

平成23年7月号 (No. 278)

# あいち クリオ通信

—消費者トラブル情報—

## 「二次被害」に関する相談が倍増！

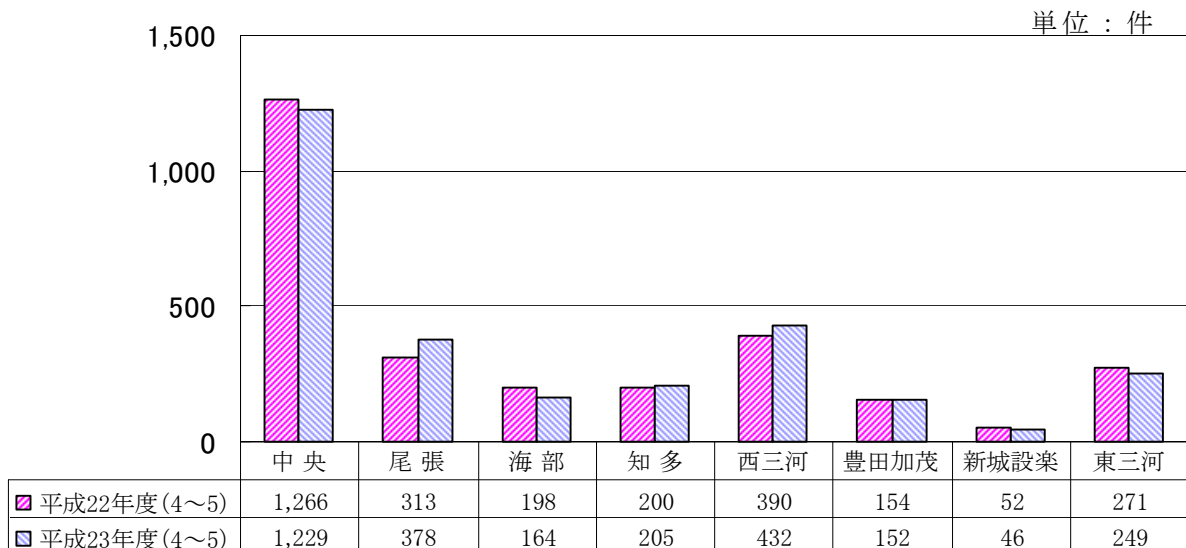
平成23年4月から5月までに愛知県の8か所の県民生活プラザに寄せられた「二次被害（過去に消費者被害にあった人を狙い執拗に勧誘し、新たな契約を迫るもの。）」に関する相談件数は101件で、前年度同期（52件）と比べて94.2%増と倍増しています。特に70歳以上の高齢者からの相談が目立ちます。

過去に契約した人の情報が流出している可能性も考えられます。

## 消費生活相談の概要一速 報一 <平成23年度(4月～5月)の相談の特徴>

平成23年5月に、愛知県の8か所の県民生活プラザに寄せられた相談の件数は1,468件で、平成23年4月から5月までに寄せられた相談件数の累計は2,855件となりました。この件数は、平成22年度の同期（2,844件）に比べて、0.4%（11件）増加しました。

