

令和 2 年度 消費生活相談の受付状況について

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. 消費生活相談の概要

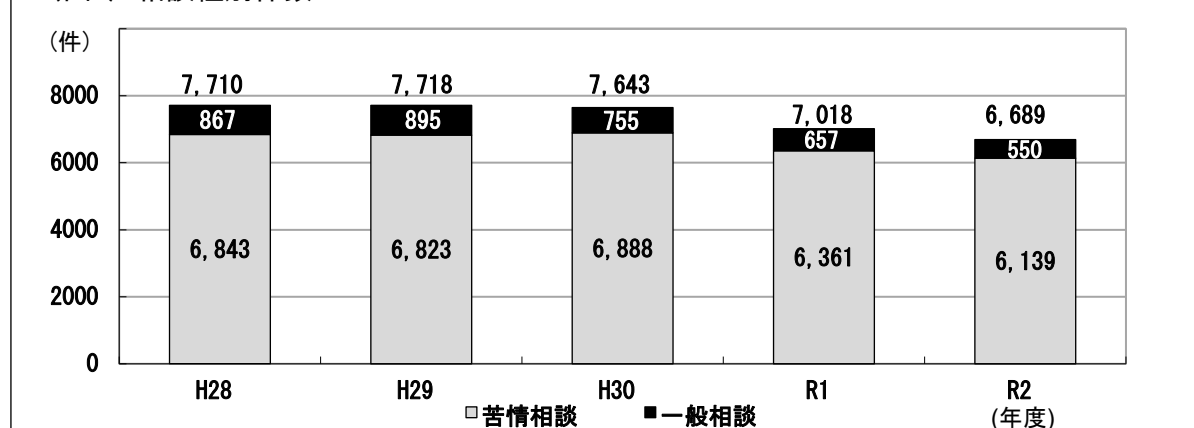
令和 2 年度に寄せられた消費生活相談は 6,689 件で、令和元年度に比べて 329 件減少（前年度比 95.3%）した。そのうち、契約トラブルなどに関する苦情相談が 6,139 件で、令和元年度に比べて 222 件減少（前年度比 96.5%）した。

表 2、図 3 及び図 4 のとおり、相談者の年代別では、70 歳以上の高齢者の相談は 1,298 件で令和元年度に比べて減少したものの、年代別割合では最も多く、全体の 21.1%を占めている。

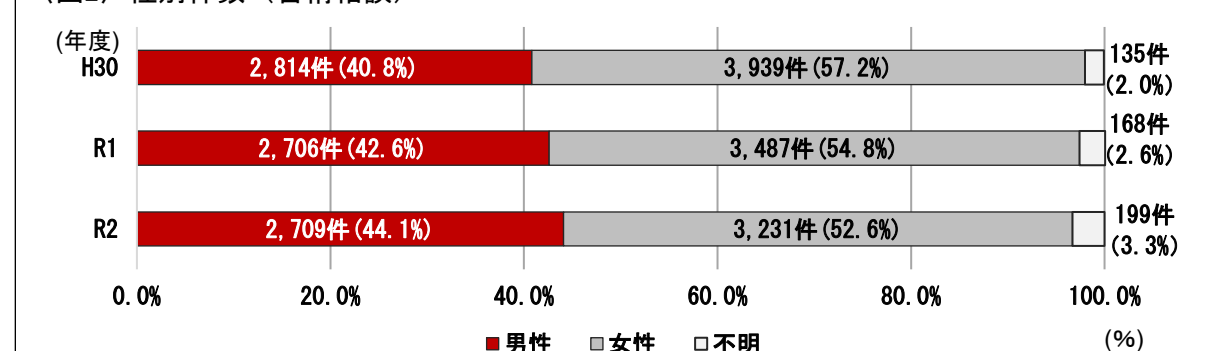
〈表 1〉消費生活相談件数の推移

| | 平成 30 年度 | | 令和元年度 | | 令和 2 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 | 7,643 | 100.0% | 7,018 | 100.0% | 6,689 | 100.0% | 95.3% | 87.5% |
| 苦情相談 | 6,888 | 90.1% | 6,361 | 90.6% | 6,139 | 91.8% | 96.5% | 89.1% |
| 一般相談 | 755 | 9.9% | 657 | 9.4% | 550 | 8.2% | 83.7% | 72.8% |

