

令和元(2019)年度消費生活相談状況について

令和2(2020)年6月11日
栃木県県民生活部くらし安全安心課

1 令和元(2019)年度相談件数について

令和元(2019)年度に県内の消費生活センター(21か所)で受け付けた相談件数は18,220件であり、前年度と比較して2,970件減少した。

苦情相談・問合せ相談の別では、苦情相談が16,634件(全体の91.3%)、問合せ相談が1,586件(全体の8.7%)であり、前年度と比較して苦情相談は3,009件減少し、問合せ相談は39件増加した。

なお、県内すべての市町に消費生活センターが設置(共同設置及び委託を含む)され、身近な場所で相談を受けられる体制が整っている(センター一覧は10ページ)。

○苦情相談・問合せ相談別の相談件数の比較

(単位:件、%、ポイント)

区分	令和元年度 2019		平成30年度 2018		比較増減		
	件数	構成比	件数	構成比	件数	増減率	構成比差
苦情相談	16,634	91.3	19,643	92.7	△ 3,009	△ 15.3	△ 1.4
問合せ相談	1,586	8.7	1,547	7.3	39	2.5	1.4
合計	18,220	100.0	21,190	100.0	△ 2,970	△ 14.0	

(注)本資料のデータは、国民生活センターのPIO-NET(全国消費生活情報ネットワークシステム)に本登録された令和2(2020)年4月30日現在のデータを活用

2 相談件数の推移について

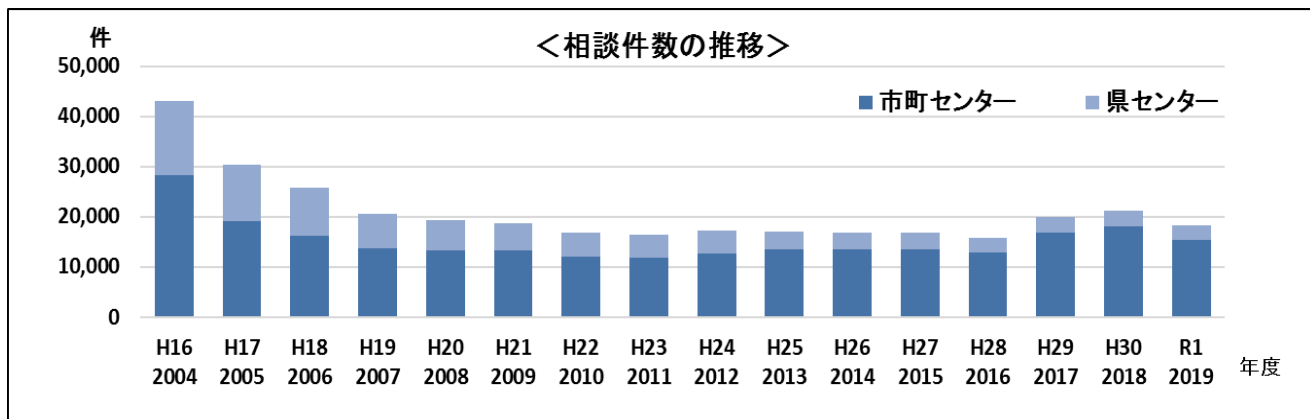
相談件数の推移をみると、平成16(2004)年度の43,026件をピークに概ね減少傾向にあり、平成29(2017)年度、平成30(2018)年度は2年連続で増加したが、令和元(2019)年度は3年ぶりに減少に転じた。

なお、平成16(2004)年度のピークは、ハガキや封書、電子メール等により身に覚えのない請求書や督促状を送りつけて送金を迫る「架空請求」に関する相談の急増によるものであり、近年における件数増減の大きな要因でもある(「架空請求」は、平成29(2017)年度6,174件、平成30(2018)年度6,773件、令和元(2019)年度2,382件)。

○県全体の相談件数の推移

(単位:件)

年度(平成)	H16 2004	H17 2005	H18 2006	H19 2007	H20 2008	H21 2009	H22 2010	H23 2011	H24 2012	H25 2013	H26 2014	H27 2015	H28 2016	H29 2017	H30 2018	R1 2019
市町センター	28,303	19,078	16,246	13,674	13,310	13,217	11,980	11,854	12,632	13,494	13,555	13,501	12,752	16,781	17,996	15,315
県センター	14,723	11,259	9,560	6,975	5,984	5,523	4,802	4,611	4,498	3,501	3,299	3,292	2,943	3,142	3,194	2,905
合計	43,026	30,337	25,806	20,649	19,294	18,740	16,782	16,465	17,130	16,995	16,854	16,793	15,695	19,923	21,190	18,220
(県の割合)	34.2%	37.1%	37.0%	33.8%	31.0%	29.5%	28.6%	28.0%	26.3%	20.6%	19.6%	19.6%	18.8%	15.8%	15.1%	15.9%



