



令和2年度 静岡市消費生活相談の傾向

令和2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、14ページにまとめています。

1 令和2年度の相談の特徴

(1) 相談受付件数について

令和2年度の相談受付件数は4,727件で、前年度比57件(1.2%)の減少でした(2(1))。

架空請求に関する相談が昨年度より大きく減少しましたが(2(1))、新型コロナウイルス感染症関連の相談が366件寄せられたことにより(4(3))、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245件の増加、前々年度比407件の増加となりました。

(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172件で、あっせんによって解決した件数は163件、解決率は94.8%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」、「放送・コンテンツ等」、「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))、前年度よりも減少した年代は、40歳代、60歳代、70歳代、80歳以上で、増加した年代は、20歳未満、20歳代、30歳代、50歳代でした。

中でも20歳未満の相談は、前年度比23件(24.2%)の増加、前々年度比51件(76.1%)の増加で、その要因は、オンラインゲームの課金による高額請求である「放送・コンテンツ等」に関する相談、不審なメールや荷物が届いたという相談が増えたためです。

また、50歳代は前年度比53件(8.5%)の増加で、その要因は、注文の際に定期購入だと気付かなかったという「健康食品」に関する相談や、賃貸アパート・借家に関する「レンタル・リース・貸借」に関する相談などが増えたためです。

(4) 商品・役務別の特徴について

商品・役務別の相談件数は、昨年度と比較し上位5位の中で順位の変動はあったものの、項目に変動はありませんでした。(4(1))

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。封書による架空請求や、不審なメールに関する相談等が寄せられました。

2位の「放送・コンテンツ等」の相談件数は横ばいでした。

3位の「健康食品」は、前年度比25件(10.0%)の増加で、注文の際に定期購入と気づかなかつたので解約したい、解約したいが電話がつかないといった相談が寄せられました。

4位の「インターネット通信サービス」は、件数としては減少しましたが、引き続き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「融資サービス」は、件数としては前年度比60件(21.9%)の減少でした。相談の内容としては、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多く寄せられました。

なお、表4には掲載していませんが、6位以降で特徴的なものとしては、11位「他の保健衛生品」前年度比91件(267.6%)増加、12位「他の行政サービス」前年度比89件(212.8%)増加となりました。これはいずれも新型コロナウイルス感染拡大の影響によるもので、マスクの転売に関してや、行政機関の電話がつかないといった相談が寄せられました。



2 相談件数

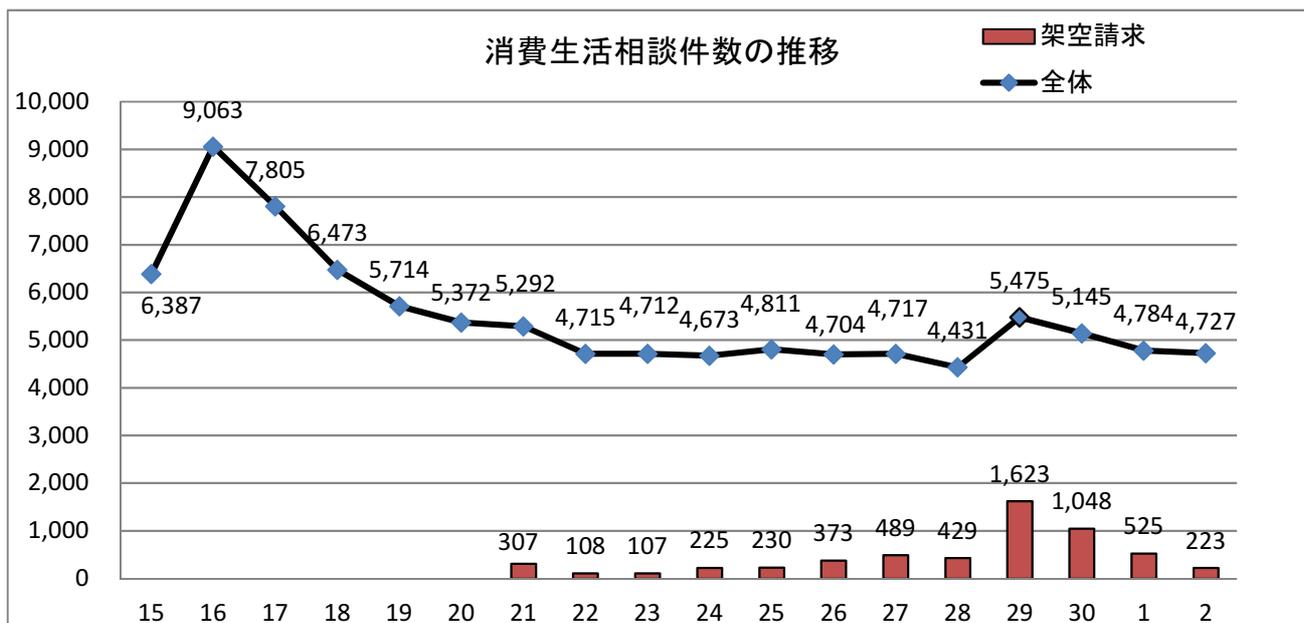
(1) 相談件数

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2年度の消費生活相談件数は、4,727件で、前年度の4,784件に比べ、57件（1.2%）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1.2%減、静岡県では同2.3%増、全国では同程度でした。