〈図 1〉相談種別件数



〈図 2〉性別件数（苦情相談）

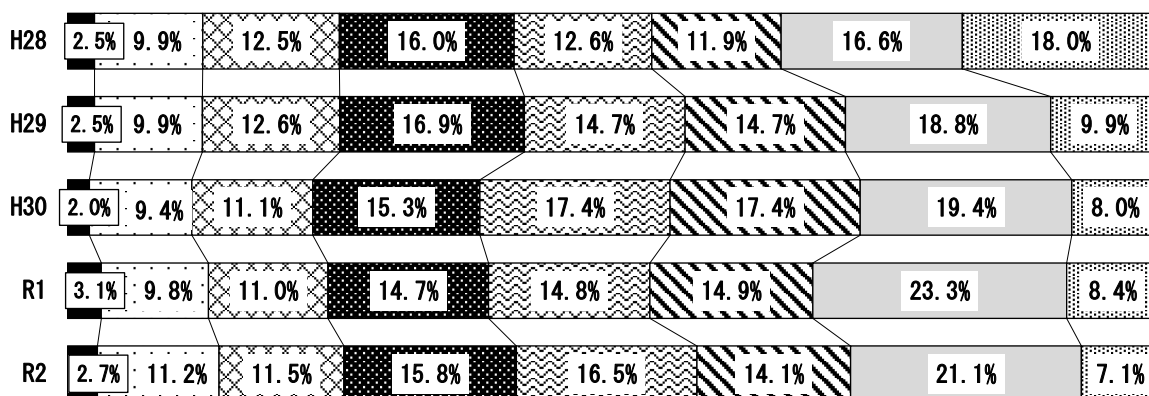


〈表2〉年代別件数（苦情相談）

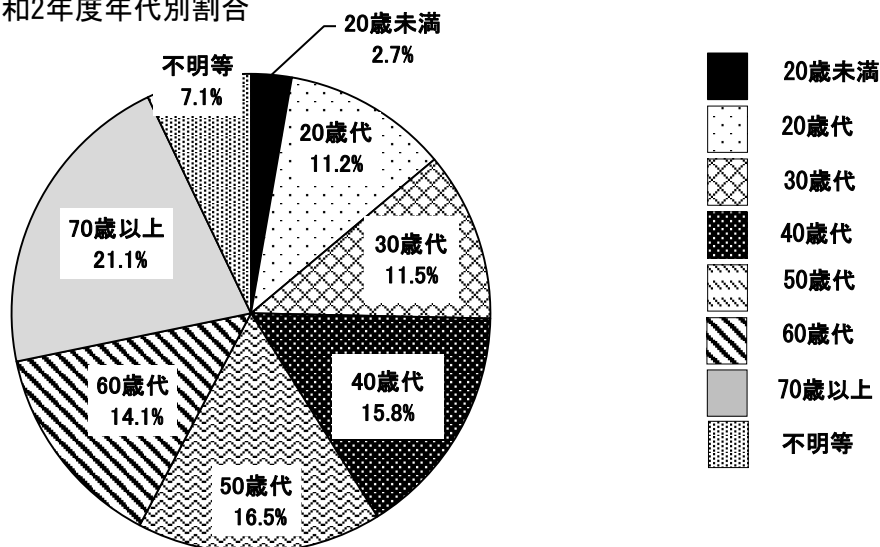
| | 平成 28 年度 | 平成 29 年度 | 平成 30 年度 | 令和元年度 | 令和 2 年度 |
|--------|----------|----------|----------|-------|---------|
| 合計 | 6,843 | 6,823 | 6,888 | 6,361 | 6,139 |
| 20 歳未満 | 169 | 170 | 138 | 198 | 168 |
| 20 歳代 | 680 | 675 | 646 | 624 | 685 |
| 30 歳代 | 856 | 858 | 762 | 697 | 703 |
| 40 歳代 | 1,097 | 1,156 | 1,054 | 936 | 970 |
| 50 歳代 | 862 | 1,004 | 1,205 | 940 | 1,016 |
| 60 歳代 | 812 | 1,003 | 1,202 | 950 | 864 |
| 70 歳以上 | 1,136 | 1,285 | 1,333 | 1,480 | 1,298 |
| 不明等 | 1,231 | 672 | 548 | 536 | 435 |

