

令和3年度（2021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・・・・・・・・・・・・・・ 9

令和4年5月31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

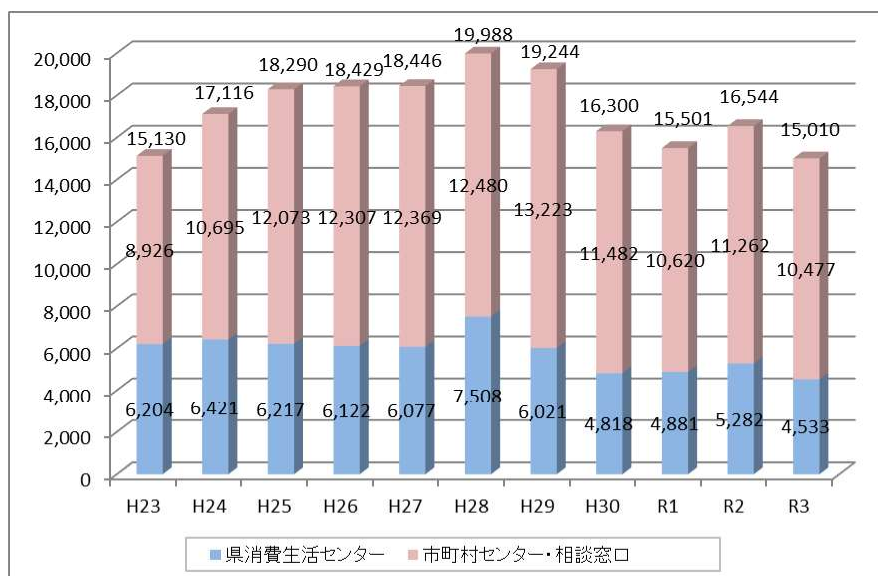
- ① 熊本県：熊本県消費生活センター
消費生活相談員13人体制
(一般相談員11人、商品テスト相談員2人)
- ② 市：14市すべてに消費生活センターを設置
消費生活相談員による週4日以上の相談体制
- ③ 町村：31町村すべてに消費生活相談窓口を設置
うち2町村を除く29町村で消費生活相談員による
相談対応を実施

【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3年度(2021年度)における県と市町村を合わせた相談件数は、15,010件。うち、県消費生活センターへの相談件数は4,533件、市町村への相談件数は10,477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15,000～20,000件で推移している。

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3年度における県消費生活センターへの相談件数は4,533件で、前年度比で約14%の減少である。

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1、2年度は新型コロナウイルス感染症に関連する相談で増加していたが、ある程度感染症関連の相談が落ち着き、減少となった。

一方で、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、通信販売や架空請求、副業に関する相談等が多く寄せられた。

《参考》新型コロナウイルス感染症関係相談件数の推移

(単位:件)

年 度	R1	R2	R3
総 相 談 件 数	4,881	5,282	4,533
うちコロナ関係	88	603	205
割 合	1.8%	11.4%	4.5%

Ⅱ 熊本県消費生活センターにおける相談の概要

(1) 令和3年度の相談件数

4, 533件 ※R2の5,282件から約14%減

(2) 令和3年度に相談が多かった相談分類

相談分類（上位5分類）	R1	R2	R3	対前年度比	増減率
1 商品一般	492	499	412	-87	-17%
2 役務その他 （保険請求サポート等）	176	250	292	42	17%
3 化粧品	171	206	236	30	15%
4 健康食品 （サプリメント、ドリンク等）	264	325	172	-153	-47%
5 他の教養・娯楽 （ゲーム、出会い系等）	-	-	161	161	-

※「他の教養・娯楽」はR3からの新分類で、R2までは「放送・コンテンツ等」に含まれていたもの

※ 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副業サイトで高額な料金を支払った等の相談が増加

令和3年度において相談件数が最も増加した相談分類は、「内職・副業」。

「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、「化粧品」については、定期購入の解約に関する相談がそれぞれ多く寄せられた。

