

令和5年度（2023年度） 熊本県消費生活課 消費者行政の概要

目 次

- I 県と市町村の消費生活相談の概要・・・・・・・・・・ |
- II 熊本県消費生活センターにおける相談の概要・・・・・・ 3
- III 「消費者自立のための生活再生総合支援事業」
について・・・・・・・・・・・・・・・・・・ | 0
- IV 消費者教育の推進について・・・・・・・・・・ | 1

令和6年5月8日
環境生活部 県民生活局 消費生活課

I 県と市町村の消費生活相談の概要

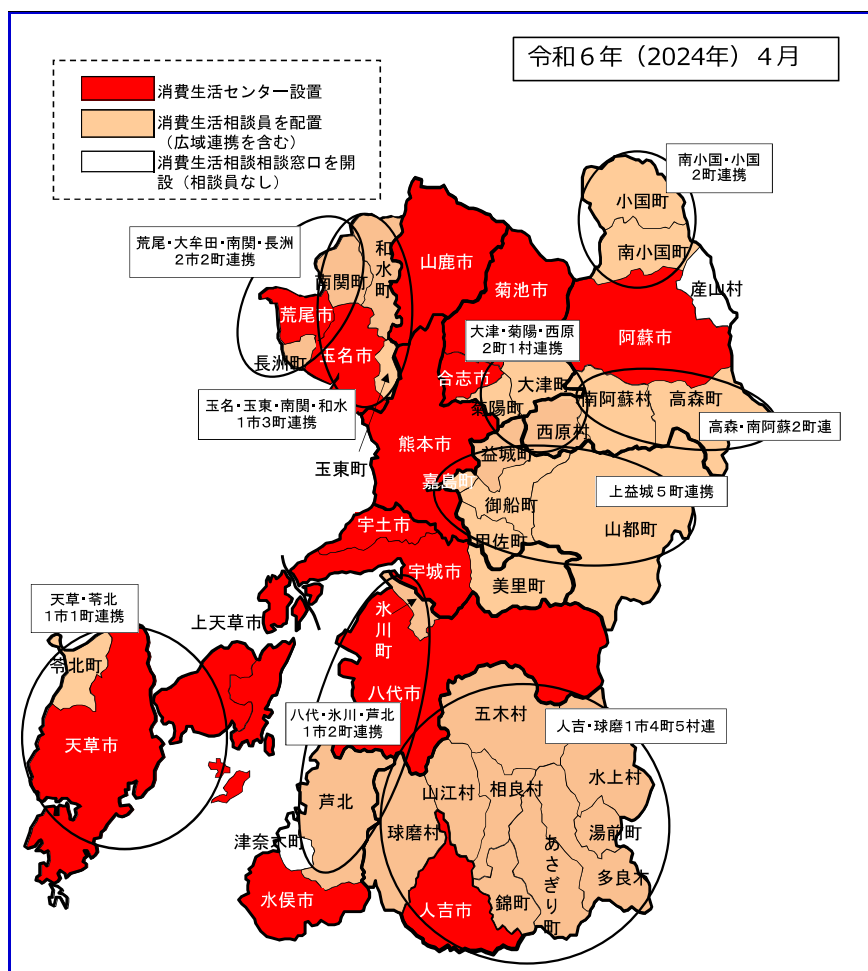
(1) 県と市町村の消費生活相談の体制

- ① 熊本県：熊本県消費生活センター
消費生活相談員 13人体制
- ② 市：14市すべてに消費生活センターを設置
消費生活相談員による週4日以上相談体制
- ③ 町村：31町村すべてに消費生活相談窓口を設置
うち2町村を除く29町村で消費生活相談員による
相談対応を実施

【参考】

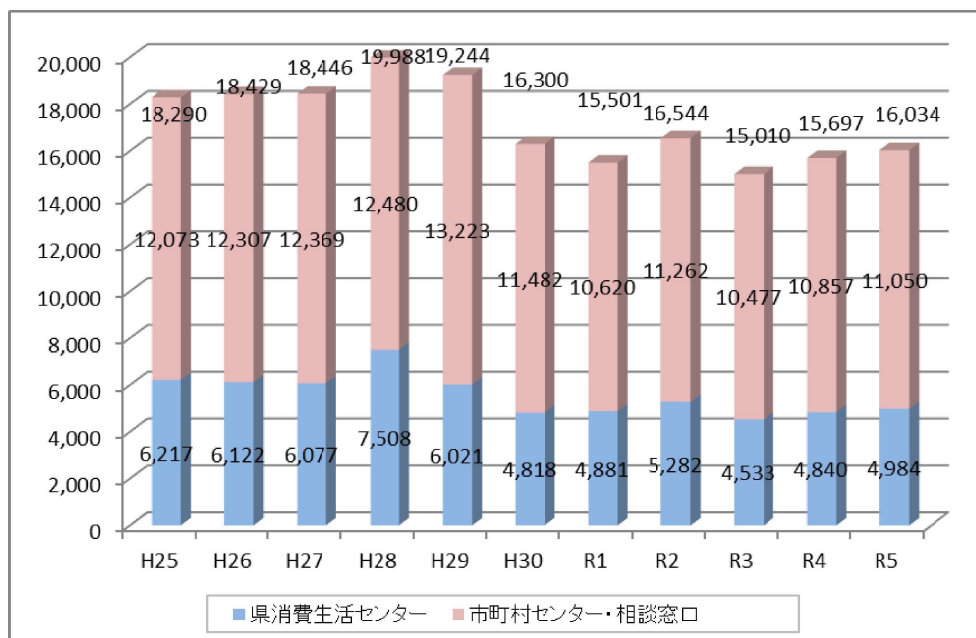
市町村における広域連携による消費生活相談員の配置は、
9地域33市町村

相談体制



(2) 県と市町村の相談件数の推移

令和5年度（2023年度）における県と市町村を合わせた相談件数は、16,034件。うち、県消費生活センターへの相談件数は4,984件、市町村への相談件数は11,050件。



県消費生活センター及び市町村の消費生活相談窓口に寄せられる相談件数は、ここ数年約15,000件を超えたところで推移している。

市町村への相談件数は、平成22年度以降、県消費生活センターへの相談件数を上回り、近年は、市町村における相談件数の割合が全体の約70%を占めている。

これは、市町村の相談機能整備の効果が現れてきたことと、住民に身近な消費生活相談窓口についての周知が進んできたことによるものと考えられる。

令和5年度における県消費生活センターへの相談件数は4,984件で、前年度比で約3%の増加である。

相談件数は、令和4年度に引き続き、増加傾向にある。

Ⅱ 熊本県消費生活センターにおける相談の概要

(1) 令和5年度の相談件数

4,984件

※R4の4,840件から約3%増

(2) 令和5年度に相談が多かった相談分類

相談分類（上位5分類）	R3	R4	R5	対前年度比	増減率
1 商品一般 (迷惑メール、フィッシング詐欺等)	412	475	574	99	21%
2 化粧品	236	411	373	-38	-9%
3 役務その他 (副業サポート、代行サービス等)	292	245	254	9	4%
4 健康食品 (サプリメント、ドリンク等)	172	193	196	3	2%
5 相談その他	156	173	170	-3	-2%

