

国民生活センターと 高齢者の消費生活相談の状況について

2014年4月15日

独立行政法人国民生活センター

1 国民生活センターの組織概要

(1) 目的	【消費者基本法 第25条】 ・ 国民の消費生活に関する情報の収集及び提供 ・ 事業者と消費者との間に生じた苦情の処理のあっせん及び当該苦情に係る相談 ・ 事業者と消費者との間に生じた紛争の合意による解決 ・ 消費者からの苦情等に関する商品についての試験、検査等 ・ 役務についての調査研究等 ・ 消費者に対する啓発及び教育等 における中核的な機関として積極的な役割を果たす 【独立行政法人国民生活センター法 第3条】 国民生活の安定と向上に寄与するため、総合的見地から国民生活に関する情報の提供及び調査研究を行うとともに、重要消費者紛争について法による解決のための手続を実施
(2) 沿革	・ 昭和45年(1970年)10月：特殊法人国民生活センター発足 ・ 平成15年(2003年)10月：独立行政法人国民生活センターへ組織変更
(3) 所在地	・ 相模原事務所：神奈川県相模原市中央区弥栄3-1-1 ・ 東京事務所：東京都港区高輪3-13-22
(4) 役職員	・ 役員：6名(理事長 松本恒雄、理事3名、監事(非常勤)2名) ・ 職員：118名(平成25年4月1日現在)
(5) 予算 (運営費交付金)	・ 平成24年度当初予算：2,814百万円（補正後予算額2,721百万円） ・ 平成25年度当初予算：2,687百万円

2 国民生活センターの業務

国民生活センター

① 相談

- ・ 消費生活センター等では解決困難な相談の処理方法等をアドバイス〔経由相談〕
- ・ 「消費者ホットライン」で最寄りの消費生活センター等に繋がらなかった相談の受付〔平日バックアップ相談等〕
- ・ 相談に基づく注意喚起、制度等に関する改善要望

② 相談情報の収集・分析・提供

- ・ PIO-NET(パイオネット:全国消費生活情報ネットワーク・システム)を通じた相談情報の収集・分析
- ・ 相談情報に基づく情報提供(報道機関からの取材、国会・中央省庁、警察、裁判所、弁護士会、適格消費者団体からの照会等)

③ 商品テスト

- ・ 消費生活センター等における苦情相談解決のためのテスト
- ・ 被害の未然防止・拡大防止の注意喚起のためのテスト
- ・ 注意喚起のためのテストに基づく商品改善、規格・基準等に関する改正要望

④ 広報・普及啓発

- ・ 消費者に注意喚起情報を提供するための記者説明会、出版物、リーフレット、ホームページ等を通じて、広報・普及啓発

⑤ 研修・資格制度

- ・ 消費生活センター等の消費生活相談員や行政職員等の能力向上のための研修、巡回訪問支援
- ・ 資格認定試験を全国各地で実施し、「消費生活専門相談員」資格を認定

⑥ 裁判外紛争解決手続(ADR)

- ・ 「重要消費者紛争」の適切・迅速な解決に向けた裁判外手続を実施
- ・ 手続の結果概要を公表

(注) 1. 東京事務所 : 上記①、②、④、⑤、⑥の業務を実施
2. 相模原事務所 : 上記③の業務を実施

3 国民生活センターの機能

国民生活センターは、相談・情報・商品テスト・研修等の各業務の実施を通じて、消費者被害の予防と救済のための3つの機能を担っている

①行政機関及び事業者団体等への要望、情報提供等

- 行政機関や事業者団体等に制度や商品等に関する改善要望を実施
(2012年度:12件、2013年度(12月末):16件)
- 行政機関及び事業者団体等に78件(2012年度)の情報提供を行った結果、20件について行政処分や業務改善等の対応を確認

②全国の消費生活センター等に対する支援(地方支援)

- 全国各地の消費生活相談窓口に対して、ワンストップ・サービスとして以下の支援を実施
 - 各地センター等に相談処理のアドバイス等を行う経由相談
 - 平日バックアップ相談、土日祝日相談、及びお昼の消費生活相談からあっせん方法等を提供
 - PIO-NET等による相談解決に役立つ情報の提供・共有
 - 苦情相談解決のための商品テスト
 - 相談員・行政職員への研修、市町村相談担当者への巡回訪問支援
 - 解決困難事案の裁判外紛争解決手続(ADR) 等

③消費者に対する注意喚起

- 消費者被害の拡大防止のため、相談、テスト、PIO情報等に基づき、消費者に対して積極的に注意喚起
 - 取引関連：悪質商法等による取引被害の拡大防止のため注意喚起
 - 危害関連：人の生命・身体に危害を及ぼす商品事故等の被害拡大防止のため注意喚起
 - 商品テスト関連：商品事故等の被害拡大防止のため商品テストを実施し注意喚起
- 2012年度は、記者説明会(月2回程度)等を通じて合計78件を公表
その他報道機関からの取材件数は約1,700件/年(参照：<http://www.kokusen.go.jp/news/news.html>)

4 相談

国民生活センターの主な相談業務は以下のとおり

○ 経由相談

- ・ 全国の消費生活センター等を支援するため、各地センター等に対して個別の相談(全国的な案件、高度で専門的な案件、小規模な消費生活センターの相談員からの相談等)に関する処理方法のアドバイス等を行う
- ・ チーム制(特商法、金融・保険、情報通信)を設けて専門化・高度化し、高いレベルで各地センター等にアドバイス

○ 消費者ホットラインを活用した地方支援

平日バックアップ相談

消費者庁による「消費者ホットライン」(0570-064-370)で、平日に都道府県・政令市の消費生活センター等に電話したが繋がらなかった相談を受付

土日祝日相談(消費者ホットライン経由)

土日祝日に相談窓口を開設していない消費生活センター等の支援として、土日祝日に相談受付

○ お昼の消費生活相談

- ・ 平日の11時から13時の時間帯に消費者から電話で直接相談を受け付ける。午後は集中的に相談処理を行う
- ・ 個別救済とともに、この相談処理で得た手法を各地センターに提供

○ 特定トラブルに関する「110番」

全国的に発生している案件、被害が深刻化している案件、解決困難な案件などの特定テーマについて、実施結果は、消費者への注意喚起とともに、相談処理の方向性等を消費生活センター等にフィードバック

○ 個人情報相談

消費生活センター等からの個人情報の取扱いに関する相談に対してアドバイス等を行う

○ 消費者トラブルメール箱

消費者被害の実態をリアルタイムで把握するため、インターネットを利用してトラブル情報を収集

5 国民生活センターの実績

	件 数						(年度)
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	
経由相談	4,696	5,317	5,939	6,344	5,918	7,093	
平日バックアップ相談 (注1)	—	—	—	1,346	3,512	3,298	
お昼の消費生活相談 (注2)	—	—	—	—	—	2,012	
土日祝日相談 (注3)	—	2,872	9,028	8,182	9,177	7,636	
(直接相談) (注4)	5,145	4,672	7,239	—	—	—	
各種110番 (注5)	高齢者:(52)	高齢者:(18)	震災:(227) 高齢者:(89)	震災:1,603 高齢者:8 出会い系:63 美容医療:128	金儲け:12 高齢者:8	ネット回線:114 高齢者:57	
個人情報相談 (注6)	1,580	1,611	1,097	230	185	135	
(合計)	11,421	14,472	23,303	17,904	18,812	20,210	
消費者トラブルメール箱 (注7)	13,373	8,394	15,431	12,762	13,503	15,058	

