

第4章 群馬県内の消費生活センターにおける 令和3年度 消費生活相談の状況

1 相談全体の概要

(1) 年度別の相談件数

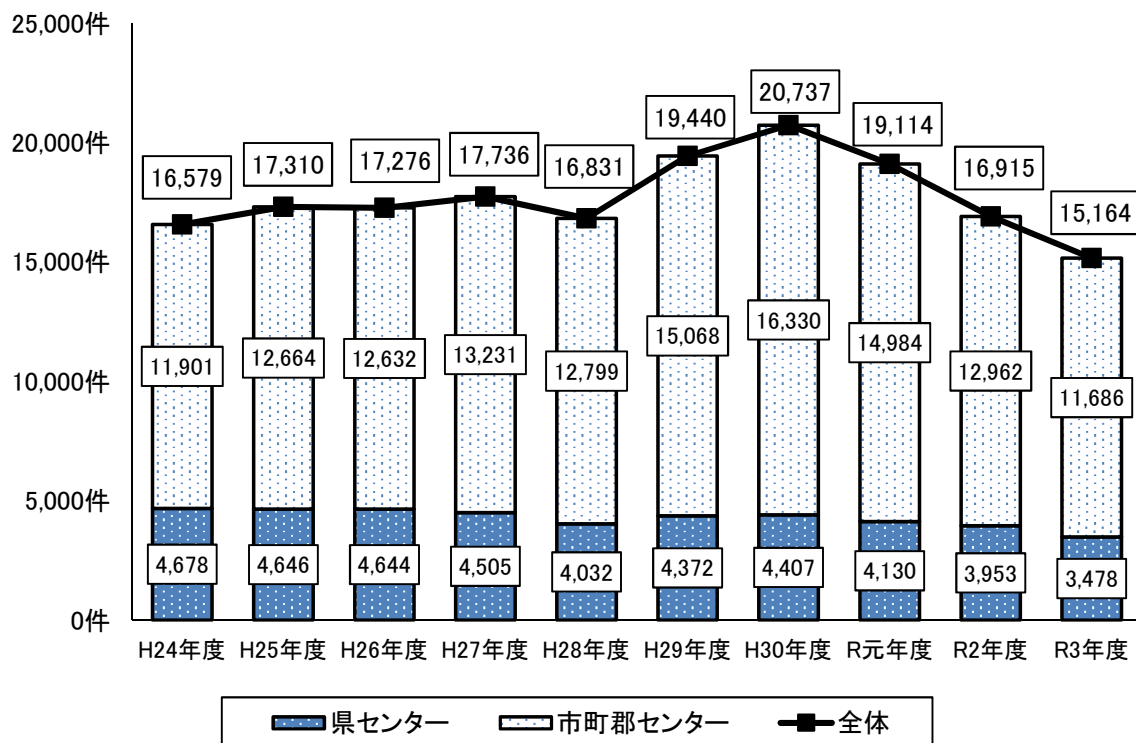
令和3年度に県消費生活センターに寄せられた相談件数は3,478件で、前年度(3,953件)と比べ475件(12.0%)減少しました。また、県内の市町郡消費生活センターに寄せられた相談件数は11,686件で、前年度(12,962件)と比べ1,276件(9.8%)減少しました。

県全体では15,164件となり、前年度(16,915件)と比べ1,751件(10.4%)減少しました。【表1、図1】

【表1】 年度別相談件数

(単位：件)

	H24年度	H25年度	H26年度	H27年度	H28年度	H29年度	H30年度	R元年度	R2年度	R3年度
県	4,678	4,646	4,644	4,505	4,032	4,372	4,407	4,130	3,953	3,478
市町郡	11,901	12,664	12,632	13,231	12,799	15,068	16,330	14,984	12,962	11,686
全体	16,579	17,310	17,276	17,736	16,831	19,440	20,737	19,114	16,915	15,164



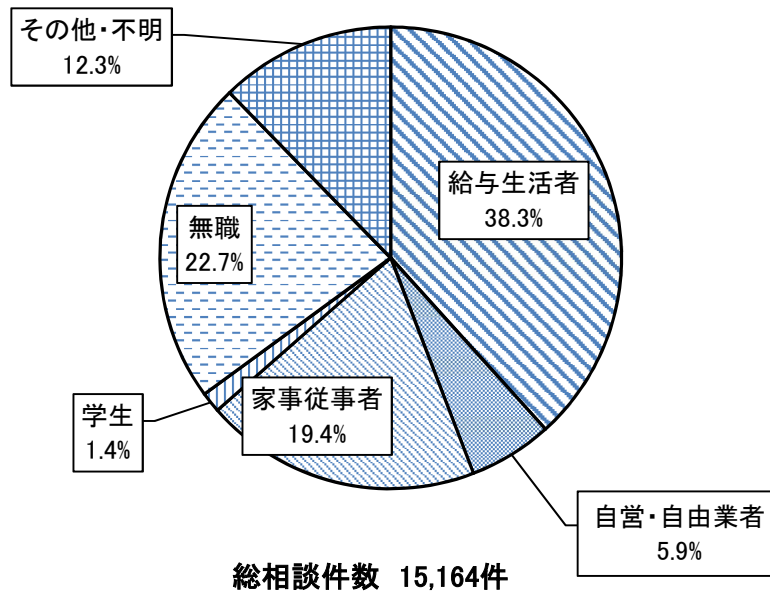
【図1】 相談件数の年度別推移

(2)職業別の相談件数

契約当事者の職業別では、最も多いのは「給与生活者」(5,809件)で、全体の38.3%を占めていますが、前年度(5,885件)と比べて76件(1.3%)減少しました。【表2、図2】

【表2】契約当事者の職業別相談件数 (単位：件)

職業等	R3年度	R2年度	対前年度比
給与生活者	5,809	5,885	98.7%
(構成割合)	38.3%	34.8%	
自営・自由業者	888	780	113.8%
(構成割合)	5.9%	4.6%	
家事従事者	2,936	3,332	88.1%
(構成割合)	19.4%	19.7%	
学生	217	607	35.7%
(構成割合)	1.4%	3.6%	
無職	3,447	3,952	87.2%
(構成割合)	22.7%	23.4%	
その他・不明	1,867	2,359	79.1%
(構成割合)	12.3%	13.9%	
合計	15,164	16,915	89.6%



【図2】契約当事者の職業別

(3)年代別の相談件数

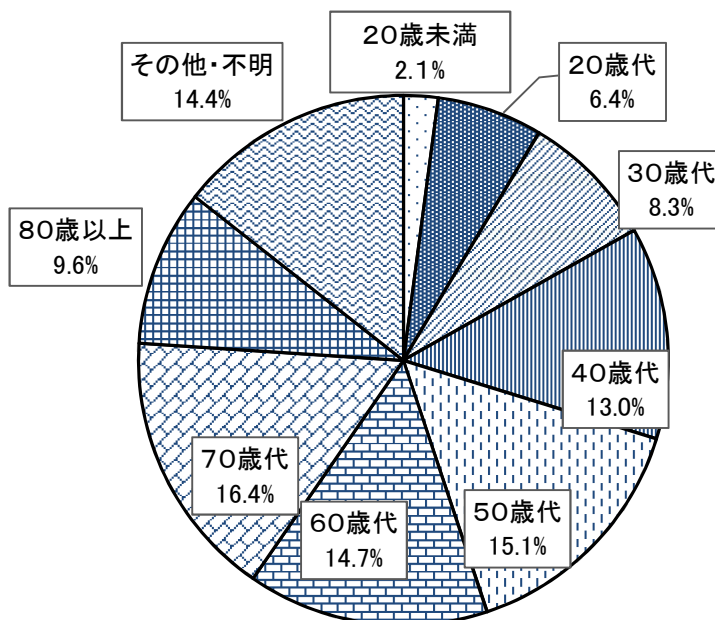
契約当事者を年代別に見ると、最も多いのは70歳代（2,492件）で全体の16.4%を占めていますが、前年度（2,828件）と比べると336件（11.9%）減少しました。【表3、図3】

60歳以上の相談件数は6,174件で、前年度（6,973件）と比べ、799件（11.5%）減少していますが、全体に占める割合は40.7%と多い状況が続いています。

30歳未満の相談件数は1,297件で、前年度（1,679件）と比べると382件（22.8%）減少しました。

【表3】契約当事者の年代別相談件数 (単位：件)

年代	R3年度		R2年度		対前年度比
	件数	構成割合	件数	構成割合	
20歳未満	320	2.1%	438	2.6%	73.1%
20歳代	977	6.4%	1,241	7.3%	78.7%
30歳代	1,256	8.3%	1,480	8.7%	84.9%
40歳代	1,964	13.0%	2,198	13.0%	89.4%
50歳代	2,289	15.1%	2,479	14.7%	92.3%
60歳代	2,232	14.7%	2,652	15.7%	84.2%
70歳代	2,492	16.4%	2,828	16.7%	88.1%
80歳以上	1,450	9.6%	1,493	8.8%	97.1%
その他・不明	2,184	14.4%	2,106	12.5%	103.7%
合計	15,164	100.0%	16,915	100.0%	89.6%



