

令和2年度

上半期消費生活相談統計

令和2年4月～令和2年9月



Colors, Future!

いろいろって、未来。

川崎市

商品・役務上位品目 用語について

【PIO-NET分類・キーワードマニュアルより】

- ・消費生活相談は全国的に統一されたルールや用語で相談内容を全国消費生活情報ネットワークシステム（PIO-NET）に記録しています。
- ・相談の主体となる商品・サービス（役務）等をPIO-NET 分類・キーワードマニュアルに定められている「商品・役務等別分類」によって分類しています。

デジタルコンテンツ ……インターネットを通じて得られる情報に限る。情報を得る媒体は、パソコン、携帯電話、スマートフォン、タブレットなど端末の種類は問わない。アダルト情報サイト、出会い系サイト、オンラインゲーム、その他情報サイト、内容の特定できないサイト利用料についてなど。

商品一般 ……その商品・役務が何なのか消費者が知らず、どの商品分類か特定できない商品についての相談。請求内容は不明だが、身に覚えのない請求書が届いた場合など。「行政機関を装った不審なアンケートが届いた」、「何かのパンフレットが届いたが、怪しいので開封していない」、「不用品があったら買い取ると電話で勧誘された（訪問購入）」といった相談など。

役務その他サービス ……興信所、弁護士、司法書士、行政書士、広告代理サービス、保証サービスなど個別に分類が定められているサービス以外のサービス。

「ワンクリック請求の解決のため、ネットで見つけた無料相談センターに電話したところ、請求額の半額で解決すると言われた。不審」というワンクリック請求の二次被害に関する相談や「電話で『屋根の無料点検をする』と誘われ了承したが、信頼できないので断りたい」、「インターネットで、アメリカに行くためにエスタの申請をしたが代行業者だった。個人情報心配」、「電話で『以前投資で損失したお金を取り戻してあげる』と誘われ、その為に保証金が必要と言われた」などという相談など。

他の健康食品 ……高麗人参茶、クロレラ、ローヤルゼリー、酵母食品、ビタミン剤など個別に分類が定められている健康食品以外の健康食品。例えば、ゲルマニウム飲料、（医療品でない）コラーゲン粉末、肝油など。

目 次

I	概要	1
II	消費生活相談統計	
1	相談件数及び内訳	2
2	契約当事者の特徴	3
3	商品・役務（サービス）の上位品目	5
4	内容別分類	6
5	販売購入形態	7
6	契約購入金額及び既支払金額	8
7	処理結果	9
8	土曜日電話相談	10
	資料	
1	電子メール相談受付状況	11
2	【特集】新型コロナウイルス関連相談受付状況	12

※利用上の注意※

- ① 本文及び統計表の“構成比”の数値は単位未満を四捨五入しているため、合計と内訳の計が一致しない場合があります。
- ② 0.0% → 単位未満を示します。
- ③ 「7 処理結果」については、令和2年11月9日現在の数値を掲載しており、確定値ではありません。

※本統計は、消費生活相談情報が蓄積されている「PIO-NET（パイオネット：全国消費生活情報ネットワークシステム）のデータベースをもとに算出しています。

令和2年度上半期消費生活相談統計

I 概要

相談件数及び内訳 “相談件数は前年同期比0.2%増で横ばい”

相談件数は5,341件で、前年同期（5,330件）に比べて0.2%増となりました。相談の内訳をみると、苦情が4,970件、問合せが371件でした。

契約当事者の特徴 “高齢者の割合が多いものの減少、若い世代が増加”

年代別では、多い順に70歳以上、50歳代、40歳代、30歳代、60歳代、20歳代、19歳以下となっています。前年同期に比べて、30歳代が183件（前年比32.7%）、19歳以下が57件（前年比50.4%）増加しました。

男女別では、女性（2,756件）が男性（2,289件）を上回っています。

商品・役務（サービス）の上位品目 “「デジタルコンテンツ」が1位”

商品・役務の上位品目としては、1位「デジタルコンテンツ」450件（構成比8.4%）、2位「商品一般」328件（同6.1%）、3位「他の健康食品」319件（同6.0%）、4位「保健衛生品その他」254件（同4.8%）、5位「不動産貸借」234件（同4.4%）となりました。

「デジタルコンテンツ」は19歳以下、20歳代、30歳代で1位となっており、オンラインゲームや動画・映像配信サービス、副業を紹介するサイトやコンテンツに関する相談が多く寄せられました。

相談の内容 “契約・解約に関する相談が約8割を占める”

相談を内容別に分類すると、1位「契約・解約」4,483件（構成比83.9%）、2位「販売方法」3,531件（同66.1%）、3位「接客対応」882件（16.5%）の順でした。（複数計上）

販売購入形態 “店舗外購入に関する相談は全体の5割を超える”

訪問販売、通信販売等の店舗外購入に関する相談件数は、2,918件で、全体の5割を超えています。店舗外購入の内訳では、1位「通信販売」（2,278件）、2位「訪問販売」（370件）、3位「電話勧誘販売」（156件）の順となっています。

処理結果 “「助言（自主交渉）」が全体の約7割”

「助言（自主交渉）」が3,611件（67.6%）、「その他情報提供」が1,025件（19.2%）、「あっせん解決」が466件（8.7%）の順となっています。また、解決までに時間を要している「継続処理中」が87件（1.6%）あります。

