

令和6年度 大阪府及び府内市町村の消費生活相談の概要

令和6年度に大阪府及び府内市町村の消費生活相談窓口で受け付けた消費生活相談の状況は以下のとおりです。

《相談全体の動向》

- ・令和6年度に大阪府及び府内市町村の消費生活相談窓口が受け付けた相談件数は73,281件で、前年度に比べ629件(0.9%)増加しました。[付表1](#)
- ・うち大阪府消費生活センターで受け付けた相談件数は8,173件で、前年度に比べ782件(8.7%)減少し、市町村で受け付けた相談件数は65,108件で、前年度に比べ1,411件(2.2%)増加しました。[資料編 表5](#)
- ・契約当事者の年代別件数では、20歳未満、60歳代以上で増加しました。[付表2](#)
- ・30歳未満の相談件数は8,544件で、前年度に比べ357件(4.0%)減少し、相談全体に占める割合は11.7%でした。うち18歳未満の相談件数は812件で、前年度に比べ25件(3.0%)減少しました。[付表2](#)
- ・65歳以上の相談件数は21,894件で、前年度に比べ1,363件(6.6%)増加し、相談全体に占める割合は、29.9%でした。[付表2](#)

《内容別の特徴》

1. 賃貸アパート・マンションの賃貸借契約の相談が増加

- ・「賃貸アパート・マンション」の相談件数が3,593件で前年度に比べ303件(9.2%)増加し、最も多い相談となりました。[付表3](#)
- ・年代別でみると30歳代が最も多く、次いで20歳代、40歳代から多く寄せられました。[付表4](#)
- ・相談内容については、退去時の原状回復に関するトラブルがめだちました。

2. 「化粧品」や「健康食品」の定期購入トラブルが多発

- ・商品・役務別でみると、「化粧品」が3,137件で、前年度に比べ663件(17.4%)減少し、「健康食品」が3,124件で、前年度に比べ855件(37.7%)増加しました。[付表3](#)
- ・年代別では40歳代以上に多く、「化粧品」や「健康食品」の通信販売での「定期購入」に関する相談が多く寄せられました。[付表4,6](#)

3. 美容医療などの「医療サービス」の相談が増加し、「エステティックサービス」の相談は減少

- ・「医療サービス」の相談件数が1,412件で、前年度に比べ375件(36.2%)増加しました。[付表3](#)
- ・年代別でみると18歳、19歳、20歳代及び30歳代から相談が多く、脱毛クリニックの倒産や美容整形のトラブルなど、「美容医療」に関する相談が多く寄せられました。[付表4](#)
- ・「エステティックサービス」の相談件数は729件で、前年度に比べ893件(55.1%)減少しました。[付表3](#)

4. 点検商法などの「工事・建築」のトラブルが増加

- ・「工事・建築」の相談件数は、2,052件で、前年度に比べ252件(14.0%)増加し、上位になりました。[付表3](#)
- ・年代別では60歳代以上に多く、訪問販売の「点検商法」でのリフォーム工事のトラブルの相談が多く寄せられました。[付表4](#)

5. 「移動通信サービス」や「インターネット接続回線」などの通信サービスのトラブルが多発

- ・スマートフォンの通信契約などの「移動通信サービス」に関する相談が2,004件で、前年度に比べ38件(1.9%)増加し、「インターネット接続回線」の相談が1,169件で、前年度に比べ160件(15.9%)増加しました。これらの通信サービス契約の相談が上位になりました。[付表3](#)
- ・年代別では50歳代以上に多く、携帯電話事業者や光回線事業者の乗り換え時のトラブルがめだちました。[付表4](#)

6. いわゆる「暮らしのレスキューサービス」の高額請求トラブルが増加

- ・「修理サービス」の相談件数が1,626件で、前年度に比べ252件(18.3%)増加しました。付表3
- ・水漏れ・排水管等の詰まりの修理、鍵の取り換え、ロードサービスなど、日常生活のトラブルに駆け付ける、いわゆる「暮らしのレスキューサービス」の高額請求トラブルの相談が多く寄せられました。