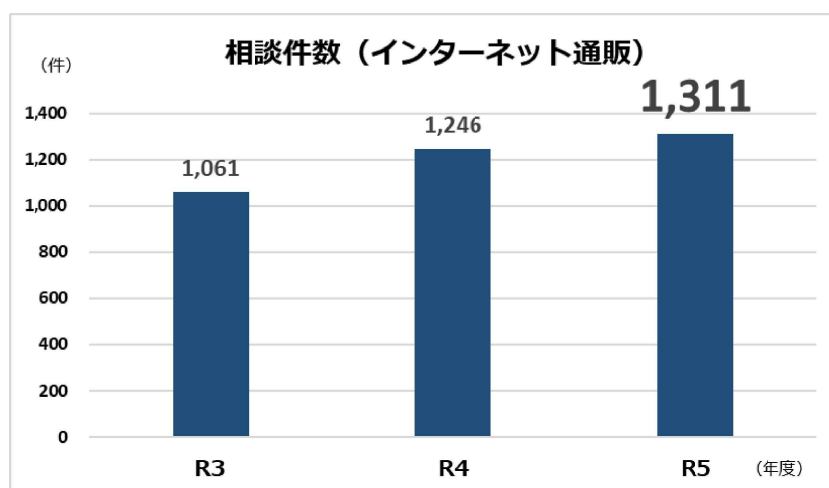
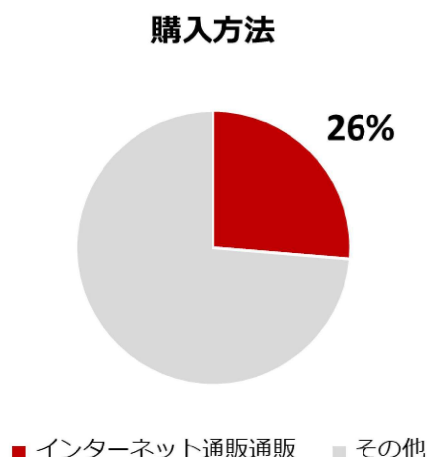
※ 相談分類は、全国消費生活情報オンラインネットワークシステム（PIO-NET）に基づく。

(3) 特徴的な傾向

① インターネット通信販売に関する相談が年々増加

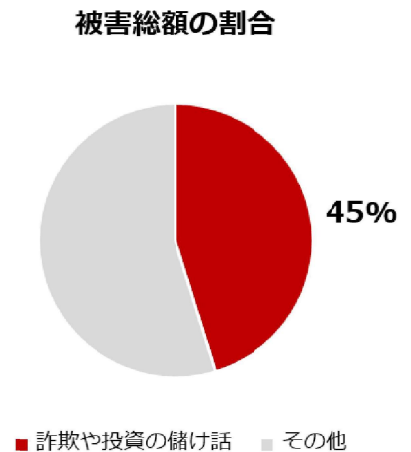
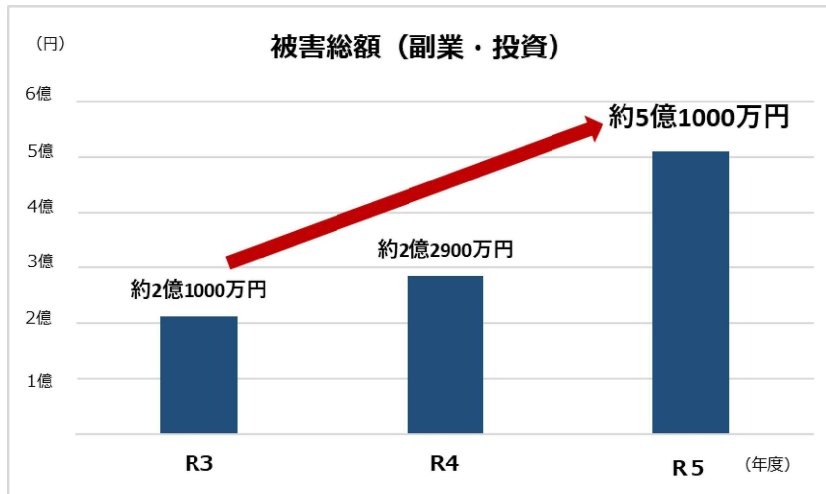
購入形態別でみると、相談全体の約26%がインターネット通信販売によるもの。

相談件数もR5年度は、1,311件となっており年々増加傾向となった。



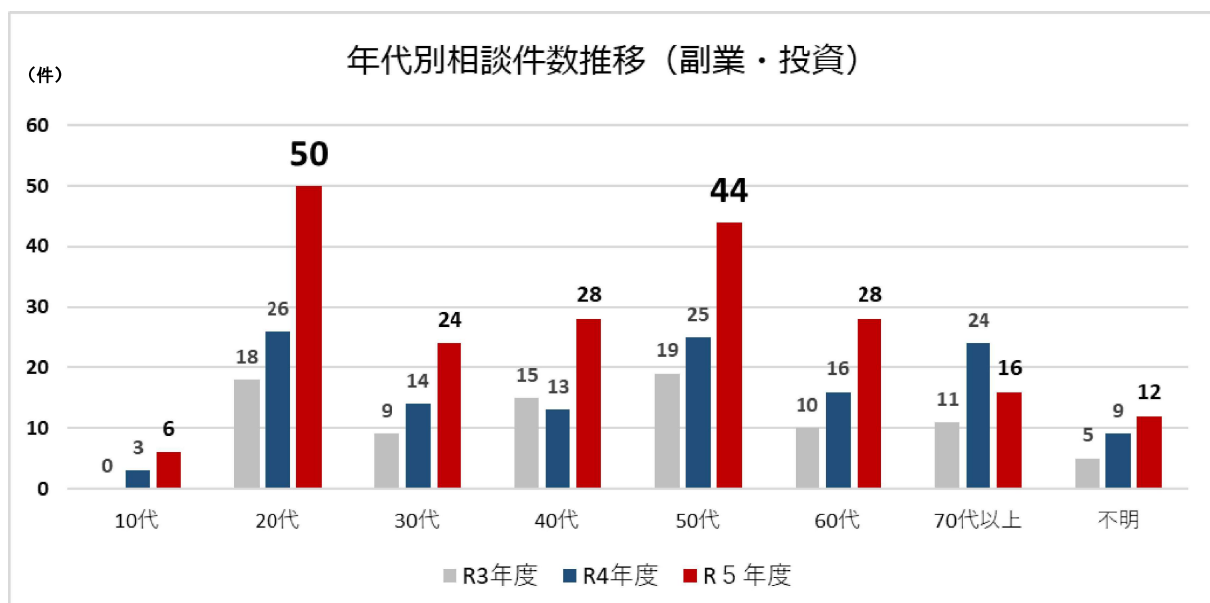
②副業や投資の儲け話に関する相談が大幅に増加

R5年度の相談件数は208件で、前年度(130件)から増加している。
被害総額も年々増加しており、R5年度は被害総額が約5億1000万円
となり、全体の被害総額の約45%を副業や投資の儲け話に関する相談が
占めている。



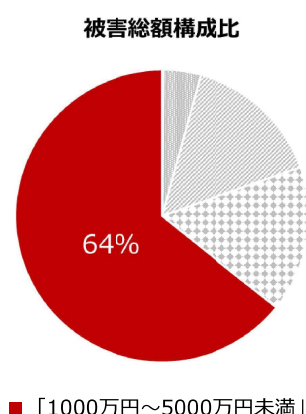
相談者を年代別にみると、R5年度は20代からの相談が最も多く
(50件)、次いで50代(44件)となっている。