3 年代別の苦情相談件数について

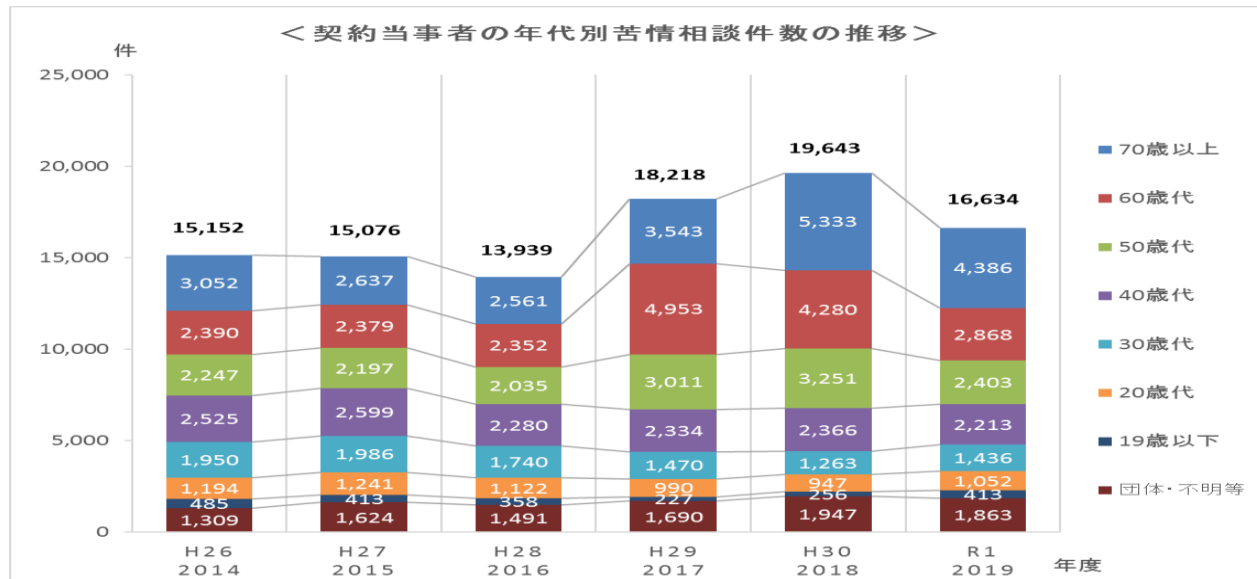
契約当事者の年代別苦情相談件数は、70歳以上の4,386件（全体の26.4%）が最も多く、以下、60歳代の2,868件（全体の17.2%）、50歳代の2,403件（全体の14.4%）、40歳代の2,213件（全体の13.3%）の順となっており、40歳代以上が71.3%を、60歳代以上だけで見ても43.6%を占めている。

前年度と比較すると、30歳代以下は軒並み増加しており、40歳代以上は減少している。これは、各世代において、健康食品、化粧品に係る相談件数が増加しているものの（後述）、40歳代以上においては、架空請求に係る相談件数の減少がそれを大幅に上回っているためである。また、19歳以下においては、特にオンラインゲームに係る相談が多いことも特徴的である。

○契約当事者の年代別構成比

（単位：件、%、ポイント）

区分	令和元年度 2019		平成30年度 2018		比較増減		
	件数	構成比	件数	構成比	件数	増減率	構成比差
19歳以下	413	2.5	256	1.3	157	61.3	1.2
20歳代(20～29歳)	1,052	6.3	947	4.8	105	11.1	1.5
30歳代(30～39歳)	1,436	8.6	1,263	6.4	173	13.7	2.2
40歳代(40～49歳)	2,213	13.3	2,366	12.0	△ 153	△ 6.5	1.3
50歳代(50～59歳)	2,403	14.4	3,251	16.6	△ 848	△ 26.1	△ 2.2
60歳代(60～69歳)	2,868	17.2	4,280	21.8	△ 1,412	△ 33.0	△ 4.6
70歳以上	4,386	26.4	5,333	27.1	△ 947	△ 17.8	△ 0.7
団体等・不明・無回答	1,863	11.3	1,947	10.0	△ 84	△ 4.3	1.3
合計	16,634	100.0	19,643	100.0	△ 3,009	△ 15.3	



4 男女別の苦情相談件数について

契約当事者の男女別苦情相談件数は、男性が7,456件（全体の44.8%）、女性が8,596件（全体の51.7%）であり、前年度と比較して男性が305件増加し、女性が3,275件減少した。

