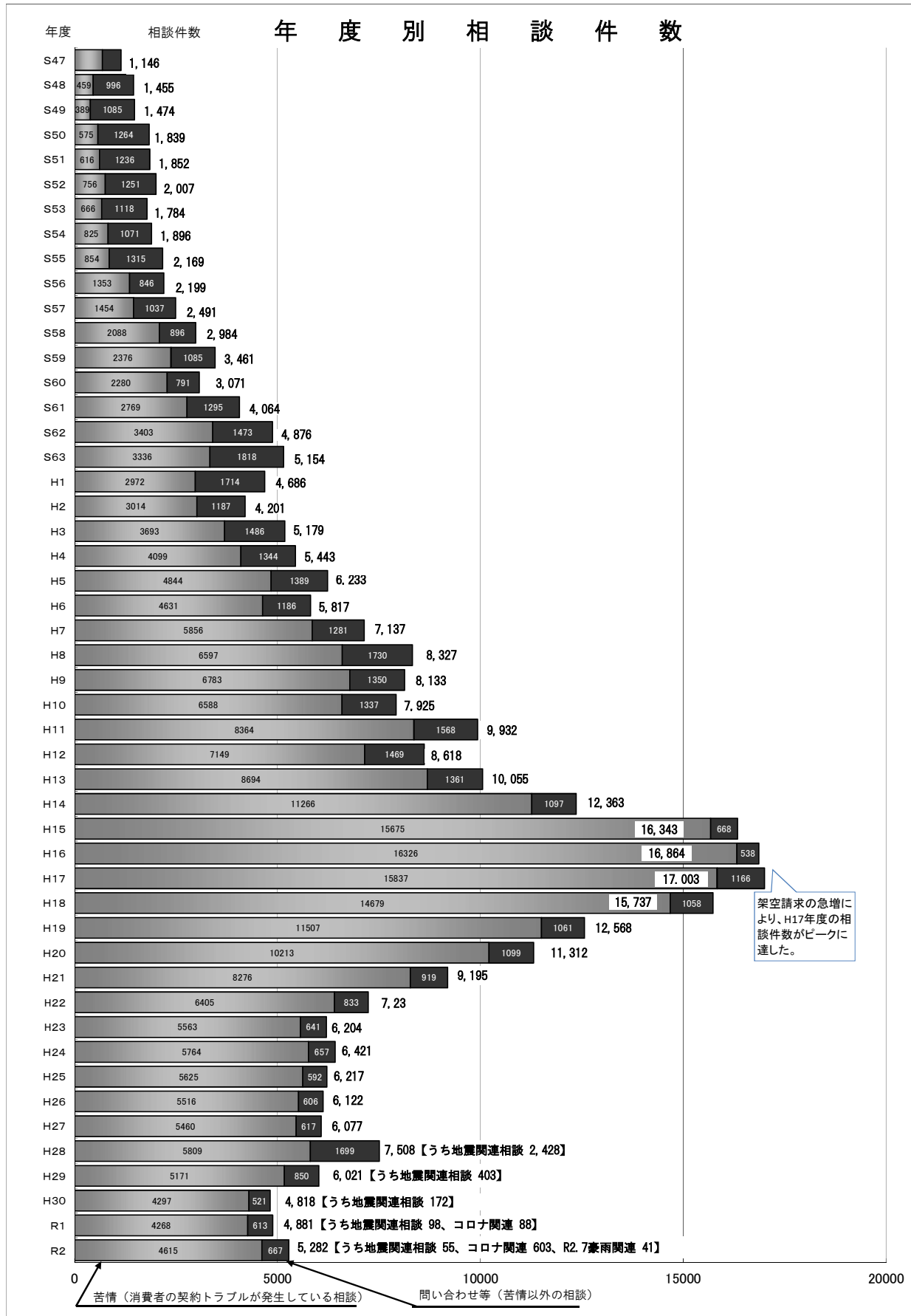


1 県消費生活センターの相談件数

資料編

令和2年度における県消費生活センターへの相談件数は5,282件で、前年度比で約8%の増加となった。

これは、新型コロナウイルス感染症に関連する相談件数が増加したためで、県内で発生した令和2年2月以降、現在までに約700件の相談が寄せられた。



2 相談の多い商品・役務(サービス)

「商品一般」、携帯電話のショートメッセージなどによる架空請求を含む「放送・コンテンツ等」、定期購入によるトラブルが多い「健康食品」の件数が、いずれも2年連続で上位を占めた。

