

2022 年度（令和 4 年度）
消費生活相談受付概要

明石市 政策局 市民相談室

目 次

2022年度（令和4年度）消費生活相談受付概要	1
1 受付区分・相談方法・斡旋率	2
2 契約者性別・契約者年齢別	3
3 契約者職業別	5
4 商品・役務等別	6
5 販売購入形態別	7
6 被害救済	8

2022 年度（令和 4 年度）消費生活相談受付概要

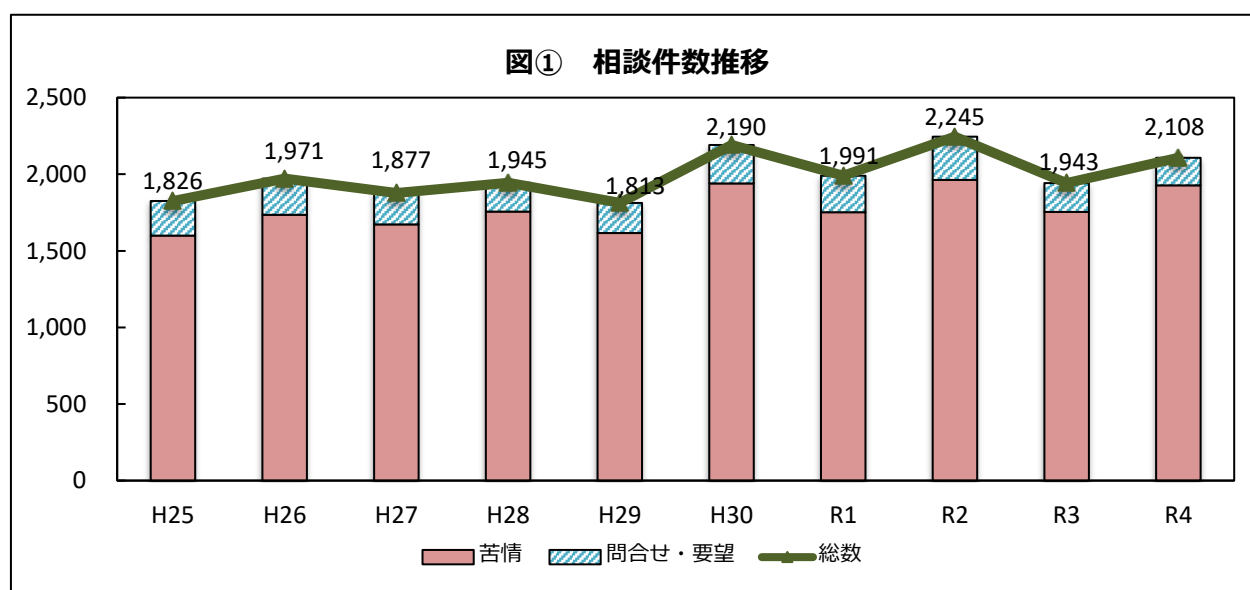
2022 年度(令和 4 年度)の相談受付件数は 2,108 件で、前年度 1,943 件に比べ 165 件(8.5%)増加した。

1 月当たりになると約 176 件、1 日当たりになると、2022 年度（令和 4 年度）のあかし消費生活センターの稼働日数が 242 日あったので、8、9 件の相談を受けている計算になる。

2018 年度（平成 30 年度）に 2,000 件を超えて以降、2,000 件前後を推移している。

表① 相談件数推移

年 度	H25 2013	H26 2014	H27 2015	H28 2016	H29 2017	H30 2018	R1 2019	R2 2020	R3 2021	R4 2022
苦 情	1,599	1,735	1,673	1,756	1,616	1,939	1,751	1,962	1,754	1,928
問合せ・要望	227	236	204	189	197	251	240	283	189	180
総 数	1,826	1,971	1,877	1,945	1,813	2,190	1,991	2,245	1,943	2,108



1 受付区分・相談方法・斡旋率

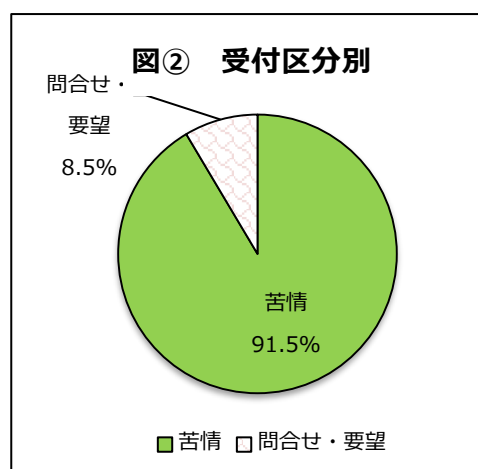
相談件数を受付区別にみると、苦情 1,928 件（91.5%）、問合せ・要望 180 件（8.5%）となっている。

