



令和7年度 静岡市消費生活相談の傾向

令和7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（令和8年6月30日時点）。

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。

なお、令和4年4月の成年年齢引き下げに伴い影響があると思われる18歳及び19歳について、本市だけでは傾向を捉えるほど相談件数がないため、主要な数字を記載しています。

また、語句の説明は13ページにまとめています。

1 令和7年度の相談の特徴

（1）相談受付件数について

令和7年度の相談受付件数は5,216件で、前年度比317件（6.5%）の増加でした（2（1））。

これは各商品・役務の相談が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464件で、あっせんによって解決した件数は447件、解決率は96.3%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」、「健康食品」、「インターネット通信サービス」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前年度と比較すると、すべての年代で増加しました。増加率が多かった順に、20歳未満+20.8%、60歳代+12.6%、20歳代+12.4%でした。（3（2）グラフ6）。

20歳未満では、「他の教養・娯楽」のオンラインゲームに関する相談が最も多いという結果でした。

20歳代の「理美容」は、いくつかのエステティックサロンが閉店したことにより、脱毛エステのサービスが受けられなくなった方からの相談が多く寄せられました。

30歳代の「レンタル・リース・貸借」は、賃貸アパートの不具合や退去時の原状回復に関する相談でした。

40歳代、70歳代、80歳代では「商品一般」が最も多くなりました。これは、身に覚えのない請求を受けた、不審な電話やメールがあった、頼んでいない荷物が届いたなどの相談でした。

50歳代、60歳代では「化粧品」に関する相談が最も多く寄せられました。引き続きインターネット通信販売での定期購入のトラブルが発生しています。（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、2位と3位が入れ替わりました。4位と5位は新たな商品・役務の相談でした（4(1)）。

1位は、「商品一般」でした。内容は前述のとおり不審な請求や不審な電話やメール、身に覚えのない荷物が届いたなどの相談です。昨年度よりも80件(14.4%)の増加となりました。

2位は「化粧品」でした。インターネット通信販売による定期購入トラブルの相談が大半で、前年度よりも46件(14.3%)増加しました。

3位は「役務その他」でした。内容としては、給湯器の点検に関する相談のほか質問サイト、副業サポート、ロードサービス、不用品回収などが主な相談でした。

4位は「レンタル・リース・貸借」で、賃貸アパートの不具合や退去時の原状回復に関する相談でした。

5位は「健康食品」で、「化粧品」と同様、インターネット通信販売による定期購入トラブルの相談でした。



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7年度の消費生活相談件数は、5,216件で、前年度の4,899件に比べ317件（6.5%）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年度以降横ばいが続いていました。29、30年度を除き4,000件台で推移していましたが、令和7年度は7年ぶりに5,000件を超えました。

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6.5%増、静岡県では9.6%増、全国では10.3%増でした。

表1

区分	3年度	4年度	5年度	6年度	7年度
静岡市 (件)	4,164	4,519	4,577	4,899	5,216
前年度比 (%)	-11.9	+8.5	+1.3	+7.0	+6.5
静岡県 (件)	21,201	23,952	23,680	24,616	26,988
前年度比 (%)	-12.4	+13.0	-1.1	+4.0	+9.6
全国 (件)	858,335	909,880	903,619	923,278	1,018,708
前年度比 (%)	-10.0	+6.0	-0.7	+2.2	+10.3

(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1,218件、電話相談が3,990件、文書相談が8件でした。例年同様、電話相談が相談全体の約8割を占めていました。

※ 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86.1%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	127 (2.4)	92	35	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）	4,493 (86.1)	4,372	121	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 (1.2)	57	4	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	464 (8.9)	464	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	447 (8.6)	447	0	0	あっせんの結果、解決がみられたもの
不調	17 (0.3)	17	0	0	あっせんにもかかわらず、解決がみられなかったもの
処理不能	38 (0.7)	35	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	33 (0.6)	26	6	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	0 (0.0)	0	0	0	
総 数	5,216 (100.0)	5,046 (96.7)	169 (3.2)	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128件（38.1%）の増加となりました。この増加は定期購入トラブルのあっせんが多かったことによるものです。あっせんした商品・役務の上位3位は、「化粧品」、「健康食品」、「インターネット通信サービス」でした。

