

令和4年度（2022年度） 熊本県消費生活課 消費者行政の概要

目 次

- I 県と市町村の消費生活相談の概要・・・・・・・・・・ 1
- II 熊本県消費生活センターにおける相談の概要・・・・ 3
- III 「消費者自立のための生活再生総合支援事業」
について・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 8
- IV 消費者教育の推進について・・・・・・・・・・・・ 10

令和5年5月30日
環境生活部 県民生活局 消費生活課

I 県と市町村の消費生活相談の概要

(1) 県と市町村の消費生活相談の体制

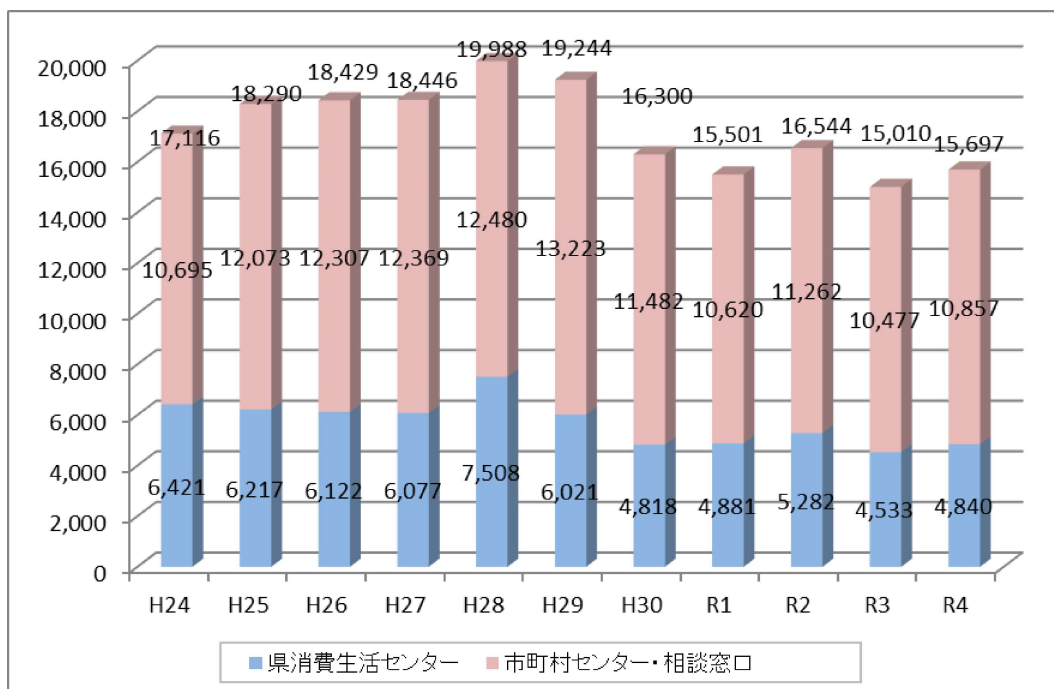
- ① 熊本県：熊本県消費生活センター
消費生活相談員13人体制
(一般相談員11人、商品テスト相談員2人)
- ② 市：14市すべてに消費生活センターを設置
消費生活相談員による週4日以上相談体制
- ③ 町村：31町村すべてに消費生活相談窓口を設置
うち2町村を除く29町村で消費生活相談員による
相談対応を実施

【参考】

市町村における広域連携による消費生活相談員の配置は、
9地域33市町村。

(2) 県と市町村の相談件数の推移

令和4年度(2022年度)における県と市町村を合わせた相談件数は、15,697件。うち、県消費生活センターへの相談件数は4,840件、市町村への相談件数は10,857件。



県消費生活センター及び市町村の消費生活相談窓口寄せられる相談件数は、ここ数年約15,000件を超えたところで推移している。

市町村への相談件数は、平成22年度以降、県消費生活センターへの相談件数を上回り、近年は市町村における相談件数の割合が全体の約70%を占めている。

これは、市町村の相談機能整備の効果が現れてきたことと、住民に身近な消費生活相談窓口についての周知が進んできたことによるものと考えられる。

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、前年度比で約7%の増加である。

相談件数としては、熊本地震が発生した平成28年度以降減少傾向にある中、令和元年度、令和2年度は新型コロナウイルス感染症関連相談等により相談件数が増加している。令和3年度は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。

《参考》 過去3年間の相談件数の推移

(単位:件)

年 度	R2	R3	R4
総 相 談 件 数	5,282	4,533	4,840
コ ロ ナ 関 係	603	205	85
熊 本 地 震 関 係	55	29	10
令 和 2 年 7 月 豪 雨 関 係	41	2	3

Ⅱ 熊本県消費生活センターにおける相談の概要

(1) 令和4年度の相談件数

4, 840件 ※R3の4,533件から約7%増

(2) 令和4年度に相談が多かった相談分類

相談分類（上位5分類）	R2	R3	R4	対前年度比	増減率
1 商品一般（迷惑メール、架空請求等）	499	412	475	63	15%
2 化粧品	206	236	411	175	74%
3 役務その他（占い、サポート契約等）	250	292	245	-47	-16%
4 健康食品（サプリメント、ドリンク等）	325	172	193	21	12%
5 相談その他	181	156	173	17	11%

