

令和3年度 消費生活相談の概要

環境生活部くらし安全推進課

令和4年9月

《目次》

1	令和3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	
	（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）※	7
	販売購入形態別相談割合	
	（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	8

※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(PI0-NET)」に登録された千葉県内の令和3年度の相談のうち問い合わせ・要望を除外した、苦情相談43,941件（県9,347件、市町村34,594件）について分析を行っています。

1 令和3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3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3年度の数值は、令和4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。

・令和3年度に商品・役務等及び内容キーワードの分類や内訳について新設・廃止・変更があったため、単純に令和2年度との比較ができません。

(例:「デジタルコンテンツ」(廃止)→「役務一般」(定義変更)、「映像配信サービス」(新設)、「アダルト情報」(新設)その他多数の分類に振り分け)

なお、2(4)「商品・役務ごとにみた相談の状況」については、参考として令和2年度の相談の状況を掲載しています。

- ① 令和3年度の消費生活相談の総数（問い合わせ・要望含む）は48,618件であり、令和2年度から大幅に減少し、平成29年度以来4年ぶりに5万件を下回りました。
- ② 契約当事者を年齢層別にみると、70歳代が15.3%と最も大きく、次いで50歳代、60歳代となっており、60歳代以上の割合は全体の4割近くを占めています。また、相談件数の総数が大幅に減少する中で、80歳以上は相談件数が増加しています。
- 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などに関する相談。携帯電話のSMS（ショートメッセージサービス）に届く、宅配便業者を騙る不在通知や、大手通販業者等を騙る身に覚えのない未納料金請求に関する相談等）、
 - 2位が「工事・建築」（訪問販売による屋根工事等の住宅リフォーム契約に関する相談等）、
 - 3位が「不動産貸借」（賃貸アパートの退去時の高額な原状回復費用等に関する相談等） となっています。
- ④ 販売手法・手口別の件数で上位のものは、
 - 1位が「インターネット通販」、2位が「家庭訪問販売」、3位が「定期購入」 となっています。
 令和2年度と比較すると、相談件数の総数が大幅に減少する中で、「家庭訪問販売」の相談件数は増加しています。
- 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、全年齢層に比べ「訪問販売」に関する相談割合が大きくなっています。令和2年度と比較すると、「通信販売」や「電話勧誘販売」の相談件数が減少する一方、「訪問販売」に係る相談件数は増加しており、「訪問販売」の割合が増加しています。

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3年度の相談件数は48,618件で、令和2年度の54,530件に比べ5,912件、率にして10.8%減少しました。

そのうち、県に寄せられた相談は10,259件で、令和2年度の11,143件と比べて884件減少しています。市町村に寄せられた相談は38,359件で、令和2年度の43,387件と比べて5,028件減少しています。

また、相談内訳は、苦情43,941件、問い合わせ・要望4,677件で、苦情が消費生活相談全体の90.4%を占めています。

相談件数を令和2年度と比較すると、苦情は5,489件減少、問い合わせ・要望は423件減少しました。

表1 消費生活相談件数

(単位:件)

年度		R3年度			R2年度			増減数(増減比率)		
区分		苦情	問い合わせ ・要望	計	苦情	問い合わせ ・要望	計	苦情	問い合わせ ・要望	計
相談件数		43,941	4,677	48,618	49,430	5,100	54,530	△5,489 (△11.1%)	△423 (△8.3%)	△5,912 (△10.8%)
内 訳	県	9,347	912	10,259	10,224	919	11,143	△877 (△8.6%)	△7 (△0.8%)	△884 (△7.9%)
	市町村	34,594	3,765	38,359	39,206	4,181	43,387	△4,612 (△11.8%)	△416 (△9.9%)	△5,028 (△11.6%)

消費生活相談件数の推移

年度		R3	R2	R元	H30	H29
相談件数		48,618	54,530	57,216	59,727	49,002
内 訳	県	10,259	11,143	10,930	10,565	9,732
	市町村	38,359	43,387	46,286	49,162	39,270

