

平成 3 0 年度 熊本県消費生活センターの消費生活 相談の概要等

令和元年 5 月 2 4 日
環境生活部 県民生活局
消費生活課

県と市町村の消費生活相談の概要

(1) 県と市町村の消費生活相談の体制

熊本県：熊本県消費生活センター

消費生活相談員 13人体制（一般相談員 11人、
商品テスト 2人）

市：14市すべてに消費生活センターを設置

消費生活相談員による週4日以上の相談体制

町村：31町村すべてに消費生活相談窓口を設置

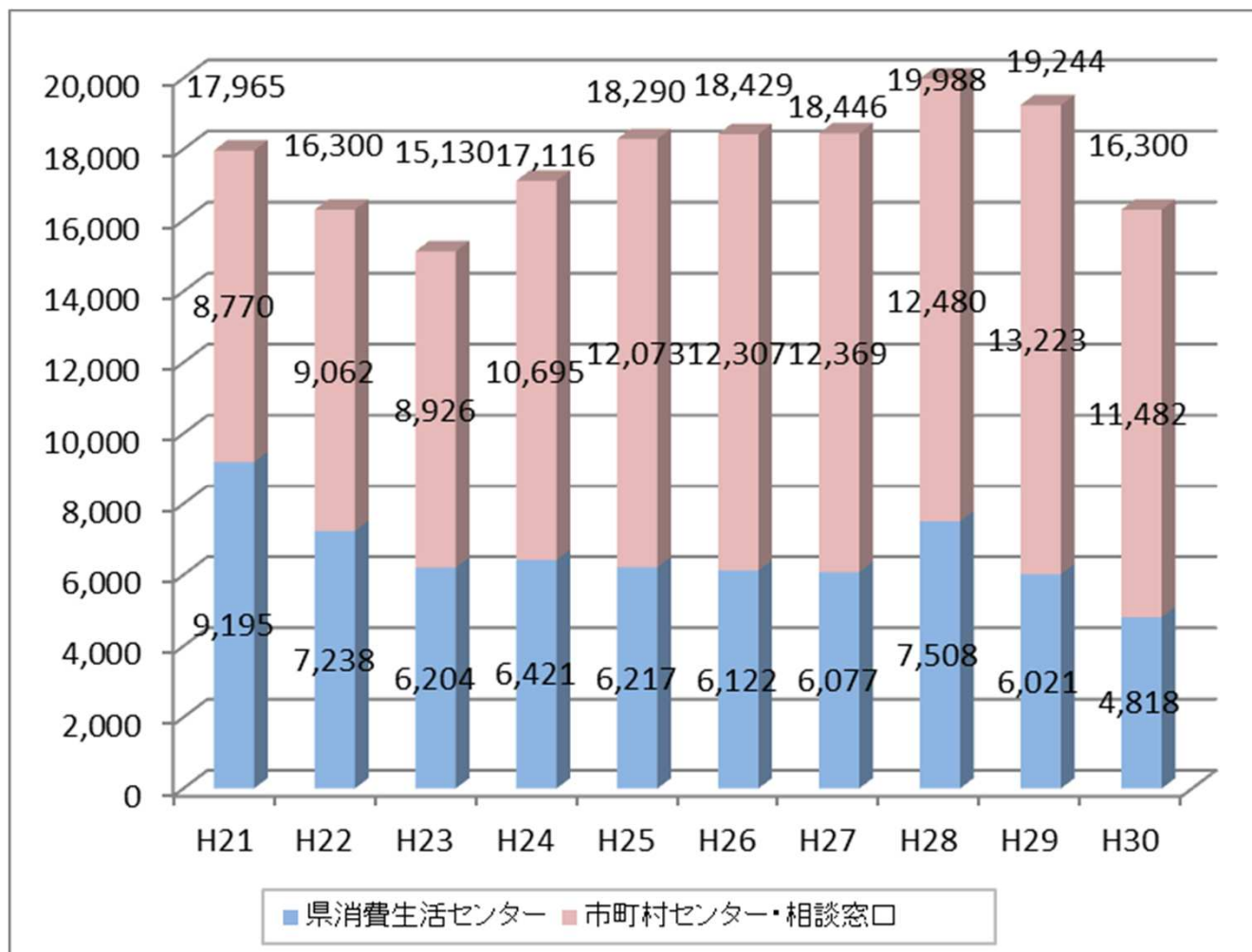
うち2町村を除く29町村で消費生活相談員による
相談対応を実施

【参考】

- ・市町村における広域連携による消費生活相談員の配置は、8地域30市町村。
- ・現在も、八代市、人吉市、水俣市、大津町、益城町では仮設庁舎で相談対応中。

(2) 県と市町村の新規相談件数の推移

平成30年度の県消費生活センターの相談件数は4,818件、市町村の相談件数は11,482件となり、あわせると16,300件である。



県消費生活センターの相談件数は、平成29年度から1,200件あまり減少した。

主に、架空請求などに関する相談が800件近く減少したことが影響している。

市町村の相談件数も、同様に減少している。

県及び市町村あわせた全体の相談件数の推移では、平成24年度以降増加傾向が続いていたが、平成30年度は約3,000件ほど減少した。

平成22年度からは、市町村の相談件数が県消費生活センターの相談件数を上回り、市町村における相談件数の割合が増加する傾向にある。

平成30年度における県消費生活センターの 新規相談概要

(1) 相談件数

4,818件 平成29年度の6,021件から1,203件の減

(2) 件数の多い相談分類

第1位・・・「商品一般」(葉書等による架空請求等) 13.3%

平成29年度に急増した葉書等による架空請求に関する相談が引き続き多く寄せられた

【H29: 912件 H30: 642件(約29.6%減)】

第2位・・・「放送・コンテンツ等」(携帯電話等の架空請求等) 11.3%

平成23年度から連続して第1位であったが、平成30年度は件数が減少して第2位

【H29: 1,037件 H30: 543件(約47.6%減)】

第3位・・・「融資サービス」(多重債務等) 6.0%

第4位・・・「住宅・住宅設備等の工事・補修サービス」 4.4%

(3) 特徴的な傾向

葉書による架空請求に関する相談が大幅に減少

平成 2 9 年度に急増した葉書による架空請求に関する相談が、平成 3 0 年度は大きく減少した

【 H 2 9 : 6 1 0 件 H 3 0 : 3 2 6 件 (約 4 6 . 6 % 減) 】

携帯電話等の架空請求に関する相談が大幅に減少

ここ数年、全国的に最も多くの相談が寄せられていた携帯電話等の架空請求に関する相談が、平成 3 0 年度は大きく減少した

【 H 2 9 : 7 8 4 件 H 3 0 : 3 1 3 件 (約 6 0 . 0 % 減) 】

融資サービス (多重債務等) に関する相談が微増

融資サービスに関する相談は、平成 2 7 年度の 6 6 2 件から熊本地震発生後の平成 2 8 年度の 3 3 4 件と約 5 0 % に大幅に減少し、平成 2 9 年度も 2 7 9 件と減少傾向にあったが、今回微増に転じた。

