



## 令和4年度 静岡市消費生活相談の傾向

令和4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、集計したデータは端数処理の都合上、小数点以下の数値や合計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4年度の相談の特徴

#### (1) 相談受付件数について

令和4年度の相談受付件数は4,519件で、前年度比355件(8.5%)の増加でした(2(1))。  
これは定期購入に関する相談が昨年度より大きく増加したことによるものです。

#### (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276件で、あっせんによって解決した件数は266件、解決率は96.4%でした(2(4))。あっせんした件数が多い商品・役務の内容は、「化粧品」、「工事・建築・加工」、「健康食品」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))、30歳代を除くすべての年代で前年度よりも増加しました。相談件数が最も多いのは70歳代で、次いで50歳代と60歳代が同数でした。70歳代は前年度と比較すると19.4%、60歳代は16.6%の大幅増、80歳代が9.4%、50歳代でも7.6%の増加となりました。

20歳代では、「理美容」のエステティックサロンに関する相談が77件(452.9%)と大幅に増加しました。エステティックサロンが倒産、閉店したことにより、多くの相談が寄せられました。

40歳代、50歳代、60歳代では「化粧品」に関する相談が最も多く、70歳代でも2位となりました。これはSNSやインターネットに表示された広告を見て、インターネット通販で安い化粧品を購入したが、定期購入になっていて高額な請求を受けたという相談が増えたことが要因です。定期購入に関しては、令和4年6月に特定商取引法の改正がありましたが、依然として多くの相談が寄せられました(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位以下は順位と項目に変動がありました（4(1)）。

1位は、「商品一般」でした。架空請求の相談は減少傾向ですが、不審なメールや荷物に関する相談が増加したため、件数が増加しました。

2位は「化粧品」で、前年度の3位から順位が上がりました。相談件数も161件(73.0%)の増加となりました。インターネット通販による定期購入トラブルの相談が大半でした。

3位は「役務その他」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、詐欺的なパソコンサポートのトラブルや副業サイトの高額サポートに関するトラブルでした。

4位は「融資サービス」で、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した。

5位は「工事・建築・加工」でした。相談件数としては、前年度と比較して1件減でほぼ変わらずでした。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。

なお、表4には掲載していませんが、令和4年9月に発生した台風15号に関連した相談は、67件寄せられました。最も多かったのは「飲料」（17件）で、注文していない水が届いたという相談でした。次は「役務その他」（11件）で、レッカーサービス、家電品の処分などに関する相談でした。3番目は「自動車」（7件）で、車が水没した、買い替えた車の不具合等の相談でした。



