



令和5年度 静岡市消費生活相談の傾向

令和5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。

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5年度の相談の特徴

(1) 相談受付件数について

令和5年度の相談受付件数は4,577件で、前年度比58件（1.3%）の増加でした（2（1））。

これは商品一般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239件で、あっせんによって解決した件数は234件、解決率は97.9%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））。これは前年度と同じ順位でした。

(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、80歳以上の年代で14.1%増加しました。他方20歳未満は33.7%と大幅に減少、40歳代は6.7%の減少でした。他の年代は微増や微減で、20歳代についてはここ数年、わずかながら増加傾向にあります（3（2）グラフ6）。

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多く寄せられました。これは、契約先のエステティックサロンが倒産、閉店したことによるものです。

30歳代の「レンタル・リース・貸借」は、賃貸アパートの原状回復に関する相談です。

40歳代、60歳代、70歳代では「商品一般」が最も多くなりました。これは、不審なメールや電話、身に覚えのない荷物が届いたなどの相談です。

50歳代では「化粧品」に関する相談が最も多く、インターネット通信販売での定期購入のトラブルが引き続き多く寄せられました。

80歳以上では、「工事・建築・加工」の相談が最も多くなりました。相談内容は、屋根の工事や外壁塗装などに関する相談で、在宅している高齢者がトラブルに遭っている状況が見受けられました（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位以下は順位に変動がありました（4(1)）。

1位は、「商品一般」でした。内容は前述のとおり不審なメールや電話、身に覚えのない荷物が届いたなどの相談です。また、架空請求の相談は6年ぶりに増加しました。

2位は「役務その他」で、前年度の3位から順位が上がりました。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に関する相談が引き続き多いほか、インターネットの検索結果を見てレッカーサービスを依頼したら、表示と異なり高額な料金を請求されたという事例がありました。

3位は「化粧品」で、前年度の2位と入れ替わりました。相談件数は減少したものの、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多く寄せられました。

4位は「工事・建築・加工」でした。前年度より相談件数が63件(32.6%)増加しました。内容は屋根工事や外壁塗装などで、訪問販売での点検商法をきっかけとしてトラブルが生じています。

5位は「融資サービス」で、前年度の4位から順位が下がりましたが、相談件数は1件減であり、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が引き続き寄せられました。



