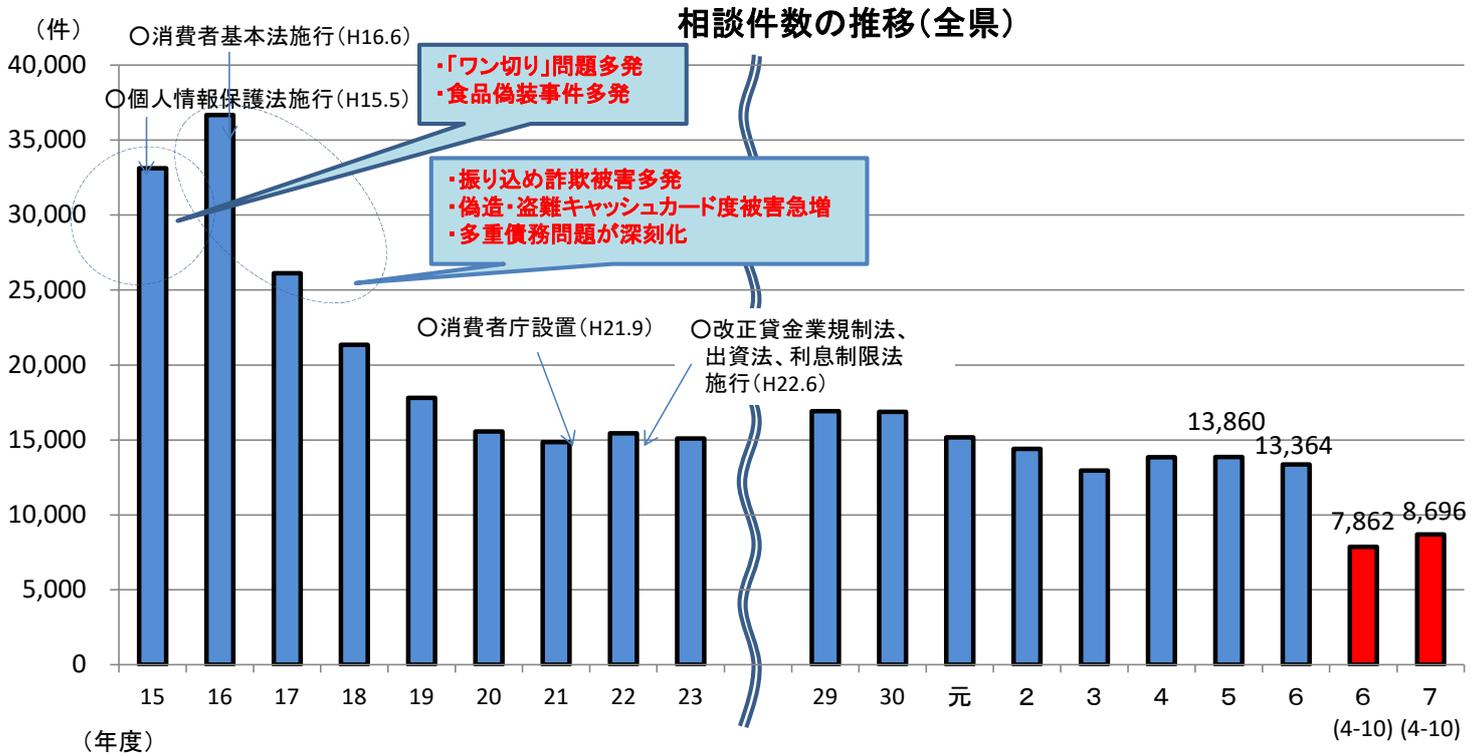


## 消費生活相談の状況(全県) - 令和7年度10月末現在 -

## 1 相談件数の推移

- 令和7年度10月末現在の相談件数は、前年度同期から834件増加し8,696件(10.6%増)。
- 支払額1万円以上の相談件数は1,054件で、前年度同期から160件増加した。