あかし消費生活センターでは、来所相談を予約制としたうえで、まずは電話で相談を受け、必要に応じて来所相談へ切り替える方法をとっている。そのような中、相談方法別では、電話 1,849 件（87.7%）、来訪 257 件（12.2%）、文書 2 件（0.1%）であった。

また、あかし消費生活センターが消費者と事業者のトラブルに介入し、交渉した斡旋件数は 239 件で、総数に対する割合は 11.3%となり、前年度（304 件、15.6%）と比べてやや減少した。

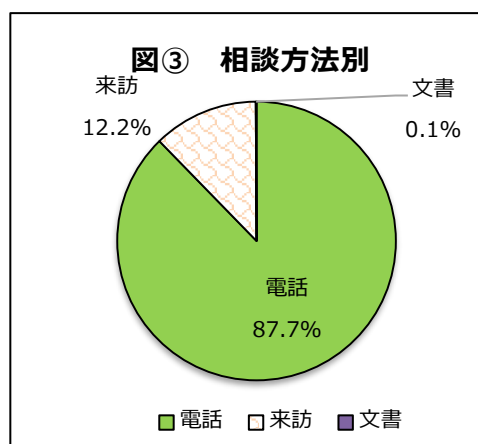
表② 受付区分別

年 度	R2 2020	R3 2021	R4 2022
苦 情	1,962	1,754	1,928
問合せ・要望	283	189	180
総 数	2,245	1,943	2,108



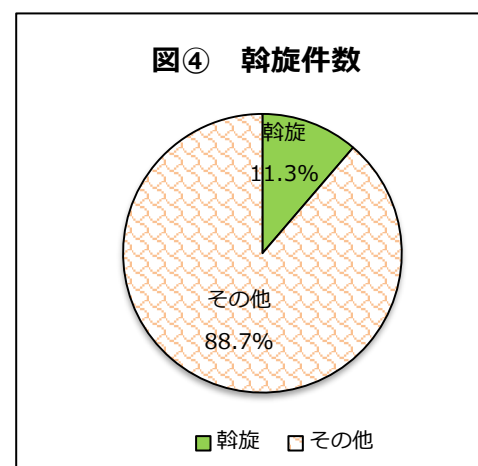
表③ 相談方法別

年 度	R2 2020	R3 2021	R4 2022
電 話	1,936	1,660	1,849
来 訪	305	276	257
文 書	4	7	2
総 数	2,245	1,943	2,108



表④ 斡旋件数

年 度	R2 2020	R3 2021	R4 2022
斡 旋	350	304	239
その他	1,895	1,639	1,869
総 数	2,245	1,943	2,108



2 契約者性別・契約者年齢別

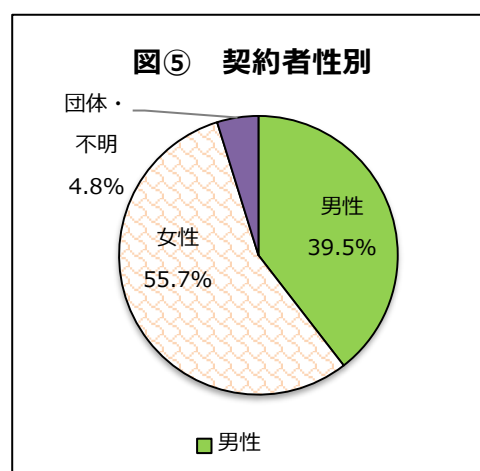
契約者の性別は、男性 834 件 (39.5%)、女性 1,174 件 (55.7%) で、団体・不明 100 件 (4.8%) であった。契約者の年齢は、20 歳未満から 80 歳以上と幅広く、30 歳代と 40 歳代では相談件数が前年度より減少しているが、それ以外の年齢層では増加している。

2022 年 (令和 4 年) 4 月 1 日から成年年齢が 20 歳から 18 歳に引き下げられたが、20 歳未満の件数 (62 件) は前年度 (58 件) に比べて微増であり、その影響はほとんどみられない。

