



令和元年度 静岡市消費生活相談の傾向

令和2年8月4日公表

令和元年度に静岡市消費生活センターで受け付けた相談の傾向についてまとめました。

なお、集計したデータは、令和2年5月31日時点の速報値を使用しており、小数点第2位を四捨五入しているため、端数処理の都合上、数値の合計等が合わない場合があります。

また、語句の説明は、12ページにまとめています。

1 令和元年度の相談の特徴

(1) 相談受付件数について

令和元年度の相談受付件数は4,784件で、前年度比361件(7.0%)の減少でした(2(3))。

相談件数が減少した要因は、架空請求に関する相談が半減したことによるもので(グラフ1)、架空請求に関する相談を除いた相談件数の比較では、前年度比162件の増加、前々年度比407件の増加でした。

(2) あっせん件数について

相談処理のうち、あっせんを行った件数は161件(処理中1件を含む。)で、あっせんによって解決した件数は154件、解決率は95.7%でした。あっせんした件数が多い商品・役務の内容は、「インターネット通信サービス」、「健康食品」、「放送・コンテンツ」でした(2(5))。

(3) 年代別の特徴について

契約当事者の年代別に相談件数をみると(3(2))、前年度よりも減少した年代は、50歳代、60歳代、70歳代で、増加した年代は、20歳未満と80歳以上でした。

中でも20歳未満の相談は、前年度比28件(41.8%)の増加で、その要因は、健康食品と化粧品の定期購入に関する相談が増えたためです。

また、80歳以上は前年度比38件(8.0%)の増加で、その要因は、不審な電話やメール、健康食品、生命保険に関する相談などが増えたためです。特に、健康食品に関する主な相談は、注文した覚えのない商品が送られてきた、SF商法で購入したというものでした。生命保険に関する相談では、勧誘方法に問題があり行政処分された事業者に係る相談も寄せられました。

(4) 商品・役務別の特徴について

商品・役務別の相談件数(4(1)、(2))は、上位4位に順位の変動はありませんでした。

1位は、「商品一般」でしたが、はがきによる架空請求の相談が減少したため、件数としては減少しています。2位の「放送・コンテンツ等」も減少しました。

3位の「融資サービス」及び4位の「インターネット通信サービス」には、前年度とあまり件数の変動がありませんでしたが、引き続きフリーローン、クレジットカードの利用等の債務に関する相談、インターネット回線関連の契約トラブルに関する相談が寄せられました。

5位の「健康食品」は、前年度比85件(51.8%)の増加で、その販売購入形態は、通信販売が78.7%を占めており、特に、注文の際、定期購入と気づかなかったという相談が多く寄せられました。

2 相談件数

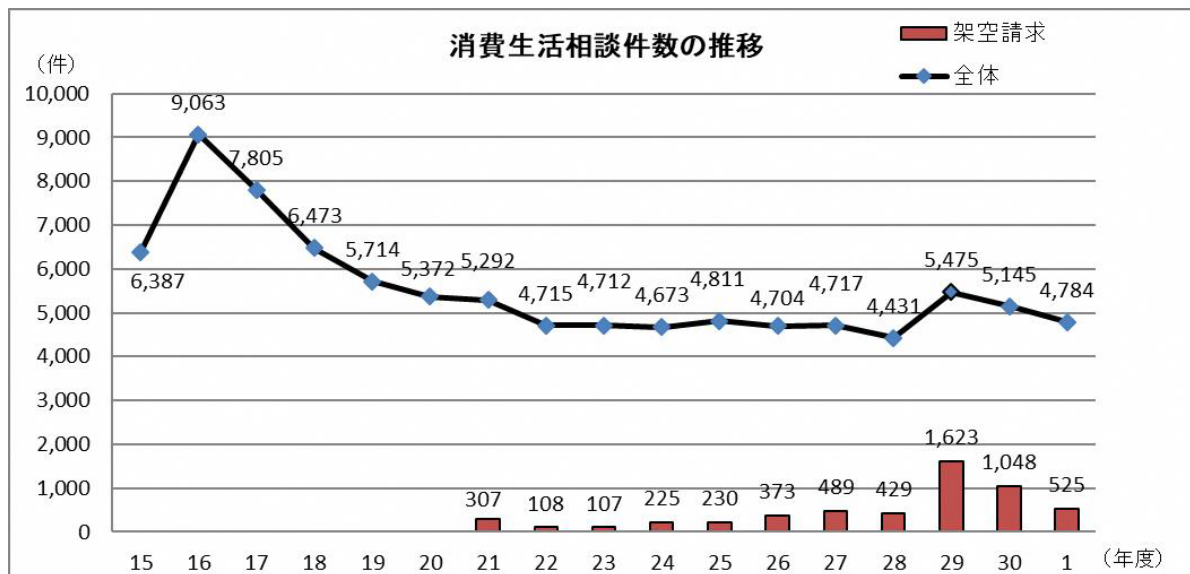
(1) 相談件数

グラフ1は、消費生活センターで受け付けた消費生活相談件数です。

令和元年度の消費生活相談件数は、4,784件で、前年度の5,145件に比べ、361件（7.0%）減少しました。

その推移は、平成16年度をピークに減少し、22年度以降ほぼ横ばいが続いています。29年度、30年度は5,000件を超えましたが、令和元年度は再び4,000件台となりました。

