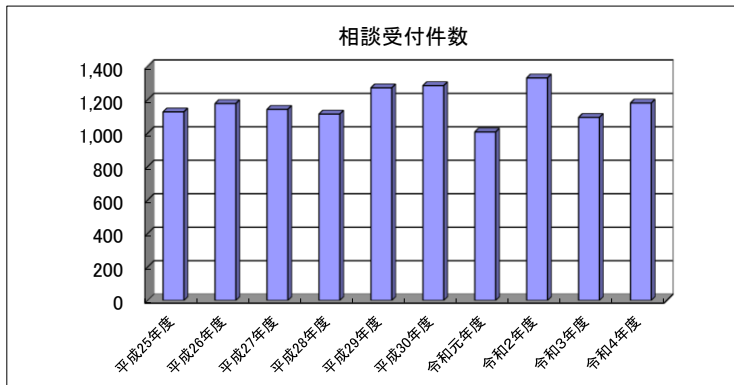


令和4年度 沼津市消費生活相談の概要

1. 相談受付件数について

当市の相談受付件数は平成22年度以降、毎年1,000件を上回る高い水準が続いており、令和4年度の相談受付件数は1,180件で、前年度比86件増であった。
このうち、「インターネット通販」に関する相談が316件(全体の26.78%)、「定期購入」に関する相談が126件(同10.68%)と多くを占めた。

年度	相談受付件数
平成25年度	1,127
平成26年度	1,177
平成27年度	1,142
平成28年度	1,114
平成29年度	1,271
平成30年度	1,284
令和元年度	1,007
令和2年度	1,330
令和3年度	1,094
令和4年度	1,180



2. 相談方法について

相談受付方法は、電話1,012件(前年度比45件増)、来訪162件(同比37件増)、文書6件(同比4件増)であった。
令和4年度も新型コロナウイルス感染症拡大防止の観点から、可能な限り電話での相談対応を心掛けた。しかし、契約内容が複雑で分かりにくい、事実確認と問題整理が必要、事業者との交渉を※斡旋(あっせん)する、という場合は来所を求め、関係書面・商品・写真などを確認して問題を整理することになる。
また、地域包括支援センターからの情報提供や相談などは文書での受付となることがある。

相談方法	令和4年度	令和3年度
電話	1,012	967
来訪	162	125
文書	6	2
合計	1,180	1,094

※消費生活センターにおける「斡旋(あっせん)」とは

消費者と事業者では、知識や交渉力に差があり、問題のある消費者契約が行われた場合、消費者が不当に不利な状況にならないよう、消費生活センターが事業者との交渉の手助けをすること。
1. 金銭的な被害が大きくその回復を求める
2. 相談者が高齢者・若年者・障がい者などで自主交渉が困難
3. 相談者の自主交渉では十分な解決に至らない可能性が高い
4. 相談者の自主交渉では解決できなかったとき
などに消費生活相談員が事業者と直接、電話や面談をして解決を目指すものである。

3. 契約当事者の居住地について

相談は、契約当事者や相談者が沼津市民の方を対象としており、市外在住者からの相談は、居住地の消費生活センターを利用するよう案内している。
相談者が市内在住で、契約当事者が離れて住んでいる家族などの場合は、対処方法などを助言したり、適切な相談先を案内することがある。

県名	件数
静岡県	1,152
東京都	5
埼玉県	3
神奈川県	2
千葉県	1
愛知県	1
大阪府	1
長野県	1
新潟県	1
群馬県	1
不明	12
合計	1,180

<県内市町別一覧>

市町名	件数	市町名	件数
沼津市	1,120	長泉町	2
富士市	3	函南町	2
清水町	3	熱海市	2
御殿場市	3	浜松市	1
三島市	2	小山町	1
		不明	13
		合計	1,152

4. 処理結果と期間について

消費生活相談では、相談者から事実関係の聴取を行ったうえで助言を行い、相談者自身が自主交渉し即日処理完了する相談が大半を占めるが、相談者自身での交渉が困難などの理由で、消費生活センターが斡旋して解決に至った件数は前年を大きく上回った。

近年のデジタル化やキャッシュレス化の進展により、新たなサービスや決済手段が広がり、消費者トラブルは複雑・多様化しており、斡旋事案では解決までに数か月を要することもある。