2 相談件数

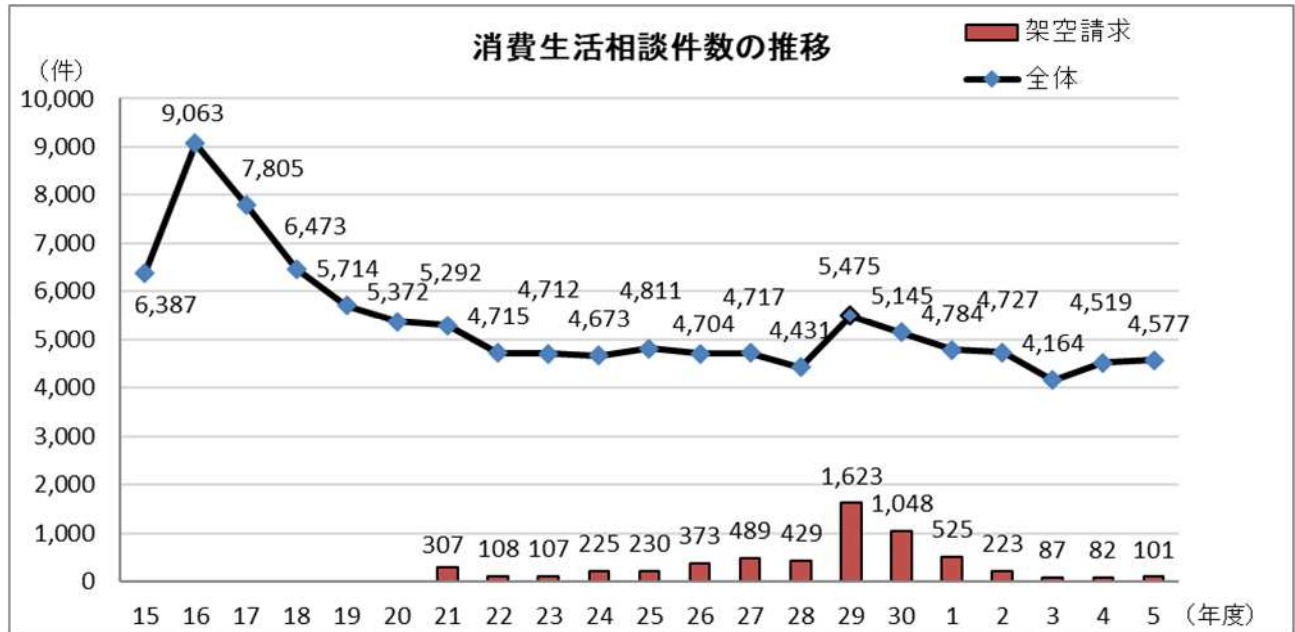
(1) 相談件数

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5年度の消費生活相談件数は、4,577件で、前年度の4,519件に比べ58件（1.3%）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1.3%増、静岡県では1.1%減、全国では0.7%減でした。

表1

区分	元年度	2年度	3年度	4年度	5年度
静岡市 (件)	4,784	4,727	4,164	4,519	4,577
前年度比 (%)	-7.0	-1.2	-11.9	+8.5	+1.3
静岡県 (件)	23,657	24,192	21,201	23,953	23,680
前年度比 (%)	-10.3	+2.3	-12.4	+13.0	-1.1
全国 (件)	951,204	953,538	858,337	909,827	903,151
前年度比 (%)	-5.7	+0.2	-10.0	+6.0	-0.7

(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1,012件、電話相談が3,561件、文書相談が4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88.9%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	131 (2.9)	67	64	0	助言やあつせんをせず、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）	4,070 (88.9)	3,901	169	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	72 (1.6)	70	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
あつせん	239 (5.2)	238	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	234 (5.1)	233	1	0	あつせんの結果、解決がみられたもの
不 調	5 (0.1)	5	0	0	あつせんにもかかわらず、解決をみなかったもの
処理不能	30 (0.7)	25	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	35 (0.8)	31	4	0	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	4,577 (100.0)	4,332 (94.6)	245 (5.4)	0 (0.0)	

(5) あつせん件数が多い商品・役務

表3は、あつせん件数とその上位3位の商品・役務（過去5年間）です。

あつせん件数は前年度比37件の減少でした。あつせんした商品・役務の上位3位は、前年同様、「化粧品」、「工事・建築・加工」、「健康食品」でした。

あつせん解決率は97.9%でした。

表3

年度	解決／あつせん （件）	解決率 （％）	1 位 （件）	2 位 （件）	3 位 （件）
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
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

※ 2021年以降、分類「放送・コンテンツ等」は細分化されました。

語句解説は、13ページにあります

3 契約当事者

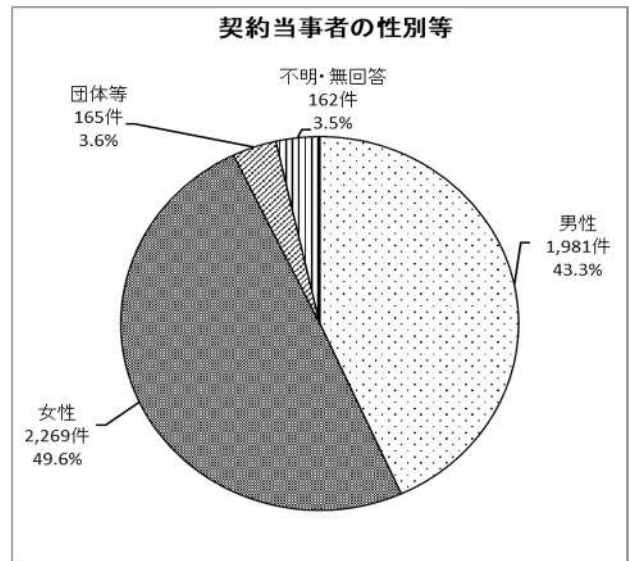
(1) 性別／年代別／職業別

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49.6%で、男性を当事者とする相談件数の割合43.3%を約6.3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1,726件で、全相談件数のうち37.7%に上っています。

