資料 1

Ⅰ 消費者行政の近況

1 消費生活相談

「特定商取引法」、「割賦販売法」、「商品先物取引法」等を根拠に、助言や情報提供、あっせんを行っている。

(1) 相談件数

（単位：件）

区分	相談件数等	24年度 4～1月	前年度 同期	相談の主な内容
特殊販売	1.訪問販売	94	130	住宅リフォーム・太陽光発電・布団等の勧誘、貴金属等の訪問購入
	2.キャッチセールス	6	2	ネット会員登録の勧誘
	3.アポイントメント商法	4	1	宝飾品の勧誘
	4.開運（霊感）商法	11	1	高額な祈祷料、家計図の作成勧誘
	5.ＳＦ（催眠）商法	15	7	布団、健康治療器の販売
	通信販売※2 6.インターネット	265	313	アダルト・出会い系など有料サイトの利用料金架空・不当請求、オンラインゲームの高額請求
	通信販売※2 7.テレビショッピング、電話・郵便等	409	277	プロバイダーの変更契約トラブル、賞金の当選をうたう海外ＤＭ
	8.ネガティブ･オプション	27	23	注文していない健康食品・皇室書籍の送りつけ
	9.講座・士商法	11	6	過去の契約が完了していないことを理由にした新規契約の要請
	10.内職	9	5	勧誘内容の相違による解約
	11.マルチ・マルチ的商法	17	28	化粧品・健康食品等の購入、マルチにのめり込む家族や知人の心配
	12.利殖勧誘詐欺等	181	178	未公開株や公社債の勧誘、二次被害の救済を謳った詐欺等
	小計	1,049	971	
その他※3	13.クリーニングトラブル	8	6	色あせ、紛失等のクレーム
	14.多重債務・ヤミ金	101	103	
	15.貸借契約	101	120	賃貸住宅退去時の原状回復を巡るトラブル、敷金返戻の要望など
	16.店舗購入の苦情・トラブル、契約以外の相談	1,294	1,105	理美容・保険・車の契約 家族・近隣問のトラブルや、個人の悩みごとなどの相談
	小計	1,504	1,334	
合計		2,553	2,305	

※1 特殊販売は、主として無店舗販売のことで、店舗に出向くことなく商品等を契約できるもの

※2 通信販売は、契約の申込み等が郵便、電話、ファクシミリ、パソコン等の通信手段を用いる場合で、電話勧誘販売にあたらないもの

※3 その他は、特殊販売以外のもののほか、消費者契約以外の苦情や相談を含む。

(2) 相談の傾向

昨年度同期と比較して 248 件増加した。主な要因としては、注文していない健康食品を注文済みと電話して強引に送りつけるトラブルや、インターネットプロバイダーの変更に関する相談（区分７）、また、市内にある会員制美容室の閉鎖に伴う前払い金返金要望や、個人間の金銭貸借・相続など消費者契約以外の相談（区分 15）が増加している。

(3) 消費者が被害に遭った相談の割合

消費生活相談のうち、相談者が架空請求に騙され金銭を支払ってしまった、投資の二次被害に遭ったなど、実際に被害を受けてしまった件数の割合は、４～１月の累計で 18.3%と、前年度の 18.9%に比べ 0.6%減少している。

(4) あっせん件数

消費者と事業者との交渉が円滑に行われるよう消費生活センターが介在し、助言・援助・調整等を行うもので、４～１月の累計は 71 件、うち成立 65 件、不調６件となっている。