7. 販売方法・手口では「インターネット通販」、「定期購入」が多発し、「SNS」に関連するトラブルが増加。

- ・販売方法・手口別で見ると、「インターネット通販」が18,916件で、前年度に比べ1,481件(7.3%)減少したものの、相談全体の25.8%を占めました。付表5
- ・「インターネット通販」に関する相談は、契約当事者の年代別で見ると85歳未満の全ての年代で最も多くなり85歳以上においても3番目に多い相談になりました。付表6
- ・「定期購入」に関する相談は、40歳代以上の年代で上位になりました。付表6
- ・「SNS」に関連する相談が、70歳未満の年代で上位になりました。「SNS」の広告に誘因された「定期購入」や「SNS」での勧誘をきっかけとした「サイドビジネス商法」、「利殖商法」のトラブルが発生しました。
- ・85歳以上では、「家庭訪販」が最も多くなりました。付表6

8. 「米(コメ)」に関する相談が急増

- ・「米(コメ)」に関する相談が262件で、前年度に比べ211件(413.7%)増加しました。付表8,9
- ・「品不足」や「インターネット通販で商品が届かない」という相談が寄せられました。付表11

9. 危害に関する相談では「化粧品」による健康被害の相談がめだつ

- ・危害に関する相談(商品・役務・設備に関連して、身体に怪我、病気等の危害を受けたという相談)は996件で、前年度に比べ23件(2.4%)増加しました。最も多かった「化粧品」による危害は214件で、前年度に比べ18件(7.8%)減少しました。「健康食品」は137件で前年度に比べ45件(48.9%)増加し、「医療サービス」による健康被害もめだちました。付表12
- ・危険に関する相談(危害を受けたわけではないが、そのおそれのある相談)は190件で、前年度に比べ6件(3.1%)減少しました。「自動車(自動二輪車を含む)」がめだちました。付表13

《若年者層と高齢者層の相談の特徴》

1. 30歳未満の若年者の相談の割合は減少

- ・30歳未満の若年者が契約当事者の相談件数は8,544件で、前年度に比べ357件(4.0%)減少し、相談全体に占める割合は11.7%で、若干減少しました。付表2
- ・18歳、19歳が契約当事者の相談件数は844件で前年度に比べ56件(7.1%)増加しました。
- ・30歳未満の若年者で商品・役務別で多い相談は「賃貸アパート」の700件、美容医療など「医療サービス」の478件でした。相談全体に占める若年者の割合は、「インターネットゲーム」361件(65.4%)、「エステティックサービス」413件(56.7%)、「内職・副業」425件(41.1%)が高くなっています。付表15
- ・18歳未満の未成年者で商品・役務別で最も多い相談は「インターネットゲーム」で297件でした。
- ・販売購入形態別の30歳未満の若年者の相談状況を見ると、「通信販売」が3,132件で最も多くなりました。相談全体に占める若年者の割合で見ると、「マルチ・マルチまがい」が24.2%と高くなっています。付表16