総相談件数 15,164件

【図3】契約当事者の年代別

(4)販売購入形態別の相談件数

販売購入形態別に見ると、「通信販売」が4,627件と最も多く、前年度(5,337件)に比べ710件(13.3%)減少しましたが、全体の30.5%を占めています。【表4、図4】

【表4】販売購入形態別相談件数

(単位：件)

販売・購入形態		R3年度		R2年度		対前年度比
		件数	構成割合	件数	構成割合	
店舗購入		2,645	17.4%	3,009	17.8%	87.9%
特殊販売	通信販売	4,627	30.5%	5,337	31.5%	86.7%
	訪問販売	1,764	11.6%	1,787	10.6%	98.7%
	電話勧誘販売	983	6.5%	1,139	6.7%	86.3%
	マルチ・マルチまがい	113	0.8%	157	0.9%	72.0%
	訪問購入	168	1.1%	156	0.9%	107.7%
	ネガティブ・オプション	46	0.3%	114	0.7%	40.4%
	その他無店舗	58	0.4%	63	0.4%	92.1%
不明・無関係		4,760	31.4%	5,153	30.5%	92.4%
合計		15,164	100.0%	16,915	100.0%	89.6%

※通信販売：郵便、電話、インターネットなど通信手段を用いて購入するもの。アダルトサイトや出会い系サイトなどへの接続などに関する相談もここに分類される。

※マルチ・マルチまがい：商品・サービスを契約して、更に次の契約者を勧誘して契約者が増えるごとにマージンが入る取引形態。若者を中心に相談が増えている。

※訪問購入：事業者が自宅等を訪れ、貴金属等を買取る取引。

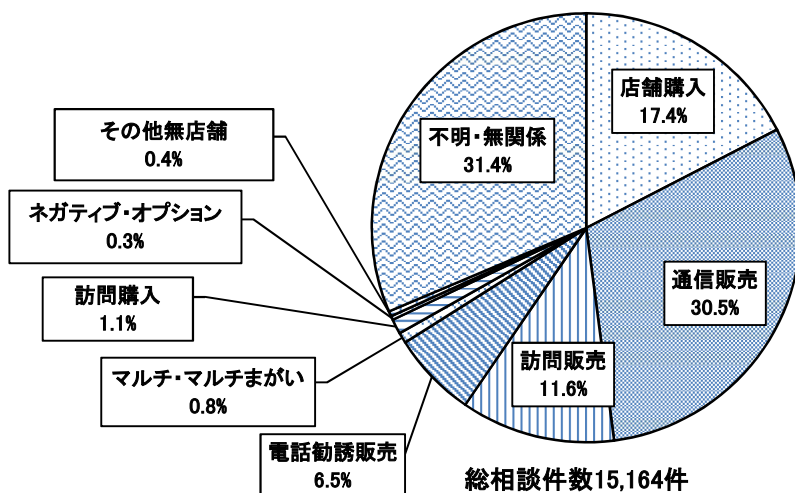
なお、訪問購入は、平成25年2月21日施行の改正特定商取引法の規定により、不当な勧誘行為禁止や書面交付義務といった規制がかかるとともに、売主（消費者）からのクーリング・オフが可能となっている。

※その他無店舗：露店、屋台、移動販売など店舗ではないところで購入するもの。

※ネガティブ・オプション：事前に何の連絡もなく、事業者が一方的に商品を送りつけて代金を請求する手口。いわゆる「送りつけ商法」。

※不明・無関係：購入方法が不明なもの（契約者以外からの相談で購入形態が不明なものや、購入前でどのような購入形態を取るか決めていないもの）。

販売や購入とは無関係なもの（商品・役務に関係ない税金や年金の掛け金に係る相談、相続や労働問題など）。架空請求ハガキに関する相談もここに分類される。



【図 4】 販売購入形態別の構成割合

(5) 男女別の相談件数

契約当事者を性別で見ると、男性は 7,289 件（相談全体の 48.1%）、女性は 6,864 件（同 45.3%）、不明及び団体等は 1,011 件（同 6.6%）でした。

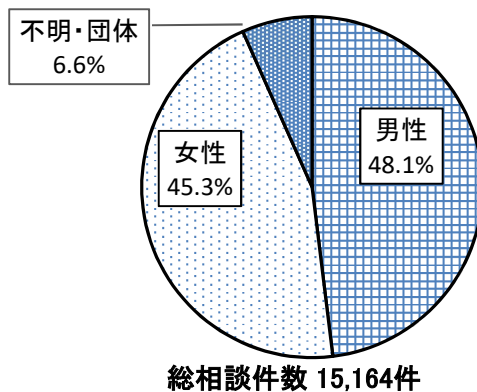
女性からの相談件数は、前年度（8,077 件）と比べ 1,213 件（15.0%）減少しており、女性からの相談件数の減少が、全体の相談件数の減少に影響をしたことが分かります。

【表 5、図 5】

【表 5】 契約当事者の男女別相談件数

（単位：件）

性別	R3年度		R2年度		対前年度比
	件数	構成割合	件数	構成割合	
男性	7,289	48.1%	7,754	45.8%	94.0%
女性	6,864	45.3%	8,077	47.8%	85.0%
不明・団体	1,011	6.6%	1,084	6.4%	93.3%
合計	15,164	100.0%	16,915	100.0%	89.6%



【図 5】 契約当事者の男女別

(6)相談処理状況

相談処理状況を見ると、「助言（自主交渉）」が 8,857 件で、相談全体の 58.4%を占め、次いで多かったのが、「情報提供」（3,812 件、同 25.1%）でした。このように、消費生活センターでは相談の処理に当たって、多くの場合は自主交渉によりトラブルが解決されるよう消費者にアドバイスを行っています。

一方で、事業者と消費者の交渉力格差などにより消費者の自主交渉だけでは問題解決が困難である場合などには、消費者と事業者間の交渉に介入する「あっせん」を行うことにより被害の救済を図っています。令和 3 年度にあっせんを行った相談は 1,236 件であり、そのうち 1,158 件（93.7%）があっせん解決になっています。【表 6】

【表 6】 相談処理状況の内訳

（単位：件）

順位	処理内容	R3年度		R2年度		対前年度比
		件数	構成割合	件数	構成割合	
1	助言(自主交渉)	8,857	58.4%	10,442	61.7%	84.8%
2	情報提供	3,812	25.1%	4,036	23.9%	94.4%
3	あっせん解決	1,158	7.6%	1,122	6.6%	103.2%
4	他機関紹介	469	3.1%	518	3.1%	90.5%
5	処理不要	548	3.6%	454	2.7%	120.7%
6	処理不能	220	1.5%	246	1.4%	89.4%
7	あっせん不調	78	0.5%	81	0.5%	96.3%
	処理継続中	22	0.2%	16	0.1%	137.5%
	合計	15,164	100.0%	16,915	100.0%	89.6%

* 処理継続中：R 2 年度分は R2.6.30 現在、R 3 年度分は R3.6.30 現在

※助言（自主交渉）：自主交渉で解決する可能性があり、自主解決の方法をアドバイスしたもの

※情報提供：相談内容と同様のトラブルの状況や注意点など、一般的なアドバイスをしたもの

※あっせん解決：あっせんを行った相談で、解決がみられたもの

※他機関紹介：消費生活センターの業務範囲の相談において、より専門的な回答が得られる可能性のある弁護士会等の他機関を紹介したもの。または労働相談など消費生活センターの業務範囲ではないため、本来の相談機関を紹介したもの