デジタルコンテンツに関する相談が多いが、事業者が調整に応じないなどの理由で不調となるものがある。

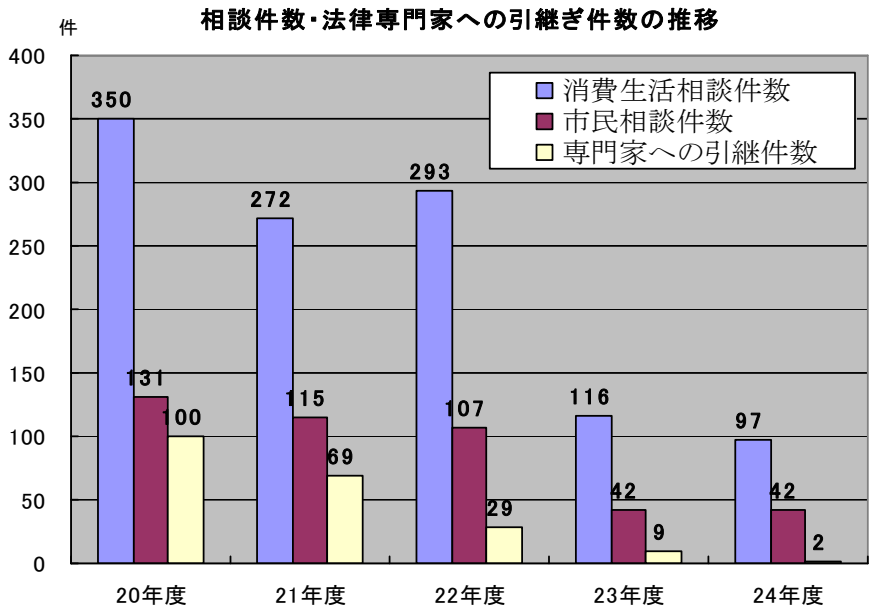
２　多重債務相談

平成 18 年 12 月、多重債務問題の解決と安心して利用できる貸金市場の構築を図るため改正貸金業法が成立し、段階的な施行を経て平成 22 年６月に完全施行された。

その後、自己破産者は 17 万人から 10 万人に、多重債務による自殺者も 1,973 人から 998 人に半減するなど、同改正が多重債務対策として大きな成果を上げている。

本市においても、多重債務相談、市民相談の件数は前年度とほぼ同様であるが、法律専門家への引継ぎ件数は大きく減少している。

一方で、貸金業法改正で商売が成り立たなくなったため、サービサーに債権を譲渡して廃業したり、全国信用情報センター連合会（全情連）を退会してヤミ金化する小規模貸金業者が増え、全情連データに反映されないかたちで融資を受けている債務者が潜在している実情もある。



３　特定商取引法の改正による訪問購入の規制

平成 22 年頃から急増した、いわゆる「貴金属の訪問購入」について、厳しい規制を設ける改正特定商取引法が、平成 24 年８月 22 日に公布され、平成 25 年２月 21 日施行される。

世界的な不況のあおりなのか、金やプラチナの価格が数年前に比べて２倍近くに高騰しており、悪徳業者は、高齢の女性が金や貴金属を大事に保有していることに目を付け、強引な訪問購入で格安で買い叩いて転売し、利ザヤを稼ごうとしているもので、被害者の多くは、女性や高齢者となっている。

国民生活センターによると、平成 21 年度には訪問購入に関する相談件数が 137 件だったのに対し、22 年度には 2,424 件、23 年度には 4,142 件にまで増加している。

改正のポイント

個人宅を訪問して物品の売買契約を行う点で、訪問販売と基本的に差異がないことから、行為規制は訪問販売にならって定められ、クーリング・オフが設けられた。

一方で、訪問購入特有の事情に対応できるよう、訪問購入特有の規定として「不招請勧誘の禁止」盛り込まれた。

不招請勧誘とは、取引を希望しない消費者に対する勧誘のことで、消費者の側が「〇〇を売りたい」などの取引の意思を表示して業者を招請したなら別だが、そうでない勧誘行為が禁止された。なお、「〇〇を売りたい」と業者を招請した場合でも、業者が△△の物品の売買を勧誘し消費者が希望しなかったなら、△△については不招請勧誘に該当する。

さらに、訪問購入特有の規定として、以下２点が定められた。

物品引渡しの拒絶

法定書面を受領した日から８日以内はクーリング・オフ期間として、売主（消費者）は、物品の引渡しを拒絶し、売主の手元に置いておくことが可能だと定められた。

第三者に対する物品の所有権の抗弁

売主（消費者）が購入業者に物品を引き渡し、購入業者が第三者に転売等で引き渡してしまうケースが想定され、その場合、クーリング・オフ期間中であれば、売主は第三者に対して所有権を主張することが可能であると定められた。

