

2024 年度（令和 6 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

2024年度（令和6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・契約者年代別	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

2024 年度（令和 6 年度）消費生活相談受付概要

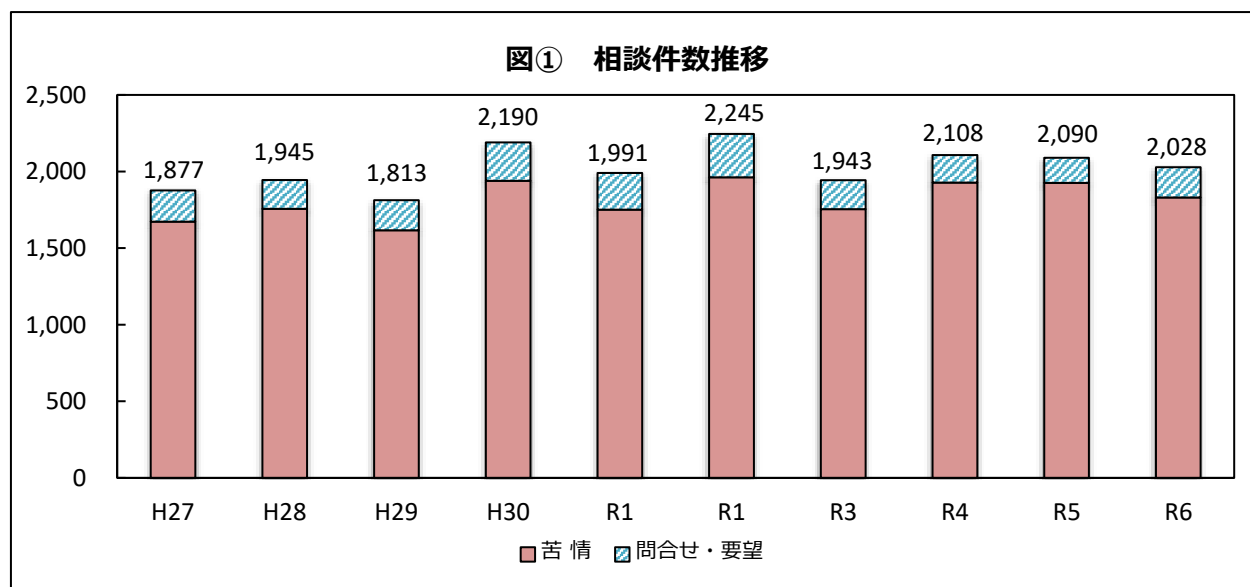
2024 年度（令和 6 年度）の相談受付件数は 2,028 件で、前年度 2,090 件に比べ 62 件（3.0％）減少した。

1 月当たりになると 169 件、また、2024 年度（令和 6 年度）のあかし消費生活センターの稼働日数は 241 日であったので、1 日当たりになると 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	H27 2015	H28 2016	H29 2017	H30 2018	R1 2019	R2 2020	R3 2021	R4 2022	R5 2023	R6 2024
苦 情	1,673	1,756	1,616	1,939	1,751	1,962	1,754	1,928	1,926	1,831
問合せ・要望	204	189	197	251	240	283	189	180	164	197
総 数	1,877	1,945	1,813	2,190	1,991	2,245	1,943	2,108	2,090	2,028



1 受付区分・相談方法・斡旋率

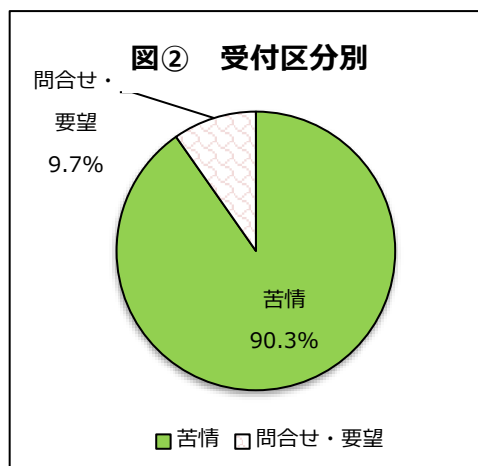
相談件数を受付区分別にみると、苦情 1,831 件 (90.3%)、問合せ・要望 197 件 (9.7%) となっている。

