

令和2年度  
埼玉県消費生活相談年報  
(県及び市町村消費生活相談の状況)

令和3年7月  
埼玉県消費生活支援センター

※この年報のデータは令和3年4月末日現在PI0-NETに登録されている情報を基にしています。

※PI0-NET：パイオネット。国民生活センターと全国の消費生活相談センターをオンラインネットワークで結んだシステム。Practical Living Information Online Network Systemの略。

※原則、年号は省略しています。2年度は令和2年度、30年度は平成30年度を表します。

※パーセンテージの記載は端数処理の関係上合計が100.0%にならない場合があります。

#### **PI0-NETに登録した情報の分類について**

##### ◎相談種別

PI0-NETに登録する相談情報は、まず、「苦情」「問合せ」「要望」の相談種別に分類されます。

当年報では、全体の受付件数（1～3頁）は、「苦情」「問合せ」「要望」の合計で表し、4頁以降については「苦情」のみを対象に分析したものを記載しています。

##### ◎相談の分類

PI0-NETに登録する相談情報は、相談の主体となる商品・役務（サービス）等を分類する「商品・役務等別分類」（商品別分類）、その商品・役務等の相談内容を分類する「内容別分類」によっても分類しています。

◎当年報では、上記の分類に契約者年齢や取引方法別などの情報を掛け合わせて分析を行っています。

## 令和2年度埼玉県消費生活相談年報のポイント

埼玉県及び県内市町村の消費生活相談窓口では、受け付けた相談情報を「全国消費生活情報ネットワークシステム」(以下「PIO-NET」という)に登録しています。

当年報は、その蓄積されたデータを集計・分析し、埼玉県の消費生活相談の傾向や特徴を表したものです。

令和2年度の概要は次のとおりです。

### 1 相談(苦情・問合せ等)の総件数は53,322件でした。

- ・ 前年度53,997件に比べ675件(1.3%)の減少となりました。  
このうち苦情は49,079件で、総件数の92.0%を占めます。(⇒P 1)
- ・ 高齢者(65歳以上)の相談は14,098件(構成比28.7%)で、前年度に比べ3,899件(21.7%)減少しました。(⇒P 2 1)
- ・ 若者(29歳以下)の相談は6,496件(構成比13.2%)で、前年度に比べ1,136件(21.2%)増加しました。(⇒P 2 3)

### 2 通信販売での定期購入に関する相談が増加しています。

- ・ 前年度3,719件に比べ600件(16.1%)増加し、4,319件の相談が寄せられました。特に、高齢者や女性からの相談が増加しています。また、20歳未満の若者の相談のうち3割を占めています。
- ・ インターネットの広告では定期購入と確認できなかった、事業者と連絡が取れず解約できない、などの相談が寄せられました。(⇒P 3 4)

### 3 新型コロナウイルスに関連する相談が多数寄せられました。

- ・ 新型コロナウイルスの感染拡大に伴い、新型コロナウイルス関連の相談が4,151件寄せられました。
- ・ 注文したマスクが届かない、結婚式場をキャンセルしたら規定どおりのキャンセル料を請求された、などの相談が寄せられました。(⇒P 3 7)

### 4 「保険金使える」と勧誘する住宅修理サービスに関する相談が大幅に増加しました。

- ・ 前年度の342件に比べ149件(43.6%)増加し、491件の相談が寄せられました。
- ・ 高齢者からの屋根や雨どいの工事や修理に関する相談が多く寄せられました。(⇒P 3 9)

# 目 次

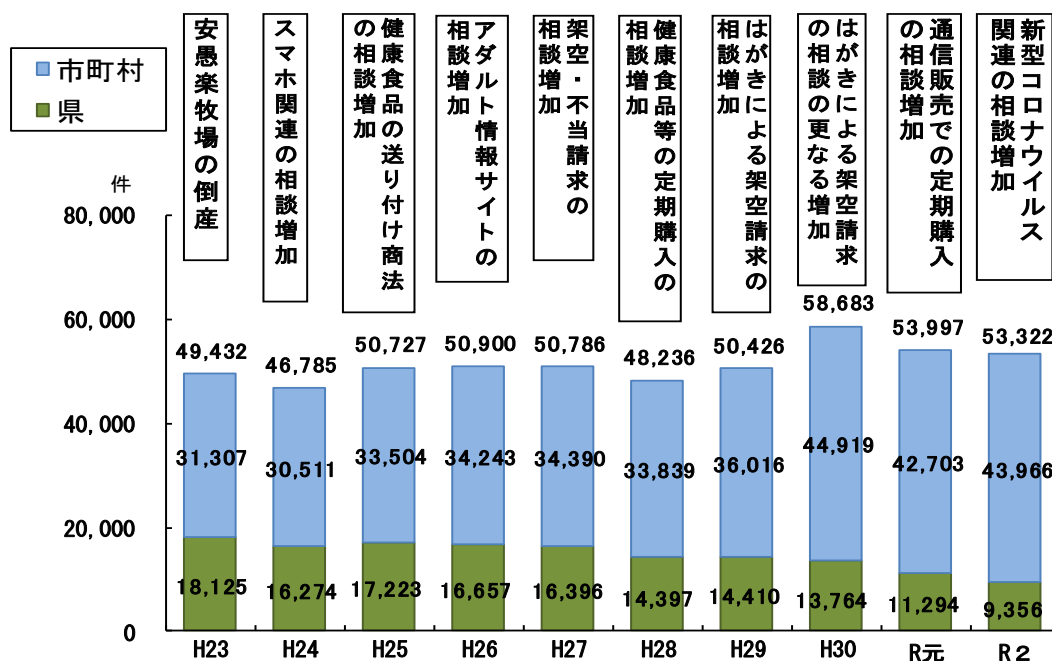
I	消費生活相談の受付状況	
1	相談受付件数	1
2	相談種別・相談方法別件数	1
3	県の受付件数	2
4	市町村の受付件数	2
II	苦情相談の概要	
1	契約当事者の状況	
(1)	性別・年代別件数	4
(2)	職業別件数	5
2	相談内容	
(1)	商品・サービス別件数	6
(2)	内容別件数	8
(3)	契約金額別件数	8
(4)	年代別平均契約金額	9
(5)	処理内容	10
(6)	商品テストを行った相談	11
3	取引方法別の状況	
(1)	件数の推移	12
(2)	契約当事者の年代別件数	13
(3)	取引方法別に多かった商品・サービス	14
(4)	その他の販売方法に係る相談	18
4	架空・不当請求に関する相談	19
5	高齢者の相談	21
6	若者の相談	23
7	クレジットが利用されている相談	26
8	多重債務に関する相談	29
9	危害・危険に関する相談	
(1)	件数の推移	31
(2)	危害に関する相談	31
(3)	危険に関する相談	33
III	特徴的な相談	
1	通信販売での定期購入に関する相談	34
2	新型コロナウイルスに関連する相談	37
3	「保険金が使える」と勧誘する住宅修理サービスに関する相談	39
IV	相談事例	
1	取引方法ごとの相談事例	41
2	特徴的な相談の事例	46
3	その他の相談事例	47
V	参考資料	
表1	商品・サービス別分類表	50
表2	契約当事者の居住市町村別件数	51
表3	相談者の居住市町村別件数	52
	用語の解説	54

# I 消費生活相談の受付状況

## 1 相談受付件数

県及び市町村の消費生活相談窓口で受け付けた2年度の件数は53,322件で、元年度と比べ675件減少（1.3%減）となった。

相談件数の年度別推移（10年間）



## 2 相談種別・相談方法別件数

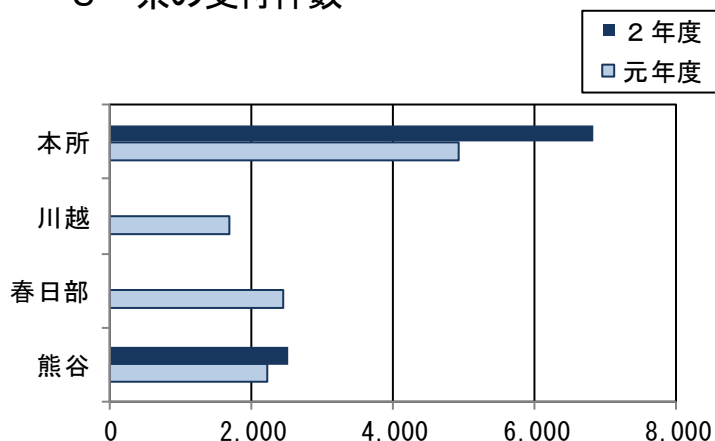
相談種別別の受付件数は、「苦情」が49,079件で相談全体の9割以上を占めている。

相談方法は、電話によるものが最も多く、47,274件で全体の約9割弱を占めている。

	2年度		元年度		増減率 %
	件数	構成比%	件数	構成比%	
苦情	49,079	92.0	50,270	93.1	▲2.4
問合せ等	4,243	8.0	3,727	6.9	13.8
計	53,322	100.0	53,997	100.0	▲1.3
電話	47,274	88.7	42,890	79.4	10.2
来所	6,004	11.3	11,061	20.5	▲45.7
文書	44	0.1	46	0.1	▲4.3
計	53,322	100.0	53,997	100.0	▲1.3

※「問合せ等」は、買物相談、生活知識等で苦情が発生していない相談。

### 3 県の受付件数

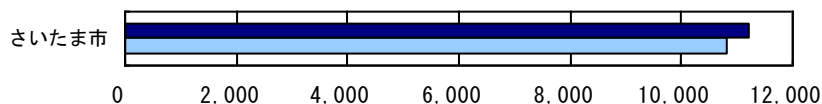


センター	2年度	元年度	増減 (%)
本所	6,833	4,934	38.5
川越	-	1,691	▲100.0
春日部	-	2,452	▲100.0
熊谷	2,523	2,217	13.8
県合計	9,356	11,294	▲17.2

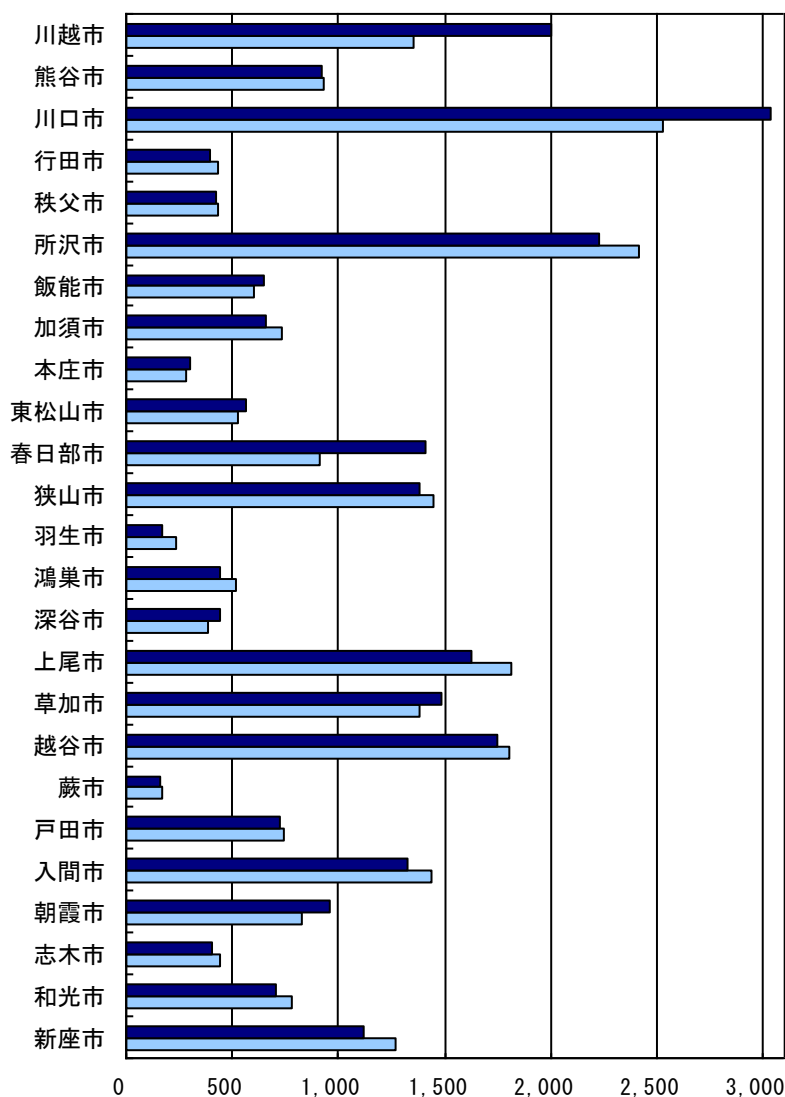
※ 令和2年4月1日から本所と熊谷の2所体制となった。

### 4 市町村の受付件数

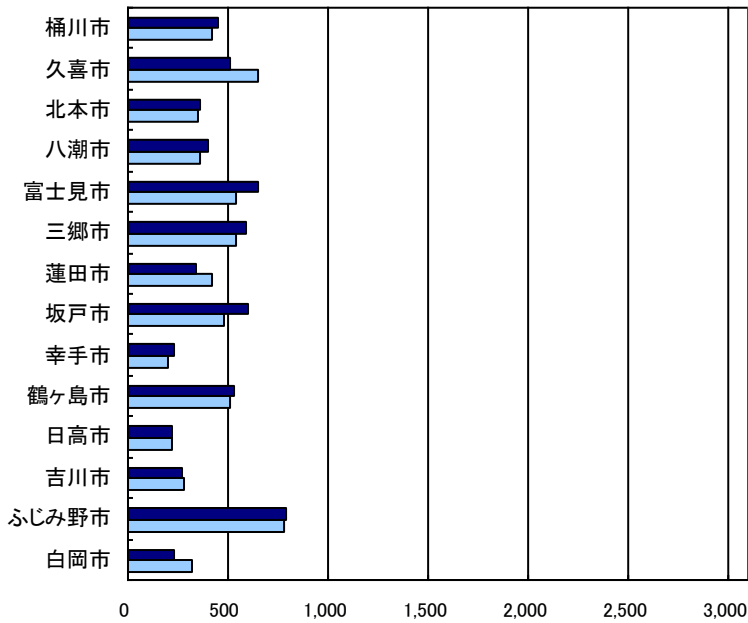
#### (1) 市の受付件数



市名	2年度	元年度	増減率 (%)
さいたま市	11,199	10,823	3.5

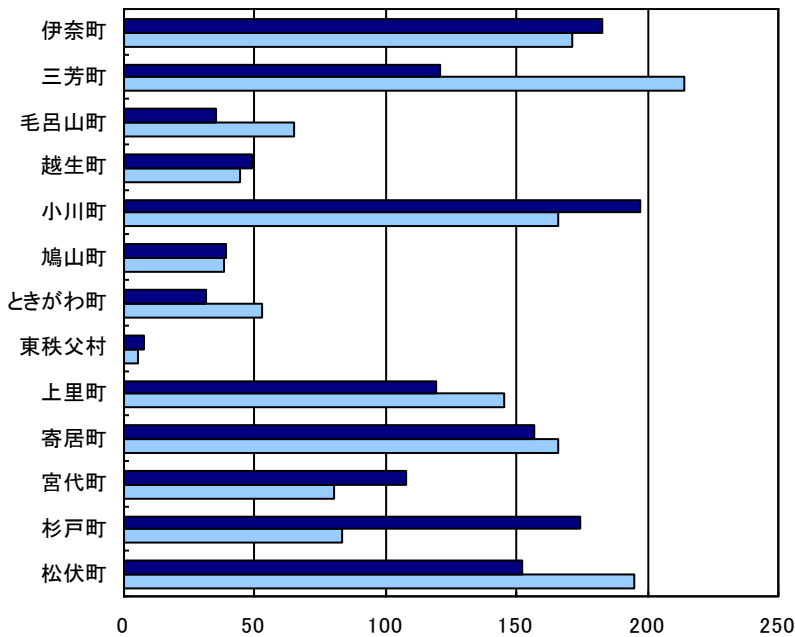


川越市	2,000	1,352	47.9
熊谷市	919	931	▲ 1.3
川口市	3,032	2,525	20.1
行田市	390	429	▲ 9.1
秩父市	420	428	▲ 1.9
所沢市	2,229	2,413	▲ 7.6
飯能市	644	602	7.0
加須市	653	736	▲ 11.3
本庄市	305	280	8.9
東松山市	559	526	6.3
春日部市	1,408	910	54.7
狭山市	1,377	1,449	▲ 5.0
羽生市	168	234	▲ 28.2
鴻巣市	443	514	▲ 13.8
深谷市	439	385	14.0
上尾市	1,628	1,815	▲ 10.3
草加市	1,480	1,383	7.0
越谷市	1,751	1,802	▲ 2.8
蕨市	158	173	▲ 8.7
戸田市	726	746	▲ 2.7
入間市	1,324	1,437	▲ 7.9
朝霞市	958	824	16.3
志木市	404	439	▲ 8.0
和光市	704	778	▲ 9.5
新座市	1,118	1,271	▲ 12.0



市名	2年度	元年度	増減率 (%)
桶川市	451	420	7.4
久喜市	514	645	▲ 20.3
北本市	356	353	0.8
八潮市	401	362	10.8
富士見市	645	540	19.4
三郷市	589	541	8.9
蓮田市	341	424	▲ 19.6
坂戸市	595	477	24.7
幸手市	230	200	15.0
鶴ヶ島市	534	510	4.7
日高市	219	219	0.0
吉川市	270	283	▲ 4.6
ふじみ野市	787	781	0.8
白岡市	225	318	▲ 29.2
市計	42,593	41,278	3.2

(2) 町村の受付件数



町村名	2年度	元年度	増減率 (%)
伊奈町	183	171	7.0
三芳町	121	214	▲ 43.5
毛呂山町	35	65	▲ 46.2
越生町	49	44	11.4
小川町	197	166	18.7
鳩山町	39	38	2.6
ときがわ町	31	53	▲ 41.5
東秩父村	8	5	60.0
上里町	119	145	▲ 17.9
寄居町	157	166	▲ 5.4
宮代町	108	80	35.0
杉戸町	174	83	109.6
松伏町	152	195	▲ 22.1
町村計	1,373	1,425	▲ 3.6

市町村合計	43,966	42,703	3.0
-------	--------	--------	-----

※他市町と相互利用を行っている自治体 (令和3年3月31日現在)

- ①宮代町、杉戸町      ②本庄市、上里町      ③毛呂山町、越生町、鳩山町

※協定により、相談窓口を開設していない自治体 (令和3年3月31日現在)

- 横瀬町、皆野町、長瀨町、小鹿野町 → 秩父市が実施  
 美里町、神川町 → 本庄市、上里町が実施  
 滑川町、川島町、吉見町、嵐山町 → 東松山市が実施

## II 苦情相談の概要

これ以降は、苦情相談49,079件についての集計・分析である。

### 1 契約当事者の状況

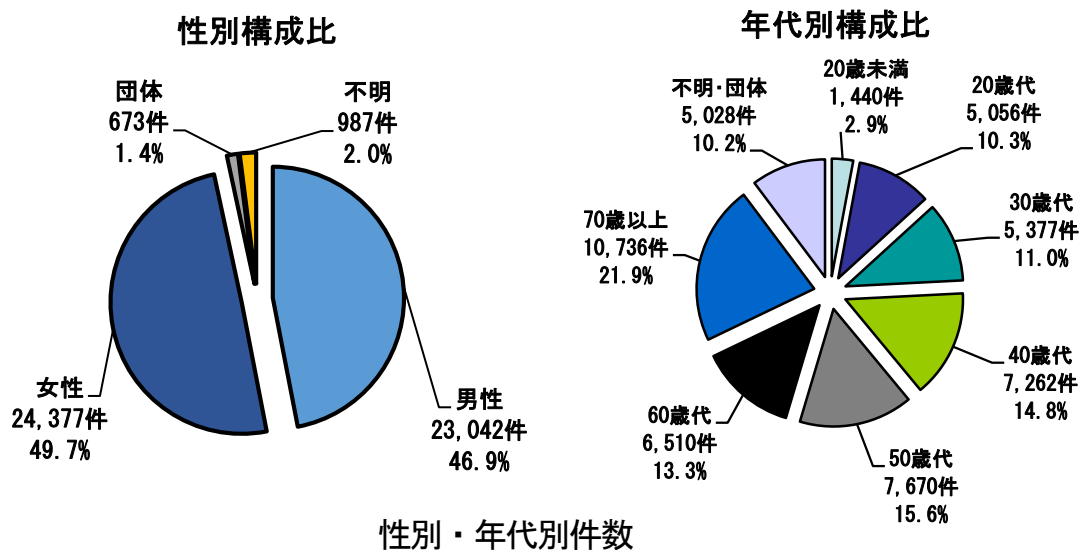
#### (1) 性別・年代別件数

契約当事者の性別の構成は、「女性」が49.7%であるのに対し、「男性」は46.9%で、元年度に引き続き「女性」が「男性」を上回った。

件数においては、「女性」が24,377件で元年度の27,516件から3,139件減少(11.4%減)した一方、「男性」は23,042件で元年度の21,240件から1,802件増加(8.5%増)した。

