

令和元年度の消費生活相談の概要

環境生活部くらし安全推進課

令和2年8月

目次

1	令和元年度消費生活相談の全体像（まとめ）	1
2	消費生活相談の件数及び内容※	2
	(1)消費生活相談件数	
	(2)契約当事者の年齢層別の件数・割合	
	(3)契約当事者の年齢層別に相談の多かった商品や役務	
	(4)商品・役務ごとにみた相談の状況	
	ア 相談数の多い商品・役務	
	イ 平成30年度に比較して相談件数の増加した商品・役務	
	(5)相談の多い販売方法とその特徴	
3	苦情相談の状況(高齢者)※	8
	(1)販売購入形態別相談割合	
	(2)平成30年度に比較して相談件数の増加した商品・役務	
	(参考) 千葉県内の消費生活相談における救済金額について	10

※2（（1）を除く）・3については、「全国消費生活情報ネットワークシステム(PIO-NET)」に登録された千葉県内の令和元年度の相談のうち問い合わせ・要望を除外した、苦情相談52,090件(県10,086件、市町村42,004件)について分析を行っています。

1 令和元年度消費生活相談の全体像（まとめ）

全国の消費生活センターと市町村消費生活相談窓口寄せられた相談内容は、独立行政法人国民生活センターや各消費生活センター、市町村消費生活相談窓口をオンラインで結ぶ「全国消費生活情報ネットワークシステム」（以下「PIO-NET※」という。）に登録・蓄積され、消費者被害の未然防止、拡大防止に活用されています。

令和元年度に千葉県と市町村消費生活センター、消費生活相談窓口寄せられ、PIO-NETに登録された相談件数の集計・分析結果については、以下のとおりです。

※PIO-NET(パイオ・ネット)はPractical Living Information Online Network System の略称

(注) 令和元年度の数值は、令和元年5月までに端末で受付の登録が完了したデータを抽出しているため、次年度の分析時に変動する可能性があります。

- ① 令和元年度の消費生活相談の総数（問い合わせ・要望含む）は57,216件であり、減少に転じたものの、引き続き5万件を超える水準で推移しています。
- ② 契約当事者を年齢層別にみると、70歳代が20.0%と最も大きく、次いで60歳代、50歳代となっており、60歳代以上の割合は全体の4割以上を占めています。
- ③ 商品・役務別の件数で上位のものは、1位が「商品一般（商品を特定できないものや複数の商品・役務にまたがる相談）」、2位が「デジタルコンテンツ(パソコンや携帯電話、スマートフォン等により、インターネットを通じて各種サイトから得られる情報やサービスに関する相談)」、3位が「他の健康食品（定期購入の解約等に関する相談）」となっています。
- ④ 平成30年度と比較すると、令和元年度は「おためし価格500円の健康食品を購入したところ、定期購入になっていた」、「いつでも解約できるとあったが、業者に電話が繋がらない」といった相談（他の健康食品）が多く寄せられました。
- ⑤ 高齢者（65歳以上の者）が契約当事者である相談の特徴として、他の年代と比べて販売購入形態について不明や無関係というケースの割合が高くなっている点が挙げられます。これは、架空請求に関する相談が多いことによるものと考えられます。

2 消費生活相談の件数及び内容

(1) 消費生活相談件数

「PIO-NET」に登録された千葉県内（県消費者センター、市町村センター及び市町村相談窓口）の令和元年度の相談件数は57,216件で、平成30年度の59,727件に比べ2,511件、率にして4.2%減少しました。

そのうち、県に寄せられた相談は10,930件で、平成30年度の10,565件と比べて365件増加しています。市町村センター、相談窓口寄せられた相談は46,286件で、平成30年度の49,162件と比べて2,876件減少しています。

また相談内訳は、苦情52,090件、問い合わせ・要望5,126件で、苦情が消費生活相談全体の91.0%を占めています。

相談件数を平成30年度と比較すると、苦情は3,319件減少、問い合わせ・要望は808件増加しました。

表1 消費生活相談件数

(単位:件)

