

第1章 消費者被害の防止と消費者教育

1 消費生活相談

札幌市消費者センターの設置

昭和30年代、高度経済成長に伴い社会経済が大きく変貌し、消費者問題も広範化、深刻化の様相が強まった。そうした中で、札幌市は、昭和39年に消費者被害の救済と被害の拡大を防止するため消費生活相談窓口を開設し、昭和52年には「札幌市消費者センター」を設置した。昭和61年には、全国消費生活情報ネットワーク・システム（PIO-NET）を導入し、情報の集積や分析等の効率化が図られた。

さらに、平成27年9月にシステム更新が行われ、新たに全国消費生活情報ネットワークシステム（PIO-NET2015）となり、システムを活用してリアルタイムによる消費者相談の把握、被害の未然防止を図っている。

また、「PIO-NET2015」が改修され、「PIO-NET2020」が令和3年9月より稼働している。

■「消費生活相談」受付体制 (土・日・祝日・年末年始を除く)

①来訪相談(面談)

9:00~16:30

②電話相談

9:00~19:00

(内、夜間相談 16:30~19:00)

③インターネット相談

着信日の翌開庁日に受付し、受付後5開庁日以内に回答

④リモート相談

事前予約の上、zoomを活用した相談を実施

(1) 概況

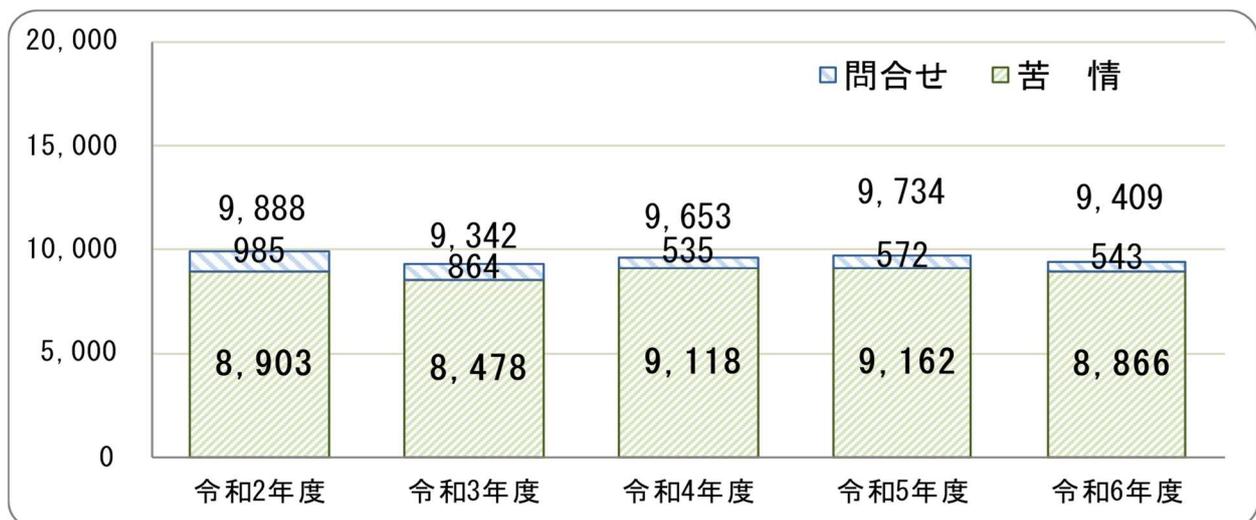
① 相談受付状況

相談件数は前年度より減少。不当請求も減少

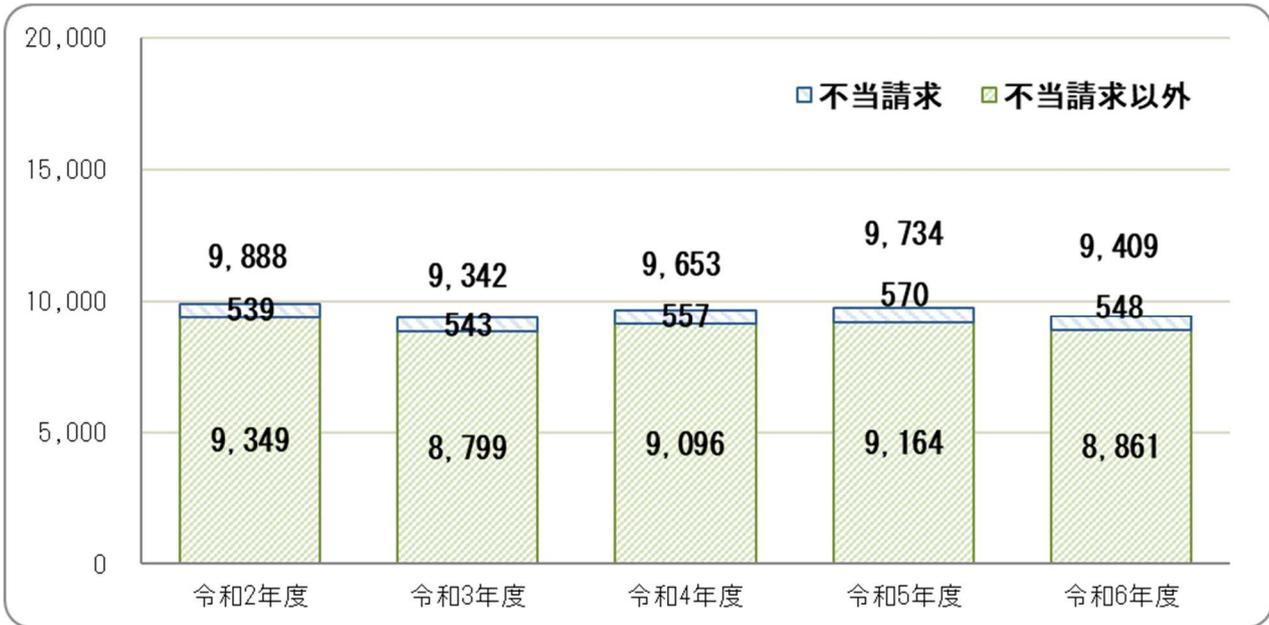
令和6年度の消費生活相談件数は9,409件で、前年度に比べて325件(前年度比3.3%)の減少となった。(図1) この内、はがきや電子メール等で身に覚えのない未納の料金を請求されるなどの、いわゆる「不当請求」に関する相談件数は548件で、前年度に比べて22件(前年度比3.9%)の減少となった。(図2)

●図1 相談件数の推移(苦情・問合せ別)