消費生活相談とは、事業として又は事業のために契約の当事者となるものを除く個人としての消費者が、事業者との間で結ぶ契約に関する相談のことをいいます。

相談は、商品もしくは役務（サービス）を契約した当事者の他、当事者の家族や友人など関係者からも受け付けていますが、統計上は、相談者ではなく、契約当事者を主体として集計を行っています。

II 消費生活相談統計

1 相談件数及び内訳

令和2年度上半期（4月～9月）に受け付けた相談件数は5,341件で、前年同期（5,330件）に比べて0.2%増と、ほぼ横ばいの件数となりました。

令和2年度上半期は、新型コロナウイルスの流行期に重なり、新型コロナウイルスに関連する相談の増加に加え、緊急事態宣言期間を中心とした外出自粛の影響により、契約当事者や商品・役務の内容に、前年と異なる傾向がみられました。契約当事者の年齢別では、19歳以下の若い世代からの相談が増加し、60歳以上の相談が減少したほか、属性別では、家事従事者の相談が減少し、給与生活者の相談が増えたことなどが挙げられます。

商品・役務の品目としては、マスク関連の相談が非常に増えたほか、健康食品に関する相談が前年同期に比べ倍増しました。健康食品に関する相談の大半が『お得にお試し』だけするつもりが定期購入契約になっていた。」など定期購入に係るもので、近年、相談件数が増え続けています。

相談の内訳は、苦情が4,970件（93.1%）、問合せが371件（6.9%）、要望が0件（0%）となりました。

また、相談方法別では、電話5,109件（95.7%）、来所119件（2.2%）文書113件（2.1%）となりました。文書については、電子メール相談で寄せられた相談が多くを占めています。

※新型コロナウイルス感染拡大防止のため、来所相談を一時休止（令和2年3月30日～）いたしましたが、6月1日より感染対策を講じ再開しています。

表1 月別相談件数

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	計
苦情	852	754	921	805	836	802	4,970
問合せ	75	37	65	65	55	74	371
計	927	791	986	870	891	876	5,341
参考：令和元年4～9月計	923	838	960	919	878	812	5,330

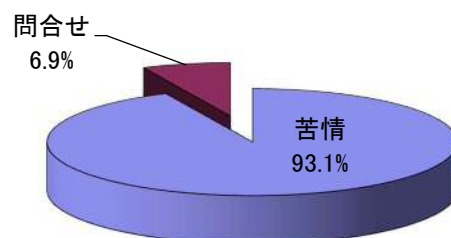
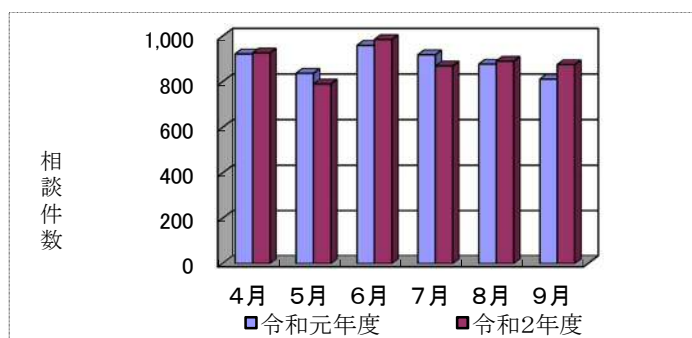
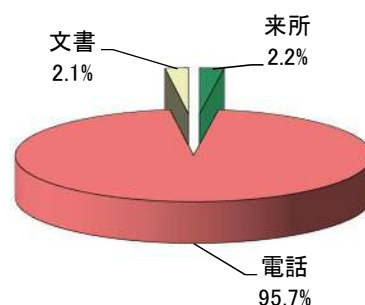


表2 相談方法

区分	件数	構成比	前年同期
来所	119	2.2%	286
電話	5,109	95.7%	4,974
文書	113	2.1%	70
合計	5,341	100.0%	5,330



2 契約当事者の特徴

契約当事者の年代別では、多い順に70歳以上、50歳代、40歳代、30歳代、60歳代、20歳代、19歳以下となっています。

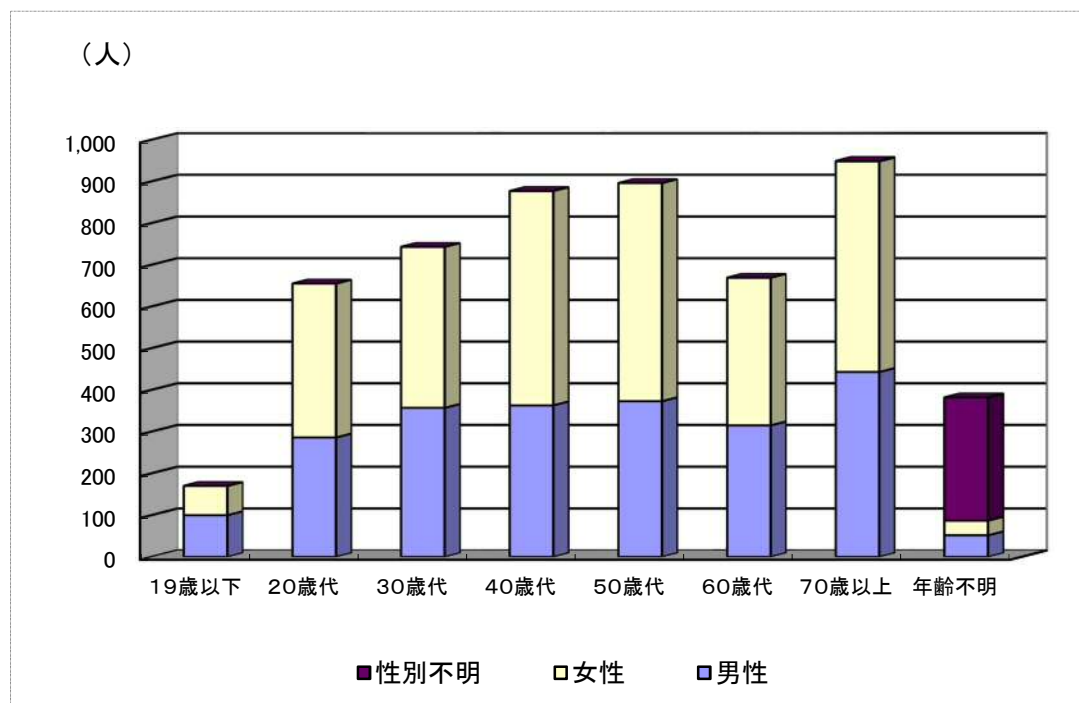
前年同期に比べ、30歳代が183件、20歳代が90件、19歳以下が57件、40歳代が40件増加し、それに対し、70歳以上が181件、60歳代が133件、50歳代が37件減少しています。

