

消費生活相談の動向 2021

令和2年度 ○統計・資料編
○市内18区編

横浜市消費生活総合センター



統計・資料編

【本資料について】

この統計は、横浜市消費生活総合センターが令和2年度に受け付けた相談16,819件のうち、メール及び電話自動応答システムによる受付を除く相談件数15,764件の情報を、国民生活センターが所管するPIO-NET（全国消費生活情報ネットワークシステム：各地の消費生活センター及び国民生活センターが受け付けた相談情報を蓄積したデータベース）を用いて分析し、まとめたものである。

- ・統計内の「年齢」は、特別な記載がない限り、契約当事者の年齢を基準にしている。
- ・統計内の数値は令和3年7月時点のものである。
- ・各表/グラフ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るため、区分毎の割合の合計は100%にならない場合がある。
- ・資料内の市内人口は、「横浜市統計ポータルサイト」の令和3年3月時点の統計値より引用している。

横浜市統計ポータルサイトURL

<https://www.city.yokohama.lg.jp/city-info/yokohamashi/tokei-chosa/portal/>

1 相談の受付状況

消費者苦情が発生している苦情相談と、消費者苦情が発生していない買い物相談などの問合せの件数で分類している。

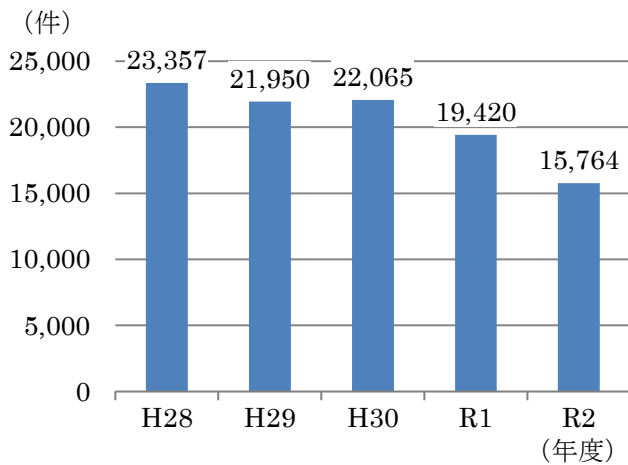
【表 1】 相談種別ごとの受付件数

(単位：件)

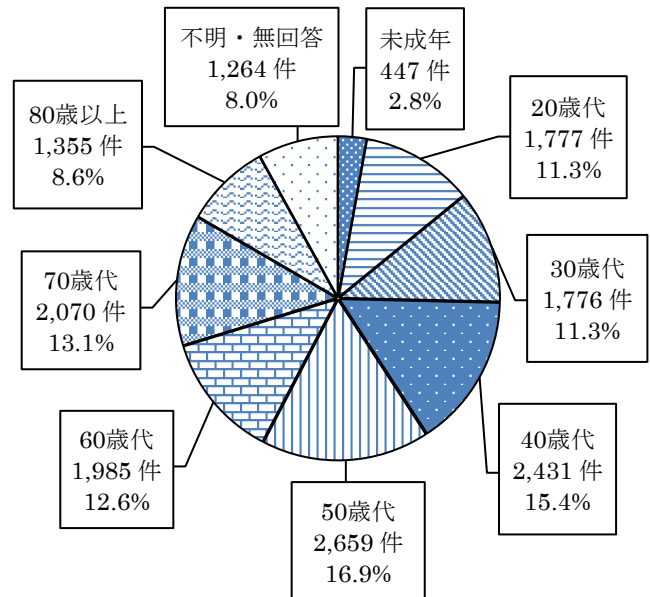
区分	令和2年度		令和元年度		増▲減【対前年度増減率】	
苦情相談	14,938	94.8%	18,413	94.8%	▲3,475	▲18.9%
問合せ	826	5.2%	1,007	5.2%	▲181	▲18.0%
計	15,764	100.0%	19,420	100.0%	▲3,656	▲18.8%
相談電話音声ガイダンス	310	29.4%	1,796	75.6%	▲1,486	▲82.7%
メール相談	745	70.6%	581	24.4%	164	28.2%
計	1,055	100.0%	2,377	100.0%	▲1,322	▲55.6%
合計	16,819	—	21,797	—	▲4,978	▲22.8%