規制の対象

原則として、訪問購入によって取引されるすべての物品が対象とされる。

ただし、売り主の利益を損なう恐れがないと認められる物品、流通が著しく害される恐れがあると認められる下記の物品については、政令で規制対象外となる。

対象外商品

・自動車（二輪車のものを除く）

・家庭用電気機械器具（携行が簡易なものを除く）、

・家具

・書籍

・有価証券

・レコードプレーヤー用レコード及び磁気的方法又は工学的方法により音、映像又はプログラムを記録したもの（ＣＤ・ＤＶＤ）

４　消費者啓発（７月以降）

(1) 総合啓発

① 広報ながの（特集）

７月１日号　「ご利用ください！ 困ったときの相談窓口　消費生活センター」

２月１日号　「強引な電話勧誘にご注意を！」

② メディアの活用

広 報 媒 体	放送・掲載	内　　容
ＦＭぜんこうじ「長野市広報ふれあいガイド」	８月 23 日	詐欺的な「サクラサイト」の被害にご注意ください
	１月 18 日	長野市くらしの安心サポーター養成講座の募集
	２月 12 日	強引な電話勧誘について
有線共設協会（年５回）「こちら長野市消費生活センターです」	８月 11 日	詐欺的な「サクラサイト」の被害に遭わないために
	10 月 13 日	ペットの購入をめぐるトラブルについて
	２月９日	マルチ取引の被害に遭わないために
川中島町有線放送（毎月）「防ごう身近な悪質商法」	７月 14 日	インターネットのワンクリック請求
	８月 20 日	架空請求について
	９月 10 日	資格商法の二次被害について
	10 月 15 日	生活知識講座のご案内
	11 月９日	強引な電話勧誘販売について
	12 月 18 日	スマートフォンについて
	１月 12 日	架空請求、ワンクリック請求について
	２月　日	投資の二次被害について
週刊長野「悪徳商法にだまされないぞ」	毎月	毎月の相談事例をもとに、消費者トラブルや悪質商法の手口などをＱ＆Ａで紹介（毎回４件程度掲載）
長野市民新聞「賢い消費生活ガイド」	毎月	相談事例や国内で多発しているトラブル・事故の被害防止と、身近な生活知識を紹介
トイーゴビジョン「長野市からのお知らせ」	毎月	消費生活センターの利用案内や多発しているトラブルの事例などを文字放送で掲出

(2) 出前講座

平成 24 年度４～１月の実績　開催数：17 件　参加者：513 名

消費生活に関する基礎知識（消費者力）のほか、市民の相談役として必要な悪質商法等の情報や対応方法の教示など、トラブル事例の紹介に限らず、幅広い情報を求める要望が増えている。

(3) 生活知識講座

生活設計の樹立、くらしの知識を身につけるために開催する。

日　　時	10 月 31 日（水）　14：00～	１月 30 日（水）　14：00～
場　　所	長野市生涯学習センター	長野市生涯学習センター
テ　ー　マ	相続と遺言	投資信託とは？
講　　師	公証人　川 村 明 夫	一般社団法人 投資信託協会　渡 邉 信 之
参 加 者 数	39 人	46 人

(4) 消費生活講演会（消費者行政活性化事業）

日　　時　　11 月 18 日（日）14：00～
場　　所　　長野市生涯学習センター
テ ― マ　　報道現場から見た消費者問題　～賢い消費者になるために～
講　　師　　ＴＢＳテレビ報道局　解説・専門記者室長　杉 尾 秀 哉
参加者数　　300 人

(5) 地域の多様な主体による消費者問題に関する活動の支援（消費者行政活性化事業）

住民自治協議会・消費者団体など市民主体の講演会を共催

実施主体	古里地区住自協	「悪は進化します、負けるな善良市民」
及　び		落語家　笑福亭 松 枝
講演内容	大豆島地区住自協	「落語を聞いて賢い消費者になりましょう」
		落語家　笑福亭 学 光
	三輪地区住自協	「悪は進化します、負けるな善良市民」
		落語家　笑福亭 松 枝
	篠ノ井地区住自協	「悪質商法とその対策」　落語家　三遊亭 白 鳥
	芋井地区住自協	「悪は進化します、負けるな善良市民」
		落語家　笑福亭 松 枝
	くらしを考える会	「内部被ばくを生き抜く」　映画監督　鎌仲 ひとみ
	市連合婦人会	「後悔しないお葬式の基礎知識」
		葬儀相談員　市川 愛

