

平成27年1月

大阪府消費生活センター 平成26年度上半期消費生活相談の概要

《相談全体》

平成26年度上半期に大阪府消費生活センターが受け付けた相談件数は4,392件で、前年度同期の4,274件と比べ118件(2.8%)増加しました(付表1参照)。年代別で見ると、30歳代と50歳代が、前年度同期と比べ10%以上増加しました(付表2参照)。

《内容別の特徴》

- 相談の多い商品・役務別を見ると、前年度同様インターネット関連の商品・役務が上位になりました。1番多い相談は、「デジタルコンテンツ」(インターネット上で提供する情報等)の862件でした(付表3参照)。特に、「アダルト情報サイト」の相談が最も多く寄せられました(付表4,5参照)。また、20歳未満では、相談件数153件のうち91件が「デジタルコンテンツ」でした(付表6参照)。そのほか、インターネット関連の商品・役務では、「インターネット接続回線」(自宅で利用する光回線等の固定回線)、「移動通信サービス」(携帯電話等の通信回線)、「携帯電話」などが上位になりました。
- 販売購入形態別相談件数を見ると、「通信販売」に関する相談が1番多く寄せられました(付表7参照)。このうち、インターネット通販の相談内容を見ると、1番多いのは「デジタルコンテンツ」ですが、「履物」、「かばん・財布類」などの相談も多く寄せられました(付表8参照)。その内容では、格安ブランド品と称する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目立ちました。なお、平成25年2月21日から特定商取引に関する法律による規制の対象となった訪問購入(訪問買取り)に関する相談は39件寄せられ、前年度同期の25件と比べ14件(56.0%)増加しました(付表7参照)。
- 60歳以上の高齢者の相談の特徴としては、「インターネット接続回線」のトラブルが多く寄せられました。また、詐欺的な投資商法が後を絶たず、特に「ファンド型投資商品」(実体のはっきりしない事業への投資)が目立ちました(付表6参照)。
- 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83件で、前年度同期の95件と比べ12件(12.6%)減少しました。しかしながら、「医療」のうち美容医療による危害件数は10件で、前年度同期の3件と比べ7件増加しました。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34件で、前年度同期の21件と比べ13件(61.9%)増加しました(付表9,10参照)。

○付表1 相談件数の年度推移

| | 26年度上半期 | | 25年度上半期 | | 対前年度上半期 | | 25年度 | |
|-----|---------|--------|---------|--------|---------|--------|-------|--------|
| | 件数 | 構成比 | 件数 | 構成比 | 増減数 | 比率 | 件数 | 構成比 |
| 苦情 | 4,000 | 91.1% | 3,858 | 90.3% | 142 | 103.7% | 7,716 | 90.9% |
| 問合せ | 392 | 8.9% | 416 | 9.7% | ▲24 | 94.2% | 770 | 9.1% |
| 計 | 4,392 | 100.0% | 4,274 | 100.0% | 118 | 102.8% | 8,486 | 100.0% |

○付表2 契約当事者の年代別件数

| 契約当事者 | 26年度上半期 | | 25年度上半期 | | 前年度比 | 増減数 |
|--------|---------|--------|---------|--------|--------|-----|
| | 件数 | 構成比 | 件数 | 構成比 | | |
| 20歳未満 | 153 | 3.5% | 162 | 3.8% | 94.4% | ▲9 |
| 20歳代 | 456 | 10.4% | 462 | 10.8% | 98.7% | ▲6 |
| 30歳代 | 680 | 15.5% | 610 | 14.3% | 111.5% | 70 |
| 40歳代 | 777 | 17.7% | 782 | 18.3% | 99.4% | ▲5 |
| 50歳代 | 609 | 13.9% | 523 | 12.2% | 116.4% | 86 |
| 60歳代 | 558 | 12.7% | 557 | 13.0% | 100.2% | 1 |
| 70歳以上 | 600 | 13.7% | 623 | 14.6% | 96.3% | ▲23 |
| その他・不明 | 559 | 12.7% | 555 | 13.0% | 100.7% | 4 |
| 計 | 4,392 | 100.0% | 4,274 | 100.0% | 102.8% | 118 |

《内容別の特徴》

1. 相談の多い商品・役務別を見ると、前年度同様インターネット関連（デジタルコンテンツ、移動通信サービス、インターネット接続回線、携帯電話）の商品・役務が上位になりました。1番多い相談は、「デジタルコンテンツ」（インターネット上で提供する情報等）の862件でした（付表3参照）。特に、20歳未満では、相談件数153件のうち91件が「デジタルコンテンツ」でした（付表6参照）。