※相談電話音声ガイダンス・・・IVR電話システムの受付項目「架空請求はがき」及び「マスク等の送り付け」に関する相談で、ガイダンスに納得したため電話相談までには至らず解決したとみなしたもの

【表 2】 年度別相談件数の推移



【表 3】 契約者年代別件数



【表 4】 月ごと相談件数の推移

(単位：件)

年度	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	計
令和2年度	1,336	1,123	1,677	1,413	1,380	1,309	1,480	1,258	1,279	1,188	1,111	1,210	15,764
令和元年度	1,673	1,660	1,806	1,710	1,558	1,600	1,755	1,555	1,584	1,472	1,374	1,673	19,420

【表 5】相談受付方法

(単位：件)

区 分	令和 2 年度		令和元年度		増▲減【対前年度増減率】	
	件数	割合	件数	割合	増▲減	増▲減率
電 話	15,583	98.9%	18,348	94.5%	▲2,765	▲15.1%
来 所	181	1.1%	1,072	5.5%	▲891	▲83.1%
計	15,764	100.0%	19,420	100.0%	▲3,656	▲18.8%

【表 6】曜日別相談受付件数

(単位：件)

区 分	令和 2 年度		令和元年度		増▲減【対前年度増減率】	
	件数	割合	件数	割合	増▲減	増▲減率
平 日	13,893	88.1%	16,827	86.6%	▲2,934	▲17.4%
土・日	1,871	11.9%	2,593	13.4%	▲722	▲27.8%
計	15,764	100.0%	19,420	100.0%	▲3,656	▲18.8%

【表 7】契約者性別等件数

(単位：件)

区 分	令和 2 年度		令和元年度		増▲減【対前年度増減率】	
	件数	割合	件数	割合	増▲減	増▲減率
女 性	8,100	51.4%	10,625	54.7%	▲2,525	▲23.8%
男 性	6,763	42.9%	7,791	40.1%	▲1,028	▲13.2%
団 体	430	2.7%	528	2.7%	▲98	▲18.6%
不 明	471	3.0%	476	2.5%	▲5	▲1.1%
計	15,764	100.0%	19,420	100.0%	▲3,656	▲18.8%

【表 8】相談の上位 10 品目 商品・役務別件数

(単位：件)

順位	商品・役務名	令和 2 年度		順位	令和元年度		増▲減【対前年度増減率】	
		件数	割合		件数	割合	増▲減	増▲減率
1	デジタルコンテンツ	1,293	8.2%	②	1,470	7.6%	▲177	▲12.0%
2	商品一般	1,131	7.2%	①	2,577	13.3%	▲1,446	▲56.1%
3	健康食品	963	6.1%	③	979	5.0%	▲16	▲1.6%
4	不動産貸借	744	4.7%	④	837	4.3%	▲93	▲11.1%
5	工事・建築	664	4.2%	④	837	4.3%	▲173	▲20.7%
6	役務その他サービス	455	2.9%	⑦	549	2.8%	▲94	▲17.1%
7	保健衛生品その他	405	2.6%	⑭	113	0.6%	292	258.4%
8	インターネット接続回線	396	2.5%	⑥	640	3.3%	▲244	▲38.1%
9	携帯電話サービス	368	2.3%	⑧	432	2.2%	▲64	▲14.8%
10	修理サービス	285	1.8%	⑩	312	1.6%	▲27	▲8.7%
	そ の 他	9,060	57.5%		10,674	55.0%	▲1,614	▲15.1%
	計	15,764	100.0%		19,420	100.0%	▲3,656	▲18.8%

【表 9】年代別上位5品目 商品・役務別件数

(単位：件)

順位	未成年者	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳代	80歳以上
1	デジタルコンテンツ 139	デジタルコンテンツ 232	不動産賃借 170	健康食品 172	健康食品 264	商品一般 182	商品一般 218	工事・建築 149
2	健康食品 62	不動産賃借 152	デジタルコンテンツ 130	デジタルコンテンツ 157	デジタルコンテンツ 189	デジタルコンテンツ 174	デジタルコンテンツ 158	商品一般 97
3	他の化粧品 45	健康食品 90	健康食品 89	不動産賃借 142	商品一般 174	健康食品 117	工事・建築 109	健康食品 64
4	商品一般 23	商品一般 76	商品一般 80	商品一般 132	不動産賃借 102	工事・建築 99	役務その他サービス 98	デジタルコンテンツ 58
5	携帯電話サービス 10	エステサービス 66	工事・建築 43	工事・建築 73	工事・建築 89	保健衛生品その他 70	健康食品 82	携帯電話サービス 43

