



令和3年度 静岡市消費生活相談の傾向

令和3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13ページにまとめています。

1 令和3年度の相談の特徴

(1) 相談受付件数について

令和3年度の相談受付件数は4,164件で、前年度比563件（11.9%）の減少でした（2（1））。

これは架空請求に関する相談が昨年度より大きく減少したことによるものです。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136件の減少、前々年度比245件の減少となりました。

(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175件で、あっせんによって解決した件数は164件、解決率は93.7%でした（2（4））。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」、「工事・建築・加工」、「役務その他」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））、20歳代を除くすべての年代で前年度よりも減少しました。

特に40歳代、60歳代、70歳代は10%以上の減少となりました。60歳代、70歳代での相談が減少した要因は、架空請求に関する相談が減少したことによるものです。

一方20歳代は前年度比8件（2.6%）の増加でした。「レンタル・リース・貸借」の賃貸アパートに関する相談が前年度比11件増（52.4%）、「内職・副業」に関する相談が前年度比21件増（1050%）、「理美容」のエステティックサロンに関する相談が11件増（112.5%）となったことによるものです。なかでも「内職・副業」に関する相談は激増しました。初めに低廉なマニュアルの購入を勧め、その後に高額なサポート契約をさせるものです。副業の中身は、アフィリエイトや転売ビジネス、FX取引、メールでの悩み相談に答える仕事などさまざま、お金がないと言うとクレジットカード払いや消費者金融等でお金を借りて支払いをさせられる手口などが見られました（4（1））。

(4) 商品・役務別の特徴について

商品・役務別の相談件数の順位（全年代）は、前年度との比較では、1位は同じでしたが、2以下は順位と項目に変動がありました。ただし、2～5位の相談件数にはそれほど差はありませんでした（4(1)）。

1位は、「商品一般」でした。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。不審なメールや荷物に関する相談等も多く寄せられました。

2位の「インターネット通信サービス」は前年度比41件（16.4%）の減少でしたが、光回線等に関する相談が引き続き多く寄せられています。

3位は「化粧品」で、前年度の圏外から上位に入りました。相談の内容としては、通信販売における定期購入トラブルです。前年度の定期購入トラブルの商品は「健康食品」でしたが、3年度は商品が入れ替わりました。

4位は「工事・建築・加工」と「融資サービス」が同数でした。

「工事・建築・加工」は、前年度の132件から62件（32.0%）の増加となりました。内容は点検商法による屋根工事や外壁塗装などで、修繕費用が火災保険で賄えるというトラブルも見受けられました。

