

令和元年度上半期
神奈川県内における
消費生活相談に関するデータ集

令和元年 12 月

本データ集は、令和元年度上半期に神奈川県内の消費生活センター等で受け付け、「全国消費生活情報ネットワークシステム（PIO-NET）」のデータベースに蓄積された消費生活相談に関するデータを統計資料として取りまとめたものです。

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位で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、平成 30 年度以前の数値については、過去公表したものに準拠しています。

目 次

I	令和元年度上半期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）苦情相談の商品・役務別上位品目（前年度同期比較）	4
	（2）苦情相談の上位品目の年代別件数（前年度同期比較）	5
	（3）前年度同期と比べ増加率が高い品目の年代別件数（前年度同期比較）	6
3	年代別状況	7
4	販売購入形態別状況	9
5	販売方法・手口別状況	14
6	救済金額	16
II	高齢者（契約当事者が65歳以上）の相談	17
III	若者（契約当事者が30歳未満）の相談	20
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	23
1	概況	23
2	メール相談	24
V	主な苦情相談事例	25
参考資料		
（参考1）	消費生活相談の区分	30
（参考2）	商品・役務等別分類	31
（参考3）	販売方法・手口一覧	32
（参考4）	神奈川県内の消費生活相談窓口のご案内	33

I 令和元年度上半期の消費生活相談概況

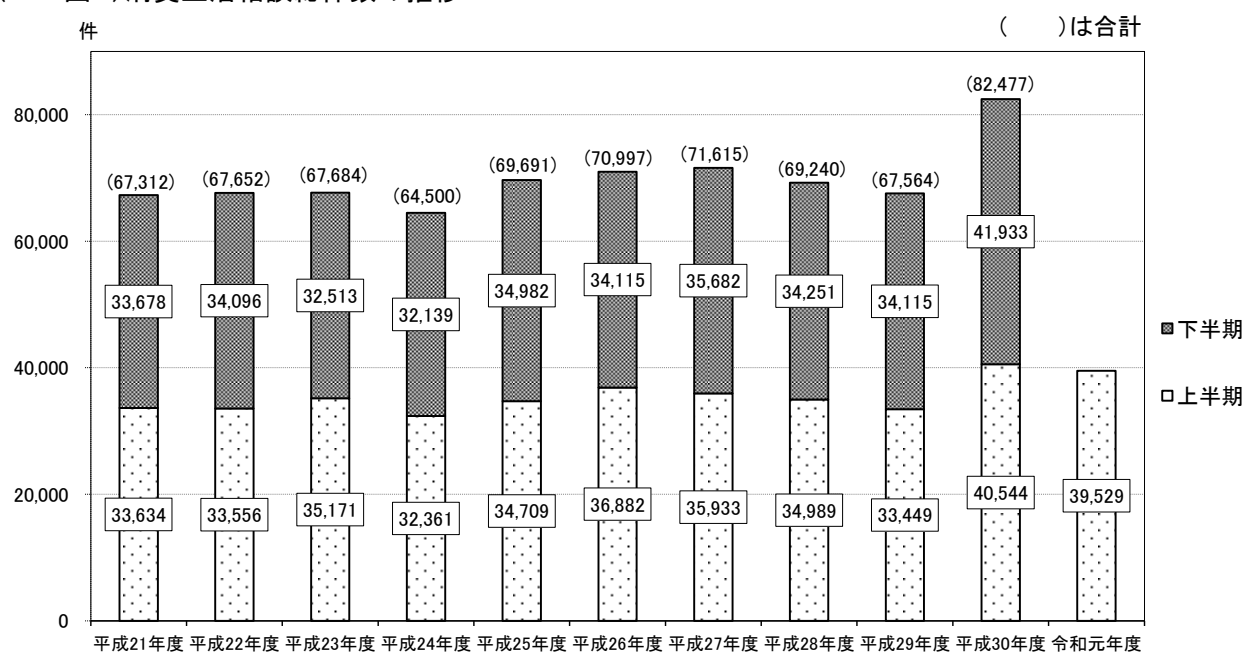
1 消費生活相談件数

○ 令和元年度上半期に神奈川県及び県内市町村の消費生活センター等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、39,529 件（県 7,956 件、市町村 31,573 件）で、前年度同期（40,544 件）と比べ 1,015 件（2.5%）減少しています。

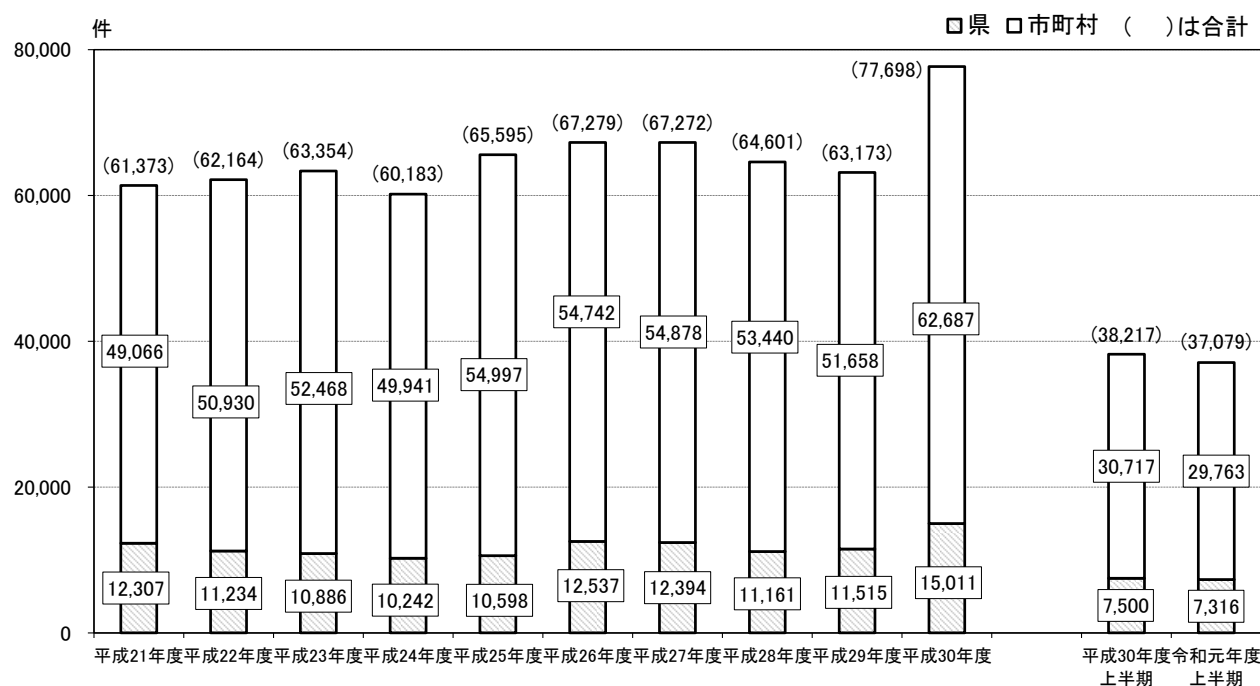
○ 内訳は、「苦情」が 37,079 件で、前年度同期（38,217 件）と比べ 1,138 件（3.0%）減少、「問合せ」が 2,450 件で、前年度同期（2,327 件）と比べ 123 件（5.3%）増加となっており、「苦情」が相談全体の 9 割以上（93.8%）を占めています。

○ 「苦情」の相談方法をみると、電話によるものが 32,662 件、来訪によるものが 4,300 件、文書によるものが 117 件で、電話によるものが苦情相談件数の約 9 割（88.1%）を占めています。

（I－図1）消費生活相談総件数の推移



（I－図2）苦情相談件数の推移



(I - 表 1) 県内市町村消費生活センター等の消費生活相談総件数

区分等 市町村		令和元年度上半期			平成30年度 上半期 合計(B)	対前年度 同期比 (A/B)
		苦情	問合せ	計(A)		
横 浜 市		9,575	432	10,007	11,300	88.6 %
川 崎 市		4,934	396	5,330	4,865	109.6 %
相模原市		3,355	267	3,622	3,501	103.5 %
横須賀市		1,719	72	1,791	1,966	91.1 %
平 塚 市		1,359	100	1,459	1,463	99.7 %
鎌 倉 市		1,015	34	1,049	932	112.6 %
藤 沢 市		1,639	84	1,723	1,494	115.3 %
小田原市		687	87	774	898	86.2 %
茅ヶ崎市		816	53	869	947	91.8 %
逗 子 市		146	6	152	126	120.6 %
三 浦 市		30	1	31	62	50.0 %
秦 野 市		504	49	553	625	88.5 %
厚 木 市		886	41	927	959	96.7 %
大 和 市		894	46	940	988	95.1 %
伊勢原市		394	18	412	411	100.2 %
海老名市		569	18	587	620	94.7 %
座 間 市		434	47	481	474	101.5 %
南足柄市		303	34	337	397	84.9 %
綾 瀬 市		293	18	311	310	100.3 %
葉 山 町		28	0	28	28	100.0 %
寒 川 町		98	4	102	81	125.9 %
愛 川 町		85	3	88	90	97.8 %
市町村計		29,763	1,810	31,573	32,537	97.0 %
県		7,316	640	7,956	8,007	99.4 %
総 合 計		37,079	2,450	39,529	40,544	97.5 %

(注) 消費生活相談の区分は、「全国消費生活情報ネットワークシステム(PIO-NET)」の定義による。
(参考 1 (P 30) 参照)

(Ⅰ－表2)相談者の居住地別苦情相談件数

単位:件

居住地 受付センター等	市町村		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	9,297	76.5%	2,862	23.5%	12,159
川崎市	4,854	84.9%	864	15.1%	5,718
相模原市	3,265	91.0%	323	9.0%	3,588
横須賀市	1,694	84.3%	315	15.7%	2,009
平塚市	1,131	85.2%	196	14.8%	1,327
鎌倉市	968	86.1%	156	13.9%	1,124
藤沢市	1,627	80.6%	392	19.4%	2,019
小田原市	584	79.7%	149	20.3%	733
茅ヶ崎市	771	81.5%	175	18.5%	946
逗子市	147	59.5%	100	40.5%	247
三浦市	35	25.9%	100	74.1%	135
秦野市	491	78.1%	138	21.9%	629
厚木市	883	84.3%	165	15.7%	1,048
大和市	872	78.2%	243	21.8%	1,115
伊勢原市	389	84.2%	73	15.8%	462
海老名市	557	85.7%	93	14.3%	650
座間市	421	78.4%	116	21.6%	537
南足柄市	170	88.1%	23	11.9%	193
綾瀬市	207	68.5%	95	31.5%	302
計	28,363	81.2%	6,578	18.8%	34,941
葉山町	25	20.5%	97	79.5%	122
寒川町	143	75.3%	47	24.7%	190
大磯町	104	83.2%	21	16.8%	125
二宮町	92	80.0%	23	20.0%	115
中井町	13	68.4%	6	31.6%	19
大井町	49	66.2%	25	33.8%	74
松田町	21	67.7%	10	32.3%	31
山北町	24	85.7%	4	14.3%	28
開成町	31	70.5%	13	29.5%	44
箱根町	28	71.8%	11	28.2%	39
真鶴町	14	63.6%	8	36.4%	22
湯河原町	51	66.2%	26	33.8%	77
愛川町	88	53.0%	78	47.0%	166
清川村	7	87.5%	1	12.5%	8
計	690	65.1%	370	34.9%	1,060
不明	383	66.7%	191	33.3%	574
県外	327	64.9%	177	35.1%	504
合 計	29,763	80.3%	7,316	19.7%	37,079

(注) 各消費生活センター等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、(Ⅰ－表1)の市町村・県別の相談件数とは一致しない。

