

令和4年度 消費生活相談の概要

環境生活部くらし安全推進課

令和5年10月

《目次》

1	令和4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3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3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4年度の相談のうち問い合わせ・要望を除外した、苦情相談46,796件（県10,311件、市町村36,485件）について分析を行っています。

1 令和4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4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4年度の数值は、令和5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4年度の消費生活相談の総数（問い合わせ・要望含む）は51,794件であり、令和3年度から増加し、平成30年度以来4年ぶりに増加に転じました。
- ② 契約当事者を年齢層別にみると、50歳代が15.4%と最も大きく、次いで70歳代、60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、相談件数は全ての年代で増加し、50歳代が最も大きく増加しています。
- ③ 商品・役務別の件数で上位のものは、
 - 1位が「商品一般」（商品特定できないものなどに関する相談。SMS（ショートメッセージサービス）に届く、宅配業者の不在通知を装う不審な通知や、携帯電話会社等を騙る身に覚えのない未納料金請求に関する相談等）、
 - 2位が「基礎化粧品」（インターネット通販による化粧水や美容液の定期購入に関する相談等）、
 - 3位が「工事・建築」（訪問販売による屋根工事等の住宅リフォーム契約に関する相談等） となっています。

令和3年度と比較すると、令和4年度は美容に関する商品・役務の相談が増加しました。「SNSの広告を見て、お試し価格だと思って購入したところ、定期購入になっていた」（基礎化粧品等）といった相談や、「分割払いで契約した脱毛エステサロンが倒産したが、クレジットカード会社からの引き落としが続いている。」（エステティックサービス）といった相談が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「定期購入」、3位が「家庭訪問販売」 となっています。

令和3年度と比較すると、「インターネット通販」、「定期購入」の相談件数は大幅に増加しています。
- 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」に関する相談割合が大きくなっています。また、令和3年度と比較すると、高齢者でも「通信販売」に係る相談件数が増加しています。

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4年度の相談件数は51,794件で、令和3年度の48,618件に比べ3,176件、率にして6.5%増加しました。

そのうち、県に寄せられた相談は11,283件で、令和3年度の10,259件と比べて1,024件増加しています。市町村に寄せられた相談は40,511件で、令和3年度の38,359件と比べて2,152件増加しています。

また、相談内訳は、苦情46,796件、問い合わせ・要望4,998件で、苦情が消費生活相談全体の90.4%を占めています。

相談件数を令和3年度と比較すると、苦情は2,855件増加、問い合わせ・要望は321件増加しました。

表1 消費生活相談件数

(単位:件)

年度		R4年度			R3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		46,796	4,998	51,794	43,941	4,677	48,618	+ 2,855 (+ 6.5%)	+ 321 (+ 6.9%)	+ 3,176 (+ 6.5%)
内 訳	県	10,311	972	11,283	9,347	912	10,259	+ 964 (+ 10.3%)	+ 60 (+ 6.6%)	+ 1,024 (+ 10.0%)
	市町村	36,485	4,026	40,511	34,594	3,765	38,359	+ 1,891 (+ 5.5%)	+ 261 (+ 6.9%)	+ 2,152 (+ 5.6%)

消費生活相談件数の推移

年度		R4	R3	R2	R元	H30
相談件数		51,794	48,618	54,530	57,216	59,727
内 訳	県	11,283	10,259	11,143	10,930	10,565
	市町村	40,511	38,359	43,387	46,286	49,162

(2)契約当事者の年齢層別の件数・割合

令和4年度の契約当事者の年齢層別件数は、全ての年代で増加しました。50歳代が最も大きく増加し、次いで60歳代・70歳代・20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、50歳代が最も大きく15.4%、次いで70歳代が15.1%となりました。全体としては概ね令和3年度と同様の割合となっていますが、令和4年度は70歳代を抜いて50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)

