

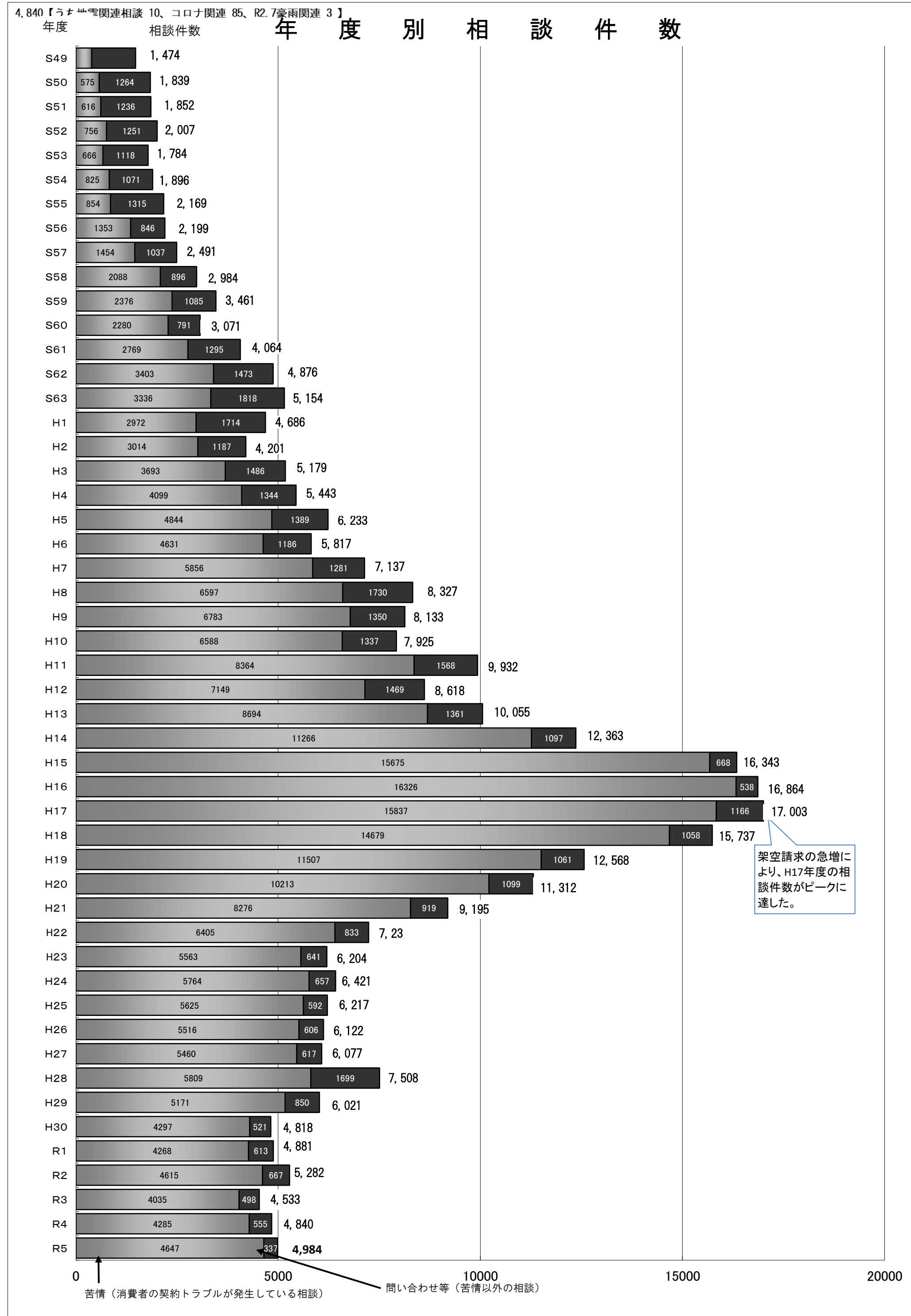
資料編

1 県消費生活センターの相談件数

資料編

令5年度における県消費生活センターへの相談件数は4,984件で、前年度比では約3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年度より、コロナ禍に伴うインターネットを回した消費行動もあり、引き続き増加傾向となっている。



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3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、「紳士・婦人洋服」、次いで「金融関連サービスその他(クレジットカード関連)」であった。

