

令和4年度 消費生活相談状況

茨城県消費生活センター

1 茨城県内の相談件数の推移

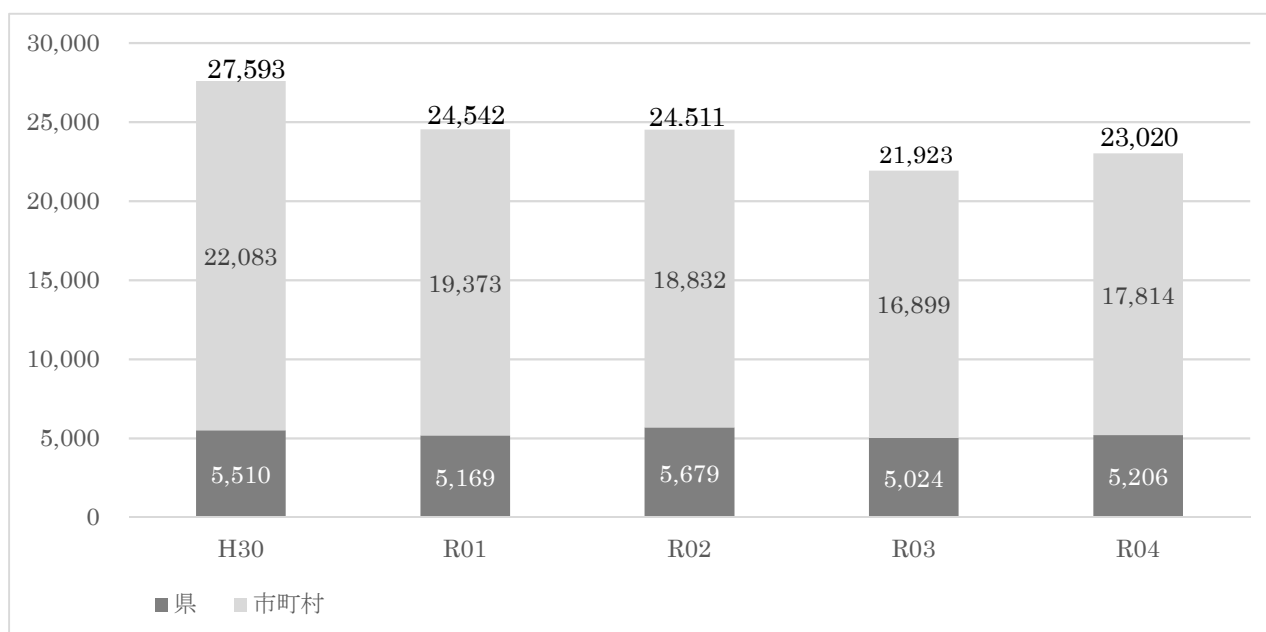
令和4年度の相談件数は、県消費生活センターが5,206件、市町村消費生活センターが17,814件で合計23,020件となり、前年度より1,097件の増加となった。(表1)

相談件数の推移を見ると、前年度と比べて県消費生活センターは182件の増加、市町村消費生活センターは915件増加している。基礎化粧品等の定期購入の相談の増加、商品一般の相談の増加が主な要因と思われる。

なお、市町村への相談件数の割合は全相談の約8割を占めているが、これは、より身近な市町村消費生活センターへ相談する傾向があることが理由と思われる。

【表1】受付機関別消費生活相談件数推移

区 分		平成30年度	平成31年度 (令和元年度)	令和2年度	令和3年度	令和4年度
県	相談件数	5,510	5,169	5,679	5,024	5,206
	(うち苦情)	5,134	4,783	5,242	4,606	4,707
	割合	20.0%	21.1%	23.2%	22.9%	22.6%
44市町村	相談件数	22,083	19,373	18,832	16,899	17,814
	(うち苦情)	21,364	17,697	17,243	15,199	16,026
	割合	80.0%	78.9%	76.8%	77.1%	77.4%
合 計	相談件数	27,593	24,542	24,511	21,923	23,020
	(うち苦情)	26,498	22,480	22,485	19,805	20,733



年代別苦情相談件数は、20歳未満や20歳代の若者等からの相談は少なく10.7%となっているが、平成30年度と比較すると約4%増えている。また、60歳以上の高齢者等からは依然として多くの相談が寄せられており、全体の約4割を占めているが、60歳代の相談割合は平成30年度と比較すると約9%減少している。(表2)