契約当事者の年代別構成をみると、20歳未満から50歳代までの年代においてそれぞれ件数が増加している一方、60歳代以上の件数は減少している。特に大きく減少したのは70歳以上で、元年度13,909件から2年度10,736件と3,173件減少(22.8%減)した。

※ 「契約当事者」とは、商品やサービスを実際に契約した人及び契約しようとした人で、契約書面上の名義人とは異なる場合がある。



	2年度						元年度					
	男	女	団体	不明	合計	構成比	男	女	団体	不明	合計	構成比
(65歳以上)	(7,353)	(6,674)		(71)	(14,098)	(28.7%)	(7,121)	(10,784)		(92)	(17,997)	(35.8%)
70歳以上	5,571	5,104		61	10,736	21.9%	5,322	8,509		78	13,909	27.7%
60歳代	3,290	3,198		22	6,510	13.3%	3,193	4,298		25	7,516	15.0%
50歳代	3,403	4,244		23	7,670	15.6%	3,033	4,239		24	7,296	14.5%
40歳代	3,193	4,042		27	7,262	14.8%	2,953	3,682		21	6,656	13.2%
30歳代	2,461	2,882		34	5,377	11.0%	2,156	2,301		14	4,471	8.9%
20歳代	2,344	2,685		27	5,056	10.3%	2,035	2,048		21	4,104	8.2%
20歳未満	713	705		22	1,440	2.9%	678	560		18	1,256	2.5%
不明・団体	2,067	1,517	673	771	5,028	10.2%	1,870	1,879	744	569	5,062	10.1%
合計	23,042	24,377	673	987	49,079	100.0%	21,240	27,516	744	770	50,270	100.0%
構成比	46.9%	49.7%	1.4%	2.0%	100.0%		42.3%	54.7%	1.5%	1.5%	100.0%	



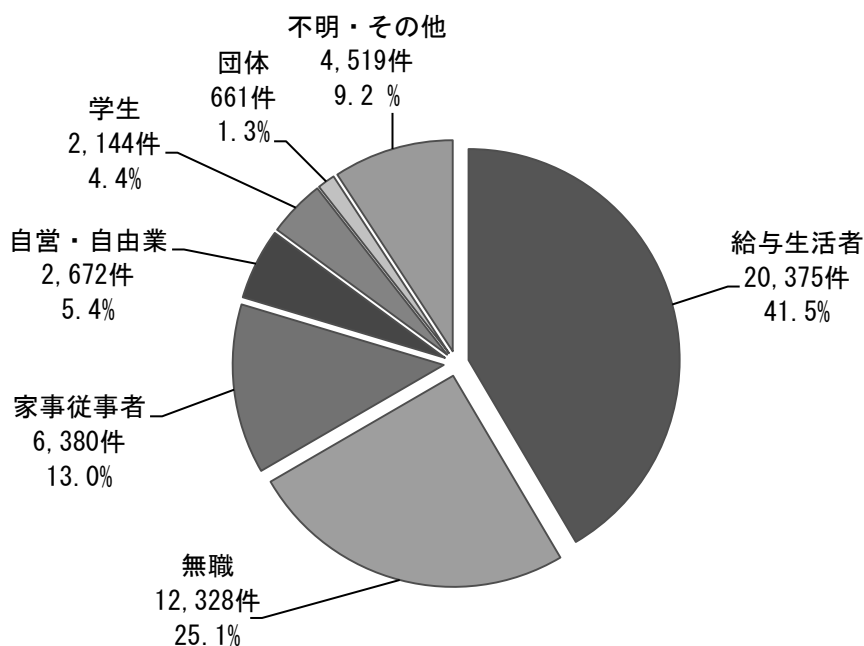
## (2) 職業別件数

職業別件数は、多い順に「給与生活者」、「無職」、「家事従事者」、「自営・自由業」「学生」で、この順位は元年度と同様であった。

最も増加率が高かったのは「自営・自由業」からの相談で、元年度から3,333件増加（14.2%増）し、2,672件となった。次いで、「給与生活者」が元年度より2,292件増加（12.7%増）し、20,375件であった。双方ともに、新型コロナウイルスに関連する相談や、健康食品の定期購入に関する相談の増加が見受けられた。

一方、大きく減少したのは「家事従事者」であり、元年度から2,359件減少（27.0%減）し、6,380件となった。これについては、はがきによる架空請求が大幅に減少したことが要因と考えられる。

職業別構成比



職業別件数

	2年度		元年度		増減率 (%)
	件数	構成比 (%)	件数	構成比 (%)	
給与生活者	20,375	41.5	18,083	36.0	12.7
無職	12,328	25.1	13,716	27.3	▲10.1
家事従事者	6,380	13.0	8,739	17.4	▲27.0
自営・自由業	2,672	5.4	2,339	4.7	14.2
学生	2,144	4.4	2,037	4.1	5.3
団体	661	1.3	731	1.5	▲9.6
不明・その他	4,519	9.2	4,625	9.2	▲2.3
合計	49,079	100.0	50,270	100.0	▲2.4

## 2 相談内容

商品・サービスや販売方法等の名称については、用語の解説（P 5 4）を参照してください。

### （1）商品・サービス別件数

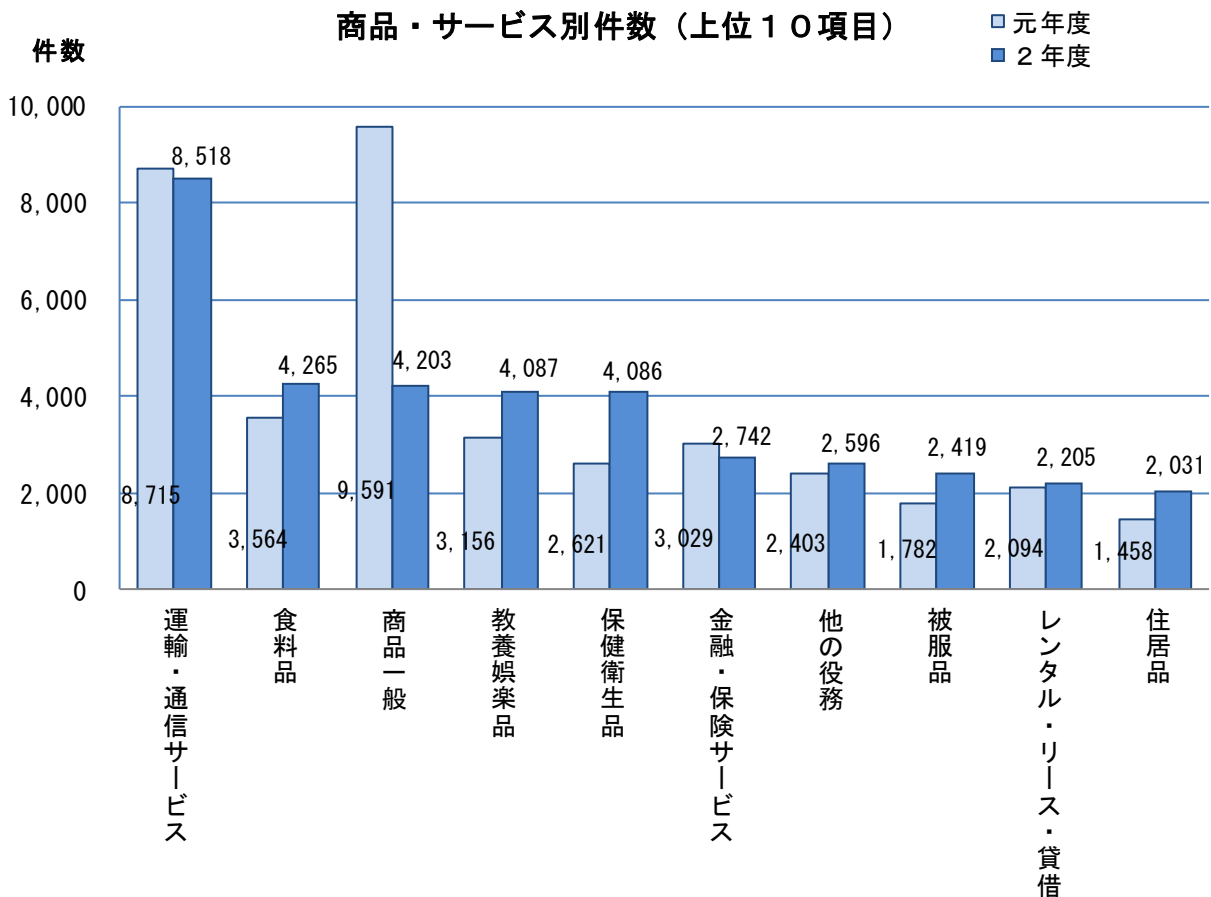
最も件数が多かった相談は、電話サービスやインターネット等の「運輸・通信サービス」の8,518件である。元年度に比べ1,977件減少（2.3%減）した。光ファイバーに関する相談が減少した反面、デジタルコンテンツに関する相談が増加している。

次いで多かった相談は、「食料品」の4,265件である。元年度に比べ701件増加（19.7%増）した。特に、健康食品の定期購入に関する相談が増加している。

商品・サービスが特定できない場合に分類される「商品一般」に関する相談が4,203件と続いている。元年度に比べ5,388件減少（56.2%減）した。特に、はがきによる架空請求が著しく減少した。

増加率が高かったのは「保健衛生品」に関する相談4,086件で、元年度の2,621件から1,465件増加（55.9%増）した。なかでもマスクに関する相談が増加している。

そのほか、「教養娯楽品」（29.5%増）、「被服品」（35.7%増）、「住居品」（39.3%増）に関する相談も大幅増となった。



より細かい商品・サービス別に見ると、「商品一般」、「デジタルコンテンツ」、「他の健康食品」、「不動産貸借」、「工事・建築」に関する相談が上位を占める。

さらに年代別の特徴をみると、20歳未満では健康食品（「他の健康食品」「健康食品@」）や化粧品（「他の化粧品」）に関する相談が上位を占める。これらは通信販売の定期購入に関する相談が主である。

20歳代では「他の内職・副業」に関する相談が多く、30歳代では、「インターネット接続回線」に関する相談が多い。

40歳代では「保健衛生品その他」についての相談が、50歳代以上では「工事・建築」の相談が多くなる。

65歳以上で多くなる「役務その他サービス」には、インターネットの有料質問サイトに関する相談や、火災保険申請サポートに関する相談などが含まれる。

### 各年代毎の商品・サービス別件数（令和2年度・上位5項目）

順位	全年代		20歳未満		20歳代	
	商品・サービス等	件数	商品・サービス等	件数	商品・サービス等	件数
1	商品一般	4,203	デジタルコンテンツ	422	デジタルコンテンツ	696
2	デジタルコンテンツ	4,182	他の健康食品	231	不動産貸借	332
3	他の健康食品	2,256	他の化粧品	104	商品一般	256
4	不動産貸借	1,995	商品一般	46	他の健康食品	227
5	工事・建築	1,806	健康食品@	44	他の内職・副業	182

順位	30歳代		40歳代		50歳代	
	商品・サービス等	件数	商品・サービス等	件数	商品・サービス等	件数
1	デジタルコンテンツ	422	デジタルコンテンツ	556	商品一般	635
2	不動産貸借	407	商品一般	548	デジタルコンテンツ	634
3	商品一般	321	他の健康食品	478	他の健康食品	456
4	他の健康食品	232	不動産貸借	344	不動産貸借	270
5	インターネット接続回線	127	保健衛生品その他	210	工事・建築	259

順位	60歳代		70歳以上		高齢者（65歳以上）	
	商品・サービス等	件数	商品・サービス等	件数	商品・サービス等	件数
1	商品一般	685	商品一般	1,207	商品一般	1,583
2	デジタルコンテンツ	571	工事・建築	715	デジタルコンテンツ	984
3	工事・建築	296	デジタルコンテンツ	682	工事・建築	877
4	他の健康食品	281	インターネット接続回線	423	インターネット接続回線	542
5	保健衛生品その他	228	役務その他サービス	365	役務その他サービス	458

※ PIO-NET では、健康食品を「酵素食品」「高麗人参茶」などに分類しているが、どの分類にも属さない健康食品を「他の健康食品」としている。また、健康食品ではあるが、それ以上特定できない健康食品を「健康食品@」と表示している。

## (2) 内容別件数（複数選択項目）

多くの相談が「契約・解約」及び「販売方法」に関するものとなっており、元年度と比べ順位の変動はあるものの構成比に大きな変化は見られない。

### 内容別件数（複数選択項目）

順位	分類	2年度		元年度		増減率(%)
		件数	全件数比%	件数	全件数比%	
1	契約・解約	37,680	76.8	38,772	77.1	▲ 2.8
2	販売方法	26,652	54.3	27,577	54.9	▲ 3.4
3	価格・料金	7,010	14.3	6,882	13.7	1.9
4	接客対応	7,008	14.3	6,191	12.3	13.2
5	品質・機能・役務品質	5,068	10.3	4,906	9.8	3.3
6	表示・広告	4,323	8.8	3,233	6.4	33.7
7	安全・衛生	1,392	2.8	1,375	2.7	1.2
8	法規・基準	967	2.0	855	1.7	13.1
9	計量・量目	47	0.1	28	0.1	67.9
10	施設・設備	46	0.1	56	0.1	▲ 17.9
11	包装・容器	25	0.1	34	0.1	▲ 26.5
12	その他	468	1.0	463	0.9	1.1
	全件数	49,079	100.0	50,270	100.0	▲ 2.4

※「全件数比」は、全件数のうち「分類」項目の内容が含まれていた相談の割合を示す。

## (3) 契約金額別件数（金額が判明したものに限る。契約していない場合は請求された額）

2年度の契約購入金額が判明している相談は24,746件（相談全体の50.4%）で、合計金額は約202億円、1件当たりの平均契約金額は約81万5千円であった。元年度に比べ合計金額は約21億9千万円、平均契約金額は約19万7千円減少した。最も相談が多かった契約購入金額帯は「1万円以上10万円未満」である。前年度比12.4%増で、健康食品の定期購入、情報商材や副業などに関する相談の増加がみられた。

また、「500万円以上1億円未満」の相談は12.5%減、「1億円以上」の相談は16.7%減となった。契約金額が高額になる住宅に関する相談や融資サービスに関する相談等に減少がみられた。

### 契約金額別件数（契約購入金額が判明しているもの）

契約購入金額	2年度		元年度		増減(%)
	件数	構成比%	件数	構成比%	
1万円未満	7,122	28.8	5,682	25.7	25.3
1万円以上 10万円未満	8,665	35.0	7,712	34.9	12.4
10万円以上100万円未満	6,265	25.3	6,003	27.2	4.4
100万円以上500万円未満	2,046	8.3	1,961	8.9	4.3
500万円以上 1億円未満	643	2.6	735	3.3	▲ 12.5
1億円以上	5	0.0	6	0.0	▲ 16.7
計	24,746	100.0	22,099	100.0	12.0
総合計金額	20,162,782,557円		22,350,315,994円		▲ 9.8
平均金額	814,790円		1,011,372円		▲ 19.4

#### (4) 年代別平均契約金額（金額が判明したものに限る。）

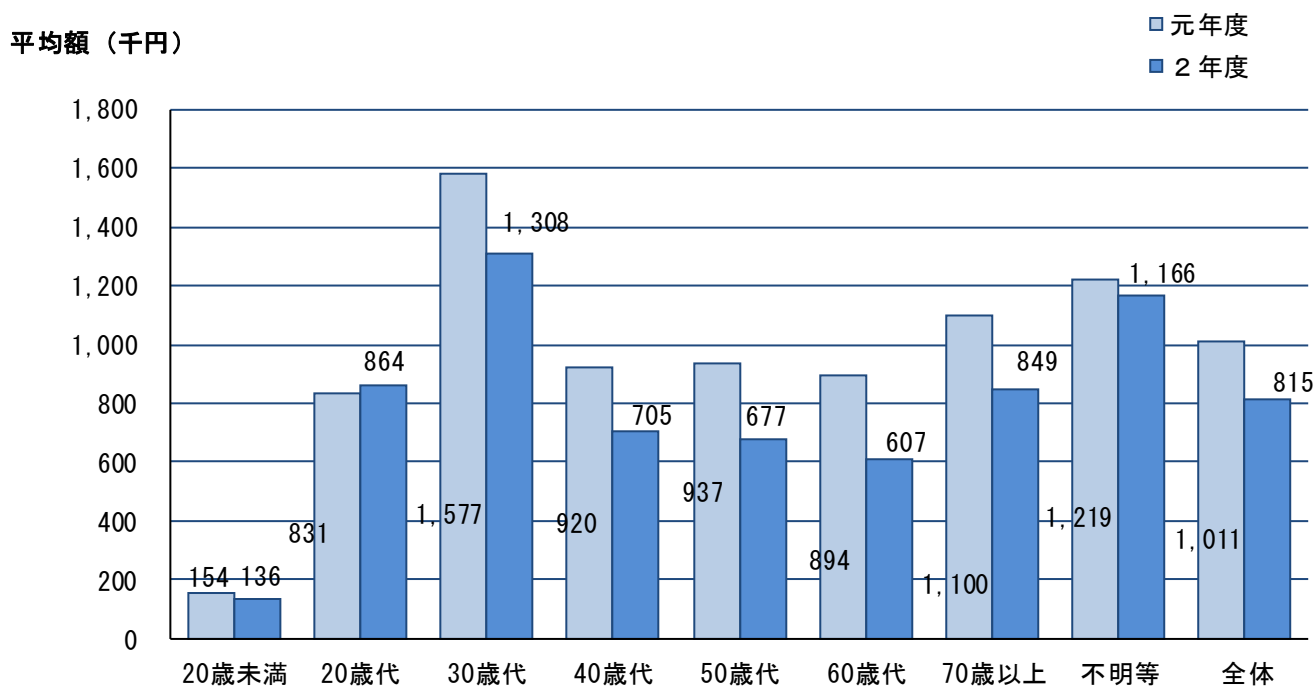
最も高額なのは「30歳代」の130万8千円であるが、元年度と比べ26万9千円減少（17.1%減）した。次いで高額なのは「20歳代」の86万4千円であるが、元年度と比べ3万3千円増加（4.0%増）した。元年度は70歳以上が第2位であったが、2年度において平均契約金額が減少し、20歳代が第2位となった。

元年度と比較すると、20歳代以外のすべての年代で平均契約金額は減少しており、契約金額の低額化がみられた。これは、比較的少額の相談が増えたことが主な原因である。

平均契約金額の減少幅が最も大きかったのは、「60歳代」の28万7千円減少である。住宅ローンや投資用マンションに関する相談が減少し、健康食品や化粧品などの定期購入や、マスクに関する比較的少額な相談が増加したことが平均契約金額を押し下げた。

しかし、20歳代に限っては平均契約金額が増加している。特にエステティックサービスに関する相談や、結婚式に関する相談などの比較的高額な相談が増加し、これらが平均契約金額を押し上げている。

### 年代別契約金額（平均額）



## (5) 処理内容

相談・苦情の処理に当たっては、自主交渉によりトラブルが解決されるよう消費者に助言を行っているが、相談者と事業者との交渉力・情報力の差から必要と判断した場合には消費者と事業者間の「あっせん」を行っている。

最も多いのは「助言（自主交渉）」の32,498件であり、全体の66.2%を占める。また、「あっせん」を行った件数（「あっせん解決」と「あっせん不調」の件数を合計したもの）は、5,630件であった。「あっせん」を行った相談の内容としては、健康食品の定期購入トラブルに関するものや、光回線等の電気通信サービスに関するものが多い。