※ 相談分類は、全国消費生活情報オンラインネットワークシステム（PIO-NET）に基づく。

(3) 特徴的な傾向

①化粧品に関する相談が増加、過去10年間で最高

令和4年度において相談件数が最も増加した相談分類は、「化粧品」。

1回限りと思って購入したら意図しない定期購入になっていた、解約しようと思っても連絡がとれずに解約できないまましている等の相談が急増。

次いで多い「電気」については、新たな電力会社と契約した後の料金に関する相談等が多く寄せられた。

増加件数の多い相談分類	R2	R3	R4	対前年度比	増減率
1 化粧品	206	236	411	175	74%
2 電気	56	48	74	26	54%
3 行政サービスその他（行政を名乗るメール等）	147	59	79	20	34%
4 融資サービス（多重債務等）	181	131	166	35	27%
5 教養娯楽品その他（ゲーム、出会い系等）	-	57	72	15	26%

②多重債務に関する相談が増加

県センターへの多重債務に関する相談は、令和3年度はいったん減少したものの令和4年度は再び増加している。今後、物価高騰等の経済的な影響等を注視する必要がある。

	R2	R3	R4	対前年度比	増減率
多重債務	124	93	122	29	31%
過払い金	18	10	12	2	20%
ヤミ金	18	13	15	2	15%

③架空請求の大半はメールやSMS

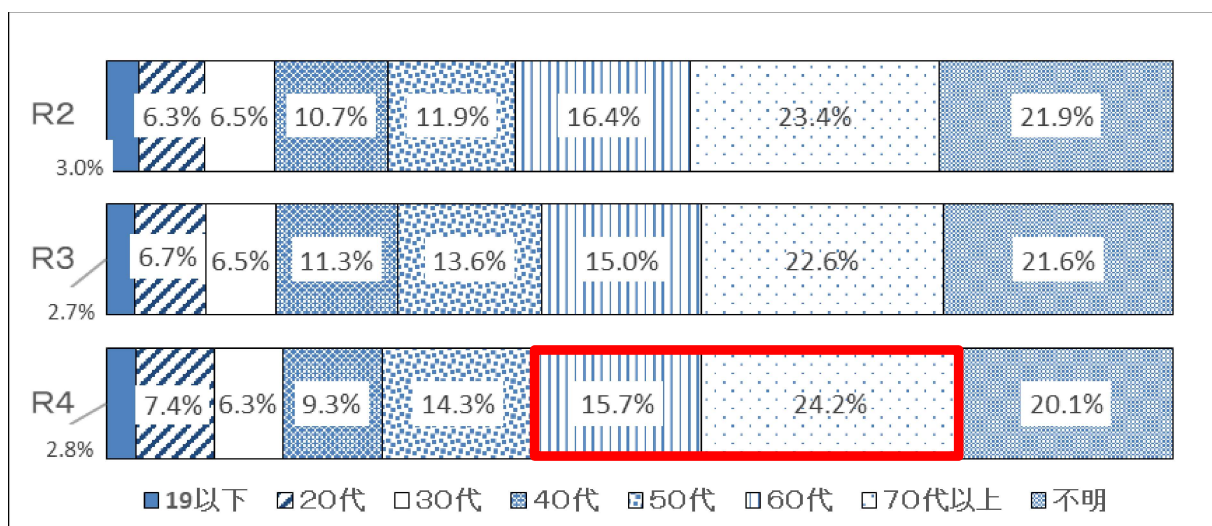
架空請求の到達手段は、携帯電話やスマホへのメールやSMS（ショートメッセージサービス）によるものが大半を占めた。

架空請求の手段	R2	R3	R4	対前年度比	増減率
携帯電話、スマホ等	108	102	105	3	3%
葉書、封書	20	15	6	-9	-60%
その他・不明	61	65	1	-64	-98%

④高齢者が関係する相談の割合が高い

「年代別」の相談割合では、60歳代以上が契約当事者である相談の割合が高い傾向にあり、全体の約4割を占めている。

【R2：2,098件、R3：1,705件、R4：1,938件】



(4) 契約金額・既支払額・被害回復額の推移

「契約金額」及び「被害回復額」は減少している。
あっせん件数、あっせん率、あっせん成功率は増加している。
丁寧にあっせん等を行っていることにより、あっせん成功率は約92%と高い水準を保っている。

	R2	R3	R4
契約金額	15億5300万円	21億1100万円	16億5900万円
既支払額	5億3500万円	6億8800万円	8億3700万円
被害回復額	1億5900万円	1億6300万円	1億2700万円
あっせん件数	488	497	582
あっせん率	9.2%	11.0%	12.0%
あっせん成功率	89.3%	84.7%	92.2%

- ◆被害回復額 既に支払った金額又は契約した金額の回復額と未然防止額の合計
- ◆あっせん 消費者と事業者間にある情報の質、量、交渉力等の格差を補い、話し合いでの解決を支援するために、消費生活センターが事業者と直接電話や面談等で説得や交渉を行い、問題解決を図ること
- ◆R3年度の都道府県あっせん率の平均は、6.8% (R4.10消費者庁現況調査)