なお、65 歳以上の相談件数は 718 件で、年齢判明分に占める割合は 36.2% と件数・割合ともに多くを占めている。さらに、相談件数と住民基本台帳人口の年齢別割合を比較すると、相談件数の割合は高齢者で大きく、消費生活相談の高齢化を示している。

表⑤ 契約者性別

年 度	R2 2020	R3 2021	R4 2022
男 性	789	790	834
女 性	1,340	1,069	1,174
団体・不明	116	84	100
総 数	2,245	1,943	2,108



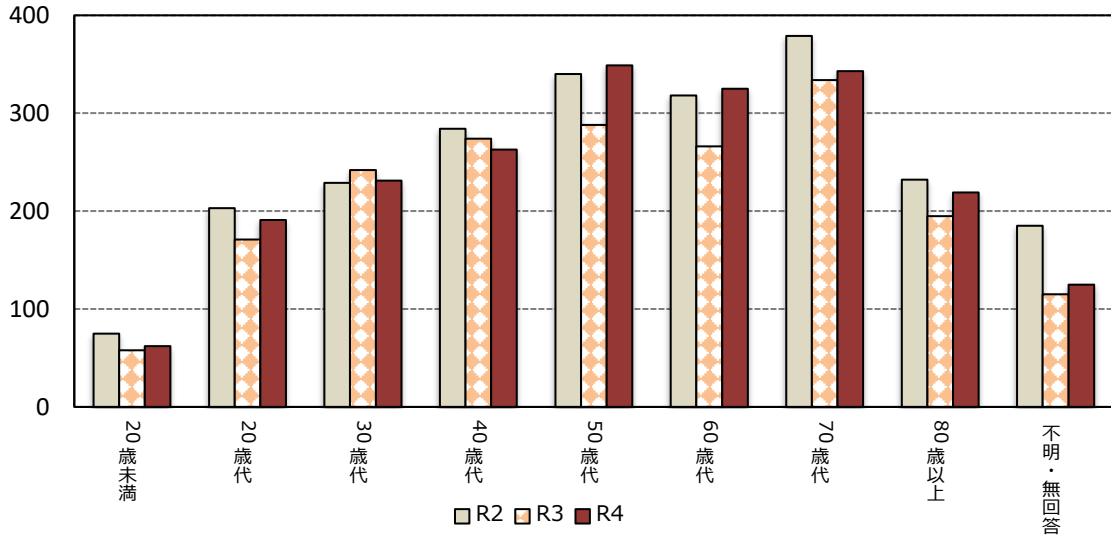
表⑥ 契約者年齢別

年 度	R2 2020	R3 2021	R4 2022
20 歳未満	75	58	62
20 歳代	203	171	191
30 歳代	229	242	231
40 歳代	284	274	262
50 歳代	340	288	350
60 歳代	318	266	326
70 歳代	379	334	343
80 歳以上	232	195	219
不明・無回答	185	115	124
総数	2,245	1,943	2,108
65 歳以上	773	659	718

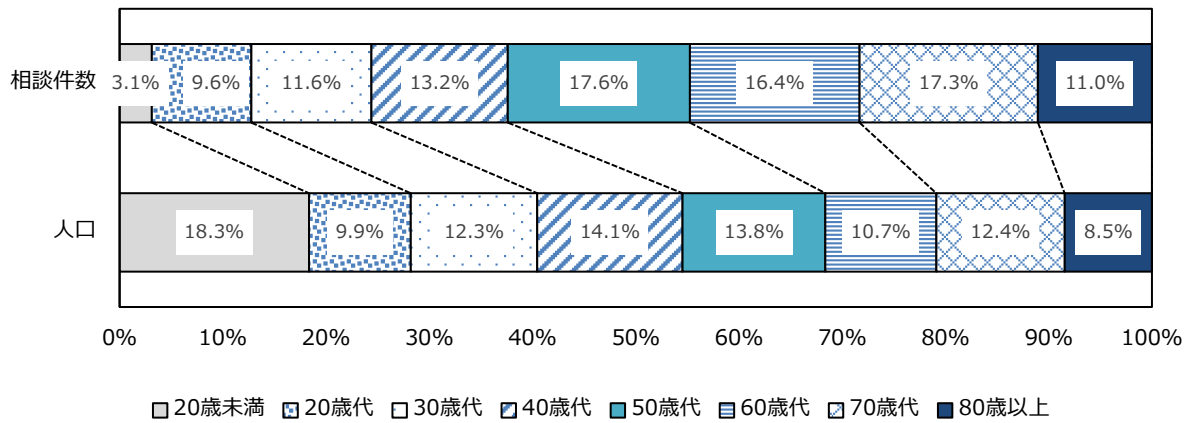
表⑥-2 契約者年齢別割合 (年齢判明分のみ)