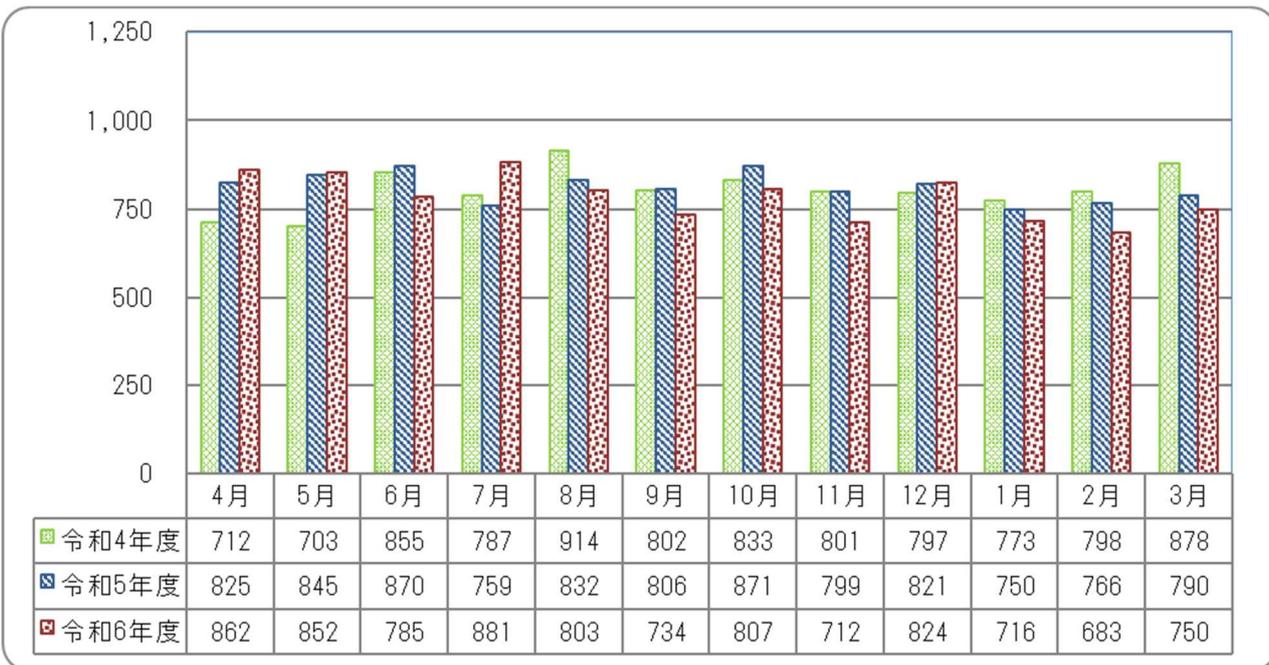
(単位/件)



●図2 相談件数の推移（不当請求・不当請求以外別）（単位/件）



●図3 月別相談件数の推移（単位/件）



相談方法別では、電話相談が最も多く 8,242 件（全相談件数の 87.6%を占める）、来訪相談は 795 件（同 8.4%）、文書相談は 372 件（同 4.0%）となっており、電話・来訪による相談が減少し、文書相談が増加している。

また、この内インターネットで受け付けた相談は 325 件（同 3.5%）であった。（表 1・資料編 15 ページ表 1）

■表 1 相談方法別件数の推移 (単位/件)

相談方法	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度
合計	9,888	9,342	9,653	9,734	9,409
電話	9,106	8,477	8,338	8,507	8,242
構成比	92.1%	90.8%	86.3%	87.4%	87.6%
来訪	536	590	972	894	795
構成比	5.4%	6.3%	10.1%	9.2%	8.4%
文書	246	275	343	333	372
構成比	2.5%	2.9%	3.6%	3.4%	4.0%
内インターネット	236	273	323	308	325
構成比	2.4%	2.9%	3.3%	3.2%	3.5%

② 相談者属性別相談件数

50、60、40代の順に相談が多い

令和6年度の男女別の相談件数は、男性が3,758件、女性が5,411件で、構成比率は男性が39.9%、女性が57.5%となっている。（資料編 15 ページ表 2）

年代別では、50代の相談が1,993件と全相談件数の21.1%を占め、次いで60代、40代の順となっている。（資料編 16 ページ表 3）

職業別では、給与生活者の相談が全相談件数の48.5%と最も多く、次いで無職が29.5%、家事従事者が10.5%となっており、この三つで全体の88.5%を占めている。（資料編 16 ページ表 4）

③ 品目別（大分類）相談件数

保健衛生品が減少、商品一般が増加

全相談件数を商品・役務別で分類すると、商品が45.6%、役務が52.9%であった。

品目別の相談件数で最も多かったのが「レンタル・リース・賃借（商品の賃貸借、不動産の使用賃借など）」の1,107件で、全相談件数の11.8%を占めた。以下「商品一般」の908件（9.7%）、「食料品」の835件（8.9%）と続いており、この3品目で全相談の30.4%を占めている。

前年度に比べ相談件数の減少が著しいのは「保健衛生品（美容液・化粧品・シャンプーなど）」で、前年度の791件と比べ185件の減少であった。逆に、増加が著しいのは「商品一般」で、前年度の729件と比べ179件の増加となっている。（資料編 17 ページ表 5）

④ 処理結果

助言（自主交渉）が78.6%を占める

相談後における処理結果において、最も多かったのが「助言（自主交渉）」の7,399件で全相談件数の78.6%を占めた。相談者からの依頼によりあっせんを行ったものは571件で、そのうち「あっせん解決」したものが496件、「あっせん不調」になったものが75件となっている。（表2）

なお、あっせん解決内容の合計件数については、1件の相談が複数の項目に当てはまるため、表2の「あっせん解決」571件を上回る。（表3）

■表2 相談処理結果

(単位/件)

処理結果	相談件数			説明	
	苦情	問合せ	要望		
助言(自主交渉)	7,399 (78.6%)	7,137	262	0	自主交渉の解決方法を助言したもの
他機関紹介	270 (2.9%)	187	83	0	法律相談など他の相談機関を紹介したもの
その他の情報提供	854 (9.1%)	680	173	1	他機関紹介と助言以外の情報提供
あっせん	571 (6.1%)	570	1	0	
あっせん解決	496 (5.3%)	495	1	0	センターがあっせんすることによって解決に至ったもの
あっせん不調	75 (0.8%)	75	0	0	センターがあっせんしても解決しなかったもの
処理不能	74 (0.7%)	72	2	0	相談者と連絡が取れなくなったものなど
処理不要	232 (2.5%)	211	18	3	相談者からの一方的な情報提供など
処理継続	9 (0.1%)	9	0	0	
合計	9,409 100.0%	8,866	539	4	

■表3 あっせん解決内容

(単位/件)

内容	件数	説明
契約どおり履行	14	最終的に事業者が契約を履行したものの
解約・取消	452	合意解約・契約の取消に至ったもの
全面	435	
一部	17	
返金	90	支払い済の代金、手付金の返済など
交換・代替品	2	代替の商品・役務の提供で解決
修理・補修	0	修理・補修による対応など
損害賠償・治療費	1	事業者が自己の責任を認め賠償金等支払い
解決・見舞金	1	責任の所在とは関係なく事業者が見舞金等支払い
その他	22	上記以外の解決

※ 複数項目に分類された解決内容を含むため、各項目の合計は、「相談処理結果」のあっせん解決件数とは一致しない。

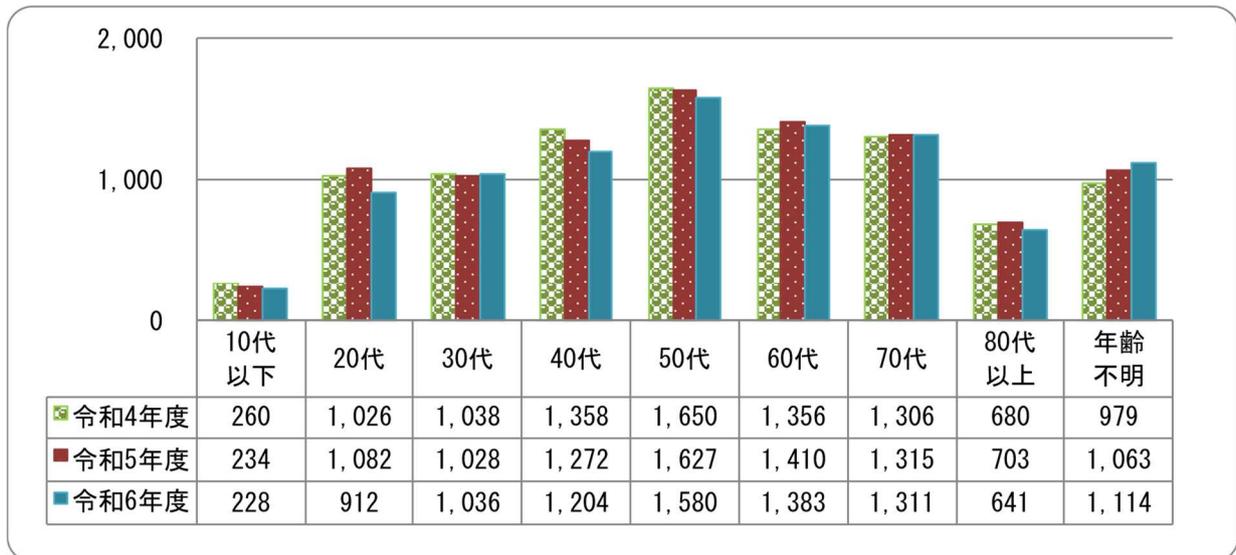
- あっせんによる被害救済額
令和6年度における被害救済額 63,906,203円
- 消費生活審議会（消費者苦情処理部会）への諮問・付託件数
令和6年度 : 0件