あっせん解決率は96.3%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）
R7	447／464	96.3	化粧品115	健康食品 61	インターネット通信サービス 40
R6	323／336	96.1	化粧品 59	工事・建築・加工 50	健康食品 32
R5	234／239	97.9	化粧品 35	工事・建築・加工 29	健康食品 23
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

※ 令和3（2021）年以降、分類「放送・コンテンツ等」は細分化されました。

3 契約当事者

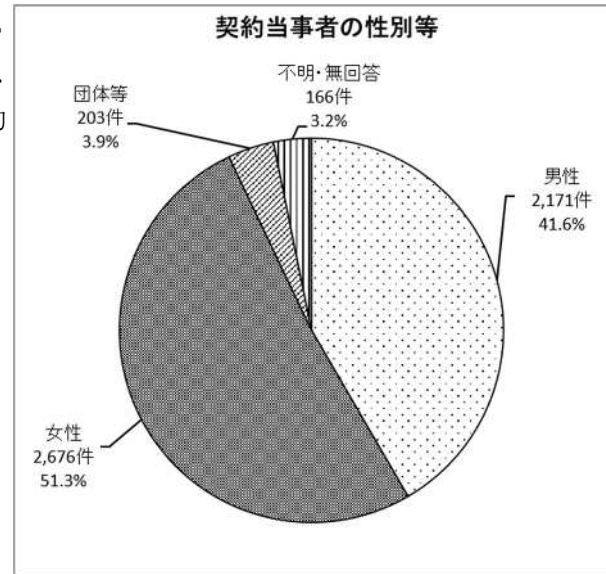
(1) 性別／年代別／職業別

グラフ 2

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51.3%で、男性を当事者とする相談件数の割合41.6%を約9.7ポイント上回っています。

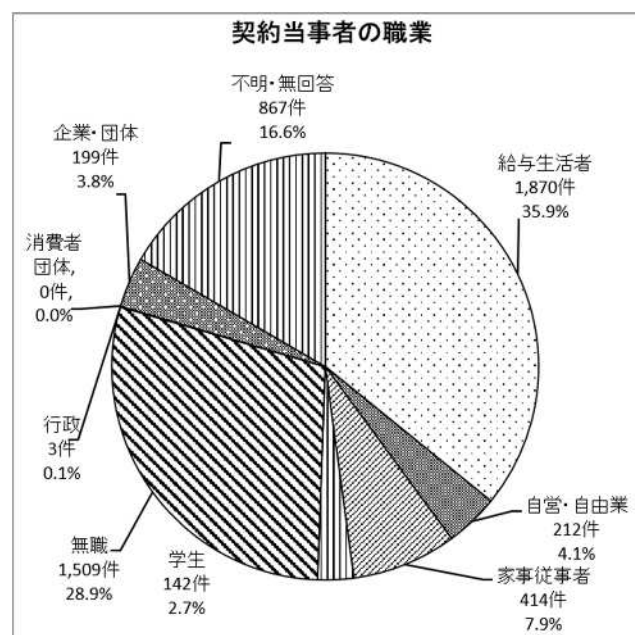
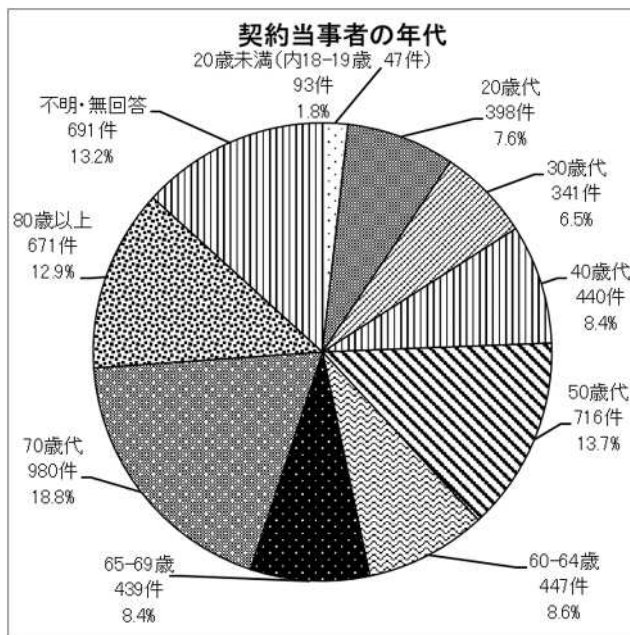
グラフ 3 は、契約当事者の年代別の割合です。65歳以上の高齢者の相談件数は2,090件で、全相談件数のうち40.1%に上っています。