「融資サービス」は、フリーローンの利用やクレジットカードの利用など債務に関する相談で、前年度より20件（9.3%）の減少でした。



2 相談件数

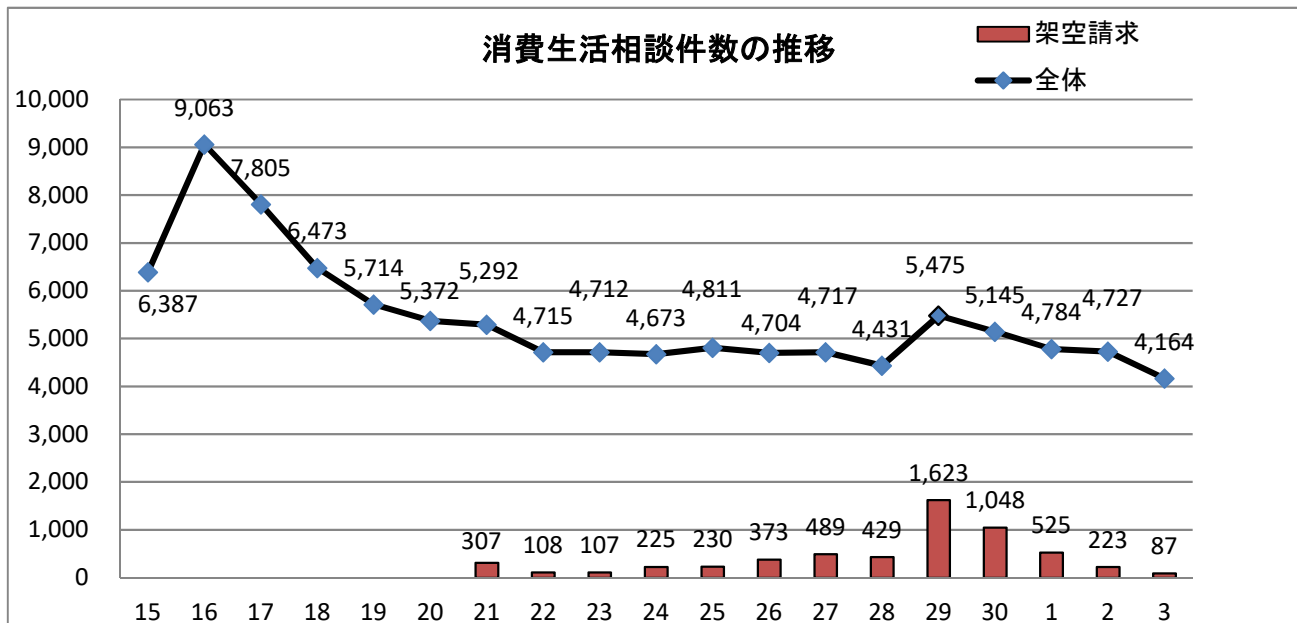
(1) 相談件数

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3年度の消費生活相談件数は、4,164件で、前年度の4,727件に比べ563件（11.9%）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、令和元年度からは再び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) 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11.9%減、静岡県では12.4%減、全国では9.9%減でした。

表1

区分	H29	H30	元年度	2年度	3年度
静岡市 (件)	5,475	5,145	4,784	4,727	4,164
前年度比 (%)	+23.6	-6.0	-7.0	-1.2	-11.9
静岡県 (件)	27,267	26,359	23,657	24,192	21,201
前年度比 (%)	+16.6	-3.3	-10.3	+2.3	-12.4
全国 (件)	953,213	1,008,226	951,195	953,464	858,109
前年度比 (%)	+5.6	+5.8	-5.7	+0.2	-10.0

(3) 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823件、電話相談が3,329件、文書相談が12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。

(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89.0%と最も多くなっています。

表2

処理結果	相談件数（単位：件）				説明	
	※（ ）内は構成比（単位：％）		苦情	問合せ		要望
他機関紹介	120	(2.9)	55	65	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）	3,738	(89.8)	3573	165	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	61	(1.5)	58	3	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	175	(4.2)	175	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	164	(3.9)	164	0	0	あっせんの結果、解決がみられたもの
不調	11	(0.3)	11	0	0	あっせんにもかかわらず、解決をみなかったもの
処理不能	33	(0.8)	30	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	37	(0.9)	28	8	1	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	4,164	(100.0)	3,919	244	1	(94.1) (5.9) (0.0)

(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3件の増加でした。あっせんした商品・役務の上位3位は、「インターネット通信サービス」、「工事・建築・加工」、「役務その他」の順でした。1位は変わりませんが、2位、3位は商品・役務の変動がありました。

あっせん解決率は93.7%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）
R3	164／175	93.7	インターネット通信サービス 22	工事・建築・加工 16	役務その他 15
R2	163／172	94.8	インターネット通信サービス 26	放送・コンテンツ等 25	健康食品 19
R元	155／161	96.3	インターネット通信サービス 34	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 19	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

3 契約当事者

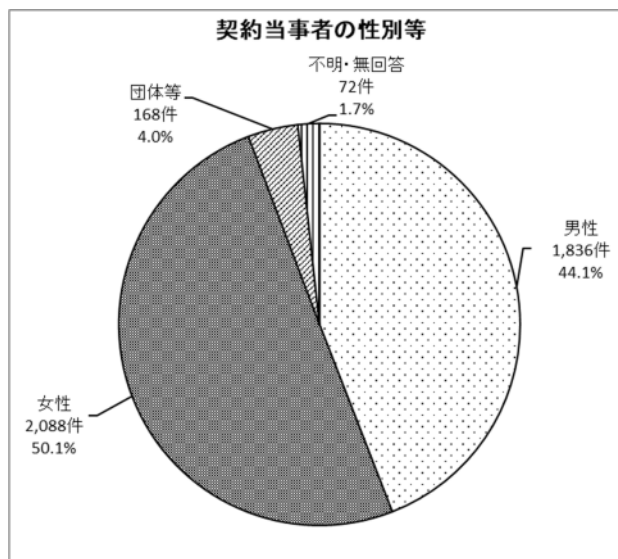
(1) 性別／年代別／職業別

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は50.1%で、男性を当事者とする相談件数の割合44.1%を約6ポイント上回っています。