【表2】契約当事者年代別苦情相談件数

年度 年齢	平成30年度		平成31年度 (令和元年度)		令和2年度		令和3年度		令和4年度	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
20歳未満	377	1.4%	491	2.2%	587	2.6%	435	2.2%	503	2.4%
20歳代	1,227	4.7%	1,469	6.6%	1,667	7.5%	1,525	7.8%	1,711	8.3%
30歳代	1,648	6.3%	1,718	7.7%	2,001	9.0%	1,733	8.9%	1,802	8.7%
40歳代	2,823	10.8%	2,811	12.6%	2,963	13.3%	2,567	13.1%	2,733	13.2%
50歳代	4,192	16.0%	2,889	13.0%	3,342	15.0%	2,869	14.7%	3,282	15.9%
60歳代	6,569	25.1%	3,900	17.5%	3,596	16.2%	3,172	16.2%	3,357	16.2%
70歳以上	7,095	27.1%	6,601	29.6%	5,611	25.2%	5,194	26.6%	5,300	25.6%
不明・団体	2,277	8.7%	2,390	10.7%	2,496	11.2%	2,067	10.5%	1,982	9.7%
合計	26,208		22,269		22,263		19,562		20,670	

※ 表2から表18の数値は、P I O-N E T（全国消費生活情報ネットワーク・システム。県及び44市町村に設置。）で検索した令和5年7月26日現在のデータを基に分析、計上したものであり、表1中の合計とは一致しない。

2 茨城県内の商品・サービス別の苦情相談状況

主な商品とサービス別の苦情相談件数の上位10位については、表3のとおりである。昨年度と同様、商品一般が1位となっている。

また、年代別で苦情相談内容をみると、20歳未満ではネットゲームが1位、その他の年代では全て商品一般が1位となっている。(表4)

【表3】苦情相談の主な商品とサービス

順位	商品・サービス名	令和4年度	令和3年度	前年度比
1	商品一般	2,143	1,960	109.3%
2	基礎化粧品	827	298	227.5%
3	工事・建築	720	716	100.6%
4	フリーローン・サラ金	694	637	109.0%
5	電気	534	563	94.9%
6	インターネット接続回線	526	626	84.0%
7	他の健康食品	499	385	129.6%
8	不動産貸借	494	519	95.2%
9	四輪自動車	458	455	100.7%
10	役務その他サービス	400	537	74.5%

【表4】 契約当事者年代別苦情相談の主な商品とサービス

順位	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上
1	ネットゲーム 113	商品一般 119	商品一般 103	商品一般 207	商品一般 259	商品一般 386	商品一般 758
2	商品一般 39	他の内職・副業 106	不動産貸借 80	基礎化粧品 129	基礎化粧品 247	基礎化粧品 186	工事・建築 304
3	他の化粧品 34	エステサービス 105	フリーローン・サラ金 75	フリーローン・サラ金 105	フリーローン・サラ金 139	工事・建築 126	電気 172
4	他の健康食品 27	フリーローン・サラ金 84	四輪自動車 60	不動産貸借 98	他の健康食品 101	インターネット接続回線 121	基礎化粧品 159
5	アダルト情報 21	不動産貸借 73	基礎化粧品 48	四輪自動車 84	工事・建築 91	フリーローン・サラ金 118	インターネット接続回線 150
6	他の内職・副業 14	四輪自動車 69	工事・建築 48	他の健康食品 81	インターネット接続回線 89	電気 84	他の健康食品 134
7	基礎化粧品 13	異性交際関連サービス 60	インターネット接続回線 40	工事・建築 70	四輪自動車 80	他の健康食品 81	役務その他サービス 129
8	エステサービス 12	役務その他サービス 42	エステサービス 39	電気 67	不動産貸借 67	アダルト情報 77	携帯電話サービス 117
9	四輪自動車 10	電気 37	他の内職・副業 38	複合サービス会員 67	電気 62	社会保険 75	フリーローン・サラ金 111
10	他のシャツ 9	金融コンサルティング 34	電気 35	インターネット接続回線 62	頭髪用化粧品 60	四輪自動車 65	修理サービス 108

(1) 商品一般^{※1}に関する相談

※1 商品一般：商品を特定できない不審な電話勧誘や架空請求など

商品一般に関する相談は、対前年比 109.3%、183 件増加の 2,143 件であった。(表 3)
契約当事者の年代別では、20 歳代から 70 歳代以上で 1 位、20 歳代未満で 2 位となっている。(表 4)