増加件数の多い相談分類	R1	R2	R3	対前年度比	増減率
1 内職・副業	17	21	66	45	214%
2 役務その他 （保険請求サポート等）	176	250	292	42	17%
3 化粧品	171	206	236	30	15%
4 工事・建築 （住宅・住宅設備等、補修サービス）	181	143	157	14	10%
5 他の教養・娯楽 （ゲーム、出会い系等）	-	-	161	161	-

※「他の教養・娯楽」はR3からの新分類で、R2までは「放送・コンテンツ等」に含まれていたもの

② 架空請求の手段が葉書等からメールやSMSにシフト

架空請求の到達手段は、これまで葉書が圧倒的に多かったが、R2以降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）によるものにシフトした。

架空請求の手段	R1	R2	R3	対前年度比	増減率
携帯電話、スマホ等	119	108	102	-6	-6%
葉書、封書	102	20	15	-5	-25%
その他・不明	54	61	65	4	7%

③ 多重債務に関する相談が減少

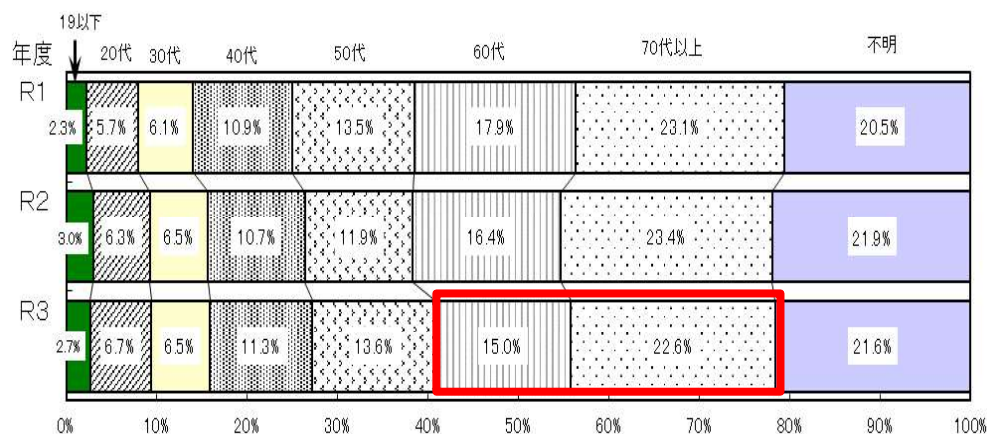
県センターへの多重債務に関する相談は、減少傾向にあるものの、今後も新型コロナ等の経済的な影響を注視する必要がある。

	R1	R2	R3	対前年度比	増減率
多重債務	146	124	93	-31	-25%
過払い金	9	18	10	-8	-44%
ヤミ金	22	18	13	-5	-28%

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歳代以上の高齢者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。

【R1：2,040件、R2：2,098件、R3：1,705件】



(4) 契約金額・既支払額・被害回復額の推移

「契約金額」「既支払額」「被害回復額」がいずれも前年度と比べて増加していることに伴い、あっせん率も増加している。

丁寧にあっせん等を行っていることにより、あっせん成立率は約85%と高い水準を保っている。

	R1	R2	R3
契約金額	20億900万円	15億5300万円	21億1100万円
既支払額	9億2800万円	5億3500万円	6億8800万円
被害回復額	1億8900万円	1億5900万円	1億6300万円
あっせん件数	598	488	497
あっせん率	12.2%	9.2%	11.0%
あっせん成立率	90.1%	89.3%	84.7%

- ◆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
- ◆R2年度の都道府県あっせん率の平均は、6.8% (R3.10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3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 367件]