男女別では、女性からの相談が男性を上回っていますが、前年同期に比べ、女性は2,756件（前年2,991件）で7.9%の減少、男性は2,289件（前年2,068件）で10.7%の増加となりました。

表3 契約当事者の年齢性別（人）

区分	男性	構成比	女性	構成比	性別不明	合計	構成比	前年同期	対前年増加率
19歳以下	100	1.9%	70	1.3%	0	170	3.2%	113	50.4%
20歳代	286	5.4%	369	6.9%	0	655	12.3%	565	15.9%
30歳代	357	6.7%	386	7.2%	0	743	13.9%	560	32.7%
40歳代	363	6.8%	514	9.6%	0	877	16.4%	837	4.8%
50歳代	373	7.0%	523	9.8%	0	896	16.8%	933	△4.0%
60歳代	315	5.9%	354	6.6%	0	669	12.5%	802	△16.6%
70歳以上	443	8.3%	505	9.5%	1	949	17.8%	1,130	△16.0%
年齢不明	52	1.0%	35	0.7%	295	382	7.2%	390	△2.1%
合計	2,289	42.9%	2,756	51.6%	296	5,341	100.0%	5,330	0.2%

※性別不明には団体（法人・事業者）を含む。（令和2年度：169件、令和元年度：174件）



職業別の人数では給与生活者が2,452人と最も多く、次いで無職が1,045人、家事従事者が849人、となりました。前年同期に比べ、給与生活者の相談が増加し、一方、家事従事者の相談が減少しました。

表4 契約当事者の職業等（人）

区分	件数	構成比	前年同期件数
給与生活者	2,452	45.9%	2,130
自営・自由業	243	4.5%	241
家事従事者	849	15.9%	1,230
学生	282	5.3%	232
無職	1,045	19.6%	1,045
企業・団体等	169	3.2%	173
行政機関	0	0.0%	0
不明	301	5.6%	279
合計	5,341	100.0%	5,330

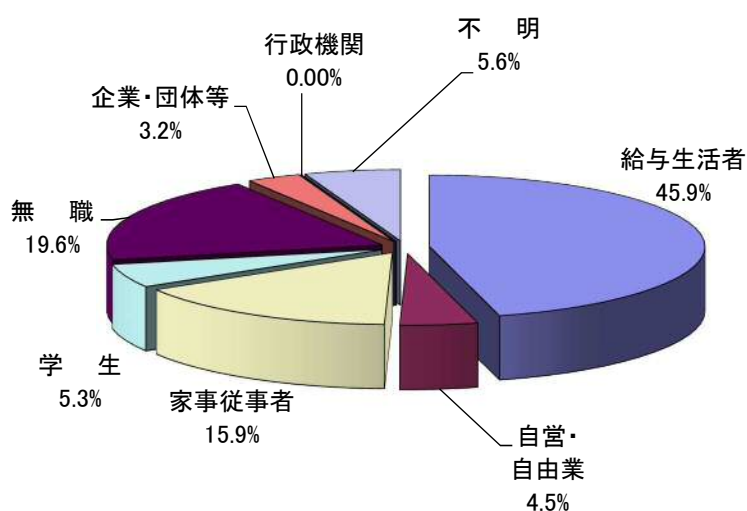


表5 職業別の相談上位品目

給与生活者

2,452 件

順位	商品名	件数	構成比
1	デジタルコンテンツ	223	9.1%
2	他の健康食品	153	6.2%
3	不動産貸借	146	6.0%

自営・自由業

243 件

順位	商品名	件数	構成比
1	デジタルコンテンツ	17	7.0%
2	不動産貸借	15	6.2%
3	商品一般	14	5.8%

家事従事者

849 件

順位	商品名	件数	構成比
1	商品一般	67	7.9%
2	保健衛生品その他	59	6.9%
3	他の健康食品	54	6.4%

学生

282 件

順位	商品名	件数	構成比
1	デジタルコンテンツ	73	25.9%
2	他の健康食品	39	13.8%
3	エステティックサービス	13	4.6%

無職

1,045 件

順位	商品名	件数	構成比
1	商品一般	80	7.7%
2	デジタルコンテンツ	79	7.6%
3	役務その他サービス	53	5.1%

3 商品・役務（サービス）の上位品目

1位の「デジタルコンテンツ」は、オンラインゲームや動画・映像配信サービス、副業を紹介するサイトやコンテンツに関する相談が多く寄せられました。コロナ禍における外出自粛や仕事の減少（失業）なども影響していると思われます。