(注1)「平日バックアップ相談」は 2011年6月20日からスタート。

(2014年4月8日までの登録分)

(注2) お昼の消費生活相談は2013年7月29日からスタート。

(注3)「土日祝日相談」は 2010年1月16日からスタート、2009～2012年度は20回線、2013年度は16回線。

(注4) 消費者からの相談を直接受け付ける「直接相談」は、2010年度末で廃止。

(注5) 特設相談電話(110番)。()内は「直接相談」に含まれる件数。高齢者:高齢者110番、震災:震災関連悪質商法110番(2011年3月27日～7月29日まで。被災地以外の相談も含む)、出会い系:悪質出会い系サイト被害110番、美容医療:美容医療契約トラブル110番、金儲け:金儲けソフトトラブル110番、ネット回線:ネット回線勧誘トラブル110番。

(注6) 国民からの個人情報相談の直接受付は、2010年度末で廃止。2011～2013年度の件数は経由相談で受け付けた件数(問合せも含む)。

(注7) 件数は受信件数(「消費者トラブルメール箱」へのアクセス数:283,838件、FAQトップページアクセス数:234,831件(いずれも2013年度))。

6 相談に基づく注意喚起の例

○ 報道機関向けの公表資料



独立行政法人
国民生活センター

平成 25 年 3 月 21 日
独立行政法人国民生活センター

報道発表資料

買え買え詐欺注意 No.1

宅配便でお金を送らないで！

—他の商品と混ぜてお金を送らせる手口に要注意！—

「買え買え詐欺」(p.4 参照)に関する相談は全国の消費生活相談窓口によく寄せられています。最近では銀行振り込みではなく、**宅配便を使って金銭を送付させる手口**が目立っています。一度送金してしまうとお金を取り戻すのは非常に難しいので、絶対にお金を送らないでください。

1. 相談事例

【事例1】1,000万円を衣類と偽って宅配便で送るよう指示されお金を送付した

B社から「A社のパンフレットが届いていないか」と電話があった。届いていることを伝えると、「A社から社債を購入したい。代金はこちらで支払うので代わりにA社の社債を申込んでほしい」と言われたので、FAXで申込書をA社に送った。

その翌日、A社から電話があり、「Bから代金が振り込まれたが、あなたの居住地からの振り込みではない。金融担当庁から指摘され口座が凍結された。名義貸しは問題だ。このままだとあなたは牢獄行きになる。至急現金で1,000万円送ってほしい。宅配便で商品は衣類と書き、現金の上にタオルを乗せて送るように」と指示され指定された住所に送った。その後心配になり家族に相談すると「だまされているのではないか」とのことだった。返金してほしい。

(2012年11月受付 契約当事者：70歳代 女性 無職)

【事例2】お金をおろしに銀行に向いたところ、銀行から相談するよう勧められた

B社から「A社の封筒が届いていないか」と問い合わせの電話があった。しばらくしてA社からFAX投資のためのカタログが届いたのでB社に電話をすると「A社のFAX投資用ソフトは県内の人しか買うことができない。1セット200万円のところを360万円で買い取るので5セット購入してほしい」と言われた。そこで、A社に電話をかけたところ「先に2セット分送金してほしい」と言われた。A社から「宅配用封筒を送るので現金を送るように」と言われ、その封筒に400万円を入れて送った。届いた封筒にはすでに送付先が記載され、商品名のところは「付録付雑誌」と書かれていた。追加でさらに代金を送るため、お金をおろしに銀行に向いたところ、銀行から消費生活センターを案内された。どうすればいいか。

(2012年11月受付 契約当事者：70歳代 女性 無職)

○ メールマガジンによる注意喚起

見守り 新鮮情報 第160号

「A社のパンフレットが届いていないか」とB社から電話があった。届いていると伝え、代金はこちらで支払うので、**代わりにA社の社債を申し込んでほしい**と言われたので、FAXで申し込んだ。翌日、A社から電

話があり「B社から代金が

振り込まれたが、あなたの居住地からでないため金融担当庁から指摘され、口座が凍結された。**名義貸しは問題**。このままだとあなたは**牢獄行き**になる。至急**現金で1,000万円**送ってほしい。**商品は衣類**と書いて**宅配便**で送るように」と指示され指定された住所に送った。家族に相談すると「だまされているのではないか」と言われた。返金してほしい。(70歳代 女性)



現金は宅配便で送れ!?
買え買え詐欺に気をつけて!

