

『消費者被害アンケート・めやすばこ』 <訪問販売・電話勧誘編>

調査結果

NPO法人埼玉消費者被害をなくす会
2012年2月

なくす会では、情報収集活動として『消費者被害アンケート・めやすばこ』の配布回収を毎年行っています。本年度は<訪問販売、電話勧誘>について、調査しました。

- ◆目的 : アンケートを行うことにより消費者への啓発、被害の未然防止につなげる。
行政の相談窓口等への相談には至っていない、あるいは表面化していない消費者被害を掘りおこすとともに、訪問販売、電話勧誘についての現状を知る。
- ◆実施期間 : 2011年10月11日～12月10日
- ◆回収枚数 : 1508枚 有効回答 : 1505枚 (99.8%)
- ◆配布対象 : 埼玉県内在住在勤男女
- ◆回収構成比 : 男性 9.8% 女性 87.2% 不明 3.0%
20代 1.5% 30代 17.7% 40代 19.3% 50代 12.1%
60代 27.6% 70代以上 18.8% 不明 3.0%

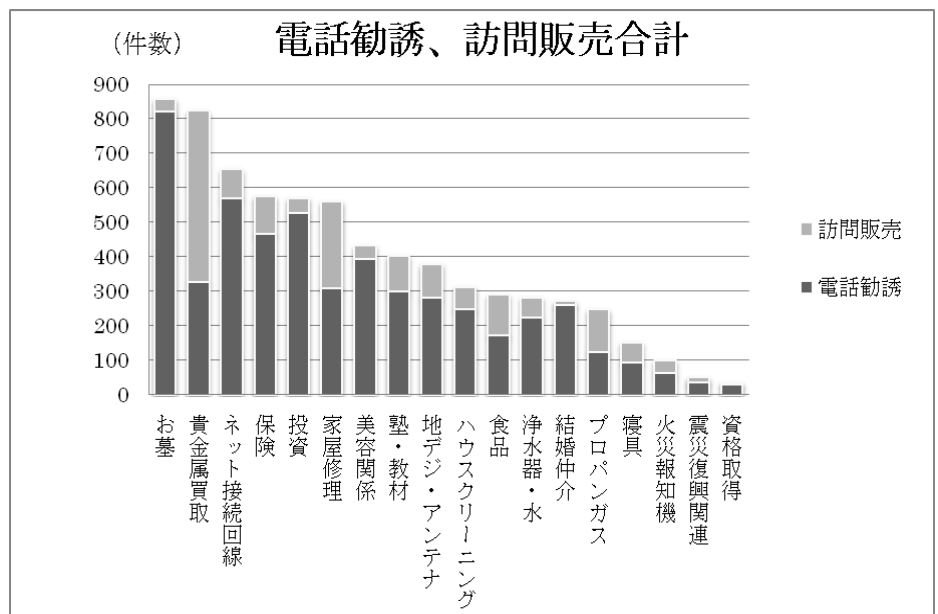
調査結果 詳細は資料編参照

1-1. 電話勧誘、訪問販売を受けたことがある件数のトップ5 (複数回答)

	1	2	3	4	5
電話勧誘	お墓 (15.6%)	ネット接続回線 (10.8%)	投資 (10.0%)	保険 (8.9%)	美容関係 (7.5%)
訪問販売	貴金属買取 (28.3%)	家屋修理 (14.4%)	プロパンガス (7.0%)	食品 (6.7%)	保険 (6.2%)
電話勧誘・訪問販売合計件数	お墓 (12.2%)	貴金属買取 (11.8%)	ネット接続回線 (9.3%)	保険 (8.2%)	投資 (8.2%)

- 電話勧誘を受けた、一人あたりの件数
3.48件
- 訪問販売を受けた、一人あたりの件数
1.16件

※今回、電話勧誘、訪問販売を受けた時間帯については調査していない



1-2. 電話勧誘、訪問販売に関する欄全てに無記入のアンケートは 69 枚 (全体の 4.6%)

20代～40代 29枚 (20～40代回収枚数の 5.0%)

