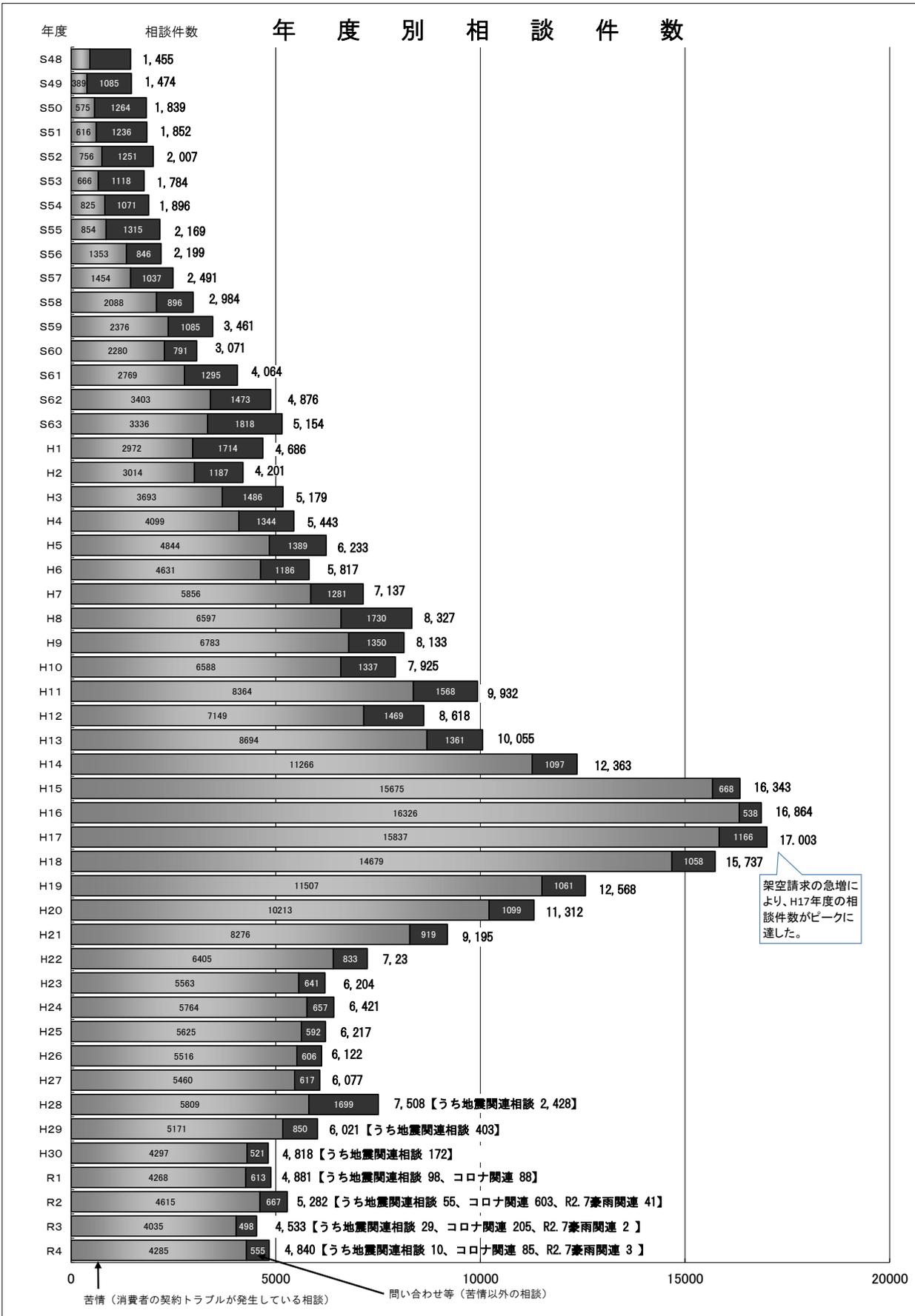


1 県消費生活センターの相談件数

資料編

令和4年度における県消費生活センターへの相談件数は4,840件で、前年度比では約7パーセントの増加となった。

令和3年度は、新型コロナウイルス感染症関連相談等が落ち着きいったん減少したものの、令和4年度になって、コロナ禍に伴うインターネットを介した消費行動もあり、化粧品の定期購入に関する相談等が多く寄せられ、増加となっている。



