

## 令和元年度 消費生活相談の受付状況について

消費生活センターでは、消費生活に関する相談窓口を設置し、市民が消費者トラブルにあった場合には、相談・あっせん等を通じて問題の解決を図っている。

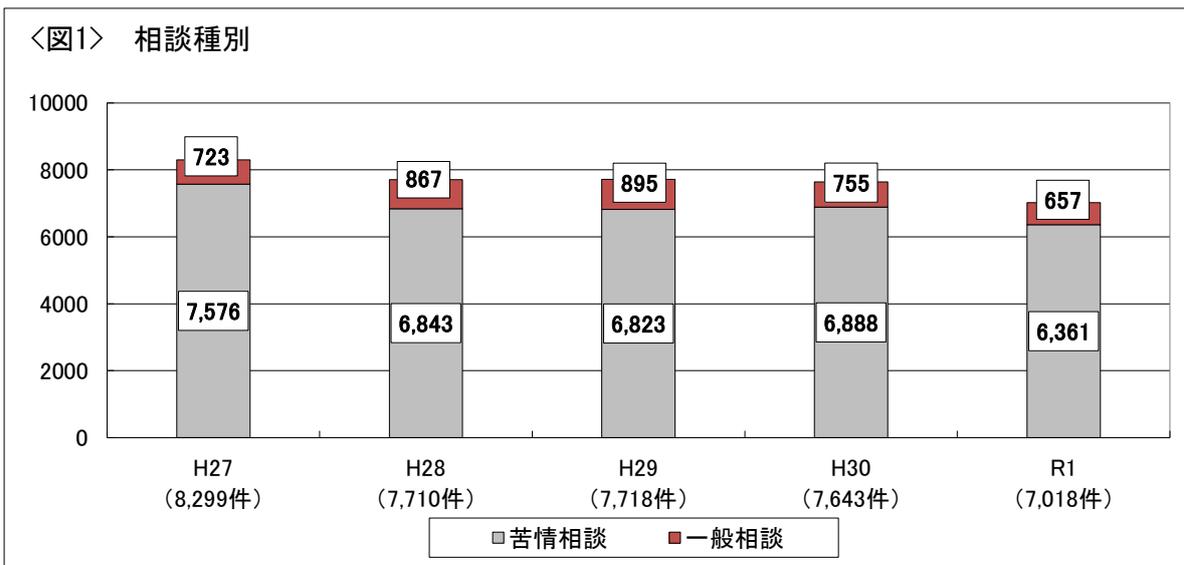
### 1. 消費生活相談の概要

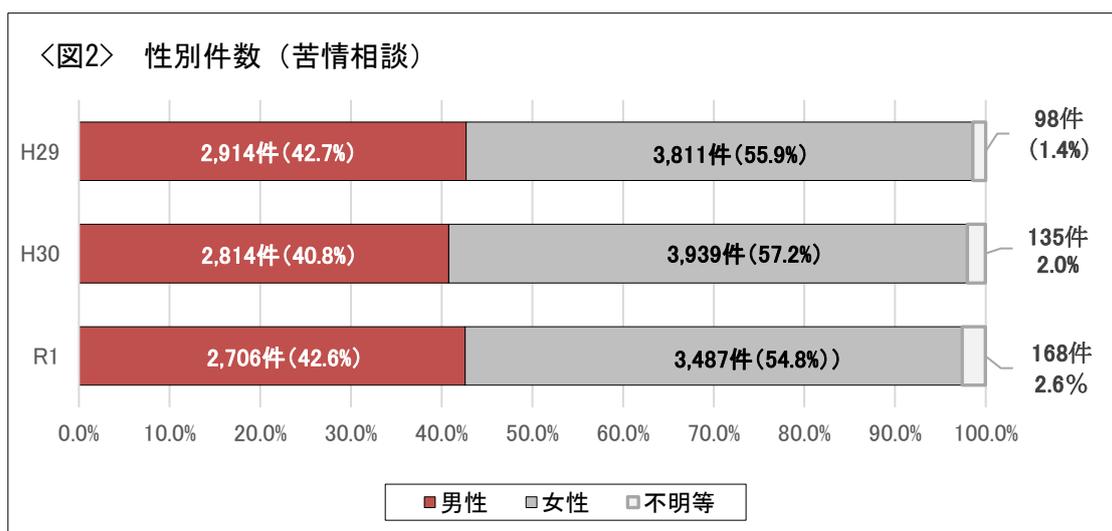
令和元年度に寄せられた消費生活相談は7,018件で、平成30年度に比べて減少（平成30年度比91.8%）した。そのうち、契約トラブルなどに関する苦情相談が6,361件で、平成30年度に比べて527件減少（平成30年度比92.3%）した。