## 2 相談件数

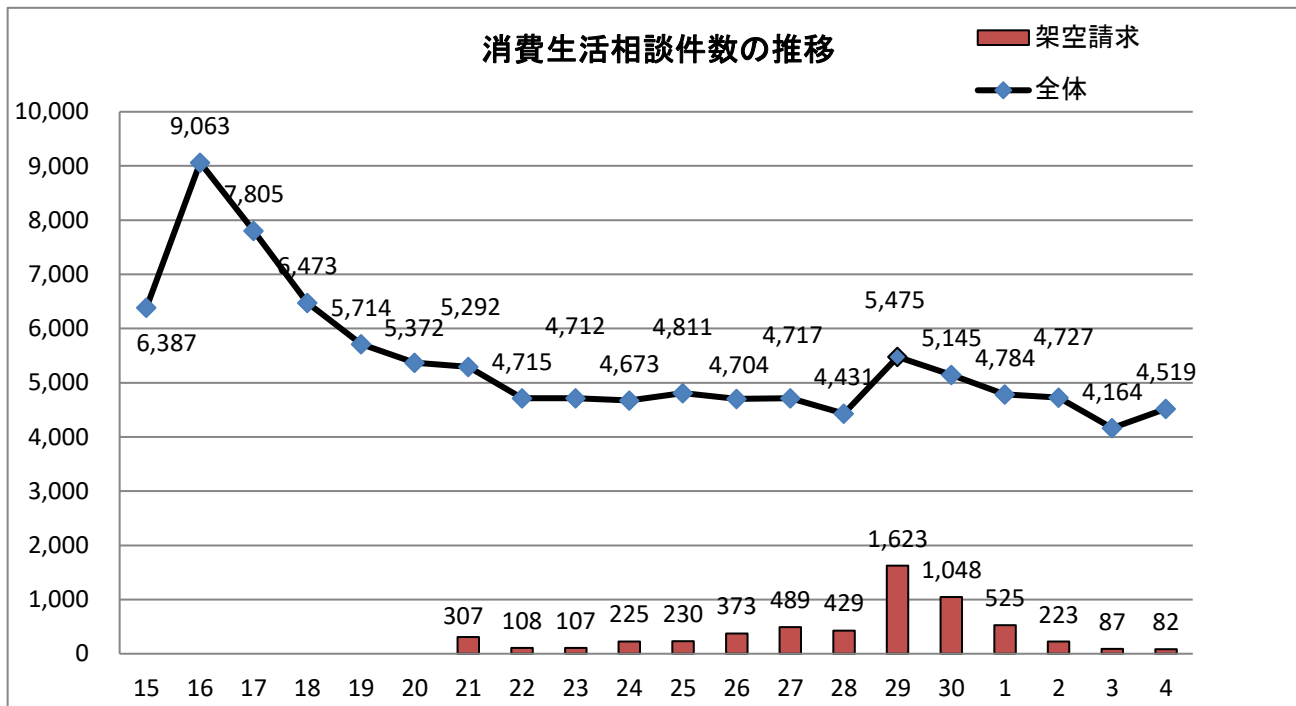
### (1) 相談件数

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4年度の消費生活相談件数は、4,519件で、前年度の4,164件に比べ355件(8.5%)増加しました。

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8.5%増、静岡県では12.9%増、全国では5.8%増でした。

表1

区分	H30年度	元年度	2年度	3年度	4年度
静岡市(件)	5,145	4,784	4,727	4,164	4,519
前年度比(%)	-6.0	-7.0	-1.2	-11.9	+8.5
静岡県(件)	26,359	23,657	24,192	21,201	23,951
前年度比(%)	-3.3	-10.3	+2.3	-12.4	+12.9
全国(件)	1,008,226	951,195	953,464	858,109	908,877
前年度比(%)	+5.8	-5.7	+0.2	-10.0	+5.8

### (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1,045件、電話相談が3,468件、文書相談が6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88.6%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	110 (2.4)	57	53	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）	4,003 (88.6)	3,819	184	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	69 (1.5)	67	2	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	276 (6.1)	275	1	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	266 (5.9)	265	1	0	あっせんの結果、解決がみられたもの
不調	10 (0.2)	10	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	43 (1.0)	38	5	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	17 (0.4)	12	4	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
無回答	1 (0.0)	1	0	0	
総数	4,519 (100.0)	4,269 (94.5)	249 (5.5)	1 (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101件の増加でした。あっせんした商品・役務の上位3位は、「化粧品」、「工事・建築・加工」、「健康食品」の順でした。近年1位だった「インターネット通信サービス」は4位でした。

あっせん解決率は96.4%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）
R4	266／276	96.4	化粧品 78	工事・建築・加工 27	健康食品 25
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

### 3 契約当事者

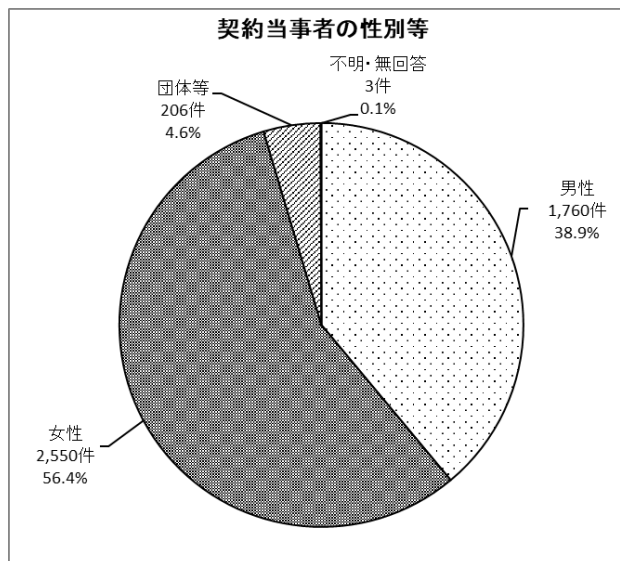
#### (1) 性別／年代別／職業別

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56.4%で、男性を当事者とする相談件数の割合38.9%を約17.5ポイント上回っています。

