

事業名	センター運営管理費(消費生活)		
細事業名	消費者教育費	財務コード	545605
担当部課室	県民生活 部 消費生活安全 課 消費生活 担当 (内線)		1558

## 事業の概要

実施期間	始期 S51 年度 ~ 終期 年度
実施主体	県(直営)
事業の目的	だれ(何)を対象に 県民(消費者)
	その対象をどのような状態にして 消費者が適切に商品やサービスを選択するため、また消費者被害に遭わないようにするための知識や情報を得ることができる
結果、何に結びつけるのか	消費者安全の確保
事業の内容 主にH27年度	<p>悪質商法や電話詐欺、子供、高齢者の誤飲等の注意喚起情報など、広く県民に消費生活に関する情報を提供するため、次の消費者教育・啓発に係る事業を県民生活センターで実施している。</p> <p>テレビポット「くらしの情報」(日曜、祝日を除く毎日30秒間のテレビ放送)            放送回数:534回 1局当たり267回            放送時間:YBS(平日18:55~19:00 土 17:25~17:30)、UTY(平日 18:50~18:55 土 18:50~18:55)            消費生活情報誌「かいじ号」            内容:消費者トラブル未然防止のための啓発、消費者講座等、啓発事業の周知            発行部数:17,000部/回 発行回数:3回            配布先:県内全市町村(自治会回覧、公的施設への設置)、消費生活協力員等(見守り活動、啓発活動事業で配付)くらしの豆知識            内容:国民生活センターが発行する契約に関する知識、消費者トラブルに関することなど、くらしに役立つ情報をコンパクトにまとめた小冊子            発行部数:160部            配布先:消費生活相談員(H28年度から「消費生活協力員」へ名称変更)等</p>
根拠法令等	山梨県消費生活条例第28条(啓発活動及び教育の推進等)、消費者基本法第4条、消費者安全法第4条

## 事業の目標、実施状況等(事業実績及び成果の達成状況)

事業の実施状況と 目標の実現度	26年度	27年度		28年度	29年度	事業目標の考え方	
	実績値	目標値	実績値	見込値	目標値		
活動指標	かいじ号発行部数	51000 部	51000部	51000部	51000部	51000部	目標設定の考え方 全市町村の他、消費生活協力員、消費者団体による地域における啓発活動(学校、職場、各種活動団体)での配付を予定数とした。
	活動指標達成率 (実績値/目標値)			100.0 %			データの出典等 予算見積書
成果指標	成果指標達成率 (実績値/目標値)			%			目標設定の考え方 データの出典等
	決算額又は予算額 (千円) うち一財額	8,742	8,742	8,745	8,746	8,746	成果指標によらない成果 テレビポット「くらしの情報」により、ほぼ毎日視聴率の高い時間帯(夕食の前後)に放送され、幅広い層の県民に、迅速・効率的に情報提供、普及啓発を行い、また、生活情報誌「かいじ号」を各市町村に配付し、自治会の回覧等により各世帯に周知されており、消費者被害の拡大防止等に大きく寄与している。 くらしの豆知識は相談業務等にあたる相談員等の資料として情報提供、啓発活動の質の向上に役立っている。
所要時間(直接分)	803 時間		803 時間	803 時間	803 時間		
所要時間(間接分)	0 時間		0 時間	0 時間	0 時間		
所要時間計	803 時間		803 時間	803 時間	803 時間		
人件費コスト単位:千円 (@2,044円×所要時間)	1,641		1,641	1,641	1,641		

## これまでの事業の見直し・改善状況

H25年度:啓発用リーフレット、パンフレット作成については消費者啓発事業費(金融広報中央委員会助成金)へ予算組み替え

活動量と成果の判断(平成27年度の業績評価)

(1) 事業は予定された活動量を上げているか (「活動指標の達成率」等から事業の活動量を判断)		
数値判定	活動量に係る一次評価	活動量に係る一次評価の考え方 数値判定と一次評価が異なる場合等に記載すること
H27年度活動指標の達成率		
b	b	

a: 予定を超えた活動量がある(120%以上) b: 予定どおりの活動量がある(80%以上120%未満) c: 予定したほど活動量がない(40%以上80%未満)  
d: 予定した活動量に著しく足りない(40%未満)

(2) 事業は意図した成果を上げているか (「成果指標の達成率」、「成果指標によらない成果」から事業の成果を判断)		
数値判定	成果に係る一次評価	成果に係る一次評価の考え方 必ず記載すること
H27年度成果指標の達成率		テレビスポット「くらしの情報」により、ほぼ毎日視聴率の高い時間帯(夕食の前後)に放送され、高齢者、主婦、子供など、幅広い層の県民に、迅速・効率的に情報提供、普及啓発を行っている。 また、生活情報誌「かいじ号」を各市町村に配付し、自治会の回覧等で各世帯に周知するとともに、消費生活協力員、消費者団体等の地域における啓発活動で活用し、様々な場で、消費生活に必要な情報が周知されており、多くの消費者が生活情報をテレビ・新聞・回覧板等で入手しているというアンケート結果が得られている。 このように多様な手段で情報提供を行うことにより、消費者被害の拡大防止等に大きく寄与し、意図した成果を上げている。
	b	

a: 意図した成果を十分に上げている(120%以上) b: 意図した成果はほぼ上げている(80%以上120%未満) c: 意図した成果は十分ではないが、対象や方法の改善により成果の向上が見込める(40%以上80%未満) d: 意図した成果が十分でなく、成果を上げる方法も見あたらない(40%未満)

見直しの必要性(平成29年度に向けた改善等の考え方)

一次評価(担当部局評価結果)		
見直しの必要性	説明	以外の判断項目
無	「消費者基本法」及び「山梨県消費生活条例」に基づき、「消費者の利益と擁護」を図るため、消費生活に関する知識の普及及び情報の提供等についてテレビ放送、情報誌の配付を、広く県民に啓発する方法として実施している。(テレビスポット:S51~, かいじ号H9~) 県内の消費者相談の件数はここ数年横ばいとなっているが、相談内容は多岐にわたり、特殊詐欺など新たな消費者被害が後を絶たない状況である。 インターネットの普及により、ホームページへの掲載等による情報提供も可能となっているが、アンケート調査によると高齢者をはじめ幅広い世代において消費者に係る情報をテレビや回覧板などで入手することが多いという結果が得られており、今後も情報発信の手段として必要不可欠である。	

・「以外の判断項目」の欄  
a: 目的の達成 b: 新たな課題への対応 c: 対象の変化 d: ニーズの変化 e: 法律・制度の改正 f: 民間等実施 g: 市町村等へ移管 h: 外部委託  
i: 経費節減 j: 類似事業と統合・連携 k: 所要時間の縮減 l: プロセスの改善 m: その他

二次評価(担当部局再評価結果) 行政評価アドバイザー会議(外部評価)での指摘事項を踏まえた担当部局による再評価		
見直しの必要性	説明	以外の判断項目

・「以外の判断項目」の欄は、上記と同様とする

見直しの方向(平成29年度当初予算等での対応状況)

見直しの方向	具体的な実施計画等 「見直しの必要性」と「見直しの方向」が異なる場合は、その理由も記載すること
予算要求時に記入 予算編成後に修正等	

・見直しの方向は、「廃止」「一部廃止(施設については「譲渡」)」「終期設定」「休止」「他事業と統合」「縮小」「拡大」「実施方法等の変更」「改善済み」の中から選択し、見直しの必要性を踏まえ、具体的な実施計画等を分かりやすく記載すること  
・見直しがない場合は「現行どおり」と記載し、必要に応じてその理由を記載すること

# 自主点検シート(事業の内容及び所要時間)に関する附属資料

様式2

所属名:消費生活安全課

細事業名:消費者教育費

調査番号:2

事業の内容を細分化した業務名	具体的な業務プロセス(手順)	業務の時期(フロー)	H27 所要 時間 (h)	H28 所要 時間 (h)A	H29 所要 時間 (h)B	縮減等 B-A	具体的な業務の 見直しの内容	見直しに至った理由等 (又は見直しなしの理由等)	
1	テレビスポット「くらしの情報」(平日夕方30秒のテレビ放送)	委託契約作成・契約締結	4月	16	16	16	0	なし	委託契約に係る実務であり、適正な時間で処理しているため。
		放送資料収集	毎月	192	192	192	0	なし	
		放送原稿案作成	毎月	192	192	192	0	なし	
		放送原稿依頼・校正	毎月	96	96	96	0	なし	
		次年度計画作成	9・10月	40	40	40	0	なし	
(小計)			536	536	536	0			
2	消費生活情報「かいじ号」(年3回発行)	企画案の作成	4・7・10月	48	48	48	0	なし	レイアウト編集・配布等、業務プロセスにおいて可能な限り外部委託としており効率化が図られているため。
		関係機関原稿依頼	4・7・10月	96	96	96	0	なし	
		原稿作成	4・7・10月	72	72	72	0	なし	
		レイアウト編集(外部委託)	4・7・10月	0	0	0	0	なし	
		校正	4・7・10月	48	48	48	0	なし	
		印刷(外部委託)	4・7・10月	0	0	0	0	なし	
		配付(外部委託)	4・7・10月	0	0	0	0	なし	
(小計)			264	264	264	0			
3	くらしの豆知識配付	発注	8月	1	1	1	0	なし	発注・校正は完成品への「名入れ」のみであり、プロセス削減等の余地無し
		校正	9月	1	1	1	0	なし	
		配付	10月	1	1	1	0	なし	
							0		
							0		
(小計)			3	3	3	0			
所要時間(計)			803	803	803	0			

(留意事項)

- 1 事業を細分化した業務名は、事務事業を構成する業務ごとに細分化し、その業務名を記載すること。
- 2 具体的な業務プロセス(手順)は、できる限り多くのプロセスを記載すること。
- 3 業務の時期は、業務のフローがわかるように具体的な業務プロセスごとに記載すること。(毎月、四半期ごとの業務等は、その1サイクルの期間を記載すること。)
- 4 各年度の所要時間(計)は、事務事業自主点検シートの「事業の目標、実施状況等」の「所要時間計」と一致すること。
- 5 具体的な業務の見直しの内容は、わかりやすく簡潔に記載すること。(県民から見て分かりやすい表現とすること。)なお、見直しがない場合は、「なし」と記載すること。
- 6 見直しに至った理由または見直しなしの理由は、詳細に記載すること。(具体的な業務プロセスごと、または細分化した業務ごとに記載すること。)
- 7 適宜、業務内容に合わせ、行を加除して記載すること。(複数ページ可)

# 消費者基本法

(目的)

**第一条** この法律は、消費者と事業者との間の情報の質及び量並びに交渉力等の格差にかんがみ、消費者の利益の擁護及び増進に関し、消費者の権利の尊重及びその自立の支援その他の基本理念を定め、国、地方公共団体及び事業者の責務等を明らかにするとともに、その施策の基本となる事項を定めることにより、消費者の利益の擁護及び増進に関する総合的な施策の推進を図り、もつて国民の消費生活の安定及び向上を確保することを目的とする。