処理内容別件数

順位	処理内容	2年度		元年度		増減(%)
		件数	構成比 %	件数	構成比 %	
1	助言（自主交渉）	32,498	66.2	33,035	65.7	▲ 1.6
2	情報提供	8,361	17.0	8,930	17.8	▲ 6.4
3	あっせん解決	5,010	10.2	5,073	10.1	▲ 1.2
4	処理不要	1,045	2.1	1,163	2.3	▲ 10.1
5	他機関紹介	760	1.5	652	1.3	16.6
6	あっせん不調	620	1.3	518	1.0	19.7
7	処理不能	521	1.1	473	0.9	10.1
	処理継続中	264	0.5	426	0.8	▲ 38.0
	合計	49,079	100.0	50,270	100.0	▲ 2.4

※「処理内容」の定義は以下のとおり。

助言（自主交渉）：自主交渉で解決する可能性があり、自主解決の方法をアドバイスしたもの。

情報提供：消費生活センターの業務範囲であり、トラブルが発生しているもので、  
弁護士会等の他機関を紹介したもの、又はトラブルが発生していないもので、  
一般的なアドバイスをしたもの。

あっせん解決：あっせんを行った相談で解決がみられたもの。

あっせん不調：あっせんを行ったにもかかわらず解決をみなかったもの。

他機関紹介：労働相談など消費生活センターの業務範囲ではないため、本来の相談機関を紹介したもの。

処理不要：相談者が情報提供ただけで処理を望んでいないもの、又は相談者が相談を取り下げたもの。

処理不能：相談者に連絡がとれなくなったもの、又は事業者が倒産等によって連絡がとれなくなったもの。

## (6) 商品テストを行った相談

令和2年度は17件の商品テストを行った。商品分類別にみると、保健衛生品7件（41.2%）、クリーニング5件（29.4%）、住居品3件（17.6%）などであった。

分類	件数（構成比）	主なテスト事例	
		件名	テスト結果の概要
保健衛生品	7（41.2%）	マスクの異物	使い捨てマスクの不織布に発がん性物質が入っていないか心配だ。 →発がん性物質の1つであるホルムアルデヒドの有無を確認したが検出されなかった。不織布にも異常はみられなかった。
		除菌用アルコールの濃度	アルコールの濃度が表示より低いように思われる。 →表示通りの濃度であることを確認した。
		ヘアアイロンの温度異常	ヘアアイロンの持ち手の一部が熱くて危険だ。 →当該箇所について、法令に定められた温度を超えていることを確認した。原因特定のため、外部試験機関に詳細調査を依頼した
クリーニング	5（29.4%）	婦人用コートの穴	婦人用コートをクリーニングに出したところ、穴が空いた状態で戻ってきた。 →マイクロスコープ等で調査したところ、断面の形状から、機械的な力により切断されたと推定された。
		毛布	毛布をクリーニングに出したところ、変色した状態で戻ってきた。 →マイクロスコープ等で調査したところ、使用により汚れ等が徐々に蓄積し、ドライクリーニングで落ちなかった汚れの一部が色の濃淡としてあらわれ、色が変わったように見えたと言われたと推定された。
住居品	3（17.6%）	バッテリーパックの火災	インターネットで購入した外国製のバッテリーパックを充電していたところ、炎を上げて燃えた。 →製品に法に基づく表示の不備を確認したため、関係機関（埼玉県化学保安課）に情報提供した。発火原因については、損傷が酷く特定することができなかった。本件は火災が発生する重大事故であったため、外部試験機関に詳細調査を依頼した。
		蛇口から異物	キッチン用水栓から黒い異物が出てくる。異物が何か知りたい。 →マイクロスコープ等で調査したところ、カビと推定された。
教養娯楽品	1（5.9%）	ゴルフシューズで転倒	9か月前に購入したゴルフシューズを初めて使用したところ、転倒して重傷を負った。 →シューズの左右を比較して、右足の靴底が明らかに劣化している事を確認したが、劣化に至る原因は特定することができなかった。本件は使用者が重傷を負う重大事故であったため、外部試験機関に詳細調査を依頼した。
食料品	1（5.9%）	ブロッコリーの異臭	減農薬ブロッコリーを購入したところ、ガソリンのような異臭がした。 →ブロッコリー由来の臭気成分であるジメチルスルフィドが多く含まれていると推定された。当該成分は濃度が濃くなると石油のようなにおいを感じると言われるものである。
合計	17（100%）		

### 3 取引方法別の状況

#### (1) 件数の推移

店舗販売に関する相談は10,266件で、元年度に比べ439件減少(4.1%減)した。無店舗販売の合計は27,460件で、元年度に比べて3,789件増加(16.0%増)した。

無店舗販売の内訳をみると、増加しているのは「通信販売」(4,441件増加(29.5%増))、「ネガティブ・オプション」(83件増加(48.8%増))、「訪問購入」(70件増加(30.0%増))である。一方、減少したのは、「訪問販売」(265件減少(5.5%減))、「電話勧誘販売」(441件減少(17.4%減))、「マルチ・マルチまがい」(91件減少(16.7%減))である。

はがきによる架空請求が減少したことなどにより、取引方法が不明・無関係のものは元年度に比べ4,541件減少(28.6%減)した。

「訪問販売」の内訳では、「家庭訪販」が3,389件で75.1%を占める。

取引方法別の件数

	2年度		元年度		増減(件)	増減(%)	
	件数	構成比 %	件数	構成比 %			
店舗販売	10,266	20.9	10,705	21.3	▲ 439	▲ 4.1	
無店舗(計)	27,460	56.0	23,671	47.1	3,789	16.0	
(無店舗の内訳)	訪問販売	4,510	16.4	4,775	20.2	▲ 265	▲ 5.5
	通信販売	19,514	71.1	15,073	63.7	4,441	29.5
	電話勧誘販売	2,100	7.6	2,541	10.7	▲ 441	▲ 17.4
	マルチ・マルチまがい	455	1.7	546	2.3	▲ 91	▲ 16.7
	ネガティブ・オプション	253	0.9	170	0.7	83	48.8
	訪問購入	303	1.1	233	1.0	70	30.0
	その他無店舗	325	1.2	333	1.4	▲ 8	▲ 2.4
	不明・無関係	11,353	23.1	15,894	31.6	▲ 4,541	▲ 28.6
合計	49,079	100.0	50,270	100.0	▲ 1,191	▲ 2.4	

※網掛け部分の構成比は無店舗(計)に占める割合

訪問販売 主な項目別の相談件数(複数選択項目)

項目	2年度		元年度		増減(件)	増減(%)
	件数	構成比 %	件数	構成比 %		
家庭訪販	3,389	75.1	3,410	71.4	▲ 21	▲ 0.6
アポイントメントセールス	138	3.1	163	3.4	▲ 25	▲ 15.3
催眠商法(SF商法)	54	1.2	50	1.0	4	8.0
キャッチセールス	49	1.1	53	1.1	▲ 4	▲ 7.5
訪問販売 全件数	4,510	100.0	4,775	100.0	▲ 265	▲ 5.5



## (2) 契約当事者の年代別件数

全ての年代で、「通信販売」の占める割合が一番高い。特に、20歳未満では78.3%と極めて高い割合を占める。

在宅率が高くなる70歳以上では「訪問販売」「電話勧誘販売」「訪問購入」の割合が他の年代と比べて高くなる傾向は元年度と変わらない。

また、20歳代では、「マルチ・マルチまがい」の相談が273件と他の年代に比べて多い傾向も元年度と変わらない。

年代別 取引方法別の件数・割合

	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	不明	合計	
合 計	1,440	5,056	5,377	7,262	7,670	6,510	10,736	5,028	49,079	
構成比	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	
店 舗 販 売	122	1,350	1,378	1,553	1,610	1,242	1,939	1,072	10,266	
構成比	8.5%	26.7%	25.6%	21.4%	21.0%	19.1%	18.1%	21.3%	20.9%	
無 店 舗 (計)	1,218	2,973	2,928	4,294	4,511	3,694	5,788	2,054	27,460	
構成比	84.6%	58.8%	54.5%	59.1%	58.8%	56.7%	53.9%	40.9%	56.0%	
(無店舗の内訳)	訪 問 販 売	41	405	306	405	478	598	1,829	448	4,510
	構成比	2.8%	8.0%	5.7%	5.6%	6.2%	9.2%	17.0%	8.9%	9.2%
	通 信 販 売	1,127	2,071	2,401	3,550	3,597	2,624	2,861	1,283	19,514
	構成比	78.3%	41.0%	44.7%	48.9%	46.9%	40.3%	26.6%	25.5%	39.8%
	電 話 勧 誘 販 売	13	140	106	204	294	325	781	237	2,100
	構成比	0.9%	2.8%	2.0%	2.8%	3.8%	5.0%	7.3%	4.7%	4.3%
	マルチ・マルチまがい	24	273	31	24	26	23	35	19	455
	構成比	1.7%	5.4%	0.6%	0.3%	0.3%	0.4%	0.3%	0.4%	0.9%
	ネガティブ・オプション	3	29	30	45	40	38	43	25	253
	構成比	0.2%	0.6%	0.6%	0.6%	0.5%	0.6%	0.4%	0.5%	0.5%
訪 問 購 入	2	7	12	17	36	47	158	24	303	
構成比	0.1%	0.1%	0.2%	0.2%	0.5%	0.7%	1.5%	0.5%	0.6%	
その他無店舗	8	48	42	49	40	39	81	18	325	
構成比	0.6%	0.9%	0.8%	0.7%	0.5%	0.6%	0.8%	0.4%	0.7%	
不明・無関係	100	733	1,071	1,415	1,549	1,574	3,009	1,902	11,353	
構成比	6.9%	14.5%	19.9%	19.5%	20.2%	24.2%	28.0%	37.8%	23.1%	

※構成比は、各年代ごとの販売・購入方法が占める割合を示す。

### (3) 取引方法別に多かった商品・サービス

#### ア 店舗販売

「不動産貸借」に関する相談が最多で1割以上を占めている傾向は変わらない。

「携帯電話サービス」に関する相談は478件で、元年度から99件減少(17.2%減)した。

「フリーローン・サラ金」に関する相談は464件で、元年度から95件減少(17.0%減)となった。平成22年9月から施行された貸金業法改正以降、10年連続の減少となっている。

順位	項目	2年度		元年度		増減(件)
		件数	構成比 %	件数	構成比 %	
1	不動産貸借	1,265	12.3	1,262	11.8	3
2	四輪自動車	572	5.6	578	5.4	▲ 6
3	携帯電話サービス	478	4.7	577	5.4	▲ 99
4	フリーローン・サラ金	464	4.5	559	5.2	▲ 95
5	工事・建築	368	3.6	485	4.5	▲ 117
6	携帯電話	333	3.2	282	2.6	51
7	エステティックサービス	282	2.7	250	2.3	32
8	スポーツ・健康教室	266	2.6	121	1.1	145
全件数		10,266	100.0	10,705	100.0	▲ 439

#### 年代別件数

年代	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	不明	合計
店舗販売	122	1,350	1,378	1,553	1,610	1,242	1,939	1,072	10,266
構成比	1.2%	13.2%	13.4%	15.1%	15.7%	12.1%	18.9%	10.4%	100.0%

#### イ 訪問販売

「工事・建築」に関する相談が最多である傾向は変わらず、971件と元年度から66件増加(7.3%増)した。「修理サービス」に関する相談が457件で、元年度から137件増加(42.8%増)した。

年代別でみると、高齢者からの相談割合が極めて高く、70歳以上の相談が40.6%を占めている。60歳以上でみると53.9%となり全体の半分以上を超える。

順位	項目	2年度		元年度		増減(件)
		件数	構成比 %	件数	構成比 %	
1	工事・建築	971	21.5	905	19.0	66
2	修理サービス	457	10.1	320	6.7	137
3	電気	450	10.0	387	8.1	63
4	役務その他サービス	270	6.0	198	4.1	72
5	インターネット接続回線	221	4.9	208	4.4	13
全件数		4,510	100.0	4,775	100.0	▲ 265

#### 年代別件数

年代	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	不明	合計
訪問販売	41	405	306	405	478	598	1,829	448	4,510
構成比	0.9%	9.0%	6.8%	9.0%	10.6%	13.3%	40.6%	9.9%	100.0%

## ウ 通信販売

通信販売の相談件数は19,514件で、元年度に比べて4,441件増加(29.5%増)した。

「デジタルコンテンツ」に関する相談は3,591件で最も多く、元年度と比べると295件増加(9.0%増)した。アダルト情報サイトや情報商材に関する相談が多かった。

健康食品(「他の健康食品」)、化粧品(「基礎化粧品」「他の化粧品」)などの定期購入に関する相談が引き続き多かった。また、マスクなどの「保健衛生品その他」に関する相談が上位に入った。

順位	項目	2年度		元年度		増減(件)
		件数	構成比 %	件数	構成比 %	
1	デジタルコンテンツ	3,591	18.4	3,296	21.9	295
2	他の健康食品	2,115	10.8	1,481	9.8	634
3	商品一般	1,133	5.8	840	5.6	293
4	保健衛生品その他	673	3.4	104	0.7	569
5	基礎化粧品	606	3.1	650	4.3	▲ 44
6	他の化粧品	415	2.1	561	3.7	▲ 146
全件数		19,514	100.0	15,073	100.0	4,441

### 年代別件数

年代	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	不明	合計
通信販売	1,127	2,071	2,401	3,550	3,597	2,624	2,861	1,283	19,514
構成比	5.8%	10.6%	12.3%	18.2%	18.4%	13.4%	14.7%	6.6%	100.0%

## エ 電話勧誘販売

「インターネット接続回線」に関する相談は、26年度から7年連続で最多となっているが、2年度は607件で、元年度から413件減少(40.5%減)した。

「役務その他サービス」に関する相談は131件で、元年度から66件増加(101.5%増)した。火災保険などの申請サポートに関する相談が増加した。

年代別で見ると、70歳以上の相談割合が37.2%で、高齢者からの相談が多かった。

順位	項目	2年度		元年度		増減(件)
		件数	構成比 %	件数	構成比 %	
1	インターネット接続回線	607	28.9	1,020	40.1	▲ 413
2	役務その他サービス	131	6.2	65	2.6	66
3	商品一般	119	5.7	96	3.8	23
4	電気	105	5.0	125	4.9	▲ 20
5	デジタルコンテンツ	104	5.0	85	3.3	19
全件数		2,100	100.0	2,541	100.0	▲ 441

### 年代別件数

年代	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	不明	合計
電話勧誘販売	13	140	106	204	294	325	781	237	2,100
構成比	0.6%	6.7%	5.0%	9.7%	14.0%	15.5%	37.2%	11.3%	100.0%

## オ マルチ・マルチまがい販売

マルチ・マルチまがい販売の相談件数は455件で、元年度に比べて91件減少（16.7%減）した。

年代別の相談割合を見ると、20歳代の相談割合が60.0%と半数以上を占めている。大学の先輩や小中学校時代の友人、SNSで知り合った人などから勧められた、消費者金融で借金をして契約した、などの相談がみられる。

順位	項目	2年度		元年度		増減(件)
		件数	構成比 %	件数	構成比 %	
1	他の内職・副業	69	15.2	77	14.1	▲ 8
2	デジタルコンテンツ	64	14.1	51	9.3	13
3	ファンド型投資商品	37	8.1	41	7.5	▲ 4
4	教養娯楽教材	22	4.8	69	12.6	▲ 47
5	商品一般	20	4.4	22	4.0	▲ 2
全件数		455	100.0	546	100.0	▲ 91

### 年代別件数

年代	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	不明	合計
マルチ・マルチまがい	24	273	31	24	26	23	35	19	455
構成比	5.3%	60.0%	6.8%	5.3%	5.7%	5.1%	7.7%	4.2%	100.0%

## カ ネガティブ・オプション（送りつけ商法）

ネガティブ・オプションの相談件数は253件で、元年度に比べて83件増加（48.8%増）した。マスクの送りつけ等の「保健衛生品その他」の相談が多かった。年代別に見ると、幅広い年代から相談が寄せられた。

順位	項目	2年度		元年度		増減(件)
		件数	構成比 %	件数	構成比 %	
1	保健衛生品その他	52	20.6	3	1.8	49
2	商品一般	49	19.4	39	22.9	10
3	マフラー類	7	2.8	4	2.4	3
4	園芸用品	6	2.4	1	0.6	5
5	健康食品	5	2.0	2	1.2	3
	他のシャツ	5	2.0	1	0.6	4
全件数		253	100.0	170	100.0	83

### 年代別件数

年代	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	不明	合計
ネガティブ・オプション	3	29	30	45	40	38	43	25	253
構成比	1.2%	11.5%	11.9%	17.8%	15.8%	15.0%	17.0%	9.9%	100.0%

## キ 訪問購入

訪問購入の相談件数は303件で元年度に比べて70件増加(30.0%増)した。

28年度より4年連続で減少していたが、2年度になって再び増加となった。

来訪した事業者の信用性に関する相談や、貴金属を強引に買い取られた、安価で買い取られた、クーリング・オフをしたいといった相談があった。

年代別にみると、在宅率の高い高齢者からの相談が多く、70歳以上の相談割合は52.1%で全体の半数以上を占めている。

順位	項目	2年度		元年度		増減(件)
		件数	構成比 %	件数	構成比 %	
1	商品一般	47	15.5	28	12.0	19
2	ネックレス	24	7.9	14	6.0	10
3	アクセサリ	21	6.9	11	4.7	10
4	四輪自動車	19	6.3	21	9.0	▲ 2
5	指輪	17	5.6	18	7.7	▲ 1
全件数		303	100.0	233	100.0	70

### 年代別件数

年代	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	不明	合計
訪問購入	2	7	12	17	36	47	158	24	303
構成比	0.7%	2.3%	4.0%	5.6%	11.9%	15.5%	52.1%	7.9%	100.0%

## ク その他無店舗販売

全体の件数は325件で元年度に比べて8件減少(2.4%減)した。

年代別では、70歳以上の相談割合が24.9%で全体の4分の1を占める。

順位	項目	2年度		元年度		増減(件)
		件数	構成比 %	件数	構成比 %	
1	工事・建築	23	7.1	19	5.7	4
	修理サービス	23	7.1	11	3.3	12
3	役務その他サービス	18	5.5	12	3.6	6
4	保健衛生品その他	15	4.6	0	0.0	15
5	デジタルコンテンツ	11	3.4	12	3.6	▲ 1
全件数		325	100.0	333	100.0	▲ 8

### 年代別件数

年代	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	不明	合計
その他無店舗	8	48	42	49	40	39	81	18	325
構成比	2.5%	14.8%	12.9%	15.1%	12.3%	12.0%	24.9%	5.5%	100.0%

(4) その他の販売方法に係る相談

ア 業務提供誘引販売

業務提供誘引販売の件数は31件で、元年度に比べて10件増加(47.6%増)した。

「他の内職・副業」の件数が多い状況は元年度と同じである。

年代・性別ごとの件数では、男女ともに30歳代以下の年代からの相談が多かった。

順位	分類	2年度		元年度		増減(件)
		件数	構成比 %	件数	構成比 %	
1	他の内職・副業	12	38.7	5	23.8	7
2	役務その他サービス	4	12.9	1	4.8	3
3	デジタルコンテンツ	3	9.7	1	4.8	2
全件数		31	100.0	21	100.0	10

年代・性別ごとの件数

	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	不明	合計
男性	0	9	6	0	1	2	0	0	18
女性	0	4	4	3	1	1	0	0	13
計	0	13	10	3	2	3	0	0	31

イ 特定継続的役務提供

「特定継続的役務提供」として特定商取引法の規制対象となっているサービスの相談の件数は783件で、元年度に比べ68件増加(9.5%増)した。

元年度に引き続き「エステティックサービス」の件数が最も多く、317件で31件増加(10.8%増)した。

年代・性別ごとの件数においては、女性からの相談が多く、特に20歳代から40歳代の女性からの相談が目立つ。

順位	役務	2年度		元年度		増減(件)
		件数	構成比 %	件数	構成比 %	
1	エステティックサービス	317	40.5	286	40.0	31
2	美容医療	161	20.6	127	17.8	34
3	学習塾	96	12.3	77	10.8	19
4	結婚相手紹介サービス	70	8.9	80	11.2	▲ 10
5	外国語・会話教室	61	7.8	60	8.4	1
全件数		783	100.0	715	100.0	68

年代・性別ごとの件数

	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	不明	合計
男性	12	54	22	36	23	9	13	12	181
女性	18	209	115	126	70	17	14	25	594
計	30	263	137	162	93	26	27	37	775

