

令和5年度 消費生活相談の概要

消費生活センターでは、消費生活に関する相談窓口を設置し、市民が消費者トラブルにあった場合には、相談・あっせん等を通じて問題の解決を図っている。

1 消費者被害の救済

(1) 令和5年度消費生活相談の実績

① 消費生活相談の傾向

ア 相談の傾向

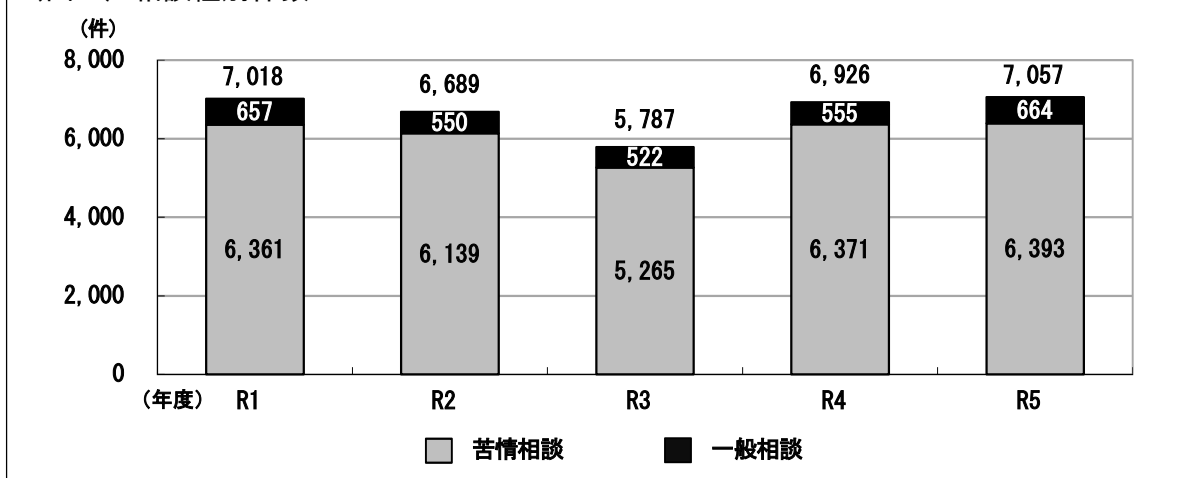
令和5年度に寄せられた消費生活相談は7,057件で、令和4年度に比べて131件の増加（前年度比101.9%）となった。そのうち、苦情相談が6,393件で、令和4年度に比べて22件増加（前年度比100.3%）した。

表9、図5及び図6のとおり、相談者の年代別では、70歳以上の高齢者の相談が1,489件で最も多く、令和4年度に比べて33件増加し、全体の23.3%を占めている。

〈表8〉消費生活相談件数の推移

	令和3年度		令和4年度		令和5年度			
	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比	前年度比	前々年度比
合計	5,787	100.0%	6,926	100.0%	7,057	100.0%	101.9%	121.9%
苦情相談	5,265	91.0%	6,371	92.0%	6,393	90.6%	100.3%	121.4%
一般相談	522	9.0%	555	8.0%	664	9.4%	119.6%	127.2%