〈図3〉年代別割合（苦情相談）

（年度）



〈図4〉令和2年度年代別割合



○商品及びサービス別苦情相談件数

令和2年度の相談も「商品一般」「デジタルコンテンツ」「不動産貸借」に分類される相談が上位となっている。「商品一般」は件数が減少しているが、これは、メールによる架空請求や宅配便業者を装う偽のショートメッセージに関する相談が多く寄せられている一方、はがきによる架空請求の相談が平成30年度をピークに減少していることが一因として考えられる。「デジタルコンテンツ」については、パソコンのセキュリティ対策ソフトの購入に関する相談や、ネットで簡単に高収入が得られるといった副業サイトの相談が多くなっており、「不動産貸借」では、退去時の原状回復についての相談が大半を占めている。

「他の健康食品」はサプリメントの定期購入に関する相談の増加などから平成30年度の2倍以上となっている。また、新型コロナウイルス感染症の拡大により、マスクや消毒液に関する相談が令和2年4月～5月に集中したため「保健衛生品その他」が増加した。

〈表3〉商品及びサービス別苦情相談件数（上位10位）

| | 平成30年度 | 令和元年度 | 令和2年度 |
|-----|-------------|-------------|-------------|
| 1位 | 商品一般 | 商品一般 | 商品一般 |
| | 1,310 | 923 | 617 |
| 2位 | デジタルコンテンツ | デジタルコンテンツ | デジタルコンテンツ |
| | 889 | 588 | 598 |
| 3位 | 不動産貸借 | 不動産貸借 | 不動産貸借 |
| | 371 | 383 | 330 |
| 4位 | インターネット接続回線 | 他の健康食品 | 他の健康食品 |
| | 257 | 222 | 317 |
| 5位 | フリーローン・サラ金 | フリーローン・サラ金 | 保健衛生品その他 |
| | 240 | 200 | 163 |
| 6位 | 工事・建築 | インターネット接続回線 | 工事・建築 |
| | 195 | 198 | 157 |
| 7位 | 四輪自動車 | 工事・建築 | フリーローン・サラ金 |
| | 136 | 169 | 155 |
| 8位 | 他の健康食品 | 四輪自動車 | インターネット接続回線 |
| | 131 | 116 | 151 |
| 9位 | 携帯電話サービス | 相談その他 | 役務その他サービス |
| | 127 | 103 | 129 |
| 10位 | 固定電話サービス | 携帯電話サービス | 携帯電話サービス |
| | 77 | 102 | 108 |

※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。

○年代別・商品及びサービス別苦情相談件数

年代別では、全ての年代で「デジタルコンテンツ」に関する相談が上位となっている。20歳代、30歳代では、副業サイトについての相談が多く、60歳代、70歳以上の高齢者では、有料サイトの未払い料金を請求する不当請求メールや、パソコンを使用中にウイルスに感染したと画面に表示されたためウイルス除去ソフトをインストールしてしまったといった相談が多く寄せられた。

一方で、20歳代の「エステティックサービス」や70歳以上の「工事・建築」のように特定の年代からの相談が多い商品・サービスもあった。

〈表4〉年代別・商品及びサービス別苦情相談件数（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 | デジタル コンテンツ | デジタル コンテンツ | デジタル コンテンツ | 商品 一般 | デジタル コンテンツ | 商品 一般 | 商品 一般 |
| | 60 | 95 | 69 | 86 | 102 | 98 | 203 |
| 2位 | 他の 健康食品 | 不動産 貸借 | 不動産 貸借 | 他の 健康食品 | 商品 一般 | デジタル コンテンツ | デジタル コンテンツ |
| | 18 | 51 | 67 | 81 | 92 | 80 | 97 |
| 3位 | 他の 化粧品 | 他の 健康食品 | 商品 一般 | デジタル コンテンツ | 他の 健康食品 | 他の 健康食品 | 工事 建築 |
| | 12 | 40 | 43 | 77 | 66 | 41 | 65 |
| 4位 | 基礎 化粧品 | エステティック サービス | フリーローン ・サラ金 | 不動産 貸借 | 不動産 貸借 | 不動産 貸借 | 他の 健康食品 |
| | 9 | 38 | 32 | 62 | 53 | 37 | 39 |
| 5位 | 商品 一般 | 商品 一般 | 他の 健康食品 | 保健衛生品 その他 | 保健衛生品 その他 | 保健衛生品 その他 | インターネット 接続回線 |
| | 7 | 37 | 24 | 29 | 38 | 31 | 39 |