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 1,733 件 (85.5%)、来訪 295 件 (14.5%) であった。なお、文書による相談はなかった。

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、斡旋した件数は 230 件で、総数に対する割合も 11.3% となり、前年度 (233 件、11.1%) と比べてほぼ横ばいであった。

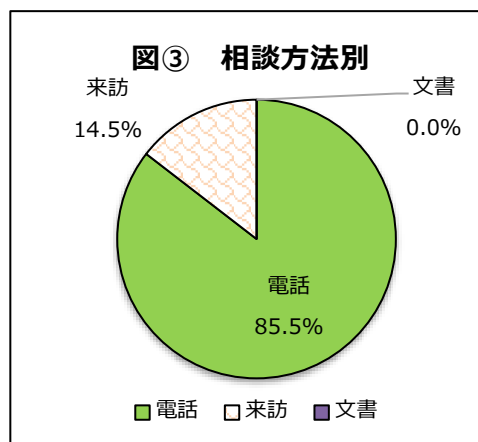
表② 受付区分別

年 度	R4 2022	R5 2023	R6 2024
苦 情	1,928	1,926	1,831
問合せ・要望	180	164	197
総 数	2,108	2,090	2,028



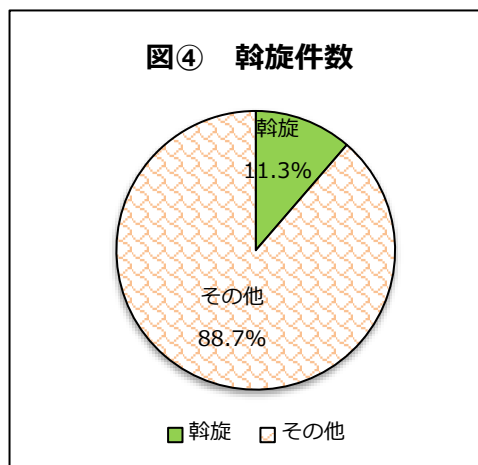
表③ 相談方法別

年度	R4 2022	R5 2023	R6 2024
電話	1,849	1,738	1,733
来訪	257	352	295
文書	2	0	0
総数	2,108	2,090	2,028



表④ 斡旋件数

年 度	R4 2022	R5 2023	R6 2024
斡 旋	239	233	230
その他	1,869	1,857	1,798
総 数	2,108	2,090	2,028



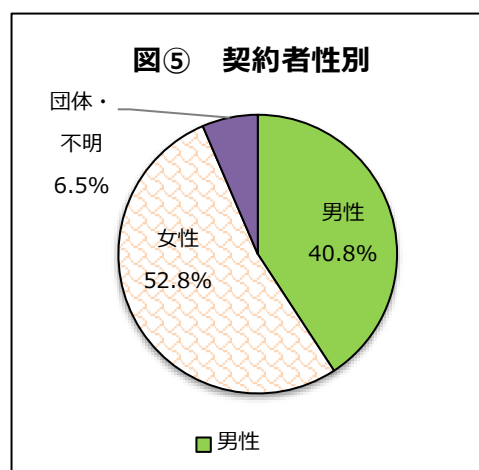
2 契約者性別・契約者年代別

契約者の性別は、男性 827 件（40.8%）、女性 1,070 件（52.8%）、団体・不明 131 件（6.5%）で、団体等からの問い合わせが増加している。契約者年代別では、50 歳代～70 歳代の相談件数がいずれも 300 件を超えて高止まりが続いている。また、30 歳代～40 歳代の相談件数が減少傾向にある一方、80 歳代以上の相談件数は 3 年連続増加している。なお、高齢者（65 歳以上）の相談件数は 769 件で、年齢判明分に占める割合は 40.9%と件数・割合ともに多くを占め、さらに、高齢者の相談件数割合は人口割合（26.2%）を大きく上回ったことから、高齢者が消費者トラブルに遭い易い傾向が窺える。