〈図1〉相談種別件数

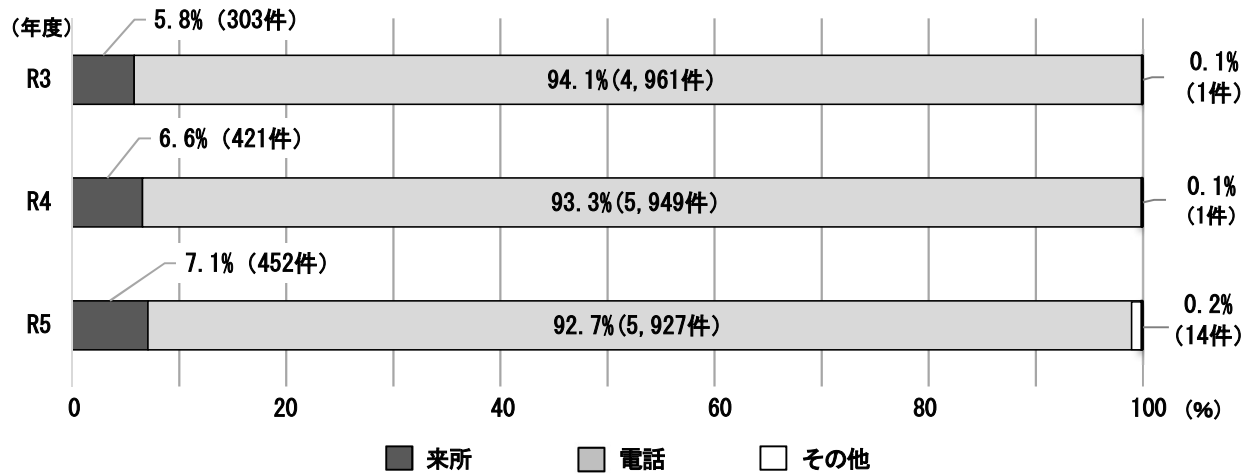


(参考) 相談の説明

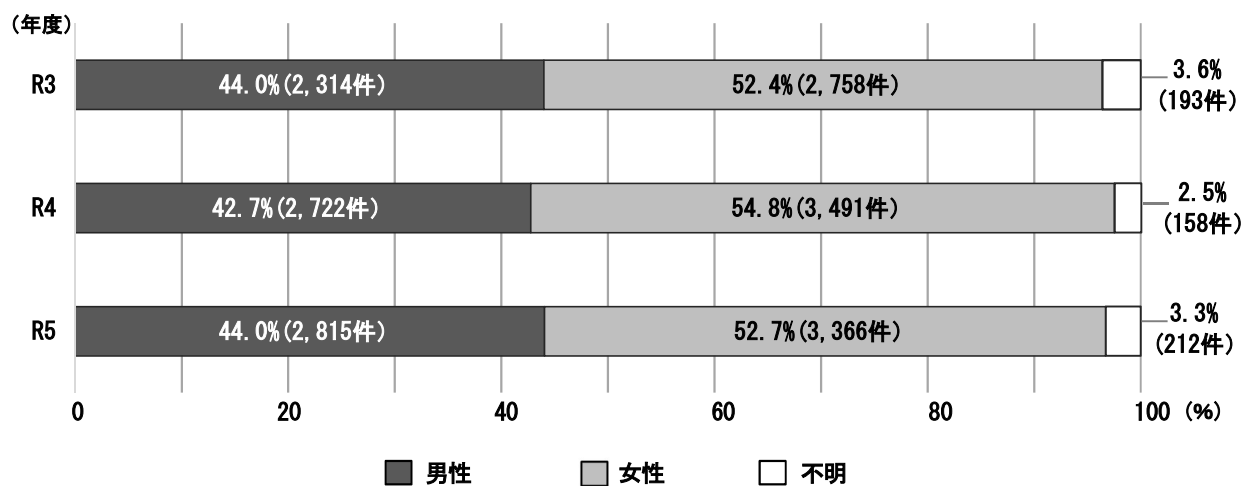
苦情相談 契約トラブルなどに関する相談

一般相談 契約トラブルが発生していない相談及び問い合わせ

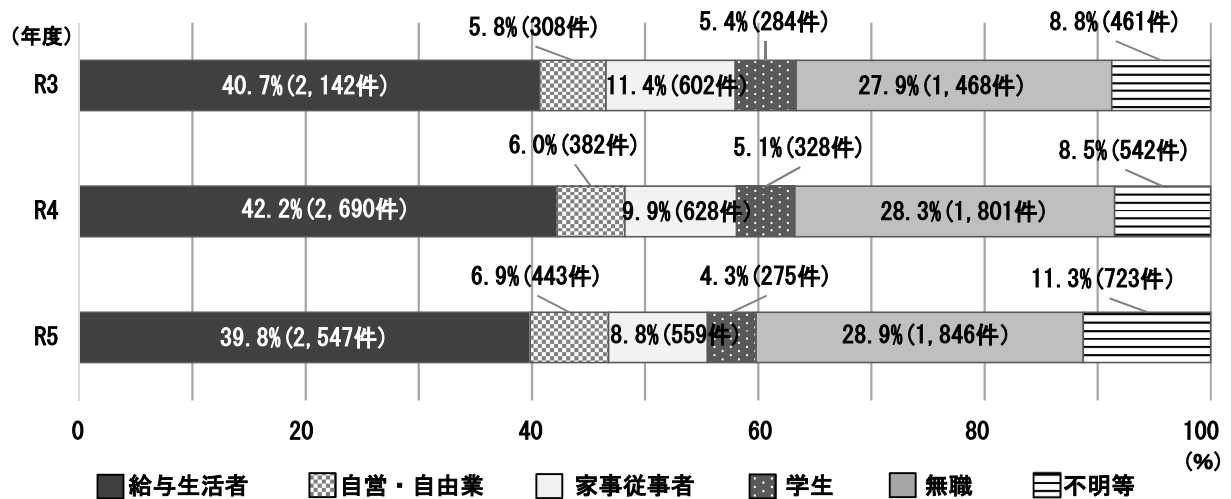
〈図2〉 相談方法別件数（苦情相談）



〈図3〉 性別件数（苦情相談）



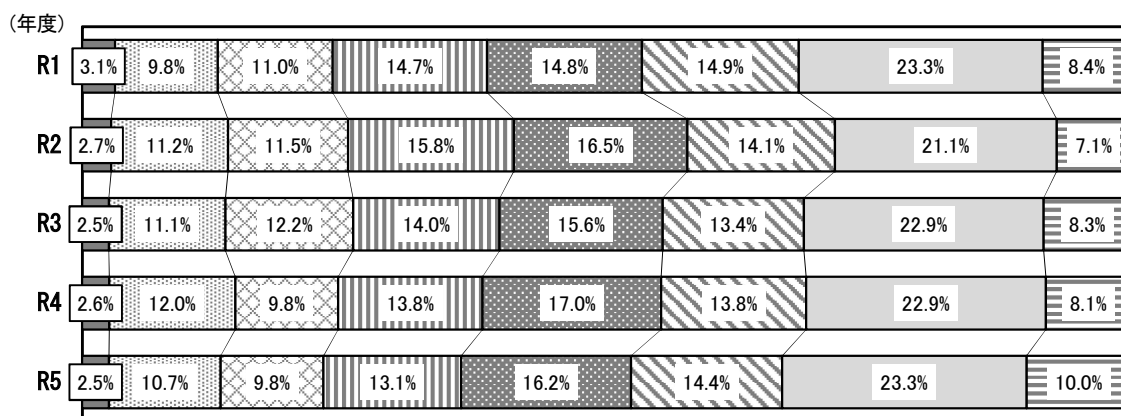
〈図4〉 職業別件数（苦情相談）



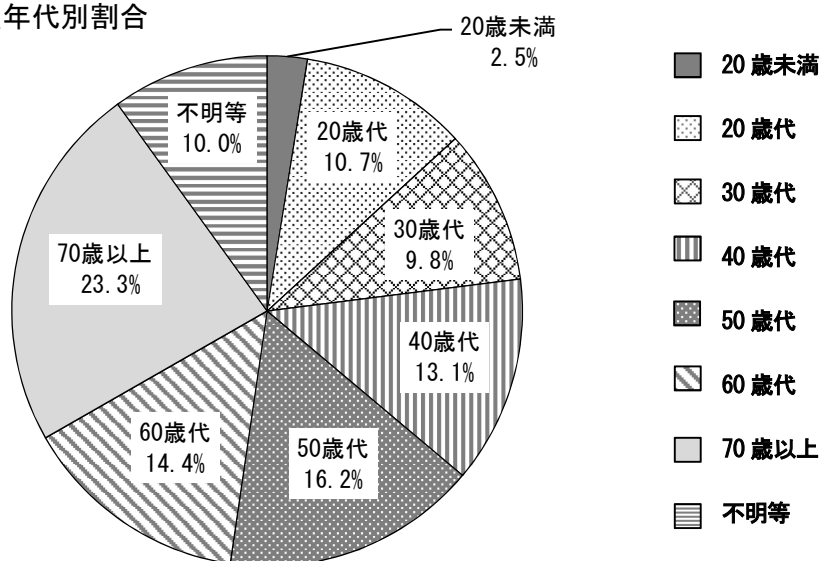
〈表9〉年代別件数（苦情相談）

	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度
合計	6,361	6,139	5,265	6,371	6,393
20歳未満	198	168	133	163	162
20歳代	624	685	585	765	682
30歳代	697	703	641	625	626
40歳代	936	970	736	878	839
50歳代	940	1,016	819	1,084	1,035
60歳代	950	864	708	879	921
70歳以上	1,480	1,298	1,205	1,456	1,489
不明等	536	435	438	521	639

〈図5〉年代別割合（苦情相談）



〈図6〉令和5年度年代別割合



〈表 10〉商品及びサービス別（大分類）苦情相談件数

	商品大分類	令和3年度	令和4年度	令和5年度
商品	商品一般 ※	493	570	646
	食料品	350	352	389
	住居品	261	318	289
	光熱水品	134	129	112
	被服品	302	371	348
	保健衛生品	375	655	567
	教養娯楽品	413	465	530
	車両・乗り物	133	132	205
	土地・建物・設備	125	116	118
	他の商品	6	11	7
商品計		2,592	3,119	3,211
役務	クリーニング	15	24	21
	レンタル・リース・賃借	344	360	356
	工事・建築・加工	215	240	215
	修理・補修	88	85	71
	管理・保管	4	11	18
	役務一般	25	21	23