グラフ1



※ 架空請求の相談件数は、平成20年度以前についてはデータがなく、集計不能です。

(2) 相談方法

相談方法の内訳は、消費生活センターへの来訪相談が1,202件、電話相談が3,568件、文書相談が14件でした。

※ 電話相談を経て来訪相談になったものは、来訪相談として集計します。

(3) 静岡市、静岡県及び全国の相談件数

表1は、静岡市、静岡県及び全国の相談件数（過去5年間）です。

相談件数は、静岡市では前年度比7.0%減、静岡県では同10.3%減、全国では同5.6%減でした。

表1

区分	R元	H30	H29	H28	H27
静岡市 (件)	4,784	5,145	5,475	4,431	4,717
前年度比 (%)	-7.0	-6.0	+23.6	-6.1	+0.3
静岡県 (件)	23,651	26,352	27,267	23,385	24,240
前年度比 (%)	-10.2	-3.5	+16.6	-3.5	+0.6
全国 (件)	946,480	1,002,972	952,990	902,683	942,593
前年度比 (%)	-5.6	+5.2	+5.6	-4.2	-1.9

(4) 相談処理結果

表2は、消費生活相談の処理結果別（方法別）の集計です。

処理結果は、助言の割合が90.5%と最も多くなっています。

表2

処理結果	相談件数（単位：件） ※（ ）内は構成比（単位：%）				説明
		苦情	問合せ	要望	
他機関紹介	97 (2.0)	54	43	0	助言やあっせんをせず、他の機関を紹介したもの（センターの範囲外の相談など）
助言（自主交渉）	4,331 (90.5)	4,204	127	0	自主交渉の方法をアドバイスしたもの
その他情報提供	126 (2.6)	119	7	0	助言に該当しない回答をしたもの 自主交渉するため以外の情報提供
あっせん	161 (3.4)	161	0	0	消費生活相談員が消費者と事業者との間に入り、話し合いで解決の支援を行ったもの
解決	154 (3.2)	154	0	0	あっせんの結果、解決がみられたもの
不調	6 (0.1)	6	0	0	あっせんにもかかわらず、解決をみなかったもの
処理中	1 (0.0)	1	0	0	
処理不能	48 (1.0)	45	3	0	何らかの理由で処理ができなかったもの（相談者に連絡が取れなくなったなど）
処理不要	21 (0.4)	15	3	3	相談者が処理を望んでいないもの 相談者からの単なる情報提供など
総数	4,784 (100.0)	4,598 (96.1)	183 (3.8)	3 (0.1)	

(5) あっせん件数が多い商品・役務

表3は、あっせん件数とその上位3位の商品・役務（過去5年間）です。

あっせん件数は、前年度比36件の減少でした。あっせんした商品・役務の上位3位は、順位の変動はありますが、「インターネット通信サービス」、「健康食品」、「放送・コンテンツ等」で、近年ほぼ同様の傾向となっています。

あっせん解決率は、前年度とほぼ同じ95.7%でした。

表3

年度	解決／あっせん （件）	解決率 （%）	1位（件）	2位（件）	3位（件）
R元	154／161	95.7	インターネット通信サービス 33	健康食品 17	放送・コンテンツ等 15
H30	189／197	95.9	インターネット通信サービス 53	放送・コンテンツ 20	健康食品 19
H29	133／136	97.8	健康食品 23	インターネット通信サービス 17	放送・コンテンツ等 14
H28	172／182	94.5	インターネット通信サービス 26	健康食品 19	理美容 15
H27	186／193	96.4	インターネット通信サービス 36	健康食品 21	放送・コンテンツ等 16

※ 令和元年度のあっせん件数は、処理中のもの1件を含む。

3 契約当事者

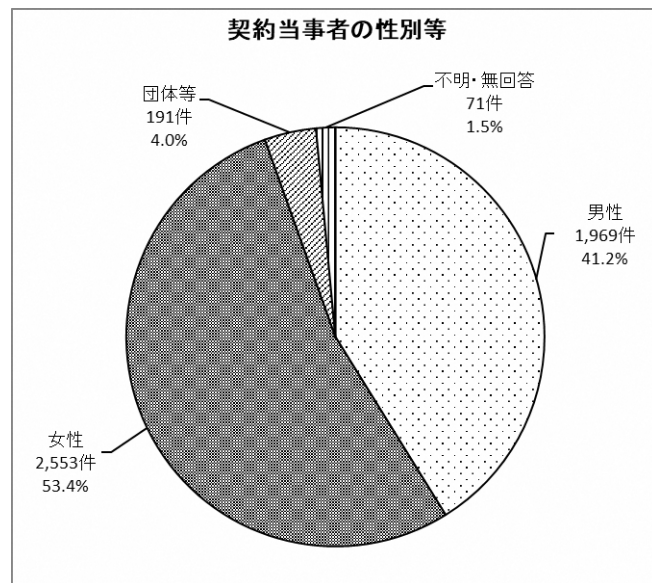
(1) 性別／年代別／職業別

グラフ2は、契約当事者の性別等の割合です。女性を当事者とする相談件数の割合53.4%に対し、男性を当事者とする相談件数の割合41.2%を10ポイント以上、上回っています。