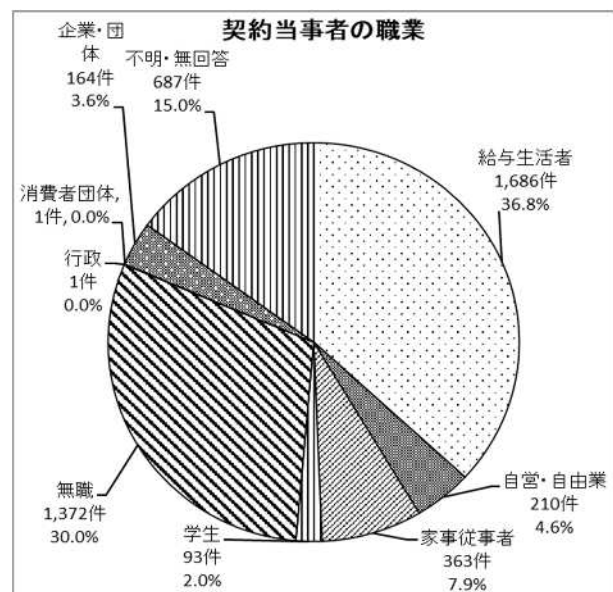
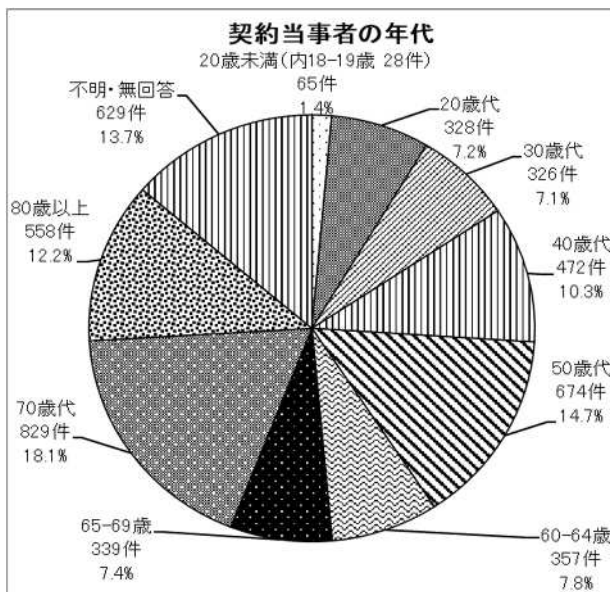
グラフ 4 は、契約当事者の職業別の割合です。給与生活者からの相談が最も多くなっています。