相談件数の最も増加した商品・役務は、マスク、トイレトペーパー、体温計等の「他の保健衛生品」であった。

また、「他の行政サービス」についてはコロナ特例給付金に関する相談が、「役務その他」については、保険請求サポートに関する相談が、それぞれ増加した。

(単位:件)

順位	商品・役務(サービス)名	R2年度		R1年度		対前年度比		H30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	499	9.4%	492	10.1%	7	1.4%	643
2	放送・コンテンツ等※1(携帯電話等の架空請求等)	383	7.3%	405	8.3%	-22	-5.4%	544
3	健康食品(サプリメント、ドリンク等)	325	6.2%	264	5.4%	61	23.1%	169
4	役務その他(保険請求サポート等)	250	4.7%	176	3.6%	74	42.0%	161
5	化粧品	206	3.9%	171	3.5%	35	20.5%	106
6	融資サービス(多重債務等)	181	3.4%	222	4.5%	-41	-18.5%	289
7	相談その他	181	3.4%	172	3.5%	9	5.2%	181
8	不動産賃貸借関係	178	3.4%	180	3.7%	-2	-1.1%	187
9	他の保健衛生品(マスク・トイレトペーパー等)	159	3.0%	48	1.0%	111	231.3%	13
10	インターネット通信サービス ※2	157	3.0%	158	3.2%	-1	-0.6%	161
11	移動通信サービス ※3	154	2.9%	161	3.3%	-7	-4.3%	96
12	他の行政サービス(コロナ特例給付金等)	147	2.8%	72	1.5%	75	104.2%	78
13	工事・建築(住宅・住宅設備等、補修サービス等)	143	2.7%	181	3.7%	-38	-21.0%	200
14	自動車	113	2.1%	111	2.3%	2	1.8%	97
15	紳士・婦人洋服	84	1.6%	41	0.8%	43	104.9%	31
16	他の金融関連サービス(クレジットカード関連)	79	1.5%	56	1.1%	23	41.1%	59
17	他の教養娯楽品	68	1.3%	71	1.5%	-3	-4.2%	28
18	医療用具(マッサージ機・補聴器等)	61	1.2%	48	1.0%	13	27.1%	30
19	医療	58	1.1%	66	1.4%	-8	-12.1%	66
20	電気	56	1.1%	39	0.8%	17	43.6%	47
合計		5,282		4,881		401	8.2%	4,818

■ 架空請求に関する相談件数

「架空請求」に関する相談は、減少しつつあるものの、依然多数の相談が寄せられた。これまでは「葉書等による架空請求」が圧倒的に多かったが、令和2年度は大幅な減少となり、これに代わって携帯電話やスマホ等からSNSによる架空請求が過半数を占め、未だに100件を超える相談が寄せられている。

R2年度			R1年度 件数	対前年度比		H30年度 件数
内訳	構成比	増減数		増減率		
携帯電話等による架空請求	108 件	57.1%	119	-11	-9.2%	241
葉書等による架空請求	20 件	10.6%	102	-82	-80.4%	323
その他・不明	61 件	32.3%	54	7	13.0%	167
架空請求に関する相談合計	189 件		275	-86	-31.3%	731

※ 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、減少で推移しているが、今後、新型コロナウイルス感染症や令和2年7月豪雨の影響を考慮すると注視していく必要がある。

R2年度			R1年度 件数	対前年度比		H30年度 件数
内容	構成比	増減数		増減率		
多重債務	124 件	68.5%	146	-22	-15.1%	161
過払い金	18 件	9.9%	9	9	100.0%	7
ヤミ金	18 件	9.9%	22	-4	-18.2%	34
その他	21 件	11.6%	45	-24	-53.3%	87
融資サービスに関する相談合計	181 件		222	-41	-18.5%	289

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33%を占めた。同様に、電話勧誘販売も増加し、逆に訪問販売、訪問購入、店舗購入がそれぞれ減少した。

(単位:件)

