

令和3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4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4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。3年度は令和3年度、2年度は令和2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3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」(P I O-N E T)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3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48,530件でした。

- ・ 前年度53,322件に比べ4,792件(9.0%)の減少となりました。
このうち苦情は44,596件で、総件数の91.9%を占めます。(⇒P 1)
- ・ 高齢者(65歳以上)の相談は13,265件(構成比29.7%)で、前年度に比べ833件(5.9%)減少しました。(⇒P 2 1)
- ・ 若者(29歳以下)の相談は5,515件(構成比12.4%)で、前年度に比べ981件(15.1%)減少しました。(⇒P 2 3)

2 通信販売での定期購入に関する相談が高止まりしています。

- ・ 3年度の相談件数は3,125件となり、前年度の4,319件に比べると1,194件(27.6%)減少していますが依然として多く、特に20歳未満の若者の相談のうち24.8%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 5)

3 「偽サイト」に関する相談が増加しています。

- ・ 前年度の799件に比べ471件(58.9%)増加し、1,270件の相談が寄せられました。服やカバン、家具や食生活機器など、身の回り品に関する相談が多くなっています。
- ・ 「注文したが商品が届かない。」「偽ブランド品が届いた。」などの相談が多く寄せられました。(⇒P 3 8)

4 「暮らしのレスキューサービス」に関する相談が増加しています。

- ・ 前年度の283件に比べ192件(67.8%)増加し、475件の相談が寄せられました。契約購入金額5万円以上の相談が約75%を占めるなど、高額になる傾向があります。
- ・ 「広告で表示されていた金額よりも実際の修理金額がかなり高額であった。」などの相談が寄せられました。(⇒P 4 0)

目 次

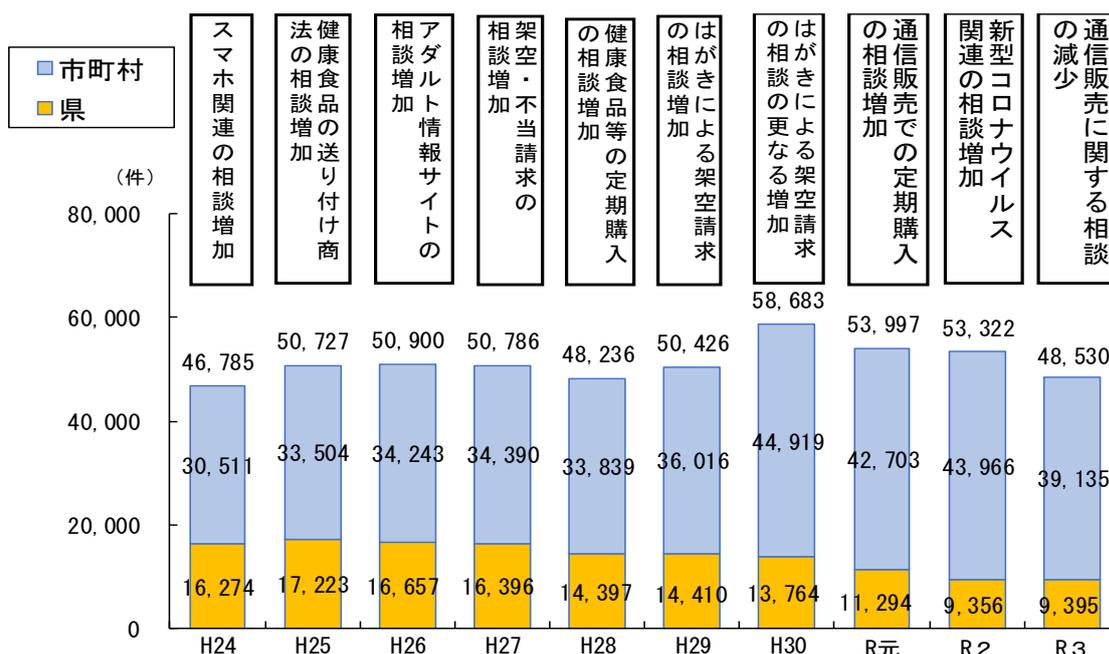
I	消費生活相談の受付状況	
1	相談受付件数	1
2	相談種別・相談方法別件数	1
3	県の受付件数	2
4	市町村の受付件数	2
II	苦情相談の概要	
1	契約当事者の状況	
(1)	性別・年代別件数	4
(2)	職業別件数	5
2	相談内容	
(1)	商品・サービス別件数	6
(2)	内容別件数	8
(3)	契約金額別件数	8
(4)	年代別平均契約金額	9
(5)	処理内容	10
(6)	商品テストを行った相談	11
3	取引方法別の状況	
(1)	件数の推移	12
(2)	契約当事者の年代別件数	13
(3)	取引方法別に多かった商品・サービス	14
(4)	その他の販売方法に係る相談	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	27
8	多重債務に関する相談	30
9	危害・危険に関する相談	
(1)	件数の推移	32
(2)	危害に関する相談	32
(3)	危険に関する相談	34
III	特徴的な相談	
1	通信販売での定期購入に関する相談	35
2	「偽サイト」に関する相談	38
3	「暮らしのレスキューサービス」に関する相談	40
IV	相談事例	
1	取引方法ごとの相談事例	42
2	特徴的な相談の事例	47
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	51
表2	契約当事者の居住市町村別件数	52
表3	相談者の居住市町村別件数	53
	用語の解説	55

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3年度の件数は48,530件で、2年度と比べ4,792件減少（9.0%減）となった。

相談件数の年度別推移（10年間）



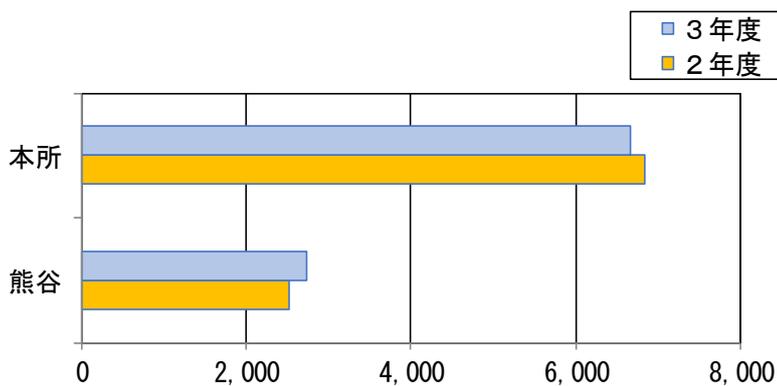
2 相談種別・相談方法別件数

相談種別別の受付件数は、「苦情」が44,596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、42,708件で全体の約9割弱を占めている。

		3年度		2年度		増減(%)
		件数	構成比%	件数	構成比%	
相談種別	苦情	44,596	91.9	49,079	92.0	▲ 9.1
	問合せ等	3,934	8.1	4,243	8.0	▲ 7.3
	計	48,530	100.0	53,322	100.0	▲ 9.0
相談方法	電話	42,708	88.0	47,274	88.7	▲ 9.7
	来所	5,750	11.8	6,004	11.3	▲ 4.2
	文書	72	0.1	44	0.1	63.6
	計	48,530	100.0	53,322	100.0	▲ 9.0

※「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。

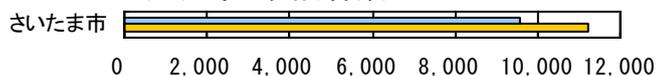
3 県の受付件数



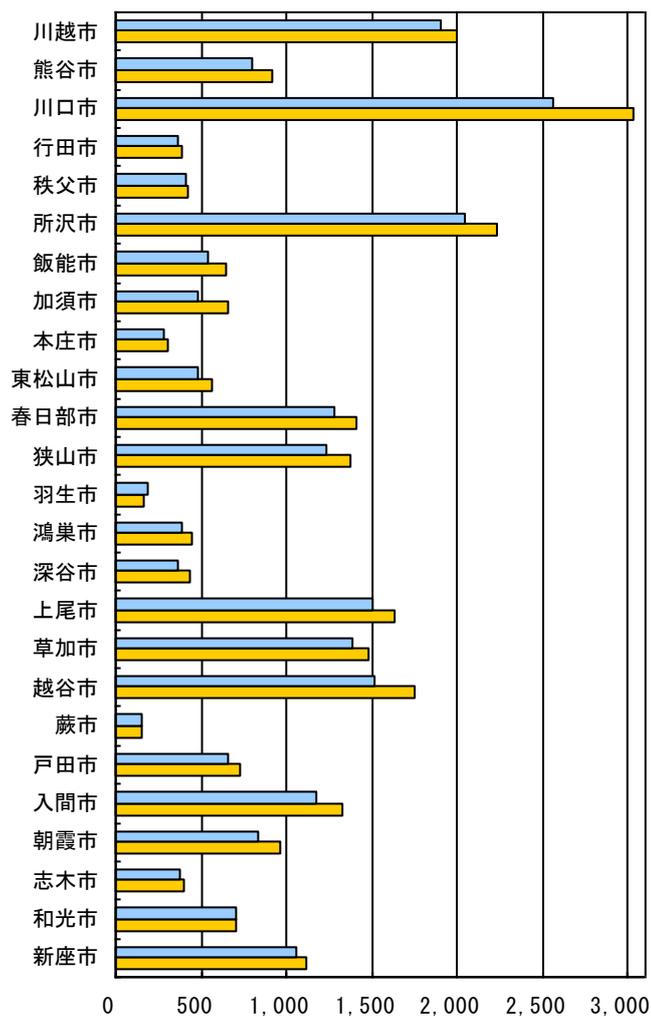
センター	3年度	2年度	増減(%)
本所	6,667	6,833	▲ 2.4
熊谷	2,728	2,523	8.1
県合計	9,395	9,356	0.4

4 市町村の受付件数

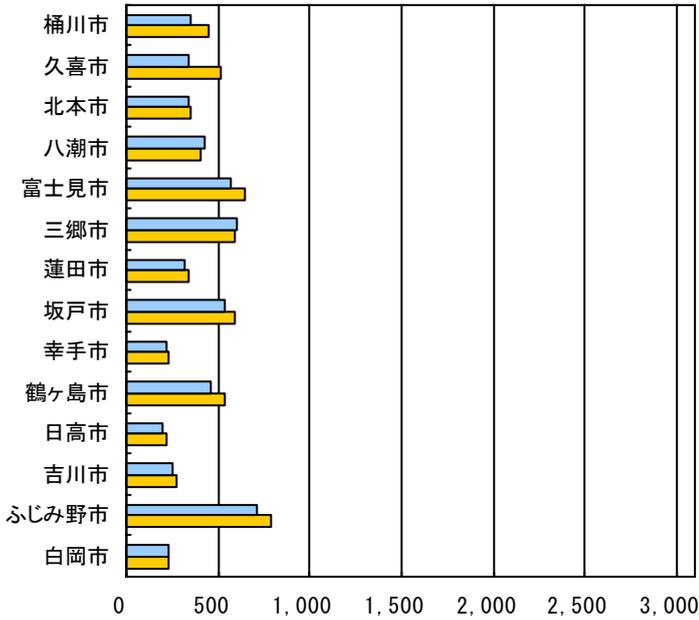
(1) 市の受付件数



市名	3年度	2年度	増減(%)
さいたま市	9,574	11,199	▲ 14.5

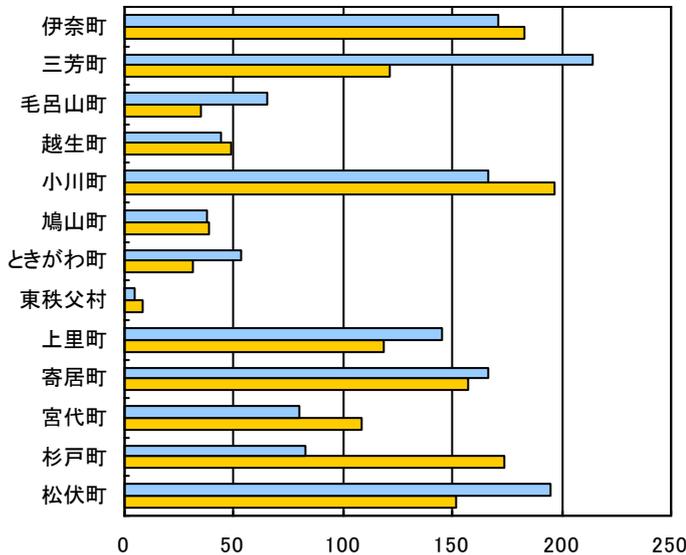


市名	3年度	2年度	増減(%)
川越市	1,902	2,000	▲ 4.9
熊谷市	799	919	▲ 13.1
川口市	2,554	3,032	▲ 15.8
行田市	365	390	▲ 6.4
秩父市	408	420	▲ 2.9
所沢市	2,043	2,229	▲ 8.3
飯能市	543	644	▲ 15.7
加須市	480	653	▲ 26.5
本庄市	279	305	▲ 8.5
東松山市	482	559	▲ 13.8
春日部市	1,280	1,408	▲ 9.1
狭山市	1,228	1,377	▲ 10.8
羽生市	190	168	13.1
鴻巣市	393	443	▲ 11.3
深谷市	364	439	▲ 17.1
上尾市	1,506	1,628	▲ 7.5
草加市	1,391	1,480	▲ 6.0
越谷市	1,517	1,751	▲ 13.4
蕨市	150	158	▲ 5.1
戸田市	653	726	▲ 10.1
入間市	1,175	1,324	▲ 11.3
朝霞市	829	958	▲ 13.5
志木市	374	404	▲ 7.4
和光市	700	704	▲ 0.6
新座市	1,057	1,118	▲ 5.5



市名	3年度	2年度	増減(%)
桶川市	346	451	▲ 23.3
久喜市	339	514	▲ 34.0
北本市	345	356	▲ 3.1
八潮市	426	401	▲ 6.2
富士見市	566	645	▲ 12.2
三郷市	604	589	▲ 2.5
蓮田市	323	341	▲ 5.3
坂戸市	534	595	▲ 10.3
幸手市	224	230	▲ 2.6
鶴ヶ島市	465	534	▲ 12.9
日高市	202	219	▲ 7.8
吉川市	248	270	▲ 8.1
ふじみ野市	711	787	▲ 9.7
白岡市	229	225	▲ 1.8
市計	37,798	42,593	▲ 11.3

(2) 町村の受付件数



町村名	3年度	2年度	増減(%)
伊奈町	179	183	▲ 2.2
三芳町	148	121	▲ 22.3
毛呂山町	92	35	▲ 162.9
越生町	50	49	▲ 2.0
小川町	165	197	▲ 16.2
鳩山町	42	39	▲ 7.7
ときがわ町	44	31	▲ 41.9
東秩父村	5	8	▲ 37.5
上里町	104	119	▲ 12.6
寄居町	125	157	▲ 20.4
宮代町	99	108	▲ 8.3
杉戸町	142	174	▲ 18.4
松伏町	142	152	▲ 6.6
町村計	1,337	1,373	▲ 2.6

市町村合計	3年度	2年度	増減(%)
市町村合計	39,135	43,966	▲ 11.0

※他市町と相互利用を行っている自治体（令和4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4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44,596件についての集計・分析である。

1 契約当事者の状況

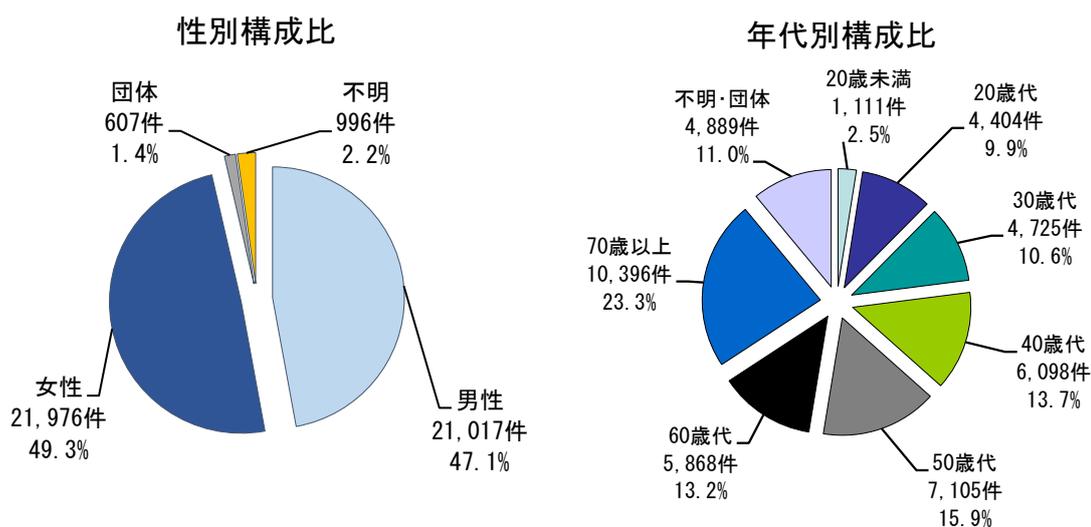
(1) 性別・年代別件数

契約当事者の性別の構成は、「女性」が49.3%であるのに対し、「男性」は47.1%で、2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21,976件で2年度の24,377件から2,401件減少(9.8%減)し、「男性」は21,017件で2年度の23,042件から2,025件減少(8.8%減)した。

契約当事者の年代別構成をみると、全年代においてそれぞれ件数が減少しており、特に大きく減少したのは40歳代で、2年度7,262件から3年度6,098件と1,164件減少(16.0%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者及び契約しようとした者で、契約書面上の名義人とは異なる場合がある。