グラフ 2



グラフ 3

グラフ 4

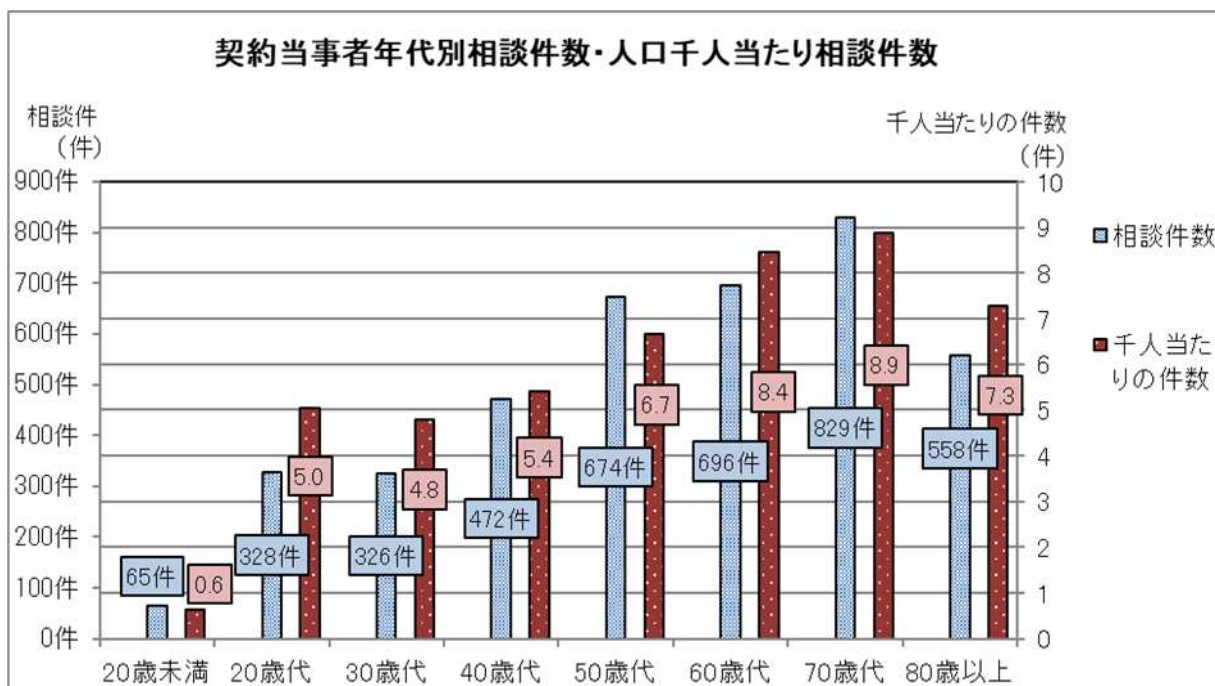


(2) 年代別相談件数及び人口千人当たりの相談件数／年代別相談件数

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。

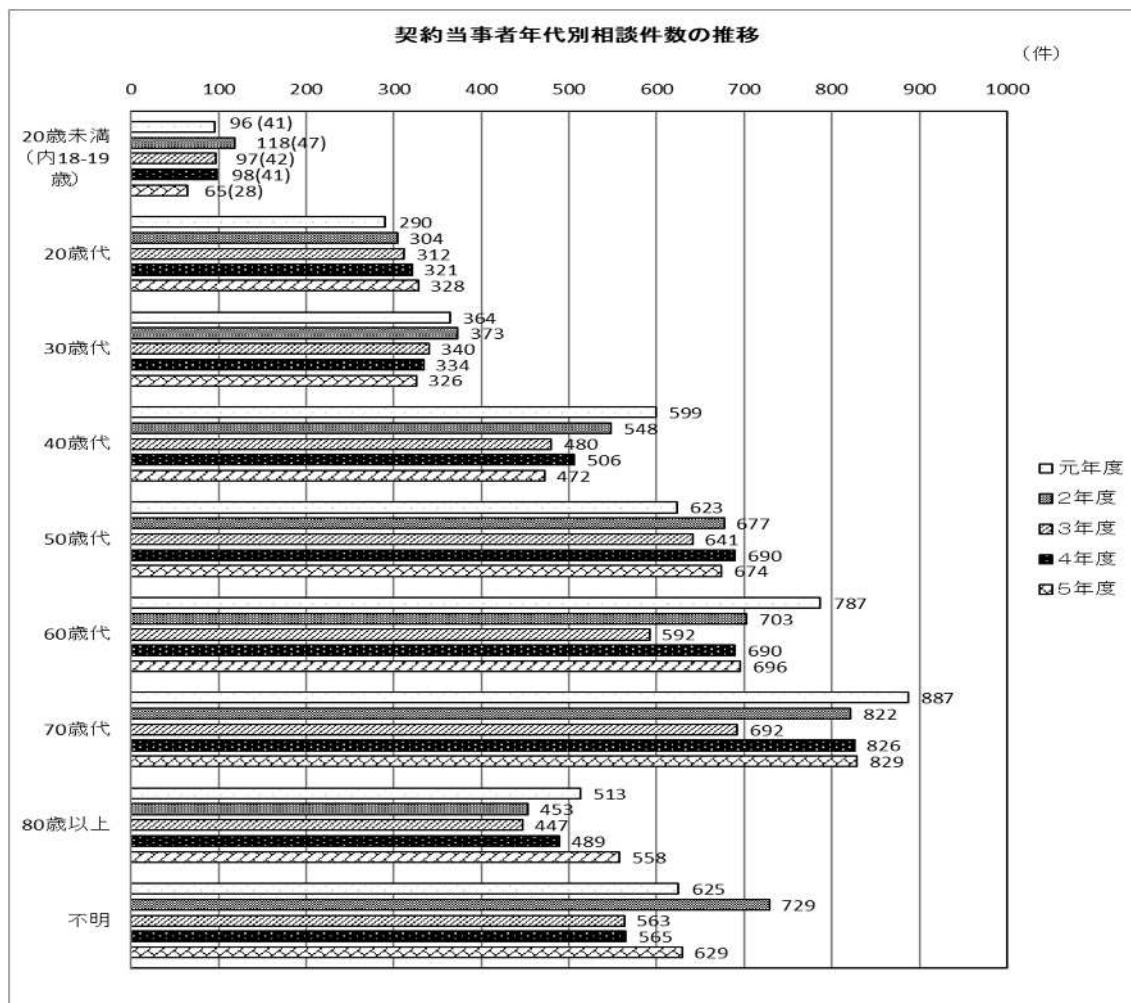
令和 5 年度において、相談件数が最も多い年代は前年度と同じく70歳代で、千人当たりの相談件数が最も多い年代も70歳代でした。

グラフ 5



※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、今回から対象を0歳からに変更しています。

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いています。

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513件（11.2%）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、40歳、60歳、70歳の年代で1位でした。また、全体の「商品一般」の件数は前年度より57件増加しています。更に、「役務その他」に関する相談が、前年度211件（3位）から今年度は279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、SNSや出会い系サイト、フリマサービス等スマートフォン使用に関連したトラブルの相談が多く寄せられました。

