

## 平成22年度消費生活相談の状況がまとまりました。

平成22年度に、県の5消費生活センター（長野、松本、おかや、飯田、上田）に寄せられた相談件数（問合せ・苦情）は13,150件でした。（対前年度比80.5%）

### 【主な特徴】

- 相談件数（問合せ・苦情）は16年度をピーク（44,350件）に年々減少していますが、その主な理由は「架空・不当請求」の相談が減少したためであり、それ以外の相談は、ほぼ横ばいで推移しています。（図-1）
- 相談件数（苦情）の最多は「放送・コンテンツ等」（携帯電話やパソコンを利用したアダルトサイト、出会い系サイト等のサイト利用料の請求等）に関する相談が2,318件で、次に「融資サービス」（多重債務等）に関する相談が1,590件、次に「レンタル・リース・貸借」（賃貸アパート退去時の負担等）に関する相談が454件となっています。（図-2）
- 未公開株・公社債・ファンド型投資商品等の投資に関する相談が579件で急増しています。（図-3）
- 契約当事者の年代別では、60歳以上が31.0%を占め、男性、女性とも60歳以上の比率が増加しています。（構成比H21→H22男性25.7%→29.4%女性29.8%→34.6%）（図-4）

図-1 【相談件数の推移】

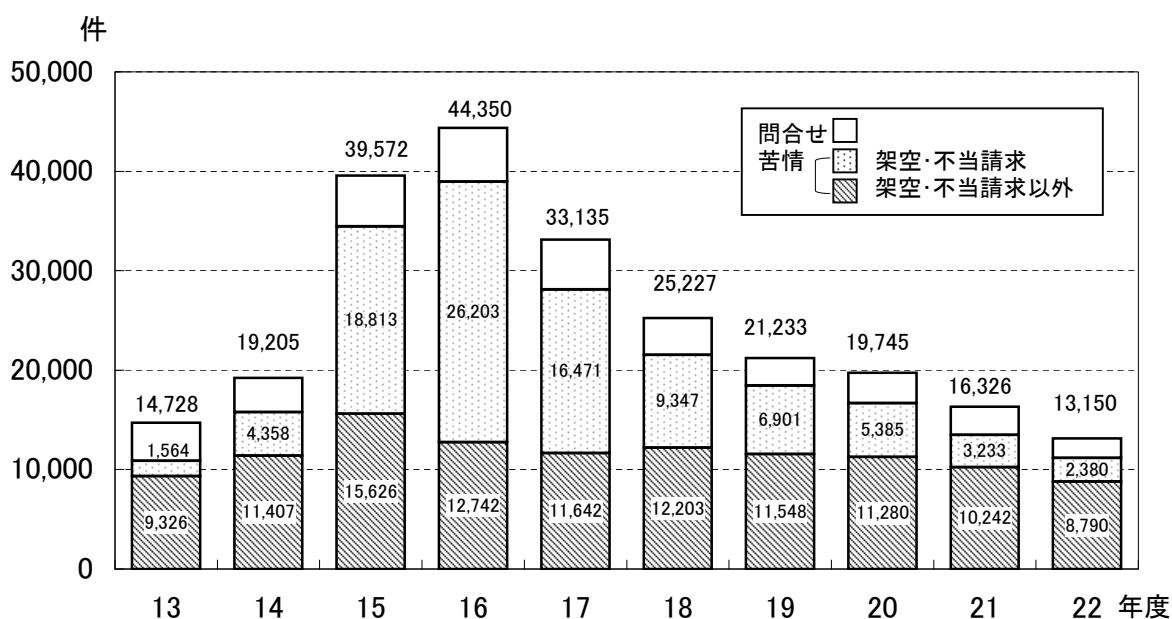


図-2 【相談内容別割合】

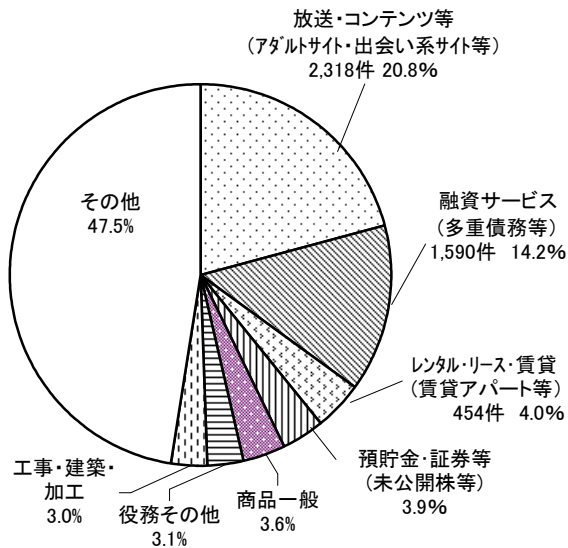


図-3 【投資に関する相談件数】

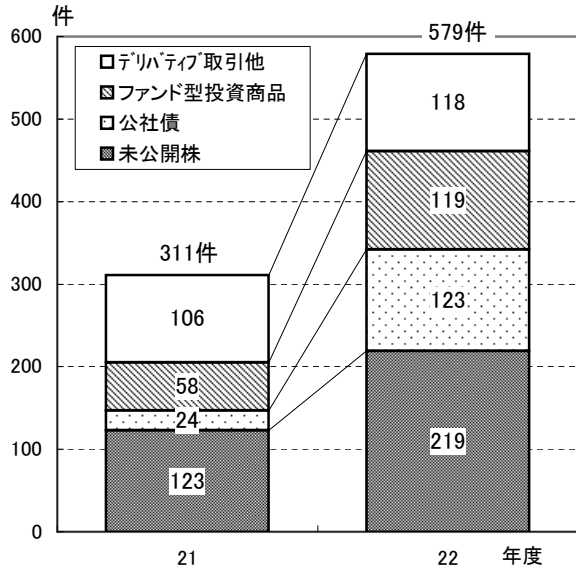
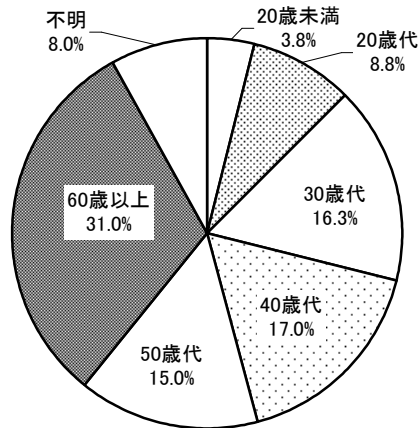
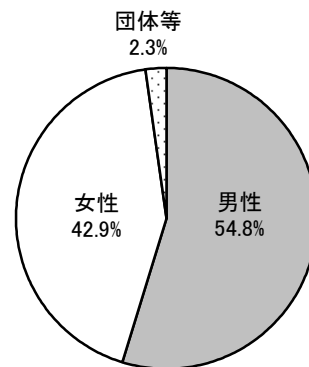


図-4

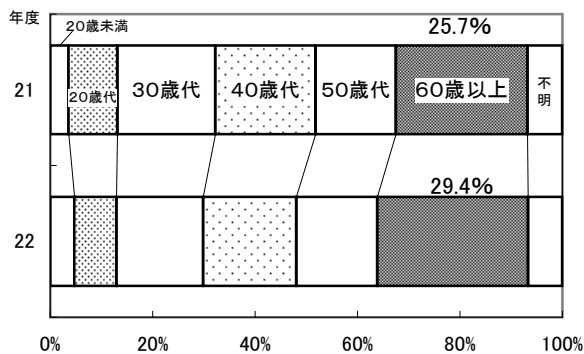
【契約当事者年代別割合】



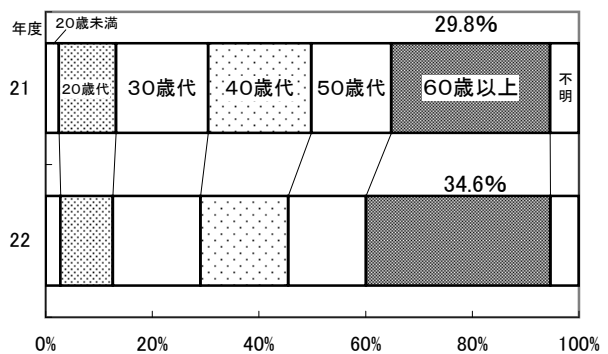
【契約当事者性別割合】



【男性年代別割合】



【女性年代別割合】



※ 消費生活に関する情報はこちら(平成22年度消費生活相談内容・件数を掲載しています)