年 度	R2 2020	R3 2021	R4 2022
20 歳未満	3.6%	3.2%	3.1%
20 歳代	9.9%	9.4%	9.6%
30 歳代	11.1%	13.2%	11.6%
40 歳代	13.8%	15.0%	13.2%
50 歳代	16.5%	15.8%	17.6%
60 歳代	15.4%	14.6%	16.4%
70 歳代	18.4%	18.3%	17.3%
80 歳以上	11.3%	10.7%	11.0%
総数	100.0%	100.0%	100.0%
65 歳以上	37.5%	36.1%	36.2%
65 歳以上人口割合	26.1%	26.2%	26.2%

図⑥ 契約者年齢別



図⑥-2 年齢別割合比較 (令和4年度)



3 契約者職業別

相談件数を契約者の職業別にみると、「給与生活者」が833件（39.5%）で最も多く、続いて「無職」が489件（23.2%）、「家事従事者」が406件（19.3%）となっている。

「学生」の相談件数（74件）は前年度（36件）に比べて増加しているが、個々の相談内容から判断すると成年年齢引下げによる影響を受けているとは考にくい。

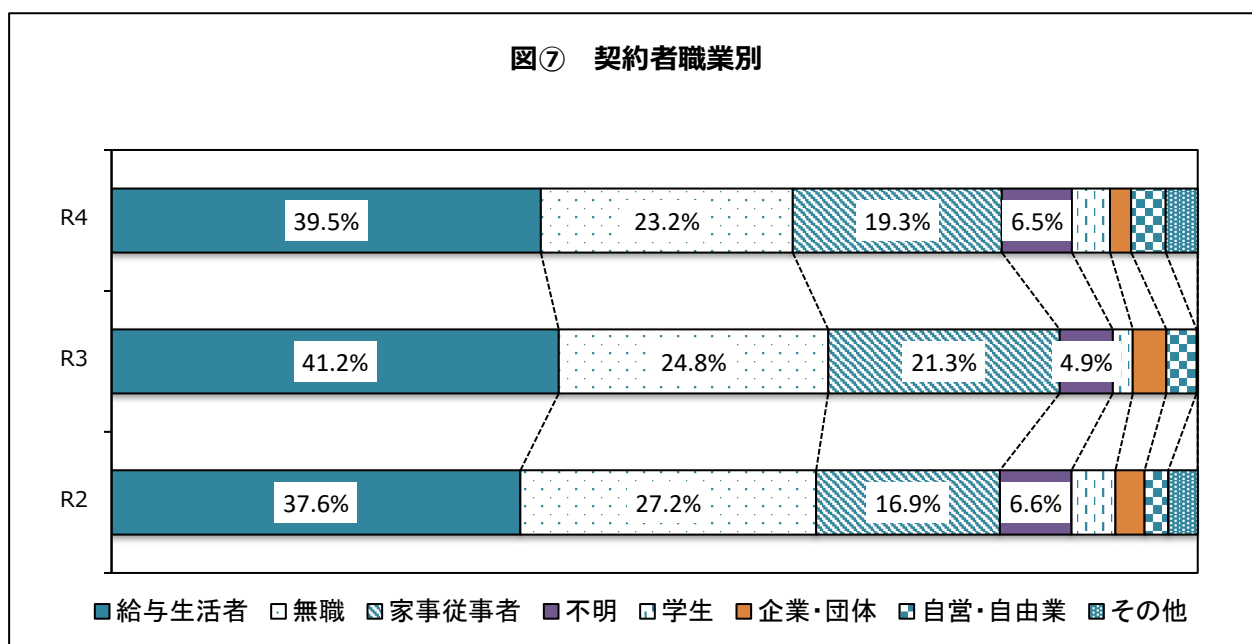
表⑦ 契約者職業別

年 度	R2	R3	R4
	2020	2021	2022
給与生活者	845	800	833
無職	611	482	489
家事従事者	380	414	406
不明	148	95	136
学生	91	36	74
企業・団体	60	60	41
自営・自由業	49	54	67
その他	61	2	62
総数	2,245	1,943	2,108