(5) 注意を要する相談事例について（令和4年度の状況）

①インターネット通信販売等による定期購入

[定期購入に関する相談 553件]

【相談事例】

○通常価格1万円の美容液が初回限定2,000円との広告を見て注文した。商品が届き、初めて4回購入が条件の「定期購入」になっていることがわかった。解約しようとするが、なかなか電話が繋がらない。やっと電話がつながり、解約しようとしたら、初回で解約する場合は定価との差額を支払う必要があると言われた。

[センターからの助言や対応]

- 通信販売による購入申込の場合には、クーリングオフは適用されません。
- 申込みの際には、契約内容や解約条件をしっかりと確認しましょう。そのため、申込みの最終確認画面を印刷したり、スクリーンショットを撮るなどして証拠を残しておきましょう。

② 「副業や投資の儲け話」に注意

[サイドビジネスに関する相談69件、マルチ商法に関する相談61件]

【相談事例】

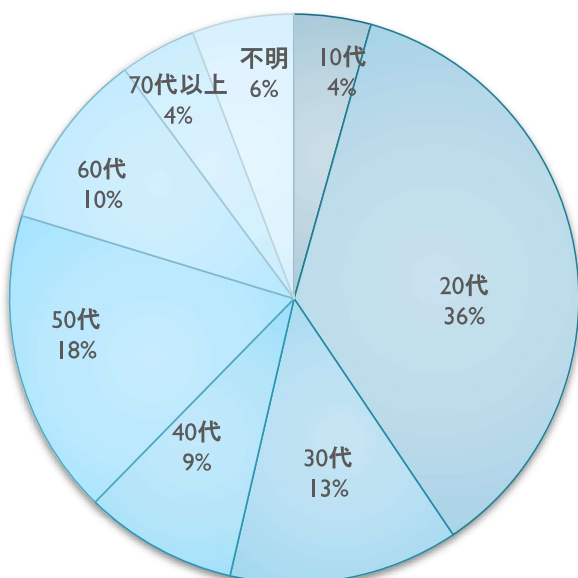
- スマホでできる副業を探して、メールで相談に乗れば高額な報酬が得られるという副業サイトに高額な登録料を支払ったが、思うような収益は出ない。返金してもらいたい。
- オンラインゲームの紹介マルチに加入して、借金をして登録料を支払った。返金してもらいたい。

[センターからの助言や対応]

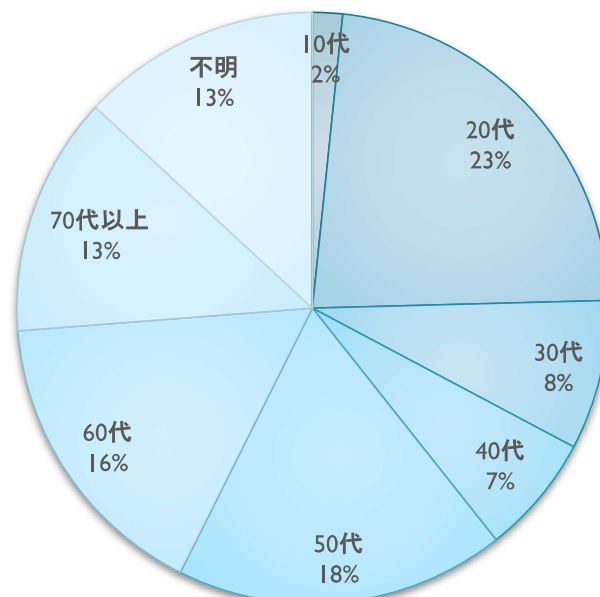
- 簡単に高額収入を得られることはありません。「簡単にお金を稼げる」といった、甘いうたい文句には注意しましょう。
- スマホや無料のセミナーで高額な契約を強引に勧められたり、納得がいかない契約である場合はきっぱりと断りましょう。特にクレジット契約や借金を強要して契約を勧めてくる場合は注意が必要です。
- 説明を受けても内容の詳細が分からない場合は契約を行ってはいけません。

サイドビジネス・マルチ商法に関する相談の年齢構成

サイドビジネス



マルチ商法



③ 動画サイトやメールによる架空請求に係る相談

[動画サイトやメールによる架空請求に係る相談 105件]

【相談事例】

- 動画サイト閲覧中、突然、会員登録されたと表示され、40万円の料金を請求された。
- スマートフォンにSMSで未納料金があるのでこのままだと裁判するとのメールが届いた。相手に電話すると50万円払うように言われた。

【センターからの助言や対応】

- 「訴訟」「至急」など不安をあおるような言葉が書かれていますが、あわてて相手に連絡せず、一度冷静になり、まずは消費生活センターや警察に相談してください。
- 連絡先等が知られている場合や教えてしまった場合には、登録している電話番号以外には出ないこと、迷惑メール設定等しましょう。

(6) 県民への注意喚起等 (令和4年度実績)

期 日	内 容
R4. 9.20	災害に便乗した悪質な勧誘・商法に注意
11. 8	「簡単に稼げて高収入」などと勧誘する副業サイトや情報商材に注意
12.22	電話でお金詐欺に注意

報道資料 令和4年(2022年)9月20日
【緊急!】消費者トラブル注意報 第104号

災害に便乗した悪質な勧誘・商法にご注意ください!

