

平成28年度大阪市消費生活相談のまとめ

目 次

用語説明	1
1. 相談件数と特徴	2
2. 相談件数の多い項目	3
(1) 架空・不当請求	3
(2) インターネット通販	5
(3) 賃貸アパート・マンション	6
(4) インターネット通信サービス	6
(5) 携帯電話、スマートフォン	7
3. 商法類型ごとの相談件数	8
4. 区別相談件数	10
5. 年代別（契約当事者）にみる相談件数	11
6. 年齢層別（契約当事者）にみる商品・役務件数	12
7. 販売・購入形態別にみる相談件数	13
8. 消費生活トラブルの解決	14
9. 事業者指導の実施	15

平成29年6月

大阪市消費者センター

用語説明

- **架空・不当請求**

電子メールやはがきなどで身に覚えのない有料サイトの利用料を請求（架空請求）したり、メールを開いたりアクセスしただけで料金を請求（不当請求）する手口。
インターネットサイトで年齢認証をクリックしただけで、利用料を請求するワンクリック請求もこれらに含まれます。
- **マルチ商法（連鎖販売取引契約）**

商品を買って会員になり、知人や友人を紹介すればリベートがもらえ、自分の系列に加入者を増やしていくと大きな利益が得られると言われて契約したが、利益を得るために強引な勧誘をした結果、友人との人間関係が壊れたり、売れない商品を抱え込んだりしてしまう問題の多い商法。
- **サイドビジネス商法**

「自宅で高収入」「絶対儲かる」とインターネット広告などで勧誘し、内職に必要と言って、高額な商品の購入を契約させ、材料費などを支払わせるが、収入はほとんど得られないという商法。
- **訪問購入**

事業者が、勧誘の要請を受けて店舗以外の場所（たとえば消費者の自宅等）で売買契約を結ばせて物品を買い取る商法。いきなり訪問してきたり、不要な呉服や植木鉢を買い取るなどと説明してアポイントを取り、実際は高価な貴金属を安く強引に買い取ることが問題となっています。
- **かたり商法**

「水道局の方から来ました」などと、官公庁の職員等であるかのように装い、高額な浄水器や防災防炎警報装置、消火器、健康器具などの購入契約を結ばせる商法。
- **送り付け商法（ネガティブオプション）**

事業者から、消費者に対して一方的に商品を送り付け、購入したものとみなすという文書とともに、払い込み用紙を同梱し、強引に商品の購入を迫る商法。
- **アポイントメントセールス**

「プレゼントがあたった」などと電話やメールなどで呼び出し、アクセサリーの購入やエステなどの契約をさせる商法。異性の販売員が電話やメールなどでデートに誘い出し、恋人のような雰囲気を作り、アクセサリーやレジャー会員権などを売りつける恋人商法もこれに含まれます。最近では、呼び出しに SNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）が利用されることが多くなってきています。
- **点検商法**

屋根や床下などを無料又は低価格で点検すると言って家庭を訪問し、「このままでは大事な家が壊れてしまい近隣にも迷惑がかかる」などと不安を煽り、工事の内容の割に高額で、ときには必要のない工事の契約を結ばせる商法。
- **SF（催眠）商法**

「日用品をタダであげる」と呼び止めて会場に誘い込み、買わないと損をするような一種の催眠状態に近い状態にして、高額な羽毛ふとんや健康食品などの購入を契約させる商法。
- **実験商法**

水質の調査と言って、水道水に薬品を入れ、色が変わったのを見せて「こんな水を飲んでいたら病気になる。浄水器が必要。」などと言って、消費者を不安にさせ高額な物品の購入を契約させる商法。
- **キャッチセールス**

ターミナルなどで「アンケートにご協力ください」などと呼び止め、喫茶店や営業所に連れて行き、エステや化粧品などの購入を契約をさせる商法。

<本まとめの読み方>

1. 人口データは、平成29年3月末の住民基本台帳のものを使用しています。
年齢構成で使用している「若年者」は30歳未満を、「中間層」は30歳～59歳を、「高齢者」は60歳以上の方を意味しています。
2. 本まとめにおいては、増加率や構成比等の計算は小数点第2位以下を四捨五入しています。
このため、構成比の合計が100%にならない場合があります。
3. 下線の用語をクリックすると用語説明へリンクします。

1. 相談件数と特徴

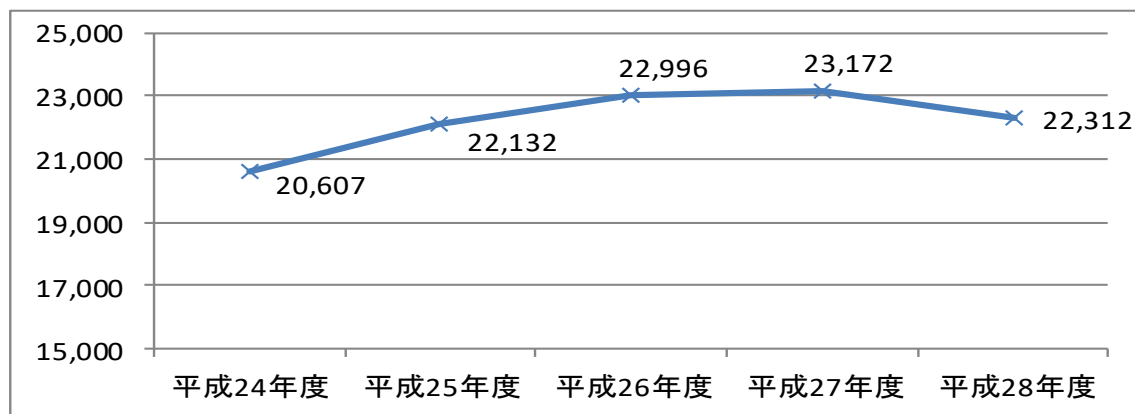
平成28年度に消費者センターで新たに受け付けた件数は22,312件で、平成27年度と比べ860件減少しました。そのうち問題が多い販売方法、商品、サービスなどに着目した相談件数は19,449件となっています。