2 品目別状況

(1) 苦情相談の商品・役務別上位品目（前年度同期比較）

(I－表3) 苦情相談の上位 25 品目

単位：件

順位	品 目	令和元年度 上半期	平成30年度 上半期	前年度 同期比	備 考
	[苦情相談件数]	[37,079]	[38,217]	97.0%	
1	商品一般	9,246	10,443	88.5%	架空請求ハガキ等の商品を特定できない相談
2	デジタルコンテンツ	2,796	4,481	62.4%	他のデジタルコンテンツ1,573、アダルト情報サイト519、出会い系サイト318
3	健康食品	1,566	1,012	154.7%	
4	不動産貸借	1,454	1,385	105.0%	賃貸アパート1,223、借家93、月極駐車場61
5	工事・建築	1,429	1,217	117.4%	屋根工事327、塗装工事233、衛生設備工事177
6	化粧品	1,221	679	179.8%	
7	インターネット接続回線	1,006	983	102.3%	
8	携帯電話サービス	794	721	110.1%	
9	役務その他サービス	722	542	133.2%	
10	修理サービス	529	466	113.5%	
11	電気	404	214	188.8%	
12	四輪自動車	391	359	108.9%	
13	フリーローン・サラ金	363	398	91.2%	
14	医療サービス	291	254	114.6%	
15	テレビ放送サービス	286	303	94.4%	テレビ放送サービス195、衛星テレビ放送91
16	新聞	273	264	103.4%	
17	エステティックサービス	251	211	119.0%	脱毛エステ122、他のエステティックサービス54、痩身エステ45
18	相談その他	242	229	105.7%	労働相談や経営相談等消費者問題以外の相談
19	携帯電話	239	240	99.6%	
20	スポーツ観覧	229	21	1090.5%	
21	電気空調・冷房機器	219	213	102.8%	
	他のネット通信関連サービス	219	257	85.2%	パソコン使用中に突然警告音が鳴り、誘導されたサイトで請求された支払いをしてしまった等の相談
23	金融関連サービスその他	215	232	92.7%	
24	モバイルデータ通信	212	263	80.6%	
25	ファンド型投資商品	200	554	36.1%	