※処理不要：相談者が情報提供しただけで処理を望んでいないもの、または相談者が相談を取り下げたもの

※処理不能：相談者に連絡が取れなくなったもの、または事業者が倒産して連絡が取れなくなったもの

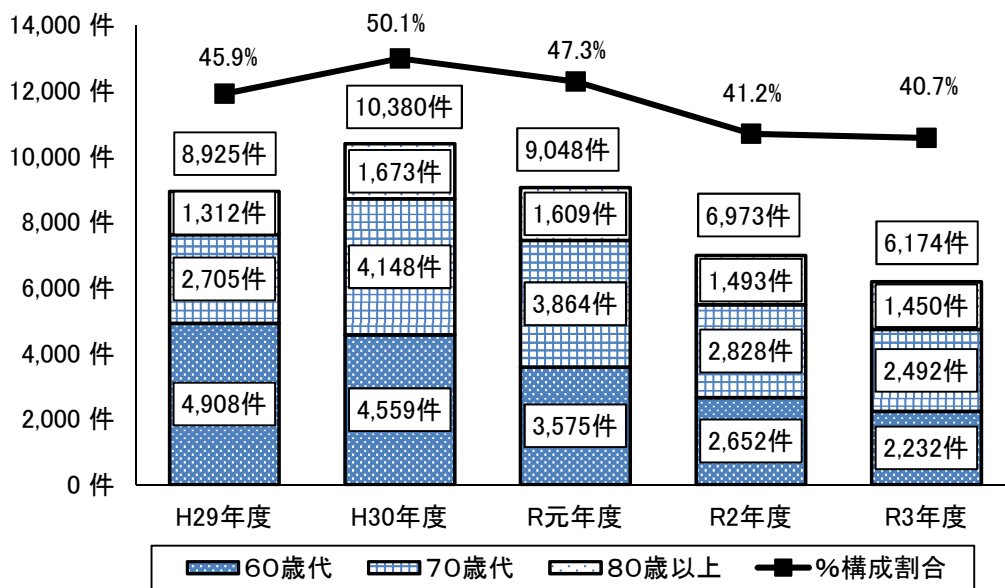
※あっせん不調：あっせんを行ったが、解決をみなかったもの

2 年代別の相談傾向

(1) 高齢者の相談

契約当事者が高齢者（60歳以上）の相談件数は6,174件で、前年度（6,973件）と比べ799件（11.5%）減少しました。全年齢層に占める割合は40.7%であり、依然として高い割合を占めています。【図6】商品・役務としては対象商品が不明な請求などの「商品一般」に関する相談が最も多く770件で、前年度（1,081件）に比べ311件（28.8%）減少しましたが、全体の46.9%を高齢者が占めました。【表7】

また、販売・購入形態としては「通信販売」に関する相談が1,449件と最も多く、内訳としては、「化粧品」に関する相談が目立ちました。【表8】



【図6】 高齢者に関する相談件数の年度別推移

【表7】 高齢者の相談が多い商品・役務 上位10

(単位：件)

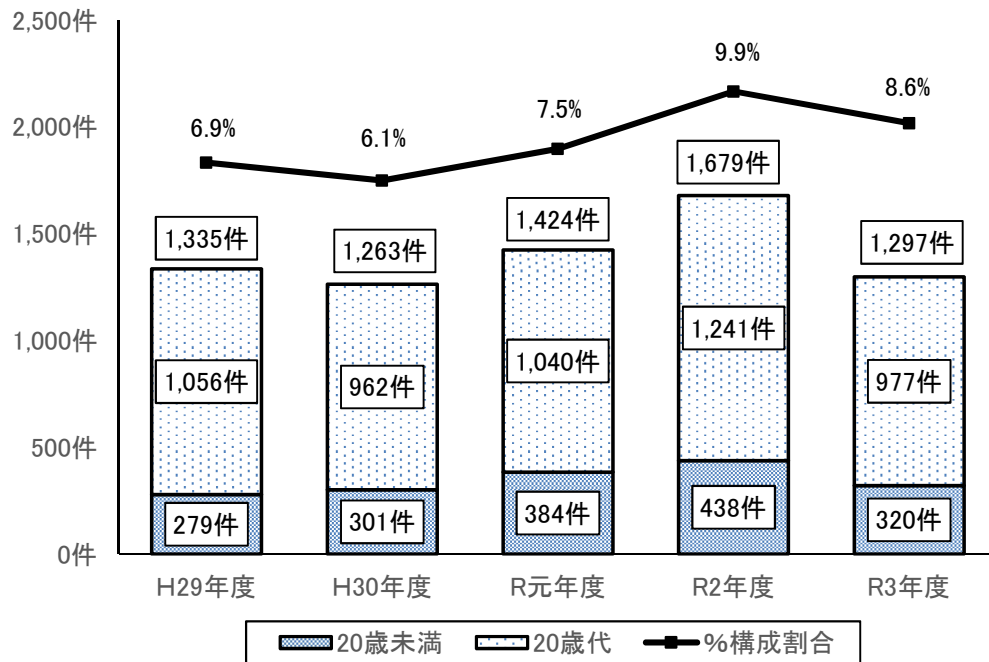
順位	商品・役務	高齢者件数	高齢者率	全件数	商品・役務の主な内容
1	商品一般	770	46.9%	1,642	対象商品が不明な請求など
2	役務その他	433	50.5%	858	占いサイト、アナログ戻しなど
3	戸建住宅	351	55.2%	636	住宅リフォーム、屋根工事など
4	インターネット通信サービス	261	49.1%	532	光回線、プロバイダなど
5	化粧品	249	38.9%	640	美容液、シャンプーなど
6	相談その他	209	39.5%	529	不審電話・メール、オレオレ詐欺など
7	健康食品	192	45.0%	427	健康食品、サプリメントなど
8	電気	188	44.1%	426	電気供給サービス、電気料金など
9	融資サービス	173	29.7%	582	多重債務、住宅ローンなど
10	娯楽等情報配信サービス	154	38.4%	401	アダルトサイト、有料サイトなど

【表 8】高齢者（60 歳以上）の相談が多い販売・購入形態及びその主な商品・役務 上位 5
 (単位：件)

相談が多い販売・購入形態			主な商品・役務	
①	通信販売	1,449	化粧品	227
			娯楽等情報配信サービス	146
			商品一般	138
			健康食品	115
			役務その他	93
②	訪問販売	1,005	戸建住宅	251
			役務その他	122
			電気	69
			書籍・印刷物	68
			衛生サービス	61
③	店舗購入	940	融資サービス	74
			自動車	66
			移動通信サービス	62
			戸建住宅	48
			医療	44
④	電話勧誘販売	519	インターネット通信サービス	137
			役務その他	89
			魚介類	54
			電気	41
			商品一般	39
⑤	訪問購入	129	アクセサリ	37
			商品一般	26
			和服	6
			自動車	5
			洗濯・裁縫用具	4

(2)若者の相談

契約当事者が若者（30歳未満）の相談件数は1,297件で、前年度（1,679件）と比べ382件（22.8%）の減少、全年齢層に占める割合は8.6%でした。【図7】商品・役務としては、オンラインゲームなどの「他の教養・娯楽」に関する相談が最も多く131件でした。【表9】



【図7】若者に関する相談件数の年度別推移

【表9】若者の相談が多い商品・役務 上位10 (単位：件)

順位	商品・役務	若者件数	若者率	全体件数	商品・役務の主な内容
1	他の教養・娯楽	131	29.4%	446	オンラインゲーム、出会い系サイトなど
2	商品一般	90	5.5%	1,642	対象商品が不明な請求など
3	化粧品	76	11.9%	640	脱毛剤、マウスウォッシュなど
4	娯楽等情報配信サービス	68	17.0%	401	アダルトサイトや情報商材など
5	集合住宅	65	18.4%	354	賃貸アパート、投資マンションなど
6	自動車	58	13.1%	442	中古車、自動車など
7	融資サービス	55	9.5%	582	多重債務、消費者金融など
8	内職・副業	53	47.7%	111	副業、副業サイトなど
9	理美容	48	42.9%	112	脱毛エステ、エステティックサービスなど
10	健康食品	46	10.8%	427	ダイエットサプリ、サプリメントなど

(3)年代別の相談

契約当事者を年代別に見ると、20歳未満の年代で、オンラインゲームや出会い系サイトなどの「他の教養・娯楽」が最も多くの割合を占め、20歳以上では、対象商品が不明な請求などの「商品一般」が多くの割合を占めています。【表 10】

【表 10】年代別の相談が多い商品・役務 上位 5

(単位：件)

年代	件数	構成比	1 位	2 位	3 位	4 位	5 位
20 歳未満	320	2.1%	他の教養・娯楽 65	化粧品 53	娯楽等情報 配信サービス 30	健康食品 25	商品一般 21
20 歳代	977	6.4%	商品一般 69	他の教養・娯楽 66	集合住宅 61	融資サービス 54	自動車 53
30 歳代	1,256	8.3%	商品一般 108	融資サービス 65	自動車 61	他の教養・娯楽 54	役務その他 53
40 歳代	1,964	13.0%	商品一般 179	自動車 91	化粧品 90	融資サービス 85	紳士・婦人 洋服 69
50 歳代	2,289	15.1%	商品一般 207	化粧品 146	融資サービス 114	役務その他 102	相談その他 97
60 歳代	2,232	14.7%	商品一般 273	役務その他 139	戸建住宅 126	化粧品 120	融資サービス 103
70 歳代	2,492	16.4%	商品一般 339	役務その他 189	戸建住宅 127	化粧品 106	インターネット 通信サービス 101
80 歳以上	1,450	9.6%	商品一般 158	役務その他 105	戸建住宅 98	健康食品 74	インターネット 通信サービス 57
不明・ 無回答	2,184	14.4%	商品一般 288	役務その他 170	相談その他 111	融資サービス 90	電気 89

