

令和 4 年度の福岡県消費者行政の取組について

(② 県内の消費生活相談の概要及び

事業者に対する行政指導・処分)

令和4年度の福岡県内の消費生活相談の概要について

福岡県消費生活センター及び県内市町村の消費生活センター・相談窓口では、県民からの消費生活相談^(※1)に応じ、問題解決のための助言や各種情報の提供を行っている。また、必要に応じ相談のあっせん^(※2)を行っている。

(※1) 消費生活相談…事業者が提供する商品・サービスに係る消費者からの苦情等の相談をいう。

(※2) あっせん……消費者からの相談対応において、消費者単独の交渉等による解決が難しい場合などに、消費生活センター・相談窓口が消費者と事業者間の連絡調整等を行うことをいう。

本資料中に記載の相談件数は、PIO-NET（注）に登録された消費生活相談情報（図表2～4は令和5年5月10日現在の登録分。図表5以降は令和5年5月31日現在の登録分）を元に集計を行っている。

また、図表1の市町村の相談件数（総数）に限り、県が各市町村に照会して得た回答を元に集計を行っているため、各統計項目における相談件数の合計は必ずしも一致しないことがある。

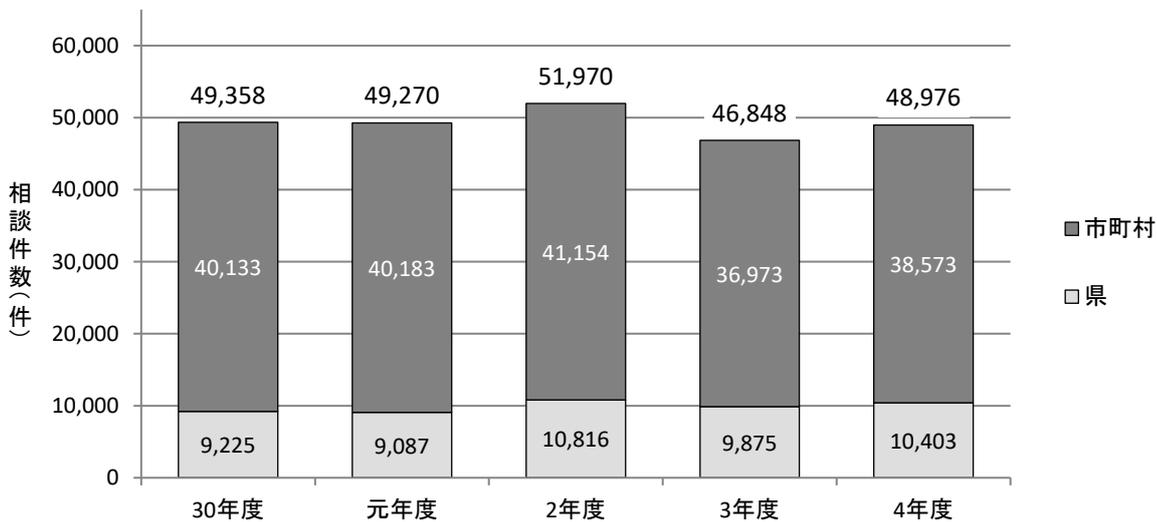
（注）PIO-NETとは、全国消費生活情報ネットワークシステム(Practical Living Information Online Network System)のことで、国民生活センターと全国の消費生活センターをネットワークで結び、消費者から消費生活センターに寄せられる消費生活に関する苦情相談情報（消費生活相談情報）の収集・蓄積を行っているシステムである。

地方公共団体、国の機関、県警察においては、このシステムによって全国で蓄積された相談情報を閲覧し、消費者被害の未然防止・拡大防止又はその救済に資するため、又は法執行等における端緒情報とするため、利用することが出来る。福岡県では、PIO-NETに加入して相談対応、事業者指導及び消費者啓発に活用している。