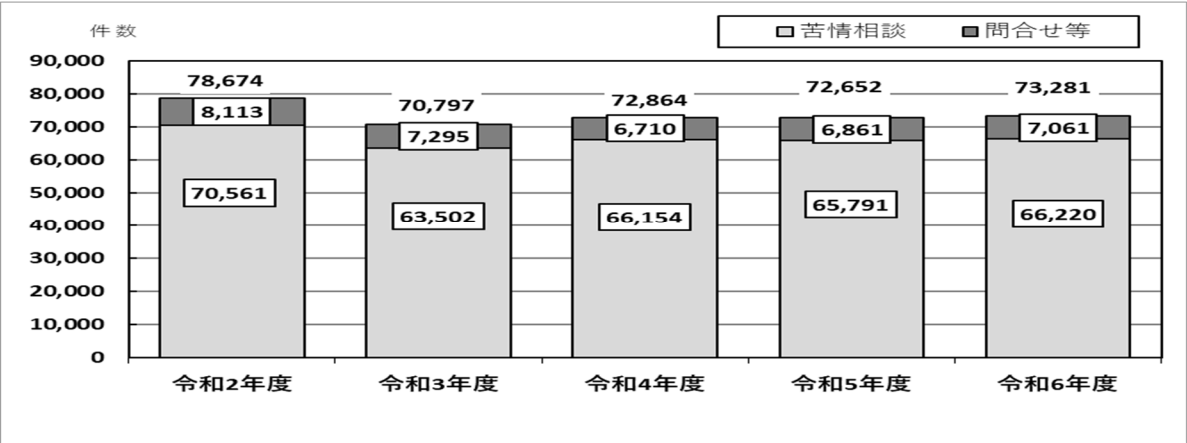
2. 65歳以上の高齢者の相談の割合は増加

- ・65歳以上の高齢者が契約当事者の相談件数は21,894件で、前年度に比べ1,363件(6.6%)増加し、相談全体に占める割合は29.9%で、増加しました。付表2
- ・商品・役務別で最も多い相談は「健康食品」1,431件で相談全体に占める割合も45.8%と高くなっています。その他、相談全体に占める高齢者の割合では、「新聞」409件(69.9%)、「固定電話サービス」308件(62.7%)、「健康食品」1,431件(45.8%)が高くなっています。付表18
- ・販売購入形態別の高齢者の相談状況で見ると、「通信販売」が7,276件で最も多くなりました。相談全体に占める高齢者の割合では、「訪問購入」が61.1%、「訪問販売」が41.6%と高くなりました。付表19
- ・認知症等の高齢者の相談は715件(前年度601件)で、65歳以上の相談全体に占める割合は3.3%でした。なお、本人以外からの相談が77.9%となっています。付表20,21,22

《相談全体の動向》

- ・令和6年度に大阪府及び府内市町村の消費生活相談窓口が受け付けた相談件数は 73,281 件で、前年度に比べ629 件 (0.9%) 増加しました。付表 1
- ・うち大阪府消費生活センターで受け付けた相談件数は 8,173 件で、前年度に比べ 782 件 (8.7%) 減少し、市町村で受け付けた相談件数は 65,108 件で、前年度に比べ 1,411 件 (2.2%) 増加しました。資料編 表 5
- ・契約当事者の年代別件数では、20 歳未満、60 歳代以上で増加しました。付表 2
- ・30 歳未満の相談件数は 8,544 件で、前年度に比べ 357 件 (4.0%) 減少し、相談全体に占める割合は 11.7% でした。うち 18 歳未満の相談件数は 812 件で、前年度に比べ 25 件 (3.0%) 減少しました。付表 2
- ・65 歳以上の相談件数は 21,894 件で、前年度に比べ 1,363 件 (6.6%) 増加しました。相談全体に占める割合は、29.9%でした。付表 2

付表 1 相談件数の年度推移



付表 2 契約当事者年代別件数

契約当事者		令和6年度					令和5年度					増減率			増減数				
年 代	細区分	件数		構成比			件数		構成比										
20歳未満	13歳未満	8,544	812	249	11.7%	1.1%	0.3%	8,901	837	293	12.3%	1.2%	0.4%	▲4.0%	▲3.0%	▲15.0%	▲357	▲25	▲44
	13～17歳																		563
	18歳		844	375		1.2%	0.5%		788	328		1.1%	0.5%		7.1%	14.3%		56	47
	19歳																		
20歳代	20～29歳		6,888			9.4%			7,276			10.0%			▲5.3%			▲388	
30歳代	30～39歳		6,359			8.7%			6,432			8.9%			▲1.1%			▲73	
40歳代	40～49歳		7,688			10.5%			8,311			11.4%			▲7.5%			▲623	
50歳代	50～59歳		10,727			14.6%			10,985			15.1%			▲2.3%			▲258	
60歳代	60～64歳		5,243			7.2%			5,053			7.0%			3.8%			190	
	65～69歳		21,894	4,286		29.9%	5.8%		20,531	4,029		28.3%	5.5%		6.6%	6.4%		1,363	257
70歳代	70～74歳	5,156			7.0%			5,072			7.0%			1.7%			84		
	75～79歳	5,136			7.0%			4,641			6.4%			10.7%			495		
80歳以上	80～84歳	4,306			5.9%			4,070			5.6%			5.8%			236		
	85歳以上	3,010	4.1%	2,719	3.7%	10.7%	291												
その他（団体等）			1,662			2.3%			1,858			2.6%			▲10.5%			▲196	
不 明			11,164			15.2%			10,581			14.6%			5.5%			583	
計			73,281			100.0%			72,652			100.0%			0.9%			629	