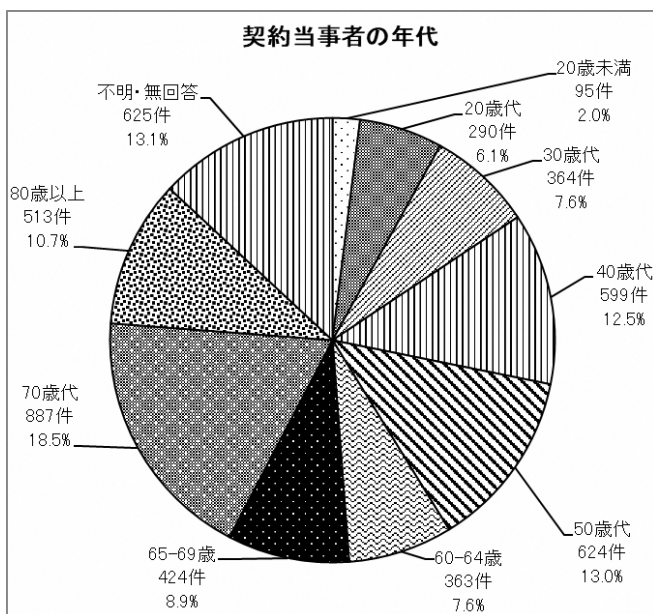
グラフ3は、契約当事者の年代別の割合です。65歳以上の高齢者の相談件数は1,824件で、全相談件数のうち38.1%に上っています。

