

令和6年度 沼津市消費生活相談の概要

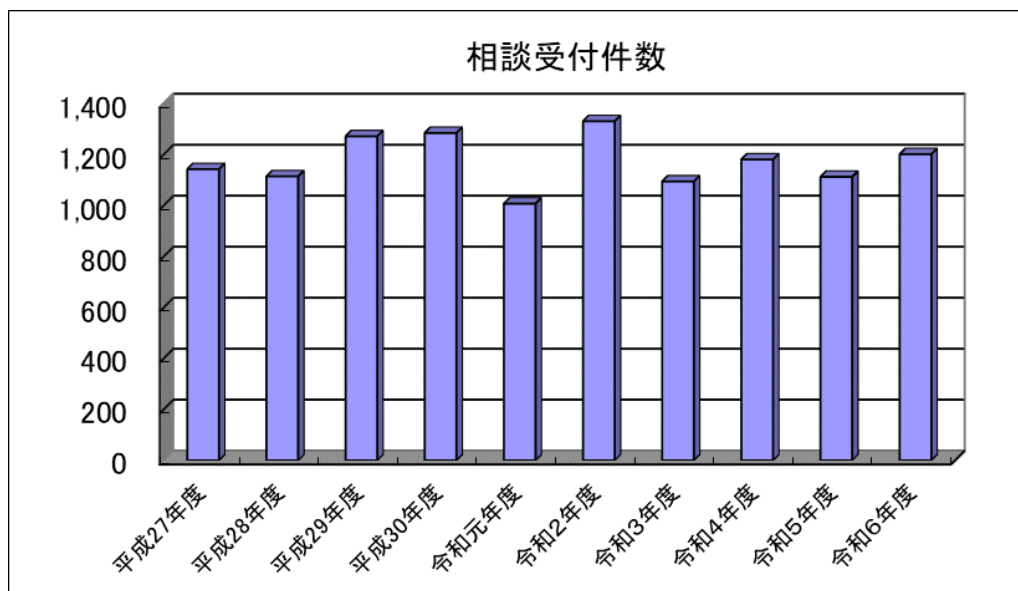
1. 相談受付件数について

沼津市消費生活センターでは、令和6年度に1,201件の相談を受け付けた。前年度と比較すると89件の増であり、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、令和6年度も284件（全体の23.6%）と多くを占めた。

年度	相談受付 件数	前年度比
平成27年度	1,142	—
平成28年度	1,114	97.5
平成29年度	1,271	114.1
平成30年度	1,284	101.0
令和元年度	1,007	78.4
令和2年度	1,330	132.1
令和3年度	1,094	82.3
令和4年度	1,180	107.9
令和5年度	1,112	94.2
令和6年度	1,201	108.0



賢いぬまづの
「たからっこ」



2. 相談方法について

相談方法は、電話1,055件（前年度比76件増）、来訪145件（同比17件増）、文書1件（同比4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庁を求め、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やすいケースの情報提供や、当事者と一緒に来庁し、斡旋するケースも見られた。

相談方法	令和6年度	令和5年度
電話	1,055	979
来訪	145	128
文書	1	5
合計	1,201	1,112



※消費生活センターでの「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ている
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

などの場合に、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。

3. 契約当事者の居住地について

市内在住の契約当事者について、市外在住者（家族など）が相談するケースが増加している。この場合、対処方法の助言のほか、緊急性が高い相談については、契約当事者に直接連絡をして意思確認を行い、斡旋解決するケースもある。

所在	件数	県内市町別			
静岡県	1,136	市町名	件数	市町名	件数
東京都	4	沼津市	1,102	函南町	2
神奈川県	4	熱海市	3	清水町	2
千葉県	3	伊豆市	3	富士宮市	1
大阪府	3	三島市	2	富士市	1
埼玉県	1	御殿場市	2	御前崎市	1
岐阜県	1	裾野市	2	浜松市	1
愛知県	1	伊豆の国市	2	不明	10
兵庫県	1	長泉町	2	合計	1,136
岡山県	1				
在外日本人	1				
不明	45				
合計	1,201				

