

第4章 群馬県内の消費生活センターにおける 令和元年度 消費生活相談の状況

1 相談全体の概要

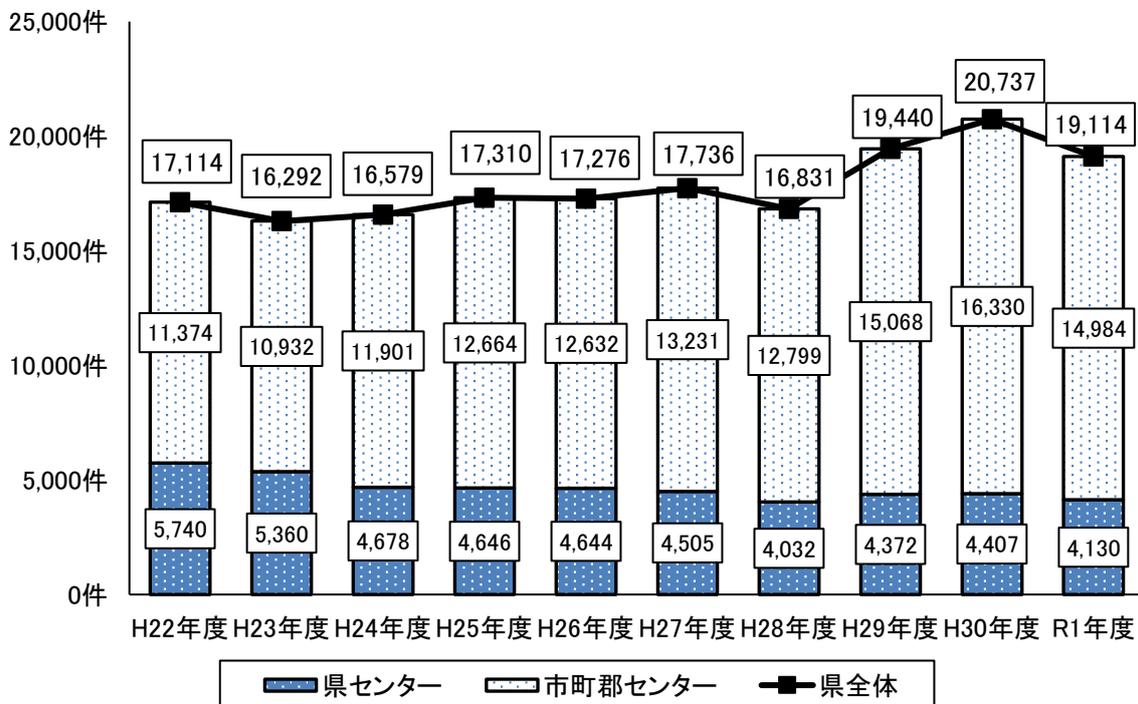
(1) 年度別の相談件数

令和元年度に県消費生活センターに寄せられた相談件数は4,130件で、前年度(4,407件)と比べ277件(6.3%)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14,984件で、前年度(16,330件)と比べ1,346件(8.3%)減少しました。

県全体では19,114件となり、前年度(20,737件)と比べ1,623件(7.8%)減少しました【表1、図1】。

【表1】 年度別相談件数

	H22年度	H23年度	H24年度	H25年度	H26年度	H27年度	H28年度	H29年度	H30年度	R1年度
県	5,740	5,360	4,678	4,646	4,644	4,505	4,032	4,372	4,407	4,130
市町郡	11,374	10,932	11,901	12,664	12,632	13,231	12,799	15,068	16,330	14,984
全体	17,114	16,292	16,579	17,310	17,276	17,736	16,831	19,440	20,737	19,114