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（42 件）は前年度（44 件）に比べて減少しており、その影響はほとんどみられない。

表⑤ 契約者性別

年 度	R4 2022	R5 2023	R6 2024
男 性	834	878	827
女 性	1,174	1,096	1,070
団体・不明	100	116	131
総 数	2,108	2,090	2,028

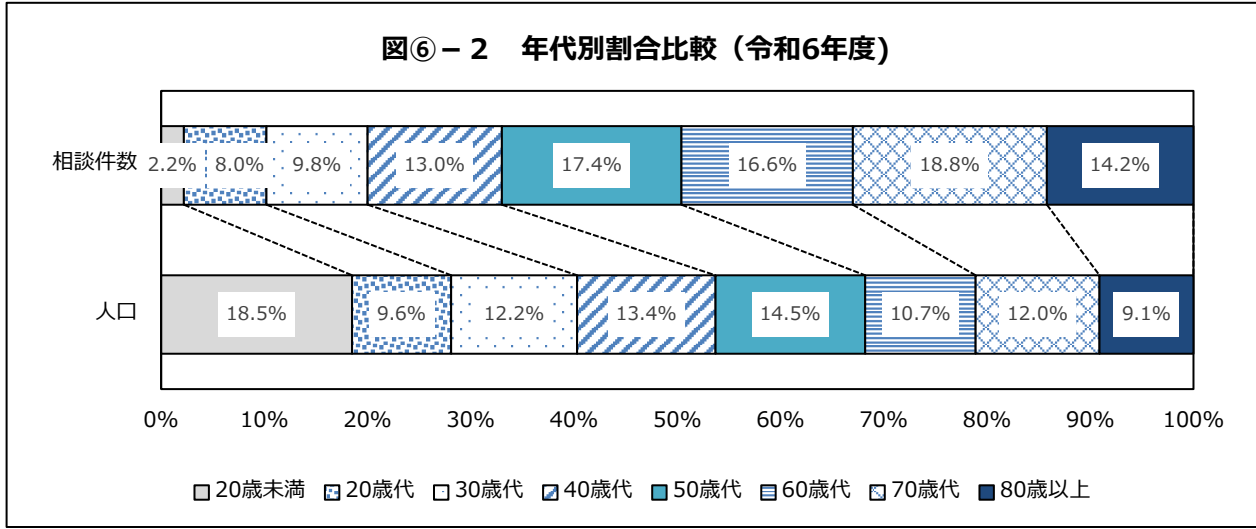
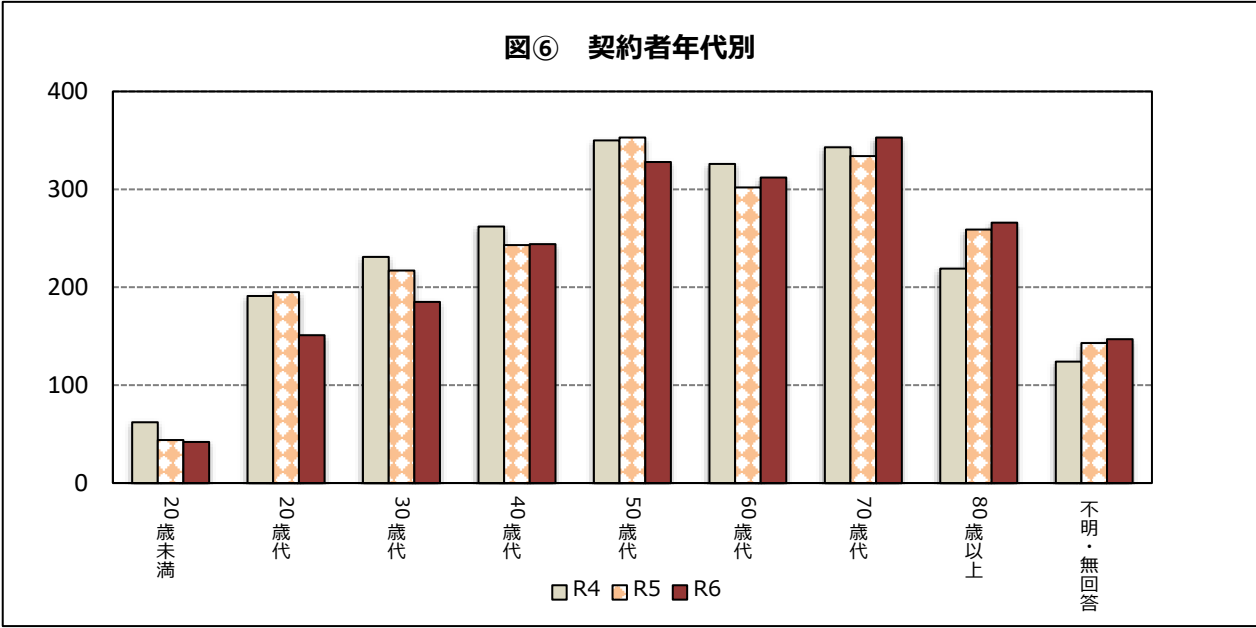