	金融・保険サービス	420	489	552
	運輸・通信サービス	435	406	500
	教育サービス	19	14	19
	教養・娯楽サービス	472	516	530
	保健・福祉サービス	195	465	312
	他の役務	309	481	411
	内職・副業・ねずみ講	59	50	80
他の行政サービス	7	36	35	
役務計		2,607	3,198	3,143
他の相談		66	54	39
総件数		5,265	6,371	6,393

※ 商品一般とは

商品関連であることが明確であるが、上記の食料品から他の商品までのいずれであるかを特定できない、又は特定する必要のないもの。

イ 商品及びサービス別の傾向

令和5年度の苦情相談のうち、商品及びサービス別では、表11のとおり、「商品一般」「不動産貸借」「フリーローン・サラ金」に分類される相談が上位となっている。「商品一般」は件数が増加傾向にある。これは架空請求のほか、通販サイトや宅配便事業者等をかたる偽SMS（ショートメッセージサービス）に関する相談が多いためである。「不動産貸借」の件数は横ばいで、賃貸物件退去時の原状回復についての相談が大半を占めている。「フリーローン・サラ金」は、多重債務に関する相談が半数以上を占めている。

前年度より件数が増えた「インターネット接続回線」は、光回線サービスに関する勧誘トラブルの相談が増加したためである。

〈表11〉商品及びサービス別（中分類）苦情相談件数（上位10位）

	令和3年度	令和4年度	令和5年度
1位	商品一般	商品一般	商品一般
	493	570	646
2位	不動産貸借	不動産貸借	不動産貸借
	311	319	316
3位	工事・建築	エステティックサービス	フリーローン・サラ金
	214	288	239
4位	フリーローン・サラ金	基礎化粧品	工事・建築
	166	286	208
5位	インターネット接続回線	工事・建築	基礎化粧品
	128	236	188
6位	他の健康食品	フリーローン・サラ金	インターネット接続回線
	117	218	172
7位	携帯電話サービス	役務その他サービス	役務その他サービス
	113	152	153
8位	役務その他サービス	申請代行サービス	エステティックサービス
	107	132	144
9位	アダルト情報	インターネット接続回線	他の健康食品
	104	128	133
10位	電気	他の健康食品	携帯電話サービス
	93	123	115

