大阪府

平成２４年度
消費生活センター事業の概要

平成２５年９月

大阪府消費生活センター

目　　次

第１章　大阪府消費生活センターの概要 …… 1
1．大阪府消費生活センターの沿革等 …… 1
(1)　沿革 …… 1
(2)　設置の目的と事業 …… 3
(3)　組織表 …… 4
(4)　施設 …… 4

第２章　事業実施状況 …… 5
1．大阪府附属機関運営状況 …… 5
(1)　大阪府消費者保護審議会の運営 …… 5
(2)　大阪府消費生活苦情審査委員会の運営 …… 5
2．個別業法及び条例に基づく指導等 …… 5
(1)　条例・特商法に基づく不当な取引行為及び訪問販売等の指導取締り …… 5
(2)　不当景品・不当表示の指導取締り …… 5
(3)　前払式特定取引業者の指導監督等 …… 6
(4)　家庭用品品質表示の指導取締り …… 6
(5)　消費生活用製品の監視取締り …… 6
3．中核センターとしての相談・情報提供機能の充実強化 …… 6
(1)　消費生活に関する法律相談 …… 6
(2)　大阪弁護士会との共同事例研究会 …… 7
(3)　府消費生活相談窓口の高度化専門化事業 …… 7
(4)　消費生活情報の提供 …… 7
(5)　府・市町村消費生活相談窓口集中発信事業 …… 7
4．市町村の消費者行政への支援 …… 8
(1)　市町村相談体制の整備支援 …… 8
(2)　市町村消費生活相談員研修の実施 …… 8
(3)　消費生活相談員レベルアップ事業 …… 8
5．消費者活動の支援 …… 8
消費者研究発表大会の開催 …… 8
6．消費生活相談の概要（詳細は「第３章 消費生活相談の概要」のとおり） …… 9
(1)　消費生活相談及び苦情処理 …… 9
(2)　消費生活相談の概要 …… 9
(3)　消費者事故等の消費者庁への通知 …… 9
7．消費者啓発事業の概要（詳細は「第４章　消費者啓発事業の概要」のとおり） …… 9
(1)　ウェブサイト「消費生活事典」・マス・メディアでの情報提供 …… 9
(2)　視聴覚教材等の閲覧・貸出 …… １０
(3)　消費者啓発事業の開催 …… １０
(4)　消費者教育の実施 …… １０
8．商品テストの概要（詳細は「第５章 商品テストの概要」のとおり） …… １２
製品関連被害防止・救済のための商品テスト …… １２
9．悪質リフォーム被害者対策 …… １２
(1)　悪質事業者連絡会開催 …… １２
(2)　高齢者・障がい者等の消費者被害に対する連絡会開催 …… １２
10．消費者保護条例に基づく自主行動基準の策定・届出 …… １２

11. 大阪府消費者行政活性化事業 …… １２
(1) 基金の造成、運用 …… １２
(2) 消費者行政活性化事業補助金 …… １３
(3) 大阪府消費者行政活性化基金活用事業 …… １３

第３章　消費生活相談の概要 …… １４
１．消費生活相談のあらまし …… １４
(1) 消費生活相談件数と特徴 …… １４
(2) 相談方法 …… １４
(3) 相談者の性別・市町村別相談件数 …… １５
(4) 契約当事者の性別・年代別相談件数 …… １６
(5) 契約当事者の職業別相談件数 …… １７
(6) 契約購入金額別相談件数 …… １８
(7) 商品・役務別相談件数 …… １９
(8) 内容別相談件数 …… ２２
(9) 販売方法別相談件数 …… ２２
(10) 電子メール相談の概要 …… ２４
(11) 品目別相談 …… ２６
２．消費者契約法関連相談 …… ３４
３．危害・危険に関する相談 …… ３５
資料編 …… ４０

第４章　消費者啓発事業の概要 …… ５９
１．大阪府消費者フェア 2011 の開催 …… ５９
２．消費者府民啓発事業 …… ６０
３．消費者問題講演会 …… ６０
４．くらしのナビゲーターの養成 …… ６０
５．消費者教育講師派遣事業 …… ６２
６．くらしの体験講座 …… ６２
７．夏休み若者向け集中啓発講座 …… ６３
８．情報収集及び提供 …… ６３

第５章　商品テストの概要 …… ６５
１．商品テストのあらまし …… ６５
(1) 相談・苦情テスト及び技術相談 …… ６５
(2) 相談苦情品テスト事例（抜粋） …… ６８
(3) 大阪府内商品テスト事例研究会 …… ８０
(4) 「くらしの商品安全だより」 …… ８１

□　参考資料
・ 大阪府内の主要消費者団体連合体の概要 …… ８２
・ 消費者問題に係る主な専門家団体の概要 …… ８３
・ 権限の一部が知事の自治事務となっている法令６法の比較表 …… ８４

第１章　大阪府消費生活センターの概要

１．大阪府消費生活センターの沿革等

(1)　沿革

昭和４３．	５．３０	消費者保護基本法公布、施行
４４．	８．１５	大阪府立消費生活センター開設（企画部府民生活課所管・職員数１１名） 但し、(財)関西消費者協会に事務の一部を委託
４５．１１．	１	生活環境部生活総務課所管となる。
４６．１１．	２４	大阪府消費者保護審議会規則公布（45.11.24 施行）
４７．	４．　１	(財)関西消費者協会への事業委託を廃止。府民センター開設に伴い、事業の連携を図る。
５１．１０．	２２	大阪府消費者保護条例公布（52.2.1 施行）
５１．１１．	２０	消費者啓発事業を一元化するため、生活総務課から①消費生活リーダー養成講座、 ②消費生活コンサルタント派遣、③消費者啓発資料の作成、④消費者情報誌、 ⑤消費生活展の５事業を引継ぐ。生活環境部消費生活課所管となる。 （組織改定を行い、教育普及課、相談課を設置・職員数１６名）
５２．	１．３１	大阪府消費者保護条例施行規則公布（52.2.1 施行） 大阪府消費生活苦情審査会規則公布（52.2.1 施行）
５４．	９．１４	開設１０周年記念行事を開催
５６．	９．１６	大阪弁護士会との共同事例研究会を開始
５７．	９．１８	消費者ひろば（情報交流コーナー及び専門資料コーナー）の開設
５９．	５．　１	国民生活センターとオンラインにより、消費生活情報のネットワーク化を図る。
６０．	３．２７	大阪府消費者保護条例改正（60.4.1 施行）
６０．	９．２５	くらしの府民セミナー（消費者大学）を開講
６１．１０．	２５	大阪府消費者保護条例制定１０周年記念事業「くらしのフェスティバル'86」を開催
６２．	３．２６	大阪府消費者保護審議会から「消費者啓発のあり方について」の答申が出される。
６３．	５．２４	「消費者月間」制定記念行事を開催
平成元年	８．２９	開設２０周年記念事業「大阪府生活フェスティバル」を開催
３．１０．	３	「消費者相談フェア」（大阪弁護士会との消費者相談事例共同研究会１００回記念行事） 開催
５．	４．　１	消費生活に関する法律相談実施要領制定・施行
５．	４．　１	(財)関西消費者協会に、消費者教育講座啓発事業の一部を委託
６．１１．	１７	開設２５周年記念事業「美しい暮らし展」を開催
８．	４．　１	府民生活課から①新生活運動の推進　②省資源・省エネルギー運動の推進事業を引継ぐ。
１０．	４．　１	(財)関西消費者協会に、消費者啓発事業の一部を委託
１０．	７．２２	(財)関西消費者協会の事務所がセンター内に移転
１１．	７．　５	大阪市北区曽根崎新地桜橋東洋ビルから大阪市中央区大手前ＯＭＭビルへ移転
１２．	４．　１	府民生活課へ省資源・省エネルギー運動の推進事業を引継ぐ。
１３．	９．１７	大阪府消費者保護審議会から「今後の消費者施策のあり方について」の答申が出される。
１４．	３．２９	大阪府消費生活センター設置条例制定（14.4.1 施行） 大阪府消費者保護条例施行規則一部改正（14.4.1 施行） 消費生活センターを公の施設から行政機関に改編 大阪府消費生活センター処務規定制定(14.　4.1 施行)
１４．	４．　１	(財)関西消費者協会に、苦情・相談処理事業、商品テスト事業等を委託
１７．	１．２５	大阪府消費者保護審議会から「大阪府消費者保護条例の改正に当たり、盛り込むべき基本的事項について」の答申が出される。
１７．	３．２９	大阪府消費者保護条例改正（17.7.1 施行）
１７．	６．３０	大阪府消費者保護条例施行規則一部改正（17.7.1 施行）
１９．	３．１６	大阪府消費生活行政事務に係る事務処理の特例に関する条例の一部を改正（H19.4.1 施行） し、家庭用品品質表示法他３法の事務を市町村へ移譲。
１９．	４．　１	商品テスト業務を大阪市と統合。大阪市消費者センター内に「くらしの商品安全情報室」を設置。

１９．　５．　１	消費者情報誌「美しい暮らし」を大阪市の情報誌「エル」と統合し、大阪府・大阪市の共同の生活情報誌「くらしすと」を発行（月刊）
１９．　５．　９	大阪府・大阪市の事業者指導チームを発足
２１．　３．２７	大阪府消費者行政活性化基金条例公布（同日施行）
２１．　３．３０	大阪府消費者行政活性化基金の造成（697,420 千円）
２１．　６．　５	消費者安全法の公布(都道府県消費生活センターは必置)
２１．　９．　１	消費者庁創設
２１．１２．２４	大阪府消費者行政活性化基金の積み増し（計 1,456,011 千円）
２２．　４．　１	府民文化部府民文化総務課に消費者行政の企画機能（大阪府消費者保護審議会、大阪府消費者行政推進本部会議等）を移管
２３．　４．　１	大阪府消費者保護審議会と大阪府消費生活苦情審査会を統合し、新たに大阪府消費者保護審議会を設置
２４．　３．　５	大阪市中央区大手前ＯＭＭビルから大阪市住之江区南港北ＡＴＣ　ＩＴＭ棟へ移転
２４．　４．　１	府民文化部府民文化総務課から消費生活センターに消費者行政の企画機能（大阪府消費者保護審議会、大阪府消費者行政推進本部会議等）を移管
２５．　３．２９	大阪府消費者行政活性化基金の積み増し（計 1,666,367 千円）

(2) 設置の目的と事業（平成14年4月1日、公の施設から行政機関に組織改編）

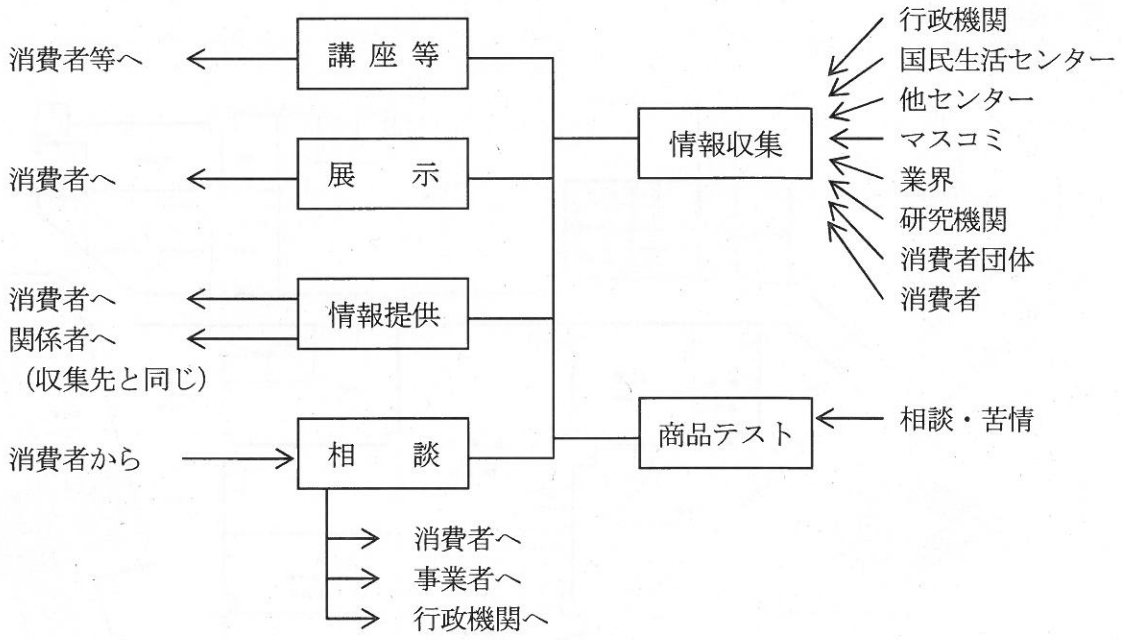
① 目　　的　消費者の利益の擁護及び増進を図り、府民の消費生活の安定及び向上に資する。

② 開設年月日　昭和４４年８月１５日

③ 場　　所　大阪市住之江区南港北２丁目１番１０号　ＡＴＣ　ＩＴＭ棟３階
郵便番号 559-0034　　TEL　06(6612)7500
TEL　06(6612)0888（相談）

④ 事　　業　① 消費者啓発のための講座等の開催
② 消費者啓発のための展示
③ 消費者生活に係る情報の収集及び提供
④ 消費生活に係る相談及び苦情の処理
⑤ 苦情の処理等のための商品テスト

⑤ 各事業関係図



⑥ 利用時間　平日　午前９時　～　午後５時４５分　（相談業務は、午後５時まで）
土曜日、日曜日、祝休日、年末年始は休み

(3)　組織表（平成 25 年 3 月 31 日現在）

消費生活センター

所　　長 ___ 事業グループ長 ___ 事業グループ
（1名）　　（1名）　　（7名）

(4)　施設

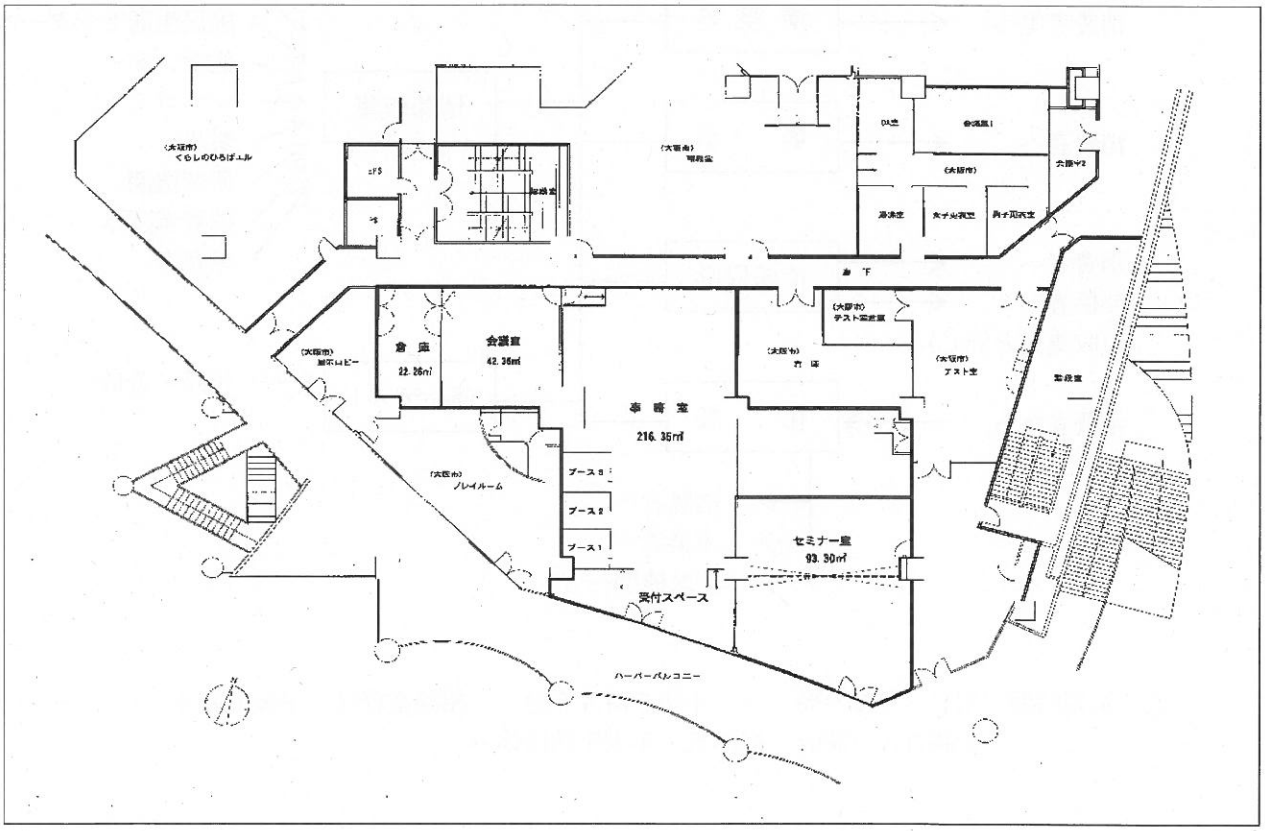
①　施設の規模

総　面　積　３７４．２７㎡（１１３．４坪）

（内　　訳）

事務室・受付スペース・ブース１～３	２１６．３５㎡（65.6 坪）
セミナー室	９３．３０㎡（28.3 坪）
会議室	４２．３６㎡（12.8 坪）
倉庫	２２．２６㎡（ 6.7 坪）

②　施設平面図



第２章　事業実施状況

１．大阪府附属機関運営状況

(1) 大阪府消費者保護審議会の運営

消費者保護に関する施策についての重要事項の調査・審議を行うため設置している大阪府消費者保護審議会を開催した。

◇総会（H25.2.4）　◇条例改正検討部会（H25.3.4）

(2) 大阪府消費生活苦情審査委員会の運営

消費者保護条例の規定によるあっせん・調停等の調査審議を行うため設置している消費生活苦情審査委員会の適切な運営を図った。

年度	あっせん・調停件数	あっせん・調停状況	あっせん事案
H22	２件	あっせん成立	民間スクールにおける受講契約の解約にかかるあっせん事案
		あっせん成立	風呂設備リース契約の解約にかかるあっせん事案
H23	０件	——	——
H24	２件	あっせん継続	和・洋装品の売買契約の解約に関する紛争のあっせん事案
		取下げ	和・洋装品の売買契約の解約に関する紛争のあっせん事案

２．個別業法及び条例に基づく指導等

(1) 条例・特商法に基づく不当な取引行為及び訪問販売等の指導取締り

特定商取引に関する法律に基づき、悪質な訪問販売事業者に対し、行政処分（指示・業務停止命令）を行った。

また、消費者保護条例において不当な取引行為を禁止し、違反する事業者に対しては指導等、必要な措置を講ずるとともに、被害の発生及び拡大を防止するため、情報の提供に努めた。

年度	特商法に基づく指示・業務停止処分	条例に基づく		
		情報提供・公表	勧告	指導
H22	４件	４件	４件	８件
H23	２件	２件	２件	14件
H24	１件	１件	１件	10件

(2) 不当景品・不当表示の指導取締り

事業者の公正な競争を確保し、消費者の適正な商品選択に資するため、不当表示や不当な景品付き販売行為の指導を行い、違反行為の防止と排除に努めた。なお、平成23年度から指示等の権限を大阪市に移譲し、これに係る交付金を支払った。

年度	指示、事業者名公表	備考	指導件数
H22	１件（事業者名非公表）	H23.3.30　鰻蒲焼の表示	３件〈表示　３件〉
H23	0(0)件	——	9(4)件〈表示 9(4)件〉
H24	0(0)件	——	14(6)件〈表示 14(6)件〉

（　）内は大阪市分（内数）

(3) 前払式特定取引業者の指導監督等

前払式特定取引業者（冠婚葬祭互助会及び友の会）を対象に立入検査を実施し、事業者指導に努めた。

年 度	立入検査	指導件数
H22	2件	2件
H23	2件	2件
H24	3件	3件

(4) 家庭用品品質表示の指導取締り

市町村が実施した消費者の利益を保護するための一般小売業に対する立入検査等に対し、全市町村に交付金を支払った。

年 度	検査店舗数	検査点数	適正表示率
H22	128店	87,211点	99.98%
H23	112店	130,098点	99.92%
H24	86店	97,948点	99.96%

(5) 消費生活用製品の監視取締り

市町村が実施した消費者の生活の用に供される製品による生命又は身体に対する危害の発生を防止するため、特定製品（家庭用圧力鍋等10品目）及び特定保守製品（屋内式ガス瞬間湯沸器等9品目）の販売業者に対する立入検査等に対し、全市町村に交付金を支払った。

年 度	特定製品			特定保守製品	
	立入店舗数	調査機種数	違反機種数	立入店舗数	違反件数
H22	64店	630点	0点	1店	0件
H23	65店	832点	26点	0店	0件
H24	48店	1,033点	1点	5店	0件

3．中核センターとしての相談・情報提供機能の充実強化

(1) 消費生活に関する法律相談

消費生活に関する相談のうち高度な法的処理を必要とするものについて専門家の助言を受けるため、当センターにおいて、センター及び市町村相談窓口職員等を対象に弁護士による法律相談を行った。（平成5年度から実施）

◇開催回数　１４回　　◇相談件数１９件

相談日	テーマ
H24. 4.11	古車販売のためのステッカーを購入させるマルチ商法について
H24. 5.11	中古車販売のためのステッカーを購入させるマルチ商法について（4月１１日　法律相談追加項目）
	包茎手術の契約過程について
H24. 6.14	固定電話とネット料金の延滞手数料ついて
	痩身エステのクーリング・オフについて
	海外のリゾートホテルのタイムシェア契約について
H24. 8. 9	クレジットカード決済している出会い系サイトの返金について
《緊急》H24. 9.12	海外のスポーツ投資ソフトの返金について
H24.10.10	住宅のリフォーム工事の解約について
H24.11.14	ブラックシリカ採掘投資のマルチ商法について
《緊急》H24.11.27	指導教材付き家庭教師の中途解約について
H25. 1. 9	デビットカード決済しているネットオークション情報商材の中途解約について

《緊急》 H25. 2.12	指導教材付き家庭教師の中途解約について（１１月２７日緊急相談の継続案件）
H25. 2.13	タレント養成レッスン受講契約について
《緊急》 H25. 2.26	金地金・プラチナ商品の解約について
《緊急》 H25. 3. 5	海外投資顧問契約について
H25. 3.13	着物・アクセサリーの過料販売について
	指導教材付き家庭教師の派遣について
	タレント所属契約の解約について

(2) 大阪弁護士会との共同事例研究会

大阪弁護士会消費者保護委員会と府内消費生活センター及び消費生活相談窓口の相談担当者が、相談事例について情報を交換しながら法的な検討を行った。

(昭和 56 年度から大阪弁護士会と府消費生活センターが共同運営)

◇開催回数　１１回　　◇事例内容　１１事例

実施日	テーマ
H24. 4.26	電動シャッターの製造物責任事例
H24. 5.24	中古車販売のためのステッカーを購入させるマルチ
H24. 6.21	ＣＯ２排出権詐欺とその回収事例
H24. 7.19	追い出し屋被害の救済について
H24. 9.20	ＳＮＳで知り合った人からの投資ソフト購入の勧誘
H24.10.25	悪質リース被害に関する裁判例について
H24.11.16	高齢者に対する保険の銀行窓販について
H24.12.20	強引な手段で全身脱毛エステを契約させられカード決済とされた事例
H25. 1.24	介護住宅の保証金敷引き等のトラブルについて
H25. 2.21	新聞の購読契約トラブルについて
H25. 3.21	頼母子講が関係する債務整理について

(3) 府消費生相談窓口の高度化・専門化事業

府消費生活センターの相談員等の法務能力を向上させ、相談窓口の広域専門性を強化するために、大阪弁護士会と連携してゼミナール形式の高度な法規研修を実施した。

◇実施回数　　１０回　　◇参加人数　１１９人

(4) 消費生活情報の提供

消費者が自主的、合理的な消費生活を営むうえで役立つ各種啓発資料を作成し、報道機関、市町村、各種団体等各方面へ情報提供を行った。また、大阪府・大阪市連携事業として消費者向けの生活情報誌として「くらしすと」(毎月１回 32,000 部（大阪市と共同発行)）を発行した。

(5) 府・市町村消費生活相談窓口集中発信事業

身近な相談窓口である消費生活相談窓口の周知を、新聞広告掲載により広く実施した。

◇平成 24 年 5 月 19 日（土）　朝日・読売・毎日・産経　大阪府内版　全７段

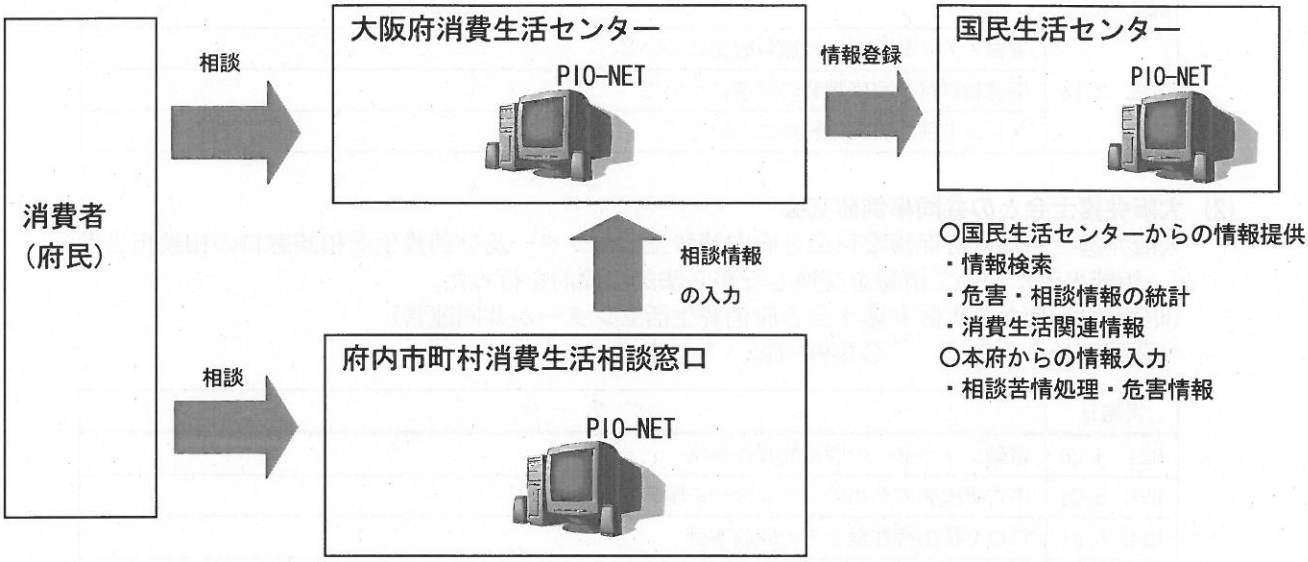
◇平成 24 年 10 月 20 日（土）　朝日・読売・毎日・産経　大阪府内版　全７段

4．市町村の消費者行政への支援

(1)　市町村相談体制の整備支援

①　消費生活オンラインネットワークシステムの運用

消費生活情報の有効な活用を図るため、昭和59年度に設置した全国消費生活情報ネットワーク・システム（PIO-NET：パイオネット Practical　living　Information　Online Network System）の適切な運用を図った。（導入市町村数：38市町）



②　消費生活相談窓口職員専用ウェブサイト

センター及び市町村の相談窓口職員が、消費者被害に迅速・的確に対応できるよう、被害の拡大が予想される新手の悪質な手口やその対処法、事業者情報等、業務に役立つ情報を即時に共有できる「消費生活相談窓口職員専用ウェブサイト」（平成17年4月導入）を管理運営した。

◇導入市町村数　　４３市町村　　◇緊急情報発信数　４２件

(2)　市町村消費生活相談員研修の実施

府内市町村における消費生活相談業務を支援するため、市町村相談員を対象に研修会を実施した。

実施日	内　容	講　師	受講者数
H25. 3.14	インターネット取引（海外取引を含む） ～インターネット詐欺のしくみ～	一般社団法人　ＥＣネットワーク 理事　原田　由里　氏	２０人
H25. 3.15	スマートフォン　アプリの危険性を考える ～知っておきたい消費者被害～	一般社団法人　ＥＣネットワーク 理事　原田　由里　氏	３１人

(3)　消費生活相談員レベルアップ事業

消費生活相談に従事する相談員のレベルアップを図るため、テーマ別、府内３ブロック別の研修を実施した。

	事業実施期間	参加人数
テーマ別研修	平成24年7月～平成24年9月の間の５日間	１４３人
ブロック別研修	平成24年8月～平成25年1月の間の16日間	１６４人

5．消費者活動の支援

消費者研究発表大会の開催

消費者団体が日常行っている消費者問題について調査研究や実践活動の成果の発表を通じて相互に情報交換する場を設け、消費者団体活動の一層の充実と連携を促進するとともに、府民意識の啓発を図った。

	H22年度	H23年度	H24年度
と　　き	H23.3.5	H24.3.3	H25.3.2
と　こ　ろ	ドーンセンター	ドーンセンター	ドーンセンター
基本テーマ	「未来につなげよう！ ほんものの消費者力」	「大阪から変える！ 今、消費者にできることは」	「行動しよう　消費者重視の社会！」
発表団体数	17団体350人	20団体355人	17団体364人

6．消費生活相談の概要

(1) 消費生活相談及び苦情処理

消費生活に関する消費者からの相談苦情の受付・処理を行った。

期　　間	年間を通じて実施
相談方法	来所、電話、文書、電子メール（※H15～）
相談内容	消費生活一般の相談・苦情
処理結果	必要に応じ、関係行政機関へ連絡するとともに、マスコミ等への記事提供、生活情報誌「くらしすと　トラブルQ＆A」掲載等により府民に情報を提供した。
相談件数	H22年度　10,482件　（内、苦情：8,923件、問合せ：1,559件） H23年度　9,520件　（内、苦情：8,480件、問合せ：1,040件） H24年度　7,917件　（内、苦情：7,030件、問合せ：887件）

(2) 消費生活相談の概要

詳細は「第３章 消費生活相談の概要」のとおり

(3) 消費者事故等の消費者庁への通知（※府民文化総務課所管）

消費者安全法第１２条に基づく消費者事故等の発生に関する消費者庁への情報の通知を行った。

◇大阪府消費生活センターからの通知　　７件
◇府内市町村相談窓口からの通知　　１３件

7．消費者啓発事業の概要

詳細は「第４章　消費啓発事業の概要」のとおり

(1) ウェブサイト「消費生活事典」・マス・メディアでの情報提供

① ウェブサイトの利用状況 ≪URL：http://www.pref.osaka.jp/shouhi/≫

	H21年度	H22年度	H23年度	H24年度
利用件数	57,330件	45,460件	37,717件	35,683件
月平均	4,777件	3,788件	3,143件	2,974件