3 内容別の相談傾向

(1) 商品・役務別の相談件数

県内の消費生活センターに寄せられた相談を商品・役務別に見ると、対象商品が不明な請求などの「商品一般」が1,637件と相談全体の10.8%を占めています。前年度(2,101件)と比べると464件(22.1%)減少したものの、前年度最多であった「運輸・通信サービス」を抜いて最多となっています。

- ・第2位「教養・娯楽サービス」・・・対前年度比301.8%と増加しているが、PIO-NETのキーワードの分類に変更があったためであり、実際の相談内容の増減ではない。
- ・第3位「運輸・通信サービス」・・・対前年度比41.8%と減少しているが、PIO-NETのキーワードの分類に変更があったためであり、実際の相談内容の増減ではない。
- ・第6位「保健衛生品」……………対前年度比78.4%と減少。令和2年度に新型コロナウイルス感染拡大に伴い増加したマスク等の相談が減少したため。

【表 11】

【表 11】相談件数の多い商品・役務 上位 20 (単位:件)

順位	商品・役務大分類	商品・役務の主な内容	R3 年度	R2 年度	対前年度比
1	商品一般	対象商品が不明な請求など	1,637	2,101	77.9%
2	教養・娯楽サービス	アダルトサイト、出会い系、オンラインゲーム、ホテルなど	1,174	389	301.8%
3	運輸・通信サービス	光回線、携帯電話、スマートフォンなど	1,167	2,794	41.8%
4	金融・保険サービス	フリーローン・サラ金、クレジットカード、生命保険など	1,149	1,162	98.9%
5	教養娯楽品	新聞、スマートフォン、腕時計、電子タバコなど	1,091	1,202	90.8%
6	保健衛生品	シャンプー、美容液、マスク、化粧品など	981	1,252	78.4%
7	他の役務	占いサイト、求人広告、アナログ戻し、司法書士など	975	808	120.7%
8	食料品	健康食品、サプリメント、ダイエットサプリ、海産物など	883	1,240	71.2%
9	被服品	紳士・婦人洋服、紳士・婦人用バッグ、靴など	741	716	103.5%
10	他の相談	不審な電話、相続、近隣問題、交通事故など	685	717	95.5%
11	保健・福祉サービス	エステ、還付金詐欺、歯科治療、配水管清掃など	637	667	95.5%
12	工事・建築・加工	屋根・外構工事、外壁塗装、住宅リフォームなど	582	486	119.8%
13	住居品	消火器、布団、エアコン、掃除機、洗濯機など	578	605	95.5%
14	光熱水品	電気、プロパンガス、LPガスなど	565	603	93.7%
15	レンタル・リース・賃借	賃貸アパート、賃貸マンション、借家など	476	472	100.8%
16	車両・乗り物	中古車、自動車、軽自動車など	464	382	121.5%
17	土地・建物・設備	蓄電池、土地、太陽光発電、投資用マンションなど	419	431	97.2%
18	修理・補修	屋根・雨樋・トイレなどの住宅の修理など	340	338	100.6%
19	他の行政サービス	カレンダー、特別定額給付金、持続化給付金など	209	285	73.3%
20	役務一般	複合サービス会員、有料会員サービス、不審なSMSなど	172	45	382.2%

(2)内容別分類による相談件数

最も多いのは「契約・解約」(10,534件)で、前年度(11,850件)に比べ1,316件(11.1%)減少したが、相談全体に対して69.5%を占めています。【表12】

【表12】相談件数の多い内容別分類 上位10 (単位:件)

順位	相談内容	R3年度	構成割合	R2年度	構成割合
1	契約・解約	10,534	69.5%	11,850	70.1%
2	販売方法	7,422	48.9%	8,269	48.9%
3	接客対応	2,003	13.2%	1,987	11.7%
4	品質・機能、役務品質	1,304	8.6%	1,452	8.6%
5	価格・料金	1,159	7.6%	1,206	7.1%
6	表示・広告	1,028	6.8%	1,359	8.0%
7	安全・衛生	374	2.5%	427	2.5%
8	法規・基準	352	2.3%	426	2.5%
9	買物相談	79	0.5%	109	0.6%
10	生活知識	58	0.4%	70	0.4%

※該当する全ての項目に分類するため、1件の相談について複数項目に分類する場合があります。

4 特徴的な相談

令和3年度を含む近年の特徴的な相談について、傾向をまとめています。

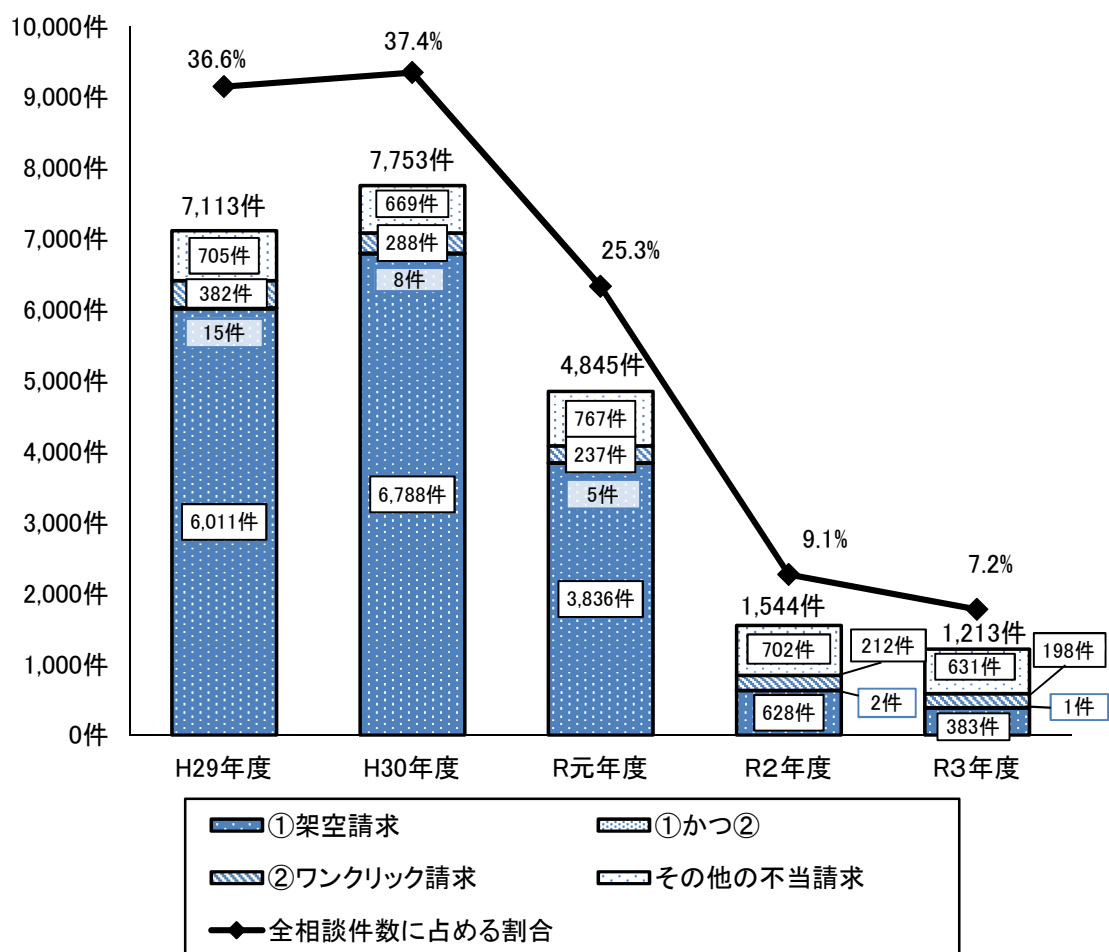
(1)架空、不当請求に関する相談

身に覚えのない代金の請求や契約の意思を伴わない請求などの「架空・不当請求」に関する相談は1,213件で、前年度1,544件に比べ331件(78.6%)減少しました。【図8】

内訳を見ると、対象商品を特定しない「商品一般」に関する相談が319件(対前年度比59.2%)と減少しました。平成29年度に急増した架空請求ハガキに関する相談が前年度に引き続き減少した一方で、「未納料金を請求するメールやSMS(ショートメッセージサービス)が送られてきて支払ってしまった、個人情報を入力してしまった」などの相談は、引き続き寄せられました。

また、「アダルト情報サイト」など内容を特定した未納料金の請求に関する相談も198件(対前年度比93.0%)と、前年度に引き続き減少しました。【表13】

「架空・不当請求」に関する相談は70歳代から最も多く寄せられていますが、対前年度比81.9%と減少しました。また、男女別に前年度と比べると、女性からの相談が対前年度比65.4%と減少しました。【図9】【表14】