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 3

グラフ 4

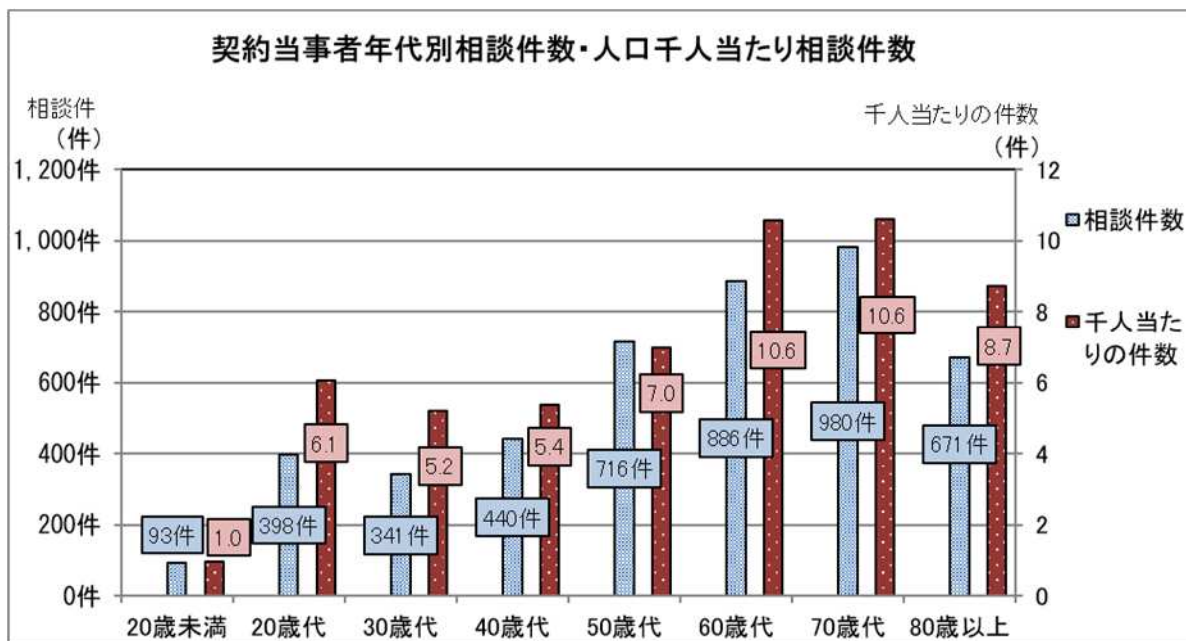


(2) 年代別相談件数及び人口千人当たりの相談件数／年代別相談件数

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 7 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は 60 歳代、70 歳代でした。