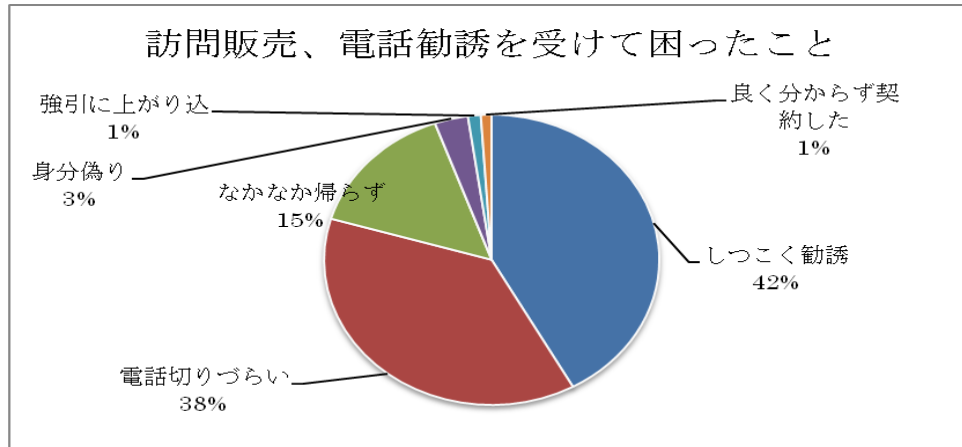
50代～70代以上 39枚 (50～70代以上回数枚数の 4.5%)

年代未記入 1枚 (1.4%)

2-1. 電話勧誘や訪問販売の際に困ったこと

しつこく勧誘 (42%) 電話切りづらい (38%) なかなか帰らず (15%)

身分偽り (3%) 強引に上がり込み (1%) 良く分からず契約した (1%)



2-2. 電話勧誘や訪問販売の際の困ったこと (その他記入事項)

- 1日に同じ人が2度も訪問
- 同じところから何度も電話がある
- A新聞購読中に、B新聞がA新聞を名乗って訪問、しつこく勧誘されかわりに実家に契約してもらった (所沢市 40代女性)
- たくみな話で信頼してしまい、あやうく契約させられそうになった。ネット検索で免れた (集中工事と言ってきた) (30代男性)
- 会員制の旅行クラブ。昨年か一昨年の3月に倒産、弁護士、管財人も入り処理済 (積立て金は戻らなかったが)。さらに2011年9月に海外に資産があったのでお金が戻るといふ意味の電話あり (草加市 50代女性)
- 劇場型の投資詐欺に出会ったが、引っ掛かる前に断った。銀行に確認した
- 孫宛ての督促状 (5万) の支払いに祖母が行く寸前で留めた経験2回あり
- はっきり断ったら、いきなり電話を切られた (2件)
- 新聞販売員が、他紙を装って勧誘
- 電話を切ってくれない (話を続けようとする) (2件)
- 夜9時に近い時間帯に訪問されたのが困った。

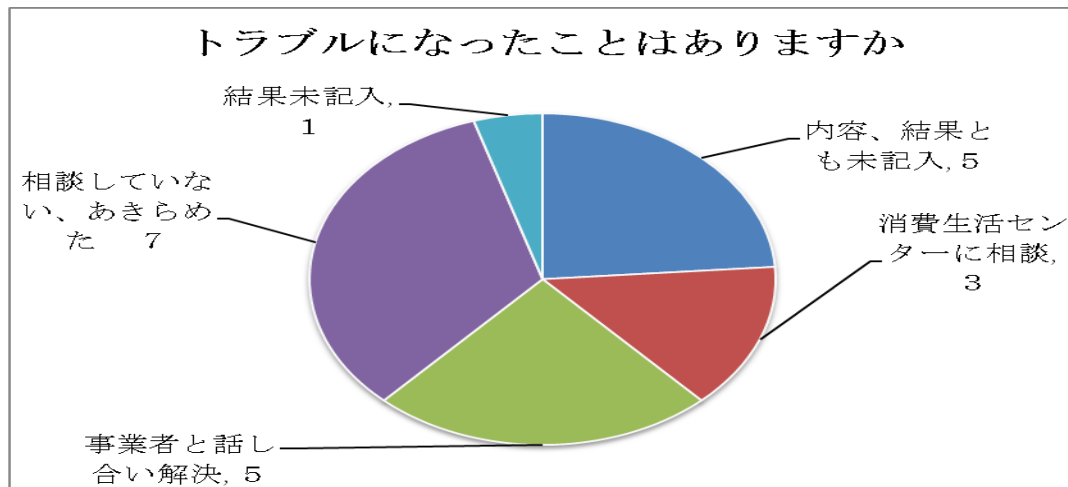
2-3. その他記入のうち、電話勧誘や訪問販売を受けた際、心がけていることについて