女性の相談件数が大幅に減少したのは、架空請求の減少によるところが大きい（平成30(2018)年度5,963件、令和元(2019)年度1,986件）。

○契約当事者の男女別構成比

（単位：件、%、ポイント）

区分	令和元年度 2019		平成30年度 2018		比較増減		
	件数	構成比	件数	構成比	件数	増減率	構成比差
男性	7,456	44.8	7,151	36.4	305	4.3	8.4
女性	8,596	51.7	11,871	60.4	△ 3,275	△ 27.6	△ 8.7
団体等・不明・無回答	582	3.5	621	3.2	△ 39	△ 6.3	0.3
合計	16,634	100	19,643	100	△ 3,009	△ 15.3	

5 商品・サービス別苦情相談件数について

(1) 商品・サービス別

商品・サービス別に見た上位 10 商品・サービスは次表のとおりである。

上位 3 位までは前年度同様であり、「商品一般」に分類される架空請求や、パソコンやスマートフォンに関連したものなど「放送・コンテンツ等」に分類される架空請求・不当請求などが全体の 29.8%を占めており、前年度よりは大幅に減少してはいるものの、架空請求関連が上位を占めている。

○苦情相談件数の上位10商品・サービス

(単位:件、%)

令和元年度 2019					平成30年度 2018			
順位	商品・サービス名	件数	構成比	前年増減	順位	商品・サービス名	件数	構成比
1	商品一般	3,351	20.1	△ 3,557	1	商品一般	6,908	35.2
2	放送・コンテンツ等	1,611	9.7	△ 669	2	放送・コンテンツ等	2,280	11.6
3	インターネット通信サービス	1,080	6.5	288	3	インターネット通信サービス	792	4.0
4	健康食品	743	4.5	280	4	融資サービス	787	4.0
5	融資サービス	608	3.7	△ 179	5	役務その他	580	3.0
6	役務その他	567	3.4	△ 13	6	レンタル・リース・貸借	509	2.6
7	工事・建築・加工	562	3.4	137	7	健康食品	463	2.4
8	レンタル・リース・貸借	492	3.0	△ 17	8	工事・建築・加工	425	2.2
9	化粧品	472	2.8	239	9	自動車	340	1.7
10	自動車	387	2.3	47	10	修理・補修	273	1.4
—	その他	6,761	40.6	475	—	その他	6,286	31.9
合計		16,634	100.0	△ 2,969	合計		19,643	100.0

(2) 年代別

年代別に見ると、30 歳代までが「放送・コンテンツ等」が 1 位で、40 歳代以上はハガキによる架空請求の影響により「商品一般」が 1 位となっている。

また、多重債務等に係る「融資サービス」が 20 歳代から 50 歳代で上位にあるほか、40 歳代以上にインターネットの光回線切替えに係る迷惑勧誘やプロバイダの二重契約などの「インターネット通信サービス」が、「健康食品」の購入におけるトラブルが各世代で上位にある（20 歳代 7 位、70 歳以上 8 位）。

個別年代別に見ると、19 歳以下では「健康食品」同様、「化粧品」の購入におけるトラブル相談が多い。

○契約当事者の年代別の苦情相談上位5商品・サービス

(単位:件)

年代	1位		2位		3位		4位		5位	
19歳以下	放送・コンテンツ等	124 (30.0%)	健康食品	69	化粧品	68	商品一般	22	紳士・婦人洋服	13
20歳代	放送・コンテンツ等	157 (14.9%)	レンタル・リース・貸借	72	商品一般	71	融資サービス	67	自動車	54
30歳代	放送・コンテンツ等	173 (12.0%)	商品一般	119	融資サービス	91	健康食品	84	レンタル・リース・貸借	66
40歳代	商品一般	311 (14.1%)	放送・コンテンツ等	282	健康食品	159	インターネット通信サービス	112	融資サービス	102
50歳代	商品一般	441 (18.4%)	放送・コンテンツ等	279	健康食品	161	インターネット通信サービス	146	融資サービス	106
60歳代	商品一般	767 (26.7%)	放送・コンテンツ等	279	インターネット通信サービス	233	工事・建築・加工	110	健康食品	88
70歳以上	商品一般	1,315 (30.0%)	インターネット通信サービス	405	放送・コンテンツ等	227	工事・建築・加工	205	役務その他	140

(注) 1位の欄()内数値は各年代の総数に占める1位項目の比率

(3) 上位5商品・サービスの状況

ア 商品一般（はがきや封書、メール等による、対象商品がはっきりしない架空請求・不当請求など）

「商品一般」に係る苦情相談件数は3,351件で全体の20.1%であり、苦情相談全体の約5分の1となっている。ただし、前年度と比較して3,557件減少し、件数はほぼ半減した。