2 相談の多い商品・役務(サービス)

「商品一般」、「役務その他(占い、サポート契約等)」、定期購入によるトラブルが多い「化粧品」や「健康食品」の件数が、いずれも2年連続で上位を占めた。
 昨年11位だった融資サービス(多重債務等)が6位となっている。
 相談件数の最も増加した商品・役務は、「化粧品」、次いで「電気」であった。

(単位:件)

順位	商品・役務(サービス)名	R4年度		R3年度		対前年度比		R2年度
		件数	構成比	件数	構成比	増減数	増減率	件数
1	商品一般(迷惑メール、架空請求等)	475	9.8%	412	9.1%	63	15.3%	499
2	化粧品	411	8.5%	236	5.2%	175	74.2%	206
3	役務その他(占い、サポート契約等)	245	5.1%	292	6.4%	-47	-16.1%	250
4	健康食品(サプリメント、ドリンク等)	193	4.0%	172	3.8%	21	12.2%	325
5	相談その他	173	3.6%	156	3.4%	17	10.9%	181
6	融資サービス(多重債務等)	166	3.4%	131	2.9%	35	26.7%	181
7	移動通信サービス	134	2.8%	132	2.9%	2	1.5%	154
8	不動産賃貸借関係	130	2.7%	141	3.1%	-11	-7.8%	178
9	教養・娯楽その他(ゲーム、出会い系等)	126	2.6%	161	3.6%	-35	-21.7%	-
10	自動車	123	2.5%	107	2.4%	16	15.0%	113
11	工事・建築(住宅、住宅設備等)	122	2.5%	157	3.5%	-35	-22.3%	143
12	理美容(脱毛エステ等)	106	2.2%	-	-	-	-	-
13	娯楽等情報配信サービス	102	2.1%	127	2.8%	-25	-19.7%	-
14	金融関連サービスその他(クレジットカード関連)	86	1.8%	78	1.7%	8	10.3%	79
15	インターネット通信サービス	82	1.7%	139	3.1%	-57	-41.0%	157
16	行政サービスその他(行政を名乗るメール等)	79	1.6%	59	1.3%	20	33.9%	147
17	電気	74	1.5%	48	1.1%	26	54.2%	56
18	教養娯楽品その他	72	1.5%	57	1.3%	15	26.3%	-
19	紳士・婦人洋服	69	1.4%	72	1.6%	-3	-4.2%	84
20	医療	59	1.2%	-	-	-	-	-
合計		4,840		4,533		307	6.8%	5,282

■ 架空請求に関する相談件数

架空請求に関する相談は、減少傾向にあるが、依然、100件を超える相談が寄せられている。架空請求の到達手段は、携帯電話やスマホへのメールやSMS(ショートメッセージサービス)によるものが大半を占めた。

内訳	R4年度		R3年度 件数	対前年度比		R2年度 件数
	件数	構成比		増減数	増減率	
携帯電話等による架空請求	105	93.8%	102	3	2.9%	108
葉書等による架空請求	6	5.4%	15	-9	-60.0%	20
その他・不明	1	0.9%	65	-64	-98.5%	61
架空請求に関する相談合計	112		182	-70	-38.5%	189

※ 架空請求とは、請求の根拠がないにもかかわらず、一方的に請求してくるもの。例えば、一度もアクセスしたことのない有料サイトの利用料金や借りた覚えのないお金の返済を、突然、「電子メール」などで求められる「架空」の請求のこと。

■ 融資サービス(多重債務等)に関する相談件数

融資サービスに関する相談は、令和3年度にいったん減少したものの、令和4年度になって再び増加している。今後、物価高騰の経済的な影響等を注視していく必要がある。

内訳	R4年度		R3年度 件数	対前年度比		R2年度 件数
	件数	構成比		増減数	増減率	
多重債務	122	72.6%	93	29	31.2%	124
過払い金	12	7.1%	10	2	20.0%	18
ヤミ金	15	8.9%	13	2	15.4%	18
その他	19	11.3%	15	4	26.7%	21
融資サービスに関する相談合計	168		131	37	28.2%	181

