

令和2年度 北九州市立消費生活センターの相談状況と取組みについて

I 消費生活センターの相談状況

1 令和2年度の概要

◎総相談件数は10,561件で、対前年度比約0.5%増加しました。(表1参照)

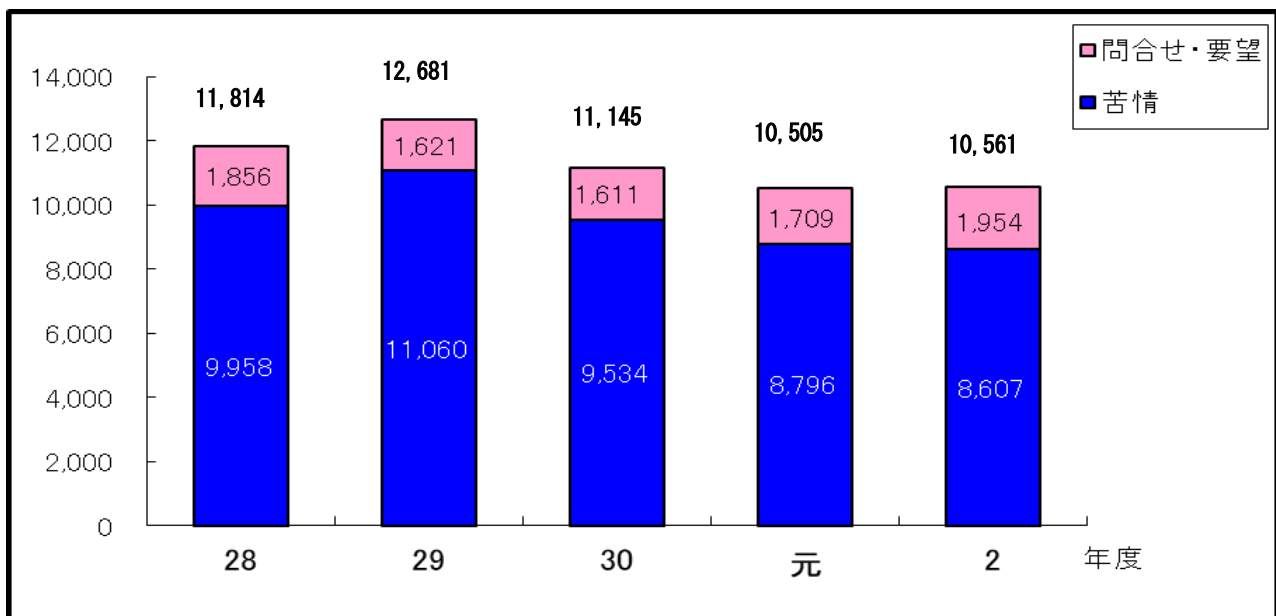
北九州市立消費生活センターにおいて受け付けた令和2年度の相談件数は10,561件で、前年度の10,505件に比べ、56件増加しました。

新型コロナウイルス感染拡大に伴う苦情、問い合わせは、1,260件でした。最も多かったのは「給付金に関する問合せ」で320件、次いで「マスク、アルコール除菌製品等の保健衛生品に対する苦情」263件となっています。その他、「旅行等のキャンセル料取扱いについて」や「イベント等の休止に関する問合せ」などがありました。また、35件が「新型コロナに関して、市役所の者を名乗った電話があった」など詐欺が疑われる相談でした。

◎特殊詐欺に関する相談件数は1,020件で、前年度より約26.4%減少しています。
(詳細はP4 2-4参照)

[表1] 相談受付件数の推移

(単位：件)



2 主な特徴

2-1 契約当事者の年代別相談件数

契約当事者の年代別では、50歳以上の年代で、前年度より相談件数が減少しました。なお、「65歳以上」の相談件数は全体の約28.6%を占めており、依然として高い水準で推移しています。