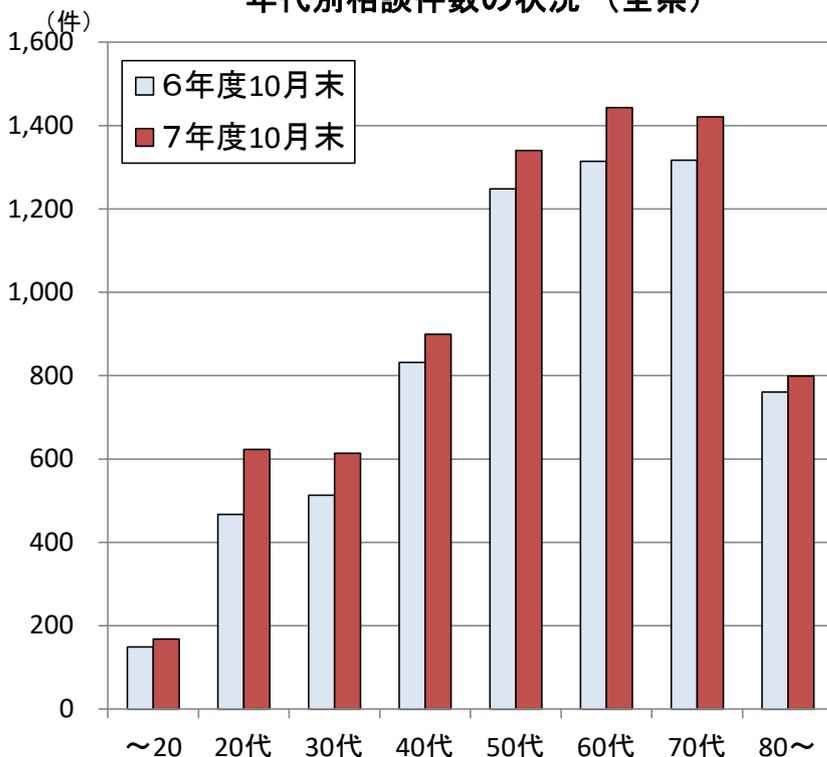


## 2 年代別相談件数の状況

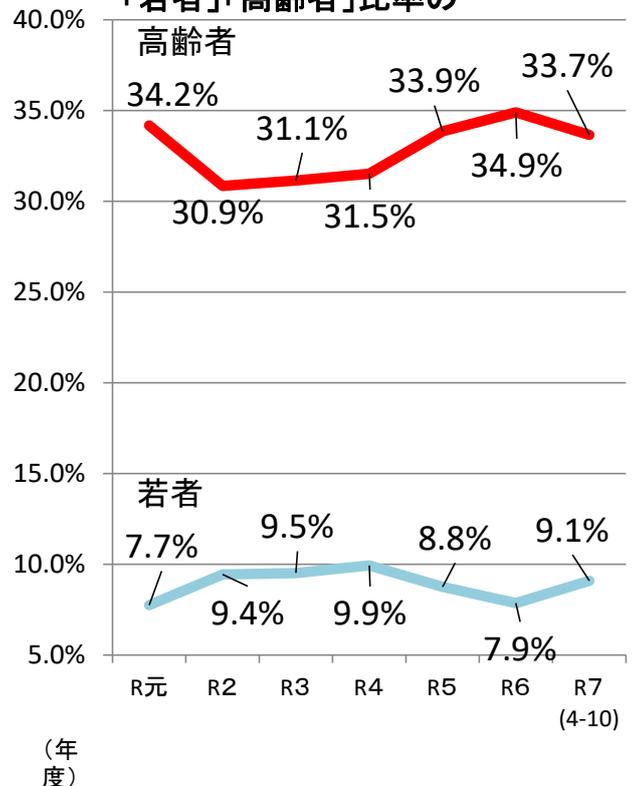
2

- 前年度同期比では、他の年代に比べ、20~30代の増加割合が大きい。
- 65歳以上の高齢者の相談件数は203件増加して2,927件となり、全体に占める割合は33.7%。
- 29歳以下の若者の相談件数は175件増加して791件となり、全体に占める割合は9.1%。