グラフ4は、契約当事者の職業別の割合です。給与生活者からの相談が最も多くなっています。

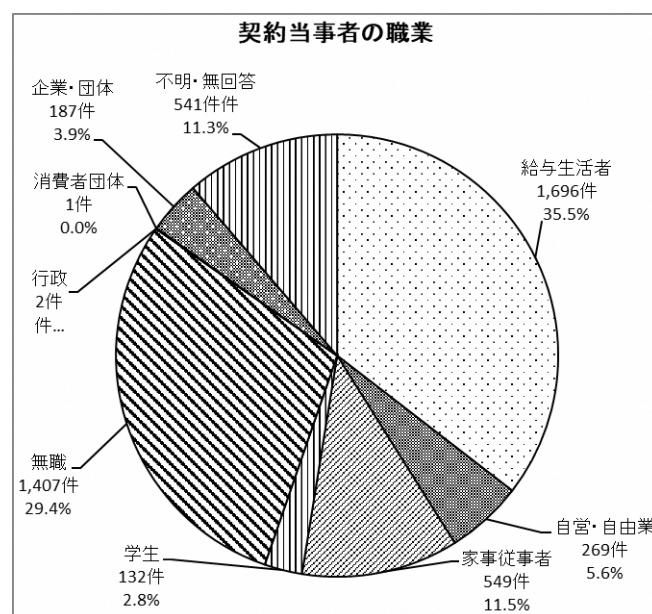
グラフ2



グラフ3



グラフ4



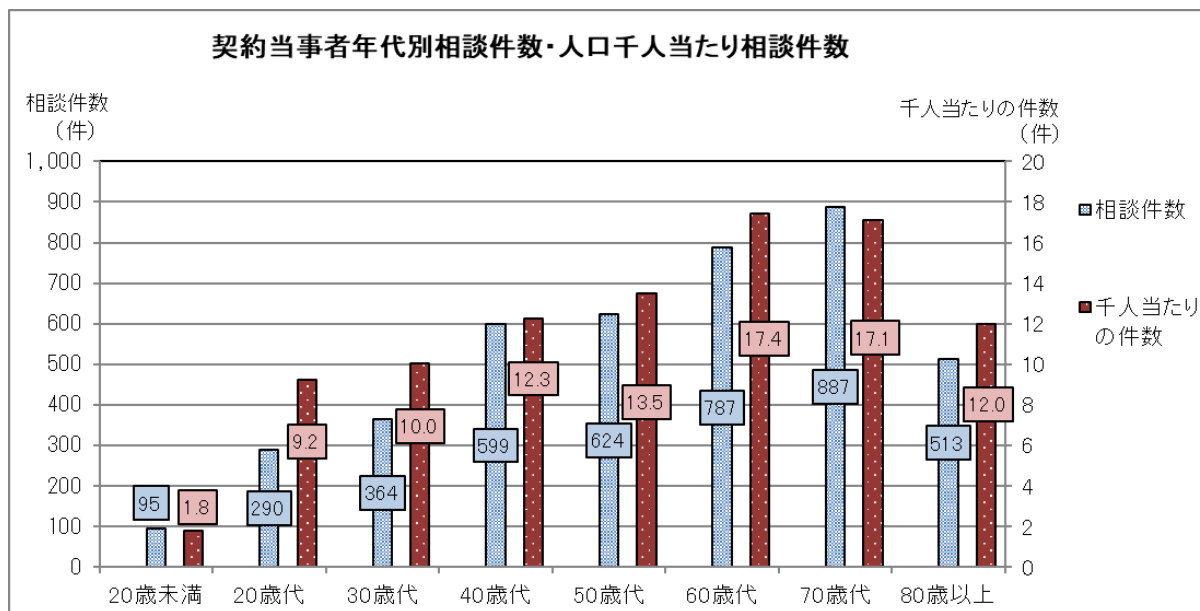
(2) 年代別相談件数及び人口千人当たりの相談件数／年代別相談件数

グラフ5は、契約当事者の年代別相談件数と人口千人当たりの相談件数、グラフ6は、契約当事者の年代別相談件数（過去5年間）です。

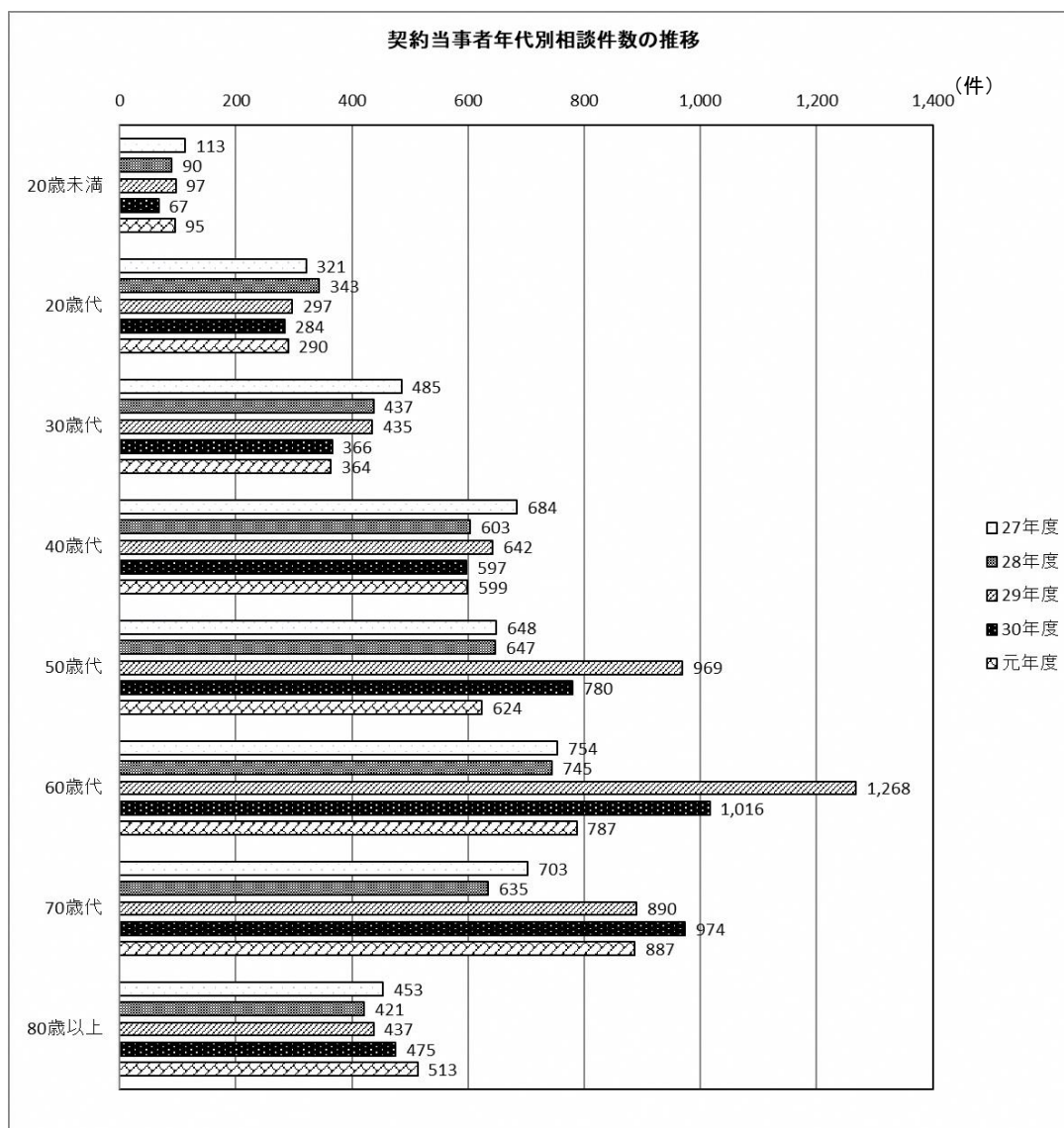
令和元年度において、相談件数が最も多い年代は70歳代で、千人当たりの相談件数が最も多い年代は60歳代でした。

20歳未満の年代は、相談件数も、千人当たり相談件数も他の年代と比較して少なくなっていますが、グラフ6を見ると、20歳未満の相談件数は、他の年代とは異なり、前年度比28件（41.8%）の大幅な増加となっています。

グラフ 5



グラフ 6



※ グラフ 5、6 ともに、契約当事者の年代が不明なものを除く。

4 商品・役務別

(1) 商品・役務別の相談割合

表4は、全体及び契約当事者の年代別に集計した上位5位までの商品・役務別の相談割合です。

まず、全相談件数の中で商品・役務別の1位は、「商品一般」の15.5%で、このうち主な相談は、はがきによる架空請求で、20歳代及び20歳未満を除く全ての年代でも1位でした。

更に、特徴的なものとして、全相談件数の中で商品・役務別の5位は「健康食品」で、その相談件数は前年度比約1.5倍の増加となっており、20歳未満及び80歳以上で2位となっています。