なお、受付方法別の件数については、電話が20,637件、来所が820件、インターネット・郵送等が855件でした。

【相談件数の推移】

年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度
総相談件数	20,607	22,132	22,996	23,172	22,312
対前年度増減	▲2,282	1,525	864	176	▲860
対前年度増減率	▲10.0%	7.4%	3.9%	0.8%	▲3.7%

注：件数は、他の専門的相談機関や他都市のセンターを紹介したものを含む。



件数の多い相談には、まず「[架空・不当請求](#)」があげられます。これは3年連続で3,000件を超えており、これらのほとんどが、根拠のない請求をショートメールや電子メールで送りつけるものや、インターネットサイトの年齢確認ボタンをクリックしただけで契約が成立したとして請求を行う不当なものでした。

また、スマートフォンの普及などにより、インターネット通販でのトラブルが増えてきており、平成28年度は3,000件を超えました。トラブルの内容では、解約を巡るもの、商品が届かず事業者と連絡が取れないというもの、料金を巡るものなどが多くなっています。

また、[マルチ商法](#)に関する相談件数は、平成25年度から増加し続けており、3年間で76.7%の増となっています。

2. 相談件数の多い項目

(1) 架空・不当請求

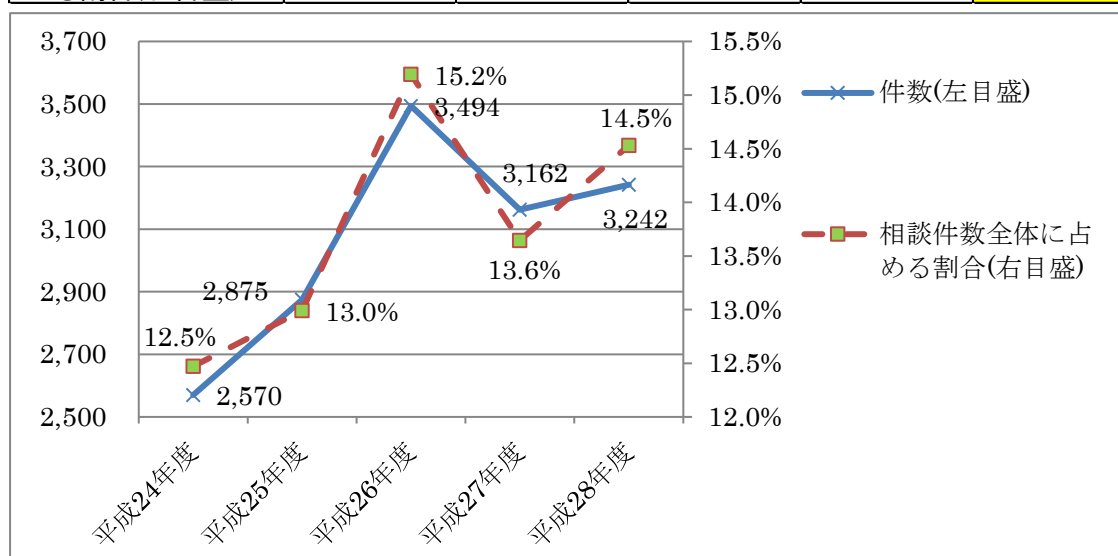
「有料動画の閲覧履歴がある」「有料コンテンツの利用履歴がある」「登録されているが料金が未納になっている」などの内容をショートメールや電子メールで送りつける、またはインターネットサイトの年齢確認ボタンをクリックしただけで、「登録が完了しました」とあたかも契約が成立したかのように思わせる表示を行う、あるいは、民事訴訟を提起したと思わせる内容のはがきなどを送りつけるなどの事例が後を絶ちません。

これらの事例の多くは、「退会の場合はこちら」「誤動作の場合はこちら」などと、指定する電話番号に電話を架けるよう誘導し、電話を架けてきた人に対し、「身辺調査を行う」「裁判を起こす」「規約に書いてある」などと脅し、お金をだまし取る大変悪質なものです。

このような請求を受けた消費者が、解決窓口を探そうとインターネットを検索して見つけた、あたかも公的機関であるかのような民間事業者に連絡し、「放置すれば大変なことになる」「契約すれば請求が来なくなるようにする」などと言われて契約したが、実際には相手は探偵事業者で、単なる調査の契約に過ぎなかったという二次被害も多発しています。