「デジタルコンテンツ」の具体的内容を見ると、1番多いのは、ワンクリック請求トラブルなど「アダルト情報サイト」の544件でした。次いで「有料サイトの架空請求」が189件でどちらも前年度同期より増加しています。「サクラサイト（出会い系サイト）」は35件、「オンラインゲーム」は16件寄せられましたが、どちらも前年度同期に比べ減少しています（付表4参照）。

インターネット関連の商品・役務で「デジタルコンテンツ」の次に多い「インターネット接続回線」については、前年同期には74件で第10位でしたが、今年度は70件（94.6%）増加し144件で第3位となりました。また、「移動通信サービス」（携帯電話等の通信回線）も116件で第5位と上位になりました（付表3参照）。

このほか、前年度同期において上位にあった「健康食品」が60歳代では上位10位に入らず（前年度同期は19件で第3位）、70歳以上では23件で第4位（前年度同期は53件で第1位）となりました（付表6参照）。

○付表3 相談の多い商品・役務【上位20位】

| 順位 | 商品・役務 | 26年度上半期 | 25年度上半期 | 前年度比 | 増減数 |
|----|-------------|---------|---------|--------|-----|
| 1 | デジタルコンテンツ | 862 | 729 | 118.2% | 133 |
| | （うちスマートフォン） | (429) | (270) | 158.9% | 159 |
| 2 | 賃貸アパート | 162 | 165 | 98.2% | ▲3 |
| 3 | インターネット接続回線 | 144 | 74 | 194.6% | 70 |
| | （うち光ファイバー） | (130) | (58) | 224.1% | 72 |
| 4 | 食料品（健康食品以外） | 127 | 95 | 133.7% | 32 |
| 5 | 移動通信サービス | 116 | 116 | 100.0% | 0 |
| | （うちスマートフォン） | (52) | (29) | 179.3% | 23 |
| 6 | 工事・建築 | 90 | 91 | 98.9% | ▲1 |
| 7 | 医療 | 84 | 62 | 135.5% | 22 |
| 8 | 自動車 | 81 | 84 | 96.4% | ▲3 |
| 9 | 健康食品 | 71 | 150 | 47.3% | ▲79 |
| 10 | フリーローン・サラ金 | 69 | 78 | 88.5% | ▲9 |
| 11 | 化粧品 | 59 | 72 | 81.9% | ▲13 |
| 12 | 履物 | 55 | 44 | 125.0% | 11 |
| 13 | 新聞 | 53 | 62 | 85.5% | ▲9 |
| 13 | かばん・財布類 | 53 | 58 | 91.4% | ▲5 |
| 15 | 洋服（紳士・婦人） | 51 | 62 | 82.3% | ▲11 |
| 16 | ファンド型投資商品 | 50 | 70 | 71.4% | ▲20 |
| 16 | エステティックサービス | 50 | 56 | 89.3% | ▲6 |
| 18 | 携帯電話 | 46 | 58 | 79.3% | ▲12 |
| | （うちスマートフォン） | (34) | (39) | 87.2% | ▲5 |
| 19 | 戸建住宅 | 41 | 33 | 124.2% | 8 |
| 20 | 生命保険 | 39 | 47 | 83.0% | ▲8 |
| | その他 | 2,089 | 2,068 | 101.0% | 21 |
| | 総相談件数 | 4,392 | 4,274 | 102.8% | 118 |

○付表4 デジタルコンテンツの具体的内容

| 商品・役務別 | 26年度上半期 | 25年度上半期 | 前年度比 | 増減数 |
|-----------------|---------|---------|--------|-----|
| アダルト情報サイト | 544 | 418 | 130.1% | 126 |
| 有料サイトの架空請求 | 189 | 97 | 194.8% | 92 |
| サクラサイト（出会い系サイト） | 35 | 86 | 40.7% | ▲51 |
| オンラインゲーム | 16 | 49 | 32.7% | ▲33 |
| その他のデジタルコンテンツ※ | 78 | 79 | 98.7% | ▲1 |
| 計 | 862 | 729 | 118.2% | 133 |

