

## 第4章 群馬県内の消費生活センターにおける 令和2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

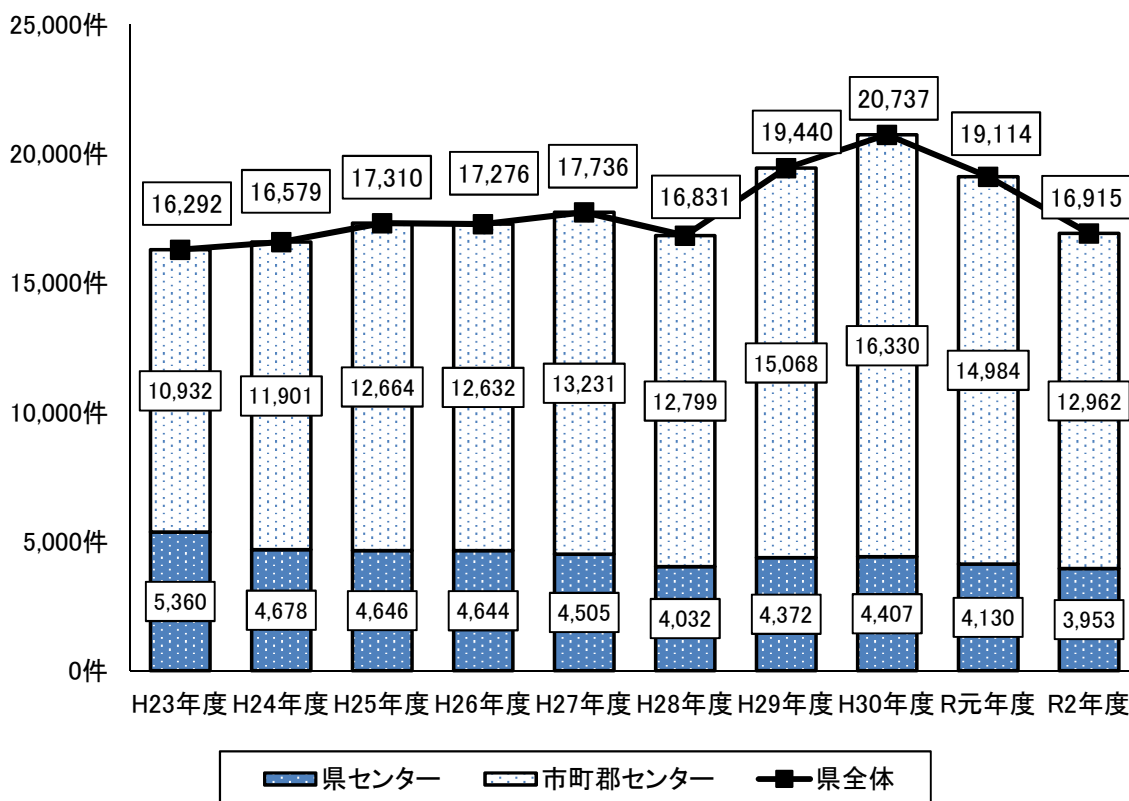
令和2年度に県消費生活センターに寄せられた相談件数は3,953件で、前年度(4,130件)と比べ177件(4.3%)減少しました。また、県内の市町郡消費生活センターに寄せられた相談件数は12,962件で、前年度(14,984件)と比べ2,022件(13.5%)減少しました。

県全体では16,915件となり、前年度(19,114件)と比べ2,199件(11.5%)減少しました。【表1、図1】

【表1】 年度別相談件数

(単位：件)

	H23年度	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
県	5,360	4,678	4,646	4,644	4,505	4,032	4,372	4,407	4,130	3,953
市町郡	10,932	11,901	12,664	12,632	13,231	12,799	15,068	16,330	14,984	12,962
全体	16,292	16,579	17,310	17,276	17,736	16,831	19,440	20,737	19,114	16,915