2位の「商品一般」は、架空請求ハガキに関する相談の減少に伴い大幅に総数が減少しましたが、配達業者を装って偽サイトに誘導するSMSや、身に覚えのない商品が送られてくるなど、同様の手口の詐欺やトラブルに関する相談が寄せられました。

3位の「他の健康食品」及び10位の「基礎化粧品」は、相談の多くが定期購入に係るもので、「『お得にお試し』だけするつもりが定期購入契約になっていた。」「2回目以降、解約しようと思ったら、4回目を受け取るまで解約ができないと言われた」という青汁やサプリメント、美容液等に関する相談が多く寄せられました。

4位の「保健衛生品その他」は、マスクに関する相談が急増したことにより前年同期より大幅に件数が増加しました。（新型コロナウイルス関連相談の商品・役務別では、第1位。詳細はp12参照）

表6 商品・役務（サービス）の上位品目

順位	商品・役務(サービス)	件数	構成比 (%)	前年同期件数	事例
1	デジタルコンテンツ	450	8.4%	425	副業を紹介する無料動画サイトを見て投稿者に話が聞きたいと連絡したら電話があり、転売ビジネスの情報商材を購入したが、クーリング・オフしたい。
2	商品一般	328	6.1%	1057	昨日、娘あてに中国から身に覚えのない封筒が届いたが、すでに開封されており中身がなかった。請求が来ないか不安である。
3	他の健康食品	319	6.0%	152	ネット通販の白髪改善サプリメントを注文したら定期購入になっていた。中途解約を申し出たが連絡が遅いので次回からの解約と言われ不満。
4	保健衛生品その他	254	4.8%	3	新聞の紙面でマスクと消毒液の通信販売広告を見て、申し込んだ。予定配送日を経過しても到着せず、解約も断られた。不満。
5	不動産貸借	234	4.4%	274	1か月住んだ賃貸アパートの物件に問題があり退去した。退去時に自己都合と言われ修理代を請求されている。納得できない。
6	役務その他サービス	187	3.5%	111	鍵を家の中に置いたままロックしてしまったので、緊急の開錠サービスを頼んだところ、6万円と高額を請求され、不満だ。
7	インターネット接続回線	134	2.5%	126	転居先で契約を引き継ぐことができると言われプロバイダ契約をしたが、引き継ぐことができず違約金等を請求されている。納得できない。
8	工事・建築	115	2.2%	158	昨日から2日連続で「雨どいが斜めになっている。屋根工事をしないか」と見知らぬ業者が来訪した。断ったがしつこい。どうしたらよいか。
9	携帯電話サービス	101	1.9%	113	携帯電話に利用した覚えのない高額な国際通話料金の請求があった。取消してほしい。
10	基礎化粧品	85	1.6%	59	テレビショッピングで、初回約6980円の化粧品セットを購入したら2回目が届いた。不要なので解約したいと伝えたが断られ不満。

当事者を年代別にみると、19歳以下、20歳代、30歳代では「デジタルコンテンツ」が1位、40歳代、50歳代では、他の健康食品が1位、60歳代、70歳以上では「商品一般」が1位となりました。

表7 当事者年代別・商品等順位

年代	総件数	1位	件数	2位	件数	3位	件数	4位	件数	5位	件数
19歳以下	170	デジタルコンテンツ	57	他の健康食品	35	他の化粧品	11	商品一般	5	音響・映像機器	5
20歳代	655	デジタルコンテンツ	90	不動産貸借	43	他の健康食品	34	エステティックサービス	25	(4位)結婚式	25
30歳代	743	デジタルコンテンツ	58	不動産貸借	55	他の健康食品	34	商品一般	33	保健衛生品その他	29
40歳代	877	他の健康食品	67	保健衛生品その他	55	(2位)デジタルコンテンツ	55	不動産貸借	48	商品一般 携帯電話サービス	各29
50歳代	896	他の健康食品	72	デジタルコンテンツ	69	保健衛生品その他	63	商品一般	55	役務その他サービス	31
60歳代	669	商品一般	62	デジタルコンテンツ	53	他の健康食品	39	保健衛生品その他	37	不動産貸借	24
70歳以上	949	商品一般	84	デジタルコンテンツ	57	工事・建築	54	役務その他サービス	49	保健衛生品その他	42
全体	5,341	デジタルコンテンツ	450	商品一般	328	他の健康食品	319	保健衛生品その他	254	不動産貸借	234

※ 全体は年代不明の382件を含みます。

4 内容別分類

相談を内容別に分類すると「契約・解約」に関する相談が4,483件(83.9%)で最も多く、次いで「販売方法」が3,531件(66.1%)、「接客対応」が882件(16.5%)となりました。

表8 相談内容別分類

※相談件数5,341件(実数)に対する比率

内容	件数	構成比	内容	件数	構成比
安全・衛生	100	1.9%	接客対応	882	16.5%
品質・機能、役務品質	861	16.1%	包装・容器	7	0.1%
法規・基準	121	2.3%	施設・設備	2	0.0%
価格・料金	590	11.0%	買物相談	6	0.1%
計量・量目	1	0.0%	生活知識	9	0.2%
表示・広告	433	8.1%	その他	24	0.4%
販売方法	3,531	66.1%	不明	138	2.6%
契約・解約	4,483	83.9%	合計	11,188	209.5%