(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3年度の契約当事者の年齢層別件数は、80歳以上の年代では増加しましたが、他の全ての年代では減少しました。特に40歳代で大きく減少し、次いで70歳代・60歳代の順で減少しました。

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15.3%、次いで50歳代が14.9%となりました。80歳以上の割合が増加したものの、概ね令和2年度と同様の割合となっており、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)

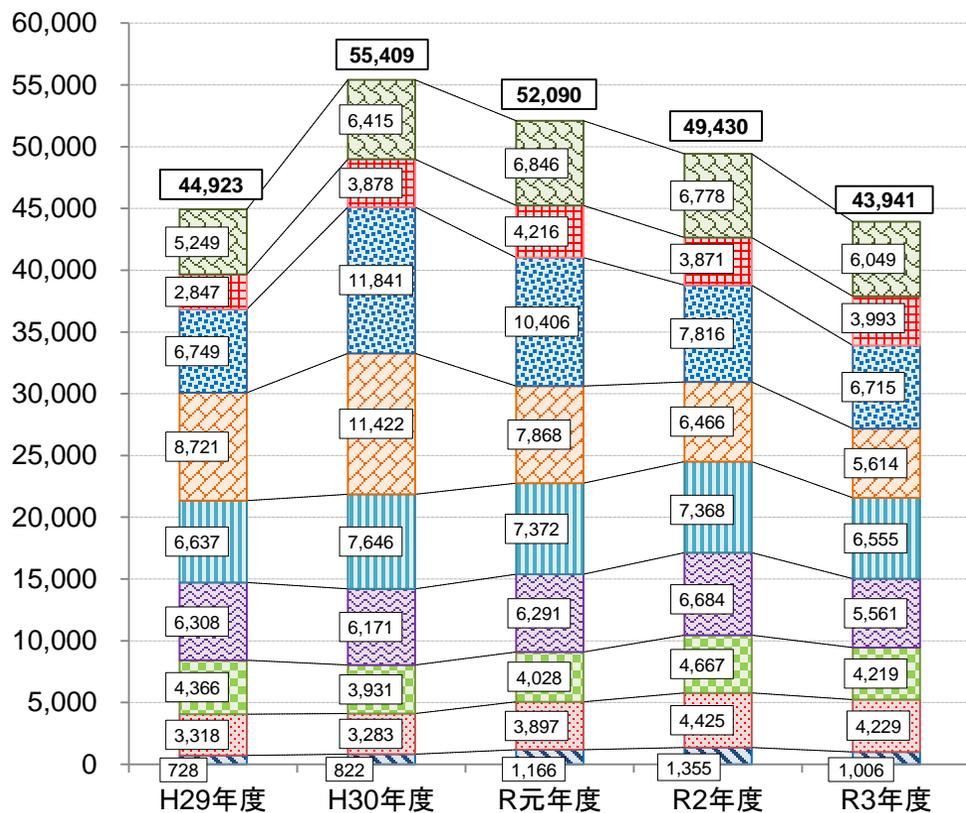
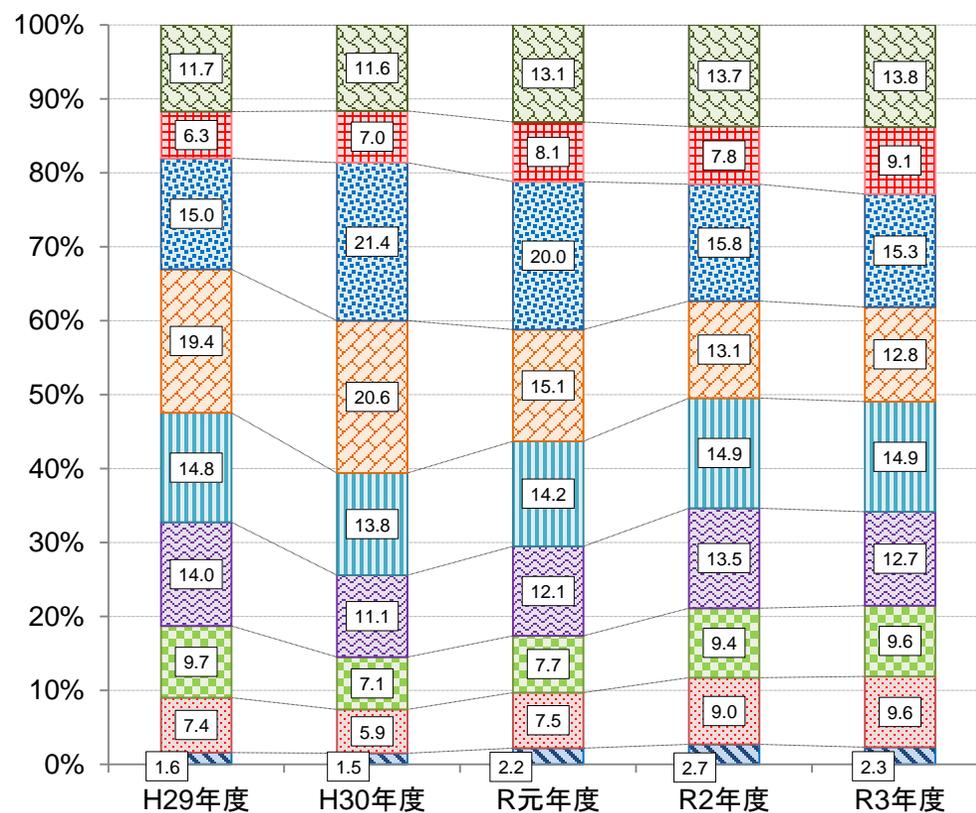