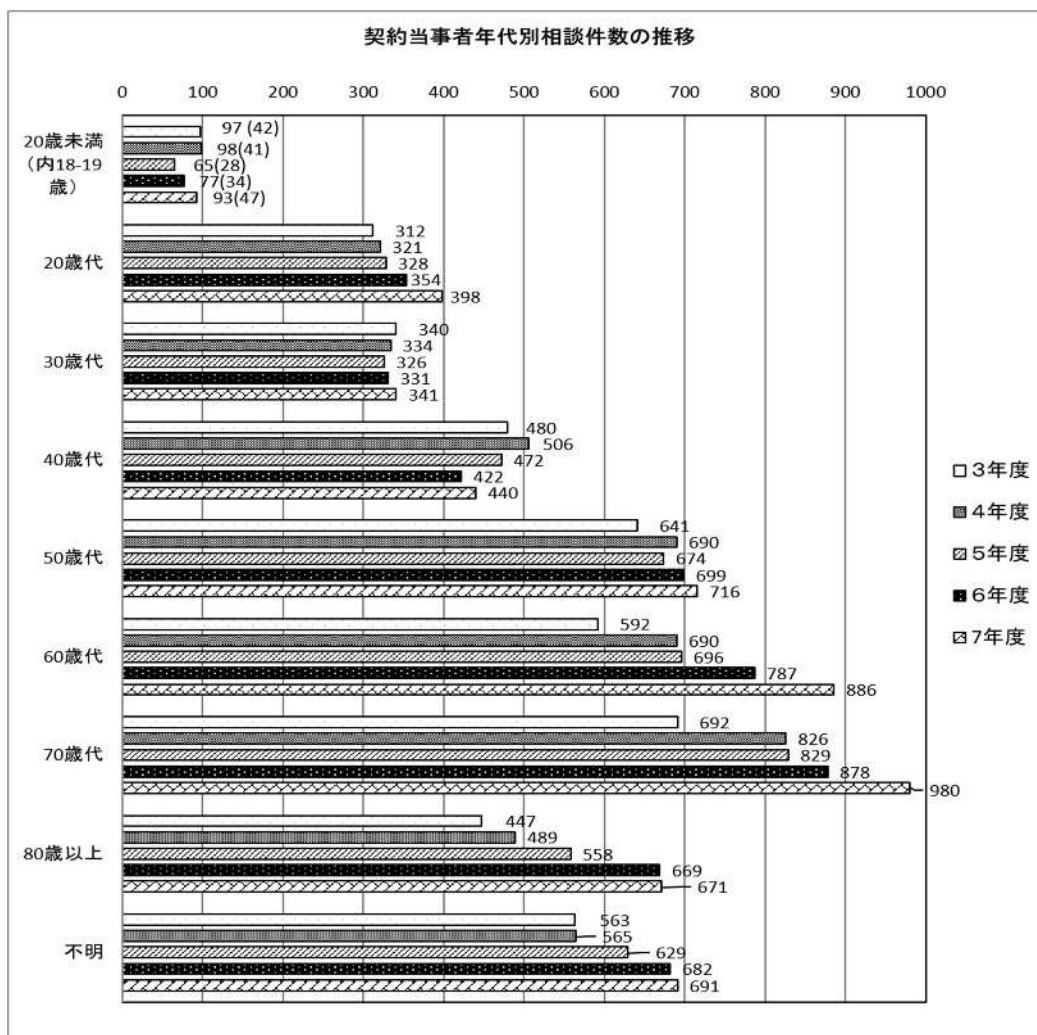
グラフ 5



※令和4年度までは20歳未満の人口は0～4歳を除いていましたが、スマートフォンの普及等により契約当事者の低年齢化が進んでおり、令和5年度から対象を0歳からに変更しています。

※ グラフ5は、契約当事者の年代が不明な相談件数を除いています。

グラフ 6



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、全相談件数の商品・役務別の1位は、「商品一般」の634件（12.2%）で、このうち主な相談は、不審な請求や電話、メールなどでした。年代別でみると、40歳代、70歳代、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80件増加しています。更に、「化粧品」に関する相談が、前年度322件（3位）から今年度は368件（2位）と増加しました。

そのほか、18歳及び19歳の件数は商品・役務が分散してしまっており順位付けはできませんが、サプリメントの定期購入や脱毛エステ等に関するトラブルの相談が寄せられました。

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 93	他の教養・娯楽 20	健康食品 14	商品一般／娯楽等情報配信サービス 各7		化粧品／理美容 各6
20歳代 398	理美容 65	役務その他 30	レンタル・リース・賃借 29	商品一般 27	融資サービス 25
30歳代 341	レンタル・リース・賃借 32	商品一般 25	融資サービス 20	理美容／役務その他 各17	
40歳代 440	商品一般 35	化粧品 30	レンタル・リース・賃借 29	融資サービス／役務その他 21	
50歳代 716	化粧品 74	商品一般 70	役務その他 48	インターネット通信サービス 25	レンタル・リース・賃借 23
60歳代 886	化粧品 119	商品一般 93	役務その他 48	健康食品 41	インターネット通信サービス 32
70歳代 980	商品一般 145	化粧品 92	役務その他 61	健康食品 57	インターネット通信サービス 47
80歳以上 671	商品一般 108	役務その他 51	電報・固定電話 44	健康食品 40	工事・建築・加工 32
不明 691	商品一般 124	役務その他 78	レンタル・リース・賃借 44	融資サービス 39	工事・建築・加工 31
7年度 5,216	商品一般 634（12.2%）	化粧品 368（7.1%）	役務その他 356（6.8%）	レンタル・リース・賃借 206（3.9%）	健康食品 199（3.8%）
6年度 4,899	商品一般 554（11.3%）	役務その他 349（7.1%）	化粧品 322（6.6%）	融資サービス 242（4.9%）	工事・建築・加工 241（4.9%）