ひとこと助言

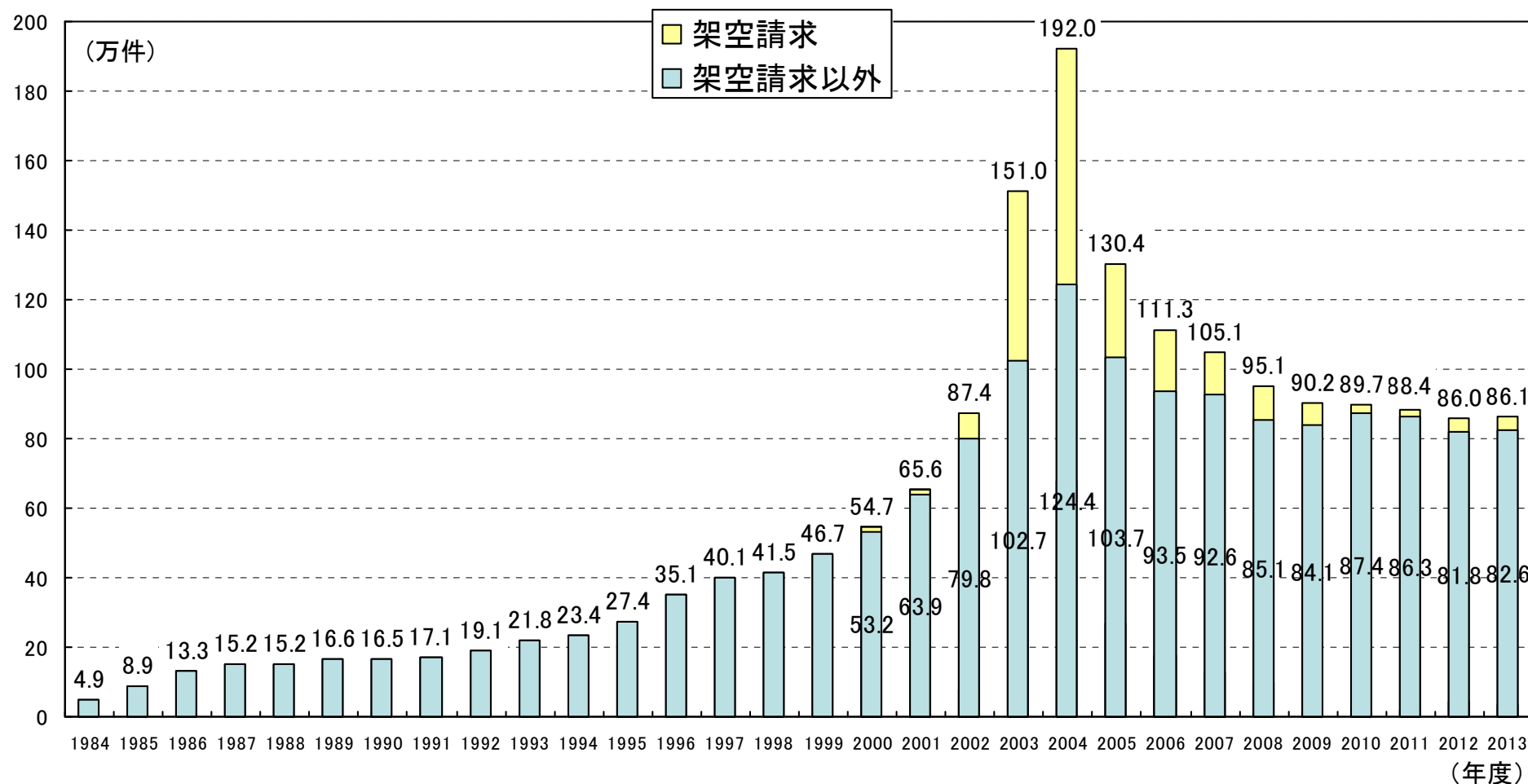


- 販売業者が提供する商品や権利等を別業者が勧誘し契約させようとする、「買え買え詐欺(劇場型勧誘)」に関する相談で、最近は振込みではなく、宅配便を使って送金させる手口が目立っています。
- 伝票の商品の欄に「衣類」「化粧品」「雑誌」などと記載し宅配便で送るよう指示するなど、他の商品と混ぜて送金させるケースが見られます。
- 宅配便などでは、送金した証拠が残らないことが多く、いったん送金してしまうと、お金を取り戻すのは非常に困難です。
- 不審な電話があった場合は、お金を払う前にお住まいの自治体の消費生活センター等にご相談ください。

7 全国の消費生活相談の件数

○ 全国の消費生活センター(約1,000ヵ所)に寄せられる相談件数は、**年間90万件程度**

図1 全国の消費生活相談の件数推移



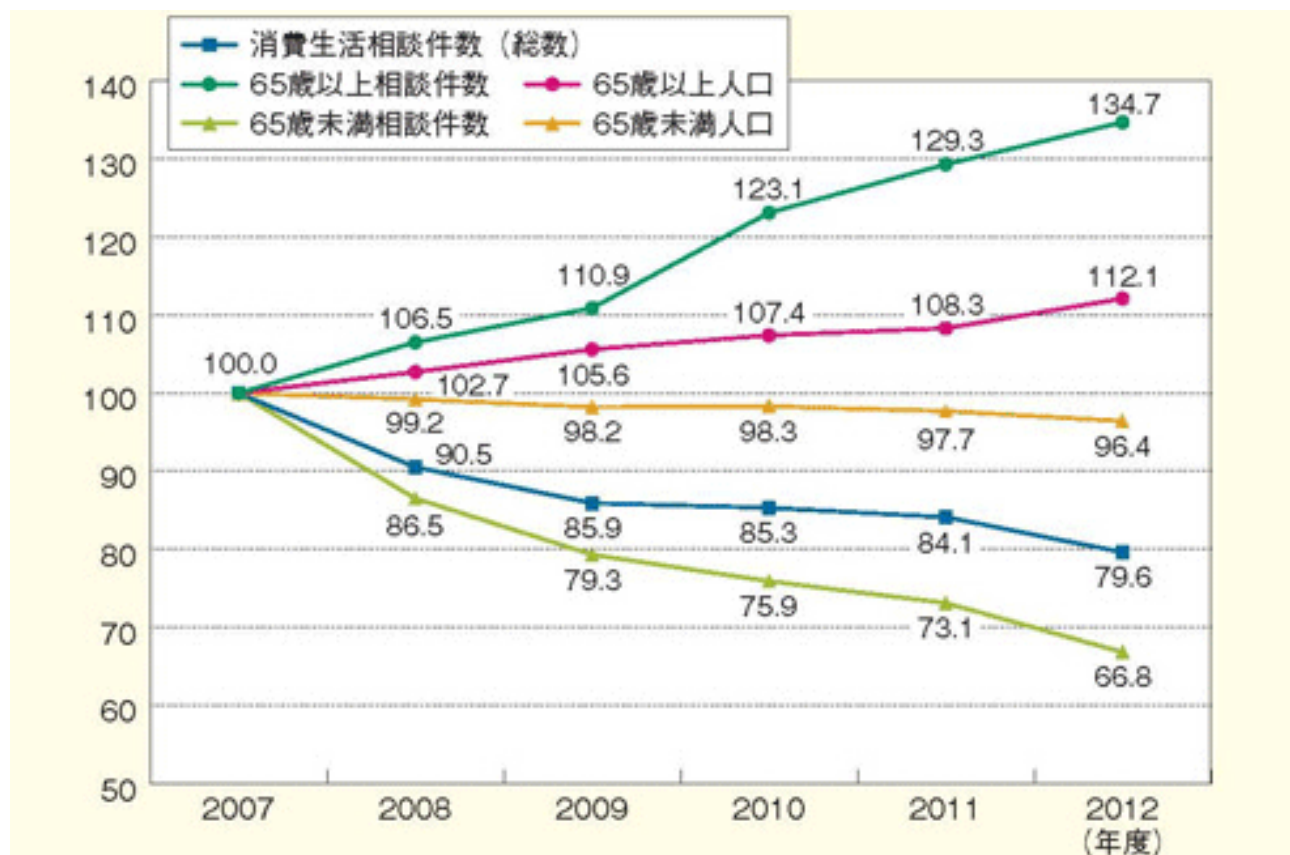
(注1) PIO-NET：全国消費生活情報ネットワーク・システム (Practical Living Information Online Network System)

(注2) データは2014年3月31日までの登録分

8-1 高齢者相談の件数等

○ 高齢者相談の件数は、人口の高齢化を大きく上回るペースで増加

図2 年代別の人口と消費者相談件数の推移(65歳未満・65歳以上)