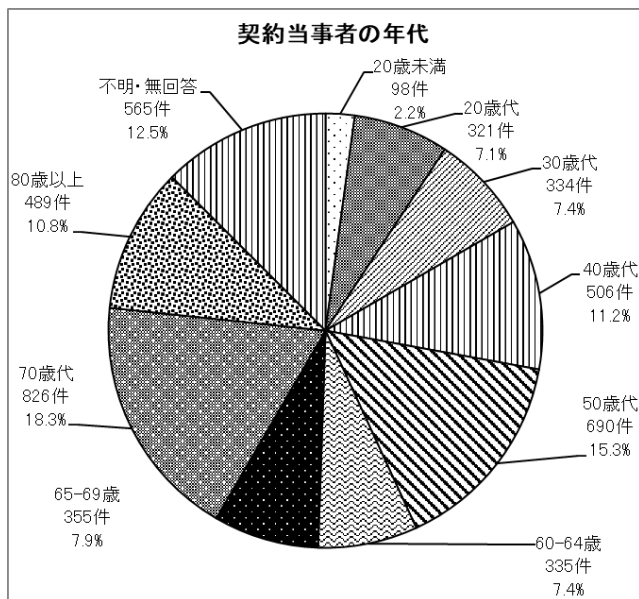
グラフ3は、契約当事者の年代別の割合です。65歳以上の高齢者の相談件数は1,670件で、全相談件数のうち37.0%に上っています。