- すぐに電話を切る、電話に出ないようにしてある、留守番電話にしている
- ドアフォンで断る
- はっきり断る、相手にしない、お墓・保険はすでにあると言って断る
- ネット関連は子どもじゃないと言って断る
- 自治体の防犯関係のボランティア活動で仲間と良く話し合いをしている

3. 実際に契約をしてトラブルになったこと

ある 21 件（うち、内容記載 14 件）

（30代2件、40代5件、50代4件、60代8件、70代以上2件）



4. トラブルの解決・調整について

方法	件数	うち、内容記載
事業者との話合い	→解決	地デジとネット接続:説明と違っていたので解約 (60代女性)
		屋根修理のことで何回も訪問 (60代女性)
	→解決していない	A新聞と偽りB新聞が訪問、契約した (川越市 40代女性)
		結婚相談所 (入会金多額) (あきらめた) (日高市 60代女性)
消費生活センター等の行政窓口相談	→解決	補正下着 (120万) 事業者と話合いで解決せず、窓口に相談して解決 (60代女性)
		ニセ投資 (60代男性)
	→解決していない	0
どこにも相談しなかった	相談先わからず	6 (内容記載なし)
	あきらめた	ソーラーを購入したが不良品、ローン (100万円) だけ残った。 (さいたま市 70代女性)
		ガス漏れ警報器の訪問販売で、騙されて購入 (50代女性)
		教材を購入。高額すぎたのでキャンセルしたかったがローンを組んだのでそのまま支払い。クーリング・オフは過ぎていたのであきらめた (16万) (所沢市 50代女性)
		電話契約をすればパソコン差し上げますと言われ契約したが、送られてきたのは壊れたパソコン (さいたま市 40代女性)

その他（トラブル後の経過未記入など）	2010年5月頃書籍で5万（80代の親）。良くわからないうちに契約。消費生活センターに相談。結果未記入
	警察に相談（具体的内容記載なし）
	無料でお試しとの事で化粧品を送ってもらったが、しつこく勧誘の電話あり (所沢市 50代女性)
	新聞：勝手に契約になっていた（さいたま市 60代男性）
	クーリング・オフをしました 新聞の勧誘にて、他紙を偽って勧誘、契約書をみてわかった

5. その他、消費者被害にあったこと 個別の内容については資料編参照

- どこから名簿が回っているのかという不信感
- インターネット注文で危うく被害に遭うところだった
- エステでの解約料のトラブルなどの情報など
などの情報が寄せられました。

調査まとめ

訪問販売は、貴金属買取（28.3%）、家屋修理（14.4%）、プロパンガス（7.0%）、電話勧誘は、お墓（15.6%）、ネット接続回線（10.8%）、投資（10.0%）の件数が多くありました。平成22年度埼玉県消費生活相談年報（平成23年8月）販売・購入方法別の状況では、44,561件の相談のうち、訪問販売の相談件数は5,307件で、工事・建築の件数が増加、電話勧誘販売は2,736件で、株・公社債・ファンド型投資商品など増加により前年度比で34.8%増となっています。また、2010年度のPIO-NET※にみる消費生活相談の概要（平成23年8月25日 独立行政法人国民生活センター）では投資商品に関する相談が増加しているとの報告もあります。今回の調査でも投資に関する電話勧誘が3位、訪問販売との合計でも5位となっているなど、同様の結果が得られました。

また、2009年から急増している貴金属買取に関して、東日本大震災に便乗する悪質な勧誘の増加が報告されていますが、今回の調査でも全訪問販売のうち約28%が貴金属買取に関する訪問販売であるとの結果が得られました。

その他の被害として、太陽光発電、オール電化に関する勧誘の記入が多くありました。これは東日本大震災による影響が大きいものと思われます。

困ったこととして、電話が切りづらかった、しつこく勧誘されたなどという声が多かった一方、留守番電話にしているので困ったことはない、すぐに切るから大丈夫などと自分なりの対処法を実践している回答も多くありました。このような具体的な対処法や、訪問販売の再勧誘禁止規定などの情報を提供していく必要があると思われます。

トラブル後の経過では、相談先がわからない、あきらめたという回答が1位でした。ささいなトラブルでもあきらめることなく相談やクーリング・オフをするなど、消費者自身が力をつけるためにも行政としての役割の重要性が増しています。