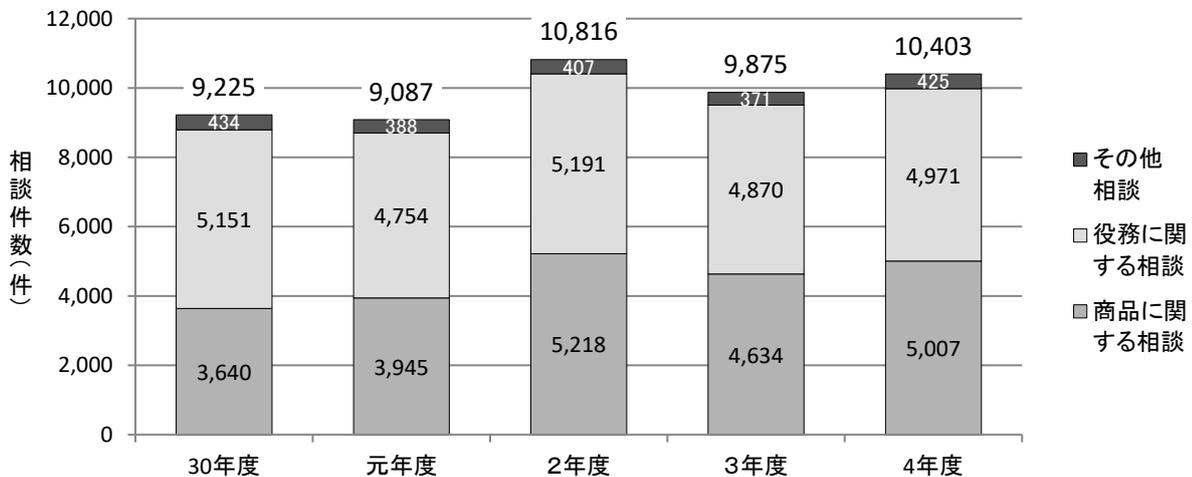
令和4年度の相談件数は、前年度からやや増加

- 令和4年度に福岡県内の消費生活センター・相談窓口寄せられた相談は48,976件であった。令和3年度の46,848件と比べ2,128件（対前年比4.5%）増加した。
- 福岡県消費生活センター受付分は10,403件で、令和3年度の9,875件と比べて528件（対前年比5.3%）増加した。