年度		H30年度			R元年度			増減数(増減比率)		
区分		苦情	問合せ ・要望	計	苦情	問合せ ・要望	計	苦情	問合せ ・要望	計
相談件数		55,409	4,318	59,727	52,090	5,126	57,216	△3,319 (△6.0%)	+808 (+18.7%)	△2,511 (△4.2%)
内 訳	県	9,869	696	10,565	10,086	844	10,930	+217 (+2.2%)	+148 (+21.3%)	+365 (+3.5%)
	市町村	45,540	3,622	49,162	42,004	4,282	46,286	△3,536 (△7.8%)	+660 (+18.2%)	△2,876 (△5.9%)

消費生活相談件数の推移

年度		H27	H28	H29	H30	R元
相談件数		48,842	47,061	49,002	59,727	57,216
内 訳	県	10,060	9,454	9,732	10,565	10,930
	市町村	38,782	37,607	39,270	49,162	46,286

(2)契約当事者の年齢層別の件数・割合(苦情のみ。問い合わせ・要望を除く)

令和元年度契約当事者の年齢層別件数は、40歳代の年代までは増加し、50歳以上の年代では80歳以上を除き減少しました。特に20歳代で大きく増加し、次いで20歳未満・80歳以上の順で増加しました。

契約当事者の年齢層別割合については、70歳代が最も大きく20.0%、次いで60歳代が15.1%となりましたが、いずれも架空請求に関する相談が依然として多いことによるものと考えられます。また、平成30年度から引き続き、70歳代からの相談割合が最も大きくなっています。

図1 契約当事者年齢層別の相談件数

(単位:件)