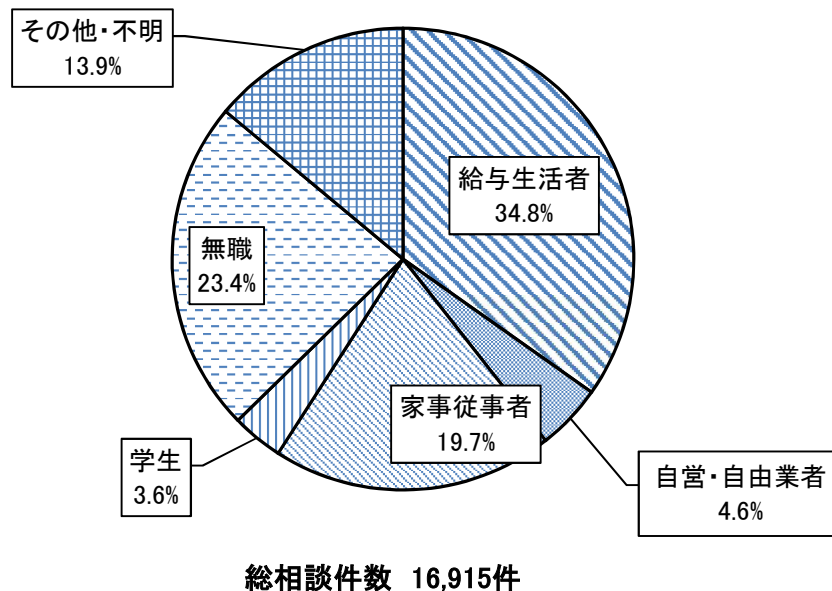
【図1】 相談件数の年度別推移

(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」(5,885件)で、全体の34.8%を占めていますが、前年度(5,946件)と比べて61件(1.0%)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	R2年度	R元年度	対前年度比
給与生活者	5,885	5,946	99.0%
(構成割合)	34.8%	31.1%	
自営・自由業者	780	961	81.2%
(構成割合)	4.6%	5.0%	
家事従事者	3,332	4,970	67.0%
(構成割合)	19.7%	26.0%	
学生	607	497	122.1%
(構成割合)	3.6%	2.6%	
無職	3,952	4,091	96.6%
(構成割合)	23.4%	21.4%	
その他・不明	2,359	2,649	89.1%
(構成割合)	13.9%	13.9%	
合計	16,915	19,114	88.5%



【図2】契約当事者の職業別

(3)年代別の相談件数

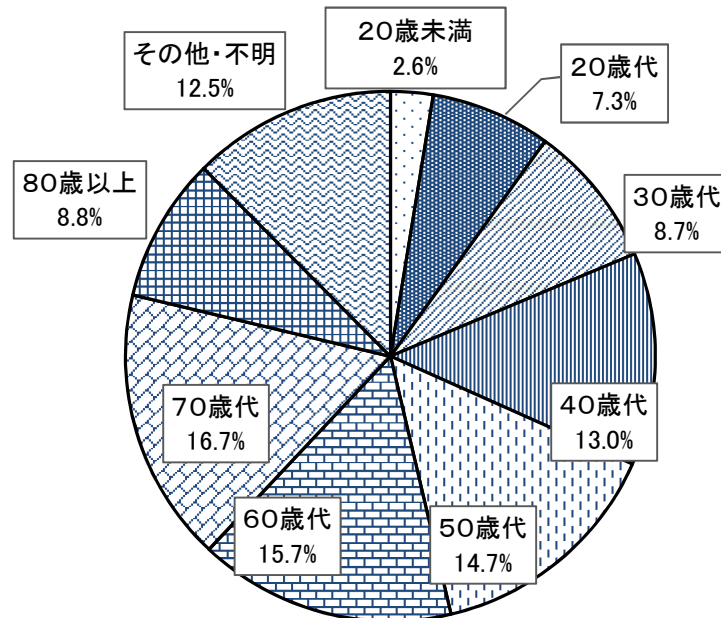
契約当事者を年代別に見ると、最も多いのは70歳代(2,828件)で全体の16.7%を占めていますが、前年度(3,864件)と比べると1,036件(26.8%)減少しました。【表3、図3】

60歳以上の相談件数は6,973件で、前年度(9,048件)と比べ、2,075件(22.9%)減少していますが、全体に占める割合は41.2%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1,679件で、全体に占める割合は9.9%と少ないですが、前年度(1,424件)と比べると255件(17.9%)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 (単位：件)

年代	R2年度		R元年度		対前年度比
	件数	構成割合	件数	構成割合	
20歳未満	438	2.6%	384	2.0%	114.1%
20歳代	1,241	7.3%	1,040	5.4%	119.3%
30歳代	1,480	8.7%	1,366	7.2%	108.3%
40歳代	2,198	13.0%	2,372	12.4%	92.7%
50歳代	2,479	14.7%	2,541	13.3%	97.6%
60歳代	2,652	15.7%	3,575	18.7%	74.2%
70歳代	2,828	16.7%	3,864	20.2%	73.2%
80歳以上	1,493	8.8%	1,609	8.4%	92.8%
その他・不明	2,106	12.5%	2,363	12.4%	89.1%
合計	16,915	100.0%	19,114	100.0%	88.5%