契約者の年代別では、70歳以上の高齢者の相談は、1,480件（前年度比111.0%）と増加し、苦情相談件数全体の23.3%を占めており、苦情相談件数が減少するなかで高い水準で推移している。

〈表1〉消費生活相談件数の推移

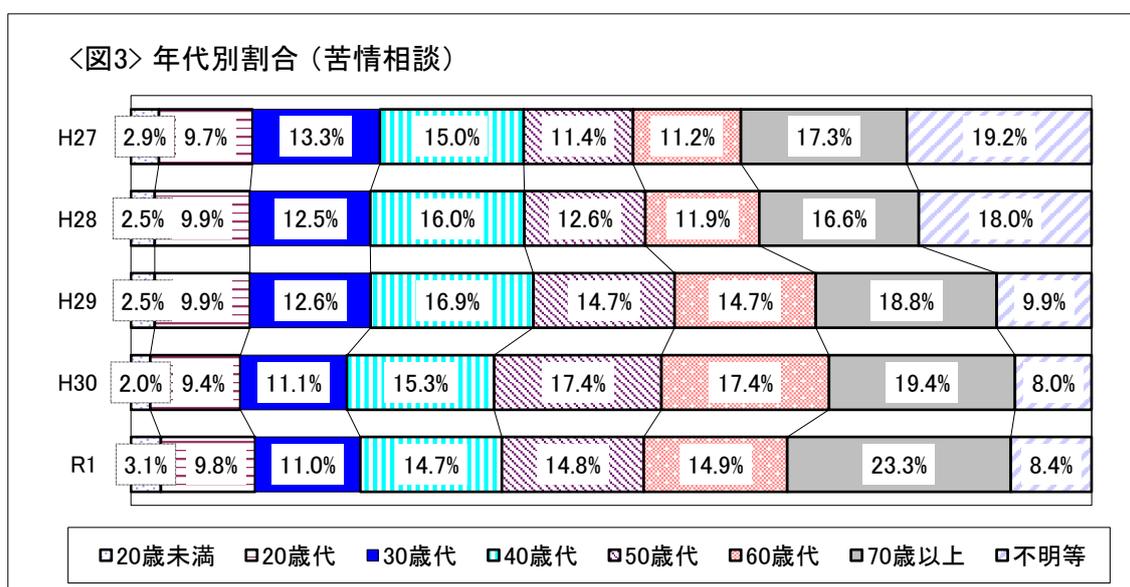
	平成29年度		平成30年度		令和元年度			
	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比	前年度比	前々年度比
合計	7,718	100.0%	7,643	100.0%	7,018	100.0%	91.8%	90.9%
苦情相談	6,823	88.4%	6,888	90.1%	6,361	90.6%	92.3%	93.2%
一般相談	895	11.6%	755	9.9%	657	9.4%	87.0%	73.4%





〈表2〉 年代別件数（苦情相談）

	平成 27 年度	平成 28 年度	平成 29 年度	平成 30 年度	令和元年度
合計	7,576	6,843	6,823	6,888	6,361
20歳未満	220	169	170	138	198
20歳代	738	680	675	646	624
30歳代	1,005	856	858	762	697
40歳代	1,134	1,097	1,156	1,054	936
50歳代	862	862	1,004	1,205	940
60歳代	852	812	1,003	1,202	950
70歳以上	1,307	1,136	1,285	1,333	1,480
不明等	1,458	1,231	672	548	536



### ○商品及びサービス別苦情相談件数

令和元年度の相談も例年どおり「商品一般」及び「デジタルコンテンツ」に分類される相談が上位を占めたが、その件数は平成30年度と比較して大きく減少している。これは架空請求やワンクリック請求に関する相談が大きく減少したためである。各分類の相談件数が減少している中、退去時の原状回復についての相談が多くを占める「不動産賃貸借」の相談は、引き続き多く寄せられている。また、定期購入の機会が多い「他の健康食品」についての相談件数が大幅に増加した。