3 販売購入形態別相談状況

新型コロナウイルス感染症の影響で、インターネットやテレビショッピング等に関する通信販売についての相談が増加し、相談全体の約35%を占めた。訪問販売、電話勧誘販売、訪問購入等がそれぞれ減少した。

(単位:件)

区分	R4年度		R3年度		対前年比		R2年度 件数	
	件数	構成比	件数	構成比	増減数	増減率		
無店舗販売	通信販売	1,671	34.5%	1,534	33.8%	137	8.9%	1,754
	訪問販売	266	5.5%	316	7.0%	-50	-15.8%	300
	電話勧誘販売	180	3.7%	244	5.4%	-64	-26.2%	258
	マルチ商法(連鎖販売取引)	61	1.3%	61	1.3%	0	0.0%	77
	訪問購入	32	0.7%	33	0.7%	-1	-3.0%	13
	送り付け商法(ネガティブ・オプション)	4	0.1%	5	0.1%	-1	-20.0%	12
	その他無店舗	88	1.8%	94	2.1%	-6	-6.4%	83
小計	2,299	47.5%	2,287	50.5%	12	0.5%	2,497	
店舗購入	771	15.9%	765	16.9%	6	0.8%	863	
不明・無関係	1,769	36.6%	1,481	32.7%	288	19.4%	1,922	

4 主な販売手口

「無料商法」の件数は、大きく増加した昨年と比べると減少したものの依然として多い。また、「サイドビジネス商法」と「利殖方法」等が昨年度より増加した。

(単位:件)

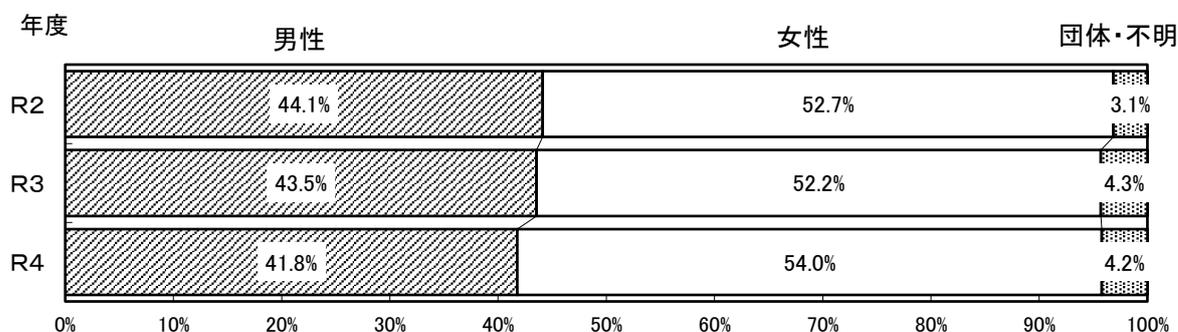
順位	販売手口	R4年度		R3年度		対前年比		R2年度 件数
		件数	構成比	件数	構成比	増減数	増減率	
1	無料商法	74	1.5%	118	2.6%	-44	-37.3%	79
2	サイドビジネス商法	69	1.4%	62	1.4%	7	11.3%	53
3	利殖商法	67	1.4%	28	0.6%	39	139.3%	35
4	当選商法	19	0.4%	38	0.8%	-19	-50.0%	33
5	点検商法	17	0.4%	23	0.5%	-6	-26.1%	43
6	次々販売	16	0.3%	17	0.4%	-1	-5.9%	26
7	景品付販売	14	0.3%	7	0.2%	7	100.0%	14
8	展示販売	10	0.2%	10	0.2%	0	0.0%	8
9	過量販売	7	0.1%	6	0.1%	1	16.7%	7
10	アンケート商法	5	0.1%	4	0.1%	1	25.0%	10

(1つの相談に対し複数の販売手口が関係する場合は、その全てを計上。)

