

1 平成24年度消費生活相談の状況について

1 平日の消費生活相談の状況

平成24年度の消費生活総合センターにおける消費生活相談件数は8,047件と、前年度に比べ333件、約4.0%の減少となりました。

相談者（契約当事者）の年代別相談件数及び構成比を見ると、60歳以上の相談件数は全体の約33.9%を占めており、このうち70歳以上の相談件数は年代別の構成比で最も多くなっています。

商品・役務別相談件数で最も相談件数が多い「放送・コンテンツ等」は、以前は比較的若い年代に集中していましたが、数年前から徐々にどの年代からも一定割合の相談が寄せられるようになりました。

また、「健康食品」に関する相談が大幅に増加しており、背景として、高齢者宛てに注文していない健康食品を代金引換で送りつけられたという相談が急増していることが挙げられます。

■消費生活相談の年度別総件数

区分 年度	合計	不当・架空請求	対前年度増減	うち、	
				放送・コンテンツ等	不当・架空請求以外
23年度	8,380	882	143	686	7,498
24年度	8,047	906	24	693	7,141

■相談者（契約当事者）の年代別相談件数及び構成比

区分 年度	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	不明	合計
	23年度	223 2.6%	878 10.5%	1,174 14.0%	1,289 15.4%	1,097 13.1%	1,321 15.8%	1,469 17.5%	929 11.1%
24年度	214 2.7%	815 10.1%	1,144 14.2%	1,292 16.0%	940 11.7%	1,172 14.6%	1,555 19.3%	915 11.4%	8,047 100%

■商品・役務別相談件数（相談件数上位の内容）

順位	商品・役務の内容	件数		主な内容
		24年度	23年度	
1	放送・コンテンツ等 ※	1,161	1,171	アダルト情報サービス、出会い系サイト等
2	賃貸住宅	457	513	敷金返還、更新料等
3	フリーローン・サラ金	410	514	多重債務等
4	商品一般	349	230	メール・はがきによる架空請求等を含む、商品やサービスの内容が不明なもの
5	健康食品	211	90	送りつけ、マルチ等
6	書籍・印刷物	205	265	新聞販売、同窓会名簿、紳士録
7	インターネット通信サービス	193	208	インターネット回線契約等
8	移動通信サービス	165	165	携帯電話サービス等
9	預貯金、証券等	154	207	預貯金、株式・証券取引、未公開株等
10	電話機、電話機用品	138	115	携帯電話本体の品質等

※ 「放送・コンテンツ等」の件数は、不当・架空請求以外の相談件数も含んでいるため、上記の表「消費生活相談の年度別総件数」の件数とは異なります。

2 消費生活土日祝日電話相談の状況

本市では、平成17年度から京都府と合同で、土・日曜日の消費生活相談を実施し、平成22年度からは祝日にも拡大して実施しています。

相談件数は1,115件と、前年度に比べ152件、約12.0%の減少となりました。

相談状況における年齢別内訳を見ると、30歳代から50歳代までの割合が約66.4%となっており、平日に相談しにくい年齢層の需要に一定程度応えることができているものと考えられます。

■土日祝日別の相談件数

	24年度			23年度		
	件数	日数	平均(件/日)	件数	日数	平均(件/日)
土曜日	603	51	11.8	660	52	12.7
日曜日	440	52	8.5	519	51	10.2
祝日	72	11	6.5	88	13	6.8
計	1,115	114	9.8	1,267	116	10.9

■相談者（契約当事者）の年代別相談件数及び構成比

	京都市内	京都府内 (京都市以外)	他府県	計	構成比
20歳未満	14	3	0	17	1.5%
20歳代	114	33	5	152	13.7%
30歳代	197	62	11	270	24.2%
40歳代	177	89	10	276	24.8%
50歳代	125	60	9	194	17.4%
60歳以上	148	55	2	205	18.4%
不明	0	1	0	1	0.0%
計	775	303	37	1,115	100%

2 「消費者カパワーアップセミナー2013」の開催について

近年の社会の高齢化、グローバル化、高度情報化などの急速な進展に伴い、消費者が身に付けておかなければならない知識は日々変化しています。新たな手口による悪質商法も次々と生まれ、消費者被害も多様化・深刻化し、私たちの消費生活に大きな影響を与えています。

このような状況に対応するためには、私たち消費者一人一人が、「見て」、「聞いて」、「読んで」自ら調べ、「学び」、「気づき」、身につけたことを自らの消費生活に「活かす」、そしてそれを「周りに伝える」ということが必要です。

この度、京都市では、5つのテーマを設定し、「消費者カパワーアップセミナー2013」を開催しますので、お知らせします。

皆様の御参加をお待ちしています。

- | | | |
|--------|------------------|------------------|
| 1 開催日時 | ① 平成25年10月 2日(水) | ② 平成25年10月 8日(火) |
| | ③ 平成25年10月16日(水) | ④ 平成25年10月23日(水) |
| | ⑤ 平成25年10月30日(水) | 各回とも午前10時から正午まで |

2 開催場所 消費生活総合センター研修室

(京都市中京区烏丸御池東南角アーバネックス御池ビル西館4階)

