

令和2年度の消費生活相談の概要

環境生活部くらし安全推進課

令和3年9月

目次

1	令和2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	
	ア 相談数の多い商品・役務	
	イ 令和元年度に比較して相談件数の増加した商品・役務	
	(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)※	8
	(1)販売購入形態別相談割合	
	(2)令和元年度に比較して相談件数の増加した商品・役務	
	(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	10

※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(PIO-NET)」に登録された千葉県内の令和2年度の相談のうち問い合わせ・要望を除外した、苦情相談49,430件(県10,224件、市町村39,206件)について分析を行っています。

1 令和2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に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2年度に千葉県と市町村消費生活センター、消費生活相談窓口に寄せられ、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2年度の数値は、令和3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。

- ① 令和2年度の消費生活相談の総数（問い合わせ・要望含む）は54,530件であり、減少に転じたものの、引き続き5万件を超える水準で推移しています。
- ② 契約当事者を年齢層別にみると、70歳代が15.8%と最も大きく、次いで50歳代、40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、20歳未満から40歳代で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や複数の商品・役務にまたがる相談。大手通販業者を騙る、身に覚えのない料金未納の通知が届いたといった相談等）」、2位が「デジタルコンテンツ（パソコンや携帯電話、スマートフォン等により、インターネットを通じて得られる情報やサービスに関する相談。利用していない有料コンテンツに関する不当請求に関する相談等）」、3位が「他の健康食品（定期購入の解約等に関する相談等）」となっています。
令和元年度と比較すると、令和2年度は「注文した覚えのないマスクが自宅に届いた」、「通販で注文したマスクが届かない」といった相談（保健衛生品その他）が多く寄せられました。また、「おためし価格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、業者に電話がつかまらない」といった相談（他の健康食品）も引き続き多く寄せられました。
- 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「電話勧誘」となっています。令和元年度と比較すると、令和2年度は「インターネット通販」、「ネガティブオプション」が大きく増加した一方、「架空請求」が大きく減少しました。
- 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」、「電話勧誘販売」に関する相談割合が大きくなっています。また、インターネットによる「通信販売」の相談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2年度の相談件数は54,530件で、令和元年度の57,216件に比べ2,686件、率にして4.7%減少しました。

そのうち、県に寄せられた相談は11,143件で、令和元年度の10,930件と比べて213件増加しています。市町村に寄せられた相談は43,387件で、令和元年度の46,286件と比べて2,899件減少しています。

また、相談内訳は、苦情49,430件、問い合わせ・要望5,100件で、苦情が消費生活相談全体の90.6%を占めています。

相談件数を令和元年度と比較すると、苦情は2,660件減少、問い合わせ・要望は26件減少しました。

表1 消費生活相談件数

(単位:件)

年度		R2年度			R元年度			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		49,430	5,100	54,530	52,090	5,126	57,216	△2,660 (△5.1%)	△26 (△0.5%)	△2,686 (△4.7%)
内 訳	県	10,224	919	11,143	10,086	844	10,930	+138 (+1.4%)	+75 (+8.9%)	+213 (+1.9%)
	市町村	39,206	4,181	43,387	42,004	4,282	46,286	△2,798 (△6.7%)	△101 (△2.4%)	△2,899 (△6.3%)

消費生活相談件数の推移

年度		R2	R元	H30	H29	H28
相談件数		54,530	57,216	59,727	49,002	47,061
内 訳	県	11,143	10,930	10,565	9,732	9,454
	市町村	43,387	46,286	49,162	39,270	37,607

(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2年度の契約当事者の年齢層別件数は、40歳代の年代までは増加し、50歳以上の年代では減少しました。特に30歳代で大きく増加し、次いで20歳代・40歳代の順で増加しました。

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15.8%、次いで50歳代が14.9%となりました。架空請求に関する相談件数が大幅に減少したこと等から、60歳代・70歳代の相談割合は減少しましたが、令和元年度同様、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)