架空請求への対応が認知されてきたことも減少の要因と思われる。

【主な相談事例】

- ・ 「法務省管轄支局〇〇〇〇センター」から「消費料金に関する訴訟最終告知のお知らせ」と記載のあるハガキが届いた。訴訟取り下げの最終期日は明日だが裁判になるような案件は身に覚えがない。対処法を教えてください。
- ・ スマートフォンやパソコンのメールに、大手通販会社を名乗る事業者から「未納料金を滞納しております。ご連絡なき場合は法的手続きに移ります。」という不審な内容のメールの送信があり、相手に連絡したところ高額な請求をされた。どうしたらよいか。

イ 放送・コンテンツ等（電波や衛星放送を利用した放送サービス及び電話回線やインターネットを使って情報を得るサービス）

「放送・コンテンツ等」に係る苦情相談件数は1,611件で全体の9.7%を占めている。前年度と比較して669件減少しているが、30歳代以下においては、他の商品・サービスに比較して依然として件数が多い。

【主な相談事例】

- ・ インターネットで無料のアダルトサイトを閲覧していたところ、突然登録になり高額な料金を請求された。メールアドレスが表示されていたため、メールで個人情報を入力してしまい、記載のあった連絡先に電話をかけ、登録の意思はなかったことを伝えしたが、取消しは出来ないと言われてしまい、高額な請求を受けた。今後の対処法を教えてください。
- ・ 自分の子供がスマートフォンのオンラインゲームで高額なクレジット決済をしてしまった。取消しできないか。

ウ インターネット通信サービス（光回線などのインターネット回線やプロバイダに係る料金やサービスなど）

苦情相談件数は1,080件であり、前年度と比較して288件増加した。

昨年度同様3位であるが、昨年度からの増加件数では1位となっている。

【主な相談事例】

- ・ 大手電話会社を名乗る事業者から「光回線にすれば電話代が安くなる。」と電話があり、相手に名前を伝えてしまった。契約になってしまったのではないかと心配だ。どうしたらよいか。
- ・ 大手通信会社を名乗る事業者から「光回線にすれば料金が今より安くなる。」と電話があり応諾した。後日、届いた請求書を見ると2社からの請求となっており、別のプロバイダと重複して契約していることに気づいた。元の状況に戻したい。
- ・ プロバイダ変更の勧誘電話があり承諾した。遠隔操作による変更後、すぐに解約を申し出たが、違約金がかかると言われた。違約金の説明はなかったが、支払わなければならないか。

エ 健康食品（ダイエットサプリメントや補助栄養サプリメントなど）

苦情相談件数は743件であり、前年度と比較して280件増加しており、前年度7位から4位となった。

先に述べたように、各世代で上位に入っており、特に19歳以下では前年度に引き続き2位となった。

【主な相談事例】

- ・ 健康食品をネット通販で1回だけのお試しのつもりで注文したが、2回目の商品が届いた。解約したいが、電話が繋がらない。
- ・ 初回無料の健康食品を注文したら、2回目の商品が届き高額な請求書が同封されていた。

オ 融資サービス（サラ金などの借金関係、多重債務、カードローン、住宅ローンなど）

苦情相談件数は608件であり、前年度と比較して179件減少し、前年度4位から5位となっている。

内訳を見ると各年代とも10位以内に入っているが、20歳代から50歳代までの現役世代の相談が多く、そのほとんどは多重債務による相談となっている。

【主な相談事例】

- ・ クレジット会社からの借金残債と奨学金の残債があるが、返済が難しいので債務整理をしたい。相談できる窓口を教えてください。
- ・ 金融業者から身に覚えがないカードローンの督促状が届いた。ローンの申込みや借入れはしていない。どうしたらよいか。
- ・ 自動車を分割支払いで購入したが、返済が滞り裁判所から特別送達が届いた。どうしたらよいか。

6 特徴的な相談について

（１） 相談件数が多かったもののうち特に特徴的な事例

ア いまだに件数が多いハガキによる架空請求

昨年度の集計からは減少しているものの、ハガキによる架空請求がいまだに継続しており、相談件数でも上位となっている。

栃木県内では、平成29(2017)年6月頃から急増し、40歳代から80歳代までと各世代に渡っている。また、同じ相談者に複数回ハガキが届いている例も見られ、「民事訴訟最後告知書」や「紛争問題確認通知」といった不安をあおる内容のハガキが届く事例も少なくない。

ハガキの内容に慌てて電話をすると、電話に出た弁護士と称する人物がギフト券等の電子マネーでの支払いを求め、その後、裁判の相手方と称する者や弁護士と称する者から次々と電話などで追加の支払いを求めてくるのが手口である。

