

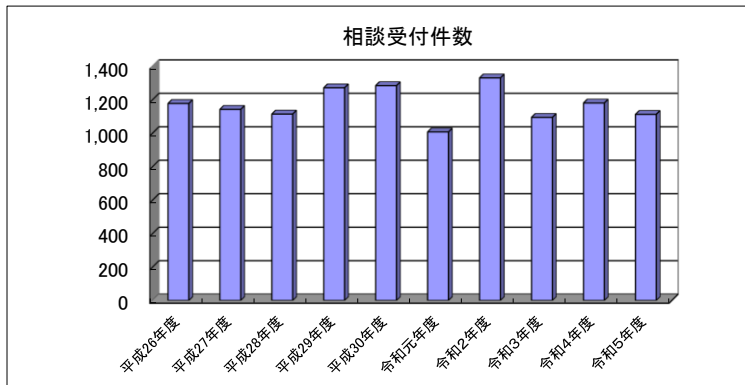
# 令和5年度 沼津市消費生活相談の概要

## 1. 相談受付件数について

沼津市消費生活センターでは、令和5年度に1,112件の相談を受け付けた。前年度と比較すると68件の減であったが、平成22年度以降毎年1,000件を上回る高い水準で推移している。

近年は「インターネット通販」に関する相談が多く寄せられ高止まりしており、令和5年度も275件(全体の24.73%)と多くを占めた。

年度	相談受付件数
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
令和5年度	1,112



## 2. 相談方法について

相談受付方法は、電話979件(前年度比33件減)、来訪128件(同比34件減)、文書5件(同比1件減)であった。

電話での対応で終了する相談が大半だが、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)するような場合は来所を求め、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、民生委員や地域包括支援センターからの地域の消費者被害拡大に繋がりがやすいケースの情報提供や、当事者と一緒に来所し、斡旋するケースも見られた。

相談方法	令和5年度	令和4年度
電話	979	1,012
来訪	128	162
文書	5	6
合計	1,112	1,180

※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。

所在	件数
静岡県	1,072
東京都	4
神奈川県	3
千葉県	2
埼玉県	1
石川県	1
山梨県	1
岐阜県	1
大阪府	1
在外日本人	1
不明	25
合計	1,112

<県内市町別一覧>

市町名	件数	市町名	件数
沼津市	1,039	静岡市	1
長泉町	5	三島市	1
伊豆の国市	3	伊東市	1
熱海市	2	裾野市	1
富士宮市	2	伊豆市	1
富士市	2	田方郡	1
御殿場市	2	不明	11
		合計	1,072

#### 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を目指すこともある。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5年度	令和4年度
助言(自主交渉)	941	978
斡旋解決	85	92
他機関紹介	27	42
処理不要	22	19
その他情報提供	17	24
斡旋不調	14	5
処理不能	6	20
合計	1,112	1,180

期間	令和5年度	令和4年度
即日処理	1,038	1,108
継続処理	74	72
合計	1,112	1,180

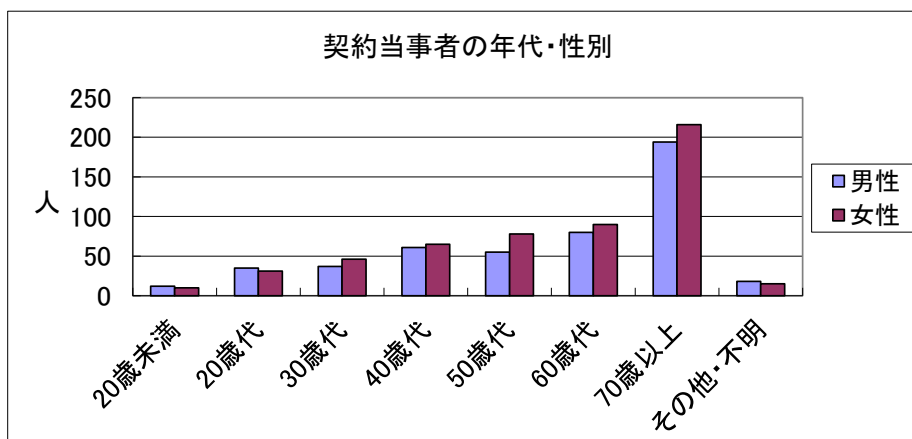
#### 5. 契約当事者の性別・年代について

契約当事者を性別にみると、男性が492人、女性が551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続いている。