処理結果	令和4年度	令和3年度
助言(自主交渉)	978	945
他機関紹介	42	31
その他情報提供	24	31
斡旋解決	92	47
斡旋不調	5	2
処理不能	20	14
処理不要	19	24
合計	1,180	1,094

期間	令和4年度	令和3年度
即日処理	1,108	979
継続処理	72	115
合計	1,180	1,094

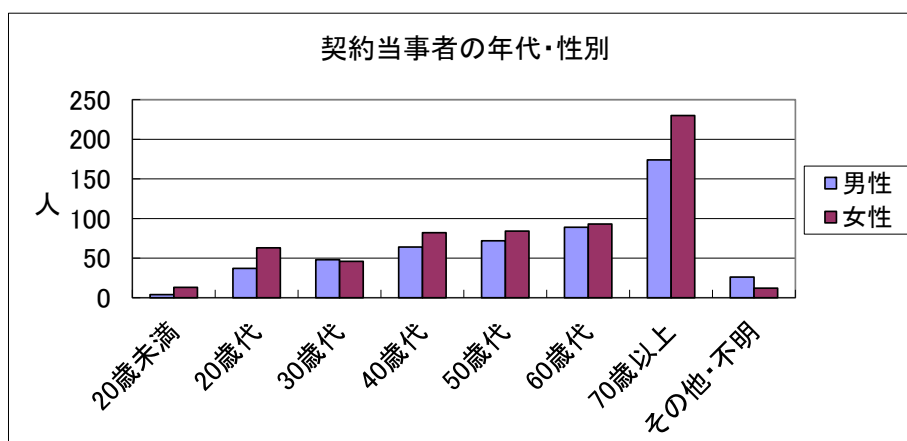
5. 契約当事者の性別・年代について

契約当事者を性別にみると、男性が514人、女性が623人であり、女性の人数が多い。

年代別では契約当事者が60歳以上である相談が全体の約50%を占めており、高齢者が消費者トラブルに遭いやすい傾向がうかがえる。

また、令和4年度は契約当事者が20歳代の女性からの相談が前年比より大幅に増加した。「脱毛サロンの倒産」に関する相談が多く寄せられ、20歳代の女性が契約当事者として多かったことが増加の要因となっている。

	令和4年度				令和3年度			
	男性	女性	計(不明含む)	構成比	男性	女性	計(不明含む)	構成比
20歳未満	4	13	17	1.4%	17	6	23	2.1%
20歳代	37	63	100	8.5%	29	34	63	5.8%
30歳代	48	46	95	8.1%	45	55	100	9.1%
40歳代	64	82	146	12.4%	49	68	117	10.7%
50歳代	72	84	156	13.2%	64	79	143	13.1%
60歳代	89	93	182	15.4%	91	118	209	19.1%
70歳以上	174	230	406	34.4%	141	203	346	31.6%
その他・不明	26	12	78	6.6%	25	19	93	8.5%
合計	514	623	1,180	100.0%	461	582	1,094	100.0%
	43.6%	52.8%			42.1%	53.2%		

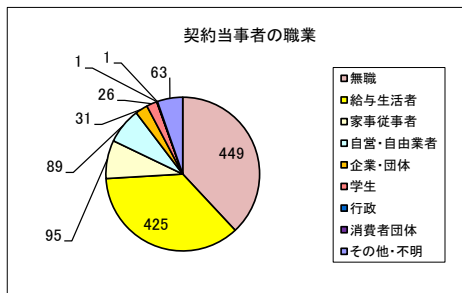


6. 契約当事者の職業について

契約当事者の職業別でみると、無職の件数が449件(全体の38.05%)と最も高く、次いで給与生活者が425件(同36.02%)となっている。相談の約半数が60歳以上のため、無職の件数が多いと予想される。

企業・団体からの相談のうち、事業者が営業目的で行った契約は消費生活センターの相談対象とならないため、他の適切な相談先を案内することになる。

	令和4年度	令和3年度
無職	449	370
給与生活者	425	395
家事従事者	95	123
自営・自由業者	89	88
企業・団体	31	42
学生	26	24
行政	1	0
消費者団体	1	0
その他・不明	63	52
合計	1,180	1,094