- ・府では、府内の消費生活センター等が受け付けた消費生活相談情報を専用の全国データベースシステム (PIO-NET) に登録することにより収集・蓄積しています。
- ・「付表 1」及び「付表 2」は、PIO-NET に登録された相談件数 (令和 7 年 5 月 31 日現在) に、同システム未対応市町村からの回答件数を加算しています。
- ・「付表 3」から「付表 18」は、PIO-NET に登録された相談件数 (令和 7 年 5 月 31 日現在) です。

《内容別の特徴》

1. 賃貸アパート・マンションの賃貸借契約のトラブルが増加

- ・「賃貸アパート・マンション」の相談件数が3,593件で前年度に比べ303件（9.2%）増加し、最も多い相談となりました。[付表3](#)
- ・年代別でみると30歳代が最も多く、次いで20歳代、40歳代から多く寄せられました。[付表4](#)
- ・相談内容については、退去時の原状回復に関するトラブルがめだちました。

【賃貸アパート・マンションの相談事例】

- 1年間住んでいた1Kの賃貸マンションを退去する際、立ち合いでは特に修理が必要だという指摘はなかったが、退去後に65,900円の修理費を請求する書類が届いた。請求の内訳は、クロスの貼り替え一式、クッションフロアの貼り替え一式、巾木の取り付け一式となっていた。床などを破いたり、汚したりはしていない。

（20歳代）

➤ 相談対応と結果

国土交通省が定める「原状回復をめぐるトラブルとガイドライン」および、大阪府版ガイドラインの「賃貸住宅の原状回復トラブルを防止するために」の内容を紹介した。これらのガイドラインでは、経年劣化による損耗か、借主の故意・過失による損傷かによって、修繕費用の負担区分が異なることが示されている。特に、クッションフロア等の内装材については、借主に過失があった場合でも、設置からの経過年数に応じて借主・貸主の負担割合が考慮されることを説明した。そのうえで、費用負担については、管理会社または貸主とガイドラインに基づいて協議するよう助言し、併せて住宅に関する専門相談窓口を紹介した。

■消費者の方々へのアドバイス

- ・賃貸借契約は、退去時に貸主と借主のどちらの負担で原状回復するかでトラブルが発生することがあります。「原状回復をめぐるトラブルとガイドライン」は、裁判例や取引の実務から、原状回復の費用負担のあり方について、妥当と考えられる一般的な基準をガイドラインとしてまとめたものです。
- ・トラブルにならないために、入退去時における損耗等の有無など物件の状況をよく確認しておくことや、契約締結時において、原状回復などの契約条件を当事者双方がよく確認し、納得したうえで契約を締結するようにしましょう。

2. 「化粧品」や「健康食品」の定期購入トラブルが多発

- ・商品・役務別で見ると、「化粧品」が3,137件で、前年度に比べ663件（17.4%）減少し、「健康食品」が3,124件で、前年度に比べ855件（37.7%）増加しました。[付表3](#)
- ・年代別では40歳代以上に多く、「化粧品」や「健康食品」の通信販売の「定期購入」に関する相談が多く寄せられました。[付表4,6](#)

【定期購入（化粧品）の相談事例】

- スマートフォンで「美容液が980円」というインターネット広告を見て、商品を申し込んだ。使用してみたところ、目が痒くなったため、すぐに解約の電話をしたが、2回目の商品が届いてしまった。販売店に電話で確認したところ、「商品を4回受け取らないと解約できない」と言われた。（80歳代）

➤ 相談対応と結果

相談者は高齢で記憶があいまいな部分もあったため、当センターから販売店に確認を行った。販売店によると、相談者から解約の電話があった際に、「2回目以降は7,980円から4,980円に値下げされるが、4回継続が条件となる別のコース」を案内し、相談者がこれに同意したとのことであった。また、2回目までの商品はすでに発送済みであるとの説明があった。当センターから事業者に対しては、電話によるコース変更の勧誘は「電話勧誘販売」に該当することを伝え、クーリング・オフ期間は経過していたが、相談者が目のかゆみがあるため解約の電話をしていることを理由に交渉した結果、2回目の商品について返品に応じ、契約は解除されることとなった。