また、20歳未満の相談が増加した要因には、オンラインゲーム課金による高額請求、副業などの契約トラブルが増加したことが上げられる。なお、令和4年度は脱毛サロンの倒産により若年女性からの相談が多く寄せられたが、令和5年度は同分野の相談は減少した。

	令和5年度				令和4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	12	10	22	2.0%	4	13	17	1.5%
20歳代	35	31	66	5.9%	37	63	100	9.0%
30歳代	37	46	83	7.5%	48	46	95	8.5%
40歳代	61	65	126	11.3%	64	82	146	13.1%
50歳代	55	78	133	12.0%	72	84	156	14.0%
60歳代	80	90	170	15.3%	89	93	182	16.4%
70歳以上	194	216	410	36.9%	174	230	406	36.5%
その他・不明	18	15	102	9.2%	26	12	78	7.0%
合計	492	551	1,112	100.0%	514	623	1,180	100.0%
	44.2%	49.6%			43.6%	52.8%		

※「その他・不明」の計には団体43件、性別不明26件を含む。

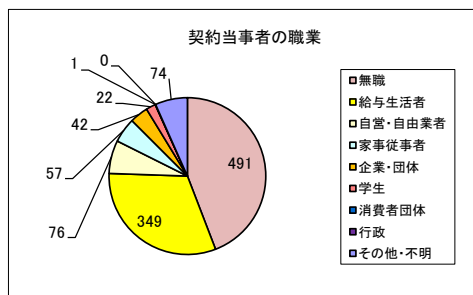


## 6. 契約当事者の職業について

契約当事者の職業別で見ると、無職の件数が491件(全体の44.15%)と最も高く、次いで給与生活者が349件(同31.38%)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5年度	令和4年度
無職	491	449
給与生活者	349	425
自営・自由業者	76	89
家事従事者	57	95
企業・団体	42	31
学生	22	26
消費者団体	1	1
行政	0	1
その他・不明	74	63
合計	1,112	1,180

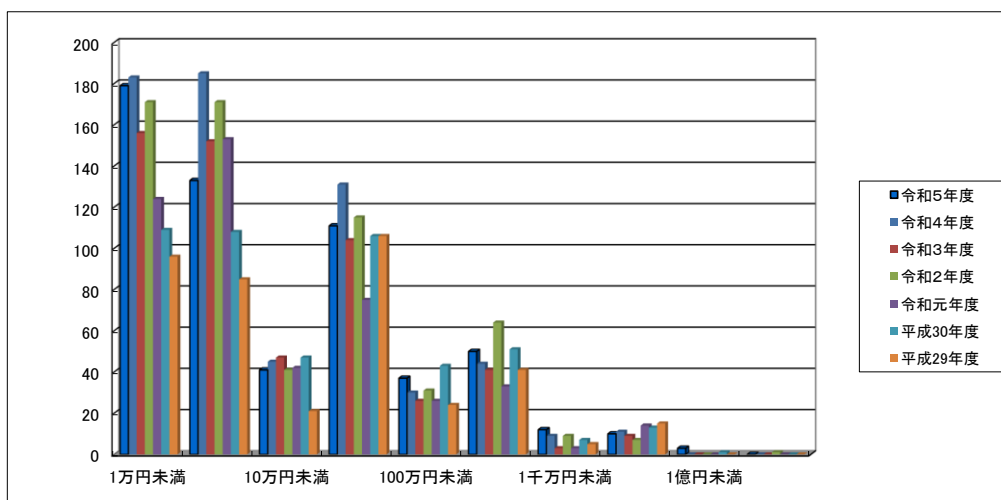


## 7. 契約・購入金額について

契約・購入金額が不明なものが536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13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、新築やリフォーム工事、不動産の投資勧誘に関するものや、SNS広告を見て、有名人のオンライン講座に参加後FX取引を開始するも利益を出金できない、などである。