○販売購入形態別苦情相談件数

販売購入形態別にみると、「通信販売」の割合が最も多く、令和元年度と比べ増加している。主な商品・サービスを見ると、「デジタルコンテンツ」や「他の健康食品」に関する相談が多い。また、「ネガティブ・オプション」の大幅な増加は、新型コロナウイルス感染症の拡大により、身に覚えのないマスクが届いたなどの相談が多く寄せられたためである。

〈表 5〉販売購入形態別苦情相談件数

| | | 平成 30 年度 | 令和 元年度 | 令和 2 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 | 2,165 | 2,128 | 2,631 | 52.9% | 123.6% | デジタルコンテンツ 他の健康食品 |
| | 訪問販売 | 335 | 346 | 356 | 7.1% | 102.9% | 工事・建築 |
| | 電話勧誘販売 | 413 | 377 | 293 | 5.9% | 77.7% | インターネット接続回線 |
| | マルチ・マルチまがい | 78 | 66 | 54 | 1.1% | 81.8% | ファンド型投資商品 |
| | 訪問購入 | 44 | 37 | 26 | 0.5% | 70.3% | 着物、貴金属等の買取 |
| | ネガティブ・オプション | 22 | 14 | 53 | 1.1% | 378.6% | 保健衛生品その他 |
| | その他無店舗販売 | 42 | 40 | 29 | 0.6% | 72.5% | ミネラルウォーター |
| 店舗購入 | | 1,883 | 1,836 | 1,534 | 30.8% | 83.6% | 不動産貸借 |
| 総件数 | | 4,982 | 4,844 | 4,976 | 100.0% | 102.7% | |

※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、その電話の勧誘により、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（不要品の買取等）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

○処理結果別苦情相談件数

処理結果別にみると、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）」が最も多くなっている。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、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）を行うが、「あっせん」に入ったもののうち9割以上が「あっせん解決」となっている。

〈表 6〉 処理結果別苦情相談件数

| | | 平成 30 年度 | 令和元年度 | 令和 2 年度 |
|--------|----------|----------------|----------------|----------------|
| 合 計 | | 6,888 (100.0%) | 6,361 (100.0%) | 6,139 (100.0%) |
| 内 訳 | 他機関紹介 | 107 (1.5%) | 136 (2.1%) | 150 (2.4%) |
| | 助言(自主交渉) | 4,485 (65.1%) | 4,080 (64.1%) | 4,116 (67.1%) |
| | その他情報提供 | 1,722 (25.0%) | 1,550 (24.4%) | 1,315 (21.4%) |
| | あっせん解決 | 415 (6.0%) | 476 (7.5%) | 457 (7.4%) |
| | あっせん不調 | 22 (0.3%) | 34 (0.5%) | 38 (0.7%) |
| | 処理不能 | 81 (1.2%) | 44 (0.7%) | 21 (0.3%) |
| | 処理不要 | 53 (0.8%) | 38 (0.6%) | 33 (0.6%) |
| | 処理継続中 | 3 (0.1%) | 3 (0.1%) | 9 (0.1%) |
| 即日処理件数 | | 5,917 (85.9%) | 5,396 (84.8%) | 5,126 (83.5%) |

