



ゆ た か な 生 活

9月2010
No.130

平成22年 9月15日
佐 倉 市
消費生活センター
TEL 043-483-3010
消費者問題のご相談は
TEL 043-483-4999

表1 消費生活相談年度別受付件数

	平成 12年度	平成 13年度	平成 14年度	平成 15年度	平成 16年度	平成 17年度	平成 18年度	平成 19年度	平成 20年度	平成 21年度
苦 情	843	1309	1557	2794	4430	1982	1763	1623	1486	1402
問い合わせ	174	273	229	269	289	265	278	205	186	211
合 計	1017	1582	1786	3063	4719	2247	2041	1828	1672	1613

件数

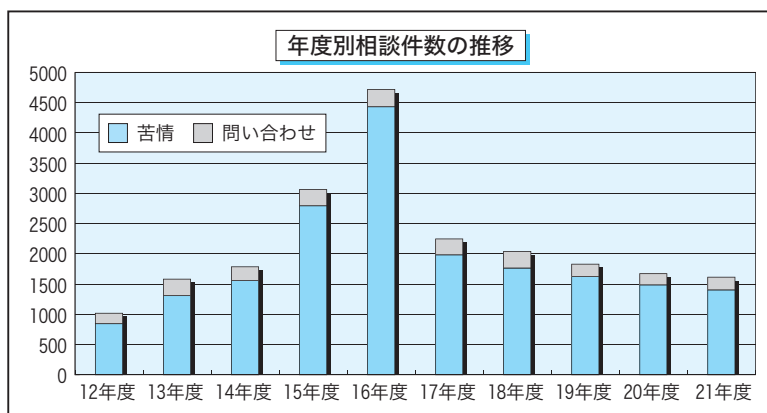


表2 男女別・年代別相談件数

(単位: 人)

年 代	21年度			20年度		
	男	女	計	男	女	計
20歳未満	17	12	29	23	22	45
20歳代	85	66	151	76	74	150
30歳代	125	114	239	120	109	229
40歳代	94	111	205	90	127	217
50歳代	105	146	251	122	183	305
60歳代	136	170	306	155	175	330
70歳代	138	122	260	129	112	241
その他・不明	52	27	172	38	22	155
計	752	768	1,613	753	824	1,672

計数が合わないのは、団体件数・男女不明を含むため。

表3 相談者職業別

(単位: 人)

項 目	21年度	20年度
給 与 生 活 者	534	567
自 営・自 由 業	47	51
家 事 従 事 者	441	489
学 生	49	68
無 職	395	357
団 体	60	53
そ の 他・不 明	87	87
計	1,613	1,672

表4 販売購入形態別

(単位: 人)

項 目	21年度	20年度
店 舗 購 入	697	651
訪 問 販 売	171	153
通 信 販 売	377	544
マルチ・マルチまがい取引	12	12
電話勧誘販売	68	55
ネガティブ・オプション	3	3
その他無店舗販売	3	12
不明・無関係	282	242
計	1,613	1,672

佐倉市では、市民の方が消費者として商品やサービスの購入・契約などで、セー
ールスマンや事業者とのト
ラブルや被害に遭った時に、
消費者保護の立場から相談
やその他の消費生活に関す

るアドバイザーを行っておりま
す。
相談は、相談者が電話ある
いは消費生活センターへ来ら
れての相談に対応しています。
平成21年度の相談件数は、表
1とグラフのとおりです。1、

613件で前年度に比べ件数
は減りました。しかし、悪質
業者が減ったわけではありません。
悪質商法は、多様化・巧妙
化しており、被害にあった人
は何度もねらわれやすく次々

平成二十一年度佐倉市 消費生活相談の概要

販売の被害も多発しています。
表2は、佐倉市の男女別・年
代別相談件数です。

40歳代から60歳代の相談件
数は減っていますが、70歳代
以上の相談件数が前年度より
増えております。団塊の世代
以上を対象とした電話勧誘販
売に関するトラブルも多くな
っております。