(単位:件)

| 順位 | 商品・役務(サービス)名 | R5年度 | | R4年度 | | 対前年度比 | | R3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 | 574 | 11.5% | 475 | 9.8% | 99 | 20.8% | 412 |
| 2 | 化粧品 | 373 | 7.5% | 411 | 8.5% | -38 | -9.2% | 236 |
| 3 | 役務その他 | 254 | 5.1% | 245 | 5.1% | 9 | 3.7% | 292 |
| 4 | 健康食品 | 196 | 3.9% | 193 | 4.0% | 3 | 1.6% | 172 |
| 5 | 相談その他 | 170 | 3.4% | 173 | 3.6% | -3 | -1.7% | 156 |
| 6 | 教養・娯楽その他(ゲーム、出会い系等) | 149 | 3.0% | 126 | 2.6% | 23 | 18.3% | 161 |
| 7 | 自動車 | 143 | 2.9% | 123 | 2.5% | 20 | 16.3% | 178 |
| 8 | 不動産賃貸借関係 | 141 | 2.8% | 130 | 2.7% | 11 | 8.5% | 141 |
| 9 | 融資サービス | 138 | 2.8% | 166 | 3.4% | -28 | -16.9% | 131 |
| 10 | 工事・建築(住宅、住宅設備等) | 136 | 2.7% | 122 | 2.5% | 14 | 11.5% | 157 |
| 11 | 移動通信サービス | 114 | 2.3% | 134 | 2.8% | -20 | -14.9% | 132 |
| 12 | 金融関連サービスその他(クレジットカード関連) | 104 | 2.1% | 86 | 1.8% | 18 | 20.9% | 78 |
| 13 | インターネット通信サービス | 96 | 1.9% | 82 | 1.7% | 14 | 17.1% | 139 |
| 14 | 娯楽等情報配信サービス | 93 | 1.9% | 102 | 2.1% | -9 | -8.8% | 127 |
| 15 | 紳士・婦人洋服 | 87 | 1.7% | 69 | 1.4% | 18 | 26.1% | 72 |
| 16 | 理美容(脱毛エステ等) | 79 | 1.6% | 106 | 2.2% | -27 | -25.5% | - |
| 17 | 教養娯楽品その他 | 72 | 1.4% | 72 | 1.5% | 0 | 0.0% | 57 |
| 18 | 医療 | 66 | 1.3% | 59 | 1.2% | 7 | 11.9% | - |
| 19 | 内職・副業 | 59 | 1.2% | - | - | - | - | - |
| 20 | 電気 | 57 | 1.1% | 74 | 1.5% | -17 | -23.0% | 48 |
| 合計 | | 4,984 | | 4,840 | | 144 | 3.0% | 4,533 |

3 販売購入形態別相談状況

新型コロナウイルスの影響で、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、マルチ商法がそれぞれ減少した。

(単位:件)

| 区分 | R5年度 | | R4年度 | | 対前年比 | | R3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 | 1,734 | 34.8% | 1,671 | 34.5% | 63 | 3.8% | 1,534 |
| | 訪問販売 | 226 | 4.5% | 266 | 5.5% | -40 | -15.0% | 316 |
| | 電話勧誘販売 | 219 | 4.4% | 180 | 3.7% | 39 | 21.7% | 244 |
| | マルチ商法(連鎖販売取引) | 43 | 0.9% | 61 | 1.3% | -18 | -29.5% | 61 |
| | 訪問購入 | 33 | 0.7% | 32 | 0.7% | 1 | 3.1% | 33 |
| | 送り付け商法(ネガティブ・オプション) | 9 | 0.2% | 4 | 0.1% | 5 | 125.0% | 5 |
| | その他無店舗 | 110 | 2.2% | 88 | 1.8% | 22 | 25.0% | 94 |
| 小計 | 2,374 | 47.6% | 2,299 | 47.5% | 75 | 3.3% | 2,287 | |
| 店舗購入 | 716 | 14.4% | 771 | 15.9% | -55 | -7.1% | 765 | |
| 不明・無関係 | 1,894 | 38.0% | 1,769 | 36.6% | 125 | 7.1% | 1,481 | |

4 主な販売手口

「サイドビジネス商法」が前年度比90.6%と大幅に増加した。次いで、「利殖商法」も前年度比30.3%増加となった。

(単位:件)

