

第4章 群馬県内の消費生活センターにおける 平成29年度 消費生活相談の状況

1 相談全体の概要

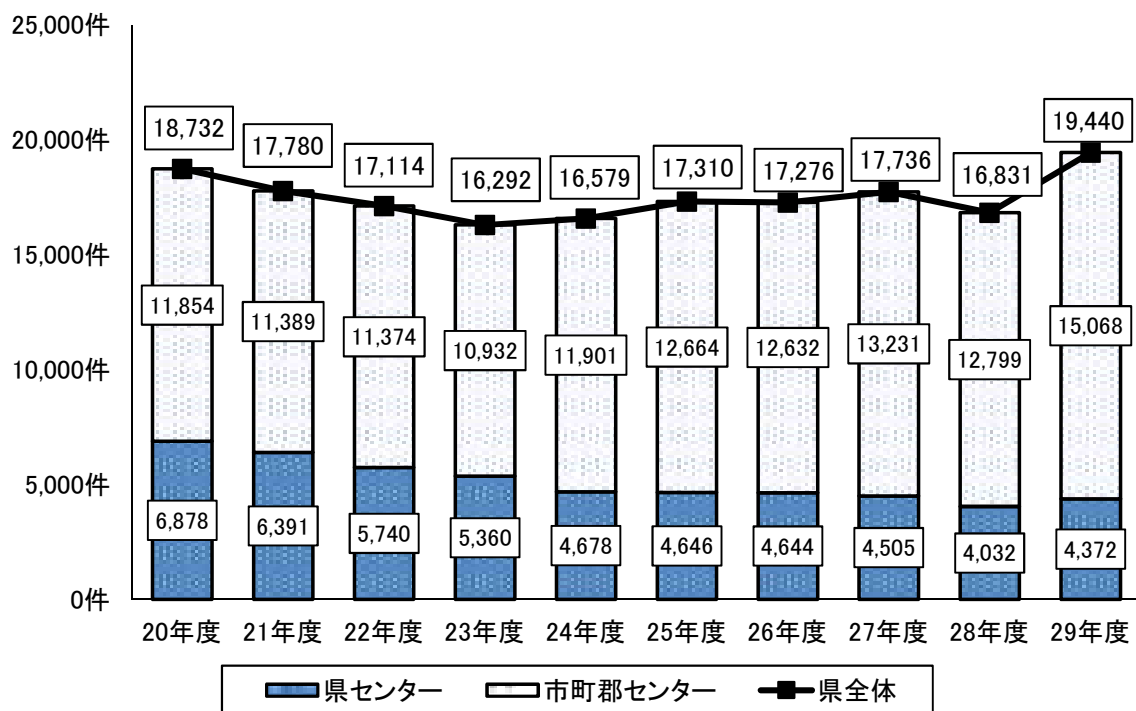
(1) 年度別の相談件数

平成29年度に県消費生活センターに寄せられた相談件数は4,372件で、前年度(4,032件)と比べ340件(8.4%)増加しました。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15,068件で、前年度(12,799件)と比べ2,269件(17.7%)増加しました。

県全体では19,440件となり、前年度(16,831件)と比べ2,609件(15.5%)増加しました【表1、図1】。

【表1】 年度別相談件数

	20年度	21年度	22年度	23年度	24年度	25年度	26年度	27年度	28年度	29年度
県	6,878	6,391	5,740	5,360	4,678	4,646	4,644	4,505	4,032	4,372
市町郡	11,854	11,389	11,374	10,932	11,901	12,664	12,632	13,231	12,799	15,068
全体	18,732	17,780	17,114	16,292	16,579	17,310	17,276	17,736	16,831	19,440



