

平成27年度
消費生活センター事業の概要

平成28年9月

大阪府消費生活センター

目 次

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

11. 消費者保護条例に基づく自主行動基準の策定・届出	14
12. 大阪府消費者行政推進事業	14
(1) 大阪府消費者行政活性化基金の造成、運用	14
(2) 消費者行政推進事業補助金	14
(3) 大阪府の地方消費者行政推進交付金活用事業	14
第3章 消費生活相談の概要	15
1. 消費生活相談のあらまし	15
(1) 消費生活相談件数と特徴	15
(2) 相談方法	15
(3) 相談者の性別・市町村別相談件数	16
(4) 契約当事者の性別・年代別相談件数	17
(5) 契約当事者の職業別相談件数	18
(6) 契約・購入金額別相談件数	19
(7) 商品・役務別相談件数	19
(8) 内容別相談件数	23
(9) 販売購入形態別相談件数	23
(10) 電子メール相談の概要	25
2. 危害・危険に関する相談	28
(1) 危害・危険に関する相談	28
(2) 危害・危険の内容別件数	28
(3) 危害・危険の品目別相談件数	29
(4) 商品が原因で拡大損害が発生した相談	30
資料編	31
第4章 消費者啓発事業の概要	48
1. 大阪府消費者フェア 2015 の開催	48
2. 消費者問題講演会	49
3. 高齢者向け「消費者問題ミニ講座」への講師派遣	49
4. 消費者教育講師派遣事業	49
5. 夏休み若者向け集中啓発講座	49
6. 消費者問題見守り講座	50
7. 情報収集及び提供	50
(1) 専門資料コーナーの運営	50
(2) 消費者情報の提供	50
(3) 教材の貸出	51
(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	51
第5章 商品テストの概要	52
1. 商品テストのあらまし	52
(1) 商品テスト及び技術相談	52
(2) 平成 27 年度商品テスト事例（抜粋）	54
(3) 平成 27 年度大阪府内商品テスト事例研究会	60
(4) 技術相談・商品テスト事例等の情報提供	61
□ 参考資料	
・ 大阪府内の主要消費者団体連合体の概要	62
・ 消費者問題に係る主な専門家団体の概要	63
・ 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	64

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 28 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

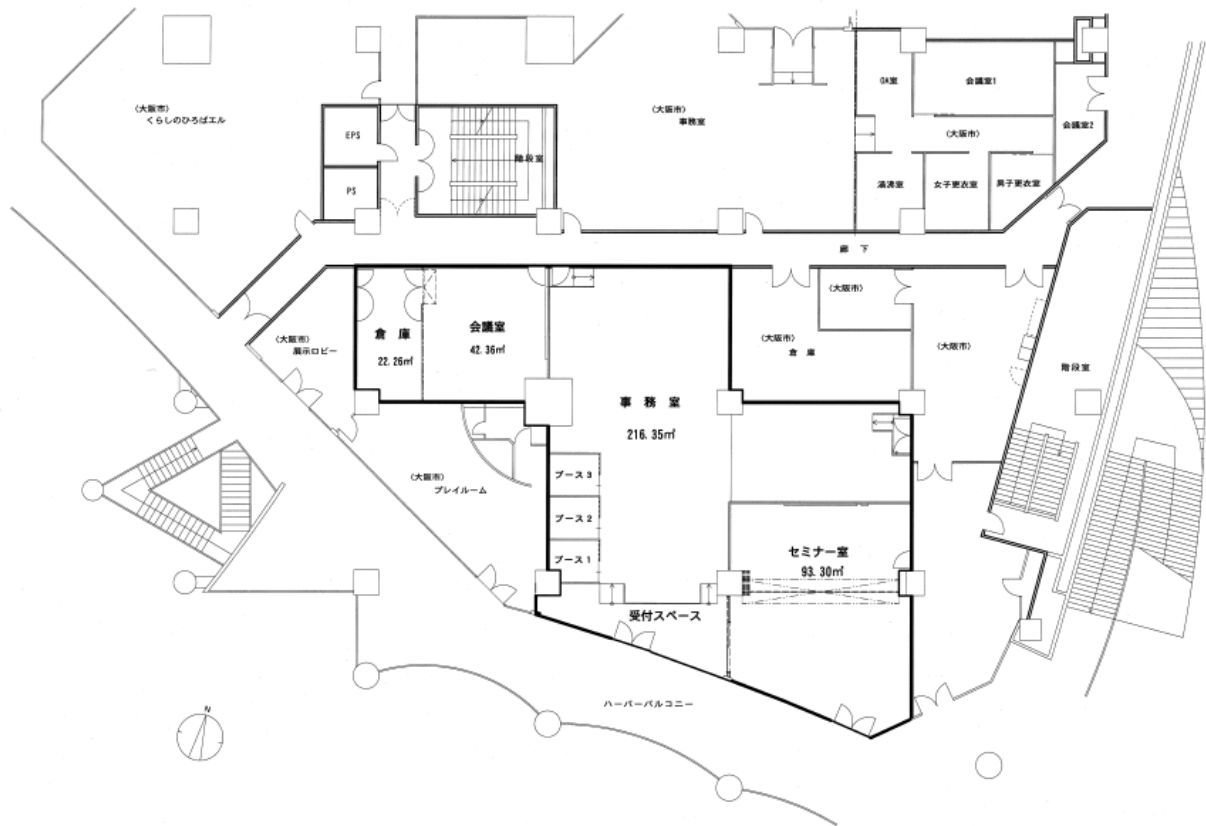
① 施設の規模

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 (H27. 9.30、H28. 3.29)

(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
H25	2件	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
		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	—	—
H27	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
H25	0件	0件	0件	6件
H26	0件	0件	1件	5件
H27	1件	0件	1件	2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
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)	
H27	0(0)件	0(0)件	8(2)件(表示8(2)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 事業者の関係法令の理解を深めることにより、不当な取引行為の未然防止、拡大防止、また、不当な表示等による顧客の誘引を防止し、消費者の適正な商品選択に資するため、関係法令等に関する事業者向け説明会を開催した。

開催日	主なテーマ	対象事業者	参加者数
H28. 1. 18 H28. 1. 19	・特定商取引法の目的 ・禁止行為等の行政規制 ・クーリング・オフ等の民事ルール等	大阪府内で通信販売、訪問販売、電話勧誘販売、特定継続的役務提供を行っている事業者及び団体	162名
H28. 2. 9	・課徴金制度について ・「事業者が講ずべき表示等の管理上の措置」について等	大阪府内で事業を行っている事業者及び団体	165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
H25	2件	1件
H26	2件	2件
H27	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

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 24 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
H25	91 店	63,863 点	99.99%
H26	77 店	59,563 点	99.99%
H27	82 店	61,416 点	100.00%

(3) 消費生活用製品安全法

府内全町村に平成 19 年 4 月 1 日より移譲済

(特例条例により移譲している事務)

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

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

◇参考：府内市町村が実施した立入検査等

年 度	特定製品			特定保守製品	
	立入店舗数	調査機種数	違反機種数	立入店舗数	違反件数
H25	54 店	506 点	0 点	0 店	0 件
H26	52 店	447 点	0 点	2 店	0 件
H27	52 店	594 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

(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 22 回 ◇相談件数 30 件

相談日	テーマ
H27. 4. 8	情報配信サービスのディーラー契約
H27. 5. 13	宗教団体の入会金
H27. 6. 10	祈祷サービスの契約
	墓地の購入
	公園墓地墓石の追加彫字
《緊急》H27. 6. 18	脳死状態における契約解除
《緊急》H27. 6. 25	健康食品のマルチ商法
《緊急》H27. 7. 2	SF 商法の健康食品購入トラブル
H27. 7. 8	競馬投資ソフトの契約
	競馬予想ソフトの解約
	クッキングヒーターの解約
《緊急》H27. 7. 31	冠婚葬祭互助会加入の解約
《緊急》H27. 8. 10	学生寮の退去
H27. 8. 12	ライブチケット購入条件付きボーカルレッスン契約
	紙おむつ転売ビジネスの解約

相談日	テーマ
《緊急》H27. 8. 18	冠婚葬祭互助会加入の解約
H27. 9. 9	美容外科で勧められた眼瞼下垂手術のキャンセル
	分譲地の管理費
	紙おむつ転売ビジネスの解約
《緊急》H27. 10. 9	詐欺被害救済契約の契約解除
《緊急》H27. 10. 20	ネックレス購入の返金
《緊急》H27. 10. 21	土地管理費請求への対応
《緊急》H27. 10. 27	未成年者契約の取消
《緊急》H27. 12. 11	バーチャル転売スクールの解約
《緊急》H27. 12. 11	合意書の内容
《緊急》H28. 1. 7	借入金譲渡先からの督促
《緊急》H28. 1. 26	表具店との契約トラブル
《緊急》H28. 2. 25	起業家育成プログラム受講契約の解約
H28. 3. 9	納骨壇使用契約
	ケーブルテレビ回線契約

(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 11 事例

実施日	テーマ
H27. 4. 23	就職セミナーにおけるトラブル事例
H27. 5. 21	リフォーム詐欺の事例
H27. 6. 18	磁気治療器レンタルリース契約に関するトラブル事例
H27. 7. 16	先物取引被害
H27. 9. 17	割販法改正動向及びイシューにおける相談苦情対応の状況について
H27. 10. 22	芸能プロダクションの入所契約のクーリング・オフの事例
H27. 11. 19	マイナンバー制について
H27. 12. 17	ホームページ作成システム利用ライセンス契約を締結させられた事例
H28. 1. 12	改正・電気通信事業法（平成 27 年改正）
H28. 2. 18	倒産会社の事業承継をした会社からの請求に対する対応
H28. 3. 17	破産申立書

(3) 府消費生活相談窓口の高度化・専門化事業

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

◇実施回数 12 回 ◇参加人数 131 人

(4) 消費生活情報の提供

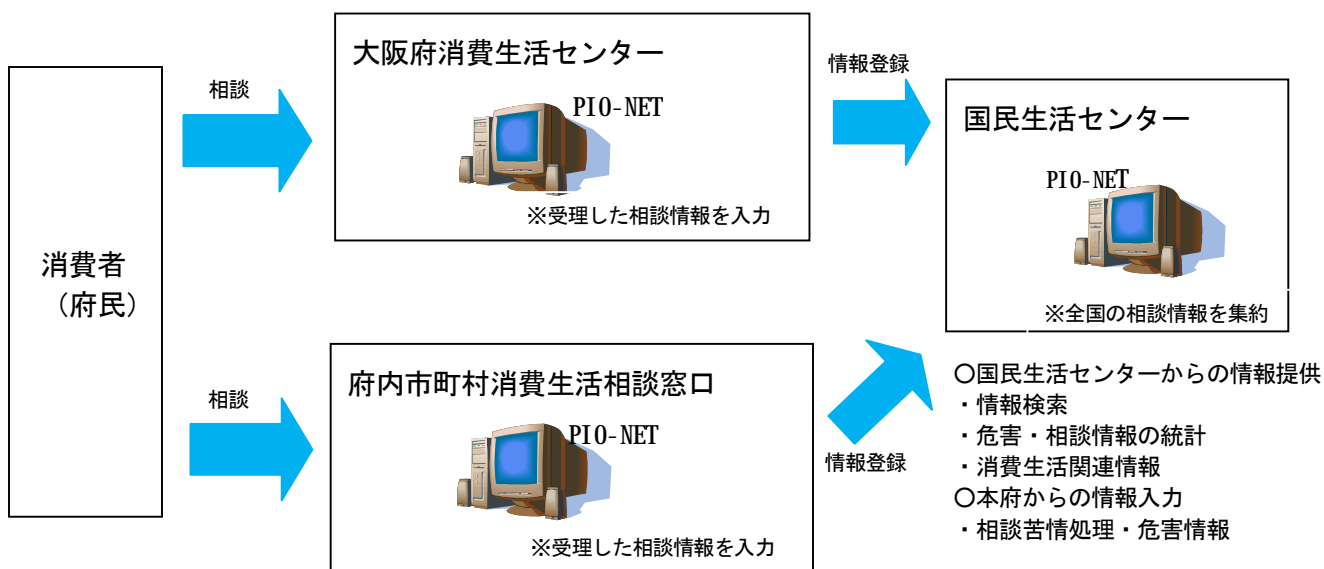
消費者が自主的、合理的な消費生活を営むうえで役立つ各種啓発資料を作成し、報道機関、市町村、各種団体等各方面へ情報提供を行った。また、平成 27 年 10 月発行の府政だより（約 288 万部）に特集記事を掲載し、大阪府・大阪市連携事業として消費者向けの生活情報誌として「くらしすと」（年 4 回 30,000 部/回（大阪市と共同発行））を発行した。

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 ※H28. 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 21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
H27. 5. 22	消費者行政の展望について	消費者庁消費者教育・地方協力課 課長補佐 吉田朗氏	48人
H27. 9. 17	「消費者市民社会」を考える ～背景への眼差しを育てる消費者教育～	Facilitator's LABO (えふらぼ) 栗本敦子氏	23人
H28. 1. 23	「支払督促について」、「調停に関する説明会・ 座談会」	大阪簡易裁判所 支払督促係 主任書記官 藤江隆雄氏、調停係 裁判官 神山義規氏、 調停委員 荒牧京子氏	23人

(3) 消費生活相談員レベルアップ事業

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

	事業実施期間	参加人数
テーマ別研修	平成27年6月～平成27年10月の間の8日間	213人
ブロック別研修	平成27年9月～平成28年3月の間の14日間	189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	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） H27年度 8,443件（内、苦情：7,550件、問合せ：893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 2件
- ◇府内市町村相談窓口からの通知 2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/>>>

	H25年度	H26年度	H27年度
利用件数	38,359件	32,184件	32,812件
月平均	3,197件	2,682件	2,734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 1,177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
H27. 5. 26	消費者教育・啓発について
H27. 6. 16	インターネットで見つけた副業サイトでのトラブル
H27. 7. 7	若者によくある消費者トラブルと夏休み集中啓発事業
H27. 8. 4	平成26年度大阪府消費生活相談の概要
H27. 11. 24	高齢者の消費者トラブルと見守り
H27. 12. 15	電子レンジの事故について
H28. 1. 5	高齢者を狙う劇場型勧誘の新たな手口
H28. 2. 9	大阪府消費者フェアについて
H28. 3. 1	こたつの事故について

(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	H25年度		H26年度		H27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	1,780人	1回	2,314人	1回	3,594人
消費者府民啓発事業	6回	3,559人	77回	4,272人	—	—
消費者問題講演会※2	1回	124人	11回	115人	1回	78人
消費者問題見守り講座	18回	811人	20回	695人	20回	803人
消費者問題ミニ講座	—	—	186人	6,503人	162回	6,170人
くらしのナビゲーター養成講座	—	—	—	—	—	—
くらしのナビゲーター更新講座 (平成17年度より)	—	—	—	—	—	—
消費のサポーター養成講座	—	—	—	—	1回	47人
消費のサポーター更新講座	—	—	4回	119人	3回	91人
くらしの体験講座 ※3	2回	56人	2回	47人	—	—
夏休み若者向け啓発講座	5回	525人	5回	570人	5回	560人
大学生による消費者教育事業	8回	1,126人	8回	860人	8回	914人
高校生による消費者教育事業	10回	9,834人	10回	12,877人	10回	15,087人

※1 平成24年度から平成26年度は11月に消費者フェアを開催、平成27年度は2月に開催

<消費者フェアテーマ>

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」

H27年度：「大阪府消費者フェア つくろう！消費者市民社会」

※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 消費者教育教材の提供

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

② 講座の開催

○消費者問題講演会等

- ・府市連携講演会「その話 信用しても大丈夫？～特殊詐欺にだまされないコツを学びます～」
- ・夏休み若者向け集中啓発講座「消費者市民社会をつくるのは君だ 消費者市民って何ですか？」
- ・大阪府消費者フェア講演会「食べ物がなくなる！？～食品ロスと未来の食卓～」