図表1 県及び県内市町村の消費生活相談件数



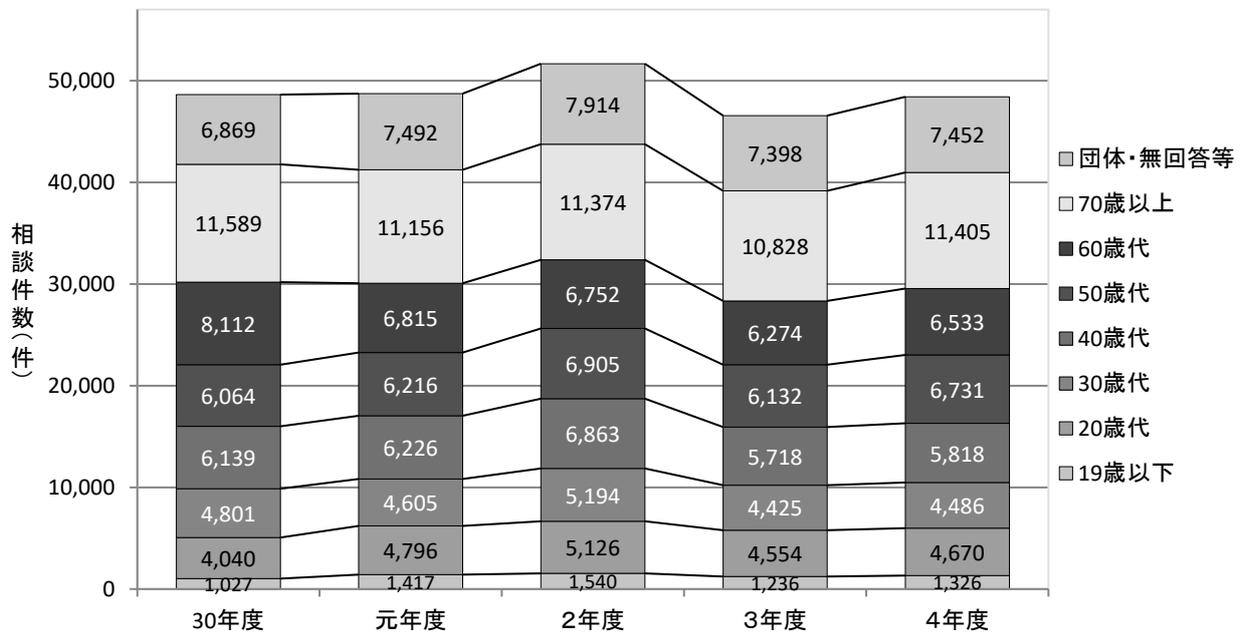
図表2 福岡県消費生活センター受付の消費生活相談件数



高齢者の相談件数は依然として多数

- 令和4年度の相談件数を年代別に集計すると、第1位が70歳以上で11,405件(23.6%)となっており、依然として高齢者から多数の相談が寄せられている。
- 次いで50歳代が6,731件(13.9%)、60歳代が6,533件(13.5%)、40歳代が5,818件(12.0%)の順であった。

図表3 年齢別の消費生活相談件数（福岡県全体）



「商品一般」が5年連続1位

- 商品・サービス別では、利用した覚えのない請求が届く架空請求に関する相談を含む「商品一般」が第1位に、「不動産貸借」が第2位に、「基礎化粧品」が第3位になっている。
- 第3位の「基礎化粧品」、第4位の「健康食品」に関する相談は、通信販売での定期購入に関するトラブルが多い。

図表4 商品・サービス別の相談件数（福岡県全体）

順位	30年度	元年度	2年度	3年度	4年度
1	商品一般 6,417件 (13.2%)	商品一般 4,636件 (9.5%)	商品一般 4,668件 (9.0%)	商品一般 4,368件 (9.4%)	商品一般 4,309件 (8.9%)
2	デジタルコンテンツ 5,113件 (10.5%)	デジタルコンテンツ 3,693件 (7.6%)	デジタルコンテンツ 4,085件 (7.9%)	不動産貸借 2,260件 (4.9%)	不動産貸借 2,250件 (4.6%)
3	不動産貸借 2,535件 (5.2%)	不動産貸借 2,385件 (4.9%)	健康食品 2,582件 (5.0%)	健康食品 1,363件 (2.9%)	基礎化粧品 1,896件 (3.9%)
4	相談その他 1,576件 (3.2%)	健康食品 2,167件 (4.4%)	不動産貸借 2,457件 (4.8%)	インターネット接続回線 1,332件 (2.9%)	健康食品 1,447件 (3.0%)
5	フリーローン・サラ金 1,407件 (2.9%)	インターネット接続回線 1,511件 (3.1%)	他の行政サービス 1,459件 (2.8%)	携帯電話サービス 1,245件 (2.7%)	相談その他 1,257件 (2.6%)

※商品等分類別の相談件数は、令和3年度に商品等分類の改訂があり分類の廃止や新設があったため、時系列での比較はできない。

※「商品一般」は、商品を特定できない（又は特定する必要が無い）相談。

（例）中身の分からない荷物が送られてきた。デパート等の施設で転んでけがをした。 など

※「デジタルコンテンツ」：令和2年度まで使用された分類。デジタルコンテンツに含まれている相談が多様なため改訂後の商品別分類との対比はできないが、主に「インターネットゲーム」「異性交際関連サービス」「アダルト情報」などに分類されている。