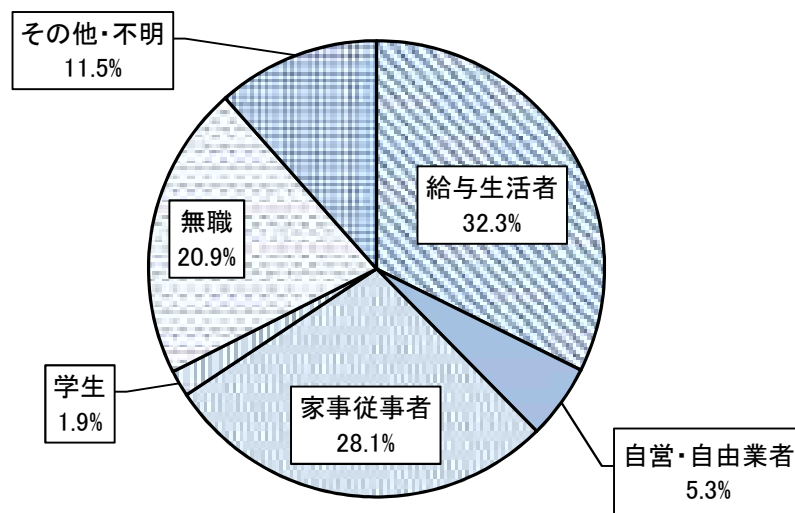
【図1】 相談件数の年度別推移

(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」(6,283件)で、前年度(6,025件)と比べて258件(4.3%)増加し、全体の32.3%を占めました【表2、図2】。

【表2】契約当事者の職業別相談件数

職業等	H29年度	H28年度	対前年度比
給与生活者 (構成割合)	6,283 32.3%	6,025 35.8%	104.3%
自営・自由業者 (構成割合)	1,030 5.3%	886 5.3%	116.3%
家事従事者 (構成割合)	5,456 28.1%	3,305 19.6%	165.1%
学生 (構成割合)	365 1.9%	441 2.6%	82.8%
無職 (構成割合)	4,063 20.9%	4,132 24.6%	98.3%
その他・不明 (構成割合)	2,243 11.5%	2,042 12.1%	109.8%
合計	19,440	16,831	115.5%



総相談件数 19,440件

【図2】契約当事者の職業別割合

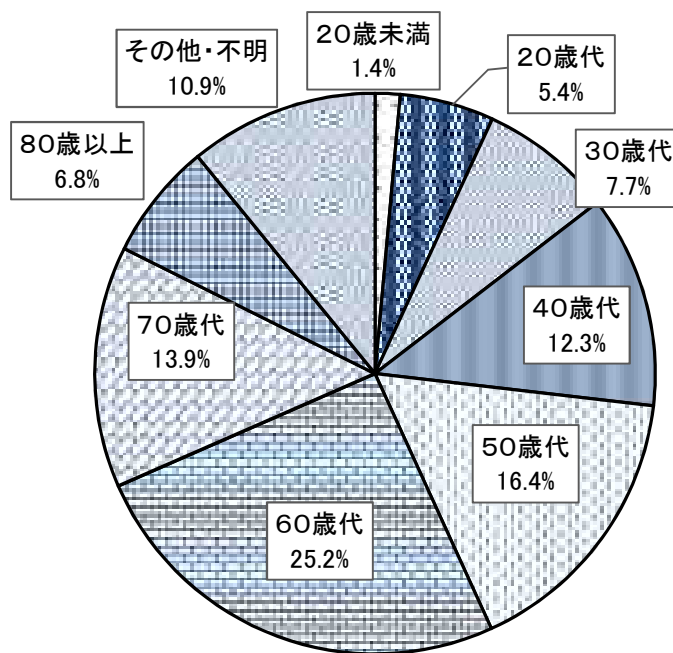
(3)年代別の相談件数

契約当事者を年代別に見ると、最も多いのは60歳代（4,908件）で、全体の25.2%を占めており、前年度（2,781件）と比べて2,127件（76.5%）増加しています【表3、図3】。

60歳以上の相談件数は8,925件で、全体に占める割合は45.9%と多く、前年度（6,801件）と比べ、2,124件（31.2%）増加しています。一方で、30歳未満の相談件数は1,335件で、全体に占める割合は6.9%であり、少ないことが分かります。

【表3】契約当事者の年代別相談件数

年代	H29年度		H28年度		対前年度比
	件数	構成割合	件数	構成割合	
20歳未満	279	1.4%	361	2.1%	77.3%
20歳代	1,056	5.4%	1,065	6.3%	99.2%
30歳代	1,496	7.7%	1,812	10.8%	82.6%
40歳代	2,386	12.3%	2,439	14.5%	97.8%
50歳代	3,179	16.4%	2,314	13.8%	137.4%
60歳代	4,908	25.2%	2,781	16.5%	176.5%
70歳代	2,705	13.9%	2,699	16.0%	100.2%
80歳以上	1,312	6.8%	1,321	7.9%	99.3%
その他・不明	2,119	10.9%	2,039	12.1%	103.9%
合計	19,440	100.0%	16,831	100.0%	115.5%



