	1	5	20.0%	▲ 4
電話関連機器・用品	1	0	—	1
書籍	1	3	33.3%	▲ 2
ベビー用玩具	1	0	—	1

○表 3 0 訪問購入で相談の多い商品・役務

商品・役務	29年度	28年度	前年度比	増減数
被服品(和服以外)	10	14	71.4%	▲ 4
アクセサリ	8	13	61.5%	▲ 5
履物	4	1	400.0%	3
時計	3	1	300.0%	2
貴金属	3	2	150.0%	1

○表3-1 品目別相談件数

① 食料品

食料品		平成29年度		平成28年度		前年度比	増減数
			うち苦情		うち苦情		
食料品一般		8	4	13	8	61.5%	▲ 5
主要食品	穀類	21	20	21	18	100.0%	0
	魚介類	28	27	22	22	127.3%	6
	肉類	6	3	12	11	50.0%	▲ 6
	乳卵類	7	6	6	6	116.7%	1
	野菜・海草	18	13	21	21	85.7%	▲ 3
	油脂・調味料	12	12	6	5	200.0%	6
嗜好食品	果物	8	7	10	9	80.0%	▲ 2
	菓子類	22	20	20	15	110.0%	2
	飲料	50	47	45	43	111.1%	5
	酒類	13	9	4	3	325.0%	9
調理食品		44	42	27	24	163.0%	17
他の食料品	健康食品	291	279	335	327	86.9%	▲ 44
	食料品その他	1	0	4	3	25.0%	▲ 3
計		529	489	546	515	96.9%	▲ 17

② 住居品

住居品		平成29年度		平成28年度		前年度比	増減数
			うち苦情		うち苦情		
住居品一般		3	3	7	4	42.9%	▲ 4
家事用品	食生活機器	45	43	47	43	95.7%	▲ 2
	食器・台所用品	49	43	71	66	69.0%	▲ 22
	洗濯・裁縫用具	23	21	27	24	85.2%	▲ 4
	掃除用具	13	13	18	18	72.2%	▲ 5
	洗剤等	13	10	14	11	92.9%	▲ 1
住生活用品	空調・冷暖房機器	41	37	54	49	75.9%	▲ 13
	家具・寝具	59	52	73	69	80.8%	▲ 14
	室内装備品	5	5	14	14	35.7%	▲ 9
	照明器具	8	8	17	17	47.1%	▲ 9
他の住居品		52	45	59	52	88.1%	▲ 7
計		311	280	401	367	77.6%	▲ 90

③ 光熱水品

光熱水品		平成29年度		平成28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		45	43	34	29	132.4%	11
ガス		19	15	9	8	211.1%	10
石油		1	1	8	7	12.5%	▲ 7
水道		5	4	4	4	125.0%	1
他の光熱水品		1	1	2	1	50.0%	▲ 1
計		71	64	57	49	124.6%	14

④ 被服品

被服品		平成29年度		平成28年度		前年度比	増減数
			うち苦情		うち苦情		
被服品一般		7	6	13	11	53.8%	▲ 6
和 服		20	20	25	23	80.0%	▲ 5
洋 服	洋服一般	8	7	10	7	80.0%	▲ 2
	子供洋服	8	8	6	6	133.3%	2
	洋装下着	16	15	22	21	72.7%	▲ 6
	紳士・婦人洋服	123	117	101	98	121.8%	22
身の回り品	履物	52	50	46	43	113.0%	6
	かばん	29	23	38	36	76.3%	▲ 9
	アクセサリ	53	50	59	56	89.8%	▲ 6
	他の身の回り品	36	36	32	30	112.5%	4
生地・糸類		4	4	4	3	100.0%	0
他の被服品		1	1	1	1	100.0%	0
計		357	337	357	335	100.0%	0

⑤ 保健衛生品

保健衛生品		平成29年度		平成28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	2	1	0.0%	▲ 2
医薬品		19	16	23	18	82.6%	▲ 4
医療用具		38	37	42	41	90.5%	▲ 4
化粧品		184	180	137	133	134.3%	47
理美容器具・用品		16	16	27	24	59.3%	▲ 11
他の保健衛生品		18	14	22	18	81.8%	▲ 4
計		275	263	253	235	108.7%	22

⑥ 教養娯楽品

教養娯楽品		平成29年度		平成28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	2	2	0.0%	▲ 2
文具・事務用品		7	6	18	17	38.9%	▲ 11
パソコン・パソコン関連用品		89	86	91	85	97.8%	▲ 2
電話機・電話機用品		125	113	143	132	87.4%	▲ 18
学習教材		17	17	13	13	130.8%	4
書籍・印刷物		149	143	141	131	105.7%	8
音響・映像製品		81	75	88	78	92.0%	▲ 7
スポーツ用品		24	24	25	23	96.0%	▲ 1
光学機器・時計	カメラ類	6	6	9	9	66.7%	▲ 3
	時計	29	28	36	35	80.6%	▲ 7
	他の光学機器	1	1	1	1	100.0%	0
玩具・遊具		28	27	33	33	84.8%	▲ 5
他の教養娯楽品	楽器	10	10	4	4	250.0%	6
	教養娯楽品その他	99	93	83	76	119.3%	16
計		665	629	687	639	96.8%	▲ 22

⑦ 車両・乗り物

車両・乗り物	平成29年度		平成28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	124	116	145	140	85.5%	▲ 21
自動車用品	31	30	25	25	124.0%	6
自転車・用品	50	46	38	35	131.6%	12
運搬用具	4	4	5	5	80.0%	▲ 1
他の乗り物	2	2	1	0	200.0%	1
計	211	198	214	205	98.6%	▲ 3

⑧ 土地・建物・設備

土地・建物・設備		平成29年度		平成28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		10	4	5	4	200.0%	5
土地		24	17	14	12	171.4%	10
建 物	建物一般	2	0	1	0	200.0%	1
	集合住宅	47	44	60	52	78.3%	▲ 13
	戸建住宅	34	32	31	23	109.7%	3
	他の建物	1	1	2	1	50.0%	▲ 1
住宅構成材		10	9	9	6	111.1%	1
住宅設備	空調・冷暖房・給湯設備	46	39	53	49	86.8%	▲ 7
	衛生設備	15	12	11	11	136.4%	4
	屋外装備品	15	14	9	5	166.7%	6
	他の住宅設備	9	9	9	6	100.0%	0
計		213	181	204	169	104.4%	9

⑨ 商品関連役務

商品関連役務		平成29年度		平成28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	3	3	1	1	300.0%	2
	被服品	29	28	35	34	82.9%	▲ 6
	その他	1	1	1	1	100.0%	0
レンタル・リース・貸借	住居品	8	8	10	8	80.0%	▲ 2
	被服品	9	8	3	3	300.0%	6
	車両・乗り物	10	10	13	12	76.9%	▲ 3
	土地・建物・設備	388	339	388	347	100.0%	0
	その他	16	15	16	14	100.0%	0
工事・建築・加工	被服品	2	2	3	3	66.7%	▲ 1
	土地・建物・設備	204	190	199	167	102.5%	5
	その他	11	11	9	7	122.2%	2
修理・補修	住居品	8	7	12	10	66.7%	▲ 4
	被服品	4	4	7	7	57.1%	▲ 3
	娯楽教養品	27	27	24	23	112.5%	3
	車両・乗り物	19	18	14	14	135.7%	5
	土地・建物・設備	30	28	37	35	81.1%	▲ 7
	その他	0	0	0	0	-	0
管理・保管	被服品	1	1	0	0	-	1
	車両・乗り物	20	20	25	24	80.0%	▲ 5
	土地・建物・設備	16	14	21	17	76.2%	▲ 5
	その他	1	1	1	1	100.0%	0
計		807	735	819	728	98.5%	▲ 12