(2) 契約当事者属性別相談状況

30代が増加し、それ以外の年代は減少

契約当事者の年代別相談件数は、30代及び年齢不明が前年度に比べて増加しているが、それ以外の年代は減少している。(図4、資料編18ページ図1・表6)

●図4 契約当事者年代別相談件数の推移 (単位/件)



① 若年層 (10代以下・20代) の相談

未成年者はインターネットゲーム、20代は賃貸アパートの相談が多い

10代以下と20代における若年層の相談件数は1,140件で全相談件数の12.1%を占め、前年度に比べて176件減少した。(図5、資料編18ページ表6)

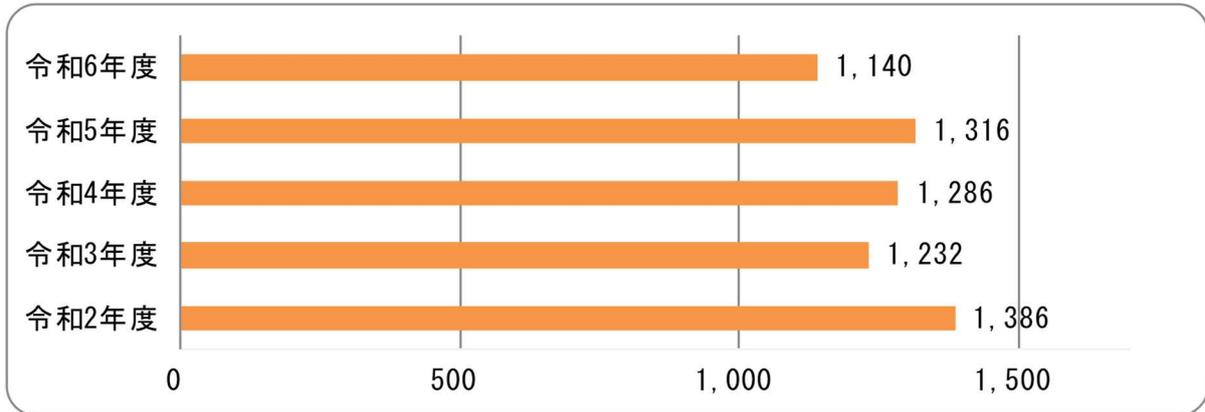
男女別では、女性が57.2%で男性の42.1%を15.1ポイント上回った。職業別では、給与生活者が668件と58.6%を占め、次いで学生が321件で28.2%となっている。(資料編19ページ表7)

商品・役務別では、10代以下は「インターネットゲーム」の相談が56件で最も多く、この年代の相談件数の24.6%を占めている。次いで「商品一般」、「他の健康食品」、「他の娯楽等情報配信サービス」、「医療サービス」となっている。(本編8ページ表4)

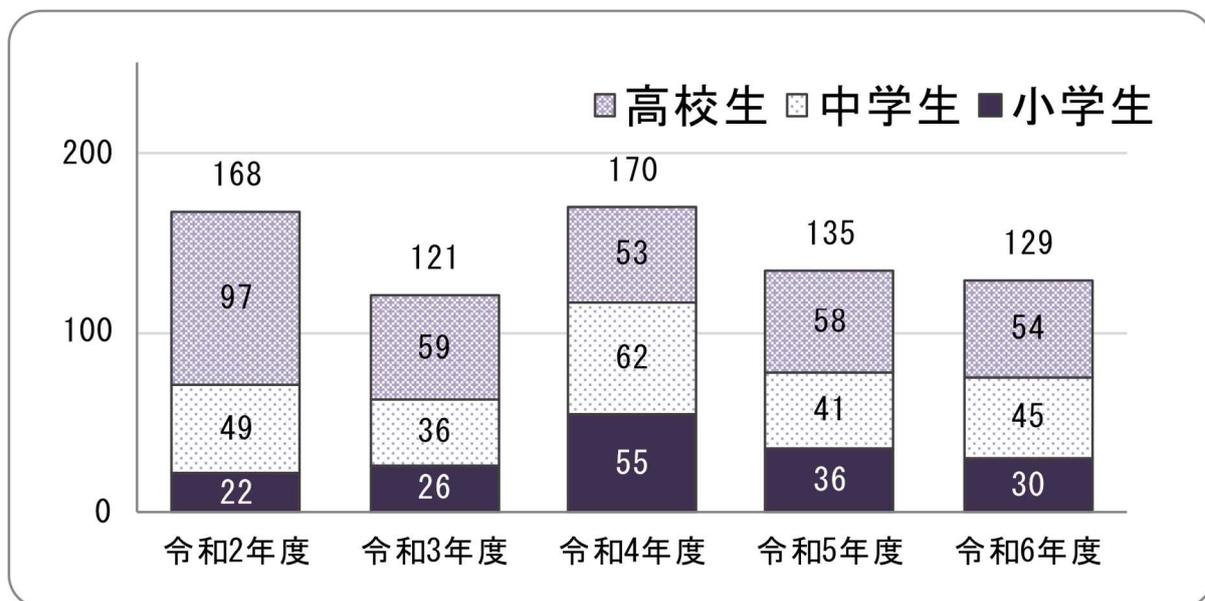
20代は「賃貸アパート」の相談が157件で最も多く、この年代の相談件数の17.2%を占めている。次いで「医療サービス」、「他の内職・副業」、「商品一般」、「脱毛エステ」となっている。(本編8ページ表4)

なお、若年層のうち、小中高校生の相談件数は129件で、前年度に比べて6件の減少となった。また、男女別では男子の相談が62.0%を占めている。(図6・資料編19ページ図2)

●図5 契約当事者相談件数の推移（10代以下・20代）（単位/件）



●図6 契約当事者小中高生別相談件数の推移（単位/件）



② 30代から50代の相談

30代～50代は賃貸アパートの相談が特に多い

30代～50代の相談件数は3,820件で全相談件数の40.6%を占め、前年度に比べて107件減少した。（図7、資料編19ページ表8）

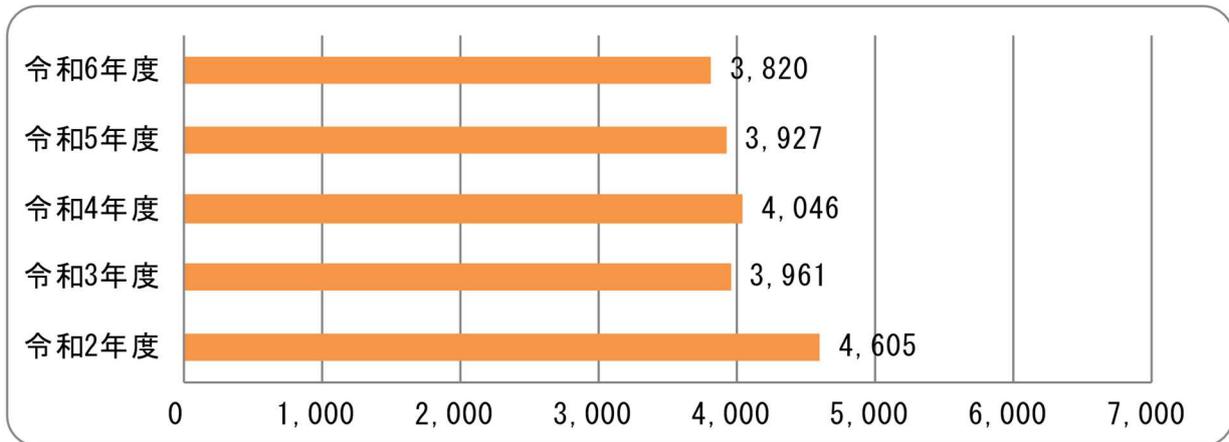
男女別では、女性が57.2%で男性の42.6%を14.6ポイント上回った。職業別では、給与生活者が2,502件で65.5%を占め、次いで無職が690件で18.1%を占めている。（資料編19ページ表8）