自然災害の後には「台風被害と言えは保険金を請求できる」「今すぐ契約すれば安価で修理できる」等と勧誘された、という相談が寄せられます。災害の混乱や被害で困っていることに便乗した悪質な勧誘・商法には、普段よりさらに慎重な対応が必要です。

報道資料 令和4年(2022年)11月8日
【緊急!】消費者トラブル注意報 第105号

「簡単に稼げて高収入」などと勧誘する副業サイトや情報商材に注意してください!

SNSやインターネットの広告を通じて、「簡単に稼げる」、「副業で高収入」、「初期費用は稼いで取り戻せる」などと勧誘され、副業や情報商材についての高額な契約をしたが、全くもうからなかったとの相談が急増しています。

■相談事例

【事例1】スマホで見つけた、相手の顔みだりや声だけを聞いただけでもうかるというマッチングアプリの副業に申し込んだ。始めてみると、マッチングした相手とやり取りするための登録費用やポイント等の費用を次々に請求され、一切稼げなかった。

【事例2】SNSで副業の勧誘を受け、FXの自動売買サポートの契約をした。初期費用を払って情報商材を購入したが、やり方がわからない。解約しようとして相手に連絡したが、「高額なサポートプランを受ければ払った金額をすぐに取り戻せる」などとしつこく説得され、解約させてもらえない。

■消費者へのアドバイス

●「簡単に稼げる」、「気軽にできる」と強調する広告やSNSの情報を安易に信じてはいけません。うまい話をつのみにしないようにしましょう。

○特に、副業を始めるに当たり、登録料や利用料等を請求するものには要注意です。

○一旦支払ったお金を取り戻すのは非常に困難です。特に勧誘者や契約の相手方、事業者の連絡先について確認せずにお金を支払うことは、絶対に止めましょう。

○知り合いからの勧誘であっても、怪しい勧誘はさっぱりと断りましょう。

○「お金がない」と断っても、クレジットカードでの高額決済や消費者金融からの借金を勧められて契約させられるケースが増えています。借金を勧めるような副業の勧誘は断りましょう。

■熊本県消費生活センター 相談電話 096-383-0999
（受付時間：平日の午前9時から午後5時まで）
■福岡市の警察署または警察安全相談電話 791110（受付時間：24時間）

報道資料 令和4年(2022年)12月22日
【緊急!】消費者トラブル注意報 第106号

電話でお金詐欺にご注意ください!

公的機関を名乗り、税金や健康保険料等の還付金の受け取りに必要な手続きを誤ってATMを操作させ、お金を振り込ませる「還付金詐欺」等の「電話でお金詐欺」に関する相談が寄せられています。

■相談事例

【事例1】市役所の職員を名乗る人物から、健康保険料の還付金の受け取りの手続きについて電話があり、キャッシュカードを持って銀行に行くよう指示された。銀行では、銀行のサポートセンターを名乗る人物から電話があり、指示されたとおりATMを操作したところ、他人の口座に150万円の振り込みを促された。

【事例2】パソコンを操作中に、警告音が鳴り、ウイルスに感染したとの表示が出た。画面に表示された電話番号に掛けたところ、「パソコンの補修サービスのために45万円が必要」として、電子マネーでの支払いを求められた。

■消費者へのアドバイス

○公的機関が還付金について電話を掛けることはありません。電話でお金の話が出たら、詐欺を疑いましょう。

○電話に出て話を聞いてしまうと、言葉巧みに騙されることがあります。留守番電話や番号ディスプレイ等の機能を活用し、知らない番号の電話には出ないようにしましょう。在宅時でも留守番電話に設定しておくことで安心です。

○「お金がない」と断っても、怪しい勧誘はさっぱりと断りましょう。

○「お金がない」と断っても、クレジットカードでの高額決済や消費者金融からの借金を勧められて契約させられるケースが増えています。借金を勧めるような副業の勧誘は断りましょう。

○不安なときは、一人で悩まず、家族や警察、行政機関等に相談してください。

■熊本県消費生活センター 相談電話 096-383-0999
（受付時間：平日の午前9時から午後5時まで）
■福岡市の警察署または警察安全相談電話 (#9110) (受付時間：24時間)

報道資料 令和4年(2022年)12月22日
【緊急!】消費者トラブル注意報 第106号

電話でお金詐欺にご注意ください!