② メールマガジン「大阪府消費生活センター便り」の発行

◇毎月発行　１２回　　◇号外発行　１回　　◇発行件数　１，１１３件（３月末）

③ マス・メディアでの情報提供

◇NHK関西ラジオワイドへの出演：毎週火曜日（近畿２府４県で持ち回り）１０回実施

H24.6.12	新聞の訪問販売に関するトラブル（国会中継のため中止）
H24.6.26	新聞の訪問販売に関するトラブル
H24.8.21	平成23年度　大阪府の消費生活相談の概要について
H24.9.4	若者によくあるトラブル
H24.10.9	共同購入型クーポンサイトのトラブル
H24.10.30	大阪府消者フェア2012について
H24.11.27	最近のテスト事情
H24.12.18	平成24年度　上半期の消費生活相談の概要
H25.1.8	オンラインゲームのトラブル
H25.2.5	電気ケトル事故情報収集について

(2) 視聴覚教材等の閲覧、貸出

大阪市消費者センター「くらしの広場・エル」内に、消費生活に関する専門図書や啓発用ビデオ・ＤＶＤを開架し、利用者への閲覧、貸出を行った。

(3) 消費者啓発事業の開催

府内の消費者を対象に商品や役務並びに時事的な消費者問題等に関する正しい知識を提供するため、各種啓発事業等を実施した。

啓発事業等	H22 年度		H23 年度		H24 年度	
	回数	受講者数	回数	受講者数	回数	受講者数
「消費者フェア」関連事業（5 月）※1	1 回	3,368 人	1 回	2,012 人	1 回	1,256 人
消費者府民啓発事業	3 回	3,388 人	3 回	2,719 人	5 回	2,353 人
消費者問題講演会　※2	2 回	119 人	1 回	100 人	1 回	75 人
くらしのナビゲーター養成講座	1 回 (10 日)	修了者 24 人	1 回 (10 日)	修了者 9 人	1 回 (8 日)	修了者 6 人
くらしのナビゲーター更新講座 （平成 17 年度より）	3 回	更新者 139 人	3 回	更新者 112 人	3 回	更新者 117 人
消費者教育講師派遣事業（団体向け・通年）	20 回	2,652 人	22 回	1,678 人	20 回	2,163 人
くらしの体験講座　※2	9 回	265 人	5 回	168 人	5 回	158 人
夏休み若者向け啓発講座（8 月）	5 回	822 人	5 回	892 人	5 回	580 人
大学生による消費者教育事業	5 回	871 人	7 回	1,731 人	8 回	1,384 人
高校生による消費者教育事業	－	－	4 回	1,359 人	8 回	4,950 人

※1「消費者保護基本法制定 20 周年」を記念し、昭和 63 年から毎年 5 月が「消費者月間」と定められている。平成 24 年度はセンターが入居する ATC の主催イベントにあわせて 11 月に消費者フェアを行った。

〈消費者フェアテーマ〉

H22 年度 5 月開催：「消費者新時代の幕開け～起こそう大阪の風～」

H23 年度 5 月開催：「大阪から踏み出そう　消費者市民への第一歩」

H24 年度 11 月開催：「絆を宝に　大阪の消費者大集合！！」

※2　平成 19 年度から大阪市と共催

(4) 消費者教育の実施

① 大阪府消費者教育連絡会議開催（H24. 4. 25）

・大阪府の教育行政担当課

・消費者教育に関する連絡調整及び関係機関等との連携等について情報交換を行い、より効果的な消費者教育の推進方策を協議。

② 消費者教育教材の提供

・若者向け啓発資料「あまい誘いにご用心！」を府立高校２年生全員に配布

・高校生向け消費者教育教材「ケーヤクにつけるクスリ」の提供（HP にて公開、H15 年度開発）

・中学生向け消費者教育教材「くらし・生活・My　Life」の提供（HP にて公開、H16 年度開発）

・小学生向け消費者教育教材「くらしの学習」の提供（HP にて公開、H16 年度開発）

・小学校高学年・中学生・高校生用消費者教育教材「インターネットはいろいろなトラブルとつながっている」の提供（HP にて公開、H24 年度開発）

③ 講座の開催

○消費者問題講演会等

・夏休み若者向け集中啓発講座「体験しよう！知っておこう！くらしの情報」

・府市連携講演会「人はなぜだまされるの？～消費者心理の不思議～」

○くらしの体験講座

・小学４～６年生とその保護者を対象に「キッズ体験講座」

○大学生による消費者教育事業

・若者の悪質なマルチ商法やキャッチセールスによる被害の未然防止を図るため、大学生・高校生向けの消費者啓発支援を実施した。

大学名	開催日時	団体名	内容	参加人数
摂南大学	10月6日(土) 7日(日) 8日（月）	劇団　歯車	劇　キャッチセールス	162人
大阪学院大学	10月20日（土） 21日（日）	法律学研究所	劇　キャッチセールス （無料商法について）	35人
大阪産業大学	10月30日（火）	劇団　我楽多	劇キャッチセールス 訪問販売	40人
大阪府立大学	11月2日(金)3日(土)	劇団　１２３	劇　出会い系 ～デート商法～	122人
大阪経済大学	11月3日（土）	演劇研究部 解帯劇場	劇　マルチ商法	120人
大阪大学	11月2日(金)3日(土) 4日（日）	劇団 ちゃうかちゃわん	コント・寸劇ｷｬｯﾁｾｰﾙｽ・訪問販売・ﾜﾝｸﾘｯｸ詐欺	610人
桃山学院大学	11月16日（金） 17日（土）	法学部有志	寸劇とクイズ	135人
大阪芸術大学	12月10日（月）	芸大 アクションチーム	ヒーローショー	160人

合計 1,384人

高校名	開催日時	団体名	テーマ	参加人数
大阪府立みどり清朋高等学校	9月14日（金） 15日（土）	パソコン同好会	身近な悪質商法＆ケータイ電話の危険	200人
大阪府立生野高等学校	9月15日（土） 16日（日）	家庭科研究部・ﾗｼﾞｵｺﾝﾋﾟｭｰﾀｰ部	調査発表 「ｽﾏｰﾄﾌｫﾝに関する研究」	300人
星槎国際高等学校	10月27日（土）	生徒会有志	衣生活の管理「取扱い絵表示」の国際統一について	100人
大阪府立茨木西高等学校	①　9月1日（土） ②11月11日（日）	学校家庭クラブ	調査発表「茨西『和』消費者教育イベントinイオン茨木」	500人
大阪府立高槻北高等学校	11月11日（日）	家庭科部	調査発表「携帯電話のトラブルの啓発活動」	1,800人
大阪府立春日丘高等学校	11月11日（日）	家庭科部・生徒会	調査発表「携帯電話トラブルについて」	60人
大阪府立富田林高等学校	1月31日（木）	消費者問題研究グループ	くらしをとりまく消費者問題	720人
大阪府立豊中高等学校	2月14日（木）	生活科クラブ有志	調査発表 「賢い消費者であるために」	1,270人

合計 4,950人

④ **研修・講師派遣**

・消費者教育講師派遣事業

消費者問題について、学習を希望するテーマに応じた講師を派遣し、消費者グループの自主学習の促進、学習機会や教育の提供に努めた。(実施回数　２０回、受講者数　２，１６３人)

・教職員への消費者教育事業

若年層の消費者被害の未然防止・拡大防止のため、児童・生徒と密接にかかわり、生活指導に重要な役割を果たす教職員に対して消費者被害の現状や対処法について研修を実施した。

◇実施回数　１５回　　◇参加人数　１，０１８人

８．商品テストの概要

製品関連被害防止・救済のための商品テスト

製品関連被害の未然・再発防止等安全確保の観点から商品のテストを行うなど、消費者の商品知識の向上を図った。

テストの結果は、消費者相談及び苦情処理に活用するほか「トラブル　ＰＩＣＫ　ＵＰ」を作成し、講座、情報提供等に利用した。

詳細は「第５章　商品テストの概要」のとおり

年度	苦情相談に基づくテスト			テスト技術
	件　数	商品点数	テスト数	相談件数
H22	43 件	94 品	延 1,038 回	332 件
H23	36 件	52 品	延　633 回	259 件
H24	34 件	61 品	延 1,270 回	271 件

※H18 年度から比較（試買）テストは廃止

９．各種被害者対策会議の開催

(1)　**悪質事業者連絡会開催**（H25.3.25）

・大阪府・大阪市の消費者行政、建築行政の担当課(所)

・悪質事業者に関する情報交換

(2)　**高齢者・障がい者等の消費者被害に対する連絡会開催**（H25.2.6）

・大阪府・大阪市の消費者行政、福祉行政の担当課(所)

・高齢者や障がい者等の消費者被害の未然防止・拡大防止のための情報交換及び対策の検討のための恒常的枠組みとして設置

・大阪府版メールマガジン「大阪府消費生活センター便り」発行

10.　消費者保護条例に基づく自主行動基準の策定・届出

消費者との信頼関係を構築し、その利益の擁護及び増進を図るため、事業者の自主行動基準の策定を支援し、事業者に対して、策定した自主行動基準を知事に届け出るよう促進し、その内容が上記の内容に適合すると認めるときは公示する。

◇消費生活センターウェブサイト掲載件数　３７０件

（内訳：３７事業者団体、３０９事業者）※H25.3 末現在

11.　大阪府消費者行政活性化基金

国が交付する「地方消費者行政活性化基金」を活用した「大阪府消費者行政活性化基金」を造成し、府及び市町村において消費生活に係る相談窓口の機能強化等を図った。

(1)　**基金の造成、運用**

基金積立額……1,672,711 千円　※運用益含む

（平成 20 年度に造成、平成 21 年度、平成 24 年度に積み増し）

平成 24 年度末基金残高… 407,669 千円

(2)　消費者行政活性化事業補助金

市町村が行う消費者相談窓口等の機能強化などの各種事業に対し、補助金を交付し、市町村における消費者行政の活性化に努めた。

◇平成24年度補助実績　４２市町村… 265,449千円

(3)　大阪府消費者行政活性化基金活用事業

消費生活相談窓口の機能強化等を図るため、消費生活相談員のレベルアップ研修事業を実施。また、若者向け消費者トラブル被害防止のキャンペーンに取り組んだ。

・市町村相談員等レベルアップ研修事業
・府消費生活相談窓口の高度化・専門化事業
・消費生活相談窓口集中発信事業
・啓発用フリーイラスト素材集作成事業
・くらしのナビゲーター活動拡大事業
・府政だよりによる啓発
・大学生・高校生による消費者教育事業
・教職員への消費者教育事業
・若者及び保護者・教員への集中的啓発
・事業者指導強化のための法的基盤整備事業

第３章　消費生活相談の概要

※本年度掲載の「平成２３年度」の数値については、「平成２３年度 事業概要」作成後、国民生活センター及び当センターにおいて PIO - NET の登録内容が精査・修正されたことに伴い、一部修正している。

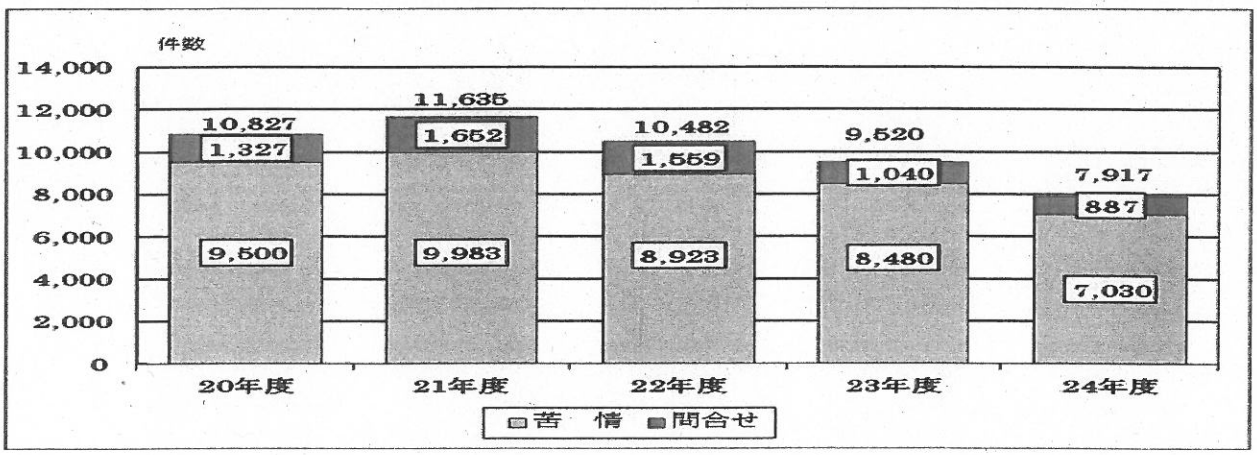
１．　消費生活相談のあらまし

（１）消費生活相談件数と特徴・・・相談総件数は減少。４人に１人は、高齢者の相談。

大阪府消費生活センターが受け付けた相談件数は 7,917 件で、前年度の 9,520 件に比べ 1,603 件(16.8%)減少した。年代別を見ると、すべての年代で減少したものの、60 歳以上の高齢者の相談件数は 1,918 件(24.2%)で、前年度同様４人に１人は高齢者の相談という傾向が続いている。

相談件数の推移

年　度	件　数			前年度比			増減数		
	全　体	苦　情	問合せ	全　体	苦　情	問合せ	全　体	苦　情	問合せ
２０年度	10,827	9,500	1,327	－	－	－	－	－	－
２１年度	11,635	9,983	1,652	107.5%	105.1%	124.5%	808	483	325
２２年度	10,482	8,923	1,559	90.1%	89.4%	94.4%	▲ 1,153	▲ 1,060	▲ 93
２３年度	9,520	8,480	1,040	90.8%	95.0%	66.7%	▲ 962	▲ 443	▲ 519
２４年度	7,917	7,030	887	83.2%	82.9%	85.3%	▲ 1,603	▲ 1,450	▲ 153



（２）相談方法

相談方法別を見ると、電話による相談が 7,286 件で１番多く、全体件数の 92.0%を占め、来訪による相談は 170 件で、全体件数の 2.1%であった。

平成 15 年から実施しているメールによる相談は 440 件で、全体件数の 5.6%であった。

相談方法	２４年度		２３年度		前年度比	増減数
	件数	構成比	件数	構成比		
来　訪	170	2.1%	488	5.1%	34.8%	▲ 318
電　話	7,286	92.0%	8,612	90.5%	84.6%	▲ 1,326
文　書	21	0.3%	10	0.1%	210.0%	11
メール	440	5.6%	410	4.3%	107.3%	30
計	7,917	100.0%	9,520	100.0%	83.2%	▲ 1,603

（３）相談者の性別・市町村別相談件数

相談者の性別相談件数を見ると、男性は 3,606 件と前年度の 4,323 件に比べ 717 件（16.6%）減少、女性が 3,752 件と前年度の 4,579 件に比べ 827 件（18.1%）減少、団体等は 559 件と前年度の 618 件に比べ 59 件（9.5%）減少した。

相談者

相談者	２４年度	２３年度	前年度比	増減数
男　性	3,606	4,323	83.4%	▲ 717
女　性	3,752	4,579	81.9%	▲ 827
団体等	559	618	90.5%	▲ 59
計	7,917	9,520	83.2%	▲ 1,603

相談者の市町村別相談件数を見ると、大阪市からの相談が 2,322 件と最も多く、堺市 439 件、東大阪市 391 件、豊中市 301 件と続いている。

市町村別相談件数（２４年度）

市町村名	件数	構成比	市町村名	件数	構成比
大阪市	2,322	29.3%	摂津市	74	0.9%
堺市	439	5.5%	高石市	62	0.8%
岸和田市	103	1.3%	藤井寺市	152	1.9%
豊中市	301	3.8%	東大阪市	391	4.9%
池田市	66	0.8%	泉南市	70	0.9%
吹田市	221	2.8%	四條畷市	87	1.1%
泉大津市	116	1.5%	交野市	73	0.9%
高槻市	152	1.9%	大阪狭山市	126	1.6%
貝塚市	88	1.1%	阪南市	118	1.5%
守口市	81	1.0%	島本町	86	1.1%
枚方市	217	2.7%	豊能町	62	0.8%
茨木市	177	2.2%	能勢町	25	0.3%
八尾市	229	2.9%	忠岡町	44	0.6%
泉佐野市	46	0.6%	熊取町	67	0.8%
富田林市	210	2.7%	田尻町	15	0.2%
寝屋川市	125	1.6%	岬町	59	0.7%
河内長野市	82	1.0%	太子町	32	0.4%
松原市	175	2.2%	河南町	43	0.5%
大東市	89	1.1%	千早赤阪村	22	0.3%
和泉市	134	1.7%	府内（不明）	108	1.4%
箕面市	127	1.6%	他府県	201	2.5%
柏原市	199	2.5%	在外邦人	2	0.0%
羽曳野市	230	2.9%	外国人	4	0.1%
門真市	65	0.8%			
計				7,917	100.0%

（4）契約当事者の性別・年代別相談件数

契約当事者の性別相談件数を見ると、男性が 3,797 件で前年度の 4,595 件に比べ 798 件(17.4%)減少となり、女性は 3,528 件と前年度の 4,249 件に比べ 721 件（17.0%）減少となった。年代別を見ると、すべての年代で減少したものの、60 歳以上の高齢者の相談件数は 1,918 件（24.2%）で、前年度同様 4 人に 1 人は高齢者の相談という傾向が続いている。

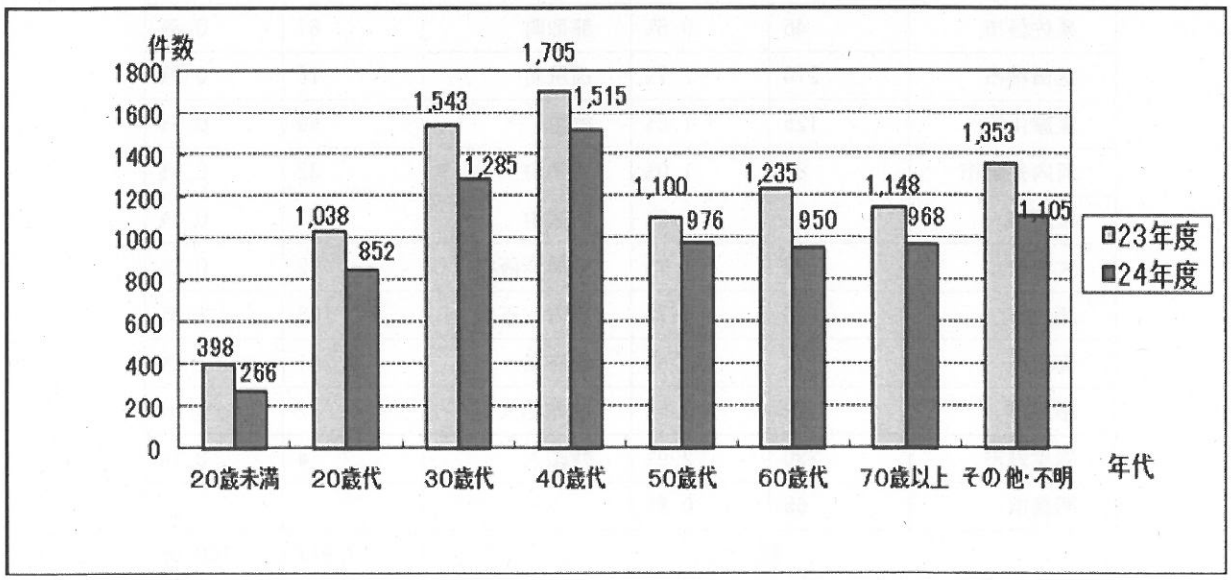
契約当事者の性別件数

契約当事者	２４年度	２３年度	前年度比	増減数
男　性	3,797	4,595	82.6%	▲ 798
女　性	3,528	4,249	83.0%	▲ 721
団体等	592	676	87.6%	▲ 84
計	7,917	9,520	83.2%	▲ 1,603

契約当事者の年代別内訳

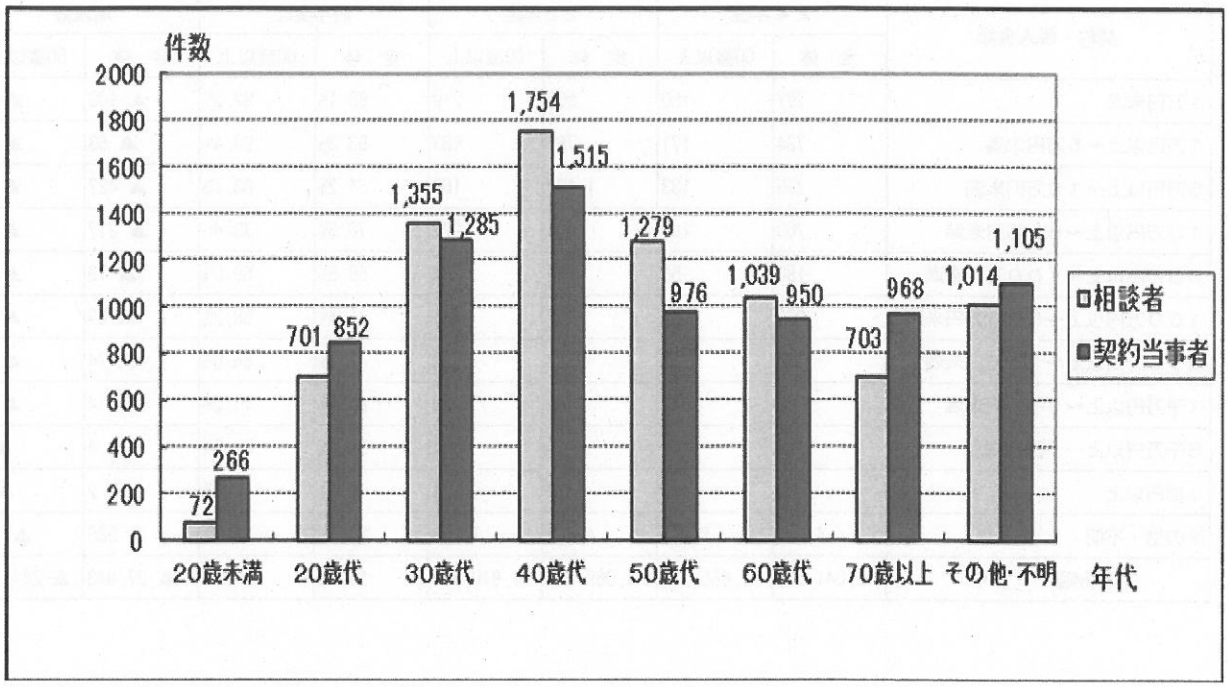
契約当事者	２４年度		２３年度		前年度比	増減数
	件数	構成比	件数	構成比		
２０歳未満	266	3.4%	398	4.2%	66.8%	▲ 132
２０歳代	852	10.8%	1,038	10.9%	82.1%	▲ 186
３０歳代	1,285	16.2%	1,543	16.2%	83.3%	▲ 258
４０歳代	1,515	19.1%	1,705	17.9%	88.9%	▲ 190
５０歳代	976	12.3%	1,100	11.6%	88.7%	▲ 124
６０歳代	950	12.0%	1,235	13.0%	76.9%	▲ 285
７０歳以上	968	12.2%	1,148	12.1%	84.3%	▲ 180
その他・不明	1,105	14.0%	1,353	14.2%	81.7%	▲ 248
計	7,917	100.0%	9,520	100.0%	83.2%	▲ 1,603

年代別相談件数（前年度比較）【契約当事者】



相談者と契約当事者の年代構成比較を見ると、20 歳未満と 20 歳代の若者や 70 歳以上の高齢者は、契約当事者件数が相談者件数より多いことから、契約当事者以外からの相談が多く見られる。

年代別相談件数（２４年度）【相談者と契約当事者との比較】



（５）契約当事者の職業別相談件数

契約当事者の職業別相談件数を見ると、給与生活者が１番多く、次いで無職が多かった。前年度比では、いずれの職業についても減少した。

契約当事者の職業別相談件数

契約当事者	２４年度		２３年度		前年度比	増減数
	件数	構成比	件数	構成比		
給与生活者	3,130	39.5%	3,636	38.2%	86.1%	▲ 506
自営･自由業	381	4.8%	526	5.5%	72.4%	▲ 145
家事従事者	1,088	13.7%	1,530	16.1%	71.1%	▲ 442
学　　生	391	4.9%	514	5.4%	76.1%	▲ 123
無　　職	1,575	19.9%	1,999	21.0%	78.8%	▲ 424
団　　体	429	5.4%	502	5.3%	85.5%	▲ 73
その他・不明	923	11.7%	813	8.5%	113.5%	110
計	7,917	100.0%	9,520	100.0%	83.2%	▲ 1,603

（６）契約購入金額別相談件数

契約購入金額を確認できた相談について、契約金額別相談件数を見ると、どの金額帯も前年度より減少した。金額帯別件数を多い順に見ると、1 万円未満が 797 件、5 万円以上 10 万円が 765 件、1 万円以上 5 万円未満が 734 件、10 万円以上 50 万円未満が 708 件であった。

契約・購入金額	２４年度		２３年度		前年度比		増減数	
	全　体	60歳以上	全　体	60歳以上	全　体	60歳以上	全　体	60歳以上
１万円未満	797	180	905	219	88.1%	82.2%	▲ 108	▲ 39
１万円以上～５万円未満	734	171	787	183	93.3%	93.4%	▲ 53	▲ 12
５万円以上～１０万円未満	765	133	1,192	160	64.2%	83.1%	▲ 427	▲ 27
１０万円以上～５０万円未満	708	163	925	222	76.5%	73.4%	▲ 217	▲ 59
５０万円以上～１００万円未満	180	58	259	84	69.5%	69.0%	▲ 79	▲ 26
１００万円以上～５００万円未満	273	96	362	165	75.4%	58.2%	▲ 89	▲ 69
５００万円以上～１千万円未満	64	35	88	53	72.7%	66.0%	▲ 24	▲ 18
１千万円以上～５千万円未満	95	42	109	59	87.2%	71.2%	▲ 14	▲ 17
５千万円以上～１億円未満	5	2	9	4	55.6%	50.0%	▲ 4	▲ 2
１億円以上	0	0	2	1	0.0%	0.0%	▲ 2	▲ 1
その他・不明	4,296	1,038	4,882	1,233	88.0%	84.2%	▲ 586	▲ 195
平均金額　（円）	1,041,579	1,666,493	1,069,522	1,910,713	97.4%	87.2%	▲ 27,943	▲ 244,220

（７）商品・役務別相談件数

相談の多い商品・役務別を見ると、インターネット関連の商品・役務が上位を占めた。1 番多い相談は、「デジタルコンテンツ」（インターネット上で提供する情報・サイト等）の 1,466 件で、前年度の 1,997 件より 531 件（26.6%）減少したものの、最も多い相談となった。

「デジタルコンテンツ」の具体的内容を見ると、1 番多いのは、ワンクリック請求トラブルなど「アダルト情報サイト」の 696 件、2 番目に多いのは「有料サイトの架空請求」の 330 件、3 番目に多いのは「サクラサイト（出会い系サイト）」の 198 件であった。「オンラインゲーム」は 86 件で、前年度（55 件）の約 1.5 倍の相談が寄せられた。なお、未成年（20 歳未満）の相談件数 266 件のうち、半数以上の 144 件が「デジタルコンテンツ」であった。

スマートフォンが急速に普及したため、「移動通信サービス」（携帯電話・スマートフォンの通信サービスの契約・解約や通信料金に関する相談）が 189 件で 5 位、「携帯電話」（携帯電話やスマートフォンの機器の相談）が 149 件で 9 位となり、どちらも前年度より件数が増加した。

「インターネット接続回線」（固定回線）の契約に関する相談は 150 件（8 位）で、前年度の 131 件に比べて 19 件（14.5%）増加した。そのうち「光ファイバー」に関する相談件数は 118 件で、前年度の 85 件に比べ 33 件（38.8%）増加し、特に、高齢者に対する契約トラブルが目立った。

相談の多い商品・役務【上位２０位】

順位	商品・役務	２４年度	２３年度	前年度比	増減数
1	デジタルコンテンツ	1,466	1,997	73.4%	▲ 531
	（うちスマートフォン）	(313)	(55)	(569.1%)	(258)
2	賃貸アパート	272	380	71.6%	▲ 108
3	食料品（健康食品以外）	214	303	70.6%	▲ 89
4	工事･建築	205	237	86.5%	▲ 32
5	移動通信サービス	189	185	102.2%	4
	（うちスマートフォン）	(48)	(35)	(137.1%)	(13)
6	フリーローン・サラ金	167	208	80.3%	▲ 41
7	医　療	156	162	96.3%	▲ 6
8	インターネット接続回線	150	131	114.5%	19
	（うち光ファイバー）	(118)	(85)	(138.8%)	(33)
9	携帯電話	149	115	129.6%	34
	（うちスマートフォン）	(84)	(61)	(137.7%)	(23)
10	健康食品	135	110	122.7%	25
10	自動車	135	130	103.8%	5
12	ファンド型投資商品	108	130	83.1%	▲ 22
13	エステティックサービス	91	102	89.2%	▲ 11
14	新　聞	86	132	65.2%	▲ 46
15	化粧品	82	152	53.9%	▲ 70
15	テレビ放送サービス	82	90	91.1%	▲ 8
17	株（うち未公開株）	76（45）	103（86）	73.8%（52.3%）	▲27（▲41）
18	アクセサリー	75	91	82.4%	▲ 16
19	生命保険	73	127	57.5%	▲ 54
20	集合住宅	71	109	65.1%	▲ 38
その他		3,935	4,526	86.9%	▲ 591
総相談件数		7,917	9,520	83.2%	▲ 1,603

デジタルコンテンツのサービス内容

内容別	24年度	23年度	前年度比	増減数
アダルト情報サイト	696	1,251	55.6%	▲ 555
有料サイトの架空請求	330	231	142.9%	99
サクラサイト（出会い系サイト）	198	298	66.4%	▲ 100
オンラインゲーム	86	55	156.4%	31
その他のデジタルコンテンツ※	156	162	96.3%	▲ 6
計	1,466	1,997	73.4%	▲ 531