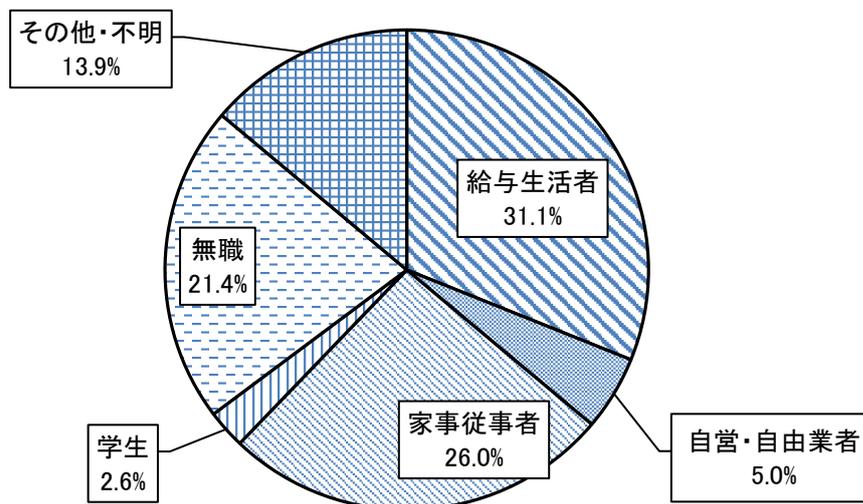
【図1】 相談件数の年度別推移

(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」(5,946件)で、全体の31.1%を占めていますが、前年度(6,021件)と比べて75件(1.2%)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

職業等	R1年度	H30年度	対前年度比
給与生活者 (構成割合)	5,946 31.1%	6,021 29.0%	98.8%
自営・自由業者 (構成割合)	961 5.0%	1,101 5.3%	87.3%
家事従事者 (構成割合)	4,970 26.0%	6,482 31.3%	76.7%
学生 (構成割合)	497 2.6%	380 1.8%	130.8%
無職 (構成割合)	4,091 21.4%	4,236 20.4%	96.6%
その他・不明 (構成割合)	2,649 13.9%	2,517 12.2%	105.2%
合計	19,114	20,737	92.2%



総相談件数 19,114件

【図2】契約当事者の職業別割合

(3)年代別の相談件数

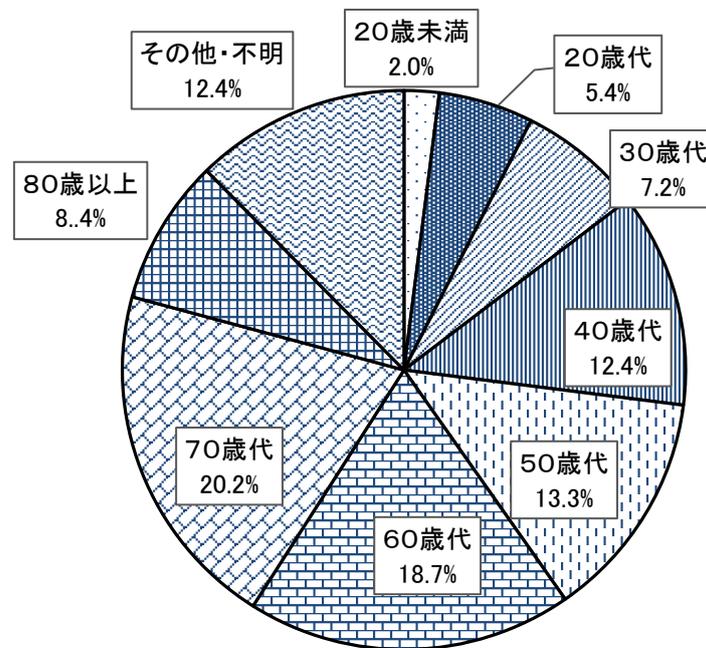
契約当事者を年代別に見ると、最も多いのは70歳代(3,864件)で、全体の20.2%を占めていますが、前年度(4,148件)と比べると284件(6.8%)減少しました【表3、図3】。

60歳以上の相談件数は9,048件で、前年度(10,380件)と比べ、1,332件(12.8%)減少していますが、全体に占める割合は47.3%と多い状況が続いています。