## 年代別相談件数の状況(全県)

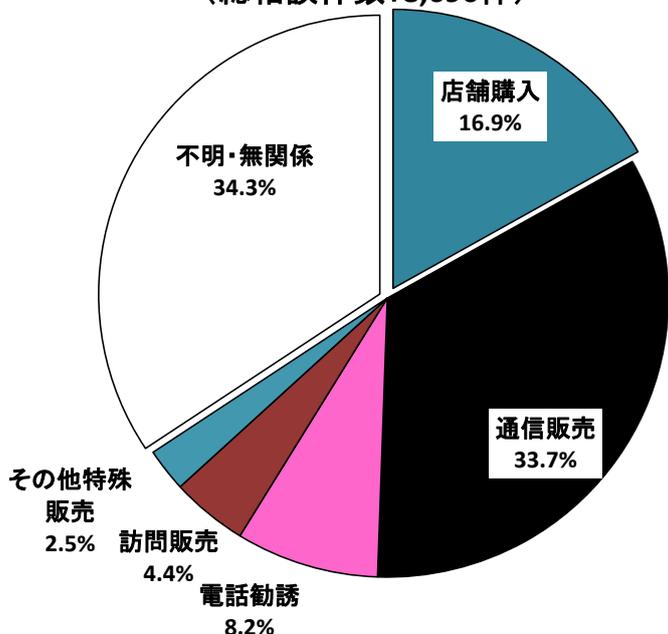


## 「若者」「高齢者」比率の

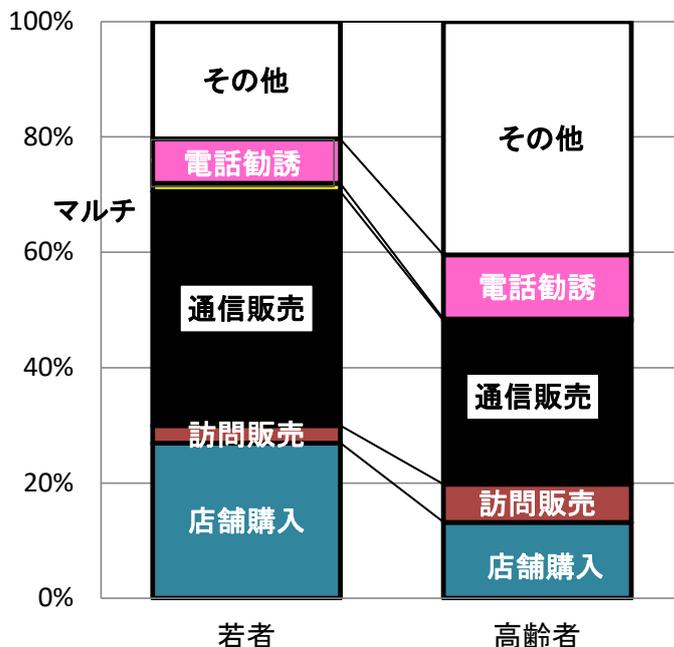


- 「通信販売」「電話勧誘販売」「訪問販売」等トラブルの多い特殊販売関係が全体の48.8%。
- 「通信販売」は2,930件で前年度同期から294件増加し、全体の33.7%を占め、最多。
  - ・若者…「通信販売」が321件で前年度同期から17件増加し、相談全体の40.6%を占める。
  - ・高齢者…「通信販売」が829件で前年度同期から109件増加。「電話勧誘販売」が32件増加。若者に比べ「訪問販売」「電話勧誘販売」の割合が高い。

販売形態別の構成  
(総相談件数:8,696件)



「若者」と「高齢者」の販売形態の違い



4 相談の多い商品・役務

- 「商品一般」が前年度同期比144件増加し1,219件で最多。
- 引き続き「化粧品(全体)」「健康食品」が多い。

| 順位 | 6年度(13,364件) | 7年度4-10月(8,696件) | 件数    | 前年度同期比 |
|----|--------------|------------------|-------|--------|
| 1  | 商品一般         | 商品一般             | 1,219 | +144   |
| 2  | 化粧品(全体)      | 化粧品(全体)          | 539   | +32    |
| 3  | 健康食品         | 健康食品             | 295   | ▲74    |
| 4  | フリーローン・サラ金   | フリーローン・サラ金       | 268   | ▲12    |
| 5  | 役務その他サービス    | 不動産貸借            | 248   | +18    |
| 6  | インターネット接続回線  | 役務その他サービス        | 244   | +13    |
| 7  | 不動産貸借        | インターネット接続回線      | 227   | ▲3     |
| 8  | 工事・建築        | 工事・建築            | 176   | ▲9     |
| 9  | 電気           | 四輪自動車            | 169   | +31    |
| 10 | 四輪自動車        | 固定電話サービス         | 169   | +68    |

