



令和6年度
神奈川県内における
消費生活相談に関するデータ集

令和7年7月

本データ集の相談件数は、令和6年度に神奈川県内の消費生活相談窓口で受け付け、令和6年5月31日までに、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）に登録されたものです。

各表及び各図における区分毎の各割合（％）の数値は、小数点第2位を四捨五入しています。そのため、区分毎の割合の合計は100%にならない場合があります。

なお、PIO-NETの情報は日々更新されるため、過去の公表値と異なる場合があります。

目 次

I 令和6年度の消費生活相談概況	1
1 消費生活相談件数	1
2 品目別状況	4
（1）苦情相談の上位品目（前年度比較）	4
（2）苦情相談の上位品目の年代別件数（前年度比較）	5
（3）前年度と比べ増加率の高い品目の年代別件数（前年度比較）	6
3 年代別状況	7
4 販売購入形態別状況	8
5 販売方法・手口別状況	12
6 危害・危険関連	13
7 契約購入金額・既支払額	15
8 処理状況	15
II 高齢者（契約当事者が65歳以上）の苦情相談	16
1 相談状況	16
2 相談者属性別状況	16
3 品目別状況	17
4 販売購入形態別状況	18
5 販売方法・手口別状況	19
6 契約購入金額・既支払額	19

Ⅲ 若者（契約当事者が29歳以下）の苦情相談	20
1 相談状況	20
2 相談者属性別状況	20
3 品目別状況	21
4 販売購入形態別状況	22
5 販売方法・手口別状況	23
6 契約購入金額・既支払額	23
Ⅳ かながわ中央消費生活センター（県センター）における消費生活相談等の状況	24
1 概況	24
2 メール相談	24
主な相談事例	25
危害・危険の相談事例	28
参考資料	
（参考1） 消費生活相談の区分	29
（参考2） 商品・役務等別分類	30
（参考3） 販売方法・手口一覧	31

I 令和6年度の消費生活相談概況

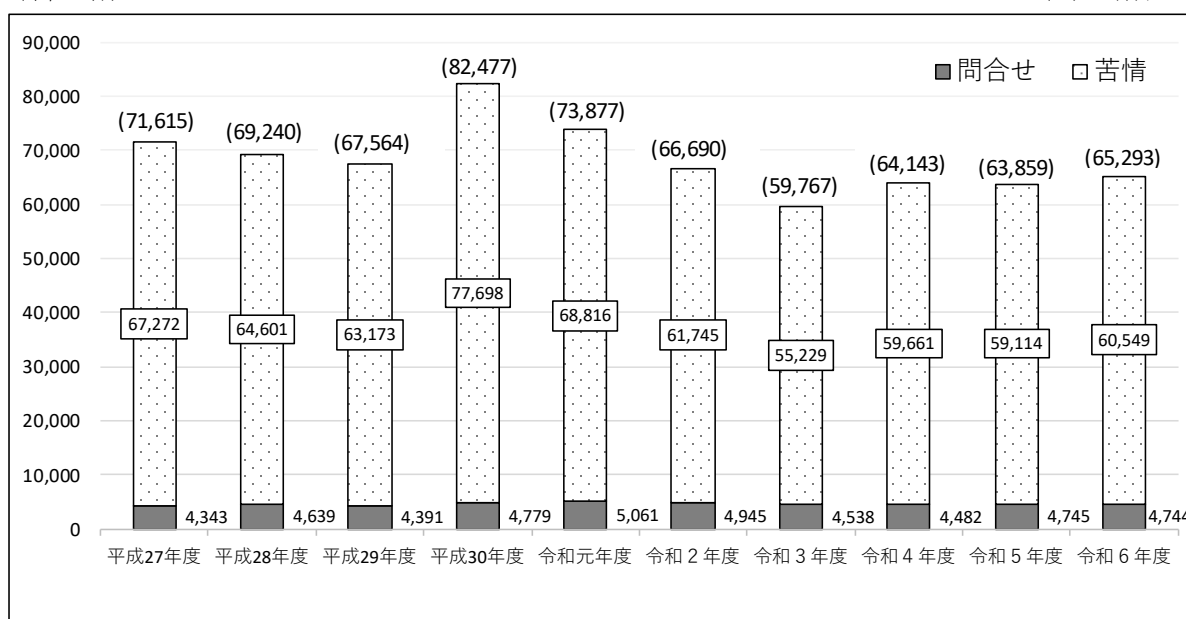
1 消費生活相談件数

- 令和6年度に神奈川県及び県内市町の消費生活相談窓口で受け付けた相談総件数（「苦情」と「問合せ」）の合計。以下同じ）は65,293件（県10,862件、市町村54,431件）で、前年度（63,859件）と比べ、1,434件（2.2%）増加しました。
- 内訳は、「苦情」が60,549件で、前年度（59,114件）と比べ、1,435件（2.4%）増加、「問合せ」が4,744件で、前年度（4,745件）とほぼ横ばいとなっており、「苦情」が相談全体の9割以上（92.7%）を占めています。
- 「苦情」の相談方法をみると、電話によるものが55,880件、来訪によるものが4,416件、文書によるものが253件で、電話によるものが苦情相談件数の9割以上（92.3%）を占めています。

（I－図1）相談総件数の推移

（単位：件）

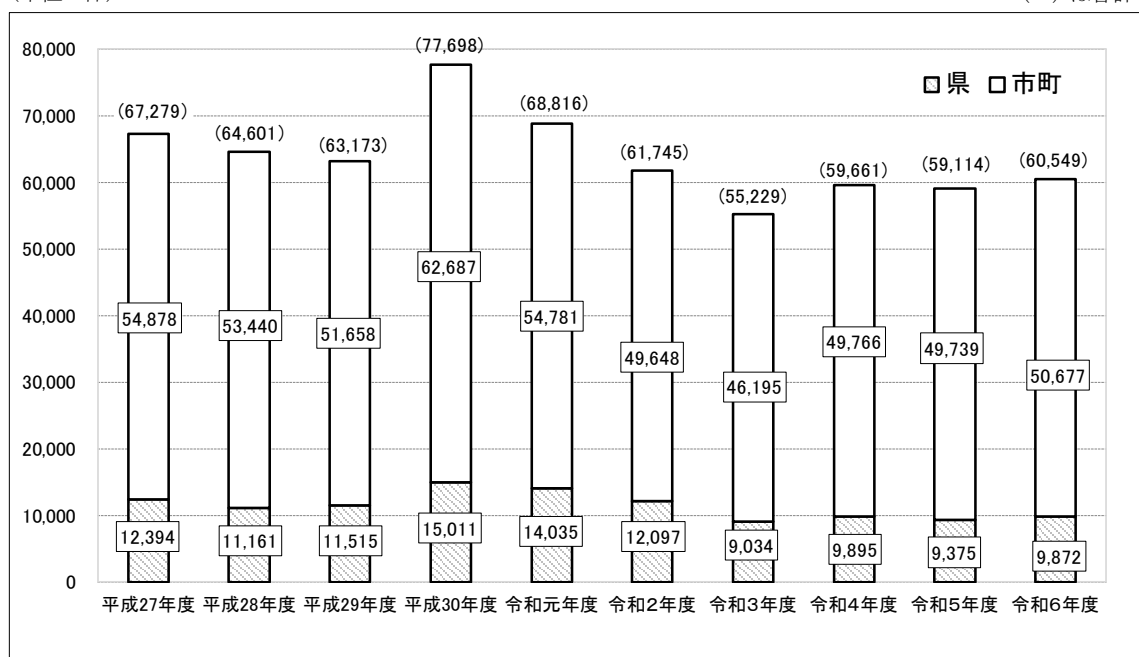
（ ）は合計



（I－図2）苦情相談件数の推移

（単位：件）

（ ）は合計



(I - 表1)県内の消費生活相談窓口の消費生活相談総件数(前年度比較)

(単位:件)

区分等 受付相談窓口	令和6年度			令和5年度 合計(B)	対前年度比 (A/B)
	苦情	問合せ	計(A)		
横 浜 市	15,880	758	16,638	15,004	110.9 %
川 崎 市	9,924	624	10,548	11,011	95.8 %
相模原市	5,438	308	5,746	5,877	97.8 %
横須賀市	2,900	224	3,124	3,119	100.2 %
平 塚 市	2,224	267	2,491	2,499	99.7 %
鎌 倉 市	1,525	87	1,612	1,640	98.3 %
藤 沢 市	2,640	622	3,262	3,391	96.2 %
小田原市	1,249	56	1,305	1,327	98.3 %
茅ヶ崎市	1,419	43	1,462	1,374	106.4 %
逗 子 市	193	8	201	306	65.7 %
三 浦 市	42	2	44	51	86.3 %
秦 野 市	909	105	1,014	1,119	90.6 %
厚 木 市	1,267	322	1,589	1,367	116.2 %
大 和 市	1,585	29	1,614	1,612	100.1 %
伊勢原市	578	59	637	634	100.5 %
海老名市	991	51	1,042	950	109.7 %
座 間 市	795	86	881	847	104.0 %
南足柄市	431	57	488	542	90.0 %
綾 瀬 市	474	31	505	456	110.7 %
葉 山 町	52	4	56	49	114.3 %
寒 川 町	115	11	126	140	90.0 %
愛 川 町	46	0	46	81	56.8 %
市 町 計	50,677	3,754	54,431	53,396	101.9 %
県	9,872	990	10,862	10,463	103.8 %
合 計	60,549	4,744	65,293	63,859	102.2 %

注 消費生活相談の区分は、PIO-NET の定義による。(参考1 (P28) 参照)

(I ー表2)相談者の居住地別苦情相談件数

(単位:件)

受付相談窓口 居住地	市町		県		合計
	件数	合計に占める割合	件数	合計に占める割合	
横浜市	15,591	79.3%	4,068	20.7%	19,659
川崎市	9,625	90.2%	1,042	9.8%	10,667
相模原市	5,317	91.8%	477	8.2%	5,794
横須賀市	2,813	89.5%	331	10.5%	3,144
平塚市	1,806	89.1%	222	10.9%	2,028
鎌倉市	1,462	87.9%	201	12.1%	1,663
藤沢市	2,629	80.5%	637	19.5%	3,266
小田原市	1,047	84.4%	194	15.6%	1,241
茅ヶ崎市	1,305	84.0%	248	16.0%	1,553
逗子市	198	55.5%	159	44.5%	357
三浦市	47	24.4%	146	75.6%	193
秦野市	892	84.5%	163	15.5%	1,055
厚木市	1,265	86.1%	204	13.9%	1,469
大和市	1,545	83.0%	317	17.0%	1,862
伊勢原市	568	85.4%	97	14.6%	665
海老名市	956	87.2%	140	12.8%	1,096
座間市	777	80.5%	188	19.5%	965
南足柄市	240	83.9%	46	16.1%	286
綾瀬市	445	77.7%	128	22.3%	573
計	48,528	84.3%	9,008	15.7%	57,536
葉山町	56	28.0%	144	72.0%	200
寒川町	211	75.1%	70	24.9%	281
大磯町	201	87.4%	29	12.6%	230
二宮町	174	77.7%	50	22.3%	224
中井町	25	86.2%	4	13.8%	29
大井町	44	63.8%	25	36.2%	69
松田町	29	69.0%	13	31.0%	42
山北町	41	77.4%	12	22.6%	53
開成町	54	72.0%	21	28.0%	75
箱根町	38	64.4%	21	35.6%	59
真鶴町	25	80.6%	6	19.4%	31
湯河原町	99	69.2%	44	30.8%	143
愛川町	50	29.2%	121	70.8%	171
清川村	14	87.5%	2	12.5%	16
計	1,061	65.4%	562	34.6%	1,623
不明	360	71.9%	141	28.1%	501
県外	728	81.9%	161	18.1%	889
合計	50,677	83.7%	9,872	16.3%	60,549

注 各消費生活相談窓口で受け付けた相談を相談者の居住地別に集計したものであるため、P 2 の I ー表 1 の市町・県別の相談件数とは一致しない。

2 品目別状況

(1) 苦情相談の上位品目（前年度比較）

（Ⅰ－表3）苦情相談件数の多い上位 15 品目（前年度比較）

（単位：件）

順位	品 目 苦情相談件数[計]	令和6年度 [60,549]	令和5年度 [59,114]	前年度比 102.4%	品目の説明
	商品一般	5,808	4,627	125.5%	商品を特定できない相談
1	不動産貸借	3,023	2,758	109.6%	
2	工事・建築	2,900	3,013	96.2%	屋根や衛生設備工事等に関する相談
3	役務その他サービス	2,852	2,270	125.6%	給湯器等の点検、有料質問サイト、副業サポート契約、パソコンのウイルス除去サポート契約等に関する相談
4	化粧品	2,476	3,638	68.1%	
5	健康食品	2,275	1,823	124.8%	
6	修理サービス	1,463	1,618	90.4%	屋根、トイレ、エアコン、スマートフォン等の修理に関する相談
7	医療サービス	1,259	924	136.3%	医師が行う医療サービス（医療脱毛、美容整形等の美容医療を含む）に関する相談
8	インターネット接続回線	1,135	1,137	99.8%	光回線等に関する相談
9	携帯電話サービス	1,108	1,094	101.3%	
10	給湯システム	987	814	121.3%	給湯器の購入や契約に関する相談
11	エステティックサービス	766	1,210	63.3%	痩身エステ、脱毛エステ等に関する相談
12	四輪自動車	716	755	94.8%	
13	金融関連サービスその他	708	690	102.6%	
14	電気	688	645	106.7%	電気の契約等に関する相談