なお、男性の 2 0 歳代から 5 0 歳代の相談で第 1 位又は第 2 位の相談となっており、例年同様の傾向となっている。

【 融資サービス H 2 9 : 2 7 9 件 H 3 0 : 2 8 9 件 (約 3 . 6 % 増) 】

インターネット通信販売等による定期購入等の相談が増加

「販売購入形態別」では、インターネットやテレビショッピング等の「通信販売」が、無店舗販売のなかで約64%を占めており、定期購入等の相談が増加傾向にある。人体への「危害」相談も、定期購入に関連する「化粧品」が第1位。「健康食品」が第3位。

【化粧品 H29：81件 H30：106件（約30.9%増）】

【健康食品 H29：162件 H30：169件（約4.3%増）】

高齢者が関係する相談の割合が高い

「年代別」の相談割合では、60歳代以上が関係する相談の割合が高い傾向にあり、全体の約42%を占めている。

【H29：2,708件（全体に占める割合45%）】

H30：1,987件（全体に占める割合42%、前年度比26%減）】

(4) 契約金額・既支払額・被害回復額の推移

「契約金額」及び「被害回復額（既に支払った又は契約した金額の回復と未然防止額）」は、全体件数の減少に伴い、例年よりも減少している。

また、「被害回復額」は、1件当たり最高額が過年度と比較して低額であったことや架空請求に関する相談が減少したことなどの影響がでている。

受け付けた相談について、丁寧にあっせん等を行っていることによりあっせん成立率は90%を超えている。

	H26年度	H27年度	H28年度	H29年度	H30年度
契約金額(ア)	24億2300万円	24億1800万円	27億5700万円	36億2100万円	23億2500万円
既支払額(イ)	4億5700万円	6億2500万円	8億700万円	16億7000万円	8億7600万円
被害回復額(ウ)	2億9200万円	2億8000万円	2億8400万円	2億2100万円	1億4300万円
被害回復率(ウ)/(ア)	12.1%	11.6%	10.3%	6.1%	6.0%
あっせん件数	392	409	519	491	466
あっせん成立率	88.5%	92.9%	88.2%	93.5%	91.0%

あっせん

消費者と事業者間にある情報の質、量、交渉力等の格差を補い、話し合いでの解決を支援するために、消費生活センターが事業者と直接電話や面談等で説得や交渉を行い、問題解決を図ること

(5) 熊本地震関連相談への対応

県消費生活センターにおける相談件数

1 7 2 件 (平成28年度2,428件、平成29年度403件から減少が続く)

特徴的な傾向

熊本地震後、多く寄せられていた「住宅・住宅設備等の工事・補修サービス」、「他の行政サービス」、「相隣関係」、「損害保険」等の相談件数は、平成29年度から引き続き減少が続いている。

なお、地震関連相談では、現在も住宅等の補修、新築、不動産賃貸借関係で、直近3カ月の平均で月12件程度の相談が寄せられている。

【住宅・住宅設備等の工事・補修サービス H29：280件

H30：211件 (約24.6%減)

居住地別の地震関連相談

市町村名	相談件数	市町村名	相談件数
熊本市	50	宇土市	1
益城町	10	阿蘇市	1
宇城市	4	大津町	1
御船町	4	菊陽町	1
八代市	2	高森町	1
菊池市	2	嘉島町	1
合志市	2	県外	2
西原村	2	小計	88
甲佐町	2	不明	84
氷川町	2	合計	172

無料法律相談の実施

熊本地震に関連する相談に対応するため、県弁護士会及び県司法書士会と連携して、無料の法律相談を毎週1回県センターにおいて実施。

平成30年度も引き続き、熊本地震被災者支援として毎週金曜日の午後に無料法律相談を実施した。

【無料法律相談の実績】

年度	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	合計
H29	10	10	18	13	9	16	11	10	6	13	12	16	144
H30	9	6	9	9	5	6	9	5	7	6	6	10	87

主な事例

- ・住宅の補修工事がなかなか進まない。また、施工内容に納得がいかない。
- ・賃貸アパートの退去を求められている。

(6) 相談事例と対応等について

「郵便はがき」等による架空請求に係る相談

【相談事例】

「法務省管轄支局 国民訴訟通達センター」、「民事訴訟管理センター」、「消費生活情報センター」などを名乗る者から、「総合消費料金に関する訴訟最終告知のお知らせ」と題し、「債務不履行により民事訴訟が提起された」、「裁判取り下げのため、期日までに連絡を」などを内容とする郵便はがきが届いた。

記載されている内容は理解できず、まったく身に覚えがない。(3 2 6 件)

〔センターからの助言や対応〕

葉書等による架空の連絡の場合、文面には、「訴訟」、「差押え」、「支給」など不安をあおるような言葉が並んでいますが、意味が不明瞭な文章となっています。身に覚えのない場合は、あわてて連絡したりせず、冷静に相手にしないことを続けてください。不安な場合は、消費生活センターや警察に相談してください。

相談者の連絡先等が知られている場合には、登録している電話番号以外には出ないこと、迷惑メール設定等をする等を助言しました。

「携帯電話等の架空請求」に係る相談の特徴

【相談事例】

「過去に閲覧された有料動画サイトの登録料が未納となっている」など、身に覚えのない代金の請求が、携帯電話のショートメッセージで突然送信されてきた。

広く馴染みのある大手通販サイトからの請求であるかのように送信してくるため、思わず連絡してしまった。

連絡すると、代金をコンビニで購入したギフトカードで支払うよう説明され、ギフトカード番号や個人情報等を伝えてしまった。（313件）

〔センターからの助言や対応〕

携帯電話のショートメッセージは、数字を適当に組み合わせた電話番号で一方的に送信することができます。大手通販サイトの名をかたって送信してきますが、大切な代金請求をショートメッセージで連絡することはありません。

不安な場合は、登録している電話番号以外には出ないこと、迷惑メール設定等を行う等を助言しました。

熊本地震関連の相談

平成28年熊本地震後は、住宅の補修等に関連する相談が急増しました。地震から3年が経過し、件数は減少していますが、住宅等の補修、不動産の賃貸借関連の相談が、依然として172件寄せられました。