5 相談者の属性

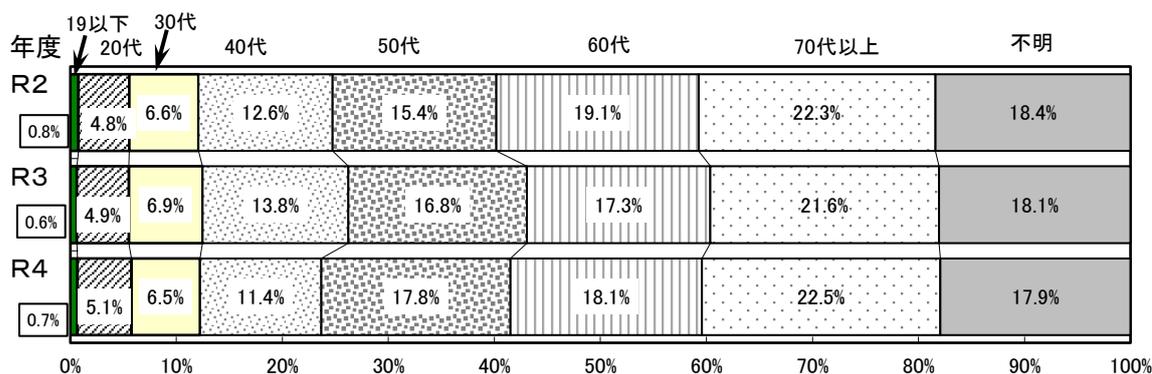
■性別等

相談者は、男性より女性の割合が高くなっている。



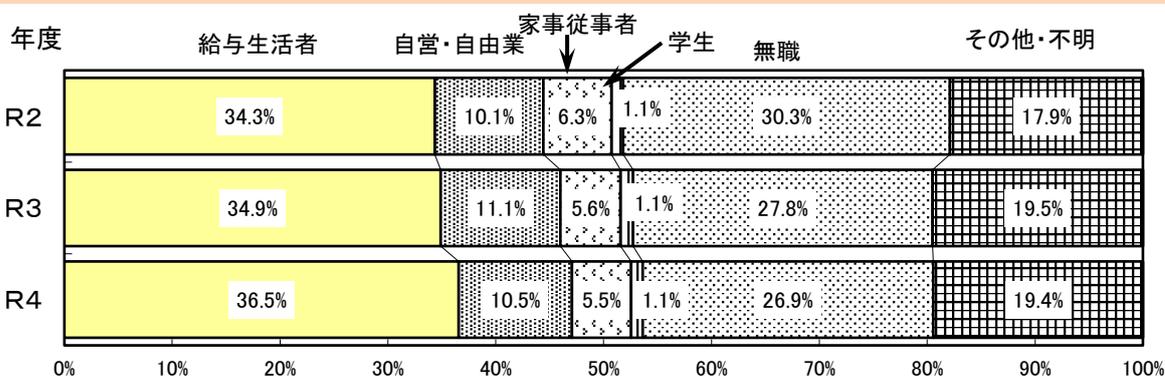
■年代別

高齢化の進展等もあって、60歳代以上からの相談割合は高く、4割前後で推移している。



■職業別

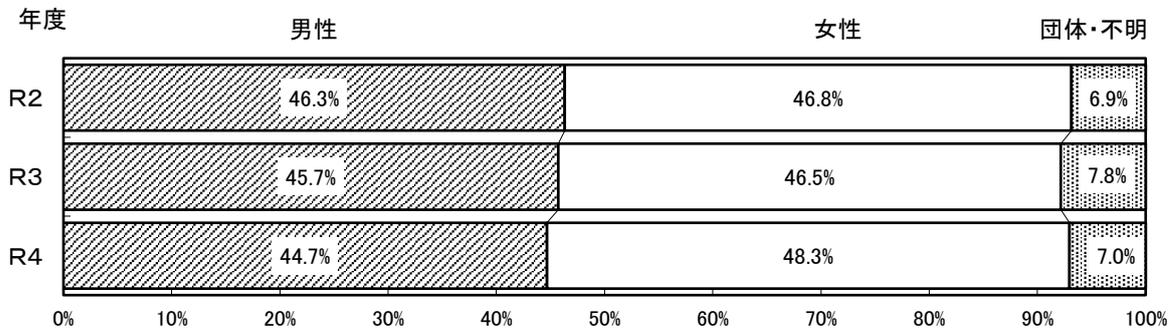
給与生活者と無職の方からの相談割合は、ともに約3割前後で推移してきたが、給与生活者からの相談割合が増加するとともに無職の方からの相談割合が減少傾向にある。