このほか「放送・コンテンツ等」、「インターネット通信サービス」及び「融資サービス」が、多くの年代で高い順位となっています。

表4

	1位	2位	3位	4位	5位
全体	商品一般 742件 (15.5%)	放送・コンテンツ等 380件 (7.9%)	融資サービス 274件 (5.7%)	インターネット通信サービス 267件 (5.6%)	健康食品 249件 (5.2%)
20歳未満	放送・コンテンツ等 19件 (20.0%)	健康食品 18件 (18.9%)	化粧品 16件 (16.8%)	観覧・鑑賞 4件 (4.2%)	電気 3件 (3.2%)
20歳代	放送・コンテンツ等 40件 (13.8%)	融資サービス 25件 (8.6%)	レジャー・リース・貸借 22件 (7.6%)	商品一般 17件 (5.9%)	健康食品 14件 (4.8%)
30歳代	商品一般 / 放送・コンテンツ等 各30件 (8.2%) ※同率1位		融資サービス 25件 (6.9%)	インターネット通信サービス 21件 (5.8%)	健康食品 20件 (5.5%)
40歳代	商品一般 57件 (9.5%)	融資サービス / 放送・コンテンツ等 50件 (8.3%) ※同率2位		健康食品 45件 (7.5%)	レジャー・リース・貸借 38件 (6.3%)
50歳代	商品一般 94件 (15.1%)	放送・コンテンツ等 56件 (9.0%)	融資サービス 55件 (8.8%)	健康食品 45件 (7.2%)	化粧品 31件 (5.0%)
60歳代	商品一般 189件 (24.0%)	放送・コンテンツ等 77件 (9.8%)	インターネット通信サービス 52件 (6.6%)	健康食品 35件 (4.4%)	融資サービス 34件 (4.3%)
70歳代	商品一般 202件 (22.8%)	放送・コンテンツ等 66件 (7.4%)	インターネット通信サービス 46件 (5.2%)	融資サービス 41件 (4.6%)	相談その他 40件 (4.5%)
80歳以上	商品一般 77件 (15.0%)	健康食品 39件 (7.6%)	インターネット通信サービス 37件 (7.2%)	工事・建築・加工 19件 (3.7%)	役務その他 18件 (3.5%)

※ 契約当事者の年代が不明なものは、順位付けをしていない。

(2) 商品・役務別の相談件数

表5は、上位となった商品・役務の相談件数（過去5年間）です。

上位となった商品・役務の相談件数は、平成29年度以降、変動はありません。

なお、国との順位の比較では、「融資サービス」は、本市では3位に対し国では9位、「インターネット通信サービス」は、本市では4位に対し国では5位でした。

表5

商品・役務名	R元			H30		H29		H28		H27	
	件数(件)	順位	国順位	件数(件)	順位	件数(件)	順位	件数(件)	順位	件数(件)	順位
商品一般	742	1	1	1,150	1	1,216	1	233	4	288	3
放送・コンテンツ等	380	2	2	497	2	974	2	866	1	914	1
融資サービス	274	3	9	297	3	325	3	263	2	332	2
インターネット通信サービス	267	4	5	280	4	248	4	254	3	273	4