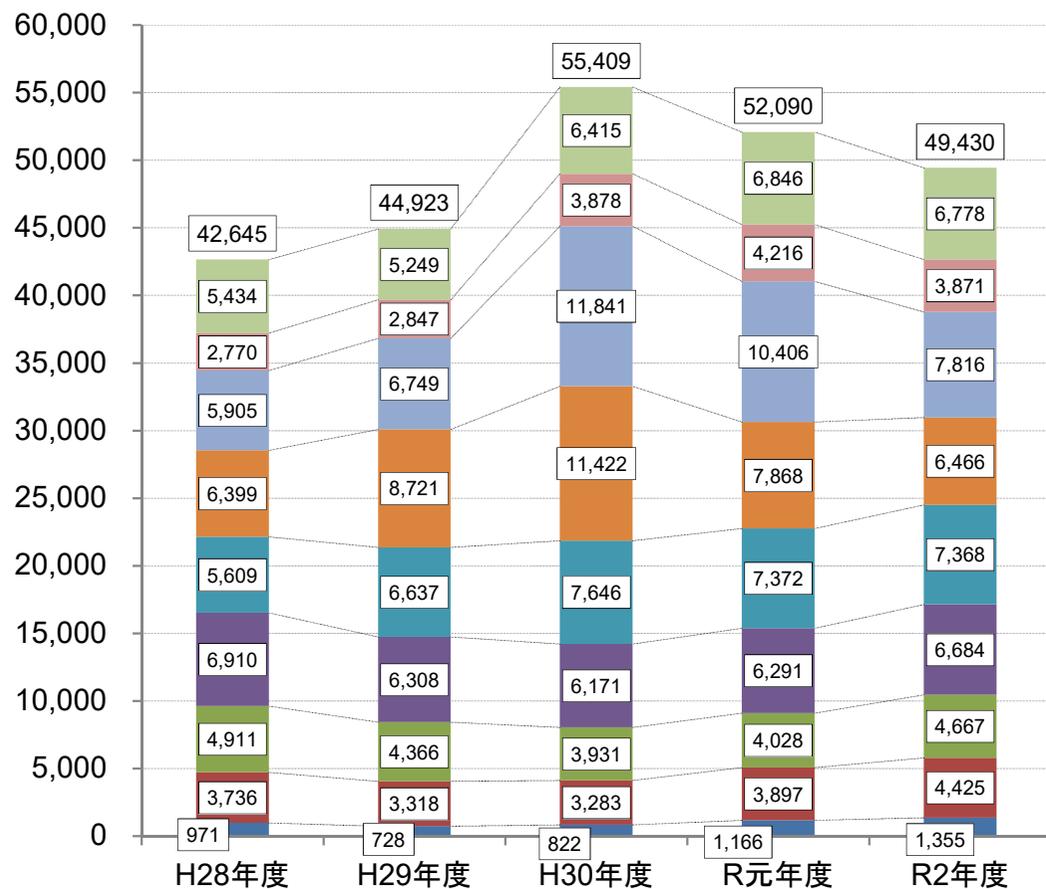
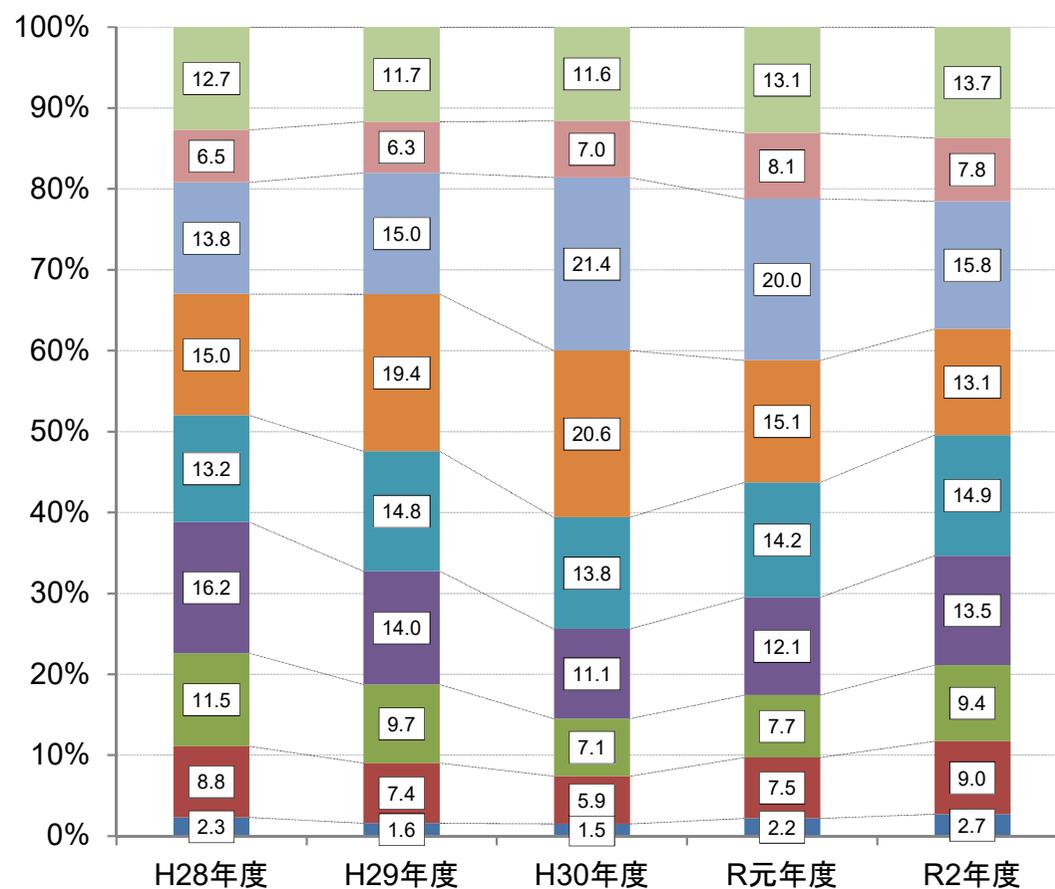