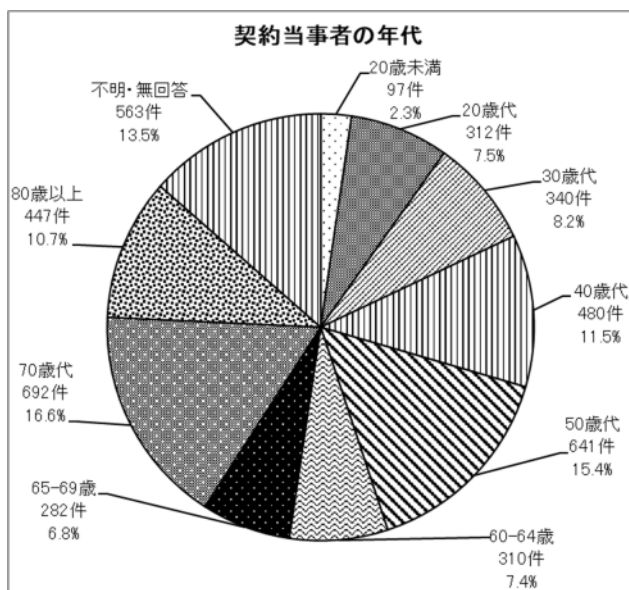
グラフ3は、契約当事者の年代別の割合です。65歳以上の高齢者の相談件数は1,421件で、全相談件数のうち34.1%に上っています。