【定期購入（健康食品）の相談事例】

- 膝の痛みを改善するという健康食品のテレビ広告を見て、3か月分を初回 5,550 円で電話注文し、初回の商品代金はコンビニ後払いで支払った。届いた健康食品を飲み始めたところ、腸の調子が悪くなり便秘になったため、途中で飲むのをやめていたが、昨日、同じ商品が突然届き、定期購入だったことに気づいた。本日、事業者に解約を申し出たところ、「次回商品が届く 10 日前までに電話で解約の連絡が必要」と言われたが、そのような説明を受けた記憶はない。3 回目の商品からは解約できたが、代金が 11,540 円となる 2 回目の商品についても解約し、返品したい。（80 歳代）

➤ 相談対応と結果

相談者はテレビ広告を見て電話で商品を注文しており、これは特定商取引法における通信販売の「特定申込み」には該当しないが、相談者が高齢であることから、当センターから事業者に状況確認を行った。事業者の説明によると、商品注文の約 10 日後に相談者へ電話をかけ、定期購入の継続意思の確認、次回の発送予定日、解約の申し出期限などについて案内を行ったが、その際に相談者から特に解約やコース変更の申し出はなかったとのことであった。なお、商品が食品であることから、すでに発送済みの商品の返品は受け付けられないとの回答であった。当センターから相談者に対して 3 回目以降からの解約となることを伝えた。

付表 3 相談の多い商品・役務【上位 20 位】

順位	商品・役務	令和 6 年度	令和 5 年度	増減率	増減数
1	賃貸アパート・マンション	3,593	3,290	9.2%	303
2	化粧品	3,137	3,800	▲17.4%	▲ 663
3	健康食品	3,124	2,269	37.7%	855
4	工事・建築	2,052	1,800	14.0%	252
5	移動通信サービス	2,004	1,966	1.9%	38
6	修理サービス	1,626	1,374	18.3%	252
7	医療サービス （うち美容医療）	1,412 (818)	1,037 (548)	36.2% (49.3%)	375 (270)
8	紳士・婦人洋服	1,249	1,495	▲16.5%	▲ 246
9	インターネット接続回線	1,169	1,009	15.9%	160
10	内職・副業	1,035	1,086	▲4.7%	▲ 51
11	金融関連サービスその他	984	928	6.0%	56
12	自動車（自動二輪を含む）	912	1,081	▲15.6%	▲ 169
13	フリーローン・サラ金	878	838	4.8%	40
14	電 気	863	886	▲2.6%	▲ 23
15	エステティックサービス	729	1,622	▲55.1%	▲ 893
16	携帯電話	725	716	1.3%	9
17	新 聞	585	713	▲18.0%	▲ 128
18	行政サービス	557	620	▲10.2%	▲ 63
18	娯楽等情報配信サービス	557	642	▲13.2%	▲ 85
20	インターネットゲーム	552	579	▲4.7%	▲ 27
その他		45,522	44,882	1.4%	640
総相談件数		73,265	72,633	0.9%	632

付表4 契約当事者年代別 相談の多い商品・役務【上位5位】

契約当事者	年 代	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	
	細区分	13歳未満	13～17歳	18歳	19歳	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～64歳	65～69歳	70～74歳	75～79歳	80～84歳	85歳以上
件数		249	563	375	469	6,886	6,357	7,686	10,724	5,241	4,283	5,156	5,135	4,306	3,009
商品・役務	1	インターネットゲーム	インターネットゲーム	化粧品	医療サービス(うち美容医療)	賃貸7パート・マンション	賃貸7パート・マンション	賃貸7パート・マンション	化粧品	化粧品	化粧品	化粧品	化粧品	健康食品	健康食品
		186	117	21	33(29)	671	716	506	622	388	349	387	289	281	180
	2	化粧品	化粧品	エステティックサービス	エステティックサービス	医療サービス(うち美容医療)	医療サービス(うち美容医療)	化粧品	健康食品	健康食品	健康食品	健康食品	健康食品	工事・建築	工事・建築
		6	50	20	24	415(356)	216(163)	294	588	352	319	363	288	192	148
	3	アダルト情報サイト	健康食品	医療サービス(うち美容医療)	内職・副業	内職・副業	内職・副業	健康食品	賃貸7パート・マンション	工事・建築	工事・建築	工事・建築	移動通信サービス	化粧品	新 聞
		4	41	18(17)	21	384	179	255	485	175	133	203	222	186	114
	4	健康食品	紳士・婦人洋服	自動車運転教習所	健康食品	エステティックサービス	修理サービス	修理サービス	移動通信サービス	移動通信サービス	移動通信サービス	移動通信サービス	工事・建築	移動通信サービス	化粧品
		4	32	17	18	363	164	203	291	148	123	164	209	181	106
	5	娯楽等情報配信サービス	健康食品	紳士・婦人洋服	修理サービス	移動通信サービス	工事・建築	工事・建築	賃貸7パート・マンション	賃貸7パート・マンション	修理サービス	修理サービス	新 聞	移動通信サービス	
			22	16	15	189	132	185	288	134	101	112	117	115	99
	5			賃貸7パート・マンション	自動車(自動二輪を含む)										
				16	15										