若年層（10代、20代）からの相談は前年度から約2倍に増加している。



被害総額別では、「1000万円～5000万円未満」の被害金額が最も大きくなり、被害総額の64%を占めている。

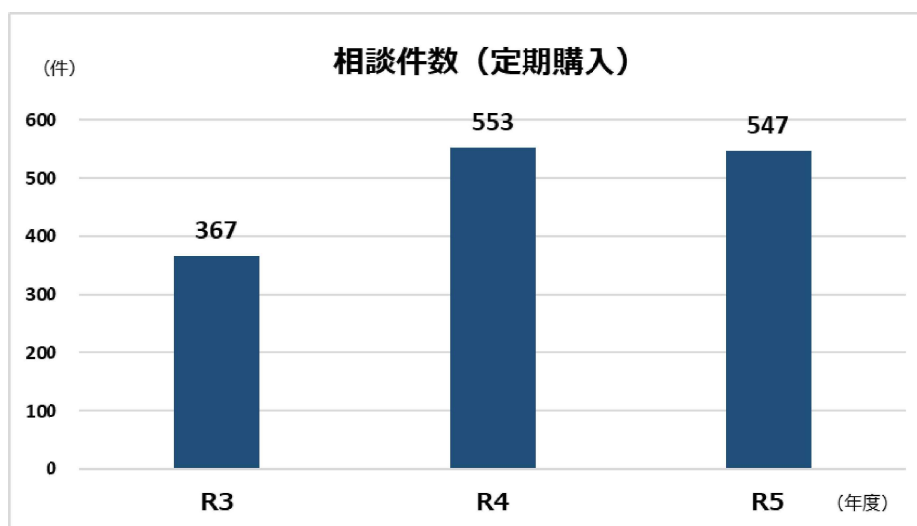
相談件数は「10万円～100万円未満」が最も多い54件、次いで「100万円～500万円未満」が35件となっている。



	件数（件）	金額
不明等	72	0円
1万円未満	2	約1万4千円
1万円～10万円未満	17	約76万円
10万円～100万円未満	54	約2,100万円
100万円～500万円未満	35	約7,800万円
500万円～1000万円未満	12	約8,200万円
1000万円～5000万円未満	16	約3億2,800万円

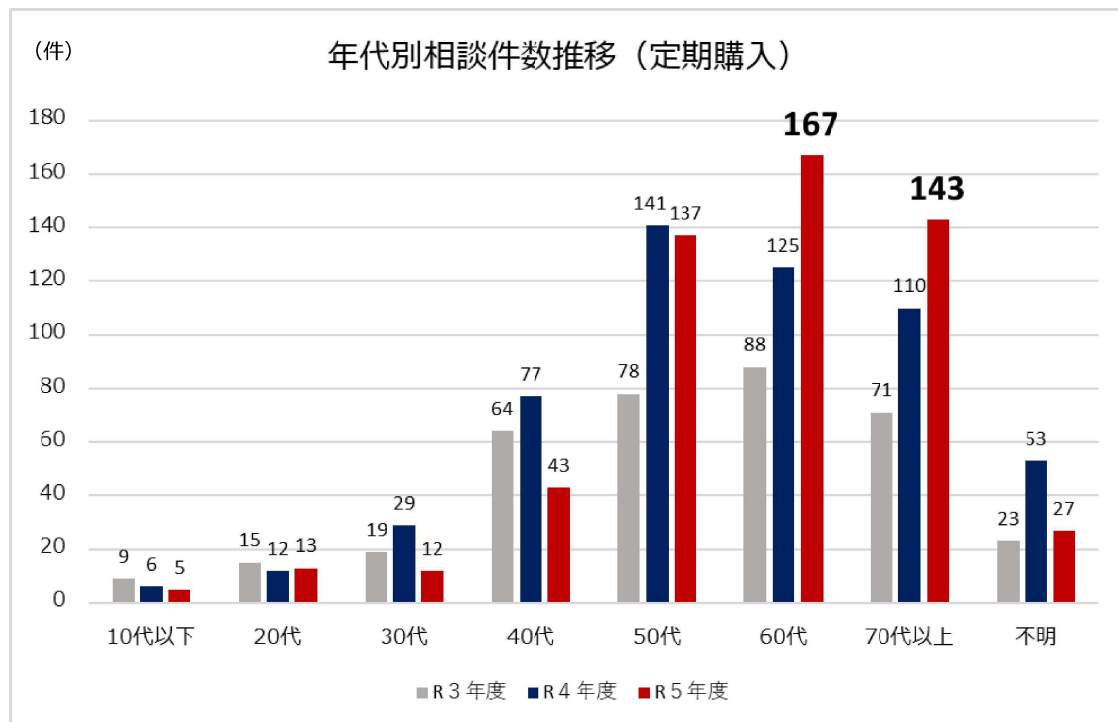
③定期購入に関する相談は減少傾向だが依然高止まり

R5年度の相談件数は547件で、前年度(553件)から微減したものの、依然として多くの相談が寄せられており、新しい手口で悪質なものがみられる。R5年度の被害総額は128万円となった。



相談者を年代別にみると、R5年度は60代からの相談が最も多く（167件）、次いで70代以上（143件）となっている。

相談者の6割が60代以上からの相談となった。



（４）契約金額・既支払額・被害回復額の推移

「契約金額」、「既支払額」「被害回復額」は増加している。
あっせん率は全国平均（R4：8.1％を）上回っている。

	R3	R4	R5
契約金額	21億1,100万円	16億5,900万円	23億3,300万円
既支払額	6億8,800万円	8億3,700万円	11億2,700万円
被害回復額	1億6,300万円	1億2,700万円	1億9,500万円
あっせん件数	497	582	730
あっせん率	11.0%	12.0%	14.6%
あっせん成功率	84.7%	92.2%	85.8%

- ◆被害回復額 既に支払った金額又は契約した金額の回復額と未然防止額の合計
- ◆あっせん 消費者と事業者間にある情報の質、量、交渉力等の格差を補い、話し合いでの解決を支援するために、消費生活センターが事業者と直接電話や面談等で説得や交渉を行い、問題解決を図ること
- ◆R4年度の都道府県あっせん率の平均は、8.1％（R5.10消費者庁現況調査）

(5) 注意を要する相談事例について（令和5年度の状況）

①未成年によるオンラインゲームや投げ銭の課金トラブル 特に、夏休みや冬休みなど学校が休みになる時期に相談が増えます。

【オンラインゲームや投げ銭の課金に関する相談 42件】
被害総額 約670万円

【相談事例】

○子どもに自分が昔使っていた古いスマホを与えて遊ばせていたところ、キャリア決済事業者から5万円の請求があり、オンラインゲームに課金していたことがわかった。古いスマホに残っていたキャリア決済情報を使って課金したようだ。

○カード会社から届いた利用代金明細書で、身に覚えがない請求があった。確認したところ、オンラインゲームの利用料金で、翌月請求分も約10万円あると言われた。驚いて孫に聞くと、無断でクレジットカードを持ち出して使ったことを認めた。