県民生活プラザ別相談件数（平成23年度4月～5月）



## 愛知県県民生活部県民生活課

\*この内容は、7月5日午前10時30分から愛知県のWebページでご覧いただけます。

アドレス <http://www.pref.aichi.jp/kenmin/shohiseikatsu/>

広報誌・機関紙等への転載などに、ぜひご活用ください。

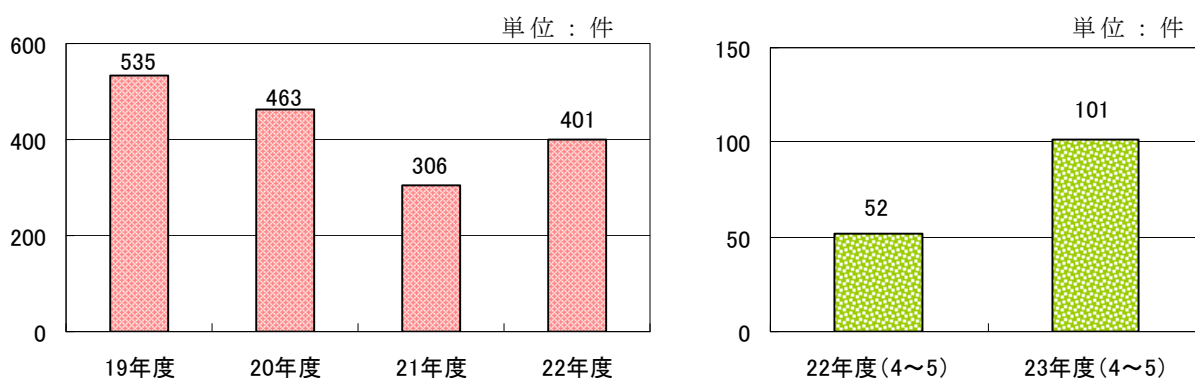
## 「二次被害」に関する相談が倍増！

＜最近の相談事例から＞

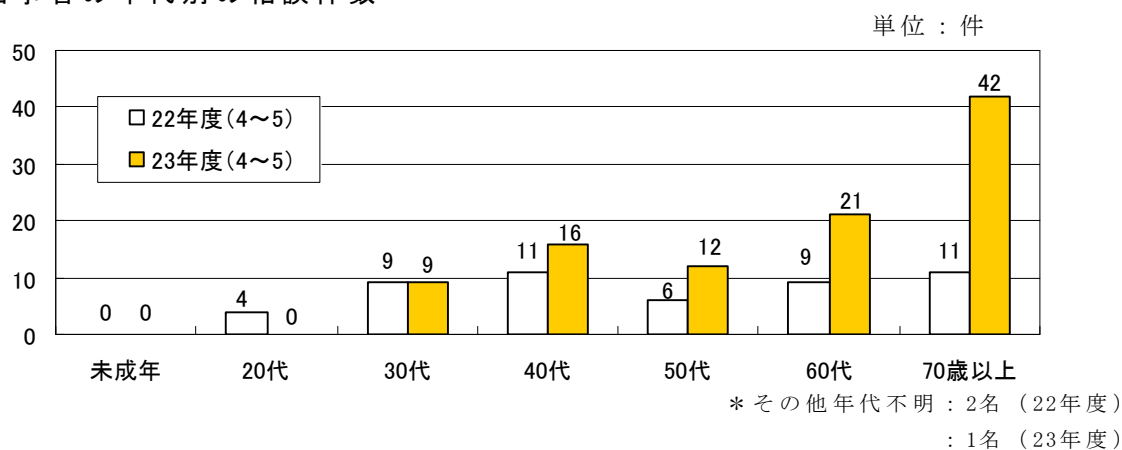
平成23年4月から5月までに愛知県の8か所の県民生活プラザに寄せられた「二次被害」に関する相談件数は101件で、前年度同期（52件）と比べて94.2%増と倍増しています。

特に、過去に未公開株等の金融商品を購入したことがある人を狙って執拗に勧誘したり、「被害回復」をうたって新たな商品を契約させる、「投資トラブルの二次被害」に関する相談が多く寄せられています。70歳以上の高齢者からの相談が目立ちます。

### ○「二次被害」に関する相談件数の推移



### ○契約当事者の年代別の相談件数



### ○契約当事者の性別（平成23年度4月～5月）

- ①女性 58件      ②男性 43件

### ○契約当事者の職業別（平成23年度4月～5月）

- ①無職 42件      ②家事従事者 33件      ③給与生活者 20件      他

### ○商品・サービス別（平成23年度4月～5月）

- ①ファンド型投資商品 18件      ②株 17件      ③公社債 9件  
④山林 5件      ⑤資格取得用教材 4件      他

### ○契約金額（平成23年度4月～5月）

平均 171万円      最高 1,250万円

### ○既払金額（平成23年度4月～5月）

平均 53万円      最高 1,000万円

## ○相談事例

株：中央県民生活プラザ 70代 男性 無職

「過去の未公開株の被害を救済する」と公的機関のような救済センターから電話があった。救済のための費用は不要と言うので、今までに購入した未公開株銘柄を伝えた。後日「過去に購入した未公開株は詐欺的銘柄なので救済のためには有望な会社のファンドに投資する必要がある」と連絡がきた。信用できるか。