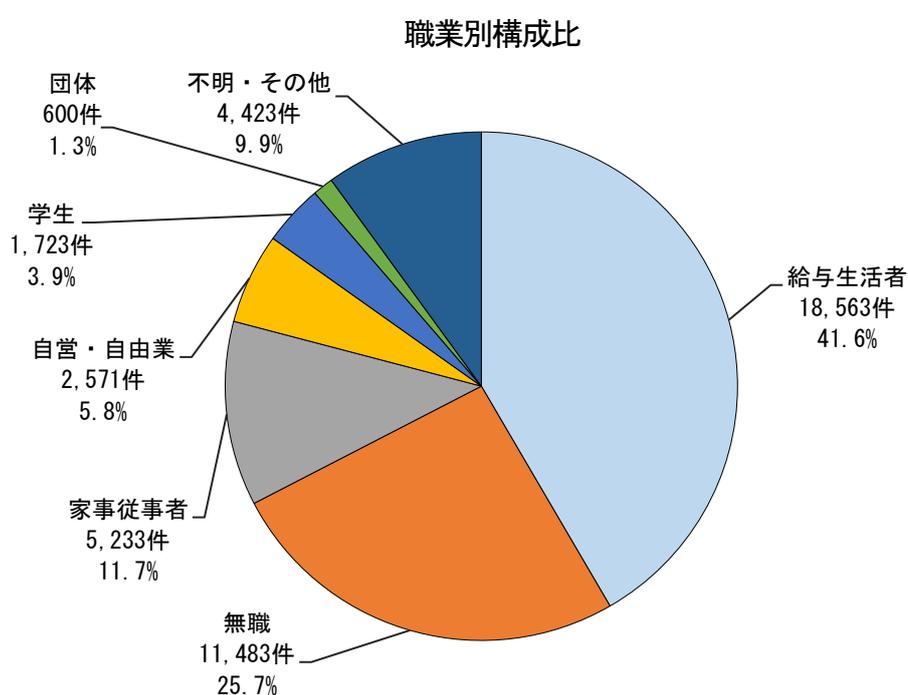
性別・年代別件数

	3年度						2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)	(6,657)	(6,533)		(75)	(13,265)	(29.7)	(7,353)	(6,674)		(71)	(14,098)	(28.7)
70歳以上	5,163	5,165		68	10,396	23.3	5,571	5,104		61	10,736	21.9
60歳代	2,944	2,911		13	5,868	13.2	3,290	3,198		22	6,510	13.3
50歳代	3,249	3,831		25	7,105	15.9	3,403	4,244		23	7,670	15.6
40歳代	2,795	3,285		18	6,098	13.7	3,193	4,042		27	7,262	14.8
30歳代	2,299	2,408		18	4,725	10.6	2,461	2,882		34	5,377	11.0
20歳代	2,021	2,363		20	4,404	9.9	2,344	2,685		27	5,056	10.3
20歳未満	612	479		20	1,111	2.5	713	705		22	1,440	2.9
不明・団体	1,934	1,534	607	814	4,889	11.0	2,067	1,517	673	771	5,028	10.2
合計	21,017	21,976	607	996	44,596	100.0	23,042	24,377	673	987	49,079	100.0
構成比(%)	47.1	49.3	1.4	2.2	100.0		46.9	49.7	1.4	2.0	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2年度と同様であった。

全項目ともに件数が減少しており、最も減少率が高かったのは「学生」からの相談で、2年度から421件減少（19.6%減）し、1,723件となった。主にダイエットサプリメント等健康食品の定期購入に関する相談の減少が見受けられた。次いで、「家事従事者」が2年度より1,147件減少（18.0%減）し、5,233件であった。学生同様にダイエットサプリメント等健康食品の定期購入に関する相談や不審なメール、電話、荷物などに関する相談の減少が要因と考えられる。



職業別件数

	3年度		2年度		増減(%)
	件数	構成比(%)	件数	構成比(%)	
給与生活者	18,563	41.6	20,375	41.5	▲ 8.9
無職	11,483	25.7	12,328	25.1	▲ 6.9
家事従事者	5,233	11.7	6,380	13.0	▲ 18.0
自営・自由業	2,571	5.8	2,672	5.4	▲ 3.8
学生	1,723	3.9	2,144	4.4	▲ 19.6
団体	600	1.3	661	1.3	▲ 9.2
不明・その他	4,423	9.9	4,519	9.2	▲ 2.1
合計	44,596	100.0	49,079	100.0	▲ 9.1

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 55）参照。

なお、令和3年度に商品・サービス等の分類や内訳などに新設・廃止・変更があったため、令和2年度以前のデータと比較できない場合がある。

（例：「デジタルコンテンツ」（廃止）→「役務一般」（定義変更）、「放送」（新設）、「娯楽等情報配信サービス」（新設）その他多数の分類に振り分け）

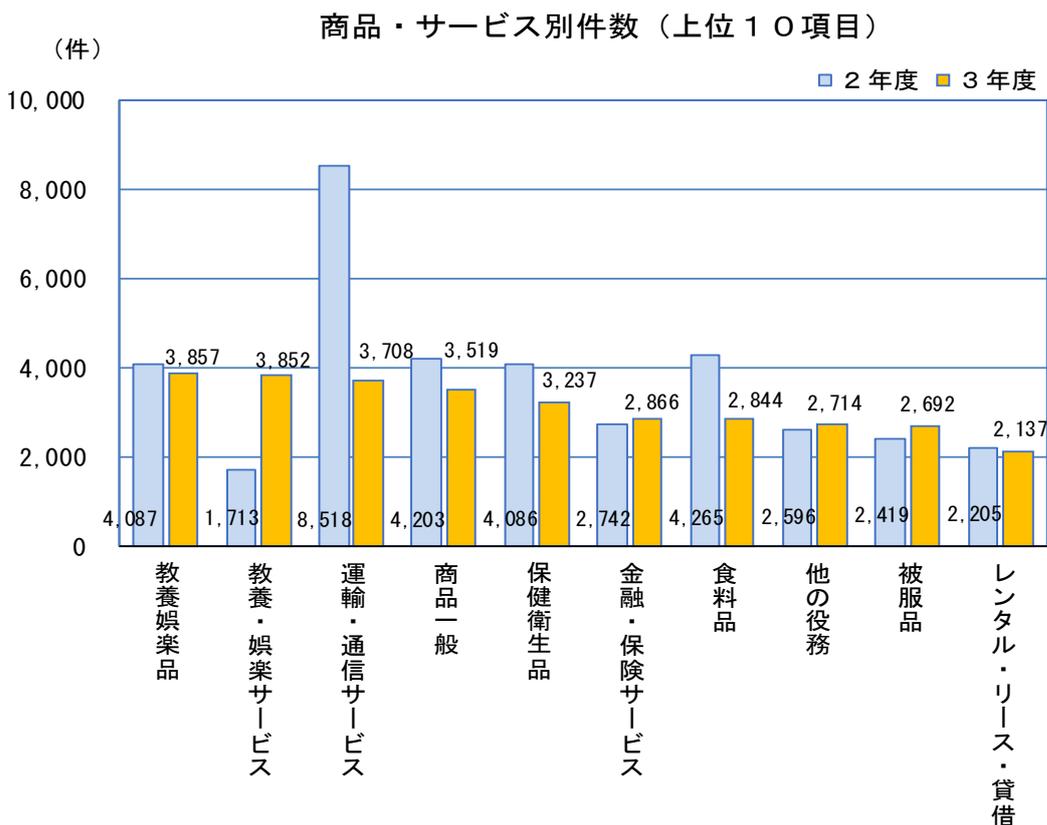
（1）商品・サービス別件数

最も件数が多かった相談は、「教養娯楽品」の3,857件である。2年度に比べ230件減少（5.6%減）した。パソコン、スマートフォンやその関連用品に関する相談が多く寄せられている。

次いで多かった相談は、「教養・娯楽サービス」の3,852件である。2年度に比べ2,139件増加（124.9%増）した。アダルトサイト、出会い系サイトやオンラインゲームなどに関する相談が上位を占めている。

電話サービスやインターネット等の「運輸・通信サービス」に関する相談が3,708件と続いている。2年度に比べ4,810件減少（56.5%減）した。光回線や携帯電話回線に関する相談が多く寄せられている。

「教養・娯楽サービス」が大きく増加し、「運輸・通信サービス」が大きく減少したが、これは令和3年4月1日からの分類変更に伴い、「運輸・通信サービス」に分類されていた、アダルトサイト、出会い系サイトやオンラインゲームなどに関する相談が「教養・娯楽サービス」に分類されたことなどによる。



より細かい商品・サービス別に見ると、「商品一般」、「工事・建築」、「不動産貸借」、「インターネット接続回線」、「修理サービス」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歳未満ではインターネットゲームや化粧品（「他の化粧品」）に関する相談が上位を占める。化粧品（「他の化粧品」）については、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「不動産貸借」に関する相談が多く、次いで「他の内職・副業」に関する相談が多い。

30歳代から50歳代にかけては、「商品一般」、「工事・建築」、「不動産貸借」に関する相談が多い。

60歳代では「商品一般」「工事・建築」に次いで「インターネット接続回線」についての相談が多くなっている。

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、パソコン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3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	3,519	インターネットゲーム	210	不動産貸借	299
2	工事・建築	1,989	他の化粧品	141	他の内職・副業	290
3	不動産貸借	1,920	他の健康食品	89	商品一般	207
4	インターネット接続回線	1,152	商品一般	62	エステティックサービス	205
5	修理サービス	1,123	アダルト情報	38	異性交際関連サービス	150

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	不動産貸借	458	商品一般	434	商品一般	469
2	商品一般	243	不動産貸借	293	工事・建築	264
3	工事・建築	133	工事・建築	190	不動産貸借	244
4	修理サービス	114	他の健康食品	163	インターネット接続回線	209
5	インターネット接続回線	109	修理サービス	147	他の健康食品	208

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	582	商品一般	987	商品一般	1,277
2	工事・建築	277	工事・建築	843	工事・建築	994
3	インターネット接続回線	187	役務その他サービス	337	役務その他サービス	417
4	アダルト情報	169	修理サービス	306	インターネット接続回線	406
5	不動産貸借	158	インターネット接続回線	306	修理サービス	381

※ 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。

(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、2年度と比べ順位の変動はあるものの全件数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	3年度		2年度		増減(%)
		件数	全件数比%	件数	全件数比%	
1	契約・解約	34,383	77.1	37,680	76.8	▲ 8.8
2	販売方法	25,049	56.2	26,652	54.3	▲ 6.0
3	価格・料金	6,899	15.5	7,010	14.3	▲ 1.6
4	接客対応	6,624	14.9	7,008	14.3	▲ 5.5
5	品質・機能、役務品質	5,038	11.3	5,068	10.3	▲ 0.6
6	表示・広告	4,171	9.4	4,323	8.8	▲ 3.5
7	安全・衛生	1,298	2.9	1,392	2.8	▲ 6.8
8	法規・基準	942	2.1	967	2.0	▲ 2.6
9	包装・容器	57	0.1	25	0.1	128.0
10	計量・量目	46	0.1	47	0.1	▲ 2.1
11	施設・設備	38	0.1	46	0.1	▲ 17.4
12	その他	387	0.9	468	1.0	▲ 17.3
	全件数	44,596	100.0	49,079	100.0	▲ 9.1

※「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）

3年度の契約購入金額が判明している相談は23,864件（相談全体の53.5%）で、合計金額は約204億円、1件当たりの平均契約金額は約85万8千円であった。

2年度に比べ合計金額は約3億1千万円、平均契約金額は約4万3千円増加した。

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。前年度比で6.0%減少しているが、依然として化粧品や健康食品の定期購入に関する相談が多い。

一方で、「500万円以上1億円未満」の相談が10.0%増加した。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が増加したほか、FXや投資に関する相談が増加した。

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	3年度		2年度		増減(%)
	件数	構成比%	件数	構成比%	
1万円未満	6,467	27.1	7,122	28.8	▲ 9.2
1万円～10万円未満	8,141	34.1	8,665	35.0	▲ 6.0
10万円～100万円未満	6,412	26.9	6,265	25.3	2.3
100万円～500万円未満	2,135	8.9	2,046	8.3	4.3
500万円～1億円未満	707	3.0	643	2.6	10.0
1億円以上	2	0.0	5	0.0	▲ 60.0
計	23,864	100.0	24,746	100.0	▲ 3.6
総合計金額	20,475,932,961円		20,162,782,557円		1.6
平均金額	858,026円		814,790円		5.3

(4) 年代別平均契約金額（金額が判明したものに限り。）

最も高額なのは「30歳代」の143万6千円であり、2年度と比べ12万8千円増加（9.8%増）した。次いで高額なのは「40歳代」の95万7千円であり、2年度と比べ25万2千円増加（35.7%増）した。2年度は20歳代が第2位であったが、3年度において平均契約金額が減少し、20歳代は第4位となった。

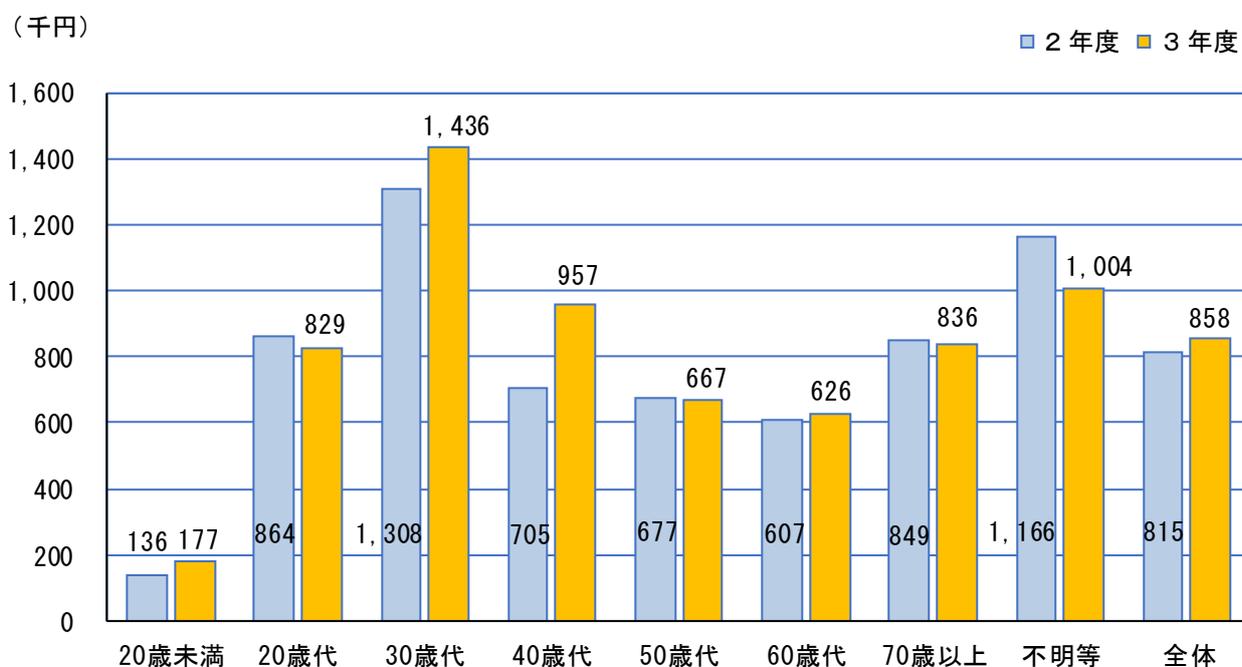
2年度と比較すると、20歳代、50歳代、70歳以上でわずかに減少したものの、それ以外の年代は増加に転じており、全体では4万3千円増加（5.3%増）した。

平均契約金額の増加幅が最も大きかったのは、「40歳代」の25万2千円増加である。化粧品や健康食品などの5万円未満の相談が減少した一方、多重債務、暗号資産、中古自動車などに関する相談など、比較的高額な相談が増加したことが影響している。

減少幅が最も大きかったのは、「20歳代」の3万5千円減少である。結婚式に関する相談など、比較的高額な相談が減少したことが影響している。

また、平均契約金額が最も高かった30歳代においては、健康食品などの5万円未満の相談が減少したものの、暗号資産や中古車などに関する比較的高額な相談が増加した。

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相談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相談者と事業者間の「あっせん」を行っている。

最も多いのは「助言（自主交渉）」の29,462件であり、全体の66.1%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、5,237件であった。「あっせん」を行った相談の内容としては、化粧品や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	3年度		2年度		増減(%)
		件数	構成比%	件数	構成比%	
1	助言（自主交渉）	29,462	66.1	32,498	66.2	▲ 9.3
2	情報提供	7,387	16.6	8,361	17.0	▲ 11.6
3	あっせん解決	4,693	10.5	5,010	10.2	▲ 6.3
4	処理不要	909	2.0	1,045	2.1	▲ 13.0
5	他機関紹介	681	1.5	760	1.5	▲ 10.4
6	あっせん不調	544	1.2	620	1.3	▲ 12.3
7	処理不能	543	1.2	521	1.1	▲ 4.2
	処理継続中	377	0.8	264	0.5	▲ 42.8
	合計	44,596	100.0	49,079	100.0	▲ 9.1

※「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3年度は14件の商品テストを行った。商品分類別にみると、クリーニング3件(21.4%)、教養娯楽品3件(21.4%)、被服品3件(21.4%)等であった。

分類	件数(構成比)	主なテスト事例	
		件名	テスト結果の概要
クリーニング	3 (21.4%)	紳士コートの上 しみ	紳士用コートをクリックに出したところ、しみができていた。原因を確認してほしい。 →ブラックライトを照射したところ、しみは確認できなかった。また、マイクロスコープでしみと思われる部分を拡大観察したところ、繊維の一部が膨張しており、それが原因でしみに見えたと考えられた。
教養 娯楽品	3 (21.4%)	USBケーブル	使用中のUSBケーブルが焼損した。原因を調べてほしい。 →マイクロスコープで確認したところ、ケーブル内で充電するための電源線が断線し、ショートしていた。断線原因は経年劣化によるものと考えられた。
		スマートフォンカバー	スマートフォンカバーを購入したが、2か月程でカバーが綻んでしまった。カバーの素材を調べてほしい。 →マイクロスコープによる拡大観察及びフーリエ変換型赤外分光光度計を用いた素材鑑定を行ったところ、カバーの素材は軟質ポリウレタンであった。
被服品	3 (21.4%)	足首ウォーマー	通販で高級シルク70%と記載された製品を購入した。現品確認したところゴワゴワしており表示が疑わしいので素材を確認してほしい。 →新品を開封して確認したところ、ほつれや穴があり、さらに木くずや毛が編み込まれていた。シルクの使用割合は約61.3%であった。
		子供用ビーチサンダル	歩行中に当該製品で足の裏を怪我した。原因を調査してほしい。 →鼻緒(樹脂バンド)のかかと付近に尖った部分がある事を確認した。当該部位は同型品に比べてバリが大きく鋭かった。段差に足をかけた際に当該部位が露出し、足裏に接触して怪我をした可能性があると考えられた。
住居品	2 (14.3%)	二酸化炭素濃度計	二つ購入して一緒に測定したところ、それぞれ表示される数値が大きく異なった。これらの製品の表示値が正しいか確認してほしい。 →検知管での測定値と比較したところ、片方の製品の表示値が大きくズレている事を確認した。
保健 衛生品	1 (7.2%)	ヘアアイロン	製品使用中に髪の毛から煙が出た。製品表示値より温度が高くなっていると思う。使用時のヘアアイロンの温度を測定してほしい。 →製品表示値に収まる温度であった。
その他	2 (14.3%)	バイクリアフェンダーの破損	当該製品に亀裂が発生した。原因を調査してほしい。 →実体顕微鏡で破断面を観察したところ、ネジ部に脆性破壊(力をかけたときに耐えられずに急激に割れる現象)でみられる模様を確認したことから、ネジの締め付けすぎが原因の可能性があると考えられた。
		換気扇から出る異物	浴室換気扇から黒い異物が出てくる。異物について確認してほしい。 →異物を寒天培地に塗布し、数日後にマイクロスコープで拡大観察したところ、カビが増殖していたことから、カビを含んでいる事が分かった。また、蛍光X線分析装置で異物を確認したところ金属を含んでいることが分かった。異物の原因は換気扇のダクトにあると考えられた。
合計	14 (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9,186件で、2年度に比べ1,080件減少(10.5%減)した。無店舗販売の合計は25,409件で、2年度に比べて2,051件減少(7.5%減)した。

