

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2年度消費生活相談状況

(1) 相談件数の内訳

- 令和2年度の相談件数は、3,712件で、前年度(3,975件)に比べ263件(6.6%)減少した。

(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2年度	令和元年度	
店舗購入	807	916	88.1
訪問販売	250	219	114.2
通信販売	1,190	1,050	113.3
マルチ・マルチまがい	41	43	95.3
電話勧誘販売	201	331	60.7
訪問購入 ※2	26	15	173.3
その他・不明 ※3	1,197	1,401	85.4
合計	3,712	3,975	93.4

※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。

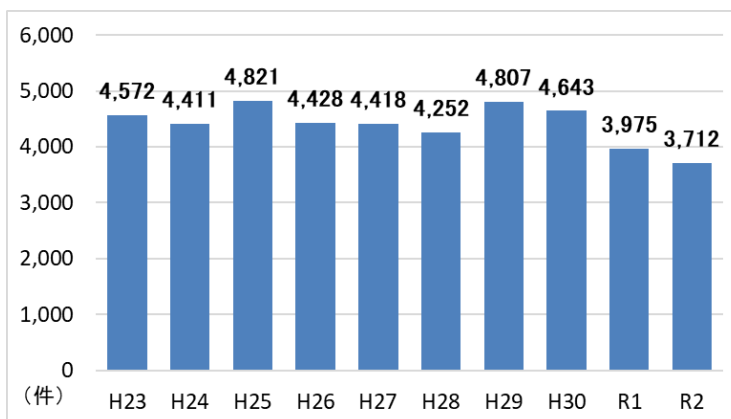
※3 その他・不明は、販売や購入とは無関係な相談や苦情などや、販売購入形態が不明なもの。

(2) 相談件数の推移

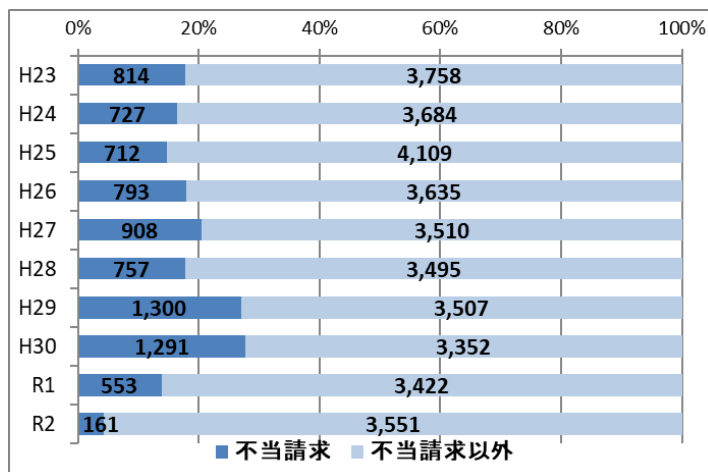
- 近年の年間の相談件数は、平成29年度をピークに減少している。(図1)

- 相談のうち、架空請求などの不当請求※の相談は、平成29年度は27%、平成30年度は28%と相談全体の4分の1を占めていたが、令和元年度は14%、令和2年度は4%と大幅に減少した。(図2)

※不当請求とは、利用した覚えのない代金の請求などの架空請求やメールやホームページなどにおけるワンクリック請求をいう。



(図1) 相談件数の推移



(図2) 不当請求の割合

(3) 商品・役務等別相談件数の状況(上位10分類) (表2)

- 架空請求や不審なメール、商品を特定できない相談である「商品一般」が前年度に引き続き最も多いが、全体に占める割合は前年度に比べて、6%減少した。
- インターネットを通じて得られる情報などの相談である「放送・コンテンツ等」が前年度に引き続き2番目に多く、全体に占める割合も増加した。
- インターネット通販で通常より低価格で健康食品を購入したところ、数か月間の購入を条件とする定期購入契約だったという相談が増え、「健康食品」に関する相談が3番目に多くなった。

○相談件数 3,712件 (R1年度 3,975件)