表1

区分	R2	R元	H30	H29	H28
静岡市(件)	4,727	4,784	5,145	5,475	4,431
前年度比(%)	-1.2	-7.0	-6.0	+23.6	-6.1
静岡県(件)	24,192	23,657	26,359	27,267	23,385
前年度比(%)	+2.3	-10.3	-3.3	+16.6	-3.5
全国(件)	952,250	951,127	1,008,197	953,192	902,706
前年度比(%)	-0.0	-5.7	+5.8	+5.6	-4.2

(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911件、電話相談が3,805件、文書相談が11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	186 (3.9)	99	87	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）	4,206 (89.0)	4,022	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	101 (2.1)	94	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	172 (3.6)	172	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	163 (3.4)	163	0	0	あっせんの結果、解決がみられたもの
不調	9 (0.2)	9	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	39 (0.8)	34	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	23 (0.5)	18	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
総数	4,727 (100.0)	4,439 (93.9)	287 (6.1)	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11件の増加でした。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」、「放送・コンテンツ等」、「健康食品」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、94.8%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）
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
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 18

3 契約当事者

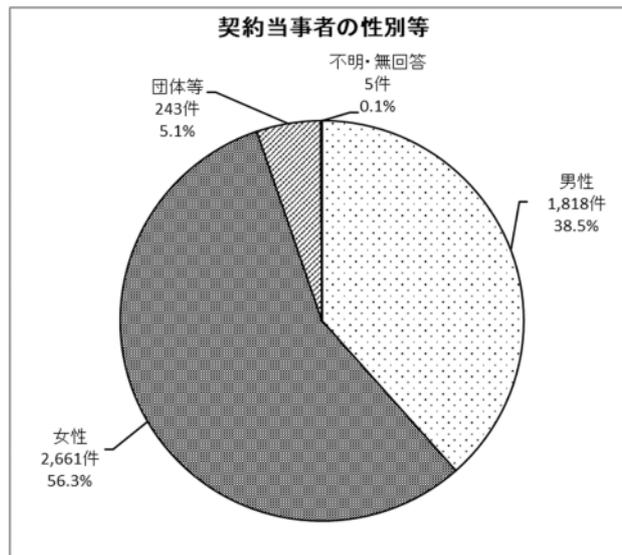
(1) 性別／年代別／職業別

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56.3%で、男性を当事者とする相談件数の割合38.5%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1,624件で、全相談件数のうち34.4%に上っています。

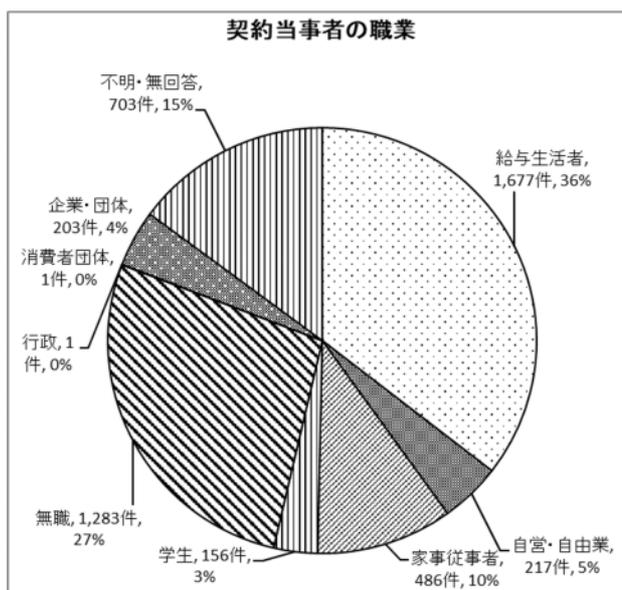
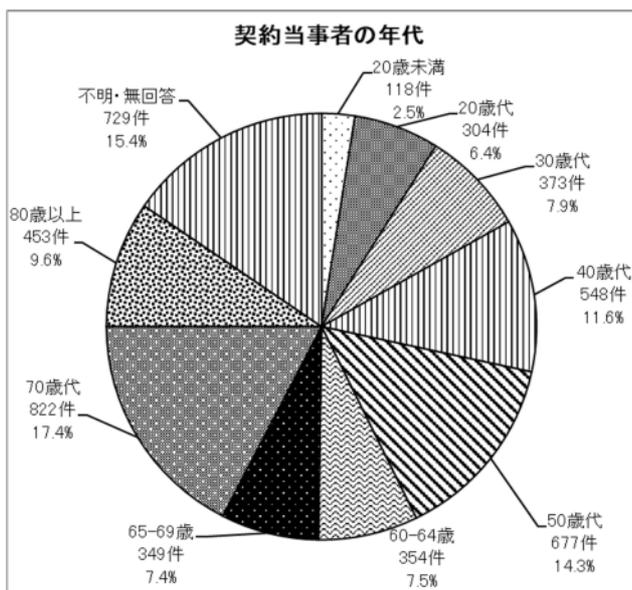
グラフ4は、契約当事者の職業別の割合です。給与生活者からの相談が最も多くなっています。