公的機関を名乗り、税金や健康保険料等の還付金の受け取りに必要な手続きを誤ってATMを操作させ、お金を振り込ませる「還付金詐欺」等の「電話でお金詐欺」に関する相談が寄せられています。

■相談事例

【事例1】市役所の職員を名乗る人物から、健康保険料の還付金の受け取りの手続きについて電話があり、キャッシュカードを持って銀行に行くよう指示された。銀行では、銀行のサポートセンターを名乗る人物から電話があり、指示されたとおりATMを操作したところ、他人の口座に150万円の振り込みを促された。

【事例2】パソコンを操作中に、警告音が鳴り、ウイルスに感染したとの表示が出た。画面に表示された電話番号に掛けたところ、「パソコンの補修サービスのために45万円が必要」として、電子マネーでの支払いを求められた。

■消費者へのアドバイス

○公的機関が還付金について電話を掛けることはありません。電話でお金の話が出たら、詐欺を疑いましょう。

○電話に出て話を聞いてしまうと、言葉巧みに騙されることがあります。留守番電話や番号ディスプレイ等の機能を活用し、知らない番号の電話には出ないようにしましょう。在宅時でも留守番電話に設定しておくことで安心です。

○「お金がない」と断っても、怪しい勧誘はさっぱりと断りましょう。

○「お金がない」と断っても、クレジットカードでの高額決済や消費者金融からの借金を勧められて契約させられるケースが増えています。借金を勧めるような副業の勧誘は断りましょう。

○不安なときは、一人で悩まず、家族や警察、行政機関等に相談してください。

■熊本県消費生活センター 相談電話 096-383-0999
（受付時間：平日の午前9時から午後5時まで）
■福岡市の警察署または警察安全相談電話 (#9110) (受付時間：24時間)

※お問い合わせの際は、県や市町村の消費生活センター・消費生活相談窓口にご相談ください。
■熊本県消費生活センター 相談電話 096-383-0999
（相談受付時間：平日の午前9時から午後5時まで）

Ⅲ 「消費者自立のための生活再生総合支援事業」について

Ⅰ 事業概要

(1) 事業内容

多重債務者など生活再生の支援が必要な方々に対し、生活再生相談、家計診断、個別要因に応じたトラブル解決支援、債務整理中又は債務整理後のセーフティネット貸付、償還完了までの生活サポート

【貸付条件】

- 限度額：150万円
 - 貸付利率：年9.5%以下（熊本地震の被災者対象の特別金利1.5%）
 - 償還期間：5年以内（据置期間1年）
- ※措置期間適用は、熊本地震の特別金利貸付利用時のみ
 （特別利息1.5%の利用については、罹災証明、震災に伴う離職証明、休業証明等の証明書の提出が条件となる。）

(2) 事業の沿革

- 平成22年度から「グリーンコープ生活協同組合くまもと」への業務委託により実施。
- 事業の対象者を当初の多重債務者から「熊本地震の被災者（平成28年6月～）」、「【DV、虐待や依存症】」、「【法律問題】」、「【就労問題】」等の個別要因に起因する消費生活問題を抱える方（平成29年4月～）にまで順次拡大し、対象者の生活再生を支援している。

2 令和4年度における面談件数等の前年度比較

令和4年度においては、面談件数は前年度比32.3%減と減少したが、貸付件数は前年度比26.9%増加した。

債務整理中または債務整理後の信用情報等により、銀行等からの借入が難しい相談者を対象に生活再生に向けた効果的な貸付を実施。

年度	面接・貸付	件数	前年比	増減率
R3	面談件数	949	▲70	▲6.9%
	うちコロナ関連件数	386	19	
	うち豪雨関連件数	0	▲121	
	貸付件数	26	▲5	▲16.1%
	うちコロナ関連件数	0	▲4	
	うち豪雨関連件数	0	▲2	
R4	面談件数	642	▲307	▲32.3%
	うちコロナ関連件数	167	▲219	
	うち豪雨関連件数	0	0	
	貸付件数	33	7	26.9%
	うちコロナ関連件数	0	0	
	うち豪雨関連件数	0	0	

3 物価高騰の影響

当該事業の相談者全てがお金に関する問題を抱えており、価格高騰という意味では、相談者全てにその影響がみられる。

〔相談事例1〕

母子世帯で子どもは高校生。ダブルワークで就労中だが、教育費、車ローンがかかっている中、食費、光熱費の物価高騰により、収支が整わず家賃滞納となった。支出の見直しややりくりをしたがそれでも家賃滞納の解消が遅れ、住居退去を求められ困っている。

〔相談事例2〕

父子世帯で、父はタクシードライバー。出来高制で収入が不安定。長女は療育手帳所持、次女はバイト就労中。電気代が今冬、これまでにない高額で4万円台の支払いに加え食費も高騰していて大変な状況である。更に家賃が払えず、6月頃までに払わないと退去しないといけない状況。

〔相談事例3〕

母子世帯で子どもは中学生。自営業。コロナ禍で事業収入減少の状態から回復に向け何とか事業継続してきたが、物価高が生活を直撃。家計の見直しとして、特に食費をやりくりしながら暮らしてきたが追いつかない状況であった。このような状況の中、本人が病気となり、療養費を借入に頼らざるをえない状態となった。また、中学生の息子の教育費の準備も出来ず、今後の見通しができない状況である。