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 65	他の教養・娯楽 23	娯楽等情報配信サービス 5	商品一般／化粧品 各4		健康食品／理美容 各3
20歳代 328	理美容 57	融資サービス 24	レンタル・リース・賃借 23	内職・副業 22	商品一般 21
30歳代 326	レンタル・リース・賃借 24	商品一般 22	役務その他 21	融資サービス 19	玩具・遊具／理美容 各13
40歳代 472	商品一般 42	融資サービス 31	役務その他 28	化粧品 25	健康食品 22
50歳代 674	化粧品 65	商品一般 63	健康食品 33	融資サービス 31	役務その他 29
60歳代 696	商品一般 83	化粧品 80	役務その他 45	健康食品／工事・建築・加工 各31	
70歳代 829	商品一般 115	工事・建築・加工 66	化粧品 65	役務その他 47	健康食品 32
80歳以上 558	工事・建築・加工 63	商品一般 61	健康食品 34	役務その他 31	インターネット通信サービス 26
不明 629	商品一般 102	役務その他 56	工事・建築・加工 49	レンタル・リース・賃借 41	融資サービス 35
5年度 4,577	商品一般 513（11.2%）	役務その他 279（6.1%）	化粧品 277（6.1%）	工事・建築・加工 256（5.6%）	融資サービス 201（4.4%）
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%）

(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	R5		R4		R3		R2		R元	
	件数	順位	件数	順位	件数	順位	件数	順位	件数	順位
商品一般	513	1	456	1	380	1	536	1	742	1
役務その他	279	2	211	3	188	6	164	8	150	7
化粧品	277	3	365	2	204	3	140	9	145	10
工事・建築・加工	256	4	193	5	194	4	132	10	149	9
融資サービス	201	5	202	4	194	4	214	5	274	3

5 販売購入形態別の相談件数

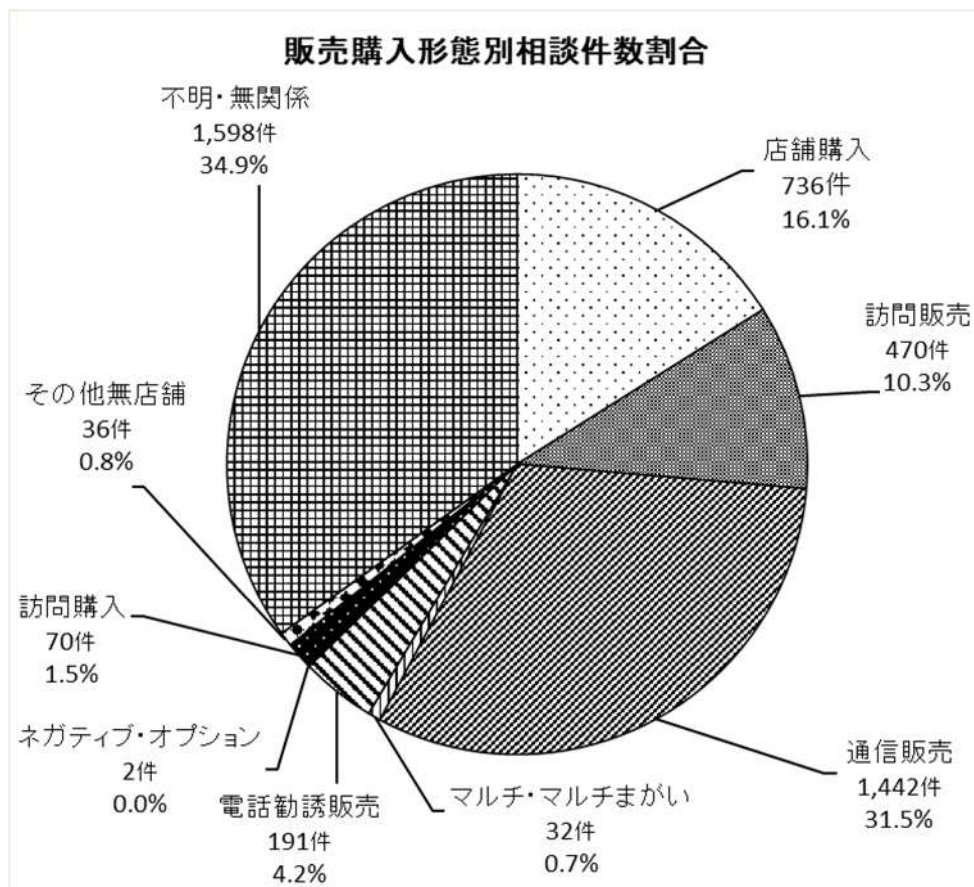
(1) 販売購入形態別の相談割合

グラフ 7 は、令和 5 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 1,598 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