グラフ2



グラフ3

グラフ4

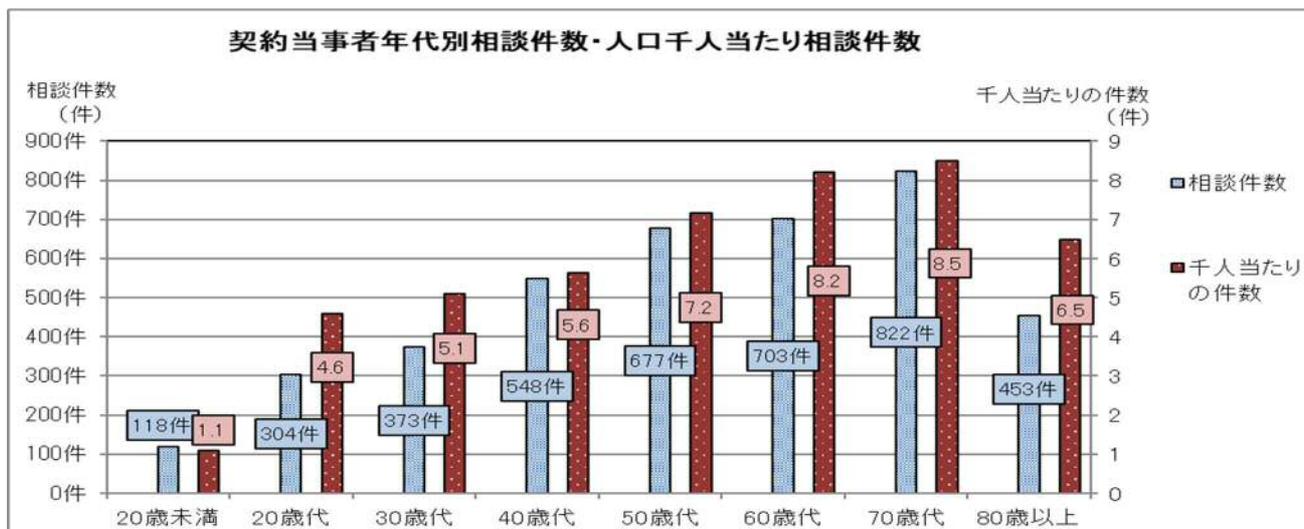


(2) 年代別相談件数及び人口千人当たりの相談件数／年代別相談件数

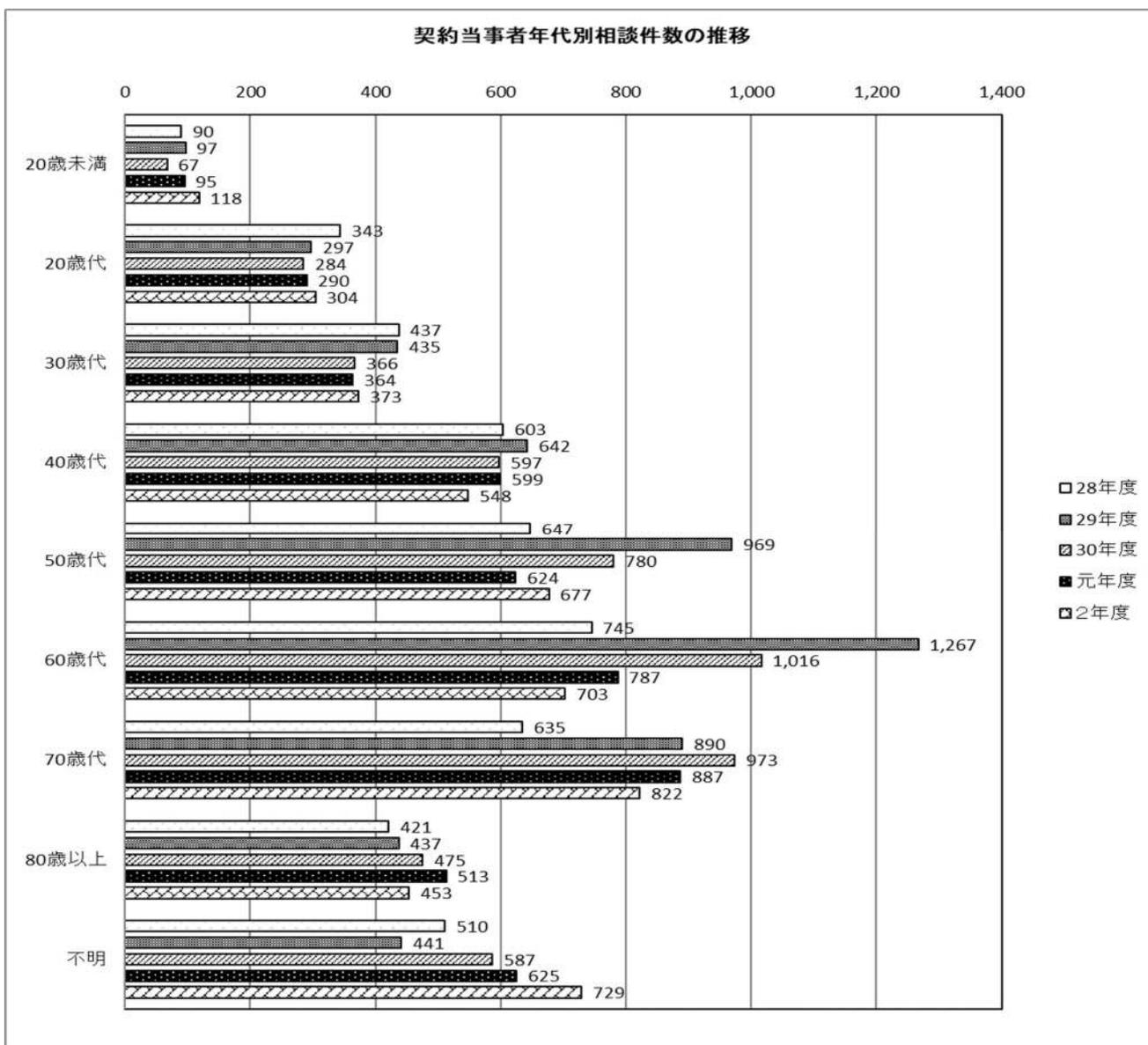
グラフ5は、契約当事者の年代別相談件数と人口千人当たりの相談件数、グラフ6は、契約当事者の年代別相談件数（過去5年間）です。

令和2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いますが、グラフ6を見ると、20歳未満の相談件数は、前年度比23件（24.2%）の増加となっています。



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11.3%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、60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200件程減少していますが、新型コロナウイルスの影響で「他の行政サービス」「他の保健衛生品」についての相談が増加したことにより、全相談件数としては微減となりました。

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3位の「健康食品」で、その相談件数は前年度比25件（10.0%）の増加となっており、20歳未満及び40歳代で2位となっています。

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

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 118	放送・コンテンツ等 44	健康食品 20	商品一般 11	化粧品 8	玩具・遊具 4
20歳代 304	放送・コンテンツ等 43	商品一般 24	レンタル・リース・貸借 21	健康食品 19	融資サービス 17
30歳代 373	放送・コンテンツ等 36	商品一般 / 融資サービス 各29件		レンタル・リース・貸借 19	健康食品 / インターネット通信サービス 各18件