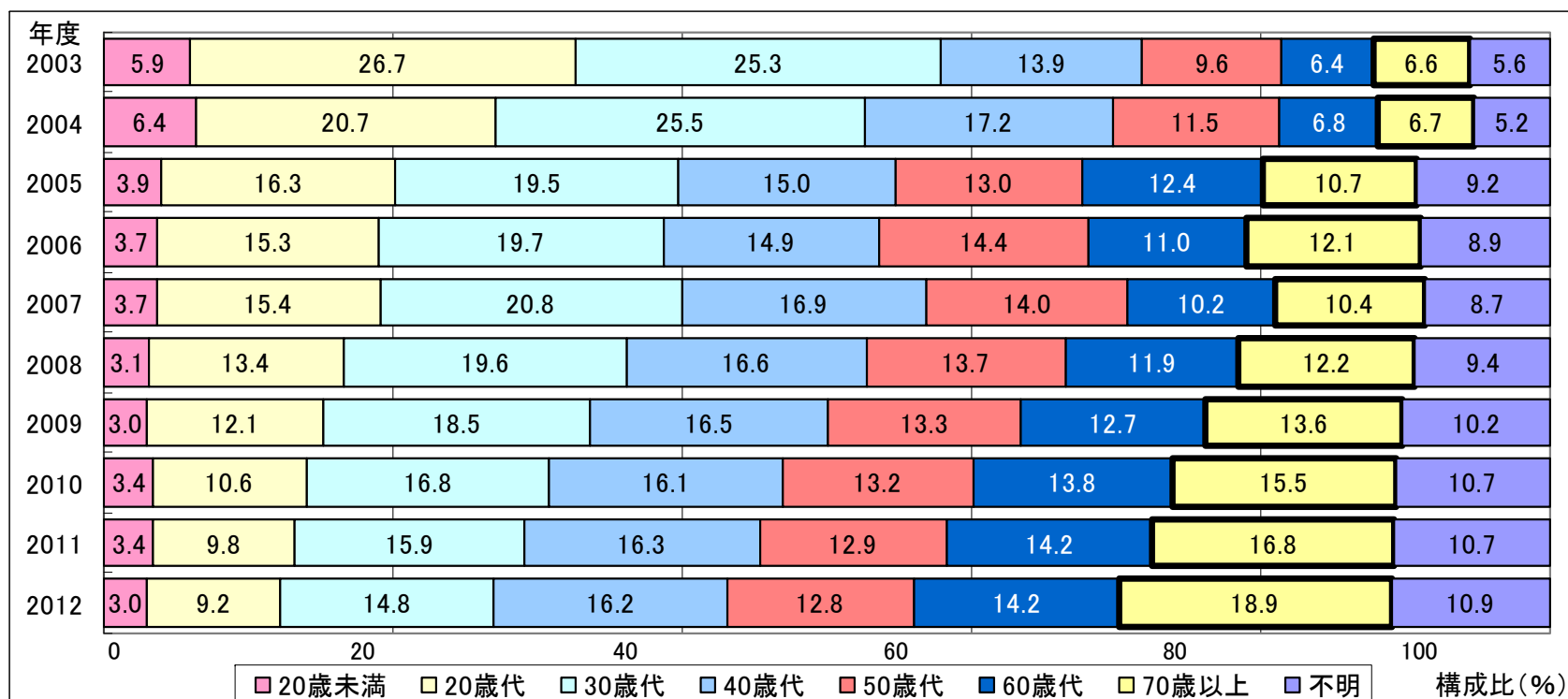


(消費者庁「平成25年版消費者白書」より抜粋)

8-2 高齢者相談の件数等(続き)

○ 消費生活相談全体に占める高齢者相談の割合も年々増加

図3 消費生活相談における契約当事者の年代別割合の推移



(国民生活センター「消費生活年報2013」より抜粋)

9 商品・サービス別の相談件数

- 70歳以上の相談では、「健康」「お金」「住居」にまつわるトラブルが多い
- 相談全体では、「インターネット」にまつわるトラブルが多い

表1 商品・サービス別の相談件数(70歳以上・相談全体)(2012年度)

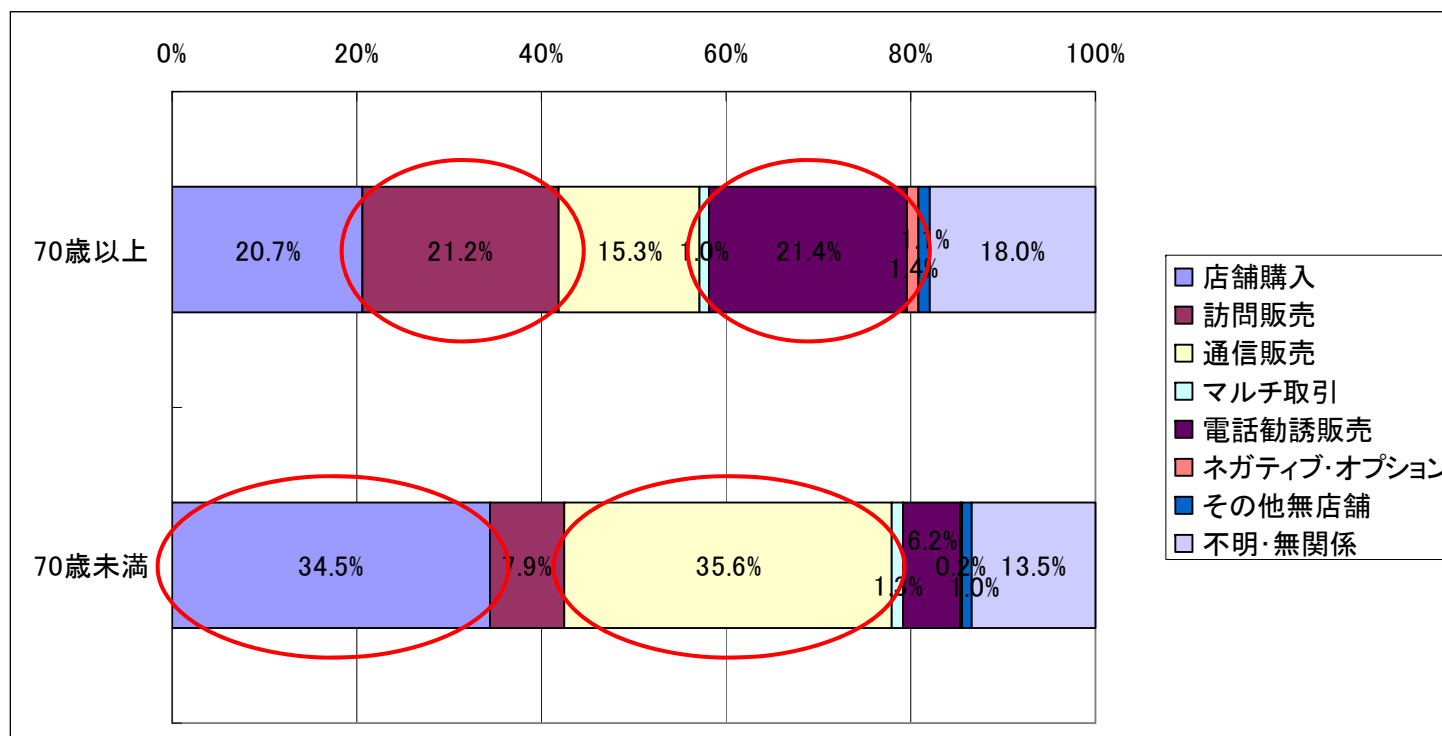
70歳以上			相談全体		
順位	商品・役務等	件数	順位	商品・役務等	件数
1	健康食品	16,966	1	アダルト情報サイト	64,876
2	ファンド型投資商品	8,090	2	デジタルコンテンツその他	59,314
3	商品一般	7,363	3	サラ金・フリーローン	45,044
4	新聞	4,374	4	賃貸アパート・マンション	33,442
5	サラ金・フリーローン	4,350	5	健康食品	27,606
6	株	3,772	6	商品一般	27,193
7	公社債	3,536	7	出会い系サイト	20,890
8	相談その他	3,219	8	移動通信サービス	17,528
9	宝くじ	3,210	9	相談その他	17,179
10	ふとん類	3,149	10	インターネット接続回線	16,773
11	修理サービス	2,943	11	ファンド型投資商品	15,299
12	他の役務サービス	2,805	12	四輪自動車	14,702
13	アダルト情報サイト	2,743	13	新聞	11,633
14	インターネット接続回線	2,691	14	放送サービス	11,450
15	生命保険	2,638	15	修理サービス	11,332
16	放送サービス	2,273	16	他の役務サービス	9,847
17	デジタルコンテンツその他	2,118	17	生命保険	8,879
18	その他金融関連サービス	2,000	18	携帯電話	8,545
19	アクセサリー	1,935	19	アクセサリー	8,008
20	賃貸アパート・マンション	1,843	20	化粧品	7,733
21	他の教養・娯楽サービス	1,703	21	エステティックサービス	7,225
22	屋根工事	1,556	22	その他金融関連サービス	7,108
23	家庭用電気治療器具	1,492	23	医療サービス	6,828
24	鮮魚	1,429	24	株	6,780
25	化粧品	1,339	25	宝くじ	6,428