注)商品一般:商品を特定できないもの。架空請求はがきを含む。

## &lt;若者&gt;

➤ 「エステティックサービス」の相談が前年度同期から74件増加し、最多。

| 順位 | 6年度(1,051件) | 7年度4-10月(791件) | 件数 | 前年度同期比 |
|----|-------------|----------------|----|--------|
| 1  | 商品一般        | エステティックサービス    | 90 | +74    |
| 2  | 内職・副業その他    | 商品一般           | 51 | +5     |
| 3  | インターネットゲーム  | 不動産貸借          | 45 | +20    |
| 4  | フリーローン・サラ金  | フリーローン・サラ金     | 40 | +3     |
| 5  | 不動産貸借       | インターネットゲーム     | 35 | ▲8     |

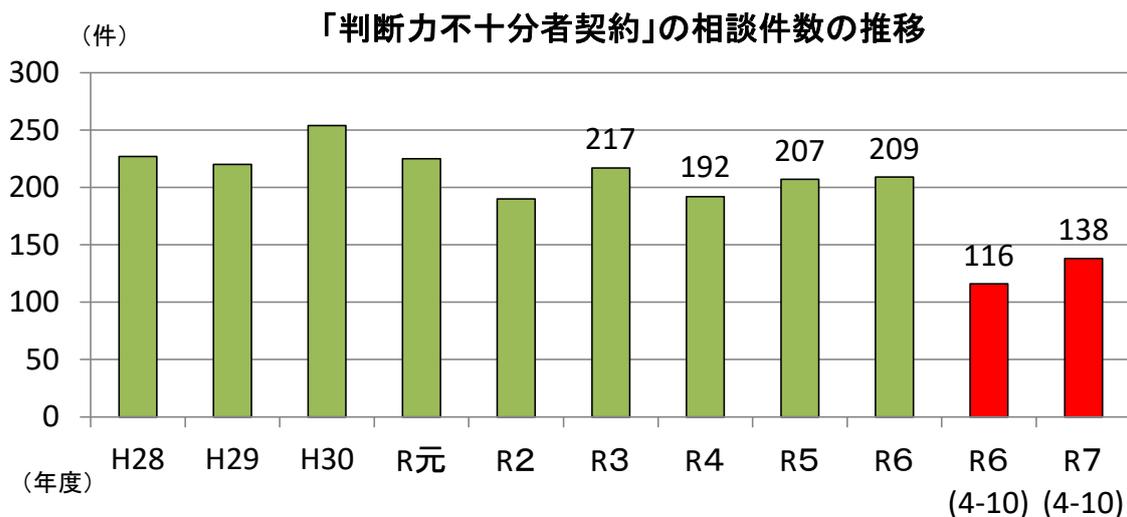
## &lt;高齢者&gt;

➤ 「商品一般」は484件で前年度同期から84件の増加。  
 ➤ 「固定電話サービス」の増加が目立つ。

| 順位 | 6年度(4,664件) | 7年度4-10月(2,927件) | 件数  | 前年度同期比 |
|----|-------------|------------------|-----|--------|
| 1  | 商品一般        | 商品一般             | 484 | +84    |
| 2  | 化粧品(全体)     | 化粧品(全体)          | 183 | +6     |
| 3  | 健康食品        | 健康食品             | 170 | +17    |
| 4  | インターネット接続回線 | 固定電話サービス         | 127 | +52    |
| 5  | 役務その他サービス   | インターネット接続回線      | 103 | +7     |