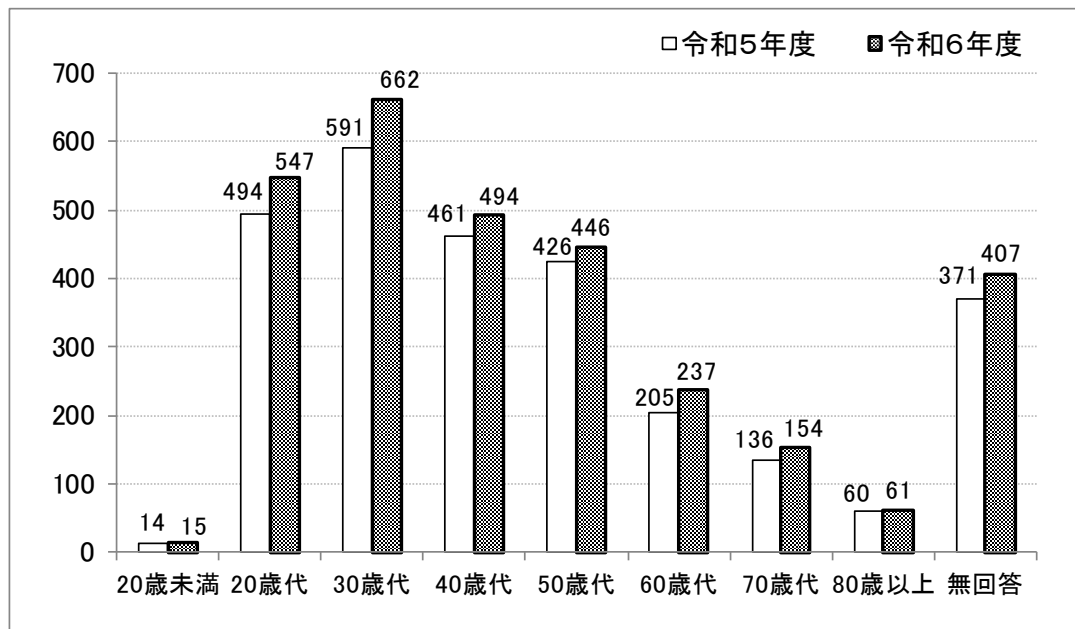
注 商品一般は、商品を特定できない相談のため、順位には入れていません。

(2) 苦情相談の上位品目の年代別件数（前年度比較）

(I-図3) 苦情相談件数の多い品目の年代別件数(前年度比較)

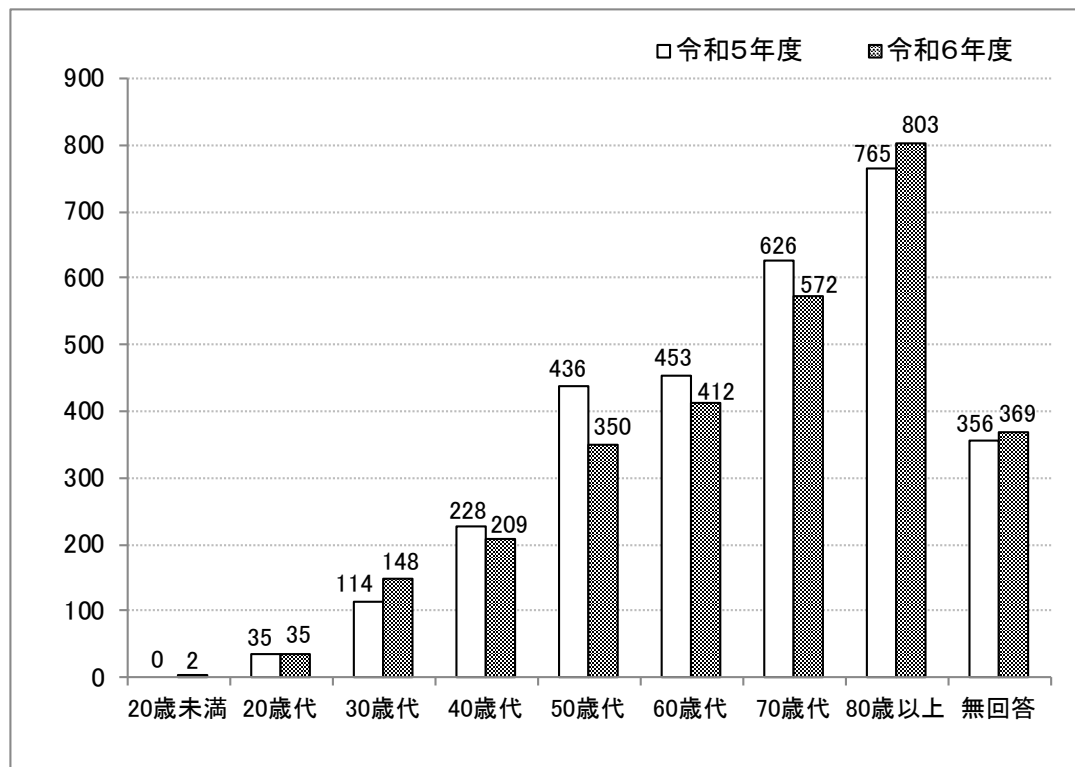
1位 「不動産貸借」 3,023 件（前年度比 9.6%増）

(単位：件)



2位 「工事・建築」 2,900 件（前年度比 3.8%減）

(単位：件)

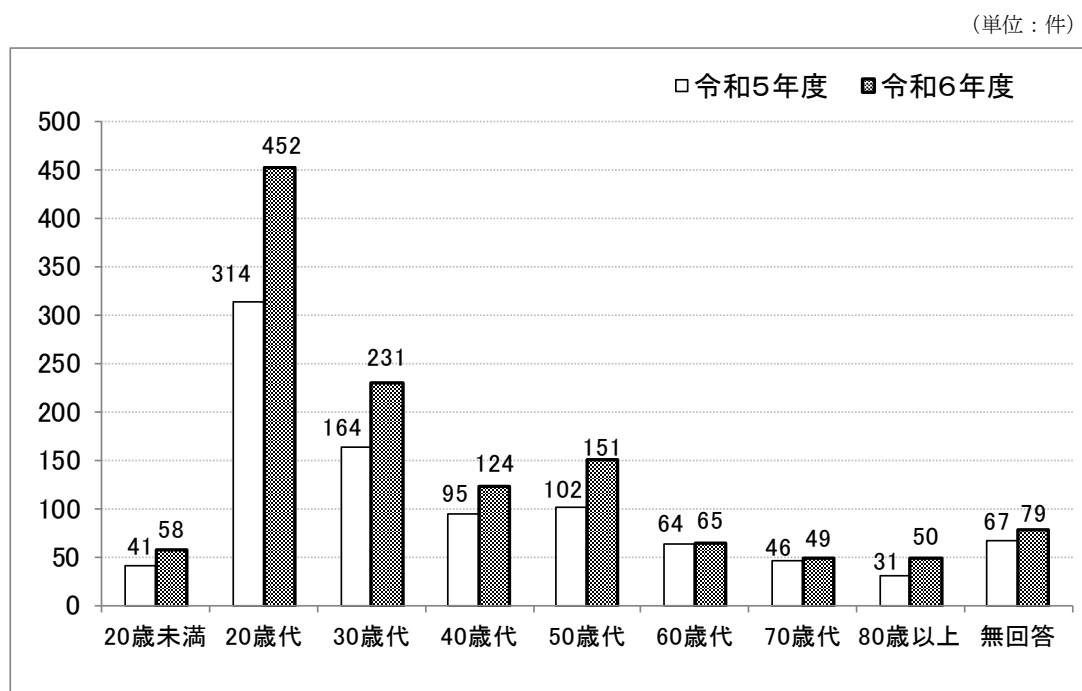


(3) 前年度と比べ増加率の高い品目の年代別件数（前年度比較）

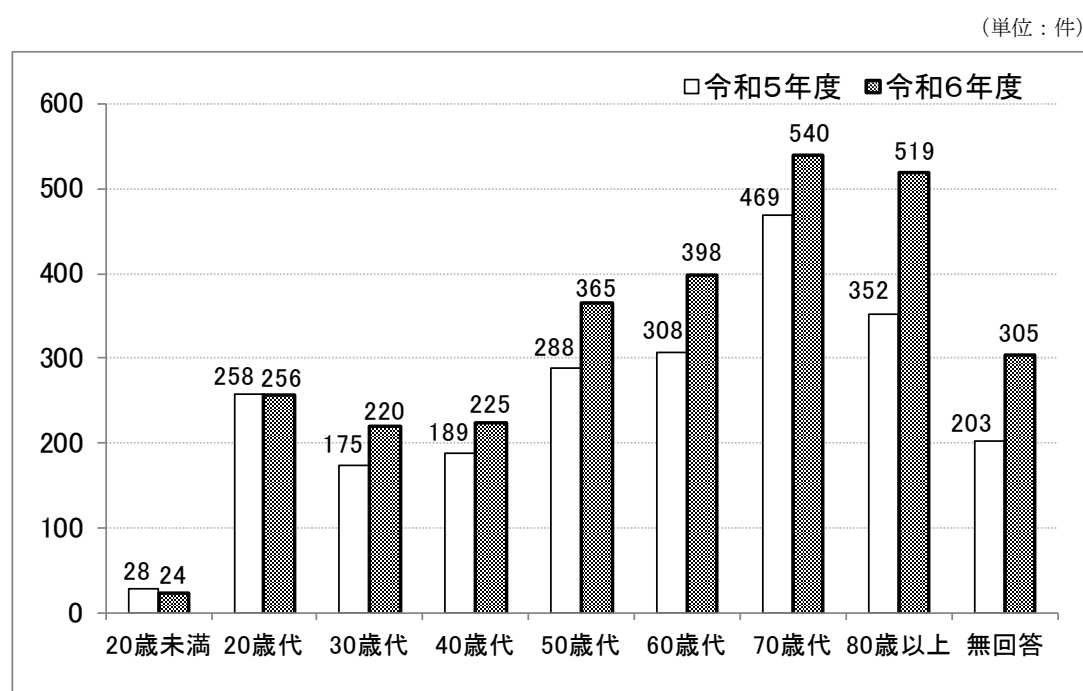
(I-図4) 前年度と比べ増加率の高い品目の年代別件数(前年度比較)

注 本項目の順位は上位15品目（P4のI-表3）における増加率の順位

増加率1位 「医療サービス」 前年度比36.3%増（7位 1,259件）



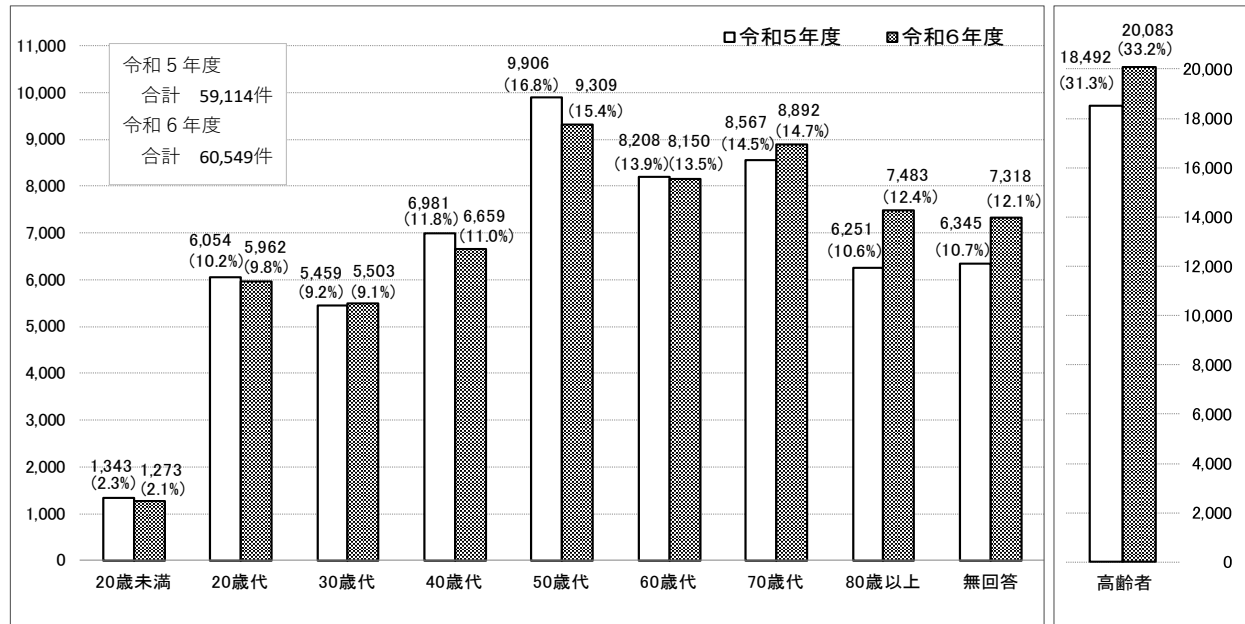
増加率2位 「役務その他サービス」 前年度比25.6%増（3位 2,852件）



3 年代別状況

(Ⅰ－図5) 苦情相談の契約当事者(※)年代別件数(前年度比較)