無店舗販売の内訳をみると、増加しているのは「訪問販売」(570件増加(12.6%増))、「電話勧誘販売」(34件増加(1.6%増))、「ネガティブ・オプション」(14件増加(5.5%増))、「訪問購入」(58件増加(19.1%増))である。

一方、減少したのは、「通信販売」(2,633件減少(13.5%減))、「マルチ・マルチまがい」(63件減少(13.8%減))である。

取引方法が不明・無関係のものは2年度に比べ1,352件減少(11.9%減)した。

「訪問販売」の内訳では、「家庭訪販」が3,670件で72.2%を占める。

取引方法別の件数

	3年度		2年度		増減(件)	増減(%)
	件数	構成比 %	件数	構成比 %		
店舗販売	9,186	20.6	10,266	20.9	▲ 1,080	▲ 10.5
無店舗(計)	25,409	57.0	27,460	56.0	▲ 2,051	▲ 7.5
(無店舗の内訳)						
訪問販売	5,080	20.0	4,510	16.4	570	12.6
通信販売	16,881	66.4	19,514	71.1	▲ 2,633	▲ 13.5
電話勧誘販売	2,134	8.4	2,100	7.6	34	1.6
マルチ・マルチまがい	392	1.5	455	1.7	▲ 63	▲ 13.8
ネガティブ・オプション	267	1.1	253	0.9	14	5.5
訪問購入	361	1.4	303	1.1	58	19.1
その他無店舗	294	1.2	325	1.2	▲ 31	▲ 9.5
不明・無関係	10,001	22.4	11,353	23.1	▲ 1,352	▲ 11.9
合計	44,596	100.0	49,079	100.0	▲ 4,483	▲ 9.1

※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	3年度		2年度		増減(件)	増減(%)
	件数	全件数比 %	件数	全件数比 %		
家庭訪販	3,670	72.2	3,389	75.1	281	8.3
アポイントメントセールス	91	1.8	138	3.1	▲ 47	▲ 34.1
キャッチセールス	38	0.7	49	1.1	▲ 11	▲ 22.4
催眠商法(SF商法)	23	0.5	54	1.2	▲ 31	▲ 57.4
訪問販売 全件数	5,080	100.0	4,510	100.0	570	12.6

(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75.6%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2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225件と他の年代に比べて多い傾向も2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	1,111	4,404	4,725	6,098	7,105	5,868	10,396	4,889	44,596	
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	112	1,108	1,240	1,318	1,493	1,073	1,852	990	9,186	
構成比	10.1%	25.2%	26.2%	21.6%	21.0%	18.3%	17.8%	20.2%	20.6%	
無 店 舗 (計)	902	2,645	2,615	3,545	4,275	3,490	5,887	2,050	25,409	
構成比	81.2%	60.1%	55.3%	58.1%	60.2%	59.5%	56.6%	41.9%	57.0%	
(無店舗の内訳)	訪 問 販 売	40	494	378	426	584	2,061	522	5,080	
	構成比	3.6%	11.2%	8.0%	7.0%	8.2%	9.8%	19.8%	10.7%	11.4%
	通 信 販 売	840	1,694	2,008	2,822	3,242	2,425	2,684	1,166	16,881
	構成比	75.6%	38.5%	42.5%	46.3%	45.6%	41.3%	25.8%	23.8%	37.9%
	電 話 勧 誘 販 売	6	154	129	166	304	340	796	239	2,134
	構成比	0.5%	3.5%	2.7%	2.7%	4.3%	5.8%	7.7%	4.9%	4.8%
	マルチ・マルチまがい	5	225	33	25	25	23	31	25	392
	構成比	0.5%	5.1%	0.7%	0.4%	0.4%	0.4%	0.3%	0.5%	0.9%
	ネガティブ・オプション	8	25	18	42	41	41	54	38	267
	構成比	0.7%	0.6%	0.4%	0.7%	0.6%	0.7%	0.5%	0.8%	0.6%
訪 問 購 入	0	7	21	18	32	50	197	36	361	
構成比	0.0%	0.2%	0.4%	0.3%	0.5%	0.9%	1.9%	0.7%	0.8%	
そ の 他 無 店 舗	3	46	28	46	47	36	64	24	294	
構成比	0.3%	1.0%	0.6%	0.8%	0.7%	0.6%	0.6%	0.5%	0.7%	
不明・無関係	97	651	870	1,235	1,337	1,305	2,657	1,849	10,001	
構成比	8.7%	14.8%	18.4%	20.3%	18.8%	22.2%	25.6%	37.8%	22.4%	

※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

賃貸アパート退居時の原状回復費用の高額請求など「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。

「エステティックサービス」に関する相談は320件で、2年度から38件増加（13.5%増）した。「フリーローン・サラ金」に関する相談は304件で、2年度から160件減少（34.5%減）となった。

順位	項目	3年度		2年度		増減(件)
		件数	構成比 %	件数	構成比 %	
1	不動産貸借	1,126	12.3	1,265	12.3	▲ 139
2	四輪自動車	530	5.8	572	5.6	▲ 42
3	携帯電話サービス	467	5.1	478	4.7	▲ 11
4	工事・建築	364	4.0	368	3.6	▲ 4
5	エステティックサービス	320	3.5	282	2.7	38
6	携帯電話	313	3.4	333	3.2	▲ 20
7	フリーローン・サラ金	304	3.3	464	4.5	▲ 160
8	医療サービス	269	2.9	262	2.6	7
全件数		9,186	100.0	10,266	100.0	▲ 1,080

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	112	1,108	1,240	1,318	1,493	1,073	1,852	990	9,186
構成比	1.2%	12.1%	13.5%	14.3%	16.3%	11.7%	20.2%	10.8%	100.0%

イ 訪問販売

訪問販売に関する相談件数は、5,080件で、2年度に比べて570件

(12.6%)増加した。「工事・建築」に関する相談が最多である傾向は変わらず、1,149件と2年度から178件増加（18.3%増）した。「修理サービス」に関する相談は554件で、2年度から97件増加（21.2%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51.9%となり全体の半分を超える。

順位	項目	3年度		2年度		増減(件)
		件数	構成比 %	件数	構成比 %	
1	工事・建築	1,149	22.6	971	21.5	178
2	修理サービス	554	10.9	457	10.1	97
3	電気	473	9.3	450	10.0	23
4	新聞	236	4.6	203	4.5	33
5	インターネット接続回線	221	4.4	221	4.9	0
全件数		5,080	100.0	4,510	100.0	570

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	40	494	378	426	584	575	2,061	522	5,080
構成比	0.8%	9.7%	7.4%	8.4%	11.5%	11.3%	40.6%	10.3%	100.0%

ウ 通信販売

通信販売の相談件数は16,881件で、2年度に比べて2,633件減少

(13.5%減)した。身に覚えのない商品代金の請求をする不審なメールについての相談など、「商品一般」に関する相談が999件寄せられた(2年度に比べて134件減少(11.8%減))。「他の健康食品」は857件で2年度に比べて1,258件減少(59.5%減)と大きく減少したが、化粧品(「基礎化粧品」「他の化粧品」)などとともに定期購入に関する相談が引き続き多かった。「アダルト情報」に関しては、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た。

順位	項目	3年度		2年度		増減(件)
		件数	構成比 %	件数	構成比 %	
1	商品一般	999	5.9	1,133	5.8	▲ 134
2	他の健康食品	857	5.1	2,115	10.8	▲ 1,258
3	アダルト情報(注)	639	3.8	—	—	—
4	基礎化粧品	612	3.6	606	3.1	6
5	他の化粧品	581	3.4	415	2.1	166
6	異性交際関連サービス(注)	488	2.9	—	—	—
全件数		16,881	100.0	19,514	100.0	▲ 2,633

(注) 令和3年度新設キーワードのため比較なし

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	840	1,694	2,008	2,822	3,242	2,425	2,684	1,166	16,881
構成比	5.0%	10.0%	11.9%	16.7%	19.2%	14.4%	15.9%	6.9%	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8年連続で最多となっているが、3年度は416件で、2年度から191件減少(31.5%減)した。

「魚介類」に関する相談は171件で、2年度から111件増加(185.0%増)した。「鮮魚」に関する相談は146件で2年度から78件増加(114.7%増)した。コロナ禍で経営状態が逼迫し、海産物を購入してほしいと事業者より電話勧誘があった、などといった相談が多かった。

年代別で見ると、70歳以上の相談割合が37.3%で、高齢者からの相談が多い。

順位	項目	3年度		2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	416	19.5	607	28.9	▲ 191
2	魚介類	171	8.0	60	2.9	111
3	鮮魚	146	6.8	68	3.2	78
4	役務その他サービス	144	6.7	131	6.2	13
5	電気	106	5.0	105	5.0	1
全件数		2,134	100.0	2,100	100.0	34

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	6	154	129	166	304	340	796	239	2,134
構成比	0.3%	7.2%	6.0%	7.8%	14.2%	15.9%	37.3%	11.2%	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392件で、2年度に比べて63件減少（13.8%減）した。

年代別の相談割合を見ると、20歳代の相談割合が57.4%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から勧められた、息子がマルチ組織に加入しているようだが大丈夫だろうか、といった若者、学生を狙ったマルチ・マルチまがい販売の相談が多く寄せられた。

順位	項目	3年度		2年度		増減(件)
		件数	構成比 %	件数	構成比 %	
1	他の内職・副業	94	24.0	69	15.2	25
2	商品一般	28	7.1	20	4.4	8
3	他の健康食品	24	6.1	17	3.7	7
4	化粧品	18	4.6	14	3.1	4
	ファンド型投資商品	18	4.6	37	8.1	▲ 19
全件数		392	100.0	455	100.0	▲ 63

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	5	225	33	25	25	23	31	25	392
構成比	1.3%	57.4%	8.4%	6.4%	6.4%	5.9%	7.9%	6.4%	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267件で、2年度に比べて14件増加（5.5%増）した。注文した覚えのない不審な荷物が海外から届いたなど「商品一般」に関する相談が多かった。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	3年度		2年度		増減(件)
		件数	構成比 %	件数	構成比 %	
1	商品一般	78	29.2	49	19.4	29
2	保健衛生品その他	15	5.6	52	20.6	▲ 37
3	魚介類	7	2.6	1	0.4	6
4	指輪	6	2.2	3	1.2	3
	電話関連機器・用品	6	2.2	4	1.6	2
5	他の医療用具	5	1.9	3	1.2	2
	腕時計	5	1.9	3	1.2	2
全件数		267	100.0	253	100.0	14

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	8	25	18	42	41	41	54	38	267
構成比	3.0%	9.4%	6.7%	15.7%	15.4%	15.4%	20.2%	14.2%	100.0%

キ 訪問購入

訪問購入の相談件数は361件で2年度に比べて58件増加(19.1%増)した。
28年度より4年連続で減少していたが、2年度から再び増加となった。

強引な事業者に長時間居座られ、売るつもりのない貴金属等まで買い取られてしまった、クーリング・オフをしたい、といった相談が寄せられた。

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54.6%で全体の半数以上を占めている。

順位	項目	3年度		2年度		増減(件)
		件数	構成比 %	件数	構成比 %	
1	商品一般	48	13.3	47	15.5	1
2	四輪自動車	26	7.2	19	6.3	7
3	アクセサリ	22	6.1	21	6.9	1
4	指輪	19	5.3	17	5.6	2
5	着物類	16	4.4	7	2.3	9
全件数		361	100.0	303	100.0	58

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	0	7	21	18	32	50	197	36	361
構成比	0.0%	1.9%	5.8%	5.0%	8.9%	13.9%	54.6%	10.0%	100.0%

ク その他無店舗販売

全体の件数は294件で2年度に比べて31件減少(9.5%減)した。

年代別では、70歳以上の相談割合が全体の21.8%を占める。

順位	項目	3年度		2年度		増減(件)
		件数	構成比 %	件数	構成比 %	
1	工事・建築	21	7.1	23	7.1	▲ 2
2	修理サービス	15	5.1	23	7.1	▲ 8
3	フリーローン・サラ金	11	3.7	10	3.1	1
4	商品一般	8	2.7	8	2.5	0
5	ミネラルウォーター	7	2.4	5	1.5	2
全件数		294	100.0	325	100.0	▲ 31

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	3	46	28	46	47	36	64	24	294
構成比	1.0%	15.6%	9.5%	15.6%	16.0%	12.2%	21.8%	8.2%	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22件で、2年度に比べて9件減少（29.0%減）した。

「他の内職・副業」の件数が多い状況は2年度と同じである。

性別・年代別件数では、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	項目	3年度		2年度		増減(件)
		件数	構成比 %	件数	構成比 %	
1	他の内職・副業	9	40.9	12	38.7	▲ 3
2	資格講座	2	9.1	1	3.2	1
	他の教室・講座	2	9.1	0	0.0	2
全件数		22	100.0	31	100.0	▲ 9

性別・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	合計
男性	0	3	1	1	1	1	0	0	7
女性	0	5	6	1	3	0	0	0	15
計	0	8	7	2	4	1	0	0	22

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748件で、2年度に比べ35件減少（4.5%減）した。

2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、361件で44件増加（13.9%増）した。

性別・年代別件数においては、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	項目	3年度		2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	361	48.3	317	40.5	44
2	美容医療	162	21.7	161	20.6	1
3	学習塾	69	9.2	96	12.3	▲ 27
4	結婚相手紹介サービス	63	8.4	70	8.9	▲ 7
5	外国語・会話教室	47	6.3	61	7.8	▲ 14
全件数		748	100.0	783	100.0	▲ 35

性別・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	合計
男性	8	48	28	29	24	7	7	7	158
女性	19	241	106	84	61	28	9	33	581
計	27	289	134	113	85	35	16	40	739

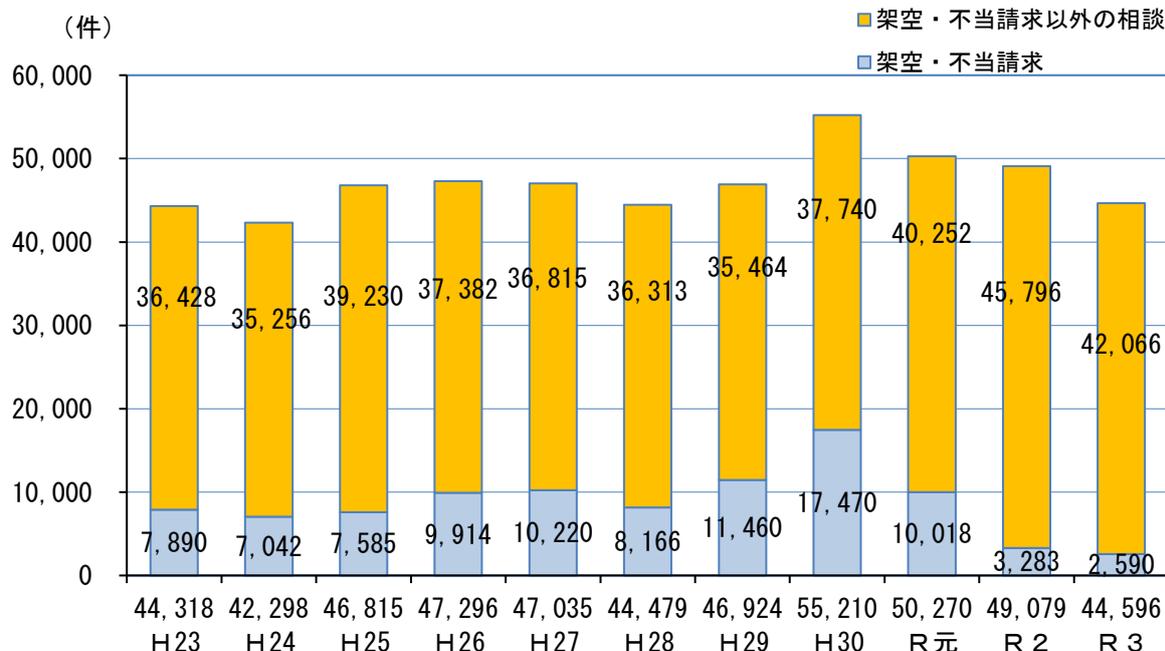
※ 性別不明 9件

4 架空・不当請求に関する相談

3年度の相談件数44,596件のうち、架空・不当請求に関する相談件数は、2,590件（構成比5.8%）であった。

30年度の17,470件をピークに減少の傾向は続いており、3年度は2年度に比べ693件減少（21.1%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



年代別で見ると、70歳以上の相談件数が689件（構成比26.6%）で最も多く、年齢が高くなるほど、相談件数が増え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56.4歳、平均契約金額は約32万円だった。

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	72	189	167	332	443	478	689	220	2,590
構成比	2.8%	7.3%	6.4%	12.8%	17.1%	18.5%	26.6%	8.5%	100.0%

架空・不当請求 契約金額別件数

	3年度		2年度		増減（件）
	件数	構成比%	件数	構成比%	
1万円未満	305	11.8	381	11.6	▲ 76
1万円～ 5万円未満	301	11.6	342	10.4	▲ 41
5万円～ 10万円未満	142	5.5	160	4.9	▲ 18
10万円～ 50万円未満	781	30.2	828	25.2	▲ 47
50万円～100万円未満	69	2.7	78	2.4	▲ 9
100万円～500万円未満	39	1.5	41	1.2	▲ 2
500万円以上	8	0.3	6	0.2	2
無回答	945	36.5	1,447	44.1	▲ 502
合計	2,590	100.0	3,283	100.0	▲ 693
平均金額	322,404円		270,069円		52,335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、「商品一般」が678件で最も多いが、2年度と比べて256件減少（27.4%減）した。

次に多いのが、これまで「デジタルコンテンツ」（廃止）に含まれていた「アダルト情報」で591件である。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等したところ登録と表示され、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）