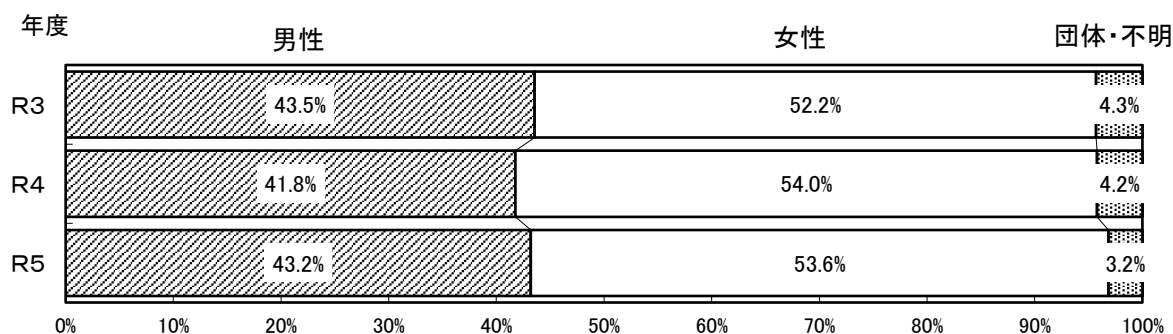
| 順位 | 販売手口 | R5年度 | | R4年度 | | 対前年比 | | R3年度 件数 |
|----|-----------|------|------|------|------|------|--------|------------|
| | | 件数 | 構成比 | 件数 | 構成比 | 増減数 | 増減率 | |
| 1 | サイドビジネス商法 | 122 | 2.4% | 64 | 1.3% | 58 | 90.6% | 60 |
| 2 | 利殖商法 | 86 | 1.7% | 66 | 1.4% | 20 | 30.3% | 27 |
| 3 | 無料点検商法 | 62 | 1.2% | 74 | 1.5% | -12 | -16.2% | 118 |
| 4 | 点検商法 | 24 | 0.5% | 17 | 0.4% | 7 | 41.2% | 23 |
| 5 | 当選商法 | 16 | 0.3% | 19 | 0.4% | -3 | -15.8% | 38 |
| 6 | 次々販売 | 13 | 0.3% | 16 | 0.3% | -3 | -18.8% | 17 |
| 7 | アンケート商法 | 11 | 0.2% | 5 | 0.1% | 6 | 120.0% | 4 |
| 8 | 景品付販売 | 7 | 0.1% | 14 | 0.3% | -7 | -50.0% | 7 |
| 9 | 展示販売 | 5 | 0.1% | 10 | 0.2% | -5 | -50.0% | 10 |
| 10 | 過量販売 | 5 | 0.1% | 7 | 0.1% | -2 | -28.6% | 6 |