図2 契約当事者年齢層別の相談割合

(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が多かった商品や役務

年齢層別の特徴を見てみると、20歳未満から40歳代までの年齢層では、利用していない有料コンテンツに関する不当請求や、SNSやマッチングアプリで知り合った人に出会い系サイトに誘導されたり、高額な情報商材を買わされたといった相談である「デジタルコンテンツ」が最も多くなっています。

一方、50歳代以上の年齢層では、大手通販業者等を騙る、身に覚えのない料金未納のSMS（ショートメッセージサービス）の通知が送られてきたといった相談である「商品一般」が最も多くなっています。

また、20～40歳代では「不動産貸借」、50歳代以上では、「デジタルコンテンツ」や「工事・建築」に関する相談が多くみられます。

それぞれの年齢層で増加が見られるのは、20歳未満と20歳代で「デジタルコンテンツ」や「他の健康食品」（主におためし価格で購入したダイエットサプリなどが定期購入になっていたといった相談）、30歳代で「商品一般」、40歳代～50歳代で「保健衛生品その他」（主に通信販売で購入したマスクが届かないといった相談や、購入した覚えのないマスクが届いたといった相談）、60歳代～80歳以上は「役務その他サービス」（主に「火災保険を使えば自己負担なしで屋根の修理ができる」など保険申請代行契約の勧誘を受けたといった相談）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	(件数) (増減数)		20歳代	(件数) (増減数)		30歳代	(件数) (増減数)		40歳代	(件数) (増減数)	
		1,355	+189		4,425	+528		4,667	+639		6,684	+393
1位	デジタルコンテンツ	445	+159	デジタルコンテンツ	606	+93	デジタルコンテンツ	367	+24	デジタルコンテンツ	520	△91
2位	他の健康食品	239	+58	不動産貸借	314	+53	不動産貸借	365	+30	他の健康食品	473	+130
3位	他の化粧品	105	△66	他の健康食品	242	+99	商品一般	290	+98	商品一般	470	△274
4位	商品一般	48	+8	商品一般	190	+34	他の健康食品	242	+60	不動産貸借	303	+5
5位	基礎化粧品	38	△3	エステティックサービス	144	+20	工事・建築	118	+23	保健衛生品その他	214	+184