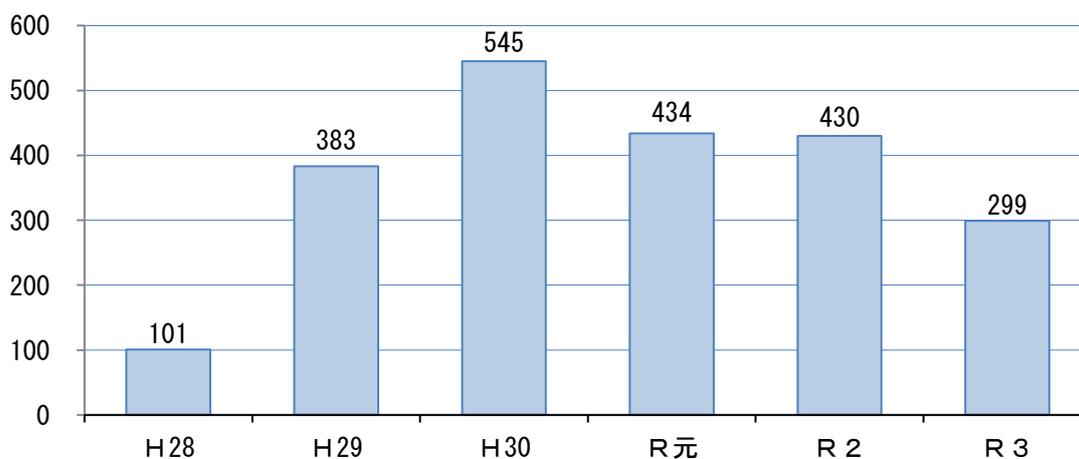
順位	項目	3年度		2年度		増減（件）
		件数	構成比%	件数	構成比%	
1	商品一般	678	26.2	934	28.4	▲ 256
2	アダルト情報(注)	591	22.8	—	—	—
3	携帯電話サービス	107	4.1	77	2.3	30
4	役務一般	87	3.4	4	0.1	83
5	役務その他サービス	55	2.1	46	1.4	9
	合計	2,590	100.0	3,283	100.0%	▲ 693

（注）令和3年度からの新設キーワードのため比較なし

架空・不当請求に関する相談の「商品一般」のうち、請求の手段として、29年度から元年度にかけて「はがき」が多く用いられ、30年度には12,457件でピークとなったが、その後急激に減少し、3年度は14件となった。

一方で、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）や電子メールによる架空・不当請求の相談については、引き続き多く寄せられており、3年度は299件となっている。

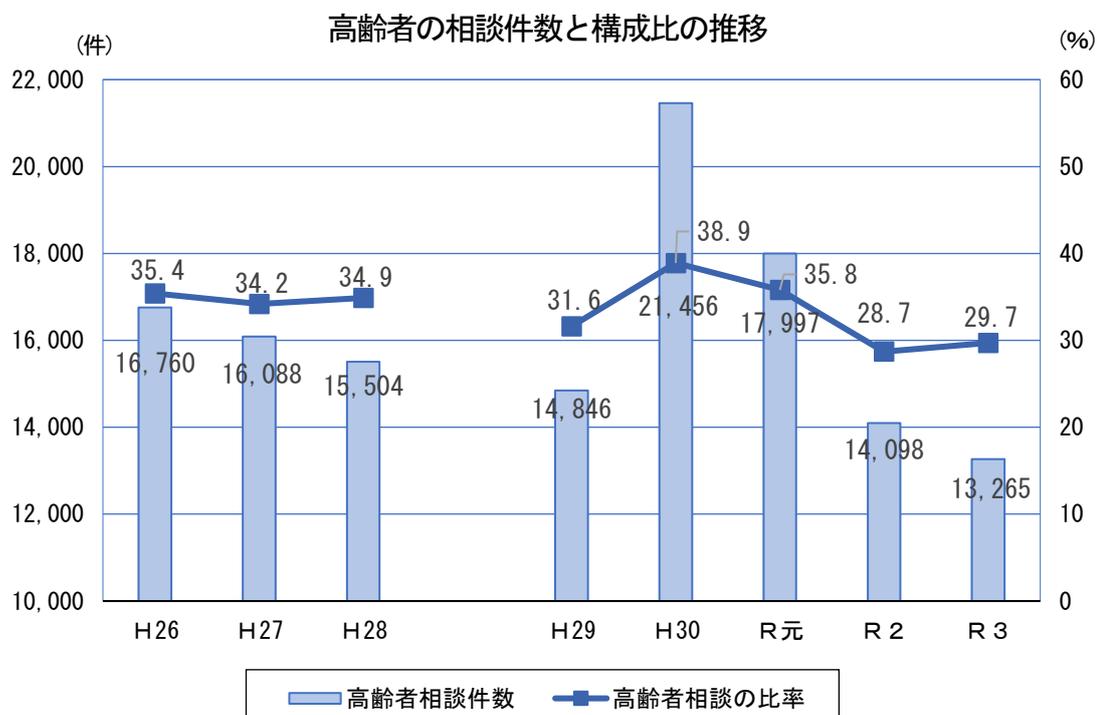
（件） SMS・電子メールによる架空・不当請求件数の推移（年度別）



5 高齢者の相談（契約当事者が65歳以上）

3年度における65歳以上の相談は13,265件（構成比29.7%）で、2年度と比べると833件減少（5.9%減）した。

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。



高齢者相談の構成を男女別で見ると、男性が6,657件で50.5%（2年度は52.4%）、女性が6,533件で49.5%（同47.6%）であり、男性の割合がやや高くなっている。

最高齢は男性が100歳、女性が101歳であった。

高齢者相談の男女別・年代別構成

	男		女		合計	
	件数	構成比%	件数	構成比%	件数	構成比%
65～69歳	1,494	22.4	1,368	20.9	2,862	21.7
70歳代	3,333	50.1	3,239	49.6	6,572	49.8
80歳代	1,652	24.8	1,747	26.7	3,399	25.8
90歳代	177	2.7	177	2.7	354	2.7
100歳代	1	0.0	2	0.0	3	0.0
合計	6,657	50.5	6,533	49.5	13,190	100.0

※ 性別不明の相談が75件あった。

商品・サービス別では、「商品一般」が、2年度に引き続き一番多くなっているものの、件数、構成比ともに減少している。内容としては不審なメール・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依然として多い。

全体として件数が減少する中で、「工事・建築」が増加に転じ、「電気」、「携帯電話」に係る相談の増加傾向が続いている。

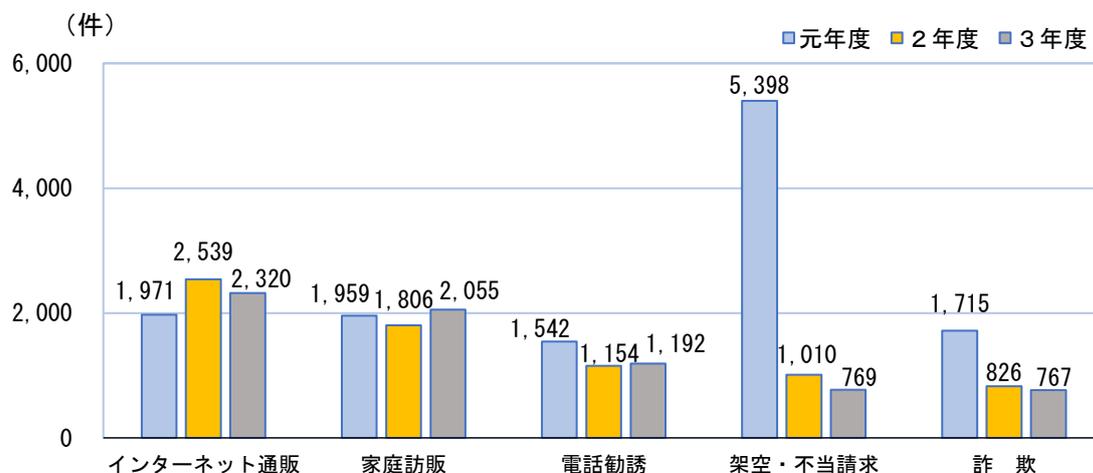
高齢者の相談の商品・サービス別件数（上位10項目）

順位	項目	3年度		2年度		増減(件)	増減(%)
		件数	構成比%	件数	構成比%		
1	商品一般	1,277	9.6	1,583	11.2	▲ 306	▲ 19.3
2	工事・建築	994	7.5	877	6.2	117	13.3
3	役務その他サービス	417	3.1	458	3.2	▲ 41	▲ 9.0
4	インターネット接続回線	406	3.1	542	3.8	▲ 136	▲ 25.1
5	修理サービス	381	2.9	397	2.8	▲ 16	▲ 4.0
6	電気	363	2.7	342	2.4	21	6.1
7	携帯電話サービス	358	2.7	338	2.4	20	5.9
8	他の健康食品	289	2.2	384	2.7	▲ 95	▲ 24.7
9	アダルト情報(注)	254	1.9	—	—	—	—
10	不動産貸借	245	1.8	285	2.0	▲ 40	▲ 14.0
	全件数	13,265	100.0	14,098	100.0	▲ 833	▲ 5.9

(注) 令和3年度新設キーワードのため比較なし

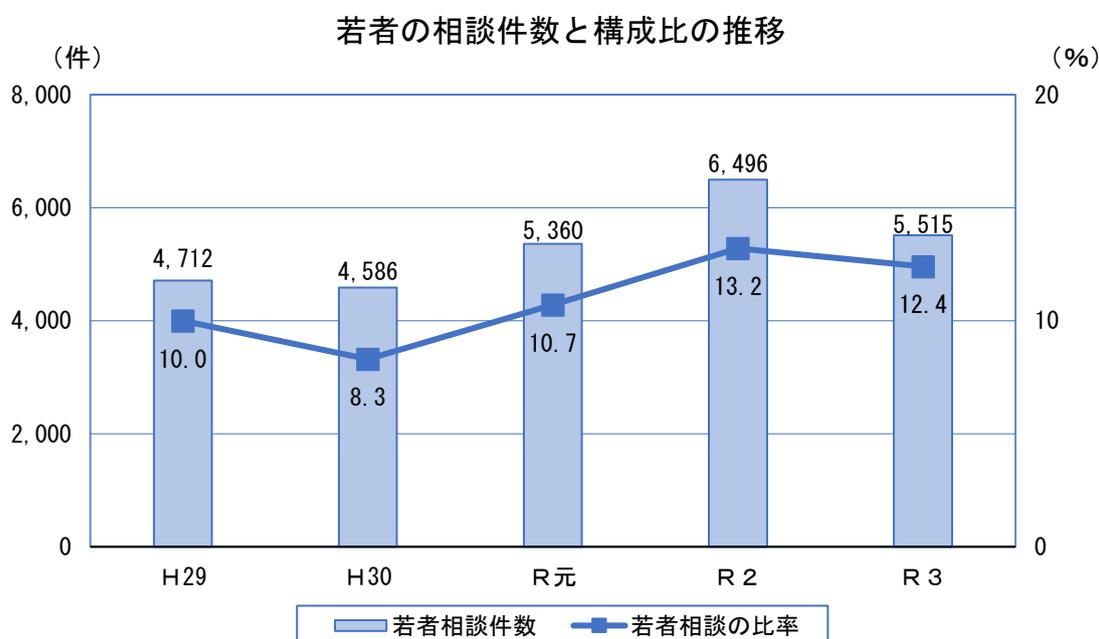
販売手口別では、「家庭訪販」が増加しており、「インターネット通販」や「電話勧誘」も依然として多い手口となっている。

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）

3年度の若者の相談件数は、5,515件で、苦情相談全体に占める比率は12.4%となり、2年度と比べ981件減少（15.1%減）した。



若者の相談のうち「小学生・中学生・高校生」は、合計673件（構成比12.2%）で、2年度の877件（構成比13.5%）に比べ204件減少（23.3%減）した。

若者に関する相談全体が減少しており、特に高校生の減少率が高く、ダイエットサプリメント等、「健康食品」に関する相談が減少している。

若者相談の内訳

	3年度		2年度		増減 (件)	増減 (%)
	件数	構成比%	件数	構成比%		
小学生	128	2.3	166	2.6	▲ 38	▲ 22.9
中学生	249	4.5	282	4.3	▲ 33	▲ 11.7
高校生	296	5.4	429	6.6	▲ 133	▲ 31.0
(小計)	673	12.2	877	13.5	▲ 204	▲ 23.3
他の学生	815	14.8	1,087	16.7	▲ 272	▲ 25.0
その他	4,027	73.0	4,532	69.8	▲ 505	▲ 11.1
合計	5,515	100.0	6,496	100.0	▲ 981	▲ 15.1

※「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、インターネットに関連した副業などの「他の内職・副業」が引き続き増加している。

若者の相談の商品・サービス別件数（上位5項目）

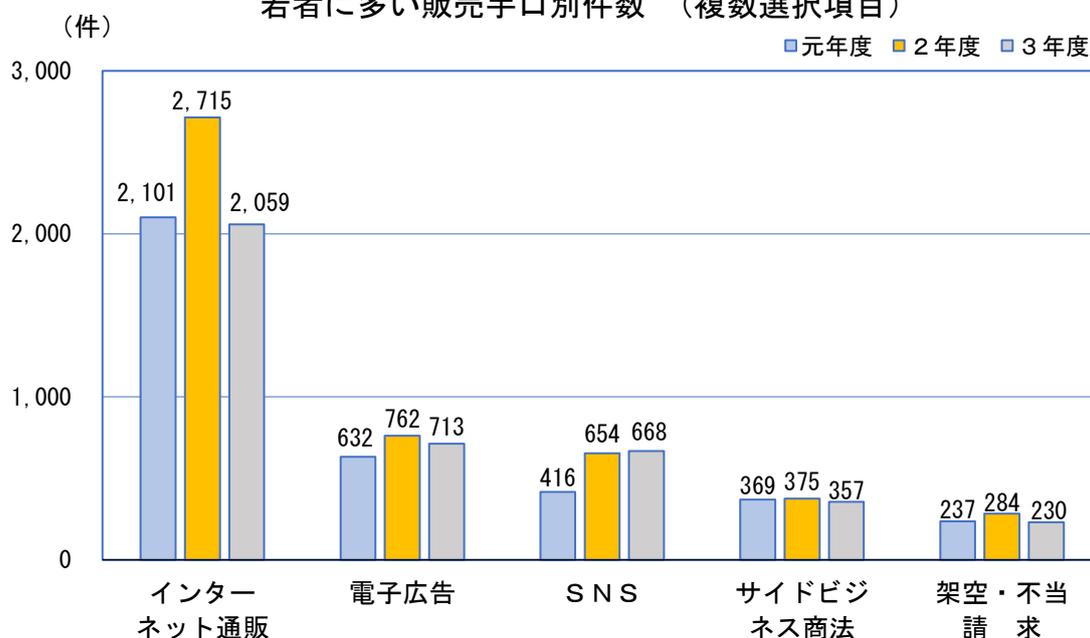
順位	項目	3年度		2年度		増減(件)	増減(%)
		件数	構成比%	件数	構成比%		
1	他の内職・副業	313	5.7	204	3.1	109	53.4
2	不動産貸借	309	5.6	340	5.2	▲ 31	▲ 9.1
3	商品一般	269	4.9	302	4.6	▲ 33	▲ 10.9
4	インターネットゲーム(注)	237	4.3	-	-	-	-
5	エステティックサービス	215	3.9	183	2.8	32	17.5
全件数		5,515	100.0	6,496	100.0	▲ 981	▲ 15.1

(注) 令和3年度新設キーワードのため比較なし

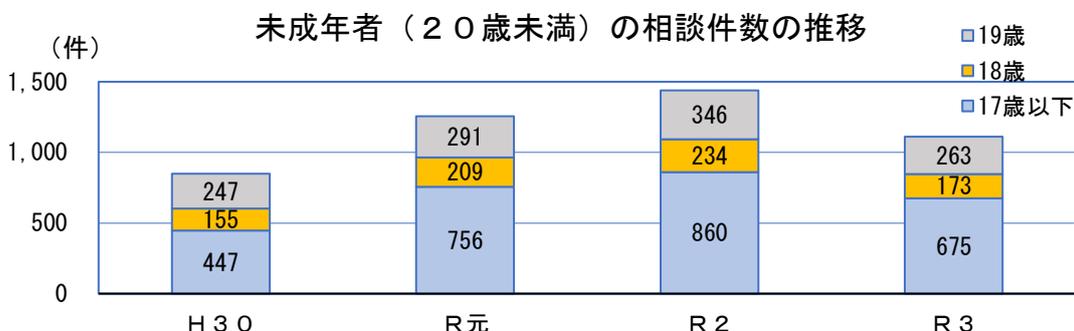
販売手口別でみると、「インターネット通販」に関する相談が多数を占めており、除毛クリームなどの「化粧品」やダイエットサプリメントなどの「健康食品」に係る相談が多く寄せられている。

また、インターネット上や電子メールによる「電子広告」を通じた手口による同様の相談が引き続き多く寄せられており、「SNS」を通じた「内職・副業」に係る相談も多い。

若者に多い販売手口別件数（複数選択項目）



若者のうち未成年者（20歳未満）の相談は1,111件で、2年度と比べ329件減少（22.8%減）した。そのうち18歳が173件、19歳は263件の合計436件で、2年度と比べ144件減少（24.8%減）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、定期購入や偽サイトをめぐる返金トラブルが依然として多く、またセンターによるあっせん等が困難な個人間取引をめぐる相談も多い。

商品・サービス別件数（18歳及び19歳、上位5項目）

順位	項目	3年度		2年度		増減（件）	増減（%）
		件数	構成比%	件数	構成比%		
1	商品一般	28	6.4	22	3.8	▲ 6	▲ 27.3
2	異性交際関連サービス（注）	26	6.0	-	-	-	-
3	他の化粧品	24	5.5	32	5.5	▲ 8	▲ 25.0
4	他の健康食品	19	4.4	63	10.9	▲ 44	▲ 69.8
5	他の内職・副業	16	3.7	21	3.6	▲ 5	▲ 23.8
	全件数	436	100.0	580	100.0	▲ 144	▲ 24.8

（注）令和3年度新設キーワードのため比較なし

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17万4千円で、2年度に比べ約4万2千円増加した。

契約金額別件数（18歳及び19歳）

契約購入金額	3年度		2年度		増減（件）	増減（%）
	件数	構成比%	件数	構成比%		
1万円未満	72	16.5	117	20.2	▲ 45	▲ 38.5
1万円～5万円未満	110	25.2	131	22.6	▲ 21	▲ 16.0
5万円～10万円未満	27	6.2	46	7.9	▲ 19	▲ 41.3
10万円～50万円未満	60	13.8	94	16.2	▲ 34	▲ 36.2
50万円～100万円未満	14	3.2	14	2.4	0	0
100万円以上	9	2.1	10	1.7	▲ 1	▲ 10.0
無回答	144	33.0	168	29.0	▲ 24	▲ 14.3
合計	436	100.0	580	100.0	▲ 144	▲ 24.8
平均金額	174,423円		132,162円		42,261円	32.0

○成年年齢の引下げについて

民法改正に伴う成年年齢の引下げにより、4年4月以降、18歳以上の者は法律上、親権者の同意なく一人で様々な契約が行えるようになった。例えば、クレジットカードの作成や携帯電話等の契約の他、ローンを組んだり、アパートなどの賃貸借契約をすることが可能となった。