一方で、30歳未満の相談件数は1,424件で、全体に占める割合は7.5%と少ないですが、前年度(1,263件)と比べると161件(12.7%)増えていることが分かります。

【表3】契約当事者の年代別相談件数

年代	R1年度		H30年度		対前年度比
	件数	構成割合	件数	構成割合	
20歳未満	384	2.0%	301	1.5%	127.6%
20歳代	1,040	5.4%	962	4.6%	108.1%
30歳代	1,366	7.2%	1,348	6.5%	101.3%
40歳代	2,372	12.4%	2,297	11.1%	103.3%
50歳代	2,541	13.3%	3,221	15.5%	78.9%
60歳代	3,575	18.7%	4,559	22.0%	78.4%
70歳代	3,864	20.2%	4,148	20.0%	93.2%
80歳以上	1,609	8.4%	1,673	8.1%	96.2%
その他・不明	2,363	12.4%	2,228	10.7%	106.1%
合計	19,114	100.0%	20,737	100.0%	92.2%



総相談件数 19,114件

【図3】契約当事者の年代別割合

(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4,800件と最も多く、前年度(5,080件)に比べ280件(5.5%)減少したが、全体の25.0%を占めています【表4、図4】。

【表4】販売購入形態別相談件数

販売・購入形態		R1年度		H30年度		対前年度比
		件数	構成割合	件数	構成割合	
店舗購入		3,196	16.7%	3,095	14.9%	103.3%
特殊販売	通信販売	4,800	25.1%	5,080	24.5%	94.5%
	訪問販売	1,615	8.4%	1,561	7.5%	103.5%
	電話勧誘販売	1,746	9.1%	1,624	7.8%	107.5%
	マルチ・マルチまがい	131	0.7%	134	0.6%	97.8%
	訪問購入	69	0.4%	135	0.7%	51.1%
	その他無店舗	79	0.4%	95	0.5%	83.2%
	ネガティブ・オプション	29	0.2%	39	0.2%	74.4%
不明・無関係		7,449	39.0%	8,974	43.3%	83.0%
合計		19,114	100.0%	20,737	100.0%	92.2%

※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。

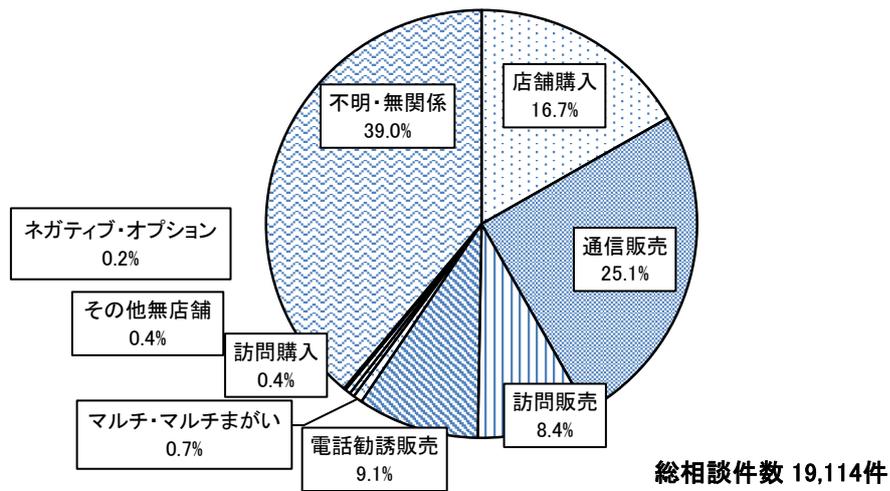
なお、訪問購入は、平成25年2月21日施行の改正特定商取引法の規定により、不当な勧誘行為禁止や書面交付義務といった規制がかかるとともに、売主（消費者）からのクーリング・オフが可能となっている。