商品・役務別では、30代は「賃貸アパート」の相談が219件で最も多く、この年代の相談件数の21.1%を占めている。次いで「商品一般」、「医療サービス」、「役務その他サービス」、「携帯電話サービス」となっている。（本編8ページ表4）

40代も「賃貸アパート」の相談が143件で最も多く、この年代の相談件数の11.9%を占めている。次いで「商品一般」、「他の健康食品」、「医療サービス」、「光ファイバー」となっている。（本編8ページ表4）

50代も「賃貸アパート」の相談が165件で最も多く、この年代の相談件数の10.4%を占めている。次いで「商品一般」、「他の健康食品」、「役務その他サービス」、「乳液」となっている。（本編8ページ表4）

●図7 契約当事者相談件数の推移（30代～50代）（単位/件）



③ 高齢者層（60代以上）の相談

60代・70代は、商品一般の相談が多い

60代以上の高齢者層の相談件数は3,335件で全相談件数の35.4%を占め、前年度に比べて93件減少した。（図8、資料編19ページ表9）

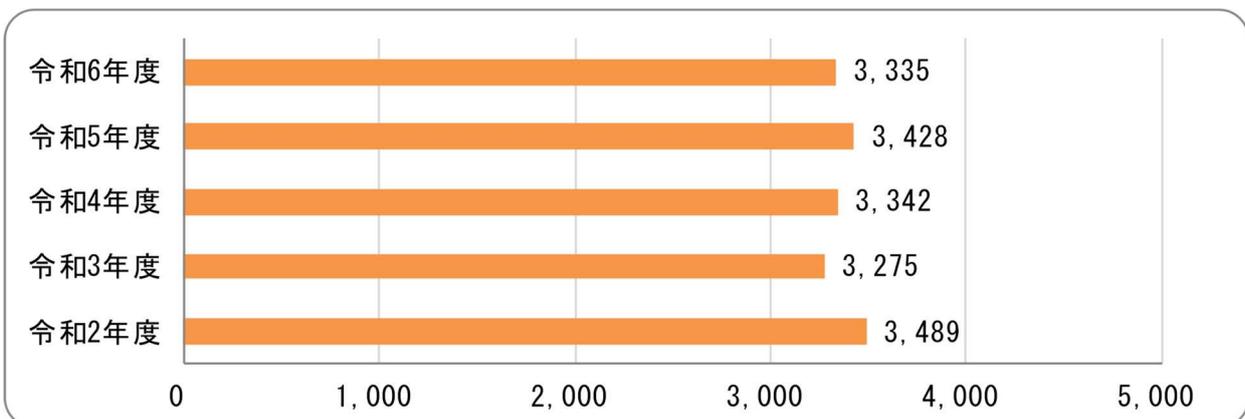
男女別では、女性が54.6%で男性の45.2%を9.4ポイント上回った。職業別では、無職が1,901件で57.0%を占め、次いで給与生活者が728件で21.8%となっている。（資料編19ページ表9）

商品・役務別では、60代は、「商品一般」が137件で最も多く、この年代の相談件数の9.9%を占め、次いで「他の健康食品」、「賃貸アパート」、「携帯電話サービス」、「役務その他サービス」となっている。（本編8ページ表4）

70代は、「商品一般」が132件で最も多く、この年代の相談件数の10.1%を占め、次いで「他の健康食品」、「賃貸アパート」、「光ファイバー」、「役務その他サービス」となっている。（本編8ページ表4）

80代以上は、「他の健康食品」が51件で最も多く、この年代の相談件数の8.0%を占め、次いで「商品一般」、「新聞」、「賃貸アパート」、「役務その他サービス」となっている。（本編8ページ表4）

●図8 契約当事者相談件数の推移（60代以上）（単位/件）



■表4 契約当事者年代別商品・役務別相談件数（各年代上位10品目）（単位/件）

年代 「10代以下」

相談件数	228
全相談件数に占める割合	2.4%
1 インターネットゲーム	56 (24.6%)
2 商品一般	12 (5.3%)
3 他の健康食品	11 (4.8%)
3 他の娯楽等情報配信サービス	10 (4.4%)
5 医療サービス	8 (3.5%)
5 教養・娯楽サービスその他	7 (3.1%)
5 賃貸アパート	6 (2.6%)
5 他の美容サービス	6 (2.6%)
9 携帯電話サービス	5 (2.2%)
10 アダルト情報	5 (2.2%)

年代 「20代」

相談件数	912
全相談件数に占める割合	9.7%
1 賃貸アパート	157 (17.2%)
2 医療サービス	63 (6.9%)
3 他の内職・副業	45 (4.9%)
4 商品一般	44 (4.8%)
5 脱毛エステ	33 (3.6%)
5 役務その他サービス	26 (2.9%)
7 普通・小型自動車	21 (2.3%)
8 出会い系サイト・アプリ	20 (2.2%)
8 光ファイバー	18 (2.0%)
10 金融コンサルティング	14 (1.5%)

年代 「30代」

相談件数	1,036
全相談件数に占める割合	11.0%
1 賃貸アパート	219 (21.1%)
2 商品一般	54 (5.2%)
3 医療サービス	37 (3.6%)
4 役務その他サービス	33 (3.2%)
5 携帯電話サービス	23 (2.2%)
6 光ファイバー	22 (2.1%)
7 他の内職・副業	22 (2.1%)
8 他の健康食品	18 (1.7%)
9 スポーツ・健康教室	15 (1.4%)
10 普通・小型自動車	14 (1.4%)

年代 「40代」

相談件数	1,204
全相談件数に占める割合	12.8%
1 賃貸アパート	143 (11.9%)
2 商品一般	73 (6.1%)
3 他の健康食品	38 (3.2%)
4 医療サービス	36 (3.0%)
4 光ファイバー	31 (2.6%)
6 役務その他サービス	28 (2.3%)
7 携帯電話サービス	27 (2.2%)
8 普通・小型自動車	19 (1.6%)
8 金融関連サービスその他	15 (1.2%)
8 借家	14 (1.2%)

年代 「50代」

相談件数	1,580
全相談件数に占める割合	16.8%
1 賃貸アパート	165 (10.4%)
2 商品一般	126 (8.0%)
3 他の健康食品	82 (5.2%)
4 役務その他サービス	41 (2.6%)
5 乳液	36 (2.3%)
6 携帯電話サービス	36 (2.3%)
7 光ファイバー	36 (2.3%)
8 普通・小型自動車	33 (2.1%)
9 金融関連サービスその他	20 (1.3%)
10 他の内職・副業	20 (1.3%)

年代 「60代」

相談件数	1,383
全相談件数に占める割合	14.7%
1 商品一般	137 (9.9%)
2 他の健康食品	103 (7.4%)
3 賃貸アパート	101 (7.3%)
4 携帯電話サービス	40 (2.9%)
5 役務その他サービス	35 (2.5%)
5 光ファイバー	34 (2.5%)
7 乳液	22 (1.6%)
8 養毛剤	15 (1.1%)
9 出会い系サイト・アプリ	15 (1.1%)
10 普通・小型自動車	13 (0.9%)