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。

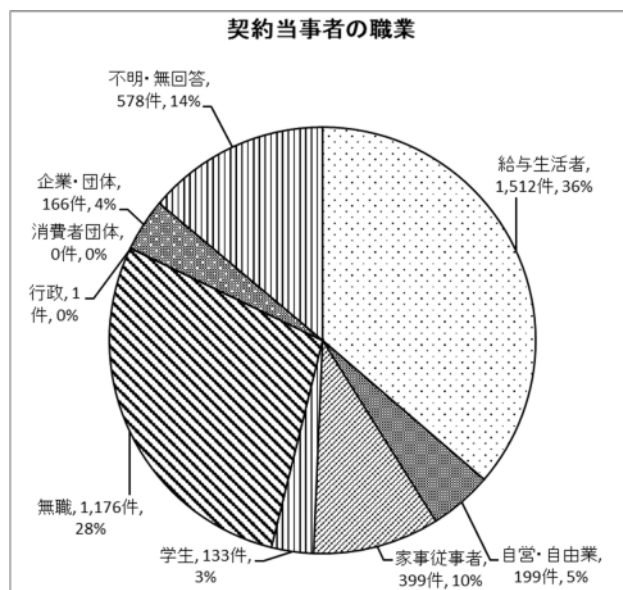
グラフ2



グラフ3



グラフ4



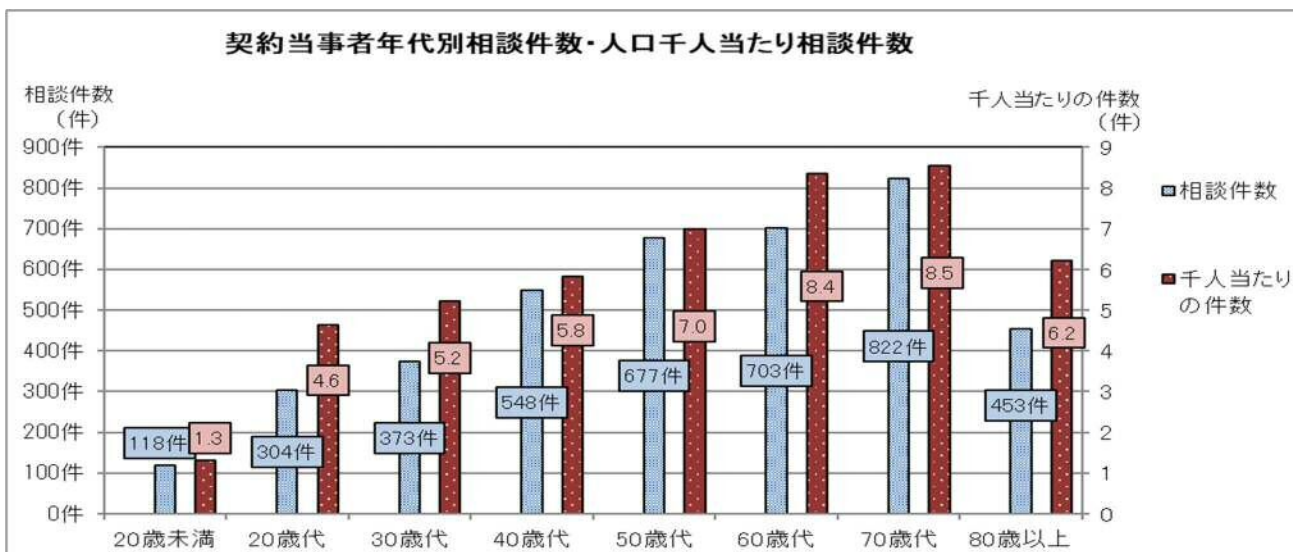
(2) 年代別相談件数及び人口千人当たりの相談件数／年代別相談件数

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。

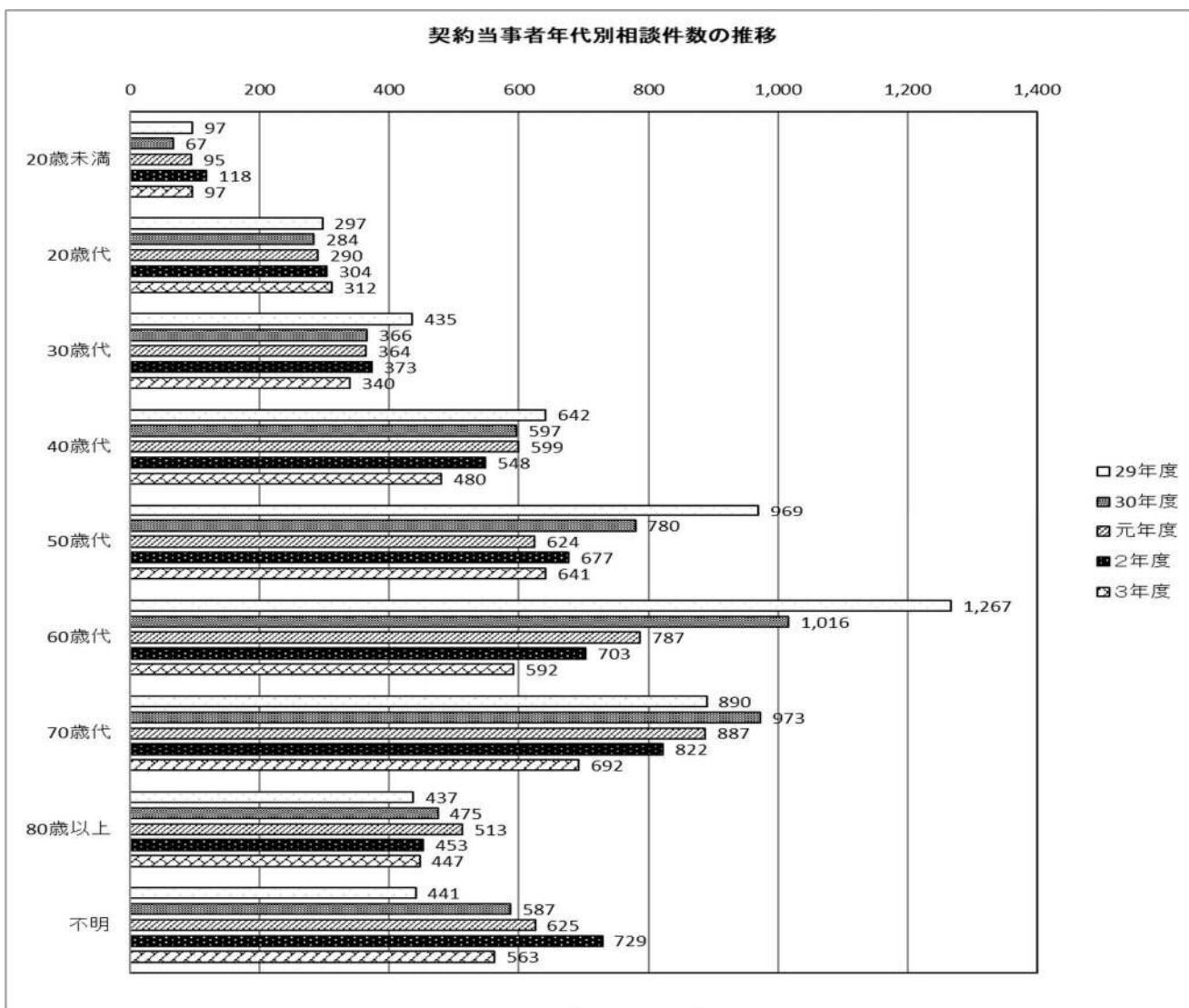
令和3年度において、相談件数が最も多い年代は前年度と同じく70歳代で、千人当たりの相談件数が最も多い年代も70歳代でした。

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おり、グラフ6を見ると、20歳未満の相談件数は、前年度比21件（17.8%）の減少となっています。

グラフ 5



グラフ 6



※ グラフ 5は、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9.1%で、このうち主な相談は、ショートメッセージによる架空請求でした。年代別で見ると、40歳以上の年代で1位でした。また、全体の「商品一般」の件数は前年度より156件減少しています。

更に、特徴的なものとして、「化粧品」に関する相談が全体としては3位、20歳代と80歳以上を除く年代で高順位となりました。これは主にインターネット通信販売での定期購入トラブルに関するものです。

このほか「工事・建築・加工」は、令和2年度（132件）と比べ、相談件数が約1.5倍（194件）に増加、20歳代では「内職・副業」に関する相談が2位となりました。

表4

年代別・商品別相談件数

(件)