総相談件数 19,440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 4,904 件と最も多く、前年度（5,344 件）に比べ 440 件（8.2%）の減少となったものの、全体の 25.2%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		H29 年度		H28 年度		対前年度比
		件数	構成割合	件数	構成割合	
店舗購入		3,323	17.1%	3,567	21.2%	93.2%
特殊販売	通信販売	4,904	25.2%	5,344	31.8%	91.8%
	訪問販売	1,685	8.7%	1,887	11.2%	89.3%
	電話勧誘販売	1,365	7.0%	1,635	9.7%	83.5%
	マルチ・マルチまがい	161	0.8%	143	0.8%	112.6%
	訪問購入	154	0.8%	149	0.9%	103.4%
	その他無店舗	101	0.5%	88	0.5%	114.8%
	ネガティブ・オプション	48	0.3%	61	0.4%	78.7%
不明・無関係		7,699	39.6%	3,957	23.5%	194.6%
合計		19,440	100.0%	16,831	100.0%	115.5%

※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。

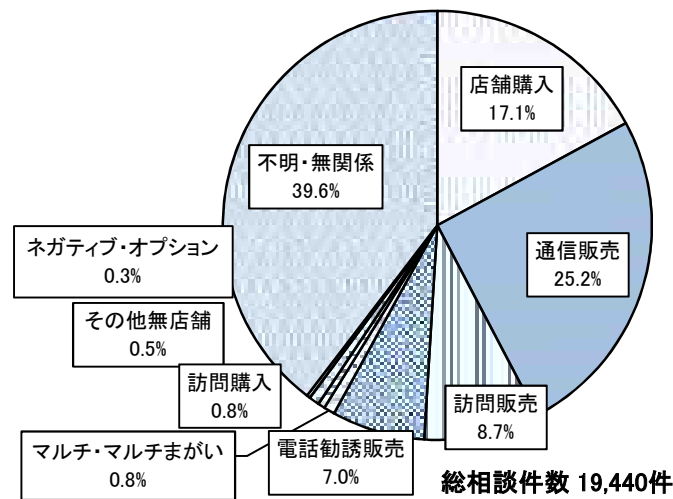
なお、訪問購入は、平成 25 年 2 月 21 日施行の改正特定商取引法の規定により、不当な勧誘行為禁止や書面交付義務といった規制がかかるとともに、売主（消費者）からのクーリング・オフが可能となっている。

※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

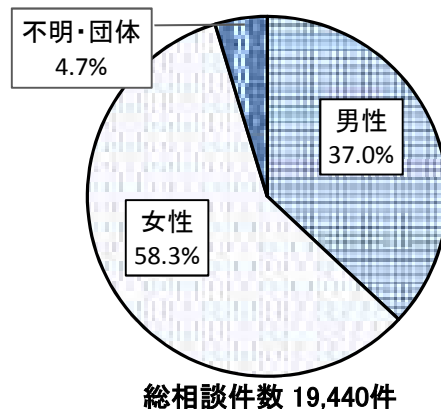
(5)男女別の相談件数

契約当事者を性別で見ると、男性は 7,191 件（相談全体の 37.0%）、女性は 11,338 件（同 58.3%）、不明及び団体等は 911 件（同 4.7%）でした。

女性の相談件数の全体に占める割合は、前年度（8,013 件）と比べ、3,325 件（41.5%）増加しており、女性からの相談件数の増加が、全体の相談件数の増加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	H29 年度		H28 年度		対前年度比
	件数	構成割合	件数	構成割合	
男性	7,191	37.0%	7,977	47.4%	90.1%
女性	11,338	58.3%	8,013	47.6%	141.5%
不明・団体	911	4.7%	841	5.0%	108.3%
合計	19,440	100.0%	16,831	100.0%	115.5%



【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13,607件で、相談全体の70.0%を占め、次いで多かったのが、「情報提供」（3,299件、同17.0%）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。平成29年度にあっせんを行った相談は1,306件であり、そのうち1,249件（95.6%）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	H29年度		H28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)	13,607	70.0%	10,266	61.0%	132.5%
2	情報提供	3,299	17.0%	3,539	21.0%	93.2%
3	あっせん解決	1,249	6.4%	1,064	6.3%	117.4%
4	他機関紹介	549	2.8%	812	4.8%	67.6%
5	処理不要	432	2.2%	841	5.0%	51.4%
6	処理不能	227	1.2%	192	1.2%	118.2%
7	あっせん不調	57	0.3%	54	0.3%	105.6%
	処理継続中	20	0.1%	63	0.4%	-
	合計	19,440	100.0%	16,831	100.0%	115.5%