年代 「70代」

相談件数	1,311
全相談件数に占める割合	13.9%
1 商品一般	132 (10.1%)
2 他の健康食品	92 (7.0%)
3 賃貸アパート	82 (6.3%)
4 光ファイバー	45 (3.4%)
5 役務その他サービス	43 (3.3%)
6 携帯電話サービス	38 (2.9%)
7 乳液	21 (1.6%)
8 衛生設備工事	18 (1.4%)
9 金融関連サービスその他	17 (1.3%)
10 修理サービス	15 (1.1%)

年代 「80代以上」

相談件数	641
全相談件数に占める割合	6.8%
1 他の健康食品	51 (8.0%)
2 商品一般	47 (7.3%)
3 新聞	23 (3.6%)
4 賃貸アパート	22 (3.4%)
5 役務その他サービス	19 (3.0%)
6 携帯電話サービス	18 (2.8%)
7 修理サービス	14 (2.2%)
7 工事・建築サービス	14 (2.2%)
9 光ファイバー	12 (1.9%)
9 屋根工事	10 (1.6%)

※その他・年齢不明等の相談件数 1,114件（全相談件数に占める割合11.8%）
※（ ）内は、各年代における相談件数に対する割合

(3) 商品・役務別相談状況

賃貸アパートの相談が最も多く、20代から50代の各年代で1位

商品・役務別相談件数では、「賃貸アパート」が961件（前年度に比べて11件減少）と最も多く、次いで「商品一般」が908件（前年度に比べて179件増加）、「他の健康食品」が524件（同165件増加）の順となっている。（表5）

なお、契約当事者年代別での商品・役務別相談件数においては、20代～50代までの各年代において、「賃貸アパート」に関する相談件数が1位となっている。（資料編20ページ表10）

■表5 商品・役務別相談状況（上位25品目）（単位/件）

商品・役務名	令和6年度				令和5年度	主な相談内容
	件数	苦情	問合せ	要望		
1 賃貸アパート	961	934	27	0	972	退去時の高額な原状回復費用等
2 商品一般	908	859	48	1	729	メールやSMSによる身に覚えのない料金の請求などの不審な請求等
3 他の健康食品	524	519	5	0	359	お試しのつもりが定期購入契約となっていた。他に分類されない健康食品の解約や返金希望等
4 役務その他サービス	259	242	17	0	283	インターネットで申し込んだサービスの解約や返金などに関する相談等
5 光ファイバー	211	208	3	0	226	料金が安くなると勧誘されて契約した光回線の解約等
6 携帯電話サービス	209	207	2	0	218	携帯電話の乗り換えや解約時の違約金に関する相談等
7 医療サービス	200	189	11	0	96	医師が行う治療等に関する相談等
8 普通・小型自動車	117	115	2	0	139	中古車売買後の手続きの不備や車両・付属品の不具合等
9 他の内職・副業	117	117	0	0	91	儲け話の勧誘を受けたが、儲からず解約したい等の相談
10 乳液	108	107	1	0	139	SNSの広告などから購入した乳液が定期購入だったという相談等
11 金融関連サービスその他	97	94	3	0	85	クレジットカードの入退会・手数料等の相談及び暗号資産に関する相談
12 インターネットゲーム	91	91	0	0	103	未成年者の子どもによるインターネットゲームでの課金に関する相談等
13 修理サービス	88	86	2	0	118	修理後の不具合や高額な修理代の相談等
14 他の娯楽等情報配信サービス	84	83	1	0	53	ポイントサイト等に関する相談
15 相談その他	77	0	77	0	103	意に反して登録されたアダルトサイトの情報料の不当な請求や解約等
16 出会い系サイト・アプリ	73	73	0	0	108	SNSや出会い系アプリ等から誘導されて登録した後の高額な利用料等
17 電気	71	70	1	0	91	高額な電気料金の請求や電気料金の値上がり、契約・解約などに関する相談等
18 フリーローン・サラ金	66	50	16	0	73	消費者金融にてお金を借りたが返済困難等
19 映像配信サービス	65	65	0	0	42	動画配信サービス・動画共有SNSに関する相談
20 外食	64	63	1	0	65	飲食店とのトラブル等、外食に関する相談
21 新聞	62	61	1	0	63	強引な訪問販売により契約した新聞の解約等
22 脱毛エステ	61	61	0	0	213	脱毛エステ店の倒産に関する相談等
23 歯科治療	56	54	2	0	40	矯正歯科の説明不足に起因するトラブル等
24 教養・娯楽サービスその他	55	51	3	1	66	競馬・競輪等の情報サイトや占いサイト等に関する相談及びプレゼントや賞金のあるサービスの相談
25 工事・建築サービス	54	52	2	0	50	事業者にて工事を依頼し代金を前払いしたが、途中で事業者と音信不通になってしまったという相談等

※ PIO-NET2020 商品分類「第1商品 KW（小）」による分類

① 賃貸アパート

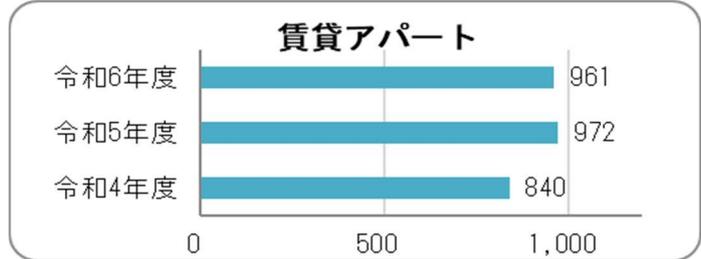
退去時の修理費用の相談が多い

「賃貸アパート」に関する相談件数は 961 件で全相談件数（9,409 件）の 10.2% を占め、前年度に比べて 11 件減少した。（図 9）

男女別では、女性からの相談が 57.5% と、男性より多い。年代別では、20 代～50 代の相談が多く、「賃貸アパート」に関する相談件数の 71.2% を占めている。（資料編 21 ページ表 11・12）

相談内容としては、修理代についての相談が 380 件であり、このうちの多くが退去時の修繕費用等についての相談であった。なお、修理代の金額は 20 万円未満が多いが、30 万円以上の相談も一定数寄せられている。（資料編 21 ページ図 3・表 13）

●図 9 「賃貸アパート」の推移 (単位/件)



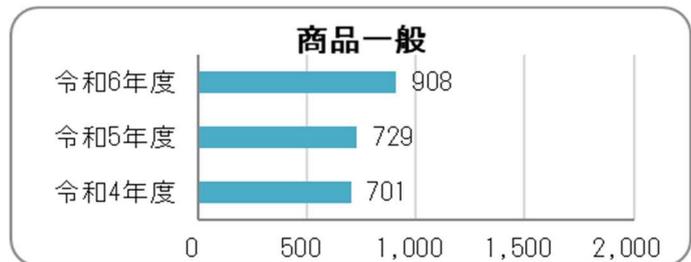
② 商品一般

前年度から大幅に増加

「商品一般」に関する相談は 908 件で全相談件数の 9.7% を占め、前年度に比べて 179 件増加した。（図 10）

男女別では、女性からの相談が 58.5% と、男性より多い。年代別では、50 代～70 代の相談が多く、「商品一般」に関する相談件数の 43.5% を占めている。（資料編 22 ページ表 14・15）

●図 10 「商品一般」の推移 (単位/件)