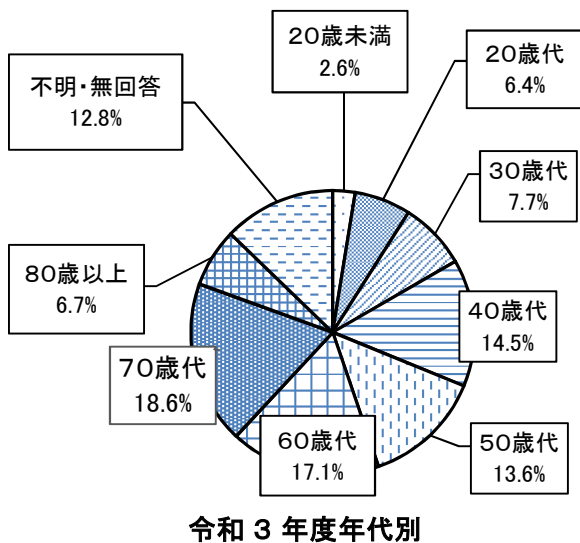
【図 8】 架空・不当請求に関する相談件数の年度別推移

【表 13】 相談の多い架空・不当請求の商品・役務 上位 5 (単位：件)

順位	商品・役務	R3年度	R2年度	対前年度比
1	商品一般	319	539	59.2%
2	アダルト情報サイト	198	213	93.0%
3	役務一般	63	-	-
4	携帯電話サービス	39	37	105.4%
5	娯楽等情報配信サービス	31	-	-

※次の商品・役務について、PIO-NETのキーワードの分類が改訂されたため、前年度との比較ができないものがあります。

- ・役務一般：有料サイトの架空請求（どのような有料サイトなのか特定できないもの）
- ・娯楽等情報配信サービス：アダルト情報、音楽配信サービス、映像配信サービス、地図サイト等



年代別	R3年度	R2年度	対前年度比
20歳未満	31	49	63.3%
20歳代	78	103	75.7%
30歳代	93	108	86.1%
40歳代	176	192	91.6%
50歳代	165	248	66.5%
60歳代	208	326	63.8%
70歳代	226	276	81.9%
80歳以上	81	112	72.3%
不明・無回答	155	130	119.2%
男女別	R3年度	R2年度	対前年度比
男	632	718	88.0%
女	490	749	65.4%
不明等	91	77	118.2%

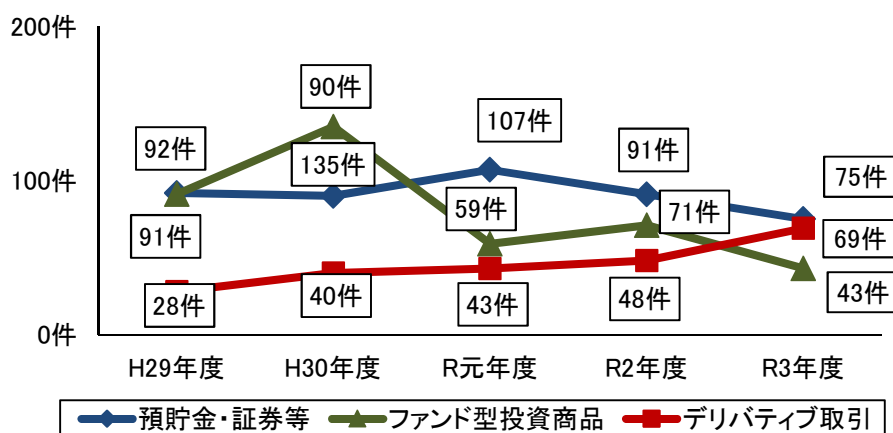
【図9】 架空・不当請求に関する契約当事者の年代別

【表14】 架空・不当請求に関する契約当事者の年代別・男女別

(2) 金融商品に関する相談

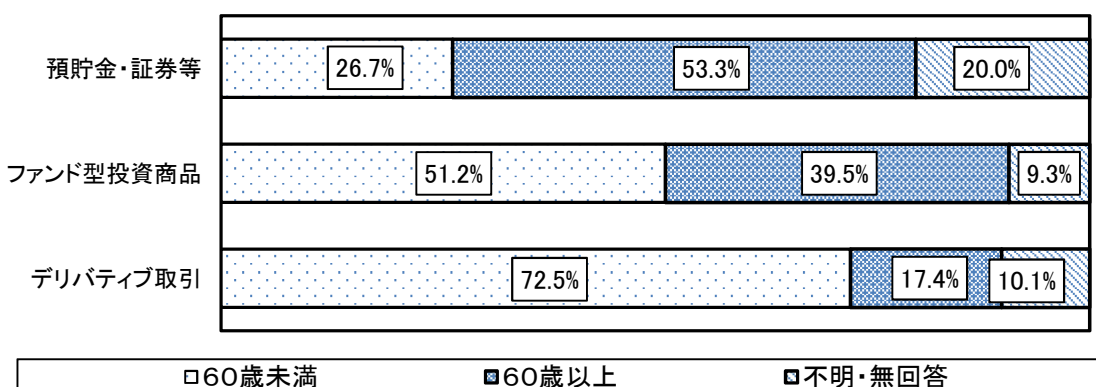
金融商品に関する相談（「預貯金・証券等」「ファンド型投資商品」「デリバティブ取引」に関する相談）は、187件で前年度（210件）から減少しました。内訳を見ると、「預貯金・証券等」に関する相談は75件で前年度91件に比べ16件（17.6%）減少、「ファンド型投資商品」は43件で前年度71件に比べ28件（39.4%）減少しましたが、外国為替証拠金取引（FX）などの「デリバティブ取引」は69件で前年度48件に比べ21件（43.8%）増加しました。【図10】

契約当事者を年代別に見ると、60歳以上の高齢者の割合が「預貯金・証券等」では53.3%と高く、「デリバティブ取引」では60歳未満の割合が72.5%と高くなっています。【図11】



【図10】 金融商品に関する相談件数の推移

- ※預貯金・証券等 : 各種預貯金、株取引、公社債、投資信託など
- ※ファンド型投資商品 : 商品ファンド、不動産ファンド等、運用者への出資により利益を得るもの
- ※デリバティブ取引 : 通貨や株式、債券などの現物の取引ではなく、それらの変動する価格を主な取引の対象とするもの（FX取引やバイナリーオプションなど）



【図 11】 金融商品に関する相談の契約当事者の年代構成

(3) 劇場型勧誘に関する相談

芝居の配役のように複数の者が登場して消費者をだまそうとする「劇場型勧誘」に関する相談は、33 件で前年度（22 件）に比べ 11 件（50.0%）増加しました。【表 15】劇場型勧誘は「特殊詐欺被害」に繋がるような内容が多く、注意が必要です。

内訳を見ると、「老人ホームに優先して入居できる権利を譲ってほしいという不審な電話があった」などの「老人ホーム」の相談が 7 件であり、前年度（2 件）に比べ 5 件（250.0%）増加しました。「オレオレ詐欺」や「振り込め詐欺」などの「相談その他」については 6 件であり、前年度（2 件）に比べて 4 件（200.0%）増加しました。「公的機関を名乗って医療費の還付金があるという不審な電話があった」などの「社会保険」に関する相談は 5 件であり、前年度（7 件）に比べ 2 件（28.6%）減少しました。【表 16】

また、契約当事者の年代別に見ると、60 歳以上の高齢者からの相談が 30 件で、劇場型勧誘の相談の 90.9%を占めています。【図 12】

【表 15】 劇場型勧誘の年度別相談件数

（単位：件）

	H29 年度	H30 年度	R元年度	R2年度	R3年度
劇場型勧誘	97 件	160 件	71 件	22 件	33 件

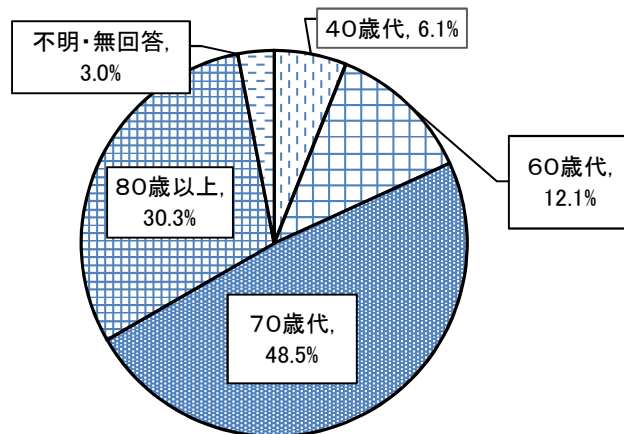
【表 16】 相談の多い劇場型勧誘の内訳 上位 5

（単位：件）

順位	商品・役務	R3年度	R2年度	対前年度比
1	老人ホーム	7	2	350.0%
2	相談その他	6	2	300.0%
3	社会保険	5	7	71.4%
4	商品一般	3	3	100.0%
5	出会い系サイト・アプリ	3	-	-