※その他のデジタルコンテンツには、有料サイトの架空請求、占いサイト、音楽情報サイトなどを含む。

年代別相談の多い商品・役務【上位１０位】

順位	２０歳未満	件数	２０歳代	件数	３０歳代	件数	４０歳代	件数	５０歳代	件数	６０歳代	件数	７０歳以上	件数
1	デジタルコンテンツ	144	デジタルコンテンツ	180	デジタルコンテンツ	313	デジタルコンテンツ	404	デジタルコンテンツ	183	デジタルコンテンツ	142	健康食品	56
2	移動通信サービス	9	賃貸アパート	54	賃貸アパート	57	移動通信サービス	52	工事・建築	37	工事・建築	37	デジタルコンテンツ	53
3	テレビ放送サービス	8	エステティックサービス	38	移動通信サービス	31	携帯電話	49	賃貸アパート	34	食料品（健康食品以外）	34	ファンド型投資商品	50
4	携帯電話	5	移動通信サービス	30	携帯電話	29	賃貸アパート	46	フリーローン・サラ金	29	ファンド型投資商品	31	工事・建築	45
5	自動車（バイクを含む）	5	フリーローン・サラ金	27	自動車	25	食料品（健康食品以外）	41	食料品（健康食品以外）	24	賃貸アパート	29	食料品（健康食品以外）	38
6	健康食品	4	自動車	22	フリーローン・サラ金	25	自動車	35	医　療	22	医　療	26	株（うち未公開株）	38 (21)
7	学校教育	4	健康食品	20	インターネット接続回線	25	フリーローン・サラ金	34	インターネット接続回線	21	インターネット接続回線	23	医　療	29
8	学習塾	4	化粧品	19	食料品（健康食品以外）	24	インターネット接続回線	32	自動車	18	健康食品	21	新　聞	28
9	タレント・モデル教室	4	携帯電話	19	医　療	24	工事・建築	28	移動通信サービス	18	フリーローン・サラ金	21	公社債(うち怪しい社債)	24 (23)
10	食料品（健康食品以外）	3	アクセサリー	16	エステティックサービス	23	医　療	24	携帯電話	14	移動通信サービス	20	生命保険	19
10	履　物	3							新　聞	14				
10	賃貸アパート	3												
10	インターネット接続回線	3												
10	医　療	3												
総計		266		852		1,285		1,515		976		950		968

商品・役務相談件数【項目別分類】

商品・役務	２４年度	２３年度	前年度比	増減数
商品一般	164	212	77.4%	▲ 48
食料品	349	413	84.5%	▲ 64
住居品	387	385	100.5%	2
光熱水品	52	64	81.3%	▲ 12
被服品	362	374	96.8%	▲ 12
保健衛生品	203	284	71.5%	▲ 81
教養娯楽品	742	845	87.8%	▲ 103
車両・乗り物	187	182	102.7%	5
土地・建物・設備	291	316	92.1%	▲ 25
他の商品	19	13	146.2%	6
商品計	2,756	3,088	89.2%	▲ 332
クリーニング	52	48	108.3%	4
レンタル・リース・賃貸	390	496	78.6%	▲ 106
工事・建築・加工	216	247	87.4%	▲ 31
修理・補修	92	123	74.8%	▲ 31
管理・保管	34	30	113.3%	4
役務一般	5	8	62.5%	▲ 3
金融・保険サービス	711	997	71.3%	▲ 286
運輸・通信サービス	2,159	2,696	80.1%	▲ 537
教育サービス	59	56	105.4%	3
教養・娯楽サービス	333	410	81.2%	▲ 77
保健・福祉サービス	349	383	91.1%	▲ 34
他の役務	362	414	87.4%	▲ 52
内職・副業・相場	33	45	73.3%	▲ 12
他の行政サービス	38	46	82.6%	▲ 8
役務計	4,833	5,999	80.6%	▲ 1,166
他の相談	328	433	75.8%	▲ 105
計	7,917	9,520	83.2%	▲ 1,603

（8）内容別相談件数

相談の内容別件数を見ると、「契約・解約」に関する相談が、前年度より件数は減少したものの5,672件で1番多かった。「販売方法」に関する相談は、前年度より10.7%減少して3,465件で2番目に多かった。インターネット上での契約トラブルなどに関する相談が多く寄せられたためと考えられる。商品・役務に関するクレーム処理や販売時の接客態度など「接客対応」に関する相談も多く、1,757件で3番目に多い相談となった。

なお、「安全・衛生」に関する相談は、前年度の455件に比べ106件（23.3%）減少し349件、「品質・機能」に関する相談は前年度の1,571件に比べ140件（8.9%）減少し1,431件であった。

内容別相談件数【重複カウント】

内容別	２４年度	２３年度	前年度比	増減数
安全・衛生	349	455	76.7%	▲ 106
品質・機能	1,431	1,571	91.1%	▲ 140
法規・基準	321	343	93.6%	▲ 22
価格・料金	1,000	1,029	97.2%	▲ 29
計量・量目	11	16	68.8%	▲ 5
表示・広告	710	698	101.7%	12
販売方法	3,465	3,879	89.3%	▲ 414
契約・解約	5,672	7,110	79.8%	▲ 1,438
接客対応	1,757	1,814	96.9%	▲ 57
包装・容器	14	11	127.3%	3
施設・設備	19	15	126.7%	4
買物相談	9	25	36.0%	▲ 16
生活知識	25	24	104.2%	1
その他	83	58	143.1%	25

※内容別分類には、1件の相談でも相談が複数の「内容」に該当する場合は、それぞれの「内容」にカウントしているため、内容別分類の合計件数は相談件数とは一致しない。
※以降【重複カウント】と表記した場合、同様の処理となっている。

（9）販売方法別相談件数

販売方法別に相談件数を見ると、通信販売に関する相談が2,600件と1番多く、次いで店舗販売が2,316件、訪問販売が679件、電話勧誘販売が399件だった。

無店舗販売の年代別販売方法をみると、60歳代以下では「通信販売」が最も多く、70歳以上では「訪問販売」が最も多くなっている。

販売購入形態別相談件数

販売購入形態	２４年度	２３年度	前年度比	増減数
店舗販売	2,316	2,705	85.6%	▲ 389
訪問販売	679	736	92.3%	▲ 57
通信販売	2,600	3,217	80.8%	▲ 617
マルチ商法	89	114	78.1%	▲ 25
電話勧誘販売	399	449	88.9%	▲ 50
ネガティブ・オプション	15	17	88.2%	▲ 2
訪問購入	18	28	64.3%	▲ 10
その他無店舗販売	26	66	39.4%	▲ 40
計	6,142	7,332	83.8%	▲ 1,190

無店舗販売の契約当事者の年代構成

販売購入形態	２４年度　計	年代別内訳							
		２０歳未満	２０歳代	３０歳代	４０歳代	５０歳代	６０歳代	７０歳以上	その他・不明
訪問販売	679	12	62	57	79	68	80	222	99
通信販売	2,600	170	337	556	630	310	263	169	165
マルチ商法	89	2	52	9	7	7	6	3	3
電話勧誘販売	399	3	18	27	54	60	69	122	46
ネガティブ・オプション	15	1	0	0	2	2	0	4	6
訪問購入	18	0	0	1	2	1	4	6	4
その他無店舗販売	26	1	5	2	7	3	1	2	5
合　計	3,826	189	474	652	781	451	423	528	328

年代別相談の多い販売方法【重複カウント】

順位	２０歳未満		２０歳代		３０歳代		４０歳代		５０歳代		６０歳代		７０歳以上	
		件数		件数		件数		件数		件数		件数		件数
1	インターネット通販	165	インターネット通販	293	インターネット通販	474	インターネット通販	531	インターネット通販	237	インターネット通販	167	家庭訪販	223
2	ワンクリック請求	86	ワンクリック請求	82	ワンクリック請求	140	ワンクリック請求	156	ワンクリック請求	81	家庭訪販	89	利殖商法	142
3	無料商法	17	サイドビジネス商法	62	架空請求	87	架空請求	135	家庭訪販	65	ワンクリック請求	83	電話勧誘販売	122
4	家庭訪販	12	マルチ商法	52	無料商法	75	無料商法	86	架空請求	63	電話勧誘販売	69	インターネット通販	68
5	架空請求	5	架空請求	40	家庭訪販	54	家庭訪販	77	電話勧誘販売	60	利殖商法	65	二次被害	42
6	代引配達	4	無料商法	39	インターネットオークション	29	電話勧誘販売	54	無料商法	43	無料商法	49	代引配達	30
7	インターネットオークション	3	家庭訪販	37	電話勧誘販売	27	インターネットオークション	21	利殖商法	33	架空請求	42	無料商法	29
8	景品付販売	3	電話勧誘販売	18	サイドビジネス商法	25	利殖商法	15	二次被害	18	二次被害	21	ワンクリック請求	28
9	電話勧誘販売	3	販売目的隠匿	16	利殖商法	12	サイドビジネス商法	12	サイドビジネス商法	14	テレビショッピング	16	当選商法	25
10	身分詐称（かたり商法）	3	紹介販売	14	景品付販売	11	景品付販売	12	テレビショッピング	12	代引配達	14	次々販売	22

（１０）電子メール相談の概要

電子メール相談は、平成15年度から開始し10年目となる。相談件数は、前年度の410件に比べ30件（7.3%）増加して440件となり、相談全体の約5.6%となった。年代別では、40歳代が1番多く120件、次いで30歳代が多く114件であった。30歳代と40歳代とで、電子メール相談全体の53.2%を占めた。

相談者の性別・年代別内訳

相談者	計	２０歳未満	２０歳代	３０歳代	４０歳代	５０歳代	６０歳代	７０歳以上	その他・不明
男　性	258	8	30	57	75	52	18	10	8
女　性	160	4	30	57	44	18	3	1	3
その他・不明	22	0	0	0	1	0	0	0	21
計	440	12	60	114	120	70	21	11	32

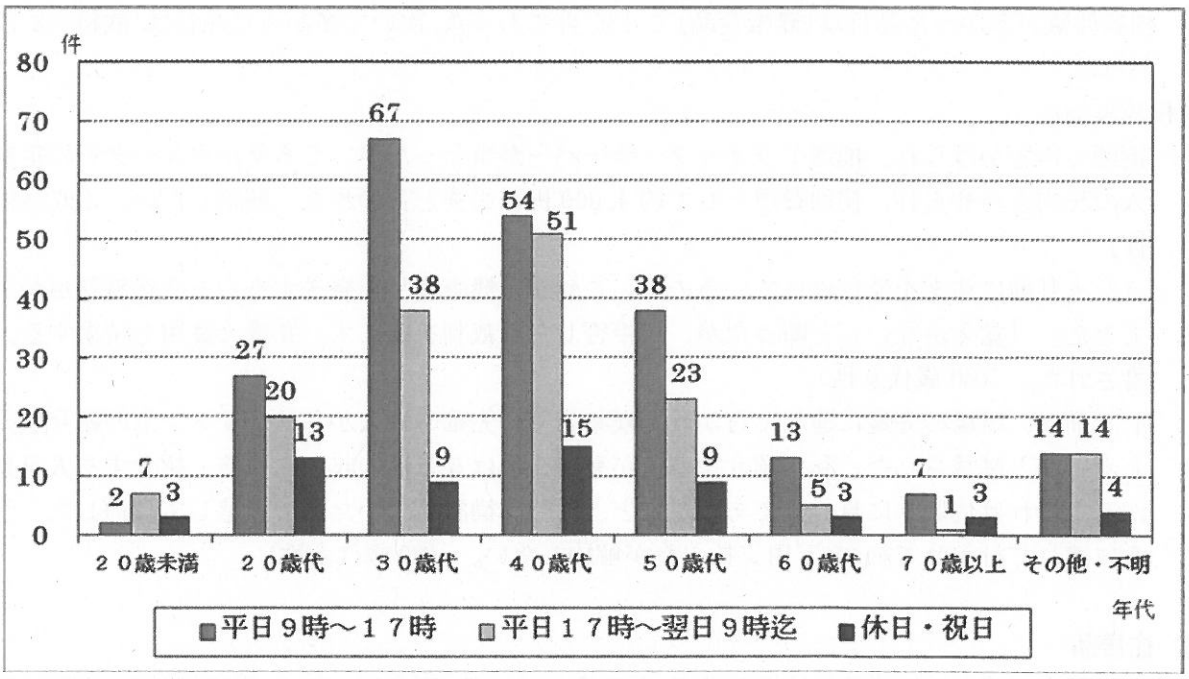
メールの送信時間は、電話相談受付時間内が222件、受付時間外が218件（平日受付時間外159件、休日・祝日59件）で、受付時間外の相談が約49.5%だった。

相談の多い商品・役務名で見ると、「デジタルコンテンツ」（インターネット上で提供する情報・サイト等）に関する相談が63件で、メール相談全体の約14.3%を占め、最も多かった。

相談者の年代別・送信時刻別にみた件数

相談者	送信時刻			
	平日９時～１７時	平日１７時～翌日９時迄	休日・祝日	計
２０歳未満	2	7	3	12
２０歳代	27	20	13	60
３０歳代	67	38	9	114
４０歳代	54	51	15	120
５０歳代	38	23	9	70
６０歳代	13	5	3	21
７０歳以上	7	1	3	11
その他・不明	14	14	4	32
計	222	159	59	440

相談者の年代別メール相談送信時間帯



メール相談の多い商品･役務【上位１０位】

順位	商品・役務	２４年度	２３年度	前年度比	増減数
1	デジタルコンテンツ	63	52	121.2%	11
2	賃貸アパート	18	18	100.0%	0
2	移動通信サービス	18	16	112.5%	2
4	携帯電話	17	12	141.7%	5
5	インターネット接続回線	14	9	155.6%	5
5	エステティックサービス	14	14	100.0%	0
7	医療	12	10	120.0%	2
8	食料品（健康食品以外）	11	9	122.2%	2
9	履物	9	4	225.0%	5
10	財布類	7	0	－	7
10	テレビ放送サービス	7	1	700.0%	6

（１１）品目別相談（全体は、１－（７）「商品・役務別相談件数」参照　資料編・表 31 参照　）

① 食料品

食料品に関する相談件数は 349 件で、前年度より 64 件減少し、割合にして 15.5%減少した。1 番相談件数が多かった品目は「健康食品」で 135 件であった。次いで多かった品目は「飲料」42 件であった。

《相談事例》

○ 街頭で声をかけられ、抽選でウオーターサーバーが当たったが、ミネラルウオーターの定期購入の契約をさせられ、初期費用として約 4,000 円が必要と言われた。解約したい。（20 歳代女性）

○ 「3 ヵ月前に注文を受け付けているので、これから健康食品を発送する」と突然電話がかかってきた。「覚えがない」と断ったが、「拒否したら裁判を起こす。弁護士費用も請求する」と脅された。（60 歳代女性）

○ 4 日前に、職場の先輩に連れて行かれた喫茶店で、先輩の知人からサプリメントの紹介販売をしないかと勧誘された。私が紹介する人が登録すれば 5 万円の収入になる、紹介する人が見つからなければ代わりに見つけてあげるなど、長時間勧誘が続いたので困惑して契約した。サラ金に連れて行かれて約 28 万円支払ったが解約したい。（20 歳代女性）

② 住居品

住居品に関する相談件数は 387 件で、前年度より 2 件、割合にして 0.5%増加した。相談件数が 1 番多かった品目は「食器・台所用品」で 71 件、次いで多かった品目は「家具・寝具類」の 68 件であった。

《相談事例》

○ 高齢の母が、水道局と名乗った業者に訪問され、水の検査をされた後、30 万円の浄水器購入の契約をさせられた。クーリング・オフしたい。（相談者 50 歳代女性、当事者 80 歳代女性）

○ ガーゼ仕様の布団カバーを洗濯したところ、内側に多数の毛玉ができた。販売店に苦情を申し出たが、毛玉ができやすいことを布団カバーの外袋に表示していたので問題はないと言うだけで対応が悪い。（30 歳代女性）

③ 光熱水品

光熱水品に関する相談件数は 52 件で、前年度より 12 件、割合にして 18.7%減少した。相談件数が 1 番多かった品目は「電気」で 19 件、次いで多かった品目は「ガス」で 17 件であった。

《相談事例》

○ 電気料金の早収期限日を 1 日でも過ぎると、一律 3%を加算された額を支払わなければならない。年率にすると利息制限法の上限金利を上回る利率であり法外である。（30 歳代男性）

○ オール電化にするため、プロパンガスの撤去を依頼したところ、3 万円近くの撤去費用を請求された。納得できない。（60 歳代女性）

④ 被服品

被服品に関する相談件数は 362 件で、前年度より 12 件、割合にして 3.2%減少した。相談件数が 1 番多かった品目は「アクセサリー」で 75 件、次いで多かった品目は「履物」で 64 件であった。

《相談事例》

○ ダイレクトメールで届いたカタログを見て、開運ブレスレットを注文しようと電話をしたとこ

ろ、「おふだも持っておくとよい」と勧められ、契約してしまった。代引配達で支払った後、事業者に、今後のカタログ送付と電話勧誘を断ったが、また電話がかかってきて困っている。(40歳代男性)

○ インターネット通販で、有名ブランドの婦人ブーツを注文し、代金を前払いで振り込んだが、商品が届かない。メールをしても返信がない。ネット上の広告には電話番号の記載がなく、連絡が取れない。(20歳代女性)

⑤ 保健衛生品

保健衛生品に関する相談件数は203件で、前年度より81件、割合にして28.5%減少した。相談件数が1番多かった品目は「化粧品」で82件、次いで多かった品目は「医療用具」で55件であった。

《相談事例》

○ ＳＮＳ（ソーシャルネットワーキングサービス）に掲載されている広告に、外国の美容クリームを送料のみ（590円）でお試しできるとあったので、クレジット払いで注文した。外国から商品が送られて来たが、同梱された書面に、毎月9,800円で継続的に商品を送付すると記載がある。解約したい。(50歳代女性)

○ 空きビルの1階を借りた業者が、2ヵ月ほど前から電位治療器の体験販売を行っていた。一度出向くと「また来てください。」と言われ、何回か通った。腰痛や不眠症に効くというので、昨日、電位治療器購入の契約をしたが、41万円と高額で家族に反対されたので解約したい。(80歳代女性)

⑥ 教養娯楽品

教養娯楽品に関する相談件数は742件で、前年度より103件、割合にして12.2%減少した。相談件数が1番多かった品目は「電話機・電話機用品」で172件、次いで多かった品目は「書籍・印刷物」で135件であった。

《相談事例》

○ 10ヵ月前にスマートフォン購入の契約をしたが、電池の消耗が異常に早く、電源が落ちる故障が頻発する。本体を5回交換してもらったが、不具合が解消されず不満。(50歳代男性)

○ 80歳代の父が、新聞の勧誘に対し、長期間の契約ができないと断っていたにもかかわらず、薄型テレビの景品付きで6年間の新聞購入契約をさせられた。解約させたい。(相談者50歳代女性、契約当事者80歳代男性)

⑦ 車両・乗り物

車両・乗り物に関する相談件数は187件で、前年度より5件、割合にして2.7%増加した。相談件数が1番多かった品目は「自動車（オートバイ・原動機付自転車を含む）」で135件であった。

《相談事例》

○ ネット通販で中古の外車を購入したが、速度を上げるとフロントガラスから異音がする。販売店の3ヵ月保証が付いていたので、不具合を申し出たが対応されない。(40歳代男性)

⑧ 土地・建物・設備

土地・建物・設備に関する相談件数は291件で、前年度より25件、割合にして7.9%減少した。相談件数が1番多かった品目は「集合住宅」で71件、次いで多かった品目は「空調・冷暖房・給湯設備」で62件であった。

《相談事例》

○ 電話で投資用マンションの勧誘を受け、無料で入居者の募集や管理をすると言うので契約した。数ヵ月前から業者と連絡が取れなくなり、入居者の管理書類や合鍵の回収ができない。(40歳代男性)

○ 太陽光発電の電話勧誘があった。月々3万円で売電できるので、それでクレジットの支払いが全額できると説明され契約した。契約後に太陽光発電設置済みの近所の人に聞くと、売電価格は月々3万円にはならないということだった。解約したい。(60歳代男性)

⑨ 商品関連役務

商品関連役務に関する相談は784件で、前年度より160件、割合にして16.9%減少した。

相談件数が1番多かった品目は、賃貸アパートを含む「土地・建物・設備」の「レンタル・リース・賃貸」に関する相談が312件で、次いで多かった品目は、「土地・建物・設備」の「工事・建築・加工」に関する相談が203件であった。

《相談事例》

〔クリーニング〕

○ 約1年前に購入した黒のトレンチコートを今回初めてクリーニングに出したところ、表面が白茶け、縫い目部分がテカり、革のバックルがひび割れた状態になった。クリーニング店は、責任を認めず、「色をかけてみませんか」と提案されたが、バックルも含めて元に戻してほしい。(60歳代女性)

〔レンタル・リース・賃貸〕

○ 賃貸マンションを退去する際、喫煙で汚れたクロス張替え費用など22万円の見積りが出された。敷金7万円も返金されず、さらに15万円請求されている。(20歳代男性)

〔工事・建築・加工〕

○ 屋根の点検に訪問した業者に、「このままでは雨漏りする」と言われて屋根工事の勧誘を受け、100万円を支払った。その後も追加工事の契約書にサインしてしまった。クーリング・オフ通知を出したが、既に工事の一部は済んでいると言われて20万円を請求され、支払ってしまったが、どのような工事なのかわからないので解約したい。(60歳代男性)

〔修理・補修〕

○ 一人暮らしの高齢の母が、自宅のトイレの水が止まらなくなったので、水道修理のチラシ広告を見て電話をかけ、修理を依頼した。修理後3万5千円請求され、払わないと帰らないと言われ、最終的に6万円支払わされた。あとで同業者に尋ねると非常に高額であることがわかった。(相談者50歳代男性、当事者80歳代女性)

〔管理・保管〕

○ 1日最大平日1,600円、休日1,200円と表示のあるコインパーキングで、平日と休日の2日間にわたり34時間駐車した。最大2,800円支払えばよいと思っていたが、7,000円請求された。24時間経過後は1時間あたり400円請求すると約款に記載していると言われたが納得できない。(40歳代男性)

⑩ 役務

⑨の商品関連役務を除いた役務に関する相談件数は4,049件で、前年度より1,006件、割合にして19.9%減少した。なお、商品関連役務784件も合わせた役務の相談件数は4,833件で、相談全体件数の61.0%を占めた。

商品関連役務を除いた役務で相談件数が 1 番多かった品目は、「運輸・通信サービス」の 2,159 件で、前年度より 537 件、割合にして 19.9%減少した。その内訳を見ると、最も多いのは「放送・コンテンツ等」1,632 件、次いで「移動通信サービス」189 件、「インターネット通信サービス」174 件であった。

商品関連役務を除いた役務で次いで多いのは、「金融・保険サービス」711 件で、前年度より 286 件、割合にして 28.7%減少した。その内訳を見ると、最も多いのは「融資サービス」193 件、次いで「預貯金・証券等」172 件、「ファンド型投資商品」108 件であった。

《相談事例》

〔金融・保険サービス〕

（預貯金・証券等）

○ 証券会社を名乗る業者Ａ社から電話があり、「あなたにＢ社の 100 人限定の未公開株が当たったので、当社が立て替えて、あなたの名前で購入しました。Ｂ社に電話してください。」と言われた。Ｂ社に電話をすると「あなたの名前で購入されており、既に 1,000 万円振り込まれているので、証券を持参する。」と言われたが断った。しかし、その後もＢ社から頻繁に電話がかかってきて困っている。（70 歳代女性）

○ 知らない業者Ａ社から「天然ガスの事業拠点を設ける会社Ｂ社の転換社債が個人を対象に発行されるが、法人は買えない。代わりに申し込んでくれないか。お金は当社が振り込む。」と電話があった。Ｂ社に連絡し、ＦＡＸで運転免許証のコピーと申込書を送付した。しかしＢ社から、「法人名で振り込まれているので契約違反だ。Ａ社と無関係であることを証明するために、個人名で再度振り込んでください。」と言われた。どう対処したらよいか。（70 歳代男性）

（ファンド型投資商品）

○ 知らない業者Ａ社から、「シェールガス開発事業者Ｂ社のファンド募集のパンフレットが届いていないか。届いていたらその権利を買取りたい。」と電話があった。そのファンドは 1 口 25 万円で年率 2～3%の利子が付き、配当もあるということだが信用できるか。（70 歳代女性）

（融資サービス）

○ 消費者金融で年収の 3 分の 1 という上限まで借り、これ以上借りることができない。4 ヵ月前から生活費のためにヤミ金で借りており返済困難に陥っている。（50 歳代男性）

〔運輸・通信サービス〕

（放送・コンテンツ等）

○ 携帯型音楽プレイヤーでインターネットに接続し、「動画を見る」をタッチしたら「登録完了」と表示され、請求画面が表示された。後から規約を読んだら、180 日間見放題 20 万円と記載されていた。払わないといけないか。（10 歳代女性）

○ スマートフォンに、サイト業者から未納者の調査を委託されたという業者から「サイト利用料の未払い金があるので早急に連絡するように」というメールが届いた。全く身に覚えがない。（20 歳代男性）

○ 副業の情報を探そうとネット検索し、月 100 万円稼いでいるというブログを見つけてメールを送信したところ、出会い系サイトに入会したことになってしまった。「お金をあげる」というメールが多数届き、複数の相手方とメールのやり取りをするために、電子マネーで 70 万円以上支払ったが、お金は得られなかった。さらに、サイト業者から管理費用なども請求された。（20 歳代女性）

○ 親である私のスマートフォンで、中学生の息子がオンラインゲームをした。公式マーケットに親のクレジット番号を登録していたので、息子が購入した有料アイテムの料金が、私のクレジ

ットカードで決済され、高額の請求を受けている。息子は「ゲーム内の仮想通貨を使うことが、実際のお金を使うことだとは思わなかったし、年齢確認もなかった」と言っている。支払い義務はあるか。（相談者 50 歳代女性、当事者 10 歳代男性）

（移動通信サービス）

○ 2 日前に、スマートフォンに機種変更するために、父の同意書を持って、母と携帯電話ショップに出向いた。「無線ＬＡＮを利用すると画質がきれいになる。スマートフォンを持つ人は皆モバイルルータを付けている」と説明されたので必要な契約だと思い、月々3,800 円のモバイルデータ通信契約をした。自宅に帰ってから、ルータがなくてもネットに接続できることがわかった。不要な契約をしたので、解約したい。（10 歳代男性）

（インターネット通信サービス）

○ 通信会社の代理店から「無料で電話線を交換します。」「一旦工事代を請求されますが、工事後返金します。中古のパソコンも差し上げます。」と電話があったので、電話工事と思い承諾した。ところが、工事日に、電話工事ではなく光ファイバー回線の工事であることがわかった。工事終了後、中古のパソコンが届いたが、ネットに接続できない。解約を申し出たら、2 年間契約になっているとのことで、解約料を含め 4 万円請求された。納得できない。（70 歳代女性）

（運輸・貨物運送サービス）

○ 格安航空会社の航空券をネット予約した。翌日キャンセルを申し出たが、返金はできないと言われた。搭乗日まで 10 日以上あるので全額返金すべきではないか。（60 歳代男性）

〔教育サービス〕

○ 3 日前、学習塾で、小学生の子どもが無料テストを受けた。新学期の授業が今月から始まるので、ゆっくり検討できないまま契約した。次の日解約を申し出たところ、授業料と教材代は返金するが、入塾料 2 万 2 千円は返金しないと言われた。納得できない。（40 歳代女性）

〔教養・娯楽サービス〕

（教室・講座）

○ 33 万円で半年間コースの語学教室の申込みをした。3 週間ほど経った頃体調が悪くなり、中途解約したが、7 万円しか返金されない。テキストは使用したが、返金額が少なすぎる。精算方法が妥当かどうか知りたい。（20 歳代女性）

（他の教養・娯楽）

○ 海外から封書が届き、「海外宝くじの当選賞金 2 億 3 千万円を受け取る権利がある。10 日以内に返信してください。」とある。手続き費用は 2,000 円ということだが、クレジット番号を記入して返送することになっている。申し込んだ覚えはなく不審だ。（70 歳代男性）

〔保健・福祉サービス〕

（医療）

○ 美容クリニックで、顔の脱毛の施術を受けたが、一度も医師が出てこず、看護師がレーザーを使っている。免許がなくても使えるのか。（20 歳代女性）

（理美容）

○ 通販会社から届いた無料エステ券を持ってエステサロンに出向いた。施術を受けたときは、効果があると思ったので、20 回コースで総額約 30 万円の契約をした。家に帰ってから、たいして効果がないことに気付いた。クーリング・オフしたい。（40 歳代女性）

〔他の役務〕

（外食）

○ 共同購入クーポンサイトでレストランのチケットを購入したが、期限が迫っているのに予約が取れない。（50歳代女性）

（冠婚葬祭）

○ 父の名義で母が冠婚葬祭互助会の積立をしていたが、15年前に母が死亡した際、互助会を利用しなかったのでまだ保有したままである。この積立金は祭壇の料金で、会館利用料や飲食代には充てられないと事業者から説明を受けた。使いたい費用に充てられず、解約すると高額な解約料を引かれるのは納得できない。（相談者60歳代女性、契約者80歳代男性）