スマートフォンへ届いた、身に覚えのない未納料金の支払いを請求するメール、SMS (ショートメッセージサービス) や、公的機関に似た名称を名乗る機関から届いた契約不履行等のハガキ、など架空請求に関する相談が多数寄せられた。クレジットカード等使用明細書の身に覚えのない請求の相談や、外国から国際郵便で届いた注文していない商品不明の荷物の相談も寄せられている。

(2) 基礎化粧品^{※2}に関する相談

※2 基礎化粧品：化粧水、乳液、化粧クリーム、オールインワン化粧品、パック、洗顔クリームなど

基礎化粧品に関する相談は、対前年比 227.5%、529 件増加の 827 件であった。(表 3)
契約当事者の年代別では、50 歳以上が 72% を占めている。(表 5)

販売購入形態では、通信販売による相談が 95% を占め、「ネットで定期購入とは知らずに美容液を購入したら、すぐに 2 回目の商品が届いた。どうしたらよいか。」等といった苦情相談が多数寄せられた。(表 5)

【表5】基礎化粧品に関する契約当事者年代別販売購入形態別苦情相談件数

契約当事者 年代	総数		販売購入形態（件数）						
	件数	割合	店舗 購入	訪問 販売	通信 販売	マルチ・マルチ まがい	電話勧 誘販売	初タイプ・ オプション	不明・ 無関係
20歳未満	13	1.6%	1	—	12	—	—	—	—
20歳代	20	2.4%	—	—	18	—	1	—	1
30歳代	48	5.8%	—	—	42	2	—	—	4
40歳代	129	15.6%	—	—	126	—	—	1	2
50歳代	247	29.9%	—	—	242	—	1	—	4
60歳代	186	22.5%	1	1	180	—	2	—	2
70歳以上	159	19.2%	—	1	143	3	7	—	5
不明・団体	25	3.0%	—	—	24	—	—	—	1
合 計	827		2	2	787	5	11	1	19
			0.2%	0.2%	95.2%	0.6%	1.3%	0.1%	2.4%

(3) 工事・建築^{※3}に関する相談

※3 工事・建築：新築工事、増改築工事、屋根工事、壁工事、塗装工事、防水工事など

工事・建築に関する相談は、対前年比 100.6%、4件増加の720件であった。(表3)
 契約当事者の年代別では、60歳以上の高齢者が約60%を占めている。訪問販売が約50%を占め「他県から来たという業者に屋根が壊れていると言われ、高額な屋根工事をした。だまされたのだろうか。」等という相談が多く寄せられた。(表6)

【表6】工事・建築に関する契約当事者年代別販売購入形態別苦情相談件数

契約当事者 年代	総数		販売購入形態（件数）					
	件数	割合	店舗 購入	訪問 販売	通信 販売	電話勧誘 販売	その他無 店舗	不明・ 無関係
20歳未満	—	—	—	—	—	—	—	—
20歳代	14	1.9%	7	3	1	—	—	3
30歳代	48	6.7%	19	12	1	—	—	16
40歳代	70	9.7%	26	19	4	3	1	17
50歳代	91	12.6%	30	38	5	—	2	16
60歳代	126	17.5%	31	66	5	3	1	20
70歳以上	304	42.2%	55	196	2	5	3	43
不明・団体	67	9.4%	21	22	3	1	1	19
合 計	720		189	356	21	12	8	134
			26.3%	49.4%	2.9%	1.7%	1.1%	18.6%

(4) フリーローン・サラ金^{※4}に関する相談

※4 フリーローン・サラ金：消費者金融会社、クレジット会社、銀行等が扱う用途を限定しない消費者ローンなど

フリーローン・サラ金に関する相談は、対前年比 109%、57 件増加の 694 件であった。

(表 3)

相談内容は、「複数の金融機関から借金があり返済が大変だ。」「消費者金融に多額の借金があり、月々の返済が遅れたら一括返済を求められた。対処法は。」「クレジットカードで借金し完済したが、過払い金が発生していると思う。過払い金請求をしたいがどのようにすればよいか。」「債権回収業者から 20 年以上前の借金の債権を買い取ったという通知が届いた。債務整理は済んでいる。支払いたくない。」等、多重債務、債務整理、過払い金請求方法等に関する相談があった。