なくす会では今後も、学習会やニュースレター、ホームページなどを活用して消費者への啓発、被害の未然防止活動を推し進めていきます。

※PIO-NET（全国消費生活情報ネットワークシステム）：国民生活センターと全国の消費生活センターをネットワークで結び、消費者から消費生活センターに寄せられる苦情相談情報の収集を行っているシステムです。

電話勧誘、訪問販売記入件数

(複数回答)

	電話勧誘 (件)	訪問販売 (件)	合計 (件)	合計割合
お墓	812	37	849	12.4%
貴金属買取	321	489	810	11.7%
ネット接続回線	560	83	643	9.3%
投資	519	45	564	8.2%
保険	457	107	564	8.2%
家屋修理	307	249	556	8.0%
美容関係	389	38	427	6.2%
地デジ・アンテナ	277	98	375	5.7%
塾・教材	292	100	392	5.4%
ハウスクリーニング	247	64	311	4.5%
浄水器・水	223	59	282	4.1%
食品	169	115	284	4.1%
結婚仲介	258	11	269	3.9%
プロパンガス	122	121	243	3.5%
寝具	95	56	151	2.2%
火災報知機	62	38	100	1.4%
震災復興関連	36	14	50	0.7%
資格取得	30	5	35	0.5%
合計	5176	1729	6905	100%

その他被害項目 (件数)

太陽光発電	30	成人式 (着物)	2	リフォーム	1
新聞	17	ケーブルテレビ	2	薬	1
マンション	13	会員制旅行クラブ	1	ゴルフ会員券	1
宗教	13	先物取引	1	書籍	1
オレオレ詐欺	7	着物	1	住宅ローン借換	1
オール電化	6	冠婚葬祭	1	白アリ	1
リサイクル買取	4	換気扇フィルター	1	電気料金	1
着物買い取り	3	不動産	1	社債	2
振り込め詐欺	3	生協	1	住宅	1
畳	3	予備校	1	庭の砂利石	1
電話料金	3	クレジットカード	1	土地	1
下着	2	水の投資	1	商品当選	1
消火器	2	MS販売	1	エコキュート	1
化粧品	2	掃除機	1	家庭教師	1
サプリメント	2	クリーニング	1		

その他の被害（裏面記入）

- 消火器、マンションの敷金 （所沢市 50 代女性）
- なぜ家族構成まで知っているのか不愉快「今度中3ですよね」「〇〇ちゃんのお母さんですか」等、名前、性別、年齢まで情報として出回っているのはおかしい（越谷市 40 代女性）
- 知人の母が掃除機の実演を家でしてもらい、高価なものを購入
- 楽天ネット注文して ブランド品と信じて購入。着払い直前にケータイに楽天から偽物だから受け取らないでとメール。（所沢市 50 代女性）
- エステ：契約したが、そのサロンでは他の方のローションを使用したり使いまわしをしていて、問い詰めるとなくした等というので、契約解除を申し出たが、30%程しか返してもらえなかった。（富士見市 40 代女性）
- 貴金属買取訪問。2人組みサラリーマン男性 きっぱり断ったが、翌週自宅の玄関周囲で写真をとっていた。
- 美容院のパーマをかけた時に、根元の液と巻き方が悪かったためにすぐ枝毛になって、ロットの通りに毛が落ちてしまった。消費者センターに相談し、美容院と話し合った。トラブルとなったが相談できて良かった。（春日部市 50 代女性）
- カニのセット（1万円で購入）が送られてきたら、どう見ても3,000円位のカニだった。いつもの業者と間違えて注文OKしたのも悪かったが……。宅配便で受け取り、中を確認する前に宅配の方へ支払いをしてしまった。送り先を確認したら、いつもの業者（お店）ではなく、だまされたことに気がついた。（草加市 40 代女性）
- 多分食品（名産品の海産物）だと思うが、どこから調べたのか携帯に北海道の番号で掛けてくる。拒否登録しても数年たつと別の番号でかけてくる。今のところ電話に出ないので被害にあったわけではないが、親しい人や務め先しか知らないはずの電話番号にかけてくるのが嫌だった。（春日部市 40 代女性）
- 屋根の改修のトラブルで調停までいった。2010年10月に訴えを起し、2011年9月に調停が成立した（春日部市 60 代男性）
- エステを無料で使える会員券を買ったら、領収書が乳酸となっていて騙されたことに基づき、クーリング・オフをした（20 代女性）