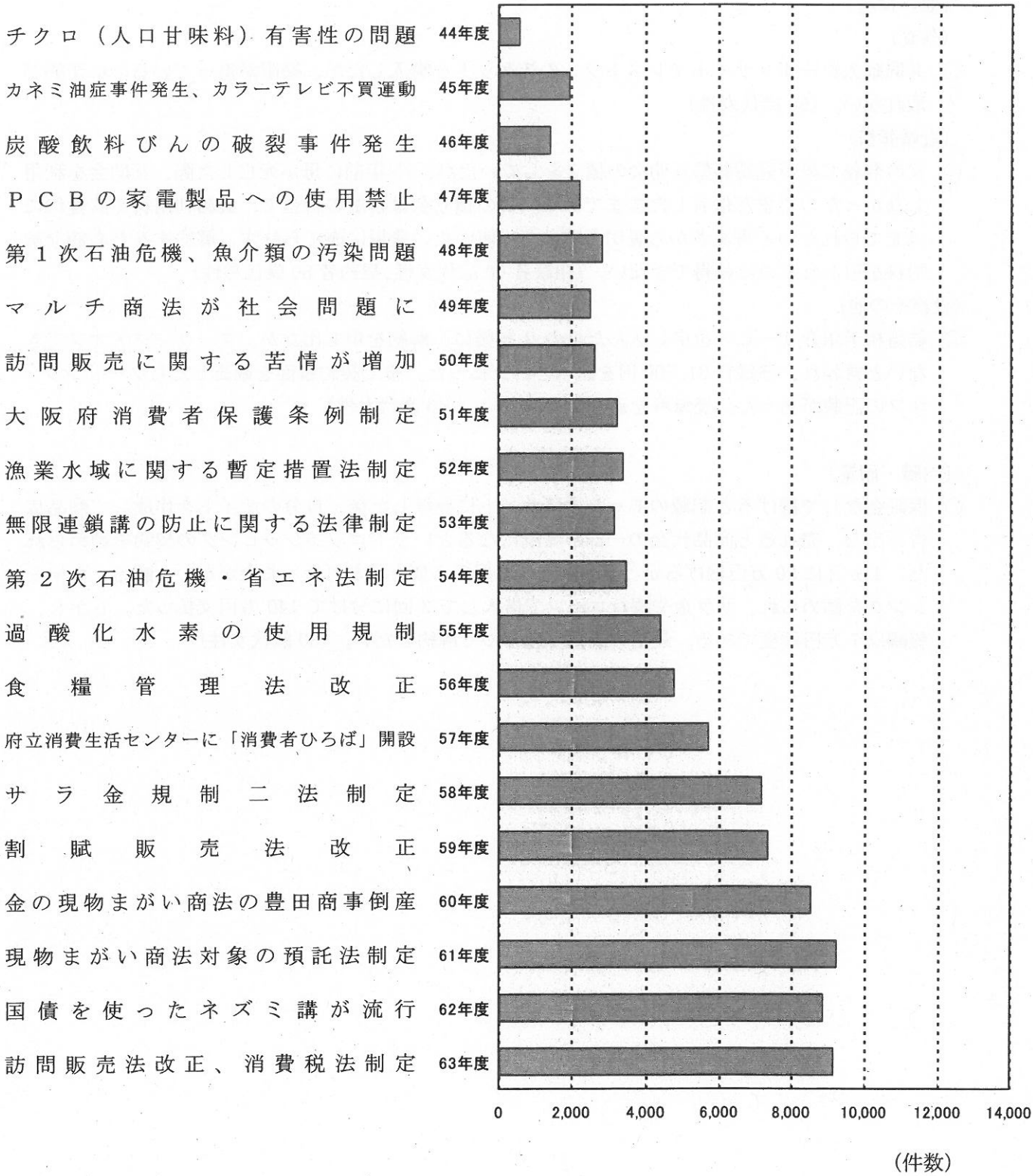
（役務その他）

○ 結婚相手紹介サービスを申し込んだ日の2日後に、解約を申し出たが、クーリング・オフできないと言われ、登録料31,500円を請求され支払った。後で契約書面を確認したらクーリング・オフの記載があった。登録料を返金してほしい。（40歳代女性）

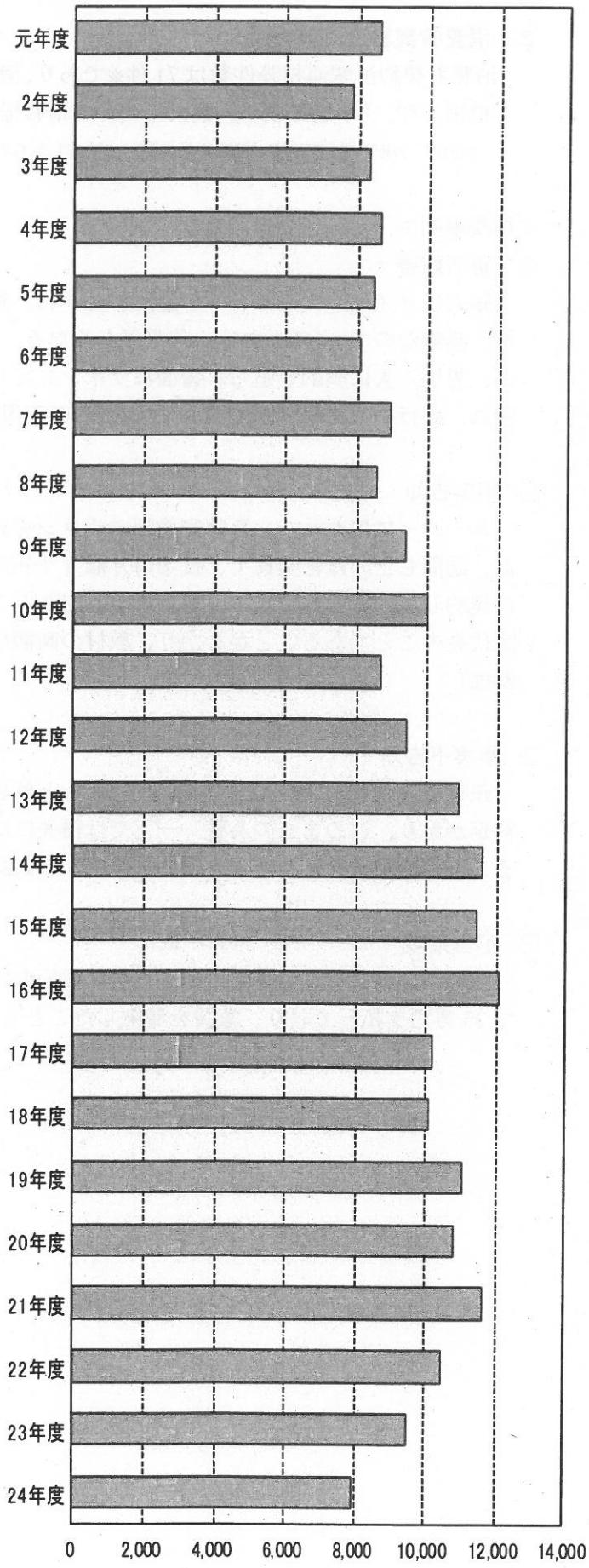
〔内職・副業〕

○ 保証金なしで稼げると記載のあった内職サイトに登録した後、自分のサイトを作成して商品広告を出し、売れると商品代金の一部が報酬になるというドロップシッピングの契約を勧められた。1ヵ月に50万円稼げるが、年会費等の費用が必要と言われた。お金がないと断るとキャッシングを勧められ、サラ金や銀行ローンで借入して3回に分けて140万円支払った。しかし、報酬は7万円程度である。最初の説明と違うので解約したい。（30歳代女性）

(参考)相談件数の推移と主な消費者関連事項



大阪府消費者保護条例改正
バブル崩壊・株暴落
新聞が訪販の指定商品となる
有機農産物等に係る青果物等特別表示ｶﾞｲﾄﾞﾗｲﾝ制定
環境基本法制定
阪神・淡路大震災が起こる
製造物責任法施行
訪問販売法改正
民事訴訟法全面改正
特定非営利活動促進法（ＮＰＯ）制定
訪問販売法改正
消費者契約法公布
日本で初めてＢＳＥが確認される
情報・通信サービスの架空請求横行
内閣府国民生活審議会消費者政策部会報告「２１世紀型の消費者政策の在り方について」
消費者基本法改正
大阪府消費者保護条例改正
貸金業規制法・出資法・利息制限法改正
消費者団体訴訟制度開始
特商法・割販法改正
消費者庁発足
東日本大震災が起こる
劇場型勧誘（買取業者が登場する儲け話）、後を絶たず
特商法・消安法改正　消費者教育推進法制定施行



2．消費者契約法関連相談

消費者契約法関連相談件数は71件※であり、消費者契約法の「退去妨害」「不実告知」などによる取消しや、「不当条項」の無効について情報提供し助言した。

※PIO - NETの文字検索「消費者契約法」で抽出したものである。

≪相談事例≫

○　退去妨害

知人にダイビングショップに連れて行かれ、約120万円のダイビングセットの契約を勧められた。高額なので、「考えたい。終電がなくなる。明日の仕事があるので早く帰りたい。」と言ったが、男性二人に契約を迫られ書面にサインしてしまった。すぐに手付金を支払う必要があると言われ、銀行のＡＴＭへ車で連れて行かれ67万円振り込まされたが解約したい。(30歳代女性)

○　不実告知

スーパーに置かれていた家庭教師のチラシを見て、中学生の娘のために無料体験の申込みをした。訪問したのは営業員で、授業料月額8千円のほかに運営費が月々1万6千円必要と説明を受け契約した。2カ月後に中途解約を申し出たところ、運営費と説明されたのは、実は教材費の割賦代金のことであることがわかり、教材の高額な解約料を請求された。納得できない。(40歳代女性)

○　事実不告知

銀行で、金利が9.6%ととても良いからと外貨預金を勧められ契約したが、後で、銀行の手数料がかかり、このままの為替レートでは損失になることがわかった。契約時に手数料が高額になることの説明がなかったので解約したい。(60歳代男性)

○　不当条項

賃貸マンションを退去する予定だが、契約書に「保証金返還なし」と記載がある。保証金として35万円支払っており、家賃を滞納したこともないので納得できない。(50歳代男性)

3．危害・危険に関する相談

危害に関する相談（商品・役務・設備に関連して、身体にけが、病気等の危害を受けたという相談）は 151 件で、前年度より 7 件増加した。危険に関する相談（危害を受けたわけではないが、そのおそれのある相談）は 45 件で、前年度より 34 件減少した。

危害については、品目別では保健・福祉サービスが 37 件で最も多く、次いで多かったのは、保健衛生品で 31 件だった。危険については、住居品が 19 件で最も多く、次いで多かったのは教養娯楽品、車両・乗り物で 8 件だった。

（1）危害・危険に関する相談

相　談	24 年度	23 年度
危　害	151	144
危　険	45	79
計	196	223

（2）危害・危険の内容別件数

危害の内容

内　容	件数	内　容	件数
皮膚障害	43	感覚機能の低下	3
消化器障害	17	骨折	2
刺傷・切傷	12	感電障害	2
熱傷	10	窒息	1
擦過傷・挫傷・打撲傷	9	中毒	1
筋・腱の損傷	4	神経・脊髄の損傷	1
脱臼・捻挫	3	その他の傷病及び症状	40
呼吸器障害	3	不明	0
計			151

危険の内容

内　容	件数	内　容	件数
過熱・こげる	10	操作・使用性の欠落	1
機能故障	9	発煙・火花	1
破損・折損	6	部品脱落	1
異物の混入	4	燃料・液漏れ等	1
発火・引火	3	漏電・電波等の障害	1
破裂	2	その他	5
ガス漏れ	1	不明	0
計			45

（3）危害・危険の品目別相談件数

危害

商品・役務	24年度	23年度	商品分類
商品一般	1	1	
食料品	28	17	健康食品6、調理食品4 他
住居品	14	11	洗浄剤等3、掃除用具2、室内装備品2 他
被服品	6	2	洋装下着2、履物2 他
保健衛生品	31	59	化粧品13、医療用具7 他
教養娯楽品	8	5	電話機・電話機用品2、スポーツ用品2 他
車両・乗り物	5	3	自転車・用品3、自動車2
土地・建物・設備	2	0	空調・冷暖房・給湯設備1、衛生設備1
クリーニング	1	0	紳士洋服1
レンタル・リース・賃借	1	3	空調・冷暖房機器1
運輸・通信	1	1	放送・コンテンツ等1
教養・娯楽サービス	8	3	旅行代理業3、宿泊施設3　等
保健・福祉サービス	37	34	理美容21、医療15 他
他の役務	8	5	外食・食事宅配7　他
計	151	144	

危険

商品・役務	24年度	23年度	商品分類
食料品	5	6	調理食品2 他
住居品	19	32	空調・冷暖房機器8、食生活機器4 他
光熱水品	1	0	
被服品	0	1	
保健衛生品	0	6	
教養娯楽品	8	16	電話機・電話機用品4、スポーツ用品2 他
車両・乗り物	8	10	自動車6、自転車・用品2
土地・建物・設備	2	3	空調・冷暖房・給湯設備1 他
工事・建築・加工	1	0	
修理・補修	1	0	自動車1
運輸・通信	0	2	
教養・娯楽サービス	0	1	
保健・福祉サービス	0	1	
他の役務	0	1	
計	45	79	

（4）商品が原因で拡大損害が発生した相談

商品が原因で拡大損害※が発生した相談は118件であった。前年度より32件、割合にして78.7%減少した。

これらを品目別に見ると、保健衛生品が30件で最も多く、次いで、食料品が26件、住居品が24件、教養娯楽品が10件という順となっている。

※拡大損害：商品が原因で、身体・生命あるいは当該商品以外の財産に拡大して損害が生じること

品目別件数

商品・役務	24年度	23年度	商　品　分　類
商品一般	1	0	
食料品	26	16	健康食品6、調理食品4 他
住居品	24	37	洗浄剤等4、食生活機器3 他
光熱水品	1	0	
被服品	9	5	婦人洋服3 他
保健衛生品	30	60	化粧品13、医療用具6 他
教養娯楽品	10	11	電話機・電話機用品3、スポーツ用品2 他
車両・乗り物	5	6	自転車・用品3、自動車2
土地・建物・設備	3	5	住宅構成材1、空調・冷暖房・給湯設備1、衛生設備1
運輸・通信	1	0	放送・コンテンツ等1
教養・娯楽サービス	2	2	旅行代理業1、宿泊施設1
保健・福祉サービス	1	3	理美容1
他の役務	5	5	外食・食事宅配5
計	118	150	

内容別件数

内　　容	24年度	23年度	内　　容
身体損害	96	107	皮膚障害29、消化器障害16、刺傷・切傷7 他
財産損害	18	42	発火・引火2、過熱・こげる1、破裂1　他
身体・財産双方	4	1	呼吸器障害1、擦過傷・挫傷・打撲傷1、発煙・火花1他
計	118	150	

《危害・危険（拡大損害を含む）相談事例》

〔食料品（健康食品を含む）〕

<危害>　高校生の息子が、屋外の自動販売機で買った瓶入り炭酸飲料を飲んで、空になったビンを道端に置いた瞬間にビンが破裂し、右手薬指の伸筋腱が断裂し、病院で手術し通院している。業者に事故があったことを伝えたいが、自動販売機に連絡先の表示がない。（相談者50歳代男性、被害者10歳代男性）

<危害> テレビショッピングでヒアルロン酸健康食品を購入し、1ヵ月飲んだところ、全身に湿疹が出て、4ヵ月通院している。治療費を支払ってほしい。(60歳代女性)

<危険> 粉ミルクを購入したが、金属片混入のため自主回収となった。業者へ返品したがなんの連絡もない。(40歳代男性)

〔住居品〕

<危害> 香りの強い柔軟剤を使用したことがきっかけで化学物質過敏症になった。職場でも、その柔軟剤を使用して洗濯した衣類を着用した人が近くにいると、吐き気や頭痛がするようになった。(50歳代女性)

<危険> テレビ通販で購入したばかりの電気圧力鍋で4分間タイマーをセットした。焦げくさい臭いに気付いて鍋を見たら、タイマーが作動しておらず、料理が黒焦げになっていた。取扱説明書はなく、レシピブックだけが梱包されていたがリコール商品ではないか。(50歳代女性)

〔被服品〕

<危害> 知人からプレゼントされた着圧ソックスを初めて履いたらかぶれて湿疹ができた。(20歳代女性)

<危害> 雨降りの日に、外国製の樹脂製サンダルを履いてコンビニに入った途端、滑って転び、肩と腰を打撲して通院中。仕事の支障が出て困っている。(50歳代男性)

〔保健衛生品〕

<危害> 首からぶら下げるタイプの携帯型除菌剤を使用していたところ、胸に15㎝四方の火傷を負った。医者にかかると化膿する可能性もあると言われた。法規制はないのか。(80歳代男性)

<危害> 使い捨てカラーコンタクトレンズを外した後、目に異物感を感じ、痛くて涙が出るので、目をよく見ると、裂けたレンズの切れ端が出てきた。医者にかかるほどではないが情報提供したい。(20歳代女性)

〔教養娯楽品〕

<危害> 5年前に購入した携帯型音楽プレイヤーを2年前に購入した充電器で充電中、本体から発煙した。娘が急いでコンセントを抜いたが、抜いた途端本体から火花が出て、カーテンに燃え移った。娘は本体を持った親指と人差し指を火傷した。医者に行くと、3週間治療を要すると診断された。(相談者50歳代男性、被害者20歳代女性)

<危険> 7か月前にスマートフォンを購入したが、当初から15分使用しただけで機器が熱くなる。半年後に修理に出したが直らず、再度修理を依頼したがすぐに対応されず不満。(40歳代女性)

〔車両・乗り物〕

<危険> 7、8年前に購入したハイブリッド車を走行中、突然エンジンが停止した。インバーターの故障なので修理費用が高いと説明されたが納得できない。(50歳代男性)

<危険> 子どもが自転車走行中にブレーキのワイヤーが外れてブレーキが効かなくなり、危ない思いをした。購入した自転車専門店に苦情を申し出たところ、経年劣化と言われたが購入してから2年2ヵ月しか経過していない。欠陥商品ではないか。(40歳代男性)

〔土地・建物・設備〕

<危険> 落雷があった翌日に、9年前に設置した家庭用エレベーターに乗ったところ、ドアが閉まった後、動かなくなり閉じ込められた。なんとか自力で脱出したが、高齢の母なら脱出できず、熱中症になる危険性がある。基盤が2枚焼けたとのことだが、他の家電製品は落雷の影響はなかった。早急に家庭用エレベーターの落雷対策をして無償修理すべきである。(50歳代男性)

〔教養・娯楽サービス〕

<危害> 宿泊したホテルの洗面所で熱湯が出て火傷をした。夜の出来事だがホテルの対応が悪い。(30歳代男性)

〔保健・福祉サービス〕

<危害> 何回かまつ毛エクステの施術を受けている店で、今回違う方法で施術をされたようで、施術後違和感があった。2週間ほどしたら、目が腫れてきたので、眼科を受診したところ、まつ毛エクステが原因だと言われた。自分で交渉したいがどう交渉したらよいか。(20歳代女性)

〔他の役務〕

<危害> 一人暮らしの高齢の母が、宅配弁当を利用しているが鶏肉は生焼けで、イワシは臭みがあった。食後腹痛を起こした。宅配弁当で食中毒になったのではないかと思う。(相談者50歳代男性、被害者70歳代女性)

資料編

資料目次

※本年度掲載の「平成２３年度」の数値については、「平成２３年度 事業概要」作成後、国民生活センター及び当センターにおいてPIO－NETの登録内容が精査・修正されたことに伴い、一部修正している。

○表１　相談件数の推移
○表２　相談方法別相談件数
○表３　相談者の性別件数
○表４　契約当事者の性別件数
○表５　相談者の年代別件数
○表６　契約当事者の年代別件数
○表７　相談者の職業別相談件数
○表８　契約当事者の職業別相談件数
○表９　市町村別相談件数
○表１０　契約・購入金額別相談件数
○表１１　内容別相談件数【重複カウント】
○表１２　相談の多い商品・役務【上位２０位】
○表１３　商品・役務別相談件数【項目別分類】
○表１４　相談内容別分類件数【重複カウント】
○表１５　契約当事者属性別　商品・役務別件数
○表１６　年代別　相談の多い商品・役務【上位１０位】
○表１７　年代別　相談の多い販売方法・手口【上位１０位】【重複カウント】
○表１８　販売購入形態別相談件数
○表１９　無店舗販売　契約当事者の年代構成
○表２０　訪問販売に関する勧誘方法別相談件数
○表２１　訪問販売で相談の多い商品・役務【上位５位】
○表２２　家庭訪問販売で相談の多い商品・役務【上位５位】
○表２３　アポイントメントセールスで相談の多い商品・役務【上位５位】
○表２４　キャッチセールスで相談の多い商品・役務【上位５位】
○表２５　ＳＦ商法で相談の多い商品・役務【上位３位】
○表２６　通信販売で相談の多い商品・役務【上位５位】
○表２７　マルチ商法で相談の多い商品・役務【上位５位】
○表２８　電話勧誘販売で相談の多い商品・役務【上位５位】
○表２９　ネガティブ・オプションで相談の多い商品・役務【上位５位】
○表３０　訪問購入で相談の多い商品・役務【上位５位】
○表３１　品目別相談件数
○表３２　〔メール相談分〕相談者の年代別・送信時刻にみた件数
○表３３　〔メール相談分〕相談者の性別件数
○表３４　〔メール相談分〕契約当事者の性別件数
○表３５　〔メール相談分〕相談者の年代別件数
○表３６　〔メール相談分〕契約当事者の年代別件数
○表３７　〔メール相談分〕契約・購入金額別相談件数
○表３８　〔メール相談分〕内容別相談件数【重複カウント】
○表３９　〔メール相談分〕相談の多い商品・役務【上位１０位】
○表４０　〔メール相談分〕商品・役務別相談件数【項目別分類】

資料編

○表１　相談件数の推移

年　度	件　数			前年度比			増減数		
	全　体	苦　情	問合せ	全　体	苦　情	問合せ	全　体	苦　情	問合せ
２０年度	10,827	9,500	1,327	97.9%	98.3%	95.3%	▲228	▲163	▲65
２１年度	11,635	9,983	1,652	107.5%	105.1%	124.5%	808	483	325
２２年度	10,482	8,923	1,559	90.1%	89.4%	94.4%	▲ 1,153	▲ 1,060	▲ 93
２３年度	9,520	8,480	1,040	90.8%	95.0%	66.7%	▲ 962	▲ 443	▲ 519
２４年度	7,917	7,030	887	83.2%	82.9%	85.3%	▲ 1,603	▲ 1,450	▲ 153

○表２　相談方法別相談件数

相談方法	**２４年度**		２３年度		前年度比	増減数
	件数	構成比	件数	構成比		
来　訪	170	2.1%	488	5.1%	34.8%	▲ 318
電　話	7,286	92.0%	8,612	90.5%	84.6%	▲ 1,326
文　書	21	0.3%	10	0.1%	210.0%	11
メール	440	5.6%	410	4.3%	107.3%	30
計	7,917	100.0%	9,520	100.0%	83.2%	▲ 1,603

○表３　相談者の性別件数

相談者	**２４年度**	２３年度	前年度比	増減数
男性	3,606	4,323	83.4%	▲ 717
女性	3,752	4,579	81.9%	▲ 827
団体等	559	618	90.5%	▲ 59
計	7,917	9,520	83.2%	▲ 1,603

○表４　契約当事者の性別件数

契約当事者	**２４年度**	２３年度	前年度比	増減数
男　性	3,797	4,595	82.6%	▲ 798
女　性	3,528	4,249	83.0%	▲ 721
団体等	592	676	87.6%	▲ 84
計	7,917	9,520	83.2%	▲ 1,603

○表５　相談者の年代別件数

相談者	**２４年度**		２３年度		前年度比	増減数
	件数	構成比	件数	構成比		
２０歳未満	72	0.9%	114	1.2%	63.2%	▲ 42
２０歳代	701	8.9%	866	9.1%	80.9%	▲ 165
３０歳代	1,355	17.1%	1,624	17.1%	83.4%	▲ 269
４０歳代	1,754	22.2%	2,073	21.8%	84.6%	▲ 319
５０歳代	1,279	16.2%	1,395	14.7%	91.7%	▲ 116
６０歳代	1,039	13.1%	1,345	14.1%	77.2%	▲ 306
７０歳以上	703	8.9%	878	9.2%	80.1%	▲ 175
その他・不明	1,014	12.8%	1,225	12.9%	82.8%	▲ 211
計	7,917	100.0%	9,520	100.0%	83.2%	▲ 1,603

○表６　契約当事者の年代別件数

契約当事者	２４年度		２３年度		前年度比	増減数
	件数	構成比	件数	構成比		
２０歳未満	266	3.4%	398	4.2%	66.8%	▲ 132
２０歳代	852	10.8%	1,038	10.9%	82.1%	▲ 186
３０歳代	1,285	16.2%	1,543	16.2%	83.3%	▲ 258
４０歳代	1,515	19.1%	1,705	17.9%	88.9%	▲ 190
５０歳代	976	12.3%	1,100	11.6%	88.7%	▲ 124
６０歳代	950	12.0%	1,235	13.0%	76.9%	▲ 285
７０歳以上	968	12.2%	1,148	12.1%	84.3%	▲ 180
その他・不明	1,105	14.0%	1,353	14.2%	81.7%	▲ 248
計	7,917	100.0%	9,520	100.0%	83.2%	▲ 1,603

○表７　相談者の職業別相談件数

相談者	２４年度		２３年度		前年度比	増減数
	件数	構成比	件数	構成比		
給与生活者	3,362	42.5%	3,826	40.2%	87.9%	▲ 464
自営･自由業	428	5.4%	588	6.2%	72.8%	▲ 160
家事従事者	1,384	17.5%	1,951	20.5%	70.9%	▲ 567
学　　生	169	2.1%	203	2.1%	83.3%	▲ 34
無　　職	1,357	17.1%	1,757	18.5%	77.2%	▲ 400
団　　体	533	6.7%	600	6.3%	88.8%	▲ 67
その他・不明	684	8.6%	595	6.3%	115.0%	89
計	7,917	100.0%	9,520	100.0%	83.2%	▲ 1,603

○表８　契約当事者の職業別相談件数

契約当事者	２４年度		２３年度		前年度比	増減数
	件数	構成比	件数	構成比		
給与生活者	3,130	39.5%	3,636	38.2%	86.1%	▲ 506
自営･自由業	381	4.8%	526	5.5%	72.4%	▲ 145
家事従事者	1,088	13.7%	1,530	16.1%	71.1%	▲ 442
学　　生	391	4.9%	514	5.4%	76.1%	▲ 123
無　　職	1,575	19.9%	1,999	21.0%	78.8%	▲ 424
団　　体	429	5.4%	502	5.3%	85.5%	▲ 73
その他・不明	923	11.7%	813	8.5%	113.5%	110
計	7,917	100.0%	9,520	100.0%	83.2%	▲ 1,603

○表９　市町村別相談件数　（２４年度）

市町村名	件数	構成比	市町村名	件数	構成比
大阪市	2,322	29.3%	摂津市	74	0.9%
堺市	439	5.5%	高石市	62	0.8%
岸和田市	103	1.3%	藤井寺市	152	1.9%
豊中市	301	3.8%	東大阪市	391	4.9%
池田市	66	0.8%	泉南市	70	0.9%
吹田市	221	2.8%	四條畷市	87	1.1%
泉大津市	116	1.5%	交野市	73	0.9%
高槻市	152	1.9%	大阪狭山市	126	1.6%
貝塚市	88	1.1%	阪南市	118	1.5%
守口市	81	1.0%	島本町	86	1.1%
枚方市	217	2.7%	豊能町	62	0.8%
茨木市	177	2.2%	能勢町	25	0.3%
八尾市	229	2.9%	忠岡町	44	0.6%
泉佐野市	46	0.6%	熊取町	67	0.8%
富田林市	210	2.7%	田尻町	15	0.2%
寝屋川市	125	1.6%	岬町	59	0.7%
河内長野市	82	1.0%	太子町	32	0.4%
松原市	175	2.2%	河南町	43	0.5%
大東市	89	1.1%	千早赤阪村	22	0.3%
和泉市	134	1.7%	府内（不明）	108	1.4%
箕面市	127	1.6%	他府県	201	2.5%
柏原市	199	2.5%	在外邦人	2	0.0%
羽曳野市	230	2.9%	外国人	4	0.1%
門真市	65	0.8%			
計				7,917	100.0%

○表１０　契約・購入金額別相談件数

契約・購入金額	２４年度		２３年度		前年度比		増減数	
	全　体	60歳以上	全　体	60歳以上	全　体	60歳以上	全　体	60歳以上
１万円未満	797	180	905	219	88.1%	82.2%	▲ 108	▲ 39
１万円以上～５万円未満	734	171	787	183	93.3%	93.4%	▲ 53	▲ 12
５万円以上～１０万円未満	765	133	1,192	160	64.2%	83.1%	▲ 427	▲ 27
１０万円以上～５０万円未満	708	163	925	222	76.5%	73.4%	▲ 217	▲ 59
５０万円以上～１００万円未満	180	58	259	84	69.5%	69.0%	▲ 79	▲ 26
１００万円以上～５００万円未満	273	96	362	165	75.4%	58.2%	▲ 89	▲ 69
５００万円以上～１千万円未満	64	35	88	53	72.7%	66.0%	▲ 24	▲ 18
１千万円以上～５千万円未満	95	42	109	59	87.2%	71.2%	▲ 14	▲ 17
５千万円以上～１億円未満	5	2	9	4	55.6%	50.0%	▲ 4	▲ 2
１億円以上	0	0	2	1	0.0%	0.0%	▲ 2	▲ 1
その他・不明	4,296	1,038	4,882	1,233	88.0%	84.2%	▲ 586	▲ 195
平均金額　（円）	1,041,579	1,666,493	1,069,522	1,910,713	97.4%	87.2%	▲ 27,943	▲ 244,220

○表１１　内容別相談件数【重複カウント】

内容別	２４年度	２３年度	前年度比	増減数
安全・衛生	349	455	76.7%	▲ 106
品質・機能	1,431	1,571	91.1%	▲ 140
法規・基準	321	343	93.6%	▲ 22
価格・料金	1,000	1,029	97.2%	▲ 29
計量・量目	11	16	68.8%	▲ 5
表示・広告	710	698	101.7%	12
販売方法	3,465	3,879	89.3%	▲ 414
契約・解約	5,672	7,110	79.8%	▲ 1,438
接客対応	1,757	1,814	96.9%	▲ 57
包装・容器	14	11	127.3%	3
施設・設備	19	15	126.7%	4
買物相談	9	25	36.0%	▲ 16
生活知識	25	24	104.2%	1
その他	83	58	143.1%	25