(2) 商品・役務別の相談件数

表5は、令和7年度の商品・役務別の相談割合上位5種における、直近5年の相談件数と順位です。

表5

相談件数が多い商品・役務

商品・役務別	R7		R6		R5		R4		R3	
	件数	順位	件数	順位	件数	順位	件数	順位	件数	順位
商品一般	634	1	554	1	513	1	456	1	380	1
化粧品	368	2	322	3	277	3	365	2	204	3
役務その他	356	3	349	2	279	2	211	3	188	6
レンタル・リース・賃借	206	4	203	7	175	6	186	6	176	7
健康食品	199	5	218	6	173	7	135	9	108	11

5 販売購入形態別の相談件数

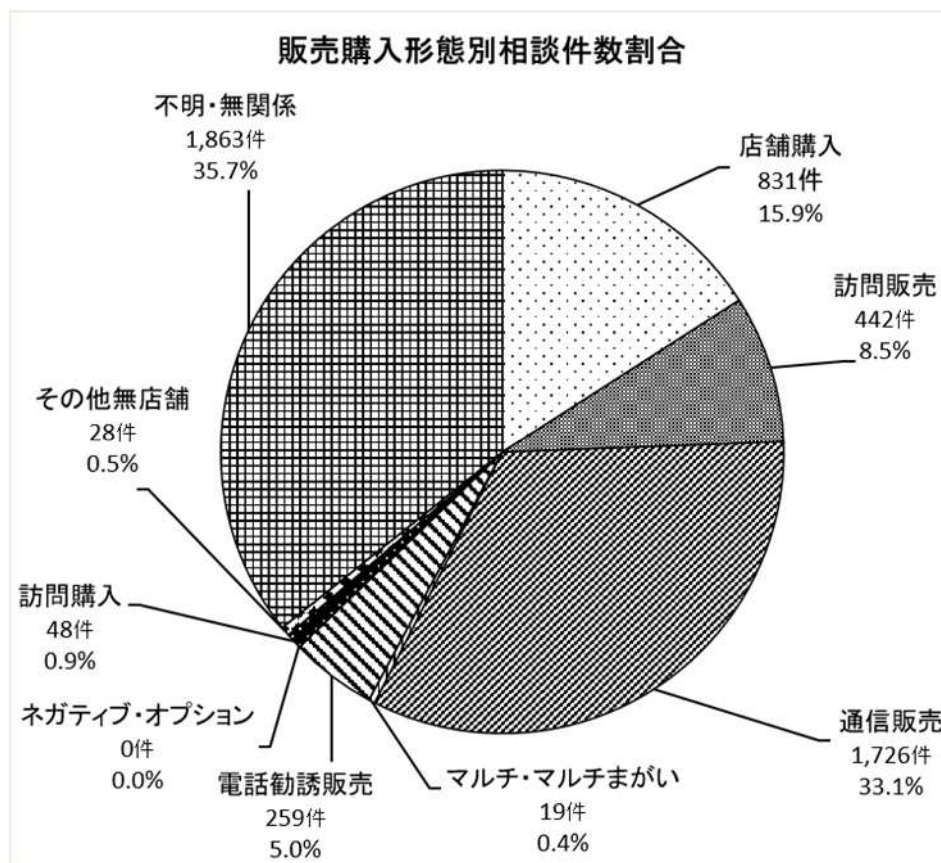
(1) 販売購入形態別の相談割合

グラフ7は、令和7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1,863件で、具体的には不審な請求・電話・メール・荷物などの相談である「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。