〔相談事例4〕

母子世帯で子どもは高校生。母親はダブルワーク就労で生計維持。高校生の子どもの通学が公共交通機関を利用できない地域ではないため、必然的に子どもの送り迎え(学校・部活)を母親の車でやっている。そのため、ガソリン代の高騰のあおりを受け、就労先への移動や子どもの送迎のための費用が増加し、家計を圧迫している。

IV 消費者教育の推進について

(1) 「高校生等のための消費生活講座」について

若年層への消費者教育の強化を図るため、教育委員会関係課等との連携により「高校生等のための消費生活講座」を平成30年度から推進している。講座の令和4年度の実施校は20校(34講座)、受講者数は延べ2,971名となっている。

●高校生等のための消費生活講座実績

平成30年度：21校(27講座)、延べ受講者1,659名
令和元年度：29校(38講座)、延べ受講者3,555名
令和2年度：15校(16講座)、延べ受講者2,056名
令和3年度：8校(10講座)、延べ受講者1,113名
令和4年度：20校(34講座)、延べ受講者2,971名

(2) 消費者教育コーディネーターについて

①設置の経緯

民法改正により令和4年度から成年年齢が18歳に引き下げられることを受け、若年層への消費者教育の充実を図るため、令和元年度から消費生活課に「消費者教育コーディネーター」1名を配置し、学校教育と連携した消費者教育の推進を図っている。

②消費者教育コーディネーターの活動

●令和元年度

県立高校45校、市立高校2校、特別支援学校7校を訪問し、学校現場のニーズや要望の聴取を行った。

●令和2年度

コロナ禍の中で行動が制約されたが、県内の私立高校21校中16校を訪問するとともに、作成した教材を活用した授業の実践を検証するため、県立高校・特別支援学校それぞれ1校を訪問した。

●令和3年度

県立高校7校、特別支援学校12校を訪問し、学校現場のニーズや要望の聴取を行った。また、高校への教育教材の送付やSDGs関連の教材を作成し、HPに掲載した。

●令和4年度

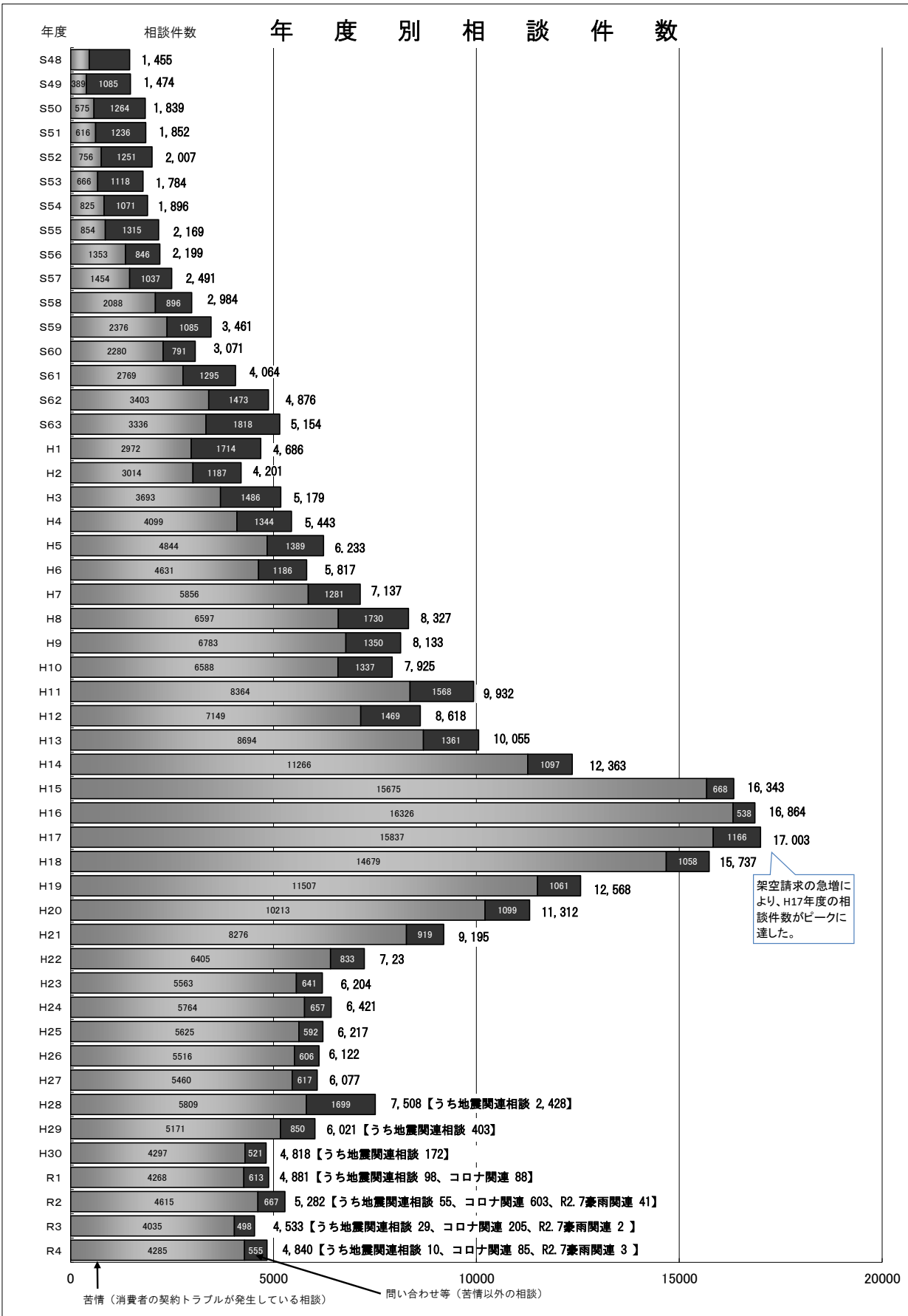
県立高校26校、特別支援学校5校を訪問し、学校現場のニーズや要望の聴取を行った。