40歳代 548	放送・コンテンツ等 48	健康食品 44	商品一般 39	融資サービス 34	レンタル・リース・貸借 27
50歳代 677	放送・コンテンツ等 69	商品一般 67	健康食品 57	インターネット通信サービス 40	融資サービス 35
60歳代 703	商品一般 129	放送・コンテンツ等 66	インターネット通信サービス 46	健康食品 43	融資サービス 38
70歳代 822	商品一般 134	インターネット通信サービス 54	放送・コンテンツ等 53	健康食品 34	他の行政サービス 33
80歳以上 453	商品一般 39	工事・建築・加工 / インターネット通信サービス / 相談その他 各26件			他の行政サービス 25
不明 729	商品一般 63	レンタル・リース・貸借 60	相談その他 56	役務その他 45	他の行政サービス 40
2年度 4727	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%)
元年度 4784	商品一般 742(15.5%)	放送・コンテンツ等 380(7.9%)	融資サービス 274(5.7%)	インターネット通信サービス 268(5.7%)	健康食品 249(5.2%)

(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、健康食品が上位に上がりました。

なお、全国との順位比較では、「インターネット通信サービス」が、本市では4位に対し全国では6位でした。

表5

商品・役務名	R2			R元		H30		H29		H28	
	件数(件)	順位	全国順位	件数(件)	順位	件数(件)	順位	件数(件)	順位	件数(件)	順位
商品一般	535	1	1	742	1	1,150	1	1,216	1	232	4
放送・コンテンツ等	382	2	2	380	2	495	2	972	2	866	1
健康食品	274	3	3	249	5	164	7	167	6	138	8
インターネット通信サービス	250	4	6	268	4	280	4	248	4	254	3

