

県民生活センターにおける消費生活相談の概要について

1 令和6年度消費生活相談状況及び特徴

(1) 相談件数の内訳(表1)

- 令和6年度の相談件数は3,319件で、前年度の3,625件に比べ306件減少した。販売購入形態別の相談件数は通信販売が1,084件と最も多かった。

(表1) 販売購入形態別相談数

販売購入形態 ※1	件数		前年度比 (%)
	令和6年度	令和5年度	
店舗購入	633	669	94.6
訪問販売	162	221	73.3
通信販売	1,084	1,135	95.5
マルチ・マルチまがい	16	23	69.6
電話勧誘販売	197	208	94.7
訪問購入 ※2	37	44	84.1
その他・不明 ※3	1,190	1,325	89.8
合計	3,319	3,625	91.6

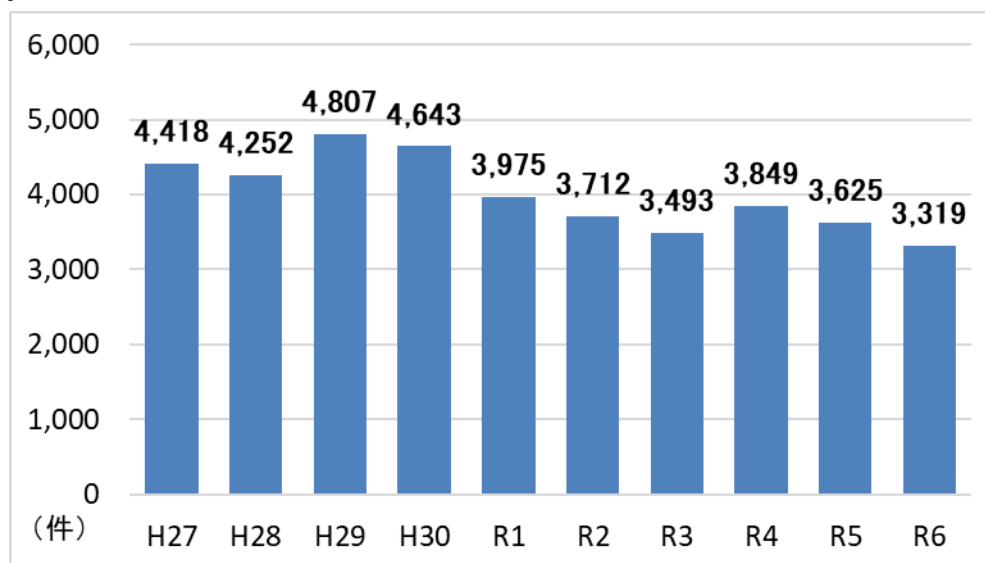
※1 国民生活センターの特定商取引法に基づく販売購入形態の区分による。

※2 訪問購入は、事業者が消費者の自宅等へ訪問して、物品等を購入する方法。

※3 その他・不明は、販売や購入とは無関係な相談や苦情などと、販売購入形態が不明なもの。

(2) 相談件数の推移(図1)

- 過去10年をみると、減少傾向となっているが、依然3,000件を超える相談がある。



(図1) 相談件数の推移

(3) 商品・役務等別相談件数の状況（上位10分類）（表2）

（ ）内の数字は前年比を表す。

- 前年度に比べて全体の相談件数は減少した。
- 商品を特定できない相談「商品一般」が前年度と同じく最も多かったが、361件（90.7%）に減少した。
- 「化粧品」に関連する相談は238件（127.3%）に増加した。
- 保証サポート、申請代行などの役務に関連する「役務その他」の相談は212件（113.4%）に増加した。