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。

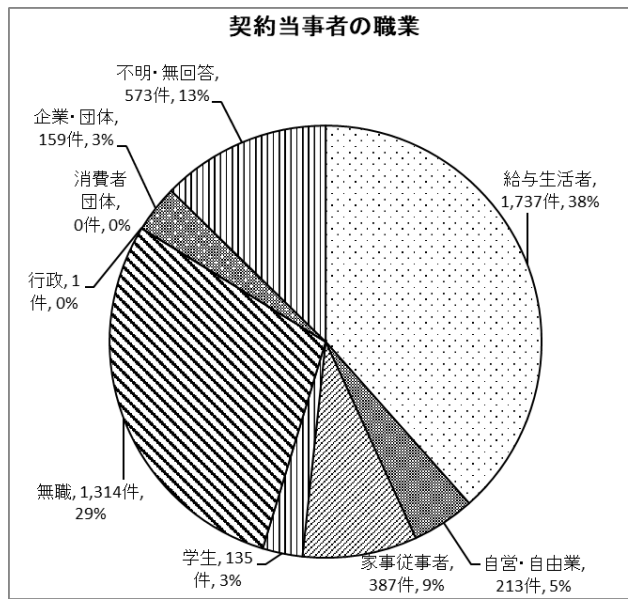
グラフ2



グラフ3



グラフ4

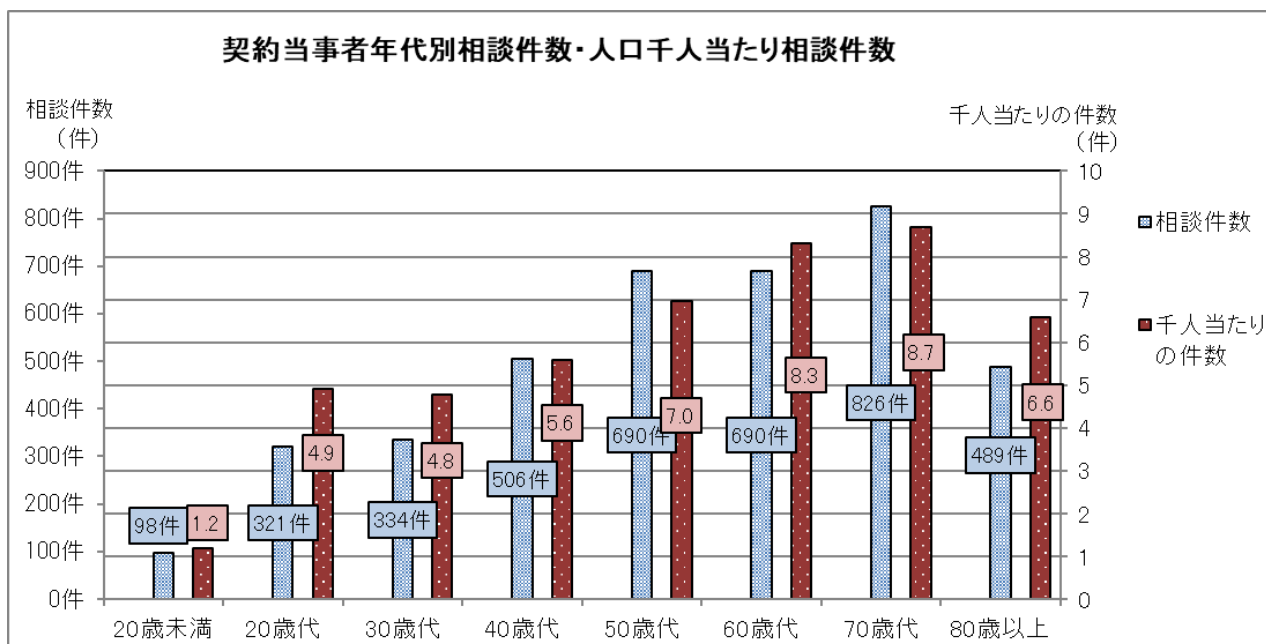


#### (2) 年代別相談件数及び人口千人当たりの相談件数／年代別相談件数

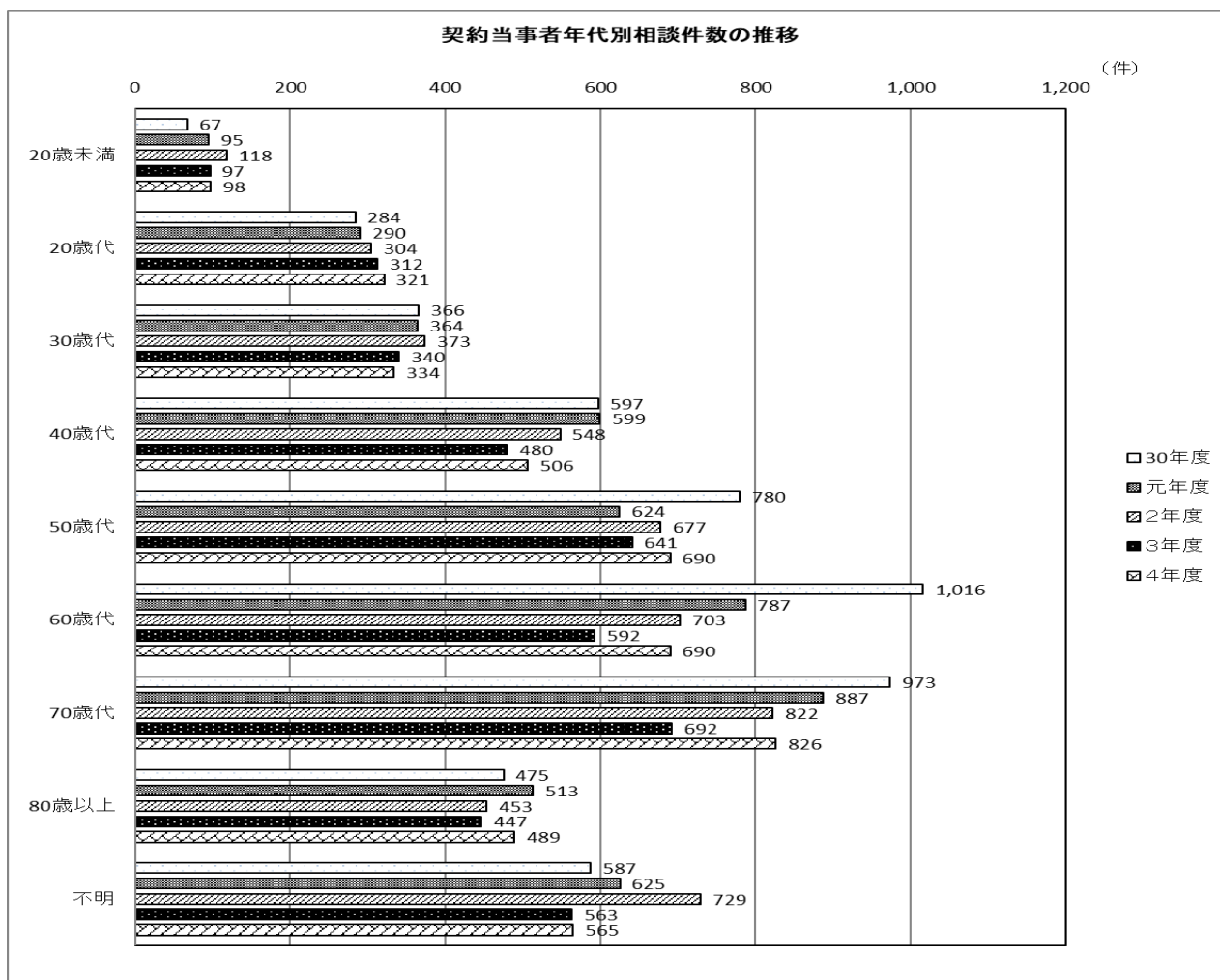
グラフ5は、契約当事者の年代別相談件数と人口千人当たりの相談件数、グラフ6は、契約当事者の年代別相談件数（過去5年間）です。