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6年度	令和5年度
助言（自主交渉）	978	941
斡旋解決	120	85
その他情報提供	35	27
他機関紹介	33	22
斡旋不調	15	17
処理不要	13	14
処理不能	7	6
合計	1,201	1,112

期間	令和6年度	令和5年度
即日処理	1,121	1,038
継続処理	80	74
合計	1,201	1,112



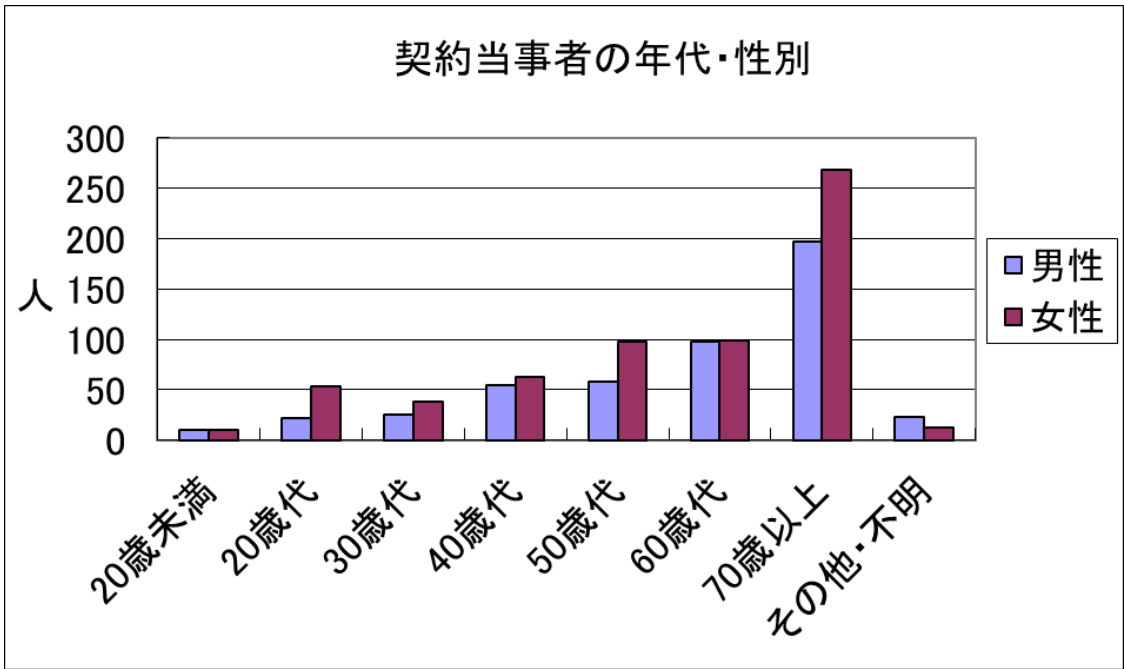
5. 契約当事者の性別・年代について

契約当事者を性別にみると、男性が488人、女性が641人であり、女性の割合が多い。

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。一方で、20歳代の相談も前年度よりも増加しており、その要因としては、脱毛エステ会社の倒産、SNSをきっかけとする副業サイトのトラブルなどが挙げられる。

また、50歳代以上の相談が増加した要因には、給湯器、理美容、固定電話に関する契約トラブルが増加したことが挙げられる。

年代	令和6年度				令和5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	10	10	20	1.7%	12	10	22	2.0%
20歳代	22	53	75	6.2%	35	31	66	5.9%
30歳代	25	38	63	5.2%	37	46	83	7.5%
40歳代	55	63	119	9.9%	61	65	126	11.3%
50歳代	58	98	157	13.1%	55	78	133	12.0%
60歳代	98	99	199	16.6%	80	90	170	15.3%
70歳以上	197	268	466	38.8%	194	216	410	36.9%
その他・不明	23	12	102	8.5%	18	15	102	9.2%
合計	488	641	1,201	100.0%	492	551	1,112	100.0%
	40.6%	53.4%			44.2%	49.6%		