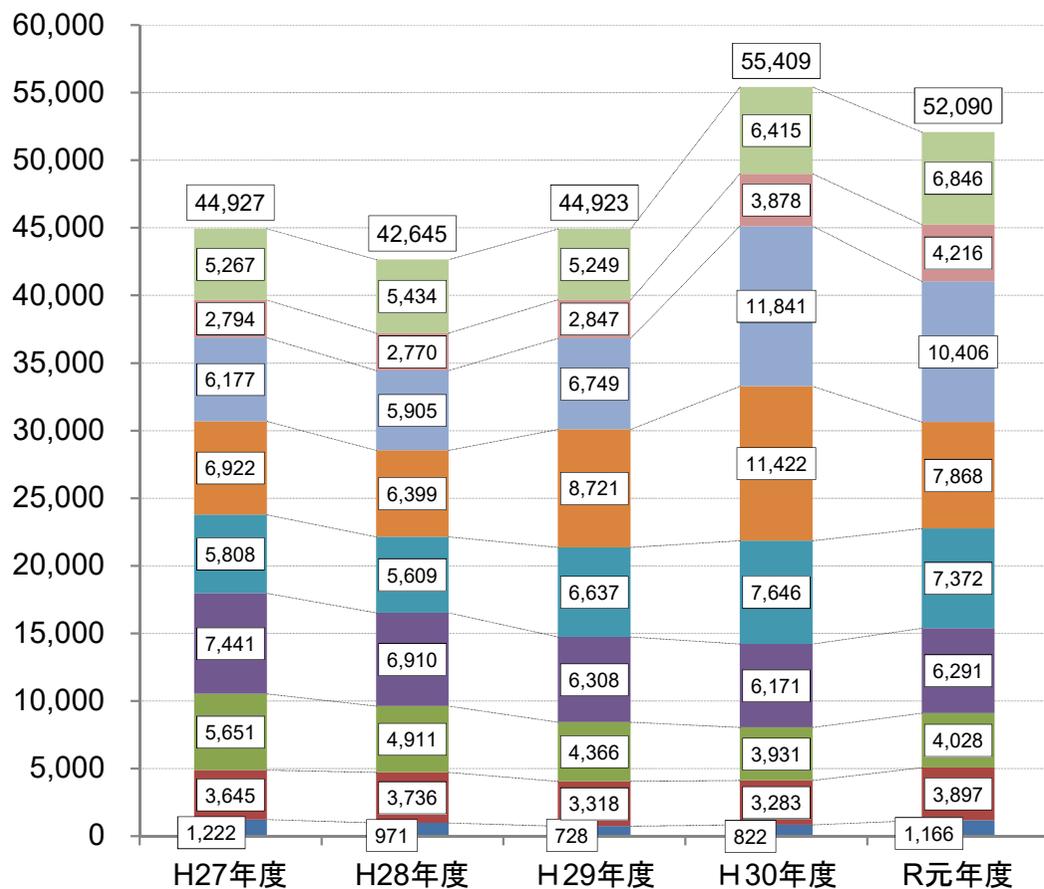
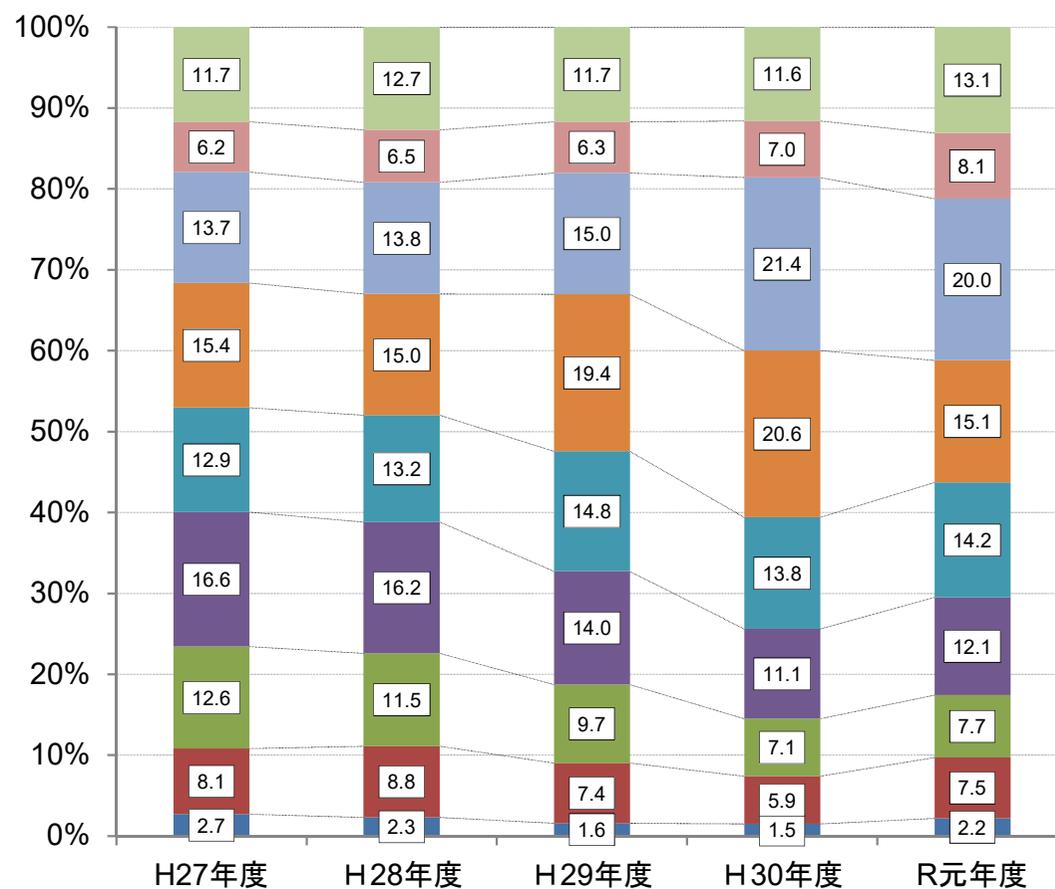


図2 契約当事者年齢層別の相談割合

(単位:%)



■ 20歳未満 ■ 20歳代 ■ 30歳代 ■ 40歳代 ■ 50歳代 ■ 60歳代 ■ 70歳代 ■ 80歳以上 ■ 不明・未入力

(3)契約当事者の年齢層別に相談の多かった商品や役務

年齢層別の特徴を見てみると、20歳未満から30歳代までの年齢層においては、利用していない有料コンテンツに関する不当請求などの相談である「デジタルコンテンツ」が最も多くなっています。