(複数計上)

5 販売購入形態

販売購入形態（表9）では、「店舗購入」が907件と前年同期（1,067件）に比べ15%減少しました。「店舗外購入」は2,918件で前年同期（2,311件）に比べ26.3%増加しました。全体の割合は54.6%と前年と比べ増加し、5割以上を超えています。

店舗外購入（特殊販売）の内訳（表10）では、1位「通信販売」、2位「訪問販売」、3位「電話勧誘販売」で昨年同期と同様の順位となっています。

※店舗外購入（特殊販売）のうち、訪問販売、通信販売、マルチ商法、電話勧誘販売、訪問購入については、消費者トラブルの多い特定の取引類型として、「特定商取引に関する法律」においてトラブル防止のルールが定められています。

表9 販売購入形態

形態	件数	構成比	前年同期件数
店舗購入	907	17.0%	1,067
店舗外購入	2,918	54.6%	2,311
不明・無関係	1,516	28.4%	1,952
合計	5,341	100.0%	5,330

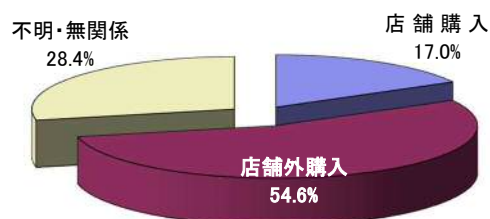
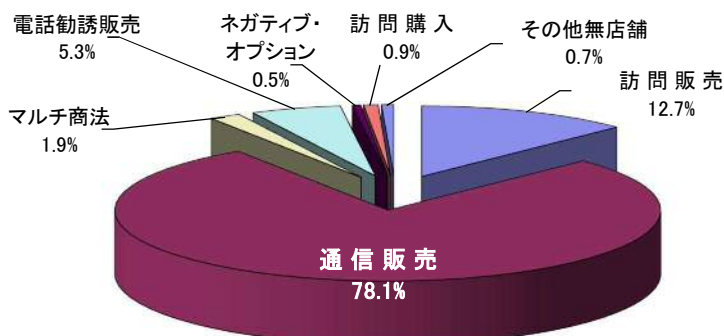


表10 店舗外購入(特殊販売)の内訳

形態	件数	構成比	前年同期件数	商品・役務(サービス)
訪問販売	370	12.7%	387	工事・建築65件、修理サービス48件、役務その他サービス35件ほか
通信販売	2,278	78.1%	1,608	デジタルコンテンツ392件、他の健康食品303件、保健衛生品その他110件ほか
マルチ商法	54	1.9%	62	他の内職・副業12件、デジタルコンテンツ8件、教養娯楽教材7件ほか
電話勧誘販売	156	5.3%	182	インターネット接続回線39件、役務その他サービス15件、デジタルコンテンツ13件ほか
ネガティブ・オプション	14	0.5%	4	保健衛生品その他9件、商品一般1件、野菜1件、ほか
訪問購入	25	0.9%	32	商品一般3件、アクセサリ3件、紳士・婦人洋服2件ほか
その他無店舗	21	0.7%	36	頭髪用具2件、保健衛生品その他2件、ホームページ作成代行2件ほか
合計	2,918	100.0%	2,311	



- ・訪問販売 = 家庭・職場版、1日だけ開催する展示販売、SF商法、販売目的を隠した接触商法、キャッチセールス、アポイントメントセールス等
- ・通信販売 = 郵便、ファクシミリ、インターネット等を用いて契約するもの
- ・マルチ商法 = 販売組織の加入者が次々に消費者を加入させ、ピラミッド式に組織を拡大していく商法
- ・ネガティブ・オプション = 勝手に商品を送りつけ、代金を請求する商法
- ・その他無店舗 = 露店、屋台や特設展示場での商品の販売等
- ・訪問購入 = 消費者の自宅等を訪問し、物品を買い取るいわゆる「押し買い」

6 契約購入金額及び既支払金額

契約購入金額の平均額は625,369円でした。最高額は5,600万円で3件あり、新築建売住宅の契約・表示等に関する事、同じく新築建売住宅の解約等に関する事、投資用マンションの購入価格等に関する相談でした。金額帯別では、1万円から10万円未満が1,172件と最も多く、1,000万円以上の相談は38件ありました。

また、既支払金額の平均額は219,811円、最高額は約4,200万円で、新築建売住宅の品質等に関する相談でした。金額帯別では、0円が1,328件と最も多く、1,000万円以上は10件ありました。

表1-1 金額別契約購入件数及び既支払件数（不明分は除く）

	契約・購入件数	構成比	既支払件数	構成比
1,000万円以上	38	0.7%	10	0.2%
100万円～1,000万円未満	201	3.8%	86	1.6%
10万円～100万円未満	718	13.4%	359	6.7%
1万円～10万円未満	1,172	21.9%	482	9.0%
1,000円～1万円未満	828	15.5%	353	6.6%
1,000円未満	97	1.8%	113	2.1%
0円	13	0.2%	1,328	24.9%
合計	3,067	57.4%	2,731	51.1%