※相談件数3,319件（R5年度3,625件）

（表2）商品・役務等別相談件数

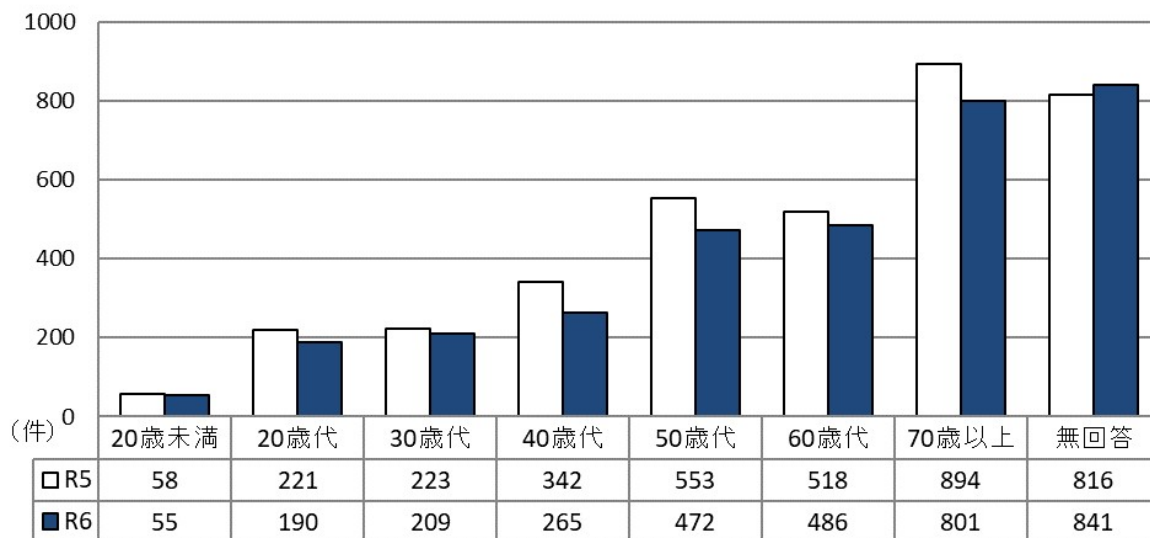
上段：R6年度（下段：R5年度）

順位	商品・役務等別分類※	件数	割合 (%)	
1 (1)	商品一般	361 (398)	10.9 (11.0)	商品を特定できない相談。身に覚えのない請求や注文していない商品が届いたなど
2 (3)	化粧品	238 (187)	7.2 (5.2)	化粧品の定期購入の解約、販売方法、広告など
3 (3)	役務その他	212 (187)	6.4 (5.2)	弁護士、PCや携帯電話の保証サポート、申請代行、占いなどの役務
4 (2)	融資サービス	190 (211)	5.7 (5.8)	消費者ローン、住宅ローン、カードローン、ヤミ金、多重債務など
5 (5)	レンタル・リース・貸借	151 (175)	4.5 (4.8)	賃貸住宅、賃貸アパート、レンタカー、介護用品レンタルなど
6 (6)	相談その他	144 (173)	4.3 (4.8)	個人間のトラブル、売買契約のないものなど
7 (8)	健康食品	118 (111)	3.6 (3.1)	健康食品の定期購入の解約、販売方法、広告など
8 (7)	工事・建築・加工	111 (132)	3.3 (3.6)	新築工事、住宅リフォーム、外壁塗装工事、屋根工事など
9 (15)	インターネット通信サービス	79 (65)	2.4 (1.8)	光回線やプロバイダなどの解約・不当な勧誘など
10 (9)	自動車	76 (98)	2.3 (2.7)	売買（新車・中古車）、下取り、ネット販売など

※ 国民生活センターのPIO-NET（全国消費生活情報ネットワーク・システム）の分類による。

(4) 契約当事者年代別相談件数の状況 (図2)