(表2) 商品・役務等別相談件数

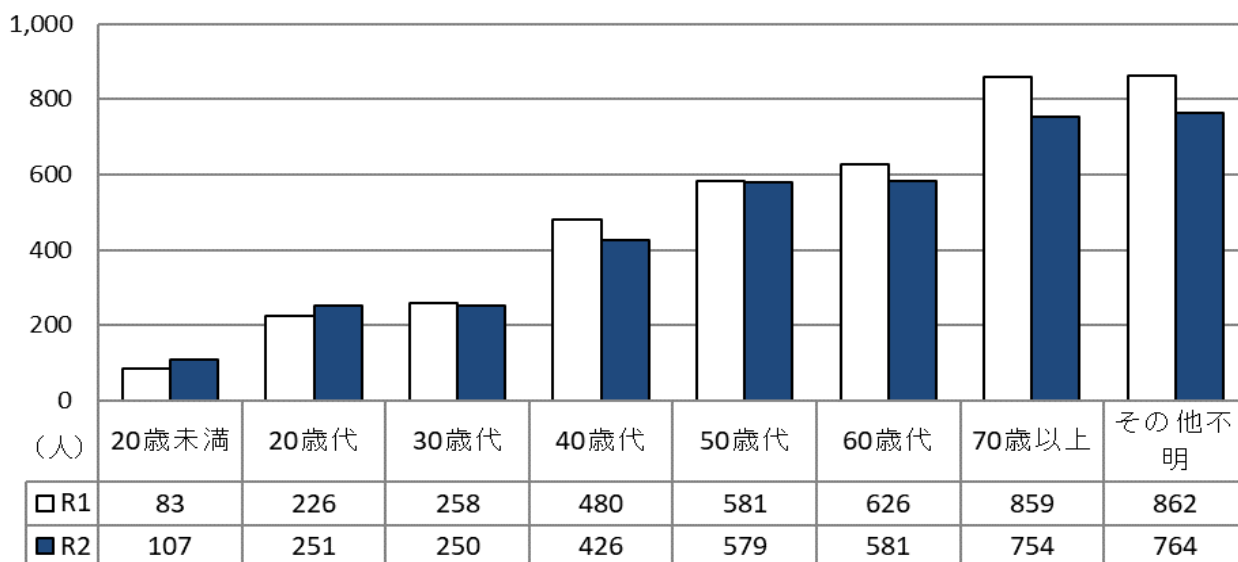
上段：R2年度 (下段：R1年度)

順位	商品・役務等別分類※	件数	割合 (%)	
1 (1)	商品一般	373 (636)	10.0 (16.0)	商品を特定できない相談。身に覚えがなく債権の内容も不明な請求など
2 (2)	放送・コンテンツ等	318 (312)	8.6 (7.8)	サイト利用料の架空請求やSNS、オンラインゲーム、出会い系サイトのトラブルなど
3 (4)	健康食品	198 (202)	5.3 (5.1)	健康食品の定期購入の解約、販売方法、広告など
4 (5)	相談その他	175 (201)	4.7 (5.1)	個人間トラブル、売買契約のないものなど
5 (7)	融資サービス	163 (155)	4.4 (3.9)	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
6 (6)	役務その他	155 (162)	4.2 (4.1)	弁護士、行政・司法書士や結婚紹介、警備、探偵、占い、運転代行などの役務
7 (9)	自動車	136 (131)	3.7 (3.3)	売買(新車・中古車)、整備、修理、下取り、ネット販売など
8 (3)	インターネット通信サービス	131 (223)	3.5 (5.6)	光回線やプロバイダなどの料金・解約トラブルや不当な勧誘など
9 (7)	集合住宅	130 (132)	3.5 (3.3)	賃貸住宅の原状回復費用・敷金の返還等、マンションの契約など
10 (11)	化粧品	121 (104)	3.3 (2.6)	化粧品の定期購入の解約、販売方法、広告など

※ 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3)