区分	R2年度		R1年度		対前年比		H30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※4	1,754	33.2%	1,322	27.1%	432	32.7%	1,125
	訪問販売※5	300	5.7%	331	6.8%	-31	-9.4%	313
	電話勧誘販売※6	258	4.9%	195	4.0%	63	32.3%	205
	マルチ商法(連鎖販売取引)※7	77	1.5%	67	1.4%	10	14.9%	56
	訪問購入※8	13	0.2%	19	0.4%	-6	-31.6%	7
	送り付け商法(ネガティブ・オプション)※9	12	0.2%	7	0.1%	5	71.4%	5
	その他無店舗※10	83	1.6%	78	1.6%	5	6.4%	59
小計	2,497	47.3%	2,019	41.4%	478	23.7%	1,770	
店舗購入	863	16.3%	987	20.2%	-124	-12.6%	841	
不明・無関係	1,922	36.4%	1,875	38.4%	47	2.5%	2,207	

4 主な販売手口

新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、定期購入を誘導する「無料商法」、経済状況の悪化による「サイドビジネス商法」が、相談件数の上位を占めた。また、令和2年7月豪雨災害に便乗した「点検商法」も増加した。

(単位:件)

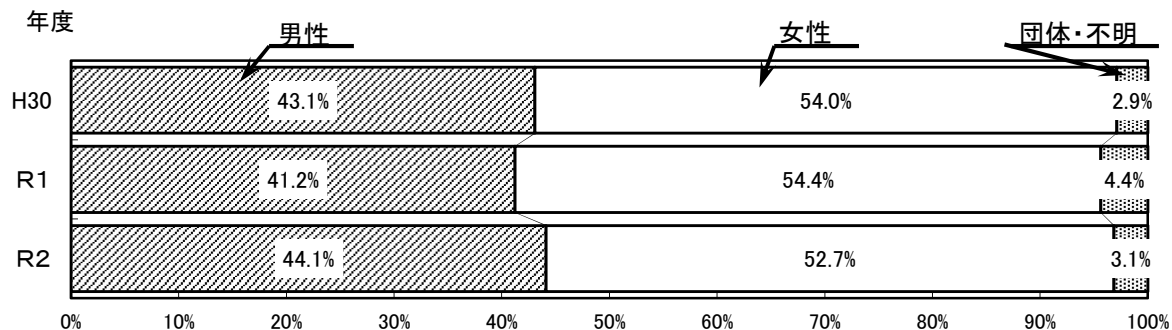
順位	販売手口	R2年度		R1年度		対前年比		H30年度 件数
		件数	構成比	件数	構成比	増減数	増減率	
1	無料商法 ※11	79	1.5%	99	2.0%	-20	-20.2%	34
2	サイドビジネス商法※12	53	1.0%	40	0.8%	13	32.5%	39
3	点検商法 ※13	43	0.8%	23	0.5%	20	87.0%	20
4	利殖商法※14	35	0.7%	50	1.0%	-15	-30.0%	44
5	当選商法 ※15	33	0.6%	21	0.4%	12	57.1%	7
6	次々販売 ※16	26	0.5%	35	0.7%	-9	-25.7%	26
7	景品付販売 ※17	14	0.3%	14	0.3%	0	0.0%	13
8	アンケート商法 ※18	10	0.2%	2	0.0%	8	400.0%	2
9	展示販売 ※19	8	0.2%	11	0.2%	-3	-27.3%	11
10	過量販売 ※20	7	0.1%	13	0.3%	-6	-46.2%	8