令和4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。

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10.1%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。年代別でみると、70歳80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77件増加しています。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2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「役務その他」に関する相談が、前年度188件（6位）から今年度は211件（3位）と増加傾向となりました。

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 98	他の教養・娯楽 29	化粧品 13	娯楽等情報配信 サービス 6	紳士・婦人洋服 / 理美容 各5	
20歳代 321	理美容 94	レンタル・リース・賃借 24	内職・副業 19	他の教養・娯楽 17	役務その他 16
30歳代 334	融資サービス 23	化粧品 19	商品一般/レンタル・ リース・賃借 各18	理美容 15	自動車 14
40歳代 506	化粧品 44	融資サービス 34	商品一般 32	レンタル・リース・賃借 29	役務その他 17
50歳代 689	化粧品 87	商品一般 73	融資サービス 31	レンタル・リース・賃借 28	工事・建築・加工/ 役務その他 各25
60歳代 690	化粧品 95	商品一般 79	融資サービス 33	工事・建築・加工 27	役務その他 26
70歳代 826	商品一般 99	化粧品 75	工事・建築・加工 53	役務その他 41	インターネット通信サービス 35
80歳以上 489	商品一般 52	工事・建築・加工 34	健康食品 31	役務その他 24	インターネット通信サービス 21
不明 566	商品一般 89	役務その他 50	レンタル・リース・賃借 38	工事・建築・加工 31	電気 27
4年度 4,519	商品一般 456 (10.1%)	化粧品 365 (8.1%)	役務その他 211 (4.7%)	融資サービス 202 (4.5%)	工事・建築・加工 193 (4.3%)
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) 商品・役務別の相談件数

表5は、商品・役務別の相談割合のうち、直近5年分で比較的上位を占める相談件数です。

相談件数が多い商品・役務

表5

商品・役務別	R4		R3		R2		R元		H30	
	件数	順位	件数	順位	件数	順位	件数	順位	件数	順位
商品一般	456	1	379	1	536	1	536	1	1,151	1
化粧品	365	2	204	3	140	9	145	10	89	11
役務その他	211	3	188	6	164	8	150	7	128	8
融資サービス	202	4	194	4	214	5	274	3	297	3
工事・建築・加工	193	5	194	4	132	10	149	9	119	9