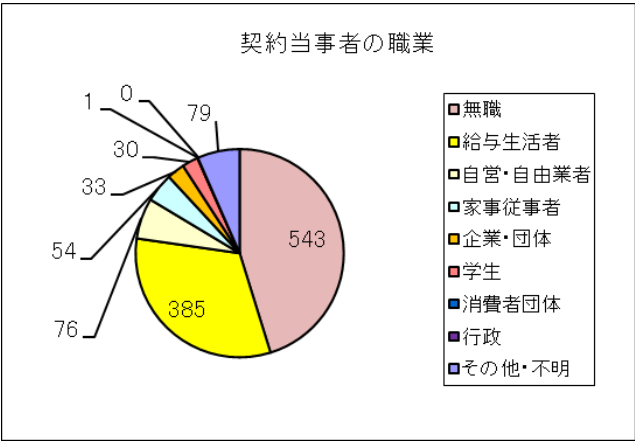


6. 契約当事者の職業について

契約当事者の職業別でみると、無職の件数が543件（全体の45.2%）と最も高く、次いで給与生活者が385件（同32.1%）となっている。

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。

職業	令和6年度	令和5年度
無職	543	491
給与生活者	385	349
自営・自由業者	76	76
家事従事者	54	57
企業・団体	33	42
学生	30	22
消費者団体	1	1
行政	0	0
その他・不明	79	74
合計	1,201	1,112



7. 契約・購入金額について

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8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、暗号資産、注文住宅、新築マンション、不動産投資に関するものなどである。

契約・購入金額	令和6年度	令和5年度	令和4年度	令和3年度	令和2年度
1万円未満	165	179	183	156	171
5万円未満	191	133	185	152	171
10万円未満	41	41	45	47	41
50万円未満	128	111	131	104	115
100万円未満	43	37	30	26	31
500万円未満	47	50	44	41	64
1千万円未満	11	12	9	3	9
5千万円未満	8	10	11	9	7
1億円未満	0	3	0	0	0
1億円以上	0	0	0	0	1
その他・不明	567	536	542	556	720
合計	1,201	1,112	1,180	1,094	1,330

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643件（全体の53.5%）、サービスなどの役務に関するものが515件（同42.9%）、直接的な消費者契約ではない他の相談が43件（同3.6%）であった。

商品別分類で最も多かったのは「商品一般」の141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いわゆる「送り付け商法」の相談である。通信販売に関する相談では美容液・クリーム・ファンデーションに関するものが多かった。

商品大分類	代表的なもの	令和6年度	令和5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	141	123	114.6
食料品	食品・健康食品・水	79	76	103.9
住居品	寝具類・家電製品	53	47	112.8
光熱水品	電気・ガス・水道	31	32	96.9
被服品	衣類・アクセサリ・身の回り品	57	41	139.0
保健衛生品	化粧品・保健衛生品・理美容器具	122	79	154.4
教養娯楽品	パソコン・モバイル機器・映像商品・玩具	55	72	76.4
車両・乗り物	車両・自動車用品・自転車	24	23	104.3
土地・建物・設備	土地・建物・屋外装備品	81	36	225.0
他の商品	貴金属・昇降機	0	1	皆減
商品計		643	530	121.3
クリーニング	クリーニング	5	2	250.0
レンタル・リース・貸借	レンタルサービス・不動産貸借	37	48	77.1
工事・建築・加工	新築工事・屋根工事・電気工事・加工サービス	29	35	82.9
修理・補修	修理サービス・車検サービス	30	35	85.7
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	2	50.0
役務一般	複合サービス会員	10	13	76.9
金融・保険サービス	各種保険・金融取引・融資サービス	65	69	94.2
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	101	70	144.3
教育サービス	学校・学習塾・家庭教師・留学	2	0	皆増
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	59	82	72.0
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	86	62	138.7
他の役務	外食・冠婚葬祭・各種サービス	73	89	82.0
内職・副業・ネズミ講	各種内職・副業・ネズミ講	9	13	69.2
他の行政サービス	証明・パスポート・マイナンバー	8	8	100.0
役務計		515	528	97.5
他の相談	家庭管理・しきたり・アンケート・債権回収	43	54	79.6
総件数		1,201	1,112	108.0