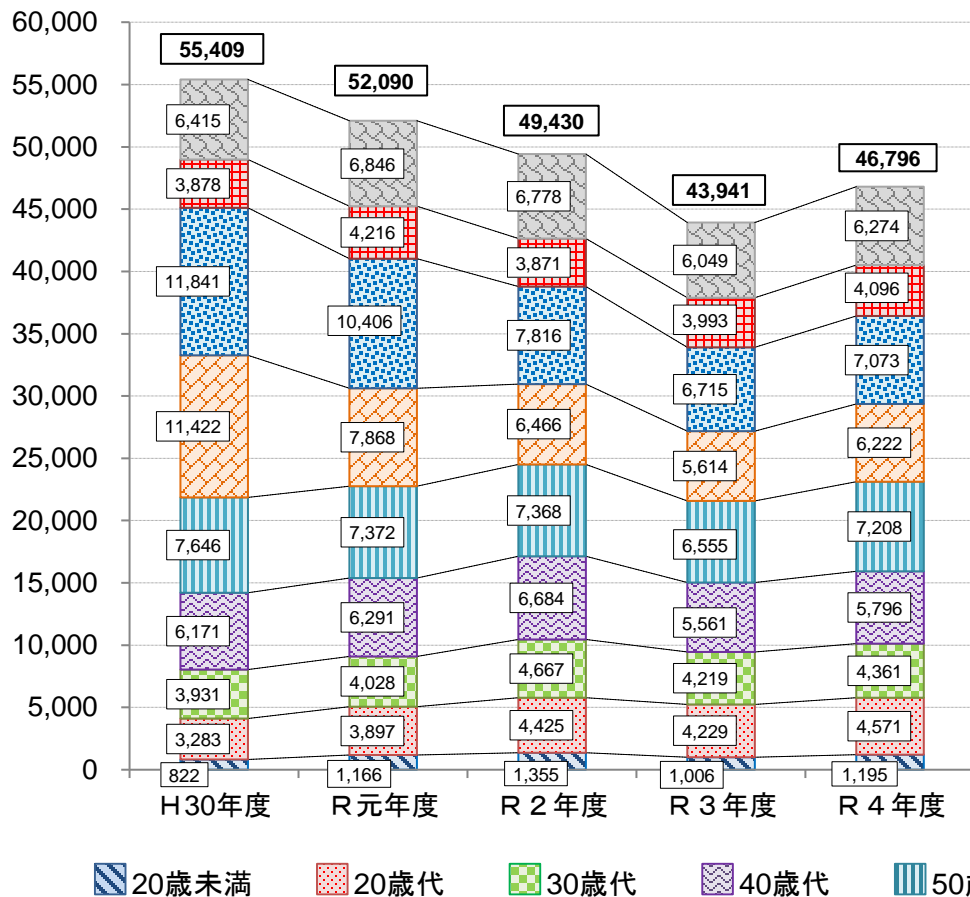
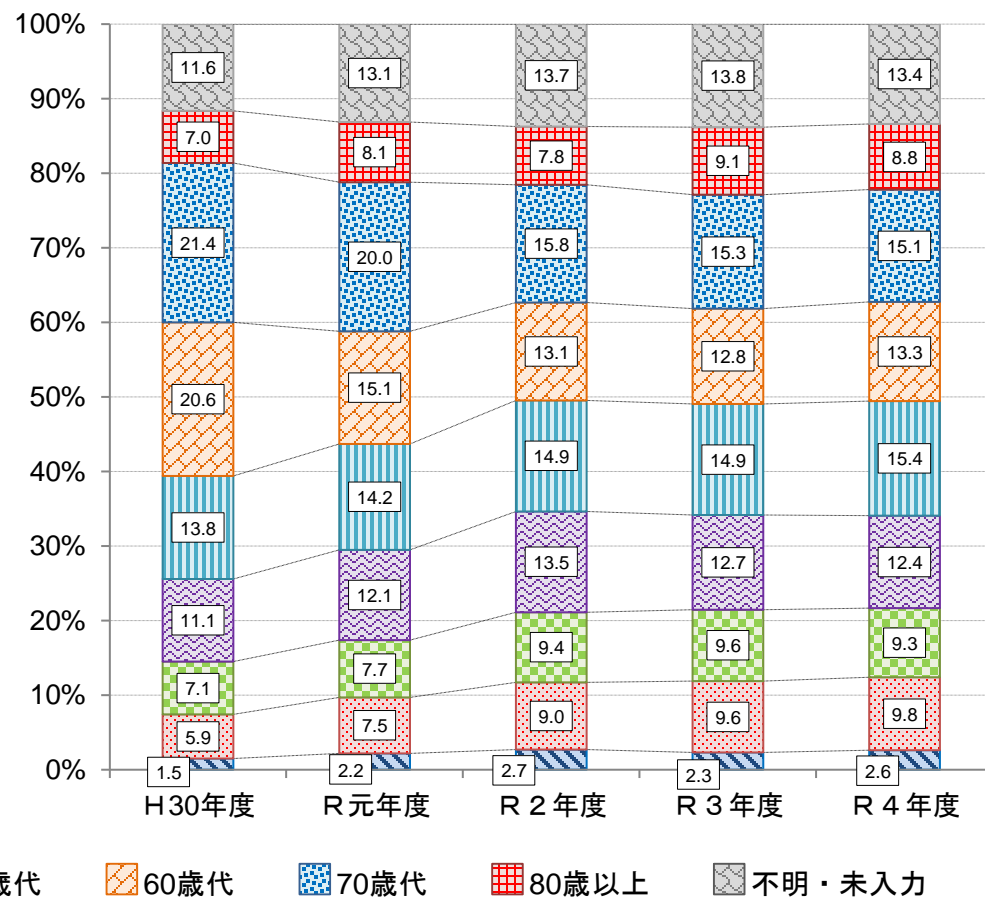