長野県ホームページ <http://www.nagano-shohi.net/>

担当： 企画部消費生活室相談啓発係  
 小口 由美(室長) 藤原 尊雄(担当)  
 電話： 026-223-6770(直通)  
 FAX： 026-223-6771  
 E-mail： shohi@pref.nagano.lg.jp

## 契約・購入金額別相談（苦情）件数

区 分	平成21年度		平成22年度		
	件 数	対前年度比 (%)	件 数	対前年度比 (%)	構成比 (%)
1 万円未満	617	105.8	550	89.1	10.8
1 万円以上 5 万円未満	1,175	108.4	822	70.0	16.1
5 万円以上 10 万円未満	768	88.5	1,094	142.4	21.4
10 万円以上 50 万円未満	1,280	90.1	1,032	80.6	20.2
50 万円以上 100 万円未満	537	82.0	466	86.8	9.1
100 万円以上 500 万円未満	1,055	72.7	828	78.5	16.2
500 万円以上 1,000 万円未満	176	62.4	129	73.3	2.5
1,000 万円以上 5,000 万円未満	179	76.2	171	95.5	3.3
5,000 万円以上	20	100.0	16	80.0	0.3
合 計	5,807	88.0	5,108	88.0	100.0
平 均 金 額 (円)	1,720,816	90.7	1,566,892	91.1	

(注) 件数は、11,170件 (13,475件) のうち、金額が不明の6,062件 (7,668件) は除く。( )内は平成21年度の件数。

## 販売購入形態別相談（苦情）件数

販売購入形態		平成21年度		平成22年度		
		件 数	対前年度比 (%)	件 数	対前年度比 (%)	構成比 (%)
特殊 販売	1 通信販売	3,967	66.4	3,419	86.2	30.6
	2 訪問販売	1,458	92.3	1,192	81.8	10.7
	3 電話勧誘販売	1,059	80.8	1,058	99.9	9.5
	4 マルチ・マルチまがい	283	78.6	178	62.9	1.6
	5 ネガティブ・オプション	80	101.3	89	111.3	0.8
	6 その他無店舗	125	115.7	96	76.8	0.9
	小計	6,972	74.1	6,032	86.5	54.0
特殊 販売 以外	1 店舗購入	3,438	89.3	2,685	78.1	24.0
	2 不明・無関係	3,065	90.0	2,453	80.0	22.0
	小計	6,503	89.6	5,138	79.0	46.0
合 計		13,475	80.9	11,170	82.9	100.0

(注) 1 販売購入形態の分類は「全国消費生活情報ネットワーク・システム(PIO-NET)」の分類による。

2 訪問販売に、キャッチセール・アポイントメントセール・SF（催眠）商法を含む。

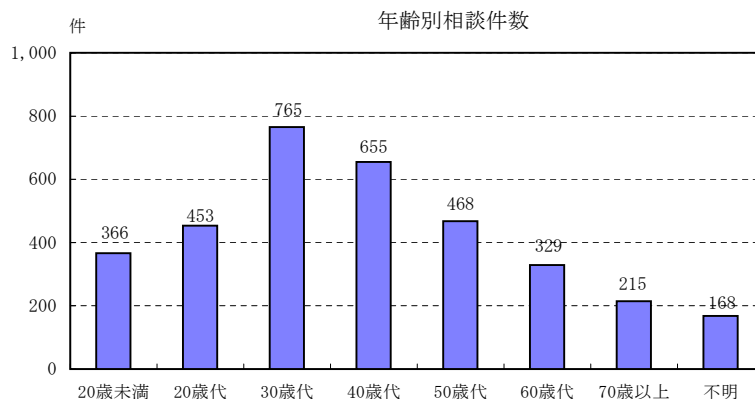
## 特殊販売（主なもの）の商品・役務別、年代別相談（苦情）件数

### 1 通信販売

3,419件（前年度比13.8%の減少）

相談件数（上位5品目）

商品・役務	件数
放送コンテンツ等（アダルト情報サイト、出会い系サイト等）	2,196
他の教養娯楽（宝くじ等）	158
融資サービス（ヤミ金等）	89
商品一般	78
役務その他（結婚相手紹介サービス、祈とうサービス等）	53