5 販売購入形態別の相談件数

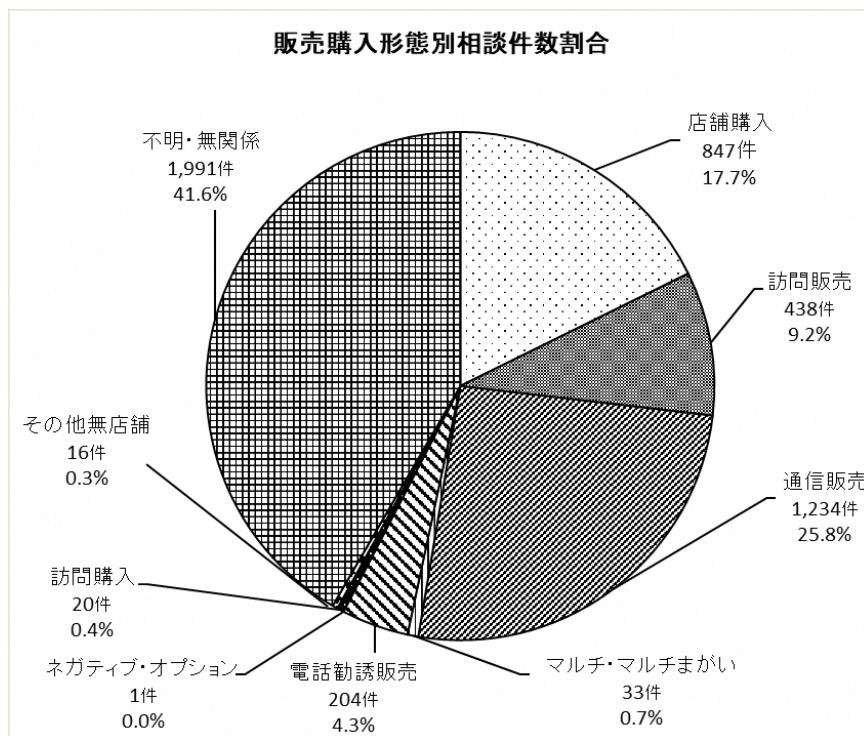
(1) 販売購入形態別の相談割合

グラフ7は、令和元年度における販売購入形態別の相談割合です。

販売購入形態別の相談割合のうち1位は、「不明・無関係」に区分される1,991件で、この内訳の主なものは、架空請求に関する相談525件でした。

2位が「通信販売」、3位が「店舗購入」、4位が「訪問販売」の順になっています。

グラフ7



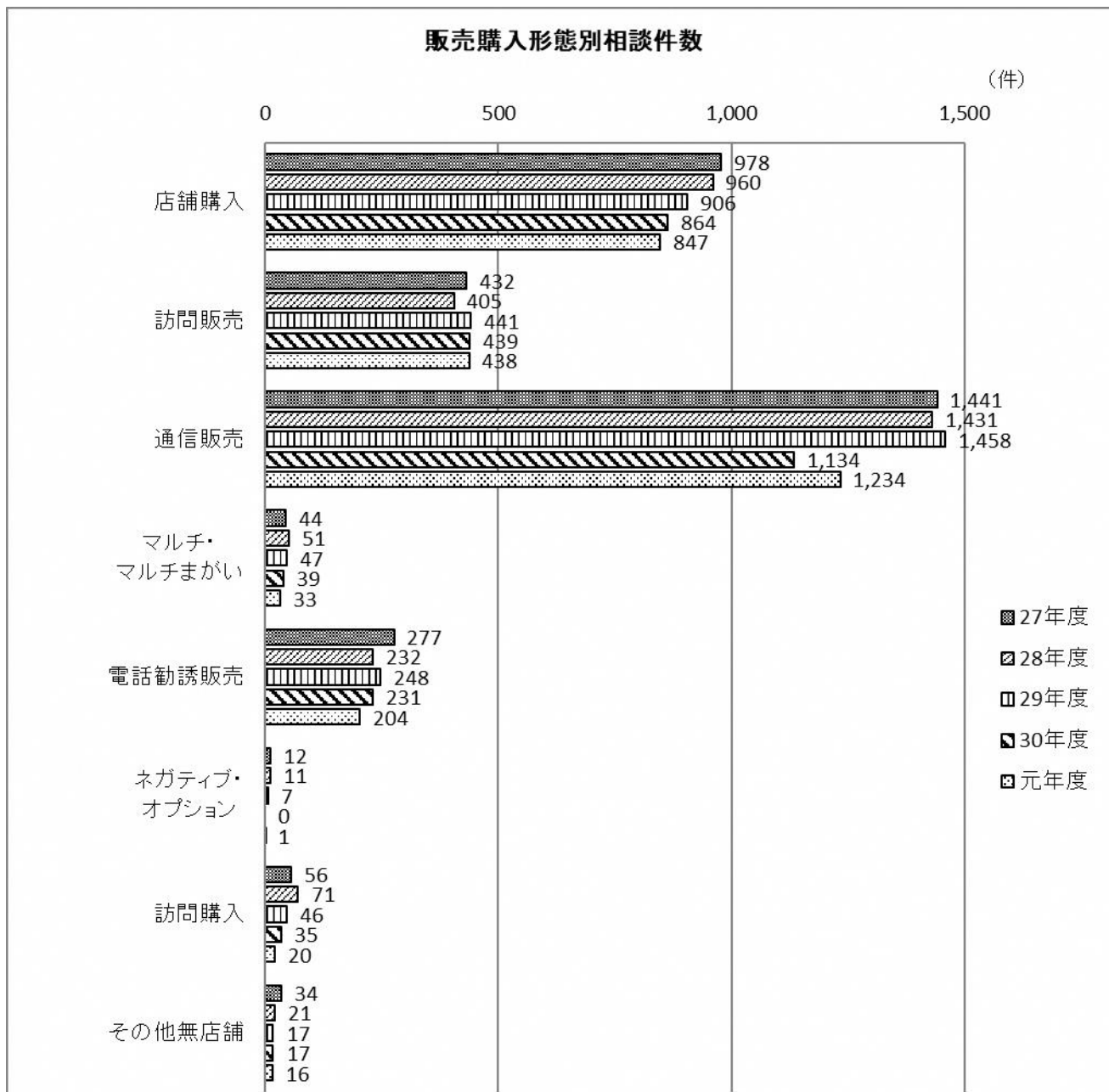
(2) 販売購入形態別の相談件数

グラフ8は、販売購入形態別の相談件数（過去5年間）です。

販売購入形態別のうち「訪問販売」は横ばいですが、他の区分は減少傾向でした。

特に、「電話勧誘販売」は、平成27年度比26.3%の減少になっています。

グラフ 8



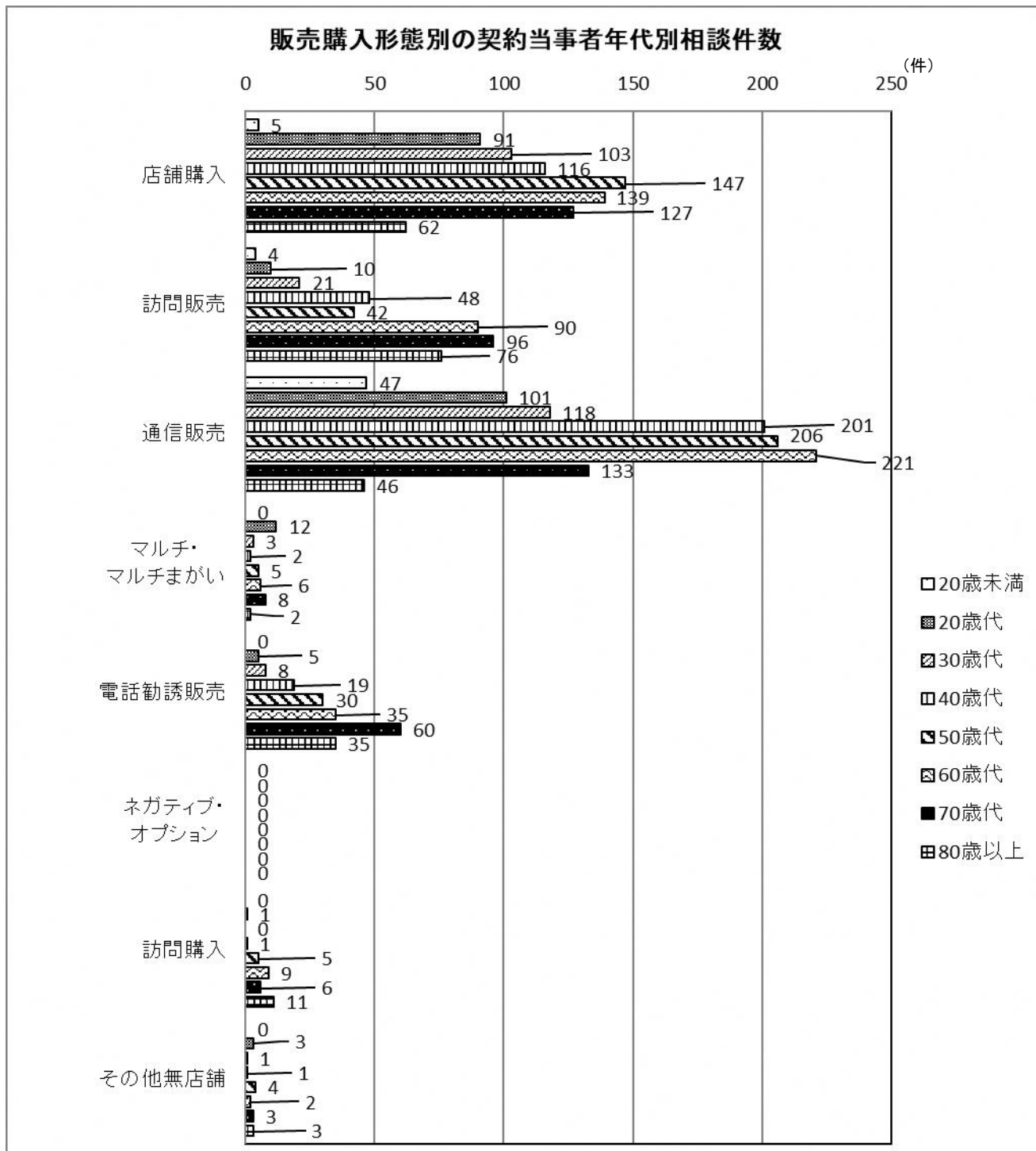
※ 訪問販売形態が不明なものを除く。

(3) 販売購入形態別に見た契約当事者の年代別の相談件数

グラフ9は、契約当事者の年代別に集計した販売購入形態別の相談件数です。

年代別にみると、販売購入形態別のうち「訪問販売」及び「電話勧誘販売」は、高齢者世代からの相談が多い傾向にあります。

グラフ9



※ 契約当事者の年代が不明なものを除く。

6 契約購入金額

表6は、販売購入形態別の契約購入金額の集計、表7は、契約当事者の年代別の契約購入金額です。

全相談件数4,784件のうち、契約購入金額が明らかになったもの（0円を含む。）は2,322件で、その契約購入金額の総額は、約27億7千万円余でした。

表6

販売方法	合計額（円）	相談件数（件）	
		総数	金額が明らかなもの
店舗購入	736,231,475	847	501