○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・高校生が同世代間で行う消費者啓発活動支援を行った。

＜大学＞						
日	曜日	開催場所	内容	実施者	対象者	参加者数
H27. 10. 7	水	追手門学院大学	劇 2 本	劇団飛行船	大学生・一般	41
H27. 10. 30	金	大阪経済大学	劇 1 本	劇団解帯劇場	大学生・一般	46
H27. 10. 31	土	大阪産業大学	劇 1 本	劇団我楽多	大学生・一般	51
H27. 10. 31	土	大阪市立大学	漫才 1 本	落語研究会	大学生・一般	146
H27. 11. 1	日					
H27. 11. 2	月					
H27. 11. 3	火					
H27. 11. 1	日	大阪府立大学	劇 1 本	劇団 1 2 3	大学生・一般	53
H27. 11. 2	月					
H27. 11. 1	日	大阪大学	劇 8 本	ちやうちやかわん	大学生・一般	361
H27. 11. 2	月					
H27. 11. 3	火					
H27. 11. 15	日	桃山学院大学	劇とクイズ 4 本	法学部	大学生・一般	163
H27. 12. 16	水				大学生	
H28. 1. 6	水					
H28. 1. 13	水					
H27. 12. 3	木	大阪工業大学	劇 1 本	劇団かんき船	大学生・一般	53
H27. 12. 4	金					
H27. 12. 5	土					

8 大学 合計 914 人

＜高校＞						
日	曜日	開催場所	内容	実施者	対象者	参加者数
H27. 9. 12	土	府立生野高等学校	校内展示	家庭科部	高校生・一般	3,215
H27. 9. 13	日					
H27. 9. 6	日	府立高槻北高等学校	校外展示	家庭科部	高校生・一般	4,564
H27. 9. 11	金		校内展示		高校生・一般	
H27. 9. 12	土					
H27. 9. 12	土	府立福井高等学校	校内展示	1 年生家庭科	高校生・一般	400
H27. 9. 11	金	府立みどり清朋高等学校	校内発表・校内展示	コンピュータ研究部	高校生・一般	1,400
H27. 9. 12	土					
H27. 10. 3	土	市立第二工芸高等学校	校内発表	社会科部	高校生・一般	350
H27. 10. 4	日		校内展示			
H27. 10. 31	土	府立平野高等学校	校内発表・校内展示	コンピュータ部	高校生・一般	1,400
H28. 1. 21	木	府立富田林高等学校	校内発表	1 年生総合学習	高校生・一般	1,160
H28. 2. 4	木					

日	曜日	開催場所	内容	実施者	対象者	参加者数
H28. 2. 3～5	水～金	府立泉北支援学校	校内展示	生徒会役員	生徒・職員・ 保護者	498
H28. 2. 29	月		校内発表			
H28. 2. 9～19	火～金	府立豊中高等学校	校内展示	1年生家庭 科	高校生	900
H28. 2. 2～16	火～火	府立藤井寺高等学 校	校外展示	コンピュー タ部・2年生	高校生・一般	1,200
H28. 2. 15～3. 7	月～月	府立藤井寺高等学 校	校内展示	「社会と情 報」受講生徒		

10校 合計 15,087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 21回 ◇受講者数 191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 17回 ◇受講者数 850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	
H25	27件	47品	延 842回	280件
H26	20件	63品	延 424回	242件
H27	22件	77品	延 659回	284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 339 件

(内訳：36 事業者団体、303 事業者) ※H28. 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……………(見込額) 1,944,851 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 27 年度末基金残高… (見込額) 35,193 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 27 年度補助実績 42 市町村…187,137 千円

(3) 大阪府の地方消費者行政推進交付金活用事業

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

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
- ・府政だよりによる啓発
- ・高齢者及びその見守り者への集中的啓発
- ・消費のサポーター養成、更新講座の実施
- ・消費のサポーターを活用した消費者問題ミニ講座の実施
- ・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」ホームページの運営
- ・関係法令等に関する事業者向け説明会の開催
- ・啓発用ステッカーの製作

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る。

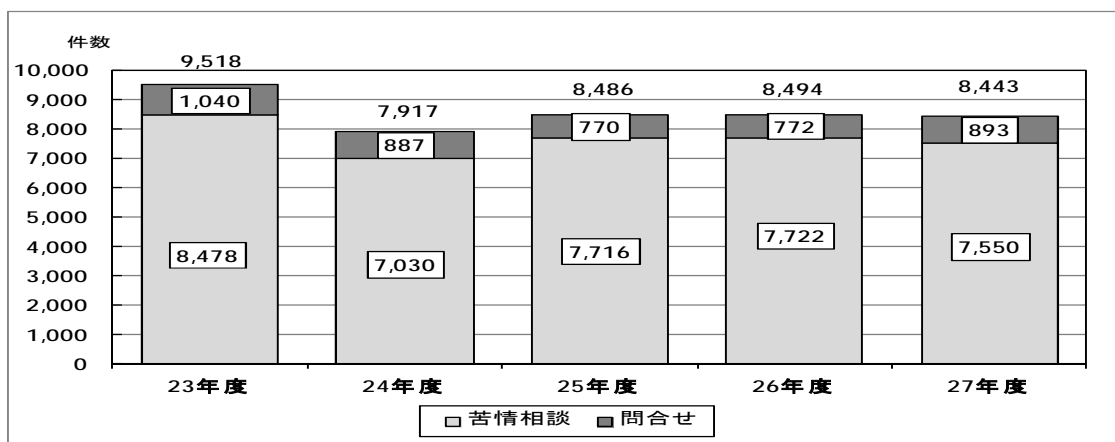
※具体の相談事例については、平成28年7月公表の「大阪府消費生活センターの相談概要」に掲載している。

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27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8,443件で、前年度の8,494件と比べ51件(0.6%)減少し、ほぼ横ばいとなった。契約当事者の年代別で見ると70歳以上が、前年度と比べ100件(8.3%)増加して1,304件となり、相談全体の約15%を占めた。60歳以上で見ると、前年度と比べ47件(2.1%)増加して2,339件となり、相談全体の約4件に1件が高齢者に関する相談となっている。

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
23年度	9,518	8,478	1,040	—	—	—	—	—	—
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
27年度	8,443	7,550	893	99.4%	97.8%	115.7%	▲51	▲172	121



(2) 相談方法

相談方法別を見ると、電話による相談が7,776件で1番多く、全体件数の92.1%を占め、来訪による相談は157件で、全体件数の1.9%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490件で、全体件数の5.8%であった。

相談方法	27年度		26年度		前年度比	増減数
	件数	構成比	件数	構成比		
来訪	157	1.9%	153	1.8%	102.6%	4
電話	7,776	92.1%	7,853	92.4%	99.0%	▲77
文書	20	0.2%	16	0.2%	125.0%	4
メール	490	5.8%	472	5.6%	103.8%	18
計	8,443	100.0%	8,494	100.0%	99.4%	▲51

(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3,912件と前年度の3,827件に比べ85件(2.2%)増加、女性が4,052件と前年度の4,123件に比べ71件(1.7%)減少、団体等は479件と前年度の544件に比べ65件(11.9%)減少した。

相談者

相談者	27年度	26年度	前年度比	増減数
男性	3,912	3,827	102.2%	85
女性	4,052	4,123	98.3%	▲ 71
団体等	479	544	88.1%	▲ 65
計	8,443	8,494	99.4%	▲ 51

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2,475件と最も多く、堺市491件、東大阪市402件、豊中市335件と続いている。

市町村別相談件数(27年度)

市町村名	件数	構成比	市町村名	件数	構成比
大阪市	2,475	29.3%	摂津市	80	1.0%
堺市	491	5.8%	高石市	62	0.7%
岸和田市	113	1.3%	藤井寺市	92	1.1%
豊中市	335	4.0%	東大阪市	402	4.8%
池田市	85	1.0%	泉南市	95	1.1%
吹田市	241	2.9%	四條畷市	84	1.0%
泉大津市	115	1.4%	交野市	75	0.9%
高槻市	156	1.8%	大阪狭山市	118	1.4%
貝塚市	56	0.7%	阪南市	142	1.7%
守口市	98	1.2%	島本町	98	1.2%
枚方市	274	3.2%	豊能町	68	0.8%
茨木市	151	1.8%	能勢町	45	0.5%
八尾市	232	2.8%	忠岡町	44	0.5%
泉佐野市	38	0.5%	熊取町	74	0.9%
富田林市	210	2.5%	田尻町	12	0.1%
寝屋川市	140	1.7%	岬町	70	0.8%
河内長野市	113	1.3%	太子町	28	0.3%
松原市	231	2.7%	河南町	25	0.3%
大東市	80	1.0%	千早赤阪村	9	0.1%
和泉市	130	1.5%	府内(不明)	206	2.4%
箕面市	138	1.6%	他府県	196	2.3%
柏原市	215	2.5%	在外邦人	2	0.0%
羽曳野市	224	2.7%	外国人	5	0.1%
門真市	67	0.8%	不明	3	0.0%
計			8,443	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4,081件で前年度の4,027件に比べ54件(1.3%)増加となり、女性は3,835件で前年度の3,869件に比べ34件(0.9%)減少となった。契約当事者の年代別で見ると70歳以上が、前年度と比べ100件(8.3%)増加して1,304件となり、相談全体の約15%を占めた。60歳以上で見ると、前年度と比べ47件(2.1%)増加して2,339件となり、相談全体の約4件に1件が高齢者に関する相談となっている。

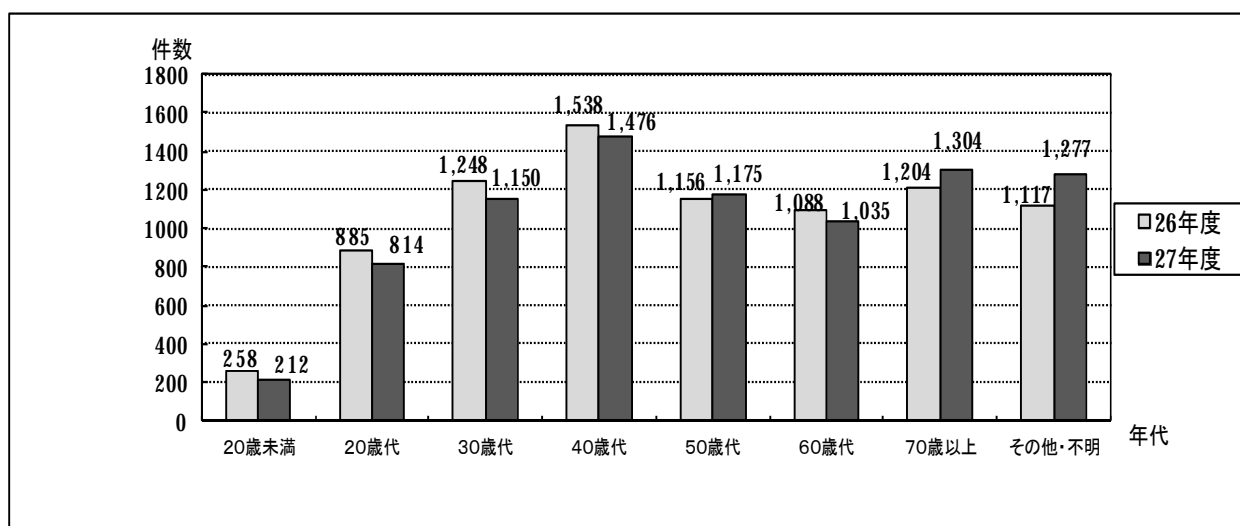
契約当事者の性別件数

契約当事者	27年度	26年度	前年度比	増減数
男性	4,081	4,027	101.3%	54
女性	3,835	3,869	99.1%	▲ 34
団体等	527	598	88.1%	▲ 71
計	8,443	8,494	99.4%	▲ 51

契約当事者の年代別内訳

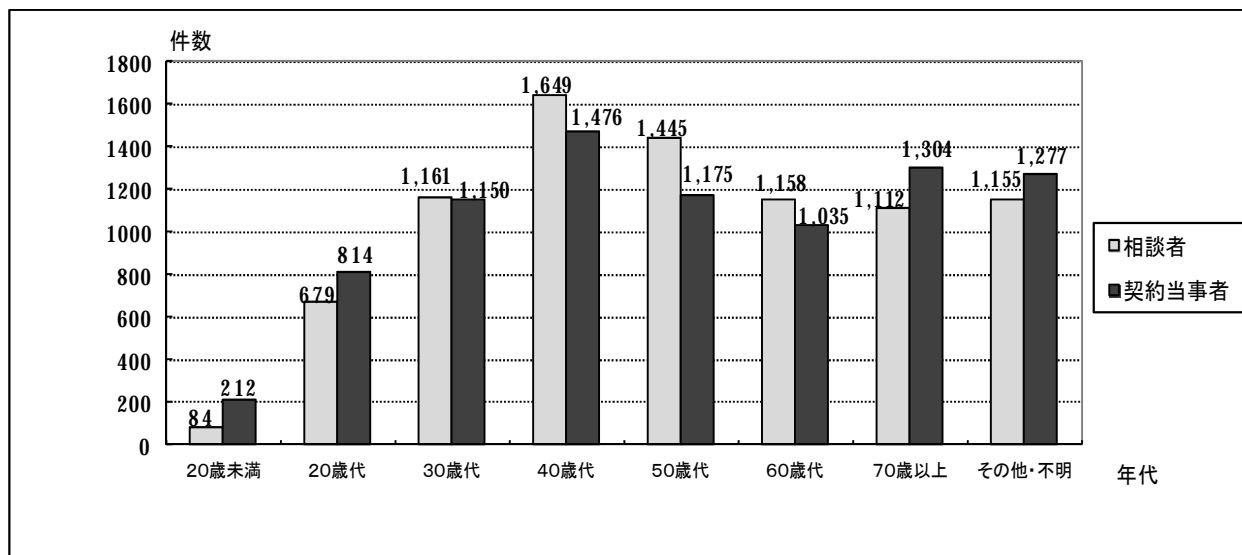
契約当事者	27年度		26年度		前年度比	増減数
	件数	構成比	件数	構成比		
20歳未満	212	2.5%	258	3.0%	82.2%	▲ 46
20歳代	814	9.6%	885	10.4%	92.0%	▲ 71
30歳代	1,150	13.6%	1,248	14.7%	92.1%	▲ 98
40歳代	1,476	17.5%	1,538	18.1%	96.0%	▲ 62
50歳代	1,175	13.9%	1,156	13.6%	101.6%	19
60歳代	1,035	12.3%	1,088	12.8%	95.1%	▲ 53
70歳以上	1,304	15.5%	1,204	14.2%	108.3%	100
その他・不明	1,277	15.1%	1,117	13.2%	114.3%	160
計	8,443	100.0%	8,494	100.0%	99.4%	▲ 51

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（27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、無職が増加した。

契約当事者の職業別相談件数

契約当事者	27年度		26年度		前年度比	増減数
	件数	構成比	件数	構成比		
給与生活者	3,341	39.6%	3,443	40.5%	97.0%	▲ 102
自営・自由業	410	4.9%	450	5.3%	91.1%	▲ 40
家事従事者	1,049	12.4%	1,147	13.5%	91.5%	▲ 98
学 生	340	4.0%	372	4.4%	91.4%	▲ 32
無 職	1,950	23.1%	1,869	22.0%	104.3%	81
団 体	345	4.1%	422	5.0%	81.8%	▲ 77
その他・不明	1,008	11.9%	791	9.3%	127.4%	217
計	8,443	100.0%	8,494	100.0%	99.4%	▲ 51

(6) 契約・購入金額別相談件数

契約・購入金額を確認できた相談について、契約・購入金額別相談件数を多い順に見ると、10万円以上50万円未満が1,126件、1万円未満が848件、1万円以上5万円未満が845件であった。また、5千万円以上の金額帯も3件あった。

契約・購入金額	27年度		26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	848	206	962	243	88.1%	84.8%	▲ 114	▲ 37
1万円以上～5万円未満	845	215	834	185	101.3%	116.2%	11	30
5万円以上～10万円未満	430	106	966	179	44.5%	59.2%	▲ 536	▲ 73
10万円以上～50万円未満	1,126	240	810	203	139.0%	118.2%	316	37
50万円以上～100万円未満	175	57	168	45	104.2%	126.7%	7	12
100万円以上～500万円未満	237	81	286	100	82.9%	81.0%	▲ 49	▲ 19
500万円以上～1千万円未満	46	25	37	18	124.3%	138.9%	9	7
1千万円以上～5千万円未満	47	24	95	45	49.5%	53.3%	▲ 48	▲ 21
5千万円以上～1億円未満	1	0	6	0	16.7%	-	▲ 5	0
1億円以上	2	2	0	0	-	-	2	2
不明	4,686	1,382	4,330	1,274	108.2%	108.5%	356	108
平均金額 (円)	653,906	1,143,421	852,811	1,149,392	76.7%	99.5%	▲ 198,905	▲ 5,971

※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った。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1,522件で、前年度に比べ減少したものの、どの年代層においても1位となった。特に20歳未満の相談件数212件のうち「デジタルコンテンツ」が118件で、半数以上を占めた。

