

【相談件数】

令和元年度、玉村町消費生活センターに寄せられた相談件数は 410 件でした。前年度に比べて 20 件減少、前年度比 95.3%でした。消費生活センターが開所した平成 22 年度は 223 件であり、この 10 年間で 187 件増加(183.8%)しました。消費生活センターが相談窓口として町民に広く認知されてきたものと思われます。

契約当事者を男女別で見ると、男性は前年度に比べて 34 件増(122.5%)の 185 件、女性は 49 件減(81.9%)の 222 件でした。前年度大幅に増加した女性宛架空請求ハガキの相談が、今年度減少したことによると思われます。

契約者の年齢別件数では平成 30 年度と比較した場合、40 歳代が前年比 175%、30 歳代が 133.3%と増加しました。その他の年代ではほぼ同数もしくは減少しており、中でも 20 歳未満(未成年)は前年比 27.3%と大幅に減少しました。

契約当事者の年齢別割合では、70 歳以上が 29%と最も多く、ついで 60 歳代が 27%、50 歳代と 40 歳代が 14%、30 歳代 7%、20 歳代 6%となっています。60 歳代以上の相談者を集計すると全相談の 56%と半数以上を占めており、この傾向は前年度と変わっていません。

【相談内容】

① 令和元年度、相談が一番多かったのは「商品一般」

前年度 157 件に対し令和元年度は 112 件、前年度比 71.3%でした。「総合消費料金未納分」「民事訴訟最終通達書」などと書かれたハガキや封書が、40 歳代から 70 歳代を中心とする女性宅へ届いたとする相談が前年度より続いていましたが、秋頃から減少傾向となりました。

② 2 位「放送・コンテンツ等」

前年度と同数の 36 件で、中でも特に多かった SMS やメールでの架空請求は、年間を通じて一定数相談が寄せられています。他にも、「アダルトサイトにアクセスしただけで会員登録になってしまった」「パソコンにウィルス感染の警告画面が出てセキュリティソフトを契約させられた」「子供がオンラインゲームで高額課金していた」などの相談が目立っています。

③ 3 位「インターネット通信サービス」

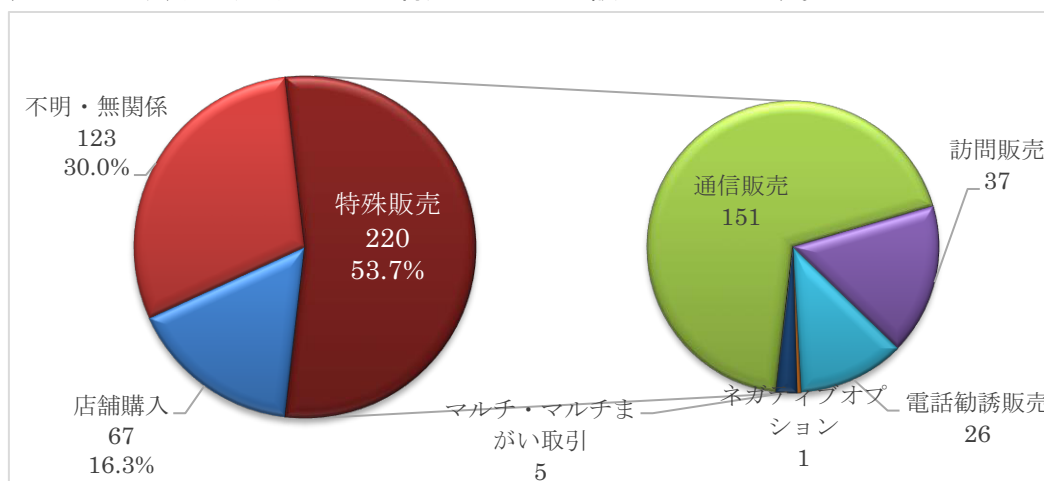
前年度 11 件に対し令和元年度は 24 件、前年度比 218.2%でした。光回線に関する相談が圧倒的に多く、「大手通信会社のプラン変更だと思っていたら別の回線事業者との契約だった」「インターネットを利用していない高齢両親が光回線を契約させられた」などがあります。また、光回線事業者の倒産に関連した相談も複数寄せられています。

前年度より引き続き増加傾向の内容として、「SNS の初回無料という広告を見て化粧品を購入したが定期購入契約だった」「お試しで安価な健康食品を購入したら 4 回取らないと解約できない

と言われた」「解約は電話のみ受付だが電話が繋がらない」などの定期購入に関する相談がありました。特定商取引法の改正に対応した表示をしていることを根拠に消費者の落ち度として対応しない事業者も多く、解決が難しくなっています。また、年明けからは新型コロナウイルスに関連してマスク等消耗品の購入や便乗商法、コロナ対策の表示についての相談もありました。

【販売・購入形態】

商品やサービスを店舗で購入したケースは 67 件(16.3%)、訪問販売や電話勧誘、通信販売などの店舗以外での購入(特殊販売)は 220 件(53.7%)で、全体の半分以上を占めています。これらの販売方法は一般的な契約行為に比して注意を要する取引であるとして「特定商取引法」で規定されており、クーリングオフなど特別なルールが設けられています。



令和元年度の特種販売内訳は、インターネット通販やテレビショッピング等「通信販売」が全体の 69%を占めています。続いて、訪問販売が 17%、「電話勧誘販売」が 12%となっており、その他はごく少数です(資料 12.特種販売に係る販売購入形態別件数を参照)。

「通信販売」は全ての世代から相談がありましたが、特に 20 歳代、40 歳代、70 歳以上で増加しました。前年度は架空請求ハガキが増加しましたが、今年度後半から減少に転じています。また、光回線の電話勧誘販売、リフォーム工事の訪問販売など、家に一人でいる事が多い高齢者や主婦などからの相談が増えている一方、SNS 広告から定期購入とは気付かず化粧品や健康食品等を申し込んでしまった、などのインターネットに親和性の高い世代からの解約に関する相談が急増しました。