【国民生活センターの商品・役務別分類】

デジタルコンテンツ・・・内容が不明なサイト利用料の（架空）請求メール「デジタルコンテンツ一般」や、「アダルト情報サイト」「出会い系サイト」「オンラインゲーム」等に関するもの
 商品一般・・・商品の特定が出来ない相談や、身に覚えのない架空請求（はがき）等に関するもの
 健康食品・・・酵素食品、高麗人参茶などの定期購入等に関するもの
 不動産賃借・・・賃貸住宅退去時の修繕費等に関するもの
 工事・建築・・・屋根工事・増改築工事・衛生設備工事等に関するもの
 役務その他サービス・・・サービス業のうち「金融・保険」「運輸・通信」「教育」「教養・娯楽」「保健・福祉」「外食・食事宅配」「冠婚葬祭」「家事」などのサービスに該当しない役務に関するもの
 保健衛生品その他・・・マスクが不足している/身に覚えのないマスクが送られてきた等の相談に関するもの
 インターネット接続回線・・・プロバイダやインターネット回線の料金やサービスの内容に関するもの
 携帯電話サービス・・・携帯電話サービス等への加入・利用に関するもの
 修理サービス・・・携帯電話、家電、自動車の修理に関するもの



2 特殊販売に係る相談件数、契約者の概要

【表 10】販売購入形態別相談件数

(単位：件)

区 分	令和2年度		令和元年度		増▲減	【対前年度増減率】
	件数	割合	件数	割合		
通信販売	6,344	71.3%	6,133	65.2%	211	3.4%
訪問販売	1,660	18.7%	2,095	22.3%	▲ 435	▲ 20.8%
<u>家庭訪販</u>	<u>1,422</u>	<u>16.0%</u>	<u>1,786</u>	<u>19.0%</u>	<u>▲ 364</u>	<u>▲ 20.4%</u>
<u>アポイントメントセールス</u>	<u>41</u>	<u>0.5%</u>	<u>64</u>	<u>0.7%</u>	<u>▲ 23</u>	<u>▲ 35.9%</u>
<u>キャッチセールス</u>	<u>4</u>	<u>0.0%</u>	<u>11</u>	<u>0.1%</u>	<u>▲ 7</u>	<u>▲ 63.6%</u>
<u>S F 商法</u>	<u>6</u>	<u>0.1%</u>	<u>11</u>	<u>0.1%</u>	<u>▲ 5</u>	<u>▲ 45.5%</u>
<u>その他</u>	<u>187</u>	<u>2.1%</u>	<u>223</u>	<u>2.4%</u>	<u>▲ 36</u>	<u>▲ 16.1%</u>
電話勧誘販売	507	5.7%	741	7.9%	▲ 234	▲ 31.6%
マルチ・マルチまがい	127	1.4%	184	2.0%	▲ 57	▲ 31.0%
その他無店舗販売	65	0.7%	101	1.1%	▲ 36	▲ 35.6%
訪問購入	118	1.3%	114	1.2%	4	3.5%
ネガティブ・オプション	75	0.8%	42	0.4%	33	78.6%
計	8,896	100.0%	9,410	100.0%	▲ 514	▲ 5.5%

注1 下線は訪問販売の内数

【表 11】販売購入形態・契約者年代別件数

(単位：件)

区 分	未成年者	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳代	80歳以上	不明	計
通信販売	341	665	775	1,174	1,297	819	694	291	288	6,344
訪問販売	12	198	152	174	192	206	284	330	112	1,660
電話勧誘販売	0	53	30	61	68	80	98	77	40	507
マルチ・マルチまがい	3	79	8	11	8	6	5	2	5	127
訪問購入	0	2	4	11	15	19	26	37	4	118
その他無店舗	0	10	8	14	9	9	6	5	4	65
ネガティブ・オプション	0	2	8	18	9	12	6	8	12	75
計	356	1,009	985	1,463	1,598	1,151	1,119	750	465	8,896