(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

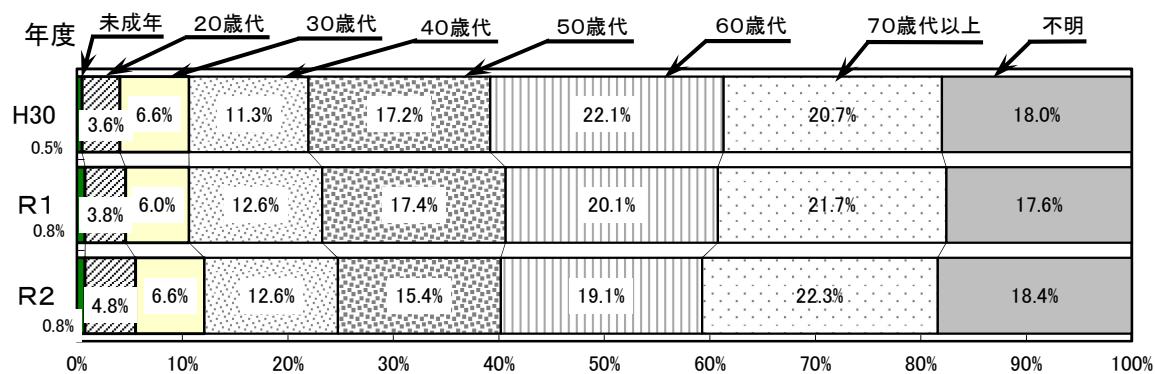
■性別等

相談者は、男性より女性が高い傾向にある。



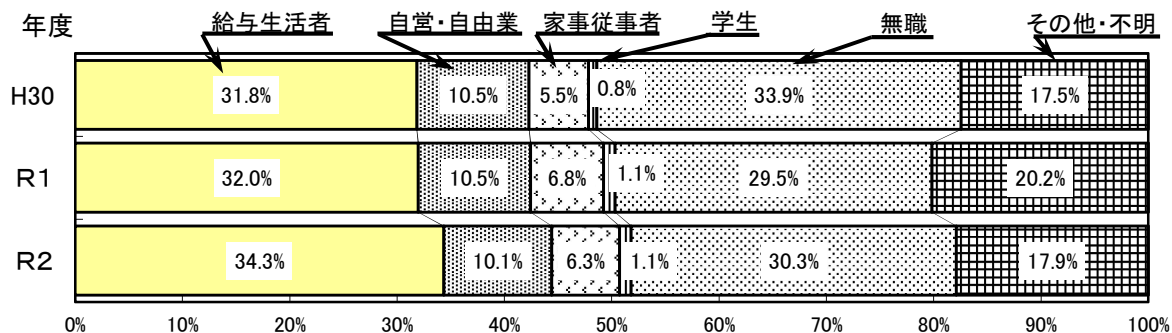
■年代別

高齢化の進展等もあって、60歳代以上の高齢者からの相談割合が、依然として高い。



■職業別

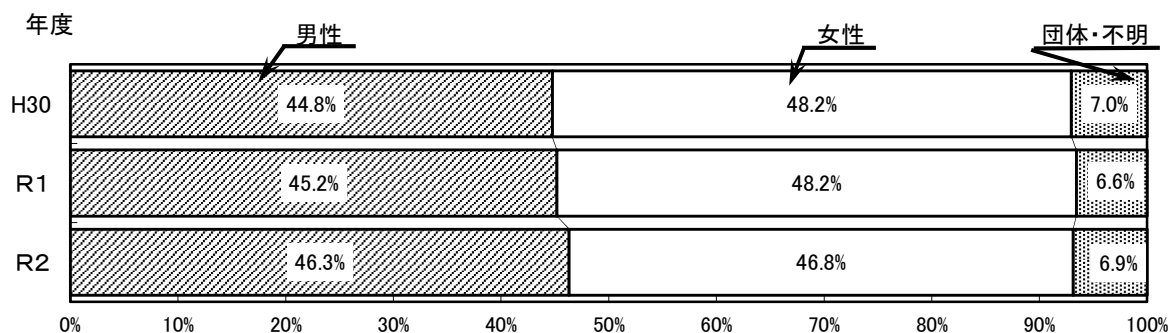
給与生活者と無職の方からの相談割合が、ともに約3割前後で推移している。



6 契約当事者の属性

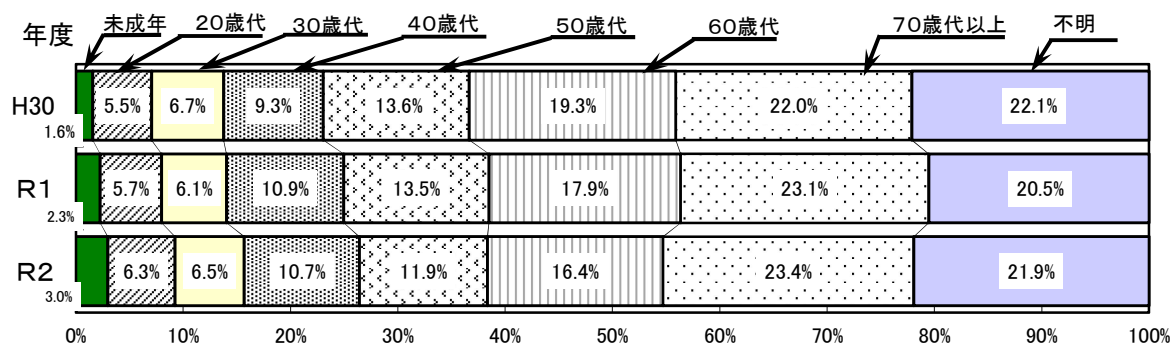
■性別等

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。



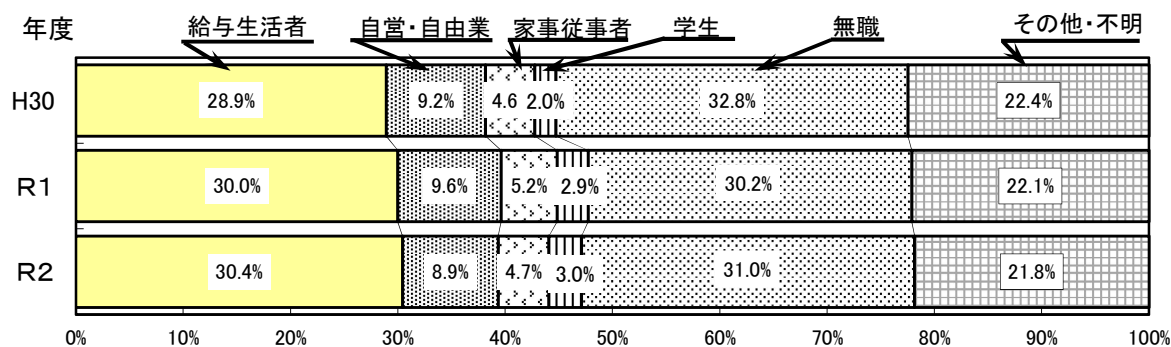
■年代別

60歳代以上の高齢者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

相談者の属性と同様、給与生活者と無職の方の契約がそれぞれ約3割を占めている。



7 契約当事者の性別・年代別の状況

■男性

「放送・コンテンツ等（携帯電話等の架空請求）」に係る相談が依然として多く、多くの年代で上位に入っている。