〈表3〉商品及びサービス別（中分類）苦情相談件数（上位10位）

	平成29年度	平成30年度	令和元年度
1位	デジタルコンテンツ	商品一般	商品一般
	1,442	1,310	923
2位	商品一般	デジタルコンテンツ	デジタルコンテンツ
	506	889	588
3位	不動産賃貸借	不動産賃貸借	不動産賃貸借
	412	371	383
4位	インターネット接続回線	インターネット接続回線	他の健康食品
	235	257	222
5位	リースサービス	ローン・サラ金	ローン・サラ金
	231	240	200
6位	ローン・サラ金	工事・建築	インターネット接続回線
	213	195	198
7位	他の健康食品	四輪自動車	工事・建築
	167	136	169
8位	工事・建築	他の健康食品	四輪自動車
	164	131	116
9位	四輪自動車	携帯電話サービス	相談その他
	120	127	103
10位	携帯電話サービス	固定電話サービス	携帯電話サービス
	101	77	102

## ○年代別・商品及びサービス別相談件数

年代別では、全ての年代で「デジタルコンテンツ」に関する相談が多いが、30歳代、40歳代では「不動産賃貸借」が、50歳代以上の年代では、架空請求の相談が多く寄せられたことから、「商品一般」に関する相談が最上位となっている。

〈表4〉年代別・商品及びサービス別（中分類）相談件数（上位5位）

	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上
1位	デジタル コンテンツ	デジタル コンテンツ	不動産 賃貸借	不動産 賃貸借	商品 一般	商品 一般	商品 一般
	57	90	92	92	111	230	372
2位	他の 健康食品	不動産 賃貸借	デジタル コンテンツ	デジタル コンテンツ	デジタル コンテンツ	デジタル コンテンツ	デジタル コンテンツ
	24	50	62	86	88	87	91
3位	他の 化粧品	エステティック サービス	商品 一般	フリーローン ・サラ金	不動産 賃貸借	インターネット 接続回線	工事 建築
	21	34	39	43	59	42	78
4位	商品 一般	フリーローン ・サラ金	フリーローン ・サラ金	他の 健康食品	インターネット 接続回線	他の 健康食品	インターネット 接続回線
	8	32	38	42	34	30	63
5位	健康 食品	電気	四輪 自動車	商品 一般	他の 健康食品	不動産 賃貸借	他の 健康食品
	6	30	24	40	33	27	37

## ○販売購入形態別相談件数

販売購入形態別にみると、「通信販売」が最も多くなっており、そのうち約4割は「デジタルコンテンツ」に関する相談となっている。全体の件数が減少した中、「訪問販売」は平成30年度に比べ増加した。「訪問販売」「電話勧誘販売」「訪問購入」は70歳以上の高齢者の相談が多く、「マルチ商法」は、20歳代を中心とした若い世代からの相談が多い。

〈表5〉販売購入形態別相談件数

		平成 29年度	平成 30年度	令和 元年度	構成比	前年度比	販売される主な 商品・サービス
特殊販売 (無店舗販売)	通信販売	2,525	2,165	2,128	43.9%	98.3%	デジタルコンテンツ
	訪問販売	564	335	346	7.1%	103.3%	電気、工事・建築、
	電話勧誘販売	347	413	377	7.8%	91.3%	インターネット回線
	マルチ商法	73	78	66	1.4%	84.6%	ファンド型投資商品
	訪問購入	66	44	37	0.8%	84.1%	貴金属等の買取
	ネガティブ・オプション	15	22	14	0.3%	63.6%	海産物
	その他無店舗販売	38	42	40	0.8%	95.2%	ミネラルウォーター
店舗購入		1,837	1,883	1,836	37.9%	97.5%	不動産貸借
総件数		5,465	4,982	4,844	100.0%	97.2%	