## &lt;判断力不十分者&gt;

➤ 「判断力不十分者契約」の相談件数は138件で前年度同期から22件増加。



※ 「判断力不十分者契約」とは、精神障害や知的障害、加齢に伴う疾病等、何らかの理由によって十分な判断ができない状態にある者の契約であることが問題であるもの

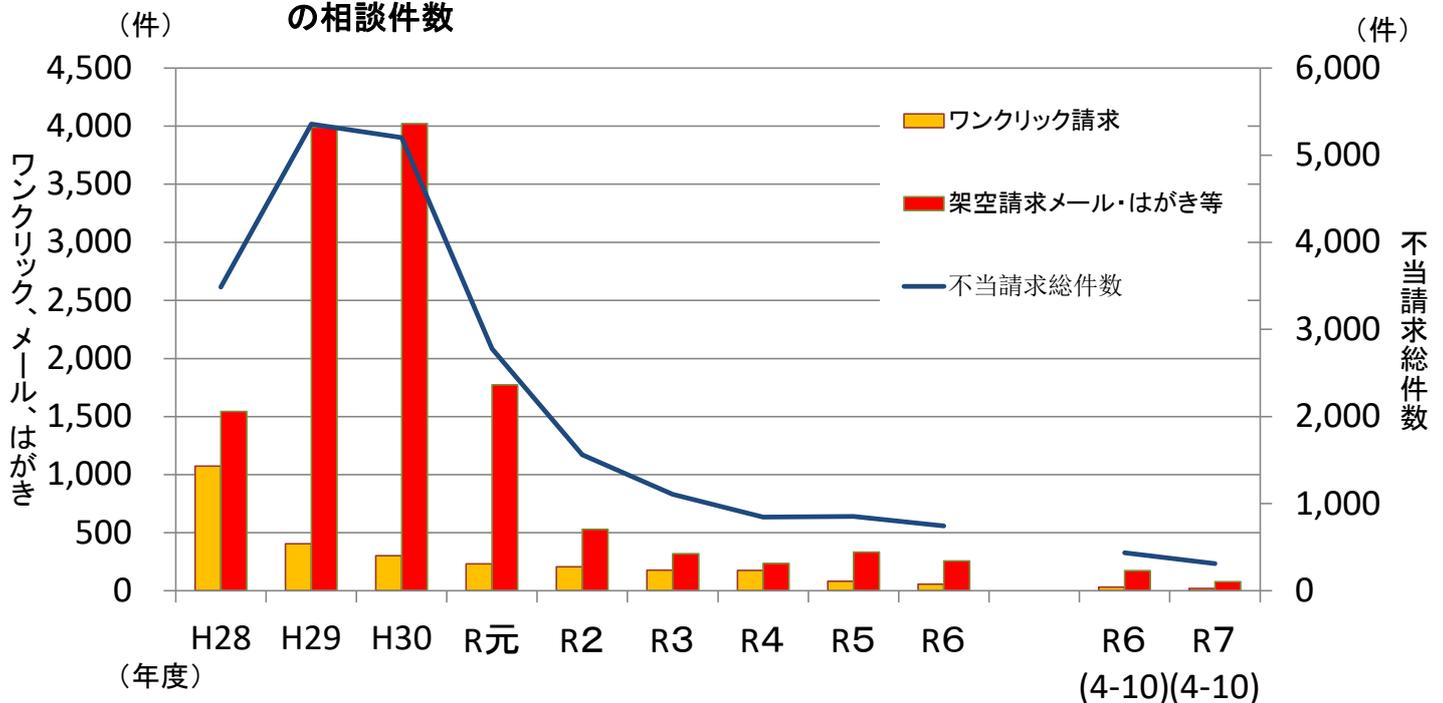
|   | 6年度(209件)  | 7年度4-10月(138件) | 前年度同期比 |     |
|---|------------|----------------|--------|-----|
| 1 | 健康食品       | 健康食品           | 14件    | ±0件 |
| 2 | 商品一般       | 商品一般           | 14件    | +2件 |
| 3 | フリーローン・サラ金 | 役務その他サービス      | 7件     | +4件 |