公的機関が被害を救済すると消費者に電話することはない。未公開株に関しては劇場型の二次被害が多発しており、今回もその可能性が高い。別のファンドに投資しても、未公開株の被害回復できる保証はないので、これ以上相手にしないよう伝えた。

山林：東三河県民生活プラザ 70代 女性 無職

30年前に原野商法で北海道の山林を購入し、ずっと放置したままになっている。先日、全く心当たりのない業者から電話があり「持っている土地を高値で買い取ってあげる」と言われた。契約情報を詳しく知っており、不審に思ったが業者の話聞いた。後日、また電話すると言う。どう対処したらいいか。

原野商法の二次被害の事例について、塩漬け状態で売れない土地を「売ってあげる」などと持ちかけ、広告費や測量代を請求してくる手口がある旨を説明した。今後、同様の勧誘があっても、業者の話に鵜呑みにしないできっぱりと断り、手短かに電話を切るよう助言した。

資格取得用教材：東三河県民生活プラザ 40代 男性 無職

10年前に宅建教材を電話で勧誘され契約した。費用は完済したが資格は未取得だ。その後、引越しをして電話番号も変わった。最近、当時とは別の業者から「10年前の契約が終わっていない」と現在の自宅電話番号に電話がかかってくる。先日は30分ほど話し込んでしまった。契約するとは言っていないが、はっきり断ってもいない。また、電話がかかってきた場合にはどう対応すればいいか。具体的な費用等は聞いていない。

資格取得用教材の二次被害について情報提供した。今後、勧誘電話があった場合、不要な勧誘だとわかったらきっぱりと断り、手短かに電話をきるよう助言した。また、もし契約したつもりがないのに契約書が自宅に届いた場合、クーリング・オフに準ずる断りのハガキを書き、コピーを手元に残し販社の代表者あてに送るよう併せて伝えた。

## ○アドバイス

- ・「損失を少しでも取り戻したい」という気持ちに業者はつけこんでいきますので、「過去の損失を取り戻せる」などといわれても、業者の話に安易に信用してはいけません。
- ・巧みな誘いや強引な勧誘には十分注意し、契約する意思がなければ、あいまいな返事をしないできっぱりと断りましょう。
- ・電話勧誘販売は特定商取引に関する法律で規制されており、契約日を含めて8日以内であれば無条件解除（クーリング・オフ）することができます。
- ・万一困ったら、早めに最寄りの県民生活プラザに相談しましょう。

# 消費生活相談の概要 一速報

＜平成23年度（4月～5月）の相談の特徴＞

## ☆ 40代以上の各年代からの相談が増加……………表1

契約当事者を年代別にみると、「40代」が582件で最も多く、全体の20.4%を占め、次いで、「30代」の531件（18.6%）、「50代」の359件（12.6%）の順となっています。

増加件数が多いものは、「40代」が対前年同期46件増（582件）、「50代」が同37件増（359件）となっています。

## ☆ デジタルコンテンツに関する相談が増加……………表2-1・2

品目別にみると、デジタルコンテンツ、インターネット接続回線などの「運輸通信サービス」が1,042件で最も多く、次いで、ファンド型投資商品、株などの「金融保険サービス」の295件、音響映像機器、新聞などの「教養娯楽品」の236件の順となっています。

また、更に細かい分類である商品等別にみると、「デジタルコンテンツ」が840件で最も多く、次いで、「工事・建築」の65件、「健康食品」の59件の順となっています。増加件数の多いものは、「デジタルコンテンツ」の対前年同期122件増（840件）、「ファンド型投資商品」の同36件増（48件）の順になっています。

## ☆ 通信販売に関する相談が多い……………表3-1・2

店舗外取引に関する相談は、1,976件で、全体の69.2%を占めています。なかでも、「通信販売」に関する相談が1,238件で最も多く、店舗外取引に関する相談の62.7%を占め、次いで、「訪問販売」の351件（17.8%）、「電話勧誘販売」の306件（15.5%）の順となっています。