一方、40歳代以上の年齢層では、架空請求の葉書が送られてきたといった相談である「商品一般」が最も多くなっています。

また、20～40歳代では「不動産貸借」、50歳代以上では、「デジタルコンテンツ」や「工事・建築」に関する相談が多くみられます。

それぞれの年齢層で増加が見られるのは、20歳未満と20歳代で「他の健康食品」と「他の化粧品」（主におためし価格で購入したダイエットサプリや脱毛クリームなどが定期購入になっていたといった相談）、30歳代～60歳代で「他の健康食品」、70歳代では「工事・建築」と「インターネット接続回線」、80歳以上は「商品一般」と「工事・建築」となっています。

表2 年齢層別商品・役務の件数

(単位:件)

合計	20歳未満	(件数) (増減数)		20歳代	(件数) (増減数)		30歳代	(件数) (増減数)		40歳代	(件数) (増減数)	
		1,166	+344		3,897	+614		4,028	+97		6,291	+120
1位	デジタルコンテンツ	286	△37	デジタルコンテンツ	513	+20	デジタルコンテンツ	343	△184	商品一般	744	+40
2位	他の健康食品	181	+137	不動産貸借	261	△11	不動産貸借	335	△24	デジタルコンテンツ	611	△311
3位	他の化粧品	171	+133	商品一般	156	+5	商品一般	192	+6	他の健康食品	343	+179
4位	基礎化粧品	41	+29	他の健康食品	143	+122	他の健康食品	182	+131	不動産貸借	298	△8
5位	商品一般	40	+7	他の化粧品	140	+105	インターネット接続回線	111	+22	工事・建築	188	+21

合計	50歳代	(件数) (増減数)		60歳代	(件数) (増減数)		70歳代	(件数) (増減数)		80歳以上	(件数) (増減数)	
		7,372	△274		7,868	△3,554		10,406	△1,435		4,216	+338
1位	商品一般	1,481	△996	商品一般	2,395	△3,297	商品一般	3,841	△1,822	商品一般	817	+97
2位	デジタルコンテンツ	638	△354	デジタルコンテンツ	666	△577	デジタルコンテンツ	634	△272	工事・建築	338	+112
3位	他の健康食品	426	+248	工事・建築	312	+77	工事・建築	459	+97	インターネット接続回線	185	+32
4位	インターネット接続回線	233	+42	他の健康食品	256	+108	インターネット接続回線	424	+107	修理サービス	151	+25
5位	工事・建築	231	+61	インターネット接続回線	244	+2	修理サービス	274	+84	デジタルコンテンツ	140	△45

表3 相談の多い商品・役務

順位	平成30年度	件数	令和元年度	件数(増減)	
1	商品一般	17,079	商品一般	10,848	△6,231
2	デジタルコンテンツ	5,895	デジタルコンテンツ	4,113	△1,782
3	不動産貸借	1,756	他の健康食品	1,970	+1,012
4	工事・建築	1,514	工事・建築	1,948	+434
	インターネット接続回線	1,514			
5	他の健康食品	958	不動産貸借	1,703	△53
6	フリーローン・サラ金	942	インターネット接続回線	1,686	+172
7	携帯電話サービス	820	修理サービス	1,111	+317
8	修理サービス	794	役務その他サービス	1,078	+386
9	役務その他サービス	692	携帯電話サービス	994	+174
10	四輪自動車	604	フリーローン・サラ金	875	△67
11	ファンド型投資商品	523	他の化粧品	791	+389
12	テレビ放送サービス	458	基礎化粧品	693	+277
13	電気	447	四輪自動車	670	+66
14	基礎化粧品	416	電気	628	+181
15	酵素食品	397	テレビ放送サービス	494	+36

(4)商品・役務ごとにみた相談の状況

ア 相談数の多い商品・役務

① 商品一般

商品を特定できないものなどに関する相談です。

平成30年度と同様に令和元年度も、身に覚えのない「民事訴訟最終通達書」や「総合消費料金未納分訴訟最終通知書」などと記載された葉書が送付されてきたとの相談が多く寄せられました。