※不明・無関係を除く

### (参考) 特殊販売の説明

- 通信販売 通信手段（郵便、電話、ファクシミリ、インターネット等）を用いて契約するもの
- 訪問販売 家庭訪販、職場訪販、1日だけ開催する展示販売、SF商法、販売目的を隠した誘引方法、キャッチセールス、アポイントメントセールス等
- 電話勧誘販売 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、その電話の勧誘により、郵便等で契約を締結するもの
- マルチ商法 商品等の販売組織に加入させるため、別の者を加入させれば利益（特定利益）が得られると勧誘し、何らかの金銭負担（特定負担）をさせるもの
- 訪問購入 店舗以外の場所（消費者の自宅等）で、業者が物品の購入（不要品の買取り等）を行うもの
- ネガティブ・オプション 購入申し込みがないのに商品を一方的に送りつけ、代金を請求するもの
- その他の無店舗販売 露店・屋台店等、2日以上展示販売

## ○処理結果別件数

処理結果別にみると、相談者に必要な情報を提供して自主解決の方法をアドバイスする「助言（自主交渉）」が最も多くなっている。また、相談者が高齢であるなど、相談者本人による自主交渉が難しいと予想される場合や自主交渉では解決できなかった場合などは、センターが相談者と事業者との話し合いによる解決のための調整を行う「あっせん」を行うが、あっせんに入ったもの（「あっせん解決」と「あっせん不調」の合計）のうち9割以上が「あっせん解決」となっている。

〈表6〉処理結果別件数（令和2年5月31日現在）

		平成29年度		平成30年度		令和元年度	
合 計		6,823	(100.0%)	6,888	(100.0%)	6,361	(100.0%)
内 訳	他機関紹介	138	(2.0%)	107	(1.5%)	136	(2.1%)
	助言(自主交渉)	4,102	(60.1%)	4,845	(65.1%)	4,080	(64.1%)
	その他情報提供	1,896	(27.8%)	1,722	(25.0%)	1,550	(24.4%)
	あっせん解決	562	(8.3%)	415	(6.0%)	476	(7.5%)
	あっせん不調	22	(0.3%)	22	(0.3%)	34	(0.5%)
	処理不能	49	(0.7%)	81	(1.2%)	44	(0.7%)
	処理不要	52	(0.8%)	53	(0.8%)	38	(0.6%)
	処理継続中	2	(0.0%)	3	(0.1%)	3	(0.1%)
即日処理件数		5,670	(83.1%)	5,917	(85.9%)	5,396	(84.8%)

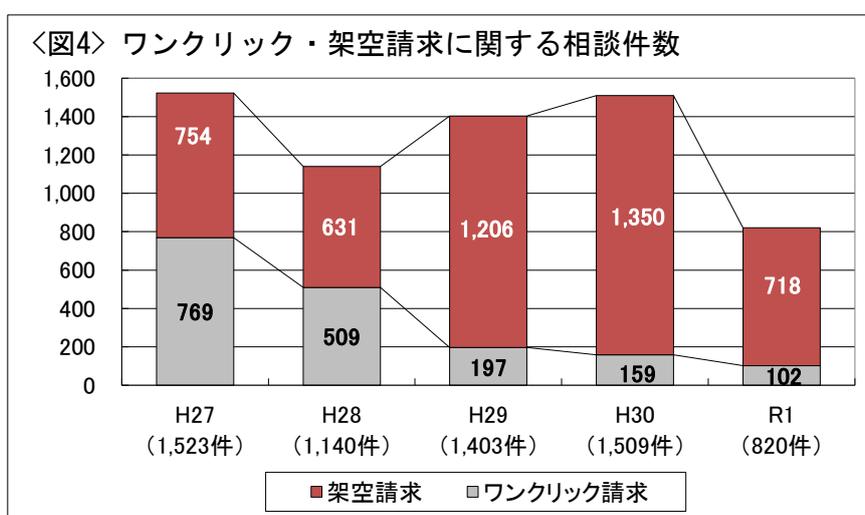
### （参考）処理結果別の説明

- 他 機 関 紹 介 消費生活センターの業務範囲外の相談のため本来の相談機関を紹介したもの
- 助 言（自主交渉） 相談者が自主交渉することで解決する可能性のある相談について、自主解決の方法をアドバイスしたもの
- そ の 他 情 報 提 供 消費生活センターの業務範囲内の相談だが、あっせんや助言（自主交渉）に該当せず、他機関を紹介したものなど
- あ っ せ ん 解 決 あっせんの結果、解決がみられたもの
- あ っ せ ん 不 調 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 相談者や事業者と連絡が取れなくなった等、何らかの物理的理由で処理できなかったもの
- 処 理 不 要 相談者が処理を望んでいない場合や取り下げた場合など