## 5 販売購入形態別の相談件数

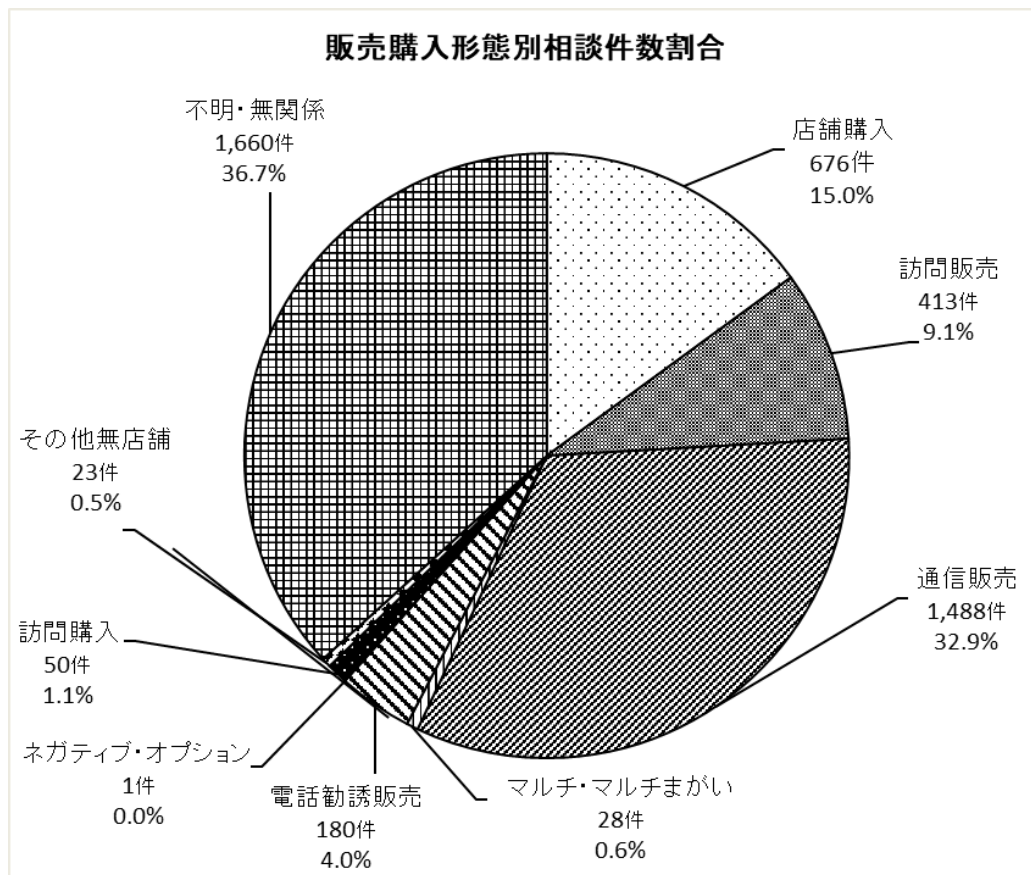
### (1) 販売購入形態別の相談割合

グラフ7は、令和4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1,660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）