また、20歳代から40歳代及び60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	99件 (48)	①放送・コンテンツ等（携帯電話等の架空請求） 40件	②化粧品 12件	④健康食品 9件	●玩具・遊具 7件	●紳士・婦人服 ●パソコン・パソコン関連 各4件
20歳代	150件 (132)	①放送・コンテンツ等（携帯電話等の架空請求） ②融資サービス（多重債務等） 各14件	●商品一般 ③自動車 各12件	④化粧品 11件		
30歳代	150件 (143)	①放送・コンテンツ等（携帯電話等の架空請求） 17件	②賃貸アパート・借家等 ②融資サービス（多重債務等） 各11件	●商品一般 8件	●音響・映像製品 ●戸建て住宅 ●移動通信サービス 各6件	
40歳代	270件 (247)	④商品一般 29件	③放送・コンテンツ等（携帯電話等の架空請求） 28件	①融資サービス（多重債務等） 21件	②自動車 18件	●移動通信サービス 14件
50歳代	291件 (302)	①放送・コンテンツ等（携帯電話等の架空請求） 29件	③商品一般 ④移動通信サービス ⑤賃貸アパート・借家等 各17件	●役務その他（保険請求サポート） 15件		
60歳代	435件 (426)	①放送・コンテンツ等（携帯電話等の架空請求） 49件	②商品一般 48件	●役務その他（保険請求サポート） 29件	⑤融資サービス（多重債務等） 22件	④工事・建築（住宅等） 19件
70歳以上	609件 (528)	①商品一般 55件	④役務その他（保険請求サポート） 50件	⑤インターネット通信サービス 33件	②放送・コンテンツ等（携帯電話等の架空請求） ●健康食品 各32件	