表3は、相談者職業別、表
4は、販売購入形態別です。

消費者相談について

消費生活センターで行っている「消費者相談」、言葉は聞いたことがあるけど、どんな相談を受け付けてくれて、どういうことをしてもらえるのでしょうか

消費者相談とは、消費者として事業者と結んだ契約のトラブル、悪質商法、商品の品質やサービスの苦情など消費生活全般についての相談を受け、問題解決のお手伝いをしています。

専門の相談員が公正な立場で苦情や相談を電話や来所で受けています。問題の解決にむけて、情報提供や助言を行ったり、必要があればあっせんを行ったりします。契約前の不安などの相談も受けています。

■ どんな相談ができるの？

- ①商品やサービスの契約に関するトラブルの相談や、消費生活に関する疑問、問合せ。
- ②製品事故など生活にかかわる安心・安全に関すること。

■ どんなことをしてもらえるの？

①問合せの場合

消費者が商品やサービスの選択をする際に必要な情報を提供します。

②相談の場合

内容を詳細に聞き取り、契約書やパンフレットなどの関係資料を確認し事実関係を把握します。その上で、トラブルの原因はどこにあるのか、消費者の権利は守られているのかなど様々な角度から検討をします。

・助言を求められている場合

消費者が自分の力で問題解決ができるよう具体的な自主交渉の助言をします。

・判断力が低下した人、高齢者など交渉が難しいと判断した場合

消費生活センターが間に入って被害救済のためのあっせんを行います。

・消費者相談の範囲を超える場合の相談

適切な相談窓口を紹介します。また、どこに相談したらよいかわからない場合なども遠慮なく問い合わせてください。

・受け付けた相談の活用

消費者被害未然防止や拡大防止のためデータとして活用し、消費者政策や法改正へ反映させています。

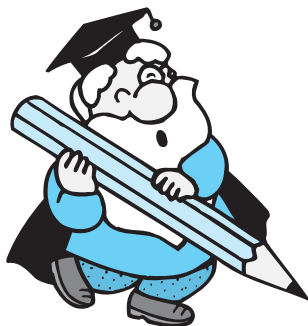
■ 相談するときはどうすればいいの？

- ①相談は、電話や来所で受けています。
- ②原則的に、佐倉に住んでいる方の相談をお受けしています。
- ③来所される場合は、あらかじめお電話をいただきますと早い対応ができます。

出前講座をご利用ください。

消費者としての心構え、悪徳な業者への事前・事後の対応の仕方、法律の考え方などを専門相談員が市民の皆様の近くの会場に出向いて講座を行います。わかりやすく事例をまじえて説明いたします。

対 象	市内在住の10人以上のグループ
会 場	会場はご用意ください。
講 師	佐倉市消費生活専門相談員
テ ー マ	高齢者（若者・子供）を狙う悪徳商法、悪質商法被害防止のために、悪質商法の手口とトラブル対処法、こんな勧誘に気をつけて、最近の悪質商法消費生活の諸問題等
時 間	原則平日の午前9時から午後4時の間 （日時については、事前に相談ください。）
申 込 み	開催日の約1か月前に申込み用紙に記入のうえ提出ください。
料 金	無料



中高年齢層が狙われています。 電話でのうまい話に注意しましょう。

団塊の世代以上の人たちをターゲットとした電話勧誘販売に関する相談が増えています。

●「今注目の商品取引。必ず儲かります…」

損が膨らんでもやめさせてもらえない。

●「血液がサラサラになります…」

健康食品や健康プレスレットを買ったが効果がないうえ、支払は続く。

●「電話代が安くなります…」

いつもの電話会社だと思っていたら、違う会社から契約書類が届いた。

●「お持ちのあの土地、売りませんか…」

高額な広告代や測量、整地代を請求された。

販売目的を告げない突然の勧誘には、毅然と断る態度が望まれます。

① 勧誘電話対応のヒント

① 勧誘電話は台風と同じ

長い時間かかると、被害がおおきくなります。

② お話し好きは赤信号

何気ないおしゃべりの間にあなたの情報を聞き出されています。

③ 言葉のキャッチボールはしない。

勧誘電話は長くなると断りにくくなります。

あらかじめ決めた断りの文句を電話の近くに貼っておき、何を言われてもそれを読み上げて、すぐに電話を切りましょう。

例えば…

（ひと言）「お断りします」

「要りません」

「興味ありません」

新たな手口が登場しています 未公開株の勧誘にご注意ください

未公開株取引に関する相談が増加しています。最近では複数の登場人物が電話をかけて、勧誘の信ぴょう性を高める話をする「劇場型」など、勧誘が巧妙化しているので注意が必要です。