(注) 品目は、「全国消費生活情報ネットワークシステム(PIO-NET)」の定義による商品別分類(中分類)をいう。

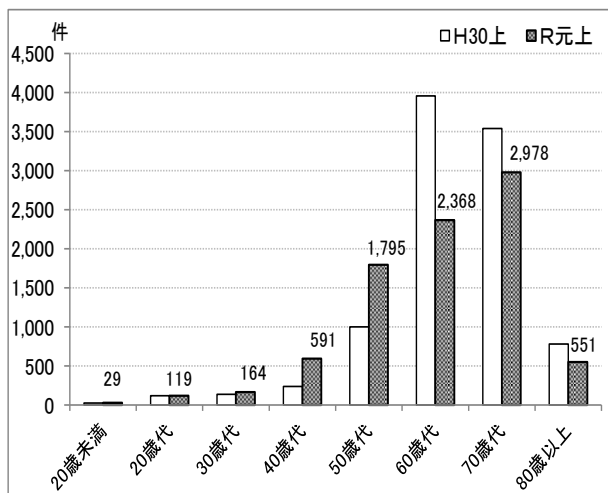
ただし、「健康食品」と「化粧品」については大分類で集計している。

（２）苦情相談の上位品目の年代別件数（前年度同期比較）

（Ⅰ－図３）上位５品目の年代別件数

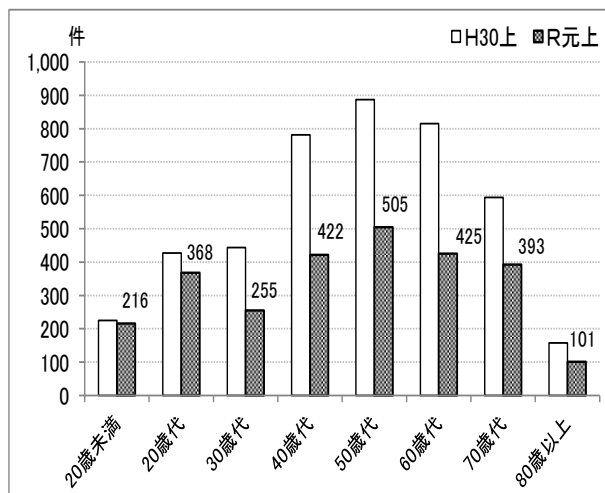
1 位「商品一般」9,246 件

（前年度同期比 11.5%減）



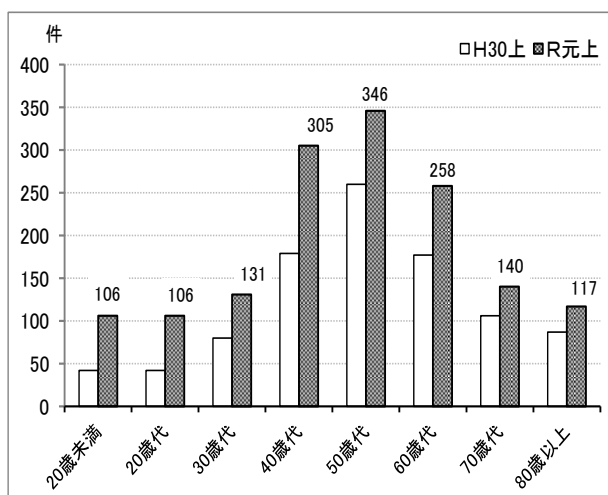
2 位「デジタルコンテンツ」2,796 件

（前年度同期比 37.6%減）



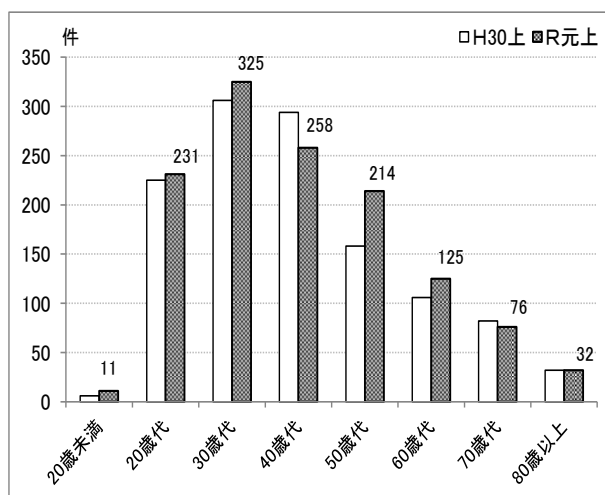
3 位「健康食品」1,566 件

（前年度同期比 54.7%増）



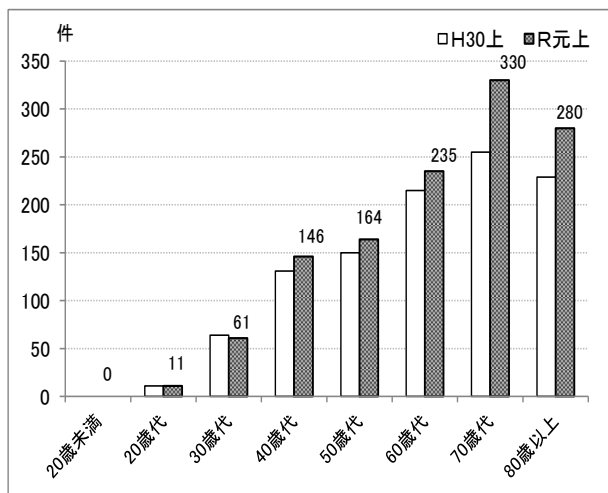
4 位「不動産貸借」1,454 件

（前年度同期比 5.0%増）



5 位「工事・建築」1,429 件

（前年度同期比 17.4%増）



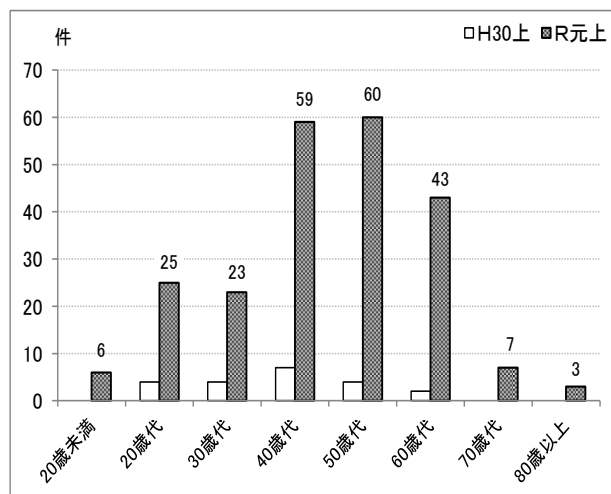
（３）前年度同期と比べ増加率の高い品目の年代別件数（前年度同期比較）

（Ⅰ－図４）前年度同期と比べ増加率の高い品目の年代別件数

※増加率４位の「健康食品」は前項で掲載済

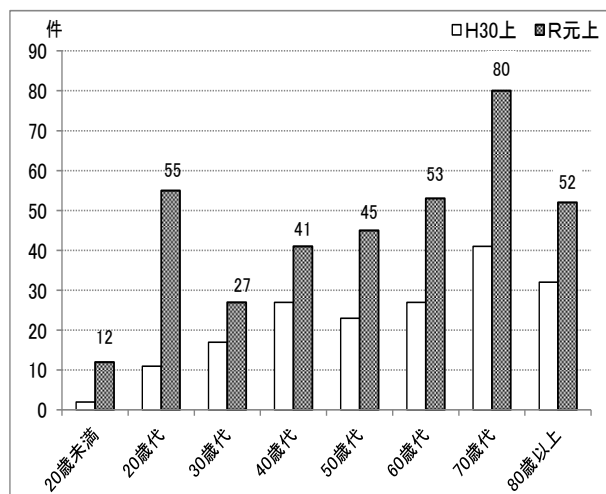
増加率１位「スポーツ観覧」229件（20位）

（前年度同期比 990.5%増）



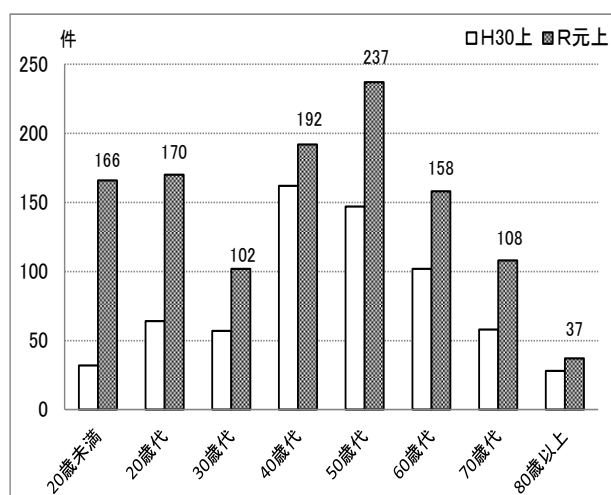
増加率２位「電気」404件（11位）

（前年度同期比 88.8%増）



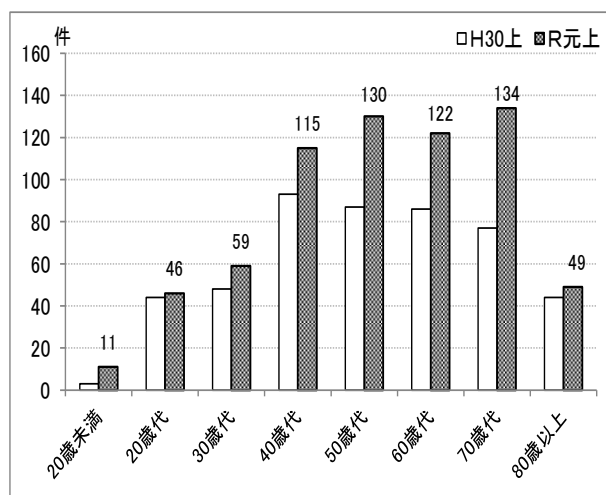
増加率３位「化粧品」1,221件（6位）

（前年度同期比 79.8%増）



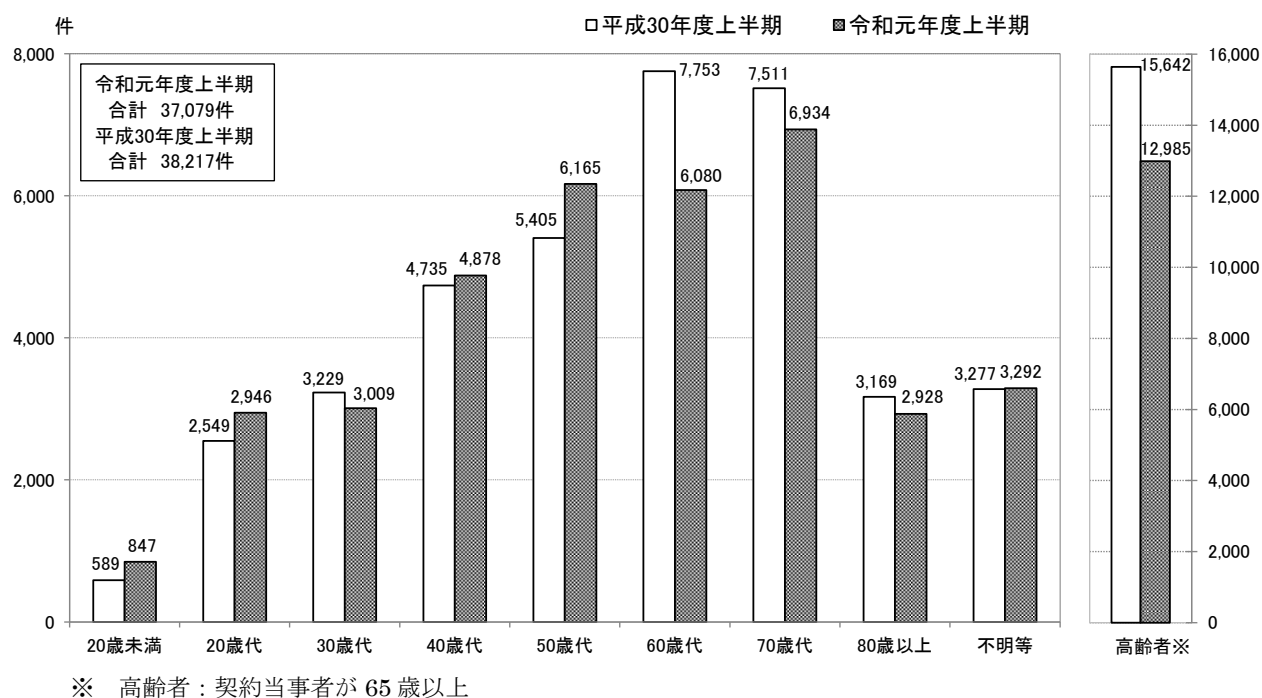
増加率５位「役務その他サービス」722件（9位）

（前年度同期比 33.2%増）



3 年代別状況

(Ⅰ－図5)苦情相談の契約当事者年代別件数(前年度同期比較)



(Ⅰ－表4)契約当事者年齢別件数及び構成比(前年度同期比較)

	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳代	80歳以上	不明等	高齢者 (65歳以上)
令和元年度 上半期	847	2,946	3,009	4,878	6,165	6,080	6,934	2,928	3,292	12,985
(構成比)	(2.3%)	(7.9%)	(8.1%)	(13.2%)	(16.6%)	(16.4%)	(18.7%)	(7.9%)	(8.9%)	(35.0%)
平成30年度 上半期	589	2,549	3,229	4,735	5,405	7,753	7,511	3,169	3,277	15,642
(前年度同期比)	(143.8%)	(115.6%)	(93.2%)	(103.0%)	(114.1%)	(78.4%)	(92.3%)	(92.4%)	(100.5%)	(83.0%)

(Ⅰ－表5)年代別、性別ごとの苦情相談上位品目

単位:件

年代 順位	20歳未満 [847]	20歳代 [2,946]	30歳代 [3,009]	40歳代 [4,878]	50歳代 [6,165]	60歳代 [6,080]	70歳代 [6,934]	80歳以上 [2,928]	不明等 [3,292]	計 [37,079]
1位	デジタルコン テンツ (216)	デジタルコン テンツ (368)	不動産貸借 (325)	商品一般 (591)	商品一般 (1,795)	商品一般 (2,368)	商品一般 (2,978)	商品一般 (551)	商品一般 (651)	商品一般 (9,246)
2位	化粧品 (166)	不動産貸借 (231)	デジタルコン テンツ (255)	デジタルコン テンツ (422)	デジタルコン テンツ (505)	デジタルコン テンツ (425)	デジタルコン テンツ (393)	工事・建築 (280)	工事・建築 (202)	デジタルコン テンツ (2,796)
3位	健康食品 (106)	化粧品 (170)	商品一般 (164)	健康食品 (305)	健康食品 (346)	健康食品 (258)	工事・建築 (330)	健康食品 (117)	不動産貸借 (182)	健康食品 (1,566)
4位	商品一般 (29)	エステティッ クサービス (146)	健康食品 (131)	不動産貸借 (258)	化粧品 (237)	工事・建築 (235)	携帯電話 サービス (176)	デジタルコン テンツ (101)	インターネット 接続回線 (116)	不動産貸借 (1,454)
5位	コンサート (23)	商品一般 (119)	化粧品 (102)	化粧品 (192)	不動産貸借 (214)	インターネット 接続回線 (178)	インターネット 接続回線 (174)	インターネット 接続回線 (96)	デジタルコン テンツ (111)	工事・建築 (1,429)

【男性】

単位:件

年代 順位	20歳未満 [469]	20歳代 [1,500]	30歳代 [1,451]	40歳代 [1,949]	50歳代 [2,108]	60歳代 [1,988]	70歳代 [2,204]	80歳以上 [1,163]	不明等 [915]	計 [13,747]
1位	デジタルコン テンツ (148)	デジタルコン テンツ (174)	不動産貸借 (184)	デジタルコン テンツ (206)	デジタルコン テンツ (267)	デジタルコン テンツ (293)	デジタルコン テンツ (292)	工事・建築 (134)	商品一般 (83)	デジタルコン テンツ (1,618)
2位	化粧品 (123)	化粧品 (128)	デジタルコン テンツ (119)	不動産貸借 (123)	商品一般 (163)	商品一般 (195)	商品一般 (224)	商品一般 (91)	工事・建築 (67)	商品一般 (1,002)
3位	健康食品 (14)	不動産貸借 (128)	商品一般 (68)	商品一般 (108)	健康食品 (120)	工事・建築 (117)	工事・建築 (166)	デジタルコン テンツ (81)	不動産貸借 (65)	不動産貸借 (727)
4位	商品一般 (13)	商品一般 (57)	化粧品 (48)	工事・建築 (83)	不動産貸借 (111)	インターネット 接続回線 (104)	インターネット 接続回線 (110)	インターネット 接続回線 (56)	デジタルコン テンツ (38)	工事・建築 (698)
5位	役務その他 サービス (11)	四輪自動車 (55)	四輪自動車 (47)	インターネット 接続回線 (78)	インターネット 接続回線 (107)	健康食品 (87)	携帯電話 サービス (103)	役務その他 サービス (50)	携帯電話 サービス (37)	インターネット 接続回線 (564)

【女性】

単位:件

年代 順位	20歳未満 [365]	20歳代 [1,440]	30歳代 [1,546]	40歳代 [2,917]	50歳代 [4,048]	60歳代 [4,079]	70歳代 [4,714]	80歳以上 [1,747]	不明等 [1,147]	計 [22,003]
1位	健康食品 (91)	デジタルコン テンツ (193)	不動産貸借 (139)	商品一般 (483)	商品一般 (1,629)	商品一般 (2,171)	商品一般 (2,748)	商品一般 (460)	商品一般 (454)	商品一般 (8,119)
2位	デジタルコン テンツ (61)	エステティッ クサービス (143)	デジタルコン テンツ (136)	デジタルコン テンツ (215)	デジタルコン テンツ (237)	健康食品 (170)	工事・建築 (162)	工事・建築 (144)	不動産貸借 (35)	デジタルコン テンツ (1,116)
3位	化粧品 (43)	不動産貸借 (103)	商品一般 (96)	健康食品 (228)	健康食品 (226)	化粧品 (132)	デジタルコン テンツ (100)	健康食品 (69)	工事・建築/ 化粧品 (27)	健康食品 (1,060)
4位	コンサート (18)	健康食品 (73)	健康食品 (93)	化粧品 (140)	化粧品 (193)	デジタルコン テンツ (130)	化粧品 (89)	新聞 (48)	健康食品/携帯電 話サービス/イン ターネット接続回 線 (25)	化粧品 (749)
5位	商品一般 (16)	商品一般 (62)	化粧品 (54)	不動産貸借 (135)	不動産貸借 (103)	工事・建築 (118)	健康食品 (85)	インターネット 接続回線 (39)	デジタルコン テンツ (24)	不動産貸借 (640)

4 販売購入形態別状況

(Ⅰ－表6)販売購入形態別件数及び構成比(前年度同期比較)

年 度 販売購入形態	令和元年度上半期		平成 30 年度上半期		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	37,079	(100.0%)	38,217	(100.0%)	△ 1,138	△ 3.0 %
特 殊 販 売 (店舗外販売)	16,159	43.6 %	16,802	44.0 %	△ 643	△ 3.8 %
(特殊販売に占める割合)		(100.0%)		(100.0%)		
訪 問 販 売	3,278	8.8 %	3,156	8.3 %	122	3.9 %
(特殊販売に占める割合)		(20.3%)		(18.8%)		
通 信 販 売	10,484	28.3 %	11,411	29.9 %	△ 927	△ 8.1 %
(特殊販売に占める割合)		(64.9%)		(67.9%)		
マルチ・マルチ ま が い	385	1.0 %	303	0.8 %	82	27.1 %
(特殊販売に占める割合)		(2.4%)		(1.8%)		
電 話 勧 誘 販 売	1,570	4.2 %	1,457	3.8 %	113	7.8 %
(特殊販売に占める割合)		(9.7%)		(8.7%)		
ネガティブ・オプション	82	0.2 %	65	0.2 %	17	26.2 %
(特殊販売に占める割合)		(0.5%)		(0.3%)		
訪 問 購 入	189	0.5 %	215	0.6 %	△ 26	△ 12.1 %
(特殊販売に占める割合)		(1.2%)		(1.3%)		
その他無店舗販売	171	0.5 %	195	0.5 %	△ 24	△ 12.3 %
(特殊販売に占める割合)		(1.1%)		(1.2%)		
店 舗 購 入	7,377	19.9 %	7,534	19.7 %	△ 157	△ 2.1 %
不 明 ・ 無 関 係	13,543	36.5 %	13,881	36.3 %	△ 338	△ 2.4 %

(注) 1 販売購入形態別の定義は、原則として特商法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、「全国消費生活情報ネットワークシステム (PIO-NET)」の定義により1つに絞っている。

2 特殊販売の定義は次のとおりである。

○訪 問 販 売：家庭訪販、職場訪販、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）をかけさせるもの

○電話勧誘販売：事業者が消費者に電話をかけ、または特定のやり方で電話をかけさせ、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7)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】

【若者】

単位: 件

主な販売購入形態	高齢者の占める割合	高齢者(※)	全体
訪問購入	54.0%	102	189
電話勧誘販売	50.1%	787	1,570
訪問販売	47.2%	1,547	3,278
ネガティブ・オプション (いわゆる送り付け商法)	34.1%	28	82
通信販売	22.0%	2,309	10,484
マルチ・マルチまがい	8.6%	33	385

※契約当事者が65歳以上の者

※「その他無店舗」「不明・無回答」は除く。

単位: 件

主な販売購入形態	若者の占める割合	若者	全体
マルチ・マルチまがい	63.1%	243	385
通信販売	16.0%	1,681	10,484
訪問販売	11.5%	377	3,278
ネガティブ・オプション (いわゆる送り付け商法)	8.5%	7	82
電話勧誘販売	4.3%	67	1,570
訪問購入	1.6%	3	189

※契約当事者が30歳未満の者

※「その他無店舗」「不明・無回答」は除く。

(Ⅰ－表8)「訪問販売」の苦情相談上位品目(前年度同期比較)

単位：件

順位	品 目 [苦情相談件数]	令和元年度 上半期 [3,278]	30年度 上半期 [3,156]	前年度 同期比 103.9%	備 考
1	工事・建築	751	656	114.5%	屋根工事256、塗装工事137、衛生設備工事117
2	修理サービス	229	192	119.3%	
3	新聞	221	213	103.8%	
4	テレビ放送サービス	182	204	89.2%	テレビ放送サービス118、衛星テレビ放送64
5	電気	174	50	348.0%	
6	役務その他サービス	130	116	112.1%	
7	インターネット接続回線	87	110	79.1%	
8	駆除サービス	76	77	98.7%	
9	給湯システム	66	83	79.5%	電気温水器29、ガス瞬間湯沸器19
	普通生命保険	66	38	173.7%	