表⑥ 契約者年代別

年 度	R4 2022	R5 2023	R6 2024
20 歳未満	62	44	42
20 歳代	191	195	151
30 歳代	231	217	185
40 歳代	262	243	244
50 歳代	350	353	328
60 歳代	326	302	312
70 歳代	343	334	353
80 歳以上	219	259	266
不明・無回答	124	143	147
総数	2,108	2,090	2,028
65 歳以上	718	713	769

表⑥-2 契約者年代別割合（年齢判明分のみ）

年 度	R4 2022	R5 2023	R6 2024
20 歳未満	3.1%	2.3%	2.2%
20 歳代	9.6%	10.0%	8.0%
30 歳代	11.7%	11.1%	9.8%
40 歳代	13.2%	12.5%	13.0%
50 歳代	17.7%	18.1%	17.4%
60 歳代	16.4%	15.5%	16.6%
70 歳代	17.3%	17.2%	18.8%
80 歳以上	11.0%	13.3%	14.2%
総数	100.0%	100.0%	100.0%
65 歳以上	36.2%	36.6%	40.9%
65 歳以上人口割合	26.2%	26.2%	26.2%



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750件（37.0%）で最も多く、続いて「無職」が541件（26.7%）、「家事従事者」が383件（18.9%）となっている。