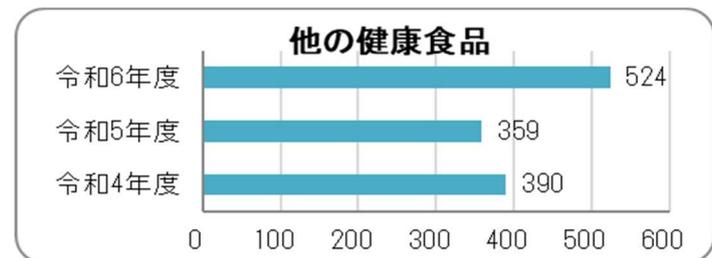
③ 他の健康食品

前年度から一転し大幅増加 約 2 割は契約当事者年齢不明の相談

「他の健康食品」に関する相談件数は 524 件で全相談件数の 5.6% を占め、前年度に比べて 165 件増加した。（図 11）

男女別では、女性からの相談が 54.4% と、男性より多い。年代別では、50 代～70 代の相談が多く、「他の健康食品」に関する相談件数の 52.9% を占めているが、年齢不明も 22.3% と多くを占めている。これは「第三者が本人になりすまして商品を注文された」という、実際の契約当事者を特定できない相談が多く含まれているためである。（資料編 22・23 ページ表 16・17）

●図 11 「他の健康食品」の推移 (単位/件)



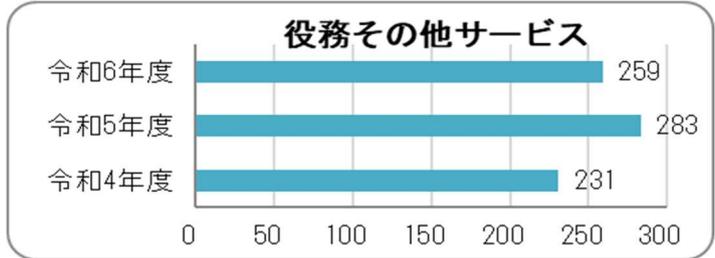
④ 役務その他サービス

前年度から減少 50代～70代の相談が多い。

●図12 「役務その他サービス」の推移(単位/件)

「役務その他サービス」に関する相談件数は259件で全相談件数の2.8%を占め、前年度に比べて24件減少した。(図12)

男女別では、女性からの相談が50.2%と男性より多い。年代別では、20代以上の年代で幅広く分布しているが、50代～70代で「役務その他サービス」に関する相談件数の45.9%を占めている。(資料編23ページ表18・19)



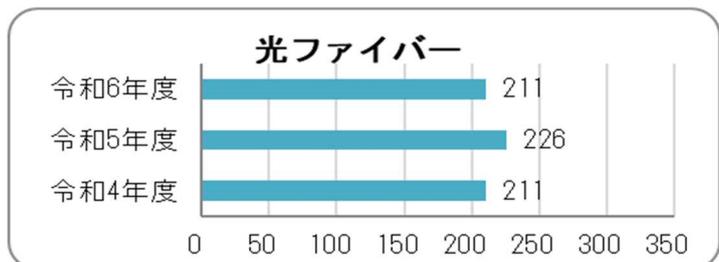
⑤ 光ファイバー

前年度から減少

●図13 「光ファイバー」の推移(単位/件)

「光ファイバー」に関する相談件数は211件で全相談件数の2.2%を占め、前年度に比べて15件減少した。(図13)

男女別では、男性からの相談が54.0%と女性より多い。年代別では、20代以上の年代で幅広く分布しているが、50代～70代で「光ファイバー」に関する相談件数の54.5%を占めている。(資料編24ページ表20・21)



(4) 販売購入形態別の相談状況

通信販売の相談が最も多い 構成比に大きな変動はない

販売購入形態別では、「通信販売」の相談が3,401件で最も多く、前年度と比べて72件減少したものの、全相談件数に占める構成比はほぼ横ばいだった。次いで、「店舗購入」の相談が1,783件で、前年度に比べて131件減少している。「電話勧誘販売」の相談は519件で前年度に比べて30件の増加となっている。（表6）

■表6 販売購入形態別に見た相談件数の推移 (単位/件)

令和4年度		令和5年度		令和6年度		増減	構成比
通信販売	3,666	通信販売	3,473	通信販売	3,401	▲ 72	36.1%
店舗購入	1,983	店舗購入	1,914	店舗購入	1,783	▲ 131	18.9%
電話勧誘販売	401	電話勧誘販売	489	電話勧誘販売	519	30	5.5%
訪問販売	489	訪問販売	608	訪問販売	506	▲ 102	5.4%
訪問購入	50	訪問購入	75	訪問購入	58	▲ 17	0.6%
その他無店舗	49	その他無店舗	45	その他無店舗	31	▲ 14	0.3%
マルチ販売	58	マルチ販売	44	マルチ販売	27	▲ 17	0.3%
ネガティブ・オプション	15	ネガティブ・オプション	11	ネガティブ・オプション	13	2	0.1%
不明・無関係	2,942	不明・無関係	3,075	不明・無関係	3,071	▲ 4	32.6%
合計	9,653	合計	9,734	合計	9,409	▲ 325	100.0%

通信販売は50代・60代、店舗購入は20代以上の幅広い年代で、訪問販売は70代以上で多かった

年代別でみると、特に相談件数が多かった「通信販売」は50代・60代、「店舗購入」は20代から70代の幅広い年代で相談が寄せられていた。

「電話勧誘販売」は20代から70代の幅広い年代、「訪問販売」は70代以上、「訪問購入」は70代、80代以上から多く相談が寄せられている。

なお、10代以下の相談は、「通信販売」に関する相談が突出して多かった。（表7）

■表7 販売購入形態別・年代別相談件数 (単位/件)

取引方法	全年代	10代以下	20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代以上	年齢不明
通信販売	3,401	158	274	341	465	648	600	435	149	331
店舗購入	1,783	36	275	232	257	312	237	243	115	76
電話勧誘販売	519	8	64	58	68	78	78	80	35	50
訪問販売	506	2	35	38	46	54	65	123	122	21
訪問購入	58	0	1	2	7	2	11	17	15	3
その他無店舗	31	1	2	4	8	7	4	3	2	0
マルチ・マルチまがい	27	0	8	5	5	3	3	2	0	1
ネガティブ・オプション	13	0	0	1	1	2	0	1	0	8
不明・無関係	3,071	23	253	355	347	474	385	407	203	624
合計	9,409	228	912	1,036	1,204	1,580	1,383	1,311	641	1,114
構成比		2.4%	9.7%	11.0%	12.8%	16.8%	14.7%	13.9%	6.8%	11.8%

(5) 販売方法別による相談状況

サイドビジネス商法が最も多く、20代の相談が突出して多い

販売方法別に見た最も多い相談は、「サイドビジネス商法」の163件で、次いで「無料商法」、「利殖商法」、「景品付販売」、「次々販売」の順となっている。(表8)

各販売方法を年代別に見ると、「サイドビジネス商法」は20代の相談が突出している。

「無料商法」は20～70代と幅広く、「利殖商法」は40代、「景品付販売」は80代以上、「次々販売」は70代の相談が多くなっている。(表8、資料編24ページ図4)

■表8 契約当事者年代別相談件数 (単位/件)

販売方法	件数	10代以下	20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代～	不明
サイドビジネス商法	163	4	61	35	18	22	14	7	0	2
無料商法	159	6	17	17	22	32	23	18	8	16
利殖商法	68	0	14	11	18	9	8	3	4	1
景品付販売	42	0	4	5	4	3	1	9	16	0
次々販売	33	1	2	2	3	3	5	10	7	0

① サイドビジネス商法

前年度から減少 「他の内職・副業」の相談が多い

在宅で仕事ができるとインターネットや電話などで勧誘し、仕事のために必要であるとして高額な商品の契約をさせる商法。勧誘時の説明ほど収入が得られず、支払だけが残る場合がほとんどである。収入の有無が分かるまでに時間を要するため、クーリング・オフが適用されない場合が多い。中には消費者金融を利用させられる場合もある。