※内容別分類には、１件の相談でも相談が複数の「内容」に該当する場合は、それぞれの「内容」にカウントしているため、内容別分類の合計件数は相談件数とは一致しない。

※以降【重複カウント】と表記した場合、同様の処理となっている。

○表１２　相談の多い商品・役務【上位２０位】

順位	商品・役務	２４年度	２３年度	前年度比	増減数
1	デジタルコンテンツ （うちスマートフォン）	1,466 (313)	1,997 (55)	73.4% (569.1%)	▲ 531 (258)
2	賃貸アパート	272	380	71.6%	▲ 108
3	食料品（健康食品以外）	214	303	70.6%	▲ 89
4	工事･建築	205	237	86.5%	▲ 32
5	移動通信サービス （うちスマートフォン）	189 (48)	185 (35)	102.2% (137.1%)	4 (13)
6	フリーローン・サラ金	167	208	80.3%	▲ 41
7	医　療	156	162	96.3%	▲ 6
8	インターネット接続回線 （うち光ファイバー）	150 (118)	131 (85)	114.5% (138.8%)	19 (33)
9	携帯電話 （うちスマートフォン）	149 (84)	115 (61)	129.6% (137.7%)	34 (23)
10	健康食品	135	110	122.7%	25
10	自動車	135	130	103.8%	5
12	ファンド型投資商品	108	130	83.1%	▲ 22
13	エステティックサービス	91	102	89.2%	▲ 11
14	新　聞	86	132	65.2%	▲ 46
15	化粧品	82	152	53.9%	▲ 70
15	テレビ放送サービス	82	90	91.1%	▲ 8
17	株（うち未公開株）	76（45）	103（86）	73.8%（52.3%）	▲27（▲41）
18	アクセサリー	75	91	82.4%	▲ 16
19	生命保険	73	127	57.5%	▲ 54
20	集合住宅	71	109	65.1%	▲ 38
その他		3,935	4,526	86.9%	▲ 591
総相談件数		7,917	9,520	83.2%	▲ 1,603

○表１３　商品・役務別相談件数【項目別分類】

商品･役務	２４年度	２３年度	前年度比	増減数
商品一般	164	212	77.4%	▲ 48
食料品	349	413	84.5%	▲ 64
住居品	387	385	100.5%	2
光熱水品	52	64	81.3%	▲ 12
被服品	362	374	96.8%	▲ 12
保健衛生品	203	284	71.5%	▲ 81
教養娯楽品	742	845	87.8%	▲ 103
車両・乗り物	187	182	102.7%	5
土地・建物・設備	291	316	92.1%	▲ 25
他の商品	19	13	146.2%	6
商品計	2,756	3,088	89.2%	▲ 332
クリーニング	52	48	108.3%	4
レンタル・リース・賃貸	390	496	78.6%	▲ 106
工事・建築・加工	216	247	87.4%	▲ 31
修理・補修	92	123	74.8%	▲ 31
管理・保管	34	30	113.3%	4
役務一般	5	8	62.5%	▲ 3
金融・保険サービス	711	997	71.3%	▲ 286
運輸・通信サービス	2,159	2,696	80.1%	▲ 537
教育サービス	59	56	105.4%	3
教養・娯楽サービス	333	410	81.2%	▲ 77
保健・福祉サービス	349	383	91.1%	▲ 34
他の役務	362	414	87.4%	▲ 52
内職・副業・相場	33	45	73.3%	▲ 12
他の行政サービス	38	46	82.6%	▲ 8
役務計	4,833	5,999	80.6%	▲ 1,166
他の相談	328	433	75.8%	▲ 105
計	7,917	9,520	83.2%	▲ 1,603

○表１４　相談内容別分類件数【重複カウント】

	受付件数	安全・衛生	品質・機能	法規・基準	価格・料金	計量・量目	表示・広告	販売方法	契約・解約	接客対応	包装・容器	施設・設備	買物相談	生活知識	その他・不明
商品一般	164	2	7	14	7	0	10	65	94	27	1	0	0	1	4
食料品	349	76	124	15	19	4	76	152	178	75	7	1	0	3	2
住居品	387	56	186	15	29	2	41	129	239	97	2	0	1	4	4
光熱水品	52	1	7	5	20	1	2	8	29	17	0	1	0	1	0
被服品	362	9	119	18	36	1	53	183	279	112	0	1	0	0	0
保健衛生品	203	43	71	6	17	1	31	90	114	47	0	0	2	0	3
教養娯楽品	742	25	265	26	77	0	71	299	537	255	3	0	0	2	6
車両・乗り物	187	23	90	9	23	1	17	38	134	55	0	0	0	1	0
土地・建物・設備	291	15	76	25	35	1	10	111	172	65	0	3	0	2	4
他の商品	19	0	1	0	7	0	5	11	13	3	0	0	0	0	0
クリーニング	52	1	35	5	4	0	0	4	36	27	0	0	0	0	0
ﾚﾝﾀﾙ・ﾘｰｽ・賃貸	390	4	43	27	86	0	11	39	342	99	0	3	0	1	3
工事・建築・加工	216	7	72	12	45	0	13	67	163	61	0	0	0	2	5
修理・補修	92	3	43	4	30	0	7	23	59	33	0	0	0	0	0
管理・保管	34	1	9	1	9	0	5	4	22	11	0	1	1	0	1
役務一般	5	0	1	0	2	0	0	2	5	0	0	0	0	0	0
金融・保険ｻｰﾋﾞｽ	711	0	11	41	81	0	20	334	563	155	1	0	2	2	5
運輸・通信ｻｰﾋﾞｽ	2,159	2	81	33	304	0	238	1,563	1,888	323	0	6	0	0	3
教育サービス	59	0	5	3	11	0	3	15	49	16	0	0	0	0	0
教養・娯楽ｻｰﾋﾞｽ	333	9	33	19	50	0	45	127	243	95	0	1	0	0	5
保健・福祉ｻｰﾋﾞｽ	349	54	103	23	50	0	9	63	210	85	0	0	2	2	24
他の役務	362	15	43	14	58	0	38	117	269	80	0	2	1	2	4
内職・副業・ねずみ講	33	0	1	3	0	0	3	21	25	4	0	0	0	0	1
他の行政ｻｰﾋﾞｽ	38	3	5	3	0	0	2	0	9	15	0	0	0	2	9
他の相談	328	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	328
計	7,917	349	1,431	321	1,000	11	710	3,465	5,672	1,757	14	19	9	25	411

※内容別分類には、１件の相談でも相談が複数の「内容」に該当する場合は、それぞれの「内容」にカウントしているため、内容別分類の合計件数とは一致しない。

○表１５　契約当事者属性別　商品・役務別件数

	全体	年代								性別			職業等					
		２０歳未満	２０歳代	３０歳代	４０歳代	５０歳代	６０歳代	７０歳以上	その他・不明	男性	女性	その他・不明	給与生活者	自営・自由業	家事従事者	学生	無職	その他・不明
商品一般	164	1	24	24	17	13	17	19	49	73	57	34	50	7	19	4	26	58
食料品	349	7	30	28	52	33	55	94	50	137	192	20	96	11	71	12	99	60
住居品	387	2	19	57	51	39	61	77	81	140	190	57	98	18	83	3	94	91
光熱水品	52	0	2	7	7	9	12	4	11	32	13	7	11	6	6	0	15	14
被服品	362	10	61	89	70	37	38	28	29	121	229	12	159	13	88	17	41	44
保健衛生品	203	3	26	14	40	33	27	31	29	50	140	13	62	10	42	4	43	42
教養娯楽品	742	21	77	136	169	87	76	75	101	415	282	45	303	50	85	33	146	125
車両・乗り物	187	6	28	37	49	25	11	6	25	121	50	16	103	13	22	4	17	28
土地・建物・設備	291	0	15	51	41	52	31	45	56	152	106	33	121	12	36	0	61	61
他の商品	19	0	1	0	1	3	1	10	3	7	11	1	4	2	2	0	7	4
クリーニング	52	0	2	15	14	8	4	0	9	10	35	7	23	3	17	0	1	8
レンタル・リース・賃貸	390	7	62	65	62	42	33	28	91	178	147	65	167	18	23	21	57	104
工事・建築・加工	216	0	4	19	29	41	39	47	37	95	97	24	66	11	43	0	46	50
修理・補修	92	3	4	13	16	14	14	10	18	39	45	8	33	6	15	3	16	19
管理・保管	34	0	4	4	10	4	2	4	6	18	11	5	16	2	3	0	4	9
役務一般	5	0	0	1	1	1	2	0	0	4	1	0	3	0	0	0	1	1
金融・保険サービス	711	2	39	69	94	99	138	188	82	373	302	36	210	43	104	4	236	114
運輸・通信サービス	2,159	168	259	421	546	269	224	131	141	1,273	817	69	1,067	98	241	213	353	187
教育サービス	59	10	6	8	21	4	1	1	8	21	34	4	15	1	12	15	7	9
教養・娯楽サービス	333	13	54	63	58	40	37	30	38	140	179	14	146	16	37	26	67	41
保健・福祉サービス	349	4	57	64	47	36	45	53	43	103	233	13	132	11	50	18	89	49
他の役務	362	2	40	56	58	41	38	47	80	135	184	43	127	18	47	7	69	94
内職・副業・ねずみ講	33	0	9	3	8	6	1	2	4	10	19	4	15	0	7	1	5	5
他の行政サービス	38	0	1	6	4	2	9	4	12	21	14	3	13	0	5	0	6	14
他の相談	328	7	28	35	50	38	34	34	102	129	140	59	90	12	30	6	69	121
計	7,917	266	852	1,285	1,515	976	950	968	1,105	3,797	3,528	592	3,130	381	1,088	391	1,575	1,352

○表１６　年代別　相談の多い商品・役務【上位１０位】

順位	２０歳未満	件数	２０歳代	件数	３０歳代	件数	４０歳代	件数	５０歳代	件数	６０歳代	件数	７０歳以上	件数
1	デジタルコンテンツ	144	デジタルコンテンツ	180	デジタルコンテンツ	313	デジタルコンテンツ	404	デジタルコンテンツ	183	デジタルコンテンツ	142	健康食品	56
2	移動通信サービス	9	賃貸アパート	54	賃貸アパート	57	移動通信サービス	52	工事・建築	37	工事・建築	37	デジタルコンテンツ	53
3	テレビ放送サービス	8	エステティックサービス	38	移動通信サービス	31	携帯電話	49	賃貸アパート	34	食料品（健康食品以外）	34	ファンド型投資商品	50
4	携帯電話	5	移動通信サービス	30	携帯電話	29	賃貸アパート	46	フリーローン・サラ金	29	ファンド型投資商品	31	工事・建築	45
5	自動車（バイクを含む）	5	フリーローン・サラ金	27	自動車	25	食料品（健康食品以外）	41	食料品（健康食品以外）	24	賃貸アパート	29	食料品（健康食品以外）	38
6	健康食品	4	自動車	22	フリーローン・サラ金	25	自動車	35	医　療	22	医　療	26	株（うち未公開株）	38（21）
7	学校教育	4	健康食品	20	インターネット接続回線	25	フリーローン・サラ金	34	インターネット接続回線	21	インターネット接続回線	23	医　療	29
8	学習塾	4	化粧品	19	食料品（健康食品以外）	24	インターネット接続回線	32	自動車	18	健康食品	21	新　聞	28
9	タレント・モデル教室	4	携帯電話	19	医　療	24	工事・建築	28	移動通信サービス	18	フリーローン・サラ金	21	公社債（うち怪しい社債）	24（23）
10	食料品（健康食品以外）	3	アクセサリー	16	エステティックサービス	23	医　療	24	携帯電話	14	移動通信サービス	20	生命保険	19
10	履　物	3							新　聞	14				
10	賃貸アパート	3												
10	インターネット接続回線	3												
10	医　療	3												
総計		266		852		1,285		1,515		976		950		968

○表１７　年代別　相談の多い販売方法【上位１０位】【重複カウント】

順位	２０歳未満	件数	２０歳代	件数	３０歳代	件数	４０歳代	件数	５０歳代	件数	６０歳代	件数	７０歳以上	件数
1	インターネット通販	165	インターネット通販	293	インターネット通販	474	インターネット通販	531	インターネット通販	237	インターネット通販	167	家庭訪販	223
2	ワンクリック請求	86	ワンクリック請求	82	ワンクリック請求	140	ワンクリック請求	156	ワンクリック請求	81	家庭訪販	89	利殖商法	142
3	無料商法	17	サイドビジネス商法	62	架空請求	87	架空請求	135	家庭訪販	65	ワンクリック請求	83	電話勧誘販売	122
4	家庭訪販	12	マルチ商法	52	無料商法	75	無料商法	86	架空請求	63	電話勧誘販売	69	インターネット通販	68
5	架空請求	5	架空請求	40	家庭訪販	54	家庭訪販	77	電話勧誘販売	60	利殖商法	65	二次被害	42
6	代引配達	4	無料商法	39	インターネットオークション	29	電話勧誘販売	54	無料商法	43	無料商法	49	代引配達	30
7	インターネットオークション	3	家庭訪販	37	電話勧誘販売	27	インターネットオークション	21	利殖商法	33	架空請求	42	無料商法	29
8	景品付販売	3	電話勧誘販売	18	サイドビジネス商法	25	利殖商法	15	二次被害	18	二次被害	21	ワンクリック請求	28
9	電話勧誘販売	3	販売目的隠匿	16	利殖商法	12	サイドビジネス商法	12	サイドビジネス商法	14	テレビショッピング	16	当選商法	25
10	身分詐称（かたり商法）	3	紹介販売	14	景品付販売	11	景品付販売	12	テレビショッピング	12	代引配達	14	次々販売	22

※販売方法については、１件の相談でもその相談が複数の販売方法に該当する場合は、それぞれの販売方法にカウントしているため、合計件数と相談件数とは一致しない。

○表１８　販売購入形態別相談件数

販売購入形態	２４年度	２３年度	前年度比	増減数
店舗販売	2,316	2,705	85.6%	▲ 389
訪問販売	679	736	92.3%	▲ 57
通信販売	2,600	3,217	80.8%	▲ 617
マルチ商法	89	114	78.1%	▲ 25
電話勧誘販売	399	449	88.9%	▲ 50
ネガティブ・オプション	15	17	88.2%	▲ 2
訪問購入	18	28	64.3%	▲ 10
その他無店舗販売	26	66	39.4%	▲ 40
計	6,142	7,332	83.8%	▲1, 190

○表１９　無店舗販売　契約当事者の年代構成

販売購入形態	２４年度計	年代別内訳							
		２０歳未満	２０歳代	３０歳代	４０歳代	５０歳代	６０歳代	７０歳以上	その他・不明
訪問販売	679	12	62	57	79	68	80	222	99
通信販売	2,600	170	337	556	630	310	263	169	165
マルチ商法	89	2	52	9	7	7	6	3	3
電話勧誘販売	399	3	18	27	54	60	69	122	46
ネガティブ・オプション	15	1	0	0	2	2	0	4	6
訪問購入	18	0	0	1	2	1	4	6	4
その他無店舗販売	26	1	5	2	7	3	1	2	5
計	3,826	189	474	652	781	451	423	528	328

○表２０　訪問販売に関する勧誘方法別相談件数

勧誘方法	２４年度	２３年度	前年度比	増減数
家庭訪問販売	615	669	91.9%	▲ 54
アポイントメントセールス	24	26	92.3%	▲ 2
キャッチセールス	12	18	66.7%	▲ 6
ＳＦ商法	11	17	64.7%	▲ 6
その他	17	6	283.3%	11
計	679	736	92.3%	▲ 57

○表２１　訪問販売で相談の多い商品・役務【上位５位】

商品･役務	２４年度	２３年度	前年度比	増減数
新聞	74	122	60.7%	▲ 48
工事・建築	64	85	75.3%	▲ 21
テレビ放送サービス	56	46	121.7%	10
インターネット接続回線	38	21	181.0%	17
給湯システム・ソーラーシステム	31	32	96.9%	▲ 1

○表２２　家庭訪問販売で相談の多い商品・役務【上位５位】

商品･役務	２４年度	２３年度	前年度比	増減数
新聞	73	123	59.3%	▲ 50
工事・建築	67	87	77.0%	▲ 20
テレビ放送サービス	56	46	121.7%	10
インターネット接続回線	38	23	165.2%	15
給湯システム・ソーラーシステム	31	33	93.9%	▲ 2

○表２３　アポイントメントセールスで相談の多い商品・役務【上位５位】

商品･役務	２４年度	２３年度	前年度比	増減数
アクセサリー	7	10	70.0%	▲ 3
パソコンソフト	3	1	300.0%	2
ダイビング用品	2	1	200.0%	1
タレント・モデル養成教室	2	0	－	2
和服	1	1	100.0%	0
化粧品	1	1	100.0%	0

○表２４　キャッチセールスで相談の多い商品・役務【上位５位】

商品･役務	２４年度	２３年度	前年度比	増減数
アクセサリー	3	5	60.0%	▲ 2
エステティックサービス	3	1	300.0%	2
食料品（健康食品以外）	2	1	200.0%	1
化粧品	1	0	－	1
移動通信サービス	1	0	－	1

○表２５　ＳＦ商法で相談の多い商品・役務【上位３位】

商品･役務	２４年度	２３年度	前年度比	増減数
健康食品	3	8	37.5%	▲ 5
家庭用治療器具	2	2	100.0%	0
補聴器	2	0	－	2

○表２６　通信販売で相談の多い商品・役務【上位５位】

商品･役務	２４年度	２３年度	前年度比	増減数
デジタルコンテンツ	1,449	1,970	73.6%	▲ 521
履物	46	21	219.0%	25
健康食品	44	34	129.4%	10
食料品（健康食品以外）	37	65	56.9%	▲ 28
フリーローン・サラ金	32	37	86.5%	▲ 5

○表２７　マルチ商法で相談の多い商品・役務【上位５位】

商品･役務	２４年度	２３年度	前年度比	増減数
健康食品	26	33	78.8%	▲ 7
化粧品	14	35	40.0%	▲ 21
空気清浄機	3	0	－	3
携帯電話関連機器	3	2	150.0%	1
ファンド型投資商品	3	1	300.0%	2
内職・副業	3	7	42.9%	▲ 4

○表２８　電話勧誘販売で相談の多い商品・役務【上位５位】

商品･役務	２４年度	２３年度	前年度比	増減数
インターネット接続回線	48	36	133.3%	12
健康食品	40	13	307.7%	27
ファンド型投資商品	37	36	102.8%	1
株（うち未公開株）	28（24）	60（57）	46.7(42.1)%	▲32(▲33)
集合住宅	24	42	57.1%	▲ 18
公社債（うち怪しい社債）	24（24）	59（58）	40.7(41.4)%	▲35(▲34)

○表２９　ネガティブ・オプションで相談の多い商品・役務【上位５位】

商品･役務	２４年度	２３年度	前年度比	増減数
書籍・印刷物	7	8	87.5%	▲ 1
健康食品	2	2	100.0%	0
乳製品	1	0	－	1
くつ下	1	0	－	1
アクセサリー	1	0	－	1

○表３０　訪問購入で相談の多い商品・役務【上位５位】

商品･役務	２４年度	２３年度	前年度比	増減数
アクセサリー	9	22	40.9%	▲ 13
和服	2	4	50.0%	▲ 2
テレビ	1	0	－	1
絵画	1	0	－	1
骨董品	1	0	－	1
オートバイ	1	0	－	1
貴金属	1	2	50.0%	▲ 1

＜参考＞　訪問購入　相談件数の推移

２４年度	２３年度	２２年度	２１年度
18	28	26	3

○表３１　品目別相談件数

①　食料品

食料品		平成24年度	うち苦情	平成23年度	うち苦情	前年度比	増減数
食料品一般		16	8	14	10	114.3%	2
主要食品	穀類	20	15	42	35	47.6%	▲ 22
	魚介類	21	20	40	33	52.5%	▲ 19
	肉類	14	13	20	19	70.0%	▲ 6
	乳卵類	7	6	11	10	63.6%	▲ 4
	野菜・海草	11	10	37	28	29.7%	▲ 26
	油脂・調味料	15	13	8	6	187.5%	7
し好食品	果物	8	7	14	14	57.1%	▲ 6
	菓子類	26	24	23	19	113.0%	3
	飲料	42	36	56	51	75.0%	▲ 14
	酒類	11	10	4	4	275.0%	7
調理食品		23	22	32	30	71.9%	▲ 9
他の食料品	健康食品	135	133	110	101	122.7%	25
	食料品その他	0	0	2	2	0.0%	▲ 2
計		349	317	413	362	84.5%	▲ 64

②　住居品

住居品		平成24年度	うち苦情	平成23年度	うち苦情	前年度比	増減数
住居品一般		1	0	5	4	20.0%	▲ 4
家事用品	食生活機器	45	39	44	37	102.3%	1
	食器・台所用品	71	59	64	54	110.9%	7
	洗濯・裁縫用具	31	28	33	30	93.9%	▲ 2
	掃除用具	16	15	15	13	106.7%	1
	洗浄剤等	13	10	12	11	108.3%	1
住生活用品	空調・冷暖房機器	50	47	56	50	89.3%	▲ 6
	家具・寝具類	68	62	92	83	73.9%	▲ 24
	室内装備品	12	12	9	9	133.3%	3
	照明器具	10	8	12	10	83.3%	▲ 2
他の住居品		70	63	43	36	162.8%	27
計		387	343	385	337	100.5%	2

③　光熱水品

光熱水品	平成24年度	うち苦情	平成23年度	うち苦情	前年度比	増減数
光熱水品一般	1	0	0	0	―	1
電　　気	19	17	22	21	86.4%	▲ 3
ガ　　ス	17	16	21	18	81.0%	▲ 4
石　　油	7	6	8	7	87.5%	▲ 1
水　　道	5	5	11	10	45.5%	▲ 6
他の光熱水品	3	3	2	2	150.0%	1
計	52	47	64	58	81.3%	▲ 12

④ 被服品

被服品		平成24年度	うち苦情	平成23年度	うち苦情	前年度比	増減数
被服品一般		9	4	4	2	225.0%	5
和　　服		22	20	28	28	78.6%	▲ 6
洋　　服	洋服一般	1	1	2	1	50.0%	▲ 1
	紳士洋服	27	26	41	35	65.9%	▲ 14
	婦人洋服	44	42	75	66	58.7%	▲ 31
	子供洋服	6	5	7	7	85.7%	▲ 1
	洋装下着	20	20	20	17	100.0%	0
身の回り品	履物	64	63	32	30	200.0%	32
	かばん	50	49	44	43	113.6%	6
	アクセサリー	75	68	91	84	82.4%	▲ 16
	他の身の回り品	43	40	28	28	153.6%	15
生地・糸類		0	0	2	2	0.0%	▲ 2
他の被服品		1	1	0	0	―	1
計		362	339	374	343	96.8%	▲ 12

⑤ 保健衛生品

保健衛生品	平成24年度	うち苦情	平成23年度	うち苦情	前年度比	増減数
保健衛生品一般	0	0	1	0	0.0%	▲ 1
医薬品	14	11	11	10	127.3%	3
医療用具	55	43	58	49	94.8%	▲ 3
化粧品	82	73	152	141	53.9%	▲ 70
理美容器具・用品	30	28	35	31	85.7%	▲ 5
他の保健衛生品	22	20	27	26	81.5%	▲ 5
計	203	175	284	257	71.5%	▲ 81

⑥ 教養娯楽品

教養娯楽品		平成24年度	うち苦情	平成23年度	うち苦情	前年度比	増減数
教養娯楽品一般		0	0	0	0	―	0
文具・事務用品		9	9	10	8	90.0%	▲ 1
パソコン・パソコン関連用品		133	124	138	130	96.4%	▲ 5
電話機・電話機用品		172	167	139	136	123.7%	33
学習教材		22	21	33	30	66.7%	▲ 11
書籍・印刷物		135	131	203	189	66.5%	▲ 68
音響・映像製品		91	86	165	155	55.2%	▲ 74
スポーツ用品		29	27	15	13	193.3%	14
光学機器・時計	カメラ類	15	15	4	4	375.0%	11
	時計	30	27	14	13	214.3%	16
	他の光学機器	6	4	1	1	600.0%	5
玩具・遊具		23	21	33	32	69.7%	▲ 10
他の教養娯楽品	楽器	4	4	6	4	66.7%	▲ 2
	教養娯楽品その他	73	65	84	73	86.9%	▲ 11
計		742	701	845	788	87.8%	▲ 103

⑦ 車両・乗り物

車両・乗り物	平成24年度		平成23年度		前年度比	増減数
		うち苦情		うち苦情		
車両・乗り物一般	0	0	0	0	—	0
自動車	135	126	130	115	103.8%	5
自動車用品	27	26	26	23	103.8%	1
自転車・用品	20	17	21	20	95.2%	▲ 1
運搬用具	4	4	3	2	133.3%	1
他の乗り物	1	1	2	2	50.0%	▲ 1
計	187	174	182	162	102.7%	5

⑧ 土地・建物・設備

土地・建物・設備		平成24年度		平成23年度		前年度比	増減数
			うち苦情		うち苦情		
土地・建物・設備一般		5	5	3	1	166.7%	2
土地		36	28	27	23	133.3%	9
建物	建物一般	3	2	2	2	150.0%	1
	集合住宅	71	58	109	99	65.1%	▲ 38
	戸建住宅	41	33	52	42	78.8%	▲ 11
	他の建物	1	0	4	3	25.0%	▲ 3
住宅構成材		17	13	13	8	130.8%	4
住宅設備	空調・冷暖房・給湯設備	62	48	55	51	112.7%	7
	衛生設備	17	15	17	16	100.0%	0
	屋外装備品	24	16	15	14	160.0%	9
	他の住宅設備	14	13	19	17	73.7%	▲ 5
計		291	231	316	276	92.1%	▲ 25

⑨ 商品関連役務

商品関連役務		平成２４年度		平成２３年度		前年度比	増減数
			うち苦情		うち苦情		
クリーニング	住居品	2	2	0	0	—	2
	被服品	50	45	48	45	104.2%	2
	その他	0	0	0	0	—	0
レンタル・リース・賃貸	住居品	12	11	13	13	92.3%	▲ 1
	被服品	6	6	8	8	75.0%	▲ 2
	車両・乗り物	11	10	8	7	137.5%	3
	土地・建物・設備	312	264	422	349	73.9%	▲ 110
	その他	49	40	45	36	108.9%	4
工事・建築・加工	被服品	6	5	5	4	120.0%	1
	土地・建物・設備	203	168	227	199	89.4%	▲ 24
	その他	7	7	15	14	46.7%	▲ 8
修理・補修	住居品	15	13	20	20	75.0%	▲ 5
	被服品	5	5	8	8	62.5%	▲ 3
	娯楽教養品	22	22	35	35	62.9%	▲ 13
	車両・乗り物	21	20	27	26	77.8%	▲ 6
	土地・建物・設備	28	23	32	29	87.5%	▲ 4
	その他	1	1	1	0	100.0%	0
管理・保管	被服品	1	1	2	2	50.0%	▲ 1
	車両・乗り物	20	18	20	19	100.0%	0
	土地・建物・設備	11	10	8	7	137.5%	3
	その他	2	1	0	0	—	2
計		784	672	944	821	83.1%	▲ 160

⑩ 役務

役務			平成24年度	うち苦情	平成23年度	うち苦情	前年度比	増減数
役務一般			5	5	8	7	62.5%	▲ 3
金融・保険サービス	金融・保険一般		2	1	4	3	50.0%	▲ 2
	生命保険		73	65	127	102	57.5%	▲ 54
	損害保険		49	43	46	41	106.5%	3
	その他の保険		11	10	17	15	64.7%	▲ 6
	預貯金・証券等		172	163	264	253	65.2%	▲ 92
	デリバティブ取引		35	30	50	49	70.0%	▲ 15
	ファンド型投資商品		108	106	130	128	83.1%	▲ 22
	融資サービス		193	155	257	216	75.1%	▲ 64
	他の金融関連サービス		68	56	102	86	66.7%	▲ 34
運輸・通信サービス	運輸・運送サービス一般		2	2	5	5	40.0%	▲ 3
	旅客運送サービス		64	62	43	42	148.8%	21
	郵便・貨物運送サービス		46	44	74	70	62.2%	▲ 28
	放送・通信サービス一般		1	1	2	2	50.0%	▲ 1
	電報・固定電話		51	47	51	49	100.0%	0
	移動通信サービス		189	186	185	176	102.2%	4
	放送・コンテンツ等		1,632	1,616	2,173	2,154	75.1%	▲ 541
	ｲﾝﾀｰﾈｯﾄ通信サービス		174	168	163	151	106.7%	11
教育サービス	教育一般		0	0	0	0	—	0
	学校教育		19	18	19	16	100.0%	0
	補習教育		36	32	28	23	128.6%	8
	他の教育		4	4	9	7	44.4%	▲ 5
教養・娯楽サービス	教養・娯楽一般		0	0	0	0	—	0
	旅行代理業		44	39	64	58	68.8%	▲ 20
	宿泊施設		17	17	27	24	63.0%	▲ 10
	教室・講座		113	101	146	125	77.4%	▲ 33
	観覧・鑑賞		34	31	29	27	117.2%	5
	各種会員権		11	10	16	14	68.8%	▲ 5
	他の教養・娯楽		114	104	128	123	89.1%	▲ 14
保健・福祉サービス	保健・福祉一般		0	0	0	0	—	0
	保健	医療	156	135	162	140	96.3%	▲ 6
		理美容	108	100	128	120	84.4%	▲ 20
		浴場	1	1	6	6	16.7%	▲ 5
		衛生サービス	18	11	14	8	128.6%	4
	福祉	保育	1	1	4	3	25.0%	▲ 3
		老人･福祉サービス	12	10	25	19	48.0%	▲ 13
	他の保健・福祉		53	20	44	18	120.5%	9
他の役務	外食・食事宅配		62	62	68	60	91.2%	▲ 6
	冠婚葬祭		56	51	56	50	100.0%	0
	家事サービス		6	6	11	10	54.5%	▲ 5
	役務その他		238	192	279	243	85.3%	▲ 41
内職・副業・ねずみ講	内職・副業一般		0	0	1	0	0.0%	▲ 1
	自動販売機		4	2	4	3	100.0%	0
	内職・副業		27	25	39	39	69.2%	▲ 12
	無限連鎖講		2	2	1	1	200.0%	1
他の行政サービス			38	16	46	27	82.6%	▲ 8
計			4,049	3,750	5,055	4,713	80.1%	▲ 1,006

〔平成２４年度メール相談分〕

○表３２　相談者の年代別・送信時刻別にみた件数

相談者	送信時刻			
	平日９時～17時	平日17時～翌日９時迄	休日・祝日	計
２０歳未満	2	7	3	12
２０歳代	27	20	13	60
３０歳代	67	38	9	114
４０歳代	54	51	15	120
５０歳代	38	23	9	70
６０歳代	13	5	3	21
７０歳以上	7	1	3	11
その他・不明	14	14	4	32
計	222	159	59	440

○表３３　相談者の性別件数

相談者	24年度	23年度	前年度比	増減数
男性	258	240	107.5%	18
女性	160	159	100.6%	1
団体等	22	11	200.0%	11
計	440	410	107.3%	30

○表３４　契約当事者の性別件数

契約当事者	24年度	23年度	前年度比	増減数
男性	253	232	109.1%	21
女性	161	165	97.6%	▲ 4
団体等	26	13	200.0%	13
計	440	410	107.3%	30