【センターからの助言や対応】

- インターネットを利用する場合のルールを家族で話し合しましょう。
- 子どもに保護者のスマホなどを使わせる場合、次の点に注意しましょう。
 - ①保護者のアカウントを利用させるときは、プラットフォームとキャリア決済のアカウントを確認して、決済時にパスワードの入力が必要になっているか確認しましょう。
 - ②クレジットカードやキャリア決済のパスワードは責任を持って管理し、勝手に課金することができないよう設定しましょう。
 - ③子どもが課金してしまってもすぐに気づくことができるように、保護者が普段使用しているアドレス宛に支払い完了メールが届くようにしておきましょう。
 - ④キャリア決済の場合は上限額を設定するのも一法です。
- 通信回線や端末に設けられているペアレンタルコントロール等の機能を活用し、必要な範囲で利用に制限をかけることも有効です。

※ ペアレンタルコントロールについて、熊本県社会教育課の『「親の学び」オンデマンド講座』でも紹介しています。



②「副業や投資の儲け話」に注意

[副業や投資の儲け話に関する相談 208件]

被害総額 5億1000万円

【相談事例】

○SNSを見ていたら、著名な実業家が無料の投資スクールを受講数限定で開催している広告を見た。資産を少しでも増やしたいと思い、SNSに登録してスクールに参加。試しに50万円投資してみたところ、すぐに何倍にもなった。その後、金融機関から借り入れ投資したところ、約1億5000万円の資産になったが、資産を引き出すことができない。

○ネットで稼げる仕事を検索し「コピペするだけで稼げる」という情報を見て無料メッセージアプリに登録した。「仕事内容の詳細は 電話で説明する」というので日時を約束したが、インターネットで検索と怪しい事業者とわかった。まだマニュアルは届いていないので、キャンセルを申し出たら「マニュアル代を払ってほしい」と返信があった。無償でキャンセルできないか。

[センターからの助言や対応]

- 簡単に稼げるうまい話はありません。勧誘トークをうのみにせず、冷静によく考えましょう。
- 一旦支払ったお金を取り戻すことはかなり困難です。また、借金を返せる保障も一切ないほか、事業者に解約や返金を求めても連絡がとれなくなり、解決が困難になる恐れもあります。借金してまで契約しないようにしましょう。
- どのような作業を行うのか、利益がでる仕組みはどのようなものかなどを自分で調べて、よくわからなければ契約しないようにしましょう。
- 知人、同級生、先輩や会社の同僚などからの勧誘であっても、少しでも不審に思ったらきっぱりと断りましょう。

③インターネット通信販売等による定期購入

〔定期購入に関する相談 547件〕
被害総額 約130万円

【相談事例】

- ネット通販で1回だけと思ってダイエットサプリを注文したら、2回目が送られてきた。届いた書類をよく見ると定期購入であった。
- スマホの広告をみてシミ取り化粧品を購入したら定期購入だった。2回目が届いたので解約の電話をするが、通じない。

〔センターからの助言や対応〕

- 通信販売による購入申込の場合には、クーリングオフは適用されません。
- 申込みの際には、契約内容や解約条件をしっかりと確認しましょう。そのため、申込みの最終確認画面を印刷したり、スクリーンショットを撮るなどして証拠を残しておきましょう。

(6) 県民への注意喚起等（令和5年度実績）

①トラブル注意報

期 日	内 容
R5.5.10	ネット通販での出品者都合によるキャンセル後の代引き配達にご注意ください！
7.28	低価格を強調した定期購入にご注意ください！
9.20	オンラインゲームの課金トラブルにご注意ください！
10.5	電力契約の訪問販売トラブルにご注意ください！
11.22	若者の副業や儲け話に関するトラブルにご注意ください！
R6.3.28	広告で表示された海外サイトとの契約トラブルにご注意ください！

②テレビCMやSNSでの注意喚起

通信販売における定期購入トラブルを未然に防止し、消費者被害の拡大を抑制するため、テレビCM及びSNSのターゲティング広告による注意喚起を行った。



Ⅲ 「消費者自立のための生活再生総合支援事業」について

Ⅰ 事業概要

(1) 事業内容

多重債務者など生活再生の支援が必要な方々に対し、生活再生相談、家計診断、個別要因に応じたトラブル解決支援、債務整理中又は債務整理後のセーフティネット貸付、償還完了までの生活サポート

【貸付条件】

●限度額：150万円

●貸付利率：年9.5%以下（熊本地震の被災者対象の特別金利1.5%）

●償還期間：5年以内（据置期間1年）

※措置期間適用は、熊本地震の特別金利貸付利用時のみ

（特別利息1.5%の利用については、罹災証明、震災に伴う離職証明、休業証明等の証明書の提出が条件となる。）

(2) 事業の沿革

●平成22年度から「グリーンコープ生活協同組合くまもと」への業務委託により実施。

●事業の対象者を当初の多重債務者から「熊本地震の被災者（平成28年6月～）」、「【DV、虐待や依存症】」、「【法律問題】」、「【就労問題】」等の個別要因に起因する消費生活問題を抱える方（平成29年4月～）、「令和2年7月豪雨」「新型コロナウイルス感染症」（令和3年4月～）にまで順次拡大し、対象者の生活再生を支援している。

2 令和5年度における面談件数等の前年度比較

令和5年度においては、面談件数は前年度比5.8%減と微減したが、貸付件数は前年度比30.3%大幅に増加した。

債務整理中または債務整理後の信用情報等により銀行等からの借入が難しい方、また、コロナ特例貸付の返済が困難になっている方等を対象に、生活再生に向けた効果的な貸付を実施。

年度	面談・貸付	件数	前年度比	増減率
R4	面談件数	642	▲307	▲32.3%
	うちコロナ関連件数	167	▲219	
	うち豪雨関連件数	0	0	
	貸付件数	33	7	26.90%
	うちコロナ関連件数	0	0	
	うち豪雨関連件数	0	0	
R5	面談件数	605	▲37	▲5.8%
	うちコロナ関連件数	33	▲134	
	うち豪雨関連件数	0	0	
	貸付件数	43	10	30.30%
	うちコロナ関連件数	0	0	
	うち豪雨関連件数	1	1	

Ⅳ 消費者教育の推進について

令和5年度の消費者教育・出前講座の実績

開催回数：全90回

（高校生等24講座、一般62講座、食品ロス削減4講座）

参加人数：全7,547名

（高校生等2,452名、一般5,022名、食品ロス削減73名）

（1）「高校生等のための消費生活講座」について

若年層への消費者教育の強化を図るため、教育委員会関係課等との連携により「高校生等のための消費生活講座」を平成30年度から推進している。

●高校生等のための消費生活講座実績

令和5年度：23校（24講座）、延べ受講者約2,452名

（2）消費者教育コーディネーターについて

民法改正により令和4年度から成年年齢が18歳に引き下げられることを受け、若年層への消費者教育の充実を図るため、令和元年度から消費生活課に「消費者教育コーディネーター」1名を配置し、学校教育と連携した消費者教育の推進を図っている。

●令和5年度

県立高校16校、私立高校10校、特別支援学校9校を訪問し、学校現場のニーズや要望の聴取を行った。

（3）食品ロス削減推進について

① 食品ロス削減推進に係る広報活動の実施

（食品ロス月間、てまえどり、食べきり運動）

- ・新聞広告記事掲載、テレビCMの放映
- ・SNS広告配信、街頭ビジョン放映
- ・出前講座、消費者大会等における啓発用クリアファイル、カトラリーの配布 等



② 事業者参加「フードドライブ」の実施

- ・熊本市、八代市、上天草市を回収拠点として、フードドライブを実施（R5.9/11～9/15）。
- ・県内75事業所から約2.3トンの食品が集まり、支援団体を通じて子ども食堂等に配付。