(単位: 件)



注 図中の()内は、構成比(全体の件数に占める各年代の割合)

※ 契約当事者: 実際取引をした者のほか、事業者から勧誘や不当な請求を受けた者を含む。

契約当事者が
65歳以上

(Ⅰ－表4) 契約当事者年代別の上位5品目

(単位: 件)

年代 順位	20歳未満 [1,273]	20歳代 [5,962]	30歳代 [5,503]	40歳代 [6,659]	50歳代 [9,309]	60歳代 [8,150]	70歳代 [8,892]	80歳以上 [7,483]	不明等 [7,318]	計 [60,549]
1位	インターネット ゲーム (241)	不動産貸借 (547)	不動産貸借 (662)	不動産貸借 (494)	商品一般 (798)	商品一般 (828)	商品一般 (1,019)	工事・建築 (803)	商品一般 (1,256)	商品一般 (5,808)
2位	化粧品 (74)	医療サービ ス (452)	商品一般 (320)	商品一般 (460)	化粧品 (499)	化粧品 (592)	工事・建築 (572)	商品一般 (774)	不動産貸借 (407)	不動産貸借 (3,023)
3位	エステティッ クサービス (68)	エステティッ クサービス (386)	医療サービ ス (231)	化粧品 (232)	健康食品 (453)	健康食品 (493)	役務その他 サービス (540)	役務・その他 サービス (519)	工事・建築 (369)	工事・建築 (2,900)
4位	健康食品 (63)	商品一般 (295)	役務その他 サービス (220)	役務・その他 サービス (225)	不動産貸借 (446)	工事・建築 (412)	化粧品 (526)	給湯システ ム (448)	役務その他 サービス (305)	役務・その他 サービス (2,852)
5位	医療サービス ／商品一般 (58)	他の内職・副 業 (284)	工事・建築 (148)	工事・建築 (209)	役務その他 サービス (365)	役務その他 サービス (398)	健康食品 (525)	健康食品 (339)	修理サービ ス／化粧品 (146)	化粧品 (2,476)

注 同順位の品目がある場合には、「／」で併記しています。

4 販売購入形態別状況

(I-表5) 販売購入形態別件数及び構成比(前年度比較)

(単位: 件)

販売購入形態	令和6年度		令和5年度		増減数 (A-B)	増減率 (A-B)/B
	件数(A)	構成比	件数(B)	構成比		
苦情相談	60,549	(100.0%)	59,114	(100.0%)	1,435	2.4%
特殊販売(店舗外販売)	33,904	56.0%	34,329	58.1%	△425	△1.2%
(特殊販売に占める割合)		(100.0%)		(100.0%)		
訪問販売	7,897	13.0%	7,399	12.5%	498	6.7%
(特殊販売に占める割合)		(23.3%)		(21.6%)		
通信販売	21,484	35.5%	22,740	38.5%	△1,256	△5.5%
(特殊販売に占める割合)		(63.4%)		(66.2%)		
マルチ・マルチまがい	225	0.4%	236	0.4%	△11	△4.7%
(特殊販売に占める割合)		(0.7%)		(0.7%)		
電話勧誘販売	3,350	5.5%	2,964	5.0%	386	13.0%
(特殊販売に占める割合)		(9.9%)		(8.6%)		
ネガティブ・オプション	148	0.2%	157	0.3%	△9	△5.7%
(特殊販売に占める割合)		(0.4%)		(0.5%)		
訪問購入	466	0.8%	557	0.9%	△91	△16.3%
(特殊販売に占める割合)		(1.4%)		(1.6%)		
その他無店舗	334	0.6%	276	0.5%	58	21.0%
(特殊販売に占める割合)		(1.0%)		(0.8%)		
店舗購入	12,040	19.9%	11,810	20.0%	230	1.9%
不明・無関係	14,605	24.1%	12,975	21.9%	1,630	12.6%

注 1 () 内は、特殊販売に占める割合

2 販売購入形態別の定義は、原則として特定商取引に関する法律(以下「特商法」という。)に定める販売購入形態に従う。販売購入形態が2種類以上にわたる場合は、PIO-NETの定義により1つに絞っている。

3 特殊販売の定義は次のとおりである。

- 訪問販売: 家庭訪問、職場訪問、販売目的を隠した誘引(キャッチセールス、アポイントメントセールス)、1日だけ開催する展示販売、SF商法(催眠商法)等
- 通信販売: 通信手段(インターネット、電話、郵便、ファックス等)を用いて契約するもの
- マルチ・マルチまがい: 消費者を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、かつ、何らかの金銭負担(特定負担)を負わせるもの
- 電話勧誘販売: 事業者が消費者に電話をかけ、または特定の方法で電話をかけさせ、その電話の勧誘により契約を締結するもの
- ネガティブ・オプション: 消費者から申込みがないのに商品を一方的に送り付け、代金を請求するもの
- 訪問購入: 購入事業者が、消費者の自宅等営業所以外の場所において、売買契約を締結して物品等を購入するもの
- その他無店舗: 特商法の露店・屋台等、2日以上以上の展示販売

(I-表6) 主な販売購入形態別「高齢者」及び「若者」の占める割合の状況

【高齢者】

(単位: 件)

主な販売購入形態(※1)	高齢者の 占める割合	高齢者(※2)	全体
訪問購入	63.9%	298	466
訪問販売	50.9%	4,023	7,897
電話勧誘販売	40.9%	1,371	3,350
ネガティブ・オプション (いわゆる送り付け商法)	36.5%	54	148
通信販売	29.5%	6,338	21,484
マルチ・マルチまがい	13.8%	31	225

【若者】

(単位: 件)

主な販売購入形態(※1)	若者の 占める割合	若者(※2)	全体
マルチ・マルチまがい	37.8%	85	225
電話勧誘販売	12.6%	422	3,350
通信販売	11.8%	2,545	21,484
訪問販売	12.3%	974	7,897
ネガティブ・オプション (いわゆる送り付け商法)	8.1%	12	148
訪問購入	2.1%	10	466

※1 「店舗購入」「その他無店舗」「不明・無回答」は除く。

※2 契約当事者が65歳以上の者

※1 「店舗購入」「その他無店舗」「不明・無回答」は除く。

※2 契約当事者が29歳以下の者

(Ⅰ－表7)「訪問販売」の苦情相談件数上位品目(前年度比較)

(単位:件)

順位	品 目 [苦情相談件数]	令和6年度 [7,897]	令和5年度 [7,399]	前年度比 106.7%
1	工事・建築	1,914	2,021	94.7%
2	修理サービス	851	1,024	83.1%
3	給湯システム	718	568	126.4%
4	役務その他サービス	708	449	157.7%
5	新聞	382	407	93.9%
6	駆除サービス	355	296	119.9%
7	電気	214	169	126.6%
8	解錠サービス	191	88	217.0%
9	電気設備	173	47	368.1%
10	建物清掃サービス	153	123	124.4%

(Ⅰ－表8)「通信販売」の苦情相談件数上位品目(前年度比較)

(単位:件)

順位	品 目 [苦情相談件数]	令和6年度 [21,484]	令和5年度 [22,740]	前年度比 94.5%
1	化粧品	2,232	3,360	66.4%
2	健康食品	2,006	1,524	131.6%
	商品一般	1,302	1,281	101.6%
3	役務その他サービス	774	762	101.6%
4	インターネットゲーム	416	579	71.8%

注 商品一般は、商品进行特定できない相談のため、順位には入れていません。

(Ⅰ－表9)「マルチ・マルチまがい」の苦情相談件数上位品目(前年度比較)

(単位:件)

順位	品 目 [苦情相談件数]	令和6年度 [225]	令和5年度 [236]	前年度比 95.3%
1	他の内職・副業	34	24	141.7%
2	健康食品	24	34	70.6%
	商品一般	24	19	126.3%
3	化粧品	16	22	72.7%
	金融コンサルティング	16	21	76.2%

注 商品一般は、商品进行特定できない相談のため、順位には入れていません。

(I ー表 10)「電話勧誘販売」の苦情相談件数上位品目(前年度比較)

(単位：件)

順位	品 目 [苦情相談件数]	令和 6 年度 [3, 350]	令和 5 年度 [2, 964]	前年度比 113. 0%
1	役務その他サービス	825	597	138. 2%
2	インターネット接続回線	352	373	94. 4%
	商品一般	334	167	200. 0%
3	他の内職・副業	175	152	115. 1%
4	魚介類	142	106	134. 0%

注 商品一般は、商品进行特定できない相談のため、順位には入れていません。

(I ー表 11)「ネガティブ・オプション」の苦情相談件数上位品目(前年度比較)

(単位：件)

順位	品 目 [苦情相談件数]	令和 6 年度 [148]	令和 5 年度 [157]	前年度比 94. 3%
	商品一般	31	29	106. 9%
1	婦人下着	12	5	240. 0%
2	化粧品	8	11	72. 7%
	健康食品	8	9	88. 9%
4	紳士・婦人用バッグ	7	5	140. 0%

注 商品一般は、商品进行特定できない相談のため、順位には入れていません。

(I ー表 12)「訪問購入」の苦情相談件数上位品目(前年度比較)

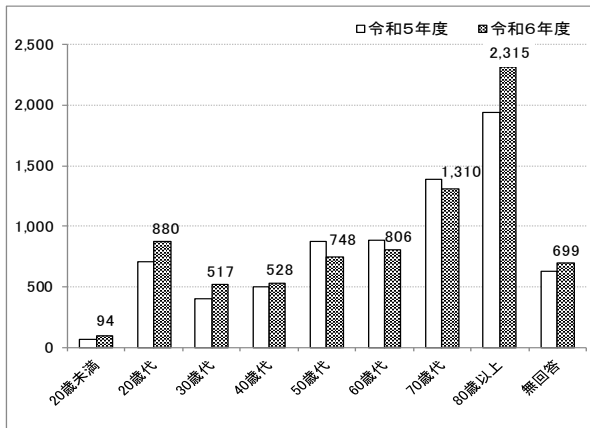
(単位：件)

順位	品 目 [苦情相談件数]	令和 6 年度 [466]	令和 5 年度 [557]	前年度比 83. 7%
	商品一般	69	97	71. 1%
1	アクセサリ	43	37	116. 2%
	指輪	43	49	87. 8%
3	ネックレス	29	60	48. 3%
4	四輪自動車	24	58	41. 4%

注 商品一般は、商品进行特定できない相談のため、順位には入れていません。

(Ⅰ－図6)「訪問販売」

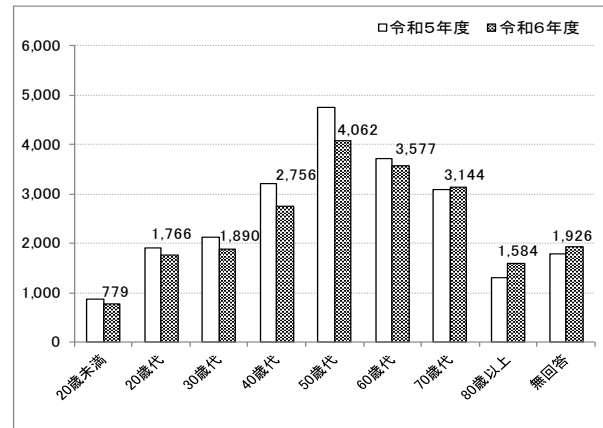
契約当事者年代別件数(前年度比較)



(単位：件)

(Ⅰ－図7)「通信販売」

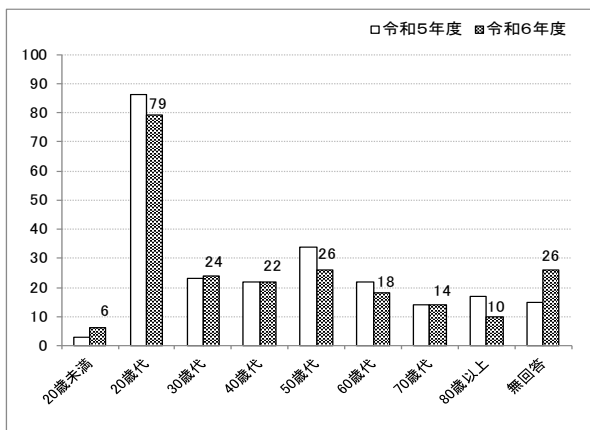
契約当事者年代別件数(前年度比較)



(単位：件)

