

平成23年8月号 (No. 279)

あいち クリオ通信

—消費者トラブル情報—

「貴金属等の買い取りサービス」に関する相談が急増！

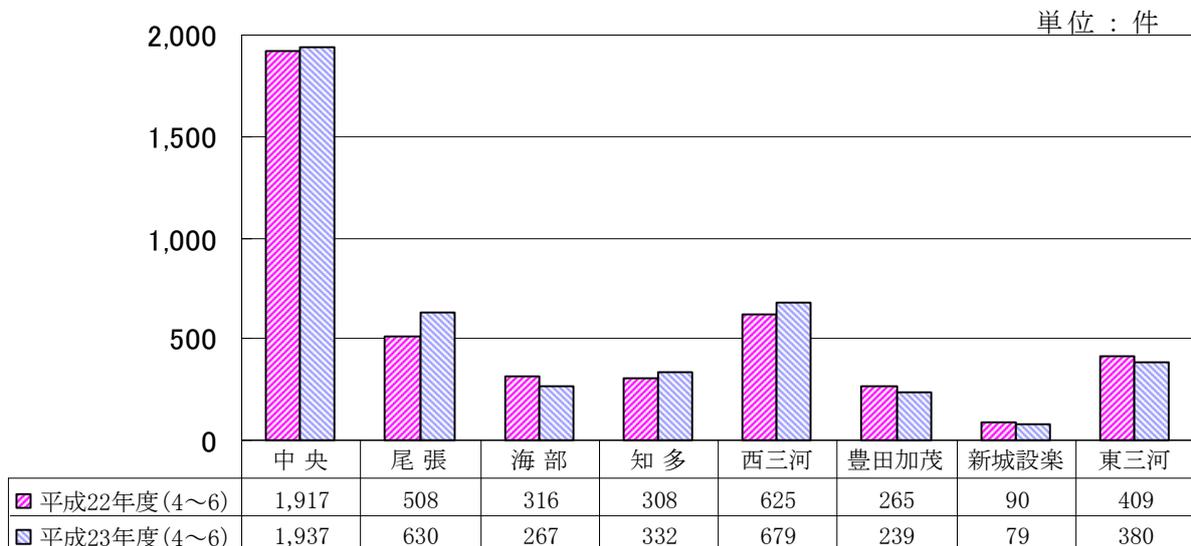
平成23年4月から6月までに愛知県の8か所の県民生活プラザに寄せられた「貴金属等の買い取りサービス」に関する相談件数は30件で、前年度同期（1件）と比べて急増しています。

不意に来訪した業者から買い取りを勧誘され、冷静に判断できないまま契約してしまったというケースが多いようです。

消費生活相談の概要一速 報一 <平成23年度(4月～6月)の相談の特徴>

平成23年6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1,688件で、平成23年4月から6月までに寄せられた相談件数の累計は4,543件となりました。この件数は、平成22年度の同期（4,438件）に比べて、2.4%（105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～6月）