⑩ 役務

役 務		平成29年度		平成28年度		前年度比	増減数	
			うち苦情		うち苦情			
役務一般		6	6	12	11	50.0%	▲ 6	
金融・保険 サービス	金融・保険一般	2	2	3	3	66.7%	▲ 1	
	生命保険	42	35	77	67	54.5%	▲ 35	
	損害保険	40	36	52	40	76.9%	▲ 12	
	その他の保険	20	19	12	12	166.7%	8	
	預貯金・証券等	85	71	80	72	106.3%	5	
	デリバティブ取引	12	11	21	20	57.1%	▲ 9	
	ファンド型投資商品	50	48	54	54	92.6%	▲ 4	
	融資サービス	89	73	152	129	58.6%	▲ 63	
	他の金融関連サービス	92	79	58	49	158.6%	34	
運輸・通信 サービス	運輸・運送サービス一般	3	3	2	2	150.0%	1	
	旅客運送サービス	41	39	50	49	82.0%	▲ 9	
	郵便・貨物運送サービス	150	67	140	66	107.1%	10	
	放送・通信サービス一般	1	1	4	3	25.0%	▲ 3	
	電報・固定電話	54	36	55	40	98.2%	▲ 1	
	移動通信サービス	221	213	288	280	76.7%	▲ 67	
	放送・コンテンツ等	1,135	1,116	1,783	1,761	63.7%	▲ 648	
	インターネット通信サービス	320	314	355	347	90.1%	▲ 35	
教育サービス	教育一般	0	0	0	0	—	0	
	学校教育	8	8	16	13	50.0%	▲ 8	
	補習教育	24	23	31	30	77.4%	▲ 7	
	他の教育	1	1	2	1	50.0%	▲ 1	
教養・娯楽 サービス	教養・娯楽一般	0	0	0	0	—	0	
	旅行代理業	61	58	75	72	81.3%	▲ 14	
	宿泊施設	17	15	14	14	121.4%	3	
	教室・講座	124	110	122	112	101.6%	2	
	観覧・鑑賞	26	26	30	29	86.7%	▲ 4	
	各種会員権	13	12	17	15	76.5%	▲ 4	
	他の教養・娯楽	82	74	89	85	92.1%	▲ 7	
保健・福祉 サービス	保健・福祉一般	0	0	0	0	—	0	
	保 健	医療	123	111	141	125	87.2%	▲ 18
		理美容	133	127	109	102	122.0%	24
		浴場	0	0	2	2	0.0%	▲ 2
		衛生サービス	20	14	27	20	74.1%	▲ 7
	福 祉	保育	2	2	1	1	200.0%	1
		老人福祉・サービス	22	18	32	25	68.8%	▲ 10
	他の保健・福祉	45	27	75	49	60.0%	▲ 30	
他の役務	外食・食事宅配	63	58	63	57	100.0%	0	
	冠婚葬祭	36	33	37	35	97.3%	▲ 1	
	家事サービス	7	7	18	15	38.9%	▲ 11	
	役務その他	284	253	502	462	56.6%	▲ 218	
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	2	2	50.0%	▲ 1	
	内職・副業	44	42	80	76	55.0%	▲ 36	
	無限連鎖講	1	1	0	0	—	1	
他の行政サービス		66	44	74	50	89.2%	▲ 8	
計		3,567	3,235	4,757	4,397	75.0%	▲ 1,190	

〔平成29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	1	0	2
20歳代	19	18	15	52
30歳代	26	39	25	90
40歳代	32	30	21	83
50歳代	23	16	12	51
60歳代	13	10	3	26
70歳以上	5	1	2	8
その他・不明	24	13	13	50
計	143	128	91	362

○表33 相談者の性別件数

相談者	29年度	28年度	前年度比	増減数
男性	181	240	75.4%	▲59
女性	158	179	88.3%	▲21
団体等	23	28	82.1%	▲5
計	362	447	81.0%	▲85

○表34 契約当事者の性別件数

契約当事者	29年度	28年度	前年度比	増減数
男性	177	232	76.3%	▲55
女性	161	182	88.5%	▲21
団体等	24	33	72.7%	▲9
計	362	447	81.0%	▲85

○表35 相談者の年代別件数

相談者	29年度	28年度	前年度比	増減数
20歳未満	2	8	25.0%	▲6
20歳代	52	63	82.5%	▲11
30歳代	90	96	93.8%	▲6
40歳代	83	99	83.8%	▲16
50歳代	51	74	68.9%	▲23
60歳代	26	40	65.0%	▲14
70歳以上	8	12	66.7%	▲4
その他・不明	50	55	90.9%	▲5
計	362	447	81.0%	▲85

○表36 契約当事者の年代別

契約当事者	29年度	28年度	前年度比	増減数
20歳未満	3	10	30.0%	▲7
20歳代	56	68	82.4%	▲12
30歳代	87	92	94.6%	▲5
40歳代	77	87	88.5%	▲10
50歳代	42	67	62.7%	▲25
60歳代	27	38	71.1%	▲11
70歳以上	15	21	71.4%	▲6
その他・不明	55	64	85.9%	▲9
計	362	447	81.0%	▲85

○表37 契約・購入金額別相談件数

契約購入金額	29年度	28年度	前年度比	増減数
1万円未満	71	65	109.2%	6
1万円以上～5万円未満	54	67	80.6%	▲13
5万円以上～10万円未満	21	26	80.8%	▲5
10万円以上～50万円未満	46	49	93.9%	▲3
50万円以上～100万円未満	9	4	225.0%	5
100万円以上～500万円未満	6	20	30.0%	▲14
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	0	2	0.0%	▲2
1億円以上	0	0	-	0
不明	154	212	72.6%	▲58
平均金額 (円)	186,637	528,551	35.3%	▲341,914

※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	29年度	28年度	前年度比	増減数
安全・衛生	18	27	66.7%	▲ 9
品質・機能	95	105	90.5%	▲ 10
法規・基準	14	10	140.0%	4
価格・料金	56	97	57.7%	▲ 41
計量・量目	2	0	-	2
表示・広告	96	96	100.0%	0
販売方法	178	245	72.7%	▲ 67
契約・解約	288	338	85.2%	▲ 50
接客対応	129	197	65.5%	▲ 68
包装・容器	0	0	-	0
施設・設備	0	0	-	0
買物相談	0	0	-	0
生活知識	0	0	-	0
その他	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	29年度	28年度	前年度比	増減数
1	デジタルコンテンツ	32	40	80.0%	▲ 8
2	インターネット接続回線	15	26	57.7%	▲ 11
2	エステティックサービス	15	5	300.0%	10
4	移动通信サービス	14	24	58.3%	▲ 10
5	食料品(健康食品以外)	11	11	100.0%	0
5	健康食品	11	14	78.6%	▲ 3
5	賃貸アパート	11	15	73.3%	▲ 4
8	化粧品	9	8	112.5%	1
9	履物	7	1	700.0%	6
9	自動車	7	12	58.3%	▲ 5

○表40 商品・役務別相談件数【項目別分類】

商品・役務	29年度	28年度	前年度比	増減数
商品一般	12	20	60.0%	▲ 8
食料品	22	25	88.0%	▲ 3
住居品	17	15	113.3%	2
光熱水品	2	3	66.7%	▲ 1
被服品	19	19	100.0%	0
保健衛生品	9	11	81.8%	▲ 2
教養娯楽品	45	43	104.7%	2
車両・乗り物	9	19	47.4%	▲ 10
土地・建物・設備	10	11	90.9%	▲ 1
他の商品	1	1	100.0%	0
商品計	146	167	87.4%	▲ 21
クリーニング	2	1	200.0%	1
レンタル・リース・貸借	15	20	75.0%	▲ 5
工事・建築・加工	4	9	44.4%	▲ 5
修理・補修	5	6	83.3%	▲ 1
管理・保管	2	3	66.7%	▲ 1
役務一般	0	1	0.0%	▲ 1
金融・保険サービス	18	17	105.9%	1
運輸・通信サービス	82	124	66.1%	▲ 42
教育サービス	1	1	100.0%	0
教養・娯楽サービス	28	27	103.7%	1
保健・福祉サービス	24	16	150.0%	8
他の役務	28	33	84.8%	▲ 5
内職・副業・ねずみ講	4	11	36.4%	▲ 7
他の行政サービス	3	4	75.0%	▲ 1
役務計	216	273	79.1%	▲ 57
他の相談	0	7	0.0%	▲ 7
計	362	447	81.0%	▲ 85