*参考 特殊販売の定義

通信販売	電話、郵便、インターネットなどの通信手段を使って契約をする販売方法
家庭訪販	事業者が自宅を訪れて契約させる販売方法
アポイントメントセールス	販売意図を明らかにせず、電話等で呼び出し契約させる販売方法
キャッチセールス	通行人を呼び止め、営業所や飲食店等で契約させる販売方法
S F 商法(催眠商法)	会場や短期間の店舗で廉価な商品の販売や無料で商品をプレゼントすると言って人を集め、巧みな話術で高額な商品を売りつける販売方法
電話勧誘販売	事業者が消費者に電話をかけ、電話で契約・申込をさせる販売方法
マルチ・マルチまがい商法	連鎖販売取引。販売組織の加入者が消費者を組織に加入させ、さらに次の人へというように、組織をピラミッド式に拡大していく販売方法。形式的に類似したものを「まがい」と言う。
その他無店舗販売	展示会場や露店等で行う販売方法
訪問購入	販売業者が、消費者の自宅等において売買契約を締結して物品等を購入すること。
ネガティブ・オプション	商品を一方的に送りつけ、代金を請求する販売方法

3 危害・危険の相談

商品・役務サービスにより身体に害を負ったものを『危害』、身体および財産に害を及ぼす恐れのあるものを『危険』と分類している。

(単位：件)

【表 12】 危害・危険の相談件数

区分	令和2年度		令和元年度		増▲減	【対前年度増減率】
	件数	割合	件数	割合		
危害	251	85.4%	325	81.5%	▲ 74	▲ 22.8%
危険	43	14.6%	74	18.5%	▲ 31	▲ 41.9%
計	294	100.0%	399	100.0%	▲ 105	▲ 26.3%

【表 13】 危害相談に多い商品・役務

(単位：件)

順位	商品・役務名	令和2年度		令和元年度		増▲減	【対前年度増減率】
		件数	割合	件数	割合		
1	健康食品	68	27.1%	71	21.8%	▲ 3	▲ 4.2%
2	化粧品	39	15.5%	73	22.5%	▲ 34	▲ 46.6%
3	医療	32	12.7%	40	12.3%	▲ 8	▲ 20.0%
4	集合住宅	14	5.6%	11	3.4%	3	27.3%
	理美容	14	5.6%	16	4.9%	▲ 2	▲ 12.5%
	その他	84	33.5%	114	35.1%	▲ 30	▲ 26.3%
	計	251	100.0%	325	100.0%	▲ 74	▲ 22.8%

【表 14】 危険相談に多い商品・役務

(単位：件)

順位	商品・役務名	令和2年度		令和元年度		増▲減	【対前年度増減率】
		件数	割合	件数	割合		
1	自動車	5	11.6%	5	6.8%	0	0.0%
2	室内装備品	4	9.3%	0	0.0%	4	—
3	食生活機器	3	7.0%	7	9.5%	▲ 4	▲ 57.1%
	空調・冷暖房機器	3	7.0%	4	5.4%	▲ 1	▲ 25.0%
	家具・寝具	3	7.0%	2	2.7%	1	50.0%
	その他	25	58.1%	56	75.7%	▲ 31	▲ 55.4%
	計	43	100.0%	74	100.0%	▲ 31	▲ 41.9%

商品（製品）が原因で身体または財産に拡大して損害が生じたもの

【表 15】 拡大損害

(単位：件)

区分	令和2年度	令和元年度	増▲減	【対前年度増減率】
拡大損害	187	262	▲ 75	▲ 28.6%

4 処理結果・解決内容

【表 16】 処理結果と解決内容

(単位：件)

区 分	令和2年度		令和元年度		増▲減	【対前年度増減率】
	件数	割合	件数	割合		
助言(自主交渉)	11,921	76.2%	14,322	73.7%	▲ 2,313	▲ 16.1%
情報提供	2,549	16.2%	3,467	17.9%	▲ 907	▲ 26.2%
あっせん解決	743	5.0%	905	4.7%	▲ 124	▲ 13.7%
他機関紹介	67	0.4%	155	0.8%	▲ 88	▲ 56.8%
処理不要	125	0.8%	188	1.0%	▲ 63	▲ 33.5%
処理不能	41	0.3%	98	0.5%	▲ 56	▲ 57.1%
あっせん不調	83	0.5%	91	0.5%	▲ 5	▲ 5.5%
処理中	235	0.6%	194	1.0%	▲ 100	▲ 51.5%
計	15,764	100.0%	19,420	100.0%	▲ 3,656	▲ 18.8%