② デジタルコンテンツ

パソコンや携帯電話等により、インターネットを通じて各種サイトから得られる情報やサービスに関する相談です。

「無料のアダルト情報サイトを閲覧していたら、突然画面に『登録完了』と表示され、高額な利用料金を請求された」、「有料コンテンツ料が未納とSMSが届いたが、覚えがない」、「マッチングアプリで知り合った人に出会い系サイトへ誘導され高額な代金を請求された」などの相談が多く寄せられました。

③ 他の健康食品

主にダイエットサプリなどの健康食品に関する相談です。

「おためし価格500円の健康食品を購入したところ、定期購入になっていた」、「いつでも解約できるとあったが、業者に電話が繋がらない」といった相談が多く寄せられました。

④ 工事・建築

主に台風による住宅被害に伴って生じた相談です。

「保険会社への申請等を代行するので、火災保険を使って住宅修理工事をしないか、と電話や訪問により勧誘された」、「業者に急かされて契約をしてしまったが、解約したい」といった相談が多く寄せられました。

⑤ 不動産貸借

賃貸アパート(集合住宅の賃貸借)の相談が約8割を占めています。特に退去時の原状回復費用、保証金や敷金に関するトラブルが多く寄せられました。

イ 平成30年度に比較して相談件数の増加した商品・役務

① 他の健康食品 1,012件増加（958件→1,970件）

主にダイエットサプリなどの健康食品に関する相談です。

「おためし価格500円の健康食品を購入したところ、定期購入になっていた」、「いつでも解約できるとあったが、業者に電話が繋がらない」といった相談が多く寄せられました。

② 工事・建築 434件増加（1,514件→1,948件）

主に台風による住宅被害に伴って生じた相談です。

「保険会社への申請等を代行するので、火災保険を使って住宅修理工事をしないか、と電話や訪問により勧誘された」、「業者に急かされて契約をしてしまったが、解約したい」といった相談が多く寄せられました。

③ 他の化粧品 389件増加（402件→791件）

主に脱毛クリームなどの商品に関する相談です。

「おためし価格の脱毛クリームを購入したところ、定期購入になっていた」、「いつでも解約できるとあったが、業者に電話が繋がらない」といった相談が多く寄せられました。

④ 役務その他サービス 386件増加（692件→1078件）

主に火災保険の代行申請サービスに関する相談です。

「保険会社への申請等を代行するので、火災保険を使って住宅修理工事をしないか、と電話や訪問により勧誘された」、「知らない業者から台風被害の調査をしている、と不審な電話があった」といった相談が多く寄せられました。

⑤ 修理サービス 317件増加（794件→1,111件）

主に台風による住宅被害の修理サービスに関する相談です。

「保険会社への申請等を代行するので、火災保険を使って住宅修理工事をしないか、と電話や訪問により勧誘された」といった相談が増えました。また、トイレや水道設備、テレビアンテナの修理に関する相談も多く寄せられました。

⑥ 基礎化粧品 277件増加（416件→693件）

美容液や美容クリームなどのインターネット通販による定期購入に関する相談が多く寄せられました。

⑦ 社会保険 252件増加（157件→409件）

社会保険に関する相談は、雇用保険に関する問い合わせが多く寄せられ、「追加給付に関する書類が来たが、信用していいか」といった相談が多く寄せられました。

表4 相談件数の増加が大きい商品・役務

(単位:件)

順位	商品・役務等	H30年度件数	R元年度件数	増加件数	
				増加件数	増加率
1	他の健康食品	958	1,970	+1,012	+105.6%
2	工事・建築	1,514	1,948	+434	+28.7%
3	他の化粧品	402	791	+389	+96.8%
4	役務その他サービス	692	1,078	+386	+55.8%
5	修理サービス	794	1,111	+317	+39.9%
6	基礎化粧品	416	693	+277	+66.6%
7	社会保険	157	409	+252	+160.5%

(5)相談の多い販売方法とその特徴 (表5)