③ 食ロスチェックの実施

- ・消費者からモニターを募り、家庭における食品ロス発生要因等の現状を把握。
- ・58人が参加し、2週間にわたって食品ロスの量、種類等を記録。

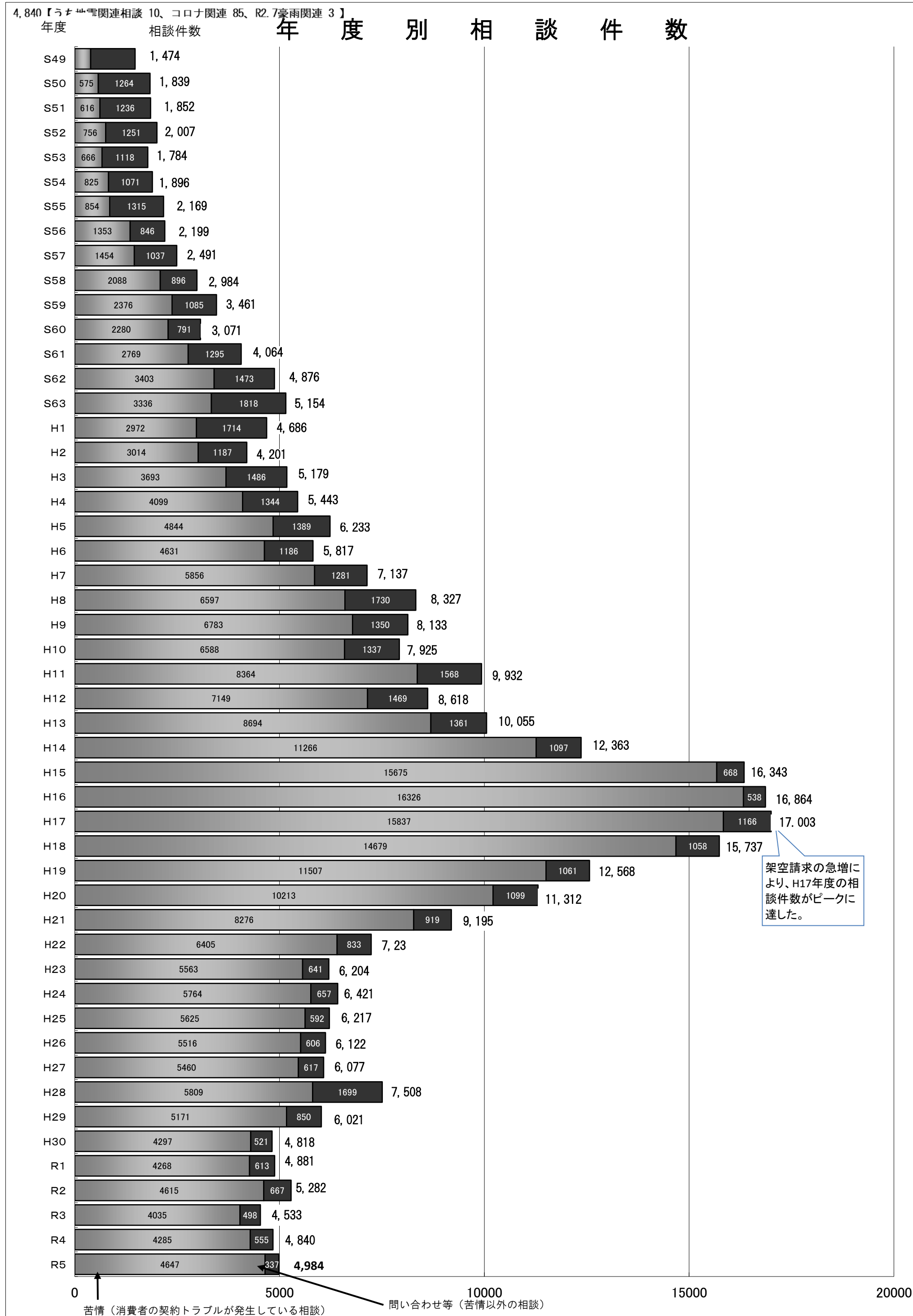
資料編

1 県消費生活センターの相談件数

資料編

令和5年度における県消費生活センターへの相談件数は4,984件で、前年度比では約3パーセントの増加となった。

令和3年度は、新型コロナウイルス感染症関連相談等が落ち着きいったん減少したものの、令和4年度より、コロナ禍に伴うインターネットを回した消費行動もあり、引き続き増加傾向となっている。



2 相談の多い商品・役務(サービス)

「商品一般」、「役務その他(占い、サポート契約等)」、定期購入によるトラブルが多い「化粧品」や「健康食品」の件数が、いずれも3年連続で上位を占めた。
相談件数の最も増加した商品・役務は、「紳士・婦人洋服」、次いで「金融関連サービスその他(クレジットカード関連)」であった。

(単位:件)								
順位	商品・役務(サービス)名	R5年度		R4年度		対前年度比		R3年度
		件 数	構成比	件 数	構成比	増減数	増減率	件数
1	商品一般	574	11.5%	475	9.8%	99	20.8%	412
2	化粧品	373	7.5%	411	8.5%	-38	-9.2%	236
3	役務その他	254	5.1%	245	5.1%	9	3.7%	292
4	健康食品	196	3.9%	193	4.0%	3	1.6%	172
5	相談その他	170	3.4%	173	3.6%	-3	-1.7%	156
6	教養・娯楽その他(ゲーム、出会い系等)	149	3.0%	126	2.6%	23	18.3%	161
7	自動車	143	2.9%	123	2.5%	20	16.3%	178
8	不動産賃貸借関係	141	2.8%	130	2.7%	11	8.5%	141
9	融資サービス	138	2.8%	166	3.4%	-28	-16.9%	131
10	工事・建築(住宅、住宅設備等)	136	2.7%	122	2.5%	14	11.5%	157
11	移動通信サービス	114	2.3%	134	2.8%	-20	-14.9%	132
12	金融関連サービスその他(クレジットカード関連)	104	2.1%	86	1.8%	18	20.9%	78
13	インターネット通信サービス	96	1.9%	82	1.7%	14	17.1%	139
14	娯楽等情報配信サービス	93	1.9%	102	2.1%	-9	-8.8%	127
15	紳士・婦人洋服	87	1.7%	69	1.4%	18	26.1%	72
16	理美容(脱毛エステ等)	79	1.6%	106	2.2%	-27	-25.5%	-
17	教養娯楽品その他	72	1.4%	72	1.5%	0	0.0%	57
18	医療	66	1.3%	59	1.2%	7	11.9%	-
19	内職・副業	59	1.2%	-	-	-	-	-
20	電気	57	1.1%	74	1.5%	-17	-23.0%	48
合計		4,984		4,840		144	3.0%	4,533

3 販売購入形態別相談状況

新型コロナウイルスの影響で、インターネットやテレビショッピング等に関する通信販売についての相談が増加し、相談全体の約35%を占めた。訪問販売、マルチ商法がそれぞれ減少した。

(単位:件)