表⑦-② 契約者職業別割合

年 度	R2	R3	R4
	2020	2021	2022
給与生活者	37.6%	41.2%	39.5%
無職	27.2%	24.8%	23.2%
家事従事者	16.9%	21.3%	19.3%
不明	6.6%	4.9%	6.5%
学生	4.1%	1.9%	3.5%
企業・団体	2.7%	3.1%	1.9%
自営・自由業	2.2%	2.8%	3.2%
その他	2.7%	0.1%	2.9%
総数	100.0%	100.0%	100.0%

図⑦ 契約者職業別



4 商品・役務等別

相談傾向を商品・役務等別にみると、最も多かったのは「商品一般」の187件(8.9%)で前年度(187件・9.6%)と同件数だが、全体に占める割合は減少している。

また、前年度と比べて急激な増加を示しているのが、化粧品(63.8%増・172件)とエステティックサービス(180.0%増・56件)である。

化粧品については、健康食品とともに歯止めがかからない通信販売での定期購入トラブルの対象商品であることが多かったためと考えられる。

エステティックサービスは事業者の倒産が相次いでおり、その影響によるものと考えられる。

商品一般	商品の相談であることが明確であるが、分類を特定できない、または特定する必要のないもの。身に覚えがない請求に関する相談が目立つ。
健康食品	通信販売で「安いお試し価格につられて注文すると定期購入だった」など。
移動通信サービス	携帯電話サービス・モバイルデータ通信サービスおよびそれらに付帯するサービス。
他の役務サービス	サービス業のうち、他の分類項目に該当が無いもの。廃品回収、保証サービス、占いサイト、申請代行、解錠サービス、副業サポートやビジネスコンサルティング等のサービスを含む。
相談その他	主に「売り手」対「買い手」という図式でないもののうち、交通事故や個人間の借金の相談や、その他の既定の分類に当てはまらないもの。

表⑧ 主な品目別

商品・役務等	R4(2022)			
	件数	割合	増減	増減率
商品一般	187	8.9%	0	0.0%
化粧品	172	8.2%	67	63.8%
健康食品	76	3.6%	16	26.7%
移動通信サービス	67	3.2%	-10	-13.0%
紳士・婦人洋服	59	2.8%	11	22.9%
賃貸アパート・マンション	59	2.8%	-20	-25.3%
エステティックサービス	56	2.7%	36	180.0%
修理サービス	52	2.5%	10	23.8%
他の役務サービス	117	5.6%	-1	-0.8%
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮
相談その他	37	1.8%	-1	-2.6%
総数	2,108	100.0%	165	8.5%

5 販売購入形態別

相談件数を販売購入形態別にみると、「通信販売」が 864 件で、続いて「店舗販売」が 466 件、「訪問販売」が 144 件となっており、上位 4 つの順位は前年度と変わっていない。

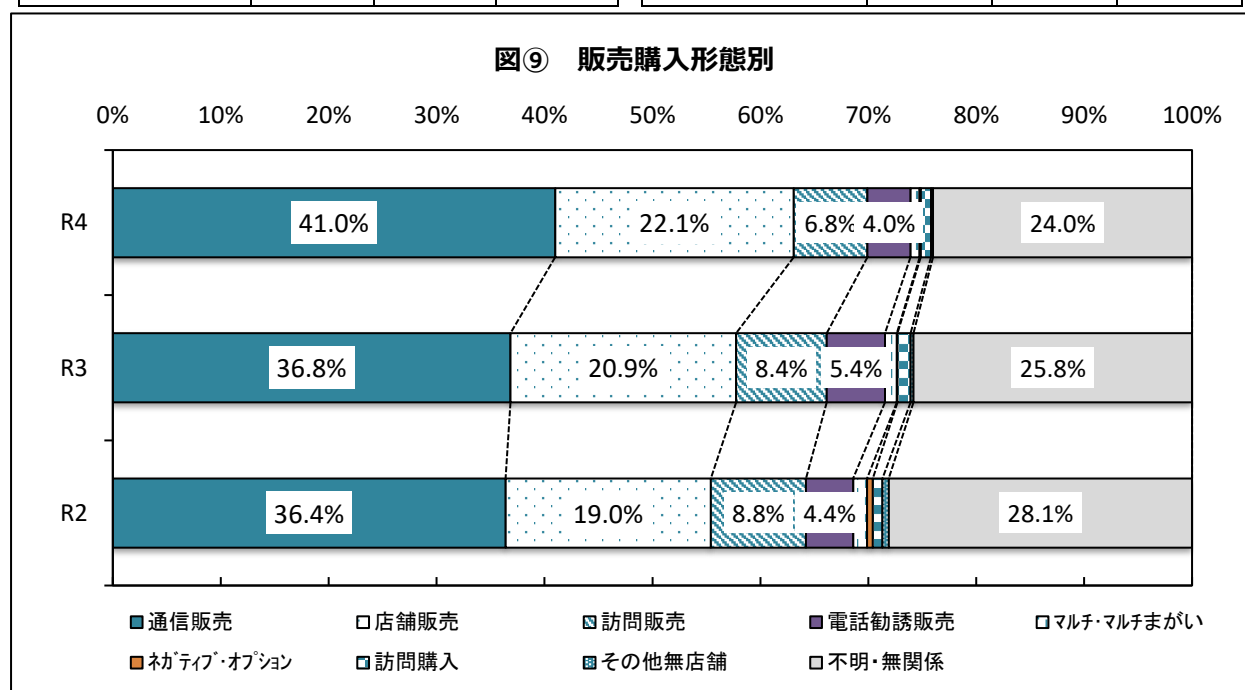
ネット通販やネットオークション、テレビショッピング、雑誌広告等を含む「通信販売」は、平成 28 年度以降「店舗販売」の相談件数を抜いて最上位になっており、全体に占める割合が年々大きくなっている。