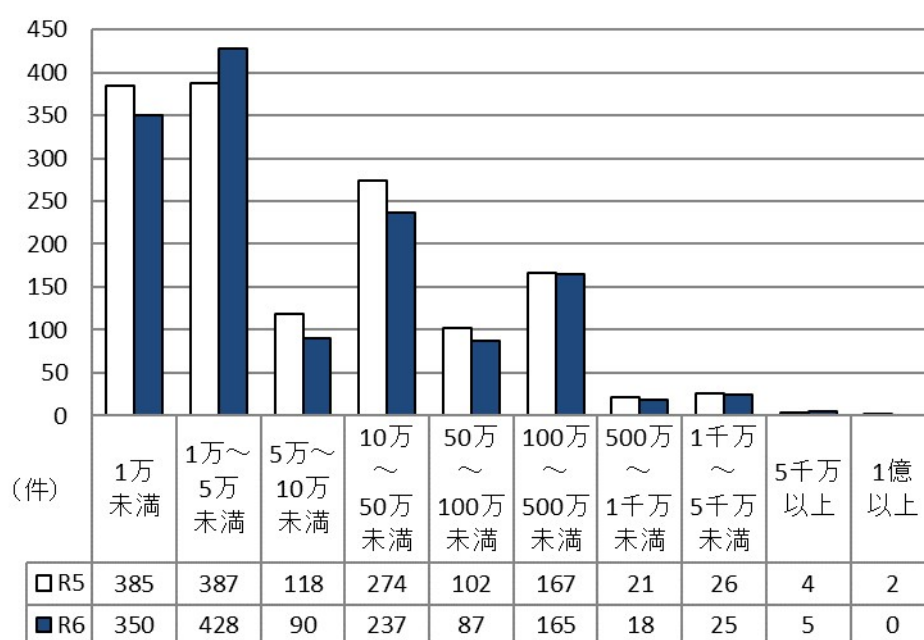
- 契約当事者の年代が判明している相談件数は2,478件で、そのうち70歳以上が32.3%を占めて最も多く、次いで60歳代が19.6%、50歳代が19.0%となっており、50歳代以上が全体の71.0%を占めた。



(図2) 契約当事者年代別相談件数

(5) 契約購入金額 (図3)

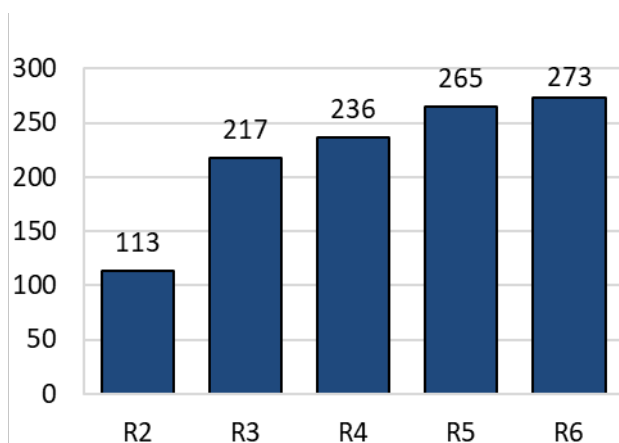
- 契約購入金額が判明している相談件数は1,405件で、平均の契約額は約107万円となっており、前年度から大きな増減はなかった。
- 5万円未満の相談件数が778件となっており、全体の55.4%を占めた。



(図3) 契約購入金額別相談件数

（６）SNS（ソーシャルネットワーキングサービス）がきっかけとなった相談の状況

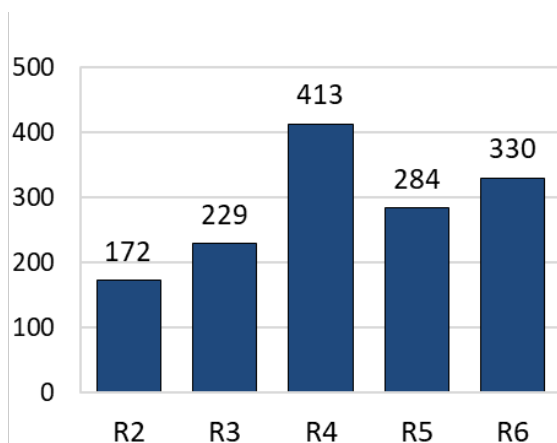
- 「SNSの広告を見てお試しと思って購入したら定期購入だった」、「SNSの広告から副業サイトに登録したがやめたい」、「SNSで知り合った人からFX投資を勧められ、個人口座に振り込むように指示された」など、SNSがきっかけとなった相談が増加している。
- 相談件数は273件であり、5年前の令和2年度から約2.4倍に増加した。
- 年代別では60歳代が75件と最も多く、全体の約30%を占めた。
- 商品分類別では、「化粧品」の相談が66件と最も多く、「健康食品」、「内職・副業」が各24件と次に多かった。