【相談事例】

- 健康食品が、「お試し1回お買い得」とインターネットの広告に出ていたため申し込んだが、品物が届いて初めて4回購入が条件の「定期購入」になっていたため、返品したい。
- テレビショッピングで安価な化粧品を申し込んだ。商品が届いて2回目以降は高額とわかったため、2回目以降分を解約したいが応じてもらえない。

[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 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 102件]

【相談事例】

- 動画サイト閲覧中、突然、会員登録された则表示され、45万円の料金を請求された。
- スマートフォンに「27億円支援します。口座情報をお送り下さい」という文面とURLが記載されたメッセージが届いた。

[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、迷惑メール設定等をしてください。

③ 「災害復旧に便乗した悪質な勧誘・商法」に係る相談

[災害復旧に便乗した悪質な勧誘・商法に係る相談 77件]

【相談事例】

- 業者から屋根瓦がずれていると言われ、保険で家の修繕ができるということで契約した。後日、業者が勝手に保険会社に対して直接火災保険給付請求をしていたことが判明した。
- 火災保険等について、「申請サポートをしてあげる」「調査費は無料」と説明し、後日高額な手数料やキャンセル料を要求された。

[センターからの助言や対応]

- 「火災保険が使えるので負担はない」「無料で保険の申請代行をする」などと勧誘されても、すぐに契約しないようにしましょう。
- 災害により被害を受けたら、慌てずに複数の業者から工事の見積もりを取り検討しましょう。
- 保険の適用対象となるか、申請はどのようにするかを自身が加入している保険会社に確認しましょう。

④ 「副業や投資の儲け話」に注意

[マルチ商法に関する相談61件、サイドビジネスに関する相談62件]

【相談事例】

- メールで相手の相談に乗れば高額な報酬が得られるという副業サイトがあり、消費者金融から借入れて、高額なマニュアル代やサポート料を支払った。報酬は入らず、借金が残った。
- 知人の紹介で会員になり、お金を支払ったが、聞いていたような収益は出ない。解約し返金してほしいが、事業者と連絡がとれない。

[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。
- 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。

(6) 県民への注意喚起等（令和3年度実績）

期 日	内 容
R3. 4.28	管理会社と誤解させる訪問販売に注意
7. 2	火災保険の不正申請サポート勧誘に注意
8.17	携帯電話業者を装ったSMSにご注意
8.25	携帯発電機やポータブル電源の事故に注意
10.26	消費者庁などの公的機関の名をかたり、金銭を支払わせる事業者に関する注意喚起
11.11	訪問販売で契約後に見積書を請求させる業者に注意
11.17	災害復旧に便乗した悪質な勧誘・商法に注意
11.19	簡単な作業で儲かる副業を紹介すると、教材を購入させ更に金銭を払わせる事業者に関する注意
12.17	デジタルプラットホーム事業者が運営するサイトにおいて、偽表示商品の販売事業者に関する注意
12.23	インターネット通信販売でのトラブルに注意
R4. 1.24	必ず儲かる？副業サイトのトラブルが急増しています
2.22	通販で出品者都合のキャンセル。その後代金引換で届いた商品は別物という代引き詐欺に注意
3.9	人気ブランド公式通信販売サイトを装った偽サイトに関する注意喚起
3.16	「投資すれば倍増」と誘われたが、配当なしという暗号資産のトラブルに注意

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）
（特別利息1.5%の利用については、罹災証明、被災証明、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3年度における面談件数等の前年度比較

令和3年度においては、面談件数が前年度比6.9%減と減少したものの、コロナ関連の面談は増加（+19件）した。

また、貸付件数も減少した。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	面談・貸付	件数	前年比	増減率
R2	面談件数	1,019	-	-
	うちコロナ関連件数	367	-	-
	うち豪雨関連件数	121	-	-
	貸付件数	31	-	-
	うちコロナ関連件数	4	-	-
	うち豪雨関連件数	2	-	-
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	

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3年度の実施校は8校(10講座)、受講者数は延べ1,113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

(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。