第4章 消費者啓発事業の概要

1. 大阪府消費者フェア 2017 の開催

「楽しく学ぼう 消費者フェア 2017～未来を拓く 消費者市民社会～」をテーマに、府内消費者団体、事業者団体、行政の参加・協力を得て、商品や役務並びに時事的な消費者問題等に関する調査・活動の成果をパネル展示等により発表した。

テーマ：楽しく学ぼう 消費者フェア 2017～未来を拓く 消費者市民社会～ 期 間：H29. 11. 3 ところ：大阪府咲洲庁舎 2 階 エントランスホール 参加延人数：3, 178 人		
とき	内容	参加者数
H29. 11. 3	<ul style="list-style-type: none"> ・ステージプログラム（寸劇、コント、活動紹介、お楽しみ抽選会など） ・手づくり・遊びコーナー（クイズ、手作り教室など） ・パネルコーナー（調査・研究成果のパネル展示など） ・情報コーナー（クイズ・パネル展示など） 	3, 178 人

○消費者団体の調査・活動パネル展示

	団 体 名	テ ー マ
食	茨木市消費者協会	「健康食品」とは
	大阪府消費生活リーダー会	食品ロスを減らそう！
	大阪府地域消費者団体連絡会	加工食品について
	かわちながの消費者協会	“パーム油” ってどんなもの？
	全大阪消費者団体連絡会	消費者の目&声で大阪府食の安全安心推進計画を
	とよなか消費者協会	アクリルアミドの低減について
	寝屋川市消費者協会	全国各地の緑茶について
	守口市消費生活リーダークラブ	「食品ロス」を減らそう
くらし	内閣総理大臣認定・適格消費者団体・特定適格消費者団体 NPO 法人消費者支援機構関西 (KC 's)	もう泣き寝入りはいらない！ 消費者被害回復致します
	NPO 法人消費者情報ネット	私にぴったりの自転車向け保険はどれ？
	NPO 法人日本主婦連合会	健康な住い！ 住環境を見直して病気のリスクを減らそう
	NPO 法人住宅長期保証支援センター	住まいの維持管理&戸建住宅の修繕費の準備
	大阪友の会	非常食をローリングストックで備える
	岸和田市消費生活研究会	高齢者の日常生活について
	公益社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会西日本支部	NACS の活動紹介（学校教育を中心に）
	高槻市消費者団体連絡会	身近に起こる介護の課題を学ぼう！ ～知ることで活かそう～
	八尾市消費者問題研究会 八尾市食生活改善推進協議会	すてるゴミから生かすゴミに
環境	NPO 法人関西消費者連合会	空気の汚れを考える

2. 消費者問題講演会（年1回）

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

実施日	テーマ	講師	参加者数
H29. 5. 25	「その話、ホントに信じていいの？～非科学的な情報はなぜなくなるらないか～」	大阪大学 サイバーメディアセンター 教授（物理学） 菊池 誠	115人

3. 消費のサポーター養成講座・更新講座

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

◇実施回数 1回 ◇平成29年度サポーター登録者数 157人

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

◇実施回数 3回

4. 高齢者向け「消費者問題ミニ講座」への講師派遣

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

◇実施回数 168回 ◇受講者数 6,391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 2,772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 434人

6. 夏休み若者向け特別啓発事業

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「笑いDE学ぶ消費者トラブルHS（ハイスクール）編」		
期 間：H29. 8. 14		
ところ：イオンモール堺北花田		
参加者数：456人（うち着席者99人）（立ち見あり）		
とき	内容	参加者数
H29. 8. 14	<ul style="list-style-type: none"> ・漫才 ・コント・解説「マルチ商法、モデル・タレント契約、キャッチセールス・デート商法」 ・消費者トラブルに関するクイズ「もずやんといっしょ！」 ・パネル展示・リーフレット配付 	456人

7. 消費者問題見守り講座

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

◇実施回数 20回 ◇受講者数 725人

8. 情報収集及び提供

消費生活に関する種々の資料を収集整理し、センター各事業に活用するほか、消費者の利用に

供した。また、生活情報誌「くらしすと」及び啓発資料を発行し、情報の提供に努めた。

(1) 専門資料コーナーの運営

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

資料分類	28年度	29年度	29年度末総計
大阪府資料	125 (20)	131 (102)	13,477
他府県資料	89 (37)	83 (27)	16,465
国の資料	78	76	11,184
業界等資料	186 (1)	141	45,905
消費者団体資料	146	143	10,870
新聞等	331 (264)	336 (311)	4,878
雑誌	24	21	6,159
書籍	9	4	5,054
計	988 (322)	935 (440)	113,992

()は廃棄件数

(2) 消費者情報の提供

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

ア 大阪市と共同で「くらしすと」を発行（平成19年5月創刊）

年4回（A4版 4ページ）・30,000部/回

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

配布先：消費者団体、府の各種窓口、行政機関、教育機関等

イ 啓発資料の発行

- | | |
|------------------------|----------------|
| ① 「あまーい誘いにご用心！」 | 92,000部（29年度版） |
| ② 「どうする？君なら」 | 95,000部（29年度版） |
| ③ 「府内消費生活相談窓口」 | 3,000部（改訂版） |
| ④ 「契約名人」 | 1,000部（改訂版） |
| ⑤ 「撃退！悪質商法！」 | 3,000部（改訂版） |
| ⑥ 「次世代育成のための消費者教育の手びき」 | 2,000部（改訂版） |
| ⑦ 「くらしすと」（点字啓発資料） | 200部×4回 |

ウ 府政だより（保存版）の発行

平成29年10月に発行した府政だ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278万部）。また、これを活用して啓発用リーフレット（50,000部）を作成した。

(3) 教材の貸出

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

	視 聴 覚 教 材			展 示 用 パ ネ ル 等		
	件数	本数	利用人数	件数	枚数	利用人数
教育関係	20	52	3,126	—	—	—
行政関係	5	6	438	2	4	400
業界関係	15	34	648	—	—	—
消費者団体	9	20	315	2	14	1,700
個人	4	17	16	—	—	—
合計	53	129	4,543	4	18	2,100

(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/>>>

	H27年度	H28年度	H29年度
利用件数	32,812件	31,208件	26,827件
月平均	2,734件	2,600件	2,236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 819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 8回実施

放送日	内 容
H29. 4. 25	消費者月間と大阪府市連携消費者月間講演会のお知らせ
H29. 6. 6	高齢者のインターネットトラブル
H29. 7. 4	若者によくある消費者トラブルと高校生向けのイベント
H29. 8. 22	平成 28 年度 大阪府消費生活相談概要
H29. 10. 3	大阪府消費者フェア 2017 について
H29. 11. 7	新聞の契約トラブルについて
H29. 12. 12	LEDランプと証明器具について
H30. 2. 6	消費生活相談の特徴 インターネット関連のトラブルを中心に

第5章 商品テストの概要

1. 商品テストのあらまし

消費者から寄せられた相談・苦情処理のための商品テストを行った。商品テスト件数は17件で、前年度25件より8件減少した。また、技術相談件数は263件で、前年度261件とほぼ同数であった。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、8件、そのうち4件がクリーニングに関するものであった。