(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

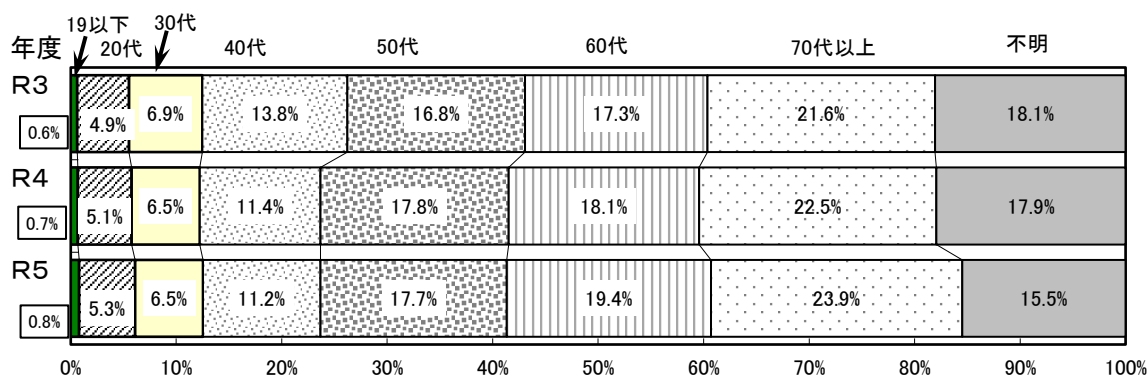
■性別等

相談者は、男性より女性の割合が高くなっている。



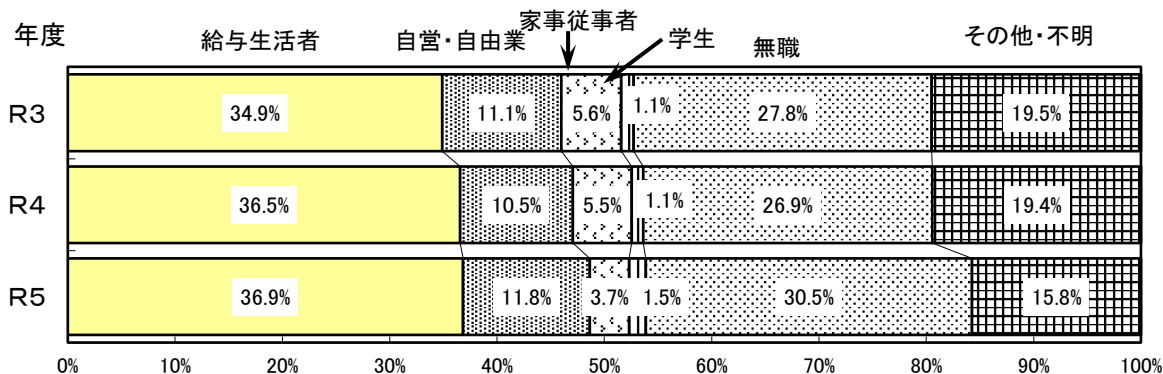
■年代別

高齢化の進展等もあって、60歳代以上の相談割合は高い。



■職業別

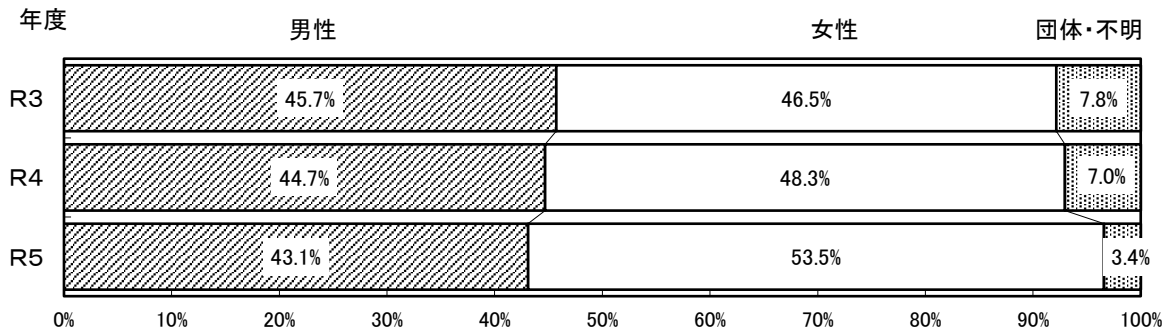
給与生活者と無職の方からの相談割合は、前年度より増加している。



6 契約当事者の属性

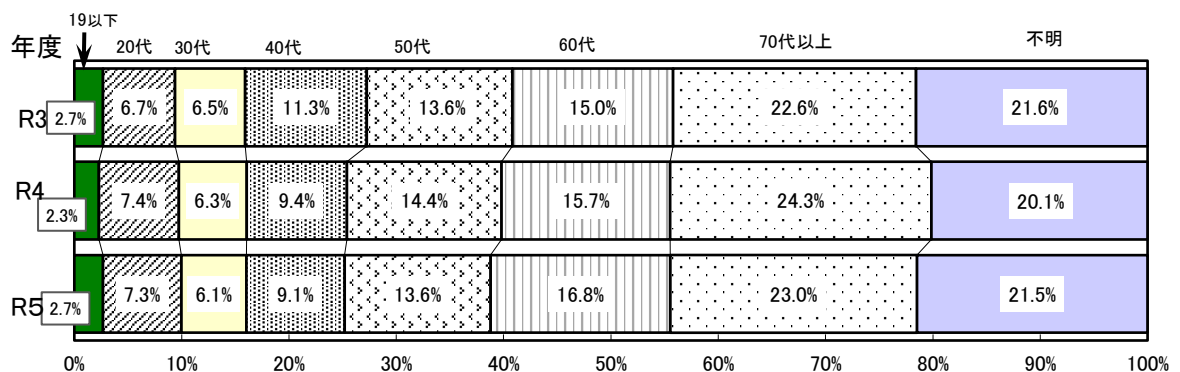
■性別等

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。



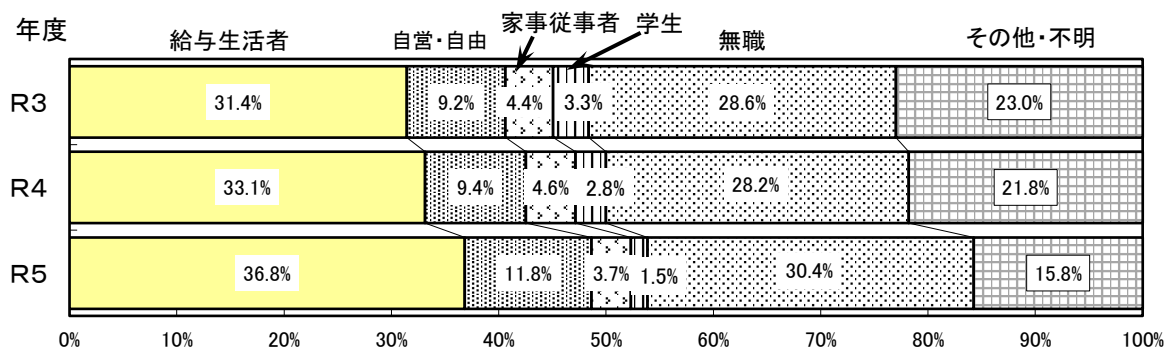
■年代別

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20歳代が相談者である割合より契約当事者である割合が高いのは、家族等から未成年と20歳代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、前年度より増加している。



7 契約当事者の性別・年代別の状況

■男性

若年層では「他の教養・娯楽その他(ゲーム、出会い系等)」に係る相談が上位に入っており、特に10代では1位となった。
令和5年度は中古車販売店の問題もあり10代～50代で上位に入っている。

| | 総件数 (前年度) | 1 位 | 2 位 | 3 位 | 4 位 | 5 位 |
|-----------|---------------|---------------------------------------|----------------|---------------------------------------|---|------------------------|
| 10代 以下 | 61件 (67) | ①他の教養・娯楽 その他(ゲーム、 出会い系等) 23件 | ⑤商品一般 6件 | ②娯楽等情報配信 サービス 5件 | ③化粧品 4件 | ⑤自動車 3件 |
| 20歳代 | 161件 (170) | ②融資サービス (多重債務等) 19件 | ①自動車 14件 | ●他の教養・娯楽 その他(ゲーム、 出会い系等) 11件 | ●商品一般 ●内職・副業 | 各10件 |
| 30歳代 | 151件 (156) | ②自動車 16件 | ①融資サービス 13件 | ③賃貸アパート・ 借家等 10件 | ③商品一般 ●工事・建築(住宅等) | 各9件 |