(国民生活センター「消費生活年報2013」より作成)

10 販売方法別の相談件数

- 70歳以上の相談では、「訪問販売」「電話勧誘販売」によるトラブルが約4割強。事業者が突然訪問・電話してきて不意打ち的に勧誘するケースが多い
- 70歳未満の相談では、「店舗販売」「通信販売」によるトラブルが約7割

図4 販売方法別の相談件数(70歳未満・70歳以上)(2012年度)



(PIO-NETに登録された消費生活相談情報(2013年5月末までの登録分))

11 高齢者トラブルの特徴

○ 高齢者を取り巻く環境の変化 —「健康状態」「収入・支出」「生活スタイル」の変化

- ・ 心身の機能が低下、病気がちになってくる
- ・ 収入と貯蓄が減少していく中、生活費への不安が募っていく
- ・ 一人で在宅で過ごす時間が長くなる。困ったときに頼れる人がいない。社会との接点も希薄に



高齢者特有の不安 —「健康」「お金」「孤独」の3つの不安

○ 騙されやすい心理的要素 —3つの不安をきっかけとして、それらに付け込む悪質な勧誘

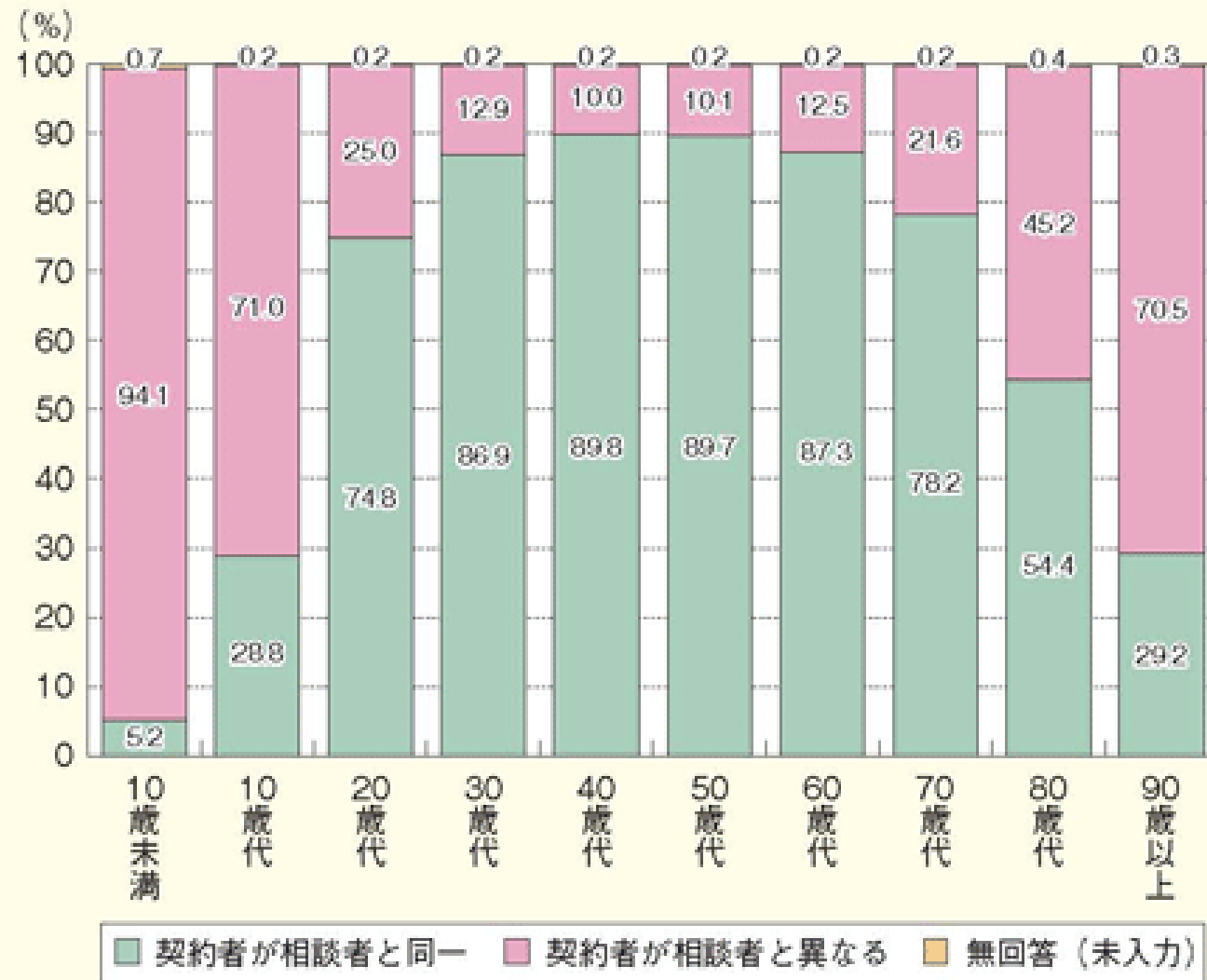
- ・ 悪質な事業者は、高齢者の不安を利用して、感情を揺さぶり次の勧誘段階へとつなげていく
- ・ 勧誘場面において利用されやすい消費者の心理的要素として、以下の6つがあると言われている
 - 「返報性」: 好意には好意を持って返さなくてはならない
 - 「コミットメントと一貫性」: 一度表明した態度を変えにくい
 - 「社会的証明」: 社会一般の人の意見に左右されやすい
 - 「好意」: 好感度の高い人の意見は正しく感じる
 - 「権威」: 専門家の意見が判断に影響する
 - 「希少性」: 希少性に価値を感じる

ロバート・B・チャルディーニ（社会行動研究所訳）「影響力の武器 - なぜ、人は動かされるのか（第2版）」誠信書房、2007年）

○ 被害の深刻さ —被害金額が大きい、周囲が気づきにくい

- ・ 高齢者の保有資産は他の世代と比較して大きいため、悪質な事業者にターゲットとされやすく、被害金額も大きくなりやすい
- ・ 一方、収入については減少となることから、一度被害にあうと新たな収入で被害をカバーすることができず、その後の生活に対する影響が大きい
- ・ 一人暮らしの高齢者も多く、家族をはじめ周りの人が気づきにくい