(Ⅰ－表9)「通信販売」の苦情相談上位品目(前年度同期比較)

単位：件

順位	品 目 [苦情相談件数]	令和元年度 上半期 [10,484]	30年度 上半期 [11,411]	前年度 同期比 91.9%	備 考
1	デジタルコンテンツ	2,432	4,109	59.2%	他のデジタルコンテンツ1,292、アダルト情報サイト502、出会い系サイト313
2	健康食品	1,368	852	160.6%	
3	化粧品	1,103	560	197.0%	
4	商品一般	652	1,083	60.2%	
5	役務その他サービス	323	198	163.1%	

(Ⅰ－表10)「マルチ・マルチまがい」の苦情相談上位品目(前年度同期比較)

単位：件

順位	品 目 [苦情相談件数]	令和元年度 上半期 [385]	30年度 上半期 [303]	前年度 同期比 127.1%	備考
1	健康食品	50	27	185.2%	
2	他の内職・副業	49	39	125.6%	
3	化粧品	34	33	103.0%	
4	教養娯楽教材	33	16	206.3%	
	ファンド型投資商品	33	25	132.0%	

(I ー表 11)「電話勧誘販売」の苦情相談上位品目(前年度同期比較)

単位: 件

順位	品 目 [苦情相談件数]	令和元年度 上半期 [1,570]	30年度 上半期 [1,457]	前年度 同期比 107.8%	備 考
1	インターネット接続回線	572	526	108.7%	
2	電気	105	53	198.1%	
3	固定電話サービス	82	54	151.9%	
4	商品一般	79	68	116.2%	
5	デジタルコンテンツ	70	48	145.8%	他のデジタルコンテンツ51、投資情報サイト11、ギャンブル情報サイト5

(I ー表 12)「ネガティブ・オプション」の苦情相談上位品目(前年度同期比較)

単位: 件

順位	品 目 [苦情相談件数]	令和元年度 上半期 [82]	30年度 上半期 [65]	前年度 同期比 126.2%	備 考
1	商品一般	21	7	300.0%	
2	化粧品	7	5	140.0%	
3	書籍	5	1	500.0%	

(I ー表 13)「訪問購入」の苦情相談上位品目(前年度同期比較)

単位: 件

順位	品 目 [苦情相談件数]	令和元年度 上半期 [189]	30年度 上半期 [215]	前年度 同期比 87.9%	備 考
1	商品一般	31	29	106.9%	
2	指輪	12	14	85.7%	
3	四輪自動車	11	7	157.1%	
4	被服品一般	9	5	180.0%	
	紳士・婦人洋服	9	4	225.0%	

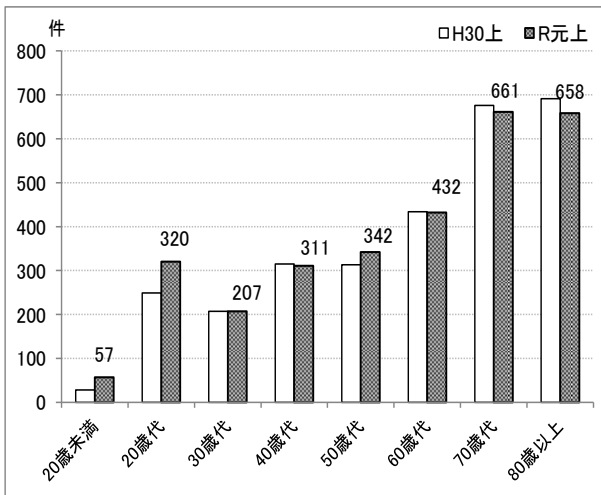
(I ー表 14)「その他無店舗」の苦情相談上位品目(前年度同期比較)

単位: 件

順位	品 目 [苦情相談件数]	令和元年度 上半期 [171]	30年度 上半期 [195]	前年度 同期比 87.7%	備 考
1	パーキング	10	10	100.0%	
2	役務その他サービス	8	9	88.9%	

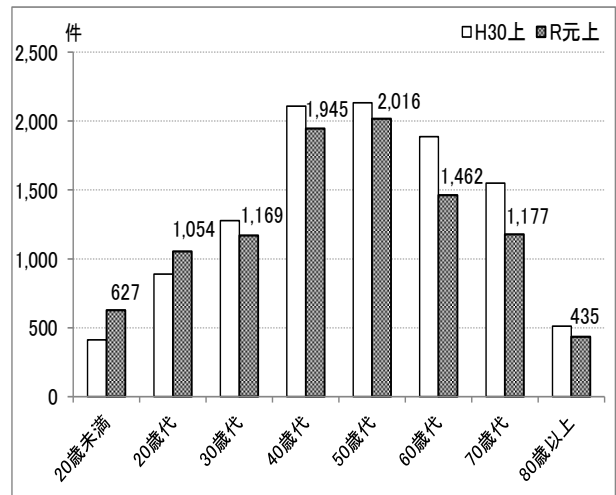
(I ー図6)「訪問販売」

契約当事者年代別件数



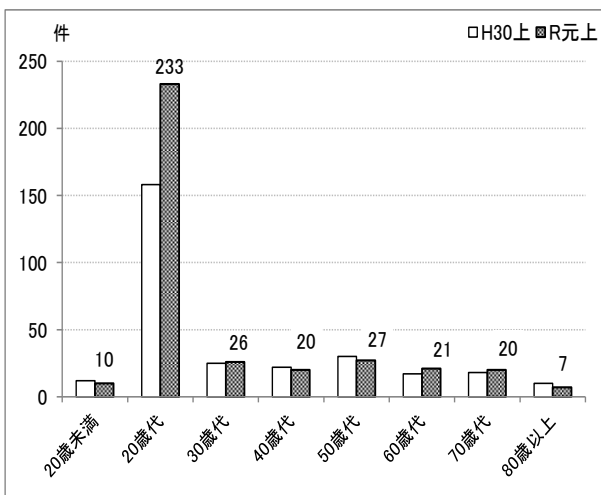
(I ー図7)「通信販売」

契約当事者年代別件数



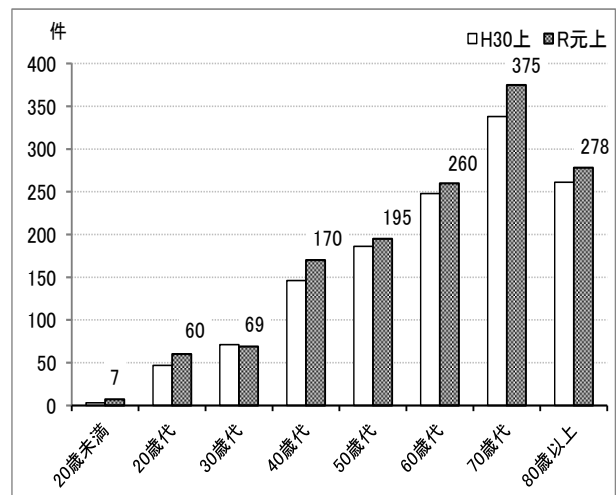
(I ー図8)「マルチ・マルチまがい」

契約当事者年代別件数



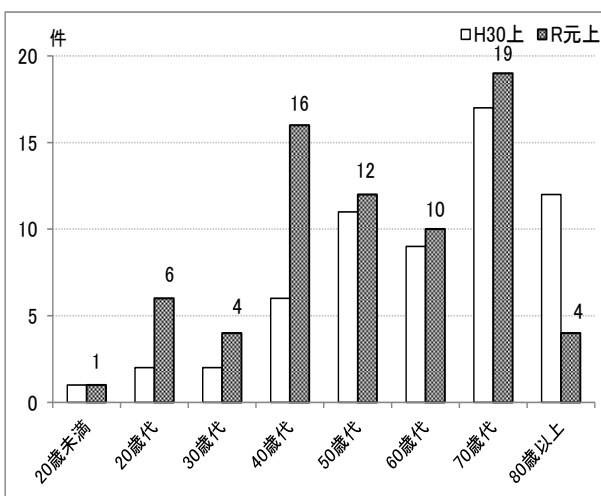
(I ー図9)「電話勧誘販売」

契約当事者年代別件数



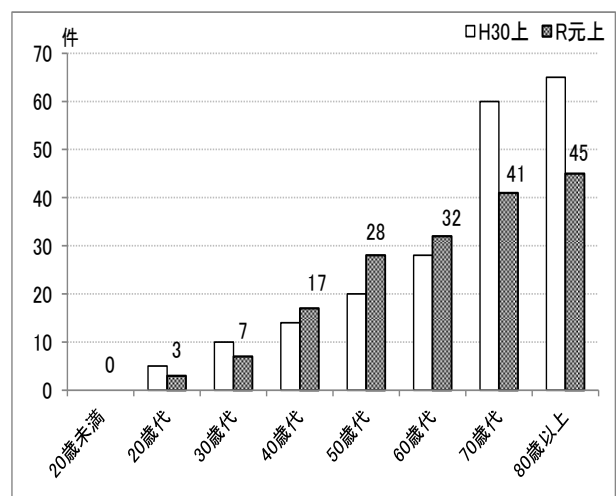
(I ー図 10)「ネガティブ・オプション」

契約当事者年代別件数



(I ー図 11)「訪問購入」

契約当事者年代別件数

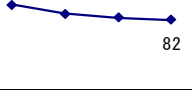
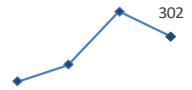
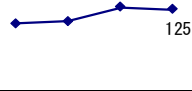


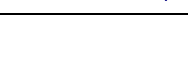


消費生活課キャラクター ニャン吉

5 販売方法・手口別状況

(I-表 15)販売方法・手口別の苦情相談

順位	販売方法・手口	件数 (前年度同期) 前年度同期比	男女別		主な品目	平均契約購入金額	過去4年間の件数の推移 (H28上=100)
			性別	件数		平均既支払額	
1	電子商取引	8,605 (8,875)	男性	3,857	①デジタルコンテンツ2,233 ②健康食品1,238 ③化粧品1,006	12万5千円	
		97.0%	女性	4,657		5万4千円	
2	架空請求	8,340 (11,298)	男性	2,244	①商品一般7,724 ②デジタルコンテンツ516 ③他のネット通信関連サービス29	48万9千円	
		73.8%	女性	6,061		2万円	
3	家庭訪販	2,735 (2,755)	男性	1,080	①工事・建築669 ②新聞195 ③修理サービス187	161万6千円	
		99.3%	女性	1,565		64万2千円	
4	電話勧誘	2,373 (2,386)	男性	1,020	①インターネット接続回線596 ②商品一般201 ③電気141	151万4千円	
		99.5%	女性	1,215		70万4千円	
5	身分詐称	1,855 (5,298)	男性	560	①商品一般1,260 ②デジタルコンテンツ140 ③社会保険89	28万2千円	
		35.0%	女性	1,269		3万2千円	
6	無料商法	919 (840)	男性	350	①デジタルコンテンツ230 ②健康食品136 ③工事・建築54	28万5千円	
		109.4%	女性	511		7万6千円	
7	サイドビジネス商法	525 (543)	男性	244	①デジタルコンテンツ159 ②他の内職・副業83 ③教養・娯楽サービスその他44	65万7千円	
		96.7%	女性	279		44万3千円	
8	ワンクリック請求	499 (781)	男性	346	①デジタルコンテンツ485 ②司法書士4 ③商品一般3	29万3千円	
		63.9%	女性	153		3万2千円	
9	点検商法	408 (391)	男性	161	①工事・建築218 ②修理サービス36 ③役務その他サービス28	94万7千円	
		104.3%	女性	234		20万5千円	
10	利殖商法	393 (724)	男性	192	①ファンド型投資商品107 ②デジタルコンテンツ82 ③他のデリバティブ取引25	445万4千円	
		54.3%	女性	198		300万4千円	
11	販売目的隠匿	287 (312)	男性	140	①工事・建築24 ②商品一般18 ②電気18 ②デジタルコンテンツ18 ②インターネット接続回線18	145万3千円	
		92.0%	女性	139		46万2千円	
12	テレビショッピング	253 (230)	男性	73	①化粧品35 ②健康食品32 ③冷凍調理食品15 ③電気空調・冷房機器15	3万円	
		110.0%	女性	173		1万7千円	
13	次々販売	213 (279)	男性	77	①工事・建築53 ②デジタルコンテンツ43 ③ふとん類8	427万円	
		76.3%	女性	127		259万1千円	