また、店舗外取引に関する相談を販売方法別・商品別にみると、通信販売の「デジタルコンテンツ」が838件（対前年同期121件増）、電話勧誘販売の「ファンド型投資商品」が29件（同25件増）、訪問販売の「新聞」が25件（同10件増）と増加しています。

## ☆ マルチ商法の相談が多い……………表4

主な手口・商法別の相談件数をみると、「マルチ商法」が42件と最も多く、次いで「内職・モニター商法」が26件、「アポイントメントセールス」が19件の順となっています。

表1 年代別相談件数

単位：件

区 分	未成年	20代	30代	40代	50代	60代	70歳以上	不明	計
5月	80	188	270	297	177	189	172	95	1,468
23年度(4~5)	160	349	531	582	359	349	338	187	2,855
構成比(%)	(5.6)	(12.2)	(18.6)	(20.4)	(12.6)	(12.2)	(11.8)	(6.6)	(100.0)
前年同期	163	409	582	536	322	337	308	187	2,844
対前年同期 増減数	(-3)	(-60)	(-51)	(+46)	(+37)	(+12)	(+30)	(+0)	(+11)
対前年同期 増減率(%)	(-1.8)	(-14.7)	(-8.8)	(+8.6)	(+11.5)	(+3.6)	(+9.7)	(+0.0)	(+0.4)

表2-1 品目別相談件数

単位：件

区 分	商品 計	主 な も の			サービス 計	主 な も の				他の相談 計	計
		教 養 娯楽品	土地・建物 設備	被服品		運輸通信 サービス	金融保険 サービス	教養娯楽 サービス	保健福祉 サービス		
5月	489	128	73	58	975	546	139	58	59	4	1,468
23年度(4~5)	940	236	136	109	1,902	1,042	295	124	99	13	2,855
構成比(%)	(32.9)	(8.3)	(4.8)	(3.8)	(66.6)	(36.5)	(10.3)	(4.3)	(3.5)	(0.5)	(100.0)
前年同期	1,014	267	103	104	1,808	879	279	148	97	22	2,844
対前年同期 増減数	(-74)	(-31)	(+33)	(+5)	(+94)	(+163)	(+16)	(-24)	(+2)	(-9)	(+11)
対前年同期 増減率(%)	(-7.3)	(-11.6)	(+32.0)	(+4.8)	(+5.2)	(+18.5)	(+5.7)	(-16.2)	(+2.1)	(-40.9)	(+0.4)

※主な商品等 教養娯楽品…音響映像機器31件、新聞26件、電話機・電話機用品21件など  
 土地・建物・設備…新築分譲マンション51件、ソーラーシステム19件など  
 被服品…指輪13件、靴11件、ネックレス10件、財布類10件、着物類8件など  
 運輸通信サービス…デジタルコンテンツ840件、インターネット接続回線53件など  
 金融保険サービス…ファンド型投資商品48件、株47件、フリーローン・サラ金46件など  
 教養娯楽サービス…宝くじ20件、旅行代理業11件、資格講座6件など  
 保健福祉サービス…エステティックサービス44件、医療サービス18件など

表2-2 商品等別相談件数

単位：件

区分	順位	1	2	3	4	5	6	7	8	8	10
5月	デジタルコ ンテンツ	工事・建築	健康食品	エステティック サービス	インターネット 接続回線	四輪自動車	ファンド型 投資商品	新築分譲マ ンション	フリーロー ン・サラ金	修理サー ビス	
	452	35	33	28	27	27	26	26	25	20	
23年度(4~5)	デジタルコ ンテンツ	工事・建築	健康食品	四輪自動車	インターネット 接続回線	新築分譲マ ンション	ファンド型 投資商品	株	修理サー ビス	フリーロー ン・サラ金	
	840	65	59	54	53	51	48	47	47	46	
前年同期	718	77	35	64	35	36	12	42	24	50	
対前年同期 増減数	(+122)	(-12)	(+24)	(-10)	(+18)	(+15)	(+36)	(+5)	(+23)	(-4)	
対前年同期 増減率(%)	(+17.0)	(-15.6)	(+68.6)	(-15.6)	(+51.4)	(+41.7)	(+300.0)	(+11.9)	(+95.8)	(-8.0)	