ウ 年代別の傾向

年代別では、表12のとおり、全年代において「商品一般」が上位となっている。20歳未満から30歳代では「エステティックサービス」、20歳代から50歳代では「不動産貸借」「フリーローン・サラ金」の相談が多い。50歳代から70歳以上では「基礎化粧品」「工事・建築」の相談が多く、60歳以上になると、これらに加えて「インターネット接続回線」の相談が多い。

また、特定の年代からの相談が多い商品・サービスも見られる。例えば、20歳未満は「インターネットゲーム」、20歳代は「他の内職・副業」、60歳代は「頭髪用化粧品」などである。

「他の内職・副業」では、インターネット検索や簡単に稼げるというSNS広告などをきっかけとして投資や副業サイトに登録したところ、高額なサポートプランや情報商材の契約を勧誘されたという相談が多く寄せられている。遠隔操作アプリを用いて、サラ金等からの借入れ手続きを誘導されるケースも多い。表13のとおり、令和元年度以降、30～50件程で推移してきたが、令和5年度には71件に増加した。このうち20歳代以下が42件と相談件数の半数以上を占め、前年度の2倍近くとなっている。

〈表12〉年代別・商品及びサービス別（中分類）苦情相談件数（上位5位）

	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上		
1位	インターネット ゲーム	エステティック サービス	不動産 貸借	不動産 貸借	商品 一般	商品 一般	商品 一般		
	34	83	54	58	93	99	208		
2位	エステティック サービス	不動産 貸借	フリーローン・ サラ金	商品 一般	不動産 貸借	基礎 化粧品	工事・ 建築		
	11	55	45	57	62	60	101		
3位	商品 一般	フリーローン・ サラ金	商品 一般	フリーローン・ サラ金	基礎 化粧品	頭髪用 化粧品	基礎 化粧品		
	9	46	40	47	38	37	56		
4位	他の 健康食品	他の内職・ 副業	エステティック サービス	役務その他 サービス	フリーローン・ サラ金	インターネット 接続回線	インターネット 接続回線		
	8	38	26	25	36	34	45		
5位	基礎 化粧品	商品 一般	四輪 自動車	インター ネット 接続 回線	インターネット 接続回線	工事・ 建築	工事・ 建築	他の 健康 食品	役務 その 他サー ビス
	7	27	17	17	21	29	28	39	39

〈表13〉他の内職・副業の苦情相談件数

() 内は20歳代以下内訳件数

	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度
相談件数	37 (20)	33 (19)	52 (33)	43 (23)	71 (42)

エ 販売購入形態別の傾向

販売購入形態別では、表 14 のとおり、「通信販売」の割合が最も高い。「通信販売」の主な商品・サービスは「基礎化粧品」や「他の健康食品」で、定期購入に関する相談が多い。「訪問販売」は構成比・前年度比ともに減少したが、「電話勧誘販売」が増加を続けており、インターネット接続回線の契約に関する相談が多い。また、前年度に比べて増加率が最も高い「訪問購入」では、指輪や着物の買取に関する相談が増加している。

〈表 14〉販売購入形態別苦情相談件数

		令和 3年度	令和 4年度	令和 5年度	構成比	前年度比	主な商品・サービス
特殊販売 (無店舗販売)	通信販売	2,039	2,521	2,599	50.4%	103.1%	基礎化粧品 他の健康食品
	訪問販売	407	486	352	6.8%	72.4%	工事・建築 新聞
	電話勧誘販売	307	375	447	8.7%	119.2%	インターネット接続回線 役務その他サービス
	マルチ・マルチまがい	36	25	31	0.6%	124.0%	他の健康食品
	訪問購入	44	28	60	1.2%	214.3%	指輪、着物類
	ネガティブ・オプション	32	22	40	0.8%	181.8%	鮮魚その他
	その他無店舗販売	31	36	40	0.8%	111.1%	家庭用電気治療器具
店舗購入		1,386	1,764	1,583	30.7%	89.7%	不動産貸借 エステティックサービス
総件数		4,282	5,257	5,152	100.0%	98.0%	

※不明・無関係を除く

(参考) 特殊販売の説明

通信販売	通信手段（郵便、電話、ファクシミリ、インターネット等）を用いて契約するもの
訪問販売	家庭訪販、職場訪販、1日だけ開催する展示販売、SF商法、販売目的を隠した誘引方法、キャッチセールス、アポイントメントセールス等
電話勧誘販売	業者が消費者に電話をかけ、または特定のやり方で電話をかけさせ、電話の勧誘により、郵便等で契約を締結するもの
マルチ・マルチまがい	商品等の販売組織に加入させるため、別の者を加入させれば利益（特定利益）が得られると勧誘し、何らかの金銭負担（特定負担）をさせるもの
訪問購入	店舗以外の場所（消費者の自宅等）で、業者が物品の購入（不用品の買い取り等）を行うもの
ネガティブ・オプション	購入申し込みがないのに商品を一方的に送りつけ代金を請求するもの
その他の無店舗販売	露店・屋台店等、2日以上での展示販売