図2 契約当事者年齢層別の相談割合

(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歳未満では「インターネットゲーム」、20歳代と30歳代では「不動産貸借」、40歳代～70歳代では「商品一般（大手通販業者等を騙る、身に覚えのないSMS（ショートメッセージサービス）が送られてきたといった相談等）」が最も多くなっています。

80歳以上では「工事・建築」に関する相談が最も多く、「工事・建築」は30歳代～70歳代でも上位に挙がっています。

それぞれの年齢層で増加が見られるのは、20歳未満で「他の化粧品」、20歳代で「他の内職・副業」、30歳代・50歳代で「不動産貸借」、40歳代で「修理サービス」、50歳代・60歳代・80歳以上で「工事・建築」、70歳代で「携帯電話サービス」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		20歳代		30歳代		40歳代	
	(件数)	1,006	(件数)	4,229	(件数)	4,219	(件数)	5,561
1位	インターネットゲーム (R3年度新規項目)	198	不動産貸借	316	不動産貸借	408	商品一般	354
2位	他の化粧品	119	他の内職・副業	283	商品一般	217	不動産貸借	297
3位	他の健康食品	71	エステティックサービス	209	工事・建築	134	他の健康食品	166
4位	アダルト情報 (R3年度新規項目)	47	商品一般	190	修理サービス	103	工事・建築	160
5位	商品一般	43	異性交際関連サービス	137	フリーローン・サラ金	101	修理サービス	146

合計	50歳代		60歳代		70歳代		80歳以上	
	(件数)	6,555	(件数)	5,614	(件数)	6,715	(件数)	3,993
1位	商品一般	428	商品一般	511	商品一般	784	工事・建築	396
2位	工事・建築	274	工事・建築	370	工事・建築	433	商品一般	393
3位	不動産貸借	254	修理サービス	164	役務その他サービス	278	修理サービス	172
4位	他の健康食品	221	役務その他サービス	153	携帯電話サービス	229	役務その他サービス	169
5位	インターネット接続回線	177	他の健康食品	141	修理サービス	216	他の健康食品	150

(単位:件)

(参考:令和2年度)