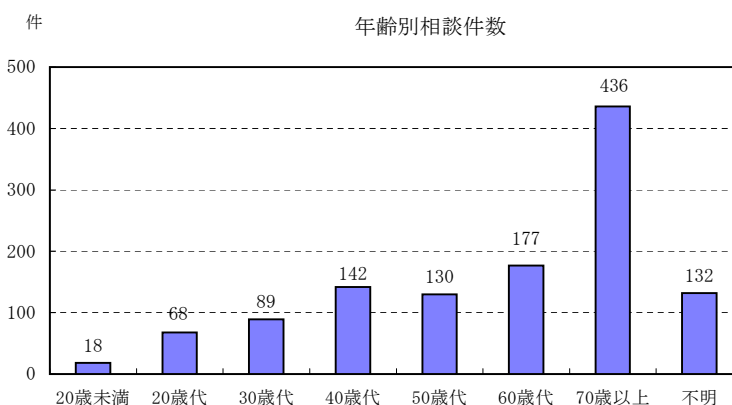


### 2 訪問販売

1,192件（前年度比18.2%の減少）

相談件数（上位5品目）

商品・役務	件数
工事・建築・加工（塗装、屋根工事等）	132
家具・寝具（ふとん類等）	115
書籍・印刷物（新聞、単行本等）	78
空調・冷暖房・給湯設備（ソーラシステム、電気温水器等）	61
役務その他（結婚相手紹介サービス、祈とうサービス等）	58



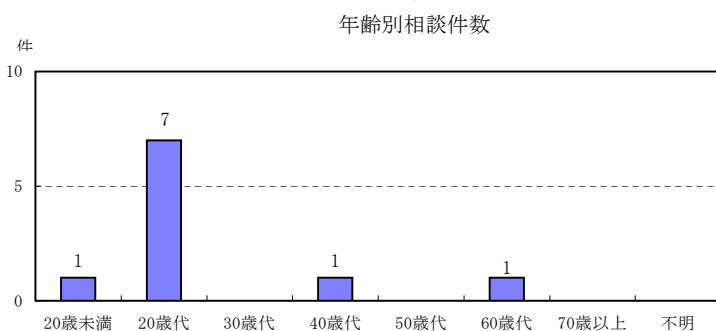
（注）訪問販売に、キャッチセールス・アポイントメントセールス・SF（催眠）商法を含む