(基本理念)

**第二条** 消費者の利益の擁護及び増進に関する総合的な施策(以下「消費者政策」という。)の推進は、国民の消費生活における基本的な需要が満たされ、その健全な生活環境が確保される中で、消費者の安全が確保され、商品及び役務について消費者の自主的かつ合理的な選択の機会が確保され、消費者に対し必要な情報及び教育の機会が提供され、消費者の意見が消費者政策に反映され、並びに消費者に被害が生じた場合には適切かつ迅速に救済されることが消費者の権利であることを尊重するとともに、消費者が自らの利益の擁護及び増進のため自主的かつ合理的に行動することができるよう消費者の自立を支援することを基本として行われなければならない。

(国の責務)

**第三条** 国は、経済社会の発展に即応して、前条の消費者の権利の尊重及びその自立の支援その他の基本理念にのっとり、消費者政策を推進する責務を有する。

(地方公共団体の責務)

**第四条** 地方公共団体は、第二条の消費者の権利の尊重及びその自立の支援その他の基本理念にのっとり、国の施策に準じて施策を講ずるとともに、当該地域の社会的、経済的状況に応じた消費者政策を推進する責務を有する。

# 消費者安全法

(目的)

**第一条** この法律は、消費者の消費生活における被害を防止し、その安全を確保するため、内閣総理大臣による基本方針の策定について定めるとともに、都道府県及び市町村による消費生活相談等の事務の実施及び消費生活センターの設置、消費者事故等に関する情報の集約等、消費者安全調査委員会による消費者事故等の調査等の実施、消費者被害の発生又は拡大の防止のための措置その他の措置を講ずることにより、関係法律による措置と相まって、消費者が安心して安全で豊かな消費生活を営むことができる社会の実現に寄与することを目的とする。

(定義)

## 第二条

3 この法律において「消費者安全の確保」とは、消費者の消費生活における被害を防止し、その安全を確保することをいう。

(国及び地方公共団体の責務)

**第四条** 国及び地方公共団体は、前条に定める基本理念（以下この条において「基本理念」という。）にのっとり、消費者安全の確保に関する施策を総合的に策定し、及び実施する責務を有する。

6 国及び地方公共団体は、消費者教育を推進し、及び広報活動その他の活動を行うことを通じて、消費者安全の確保に関し、国民の理解を深め、かつ、その協力を得るよう努めなければならない。

# 山梨県消費生活条例

(啓発活動及び教育の推進)

第二十八条 知事は、消費者の自立を支援するため、消費生活に関する知識の普及及び情報の提供等消費者に対する啓発活動を推進するとともに、消費者が生涯にわたって消費生活について学習する機会があまねく求められている状況にかんがみ、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場を通じて消費生活に関する教育を充実させるよう必要な施策を講ずるものとする。

件名	平成27年度 県民生活センターの相談状況について	県民生活センター
----	--------------------------	----------

## 1 県民生活センターの概要

設置目的 県行政及び県民生活の相談窓口として、相談への迅速かつ的確な対応を図るとともに、消費者の自立を支援し、もって開かれた県政の推進並びに県民生活の安定及び向上に資することを目的としている。

相談体制 県民生活相談9名 : 行政、法律、交通事故、内職、土地・住宅、労働  
(うち地方相談室1名)  
消費生活相談10名  
(うち地方相談室2名)

## 2 相談件数の概要

### (1)平成27年度相談件数(図表1参照)

平成27年度の相談総件数は7,080件で、平成26年度の7,068件と比べて12件増加した。(0.2%)

相談内容別では、県民生活相談2,662件(37.6%)、消費生活相談4,418件(62.4%)であった。

平成27年度相談件数 図表1 単位:件

		件数		前年度比 (%)
		27年度	26年度	
県民生活相談	行政苦情	2	4	50.0
	行政相談	21	9	233.3
	法律相談	1,605	1,569	102.3
	交通事故相談	137	118	116.1
	内職相談	549	546	100.5
	土地・住宅相談	227	254	89.4
	労働相談	121	140	86.4
	小計	2,662	2,640	100.8
消費生活相談	店舗購入	1,113	1,174	94.8
	訪問販売	288	326	88.3
	通信販売	1,571	1,438	109.2
	マルチ・マルチまがい販売	48	35	137.1
	電話勧誘販売	392	490	80.0
	ネガティブオプション 1	22	24	91.7
	訪問購入 2	40	46	87.0
	無店舗販売 3	20	18	111.1
	その他・不明 4	924	877	105.4
	小計	4,418	4,428	99.8
総計	7,080	7,068	100.2	

1 ネガティブオプションとは、注文していないのに、業者が勝手に商品を送りつけて代金を請求するもの。

2 訪問購入は、貴金属などの強引な買い取りなど。

3 無店舗販売とは、露店、屋台、移動販売など店舗を持たずに消費者と取引するもの。

4 その他・不明は、いずれの販売購入形態にも属さないものや販売形態がわからないもの。

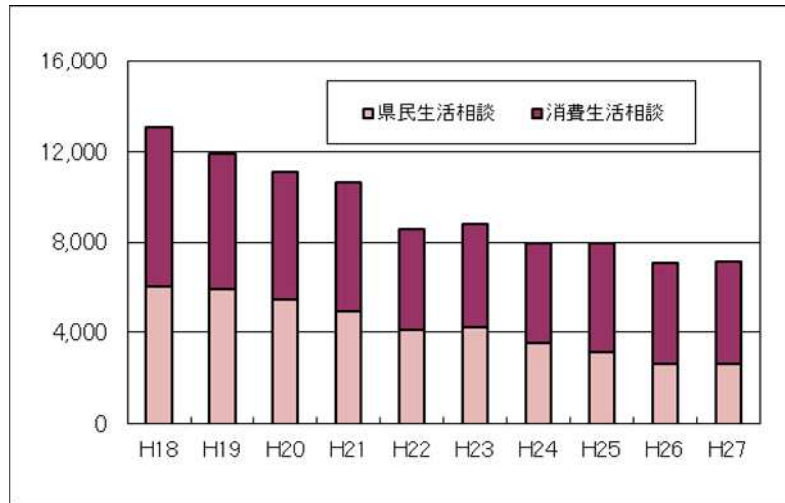
(2) 相談件数の推移

過去10年間の相談件数の推移をみると、相談総件数は、平成18年度を最高値として、以後年々減少傾向にあるが、平成27年度は7,080件と前年度と比べ12件(0.2%)増加した。

県民生活相談は、平成18年度から年々減少傾向にあったが、平成27年度は前年度と比べて22件(0.8%)増加した。

消費生活相談は、平成18年度以降の10年間では減少してきており、平成27年度についても前年より10件(0.2%)減少しているものの、架空請求・不当請求は、平成26年度以降増加傾向にあり、平成27年度においては、前年度と比べて115件(14.5%)増加した。

相談件数の推移 図表2 単位：件



年度	H18	H19	H20	H21	H22
県民生活相談	6,023	5,903	5,478	4,926	4,084
消費生活相談	7,063	6,017	5,640	5,760	4,514
内 架空請求等	2,808	2,101	1,414	1,308	697
合計	13,086	11,920	11,118	10,686	8,598

年度	H23	H24	H25	H26	H27
県民生活相談	4,207	3,554	3,119	2,640	2,662
消費生活相談	4,572	4,411	4,821	4,428	4,418
内 架空請求等	814	727	712	793	908
合計	8,779	7,965	7,940	7,068	7,080

### 3 県民生活相談の内訳（図表3参照）

平成26年度と比較して、法律相談のうち「相続」の相談が増加し、「金銭貸借」の相談が減少するなどしている。

労働相談は、昨年度増加した「労働条件」の相談が再び減少している。

土地・住宅相談は、「境界紛争」や「所有権」の相談が減少している。

相談内容別相談件数

図表3 単位：件

		27年度	26年度	前年度比（％）	
行政苦情		2	4	50.0	
行政相談		21	9	233.3	
法律相談	家族	539	561	96.1	
	相続	449	381	117.8	
	金銭貸借	244	269	90.7	
	損害賠償	70	88	79.5	
	地域（相隣）	99	76	130.3	
	その他	204	194	105.2	
	小計	1,605	1,569	102.3	
交通事故相談 （重複あり）	賠償額の算定	57	52	109.6	
	示談の仕方	36	32	112.5	
	自賠償保険請求	37	31	119.4	
	任意保険	49	55	89.1	
	後遺障害	8	21	38.1	
	過失の程度	37	38	97.4	
	債務不履行	4	9	44.4	
	その他	44	45	97.8	
小計	137	118	116.1		
内職相談	求職	384	397	96.7	
	求人	165	149	110.7	
	小計	549	546	100.5	
土地・住宅相談	土地	土地の貸借	33	31	106.5
		境界紛争	6	21	28.6
		所有権等	12	27	44.4
		農地法ほか	2	11	18.2
		その他	29	28	103.6
	住宅	住宅等の貸借	119	105	113.3
		住宅建設紛争	4	4	100.0
		住宅一般	10	0	-
		建築基準法ほか	0	1	0.0
		その他	12	26	46.2
小計	227	254	89.4		
労働相談	労働条件	75	95	78.9	
	雇用	2	3	66.7	
	その他	44	42	104.8	
	小計	121	140	86.4	
合 計		2,662	2,640	100.8	



## 4 消費生活相談の内訳

### (1) 項目別相談件数の上位 ( 図表 4 参照 )

「放送・コンテンツ等」が 1,054 件で最も多く、全体の 23.8% であった。そのうち 880 件 (83.5%) が、架空請求や不当請求に関する相談である。

平成 26 年度と比較して、大きく増加している相談は、「放送・コンテンツ等」、「インターネット通信サービス」である。

平成 26 年度と比較して、大きく減少している相談は、「商品一般」、「戸建住宅」である。

相談件数 4,418 件 (H26 年度 4,428 件)

図表 4 単位：件  
( 上段 H27 年度 下段 H26 年度 )

順位	項目	件数	割合 (%)	主な内容
1 (1)	放送・コンテンツ等 <sup>2</sup>	1054 (886)	23.9 (20.0)	携帯・パソコンなどのワンクリック詐欺、情報通信料の架空・不当請求など
2 (6)	インターネット通信サービス	242 (161)	5.5 (3.6)	光回線やプロバイダなどの解約・不当な勧誘など
3 (2)	商品一般	220 (310)	5.0 (7.0)	架空請求で商品の特定ができないもの、目的の分からない不審な電話など
4 (3)	相談その他 <sup>3</sup>	206 (235)	4.7 (5.3)	日常生活に関すること、個人間の貸借など
5 (4)	役務その他	170 (170)	3.8 (3.8)	探偵業者、結婚相手紹介サービスの解約、個人情報削除の持ちかけなど
6 (8)	融資サービス	162 (139)	3.7 (3.1)	ヤミ金、多重債務、連帯保証人、自己破産、消費者金融の過払い金など
7 (7)	自動車	136 (143)	3.1 (3.2)	売買 ( 新車・中古車 ) ・整備・修理・下取り、ネット販売など
7 (9)	集合住宅	136 (126)	3.1 (2.8)	賃貸住宅の原状回復費用・敷金の返還等、マンションの契約など
9 (11)	健康食品	123 (76)	2.8 (1.7)	契約した覚えのない健康食品の送りつけ、定期購入の解約など
10 (5)	戸建住宅	113 (168)	2.6 (3.8)	売買 ( 新築・中古 ) 、住宅リフォーム、外壁塗装工事など