	令和5年度	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
1万円未満	179	183	156	171	124	109	96
5万円未満	133	185	152	171	153	108	85
10万円未満	41	45	47	41	42	47	21
50万円未満	111	131	104	115	75	106	106
100万円未満	37	30	26	31	26	43	24
500万円未満	50	44	41	64	33	51	41
1千万円未満	12	9	3	9	3	7	5
5千万円未満	10	11	9	7	14	13	15
1億円未満	3	0	0	0	0	1	0
1億円以上	0	0	0	1	0	0	0
その他・不明	536	542	556	720	537	799	878
合計	1,112	1,180	1,094	1,330	1,007	1,284	1,271



## 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530件(全体の47.66%)、サービスなどの役務に関するものが528件(同47.48%)、直接的な消費者契約ではない他の相談が54件(同4.86%)であった。

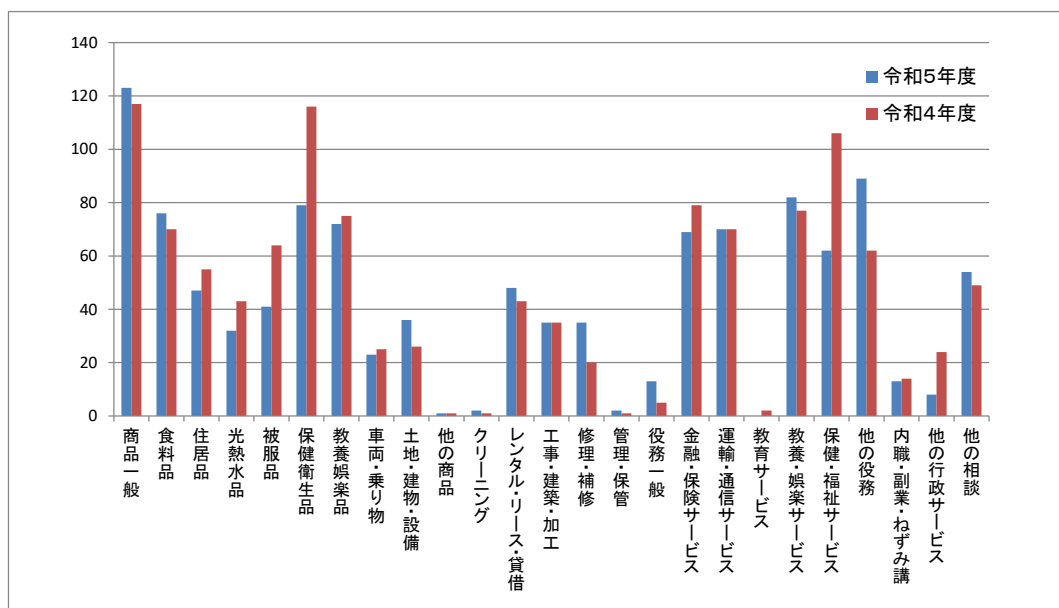
商品別分類で最も多かったのは「商品一般」の123件であった。電話、郵便、電子メールなどで身に覚えのない商品やサービスの料金を請求される架空請求や、内容不明な荷物が届いたという相談である。