※「健康食品」は、いわゆる健康食品、ダイエット食品、栄養補助食品等であって、別に定める食品（高麗人参茶、酵素食品、プロポリス等）以外に関する相談。

※「不動産貸借」は、土地・家屋等の賃貸借の使用貸借に関する相談。

※「他の行政サービス」は、消費者問題に直接関係ない相談で、相談の相手方が行政機関である場合。

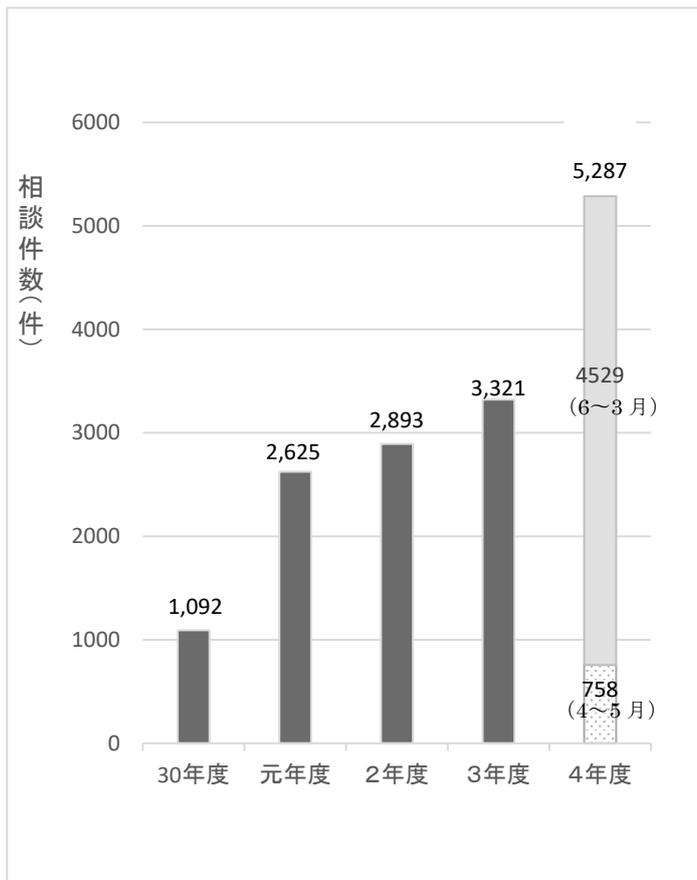
※「相談その他」は、主に「売り手」対「買い手」という図式でないもののうち、交通事故や個人間の借金の相談や、その他の既定の分類に当てはまらないもの。

法改正後も後を絶たない定期購入トラブル

- 令和4年6月1日に、「詐欺的な定期購入商法」の規制が強化された改正特定商取引法が施行され、販売業者等は、取引における基本的な事項を最終確認画面等で明確に表示することが義務付けられた。また、販売業者等の誤認させるような表示等により、誤認して申込みをした消費者は、申込みの意思表示を取り消すことができるようになった。
- しかしながら、改正法施行後も引き続き、消費者が意図せず定期購入になっていたという相談が寄せられており、令和4年度の相談件数は5,287件で、前年度の3,321件と比べて1,966件増加（59.2%増）した。