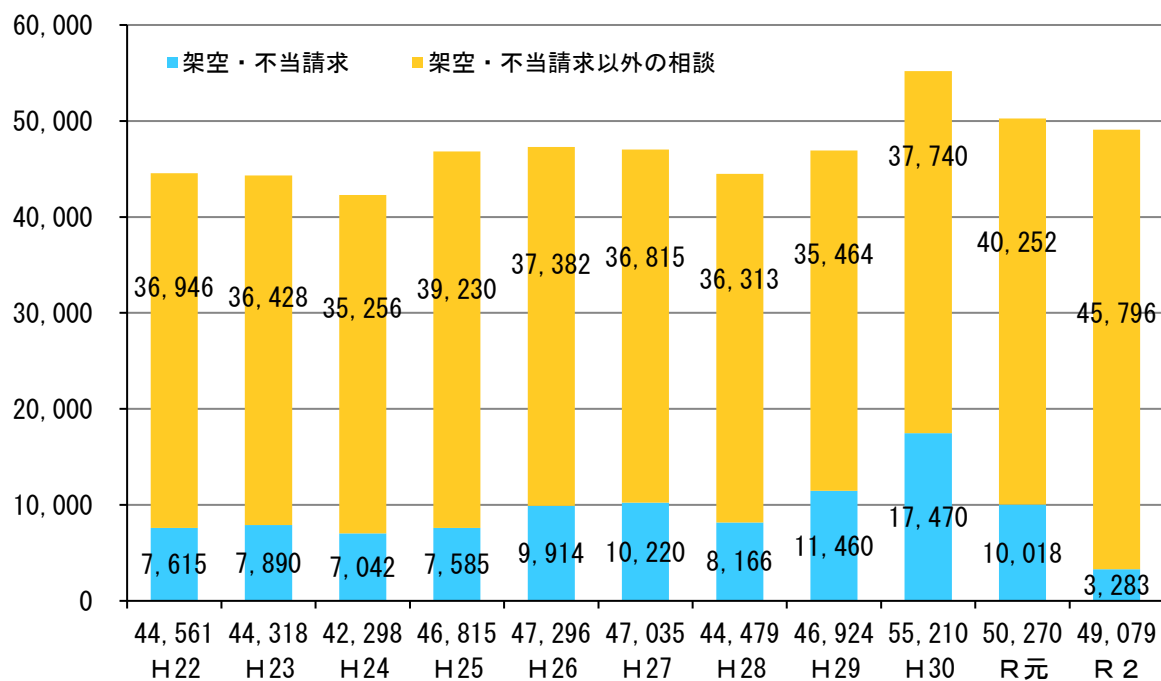
※ 性別不明 8件

## 4 架空・不当請求に関する相談

2年度の相談件数49,079件のうち、架空・不当請求に関する相談件数は、3,283件（構成比6.7%）であった。

30年度の17,470件をピークに2年続けて大きく減少し、2年度は元年度に比べ6,735件減少（67.2%減）となり、過去10年で最も少なくなった。

架空・不当請求とそれ以外の相談件数の推移



年代別でみると、70歳以上の相談件数が854件（構成比26.0%）で最も多く、年齢が高くなるほど、相談件数が多くなる傾向になっている。

また、架空・不当請求を受けた当事者の平均年齢は55.6歳、平均契約金額は約27万円だった。

架空・不当請求 年代別件数

	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	不明	計
件数	103	244	242	456	562	609	854	213	3,283
構成比	3.1%	7.4%	7.4%	13.9%	17.1%	18.6%	26.0%	6.5%	100.0%

架空・不当請求 契約金額別件数

	2年度		元年度		増減（件）
	件数	構成比%	件数	構成比%	
1万円未満	381	11.6	304	3.0	77
1万円～5万円未満	342	10.4	379	3.8	▲37
5万円～10万円未満	160	4.9	127	1.3	33
10万円～50万円未満	828	25.2	718	7.2	110
50万円～100万円未満	78	2.4	66	0.7	12
100万円～500万円未満	41	1.2	32	0.3	9
500万円以上	6	0.2	8	0.1	▲2
無回答	1,447	44.1	8,384	83.7	▲6,937
合計	3,283	100.0	10,018	100.0	▲6,735
平均金額	270,069円		385,502円		▲115,433円

架空・不当請求に関する相談を商品・サービス別に見ると、「デジタルコンテンツ」が最も多く1,263件であったが、元年度と比べて233件減少（15.6%減）した。

なお、29年度以降、相談件数が一番多かった「商品一般」に関する相談は934件で、元年度に比べ6,657件減少（87.7%減）した。

「デジタルコンテンツ」の中で多数を占めるのは、アダルト情報サイトに関する相談である。スマートフォンやパソコン等でインターネットを閲覧していた際、契約する意思がないままワンクリックしたところ登録となり、高額な料金を請求されたなどというものである。

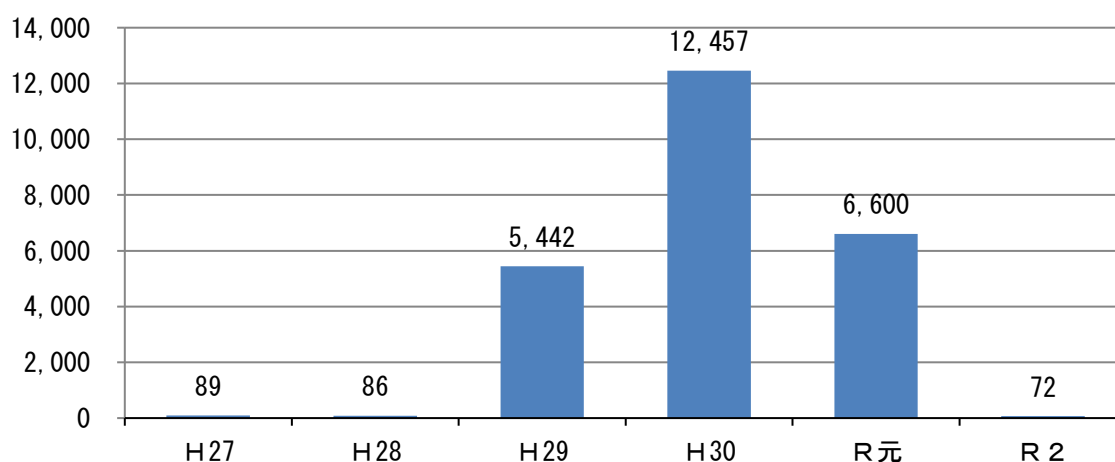
架空・不当請求に関する相談の商品・サービス別件数（上位5項目）

順位	項目	2年度		元年度		増減（件）
		件数	構成比%	件数	構成比%	
1	デジタルコンテンツ	1,263	38.5	1,496	14.9	▲ 233
2	商品一般	934	28.4	7,591	75.8	▲ 6,657
3	他の健康食品	103	3.1	45	0.4	58
4	携帯電話サービス	77	2.3	68	0.7	9
5	インターネット接続回線	60	1.8	56	0.6	4
合計		3,283	100.0	10,018	100.0	▲ 6,735

架空・不当請求に関する相談が大きく減少した理由は、「商品一般」のはがきによる架空請求に関する相談が大きく減少したためである。29年度以降急増し、30年度には12,457件でピークとなったが、元年度以降急減し、2年度は72件で、元年度と比べて6,528件減少（98.9%減）した。

なお、はがきによる架空請求の他にも、封書やスマートフォン・携帯電話へのSMS（ショートメッセージサービス）による架空請求の相談も引き続き多くみられる。

はがきによる架空請求件数の推移（年度別）





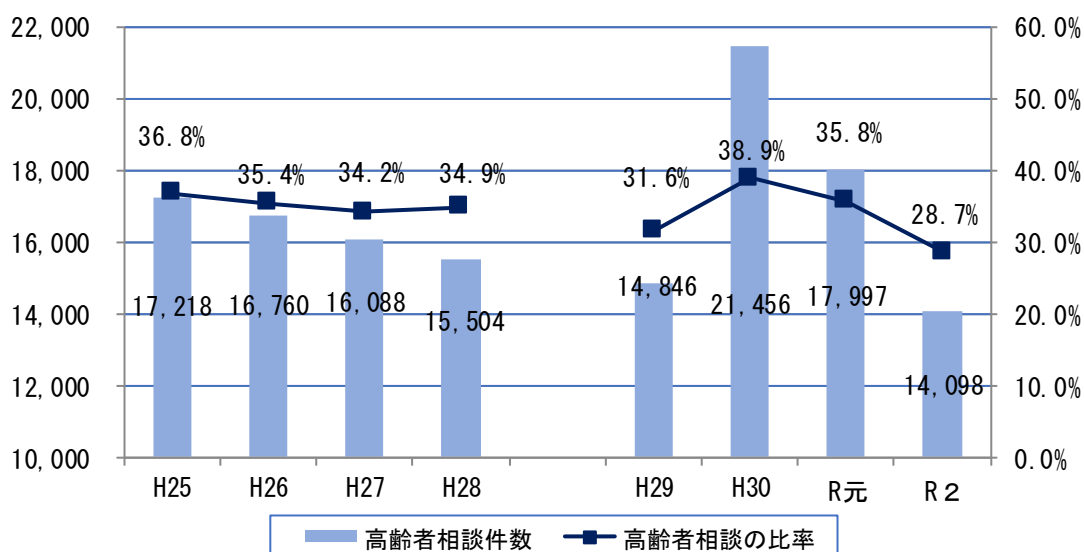
## 5 高齢者の相談（契約当事者が65歳以上）

2年度における65歳以上の相談は14,098件（構成比28.7%）で、元年度と比べると3,899件減少（21.7%減）した。

これは、はがきによる架空請求が大幅に減少したことが原因である。

なお、高齢者の相談については、29年度版から、契約当事者の対象をそれまでの60歳以上から65歳以上に変更した。

高齢者の相談件数と構成比の推移



高齢者相談の構成を男女別で見ると、男性が7,353件で52.4%（元年度は39.8%）、女性が6,674件で47.6%（同60.2%）であり、男性の割合が高くなっている。

最高齢は男性が100歳、女性が102歳であった。

高齢者相談の男女別・年代別構成

	男		女		男女計	
	件数	構成比%	件数	構成比%	件数	構成比%
65～69歳	1,782	24.2	1,570	23.5	3,352	23.9
70歳代	3,743	50.9	3,349	50.2	7,092	50.6
80歳代	1,660	22.6	1,614	24.2	3,274	23.3
90歳代	166	2.3	138	2.1	304	2.2
100歳代	2	0.0	3	0.0	5	0.0
合計	7,353	52.4	6,674	47.6	14,027	100.0

※ 性別不明の相談が71件あった。

商品・サービス別では、「商品一般」が、はがきによる架空請求の減少により大幅に減少したものの、不審なメール・電話・宅配物や、身に覚えのない代金の請求などの架空請求に関する相談が多く、元年度に引き続き一番多くなっている。

例年多い項目である「デジタルコンテンツ」に係る相談は、件数は減少したものの、インターネットのサイト利用に関する相談が依然として多い。

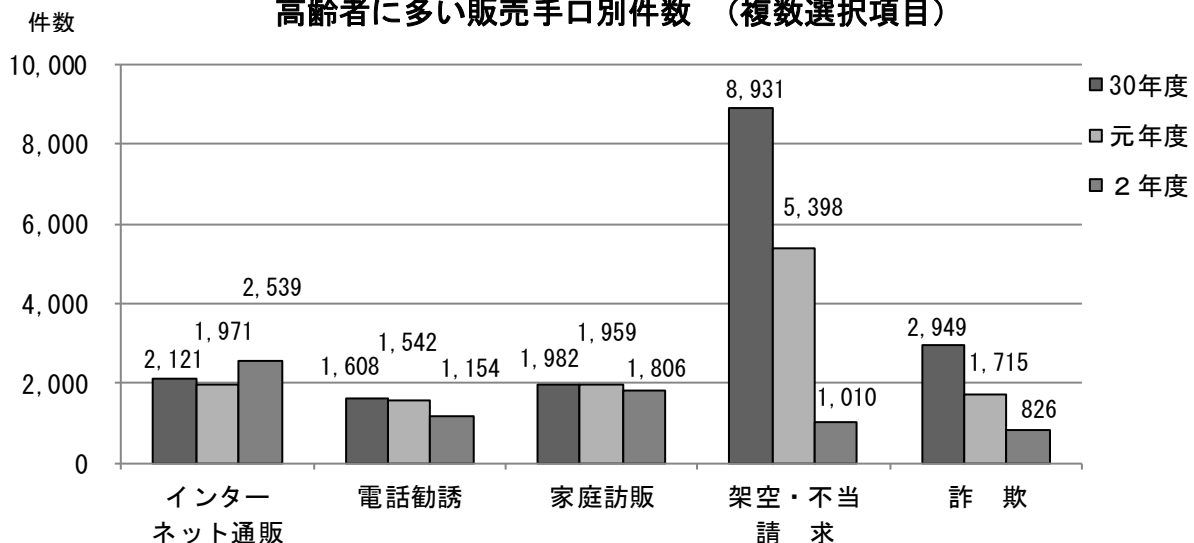
また、元年度に10位以内に入っていなかった「保健衛生品その他」が、新型コロナウイルスに関連するマスク等に関する相談が大幅に増加したことにより、順位を上げている。

### 高齢者の相談の商品・サービス別件数（上位10項目）

順位	項目	2年度		元年度		増減(件)	増減(%)
		件数	構成比%	件数	構成比%		
1	商品一般	1,583	11.2	5,543	30.8	▲3,960	▲71.4
2	デジタルコンテンツ	984	7.0	1,022	5.7	▲38	▲3.7
3	工事・建築	877	6.2	913	5.1	▲36	▲3.9
4	インターネット接続回線	542	3.8	785	4.4	▲243	▲31.0
5	役務その他サービス	458	3.2	386	2.1	72	18.7
6	修理サービス	397	2.8	368	2.0	29	7.9
7	保健衛生品その他	387	2.7	58	0.3	329	567.2
8	他の健康食品	384	2.7	282	1.6	102	36.2
9	電気	342	2.4	328	1.8	14	4.3
10	携帯電話サービス	338	2.4	329	1.8	9	2.7
	全件数	14,098	100.0	17,997	100.0	▲3,899	▲21.7

販売手口別では、はがきによる架空請求が大幅に減少したため、「架空・不当請求」が大幅に減少した。「インターネット通販」が増加しており、「電話勧誘」や「家庭訪販」も依然として多い手口となっている。

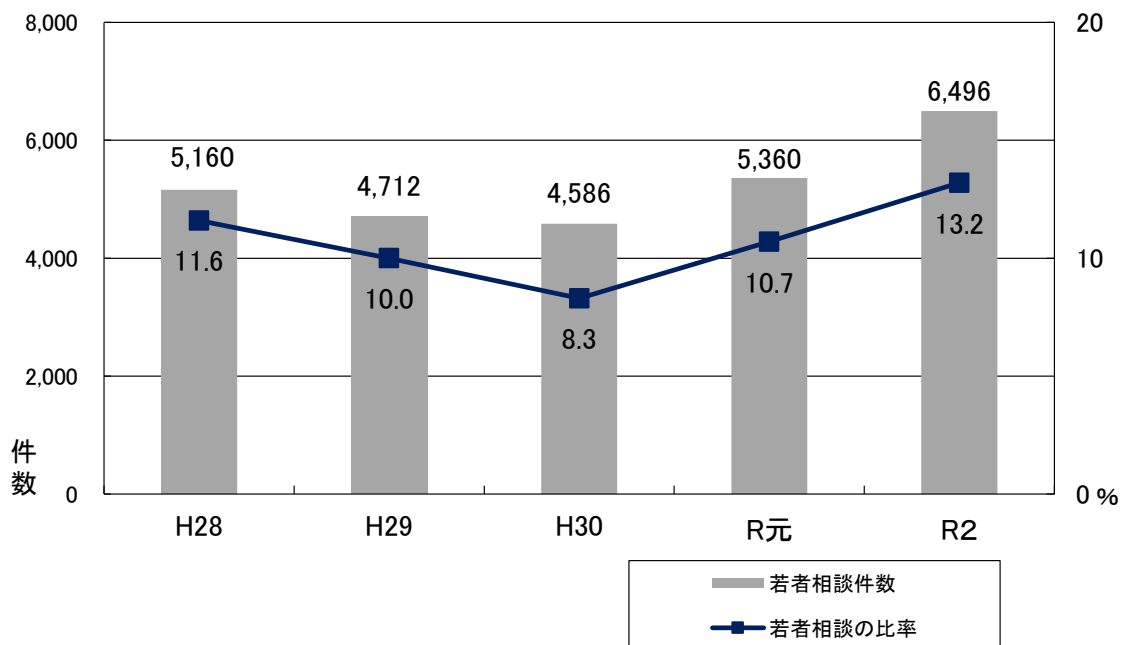
### 高齢者に多い販売手口別件数（複数選択項目）



## 6 若者の相談（契約当事者が29歳以下）

2年度の若者の相談件数は、6,496件で、苦情相談全体に占める比率は13.2%となり、元年度と比べ1,136件増加（21.2%増）した。

若者の相談件数と構成比の推移



若者の相談のうち「小学生・中学生・高校生」は合計877件（構成比13.5%）で、元年度の790件（構成比14.7%）に比べ87件増加（11.0%増）した。

若者に関する相談全体が増加したが、特に小学生の増加率が高く、オンラインゲームに関する相談などが増加した。

若者相談の内訳

	2年度		元年度		増減（件）	増減（%）
	件数	構成比%	件数	構成比%		
小学生	166	2.6	103	1.9	63	61.2
中学生	282	4.3	259	4.8	23	8.9
高校生	429	6.6	428	8.0	1	0.2
（小計）	877	13.5	790	14.7	87	11.0
他の学生	1,087	16.7	1,084	20.2	3	0.3
その他	4,532	69.8	3,486	65.0	1,046	30.0
合計	6,496	100.0	5,360	100.0	1,136	21.2

※「その他」は29歳以下の給与生活者、自営・自由業、家事従事者、無職を含む。

商品・サービス別にみると、「オンラインゲーム」や「出会い系サイト」などインターネットを経由した情報サービスである「デジタルコンテンツ」に関する相談の件数が増加し、1,118件（構成比17.2%）と元年度に引き続き一番多くなっている。

また、ダイエットサプリメントなどの「他の健康食品」が元年度に引き続き増加し、インターネットに関連した副業などの「他の内職・副業」が増加し順位を上げている。

若者の相談の商品・サービス別件数（上位5項目）

順位	項目	2年度		元年度		増減 (件)	増減 (%)
		件数	構成比%	件数	構成比%		
1	デジタルコンテンツ	1,118	17.2	834	15.6	284	34.1
2	他の健康食品	458	7.1	305	5.7	153	50.2
3	不動産貸借	340	5.2	269	5.0	71	26.4
4	商品一般	302	4.6	214	4.0	88	41.1
5	他の内職・副業	204	3.1	141	2.6	63	44.7
	全件数	6,496	100.0	5,360	100.0	1,136	21.2

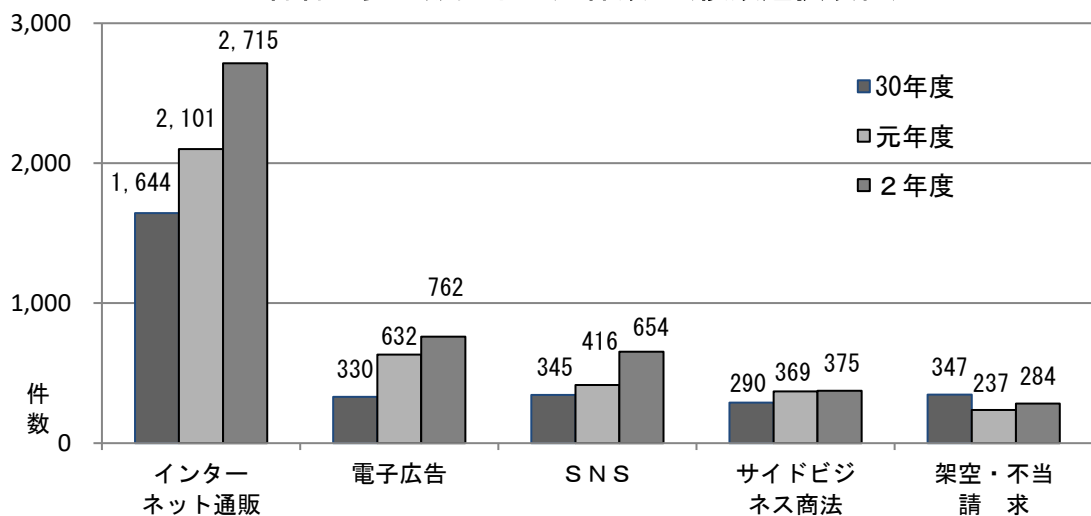
販売手口別でみると、「インターネット通販」に関する相談が多数を占めており、26年度以降減少傾向だったが、元年度から増加に転じた。