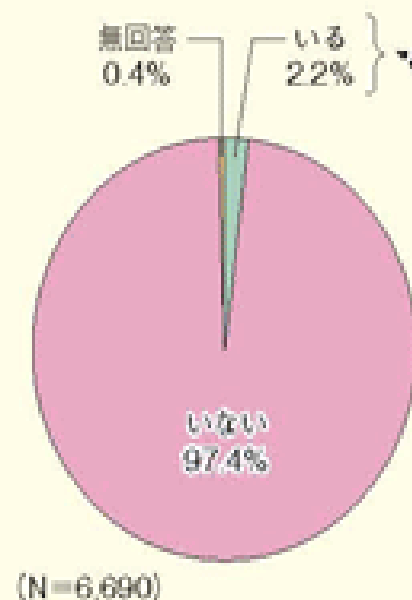
12 高齢者・未成年者の相談は本人以外から相談が寄せられる傾向



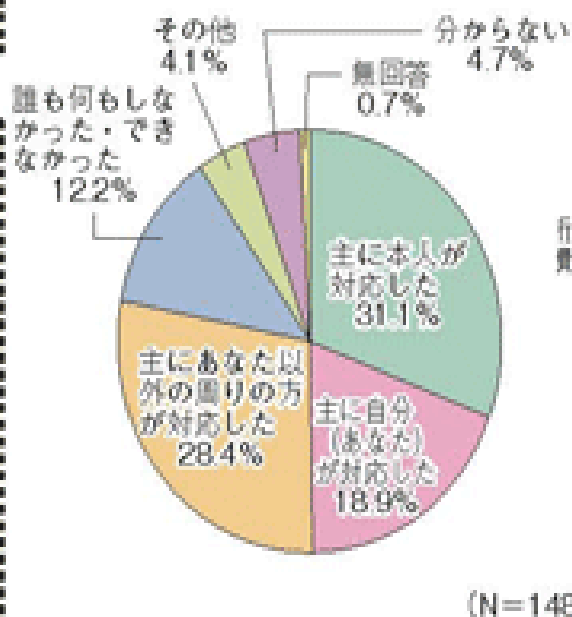
(備考) PIO-NETに登録された2012年度の消費生活相談情報 (2013年4月30日までの登録分)。

13 身近な高齢者のトラブル経験で本人が対応したのは3割

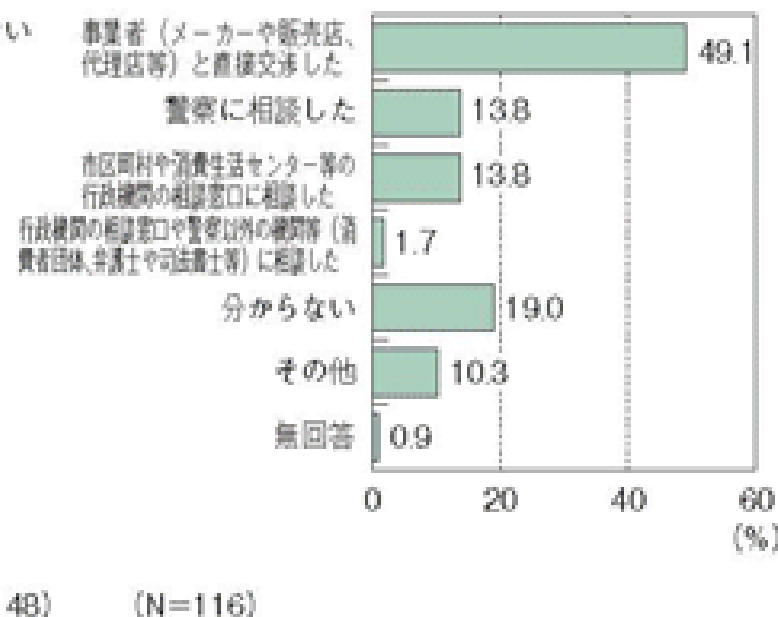
この1年間の身近な高齢者の
消費者トラブル被害



主に誰が対応したか



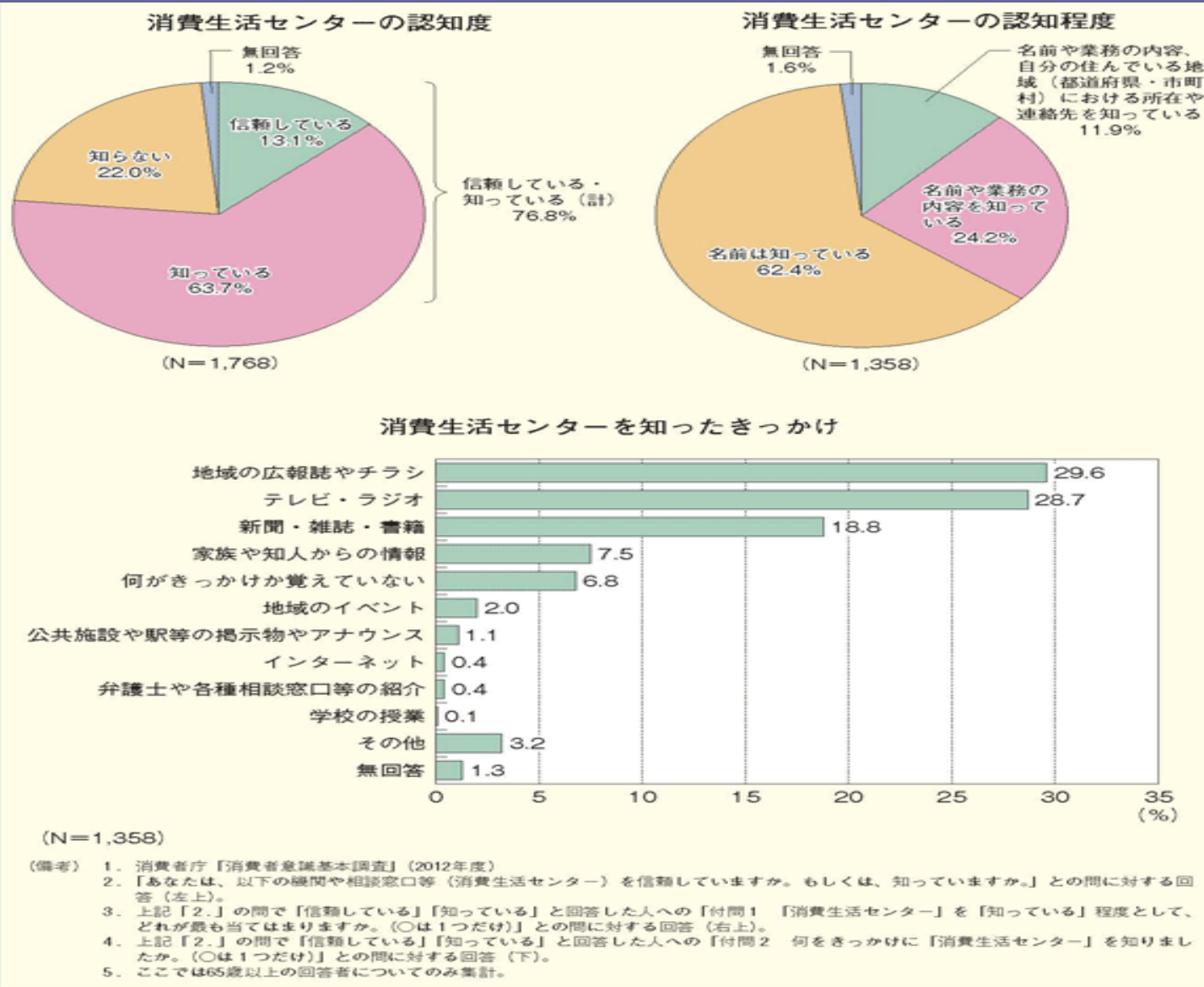
具体的にどのように対応したか



〈備考〉 1. 消費者庁「消費者意識基本調査」(2012年度)