【架空・不当請求に関する相談件数の推移】

年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度
件数(左目盛)	2,570	2,875	3,494	3,162	3,242
対前年度増減率		▲12.8%	11.9%	21.5%	▲9.5%
相談件数全体に占める割合(右目盛)	12.5%	13.0%	15.2%	13.6%	14.5%

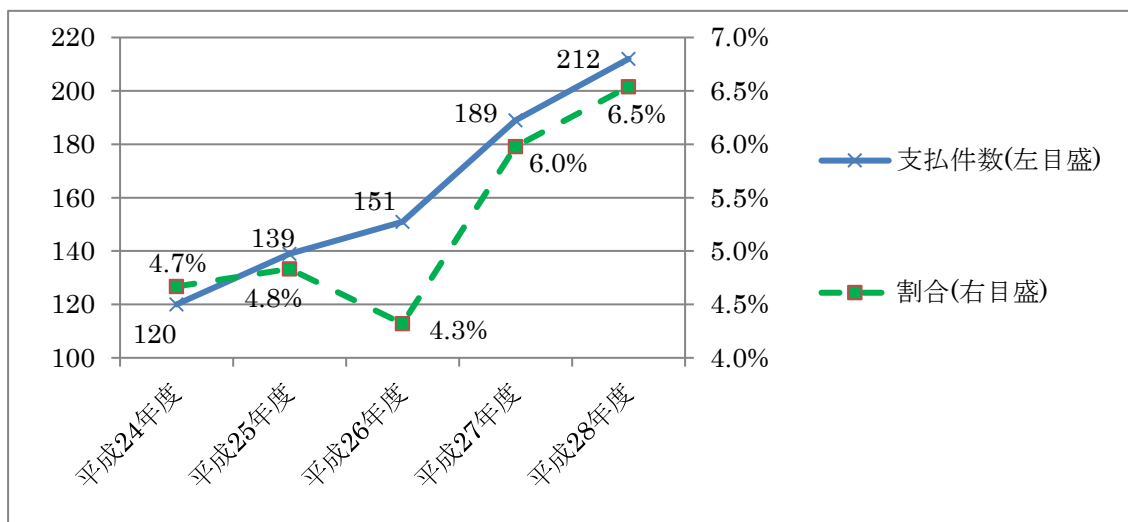


件数の推移をみると、増加傾向にあり、平成26年度から3,000件を超え、平成28年度においても3,242件の相談がありました。また、相談件数全体に対する割合も増加傾向にあります。

相談があった時点ですでに何らかの支払いをしてしまっていた事案の割合の推移は、次のとおりとなっています。

【架空・不当請求の件数の内、支払ってしまった事案の割合の推移】

年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度
支払件数(左目盛)	120	139	151	189	212
割合(右目盛)	4.7%	4.8%	4.3%	6.0%	6.5%



架空・不当請求の件数の内、支払ってしまった事案の割合は少ないとはいえ、近年増加傾向にあり、平成28年度は6.5%(212件)となっています。

こうした事案への対処方法(毅然と無視をする。絶対に相手方への連絡はしない。)に関する知識の普及、啓発が必要です。

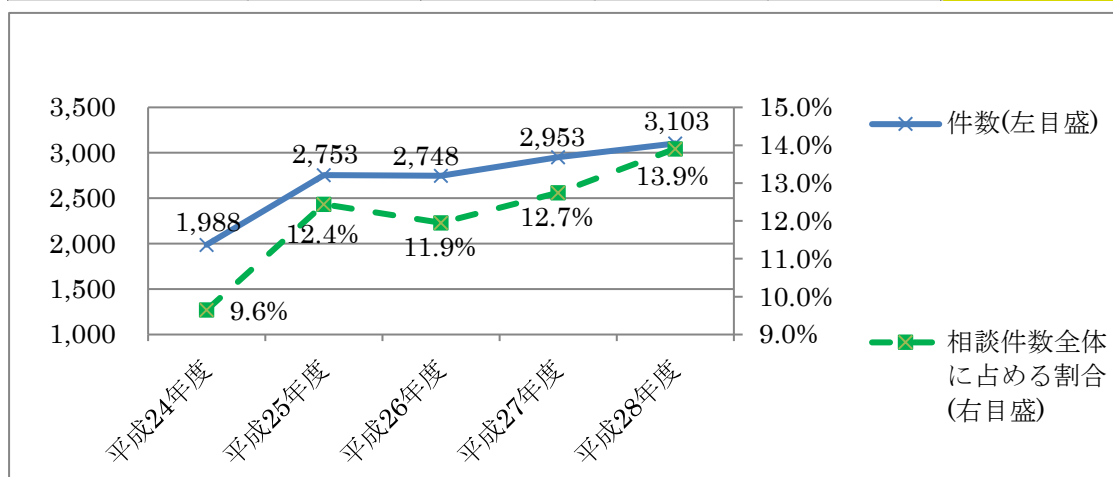
(2) インターネット通販

パソコンやスマートフォンの普及に伴い、インターネット通販に関するトラブルも近年増加傾向にあり、平成28年度はついに3,000件を超えました。

また、相談件数全体に占める割合も増加傾向にあります。

【インターネット通販に関する相談件数の推移】

年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度
件数(左目盛)	1,988	2,753	2,748	2,953	3,103
対前年度増減率	16.6%	38.5%	▲0.2%	7.5%	5.1%
相談件数全体に占める割合(右目盛)	9.6%	12.4%	11.9%	12.7%	13.9%