図2 契約当事者年齢層別の相談割合

(単位:%)



(3)契約当事者の年齢層別に相談の多かった商品や役務

年齢層別の特徴を見てみると、20歳未満では「インターネットゲーム」、20歳代では「エステティックサービス」、30歳代では「不動産貸借」、40歳代・60歳代～80歳以上では「商品一般（宅配業者や携帯電話会社等を騙る、身に覚えのないSMS（ショートメッセージサービス）が送られてきたといった相談等）」、50歳代では「基礎化粧品」が最も多くなっています。

70歳代・80歳以上では「工事・建築」に関する相談も多く、「工事・建築」は30歳代～60歳代でも上位に挙がっています。

それぞれの年齢層で増加が見られるのは、20歳未満～30歳代では「エステティックサービス」、40歳代～70歳代では「基礎化粧品」、80歳以上では「商品一般」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)	
		1,195	+189		4,571	+342		4,361	+142		5,796	+235
1位	インターネットゲーム	219	+21	エステティックサービス	773	+564	不動産貸借	354	△54	商品一般	322	△32
2位	エステティックサービス	120	+103	不動産貸借	299	△17	エステティックサービス	214	+157	基礎化粧品	274	+168
3位	他の健康食品	94	+23	商品一般	187	△3	商品一般	171	△46	不動産貸借	242	△55
4位	他の化粧品	78	△41	他の内職・副業	187	△96	工事・建築	139	+5	工事・建築	174	+14
5位	商品一般	39	△4	異性交際関連サービス	138	+1	四輪自動車	109	+17	他の健康食品	162	△4