順位	販売方法・手口	件数	増減 (前年度件数)	契約当事者の傾向	主な商品・役務	相談の特徴等
1	インターネット通販	12,345	+1,126 (11,219)	男性では40～70歳代、女性では40～50歳代からの相談が多い。幅広い年齢層で相談が多くなっている。	①デジタルコンテンツ(26.3%) ②他の健康食品(12.6%) ③商品一般(4.7%)	インターネットを利用した際のトラブル全般の相談です。無料アダルト情報サイトを閲覧中に突然有料登録され、高額な料金を請求されたといった相談や、健康食品の定期購入における解約に関する相談が多く寄せられました。
2	架空請求	9,814	△8,029 (17,843)	男女とも70歳代からの相談が最も多い。女性からの相談が9割近くを占めており、そのうち60～70歳代からの相談が突出している。	①商品一般(87.9%) ②デジタルコンテンツ(9.3%) ③他の理美容用具(0.6%)	「民事訴訟最終通達書」や「総合消費料金未納分訴訟最終通知書」などと記載された葉書が送付されてきた、との相談が引き続き多く寄せられました。
3	電話勧誘	3,386	△260 (3,646)	男女とも70歳代からの相談が最も多い。女性は幅広い年齢層で相談件数が減少したが、男性は若干ながら増加の傾向にある。	①インターネット接続回線(30.2%) ②商品一般(8.9%) ③電気(4.8%)	光回線サービスについて、「月々の料金が安くなる」といった勧誘を受け契約したが、その後、事実と違うといった相談が多く見られ、解約したいが違約金がかかると言われたといった相談も多く寄せられました。
4	家庭訪問販売	3,376	+359 (3,017)	男女とも70歳代からの相談が最も多い。日中自宅で過ごすことの多い高齢者が狙われやすいと考えられる。	①工事・建築(20.3%) ②修理サービス(9.5%) ③テレビ放送サービス(8.4%)	来訪した業者に「台風で破損した屋根等を火災保険で修理できる」と言われ、保険申請の代行と修理を依頼したが、火災保険が下りず修理しない場合にも違約金が発生するため解約したいといった相談が多く寄せられました。
5	無料商法	1,109	+185 (924)	男性では70歳代、女性では40歳代からの相談が最も多い。男女とも10歳代の増加率が突出している。	①デジタルコンテンツ(18.3%) ②他の健康食品(14.3%) ③工事・建築(5.9%)	無料と思い利用したアダルト情報サイトに有料登録され、高額な料金を請求されたといった相談や、おためし価格の商品を購入したところ、定期購入になっており、解約をしたいが業者と連絡がとれないといった相談が多く寄せられました。
6	サイドビジネス商法	627	+32 (595)	男女とも20歳代からの相談が最も多い。男性に限ると、20歳代が相談の7割近くを占めている。	①デジタルコンテンツ(33.2%) ②他の内職・副業(20.1%) ③教養娯楽教材(6.2%)	インターネット上の広告やSNSなどで誘いを受け、収入が得られると思い、先に金銭を支払い、会員登録や商材を購入したものの、事実と違う、解約したい、といった相談が寄せられました。
7	ワンクリック請求	617	△186 (803)	男性では60歳代、女性では40歳代からの相談が最も多い。男性からの相談が8割近くを占めている。	①デジタルコンテンツ(97.9%) └アダルト情報サイト(86.4%) ②商品一般(0.8%)	無料のアダルト情報サイトを閲覧していたところ、突然画面に「登録完了」と表示され、高額な利用料金を請求された、業者に電話で問い合わせしてしまった、といった相談がほとんどを占めています。
8	利殖商法	492	△204 (696)	男女とも20歳代からの相談が最も多い。男性からの相談が6割以上を占めている。	①ファンド型投資商品(24.2%) ②デジタルコンテンツ(22.0%) ③教養娯楽教材(8.7%)	「必ずもうかる」など、利殖になることを強調して、投資や出資を勧誘する商法です。知人から誘いを受け、情報商材を購入したが、クーリング・オフしたいといった相談が寄せられました。
9	点検商法	401	△94 (495)	男女とも70歳代からの相談が最も多い。日中自宅で過ごすことの多い高齢者が狙われやすいと考えられる。	①工事・建築(41.2%) ②修理サービス(16.0%) ③建物清掃サービス(9.5%)	屋根や床下などを、「無料で点検します」「火災保険を使い無料で修繕できます」、「ガス給湯器の無料点検をします」などと言って消費者に近づき、工事契約をさせられたといった相談が寄せられました。
10	ネガティブ オプシオン	328	+89 (239)	男性では60歳代、女性では70歳代からの相談が最も多い。	①商品一般(25.9%) ②他の健康食品(7.0%) ③他の理美容用具(4.9%)	契約をしていないのに商品を勝手に送り付け、商品を受領したことで、支払い義務があると消費者に勘違いさせ代金を支払わせようとする手口です。「注文した覚えのない商品が届いたがどうしたらいいか」といった相談が寄せられました。