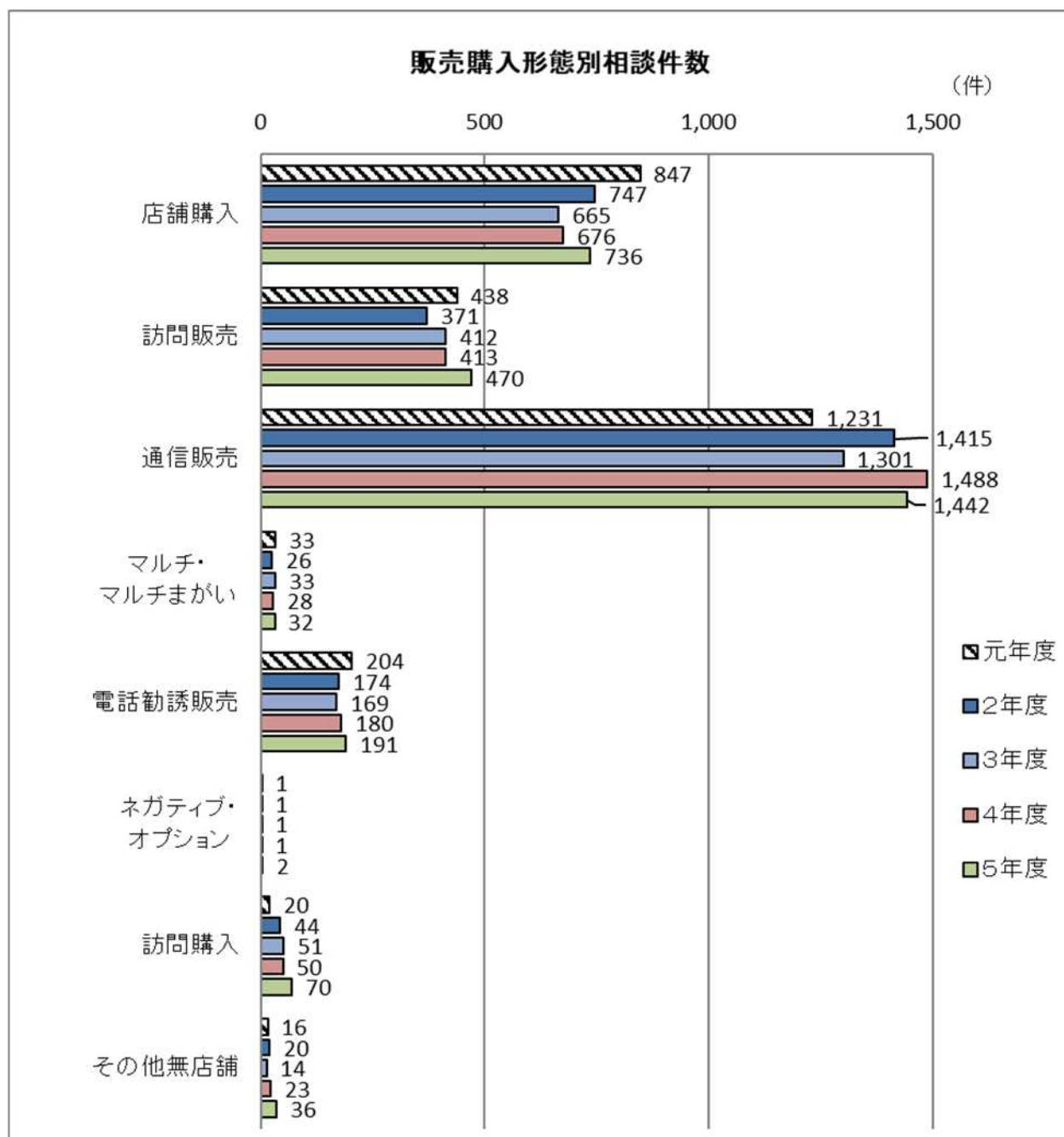
- (3) 販売購入という概念とは無関係な場合（例：法律や制度について教えてほしい）
- (4) 国庫等に入るもので商品・役務に関係のないもの、個人間の支払いで商品・役務に関係のないもの、労務関係の支払で消費者問題とはいえない場合（例：香典・祝金、給料などの支払）