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)	
		7,208	+653		6,222	+608		7,073	+358		4,096	+103
1位	基礎化粧品	560	+386	商品一般	511	0	商品一般	737	△47	商品一般	441	+48
2位	商品一般	449	+21	基礎化粧品	505	+368	工事・建築	468	+35	工事・建築	345	△51
3位	他の健康食品	248	+27	工事・建築	276	△94	基礎化粧品	355	+237	他の健康食品	180	+30
4位	不動産貸借	243	△11	他の健康食品	207	+66	役務その他サービス	239	△39	修理サービス	141	△31
5位	工事・建築	242	△32	役務その他サービス	153	0	修理サービス	219	+3	役務その他サービス	123	△46

(単位:件)

(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。

SMS（ショートメッセージサービス）に、宅配業者の不在通知を装いウェブサイトへ誘導する不審な通知が届いたといった相談や、携帯電話会社等を騙り身に覚えのない未納料金を請求する通知が届いたといった相談が多く寄せられました。

また、「『不用品を何でも買い取る』と言う業者から何度も電話が来て承諾してしまった。やめたいが会社名も電話番号も分からない」といった相談も多く寄せられました。

② 基礎化粧品

主に化粧水や美容液などのインターネット通販に関する相談です。

「SNSの広告を見て、お試し価格だと思って美容液を購入したところ、定期購入になっており2回目の商品と高額請求が届いた」、「広告には回数縛りなし、いつでも解約可能とあったが、業者に電話が繋がらず解約できない」といった相談が多く寄せられました。

③ 工事・建築

主に屋根工事等の住宅リフォームに関する相談です。

突然業者が来訪し「近所で工事していたらお宅の屋根がずれているのが見えた。台風がきたら大変なことになる。無料で点検してあげる」などと勧誘を受け、高額なリフォーム工事を契約してしまったといった相談が多く寄せられました。

④ 不動産貸借

賃貸アパート（集合住宅の賃貸借）の相談が8割以上を占めています。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。

⑤ エステティックサービス

主に脱毛エステに関する相談です。

「分割払いで契約した脱毛エステサロンが倒産したが、クレジットカード会社からの引き落としが続いている。支払いを止めたい」、「予約が取れないので解約したいが、電話してもつながらず、メールも返信がない」といった相談が多く寄せられました。

表3 相談数の多い商品・役務

令和4年度

順位	商品・役務等	件数	増減数
1	商品一般	3,583	+13
2	基礎化粧品	2,029	+1,282
3	工事・建築	1,990	△172
4	不動産貸借	1,724	△134
5	エステティックサービス	1,323	+982
6	他の健康食品	1,301	+94
7	修理サービス	1,186	△23
8	役務その他サービス	1,133	△21
9	インターネット接続回線	945	△109
10	他の化粧品	920	+183
11	電気	829	△16
12	フリーローン・サラ金	784	+49
13	携帯電話サービス	762	△215
14	四輪自動車	701	+65
15	頭髪用化粧品	583	+58

(参考:令和3年度)

順位	商品・役務等	件数
1	商品一般	3,570
2	工事・建築	2,162
3	不動産貸借	1,858
4	修理サービス	1,209
5	他の健康食品	1,207
6	役務その他サービス	1,154
7	インターネット接続回線	1,054
8	携帯電話サービス	977
9	電気	845
10	基礎化粧品	747
11	他の化粧品	737
12	フリーローン・サラ金	735
13	四輪自動車	636
14	アダルト情報	621
15	他の内職・副業	578

イ 令和3年度に比較して相談件数の増加した商品・役務

令和4年度は美容に関する商品・役務の相談件数が増加しました。

増加順位1位の「基礎化粧品」は、主に化粧水や美容液のインターネット通販に関する相談で、「SNSの広告を見て、お試し価格だと思って美容液を購入したところ、定期購入になっており2回目の商品と高額請求が届いた」、「広告には回数縛りなし、いつでも解約可能とあったが、業者に電話が繋がらず解約できない」といった定期購入に係る相談が多く寄せられました。