- 「この1年間に、あなたの身近な高齢者で「消費者トラブル」により被害を受けた方がいますか。(○は1つだけ)」との間に対する回答(左)。
- 上記「2.」の間で「いる」と回答した人への「その「消費者トラブル」は主に誰が対応しましたか。複数あった場合は、最も身近な人の最も深刻なトラブルについてお答えください。(○は1つだけ)」との間に対する回答(中央)。
- 上記「3.」の間で「主に本人が対応した」「主に自分(あなた)が対応した」「主にあなた以外の周りの方が対応した」と回答した人への「具体的にどのように対応しましたか。(当てはまるもの全てに○)」との間に対する回答(右)。

14 7割以上の高齢者が消費生活センターを認知



15 消費生活相談員の業務等

○ 消費生活相談員

・苦情相談に従事させる者として、消費者安全法(第10条)では相談について専門的な知識及び経験を有する者と定めている。当センターにおける相談対応(事業者に対する消費者からの苦情に係る相談、事業者に対する消費者からの苦情の処理のためのあっせん)は、資格を保有している消費生活相談員が行っている。

【消費生活安全法施行規則】

第七条 消費者安全法(以下「法」という。)第十条第一項第一号 又は第二項第一号 に規定する者は、次に掲げるいずれかの資格を有する者又はこれらと同等以上の専門的な知識及び経験を有する者とする。

- 一 独立行政法人国民生活センター(以下「国民生活センター」という。)が付与する消費生活専門相談員の資格
- 二 一般財団法人日本産業協会が付与する消費生活アドバイザーの資格
- 三 一般財団法人日本消費者協会が付与する消費生活コンサルタントの資格

○ 消費生活相談員のあっせん

消費生活相談窓口は、行政サービスの一環であり、相談対応については、消費生活相談員は話し合いでの解決が前提。弁護士と異なり法律に当てはまるかどうかだけでなく、被害の実情や社会通念、信義則、企業の社会的役割などにも踏み込んで、事業者の説得を試みる。

また、消費生活相談員は、行政サービスに熟知していることから相談者の状況に応じて適切な行政の窓口の紹介も可能である。相談者にとっては敷居が低く、相談しやすいのではないかとと思われる。

16 国民生活センターの考える「あっせん」について

「結果として最終的に解決したかどうかに関わらず、最終的な解決を目指して、事業者と消費者の主張を調整し、交渉すること」

(昭和45年5月4日経企消第55号 各都道府県知事あて経済企画庁国民生活局長通知
「地方公共団体における苦情処理体制の整備について」より)

「あっせん」の重要性

- 消費者は最終的な解決を求めており、これが実現できること
- 事業者とのあっせん交渉・説得によって、相談の解決水準を向上させること
- あっせんによって、全国の相談解決水準が維持、向上すること
- 事業者とのあっせん交渉等を通じて事業者倫理を向上させること
- あっせんによって得られる事業者の主張と、これに対する考え方を、
消費者への注意喚起・啓発や、政策の企画立案、法改正等の検討に活かすこと
- これらを通じて、行政による消費者・住民支援として、消費者の権利確保を図ること

「あっせん」に入るポイント

- ・相談者と事業者の間に情報力、交渉力等の格差がある(高齢者、未成年者のトラブル等)
 - ・複雑な事案で自主交渉では解決できない
 - ・契約金額、支払金額が大きい
 - ・誰が見てもひどい、深刻なケースである
 - ・相談内容が目新しい
- 等

17-1 関係機関等との連携 例：“詐欺的”サクラサイト商法被害撲滅キャンペーン

<キャンペーン内容>

キャンペーン期間：平成24年5月22日(火)～6月29日(金)

1. 「一日国民生活センター長」啓発イベント(消費者庁と共催)

2. ホームページ特設コーナーの設置による啓発

⇒「一日国民生活センター長(上地雄輔氏)」のビデオメッセージや
トラブルの手口を配信

⇒関係機関(警察庁、消費者庁)からの特設コーナー周知

3. 啓発うちわの作成

⇒全国の消費生活センター等における啓発に利用

4. 関係業界との連携

① サクラサイト被害全国連絡協議会

“サクラサイト被害撲滅全国一斉110番”(全国32箇所で開催)

② 一般社団法人日本音楽事業者協会

⇒加盟の芸能プロダクション、所属芸能人に向けて啓発の呼びかけ

③ 日本複合カフェ協会

⇒全国のネットカフェ店舗に啓発うちわの配布依頼

(啓発うちわ)



17-2 関係機関等との連携(続き)

【救済への取り組み】

○各地消費生活センターの返金交渉における協力・支援

- 決済関係会社の動きを踏まえた交渉方法の助言・情報提供
決済関係会社へのトラブル現状の申し入れ、加盟店解約時の対応等の申し入れ

○日弁連等との連携

- 日弁連、サクラサイト被害全国連絡協議会(旧:出会い系サイト被害全国連絡協議会)、各地弁護士との連携
 - ・2011年12月、2012年4月、2012年9月、2013年4月
同協議会が開催する全国会議に出席し意見交換
 - ・2011年12月12日 国民生活センターと同協議会における110番 同日開催
 - ・2012年5月30日 国民生活センターで実施した「詐欺的“サクラサイト商法”被害撲滅キャンペーン」の期間中に同協議会で110番を開催
 - ・個別事案における連携、意見交換

情報提供テーマ①(2013年度)

公表日	相談情報部 取引関連公表テーマタイトル
2013. 4. 4	モバイルデータ通信の相談が増加 - 「よく分からないけどお得だから」はトラブルのもと！ -
2013. 5. 2	MRIインターナショナルに関する二次被害トラブルにご注意ください！
2013. 5. 9	買え買え詐欺注意報№2 新たなエネルギー募集をうたった買え買え詐欺にご注意 - シェールガス？メタンハイドレート？ 新しい話題を悪用した儲け話 -
2013. 5. 9	高齢者の消費生活トラブル注意報№7「国の被害救済制度で過去の投資被害の回復が図れる」という不審な勧誘にご注意！ - 消費生活センターをかたり、公的機関を思わせる手続書類を使うなど、手口が巧妙化 -
2013. 5.23	高齢者の消費生活トラブル注意報№8 高齢者を狙った健康食品の送りつけ商法が急増！ 申し込んだ覚えがなければ絶対に受け取らない、お金を払わない！
2013. 6. 3	高齢者の消費生活トラブル注意報№9 いわゆる「偽装質屋」からは絶対に借り入れしないで！ - 「質草は何でもいい」「年金口座から自動引落とし」などのうたい文句に注意 -
2013. 6. 6	「消費者トラブルメール箱」2012年度のまとめ

情報提供テーマ②(2013年度)

公表日	相談情報部 取引関連公表テーマタイトル
2013. 6.13	速報！“遠隔操作”によるプロバイダ勧誘トラブルにご注意！
2013. 7. 1	速報！！「ネット回線勧誘トラブル110番」の実施結果報告
2013. 7. 4	低運賃でも苦情は急増 LCCなどの格安航空に関するトラブル
2013. 7.12	買え買え詐欺注意報No.3突然「あなたの名前で社債を購入した」と電話をしてくる手口に注意！ - 消費者をあわてさせてお金をだまし取る買え買え詐欺 -
2013. 8. 1	高齢者の消費生活トラブル注意報No.7 相談件数が過去最高に！原野商法の二次被害トラブルが再び増加 - 「買い手が見つかった」「高く売れる」などのセールストークをうのみにしないこと -
2013. 8. 1	2012年度のPIO-NETにみる消費生活相談の概要
2013. 8.22	なかなか減らない新聞のトラブルー高齢者に10年以上の契約も！解約しようとしたら断られた！ー
2013. 9.5	無料(タダ)ではない！？ウォーターサーバーの当選商法ー実態は水の定期購入！1年未満の解約では解約料がかかるー
2013. 9.12	買え買え詐欺注意報No.4 ダイヤモンドの買え買え詐欺にご注意！ートラブルにあった人の9割は高齢者ー