1 項目は、国民生活センターの全国消費生活情報ネットワーク・システムの分類による。

2 放送・コンテンツ等は、放送関連やデジタルコンテンツ ( アダルト情報サイト、出会い系サイトなど ) などに関するもの。

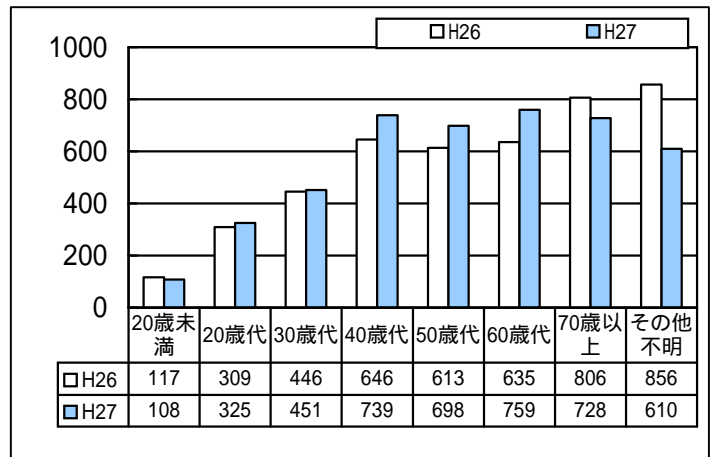
3 相談その他は、消費者問題以外のもの。

(2) 契約当事者の年代

契約当事者の年代は、60歳代（17.2%）が最も多く、次いで40歳代、70歳以上の順となっている。

60歳以上は、全体の33.7%を占め、前年度32.5%に比べ若干増加しており、依然として高い傾向にあることがうかがえる。

図表5 単位：人



(3) 契約当事者年代別相談件数の上位

全ての年代において、放送・コンテンツ等の相談が最も多い。

30歳代から60歳代は、共通してインターネット通信サービスの相談が多い。

60歳代以上では、商品一般の相談が多い。

図表6 ( )内は相談件数

年代	1位	2位	3位
20歳未満	放送・コンテンツ等 (70)	自動車 (4)	健康食品 (4)
20歳代	放送・コンテンツ等 (89)	理美容 (18)	自動車 (16)
30歳代	放送・コンテンツ等 (146)	インターネット通信サービス (25)	自動車 (23)
40歳代	放送・コンテンツ等 (242)	インターネット通信サービス (53)	融資サービス (35)
50歳代	放送・コンテンツ等 (206)	インターネット通信サービス (43)	融資サービス (31)
60歳代	放送・コンテンツ等 (187)	インターネット通信サービス (51)	商品一般 (41)
70歳以上	放送・コンテンツ等 (66)	商品一般 (66)	健康食品 (66)

(4) 契約購入金額

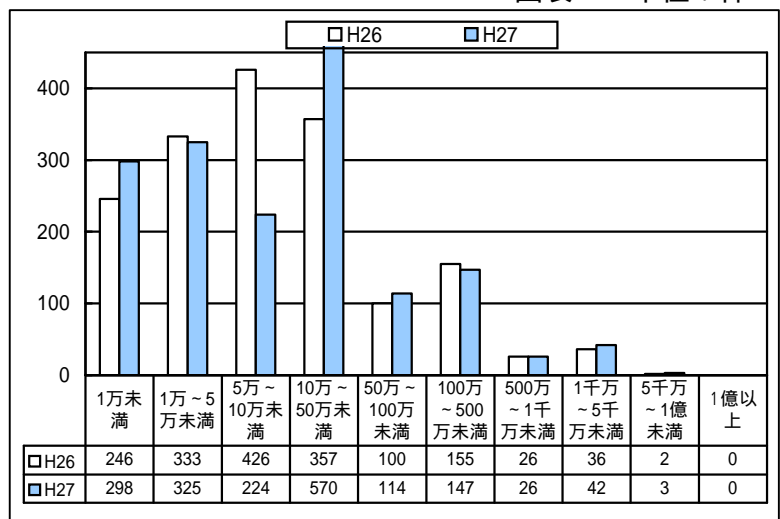
契約・購入金額平均は、約100万円となっている。

(H26 89万円)

契約購入金額では、10万円以上50万円未満（32.6%）が最も多くなっている。次いで1万円以上5万円未満、1万円未満となっている。

(\* 契約購入金額が把握できていないものは全体の39.6%)

図表7 単位：件



(5)消費生活相談における相談の対応状況

平成27年度の相談件数4,418件の対応状況は、助言が2,693件、その他情報提供が1,021件、あっせんが134件、他機関への紹介等が570件である。

県民生活センターは、山梨県県民生活センター設置条例第3条第6項に基づき、必要に応じあっせんを行うが、あっせんを行った134件の内、125件が解決した。  
(解決率93.3%)

あっせんが不調に終わった9件については、双方の主張に歩み寄りがない、事業者があっせんに応じない、などの原因がある。

注)「あっせん」とは、相談者と事業者との交渉が円滑に行われるように、県民生活センターが介入することをいう。

5 啓発・情報提供〔 〕内はH26年度

(1)啓発活動

131回 (参加者: 9,901人) [120回 (参加者: 9,239人)]

消費者啓発のための出前講座(地域消費者教室/高齢者教室/若者教室)  
(テーマ例)

- ・悪質商法の手口と対処法
  - ・高齢者等に多いトラブル、高齢者等の見守り
  - ・家庭内事故防止・製品事故防止
  - ・スマートフォンやインターネットのトラブル など
- 消費生活相談員研修会  
教職員研修

この他、「関東甲信越ブロック悪質商法被害防止共同キャンペーン(9月、1月)」「消費者月間キャンペーン(5月)」を実施

(2)情報提供

消費生活情報誌「かいじ号」の発行・・・年4回 [年4回]  
テレビスポット「くらしの情報」の放映・・・YBS、UTY各267回  
[YBS、UTY各267回]

別紙参考資料

- 1 最近の消費生活相談にみられる主な悪質商法等の内容
- 2 消費生活相談の例

<問い合わせ先>  
県民生活センター  
相談・啓発スタッフ  
電話 055-223-1571

## 1 最近の消費生活相談にみられる主な問題商法の特徴

### (1) 架空・不当請求の割合が高い

年代を問わず、スマートフォンやパソコンでのワンクリック請求や、ショートメール等による身に覚えのない代金の請求に関する相談が依然として高い水準を推移している。平成23年度からは徐々に減少しつつあったが、平成26年度以降は再び増加に転じ、平成27年度は908件となった。

(参考) 架空・不当請求の状況

図表 8

単位：件

年度	H23	H24	H25	H26	H27
総相談件数	4,572	4,411	4,821	4,428	4,418
内 架空請求等	814	727	712	793	908
割合(%)	17.8	16.5	14.8	17.9	20.6

### (2) 高齢者が契約当事者

申し込んだ覚えのない商品を一方的に送りつけて料金を請求する「送りつけ商法」による被害や、名義貸しなどを持ちかけ、最終的にお金をだまし取る「劇場型詐欺」と思われる問い合わせが高齢者を中心に発生している。

(参考) 契約当事者が60歳以上の相談状況

相談状況

図表 9

	H23	H24	H25	H26	H27
総相談件数	4,572件	4,411件	4,821件	4,428件	4,418件
60歳以上の相談件数	1,379件	1,396件	1,672件	1,441件	1,487件
60歳以上が占める割合	30.2%	31.6%	34.7%	32.5%	33.7%
平均契約金額	1,644千円	1,528千円	1,023千円	892千円	997千円
60歳以上の平均契約金額	2,929千円	2,486千円	1,476千円	1,309千円	1,195千円

相談件数の上位

図表 10

(上段 H27 年度 下段 H26 年度 単位：件)

順位	項目	件数	全体	割合(%)	主な内容
1 (1)	放送・コンテンツ等	253 (161)	1054 (886)	24.0 (18.2)	携帯・パソコンなどのワンクリック詐欺、情報通信料の架空・不当請求など
2 (2)	商品一般	107 (158)	220 (310)	48.6 (51.0)	架空請求で商品の特定ができないもの、目的の分からない不審な電話など
3 (6)	インターネット通信サービス	78 (48)	242 (161)	32.2 (29.8)	光回線やプロバイダなどの解約・不当な勧誘など
4 (8)	健康食品	77 (37)	123 (76)	62.6 (48.7)	身に覚えのない健康食品の送りつけ、定期購入の解除など
5 (3)	相談その他	70 (82)	206 (235)	34.0 (34.9)	日常生活に関すること、個人間の貸借など
6 (5)	役務その他	66 (60)	170 (170)	38.8 (35.3)	探偵業者との解約、個人情報削除の持ちかけなど
7 (4)	戸建住宅	50 (70)	113 (168)	44.2 (41.7)	売買(新築・中古)、住宅リフォーム、外壁塗装工事など
8 (11)	融資サービス	41 (32)	162 (139)	25.3 (23.0)	ヤミ金、多重債務、連帯保証人、自己破産、消費者金融の過払い金など
9 (22)	生命保険	30 (17)	38 (42)	78.9 (40.5)	生命保険の解約、返金の手続き、給付内容など
10 (9)	ファンド型投資商品	28 (36)	35 (50)	80.0 (72.0)	商品ファンド等運用者への出資により利益を得るもの

## 2 消費生活相談の例

### 「放送・コンテンツ等」に関する相談

スマートフォンに「有料サイトの未納料金がある」とショートメールが届いた。心当たりがないので、記載の電話番号に電話したところ「本日の5時までにコンビニエンスストアでプリペイドカードを購入し、記載されている番号を教えるように。」と言われた。

### 「インターネット通信サービス」に関する相談

プロバイダの料金が今より安くなると電話勧誘があり、説明を信じて契約をしたが、あとでよく調べたところ安くないことが分かった。解約したい。

### 「商品一般」に関する相談

消費生活センターを名乗る者から「何箇所かであなたの個人情報が出ています」と電話があったので、削除を依頼したところ、「1箇所だけは代理人を立てないと削除できない。」と言われた。

### 「健康食品」に関する相談

初回500円のサプリメントを定期購入でないことを確認して申し込んだのに定期購入になっていた。納得できない。

### 「SNSの副業サイト」に関する相談

SNSの副業サイトに「手の空いたときに相手にメールを送るだけで報酬がもらえる」とあったので登録料を払い登録したが、その後もシステム改修料など様々な名目でお金を請求される。