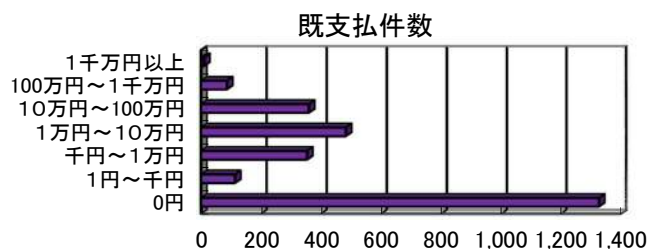
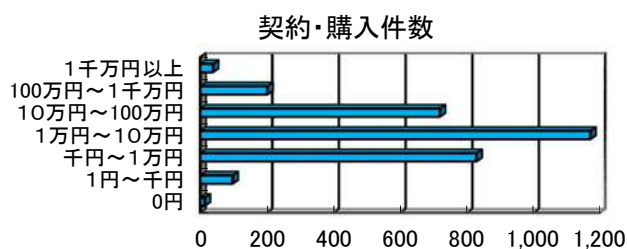


表1-2 主な商品・役務（サービス）の契約購入金額及び既支払金額

商品・役務（サービス）	契約購入金額		既支払金額	
	平均額	最高額	平均額	最高額
デジタルコンテンツ	238,301	2,500,000	89,405	2,350,000
商品一般	272,480	7,480,000	59,025	2,480,000
他の健康食品	22,319	400,000	4,706	315,000
保健衛生品その他	9,038	70,000	2,778	24,500
不動産貸借	224,113	2,900,000	108,775	630,000
役務その他サービス	239,297	3,600,000	90,305	2,850,000
インターネット接続回線	36,627	264,000	18,677	264,000
工事・建築	3,072,275	50,000,000	1,716,862	40,000,000
携帯電話サービス	79,176	420,000	23,280	420,000
基礎化粧品	12,285	71,835	2,167	33,930
全体	625,369	56,000,000	219,811	42,000,000

※ 全体は、主な商品・役務（サービス）以外のものを含まず。

※ 契約購入金額及び既支払金額の最高額となる事例の商品・役務名（分類）は「新築建売住宅」「中古分譲マンション」となるため、この表には記載されていません。

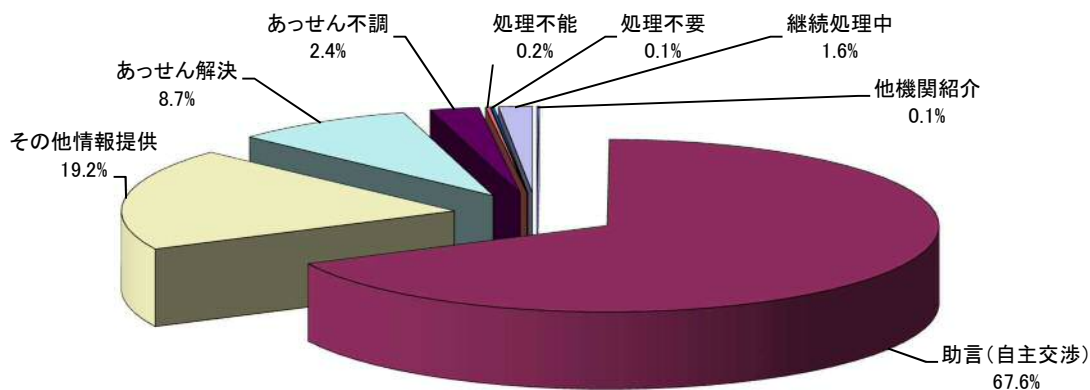
7 処理結果

受け付けた相談の結果については、「助言（自主交渉）」が3,611件（67.6%）、「その他情報提供」が1,025件（19.2%）、「あっせん解決」が466件（8.7%）となっています。また、解決までに時間を要している「継続処理中」は87件（1.6%）あります。

表13 処理結果

（令和2年11月9日現在）

	件数	内 容
他機関紹介	6	消費者行政センターの業務範囲ではない相談のため本来の相談機関を紹介したものの。
助言（自主交渉）	3,611	現に発生している消費者トラブルに対して、センターがあっせんの労をとらなくても相談者が自主交渉することで解決する可能性があり、かつ、自主解決の努力がなされていない相談に対し、自主交渉の方法をアドバイスしたものの。
その他情報提供	1,025	まだ具体的なトラブルは発生しておらず「この業者は信用できるか」といった相談に対応したもの。あるいは、具体的なトラブルが発生しており最終的に他機関を紹介しても業務範囲内としてアドバイスや情報提供したもの。（センターが相談者に代わって事業者と連絡をし、相談者の疑問点や苦情内容の単なる状況確認のみを行い、それを相談者に伝えるのみで相談が終了したものも含める。）もしくは、あっせん以外の処理で「助言（自主交渉）」に該当しないもの。
あっせん解決	466	あっせんにより、「契約どおり履行」「全面解約・取消」「返金」「交換・代替品」「修理・補修」「損害賠償・治療費」「解決・見舞金」「一部解約・取消」のほか、損害賠償が物品でなされた、謝罪の意味で物品が手渡された、解約交渉したところ当初の契約内容を変更して新たな契約をした、などの解決をみたもの。
あっせん不調	127	あっせんにもかかわらず解決をみなかったもの。また、あっせんにより消費者被害の救済が十分なされても、解決案内容について消費者がそれ以上の解決の結果を望んだとき。
処理不能	11	相談者と連絡がとれなくなった、事業者と連絡がとれなくなったなどの理由で処理できなかったもの。
処理不要	8	相談者が単に情報提供しただけで、処理を望んでいない、またセンターがあっせん等をする前に、相談者が相談を取下げたもの。
継続処理中	87	※令和2年11月9日現在の数値を掲載しており、確定値ではありません。 ※あっせん：事業者との間に入って話し合いを取り持つこと。
合計	5,341	