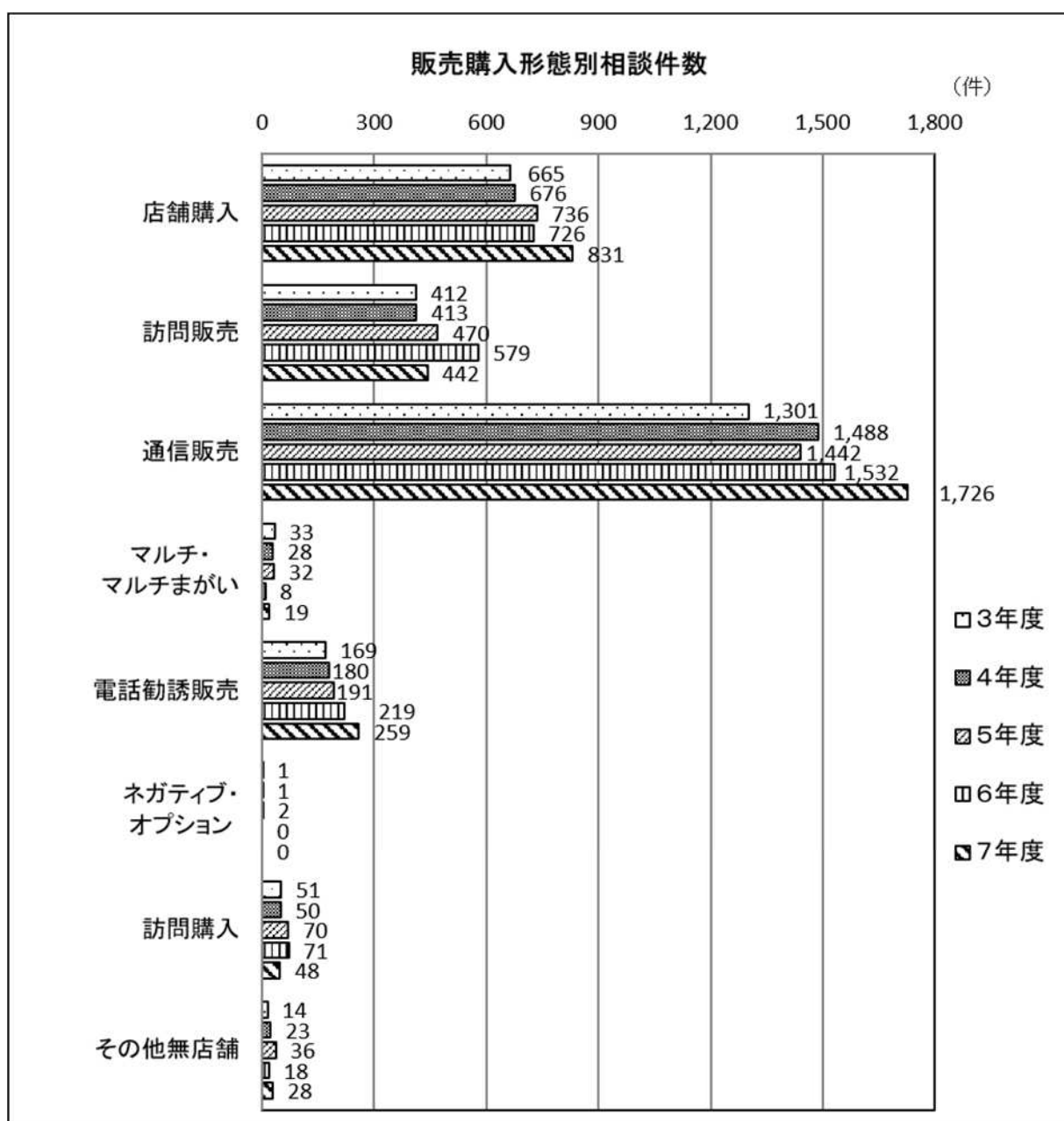
- ・購入前等で、どのような販売購入形態で購入するかまだわからない場合
- ・贈呈品で入手方法がわからない場合
- ・販売購入という概念とは無関係な場合（例：法律や制度について教えてほしい）
- ・国庫等に入るもので商品・役務に関係のないもの、個人間の支払いで商品・役務に関係のないもの、労務関係の支払で消費者問題とはいえない場合（例：香典・祝金、給料などの支払）