「デジタルコンテンツ」の具体的内容としては、「アダルト情報サイト」に関する相談が877件で、最も多く寄せられた。次いで多かったのは「有料サイトの架空請求」に関する相談で318件寄せられた。なお、「アダルト情報サイト」のワンクリック請求や「有料サイトの架空請求」のトラブル解決をうたったインターネット広告を見て連絡したところ、企業調査の契約をさせられてしまったという「興信所」に関する相談が全年度より6件(6.7%)増加して96件となった。

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）が354件となり、前年度に比べ54件(18.0%)増加し、2番目に多い相談となった。相談内容としては、昨年2月1日から開始された光卸の契約に関するトラブルが多く寄せられた。また、「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）については、前年度に比べ83件(34.9%)増加し、3番目に多い相談となった。相談内容は、スマートフォンの乗換えやモバイルデータ通信のセット販売などに関するトラブルが目立った。

相談の多い商品・役務【上位20位】

順位	商品・役務	27年度	26年度	前年度比	増減数
1	デジタルコンテンツ	1,522	1,635	93.1%	▲ 113
	(うちスマートフォン)	(892)	(823)	(108.4%)	(69)
2	インターネット接続回線	354	300	118.0%	54
3	移动通信サービス	321	238	134.9%	83
	(うちスマートフォン)	(163)	(101)	(161.4%)	(62)
4	食料品(健康食品以外)	307	271	113.3%	36
5	賃貸アパート	293	317	92.4%	▲ 24
6	工事・建築	193	175	110.3%	18
7	健康食品	184	137	134.3%	47
8	医療	130	152	85.5%	▲ 22
9	自動車	129	146	88.4%	▲ 17
10	フリーローン・サラ金	117	136	86.0%	▲ 19
11	化粧品	114	115	99.1%	▲ 1
12	新聞	111	116	95.7%	▲ 5
13	宅配便サービス	108	18	600.0%	90
14	紳士・婦人洋服	107	110	97.3%	▲ 3
15	興信所	96	90	106.7%	6
16	携帯電話	94	96	97.9%	▲ 2
	(うちスマートフォン)	(71)	(71)	(100.0%)	(0)
17	テレビ放送サービス	93	71	131.0%	22
18	エステティックサービス	80	84	95.2%	▲ 4
19	ファンド型投資商品	76	93	81.7%	▲ 17
20	生命保険	75	78	96.2%	▲ 3
	その他	3,939	4,116	95.7%	▲ 177
	総相談件数	8,443	8,494	99.4%	▲ 51

デジタルコンテンツの具体的内容（前年度比較）

商品・役務	27年度	26年度	前年度比	増減数
アダルト情報サイト	877	1,054	83.2%	▲ 177
有料サイトの架空請求	318	306	103.9%	12
サクラサイト(出会い系サイト)	100	90	111.1%	10
オンラインゲーム	54	39	138.5%	15
その他のデジタルコンテンツ※	173	146	118.5%	27
計	1,522	1,635	93.1%	▲ 113

※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	118	デジタルコンテンツ	176	デジタルコンテンツ	212	デジタルコンテンツ	318	デジタルコンテンツ	283	デジタルコンテンツ	222	デジタルコンテンツ	116
2	健康食品	11	賃貸アパート	52	賃貸アパート	70	移動通信サービス	64	インターネット接続回線	63	インターネット接続回線	60	食料品(健康食品以外)	79
3	テレビ放送サービス	6	移動通信サービス	42	移動通信サービス	68	インターネット接続回線	64	移動通信サービス	55	食料品(健康食品以外)	38	宅配便サービス	63
4	紳士・婦人洋服	4	エステティックサービス	37	インターネット接続回線	43	賃貸アパート	51	食料品(健康食品以外)	40	工事・建築	38	健康食品	58
5	移動通信サービス	4	インターネット接続回線	34	紳士・婦人洋服	28	食料品(健康食品以外)	40	賃貸アパート	36	移動通信サービス	27	新聞	49
6	インターネット接続回線	4	健康食品	24	食料品(健康食品以外)	27	化粧品	28	工事・建築	30	賃貸アパート	24	工事・建築	45
7	補習教育	4	内職・副業	23	健康食品	21	興信所	27	自動車	20	新聞	23	インターネット接続回線	41
8	エステティックサービス	4	化粧品	22	携帯電話	21	紳士・婦人洋服	25	かばん・財布類	19	自動車	19	ファンド型投資商品	39
9	興信所	4	自動車	19	自動車	21	自動車	25	医療	18	医療	18	移動通信サービス	28
10	化粧品	3	食料品(健康食品以外)	16	フリーローン・サラ金	20	健康食品	24	フリーローン・サラ金	18	化粧品	15	医療	27
10	学校教育	3												
10	コンサート	3												
総計		212		814		1,150		1,476		1,175		1,035		1,304

商品・役務別相談件数【項目別分類】

商品・役務	27年度	26年度	前年度比	増減数
商品一般	228	216	105.6%	12
食料品	491	408	120.3%	83
住居品	404	476	84.9%	▲ 72
光熱水品	46	51	90.2%	▲ 5
被服品	387	470	82.3%	▲ 83
保健衛生品	247	222	111.3%	25
教養娯楽品	704	743	94.8%	▲ 39
車両・乗り物	211	203	103.9%	8
土地・建物・設備	230	238	96.6%	▲ 8
他の商品	24	20	120.0%	4
商品計	2,972	3,047	97.5%	▲ 75
クリーニング	45	49	91.8%	▲ 4
レンタル・リース・貸借	376	432	87.0%	▲ 56
工事・建築・加工	198	180	110.0%	18
修理・補修	85	77	110.4%	8
管理・保管	46	53	86.8%	▲ 7
役務一般	6	5	120.0%	1
金融・保険サービス	486	582	83.5%	▲ 96
運輸・通信サービス	2,644	2,479	106.7%	165
教育サービス	44	56	78.6%	▲ 12
教養・娯楽サービス	296	316	93.7%	▲ 20
保健・福祉サービス	329	351	93.7%	▲ 22
他の役務	503	453	111.0%	50
内職・副業・ねずみ講	69	59	116.9%	10
他の行政サービス	74	51	145.1%	23
役務計	5,201	5,143	101.1%	58
他の相談	270	304	88.8%	▲ 34
計	8,443	8,494	99.4%	▲ 51

(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 5,878 件で 1 番多く、前年度より 369 件 (5.9%) 減少した。2 番目に多いのは、「販売方法」に関する相談の 3,933 件で、前年度より 290 件 (6.9%) 減少した。3 番目に多いのは、商品・役務に関するクレーム処理や販売時の接客態度など「接客対応」に関する相談で、2,212 件であった。

なお、「安全・衛生」に関する相談は、396 件で前年度の 442 件に比べ 46 件 (10.4%) 減少した。「品質・機能」に関する相談は、1,622 件で前年度の 1,577 件に比べ 45 件 (2.9%) 増加した。

内容別相談件数【重複カウント】

内容別	27年度	26年度	前年度比	増減数
安全・衛生	396	442	89.6%	▲ 46
品質・機能	1,622	1,577	102.9%	▲ 45
法規・基準	224	402	55.7%	▲ 178
価格・料金	1,274	1,132	112.5%	▲ 142
計量・量目	13	13	100.0%	0
表示・広告	965	1,163	83.0%	▲ 198
販売方法	3,933	4,223	93.1%	▲ 290
契約・解約	5,878	6,247	94.1%	▲ 369
接客対応	2,212	2,167	102.1%	▲ 45
包装・容器	4	13	30.8%	▲ 9
施設・設備	14	11	127.3%	▲ 3
買物相談	14	2	700.0%	▲ 12
生活知識	14	12	116.7%	▲ 2
その他	114	51	223.5%	▲ 63

※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た。「通信販売」のうち 8 割以上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」だが、「興信所（探偵）」、「健康食品」、「紳士・婦人洋服」、「化粧品」などの相談も多く寄せられた。「興信所」については、「アダルト情報サイト」のワンクリック請求や「有料サイトの架空請求」等のトラブル解決をうたったネット広告を見て連絡したところ、企業調査の契約をさせられてしまったといった相談が増加したため。「健康食品」と「化粧品」については、無料お試しと思って申込みをしたのに定期購入の契約になっていた等のトラブルが目立った。「紳士・婦人洋服」については、詐欺的な通販サイトの利用による商品未着などのトラブルが寄せられた。

なお、「マルチ・マルチまがい」商法についての相談は 132 件寄せられ、前年度より 14.8% 増加した。そのうち、20 歳代以下の若者の相談が 62 件で、「マルチ・マルチまがい」商法の 47.0% を占めた。

販売購入形態別相談件数

販売購入形態	27年度	26年度	前年度比	増減数
店舗購入	2,415	2,499	96.6%	▲ 84
訪問販売	597	602	99.2%	▲ 5
通信販売	3,039	3,142	96.7%	▲ 103
(うちインターネット通販)	(2,492)	(2,577)	(▲96.7%)	(▲85)
マルチ・マルチまがい	132	115	114.8%	17
電話勧誘販売	467	529	88.3%	▲ 62
ネガティブ・オプション	12	15	80.0%	▲ 3
訪問購入	65	67	97.0%	▲ 2
その他無店舗販売	41	30	136.7%	11
不明・無関係	1,675	1,495	112.0%	180
計	8,443	8,494	99.4%	▲ 51

※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日以上の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	27年度	26年度	前年度比	増減数
デジタルコンテンツ	1,463	1,590	92.0%	▲ 127
興信所(探偵)	74	58	127.6%	16
健康食品	73	26	280.8%	47
紳士・婦人洋服	55	52	105.8%	3
化粧品	48	16	300.0%	32

無店舗販売の契約当事者の年代構成

販売購入形態	27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	597	10	49	48	63	61	87	198	81
通信販売	3,039	156	331	508	655	487	393	257	252
マルチ商法	132	3	59	17	11	11	10	11	10
電話勧誘販売	467	3	19	39	61	53	67	156	69
ネガティブ・オプション	12	0	0	1	2	0	0	7	2
訪問購入	65	0	1	2	3	10	16	20	13
その他無店舗販売	41	1	3	5	8	6	4	5	9
計	4,353	173	462	620	803	628	577	654	436

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	149	インターネット通販	316	インターネット通販	448	インターネット通販	570	インターネット通販	415	インターネット通販	305	家庭訪販	211
2	ワンクリック請求	100	ワンクリック請求	101	ワンクリック請求	127	ワンクリック請求	195	ワンクリック請求	151	ワンクリック請求	131	電話勧誘販売	156
3	家庭訪販	9	サイドビジネス商法	72	架空請求	63	架空請求	84	架空請求	83	家庭訪販	98	インターネット通販	148
4	架空請求	6	マルチ取引	59	家庭訪販	44	家庭訪販	67	家庭訪販	69	架空請求	80	架空請求	62
5	無料商法	5	家庭訪販	38	電話勧誘販売	39	電話勧誘販売	61	電話勧誘販売	53	電話勧誘販売	67	利殖商法(投資商法)	62
6	サイドビジネス商法	3	架空請求	37	無料商法	34	無料商法	35	無料商法	33	無料商法	27	身分詐称(かたり商法)	59
7	電話勧誘販売	3	無料商法	31	サイドビジネス商法	26	インターネットオークション	32	サイドビジネス商法	19	テレビショッピング	25	ワンクリック請求	49
8	マルチ取引	3	電話勧誘販売	19	インターネットオークション	20	サイドビジネス商法	17	テレビショッピング	18	身分詐称(かたり商法)	21	テレビショッピング	35
9	アフィリエイト	2	紹介販売	18	二次被害	18	マルチ取引	11	景品付販売	11	利殖商法(投資商法)	20	劇場型勧誘	32
10	インターネットオークション	2	インターネットオークション	15	マルチ取引	17	利殖商法(投資商法)	10	身分詐称(かたり商法)	11	代引配達	18	代引配達	32
10	代引配達	2							マルチ取引	11				

※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13年目となる。相談件数は490件で、相談全体の約5.8%となり、前年度の472件に比べ18件(3.8%)増加した。年代別で、1番多いのは、30歳代の110件。2番目に多いのは、40歳代の105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43.9%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	264	1	29	50	67	40	22	10	45
女性	189	2	32	60	38	29	5	2	21
その他・不明	37	0	0	0	0	0	0	0	37
計	490	3	61	110	105	69	27	12	103

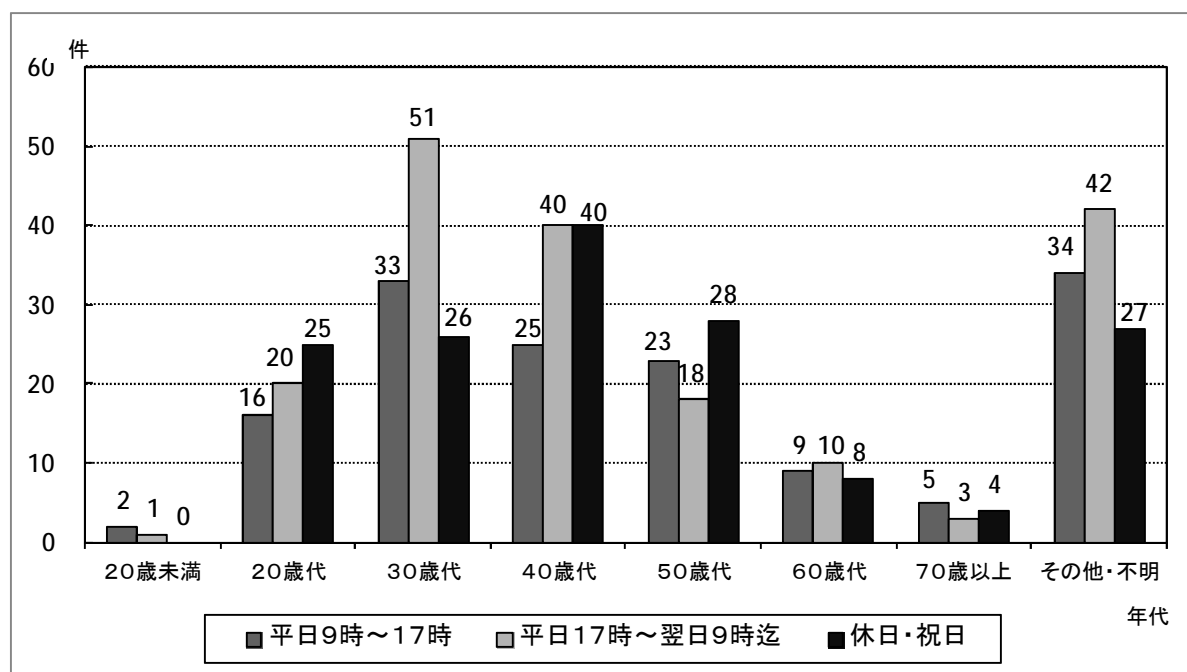
メールの送信時間は、電話相談受付時間内が 147 件、受付時間外が 343 件(平日受付時間外 185 件、休日・祝日 158 件)で、受付時間外の相談が約 70.0%だった。

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 82 件で、メール相談全体の約 16.7%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	2	1	0	3
20歳代	16	20	25	61
30歳代	33	51	26	110
40歳代	25	40	40	105
50歳代	23	18	28	69
60歳代	9	10	8	27
70歳以上	5	3	4	12
その他・不明	34	42	27	103
計	147	185	158	490

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	27年度	26年度	前年度比	増減数
1	デジタルコンテンツ	82	57	143.9%	25
2	インターネット接続回線	27	22	122.7%	5
3	移動通信サービス	26	23	113.0%	3
4	食料品(健康食品以外)	20	16	125.0%	4
5	賃貸アパート	19	23	82.6%	▲ 4
6	紳士・婦人洋服	11	6	183.3%	5
6	自動車	11	9	122.2%	2
8	かばん・財布類	10	9	111.1%	1
8	化粧品	10	9	111.1%	1
10	パソコン	9	10	90.0%	▲ 1
10	携帯電話	9	8	112.5%	1

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130件で、前年度の169件と比べ39件(23.1%)減少した。ただ、「健康食品」による危害件数は15件で、前年度の4件と比べ11件増加した。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80件で、前年度の88件と比べ8件(9.1%)減少した。

(1) 危害・危険に関する相談

相談	27年度	26年度
危害	130	169
危険	80	88
計	210	257

(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	39	呼吸器障害	2
消化器障害	19	骨折	1
刺傷・切傷	10	頭蓋(内)損傷	1
擦過傷・挫傷・打撲傷	8	感覚機能の低下	1
熱傷	7	その他の傷病及び諸症状	32
脱臼・捻挫	2	不明	6
神経・脊髄の損傷	2		
計			130