(5) 電気^{※5}に関する相談

※5 電気：電力小売自由化に伴う電気供給契約先の変更や電気メーター漏電の点検など

電気に関する相談は、対前年比 94.9%、29 件減少の 534 件であった。(表 3)

契約当事者の年代別では、60 歳以上の高齢者が約 48%を占めている。(表 7)

販売購入形態では、訪問販売による相談が 33%を占め、「電気会社を変更すると料金が安くなると勧誘を受けた。契約はしなかったが、検針番号、住所、氏名、電話番号を教えてしまった。」「月々の電気代が安くなると勧誘され契約したが安くならないので解約した。解約後もその会社から請求書が届き支払っている。」「新電力の小売り業者と契約したが、電力会社から契約を切られたため、解約すると言われた。説明不足で納得いかない。」等というトラブルに関する相談が寄せられている。

【表 7】 電気に関する契約当事者年代別販売購入形態別苦情相談件数

契約当事者 年代	総数		販売購入形態 (件数)						
	件数	割合	店舗 購入	訪問 販売	通信 販売	電話勧 誘販売	訪問 購入	その他 無店舗	不明・ 無関係
20 歳未満	7	1.3%	—	2	2	2	—	—	1
20 歳代	37	6.9%	4	22	5	1	1	—	4
30 歳代	35	6.6%	5	18	2	1	—	—	9
40 歳代	67	12.5%	6	32	10	5	—	—	14
50 歳代	62	11.6%	6	18	5	4	—	2	27
60 歳代	84	15.7%	14	21	3	18	—	—	28
70 歳以上	172	32.2%	32	48	5	29	—	2	56
不明・団体	70	13.2%	2	17	4	13	—	—	34
合 計	534		69	178	36	73	1	4	173
			12.9%	33.3%	6.7%	13.7%	0.2%	0.7%	32.5%

3 特徴的な相談

(1) SNSに関する相談

コミュニティー型ウェブサイトやアプリ等のSNS（ソーシャルネットワーキングサービス）をきっかけとした相談が多数寄せられた。内容をみると、SNSの広告から化粧品や健康食品、副業等を契約しトラブルとなるケース、SNSで知り合った人から投資、情報商材購入、異性交際関係有料サイト加入を勧誘され契約トラブルとなるケース等がみられた。

SNSに関する相談は、対前年度比144.6%、422件増加の1,368件であった。男女別では、女性が約6割を占め、契約当事者の年代では50歳代が最も多く、次いで40歳代、20歳代となっている。（表8）販売購入形態別では、各年代とも通信販売によるものが大部分を占めている。（表9）主な商品サービス別の苦情相談件数では、1位が基礎化粧品で、契約当事者の約80%が40歳代から60歳代であった。2位が他の内職・副業で契約当事者の約65%が20歳代から30歳代であった。（表10）

【表8】 SNSに関する相談契約当事者年代別性別相談件数

契約当事者年代	令和4年度				割合	令和3年度
	男性	女性	不明・団体等	総計		総計
20歳未満	26	45	1	72	5.3%	47
20歳代	102	144	2	248	18.1%	239
30歳代	50	104	—	154	11.3%	141
40歳代	71	190	1	262	19.2%	171
50歳代	116	201	—	317	23.2%	193
60歳代	65	114	—	179	13.1%	85
70歳以上	39	46	—	85	6.2%	38
不明・団体	19	21	11	51	3.6%	32
合 計	488	865	15	1,368	100%	946
	35.7%	63.2%	1.1%	100%		

【表9】 SNSに関する相談契約当事者年代別販売購入形態別苦情相談件数

契約当事者年代	店舗購入	訪問販売	通信販売	マルチ・マルチまがい	電話勧誘販売	初タイプ・オプション	その他無店舗	不明・無関係
20歳未満	3	—	57	1	9	—	—	1
20歳代	11	15	142	12	51	—	3	13
30歳代	4	2	106	2	22	1	—	12
40歳代	4	1	226	1	17	—	—	10
50歳代	7	3	281	—	7	—	—	16
60歳代	2	2	156	—	4	1	—	12
70歳以上	—	1	68	—	7	—	—	9
不明・団体	2	—	33	2	2	—	—	10
合 計	33	24	1,069	18	119	2	3	83
	2.4%	1.8%	79.1%	1.3%	8.8%	0.1%	0.3%	6.2%