(Ⅰ－図8)「マルチ・マルチまがい」

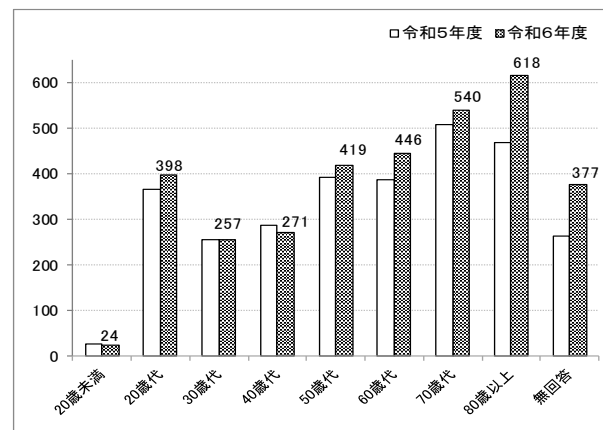
契約当事者年代別件数(前年度比較)



(単位：件)

(Ⅰ－図9)「電話勧誘販売」

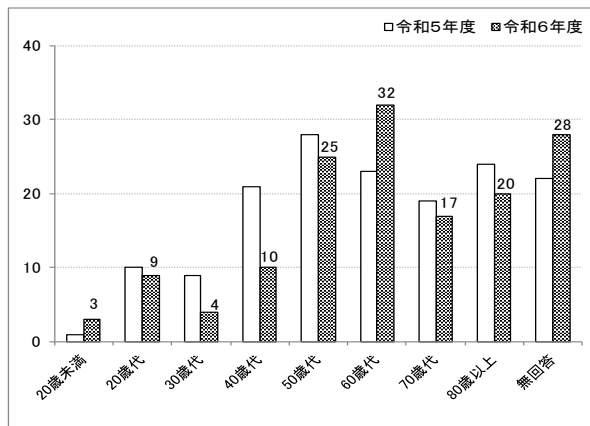
契約当事者年代別件数(前年度比較)



(単位：件)

(Ⅰ－図10)「ネガティブ・オプション」

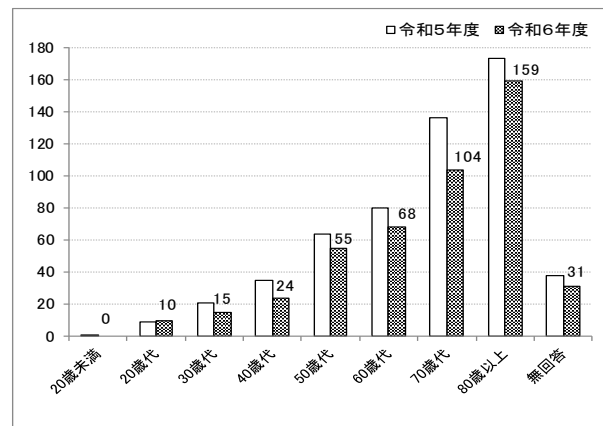
契約当事者年代別件数(前年度比較)



(単位：件)

(Ⅰ－図11)「訪問購入」

契約当事者年代別件数(前年度比較)



(単位：件)

5 販売方法・手口別状況

(I ー表 13)販売方法・手口別上位 10 位

(単位：件)

順位	販売方法・手口	令和 6年度	令和 5年度	前年度比	主な品目
1	電子商取引	17,609	18,903	93.2%	①化粧品1,983 ②健康食品1,761 ③商品一般884
2	家庭訪販	7,057	6,669	105.8%	①工事・建築1,741 ②給湯システム746 ③修理サービス724
3	SNS	5,295	5,288	100.1%	①化粧品618 ②健康食品519 ③他の内職・副業370
4	電話勧誘	5,157	4,452	115.8%	①役務その他サービス1,199 ②商品一般625 ③給湯システム434
5	点検商法	3,121	2,471	126.3%	①役務その他サービス983 ②工事・建築800 ③給湯システム714
6	身分詐称	1,929	1,250	154.3%	①商品一般810 ②役務その他サービス189 ③固定電話サービス142
7	無料商法	1,750	1,626	107.6%	①役務その他サービス407 ②給湯システム149 ③工事・建築144
8	サイドビジネス商法	1,056	1,064	99.2%	①他の内職・副業443 ②役務その他サービス165 ③ビジネス教室56
9	利殖商法	861	1,039	82.9%	①ファンド型投資商品204 ②金融コンサルティング170 ③他のデリバティブ取引113
10	ネガティブ・オプション	815	867	94.0%	①商品一般211 ②健康食品52 ③化粧品48

注 1 「販売方法・手口」は複数選択可能なため、件数の計は相談件数と一致しない。

2 「販売方法・手口」の内容については、参考3 (P31) 参照

6 危害・危険関連

(I-表 14) 危害(※)内容の品目別苦情相談件数

(単位：件)

商品・役務等 危害内容	商品一般	食料品	住居品	光熱水品	被服品	保健衛生品	教養娯楽品	車両・乗り物	土地・建物・設備	他の商品	クリーニング	レンタル・リース・賃借	工事・建築・加工	修理・補修	管理・保管	役務一般	金融・保険サービス	運輸・通信サービス	教育サービス	教養・娯楽サービス	保健・福祉サービス	他の役務	内職・副業・ねずみ講	他の行政サービス	他の相談	計	割合	令和5年度件数
骨折	4		1					1												5	8					19	2.2%	21
脱臼・捻挫	1							1				1						3		1	2	1				10	1.1%	4
切断													1								1					2	0.2%	0
擦過傷・挫傷・打撲傷	5	2	5		4	2		3				3	2					2		8	9	1				46	5.2%	52
刺傷・切傷	2	6	11			2	3	1	1											1	11	3				41	4.7%	30
頭蓋(内)損傷					1																					1	0.1%	0
内臓損傷																										0	0.0%	2
神経・脊髄の損傷	1							2				1								1	12					17	1.9%	17
筋・腱の損傷	3		1		1													1		5	4					15	1.7%	7
窒息		1																								1	0.1%	0
感覚機能の低下						1					1										10					12	1.4%	6
熱傷		2	5	1		9	3					1								1	17	2				41	4.7%	42
凍傷			1																							1	0.1%	0
皮膚障害		22	6		5	145	3	1							1					4	36	3				226	25.7%	257
感電障害																					1					1	0.1%	1
中毒		3						1				1								1		3				9	1.0%	13
呼吸器障害		2	4	1			3					5	3	1							3	5				27	3.1%	24
消化器障害		91	3			14															3	6				117	13.3%	104
その他の傷病及び諸症状	3	38	36	1	2	29	4	1	2			9	6	1						14	135	6				287	32.7%	241
不明		1				1						1								1	2					6	0.7%	19
計	19	168	73	3	13	203	16	11	3	0	1	22	12	2	1	0	0	6	0	42	254	30	0	0	0	879	100.0%	840
割合	2.2%	19.1%	8.3%	0.3%	1.5%	23.1%	1.8%	1.3%	0.3%	0.0%	0.1%	2.5%	1.4%	0.2%	0.1%	0.0%	0.0%	0.7%	0.0%	4.8%	28.9%	3.4%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	—	—
令和5年度件数	9	158	60	0	17	244	18	12	4	0	0	19	6	3	0	0	0	6	2	35	219	28	0	0	0	840	—	—

※危害：製品やサービスにより疾病やケガ等の「危害」を受けたという相談

(I ー表 15) 危険(※)内容の品目別苦情相談件数

(単位：件)

商品・役務等 危険内容	商品 一般	食料 品	住居 品	光熱 水品	被服 品	保健 衛生品	教養 娯楽品	車両・乗 り物	土地・建 物・設 備	他の 商品	クリー ニング	レン タル・リ ース・賃 借	工 事・建 築・加 工	修 理・補 修	管 理・保 管	役 務一 般	金 融・保 険サ ービス	運 輸・通 信サ ービス	教 育サ ービス	教 養・娯 楽サ ービス	保 健・福 祉サ ービス	他 の役 務	内 職・副 業・ ねずみ 講	他 の行 政サ ービス	他 の相 談	計	割 合	令和5 年度件 数	
火災			1																							1	0.5%	5	
発火・引火			7			2	4																				13	7.0%	11
発煙・火花			5	2		4	4	1	2					1				1									20	10.8%	23
過熱・こげる		1	15			2	10	1	1			1						1									32	17.2%	22
ガス爆発																											0	0.0%	0
ガス漏れ												1	1														2	1.1%	2
点火・燃焼・消火 不良																											0	0.0%	2
漏電・電波等の障 害			2																								2	1.1%	2
燃料・液漏れ等				1		1		1																			3	1.6%	6
化学物質による 危険		1	1																								2	1.1%	7
破裂						1		1																			2	1.1%	3
破損・折損		1	6	1				6	1			4	1	1													21	11.3%	19
部品脱落			3					2				1		1													7	3.8%	9
機能故障								12						2													14	7.5%	13
転落・転倒・不安 定			3					1																			4	2.2%	3
バリ・鋭利			1																								1	0.5%	0
操作・使用性の 欠落		1	1			2	1	1																			6	3.2%	6
腐敗・変質		1																				1					2	1.1%	4
異物の混入		29																		1		1					31	16.7%	27
異物の侵入																											0	0.0%	1
その他		2	2	3	1			2	2			1	1							1	4	4					23	12.4%	12
不明																											0	0.0%	0
計	0	36	47	7	1	12	19	28	6	0	0	8	3	5	0	0	0	2	0	2	4	6	0	0	0	186	100.0%	177	
割合	0.0%	19.4%	25.3%	3.8%	0.5%	6.5%	10.2%	15.1%	3.2%	0.0%	0.0%	4.3%	1.6%	2.7%	0.0%	0.0%	0.0%	1.1%	0.0%	1.1%	2.2%	3.2%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	—	—	
令和5年度件数	0	35	50	3	2	8	18	27	7	1	0	11	3	3	0	0	0	3	0	0	1	5	0	0	0	177	—	—	

※危険：危害に至るおそれがある相談

7 契約購入金額(※1)・既支払額(※2)

※1 契約購入金額：苦情相談に係る取引の契約金額、購入金額または事業者から請求を受けている金額

※2 既支払額：苦情相談に係る取引で既に支払っている金額

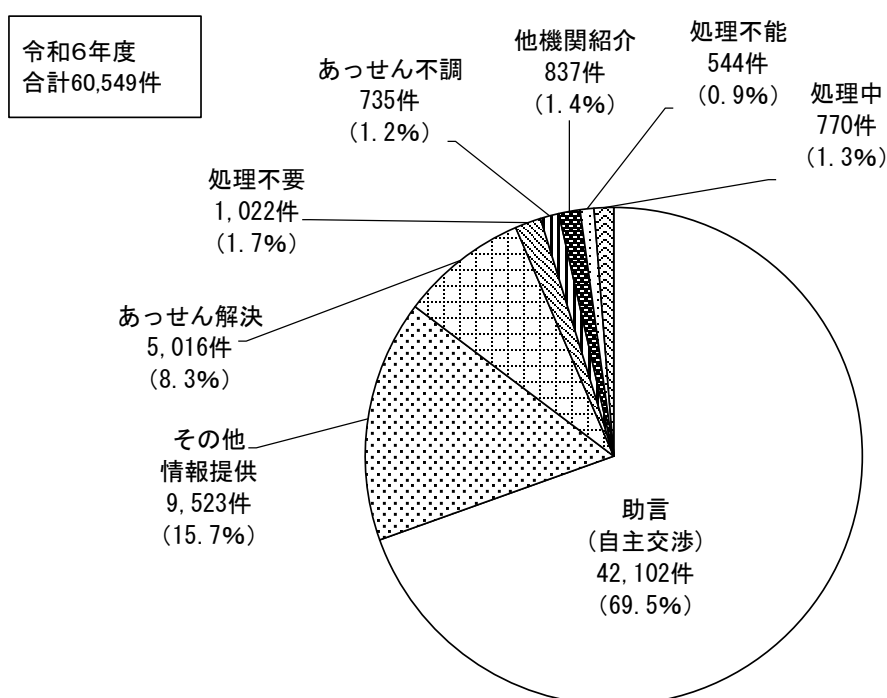
(I-表 16) 苦情相談の契約購入金額・既支払額

区分	年度	1万円未満	1万円以上 10万円未満	10万円以上 100万円未満	100万円以上 1000万円未満	1,000万円以上	計(判明分)(※)	合計金額 (千円)	平均金額 (千円)
契約購入金額	令和 6年度	9,053 件	12,340 件	10,307 件	3,543 件	646 件	35,889 件	33,639,808	937
		(25.2%)	(34.4%)	(28.7%)	(9.9%)	(1.8%)	(100.0%)		
	令和 5年度	8,899 件	13,036 件	10,207 件	3,567 件	709 件	36,418 件	35,063,871	963
		(24.4%)	(35.8%)	(28.0%)	(9.8%)	(1.9%)	(100.0%)		
	前年度比	(101.7%)	(94.7%)	(101.0%)	(99.3%)	(91.1%)	(98.5%)	(95.9%)	(97.3%)
既支払額	令和 6年度	4,728 件	5,609 件	4,426 件	1,728 件	314 件	16,805 件	14,811,932	881
		(28.1%)	(33.4%)	(26.3%)	(10.3%)	(1.9%)	(100.0%)		
	令和 5年度	5,078 件	5,921 件	4,701 件	1,709 件	362 件	17,771 件	16,421,511	924
		(28.6%)	(33.3%)	(26.5%)	(9.6%)	(2.0%)	(100.0%)		
	前年度比	(93.1%)	(94.7%)	(94.2%)	(101.1%)	(86.7%)	(94.6%)	(90.2%)	(95.3%)