総相談件数 16,915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5,337件と最も多く、前年度(4,800件)に比べ537件(11.2%)増加し、全体の31.5%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		R2年度		R元年度		対前年度比
		件数	構成割合	件数	構成割合	
店舗購入		3,009	17.8%	3,196	16.7%	94.1%
特殊販売	通信販売	5,337	31.5%	4,800	25.1%	111.2%
	訪問販売	1,787	10.6%	1,615	8.4%	110.7%
	電話勧誘販売	1,139	6.7%	1,746	9.1%	65.2%
	マルチ・マルチまがい	157	0.9%	131	0.7%	119.8%
	訪問購入	156	0.9%	69	0.4%	226.1%
	ネガティブ・オプション	114	0.7%	29	0.2%	393.1%
	その他無店舗	63	0.4%	79	0.4%	79.7%
不明・無関係		5,153	30.5%	7,449	39.0%	69.2%
合計		16,915	100.0%	19,114	100.0%	88.5%

※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。

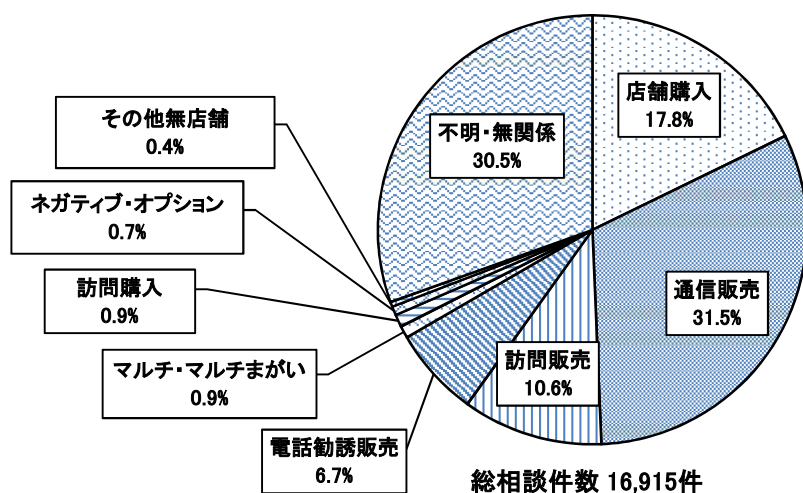
なお、訪問購入は、平成25年2月21日施行の改正特定商取引法の規定により、不当な勧誘行為禁止や書面交付義務といった規制がかかるとともに、売主（消費者）からのクーリング・オフが可能となっている。

※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 7,754 件（相談全体の 45.8%）、女性は 8,077 件（同 47.8%）、不明及び団体等は 1,084 件（同 6.4%）でした。

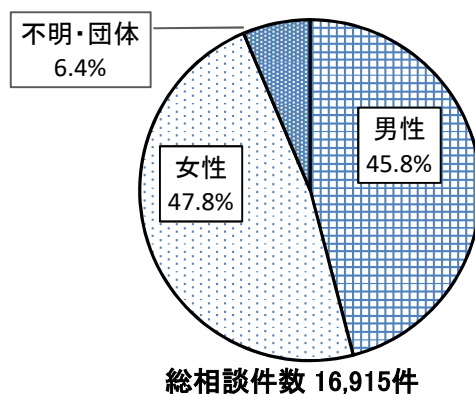
女性からの相談件数は、前年度（10,291 件）と比べ 2,214 件（21.5%）減少しており、女性からの相談件数の減少が、全体の相談件数の減少に影響をしたことが分かります。

【表 5、図 5】

【表 5】 契約当事者の男女別相談件数

（単位：件）

性別	R2年度		R元年度		対前年度比
	件数	構成割合	件数	構成割合	
男性	7,754	45.8%	7,686	40.2%	100.9%
女性	8,077	47.8%	10,291	53.8%	78.5%
不明・団体	1,084	6.4%	1,137	6.0%	95.3%
合計	16,915	100.0%	19,114	100.0%	88.5%