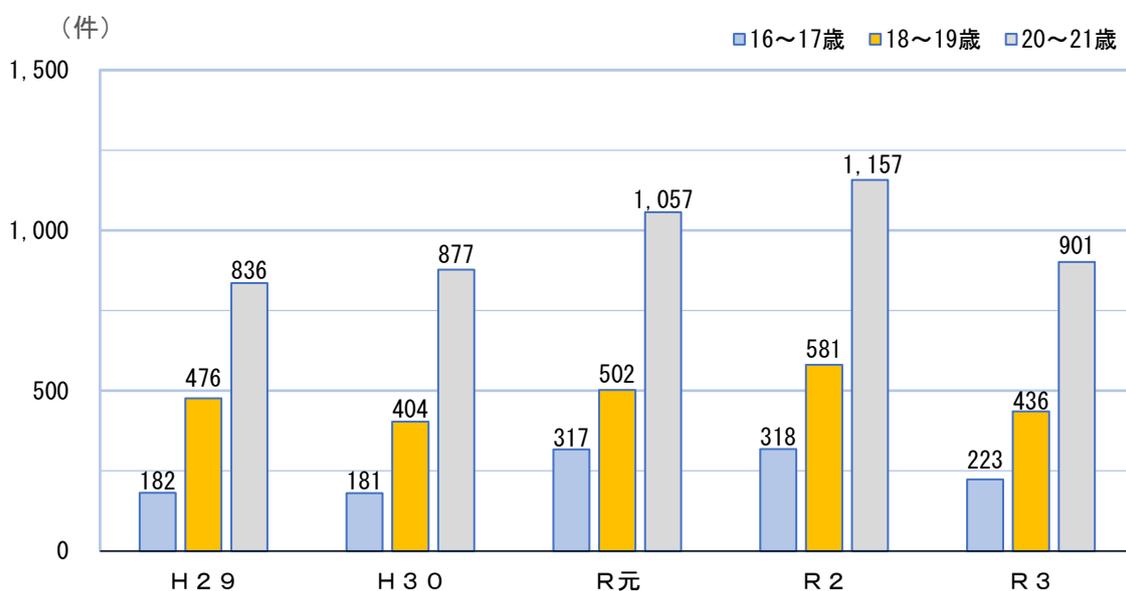
一方、未成年者（4年3月までの20歳未満、4月以降の18歳未満）が親権者の同意なく結んだ契約であれば、あとから取り消せるという「未成年者取消権」という権利があり、未成年者を守る重要な民法のルールとなっている。

これまで18歳と19歳の者は消費者被害にあっても、この未成年者取消権があることで、原則として事後に返金や解約を求めることができたが、4月からはこの権利が適用されなくなっている。

3年度の相談で見ると、18～19歳の相談件数は436件で、16～17歳の223件と比較すると約2倍となる。また、従前の成人年齢である20～21歳の相談件数は901件で、18～19歳と比較して更に2倍となっており、年齢の上昇に伴い、相談件数が一層多くなる傾向にある。

今後、18～19歳の若者には、「未成年者取消権」の適用がなくなり、成人として契約することに伴い、様々なリスクが生じることについての認識が求められる。

年齢層による相談件数（16～17歳、18～19歳、20～21歳）



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契約については、キャッシュレス決済の進展に伴い、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度の導入、登録事業者による加盟店調査の義務化などの加盟店管理の強化等により、消費者保護が図られたところである。

こうした中、3年度の相談件数は8,768件となり、2年度に比べ834件減少(8.7%減)に転じたが、合計欄にある苦情相談全体(9.1%減)ほど減少していない。構成比においても、3年度の19.7%は2年度の19.6%とほぼ変わっていない。

消費者契約の決済における信用供与の状況の推移

	29年度	30年度	元年度	2年度	構成比%	3年度	構成比%	増減(%)
借金契約	1,791	1,731	1,487	1,314	2.7	1,172	2.6	▲ 10.8
クレジット利用	6,122	6,739	7,937	9,602	19.6	8,768	19.7	▲ 8.7
クレジット利用なし	20,586	19,617	19,307	19,596	39.9	18,006	40.4	▲ 8.1
現金等即時払	15,440	14,549	14,795	14,809	30.2	13,941	31.3	▲ 5.9
即時払以外	5,146	5,068	4,512	4,787	9.8	4,065	9.1	▲ 15.1
不明・無関係	18,425	27,123	21,539	18,567	37.8	16,650	37.3	▲ 10.3
合 計	46,924	55,210	50,270	49,079	100.0	44,596	100.0	▲ 9.1

- ※借金契約 金融機関から金銭を借りの場合、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。

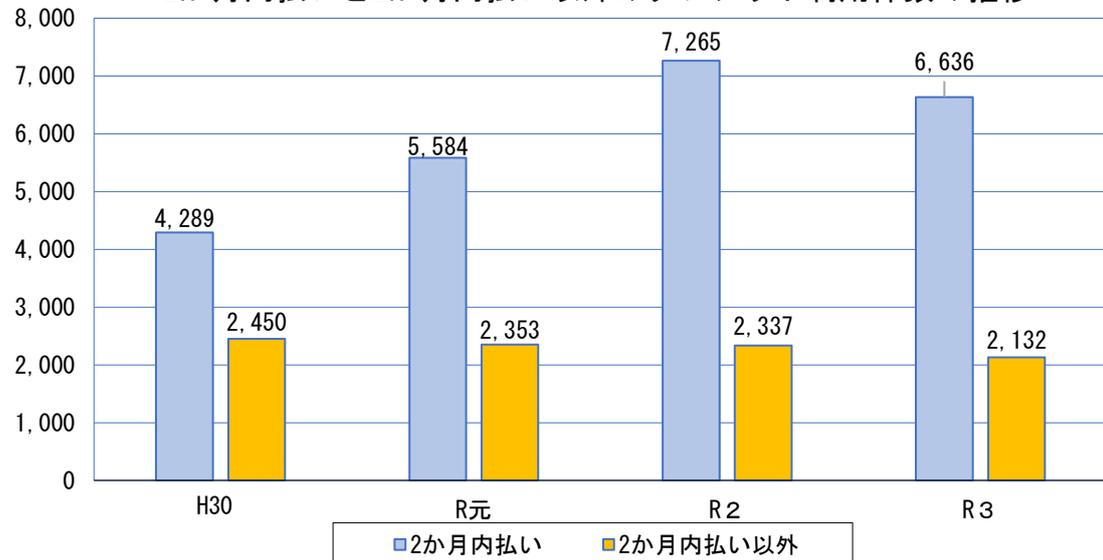
クレジット利用の内訳をみると、「2か月以内払い」が6,636件で、2年度に比べ629件減少(8.7%減)したが、クレジット契約全体のうち75.7%を占める状況は変わっていない。

その他、「自社割賦」、「個別信用」、「包括信用」なども件数は下がっているが、構成比については2年度とほぼ同じになっている。

クレジット利用内訳の推移

	29年度	30年度	元年度	2年度	構成比%	3年度	構成比%	増減(%)
自社割賦	187	165	147	156	1.6	133	1.5	▲ 14.7
個別信用	1,286	1,037	950	879	9.2	815	9.3	▲ 7.3
包括信用	957	925	906	855	8.9	772	8.8	▲ 9.7
2か月内払い	3,435	4,289	5,584	7,265	75.7	6,636	75.7	▲ 8.7
他の販売信用	34	42	40	51	0.5	49	0.6	▲ 3.9
不明	223	281	310	396	4.1	363	4.1	▲ 8.3
合計	6,122	6,739	7,937	9,602	100.0	8,768	100.0	▲ 8.7

(件) 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。

「デジタルコンテンツ」の分類廃止に伴い、3年度にクレジット利用をした商品・サービス別件数で最も多くなったのは「化粧品」で、2年度に比べ329件(49.5%増)と大幅に増加した。逆に「健康食品」は599件(52.4%減)の大幅減となった。

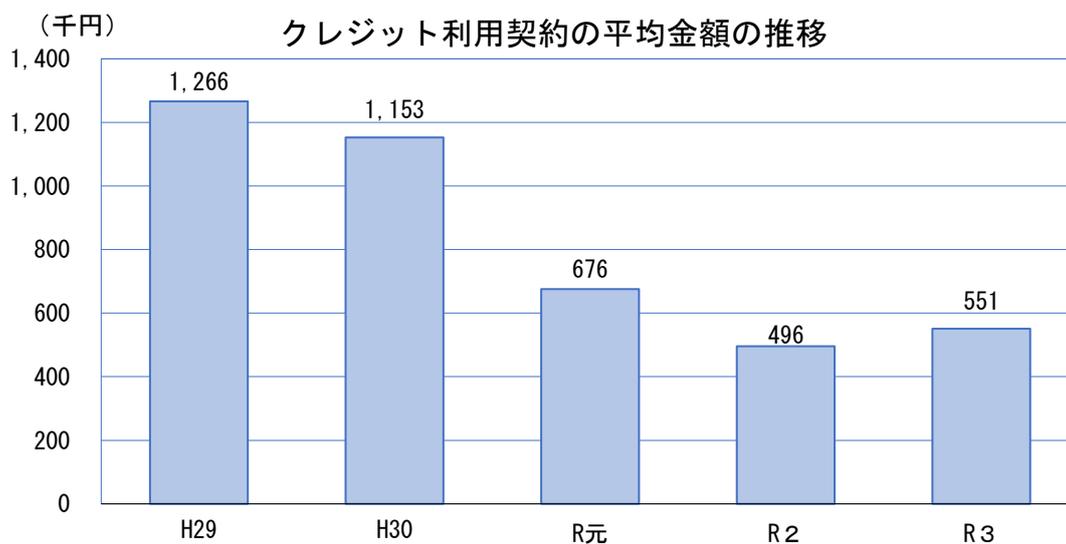
3位は272件の「内職・副業」が入り、2年度の122件(圏外)から150件増加(123.0%増)と倍増している。4位は旧「デジタルコンテンツ」に含まれていた「インターネットゲーム」で251件、5位の「エステティックサービス」は233件と2年度に比べて18件増加(8.4%増)している。

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）

	29年度		30年度		元年度		2年度		3年度	
1	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	化粧品	993
2	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	健康食品	545
3	四輪自動車	197	化粧品	304	化粧品	592	化粧品	664	内職・副業	272
4	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	インターネットゲーム	251
5	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	エステティックサービス	233
	全件数	6,122	—	6,739	—	7,937	—	9,602	—	8,768

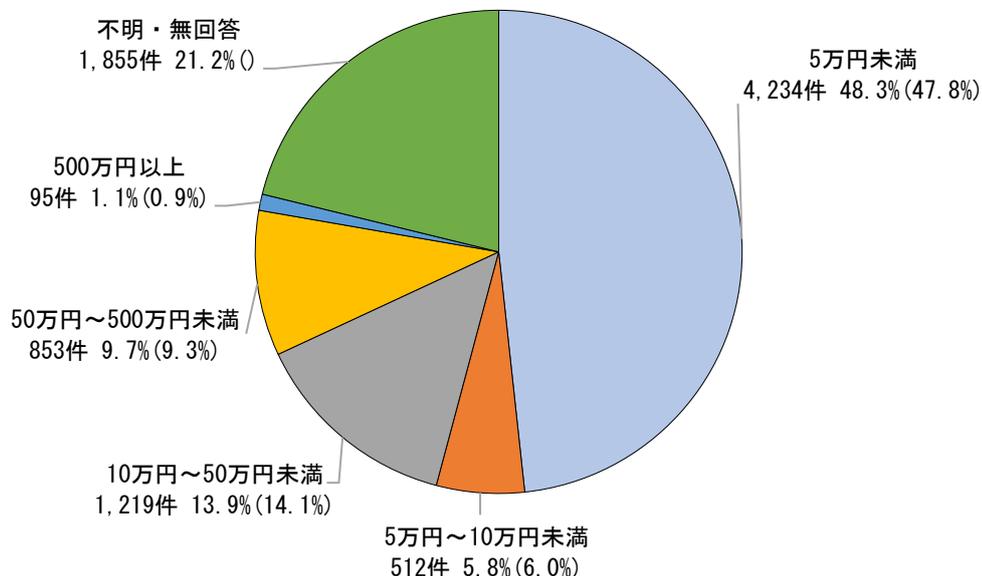
3年度のクレジット利用の平均購入金額は5万5千1千円で、2年度に比べて5万5千円増加（11.1%増）した。

金額別にみると、5万円未満のクレジット利用件数が4,234件で全体の半分近くを占めており、少額な取引にもクレジットが利用される傾向は変わっていない。



クレジット利用件数の金額別内訳

（ ）は2年度の構成比



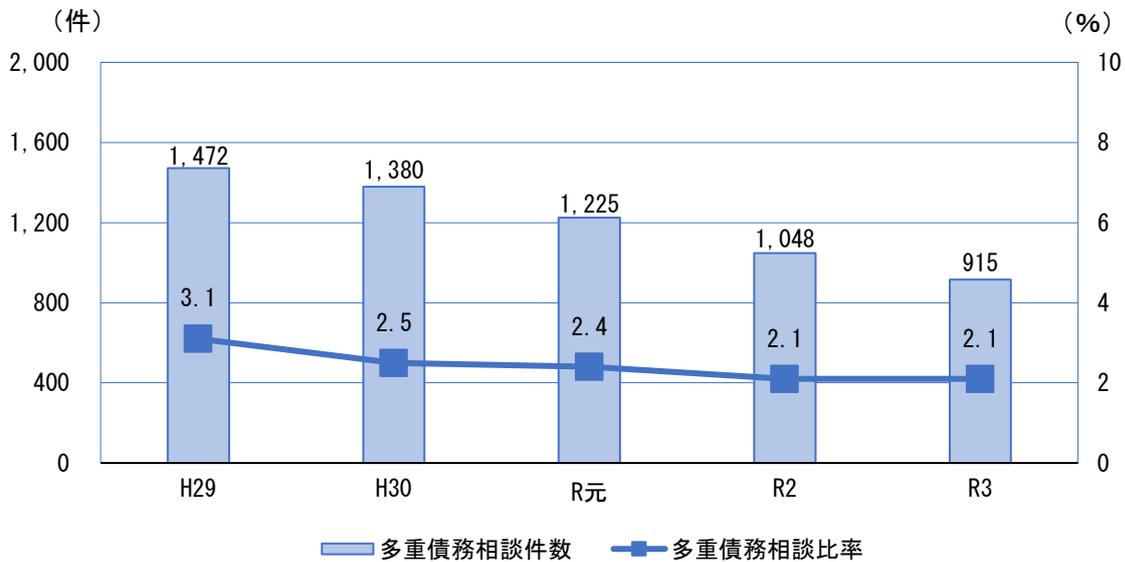
8 多重債務に関する相談

3年度の多重債務に関する相談件数は915件、苦情相談全体に対する構成比は2.1%で、2年度と比べて件数は減少したが、構成比は横ばいだった。

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、3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。

多重債務の相談件数と構成比の推移



契約当事者の年代別件数をみると、2年度と比べ、20歳未満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

	3年度		2年度		増減(件)
	件数	構成比%	件数	構成比%	
70歳以上	147	16.1	165	15.7	▲ 18
60歳代	128	14.0	140	13.4	▲ 12
50歳代	164	17.9	209	19.9	▲ 45
40歳代	161	17.6	165	15.7	▲ 4
30歳代	98	10.7	135	12.9	▲ 37
20歳代	136	14.9	142	13.5	▲ 6
20歳未満	7	0.8	2	0.2	5
不明	74	8.1	90	8.6	▲ 16
合計	915	100.0	1,048	100.0	▲ 133

職業別件数を見ると「給与生活者」が最も多く、424件（46.3%）であった。
次いで「無職」が336件（36.7%）となっており、2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

	3年度		2年度		増減(件)
	件数	構成比%	件数	構成比%	
給与生活者	424	46.3	468	44.7	▲ 44
自営・自由業	39	4.3	48	4.6	▲ 9
家事従事者	38	4.2	44	4.2	▲ 6
学生	8	0.9	3	0.3	5
無職	336	36.7	410	39.1	▲ 74
その他・不明	70	7.7	75	7.2	▲ 5
合計	915	100.0	1,048	100.0	▲ 133

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27.3%を占める。次いで「10万円～100万円未満」が21.4%と続く。

全体構成比は2年度とほぼ変わらない。平均金額は2年度から約112万4千円増加（43.2%増）し、約372万6千円となった。

借入金額別件数

	3年度		2年度		増減(件)
	件数	構成比%	件数	構成比%	
1万円未満	3	0.3	3	0.3	0
1万円～10万円未満	34	3.7	27	2.6	7
10万円～100万円未満	196	21.4	221	21.1	▲ 25
100万円～500万円未満	250	27.3	265	25.3	▲ 15
500万円～1億円未満	89	9.7	72	6.9	▲ 17
1億円以上	1	0.1	0	0.0	1
無回答	342	37.4	460	43.9	▲ 118
合計	915	100.0	1,048	100.0	▲ 133
平均金額	3,726,403円		2,601,741円		1,124,662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、3年度が19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

	29年度	30年度	元年度	2年度	3年度
件数	49	56	36	26	19

9 危害・危険に関する相談

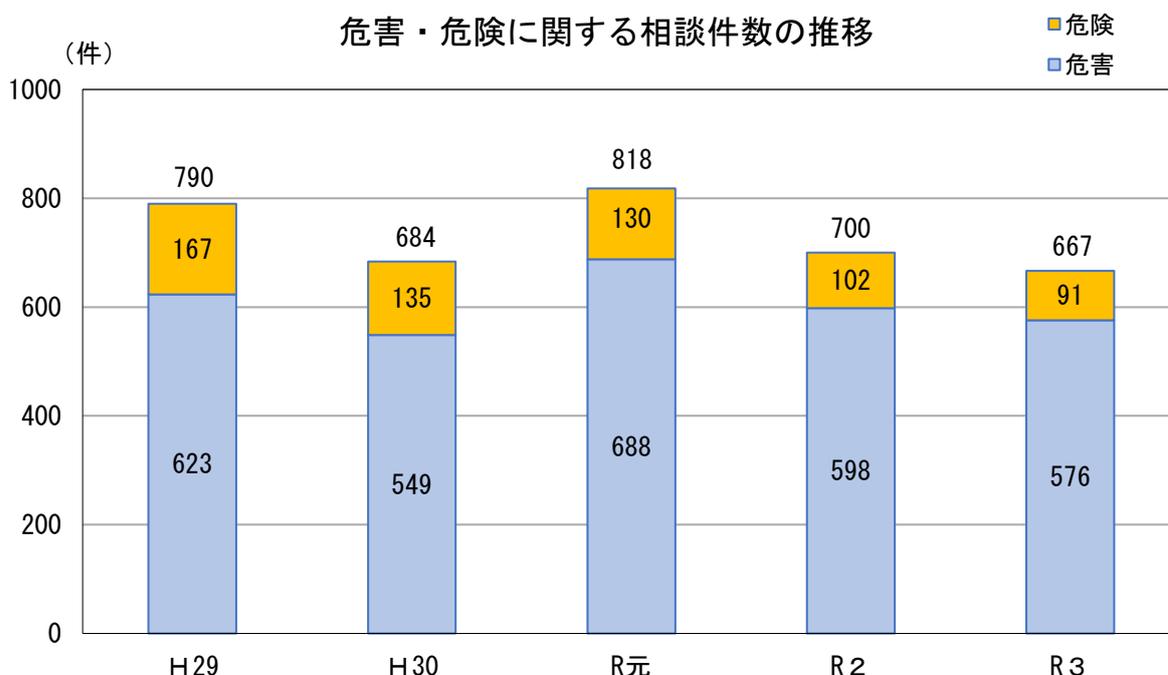
「危害」とは商品・サービスに関連して人身に被害が発生したこと、「危険」とは人身に被害が発生するおそれがあることである。