危険の内容

内容	件数	内容	件数
異物の混入	21	部品脱落	3
破損・折損	14	転落・転倒・不安定	3
発煙・火花	7	燃料・液漏れ等	2
過熱・こげる	7	点火・燃焼・消火不良	1
機能故障	6	漏電・電波等の障害	1
破裂	4	化学物質による危険	1
発火・引火	3	その他	7
計			80

(3) 危害・危険の品目別相談件数

危害

商品・役務	27年度	26年度	商品分類
商品一般	1	3	
食料品	32	27	健康食品15、穀類3、魚介類3、調理食品3 他
住居品	10	18	空調・冷暖房機器3、家具・寝具3 他
被服品	9	7	履物4、洋装下着2 他
保健衛生品	34	34	化粧品18、医薬品4、医療用具4、理美容器具・用具4 他
教養娯楽品	1	11	他の教養娯楽品(釣用品)1
車両・乗り物	2	6	自動車1、自動車用品1
レンタル・リース・貸借	2	5	賃貸アパート2
工事・建築・加工	3	1	増改築工事2 他
管理・保管	0	0	
運輸・通信	0	0	
教養・娯楽サービス	5	4	宿泊施設2、教室・講座2 他
保健・福祉サービス	24	43	医療17、理美容7
他の役務	7	10	外食・食事宅配7
他の行政サービス	0	0	
計	130	169	

危険

商品・役務	27年度	26年度	商品分類
商品一般	1	0	
食料品	19	17	穀類6、調理食品5 他
住居品	26	29	空調・冷暖房機器6、食生活機器4、食器・台所用品4、照明器具4 他
光熱水品	0	2	(他の光熱水品(電池)2)
被服品	1	1	履物1
保健衛生品	3	2	医療用具1、理美容用具・用品1 他
教養娯楽品	6	7	パソコン・パソコン関連用品2、電話機・電話機用品2 他
車両・乗り物	13	23	自動車5、自動車用品3、自転車・用品3 他
土地・建物・設備	4	1	戸建住宅1、住宅構成材1、衛生設備1 他
レンタル・リース・貸借	0	1	(自動車1)
工事・建築・加工	1	1	壁工事1
教養・娯楽サービス	1	1	他の教養・娯楽(施設利用)1
運輸・通信	0	0	
保健・福祉サービス	2	1	医療1、理美容1
他の役務	3	2	外食・食事宅配3
計	80	88	

(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 108 件で、前年度の 131 件より 23 件（17.6%）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 番目に多いのが食料品で 32 件、3 番目に多いのが住居品で 14 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	27年度	26年度	商品分類
商品一般	0	1	
食料品	32	24	健康食品16、飲料4、調理食品3 他
住居品	14	28	空調・冷暖房機器3、家具・寝具3 他
光熱水品	0	1	(電池1)
被服品	10	8	紳士・婦人洋服3、洋装下着2、履物2 他
保健衛生品	36	36	化粧品18、医薬品5 他
教養娯楽品	3	12	電話機・電話機用品1 他
車両・乗り物	4	8	自動車2、自動車用品2
土地・建物・設備	3	4	内装工事2、戸建住宅1
教養・娯楽サービス	2	3	宿泊施設2
保健・福祉サービス	1	0	理美容1
他の役務	3	6	外食・食事宅配3
計	108	131	

内容別件数

内 容	27年度	26年度	内 容
身体損害	89	104	皮膚障害34、消化器障害15、刺傷・切傷7 他
財産損害	18	23	破裂3、発煙・火花2 他
身体・財産双方	1	4	熱傷1、発火・引火1 他
計	108	131	

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
23年度	9,518	8,478	1,040	—	—	—	—	—	—
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
27年度	8,443	7,550	893	99.4%	97.8%	115.7%	▲ 51	▲ 172	121

○表2 相談方法別相談件数

相談方法	27年度		26年度		前年度比	増減数
	件数	構成比	件数	構成比		
来訪	157	1.9%	153	1.8%	102.6%	4
電話	7,776	92.1%	7,853	92.4%	99.0%	▲ 77
文書	20	0.2%	16	0.2%	125.0%	4
メール	490	5.8%	472	5.6%	103.8%	18
計	8,443	100.0%	8,494	100.0%	99.4%	▲ 51

○表3 相談者の性別件数

相談者	27年度	26年度	前年度比	増減数
男性	3,912	3,827	102.2%	85
女性	4,052	4,123	98.3%	▲ 71
団体等	479	544	88.1%	▲ 65
計	8,443	8,494	99.4%	▲ 51

○表4 契約当事者の性別件数

契約当事者	27年度	26年度	前年度比	増減数
男性	4,081	4,027	101.3%	54
女性	3,835	3,869	99.1%	▲ 34
団体等	527	598	88.1%	▲ 71
計	8,443	8,494	99.4%	▲ 51

○表5 相談者の年代別件数

相談者	27年度		26年度		前年度比	増減数
	件数	構成比	件数	構成比		
20歳未満	84	1.0%	70	0.8%	120.0%	14
20歳代	679	8.0%	732	8.6%	92.8%	▲ 53
30歳代	1,161	13.8%	1,310	15.4%	88.6%	▲ 149
40歳代	1,649	19.5%	1,796	21.2%	91.8%	▲ 147
50歳代	1,445	17.1%	1,407	16.6%	102.7%	38
60歳代	1,158	13.7%	1,215	14.3%	95.3%	▲ 57
70歳以上	1,112	13.2%	975	11.5%	114.1%	137
その他・不明	1,155	13.7%	989	11.6%	116.8%	166
計	8,443	100.0%	8,494	100.0%	99.4%	▲ 51

○表6 契約当事者の年代別件数

契約当事者	27年度		26年度		前年度比	増減数
	件数	構成比	件数	構成比		
20歳未満	212	2.5%	258	3.0%	82.2%	▲ 46
20歳代	814	9.6%	885	10.4%	92.0%	▲ 71
30歳代	1,150	13.6%	1,248	14.7%	92.1%	▲ 98
40歳代	1,476	17.5%	1,538	18.1%	96.0%	▲ 62
50歳代	1,175	13.9%	1,156	13.6%	101.6%	19
60歳代	1,035	12.3%	1,088	12.8%	95.1%	▲ 53
70歳以上	1,304	15.5%	1,204	14.2%	108.3%	100
その他・不明	1,277	15.1%	1,117	13.2%	114.3%	160
計	8,443	100.0%	8,494	100.0%	99.4%	▲ 51

○表7 相談者の職業別相談件数

相談者	27年度		26年度		前年度比	増減数
	件数	構成比	件数	構成比		
給与生活者	3,457	40.9%	3,577	42.1%	96.6%	▲ 120
自営・自由業	446	5.3%	485	5.7%	92.0%	▲ 39
家事従事者	1,315	15.6%	1,474	17.4%	89.2%	▲ 159
学 生	174	2.1%	162	1.9%	107.4%	12
無 職	1,822	21.6%	1,700	20.0%	107.2%	122
団 体	443	5.2%	513	6.0%	86.4%	▲ 70
その他・不明	786	9.3%	583	6.9%	134.8%	203
計	8,443	100.0%	8,494	100.0%	99.4%	▲ 51

○表8 契約当事者の職業別相談件数

契約当事者	27年度		26年度		前年度比	増減数
	件数	構成比	件数	構成比		
給与生活者	3,341	39.6%	3,443	40.5%	97.0%	▲ 102
自営・自由業	410	4.9%	450	5.3%	91.1%	▲ 40
家事従事者	1,049	12.4%	1,147	13.5%	91.5%	▲ 98
学 生	340	4.0%	372	4.4%	91.4%	▲ 32
無 職	1,950	23.1%	1,869	22.0%	104.3%	81
団 体	345	4.1%	422	5.0%	81.8%	▲ 77
その他・不明	1,008	11.9%	791	9.3%	127.4%	217
計	8,443	100.0%	8,494	100.0%	99.4%	▲ 51

○表 9 市町村別相談件数 (27年度)

市町村名	件数	構成比	市町村名	件数	構成比
大阪市	2,475	29.3%	摂津市	80	1.0%
堺市	491	5.8%	高石市	62	0.7%
岸和田市	113	1.3%	藤井寺市	92	1.1%
豊中市	335	4.0%	東大阪市	402	4.8%
池田市	85	1.0%	泉南市	95	1.1%
吹田市	241	2.9%	四條畷市	84	1.0%
泉大津市	115	1.4%	交野市	75	0.9%
高槻市	156	1.8%	大阪狭山市	118	1.4%
貝塚市	56	0.7%	阪南市	142	1.7%
守口市	98	1.2%	島本町	98	1.2%
枚方市	274	3.2%	豊能町	68	0.8%
茨木市	151	1.8%	能勢町	45	0.5%
八尾市	232	2.8%	忠岡町	44	0.5%
泉佐野市	38	0.5%	熊取町	74	0.9%
富田林市	210	2.5%	田尻町	12	0.1%
寝屋川市	140	1.7%	岬町	70	0.8%
河内長野市	113	1.3%	太子町	28	0.3%
松原市	231	2.7%	河南町	25	0.3%
大東市	80	1.0%	千早赤阪村	9	0.1%
和泉市	130	1.5%	府内(不明)	206	2.4%
箕面市	138	1.6%	他府県	196	2.3%
柏原市	215	2.5%	在外邦人	2	0.0%
羽曳野市	224	2.7%	外国人	5	0.1%
門真市	67	0.8%	不明	3	0.0%
計				8,443	100.0%

○表 10 契約・購入金額別相談件数

契約・購入金額	27年度		26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	848	206	962	243	88.1%	84.8%	▲ 114	▲ 37
1万円以上～5万円未満	845	215	834	185	101.3%	116.2%	11	30
5万円以上～10万円未満	430	106	966	179	44.5%	59.2%	▲ 536	▲ 73
10万円以上～50万円未満	1,126	240	810	203	139.0%	118.2%	316	37
50万円以上～100万円未満	175	57	168	45	104.2%	126.7%	7	12
100万円以上～500万円未満	237	81	286	100	82.9%	81.0%	▲ 49	▲ 19
500万円以上～1千万円未満	46	25	37	18	124.3%	138.9%	9	7
1千万円以上～5千万円未満	47	24	95	45	49.5%	53.3%	▲ 48	▲ 21
5千万円以上～1億円未満	1	0	6	0	16.7%	-	▲ 5	0
1億円以上	2	2	0	0	-	-	2	2
不明	4,686	1,382	4,330	1,274	108.2%	108.5%	356	108
平均金額 (円)	653,906	1,143,421	852,811	1,149,392	76.7%	99.5%	▲ 198,905	▲ 5,971

※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	27年度	26年度	前年度比	増減数
安全・衛生	396	442	89.6%	▲ 46
品質・機能	1,622	1,577	102.9%	45
法規・基準	224	402	55.7%	▲ 178
価格・料金	1,274	1,132	112.5%	142
計量・量目	13	13	100.0%	0
表示・広告	965	1,163	83.0%	▲ 198
販売方法	3,933	4,223	93.1%	▲ 290
契約・解約	5,878	6,247	94.1%	▲ 369
接客対応	2,212	2,167	102.1%	45
包装・容器	4	13	30.8%	▲ 9
施設・設備	14	11	127.3%	3
買物相談	14	2	700.0%	12
生活知識	14	12	116.7%	2
その他	114	51	223.5%	63

※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	27年度	26年度	前年度比	増減数
1	デジタルコンテンツ	1,522	1,635	93.1%	▲ 113
	(うちスマートフォン)	(892)	(823)	(108.4%)	(69)
2	インターネット接続回線	354	300	118.0%	54
3	移动通信サービス	321	238	134.9%	83
	(うちスマートフォン)	(163)	(101)	(161.4%)	(62)
4	食料品(健康食品以外)	307	271	113.3%	36
5	賃貸アパート	293	317	92.4%	▲ 24
6	工事・建築	193	175	110.3%	18
7	健康食品	184	137	134.3%	47
8	医療	130	152	85.5%	▲ 22
9	自動車	129	146	88.4%	▲ 17
10	フリーローン・サラ金	117	136	86.0%	▲ 19
11	化粧品	114	115	99.1%	▲ 1
12	新聞	111	116	95.7%	▲ 5
13	宅配便サービス	108	18	600.0%	90
14	紳士・婦人洋服	107	110	97.3%	▲ 3
15	興信所	96	90	106.7%	6
16	携帯電話	94	96	97.9%	▲ 2
	(うちスマートフォン)	(71)	(71)	(100.0%)	(0)
17	テレビ放送サービス	93	71	131.0%	22
18	エステティックサービス	80	84	95.2%	▲ 4
19	ファンド型投資商品	76	93	81.7%	▲ 17
20	生命保険	75	78	96.2%	▲ 3
その他		3,939	4,116	95.7%	▲ 177
総相談件数		8,443	8,494	99.4%	▲ 51

○表 1 3 商品・役務別相談件数【項目別分類】

商品・役務	27年度	26年度	前年度比	増減数
商品一般	228	216	105.6%	12
食料品	491	408	120.3%	83
住居品	404	476	84.9%	▲ 72
光熱水品	46	51	90.2%	▲ 5
被服品	387	470	82.3%	▲ 83
保健衛生品	247	222	111.3%	25
教養娯楽品	704	743	94.8%	▲ 39
車両・乗り物	211	203	103.9%	8
土地・建物・設備	230	238	96.6%	▲ 8
他の商品	24	20	120.0%	4
商品計	2,972	3,047	97.5%	▲ 75
クリーニング	45	49	91.8%	▲ 4
レンタル・リース・貸借	376	432	87.0%	▲ 56
工事・建築・加工	198	180	110.0%	18
修理・補修	85	77	110.4%	8
管理・保管	46	53	86.8%	▲ 7
役務一般	6	5	120.0%	1
金融・保険サービス	486	582	83.5%	▲ 96
運輸・通信サービス	2,644	2,479	106.7%	165
教育サービス	44	56	78.6%	▲ 12
教養・娯楽サービス	296	316	93.7%	▲ 20
保健・福祉サービス	329	351	93.7%	▲ 22
他の役務	503	453	111.0%	50
内職・副業・ねずみ講	69	59	116.9%	10
他の行政サービス	74	51	145.1%	23
役務計	5,201	5,143	101.1%	58
他の相談	270	304	88.8%	▲ 34
計	8,443	8,494	99.4%	▲ 51

○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	228	2	13	9	18	1	29	99	119	51	0	3	0	1	9
食料品	491	117	191	16	31	4	119	190	255	130	3	1	1	3	6
住居品	404	79	209	7	36	1	56	152	232	112	0	1	0	2	3
光熱水品	46	2	4	2	19	0	0	15	20	13	0	0	1	0	0
被服品	387	12	130	7	44	1	96	194	279	133	0	0	1	0	2
保健衛生品	247	46	91	12	22	0	61	115	170	74	1	0	0	0	0
教養娯楽品	704	10	208	21	83	0	101	325	496	231	0	0	4	2	5
車両・乗り物	211	27	100	7	31	0	34	60	129	82	0	0	0	0	0
土地・建物・設備	230	8	68	9	36	1	10	91	129	61	0	2	3	0	7
他の商品	24	0	6	0	5	0	1	12	15	5	0	0	0	0	0
クリーニング	45	0	31	0	2	0	2	4	32	16	0	0	0	0	0
レンタル・リース・貸借	376	10	61	10	120	1	5	54	312	97	0	0	1	0	8
工事・建築・加工	198	9	86	8	41	0	7	74	136	62	0	0	0	0	1
修理・補修	85	2	34	1	35	0	6	18	43	34	0	0	0	0	1
管理・保管	46	1	7	0	15	0	11	15	39	11	0	1	0	0	0
役務一般	6	0	0	0	1	0	0	5	4	1	0	0	0	0	0
金融・保険サービス	486	0	25	24	48	2	21	192	365	140	0	0	2	1	8
運輸・通信サービス	2,644	1	132	34	449	0	229	1,831	2,246	579	0	2	0	2	34
教育サービス	44	0	4	3	9	0	2	15	31	12	0	0	0	0	0
教養・娯楽サービス	296	7	44	10	55	1	53	101	218	100	0	3	0	0	4
保健・福祉サービス	329	46	99	12	60	0	17	84	180	100	0	0	0	2	13
他の役務	503	15	59	17	109	1	93	227	353	130	0	1	1	1	5
内職・副業・ねずみ講	69	0	2	2	5	0	10	52	60	20	0	0	0	0	0
他の行政サービス	74	2	18	13	0	0	2	8	15	18	0	0	0	0	8
他の相談	270	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	270
計	8,443	396	1,622	224	1,274	13	965	3,933	5,878	2,212	4	14	14	14	384