【相談事例】

- ・ 自宅に訪問してきた業者に、地震で傷んだ屋根の修理を依頼したが、完成後、当初の見積もり金額より高い金額を請求してきた。
- ・ ようやく見つかった業者に家の改築を依頼したが、完成予定時期を過ぎても、なかなか完成しない。
- ・ リフォームを頼んだが、期待していたとおりの出来上がりになっておらず、納得できない。

〔センターからの助言や対応〕

修理に係る金額や施工内容についての相談の場合は、専門機関（熊本県建築住宅センター、住まいるダイヤル等）を御紹介しています。

また、請負契約の解除等に関してクーリングオフに係る助言を行ったり、必要に応じて法律専門家による震災ADRや無料法律相談を御案内しています。

インターネット通信販売等による定期購入

【相談事例】

健康食品が、「お試し1回お買い得」とインターネットの広告に出ていたため、申し込んだが、品物が届いて初めて4回の「定期購入」になっていることが分かった。申し込みの際には、画面上で「定期購入」であることはわからなかった。解約したいので事業者に電話するが、つながらない。[参考:「定期購入」での検索件数176件]

〔センターからの助言や対応〕

通信販売による購入申込みの場合には、クーリングオフは適用されません。

申込みの際には、契約内容や解約条件をしっかりと確認することが必要です。そのため、申込みの最終確認画面を印刷したり、スクリーンショットをとるなどして証拠を残しておく慎重な取扱いが求められます。

申込画面上で申込内容の確認画面を設けていない場合などは、電子消費者契約法に基づく錯誤無効が主張できることなどのアドバイスも行っています。

「マルチ商法」に注意

「必ず儲かる」からといった知人の勧誘を信じて、お金を払ったが、その後知人と連絡が取れなくなり、お金もかえってこないといった相談が寄せられています。（56件）

【相談事例】

- ・ 知人の紹介で会員になり、お金を支払ったが、聞いていたような収益は出ない。解約し返金してほしい事業者と連絡がとれない。
- ・ 必ず儲かる方法があると言われセミナーに参加したが、知人を紹介するノルマを課され、人間関係に支障をきたしてきている。

〔センターからの助言や対応〕

楽をして、必ず儲かる話などありません。

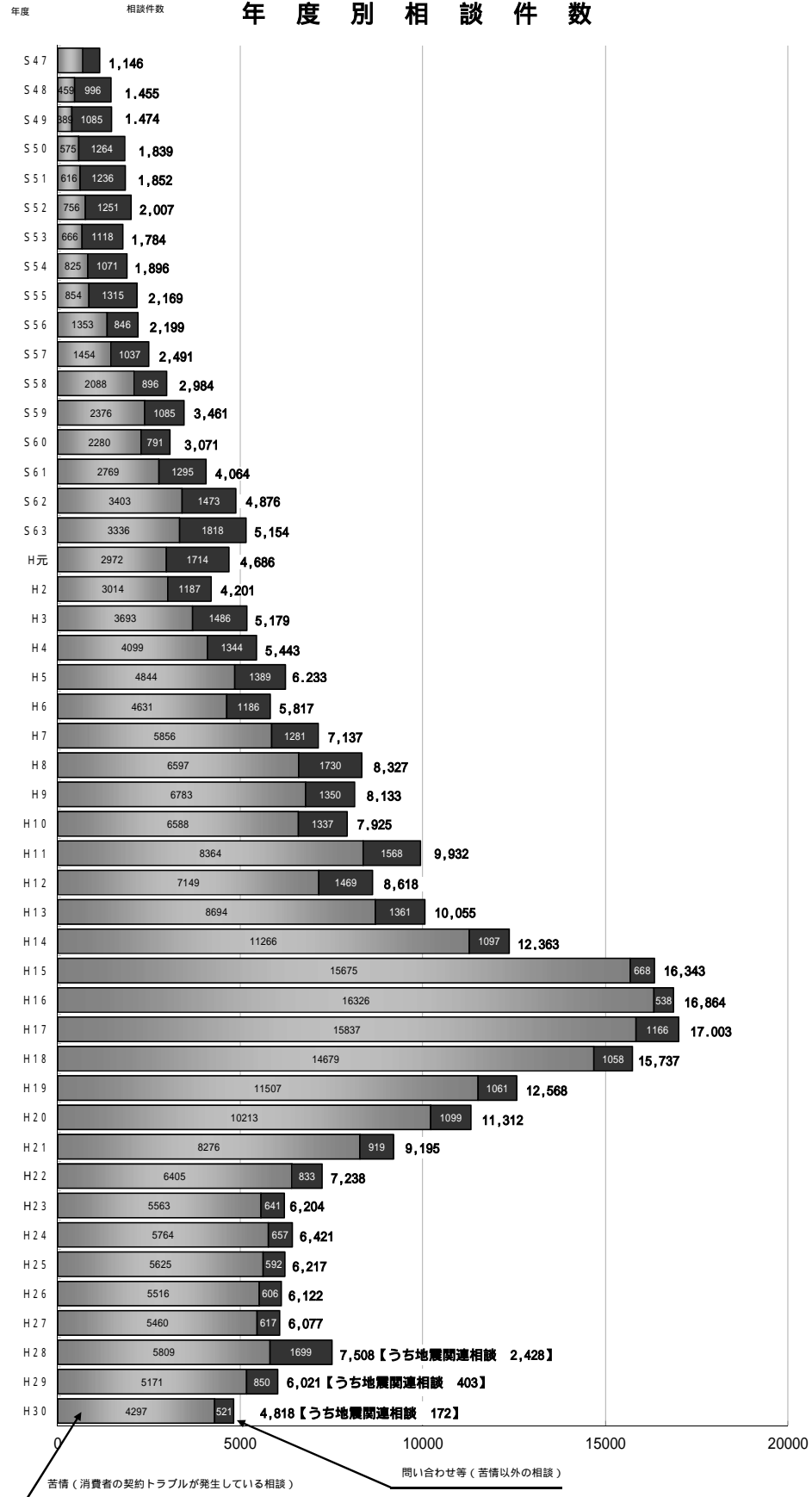
しくみや内容がよくわからないような場合は、簡単に信用しない、自分1人だけでは判断しないことなどを心がける必要があります。

1 県消費生活センターの新規相談件数

平成30年度の新規相談件数は、4,818件(うち熊本地震関連172件)であった。年度別にみると、平成17年度をピークに減少をはじめ、平成28年度は、熊本地震の影響もあり増加したものの、依然として減少傾向である。

年度別市町村受付件数と県受付件数の合計は以下のとおり

H27：18,446件 H28：19,998件 H29：19,244件 H30：16,300件



2 相談の多い商品・役務(サービス)