製品事故等に関する情報の収集制度は消費生活用製品安全法により、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や、国による事故情報の公表等の措置などが規定されている。

また、消費者安全法においては、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ている。

（1）件数の推移

3年度の危害・危険に関する相談件数は667件（危害576件、危険91件）で、2年度の700件に比べ33件減少（4.7%減）した。



（2）危害に関する相談

3年度の危害に関する相談件数は576件で、2年度の598件に比べ22件減少（3.7%減）した。

項目別では、「化粧品」が148件と2年度に比べ42件増加（39.6%増）して最も多い相談となった。次いで医療に関する相談が67件（13件、16.3%減）となっている。2年度最多であった「健康食品」は46件で、2年度に比べ105件の大幅な減少（69.5%減）となった。

事例としては、化粧品や健康食品では発疹などの症状が現れた、医療や理美容では術後に熱傷痕や下血などの障害が出た、などであった。

危害に関する相談の推移（上位5項目）

順位	29年度			30年度			元年度			2年度			3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	100	16.1	医療	85	15.5	健康食品	183	26.6	健康食品	151	25.3	化粧品	148	25.7
2	医療	87	14.0	健康食品	83	15.1	化粧品	130	18.9	化粧品	106	17.7	医療	67	11.6
3	化粧品	66	10.6	化粧品	82	14.9	医療	95	13.8	医療	80	13.4	健康食品	46	8.0
4	理美容	55	8.8	理美容	46	8.4	理美容	47	6.8	理美容	31	5.2	理美容	46	8.0
5	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	レンタル・リース・貸借	22	3.8
合計	623			549			688			598			576		

危害に関する主な事例（上位5項目）

分類	主な事例
化粧品	テレビショッピングでまつ毛美容液を定期購入、1回目は特別価格で1本、2回目以降は2カ月ごとに2本届く。2回目を使用中に目やにが出るようになったので使用を中止し解約したいが、混雑して何度電話してもつながらない。
	フェイスクリームを皮膚科で購入したが、2週間で顔にぶつぶつの吹き出物が多数発生した。肌は弱いほうではなく、また医療機関のみの専売品ということだが、このようなことは初めてだ。成分分析をしてもらいたい。
医療	10年前からレーザーひげ脱毛をしている。2カ月前に受けた施術でレーザー照射の際の不手際で熱傷のような症状となり痕が残った。現在傷跡の治療を続けているが損害賠償を求めることはできるか。
	整形外科で臀部と足の痛みの治療を受け、家で指示されたストレッチをしたところ足が痛くなった。翌日病院が休みのため接骨院に行きマッサージを受けたが痛みは強くなり寝返りもできないくらいである。どうすればよいか。
健康食品	インターネット通販でダイエットサプリメントを定期購入し使用したところ、お腹周りあちこちに湿疹が出た。医師に相談の上2回目の未開封分を返品したいと言ったら、食品であるので返品を断られた。未開封のものを返品できないのはおかしい。
理美容	痩身エステで腹部に機器で圧をかける施術を受けたところ、お腹が痛くなり下血した。医療機関で診察を受けたら診断は虚血性結腸炎で即入院となった。お店に解約を申し出たら、解約金が必要となるので脱毛など別のコースを勧められたが解約したい。
レンタル・リース・貸借	部屋の一部に傾きがあると記載のある中古住宅を、この程度なら気にならないと思い賃貸契約をした。鍵を受け取り掃除をしたところ、2時間ほどで気分が悪くなった。めまいもなかなか収まらないので解約しようとしたら、入居前なのに高額の違約金を請求された。

(3) 危険に関する相談

3年度における危険に関する相談は91件で、2年度の102件と比べ11件減少(10.8%減)した。

最も多かったのは例年と同じ「自動車」の他、「空調・冷暖房機器」と「食生活機器」が12件で並んだ。以下、「電話機・電話機用品」、「調理食品」と続いている。

事例としては、中古自動車の不具合、電気製品の過熱・発火等による破損が多い。

危険に関する相談の推移 (上位5項目)

順位	29年度			30年度			元年度			2年度			3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	自動車	24	14.4	自動車	19	14.1	自動車	19	14.6	自動車	18	17.6	自動車	12	13.2
2	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	空調・冷暖房機器	12	13.2
3	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	食生活機器	12	13.2
4	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	電話機・電話機用品	5	5.5
5	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	調理食品	4	4.4
合計	167			135			130			102			91		

危険に関する主な事例 (上位5項目)

分類	主な事例
自動車	2年前に購入した中古車で最近異臭がするので調べたところ、燃料ポンプからガソリンが漏れていることが分かり、ネットで検索したらリコール対象車であった。取扱店はこの事実を知りながら販売したので契約を無効にしてほしい。
空調・冷暖房機器	カーボンヒーターの電気ストーブが使用中に発火し、本体だけでなくじゅうたんなど周辺が焦げてしまった。火事の恐れがあり怖いので、交換ではなく回収して返金してほしい。
食生活機器	ある朝起きると、炊き上げ予約をしていた電気炊飯器の敷き布が焦げ、炊飯器本体の底部も熱で変形していた。特別な使い方をした覚えはない。メーカーでは有償修理になると言われたが納得できない。他にどこに相談したらよいか。
電話機・電話機用品	半年前に購入したスマートフォンが手で持てないほど熱くなる状態になった。メーカーに修理に出したが、熱くなる事象が再現できず、外装の傷は有償修理になるとのことだった。基盤の交換をしないで使い続けるのは不安だ。
調理食品	駅前の店で買ったお好み焼きに金属片が混入していた。この商品は輸入品で、輸入元の事業者から来る送付用キットを使って返送すると、代金分のプリペイドカードが来るようだ。対応に不満はないが、危険なので情報提供する。

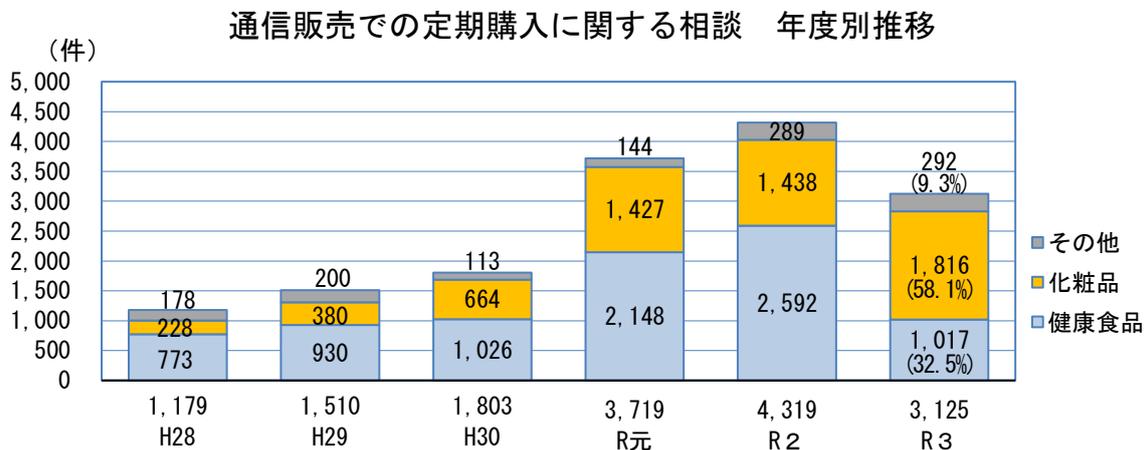
Ⅲ 特徴的な相談

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は減少したが、新しい手口で、悪質なものがみられるなど、依然として相談件数が多い状況となっている。3年度は3,125件で、2年度の4,319件から1,194件減少（27.6%減）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、「化粧品」に関する相談が1,816件と、2年度から378件増加（26.3%増）し、主にシャンプーやファウンデーションに関する相談が増加した。「健康食品」に関する相談は1,017件と、2年度から1,575件減少（60.8%減）し、主にダイエットサプリメントや青汁に関する相談が減少した。



※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2,271件で、2年度に比べて894件減少（28.2%減）したが、72.7%と多数を占めた。男性は828件で、2年度に比べて285件減少（25.6%減）した。

年代別では、件数が多い順に50歳代、60歳代、40歳代と続く。

増加率が高いのは80歳代以上の年代である。

性別・年代別件数

年齢	3年度					2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	67	123	1	191	6.1	55	88	1	144	3.3	47	32.6
70歳代	118	295	1	414	13.2	150	271	2	423	9.8	▲9	▲2.1
60歳代	140	452	2	594	19.0	153	469	1	623	14.4	▲29	▲4.7
50歳代	138	573	3	714	22.8	213	763	1	977	22.6	▲263	▲26.9
40歳代	87	383	1	471	15.1	177	641	1	819	19.0	▲348	▲42.5
30歳代	57	137	1	195	6.2	90	277	5	372	8.6	▲177	▲47.6
20歳代	56	94	1	151	4.8	106	242	4	352	8.2	▲201	▲57.1
20歳未満	137	136	3	276	8.8	134	297	7	438	10.1	▲162	▲37.0
不明	28	78	13	119	3.8	35	117	19	171	4.0	▲52	▲30.4
合計	828	2,271	26	3,125	100.0	1,113	3,165	41	4,319	100.0	▲1,194	▲27.6
構成比%	26.5	72.7	0.8	100.0		25.8	73.3	0.9	100.0			
増減(件)	▲285	▲894										
増減(%)	▲25.6	▲28.2										

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「千円以上1万円未満の契約が997件と最も多く、「1万円以上5万円未満」の契約873件と併せると全体の59.8%を占めた。

3年度は全ての契約金額別の契約で、減少しており、特に「1万円以上5万円未満」が529件減少(37.7%減)し、5万円未満全体では、752件減少した。

契約金額別件数（全年代）

金額	3年度		2年度		増減（件）	増減（%）
	件数	構成比%	件数	構成比%		
千円未満	286	9.2	454	10.5	▲ 168	▲ 37.0
千円～1万円未満	997	31.9	1,052	24.4	▲ 55	▲ 5.2
1万円～5万円未満	873	27.9	1,402	32.5	▲ 529	▲ 37.7
5万円～10万円未満	40	1.3	65	1.5	▲ 25	▲ 38.5
10万円～50万円未満	12	0.4	14	0.3	▲ 2	▲ 14.3
50万円～100万円未満	0	0.0	0	0.0	0	0.0
100万円以上	0	0.0	0	0.0	0	0.0
不明	917	29.3	1,332	30.8	▲ 415	▲ 31.2
合計	3,125	100.0	4,319	100.0	▲ 1,194	▲ 27.6
平均金額	13,577円		16,145円		▲ 2,568円	▲ 15.9

内容別にみると、新設された内容キーワードを除くと、「インターネット通販」、「解約」、「電子広告」の件数が、上位を占めており、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、「定期購入」、「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。

唯一増加したのは「SNS」（13.4%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2年度順位	3年度		2年度		増減（件）	増減（%）
		件数	全件数比%	件数	全件数比%		
1	定期購入(注)	2,675	85.6	-	-	-	-
2	インターネット通販(1)	2,564	82.0	3,711	85.9	▲ 1,147	▲ 30.9
3	解約(2)	2,442	78.1	3,499	81.0	▲ 1,057	▲ 30.2
4	電子広告(3)	1,348	43.1	1,634	37.8	▲ 286	▲ 17.5
5	連絡不能(4)	778	24.9	1,224	28.3	▲ 446	▲ 36.4
6	後払い決済(注1)	623	19.9	-	-	-	-
7	返品(5)	605	19.4	665	15.4	▲ 60	▲ 9.0
8	SNS(8)	490	15.7	432	10.0	58	13.4
9	高価格・料金(6)	318	10.2	573	13.3	▲ 255	▲ 44.5
10	未成年者契約(9)	268	8.6	402	9.3	▲ 134	▲ 33.3
	全件数	3,125	100.0	4,319	100.0	▲ 1,194	▲ 27.6

(注) 令和3年度からの新設キーワードのため比較なし

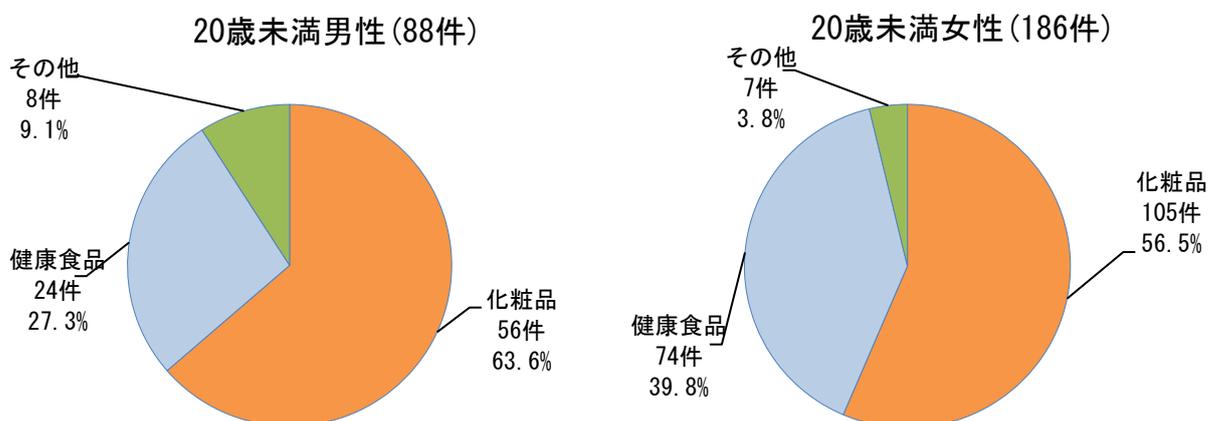
ここで、通信販売での定期購入に関する相談が、すべての苦情相談件数に占める割合を年代別にみると、20歳未満の割合が1,111件中276件で24.8%と、他の年代と比較して高くなっている。

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	276	151	195	471	714	594	605	119	3,125
全苦情相談	1,111	4,404	4,725	6,098	7,105	5,868	10,396	4,889	44,596
割合	24.8%	3.4%	4.1%	7.7%	10.0%	10.1%	5.8%	2.4%	7.0%

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88件、女性186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56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「化粧品」に関する相談（105件）でも、除毛・脱毛クリームに関する相談や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「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。

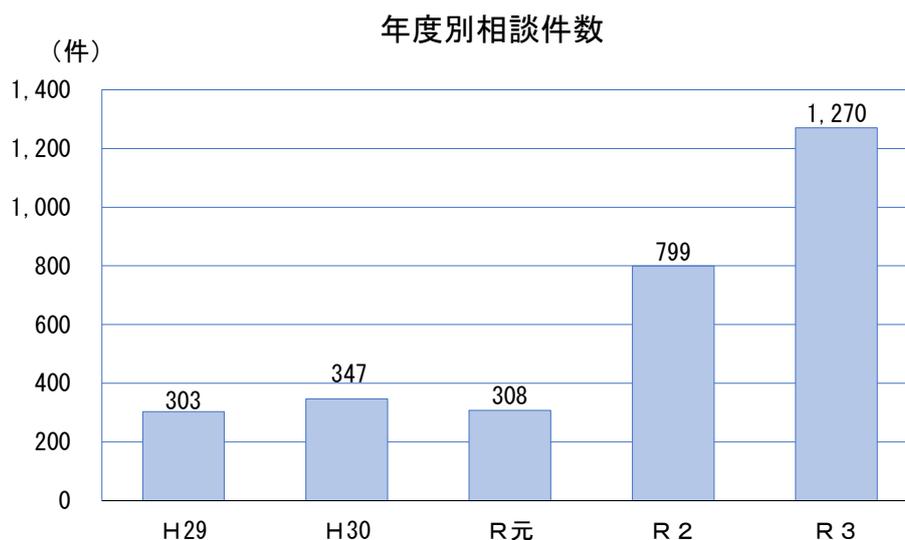
契約金額別件数（20歳未満）

金額	男性	女性	不明	全体
千円未満	23	30	0	53
千円～1万円未満	7	28	0	35
1万円～5万円未満	39	80	0	119
5万円～10万円未満	1	3	0	4
10万円～50万円未満	0	1	0	1
50万円～100万円未満	0	0	0	0
100万円以上	0	0	0	0
不明	18	44	2	64
合計	88	186	2	276

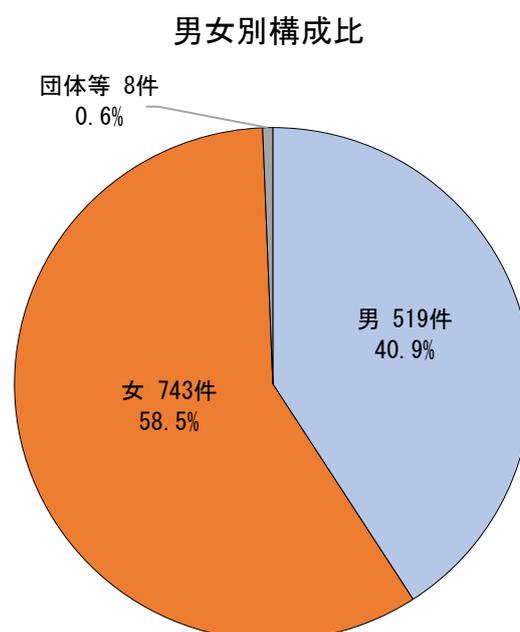
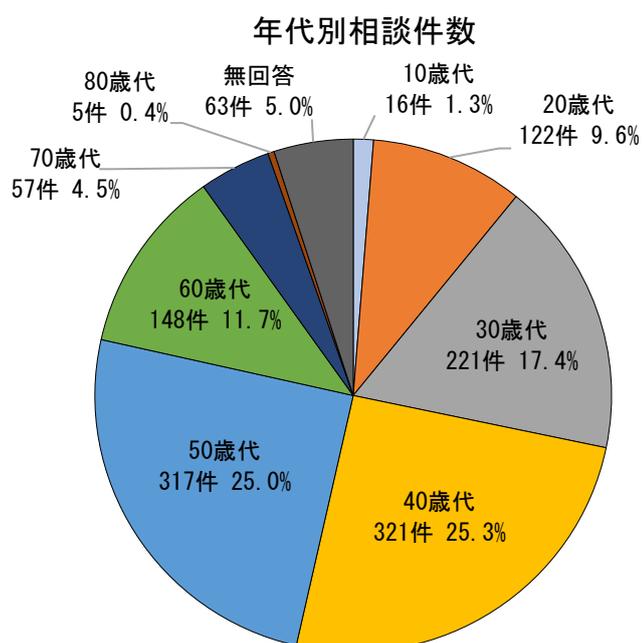
2 「偽サイト」に関する相談