※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	228	3	16	30	29	23	16	38	73	102	89	37	68	8	17	3	56	76
食料品	491	12	40	48	64	57	50	137	83	167	289	35	124	14	99	17	146	91
住居品	404	1	14	48	66	57	68	76	74	169	198	37	122	23	85	2	112	60
光熱水品	46	0	1	1	6	6	9	14	9	21	23	2	8	3	10	0	16	9
被服品	387	8	43	77	87	52	43	39	38	104	274	9	161	27	90	11	53	45
保健衛生品	247	4	28	24	46	42	35	44	24	71	171	5	89	9	56	6	56	31
教養娯楽品	704	10	51	89	151	102	81	110	110	366	290	48	263	43	88	19	168	123
車両・乗り物	211	1	26	36	44	30	30	11	33	147	48	16	114	8	21	8	28	32
土地・建物・設備	230	0	8	27	39	31	34	40	51	120	90	20	94	6	23	0	55	52
他の商品	24	0	1	0	4	0	4	4	11	9	5	10	4	2	1	0	7	10
クリーニング	45	0	3	7	10	6	4	10	5	13	30	2	12	7	13	0	9	4
レンタル・リース・貸借	376	0	56	82	58	46	29	29	76	177	153	46	195	11	23	8	58	81
工事・建築・加工	198	0	3	21	21	30	38	46	39	81	98	19	60	14	23	0	55	46
修理・補修	85	0	9	10	17	9	16	11	13	49	33	3	39	8	7	0	19	12
管理・保管	46	0	1	9	9	5	8	3	11	31	12	3	20	0	5	0	11	10
役務一般	6	0	2	2	1	0	0	1	0	3	3	0	3	0	1	0	1	1
金融・保険サービス	486	3	33	47	63	64	63	148	65	225	241	20	152	23	63	7	157	84
運輸・通信サービス	2,644	133	284	368	501	451	352	312	243	1,591	982	71	1,230	138	239	177	596	264
教育サービス	44	9	2	4	19	2	1	0	7	13	27	4	16	1	10	9	2	6
教養・娯楽サービス	296	8	36	64	64	31	27	23	43	121	156	19	124	14	36	18	57	47
保健・福祉サービス	329	8	57	44	32	32	38	69	49	90	229	10	121	9	45	18	83	53
他の役務	503	8	60	73	94	60	50	70	88	234	213	56	217	27	48	19	104	88
内職・副業・ねずみ講	69	1	23	13	12	6	1	2	11	42	24	3	24	10	7	13	6	9
他の行政サービス	74	1	3	5	9	5	10	25	16	25	46	3	18	3	12	2	26	13
他の相談	270	2	14	21	30	28	28	42	105	110	111	49	63	2	27	3	69	106
計	8,443	212	814	1,150	1,476	1,175	1,035	1,304	1,277	4,081	3,835	527	3,341	410	1,049	340	1,950	1,353

○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	118	デジタルコンテンツ	176	デジタルコンテンツ	212	デジタルコンテンツ	318	デジタルコンテンツ	283	デジタルコンテンツ	222	デジタルコンテンツ	116
2	健康食品	11	賃貸アパート	52	賃貸アパート	70	移動通信サービス	64	インターネット接続回線	63	インターネット接続回線	60	食料品(健康食品以外)	79
3	テレビ放送サービス	6	移動通信サービス	42	移動通信サービス	68	インターネット接続回線	64	移動通信サービス	55	食料品(健康食品以外)	38	宅配便サービス	63
4	紳士・婦人洋服	4	エステティックサービス	37	インターネット接続回線	43	賃貸アパート	51	食料品(健康食品以外)	40	工事・建築	38	健康食品	58
5	移動通信サービス	4	インターネット接続回線	34	紳士・婦人洋服	28	食料品(健康食品以外)	40	賃貸アパート	36	移動通信サービス	27	新聞	49
6	インターネット接続回線	4	健康食品	24	食料品(健康食品以外)	27	化粧品	28	工事・建築	30	賃貸アパート	24	工事・建築	45
7	補習教育	4	内職・副業	23	健康食品	21	興信所	27	自動車	20	新聞	23	インターネット接続回線	41
8	エステティックサービス	4	化粧品	22	携帯電話	21	紳士・婦人洋服	25	かばん・財布類	19	自動車	19	ファンド型投資商品	39
9	興信所	4	自動車	19	自動車	21	自動車	25	医療	18	医療	18	移動通信サービス	28
10	化粧品	3	食料品(健康食品以外)	16	フリーローン・サラ金	20	健康食品	24	フリーローン・サラ金	18	化粧品	15	医療	27
10	学校教育	3												
10	コンサート	3												
総計		212		814		1,150		1,476		1,175		1,035		1,304

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

順位	20歳未満		20歳代		30歳代		40歳代		50歳代		60歳代		70歳以上	
	件数	件数	件数	件数	件数	件数	件数	件数	件数	件数	件数	件数	件数	件数
1	インターネット通販	149	インターネット通販	316	インターネット通販	448	インターネット通販	570	インターネット通販	415	インターネット通販	305	家庭訪販	211
2	ワンクリック請求	100	ワンクリック請求	101	ワンクリック請求	127	ワンクリック請求	195	ワンクリック請求	151	ワンクリック請求	131	電話勧誘販売	156
3	家庭訪販	9	サイドビジネス商法	72	架空請求	63	架空請求	84	架空請求	83	家庭訪販	98	インターネット通販	148
4	架空請求	6	マルチ取引	59	家庭訪販	44	家庭訪販	67	家庭訪販	69	架空請求	80	架空請求	62
5	無料商法	5	家庭訪販	38	電話勧誘販売	39	電話勧誘販売	61	電話勧誘販売	53	電話勧誘販売	67	利殖商法(投資商法)	62
6	サイドビジネス商法	3	架空請求	37	無料商法	34	無料商法	35	無料商法	33	無料商法	27	身分詐称(かたり商法)	59
7	電話勧誘販売	3	無料商法	31	サイドビジネス商法	26	インターネットオークション	32	サイドビジネス商法	19	テレビショッピング	25	ワンクリック請求	49
8	マルチ取引	3	電話勧誘販売	19	インターネットオークション	20	サイドビジネス商法	17	テレビショッピング	18	身分詐称(かたり商法)	21	テレビショッピング	35
9	アフィリエイト	2	紹介販売	18	二次被害	18	マルチ取引	11	景品付販売	11	利殖商法(投資商法)	20	劇場型勧誘	32
10	インターネットオークション	2	インターネットオークション	15	マルチ取引	17	利殖商法(投資商法)	10	身分詐称(かたり商法)	11	代引配達	18	代引配達	32
10	代引配達	2							マルチ取引	11				

※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	27年度	26年度	前年度比	増減数
店舗購入	2,415	2,499	96.6%	▲ 84
訪問販売	597	602	99.2%	▲ 5
通信販売	3,039	3,142	96.7%	▲ 103
(うちインターネット通販)	(2,492)	(2,577)	(▲96.7%)	(▲85)
マルチ・マルチまがい	132	115	114.8%	17
電話勧誘販売	467	529	88.3%	▲ 62
ネガティブ・オプション	12	15	80.0%	▲ 3
訪問購入	65	67	97.0%	▲ 2
その他無店舗販売	41	30	136.7%	11
不明・無関係	1,675	1,495	112.0%	180
計	8,443	8,494	99.4%	▲ 51

○表19 無店舗販売 契約当事者の年代構成

販売購入形態	27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	597	10	49	48	63	61	87	198	81
通信販売	3,039	156	331	508	655	487	393	257	252
マルチ商法	132	3	59	17	11	11	10	11	10
電話勧誘販売	467	3	19	39	61	53	67	156	69
ネガティブ・オプション	12	0	0	1	2	0	0	7	2
訪問購入	65	0	1	2	3	10	16	20	13
その他無店舗販売	41	1	3	5	8	6	4	5	9
計	4,353	173	462	620	803	628	577	654	436

○表20 訪問販売に関する勧誘方法別相談件数

勧誘方法	27年度	26年度	前年度比	増減数
家庭訪問販売	523	519	100.8%	4
アポイントメントセールス	16	19	84.2%	▲ 3
キャッチセールス	5	3	166.7%	2
SF商法	9	12	75.0%	▲ 3
その他	44	49	89.8%	▲ 5
計	597	602	99.2%	▲ 5

○表21 訪問販売で相談の多い商品・役務

商品・役務	27年度	26年度	前年度比	増減数
新聞	96	103	93.2%	▲ 7
工事・建築	64	61	104.9%	3
テレビ放送サービス	62	44	140.9%	18
インターネット接続回線	59	38	155.3%	21
空調・冷暖房・給湯設備 (給湯システム・ソーラーシステム・家庭用燃料電池システム)	23	25	92.0%	▲ 2

○表22 家庭訪問販売で相談の多い商品・役務

商品・役務	27年度	26年度	前年度比	増減数
新聞	96	103	93.2%	▲ 7
工事・建築	63	60	105.0%	3
テレビ放送サービス	62	44	140.9%	18
インターネット接続回線	58	37	156.8%	21
空調・冷暖房・給湯設備 (給湯システム・ソーラーシステム・家庭用燃料電池システム)	23	25	92.0%	▲ 2

○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	27年度	26年度	前年度比	増減数
アクセサリー	4	3	133.3%	1
ビジネス教室	2	0	—	2
スポーツ教室(ダイビングスクール)	2	1	200.0%	1
精神修養講座	2	0	—	2

○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	27年度	26年度	前年度比	増減数
エステティックサービス	2	0	—	2
圧力鍋	1	0	—	1
美顔器	1	0	—	1
撮影サービス	1	0	—	1

○表 2 5 SF商法で相談の多い商品・役務

商品・役務	27年度	26年度	前年度比	増減数
健康食品	5	5	100.0%	0
メガネ	2	0	—	2
医薬品	1	0	—	1
健康器具	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	27年度	26年度	前年度比	増減数
デジタルコンテンツ	1,476	1,612	91.6%	▲ 136
健康食品	114	53	215.1%	61
興信所	83	75	110.7%	8
紳士・婦人洋服	68	65	104.6%	3
化粧品	64	49	130.6%	15

○表 2 7 マルチ商法で相談の多い商品・役務

商品・役務	27年度	26年度	前年度比	増減数
化粧品	29	22	131.8%	7
内職・副業	28	10	280.0%	18
健康食品	23	31	74.2%	▲ 8
飲料	6	2	300.0%	4
パソコン・パソコン関連用品	6	3	200.0%	3
ファンド型投資商品	6	4	150.0%	2

○表 2 8 電話勧誘販売で相談の多い商品・役務

商品・役務	27年度	26年度	前年度比	増減数
インターネット接続回線	148	164	90.2%	▲ 16
ファンド型投資商品	31	60	51.7%	▲ 29
健康食品	28	29	96.6%	▲ 1
食料品(健康食品以外)	21	16	131.3%	5
集合住宅	16	14	114.3%	2

○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	27年度	26年度	前年度比	増減数
書籍・印刷物	3	5	60.0%	▲ 2
魚介類	2	0	—	2
健康食品	2	1	200.0%	1
洋装下着	1	1	100.0%	0
アクセサリー	1	1	100.0%	0

○表30 訪問購入で相談の多い商品・役務

商品・役務	27年度	26年度	前年度比	増減数
被服品(和服以外)	12	11	109.1%	1
アクセサリ	9	8	112.5%	1
自動車	7	3	233.3%	4
和服	5	15	33.3%	▲ 10
テレビ	5	3	166.7%	2

○表31 品目別相談件数

① 食料品

食料品		平成27年度		平成26年度		前年度比	増減数
			うち苦情		うち苦情		
食料品一般		18	11	13	10	138.5%	5
主要食品	穀類	34	30	27	26	125.9%	7
	魚介類	44	40	29	25	151.7%	15
	肉類	18	14	22	17	81.8%	▲ 4
	乳卵類	10	9	9	8	111.1%	1
	野菜・海草	12	10	22	12	54.5%	▲ 10
	油脂・調味料	16	9	8	7	200.0%	8
嗜好食品	果物	14	13	13	10	107.7%	1
	菓子類	24	24	29	26	82.8%	▲ 5
	飲料	54	43	40	36	135.0%	14
	酒類	13	11	12	11	108.3%	1
調理食品		48	36	47	44	102.1%	1
他の食料品	健康食品	184	176	137	127	134.3%	47
	食料品その他	2	2	0	0	-	2
計		491	428	408	359	120.3%	83

② 住居品

住居品		平成27年度		平成26年度		前年度比	増減数
			うち苦情		うち苦情		
住居品一般		2	2	6	3	33.3%	▲ 4
家事用品	食生活機器	47	44	59	52	79.7%	▲ 12
	食器・台所用品	68	65	87	79	78.2%	▲ 19
	洗濯・裁縫用具	21	21	24	22	87.5%	▲ 3
	掃除用具	22	21	21	21	104.8%	1
	洗浄剤等	13	11	13	11	100.0%	0
住生活用品	空調・冷暖房機器	70	67	65	59	107.7%	5
	家具・寝具	68	56	89	85	76.4%	▲ 21
	室内装備品	26	24	16	16	162.5%	10
	照明器具	14	11	24	22	58.3%	▲ 10
他の住居品		53	46	72	63	73.6%	▲ 19
計		404	368	476	433	84.9%	▲ 72

③ 光熱水品

光熱水品	平成27年度		平成26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	26	21	20	17	130.0%	6
ガ ス	9	8	14	11	64.3%	▲ 5
石 油	7	7	10	8	70.0%	▲ 3
水 道	3	3	4	3	75.0%	▲ 1
他の光熱水品	1	0	3	3	33.3%	▲ 2
計	46	39	51	42	90.2%	▲ 5

④ 被服品

被服品		平成27年度		平成26年度		前年度比	増減数
			うち苦情		うち苦情		
被服品一般		6	6	10	8	60.0%	▲ 4
和 服		23	18	45	43	51.1%	▲ 22
洋 服	洋服一般	10	7	2	1	500.0%	8
	子供洋服	7	7	4	4	175.0%	3
	洋装下着	29	29	20	19	145.0%	9
	紳士・婦人洋服	107	99	110	105	97.3%	▲ 3
身の回り品	履物	55	54	89	87	61.8%	▲ 34
	かばん	60	56	63	60	95.2%	▲ 3
	アクセサリー	60	55	58	54	103.4%	2
	他の身の回り品	25	24	64	63	39.1%	▲ 39
生地・糸類		2	2	2	1	100.0%	0
他の被服品		3	3	3	3	100.0%	0
計		387	360	470	448	82.3%	▲ 83

⑤ 保健衛生品

保健衛生品	平成27年度		平成26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	24	21	11	9	218.2%	13
医療用具	47	45	43	41	109.3%	4
化粧品	114	109	115	110	99.1%	▲ 1
理美容器具・用品	35	35	28	24	125.0%	7
他の保健衛生品	27	26	25	23	108.0%	2
計	247	236	222	207	111.3%	25

⑥ 教養娯楽品

教養娯楽品		平成27年度		平成26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		22	18	20	17	110.0%	2
パソコン・パソコン関連用品		121	114	150	142	80.7%	▲ 29
電話機・電話機用品		130	119	132	120	98.5%	▲ 2
学習教材		21	21	36	36	58.3%	▲ 15
書籍・印刷物		144	134	157	153	91.7%	▲ 13
音響・映像製品		82	77	88	84	93.2%	▲ 6
スポーツ用品		27	25	32	30	84.4%	▲ 5
光学機器・時計	カメラ類	7	7	5	5	140.0%	2
	時計	34	32	25	24	136.0%	9
	他の光学機器	1	1	1	1	100.0%	0
玩具・遊具		35	31	22	22	159.1%	13
他の教養娯楽品	楽器	9	8	4	4	225.0%	5
	教養娯楽品その他	71	67	71	63	100.0%	0
計		704	654	743	701	94.8%	▲ 39

⑦ 車両・乗り物

車両・乗り物		平成27年度		平成26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		129	121	146	127	88.4%	▲ 17
自動車用品		40	39	24	22	166.7%	16
自転車・用品		36	33	28	26	128.6%	8
運搬用具		5	5	4	3	125.0%	1
他の乗り物		1	1	1	1	100.0%	0
計		211	199	203	179	103.9%	8