○表３５　相談者の年代別件数

相談者	24年度	23年度	前年度比	増減数
２０歳未満	12	5	240.0%	7
２０歳代	60	58	103.4%	2
３０歳代	114	113	100.9%	1
４０歳代	120	111	108.1%	9
５０歳代	70	62	112.9%	8
６０歳代	21	19	110.5%	2
７０歳以上	11	8	137.5%	3
その他・不明	32	34	94.1%	▲ 2
計	440	410	107.3%	30

○表３６　契約当事者の年代別件数

契約当事者	24年度	23年度	前年度比	増減数
２０歳未満	20	10	200.0%	10
２０歳代	59	63	93.7%	▲ 4
３０歳代	110	109	100.9%	1
４０歳代	112	99	113.1%	13
５０歳代	58	45	128.9%	13
６０歳代	23	21	109.5%	2
７０歳以上	20	20	100.0%	0
その他・不明	38	43	88.4%	▲ 5
計	440	410	107.3%	30

○表３７　契約・購入金額別相談件数

契約購入金額	24年度	23年度	前年度比	増減数
１万円未満	78	65	120.0%	13
１万円以上～５万円未満	59	56	105.4%	3
５万円以上～１０万円未満	31	33	93.9%	▲ 2
１０万円以上～５０万円未満	48	53	90.6%	▲ 5
５０万円以上～１００万円未満	9	14	64.3%	▲ 5
１００万円以上～５００万円未満	10	12	83.3%	▲ 2
５００万円以上～１０００万円未満	2	2	100.0%	0
１０００万円以上～１億円未満	4	3	133.3%	1
１億円以上	0	0	－	0
その他・不明	199	172	115.7%	27
平均金額　（円）	688,728	542,523	126.9%	146,205

○表３８　内容別相談件数【重複カウント】

内容別	24年度	23年度	前年度比	増減数
安全・衛生	21	27	77.8%	▲ 6
品質・機能	106	85	124.7%	21
法規・基準	27	17	158.8%	10
価格・料金	69	52	132.7%	17
計量・量目	1	2	50.0%	▲ 1
表示・広告	66	27	244.4%	39
販売方法	186	135	137.8%	51
契約・解約	317	352	90.1%	▲ 35
接客対応	163	113	144.2%	50
包装・容器	2	0	－	2
施設・設備	1	2	50.0%	▲ 1
買物相談	0	0	－	0
生活知識	0	0	－	0
その他	0	0	－	0

※内容別分類には、１件の相談でも相談が複数の「内容」に該当する場合は、それぞれの「内容」にカウントしているため、内容別分類の合計件数は相談件数とは一致しない。

○表３９　相談の多い商品・役務【上位１０位】

順位	商品・役務	24年度	23年度	前年度比	増減数
1	デジタルコンテンツ	63	52	121.2%	11
2	賃貸アパート	18	18	100.0%	0
2	移動通信サービス	18	16	112.5%	2
4	携帯電話	17	12	141.7%	5
5	インターネット接続回線	14	9	155.6%	5
5	エステティックサービス	14	14	100.0%	0
7	医療	12	10	120.0%	2
8	食料品（健康食品以外）	11	9	122.2%	2
9	履物	9	4	225.0%	5
10	財布類	7	0	－	7
10	テレビ放送サービス	7	1	700.0%	6

○表４０　商品・役務別相談件数【項目別分類】

商品・役務	24年度	23年度	前年度比	増減数
商品一般	10	12	83.3%	▲ 2
食料品	15	16	93.8%	▲ 1
住居品	15	15	100.0%	0
光熱水品	2	3	66.7%	▲ 1
被服品	30	27	111.1%	3
保健衛生品	11	13	84.6%	▲ 2
教養娯楽品	73	60	121.7%	13
車両・乗り物	7	7	100.0%	0
土地・建物・設備	17	14	121.4%	3
他の商品	0	0	－	0
商品計	180	167	107.8%	13
クリーニング	0	3	0.0%	▲ 3
レンタル・リース・賃貸	26	22	118.2%	4
工事・建築・加工	6	4	150.0%	2
修理・補修	3	5	60.0%	▲ 2
管理・保管	1	0	－	1
役務一般	0	0	－	0
金融・保険サービス	16	24	66.7%	▲ 8
運輸・通信サービス	126	95	132.6%	31
教育サービス	2	1	200.0%	1
教養・娯楽サービス	25	36	69.4%	▲ 11
保健・福祉サービス	28	28	100.0%	0
他の役務	21	15	140.0%	6
内職・副業・相場	1	4	25.0%	▲ 3
他の行政サービス	0	0	－	0
役務計	255	237	107.6%	18
他の相談	5	6	83.3%	▲ 1
計	440	410	107.3%	30

第４章　消費者啓発事業の概要

１．大阪府消費者フェア 2012 の開催

「絆を宝に　大阪の消費者大集合！！」をテーマに、講演会等を行うとともに、府内消費者団体の参加・協力を得て、その調査・活動の成果をパネル展示等により発表した。

大阪府消費者フェア 2012
テーマ：絆を宝に　大阪の消費者大集合！！
期　間：１１月１５日(木)、１１月２３日(金・祝)
ところ：追手門学院　大阪城スクエア、：ＡＴＣ　ＩＴＭ 棟２ 階
参加延人数：１，２４８人

とき	内容	参加者数
１１月１５日 (木)	シンポジウム「私たちのくらしはどうなった？ どうなる？ 消費者行政ing」 ・基調講演「消費者庁長官として消費者とどう向き合うか」 消費者庁長官　阿南　久 ・シンポジウム コーディネーター　鈴木　真由子（大阪教育大学教授） パネリスト　阿南　久（消費者庁長官） 片山　登志子（弁護士） 安田　順子　（消費生活専門相談員） 飯田　秀男　（消費者） 田中　稔崇　（大阪府消費生活センター所長）	９６人
１１月２３日 (金)	・ステージプログラム 食・環境・くらしに関するミニ講座、消費者団体による寸劇・クイズ大会、キャラクター集まれ、お楽しみ抽選会など ・手づくり・体験・遊びコーナー 消費者団体による手作り教室など ・情報コーナー 関係行政機関によるパネル展示など	１１５２人

○消費者団体の調査・活動パネル展示

	団　体　名	テ　ー　マ
食	かわちながの消費者協会	小学生のための消費者教室　～塩分・糖分の測定～
	ケール健人の会	野菜を食べましょう
	高槻市消費者団体連絡会	毎日の生活において学習！
	寝屋川市消費者協会	フードアクションニッポン ～食料自給率向上にむけて～
くらし	大阪府生活学校連絡会	健康は足もとから！
	交野市消費生活問題研究会	出来ていますか？３日分の備え
	岸和田市消費生活研究会	節電していますか？　～アンケートが語るもの～
	公益社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会　西日本支部	液体濃縮型洗剤ってなあに ～洗濯博士に聞いてみました～
	とよなか消費者協会	通信販売の上手な利用
	東大阪市消費者団体協議会	くらしの伝言板

くらし	八尾市消費問題研究会 ＮＰＯ法人関西消費者連合会	みぢかなくらしの安全
	ＮＰＯ法人住宅長期保証支援センター	失敗しない為の住まいのお役立ち情報
	ＮＰＯ法人消費者支援機構関西	消費者被害を広げないために
環境	茨木市消費者協会	家庭における節電
	大阪府消費生活リーダー会	原発ゼロに向けて！ 発電方法のいろいろ
	大阪府地域消費者団体連絡会	卵の殻の再利用
	大阪友の会	地球にやさしい鍋帽子
	全大阪消費者団体連絡会	蛍光管ごみのリサイクル
	守口市消費生活リーダークラブ	守口市のゴミ現状　パートⅢ

２．消費者府民啓発事業（年５回：消費者団体企画）

（１）大阪府消費者フェアにおける啓発　１１月２３日(金)　参加人数：８８２人
- 手作り教室
- 消費者団体による活動発表
- 消費者団体によるパネル展示

（２）高槻市消費生活フェアでの府民啓発事業　１０日２５日（木）～２７日（土）参加人数：７３人
- 手づくりエコ体験教室

（３）とよなかくらしかんまつりでの府民啓発事業　１０月２７日(土)　参加人数：９２８人
- ふれあいステージ寸劇
- パネル展示・ラリー・手づくり教室・撃退悪質商法ゲーム・わなげなど

（４）東大阪市消費生活展での府民啓発事業　１０月２７日(土)　参加人数：４４０人
- パネル展示

（５）藤井寺市消費者啓発講座での府民啓発事業　１１月２０日(火)　参加人数：３０人
- エンディングノートづくり

３．消費者問題講演会（年１回）

消費者の関心の高い時事的なテーマを選び、消費者問題についての認識を深めるため、講演会を実施した。

実施日	テーマ	講師	参加人数
９月２８日（金） 共催・大阪市	人はなぜだまされるの？～消費者心理の不思議～	東京経済大学　現代法学部教授 弁護士　村　千鶴子	７５人

４．くらしのナビゲーターの養成

消費者問題について、基本的・専門的知識の学習や技能を修得させるため、くらしのナビゲーター養成講座を開催した。修了生は消費者リーダーとして、地域における高齢者の集まり等において、消費生活に関する情報提供を行う。また、養成したナビゲーターを対象に「更新講座」を行い、最新の消費者関連情報を提供した。(開催場所　大阪府消費生活センター)

（くらしのナビゲーター：１２３名　※H25.３末登録者数）

(1)　くらしのナビゲーター養成講座

◇養成人数　　６人

ステップ１

	実施日	テーマ	講師など
1	１０月２日 （火）	オリエンテーション・自己紹介	（財）関西消費者協会 理事長　惣宇利　紀男
		消費者行政とナビゲーターについて	大阪府消費生活センター 総括主査　松本　直子
		最近の消費生活相談の現状	（財）関西消費者協会相談グループ グループ長　白﨑　夕起子
		ナビゲーターの役割	（財）関西消費者協会啓発グループ 住村 葉子
		ナビゲーターによる講座実演	現役くらしのナビゲーター
		高齢者の消費者トラブル （事例・問題商法について）	消費生活専門相談員 荒牧　京子
2	１０月９日 （火）	くらしと司法（裁判傍聴）	大阪弁護士会 大阪地方裁判所
		高齢者の特性から見えるもの （会場 大阪市立いきいきエイジングセンター）	社会福祉士 三宅 良矢
3	１０月１６日 （火）	消費者問題のあゆみ	消費者問題研究者 林 郁
		くらしの変化と消費者トラブル	弁護士 川村 哲二
4	１０月２３日 （火）	ナビゲーターとして知っておきたい法律①	弁護士 上田 孝治
		ナビゲーターとして知っておきたい法律②	弁護士 上田 孝治
5	１０月３０日 （火）	消費者関連基礎知識チェック	
		伝えるための手法① （文章による表現）	ジャーナリスト　音田　昌子
		消費者関連基礎知識の確認	（財）関西消費者協会啓発グループ グループ長　金輪　明美

ステップ２

6	１１月６日 （火）	伝えるための手法② （話すこと、見せること）	話し方・コミュニケーションマナー講師 畠田　智津子
		伝えるための手法③ （わかりやすい表現）	消費者問題啓発劇団アド☆コン座
7	１１月１３日 （火）	講座実演（例１，２）	公益社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会　西日本支部
		ワークショップ （楽しい講座の組み立て方）	大阪教育大学准教授 大本　久美子
		ＦＡＱ（よくある質問）	（財）関西消費者協会啓発グループ 住村 葉子
8	１１月２０日 （火）	発表演習（実技最終テスト）	
9	１１月２７日 （火）	発表演習（実技最終テスト）	
10	１２月４日 （火）	修了テスト	
		修了テストの確認 くらしのナビゲーターとしての心構え	（財）関西消費者協会啓発グループ 住村 葉子
		修了証書授与	大阪府消費生活センター 所長　田中 稔崇

(2) くらしのナビゲーター更新講座

◇更新人数　　１１７人

実施日	テーマ	講師
２月１６日（土） ２月１９日（火） ２月２４日（日）	高齢者被害の現状（相談概要・事例）	（財）関西消費者協会相談グループ グループ長　白﨑　夕起子
	ナビゲーターとして押さえておきたい法律	弁護士　江口文子
	また聞きたいと思わせる講座の作り方	講座企画塾 吉田　清彦
	講座を盛り上げるグッズの製作	NACS 西日本支部 渡辺　富美
	知っておきたい成年後見人制度、任意後見制度	NPO 法人成年後見普及・支援センター 大久保　育子

５．消費者教育講師派遣事業

消費者問題について、学習を希望するテーマに応じた講師を派遣し、消費者グループの自主学習の促進、学習機会や教育の提供に努めた。

◇派遣回数　　２０回　　◇受講者数　２，１６３人

６．くらしの体験講座

消費生活に役立つ身近な問題について、実験実習を通じて消費生活に興味を持ち学習する機会を提供するとともに、安全で健康な消費生活の実践に役立つ情報提供を行った。

ところ：　大阪府消費生活センターセミナー室
対象：　大阪府内在住の小学４年生～6 年生とその保護者　　参加人数：　１５８人

回	開催日	テーマ・講師	参加人数
1	７月２３日(月)	乾電池のしくみを知ろう～自分で乾電池を作ってみよう～ 講師　一般社団法人　電池工業会　職員	３６人
2	７月２４日(火)	ようこそ　カビワールドへ～顕微鏡でカビの世界をのぞいてみよう～ 講師　大阪市立自然史博物館　外来研究員	３４人
3	７月２５日(水)	革の不思議～レザーでハンドメイドしてみよう～ 講師　地方独立行政法人大阪府立産業技術総合研究所皮革試験所職員	３４人
4	７月２６日(木)	考えてみよう 地球にやさしいエコ生活～フードマイレージで買い物ゲーム～ 講師　大阪府地球温暖化防止活動推進員	２４人
5	７月３１日(火)	遺伝子の世界をのぞいてみよう～ブロッコリーから DNA を取り出そう～ 講師　財団法人　関西消費者協会　職員	３０人

７．夏休み若者向け集中啓発講座

消費者の関心の高い時事的なテーマを選び、消費者問題についての認識を深めるため、若者を対象に講演会等を実施した。

夏休み若者向け集中啓発講座　　テーマ「体験しよう！知っておこう！くらしの情報」
期　間：８月１日(水)～７日(火)
ところ：大阪府消費生活センターセミナー室他
DVD 上映 パネル展示 クイズラリーなど　　参加人数：５８０人

実施日	テーマ	講師	参加人数
８月１日（水）	契約について知ろう	消費生活専門相談員 前 容子	１５人
８月２日（木）	誰にでもやさしい生活って？ （体験・見学講座）	ATC エイジレスセンター 職員	９人
８月３日（金）	インターネットやケータイに潜む危険～手口を知って被害を防ごう～	兵庫県情報セキュリティサポーター 篠原 嘉一	４０人
８月６日（月）	足に合わせた靴の選び方	公益社団法人 消費者関連専門家会議 國 剛	３３人
８月７日（火）	環境クイズ大会＆ミニ見学会 （体験・見学講座）	おおさかＡＴＣグリーンエコプラザ職員	２１人

８．情報収集及び提供

消費生活に関する種々の資料を収集整理し、センター各事業に活用するほか、消費者の利用に供した。また、生活情報誌「くらしすと」及び啓発資料を発行し、情報の提供に努めた。

(1)　専門資料コーナーの運営

消費生活に関する種々の資料を収集整理した。これらの資料はセンター各事業等に活用するとともに、消費者、マスコミ関係、業界等の利用に供した。

資料分類	２３年度	２４年度	２４年度末総計
大阪府資料	１８１	１７７（４）	１３，０１８
他府県資料	２００	１４４	１６，０８３
国の資料	１４４	１１０（１）	１０，７７７
業界等資料	４７０（６８）	３２４（１２）	４４，９８０
消費者団体資料	２３４	１８４	１０，０９０
新聞等切抜き	４７６（４６０）	４５５（１９４）	４，６９９
雑誌	２３０（６３）	３７	６，１１４
書籍	３６（６８）	２２（２２）	４，９０８
計	１，９７１（６５９）	１，４５３（２３３）	１０８，９４９

（　　）は廃棄件数

(2) 消費者情報の提供

消費者被害の未然防止・拡大防止を図るとともに、合理的な消費者行動等を促進するため、情報誌及び啓発資料を発行し配布した。

ア　大阪府大阪市共同で「くらしすと」を発行（平成１９年５月創刊）

月１回（A4版　4ページ）・３０，０００部

内　容：くらしのトピックス（制度解説、法律改正等）、くらしの情報（商品テスト等）、トラブルＰＩＣＫ　ＵＰ（悪質商法等）、イベントのお知らせ　等

配付先：消費者団体、府の各種窓口、行政機関、教育機関等

イ　啓発資料の発行

① 「あまーい誘いにご用心！」　１，３９０ 部（２４年度版）
② 「くらしすと」（点字啓発資料）　２００部×４回
③ 「自分でできるクーリング・オフ」　１０，０００部（府市共同作成）
④ 「撃退！悪質商法」　１０，０００部
⑤ 「府内の消費生活相談窓口」チラシ　１０，０００部
⑥ 「インターネットはいろいろなトラブルともつながっている」　１８５，０００部
⑦ 「高齢者を狙う悪質商法」ＤＶＤ　１５０部
⑧ 「インターネットはいろいろなトラブルともつながっている」（小学校高学年用）ＤＶＤ　1；１５０部
⑨ 「インターネットはいろいろなトラブルともつながっている」（中学生用）ＤＶＤ　６５０部
⑩ 「インターネットはいろいろなトラブルともつながっている」（高校生用）ＤＶＤ　３３０部

(3) 教材の貸出

消費者問題についての視聴覚教材（ビデオ）、展示パネル等を貸し出し、消費者啓発及び情報提供した。

	視聴覚教材			展示用パネル等		
	件数	本数	利用人数	件数	枚数	利用人数
教育関係	１８	３９	２，９６４	—	—	—
行政関係	４	７	１４６	１	１	１，０００
業界関係	７	１７	５８	—	—	—
消費者団体	６	１８	７２５	４	３８	５，６１２
個　人	１２	３６	１１	—	—	—
合　計	４７	１１７	３，９０４	５	３９	６，６１２

第５章　商品テストの概要

１．商品テストのあらまし

平成１９年度から商品テスト業務を大阪市と統合。「くらしの商品安全情報室」を設置し、消費者から持ち込まれた相談・苦情処理のための商品テストを行った。商品テスト件数は昨年にくらべてやや減少したが、技術相談件数は増加した。商品テストでは、例年どおり被服品に関するものが最も多く、全テスト件数の約６２％を占め、そのうち約２４％がクリーニングに関するものであった。技術相談の事例・商品テストの結果は、「トラブル PICK　UP」として「くらしすと」に掲載することで積極的に消費者に情報提供した。

(1) 相談・苦情テスト及び技術相談

商品テストのうち、被服品が最も多く、全体（３４件）の約６２％であった。その内容をみると、色落ちなど変色に関するものが６件、破れ、風合い変化など外観に関するものが 12 件、その他３件であった。また、被服品のうちクリーニングに関係するものは約２４％であった。

≪相談事例≫

○　１年半前にドラム式洗濯乾燥機を購入し、念入りコースで酸素系漂白剤を使って洗濯したところ、１回着用したポロシャツが破れた。一緒に洗濯した下着のシャツは汚れたようになった。洗濯機メーカーに申し出て洗濯機を調査してもらったが、異常はないと言われた。なぜこのようになったか調べて欲しい、との相談があった。当室でマイクロスコープを用いた拡大観察を実施したところ、ポロシャツ、下着のシャツとも同色（赤茶色）に変色し、液体が浸み込んだ形状ではなく、擦れたような形状で変色していることが分かった。洗濯機メーカーに、念入りコースでの水量と洗剤の量を確認し、実際に洗った衣類の量と洗剤、漂白剤の量を比較したところ、相談者の使用した洗剤、漂白剤の量は洗剤メーカーの適正使用量（目安の量）よりも多かったことが判明。さらに、蛍光Ｘ線分析の結果、正常部には見られないFe(鉄）が苦情部から検出されたことから、何らかの鉄分と酸素系漂白剤が反応したことがシミ・穴あきの原因と考えられた。テスト結果を説明し鉄分が検出したことを相談者に伝えると、仕事中に付着した可能性があるとの事であった。相談者は洗濯機の問題と思っていたが原因が判明し、納得した。

相談者は洗濯機に不具合があるのではないかと思い込んでいたが着用に原因があった事例であった。この他にも靴下に穴があくので靴下の強度が弱いと思っていたが、靴の構造に問題があった事例もあった。相談者だけでなく、相談員、テスト担当者ともに、一つの可能性にとらわれず、十分な聞き取りや周辺状況の確認が重要である。

○　３年前に購入した布のバッグ。エナメルの合成皮革が縁と持ち手に使われたデザインのものだが、持ち手のエナメルだけがぼろぼろに劣化した。使用頻度は少ないので、布部分は綺麗な状態。エナメル部分の修理を依頼したが、同じエナメルがないので修理できないとのこと。３年では耐用年数が少ないように感じた。商品の品質が悪いのではないか、との相談を受けた。商品を確認し、外観観察の結果、取っ手の塗膜剥離原因として経年劣化、あるいは商品の品質不良が考えら

れた。商品の品質不良(塗膜剥離強度が低い)については、他に同種事例はないとの事業者の情報から、可能性は低いと思われる。使用中の汗、皮脂、日焼け止めなどの化粧品類が付着し、保管されたことによる劣化、あるいは保管中の環境（湿度・気温・大気汚染ガスなど）による劣化が考えられた。

バッグの他、靴底の劣化、ポリウレタン樹脂コーティングされたコートの劣化など、ポリウレタンを使用した製品に関する相談を毎年受ける。事業者にとっては“２、３年で経年劣化するもの”としている商品であっても消費者には認知されていない場合がある。経年劣化の可能性がある商品を販売する際は、購入時、消費者へ注意喚起することが望まれるとともに、消費者へ引き続き啓発が必要である事例であった。

○　危険・危害に関する商品テストは８件の受付で、全体（３４件）の約２４％であった。

竹製のシーツを取扱説明書のとおり一度拭いてから使用したところ、夜中に体がちくちくし、朝見ると、縫い針程の太さで１．５センチから２センチくらいのささくれが、布団や子どものパジャマにたくさんついていた、という相談があった。独立行政法人国民生活センターへ商品テストを依頼し、相談品及び同型品の表面を観察したところ、ささくれが多くみられた。取扱説明書には、使用前に拭くようにとの表示があったが、タオルで拭いても除去できず、かえってささくれがひどくなって傷を負うことも考えられた。販売事業者へ商品の改善や対策を要望した。事業者は今後の参考とするとのことであった。

なお、商品テスト受付数の約６５％が大阪市消費者センター、約１８％が府内市町村センターからの依頼によるテストであった。

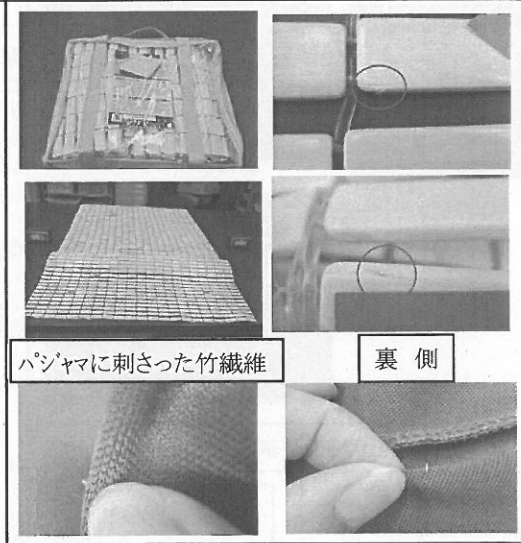
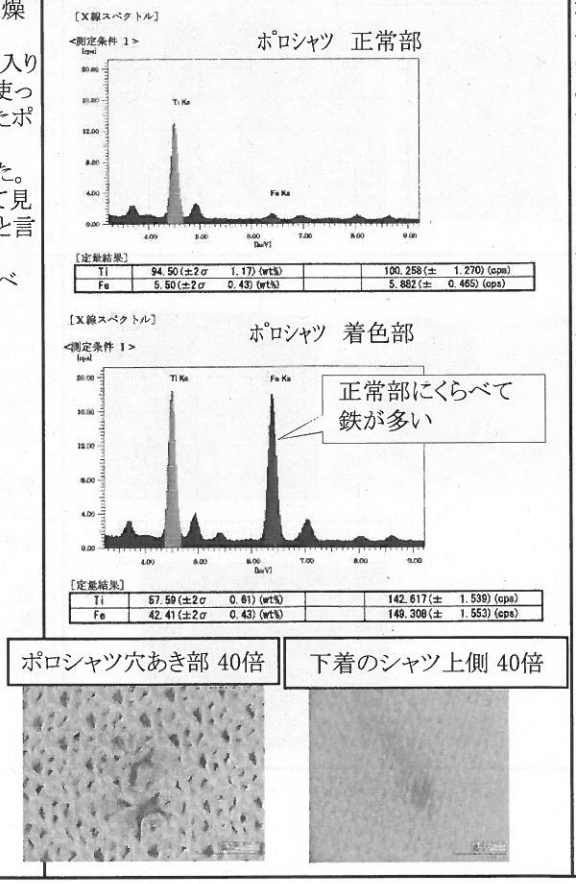
平成24年度の相談苦情品テスト件数

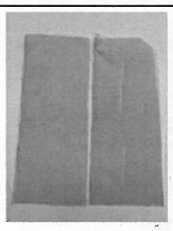
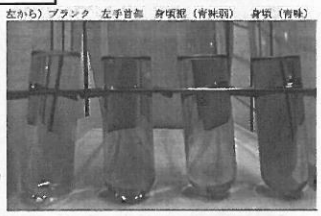
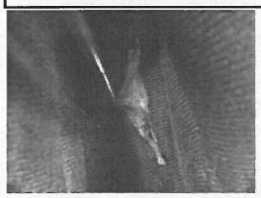
品目	テスト総件数		苦情処理テストの内容				技術相談	
			危害に関する件数		危険に関する件数			
	24年度	23年度	24年度	23年度	24年度	23年度	24年度	23年度
商品一般	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)
食料品	1 (0)	1 (0)	1 (0)	1 (0)	0 (0)	0 (0)	15 (4)	23 (10)
住居品	6 (3)	7 (2)	3 (1)	2 (0)	0 (0)	0 (0)	69 (29)	66 (22)
光熱水品	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	7 (1)	2 (1)
被服品	21 (9)	19 (8)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	116 (60)	101 (57)
保健衛生品	2 (1)	4 (1)	1 (1)	1 (0)	1 (0)	0 (0)	20 (9)	25 (6)
教養娯楽品	3 (0)	1 (0)	0 (0)	0 (0)	1 (0)	0 (0)	25 (10)	23 (10)
その他	1 (0)	4 (2)	0 (0)	0 (0)	1 (0)	1 (1)	19 (4)	19 (10)
計	34 (13)	36 (13)	5 (2)	4 (0)	3 (0)	1 (1)	271 (117)	259 (116)

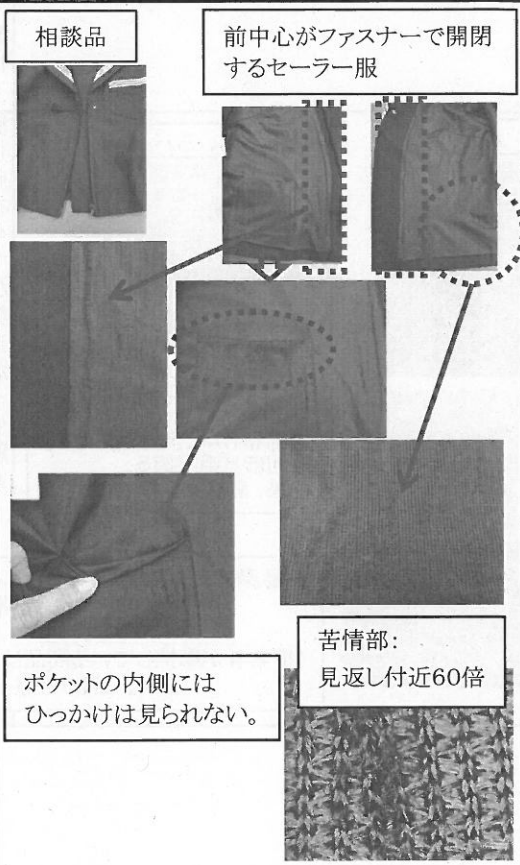
（　）は大阪市を除いた件数

(2) 平成24年度 商品テスト事例(抜粋)

※K:クリーニング

品目	品名	テスト依頼内容	苦情品及びテスト写真	テスト結果
住居品	竹シーツ	大型家具店で購入した竹製のシーツを取扱説明書のとおり一度拭いてから使用した。 夜中に体がちくちくし、朝見ると、縫い針程の太さで1.5センチから2センチくらいのささくれが、子どものパジャマや布団にたくさんついていた。とげ状のものもあった。 販売店は不良品ではないとの説明で、このような商品を良品だということに納得がいかない。		(独)国民生活センターへ商品テストを依頼。相談品及び同型品の表面にはささくれが多くみられた。取扱説明書には、使用前に拭くようにとの表示があったが、タオルで拭いても除去できず、かえってささくれがひどくなって傷を負うことも考えられる。 商品の改善や対策が必要と考えられた。 事業者は今後の参考とするとのことだった。
住居品	ドラム式洗濯乾燥機	1年半前にドラム式洗濯乾燥機を購入した。 洗濯後、色が付くので、念入りコースで酸素系漂白剤を使って洗濯したら、1回着用したポロシャツが破れた。下着のシャツは汚れたようになった。 洗濯機メーカーに申し出て見てもらったが、異常はないと言われた。 なぜこのようになったか調べて欲しい。		ポロシャツの背中3ヵ所が変色(赤茶色)し、その内1ヵ所に穴あきが発生している。下着のシャツは背中3ヵ所が茶色味に変色し、穴あきは見られない。ブラックライト照射では、蛍光剤のむら付き等、異常は認められない。 マイクロスコープを用いた拡大観察では、ポロシャツ、下着のシャツとも同色(赤茶色)に変色し、液体が浸み込んだ形状ではなく、擦れたような形状で変色している。 洗濯機メーカーに、念入りコースでの水量と洗剤の量を確認し、実際に洗った量と洗剤、漂白剤の量と比較したところ、相談者の使用した洗剤、漂白剤の量は洗剤メーカーの適正使用量(目安の量)よりも多かった(洗剤:約3.5倍、漂白剤:約2.5倍)。 蛍光X線分析の結果、正常部には見られないFe(鉄)が着色部では検出されたことから、何らかの鉄分と酸素系漂白剤の反応がシミ・穴あきの原因と考えられる。 鉄分の発生原因は、水道管の錆、ドラム式洗濯槽内の錆(ヘアピン等)、洗濯した物の付属品の錆、車のブレーキダスト、鉄くず、鉄粉などの着用時付着が想定される。 テスト結果を説明し鉄分が検出したことを相談者に伝えると、仕事中に付着した可能性があるとの事であった。 相談者は洗濯機の問題と思っていたが原因が判明し、今後のトラブル回避につながった。