相談内容では、解約に関するトラブル、事業者と連絡が取れなくなったというもの、料金に関するトラブル、商品が届かないというものが多くなっています。

インターネット通販においては、通販サイトの画面上に、事業者の氏名(名称)、住所、電話番号等、一定の事項を表示することが特定商取引法第11条で定められていますが、悪質な事業者はこれを守らないことが多く、消費者もこれらの表示の有無を確認することなく商品やサービスを購入し、トラブルにつながっているようです。

契約者の年齢層別にみると次のとおりとなっています。

【インターネット通販に関する相談の契約者年齢層別構成】

年齢層	若年者	中間層	高齢者	不明
件数	542	1,807	348	406
構成比	17.5%	58.2%	11.2%	13.1%
人口構成比	27.6%	41.8%	30.6%	--

高齢者、若年者が住民基本台帳における構成比に対して相談の構成比が低い一方、中間層では相談の構成比が高くなっています。

中間層は、パソコンやスマートフォンの使用が活発であるため、インターネット通販に関する相談が比較的多くなっていると考えられます。

インターネット通販に関する相談が増えた要因の一つとしては、通販サイトに

書かれた「お試し」「初回限定」などの文言により、1回のみであると思い注文したところ、2回目の商品と請求書が届いて、初めて複数回の定期購入の契約になっていることに気付いたという相談が近年になって多く寄せられていることがあげられます。

(3) 賃貸アパート・マンション

【賃貸アパート・マンションに関する相談件数の推移】

年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度
件数	1,077	1,221	1,179	1,333	1,193
対前年度増減率	▲12.7%	13.4%	▲3.4%	13.1%	▲10.5%
相談件数全体に占める割合	5.2%	5.5%	5.1%	5.8%	5.3%

賃貸アパート・マンションに関する相談では、退去時に、高額な補修費用や次の入居者のためのハウスクリーニング費用、鍵の交換費用を請求されたなどの相談が多く寄せられました。

一般的には、賃貸アパート・マンションの賃貸借契約では、退去時には原状回復させることを賃借人に義務付ける場合が多いのですが、ここでいう「原状回復義務」とは、借りた当時の状態に戻すものではありません。

国土交通省が定めている「原状回復をめぐるトラブルとガイドライン」は、「原状回復」について「賃借人の居住、使用により発生した建物価値の減少のうち、賃借人の故意・過失、善管注意義務違反、その他通常の使用を超えるような使用による損耗・毀損を復旧させること」と定義しており、賃借人が通常の住まい方、使い方をしている場合でも発生すると考えられるもの（経年劣化・通常損耗）については、賃借人が負担する必要がありません。

こういった相談が毎年のように多く寄せられることから、上記の「原状回復」に関する理解の普及が必要であると考えられます。

(4) インターネット通信サービス

【インターネット通信サービスに関する相談件数の推移】

年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度
件数	522	469	696	977	876
対前年度増減率	5.5%	▲10.2%	48.4%	40.4%	▲10.3%
相談件数全体に占める割合	2.5%	2.1%	3.0%	4.2%	3.9%

インターネット接続回線は、最近様々な事業者が、光通信回線やモバイル通信回線等の契約で、通信スピードや情報処理容量に様々な料金を設定するなど、多様なサービスを提供するようになってきています。

このため、サービスの内容が消費者にとって極めてわかりにくいものになっており、このことが相談件数の増加傾向につながっていると考えられます。

相談の内容では、電話勧誘を受け回線を乗り換えたが、サービス内容が聞いて

いたものと違っている、安くなると聞いていたのに逆に高くなっている、聞いていない契約が付属しているなどの相談が多く寄せられました。

(5) 携帯電話、スマートフォン

【携帯電話、スマートフォンに関する相談件数の推移】

年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度
件数	667	712	843	922	795
対前年度増減率	▲5.7%	6.7%	18.4%	9.4%	▲13.8%
相談件数全体に占める割合	3.2%	3.2%	3.7%	4.0%	3.6%

近年、携帯電話、スマートフォンに関する契約は大変複雑で分かりにくいものになっています。

このため、契約内容が店員の説明や相談者の理解と異なっていて、料金が高額である、解約されていない、身に覚えのないオプションがついているなどの相談が多く寄せられました。

なお、(4) インターネット通信サービス及び(5) 携帯電話、スマートフォンは、いずれも平成26年度及び平成27年度が対前年度増となっていました。平成28年度に対前年度減となりました。これは、電気通信事業法の改正（平成28年5月21日施行）により、初期契約解除制度などが整備され、消費者にとって契約解除が容易になったことが一つの要因になっているものと考えられます。