オ 処理結果別の傾向

処理結果別では、表 15 のとおり、相談者に必要な情報を提供して自主解決の方法をアドバイスする「助言（自主交渉）」が最も多い。また、相談者が高齢であるなど、相談者本人による自主交渉が難しいと予想される場合や自主交渉では解決できなかった場合などは、消費生活センターが「あっせん」（相談者と事業者との話し合いによる解決のための調整）を行う。「あっせん」を行った相談の約 9 割が「あっせん解決」となっている。

〈表 15〉 処理結果別苦情相談件数

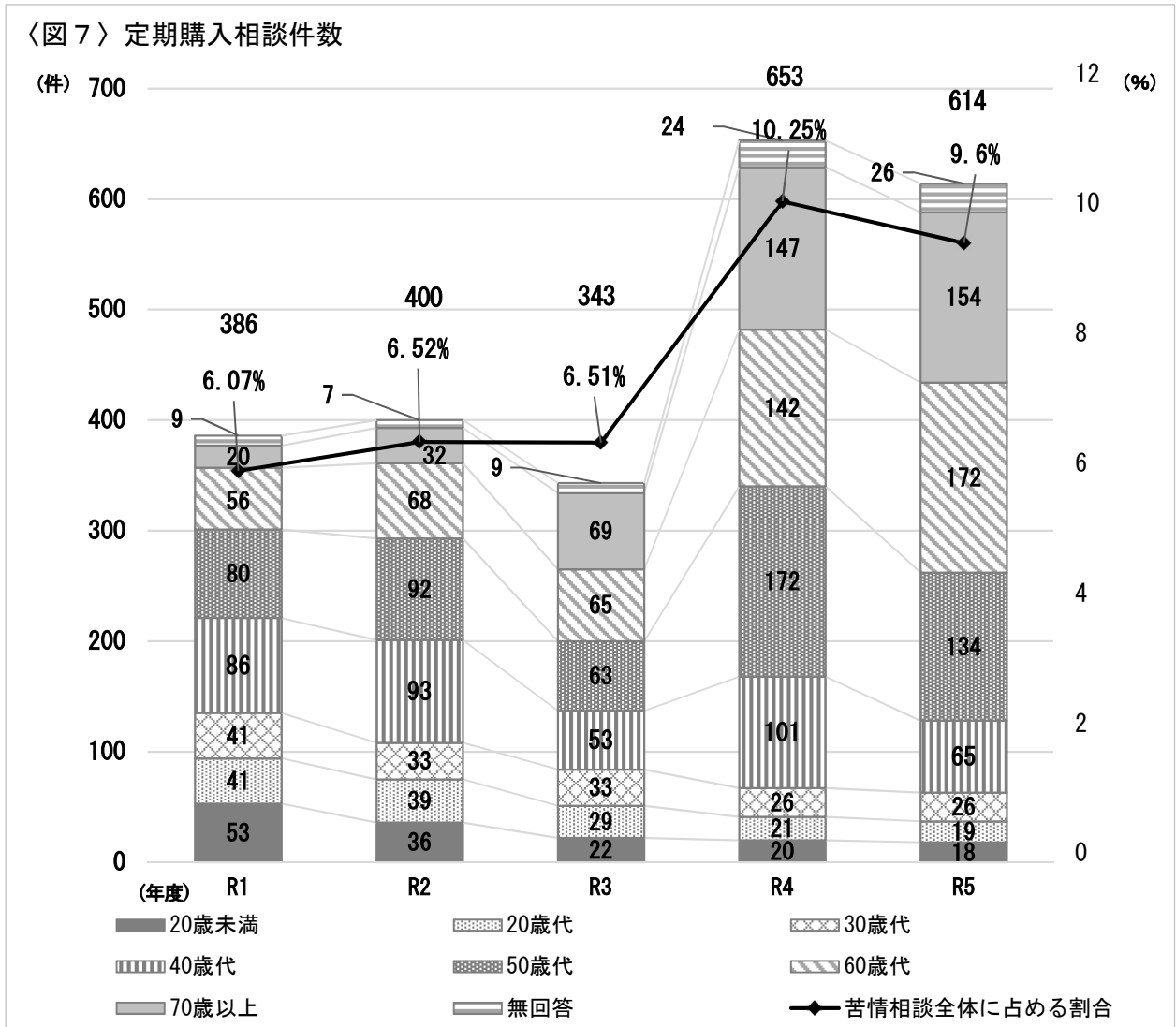
		令和 3 年度		令和 4 年度		令和 5 年度	
		件数	割合	件数	割合	件数	割合
合 計		5,265	100.0%	6,371	100.0%	6,393	100.0%
内 訳	他機関紹介	142	2.7%	191	3.0%	227	3.5%
	助言(自主交渉)	3,460	65.7%	4,176	65.5%	4,062	63.5%
	その他情報提供	1,087	20.6%	1,267	19.9%	1,408	22.0%
	あっせん解決	460	8.7%	571	9.0%	522	8.2%
	あっせん不調	40	0.8%	50	0.8%	62	1.0%
	処理不能	26	0.5%	63	1.0%	61	1.0%
	処理不要	31	0.6%	34	0.5%	44	0.7%
	処理継続中	19	0.4%	19	0.3%	7	0.1%
即日処理件数		4,209	79.9%	5,112	80.2%	5,247	82.1%