	婦人コート	4年前に購入し、5回ほどしか着ていない中綿コートが保管中に変色した。 4年間クリーニングには出していない。布カバーをつけ保存。防虫剤もそんなに使っていない。 変色は左手首が一番ひどく、柄のようになっている。変色に気付いたのは1月。コート全面がむらができたように変色している。 販売店に苦情を申し出て、メーカーから検査結果が届いたが、生活ガスによるガス退色となっていて到底納得できない。 メーカー担当者に納得できないと言うと、さらに水分が原因だと言い出した。雨や雪が降ったら着れないものなのか。製品の品質の問題ではないか。	 残留酸化窒素ｶﾞｽの検出 湿潤状態試験 左:試料　右:ブランク 吸着残留試験   	酸化作用によると思われるオレンジ色の変色が全体的に認められた。袖口には輪染みのような形状にオレンジ色の変色が認められた。襟部分は、外側はオレンジ色、内側は緑色の変色が認められた。 家庭用品品質表示法による日本語表記の組成表示はなかったが、外国語表示ではポリアミド100%、ポリエステル100%の2つの表記があり、組成の詳細は不明。 試験布（相談品の一部）を使って酸化、還元反応による変色試験を実施した結果、袖口の変色（青味が減少し赤と黄味が残留）は酸化窒素ガス(NOxガス)による酸化反応の結果であることが確認できた。 首周りの変色（赤味と黄味が減少し、青味が残留）は還元硫黄による還元反応の結果であることが確認できた。また、湿潤状態での試験では酸化反応が促進され、より袖口にみられる色相に近いことも確認できた。 相談品がNOxガスによって酸化されている場合、NOxガスが多く付着していることが考えられる。グリース試薬による残留NOxの検出を行った結果、部位にかかわらずグリース試薬による赤色反応が見られ、顕著な量の吸着残留NOxが検出された 酸化作用を持つ酸化窒素ガスは車の排気ガス、燃焼機器（ストーブ、ガスコンロ）から発生する。首周りの変色に関係する還元作用を持つ還元硫黄は、皮脂などを含む汗、コールド・パーマ液によるものと推察される。 袖口の輪染みのような変色は、何らかの原因による撥水性の低下が酸化反応を促進したものと推察された。
被服品	紳士靴	4ヶ月前に購入し、ほぼ毎日使用している防寒ブーツが原因で、靴下の同じところに穴があく。靴下の品質が悪いと思い替えてみたが、やはり同じところに穴があく。 靴の内部を見たら中敷が破れて踵の部材がむき出しになっており、直接靴下にあたる。靴が悪いのでないか、見て欲しい。	 右足の踵 同型品の踵（破壊部） 	相談品は右足の踵が擦り切れ、中の構造が見えている。一般的な靴の構造に比べて、ボードが薄く(ピンク色)1枚のみである。 ボードが薄い、あるいはなくても、中敷きに厚みがあるなど、ほかの仕様でカバーしている靴もあるが、同型新品をみても中敷が無く、薄いスポンジが入っているのみであった。 中敷の耐久性を評価する方法はなく、相談品の良否を客観的数値で判断することはできなかった。薄いスポンジのクッションはあるが、“中敷き”が無いこと、ボードが薄く強度が低いことが原因で、靴底に踵が直接触れて靴下に穴があいたと推察された。 靴の中敷きの仕様に関する基準等がないことから、不良品と断定するにはいたらなかった。

被服品	ポロシャツ	通信販売で購入したポロシャツが3枚とも退色し、着用できない状態になった。2年前に黒とグリーンを購入し、1年前にカーキ色を購入した。右袖側全体と前身ごろの肩あたりが特にひどく退色し、3枚とも着用できる状態ではない。販売会社に検査を依頼し商品を送ったが、このような苦情は過去に一度もなく、太陽光があたってムラになる場合があると言われた。しかし干場には屋根があり直射日光は当たらない。洗剤は蛍光増白剤の入っていないものを使用。車の運転はめったにしないし、上着を着用している。返品や交換を希望しているわけではないが、商品が不良ならば同じような被害者が出ると思うので相談した。	 全体的に右側が変色し、衿リブに著しい変色が認められる。衿裏側に著しい変色は認められない。右から光が当たり変色した可能性がある。 	洗濯後の乾燥の際、日光があたり変色したと考えられる。 相談品を破壊し、各色2ヵ所(身生地、襟リブ)を切り取って試料とし、染色堅牢度試験(洗濯試験、耐光試験、水・耐光試験)を行ったところ、生地は一般的な品質を満たしており、品質不良とは言えない結果であった。 紫外線は、直射光のほか、散乱光や反射光があることから、日陰であっても退色の原因となる紫外線を浴びている。 3枚ともに右側の方が著しく変色していることから、本人の意識はないかもしれないが、ある程度の干し方の癖・方向があると考えられる。メーカーに同様のクレームが入っていないとのことから、たまたま日光が強く当たる時の着用が多かったことも考えられる。
被服品	女子学生服	中学生の冬用の制服(セーラータイプ、前オープンファスナーの上着)を3月末にクリーニングに出し、4月の初めに受け取った。5月になり制服を裏側まで見た。裏地の左右とも見返し縫い代に沿って20センチくらいの長さが1ミリ程度飛び出た線状になっていた。見返しの下から8センチ程度上部分のあたりにも引っかき傷のような傷が見られる。半年弱しか着用していないにも関わらず、裏地がこのような状態になることは生地に何か原因があると思い、業者にその旨説明したが、業者は着用時にファスナーを挟み、裏地に傷が出来てしまったのではないかとして対応してくれない。再度確認したところ、縫製上、材質上の問題であれば無料で新品と交換すること、破れたら当て布等での修理はしてくれると言われた。縫製上、材質上の問題ではないか原因について知りたい。	 相談品 前中心がファスナーで開閉するセーラー服 ポケットの内側にはひっかけは見られない。 苦情部: 見返し付近60倍	破壊不可であり、外観観察・拡大観察のみの結果からの推測となるが、同時に着用した何らかの物と引っかかったと考えられる。 前身ごろのみ発生していること、前中心の苦情部は身ごろの見返しの端の凹凸と一致することから、着用や脱ぎ着の際、ベルトのバックルなどと引っかかった、あるいはカバンを斜めに掛けていて、下着やトレーナーなどの重ね着したものの前身ごろの装飾と摩擦された、などが考えられる。業者見解の「着用時にファスナーを挟み、裏地に傷が出来てしまったのではないか」については、身生地でファスナーの周囲が覆われており、通常の着用で裏地をファスナーで挟むとは考えにくい。 縫製や材質上の問題があるかどうか、について、特に裏地のダブつきが多くファスナーを挟み易い、裏地が突っ張り生地が張っているなどの状況は確認できないことから、縫製不良により引っかけが多発した可能性は低い。 材質上の問題については、相談品のような長繊維を編んだ裏地は、伸縮性があり動きやすいという長所がある一方、引っかけが発生しやすいという短所を持っている。当該生地が他の同種生地に比べて著しく引っかけが発生し不良かどうかは、破壊不可であるため判断できないものの、後見ごろ、袖部分の裏地には発生していないことから、材質に問題があった可能性は低いと思われる。テスト結果の説明により相談者は原因の可能性について納得した。

<table>
<tr>
<td>被服品</td>
<td>メジクロコのハンドバッグ</td>
<td>テレビの通信販売でわに革のハンドバッグを378000円で購入した。番組で聞いたサイズと実際に届いた鞄のサイズが数センチ異なる。業者は縦25センチ横35センチというが、実際は縦22．5センチ横33センチ、マチ部分12センチ（底板幅は8センチ）であった。またA4サイズ対応とあるが入れづらい。サイズが違うので返品して返金を求めたい。</td>
<td>相談品

計測1：たて

計測1：よこ

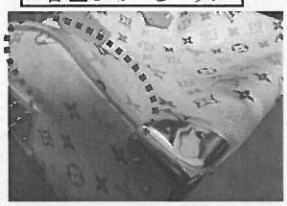
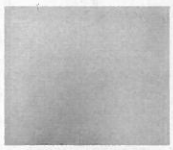
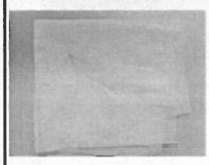
計測1：マチ

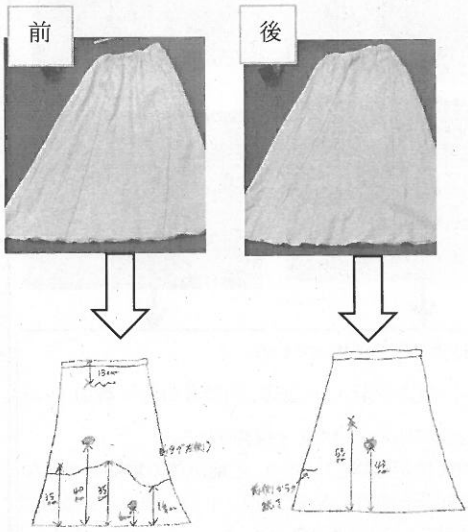
計測2：たて・マチ

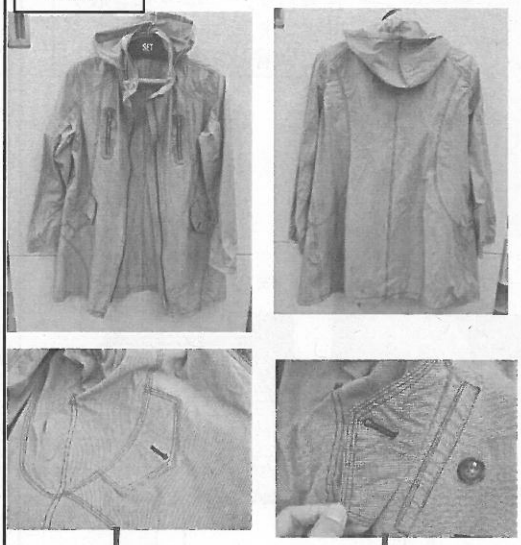
 </td>
<td>ハンドバッグの計測値
<table><tr><th></th><th>表示寸法</th><th>計測1</th><th>計測2</th></tr><tr><td>たて</td><td>25</td><td>25 (0) *</td><td>22.5 (2.5) *</td></tr><tr><td>よこ</td><td>35</td><td>35 (0)</td><td>33 (2)</td></tr><tr><td>マチ</td><td>14</td><td>8 (6)</td><td>12 (2)</td></tr></table>単位：cm（ ）内は、表示寸法と計測値の差
網掛け部、表示との差が認められる。

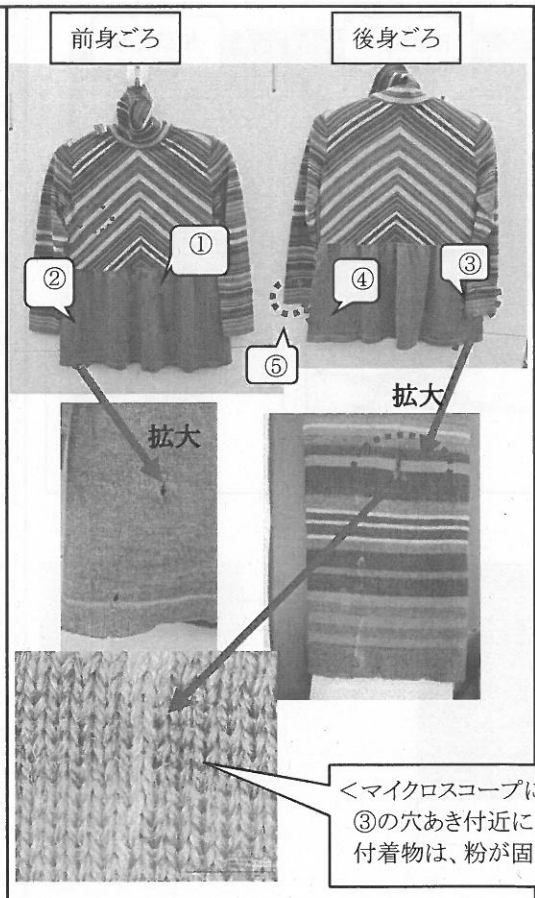
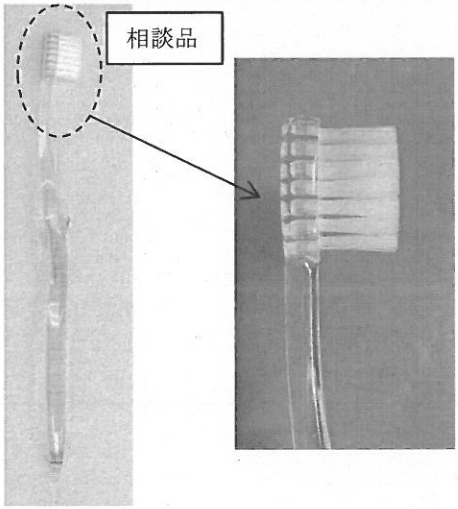
*計測1：業者の主張に慕い、バッグに沿って計測。
**計測2：指金を用いて計測

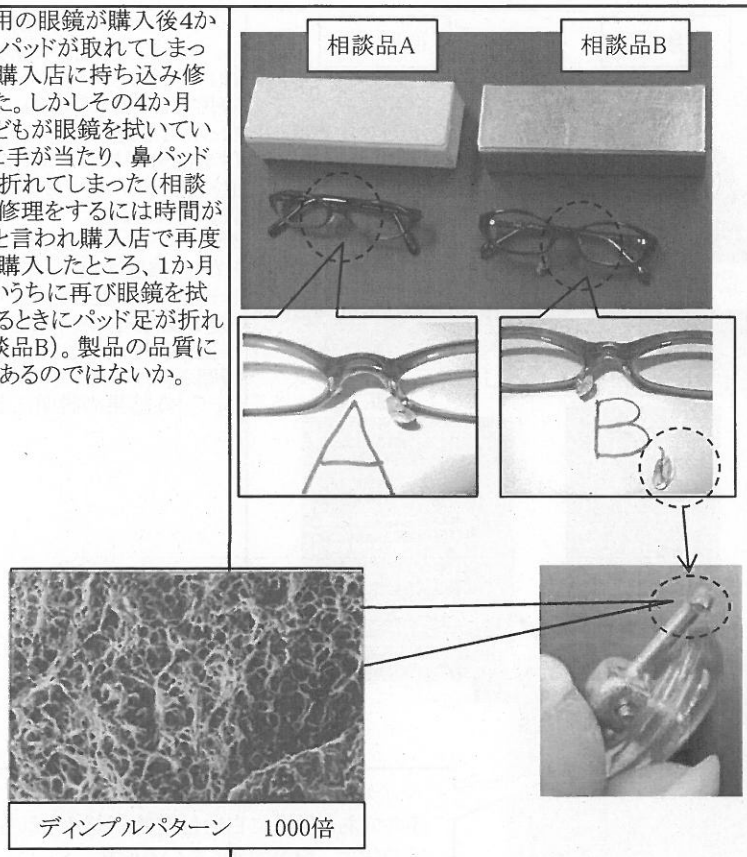
ハンドバッグの寸法測定について、法律等による決まりはなく、それぞれの業者の測定方法に従い測定することとなる。今回、業者は丸みに沿わせて測定するとのことであのでマチに関しては、表示と6cmの差となり差が大きく、表示寸法、あるいはハンドバッグの出来上がり寸法に問題があったと思われる。通販会社が放送内容を確認し、A4サイズの紙が入ると放送しているにもかかわらず簡単には入らない事が判明し、販売者から相談者に返金された。</td>
</tr>
<tr>
<td>被服品</td>
<td>ワンピース</td>
<td>インターネット通信販売で購入したワンピースを着用（通勤往復各10分ずつくらい。）した。バッグを持っていたら、バッグにワンピースのスカート部分の色が着色した。バッグは白地で、スカート部分は黒なので、よく目立つ。ワンピースを着用中にも、爪に黒い色がついた。業者に苦情を申し出ると、海外にある在庫品を確認したが、問題なかったという。品質を調べてほしい。賠償を希望。</td>
<td>相談品

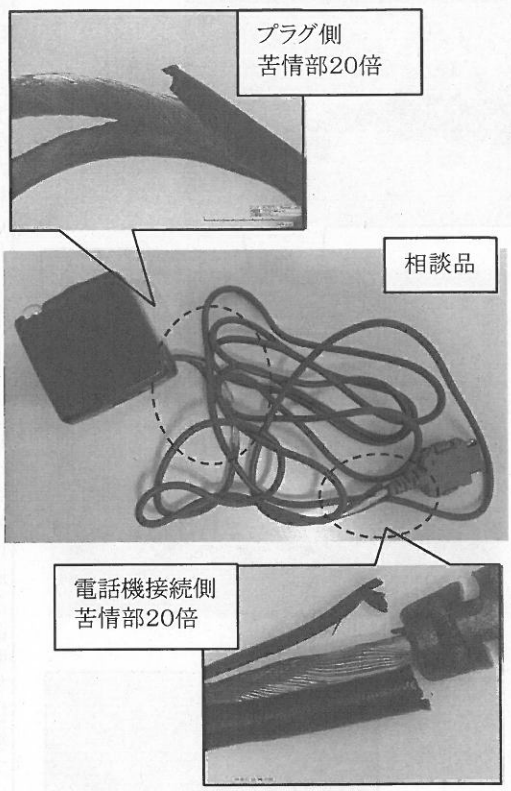
着色しているバック
 
 
簡易摩擦テスト1：
白い綿布（かなきん3号）で、10回ほど手で擦る。
結果、黒く汚染された。
 
簡易摩擦テスト2：業者から「ティッシュで擦っているが、色がつかない」との連絡があり、ティッシュで簡易摩擦テストを実施。
（事業者が摩擦している商品は、苦情品と同ロットの生地とのこと）
結果、3回ほど擦った状態でも黒く汚染された。</td>
<td>簡易摩擦テスト、摩擦堅牢度試験の結果（乾燥・汚染2～3級）から、カバンの汚染の原因は摩擦堅牢度不良が原因と考えられる。
今回の商品は、脇がシャーリング仕様となっており、凹凸があることから、摩擦係数が高くなり、試験した場合よりも着用時には、より汚染されやすい可能性が考えられる。なお、当商品の表示では手洗い可能となっているが、黒色スカート部からの色移りで切り替え上部（ピンク生地部分）が汚染される可能性も考えらる。
販売者はバックへの着色を認め、修理の提案はあったが、相談者は納得できなかった。</td>
</tr>
</table>

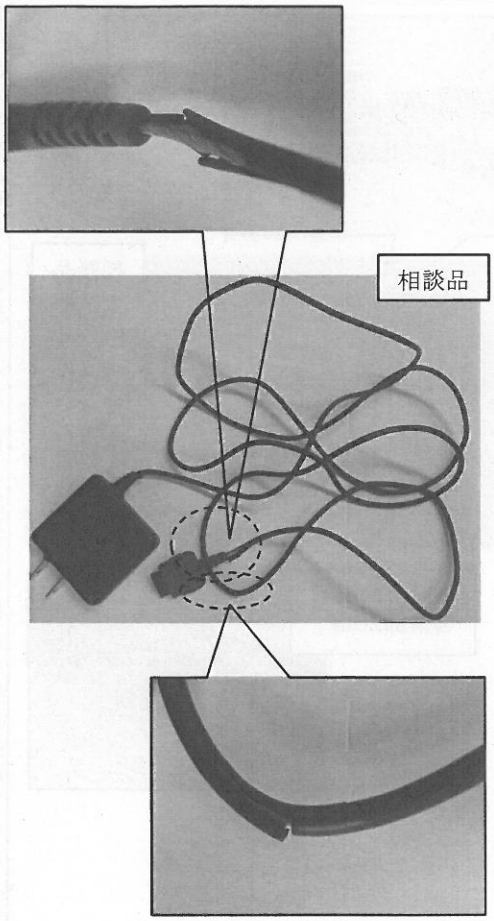
被覆品	スカート	麻のスカートを1年前にクリーニングに出した後タンスに保管していた。取り出してみるとシミがあるのに気がついた。クリーニング店に苦情を言ってシミ抜きをしてもらったが取れない。原因もわからないと言われたが、原因を知りたい。 破壊不可。商品は10年程前のもので、天然の染料で染色されたうすいベージュ色。	 保管はクリーニング引き取り時のまま、ビニール袋をかぶせて保管とのこと。  前側の裾から水を吸い上げたような形で波型の際づきが発生している。 その他、汚染や色抜けが認められる。	ドライクリーニング後、保管中に変色する原因として以下の要因が考えられる。 ①光による変色（全体的に日光や蛍光灯の紫外線により変色している可能性が考えられる。）②天然染料の特性による変色（相談品に使用された天然染料が何か、は特定できなかったものの、天然染料のタンニンが経年とともに濃色化していくことがある。）③酸化防止剤による変色（保管中、クリーニングから返却されたビニール袋をかけたままであった、とのことから、ビニール袋の酸化防止剤と空気中のNOXガスなどで酸化により黄変が顕在化することがある。繊維に付着している柔軟剤等の加工剤に濃縮される場合もあることから、裾付近の際づきの原因となった可能性も考えられる。）④着用時の汚れの残留による変色（着用時の汚れがドライクリーニングで除去されず、残留していたために、シミが浮き出てきた可能性が考えられる。裾から水分を吸収したような形状で際づきしていることから、クリーニング前に、雨などの水分の影響で染料や汚れが際づきしていたが、目立たず、クリーニング・保管中に顕著化した可能性が考えられる。部分的なシミについても、同様、着用時の水溶性の汚れが顕在化した可能性が考えられる。ドライクリーニングで水溶性の汚れを完全に除去するのは難しく、汗や皮脂、その他汚れが保管中に浮き出てくることがある。）⑤シミ抜き方法の不適（シミ抜き剤が残留していた、シミ抜きにより染料が脱落・変色したために、シミとなる場合がある。）⑥生地製造工程からの汚染残留による変色（ブラックライト照射テストから、生地の製造工程で蛍光剤がむら付きしていると考えられる。蛍光剤がむら付きした原因として、生地に汚れが付着し、部分的に洗浄した可能性も考えられる。この汚れが完全に除去できず、長期の保管により浮き出てきた可能性も考えられる。） 今回の申し出に関して、全体の変色については、上記、①②③が原因となった可能性が考えられる。際づき、部分的なしみに関しては、④⑤が原因となった可能性が考えられる。⑥も原因の一つとなった可能性はあるが、申し出のしみ等と蛍光剤がむら付きしている箇所が異なることから、やや可能性は低いと考える。

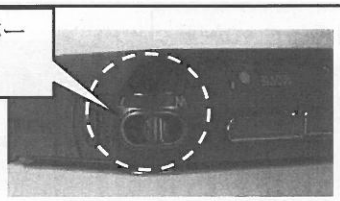
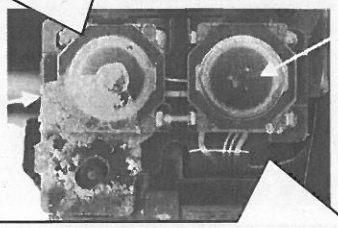
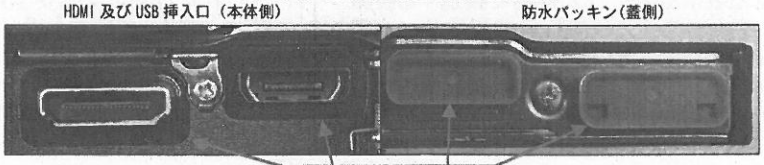
被服品	婦人コート	2年前に購入したレインコート（全体がふっくらしたような仕立てであり、見たところ皺加工したような商品。）をクリーニングに出した。しかし、クリーニングから戻って1か月半後に見たところ、しっかりアイロンが掛けられ風合いが大きく変わっていた。クリーニング店に苦情を申し出たので、店からメーカーに確認したら、メーカーはアイロンかけを浅くした商品で、縫製で皺加工の様に見せていると説明した。クリーニング店はこの説明からメーカーが軽くしかアイロンをかけていなかったのを、クリーニング店がよりしっかりかけたのだから文句はないだろうという態度だ。しかし、明らかに風合いは変わっており、こんな商品だったら購入しなかった。クリーニング店の受付の人も受け付けた時にはこんなじゃなかったと言っているが、担当者は当店には何の責任もないので同等品の提供も補償も出来ないと言っている、そしてクリーニング代の千円を返してきた。商品の引き取りを拒否したところ、それではこちらで処分するとまで言われたが、それはあまりに強引すぎないか。今後どのように交渉すればいいか。	相談品  縫目付近にシワが入っている。 ポケットにもシワが入っており、相談者の言う「皺加工」が生地全体のものではないと推測される。 ⇒ 相談員が確認したところ、生地全体の皺加工ではなく縫目部分を波打ちさせた加工（＝パッカリングを故意に発生させている）であったとのこと。 ↓ 縫目の波打ち部分をプレスしたことにより、縫目付近等にシワが認められる。	パッカリング（波打ち）を故意に発生させてデザインとしている商品。大阪府クリーニング生活衛生同業組合　大阪府クリーニング研究所へ「事故品鑑定書」内容等について、問合せたところ、クリーニング受け付け時、パッカリングさせた商品ということは分かるはず。また、プレス時にもわかるはずであり、実際の作業場においてプレスする段階で分からなければいけない。この点でクリーニング店に落ち度はある。また、受け付け時も注意が必要。との回答があった。クリーニング店は、商品の受け付け時に特に意匠的な商品については注意が必要であり、意匠であることを工場に伝える作業（ラベルに記載するなど）をすべきであったと考えられる。波打ちが消えた原因は、この意匠を理解せずにドライクリーニング後プレスしたことにある。一方、消費者も、波打っている商品なので注意して欲しい等の要望を受付時に伝えるべきであった。また、メーカーも、注意文、アテンション等を付記すべきで、3者がそれぞれに少しずつ非があると思われる。クリーニング店からクリーニング損害賠償基準に基づく補償金の3分の1が支払われた。

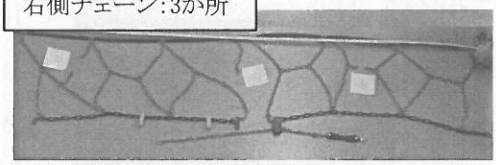
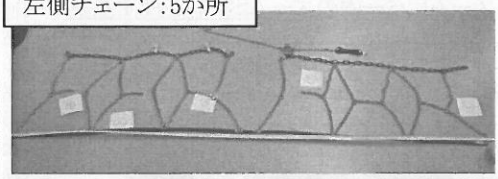
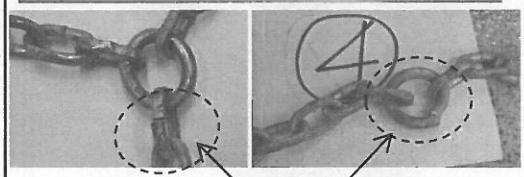
被服品	婦人セーター	2年前に購入したウールのセーターをクリーニングしたところたくさんの穴があきボロボロになっていた。店頭では折りたたんであったので気づかなかったが、帰宅して確認したところ、右そで、右前見頃に複数の穴あきが見つかった。すぐに苦情を伝え調べてもらったところ、検査機関の鑑定書をもとに、虫食いが原因でありクリーニングに問題はないと言われた。納得出来ない。		マイクロスコープによる拡大観察の結果から、穴あきは虫食いによるものと考えられる。袖口付近に白い粉が付着していることから、着用中に何かが付着し、虫食いの原因となったと推測される。 付着部分が袖口であることから、食事中の食べ物、飲み物とセーターが接触した可能性が考えられる。 クリーニング前に虫食いが発生し、糸が破断したり、強度が低下したりしているところにクリーニング処理の作用が加わったことで、穴あきが顕著化したものと考えられる。 一部、摩耗・引張によると思われる破断面が観察されたのは、この作用の影響と考えられる。テスト結果の説明により相談者は納得した。
保健衛生品	歯ブラシ	様々な種類のミネラルをナノサイズにしてコーティングを施したという歯ブラシを3日間使用したところ、2日目ぐらいから最初に顎下の首辺りに発疹が現れ、その後足と手の甲にもブツブツと痒みが出た。口腔内やのども腫れ、皮膚全体(特に顔)がアトピー性皮膚炎のようにカサカサになり、目の粘膜も赤くなった。 歯磨き粉を使用せずコップの中の水に歯ブラシを浸して磨き、ほかの水で口をすすいだ。相談品にはミネラル成分についての表示はなく、事業者に表示するよう求めたが企業秘密なので表示はしないと言われた。ミネラル成分について表示するべきではないか。 本件では受診していないが、6年前、歯の治療の際に金属冠が原因で金属アレルギーを発症した際に亜鉛、スギ、抗生物質、ユリ科の香料にアレルギーがあると言われたと記憶している。	 表面観察 側面 上面 毛先部分 相談品 同型品 側面 上面 毛先部分 比較品1 比較品2	相談品から溶出される成分について(独)国民生活センターに商品テストを依頼。相談品及び同型品を用いて溶出試験を行った結果、相談品、同型品ともニッケル、コバルト、クロム等の金属の溶出は認められなかった。また相談品、同型品とも毛のカドミウム及び鉛含有量は食品衛生法で定める基準値(100μg/g)以下であった。更に、相談品及び同型品からの有機物の溶出は食品衛生法で定める基準値(10μg/ml)以下であった。 相談品及び同型品は、JIS S 3016「歯ブラシ」で定めた「食品添加物等の規格基準」を準用した溶出試験及び材質試験において、衛生上問題とされる量の有機物やカドミウム、及び鉛は確認されず、金属アレルギーの原因として知られている金属の溶出も確認されなかった。以上より発疹等の原因は不明であった。