3. 商法類型ごとの相談件数

【商法類型ごとの年齢層別相談件数】

商法類型	若年者	中間層	高齢者	不明	合計
架空・不当請求	469	1,624	763	386	3,242
年齢層構成比	14.5%	50.1%	23.5%	11.9%	100.0%
各年齢層人口1万人当たり	6.30	14.43	9.26	----	12.04
マルチ商法	163	104	26	48	341
年齢層構成比	47.8%	30.5%	7.6%	14.1%	100.0%
各年齢層人口1万人当たり	2.19	0.92	0.32	----	1.27
サイドビジネス商法	95	71	13	25	204
年齢層構成比	46.6%	34.8%	6.4%	12.3%	100.0%
各年齢層人口1万人当たり	1.28	0.63	0.16	----	0.76
訪問購入	3	47	86	25	161
年齢層構成比	1.9%	29.2%	53.4%	15.5%	100.0%
各年齢層人口1万人当たり	0.04	0.42	1.04	----	0.60
かたり商法	5	38	62	20	125
年齢層構成比	4.0%	30.4%	49.6%	16.0%	100.0%
各年齢層人口1万人当たり	0.07	0.34	0.75	----	0.46
送り付け商法	3	27	58	17	105
年齢層構成比	2.9%	25.7%	55.2%	16.2%	100.0%
各年齢層人口1万人当たり	0.04	0.24	0.70	----	0.39
アポイントメントセールス	36	18	5	1	60
年齢層構成比	60.0%	30.0%	8.3%	1.7%	100.0%
各年齢層人口1万人当たり	0.48	0.16	0.06	----	0.22
点検商法	4	4	29	7	44
年齢層構成比	9.1%	9.1%	65.9%	15.9%	100.0%
各年齢層人口1万人当たり	0.05	0.04	0.35	----	0.16
SF商法	0	1	8	2	11
年齢層構成比	0.0%	9.1%	72.7%	18.2%	100.0%
各年齢層人口1万人当たり	0.00	0.01	0.10	----	0.04
実験商法	0	0	1	0	1
年齢層構成比	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	100.0%
各年齢層人口1万人当たり	0.00	0.00	0.01	----	0.00
合計	778	1,934	1,051	531	4,294
年齢層構成比	18.1%	45.0%	24.5%	12.4%	100.0%
各年齢層人口1万人当たり	10.46	17.19	12.76	----	15.95

注:「点検商法」には、ふとんの訪問販売など、住宅リフォーム以外のものも含む。

商法類型ごとの年齢層別相談件数は上表のとおりとなっています。

若年者では、[アポイントメントセールス](#)、[マルチ商法](#)、[サイドビジネス商法](#)、中間層では、[架空・不当請求](#)、高齢者では、[SF 商法](#)、[点検商法](#)、[送り付け商法](#)、[訪問購入](#)等の相談件数が他の年齢層と比較して多くなっています。

【商法類型ごとの相談件数の推移】

年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度
架空・不当請求	2,570	2,875	3,494	3,162	3,242
マルチ商法	212	193	254	314	341
サイドビジネス商法	171	133	212	207	204
訪問購入	13	154	135	154	161
かたり商法	70	89	141	143	125
送り付け商法	89	210	110	96	105
アポイントメントセールス	65	59	53	71	60
点検商法	94	102	110	82	44
SF商法	15	13	20	18	11
実験商法	6	7	8	2	1
合計	3,305	3,835	4,537	4,249	4,294

また、商法類型ごとの相談件数の推移は上表のとおりとなっています。

2-(1)で述べた[架空・不当請求](#)以外では、[マルチ商法](#)及び[訪問購入](#)の相談件数が増えてきており、平成28年度には、過去5年で最高の件数を記録しています。

なお、高齢者に関しては、上記の各商法類型のほかに、複雑な仕組みの利殖商品を「高額配当が受け取れる」「損はしない」などと言葉巧みに勧誘され、「定期預金のようなもの」と思い込み契約したところ、利益が出るどころかほとんどお金が戻らなかった、解約してもらえないなどという相談が多く寄せられました。

	全体の相談件数	60歳以上が当事者の相談件数	60歳以上の当事者の占める割合
公社債	16	10	62.5%
投資信託	73	44	60.3%
ファンド型投資信託商品	110	49	44.5%
未公開株	3	1	33.3%
デリバティブ取引	22	7	31.8%
合計	224	111	49.6%