※ 各年度苦情相談のうち、契約購入金額、既支払額が判明しているものについて分析した。

8 処理状況

(I-図 12) 苦情相談処理結果状況(令和7年3月31日現在)



Ⅱ 高齢者（契約当事者が65歳以上）の苦情相談

1 相談状況

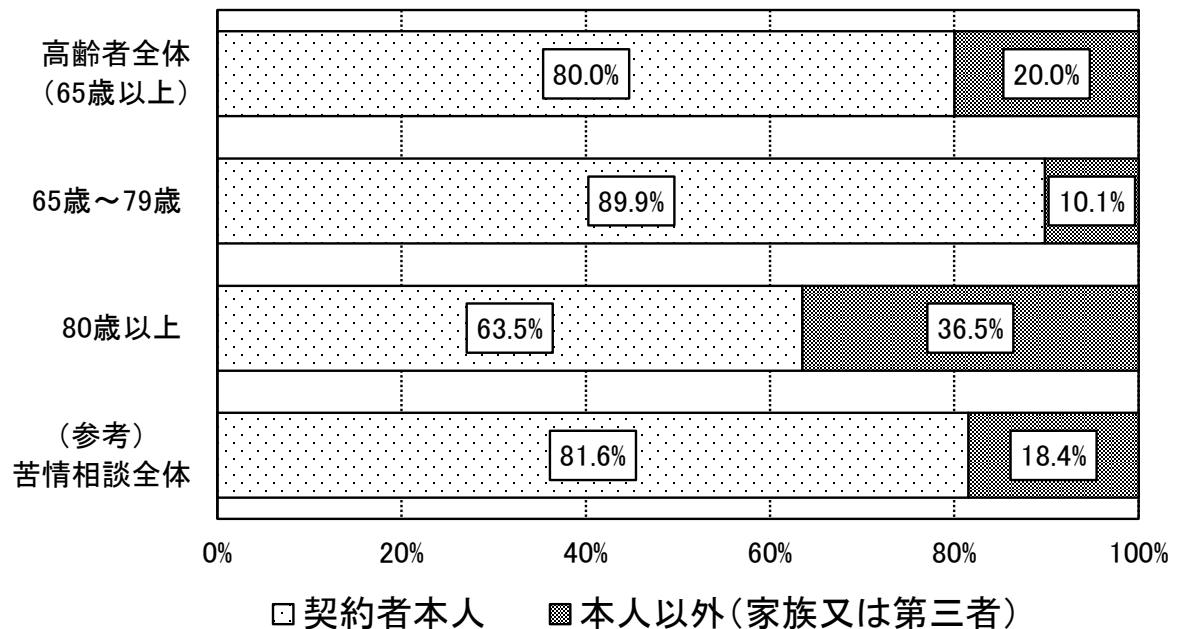
（Ⅱ－表1）「高齢者」の苦情相談件数推移

（単位：件）

区 分	令和6年度	令和5年度	前年度比
高齢者の苦情相談件数(A)	20,083 (100.0%)	18,492 (100.0%)	108.6%
65歳～79歳 (構成比)	12,600 (62.7%)	12,241 (66.2%)	102.9%
80歳以上 (構成比)	7,483 (37.3%)	6,251 (33.8%)	119.7%
苦情相談件数(B)	60,549	59,114	102.4%
苦情相談件数に占める 高齢者の相談の割合(A)/(B)	33.2%	31.3%	

2 相談者属性別状況

（Ⅱ－図1）「高齢者」の相談者属性（不明・無回答は除く）



3 品目別状況

(Ⅱ－表2)「高齢者」の苦情相談件数の多い上位 10 品目(前年度比較)

(単位:件)

順位	品目 苦情相談件数[計]	令和6年度 [20,083]	令和5年度 [18,492]	前年度比 108.6%	品目の説明
	商品一般	2,167	1,613	134.3%	商品を特定できない相談
1	工事・建築	1,568	1,605	97.7%	屋根や衛生設備工事等に関する相談
2	役務その他サービス	1,251	983	127.3%	給湯器等の点検、有料質問サイト、パソコンのウイルス除去サポート契約等に関する相談
3	健康食品	1,092	749	145.8%	
4	化粧品	1,062	1,435	74.0%	
5	給湯システム	706	596	118.5%	給湯器の購入や契約に関する相談
6	修理サービス	510	580	87.9%	屋根、トイレ、エアコン、スマートフォン等の修理に関する相談
7	携帯電話サービス	440	465	94.6%	
8	インターネット接続回線	372	344	108.1%	光回線等に関する相談
9	新聞	314	329	95.4%	

注 商品一般は、商品を特定できない相談のため、順位には入れていません。

(Ⅱ－表3)「高齢者」年代別の苦情相談件数の多い上位 10 品目

(単位:件)

順位	65歳～79歳 苦情相談件数[12,600]	件数	順位	80歳以上 苦情相談件数[7,483]	件数
	商品一般	1,393	1	工事・建築	803
1	化粧品	807		商品一般	774
2	工事・建築	765	2	役務その他サービス	519
3	健康食品	753	3	給湯システム	448
4	役務その他サービス	732	4	健康食品	339
5	携帯電話サービス	272	5	化粧品	255
6	修理サービス	263	6	修理サービス	247
7	給湯システム	258	7	新聞	188
8	不動産賃借	252	8	携帯電話サービス	168
9	インターネット接続回線	251	9	インターネット接続回線	121

注 商品一般は、商品を特定できない相談のため、順位には入れていません。

(Ⅱ－表4)「高齢者」が占める割合が高い上位 10 品目

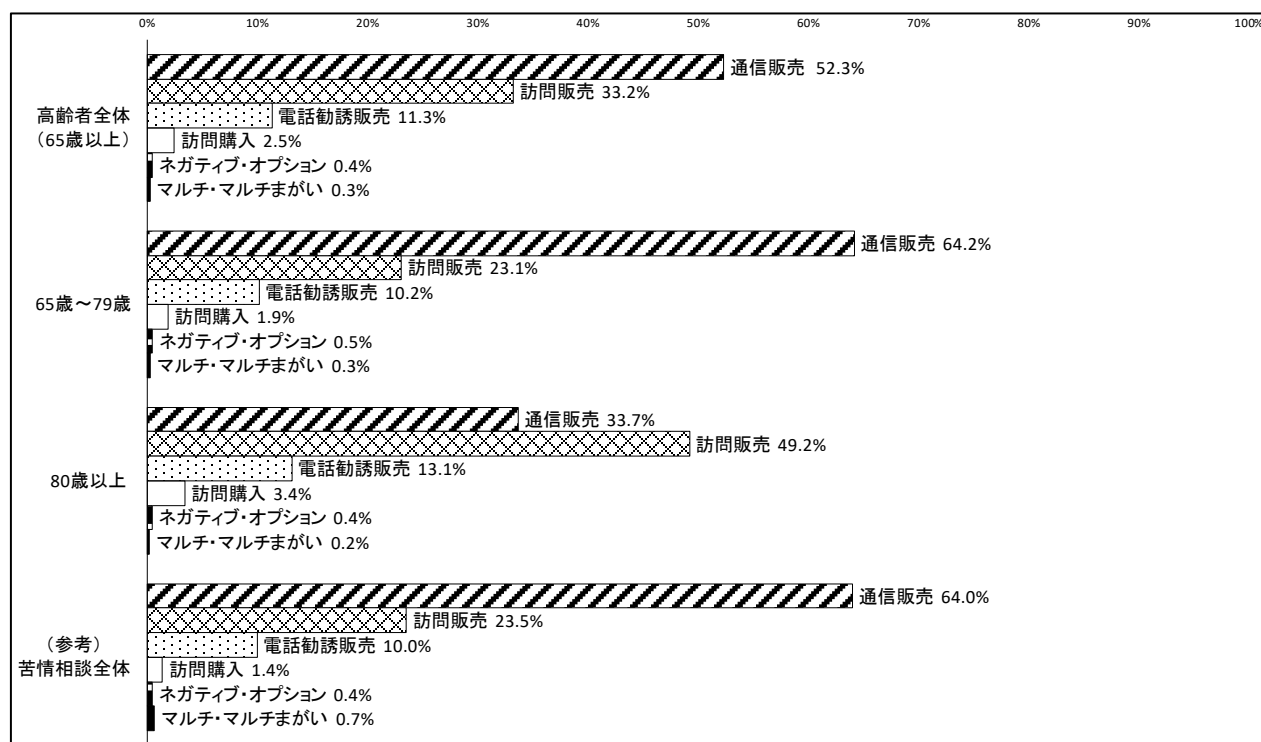
(単位：件)

順位	品目	高齢者の占める割合	高齢者	全体	主な相談内容
1	建物清掃サービス	73.0%	135	185	高齢の親が訪問してきた事業者と排水管清掃の契約をしてしまった。解約したい。
2	給湯システム	71.5%	706	987	「点検をする」と電話があり、ガス事業者の定期点検かと思い見てもらうと「給湯器の交換が必要」と言われ契約したが、後日無関係の事業者だと分かった。
3	新聞	66.2%	314	474	高齢の親が訪問してきた事業者と新聞の長期契約をしてしまった。解約したい。
4	電気設備	66.1%	146	221	「ブレーカーの点検をする」と電話があり、来訪した事業者から分電盤の交換工事を勧められ契約をしてしまった。高額なので解約したい。
5	固定電話サービス	63.9%	266	416	自宅に大手電話関連会社を名乗って「〇時間後にこの電話は使えなくなる」といった自動音声による電話があった。詐欺だろうか。
6	工事・建築	54.1%	1,568	2,900	点検すると訪問してきた事業者に屋根工事を勧められ、契約してしまった。解約したい。
7	役務その他サービス	43.9%	1,251	2,852	有料の質問サイトを1回のつもりで利用したら、継続会員になっていた。解約したい。
8	電気空調・冷房機器	41.2%	184	447	購入したエアコンに不具合が生じたが、購入先の事業者に対応してもらえず、納得がいかない。
9	音響・映像機器	39.8%	119	299	DVDプレーヤーを購入したが、不具合が生じている。新品と交換して欲しい。
10	携帯電話サービス	39.7%	440	1,108	家電量販店で、スマートフォンの料金が安くなると説明され他社に乗り換えしたが、実際には高額だった。解約したい。

注 件数の上位 25 品目のうち、高齢者が占める割合が高い上位 10 品目を掲載

4 販売購入形態別状況

(Ⅱ－図2)「高齢者」の主な販売購入形態別割合(不明・無関係は除く)



5 販売方法・手口別状況

(Ⅱ－表5)「高齢者」の苦情相談 販売方法・手口別上位 10 位(前年度比較)

(単位:件)

順位	販売方法・手口	令和 6年度	令和 5年度	前年度比	主な品目と件数
1	電子商取引	4,612	4,323	106.7%	①化粧品766、②健康食品746、③役務その他サービス203
2	家庭訪販	3,907	3,659	106.8%	①工事・建築1,162、②給湯システム562、③役務その他サービス409
3	電話勧誘	2,551	2,019	126.3%	①役務その他サービス630、②商品一般363、③給湯システム308
4	点検商法	2,240	1,709	131.1%	①役務その他サービス657、②工事・建築604、③給湯システム528
5	SNS	1,033	825	125.2%	①化粧品184、②健康食品144、③ファンド型投資商品43
6	身分詐称	970	622	155.9%	①商品一般391、②役務その他サービス119、③固定電話サービス95
7	無料商法	759	655	115.9%	①役務その他サービス244、②工事・建築110、③給湯システム107
8	テレビショッピング	474	491	96.5%	①化粧品93、②健康食品80、③健康器具24
9	架空請求	325	311	104.5%	①商品一般169、②携帯電話サービス34、③役務一般21
10	次々販売	300	295	101.7%	①工事・建築136、②給湯システム18、③修理サービス14

注 1 「販売方法・手口」は複数選択可能なため、件数の計は相談件数と一致しない。

2 「販売方法・手口」の内容については、参考3(P31)参照

6 契約購入金額・既支払額

(Ⅱ－表6)平均契約購入金額・平均既支払額の推移(「高齢者」と「高齢者以外」の比較)

(単位:千円)

区分	区 分	令和 6 年度	令和 5 年度
平均 契約購入金額	高 齢 者	837	993
	高齢者以外	983	951
平均 既支払額	高 齢 者	1,117	1,373
	高齢者以外	788	759