(参考) 処理結果別の説明

- 他 機 関 紹 介 消費生活センターの業務範囲外の相談のため、本来の相談機関を紹介したもの
- 助 言（自 主 交 渉） 相談者が自主交渉することで解決する可能性のある相談について、自主解決の方法をアドバイスしたもの
- そ の 他 情 報 提 供 消費生活センターの業務範囲内の相談だが、あっせんや助言（自主交渉）に該当せず、他機関を紹介したものなど
- あ っ せ ん 解 決 あっせんの結果、解決がみられたもの
- あ っ せ ん 不 調 あっせんにもかかわらず解決をみなかったもの
- 処 理 不 能 相談者や事業者と連絡が取れなくなったなど、何らかの物理的理由で処理できなかったもの
- 処 理 不 要 相談者が処理を望んでいない場合や取り下げた場合など

② 定期購入に関する相談

定期購入に関する相談では、初回限定で商品を安価に購入できることをうたった広告を見て「お試し」「1回だけ」のつもりで注文したが、複数回の購入が条件の定期購入だったという相談や、事業者への電話が繋がらず解約できないという相談が多く寄せられている。令和4年度に大きく増加した相談件数は、令和5年度に微減したものの高水準で、相談全体の9.6%を占めている。年代別で見ると、50歳代以下は減少する一方、60歳代以上は増加傾向にあり、相談の半数以上を占めている。また、商品及びサービス別件数では、「化粧品」が突出し、「健康食品」と合わせると8割以上を占めている。