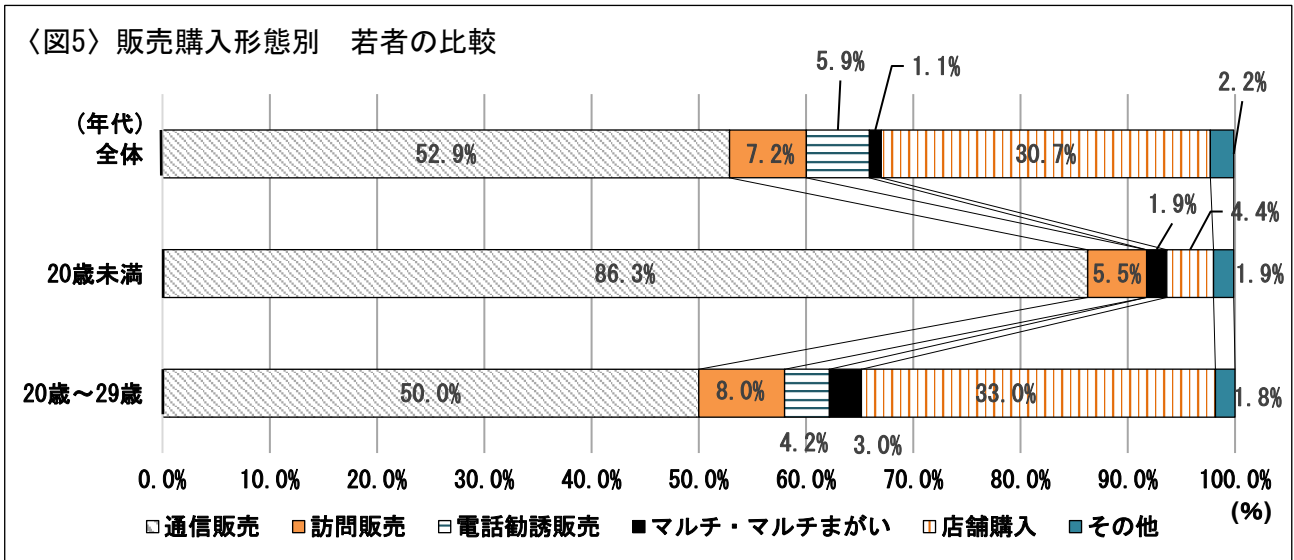
(参考) 処理結果別の説明

- 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等、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. 消費生活相談の傾向

(1) 若者からの相談概要

販売購入形態別に見ると、20歳未満の相談は全体に比べ、通信販売の割合が高くなっており、相談内容は、オンラインゲームなどの「デジタルコンテンツ」やダイエットサプリなどの「他の健康食品」が多い。20歳代では、全体及び20歳未満に比べ、店舗購入やマルチ・マルチまがいの割合が高くなっている。店舗購入の相談内容は、「不動産貸借」や「エステティックサービス」が多く、契約購入金額も大きくなっている。



〈表7〉20歳未満の通信販売内訳件数

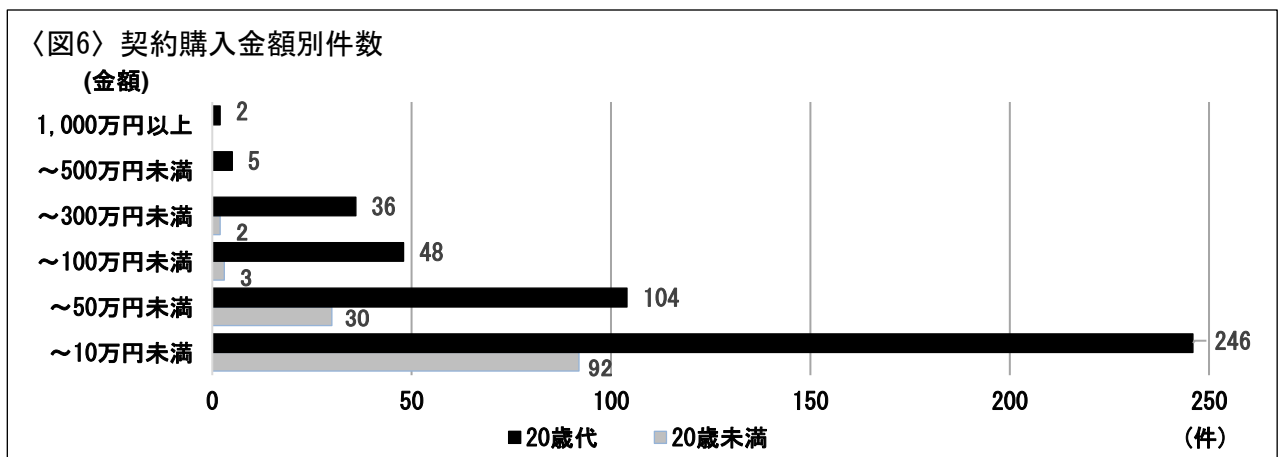
| 商品・サービス名 | 件数 |
|-----------|----|
| デジタルコンテンツ | 58 |
| 他の健康食品 | 18 |
| 他の化粧品 | 12 |
| その他 | 50 |