【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10,442件で、相談全体の61.7%を占め、次いで多かったのが、「情報提供」（4,036件、同23.9%）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2年度にあっせんを行った相談は1,203件であり、そのうち1,122件（93.3%）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	R2年度		R元年度		対前年度比
		件数	構成割合	件数	構成割合	
1	助言（自主交渉）	10,442	61.7%	12,433	65.0%	83.8%
2	情報提供	4,036	23.9%	4,013	21.0%	100.6%
3	あっせん解決	1,122	6.6%	1,295	6.8%	86.6%
4	他機関紹介	518	3.1%	590	3.1%	87.8%
5	処理不要	454	2.7%	436	2.3%	104.1%
6	処理不能	246	1.4%	220	1.2%	111.8%
7	あっせん不調	81	0.5%	86	0.4%	94.2%
	処理継続中	16	0.1%	41	0.2%	39.0%
	合計	16,915	100.0%	19,114	100.0%	88.5%

\* 処理継続中：R元年度分はR2.6.30現在、R2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

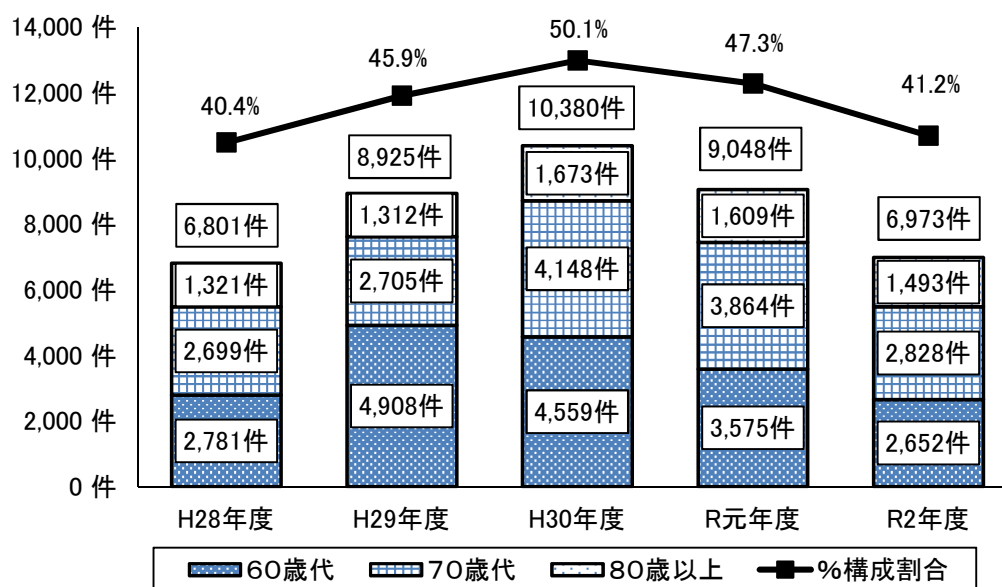
※あっせん不調：あっせんを行ったが、解決をみなかったもの

## 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6,973件で、前年度（9,048件）と比べ2,075件（22.9%）減少しました。全年齢層に占める割合は41.2%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1,081件で、前年度（3,092件）に比べ2,011件（65.0%）減少しましたが、全体の51.4%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1,582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 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	1,081	51.4%	2,104	対象商品が不明な請求など
2	放送・コンテンツ等	469	33.5%	1,400	有料サイト、アダルトサイトなど
3	インターネット通信サービス	401	54.0%	743	光回線、インターネット接続回線など
4	戸建住宅	322	54.6%	590	修理サービス、屋根・塗装工事など
5	役務その他	318	49.1%	648	サポートサービス、廃品回収サービスなど
6	相談その他	259	45.4%	570	不審電話、債権回収など
7	電気	245	52.2%	469	電気供給サービス、電気料金など
8	健康食品	224	28.3%	792	健康食品、サプリメントなど
9	他の保健衛生品	189	37.5%	504	マスク、消毒・除菌用製剤など
10	化粧品	180	36.3%	496	乳液・化粧クリーム、育毛剤など