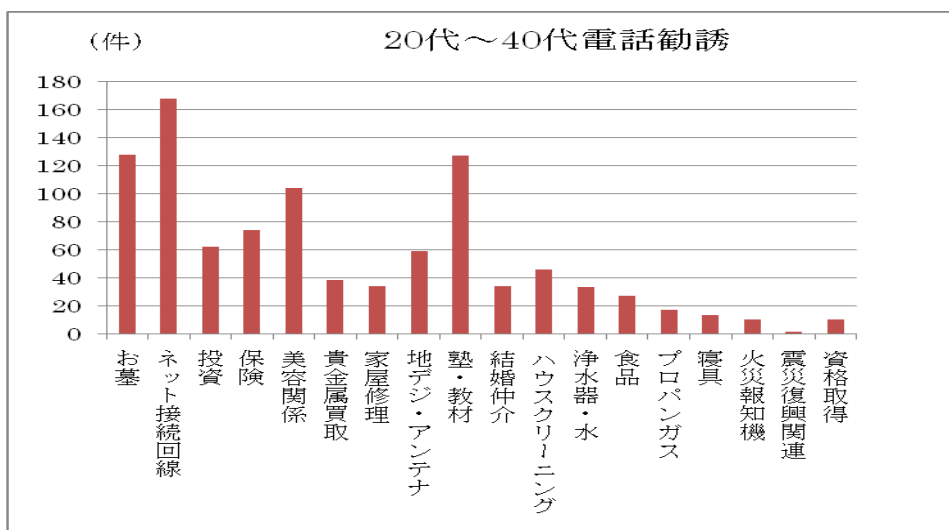
世代別分析

参考

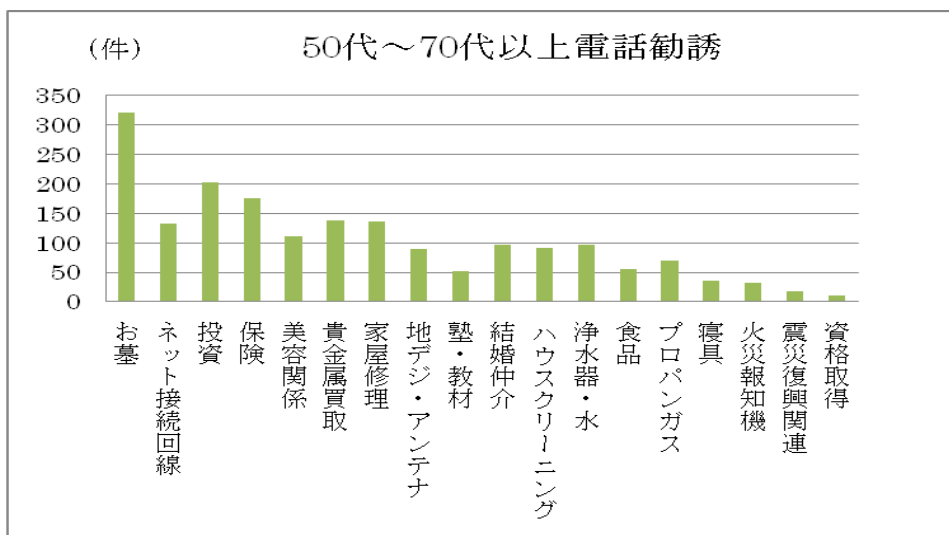
◆今回のアンケート 1505 枚の中から、789 枚 (52.4%) を無作為抽出し、20 代～40 代のグループ、50 代～70 代以上のグループの 2 世代に分けて集計を行いました

- ①一人当たりの電話勧誘を受けた件数は、20 代～40 代が 2.77 件、50 代～70 代以上で 4.29 件と、大きな差が出ました。要因として、仕事などで在宅していない、携帯電話のみの所有等により勧誘の電話はかかってこないなどが考えられます。
- ②一人当たりの訪問販売を受けた件数は、20 代～40 代が 1.15 件、50～70 代以上が 1.29 件と、50 代～70 代以上がわずかに多いという結果でした。電話勧誘の数値と比較すると、20 代～40 代の訪問販売を受けた件数の割合が多いように見受けられます。訪問販売に対する警戒心が薄いことが危惧されます。
- ③20 代～40 代では、塾・教材・美容関係・ネット関連など、全体の傾向とは異なる分野での電話勧誘、訪問販売が目立ちますので、この世代に合った啓発が必要だと思われま。なくす会としても、学習会の開催など工夫していきます。