⑧ 土地・建物・設備

土地・建物・設備		平成27年度		平成26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		8	2	3	1	266.7%	5
土地		14	8	26	22	53.8%	▲ 12
建物	建物一般	4	1	0	0	-	4
	集合住宅	60	53	49	45	122.4%	11
	戸建住宅	40	38	56	51	71.4%	▲ 16
	他の建物	3	3	2	2	150.0%	1
住宅構成材		15	12	6	5	250.0%	9
住宅設備	空調・冷暖房・給湯設備	44	43	54	46	81.5%	▲ 10
	衛生設備	10	9	16	15	62.5%	▲ 6
	屋外装備品	15	15	18	15	83.3%	▲ 3
	他の住宅設備	17	14	8	7	212.5%	9
計		230	198	238	209	96.6%	▲ 8

⑨ 商品関連役務

商品関連役務		平成27年度		平成26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	5	5	60.0%	▲ 2
	被服品	41	38	44	43	93.2%	▲ 3
	その他	1	1	0	0	—	1
レンタル・リース・貸借	住居品	12	9	3	3	400.0%	9
	被服品	4	2	8	7	50.0%	▲ 4
	車両・乗り物	12	12	15	14	80.0%	▲ 3
	土地・建物・設備	327	281	374	331	87.4%	▲ 47
	その他	21	17	32	27	65.6%	▲ 11
工事・建築・加工	被服品	2	2	4	4	50.0%	▲ 2
	土地・建物・設備	183	162	172	156	106.4%	11
	その他	13	12	4	4	325.0%	9
修理・補修	住居品	8	8	10	8	80.0%	▲ 2
	被服品	7	7	4	4	175.0%	3
	娯楽教養品	30	30	19	19	157.9%	11
	車両・乗り物	22	22	19	18	115.8%	3
	土地・建物・設備	16	14	23	22	69.6%	▲ 7
	その他	2	2	2	2	100.0%	0
管理・保管	被服品	0	0	0	0	-	0
	車両・乗り物	25	25	30	29	83.3%	▲ 5
	土地・建物・設備	20	18	19	19	105.3%	1
	その他	1	1	4	4	25.0%	▲ 3
計		750	666	791	719	94.8%	▲ 41

⑩ 役務

役 務		平成27年度		平成26年度		前年度比	増減数	
			うち苦情		うち苦情			
役務一般		6	6	5	5	120.0%	1	
金融・保険 サービス	金融・保険一般	2	1	3	3	66.7%	▲ 1	
	生命保険	75	67	78	72	96.2%	▲ 3	
	損害保険	45	38	46	41	97.8%	▲ 1	
	その他の保険	18	15	19	17	94.7%	▲ 1	
	預貯金・証券等	55	44	92	77	59.8%	▲ 37	
	デリバティブ取引	19	18	30	28	63.3%	▲ 11	
	ファンド型投資商品	76	73	93	90	81.7%	▲ 17	
	融資サービス	135	118	174	145	77.6%	▲ 39	
	他の金融関連サービス	61	53	47	41	129.8%	14	
運輸・通信 サービス	運輸・運送サービス一般	0	0	1	1	0.0%	▲ 1	
	旅客運送サービス	57	54	56	54	101.8%	1	
	郵便・貨物運送サービス	172	76	70	65	245.7%	102	
	放送・通信サービス一般	2	2	1	1	200.0%	1	
	電報・固定電話	32	28	29	27	110.3%	3	
	移動通信サービス	321	312	238	232	134.9%	83	
	放送・コンテンツ等	1,661	1,640	1,759	1,741	94.4%	▲ 98	
	インターネット通信サービス	399	391	325	317	122.8%	74	
教育サービス	教育一般	1	1	0	0	—	1	
	学校教育	13	13	20	17	65.0%	▲ 7	
	補習教育	23	23	33	31	69.7%	▲ 10	
	他の教育	7	2	3	1	233.3%	4	
教養・娯楽 サービス	教養・娯楽一般	1	1	0	0	—	1	
	旅行代理業	46	43	33	30	139.4%	13	
	宿泊施設	25	24	24	23	104.2%	1	
	教室・講座	117	104	122	111	95.9%	▲ 5	
	観覧・鑑賞	21	19	39	37	53.8%	▲ 18	
	各種会員権	9	9	12	11	75.0%	▲ 3	
	他の教養・娯楽	77	74	86	80	89.5%	▲ 9	
保健・福祉 サービス	保健・福祉一般	1	0	0	0	—	1	
	保 健	医療	130	122	152	140	85.5%	▲ 22
		理美容	99	92	106	98	93.4%	▲ 7
		浴場	3	3	7	7	42.9%	▲ 4
		衛生サービス	19	12	17	13	111.8%	2
	福 祉	保育	1	1	1	1	100.0%	0
		老人福祉・サービス	29	25	21	19	138.1%	8
	他の保健・福祉	47	29	47	27	100.0%	0	
他の役務	外食・食事宅配	63	59	68	59	92.6%	▲ 5	
	冠婚葬祭	55	50	39	38	141.0%	16	
	家事サービス	14	13	9	7	155.6%	5	
	役務その他	371	339	337	301	110.1%	34	
内職・副業・ ねずみ講	内職・副業一般	3	2	1	1	300.0%	2	
	自動販売機	1	1	1	1	100.0%	0	
	内職・副業	65	60	56	52	116.1%	9	
	無限連鎖講	0	0	1	1	0.0%	▲ 1	
他の行政サービス		74	44	51	31	145.1%	23	
計		4,451	4,101	4,352	4,094	102.3%	99	

〔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	2	1	0	3
20歳代	16	20	25	61
30歳代	33	51	26	110
40歳代	25	40	40	105
50歳代	23	18	28	69
60歳代	9	10	8	27
70歳以上	5	3	4	12
その他・不明	34	42	27	103
計	147	185	158	490

○表33 相談者の性別件数

相談者	27年度	26年度	前年度比	増減数
男性	264	251	105.2%	13
女性	189	192	98.4%	▲3
団体等	37	29	127.6%	8
計	490	472	103.8%	18

○表34 契約当事者の性別件数

契約当事者	27年度	26年度	前年度比	増減数
男性	254	248	102.4%	6
女性	196	190	103.2%	6
団体等	40	34	117.6%	6
計	490	472	103.8%	18

○表35 相談者の年代別件数

相談者	27年度	26年度	前年度比	増減数
20歳未満	3	4	75.0%	▲1
20歳代	61	59	103.4%	2
30歳代	110	126	87.3%	▲16
40歳代	105	132	79.5%	▲27
50歳代	69	61	113.1%	8
60歳代	27	23	117.4%	4
70歳以上	12	12	100.0%	0
その他・不明	103	55	187.3%	48
計	490	472	103.8%	18

○表36 契約当事者の年代別

契約当事者	27年度	26年度	前年度比	増減数
20歳未満	5	8	62.5%	▲3
20歳代	61	58	105.2%	3
30歳代	110	116	94.8%	▲6
40歳代	101	122	82.8%	▲21
50歳代	60	49	122.4%	11
60歳代	25	27	92.6%	▲2
70歳以上	22	26	84.6%	▲4
その他・不明	106	66	160.6%	40
計	490	472	103.8%	18

○表37 契約・購入金額別相談件数

契約購入金額	27年度	26年度	前年度比	増減数
1万円未満	91	99	91.9%	▲8
1万円以上～5万円未満	70	77	90.9%	▲7
5万円以上～10万円未満	16	39	41.0%	▲23
10万円以上～50万円未満	52	51	102.0%	1
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	22	19	115.8%	3
500万円以上～1000万円未満	1	1	100.0%	0
1000万円以上～1億円未満	0	1	0.0%	▲1
1億円以上	0	0	-	0
不明	229	176	130.1%	53
平均金額 (円)	248,030	359,162	69.1%	▲111,132

※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	27年度	26年度	前年度比	増減数
安全・衛生	28	27	103.7%	1
品質・機能	134	128	104.7%	6
法規・基準	21	26	80.8%	▲ 5
価格・料金	97	78	124.4%	19
計量・量目	1	1	100.0%	0
表示・広告	104	126	82.5%	▲ 22
販売方法	248	244	101.6%	4
契約・解約	344	344	100.0%	0
接客対応	203	217	93.5%	▲ 14
包装・容器	0	1	0.0%	▲ 1
施設・設備	0	1	0.0%	▲ 1
買物相談	0	0	-	0
生活知識	0	0	-	0
その他	1	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	27年度	26年度	前年度比	増減数
1	デジタルコンテンツ	82	57	143.9%	25
2	インターネット接続回線	27	22	122.7%	5
3	移動通信サービス	26	23	113.0%	3
4	食料品(健康食品以外)	20	16	125.0%	4
5	賃貸アパート	19	23	82.6%	▲ 4
6	紳士・婦人洋服	11	6	183.3%	5
6	自動車	11	9	122.2%	2
8	かばん・財布類	10	9	111.1%	1
8	化粧品	10	9	111.1%	1
10	パソコン	9	10	90.0%	▲ 1
10	携帯電話	9	8	112.5%	1

○表 40 商品・役務別相談件数【項目別分類】

商品・役務	27年度	26年度	前年度比	増減数
商品一般	16	13	123.1%	3
食料品	23	19	121.1%	4
住居品	25	21	119.0%	4
光熱水品	0	1	0.0%	▲ 1
被服品	34	34	100.0%	0
保健衛生品	15	13	115.4%	2
教養娯楽品	55	64	85.9%	▲ 9
車両・乗り物	20	14	142.9%	6
土地・建物・設備	6	9	66.7%	▲ 3
他の商品	1	1	100.0%	0
商品計	195	189	103.2%	6
クリーニング	2	2	100.0%	0
レンタル・リース・貸借	22	27	81.5%	▲ 5
工事・建築・加工	6	6	100.0%	0
修理・補修	6	4	150.0%	2
管理・保管	1	1	100.0%	0
役務一般	0	0	-	0
金融・保険サービス	8	23	34.8%	▲ 15
運輸・通信サービス	155	116	133.6%	39
教育サービス	1	2	50.0%	▲ 1
教養・娯楽サービス	38	42	90.5%	▲ 4
保健・福祉サービス	15	26	57.7%	▲ 11
他の役務	29	24	120.8%	5
内職・副業・ねずみ講	4	6	66.7%	▲ 2
他の行政サービス	0	1	0.0%	▲ 1
役務計	287	280	102.5%	7
他の相談	8	3	266.7%	5
計	490	472	103.8%	18

第4章 消費者啓発事業の概要

1. 大阪府消費者フェア 2015 の開催

「大阪府消費者フェア つくろう！消費者市民社会」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：大阪府消費者フェア つくろう！消費者市民社会 期 間：H28. 2. 20、3. 11 ところ：グランフロント大阪、大阪府私学会館 参加延人数：3,594人		
とき	内容	参加者数
H28. 2. 20	<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） 	3,501人
H28. 3. 11	<ul style="list-style-type: none"> ・講演「食べ物がなくなる！？～食品ロスと未来の食卓～」 大阪府立大学大学院生命環境科学研究科教授 大谷貴美子 	93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	食育推進
	大阪府生活学校連絡会	食品ロス
	大阪府地域消費者団体連絡会	機能性食品について!
	交野市消費生活問題研究会	知らずに食べている遺伝子組み換え食品
	かわちながの消費者協会	あなたはどんな水を飲んでいますか?
	寝屋川市消費者協会	遺伝子組換え食品の問題点
	守口市消費生活リーダークラブ	守口の水
くらし	岸和田市消費生活研究会	高齢社会に向けての意識調査
	きんきビジョンサポート	あなたのひと声大作戦! ～視覚障がい者を見かけたら～
	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 消費者情報ネット	コネットはシンプルな葬儀を提案します
	NPO 法人 住宅長期保証支援センター	住まいの価値評価につながる維持管理
	全大阪消費者団体連絡会	市町村の消費者行政
	日本消費者連盟関西グループ	<香り>が苦しい! ～柔軟剤の香りで健康被害～
	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	今日からあなたも消費者市民
	とよなか消費者協会	知っていますか?暮らしの中のマーク
	東大阪市消費者団体協議会	くらしの伝言板 ～東大阪市消費者団体の活動紹介～
	八尾市消費者問題研究会	子どもの見守り

環境	NPO 法人 関西消費者連合会	青い空・空気のチェックから
	高槻市消費者団体連絡会	高槻市の廃棄物の現状
	NPO 法人 日本主婦連合会	ペットボトルのリサイクル
	羽曳野市消費者団体協議会生活環境部会	レジ袋いりません ～マイバッグ持参啓発活動 11年間の歩み～

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
H27. 5. 21	「その話 信用しても大丈夫？～特殊詐欺にだまされないコツを学びます～」	大阪府警察本部生活安全指導班、近畿財務局理財部金融調整官、弁護士 田村 康正	78人

3. 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 162回 ◇受講者数 6,170人

4. 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 21回 ◇受講者数 2,191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 17回 ◇受講者数 850人

5. 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「消費者市民社会をつくるのはキミだ 消費者市民って何ですか？」 期 間：H27. 8. 3～8. 9 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：560人（うち講座受講者178人、DVD等視聴者382人、ホットライン15件）			
実施日	講座テーマ	講座講師	講座受講者数
H27. 8. 3	高校生だって知りたいお金のほなし 事例紹介とアドバイス	近畿財務理財部金融調査官 鹿取 香織	28人
H27. 8. 4	チョコレートから見える世界 あなたならどう選ぶ？	Faciitator's LABO（えふらぼ） 栗本 敦子	43人
H27. 8. 5	社会とつなげるお客様センターの役割	公益社団法人 消費者関連専門家会議江崎グリコ株式会社 お客様センター毛利 朝香	40人
H27. 8. 6	ユニバーサルデザインプチ講座 &車椅子体験&ATCエイジレスセンター見学	ATCエイジレスセンター	34人
H27. 8. 7	環境クイズ大会& おおさかATCグリーンエコプラザ見学	おおさかATCグリーンエコプラザ	33人

6. 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 803人

7. 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	26年度	27年度	27年度末総計
大阪府資料	151 (32)	141 (73)	13,343
他府県資料	131	109 (87)	16,357
国の資料	87	100 (18)	11,030
業界等資料	260 (57)	215 (53)	45,579
消費者団体資料	168	152	10,581
新聞等	337 (265)	326 (373)	4,786
雑誌	38	23 (92)	6,114
書籍	58	42	5,041
計	1,205 (354)	1,108 (696)	112,831

()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）、くらしの安全情報室からのおしらせ（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！」 | 90,000部（27年度版） |
| ② 「どうする？君なら」 | 95,000部（27年度版） |
| ③ 「府内消費生活相談窓口」 | 5,000部（改訂版） |
| ④ 「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27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288万部）。また、これを活用して啓発用リーフレット（10,000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	17	52	2,782	—	—	—
行政関係	17	26	786	3	39	850
業界関係	16	40	1,680	—	—	—
消費者団体	18	36	688	3	21	640
個人	1	2	1	—	—	—
合計	69	156	5,937	6	60	1,490

(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/>››

	H25年度	H26年度	H27年度
利用件数	38,359件	32,184件	32,812件
月平均	3,197件	2,682件	2,734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 1,177件

③ マス・メディアでの情報提供

◇NHK 関西ラジオワイドへの出演：毎週火曜日9回実施

放送日	内 容
H27. 5. 26	消費者教育・啓発について
H27. 6. 16	インターネットで見つけた副業サイトでのトラブル
H27. 7. 7	若者によくある消費者トラブルと夏休み集中啓発事業
H27. 8. 4	平成 26 年度大阪府消費生活相談の概要
H27. 11. 24	高齢者の消費者トラブルと見守り
H27. 12. 15	電子レンジの事故について
H28. 1. 5	高齢者を狙う劇場型勧誘の新たな手口
H28. 2. 9	大阪府消費者フェアについて
H28. 3. 1	こたつの事故について

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**22**件で、前年度**20**件より2件増加した。また、技術相談件数は**284**件で、前年度**242**件より**42**件増加した。商品テストの件数は、例年どおり被服品に関するものが最も多く、**18**件、そのうち8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**22**件のうち、被服品が**18**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**12**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8件であった。また、危険・危害に関する商品テストは全体**22**件のうち3件を受け付けた。

平成27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			
	27年度	26年度	27年度	26年度	27年度	26年度	27年度	26年度
商品一般	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)
食料品	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	20 (15)	23 (7)
住居品	3 (2)	2 (1)	0 (0)	0 (0)	2 (1)	0 (0)	93 (65)	73 (37)
光熱水品	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	1 (1)	0 (0)
被服品	18 (10)	11 (10)	1 (1)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	101 (58)	82 (59)
保健衛生品	0 (0)	3 (1)	0 (0)	1 (0)	0 (0)	1 (0)	15 (7)	19 (5)
教養娯楽品	1 (1)	2 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	32 (17)	28 (12)
その他	0 (0)	2 (2)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	22 (17)	17 (5)
計	22 (13)	20 (14)	1 (1)	1 (0)	2 (1)	1 (0)	284 (180)	242 (125)