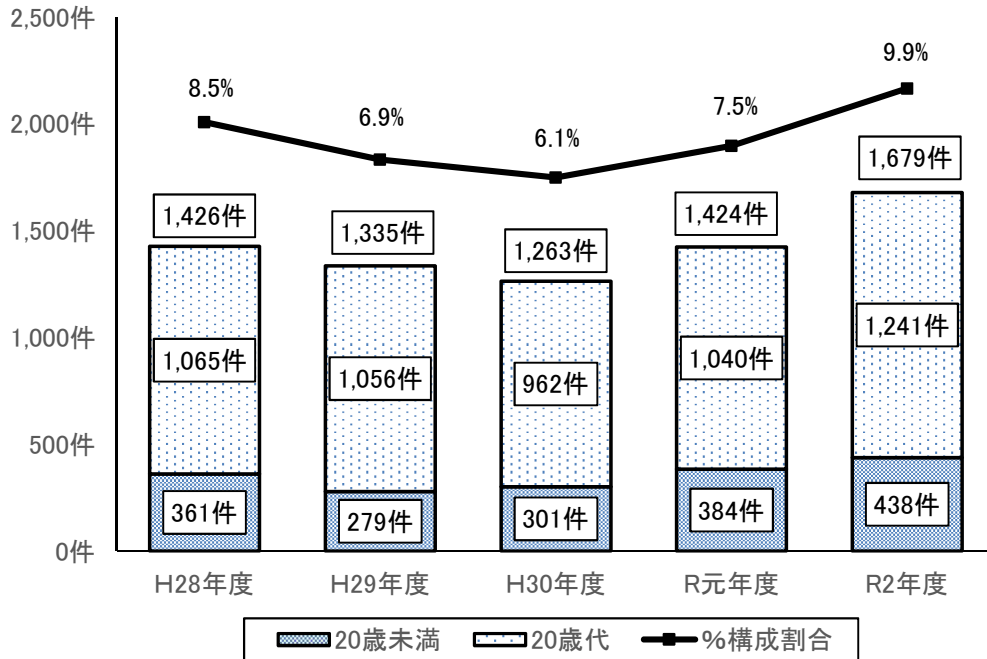
【表 8】高齢者（60 歳以上）の相談が多い販売・購入形態及びその主な商品・役務 上位 5  
 (単位：件)

相談が多い販売・購入形態			主な商品・役務	
①	通信販売	1,582	放送・コンテンツ等	350
			商品一般	166
			健康食品	163
			化粧品	150
			他の保健衛生品	98
②	訪問販売	1,053	戸建住宅	251
			役務その他	125
			電気	92
			住宅構成材	71
			衛生サービス	64
③	店舗購入	1,039	融資サービス	83
			自動車	72
			移動通信サービス	61
			医療	56
			戸建住宅	36
④	電話勧誘販売	686	インターネット通信サービス	232
			商品一般	74
			電気	66
			電報・固定電話	58
			役務その他	44
⑤	訪問購入	103	アクセサリ	28
			商品一般	18
			被服品一般	8
			履物	6
			他の商品	5



(2)若者の相談

契約当事者が若者（30歳未満）の相談件数は1,679件で、前年度（1,424件）と比べ255件（17.9%）の増加、全年齢層に占める割合は9.9%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314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	放送・コンテンツ等	314	22.4%	1,400	有料サイト、オンラインゲームなど
2	健康食品	148	18.7%	792	健康食品、サプリメントなど
3	商品一般	112	5.3%	2,104	対象商品が不明な請求など
4	化粧品	92	18.5%	496	脱毛剤、化粧クリームなど
5	融資サービス	65	11.2%	582	消費者金融、多重債務など
6	集合住宅	64	16.5%	389	賃貸アパート、投資マンションなど
7	電気	46	9.8%	469	電気供給サービス、電気料金など
8	紳士・婦人洋服	43	15.1%	285	シャツ、上着など
9	理美容	41	44.1%	93	脱毛エステ、エステティックサービスなど
10	内職・副業	40	48.8%	82	副業、副業サイトなど

### (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、有料サイトや情報商材などの「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、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	438	2.6%	放送・コンテンツ等 123	健康食品 81	化粧品 55	商品一般 20	紳士・婦人洋服 13
20 歳代	1,241	7.3%	放送・コンテンツ等 191	商品一般 92	健康食品 67	融資サービス 65	集合住宅 62
30 歳代	1,480	8.7%	放送・コンテンツ等 124	商品一般 119	集合住宅 81	融資サービス 76	健康食品 73
40 歳代	2,198	13.0%	商品一般 204	放送・コンテンツ等 171	健康食品 145	融資サービス 113	インターネット通信サービス 88
50 歳代	2,479	14.7%	商品一般 301	放送・コンテンツ等 240	健康食品 159	融資サービス 110	インターネット通信サービス 99
60 歳代	2,652	15.7%	商品一般 400	放送・コンテンツ等 238	インターネット通信サービス 161	役務その他 104	戸建住宅 102
70 歳代	2,828	16.7%	商品一般 504	放送・コンテンツ等 170	インターネット通信サービス 167	役務その他 131	戸建住宅 127
80 歳以上	1,493	8.8%	商品一般 177	戸建住宅 93	役務その他 83	インターネット通信サービス 73	相談その他 65
不明・無回答	2,106	12.5%	商品一般 287	役務その他 123	相談その他 113	他の保健衛生品 105	放送・コンテンツ等 82