区 分		R5年度		R4年度		対前年比		R3年度 件数
		件 数	構成比	件 数	構成比	増減数	増減率	
無店舗販売	通信販売	1,734	34.8%	1,671	34.5%	63	3.8%	1,534
	訪問販売	226	4.5%	266	5.5%	-40	-15.0%	316
	電話勧誘販売	219	4.4%	180	3.7%	39	21.7%	244
	マルチ商法(連鎖販売取引)	43	0.9%	61	1.3%	-18	-29.5%	61
	訪問購入	33	0.7%	32	0.7%	1	3.1%	33
	送り付け商法(ネガティブ・オプション)	9	0.2%	4	0.1%	5	125.0%	5
	その他無店舗	110	2.2%	88	1.8%	22	25.0%	94
小 計		2,374	47.6%	2,299	47.5%	75	3.3%	2,287
店舗購入		716	14.4%	771	15.9%	-55	-7.1%	765
不明・無関係		1,894	38.0%	1,769	36.6%	125	7.1%	1,481

4 主な販売手口

「サイドビジネス商法」が前年度比90.6%と大幅に増加した。次いで、「利殖商法」も前年度比30.3%増加となった。

(単位:件)

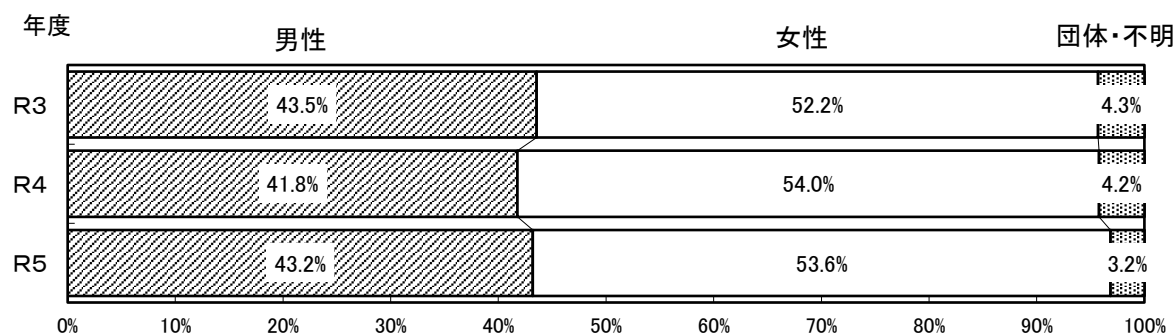
順位	販売手口	R5年度		R4年度		対前年比		R3年度 件数
		件 数	構成比	件 数	構成比	増減数	増減率	
1	サイドビジネス商法	122	2.4%	64	1.3%	58	90.6%	60
2	利殖商法	86	1.7%	66	1.4%	20	30.3%	27
3	無料点検商法	62	1.2%	74	1.5%	-12	-16.2%	118
4	点検商法	24	0.5%	17	0.4%	7	41.2%	23
5	当選商法	16	0.3%	19	0.4%	-3	-15.8%	38
6	次々販売	13	0.3%	16	0.3%	-3	-18.8%	17
7	アンケート商法	11	0.2%	5	0.1%	6	120.0%	4
8	景品付販売	7	0.1%	14	0.3%	-7	-50.0%	7
9	展示販売	5	0.1%	10	0.2%	-5	-50.0%	10
10	過量販売	5	0.1%	7	0.1%	-2	-28.6%	6

(1つの相談に対し複数の販売手口が関係する場合は、その全てを計上。)