「電子広告」に関する相談も増加しており、健康食品などの相談が多い。

「SNS」を通じた手口も増加しており、情報商材などの儲け話に関する相談が目立つ。

「サイドビジネス商法」や「架空・不当請求」も、元年度に比べ増加している。

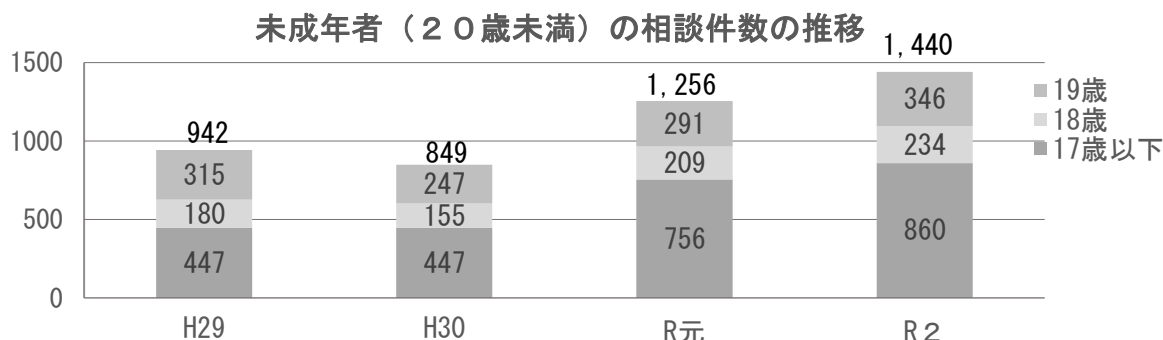
若者に多い販売手口別件数（複数選択項目）



※「SNS」（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）とは、コミュニティ型のウェブサイト・サービスのことをいう。

※「電子広告」とは、インターネット上の広告や電子メールによる広告のことをいう。

若者のうち未成年者（20歳未満）の相談は1,440件で、元年度と比べ184件増加（14.6%増）した。そのうち18歳が234件、19歳は346件の合計580件で、元年度と比べ80件増加（16.0%増）した。18歳及び19歳で未成年者の約4割を占めている。



18歳及び19歳の相談で見ると、商品・サービス別では、出会い系サイトや情報商材などを含む「デジタルコンテンツ」に関する相談が多い。

ダイエットサプリメントなどの「他の健康食品」は引き続き増加傾向にあるが、脱毛剤などの「他の化粧品」は減少した。いずれも通信販売での定期購入の相談が多い。

**商品・サービス別件数（18歳及び19歳、上位5項目）**

順位	項目	2年度		元年度		増減 (件)	増減 (%)
		件数	構成比%	件数	構成比%		
1	デジタルコンテンツ	102	17.6	81	16.2	21	25.9
2	他の健康食品	63	10.9	37	7.4	26	70.3
3	他の化粧品	32	5.5	56	11.2	▲24	▲42.9
4	商品一般	22	3.8	15	3.0	7	46.7
5	他の内職・副業	21	3.6	13	2.6	8	61.5
全件数		580	100.0	500	100.0	80	16.0

契約金額別では、「1万円未満」及び「1万円～5万円未満」が約4割を占めており、健康食品や化粧品の通信販売での定期購入に関する相談が多い。

平均金額は、約13万2千円で、元年度に比べ約4万5千円減少した。

**契約金額別件数（18歳及び19歳）**

項目	2年度		元年度		増減 (件)	増減 (%)
	件数	構成比%	件数	構成比%		
1万円未満	117	20.2	79	15.8	38	48.1
1万円～5万円未満	131	22.6	147	29.4	▲16	▲10.9
5万円～10万円未満	46	7.9	33	6.6	13	39.4
10万円～50万円未満	94	16.2	66	13.2	28	42.4
50万円～100万円未満	14	2.4	16	3.2	▲2	▲12.5
100万円以上	10	1.7	14	2.8	▲4	▲28.6
無回答	168	29.0	145	29.0	23	15.9
合計	580	100.0	500	100.0	80	16.0
平均金額	132,162円		177,344円		▲45,182円	▲25.5

## 7 クレジットが利用されている相談

商品やサービスの代金の支払いにクレジットが利用されている相談は、2年度は9,602件で、元年度に比べて1,665件増加(21.0%増)し、全相談件数の19.6%であった。また、近年はインターネット通販をはじめとするクレジットカードの利用拡大等により、一貫して増加している。

このような状況を受け、平成30年6月1日に改正割賦販売法が施行され、クレジットカード情報のセキュリティ強化や、加盟店契約会社・決済代行業者の登録制、登録事業者による加盟店調査の義務化など加盟店管理の強化が実施されている。

なお、現金等即時払等のクレジット利用のない相談は近年下げ止まりの傾向である。

### 消費者契約の決済における信用供与の状況の推移

	28年度	29年度	30年度	元年度	2年度	増減%	構成比%
借金契約	1,911	1,791	1,731	1,487	1,314	▲ 11.6	2.7
クレジット利用	5,544	6,122	6,739	7,937	9,602	21.0	19.6
クレジット利用なし	23,287	20,586	19,617	19,307	19,596	1.5	39.9
現金等即時払	17,844	15,440	14,549	14,795	14,809	0.1	30.2
即時払以外	5,443	5,146	5,068	4,512	4,787	6.1	9.8
不明・無関係	13,737	18,425	27,123	21,539	18,567	▲ 13.8	37.8
合 計	44,479	46,924	55,210	50,270	49,079	▲ 2.4	100.0

- ※借金契約 金融機関から金銭を借りた場合、又は借りることを前提とした相談。銀行、サラ金等の消費者ローン、クレジットカードによるキャッシング、預貯金・不動産を担保にした貸付などが該当する。
- ※クレジット 商品やサービスの販売代金の全部又は一部を信販会社等が立替払いし、消費者が後払いをする販売信用のこと。
- ※現金等即時払 商品やサービスの提供と引き換えに、販売代金の全部を現金、デビットカード、銀行振込等で一括して支払い、決済すること。
- ※即時払以外 信用供与を伴わない即時払以外の支払方法。冠婚葬祭互助会やデパートの「友の会」の積立て、プリペイドカード、プリペイド式電子マネーなどが該当する。

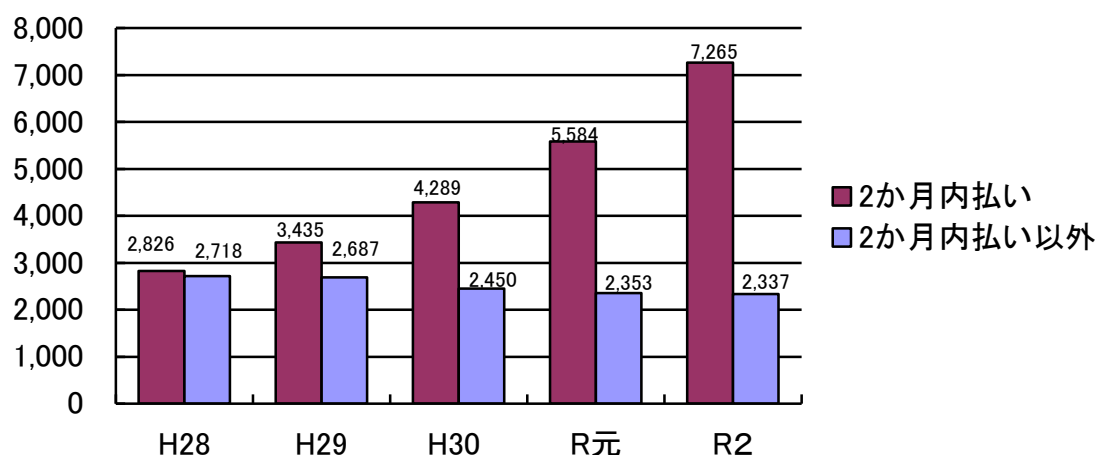
クレジット利用の内訳をみると、「2か月以内払い」が7,265件で、元年度に比べ1,681件増加(30.1%増)し、クレジット契約全体のうち75.7%であった。また、28年度以降の推移でも約2.5倍に増加している。これは、クレジットカードが通信販売等の取引において、主要な決済手段となった状況を反映している。

なお、「個別信用」は2年度は879件で27年度の1,479件をピークに一貫して減少しており、「包括信用」は855件でここ3年間は減少傾向を示している。

### クレジット利用内訳の推移

	28年度	29年度	30年度	元年度	2年度	増減%	構成比%
自社割賦	249	187	165	147	156	6.1	1.6
個別信用	1,375	1,286	1,037	950	879	▲ 7.5	9.2
包括信用	868	957	925	906	855	▲ 5.6	8.9
2か月内払い	2,826	3,435	4,289	5,584	7,265	30.1	75.7
他の販売信用	34	34	42	40	51	27.5	0.5
不明	192	223	281	310	396	27.7	4.1
合計	5,544	6,122	6,739	7,937	9,602	21.0	100.0

### 2か月内払いと2か月内払い以外のクレジット利用件数の推移



- ※自社割賦 販売店自ら(自社)が消費者に信用供与をしている場合。
- ※個別信用 販売店、信販会社、金融機関等三者以上にまたがる場合でクレジットカード等を利用しないもの。2か月を超えて支払う方法。
- ※包括信用 販売店、信販会社、金融機関等三者以上にまたがる場合でクレジットカード等を提示し、2か月を超えて支払う方法。
- ※2か月内払い 翌月一括払い(マンスリークリア)など、2か月未満で支払いが完了するもの。

クレジット利用をした商品・サービス別件数をみると、最も多かったのは「デジタルコンテンツ」(オンラインゲーム、出会い系サイト、セキュリティソフト、情報商材など)であり、2年度は1,430件で元年度に比べ195件増加(15.8%増)した。

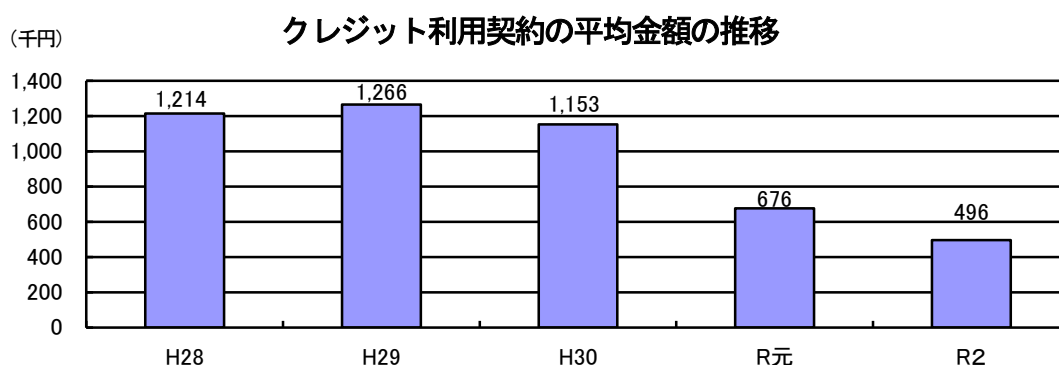
上位3位までは引き続き「健康食品」、「化粧品」と通信販売で購入する機会の多い商品が占めるが、2年度は新型コロナ関係でマスクの需要急増を背景に、「保健衛生品その他」が5番目に入った。

### クレジット利用をした商品・サービス別件数の推移（上位5項目）

	28年度		29年度		30年度		元年度		2年度	
1	デジタルコンテンツ	797	デジタルコンテンツ	990	デジタルコンテンツ	1,463	デジタルコンテンツ	1,235	デジタルコンテンツ	1,430
2	エステティックサービス	274	エステティックサービス	352	健康食品	330	健康食品	834	健康食品	1,144
3	四輪自動車	203	四輪自動車	197	化粧品	304	化粧品	592	化粧品	664
4	携帯電話サービス	186	携帯電話サービス	172	携帯電話サービス	198	四輪自動車	201	エステティックサービス	215
5	携帯電話	169	携帯電話	130	エステティックサービス	188	エステティックサービス	196	保健衛生品その他	209
	全件数	5,544	—	6,122	—	6,739	—	7,937	—	9,602

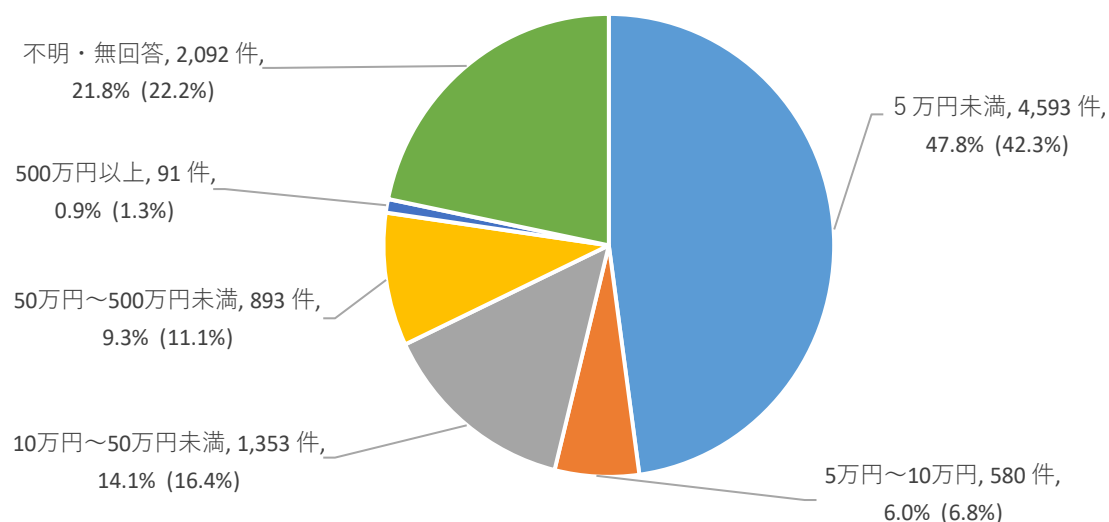
2年度のクレジット利用の平均購入金額は49万6千円で、元年度に比べて18万円減少（26.6%減）した。

これは購入金額が5万円未満のクレジット利用件数が4,593件で全体の半分近くを占めることとなり、少額な取引にもクレジットが利用される傾向が一層強くなった状況を反映している。



#### クレジット利用件数の金額別内訳

( ) は元年度の構成比

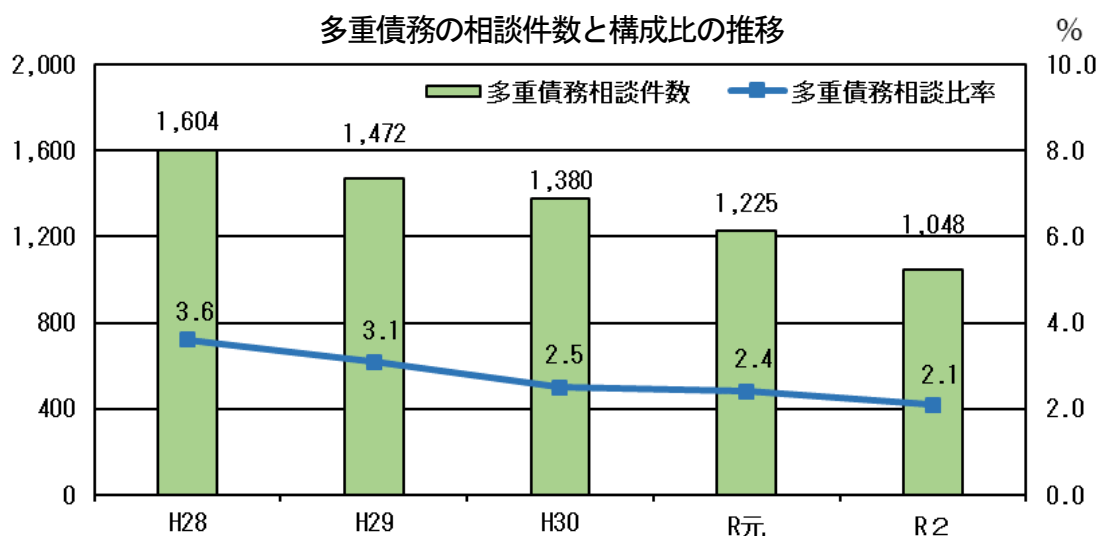




## 8 多重債務に関する相談

2年度の多重債務に関する相談件数は1,048件、苦情相談全体に対する構成比は2.1%で、元年度と比べて件数、構成比とも減少した。22年度の3,357件をピークに減少傾向となっており、これは平成22年6月に改正貸金業法が完全施行され、借入れ上限を定めた「総量規制」等の規制効果が現れているものと思われる。

また、2年度の多重債務関連の相談傾向としては、新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、失業又は仕事が減って、月々の返済が苦しいといった相談が多く寄せられた点が挙げられる。



契約当事者の年代別件数をみると、元年度と比べ、20歳代を除き全体的に減少している。構成比としては50歳代が最も多かった。

**契約当事者の年代別件数**

	2年度		元年度		増減(件)
	件数	構成比(%)	件数	構成比(%)	
70歳以上	165	15.7	180	14.7	▲ 15
60歳代	140	13.4	172	14.0	▲ 32
50歳代	209	19.9	248	20.2	▲ 39
40歳代	165	15.7	233	19.0	▲ 68
30歳代	135	12.9	163	13.3	▲ 28
20歳代	142	13.5	134	10.9	8
20歳未満	2	0.2	5	0.4	▲ 3
不明	90	8.6	90	7.3	0
合計	1,048	100.0	1,225	100.0	▲ 177

職業別件数を見ると「給与生活者」が最も多く、468件（44.7％）であった。

次いで「無職」が410件（39.1％）となっており、元年度と比べて構成比に大きな変化はない。

#### 契約当事者の職業別件数

	2年度		元年度		増減（件）
	件数	構成比（％）	件数	構成比（％）	
給与生活者	468	44.7	562	45.9	▲ 94
自営・自由業	48	4.6	46	3.8	2
家事従事者	44	4.2	48	3.9	▲ 4
学生	3	0.3	18	1.5	▲ 15
無職	410	39.1	484	39.5	▲ 74
その他・不明	75	7.2	67	5.5	8
合計	1,048	100.0	1,225	100.0	▲ 177

借入金額別に見ると、最も多い「100万円～500万円未満」が全体の25.3％を占める。次いで「10万円～100万円未満」が21.1％と続く。

全体構成比は元年度とほぼ変わらない。平均金額は元年度から約185万2千円減少（41.6％減）し、約260万2千円となった。

#### 借入金額別件数

	2年度		元年度		増減（件）
	件数	構成比（％）	件数	構成比（％）	
1万円未満	3	0.3	5	0.4	▲ 2
1万円～10万円未満	27	2.6	35	2.9	▲ 8
10万円～100万円未満	221	21.1	257	21.0	▲ 36
100万円～500万円未満	265	25.3	273	22.3	▲ 8
500万円～1億円未満	72	6.9	110	9.0	▲ 38
1億円以上	0	0.0	2	0.2	▲ 2
無回答	460	43.9	543	44.3	▲ 83
合計	1,048	100.0	1,225	100.0	▲ 177
平均金額	2,601,741円		4,453,296円		▲1,851,555円