| 40歳代 | 227件 (210) | ②融資サービス ①商品一般 16件 | ●自動車 13件 | ③賃貸アパート・ 借家等 11件 | ⑤工事・建築(住宅 等) ④健康食品 | 各10件 |
| 50歳代 | 298件 (310) | ①商品一般 36件 | ③化粧品 26件 | ⑤自動車 16件 | ●健康食品 12件 | ②役務その他 11件 |
| 60歳代 | 383件 (329) | ①商品一般 54件 | ③化粧品 24件 | ●健康食品 23件 | ●他の教養・娯楽その他(ゲーム、 出会い系等) ●他の金融関連サービス | 各18件 |
| 70歳 以上 | 542件 (583) | ①商品一般 68件 | ②健康食品 32件 | ③役務その他 30件 | ●化粧品 26件 | ④工事・建築(住 宅等) 20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「化粧品」に関する相談が上位に入っている。
全国チェーンの脱毛エステ店等が倒産したこともあり、10代～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 | 82件 (49) | ①理美容(脱毛エ ステ等) 13件 | ③商品一般 ③他の教養・娯楽その他(ゲーム、 出会い系等) 各7件 | | ③化粧品 ②健康食品 各6件 | |
| 20 歳 代 | 196件 (190) | ①理美容(脱毛エ ステ等) 32件 | ●内職・副業 18件 | ②他の教養・娯楽 その他(ゲーム、 出会い系等) 15件 | ●商品一般 10件 | ●健康食品 8件 |
| 30 歳 代 | 150件 (147) | ②商品一般 19件 | ②理美容(脱毛エ ステ等) 11件 | ●内職・副業 ●娯楽等情報配信サービス ①化粧品 各8件 | | |
| 40 歳 代 | 225件 (240) | ③商品一般 25件 | ①化粧品 18件 | ⑤紳士・婦人洋服 12件 | ②健康食品 11件 | ④役務その他 8件 |
| 50 歳 代 | 374件 (385) | ①化粧品 62件 | ②商品一般 29件 | ③健康食品 25件 | ④役務その他 18件 | ●他の金融関連 サービス 13件 |
| 60 歳 代 | 441件 (429) | ①化粧品 94件 | ②商品一般 43件 | ④役務その他 26件 | ③健康食品 22件 | ⑤相談その他 14件 |
| 70 歳 以上 | 593件 (594) | ①商品一般 78件 | ②化粧品 60件 | ④役務その他 26件 | ③健康食品 25件 | ●工事・建築(住 宅等) 17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