【表 10】 SNSに関する主な商品サービスと契約当事者年代別苦情相談件数 ()内は前年度件数

商品・サービス名	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	不明・団体	合計
基礎化粧品	3	7	8	32	71	38	13	—	172(55)
他の内職・副業	8	56	18	9	8	8	2	3	112(85)
他の健康食品	7	4	6	28	23	10	4	2	84(38)
他の化粧品	13	7	1	5	12	9	2	1	50(32)
異性交際関連サービス	1	17	10	5	9	2	—	4	48(44)
役務その他サービス	2	12	7	7	6	3	2	3	42(32)
メイクアップ化粧品	—	—	1	16	16	3	3	—	39(9)
商品一般	—	6	2	2	8	6	11	—	35(38)
他のデリバティブ取引	—	10	2	6	9	4	1	1	33(37)
頭髪用化粧品	1	—	1	7	8	11	1	2	31(29)
金融関連サービスその他	1	6	4	9	9	1	1	—	31(23)

(2) 定期購入に関する相談

「お試し価格 2,000 円」「初回限定 500 円。とりあえず試してください」等と通常価格より低価格で購入できるとの広告から、契約したところ、定期購入となっていたといった定期購入に関する相談が多く寄せられた。

相談件数は、対前年比 183.1%、935 件増加の 2,060 件であった。男女別では、女性が 7 割を占め、契約当事者の年代では 50 歳代が最も多く、次いで 60 歳代、70 歳以上となっている。(表 11) 販売購入形態別では、各年代とも通信販売によるものが大部分を占めている。(表 12) 主な商品サービスでは、化粧品や健康食品が多くなっている。(表 13)

【表 11】 定期購入に関する相談契約当事者年代別性別相談件数

契約当事者年代	令和 4 年度				割合	令和 3 年度
	男性	女性	不明・団体等	総計		総計
20歳未満	35	44	—	79	3.8%	84
20歳代	28	39	—	67	3.3%	68
30歳代	30	80	—	110	5.3%	72
40歳代	79	245	2	326	15.8%	206
50歳代	130	427	—	557	27.0%	224
60歳代	124	305	1	430	20.9%	198
70歳以上	150	266	2	418	20.3%	223
不明・団体	23	39	11	73	3.6%	45
合計	599	1,445	16	2,060	100%	1,125
	29.1%	70.1%	0.8%	100%		

【表 12】 定期購入に関する相談契約当事者年代別販売購入形態別苦情相談件数

契約当事者年代	店舗購入	訪問販売	通信販売	マルチ・マルチまがい	電話勧誘販売	初タイプ・オプション	その他無店舗	不明・無関係
20歳未満	—	—	79	—	—	—	—	—
20歳代	—	—	66	—	1	—	—	—
30歳代	—	—	106	1	1	—	—	2
40歳代	—	—	319	—	1	2	—	2
50歳代	—	1	549	—	1	—	1	5
60歳代	1	1	421	—	4	—	1	—
70歳以上	1	4	385	2	19	—	—	6
不明・団体	—	—	69	—	—	—	—	3
合計	2	6	1,994	3	27	2	2	18
	0.1%	0.3%	97.1%	0.1%	1.3%	0.1%	0.1%	0.9%

【表 13】 定期購入に関する主な商品サービスと契約当事者年代別苦情相談件数 ()内は前年度件数

商品・サービス名	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	不明・団体	合計
基礎化粧品	10	18	34	115	228	166	133	19	723(208)
他の健康食品	20	20	20	63	86	61	78	9	357(253)
他の化粧品	31	14	12	20	58	42	25	6	208(172)
頭髮用化粧品	3	4	10	23	52	51	41	10	194(156)
メイクアップ化粧品	1	—	6	40	47	26	21	5	146(56)
化粧品	2	1	6	15	24	20	13	9	90(28)
健康食品	4	3	4	10	11	11	9	9	61(50)
タバコ用品	—	2	4	11	22	9	5	1	54(32)
酵素食品	3	1	2	—	5	1	4	1	17(28)
皮膚病薬	—	—	—	—	1	4	11	1	17(2)

(3) 多重債務に関する相談

多重債務に関する相談は、対前年度比 110.2%、69 件増加の 744 件であった。

年代別では 50 歳代が最も多くなっており、男女別では、男性からの相談が多くなっている。(表 14)

「子供の学費、生活費のため、消費者金融、クレジットカード会社等から多額の借金があり、返済が大変なので債務整理したい。」「複数の消費者金融から借金したが返済できず、インターネットで探した弁護士に依頼し債務整理を行った。返済を始めたが生活が苦しい。」「ギャンブル費用、生活費のために、消費者金融やクレジットカード会社から借金した。返済ができない。」など生活苦等に起因する深刻な内容の相談もある。