【以下、ハガキの主な文面】

「契約不履行による民事訴訟として、訴状が提出されました。このままご連絡なき場合は、原告側の主張が受理され、裁判所の許可を受けて現預金や有価証券及び、動産や不動産物の差し押さえを強制執行させていただきます。裁判取り下げなどのご相談に関しましては当局にて承っておりますので、職員まで問い合わせください。法務省管轄支局〇〇〇〇センター。
※取り下げ最終期日 平成〇〇年〇〇月〇〇日」

【消費者へのアドバイス】

- ・ 正式な裁判手続きの通知がハガキで来ることはない。
- ・ 身に覚えのない訴訟案件に関するハガキを受け取った場合は、記載されている電話番号に絶対に電話しない。
- ・ 複数回届くこともあるが、慌てずに、まずは最寄りの消費生活センター（消費者ホットラインの電話番号「188（いやや!）」）や警察（#9110）に相談する。
- ・ 身に覚えのない請求に対しては、お金は絶対に支払わない。
- ・ 相手から指示されても、プリペイド型の電子マネーを購入したり、そのカード番号を教えたりしない。

イ 「健康食品」及び「化粧品」に関する相談

「健康食品」及び「化粧品」については、前年度からの増加率が高く、「化粧品」においては、前年度から倍増となっており、「健康食品」においても前年度から6割増となっている。相談の多くは、これらの商品をインターネット通信販売により購入したケースでの相談である。

パソコンやスマートフォンから簡単に購入申込みができる反面、契約内容をよく確認せず、「安価なお試し期間のみ申し込んだつもりが、定期購入になっていた。」というトラブルが発生している。

事業者のホームページに「お試し（価格）」「初回〇円」「送料のみ」といった表示は強調されているが、定期購入が条件であることが他の情報より小さい文字で表示されていたり、注文画面とは別のページに表示されていたりする場合があり、消費者が定期購入と認識しないまま購入し、2回目以降の商品が届いて初めて定期購入であることに気づくケースが多い。

【消費者へのアドバイス】

- ・契約に当たっては、定期購入が条件となっていないか、支払うこととなる総額はいくらかなど契約内容をよく確認する。
- ・通信販売にはクーリング・オフ制度はないので、中途解約や返品はできるか、解約・返品できる条件などをよく確認する。
- ・スマートフォンからの注文の際は「小さい文字の表示がよく見えなかった」という事例も見られるので、特に注意する。
- ・購入した際の通信販売サイトの画面を保存・印刷して手元に残す。

ウ SNS上の広告がきっかけとなるトラブル相談

上記イの「健康食品」や「化粧品」の購入時に特に多く見られる。

SNS閲覧中にダイエットサプリメントの広告が表示された。使用すれば痩せると思わせる画像や経験者の感想があり、「初回値引き」とあったので「1回限り」と思って注文、数日後商品を受け取り代金を支払った。後日2回目の商品が届いたため、事業者を確認すると、「値引きは定期購入が条件。解約には1回目分を定価で支払ってもらう必要がある。」と説明された、といった「1回限り」と思って注文したが定期購入だった、というトラブルが発生している。SNSを多く利用すると思われる若年層だけでなく、すべての年代で相談が増加している。

【消費者へのアドバイス】

- ・SNSは便利なコミュニケーションツールであるが、思いがけず消費者トラブルに巻き込まれることがあるというリスクを認識する。
- ・大幅な値引きや低価格、商品の効果を過剰にうたうSNS上の広告などは鵜呑みにしない。

(2) 高齢者に多い苦情相談

高齢者は日中在宅していることが多いため、電話勧誘や訪問販売を受ける割合が高い。

特に昨今、独居又は日中独居の高齢者や、高齢者のみの世帯などが増加しており、地域において消費者被害防止の観点からの見守りが必要となっている。

また、高齢者の場合、「被害に遭っていることに気付いていない」、「被害に遭っても誰にも相談しない」ことがあり、高齢者の様子を心配した家族など周囲の方からの相談が多い傾向にある。

なお、近年増加している、事前に電話をして家族構成や現金などの保有状況を確認するといった、いわゆる「アポ電」に対する対策も含め、電話による勧誘等に関しては、在宅中でも留守番電話の機能を利用するなどの対策が有効である。

ア 点検商法に関する相談

「排水管や排水枘の点検清掃や床下や屋根などの点検を無料又は安価でします。」と言って事業者が来訪し、点検後に不安を煽り、高齢者に不要な工事の契約を迫る手口が依然として多い。点検対象は床下や屋根の他、浄水器、配水管、布団など様々であり、一度契約してしまうとターゲットにされ、次々と被害に遭ってしまうことがある。