愛知県県民生活部県民生活課

* この内容は、8月4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。

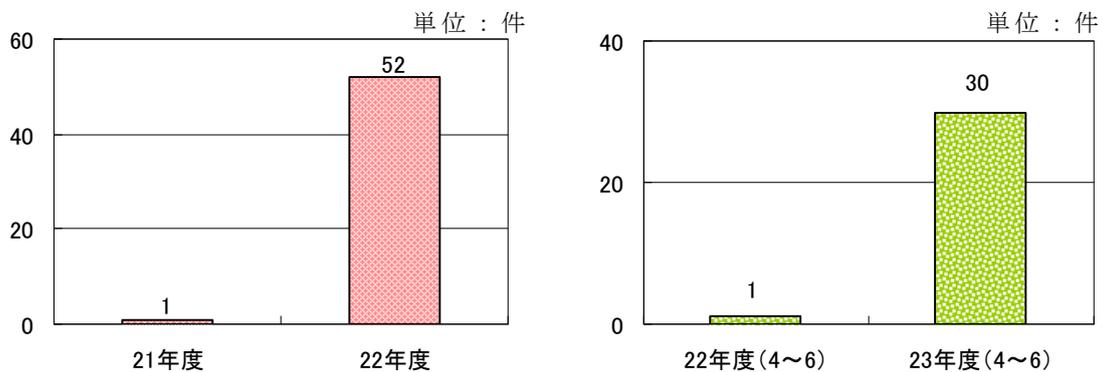
「貴金属等の買い取りサービス」に関する相談が急増！

＜最近の相談事例から＞

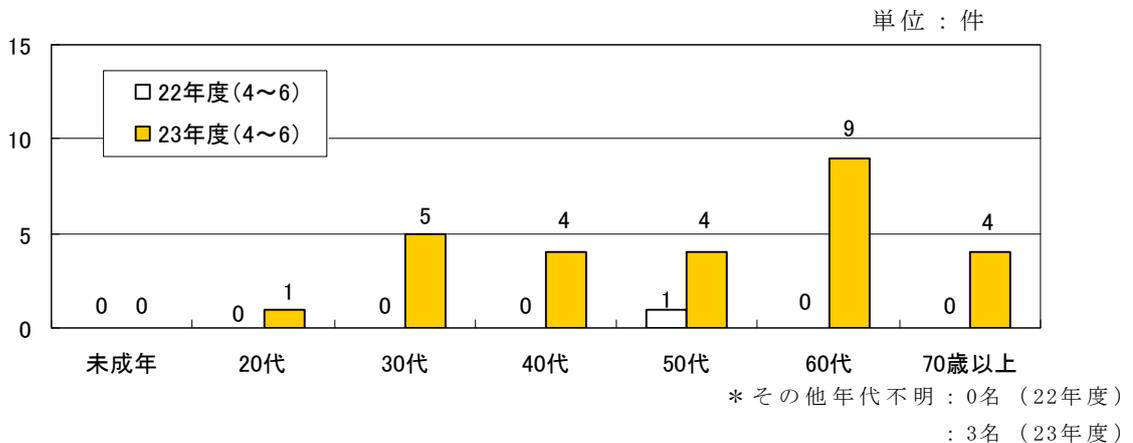
平成23年4月から6月までに愛知県の8か所の県民生活プラザに寄せられた「貴金属等の買い取りサービス」に関する相談件数は30件で、前年度同期（1件）と比べて急増しています。

年代別では60代からの相談が9件と最も多く、また、自宅への訪問による契約であるためか、女性の割合（27件 90%）が多くなっています。

○「貴金属等の買い取りサービス」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～6月）

- ①女性 27件 ②男性 3件

○契約当事者の職業別（平成23年度4月～6月）

- ①家事従事者 14件 ②無職 10件 ③給与生活者 3件 他

○商品別（平成23年度4月～6月）

- ①指輪 8件 ②貴金属 6件 ③ネックレス 5件 他

○相談事例

新城設楽県民生活プラザ 60代 女性 家事従事者

「ペースメーカーの材料にするので、手持ちの貴金属を買い取りたい」と業者が突然自宅に来訪した。売る意思はなかったので断ったが、業者は「無料で鑑定する」と言って帰らなかった。しつこいので、指輪を3点見せた。直後に13,000円を提示され、領収書を手渡された。書面に住所、名前、金額、職業を記入するよう指示されて従った。代金を受け取った。領収書には業者名、電話番号の記載はなかったが、問うことはしなかった。業者が帰った後、やはり業者名がないことに不信感を抱いた。指輪を取り戻したい。

業者が訪問する形でも、買い取りの場合はクーリング・オフができず、また、後になって「返して欲しい」と申し出ても取り戻せないことがほとんどである。今回は業者名、電話番号もわからないので、交渉することもできない。今後、契約する場合は慎重に検討するよう伝えた。

豊田加茂県民生活プラザ 50代 女性 給与生活者

一人で自宅にいたときに、貴金属の買い取り業者が来訪した。断っても1時間玄関先に座り込んだため、仕方なく亡夫の指輪を出した。今後、同様なことがあった場合はどうしたらよいか。

今後は玄関を開けずインターホン越しに断り、帰らない場合は警察に連絡するよう助言した。

中央県民生活プラザ 30代 女性 家事従事者

自宅に突然金の買い取り業者がきた。グラム2,200円と言われ、見積りして8万円で買い取ってもらった。夜、グラム単価を計算したら1,500円くらいにしかならなかった。納得できない。返品して欲しい。業者からもらった書面には「商品の特性上、溶解して利用するので返品は出来ない」と書いてあった。