※迷惑メール、占いサイト、映像配信サービスなど

○付表5 年代別 デジタルコンテンツの具体的内容

| 商品・役務別 | 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 | 計 |
|---------------------|-------|------|------|------|------|------|-------|--------|-----|
| アダルト情報サイト | 79 | 55 | 86 | 119 | 84 | 79 | 34 | 8 | 544 |
| 有料サイトの架空請求 | 3 | 13 | 27 | 46 | 39 | 40 | 16 | 5 | 189 |
| サクラサイト (出会い系サイト) | 1 | 7 | 9 | 5 | 8 | 1 | 1 | 3 | 35 |
| オンラインゲーム | 5 | 2 | 2 | 4 | 3 | 0 | 0 | 0 | 16 |
| その他のデジタルコンテンツ | 3 | 11 | 16 | 14 | 19 | 3 | 2 | 10 | 78 |
| 計 | 91 | 88 | 140 | 188 | 153 | 123 | 53 | 26 | 862 |

○付表6 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 | |
|----|-------------|-----|-------------|-----|-------------|-----|-------------|-----|-------------|-----|-------------|-----|-------------|-------|
| | 商品・役務 | 件数 | 商品・役務 | 件数 | 商品・役務 | 件数 | 商品・役務 | 件数 | 商品・役務 | 件数 | 商品・役務 | 件数 | 商品・役務 | 件数 |
| 1 | デジタルコンテンツ | 91 | デジタルコンテンツ | 88 | デジタルコンテンツ | 140 | デジタルコンテンツ | 188 | デジタルコンテンツ | 153 | デジタルコンテンツ | 123 | デジタルコンテンツ | 53 |
| 2 | 自動車(バイクを含む) | 4 | 賃貸アパート | 39 | 賃貸アパート | 36 | 賃貸アパート | 29 | インターネット接続回線 | 27 | インターネット接続回線 | 32 | 食料品(健康食品以外) | 32 |
| 3 | テレビ放送サービス | 4 | エステティックサービス | 20 | 移动通信サービス | 23 | インターネット接続回線 | 25 | 賃貸アパート | 24 | 食料品(健康食品以外) | 23 | ファンド型投資商品 | 27 |
| 4 | 専門・専修学校 | 4 | フリーローン・サラ金 | 13 | 自動車 | 18 | 移动通信サービス | 24 | 食料品(健康食品以外) | 19 | 工事・建築 | 15 | 健康食品 | 23 |
| 5 | 健康食品 | 3 | 内職・副業 | 13 | 履物 | 17 | 工事・建築 | 22 | 移动通信サービス | 19 | 化粧品 | 13 | インターネット接続回線 | 21 |
| 6 | 履物 | 3 | 健康食品 | 12 | フリーローン・サラ金 | 17 | 食料品(健康食品以外) | 18 | 自動車 | 13 | ファンド型投資商品 | 13 | 新聞 | 20 |
| 7 | 医療 | 3 | 履物 | 12 | 医療 | 17 | 医療 | 17 | 工事・建築 | 11 | 自動車 | 12 | 工事・建築 | 19 |
| 8 | 移动通信サービス | 2 | 移动通信サービス | 12 | エステティックサービス | 17 | 化粧品 | 16 | フリーローン・サラ金 | 11 | 移动通信サービス | 12 | 医療 | 16 |
| 9 | インターネット接続回線 | 2 | 洋服(紳士・婦人) | 9 | 食料品(健康食品以外) | 15 | 自動車 | 16 | 生命保険 | 10 | 生命保険 | 10 | 株(未公開株) | 14(9) |
| 10 | 外国語・会話教室 | 2 | 携帯電話 | 9 | インターネット接続回線 | 15 | フリーローン・サラ金 | 15 | 医療 | 10 | 新聞 | 9 | 賃貸アパート | 13 |
| | | | 外食 | 9 | | | | | | | | | 移动通信サービス | 13 |
| 総計 | | 153 | | 456 | | 680 | | 777 | | 609 | | 558 | | 600 |

【デジタルコンテンツの相談事例】

＜アダルトサイトのワンクリック請求＞

スマートフォンでアニメサイトを閲覧していたが、画面上をタッチしているうちにアダルトサイトに接続された。「18歳以上」という表示をタッチすると登録完了という画面が出て、「登録料は99,800円で、3日を経過すると25万円になる」と記載されている。誤作動の場合の問合せ先電話番号が表示されていたので電話をかけたところ、「支払わなければ退会できない」と言われた。名前を聞かれたので怖くなり電話を切ったが、今後どう対処したらよいか。(10歳代高校生、男性)

(処理結果)

電子消費者契約法により、申込画面の金額表示がわかりにくい場合は契約無効と言えるので、事業者から請求の電話がかかってきても無視し、支払わないようにと助言した。

<有料サイトの架空請求>

スマートフォンに、知らない事業者から突然メールが届いた。「デジタルコンテンツ情報料が未納」、「放置すると法的手続きを取る」と記載があるが、全く身に覚えがない。慌ててメールに記載のあった電話番号に電話をかけたところ、「支払わないと裁判する」と言われた。どう対処したらよいか。(30歳代女性)