イ 修理・補修に関する相談

事業者が突然訪問してきて、「家屋に壊れたところはないか。損害保険で負担なく修理ができる。」と言われたので、屋根がゆがんでることを話すと、調査するというので、申込書にサインをした。申込書をよく見ると高額な手数料のことが書かれていて、十分な説明がなかったため、不審に思い相談するケースや、工事のキャンセル等によりトラブルとなる例がある。

【消費者へのアドバイス】

- ・知らない業者が来訪しても、安易に家に入れない。
- ・無料などの言葉に惹かれ安易に依頼せず、家族や周囲の人に相談する。
- ・保険金の内容については、まず、契約している保険会社や代理店等に確認する。
- ・必要なければ、勧誘されてもきっぱりと断る。
- ・工事後や契約後でもクーリング・オフできる場合があるので、最寄りの消費生活センター（消費者ホットラインの電話番号「188（いやや!）」）に相談する。

ウ 訪問買い取りに関する相談

電話や直接消費者宅を訪問して「不要品の買い取りキャンペーンを行っている。不要品があれば何でも買い取る。」と勧誘し、事業者が消費者宅に訪問買い取りに来たところ、「こんなものは買い取れない。アクセサリーや貴金属はないか。」と言われ、アクセサリーや貴金属を見せると安く買いたたかれたり、「貴金属等はない。」と断ると大声で怒鳴られたりする相談が入っている。

契約書の記載が不十分であったり、クーリング・オフの説明がされなかったりするほか、持ち帰られた商品の返品を求めても返品がされないなどトラブルとなるケースが多い。

【消費者へのアドバイス】

- ・突然訪問してきた買い取り業者は家に入れない。
- ・買い取りを承諾していない貴金属の売却を迫られたら、きっぱり断る。
- ・買い取り業者から交付された書面をしっかりと確認する。
- ・クーリング・オフ期間内は、買い取り業者に物品の引き渡しを拒むことが出来る。
- ・買い取り業者とトラブルになったら、すぐに最寄りの消費生活センター（消費者ホットラインの電話番号「188（いやや!）」）に相談する。

（3）若者に多い苦情相談

ア マルチ商法に関する相談

大学生や新社会人の年代で見られるものとして「マルチ商法」に関する相談がある。

学生や新社会人が先輩・知人に誘われてセミナーに参加し、先輩・知人や勧誘者からしつこく契約を迫られて投資用のUSBメモリ等の契約をしてしまい、借金やクレジット契約を強要されたり、友人知人を勧誘することを求められ、後から不安に思い解約したいといった相談が多く寄せられている。

また、知人に誘われてビジネススクールを受講契約し、他人を誘えば儲かると言われたが、誘えないし儲からないのでクーリング・オフしたいといった相談も見受けられる。

【消費者へのアドバイス】

- ・友人からの誘いでも、何の話なのかきちんと確認し、不要なときは、はっきり断る。
- ・「必ず儲かる」、「楽して稼げる」ことはない。
- ・「親や周りには内緒に」とか、「借金して契約すればよい」と言われたら、直ちに断る。
- ・断り切れずに契約してしまったら、直ちに消費生活センター（消費者ホットラインの電話番号「188（いやや!）」）へ相談する。

イ レンタル・リース・賃借に関する相談

20歳代では、「レンタル・リース・賃借」の相談件数が2位であり、他の年代と比較して特徴的な項目である。

その多くは、賃貸アパートや戸建住宅の契約内容に係る相談であり、入居にかかる仲介手数料や敷金、礼金の額に関するもの、退去時の原状回復にかかる費用と敷金の精算に係る相談が寄せられている。

【消費者へのアドバイス】

- ・仲介業者が資格を有しているか確認する。
- ・物件を探すときには入居までにかかる費用をよく精査し、契約書の内容についても条件や請求される金額の内訳等について十分納得いくまで確認する。
- ・賃貸住宅への入居前には入居する部屋の原状の記録・写真等を取り、退出する際のトラブルを避ける。
- ・賃貸住宅の退出時には、できる限り家主や管理会社等の立ち会いの下で部屋の状況を確認し、原状回復費用の内訳について家主側に十分な説明を求める。
- ・トラブルになったら、すぐに最寄りの消費生活センター（消費者ホットラインの電話番号「188（いやや!）」）に相談する。

7 苦情相談の処理状況について

令和元(2019)年度に受け付けた苦情相談の処理状況は、次表のとおりである。

○苦情相談処理状況

(単位:件)