これまで、全国的に非常に多く寄せられていた架空請求に関する相談が、平成30年度は減少したことが主な要因となって全体件数が前年度よりも減少となっている。具体的には、ここ数年続けて件数が最も多かった携帯電話のショートメッセージなどによる架空請求を含む「放送・コンテンツ等(携帯電話等の架空請求等)」や平成29年度に急増した葉書を使った架空請求を含む「商品一般」の件数がそれぞれ大きく減少している。

一方で、その他の項目の相談に関しては、ほぼ横ばいで推移している状況である。

熊本地震に関する相談については、地震直後の平成28年度は、2,428件の相談が寄せられたが、その後平成29年度が403件、平成30年度が172件と減少している。

(単位:件)

順位	商品・役務(サービス)名	H30年度		H29年度		対前年比		H28年度
		件数	構成比	件数	構成比	増減数	増減率	構成比
1	商品一般	642	13.3%	912	15.1%	-270	-29.6%	3.0%
2	放送・コンテンツ等 ¹ (携帯電話等の架空請求等)	543	11.3%	1,037	17.2%	-494	-47.6%	15.1%
3	融資サービス(多重債務等)	289	6.0%	279	4.6%	10	3.6%	4.4%
4	住宅・住宅設備等の工事・補修サービス	211	4.4%	280	4.7%	-69	-24.6%	8.6%
5	不動産賃貸借関係	185	3.8%	179	3.0%	6	3.4%	8.5%
6	相談その他	181	3.8%	231	3.8%	-50	-21.6%	4.6%
7	健康食品	169	3.5%	162	2.7%	7	4.3%	2.0%
8	インターネット通信サービス ²	161	3.3%	229	3.8%	-68	-29.7%	3.3%
8	役務その他	161	3.3%	168	2.8%	-7	-4.2%	3.7%
10	自動車	117	2.4%	135	2.2%	-18	-13.3%	1.8%
11	化粧品	106	2.2%	81	1.3%	25	30.9%	0.8%
12	移动通信サービス ³	95	2.0%	90	1.5%	5	5.6%	1.6%
13	他の行政サービス	78	1.6%	111	1.8%	-33	-29.7%	4.9%
14	医療	65	1.3%	71	1.2%	-6	-8.5%	1.1%
15	他の金融関連サービス	60	1.2%	63	1.0%	-3	-4.8%	1.0%
16	生命保険	56	1.2%	45	0.9%	11	24.4%	0.8%
17	電報・固定電話	50	1.0%	45	0.7%	5	11.1%	0.7%
18	ファンド型投資商品	49	1.0%	37	0.6%	12	32.4%	0.3%
19	電気	48	1.0%	31	0.5%	17	54.8%	0.3%
19	音響・映像製品	48	1.0%	34	0.6%	14	41.2%	0.7%
合計		4,818	100.0%	6,021	100.0%	-1,203	-20.0%	

架空請求に関する相談件数

架空請求の内訳

携帯電話等による架空請求は、ここ数年高止まり状態が続いていたが、平成30年度は大幅に減少した。内容は、相変わらずアダルトサイト・出会い系サイト・総合情報サイトなどに係る架空請求が大半を占める。また、裁判所の関係機関であるかのような差出人からの葉書による架空請求も平成30年度は大幅に減少に転じた。

件数	H30年度件数		H29年度 件数	H28年度 件数	
	内容	全件数中の構成比			
731	葉書による架空請求	326 件	6.8%	610	-
	携帯電話等の架空請求	313 件	6.5%	784	850
	その他・不明	92 件	1.9%	91	23

架空請求とは、請求の根拠がないにもかかわらず、一方的に請求してくるもの。例えば、一度もアクセスしたことがない有料サイトの利用料金や借りた覚えのないお金の返済を、突然、「電子メール」などで求められる「架空」の請求のこと。

放送・コンテンツ等には、ネット通販や携帯電話の通話料、パケット代に係る相談は含まない。

融資サービス(多重債務等)に関する相談件数

熊本地震後、融資サービスに関する相談は、大幅に減少し、その後横ばい傾向で推移している。なかでも今回は、多重債務に関する相談が69件減少している。

ヤミ金に関する相談は、ここ数年減少傾向にあったが、今回は増加に転じた。

	H30年度		H29年度		対前年度比		H28年度 件数
	件数	全件数中の構成比	件数	全件数中の構成比	増減数	増減率	
多重債務	161	3.3%	230	3.8%	-69	-30.0%	217
過払い	7	0.1%	11	0.2%	-4	-36.4%	16
ヤミ金	34	0.7%	30	0.5%	4	13.3%	18

3 販売購入形態別相談状況

インターネットやテレビショッピング等に関する通信販売についての相談が、無店舗販売のなかで64%を占め、最も多くなっている。

なお、地震後に増加した屋根修理等の訪問販売や電話勧誘販売については、期間の経過とともに件数が減少している。

(単位:件)

区分	H30年度	H29年度	対前年比		H28年度 件数	
			増減数	増減率		
無店舗販売	通信販売 ⁴	1,125	1,713	-588	-34.3%	1,810
	訪問販売 ⁵	313	385	-72	-18.7%	493
	電話勧誘販売 ⁶	205	262	-57	-21.8%	328
	マルチ商法 ⁷	56	77	-21	-27.3%	45
	訪問購入 ⁸	7	24	-17	-70.8%	34
	送り付け商法(ネガティブ・オプション) ⁹	5	2	3	150.0%	6
	その他無店舗 ¹⁰	59	117	-58	-49.6%	179
小計	1,770	2,580	-810	-31.4%	2,895	
店舗購入	841	1,161	-320	-27.6%	1,735	
不明・無関係	2,207	2,280	-73	-3.2%	2,878	
合計	4,818	6,021	-1,203	-20.0%	7,508	

4 主な販売手口

電話やインターネット広告などで仮想通貨などを誘い文句にして、「必ず儲かる」などと勧誘する販売手口が増加している。

(単位:件)