#### 2-1（訪問販売のうち）キャッチセールス

10件（前年度比11.1%の増加）

相談件数（上位2品目）

商品・役務	件数
アクセサリ（ネックレス等）	2
他の教養娯楽品（絵画・書画等）	2

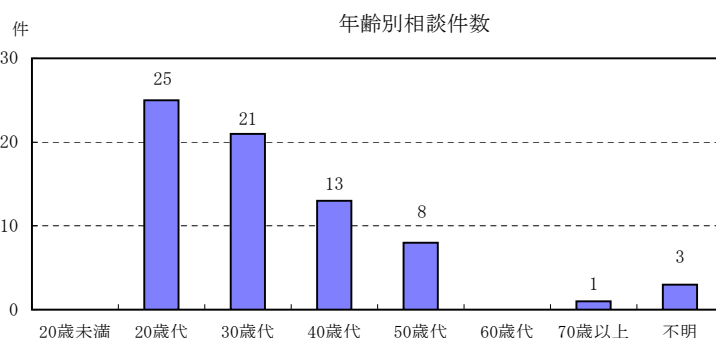


#### 2-2（訪問販売のうち）アポイントメントセールス

71件（前年度比31.1%の減少）

相談件数（上位3品目）

商品・役務	件数
役務一般（複合サービス会員）	26
アクセサリ（ネックレス等）	22
和服	5



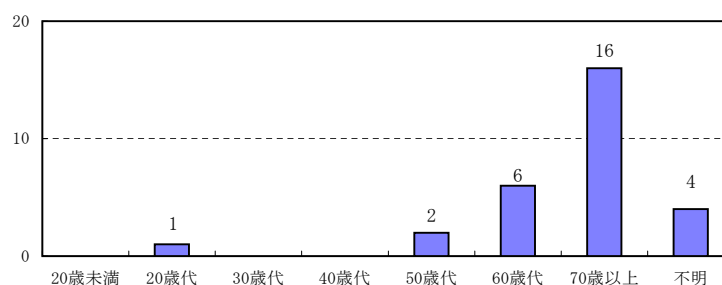
2-3 (訪問販売のうち) SF (催眠) 商法

29件 (前年度比50.8%の減少)

相談件数 (上位3品目)

商品・役務	件数
商品一般	9
医療用具(温熱治療器等)	8
家具・寝具(ふとん類等)	6

年齢別相談件数



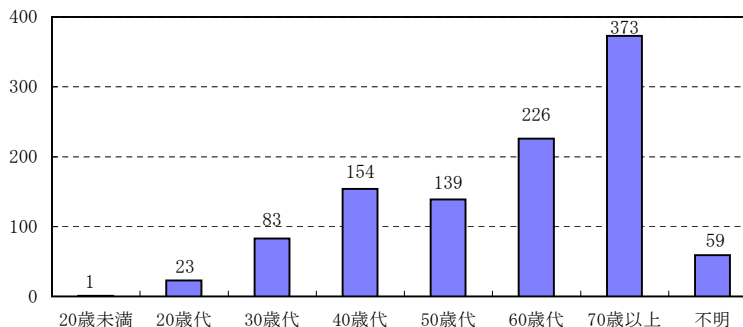
3 電話勧誘販売

1,058件 (前年度比0.1%の減少)

相談件数 (上位5品目)

商品・役務	件数
預貯金・証券等(未公開株、公社債等)	242
魚介類(カニ等)	121
インターネット通信サービス(インターネット接続回線等)	82
学習教材(資格取得用教材等)	58
役務その他(広告代理サービス等)	52

年齢別相談件数



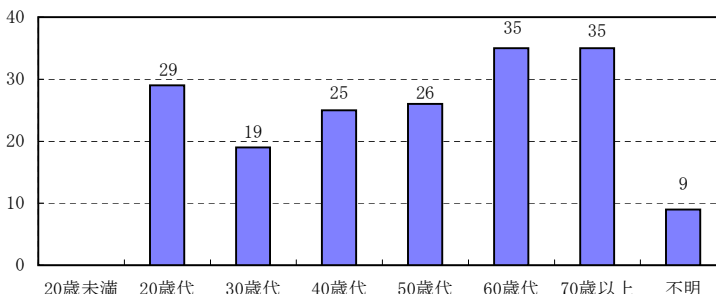
4 マルチ・マルチまがい

178件 (前年度比37.1%の減少)

相談件数 (上位4品目)

商品・役務	件数
健康食品	38
化粧品	25
商品一般	16
洋装下着(補整下着セット等)	16

年齢別相談件数



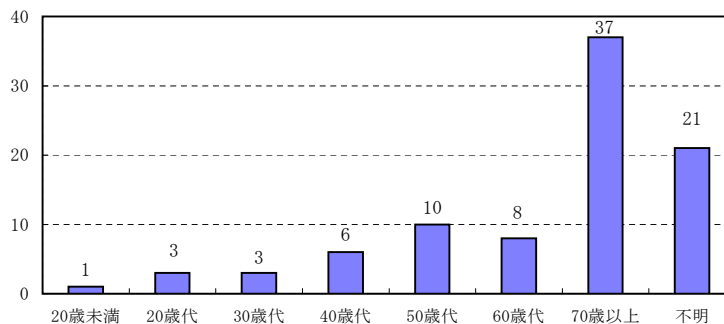
5 ネガティブ・オプション

89件 (前年度比11.3%の増加)

相談件数 (上位3品目)