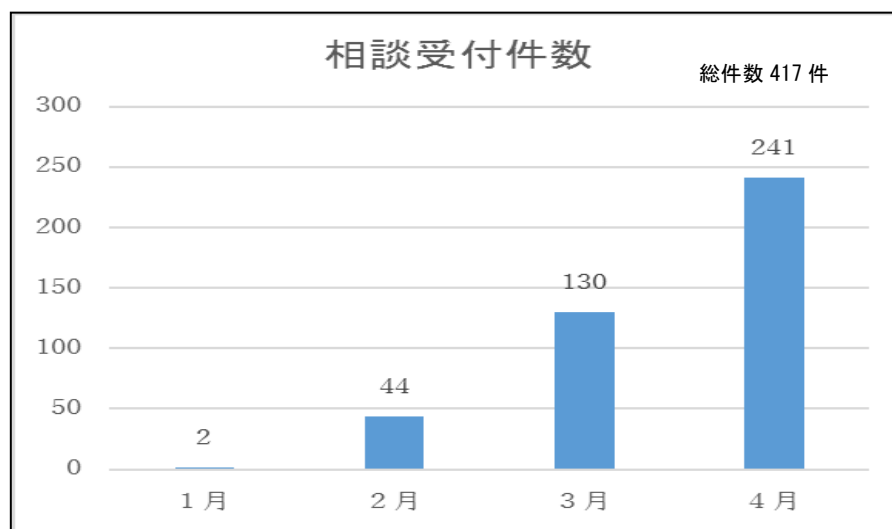
順位	商品・サービス名	合計	他機関 紹介	助言 (自主交渉)	その他 情報提供	あっせん 解決	あっせん 不調	処理不能	処理不要	処理継続中 or無回答
1	商品一般	3,351	10	2,788	395	40	1	15	86	16
2	放送・コンテンツ等	1,611	11	1,211	189	107	12	17	29	35
3	インターネット通信サービス	1,080	11	666	116	227	11	9	23	17
4	健康食品	743	0	402	55	239	22	7	6	12
5	融資サービス	608	27	377	175	1	1	6	9	12
6	役務その他	567	43	328	120	44	4	12	9	7
7	工事・建築・加工	562	11	367	131	30	1	4	12	6
8	レール・リース・貸借	492	21	323	115	17	5	5	3	3
9	化粧品	472	0	273	47	126	8	4	9	5
10	自動車	387	10	260	79	21	1	5	3	8
ー	その他	6,761	196	4,229	1,350	557	54	75	206	94
合 計		16,634	340	11,224	2,772	1,409	120	159	395	215
(構成比)		100.0%	2.0%	67.5%	16.7%	8.5%	0.5%	1.0%	2.4%	1.3%