6 契約当事者の属性

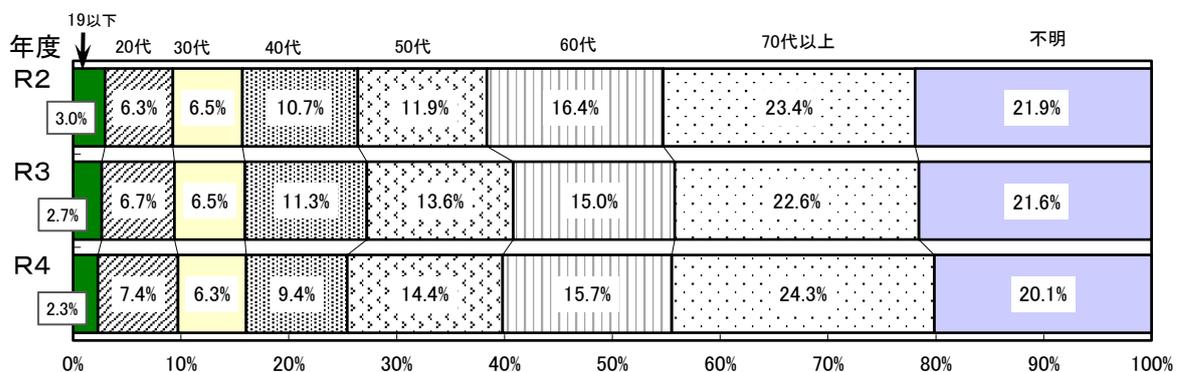
■性別等

女性から寄せられる相談のケースでも、契約者は男性であることがあるため、契約当事者の属性は、相談者の属性より男性の割合が高くなっている。



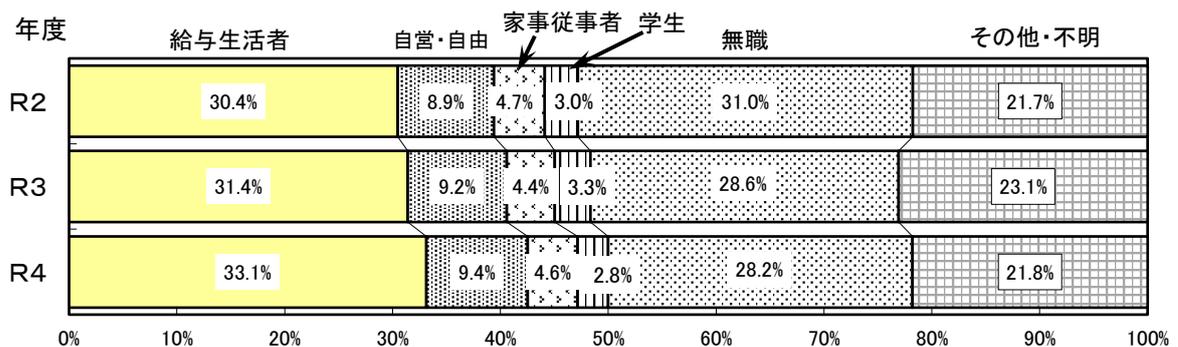
■年代別

高齢化の進展等もあって、60歳代以上が契約者である割合が高い。未成年と70歳代以上が相談者である割合より契約者である割合が高いのは、家族等から未成年と70歳代以上の契約について相談が寄せられているためと考えられる。



■職業別

給与生活者と無職の方からの相談割合は、ともに約3割前後で推移してきたが、給与生活者からの相談割合が増加するとともに無職の方からの相談割合が減少傾向にある。



7 契約当事者の性別・年代別の状況

■男性

令和3年度は多くの年代で上位にあった「教養・娯楽その他(ゲーム、出会い系等)」や「娯楽等情報配信サービス(動画等の架空請求等)」に係る相談が、令和4年度は10代、20代、60代で上位に入っており、特に10代では、1位、2位を占めている。
また、20歳代から40歳代、70歳代においては、「融資サービス(多重債務等)」に関する相談が上位に入っている。