・13歳未満の5位は、同率のものが多数あるため、記載を省略している。

■消費者の方々へのアドバイス

- ・通信販売での取引において、インターネット通販やチラシに添付されている申込用はがきなど事業者が用意した様式から申し込む場合は「特定申込み」に該当し、「定期購入」の場合は、回数、支払総額、解約条件など重要事項を最終確認画面や申込書面に明確に表示することが事業者には義務付けられています。しかしながら、申し込みの際はいつでも解約可能と記載されていたものの、途中で回数縛りのあるコースに変更されてしまった、事業者からの電話勧誘で別のコースに変更されてしまった等のトラブルが増えています。
- ・インターネット通販を利用する際には、最終確認画面の重要事項を必ず確認し、画面のスクリーンショットを保存しましょう。
- ・電話勧誘やテレビ広告、折り込みチラシを見て電話で注文する場合は、申し込みの際にどのような販売条件なのか事業者によく確認しましょう。

3. 美容医療などの「医療サービス」が急増し、「エステティックサービス」は減少

- ・「医療サービス」の相談件数が1,412件で、前年度に比べ375件(36.2%)増加しました。付表3
- ・年代別でみると18歳、19歳、20歳代及び30歳代からの相談が多く、脱毛クリニックの倒産や美容整形のトラブルなど、「美容医療」に関する相談が多く寄せられました。付表4
- ・「エステティックサービス」の相談件数は729件で、前年度に比べ893件(55.1%)減少しました。付表3

【医療サービス（美容医療）の相談事例】

- 5か月前、脱毛クリニックで医療脱毛13回コースを30万円で契約し、料金はクレジットカードによる分割払いにした。これまでに3回施術を受けたが、突然クリニックから「閉院する」との連絡があった。未施術分の料金を返金してほしい。(20歳代)
- 相談対応と結果
事業者が倒産した場合、すでに支払った代金を取り戻すことは困難だが、支払い方法が分割払いであれば、クレジットカード会社に対して「支払い停止の抗弁書」を送付することで、今後の支払いを止めることが可能であることを相談者に伝えた。

- インターネット広告で美容整形のクーポン券を入手し、目の下のたるみを取りたくて、説明だけ聞くつもりでクリニックを予約した。個室でカウンセリングを受けたところ、66万円の施術を勧められた。高額すぎると断ったが、「値引きする」と1時間以上引き止められ、最終的に39万円で契約し、クレジットカードで一括払いをした。契約後すぐに手術が行われたが、医師からは詳しい手術内容やダウンタイムが必要であることの説明はなかった。術後、患部の腫れが引かず、他の皮膚科を受診したが、「術後の経過はわからない」と言われた。手術を行ったクリニックに苦情を申し出たところ、「手術代を全額返金するので銀行口座を教えてください」と言われたが、本当に返金されるか不安だ。(50歳代)

➤ 相談対応と結果

相談者には、日本美容医療協会が実施しているオンライン相談で、施術方法やダウンタイムなどに関する情報を得よう伝えた。事業者から手術代金の全額返金の意向が示されているため、返金を希望する場合は、振込先口座を事業者に伝えるよう助言した。また、事業者に対して損害賠償等を求める場合には、法律相談の利用を案内した。

■消費者の方々へのアドバイス

- ・エスティックサービスや美容医療など長期間にわたる役務提供契約では、倒産等により途中でサービスが提供されなくなる場合があります。長期間の契約は慎重に行いましょう。
- ・美容医療サービス等の自由診療は、契約前に医師から納得できるまで十分な説明を受け、契約するかどうかをその場で判断せず、慎重に検討しましょう。