- 令和2年度の相談全体の契約当事者の年代は、70歳以上(20.3%)が最も多く、次いで60歳代(15.7%)、50歳代(15.6%)の順となっている。
- 契約当事者が50歳以上の相談が相談全体の5割以上を占めるとともに、20歳代以下の相談件数は358件で、前年度相談件数309件と比べて49件増加した(15.9増)。

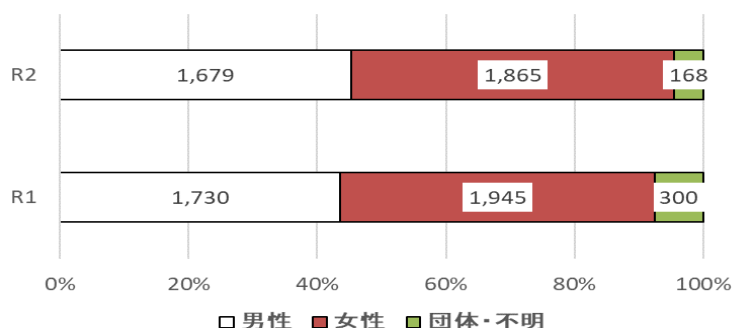


(図3) 契約当事者年代別

(5) 契約当事者性別相談件数の状況(図4)

- 令和2年度の契約当事者の性別内訳は、男性は1,679件、女性は1,865件であった。

前年度と同じく契約当事者は女性の方が多くなっている。

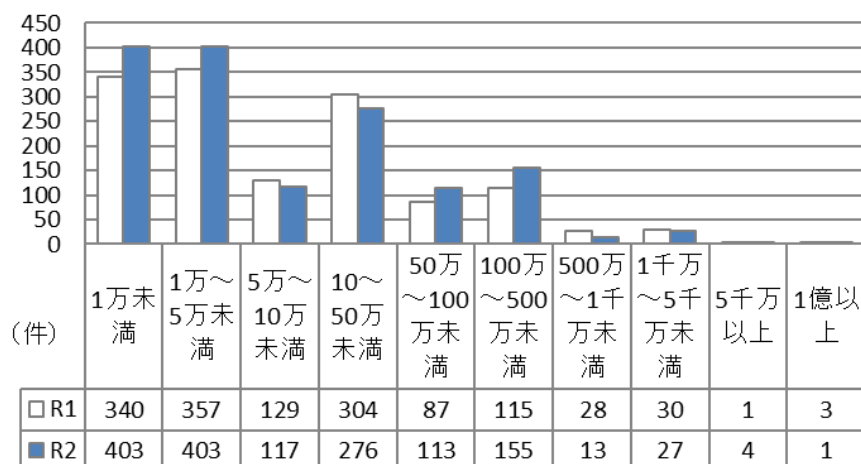


(図4) 契約当事者性別相談件数

(6) 契約購入金額(図5)

- 契約購入金額が判明している相談件数は、1,512件(前年度1,394件)で、契約額の平均は約108万円で、前年度に比べ約107万円低い。

- 高額の場合が減り、5万円未満の件数が増え、合計額も平均額も低くなった。



(図5) 契約購入金額別相談件数

(7) 相談への対応状況^{※1}

- 相談件数 3,712 件への対応は、相談者が自主交渉するための助言が 1,898 件、一般的なアドバイスとしての情報提供が 1,231 件、斡旋（あっせん）^{※2}が 233 件（うち、215 件（92.3%）が解決）、他機関紹介等が 350 件である。
- 助言、斡旋（あっせん）の結果、227 件、約 6 千万円の救済金^{※3}が発生した。