(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。

販売購入形態別のうち「通信販売」の相談件数が多く、他の区分は増加傾向でした。

グラフ8



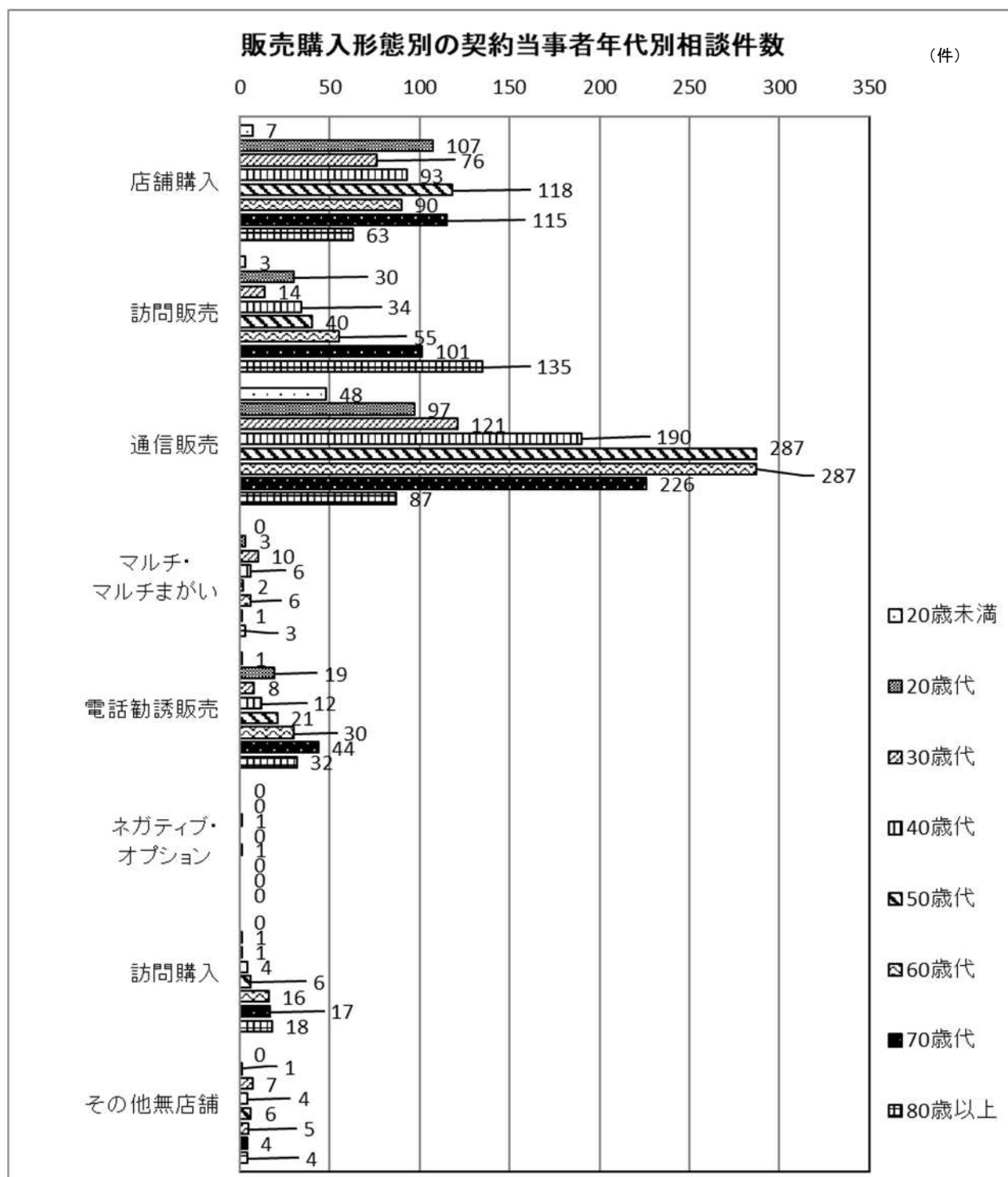
※ 訪問販売形態が不明なものを除いています。

(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」、「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4,577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2,630件で、その契約購入金額の総額は、約20億 7 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	465,441,040	736	466
訪問販売	354,893,243	470	288
通信販売	385,443,176	1,442	1,171
マルチ・マルチまがい	20,805,929	32	24
電話勧誘販売	56,095,862	191	120
ネガティブ・オプション	15,576	2	1
訪問購入	620,551	70	21
その他無店舗販売	4,186,980	36	22
不明・無関係	719,140,591	1,598	517
全体	2,006,642,948	4,577	2,630