# 「消費生活に関する県政モニターアンケート調査」結果

## I 調査の目的

県民の消費生活に係る意識や実態を把握し、施策の効果を検証するとともに、県民ニーズや地域の実情に応じて、今後の施策をさらに効果的なものとするため、アンケート調査を実施しました。

## II 調査項目

- |                    |                  |
|--------------------|------------------|
| 1 あなた自身のことについて     | 2 消費者問題への関心について  |
| 3 消費者問題関連の情報入手について | 4 消費者問題を学ぶ機会について |
| 5 消費者トラブルについて      | 6 行政相談窓口について     |
| 7 食の安全・安心について      |                  |

## III 調査方法

実施時期：平成27年7月

調査対象：県政モニター

調査方法：郵送またはインターネット

対象数：399名（郵送328名、インターネット71名）

回答数：340名（郵送295名、インターネット45名）

回答率：85.2%（郵送89.9%、インターネット63.4%）

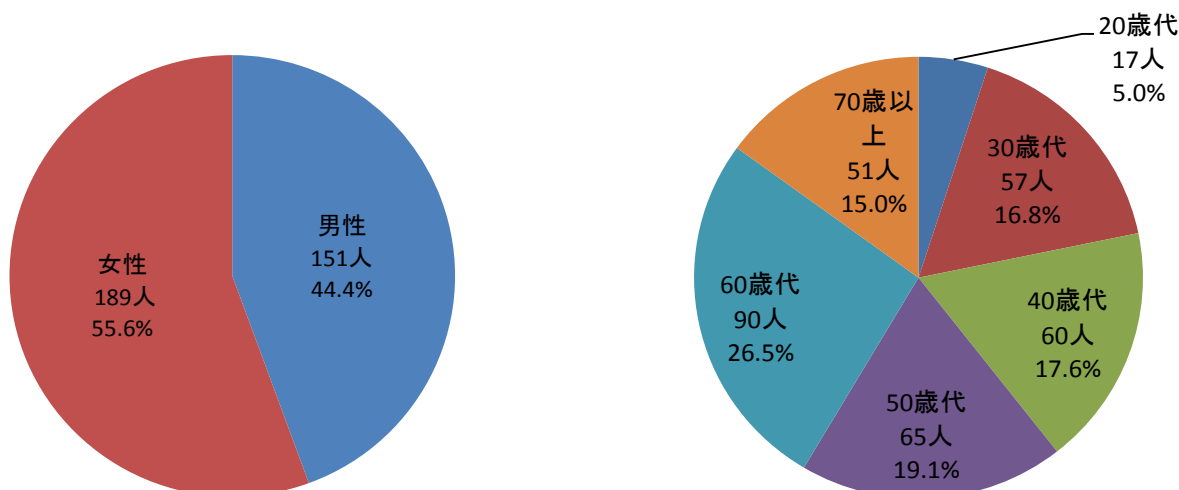
※回答結果は、百分率(%)で算出し、小数第2位を四捨五入しているため、回答比率の合計が100%にならない場合があります。

※無回答者の数は、回答比率から除きます。

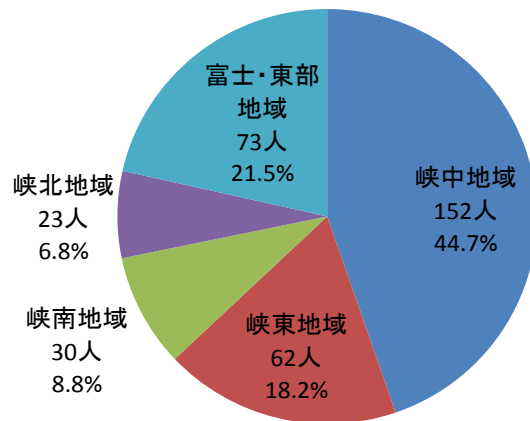
### (1) あなた自身のことについて

【問1】あなたの性別を教えてください。

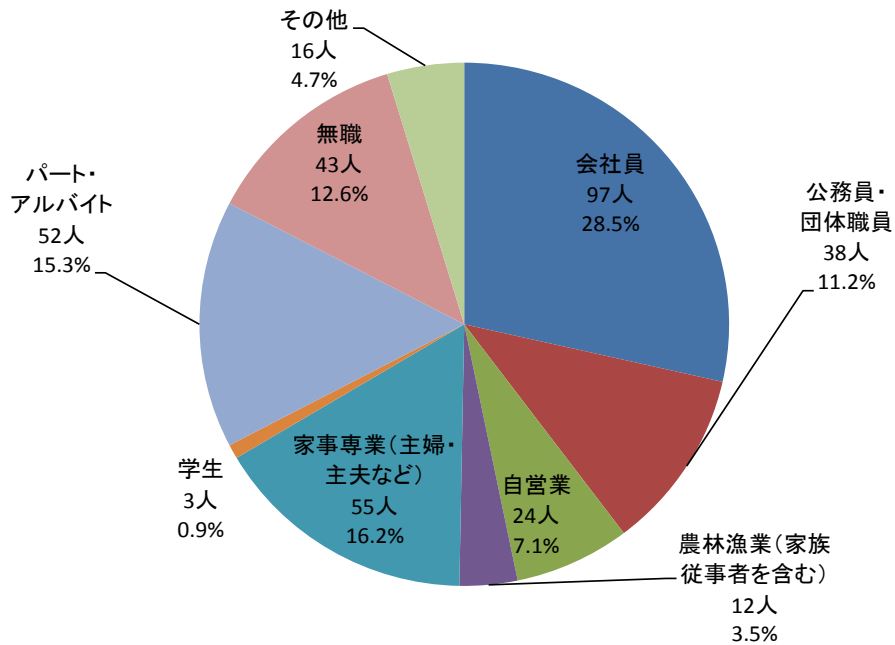
【問2】あなたの年齢を教えてください。



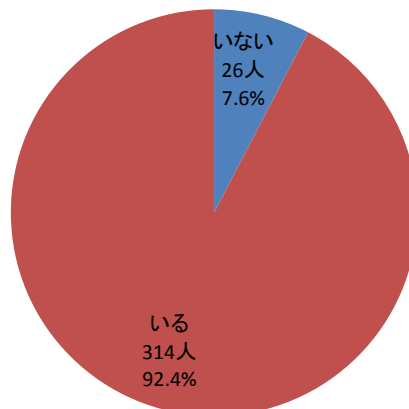
【問3】住んでいる地域を教えてください。



【問4】あなたの職業を教えてください。



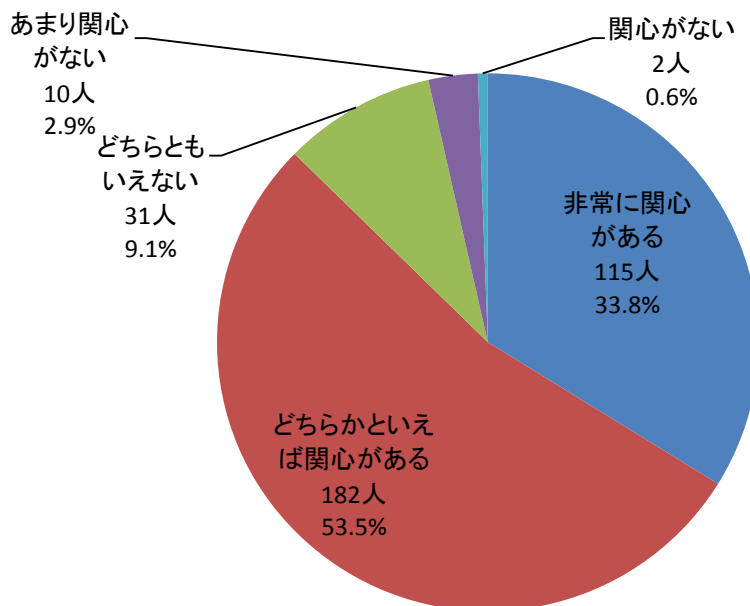
【問5】同居している家族はいますか。



## (2) 消費者問題への関心について

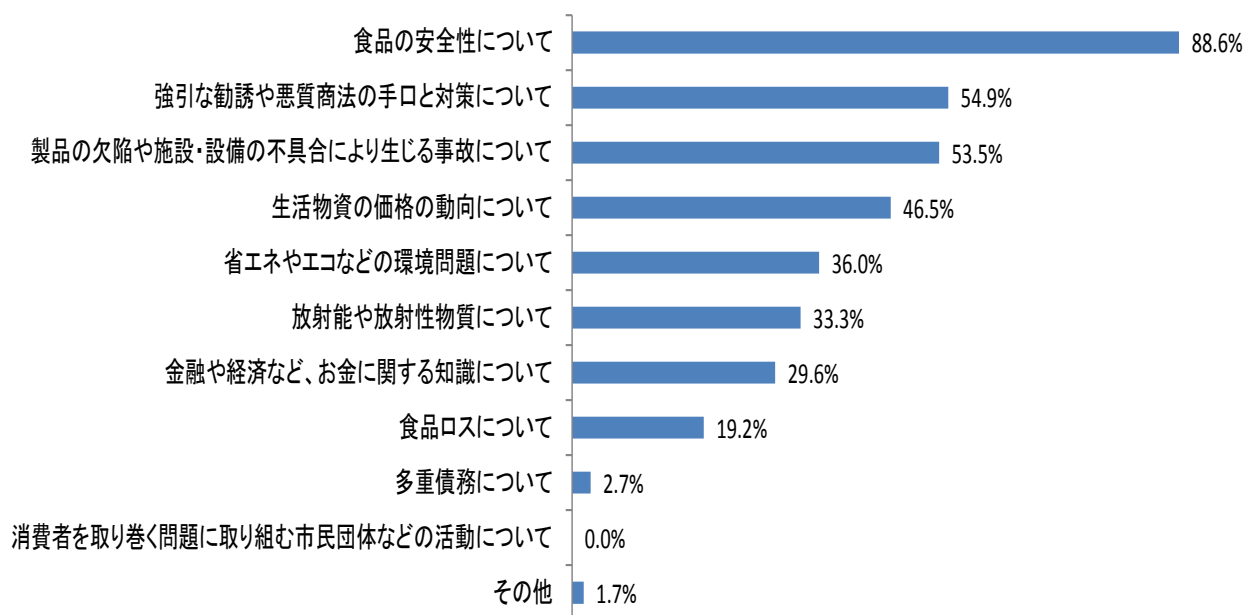
【問6】消費者問題（悪質商法・製品事故・食品偽装など）について関心がありますか。