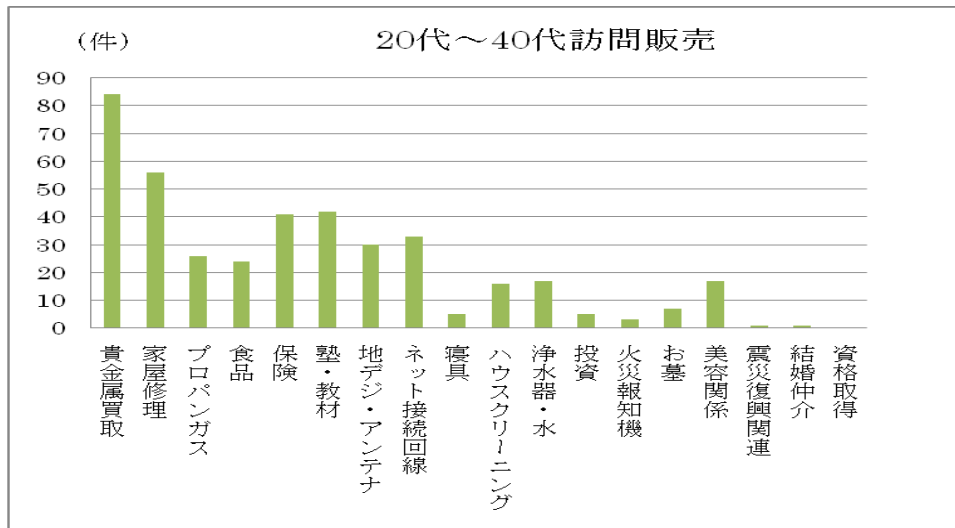
	20 代～40 代	50 代～70 代以上
回収枚数	355 枚	434 枚
電話勧誘を受けた件数	985	1861
一人当たりの受けた件数	2.77	4.29
訪問販売を受けた件数	408	562
一人当たりの受けた件数	1.15	1.29



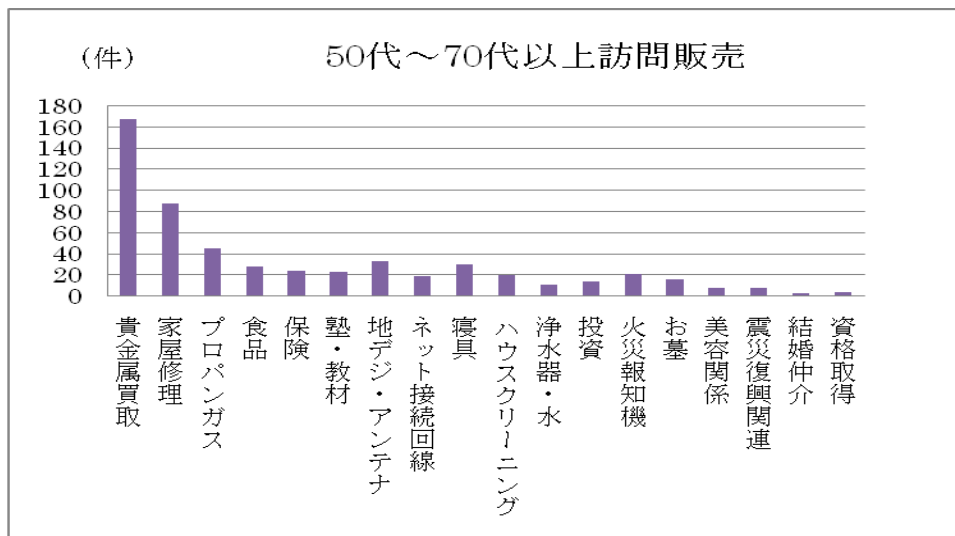
20 代～40 代では、塾・教材、ネット接続回線の勧誘が多いのが特徴。



50 代～70 代以上は全体の勧誘とほぼ同じ傾向にある。



20代～40代では保険、塾・教材が多いのが特徴。



貴金属買取、家屋修理の割合が突出している。

- ◆ 勧誘を受けて困ったことについては、どちらの世代も【しつこく勧誘、電話を切りづらい、なかなか帰らず】が上位で変わらない。ただし、【強引に上がりこむ、良く分からずに契約した】というのは50代～70代以上のみで回答があった。