()は大阪市を除いた件数

(2) 平成27年度 商品テスト事例(抜粋)

品目	品名	テスト依頼内容	相談品およびテスト写真	テスト結果
住居品	カセットコンロ	<p>テーブルの上でカセットコンロに鉄鍋を置き、火をつけたらボツと大きく燃えた。カセットコンロ本体とカセットボンベの方に火が回り爆発したら危険だと思い、人を呼んですぐに消火器で火を消してもらった。消火器を部屋全体にまいているので壁紙も粉だらけになった。</p> <p>メーカーへ連絡したところ、「ガスボンベが他社の物だからと思う。」「調べる。」と言っているが、公的機関で調べてほしい。約1年前に購入し、数回しか使っていない。</p>	<p>相談品</p>   <p>カセットボンベの装着箇所</p>	<p>(独)国民生活センターに調査を依頼した結果、以下のことが分かった。</p> <p>相談品の外観観察では、全体に消火器によるピンク色の粉が付着していたが、欠落や破損等の異常は見られなかった。また、Oリングへの異物の付着は確認できなかった。</p> <p>カセットコンロとカセットボンベの組み合わせ(相性)の調査では、ガス漏れほどの組み合わせでも発生しなかった。相談品での気密性の試験においてもガス漏れは確認されなかったこと、相談品と当該ボンベでの再現テストでは、相談品は正常に燃焼し、事故のような状況は再現されなかったことなどが確認された。</p> <p>ただし、相談品はいずれのカセットボンベでもずれてセットされる場合があった。また、当該ボンベがずれてセットされた場合、稀にはあるが当該ボンベと相談品との接合部からガスが漏れる場合があった。相談品にカセットボンベをセットするための力は、相談同型品にカセットボンベをセットする力の倍の力が必要であった。また、相談品はカセットボンベがずれてセットされても、ずれない場合と比較しても同等の力でセットすることができた。</p> <p>以上のことから異常発火した原因の特定はできなかったが、相談品はカセットボンベがずれてセットされる場合があることから、カセットボンベとの接合部からガス漏れが発生した可能性は考えられた。この結果からメーカーも調査を行い、カセットボンベがずれてセットされる原因として、カセットボンベが入るケースの底の部分にある脚の付け根が盛り上がっているためカセットボンベを押し上げることになると説明された。しかし、どこでその盛り上がりが出来たのかは不明であった。</p>
住居品	電気こたつ	<p>こたつのスイッチを入れ、2時間くらいたっても温かくならないのでこたつ布団をめくると煙が出て炎も見えた。こたつ内に入れていた座布団を引張り出し、手でたたいたり、座布団を二つ折りにしたりして消火した。その際指に軽いやけどを負った。</p> <p>こたつは6年前に購入、常に座卓として使い、冬だけこたつ布団をかぶせてこたつとして使っていた。座布団は保温用に常にこたつ内に入れていた。</p> <p>購入時から、本体とヒーターユニット部分を取り外したことはないのにこたつのヒーター部分が本体から外れて落下し、下に置いていた座布団が燃えた。ヒーターユニットを取り付けているプラスチックが破断していた。このようなプラスチックを使うのは問題ではないのか。危険な商品であれば、注意喚起すべきだ。</p>	<p>相談品</p> <p>燃えた座布団</p>    <p>落下したヒーターユニット ○印部分のネジに樹脂ブラケットが取り付けられている。</p> <p>右端の樹脂ブラケット: 同型新品 同型新品と相談品の樹脂ブラケットを比較すると、相談品の樹脂は熱で伸びたような形状をしている。</p> 	<p>(独)製品評価技術基盤機構(NITE)に調査を依頼した結果、以下のことが分かった。</p> <p>こたつの中に座布団を入れた場合、座布団なし(最高90.6℃)に比べて内部の温度が若干高く(93.8℃)なった。分析の結果、樹脂パーツの主成分はポリカーボネートであったが、相談品にはリン系難燃剤が同型品に比べて多く配合されていた。ポリカーボネートにリンを入れると耐熱性が低下すると言われており、当該樹脂パーツが何度で変形するか分析したところ、相談品の樹脂パーツは90℃付近で変形が始まり、同型品は100℃付近から変形が始まることが分かった。</p> <p>相談品は約90℃でサーモスタットが正常に作動するが、樹脂パーツに混入したリンの副作用で樹脂の耐熱性が約90℃まで低下したため、使用期間中に軟化・変形を少しずつ繰り返し、ヒーターの荷重によって締結部のねじ穴が徐々に塑性変形して広がったことでヒーターの荷重を保持できなくなり、ヒーターユニットが落下したものと推定された。</p> <p>よって、品質管理不十分による事故と判定された。NITEの調査を受けて事業者は商品の回収、返金を公表した。</p>

品目	品名	テスト依頼内容	相談品およびテスト写真	テスト結果
被服品	礼服	<p>フォーマルドレスをクリーニングに出したところ変色した。表側がレースで裏側の生地が表から見えるドレス。裏側の生地がゴールドだったものが、ピンクに変色した。</p> <p>クリーニング店から洋服メーカーにドレスを送り、メーカーが確認したところ「色は変わっていない。」との事だった。再度クリーニング店にドレスを見に行ったが、やはり変色している。納得がいかず、メーカーに直接電話をかけたところ、その品番は現在の色で間違いのないと一点張りだが、明らかに変色しており納得いかない。</p> <p>クリーニング前の写真があるので、比較して見て欲しい。</p>	<p>クリーニング前</p>   <p>クリーニング後</p> 	<p>相談品と変色前の商品、或いは生地と比較することができなかったため、変色しているか否かは断定できなかった。</p> <p>色の見え方はそれを照射する光の違いで変化する。蛍光灯下、および、ハロゲン投光器を下から照射した場合と正面から照射した場合について色の見え方の違いを観察し、それぞれの条件で見え方が異なることを確認した。本来、色の比較試験をする際は、このような光の違いによる差異を避けるため、“D65”という標準光源の下で生地の色を確認する。</p> <p>今回は、変色前の商品等が入手困難であり、同じ条件で相談品と変色前の商品との色比較ができなかった。また、変色が、黒色が白色になった、ムラになった等であれば写真でも観察できる可能性はあったが、全体がゴールドからピンクという光の加減によってはどちらにも見える変化であることから、写真との色比較では、変色しているか否かは断定できなかった。</p>
被服品	コート	<p>2年前に海外にて18万円で購入したダウンジャケットをクリーニングに出した。海外製品なのでクリーニング工程での薬剤のトラブルについて責任を負わないとの説明には同意したが、ポケットの近くに引っかいたような穴が開いて返されてきた。金具に引っかかってきたような穴や周りのキズは薬剤によるものとは考えられない。</p> <p>クリーニング店に申し出たら、自社で修理するがポケットのデザインが変わると言われたので納得できずまだ修理はしていない。高額なクリーニング代8000円の返金と補償を求めたい。</p> <p>原因究明のために商品テスト希望。</p>	<p>相談品</p>    	<p>外観観察及び拡大観察の結果、申し出のポケットの穴あき、傷は繊維の溶解、燃焼痕が認められないこと、および、傷部分は生地表面が引っかかりにより毛羽立っていることから、物理的な作用により穴あき等が発生していると考えられる。また、相談者からの申し出は無いが、ボタン表面に線状の傷が認められた。左に比べて使用頻度が高いと思われる右側、および、着用中摩擦されやすいと推測される前中心の2、3番目のボタン表面にいずれも一定方向の、線状の傷が認められた。クリーニングにより傷が発生した場合は、一定方向の傷とはならない可能性が高く、また、ボタンのすべてに傷が発生するケースが多いことから、着用中の摩擦が原因の傷と考えられる。</p> <p>ポケットの穴・傷の原因となった引っかかりを、どこで、誰が発生させたかについては特定困難である。ただし、ボタンに、着用中の靴等の金具などとの摩擦が原因と思われる傷があることから、ポケットについても着用中の摩擦が原因となった可能性が考えられる。</p>
被服品	反物	<p>孫の成人式に着的着物セットを店で買い、着物は自分が縫うので反物でもらった。正絹で高級だと聞いて買ったが縫うと正絹ではない。</p> <p>自分は和裁を40年しているので正絹かどうかは縫ってみればわかる。店に正絹ではないと申し出たが、正絹だと言いつけられた。反物の端にマークや商標登録はない。</p> <p>絹かどうか調べてもらえないか。</p>	<p>染色前</p>  <p>染色後</p>  <p>タテ糸</p>  <p>ヨコ糸</p> 	<p>染料による簡易繊維鑑別試験の結果、絹を示す色相となったこと、および、繊維の太さが不均一であることから、天然繊維・絹と考えられる。(本来であれば、光学顕微鏡での観察、薬品による繊維溶解試験で鑑別するところであるが、今回は、簡易的な繊維鑑別試験の依頼であったので実施しなかった。)</p>

品目	品名	テスト依頼内容	相談品およびテスト写真	テスト結果
被服品	紳士ジャケット	<p>昨年購入した夏のジャケットを着用回数は少ないが匂うのが嫌で数回クリーニングに出した。今回の仕上がりは、くたくたしており、サイズも縮んでいるように思われる。</p> <p>以前コットンパンツと同じクリーニング店に出して戻ってきたときには履けなくなっていた。その旨をクリーニング店に申し出たところ、購入から2年経過しているので劣化が原因だとメーカーが判断したといわれ、アイロンで伸ばしてきたことがある。</p> <p>以前の対応で、クリーニング店の技術と対応に不信になったため、今回はジャケットの製造販売店に相談した。販売店はクリーニング処理した衣類は、クリーニング店からのみ受け付けていると言う。</p> <p>クリーニング店にジャケットを渡すと再処理されてしまうので消費生活センターで見てもらえないか。</p>	    	<p>販売事業者から連絡のあった仕上がり寸法と比較すると、相談品は縮みが発生していた。(ただし、寸法の測定方法について、口頭で聞いた方法で測定したものであり、あくまでも目安となる。)</p> <p>相談者が“くたくたしている”と表現している波打ちについては、仕上げ方法の影響も考えられるが、表生地と裏生地や芯地などの副資材との収縮差が原因となっているとも考えられる。特に、ポケットの袋布を観察すると、激しく波打っており、表生地が縮み、袋布が縮まなかったことによる収縮差で波打ち(バックリング)が発生し、その波打ちが製品の表側に影響していると推測される。</p> <p>また、袖の裏地が着用していると表に出てきてしまう、という申し出についても、今回は測定していないが、袖周りが縮んでいる可能性が考えられる。袖丈は今回の測定ではほぼ縮んでいないが着用時には生地がヨコ方向に引っ張られ、タテ方向(袖丈)が短くなるという現象が発生していると考えられる。</p> <p>生地が縮んだ原因については、一般的に以下の原因が考えられる。①相談者の取り扱い不適②生地の品質不良③クリーニング処理の不適。</p> <p>①について、例えば、雨にかなり濡れてしまった等の特殊な事情では縮む可能性はあるが、ドライクリーニングのみしか実施していないのであれば、この可能性は低いと考える。②について、生地の品質については不明である。ただし、ドライクリーニングの寸法変化の基準を超えていることから、②の可能性は否定できない。生地の品質が不良の場合、初回のドライクリーニングで縮みが発生する可能性が高い。今回は、数回ドライクリーニングを実施したことがあるとの申し出から、通常であれば②の可能性は低いと、以前に、他の商品(パンツ)でトラブルとなり、ジャケットも心配になり、よく見てみたという経緯から、初めのクリーニングでも縮んでいたが、気が付いていなかった可能性もあり、②が原因となった可能性も考えられる。③について、“オゾン&アクアドライ”というタグがついていることから、通常のドライクリーニング+αの処理が行われた可能性が考えられる。繰り返しドライクリーニングをした後の縮み(②に記載の、今回初めて気が付いたという可能性もあるか)であれば、今回の処理が適当でなかった可能性も考えられ、③が原因となった可能性も考えられる。</p> <p>②あるいは③のどちらが原因となったかについては、販売事業者の協力が得られず特定はできなかった。</p>
被服品	紳士スーツ	<p>購入したばかりの替えズボン付きスーツを3回着て、3回とも白いワイシャツに黒い移染がついた。ワイシャツの前身頃のズボンに入る部分とズボンのベルト部分が特に黒い。グレーのスーツには黒い裏地が付いている。裏地のせいではないかと思った。念のため、替えズボンを初めてはくとき、新品のワイシャツを着て試してみたが、同じ状況になったので、販売店に申し出た。</p> <p>販売店側で調査した結果、商品の問題ではないとの回答で、納得できない。ベルトは黒で裏側が茶色の物を使用した。まだ新しいものだ。替えズボン着用後、脱衣時に注意深くワイシャツの状況を確認してからズボンを脱いだ。黒くなっていたのはズボン内部だったので、販売店の検査結果のようなベルトのせいではない。</p> <p>検査では、堅牢度検査の結果をもとに目視確認と摩擦を見たようだが、実際にズボンに使用された生地との違いがあるかもしれない。専門機関で検査してほしい。</p>	<p>ズボンの外側、内側ともに、異常は認められない。</p>  <p>ワイシャツの汚染部分</p>  <p>拡大観察では黒い汚染は樹脂のような粘りのあるものであった。</p> 	<p>ズボンの内側、および表側の生地について、染色堅牢度試験を実施した結果、汚染が発生するほどの品質不良とは言えなかった。</p> <p>また、外観観察から、今回提供のワイシャツは汗による汚染の可能性は低く、何らかの摩擦による汚染と推測された。</p> <p>汚染の原因としては、例えば、ベルトのコバ部分、ウエストポーチなどの鞆のような樹脂コーティングが施されているものとの摩擦などが考えられる。</p> <p>ただし、ベルトについては、相談者が“摩擦しても汚染しない”“他の衣類には汚染は発生しない”とのことから、汚染原因となつたとは断定できない。また、その他鞆等についても、今回提供されなかったワイシャツにおいて、ズボンの内側に入る下部も汚染されていたとのことから、汚染原因とは断定できない。</p> <p>よって、原因は不明であった。</p>

品目	品名	テスト依頼内容	相談品およびテスト写真	テスト結果
被服品	ポロシャツ	<p>デパートで買ったブランドのポロシャツの胸に赤い刺繍のマークがある。約1年前に購入し、家で水洗いをした。合計で3回洗ったが、初めから少しずつ胸の刺繍の色が落ちてきた。</p> <p>デパートの売場に持ち込んだが、約2週間後にシャツが送り返されてきて「商品に問題はない」と言われた。シャツの洗濯表示は「手洗い」となっている。センターで確認してもらえないか。ポロシャツと同時に洗った白いタンクトップにも赤い色が移った。その他、カーディガンにも同様に赤い色が移った。</p> <p>タンクトップも着ることができなくなってもいいので、見て欲しい。</p>	 <p>表側</p> <p>裏側</p>	<p>染色堅牢度試験の結果、赤色刺繍からの色泣きが認められ、染色堅牢度不良であった。濃色と淡色(今回は濃色の刺繍糸と淡色・白色の身生地)の組み合わせの場合、染色堅牢度の判定基準は厳しくなる。</p> <p>今回、水堅牢度試験および色泣き試験でブリードが認められたことから、刺繍糸の染色堅牢度は不良であったと推測される。</p> <p>さらに、今回試験を実施した試料は洗濯3回後のものであり、1、2回目には今回よりも染色堅牢度が劣っていた可能性も考えられる。</p> <p>ただし、今回の相談品(ポロシャツ)には、外観観察の結果(事務所の蛍光灯の下ではあるが)、著しいブリードは認められなかった。染色堅牢度は不良であったが、洗濯後の脱水・乾燥条件によってはブリードが発生しない場合もある。また、タンクトップについて、洗濯で汚染した場合、広範囲・ランダムに汚染が発生する可能性が高い。しかし、今回はタンクトップの裾のみに汚染が集中していることから、洗濯で汚染したとは断定し難かった。</p> <p>また、ポロシャツからの汚染がどうかについては、ポロシャツ自体にタンクトップ同様の汚染が認められないことから、可能性は低いと推測される。</p>
被服品	白ズボン	<p>今年4月に購入した婦人用白ズボンをドライクリーニングに出し、しみ抜きも依頼した。しみがとれていなかったのでもやり直しのため預けた。再度、仕上がったがしみ以外に別の黒いたて線が付着してしまった。クリーニング店からクリーニング店の営業担当者に電話すると「今のしみはシミ取り剤で浮き出てきた生地の汚れであり、クリーニングには責任はない。」と謝らなかつた。さらにクリーニング店の工場長と話をしたが同じ対応である。</p> <p>購入者からメーカーに問い合わせるように言われた。納得できない。2本購入して色違いをもっている。コットン97%ポリウレタン3%。</p> <p>※破壊不可でのテスト実施。</p>	 <p>相談品</p> <p>写真①～⑦の箇所には黒い汚染が認められる。</p> <p>拡大</p> <p>拡大</p>	<p>外観観察で汚染を確認した④、⑤、⑦の箇所について拡大すると、繊維の表面・間に黒い汚染物が認められる。</p> <p>外観観察(目視)では異常が認められなかった③の左側部分、右太もも部分、前左ポケット部分、後中心ベルトループ部分についても、拡大観察すると、④、⑤、⑦と同様の黒い汚染物が認められた。</p> <p>前左ポケット部分と後ろ中心ベルトループ部分の拡大観察では、身生地だけでなく、縫い糸にも同様の汚染が認められた。</p> <p>以上の観察により生地全体、および縫い糸にも同様の汚染が発生していることが確認でき、クリーニング処理時の再汚染の可能性が考えられる。大阪府クリーニング生活衛生同業組合へ、上記及び他の可能性について意見聴取した結果、生地、縫い糸に黒い汚染が認められるのはおそらくドライクリーニング溶剤をろ過するフィルターの中にカーボン(活性炭)が入っているのだが、その活性炭が溶剤の中に出てしまった可能性が高い。商品を洗浄後、脱液する時に絞るが、その時に付くと線状になるとのことであった。</p> <p>以上から、今回の汚染はドライクリーニングによる再汚染の可能性が高い。</p> <p>一見分からないが、縫い糸を含めた生地全体が汚染されており、洗浄工程で汚染した可能性が高いと考える。</p>