※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

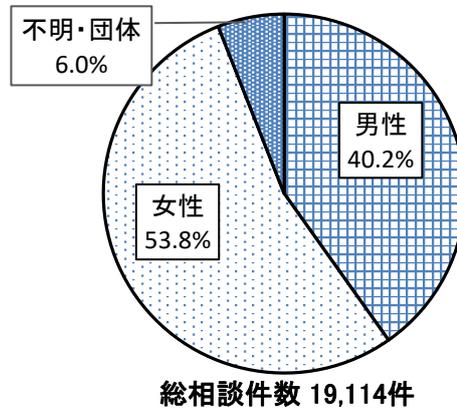
(5)男女別の相談件数

契約当事者を性別で見ると、男性は 7,686 件（相談全体の 40.2%）、女性は 10,291 件（同 53.8%）、不明及び団体等は 1,137 件（同 6.0%）でした。

女性からの相談件数は、前年度（12,695 件）と比べ 2,404 件（18.9%）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

性別	R1 年度		H30 年度		対前年度比
	件数	構成割合	件数	構成割合	
男性	7,686	40.2%	7,085	34.2%	108.5%
女性	10,291	53.8%	12,695	61.2%	81.1%
不明・団体	1,137	6.0%	957	4.6%	118.8%
合計	19,114	100.0%	20,737	100.0%	92.2%



【図 5】 契約当事者の男女別割合

(6)相談処理状況

相談処理状況を見ると、「助言（自主交渉）」が 12,433 件で、相談全体の 65.0%を占め、次いで多かったのが、「情報提供」（4,013 件、同 21.0%）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。令和元年度にあっせんを行った相談は 1,381 件であり、そのうち 1,295 件（93.8%）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

順位	処理内容	R1 年度		H30 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)	12,433	65.0%	14,360	69.2%	105.5%
2	情報提供	4,013	21.0%	3,927	18.9%	119.0%
3	あっせん解決	1,295	6.8%	1,145	5.5%	91.7%
4	他機関紹介	590	3.1%	549	2.6%	100%
5	処理不要	436	2.3%	472	2.3%	109.3%
6	処理不能	220	1.2%	198	1.0%	87.2%
7	あっせん不調	86	0.4%	58	0.3%	101.8%
	処理継続中	41	0.2%	28	0.1%	140.0%
	合計	19,114	100.0%	20,737	100.0%	106.7%

* 処理継続中：H30 年度分は R1.6.30 現在、R1 年度分は R2.6.30 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