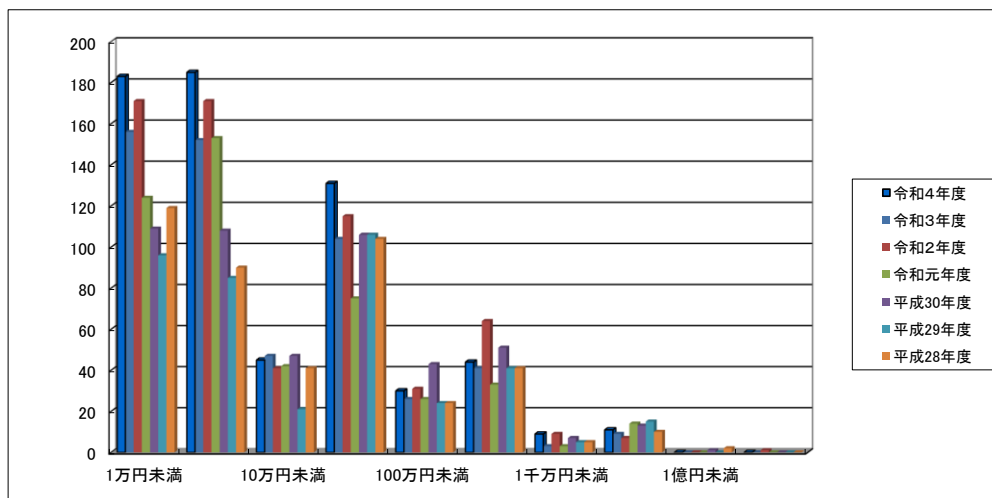


7. 契約・購入金額について

契約・購入金額が不明なものが542件ある。架空請求や不当請求に関する相談の場合、そもそも請求元が請求金額を示していないことがあり、また、特定の契約に関する相談ばかりではなく、勧誘方法や長期的な契約に関する相談も多いためである。

また、消費生活センターには50万円未満の契約についての相談が多く寄せられている一方で、1千万円以上の契約・購入金額に関する相談が11件あり、深刻な相談が存在している。1千万円以上の相談内容としては、土地や家屋建築に関するものや、SNS経由で知り合った人物に勧められて開始したFX取引において利益を出金できない、などである。

	令和4年度	令和3年度	令和2年度	令和元年度	平成30年度	平成29年度	平成28年度
1万円未満	183	156	171	124	109	96	119
5万円未満	185	152	171	153	108	85	90
10万円未満	45	47	41	42	47	21	41
50万円未満	131	104	115	75	106	106	104
100万円未満	30	26	31	26	43	24	24
500万円未満	44	41	64	33	51	41	41
1千万円未満	9	3	9	3	7	5	5
5千万円未満	11	9	7	14	13	15	10
1億円未満	0	0	0	0	1	0	2
1億円以上	0	0	1	0	0	0	0
その他・不明	542	556	720	537	799	878	678
合計	1,180	1,094	1,330	1,007	1,284	1,271	1,114



8. 商品別の分類について

相談内容のうち商品に関するものが592件(全体の50.17%)、サービスなどの役務に関するものが539件(同45.68%)、直接的な消費者契約ではない他の相談が49件(同4.15%)であった。