（図４）SNSがきっかけとなった相談件数の推移

（７）定期購入に関連する相談状況

- 近年の特徴として、定期購入に関する相談が増加傾向にある。
- 販売購入形態別にみると、通信販売（インターネット、SNS、テレビ、新聞等による広告を見て、郵便や電話、インターネット等で契約する取引方法）による相談件数の割合が高い状況にある。
※ R6内訳）通信販売：319件、電話勧誘販売：8件、その他：1件、不明：2件
- 相談件数は330件と令和5年度より46件増加しており、過去5年で2番目に多い件数であった。
- 年代別では、70歳以上が105件と最も多く、商品分類別では、「化粧品」が209件と6割を占めた。



（図５）定期購入に関連する相談件数の推移

(8) 相談への対応状況※¹

- 対応状況 相談件数 3, 319件
 - ・相談者が自主交渉するための助言 1, 610件
 - ・一般的なアドバイスを行う情報提供 1, 182件
 - ・斡旋（あっせん）※² 229件（うち215件が解決）
 - ・他機関紹介、処理不能等 298件
- 助言や斡旋（あっせん）の結果、199件、約3千9百万円の救済金※³が発生した。

※¹ 対応状況は、完結時期が翌年度になる場合があり暫定的な数字である。

※² 「斡旋」：相談者（消費者）と事業者との交渉が円滑に行われるように、県民生活センター相談員が介在すること。

※³ 「救済金」：県民生活センターにおいて助言や斡旋を行った結果、回復・防止に至った金額。

2 啓発活動・情報提供

(1) 啓発活動

- 消費生活の出前講座の開催（表3）（表4）
令和6年度の開催回数は138回、受講者数は6,438人
うち、オンラインでの開催回数は2回
主なテーマは、「消費者トラブル」、「エシカル消費やSDGs」、「ネットトラブル」、「成年年齢引き下げに伴う消費者トラブル」、「スマホ、インターネットを安全に使うために」など

（表3）令和6年度出前講座実施状況 （回）

幼児児童生徒向け	高校生向け	若者向け	一般成人向け	高齢者向け	見守り活動	教員向け	計
56	29	21	2	21	9	0	138

（表4）出前講座開催回数及び受講者数

	R2	R3	R4	R5	R6
開催回数(回)	41	66	115	146	138
受講者数(人)	2,574	3,685	5,281	6,215	6,438

- 消費者月間（5月）
イトーヨーカドー甲府昭和店での啓発活動、山梨中央銀行本店ロビーでのパネル展示、ヴァンフォーレ甲府ホームゲームにおけるオーロラビジョンでの啓発画像の放映など
- 高齢者及び若者における悪質商法被害防止のための活動（9月、1月～3月）
特別電話相談の実施、県立図書館との連携展示、ホームページ、SNS、消費生活協力員向けメールマガジンを活用した啓発活動

(2) 情報提供

- 消費生活情報誌「かいじ号」の発行・・・年2回
消費者問題や食の安全・安心に関する話題について情報提供
- 消費者トラブル未然防止動画の作成 10本
デジタルサイネージ、YouTube や SNS で広告配信
消費生活に関する知識の普及や注意情報などの提供
- ホームページ、SNSでの発信・・・随時
ホームページや Facebook、X、LINE により消費者へ情報提供
SNS 投稿回数：153回（各媒体に同じテーマで51回実施）
- 報道機関への情報提供・・・25件
報道機関に対し、最新の消費生活相談に関する情報を提供
- 事業者への情報提供・・・45件
事業者に対し、個別に事業者に関連する消費生活相談情報を提供