地下鉄烏丸御池駅3-1又は3-2出口すぐ

※御来場の際は、公共交通機関を御利用ください。

3 テーマ及び講師

回	テーマ及び内容	講師
①	<p>悪質商法にまきこまれないために ～いま、多発している事例から～</p> <p>消費者相談の件数が多い事例を紹介していただきながら、被害者にならないための防衛策や被害にあったときの対処法などを教えていただきます。</p>	<p>三室 久枝 (消費生活専門相談員)</p>
②	<p>食事と健康のバランス</p> <p>メニューを選ぶ力・食事を作る力をつけると、生活力も上がります。管理栄養士の立場から、いかに家庭の食事が大切かを、日頃大学生に栄養指導をしておられる経験も交えながらお話ししていただきます。</p>	<p>飯田 朋子 (管理栄養士・大学生協京阪神北陸統合事業部)</p>
③	<p>年金をもっとわかりやすく</p> <p>「リビング京都」で家計簿診断をご担当されているファイナンシャルプランナーに年金について、わかりやすくお話ししていただきます。</p>	<p>藪内 美樹 (ファイナンシャルプランナー・ 京都府金融広報アドバイザー)</p>
④	<p>エンディングノートのすすめ ～家庭のくらしを滞りなく～</p> <p>人生の終わりはどの年代でも突然訪れることがあります。そういう場合でも、家庭のくらしを滞りなくすすめるために、エンディングノートが有効的なツールとして注目されてきました。その役割や使い方を考えます。</p>	<p>原 強 (コンシューマーズ京都理事長・ 立命館大学・仏教大学非常勤講師)</p>
⑤	<p>介護について理解を深めよう ～妻の介護と仕事の両立、17年目～</p> <p>妻の介護・正社員としての遠距離通勤・3人の子育ての両立を続けてきた17年の体験から、介護の現状についてお話ししていただきます。</p>	<p>富田 秀信 (男性介護ネットワーク)</p>

4 定員 各回とも先着50名

5 申込み 消費生活や消費者力向上に興味・関心をお持ちの18歳以上の方であれば誰でもお申込みいただけます。申込締切日は、各テーマ(①～⑤)につき、以下のとおりです。

- ① 9月25日(水), ②10月1日(火), ③10月9日(水), ④10月16日(水),
⑤10月23日(水) (テーマごとに締切日が異なりますので御注意ください。)

6 受講料 無料

7 主催 京都市, 京都生活協同組合, NPO法人コンシューマーズ京都

8 申込先 京都いつでもコール(京都市市政情報総合案内コールセンター) 午前8時～午後9時(年中無休)

電話 075-661-3755 FAX 075-661-5855

電子メール(送信フォームを御利用ください。)

パソコン <http://www.city.kyoto.lg.jp/sogo/page/0000012821.html>

携帯電話 <http://www.city.kyoto.jp/koho/m/cc/>

3 知っていますか？「クーリング・オフ」制度

1 「クーリング・オフ」制度とは

「クーリング・オフ」制度とは、消費者が訪問販売などの不意打ち的な取引で契約したり、マルチ商法などの複雑でリスクが高い取引で契約したりした場合に、一定期間内であれば無条件に契約を解除できる特定商取引法やその他の法律に定められた消費者を守る特別な制度です。

2 「クーリング・オフ」ができる取引と期間（特定商取引法で定められているもの）

- 訪問販売（キャッチセールス等を含む）：8日間
- 電話勧誘販売：8日間
- 特定継続的役務提供（エステ、語学教室、学習塾、家庭教師、結婚相手紹介サービス、パソコン教室）：8日間
- 連鎖販売取引（マルチ商法）：20日間
- 業務提供誘引販売取引（内職商法、モニター商法等）：20日間
- 訪問購入（業者が消費者の自宅等を訪ねて、商品の買い取りを行うもの）：8日間

※訪問購入は平成25年2月21日以降の契約が対象となります。

※通信販売については、「クーリング・オフ」制度はありませんので御注意ください！

※契約書面の記載内容に不備があるときは、上記期間を経過していても「クーリング・オフ」ができる場合があります。

※上記販売方法・取引でも条件によっては「クーリング・オフ」できない場合があります。「クーリング・オフ」ができる取引かどうか、不明な場合は京都市消費生活総合センターに御相談ください。

3 「クーリング・オフ」の手続のチェックポイント

- 「クーリング・オフ」の通知は必ず書面で行いましょう。はがきでできます。
- 通知書には、「クーリング・オフ」を行う旨、契約年月日、商品名、契約金額、契約会社、通知書発送日、消費者の住所・氏名等を記載しましょう。
- 通知書面はコピーして保管しておきましょう。
- 通知書面は「特定記録郵便」または「簡易書留」で送付しましょう。
- 通知書面の書き方等が分からないときは、京都市消費生活総合センターに御相談ください。

消費生活に関する困りごとがあれば気軽に御相談ください。

京都市消費生活総合センター ☎256-0800（消費生活相談専用）
☎256-3160（多重債務相談専用）

相談受付時間 月～金（祝日を除く。）午前9時～午後5時

京都市中京区烏丸御池東南角 アーバネックス御池ビル西館4階

<http://www.city.kyoto.lg.jp/menu1/category/13-0-0-0-0-0-0-0-0.html>

*年末年始を除く土・日・祝日の緊急時の消費生活に関する相談については、
土日祝日電話相談 ☎257-9002 午前10時～午後4時



平成25年8月発行 京都市文化市民局市民生活部消費生活総合センター
京都市印刷物 第254427号