5 相談者の属性

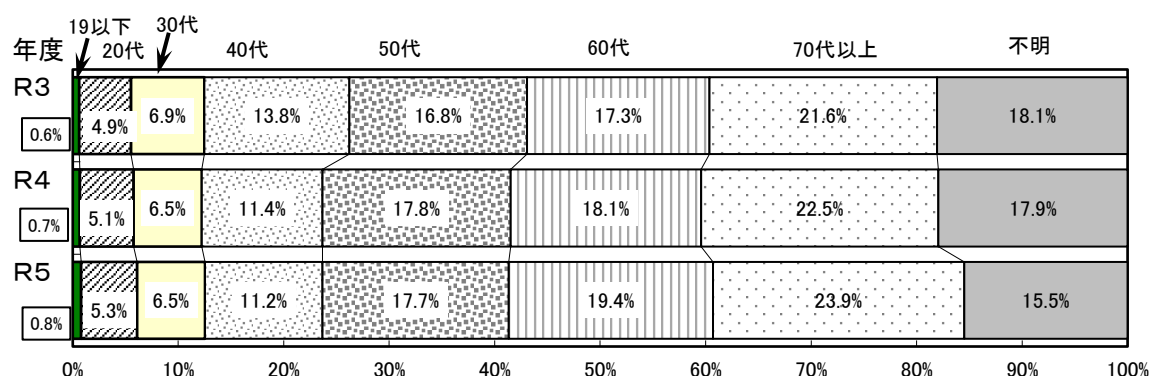
■性別等

相談者は、男性より女性の割合が高くなっている。



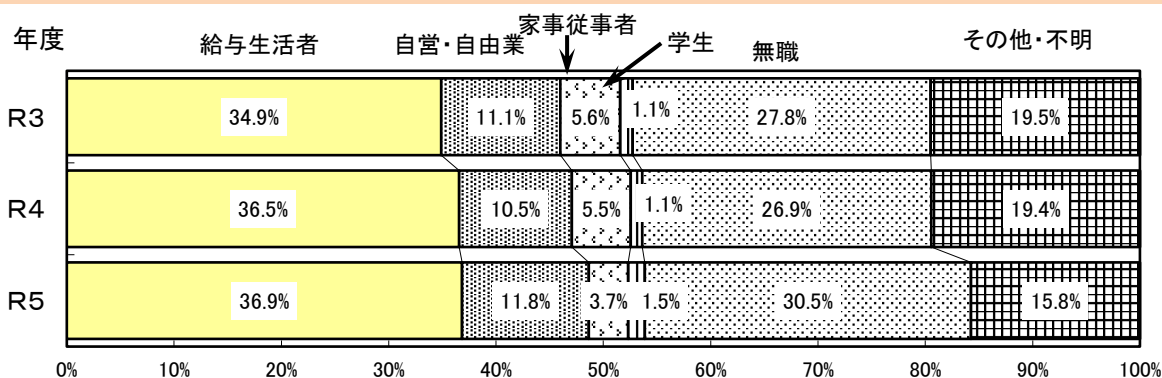
■年代別

高齢化の進展等もあって、60歳代以上の相談割合は高い。



■職業別

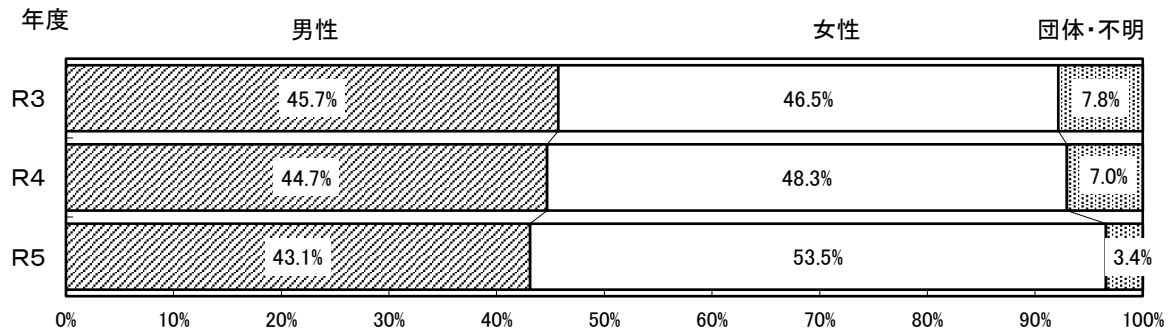
給与生活者と無職の方からの相談割合は、前年度より増加している。



6 契約当事者の属性

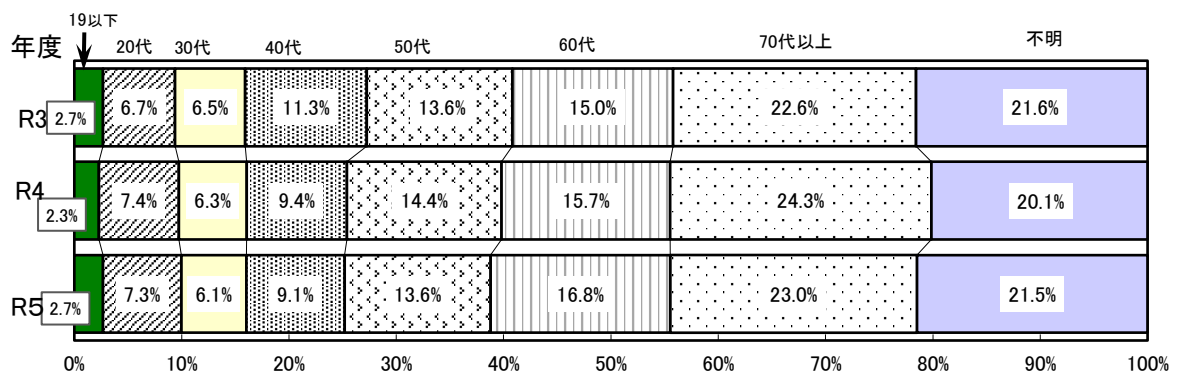
■性別等

女性から寄せられる相談のケースでも、契約者は男性であることがあるため、契約当時の属性は、相談者の属性より男性の割合が高くなっている。



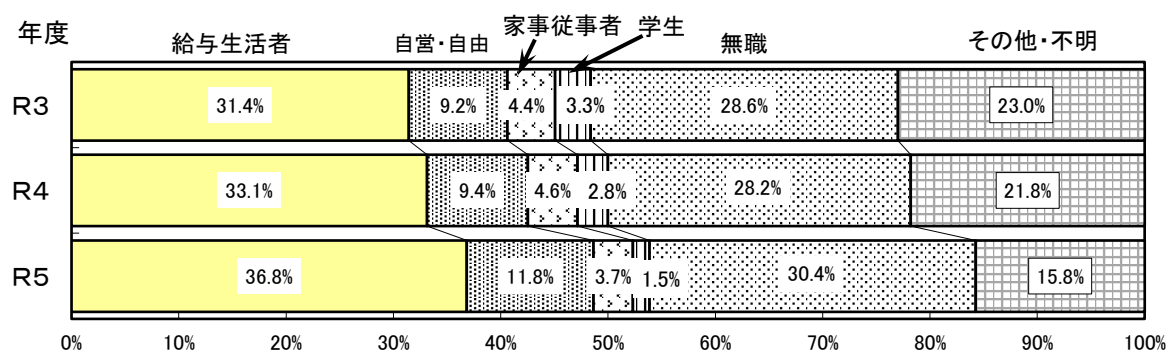
■年代別

高齢化の進展等もあって、60歳代以上が契約者である割合が高い。
未成年と20歳代が相談者である割合より契約当事者である割合が高いのは、家族等から未成年と20歳代の契約について相談が寄せられているためと考えられる。



■職業別

給与生活者と無職の方からの相談割合は、前年度より増加している。



7 契約当事者の性別・年代別の状況

■男性

若年層では「他の教養・娯楽その他（ゲーム、出会い系等）」に係る相談が上位に入っており、特に10代では1位となった。
令和5年度は中古車販売店の問題もあり10代～50代で上位に入っている。

	総件数 (前年度)	1 位	2 位	3 位	4 位	5 位
10代以下	61件 (67)	①他の教養・娯楽その他（ゲーム、出会い系等） 23件	⑤商品一般 6件	②娯楽等情報配信サービス 5件	③化粧品 4件	⑤自動車 3件
20歳代	161件 (170)	②融資サービス（多重債務等） 19件	①自動車 14件	●他の教養・娯楽その他（ゲーム、出会い系等） 11件	●商品一般 ●内職・副業 各10件	
30歳代	151件 (156)	②自動車 16件	①融資サービス 13件	③賃貸アパート・借家等 10件	③商品一般 ●工事・建築（住宅等） 各9件	
40歳代	227件 (210)	②融資サービス ①商品一般 16件		●自動車 13件	③賃貸アパート・借家等 11件	⑤工事・建築（住宅等） ④健康食品 各10件
50歳代	298件 (310)	①商品一般 36件	③化粧品 26件	⑤自動車 16件	●健康食品 12件	②役務その他 11件
60歳代	383件 (329)	①商品一般 54件	③化粧品 24件	●健康食品 23件	●他の教養・娯楽その他（ゲーム、出会い系等） ●他の金融関連サービス 各18件	
70歳以上	542件 (583)	①商品一般 68件	②健康食品 32件	③役務その他 30件	●化粧品 26件	④工事・建築（住宅等） 20件

※丸数字は昨年度の順位、●は昨年度順位が6位以下を示す

■女性

女性の相談では、広い世代で美容やダイエットに関する「化粧品」に関する相談が上位に入っている。
全国チェーンの脱毛エステ店等が倒産したこともあり、10代～30代で理美容(エステ等)に関する相談が上位に入っている。

	総件数 (前年度)	1 位	2 位	3 位	4 位	5 位
10 代 以下	82件 (49)	①理美容(脱毛エ ステ等) 13件	③商品一般 ③他の教養・娯楽その他(ゲーム、 出会い系等) 各7件	③化粧品 ②健康食品 各6件		
20 歳 代	196件 (190)	①理美容(脱毛エ ステ等) 32件	●内職・副業 18件	②他の教養・娯楽 その他(ゲーム、 出会い系等) 15件	●商品一般 10件	●健康食品 8件
30 歳 代	150件 (147)	②商品一般 19件	②理美容(脱毛エ ステ等) 11件	●内職・副業 ●娯楽等情報配信サービス ①化粧品 各8件		
40 歳 代	225件 (240)	③商品一般 25件	①化粧品 18件	⑤紳士・婦人洋服 12件	②健康食品 11件	④役務その他 8件
50 歳 代	374件 (385)	①化粧品 62件	②商品一般 29件	③健康食品 25件	④役務その他 18件	●他の金融関連 サービス 13件
60 歳 代	441件 (429)	①化粧品 94件	②商品一般 43件	④役務その他 26件	③健康食品 22件	⑤相談その他 14件
70 歳 以上	593件 (594)	①商品一般 78件	②化粧品 60件	④役務その他 26件	③健康食品 25件	●工事・建築(住 宅等) 17件

※丸数字は昨年度の順位、●は昨年度順位が6位以下、○はR4からの新分類を示す

8 危害・危険に関する相談

区分	R5年度			R4年度 件数	R3年度 件数	
	件数	相談の多い商品・役務(サービス)				
(※1)	72件	第1位	化粧品	25件	81件	79件
危害		第2位	健康食品	12件		
		第3位	医療	7件		
(※2)	9件	第1位	自動車、魚介類、掃除用具、空調・冷暖房機器、石油、他の光熱水品、教養娯楽品その他、集合住宅、外食・食事宅配	各1件	10件	12件
危険						