※1 対応状況については、年度をまたぐことがあるため、数字は暫定的である。

※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、斡旋を行った結果、回復・防止に至った金額のこと。

(8) 斡旋（あっせん）の対応状況（表3）

- 斡旋（あっせん）233 件のうち、215 件があっせん解決しており、あっせん解決率は 92.3% であった。

- 斡旋（あっせん）により解決した 215 件のうち、「全面解約・取消」が 163 件と最も多く、「一部解約・取消」が 39 件と 2 番目に多かった。

- 解決の内容のうち、「その他」には「契約条件を一部変更して解決した」、「相談者が希望したとおり名簿から削除された」などがある。

(表3) あっせん解決件数の内訳

あっせん解決件数		215
解決の内容	全面解約・取消	163
	一部解約・取消	39
	契約通り履行	28
	返金	25
	解決・見舞金の支払い	2
	交換・代替品の提供	2
	修理・補修	0
	損害賠償・治療費の支払い	0
	その他	18

※ 解決内容は国民生活センターの分類による。

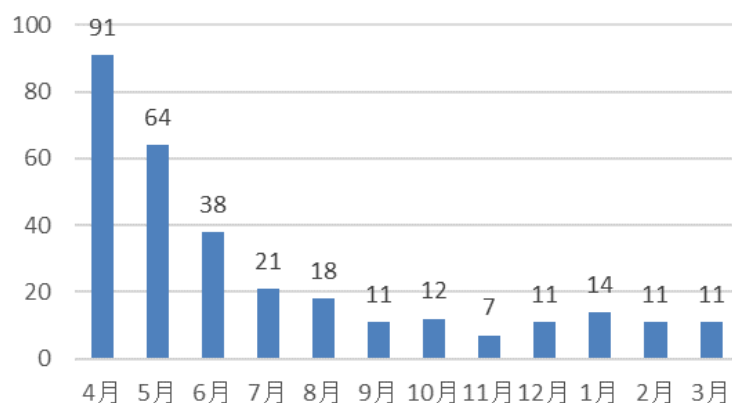
※ 同一案件について解決内容が重複することがある。

2 消費生活相談の特徴等

(1)「新型コロナ関連」の相談状況

① 月別の相談件数の状況(図6)

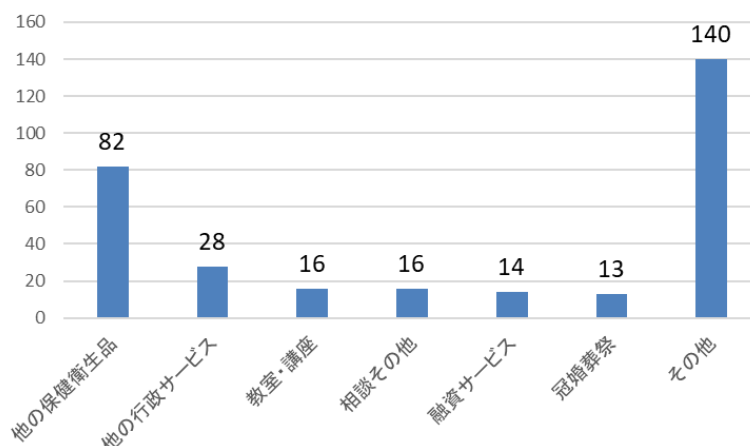
- 消費生活相談に寄せられる相談のうち、新型コロナウイルスに関する相談件数は、4月が91件と最も多く、令和2年度の合計は、309件であった。
- 新型コロナウイルスが背景にあるキャンセルやマスクや消毒剤・除菌液、体温計などのウイルス対策とした商品不足、政府からの助成金・給付金などの相談が寄せられた。



(図6) 月別相談件数

② 商品・役務等別相談件数(図7)

- 注文したマスクが届かない、届いたマスクが不良品だった、などの「他の保健衛生品」に関する相談が82件と最も多く、特別定額給付金・持続化給付金などの「他の行政サービス」に関する相談が28件と2番目に多かった。
- その他、スポーツジムやヨガ教室などの「教室・講座」の相談や、借金、多重債務、債務整理についての相談である「融資サービス」などが寄せられた。