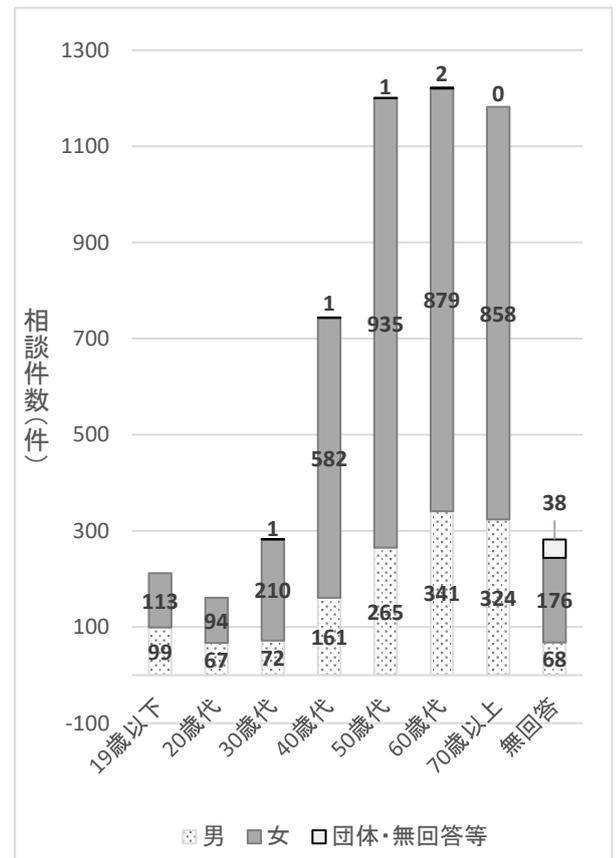
図表5

通信販売での定期購入に関する相談件数の推移（福岡県全体）



図表6

年齢別相談件数（令和4年度）



※令和2年度までは、国民生活センター作成のプロファイル「お試しのつもりが定期購入に」を用いて算出。

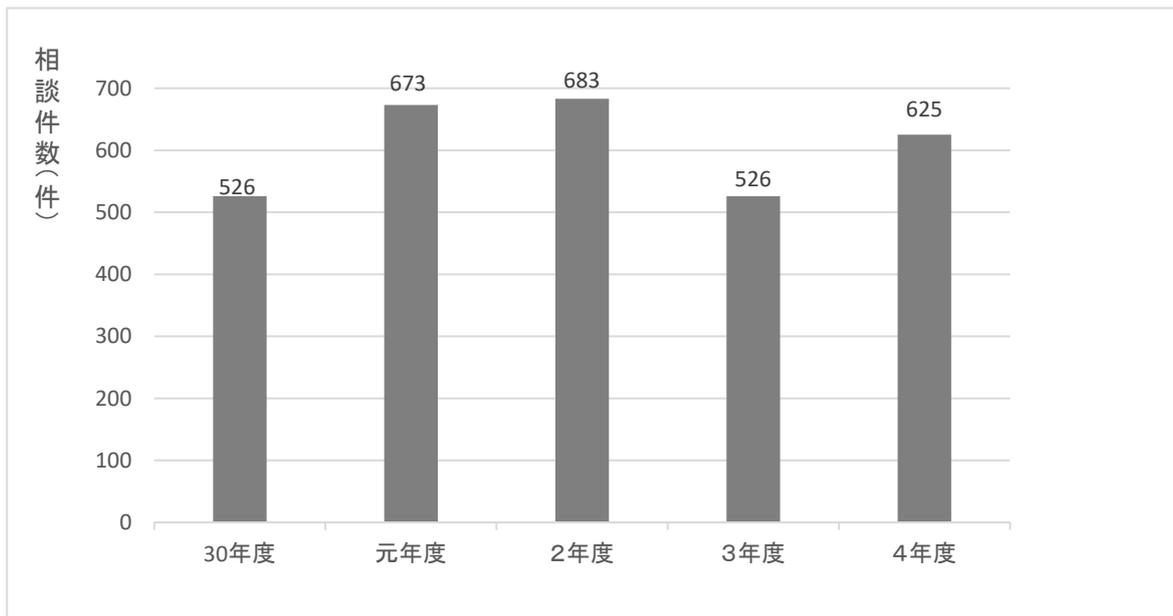
令和3年度以降は、内容等キーワード「定期購入」で抽出している。

令和4年度の棒グラフは、法改正前の4～5月、法改正後の6月～3月を分けて記載した。

18歳・19歳の相談件数は前年度から増加

- 令和4年4月に成年年齢引き下げに伴い、未成年者取消権がなくなった18歳、19歳の消費者トラブルが増加することが懸念されている。
- 契約当事者が18歳または19歳である相談の件数は、過去5年間の相談件数で見ると著しい変化は見られないものの、令和4年度の相談件数は625件で、前年度の526件と比べて99件増加（18.8%増）した。