	1位	2位	3位	4位	5位
20歳未満 97	他の教養・娯楽 25	化粧品 12	娯楽等情報配信サービス 11	商品一般 / 健康食品 各7	
20歳代 312	レンタル・リース・賃借 32	内職・副業 23	理美容 17	融資サービス 16	インターネット通信サービス /他の教養・娯楽 各15
30歳代 340	レンタル・リース・賃借 28	融資サービス 25	商品一般 24	工事・建築・加工 17	インターネット通信サービス /化粧品 各15
40歳代 480	商品一般 36	紳士・婦人服 28	インターネット通信サービス 26	化粧品 25	レンタル・リース・賃借/ 融資サービス 各23
50歳代 641	商品一般 52	化粧品 46	融資サービス 39	インターネット通信サービス 34	工事・建築・加工 27
60歳代 592	商品一般 72	化粧品 38	インターネット通信サービス 33	工事・建築・加工 32	娯楽等情報配信サービス 28
70歳代 692	商品一般 75	インターネット通信サービス 47	役務その他 44	工事・建築・加工 38	化粧品 36
80歳以上 447	商品一般 45	工事・建築・加工 37	相談その他 22	インターネット通信サービス 21	化粧品/役務その他 各19
不明 563	商品一般 60	役務その他 48	レンタル・リース・賃借 43	相談その他 35	工事・建築・加工 28
3年度 4,164	商品一般 379(9.1%)	インターネット通信サービス 209(5.0%)	化粧品 204(4.9%)	工事・建築・加工 / 融資サービス 各194(4.7%)	
2年度 4,727	商品一般 535(11.3%)	放送・コンテンツ等 382(8.1%)	健康食品 274(5.8%)	インターネット通信サービス 250(5.3%)	融資サービス 214 (4.5%)

(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、化粧品が上位に上がりました。

なお、全国との順位の比較では、「融資サービス」が、本市では4位に対し全国では11位でした。

表5

商品・役務別	R3			R2		R元		H30		H29	
	件数	順位	全国順位	件数	順位	件数	順位	件数	順位	件数	順位
商品一般	379	1	1	536	1	536	1	1,151	1	1,216	1
インターネット通信サービス	209	2	8	250	4	268	4	280	4	248	4
化粧品	204	3	2	140	9	145	10	89	11	76	11
工事・建築・加工	194	4	7	132	10	149	9	119	9	127	8
融資サービス	194	4	11	214	5	274	3	297	3	325	3

5 販売購入形態別の相談件数

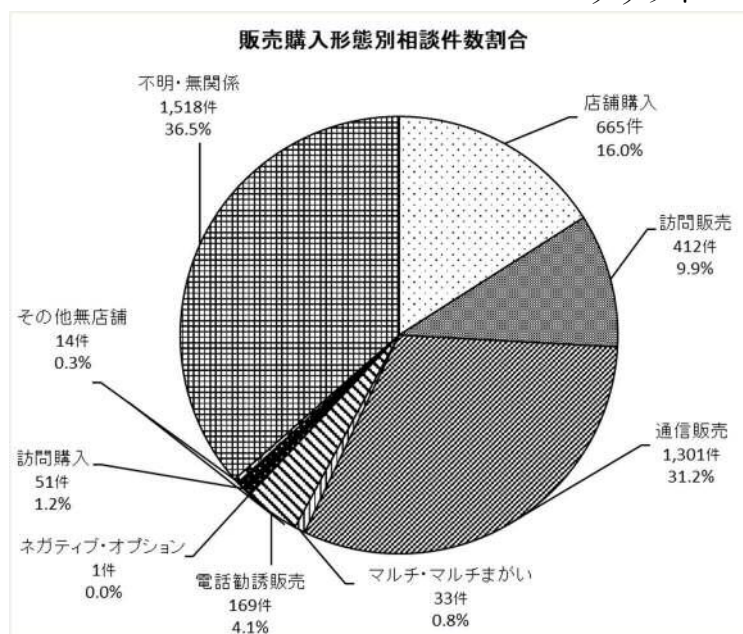
(1) 販売購入形態別の相談割合

グラフ7は、令和3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1,929件で、具体的には架空請求等の「商品一般」、多重債務相談等の「融資サービス」が含まれています。