※商品一般：何の商品か特定できない勧誘等

※出会い系サイト・アプリ：PIO-NET のキーワードの分類改訂により新設



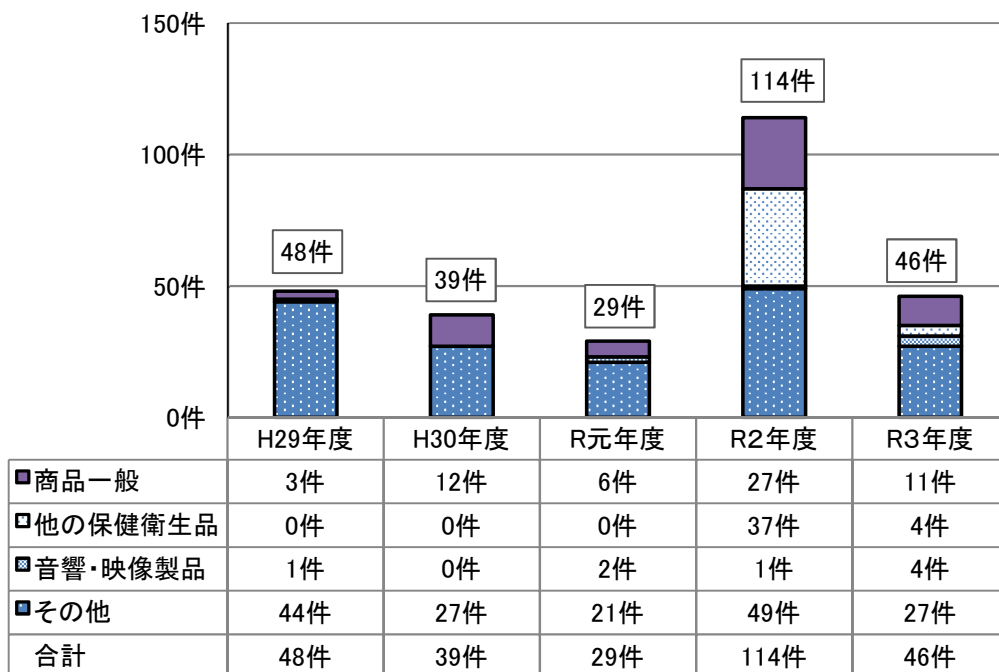
【図 12】劇場型勧誘に関する相談の契約当事者の年代別

(4)ネガティブ・オプション(送りつけ商法)に関する相談

「ネガティブ・オプション（送りつけ商法）」に関する相談は 46 件で、前年度（114 件）と比べ 68 件（59.6%）減少しました。【図 13】

内訳を見ると、「身に覚えのない品物が送られてきて不審である」などの品物が何かわからない「商品一般」に係る相談が 11 件で、送りつけ商法の相談の 23.9%を占めています。

また、マスクなど保健衛生品の送りつけ商法の相談件数は 4 件であり、前年度（37 件）と比べて減少しました。【図 13】

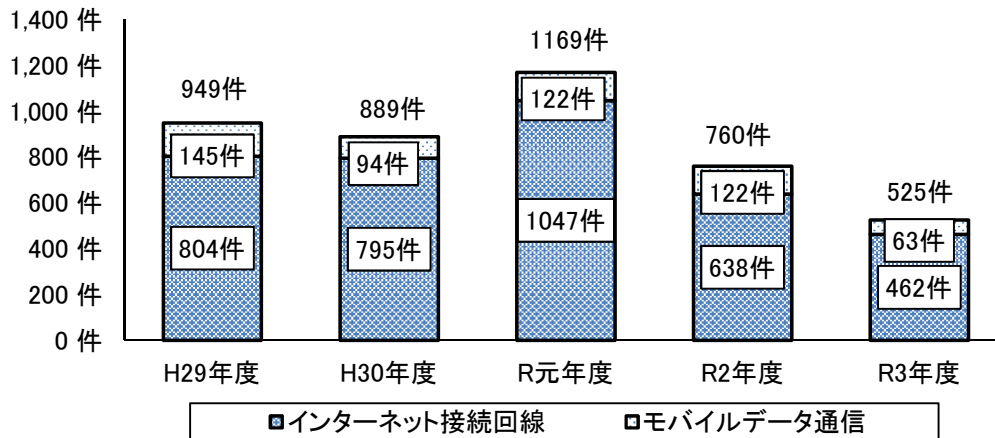


【図 13】ネガティブ・オプションに関する相談件数の年度別推移

※ネガティブ・オプション：頼んでもいない商品を一方的に送りつけて代金を請求する商法。

(5) データ通信に関する相談

光回線やプロバイダ等の「データ通信」に関する相談については、「インターネット接続回線」が462件で前年度（638件）に比べ176件（27.6%）減少し、「モバイルデータ通信」も63件と、前年度（122件）に比べて59件（48.4）減少しました。【図14】



【図14】 データ通信に関する相談件数の年度別推移

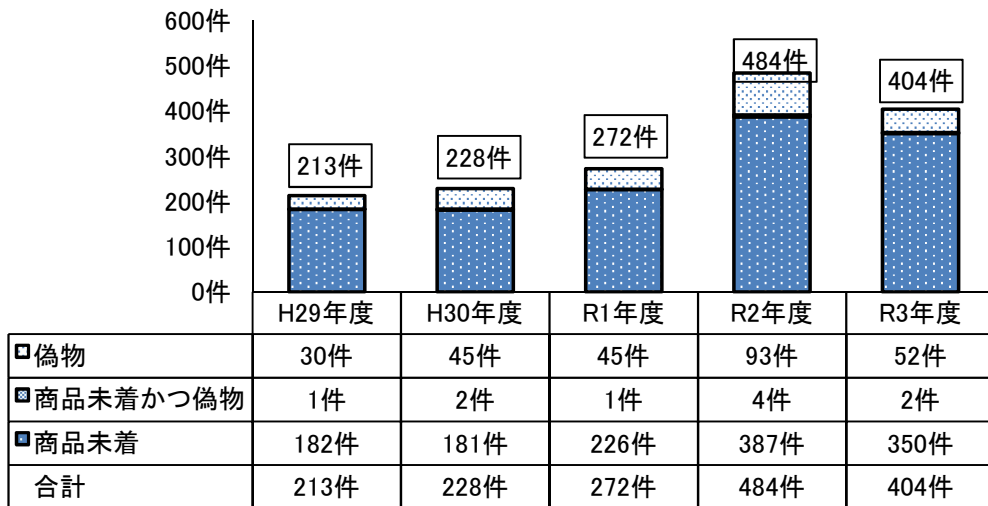
(6) インターネット通販に関する相談

インターネットを利用して商品を購入する「インターネット通販」に関するトラブルの相談のうち、「健康食品や化粧品などのお試し購入のつもりが4回の定期購入になっていた」などの「定期購入」についての相談が922件で、前年度（743件）と比べ179件（24.1%）増加しました。契約当事者の年代別では、60歳以上からの相談が362件で、前年度（143件）と比べ219件（153.1%）増えています。【表17】

また、商品が届かない（「商品未着」）、商品が偽物だった（「偽物」）などの相談は404件で前年度（484件）と比べ80件（16.5%）減少しました。【図15】相談が多い主な商品は、紳士・婦人洋服、かばん、スポーツ用品でした。【表18】

【表17】 インターネット通販（「定期購入」）の年度別・年代別相談件数

年代	H29年度	H30年度	R元年度	R2年度	R3年度	構成割合	対前年度比
合計	304	352	729	743	922	100.0%	124.1%
20歳未満	30	30	104	107	72	7.8%	67.3%
20歳代	47	19	82	74	37	4.0%	50.0%
30歳代	56	45	83	73	65	7.0%	89.0%
40歳代	83	85	150	157	135	14.6%	86.0%
50歳代	43	97	161	168	210	22.8%	125.0%
60歳以上	30	58	130	143	362	39.3%	253.1%
その他・不明	15	18	19	21	41	4.5%	195.2%



【図 15】 インターネット通販（「商品未着」「偽物」）に関する相談件数の年度別推移

【表 18】 インターネット通販（「商品未着」「偽物」）に関する主な商品 上位 3（単位：件）

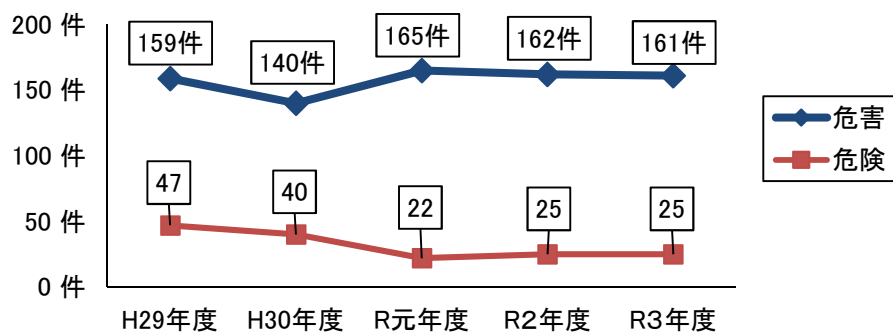
順位	商品	主な商品	R3年度	R2年度	対前年度比
1	紳士・婦人洋服	紳士・婦人洋服、上着など	57	69	82.6%
2	かばん	紳士・婦人用バッグなど	24	28	85.7%
3	スポーツ用品	ゴルフ・スキー・野球・登山・キャンプ用品など	23	10	230.0%