増加順位2位の「エステティックサービス」は、主に脱毛エステサロンに関する相談で、脱毛エステサロンの倒産があったことなどから「分割払いで契約した脱毛エステサロンが倒産したが、クレジットカード会社からの引き落としが続いている。支払いを止めたい」といった相談や、「予約が取れないので解約したいが、電話しても繋がらず、メールも返信がない」といった相談が多く寄せられました。

増加順位3位の「メイクアップ化粧品」は、増加順位1位の「基礎化粧品」と同様に、SNSの広告を見て購入したファウンデーション等の定期購入に係る相談が主となります。また、増加順位4位の「他の化粧品」についても、歯のホワイトニング剤や除毛剤等の定期購入に係る相談が多くなっています。

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	R4年度 件数	R3年度 件数	増加件数	
				増加件数	増加率
1	基礎化粧品	2,029	747	+1,282	171.6%
2	エステティックサービス	1,323	341	+982	288.0%
3	メイクアップ化粧品	385	169	+216	127.8%
4	他の化粧品	920	737	+183	24.8%
5	他の行政サービス	360	196	+164	83.7%
6	社会保険	186	82	+104	126.8%
7	他の健康食品	1,301	1,207	+94	7.8%

(単位:件)

(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	14,881	+2,207 (12,674)	女性の50歳代からの相談が最も多く、40歳代・60歳代からも相談が多い。男性でも40～70歳代からの相談が多い。	①基礎化粧品(12.3%) ②他の健康食品(5.7%) ③商品一般(4.1%)	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。健康食品や化粧品などの定期購入に関する相談や、大手通販業者から身に覚えのない購入代金の請求が届いたといった相談が多く寄せられました。
2	定期購入	5,051	+2,029 (3,022)	女性からの相談が7割以上を占め、特に女性の40歳代～70歳代からの相談が多い。	①基礎化粧品(36.8%) ②他の健康食品(18.5%) ③他の化粧品(15.0%)	SNSの広告を見て、お試し価格だと思って美容液を購入したところ定期購入になっていたといった相談や、広告にはいつでも解約可能とあったが、業者に電話が繋がらず解約できないといった相談が多く寄せられました。
3	家庭訪問販売	3,724	△354 (4,078)	男女とも70～80歳代からの相談が多い。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(26.9%) ②修理サービス(15.2%) ③電気(5.4%)	突然来訪した業者から屋根工事の勧誘を受け、高額な契約をさせられたといった相談や、トイレの詰まり解消のため安価な広告を出している業者を呼んだところ、次々に高額な修理の契約をさせられたといった相談が多く寄せられました。
4	電話勧誘	2,588	△288 (2,876)	男女とも70歳代からの相談が最も多い。また、若年層では、20歳代からの相談が多い。	①魚介類及び鮮魚(11.7%) ②インターネット接続回線(10.6%) ③商品一般(9.0%)	母が電話勧誘を受け注文したカニをキャンセルしたいが電話が繋がらないといった相談や、「光回線サービスの月額料金が安くなる」と勧誘を受け契約したが解約したいといった相談が多く寄せられました。また、20歳代では副業や情報商材の電話勧誘に関する相談が多く寄せられました。
5	無料商法	885	△65 (950)	20歳代から80歳代まで幅広い年代層から相談があり、男女とも70歳代からの相談が最も多い。	①工事・建築(7.9%) ②基礎化粧品(7.5%) ③役務その他サービス(4.9%)	突然訪問した事業者から「屋根を無料で点検してあげる」などと勧誘され、高額な工事契約をさせられたといった相談や、インターネット広告を見て美容液の無料モニターに申し込んだが、定期購入になっていたといった相談が寄せられました。
6	偽サイト	878	+106 (772)	女性の30歳代～50歳代で相談が多く、女性の50歳代からの相談が最も多い。	①紳士・婦人用バッグ(7.2%) ②商品一般(6.0%) ③腕時計(5.9%)	SNSの広告でブランド物のバッグや腕時計が格安で売られていたので注文したが、ブランドの公式ホームページに注意喚起があり、偽サイトから注文してしまったと分かったといった相談が寄せられました。
7	ネガティブオプショ	718	△76 (794)	幅広い年代層から相談があり、男女とも70歳代からの相談が最も多い。	①商品一般(27.6%) ②他の健康食品(5.7%) ③指輪(2.8%)	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。国際郵便で身に覚えのない荷物が届き、まだ開封していないがどうしたらよいかといった相談が多く寄せられました。
8	点検商法	663	+55 (608)	男女とも70歳以上からの相談が多い。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(58.1%) ②修理サービス(14.8%) ③駆除サービス(5.4%)	「屋根が壊れているのが見えた。無料で点検します」、「キャンペーンで床下の無料点検をしている」などと勧誘を受け、点検後に高額な屋根工事やシロアリ駆除の契約をさせられたといった相談が多く寄せられました。
9	架空請求	660	△349 (1,009)	男女とも60～70歳代からの相談が多い。平成30年度の約18,000件をピークに、相談件数は減少傾向にある。	①商品一般(38.0%) ②他の行政サービス(10.6%) ③役務一般(10.0%)	SMS(ショートメッセージサービス)やメールに、大手通信事業者や公的機関等を騙り「高額の未納料金がある、今日中に支払わないと訴訟になる」という内容の通知が送られてきたといった相談が多く寄せられました。
10	サイドビジネス商法	557	△165 (722)	男女とも20歳代からの相談が最も多く、20歳代からの相談で全体の半数近くを占めている。	①他の内職・副業(32.7%) ②役務その他サービス(9.7%) ③他の娯楽等情報配信サービス(8.8%)	インターネット広告やSNSなどで、副業で簡単に収入が得られると誘いを受け、先に金銭を支払って会員登録や商材を購入したものの、実際は違ったので解約したいといった相談が多く寄せられました。