8 土曜日電話相談

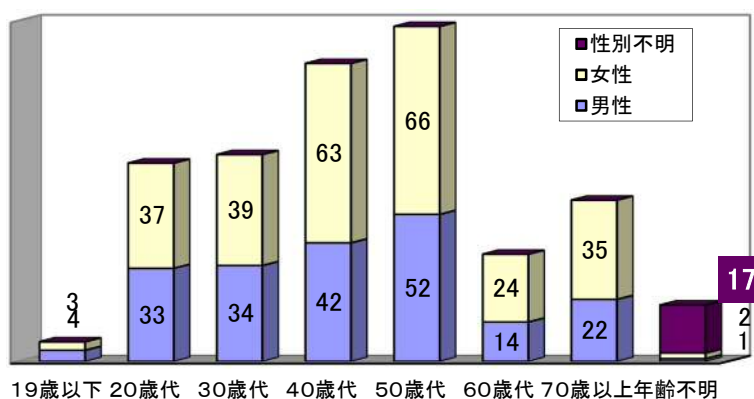
土曜日電話相談は、平成28年4月から開始しました。

上半期の土曜日電話相談件数は、488件で、前年同期（394件）と比較して23.9%増加しました。相談者の男女比を見ると、女性からの相談が269件で全体の50%以上を占め、昨年に引き続き、40歳代、50歳代からの相談が多く寄せられました。

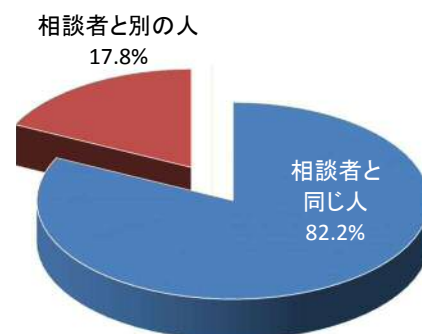
表14 平日と土曜日における相談件数

	平日			土曜日			総件数
	日数	件数	1日平均	日数	件数	1日平均	
令和2年度 上半期	124日	4,427件	35.7件	25日	488件	19.5件	5,341件
令和元年度 上半期	121日	4,936件	40.8件	24日	394件	16.4件	5,330件

【相談者の年代別性別分布】



【相談者と契約者の同異の構成】



土曜日電話相談は、契約者本人からの相談が82.2%（前年同期80.2%）となりました。

相談者の職業等を見ると「給与生活者」からの相談は、平日が50.3%（前年同期40.4%）であったのに対して、土曜日は60.2%となり、平日を上回っています。引き続き、「給与生活者」からの相談は、平日に比べて、土曜日の割合が高い傾向が見られ、平日に相談できない相談者の利便性が向上しているものと捉えられます。

表15 「給与生活者」から受けた平日と土曜日の相談件数

	平日			土曜日		
	総数	給与生活者 相談件数	割合	総数	給与生活者 相談件数	割合
令和2年度 上半期		4,427件			2,227件	
令和元年度 上半期	4,936件	1,994件	40.4%	394件	238件	60.4%

—電子メール相談受付状況—

平成20年4月から電子メールによる相談を受け付けています。専用フォームから入力、送信されたメールを2～5開所日で相談者の希望する回答方法(メールか電話のどちらかを選択)で回答しています。

メールによる回答は、相談内容をもとに示す一般的な見解で、回答は1回限りとしています。更なる相談やあつせんを希望する場合は、電話又は来所で対応しています。また、事業者への申入れを希望される場合は電話で回答し、必要に応じてあつせんに入るなど解決に向けたサポートを行っています。

※電子メールによる相談受付後、電話でやり取りの上、助言やあつせん等を行った場合は消費生活相談件数に計上しています。

但しメールで回答したものについては、PIO-NET に登録する情報が不十分なため消費生活相談件数に計上していません。

メール相談の現況

令和2年度上半期の電子メール相談受付件数は合計 164 件で、前年度(97 件)と比較すると 69.1%増加しました。最も多い月は5月の 36 件、最も少ない月は9月の 19 件となっています。

送信時間は、センターの相談受付時間内(月～木 9 時～16 時、金 9 時～19 時、土 10 時～16 時)が 52 件で 31.7%、受付時間外が 112 件で 68.3%となっており、受付時間外の有効な相談手段となっています。

令和2年度上半期の特徴として、例年どおりのデジタルコンテンツに加え、保健衛生品その他、他の健康食品に関する相談が増加しています。相談のあった上位5品目(下表)の合計で全体の約3割を占めています。

1 相談件数

区分	2年度	元年度
4月	28	10
5月	36	11
6月	28	15
7月	27	10
8月	26	25
9月	19	26
計	164	97

2 相談時間

時間	件数
受付時間内	52
受付時間外	112
計	164

3 商品・役務の上位品目

順位	商品名	件数
1	デジタルコンテンツ	15
2	保健衛生品その他	14
3	他の健康食品	12
4	商品一般	8
5	不動産貸借	6

相談者の状況

男女別では、男性が 84 件、女性が 80 件。年代別では、40歳代(49 件)と30歳代(42 件)とで全体の約半数を占め、50歳代(30 件)を加えると全体の約7割になります。