[表 2] 契約当事者の年代別相談件数の推移

年 代	平成28年度			平成29年度			平成30年度			令和元年度			令和2年度		
	件数	構成比	%	件数	構成比	%	件数	構成比	%	件数	構成比	%	件数	構成比	
20歳未満	250	2.1	%	202	1.6	%	222	1.9	%	256	2.4	%	298	2.8	%
20歳代	922	7.8	%	739	5.8	%	674	6.0	%	707	6.7	%	782	7.4	%
30歳代	1,056	8.9	%	901	7.1	%	729	6.5	%	679	6.5	%	690	6.5	%
40歳代	1,385	11.7	%	1,249	9.8	%	1,055	9.5	%	1,015	9.7	%	1,033	9.8	%
50歳代	1,292	10.9	%	1,522	12.0	%	1,184	10.6	%	1,095	10.4	%	1,093	10.3	%
60歳～64歳	769	6.5	%	991	7.8	%	702	6.3	%	645	6.1	%	544	5.2	%
65歳以上	3,917	33.2	%	4,426	34.9	%	3,978	35.7	%	3,312	31.5	%	3,025	28.6	%
不明・無回答	2,223	18.8	%	2,651	20.9	%	2,601	23.3	%	2,796	26.6	%	3,096	29.3	%
合 計	11,814	100.0	%	12,681	100.0	%	11,145	100.0	%	10,505	100.0	%	10,561	100.0	%

2-2 苦情の多い商品・役務上位10品目 (相談事例はP7～9 資料 参照)

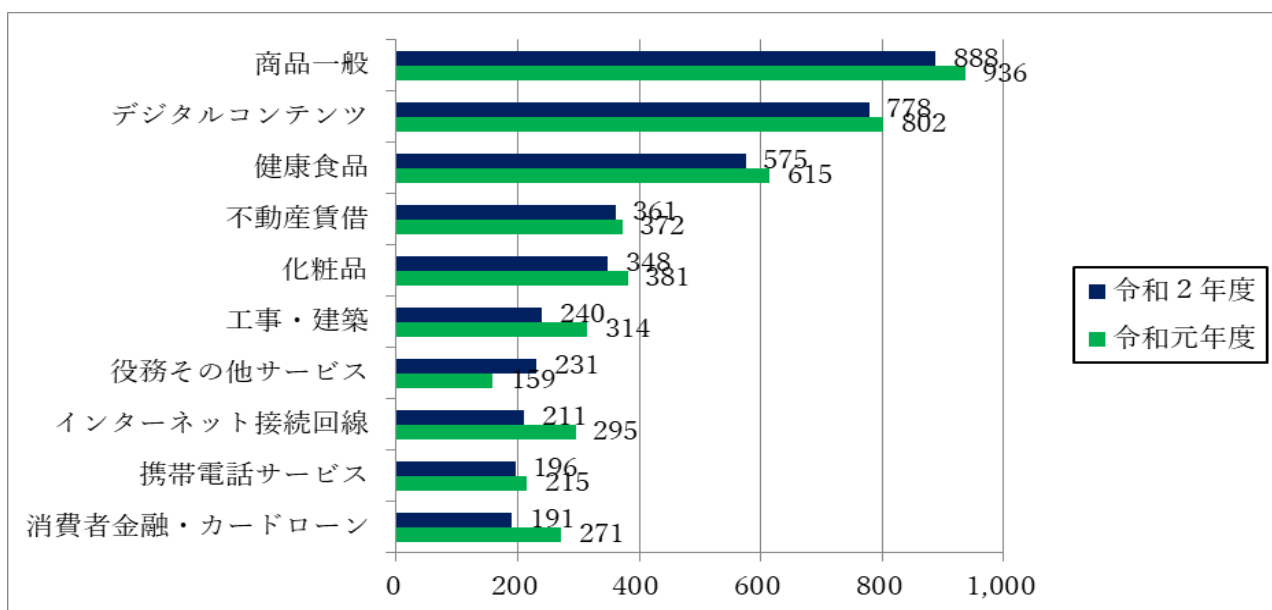
苦情の多かった商品・役務は、「商品一般」、「デジタルコンテンツ」、「健康食品」、「不動産賃借」、「化粧品」の順となっています。

SMS や封書・ハガキによる架空請求が含まれる「商品一般」は依然として高い水準で推移しています。また、「健康食品」、「化粧品」で意図せず定期購入契約となるトラブルも高い水準のままです。

(一部商品・役務名はP8 語句説明参照)

[表 3] 苦情の多い商品・役務上位10品目

(単位：件)



2-3 年代別・商品別苦情件数上位5品目

20歳未満から50歳代までは「デジタルコンテンツ」「不動産賃借」「健康食品」が上位をしめており、60歳以上の年代の1位は「商品一般」となっています。

(一部商品・役務名はP8 語句説明参照)

[表 4] 年代別・商品別苦情件数

(単位：件)