保健衛生品	メガネ	子ども用の眼鏡が購入後4か月で鼻パッドが取れてしまったため購入店に持ち込み修理をした。しかしその4か月後、子どもが眼鏡を拭いているときに手が当たり、鼻パッドの脚が折れてしまった(相談品A)。修理をするには時間がかかると言われ購入店で再度新品を購入したところ、1か月もしないうちに再び眼鏡を拭いているときにパッド足が折れた(相談品B)。製品の品質に問題があるのではないか。		相談品A、Bについて(独)国民生活センターに商品テストを依頼。相談品Aは既に販売終了品であったが、相談品Bは同型品を入手した。また、他事業者2社の販売する子ども用メガネ2銘柄をそれぞれ参考品A、Bとして商品テストを実施。外観観察から、相談品Aは左パッド足の破断と、右鼻パッドのレンズ側への曲がりが見られた。右鼻パッドの曲がりについては相談者から、子どもが自転車で転倒した際に鼻を強打したことがあり、その際に曲がったと思うと申し出があった。相談品Bは右パッド足の破断を確認した。 相談品A、B、同型品及び参考品A、Bのパッド足の太さを測定したところ、相談品A、B及び同型品は、参考品2銘柄と比べてわずかに細かった。相談品Bの鼻パッド破面は広範囲が擦れていた。一部の擦れていない破断面を走査型電子顕微鏡で観察したところディンプルパターンを確認したため、何らかの過大な荷重が加わったことが推測された。相談品Aは、相談者が破断面に接着剤を塗布していたことから破断面の顕微鏡観察は出来なかった。 相談品A、B、同型品及び参考品A、Bについて、JIS B 7285「眼鏡フレーム-基本的要求事項及びその試験方法」にあるブリッジの永久変形に関して5N(約0.5重量キログラム)に耐えなければならない旨の規定を参考とし、パッド足へ横方向及び下方から5Nの力を加えたところ、いずれも破損することなく元の状態に戻すことができた。 事業者への聞き取りから、相談品パッド足の素材はステンレス製。抜き取り検査で通常よりも強い力を掛けて大きく曲げる強度検査を行い、パッド足が折れる等の問題が発生した場合は該当ロットを不合格にするとのことであった。 (公財)日本眼鏡技術者協会へ専門家意見聴取を行ったところ、ステンレス製のパッド足は弾性があり、チタン合金のものよりも線径を細く見栄えをよくできることから増えているとのことであった。 以上の結果から、相談品のパッド足の強度には材質的な問題があるとは言えなかった。

教養娯楽品	携帯電話の充電器	4、5年前に購入した携帯電話の充電器を台所の横の棚で常時コンセントに接続したまま設置していた。夜に携帯電話を充電器に繋いで充電しながら消灯し、部屋を空けた。1時間後に戻ると充電器のコードが赤く光っていたので慌ててコンセントから抜いた。大事には至らなかったが、充電器は被膜が裂け、中の線が剥き出しになっていた。 購入店に原因調査を求めたところ、原因調査も修理もできないと言われた。また、同事業者の他店舗に相談したところ、一旦は預かってもらえたが、後日返送された。事業者本社にも郵送したが、受け取り拒否で返送された。充電器の被膜の剥がれについて、原因を明らかにすべきではないか。		相談品を観察したところ、被膜の溶融痕や硬化、銅線の損傷等はなかった。(独)国民生活センターへ商品テストを依頼。事業者が保管していた同型品を用いて比較試験を実施。FT-IR測定試験の結果、相談品は同型品よりもタルク及びウレタン量が少なかった。また、XFR(蛍光X線分析)測定の結果、相談品は同型品よりもMg(マグネシウム)及びSi(ケイ素)の含有量が少なかった。CPC(分子量)測定の結果では相談品は同型品に比べて重量平均分子量が小さかった。 相談品の製造時期について事業者に問い合わせたところ2004年製造のものであった。 業界団体へ意見聴取を行ったところ、樹脂メーカーによる原料樹脂の品質管理は徹底して管理されている。しかし添加物等を詳細に調査、判定するのは困難である。また、相談品画像から相談品はエステル系の樹脂被膜で、剥がれの原因は劣化が考えられるとのことであった。 以上の結果から、充電器の被膜の剥がれの原因は劣化と考えられるが、相談品と同型品の試験結果の差については、ロットによる品質差によるものか、経年によるものかは不明であった。 相談員立会いの下、事業者と面会。近年、携帯電話本体を買い替えても充電器は継続して使用できるものが多くなっている中で、数年ほど使用した充電器の中には被膜の劣化により割れや剥がれが発生する場合がある。被膜の中の芯線自体にもコーティングが施されているため、ただちに影響はないが、消費者が電話機を買い替える際などには充電器の被膜に異常がないか確認し、状況に応じて購入店に相談するよう事業者の対応を求めた。また今後、消費者からの同様の相談には事業者が対応し、原因調査を行う旨の回答を得た。

教養娯楽品	携帯電話の充電器	1年数か月前に購入した携帯電話の充電器が、付け根あたりの被膜が剥離して内部の銅線が見えている。携帯電話会社に原因調査を求めたが、調査はできないと言われ、購入から1年間の保証期間を過ぎているためポイントを使って新しいものを購入するよう言われた。危険だと思うので調べてほしい。家族で携帯電話を3台使用していて、以前にも充電器の被膜が剥がれたことが3回あった。これらは捨ててしまって手元にはない。		相談品を観察したところ、被膜の溶融痕や硬化、銅線の損傷等はなかった。(独)国民生活センターへ商品テストを依頼。事業者が保管していた同型品を用いて比較試験を実施。FT-IR測定試験の結果、相談品は同型品よりもタルク及びウレタン量が少なかった。また、XFR(蛍光X線分析)測定の結果、相談品は同型品よりもMg(マグネシウム)及びSi(ケイ素)の含有量が少なかった。CPC(分子量)測定の結果では相談品は同型品に比べて重量平均分子量が小さかった。 相談品の製造時期について事業者に問い合わせたところ2006年製造のものであった。 業界団体へ意見聴取を行ったところ、樹脂メーカーによる原料樹脂の品質管理は徹底して管理されているものが多い。しかし添加物等を詳細に調査、判定するのは困難である。また、相談品画像から相談品はエステル系の樹脂被膜で、剥がれの原因は劣化が考えられるとのことであった。 以上の結果から、充電器の被膜の剥がれの原因は劣化と考えられるが、相談品と同型品の試験結果の差については、ロットによる品質差によるものか、経年によるものかは不明であった。 相談員立会いの下、事業者と面会。近年、携帯電話本体を買い替えても充電器は継続して使用できるものが多くなっている中で、数年ほど使用した充電器の中には被膜の劣化により割れや剥がれが発生する場合がある。被膜の中の芯線自体にもコーティングが施されているため、ただちに影響はないが、消費者が電話機の買い替える際などには充電器の被膜に異常がないか確認し、状況に応じて購入店に相談するよう事業者の対応を求めた。また今後、消費者からの同様の相談には事業者が対応し、原因調査を行う旨の回答を得た。

教養娯楽品	デジタルカメラ	2ヵ月前にインターネット通販で購入したデジタルカメラ。防水機能があり、水中5メートル以内で使用可能と取扱説明書に記載されている。 海外旅行で海水中を撮影。1日目から6日目までは問題なく使用できたが、7日目に突然電源が入らなくなった。水中で使用する際は特に気を使って使用し、使用後にはその都度、取扱説明書の注意書き通りに処置をしていた。 帰国後、事業者に連絡したが、想定外の水圧がかかったことが原因の故障で3万円程度の有償修理になると言われた。 事業者の対応に納得がいかない。	ズームレバー外観  ズームレバー内のズームボタンが押す基盤 ズームアップ側のボタン側面から海水が浸入したと推測。  ズームダウン側のボタン及び基盤には海水の痕跡はない。 HDMI や USB の挿入口及び防水パッキン HDMI 及び USB 挿入口（本体側）　防水パッキン（蓋側）  傷、変形などはなかった HDMI及びUSB挿入口周辺や防水パッキンには浸水した痕などはなかった。	相談品及び付属品を確認したところ、外観に大きな傷等はなかった。(独)国民生活センターに商品テストを依頼。外観観察の結果、HDMI及びUSB挿入口周辺や防水パッキンには傷や変形等、水等の侵入の原因に繋がるような箇所はなく、バッテリーパックやメモリーカードを含めたこれらの周辺部には水等の侵入痕はなかった。また、いずれの蓋も半閉まりにはならない機構であった。 相談品及び同梱されたバッテリーパックを用いて通電調査を実施したところ電源が入らなかったが、充電された相談同型品のバッテリーパックを使用し、レンズカバーを下げると、内部から音がして相談品の電源が入った。また、USBケーブルを接続し相談品から同梱のバッテリーパックを充電できた。さらに、シャッターボタンを押すとシャッター音が鳴り、タッチパネル表示はできなかったがメモリーカードに撮影画像の記録ができた。 本体側カバーを外し内部を調査したところ、ズームボタンから斜め下側にある基盤に取り付けられていたコネクター及びタッチパネル用フラットケーブルに変色を確認した。また、タッチパネル用フラットケーブルを調査したところ、ズームボタン側に白い付着物を確認した。これにより短絡や接触不良などでタッチパネルの表示が出来なかったものと推測。白い付着物をX線分析顕微鏡分析の結果、Na(ナトリウム)、Cl(塩素)を検出した。以上より、ズームボタンから海水等が浸入したものと推測される。 相談同型品を用いてJIS C 0920「電気機械器具の外郭による保護等級(IPコード)」を参考に耐水性試験を実施。その結果、水槽を使用した場合及び浸水5.0m相当の耐水性試験のどちらの場合も水の侵入はなかった。 以上の結果から、相談品ズームボタン側面から侵入した海水等がタッチパネル用フラットケーブルの接点部分に付着し、短絡や接触不良を起こしたことでタッチパネルの表示が出来なかったものと推測した。また、相談同型品を用いた耐水性試験では水の侵入が確認されなかったことから、単品不良と考えられた。

車両・乗り物	タイヤチェーン	1年1ヵ月程前に購入し保管していたタイヤチェーンを車に取り付けた。3～4kmほど走行してブレーキを掛けたところ、チェーンがちぎれて事故を起こした。事故は乗車定員8名の車に6名乗車し時速30km程度で走行中、左カーブに差し掛かりブレーキをかけたところ、チェーンが切れブレーキが効かなく雪の壁と衝突した。バンパーがひび割れ、タイヤハウスとヘッドライトが破損した。後輪駆動車で、チェーンは後輪に装着していたが、左側5か所、右側3か所で切れた。運転手は自動車業界にいたことやスキーが趣味であることからチェーン装着の経験は豊富であることから、チェーンの品質に問題があると思う。	右側チェーン：3か所  左側チェーン：5か所   チェーンに隙間のあるもの（溶接不良）が確認された。 事業者は、調査の結果、相談者の急ブレーキによる破損と判断。また社内で製造する製品は、使用する全ての部品がJIS規格品で、相談品については5年以上に渡る販売のうち、製品の欠陥による事故はないと回答した。	当室による外観観察の結果、右側3か所、左側5か所にチェーンの切断があり、そのほかにも切断には至っていないがチェーンに隙間のある箇所もあった。(独)国民生活センターへ商品テストを依頼。相談品は販売時期を過ぎていることから同型品の入手が出来なかった。また、硬さ及び引張強度の比較試験のために参考品4種（うち2種が相談品と同事業者のもの）を入手の上、商品テストを実施。外観観察の結果、スチールワイヤーケーブル、コネクタ、アウトサイドフック、サイドチェーン、プラスチックフック、ストッパー、テンションチェーンには、チェーンの破損に結びつくような傷や破損は見られなかったが、相談品のクロスチェーンには溶接不良が多数あった。また、相談品は左右とも中央付近が摩耗しており、タイヤへの装着には問題がなかったと考えられる。 JIS D 4241を準用したクロスチェーンの摩耗に関わる硬さ試験では相談品及び比較品のうち同事業者の比較品2種はJIS規格基準値未満で柔らかく、他社比較品2種はJIS規格と同等以上の硬さであった。クロスチェーンの引っ張り試験では、相談品は左右とも約330kgfで破損した。比較品は4種とも約600kgfで引っ張っても破損に至らなかった。 （一財）日本自動車交通安全用品協会へ意見聴取。同協会では鎖を用いたタイヤチェーンの認定は行っていない。また、金属のタイヤチェーンについてはラダー型にのみJIS規格（JIS D 4241）があり、相談品のような亀甲型は対象外であるとのことであった。 テスト結果からは事故との因果関係は不明であるが、チェーンの品質は比較品に比べて劣っていると考えられる。

(3) 大阪府内商品テスト事例研究会

回	実施日	主なテーマ
第1回	6月28日(木)	①講演　「ドライクリーニングの実際と最近の事故事例 ～クリーニングトラブル回避のための基礎知識～」 講師:大阪府クリーニング生活衛生同業組合 大阪府クリーニング研究所　所長　桑野 富夫 氏 ②テスト事例交換・質疑 ・独立行政法人 製品評価技術基盤機構 製品安全センター 「テスト事例発表等について」 ・財団法人 関西消費者協会　テストグループ 「紳士スポーツシューズの縫製不良」「婦人バッグの色落ち」
第2回	9月 7日(金)	①講演　「LED電球をはじめとする電気製品の事故事例と規制概要」 講師:独立行政法人 国民生活センター 商品テスト部　田中 秀和 氏 ②テスト事例交換・質疑 ・独立行政法人 製品評価技術基盤機構 製品安全センター 「テスト事例発表等について」 ・財団法人 関西消費者協会　テストグループ 「紳士ポロシャツの変色」
第3回	11月29日(木)	①講演:　「家庭用品の法規制とシックハウスについての相談対応について」 講師:大阪府健康医療部 環境衛生課 生活衛生グループ　藤井 佐弥子 氏 総務企画グループ　吉田 直志 氏 ②テスト事例交換・質疑 ・独立行政法人 製品評価技術基盤機構 製品安全センター 「テスト事例発表等について」 ・財団法人 関西消費者協会　テストグループ 「携帯電話の充電器」

参加機関　(独)製品評価技術基盤機構 製品安全センター
大阪府内市町村消費者行政テストおよび相談担当者

(4)　「くらしの商品安全だより」

『くらしすと』に「トラブル PICK　UP」（隔月、月刊）を掲載。製品事故情報の情報発信やくらしの商品安全情報室に寄せられた相談事例を掲載することで、安全な消費生活に関する情報提供を行った。

発行月	テーマ
4月	○熱湯が噴出した魔法瓶 ○防水仕様の腕時計に水が浸入した
6月	○夏の日差しによる衣類の変色 ○大切な衣類を守るために
8月	○電動工具による事故 ・不注意な使用による事故 ・キックバック現象による事故 ・手袋や着衣の巻き込みによる事故 ・過熱した刃によるやけど ・用途が違う使い方による事故
10月	○家電製品の故障 ○事故を防ぐために
2月	○強度不足の自転車 ○自転車を購入・乗車する際に注意すること

参 考 資 料

大阪府内の主要消費者団体連合体の概要

名　称	なにわの消費者団体連絡会	全大阪消費者団体連絡会
所在地等	〒542-0012　大阪市中央区谷町 7-4-15　大阪府社会福祉会館 （大阪府生活協同組合連合会内） TEL：06-6762-7220、　FAX：06-6762-7296	〒540-0026　大阪市中央区内本町 2-1-19　内本町松屋ビル 10-430 TEL：06-6941-3745、　FAX：06-6941-5699
代 表 者	代表幹事　千　神　國　夫（大阪府生活協同組合連合会顧問）	事務局長　飯　田　秀　男
設立年月	平成１６年６月	昭和４７年７月
構成団体	茨木市消費者協会 生活協同組合コープこうべ 大阪消費者友の会 大阪府消費生活リーダー会 大阪府生活協同組合連合会 交野市消費生活問題研究会 柏原市消費生活研究会 かわちながの消費者協会 岸和田市消費生活研究会 生活協同組合エスコープ大阪 生活協同組合コープ自然派ピュア大阪 とよなか消費者協会 寝屋川市消費者協会 守口市消費生活リーダークラブ （１４団体）	ＮＰＯ法人大阪障害者センター 大阪いずみ市民生活協同組合 大阪教育大学生活協同組合 大阪商工団体連合会 大阪母親大会連絡会 大阪府生活協同組合連合会 大阪府保険医協会 大阪府立大学生活協同組合 大阪よどがわ市民生活協同組合 近畿大学生活協同組合 国家公務員労働組合大阪地区連合会 金剛団地自治会 新日本婦人の会大阪本部 生活協同組合おおさかパルコープ 生活協同組合連合会大学生協大阪事業連合 全大阪公営住宅連合会 全大阪借地借家人組合連合会 全大阪労働組合総連合 全国大学生協連合会 大阪・和歌山地域センター 全農林近畿地方大阪府協議会 阪南大学生活協同組合 民主法律協会 民放労連近畿地方連合会 （２３団体）
設立の経緯	大阪府消費者団体連絡協議会及び大阪府地域消費者団体連絡会の呼びかけにより、府内の消費者団体が自主的に組織され結成される。（両団体は、平成 17 年 3 月 31 日に解散）	消費者問題が複雑・多様化し、個々の団体活動のみでは対応が困難として、各種府民団体、労働団体、生協団体を含む運動・連絡会組織を結成。テーマ別に関西・全国レベルでの組織・活動を推進。
主な活動内容	団体相互間の活動環境の整備及び情報交換の推進、消費生活に関する諸問題の調査研究・情報の提供・啓発の推進、消費者行政等のあり方に対する検討及び要望。	消費者の権利を確立する活動、いのちと健康を守り環境を保全する活動、税・公共料金の公正化を求め、くらしを守る活動、社会的不公正を正し、食・住生活を改善する活動を主眼とした各種の調査・研究の実施、資料の収集、啓発資料の作成・配布、研究会・集会等の開催

消費者問題に係る主な専門家団体の概要

	大阪弁護士会 （うち、消費者保護委員会）	（公社）消費者関連専門家会議 [ACAP:Association of Consumer Affairs Professionals]	（公社）全国消費生活相談員協会[JACAS:Japan Association of Consumer Affairs Specialists]	（公社）日本消費生活ｱﾄﾞﾊﾞｲｻﾞｰ・ｺﾝｻﾙﾀﾝﾄ協会 [NACS:Nippon Assoc- iation Consumer Specialists]
発足年	昭和２４年（昭和５２年）	昭和５５年	昭和５２年	昭和６３年
監督庁	弁護士会は、弁護士法§32により地方裁判所の管轄区域ごとに設置	内閣府 （許可　昭和60年）	内閣府 （許可　昭和62年）	経済産業省 （許可　昭和63年）
本部所在地	大阪市北区西天満 1-12-5 大阪弁護士会館内（委員会事務局）	東京都新宿区新宿１－14－12 玉屋ビル５F	東京都港区高輪 3-13-22 国民生活センタービル内	東京都目黒区中根 2-13-18 第百生命都立大学駅前ビル内
構成員	大阪地裁管轄内に事務所を設ける弁護士（全員）から、弁護士会会長が選任（382名：H25.8） 消費者保護委員会委員長　山本　雄大 （大阪弁護士会会長　福原　哲晃）	企業等に属して消費者問題に携わる事業者（746名、579社：H25.7） 特別顧問　高　巌 理事長　佐分　正弘 （西日本支部長　馬場　新一）	消費生活センター等で消費生活相談業務等に従事している消費生活相談員（約2,100名：H23.6） 会　長　金子　晃 理事長　丹野　美絵子 （関西支部長　安田　順子　）	消費生活アドバイザーや消費生活コンサルタントの資格保持者（3,459名：H24.3） 会　長　山本　和彦 副会長　青山理恵子 高橋　徹 （西日本支部長　藤原　以久子）
主な活動内容	消費者問題に関して消費者保護の立場からの、必要な調査・研究その他適切な処置 ・社会的に問題の大きい消費者問題に係る被害者説明会の開催　など （弁護団の結成は、各弁護士個人の活動であり、会としては行わない）	企業の消費者志向体制の整備充実 ・消費者問題についての自己啓発活動 ・消費者啓発のための情報提供 ・企業と消費者に関する調査活動 ・消費者問題への適切な対応を図るための提言活動 など	会員及び消費生活問題専門家の資質向上、消費者啓発 ・消費者問題関連電話110番 ・週末電話相談 ・相談員の資質向上のための研修 ・消費者啓発資料の発行 など	消費生活に関する消費者啓発活動、調査研究及び研修会・研究会の開催 ・高校生等を対象とした消費者教育 ・各種トラブルに関する電話相談 ・週末の電話相談 ・調査研究活動　など
府との関係等	・府、市町村からの法律相談 ・事例研究会の実施 ・消費者保護委員から府消費者保護審議会委員に就任	・府ｾﾝﾀｰが共同で使用している大阪市ｾﾝﾀｰ「くらしの広場ｴﾙ」内にACAPｺｰﾅｰを設置 ・西日本支部理事から府消費者保護審議会委員に就任 ・H23.12公益社団法人の認定 ・H24.4 登記完了	・週末相談事業に補助金支出（H17～H19　500千円、H16まで分担金支出315千円） ・関西支部副支部長から府消費者保護審議会委員に就任 ・H24.3公益社団法人の認定 ・H24.4 登記完了	・H23.4公益社団法人の登記完了

権限の一部が知事の自治事務となっている法令６法の比較表

法律名	不当景品類及び不当表示防止法	割賦販売法	特定商取引に関する法律	ゴルフ場等に係る会員契約の適正化に関する法律	家庭用品品質表示法	消費生活用製品安全法
所管庁	消費者庁	経済産業省・消費者庁	消費者庁・経済産業省	経済産業省	消費者庁・経済産業省	経済産業省・消費者庁
目　的	・不当な景品類及び表示による顧客の誘引を防止 ・一般消費者の利益保護	・割賦販売等（割賦販売（前払式を含む）・ローン提携販売・信用購入あっせん・前払式特定取引）に係る取引の適正化及びその健全な発達 ・購入者等の利益の保護 ・商品流通の円滑	・特定商取引（訪問販売、通信販売、電話勧誘販売に係る取引、連鎖販売取引、特定継続的役務、業務提供誘引販売に係る取引）の公正確保 ・購入者等の損害防止 ・商品流通、役務提供の適正円滑	・ゴルフ場等に係る会員契約の締結、履行の公正 ・会員の損害防止、利益保護 ・役務提供の適正円滑	・家庭用品の品質表示適正化 ・一般消費者の利益保護	・一般消費者の危害防止（生活上、特に安全性を要する製品について、製造及び販売を規制（ＰＳＣマーク表示、製品事故情報報告・公表制度、長期使用製品安全点検・表示制度）） ・一般消費者の利益保護
規制対象	・全ての商品、役務	・割賦販売、ローン提携販売 指定商品 54 品目（ミシンなど）等 ・包括信用購入あっせん、個別信用購入あっせん 全ての商品、役務（一部適用除外あり） 指定権利７品目（語学の教授を受ける権利など） ・前払式特定取引 商品（全ての商品）の売買の取次…「友の会」 指定役務の提供又は指定役務提供の取次…「冠婚葬祭互助会」	・訪問販売、通信販売、電話勧誘販売 全ての商品、役務（一部適用除外あり） 指定権利３品目（語学の教授を受ける権利など） ・連鎖販売取引、業務提供誘引販売取引 全ての商品、役務 ・特定継続的役務提供 エステ等６業種 ・訪問購入 全ての物品（一部適用除外あり）	・ゴルフ場に係る会員契約 ・政令で定めるもの（現在指定なし）	・繊維製品（35 品目） ・合成樹脂加工品（８品目） ・電気機械器具（17 品目） ・雑貨工業品（30 品目）	・特定製品（６品目） ・特別特定製品（４品目） ・特定保守製品（９品目）
知事の自治事務　対象・内容	対象・景品表示法に違反することが明白であるが、局地的でありかつ比較的軽微であると都道府県が判断するもの	対象・〈個別信用購入あっせん業者に係るもの〉申込み又は締結の勧誘を行う場所（訪問販売等の場合）、勧誘の相手方が勧誘を受けた場所（電話勧誘販売）が当該都道府県内であるもの ・〈前払式特定取引業者に係るもの〉その営業所及び代理店が一の都道府県内のみにあるもの	対象・当該都道府県内の区域内において、特定商取引法の適用を受ける取引を行う事業者等の業務に係るもの。（事業者等の所在地を問わない。）	対象・当該都道府県の区域内における会員制事業者又は会員契約代行者の業務に係るもの	対象・〈立入検査以外〉主たる事務所及び店舗が一の都道府県内のみにある販売業者（卸売業者を除く） ・〈立入検査〉都道府県内にある販売業者（卸売業者を除く）の店舗、営業所、事務所又は倉庫	対象・都道府県内にある販売業者
	内容・指示［法第７条］ ・措置請求［法第８条］ ・報告徴収、立入検査［法第９条第２項］	内容・改善命令［法第 35 条の３の 21 第１項］ ・業務停止命令［法第 35 条の３の 32 第２項］ ・報告徴収（財務関係）［法第 40 条第３項・第９項］ ・立入検査［法第 41 条第１項・第５項］	内容・指示［法第７条・法第 14 条・法第 22 条・法第 38 条・法第 46 条・法第 56 条・法第 58 条の 12］ ・業務停止命令・公表［法第８条・法第 15 条・法 23 条・法第 39 条・法第 47 条・法第 57 条・法第 58 条の 13］ ・合理的根拠を示す資料の提出［法第６条の２・法第 12 条の２・法第 21 条の２・法第 34 条の２・法第 36 条の２・法第 43 条の２・法第 44 条の２・法第 52 条の２・法第 54 条の２］ ・消費者からの申出の受理及び調査［法第 60 条］ ・報告徴収、立入検査［法第 66 条第１～４項・第６項］	内容・指示［法第 10 条］ ・業務停止命令・公表［法第 11 条］ ・報告徴収、立入検査［法第 17 条第１項］ （誇大広告の禁止、会員契約の締結又は更新についての勧誘における不実告知等、不当な取引行為の禁止に係るものに限る。）	内容・指示［法第４条第１項］ ・指示に従わない業者の公表［法第４条第３項］ ・消費者からの申出の受理及び調査［法第 10 条］ ・報告徴収・立入検査［法第 19 条第２項］	内容・報告徴収［法第 40 条第１項］ ・立入検査［法第 41 条第１項］ ・消費生活用製品の提出命令［法第 42 条第１項］

市町村移譲事務	内容	【大阪市のみ移譲】 ・指示［法第７条］ ・措置請求［法第８条］ ・報告徴収、立入検査 ［法第９条第２項］				【全市町村に移譲】 ※市については H24. 4～法定移譲 ・指示［法第４条第１項］ ・指示に従わない業者の公表 ［法第４条第３項］ ・消費者からの申出の受理及び調査［法第 10 条］ ・報告徴収、立入検査 ［法第 19 条第２項］	【全市町村に移譲】 ※市については H24. 4～法定移譲 ・報告徴収［法第 40 条第１項］ ・立入検査［法第 41 条第１項］ ・消費生活用製品の提出命令 ［法第 42 条第１項］
国留保の権限	権限・罰則	・措置命令［法第６条］ ・報告徴収・立入検査 ［法第９条第１項］ 罰則・措置命令違反…２年以下の懲役又は 300 万円以下の罰金［法第 15 条］ ・報告徴収、立入検査の拒否等（大臣権限に係るもの）…１年以下の懲役又は 300 万円以下の罰金 ・報告徴収、立入検査の拒否等（知事権限に係るもの）…50 万円以下の罰金［法第 16 条］	〈前払式業者に対する権限〉 ・許可［法第 11 条、35 条の３の 61］ ・契約締結禁止命令［法第 20 条］ ・改善命令［法第 20 条の２］ ・許可取消［法第 23 条］ ・各種届出の受理 〈その他業者に対する権限〉 ・標準割賦販売条件の告示［法第９条］ ・包括信用購入あっせん業者の登録［法第 31 条］ ・指定信用情報提供機関の登録 ［法第 35 条の３の 36］　等 罰則・契約締結禁止命令等違反…２年以下の懲役又は 300 万円以下の罰金［法第 51 条］ ・報告徴収、立入検査の拒否等…50 万円以下の罰金［法第 53 条］ 等	・指示［法第７条･法第 14 条・法第 22 条・法第 38 条･法第 46 条・法第 56 条・法第 58 条の 12］ ・業務停止命令・公表［法第８条・法第 15 条・23 条・法第 39 条･法第 47 条・法第 57 条・法第 58 条の 13］ ・合理的根拠を示す資料の提出［法第６条の２・法第 12 条の２・法第 21 条の２・法第 34 条の２・法第 36 条の２・法第 43 条の２・法第 44 条の２・法第 52 条の２・法第 54 条の２］ ・消費者からの申出の受理及び調査［法第 60 条］ ・報告徴収、立入検査［法第 66 条］ 罰則・禁止行為違反（下記以外）…３年以下の懲役又は 300 万円以下の罰金［法第 70 条］ ・業務停止命令違反…２年以下の懲役又は 300 万円以下の罰金［法第 70 条の２］ ・禁止行為（キャッチセールス・アポイントメントセールス）違反…１年以下の懲役又は 200 万円以下の罰金［法第 70 条の３］ ・連鎖販売取引、業務提供誘引販売取引に係る書面不交付等…６月以下の懲役又は 100 万円以下の罰金［法第 71 条］ ・指示違反・報告徴収、立入検査の拒否等…100 万円以下の罰金［法第 72 条］　等	・各種届出の受理 知事所管以外の事項に係る ・指示［法第 10 条］ ・業務停止命令・公表［法第 11 条］ ・報告徴収、立入検査［法第 17 条］ 罰則・業務停止命令違反、不実告知・重要事項不告知…１年以下の懲役又は 100 万円以下の罰金［法第 22 条］ ・報告徴収、立入検査の拒否、各種届出違反等…50 万円以下の罰金［法第 23 条］	・指示、指示に従わない業者の公表等［法第４条］ ・適正表示命令 ［法第５条～７条］ ・消費者からの申出の受理及び調査［第 10 条］ ・報告徴収、立入検査 ［法第 19 条］ 罰則・命令違反…20 万円以下の罰金［法第 25 条］ ・報告徴収、立入検査の拒否等…５万円以下の罰金［法第 26 条］	・各種届出の受理 ・危害防止命令［法第 32 条］ （対製造・輸入・販売業者） ・勧告、命令［法第 32 条の 20］ ・危害防止命令［法第 39 条］ （対製造・輸入業者） ・報告徴収［法第 40 条］ ・立入検査［法第 41 条］ ・消費生活用製品の提出命令 ［法第 42 条］ 等 罰則・命令違反等…１年以下の懲役又は 100 万円以下の罰金［法第 58 条］ ・報告徴収、立入検査の拒否等…30 万円以下の罰金［法第 59 条］