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



※「不明・無関係」は次のような場合に分類されます。

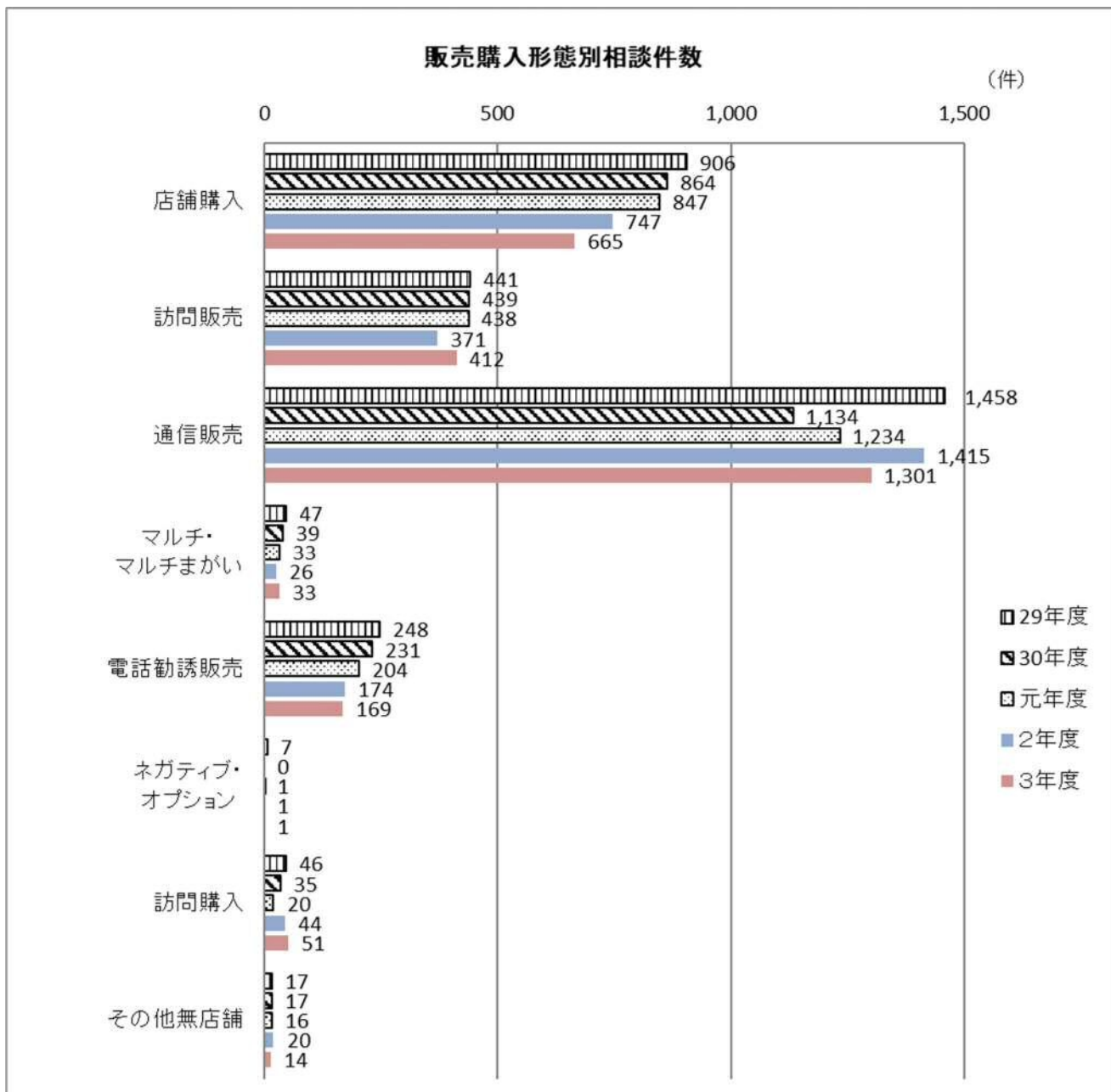
- (1) 購入前等で、どのような販売購入形態で購入するかまだわからない場合
- (2) 贈呈品で入手方法がわからない場合
- (3) 販売購入という概念とは無関係な場合（例：法律や制度について教えてほしい）
- (4) 国庫等に入るもので商品・役務に関係のないもの、個人間の支払いで商品・役務に関係のないもの、労務関係の支払で消費者問題とはいえない場合（例：香典・祝金、給料などの支払）