※丸数字は昨年度の順位、●は昨年度順位が6位以下を示す

■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ことが特徴的である。

また、男性と同様、多くの世代で「放送・コンテンツ等（携帯電話等の架空請求）」に関する相談も上位に入っている。

	総件数 (前年度)	1 位	2 位	3 位	4 位	5 位
10 代 以下	54件 (61)	①健康食品 15件	②放送・コンテンツ等（携帯電話等の架空請求） ③化粧品 各7件		④賃貸アパート・借家等 3件	③商品一般 ●紳士・婦人服 ●かばん 各2件
20 歳 代	178件 (144)	①放送・コンテンツ等（携帯電話等の架空請求） 23件	●商品一般 17件	⑤健康食品 15件	⑤賃貸アパート・借家等 ②理美容 各12件	
30 歳 代	186件 (149)	②健康食品 26件	①放送・コンテンツ等（携帯電話等の架空請求） 18件	③商品一般 15件	④賃貸アパート・借家等 12件	⑤化粧品 8件
40 歳 代	294件 (282)	②健康食品 40件	①放送・コンテンツ等（携帯電話等の架空請求） 28件	⑤商品一般 21件	③化粧品 18件	●紳士・婦人服 12件
50 歳 代	337件 (359)	①健康食品 56件	②商品一般 35件	⑤化粧品 31件	③放送・コンテンツ等（携帯電話等の架空請求） 23件	●他の保健衛生品 ●インターネット通信サービス 各12件
60 歳 代	427件 (443)	①商品一般 61件	③健康食品 41件	②化粧品 29件	●他の保健衛生品 22件	④放送・コンテンツ等（携帯電話等の架空請求） 15件
70 歳 以上	612件 (590)	①商品一般 59件	⑤役務その他（保険請求サポート） 32件	③工事・建築（住宅等） 25件	●他の保健衛生品 24件	●化粧品 23件

※丸数字は昨年度の順位、●は昨年度順位が6位以下を示す

8 危害・危険に関する相談

区分	R2年度		R1年度 件数	H30年度 件数	
	件数	相談の多い商品・役務(サービス)			
(※1) 危害	90件	第1位 健康食品	93件	70件	
		化粧品			各23件
		第3位 医療			9件
(※2) 危険	14件	第1位 自動車	14件	15件	
		第2位 空調・冷暖房機器 室内装備品			各2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ダイエットサプリメントを飲んだら、下痢を起こし、体調を崩した。
- テレビショッピングで購入した美白クリームを使用したら、顔に赤い発疹ができ、痒みが発生した。
- 美容皮膚科で顔のシミ取りの施術をしてもらい、2日経てば治癒すると説明を受けたが、3週間経っても肌が元に戻らない。

【危険に関する相談の例】

- 足ふきマットを洗濯中に洗濯機が突然大きな音がして爆発し、壊れた。
《助言内容》
メーカーの取扱説明書を確認したところ、防水加工の洗濯物及び玄関マットや足ふきマット等洗濯しないように書かれていたので、それに従って使用するよう助言した。
- 駐車していた車が突然ボンといいボンネットから煙が上がったので開けたら火が出た。
《助言内容》
自動車の専門機関に意見を求めるとともに、国交省ホットラインにも情報提供するよう助言した。
- ファンヒーターの延長コード付近から発火してコードや畳が焦げた。
《助言内容》
トラッキングの可能性があること、取扱説明書には延長コードを使用しないように注意書きがあることを助言した。

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 3件

No.	相談内容	テスト内容
1	○エタノール消毒液の濃度を知りたい ネットでエタノール消毒液を2種類買った。エタノール濃度が表示どおりであるかを知りたい。	県産業技術センターに検査を依頼し、酒類のアルコール濃度を測定してもらった。 その結果、ほぼ表示どおりであることが分かったので、相談者に情報提供した。
2	○室内に侵入したアリの駆除方法を知りたい キッチンやリビングにアリが出て困っている。どのような生態で、どのように駆除したら良いのか知りたい。	デジタルマイクロスコープで撮影し、確認したが、センターでは確認ができなかったため、害虫駆除製品を製造している事業者と相談した。 その結果、アリの種類と駆除方法が判明したので、相談者に情報提供した。
3	○ゲルマニウム入り布団の中身を知りたい 訪問販売で購入したゲルマニウム入りの羽毛布団について、本当にゲルマニウムが入っているのか知りたい。	相談者は、当該布団の返品を希望しているので、返品に支障がないように県産業技術センターに分析を依頼した。 その結果、ゲルマニウムは検出限界値以下で、含有していても微量であることが判明したので、相談者に情報提供した。

【技術回答】

分野	相談件数	主な相談事例
衣	8	・婦人用パンツから針 ・クリーニングによるスカートの縮み
食	21	・カニについている黒い粒 ・おろしにんにくの色
住	33	・上げ下げ式の窓が滑り落ちてきた ・リフォームでホルムアルデヒドの臭い ・エアコンの冷房能力
その他	137	・次亜塩素酸水でバッグが変色 ・カセットコンロで前髪とまつ毛が焼けた ・液晶プロジェクタが落下 ・光脱毛器から大きな音
計	199	

用語解説

	用語	解説
※1	放送・コンテンツ等	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行い、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。
※2	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。
※3	移动通信サービス	携帯電話等の移动通信及びそれらに関するサービス。
※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3条第3号）
※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	「アンケートに教えてください」「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。