4. 点検商法などの「工事・建築」のトラブルが増加

- ・「工事・建築」の相談件数は、2,052件で、前年度に比べ252件(14.0%)増加し、上位になりました。

付表3

- ・年代別では60歳代以上に多く、訪問販売の「点検商法」でのリフォーム工事のトラブルの相談が多く寄せられました。付表4

【工事・建築の相談事例】

- 昨日、一人暮らしの高齢の母が、自宅を訪問してきた事業者から「アンテナが風で揺れている。無料で点検する」と言われ、了承した。事業者が屋根に上がった後、「瓦にヒビが入っている。このまま放置すると雨漏りする。工事は通常300万円ほどかかるが、今なら90万円でできる」と言われ、母は屋根工事の契約をしてしまった。母から「今日9時から足場を組む予定」と聞き、とりあえずその約束はキャンセルした。不審であるため、クーリング・オフをしたい。(相談者40歳代、当事者70歳代)

➤ 相談対応と結果

当センターでは、契約当事者の意思に基づき、事業者に対してクーリング・オフの通知を行うよう助言した。相談者から通知を送付したとの連絡があったため、当センターから事業者へ電話をし、契約者がクーリング・オフの通知を発信したこと、これにより契約解除の効力が発生していることを伝えた。

5. 「移动通信サービス」や「インターネット接続回線」などの通信サービスのトラブルが多発

- ・スマートフォンの通信契約などの「移动通信サービス」に関する相談が2,004件で、前年度に比べ38件(1.9%)増加し、「インターネット接続回線」の相談が1,169件で、前年度に比べ160件(15.9%)増加しました。これらの通信サービス契約の相談が上位になりました。付表3

- ・年代別では50歳代以上に多く、携帯電話事業者や光回線事業者の乗り換え時のトラブルがめだちました。

付表4

【移动通信サービスの相談事例】

- スマートフォンに「レジストリをクリーニングしないと使えなくなる」という警告メッセージが表示されたため、不安になって携帯電話販売店に相談に行った。販売員は「そのようなメッセージは放っておいて問題ない」と言い、新しい機種が1円で使えると強く勧めてきた。さらに、「さまざまなプランを組み合わせれば月々3,500円で使える」と説明されたため、当初は購入するつもりはなかったが、1円で新しい機種が手に入るならと思い、クレジットカード払いで契約した。しかし、帰宅後に契約書類をよく確認すると、携帯電話の本

体代金は12万円、月々の支払いも7,000円以上になることが分かった。そんな高額な契約であればするつもりはなかったので解約したい。(70歳代)

➤ 相談対応と結果

契約日翌日の相談であったことから、契約時の説明が十分に行われていなかったことや、適合性原則に違反する契約であることを踏まえ、通信事業者に対して確認措置(※)を申し出るよう助言した。その結果、確認措置により、契約は解除された。

【インターネット接続回線の相談事例】

- 家電量販店でパソコンを購入した際、「光回線の業者を変更すればパソコンの代金が割引になる」と説明された。担当者から多くの書類を提示され、よく内容を理解しないままサインをして、クレジットカードで決済した。光回線の契約を変更するつもりはなかったし、その場での説明も十分に理解できていなかった。後日、自宅に書類と接続機器が届き、メールアドレスやパスワードが変更されていたことに気づいた。元の状態に戻してほしい。(80歳代)

➤ 相談対応と結果

相談者が高齢であったため、当センターから家電量販店に状況確認のため問い合わせを行ったところ、パソコン購入後にパソコン担当者から光回線担当者へ引き継ぎが行われたとの説明があった。契約日から8日目であることが判明し、光回線契約については初期契約解除制度(※)の申し出期間内であったため、相談者に対し、通信事業者へ初期契約解除の申し出を行うよう助言した。また、当センターからも通信事業者に対し、相談内容および契約解除希望について連絡を行った。パソコンについては店舗での購入であるため、通常は契約解除が認められないが、今回は特例として返品を受け付けるとの家電量販店からの申し出があり、相談者は店舗にてパソコンの返品およびクレジットカードの返金処理を行い、接続機器も返送したとのことであった。

- (※)「初期契約解除制度」とは、一定の範囲の電気通信サービスの契約について、契約書面の受領日を初日とする8日間が経過するまでは、電気通信事業者との合意なく利用者が契約(端末に係る契約を除く)を解除できる制度である。