合計	50歳代	(件数) (増減数)		60歳代	(件数) (増減数)		70歳代	(件数) (増減数)		80歳以上	(件数) (増減数)	
		7,368	△4		6,466	△1,402		7,816	△2,589		3,871	△345
1位	商品一般	613	△868	商品一般	730	△1,665	商品一般	1,037	△2,804	商品一般	411	△406
2位	デジタルコンテンツ	600	△38	デジタルコンテンツ	577	△89	デジタルコンテンツ	589	△45	工事・建築	313	△25
3位	他の健康食品	474	+48	工事・建築	306	△6	工事・建築	462	+3	役務その他サービス	216	+110
4位	保健衛生品その他	261	+221	他の健康食品	300	+44	役務その他サービス	374	+149	修理サービス	170	+19
5位	工事・建築	238	+7	役務その他サービス	223	+50	インターネット接続回線	280	△144	デジタルコンテンツ	151	+11

表3 相談の多い商品・役務

(単位:件)

順位	商品・役務等	令和2年度 件数	令和元年度 件数	増減数
1	商 品 一 般	4,538	10,848	△6,310
2	デ ジ タ ル コ ン テ ン ツ	4,149	4,113	+36
3	他 の 健 康 食 品	2,553	1,970	+583
4	工 事 ・ 建 築	1,998	1,948	+50
5	不 動 産 貸 借	1,848	1,703	+145
6	役 務 そ の 他 サ ー ビ ス	1,522	1,078	+444
7	イ ン タ ー ネ ッ ト 接 続 回 線	1,345	1,686	△341
8	保 健 衛 生 品 そ の 他	1,337	233	+1,104
9	修 理 サ ー ビ ス	1,168	1,111	+57
10	携 帯 電 話 サ ー ビ ス	1,014	994	+20
11	電 気	873	628	+245
12	フ リ ー ロ ー ン ・ サ ラ 金	698	875	△177
13	基 礎 化 粧 品	693	693	0
14	四 輪 自 動 車	643	670	△27
15	他 の 化 粧 品	561	791	△230

(4)商品・役務ごとにみた相談の状況

ア 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。

前年度に多かった葉書などによる架空請求に関する相談件数は大きく減少しましたが、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、大手通販業者を騙る身に覚えのない料金未納の通知が届いたといった相談が多く寄せられました。

② デジタルコンテンツ

パソコンや携帯電話等により、インターネットを通じて各種サイトから得られる情報やサービスに関する相談です。

「無料のアダルト情報サイトを閲覧していたら、突然画面に『登録完了』と表示され、高額な利用料金を請求された」、「マッチングアプリで知り合った人に出会い系サイトへ誘導された」、「必ず儲かるとの高額な情報商材を買わされた」などの相談が多く寄せられました。

③ 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。

「おためし価格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。

④ 工事・建築

主に台風による住宅被害に伴って生じた相談です。

「保険会社への申請等を代行するので、火災保険を使って住宅修理工事をしないか、と電話や訪問で勧誘された」、「業者に急かされて契約をしてしまったが、解約したい」といった相談が多く寄せられました。

⑤ 不動産貸借

賃貸アパート（集合住宅の賃貸借）の相談が約8割を占めています。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。

イ 令和元年度に比較して相談件数の増加した商品・役務

- ① **保健衛生品その他 1,104件増加 (233件→1,337件)**
主にマスクに関する相談です。
特に令和2年4月から6月にかけて、「注文した覚えのないマスクが自宅に届いた」、「通販で注文したマスクが届かない」といった相談が多く寄せられました。
- ② **他の健康食品 583件増加 (1,970件→2,553件)**
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。
「おためし価格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。
- ③ **役務その他サービス 444件増加 (1,078件→1,522件)**
主に火災保険の代行申請サービスに関する相談です。
「保険会社への申請等を代行するので、火災保険を使って住宅修理工事をしないか、と電話や訪問により勧誘された」、「突然知らない業者から住宅の台風被害の調査をしたいと電話勧誘があった」といった相談が多く寄せられました。
- ④ **電気 245件増加 (628件→873件)**
主に電力小売自由化による電力会社との契約に関する相談です。
「今よりも電気代が安くなるというので、知らない業者から電話や訪問で電力会社切替えの勧誘を受けた」、「訪問を受けて契約してしまったが解約したい」といった相談が多く寄せられました。
- ⑤ **頭髮用化粧品 220件増加 (166件→386件)**
主にシャンプーや育毛剤の定期購入に関する相談です。
「割引価格でシャンプーが試せるというので注文したが、定期購入になっていた」、「いつでも解約できるとのことだったが、業者に電話が繋がらない」といった相談が増加しました。
- ⑥ **他の医療用具 202件増加 (32件→234件)**
新型コロナウイルス感染症の影響により、体温計やパルスオキシメーターの購入に関する相談が多く寄せられました。
- ⑦ **タバコ用品 168件増加 (81件→249件)**
主にインターネット通販で注文した電子タバコの定期購入に関する相談が多く寄せられました。