(4)商品・役務ごとにみた相談の状況

※令和3年度に商品・役務等及び内容キーワードの分類や内訳について新設・廃止・変更があったため、単純に令和2年度との比較ができません(令和2年度は参考として掲載しています)。

《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。

携帯電話のSMS(ショートメッセージサービス)に、宅配便業者を騙る不在通知や、大手通販業者・携帯電話会社等を騙り身に覚えのない未納料金を請求する通知が届いたといった相談が多く寄せられました。

② 工事・建築

主に屋根工事等の住宅リフォームに関する相談です。

突然業者が来訪し「近所で工事していたらお宅の屋根がずれているのが見えた。無料で点検してあげる」、「火災保険を使えば個人負担なしで無料で工事できる」などと勧誘を受け、高額なリフォーム工事を契約してしまったといった相談が多く寄せられました。

③ 不動産貸借

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

④ 修理サービス

主にトイレの詰まりや洗面所の水漏れなど水回り修繕に関する相談です。

「インターネットに『基本料金数百円から』という広告を出している業者にトイレの詰まり修理を依頼したが、来訪した業者は『詰まりが酷い』などと言って次々に高額な作業を実施し、最終的に数十万円の修理代金を請求された」といった相談が多く寄せられました。

⑤ 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。

「お試し価格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。

表3 相談数の多い商品・役務
令和3年度

順位	商品・役務等	件数
1	商品一般	3,570
2	工事・建築	2,162
3	不動産貸借	1,858
4	修理サービス	1,209
5	他の健康食品	1,207
6	役務その他サービス	1,154
7	インターネット接続回線	1,054
8	携帯電話サービス	977
9	電気	845
10	基礎化粧品	747
11	他の化粧品	737
12	フリーローン・サラ金	735
13	四輪自動車	636
14	アダルト情報 (R3年度新規項目)	621
15	他の内職・副業	578

順位	商品・役務等	件数
1	商品一般	4,538
2	デジタルコンテンツ	4,149
3	他の健康食品	2,553
4	工事・建築	1,998
5	不動産貸借	1,848
6	役務その他サービス	1,522
7	インターネット接続回線	1,345
8	保健衛生品その他	1,337
9	修理サービス	1,168
10	携帯電話サービス	1,014
11	電気	873
12	フリーローン・サラ金	698
13	基礎化粧品	693
14	四輪自動車	643
15	他の化粧品	561

2 消費生活相談の件数及び内容
(単位:件)

(5)相談の多い販売方法とその特徴(表4)