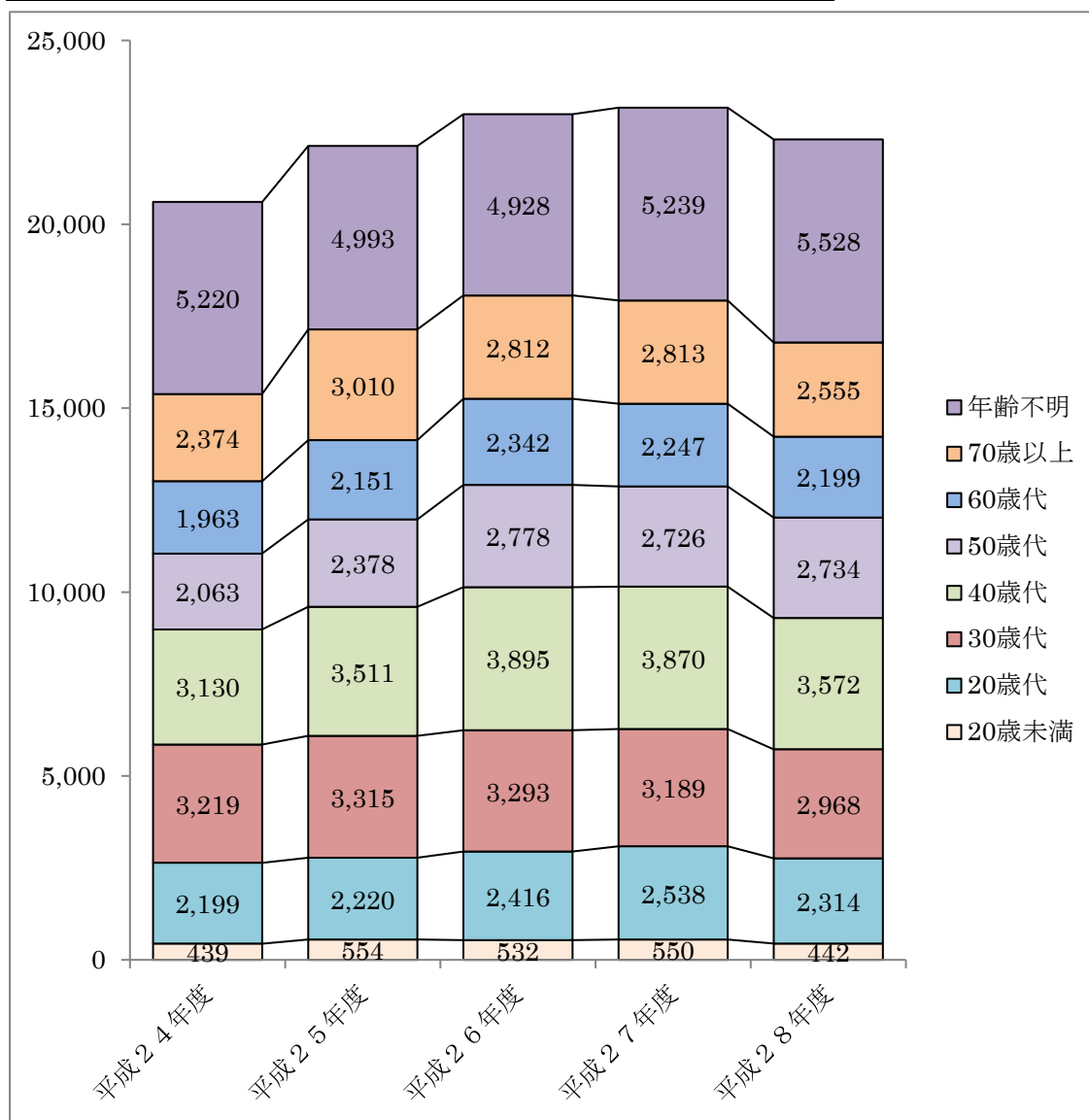
4. 区別相談件数

契約当事者の居住区別にみた相談件数は次のとおりとなっています。

居住区	相談件数	区別人口	区別人口1万人当りの相談件数
北区	1,044	121,091	86.2
都島区	811	104,104	77.9
福島区	475	72,384	65.6
此花区	376	67,569	55.6
中央区	891	97,175	91.7
西区	787	94,793	83.0
港区	475	81,558	58.2
大正区	337	66,640	50.6
天王寺区	560	75,155	74.5
浪速区	474	65,968	71.9
西淀川区	504	97,021	51.9
淀川区	1,139	175,057	65.1
東淀川区	1,073	171,191	62.7
東成区	516	81,722	63.1
生野区	770	127,300	60.5
旭区	591	90,581	65.2
城東区	1,021	168,858	60.5
鶴見区	592	113,056	52.4
阿倍野区	810	108,512	74.6
住之江区	821	123,091	66.7
住吉区	1,089	153,167	71.1
東住吉区	760	130,612	58.2
平野区	1,176	198,265	59.3
西成区	553	107,877	51.3
区別計	17,645	2,692,747	65.5
市内	556		
市外・不明	4,111		
合計	22,312		

5. 年代別（契約当事者）にみる相談件数

	平成28年度					年齢層	年齢層別人口 1万人当たりの 相談件数
	相談件数	構成比(%)	前年度相談 件数	前年度構 成比(%)	構成比の 対前年度 増減(%)		
20歳未満	442	2.6	550	3.1	▲ 0.5	若年者	37.0
20歳代	2,314	13.8	2,538	14.2	▲ 0.4		
30歳代	2,968	17.7	3,189	17.8	▲ 0.1		
40歳代	3,572	21.3	3,870	21.6	▲ 0.3	中間層	82.4
50歳代	2,734	16.3	2,726	15.2	1.1		
60歳代	2,199	13.1	2,247	12.5	0.6	高齢者	57.7
70歳以上	2,555	15.2	2,813	15.7	▲ 0.5		
年齢判明分合計	16,784	100.0	17,933	100.0			
年齢不明	5,528		5,239				
合計	22,312		23,172				