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

(1) 商品テスト及び技術相談

商品テスト全体17件のうち、被服品が8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2件、破れ、風合い変化など外観に関するものが5件、その他1件であり、被服品のうちクリーニングに関係するものは4件であった。また、危険・危害に関する商品テストは全体17件のうち5件を受付けた。

(1)平成29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			
	29年度	28年度	29年度	28年度	29年度	28年度	29年度	28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	1 (1)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	17 (11)	18 (13)
住居品	3 (1)	5 (2)	0 (0)	1 (0)	2 (0)	3 (1)	67 (37)	76 (37)
光熱水品	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	1 (0)	0 (0)
被服品	8 (6)	11 (4)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	89 (58)	99 (59)
保健衛生品	3 (1)	1 (1)	2 (1)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	26 (5)	13 (7)
教養娯楽品	2 (1)	4 (1)	0 (0)	0 (0)	1 (0)	1 (0)	31 (18)	32 (13)
その他	0 (0)	4 (0)	0 (0)	1 (0)	0 (0)	2 (0)	32 (21)	23 (6)
計	17 (10)	25 (8)	2 (1)	2 (0)	3 (0)	6 (1)	263 (150)	261 (135)

()は大阪市を除いた件数

(2) 平成29年度 商品テスト事例(抜粋)

品目	品名	テスト依頼内容	テスト結果
B 食料品	みかん	<p>新聞広告では、きれいなミカンの写真があり、「糖度11度」となっていた。「もぎたて」と表示されていた。昨日商品が届いたが、茶色く変色したり、カビが生えたものが混じっていた。食べてみると、全く甘くなく苦かった。新鮮さがなく、もぎたてとは思えない。販売業者の規約では、「商品に不具合があった場合には、商品到着後2日以内に連絡」とあったので、返品を申し出たが断られた。一度商品を確認してほしい。</p>	<p>外観観察の結果、販売できない商品とは断定できなかった。</p> <p>店頭販売であれば、消費者が購入時に外観を見て購入したいかどうか判断できる。しかし、通信販売では、購入したいと思うか否かは広告のみが判断基準となる。</p> <p>今回の新聞広告には、商品に同封されていたチラシに記載されているような内容「黒点や傷は農薬を使わず太陽をたくさん浴びて育った美味しい柑橘の証。」「糖度や酸度チェックを行い合格した物だけを出荷しています。」「みかんはS～Lサイズ。お客様のイメージと違う場合がございますが、JA規格に基づいて出荷しております。」ということ記載されていなかった。黒点や傷のないみかんの写真が掲載されている広告を見て購入していることから、消費者にとっては実際の商品と写真のイメージが違うと感じる場合もあると思われ、広告には、同封されてきたチラシにある様な商品の説明が記載されるべきと考える。</p> <p>以上を販売事業者に伝えたところ返品が受け付けられた。</p>
C 住居品	カセットコンロ	<p>マグネット式のカセットコンロを購入し、使おうとしたがカセットボンベがなかなか装着できない。やっと装着できたと思って点火つまみを回そうとしたら、ガスが漏れていたのか、ボンと音が鳴って20cm位の炎が一瞬上がった。炎はすぐに消えたが怖かった。</p> <p>販売店へ持参し、ボンベが装着できないと伝えたところ、店員が「力を入れればカチッとはまる」と言って装着して見せた。「大丈夫」と言われたので、同じカセットコンロをもう1台購入し、2台とも使っていた。(調理に使っている。)ところが1台目は、ガスボンベを3本ほど消費したところで、また、装着できなくなった。装着できたと思って1秒後にはずれる。後で購入した商品は、装着したがはずれない。商品(装脱着する部分)に問題があると思う。危険なので調べてほしい。</p>	<p>当センター内でモニターテストを実施した結果、相談者申し出のようにボンベの装着が困難であった。そのため、独立行政法人国民生活センター(以下国センという。)にテストを依頼した。</p> <p>国センでもモニターテストを実施した。モニターによってはカセットボンベの取り付けに手間取ることがあったり、取り外しにくくなったりすることがあったものの、JISに基づく反復使用試験で繰り返し6000回の取り付け・取り外し操作を行った後も、使用上に支障はなく、カセットボンベに問題があるとは言えないと結果が出た。また、相談者の使用方法がボンベの取り付けを困難にさせた可能性もあるとのことだったが、簡単に取り付け困難になるような商品はやはり、危険を伴うので、メーカーにはより安全な構造に改良を望むところである。</p> <p>以上から、相談員が事業者へ、より安全な構造に改良してほしいと要望した。</p>
C 住居品	保温ステンレスボトル	<p>粉ミルク調乳用の保温ステンレスボトル。取扱説明書どおりの使用なのにすぐに湯が冷め役立たない。</p> <p>5ヶ月前、子供用品専門店で粉ミルク調乳用に購入し2ヶ月後に開封して使用した。湯を入れたが、手に持たないほど熱くなった。外出先で冷めており保温できていないことが分かった。購入後、外箱を捨てたため保温用だったかどうか確認できず自分が間違えて購入したと思い込んでいた。後日同店で同じ商品が売られていたので外箱を見ると「保温保冷」の表示があることに気づいた。すぐ、店員に事情を説明し、熱くなって持てないくらいの商品なので危険だ、撤収するよう伝えた。現物を調べたいと言われたので、自宅で見つけた取扱説明書と一緒に相談品を持参した。商品は落としたりしていない。結果を聞くため販売店に行ったところ、「相談品に破損はなかった」とことや「テストしたけど普通ですよ。熱くなると言っても熱湯を入れれば少しくらい温かくなる。普通ですよ。本社の商品開発部でもこれくらいは普通だと言っている」と何度も「普通」を繰り返し言われた。</p> <p>自宅で取扱説明書どおりの温度変化をテストしたところ、取扱説明書は室温20度で4時間程度、70度以上をキープできると表示があるが、室温27度程度で3時間後は41度だった。</p>	<p>簡易で湯温を測定した結果、4時間後の湯温は39℃であった。また、70℃を保持していたのは40分で、表示に記載の「4時間で70℃を保持(目安)」とは大きく差があった。</p> <p>また、本体外側についても60℃を超え、熱くなった。以上から真空が保たれていない可能性が考えられる。</p> <p>真空が保たれていない原因について、外観観察において落下やぶつけたりした痕跡は認められなかったことから不明であるが、他に同様の申し出がなければ単品不良の可能性が考えられる。</p> <p>再度販売店が調査した結果、相談品の不良が製造起因であることが確認された。</p>