表4 相談件数の増加が大きい商品・役務

(単位:件)

順位	商品・役務等	R2年度 件数	R元年度 件数	増加件数	
				増加件数	増加率
1	保健衛生品その他	1,337	233	+1,104	473.8%
2	他の健康食品	2,553	1,970	+583	29.6%
3	役務その他サービス	1,522	1,078	+444	41.2%
4	電気	873	628	+245	39.0%
5	頭髮用化粧品	386	166	+220	132.5%
6	他の医療用具	234	32	+202	631.3%
7	タバコ用品	249	81	+168	207.4%

(5)相談の多い販売方法とその特徴(表5)

順位	販売方法・手口	件数	増減 (前年度件数)	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	15,768	+3,423 (12,345)	男性では40～70歳代、女性では40～50歳代からの相談が多い。幅広い年齢層で相談が多くなっている。	①デジタルコンテンツ(20.5%) ②他の健康食品(13.3%) ③商品一般(5.6%)	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。無料アダルト情報サイトを閲覧中に突然有料登録され、高額な料金を請求されたといった相談や、健康食品の定期購入における解約に関する相談が多く寄せられました。
2	家庭訪問販売	3,820	+444 (3,376)	男女とも70歳代からの相談が最も多い。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(23.4%) ②役務その他サービス(11.4%) ③修理サービス(10.9%)	来訪した業者に「台風で破損した屋根等を火災保険を使って修理できる」と勧誘を受け、保険申請の代行と修理を依頼したが、火災保険が下りず修理しない場合にも違約金が発生するため解約したいといった相談が多く寄せられました。
3	電話勧誘	3,237	△149 (3,386)	男女とも70歳代からの相談が最も多い。全体として減少傾向にある。	①インターネット接続回線(20.0%) ②役務その他サービス(12.2%) ③商品一般(8.7%)	光回線サービスについて、「月々の料金が安くなる」といった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や、火災保険の代行申請サービスに関する相談が多く寄せられました。
4	架空請求	1,437	△8,377 (9,814)	男女とも70歳代からの相談が最も多い。令和元年度から大幅に減少しており、女性では40歳代～80歳代で9割以上減少している。	①商品一般(54.1%) ②デジタルコンテンツ(34.3%) ③携帯電話サービス(1.4%)	大手通販会社や携帯電話会社を騙り、「高額な未納料金がある、このまま支払わないと訴訟をする」といったお知らせが携帯電話のSMS(ショートメッセージサービス)に届いた、といった相談が多く寄せられました。
5	無料商法	1,107	△2 (1,109)	男性では70歳代、女性では50歳代からの相談が最も多い。男性の10歳代～30歳代、50歳代で増加している。	①デジタルコンテンツ(22.3%) ②他の健康食品(16.6%) ③役務その他サービス(9.8%)	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や、無料お試しの商品を注文したところ定期購入になっており、解約したいが高額な解約料を請求された、といった相談が多く寄せられました。
6	ネガティブオプショ	1,086	+758 (328)	男性では70歳代、女性では50歳代からの相談が最も多い。男女ともほぼ全ての年齢層で相談が増加している。	①商品一般(25.8%) ②保健衛生品その他(24.5%) ③他の健康食品(2.9%)	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。「注文した覚えのないマスクが届いたがどうしたらいいか」といった相談が多く寄せられました。
7	サイドビジネス商法	637	+10 (627)	男女とも20歳代からの相談が最も多く、全体の半数近くを占めている。	①デジタルコンテンツ(41.0%) ②他の内職・副業(22.6%) ③役務その他サービス(3.5%)	インターネット上の広告やSNSなどで誘いを受け、副業で簡単に収入が得られると思い、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、といった相談が寄せられました。
8	ワンクリック請求	565	△52 (617)	男性では60歳代、女性では40歳代からの相談が最も多い。男性からの相談が全体の8割近くを占めている。	①デジタルコンテンツ(97.3%) └アダルト情報サイト(92.0%) ②商品一般(0.5%)	無料のアダルト情報サイトを閲覧していたところ、突然画面に「登録完了」と表示され、高額な利用料金を請求された、業者に電話で問い合わせしてしまった、といった相談がほとんどを占めています。
9	点検商法	519	+118 (401)	男女とも70歳代からの相談が最も多い。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(42.6%) ②役務その他サービス(20.6%) ③修理サービス(15.0%)	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、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寄せられました。
10	利殖商法	417	△75 (492)	男性では20歳代、女性では70歳代からの相談が最も多い。20歳代からの相談が全体の約3割を占める。	①ファンド型投資商品(29.0%) ②デジタルコンテンツ(24.7%) ③他のデリバティブ取引(11.8%)	「必ずもうかる」など、利殖になることを強調して、投資や出資を勧誘する商法です。知人から誘いを受け、情報商材の購入や投資をしたが、クーリング・オフしたいといった相談が寄せられました。