件数で見ると、40歳代が最も多く、30歳代がそれに続いています。

年齢層別に人口一人当たりの相談件数をみると、活発に消費活動を行っていると考えられる中間層が最も多く、高齢者が続いています。

6. 年齢層別（契約当事者）にみる商品・役務件数

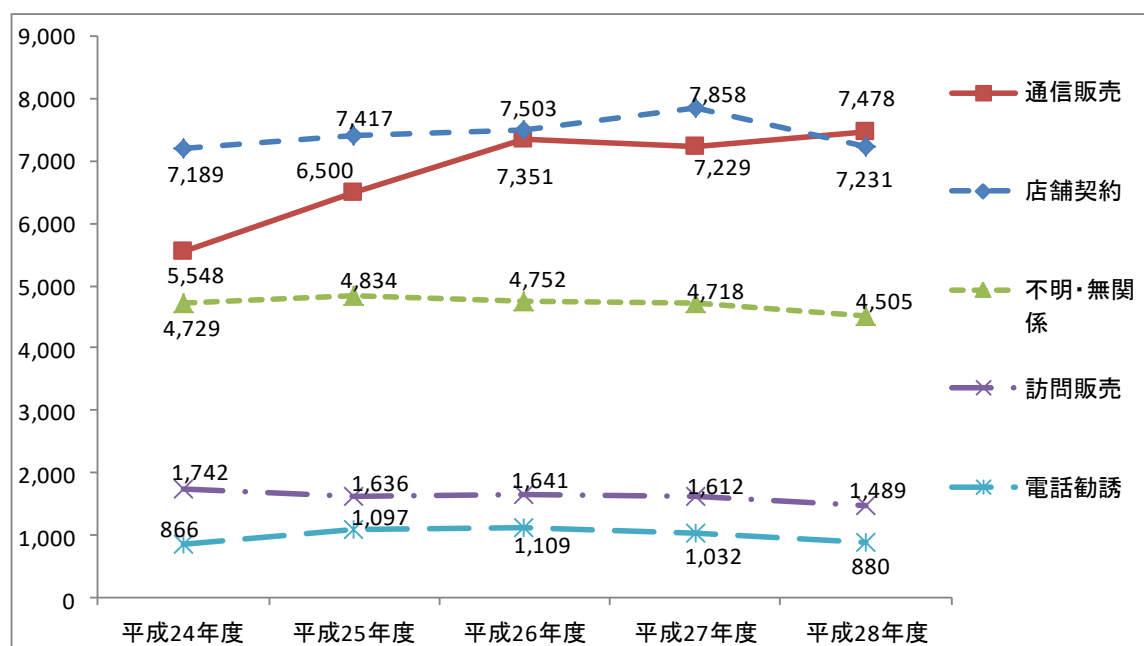
順位	商品・役務名	平成28年度	平成27年度	増減	主な相談内容
1	放送・コンテンツ等	3,769	3,868	▲ 99	デジタルコンテンツ
2	商品一般	2,389	1,039	1,350	
3	レンタル・リース・貸借	1,464	1,651	▲ 187	不動産賃貸借(主に賃貸アパート)
4	インターネット通信サービス	876	977	▲ 101	光ファイバー、インターネット接続回線
5	役務その他	763	738	25	結婚相手紹介サービス、興信所
6	移動通信サービス	680	703	▲ 23	携帯電話サービス、モバイルデータ通信
7	健康食品	647	487	160	
8	相談その他	603	699	▲ 96	
9	電話機・電話機用品	419	529	▲ 110	スマートフォン、携帯電話
10	理美容	413	369	44	エステ、パーマ
11	教室・講座	369	348	21	スポーツ教室、ビジネス教室
12	工事・建築・加工	368	355	13	内装工事、衛生設備工事
13	医療	352	356	▲ 4	医療サービス
14	パソコン・パソコン関連用品	348	331	17	パソコンソフト、モバイル専用端末機器
15	化粧品	323	258	65	男女化粧品、シャンプー
16	融資サービス	297	322	▲ 25	フリーローン・サラ金
17	書籍・印刷物	286	288	▲ 2	新聞
18	紳士・婦人洋服	276	262	14	クリーニング
19	自動車	276	222	54	普通・小型自動車、パーキング
20	修理・補修	226	163	63	修理サービス

放送・コンテンツ等では架空請求、ワンクリック請求が多くを占め、レンタル・リース・貸借では、賃貸アパート、マンションの退去時の修理代が多くを占めています。また、インターネット通信サービスでは解約時のトラブル、契約時の説明不足によるトラブルが多くなっています。

順位	若年者	中間層	高齢者	不明
1	放送・コンテンツ等 594	放送・コンテンツ等 1,852	放送・コンテンツ等 895	商品一般 1,660
2	レンタル・リース・貸借 252	レンタル・リース・貸借 692	インターネット通信サービス 213	放送・コンテンツ等 428
3	理美容 187	商品一般 445	商品一般 212	レンタル・リース・貸借 348
4	教室・講座 113	インターネット通信サービス 408	健康食品 196	相談その他 296
5	移動通信サービス 97	役務その他 345	レンタル・リース・貸借 172	役務その他 190
6	健康食品 89	移動通信サービス 331	役務その他 157	インターネット通信サービス 167
7	インターネット通信サービス 88	健康食品 287	工事・建築・加工 153	移動通信サービス 120
8	化粧品 73	電話機・電話機用品 213	書籍・印刷物 140	工事・建築・加工 78
9	商品一般 72	教室・講座 182	移動通信サービス 132	健康食品 75
10	役務その他 71	パソコン・パソコン関連用品 162	相談その他 121	医療 71
11	内職・副業 64	医療 159	電話機・電話機用品 85	融資サービス 63
12	電話機・電話機用品 59	理美容 159	修理・補修 80	電話機・電話機用品 62
13	紳士・婦人洋服 50	紳士・婦人洋服 146	パソコン・パソコン関連用品 79	パソコン・パソコン関連用品 62
14	相談その他 49	化粧品 144	医療 78	他の行政サービス 58
15	自動車 45	融資サービス 138	預貯金・証券等 74	理美容 56
16	パソコン・パソコン関連用品 45	相談その他 137	食器・台所用品 74	自動車 56
17	医療 44	自動車 132	生命保険 69	他の教養娯楽品 51
18	食器・台所用品 41	工事・建築・加工 131	融資サービス 61	化粧品 51
19	融資サービス 35	家具・寝具 109	化粧品 55	書籍・印刷物 50
20	履物 30	飲料 105	家具・寝具 51	郵便・貨物運送サービス 47