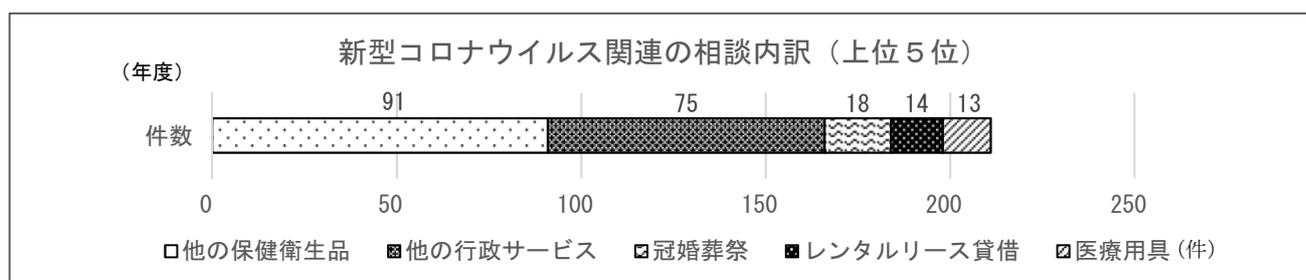
(3) 新型コロナウイルス感染症関連の相談の特徴

グラフ7は、令和2年度における新型コロナウイルス関連相談の上位5位までです。

新型コロナウイルス感染症関連の相談件数は、366件（全相談件数に占める割合7.7%）でした。

商品・役務別の相談件数の上位について、1位の「他の保健衛生製品」は、マスク関連の相談（「マスクを入手できない」、「高額だ」、「頼んでいないのに届いた」）、2位の「他の行政サービス」は、特別定額給付金に関する問合せ、3位の「冠婚葬祭」は、結婚式の延期やキャンセルに関する相談、4位の「レンタル・リース・賃貸借」は、賃貸物件の退去や貸衣装のキャンセルに関する相談でした。