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)

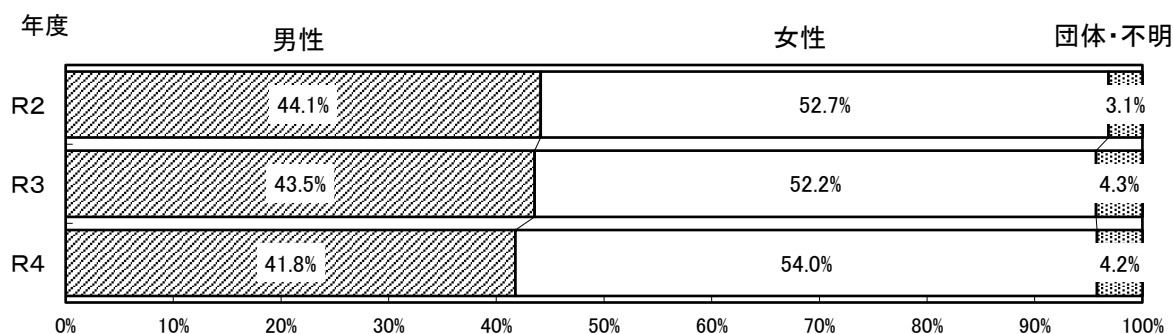
順位	販売手口	R4年度		R3年度		対前年比		R2年度 件数
		件数	構成比	件数	構成比	増減数	増減率	
1	無料商法	74	1.5%	118	2.6%	-44	-37.3%	79
2	サイドビジネス商法	69	1.4%	62	1.4%	7	11.3%	53
3	利殖商法	67	1.4%	28	0.6%	39	139.3%	35
4	当選商法	19	0.4%	38	0.8%	-19	-50.0%	33
5	点検商法	17	0.4%	23	0.5%	-6	-26.1%	43
6	次々販売	16	0.3%	17	0.4%	-1	-5.9%	26
7	景品付販売	14	0.3%	7	0.2%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