また、貸金業法に違反する「ヤミ金融」に関する相談件数は、2年度が26件であり、取り締まりを強化した平成22年度の改正貸金業法の完全施行以来、減少傾向にある。

#### 「ヤミ金融」に関する相談件数

	28年度	29年度	30年度	元年度	2年度
件数	54	49	56	36	26

## 9 危害・危険に関する相談

「危害」とは商品・サービスに関連して人身に被害が発生したこと、「危険」とは人身に被害が発生するおそれがあることである。

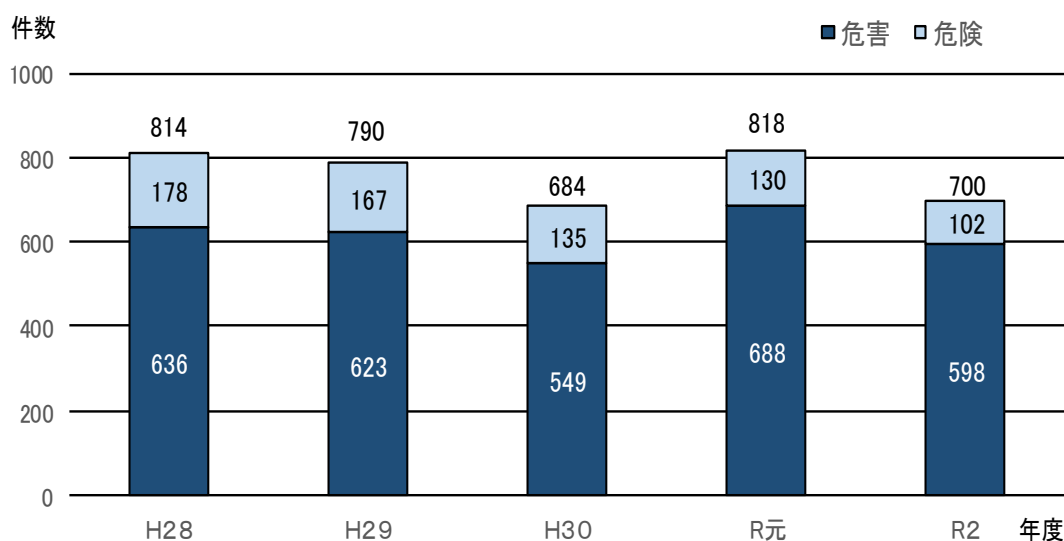
製品事故等に関する情報の収集制度は、平成19年5月14日に施行された改正消費生活用製品安全法により規定され、消費生活用製品に係る製品事故についての製造事業者等の報告義務と、国による事故情報の公表等の措置が設けられた。

また、平成21年9月1日の消費者庁の発足に伴って消費者安全法が施行され、消費者事故等の発生情報を各行政機関（国、都道府県、市町村）が把握したときは、消費者庁に事故情報を一元的に集約し、その分析・原因究明等を行い被害の発生・拡大防止を図ることとなった。

### (1) 件数の推移

2年度の危害・危険に関する相談件数は700件（危害598件、危険102件）で、元年度の818件に比べ118件減少（14.4%減）した。

危害・危険に関する相談件数の推移



### (2) 危害に関する相談

2年度の危害に関する相談件数は598件で、元年度の688件に比べ90件減少（13.1%減）した。

このうち「健康食品」に関するものが151件で元年度に比べ32件減少（17.5%減）したものの1位に、「化粧品」が106件と元年度に比べ24件減少（18.5%減）で2位に、次いで医療に関する相談が80件となっている。

事例としては、健康食品や化粧品による吐き気や発疹などの症状が出た、医療や理美容関係では術後に腫れなどの皮膚障害が出た、というものが主である。

### 危害に関する相談の推移（上位5項目）

順位	28年度			29年度			30年度			元年度			2年度		
	項目	件数	構成比%	項目	件数	構成比%	項目	件数	構成比%	項目	件数	構成比%	項目	件数	構成比%
1	健康食品	111	17.5	健康食品	100	16.1	医療	85	15.5	健康食品	183	26.6	健康食品	151	25.3
2	医療	100	15.7	医療	87	14.0	健康食品	83	15.1	化粧品	130	18.9	化粧品	106	17.7
3	化粧品	61	9.6	化粧品	66	10.6	化粧品	82	14.9	医療	95	13.8	医療	80	13.4
4	理美容	49	7.7	理美容	55	8.8	理美容	46	8.4	理美容	47	6.8	理美容	31	5.2
5	外食・食事宅配	26	4.1	飲料	23	3.7	外食・食事宅配	16	2.9	外食・食事宅配	17	2.5	レンタル・リース・貸借	18	3.0
合計	636			623			549			688			598		

### 危害に関する主な事例（上位5項目）

分類	主な事例
健康食品	<p>インターネット通販で白髪が黒くなるサプリメントを定期購入した。飲んだら発疹が出てかゆくなったので、飲むのをやめたら治まった。私はアレルギー体質なので解約したい。</p> <p>即効性があるというインターネット広告を見て購入したダイエットサプリメントを飲んだら、めまいと吐き気の症状が出た。調べてみたら一部に食品に使えない成分が入っているようだ。サプリメントを調べてほしい。</p>
化粧品	<p>手作り品販売サイトで出品者から石鹼を購入し、顔や体に使用したら赤くかぶれた。調べてみると顔や体に使う化粧石鹼を販売するには許可が必要とあった。薬機法違反ではないか。</p> <p>インターネットで定期便の脱毛クリームを購入した。使用後にかゆみと痛みを伴った帯状の発疹があらわれた。皮膚科医には使用を止められているが、発疹跡が残ってしまった。解約を希望する。</p>
医療	<p>ひげ脱毛を美容外科で行ったところ、施術中に肌が白くなる異常が発生し中断した。その後発赤し水膨れになり、やけどをしたような状態になった。どこまで補償を求められるか心配である。</p>
理美容	<p>美容院でカットとトリートメントをしたところ顔が腫れる症状が出た。医師の診断を受けたところ「トリートメントによるアレルギーの可能性が高い」とのこと。アレルギーを引き起こした成分を特定することが必要か。</p>
レンタル・リース・貸借	<p>介護保険でレンタルした補助歩行器を使っていたが、あるとき歩行器の開閉で指を挟んでしまった。この歩行器は海外からの輸入品で国内規格と違ったようである。補償についての話し合いをしたい。</p>

### (3) 危険に関する相談

2年度の危険に関する相談は102件で、元年度の130件と比べ28件減少(21.5%減)した。

最も多かったのは2年度も「自動車」に関するもので18件であった。次いでドライヤーや脱毛器などの「理美容器具・用品」が12件で2番目に多い項目となった。

事例としては、中古自動車の不具合、電気製品の過熱・発煙・発火や破損が多い。

#### 危険に関する相談の推移 (上位5項目)

順位	28年度			29年度			30年度			元年度			2年度		
	項目	件数	構成比%	項目	件数	構成比%	項目	件数	構成比%	項目	件数	構成比%	項目	件数	構成比%
1	食生活機器	22	12.4	自動車	24	14.4	自動車	19	14.1	自動車	19	14.6	自動車	18	17.6
2	空調・冷暖房機器	16	9.0	空調・冷暖房機器	16	9.6	食生活機器	18	13.3	空調・冷暖房機器	15	11.5	理美容器具・用品	12	11.8
3	自動車	14	7.9	食生活機器	13	7.8	調理食品	10	7.4	電話機・電話機用品	9	6.9	空調・冷暖房機器	8	7.8
4	食器・台所用品	12	6.7	調理食品	8	4.8	空調・冷暖房機器	9	6.7	食器・台所用品	5	3.8	電話機・電話機用品	7	6.9
5	電話機・電話機用品	12	6.7	菓子類	7	4.2	外食・食事宅配	6	4.4	自転車用品	5	3.8	調理食品	5	4.9
合計	178			167			135			130			102		

#### 危険に関する主な事例 (上位5項目)

分類	主な事例
自動車	外国製中古車を購入したが納車直後にタイヤがパンクした。業者に見てもらったところ、タイヤの軸となるボルトが不適合で、タイヤ交換をしてもホイールがタイヤを傷つける可能性が高いとのこと。返金を希望する。
理美容器具・用品	3年前に購入したヘアドライヤーを使用中に、本体からコードが取れて火花が散り、部屋中が煙で充満した。メーカーは修理するというが怖くて使えない。返金するか新品に交換してもらいたい。
空調・冷暖房機器	ホームセンターで購入した石油ストーブを初めて使用する際に、燃烧筒を固定する段ボールを外さなかったために発火してしまった。開梱時の注意の案内をもっとわかりやすくしてほしい。
電話機・電話機用品	インターネット通販でスマートフォンの非純正モバイルバッテリー急速充電器を購入した。毎日利用して2か月後、充電を開始して40分くらいで発煙しており、バッテリーの差し込み部分が黒くなり溶けていた。返金を希望する。
調理食品	レトルトの pastaソースを食べたところ、金属片が出てきた。メーカーの調査によるとアルミ片であるが、製造工程でアルミは使用していないとのこと。このメーカーの商品をよく利用するので心配である。

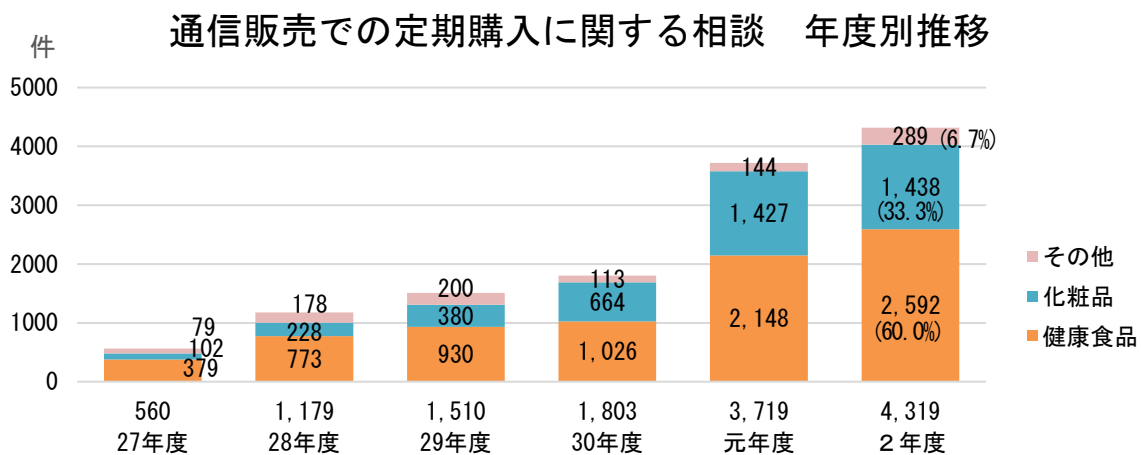
### Ⅲ 特徴的な相談

#### 1 通信販売での定期購入に関する相談

通信販売での定期購入トラブルに関する相談が依然として増加している。2年度は4,319件で、元年度の3,719件から600件増加（16.1%増）した。

インターネットの広告では定期購入と確認できなかった、解約のメールを送信したが次回の商品が届いてしまった、解約したいが電話が繋がらない、などの相談が寄せられた。

商品別にみると、「健康食品」が2,592件（構成比60.0%）、「化粧品」が1,438件（構成比33.3%）で、両者が大部分を占めた。



※元年度年報から抽出方法を見直したため、29年度以前の年報の数値と一致しない。

契約当事者の男女比をみると、女性が3,165件で、元年度に比べて665件増加（26.6%増）し、73.3%と多数を占めた。

年代別では、元年度と同様、件数が多い順に50歳代、40歳代、60歳代と続く。

増加率が高いのは50歳代以上の年代で、なかでも70歳代は60.2%、80歳以上は38.5%増加している。いずれの年代も、サプリメントに関する相談が増加した。

#### 性別・年代別件数

年齢	2年度					元年度					増減 (件)	増減 (%)
	男	女	不明等	計	構成比%	男	女	不明等	計	構成比%		
80歳以上	55	88	1	144	3.3	40	64	0	104	2.8	40	38.5
70歳代	150	271	2	423	9.8	91	172	1	264	7.1	159	60.2
60歳代	153	469	1	623	14.4	147	341	0	488	13.1	135	27.7
50歳代	213	763	1	977	22.6	183	617	4	804	21.6	173	21.5
40歳代	177	641	1	819	19.0	184	580	1	765	20.6	54	7.1
30歳代	90	277	5	372	8.6	104	219	2	325	8.7	47	14.5
20歳代	106	242	4	352	8.2	178	148	2	328	8.8	24	7.3
20歳未満	134	297	7	438	10.1	212	250	6	468	12.6	▲30	▲6.4
不明	35	117	19	171	4.0	44	109	20	173	4.7	▲2	▲1.2
合計	1,113	3,165	41	4,319	100.0	1,183	2,500	36	3,719	100.0	600	16.1
構成比%	25.8	73.3	0.9	100.0		31.8	67.2	1.0	100.0			
増減(件)	▲70	665										
増減(%)	▲5.9	26.6										

契約金額別にみると、5万円未満の契約が中心となっており、中でも「1万円以上5万円未満」の契約が、1,402件と最も多かった。

2年度は1万円未満の契約の増加率が高く、「千円以上1万円未満」が159件増加（17.8%増）、「千円未満」が86件増加（23.4%増）した。

#### 契約金額別件数

金額	2年度		元年度		増減(件)	増減(%)
	件数	構成比%	件数	構成比%		
千円未満	454	10.5	368	9.9	86	23.4
千円～1万円未満	1,052	24.4	893	24.0	159	17.8
1万円～5万円未満	1,402	32.5	1,386	37.3	16	1.2
5万円～10万円未満	65	1.5	36	1.0	29	80.6
10万円～50万円未満	14	0.3	16	0.4	▲2	▲12.5
50万円～100万円未満	0	0.0	1	0.0	▲1	▲100.0
100万円以上	0	0.0	0	0.0	0	0.0
不明	1,332	30.8	1,019	27.4	313	30.7
合計	4,319	100.0	3,719	100.0	600	16.1
平均金額	16,145円		17,873円			

内容別にみると、1位から6位まで元年度と順位が変わらず、相談内容に同じ傾向をみて取ることができる。スマートフォンなどで電子広告を見て契約に進んだ相談が多く、「インターネット通販」や「電子広告」の件数が多くなっている。

最も増加率が高かったのは「SNS」（71.4%増）に関する相談である。SNSを利用している際、画面に表示された電子広告から商品注文手続きに進んだという相談や、解約申し出手段をSNSに限定されたという相談があった。

#### 内容別件数（複数選択項目）（上位10項目）

順位	内容キーワード ( )内は元年度順位	2年度		元年度		増減(件)	増減(%)
		件数	構成比%	件数	構成比%		
1	インターネット通販(1)	3,711	85.9	3,285	88.3	426	13.0
2	解約(2)	3,499	81.0	3,091	83.1	408	13.2
3	電子広告(3)	1,634	37.8	1,470	39.5	164	11.2
4	連絡不能(4)	1,224	28.3	975	26.2	249	25.5
5	返品(5)	665	15.4	616	16.6	49	8.0
6	高価格・料金(6)	573	13.3	522	14.0	51	9.8
7	瘦身(8)	459	10.6	385	10.4	74	19.2
8	SNS(11)	432	10.0	252	6.8	180	71.4
9	未成年者契約(7)	402	9.3	446	12.0	▲44	▲9.9
10	クレーム処理(12)	313	7.2	202	5.4	111	55.0
	全件数	4,319	100.0	3,719	100.0	600	16.1

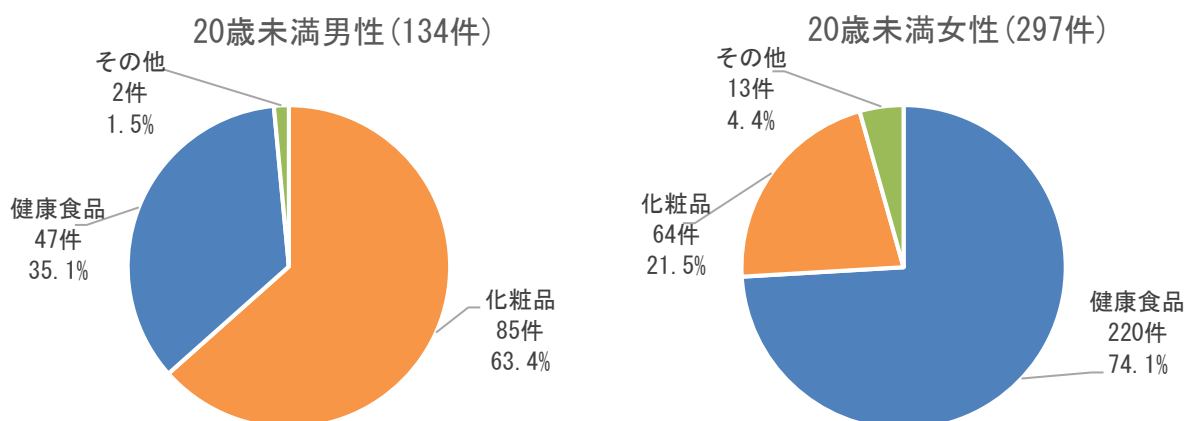
ここで、通信販売での定期購入に関する相談が、すべての苦情相談件数に占める割合を年代別にみると、20歳未満の割合が1,440件中438件で30.4%と、他の年代と比較して高くなっている。

### 通信販売での定期購入に関する相談の占める割合

年代	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	不明	合計
定期購入	438	352	372	819	977	623	567	171	4319
全苦情相談	1,440	5,056	5,377	7,262	7,670	6,510	10,736	5,028	49,079
割合	30.4%	7.0%	6.9%	11.3%	12.7%	9.6%	5.3%	3.4%	8.8%

20歳未満が契約当事者になった相談のうち、性別が判明したもの（男性134件、女性297件）について、商品・サービス別件数をみると、男性では「化粧品」が85件で最も多い。これは、除毛・脱毛クリームに関する相談が多く寄せられたことによる。女性で最も多い「健康食品」に関する相談（220件）では、サプリメント、とりわけダイエットサプリメントに関する相談が多い。

### 商品・サービス別件数（性別判明分に限る）



また、20歳未満の世代について、男女別に契約金額をみると、いずれも全年代の傾向と同じく、「1万円～5万円未満」の件数が最も多くなっている。

「初回お試し500円」など安価な金額が表示されていても、定期コースを申し込んだ際の限定価格で、2回目以降の通常価格は数千円であり、定期購入となっていたため総額は2万円を超えたなどといった相談が寄せられている。

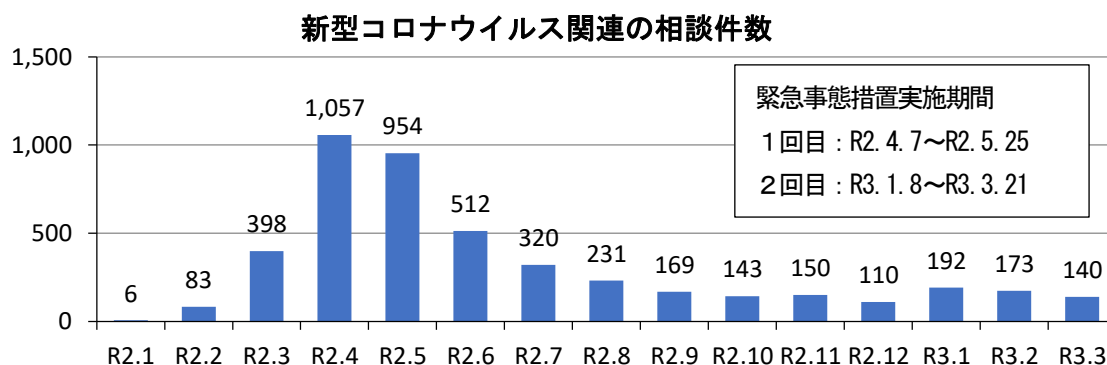
### 契約金額別件数

	男性	女性	不明	全体
～千円未満	25	37	2	64
千円～1万円未満	29	44	1	74
1万円～5万円未満	60	124	2	186
5万円～10万円未満	3	10	0	13
10万円～50万円未満	0	0	0	0
50万円～100万円未満	0	0	0	0
100万円以上	0	0	0	0
不明	17	82	2	101
合計	134	297	7	438