〈表7-2〉

| デジタルコンテンツ内訳 | 件数 |
|-------------|----|
| オンラインゲーム | 21 |
| アダルト情報サイト | 17 |
| その他 | 20 |

〈表8〉20歳代の店舗購入内訳件数

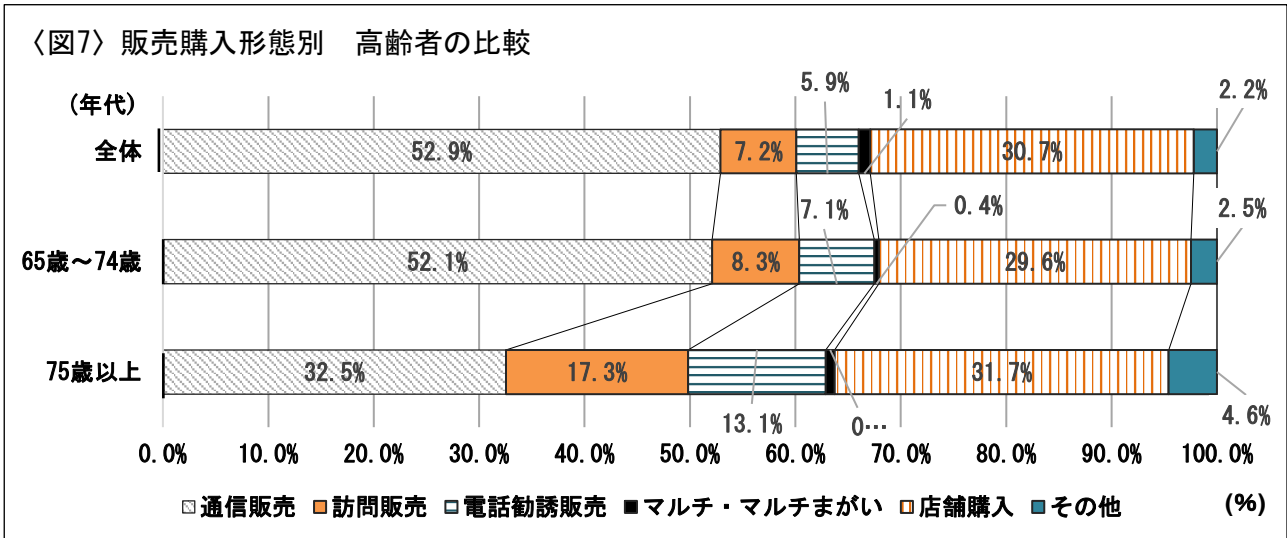
| 商品・サービス名 | 件数 |
|-------------|----|
| 不動産貸借 | 44 |
| エステティックサービス | 37 |
| 結婚式 | 20 |
| その他 | 97 |



(2) 高齢者からの相談概要

販売購入形態別に見ると、「訪問販売」や「電話勧誘販売」の割合が高くなっており、65歳～74歳と75歳以上を比較すると、75歳以上の割合が更に高くなっている。「訪問販売」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、「電話勧誘販売」ではインターネット接続回線に関する相談が多い。