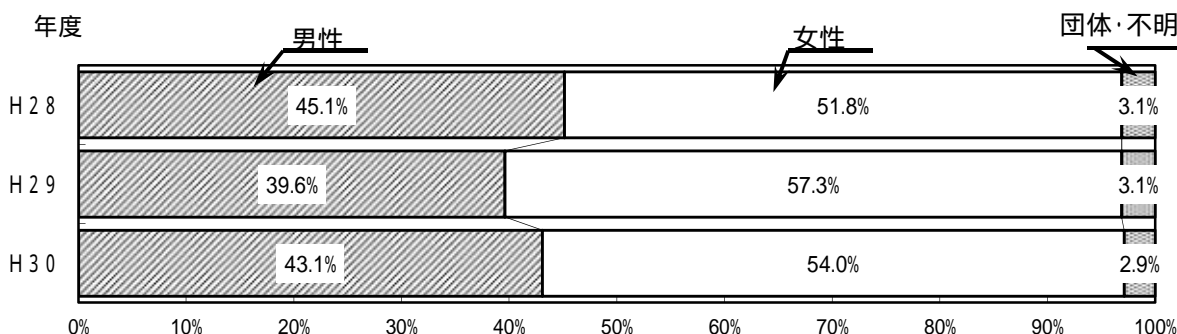
順位	販売手口	H30年度	H29年度	対前年比		H28年度 件数
				増減数	増減率	
1	利殖商法 ¹¹	45	54	-9	-16.7%	27
2	サイドビジネス商法 ¹²	39	61	-22	-36.1%	34
3	無料商法 ¹³	34	46	-12	-26.1%	77
4	次々販売 ¹⁴	26	23	3	13.0%	23
5	点検商法 ¹⁵	20	17	3	17.6%	25
6	展示販売 ¹⁶	11	11	0	0.0%	5
7	開運商法 ¹⁷	11	6	5	83.3%	7
8	当選商法 ¹⁸	7	17	-10	-58.8%	19
9	SF商法 ¹⁹	6	6	0	0.0%	5
10	体験談商法	3	12	-9	-75.0%	9
	合計	202	253			231

(1つの相談に対し複数の販売手口が関係する場合は、その全てを計上。)

5 相談者の属性

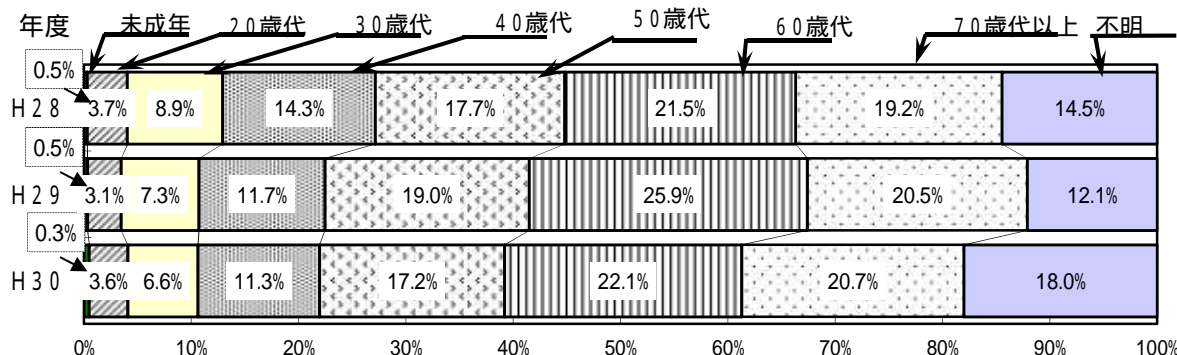
性別等

相談者は、例年、男性より女性が高い傾向にある。平成29年度は、葉書による架空請求に関する相談が女性から多く寄せられたため、その傾向が顕著に現れたが、今回は、例年並みの割合に落ち着いている。



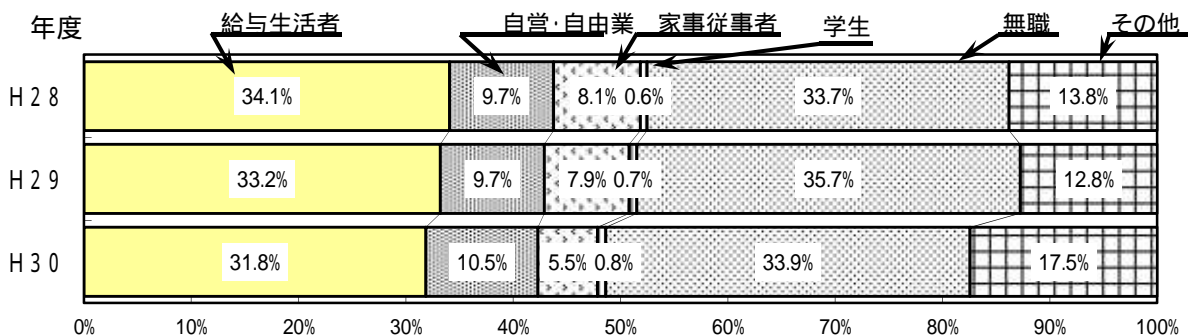
年代別

高齢化の進展等もあって、70歳代以上の相談割合が、年々高くなっている。高齢者からの相談には、葉書等による架空請求の相談などが多く含まれている。



職業別

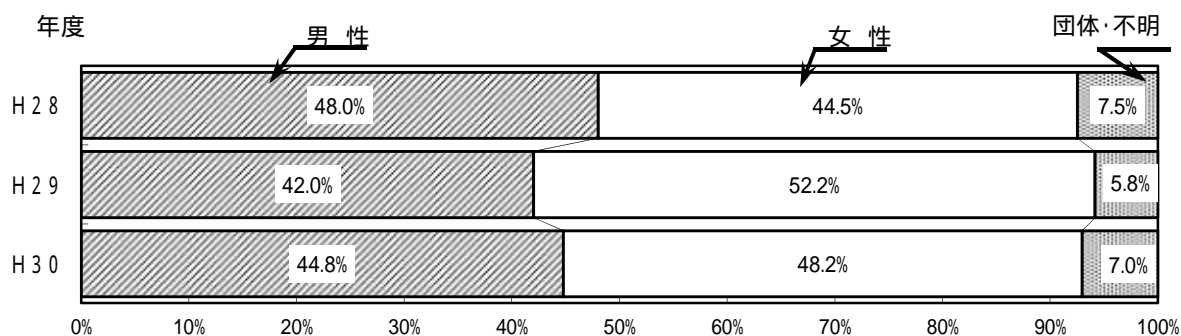
相談者の職業別にみると、年々給与生活者からの相談が減少し、無職等の方からの相談の割合が増えてきている。