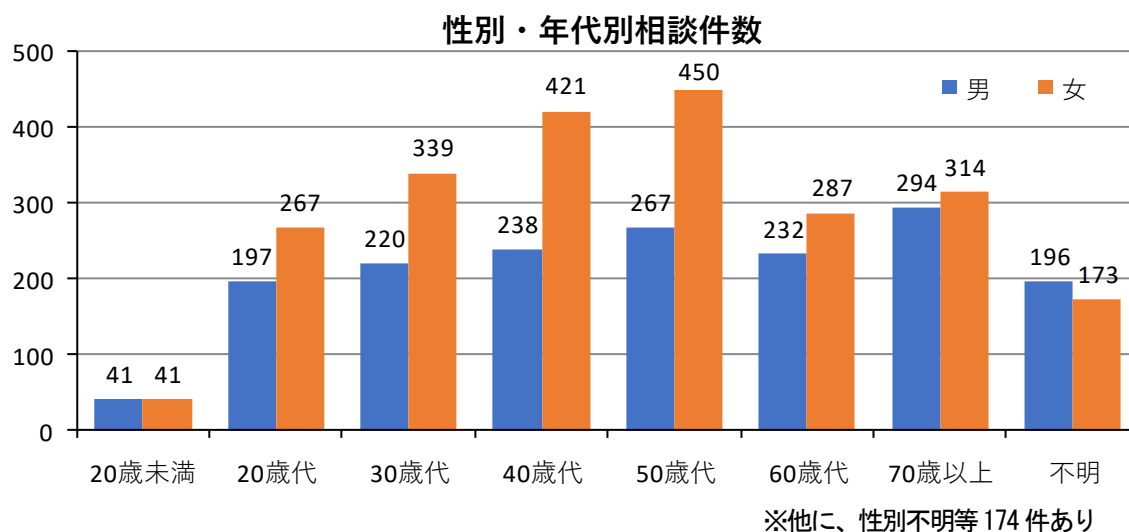


## 2 新型コロナウイルスに関連する相談

2年度の新型コロナウイルス関連の相談は4,151件である。2年4月の緊急事態宣言（1回目）に伴い相談件数は急増し、4月は1,057件、5月は954件であったが、感染拡大の沈静化に伴い徐々に減少した。また、3年1月の緊急事態宣言（2回目）の際も若干の増加がみられた。



契約当事者の性別は、男性が1,685件、女性が2,292件であり、年齢は、男性は70歳以上、女性は50歳代が最も多いが、男女ともに20歳代から70歳以上の各世代からまんべんなく相談が見られる。



商品・サービス別では、マスクをはじめとする「保健衛生品その他」が1,167件と最も多く、「注文したマスクが送られてこない」等の相談があった。次いで、「結婚式」が236件となっており、「結婚式の延期を申し出たところ自己都合とされ延期料金を請求された」等の相談があった。また、「スポーツ・健康教室」が198件であり、関連する「スポーツ施設利用」が81件となっている。「業者都合で休業しているのに休会費を払わなければいけないのは納得がいかない」等の相談があった。

その他、保健衛生品関連では、主にパルスオキシメーターについての「他の医療用具」が132件、「消毒殺菌剤」が105件となっており、ともに「注文した商品が送られてこない」等の相談があった。旅行に関連する相談として、「航空サービス」（102件）についての相談も多く寄せられている。「欠航となったチケットの払い戻しがされず、航空会社と連絡がつかない」等の相談があった。

### 商品・サービス別件数(上位10項目)

順位	項目	件数	構成比%
1	保健衛生品その他	1,167	28.1
2	結婚式	236	5.7
3	スポーツ・健康教室	198	4.8
4	他の医療用具	132	3.2
5	商品一般	106	2.6
6	消毒殺菌剤	105	2.5
7	航空サービス	102	2.5
8	デジタルコンテンツ	99	2.4
9	フリーローン・サラ金	82	2.0
10	スポーツ施設利用	81	2.0
	全 件 数	4,151	100.0

内容別では、「解約」が1, 259件と最も多く、「感染症を懸念し、予約している海外航空券をキャンセルしたいが、事業者につながらない」等の相談があった。

解約に関連する相談としては、「チケットを取っているコンサートが延期になってしまった。チケット代の払い戻しをしてほしい」といった「返金」(832件)や、「結婚式を一度無償で延期してもらっていたが、招待者が参加できずキャンセルを申し出たところ、規約どおりのキャンセル料を請求された」といった「解約料」(471件)も多い。

2番目に多いのが「インターネット通販」で、件数は1, 180件あった。「パルスオキシメーターをインターネット通販で注文したがフィッシングサイトだと分かった」「食事のデリバリーを依頼したところ、商品は届かないにもかかわらず代金は請求された」等の相談がある。

その他、事業者が休業しており連絡しても通じないという「連絡不能」(846件)や、注文していない荷物が一方的に送り付けられたという「ネガティブオプション」(377件)についての相談があった。

### 内容別相談件数(複数選択項目)

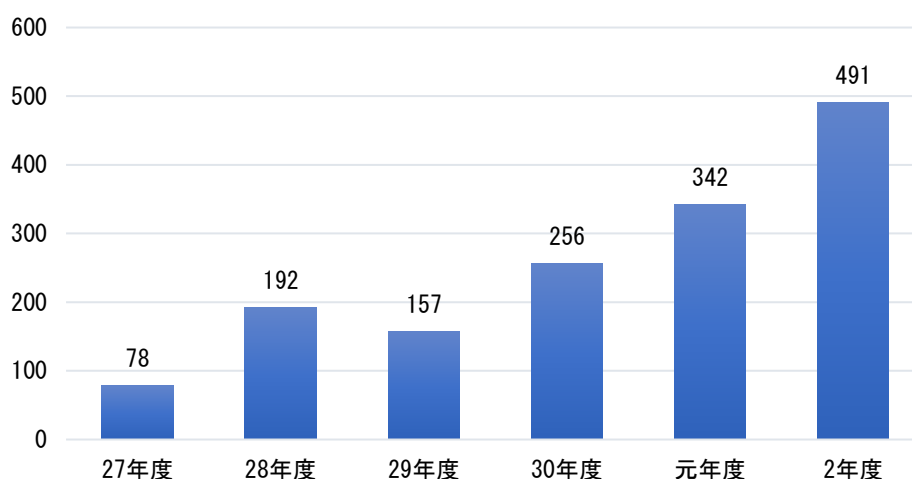
順位	内容キーワード	件数	構成比%
1	解約	1,259	30.3
2	インターネット通販	1,180	28.4
3	連絡不能	846	20.4
4	返金	832	20.0
5	解約料	471	11.3
6	ネガティブオプション	377	9.1
7	高価格・料金	369	8.9
8	クレーム処理	368	8.9
9	信用性	296	7.1
10	商品未着	279	6.7
	全 件 数	4,151	100.0

### 3 「保険金が使える」と勧誘する住宅修理サービスに関する相談

自宅を訪問され、屋根や雨どいを「火災保険を使って修理しませんか。保険申請のサポートもします。」などと勧誘され、解約を申し出ると違約金を請求されるなどといった相談が29年度以降増加している。

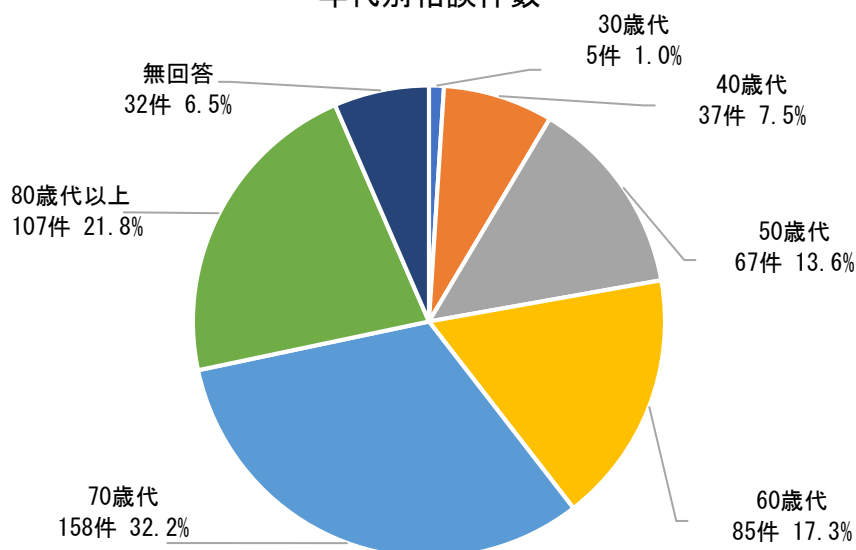
2年度の相談件数は491件で、元年度の342件と比較して149件増加（43.6%増）した。

#### 年度別相談件数

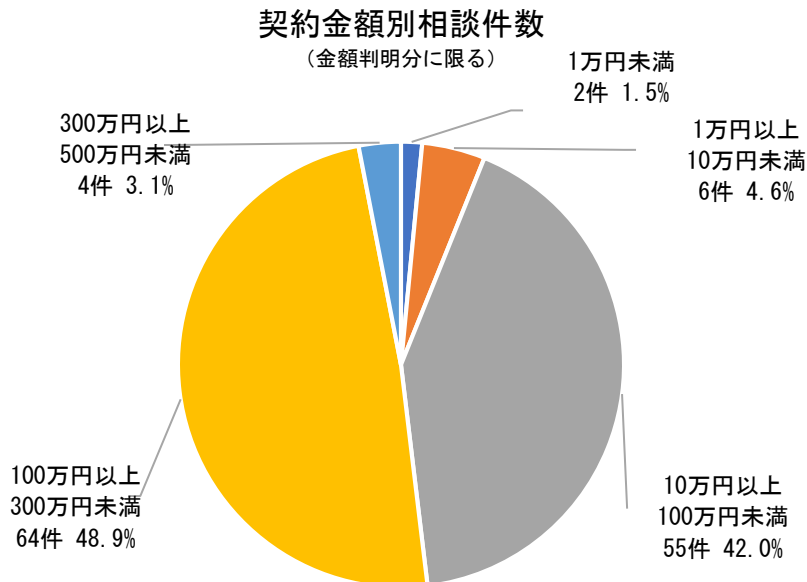


年代別にみると、70歳代が158件（構成比32.2%）と最も多く、次いで80歳代以上が107件（構成比21.8%）となっている。家に直接訪問して勧誘することが多く、在宅率の高い60歳代以上の相談が7割以上を占めている。

#### 年代別相談件数



契約金額が判明している相談（131件）について、契約金額別にみると、「100万円以上300万円未満」の相談が64件（構成比48.9%）と最も多く、次いで、「10万円以上100万円未満」の相談が55件（構成比42.0%）となっている。平均契約金額は、約112万4千円であった。



内容別にみると、家に訪問して勧誘する「家庭訪販」や、事業者の「信用性」に関する相談が多い。次いで「クーリング・オフ」、「解約」に関する相談が多くなっている。

「業者が突然訪問してきて、保険を利用して屋根や雨どいの修理ができると勧誘されたが、契約書を作成せず、書類の写しももらえず不審なので断りたい」といった相談や、「契約はしたが、後で考え直して怪しいと思い解約を申し出たところ、高額な解約料や違約金を請求された」といった相談があった。

内容別件数（複数選択項目）（上位10項目）

順位	内容キーワード	件数	構成比%
1	家庭訪販	396	80.7
2	信用性	184	37.5
3	クーリング・オフ	152	31.0
4	解約	115	23.4
5	無料商法	109	22.2
6	契約書・書面	82	16.7
7	虚偽説明	56	11.4
8	見積り	53	10.8
9	高価格・料金	49	10.0
10	書面不備	47	9.6
全件数		491	100.0

## IV 相談事例

### 1 取引方法ごとの相談事例

#### (1) 店舗販売 (14頁参照)

##### 【不動産貸借】

8年間住んでいた賃貸住宅を退去した。解約精算書の内訳をみると全ての部屋のクロス張替えや窓ガラスの修理代等で約63万円の請求になっている。クロス  
の張替えや窓ガラスの修繕などが必要なのはわかるが、あまりに高額で納得でき  
ない。高額な原状回復費用を全額払わないといけないのか。

(30歳代・男性・自営・自由業)

- \* 賃貸住宅の退去時における敷金返還や原状回復費用について相談が寄せられました。国土交通省では、「原状回復をめぐるトラブルとガイドライン」を公表しています。

##### 【四輪自動車】

中古車を購入した。購入当初からエンジン音が大きく、1か月ほど乗ったところ故障した。販社に持ち込み修理を依頼したが、今回の修理は保証の対象外と言われた。購入時に販社から勧められて保証契約に入っていたのに、全額自費となるのは納得できない。

(50歳代・男性・自営・自由業)

- \* 四輪自動車に関する相談では、中古車に関するものが多く寄せられました。

##### 【携帯電話サービス】

スマートフォンの通信事業者を変更しようと考えていたところ、ショッピングモール内で「契約の更新月でなくても違約金と手数料がかからないように通信事業者を変更できる」と勧誘されたため契約した。しかし、10日後に違約金と手数料の請求があり、販売店に確認したが、「どうしようもない。対応したセールスマンは契約社員であり、今どこにいるかわからない」と言われた。販社に違約金と手数料を負担してほしい。

(80歳代・男性・無職)

- \* 販社の説明不足が原因と考えられるトラブルについての相談が寄せられました。

##### 【フリーローン・サラ金】

数年前に、サラ金から90万円を借りた。その後、毎月の返済が苦しく新たに他社から借りることを繰り返した結果、合計4社から400万円程借りてしまった。月々の返済が難しい。どうしたらいいか。

(20歳代・男性・給与生活者)

- \* 生活費や他の借金返済の不足分としてさらに借入を続けていくうちに多重債務に陥ってしまったといった相談が多数寄せられました。

### 【工事・建築】

一戸建てを建築するにあたり、工務店の紹介で土地を購入した。購入前に確認したところ、地盤改良工事は必要ないとのことだったので、信じて購入した。しかし着工直前に地盤調査したところ、地盤が緩く改良工事が必要で、約60万円かかると言われた。納得できない。(30歳代・男性・給与生活者)

\* 工事・建築に関する相談では、新築工事に関する相談が寄せられました。

## (2) 訪問販売 (14頁参照)

### 【工事・建築】

隣家の建て直し工事を担当している工事業者の下請け業者の訪問があり、お宅の屋根が崩れていて隣の工事に支障が出ているため直したいと言ってきた。修理費は無料と言われ、了承した。しばらくして、瓦がずれている写真を見せられ、通行人に落ちてきそうな危ない状態で、簡単な修理では直せない、20万円ほどかかる工事が必要だが、火災保険で半分は賄えると言われた。次の日、見積もりを持参のうえ説明があり、間違いなく保険がおりると言われ、契約を結んだ。その後、損害保険会社へ確認したところ、天災なら保険がおりることもあるが、少額の可能性があると言われ、工事の担当者へ保留を申し出た。しかし、今やめれば15万円の違約金がかかる、保険がおりなかったことはないと言われた。既に工事は始まったが、中断してもらった。工事の契約を解除したい。

(50歳代・女性・無職)

\* 自宅を突然訪問し、保険金を使えるなどと言って高額な工事の勧誘をする業者についての相談が寄せられました。

### 【修理サービス】

現在、戸建て住宅で一人暮らしをしている。3週間前、突然訪問してきた業者から「雨どいがゆがんでいる」と言われ、保険金を使った工事の勧誘を受けた。断っているにも関わらず、玄関に居座って帰ろうとしなかったため、やむを得ず保険申請及び工事請負契約書へサインした。金額は口頭で「120万円くらい」と伝えられ、クーリング・オフの説明はなかった。後日、高齢者を狙う悪徳商法について知り、自分が同じ目に遭っていると気づいた。この業者に頼みたくない。

(80歳代・女性・無職)

\* 高齢者から「保険金を使える」と勧誘する住宅修理サービスに関する相談が寄せられました。

### 【電気】

自宅を訪問してきた営業員から、電気代が安くなると勧誘を受け、検針票を見せてしまった。携帯電話で、書類上のQRコードを読み取るように言われ、言われるがままに読み取ったところ、画面上に「契約を更新しますか」と表示された。タップしてしまうと契約が変更されてしまうと思ったため、操作をやめて営業員に帰ってもらった。検針票を見せてしまったことが心配だ。電力会社を変更したくない。営業員から名刺や書面は一切受け取っていない。

(30歳代・女性・給与生活者)

- \* 電力会社を名乗る営業員から勧誘を受け、検針票を見せたところ、そのまま契約させられそうになった、あるいは契約させられたといった相談が寄せられています。

## (3) 通信販売 (15頁参照)

### 【デジタルコンテンツ】

パソコンでアダルトサイトを検索し、動画再生ボタンをクリックしたところ、突然「登録ありがとうございました」と40万円の請求画面が表示された。驚いて画面上の連絡先へ電話を掛けたがつながらなかった。今後どうしたらいいのか。

(50歳代・男性・不明)

- \* アダルトサイトのワンクリック詐欺に関する相談が多数寄せられています。ワンクリック詐欺とは、登録完了画面を表示させ、契約が成立したかのように見せかけ、多額の料金支払を求める手口です。

### 【健康食品】

動画広告を見て、ダイエットサプリメントを注文した。動画広告からは確認できなかったが、注文後に定期購入だと気がついた。すぐに注文のキャンセルをメールで送ったが、数日後に初回分お試し価格のサプリメントが届いた。何度も電話をかけ、解約の意思を伝えようとしたが全くつながらない。2週間ほどして、2回目の商品が届いた。返品したい旨を再度メールで伝えたところ、初回分を定価清算するか、2回目の代金を支払えば解約に応じるとの返信があった。言われたとおり、2回目の代金を支払ったが、解約を確認できるような連絡はない。どうしたらいいか。

(40歳代・女性・給与生活者)

- \* 1回だけのつもりで申し込んだら定期購入になっていた、解約したいが業者に連絡がつかないといった相談が多数寄せられました。

### 【商品一般】

スマートフォンに「ご利用料金のお支払い確認が取れていません。本日中に連絡なき場合は、手続きに入ります」とのメッセージがあった。発信者の名前が、よく利用する大手ECサイトの名前だったので、念のために電話した。確認のためと言われ、名前、住所、生年月日を聞かれて答えてしまった。話をしているうちに不信感を覚え、支払いはしないとはっきり断って電話を切ったが、今後請求書が届くなどトラブルにならないか不安である。

(60歳代・男性・給与生活者)

\* 身に覚えのない商品代金の請求などに関する相談が寄せられました。

### 【保健衛生品その他】

レディースファッション通販サイトでマスクを注文した。注文確認メールが届き、5日以内に指定された個人名の口座に代金を振り込むように指示があったので、振り込んだ。すぐに入金確認のメールが届き、配達予定日や、配送業者名等が記載されていたので、配達予定日まで待っていた。しかし期日を過ぎても商品が届かないのでメールで問い合わせたが返信がない。注文したサイトも開こうとしても開けない。

(60歳代・女性・給与生活者)

\* インターネット通販で注文したマスクが届かないなどの相談が多く寄せられました。

### 【化粧品】

未成年の子供が、保護者の許可を得ずにスマートフォンから化粧品を注文してしまった。メッセージアプリの広告を見て、500円のお試し商品だと思っていたが、2回目の商品が届き、4回の定期購入だと分かった。2回目以降は初回の10倍以上の額になっている。未成年者取消しを申し出たが、注文時に保護者の同意を得ている旨チェックボックスで確認しているので、取り消せないと言われた。

(契約当事者 10歳代・男性・学生)

\* 広告に表示がなかったのに定期購入となっていた、解約しようとしたが解約させてもらえない、何度電話しても販売店と電話が繋がらない、などの相談が寄せられました。



(4) 電話勧誘販売 (15頁参照)

**【インターネット接続回線】**

業者から光回線料金が安くなると電話勧誘を受けた。業者は今まで契約していた通信事業者の関連であるかのように話していたため、信用して契約した。回線工事等が終了したのちに、契約中の大手電話会社に解約の連絡をするように言われ、不審に思い確認すると、今まで契約していた通信事業者ではなく新たな通信事業者との契約だった。解約したいが、解約料が約8万円になると言われた。どうしたらよいか。(50歳代・女性・無職)

- \* 大手通信事業者やその代理店であると名乗ったが、実際は違っていたという相談が寄せられました。

(5) マルチ・マルチまがい販売 (16頁参照)

**【他の内職・副業】**

SNSで知り合った女性から、WEB会議システムで話を聞いた。最初は、SNSにゲーム広告を出すアフィリエイトの仕事だという説明だったが、実際に会って話を聞いたところ、「ゲームに広告を出す人が足りていないので、一緒に探してほしい。一人紹介するごとに報酬を支払う。人によっては月100万円稼ぐ人もいる」とのことだった。初期投資として20万円程度必要とのことだったので支払ったが、解約したい。(20歳代・男性・給与生活者)

- \* 若者、学生を狙ったマルチ・マルチまがいの相談が多く寄せられました。
- \* アフィリエイトとは、ホームページやブログで製品・サービスを紹介し、商品などの購入につながった場合、売り上げの一部が紹介者の収入になるというものです。