(7) 危害・危険に関する相談

「危害」に関する相談は 161 件で、前年度（162 件）に比べ 1 件（0.6%）減少、「危険」に関する相談は 25 件で、前年度（25 件）と同数でした。【図 16】

食品に関する「危害」「危険」の相談は、急増した平成 25 年度（「危害」189 件、「危険」136 件）に比べ減少し、平成 27 年度以降は「危害」に関する相談は微増傾向、「危険」に関する相談は減少傾向になっていましたが、令和 2 年度に微増しています。

令和 3 年度の「危害」に関する相談は、保健衛生品（化粧品などによる皮膚障害等）が多く、「危険」に関する相談は、住居品（家電製品の機能不良等）、車両・乗り物（自動車などの機能故障等）が多くなっています。【表 19、表 20】



【図 16】 「危害」・「危険」に関する相談の年度別推移

※危害：商品・役務・設備に関して、身体にけが、病気等の疾病（危害）を受けた相談
 ※危険：危害には至っていないが、そのおそれがある相談

【表 19】「危害」に関する相談の主な商品・役務 上位3 (単位：件)

順位	商品・役務	R3年度	R2年度	対前年度比	主な危害内容
1	保健衛生品	52	47	110.6%	化粧品などによる皮膚障害等
2	食料品	35	52	67.3%	サプリメントの摂取による消化器障害や皮膚障害等
3	保健・福祉サービス	32	24	133.3%	歯科治療における医療トラブル、美容医療における火傷、整体・エステ・パーマ等

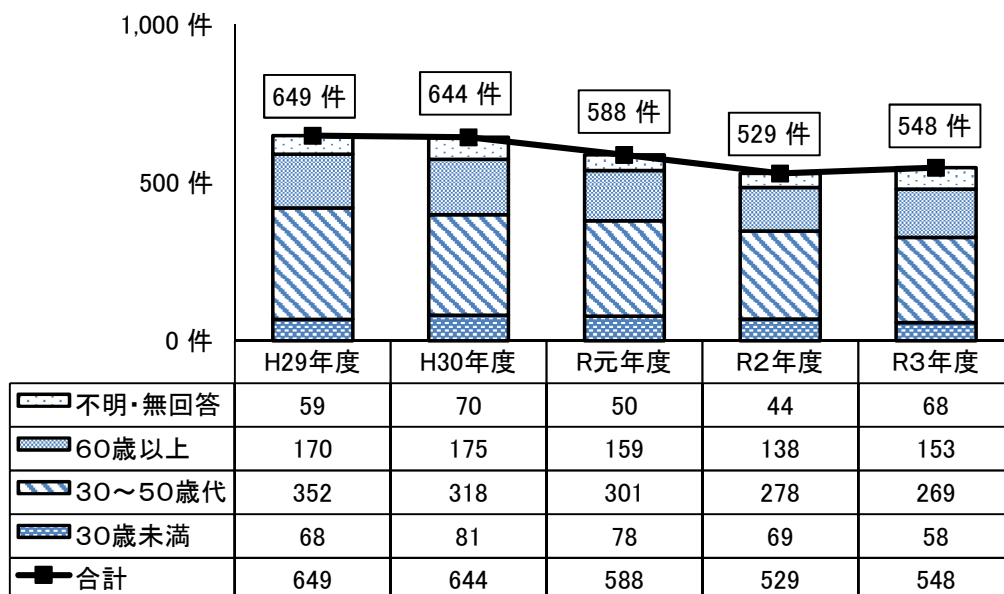
【表 20】「危険」に関する相談の主な商品・役務 上位3 (単位：件)

順位	商品・役務	R3年度	R2年度	対前年度比	主な危険内
1	住居品	10	6	166.6%	電子レンジや電気こたつ、ふとん乾燥機などの機能不良等
2	車両・乗り物	9	6	150.0%	自動車の作動不良、整備不良等
3	教養娯楽品	4	5	80.0%	スマートフォンや充電器の機能不良等

(8)多重債務(借金)問題に関する相談

多重債務関連の相談は548件で、前年度(529件)と比較して、19件(3.6%)増加しました。平成22年6月の改正貸金業法施行以降は減少傾向であり、施行前の平成21年度の相談(1,601件)と比べ1,053件(65.8%)減少しています。

また、契約当事者の年代構成を見ると、30~50歳代が最も多く、全体の49.1%を占めています。【図17】



【図 17】 多重債務に関する相談の年度別・年齢層別推移

5 注意を要する主な相談事例

(1)副業・投資などの情報商材トラブル

動画投稿サイトで投資家の動画を見た。「投資を始めるのに一銭もかからない」とあり、興味を持った。SNSを通じて「カリスマ投資家が推奨する暗号資産のシステムで儲かった」という受講生の対談や、「1回タップしただけで14万円儲かった」という動画が次々届き、「システムを購入した人には優先して儲ける方法を教える」と言われたので、20万円で購入した。その後、暗号資産売買の自動化システム料として30万円を支払い、暗号資産の口座を開設しようとしたができなかったため不審に思った。返金してほしい。(40代 女性)

【注】トラブルになる副業などの契約は、はじめは派手な成功体験を聞かされ、その後も儲かることを強調されるだけで、具体的な詳しい仕組みの説明を聞くことが出来ません。「儲かる」という話に惑わされず、内容がわからなかったり、不審な点があったらきっぱりと断りましょう。「元が取れる」「すぐにお金を取り戻せる」は悪質業者の決まり文句です。安易にクレジットカードや消費者金融を利用して契約することはやめましょう。

(2)インターネット通販の定期購入トラブル

スマホの動画サイトで除毛クリームの広告を見た。「お試し500円」とあったので、それならいいかなと思い、すぐに注文したところ数日後に商品が届いた。500円はコンビニで支払ったが、商品に同封されていた紙に「定期購入で5回受け取らないと解約できない」と書いてあった。次回発送日は3週間後だが、2回目の代金は6千円、総額は2万5千円位になってしまい、到底払えない。(10代 男性)

【注】お試しのつもりで購入した健康食品や化粧品が、定期購入が条件だったという相談は、契約内容の表示が不十分なSNS上の広告や動画広告をきっかけとして注文していることが多いです。「いつでも解約可能」とあっても「電話が繋がらない」「解約手続きがうまくできない」といったトラブルもあります。注文前に、購入回数や返品・解約に関する条件をしっかりと確認し、最終確認画面をスクリーンショットなどで保存しましょう。

(3)戸建て住宅の点検商法トラブル

「火災保険で屋根や雨樋を無料で直せる」と訪問があり、台風による屋根の損害、大雪による雨樋の損害について、保険金申請サポートを申し込んだ。申請書を記入して業者に渡した後、保険会社から140万円が入金された。業者が来訪し、再度点検を行ったら「せっかくなのでうちちょっとやりましょう」と総額255万円の工事請負契約をした。その時はそういうものかと契約してしましたが、無料で出来ると言われたから契約したのに自己負担が100万円程になり納得出来ない。見積書も見えていないし、解約したい。(60代 女性)

【注】住宅の屋根や床下を「無料で点検する」と自宅に訪問した業者との、工事契約についての相談が増えています。また、火災保険を使えば自己負担なく修理ができると言って、申請代行料として高額な請求をしたり、保険会社をだますような手口も報告されています。勧誘されてもすぐには契約せず、加入先の保険会社などに相談しましょう。

6 令和3年度 契約当事者の居住市町村別相談件数（県内消費生活センター受付分）

市 町 村 名	相 談 件 数 (件)	割 合	市 町 村 名	相 談 件 数 (件)	割 合
前 橋 市	2,565	16.9%	長 野 原 町	30	0.2%
高 崎 市	2,625	17.3%	孺 恋 村	43	0.3%
桐 生 市	783	5.2%	草 津 町	38	0.3%
伊 勢 崎 市	1,587	10.5%	高 山 村	17	0.1%
太 田 市	1,619	10.7%	東 吾 妻 町	69	0.5%
沼 田 市	296	2.0%	片 品 村	14	0.1%
館 林 市	541	3.6%	川 場 村	9	0.1%
渋 川 市	657	4.3%	昭 和 村	26	0.2%
藤 岡 市	569	3.8%	み な か み 町	80	0.5%
富 岡 市	286	1.9%	玉 村 町	371	2.4%
安 中 市	542	3.6%	板 倉 町	36	0.2%
み ど り 市	324	2.1%	明 和 町	72	0.5%
榛 東 村	93	0.6%	千 代 田 町	59	0.4%
吉 岡 町	123	0.8%	大 泉 町	334	2.2%
上 野 村	4	0.0%	邑 楽 町	201	1.3%
神 流 町	4	0.0%			
下 仁 田 町	53	0.3%	県 外 ・ 不 明 等	902	5.9%
南 牧 村	2	0.0%	市 計	12,394	81.7%
甘 楽 町	112	0.7%	町 村 計	1,868	12.3%
中 之 条 町	78	0.5%	合 計	15,164	100.0%