グラフ7



5 販売購入形態別の相談件数

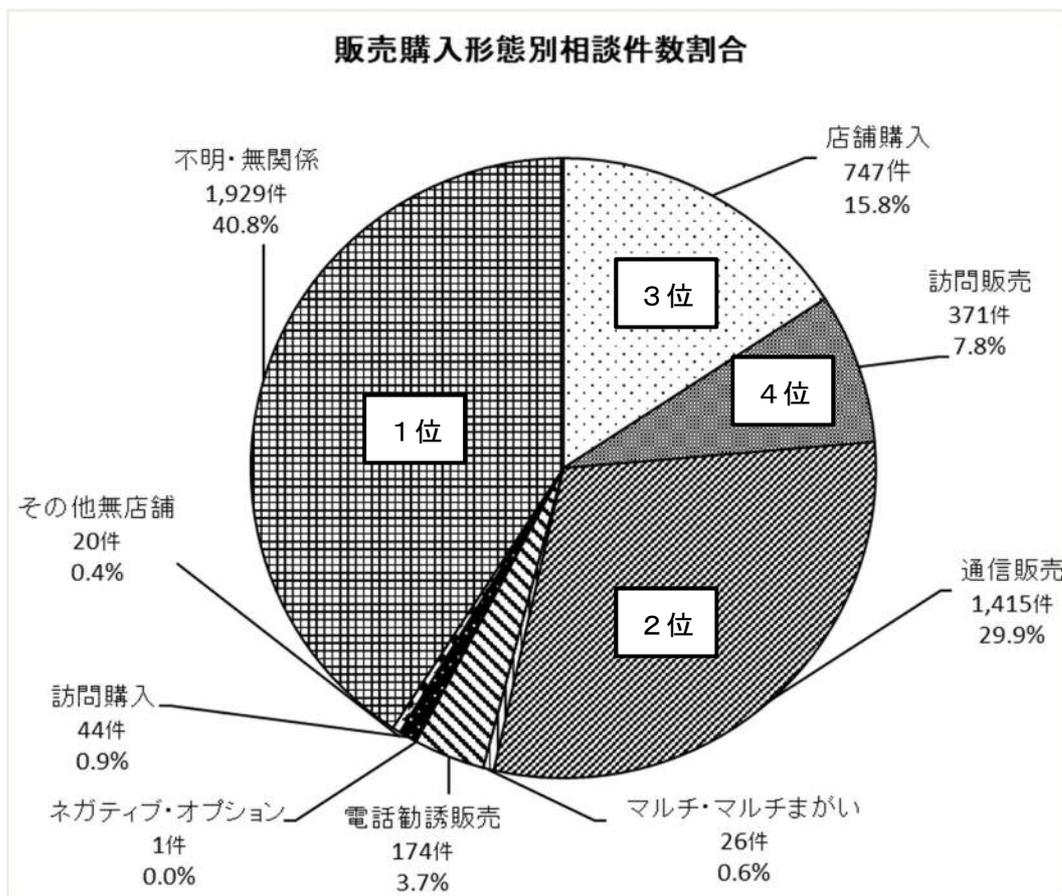
(1) 販売購入形態別の相談割合

グラフ8は、令和2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8



※ 「不明・無関係」は次のような場合に分類されます。

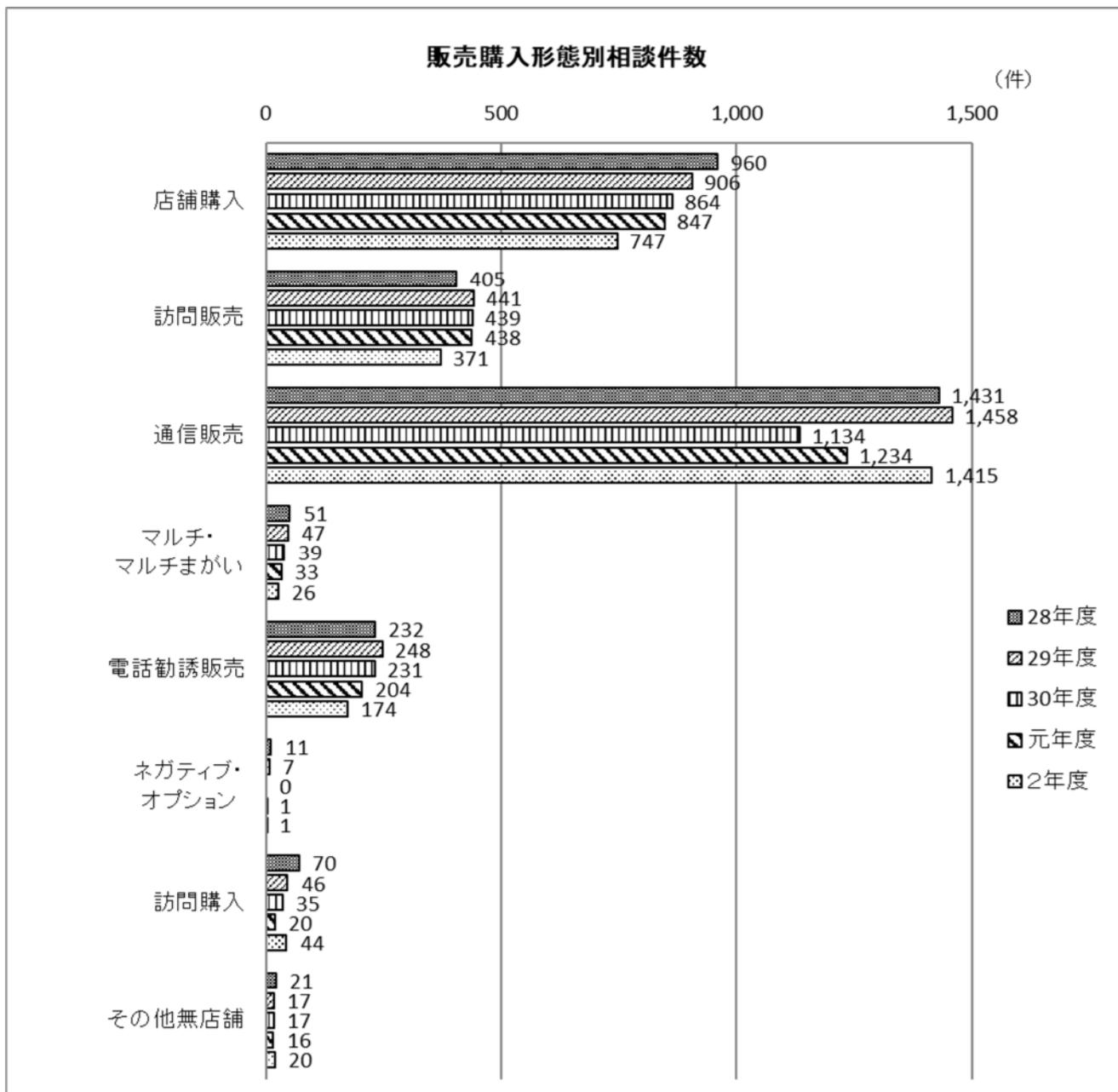
- (1) 購入前等で、どのような販売購入形態で購入するかまだわからない場合
- (2) 贈呈品で入手方法がわからない場合
- (3) 販売購入という概念とは無関係な場合
(例：法律や制度について教えてほしい)
- (4) 国庫等に入るもので商品・役務に関係のないもの、個人間の支払いで商品・役務に関係のないもの、労務関係の支払で消費者問題とはいえない場合
(例：香典・祝金などの支払、給料や残業手当の支払)