品目	品名	テスト依頼内容	テスト結果
C 住居品	クッキングヒーター	<p>2年前購入したクッキングヒーターのコード。中央部分15センチ程の被膜がはがれた。</p> <p>ガスコンロの上に台を置き、その上にクッキングヒーターを設置。コードの中央15センチ程の部分の被膜がはがれた。コードを巻き付けたりはしていない。水等がかかる場所でもない。危険なので原因を知りたい。2, 3日に1回、平均で、15～20分ぐらいの使用。また、コードは延長コードにつないで使用していたが、使用していない時は、軽く丸めて横(家具の隙間)に置いていた。家具の端がざらざらで、その凹凸と擦れたことによってコードがボロボロになっているのかと思い、周辺をよく見てみたが、そのような場所は見当たらなかった。</p> <p>相談者が持ち帰りを希望したため、商品を預かることができず、外観観察のみ実施した。</p>	<p>外観観察の結果、コード被覆の劣化と考える。劣化の原因として、一般的には① 長期使用による劣化、② 使用環境によって劣化が促進した、③ 商品の不具合の3つの原因が考えられる。① について、相談品は約2年の使用であり、長期とは言い切れない。② について、相談者の申し出によると、火気、湿気のない環境で使用していた、過度に摩擦された等の状況もないとの申し出から、②が原因とは断定できない。③ について、相談品を製造事業者はまだ確認していないことから、同種の申し出等の情報があつたかどうか、不具合があつたかどうかについては現時点で特定できない。</p> <p>後日、相談者が製造事業者へ相談品を持参すること、現時点では原因不明ではあるが、相談者の申し出の環境においては、特に劣化を促進する要因がないことから、コードの被覆の製造が古いか、被覆の樹脂が劣化しやすいものであつた可能性も考えられる。</p>
E 被服品	リュック	<p>購入してから間もないリュックの肩ベルトの付け根の縫製が解けた。</p> <p>約2週間前に購入し、ほぼ毎日通勤に使用していた。2日前、肩ベルトの付け根の縫い目がほとんど解けかけていることに気付いた。メーカーのホームページを見ると、不良品は店舗に申し出るように記載があつたので、店舗に架電すると、すぐに交換すると言ってくれた。人気のある商品なので、情報提供したい。</p>	<p>リュックの右肩ベルトの付け根部分について、縫製の糸が解れているのが認められた。</p> <p>肩ベルト自体は破損しておらず、また、肩ベルトの合成皮革が強い力で引っ張られたような、例えば針穴の破れ等は確認できないことから、縫製不良の可能性が考えられる。</p>
E 被服品	ワンピース	<p>買ったばかりのフォーマルワンピースを一度着用した時にスカート部分に壁に擦れたような汚れをつけてしまった。自分で濡れたタオルで叩いたが取れなかったのでクリーニングに染抜きを依頼した。クリーニング店では、「その様なものだったら除去できる」と言われた。</p> <p>戻ってきたものを確認すると、その部分が白く色落ちしていた。クリーニング店は「通常の染抜きで色落ちするのはおかしい」、「生地の問題がある」と考え、ワンピースの製造業者に連絡して生地のテストをしてもらった。製造業者からは生地には問題は見当たらなかったと回答が返ってきたという。クリーニング店は生地には問題があると言ひ、製造業者は生地には問題ないと言う。どうすればいいか。</p>	<p>外部に依頼した生地の品質検査の結果、試験項目において生地の品質不良は認められなかった。</p> <p>クリーニング事業者は生地の品質に問題があつたためシミとなつたとの主張であるが、クリーニング染色堅牢度の検査において、取扱絵表示どおりの石油系ドライクリーニング、及び石油系よりも洗浄作用の強い溶剤(パークロロエチレン)による検査においても生地に変退色は認められなかった。よって、通常のドライクリーニング処理で変色する可能性は低いと考える。</p> <p>また、相談者の「スカート部分を汚してしまい、自分で濡れたタオルで叩いたが取れなかったのでクリーニングに染抜きを依頼した」という申し出から、摩擦堅牢度試験で摩擦した後の変色を確認したが、著しい変色は確認されなかった。拡大観察においても、摩擦による表面の毛羽立ち等は認められなかったことから、摩擦作用によりシミとなっているとは考えにくい。</p> <p>以上から、クリーニング前のシミの状況は不明ではあるが、クリーニングのしみ抜き処理により変色が発生した、或いはしみを除去できなかった可能性が考えられる。</p>

品目	品名	テスト依頼内容	テスト結果
E被服品	ダウンジャケットのクリーニング	<p>2年前、9万円で購入した黒のダウンジャケット(素材はポリエステル85%、綿15%)を初めてクリーニングに出した。1シーズンしか着ていない。割増料金で丁寧にクリーニングすることを依頼した。クリーニングの受け付けで確認した時は破れはなかったが、工場から「白けがある」と連絡があった。心当たりがあったのでとにかく丁寧に扱うことをお願いしたが、穴があくとは思っていなかった。</p> <p>戻ってきたものは、袖口など全体が白っぽくなり、袖口に1.2ミリほどの穴が開いて中の白い生地が見えていた。タグを見ても、特に破れの記載はなく、再度引き取ってもらった。後日謝罪もなく、「生地がもともと傷んでいたからだ。検査機関に出します。センターに連絡してください。クリーニング代は返します。」と言われた。なかったシミができたと言えど「やり直します。」と言われたが断った。商品を見てほしい。</p>	<p>外観観察の結果、袖口に擦れによる白化、擦り切れが認められることから、着用中の摩擦により生地が弱くなっていたところにクリーニングの洗浄時の物理的作用が加わり、顕在化して、穴があいたと考えられる。</p> <p>クリーニング処理が不適であった可能性について、袖の内側や脇線、ポケット口なども摩擦による生地の白化が認められるが、袖口ほどの白化ではないため、クリーニングの物理的作用のみでも若干白化が発生する可能性はあるものの、袖口は、他の箇所比べて着用中の摩擦が多く、白化が目立ったと考えられる。</p> <p>また、相談者の申し出によると、クリーニング処理前に工場から「白けがある」と連絡があったとのことだが、その際に袖口の“破れる可能性”について相談者に伝えるべきであった。</p> <p>商品の寿命については“当社の製品は30～40年以上使い続けられることも珍しくありません”と輸入元のホームページに記載されていることからすると、1、2年で“寿命”となる仕様ではないと思われる。今回の擦り切れの主な原因は着用と考えられるが、着用がほぼ1シーズンのみであることから、今回の商品については擦り切れが発生しやすい生地、仕様であった可能性もある。また、黒色であれば目立ち易い。輸入元に同様の申し出があれば、製品の仕様に問題があったとも考えられる。ただし、輸入元、製造事業者が当該商品の寿命については2年程度としているのであれば、製造上の問題は指摘できないものの、ホームページ上の記載とイメージは異なると考える。</p>
E被服品	紳士用ズボン	<p>3ヶ月程前に購入した夫のズボンが、前後同じ箇所に穴が開いていることに、洗濯後気が付いた。穴は2cmほどの楕円形で、綿とポリウレタンの生地の綿だけが無くなり、ポリウレタンだけが残っている。3回ほど着用し、3回洗濯し、3回目の洗濯で突然このような穴が開いた。洗剤は液体洗剤で、漂白剤等は使っていない。夫は穴の原因になるようなことについて覚えはないと言う。</p> <p>知人に、布に何かが混入して洗濯をしているうちに溶け出したのではないかと言われた。販売店に申し出て、メーカーに穴の原因を確認してもらった。しかし、メーカーではこのような現象の事例はないとの回答で、原因はわからなかった。穴の原因が何なのか調べてほしい。破壊は不可。</p>	<p>外観観察の結果、穴あきは3回目の着用後、ズボンを脱ぎ、膝付近から半分折り畳んで平らに置いていたところ、上から薬品のような物質が付着し、洗濯によって穴があいたと考えられる。</p> <p>付着物質について、一般家庭で使用される薬品で、綿繊維を損傷するものとして、トイレタリー洗剤、カビとり洗剤、排水パイプ洗浄剤、自動車等のバッテリー液(硫酸)などが挙げられる。相談品のように比較的広範囲で、さらに、右脚前→右脚後ろ→右後ポケットと浸透し、完全に綿繊維が脱落してしまうほどの影響を及ぼすものとしては、高濃度の硫酸の可能性が高いと考える。硫酸が付着する状況としては車やバイクのバッテリーを触っている時に、硫酸が飛び散った、ということがよくある事例ではあるが、今回の相談品の状況(折り畳んだ状態)には当てはめ難く、いつ、どのような薬品が付着したかの特定は難しい。</p> <p>薬品の付着した時期について3回目の着用後から3回目の洗濯前の間である可能性が高い。仮にズボンの購入前、或いは1回目、2回目の着用前後の脱衣時に付着していたとすれば、かなり高濃度の付着物(上述)のため、1回目、2回目の洗濯後、生地に変化や損傷など、変化が現れた可能性が考えられる。</p> <p>また、それらの変化については、ズボンの裾付近であることから靴を履く際に気が付く可能性も十分考えられる。変化がなく、3回目で発生したとすると、3回目の着用後に何らかの薬品等が付着したと考えられる。</p>
E被服品	パジャマ	<p>カタログ通販で綿100%の上下セットのパジャマを購入した。ズボンは綿100%ではないと思う。肌が弱いので、綿100%の製品だけ着るようにしているため、カタログを見て綿100%のパジャマを注文した。上衣(黄緑色)には綿100%の表示があるが、ズボン(黒色)には表示がない。着用前に洗濯し、たたもうと広げると、静電気がバチバチと起き、埃もいっぱいついてきた。販売店に苦情を申し出ると「商品を送ってくれたら調べる。」とのことだが信用できない。消費者センターで調べてほしい。</p>	<p>簡易繊維鑑別試験の結果から、ズボンの組成については、綿100%の可能性が高い。</p> <p>静電気が発生した理由について、一般的には空気の乾燥や、他の衣類との摩擦が考えられる。相談者は綿100%のみの着用・洗濯しているとのこと、詳細は不明ではあるが、生地の加工剤や仕上剤が影響している可能性も考えられる。ズボンに組成表示が縫い付けられていないこと、カタログに表示がないことについて、消費者庁へ確認したところ、相談品の寝衣のように常に上下セットで使用・洗濯されることが想定されるもので、上衣とズボンが同一の素材であれば一括表示で問題なく、家庭用品品質表示法違反とはならない、とのことだった。</p>