訪問販売	433,536,560	438	231
通信販売	134,630,294	1,234	964
マルチ・マルチまがい	112,364,224	33	27
電話勧誘販売	11,621,073	204	79
ネガティブ・オプション	0	1	0
訪問購入	296,740	20	9
その他無店舗販売	9,629,858	16	11
不明・無関係	1,335,335,021	1,991	500
全体	2,773,645,245	4,784	2,322

表7

年代	合計額（円）	相談件数（件）	
		総数	金額が明らかなもの
20歳未満	5,893,774	95	74
20歳代	166,856,023	290	210
30歳代	423,039,869	364	226
40歳代	283,849,047	599	366
50歳代	463,017,695	624	351
60歳代	456,764,305	787	346
70歳代	433,943,587	887	328
80歳以上	252,239,455	513	234
不明・無回答	288,041,490	625	187
全体	2,773,645,245	4,784	2,322

※ 契約購入金額とは、契約又は購入の金額で、契約前や未契約である場合の請求金額も含む。
また、正確な金額が判明していない場合には、概算で入れている。

7 救済金額

(1) 救済できた相談件数及び金額

表8は、相談者が消費生活センターに相談し、消費生活相談員の助言や斡旋を受けたことにより、事業者へ支払いをせずに済んだなどの救済することができた金額及び件数です。

内訳は、相談者が契約せず、支払わずに済んだ「未然防止」の相談件数及び金額は、89件、2,300万円余でした。クーリング・オフなどにより回復することができた「回復」の相談件数及び金額は、253件、7,600万円余でした。