Ⅲ 若者（契約当事者が29歳以下）の苦情相談

1 相談状況

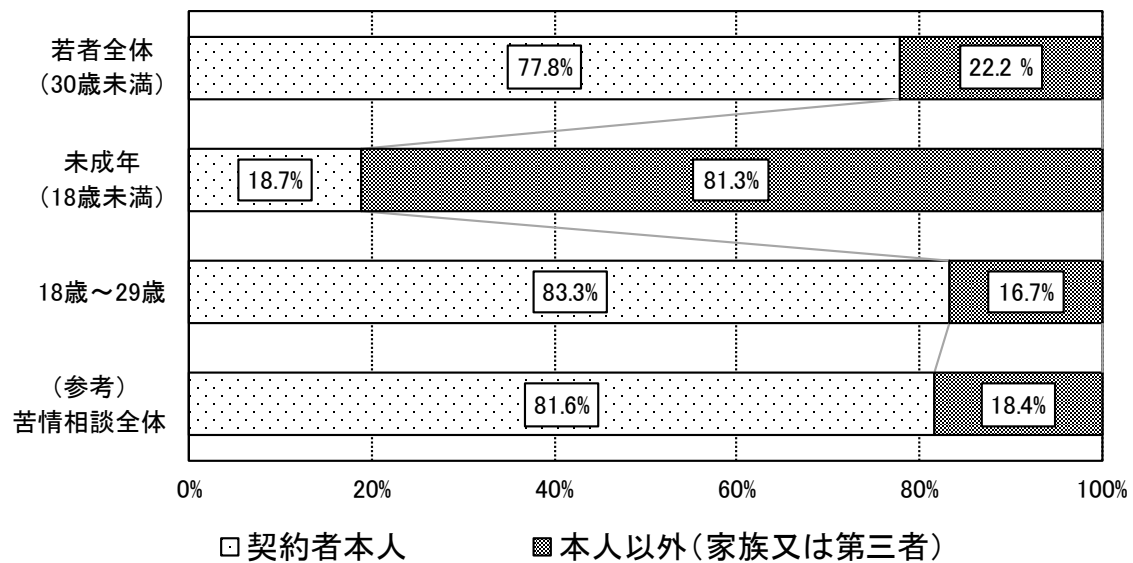
（Ⅲ－表1）「若者」の苦情相談件数推移

（単位：件）

区 分	令和6年度	令和5年度	前年度比
若者の苦情相談件数(A)	7,235	7,397	97.8%
	(100.0%)	(100.0%)	
未成年(18歳未満)	616	700	88.0%
(構成比)	(8.5%)	(9.5%)	
18歳～29歳	6,619	6,697	98.8%
(構成比)	(91.5%)	(90.5%)	
苦情相談件数(B)	60,549	59,114	102.4%
苦情相談件数に占める 若者の相談の割合(A)/(B)	11.9%	12.5%	

2 相談者属性別状況

（Ⅲ－図1）「若者」の相談者属性（不明・無回答は除く）



3 品目別状況

(Ⅲ－表2)「若者」の苦情相談件数の多い上位 10 品目(前年度比較)

(単位:件)

順位	品 目 苦情相談件数[計]	令和6年度 [7,235]	令和5年度 [7,397]	前年度比 97.8%	品目の説明
1	不動産貸借	562	508	110.6%	
2	医療サービス	510	355	143.7%	医師が行う医療サービス(医療脱毛、美容整形等の美容医療を含む)に関する相談
3	エステティックサービス	454	854	53.2%	痩身エステ、脱毛エステ等に関する相談
	商品一般	353	289	122.1%	商品を特定できない相談
4	他の内職・副業	310	272	114.0%	アフィリエイト(※)等に関する相談
5	役務その他サービス	280	286	97.9%	副業サポート契約やロードサービス等に関する相談
6	インターネットゲーム	278	364	76.4%	
7	修理サービス	159	130	122.3%	トイレ、車、バイク等の修理に関する相談
8	電気	153	135	113.3%	電気の契約等に関する相談
9	化粧品	143	182	78.6%	

※ アフィリエイト： 事業者や個人が作成したホームページやブログ等で商品・役務等の宣伝を書き、あるいは広告主（企業等）の広告を掲載することで商品等の売上に繋がった場合等に、売上の一部を報酬として得るビジネスの形態

注 商品一般は、商品を特定できない相談のため、順位には入れていません。

(Ⅲ－表3)「若者」年代別の苦情相談件数の多い上位 10 品目

(単位:件)

順位	未成年(18歳未満) 苦情相談件数[616]	件数	順位	18歳～29歳 苦情相談件数[6,619]	件数
1	インターネットゲーム	234	1	不動産貸借	562
2	化粧品	50	2	医療サービス	501
3	健康食品	40	3	エステティックサービス	446
	商品一般	26		商品一般	327
4	アダルト情報	21	4	他の内職・副業	309
5	他の娯楽等情報配信サービス	18	5	役務その他サービス	274
6	コンサート	10	6	修理サービス	159
7	他の玩具・遊具	9	7	電気	153
	医療サービス	9	8	駆除サービス	129
9	教養・娯楽サービスその他	8	9	インターネット接続回線	102

注 商品一般は、商品を特定できない相談のため、順位には入れていません。

(Ⅲ－表4)「若者」が占める割合が高い上位 10 品目

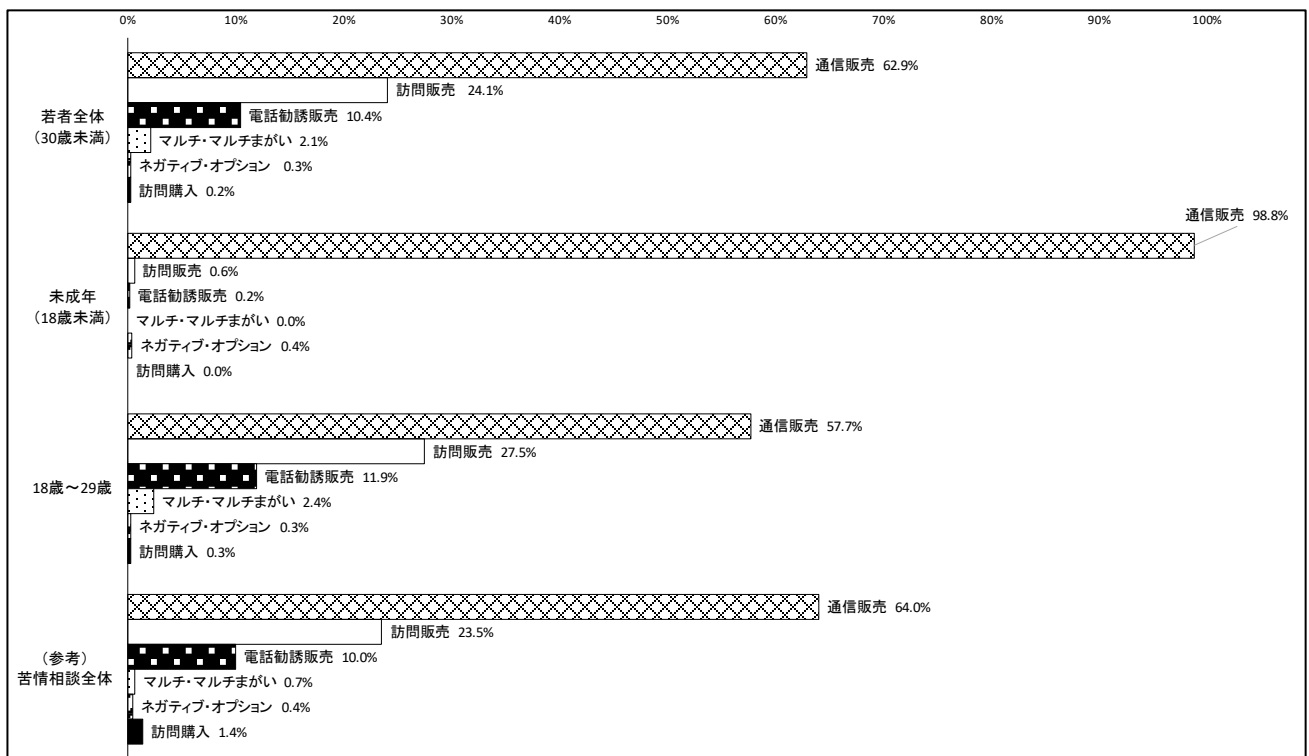
(単位：件)

順位	品目	若者の 占める割合	若者	全体	主な相談内容
1	インターネットゲーム	63.9%	278	435	知らないうちに未成年の子どもがオンラインゲームで高額な課金をしていた。請求を取り消してもらいたい。
2	エステティックサービス	59.3%	454	766	お試し価格の広告を見て行ったエステ店で勧められて高額なエステ契約をしてしまった。解約したい。
3	解錠サービス	47.2%	100	212	スマートフォンで鍵の解錠サービス業者を検索し依頼したら、ホームページに表示された金額よりも高額な請求をされた。解約したい。
4	他の内職・副業	46.5%	310	667	SNSで知り合った人から稼げる副業があると紹介され、高額な登録料を支払ったが、もうかる仕組みが分からないので解約したい。
5	医療サービス	40.5%	510	1,259	通っていた脱毛クリニックが倒産して連絡がとれない。未施術分を返金してほしい。
6	コンサート	38.5%	72	187	SNSで知り合った人からチケットを購入するため、電子マネーで代金を支払ったが、受け取る前に相手と連絡が取れなくなった。返金してほしい。
7	金融コンサルティング	32.5%	99	305	SNSで知り合った人から投資を勧められて契約したが、もうからないので解約したい。
8	ビジネス教室	30.8%	68	221	SNSの広告で見つけたビジネス講座の契約をしたが、高額なので解約したい。
9	駆除サービス	30.7%	130	423	ゴキブリを見つけて、ネットで安価な広告表示をしていた事業者に駆除を依頼したが、高額な請求をされ納得できない。
10	異性交際関連サービス	26.5%	95	359	SNSで知り合った女性に、出会い系サイトに誘導され高額な費用を支払ったが、会うことができない。返金してほしい。

注 件数の上位 25 品目のうち、若者が占める割合が高い上位 10 品目を掲載

4 販売購入形態別状況

(Ⅲ－図2)「若者」の主な販売購入形態別割合(不明・無関係は除く)



5 販売方法・手口別状況

(Ⅲ－表5)「若者」の苦情相談 販売方法・手口別上位 10 位(前年度比較)

(単位:件)

順位	販売方法・手口	令和 6年度	令和 5年度	前年度比	主な品目と件数
1	電子商取引	2,216	2,452	90.4%	①インターネットゲーム249、②化粧品125、③健康食品96
2	SNS	1,123	1,150	97.7%	①他の内職・副業173、②役務その他サービス92、③化粧品61
3	家庭訪販	718	537	133.7%	①駆除サービス117、②電気109、③修理サービス95
4	電話勧誘	497	470	105.7%	①役務その他サービス102、②他の内職・副業95、③インターネット接続回線35
5	サイドビジネス商法	456	474	96.2%	①他の内職・副業216、②役務その他サービス76、③金融コンサルティング24
6	クレ・サラ強要商法	316	255	123.9%	①他の内職・副業110、②役務その他サービス61、③金融コンサルティング34
7	無料商法	229	183	125.1%	①エステティックサービス52、②医療サービス23、③役務その他サービス16
8	アポイントメントセールス	145	131	110.7%	①他の内職・副業28、②ギャンブル情報20、③役務その他サービス19
9	利殖商法	144	185	77.8%	①金融コンサルティング50、②ファンド型投資商品16、③他のデリバティブ取引12
10	販売目的隠匿	87	79	110.1%	①電気11、②中古分譲マンション9、③他の内職・副業7

注 1 「販売方法・手口」は複数選択可能なため、件数の計は相談件数と一致しない。

2 「販売方法・手口」の内容については、参考3 (P31) 参照

6 契約購入金額・既支払額

(Ⅲ－表6)平均契約購入金額・平均既支払額の推移(「若者」と「若者以外」の比較)

(単位:千円)

区分	区 分	令和6年度	令和5年度
平均 契約購入金額	若者	727	726
	若者以外	974	1,006
平均 既支払額	若者	500	356
	若者以外	956	1,038