(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。

販売購入形態のうち「通信販売」の相談件数が多く、それに伴い「店舗購入」は年々減少傾向と
なっています。

グラフ8



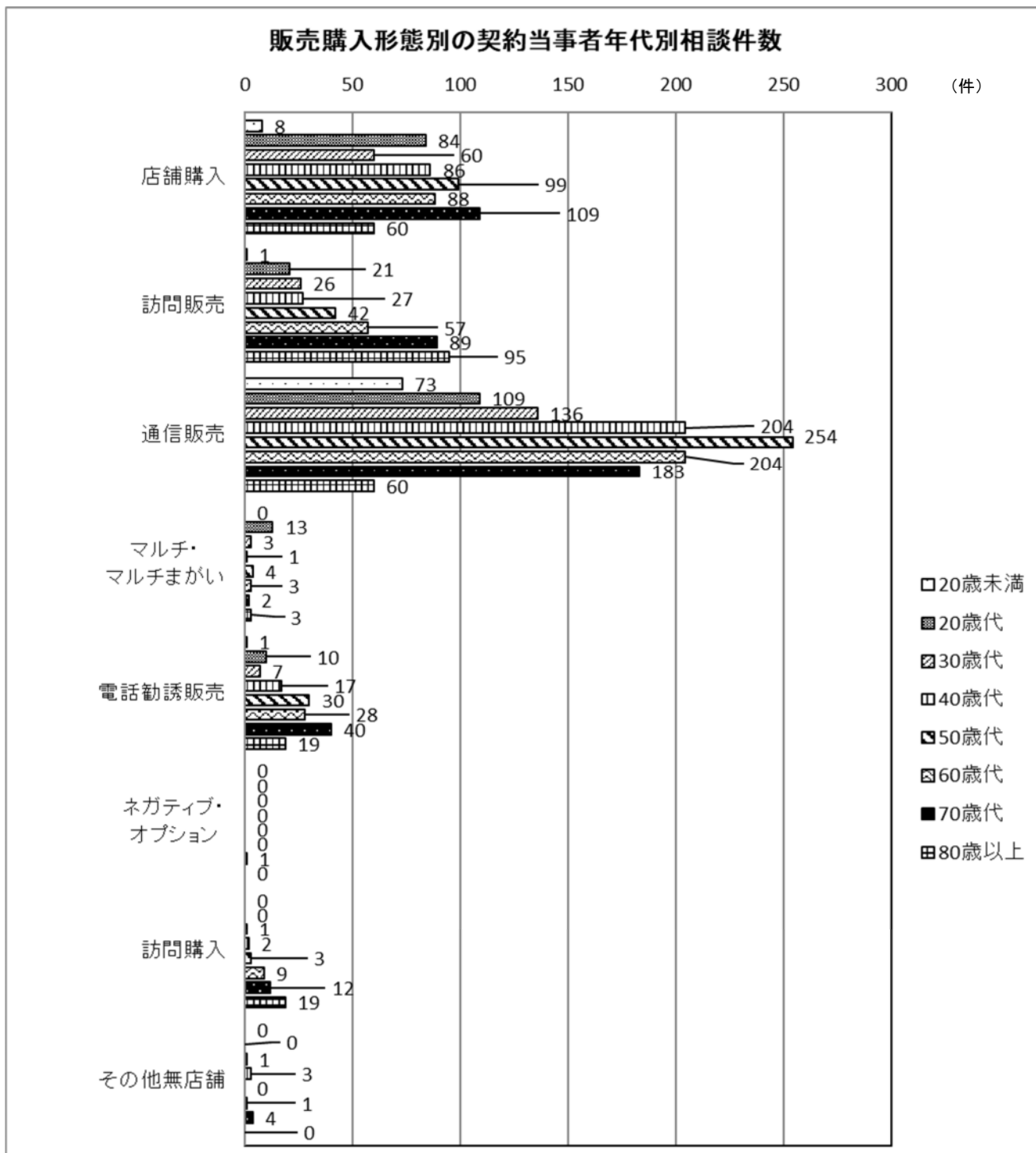
※ 訪問販売形態が不明なものを除く。

(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」、「訪問購入」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4,164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2,233件で、その契約購入金額の総額は、約16億9千万円でした。

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	448,345,584	665	362
訪問販売	170,289,152	412	211
通信販売	167,313,709	1,301	1,056
マルチ・マルチまがい	8,520,722	33	23
電話勧誘販売	49,088,322	169	102
ネガティブ・オプション	5619	1	1
訪問購入	655,600	51	14
その他無店舗販売	1,785,000	14	7
不明・無関係	841,764,862	1,518	457
全体	1,687,768,570	4,164	2,233

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	9,169,212	97	77
20歳代	150,400,465	312	233
30歳代	188,769,946	340	209
40歳代	192,304,518	480	292
50歳代	381,760,984	641	390
60歳代	158,862,112	592	315
70歳代	138,065,398	692	342
80歳以上	142,117,947	447	213
不明・無回答	326,317,988	563	162
全体	1,687,768,570	4,164	2,233

※ 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あっせん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、105件、4,500万円余でした。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、233件、5,400万円余でした。