順位	販売方法・手口	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	12,674	女性の40~50歳代からの相談が最も多い。男性でも50歳代からの相談が多い。	①他の健康食品(5.8%) ②基礎化粧品(4.7%) ③他の化粧品(4.6%)	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。健康食品などの定期購入に関する相談や、大手通販業者から身に覚えのない購入代金の請求が届いたといった相談が多く寄せられました。
2	家庭訪問販売	4,078	男女とも70~80歳代からの相談が多い。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(25.8%) ②修理サービス(11.5%) ③電気(9.2%)	突然来訪した業者から勧誘を受け、高額な屋根工事の契約をさせられたといった相談や、トイレの詰まり解消のため安価な広告を出している業者を呼んだところ、次々に高額な修理の契約をさせられたといった相談が多く寄せられました。
3	定期購入 (R3年度新設項目)	3,022	女性からの相談が7割以上を占め、特に女性の40歳代~70歳代からの相談が多い。	①他の健康食品(26.4%) ②基礎化粧品(19.9%) ③他の化粧品(18.9%)	「お試し価格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の記載があったが、解約しようとしたところ、4回縛りの定期購入で解約できないと言われた」といった相談が多く寄せられました。
4	電話勧誘	2,876	男女とも70歳代からの相談が最も多い。全体的には減少傾向だが、20歳代からの相談は増加傾向にある。	①インターネット接続回線(12.1%) ②商品一般(7.6%) ③役務その他サービス(7.2%)	光回線サービスについて、「月々の料金が安くなる」などと勧誘を受け契約したが、事実と違うので解約したいといった相談が多く寄せられました。また、20歳代では副業や情報商材の電話勧誘に関する相談が多く寄せられました。
5	架空請求	1,009	男女とも70歳代からの相談が最も多い。平成30年度以降、減少傾向にある。	①商品一般(52.8%) ②役務一般(14.0%) ③アダルト情報(4.8%)	大手通信事業者や公的機関等を騙り、「高額の未納料金がある、支払わないと訴訟になる」という内容のお知らせがSMS(ショートメッセージサービス)や葉書で送られてきたといった相談が多く寄せられました。
6	無料商法	950	幅広い年代層で相談がある。全体的には減少傾向だが、20歳代、80歳代では増加傾向にある。	①工事・建築(6.4%) ②アダルト情報(5.4%) ③広告代理サービス(5.4%)	屋根等について「火災保険を使えば無料で修繕できる」などと勧誘され、高額な工事契約をさせられたといった相談や、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が寄せられました。
7	ネガティブ オプショ ン	794	幅広い年代層で相談があり、男性では70歳代、女性では40歳代からの相談が最も多い。	①商品一般(28.0%) ②保健衛生品その他(5.7%) ③他の健康食品(3.8%)	一方的に商品を送り付け、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金銭を請求する手口です。「不審な荷物が届き、未開封だがどうしたらよいか」「注文していないマスクが届いた」といった相談が多く寄せられました。
8	偽サイト (R3年度新設項目)	772	女性からの相談が全体の6割以上を占めている。特に女性の40歳代・50歳代からの相談が多い。	①商品一般(11.7%) ②紳士・婦人用バッグ(11.0%) ③椅子類(4.7%)	大手通販業者を騙るSMSが届き、偽サイトに誘導されID・パスワードを入力してしまったといった相談や、インターネットで百貨店閉店セール of 広告を見てバッグを注文したが、偽サイトだったといった相談が寄せられました。
9	サイドビジネス商法	722	男女とも20歳代からの相談が最も多く、20歳代で全体の半数近くを占めている。	①他の内職・副業(41.0%) ②他の娯楽等情報配信サービス(7.3%) ③異性交際関連サービス(5.5%)	インターネット上の広告やSNSなどで、副業で簡単に収入が得られると誘いを受け、先に金銭を支払って会員登録や商材を購入したものの、事実と違うので解約したいといった相談が多く寄せられました。
10	点検商法	608	男女とも60歳以上からの相談が多い。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(57.1%) ②修理サービス(12.7%) ③駆除サービス(5.3%)	屋根や床下などについて、「無料で点検します」「火災保険を使えば無料で修繕できます」などと言って消費者に近づき、高額な工事契約や保険申請の代行契約をさせられたといった相談が多く寄せられました。

3 苦情相談の状況（高齢者）

《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、全年齢層に比べ、「訪問販売」に関する相談割合が大きくなっています。

また、令和2年度と比較すると、「通信販売」や「電話勧誘販売」の相談件数が減少する一方、「訪問販売」に係る相談件数は増加しており、「訪問販売」の割合が増加しています。