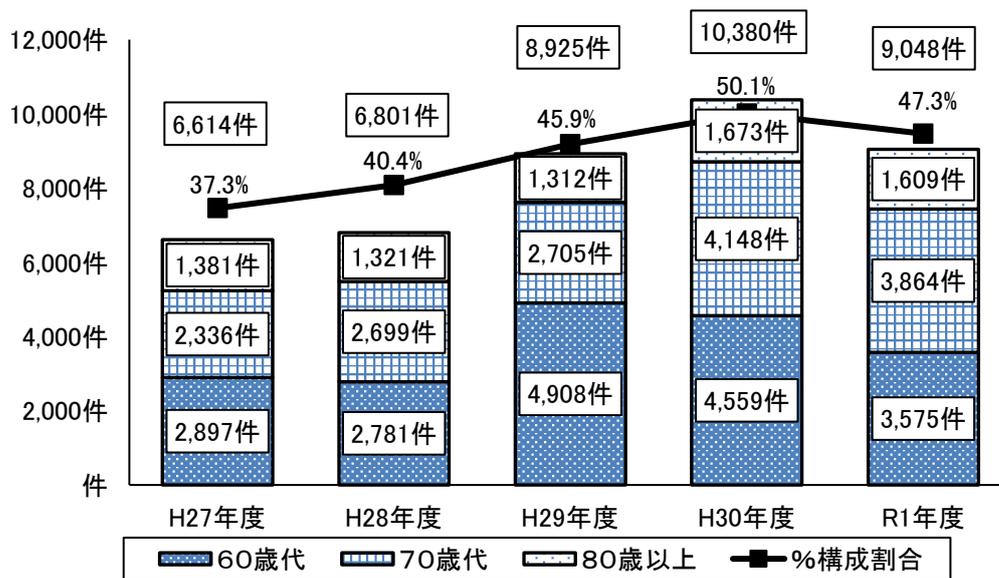
※あっせん不調：あっせんを行ったが、解決をみなかったもの

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9,048件で、前年度（10,380件）と比べ1,332件（12.8%）減少しました。全年齢層に占める割合は47.3%であり、依然として高い割合を占めています【図6】。商品・役務としては架空請求ハガキなどの「商品一般」に関する相談が最も多く3,092件で、前年度（4,499件）に比べ1,407件（31.3%）減少しましたが、全体の67.5%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1,542件と最も多く、内訳としては、「放送・コンテンツ等」「商品一般」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

順位	商品・役務	高齢者件数	高齢者率	全体件数	商品・役務の主な内容
1	商品一般	3,092	67.5%	4,578	対象商品が不明な請求など
2	インターネット通信サービス	711	59.9%	1,186	光回線等のインターネット接続回線など
3	放送・コンテンツ等	520	34.0%	1,528	有料サイト、アダルトサイトなど
4	戸建住宅	333	53.5%	623	塗装・屋根工事、修理サービスなど
5	他の保健・福祉	319	73.7%	433	還付金、募金など
6	役務その他	260	39.2%	664	廃品回収サービス、サポートサービスなど
7	相談その他	255	42.1%	606	債権回収、不審電話など
8	健康食品	239	31.6%	757	健康食品、サプリメントなど
9	融資サービス	188	28.7%	655	ローン、消費者金融など
10	化粧品	143	28.4%	504	化粧品、育毛剤など