(※1) 「危害」とは商品の使用により人体に危害が及んだもの。
(※2) 「危険」とは危害には至らなかったが人身事故の恐れがあるもの。

【危害に関する相談の例】

- ネット広告を見てシワ・シミに効果があるというファンデーションを購入。使用したところ、かゆみがでて肌に合わない。2回目以降を解約しようとするが、事業者につながらない。
- SNSで表示された広告を見て、定期購入のまつ毛美容液を購入し使用したところ、目に痒みがでた。白目の部分も充血している。
- 「1日1杯飲むだけでダイエットできる」というインターネット広告を見て、ダイエット飲料を注文。飲用すると便秘・腹痛が起こる。医者から飲用を止められたので解約したいが連絡がつかない。

【危険に関する相談の例】

- 2年前に購入した充電式コードレス掃除機が勝手に電源が入り動き出す。
 <<対応>>
 相談者が取扱説明書どおりに清掃してみたが、改善しなかったことを本センターからメーカーに伝えた。メーカーから品質管理部門で検査をしたいとの回答があったため、それを相談者に伝えた。
- 購入後半年でバッテリーが膨張し始め、1年数か月経った今では蓋を押し上げている状態。有償修理であることに不満だ。
 <<対応>>
 バッテリー膨張の一般的な原因を説明し、破裂・発火の可能性を伝え使用しないよう助言した。後日、販売元より無償交換されたとの報告があった。

9 商品テストに関する処理状況

；

【苦情処理テスト】

苦情処理テスト実施件数 1 件

No.	相談内容	テスト内容
1	接触冷感のハイネックカットソー3枚組をカタログで購入したが頭が通らず着ることができなかった。	相談品の各種寸法を測定した。相談品は強い弾力性があり、首回り伸び寸法が業界内での目安より小さく、締め付けの強い作りであることが分かった。

【技術回答】

分野	相談件数	主な相談事例
衣	19	・ゴルフウェアが初着用で変色した。 ・コートをクリーニングに出したら、合皮が剥がれていた。
食	23	・梅干しの作り方 ・板海苔の保存方法 ・健康茶の安全性
住	69	・アリの駆除方法 ・ドラム式洗濯機の水漏れ ・自宅の生活音
その他	44	・漢方薬とサプリの痩身効果 ・乾電池の保管方法 ・マッサージ機の故障
計	155	

用語解説

	用語	解説
1	インターネット通信サービス	モバイル向けではないインターネット通信に関連するサービス。 インターネットの接続回線（光回線）やプロバイダの契約に関する相談などが大半を占める。
2	移動通信サービス	携帯電話等の移動通信及びそれらに関するサービス。
3	放送・コンテンツ等 (R3は廃止され、細分化された)	電話情報提供サービス、インターネット情報サービスなどの電話回線やオンラインネットワーク等を使って情報を得るサービス等をいい、アダルトサイト・出会い系サイト・総合情報サイトなどが大半を占める。ネット通販や携帯電話の通話料、パケット代は含まない。
4	通信販売	店舗ではなく、新聞、雑誌、テレビ、インターネット上のホームページ（インターネットオークションを含む）などによる広告や、ダイレクトメール、チラシなどを見た消費者から郵便、電話、ファクシミリ、インターネットなどの通信手段で注文を受け、商品を販売する方法のこと。 (特定商取引に関する法律第2条第2項)
5	訪問販売	販売業者の営業員が一方的に消費者宅を訪問し、訪問先で商品（権利・役務を含む）の販売活動を行う小売形態のこと。 キャッチセールス、アポイントメントセールス、SF商法などの営業員の訪問がないものも「訪問販売」としている。 (特定商取引に関する法律第2条第1項第1号、第2号)
6	電話勧誘販売	販売業者が、個人宅や勤務先に一方的に電話をかけ、または特定の方法により消費者に電話をかけさせ、その電話において商品の紹介や勧誘を行うことにより商品を販売する方法のこと。 (特定商取引に関する法律第2条第3項)
7	マルチ商法	販売組織の加入者が消費者に商品などを購入させて、その販売組織に加入させることによりマージンを得る仕組みの商法。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。 (特定商取引に関する法律第33条)
8	訪問購入	営業員が訪問してきて、自宅にある物品（貴金属等）を買い取る形態のこと。 震災後、強引な勧誘方法や買い取り額の妥当性が問題となり、特定商取引に関する法律で規制されることとなった。 (特定商取引に関する法律第58条の4)
9	送り付け商法	ネガティブ・オプションともいう。 注文していないにもかかわらず商品を一方的に送りつけ、受けとった消費者に購入しなければならないものと勘違いさせ、料金を支払わせることを狙った商法。代金引換郵便を悪用したものもある。
10	その他無店舗	店舗ではないところ、または店舗とはいえないような場所（自動販売機、野菜の無人スタンドなど）。また、ホテルや集会場など通常店舗とは考えられない場所で2日以上期間に渡って行われる展示会などで購入した場合。
11	無料商法	「無料のお試しサービスです」「今なら無料で体験できる」などのセールストークや広告により高額な商品・サービスを売りつける商法のこと。 近年は、初回が無料や格安とうたい、複数回の購入や2回目以降の高額の支払いを求める「定期購入」のトラブルも増加している。
12	サイドビジネス商法	「内職・副業になる」「脱サラできる」などのセールストークで何らかの契約をさせる商法で自分で仕事や作業を行うものに限る。ただし、投資や出資をするものや雇用されるものは含まない。
13	点検商法	「点検に来た」と来訪し、「使用できない」「修理不能」「早めに代えないと危険」など不安をあおって商品やサービスを契約させる商法のこと。 白あり駆除、消火器、ガス漏れ警報機、火災警報機、換気扇などの商品やサービスが多く、いかにも関係機関から来たように見せかけている場合も多い。
14	利殖商法	「値上がり確実」「必ず利益が出る」など儲かることを強調して契約させる商法のこと。 特に自宅にすることが多い高齢者をターゲットに、電話勧誘販売や訪問販売で契約させるなど高齢者の貴重な老後の生活資金をねらいず打ちにした悪質な手口が増えている。 近年は、全年齢層において「楽に短期間で高収入」などをうたう情報商材にかかるトラブルが増加している。
15	当選商法	「当選した」「景品が当たった」「あなただけが選ばれた」など「自分だけ」という優越感をくすぐって消費者に近づき、高額な商品やサービスの契約をさせる商法のこと。 最近では、高齢者をターゲットに、あたかも海外の宝くじに当選したようなダイレクトメールやエアメールを送り、当選金を受け取るための保証金を支払わせる手口や、携帯電話の懸賞サイトを名乗り当選メールを送って保証金を支払わせる手口もある。
16	次々販売	一人の消費者に次から次へと契約をさせる販売方法のこと。
17	景品付販売	景品を付けることを販売勧誘の手段にしている、景品の価格が高額である場合
18	アンケート商法	「アンケートに教えてください」「アンケートをとるだけです」等と言って消費者に接近して売りつける商法のこと。
19	展示販売	展示会や展覧会での販売。 会場の個室などで長い時間、勧誘を行ったり、展示されている物が「特別な物で2つしかない。」などと消費者に勘違いをさせ、高価格で契約させるなどを行うことがある。
20	過量販売	商品や役務を必要以上に多く販売する販売方法。