(図7) 商品・役務等別分類相談件数

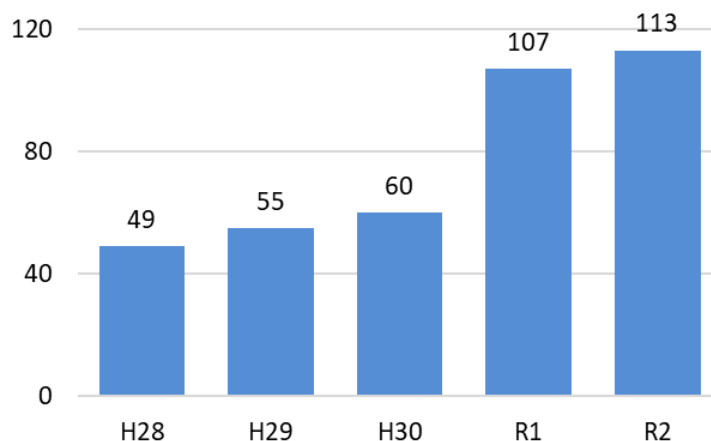
(2) SNS(ソーシャルネットワーキングサービス)がきっかけとなった相談の状況

① 内容

- SNS の広告を見てお試しと思い購入した健康食品や化粧品などが定期購入契約だった、SNS で知り合った人から副業を紹介されたが全く儲からなかった、SNS でやりとりしていた人から出会い系サイトへの登録を勧められ登録したら高額な登録料を請求された、などと SNS をきっかけにした相談が増加している。

② 過去5年間の相談状況(図8)

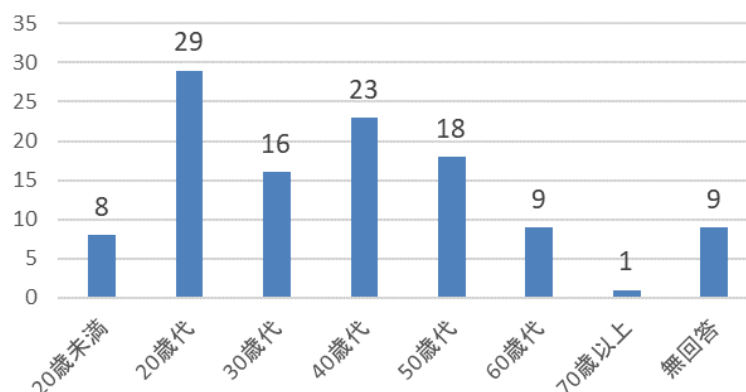
- 過去5年間の推移を見ると、相談件数は増加傾向にある。
- SNSの利用増加に伴い、SNSをきっかけにした相談も増加していると思われる。



(図8) SNSをきっかけにした相談状況

③ 契約当事者年代別相談件数(図9)

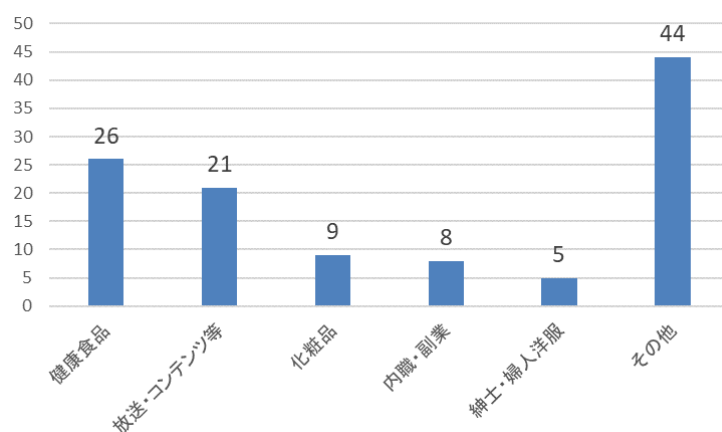
- 令和2年度のSNSをきっかけとした相談113件のうち、契約当事者の年代別相談件数は、20歳代が29件と最も多く、続いて40歳代が23件と2番目に多かった。



(図9) 契約当事者年齢別相談件数

④ 商品分類別の相談状況(図10)