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966件と最も多く、次いで「販売方法」に関するものが720件、「価格・料金」に関するものが261件であった。

相談内容	令和6年度	令和5年度
契約・解約	966	926
販売方法	720	610
価格・料金	261	243
品質・機能・役務品質	146	129
接客対応	120	97
表示・広告	68	63
安全・衛生	32	26
生活知識	8	24
法規・基準	13	15
買物相談	6	5
計量・量目	0	1
施設・設備	0	1
包装・容器	0	1
その他	25	24

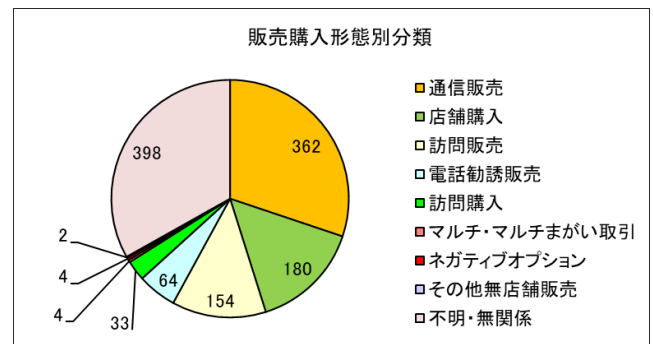


※1件の相談が複数の相談内容を含んでいるため、左表の件数合計は相談件数の合計（1,201件）とは一致しない。

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362件（全体の30.1%）と最も多かった。初回安価な商品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。近年の傾向として、点検をきっかけとした屋根修理に関する相談が高止まりにあるなか、特に高齢者を狙う給湯器の点検商法のトラブルが多くなっている。

販売購入形態	令和6年度	令和5年度
通信販売	362	328
店舗購入	180	153
訪問販売	154	95
電話勧誘販売	64	71
訪問購入	33	25
マルチ・マルチまがい取引	4	5
ネガティブオプション	4	1
その他無店舗販売	2	1
不明・無関係	398	433
合計	1,201	1,112



※マルチ・マルチまがい取引

※ネガティブオプション

※その他無店舗販売

いわゆる連鎖販売取引のこと。

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。

2日以上展示会販売、屋台、自動販売機など。

11. 相談の特徴について

情報通信機器・サービスの普及により、デジタル化が急速に進展し、社会やライフスタイルが著しく変化している。消費者の利便性が大きく向上する一方で、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する消費者が多く、情報格差の拡大や、インターネット通販やSNSに関係するトラブルの増加につながっている。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広告をきっかけに契約させる副業商法、実在する企業を模した偽サイトや、AI技術を利用した投資詐欺など複雑且つ巧妙化したトラブルに巻き込まれる事例が生じている。

また、本市の特徴として、認知症患者やその他障がい者などの被害が前年度に比べて増加したほか、高齢者の消費者被害は高止まりの状況が続いている。給湯器等の点検商法や、販売目的隠匿型の訪問購入など、高齢者をターゲットにした悪質な事業者が関係する消費者トラブルが目立つ。クーリング・オフや、消費者自身が毅然として断るなどの対処でトラブル回避ができたケースも多いが、認知症患者や判断力が低下した人は、消費者被害が深刻化する傾向にあり、福祉関係機関などの協力のもと、被害救済に至ったケースもあった。