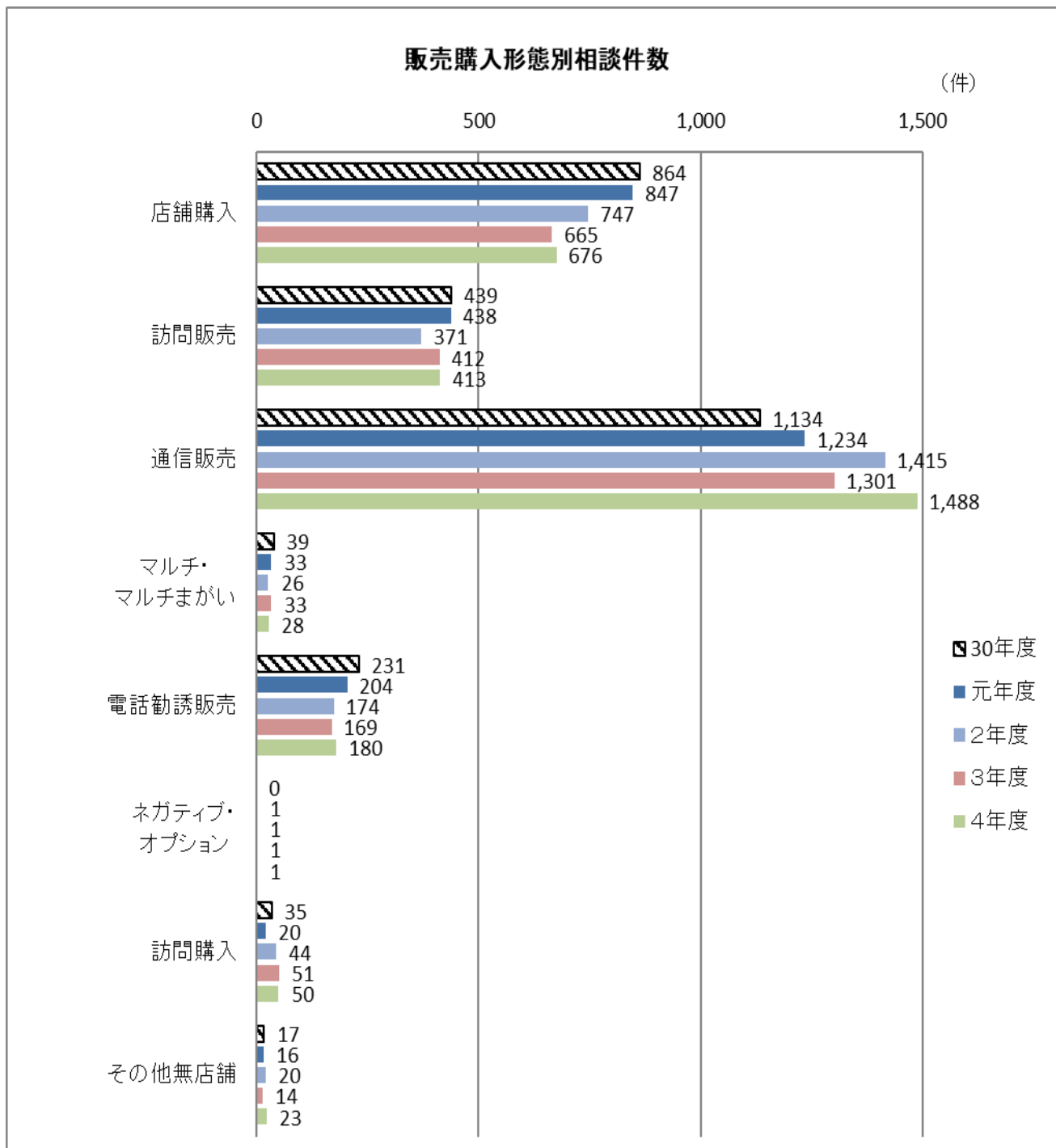


(2) 販売購入形態別の相談件数

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



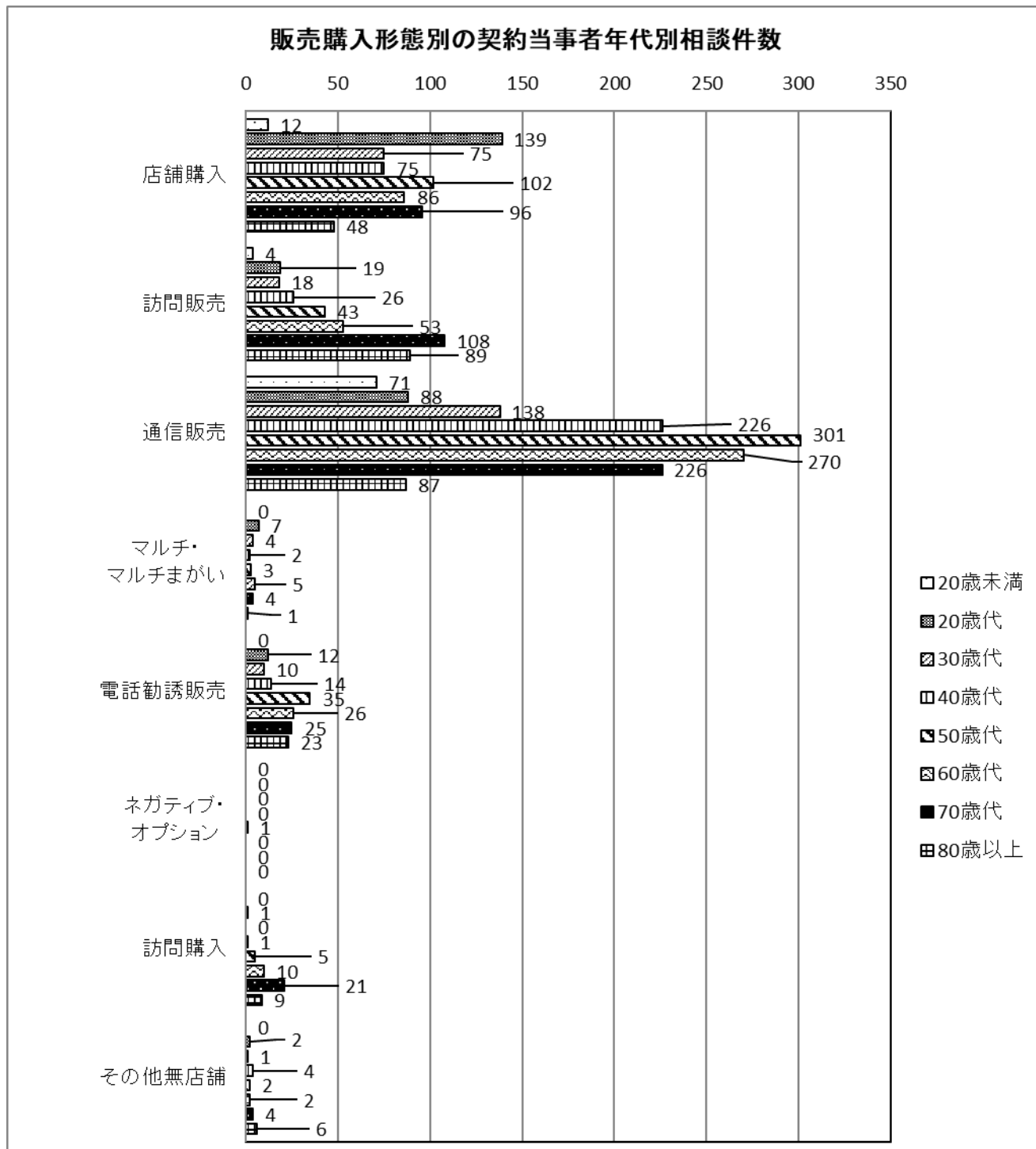
※ 訪問販売形態が不明なものを除く。

### (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」、「電話勧誘販売」及び「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4,519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2,540件で、その契約購入金額の総額は、約22億5千6百万円でした。