相談件数は163件で、前年度に比べて24件減少し、男女別では、女性からの相談が70.0%となっている。(資料編25ページ表22)

年代別では、20代の相談が突出しており、37.4%と最も多くなっている。(資料編25ページ表23)

販売上の問題点では、「詐欺」が最も多く、次いで「クレ・サラ強要商法」、「所在不明」となっている。(資料編25ページ表24)

商品・役務別では、「他の内職・副業」が最も多く、75件の相談が寄せられている。(資料編25ページ表25)

② 無料商法

前年度に比べやや増加 「広告代理サービス」の相談が多い

「無料サービス」、「無料期間中」、「無料御招待」など、「無料」又は「ただ同然」をセールストークとして消費者を勧誘し、高額な商品やサービスを契約させる商法。

相談件数は159件で、前年度に比べて2件増加している。男女別では、女性からの相談が54.1%と多く、年代別では、20代～70代の幅広い年代から相談が寄せられている。(資料編26ページ表26・27)

販売上の問題点では、「説明不足」、「強引」な勧誘、「虚偽説明」が多くなっている。(資料編26ページ表28)

商品・役務別では、「広告代理サービス」、「他の娯楽等情報配信サービス」、「他の美容サービス」、「役務その他サービス」が上位となっている。(資料編 26 ページ表 29)

③ 利殖商法

前年度に比べ減少 「金融」に関する相談が多い

高齢者や専門知識に疎い者を対象として「必ず値上がりする」「必ず儲かる」などと利殖になることを強調して投資や出資を勧誘する商法。

相談件数は 68 件で、前年度に比べて 30 件減少した。男女別では、女性が 57.4%と男性に比べて多く、年代別では、40 代が 26.5%と最も多く、次いで 20 代の 20.6%となっている。(資料編 27 ページ表 30・31)

販売上の問題点では「詐欺」が最も多く、次いで「所在不明」、「無登録業者」となっている。(資料編 27 ページ表 32)

商品・役務別では、「ファンド型投資商品」に関する相談が最も多く、次いで「外国為替証拠金取引」、「金融コンサルティング」となっている。平均購入金額では、「外国為替証拠金取引」に関する相談が最も高額で約 330 万円、次いで「金融関連サービスその他」に関する相談が約 250 万円となっている。(資料編 27 ページ表 33)

④ 景品付販売

前年度に比べやや減少 「新聞」の相談が多い

日用品などの景品を付けることや、ポイントの付与、キャッシュバックや値引きで契約を勧誘し、商品や役務の契約をさせる商法。

相談件数は 42 件で、前年度に比べて 9 件減少している。男女別では、女性からの相談が 71.4%と多く、年代別では 80 代以上が 38.1%を占めている。(資料編 28 ページ表 34・35)

販売上の問題点では、「強引」な勧誘が最も多く、次いで「再勧誘」、「判断不十分契約」となっている。(資料編 28 ページ表 36)

商品・役務別では、「新聞」に関する相談が多く寄せられている。(資料編 28 ページ表 37)

⑤ 次々販売

前年度に比べやや増加 「強引」な勧誘の相談が最も多い

短期間または継続的に複数の商品を次々と契約させる商法。

相談件数は 33 件で、前年度に比べ 2 件増加し、男女別では、女性からの相談が多く、69.7%を占めている。また、年代別では 70 代の相談が最も多く、30.3%を占めている。(資料編 29 ページ表 38・39)

販売上の問題点では、「強引」な勧誘が最も多く、次いで「虚偽説明」、「書面不交付」となっている。(資料編 29 ページ表 40)

商品・役務別では、「衛生設備工事」が最も多くなっている。(資料編 29 ページ表 41)

(6) 事業者指導状況

札幌市消費生活条例、札幌市不当な取引行為に該当する行為の基準を定める規則等に基づき、事業者に対し指導を行った。(表9)

■表9 措置別指導件数 (単位/件)

措置内容		令和4年度	令和5年度	令和6年度
条例や規則に基づかない措置	助言	16	35	41
	注意喚起	5	11	13
条例や規則に基づく措置	指導	(口頭)	0	0
		(文書)	2	1
	勧告	1	1	0
	公表	0	0	0
合計		24	48	58

※ 同一事業者に複数の措置を行った場合は、それぞれ計上している。

※ 「助言」とは、事業者からの自発的指導要望に対して意見を伝えたものなどを指す。

※ 「注意喚起」とは、不当な取引行為の未然防止に向け注意を促したものなどを指す。

<令和6年度の主な措置内容>

① 「文書指導」 不用品回収業者

消費者と交わした契約書について、実際には営業実態のない住所を記載していた。また、クーリング・オフを妨害する行為もあったため、是正するよう文書指導を実施した。

② 「文書指導」 歯科

保険外診療の治療費を全額返金しない旨の同意書を消費者から取得していた。また、明らかな合理的理由がないにもかかわらず、契約解除を認めないなど消費者の権利を制限する契約を締結していたため、是正するよう文書指導を実施した。

(7) 危害・危険情報

危害・危険情報はともに減少

危害・危険を合計した件数は186件で、前年度に比べて14件減少した。

商品等の使用で人身に危害が生じたという相談(危害情報)は168件で、前年度に比べて3件減少した。

また、危害には至らないが、人身事故の恐れがあったと思われる相談(危険情報)は18件で、前年度に比べて11件減少した。(表10)

■表10 危害・危険の相談件数の推移 (単位/件・%)

	令和4年度	令和5年度	令和6年度
相談件数	9,653	9,732	9,409
① 危害	201	171	168
構成比	2.3%	2.0%	1.8%
② 危険	20	29	18
構成比	0.3%	0.3%	0.2%
①②の合計	221	200	186
構成比	2.6%	2.2%	2.0%

① 危害情報

乳液や養毛剤に起因する皮膚障害が多い

商品・役務別では「他の健康食品」についての相談が26件で最も多く、次いで、「乳液」、「医療サービス」、「柔軟仕上げ剤」の順となっている。(表11)

また、危害内容別では、「皮膚障害」についての相談が60件で最も多く、次いで、「その他の傷病及び諸症状」、「消化器障害」の順となっている。(表12)

■表11 商品・役務別に見た危害の相談件数 (単位/件)

順位	令和5年度		令和6年度		
	商品・役務名	件数	商品・役務名	件数	主な内容
1	乳液	16	他の健康食品	26	消化器障害、皮膚障害、その他の傷病及び諸症状
2	他の健康食品	14	乳液	14	皮膚障害
3	医療サービス	13	医療サービス	12	熱傷、皮膚障害、その他の傷病及び諸症状
4	整体	8	柔軟仕上げ剤	7	皮膚障害、その他の傷病及び諸症状
5	養毛剤	7	養毛剤	7	皮膚障害

■表12 危害内容別相談件数 (単位/件)

順位	令和5年度		令和6年度		
	危害内容	件数	危害内容	件数	主な商品・役務
1	皮膚障害	59	皮膚障害	60	乳液、養毛剤、他の健康食品、化粧クリーム
2	その他の傷病及び諸症状	50	その他の傷病及び諸症状	48	他の健康食品、医療サービス、柔軟仕上げ剤
3	消化器障害	23	消化器障害	29	他の健康食品、酵素食品、漢方薬
4	擦過傷・挫傷・打撲傷	10	熱傷	7	保健衛生品その他、医療サービス
5	熱傷	8	呼吸器障害	6	他の菓子類、他の健康食品、洗濯用洗剤

■表13 危害程度別相談件数 (単位/件)