消費者が売る立場の場合、「特定商取引に関する法律」の適用はなく、クーリング・オフの適用もない。目の前でグラム数を量り、双方で確認して売買が成立しているので、後から「グラム単価が違う」と言っても難しいと思われることを伝えた。今後売る場合は、金の買い取り価格を事前に調べて、納得できる価格で買い取ってくれる業者を選ぶよう助言した。

○アドバイス

- ・ 買い取ってもらおうつもりがないなら毅然と断りましょう。いったん業者に引き渡された物品を取り戻すのはきわめて困難ですので慎重に検討しましょう。
- ・ 来訪した業者に買い取りを依頼する場合は、家族等に同席してもらうなど、一人で業者に対応しないようにしましょう。
- ・ 相手がどのような業者なのか確認することも大切です。業者の住所や電話番号、古物商許可証等の提示を求め、内容を確認しましょう。
- ・ 買い取り条件などが明示された書面をもらいましょう。買い取り条件を確認した上で、それらのことを書面にしてもらい、控えを受け取っておきましょう。
- ・ 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～6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887件で最も多く、全体の19.5%を占め、次いで、「30代」の835件（18.4%）、「50代」の588件（12.9%）の順となっています。

増加件数が多いものは、「50代」が対前年同期85件増（588件）、「40代」が同70件増（887件）、「70歳以上」が同70件増（571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1,613件で最も多く、次いで、フリーローン・サラ金、ファンド型投資商品などの「金融保険サービス」の500件、音響映像機器、電話機・電話機用品などの「教養娯楽品」の357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1,314件で最も多く、次いで、「フリーローン・サラ金」の117件、「工事・建築」の112件の順となっています。増加件数が多いものは、「デジタルコンテンツ」の対前年同期233件増（1,314件）、「ファンド型投資商品」の同57件増（76件）の順となっています。

☆ 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、3,064件で、全体の67.4%を占めています。なかでも、「通信販売」に関する相談が1,926件で最も多く、店舗外取引に関する相談の62.9%を占め、次いで、「訪問販売」の558件（18.2%）、「電話勧誘販売」の462件（15.1%）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1,311件（対前年同期231件増）、電話勧誘販売の「ファンド型投資商品」が47件（同42件増）、訪問販売の「新聞」が36件（同13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65件と最も多く、次いで「内職・モニター商法」が43件、「アポイントメントセールス」が26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
6月	71	192	304	305	229	220	233	134	1,688
23年度(4~6)	231	541	835	887	588	568	571	322	4,543
構成比(%)	(5.1)	(11.9)	(18.4)	(19.5)	(12.9)	(12.5)	(12.6)	(7.1)	(100.0)
前年同期	234	662	898	817	503	531	501	292	4,438
対前年同期 増減数	(-3)	(-121)	(-63)	(+70)	(+85)	(+37)	(+70)	(+30)	(+105)
対前年同期 増減率(%)	(-1.3)	(-18.3)	(-7.0)	(+8.6)	(+16.9)	(+7.0)	(+14.0)	(+10.3)	(+2.4)

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	食料品		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		
6月	593	121	63	73	1,079	571	205	59	38	16	1,688
23年度(4~6)	1,532	357	199	180	2,982	1,613	500	184	137	29	4,543
構成比(%)	(33.7)	(7.9)	(4.4)	(4.0)	(65.6)	(35.5)	(11.0)	(4.1)	(3.0)	(0.7)	(100.0)
前年同期	1,577	414	158	166	2,829	1,340	454	242	145	32	4,438
対前年同期 増減数	(-45)	(-57)	(+41)	(+14)	(+153)	(+273)	(+46)	(-58)	(-8)	(-3)	(+105)
対前年同期 増減率(%)	(-2.9)	(-13.8)	(+25.9)	(+8.4)	(+5.4)	(+20.4)	(+10.1)	(-24.0)	(-5.5)	(-9.4)	(+2.4)