(処理結果)

架空請求と思われるので、相手方に連絡しないようにと助言した。

<サクラサイト(出会い系サイト)の不当請求>

SNSの画面で副業の広告を見つけ、副業サイトに登録した。相手方にメールを返信すれば報酬が得られるという仕事だった。副業サイトに登録後、医師と名乗る人から「ストレスを抱えているので相談に乗ってほしい」というメールが届き、「相談に乗ります」とメールを返信したところ、相手方から「報酬として1千万円を受け取ってほしい」と再度メールが届いた。その後、サイト事業者から、相手方とメールを継続するために必要な特別会員費や文字化け解除料など次々と請求され、クレジットカードで合計7万5千円を決済した。しかし、仕事の報酬が支払われない。(20歳代女性)

(処理結果)

サイト事業者に雇われた“サクラ”が有料のメール交換をさせ、支払いを続けさせるサクラサイトであるとことを相談者に説明した。クレジットカード会社と決済代行業者に提出するため、サクラサイトに誘導された経緯書を作成し、当センターに送付するよう助言した。その後、当センターがクレジットカード会社と決済代行会社に交渉し、解約となった。

<オンラインゲームの高額請求>

スマートフォンを機種変更した際に、旧機種のスマートフォンを小学生の息子に渡し使用させていたところ、Wi-Fiを利用してネットに接続していた。その後、私の新機種のスマートフォンにクレジットカードの利用情報のメールが届いた。息子が旧機種でゲームをし、3日間で6万円分のアイテムを購入したことがわかった。息子は、ID・パスワードを入力しなくても、アイテムを購入することができたと言っている。クレジットカード番号は新機種で1回入力したことがあるが、旧機種では入力した覚えがない。支払わなければならないのか。(相談者40歳代女性、当事者10歳未満男性)

(処理結果)

ゲーム運営会社に対して、ゲームの契約者が未成年であることを理由に契約取消しを主張するとともに、オンラインゲーム運営会社、クレジットカード会社に提出するため、アイテムを購入し続け高額に至った経緯書を作成し、当センターに送付するよう助言した。その後、当センターがゲーム運営会社と交渉したところ、一旦クレジットが引き落とされた後、全額返金された。

<消費者へのアドバイス>

- ・ワンクリック請求の場合は、慌てて事業者に連絡を取らないようにしましょう。個人情報をごちからから知らせることになります。また、絶対に請求に応じないようにしましょう。
- ・有料サイトを利用する際には、利用規約などの表示を事前に十分確認しましょう。
- ・お金をあげるなどと誘って有料ポイントを利用させる出会い系サイトはサクラサイトと呼ばれる詐欺サイトです。利用しないようにしましょう。

【インターネット接続回線(プロバイダ)の相談事例】

大手電話会社を名乗る事業者から電話があり、プロバイダを変えると高速処理できるようになり、通信料も安くなると勧誘を受けた。相談者は、電話で事業者に指示されるとおり操作をした後、プロバイダが変更された。事業者より「当社は光回線を提供している大手通信事業者ではない」、「解約する場合は解約手数料が1万5千円かかる」と記載されたメールが届いた。代理店と誤解させ、解約料や決済方法について事前に説明はなく納得できないので解約したい。(60歳代男性)

(処理結果)

当センターが、事業者に対し、勧誘時の説明不足等の問題点を指摘して交渉した結果、無条件解除となり、元のプロバイダに戻された。

【移动通信サービスの相談事例】

街を歩いていたら、携帯電話のショップの前で呼び込みに会い、うっかりショップに入ってしまった。2人の女性から1時間半以上スマートフォンの勧誘を受け、「今日契約したらポイントを付ける。そのポイントを事務手数料に充てることができる。今日契約しないとポイントは付けられない」と迫られて、出された書面に氏名、住所等を記入した。しかし、無職で支払いを続けていく自信がなく、書面もスマートフ

オンも受け取らないでショップを出た。数日後、「契約確認書」というはがきが届いた。どうしたらよいか。(40歳代男性)

(処理結果)

販売店と通信事業者宛てに解約申出の書面を当センターに送付するように助言するとともに、当センターが販売店に対し、勧誘が強引であったことを指摘して交渉したところ、無条件解除となった。