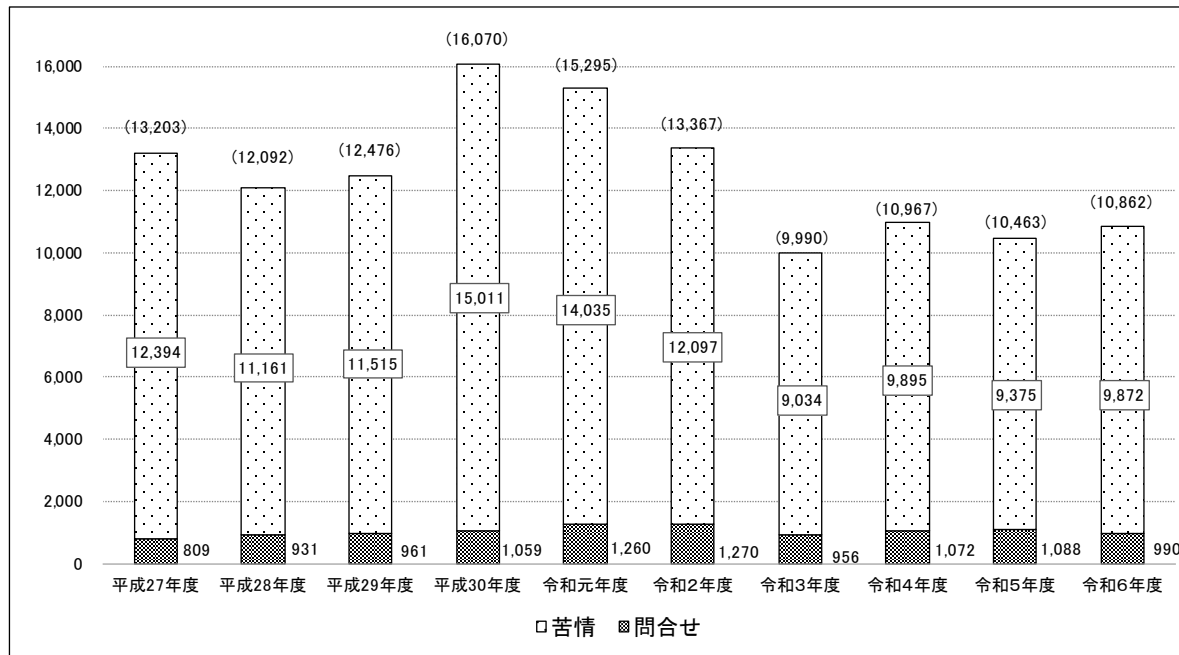
IV かながわ中央消費生活センター（県センター）における消費生活相談等の状況

1 概況

（IV－図1）かながわ中央消費生活センターの相談件数推移

（単位：件）

（ ）は合計



2 メール相談（※）

※ このデータは、PIO-NET の登録データではなく、かながわ中央消費生活センターで取り扱ったメールの件数データによる。

（IV－表1）メール相談件数の推移

年度	令和6年度	令和5年度
件数	426	643

（IV－表2～5）相談者の状況

（表2 居住地別件数）

市町村名	件数	市町村名	件数
横浜市	154	綾瀬市	6
川崎市	37	葉山町	5
相模原市	28	寒川町	4
横須賀市	11	大磯町	2
平塚市	7	二宮町	1
鎌倉市	11	中井町	0
藤沢市	16	大井町	0
小田原市	7	松田町	0
茅ヶ崎市	12	山北町	0
逗子市	1	開成町	0
三浦市	3	箱根町	0
秦野市	11	真鶴町	1
厚木市	13	湯河原町	1
大和市	16	愛川町	3
伊勢原市	3	清川村	0
海老名市	4	その他	7
座間市	6	不明	52
南足柄市	4	計	426

（表3 職業別件数）

職業	件数
給与生活者	258
自営業	43
家事	21
学生	21
無職	46
その他	3
不明	34
計	426

（表4 性別件数）

性別	件数
男性	219
女性	167
不明	40
計	426

（表5 年代別件数）

年代	件数
20歳未満	6
20歳代	88
30歳代	64
40歳代	81
50歳代	89
60歳代	41
70歳代	15
80歳以上	0
不明	42
計	426

主な相談事例

○ 給湯器の点検商法

(契約当事者) 80 歳代

(相談内容) 「点検時期なので給湯器の点検に伺う」と事業者から電話があり、契約しているガス会社だと思い、来訪を了承した。後日、事業者が来訪し、点検後に「設置から 10 年以上経っているので交換したほうが良い」と言われ数十万円で交換工事の契約をした。後日、契約しているガス会社に確認をしたところ、別の事業者であることがわかった。まだ、工事前でお金は支払っていないが、高額なので解約したい。

- (消費生活センターの対応)
- 点検を口実に来訪し高額な契約を結ばせる「点検商法」という悪質商法があることを情報提供した。
 - クーリング・オフの期間を経過していても、書面不備等がある場合はクーリング・オフが可能な場合もあることを伝え、通知の出し方を案内した。
 - 契約書類やクーリング・オフ通知書等の関係書類は 5 年間は保管するよう相談者に伝えた。
 - 後日、相談者から「クーリング・オフができた」と報告があった。

○ 分電盤の点検商法

(契約当事者) 80 歳代

(相談内容) 「分電盤の点検をしている」と事業者が突然自宅を訪問してきた。大手電力会社だと勘違いし、点検を承諾した。点検後、「この分電盤は古いので漏電する可能性がある。危険なので交換した方が良い」と言われ、分電盤交換工事の契約をした。事業者が帰宅後、高額すぎると思い、別の事業者に見積りを依頼すると、契約した金額よりかなり安く交換できることがわかった。契約した事業者に、「クーリング・オフして契約をキャンセルしたい」と申し出ると、電話を切られてしまった。明日、工事予定日となっているが、クーリング・オフができていないか心配だ。

- (消費生活センターの対応)
- 自身で再度事業者電話して、クーリング・オフの申し出は了承されているかを問い合わせるよう助言した。
 - 明日、事業者が訪ねてきた場合は、対面での対応はせず、インターホン越しに点検を断るよう助言した。
 - 電話や訪問で点検を持ち掛ける事業者には安易に点検させないように助言した。
 - 後日、相談者から「事業者に問い合わせたら、クーリング・オフに応じたとの回答があった。工事予定日の当日、事業者は来なかった」と報告があった。

○ 健康食品

(契約当事者)	70 歳代
(相談内容)	インターネット広告を見て、健康食品をお試し価格で購入した。1 回限りのお試しで購入したと思ったが、数週間後に 2 回目の商品と請求書が届いた。販売会社に、届いた商品を返品したい旨を問い合わせると「定期購入になっている。2 回目の商品は発送しているので返品はできない」と言われた。定期購入をするつもりはなかったので、届いた 2 回目の商品を返品して、初回で解約したい。
(消費生活センターの対応)	○ 通信販売にクーリング・オフ制度はないが、最終確認画面に定期購入等の契約条件が書かれていない場合は、契約の取り消しを主張出来る可能性があるため、販売会社に架電して定期購入について記載されていたか確認してみるよう助言した。 ○ 購入する際は、販売サイトの表示や最終確認画面をよく確認し、契約条件に関する記載は、スクリーンショットを保存しておくよう助言した。 ○ 後日、相談者から「事業者から最終確認画面に定期購入と記載していたと聞いて、2 回目の代金を支払い、3 回目以降の解約手続きを行った」と報告があった。

○ 訪問購入

(契約当事者)	70 歳代
(相談内容)	「何でも買い取るので、不用品はないか」と事業者が突然自宅を訪問してきた。話を聞いていたら「貴金属を高く買い取る」と言われ、興味が出てきたので自宅にある貴金属を見せた。まとめて買い取ってもらったが、よく考えると高価なものも含まれていたもので、査定金額が適正でないのではないかと売却を後悔した。クーリング・オフしたい。
(消費生活センターの対応)	○ 当該契約には、クーリング・オフ制度の適用があると伝え、配達記録が残る方法でクーリング・オフを通知するよう助言した。 ○ 事業者は 8 日間の商品保管義務があるが、買い取られた品物が処分されたり転売されてしまうことがないように、すぐに事業者で電話で、クーリング・オフの意思表示をするよう助言した。 ○ 訪問購入の飛び込み勧誘の禁止についても説明し、今後はこのような事業者が来訪しても絶対に応じないよう助言した。 ○ その後、クーリング・オフができ、返却されたことを確認した。

○ 身分詐称

(契約当事者)	70 歳代
(相談内容)	自宅に「2 時間後にこの電話が使用ができなくなる」と大手通信会社を名乗る音声ガイダンスによる電話がかかってきた。「使用停止の解除を希望する場合は 1 番を押すように」と案内されたので、1 番を押した。すると、オペレーターにつながり、本人確認のため、名前、住所、生年月日、年齢を尋ねられたので教えてしまった。その後、調べるので待つように言われたが、しばらくすると電話が切れた。よく考えると詐欺の電話だったのかもしれない。今後の対応を知りたい。
(消費生活センターの対応)	○ 伝えてしまった個人情報を取り戻すことはできないため、不審な郵便物や電話などに注意すること、また、今後は知らない番号からの電話には、個人情報を絶対に伝えないように注意することを助言した。 ○ 自宅の固定電話は、常に留守番電話に設定した上で、知らない番号からの着信があっても応答しないよう助言した。

○ 医療脱毛

(契約当事者)	20 歳代
(相談内容)	脱毛クリニックで全身医療脱毛 10 回のコースの契約を締結し、代金約 30 万円をクレジットカードの分割払いで支払った。ところが、当該事業者が倒産したことをニュースで知った。事業者からの連絡もなく、まだ 5 回分の施術が残っており、ローンも支払っている最中である。どうしたらよいか。
(消費生活センターの対応)	○ クリニックの倒産情報については、随時クリニックのホームページをチェックをするよう伝えた。 ○ 未施術分の代金について、債務不履行を理由として、支払い停止の抗弁をローン会社に求めることができる可能性があるため、カード会社に連絡をするよう助言した。 ○ 事業者が倒産して破産手続が開始されると、事業者の財産は破産管財人（弁護士）の管理下に置かれることになり、返金等について事業者と直接交渉することができなくなる。その場合は、破産管財人からの連絡を待つことになることと情報提供した。 ○ 後日、相談者から「カード会社に電話がつながり、クリニックの倒産について状況を話すと、来月から引き落としを止めてもらえることとなった」と報告があった。

○ マルチ・まがい

(契約当事者)	10 歳代
(相談内容)	SNS で知り合った異性から、喫茶店で資産運用セミナーに勧誘され、受講料として約 30 万円を支払った。支払いについては、消費者金融でお金を借りるよう言われ、全額を借りて支払ったが、よく考えると当該契約の信用性が心配になった。契約を解除したい。
(消費生活センターの対応)	○ 事業者の店舗以外の場所で契約を行う店舗外契約やマルチ商法について、同様のトラブルがあることを情報提供した。 ○ 相談者にクーリング・オフの通知方法を伝えた。 ○ 後日、相談者から「支払った額については、全額指定口座に返金された」と報告があった。

○ 家庭訪販

(契約当事者)	20 歳代
(相談内容)	「電気・ガス料金の説明にきた」と事業者が突然自宅を訪問してきた。話だけ聞いてみようと思い、玄関先で話をすることにした。「現在の契約より安くなる」と言われ、料金表を見せられながら説明を受けたが、よくわからなかった。すると、「検針票を見せてほしい」と言われたので、断り切れずに見せてしまった。不審に感じたので、契約は断った。インターネットで当該事業者について検索したら、検針票を見せただけで勝手に契約変更されてしまったという、いくつかの書き込みを見つけた。どうしたらよいか。
(消費生活センターの対応)	○ 検針票を見せただけで契約変更されてしまった事例について情報提供した。 ○ 電気小売事業者に電話で状況を確認するよう助言した。また、万が一、契約変更されていた場合は、「勧誘員の求めに応じて検針票を見せたただけだ」と伝え、当該事業者と契約する意思はないので、契約変更は不成立だと主張するよう助言した。

○ 暮らしのレスキューサービス

(契約当事者) 20 歳代

(相談内容) 部屋でゴキブリを見つけ、ネットで「害虫駆除1,000円～」と記載がある事業者に対応を依頼した。数十分後に事業者が来訪し、ゴキブリを駆除したが、「他にも居そうなところを見たところ、卵があったので駆除した。薬による対策も必要だ」等と言われ、見積りを見せられると、処理代と薬剤代等を含め数十万円となっていた。その後すぐに作業が終了し、支払方法を選ぶように言われ、その場で代金を支払ってしまった。高額で納得ができないが、解約可能か。

(消費生活センターの対応) ○ サイトでは安価な価格で表示されているが、実際には高額な請求をされるトラブルについて情報提供した。
○ インターネット広告で確認した表示額と、実際に提示された請求額に相当な開きがある場合、クーリング・オフを主張できることがあると説明した。また、相談者にクーリング・オフの通知方法を説明した。
○ その後、相談者が事業者と交渉し、基本料金と死骸処理代を除いた料金の返金を確認された。

危害・危険の相談事例

○ 針治療（皮膚障害）【危険】

(契約当事者) 80 歳代

(相談内容) 鍼灸院で針治療を受けている。5回の回数券を約3万円で購入し使い終わった。また続けて購入するように言われ、追加で回数券を購入した。ある日、針治療の後に足首が赤く腫れて熱を持ち、すぐに皮膚科に行くと「菌が入り炎症している、しばらくの間、針治療は受けないように」と言われた。回数券の書面に「返金不可」とあるが針治療が受けられないので返金して欲しい。

(消費生活センターの対応) ○ 当該契約にクーリング・オフ制度は適用されず、返金等のルールは事業者の規約等に則ることになると伝えた。
○ 後日、相談者から「針灸院に連絡をしたところ、今回は未施術分の料金は返金する」と回答があったとの報告があった。

○ セラミックファンヒーター（過熱・こげる）【危険】

(契約当事者) 70 歳代

(相談内容) 通販でセラミックヒーターを購入し、約一週間ほど使用していた。30分ほど使用した後、コンセントから抜く際に電源プラグを触ると発熱していて、コードまで熱くなっていた。販売会社に架電し、不良品だったら返品できるのかを確認すると「できない。コードも少しは熱くなる」と説明はあったが、説明書には「電源プラグが熱くなったら使用を中止するように」としか書いていないので納得いかない。

(消費生活センターの対応) ○ 通信販売の場合、返品特約があれば原則特約に従うことになる。また、契約内容に適合な商品だった場合は、返品特約とは異なる対応となり、売主側の判断で、購入者に負担のない程度で修理、交換、返金等の対応をすることになると説明した。
○ 電源プラグやコードが発熱したのであれば危険なので製造会社に当該製品を送って、使用しても安全かどうかを必ず調べてもらうよう助言した。