| 悪質商法       | 主な手口  | 相談件数<br>(うち65歳以上) | 前年度<br>同期比    |
|------------|---|-------------------|---------------|
| 不当請求       | 二重請求や、不当な取り立て、根拠のない架空請求、ワンクリック請求など。                   | 311<br>(86)       | ▲123<br>(▲73) |
| 無料商法       | 「無料」であることをセールストークや広告に使い、商品やサービスを売りつけるもの。              | 107<br>(24)       | ▲11<br>(▲11)  |
| サイドビジネス商法  | 「サイドビジネス(副業)になる」等セールストークに、何らかの契約をさせるもの。               | 115<br>(5)        | ▲51<br>(▲9)   |
| 利殖商法       | 利殖になることを強調して投資や出資の契約をさせるもの。                           | 90<br>(17)        | +3<br>(▲10)   |
| 次々販売       | 一人の消費者に次から次へと商品やサービスを売りつけるもの。                         | 40<br>(21)        | ▲11<br>(±0)   |
| 二次被害       | 一度被害にあった人を再び勧誘し、被害を与えるもの。                             | 28<br>(8)         | +18<br>(+5)   |
| 点検商法       | 点検を口実に家に上がり込み、不安をあおって、布団や住宅のリフォームなどを契約させるもの。          | 44<br>(28)        | ▲15<br>(▲7)   |
| 当選商法       | 「当選した」、「景品が当たった」、「あなただけ選ばれた」などと特別扱いであるように思わせて契約させるもの。 | 19<br>(10)        | ▲15<br>(±0)   |
| SF商法(催眠商法) | 人を集めて日用品等を無料で配り、雰囲気盛り上げて商品を売りつけるもの。                   | 8<br>(8)          | ▲10<br>(▲2)   |

○ 不当請求(「ワンクリック請求」、「架空請求(メール・はがき等)」に関する相談状況

- 不当請求に関する相談は、311件で前年度同期比で123件の減。
- H29・30年度に「架空請求はがき」により大きく増加した「架空請求」の相談件数は、77件で前年度同期比で95件の減。

不当請求(「ワンクリック請求」、「架空請求(メール・はがき等)」の相談件数



## SMSを用いて未納料金の名目で金銭を支払わせようとする「架空請求」

(消費者庁、国民生活センター報道発表資料をもとに作成)

### ①SMS送信

コンテンツ利用料金の精算確認が取れません。本日までご連絡なき場合には法的手続きに移行致します。

← 実在する事業者名  
(03 [redacted])



### ②不安に思いSMSに書かれた電話番号に電話をします。



③未納料金があります。未納料金は電子マネーで支払ってください。コンビニで電子マネーを買って、その番号を教えてください。

### ④コンビニで電子マネーを購入し、その番号を伝えます。

これだけは覚えておきましょう！

#### 【なりすましに使われた名称の例】

・ヤフージャパン、アマゾンサポートセンターなど  
※ヤフー(株)、アマゾンジャパン合同会社及びそれらの関係会社は本件とは無関係です。

#### 留守番電話活用！

- ・警察官をかたりビデオ通話に誘導 → かけ直さずに相談
- ・+で始まる不審な国際電話

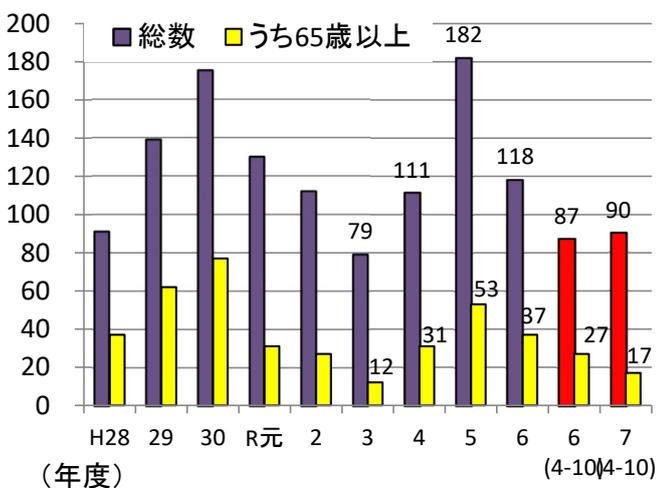
- ①ヤフー(株)やアマゾンは、SMSで請求することはないため、SMS記載の電話番号には絶対に連絡しない。
- ②電話をかけてしまっても正当な理由のない請求には絶対に応じない。
- ③心配があれば、消費者ホットライン(188) 警察相談専用電話(#9110) にお電話を！！