品目	品名	テスト依頼内容	相談品およびテスト写真	テスト結果
被服品	ジャンパー	<p>2年前に購入した刺しゅう入りジャンパーを昨年の4月に初めてクリーニングに出した。数日後に取りに行き、表面の刺しゅうを確認しただけでダンスにしまっていた。昨日初めて着用したら、裾のゴムが伸びきっており、背中の方が前身頃より短くなっていた。</p> <p>クリーニング店に苦情を伝えたら、メーカーからサイズを取り寄せ調べてみるというが、クリーニングで事故が起きているので、賠償してもらえないか。2012年モデルを購入している。</p>	<p>表示</p>  <p>相談者が相談品を着用</p>  <p>インターネット上の同型品着用画像</p> 	<p>相談品のリブ部分の素材は、アクリルとウールであることから、以下の原因が考えられる。①縫製不良・・・リブと身生地を縫い合わせる際に、テンションがかかって縫い合わされ、そのテンションがクリーニング処理により戻ろうとすることで形態が変化した。②リブの編地不良・・・編地の伸縮性が弱く、クリーニング処理の物理的作用に耐えられなかった、回復力を失った。③クリーニング処理(プレス)不良・・・アクリルの特性により、仕上げのスチームで伸びた。今回は、初めてのクリーニングで発生していることから、①および②の可能性も考えられる。①、②が原因であれば、製造上の不良であるので、相談品だけでなく同型品にも同様の現象が発生する可能性が高い。</p> <p>ただし、袖口のリブについては、相談者から伸びたとの申し出は無い事から、②の可能性はやや低いと考えられる。(袖口と裾リブが製造ロット違いであれば②の可能性もあり。)③について、アクリルは湿熱を受けた状態で張力がかかると伸びやすいという特徴がある。ドライクリーニング処理後の仕上げに、人体プレスを使用したことで裾が引き延ばされた可能性も考えられる。テスト結果を受けて、クリーニング店がジャケット代金を支払うことで終了した。</p>
被服品	デッキシューズ	<p>一部がゴム製で、甲の部分と側面が布製のデッキシューズの靴の履き口周囲とかかと部分にハトメが2個、左右の側面に8個ある。左の靴の側面のハトメで右足の内側くるぶしに2cmほどの切り傷を負った。キズは絆創膏を貼る程度だが、2カ月でハトメがそり返るのは問題だ。しかも金属製なので素足だったら怪我をする。メーカーに苦情を言ったが、「正常な利用ではそういうことはない、使用して2カ月たっている」と取り合わなかった。左右の靴をよく見たら8か所のハトメのうち5か所がそり返ったり浮いていたりしていた。街歩き用で、週2日程度の使用である。使用時間はまちまちだが、危険な商品ではないか。</p>	   <p>ヨコから観察</p>	<p>(独)国民生活センターへ商品テストを依頼した。</p> <p>テストの結果から、相談品のハトメは相談同型品、参考品と比べ、その厚みや材質はほぼ同じであり、参考として行った玩具安全基準のシャープエッジテストの結果、ハトメの縁が鋭利で危険であるとは言えなかった。また、相談同型品を使用したモニターによる歩行テストの結果でも、ハトメに変形や傷は生じなかった。</p> <p>よって、今回のテスト結果からは、怪我およびハトメがめくれた原因の特定は困難であった。また、相談者の主張する「危険な商品」とは断定できなかった。</p>
被服品	トートバッグ	<p>今年3月、鞆を製造販売している会社のサイトからトートバッグを注文した。(以前、この業者の店舗に行き商品を購入した事がある)納品されてから3か月ほどたって使用し始めた。使い始めて3週間くらいたったころ、上部の角の1箇所がつぶれてきた。</p> <p>本革なのでこのようなつぶれは普通では生じないと思うので、製作時のなんらかの欠陥と思い、メールで画像を添付し販売会社に対応を求めた。ところが、「革の風合いなので仕方がない」という返答のみで、実際にみてくれない。納得できない。※破壊不可でのテスト実施。</p>	<p>相談品</p>  <p>インターネット上の同型品画像</p> 	<p>販売会社の商品紹介を見ると、角にシワが入った商品が掲載されている。このことから、当商品は、4つの角がしっかり、まっすぐ立つものではなく、使用によりシワがはいることが想定内の商品であると考えられる。相談品を観察すると、4つ角のうちシワの入った1箇所が、若干革が薄い様に思われた。その為に他の箇所よりも早くシワが入ったと考えられる。また、内側にポケットがあり、そのポケットに物を入れることで、表面の革が引っ張られ、シワになった可能性もある。いずれにおいても、商品紹介でシワが入った商品が見本として掲載されていることから、シワが入ることが不良とは言いきれないと考える。</p>

品目	品名	テスト依頼内容	相談品およびテスト写真	テスト結果
教養 娯楽 品	園芸 肥料	<p>ホームセンターで植木を5、6個購入し室内で育てていた。同じホームセンターで33ml×21本入りの肥料アンブルを2セット購入し、アンブルを植木の土に差し込んだが徐々に葉が枯れ始めたので、販売店に出向き苦情を伝えた。</p> <p>店員が肥料のメーカーに電話で問い合わせたところ、水をどンドンやってほしいというアドバイスがあり、その通りしたら1カ月後にはすべての葉が枯れてしまった。</p> <p>再度販売店に出向き、肥料のせいで植木は枯れたのではないかと苦情を伝えたが取り合ってくれず納得できない。肥料が原因で植木が枯れる可能性があるのであれば、メーカーはそれを商品に明記しておくべきだ。販売員も販売時に、枯れる可能性など説明をきちんとすべきだ。販売店の対応の悪さにも納得できない。室内に置いている他の植物は元気である。他の植物にはアンブルは使用していない。使ったものだけ枯れた。鉢の大きさ、植物の種類、植木に差し込んだアンブルの状態(液の残量等)、詳細は不明。鉢の小さいものには1本、大きい鉢には2本使用したとのこと。</p>	 <div data-bbox="587 600 954 770" style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-top: 10px;"> <p>「シュガーバイン」が枯れたもの。 3号鉢(直径9cm程)のゴムポットに植えられた状態である。 使用量の目安として5号鉢(直径15cm)に1本となっていることから、やや肥料過多となっている可能性が考えられる。(購入時の状態であり、植え替えはなされていない。)</p> </div>	<p>大阪市立 長居植物園 花と緑と自然の情報センターへ意見聴取したところ、以下2点の情報を得た。</p> <p>①肥料成分が多いと枯れることがある。植物の根に肥料があたり枯れる。</p> <p>②ゴムポットについて、販売者はゴムポットで生産してそのまま販売しているが、購入した人は植え替えるのが前提で販売されている。</p> <p>更に外部でテストを実施する検討を行ったが、いろいろな条件(植木の種類、大きさ、環境など)があり、テストにはなじまない、不向きなテーマと回答があり、実施不可であった。</p> <p>原因の特定は困難であったが、調査の結果から、肥料過多で枯れた可能性も考えられる。</p>

(3) 平成27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4日(木)	<p>1 講演 「最近の事故相談事例及び重大事故情報・ヒヤリハット事例について」 講師:独立行政法人 製品評価技術基盤機構 製品安全センター 製品安全技術課 田代 大志 氏</p> <p>2 テスト事例交換・質疑 ○大阪府消費生活センター (公益財団法人 関西消費者協会 相談グループ テスト担当) テスト事例発表等 「カーシートカバーの生地裂け」</p>
第2回	10月29日(木)	<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 製品安全技術課 喜久川 真記 氏 テスト事例発表 ○大阪府消費生活センター (公益財団法人 関西消費者協会 相談グループ テスト担当) テスト事例発表等 「湯たんぽの湯漏れ」</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)	○電源コードや配線器具の事故に注意を！ ○電源コードやコンセント・プラグについても安全確認してみましょう。
冬号 (2月)	○衣類の虫食いに注意しましょう。 ○収納の前には洗濯やドライクリーニングをして汚れを落としておきましょう。

・NHK関西ラジオワイドへ出演し、製品の事故情報を発信。

放送日	テーマ
平成27年12月15日	電子レンジの事故について
平成28年3月1日	こたつの事故について

(5) 地域講座における消費生活製品の取扱いに係る注意喚起等の啓発事業

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

開催日時	開催場所	テーマ
6月25日(木)	難波市民学習センター	靴の劣化に関する事例紹介・啓発
9月2日(金)	総合生涯学習センター	くらしの中のかくれれた危険
12月17日(木)	難波市民学習センター	ドライクリーニングに関するトラブル事例
1月20日(水)	クレオ大阪中央	冬季に使用する家庭用電気製品の事故情報の紹介

参 考 资 料

大阪府内の主要消費者団体連合体の概要

(平成 28 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 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 28 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 755 名 (583 社)、全会員 888 名: H28.4)	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 2,001 名: H28.4)	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 (2,926 名: H28.3)
	消費者保護委員会委員長 松尾 善紀 (大阪弁護士会会長 山口 健一)	特別顧問 高 巖 理事長 坂倉 忠夫 (西日本支部長 島谷 克史)	会長 金子 晃 理事長 吉川 萬里子 (関西支部長 澤村 美賀)	会長 山本 和彦 副会長 高橋 徹 大石 美奈子 (西日本支部長 樋口 容子)
主な活動内容	消費者問題に関して消費者保護の立場からの、必要な調査・研究その他適切な処置 ・社会的に問題の大きい消費者問題に係る被害者説明会の開催 など (弁護団の結成は、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（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、特定商取引法の適用を受ける取引を行う事業者等の業務に係るもの。（事業者等の所在地を問わない。）</p>	<p>当該都道府県内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</p>	<p>〈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>
	内容	<ul style="list-style-type: none"> （H26.11.30まで） ・指示・措置請求・報告徴収、立入検査 （H26.12.1から） ・措置命令〔法第7条第1項〕 ・合理的根拠の提出要求〔法第7条第2項〕 ・報告徴収・立入検査〔法第29条第1項〕 <p>※改正法施行（H28.4.1）により条項変更（事務は変更なし）</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・改善命令〔法第35条の3の21第1項〕 ・業務停止命令〔法第35条の3の32第2項〕 ・報告徴収（財務関係）〔法第40条第3項・第9項〕 ・立入検査〔法第41条第1項・第5項〕 	<ul style="list-style-type: none"> ・指示〔法第7条・法第14条・法第22条・法第38条・法第46条・法第56条・法第58条の12〕 ・業務停止命令・公表〔法第8条・法第15条・法第23条・法第39条・法第47条・法第57条・法第58条の13〕 ・合理的根拠を示す資料の提出〔法第6条の2・法第12条の2・法第21条の2・法第34条の2・法第36条の2・法第43条の2・法第44条の2・法第52条の2・法第54条の2〕 ・消費者からの申出の受理及び調査〔法第60条〕 ・報告徴収、立入検査〔法第66条第1～4項・第6項〕 	<ul style="list-style-type: none"> ・指示〔法第10条〕 ・業務停止命令・公表〔法第11条〕 ・報告徴収、立入検査〔法第17条第1項〕 （誇大広告の禁止、会員契約の締結又は更新についての勧誘における不実告知等、不当な取引行為の禁止に係るものに限る。） 	<ul style="list-style-type: none"> ・指示〔法第4条第1項〕 ・指示に従わない業者の公表〔法第4条第3項〕 ・消費者からの申出の受理及び調査〔法第10条〕 ・報告徴収・立入検査〔法第19条第2項〕

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 ・措置請求 ・報告徴収、立入検査 <p>※改正法施行(H26.12.1)により廃止</p> <p>【大阪市(H27.1から）に移譲】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・措置命令 [法第7条第1項] ・合理的根拠の提出要求 [法第7条第2項] ・報告徴収・立入検査 [法第29条第1項] <p>※改正法施行（H26.12.1）により新たに移譲</p> <p>※改正法施行(H28.4.1)により条項変更</p>			<p>【全市町村に移譲】</p> <p>※市についてはH24.4～法定移譲</p> <ul style="list-style-type: none"> ・指示 [法第4条第1項] ・指示に従わない業者の公表 [法第4条第3項] ・消費者からの申出の受理及び調査 [法第10条] ・報告徴収、立入検査 [法第19条第2項] 	<p>【全市町村に移譲】</p> <p>※市についてはH24.4～法定移譲</p> <ul style="list-style-type: none"> ・報告徴収 [法第40条第1項] ・立入検査 [法第41条第1項] ・消費生活用製品の提出命令 [法第42条第1項] 	
	権限	<ul style="list-style-type: none"> ・措置命令 [法第7条第1項] ・合理的根拠の提出要求 [法第7条第2項・法第8条第3項] ・課徴金納付命令 [法第8条第1項] ・指導及び助言 [法第27条] ・勧告及び公表 [法第28条] ・報告徴収・立入検査 [法第29条第1項] 	<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、法第35条の3の6] ・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 [法第10条] ・報告徴収、立入検査 [法第19条] 	<ul style="list-style-type: none"> ・各種届出の受理 ・危害防止命令 [法第32条] (対製造・輸入・販売業者) ・勧告、命令 [法第32条の20] (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36条] ・報告徴収、立入検査の拒否等…1年以下の懲役又は300万円以下の罰金 [法第37条] 	<ul style="list-style-type: none"> ・契約締結禁止命令等違反…2年以下の懲役又は300万円以下の罰金 [法第51条] ・報告徴収、立入検査の拒否等…50万円以下の罰金 [法第53条] 等 	<ul style="list-style-type: none"> ・禁止行為違反（下記以外）…3年以下の懲役又は300万円以下の罰金 [法第70条] ・業務停止命令違反…2年以下の懲役又は300万円以下の罰金 [法第70条の2] ・禁止行為（キャッチセールス・アポイントメントセールス）違反…1年以下の懲役又は200万円以下の罰金 [法第70条の3] ・連鎖販売取引、業務提供誘引販売取引に係る書面不交付等…6月以下の懲役又は100万円以下の罰金 [法第71条] ・指示違反・報告徴収、立入検査の拒否等…100万円以下の罰金 [法第72条] 等 	<ul style="list-style-type: none"> ・業務停止命令違反、不実告知・重要事項不告知…1年以下の懲役又は100万円以下の罰金 [法第22条] ・報告徴収、立入検査の拒否、各種届出違反等…50万円以下の罰金 [法第23条] 	<ul style="list-style-type: none"> ・命令違反…20万円以下の罰金 [法第25条] ・報告徴収、立入検査の拒否等…5万円以下の罰金 [法第26条] 	<ul style="list-style-type: none"> ・命令違反等…1年以下の懲役又は100万円以下の罰金 [法第58条] ・報告徴収、立入検査の拒否等…30万円以下の罰金 [法第59条]



大阪府

大阪府消費生活センター 平成 28 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 1 T M棟 3 階/TEL: 06-6612-7500