図3 販売購入形態（全体）

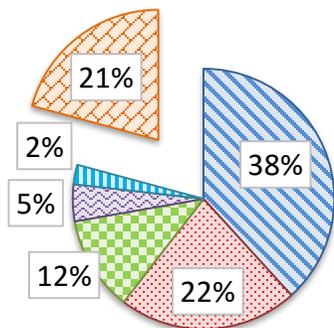


図4 販売購入形態（高齢者）

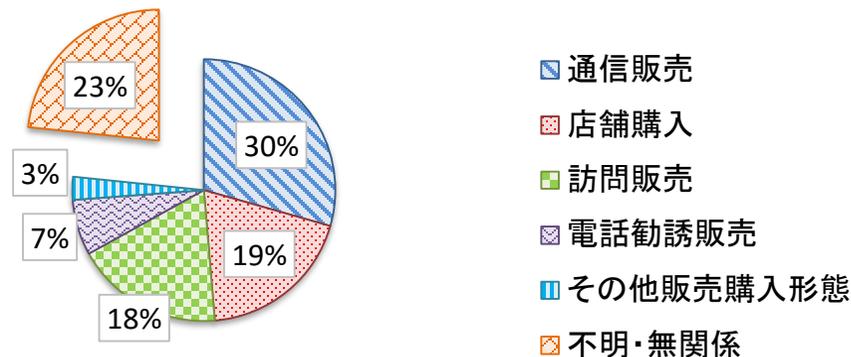
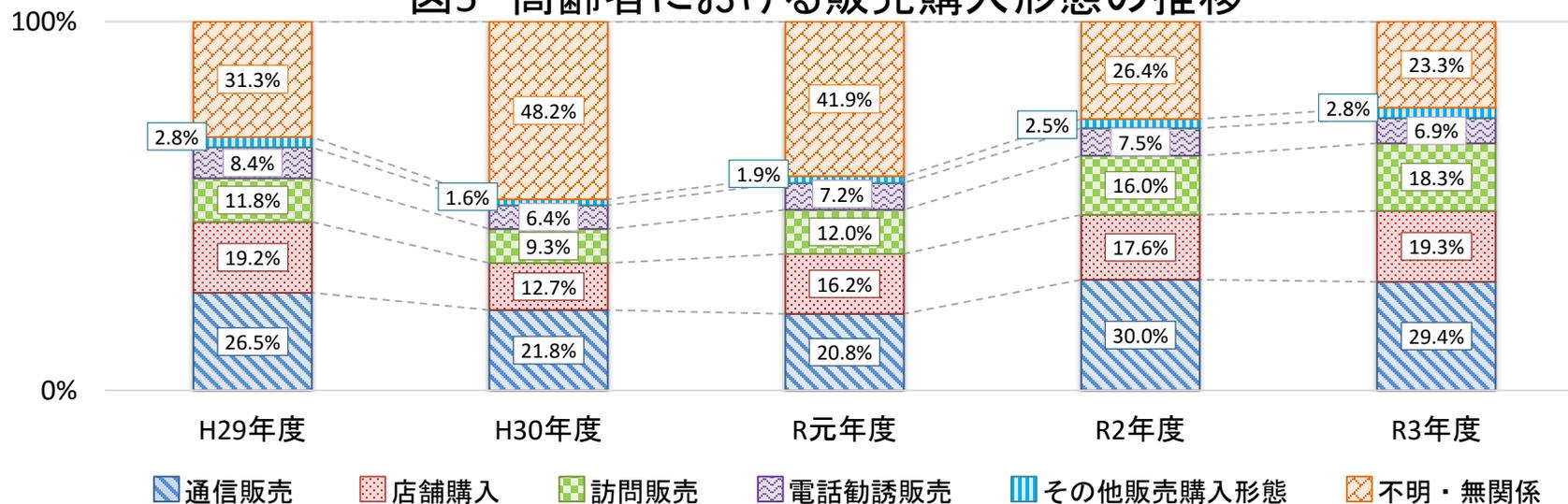


図5 高齢者における販売購入形態の推移



(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5 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3年度		令和2年度	
	金額	件数	金額	件数
契約購入金額(A)	23,406,193,770	25,115	19,432,867,483	26,198
既支払額(B)	7,890,759,387	12,401	6,224,678,095	13,280
救済金額(C)	1,587,080,368	4,775	1,658,170,527	4,590
回復額	540,572,417	2,888	710,579,129	2,875
回復額 (クーリング・オフ額)	670,113,436	942	618,254,841	660
未然防止額	376,394,515	945	329,336,557	1,055
C/A	6.8%	19.0%	8.5%	17.5%
契約購入金額が判明しているもの 1件当たりの救済金額	63,193		63,294	

【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。)