年代	件数	構成比	1位	2位	3位	4位	5位
20歳未満	290	3.4%	デジタルコンテンツ 94	健康食品 60	化粧品 31	商品一般 9	不動産賃借 5
20歳代	750	8.7%	デジタルコンテンツ 123	健康食品 58	不動産賃借 38	エステティックサービス 34	商品一般 30
30歳代	662	7.7%	不動産賃借 51	健康食品 49	デジタルコンテンツ 48	商品一般 43	消費者金融 22
40歳代	974	11.3%	デジタルコンテンツ 99	健康食品 96	商品一般 64	不動産賃借 49	化粧品 46
50歳代	1,008	11.7%	健康食品 105	デジタルコンテンツ 101	商品一般 97	化粧品 63	インターネット接続回線 46
60歳代	1,053	12.2%	商品一般 147	デジタルコンテンツ 121	健康食品 69	化粧品 56	インターネット接続回線 37
70歳代	1,139	13.2%	商品一般 169	デジタルコンテンツ 75	健康食品 55	インターネット接続回線 48	化粧品 46
80歳以上	772	9.0%	商品一般 75	工事・建築 49	健康食品 40	新聞 38	デジタルコンテンツ 28
不明・無回答	1,959	22.8%	商品一般 254	不動産賃借 116	デジタルコンテンツ 89	他の行政サービス 81	工事・建築 67

2-4 特殊詐欺に関する相談件数

特殊詐欺の相談件数は1,020件で、前年度1,385件に比べて、365件（約26.4%）減少しましたが、依然として架空請求についての相談が多く寄せられました。

[表 5] 特殊詐欺に関する相談の内訳

(単位：件)

(特殊詐欺名称はP8 語句説明参照)

年 度	架空請求	オレオレ詐欺	還付金詐欺	融資保証金 詐欺	金融商品 取引名目	ギャンブル 必勝法情報 提供名目	異性との交際 あっせん名目	特殊詐欺 合計
平成28年度	2,056	10	146	5	1	22	101	2,341
平成29年度	3,592	34	83	8	4	9	120	3,850
平成30年度	2,274	21	15	2	1	11	120	2,444
令和元年度	1,208	15	21	4	0	22	115	1,385
令和2年度	833	11	13	3	0	6	154	1,020

[表 6] 特殊詐欺の年代別相談件数

(単位：件)

年 代	架空請求	オレオレ詐欺	還付金詐欺	融資保証金 詐欺	金融商品 取引名目	ギャンブル 必勝法情報 提供名目	異性との交際 あっせん名目	特殊詐欺 合計
20歳未満	24	1	0	0	0	0	10	35
20歳代	62	0	0	0	0	1	41	104
30歳代	73	0	0	2	0	1	12	88
40歳代	108	1	0	0	0	3	16	128
50歳代	113	0	1	0	0	1	16	131
60歳～64歳	67	1	0	0	0	0	12	80
65歳以上	246	6	10	0	0	0	30	292
不明・無回答	140	2	2	1	0	0	17	162
合 計	833	11	13	3	0	6	154	1,020

2-5 多重債務に関する相談件数

多重債務問題に関する相談件数は220件で、前年度340件に比べて、120件（約35.3%）減少しました。

なお、集計方法について、平成30年度までは「消費者金融・カードローン」を対象としていましたが、令和元年度から前述に加え「銀行からの借入（91件）」も計上しています。

[表 7] 多重債務に関する相談件数の推移

(単位：件)

年 度	多重債務 (a)	総相談件数 (b)	割合 (a) / (b)
平成28年度	191	11,814	1.6%
平成29年度	243	12,681	1.9%
平成30年度	180	11,145	1.6%
令和元年度	340 (うち、「銀行からの借入」167)	10,505	3.2%
令和2年度	220 (うち、「銀行からの借入」91)	10,561	2.1%

2-6 販売購入形態別の苦情件数

店舗販売による苦情件数は2,160件で、前年度2,541件に比べ381件(約15.0%)減少しています。

店舗外販売による苦情件数は4,708件で、前年度4,487件に比べ221件(約4.9%)増加しています。

店舗外販売の主な内訳を見ると、

ア「通信販売」の苦情件数は3,410件で、前年度2,958件に比べ452件(約15.3%)増加しています。

イ「訪問販売」の苦情件数は563件で、前年度728件に比べ165件(約22.7%)減少しています。

ウ「電話勧誘販売」の苦情件数は503件で、前年度562件に比べ59件(約10.5%)減少しています。

エ「マルチ商法」の苦情件数は100件で、前年度92件に比べ8件(約8.7%)増加しています。

[表 8] 販売購入形態別の苦情件数

(単位：件)