6 契約当事者の属性

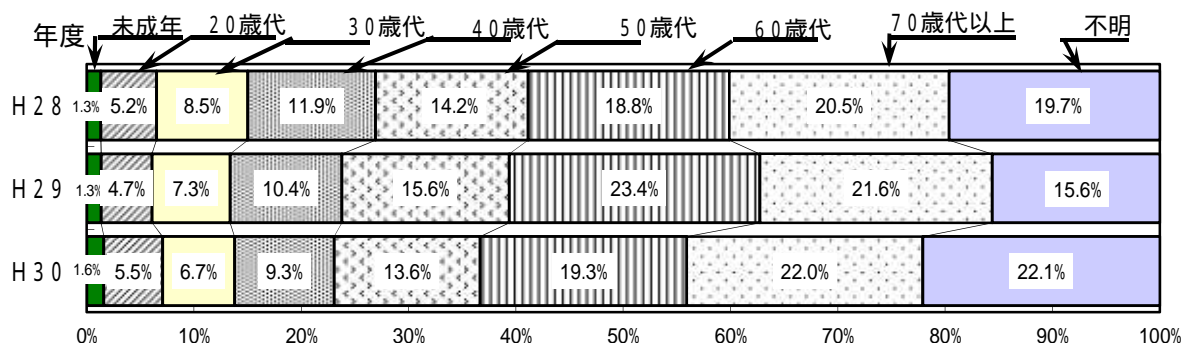
性別等

相談者の男女の割合と同様、女性の方が割合は高い。ただし、女性から寄せられる相談のケースでも、契約者は男性であることも多いため、相談者の男女比と比べると、契約当事者の属性ではより男性の割合が高くなっている。



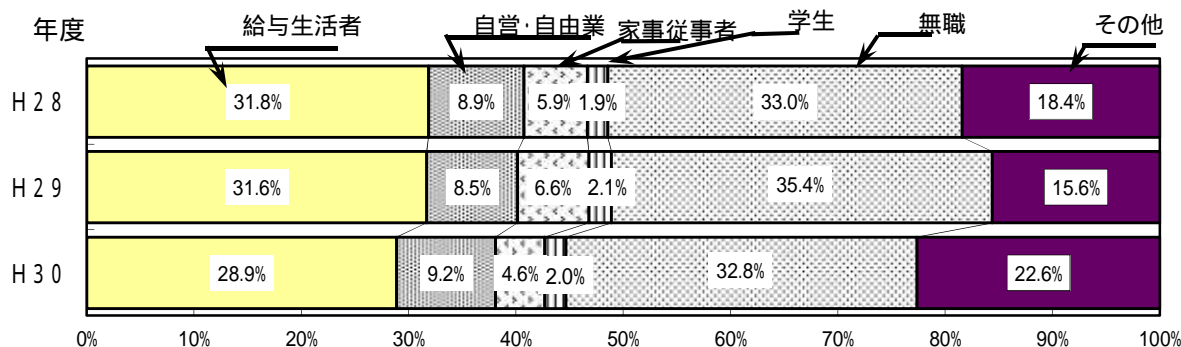
年代別

相談者と同様、高齢者の割合が非常に増えてきている。特に、70歳代以上の方からの相談が増加している。



職業別

相談者の状況と同様、年々給与生活者からの相談が減少し、無職等の方からの相談が多くを占めている。



7 契約当事者の性別・年代別の状況

男性

「放送・コンテンツ等(携帯電話等の架空請求等)」や「融資サービス(多重債務等)」に係る相談が多くなっており、各年代で1位または2位に入っている。
 そのほかの相談では、40歳代を超える世代で、住宅・住宅設備等の工事・補修サービスに関する相談が、上位に入っている。また、さらに上の世代になると、インターネット通信サービスに関する相談が多く見られるようになる。

	総件数 (前年度)	1 位	2 位	3 位	4 位	5 位
未成年	46件 (40)	放送・コンテンツ等(携帯電話等の架空請求) 23件	商品一般 化粧品 音響・映像製品 玩具・遊具			各2件
20歳代	143件 (152)	融資サービス(多重債務等) 28件	放送・コンテンツ等(携帯電話等の架空請求) 16件	商品一般 12件	自動車 11件	不動産賃貸借関係 7件
30歳代	162件 (176)	融資サービス(多重債務等) 23件	放送・コンテンツ等(携帯電話等の架空請求) 20件	不動産賃貸借関係 13件	商品一般 9件	移动通信サービス 8件
40歳代	223件 (289)	放送・コンテンツ等(携帯電話等の架空請求) 31件	融資サービス(多重債務等) 24件	商品一般 16件	相談その他 14件	住宅・住宅設備等の工事・補修サービス 12件
50歳代	312件 (352)	放送・コンテンツ等(携帯電話等の架空請求) 43件	融資サービス(多重債務等) 26件	住宅・住宅設備等の工事・補修サービス 24件	商品一般 23件	インターネット通信サービス 14件
60歳代	415件 (567)	放送・コンテンツ等(携帯電話等の架空請求) 75件	商品一般 31件	インターネット通信サービス 31件	融資サービス(多重債務等) 23件	住宅・住宅設備等の工事・補修サービス 20件
70歳以上	466件 (637)	放送・コンテンツ等(携帯電話等の架空請求) 59件	商品一般 34件	融資サービス(多重債務等) 31件	住宅・住宅設備等の工事・補修サービス 30件	インターネット通信サービス 18件

丸数字は昨年度の順位、 は昨年度順位が6位以下を示す

女性

男性と同様、各世代すべてで「放送・コンテンツ等（携帯電話の架空請求等）」に関する相談が入っている。そのほか、女性の相談では、広い世代でダイエットに係る健康食品や化粧品に関する相談が入っていること、20歳代でエステに係る理美容関係の相談が入っていることなどが特徴的となっている。また、50歳代以上の各年代では、葉書等による架空請求に係る相談が非常に多く寄せられている。

	総件数 (前年度)	1 位	2 位	3 位	4 位	5 位
未 成 年	29件 (41)	健康食品 4件	化粧品 3件	相談その他 3件	商品一般 2件	放送・コンテンツ 等（携帯電話等の架 空請求） 2件
20 歳 代	120件 (131)	放送・コンテンツ 等（携帯電話等の架 空請求） 29件	理美容 13件	不動産賃貸借関係 12件	内職・副業 10件	商品一般 8件
30 歳 代	157件 (259)	放送・コンテンツ 等（携帯電話等の架 空請求） 17件	融資サービス（多 重債務等） 12件	健康食品 10件	不動産賃貸借関係 10件	化粧品 9件
40 歳 代	219件 (329)	放送・コンテンツ 等（携帯電話等の架 空請求） 41件	融資サービス（多 重債務等） 16件	商品一般 14件	健康食品 10件	化粧品 10件
50 歳 代	338件 (583)	放送・コンテンツ 等（携帯電話等の架 空請求） 55件	商品一般 45件	健康食品 28件	化粧品 22件	住宅・住宅設備等 の工事・補修サービ ス 18件
60 歳 代	512件 (830)	商品一般 200件	放送・コンテンツ 等（携帯電話等の架 空請求） 52件	融資サービス（多 重債務等） 21件	化粧品 17件	インターネット通 信サービス 17件
70 歳 以上	586件 (655)	商品一般 132件	健康食品 39件	住宅・住宅設備等 の工事・補修サービ ス 34件	放送・コンテンツ 等（携帯電話等の架 空請求） 26件	役務その他 22件