8 危害・危険に関する相談

| 区分 | R5年度 | | | R4年度 件数 | R3年度 件数 | | |
|------------|------|------------------|---|------------|------------|-----|-----|
| | 件数 | 相談の多い商品・役務(サービス) | | | | | |
| (※1) 危害 | 72件 | 第1位 | 化粧品 | 25件 | 81件 | 79件 | |
| | | 第2位 | 健康食品 | 12件 | | | |
| | | 第3位 | 医療 | 7件 | | | |
| (※2) 危険 | 9件 | 第1位 | 自動車、魚介類、掃除用具、空調・冷暖房機器、石油、他の光熱水品、教養娯楽品その他、集合住宅、外食・食事宅配 | | 各1件 | 10件 | 12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】

- ネット広告を見てシワ・シミに効果があるというファンデーションを購入。使用したところ、かゆみがかでて肌に合わない。2回目以降を解約しようとするが、事業者につながらない。
- SNSで表示された広告を見て、定期購入のまつ毛美容液を購入し使用したところ、目に痒みがかでた。白目の部分も充血している。
- 「1日1杯飲むだけでダイエットできる」というインターネット広告を見て、ダイエット飲料を注文。飲用すると便秘・腹痛が起こる。医者から飲用を止められたので解約したいが連絡がつかない。

【危険に関する相談の例】

- 2年前に購入した充電式コードレス掃除機が勝手に電源が入り動き出す。
 <<対応>>
 相談者が取扱説明書どおりに清掃してみたが、改善しなかったことを本センターからメーカーに伝えた。メーカーから品質管理部門で検査をしたいとの回答があったため、それを相談者に伝えた。
- 購入後半年でバッテリーが膨張し始め、1年数か月経った今では蓋を押し上げている状態。有償修理であることに不満だ。
 <<対応>>
 バッテリー膨張の一般的な原因を説明し、破裂・発火の可能性を伝え使用しないよう助言した。後日、販売元より無償交換されたとの報告があった。

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 1 件

| No. | 相談内容 | テスト内容 |
|-----|--|---|
| 1 | 接触冷感のハイネックカットソー3枚組をカタログで購入したが頭が通らず着ることができなかった。 | 相談品の各種寸法を測定した。相談品は強い弾力性があり、首回り伸び寸法が業界内での目安より小さく、締め付けの強いつくりであることが分かった。 |

【技術回答】

| 分野 | 相談件数 | 主な相談事例 |
|-----|------|--|
| 衣 | 19 | <ul style="list-style-type: none"> ・ゴルフウェアが初着用で変色した。 ・コートをクリーニングに出したら、合皮が剥がれていた。 |
| 食 | 23 | <ul style="list-style-type: none"> ・梅干しの作り方 ・板海苔の保存方法 ・健康茶の安全性 |
| 住 | 69 | <ul style="list-style-type: none"> ・アリの駆除方法 ・ドラム式洗濯機の水漏れ ・自宅の生活音 |
| その他 | 44 | <ul style="list-style-type: none"> ・漢方薬とサプリの痩身効果 ・乾電池の保管方法 ・マッサージ機の故障 |
| 計 | 155 | |

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3条第3項) |
| 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 | 「値上がり確定」「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、あたく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。 |