注1 各年度終了時現在

注2 過年度に受け付けた相談も含めたあっせん解決件数は818件

解決内容では、上記、処理結果の区分のうち、「あっせん解決」と「助言（自主交渉）」を対象とする。「あっせん解決」についてはすべて、「助言（自主交渉）」については交渉により解決しかつ内容が判明したものを集計している。（1件の相談で解決内容の区分が複数になる場合がある。）

【表 17】 解決内容

(単位：件)

区 分	令和2年度		令和元年度		増▲減	【対前年度増減率】
	件数	割合	件数	割合		
全面解約・取消	1,081	49.5%	1,355	53.6%	▲ 274	▲ 20.2%
返金	363	16.6%	377	14.9%	▲ 14	▲ 3.7%
契約通り履行	168	7.7%	197	7.8%	▲ 29	▲ 14.7%
一部解約・取消	54	2.5%	83	3.3%	▲ 29	▲ 34.9%
交換・代替品	34	1.6%	25	1.0%	9	36.0%
修理・補修	16	0.7%	24	0.9%	▲ 8	▲ 33.3%
損害賠償・治療費	13	0.6%	18	0.7%	▲ 5	▲ 27.8%
解決・見舞金	3	0.1%	11	0.4%	▲ 8	▲ 72.7%
その他	453	20.7%	440	17.4%	13	3.0%
計	2,185	100.0%	2,530	100.0%	▲ 345	▲ 13.6%

注1 各年度終了時現在

5 救済金額

被害の未然防止やその回復が図られた金額

【表 18】 救済金額

(単位：万円、件)

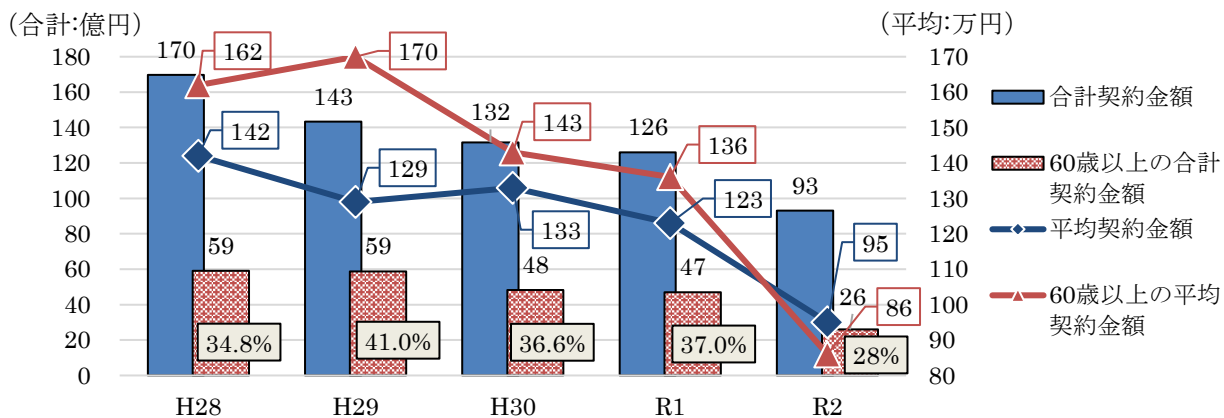
区 分	令和2年度		令和元年度	
	金額	件数	金額	件数
合計契約金額	92 億 9563 万円	9,739	126 億 1505 万円	10,259
合計支払金額	32 億 2336 万円	4,691	44 億 2819 万円	5,016
合計救済金額	9 億 7182 万円	1,450	9 億 3282 万円	1,649
回復額	6 億 1476 万円	740	3 億 9675 万円	872
回復額 (クーリング・オフ額)	2 億 37 万円	322	3 億 7212 万円	362
未然防止額	1 億 5669 万円	388	1 億 6396 万円	415

注1 回復額：センターに相談した結果、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た、または、支払いを免除された金額

注2 回復額（クーリング・オフ額）：センターに相談した結果、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、業界や事業者が自主的に実施したものを含む。また、相談者から「クーリング・オフを実施する」意思を相談員が確認できた場合も含む）

注3 未然防止額：契約・申込をする前にセンターに相談した結果、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）

【図 1】 合計契約金額のうち 60 歳以上の占める割合と平均契約金額



【図 2】 合計支払金額のうち 60 歳以上の占める割合と平均契約金額