(6) ネガティブ・オプション (16頁参照)

**【保健衛生品その他】**

子供あてに代引きの荷物が届いたので、代金を支払った。子供が中身を確認してみると、マスクが2箱入っており、このようなものは注文していないと言う。伝票記載の電話番号にかけてみたが、呼び出し音がするのみだった。詐欺だと思い、配送業者に連絡したが、すでに発送者へ送金済みだと言われた。もう返金は無理なのか。(契約当事者 10歳代・男性・学生)

- \* 申し込んでいないのに商品を一方的に送りつけられたという相談が寄せられました。

(7) 訪問購入 (17頁参照)

**【商品一般】**

「近々、他県にリサイクルショップを開店する。要らないものはありませんか」と突然訪問を受けた。古いパソコンを処分しようとする「古すぎて引き取れない。バッグや時計、アクセサリ等はありませんか」と言われた。釣具や指輪を売ったが、相場より安く買われたと思うので、売った物を返してほしい。

(30歳代・女性・給与生活者)

\* 突然訪問されて貴金属などを安く買い取られたという相談が寄せられました。

2 特徴的な相談の事例

**【通信販売での定期購入に関する相談】 (34頁参照)**

43頁【健康食品】、44頁【化粧品】の事例参照

**【新型コロナウイルスに関連する相談】 (37頁参照)**

令和2年5月に結婚式を予定していたが、新型コロナウイルス感染症が拡大し緊急事態宣言が発令されたため、10月に延期した。しかしその後も事態が収束しないため、挙式をキャンセルしたところ、契約書どおりのキャンセル料を支払うように求められた。

(30歳代・男性・給与生活者)

\* 新型コロナウイルス感染症拡大というやむを得ない事情で結婚式を中止したところ、規定の解約料を請求されたとの相談が多く寄せられました。

**【「保険金が使える」と勧誘する住宅修理サービスに関する相談】 (39頁参照)**

42頁「(2) 訪問販売 【工事・建築】【修理サービス】」の事例参照

近くで工事をしているという業者が突然訪問してきて、火災保険を使えば無料で屋根工事ができると説明され、火災保険の申請をサポートするので契約書に名前を書くように促された。必要ないと思ったが、無料でできるのならと業者に言われるがまま契約書に記入してしまった。その後、よくわからないまま契約したのはよくないと思い不安になったので解約したい。

(70歳代・女性・家事従事者)

\* 「保険金で無料修理できる、申請もサポートする」と勧誘される相談が寄せられました。

### 3 その他の相談事例

#### 【はがきによる架空請求】

総合消費料金未納分訴訟最終通知書という覚えのない債権を請求するハガキが届いた。民事訴訟として訴状が提出され、連絡しないと強制的に差し押さえをすとの記載があるが全く身に覚えがない。訴訟の取り下げ期日は2日前の日付になっている。不審だ。 (60歳代・女性・自営・自由業)

- \* 身に覚えのない債権を請求するはがきが公的機関などをかたる者から送付され、消費者の不安をあおって連絡をさせる架空請求の手口です。

#### 【フィッシング詐欺】

インターネット検索中にアンケートが表示され、回答すると抽選でスマートフォンが100円で手に入るというものであった。アンケートに答えたら「当選した」と表示されたため、個人情報とクレジットカード番号を入力して送信したが、怪しいと思いインターネットで調べたところ、フィッシング詐欺と分かった。急ぎクレジットカード会社に連絡をしてカードの利用停止と番号変更の手続きをしてもらった。その後、英文のメールが届いたが、何かわからず怖かったので、破棄してしまった。今後どうしたらよいか。 (20歳代・女性・給与生活者)

- \* スマートフォンやパソコンを操作中に表示された画面に個人情報を入力してしまったという相談が寄せられました。

#### 【副業】

友人から副業に興味があるか、興味があるなら説明すると言われ、WEB会議システムのURLが送られてきて、そこで話を聞いた。WEB会議で説明を受けている途中に決済用URLが送られてきたので、内容についてよくわからなかったが、友人の勧めなので、クレジットカード一括払いで決済した。翌日、契約書が送られてきたので署名して返信した。改めて内容をよく確認すると、別の人を紹介し、会員を増やせばお金が入ることが分かった。やりたくないのので解約したい、返金してほしいと伝えたところ、退会は自由だが、返金はできないと言われた。 (30歳代・女性・給与生活者)

- \* WEB会議システムを利用した副業の勧誘に関する相談が寄せられました。

### 【廃品回収】

インターネットで探した廃品回収業者に、タンス、冷蔵庫、その他不用品の回収を依頼したところ、5万円で引き受けると言われた。見積もりはしないのか聞くと、見積もりはせず当日直接伺う、解約料は1万5千円になるとのことだった。作業日当日、トラックに積めないで冷蔵庫は置いていく、不用品の回収もできないと言われた。話が違ふと伝えてもそんな話は聞いていないと言って聞いてもらえない。このままタンスの回収だけに5万円支払うのもおかしいと感じ、解約料を支払って帰ってもらった。その後業者に連絡を入れると、担当者が不在なので折り返し連絡すると言いつつ、それ以降連絡がない。

(50歳代・女性・無職)

\* 不用品回収で、事前の説明と違ふという相談が寄せられました。

### 【水回りのトラブル】

トイレが詰まったので、インターネットで探した業者に電話で修理を依頼した。見てもらおうと、「普通の家なら便器の後ろに配管があるのだが、この家にはない。作業のために、一度便器を外す。そのあと薬品を使ってみる」とだけ言われ、金額についての説明がないまま作業が開始された。結局それでは解決せず、高圧洗浄機での作業になると説明された。詰まりは直ったが、13万2千円もの料金をいきなり請求された。同業他社に電話で参考料金を尋ね、それと比較しても高額すぎると思うと伝えたところ、8万円まで減額されたが、まだ納得がいかない。今後どのように解決すればよいか。

(50歳代・女性・家事従事者)

\* トイレの修理を依頼したら、予想外に高額な料金を請求されたという相談が増えています。

### 【オンラインゲーム】

未成年の息子が、私のクレジットカードを使ってオンラインゲームに高額課金していたことが分かった。2回クリックするだけで課金ができるという簡易なシステムであったこともあり、高額になる自覚がなかったと言う。課金総額は100万円を超えている。また、登録時に年齢を20歳と偽って登録していたことも分かった。調べたところ、年齢詐称した場合は未成年者取消しができないとあった。支払わなければいけないのか。

(契約当事者 10歳代・男性・学生)

\* 知らない間に子供が無断で親のクレジットカード等を使い、オンラインゲームに高額課金してしまったという相談が多数寄せられています。

### 【有料質問サイト】

1件500円で質問に答えると書いてあったので、パソコンの不具合を1回質問したところ、クレジットカードで毎月4,500円引き落とされている。解約したい。  
(70歳代・男性・無職)

- \* 1度きりのサイト利用のはずが、月額契約になっていたという相談が寄せられました。

### 【情報商材】

動画共有サービスの広告に、「アフィリエイトで稼げる」とあり、塾のようなもので勉強すれば誰でもできるとのことだったので、20万円ほど振り込んだ。しかし送られてきた情報は、実際に稼げるとは思えない内容であった。返金してほしい。  
(40歳代・男性・自営・自由業)

- \* 「誰でも稼げる」などと勧誘され情報を購入してしまったといった相談が寄せられました。
- \* アフィリエイトとは、ホームページやブログで製品・サービスを紹介し、商品などの購入につながった場合、売り上げの一部が紹介者の収入になるというものです。

## V 参考資料

表 1 商品・サービス別分類表（問い合わせ等除く）

商品大分類	2年度	元年度	増減%	増減の主な要因
商品一般	4,203	9,591	▲ 56.2	はがきによる架空請求に関する相談の大幅減
食料品	4,265	3,564	19.7	通信販売による健康食品の定期購入トラブルに関する相談の増
住居品	2,031	1,458	39.3	電気掃除機、電気空調・冷房機器等に関する相談の増
光熱水品	1,233	1,110	11.1	訪問販売による電気に関する相談の増
被服品	2,419	1,782	35.7	通信販売により購入した洋服等のトラブルに関する相談の増
保健衛生品	4,086	2,621	55.9	マスク、消毒殺菌剤等に関する相談の増
教養娯楽品	4,087	3,156	29.5	スマートフォン、電子ゲーム玩具等に関する相談の増
車両・乗り物	1,214	1,150	5.6	
土地・建物・設備	1,424	1,536	▲ 7.3	
他の商品	58	43	34.9	貴金属等に関する相談の増
クリーニング	105	198	▲ 47.0	紳士・婦人洋服等に関する相談の減
レンタル・リース・貸借	2,205	2,094	5.3	
工事・建築・加工	1,845	1,924	▲ 4.1	
修理・補修	1,009	783	28.9	トイレ、雨どい、屋根等の修理・補修に関する相談の増
管理・保管	74	84	▲ 11.9	
役務一般	91	99	▲ 8.1	
金融・保険サービス	2,742	3,029	▲ 9.5	フリーローン・サラ金、普通生命保険に関する相談の減
運輸・通信サービス	8,518	8,715	▲ 2.3	
教育サービス	242	204	18.6	学習塾、幼稚園に関する相談の増
教養・娯楽サービス	1,713	1,821	▲ 5.9	
保健・福祉サービス	1,827	2,014	▲ 9.3	社会保険に関する相談の減
他の役務	2,596	2,403	8.0	
内職・副業	439	268	63.8	副業サイト等を通じた副業に関する相談の増
他の行政サービス	185	160	15.6	特別定額給付金等に関する相談の増
他の相談	468	463	1.1	
計	49,079	50,270	▲ 2.4	

表2 契約当事者の居住市町村別件数（問い合わせ等除く）

市町村名	2年度	元年度	市町村名	2年度	元年度	市町村名	2年度	元年度
さいたま市	10,522	10,421	朝霞市	952	840	滑川町	95	62
川越市	2,218	2,244	志木市	427	438	嵐山町	91	70
熊谷市	1,287	1,375	和光市	655	742	小川町	198	181
川口市	3,759	3,554	新座市	1,107	1,252	川島町	90	65
行田市	437	500	桶川市	504	496	吉見町	80	73
秩父市	301	311	久喜市	729	783	鳩山町	89	92
所沢市	2,082	2,365	北本市	422	430	ときがわ町	47	77
飯能市	586	551	八潮市	440	408	横瀬町	34	20
加須市	654	795	富士見市	705	681	皆野町	35	36
本庄市	395	340	三郷市	671	670	長瀬町	23	28
東松山市	493	466	蓮田市	431	501	小鹿野町	45	37
春日部市	1,481	1,562	坂戸市	627	590	東秩父村	14	15
狭山市	1,251	1,333	幸手市	264	275	美里町	47	42
羽生市	231	270	鶴ヶ島市	499	541	神川町	64	61
鴻巣市	658	664	日高市	225	329	上里町	140	163
深谷市	672	630	吉川市	376	363	寄居町	181	187
上尾市	1,651	1,847	ふじみ野市	751	815	宮代町	186	144
草加市	1,498	1,448	白岡市	268	360	杉戸町	207	184
越谷市	1,928	2,033	伊奈町	227	220	松伏町	177	223
蕨市	282	312	三芳町	182	237	県内その他	680	698
戸田市	782	816	毛呂山町	119	152	県外	1,565	1,460
入間市	1,182	1,335	越生町	60	57	合計	49,079	50,270

表3 相談者の居住市町村別件数（問い合わせ等除く）

市町村名	2年度			元年度		
	県受付 件数	市町村受付 件数	計 件数	県受付 件数	市町村受付 件数	計 件数
さいたま市	662	10,023	10,685	736	9,868	10,604
川越市	379	1,894	2,273	1,003	1,305	2,308
熊谷市	531	776	1,307	630	771	1,401
川口市	1,065	2,750	3,815	1,258	2,347	3,605
行田市	133	311	444	152	354	506
秩父市	45	258	303	36	274	310
所沢市	185	1,916	2,101	246	2,140	2,386
飯能市	64	542	606	66	494	560
加須市	119	584	703	123	677	800
本庄市	149	236	385	123	216	339
東松山市	167	324	491	157	319	476
春日部市	218	1,285	1,503	759	832	1,591
狭山市	86	1,177	1,263	115	1,254	1,369
羽生市	95	144	239	85	199	284
鴻巣市	231	433	664	170	504	674
深谷市	270	410	680	261	370	631
上尾市	172	1,488	1,660	211	1,660	1,871
草加市	173	1,370	1,543	188	1,291	1,479
越谷市	327	1,668	1,995	380	1,709	2,089
蕨市	123	166	289	139	178	317
戸田市	131	661	792	137	691	828
入間市	75	1,134	1,209	99	1,255	1,354
朝霞市	101	865	966	101	752	853
志木市	86	349	435	76	370	446
和光市	75	590	665	69	679	748
新座市	135	1,058	1,193	103	1,197	1,300
桶川市	85	425	510	93	417	510
久喜市	292	443	735	268	553	821
北本市	81	350	431	91	346	437
八潮市	63	371	434	85	337	422
富士見市	121	601	722	171	522	693
三郷市	139	544	683	166	516	682



市町村名	2年度			元年度		
	県受付	市町村受付	計	県受付	市町村受付	計
	件数	件数	件数	件数	件数	件数
蓮田市	120	319	439	108	405	513
坂戸市	113	519	632	174	428	602
幸手市	67	204	271	92	192	284
鶴ヶ島市	44	464	508	90	466	556
日高市	74	156	230	115	223	338
吉川市	115	260	375	90	272	362
ふじみ野市	93	703	796	95	740	835
白岡市	57	202	259	78	285	363
伊奈町	53	177	230	54	164	218
三芳町	73	109	182	58	186	244
毛呂山町	71	49	120	91	66	157
越生町	22	42	64	19	41	60
滑川町	48	51	99	37	27	64
嵐山町	43	48	91	36	38	74
小川町	40	161	201	37	147	184
川島町	39	49	88	36	28	64
吉見町	40	43	83	24	50	74
鳩山町	47	41	88	46	44	90
ときがわ町	30	19	49	32	51	83
横瀬町	5	29	34	3	19	22
皆野町	8	28	36	10	28	38
長瀨町	4	20	24	9	19	28
小鹿野町	16	35	51	7	32	39
東秩父村	4	10	14	8	7	15
美里町	36	11	47	26	16	42
神川町	31	34	65	24	37	61
上里町	48	95	143	53	109	162
寄居町	70	117	187	66	124	190
宮代町	71	122	193	64	88	152
杉戸町	76	143	219	99	86	185
松伏町	52	128	180	63	161	224
県内その他	234	588	822	257	525	782
県外	156	379	535	177	294	471
合計	8,578	40,501	49,079	10,475	39,795	50,270

## 用語の解説

### (商品・役務等)

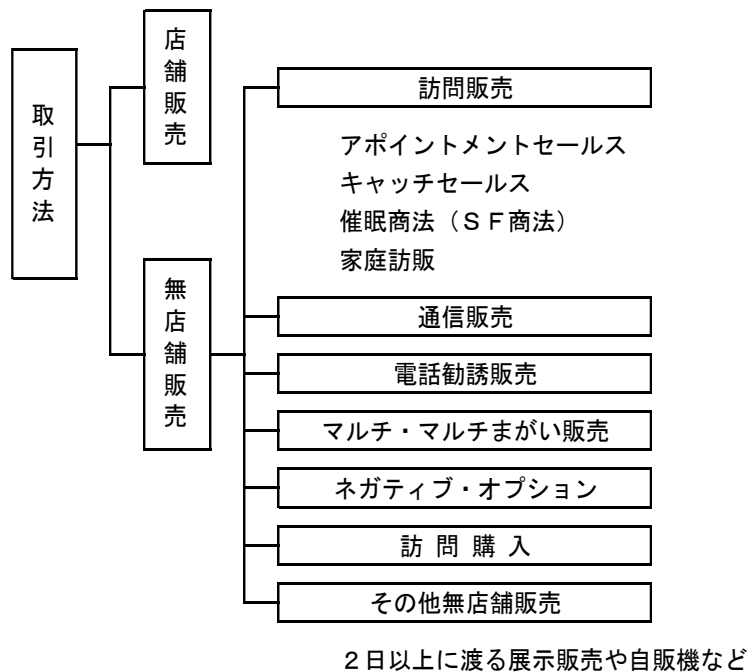
用語	説明
商品一般	商品の相談であることが明確であるが、分類を特定できない、または特定する必要のないもの。身に覚えのない商品・サービスなど。
食料品	飲食に供される商品。魚介類、飲料、健康食品など。
健康食品	効果をうたって製造・販売される食料品。酵素食品、高麗人参茶、プロテインなど。
保健衛生品	人の身体を清潔にし、美化し、または健康を保ち、疾病を治療するために使用される商品。医薬品、医療用具、化粧品など。
化粧品	基礎化粧品、頭髮用化粧品など
教養娯楽品	主として教養、事務または娯楽・趣味の目的で使用される商品。パソコン、電話機、音響・映像製品、スポーツ用品など。
教養・娯楽サービス	教養、趣味、娯楽の目的で受けるサービス。宿泊施設、教室・講座、観覧・鑑賞など。
運輸・通信サービス	旅客・貨物運送サービス及び電話、放送、インターネット等の通信サービス。
移動通信サービス	携帯電話サービスやPHSサービス等およびモバイルデータ通信サービス。
デジタルコンテンツ	インターネットを通じてのサイトの利用。アダルト情報サイト、出会い系サイト、オンラインゲーム、音楽配信サイト、投資情報サイト、占いサイト、懸賞サイトなど。
インターネット接続回線	光ファイバーやADSL等の通信回線やプロバイダのサービス。
複合サービス会員	旅行、飲食店、映画等が安くなるなどの特典をうたった会員サービス。
ファンド型投資商品	運用者が資金を集め、運用し、そこから生じる収益等の配当を出資者に分配するもの。いわゆる集団投資スキームのほかに、預託契約などを含む。
他の役務	サービス業のうち、他のサービス業に分類されないもの。外食、冠婚葬祭など。
内職・副業	相談者が商品・役務の加工をし、その工賃を受け取る条件で契約するもの。アフィリエイト内職など。

### (販売方法・手口等)

用語	説明
訪問販売	事業者の店舗や営業所以外の場所での販売。家庭訪販、キャッチセールス、アポイントメントセールス、催眠商法・SF商法など。
アポイントメントセールス	電話などで、販売目的を隠したり非常に有利な条件を示したりして店舗等に呼び出し、契約しないと帰れない状況にするなどして商品やサービス等を販売する方法。
キャッチセールス	路上でアンケートなどと呼び止め、店舗や喫茶店等に連れていき、商品やサービスを販売する方法。
家庭訪販	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。家庭を訪問して勧誘する販売方法。
催眠商法・SF商法	消費者を閉め切った会場等を集めて、日用品などをただ同然で配って雰囲気盛り上げた後に、高額な商品の契約を結ばせる販売方法。

マルチ・マルチまがい販売	販売組織の加入者が消費者を当該販売組織に加入させることによってマージンが得られるしくみの取引。これを繰り返すことにより、販売組織がピラミッド式に拡大していく。
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りつけ、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において、売買契約の申し込みを受け、または売買契約を締結して物品等を購入する方法。
業務提供誘引販売	事業者が提供、あつせんする仕事をすれば収入が得られるとって勧誘し、その仕事に必要な商品やサービスを契約させる方法。
特定継続的役務販売	エステティック、美容医療、語学教室、家庭教師、学習塾、パソコン教室、結婚相手紹介サービスのうち5万円を超え、一定期間継続する契約。
不当請求	不当な請求。架空請求、ワンクリック請求など。
架空請求	身に覚えのない代金の請求。
ワンクリック請求	メールやホームページにおいて、クリックする前に利用料金や利用規約等について明確な説明がない状況で、クリックを促し料金を請求する手口。
利殖商法	「値上がり確実」「必ずもうかる」など、利殖になることを強調して、未公開株、ファンドなどへの投資や出資を勧誘する商法。
二次被害	一度被害にあった人を再び勧誘して、二次的な被害を与えること。

### 取引方法の体系







この年報に関する問合せは  
こちらにお願いします。

埼玉県消費生活支援センター  
相談担当

Tel:048-261-0978

埼玉県消費生活支援センターのホームページ  
にも掲載しています。

埼玉県 消費生活 年報

で

検索

または <https://www.pref.saitama.lg.jp/b0304/nenpou/>