「学生」の相談件数（59件）は前年度（66件）に比べて減少しており、個々の相談内容から判断しても成年年齢引下げによる影響を受けているとは考えにくい。

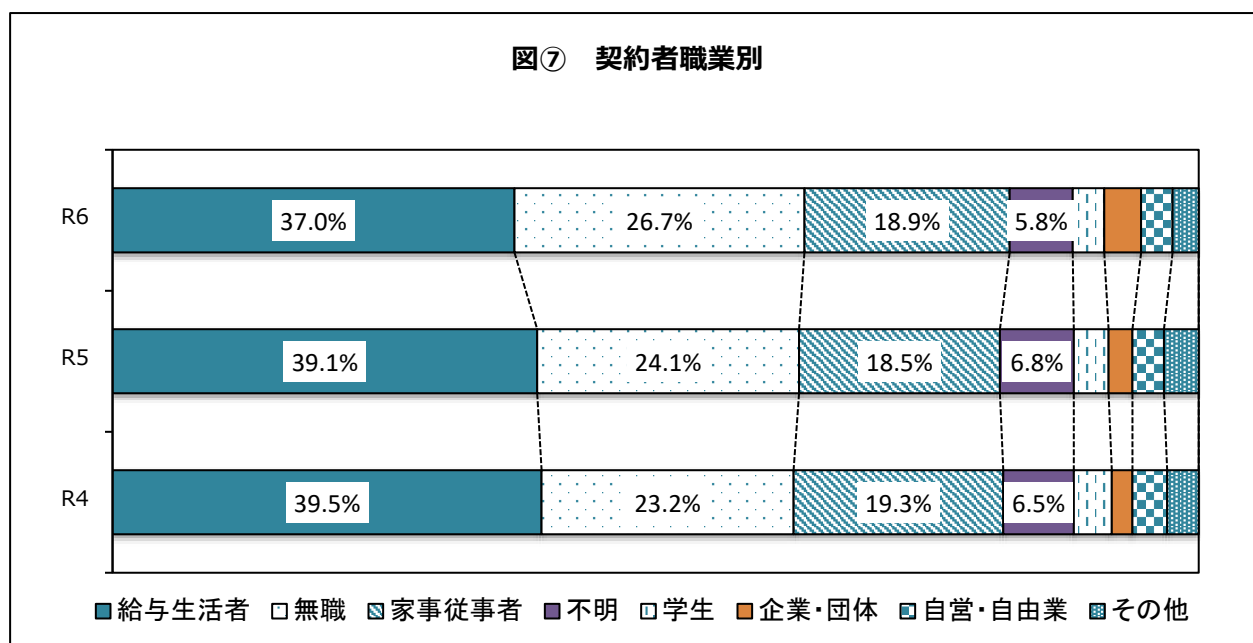
表⑦ 契約者職業別

年 度	R4 2022	R5 2023	R6 2024
給与生活者	833	818	750
無職	489	504	541
家事従事者	406	387	383
不明	136	142	117
学生	74	66	59
企業・団体	41	45	69
自営・自由業	67	61	59
その他	62	67	50
総数	2,108	2,090	2,028

表⑦-2 契約者職業別割合

年 度	R4 2022	R5 2023	R6 2024
給与生活者	39.5%	39.1%	37.0%
無職	23.2%	24.1%	26.7%
家事従事者	19.3%	18.5%	18.9%
不明	6.5%	6.8%	5.8%
学生	3.5%	3.2%	2.9%
企業・団体	1.9%	2.2%	3.4%
自営・自由業	3.2%	2.9%	2.9%
その他	2.9%	3.2%	2.4%
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239件（11.8％）で前年度（227件・10.9％）から増加している。

令和4年度に急激な増加を示した、「化粧品」と「エステティックサービス」は昨年度に続き減少、また、昨年度に急増した「賃貸アパート・マンション」も減少に転じた一方で、「医療」（74.2％増で54件）と「電報・固定電話」（162.5％増で21件）などが増加した。

「医療」では、医療脱毛大手のクリニック破産に関する問い合わせ、「電報・固定電話」では、電話会社大手や公的機関を騙って「この電話はあと数時間で使えなくなる」など、消費者の不安を煽るような不審電話に対する相談が多かった。

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	健康の維持・増進に特別に役立つことをうたって販売され、また、そのような効果を期待して利用される食品全般。
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	2024(R6)			
	件数	割合	増減	増減率
商品一般	239	11.8%	12	5.3%
化粧品	88	4.3%	-25	-22.1%
健康食品	75	3.7%	11	17.2%
修理サービス	70	3.5%	-8	-10.3%
医療	54	2.7%	23	74.2%
賃貸アパート・マンション	54	2.7%	-29	-34.9%
移動通信サービス	33	1.6%	-32	-49.2%
電報・固定電話	21	1.0%	13	162.5%
エステティックサービス	17	0.8%	-26	-60.5%
他の役務サービス	115	5.7%	-38	-24.8%
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮
相談その他	56	2.8%	17	43.6%
総数	2,028	100.0%	-62	-3.0%

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722件で、続いて「店舗販売」が401件、「訪問販売」が179件、「電話勧誘販売」が109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。