（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。

販売購入形態別のうち「通信販売」の相談件数が最も多く、「店舗購入」、「通信販売」、「電話勧誘販売」は増加傾向でした。

グラフ 8



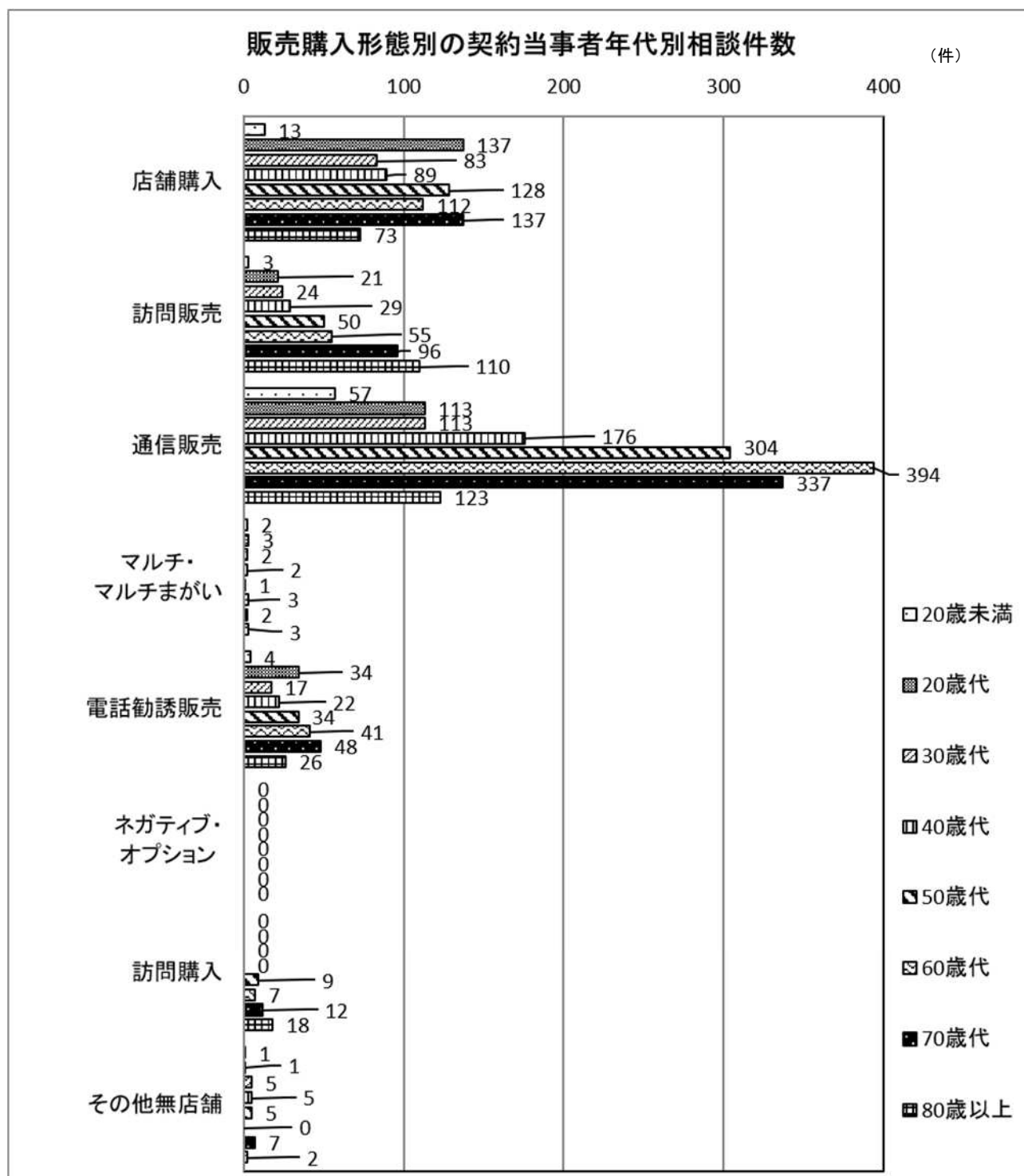
※ 販売購入形態が不明なものを除いています。

(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「訪問購入」は、高齢者世代からの相談が多い傾向に、「電話勧誘販売」は高齢者世代に加え、20歳代からの相談も多い傾向にありました。

グラフ9



※ 契約当事者の年代が不明なものを除いています。

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5,216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3,065件で、その契約購入金額の総額は、約23億4千万円でした。

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	416,332,015	831	549
訪問販売	350,114,696	442	256
通信販売	408,841,809	1,726	1,450
マルチ・マルチまがい	12,646,800	19	9
電話勧誘販売	101,225,659	259	169
ネガティブ・オプション	0	0	0
訪問購入	1,822,510	48	20
その他無店舗販売	44,261,720	28	20
不明・無関係	1,004,734,899	1,863	592
全体	2,339,980,108	5,216	3,065