順位	販売方法・手口	件数 (前年度同期) 前年度同期比	男女別		主な品目	平均契約購入金額	過去4年間の件数の推移 (H28上=100) H28上 H29上 H30上 R元上
			性別	件数		平均既支払金額	
14	紹介販売	209 (158) 132.3%	男性	100	①教養・娯楽サービスその他32 ②ファンド型投資商品22 ③他の内職・副業20	99万6千円	
			女性	108		78万4千円	
15	ネガティブ・オプション	171 (137) 124.8%	男性	61	①商品一般47 ②健康食品10 ③書籍6	1万4千円	
			女性	107		2千円	
16	アポイントメントセールス	163 (148) 110.1%	男性	86	①デジタルコンテンツ27 ②タレント・モデル養成教室15 ③教養・娯楽サービスその他12	168万8千円	
			女性	76		62万8千円	
17	二次被害	143 (334) 42.8%	男性	75	①商品一般43 ②山林25 ③デジタルコンテンツ15	559万5千円	
			女性	67		318万4千円	
18	カタログ通販	104 (107) 97.2%	男性	28	①商品一般10 ②電気空調・冷房機器8 ②音響・映像機器8	9万7千円	
			女性	73		9万2千円	
19	景品付販売	83 (94) 88.3%	男性	35	①新聞63 ②インターネット接続回線3 ③音響・映像ソフト2	77万4千円	
			女性	46		1万4千円	
20	劇場型勧誘	81 (105) 77.1%	男性	22	①商品一般25 ②株9 ②ファンド型投資商品9	290万円	
			女性	59		158万6千円	
21	当選商法	79 (133) 59.4%	男性	31	①デジタルコンテンツ26 ②商品一般10 ③教養・娯楽サービスその他8	155万円	
			女性	48		137万3千円	
22	アンケート商法	56 (54) 103.7%	男性	23	①商品一般8 ②健康食品4 ③電気、ネックレス、デジタルコンテンツ、エステティックサービス、相談その他3	153万8千円	
			女性	33		4万5千円	
23	展示販売	50 (55) 90.9%	男性	8	①着物類10 ②ネックレス6 ③ミネラルウォーター3 ③ふとん類3 ③頭髮用具3	134万7千円	
			女性	40		71万5千円	
24	原野商法	48 (201) 23.9%	男性	25	①山林24 ②土地8 ③別荘地4 ③役務その他サービス4	491万1千円	
			女性	23		473万3千円	
25	過量販売	44 (41) 107.3%	男性	13	①健康食品9 ②補習用教材7 ③着物類5	362万6千円	
			女性	29		175万1千円	

(注) 1 グラフは平成28年度上半期の件数を100として増減傾向を表したもの

2 「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及び販売購入形態の件数とも一致しない。

3 「販売方法・手口」の内容については、参考3(P32)参照

6 救済金額

(Ⅰ－表 16)被害の未然防止やその回復が図られた金額(救済金額)

(令和元年9月 30 日までに相談処理が終了しているものを抽出)

(単位：千円、件)

県内	令和元年度上半期		平成30年度上半期	
	金額	件数	金額	件数
契約購入金額 (A)	14,943,919	13,907	18,687,035	14,498
既支払額 (B)	5,597,523	7,003	7,441,277	7,317
救済金額 (C)	1,326,443	2,742	1,573,720	3,419
回復額	509,855	1,500	520,487	1,469
回復額 (クーリング・オフ額)	541,583	529	521,405	576
未然防止額	275,005	713	531,828	1,374
C / A	8.9%	19.7%	8.4%	23.6%
契約購入金額が判明しているもの の 1 件あたりの救済金額	95		109	

※回 復 額:消費生活センター等に相談した結果、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、又は、支払いを免除された金額

※回復額(クーリング・オフ額):消費生活センター等に相談した結果、クーリング・オフを根拠に返金、解約・取消された金額(法律に基づくものだけでなく、業界や業者が自主的に実施したものや、相談者から「クーリング・オフ」を実施する意思を確認できた場合を含む。)

※未 然 防 止 額:契約・申込をする前に消費生活センター等に相談した結果、相談者が当該契約を締結せず、支払わずに済んだ金額。「架空請求」や「ワンクリック請求」に関するものを含む。

Ⅱ 高齢者（契約当事者が65歳以上）の相談

1 苦情相談件数について

（Ⅱ－表1）「高齢者」の苦情相談件数の推移

単位：件

区 分	平成29年度	平成30年度		令和元年度 上半期	前年度 同期比
			上半期		
高齢者の苦情相談件数(A)	18,907 (100.0%)	30,543 (100.0%)	15,642 (100.0%)	12,985 (100.0%)	83.0%
65歳～69歳 (構成比)	5,431 (28.7%)	9,513 (31.1%)	4,962 (31.7%)	3,123 (24.1%)	62.9%
70歳代 (構成比)	8,770 (46.4%)	15,180 (49.7%)	7,511 (48.0%)	6,934 (53.4%)	92.3%
80歳以上 (構成比)	4,706 (24.9%)	5,850 (19.2%)	3,169 (20.3%)	2,928 (22.5%)	92.4%
苦情相談件数(B)	63,173	77,698	38,217	37,079	97.0%
苦情相談件数に占める 高齢者の相談の割合(A)/(B)	29.9%	39.3%	40.9%	35.0%	
神奈川県における 65歳以上の割合 ※	24.5%	24.9%		25.1%	

※ 神奈川県年齢別人口統計調査による（各年1月1日現在）

2 品目別

（Ⅱ－表2）「高齢者」の苦情相談上位品目（前年度同期比較）

単位：件

	品 目	令和元年度 上半期	平成30年度		対前年度 同期比	備 考
			上半期			
		12,985	15,642	[30,543]	83.0%	
1	商品一般	4,803	7,187	13,930	66.8%	
2	工事・建築	720	611	1,293	117.8%	屋根工事202、衛生設備工事111、 塗装工事101
3	デジタルコンテンツ	695	1,216	2,208	57.2%	他のデジタルコンテンツ460、アダルト情 報サイト164、出会い系サイト29
4	健康食品	371	269	541	137.9%	
5	インターネット接続回線	351	367	676	95.6%	
6	携帯電話サービス	289	196	409	147.4%	
7	役務その他サービス	265	182	418	145.6%	
8	修理サービス	215	182	408	118.1%	
9	化粧品	210	137	312	153.3%	
10	不動産貸借	165	159	337	103.8%	賃貸アパート130、借家17

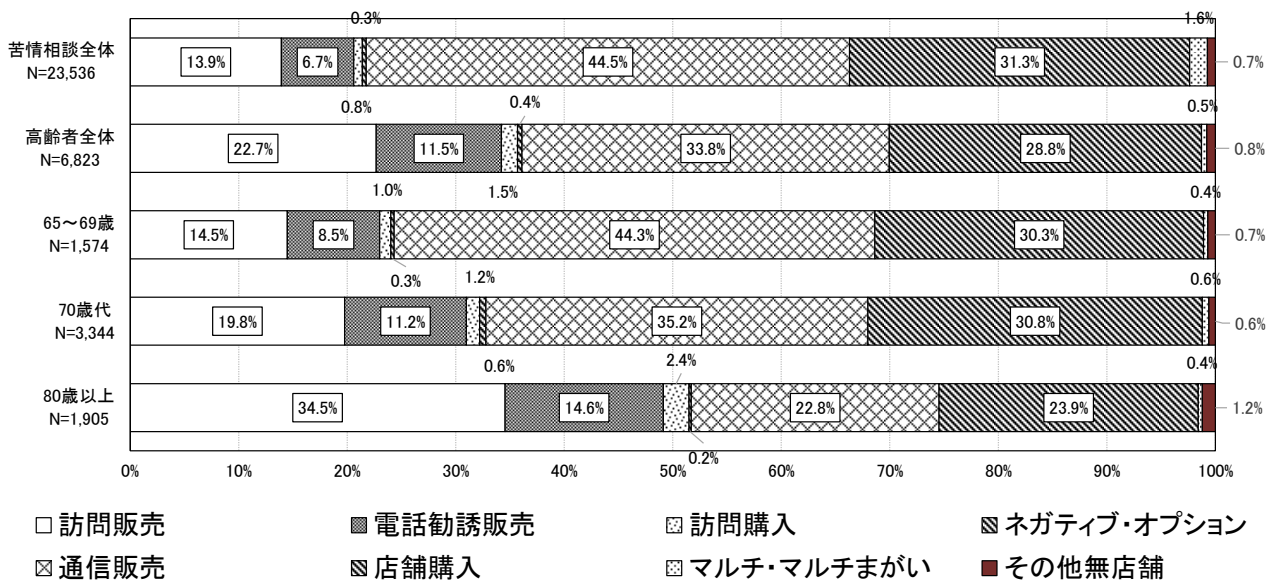
(Ⅱ－表3)「高齢者」の年代別の苦情相談上位品目

単位:件

	65歳～69歳 [3,123]	件数	70歳代 [6,934]	件数	80歳以上 [2,928]	件数
1	商品一般	1,274	商品一般	2,978	商品一般	551
2	デジタルコンテンツ	201	デジタルコンテンツ	393	工事・建築	280
3	健康食品	114	工事・建築	330	健康食品	117
4	工事・建築	110	携帯電話サービス	176	デジタルコンテンツ	101
5	インターネット接続回線	81	インターネット接続回線	174	インターネット接続回線	96
6	携帯電話サービス	66	健康食品	140	新聞	82
7	化粧品	65	役務その他サービス	134	役務その他サービス	76
8	不動産貸借	57	化粧品	108	修理サービス	66
9	役務その他サービス	55	修理サービス	104	電気	52
10	修理サービス	45	電気	80	固定電話サービス	51

4 販売購入形態について

(Ⅱ－図1)「高齢者」の販売購入形態別割合(不明・無関係は除く)



5 販売方法・手口（※）別について

※「販売方法・手口」の内容は参考3（P32）参照

（Ⅱ－表4）「高齢者」の苦情相談における主な販売方法・手口（前年度同期比較）

単位：件

	販売方法・手口	令和元年度 上半期	平成30年度 上半期	前年度 同期比	平均契約 購入金額 （千円）	平均 既支払額 （千円）	主な品目と件数
1	架空請求	4,465	7,489	59.6%	925	33	①商品一般4,274、②デジタルコンテンツ144、③他のネット通信関連サービス16、④携帯電話サービス5、⑤フリーローン・サラ金3
2	電子商取引	1,492	1,790	83.4%	162	64	①デジタルコンテンツ564、②健康食品195、③化粧品125、④役務 その他サービス104、⑤商品一般89
3	家庭訪販	1,434	1,572	91.2%	1,543	881	①工事・建築428、②新聞110、③修理サービス104、④テレビ放送 サービス65、⑤役務その他サービス61
4	電話勧誘	1,223	1,300	94.1%	1,035	752	①インターネット接続回線249、②商品一般120、③電気82、④社会 保険66、⑤固定電話サービス60
5	身分詐称	979	3,574	27.4%	329	33	①商品一般690、②社会保険63、③デジタルコンテンツ41、④イン ターネット接続回線29、⑤他の保健・福祉18
6	点検商法	294	289	101.7%	733	132	①工事・建築154、②修理サービス25、③駆除サービス22、④役務 その他サービス20、⑤給水設備12
7	無料商法	273	240	113.8%	316	62	①デジタルコンテンツ58、②工事・建築35、③健康食品19、④イン ターネット接続回線18、⑤役務その他サービス14
8	テレビショッピング	193	167	115.6%	29	16	①化粧品27、②健康食品24、③冷凍調理食品13、④電気空調・冷 房機器10、④ふとん類10
9	ワンクリック請求	153	190	80.5%	264	31	①デジタルコンテンツ149、②司法書士2、③商品一般1、③パソコ ンソフト1
10	次々販売	131	167	78.4%	4,206	3,487	①工事・建築41、②デジタルコンテンツ13、③ふとん類8、④健康 食品6、④駆除サービス6