## 2 消費生活相談の傾向

### (1) ワンクリック請求・架空請求に関する相談

相談の上位を占める「デジタルコンテンツ」および「商品一般」の大半は、ワンクリック請求や架空請求に関する相談である。令和元年度は、平成30年度と比較して架空請求全体の相談件数は大きく減少している。これは、架空請求ハガキについての相談が大きく減少したためであるが、引き続き実在する大手事業者をかたり、有料サイトの未払い料金を請求する架空請求メールに関する相談が多く寄せられている。また、ワンクリック請求の相談は減少傾向にある。

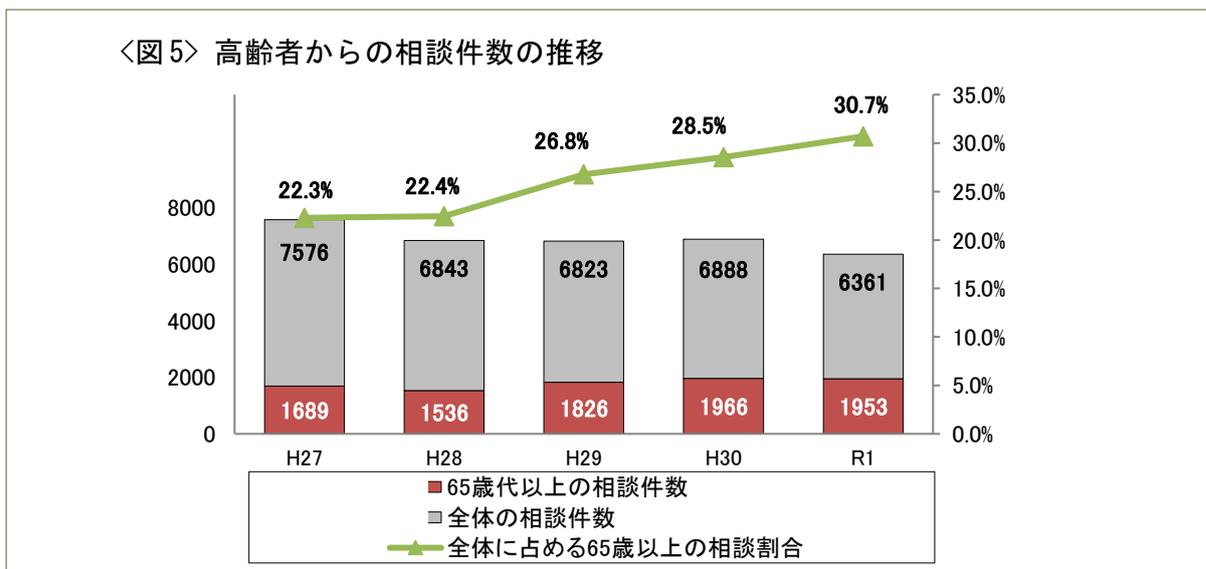


※ワンクリック請求 … 動画や年齢確認ボタンをクリックしただけで会員登録され、料金を請求されるものに関する相談。「デジタルコンテンツ」に関する相談に分類される（〈表8、表9〉参照）。