「非常に関心がある」、「どちらかといえば関心がある」と答えた人は全体の87.3%。  
「あまり関心がない」、「関心がない」と答えた人は全体の3.5%。



【問7】次のうち関心のあるものはどれですか。（複数回答可）

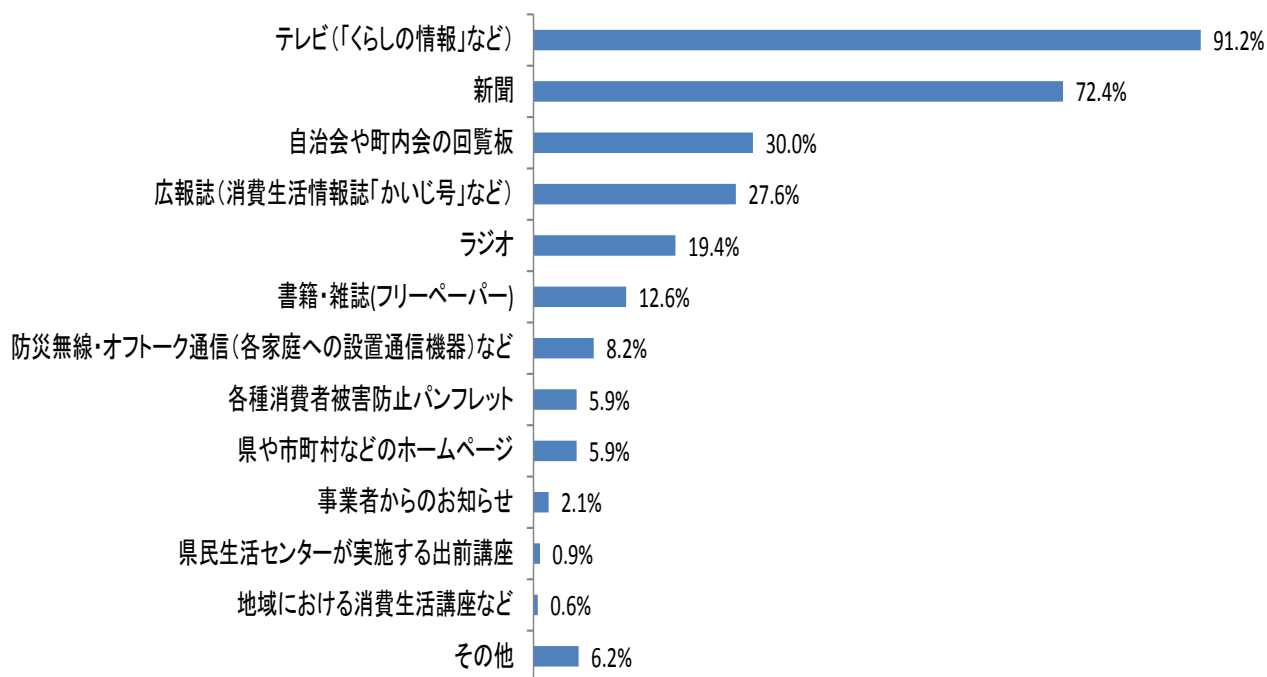
問6で「非常に関心がある」、「どちらかといえば関心がある」と答えた人に聞きました。（回答者297名／対象者297名）



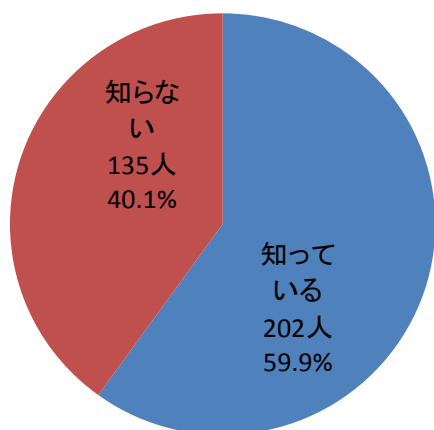


### (3) 消費者問題関連の情報入手について

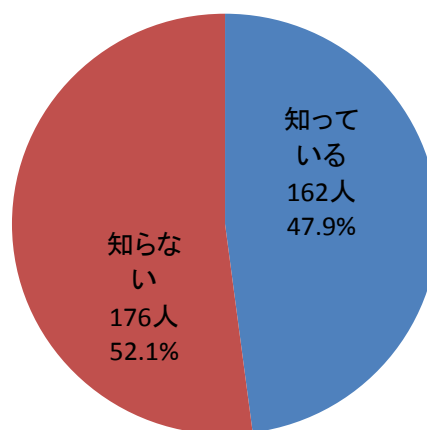
【問8】あなたは、消費者問題に関する情報をどんな媒体から入手していますか。  
(複数回答可)



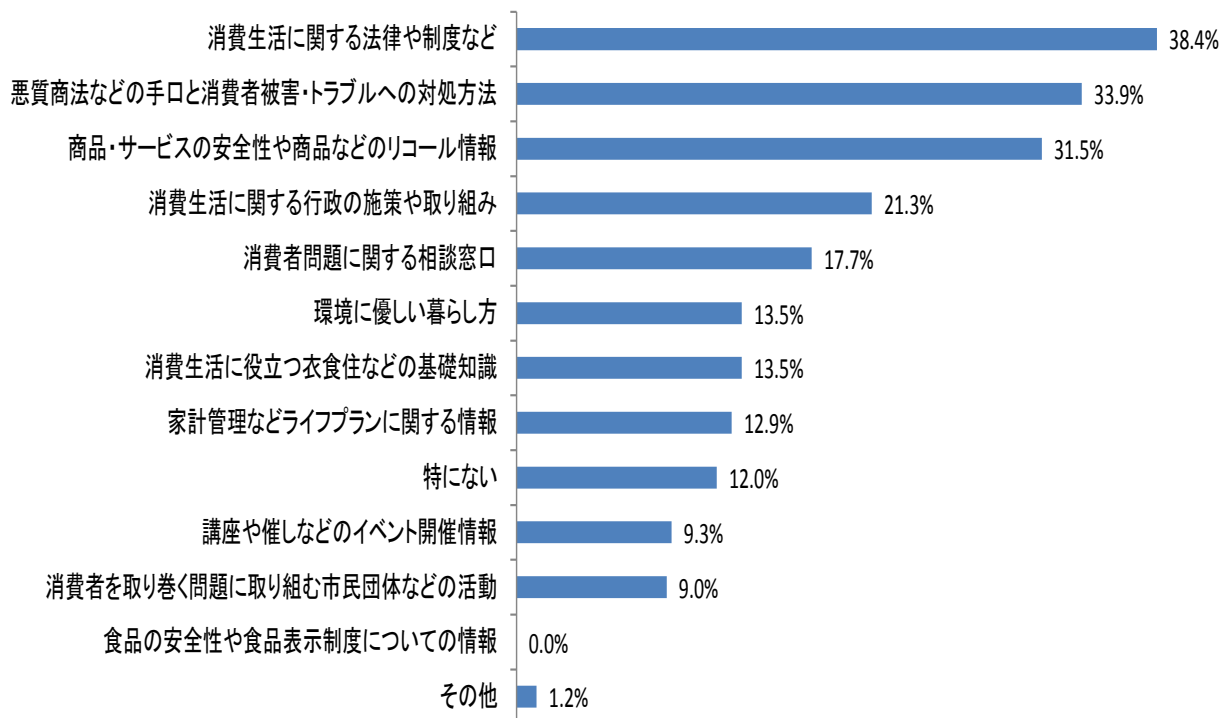
【問9】あなたは、消費生活情報を広報するテレビスポット放送「くらしの情報」をご存じですか。