丸数字は昨年度の順位、 は昨年度順位が6位以下を示す

8 危害・危険に関する相談

区分	H30年度			H29年度	H28年度	
	件数	相談の多い商品・役務(サービス)				
(1) 危害	70件	第1位	化粧品	17件	66件	63件
		第2位	医療	13件		
		第3位	健康食品	10件		
(2) 危険	15件	第1位	調理食品	3件	27件	14件
		第2位	菓子類、理美容器具等	各1件		

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

【危害に関する相談の例】

相談内容	対応概要
化粧品の定期購入を利用しているが、肌に発疹がでたので解約を申し出た。違約金を請求されたが、払わなければならないか。	相談者によると、使用を中止したところ、発疹が治まったとのこと。定期購入の中途解約については、基本的には事業者が定めて明示しているルールに基づくこと、利用者の都合ではなくスキントラブルを生じているなどやむを得ない事情がある場合は、事業者との話し合いにより解決することなどを相談者に助言。相談者の希望に応じてセンターから事業者に相談者の意向を伝え、事業者から今回に限り違約金なしで解約手続きに応じるとの回答を得た。
美顔エステの無料体験に誘われ、その日のうちにエステ年間契約と化粧品セット購入を了承してしまった。支払はクレジットカードで決済。しかし、肌に合わないので解約したい。	エステ契約のクーリング・オフの方法を助言するとともに、化粧品が肌に合わないことを事業者に伝え、返品返金等をお願いして見てはどうかと助言した。
美容外科で手術を受けた後、術後の経過が悪く、痛みが残り、仕上がりにも満足できない。	まずは施術した医療機関に現在の状況を説明し、状態をしっかりと確認することを勧め、併せて医療相談窓口や法律専門家による無料法律相談についても情報提供した。

9 商品テストに関する処理状況

1. 苦情処理テストの事例

苦情処理テスト実施件数

8件

No.	相談内容	テスト内容
1	紳士用コートをクリーニングに出したところ、毛が抜け風合いが変わり、変色もしており、着用できない状態であった。クリーニング店に苦情を申し出たところ、手直しをして送り返してきたが変わりはなかった。弁償して欲しい。	相談者の希望により、センターからクリーニング店に相談概要を伝え、手直しの経緯及び洗濯方法について確認した。クリーニング店はコートをメーカーに送り状態を見てもらったうえで、風合いが違っていたので特殊な機械を使い手直しをした。クリーニング店としてはこれ以上の対応はできないとのこと。センターでは、洗濯の是非の判断はできないが、繊維の状態をマイクロスコブで拡大し写真を撮ることはできる旨を相談者に説明し、相談者の希望により当写真を相談者及びメーカーに送付した。
2	新米を購入して食べたが、パサパサして美味しくない。香りもないし、つやもない。本当に新米かテストして欲しい。また、できれば店舗には返品交換にに応じてほしい。	相談品は、玄米として購入し、一部精米されたもので、平成30年産ヒノヒカリ・二等米との検査証明を受けている商品であった。センターでは、酵素活性・酸化・PHを測定した。センターで入手した新米と比較すると、若干酸化は進んでいたが、酵素活性は高く、収穫されてから日は浅いと考えられた。この結果と相談者の希望を事業者に伝えたところ、事業者からは快く返品交換に応じてほしいとの回答を得た。
3	ホットプレートの電源コードが手で触れないほど熱くなった。メーカーに連絡したところ、「そのようなこともある」と言われ、問題にされなかった。使用を続行しても大丈夫か。	センターでは、相談品の温度調節ダイヤル目盛を140、200、250にそれぞれ設定して加熱を行い、温度計で各ポイントの温度測定を行った。測定ポイントは、ヒーターの中央部、温度調節ダイヤル部、電源コードの中央部、差し込みプラグ部とした。ヒーターの中央部は最高400 弱となり、電源コード中央部は最高33 弱となった。取扱説明書に「電源コードを束ねた状態で利用すると火災の原因になる」旨の記載があるため、念のため電源コードを束ねた状態で温度を測定したところ、53 弱となり長くは触れていないほどだった。相談者には、電源コードを束ねた状態での使用は特に注意が必要である旨を助言した。

技術回答

衣	21
食	31
住	48
その他	78
計	178

技術回答の例

- 1 衣類関係
 - ・シャツの色褪せ
 - ・クリーニングによる衣類の損傷
- 2 食品関係
 - ・缶詰の底のしみ
 - ・水素水の効能
 - ・ウォーターサーバーからの異物
- 3 住居関係
 - ・エコキュートの音
 - ・洗濯機の不具合
 - ・冷蔵庫の冷却機能
 - ・液晶テレビの故障
- 4 その他
 - ・化粧品でかぶれ
 - ・自転車の故障、修理

[参考] 市町村における新規相談受付

市町村名	H30年度 相談件数	のうち面談によるもの		のうち あっせん件数	[参考]平成29年度消費生活相談(市町村受付分)			
		相談件数	のうち 多重債務 相談件数		総数	総数のうち面談によるもの		総数のうち あっせん件 数
						相談件数	多重債務相談	
熊本市	5,102	393	169	249	6,439	519	22	159
八代市	946	353	83	118	1,026	387	78	110
人吉市	623	311	27	26	732	318	16	23
荒尾市	408	207	30	71	435	236	24	85
水俣市	119	70	9	2	161	83	4	7
玉名市	393	153	35	63	454	177	40	58
山鹿市	262	112	11	39	283	111	6	31
菊池市	245	106	13	18	276	80	11	15
宇土市	172	75	10	24	188	95	8	23
上天草市	169	94	6	16	214	99	11	21
宇城市	336	150	27	43	368	175	35	11
阿蘇市	450	287	89	51	422	271	73	35
天草市	650	259	35	76	732	214	56	90
合志市	410	112	15	58	419	107	7	59
美里町	22	15	3	8	8	5	0	0
玉東町	27	20	3	3	19	14	5	4
南関町	15	12	0	9	29	5	0	3
長洲町	43	41	3	5	24	10	0	7
和水町	55	33	2	10	41	23	2	9
大津町	80	28	2	7	69	28	3	4
菊陽町	72	21	0	8	105	31	3	8
南小国町	14	11	3	8	2	1	0	1
小国町	13	10	0	0	14	11	0	2
産山村	0	0	0	0	1	0	0	0
高森町	13	7	0	2	22	10	0	7
西原村	36	10	1	11	22	3	0	1
南阿蘇村	23	11	0	7	24	13	2	7
御船町	104	32	6	11	77	19	3	5
嘉島町	98	33	5	27	71	27	8	14
益城町	119	38	9	24	76	32	24	14
甲佐町	89	25	3	12	72	20	5	3
山都町	89	10	2	18	57	8	6	18
氷川町	39	8	1	7	45	9	2	1
芦北町	9	9	0	1	34	14	0	3
津奈木町	5	4	0	0	1	0	0	0
錦町	108	72	0	0	97	58	0	0
多良木町	85	38	5	50	94	81	4	54
湯前町	4	1	0	1	4	0	0	0
水上村	2	2	0	0	5	3	0	2
相良村	10	10	0	1	18	18	0	1
五木村	2	0	0	0	0	0	0	0
山江村	4	3	0	0	10	4	0	0
球磨村	8	1	0	0	9	2	1	1
あさぎり町	6	3	0	0	10	5	0	0
苓北町	3	3	0	0	14	14	0	1
合計	11,482	3,193	607	1,084	13,223	3,340	459	897