## <利殖商法>

### 巧妙に高額勧誘・・・損失が大きい実態不明な「利殖商法」

～よく理解できない金融商品、安易な儲け話には絶対乗らないで！～

(件) 「利殖商法」の相談件数の推移(全県)



- ・R7年度の相談件数は、90件で、前年度同期から3件増加。
- ・65歳以上の相談は10件減少し、17件に。
- ・SNSなどの広告、SNSによる知人からの紹介等からFX取引などを持ち掛けられる手口も。

勧誘商品は、海外への投資や暗号資産(仮想通貨)など、社会情勢を反映して多種多様。仕組みが簡単に理解できないものも多くなっています。

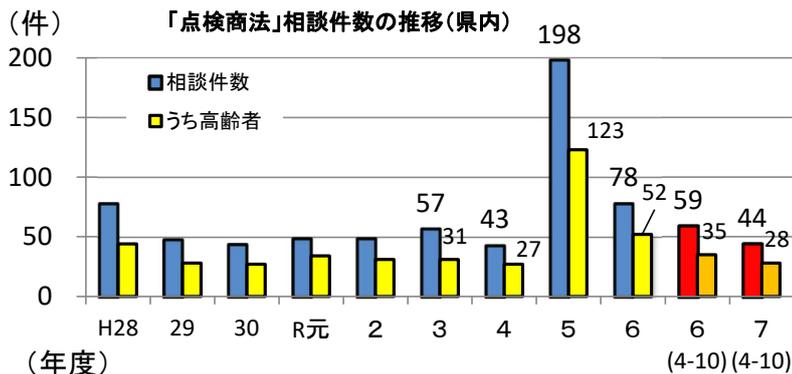
また、「簡単に儲かる方法」などの「情報商材」の購入によるトラブルもあります。

#### アドバイス

- ・「絶対儲かる」「高利回り」などセールストークには十分注意しましょう。信用性の不確かな「社債」「未公開株」「外貨」などは、危険な金融取引であることを十分認識しましょう。
- ・立場の違う複数の人が、入れ代わり立ち代わり勧誘し、巧みな手口で投資意欲をおおる劇場型勧誘もあります。
- ・1人で悩まず、身近な人や消費生活センターに相談を。

<点検商法>

きっかけは“点検”から一不安につけ入り商品勧誘「点検商法」  
 ～知らないうちに騙されている？～周囲の見守りが被害防止のカギ～



相談件数はR5年度に急増したが、R6年度以降は減少傾向。依然として、相談の半数以上が高齢者。

日中、高齢者宅等を不意に訪問し、見えにくいもの(布団類のダニ、水質、湿気、シロアリ)や見えにくい場所(屋根や瓦、床下、水道管や配水管)を点検し、嘘で不安をあおり、高額な商品や工事を勧誘する悪質な事業者がいます。

突然業者が訪問し、瓦がずれていると断って高額な工事契約をした事例、保険金で住宅修理ができると勧誘されトラブルとなっている事例が急増。

アドバイス

- ・不用意に玄関を開けない。家に入れないことが予防の第1歩。
- ・契約を急がせる業者は要注意。すぐに契約せず、まずは相談！
- ・断り切れず契約してしまっても・・・クーリング・オフが可能(8日以内)!!

<インターネット通販①>

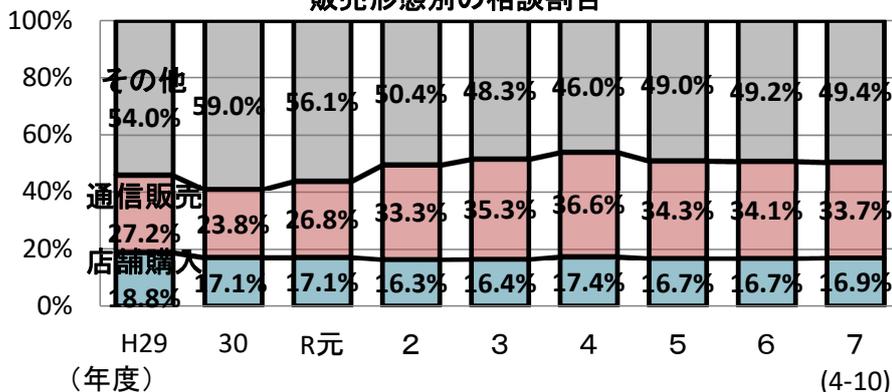
代金を払ったけど商品が届かず、連絡もつかない。  
 ～「インターネット通販」のトラブルに注意。サイト選びは慎重に！～