*処理継続中：H28年度分はH29.6.30現在、H29年度分はH30.6.30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

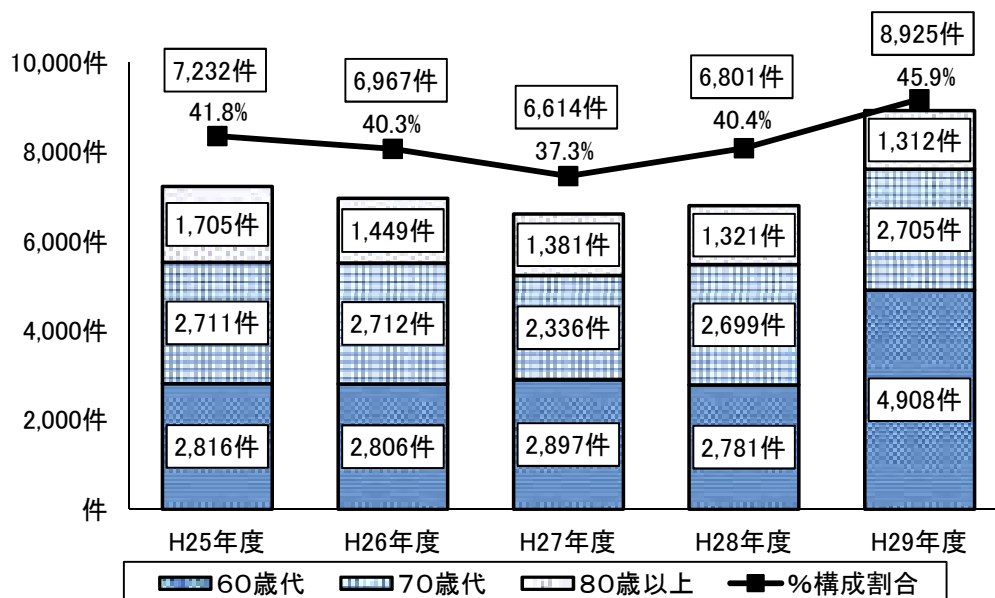
※あっせん不調：あっせんを行ったが、解決をみなかったもの

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8,925件で、前年度（6,801件）と比べ2,124件（31.2%）増加しました。全年齢層に占める割合は45.9%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3,462件で、前年度（399件）に比べ3,063件（767.7%）急増しており、全体の66.1%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1,658件と最も多く、内訳としては、「放送・コンテンツ等」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

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	3,462	66.1%	5,237	対象商品が不明な請求など
2	放送・コンテンツ等	986	36.9%	2,674	アダルトサイト、有料動画など
3	インターネット通信サービス	477	50.2%	951	光回線等のインターネット接続回線など
4	相談その他	238	39.4%	604	債権回収、不審な電話など
5	工事・建築・加工	215	48.4%	444	塗装・屋根工事、住宅リフォームなど
6	健康食品	192	40.2%	478	健康食品・サプリメントなど
7	修理・補修	189	55.6%	340	雨樋の修理、布団のリフォームなど
8	役務その他	187	34.4%	544	廃品回収サービスなど
9	融資サービス	177	25.7%	688	住宅ローン、消費者金融など
10	書籍・印刷物	136	55.3%	246	新聞、機関誌など