太線は、仮設施設等で消費生活相談を行っている市町

用語解説

	用語	解説
1	放送・コンテンツ等	電話情報提供サービス、インターネット情報サービスなどの電話回線やオンラインネットワーク等を使って情報を得るサービス等をいい、アダルトサイト・出会い系サイト・総合情報サイトなどが大半を占める。ネット通販や携帯電話の通話料、パケット代は含まない。
2	インターネット通信サービス	モバイル向けではないインターネット通信に関連するサービス。 プロバイダの電話勧誘相談やインターネットの接続回線（光ファイバー・ADSL等）の相談などが大半を占める。
3	移动通信サービス	携帯電話等の移动通信及びそれらに関するサービス。
4	通信販売	店舗ではなく、新聞、雑誌、テレビ、インターネット上のホームページ（インターネットオークションを含む）などによる広告や、ダイレクトメール、チラシなどを見た消費者から郵便、電話、ファクシミリ、インターネットなどの通信手段で注文を受け、商品を販売する方法のこと。 （特定商取引に関する法律第2条第2項）
5	訪問販売	販売業者の営業員が一方的に消費者宅を訪問し、訪問先で商品（権利・役務を含む）の販売活動を行う小売形態のこと。キャッチセールス、アポイントメントセールス、SF商法などの営業員の訪問がないものも「訪問販売」としている。 （特定商取引に関する法律第2条第1項第1号、第2号）
6	電話勧誘販売	販売業者が、個人宅や勤務先に一方的に電話をかけ、または特定の方法により消費者に電話をかけさせ、その電話において商品の紹介や勧誘を行うことにより商品を販売する方法のこと。 （特定商取引に関する法律第2条第3項）
7	マルチ商法	販売組織の加入者が消費者に商品などを購入させて、その販売組織に加入させることによりマージンを得る仕組みの商法。これを繰り返すことにより、販売組織がピラミッド式に拡大していく。 （特定商取引に関する法律第33条）
8	訪問購入	営業員が訪問してきて、自宅にある物品（貴金属等）を買い取る形態のこと。 震災後、強引な勧誘方法や買い取り額の妥当性が問題となり、特定商取引に関する法律で規制されることとなった。
9	送り付け商法	ネガティブ・オプションともいう。 注文していないにもかかわらず商品を一方的に送りつけ、受けとった消費者に購入しなければならないものと勘違いさせ、料金を支払わせることを狙った商法。代金引換郵便を悪用したものもある。
10	その他無店舗	店舗ではないところ、または店舗とはいえないような場所（自動販売機、野菜の無人スタンドなど）。また、ホテルや集会場など通常店舗とは考えられない場所で2日以上期間に渡って行われる展示会などで購入した場合。
11	利殖商法	「値上がり確実」「必ず利益が出る」など儲かることを強調して契約させる商法のこと。 特に自宅に多い高齢者をターゲットに、電話勧誘販売や訪問販売で契約させるなど高齢者の貴重な老後の生活資金をねらい打ちにした悪質な手口が増えている。

用語解説

	用語	解説
1 2	サイドビジネス商法	「内職・副業になる」「脱サラできる」などのセールストークで何らかの契約をさせる商法で自分で仕事や作業を行うものに限る。ただし、投資や出資をするものや雇用されるものは含まない。
1 3	無料商法	「無料のお試しサービスです」「今なら無料で体験できる」「無料で点検します」などのセールストークや広告により高額な商品・サービスを売りつける商法のこと。 携帯電話の無料と謳っているサイトに登録したところ、高額な登録料を請求されたといった事例が多い。
1 4	次々販売	一人の消費者に次から次へと契約をさせる販売方法のこと。
1 5	点検商法	「点検に来た」と来訪し、「使用できない」「修理不能」「早めに代えないと危険」など不安をあおって商品やサービスを契約させる商法のこと。 白あり駆除、消火器、ガス漏れ警報機、火災警報機、換気扇などの商品やサービスが多く、いかにも関係機関から来たように見せかけている場合も多い。
1 6	展示販売	展示会や展覧会での販売。 会場の個室などで長い時間、勧誘を行ったり、展示されている物が「特別な物で1つしかない。」と消費者に勘違いをさせ、高価格で契約させるなどを行う商法のこと。
1 7	開運商法	消費者の悩みや不安につけ込み、不安を煽り、その不安を取り除くために高額な商品を勧めたり、「霊を払う必要がある。」と言い、祈とう料を請求する商法のこと。
1 8	当選商法	「当選した」「景品が当たった」「あなただけが選ばれた」など「自分だけ」という優越感をくすぐって消費者に近づき、高額な商品やサービスの契約をさせる商法のこと。 最近では、高齢者をターゲットに、あたかも海外の宝くじに当選したようなダイレクトメールやエアメールを送り、当選金を受け取るための保証金を支払わせる手口や、携帯電話の懸賞サイトを名乗り当選メールを送って保証金を支払わせる手口もある。
1 9	S F 商法	新製品普及商法の略。催眠商法、ハイハイ学校ともいう。 閉め切った会場等で台所用品などの日用品を無料配布もしくは安価で販売し会場の雰囲気盛り上げた後、高額な商品売りつける商法のこと。以前は公民館などを会場とすることが多かったが、最近は民家を（S F 商法の会場にするとは言わずに）借りて会場としている事例も見られる。