＜消費者へのアドバイス＞

- ・通信サービスの契約時には、サービス内容、契約内容、利用料金、解約条件等をよく確認しましょう。
- ・通信サービスには、クーリング・オフに関する規定がありません。契約サービス内容がわからない場合、契約する必要があるかどうかわからない場合、勧誘が強引だと感じた場合など契約に疑問がある場合には、その場ですぐ契約せず、十分検討しましょう。不要な場合は、きっぱりと断りましょう。

2. 販売購入形態別の相談件数を見ると、「通信販売」に関する相談が1番多く寄せられました(付表7参照)。このうち、インターネット通販の相談内容を見ると、1番多いのは「デジタルコンテンツ」ですが、「履物」、「かばん・財布類」などの相談も多く寄せられました(付表8参照)。その内容では、格安ブランド品と称する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目立ちました。

なお、平成25年2月21日から特定商取引に関する法律による規制の対象となった訪問購入(訪問買取り)に関する相談は39件寄せられ、前年度同期の25件と比べ14件(56.0%)増加しました(付表7参照)。

○付表7 販売購入形態別相談件数

| 販売購入形態 | 26年度上半期 | 25年度上半期 | 前年度比 | 増減数 |
|---------------|---------|---------|--------|------|
| 店舗購入 | 1,288 | 1,311 | 98.2% | ▲ 23 |
| 訪問販売 | 295 | 371 | 79.5% | ▲ 76 |
| 通信販売 | 1,625 | 1,348 | 120.5% | 277 |
| (うちインターネット通販) | (1,354) | (1,111) | 121.9% | 243 |
| マルチ・マルチまがい | 55 | 58 | 94.8% | ▲ 3 |
| 電話勧誘販売 | 264 | 300 | 88.0% | ▲ 36 |
| ネガティブ・オプション | 9 | 9 | 100.0% | 0 |
| 訪問購入 | 39 | 25 | 156.0% | 14 |
| その他無店舗販売 | 14 | 16 | 87.5% | ▲ 2 |
| 不明・無関係 | 803 | 836 | 96.1% | ▲ 33 |
| 計 | 4,392 | 4,274 | 102.8% | 118 |

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

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

○付表8 インターネット通販の相談内容

| 商品・役務 | 26年度上半期 | 25年度上半期 | 前年度比 | 増減数 |
|--------------|---------|---------|--------|-----|
| デジタルコンテンツ | 838 | 709 | 118.2% | 129 |
| 履物 | 45 | 30 | 150.0% | 15 |
| かばん・財布類 | 38 | 42 | 90.5% | ▲ 4 |
| パソコン・パソコンソフト | 28 | 23 | 121.7% | 5 |
| 洋服(紳士・婦人) | 20 | 24 | 83.3% | ▲ 4 |

【インターネット通販の相談事例】

インターネット通販で、ブランドのブーツが格安だったので注文し、前払いで指定された個人名の口座に振り込んだが、商品が届かない。(20歳代男性)

(処理結果)

インターネット通販の場合、特定商取引に関する法律で、販売店の所在地、電話番号、責任者名を広告に記載することが義務付けられているので、それらの表示が無い場合は信頼できる事業者と判断できない

ことを情報提供した。事業者と連絡が取れない場合は返金を求めることができず、詐欺の可能性が高いので、警察のサイバー犯罪の窓口の情報提供するように伝えた。

<消費者へのアドバイス>

- ・ 購入手続きを進める前に、サイト内に、メールアドレスのほか、販売店の所在地、電話番号、責任者名が表示されているかを必ず確認しましょう。
- ・ トラブルの多くは、支払い方法が銀行振込みしかない場合に発生しています。クレジットカード払いや代金引換など、他の支払い方法も用意されているかよく確認し、信頼できるお店を利用しましょう。

【訪問購入の相談事例】

「着物を高価で買い取ります」という郵便受けに入っていたチラシを見て、「着物を買い取ってほしい」と事業者に電話をかけた。訪問した事業者は「着物はお金にならない。貴金属を出してほしい」としつこく言うので、ダイヤの指輪を含む貴金属を12点見せたところ、12点すべてを3千円で買い取られてしまった。(70歳代女性)

(処理結果)

貴金属については買取りの依頼をしていないので、クーリング・オフ通知を出すように助言した。その上で、当センターから事業者に対し、貴金属については特定商取引に関する法律に基づきクーリング・オフが可能であることを説明して解約交渉した結果、事業者から貴金属が返還され、相談者は事業者から受領したお金を返金した。