ネットでブランド物の腕時計や衣料品などを見つけて注文し、代金を前払いで振り込んだが、「商品が届かない」、「明らかに偽物と思われるものが届いた」、さらには、「メールで連絡しても返事が全くなく、サイトもなくなっていた」という相談が寄せられています。

アドバイス

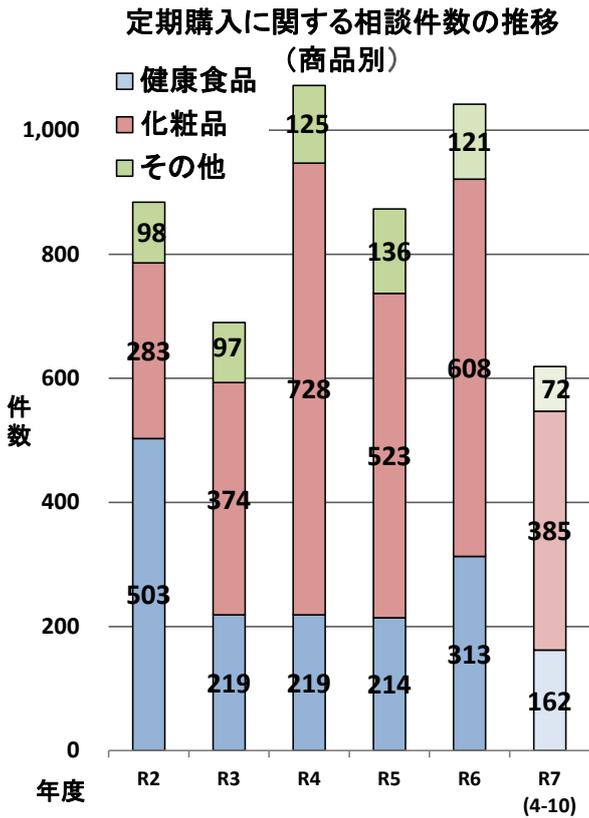
- ・実在する「事業者の住所」、連絡のとれる「電話番号」などの表示を確認しましょう。実在するサイトをコピーした偽物サイトのケースもあるので要注意です。確実な連絡手段がなければ、トラブルがあっても相手と交渉することすらできません。
- ・リスクの大きい代金前払い。前払いで払った金額を相手に「返金」させることは困難です！
- ・屋号やショップ名を含まない個人名だけの名義の銀行口座への前払いはしないように。

販売形態別の相談割合



・通信販売の相談が全体の相談に占める割合は、約3分の1で最多。

「お試し」と思ったら、定期購入だった。  
 ～シミ・シワ取りクリームやサプリメントのネット通販のトラブルに注意～



「ホームページやSNSの広告で「お試し価格」「初回〇〇円」などと表示されていて、低価格で1回だけ購入できると思い、申し込んだ。商品が届いたら、継続した購入が必要な定期購入になっていた。」という相談が多く寄せられています。  
 一定期間は解約できない場合や、中途解約には高額な正規料金との差額を請求されることもあります。

最終確認画面をよく確認し、スクリーンショットで保存！

アドバイス

- ・通信販売には、クーリング・オフ制度はありません。
- ・商品の特徴や価格だけでなく、購入や返品の内容、送られてきた商品に同封の書類も十分確認しましょう。
- ・ネット通販のトラブルは、契約内容をよく確認しないで契約しているケースが多いようです。注文する前に、単品購入か、定期購入か、解約が可能かどうか、解約の申し出方法や連絡先なども確認しておきましょう。

6 相談対応の状況(令和7年度4-10月)

- 「自主交渉の助言」が64.8%、前年度同期比で3.4ポイント減少。
- 「斡旋」件数は715件で、うち斡旋解決が676件、斡旋不調が39件。

相談対応の状況(総相談件数:8,696件)