【表 14】多重債務に関する契約当事者年代別性別苦情相談件数

契約当事者年代	令和4年度					(令和3年度)	
	件数				割合	件数	割合
	男性	女性	不明・団体	計			
20歳未満	2	3	—	5	0.7%	—	0.0%
20歳代	54	43	—	97	13.0%	74	11.0%
30歳代	63	31	—	94	12.6%	74	11.0%
40歳代	78	38	—	116	15.6%	121	17.9%
50歳代	88	55	3	146	19.6%	126	18.7%
60歳代	78	37	1	116	15.6%	111	16.4%
70歳以上	67	53	1	121	16.3%	120	17.8%
不明・団体	28	11	10	49	6.6%	49	7.2%
合計	458	271	15	744	100%	675	100%
	61.6%	36.4%	2.0%	100%			

4 その他

(1) 販売購入形態別の苦情相談状況

販売購入形態別の苦情相談状況は、通信販売に関するものが7,866件、全体の約38%と最も多かった。また、店舗・無店舗購入別では、無店舗購入に関する相談が約56%を占めた。(表15)

【表 15】販売購入形態別苦情相談状況

販売購入形態区分	令和4年度		令和3年度		対前年比		
	件数	割合	件数	割合	件数	増減率	
店舗購入	4,141	20.0%	4,078	20.8%	63	1.5%	
無店舗購入	11,627	56.3%	10,782	55.1%	845	7.8%	
(内訳)	訪問販売	1,885	9.1%	2,431	12.4%	△546	△22.5%
	通信販売	7,866	38.1%	6,390	32.7%	1,476	23.1%
	マルチ・マルチまがい	146	0.7%	174	0.9%	△28	△16.1%
	電話勧誘販売	1,234	6.0%	1,364	7.0%	△130	△9.5%
	ネガティブ・オプション	125	1.1%	130	0.7%	△5	△3.9%
	訪問購入	221	1.1%	145	0.7%	76	52.4%
	その他無店舗	150	0.7%	148	0.7%	2	1.4%
不明・無関係	4,902	23.7%	4,702	24.1%	200	4.3%	
合計	20,670		19,562		1,108		

最も多かった「通信販売」の商品・サービス件数別では、「基礎化粧品」が最も多く、次いで「商品一般」「他の健康食品」の順となり、スマートフォンなどの普及により、インターネットでの通信手段による契約が多い結果となった。(表16)

次に多かったのは、実際に店舗へ契約者が出向いて購入、契約をする「店舗購入」の形態で、4,141件であった。商品・サービス件数別では、「フリーローン・サラ金」が最も多く、次いで、「四輪自動車」「不動産貸借」の順であった。(表16)

【表16】販売購入形態別苦情相談状況

順位	通信販売		店舗購入	
	商品・サービス名	件数	商品・サービス名	件数
1	基礎化粧品	787	フリーローン・サラ金	369
2	商品一般	535	四輪自動車	331
3	他の健康食品	428	不動産貸借	316
4	アダルト情報	243	工事・建築	189
5	他の化粧品	232	携帯電話サービス	177
6	頭髪用化粧品	224	エステサービス	162
7	異性交際関連サービス	194	商品一般	100
8	メイクアップ化粧品	157	携帯電話	98
9	役務その他サービス	153	修理サービス	94
10	ネットゲーム	146	医療サービス	93

(2) 苦情相談処理結果状況

相談処理結果については、助言(自主解決のためのアドバイス)が約7割を占めている。また、県及び市町村消費生活センターであっせんを行った2,798件のうち、2,581件の相談を解決できた。(表17)

【表17】苦情相談処理結果

処理結果区分	令和4年度		令和3年度
	件数	割合	件数
助言	13,855	67.0%	13,636
その他情報提供	2,813	13.6%	2,396
あっせん	2,798	13.5%	2,377
解決	2,581	12.5%	2,189
不調	217	1.0%	188
他機関紹介	452	2.2%	477
処理不要 ※1	514	2.5%	465
処理不能 ※2	161	0.8%	153
継続処理中 他	77	0.4%	58
合計	20,670	100%	19,562

※1 処理不要：相談の取り下げ 等

※2 処理不能：連絡先不明 等