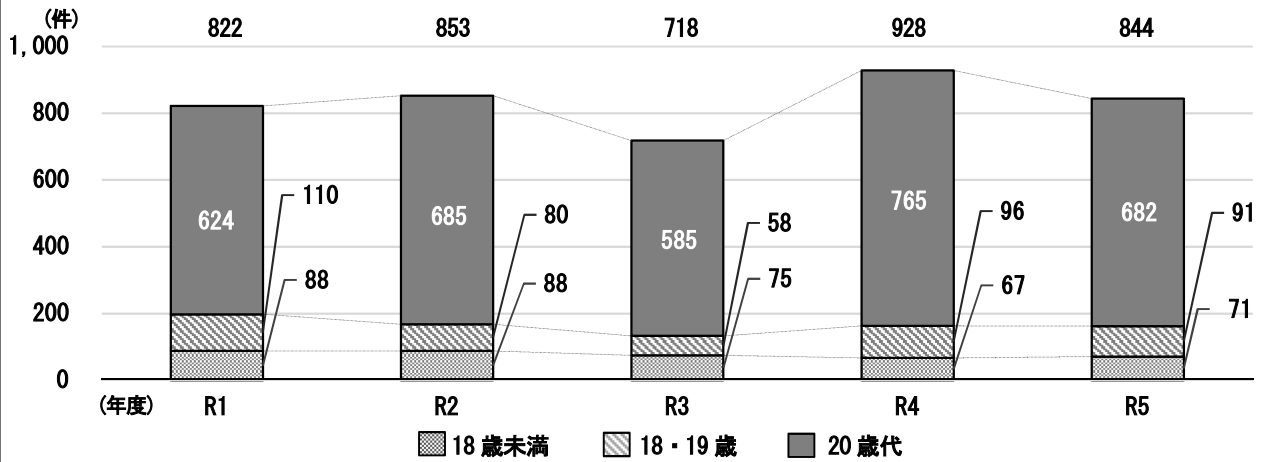
〈表16〉 定期購入 商品及びサービス別件数

順位	商品・サービス	相談件数
1位	化粧品	391
2位	健康食品	140
3位	他の教養娯楽品	23
4位	飲料	11
5位	他の保健衛生品	7

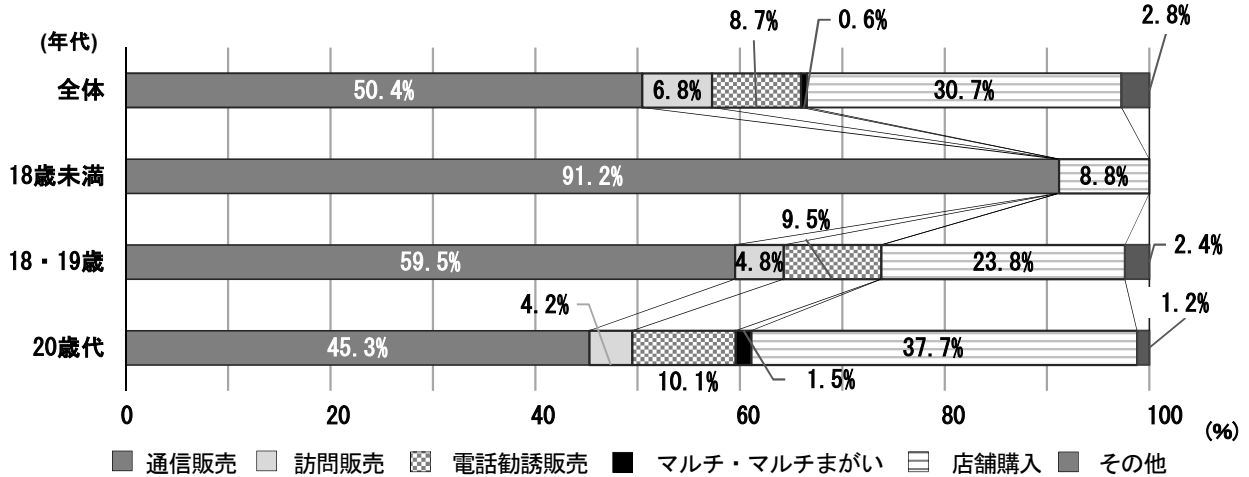
③ 若者からの相談

若者からの相談については、成年年齢が引下げられた前年度に比べて 84 件の減少となった。販売購入形態別にみると、図 9 のとおり、18 歳未満の約 9 割が通信販売に関する相談であり、「インターネットゲーム」に関する相談が全相談件数の 4 割以上を占めている。成年年齢である 18 歳以降の年代では店舗購入の割合も高く、全相談件数の約 1 割が、「エステティックサービス」に関する相談となっている。また、20 歳代では「不動産賃借」「フリーローン・サラ金」の相談も寄せられている。

〈図 8〉若者の年代別相談状況の推移



〈図 9〉販売購入形態別 若者世代の比較



〈表 17〉各年代の商品サービス別件数

【18歳未満】

商品・サービス名	件数
インターネットゲーム	32
他の健康食品	5
商品一般/他の商品	各 4

【18-19歳】

商品・サービス名	件数
エステティックサービス	10
商品一般	5
基礎化粧品/コンサート /異性交際関連サービス	各 4

【20歳代】

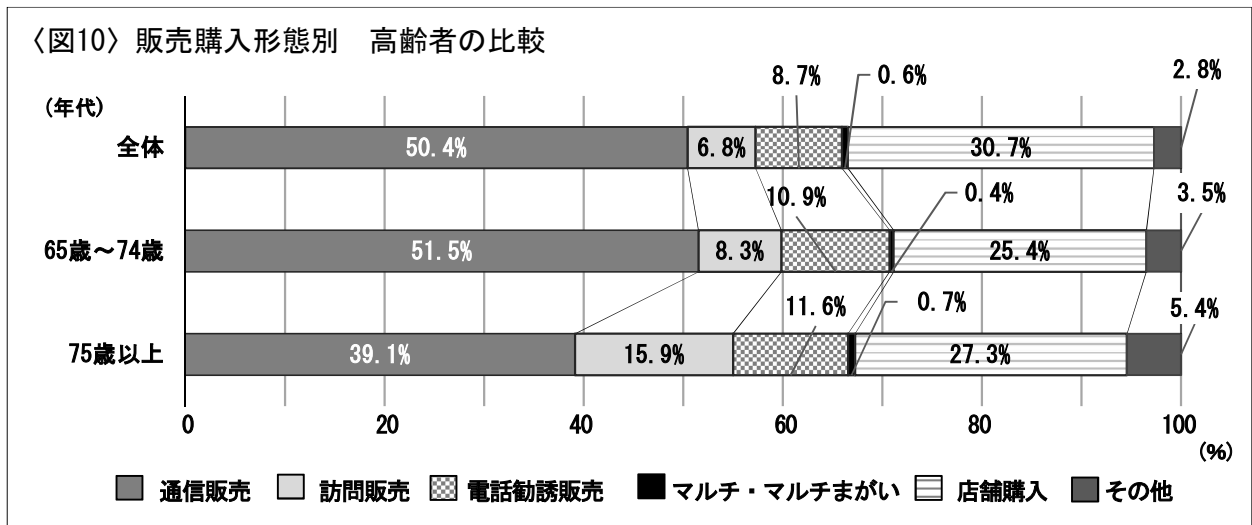
商品・サービス名	件数
エステティックサービス	83
不動産賃借	55
フリーローン・サラ金	46

④ 高齢者からの相談

高齢者からの相談について、販売購入形態別にみると、苦情相談全体に比べて65歳以上は「訪問販売」や「電話勧誘販売」の割合が高く、75歳以上ではそれらの割合が更に高くなっている。

「訪問販売」では、自宅の屋根や外壁等の修繕に関連した工事・建築が最も多く、新聞、防災・防犯用品に関する相談が続いている。「電話勧誘販売」では、商品一般（架空請求や通販サイトや宅配便事業者等をかたる偽SMS（ショートメッセージサービス）など商品を特定できない相談）やインターネット接続回線に関する相談が多く寄せられている。