【相談事例】

A社から「上場すると必ず値上がりするから」とX社の未公開株の購入を勧める電話があった。インターネットで検索するとX社は実在する会社だったので資料請求だけにしたが、そんなうまい話はないと思った。数日後、B証券会社から電話があり「X社の株をぜひ購入したいという顧客がいる。もし持っていれば高値で買い取りたい。」と電話があった。タイミングよくA社からX社未公開株の資料が届いていたので、B証券会社に連絡したところ、「X社の株は特定の人しか購入できない特別なものだ。150万円で購入するのでぜひ購入してほしい。自分も個人的に購入したいと思う。」と言われた。

【処理概要】

(50歳主婦)

相談者へ未公開株のトラブル事例につき説明したところ、キャンセルを希望された。消費生活センターからA社に連絡したところ、A社は購入代金振り込まれる前だったこともあり、申し込みの撤回（キャンセル）に応じた。なお、買い取りを持ちかけたB証券会社は登録業者ではなかった。

【未公開株とは】

「証券取引所などの株式市場に上場されていない会社の株式」のことです。

未公開株を販売できるのは

その株を発行した会社か、第一種金融商品取引登録を受けた証券会社に限定されます。

株式市場で一般的な売買取引の対象ならない未公開株を第三者に売却することは困難です。業者はこの未公開株を「上場間近で、上場されると必ず高値で売れるようになる」などと勧誘します。

【巧妙な勧誘】

一、複数の業者が登場する「劇場型」

単に「近日、上場予定」という勧誘だけでは多くの消費者は断りますが、別の業者がタイミングよく登場して「高値で買い取る」と言われれば転売目的で購入してしまうようになります。

二、消費者を安心させる「公的機関装い型」

未公開株の勧誘電話の後に、

金融庁や証券取引等監視委員会などを名乗る人から「未公開株の被害調査」などと電話があります。消費者が勧誘されている未公開株について相談すると「その株は大丈夫」と言いつて安心させます。

三、高値での買い取りを約束する「代理購入型」

事例のように購入価格より高い買い取り価格を提示したり、購入代金とは別に謝礼を支払うことを約束する電話があります。消費者は必ず買い取ってもらえると思い未公開株を購入してしまいます。

四、すでに未公開株を所有している人が狙われる「被害回復型」

未公開株をもっている消費者者に対し「大学教授が研究用に買い取ってくれる」「売却の支援をする」などと被害回復を持ちかけ、条件として別の未公開株の購入を求めたり、高額の手数料を要求します。

【消費者へのアドバイス】

◆未公開株を発行する目的のために実体のない会社を組織し、その会社へ投資する人を

募る有限責任組合等に入会する形で未公開株を購入する例がみられます。いつまで待っても上場されないなど後で被害に気付いても、すでに株式証券は発行されているので解約の交渉は極めて困難です。

◆契約後すぐに業者と連絡が取れなくなったり、株式の発行会社が倒産し未公開株の価値がなくなるなどの被害が非常に多くなっています。

◆過去の契約情報をもとに勧誘し、被害回復を強調する業者が増加しています。すでに未公開株をもっている人は特に注意が必要です。

◆高齢者が狙われています。契約当事者が被害にあったことに気付いていない場合も多いため、家族など周囲の人が日頃から注意をすることが大切です。

◆断り切れず契約してしまったり、心配になったらすぐに消費生活センターのご相談ください。

消費生活専門相談員

今井 聖子