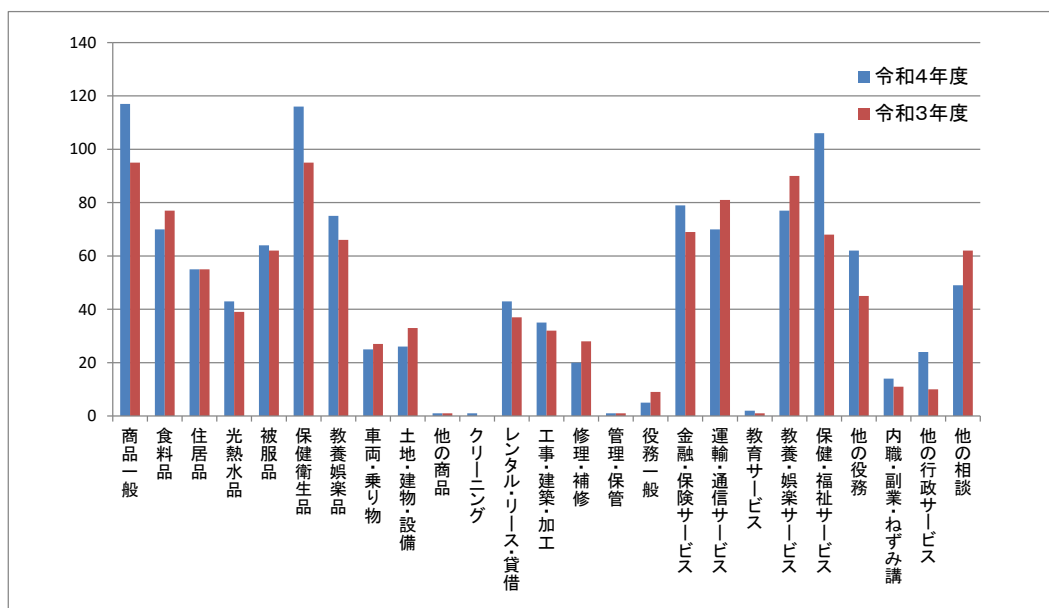
商品別分類で最も多かったのは「商品一般」の117件であった。郵便や電子メールなどで身に覚えのない商品やサービスの料金を請求される架空請求や、内容不明な荷物が届いたという相談である。

次に多かったのは「保健衛生品」の116件であった。通信販売に関する相談では美容液・除毛剤・シャンプーなどが多く、これらの当該商品は「保健衛生品」に分類される。また、※『お試し商法』の商品に多いこともあり、前年度と比較して件数も増加し、多くの相談が寄せられた。

※『お試し商法』とは

インターネットを利用中、<初回お試し価格で500円！>など、通常価格より安く購入できるかのような広告ページを見て申し込んだが、実際は高額な定期購入契約であった、というような通信販売のトラブル形態。

商品大分類	代表的なもの	令和4年度	令和3年度	対前年度比
商品一般	郵便・メールなどを使った架空請求	117	93	125.8
食料品	食品・健康食品・水	70	77	90.9
住居品	寝具類・家電製品	55	55	100.0
光熱水品	電気・ガス・水道	43	39	110.3
被服品	衣類・アクセサリ・身の回り品	64	62	103.2
保健衛生品	化粧品・保健衛生品・理美容器具	116	95	122.1
教養娯楽品	パソコン・モバイル機器・映像商品・玩具	75	66	113.6
車両・乗り物	車両・自動車用品・自転車	25	27	92.6
土地・建物・設備	土地・建物・屋外装備品	26	33	78.8
他の商品	貴金属・昇降機	1	1	100.0
商品計		592	548	108.0
クリーニング	クリーニング	1	0	皆増
レンタル・リース・貸借	レンタルサービス・不動産貸借	43	37	116.2
工事・建築・加工	新築工事・屋根工事・電気工事・加工サービス	35	32	109.4
修理・補修	修理サービス・車検サービス	20	28	71.4
管理・保管	保守管理契約・一時預かりサービス・コインパーキング	1	1	100.0
役務一般	複合サービス会員	5	9	55.6
金融・保険サービス	各種保険・金融取引・融資サービス	79	69	114.5
運輸・通信サービス	運輸・貨物運送・電話・通信サービス・テレビ放送	70	81	86.4
教育サービス	学校・学習塾・家庭教師・留学	2	1	200.0
教養・娯楽サービス	旅行代理業・宿泊施設・各種講座・娯楽サービス	77	91	84.6
保健・福祉サービス	医療・理美容・エステ・老人福祉・社会保険・駆除サービス	106	68	155.9
他の役務	外食・冠婚葬祭・各種サービス	62	46	134.8
内職・副業・ネズミ講	各種内職・副業・ネズミ講	14	11	127.3
他の行政サービス	証明・パスポート・マイナンバー	24	10	240.0
役務計		539	484	111.4
他の相談	家庭管理・しきたり・アンケート・債権回収	49	62	79.0
総件数		1,180	1,094	107.9