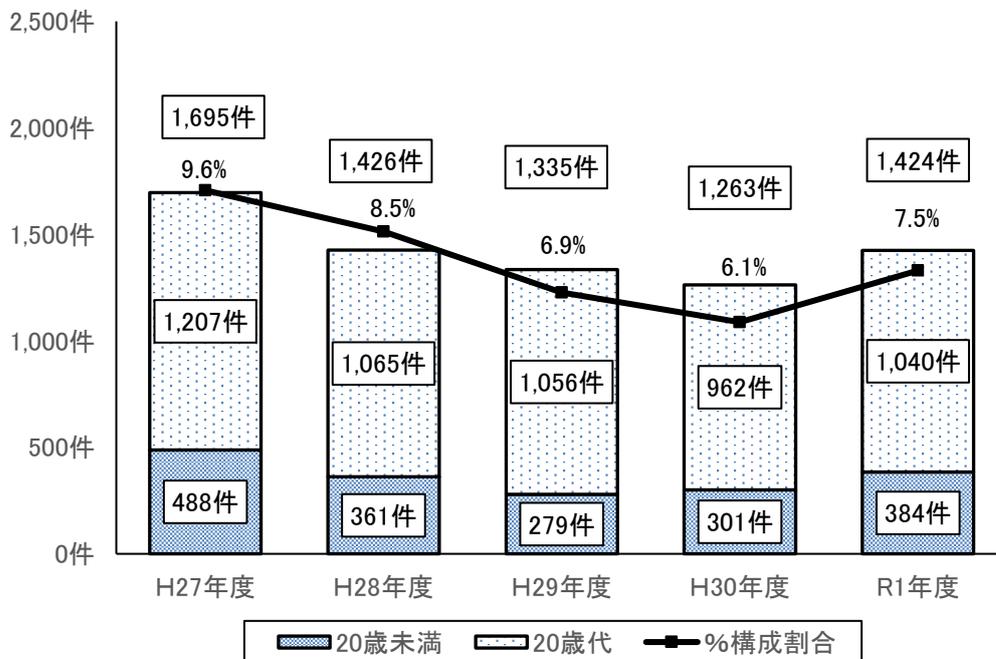
【表 8】高齢者（60 歳以上）の相談が多い販売・購入形態

及びその主な商品・役務 上位 5

相談が多い販売・購入形態			主な商品・役務	
①	通信販売	1,542	放送・コンテンツ等	368
			商品一般	367
			健康食品	144
			化粧品	119
			役務その他	35
②	店舗購入	1,121	融資サービス	103
			自動車	89
			移動通信サービス	76
			医療	53
			戸建住宅	51
③	電話勧誘販売	1,048	インターネット通信サービス	530
			商品一般	99
			役務その他	67
			電報・固定電話	59
			健康食品	54
④	訪問販売	911	戸建住宅	221
			役務その他	68
			書籍・印刷物	55
			放送・コンテンツ等	53
			住宅構成材	52
⑤	訪問購入	49	アクセサリー	13
			商品一般	8
			和服	5
			音響・映像製品	3
			紳士・婦人洋服 他の教育娯楽品 土地 他の商品	2

(2)若者の相談

契約当事者が若者（30歳未満）の相談件数は1,424件で、前年度（1,263件）と比べ161件（12.7%）の増加、全年齢層に占める割合は7.5%でした【図7】。商品・役務としては、有料サイトなどの「放送・コンテンツ等」に関する相談が最も多く251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

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	放送・コンテンツ等	251	16.4%	1,528	有料サイト、アダルトサイトなど
2	化粧品	135	26.8%	504	化粧品、脱毛剤など
3	健康食品	117	15.5%	757	健康食品・サプリメントなど
4	商品一般	82	1.8%	4,578	対象商品が不明な請求など
5	融資サービス	66	10.1%	655	消費者金融、カードローンなど
6	集合住宅	58	14.1%	411	賃貸アパート、投資マンションなど
7	自動車	50	11.1%	451	中古車、バイク、自動車部品など
8	役務その他	43	6.5%	664	結婚相手紹介サービスなど
	移动通信サービス	43	11.6%	372	携帯電話、Wi-Fiルーターなど
10	相談その他	39	6.4%	606	債権回収、労働契約など

(3)年代別の相談

契約当事者を年代別に見ると、40歳未満の全ての年代で、アダルト情報サイトや有料動画などの「放送・コンテンツ等」が最も多くの割合を占め、40歳以上では、架空請求ハガキなどの「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

年代	件数	構成比	1位	2位	3位	4位	5位
20歳未満	384	2.0%	放送・コンテンツ等 105	化粧品 81	健康食品 53	商品一般 13	相談その他 11
20歳代	1,040	5.4%	放送・コンテンツ等 146	商品一般 69	融資サービス 65	健康食品 64	集合住宅 56
30歳代	1,366	7.2%	放送・コンテンツ等 143	商品一般 100	集合住宅 86	自動車 84	融資サービス 83
40歳代	2,372	12.4%	商品一般 307	放送・コンテンツ等 266	健康食品 144	融資サービス 135	インターネット通信サービス 101
50歳代	2,541	13.3%	商品一般 585	放送・コンテンツ等 254	インターネット通信サービス 153	健康食品 143	融資サービス 118
60歳代	3,575	18.7%	商品一般 1,345	放送・コンテンツ等 277	インターネット通信サービス 250	戸建住宅 104	融資サービス 102
70歳代	3,864	20.2%	商品一般 1,398	インターネット通信サービス 324	放送・コンテンツ等 203	他の保健・福祉 174	戸建住宅 147
80歳以上	1,609	8.4%	商品一般 349	インターネット通信サービス 137	健康食品 87	戸建住宅 82	役務その他 66
不明・無回答	2,363	12.4%	商品一般 412	役務その他 161	インターネット通信サービス 151	相談その他 113	放送・コンテンツ等 94