職業別でみると、第1位は「給与生活者」の 125 件で、全体の 76.2%を占めています。第2位は「家事従事者」、 「無職」の 11 件(6.7%)となっています。

4 相談者の年代・性別

区分	男性	女性	不明	計
19 歳未満	0	3	0	3
20 歳代	9	17	0	26
30 歳代	21	21	0	42
40 歳代	21	28	0	49
50 歳代	21	9	0	30
60 歳代	9	2	0	11
70 歳以上	3	0	0	3
年代不明	0	0	0	0
計	84	80	0	164

5 相談者の職業

職業	件数
給与生活者	125
自営自由業	6
家事従事者	11
学生	9
無職	11
その他	2
不明	0
計	164

電子メールによる相談は、インターネットに接続可能なパソコン、スマートフォン等があればいつでも相談できる便利なシステムであり、センターの開所時間に相談できない消費者も手軽に利用できることが大きな利点となっています。

令和2年1月以降、新型コロナウイルス関連の相談が本市消費者行政センターに多く寄せられました。そこで、令和2年1月から9月までの新型コロナウイルス関連相談の推移や内訳をまとめました。

※「新型コロナウイルス関連」相談・・・ウイルス対策目的の商品・役務だけでなく、新型コロナウイルスに関する調査・支援制度、新型コロナウイルス禍に便乗した売り方、「新型コロナウイルスへの不安が背景にある」、「新型コロナウイルスに関連して商品・役務の契約を断られた」などの相談について、新型コロナウイルス関連の相談として捉え、集計しています。

相談概要

令和2年3月から相談件数が増加し、4月に267件に達した後、徐々に減少傾向にあります。

1 相談件数推移

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	合計
件数	3	28	153	267	211	165	96	94	58	1,075
保健衛生品その他	0	5	26	87	76	31	15	23	8	271

(参考) 令和2年4月～9月：891件

1位の「保健衛生品その他」は、大半がマスクに関する相談で、「インターネットで注文したマスクが届かないので解約したい」「購入したマスクが粗悪品だった」などインターネットでの購入や品不足に対する相談が多く寄せられました。2位から4位の「スポーツ・健康教室」、「結婚式」、「手配旅行」については、キャンセル料や休止中の利用料に関する相談が多く寄せられました。5位の「他の行政サービス」については、給付金関連の問い合わせが多く、適切な窓口を紹介しました。

2 商品・役務の上位品目

順位	商品・役務(サービス)	件数	構成比(%)	主な商品・サービス
1	保健衛生品その他	271	25.2%	マスク、ハンドジェルなど
2	スポーツ・健康教室	79	7.3%	スポーツクラブ、ヨガ教室、スイミングスクールなど
3	結婚式	57	5.3%	結婚式、結婚式2次会など
4	手配旅行	43	4.0%	海外ホテル・航空券、クルーズ旅行など
5	他の行政サービス	40	3.7%	特別定額給付金、休業補償、アンケート調査など
6	デジタルコンテンツ	36	3.3%	オンラインゲーム、出会い系サイト、情報商材など
7	消毒殺菌剤	24	2.2%	消毒液、次亜塩素酸水など
8	航空サービス	19	1.8%	航空券など
9	商品一般	17	1.6%	スーパー、クレジットカードなど
	エステティックサービス	17	1.6%	エステサロンなど

契約当事者の特徴

契約当事者の年代別割合では、全体の相談と大きな差はありませんでした。多くの世代において「保健衛生品その他」「スポーツ・健康教室」が上位となりましたが、その他の品目では、年代により違いがみられました。

3 契約当事者の年齢性別／年代別商品等順位

区分	男性	構成比	女性	構成比	性別不明	合計	構成比	商品・役務(サービス)		
								1位	2位	3位
19歳以下	19	1.8%	18	1.7%	0	37	3.4%	デジタルコンテンツ(3)	手配旅行(3)	他の健康食品(1)
20歳代	57	5.3%	100	9.3%	1	158	14.7%	結婚式(24)	スポーツ・健康教室(16)	保健衛生品その他(11) 手配旅行(11)
30歳代	58	5.4%	108	10.0%	0	166	15.4%	保健衛生品その他(35)	スポーツ・健康教室(21)	結婚式(19)
40歳代	56	5.2%	129	12.0%	0	185	17.2%	保健衛生品その他(61)	スポーツ・健康教室(19)	デジタルコンテンツ(7)
50歳代	78	7.3%	115	10.7%	0	193	18.0%	保健衛生品その他(77)	消毒殺菌剤(11)	スポーツ・健康教室(11)
60歳代	62	5.8%	74	6.9%	0	136	12.7%	保健衛生品その他(36)	他の行政サービス(11)	スポーツ・健康教室(7)
70歳以上	59	5.5%	62	5.8%	1	122	11.3%	保健衛生品その他(37)	他の行政サービス(10)	医療サービス(5)ほか
年齢不明	11	1.0%	6	0.6%	61	78	7.3%	—	—	—
合計	400	37.2%	612	56.9%	63	1,075	100.0%			



消費者ホットライン(全国統一電話番号)

局番なし 188 いやや!

川崎市消費者行政センター

(経済労働局産業政策部消費者行政センター)

〒210-0007

川崎市川崎区駅前本町11-2

川崎フロンティアビル10F

TEL044-200-2263

令和2年12月発行