主な情報提供テーマ③(2013年度)

公表日	相談情報部 取引関連公表テーマタイトル
2013. 9.30	健康食品の送りつけ商法に新たな手口 現金書留封筒を同封して送りつけ、脅迫めいた口調で支払いを迫る！
2013. 10.3	「一日最大〇〇円」...、確認せずに利用すると高額料金になることも！ ーコインパーキングの「表示」に関するトラブルが増えているー
2013. 10.11	「ねらわれてます高齢者 悪質商法110番」実施結果
2013. 12.5	年に1回、憧れの海外リゾートライフ？ 海外不動産所有権付きリゾート会員権「タイムシェア」の契約は慎重に！
2013. 12.12	増え続ける子どものオンラインゲームのトラブル -保護者のクレジットカードの管理が、トラブルを防ぐ第1歩-
2013. 12.19	「インターネット通販の前払いによるトラブル」が急増！ ー個人名義の銀行口座への前払いはしないー
2013. 12.19	投資経験の乏しい者に「プロ向けファンド」を販売する業者にご注意！ ー高齢者を中心にトラブルが増加、劇場型勧誘も見られるー

主な情報提供テーマ④(2013年度)

公表日	相談情報部 取引関連公表テーマタイトル
2014. 1.23	婚活サイトなどで知り合った相手から勧誘される投資用マンション販売に注意！！－ハンコを押す相手は信ジラレマスか？－
2014. 2.14	東京オリンピックに関連した詐欺的トラブルにご注意ください！ (No.2)－オリンピック用の建物・土地に関する架空の儲け話－
2014. 2.20	「高い」、「期待したほど聞こえない」、あなたの補聴器選び大丈夫ですか？
2014. 2.20	消費税アップによる駆け込み需要でより混雑する？引っ越しサービスに関するトラブルを防ぐために
2014. 3.6	よく分からないまま契約していませんか？インターネット、携帯電話等の電気通信サービスに関する勧誘トラブルにご注意！

(参考) 国民生活センターの位置づけ(1)

● 消費者基本法 (昭和四十三年法律第七十八号、最終改正:平成二十一年法律第四九号)

(国民生活センターの役割)

第二十五条 独立行政法人国民生活センターは、国及び地方公共団体の関係機関、消費者団体等と連携し、国民の消費生活に関する情報の収集及び提供、事業者と消費者との間に生じた苦情の処理のあっせん及び当該苦情に係る相談、事業者と消費者との間に生じた紛争の合意による解決、消費者からの苦情等に関する商品についての試験、検査等及び役務についての調査研究等、消費者に対する啓発及び教育等における中核的な機関として積極的な役割を果たすものとする。

● 独立行政法人国民生活センター法 (平成十四年法律第百二十三号、最終改正:平成二〇年法律第二七号)

(センターの目的)

第三条 独立行政法人国民生活センター(以下「センター」という。)は、国民生活の安定及び向上に寄与するため、総合的見地から国民生活に関する情報の提供及び調査研究を行うとともに、重要消費者紛争について法による解決のための手続を実施することを目的とする。

第十条 センターは、第三条の目的を達成するため、次に掲げる業務を行う。

- 一 国民に対して国民生活の改善に関する情報を提供すること。
- 二 国民生活に関する国民からの苦情、問合せ等に対して必要な情報を提供すること。
- 三 前二号に掲げる業務に類する業務を行う行政庁、団体等の依頼に応じて国民生活に関する情報を提供すること。
- 四 国民生活の実情及び動向に関する総合的な調査研究を行うこと。
- 五 国民生活に関する情報を収集すること。
- 六 重要消費者紛争の解決を図ること。
- 七 前各号の業務に附帯する業務を行うこと。

● 消費者安全法 (平成二十一年法律第五十号)

(国及び国民生活センターの援助)

第九条 国及び国民生活センターは、都道府県及び市町村に対し、前条第一項各号及び第二項各号に掲げる事務の実施に関し、情報の提供その他の必要な援助を行うものとする。

(参考) 国民生活センターの位置づけ(2)

● 消費者行政推進基本計画 (2008年6月閣議決定)

国民生活センターは、国の中核的实施機関として、消費者相談(国民生活センターへの直接相談や、消費生活センターから持ち込まれる困難事案の解決支援)、相談員等を対象とした研修、商品テスト等を拡充するとともに、PIO-NETを刷新し、事故情報データベースを創設するなどシステム整備を加速する。また、広域的な消費者紛争の解決(ADR)のための体制整備を進める。こうした取組と並行して、業務運営の改善、内部組織の見直しや関係機関との人事交流の拡大など運営面、組織面、人事面の改革を進める。

● 消費者庁等設置法 附則、附帯決議

○ 消費者庁及び消費者委員会設置法 附則(第3項) →組織体制の強化

3 政府は、この法律、消費者庁及び消費者委員会設置法の施行に伴う関係法律の整備に関する法律(平成二十一年法律第四十九号)及び消費者安全法(以下「消費者庁関連三法」という。)の施行後三年以内に、消費者被害の発生又は拡大の状況、消費生活相談等に係る事務の遂行状況その他経済社会情勢等を勘案し、消費者の利益の擁護及び増進を図る観点から、消費者の利益の擁護及び増進に関する法律についての消費者庁の関与の在り方を見直すとともに、当該法律について消費者庁及び消費者委員会の所掌事務及び組織並びに独立行政法人国民生活センターの業務及び組織その他の消費者行政に係る体制の更なる整備を図る観点から検討を加え、必要な措置を講ずるものとする。

○ 衆議院 消費者問題に関する特別委員会 附帯決議(平成21年4月16日) →商品検査機関等との連携強化

十四 消費者行政に係る体制整備に当たっては、関係機関、特に独立行政法人国民生活センター、独立行政法人製品評価技術基盤機構、及び独立行政法人農林水産消費安全技術センターを始めとした商品検査機能を有する各機関の機能強化を図るとともに、消費者庁及び消費者委員会との連携強化のため必要な措置を講ずるものとする。

(注) 参議院 消費者問題特別委員会 附帯決議(平成21年5月28日)もほぼ同旨

○ 衆議院 消費者問題に関する特別委員会 附帯決議(平成21年4月16日) →消費生活相談員の教育・研修の充実

十五 各地の消費生活センターの相談員の聴取能力及び法律知識の水準向上を図るため、独立行政法人国民生活センターを中心とする教育・研修の充実を図ること。

○ 参議院 消費者問題特別委員 附帯決議(平成21年5月28日)

十九 聴取能力及び法律知識のみならず、あっせんや行政との連携能力等各地の消費生活センターの相談員にとって必要な能力の水準向上を図るため、教育・研修の機会の拡充等を始め、独立行政法人国民生活センターによる支援を強化すること。また、国民生活センターに配置されている相談員について、その職務内容にふさわしい身分、待遇の改善に努めること。