※主な商品等 教養娯楽品…音響映像機器52件、電話機・電話機用品46件、新聞37件など
 土地・建物・設備…新築分譲マンション64件、ソーラーシステム36件など
 食料品…健康食品89件、飲料25件、魚介類19件、穀類9件、油脂・調味料8件など
 運輸通信サービス…デジタルコンテンツ1,314件、インターネット接続回線74件など
 金融保険サービス…フリーローン・サラ金117件、ファンド型投資商品76件など
 教養娯楽サービス…宝くじ28件、旅行代理業20件、資格講座10件など
 保健福祉サービス…エステティックサービス54件、医療サービス24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	9	10
6月	デジタルコンテンツ	フリーローン・サラ金	工事・建築	四輪自動車	化粧品	健康食品	ファンド型投資商品	電話機・電話機用品	布団類	修理サービス	
	474	71	47	38	31	30	28	25	24	24	
23年度(4~6)	デジタルコンテンツ	フリーローン・サラ金	工事・建築	四輪自動車	健康食品	ファンド型投資商品	インターネット接続回線	修理サービス	新築分譲マンション	株	
	1,314	117	112	92	89	76	74	71	64	62	
前年同期	1,081	85	133	102	59	19	49	41	55	74	
対前年同期 増減数	(+233)	(+32)	(-21)	(-10)	(+30)	(+57)	(+25)	(+30)	(+9)	(-12)	
対前年同期 増減率(%)	(+21.6)	(+37.6)	(-15.8)	(-9.8)	(+50.8)	(+300.0)	(+51.0)	(+73.2)	(+16.4)	(-16.2)	

※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126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
6月	207	687	156	5	23	9	1,087
23年度(4~6)	558	1,926	462	16	65	37	3,064
構成比(%)	(18.2)	(62.9)	(15.1)	(0.5)	(2.1)	(1.2)	(100.0)
前年同期	583	1,688	408	13	73	76	2,841
対前年同期 増減数	(-25)	(+238)	(+54)	(+3)	(-8)	(-39)	(+223)
対前年同期 増減率(%)	(-4.3)	(+14.1)	(+13.2)	(+23.1)	(-11.0)	(-51.3)	(+7.8)

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
6月	工事・建築 23	ソーラーシステム 16	布団類 13	新聞 11	リースサービス 7
23年度(4~6)	工事・建築 63	新聞 36	布団類 32	ソーラーシステム 29	修理サービス 19
対前年同期 増減数	(-8)	(+13)	(+10)	(+12)	(+12)

(2) 通信販売

単位：件

区分 \ 順位	1	2	3	4	5
6月	デジタルコンテンツ 473	化粧品 18	音響・映像ソフト 8	宝くじ 8	健康食品 8
23年度(4~6)	デジタルコンテンツ 1,311	化粧品 27	宝くじ 26	健康食品 23	音響・映像機器 20
対前年同期 増減数	(+231)	(+12)	(+12)	(+5)	(+12)

(3) 電話勧誘販売

単位：件

区分 \ 順位	1	2	3	4	5
6月	ファンド型投資商品 18	公社債 17	株 12	新築分譲マンション 9	インターネット接続回線 7
23年度(4~6)	新築分譲マンション 48	ファンド型投資商品 47	株 44	公社債 35	インターネット接続回線 29
対前年同期 増減数	(+6)	(+42)	(-5)	(+12)	(+10)

(4) 送りつけ商法

単位：件

区分 \ 順位	1	2	3	3	3
6月	単行本 2	プレスレット 1	緑茶 1	かに 1	
23年度(4~6)	単行本 5	健康食品 3	プレスレット 1	緑茶 1	かに 1
対前年同期 増減数	(+4)	(+1)	(+1)	(+1)	(+1)

(5) マルチ商法

単位：件

区分 \ 順位	1	2	3	4	4
6月	健康食品 7	販売業内職 3	化粧品 2	浄水器 2	洗浄剤等 1
23年度(4~6)	健康食品 22	化粧品 7	販売業内職 4	家庭用電気治療器具 3	洗浄剤等 3
対前年同期 増減数	(+6)	(-10)	(+1)	(+3)	(+3)

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
6月	23	17	7	6	3	0
23年度(4~6)	65	43	26	18	8	3
対前年同期 増減数	(-8)	(-40)	(-11)	(-5)	(-10)	(-3)

※主な商品等
 マルチ商法……健康食品、化粧品、販売業内職、家庭用電気治療器具など
 内職・モニター商法……ワープロ・パソコン内職、販売業内職、育成内職など
 アポイントメントセールス……複合サービス会員、指輪、ネックレス、祈祷サービスなど
 催眠商法……家庭用電気治療器具、健康食品、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、タレント・モデル養成教室など