7 県内消費生活センター 一覧

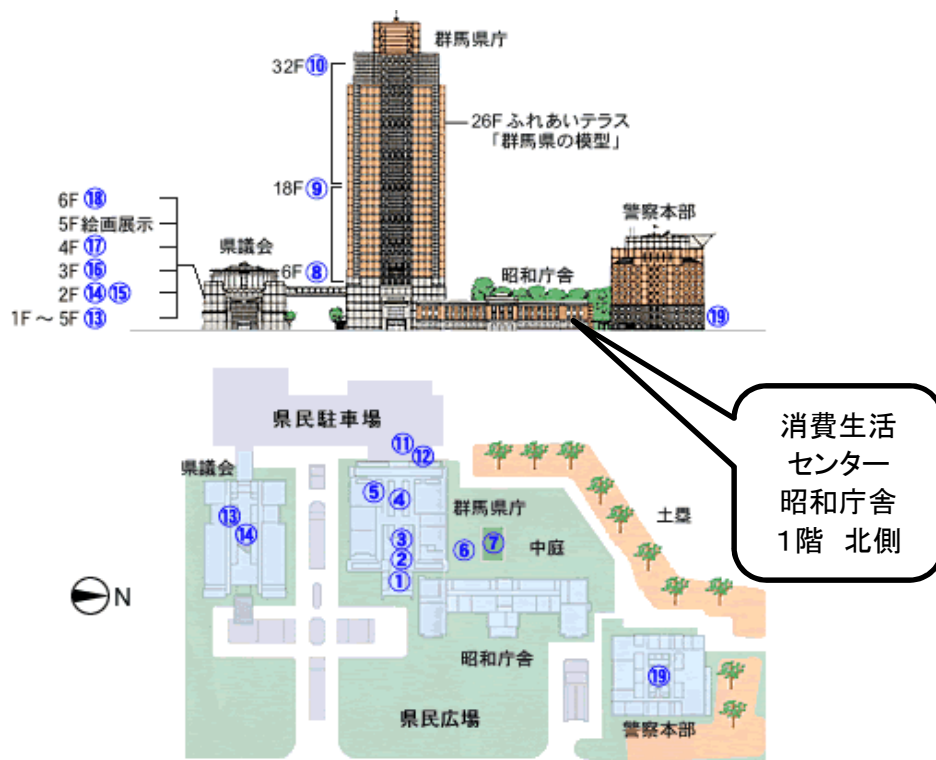
市町村名	郵便番号	所在地	相談用電話番号	FAX番号	対象区域	相談受付時間
前橋市消費生活センター	371-0022	前橋市千代田町二丁目5-5 シーズポート2階	027-230-1755	027-230-1756	前橋市	月～金9:00～17:00 但し、土・日・祝日・年末年始を除く
高崎市消費生活センター	370-8501	高崎市高松町35-1 市役所1階	027-327-5155	027-327-5156	高崎市	月～金9:00～16:30 但し、土・日・祝日・年末年始を除く
桐生市消費生活センター	376-0045	桐生市末広町13-4 市保健福祉会館4階	0277-40-1112	0277-40-1114	桐生市	月～金9:00～16:00 但し、土・日・祝日・年末年始を除く
伊勢崎市消費生活センター	372-8501	伊勢崎市今泉町二丁目410 市役所本館5階	0270-20-7300	0270-20-7302	伊勢崎市	月～金9:00～16:00 但し、土・日・祝日・年末年始を除く
太田市消費生活センター	373-8718	太田市浜町2-35 市役所2階	0276-30-2220	0276-30-2221	太田市	月～金9:00～16:00 但し、土・日・祝日・年末年始を除く
沼田市消費生活センター	378-8501	沼田市下之町888 TERRACE沼田3階	0278-20-1500	0278-20-1501	沼田市、片品村、 川場村、昭和村、 みなかみ町	月～金9:00～12:00 13:00～16:00 但し、土・日・祝日・年末年始を除く
館林市消費生活センター	374-0029	館林市仲町5-25 市民センター分室1階	0276-72-9002	0276-72-9003	館林市	月～金9:00～12:00 13:00～16:00 但し、土・日・祝日・年末年始を除く
渋川市消費生活センター	377-0007	渋川市石原6-1 市役所第二庁舎1階	0279-22-2325	0279-22-3002	渋川市、榛東村、 吉岡町	月～金9:00～16:00 但し、土・日・祝日・年末年始を除く
藤岡市消費生活センター	375-8601	藤岡市中栗須327 市役所本庁舎1階	0274-20-1133	0274-20-1133	藤岡市、神流町、 上野村	月～金9:00～16:00 但し、土・日・祝日・年末年始を除く
富岡市消費生活センター	370-2316	富岡市富岡1439-1 あい愛プラザ2階	0274-63-6066	0274-70-2201	富岡市、下仁田町、 南牧村	月～金8:30～17:00 但し、土・日・祝日・年末年始を除く
安中市消費生活センター	379-0192	安中市安中1-23-13 市役所敷地内	027-382-2228	027-345-3026	安中市	月～金9:00～12:00 13:00～16:30 但し、土・日・祝日・年末年始を除く
みどり市消費生活センター	376-0192	みどり市大間々町大間々1511 市役所大間々庁舎1階	0277-76-0987	0277-76-9049	みどり市	月～金9:00～16:00 但し、土・日・祝日・年末年始を除く
甘楽町消費生活センター	370-2292	甘楽郡甘楽町小幡161-1 役場西庁舎1階	0274-74-3306	0274-74-3306	甘楽町	月～金9:00～12:00 13:00～17:00 但し、土・日・祝日・年末年始を除く
玉村町消費生活センター	370-1132	佐波郡玉村町下新田227-10 玉村町勤労者センター1階	0270-20-4020	0270-20-4021	玉村町	月～金9:00～12:00 13:00～17:00 但し、土・日・祝日・年末年始を除く
板倉町消費生活センター	374-0192	邑楽郡板倉町大字板倉2682-1 役場2階	0276-82-7830	0276-82-2758	板倉町	月～金9:00～17:00 但し、土・日・祝日・年末年始を除く
明和町消費生活センター	370-0795	邑楽郡明和町新里250-1 役場1階	0276-84-3299	0276-84-3299	明和町	月～金9:00～17:00 但し、土・日・祝日・年末年始を除く
大泉町消費生活センター	370-0595	邑楽郡大泉町日の出55-1 役場1階	0276-63-3511	0276-63-3921	大泉町、千代田町	月～金9:00～16:00 但し、土・日・祝日・年末年始を除く
邑楽町消費生活センター	370-0692	邑楽郡邑楽町中野2570-1 役場1階	0276-47-5047	0276-88-3247	邑楽町	月～金9:00～12:00 13:00～16:30 但し、土・日・祝日・年末年始を除く
吾妻郡消費生活センター	377-0425	吾妻郡中之条町西中之条135 バイテック文化ホール2階	0279-75-1166	0279-76-3060	中之条町、東吾妻町、 長野原町、嬭恋村、 草津町、高山村	月～金8:30～12:00 13:00～16:00 但し、土・日・祝日・年末年始を除く
群馬県消費生活センター	371-8570	前橋市大手町1-1-1 昭和庁舎1階	027-223-3001	027-223-8100	群馬県全域	月～金9:00～16:30 (来所相談は予約制) 土曜9:00～12:00 13:00～16:30 (土曜は電話相談のみ) 但し、日・祝日・年末年始を除く

群馬県消費生活センター利用案内

- ◆ 利用時間 9:00～16:30
(相談受付時間) 月～金曜日 9:00～16:30 (電話相談・来所相談(予約制))
土曜日 9:00～12:00 (土曜日は電話相談のみ)
13:00～16:30
- 但し、日・祝日・年末年始を除く

- ◆ 所在地 〒371-8570
前橋市大手町1-1-1 (昭和庁舎1階北側)

- ◆ 電話番号 TEL 027-226-2281 (事務室)
027-223-3001 (相談専用)
FAX 027-223-8100
E-MAIL shouhisoudan@pref.gunma.lg.jp



消費者ホットライン
イヤヤ 泣き寝入り!
188 (専用電話番号)

令和4年10月発行

令和4年度消費者行政の概要
(令和4年度消費者施策と令和3年度実績)

発行 群馬県生活こども部消費生活課
群馬県前橋市大手町1-1-1
TEL 027-226-2281 (ダイヤルイン)
FAX 027-223-8100
e-mail shouhika@pref.gunma.lg.jp