	総件数 (前年度)	1 位	2 位	3 位	4 位	5 位
10代 以下	61件 (67)	①教養・娯楽その他(ゲーム、出会い系等) 19件	②娯楽等情報配信サービス(動画等の架空請求等) 9件	③化粧品 5件	●教室・講座 3件	●商品一般●自動車 ●紳士・婦人洋服 ●パソコン・パソコン関連用品 ●内職・副業 ●移动通信サービス 各2件
20歳代	170件 (154)	③自動車 13件	⑤融資サービス(多重債務等) 12件	●賃貸アパート・借家等 ③教養・娯楽その他(ゲーム、出会い系等) 各11件	●役務その他 10件	
30歳代	156件 (134)	①融資サービス(多重債務等) 13件	●自動車 12件	③商品一般 ②賃貸アパート・借家等 各8件	④役務その他 7件	
40歳代	210件 (228)	③商品一般 23件	③融資サービス(多重債務等) 14件	②賃貸アパート・借家等 11件	●健康食品 9件	●化粧品 ●教養娯楽品その他 ●工事・建築(住宅等) ●相談その他 各8件
50歳代	310件 (297)	①商品一般 24件	②役務その他 17件	⑤化粧品 ●インターネット通信サービス 各15件	●自動車 ⑤移动通信サービス 各14件	
60歳代	329件 (343)	①商品一般 35件	②娯楽等情報配信サービス(動画等の架空請求等) 19件	●化粧品 ⑤工事・建築(住宅等) 各16件	③役務その他 15件	
70歳代 以上	583件 (503)	①商品一般 65件	④健康食品 39件	②役務その他 27件	●工事・建築(住宅等) 26件	③融資サービス(多重債務等) 22件

※丸数字は昨年度の順位、●は昨年度順位が6位以下、○はR4からの新分類を示す

■女性

女性の相談では、広い世代で美容やダイエットに関する「健康食品」「化粧品」に関する相談が上位に入っている。

また、10代から30代で「理美容(エステ等)」に関する相談が上位に入っている。

	総件数 (前年度)	1 位	2 位	3 位	4 位	5 位
10代以下	49件 (49)	●理美容(脱毛エステ等) 8件	①健康食品 5件	⑤商品一般 ●洋装下着 ②化粧品 ④教養・娯楽その他		各4件
20歳代	190件 (149)	②理美容(脱毛エステ等) 50件	●賃貸アパート・借家等 ④他の教養・娯楽(ゲーム、出会い系等) 各10件		●融資サービス ⑤役務その他	各9件
30歳代	147件 (163)	⑤化粧品 13件	●商品一般 ●理美容(脱毛エステ等) 各12件		●教室・講座 8件	③賃貸アパート・借家等 ●相談その他 各6件
40歳代	240件 (284)	①化粧品 44件	③健康食品 15件	②商品一般 14件	④役務その他 12件	●紳士・婦人服 11件
50歳代	385件 (315)	①化粧品 92件	②商品一般 34件	③健康食品 22件	●役務その他 14件	⑤紳士・婦人服 13件
60歳代	429件 (335)	①化粧品 88件	②商品一般 53件	③健康食品 26件	④役務その他 18件	⑤相談その他 12件
70歳以上	594件 (516)	①商品一般 71件	④化粧品 62件	②健康食品 33件	●役務その他 28件	⑤相談その他 21件

※丸数字は昨年度の順位、●は昨年度順位が6位以下

8 危害・危険に関する相談

区分	R4年度			R3年度 件数	R2年度 件数	
	件数	相談の多い商品・役務(サービス)				
(※1) 危害	81件	第1位	化粧品	38件	79件	90件
		第2位	健康食品	11件		
		第3位	医療用具	4件		
		第3位	理美容	4件		
(※2) 危険	10件	第1位	自動車	3件	12件	14件
		第2位	他の住居品、洗濯・裁縫用具 掃除用品、空調・冷暖房器具 パソコン・パソコン関連用品、 自動車用品、 空調・冷暖房・給湯設備	各1件		

(※1) 「危害」とは商品の使用により人体に危害が及んだもの。

(※2) 「危険」とは危害には至らなかったが人身事故の恐れがあるもの。

【危害に関する相談の例】

- インターネットの通信販売で購入したシミ取りクリームを使用したら口の周りが赤くなった。
- インターネットの通信販売で購入した栄養ドリンクを飲んだら、頭痛がした。