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 (内18-19歳)	14,904,680 (8,568,454)	93 (47)	71 (34)
20歳代	381,823,356	398	300
30歳代	206,650,130	341	221
40歳代	280,658,561	440	297
50歳代	372,181,768	716	463
60歳代	475,689,972	886	567
70歳代	197,567,893	980	555
80歳以上	249,847,057	671	311
不明・無回答	160,656,691	691	280
全体	2,339,980,108	5,216	3,065

※ 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、26件、約770万円でした。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、459件、約1億3,400万円でした。

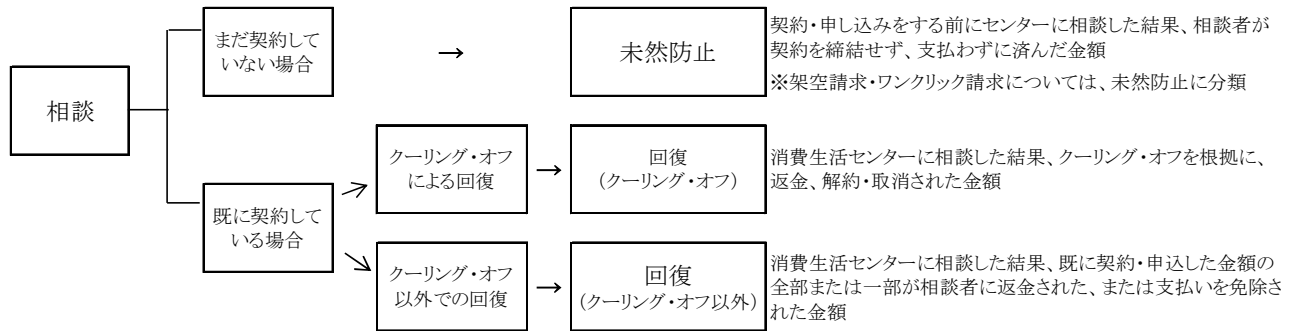


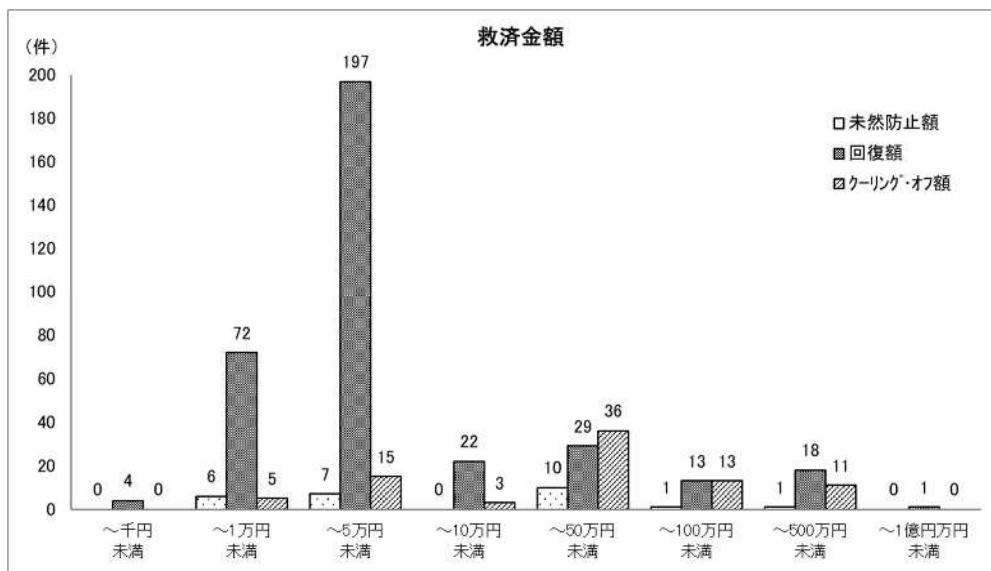
表8

	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)	26	459	83	376	485
うち助言	16	160	15	145	176
うちあっせん	10	299	68	231	309
金 額 (円)	7,671,252	134,313,835	37,044,707	97,269,128	141,985,087

(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

※無回答除く。

＜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
医療	医療サービスに関する相談。医師から処方された医薬品も含む。
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。主に光回線の契約や解約に関する相談。
役務その他	結婚相手紹介サービス、折とうサービス、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。
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。
電報・固定電話	電報、電話回線サービス等、電話会社の電話回線および電話に関連するサービスに関する相談。
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。
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。令和3（2021）年から細分化された。
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。
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