表⑨ 販売購入形態別

年 度	R2 2020	R3 2021	R4 2022
通信販売	817	715	864
店舗販売	427	406	466
訪問販売	198	163	144
電話勧誘販売	98	105	84
マルチ・マルチまがい	29	21	18
ネガティブ・オプション	12	1	2
訪問購入	20	24	20
その他無店舗	13	7	4
不明・無関係	631	501	506
総数	2,245	1,943	2,108

表⑨-② 販売購入形態別割合

年 度	R2 2020	R3 2021	R4 2022
通信販売	36.4%	36.8%	41.0%
店舗販売	19.0%	20.9%	22.1%
訪問販売	8.8%	8.4%	6.8%
電話勧誘販売	4.4%	5.4%	4.0%
マルチ・マルチまがい	1.3%	1.1%	0.9%
ネガティブ・オプション	0.5%	0.1%	0.1%
訪問購入	0.9%	1.2%	0.9%
その他無店舗	0.6%	0.3%	0.2%
不明・無関係	28.1%	25.8%	24.0%
総数	100.0%	100.0%	100.0%



マルチ取引	商品・サービスを契約して、次は自分が買い手を探し、買い手が増えるごとにマージンが入る取引形態。
ネガティブ・オプション	契約を結んでいないのに商品を勝手に送ってきて、受け取ったことで、支払義務があると勘違いさせて代金を支払わせようとする商法。

6 被害救済

商品や役務の契約・申込に係る財産被害について寄せられた相談のうち、消費生活センターにおいて助言、斡旋を行った結果、消費者救済につながり、回復・防止に至った件数・金額は次のとおりである。

回復	既に契約・申込してしまった金額の全部又は一部が相談者に返金された。
クーリング・オフ	クーリング・オフを根拠に返金、解約、取消された。
未然防止	契約・申込をする前に相談し、当該契約を締結せず、支払わずに済んだ。

表⑩ 被害救済件数

年 度	総 数			うち 65 歳以上			65 歳以上割合		
	R2	R3	R4	R2	R3	R4	R2	R3	R4
	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022
回復	150	118	144	41	33	48	27.3%	28.0%	33.3%
クーリング・オフ	33	40	27	10	10	14	30.3%	25.0%	51.9%
未然防止	29	44	36	11	18	12	37.9%	40.9%	33.3%
総数	212	202	207	62	61	74	29.2%	30.2%	35.7%

表⑩-2 被害救済金額（単位：千円）

年 度	総 数			うち 65 歳以上			65 歳以上割合		
	R2	R3	R4	R2	R3	R4	R2	R3	R4
	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022
回復	29,881	21,663	8,622	6,779	8,542	1,857	22.7%	39.4%	21.5%
クーリング・オフ	17,628	17,660	12,446	410	3,057	7,152	2.3%	17.3%	57.5%
未然防止	8,166	12,326	8,936	3,244	3,561	3,223	39.7%	28.9%	36.1%
総数	55,675	51,649	30,004	10,433	15,160	12,232	18.7%	29.4%	40.8%