インターネット・SNSの普及などに伴い右肩上がりに伸び続けていた「通信販売」が、昨年度から減少傾向にある一方で、身に覚えのない請求（架空請求）や不審な電話着信への対応など、販売購入形態で分類できない相談が年々増加してきている（不明・無関係として分類）。

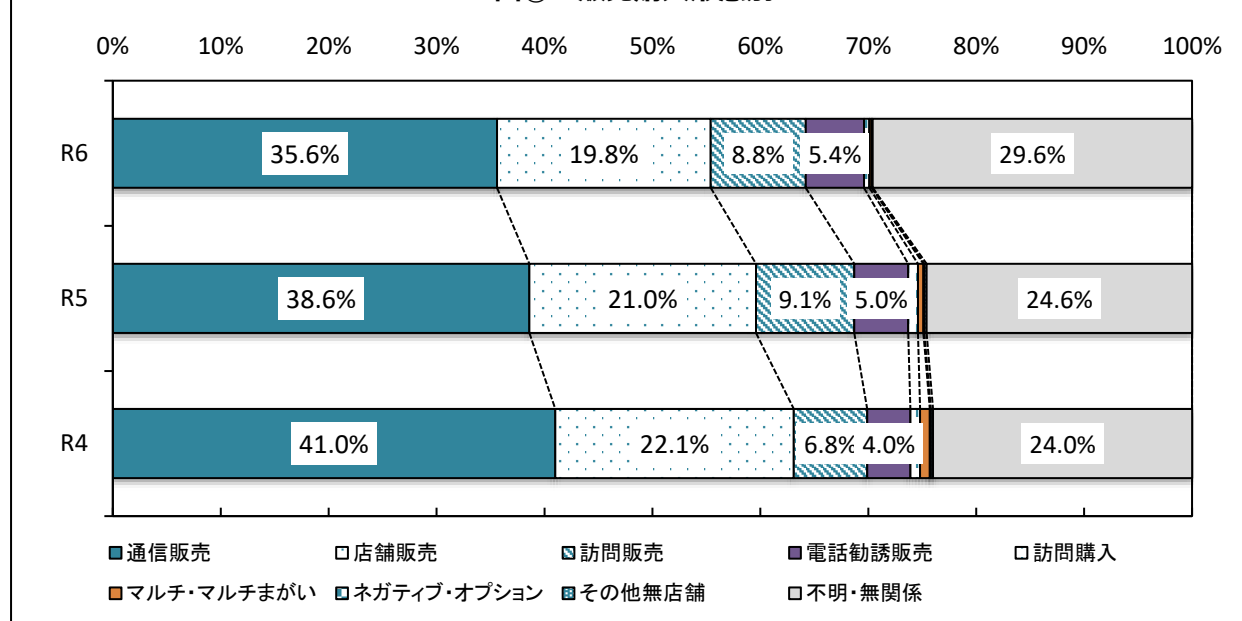
表⑨ 販売購入形態別

年 度	R4 2022	R5 2023	R6 2024
通信販売	864	806	722
店舗販売	466	439	401
訪問販売	144	190	179
電話勧誘販売	84	104	109
訪問購入	20	20	10
マルチ・マルチまがい	18	10	5
ネガティブ・オプション	2	2	2
その他無店舗	4	4	0
不明・無関係	506	515	600
総数	2,108	2,090	2,028

表⑨－２ 販売購入形態別割合

年 度	R4 2022	R5 2023	R6 2024
通信販売	41.0%	38.6%	35.6%
店舗販売	22.1%	21.0%	19.8%
訪問販売	6.8%	9.1%	8.8%
電話勧誘販売	4.0%	5.0%	5.4%
訪問購入	0.9%	0.9%	0.5%
マルチ・マルチまがい	0.9%	0.5%	0.2%
ネガティブ・オプション	0.1%	0.1%	0.1%
その他無店舗	0.2%	0.2%	0.0%
不明・無関係	24.0%	24.6%	29.6%
総数	100.0%	100.0%	100.0%

図⑨ 販売購入形態別



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。