正規の通販サイトの商号やデザイン、商品写真等が無断でコピーしたサイトを作り、代金支払後も購入者へ商品を送らなかつたり、偽ブランド品を送付したりする、いわゆる「偽サイト」等に関する相談が2年度以降増加している。

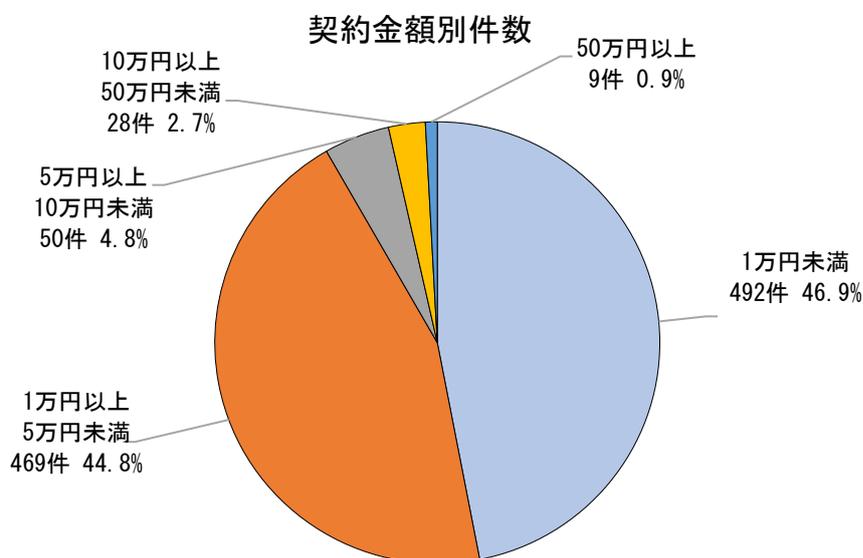
3年度の相談件数は1,270件で、2年度の799件と比較して471件増加(58.9%増)した。



年代別にみると、40歳代が321件(構成比25.3%)と最も多く、次いで50歳代が317件(構成比25.0%)、30歳代が221件(構成比17.4%)となっている。また、男女別では男性が519件(構成比40.9%)、女性が743件(構成比58.5%)と、女性の割合が多くなっている。



契約金額が判明している相談（1,048件）について、契約金額別にみると、「1万円未満」の相談が492件（構成比46.9%）と最も多く、次いで、「1万円以上5万円未満」の相談が469件（構成比44.8%）となっている。平均契約金額は、約6万円であった。



内容別にみると、「インターネット通販」における相談が多く、商品購入のきっかけとなる「電子広告」「SNS」、購入時のトラブルである「商品未着」、購入後のトラブルである「連絡不能」「解約」「返金」や、決済に利用したカードが不正利用されないかと心配する「クレジットカード」に関する相談が寄せられた。

また、商品・サービス別にみると、「紳士・婦人洋服」や「かばん」などの、ファッションに関する相談が多くなっている。また、「家具・寝具」「食器・台所用品」「食生活機器」などの、日常生活で必要となるものに関する相談が多く寄せられている。

インターネット検索やSNSの広告において、百貨店の閉店セールなどをかたり、百貨店の公式サイトや大手通販サイトを模した偽サイトに誘導し、通常価格の8割引などの安価で商品を販売しているように見せかけ、実際に注文すると商品が届かず、しばらくすると偽サイトが消失して連絡不能になるといった相談が寄せられている。

内容別件数（複数選択項目）（上位10項目）

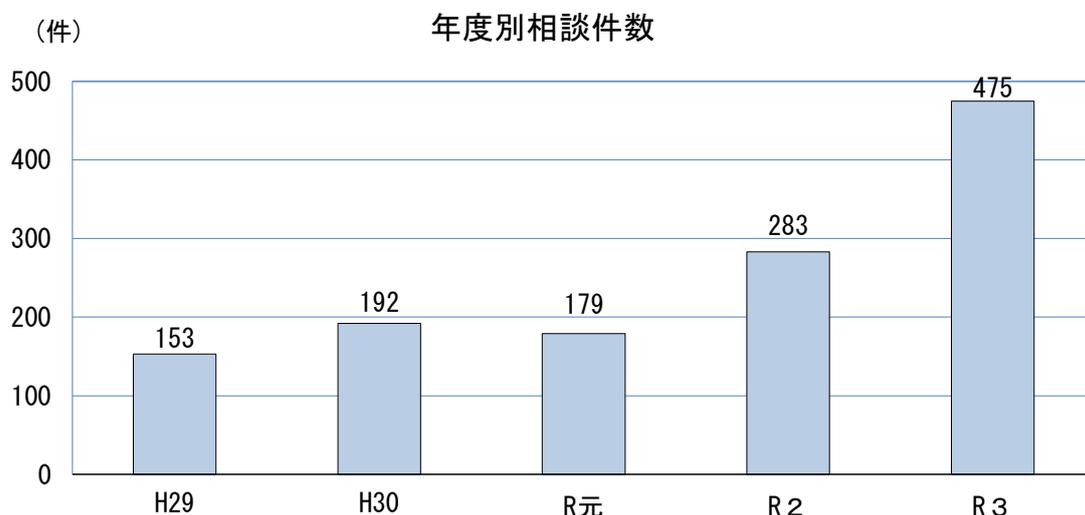
順位	内容キーワード	件数	全件数比%
1	インターネット通販	1,118	88.0
2	偽サイト	532	41.9
3	詐欺	511	40.2
4	連絡不能	408	32.1
5	解約	394	31.0
6	電子広告	358	28.2
7	商品未着	314	24.7
8	返金	249	19.6
9	SNS	241	19.0
10	クレジットカード	204	16.1
	全件数	1,270	100.0

商品・サービス別件数（上位10項目）

順位	項目	件数	構成比%
1	紳士・婦人洋服	128	10.1
2	かばん	122	9.6
3	商品一般	80	6.3
3	家具・寝具	80	6.3
5	玩具・遊具	59	4.6
6	食器・台所用品	55	4.3
7	他の教養娯楽品	43	3.4
8	食生活機器	42	3.3
9	アクセサリ	38	3.0
9	他の身の回り品	38	3.0
	全件数	1,270	100.0

3 「暮らしのレスキューサービス」に関する相談

トイレなど水回りの修理、害虫・害獣の駆除、鍵の修理等、日々の暮らしの中で突然発生する様々なトラブルに対処してくれる「暮らしのレスキューサービス」に関する相談が増加している。3年度の相談件数は475件で、2年度の283件に比べ192件増加（67.8%増）した。特に、トイレの修理に関する相談の増加が見られた。



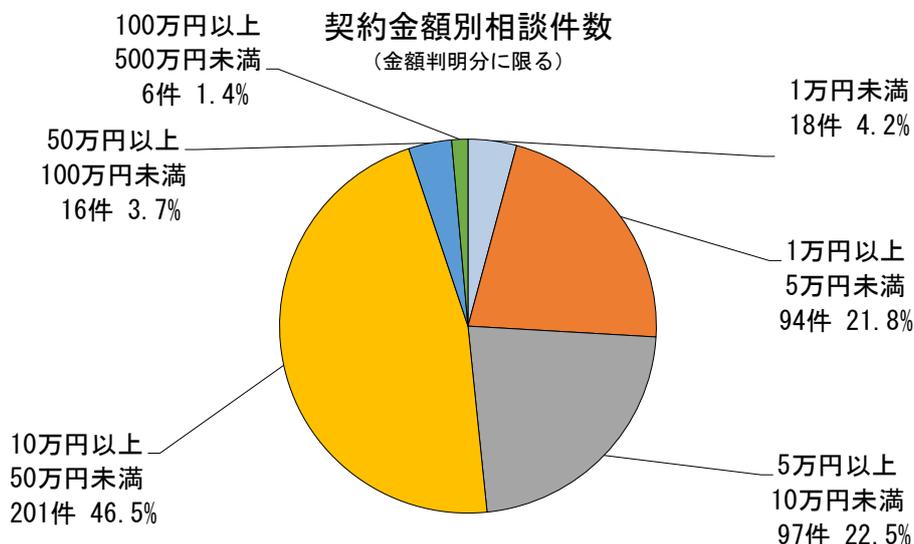
契約当事者の性別の構成は、「女性」が61.5%であるのに対し、「男性」が35.2%であり、2年度に引き続き「女性」が「男性」を大きく上回った。件数においては、「女性」が292件で2年度の159件から133件増加（83.6%増）し、「男性」は167件で2年度の106件から61件増加（57.5%増）した。

年代別にみると、70歳以上が88件（構成比18.5%）と最も多く、次いで50歳代が76件（構成比16.0%）、40歳代が73件（15.4%）と続く。特に大きく増加したのが50歳代で、2年度37件から39件増加（105.4%増）した。

性別・年代別相談件数

	3年度						2年度					
	男	女	団体	不明	合計	構成比(%)	男	女	団体	不明	合計	構成比(%)
70歳以上	31	56	/	1	88	18.5	22	50	/	2	74	26.1
60歳代	31	38		0	69	14.5	14	19		2	35	12.4
50歳代	21	55		0	76	16.0	14	23		0	37	13.1
40歳代	18	55		0	73	15.4	14	28		1	43	15.2
30歳代	32	30		0	62	13.1	16	17		0	33	11.7
20歳代	21	33		1	55	11.6	13	9		0	22	7.8
20歳未満	0	0		0	0	0.0	2	2		0	4	1.4
不明・団体	13	25		4	10	52	10.9	11		11	10	3
合計	167	292	4	12	475	100.0	106	159	10	8	283	100.0
構成比(%)	35.2	61.5	0.8	2.5	100.0	/	37.5	56.2	3.5	2.8	100.0	/

契約金額が判明している相談（432件）について、契約金額別にみると、「10万円以上50万円未満」の相談が201件（構成比46.5%）と最も多く、次いで「5万円以上10万円未満」の相談が97件（構成比22.5%）となっている。平均契約金額は、約16万円である。



内容別にみると、契約金額についての「高価格・料金」やインターネットなど電磁的方法により実施される「電子広告」についての相談が多くなっている。

「トイレが詰まり、インターネットで検索して上位に出てきた業者の「基本料金350円。」とうたう広告を見て、すぐに連絡し、来てもらったところ、次々と高額な作業を提案され、最終的に約20万円の請求が来た。」といった相談など、突然発生した日常生活のトラブル解決を急ぐあまり、事業者や契約内容について十分に検討しないまま契約し、高額な請求をされるといった相談が寄せられている。

内容別相談件数（複数選択項目）（上位10項目）

順位	内容キーワード	件数	全件数比(%)
1	高価格・料金	330	69.5
2	電子広告	200	42.1
3	家庭訪販	169	35.6
4	返金	137	28.8
5	修理代	107	22.5
6	クーリング・オフ	98	20.6
7	契約書・書面	71	14.9
8	見積り	60	12.6
9	説明不足	55	11.6
10	信用性	54	11.4
	解約	54	11.4
全件数		475	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】

2年住んだ賃貸アパートを退去した。退去の際、立ち会い確認し、その時汚れがないとされたふすまの張替費用12万円を請求された。管理会社は特約があるので汚れがなくても請求するという。知り合いに聞いたら、特約があっても場合によっては問題があるので、消費生活センターに相談するよう言われた。どうすればよいのか。(30歳代・女性・給与生活者)

- * 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】

1週間前に納車の中古車は、納車日の帰宅途中からトランスミッションの警告灯が点灯した。販売店に連絡したところ、私は有償の修理サービスに加入していないので修理はできないと言われた。納得できないがどうすればよいのか。(40歳代・男性・自営・自由)

- * 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】

父のスマートフォンが壊れたので、高齢の両親がショップを訪れ、最も安い機種で、一緒に購入すれば母の分の同機種の代金が無料になると説明され、契約した。しかし高齢者では使いこなせなかった。通信会社のガイドラインを確認したが、高齢者の契約では、家族の同席か、確認をとるとなっているが、それらはなかった。解約したいが、可能か。(80歳代・男性・無職)

- * 解約のトラブルや、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。

【工事・建築】

新築注文住宅に入居した。土地、外構工事業者はメーカーから紹介された。入居後床下が浸水した。メーカーに相談したところ、地盤の水はげが悪く雨水がたまるので、外構工事業者の責任と言い、メーカーと外構工事業者が責任を押し付け合って対処しない。どうすればよいか。(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。

【エステティックサービス】

2、3年前に脱毛サロンで、「全身脱毛33か所美白15回コース」を契約したが、施術で気持ちが悪くなるため、あまり通えず、5、6回しか施術を受けていない。解約を申し入れ、約7万円返金するといわれた。ところが2か月以上経つのに、返金されない。メールで問い合わせたら、「順次返金している。」と返信されたが、その後も返金されず、電話してもつながらない。7万円は私の1か月の生活費なので、返金してほしい。(30歳代・女性・給与生活者)

* 脱毛サロンの契約を解除したが、返金されないといった解約時のトラブルに関する相談が多数寄せられました。

(2) 訪問販売 (14頁参照)

【工事・建築】

自宅の外壁塗装を考えていたところ、近所で外壁塗装の工事を行っていた業者があいさつに来たので、見積もりを依頼した。しかし、見積もりだけで帰ってもらおうと思っていたが、「今契約しないと工期の段取りが悪くなる」などと言われ断りづらく、契約してしまった。その後不安になり解約したいと思ったが、クーリング・オフできるか。(40歳代・男性・給与生活者)

* 見積もりだけのつもりであったのに契約させられてしまったため、クーリング・オフしたいとの相談が寄せられました。

【修理サービス】

業者がいきなり訪問し、「お宅の屋根が傷んでいるのが見えた。屋根を見せて。」といった。業者は屋根を見に行き、私はテラスから屋根を見ていた。業者は写真を見せ、「屋根が傷んでいる。」「瓦がずれている。放っておくと瓦が落ちる。」と言ったが、私にはそう見えなかった。しつこいので契約書に署名してしまった。3年前、屋根を塗装してもらった業者に相談したところ、「悪質な業者はあることないこと言って不安にさせ、契約を取っている。屋根工事は必要ない。」と言われた。クーリング・オフしたい。(80歳代・男性・無職)

* 消費者宅を突然訪問し、屋根工事へ勧誘する業者についての相談が寄せられました。

【電気】

3～4か月程前「電気代が安くなる。基本料金を半額にする」との訪問販売を受けた。何度もお願いされ根負けし、契約した。利用開始後利用料金明細を見たが、安くなるどころか、高くなってしまった。納得できず何度か電話したが、つながらない。だまされたと思うが、どうしたらよいか。(70歳代・女性・無職)

* 電力会社を名乗る営業員から電気代が安くなるなどといった勧誘を受け契約したが、電気代が安くならずクーリング・オフしたいといった相談が寄せられました。

(3) 通信販売 (15頁参照)

【商品一般】

会員登録している大手通販サイトAを名乗り、個人情報を聞くような不審なメールが届いた。無視していたが、メールアドレスに大手通販サイト名が入っていたため、信用し、氏名、住所などの個人情報とクレジットカード情報を入力した。その後、おかしいなと思い、通販サイトAに問い合わせたところ「そのようなことはやっていない、なりすましメールだ。」と言われた。クレジットカード会社に問い合わせると、約17万円の請求があがっていることが分かった。

(40歳代・男性・自営・自由)

- * 大手通販サイト等を名乗り、個人情報を聞き出したり、身に覚えのない商品代金の請求をする不審なメールについての相談が寄せられました。

【健康食品】

中学生の娘が、定期購入契約とも知らずに、スマートフォンでダイエットサプリメントを注文してしまった。20日間の返品保証と書いてあり、販売店に電話をかけたが「混み合っている。」とアナウンスが流れ、全くつながらない。どうしたらいいのか。

(契約当事者 10歳代・女性・学生)

- * 1回限りのつもりで注文したら定期購入契約であった、解約したいが業者へ連絡がつかないといった相談が、契約者である未成年者の親から寄せられました。

【アダルト情報】

スマートフォンでアダルトサイトを視聴中、未成年・成年を選択する画面が表示され、タップして進んだところそのまま登録となってしまった。その後、年間視聴料45万円の請求と、キャンセルのための電話番号が表示された。自宅の固定電話から掛けたところ「こちらから折り返す、携帯電話の電話番号を教えてください。」と言われ、教えてしまった。後に電話が入り「キャンセルは30万円となる。」と言われた。支払わなければいけないのか。

(60歳代・男性・給与生活者)

- * アダルトサイトのワンクリック請求についての相談が多数寄せられました。

【化粧品】

1週間前に画像専用SNSの広告を見て550円のシャンプーとトリートメントの試供品を注文した。3日前に届いたが、同封されていた伝票に次回発送日の記載があり、定期購入になっていることが分かった。広告には、試供品のみでの解約も可能と書いてあったはずだ。解約の手続きをとりたいが、販売店に電話をかけてもつながらない。メッセージアプリに解約フォームを送ってもらう方法もあり、試してみたが解約できなかった。どうしたらよいか。

(40歳代・女性・無職)

- * お試しのつもりで注文したら定期購入契約であった、事業者へ連絡がつかず、解約できないといった相談が寄せられました。

【異性交際関連サービス】

未成年の息子が、学費用の口座にあるお金を使い、出会い系サイトへの支払いを繰り返していることが分かった。詳しく聞くと、きっかけは画像専用SNS上での見知らぬ女性からのダイレクトメールのようだ。そこから無料通話アプリでのやり取りに誘導され、連絡先を交換することにしたが、女性から「スマートフォンが使えなくなった、チャットでやり取りしたい。」と誘われ、出会い系サイトのチャットルームに入ったようである。女性と連絡先を交換するためにはポイントの購入が必要で、何度もポイントを購入したが、交換できなかったようだ。サイトへ返金を求めることは可能か。(契約当事者 10歳代・男性・学生)

- * SNSで知り合った相手から出会い系サイトに誘われ、高額な料金を支払ってしまった、返金を求めたいといった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】

実家の両親が、通信事業者B社から「料金が安くなる」と電話勧誘され、従前のA社からB社の光回線と光電話への契約替えをした。その後、両親から「工事にあたり、70歳以上は家族の同意が必要と言われた、同意してほしい。」と言われ、契約内容をよく確認しないまま同意した。最近になり、従前の契約よりもかなり高額になっていることが判明した。また、普段フィーチャーフォンしか使わない両親には不要なネット環境の整備も含まれており、従前契約を変更する必要がなかったことが判明した。急遽B社へ解約する旨を伝えたところ、違約金9万9000円を請求された。違約金を支払わずに解約できないか。

(契約当事者 80歳代・男性・無職)