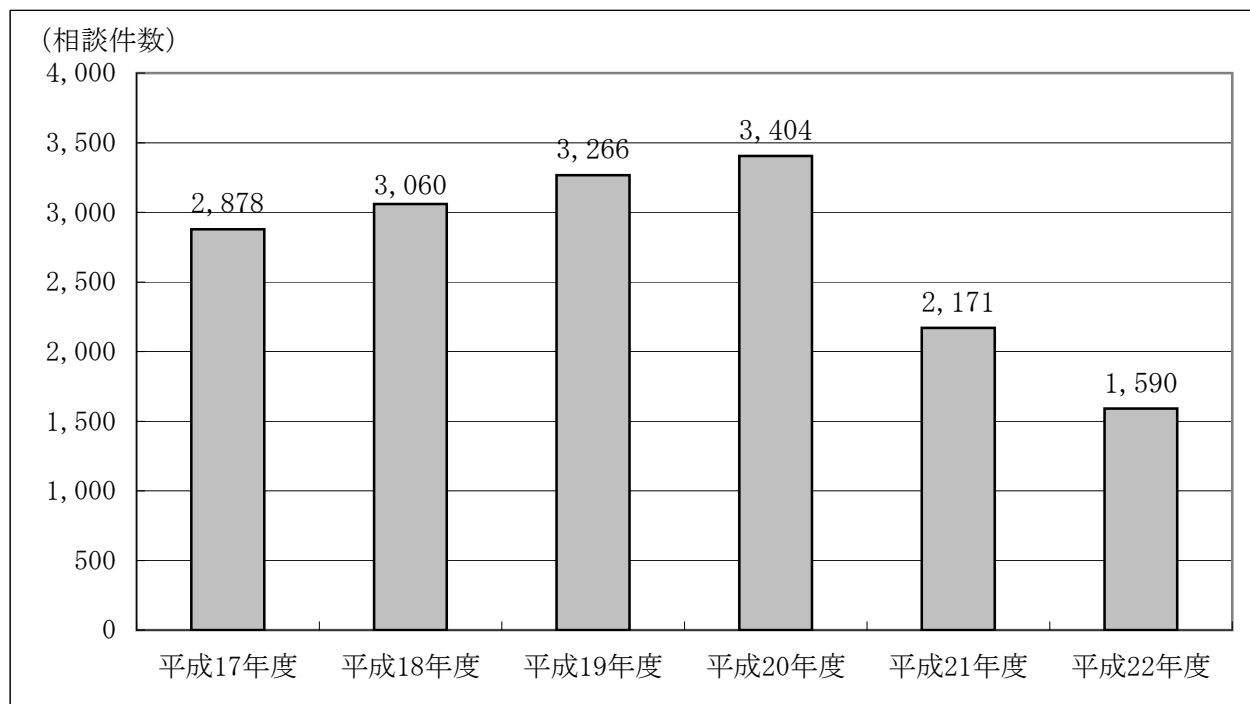
商品・役務	件数
書籍・印刷物(新聞、単行本等)	31
健康食品	11
商品一般	10