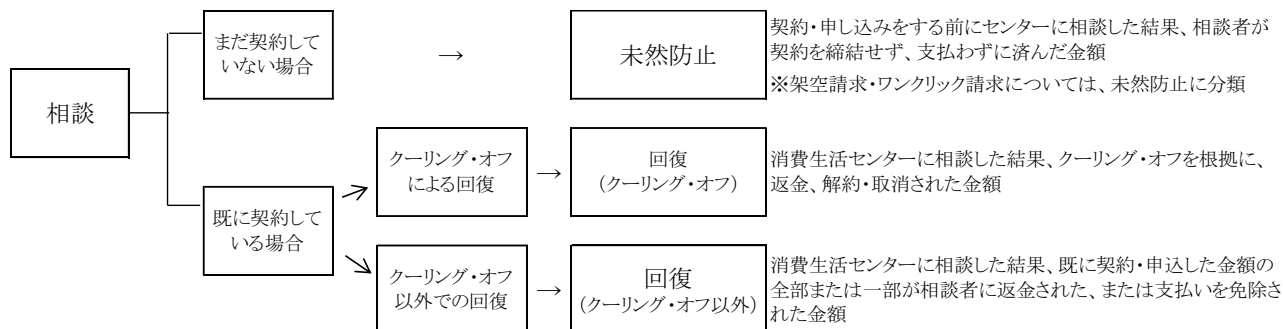


表8

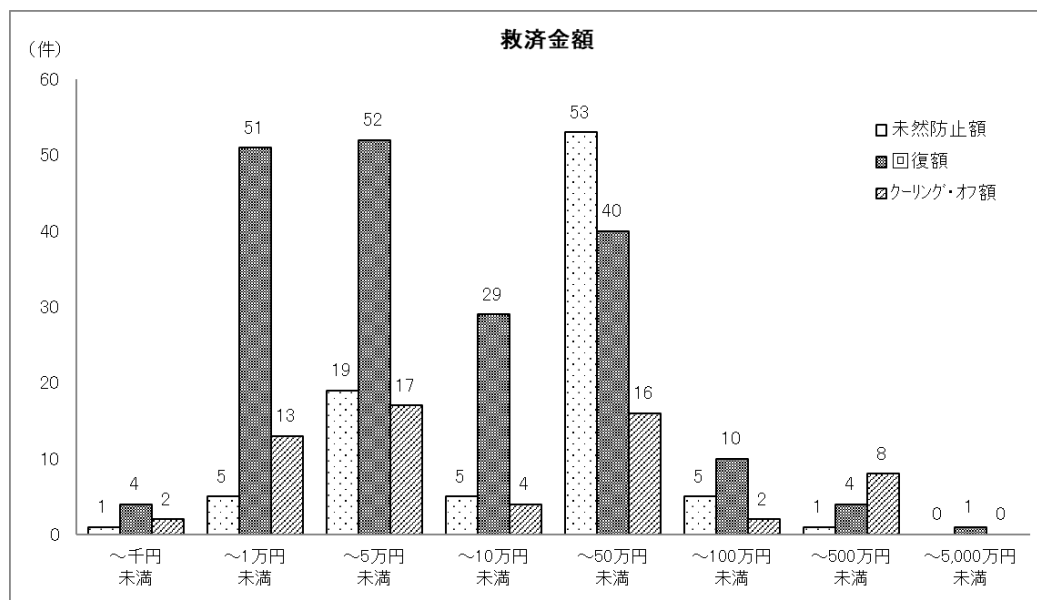
	未然防止	回復		合計	
		クーリング・オフ	クーリング・オフ以外		
件数(件)	89	253	62	191	342
うち助言	88	133	12	121	221
うちあっせん	1	120	50	70	121
金額(円)	23,082,193	76,988,786	20,028,528	56,960,258	100,070,979

(2) 救済金額別の相談件数

グラフ10は、救済金額別の相談件数です。

「未然防止額」は、10万円以上50万円未満が最も多く、「回復額」は、1千円以上1万円未満及び1万円以上5万円未満がほぼ同数となっています。

グラフ10



語句解説

●商品・役務等 (独立行政法人) 国民生活センターが定めたキーワードによる。

用語	意味
インターネット通信サービス	インターネット通信に関するサービス。光回線の契約など。
役務その他	結婚相手紹介サービスや祈とうサービス、前の契約の被害回復などといった役務の相談。
観覧・鑑賞	入場料を支払って観覧、鑑賞する各種の施設利用。映画やコンサート等。チケットの販売を含む。
工事・建築・加工	新築住宅工事や屋根工事、住宅のリフォームなど。
商品一般	商品の相談であることが明確であるが、分類を特定できない、または特定する必要のない相談。はがきによる架空請求のほか、クレジットの不正利用、不審なメールなどもここに含まれる。
相談その他	主に「売り手」対「買い手」という図式を持たない相談。消費者問題以外の相談。
電気	電気の供給契約
放送・コンテンツ等	電話やインターネットなどによる情報サービス。相談では、意図しない出会い系サイト、アダルトサイトの登録画面になってしまったことによる架空・不当請求が多い。
融資サービス	多重債務やヤミ金の債務の整理方法、融資保証金詐欺についての問合わせや利息についての相談、住宅ローンのことなど。
理美容	理髪店、美容院、エステティックサロン等の行うサービス。
レンタル・リース・貸借	商品を賃貸借する場合の相談。不動産の場合は使用貸借も含む。

●販売方法・手口等

用語	意味
架空請求	身に覚えのない代金の請求。電子メール、文書、電話など請求の手段は問わない。
その他無店舗	販売購入形態のうち、露店や屋台、その他店舗とは言えない場所での契約。
店舗購入	店舗での契約。
電話勧誘販売	販売業者が消費者に電話をかけ、または特定のやり方で電話をかけさせ、その電話における勧誘により、郵便等で契約を締結する販売方法のこと
ネガティブ・オプション (送りつけ商法)	契約を結んでいないのに商品を勝手に送ってきて、受け取ったことで、支払い義務があると消費者に勘違いさせて代金を支払わせようとする商法。
訪問購入	購入業者が、消費者の自宅等、営業所等以外の場所で、売買契約の申込みを受け、または売買契約を締結して消費者から物品等を購入するもの。
訪問販売	販売業者が消費者宅を訪問し、商品やサービスを販売する方法。
マルチ・マルチまがい	商品・サービスを契約して、次は自分が買い手を探し、買い手が増えるごとにマージンが入るネズミ講式の取引形態。買い手が次にその販売組織の売り手となり、組織が拡大していく取引方法。

●その他

用語	意味
あっせん	消費者自身による自主交渉が難しい場合に、消費生活相談員が消費者と事業者との間に入り、話し合いでの解決の支援を行うこと。
クーリング・オフ	消費者の無条件解除権。
問合せ	苦情が発生していない相談。または、事業者からの苦情や相談。

静岡市にお住まいの方の相談窓口は
静岡市消費生活センター



054-221-1056

専門相談員による相談受付時間：平日午前9時から午後4時