<消費者へのアドバイス>

平成25年2月21日から、特定商取引に関する法律により訪問買取りにしてもクーリング・オフができるようになりましたが、一旦品物を引き渡してしまうと、取り戻すのは困難なケースもあります。売る前に慎重に考えましょう。

3. 高齢者の相談の特徴としては、「インターネット接続回線」のトラブルが多く寄せられました。また、詐欺的な投資商法が後を絶たず、特に「ファンド型投資商品」(実体のはっきりしない事業への投資)が目立ちました(付表6参照)。劇場型勧誘による詐欺(複数の人が役割を分担して消費者を信用させる手口)や詐欺的な投資商法の二次被害(ファンド型投資商品で被害にあった方に、被害回復を装い新たな利殖商品等の購入を勧誘する悪質なケース)に関する相談も寄せられました。

【ファンド型投資商品の相談事例】

数日前、知らない事業者から電話がかかり「iPS細胞関連の事業への投資のパンフレットが、地域で限られた方だけに届くので、もし届いたら6万円で購入したい」と言われた。「投資は10万円からすることができ、高配当が約束されている」と説明された。今日パンフレットが届いたが、不審だ。

(70歳代女性)

(処理結果)

話題性のある出来事に便乗した劇場型投資詐欺であると説明し、再度勧誘の電話がかかってきたら、毅然と断るように助言した。

【詐欺的な投資商法の二次被害の相談事例】

過去に投資をして被害にあったことがあるが、2か月前に福祉団体のような名称を名乗るところから、「被害者名簿からあなたの名前を完全に削除してあげます」と電話があった。また、「国の支援により、被害額には及ばないが200万円に金利が付いて返金されます。そのためには、資金を提供してくれる実業家の代わりに地方債の購入契約に名義を貸してほしい」と言われ、送付された書類に署名してFAXで送った。その後、「地方債の申込みの期限が間もなく終了するが、実業家が今海外にいるため資金調達ができないので立て替えてほしい。必ず返金する」という電話がかかってきた。何度か要請され、言われるがままに、銀行のATMから13回振り込み、宅配便でも現金を送金し、気が付いたら2千万円支払ってしまった。返金を求めたところ、2日前に2千万円を振り込むと言われたが、入金がない。(70歳代女性)

(処理結果)

投資被害者を狙った詐欺であり、振り込み詐欺救済法の救済の対象になると考えられることを説明し、警察に被害届を出すように助言した。即日振り込み口座13件が凍結されたと本人から報告があった。

4. 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83件で、前年度同期の95件と比べ12件（12.6%）減少しました。しかしながら、「医療」のうち美容医療による危害件数は10件で、前年度同期の3件と比べ7件増加しました。

また、食料品（健康食品を除く）の危害件数は9件で、前年度同期の2件に比べて7件増加しました。

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34件で、前年度同期の21件と比べ13件（61.9%）増加しました。

○付表9 危害件数

| 商品・役務 | 26年度上半期 | 25年度上半期 | 前年度比 | 増減数 |
|--------------|---------|---------|--------|------|
| 化粧品 | 15 | 24 | 62.5% | ▲ 9 |
| 医療 | 15 | 14 | 107.1% | 1 |
| （うち美容医療） | (10) | (3) | 333.3% | 7 |
| 食料品（健康食品を除く） | 9 | 2 | 450.0% | 7 |
| エステティックサービス | 6 | 8 | 75.0% | ▲ 2 |
| 自動車 | 4 | 2 | 200.0% | 2 |
| 外食 | 4 | 1 | 400.0% | 3 |
| 携帯電話 | 3 | 0 | - | 3 |
| 賃貸アパート | 3 | 0 | - | 3 |
| 履物 | 2 | 1 | 200.0% | 1 |
| ふとん類 | 2 | 0 | - | 2 |
| その他 | 20 | 43 | 46.5% | ▲ 23 |
| 計 | 83 | 95 | 87.4% | ▲ 12 |

○付表10 危険件数

| 商品・役務 | 26年度上半期 | 25年度上半期 | 前年度比 | 増減数 |
|--------------|---------|---------|--------|-----|
| 自動車 | 10 | 7 | 142.9% | 3 |
| 食料品（健康食品を除く） | 7 | 0 | - | 7 |
| 鍋 | 2 | 0 | - | 2 |
| 照明器具 | 2 | 1 | 200.0% | 1 |
| 電動家庭用工具 | 2 | 0 | - | 2 |
| 外食・食事宅配 | 2 | 1 | 200.0% | 1 |
| その他 | 9 | 12 | 75.0% | ▲ 3 |
| 計 | 34 | 21 | 161.9% | 13 |