3 苦情相談の状況(高齢者)

(1)販売購入形態別相談割合

高齢者(65歳以上の者)が契約当事者である相談の特徴として、他の年代と比べ販売購入形態が「不明・無関係」の割合が大きくなっている点が挙げられます。これは、架空請求に関する相談が高齢者において多くなっているためと考えられます。

また、平成30年度に引き続き、訪問販売と電話勧誘販売の割合も、他の年代と比べ大きくなっています。

図3 販売購入形態(全体)

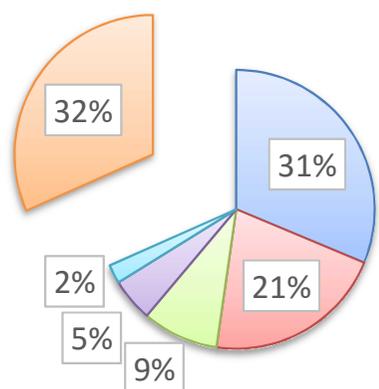


図4 販売購入形態(高齢者)

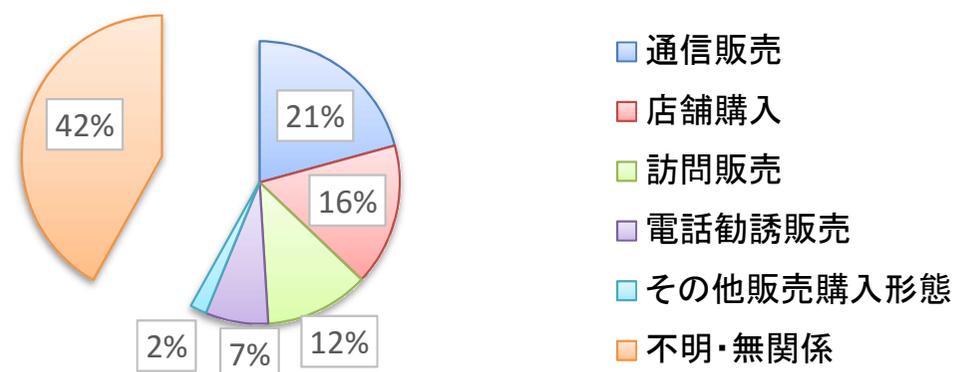
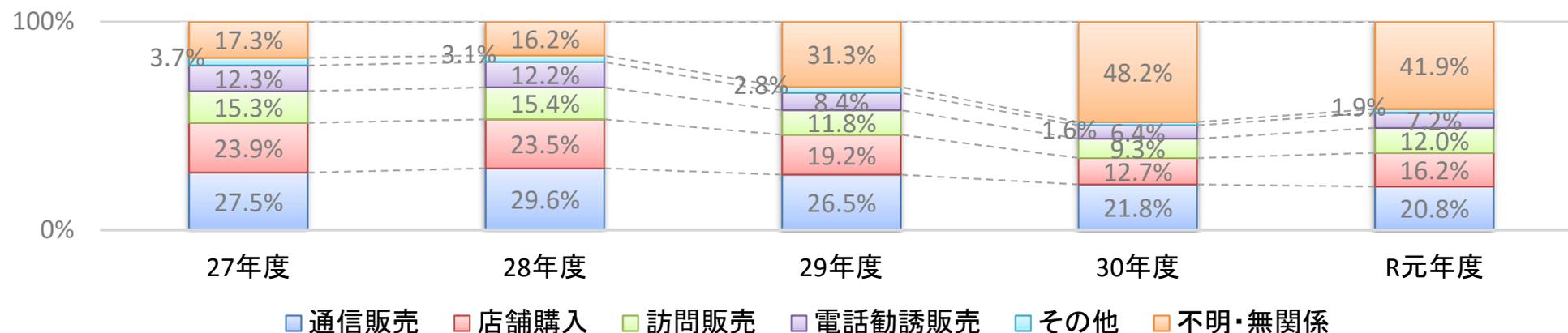