3 苦情相談の状況(高齢者)

(1)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」と「電話勧誘販売」に関する相談割合が大きくなっています。

また、スマートフォンの普及に伴い、インターネットによる「通信販売」の割合が増加しています。

図3 販売購入形態(全体)

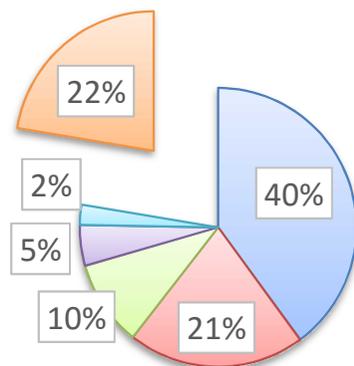


図4 販売購入形態(高齢者)

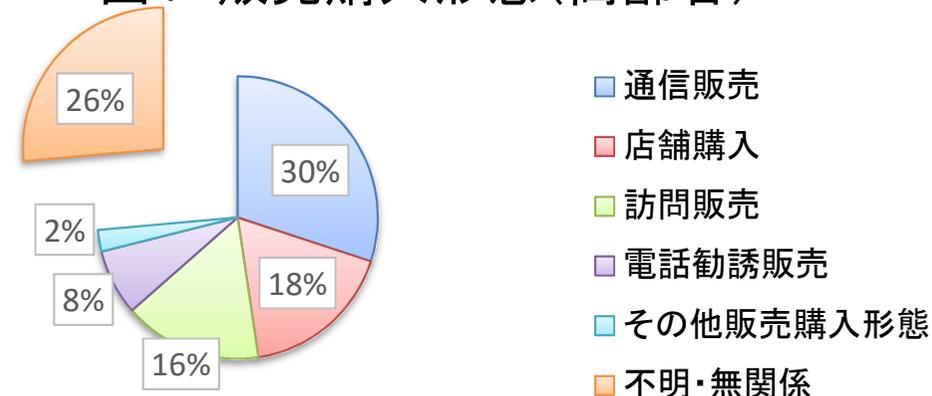
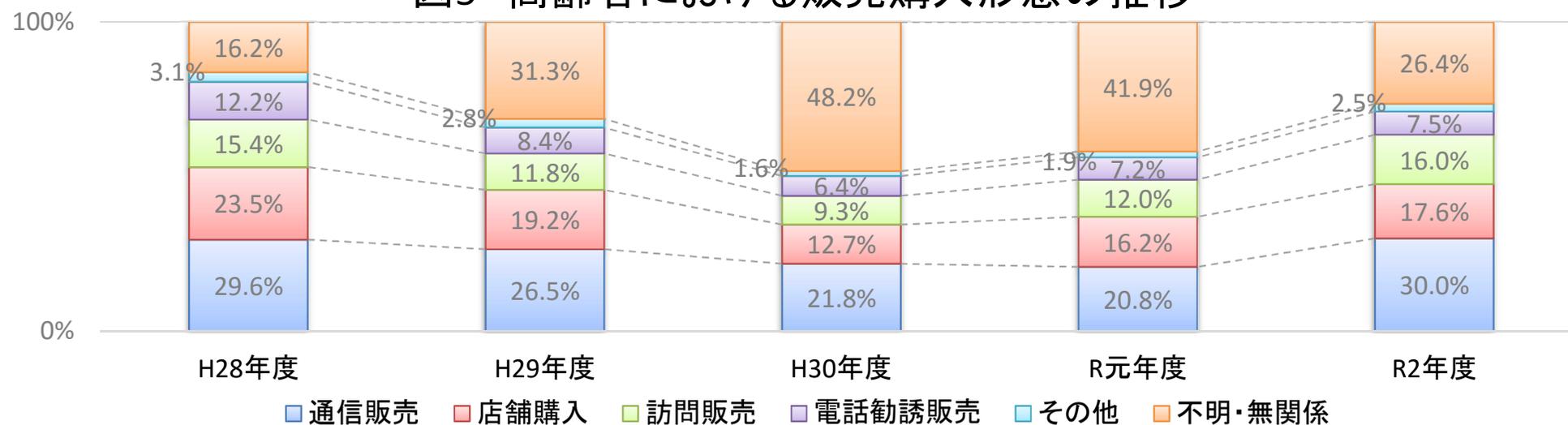