65歳以上の相談者の状況では、本人以外からの相談割合が高齢になるほど高くなっており、家族や本人と接する機会の多い周囲の方から相談が寄せられている。

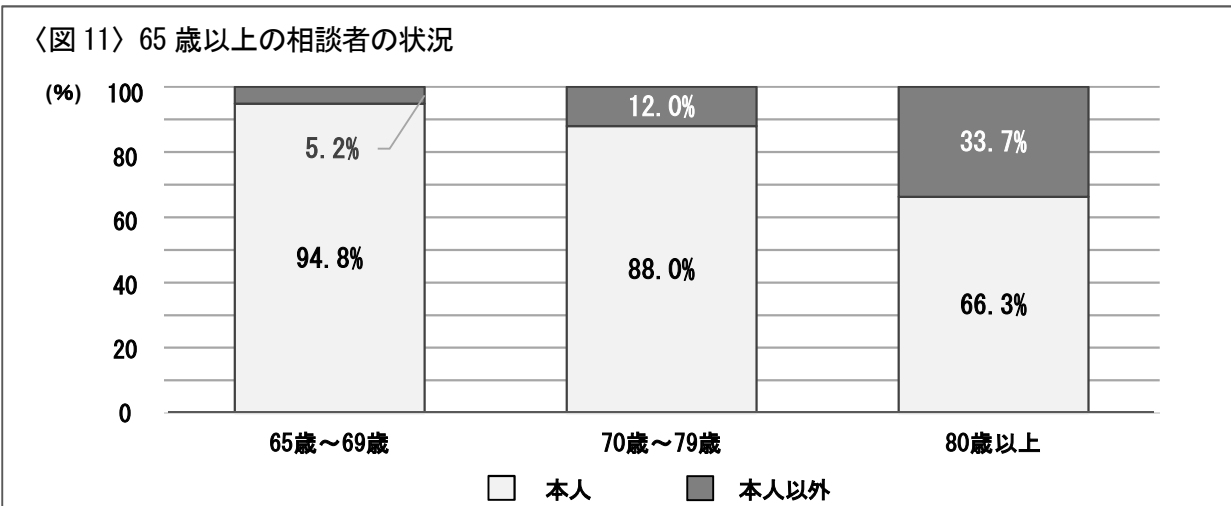


〈表18〉65歳以上の訪問販売内訳件数

商品・サービス名	件数
工事・建築	67
新聞	18
防災・防犯用品	15
その他	76

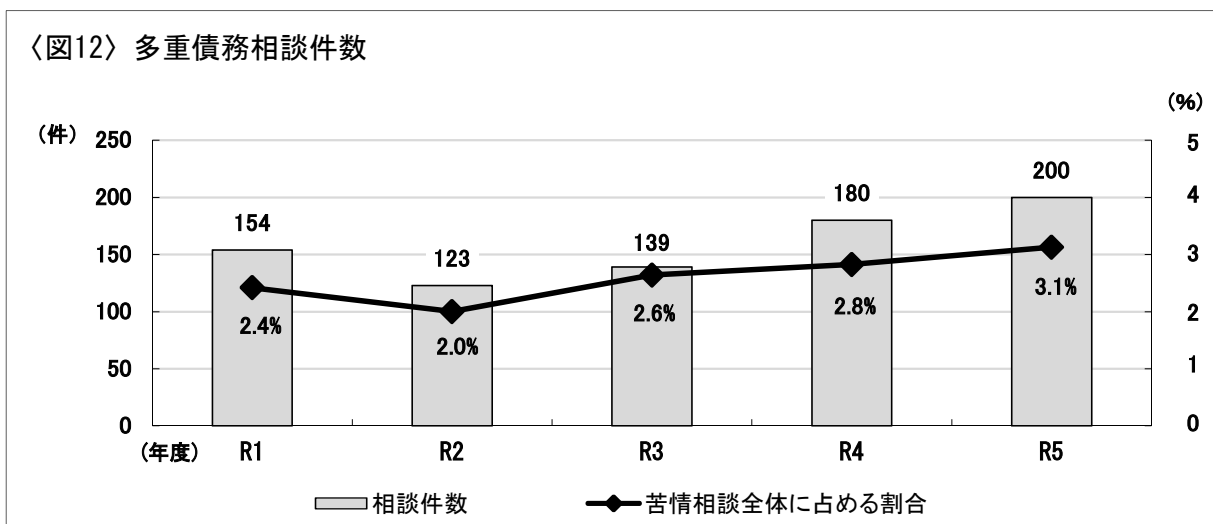
〈表19〉65歳以上の電話勧誘販売内訳件数

商品・サービス名	件数
商品一般	30
インターネット接続回線	25
申請代行サービス	10
その他	99



⑤ 多重債務に関する相談

令和5年度に寄せられた多重債務相談は200件で、相談件数、苦情相談全体に占める割合ともに増加した。令和5年度に受付を行った多重債務相談のうち、他機関につないだ件数は、仙台弁護士会29件、(公財)日本クレジットカウンセリング協会24件、みやぎ青葉の会32件である。



⑥ インターネット消費生活相談

令和5年度から、相談受付時間内に電話や来所が困難な消費者を対象に、オンライン申請システムを利用して消費生活に関する相談を受け付け、メールで回答するインターネット消費生活相談を実施している。令和5年度に寄せられた相談件数は14件で、相談者の傾向として20歳代までが半数を占めている。センターの受付時間内の利用であるか否かについて差が大きいことから、時間に関係なくメールを媒体としたインターネット相談に一定の需要があることが窺える。

〈表20〉 年代別・受付時間別相談件数

【年代別】

20歳未満	1
20歳代	6
30歳代	2
40歳代	3
50歳代	2
合計	14

【受付時間別】※

相談受付時間内	8
相談受付時間外	6
合計	14

※ 電話・来所相談受付時間内のインターネット相談受付か否か