危害程度	令和5年度		令和6年度		
	件数	件数	件数	件数	主な商品・役務
医者にかからず	101	98	98	98	他の健康食品、乳液、養毛剤、酵素食品
治療1週間未満	34	32	32	32	他の健康食品、医療サービス、歯科治療
不明	16	20	20	20	柔軟仕上げ剤、他の健康食品、賃貸アパート
治療1～2週間	8	8	8	8	漢方薬、電気マッサージ器、化粧水
治療3週間～1か月	7	5	5	5	スポーツ施設利用、美顔エステ、脱毛エステ
治療1か月以上	4	4	4	4	商品一般、化粧品その他
死亡	1	1	1	1	他の健康食品

② 危険情報

食品の異物混入に関する相談が多い

危険内容は、「異物の混入」が多くなっている。(表14)

■表14 危険内容別相談件数 (単位/件)

順位	令和5年度		令和6年度		
	危険内容	件数	危険内容	件数	主な商品・役務
1	加熱・こげる	7	異物の混入	4	野菜類、他の菓子類、レトルト調理食品
2	発煙・火花	6	発火・引火	3	電話関連機器・用品、他の音響・映像機器
3	異物の混入	3	過熱・こげる	3	他の電気調理器具、電気ストーブ
4	破裂	2	破損・折損	3	電球類、賃貸アパート、新築工事
5	機能故障	2	機能故障	3	電動家庭用工具、普通・小型自動車

2 商品テスト

商品テスト室においては、消費生活相談の解決を図るため苦情処理テストを実施している。なお、本市で対応が困難な案件については、北海道立消費生活センターや国民生活センターに協力を依頼し、対応している。

令和6年度の商品テスト受理件数は、苦情処理テスト1件と問い合わせ11件の計12件であった。苦情処理テストについては、国民生活センターへ依頼し、玩具（ぶんぶんゴマ）のプラスチック部品が破損した原因についてテストした。

3 表示の適正化のための調査等

平成24年4月1日から、家庭用品品質表示法、消費生活用製品安全法及び電気用品安全法の立入検査等に係る事務権限が法定移譲され、同年度から市内の販売店等に対して表示等が適正であるのか立入検査を実施している。

なお、家庭用品品質表示法及び消費生活用製品安全法に基づく立入検査等は、平成14年度から道条例に基づき権限移譲を受け当該検査等事務を実施していた。

また、食品表示法（品質事項）に基づく表示の適正化について、平成28年4月1日から事務権限が法定移譲され、事業者に対して指導を行っている。

(1) 法の目的

① 家庭用品品質表示法（昭和37年法律第104号）

一般消費者が製品の品質を正しく認識し、その購入に際し不測の損失を被ることのないように、事業者が家庭用品の品質に関する表示を適正に行うよう要請し、一般消費者の利益を保護することを目的に制定された。

② 消費生活用製品安全法（昭和48年法律第31号）

消費生活用製品による一般消費者の生命又は身体に対する危害の防止を図るため、特定製品の製造及び販売を規制するとともに、特定保守製品の適切な保守を促進し、併せて製品事故に関する情報の収集及び提供等の措置を講じ、もって一般消費者の利益を保護することを目的として制定された。

③ 電気用品安全法（昭和36年法律第234号）

電気用品の製造、販売等を規制するとともに、電気用品の安全性の確保につき民間事業者の自主的な活動を促進することにより、電気用品による危険及び障害の発生を防止することを目的に制定された。

④ 食品表示法（平成25年法律第70号）

食品を摂取する際の安全性及び一般消費者の自主的かつ合理的な食品選択の機会を確保するため、食品衛生法、JAS法及び健康増進法の食品の表示に関する規定を統合して、食品の表示に関する包括的かつ一元的な制度として制定された。

(2) 立入検査等概要

① 家庭用品品質表示法

家庭用品については、6品目（ネクタイ、布団、弁当箱等）を検査対象品目として選定し、7店舗にて716点を立入検査した結果、いずれも不適正な表示は無かった。

② 消費生活用製品安全法

消費生活用製品については、国が検査対象品目として指定した特定製品のうち11品目（登山用ロープ、石油ストーブ等）について、9店舗にて197点を立入検査した結果、いずれも不適正な表示は無かった。

③ 電気用品安全法

電気用品（電源コンセントを使用する家電製品、モバイルバッテリーなど）5品目については、電気用品安全法で定められた安全規格を満たしていることを示す表示（PSEマーク）が表示されているかの検査を実施しており、30店舗にて587点を立入検査した結果、いずれも不適正な表示は無かった。

④ 食品表示法

表示に疑義があるとして14件の調査を実施した。そのうち9件について不適正表示が見受けられたことから、直ちに修正するよう食品関連事業者へ指導を行い、是正されたことを確認した。

また、食品表示に関する問い合わせ132件に回答した。問い合わせの内容は、名称、原材料、原産地、原産国、内容量、表示責任者等、多岐にわたっている。食品表示法、食品表示基準、食品ごとの公正競争規約、有機JAS規格、牛や米のトレーサビリティ法等、様々な法制度に基づき回答している。

4 消費者教育

消費生活に関する知識を普及させ、消費者被害を未然に防止するため、消費者の年代や特性に応じた幅広いニーズへ柔軟に対応できる各種講座の充実を図るとともに、学校や自主的に消費者教育へ取り組む団体等と連携して消費者教育の推進を図っている。

令和6年度についても、各教育段階での消費生活に関する知識の普及及び消費者被害の未然防止のため、副教材や冊子の制作・配布を行った。



中学生向け教材（ワークシート）



小学生向け教材



若者向け啓発冊子

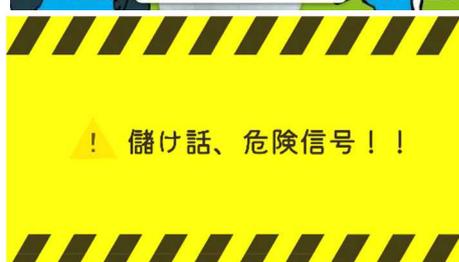
●消費者教育事業の実績一覧は資料編 30～31 ページに掲載

5 消費者啓発・広報

消費者が「消費者市民社会」を形成する一員として積極的に参画できるよう、自立した消費生活を営むために必要な知識の普及、情報の提供などを行っている。

令和6年度は、ラジオ・ホームページ・SNSなどで消費者トラブルの手口や対処法に関する情報を提供したほか、「訪問購入」「ロードサービスのトラブル」をテーマにした啓発動画を、テレビCM、YouTube・TVerへのWEB広告、街頭ビジョンで放映し、啓発を行った。

また、札幌市内の専門学校2校と連携し、若年層に多い消費者トラブルに関する注意喚起及び消費者センターの周知を目的とするチラシ及び動画を制作。チラシについては市内の高等学校、大学、専門学校への配布、動画については街頭ビジョン等での放映を実施した。



●啓発・広報事業の実績一覧は資料編 32～35 ページに掲載

6 消費者被害防止ネットワーク事業

高齢者及び障がい者の消費者被害の早期発見・救済・拡大防止に努めるため、平成20年度から「消費者被害防止ネットワーク」事業を実施し、支援活動を行う消費生活推進員の配置や、消費者トラブルの発見の担い手である地域包括支援センターをはじめとする高齢福祉関係機関、障がい者相談支援事業所などの障がい福祉関係機関、民生委員、町内会、NPO、北海道警察などと連携し事業を推進している。

平成28年度からは、見守りの担い手を拡充するため、地域で活動する様々な企業や団体、個人がそれぞれの日常の活動の中で、消費者被害防止の啓発等を行い、高齢者等の見守りを推進する「消費生活サポーター」制度を開始した。

令和6年度は、消費生活サポーターの登録機会を増やすため、地区図書館において消費生活サポーター養成講座を開催した。

また、町内会などからの依頼により、消費生活推進員を講師として派遣して行うミニ講座について、障害福祉サービス事業者への呼びかけを行ったことにより、実施回数が大幅に増加した。

●消費者被害防止ネットワーク事業の実績一覧は資料編36～38ページに掲載



消費生活サポーター養成講座の様子