次に多かったのは「保健衛生品」の79件であった。通信販売に関する相談では美容液・クリーム・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。「保健衛生品」や「健康食品」(いわゆるサプリメント等)は※『お試し商法』のトラブルで、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5年度	令和4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	123	117	105.1
食料品	食品・健康食品・水	76	70	108.6
住居品	寝具類・家電製品	47	55	85.5
光熱水品	電気・ガス・水道	32	43	74.4
被服品	衣類・アクセサリ・身の回り品	41	64	64.1
保健衛生品	化粧品・保健衛生品・理美容器具	79	116	68.1
教養娯楽品	パソコン・モバイル機器・映像商品・玩具	72	75	96.0
車両・乗り物	車両・自動車用品・自転車	23	25	92.0
土地・建物・設備	土地・建物・屋外装備品	36	26	138.5
他の商品	貴金属・昇降機	1	1	100.0
商品計		530	592	89.5
クリーニング	クリーニング	2	1	200.0
レンタル・リース・貸借	レンタルサービス・不動産貸借	48	43	111.6
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	35	100.0
修理・補修	修理サービス・車検サービス	35	20	175.0
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	2	1	200.0
役務一般	複合サービス会員	13	5	260.0
金融・保険サービス	各種保険・金融取引・融資サービス	69	79	87.3
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	70	100.0
教育サービス	学校・学習塾・家庭教師・留学	0	2	皆減
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	82	77	106.5
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	62	106	58.5
他の役務	外食・冠婚葬祭・各種サービス	89	62	143.5
内職・副業・ネズミ講	各種内職・副業・ネズミ講	13	14	92.9
他の行政サービス	証明・パスポート・マイナンバー	8	24	33.3
役務計		528	539	98.0
他の相談	家庭管理・しきたり・アンケート・債権回収	54	49	110.2
総件数		1,112	1,180	94.2



## 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926件と最も多く、次いで「販売方法」に関するものが610件、「価格・料金」に関するものが243件であった。

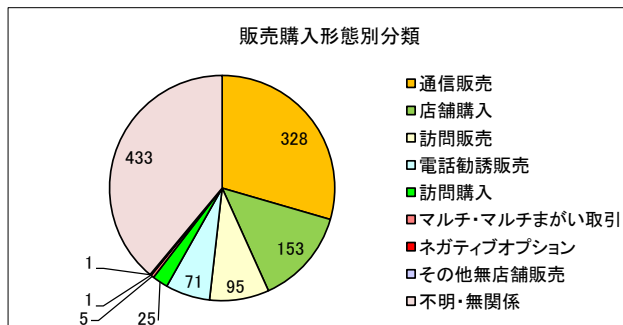
※1件の相談が複数の相談内容を含んでいるため、相談件数の合計(1,112件)とは一致しない。

相談内容	令和5年度	令和4年度
契約・解約	926	977
販売方法	610	604
価格・料金	243	372
品質・機能・役務品質	129	159
接客対応	97	161
表示・広告	63	98
安全・衛生	26	35
生活知識	24	12
法規・基準	15	31
買物相談	5	3
計量・量目	1	2
施設・設備	1	1
包装・容器	1	0
その他	24	26

## 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328件(全体の29.50%)と最も多かった。令和5年度も初回安価な商品(化粧品、ダイエットサプリ、健康食品など)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や給湯器の契約をしてしまう、訪問販売に関する相談が令和2年度以降多くなっている。

販売購入形態	令和5年度	令和4年度
通信販売	328	383
店舗購入	153	200
訪問販売	95	92
電話勧誘販売	71	54
訪問購入	25	16
マルチ・マルチまがい取引	5	9
ネガティブオプション	1	2
その他無店舗販売	1	1
不明・無関係	433	423
合計	1,112	1,180



- ・通信販売 通信的手段(インターネット、電話など)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 業者が自宅に来訪し、貴金属などを買い取るもの。
- ・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、業者が一方向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日以上での展示会販売、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。初回安価な価格を提示して高額契約に誘い込む定期購入、簡単に稼げると謳う動画などの広告をきっかけに契約させる副業商法、突然の偽ウィ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。

また、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多様で複雑化している。中でも※ダークパターン広告に誘導され、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や電話を使った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。

※ダークパターン…ネット通販などで消費者を誤解させたり、気付かないまま不利な選択をさせる心理的な手法。