【問10】あなたは、県が発行する消費生活情報誌「かいじ号」をご存じですか。

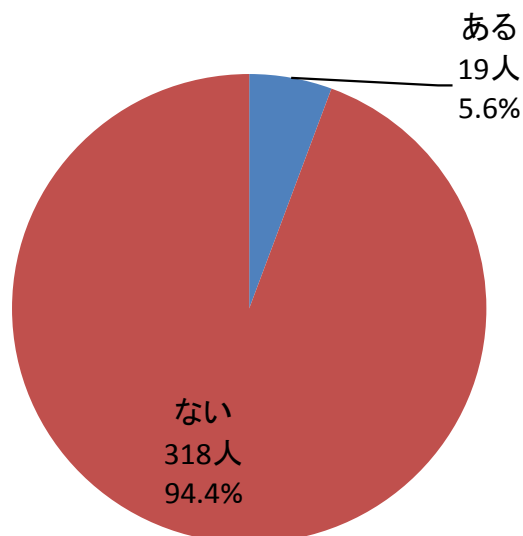


【問11】あなたにとって、消費生活に関する情報として特に不足していると思われるものはどれですか。（複数回答可）



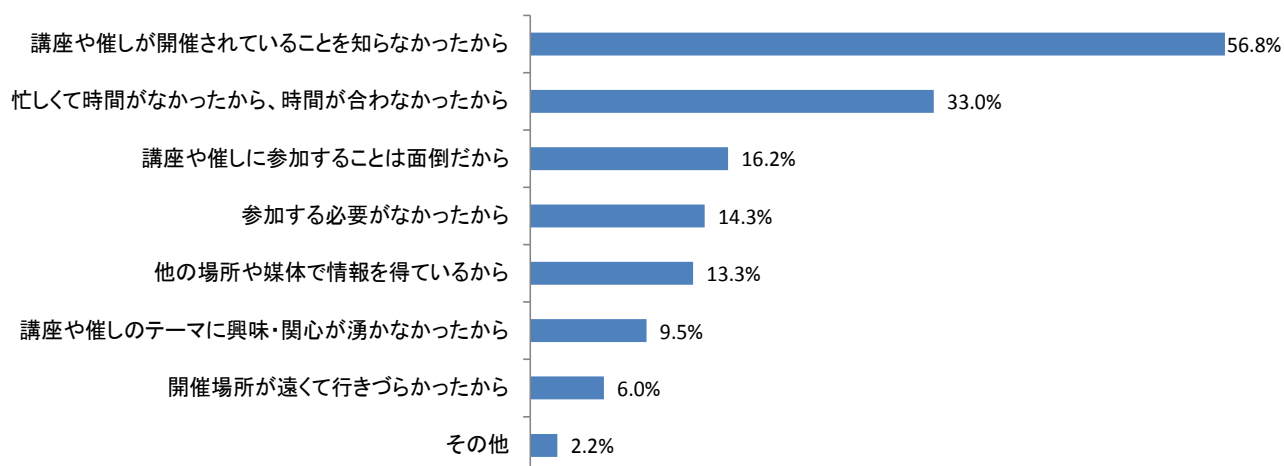
#### （４）消費者問題を学ぶ機会について

【問12】悪質商法・製品事故・食品偽装などの消費生活に関わる講座や催しに参加したことがありますか。

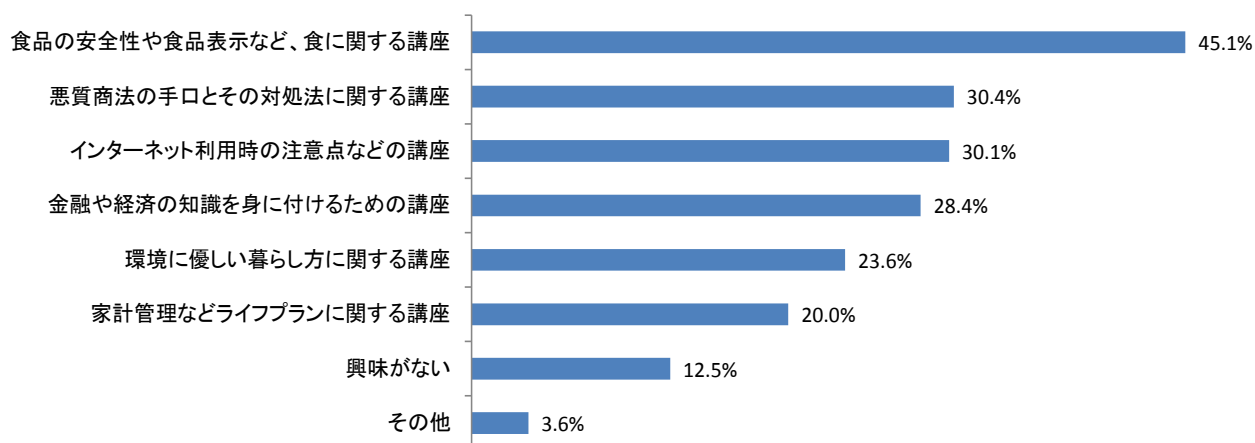


【問13】 参加したことがないのはなぜですか。（複数回答可）

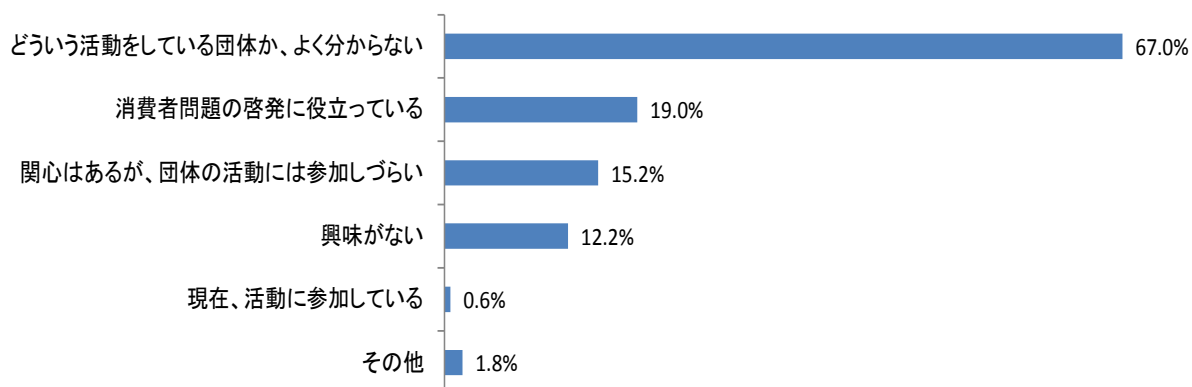
問12で「ない」と答えた人に聞きました。（回答者315名／対象者318名）



【問14】 消費生活のどのような講座に参加したいと思いますか。（複数回答可）



【問15】 あなたは、いわゆる「消費者団体」についてどう思いますか。（複数回答可）

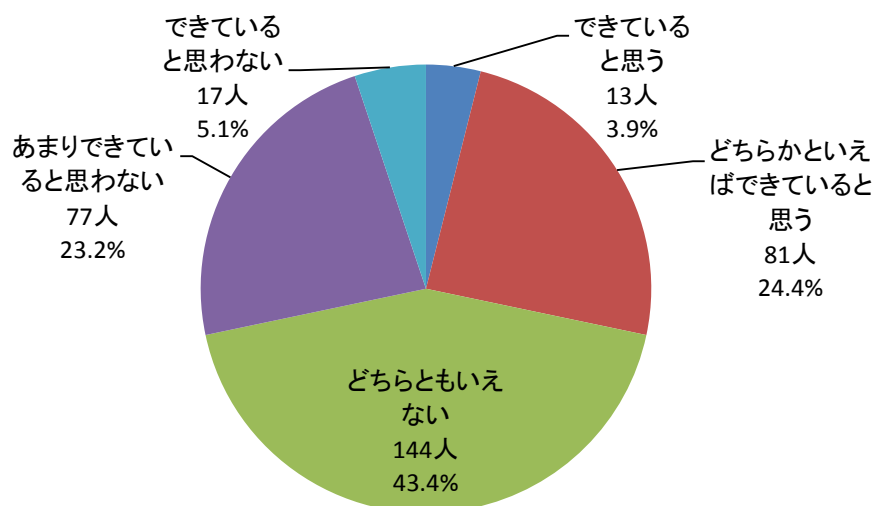


(5) 消費者トラブルについて

【問16】あなたは、商品やサービスについて被害を受けた場合に、社会的なシステムとして被害者救済の仕組みができていますか。

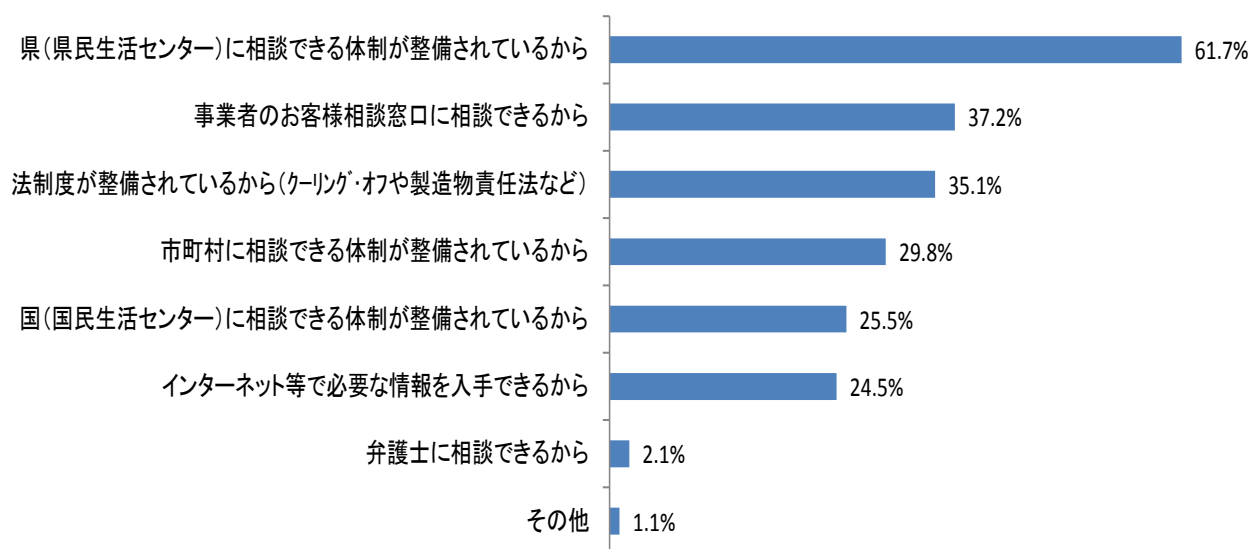
「できていると思う」、「どちらかといえばできていると思う」と答えた人は全体の28.3%。