- 令和2年度のSNSをきっかけにした相談113件のうち、「健康食品」に関する相談が26件と最も多く、3番目に多い「化粧品」とともに通常より低価格で購入したら、定期購入契約だったという相談が多くなっている。
- SNSでやりとりしていた人から、有料の出会い系サイトなどへの登録を勧められ、高額な登録料を請求されたなどの「放送・コンテンツ等」の相談が2番目に多くなっている。

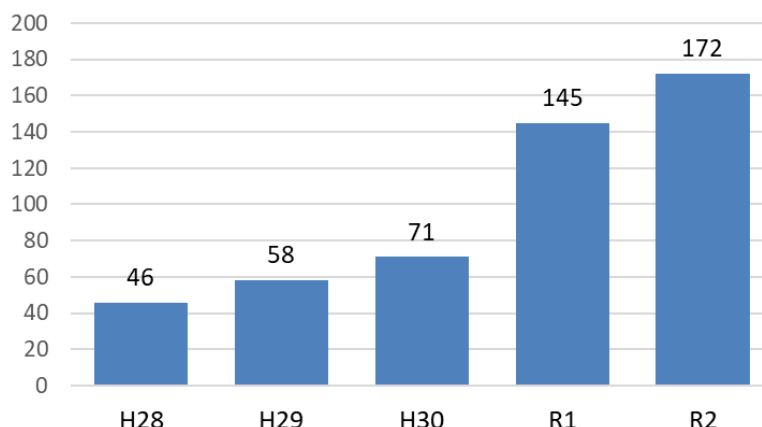


(図10) 商品分類別の相談状況

(3) ネット通販での定期購入トラブルの相談状況(図11)

● SNS やホームページ等で『1回目 90%OFF』、『初回実質0円(送料のみ)』など、通常価格より低価格で購入できることを広告する一方で、数か月間の定期購入が条件となっている健康食品や化粧品、飲料の通信販売に関する相談が増加している。

● いつでも解約可能とあっても、解約しようと電話すると解約申請期間を過ぎていたり、解約の電話が繋がらず、解約できないケースもある。



(図11) 定期購入トラブルの相談状況

3 啓発・情報提供

(1) 啓発活動

■ 出前講座の開催(表4)(表5)(表6)

令和2年度の開催回数は41回であり、受講者数は2,574人であった。
新型コロナウイルス感染症の拡大防止のため、前年度に比べ開催回数は大幅に減少した。

(表4) 令和2年度出前講座実施状況 (回)

児童生徒講座	若者講座	高齢者講座	一般成人講座	見守り関係者研修※	教職員研修	計
30	6	1	0	4	0	41

※消費生活相談員、消費生活協力員、介護職員等

(表5) 出前講座開催回数及び受講者数

	H28	H29	H30	R1	R2
開催回数(回)	155	173	135	118	41
受講者数(人)	9,860	9,331	8,860	8,891	2,574

(表6) 出前講座テーマ例

最近の消費者トラブルの事例と対処法
小学生・中学生・高校生・若者とネットトラブル
消費者トラブルの現状と見守りの大切さ
成人年齢引き下げ
家庭内の事故防止、SDGs、食品ロス など

■ 消費者月間(5月): ポスターの掲示、懸垂幕の設置

- 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、1～3月）
：関東甲信越ブロックの消費生活センター等と連携

- 移動県民相談会の開催：山梨県富士吉田合同庁舎（10月）

(2)情報提供

- 消費生活情報誌「かいじ号」の発行・・・年4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。
- テレビスポット「くらしの情報」の放映・・・YBS、UTY 各267回
消費生活に関する知識の普及や注意情報などの提供。
- ホームページの運営、SNSアカウントの運営・・・随時
ホームページやFacebook、Twitterを用いて、県民に直接的に情報提供を行っている。投稿回数・・・Facebook、Twitter 各45回
- 報道への情報提供・・・36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し、パブリシティを活用している。
- 事業者への情報提供・・・44件
事業者に対し、消費生活相談に関する個別事業者情報を提供している。