図5 高齢者における販売購入形態の推移



(2)令和元年度に比較して相談件数の増加した商品・役務

令和2年度は「保健衛生品その他」についての相談が著しく増加しました。具体的には、「注文した覚えのないマスクが自宅に届いたがどうしたらよいか」、「通販でマスクを購入したが届かず、業者とも連絡がとれない」といった相談事例が主となります。

増加順位2位の「役務その他サービス」は、「火災保険を使えば屋根等の修理ができる、保険会社への申請等を代行するので自宅の修理をしないか、などと電話や訪問で勧誘を受けた」、「勧誘を受けた業者と契約してしまったが解約したい」といった相談が大部分を占めます。

増加順位3位の「他の健康食品」は、「インターネット通販でお試し価格のサプリメントや青汁等を購入したつもりが、定期購入になっていた」、「いつでも解約できるとのことだが、電話では解約できない」といった相談が多くみられました。

表6 契約当事者が65歳以上の場合における相談件数の増加が大きい商品・役務 (単位:件)

増加件数 順位	商品・役務等	R2年度 件数	R元年度 件数	増加件数	増加率
1	保健衛生品その他	412	71	+341	+480.3%
2	役務その他サービス	701	420	+281	+66.9%
3	他の健康食品	458	360	+98	+48.0%
4	頭髪用化粧品	102	40	+62	+155.0%
5	電気	317	258	+59	+22.9%
6	募金	127	71	+56	+78.9%
7	他の医療用具	77	22	+55	+250.0%
8	基礎化粧品	235	189	+46	+24.3%

参考 令和元年度の状況
(前年度からの増加順位(65歳以上))

増加件数 順位	商品・役務等
1	工事・建築
2	社会保険
3	修理サービス
4	役務その他サービス
5	インターネット接続回線
6	携帯電話サービス
7	基礎化粧品
8	電気

(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7 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2年度		令和元年度	
	金額	件数	金額	件数
契約購入金額(A)	19,432,867,483	26,198	26,720,562,696	23,101
既支払額(B)	6,224,678,095	13,280	11,400,326,869	11,378
救済金額(C)	1,658,170,527	4,590	1,743,722,164	4,515
回復額	710,579,129	2,875	838,254,787	2,759
回復額 (クーリング・オフ額)	618,254,841	660	578,749,869	653
未然防止額	329,336,557	1,055	326,717,508	1,103
C/A	8.5%	17.5%	6.5%	19.5%
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	63,294		75,483	

【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。)