【危害に関する相談事例】

＜医療のうち美容医療＞

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

（処理結果）

美容外科系リフト被害対策弁護士を紹介し、相談するよう助言した。

【危険に関する相談事例】

＜自動車＞

1年4か月前に新車の外車を購入した。2か月前から走行中にエンストするようになり、輸入代理店に調査を依頼したところ、フューエルポンプ不良でガソリンの問題と指摘され、部品交換を受けた。しかし、その部品交換後も高速道路でエンストしたので再度修理に出し、タンクや電子部品等の交換を受けた。しかし、納車後2日目にまたエンストしたため危険なので返品を要望したが、修理対応しかできないと言われ納得できない。（30歳代男性）

（処理結果）

自動車製造物責任相談センターを紹介し、併せて自動車ADRについて情報提供した。

参 考 資 料

<高齢者の相談状況>

60歳以上が契約当事者の相談件数は1,158件で、前年度の1,180件より22件(1.9%)減少しましたが、相談全体(4,392件)に占める割合は26.4%となり、4件に1件以上が高齢者の相談という傾向は続いています(付表11参照)。

商品・役務別の相談状況を見ると、1番多い相談は「デジタルコンテンツ」の176件、2番目に多い相談は、「食料品(健康食品以外)」の55件でした。次いで、「インターネット接続回線」が53件でした。

投資商法のトラブルも多く寄せられ、実体のはっきりしない権利などを買わせる「ファンド型投資商品」の相談が40件あり、「ファンド型投資商品」の相談全体の80.0%を占めました(付表12参照)。

販売購入形態別の相談状況を見ると、「ネガティブオプション」が66.7%、「訪問購入」が53.8%、「電話勧誘販売」が50.4%、「訪問販売」が45.4%と、60歳以上の高齢者が相談件数の全体件数に占める割合が高くなりました(付表13参照)。

○付表11 高齢者の相談件数と全相談件数に占める割合(60歳以上)

| 平成26年度(上半期) | | | 平成25年度(上半期) | | | 増減率 | |
|-------------|-------------|--------------|-------------|-------------|--------------|--------|-------------|
| 全 体 | うち 60歳以上 | 全体に占 める割合 | 全 体 | うち 60歳以上 | 全体に占 める割合 | 全 体 | うち 60歳以上 |
| 4,392 | 1,158 | 26.4% | 4,274 | 1,180 | 27.6% | 102.8% | 98.1% |

○付表12 高齢者の相談の多い商品・役務(上位10位)

| 順 位 | | 全 体 | | |
|--------|-------------|-------------|--------------|-------|
| | | うち 60歳以上 | 全体に占 める割合 | |
| | 総件数 | 4,392 | 1,158 | 26.4% |
| 1 | デジタルコンテンツ | 862 | 176 | 20.4% |
| 2 | 食料品(健康食品以外) | 127 | 55 | 43.3% |
| 3 | インターネット接続回線 | 144 | 53 | 36.8% |
| 4 | ファンド型投資商品 | 50 | 40 | 80.0% |
| 5 | 工事・建築 | 90 | 34 | 37.8% |
| 6 | 新 聞 | 53 | 29 | 54.7% |
| 7 | 健康食品 | 71 | 28 | 39.4% |
| 8 | 移动通信サービス | 116 | 25 | 21.6% |
| 9 | 医 療 | 84 | 23 | 27.4% |
| 10 | 生命保険 | 39 | 20 | 51.3% |

○付表13 高齢者の相談の多い販売購入形態

| | 全 体 | | |
|-------------|-------------|--------------|-------|
| | うち 60歳以上 | 全体に占 める割合 | |
| 総件数 | 4,392 | 1,158 | 26.4% |
| 店舗販売 | 1,288 | 332 | 25.8% |
| 通信販売 | 1,625 | 310 | 19.1% |
| 訪問販売 | 295 | 134 | 45.4% |
| 電話勧誘販売 | 264 | 133 | 50.4% |
| 訪問購入 | 39 | 21 | 53.8% |
| マルチ・マルチまがい | 55 | 9 | 16.4% |
| ネガティブ・オプション | 9 | 6 | 66.7% |
| その他無店舗 | 14 | 3 | 21.4% |
| その他 | 803 | 210 | 26.2% |

<消費者へのアドバイス>

【高齢者の方々へ】

- ・必要のない商品やサービスの勧誘に対しては、はっきり断りましょう。
- ・詐欺的な投資商法の二次被害が発生しています。安易に儲け話に乗らないようにしましょう。
- ・契約内容に不安を感じた時は、身近な人や住まいの市町村の消費生活相談窓口にご相談しましょう。