年齢別相談件数



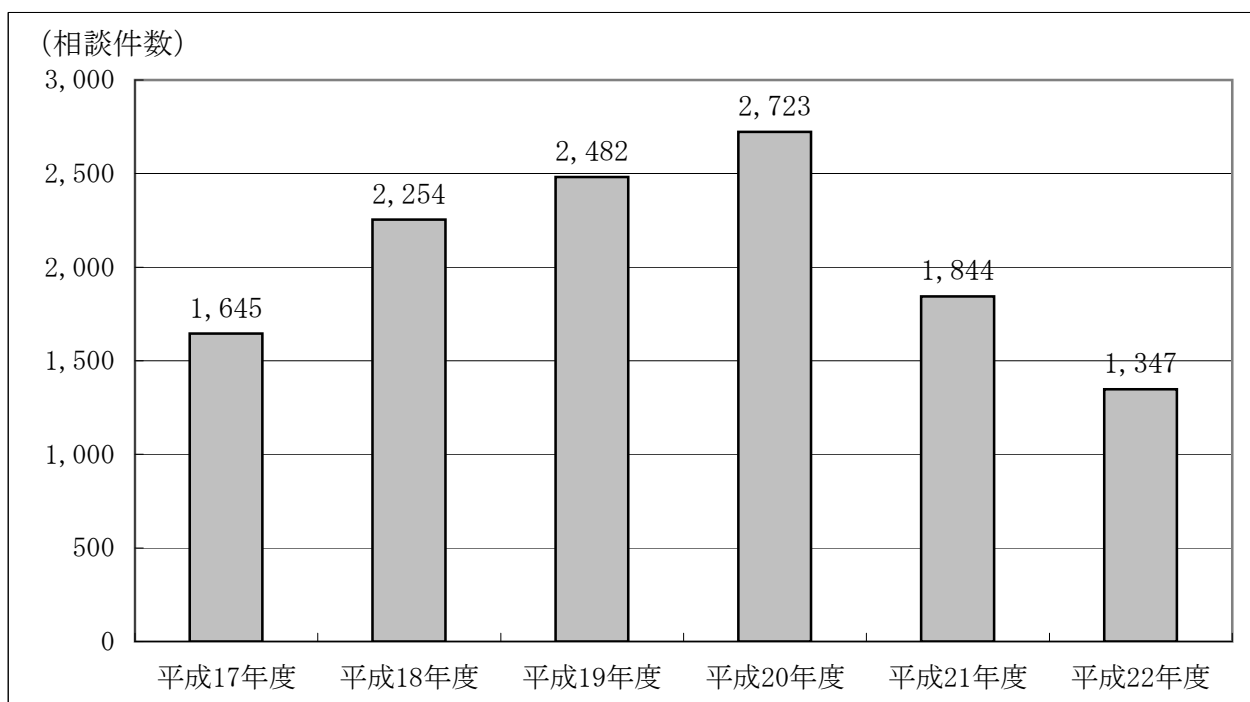
(注) 商品・役務の分類は「全国消費生活情報ネットワーク・システム(PIO-NET)」の分類による。

## 融資サービスに関する相談件数の推移



年 度	平成17年度	平成18年度	平成19年度	平成20年度	平成21年度	平成22年度
相談件数	2,878	3,060	3,266	3,404	2,171	1,590

## 多重債務に関する相談件数の推移



年 度	平成17年度	平成18年度	平成19年度	平成20年度	平成21年度	平成22年度
相談件数	1,645	2,254	2,482	2,723	1,844	1,347

(注) 多重債務:複数の業者から借金をして、その返済が困難な状況となっている状態

参考 販売購入形態用語説明

販売購入形態	説明
通信販売	通信手段（郵便、信書便、電話、電報、預貯金口座に対する払込、FAX、インターネット等）を用いて契約する販売方法。
訪問販売	販売業者が消費者宅を訪問し、商品やサービスを販売する販売方法。 ※キャッチセールス・アポイントメントセールス・SF（催眠）商法を含む
キャッチセールス	特定の消費者に呼びかけることによって注意を向けさせ、営業所等まで案内して、そこで商品やサービスの契約をさせる商法。
アポイントメントセールス	販売意図を明らかにしないで、又は他の人に比べて著しく有利な条件で契約できると言って、電話等で消費者を喫茶店や営業所などに呼び出して契約させる商法。
SF（催眠）商法	（読み：エスエフしょうほう）閉め切った会場に人を集め、日用品などをただ同然で配って雰囲気盛り上げた後、最終的に高額な消費を契約させる商法。催眠商法ともいう。 ※「新製品普及会」が初めて行ったため、その頭文字をとってSF商法という。
電話勧誘販売	販売業者が消費者宅や職場に電話し、商品やサービスを販売する販売方法。
マルチ・マルチまがい	販売組織の加入者が消費者を当該販売組織に加入させることによってマージンが得られる仕組みの取引。これを繰り返すことにより、販売組織がピラミッド式に拡大していく。
ネガティブ・オプション	消費者から申し込みもないのに、業者が売買契約の申込みに関わる商品を送付する販売方法。
その他無店舗	店舗ではないところで買い物や契約をしたもの。
店舗購入	消費者が店舗等で購入したもの。
不明・無関係	販売購入形態が不明のもの。 販売や購入という概念とは無関係なもの。