（注）「販売方法・手口」は、「全国消費生活情報ネットワークシステム（PIO-NET）」の「内容等キーワード」の定義による。複数選択可能なため、件数の合計は相談件数と一致しない。また、高齢者に特徴的な販売方法・手口を分析しているため、項目はP14、15と一致しない。

6 契約購入金額（※1）・既支払額（※2）について

※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

（Ⅱ－表5）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	令和元年度 上半期	平成30年度	
			上半期	
平均 契約購入 金額	高齢者	1,280	1,498	1,442
	高齢者以外	1,020	1,213	1,201
平均 既支払額	高齢者	406	775	1,717
	高齢者以外	310	425	728

Ⅲ 若者（契約当事者が30歳未満）の苦情相談

1 苦情相談状況について

（Ⅲ－表1）「若者」の苦情相談件数の推移

単位：件

区 分	平成29年度	平成30年度		令和元年度 上半期	前年度 同期比	
			上半期			
若者の苦情相談件数(A)	6,704	6,442	3,138	3,793	120.9%	
	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)		
	未成年(20歳未満)	1,268	1,211	589	847	143.8%
	(構成比)	(18.9%)	(18.8%)	(18.8%)	(22.3%)	
	20歳代	5,436	5,231	2,549	2,946	115.6%
	(構成比)	(81.1%)	(81.2%)	(81.2%)	(77.7%)	
苦情相談件数(B)	63,173	77,698	38,217	37,079	97.0%	
苦情相談件数に占める 若者の相談の割合(A)/(B)	10.6%	8.3%	8.2%	10.2%		

2 品目別

（Ⅲ－表2）「若者」の苦情相談上位品目（前年度同期比較）

単位：件

順位	品 目	令和元年度 上半期	平成30年度		対前年度 同期比	備 考
			上半期			
		3,793	3,138	[6,442]	120.9%	
1	デジタルコンテンツ	584	652	1,233	89.6%	他のデジタルコンテンツ231、出会い系 サイト106、オンラインゲーム104
2	化粧品	336	95	194	353.7%	
3	不動産貸借	242	231	437	104.8%	賃貸アパート225、月極駐車場9
4	健康食品	212	84	213	252.4%	
5	エステティックサービス	157	132	273	118.9%	脱毛エステ92、他のエステティッ クサービス27、痩身エステ22
6	商品一般	148	144	316	102.8%	
7	教養・娯楽サービスその他	75	37	92	202.7%	USBメモリを媒体とした投資情報 教材の販売に関する相談等
8	他の内職・副業	72	74	154	97.3%	
9	役務その他サービス	71	58	118	122.4%	
10	四輪自動車	69	43	106	160.5%	

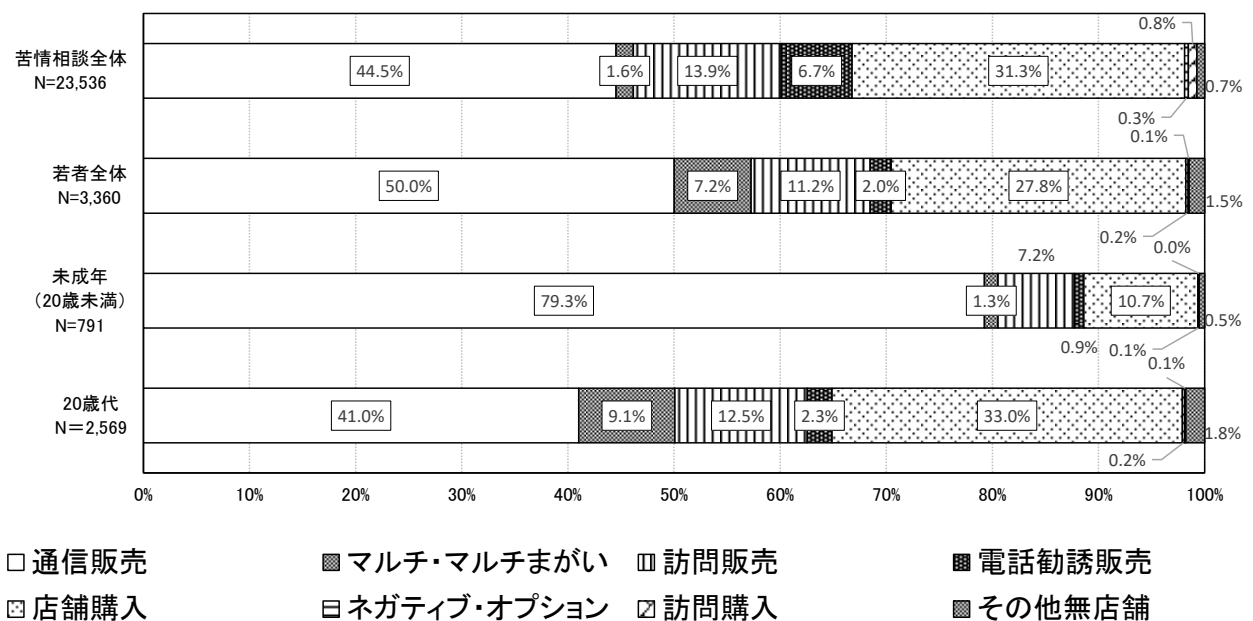
(Ⅲ－表3)「若者」の年代別の苦情相談上位品目

単位:件

	未成年 [847]	件数	20歳代 [2,946]	件数
1	デジタルコンテンツ	216	デジタルコンテンツ	368
2	化粧品	166	不動産貸借	231
3	健康食品	106	化粧品	170
4	コンサート	23	エステティックサービス	146
5	役務その他サービス	17	商品一般	119
6	テレビ放送サービス	16	健康食品	106
7	電気	12	教養・娯楽サービスその他	71
8	不動産貸借	11	他の内職・副業	67
	エステティックサービス	11	四輪自動車	66
10	新聞	10	電気	55
			医療サービス	55

4 販売購入形態について

(Ⅲ－図1)「若者」の販売購入形態別割合(不明・無関係は除く)



5 販売方法・手口（※）別について

※「販売方法・手口」の内容は参考3（P32）参照

（Ⅲ－表4）「若者」の苦情相談における主な販売方法・手口（前年度同期比較）

単位：件

	販売方法・手口	令和元年度 上半期	平成30年度 上半期	前年度 同期比	平均契約 購入金額 （千円）	平均 既支払額 （千円）	主な品目と件数
1	電子商取引	1,533	1,172	130.8%	119	37	①デジタルコンテンツ455、②化粧品309、③健康食品181、④コンサート47、⑤商品一般45
2	SNS	367	265	138.5%	360	153	①デジタルコンテンツ87、②化粧品43、③健康食品28、③他の内職・副業28、⑤コンサート14
3	サイドビジネス商法	315	255	123.5%	669	486	①デジタルコンテンツ82、②他の内職・副業50、③教養・娯楽サービスその他39、④教養娯楽教材36、⑤役務その他サービス18
4	家庭訪販	214	163	131.3%	3,157	117	①電気55、②テレビ放送サービス28、③新聞20、④インターネット接続回線16、⑤中古分譲マンション11
5	無料商法	156	130	120.0%	263	77	①デジタルコンテンツ46、②エステティックサービス33、③健康食品23、④化粧品10、⑤他の理美容用具5
6	クレ・サラ強要商法	145	111	130.6%	593	439	①教養・娯楽サービスその他42、②教養娯楽教材29、③デジタルコンテンツ15、④他の内職・副業9、⑤ビジネス教室8
7	利殖商法	136	100	136.0%	3,682	1,520	①デジタルコンテンツ23、②教養娯楽教材22、③教養・娯楽サービスその他19、④ファンド型投資商品16、⑤新築分譲マンション8、⑤他のデリバティブ取引8
8	紹介販売	134	83	161.4%	670	359	①教養・娯楽サービスその他32、②デジタルコンテンツ14、②他の内職・副業14、④化粧品8、⑤商品一般6、⑤教養娯楽教材6、⑤ビジネス教室6
9	アポイントメントセールス	112	90	124.4%	1,804	549	①デジタルコンテンツ21、②教養・娯楽サービスその他12、③他の内職・副業10、④タレント・モデル養成教室8、④役務その他サービス8
10	電話勧誘	109	81	134.6%	4,471	1,284	①デジタルコンテンツ27、②インターネット接続回線13、③商品一般9、④電気6、④新築分譲マンション6

（注）「販売方法・手口」は、「全国消費生活情報ネットワークシステム（PIO-NET）」の「内容等キーワード」の定義による。複数選択可能なため、件数の合計は相談件数と一致しない。また、若者に特徴的な販売方法・手口を分析しているため、項目はP14、15と一致しない。

6 契約購入金額（※1）・既支払額（※2）について

※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

（Ⅲ－表5）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）

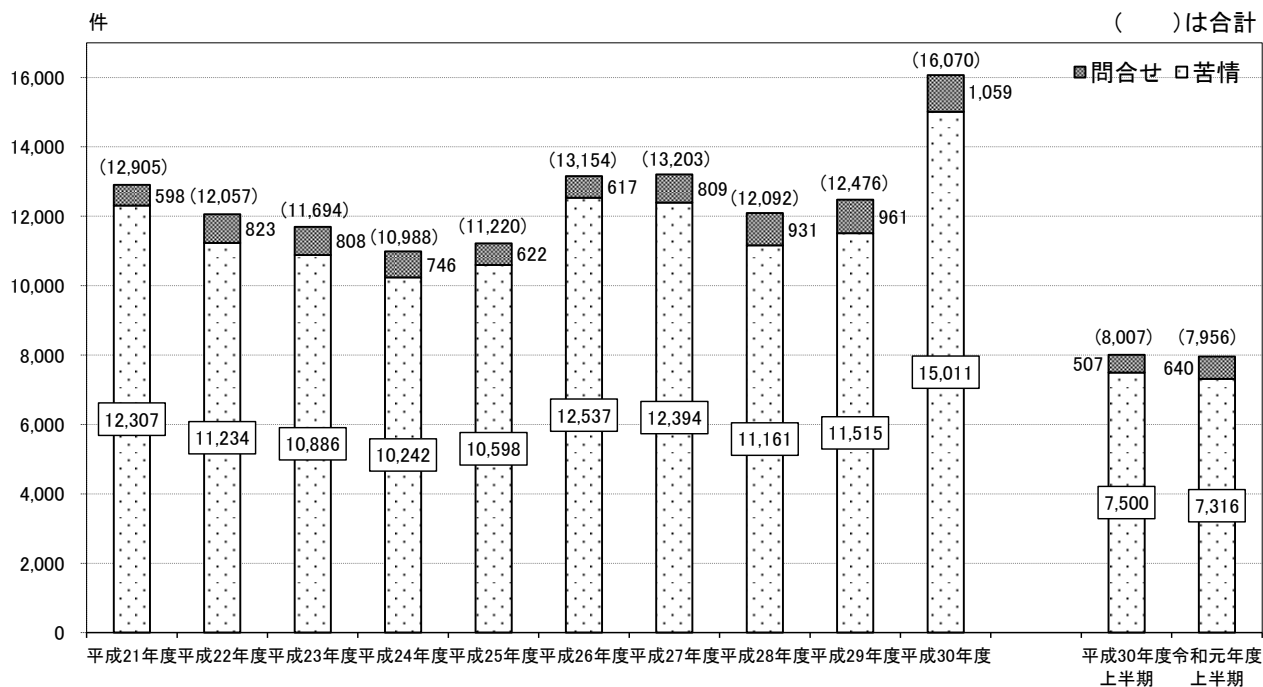
単位：千円

	区 分	令和元年度 上半期	平成30年度	
			上半期	
平均 契約購入 金額	若者	830	841	786
	若者以外	1,143	1,366	1,351
平均 既支払額	若者	257	210	354
	若者以外	354	589	1,116

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相談件数推移



（Ⅳ－表1）かながわ中央消費生活センター休日・夜間相談状況（前年度同期比較）

○苦情相談件数

区分	令和元年度上半期				平成30年度上半期				対前年同期比(%) (A/B)
	苦情相談件数(A)	平日昼件数	休日件数	夜間件数	苦情相談件数(B)	平日昼件数	休日件数	夜間件数	
計	7,316	3,710	1,407	2,199	7,500	3,967	1,430	2,103	97.5