(2) 販売購入形態別の相談件数

グラフ9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」が増加傾向でした。その他の区分は減少傾向で、特に、「店舗購入」は、平成28年度比22.2%の減少になっています。

グラフ9



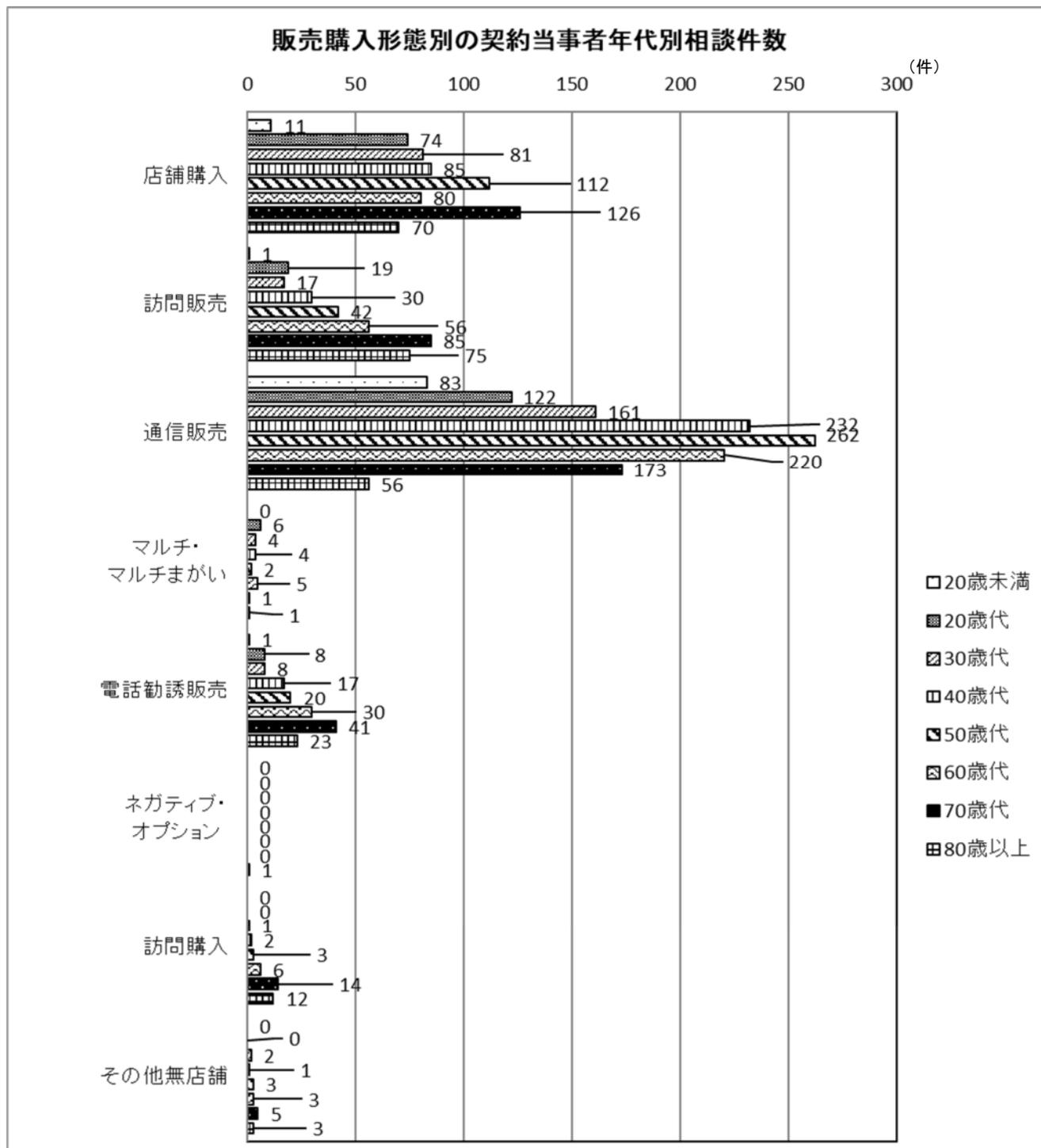
※ 訪問販売形態が不明なものを除く。

(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10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10



※ 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4,727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2,421件で、その契約購入金額の総額は、約21億4千万円でした。

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	589,746,836	747	449
訪問販売	213,397,862	371	197
通信販売	207,689,014	1,415	1,152
マルチ・マルチまがい	10,773,297	26	19
電話勧誘販売	49,453,436	174	88
ネガティブ・オプション	0	1	0
訪問購入	3,237,800	44	25
その他無店舗販売	2,510,400	20	10
不明・無関係	1,062,771,440	1,929	481
全体	2,139,580,085	4,727	2,421

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	14,976,262	118	85
20歳代	228,837,333	304	216
30歳代	252,226,153	373	243
40歳代	200,853,791	548	345
50歳代	321,236,253	677	389
60歳代	461,334,066	703	349
70歳代	179,956,351	822	360
80歳以上	163,484,000	453	214
不明・無回答	316,675,876	729	220
全体	2,139,580,085	4,727	2,421