図表7 県内の18歳～19歳の相談件数の推移



※令和4年度の件数には、成年年齢引下げ以前に契約をした相談情報も含まれる。

図表8 令和4年度の県内の18歳～19歳の相談における商品・サービス別分類表

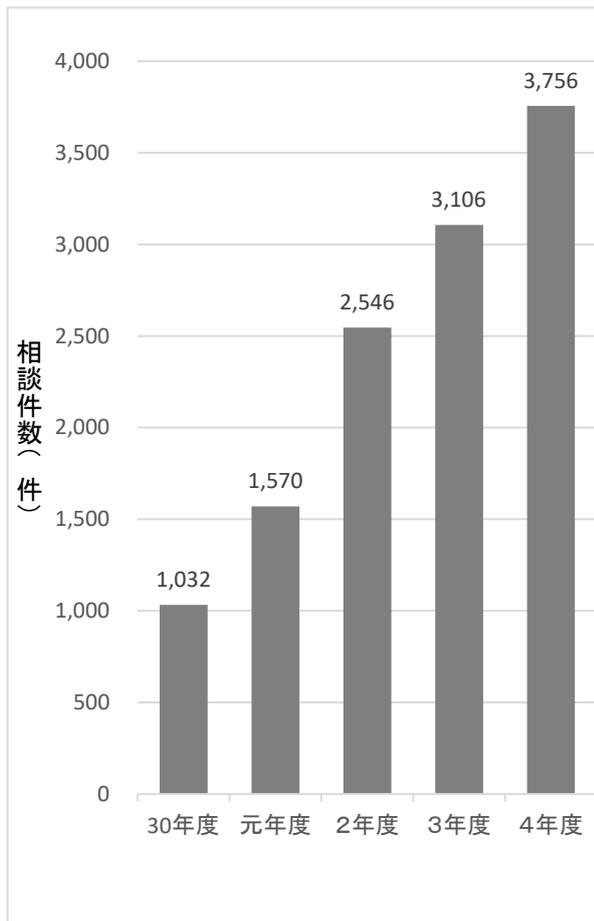
順位	1位	2位	3位	4位	5位
商品・サービス別分類	エステティックサービス 112件 (17.9%)	異性交際関連サービス 35件 (5.6%)	商品一般 27件 (4.3%)	不動産貸借 26件 (4.2%)	基礎化粧品 18件 (2.9%)
参考:商品・サービス別分類(県全体の相談)	商品一般 4,309件 (8.9%)	不動産貸借 2,250件 (4.6%)	基礎化粧品 1,896件 (3.9%)	健康食品 1,447件 (3.0%)	相談その他 1,257件 (2.6%)

SNS に関連した相談が増加

- SNS に関連する相談件数は年々増加しており、令和 4 年度の相談件数は 3,756 件で、前年度の 3,106 件と比べて 650 件増加（20.9%増）した。
- 令和 4 年度の相談を年代別にみると、最も相談が多かったのは 50 歳代の 782 件（20.8%）、第 2 位が 40 歳代の 740 件（19.7%）、第 3 位が 20 歳代の 709 件（18.9%）となっており、若年層だけでなく、中高年層でもトラブルが多く発生している。
- 相談内容は、SNS 上の広告がきっかけとなるトラブル、SNS 上で知り合った相手からの誘いがきっかけとなるトラブル、SNS 上で知り合った相手との個人間取引のトラブルなどが寄せられている。