図5 高齢者における販売購入形態の推移



(2)平成30年度に比較して相談件数の増加した商品・役務

令和元年度は工事・建築についての相談が著しく増加しました。具体的には、「保険会社への申請等を代行するので、火災保険を使って住宅修理工事をしないか、と電話や訪問により勧誘された」、「業者に急かされて契約をしてしまったが、解約したい」といった相談事例が主となります。

増加順位2位の「社会保険」は、「市役所職員を騙り、還付金についての電話があった」、「厚生労働省から雇用保険の追加給付に関する書類が来たが、信用していいか」といった相談が大部分を占めます。

増加順位3位の「修理サービス」は、「工事・建築」と同様に火災保険の代行申請サービスに関する相談が多くみられました。

表6 契約当事者が65歳以上の場合における相談件数の増加が大きい商品・役務 (単位:件)

増加件数順位	商品・役務名	H30年度 件数	R元年度 件数	増加件数	
				増加件数	増加率
1	工 事 ・ 建 築	721	985	+264	+36.6%
2	社 会 保 険	127	303	+176	+138.6%
3	修 理 サ ー ビ ス	374	526	+152	+40.6%
4	役 務 そ の 他 サ ー ビ ス	280	420	+140	+50.0%
5	インターネット接続回線	624	739	+115	+18.4%
6	携 帯 電 話 サ ー ビ ス	256	354	+98	+38.3%
7	基 礎 化 粧 品	101	189	+88	+87.1%
8	電 気	198	258	+60	+30.3%

参考 平成30年度の状況
(前年度からの増加順位(65歳以上))

増加件数 順位	商品・役務等
1	商 品 一 般
2	ファンド型投資商品
3	インターネット接続回線
4	工 事 ・ 建 築
5	電 気
6	修 理 サ ー ビ ス
7	役 務 そ の 他 サ ー ビ ス
8	他 の 健 康 食 品

(参考) 千葉県内の消費生活相談における救済金額について

表7 千葉県内の消費生活相談における救済金額について

(単位:件、円)

	令和元年度		平成30年度	
	金額	件数	金額	件数
契約購入金額(A)	26,720,562,696	23,101	22,196,509,020	20,681
既支払額(B)	11,400,326,869	11,378	8,143,721,106	10,473
救済金額(C)	1,743,722,164	4,515	1,661,455,365	4,563
回復額	838,254,787	2,759	626,430,179	2,521
回復額 (クーリング・オフ額)	578,749,869	653	515,050,428	705
未然防止額	326,717,508	1,103	519,974,758	1,337
C/A	6.5%	19.5%	7.5%	22.1%
契約購入金額が判明しているもの1件あたりの救済金額	75,483		80,337	

【備 考】

※「既支払額」は、消費者契約に伴って既に支払った金額を指します。

相談の中には商品不具合に関する内容であるものも含まれるため、被害金額とは異なります。

※いずれも件数については、無回答及び0円の回答は除いています。

※「回復額」は、消費生活センター等に相談した結果、既に契約・申込してしまった金額の全部または一部が相談者に返金され、又は、支払いを免除された金額を指します。

※「回復額(クーリング・オフ額)」は、消費生活センター等に相談した結果、クーリング・オフを根拠に返金、解約・取消された金額を指します。(法律に基づくものだけでなく、業界や業者が自主的に実施したものや、相談者から「クーリング・オフ」を実施する意思を確認できた場合を含む。)

※「未然防止額」は、契約・申込をする前に消費生活センター等に相談した結果、相談者が当該契約を締結せず、支払わずに済んだ金額を指します。(「架空請求」や「ワンクリック請求」に関するものを含む。)