参考資料

（参考１）消費生活相談の区分

区 分	定 義
苦情	・消費者からの苦情が発生している相談 ・消費生活相談窓口が客観的に見て消費者が問題のある販売、勧誘を受けている場合や、相談窓口がその商品・役務に問題があることを認識している場合
問合せ	・買い物相談、生活知識等苦情が発生していない相談

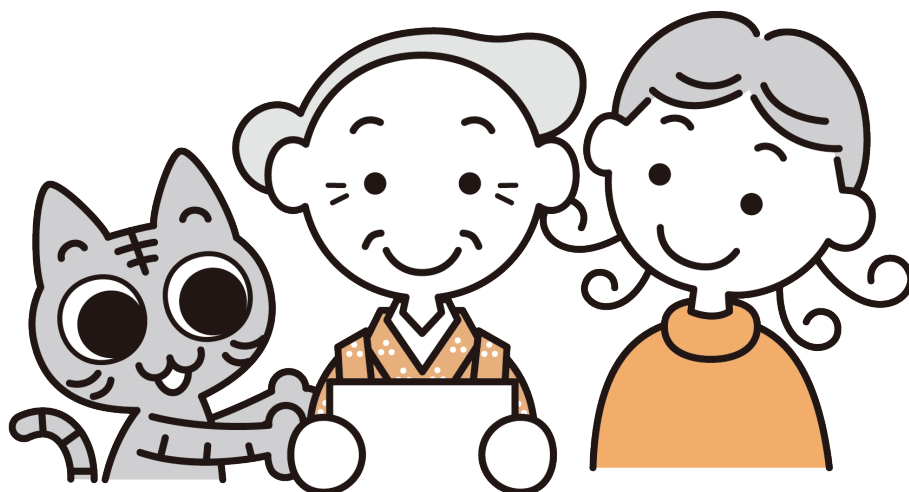
(参考2) 商品・役務等別分類

A. 商品一般		A 0 0	G. 教養娯楽品			7.6. ファンド型投資商品		Q 7 6
B. 食料品			1. 教養娯楽品一般		G 1 0	8. 融資サービス		Q 8 0
1. 食料品一般		B 1 0	2. 文具・事務用品		G 2 0	9. 他の金融関連サービス		Q 9 0
2. 主要食品			2.1. パソコン・パソコン関連用品		G 2 1	R. 運輸・通信サービス		
1. 穀類		B 2 1	2.5. 電話機・電話機用品		G 2 5	7. 運輸・運送サービス		
2. 魚介類		B 2 2	3. 学習教材		G 3 0	0. 運輸・運送サービス一般		R 7 0
3. 肉類		B 2 3	4. 書籍・印刷物		G 4 0	1. 旅客運送サービス		R 7 1
4. 乳卵類		B 2 4	5. 音響・映像製品		G 5 0	2. 郵便・貨物運送サービス		R 7 2
5. 野菜・海草		B 2 5	6. スポーツ用品		G 6 0	8. 放送・通信サービス		
6. 油脂・調味料		B 2 6	7. 光学機器・時計			0. 放送・通信サービス一般		R 8 0
3. し好食品			1. カメラ類		G 7 1	1. 電報・固定電話		R 8 1
1. 果物		B 3 1	2. 時計		G 7 2	2. 移動通信サービス		R 8 2
2. 菓子類		B 3 2	3. 他の光学機器		G 7 3	4. インターネット通信サービス		R 8 4
3. 飲料		B 3 3	8. 玩具・遊具		G 8 0	5. 放送		R 8 5
4. 酒類		B 3 4	9. 楽器・他の教養娯楽品			S. 教育サービス		
4. 調理食品		B 4 0	1. 楽器		G 9 1	1. 教育一般		S 1 0
5. 他の食料品			2. 他の教養娯楽品		G 9 2	2. 学校教育		S 2 0
1. 健康食品		B 5 1	H. 車両・乗り物			3. 補習教育		S 3 0
2. 食料品その他		B 5 2	1. 車両・乗り物一般		H 1 0	4. 他の教育		S 4 0
C. 住居品			2. 自動車		H 2 0	T. 教養・娯楽サービス		
1. 住居品一般		C 1 0	3. 自動車用品		H 3 0	1. 教養・娯楽一般		T 1 0
2. 家事用品			4. 自転車・用品		H 4 0	2. 旅行代理業		T 2 0
1. 食生活機器		C 2 1	5. 運搬用具		H 5 0	3. 宿泊施設		T 3 0
2. 食器・台所用品		C 2 2	6. 他の乗り物		H 6 0	4. 教室・講座		T 4 0
3. 洗濯・裁縫用具		C 2 3	I. 土地・建物・設備			5. 観覧・鑑賞		T 5 0
4. 掃除用具		C 2 4	1. 土地・建物・設備一般		I 1 0	5.5. 娯楽等情報配信サービス		T 5 5
5. 洗浄剤等		C 2 5	2. 土地		I 2 0	5.7. ソフトウェアライセンス		T 5 7
3. 住生活用品			(借地 L-I 2 0)			6. 各種会員権		T 6 0
1. 空調・冷暖房機器		C 3 1	(土地造成 M-I 2 0)			7. 他の教養・娯楽		T 7 0
2. 家具・寝具		C 3 2	(土地管理 O-I 2 0)			U. 保健・福祉サービス		
3. 室内装備品		C 3 3	3. 建物			1. 保健・福祉一般		U 1 0
4. 照明器具		C 3 4	1. 建物一般		I 3 1	2. 保健		
4. 他の住居品		C 4 0	2. 集合住宅		I 3 2	1. 医療		U 2 1
D. 光熱水品			(分譲マンション I 3 2)			2. 理美容		U 2 2
1. 光熱水品一般		D 1 0	(賃貸マンション・アパート			3. 浴場		U 2 3
2. 電気		D 2 0	L-I 3 2)			4. 衛生サービス		U 2 4
3. ガス		D 3 0	(マンション管理 O-I 3 2)			5. 健康関連サービス		U 2 5
4. 石油		D 4 0	3. 戸建住宅		I 3 3	3. 福祉		
5. 水道		D 5 0	(建売住宅 I 3 3)			1. 保育		U 3 1
6. 他の光熱水品		D 6 0	(借家 L-I 3 3)			2. 老人福祉・サービス		U 3 2
E. 被服品			(注文住宅 M-I 3 3)			4. 他の保健・福祉		U 4 0
1. 被服品一般		E 1 0	(増改築 M-I 3 3)			V. 他の役務		
2. 和服		E 2 0	4. 他の建物		I 3 4	1. 外食・食事宅配		V 1 0
3. 洋服			4. 住宅構成材		I 4 0	2. 冠婚葬祭		V 2 0
1. 洋服一般		E 3 1	5. 住宅設備			3. 家事サービス		V 3 0
4. 子供洋服		E 3 4	1. 空調・冷暖房・給湯設備		I 5 1	4. 役務その他		V 4 0
5. 洋装下着		E 3 5	2. 衛生設備		I 5 2	W. 内職・副業・ねずみ講		
6. 紳士・婦人洋服		E 3 6	3. 屋外装備品		I 5 3	1.5. 内職・副業一般		W 1 5
4. 身の回り品			4. 他の住宅設備		I 5 4	3. 自動販売機		W 3 0
1. 履物		E 4 1	J. 他の商品		J 0 0	4. 内職・副業		W 4 0
2. かばん		E 4 2	K. クリーニング		K	5. 無限連鎖講		W 5 0
3. アクセサリー		E 4 3	L. レンタル・リース・貸借		L	X. 他の行政サービス		X 0 0
4. 他の身の回り品		E 4 4	M. 工事・建築・加工		M	Z. 他の相談		
5. 生地・糸類		E 5 0	N. 修理・補修		N	1. 消費者運動		Z 1 0
6. 他の被服品		E 6 0	O. 管理・保管		O	(消費者問題一般)		
F. 保健衛生品			P. 役務一般		P 0 0	2. 家庭管理		Z 2 0
1. 保健衛生品一般		F 1 0	Q. 金融・保険サービス			3. 健康管理		Z 3 0
2. 医薬品		F 2 0	1. 金融・保険一般		Q 1 0	4. 相隣関係		Z 4 0
3. 医療用具		F 3 0	2. 生命保険		Q 2 0	5. 慣習・しきたり		Z 5 0
4. 化粧品		F 4 0	3. 損害保険		Q 3 0	6. 婚姻		Z 6 0
5. 理美容器具・用品		F 5 0	3.5. その他の保険		Q 3 5	7. 相続		Z 7 0
6. 他の保健衛生品		F 6 0	7. 預貯金・証券等		Q 7 0	8. 相談その他		Z 8 0
			7.5. デリバティブ取引		Q 7 5			

A～J「商品」 K～O「商品関連役務」（網掛け部分） P～X「役務（サービス）」
Z 「他の相談」

(参考3) 販売方法・手口一覧

区 分	内 容
架空請求	利用した覚えのないサイト利用料等を請求される商法
電子商取引	インターネット通販等、インターネットを介して行う取引
身分詐称(かたり商法)	あたかも公的機関や有名企業の職員、関係者であるかのように装い売りつける商法
家庭訪販	販売員が消費者の家庭を訪問し、商品・サービスを販売するもの
電話勧誘	販売員が消費者の家庭等へ電話で勧誘し、商品・サービスを販売するもの
無料商法	「無料体験」等と「無料」であることを強調して勧誘し、最終的に商品やサービスを購入させる商法
ワンクリック請求	パソコンや携帯電話でアダルトサイト等にアクセスしたところ、いきなり「登録完了」等と表示され、高額な料金を請求される商法
利殖商法	「値上がり確実」、「必ずもうかる」等、利殖になることを強調して投資や出資を勧誘する商法
サイドビジネス商法	「内職・副業(サイドビジネス)になる」、「脱サラできる」等をセールストークに、何らかの契約をさせる商法
点検商法	「点検に来た」と言い来訪し、「工事をしないと危険」等と、事実と異なることを言って商品やサービス等を契約させる商法
二次被害	一度被害を受けた消費者を再び勧誘し、被害を与えるもの
販売目的隠匿	意図的に販売目的を説明せず、不意打ち的に契約をさせようとする販売方法
次々販売	一人の消費者に次から次に契約させる販売方法
テレビショッピング	テレビを広告媒体とした通信販売
原野商法	ほとんど無価値で値上がりの見込みのない土地を値上がりするように偽って売りつける手法
紹介販売	商品・サービスを購入した人に知人等他の人を紹介させて販売を拡大する販売システム
アポイントメントセールス	「景品が当たった」等と販売目的を隠し、あるいは「特別に選ばれた」等と有利な条件を強調して電話等で喫茶店や営業所等へ呼び出し、商品・サービスを契約させる商法
ネガティブ・オプション	商品を一方的に送りつけ、消費者が受け取った以上、支払わなければならないと勘違いして支払うことを狙った商法
当選商法	「当選した」等と特別な有利性を強調して消費者に近づき、商品やサービスを販売する商法
カタログ通販	カタログやパンフレットを広告媒体とした通信販売
劇場型勧誘	複数の登場人物が次々現れ、まるで演劇のようにそれぞれの役割を演じて消費者をだまそうとする手口
景品付販売	「契約をすれば景品を付ける」等、景品を付けることを販売勧誘の手段にしている商法
展示販売	展示会や博覧会と称して、一定期間仮設店舗等の会場で商品を販売するもの
アンケート商法	「アンケートに答えて」等と言って消費者の警戒心を解かせて売りつける商法
キャッチセールス	駅や繁華街の路上で呼び止めて喫茶店や営業所に連れて行き、応じるまで解放しない雰囲気の商品・サービスの契約をさせるもの
SNS	登録された利用者同士が交流できる Web サイトの会員制サービスのこと
SF(催眠)商法	閉め切った会場等に人を集め、日用品等をただ同然で配って雰囲気を盛り上げた後、最終的に高額な商品売りつける商法
過量販売	日常生活に必要な大量の商品等を買わされたり、次々とやって来る事業者から商品等を売りつけられたりする販売方法
開運商法	「購入しなければ不幸になる」「運勢が開ける」「幸福になる」というセールストークを用いるだけでなく「家系図をみて…」「姓名判断をして…」等と言って、商品やサービスを契約させる商法。
業務提供誘引販売	「月〇万円の収入が得られる内職」等と言って消費者を勧誘し、消費者に何らかの金銭負担を負わせてその仕事に利用する商品や役務を購入させる商法
クレ・サラ強要商法	売買契約の際に無理やりサラ金等から借金をさせたり、クレジット契約を組ませたりする商法
職場訪販	販売員が消費者の職場を訪問し、商品・サービスを販売するもの。



悪質な訪問販売 撲滅！ かながわ宣言

神奈川県は、悪質な訪問販売から県民を守る施策を推進することを宣言します！

不安や疑問に思ったら、消費生活相談窓口にお電話ください。

消費者ホットライン 局番なし 188（いやや！）

身近な消費生活相談窓口につながります。



神奈川県

くらし安全防災局くらし安全部消費生活課（かながわ中央消費生活センター）
〒221-0835 横浜市神奈川区鶴屋町2-24-2 電話(045)312-1121（代表）