※ 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、77件、2,500万円余でした。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、247件、8,900万円余でした。

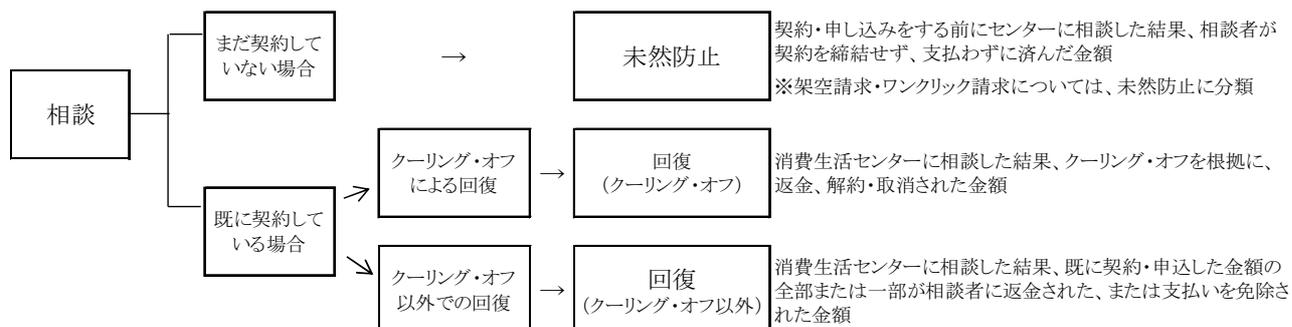


表8

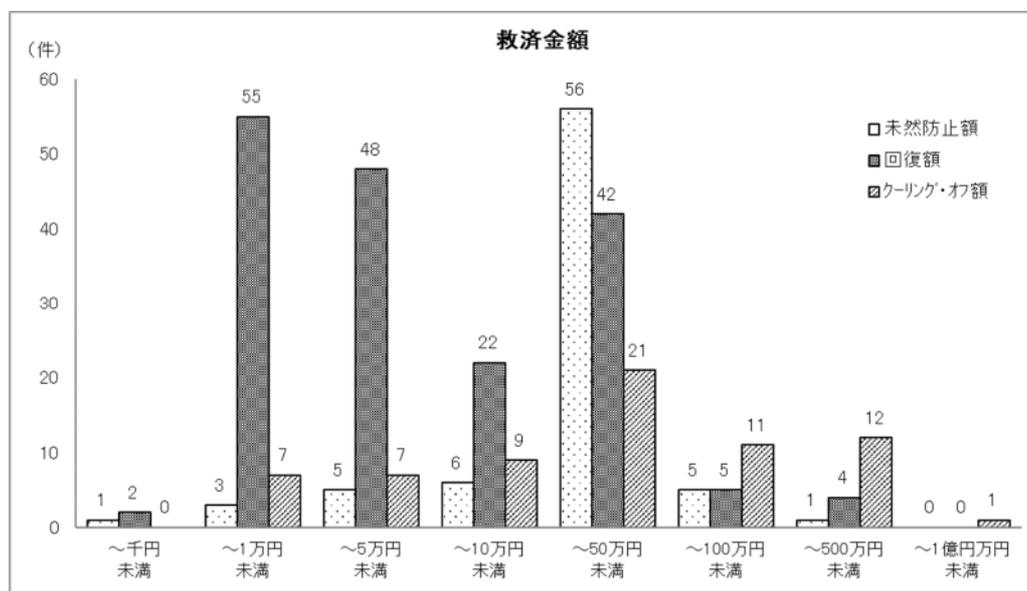
	未然防止	回復		合計	
		クーリング・オフ	クーリング・オフ以外		
件数(件)	77	247	68	179	324
うち助言	76	134	12	122	210
うちあっせん	1	113	56	57	114
金額(円)	25,326,203	89,335,655	66,933,466	22,402,189	114,661,858

(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 > (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

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。
玩具・遊具	主に、乳児、幼児、児童が遊ぶ目的で使用するもの。大人が使用するものでも、プラモデル、モデルガンのような実物を模した商品を含む。
化粧品	「医薬品医療機器等法」に定める化粧品。人の身体を清潔にし、美化することを目的とするもので、機械・器具ではないもの。医薬部外品を含む（紅筆、まゆブラシ等の化粧用小物は含まない。）
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。医薬品や医薬部外品は含まない。
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。
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。
他の行政サービス	消費者問題に直接関係のない相談で、相談の相手方が行政機関であるもの。行政の行うアンケート調査など。
他の保健衛生品	医薬品や医療用具、化粧品、理美容器具以外の保健衛生品。爪切り、耳かき、綿棒、マスク、湯たんぽなど
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