【危険に関する相談の例】

- 補整下着のボーンと呼ばれる部分が2回も壊れ、体に刺さって痛かった。すべての下着を返品したい。
《助言内容》
光を透過させて観察したところ他の下着と比べボーンが短く、カップや裾との間に隙間があった。デジタルマイクロスコープで確認すると、鋭利なワイヤーが飛び出していた。相談者には交換または修理対応となるのが一般的だと伝えた。
- コードレス掃除機を使って掃除をしていたところ、突然手元のモーターを覆っているプラスチックが飛び散った。
《助言内容》
製造元の支店にセンターから事情を説明したところ、製造元で調査をしてもらえらることになったため、その旨相談者に助言した。

9 商品テストに関する処理状況

【苦情処理テスト】

苦情処理テスト実施件数 11件

(例)

No.	相談内容	テスト内容
1	パソコンの電源が急に入らなくなった。調べてみるとブレーカ付きコンセントのブレーカが落ちていた。	同じく接続されていた他のACアダプターの刃に金属製のクリップが接触し短絡したためだった。デジタルマイクロスコープで観察したところ、刃とクリップには溶融痕があった。
2	テレビで糖質が最大45%カットされると宣伝している炊飯器を電話で注文した。自分は糖尿病で病院に通っている。本当に糖質が最大45%カットされるか心配だ。	国民生活センター商品テスト部にテストを依頼した。通常炊飯と糖質カット炊飯で炊いた糖質量を測定比較したところ、カット割合が7～9%だったとのことだった。
3	ふるさと納税の返礼品のイクラの食感がおかしい。人工のイクラだと思うので調べてほしい。	外観・内容物・水中での挙動、熱による変化、カタラーゼ反応の確認を行った。さらに県産業技術センターにてFT-IRにより材質の調査を行った。天然のイクラと判明した。
4	息子からもらった黒のポリウレタンマスクを使用するとワイシャツの襟ぐりが黒くなった。マスクに問題がないか調べてほしい。	国民生活センター商品テスト部で摩擦堅牢度およびアゾ色素について確認テストを行った。堅牢度は規準を上回ったが、色落ちはあった。またアゾ染料は不検出だった。
5	高級シルクとラベルに書かれていた足首ウォーマーを買ったが本当にシルクが70%も入っているのか疑わしい。調べてほしい。	簡易デジタルマイクロスコープ、およびデジタルマイクロスコープで観察。数種類の繊維を確認した。また現在、国民生活センター商品テスト部にてテストが実施されている。
6	枕をオーダーして、家に持ち帰り確認したところ、新品のオーダー枕のはずなのに毛玉のようなものが多数あった。返品したい。	目視で状態を確認し、デジタルカメラおよびデジタルマイクロスコープで観察および撮影を行ったところ、スナッグと呼ばれる糸の飛び出し、ループの突出、ひきつれがみられた。

【技術回答】

分野	相談件数	主な相談事例
衣	17	・カーディガンの傷みと縮み ・遠赤外線靴下の効果
食	16	・重曹の賞味期限
住	54	・シロアリ薬剤の安全性 ・冷蔵庫のしもとり ・システムキッチンの表面の剥がれ ・洗濯機の水漏れ ・ウォシュレットから水漏れ
その他	69	・太陽光パネルの下に鳩の巣 ・真空パック機の故障 ・TV液晶画面の不具合 ・オゾン発生器の安全性・効果 ・パソコンから出火 ・ポータブル電源の不具合
計	156	