○休日相談

区分	令和元年度上半期				平成30年度上半期				対前年同期比(%) (C/D)
	休日 日数	件数 (C)	うち、 来所件数	1日平均 件数	休日 日数	件数 (D)	うち、 来所件数	1日平均 件数	
計	59	1,407	(45)	23.8	56	1,430	(45)	25.5	98.4

○夜間（平日16時から19時まで）

区分	令和元年度上半期				平成30年度上半期				対前年同期比(%) (E/F)
	日数	件数 (E)	うち、 来所件数	1日平均 件数	日数	件数 (F)	うち、 来所件数	1日平均 件数	
計	121	2,199	(58)	18.2	125	2,103	(47)	16.8	104.6

2 メール相談

※このデータは、「全国消費生活情報ネットワークシステム（PIO-NET）」の登録データではありません。

<相談件数>

区 分	平成28年度	平成29年度	平成30年度		令和元年度 上半期
				上半期	
件 数	473	456	393	204	193
開所日数	353	353	353	180	180
1日平均件数	1.3	1.3	1.1	1.1	1.1

<相談者の状況>

市町村名	件数	市町村名	件数
横 浜 市	67	綾 瀬 市	2
川 崎 市	25	葉 山 町	3
相 模 原 市	10	寒 川 町	0
横 須 賀 市	9	大 磯 町	0
平 塚 市	3	二 宮 町	1
鎌 倉 市	6	中 井 町	0
藤 沢 市	14	大 井 町	1
小 田 原 市	1	松 田 町	0
茅 ヶ 崎 市	8	山 北 町	0
逗 子 市	0	開 成 町	1
三 浦 市	0	箱 根 町	0
秦 野 市	2	真 鶴 町	0
厚 木 市	4	湯 河 原 町	0
大 和 市	5	愛 川 町	0
伊 勢 原 市	4	清 川 村	0
海 老 名 市	2	そ の 他	0
座 間 市	4	不 明	20
南 足 柄 市	1	計	193

年代	件数
20歳未満	3
20歳代	24
30歳代	42
40歳代	43
50歳代	30
60歳代	16
70歳代	7
80歳代以上	2
不明	26
計	193

職業	当月
給与生活者	108
自営業	19
家事	16
学生	7
無職	21
その他	0
不明	22
計	193

性別	件数
男性	112
女性	67
不明	14
計	193

時間帯	件数
0:00 ～ 9:30	30
9:30 ～ 19:00	107
19:00～24:00	56
計	193

V 主な苦情相談事例

○「健康食品の定期購入」に関する相談

(当 事 者) 50 歳代 女性

(相 談 内 容) 先日インターネットの広告から、痩せるというサプリメントを申し込んだ。初回は 300 円とあった。申し込んだところ発送通知メールが届き、金額が 1 万円以上となっていて驚いた。4 回以上契約をしなくてはならないことは知っていたが、300 円で試してみて気に入れば 4 回契約すればいいと思っていた。インターネットの情報ではこの事業者の悪評が多く、解約の電話がつかないという。自分も何回も電話をかけたがつかない。どうしたらよいか。

(対 応) 消費生活センターから事業者に連絡したところ、「相談者は個人情報を入力し、8 袋一度に届くおまとめコースに改めて変更している。商品を受け取り 19,310 円を支払った後は、4 回以上の縛りはなくいつでも解約できる。」とのこと。事業者はあくまで解約する場合は電話をするように言うが、相談者が何度も電話をかけているがつかないと言っていることを伝えると、センターからの電話で解約とすることも可となった。相談者にそのことを伝えると、8 袋が毎月来るのは困っていたので解約できるのなら代金を支払うとのことだった。その旨を事業者に伝え、2 回目以降の解約を了承された。相談者から、商品を受け取り代金も事業者を支払ったとセンターに連絡があったので終了とした。

○「化粧品の定期購入」に関する相談

(当 事 者) 20 歳代 男性

(相 談 内 容) 2 か月程前に、スマートフォンで広告を見て髭剃り用のローションをお試し価格 980 円で申し込み、クレジットカードで送料等を含めて 1,598 円を決済し、引き落としもされた。ところが今月 2 回目の商品が届き、クレジット決済で 7,020 円引き落としされた。1 回だけの契約と思っていたところ、定期購入だったようだ。解約するため事業者へ連絡するが全くつかない。利用規約には、解約の連絡は電話のみと記載されている。解約したいがどうしたらよいか。

(対 応) 消費生活センターから事業者へ、電話がつかず相談者が困っていることを連絡し、メール等電話以外の方法で解約を受け付けてもらえるよう求めたが、あくまで電話連絡するようにとの回答だった。事業者から相談者の希望は何かと聞かれ、1 回の契約と思っていたので 2 回目以降の解約を伝えたところ、「この契約は 6 回定期コース、初回 980 円、2～6 回目は 7,020 円の申し込みをしている。解約はできない。」と回答された。事業者からの提案として、「2 回目の商品が未開封であれば、通常価格との差額を振り込んでもらえれば 2 回目の商品の返品を受ける。3 回目以降の商品は解約する。振り込み後連絡をもらえば、返送先を伝える。」とのこと。相談者に伝えたところ、2 回目の商品について、商品包装のビニールは開封していないとのことで、事業者の提案内容で合意するとのこと。事業者はその旨を伝えたところ、返品可能とのことだった。振込期日を確認し、相談者に伝えた。振込み後の連絡先がつかない等、対応に問題があれば再度連絡するように伝え、終了とした。

○「屋根工事」に関する相談

(当 事 者)	80 歳代 男性
(相 談 内 容)	昨日帰省し、父宅で工事契約書面を発見した。聞けば3日前、独居の父宅を事業者が訪問し、「近隣で工事をしているが、お宅の屋根が剥がれている。台風が近いので修理しないと近隣に迷惑がかかる。無料で点検する。」と言ったという。父は近隣に迷惑をかけたら大変と思い、その場で52万円の屋根修復工事を契約したという。高額過ぎると思い、事業者にキャンセルの電話をかけたところ、担当者は「直接会って説明したい。高額な契約と言うが、火災保険の裏ワザで0円で修理できる。お客さんが直接保険会社に話をすると50万円の工事も1万円しか保険金が出ない。私に言ってもらえれば自己負担0円になります。」と言う。ますます怪しいと思い、クーリング・オフの記載があったので一旦クーリング・オフして考え直したいと電話で伝えた。工事日の記載はない。解約したいがどうすればよいか。
(対 応)	屋根を点検するという口実でリフォーム契約を勧める訪問販売のトラブルについて情報提供した。火災保険で直せるかどうかは保険会社が判断するものであることを説明した。クーリング・オフを希望する場合は、8日間以内にハガキで通知することを伝え、書き方と送付方法について説明した。書面一式は5年間保管するよう伝えた。相談者は親族と相談し、通知を出すとのことだった。解約できない等問題がある場合は再相談するよう付言した。その後相談者から、事業者にクーリング・オフ通知を出したが戻ってきてしまったと報告があった。消費生活センターから事業者の確認の連絡をしたところ、事業者はハガキは行き違いで受け取れなかったが、担当者への電話でクーリング・オフは受け付けているとのことだった。相談者にもその旨を伝え相談を終了とした。

○「テレビショッピング」に関する相談

(当 事 者)	60 歳代 男性
(相 談 内 容)	テレビ通販でエアコンを購入した。テレビの広告では、通常12,000円かかる作業代金が原則かからないことを強調していた。電話での注文時にはオペレーターから、設置環境が整っていない場所への設置だと、設置のための料金が別途かかる場合もあるがその時は、その時点でキャンセルすることもできるので問題ないと言われた。本日、設置担当者がエアコンを持って来訪した。設置作業前には、「この状況であれば別途料金はかからない。」と言われたので、そのまま設置を依頼した。しかし、作業の途中で担当者から「やっぱり別途料金がかかる。」と言われた。作業途中のため、断りづらいこともあり別途料金の支払いに了承して作業を継続してもらった。結局、担当者に15,000円を請求され支払った。納得いかない。
(対 応)	テレビショッピングでは、必要な情報がテレビ番組だけでは確認できない場合があり、エアコン等の取付工事費用の内容は設置場所等によって異なることを伝えた。一般的に室外機の設置場所が特殊な場所（屋根上や吊下げ式）であったり、配管の長さが長く必要であったり、電圧やコンセントを変更する電気工事必要な場合は、追加の工事費用がかかることを説明した。テレビの広告や注文時のオペレーターの案内とは異なる対応がされているのであれば、通販会社に対し、取付けまでの経緯を説明し見解を求めるよう助言した。

○「電話勧誘によるインターネット通信契約」に関する相談

(当 事 者)	70 歳代 男性
(相 談 内 容)	3 日前に自宅の固定電話に、光回線の勧誘の電話があった。安くなるとの話であったが、電話では契約は決めないと伝え、資料であれば送付していいと答えた。先ほど事業者より封書が届き、「申込内容の確認」との書面が入っていて驚いた。勝手に申込されてしまい契約が成立したようだ。書面に記載されている契約先の事業者と、電話勧誘をしてきた事業者と社名が違うことも解せない。詐欺に遭ったと思い、慌てて最寄りの警察署に相談に行ったところ、貴所を案内された。私は申し込むとは全く言っていない。事業者に電話したが、全く通じない。どうしたらよいか。
(対 応)	申込みの承諾はしていないが、申込書面を受取っているので、事業者と連絡がとれないとのことであれば、相談者から事業者あてに文書で解除通知を発信しておくことを助言した。初期契約解除について伝え、事務手数料と工事費用が発生する可能性はあることを説明し、通知には申込を承諾していないこと、資料送付のみを承諾したことも記載したうえで送付するように伝えた。請求があった場合には再相談も可能であることを付言した。

○「情報商材が入ったUSBメモリのマルチ商法」に関する相談

(当 事 者)	20 歳代 女性 (学生)
(相 談 内 容)	2, 3 か月前、高校時代の友人からネットビジネスについて話を聞いた。数日前に再度その友人から連絡があり、会うとバイナリーオプションで儲ける話を聞かされた。その時に上の人に会って欲しいと言われ、翌日友人とカフェに向き、会社員のような男性に会った。「教材の入ったUSBメモリを購入し、取引の仕組みを勉強しセミナーを受け頑張ろう。さらに、1人紹介すると10万円もらえる。」という説明を受けた。42万円と高額だが、ローンで借りてもすぐに元は取れるというような話だった。2日後、事務所に行き、連鎖販売ビジネスの会員及び高額なUSBメモリの購入契約をし、42万円全額現金で支払った。お金は貯金の22万円を出し、足りない分の20万円は学生ローンで借りた。借りるときも友人からビジネスでは貸してもらえないので、PC購入代金と言うように指示された。改めて考えると知人を誘うことはできない。契約書には20日以内ならクーリング・オフができると記載されているので、クーリング・オフしたい。
(対 応)	バイナリーオプション取引で儲けるというマルチ商法のトラブルについて情報提供した。クーリング・オフ期間内であり、クーリング・オフ通知の書き方を説明した。消費生活センターにも契約書面を送ってもらい確認し、事業者に連絡を取ることを伝えた。その後、相談者はクーリング・オフ通知と一緒にUSBメモリを着払いで送付し、その旨を事業者に伝えたところ、事業者は着払いのものは受け取り、10月上旬に返金すると言ったとのことだった。事業者の受取りを確認した後、センターより事業者に連絡をした。事業者は、現在クーリング・オフ事務処理中で、今週中に入金する予定と言う。その後、相談者より約束の期日に全額返金されたと報告を受け、相談を終了とした。