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」に関する相談割合が大きくなっています。

また、令和3年度と比較すると、「通信販売」の相談件数が増加しており、高齢者でもインターネット通販での定期購入に関するトラブルの相談が増加しています。

図3 販売購入形態（全体）

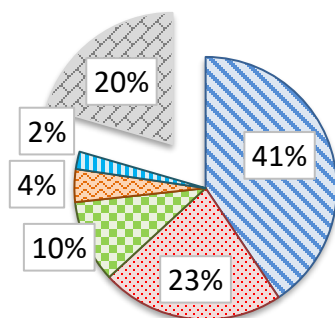
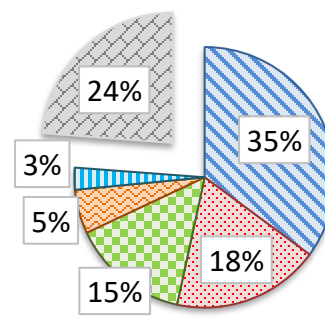
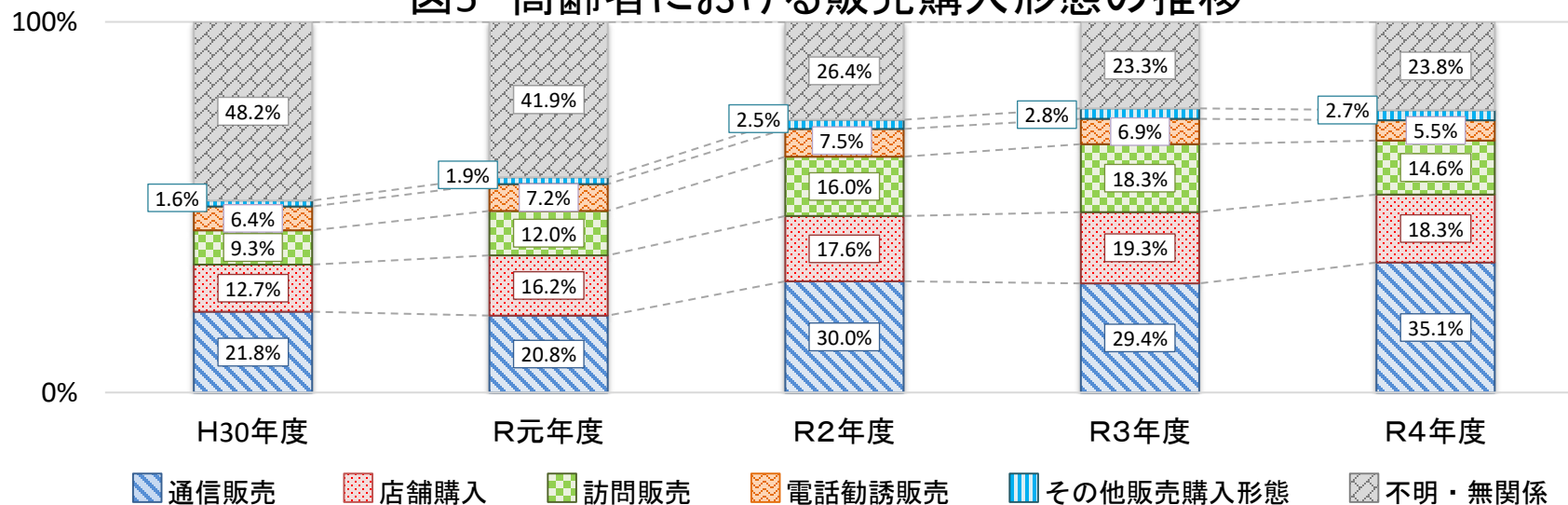