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	603,857,033	676	424
訪問販売	314,793,896	413	247
通信販売	245,831,625	1,488	1,200
マルチ・マルチまがい	22,503,110	28	15
電話勧誘販売	45,372,390	180	96
ネガティブ・オプション	336,980	1	1
訪問購入	2,186,010	50	18
その他無店舗販売	10,162,990	23	17
不明・無関係	1,010,941,679	1,660	522
全体	2,255,985,713	4,519	2,540

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	13,134,390	98	80
20歳代	204,518,744	321	247
30歳代	380,668,947	334	207
40歳代	331,723,232	506	329
50歳代	289,743,881	690	434
60歳代	331,167,445	690	429
70歳代	246,415,798	826	397
80歳以上	159,523,840	489	231
不明・無回答	299,089,436	565	186
全体	2,255,985,713	4,519	2,540

※ 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、61件、1,800万円余でした。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、304件、1億1,000万円余でした。

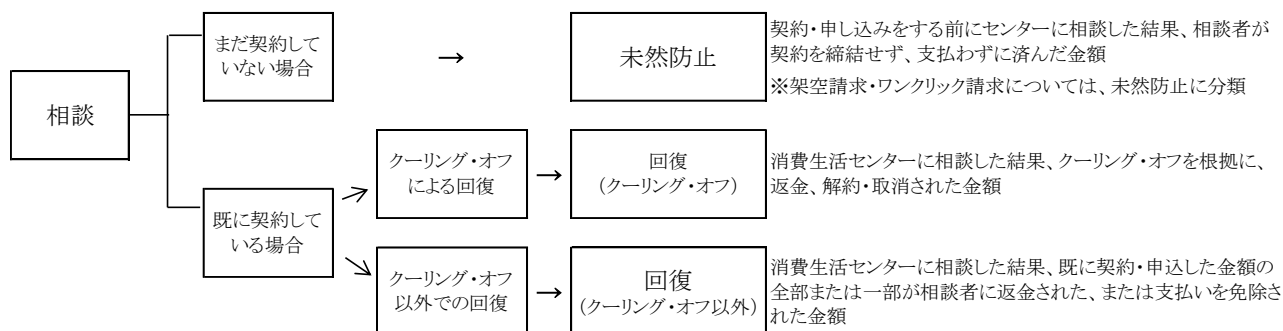


表8

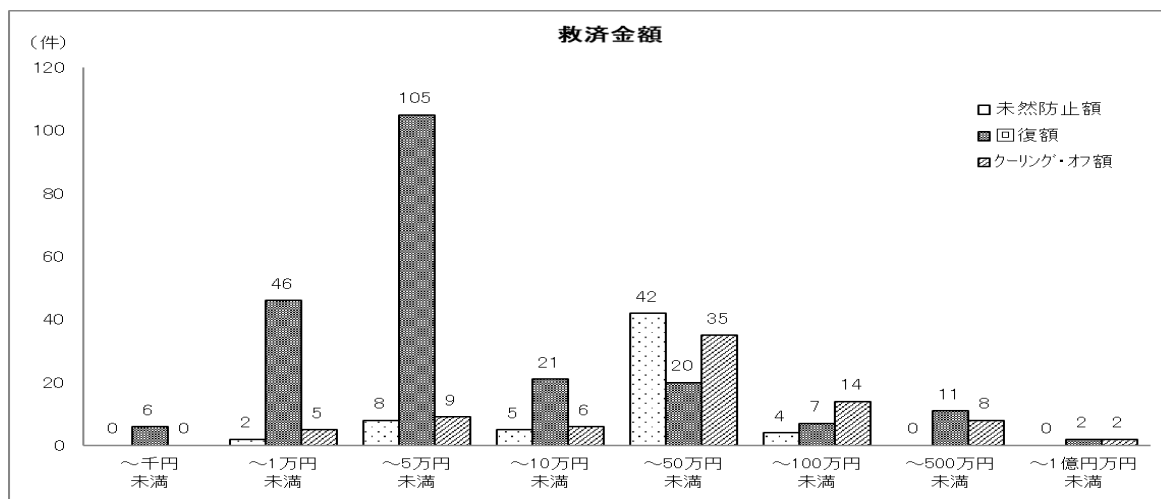
	未然防止	回復		合計	
		クーリング・オフ	クーリング・オフ以外		
件数(件)	61	304	80	224	365
うち助言	61	118	17	101	179
うちあっせん	0	186	63	123	186
金額(円)	18,512,813	110,367,190	62,685,272	47,681,918	128,880,003

### (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。
自動車(三輪・自動二輪含む)	中古の四輪自動車や原付バイクの購入。水没車両の修理や廃車関連。
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。
電気	電力小売全面自由化に伴う契約先の変更。電気メーターの漏電点検。
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