【周囲の方々へ】

- ・高齢者がトラブルに巻き込まれるときは、ふだんと違う「様子の変化」があります。こうした変化にいち早く気づき、気になることがあったら声かけをするなどして、見守りを心がけてください。

- ★ 困ったときは、早めにお住まいの市町村の消費生活相談窓口にご相談しましょう。
- ★ 大阪府では、悪質商法の新たな手口などを紹介するメールマガジン「大阪府消費生活センター便り」を配信しています。次のURLから登録できます。 <http://kanshokyo.jp/fumagazine/>

＜若者の相談状況＞

20歳代以下の若者が契約当事者の相談件数は、609件で、前年度の624件より15件(2.4%)減少しました。相談全体(4,392件)に占める割合は13.9%で、前年度の14.6%より0.7%減少しました(付表14参照)。

商品・役務別の相談状況を見ると、「デジタルコンテンツ」の相談が179件となり、他の年代と同様に1番多い相談件数となりました。そのほか、それぞれの商品・役務にかかる相談件数の全体件数に占める若者の割合で見ると、「内職・副業」が46.4%、「エステティックサービス」が40.0%と、割合が高くなりました(付表15参照)。

販売購入形態別の相談状況を見ると、「マルチ・マルチまがい」が38.2%と、相談件数の全体件数に占める若者の割合が高くなりました(付表16参照)。

○付表14 若者の相談件数と全相談件数に占める割合(20歳代以下)

| 平成26年度(上半期) | | | 平成25年度(上半期) | | | 増減率 | |
|-------------|--------|-------|-------------|--------|-------|--------|--------|
| 全 体 | うち | 全体に占 | 全 体 | うち | 全体に占 | 全 体 | うち |
| | 20歳代以下 | める割合 | | 20歳代以下 | める割合 | | 20歳代以下 |
| 4,392 | 609 | 13.9% | 4,274 | 624 | 14.6% | 102.8% | 97.6% |

○付表15 若者の相談の多い商品・役務(上位10位)

| 順 位 | | 全 体 | | |
|--------|-------------|--------------|--------------|-------|
| | | うち 20歳代以下 | 全体に占 める割合 | |
| | 総件数 | 4,392 | 609 | 13.9% |
| 1 | デジタルコンテンツ | 862 | 179 | 20.8% |
| 2 | 賃貸アパート | 162 | 39 | 24.1% |
| 3 | エステティックサービス | 50 | 20 | 40.0% |
| 4 | 健康食品 | 71 | 15 | 21.1% |
| 4 | 履 物 | 55 | 15 | 27.3% |
| 6 | 移动通信サービス | 116 | 14 | 12.1% |
| 7 | フリーローン・サラ金 | 69 | 13 | 18.8% |
| 7 | 内職・副業 | 28 | 13 | 46.4% |
| 9 | 洋服(紳士・婦人) | 51 | 10 | 19.6% |
| 9 | 携帯電話 | 46 | 10 | 21.7% |
| 9 | 医 療 | 84 | 10 | 11.9% |

○付表16 若者の相談の多い販売購入形態

| | 全 体 | | |
|-------------|--------------|--------------|-------|
| | うち 20歳代以下 | 全体に占 める割合 | |
| 総件数 | 4,392 | 609 | 13.9% |
| 通信販売 | 1,625 | 298 | 18.3% |
| 店舗販売 | 1,288 | 174 | 13.5% |
| 訪問販売 | 295 | 24 | 8.1% |
| マルチ・マルチまがい | 55 | 21 | 38.2% |
| 電話勧誘販売 | 264 | 16 | 6.1% |
| その他無店舗販売 | 14 | 2 | 14.3% |
| ネガティブ・オプション | 9 | 1 | 11.1% |
| 訪問購入 | 39 | 0 | 0% |
| その他 | 803 | 73 | 9.1% |

＜消費者の方々へのアドバイス＞

- ・ 契約をする場合は、契約内容、契約金額等をよく確認して慎重に対応しましょう。特にインターネット通販の場合は、解約条件などの表示をよく確認しましょう。
- ・ 簡単に儲かるという話には安易に乗らないようにしましょう。
- ★ 困ったときは、早めにお住まいの市町村の消費生活相談窓口にご相談しましょう。
- ★ 大阪府では、悪質商法の新たな手口などを紹介するメールマガジン「大阪府消費生活センター便り」を配信しています。次のURLから登録できます。 <http://kanshokyo.jp/fumagazine/>