品目	品名	テスト依頼内容	テスト結果
E 被服品	下着	<p>百貨店で買った高級下着が、一度洗濯ただけで生地がほつれて穴が広がった。苦情を申し出たが対応が悪い。</p> <p>2重メリヤス織のシャツとズボン下とパンツを買った。シャツとズボン下を着て洗ったところ、ズボン下の太ももの外側の生地がほつれ、穴が開いていた。百貨店からメーカーに問い合わせた結果、「ネットに入れていなかったから」と言われたが、ネットに入れていると伝えたところ、再度問い合わせたらしく、次は「酵素入りの洗剤を使ったから溶けた」と言われた。ズボン下といっしょに洗ったシャツは何の異常もなく、納得いかないのを見てほしい。</p>	<p>取扱い表示に“コウソ洗剤使用不可”“中性洗剤(ウール用洗剤)使用”と記載されているが、相談者は酵素入りのコンパクト洗剤を使い、1回洗濯したことから、相談者の誤使用である。ただし、1回のみ洗濯で著しく編み組織が乱れるような作用、洗剤濃度であった場合、他の箇所、商品全体への影響(生地が薄くなる、強度が低下する、脆化する、小さい穴が多数開く)もあると考えられる。今回、新品と申し出品の生地の強度変化(破裂強度)は確認できず、また、そのような影響は目視においては確認できなかったことから、洗剤が原因となったとは断定できなかった。</p> <p>洗剤以外の原因としては、引っ掛け、編み目の不良が考えられる。</p> <p>引っ掛けについて、例えば、洗濯の際、洗濯ネットには入れたがネットのファスナー部分と引っ掛かっていた、洗濯後干す際に洗濯ばさみに引っ掛けてしまった、着用、脱着の際ズボンのファスナー等と引っ掛かってしまったが気付かずに洗濯した等の原因が一般的には考えられる。また、編み目の不良について、編み立ての際、編み目が正常でなかった可能性も考えられる。例えば、たまたま糸の継ぎ目があり、洗濯・着用により解けた、酵素入り洗剤を使用したことにより弱くなったことで編目が外れた、というケースも考えられる。</p>
F 保健衛生品	湯たんぽ	<p>湯たんぽ(湯たんぽが変形しないと説明されている空気が出入りするタイプ)で、左足の甲を火傷した。皮膚科を受診したが、一週間後に右足裏を火傷した。当該湯たんぽには、空気の通り孔があり、湯を入れて使用する。呼吸するので満タンに湯を入れなくてよい商品である。湯たんぽの孔から熱いものが出たと感じたことがあった。右足裏は通院はしなくてよい程度に回復したが、左足の甲は低温やけどだと診断され、全治2か月であるとも言われている。当該湯たんぽは、付属の布とさらに、自前のフリースを巻いて利用している。就寝中も、寝床に入れて利用していた。空気の通り孔から熱い蒸気が出て火傷したのではないかと思うので調べてほしい。</p>	<p>相談受付センターから消費者庁へ重大事故通知をした。また、相談品にSGマークが付いていることから、相談者が製品安全協会へ調査を依頼したが、SGマーク被害者救済制度による賠償措置は実施できないと回答があった。相談者がさらにテストを希望したため、国民生活センターへ商品テストを依頼することとなった。</p> <p>調査結果から、相談品の孔から蒸気が出たことよって低温やけどになったとは特定できなかった。相談者の申し出では、蓋の孔から高温の蒸気が出て火傷になったとのことであったが、テストにおいて、蒸気の噴出や漏れは認められなかった。また、湯たんぽ本体の温度について、付属のカバーに入れた状態でも44℃以上となる部位もあり、低温やけどを引き起こす可能性はあるものの、参考品と明確な差異はなかった。“湯たんぽ”は商品の特性上、低温やけどを負うリスクがあることから商品の取扱説明書に、布団が暖まったら就寝する前に湯たんぽを取り出すことや、身体と同じ部位に触れ続けられない旨の使用上の注意が記載されている。相談者は、就寝中も、寝床に入れて利用していた、とのことから、気付かない間に湯たんぽに触れ続けた可能性が考えられる。</p>
F 保健衛生品	パーマメント液	<p>美容院でカットとパーマと毛染めをした。パーマ液をかけている際、背中に液が伝う感じがあったが、店員が何も言わないので、その時は気のせいかと思っていた。帰宅後、入浴時、服を脱ぐ際に背中に痛みを感じたので、脱いだ服をみると何かの汚れがあった。色はなかったもので、毛染めの染料ではなく、パーマ液だと思った。入浴後に絆創膏をはって就寝した。翌日は、祝日のため病院が休みであった。美容院も定休日だったので、連絡はできなかった。パーマの翌々日に皮膚科を受診し、飲み薬5日分とぬり薬を処方された。そのことを美容院へ申し出ると「パーマ液で炎症するとは聞いたことがない。見せてきて下さい」と言われた。謝罪の言葉がない上に店員が自宅へ見に来るならまだしも客に店に来いという言葉が非常に腹立たしい。料金の返金は求めないが、謝罪してほしい。パーマ液による頭皮の障害はないが、背中の汚れがパーマ液かどうか調べてほしい。</p>	<p>試験の結果、付着物質の特定は困難であった。但し、相談者の申し出および皮膚炎の発生状況から、美容院以外で申し出箇所に液剤が付着する可能性は考えにくく、特定はできなかったものの当該美容院の施術中(パーマ、ヘアダイ)の液剤付着により皮膚炎が発症した可能性が考えられる。</p> <p>美容院から入手したパーマ液を下着に滴下したところ、申し出部分と似たような現象となった。よって、パーマ液(1液・還元剤)が付着している可能性が考えられる。還元剤の定性試験を実施したが、申し出部分から還元剤は検出されなかった。ただし、何らかの要因で還元剤が失われている可能性もあり、パーマ液が付着していない、とは断定できなかった。</p> <p>家庭での着用中、背中・服の内側に液剤が付着する可能性については一般的には考えにくい。例えば背中が露出された状態で整髪料を使用し垂れて気付かなかったケースや、酸性、アルカリ性の物質(洗剤など)が背中につき、その上から下着を着用した、というようなケースが考えられるが、そのような状態が発生する可能性は低いと考える。今回は、美容院でのパーマ液等の汚染予防(首にタオルを巻くなど)がきっちりできていなかった、或いは首の動きにより隙間ができた、などが考えられる。</p>