参加者数　　延 700 人

(6) 長野市くらしの安心サポーター養成講座（消費者行政活性化事業）

行政と消費者を結ぶパイプ役として、長野市消費生活センターが発信する情報を身近な人や地域、団体に伝えたり、トラブルを抱える方へ消費生活センターへの相談を勧めて、消費者被害を未然防止、拡大防止する啓発活動をするとともに、地域の情報やニーズを消費生活センターに情報提供する市民ボランティアを養成するために開催

日　　時　　１月 18 日,25 日,２月１日,８日（各金）13：30～16：30
場　　所　　長野市もんぜんぷら座
テ ― マ　　①　消費者被害の見守りと多重債務問題の解決
　　②　特定商取引法・割賦販売法と悪質商法
　　③　利殖商法関連の悪質商法と消費者契約法を知る
　　④　ケータイ・スマホ等 IT 関連の悪質商法
講　　師　　一般社団法人　消費者力開発協会　理事　広 重 美 希
参 加 者　　26 名（募集 30 名）

(7) その他

長野電鉄長野駅コンコース内に多重債務相談・振り込め詐欺被害防止の電照広告を掲出、ラジオ 20 秒ＣＭの放送（消費者行政活性化事業）のほか、懸垂幕・幟旗の掲出を通じて啓発を行っている。

５　振り込め詐欺の被害防止

平成 24 年中の長野市を所轄する警察署での振り込め詐欺の認知状況は、オレオレ詐欺・架空請求詐欺・融資保証金詐欺の合計が 37 件で 3,315 万円となり、昨年同期と比べ、件数で 49 件、被害額でも 8,869 万円減少した。

しかし、11 月には市内の 60～80 歳代の住宅に、警察官を名乗って個人情報を聞き出そうとする不審電話が連続で 10 数件発生するなど、被害に発展するおそれのものもある。

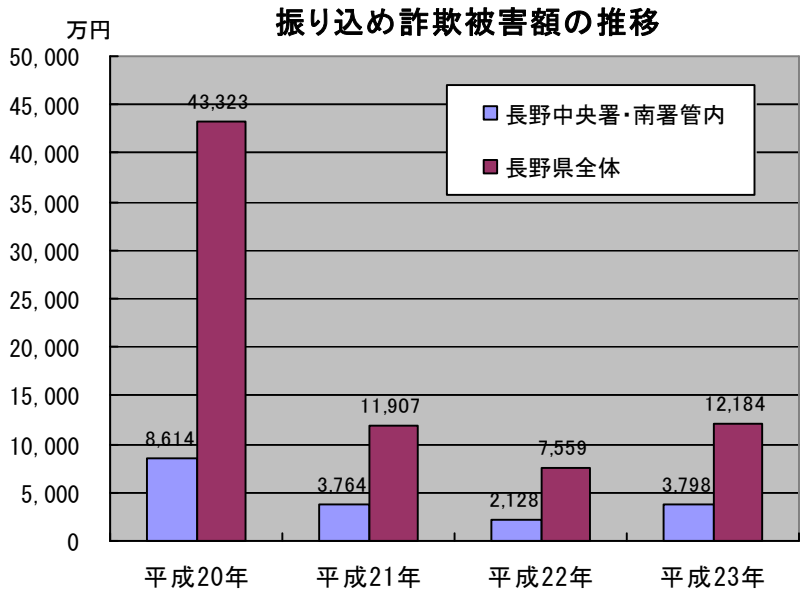
(1) 平成 24 年中の被害認知状況

（長野中央警察署 資料提供　単位：件, 千円）

区分		オレオレ詐欺	架空請求詐欺	融資保証金詐欺	還付金詐欺	合計	前年比較
長野中央警察署	件数	0	0	1	0	1	△ 15
	被害額	0	0	888	0	888	△ 29,651
長野南警察署	件数	0	3	0	0	3	△ 3
	被害額	0	884	0	0	884	△ 6,558
計	件数	0	0	1	0	4	△ 18
	被害額	0	0	888	0	1,772	△ 36,209
長野県全体	件数	9	22	4	2	37	△ 49
	被害額	11,994	18,465	2,059	632	33,150	△ 88,690