「できていると思わない」、「あまりできていると思わない」と答えた人は全体の28.3%。

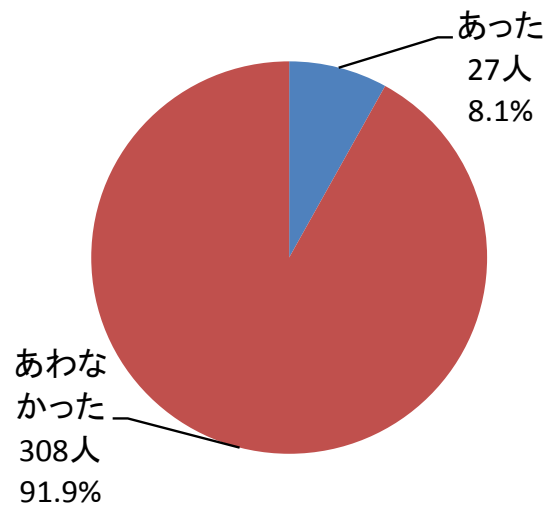


【問17】それはどのような理由からですか。（複数回答可）

問16で「できていると思う」、「どちらかといえばできていると思う」と答えた人に聞きました。（回答者94名／対象者94名）

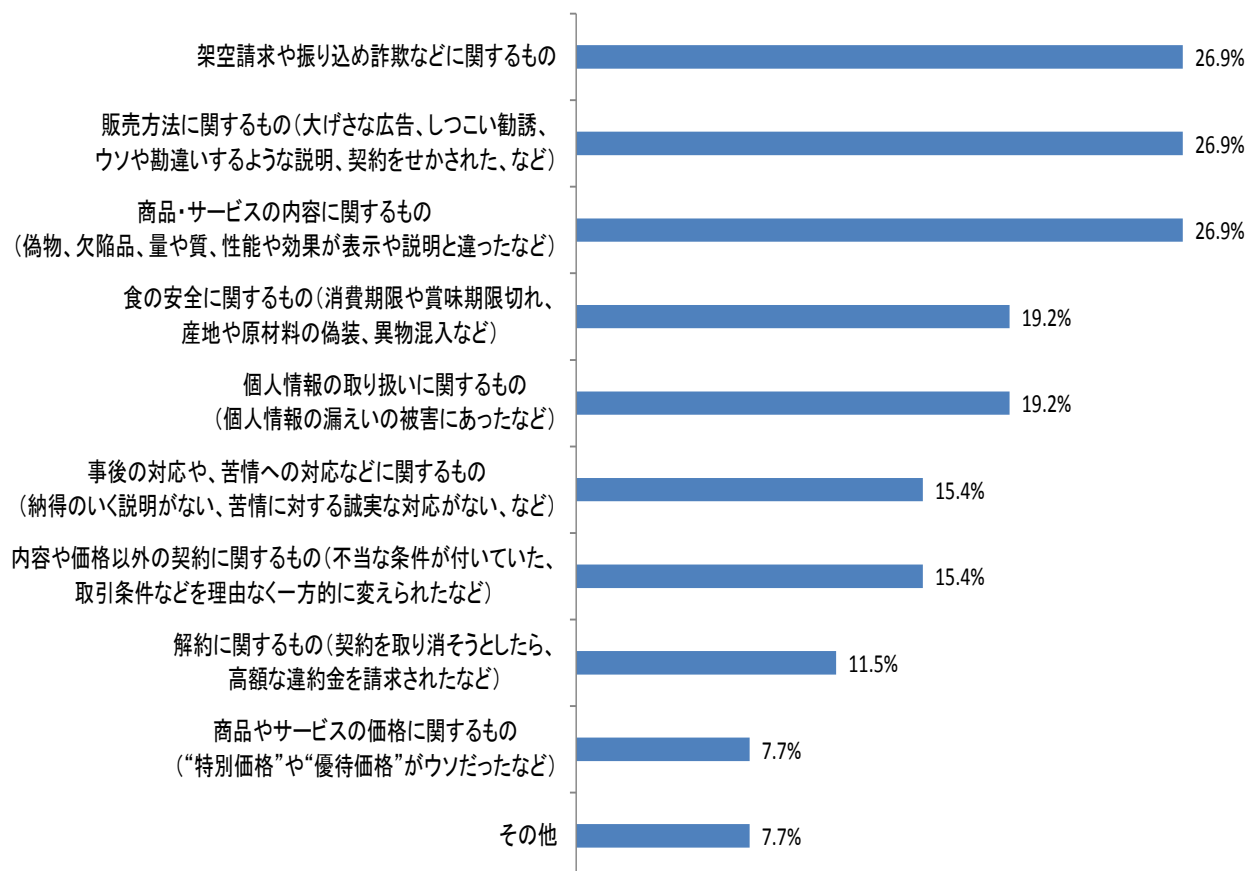


【問18】 過去1～2年に、あなたやご家族が消費生活上のトラブルにあったことがありますか。



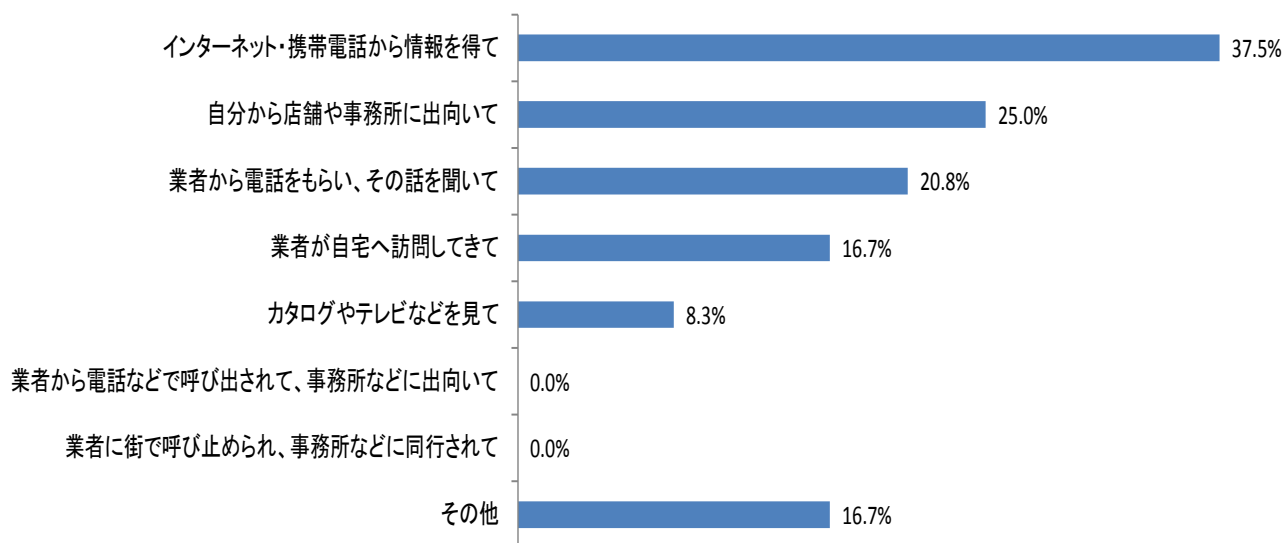
【問19】 それほどどのようなトラブルでしたか。（複数回答可）

問18で「あった」と答えた人に聞きました。（回答者26名／対象者27名）



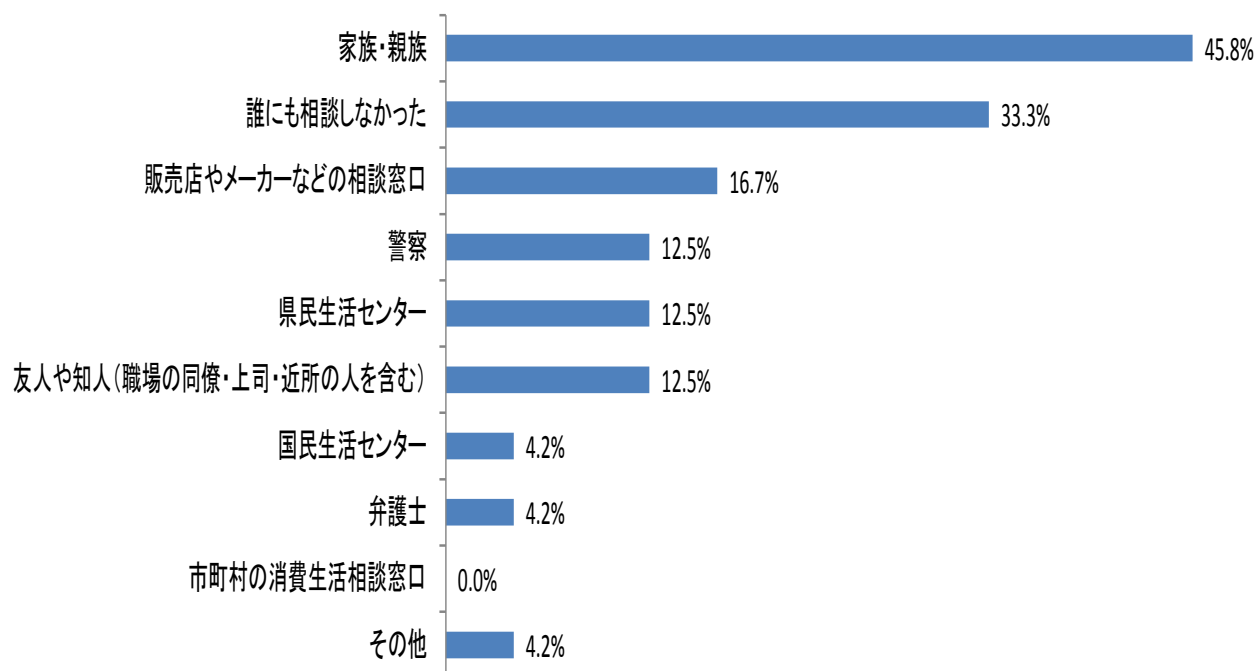
【問20】トラブルにあった契約のきっかけは何でしたか。（複数回答可）

問18で「あった」と答えた人に聞きました。（回答者25名／対象者27名）

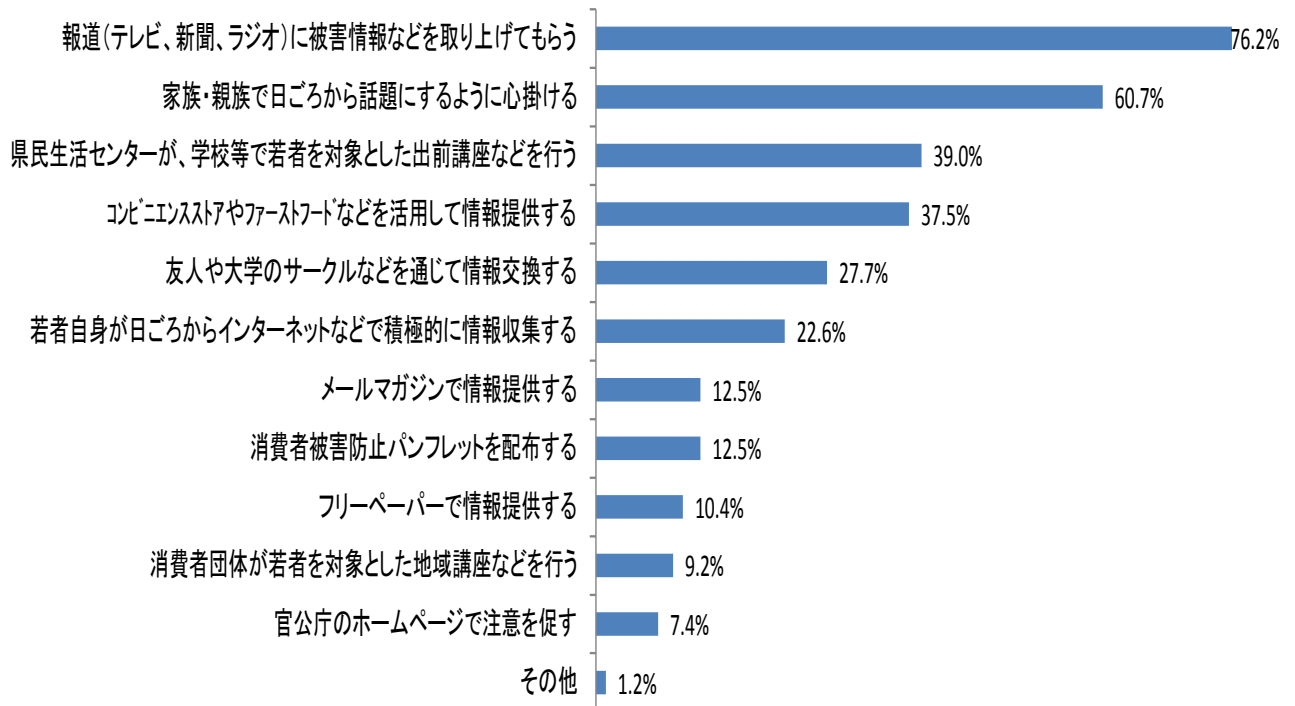


【問21】トラブルにあった際、どこに（誰に）相談しましたか。（複数回答可）

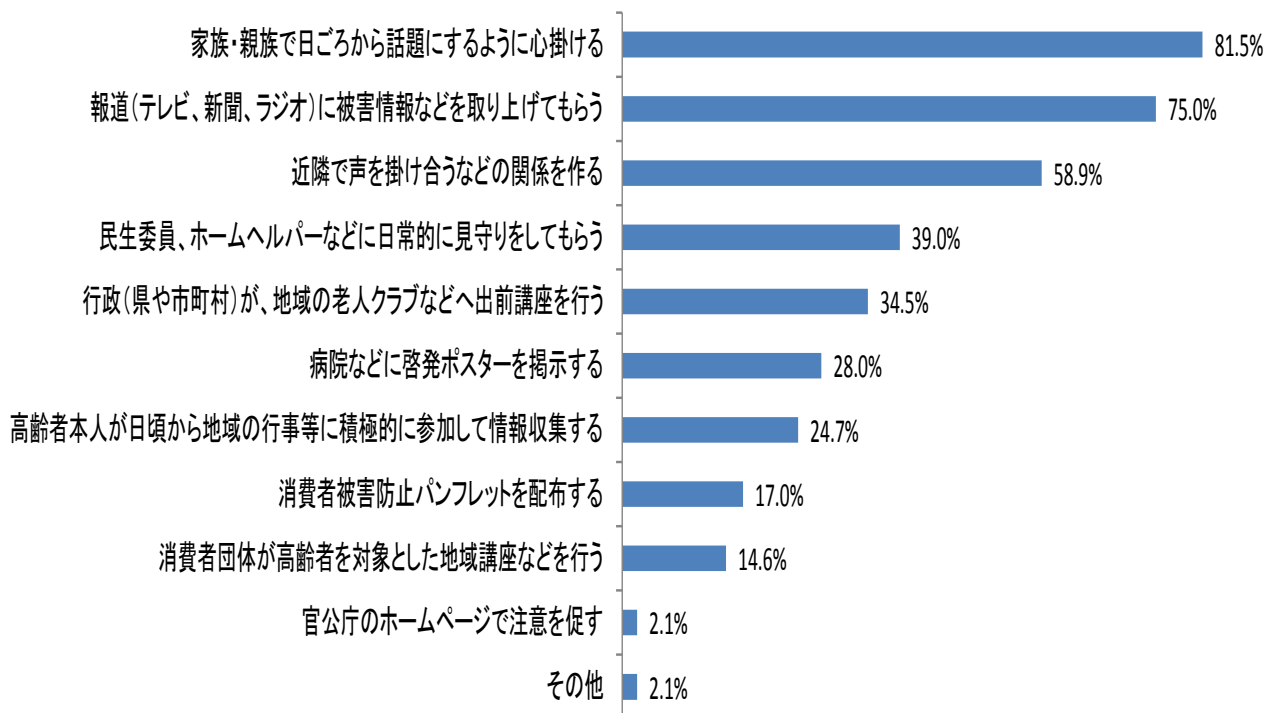
問18で「あった」と答えた人に聞きました。（回答者24名／対象者27名）



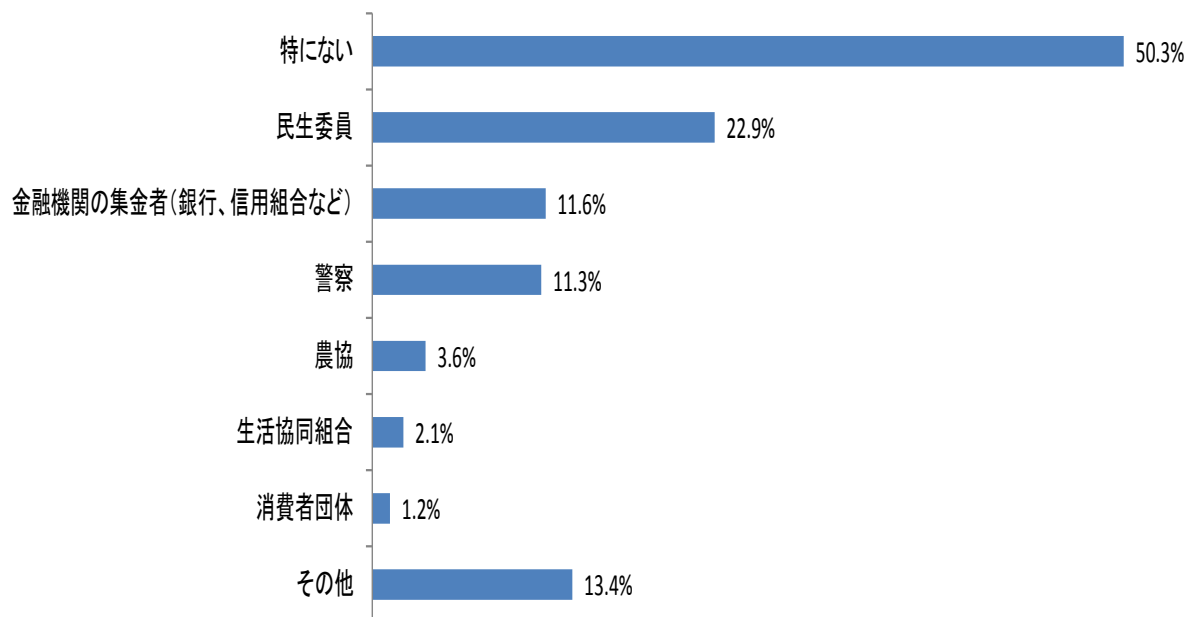