《参考》 新型コロナウイルス関連の相談（令和2(2020)年1月～4月受付分）

※データは、国民生活センターのPIO-NET（全国消費生活情報ネットワークシステム）に本登録された令和2(2020)年5月31日現在のデータを活用

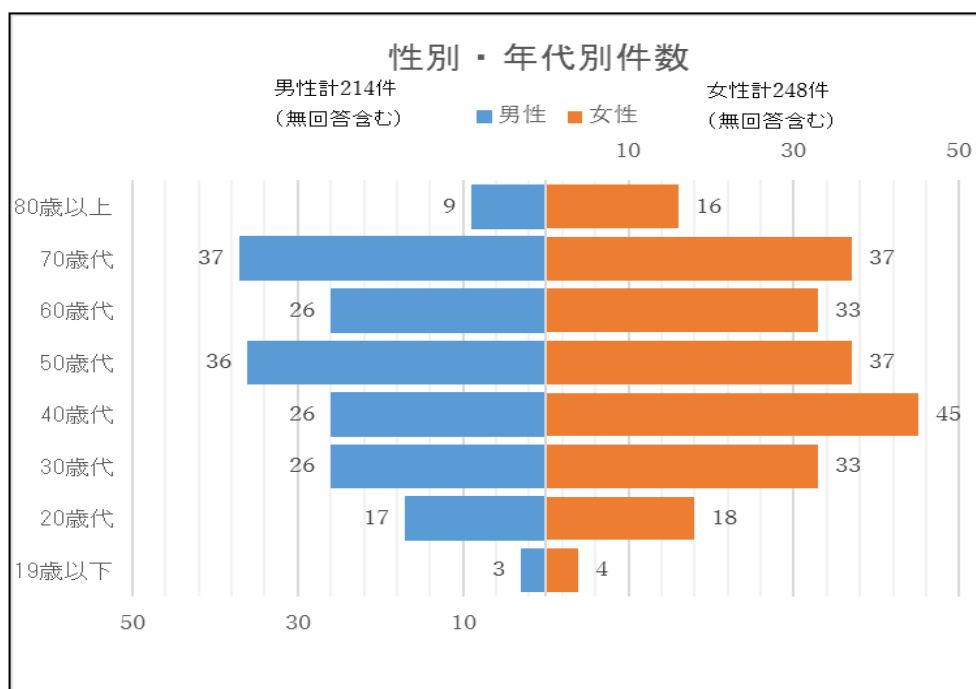
1 新型コロナウイルス関連相談件数の推移

令和2(2020)年1月～4月に受け付けた新型コロナウイルス関連の消費生活相談は、417件だった。1月2件、2月44件、3月130件、4月241件となっている。



2 契約当事者の性別・年齢

契約当事者の性別をみると、男性 214 件、女性 248 件となっている。年代は 30 歳代から 70 歳代までまんべんなく相談があるが、70 歳代は男女同数で、その他はどの世代も女性からの相談がやや多い。



3 主な相談内容

(単位: 件)

相談内容	計	1月	2月	3月	4月
(1) イベントや旅行の中止やその他契約キャンセルに伴う解約返金等に関するもの	129	1	15	56	57
(2) マスクの販売や入手等に関するもの	96	1	16	25	54
(3) 注文した覚えのないマスクが送られてきたという相談	45		1	3	41
(4) トイレットペーパーやティッシュペーパーの販売や入手等に関するもの	11		3	8	
(5) アルコール消毒製品の販売や入手等に関するもの	19		1	5	13
(6) 体温計の販売や入手等に関するもの	3				3
(7) 商品の不達等に関するもの(マスク除く)	11		1	3	7
(8) 収入減に関するもの	17			5	12
(9) 不安・心配・その他	86		7	25	54
合 計	417	2	44	130	241

※一部重複あり

(1) イベントや旅行の中止やその他契約キャンセルに伴う解約返金等に関するもの

相談内容をみると、コンサートなどのチケット類、航空券、結婚式場、スポーツジム、学習塾や家庭教師など、「キャンセル料を請求された」「解約の返金をしてもらえない」「解約したいのに連絡がとれない」と言った相談が多くみられた。

(2) マスクの販売や入手等に関するもの

(3) 注文した覚えのないマスクが送られてきたという相談

マスク関連は、(2)(3)を合わせると151件となり、もっとも多かった相談である。

相談内容は、「買えない、どこにも売っていない」「普段の2倍以上の価格で売っている」など、品不足や高価格についての相談が大半だが、特に4月に入ってから、「注文した覚えのないマスクが送られてきた」という相談も急増した。

(4) トイレットペーパーやティッシュペーパーの販売や入手等に関するもの

(5) アルコール消毒製品の販売や入手等に関するもの

(6) 体温計の販売や入手等に関するもの

(4)のペーパー類についての相談は、品不足に関する相談がほとんどであるが、3月の相談件数が多かったものの、4月は供給が安定したためか0件となった。一方(5)のアルコール消毒製品については、マスクの後追いで品不足に伴い相談が増えてきている。マスクとペーパー類及びアルコール消毒製品については、同時に相談をする人も複数いた。

(7) 商品の不達等に関するもの（マスクを除く）

相談内容は、「ネット通販で注文した商品が、新型コロナを理由に届かない」といった相談もあった。マスクについても、(2)に含むが同様な相談があった。

(8) 収入減に関するもの

「新型コロナの影響で仕事が減り、家賃が払えない」「どこに相談したらいいか」など。

【県内消費生活センター一覧】

○栃木県内の消費生活センター一覧

(令和2(2020)年4月1日現在:21センター)

センター名	電話番号	センター名	電話番号
栃木県消費生活センター	028-625-2227	那須塩原市消費生活センター	0287-63-7900
宇都宮市消費生活センター	028-616-1547	さくら市消費生活センター	028-681-2575
足利市消費生活センター	0284-73-1211	那須烏山市消費生活センター	0287-83-1014
栃木市消費生活センター	0282-23-8899	下野市消費生活センター	0285-44-4883
佐野市消費生活センター	0283-20-3015	上三川町消費生活センター	0285-56-9153
鹿沼市消費生活センター	0289-63-3313	芳賀地区消費生活センター (益子町、茂木町、市貝町、芳賀町)	0285-81-3881
日光市消費生活センター	0288-22-4743	壬生町消費生活センター	0282-82-1106
小山市消費生活センター	0285-22-3711	野木町消費生活センター	0280-23-1333
真岡市消費生活センター	0285-84-7830	高根沢町消費生活センター	028-675-3000
大田原市消費生活センター (大田原市、那珂川町)	0287-23-6236	那須町消費生活センター	0287-72-6937
矢板市消費生活センター (矢板市、塩谷町)	0287-43-3621		

困ったときは、ひとりで悩まず、早めに消費生活センターへ相談を！

いやや！
消費者ホットライン ☎188 (嫌や！悪質商法！)