- * 契約を結んでいない通信事業者より「今よりも料金が安くなる。」といった旨の電話勧誘を受けて契約したが、オプション契約等不要な契約までしてしまい、従前の料金よりも高くなってしまった高齢者についての相談が、同意者である親族(子)から寄せられました。

(5) マルチ・マルチまがい販売 (16頁参照)

【他の内職・副業】

大学生の息子がアルバイト先の先輩に勧められてFXの自動売買ツールを購入したようだ。消費者金融で50万円を借り、仮想通貨に替えて支払ったという。オンライン会議システムで説明を受けたようで、他者へ紹介すると報酬がもらえることも聞いたようだ。契約書等は一切なく、事業者の所在地や電話番号等も分からず、連絡先は紹介者のSNSのみ把握している状況である。どうすればいいのか。
(契約当事者20歳代・男性・学生)

* 若者、学生を狙ったマルチ・マルチまがい販売の相談が多く寄せられました。

(6) ネガティブ・オプション (16頁参照)

【商品一般】

海外から身に覚えのない不審な荷物が届いた。誰も心当たりがなく、中を開けると調味料のようなものと、約19ドルの額面の請求書が同封されていた。どうしたらよいか。
(60歳代・男性・給与所得者)

* 注文した覚えのない商品が海外から突然送られてき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】

一昨日、突然男性から電話があり「古着を買い取る。」と言われた。電話の声が素朴で善良そうだったので、「皮のコートが1枚ある。」と伝えた。昨日、事業者が訪問したが、電話口の人とは異なる20代の大柄な男性であった。玄関先でコートを出したところ、「壊れたものでもなんでもいいから出してほしい。」と言われ、オーバーなど5、6枚を出した。その後「宝石を持っているでしょう、見せて。」と粘られ、ダメと言っても聞かず、宝石箱を出した。「これは偽物、お金にならない。」と難癖をつけながら1個ずつ鑑定する素振りで4時間程居座った。結局コートは2枚だけで「これは使わないでしょう？」と金のネックレスや平打ちの指輪、イヤリングなどを持っていかれた。最後に「価格は500円。」と言われ、馬鹿にしているのかと思った。今日になり、一番気に入っていた金の作家物の指輪が無くなっていることに気づいた。信用してその場を離れたうちに取られたのだと思う。どうにかしたい。
(70歳代・女性・無職)

* 強引な事業者に長時間居座られ、売るつもりのない貴金属等まで安く買い取られてしまったという高齢者からの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】（35頁参照）

44頁【健康食品】、45頁【化粧品】の事例参照

【「偽サイト」に関する相談】（38頁参照）

SNSの広告にて、百貨店が閉店するので在庫一掃処分するとあった。ブランド物のバッグが1万9800円と低価格で販売されていたので、5個購入した。しかし、あまりにも安かったので、購入後にインターネットで調べたところ、詐欺サイトだと分かった。どうすればよいか。（60歳代・女性・給与生活者）

- * 百貨店などの閉店セールなどどうたい、公式サイトを模した偽サイトに誘導され、偽物を購入してしまったとの相談が寄せられました。

【「暮らしのレスキューサービス」に関する相談】（40頁参照）

風呂のシャワー管が壊れたので、インターネットで修理業者を調べ電話した。業者から「出張費で8000円かかる」と言われ、承諾した。業者が見に来た際、「修理部品があるか帰って調べて連絡する」と言われ、その場で出張費の8000円を現金払いしたが、それっきり連絡が来ない。信用できなくなったので、業者にキャンセルしたいので8000円返金してほしいと伝えたところ、返金してもらえない。どうすればよいか。（60歳代・男性・給与生活者）

- * インターネットで見つけた業者に修理を依頼し料金を支払ったが、修理してもらえないといった相談が寄せられました。

3 その他の相談事例

【「保険金使える」と勧誘する住宅修理サービス】

事業者から突然訪問を受け、「ドローンを飛ばして屋根を撮影していたところ、屋根の瓦がはがれているところがある」と言われ、修繕の契約をしてしまったが、契約書の名称が「保険申請サポート及び補修工事の覚書」となっていた。工事全体の金額が記載されていない上、保険金前提の契約というのもおかしいと思うので、クーリング・オフをしたい。（50歳代・女性・無職）

- * 保険金を使って、無料または安価に屋根の修繕ができると騙った勧誘に関する相談が寄せられました。

【サブスクリプション】

英語の学習チャンネルを探して、海外のクリエイターの投稿動画を配信するアプリを見つけて登録した。利用料は毎月500円で、クレジットカードで引き落としされている。動画を見たい時に見ることができないため、不便なので解約しようとしてメールを送ったところ、「ログインの上違う窓口に問い合わせてください」と英文の自動返信があった。ログイン後、購入履歴からサブスクリプションが解除できると案内されていたが、自分の購入履歴が表示されず、サブスクリプション解除の連絡をすることができない。どうすればよいか。

(50歳代・女性・給与生活者)

* サブスクリプションサービスが解約できないといった相談が寄せられました。

【フリマサービス】

数量限定で販売されていたコートが市場で手に入らなかったため、フリマサイトで購入した。注文後、4～7日以内に発送されると記載されていたが、一週間たっても届かなかった。そこで、相手にキャンセルしたいと伝えたところ、2日以内に発送すると言われたので、待つことにしたが、結局商品は届かなかった。注文の取り下げをしたいができず、フリマサイトにも事情を伝えたが返事がない。どうすればよいか。

(20歳代・男性・学生)

* フリマサイトを利用したトラブルに関する相談が寄せられました。

* 消費者センターでは個人間取引には対応できないため、利用には注意してください。

【廃品回収】

ネットで不用品回収業者を探していたところ、「追加費用一切不要、定額乗せ放題プラン」「2DKまでのお掃除・大量のごみ、2tトラック乗せ放題、通常価格5万9800円がWEB限定割引で、すべて込み込み5万4800円」との広告を見て、メールで無料見積もりを依頼した。見積もりをしてもらったところ、25万円かかると言われた。ネット広告では5万4800円だったことを伝えると、「それは平積みの場合で積み上げていくと料金は加算される」と言われたが、急いでいたので契約した。作業終了後に5万円を支払い、残金は後日振り込むことになっているが、高すぎると思うので減額してほしい。

(50歳代・男性・自営・自由業)

* 不用品回収で、事前の説明と違うという相談が寄せられました。

【ワンクリック請求】

スマートフォンでアダルトサイトにアクセスした。登録ボタンを押してしまったようで、登録完了と表示されていた。12時間以内ならキャンセルできるとあったので、すぐ画面に表示されていた番号に電話した。名前は聞かれず生年月日を聞かれた。すると、キャンセルできないと言われ登録料4万円ほどを請求された。登録は誤操作だと言ったが、弁護士を立てて請求すると言われ困っている。対処法を知りたい。
(30歳代・女性・無職)

- * アダルトサイトに登録されてしまったと思われ、登録料を請求されるという相談が寄せられました。

【オンラインゲーム】

10代の息子がオンラインゲームで勝手に親のクレジットカード決済で課金していたことが判明した。一つはスマートフォンのゲームで、もう一つはテレビゲーム機のゲームだ。スマートフォンのゲームのほうは、親の承認がないと課金されないような設定にしていたが、ゲームだとわからない形で承認させられていたようだ。ゲーム機の方は、最初に本当の年齢で登録したところゲームができなかったため、偽って成人年齢に修正し、親の目を盗んでクレジットカードを登録したようだ。どちらもすでにゲーム会社等に連絡し、取り消しを求めているが、スマートフォンの方は一度既に取り消しできないと言われ、2度目の申請をしている。ゲーム機の方は確認してもらっているが、時間がかかると言われている。
(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寄せられました。

【有料質問サイト】

パソコンのOSをアップデートしたところ、それまで使えていた機能が使えなくなってしまった。色々触っていたところ、「お困りでしょうか」というメッセージが出たので、OSからのメッセージだと思い質問したところ、「500円かかります」というメッセージが来た。無料でつながるはずだと思っていたので、「お願いします」と入力し、指示されるままにクレジットカード番号を入力したが、回答はなかった。いろいろと調べているうちに、相談サイトと契約しているのではないかと思われたため、クレジットカード会社に連絡したところ、500円引き落とされていることが分かった。解約のため相談サイトの電話番号にかけたが繋がらず、WEB上で解約する方法もわからない。

(70歳代・女性・無職)

- * 相談サイト利用後、解約できないという相談が寄せられました。

【情報商材】

ネットで副業を検索し上位に来たサイトと無料メッセージアプリで連絡を取った。何の副業かよくわからず確認すると、転売ビジネスのようで詳しくはテキストで説明すると言われた。テキストの代金は数万円から100万円まであり、金額によって稼げる額が違うが、絶対に儲かると説明された。そこで、80万円のテキストを分割で購入した。購入後テキストのURLが届き確認したが、転売のやり方が書いてあるだけで儲かるテクニックの説明は全くなかった。返金してほしいと伝えたが、そのうち連絡が取れなくなった。ネットの無料法律相談を利用したが、サイトが閉じていて連絡先もわからない。今からでも返金してもらえるか。

(20歳代・男性・給与生活者)

* 「絶対に儲かる」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。

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	3年度	2年度	増減 %	増減の主な要因
商品一般	3,519	4,203	▲ 16.3	不審なメール、電話等に関する相談、架空請求に関する相談の減
食料品	2,844	4,265	▲ 33.3	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減
住居品	2,023	2,031	▲ 0.4	
光熱水品	1,396	1,233	13.2	電気の契約のクーリングオフに関する相談、電気料金が高額になったことに関する相談の増
被服品	2,692	2,419	11.3	通信販売により購入したかばん等のトラブルに関する相談の増
保健衛生品	3,237	4,086	▲ 20.8	マスク、消毒殺菌剤等に関する相談の減
教養娯楽品	3,857	4,087	▲ 5.6	スマートフォン、電子タバコ等に関する相談の減
車両・乗り物	1,248	1,214	2.8	
土地・建物・設備	1,492	1,424	4.8	
他の商品	72	58	24.1	貴金属等に関する相談の増
クリーニング	114	105	8.6	
レンタル・リース・貸借	2,137	2,205	▲ 3.1	
工事・建築・加工	2,041	1,845	10.6	屋根工事、衛生設備工事に関する相談の増
修理・補修	1,183	1,009	17.2	トイレ、屋根等の修理・補修に関する相談の増
管理・保管	84	74	13.5	
役務一般	304	91	234.1	デジタルコンテンツに関連する相談が追加されたことによる増
金融・保険サービス	2,866	2,742	4.5	
運輸・通信サービス	3,708	8,518	▲ 56.5	デジタルコンテンツの分類が廃止されたことによる減
教育サービス	177	242	▲ 26.9	学習塾、家庭教師、幼稚園に関する相談の減
教養・娯楽サービス	3,852	1,713	124.9	アダルト情報の追加、出会い系サイト項目の廃止に伴う異性交際関連サービスの増加等による増
保健・福祉サービス	1,807	1,827	▲ 1.1	
他の役務	2,714	2,596	4.5	
内職・副業	722	439	64.5	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	120	185	▲ 35.1	特別定額給付金等に関する相談の減
他の相談	387	468	▲ 17.3	労働問題等に関する相談の減
計	44,596	49,079	▲ 9.1	

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	3年度	2年度	市町村名	3年度	2年度	市町村名	3年度	2年度
さいたま市	9,003	10,522	朝霞市	808	952	滑川町	72	95
川越市	2,060	2,218	志木市	393	427	嵐山町	80	91
熊谷市	1,197	1,287	和光市	662	655	小川町	173	198
川口市	3,349	3,759	新座市	1,042	1,107	川島町	82	90
行田市	429	437	桶川市	422	504	吉見町	94	80
秩父市	304	301	久喜市	676	729	鳩山町	98	89
所沢市	1,953	2,082	北本市	402	422	ときがわ町	58	47
飯能市	486	586	八潮市	449	440	横瀬町	23	34
加須市	545	654	富士見市	651	705	皆野町	30	35
本庄市	332	395	三郷市	700	671	長瀬町	22	23
東松山市	488	493	蓮田市	416	431	小鹿野町	19	45
春日部市	1,351	1,481	坂戸市	581	627	東秩父村	13	14
狭山市	1,065	1,251	幸手市	272	264	美里町	45	47
羽生市	265	231	鶴ヶ島市	424	499	神川町	55	64
鴻巣市	563	658	日高市	278	225	上里町	127	140
深谷市	615	672	吉川市	334	376	寄居町	155	181
上尾市	1,525	1,651	ふじみ野市	662	751	宮代町	143	186
草加市	1,351	1,498	白岡市	253	268	杉戸町	173	207
越谷市	1,793	1,928	伊奈町	241	227	松伏町	151	177
蕨市	327	282	三芳町	181	182	県内その他	651	680
戸田市	711	782	毛呂山町	155	119	県外	1,527	1,565
入間市	1,044	1,182	越生町	47	60	合計	44,596	49,079

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	3年度			2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	607	8,396	9,003	662	10,023	10,685
川越市	328	1,732	2,060	379	1,894	2,273
熊谷市	545	652	1,197	531	776	1,307
川口市	1,039	2,310	3,349	1,065	2,750	3,815
行田市	137	292	429	133	311	444
秩父市	37	267	304	45	258	303
所沢市	202	1,751	1,953	185	1,916	2,101
飯能市	50	436	486	64	542	606
加須市	147	398	545	119	584	703
本庄市	119	213	332	149	236	385
東松山市	199	289	488	167	324	491
春日部市	180	1,171	1,351	218	1,285	1,503
狭山市	75	990	1,065	86	1,177	1,263
羽生市	105	160	265	95	144	239
鴻巣市	189	374	563	231	433	664
深谷市	290	325	615	270	410	680
上尾市	189	1,336	1,525	172	1,488	1,660
草加市	188	1,163	1,351	173	1,370	1,543
越谷市	376	1,417	1,793	327	1,668	1,995
蕨市	177	150	327	123	166	289
戸田市	151	560	711	131	661	792
入間市	75	969	1,044	75	1,134	1,209
朝霞市	86	722	808	101	865	966
志木市	78	315	393	86	349	435
和光市	72	590	662	75	590	665
新座市	109	933	1,042	135	1,058	1,193
桶川市	92	330	422	85	425	510
久喜市	357	319	676	292	443	735
北本市	81	321	402	81	350	431
八潮市	64	385	449	63	371	434
富士見市	123	528	651	121	601	722
三郷市	177	523	700	139	544	683

市町村名	3年度			2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
蓮田市	124	292	416	120	319	439
坂戸市	127	454	581	113	519	632
幸手市	75	197	272	67	204	271
鶴ヶ島市	44	380	424	44	464	508
日高市	74	204	278	74	156	230
吉川市	92	242	334	115	260	375
ふじみ野市	74	588	662	93	703	796
白岡市	47	206	253	57	202	259
伊奈町	76	165	241	53	177	230
三芳町	51	130	181	73	109	182
毛呂山町	48	107	155	71	49	120
越生町	21	26	47	22	42	64
滑川町	39	33	72	48	51	99
嵐山町	45	35	80	43	48	91
小川町	48	125	173	40	161	201
川島町	37	45	82	39	49	88
吉見町	49	45	94	40	43	83
鳩山町	35	63	98	47	41	88
ときがわ町	25	33	58	30	19	49
横瀬町	2	21	23	5	29	34
皆野町	9	21	30	8	28	36
長瀬町	4	18	22	4	20	24
小鹿野町	5	14	19	16	35	51
東秩父村	9	4	13	4	10	14
美里町	25	20	45	36	11	47
神川町	24	31	55	31	34	65
上里町	46	81	127	48	95	143
寄居町	60	95	155	70	117	187
宮代町	56	87	143	71	122	193
杉戸町	68	105	173	76	143	219
松伏町	35	116	151	52	128	180
県内その他	247	404	651	234	588	822
県外	336	1191	1,527	156	379	535
合計	8,701	35,895	44,596	8,578	40,501	49,079

用語の解説

(商品・役務等)

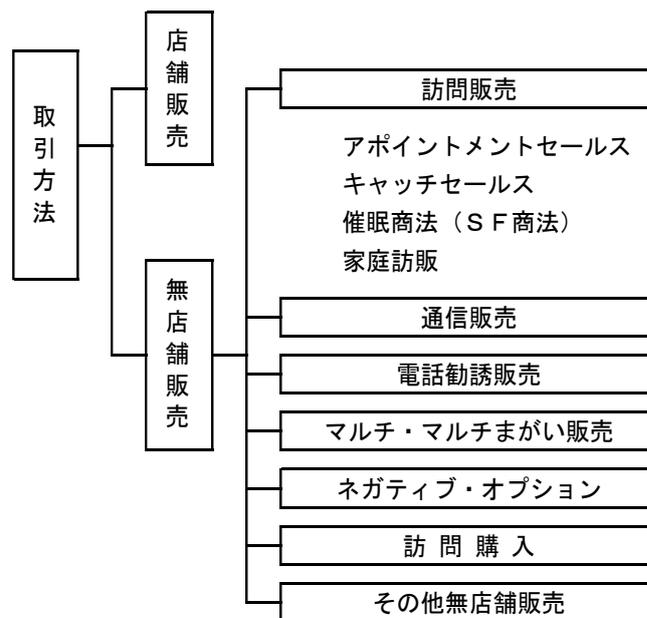
用語	説明
商品一般	商品の相談であることが明確であるが、分類を特定できない、または特定する必要のないもの。身に覚えのない商品・サービスなど。
食料品	飲食に供される商品。魚介類、飲料、健康食品など。
健康食品	効果をうたって製造・販売される食料品。酵素食品、高麗人参茶、プロテインなど。
保健衛生品	人の身体を清潔にし、美化し、または健康を保ち、疾病を治療するために使用される商品。医薬品、医療用具、化粧品など。
化粧品	基礎化粧品、頭髮用化粧品など。
教養娯楽品	主として教養、事務または娯楽・趣味の目的で使用される商品。パソコン、電話機、音響・映像製品、スポーツ用品など。
運輸・通信サービス	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・スマートフォン等の移動通信及びそれらに付帯するサービス。モバイルデータ通信など。
インターネット通信サービス	モバイル向けではないインターネット通信に関連したサービス。インターネット接続回線（光ファイバー、ADSL等）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、娯楽等情報配信サービス、ソフトウェアライセンスなど。
娯楽等情報配信サービス	趣味や娯楽を目的としたコンテンツ配信サービス。アダルト情報、音楽配信サービス、映像配信サービスなど。
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。
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。
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。
サブスクリプション	定められた料金を支払うことで、一定期間商品やサービスを利用する権利を与えられるサービス。

(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。

用語	説明
催眠商法・SF商法	消費者を閉め切った会場等に集めて、日用品などをただ同然で配って雰囲気を盛り上げた後に、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ゲイ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あって勧誘し、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。

取引方法の体系



2日以上に渡る展示販売や自販機など

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

検索

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