

## 令和 2 年度 消費生活相談の概要

### 【相談件数の推移】

令和 2 年度、玉村町消費生活センターに寄せられた相談は 324 件であり、前年度に比べて 89 件減だった。2～3 年前より増加した総合消費料金未納や民事訴訟通達書と言った架空請求のはがきが届いたという相談が令和 2 年度は 3 件であり結果として架空請求のはがきの相談件数が減少したことが令和 2 年度の相談件数の減少に繋がった。

### 【契約当事者の性別・年齢別件数】

契約当事者を男女別で見ると男性は 154 件、女性は 164 件であった。女性の相談件数が前年度に比べて 58 件（26%）減少した。昨年度は架空請求のはがきが女性中心に送り付けられたが、架空請求のはがきの相談が減少したことが女性の相談者の減少に繋がった。令和元年度と比較した場合、20 歳未満と 30 歳代でそれぞれ微増になった。年代別割合では 70 歳代以上が 26%、60 歳代 18%、50 歳代 16%、40 歳代・30 歳代各 12%、20 歳代 7%、20 歳未満 3%だった。60 歳代以上の契約者は 44%を占めており昨年度同様 60 歳代以上の高齢者の相談が半数近くを占めておりこの傾向は前年度と変わっていない。

(4. 契約当事者の性別年齢別件数参照)

### 【相談の多い商品・役務】

#### <1> 商品一般 42 件

令和 2 年度、一番多かった相談は「商品一般」であった。主には不審なメールや中身が不明な身に覚えのない商品の送り付けといった相談内容が上位を占めた。不審なメールの内容としては不在で荷物を預かっていると宅配便業者を装うものや身に覚えのない請求メール等、いずれも詐欺まがいの内容であった。

#### <2> 健康食品 25 件

健康食品に関する相談は前年度より 25%増である。いわゆる、ダイエットサプリメント、健康増進や筋肉増強のサプリメントの契約である。初回、安価な価格でお試しのつもりで購入したところ、消費者の意思に反して定期購入になっており解約に関する相談が増えたことが要因である。また、解約の申し出をしたいが電話が全然繋がらない、アプリを使っただけの解約の申し出方法が複雑で分からない等、解約手続きに関する苦情も多く寄せられた。

#### <3> 放送・コンテンツ等 22 件 インターネット・通信サービス 22 件

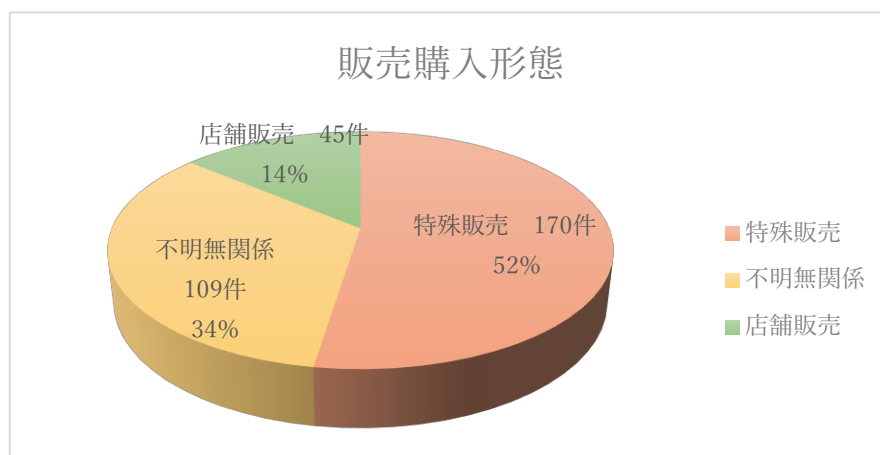
放送・コンテンツ等の相談内容としてはスマートフォン一つで簡単に高額な収入が得られるという広告を謳った副業サイトの利用、情報商材の契約をして高額な商品代金やサポート代金を支払ったという相談が 20 代～50 代中心に寄せられた。

インターネット・通信サービスの内容は光回線の相談が 13 件で 60%を占めている。今より安く利用できるという勧誘を受け、契約先、契約内容が不明な状態で契約をしてしまったという相談が 50 歳代以降の相談者から多く寄せられた。EC サイトの有料会員の解約に関する相談も 4 件寄せられた。

役務その他の相談として住宅の火災保険申請の委託契約やそれに付随する高額なりフォーム契約の相談が 7 件ありそのうちの 6 件が 60 歳以上の高齢者から寄せられたものだった。電気に関する相談件数が昨年度 2 件から今年度 13 件に増え 6 倍強になった。電気の小売りに関する苦情や従来の紙でお知らせしていた検針票が WEB での確認に変更になったが周知が行き届かなかったことによる苦情であった。

(9. 契約当事者属性別・商品役務別件数参照) (10. 商品役務別の主な内容 KW 参照)

### 【購入形態の特徴】



特殊販売とは特定商取引法の対象となる訪問販売や電話勧誘販売、通信販売、訪問購入等消費者トラブルが生じやすい取引類型のことである。相談件数 324 件中特殊販売が 170 件であり全体の 52%を占めている。

特殊販売の購入形態別件数を見ると 1 位の通信販売が 101 件で特殊販売の 59%を占めている。2 位は訪問販売で 42 件。訪問販売は前年 37 件だったのに対し 14%増加した。3 位は電話勧誘販売で 17 件。通信販売が特殊販売の半数以上を占めた要因として、令和 2 年度は新型コロナウイルス感染拡大の影響を受け外出自粛が呼びかけられ自宅等でパソコンやスマートフォン等を使いインターネットを利用して商品やサービスを購入する消費者が増えた為と考えられる。

(12. 特殊販売に係る販売購入形態別件数参照)

契約当事者の年齢構成を見ると、通信販売が 20 歳未満から 70 歳代までと若年層から高齢者まで幅広く相談が寄せられている。通信販売に関しては若年層から 50 歳代まではインターネットを利用しての商品や役務の購入が中心で、一方 60 歳以上の高齢者は広告やカタログ

グ、テレビ等を見て電話注文した相談が寄せられ、若年層から中年と高齢者では注文媒体に違いがある。訪問販売、電話勧誘販売は 60 歳代、70 歳代以上の高齢者からの相談がそれぞれ 50%近くを占めている。これは高齢者が昼間在宅しているケースが多い為である。訪問販売や電話勧誘販売は不意打ち性が高く消費者が冷静に判断しにくい特徴がある。特に高齢者に関しては引き続き家族等の見守りが必要である。（11. 特殊販売の契約当事者年齢参照）

令和 2 年度の相談の特徴として、新型コロナウイルス感染拡大による披露宴のキャンセルに伴う解約料の相談、渡航禁止地域への海外留学のキャンセルに伴う解約料の相談、ダンスやヨガスタジオ等の施設の休業に伴う料金の返還等の相談が寄せられた。一時、品不足だったマスクなどの衛生品の送り付け、消毒液の効果についての相談も寄せられ、新型コロナウイルス感染拡大の影響が消費生活相談にも表れた一年だった。