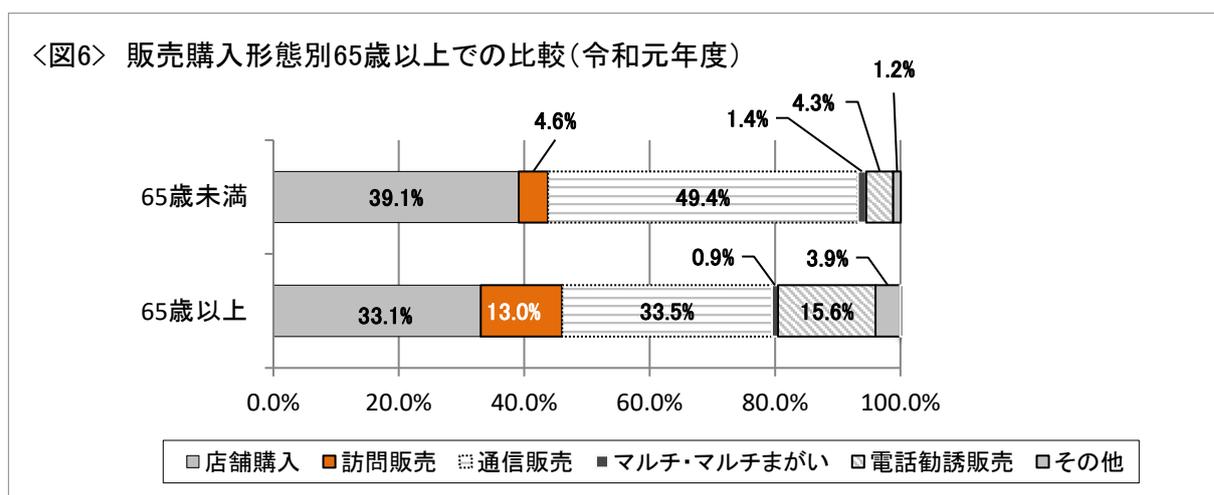
※架空請求 … 電子メール、ハガキなどによる身に覚えのない代金の請求に関する相談。請求される方法により、「デジタルコンテンツ」や、「商品一般」に分類される（〈表8、表9〉参照）。

## (2) 高齢者からの相談内容

高齢者からの相談割合は年々増加しており、令和元年度は相談件数全体の3割を超えている。また、販売購入形態別でみると、65歳以上の相談は65歳未満と比べると訪問販売や電話勧誘販売の割合が高くなっている。



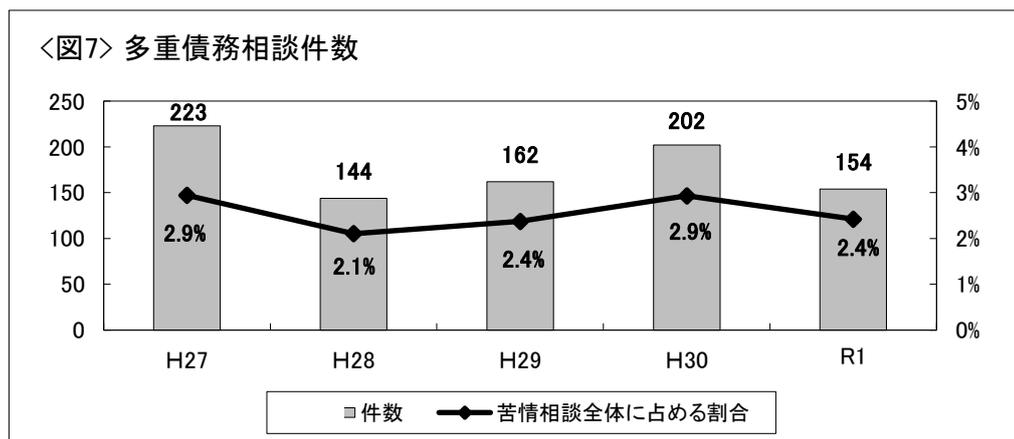
(参考) 令和元年度 65歳以上の相談件数  
 全国 33.0%  
 令和2年版消費者白書より



### (3) 多重債務について

令和元年度に寄せられた多重債務相談は 154 件であった。相談件数は、近年増加傾向にあったが、令和元年度は減少に転じた。また、違法な貸金業を営むヤミ金融に関する相談についても相談は寄せられている。

令和元年度に受け付けた多重債務相談のうち、他機関につないだ相談件数は、弁護士会に 17 件、(公財)日本クレジットカウンセリング協会に 5 件となっている。



### (4) 定期購入について

全体の相談件数が減少している中で、通信販売での健康食品等の「定期購入」に関する相談が昨年度と比較して 2 倍近く増加しており、全国的な傾向と一致している。

「お試し」「1 回だけ」のつもりで健康食品や化粧品等を注文したところ、定期購入が条件になっていたという相談が多い。