図4 販売購入形態（高齢者）



- 通信販売
- 店舗購入
- 訪問販売
- 電話勧誘販売
- その他販売購入形態
- 不明・無関係

図5 高齢者における販売購入形態の推移



(2)令和3年度に比較して相談件数の増加した商品・役務

令和4年度は、全年齢層での相談件数と同様に、高齢者でも「基礎化粧品」についての相談が著しく増加しました。具体的には、主に化粧水や美容液のインターネット通販に関する相談で、「インターネットの広告を見て、お試しのつもりで注文したところ、定期購入になっていた」、「解約しようと業者に電話をかけても、つながらないため解約できない」といった定期購入に係る相談が多く寄せられました。

増加順位2位の「他の化粧品」は、「基礎化粧品」と同様に、歯のホワイトニング剤やマウスウォッシュ等のインターネット通販（定期購入）に係る相談が多くなっています。

増加順位3位の「他の行政サービス」は、「SMS（ショートメッセージサービス）に、税金を取扱う公的機関を名乗り『未納の税金がある』とのメッセージが届いたが、どうしたらよいか」といった架空請求に関する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

増加件数 順位	商品・役務等	R4年度 件数	R3年度 件数	増加件数	
				増加件数	増加率
1	基礎化粧品	698	233	+465	+199.6%
2	他の化粧品	296	170	+126	+74.1%
3	他の行政サービス	191	79	+112	+141.8%
4	他の健康食品	462	378	+84	+22.2%
5	金融関連サービスその他	208	134	+74	+55.2%
6	メイクアップ化粧品	97	41	+56	+136.6%
7	社会保険	103	55	+48	+87.3%

(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4年度		令和3年度	
	金額	件数	金額	件数
契約購入金額(A)	22,017,152,986	28,367	23,406,193,770	25,115
既支払額(B)	9,397,062,636	14,861	7,890,759,387	12,401
救済金額(C)	1,421,639,143	5,132	1,587,080,368	4,775
回復額	506,081,029	3,415	540,572,417	2,888
回復額 (クーリング・オフ額)	653,623,733	868	670,113,436	942
未然防止額	261,934,381	849	376,394,515	945
C/A	6.5%	18.1%	6.8%	19.0%
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	50,116		63,193	

【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。)