(一部販売購入形態名称はP8 語句説明参照)

販売購入形態		平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	
店舗販売		3,171	2,776	2,580	2,541	2,160	
店舗外販売	通信販売	3,365	3,420	2,882	2,958	3,410	
	訪問販売	909	930	823	728	563	
	(訪問販売の内訳)	家庭訪販	700	687	621	542	400
		点検商法	57	35	49	54	47
		催眠商法	14	31	12	12	6
		アポイントメントセールス	16	0	17	15	12
		キャッチセールス	34	30	14	13	7
		その他	88	147	110	104	91
		電話勧誘販売	754	612	485	562	503
	マルチ商法	122	100	125	92	100	
	ネガティブ・オプション(送りつけ商法)	22	16	15	20	21	
	訪問購入	108	106	53	56	54	
	その他無店舗	49	62	38	71	57	
	計	4,420	5,246	4,421	4,487	4,708	
不明・無関係		1,458	3,038	2,533	1,768	1,739	
合計		9,958	11,060	9,534	8,796	8,607	

Ⅱ 消費生活センターの取組み

1 令和2年度の主な取組み（実績）

(1) 消費生活相談窓口での相談受付（相談件数 10,561件）

戸畑（月～土）、八幡西（月～金）、小倉北（月・水・金）、小倉南（火・木）
門司、若松、八幡東は出張相談（事前予約制）

(2) 「消費者トラブル無料法律相談」の開催（開催回数 70回）

- ・弁護士による相談を毎週火曜日に開催しました。（相談件数 64件）
 - ・司法書士による相談を毎月第1・3金曜日に開催しました。（相談件数 8件）
- ※新型コロナウイルスの緊急事態宣言発出期間は電話による対応を行いました。

(3) 被害防止に向けた啓発の強化

ア 出前講座（実施回数 13回 受講者数 580人）

市民15人以上の団体・グループからの依頼に基づき、講師等を派遣して消費者被害防止のための講座を実施しました。

※新型コロナウイルス感染症拡大防止のため緊急事態宣言発出時等に新規募集の停止、開催中止の措置を行いました。

イ 啓発DVD配布

出前講座が開催できない状況が続いたため、あんしんサポートメール等の配信登録を行っている市民センターや高齢者介護施設等へ、消費者トラブル未然防止の啓発DVDを配布しました。

ウ 楽しく学ぼう！くらしの情報展（11月7日実施 来場者 約670人）

11月の「消費者被害防止強化月間」にあわせ、大型ショッピングモールでパネル展等を開催しました。

エ （新）「北九州市消費生活川柳」募集

悪質商法や二重電話詐欺などの消費者被害トラブル防止に役立つ川柳を京町銀天街協同組合とコラボして募集。約1000句の応募があり、受賞10作品は京町銀天街アーケードに掲示しました。

オ （新）ギラヴァンツ北九州ホームゲームでのサイネージ広告

11月の消費者被害防止強化月間にあわせ、11月のギラヴァンツ北九州ホームゲーム4試合で来場者にチラシ・グッズの配布、デジタルサイネージ広告による啓発を実施しました。

カ 警察との連携による街頭啓発（実施回数 2回）

年金支給日等に警察署と連携し、街頭啓発を実施しました。

キ あんしんサポートメールの配信（月2回 416か所）

市日頃から高齢者と接する機会が多い介護事業所、地域包括支援センター、市民センターなどに、消費者トラブルや製品事故の情報提供を行いました。

ク SOSサポートメールの配信（月1回 市内中学校など101か所）

市内の中学校に若者に関する消費者トラブルの情報提供を行いました。

ケ （新）ヤング消費者トラブル情報の配信（月1回 市内大学、専門学校など32か所）

市内の大学や専門学校内などに学生が被害に遭った事例等の情報提供を行いました。

コ 消費生活トラブル注意報の配信（隔月 県内高校・大学等211校〔うち市内42校〕）

※福岡県、福岡市との連携事業

県内の高校・大学等に若者に関する消費者トラブルの情報提供を行いました。

サ フェイスブックページによる情報提供

フェイスブックで最新の消費者トラブル情報などを迅速に配信し、広範な消費者と情報

を共有しています。

シ（新） LINE による情報配信

ヤング消費者トラブル情報などを LINE で配信を始めました。登録勧誘のパンフレットを、大学・専門学校等を訪問配布、中学校には郵送し特に若年者を中心に友だち登録を呼びかけました。