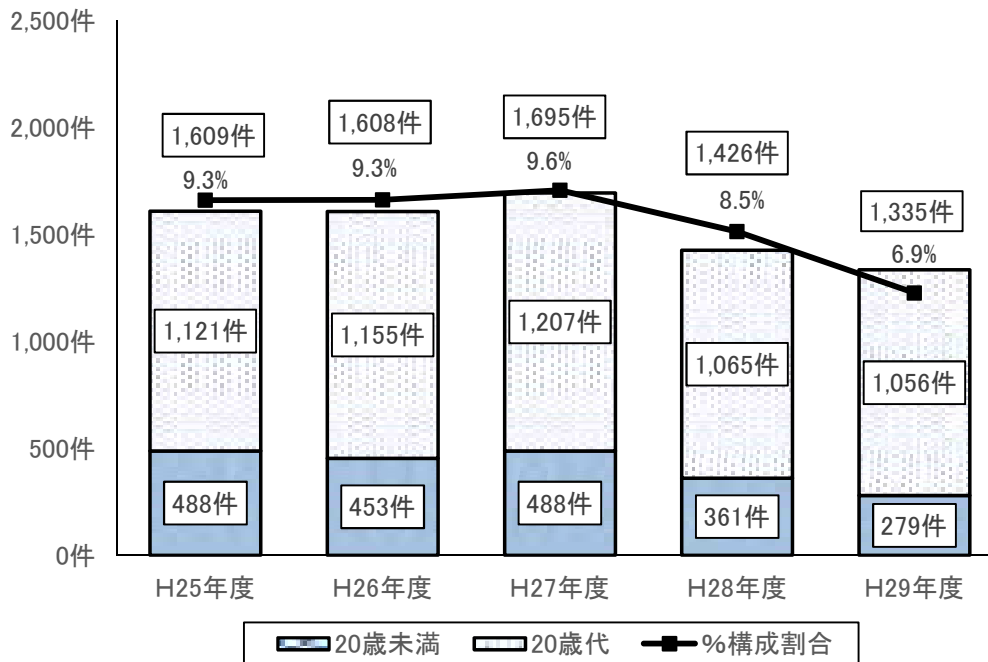
【表 8】高齢者（60 歳以上）の相談が多い販売・購入形態

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	1,658	放送・コンテンツ等	843
			商品一般	322
			健康食品	64
			インターネット通信サービス	40
			化粧品	32
②	店舗購入	1,017	融資サービス	106
			自動車	75
			移动通信サービス	61
			レンタル・リース・貸借	48
			工事・建築・加工	45
③	訪問販売	926	工事・建築・加工	124
			修理・補修	116
			書籍・印刷物	91
			役務その他	66
			衛生サービス	56
④	電話勧誘販売	803	インターネット通信サービス	335
			商品一般	78
			健康食品	61
			電報・固定電話	41
			電気	33
⑤	訪問購入	100	アクセサリ	28
			商品一般	13
			履物	9
			被服品一般	9
			和服	9

(2)若者の相談

契約当事者が若者（30歳未満）の相談件数は1,335件で、前年度（1,426件）と比べ91件（6.4%）の減少、全年齢層に占める割合は6.9%でした【図7】。「理美容」に関する相談については、全体の5割以上を若者が占めました【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

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	270	10.1%	2,674	アダルトサイト、有料動画など
2	融資サービス	69	10.0%	688	カードローン、消費者金融など
3	レンタル・リース・貸借	68	13.1%	519	賃貸アパートなど
	理美容	68	53.1%	128	エステサービスなど
5	健康食品	66	13.8%	478	健康食品・サプリメントなど
6	自動車	59	16.3%	361	中古車、バイク、自動車部品など
7	商品一般	57	1.1%	5,237	対象商品が不明な請求など
8	移动通信サービス	48	14.5%	332	スマートフォン等の携帯電話サービスなど
9	役務その他	44	8.1%	544	ワンクリック詐欺等の調査業務など
10	化粧品	42	19.0%	221	除毛スプレーなど
	相談その他	42	7.0%	604	債権回収、不審な電話など

(3)年代別の相談

契約当事者を年代別に見ると、50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、50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	279	1.4%	放送・コンテンツ等 92	健康食品 21	化粧品 19	役務その他 11	商品一般 10
20歳代	1,056	5.4%	放送・コンテンツ等 178	融資サービス 66	レンタル・リース・貸借 65	理美容 64	自動車 54
30歳代	1,496	7.7%	放送・コンテンツ等 244	融資サービス 105	レンタル・リース・貸借 87	商品一般 70	健康食品 64
40歳代	2,386	12.3%	放送・コンテンツ等 528	融資サービス 137	商品一般 125	インターネット通信サービス 116	相談その他 93
50歳代	3,179	16.4%	商品一般 1,172	放送・コンテンツ等 510	インターネット通信サービス 143	融資サービス 122	役務その他 71
60歳代	4,908	25.2%	商品一般 2,531	放送・コンテンツ等 609	インターネット通信サービス 225	工事・建築・加工 91	融資サービス 90
70歳代	2,705	13.9%	商品一般 795	放送・コンテンツ等 308	インターネット通信サービス 173	相談その他 99	修理・補修 75
80歳以上	1,312	6.8%	商品一般 136	健康食品 86	インターネット通信サービス 79	放送・コンテンツ等 69	書籍・印刷物 62
不明・無回答	2,119	10.9%	商品一般 351	レンタル・リース・貸借 140	放送・コンテンツ等 136	インターネット通信サービス 129	相談その他 122