品目	品名	テスト依頼内容	テスト結果
G 教養 娯楽品	水着	<p>1年前に購入した水着を洗うと生地に白い繊維のようなものが出る。業者に伝えたが問題ないとの回答があった。納得できない。</p> <p>これまでに10回ぐらいしか着ていない。1回あたり1時間程度の使用の後、毎回水道水で水洗いをし、塩素の臭いが強い場合はボディソープかシャンプーで洗っている。ほかにも同じ業者の水着を持っているが、こんな状態になったことはない。業者はポリウレタンの劣化だというのが納得できない。</p>	<p>外観観察の結果、“白い繊維のようなもの”はポリウレタンが脆化してポロポロになっていることが分かった。ポリウレタンの脆化が早期に発生する原因について、一般的には以下が考えられる。①商品の購入前から脆化・劣化していた。②使用により脆化・劣化した。③商品のサイズが身体に合っていない。①について、事業者への聴取から、同様の申し出もないとのことから、商品に元々不具合があった可能性は低い。また、相談品は春に発売され、同年の秋に購入されていることからすると、倉庫で長期保管される可能性も低く、購入前から商品が脆化・劣化していたとは言い難い。②について、ポリウレタンの性質上脆化・劣化は避けられない。A紫外線、B塩素、C汗・皮脂・ボディオイル、Dかび類の影響が原因で脆化・劣化が早期に発生しやすくなる。水着としてはAとBの可能性が高い。Aは塩素など他の要因との複合作用が加わる場合はさらに脆化・劣化を早める。Bについては、商品全体に強力低下を起こし、伸度疲労の大きい箇所は脆化に至る。脚部分の脆化については、伸度疲労の可能性が考えられる。また、背中部分の脆化については、水がよく通るため塩素によく曝されるため、脆化が促進された可能性も考えられる。また、濡れたまま長時間放置しておくことや、車のトランクなど高温になるところに放置しておくことは、脆化・劣化を早めると言われている。また、サウナ、ジャグジー、温泉などでの着用は熱でポリウレタンの脆化・生地の劣化を早めると言われている。③サイズの適合については、不明である。以上の事から、使用の仕方によりポリウレタンの劣化が進んだ可能性が高く、このことが原因となったと考えられる。</p>
G 教養 娯楽品	スマホ用の充電器	<p>半年ぐらい前に購入したメーカー純正の巻取り式の充電器を使用。コードを伸ばして、夜充電をしていた。朝、携帯電話を充電器から外して、充電器のACアダプターは壁のコンセントに刺したままにして、コネクタ側は床に放置したまま外出した。帰宅すると、コネクタ側の金属の部分が焦げ、白っぽいフローリングの床もその金属の形に焦げた。金属の周りの樹脂もとけていた。キャリアのお客様相談室に電話し、商品を送って調査してもらったところ、原因は、コネクタの端子が曲がっていて、ショートを起こしたためであると言われた。相談者は焦げたから曲がったのだと主張している。充電をしたままにして焦げるということは時々聞くが、充電もしない状態で焦げるのはおかしくないか。メーカーの説明に納得できない。コンセントはいろんな場所にさして使用していた。携帯電話の使用は1年未満であり、携帯電話には異常はなく、充電後使用できている。</p>	<p>国民生活センターへ調査を依頼した。調査結果は以下のとおりであった。①外観観察ではコネクタのシェルが屈曲しており、シェルの内部の樹脂は焼損していることが分かった。②X線CTではシェルは樹脂埋め込み部と露出部の境界で屈曲しており、内部の端子もシェルの屈曲の影響を受けて同じ方向に曲がっていた。コネクタのプラス(5V)端子はシェルに接触していたほか、マイナス端子の先端は切れてシェルに溶着していた。</p> <p>以上の結果から、コネクタが焦げた原因は、何らかの外力が加わりシェルが屈曲したことによって内部のプラス端子及びマイナス端子と接触し、シェルを介して電流が流れ続け発熱したためであると考えられる。</p>

(3) 平成29年度 大阪府内商品テスト事例研究会

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

	実施日	主なテーマ
第1回	6月22日(木)	<p>1 講演 「化粧品に関する基礎知識」 日本化粧品工業連合会 内山 理恵 氏</p> <p>2 テスト事例交換・質疑 「niteにおける事故相談事例の説明」 講師：(独)製品評価技術基盤機構 製品安全センター 吉田 利隆 氏 「骨盤ストレッチ枕の臭い」について 講師：(公財)関西消費者協会 相談グループ テスト担当</p>
第2回	10月12日(木)	<p>1 講演 「LEDランプ及びLEDを光源とする照明器具の使用上の注意点と事故例について」 (一社)日本照明工業会 技術部 部長 柳 正 氏</p> <p>2 テスト事例交換・質疑 「niteにおける事故相談事例の説明」 講師：(独)製品評価技術基盤機構 製品安全センター 岡田 有毅 氏 「アシスト比率が道路交通法の基準を超える電動アシスト自転車について」 講師：(公財)関西消費者協会 相談グループ テスト担当</p>

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

(4) 技術相談・商品テスト事例等の情報提供

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

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

発行月	テーマ
秋号 (11月)	○道路交通法の基準に適合しない電動アシスト自転車で公道を走行することは危険です
冬号 (2月)	○蛍光灯照明を長期間使用すると器具内の部品が経年劣化し、破損・発煙・発火することがあります

・NHK関西ラジオワイドへ出演し、製品の事故情報を発信。

放送日	テーマ
平成29年12月12日	○LEDランプと照明器具について

(5) 地域講座における消費生活製品の取扱に係る注意喚起等の啓発事業

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

開催日時	開催場所	テーマ
7月25日(火)	浪速区民センター	充電器の事故・取り扱いについて
10月24日(火)	阿倍野市民学習センター	ペット(犬や猫)による事故について
11月15日(水)	阿倍野市民学習センター	ポリウレタンの劣化について
12月14日(木)	難波市民学習センター	ドライクリーニングの事故について

参 考 资 料

大阪府内の主要消費者団体連合体の概要

(平成 30 年 4 月 1 日現在)

名 称	なにわの消費者団体連絡会	全大阪消費者団体連絡会
所在地等	〒542-0012 大阪市中央区谷町7-4-15 大阪府社会福祉会館 (大阪府生活協同組合連合会内) TEL : 06-6762-7220 FAX : 06-6762-7296	〒540-0026 大阪市中央区内本町2-1-19 内本町松屋ビル10 430 号室 TEL : 06-6941-3745 FAX : 06-6941-5699
代 表 者	代表幹事 千 神 國 夫 (大阪府生活協同組合連合会顧問)	事務局長 飯 田 秀 男
設立年月	平成 16 年 6 月	昭和 47 年 7 月
構成団体	大阪消費者友の会 生活協同組合コープこうべ 大阪府消費生活リーダー会 大阪府生活協同組合連合会 とよなか消費者協会 生活協同組合エスコープ大阪 (6 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 関西北陸事業連合 全大阪公営住宅連合会 全大阪借地借家人組合連合会 全大阪労働組合総連合 全国大学生生活協同組合連合会 関西北陸ブロック 全農林大阪分会 阪南大学生生活協同組合 民主法律協会 民放労連近畿地方連合会 (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

(平成 30 年 4 月 1 日現在)