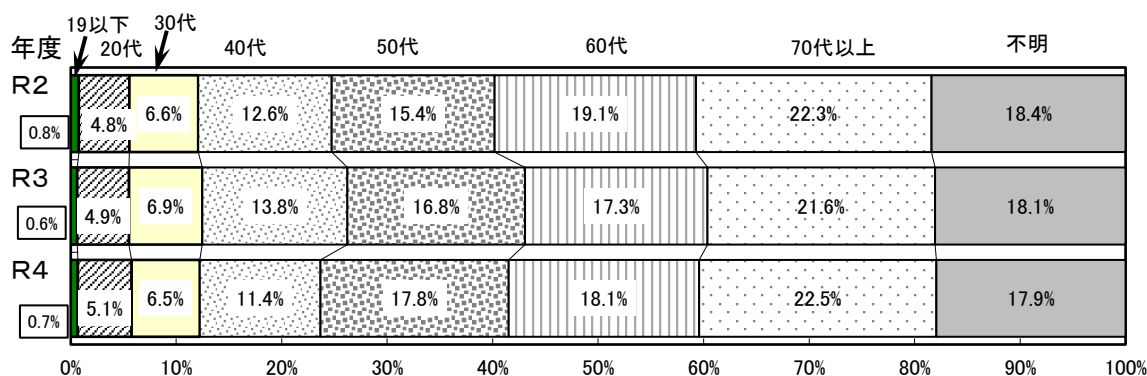
■性別等

相談者は、男性より女性の割合が高くなっている。



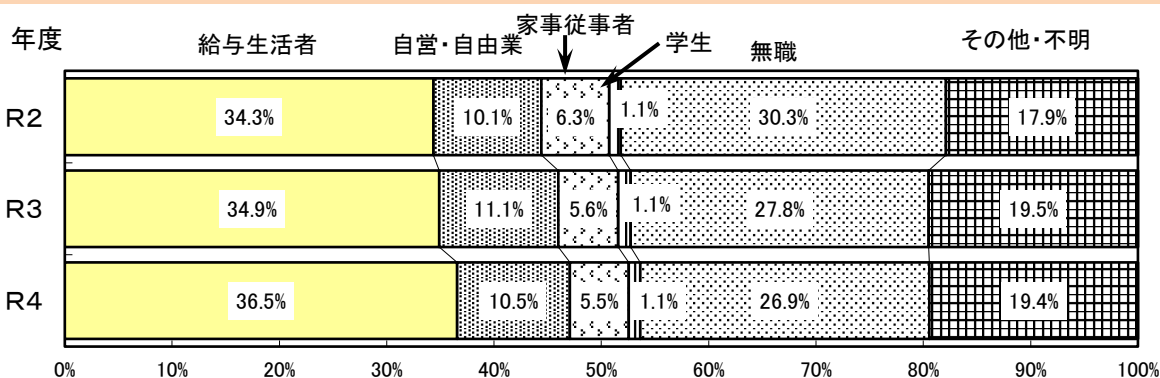
■年代別

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

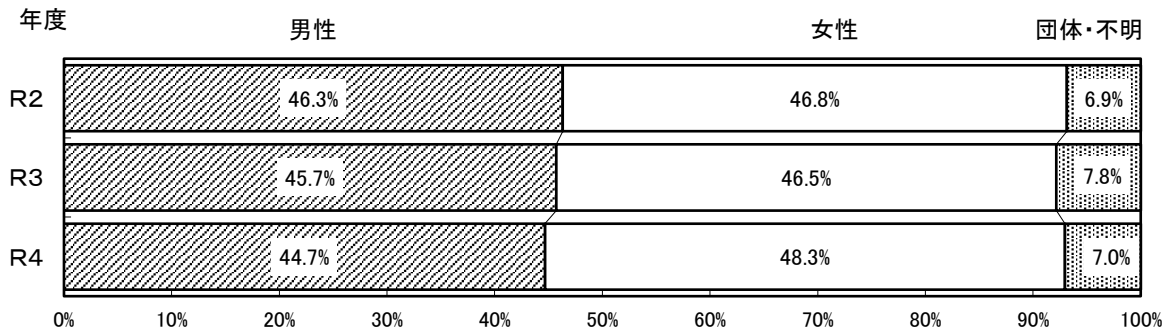
給与生活者と無職の方からの相談割合は、ともに約3割前後で推移してきたが、給与生活者からの相談割合が増加するとともに無職の方からの相談割合が減少傾向にある。



6 契約当事者の属性

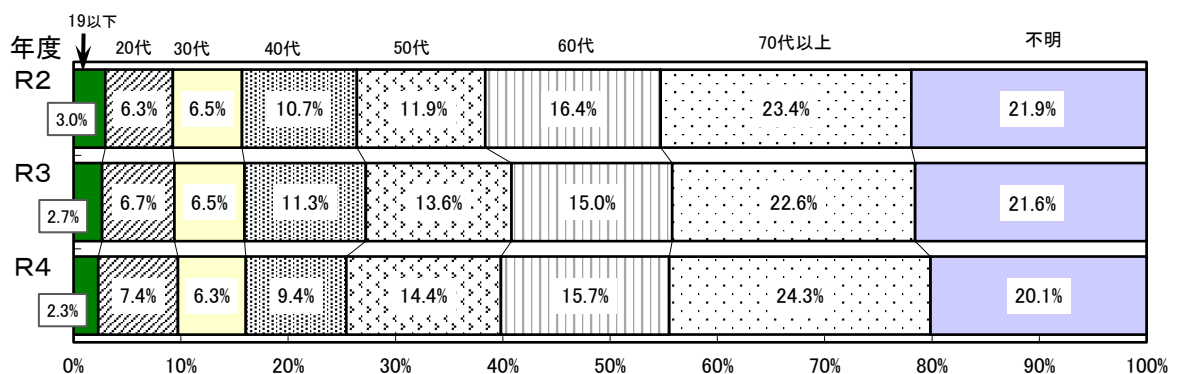
■性別等

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。



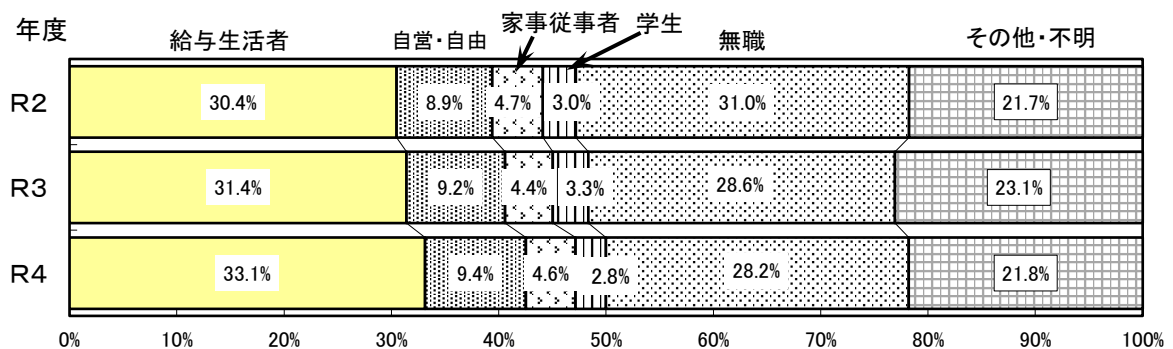
■年代別

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 ・冷蔵庫のしもとリ ・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 ・パワコンから出火 ・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。