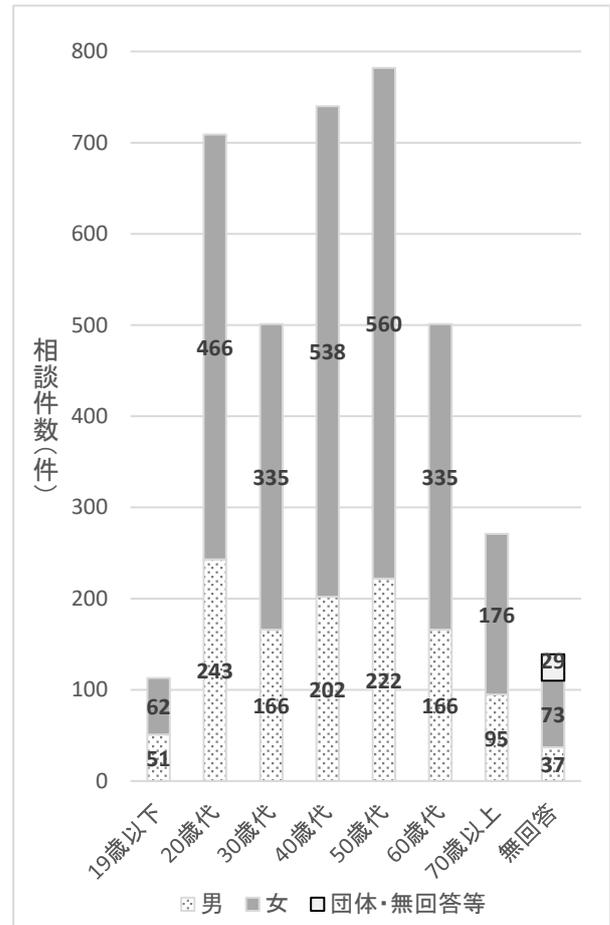
図表 9

SNS に関する相談件数（福岡県全体）



図表 10

年齢別相談件数（令和 4 年度）

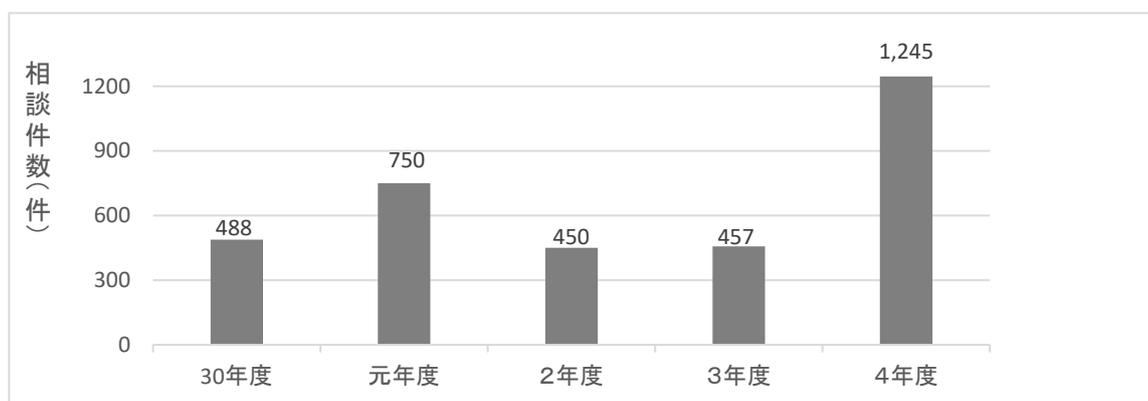


エステや化粧品に関する相談が増加

- エステティックサービスに関する相談件数が急増し、令和4年度の相談件数は1,245件で、前年度の457件と比べて788件増加（172.4%増）した。エステサロンの倒産等で連絡不能になった、解約できないといった相談が寄せられた。
- 化粧品に関する相談件数も急増し、令和4年度の相談件数は4,118件で、前年度の2,396件と比べて1,722件増加（71.9%増）した。約9割にあたる3,594件が通信販売での定期購入のトラブルであった。