また、65歳以上の相談状況は、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の相談が多くなっている。

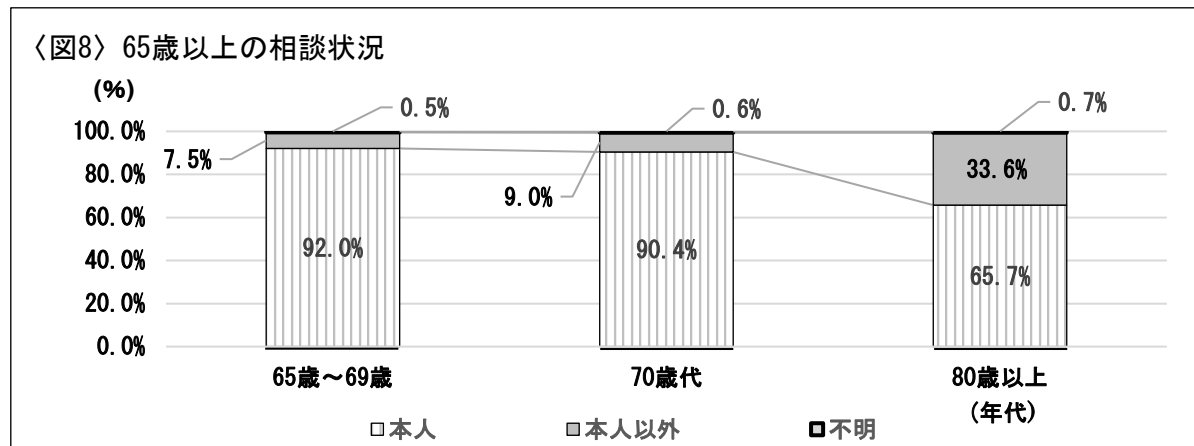


〈表 9〉 65歳以上の訪問販売内訳件数

| 商品・サービス名 | 件数 |
|----------|----|
| 工事・建築 など | 53 |
| 新聞 | 12 |
| 防災・防犯用品 | 11 |
| その他 | 83 |

〈表 10〉 65歳以上の電話勧誘販売内訳件数

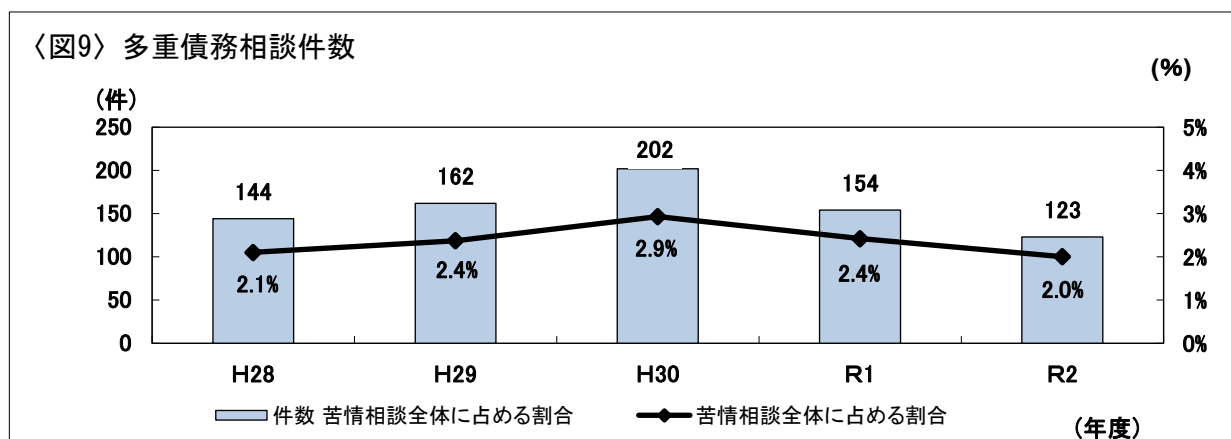
| 商品・サービス名 | 件数 |
|-------------|----|
| インターネット接続回線 | 26 |
| 電気 | 13 |
| デジタルコンテンツ | 9 |
| その他 | 78 |



(3) 多重債務について

令和2年度に寄せられた多重債務相談は123件であった。相談件数は、令和元年度に続き減少した。令和2年度は、コロナの影響により収入が減少し返済が困難となった等という相談が21件あった。

令和2年度に受け付けた多重債務相談のうち、他機関につないだ相談件数は、仙台弁護士会12件、(公財)日本クレジットカウンセリング協会2件、みやぎ青葉の会3件となっている。



(4) 定期購入について

全体の相談件数が減少している中で、通信販売での健康食品等の「定期購入」に関する相談が年々増加しており、令和2年度の相談件数は過去最高となった。

定期購入の商品購入方法は「インターネット通販」が最も多くなっており、全体の9割以上を占めている。