7. 販売・購入形態別にみる相談件数

	平成28年度				
	相談件数	構成比(%)	前年度相談件数	前年度構成比(%)	構成比の対前年度増減(%)
訪問販売	1,489	6.7	1,612	7.0	▲ 0.3
家庭訪販	815	3.7	978	4.2	▲ 0.5
アポイントメントセールス	55	0.2	71	0.3	▲ 0.1
キャッチセールス	4	0.0	15	0.1	▲ 0.1
SF商法	9	0.0	18	0.1	▲ 0.1
その他不明	606	2.7	530	2.3	0.4
通信販売	7,478	33.5	7,229	31.2	2.3
マルチ商法	341	1.5	314	1.4	0.1
電話勧誘	880	3.9	1,032	4.5	▲ 0.6
ネガティブオプション	78	0.3	71	0.3	0.0
訪問購入	161	0.7	154	0.7	0.0
その他無店舗	149	0.7	184	0.8	▲ 0.1
店舗契約	7,231	32.4	7,858	33.9	▲ 1.5
不明・無関係	4,505	20.2	4,718	20.4	▲ 0.2
合 計	22,312	100.0	23,172	100.0	



近年、通信販売が増加傾向にあり、平成28年度には店舗契約を抜いて最も多くなっています。

8. 消費生活トラブルの解決

(1) クーリング・オフの助言

訪問販売、電話勧誘販売、連鎖販売取引を始めとする一定期間内にクーリング・オフが可能な契約についての相談に対しては、クーリング・オフ制度の活用とその方法などを助言しています。

平成28年度にクーリング・オフに関する相談件数は736件（前年度751件）ありました。

(2) あっせんの実施

事業者の販売方法等に法令違反などの問題点がある場合は、消費者の自主交渉だけでは問題解決が困難であるため、消費者と事業者の間に入ってあっせん交渉を行うことにより被害の救済を図っています。

平成28年度にあっせんを行った相談件数は718件（前年度692件）あり、そのうち83.8%（前年度89.2%）である602件（前年度617件）をあっせん解決しました。

(3) 大阪市消費者保護審議会の活用

消費者センターによるあっせん解決が困難な案件については、大阪市消費者保護審議会（苦情処理部会）によるあっせん・調停の制度を活用することにより、消費者被害の救済を図ることとしています。

9. 事業者指導の実施

大阪市消費者保護条例では、販売目的を隠した勧誘や、執拗・強引な勧誘、クーリング・オフの妨害などを「不当な取引行為」として禁止しており、消費者センターは、悪質な事業者による消費者被害を防止するため、違反した事業者に対して指導を実施しています。

平成28年度は、消費生活相談の中から、市民の消費生活に及ぼす影響が大きく、特に悪質と考えられる3事業者に対して指導を行いました。

文書又は口頭による事業者指導の実績（件数） 注：（）内は内数で、府と連携した件数

	指導実績		対象事業者の主な業種
	指導	件数	
平成28年度	指導	3	<ul style="list-style-type: none"> ・換気扇フィルター等の訪問販売 1 ・浄水器等の訪問販売 1 ・電話保守サービス等 1
平成27年度	指導	1 (1)	<ul style="list-style-type: none"> ・学習教材等の訪問販売 1 (1)
平成26年度	指導	3 (3)	<ul style="list-style-type: none"> ・健康食品等の連鎖販売 1 (1) ・電気通信事業の電話勧誘販売 2 (2)
	勧告	1	<ul style="list-style-type: none"> ・エステ 1
平成25年度	指導	4 (1)	<ul style="list-style-type: none"> ・健康食品等の連鎖販売 2 ・電気通信事業の店舗販売 1 ・浄水器の訪問販売 1 (1)
平成24年度	指導	12 (5)	<ul style="list-style-type: none"> ・エステ 1 ・貴金属・宝石の販売 1 (1) ・コンサル業務の電話勧誘 1 ・化粧品等の連鎖販売 1 ・防犯設備等訪問販売 1 (1) ・電気通信事業、電話勧誘、訪問販売、店舗販売 3 ・不動産特定共同事業の電話勧誘 1 ・新聞の訪問販売 2 (2) ・水道工事等 1 (1)
	勧告	2 (1)	<ul style="list-style-type: none"> ・防犯設備等訪問販売 1 ・浄水器の訪問販売 1 (1)