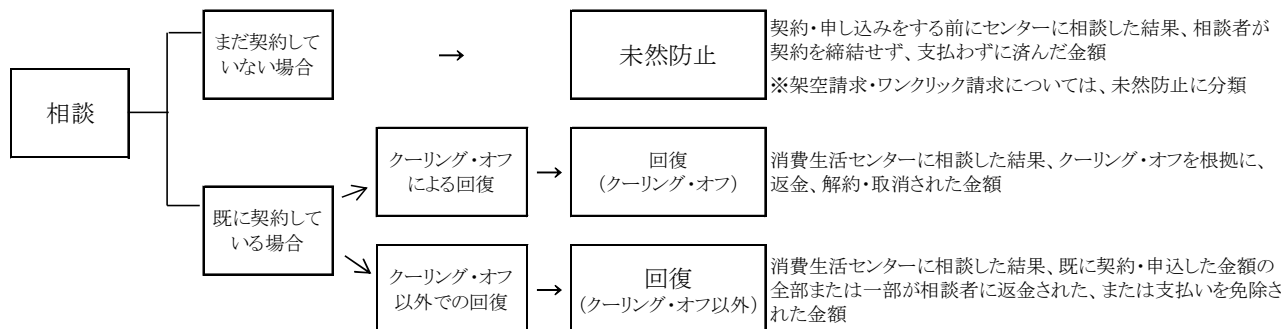


表8

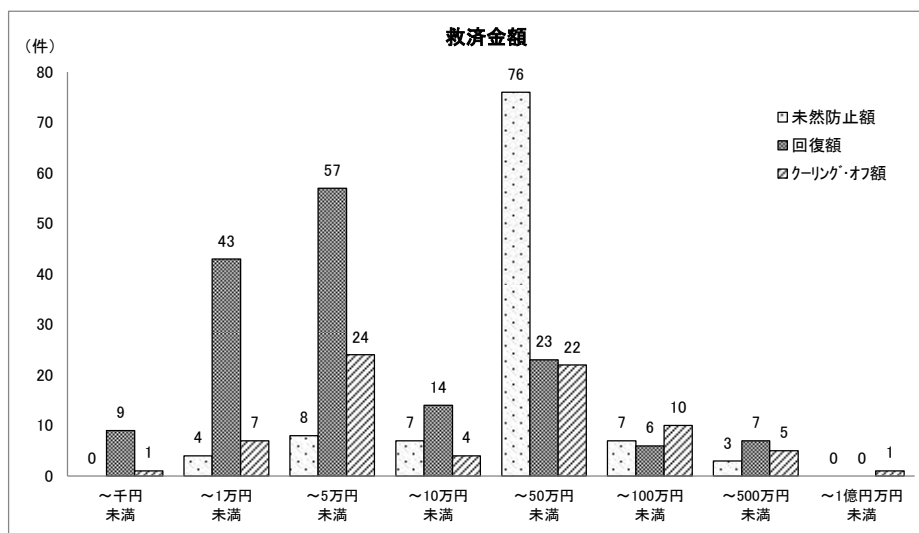
	未然防止	回復		合計	
		クーリング・オフ	クーリング・オフ以外		
件数(件)	105	233	74	159	338
うち助言	105	118	19	99	223
うちあっせん	0	115	55	60	115
金額(円)	45,359,687	54,982,924	29,532,550	25,450,374	100,342,611

(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、1万円以上5万円未満が最も多くなっています。

グラフ10



<語句解説> (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。

●商品・役務等 (50音順)

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。主に光回線の契約などの相談。
役務その他	結婚相手紹介サービス、祈とうサービス、パソコンサポート、探偵、保険金申請代行、解錠サービス、不用品回収など。
化粧品	化粧水、化粧クリーム、美容液、洗顔料など化粧品に関する相談。
健康食品	いわゆる健康食品、ダイエット食品、栄養補助食品等。
工事・建築・加工	新築住宅工事や屋根工事、外壁塗装、住宅のリフォームなど。
娯楽等情報配信サービス	アダルト情報や、音楽・映像など教養、趣味、娯楽を目的としたコンテンツ配信・提供サービス。以前は「放送・コンテンツ等」で分類していたが、2021年度から細分化された。
紳士・婦人服	紳士・婦人用洋服の上着および中着。注文したスーツが届かないなどの相談も含む。
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、クレジットの不正利用、不審なメールや荷物に関する相談。
他の教養・娯楽	出会い系サイトやマッチングアプリ、オンラインゲーム、レジャー施設、宝くじなど。
内職・副業	いわゆる内職のほかアフィリエイトや転売ビジネス、副業サイトなどに関する相談。
融資サービス	住宅ローン、自動車ローン、消費者ローン等の融資サービス。多重債務やヤミ金の相談。
理美容	理髪店、美容院、エステティックサロン等が行うサービスに関する相談。
レンタル・リース・貸借	賃貸アパート、借家、月極駐車場、レンタカーや貸衣装など商品を賃貸借する場合の相談。

●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