用語解説

	用語	解説
1	インターネット通信サービス	モバイル向けではないインターネット通信に関連するサービス。 インターネットの接続回線（光回線）やプロバイダの契約に関する相談などが大半を占める。
2	移動通信サービス	携帯電話等の移動通信及びそれらに関するサービス。
3	放送・コンテンツ等 (R3は廃止され、細分化された)	電話情報提供サービス、インターネット情報サービスなどの電話回線やオンラインネットワーク等を使って情報を得るサービス等をいい、アダルトサイト・出会い系サイト・総合情報サイトなどが大半を占める。ネット通販や携帯電話の通話料、パケット代は含まない。
4	通信販売	店舗ではなく、新聞、雑誌、テレビ、インターネット上のホームページ（インターネットオークションを含む）などによる広告や、ダイレクトメール、チラシなどを見た消費者から郵便、電話、ファクシミリ、インターネットなどの通信手段で注文を受け、商品を販売する方法のこと。 (特定商取引に関する法律第2条第2項)
5	訪問販売	販売業者の営業員が一方的に消費者宅を訪問し、訪問先で商品（権利・役務を含む）の販売活動を行う小売形態のこと。 キャッチセールス、アポイントメントセールス、SF商法などの営業員の訪問がないものも「訪問販売」としている。 (特定商取引に関する法律第2条第1項第1号、第2号)
6	電話勧誘販売	販売業者が、個人宅や勤務先に一方的に電話をかけ、または特定の方法により消費者に電話をかけさせ、その電話において商品の紹介や勧誘を行うことにより商品を販売する方法のこと。 (特定商取引に関する法律第2条第3項)
7	マルチ商法	販売組織の加入者が消費者に商品などを購入させて、その販売組織に加入させることによりマージンを得る仕組みの商法。これを繰り返すことにより、販売組織がピラミッド式に拡大していく。 (特定商取引に関する法律第33条)
8	訪問購入	営業員が訪問してきて、自宅にある物品（貴金属等）を買い取る形態のこと。 震災後、強引な勧誘方法や買い取り額の妥当性が問題となり、特定商取引に関する法律で規制されることとなった。 (特定商取引に関する法律第58条の4)
9	送り付け商法	ネガティブ・オプションともいう。 注文していないにもかかわらず商品を一方的に送りつけ、受けとった消費者に購入しなければならないものと勘違いさせ、料金を支払わせることを狙った商法。代金引換郵便を悪用したものもある。
10	その他無店舗	店舗ではないところ、または店舗とはいえないような場所（自動販売機、野菜の無人スタンドなど）。また、ホテルや集会場など通常店舗とは考えられない場所で2日以上期間に渡って行われる展示会などで購入した場合。
11	無料商法	「無料のお試しサービスです」「今なら無料で体験できる」などのセールストークや広告により高額な商品・サービスを売りつける商法のこと。 近年は、初回が無料や格安とうたい、複数回の購入や2回目以降の高額の支払いを求める「定期購入」のトラブルも増加している。
12	サイドビジネス商法	「内職・副業になる」「脱サラできる」などのセールストークで何らかの契約をさせる商法で自分で仕事や作業を行うものに限る。ただし、投資や出資をするものや雇用されるものは含まない。
13	点検商法	「点検に来た」と来訪し、「使用できない」「修理不能」「早めに代えないと危険」など不安をあおって商品やサービスを契約させる商法のこと。 白あり駆除、消火器、ガス漏れ警報機、火災警報機、換気扇などの商品やサービスが多く、いかにも関係機関から来たように見せかけている場合も多い。
14	利殖商法	「値上がり確実」「必ず利益が出る」など儲かることを強調して契約させる商法のこと。 特に自宅にすることが多い高齢者をターゲットに、電話勧誘販売や訪問販売で契約させるなど高齢者の貴重な老後の生活資金をねらい打ちにした悪質な手口が増えている。 近年は、全年齢層において「楽に短期間で高収入」などをうたう情報商材にかかるトラブルが増加している。
15	当選商法	「当選した」「景品が当たった」「あなただけが選ばれた」など「自分だけ」という優越感をくすぐって消費者に近づき、高額な商品やサービスの契約をさせる商法のこと。 最近では、高齢者をターゲットに、あたかも海外の宝くじに当選したようなダイレクトメールやエアメールを送り、当選金を受け取るための保証金を支払わせる手口や、携帯電話の懸賞サイトを名乗り当選メールを送って保証金を支払わせる手口もある。
16	次々販売	一人の消費者に次から次へと契約をさせる販売方法のこと。
17	景品付販売	景品を付けることを販売勧誘の手段にしている、景品の価格が高額である場合
18	アンケート商法	「アンケートに答えてください」「アンケートをとるだけです」等と言って消費者に接近して売りつける商法のこと。
19	展示販売	展示会や展覧会での販売。 会場の個室などで長い時間、勧誘を行ったり、展示されている物が「特別な物で2つしかない。」などと消費者に勘違いをさせ、高価格で契約させるなどを行うことがある。
20	過量販売	商品や役務を必要以上に多く販売する販売方法。