○「エステティックサービス」に関する相談

(当 事 者)	20 歳代 女性
(相 談 内 容)	クーポンサイトの初回無料券を利用してエステの体験をしていると友人から聞いたので、私も 3 日前に試した。私の場合は、初回無料ではなく、1 回あたり 1 万円のところを 2,000 円で体験できるクーポンだった。居住地に近いエステサロンへ予約を取り、80 分の全身マッサージの体験を受けたが、体験後、長時間の勧誘を受け、契約をしないと帰れない雰囲気根負けして、10 回コースを 8 万円で契約してしまった。クレジットカードの一括払いで決済したが、契約関係の書面はもらっていない。当日は 13 時半にサロンへ出向き、サロンを出たのは 17 時過ぎだった。不本意な契約だったので解約したい。
(対 応)	クーリング・オフの手続きについて説明した。クーリング・オフのハガキを送付するよう書き方、出し方を指導した。相談者は、消費生活センターのホームページの記載要領を参考に相談者自身でハガキを書いて送付したとのことだったため、確認のために送信済みハガキのコピーをセンターへ F A X で送信してもらい、契約日の翌日がハガキの送付日であったことを確認した。センターより事業者へ架電し、相談者の意向とハガキの送付を伝えたところ、既にハガキの到着は確認できており、一週間後に相談者がクレジットカード決済の解約手続きのためにサロンへ来訪する予定とのことだった。その後事業者からセンターへ、料金請求を取り消したとの報告があった。後日、クレジットカード会社へ架電し、契約取り消しの手続き完了を確認し、併せて相談者へ今後の契約上の留意点を助言して終了とした。

○「未成年者のオンラインゲーム」に関する相談

(当 事 者)	10 歳未満 男性（相談者は母親）
(相 談 内 容)	先月、8 歳の息子に私のスマートフォンを貸した。ゲームをするときは課金をしないように言って使わせたが、クレジットカード会社から先月の請求分として、今月 4 日に 335,760 円が引き落としされていることがわかり驚いた。今思えば息子は課金の意味が分かっていなかったかもしれない。ゲーム画面を見ると一番下の 20 歳以上のボタンを押すことで課金できる状態になっていた。クレジットカード会社から請求を知らせるメールは届いていたが、メールが多く普段利用しているアカウントと分けていたため気付かなかった。他のゲームでも課金していたようで請求が上がっている。未成年者取消しをしたい。どうしたらよいか。
(対 応)	子どものゲームでの課金は初めてとのこと。クレジットカード情報は以前に自身が入力したものが登録されていたとのことだった。ゲーム会社やプラットフォーム会社の利用規約に照らし、親の責任を求められる可能性があることを伝えた上で、相談者にクレジットカード会社に連絡をすることやクレジットカード会社から連絡先を聞き、プラットフォーム会社とゲーム会社に状況を伝え交渉するよう助言した。後日、消費生活センターから相談者に確認すると、プラットフォーム会社から初回であるので今回に限り全額返金するという回答を得たとのことだった。

○「スポーツ観覧チケット」に関する相談

(当 事 者) 50 歳代 男性

(相 談 内 容) 本日 SNS 上にラグビーワールドカップのチケットが購入できるという広告が表示された。サイトを確認すると、ランクやカテゴリー別に種類があり、2 枚分 20 万円でチケットをクレジット決済により購入した。オリンピックも種類により高額なチケットがあるため、席により高額なチケットがあるのだろうと思い不審には思わなかった。購入直後に公式サイトではなかったことに気付いた。正規に購入したチケットでないと入場できないとなっている。入場できないなら返金してほしい。

(対 応) インターネット通販の場合、解約や返品については、基本的に当該サイト事業者の規約によることを伝え、事業者の利用規約を確認することを伝えた。相談者が規約を確認したところ、キャンセルはできないが、入場できない場合は返金対応されるとのことだった。興行主が公式サイトから購入した場合しか認めていないのであれば、当日入場できない可能性もあるので、チケットが届かない場合や入場できなかった場合は、規約に基づき事業者に返金を求めることになることを伝えた。規約に従って手続きしたのにも関わらず、当該サイト事業者により対応されなかった場合は、サービス未提供であることを伝えてカード会社に相談するよう助言した。



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

（参考４）神奈川県内の消費生活相談窓口のご案内

平成31年4月1日現在

市町村	相談窓口		相談日	相談時間	住 所	電話番号
横浜市	横浜市消費生活総合センター 〔月～金12:00～13:00及び土・日は電話相談のみ〕		月～金	9:00～18:00	横浜市港南区上大岡西1-6-1 ゆめおおおかオフィスタワー4階	045-845-6666
			土・日	9:00～16:45		
			※まずは、上記センターにお電話ください。面接による相談が必要な場合は、予約制（相談日：月～金）によりセンターまたは市内18区役所で行います。			
川崎市	川崎市消費者行政センター 〔夜間（金曜日）・土曜日は電話相談のみ〕		月～金	9:00～16:00	川崎市川崎区駅前本町11-2 川崎フロンティアビル10階	044-200-3030
			金（夜間）	16:00～19:00		
			土	10:00～16:00		
※上記センターのほか、面談相談が必要な場合は、中原区（金曜）・高津区（火曜）・多摩区（月曜）の3区役所で出張相談を行います。前日16:00までに上記電話へ予約を。						
相模原市	相模原市消費生活総合センター		月～金	9:00～16:00 （毎月第2・4金曜日は9:00～18:00）	相模原市中央区相模原1-1-3 JR相模原駅 セレオ相模原4階	042-776-2511
			土・日・祝・休日	9:00～12:00、13:00～16:00		
	相模原市北消費生活センター		月～金	9:00～12:00、13:00～16:00	相模原市緑区橋本6-2-1 JR橋本駅北口 イオン橋本店6階	来所相談のみ・要予約 ※予約受付:042-776-2511
	相模原市南消費生活センター		月～金	9:00～12:00、13:00～16:00	相模原市南区相模大野5-31-1 相模原市南区合同庁舎3階	
横須賀市	横須賀市消費生活センター		月～金	9:00～16:00	横須賀市本町2-1 総合福祉会館内2階	046-821-1314
平塚市	平塚市消費生活センター	平塚市に在住・在勤・ 在学の方及び大磯町・ 二宮町に在住の方	月～金	9:30～16:00	平塚市浅間町9番1号 平塚市役所本館1階105番窓口	0463-21-7530
鎌倉市	鎌倉市消費生活センター		月～金	9:30～16:00	鎌倉市御成町18-10 鎌倉市役所内	0467-24-0077
藤沢市	藤沢市消費生活センター		月～金	9:00～12:00、13:00～16:00	藤沢市朝日町1番地の1 本庁舎4階	0466-50-3573
小田原市	小田原市消費生活センター	小田原市、箱根町、真鶴町、湯河原町に在住・在勤・在学の方	月～金	9:30～12:00、13:00～16:00	小田原市森窪300 小田原市役所内	0465-33-1777
茅ヶ崎市	茅ヶ崎市消費生活センター 〔寒川町の相談窓口も利用可〕	茅ヶ崎市、寒川町に在住・在勤・在学の方	月～金	9:30～16:00	茅ヶ崎市茅ヶ崎1-1-1 茅ヶ崎市役所内	0467-82-1111（代）
逗子市	逗子市消費生活センター		月・水・木・金	9:30～12:00、13:00～16:00	逗子市逗子5-2-16 逗子市役所内	046-873-1111（代）
三浦市	三浦市市民部市民協働課（消費生活相談）		木 （祝・休日の際は、翌平日）	9:30～12:00、13:00～15:30	三浦市城山町1-1 三浦市役所内	046-882-1111（代）
秦野市	秦野市消費生活センター		月～金	9:00～12:00、13:00～16:00	秦野市桜町1-3-2 秦野市役所 教育庁舎内	0463-82-5181
厚木市	厚木市消費生活センター	厚木市、清川村 にお住まいの方	月～金	9:30～16:00	厚木市栄町1-16-15 厚木商工会議所会館内4階	046-294-5800
大和市	大和市消費生活センター		月～金	9:30～12:00、13:00～16:00	大和市下鶴間1-1-1 大和市役所内	046-260-5120
伊勢原市	伊勢原市消費生活センター		月～金	9:30～12:00、13:00～16:00	伊勢原市田中348 伊勢原市役所内	0463-95-3500
海老名市	海老名市消費生活センター		月～金	9:00～16:30	海老名市勝瀬175-1 海老名市役所内	046-292-1000
座間市	座間市消費生活センター		月～金	9:30～12:00、13:00～16:00 偶数月第2水曜日は13:00～16:00のみ	座間市緑ヶ丘1-1-1 座間市役所内	046-252-8490
南足柄市	南足柄市消費生活センター	南足柄市、中井町、大井町、松田町、山北町、開成町に在住・在勤の方	月～金	9:30～12:00、13:00～16:00	南足柄市関本440 南足柄市役所内	0465-71-0163
綾瀬市	綾瀬市消費生活センター		月・火・木・金	10:00～12:00、13:00～16:00	綾瀬市早川550番地 綾瀬市役所内	0467-70-3335
葉山町	葉山町町民健康課戸籍相談係		毎週 水 第2・4 月	9:30～12:00、13:00～15:30	三浦郡葉山町堀内2135 葉山町役場内	046-876-1111（代）
寒川町	寒川町町民部町民窓口課 （消費生活相談） 〔茅ヶ崎市の相談窓口も利用可〕	寒川町、茅ヶ崎市に在住・在勤・在学の方	月・木	10:00～12:00、13:00～16:00	高座郡寒川町宮山165 寒川町役場内	0467-74-1111（代）
大磯町	大磯町町民課 〔職員が対応〕	大磯町、二宮町にお住まいの方は平塚市消費生活センターもご利用いただけます。	月～金	8:30～17:15	中郡大磯町東小磯183番地 大磯町役場内	0463-61-4100（代）
二宮町	二宮町地域政策課 〔職員が対応〕		月～金	8:30～17:15	中郡二宮町二宮961 二宮町役場内	0463-71-3311（代）
中井町	中井町産業振興課 〔職員が対応〕		月～金	8:30～17:15	足柄上郡中井町比奈窪56 中井町役場内	0465-81-1115
大井町	大井町総務安全課防災安全室 〔職員が対応〕		月～金	8:30～17:15	足柄上郡大井町金子1995 大井町役場内	0465-85-5002
松田町	松田町観光経済課 〔職員が対応〕		月～金	8:30～17:15	足柄上郡松田町松田惣領2037 松田町役場内	0465-83-1228
山北町	山北町商工観光課 〔職員が対応〕	中井町、大井町、松田町、山北町、開成町に在住・在勤の方は、南足柄市消費生活センターもご利用いただけます。	月～金	8:30～17:15	足柄上郡山北町山北1301-4 山北町役場内	0465-75-3646
開成町	開成町産業振興課 〔職員が対応〕		月～金	8:30～17:15	足柄上郡開成町延沢773 開成町役場内	0465-84-0317
箱根町	箱根町総務防災課 〔職員が対応〕	箱根町、真鶴町、湯河原町に在住・在勤・在学の方は、小田原市消費生活センターもご利用いただけます。	月～金	8:30～17:15	足柄下郡箱根町湯本256 箱根町役場内	0460-85-7160
真鶴町	真鶴町町民生活課 〔職員が対応〕		月～金	8:30～17:15	足柄下郡真鶴町岩244-1 真鶴町役場内	0465-68-1131（代）
湯河原町	湯河原町住民課 〔職員が対応〕		月～金	8:30～17:15	足柄下郡湯河原町中央2-2-1 湯河原町役場内	0465-63-2111（代）
愛川町	愛川町住民課住民相談班（消費生活相談）		月・木	10:00～12:00、13:00～15:00	愛甲郡愛川町角田251番地1 愛川町役場内	046-285-2111（代）
清川村	◆清川村にお住まいの方は、 上記厚木市消費生活センターをご利用ください。			清川村の 消費生活主管	◇清川村 【総務課】	046-288-1212
神奈川県	かながわ中央消費生活センター		月～金	9:30～19:00	横浜市新奈川区鶴屋町2-24-2 かながわ県民センター6階	045-311-0999
			土・日・祝・休日・12月28日	9:30～16:30		
	※年末年始及びかながわ県民センター休館日（2019年4月21日、6月16日、8月18日、10月27日、12月15日、2020年2月16日）はお休みです。					

（注） 祝日は、かながわ中央消費生活センターをご利用ください。また、相模原市に在住・在勤の方は相模原市消費生活総合センターもご利用いただけます。

いずれの相談窓口も、年末年始（12月29日～1月3日）はお休みです。

不安や疑問に思ったら、消費生活センターに相談しましょう。

消費者ホットライン 局番なし 188（イヤヤ!）

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）
横浜市神奈川区鶴屋町2-24-2 〒221-0835 電話(045)312-1121（代表）