	大阪弁護士会 (うち、消費者保護委員会)	(公社)消費者関連専門家会議 [ACAP: the Association of Consumer Affairs Professionals]	(公社)全国消費生活相談員協会 [JACAS: Japan Association of Consumer Affairs Specialists]	(公社)日本消費生活アドバイザー・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 7 階委員会部人権課	東京都新宿区新宿 1-14-12 玉屋ビル 5F	東京都中央区日本橋堀留町 2-3-5 グランドメゾン日本橋堀留 101	東京都渋谷区渋谷 1-17-14 全国婦人会館 2 階
構成員	大阪地裁管轄内に事務所を設ける弁護士 (全員) から、弁護士会会長が選任 (4575 名 : H30.4)	企業等に属して消費者問題に携わる事業者 (正会員 754 名 (581 社)、全会員 877 名 : H30.3)	消費生活センター等で消費生活相談業務等に従事している消費生活相談員 (約 1,963 名 : H30.4)	消費生活アドバイザーや消費生活コンサルタント等の資格保持者 (2,823 名 : H30.3)
	消費者保護委員会委員長 奥野 弘幸 (大阪弁護士会会長 竹岡 富美男)	特別顧問 高 巖 理事長 島谷 克史 (西日本支部長 岩井 清治)	会 長 金子 晃 理事長 増田 悦子 (関西支部長 澤村 美賀)	会 長 山本 和彦 副会長 高橋 徹 大石 美奈子 (西日本支部長 樋口 容子)
主な活動内容	消費者問題に関して消費者保護の立場からの、必要な調査・研究その他適切な処置 ・社会的に問題の大きい消費者問題に係る被害者説明会の開催 など (弁護団の結成は、各弁護士個人の活動であり、会としては行わない)	企業の消費者志向経営の推進と健全で安全・安心な消費社会の実現、消費者・行政・事業者の相互理解と信頼関係の構築 ・会員の資質向上 ・事業者の消費者志向経営の推進のための研修 ・消費者問題についてのシンポジウム等の開催 ・消費者教育・啓発活動の支援、情報提供 ・消費者問題等に関する調査・研究活動 ・消費者問題への適切な対応を図るための提言活動など	会員及び消費生活問題専門家の資質向上、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 ・消費者問題に関する調査研究活動 ・一般消費者向け啓発セミナーの開催 ・消費者問題への適切な対応を図るための提言活動 など
府との関係等	・府、市町村からの法律相談 ・事例研究会の実施 (S56.4 ~大阪府と共催)	・府センターが共同で使用している大阪市センター「くらしの広場エル」内に ACAP 消費者啓発資料常設展示コーナーを設置。大阪府消費者フェア等への参加。 ・H23.12 公益社団法人の認定 ・H24.4 登記完了	・H24.3 公益社団法人の認定 ・H24.4 登記完了	・H23.4 公益社団法人の登記完了

権限の一部が知事の自治事務となっている主要な法令の比較表

法律名	不当景品類及び不当表示防止法	割賦販売法	特定商取引に関する法律	ゴルフ場等に係る会員契約の適正化に関する法律	家庭用品品質表示法	消費生活用製品安全法	
所管庁	消費者庁	経済産業省・消費者庁	消費者庁・経済産業省	経済産業省	消費者庁・経済産業省	経済産業省・消費者庁	
目的	<ul style="list-style-type: none"> 不当な景品類及び表示による顧客の誘引を防止 一般消費者の利益保護 	<ul style="list-style-type: none"> 割賦販売等（割賦販売（前払式を含む）・ローン提携販売・信用購入あっせん・前払式特定取引）に係る取引の適正化及びその健全な発達 購入者等の利益の保護 商品流通の円滑 	<ul style="list-style-type: none"> 特定商取引（訪問販売、通信販売、電話勧誘販売に係る取引、連鎖販売取引、特定継続的役務、業務提供誘引販売、訪問購入に係る取引）の公正確保 購入者等の損害防止 商品流通、役務提供の適正円滑 	<ul style="list-style-type: none"> ゴルフ場等に係る会員契約の締結、履行の公正 会員の損害防止、利益保護 役務提供の適正円滑 	<ul style="list-style-type: none"> 家庭用品の品質表示適正化 一般消費者の利益保護 	<ul style="list-style-type: none"> 一般消費者の危害防止（生活上、特に安全性を要する製品について、製造及び販売を規制（PSCマーク表示、製品事故情報報告・公表制度、長期使用製品安全点検・表示制度）） 一般消費者の利益保護 	
規制対象	<ul style="list-style-type: none"> 全ての商品、役務 	<ul style="list-style-type: none"> 割賦販売、ローン提携販売 指定商品54品目（ミシンなど）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（38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。） ※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 	<ul style="list-style-type: none"> 〈個別信用購入あっせん業者に係るもの〉 申込み又は締結の勧誘を行う場所（訪問販売等の場合）、勧誘の相手方が勧誘を受けた場所（電話勧誘販売）が当該都道府県内であるもの 〈前払式特定取引業者に係るもの〉 その営業所及び代理店が一の都道府県内のみにあるもの 	<ul style="list-style-type: none"> 当該都道府県内の区域内において、特定商取引法の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。） 	<ul style="list-style-type: none"> 当該都道府県の区域内における会員制事業者又は会員契約代行者の業務に係るもの 	<ul style="list-style-type: none"> 〈立入検査以外〉 主たる事務所及び店舗が一の都道府県内のみにある販売業者（卸売業者を除く）〈立入検査〉 都道府県内にある販売業者（卸売業者を除く）の店舗、営業所、事務所又は倉庫 	<ul style="list-style-type: none"> 都道府県内にある販売業者
	内容	<ul style="list-style-type: none"> （H26.11.30まで） ・指示・措置請求・報告徴収、立入検査 （H26.12.1から） ・措置命令〔法第7条第1項〕 ・合理的根拠の提出要求〔法第7条第2項〕 ・報告徴収・立入検査〔法第29条第1項〕 ※改正法施行（H28.4.1）により条項変更（事務は変更なし） 	<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〕

<p>市町村移譲事務</p>	<p>内容</p>	<p>【大阪市、寝屋川市（H26. 10から）に移譲】 ・指示 ・措置請求 ・報告徴収、立入検査 ※改正法施行（H26. 12. 1）により廃止 【大阪市（H27. 1から）に移譲】 ・措置命令 [法第7条第1項] ・合理的根拠の提出要求 [法第7条第2項] ・報告徴収・立入検査 [法第29条第1項] ※改正法施行（H26. 12. 1）により新たに移譲 ※改正法施行（H28. 4. 1）により条項変更</p>				<p>【全市町村に移譲】 ※市についてはH24. 4～法定移譲 ・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>	<p>【全市町村に移譲】 ※市についてはH24. 4～法定移譲 ・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]</p>
<p>国の権限</p>	<p>権限</p>	<p>・措置命令 [法第7条第1項] ・合理的根拠の提出要求 [法第7条第2項・法第8条第3項] ・課徴金納付命令 [法第8条第1項] ・指導及び助言 [法第27条] ・勧告及び公表 [法第28条] ・報告徴収・立入検査 [法第29条第1項]</p>	<p>〈前払式業者に対する権限〉 ・許可 [法第11条、法第35条の3の61] ・契約締結禁止命令 [法第20条] ・改善命令 [法第20条の2] ・許可取消 [法第23条] ・各種届出の受理 〈その他業者に対する権限〉 ・標準割賦販売条件の告示 [法第9条] ・包括信用購入あっせん業者の登録 [法第31条] ・指定信用情報提供機関の登録 [法第35条の3の36] 等</p>	<p>・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]</p>	<p>・各種届出の受理 知事所管以外の事項に係る ・指示 [法第10条] ・業務停止命令・公表 [法第11条] ・報告徴収、立入検査 [法第17条]</p>	<p>・指示、指示に従わない業者の公表等 [法第4条] ・適正表示命令 [法第5条～7条] ・消費者からの申出の受理及び調査 [法第10条] ・報告徴収、立入検査 [法第19条]</p>	<p>・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</p>
<p>罰則</p>		<p>・措置命令違反…2年以下の懲役又は300万円以下の罰金 [法第36条] ・報告徴収、立入検査の拒否等…1年以下の懲役又は300万円以下の罰金 [法第37条]</p>	<p>・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</p>	<p>・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</p>	<p>・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]</p>	<p>・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]</p>	<p>・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]</p>



大阪府

大阪府消費生活センター 平成 30 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