※この他、商品(サービス)を特定できないものを分類した「商品一般」が77件あります。

※デジタルコンテンツとは、インターネットを通じて得られるアダルトサイトや出会い系サイトなどの情報のことです。

表3-1 店舗外取引に関する相談件数

単位：件

区分	訪問販売	通信販売	電話勧誘販売	送りつけ商法	マルチ商法	その他無店舗	計
5月	182	667	144	6	17	10	1,026
23年度(4~5)	351	1,238	306	11	42	28	1,976
構成比(%)	(17.8)	(62.7)	(15.5)	(0.5)	(2.1)	(1.4)	(100.0)
前年同期	375	1,103	261	7	55	55	1,856
対前年同期 増減数	(-24)	(+135)	(+45)	(+4)	(-13)	(-27)	(+120)
対前年同期 増減率(%)	(-6.4)	(+12.2)	(+17.2)	(+57.1)	(-23.6)	(-49.1)	(+6.5)

表3-2 店舗外取引に関する相談の商品等別件数

(1) 訪問販売

単位：件

区分 \ 順位	1	2	3	4	5
5月	工事・建築 21	布団類 13	新聞 11	生命保険 6	ソーラーシステム 6
23年度(4~5)	工事・建築 40	新聞 25	布団類 19	修理サービス 14	ソーラーシステム 13
対前年同期 増減数	(-4)	(+10)	(+5)	(+9)	(+4)

(2) 通信販売

単位：件

区分 \ 順位	1	2	3	3	5
5月	デジタルコンテンツ 451	健康食品 12	音響・映像機器 10	宝くじ 9	化粧品 9
23年度(4~5)	デジタルコンテンツ 838	宝くじ 18	健康食品 15	音響・映像機器 15	音響映像ソフト 9
対前年同期 増減数	(+121)	(+10)	(+7)	(+10)	(+3)

(3) 電話勧誘販売

単位：件

区分 \ 順位	1	2	3	4	5
5月	新築分譲マンション 19	ファンド型投資商品 14	公社債 12	株 10	インターネット接続回線 9
23年度(4~5)	新築分譲マンション 39	株 32	ファンド型投資商品 29	インターネット接続回線 22	公社債 18
対前年同期 増減数	(+11)	(+4)	(+25)	(+10)	(+2)

(4) 送りつけ商法

単位：件

区分 \ 順位	1	1	3	3	5
5月	単行本 3	健康食品 1			
23年度(4~5)	健康食品 3	単行本 3	鏡 1	背骨矯正器具 1	
対前年同期 増減数	(+2)	(+2)	(+1)	(+1)	

(5) マルチ商法

単位：件

区分 \ 順位	1	2	3	4	4
5月	健康食品 6	化粧品 2	電話機・電話機用品 2	ファンド型投資商品 1	洗剤 1
23年度(4~5)	健康食品 15	化粧品 5	家庭用電気治療器具 3	洗剤 2	電話機・電話機用品 2
対前年同期 増減数	(+4)	(-10)	(+3)	(+2)	(+0)

表4 主な商法別の相談件数

単位：件

区分	マルチ商法	内職・モニター商法	アポイントメントセールス	催眠商法	資格商法	キャッチセールス
5月	17	10	10	8	4	2
23年度(4~5)	42	26	19	12	5	3
対前年同期 増減数	(-13)	(-22)	(-3)	(-8)	(-8)	(-2)

※主な商品等  
 マルチ商法……健康食品、化粧品、家庭用電気治療器具、洗剤など  
 内職・モニター商法……ワープロ・パソコン内職、タレント・モデル養成教室など  
 アポイントメントセールス……指輪、祈祷サービス、複合サービス会員など  
 催眠商法……家庭用電気治療器具、布団類、磁気治療器具など  
 資格商法……資格取得用教材など  
 キャッチセールス……エステティックサービス、ネックレスなど