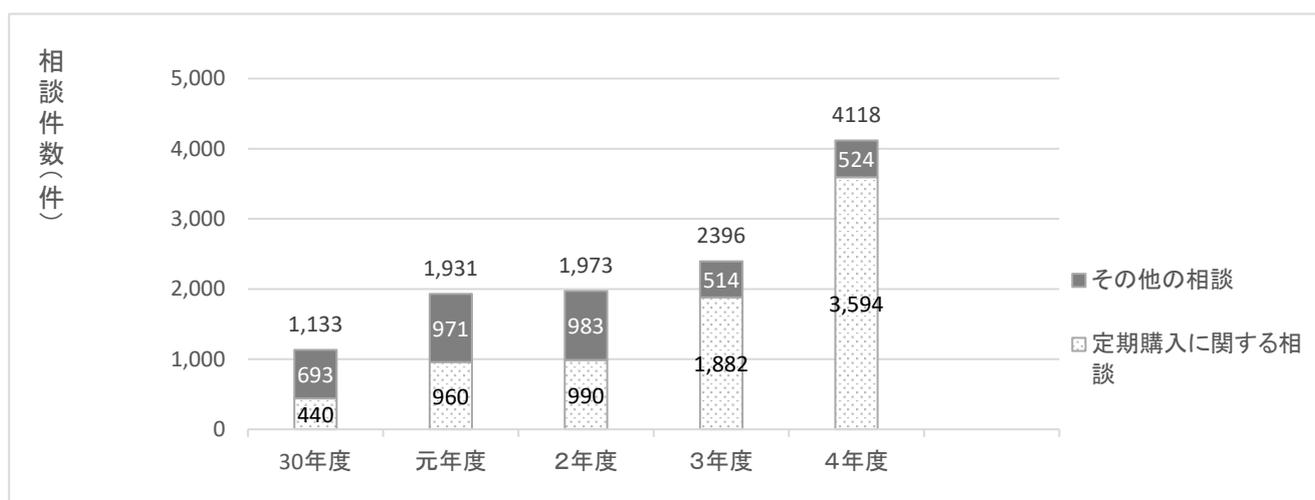
図表 11

エステティックサービスに関する相談件数（福岡県全体）



図表 12

化粧品に関する相談件数（福岡県全体）



※第一商品キーワード「化粧品」で検索（化粧品セット、基礎化粧品、メイクアップ化粧品、頭髪用化粧品、他の化粧品を含む）。

事業者に対する行政指導及び行政処分について（令和４年度）

1 行政指導（福岡県消費生活センター）

（１）実施件数

次の法律等に照らして行政指導を３２件実施した。

法律等	文書指導	口頭指導	計
特定商取引に関する法律	１９	１	２０
福岡県消費生活条例	６		６
不当景品類及び不当表示防止法 （景品表示法）	１	５	６
計	２６	６	３２

（２）代表的な事業者の業務内容

【特定商取引に関する法律、福岡県消費生活条例】

○住宅に関する役務の提供 …………… ６事業者
（住宅リフォーム、新電力、開錠等）

○住宅に設置する物品等の販売 …………… ４事業者
（太陽光発電システム、床下換気扇等）

○食品販売 …………… ２事業者

【景品表示法】

○食品販売、飲食店 …………… ５事業者

2 行政処分（生活安全課及び福岡県消費生活センター）

特定商取引に関する法律に基づき行政処分を１件実施した。

○ 株式会社 Iron ^{アイアン} 業務停止命令、指示、業務禁止命令(R5.2.6)

・ 事案概要

マッチングアプリ等 SNS のメッセージ機能を利用し、「今週空いてますか？ご飯かカフェ行きませんか？」などと勧誘目的を秘して面会を求め、居酒屋等において、「無料相談」と称して、勧誘目的であることを告げないまま同社事務所への来訪を要請し、消費者を事務所まで誘引後、会員制コンサルティング契約(以下「本件役務提供契約」という。)の締結を勧誘するもの。

違反事例及び適用条項

違反項目、条項	具体的な違反事例
勧誘目的等不明示 (法3)	SNS で「今週空いてたりしますか？？ご飯かカフェに行きませんか？？」などと、勧誘目的を秘して面会を求め、居酒屋等において「無料相談だけでもいいから、明日一緒に行ってみない」などと説明するだけで、勧誘目的を明らかにしていなかった。
勧誘目的を告げずに誘引した者に対する公衆の出入りしない場所における勧誘(法6④)	勧誘目的を告げないまま特定の場所に呼び出し、居酒屋等において「無料で相談できる」などと甘言を用い、勧誘目的を明らかにしないまま、公衆の出入りする場所以外の場所である事業者の事務所へ同行(誘引)させ、本件役務提供契約の締結を勧誘していた。

<p>不備書面の交付 (法 5①)</p>	<p>ア 記載不備～クーリング・オフに関する事項～ クーリング・オフに関する事項が記載されていない契約書を消費者に交付していた。</p> <p>イ 虚偽記載～担当者の氏名～ 代表取締役が、入会申込書の担当者欄に架空の人物の氏名を記載していた。</p>
<p>不実告知(クーリング・オフ妨害) (法 6①V)</p>	<p>事業者は、クーリング・オフを申し出た消費者等に対して、「店舗販売なのでクーリング・オフはできない」などとクーリング・オフの行使を妨げるため不実のことを告げた。</p>