【問22】「若者」が消費者被害にあわないようにするための対策として、有効と考えられるものはどれですか。（複数回答可）



【問23】「高齢者」が消費者被害にあわないようにするための対策として、有効と考えられるものはどれですか。（複数回答可）

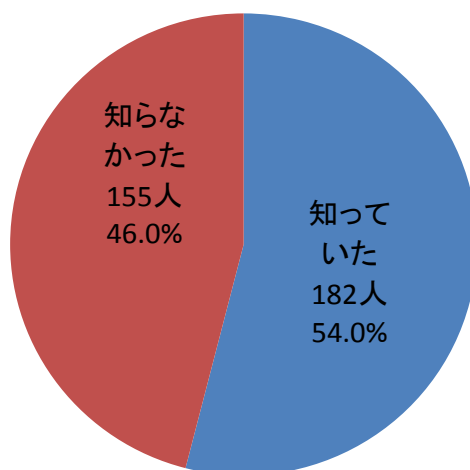


【問 24】 あなたの身の回りで、消費者問題に関し、次の者等により高齢者への見守りが行われているものがありますか。（複数回答）



#### (6) 行政相談窓口について

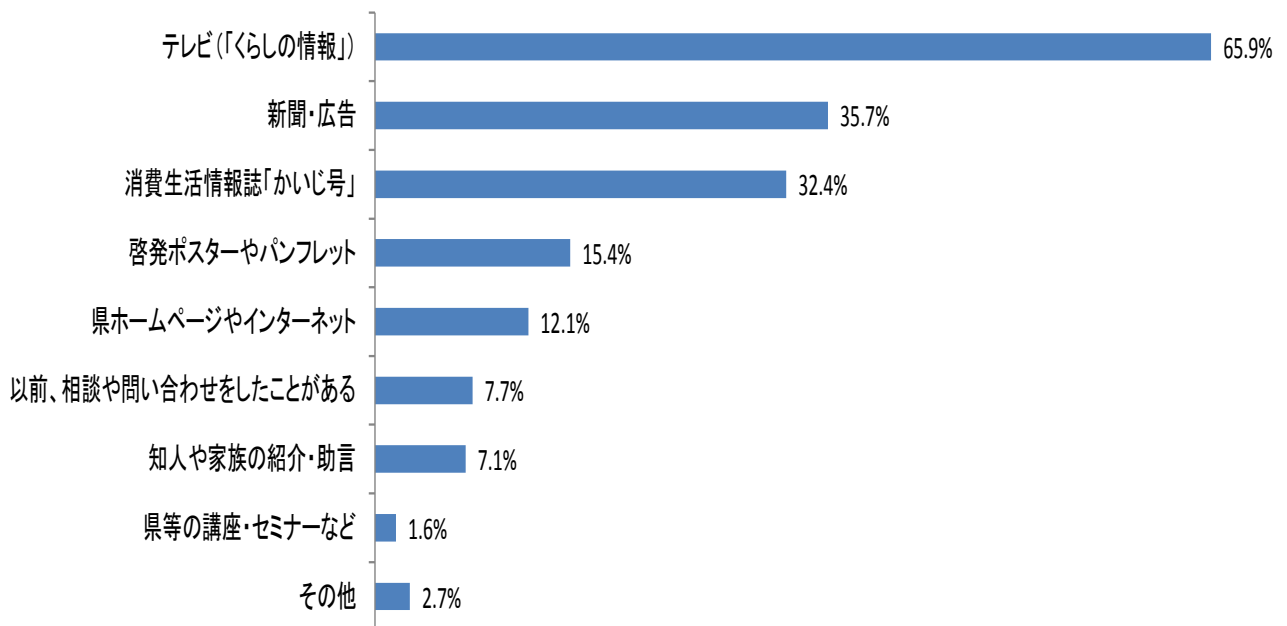
【問25】 県民生活センターでは、消費者トラブルの解決に向けた消費者相談を実施していますが、ご存知でしたか。





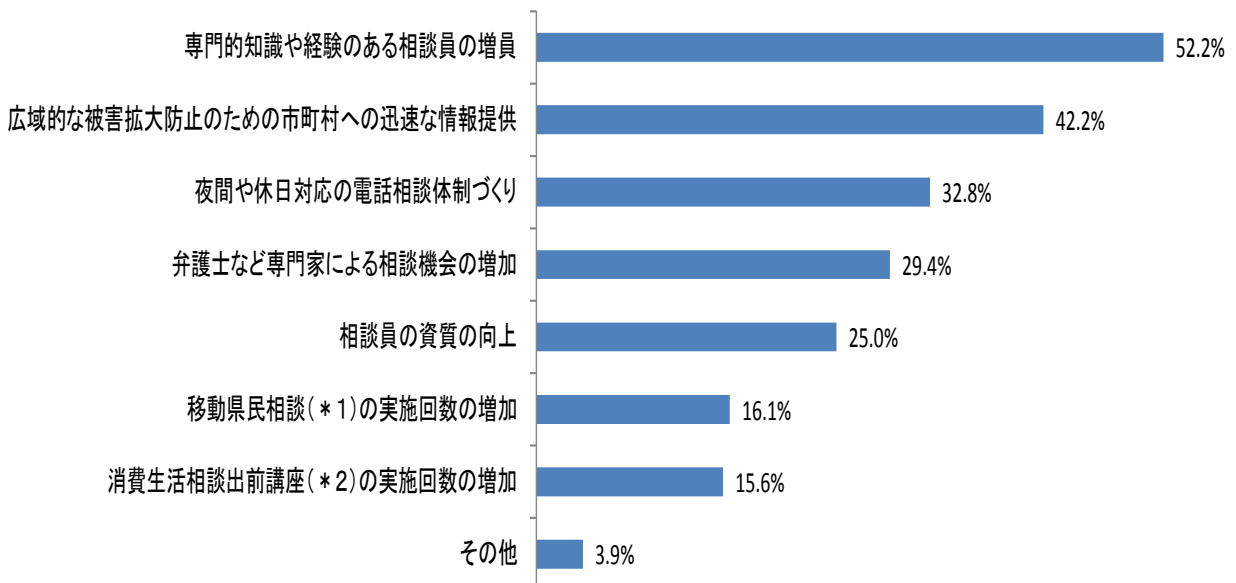
【問26】どのようにして知りましたか。（複数回答可）

問25で「知っていた」と答えた人に聞きました。（回答者182名／対象者182名）



【問27】県民生活センターの消費者相談サービスについて、どのようなことを望みますか。（複数回答可）

問25で「知っていた」と答えた人に聞きました。（回答者182名／対象者182名）



※1「移動県民相談」……………県民生活センターの消費生活相談員が、地域県民センター等へ出向いて相談に応じるもの

※2「消費生活相談出前講座」…消費者トラブル未然防止等のため、地域やグループの学習会などに無料で講師を派遣するもの