9. 相談内容別の分類について

相談内容別では、「契約・解約」に関するものが977件と最も多く、次いで「販売方法」に関するものが604件、「価格・料金」に関するものが372件であった。

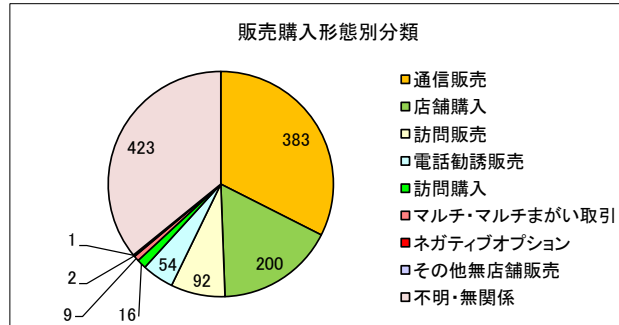
※1件の相談が複数の相談内容を含んでいるため、相談件数の合計(1,180件)とは一致しない。

相談内容	令和4年度	令和3年度
契約・解約	977	847
販売方法	604	372
価格・料金	372	166
品質・機能・役務品質	159	127
表示・広告	98	42
接客対応	161	119
安全・衛生	35	32
法規・基準	31	21
生活知識	12	19
買物相談	3	4
計量・量目	2	1
施設・設備	1	1
包装・容器	0	2
その他	26	27

10. 販売購入形態別の分類について

販売購入形態別分類では、通信販売が383件(全体の32.46%)と最も多かった。令和4年度も初回安価な商品(化粧品、ダイエットサプリ、除毛剤など)を購入したつもりが、実は高額な定期購入になっていたとの相談が多く寄せられた。また、SNS広告から注文した商品が粗悪品だった、偽サイトで注文した商品が届かない、などの相談も依然として多かった。訪問販売・電話勧誘販売・訪問購入など、事業者から勧誘を受けて消費者トラブルになったという相談も寄せられている。特に、来訪した事業者が屋根が傷んでいると指摘されて高額な屋根修理の契約をしてしまう、訪問販売に関する相談は令和2年度以降多くなっている。

販売購入形態	令和4年度	令和3年度
通信販売	383	354
店舗購入	200	179
訪問販売	92	100
電話勧誘販売	54	52
訪問購入	16	10
マルチ・マルチまがい取引	9	6
ネガティブオプション	2	2
その他無店舗販売	1	2
不明・無関係	423	389
合計	1,180	1,094



- ・通信販売 通手的手段(インターネット通販、テレビショッピングなど)を利用し、消費者側から申し込みをした契約。
- ・店舗購入 いわゆる店舗(デパート、スーパー、小売店など)で購入した場合や、事業所などで契約したもの。
- ・訪問販売 家庭、職場への訪問販売。いわゆるキャッチセールスや、電話で呼び出すなどの店舗以外での勧誘・契約。
- ・電話勧誘販売 事業者からの電話で勧誘され契約したもの。
- ・訪問購入 業者が自宅まで訪問し、貴金属などを買取するもの。
- ・マルチ・マルチまがい取引 いわゆる連鎖販売取引。
- ・ネガティブオプション 消費者からの申し込みがないのに、業者が一方的に商品を送りつけて請求する商法。
- ・その他無店舗販売 2日以上展示販売、屋台、自動販売機など。

11. 相談の特徴について

スマートフォンやタブレット機器など、インターネット端末が普及する一方、ネットリテラシーを身に付ける機会がないままインターネットを利用している消費者も多く、気軽に利用したインターネット通販で思わぬトラブルに巻き込まれている。初回安価な価格で高額契約に誘い込む定期購入、簡単に稼げると謳う動画をきっかけに契約させる副業商法、突然の偽ウイルス警告で驚かせて高額な契約をさせる偽警告、実在企業のページを模した偽サイト、実在企業を騙るフィッシングメール、無料動画を見ようとして高額な料金表示をするワンクリック請求など、インターネットに関わる消費者トラブルは枚挙にいとまがない。

ここ数年、高齢者や障がい者などの消費者被害が増加傾向にある。従来の訪問販売や電話勧誘販売のほか、インターネット通信販売など、商品やサービスが多様で複雑化しており、契約内容の理解が困難となり、自ら不利益な契約をしてしまうケースが目立つ。

ただし、突然来訪する訪問販売業者の勧誘、高齢者施設の入居権があると電話してくる劇場型勧誘や還付金詐欺など、消費者自身が事例についての知識や対処法を身に付けることによりトラブル回避できるケースも多い。