ス（新）リーフレット「消費者トラブルに気をつけよう！」の作成・配布

新しい生活様式に伴い増加している消費者トラブルを紹介したリーフレットを作成し、市立小学校の全生徒に配布しました。

セ（新）リーフレット「ヤング消費者トラブルチェック!!」の作成

2022年4月の成年年齢引き下げを見据え、九州女子大学とコラボして、若年者向けの啓発リーフレットを作成しました。

ソ 市立高校への啓発リーフレットの配布

市立高校の3年生向けに啓発リーフレットを配布しました。

タ 街頭大型ビジョンでの啓発動画放映

JR小倉駅 JAM 広場、リバーウォーク北九州の街頭大型ビジョンで啓発 CM を放映しました。

(4) 事業者への指導

- 事業者に対する指導。(注意 1回、助言 4回)
- 法令順守の徹底を図るため訪問販売事業者講習会を開催しました。
(11月 40社 43人参加)

【語句説明】

P2〔表3〕

- ※「デジタルコンテンツ」：携帯電話やパソコン等でのインターネット利用に伴うサービスのことで、大半はワンクリック詐欺などに関する相談となっている。
- ※「商品一般」：商品・役務の分類項目を越えて、複数の分類項目にまたがっているものや、「店員の態度が悪い」、「注文した覚えがないものが郵送されてきた」等商品を特定できない、または特定する必要がない相談をいう。この中には、身に覚えのない料金の請求がなされる「架空請求」が含まれる。
- ※「消費者金融・カードローン」：消費者金融会社、クレジット会社、銀行等が扱う、用途を限定しないで設定されている消費者ローン。「多重債務」、消費者金融をかたった「架空請求」や「ヤミ金融」も含む。
- ※「インターネット接続回線」：プロバイダーやインターネット回線の料金やサービスの内容に関する相談である。

P4〔表5〕

- ※「架空請求」：架空の事実を口実にはがきや電子メールで請求書を一方的に送りつけ、現金を振り込ませるもの。
- ※「オレオレ詐欺」：電話などで子どもや孫、警察官などになりすまし、交通事故や借金などのトラブル処理のためと嘘をついて、現金をすぐ振り込むように要求するもの。
- ※「還付金詐欺」：役所の職員などを名乗り、税や保険料の還付金や給付金などの支払い手続きをすると嘘をついて、銀行のATM等で振り込み手続きをさせるもの。
- ※「融資保証金詐欺」：担保・保証人なしで融資しますとか、多重債務を一本化しますなどという広告を掲載したDMや電子メールで融資の勧誘を行い、申込者に保証金や手数料などの名目で現金を振り込ませるもの。
- ※「金融商品取引名目詐欺」：「特定の人しか買えない。あなたの名義を貸して欲しい」「必ず儲かる」などと持ちかけ、実際には存在しない「株」や「社債」への投資名目で現金を騙し取るもの。
- ※「ギャンブル必勝法情報提供名目」：「ロト6の当選番号」「パチンコの必勝法」などをあなただけに特別に教えると持ちかけ、その情報によって多額の配当金が得られると信じ込ませ、登録料などの名目で現金を騙し取るもの。
- ※「異性との交際あっせん名目」：「女性を紹介する」「デートするだけでお金がもらえる」などと持ちかけ、電話やメールでやりとりさせるなどして信用させ、登録料や保証金などの名目で現金をだまし取るもの。

P5〔表8〕

- ※「点検商法」：点検と言って訪問し、家にあがり、水質や床下を調べ、「このままでは大変なことになる」等消費者を不安がらせて契約をさせるもの。
- ※「催眠商法」：会場に人を集め、安価な日用品等を無料で配るなどして雰囲気盛り上げ、最後に高額な商品売りつけるもの。
- ※「アポイントメントセールス」：電話等で「景品が当たった」、「一度会いたい」などと、販売目的を隠して営業所や喫茶店に呼び出し、商品やサービスの契約をさせるもの。
- ※「キャッチセールス」：駅や繁華街でアンケート調査などと言って営業所や喫茶店に連れて行き、帰れない雰囲気にして商品やサービスの契約をさせるもの。
- ※「マルチ商法」：商品代金や登録料などを払って販売組織に参加し、その後、新たな参加者を獲得し、商品やサービスなどを販売すれば報奨金が得られるもの。
- ※「訪問購入」：業者が消費者の自宅を訪れ、消費者から物品を買い取る契約をするもの。