(2) 市内で発生した関連事件

９月上旬、市内居住の 30 歳代男性の携帯電話に料金滞納調査会社を騙る会社から「登録した有料サイトの無料期間が終了し、登録状態のまま放置が続いている。このまま放置すれば法的措置を取る。」とのメールが届き、記載の電話番号に連絡したところ「滞納者リストに名前があり裁判になる。和解するため 36 万 8 千円が必要。」などと支払いを要求され、指定された宛名に郵送し、現金を騙し取られる架空請求詐欺被害が発生した。



６　消費者教育推進法の概要

平成 24 年８月 10 日、消費者教育推進法案が成立し、平成 24 年 12 月 13 日に施行された。

この法律の目的は「消費者教育の機会が提供されることが消費者の権利」であることを踏まえ消費者教育の推進が国民の消費生活の安定及び向上に寄与するものとしている。

消費者教育の定義としては、「消費者の自立を支援するために行われる消費生活に関する教育及びこれに準ずる啓発活動」となっており、基本理念では「消費生活に関する知識を修得し、これを適切な行動に結びつけることができる実践的な能力」を育むものとし、「幼年期から高齢期までの各段階に応じて」消費者教育がライフステージごとに体系的に行うように定めている。

更に、消費者教育を行うにあたって、環境教育、食育、国際理解教育など、他の教育施策と連携するよう配慮を行うことも定め、その上で、以下のような責務や努力規定を設けている。

国の責務

消費者教育の推進に関する総合的な施策を策定、実施すること。

地方公共団体の責務

消費生活センター、教育委員会その他の連携の下で、地域の状況に応じた施策を作成し、実施すること。

消費者団体の努力

学校、地域、家庭、職域、その他で行われる消費者教育に協力するよう努める。

事業者および事業者団体の努力

国や地方公共団体の実施する消費者教育の施策に協力し、消費者教育推進のための自主的な活動をするように努める。

さらに、消費者教育推進法の目的や基本理念を実現するために、以下のような基本方針や基本的施策も定められている。

基本方針

政府には消費者教育の推進に関する基本方針を定める義務があり、その基本方針は消費者基本法によって規定される消費者基本計画と調和を保つ必要がある。

学校における消費者教育の推進

国及び地方公共団体には、学校の授業等の教育活動において体系的な消費者教育の機会を確保するための施策を推進する義務が定められている。

そのために、教職員への研修の充実、消費者教育に関する知識、経験等を有する人材の活用の推進も行うこととし、大学においても消費者教育が適切に行われるよう促すものとしている。

地域における消費者教育の推進

国、地方公共団体と国民生活センターは、地域における民生委員、社会福祉主事、介護福祉士、その他高齢者や障害者などの支援を行う者に対し、研修の実施や情報の提供などを行うこととしている。また、社会教育施設などで消費生活センター等の収集した情報の活用による実例を通じた消費者教育を行うこととしている。

事業者および事業者団体による消費者教育

事業者にも、消費者団体との情報交換などの連携を通じ、消費者の消費生活知識の向上を図る取り組みをするよう努力規定を設けている。

また、事業者がその従業員に対して消費者教育を行うことも推奨している。

その他

国・地方公共団体には、消費者教育についての教材を整備したり、消費者教育を行う人材を育成する努力規定を設けている。

消費者庁には、消費者教育推進会議を置く義務を定め、都道府県および市町村については、消費者教育推進地域協議会を組織する努力規定を設けている。

以上のように、国や地方公共団体には消費者教育を推進することを責務とし、学校や地域において消費者教育を充実させる施策を実施することになる。