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)	12,823,193 (5,718,702)	65 (28)	56 (25)
20 歳代	198,479,136	328	254
30 歳代	159,915,372	326	221
40 歳代	206,598,612	472	305
50 歳代	336,355,345	674	410
60 歳代	408,372,881	696	411
70 歳代	268,809,778	829	448
80 歳以上	151,056,207	558	275
不明・無回答	264,232,424	629	250
全体	2,006,642,948	4,577	2,630

※ 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、60件、1,700万円余でした。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、1億6,000万円余でした。

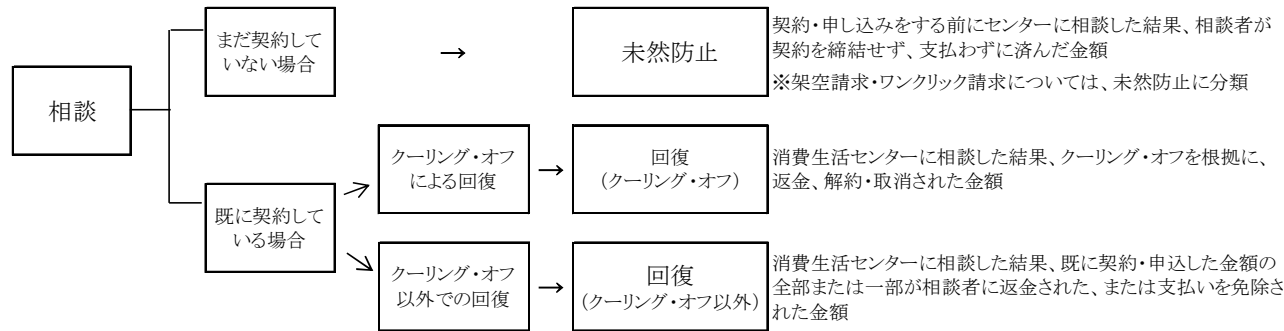


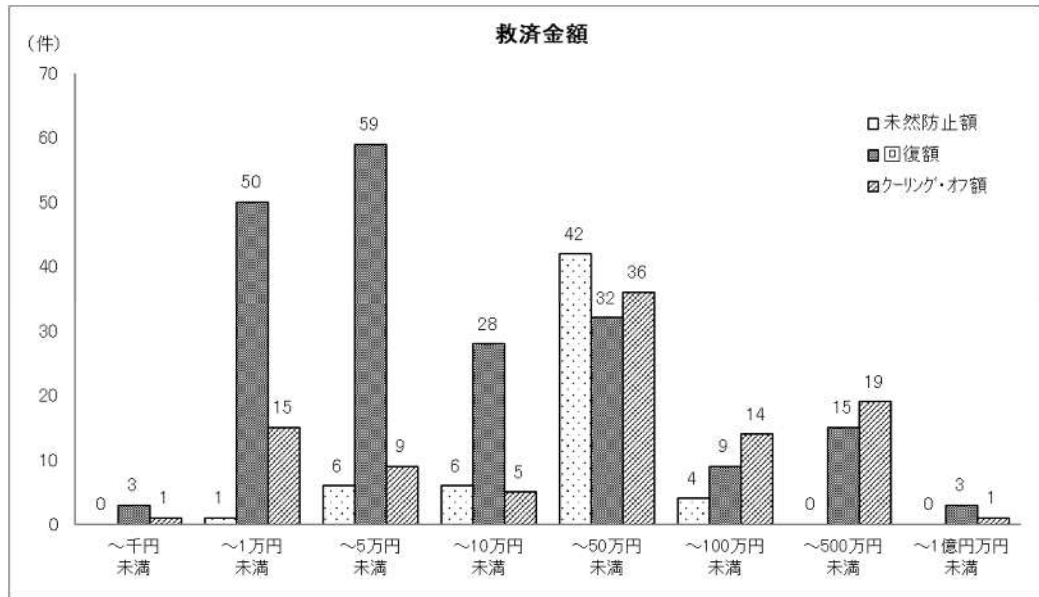
表8

	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)	60	302	201	362
うち助言	57	124	105	181
うちあっせん	3	178	96	181
金 額 (円)	17,866,947	165,031,529	96,130,075	182,898,476

(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
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、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。
玩具・遊具	乳児から大人が遊ぶ目的で使用するもの、ゲーム機・ソフト、トレーディングカード等。
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。
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。
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