「確認措置」とは、「初期契約解除制度」(通信契約は契約解除ができるが端末まで解除できない制度)に代わり適用される解約制度で、電波の状況が不十分と判明した場合や法令等の遵守状況(契約前の説明や書面の交付状況)が基準に達していないと分かった場合に限り、端末を含めて解除ができる。「確認措置」は主要な移動通信サービスで適用されており、事業者により「8日以内キャンセル」、「8日間キャンセル」などという呼称が使われている。

■消費者の方々へのアドバイス

- ・電気通信サービスについては、クーリング・オフ制度はありませんが、電気通信事業法により、契約書面を受け取ってから8日間は「初期契約解除制度」や「確認措置」により契約解除ができる場合があります。契約解除を希望する場合は速やかに契約した電気通信事業者に申し出ましょう。
- ・「初期契約解除制度」等による契約解除をした場合、違約金は発生しませんが、事務手数料や契約解除までの利用料を支払わなければならない場合があります。契約前に必要な契約かどうか慎重に検討しましょう。

6. いわゆる「暮らしのレスキューサービス」の高額請求トラブルが増加

- ・「修理サービス」の相談件数が1,626件で、前年度に比べ252件(18.3%)増加しました。付表3
- ・水漏れ・排水管等の詰まりの修理、鍵の取り換え、ロードサービスなど、日常生活のトラブルに駆け付ける、いわゆる「暮らしのレスキューサービス」の高額請求トラブルの相談が多く寄せられました。

【修理サービスの相談事例】

- 昨日、賃貸マンションのトイレが詰まったため、インターネットで検索し、「280円から修理できる」と表示されていた業者に修理を依頼した。業者はトイレを見て「かなりひどく詰まっている。こんな詰まりは見たことがない」と言いながら、事前の説明もなく勝手に作業を進めた。1人で30分ほど作業した後、40万円の請求をされた。手持ちがないと伝えると、業者の態度が急に変わり、「すぐにコンビニで現金を下ろしてくるように」と言われた。何度か「支払えない」と断ったものの、威圧的な態度で支払いを強く求められ、怖くなって現金で40万円を支払ってしまった。あまりにも高額な請求だったため、返金してほしい。(20歳代)

➤ 相談対応と結果

当センターにて事業者の広告を確認したところ、「水漏れ、詰まり 最安値 280 円～」との記載があった。しかし、実際には広告表示を大きく上回る高額な修理代が請求されたため、当センターでは相談者に対しクーリング・オフの通知方法について助言を行った。相談者が通知を発信したことを確認後、当センターから事業者へ連絡を取り、契約解除および返金を求めたが、事業者は「実際に作業を行い詰まりは解消しているため、7 万円は支払ってほしい」と主張した。その後、事業者からは 33 万円を現金書留で返金するとの提案があり、相談者はこれに合意した。しかし、実際には返金が行われず、当センターから複数回にわたり事業者へ返金を催促したものの、事業者は様々な理由を述べて返金に応じず、3 ヶ月が経過したため、相談者に対し、法的手続きを検討するよう助言した。

■消費者の方々へのアドバイス

- ・水漏れや鍵のトラブル、ロードサービスなどで、インターネットで安価な広告を見て、慌てて事業者を呼んでしまいがちですが、事前に、作業内容や料金、出張費や見積もり料の有無を確認しましょう。
- ・消費者が事業者へ修理のための訪問を依頼した場合であっても、安価な広告の表示額と相当の開きがある高額な請求を受けたときには、クーリング・オフが可能と考えられるので、最寄りの消費生活相談窓口にご相談しましょう。
- ・現金で支払いをした場合、クーリング・オフを通知しても被害回復が困難な場合があります。契約金額に納得できなければ、現金払いを求められても応じないようにしましょう。

7. 販売方法・手口では「インターネット通販」、「定期購入」が多発し、「SNS」に関連するトラブルが増加

- ・販売方法・手口別で見ると、「インターネット通販」が 18,916 件で、前年度に比べ 1,481 件（7.3%）減少したものの、相談全体の 25.8%を占めました。付表 5
- ・「インターネット通販」に関する相談は、契約当事者の年代別で見ると 85 歳未満の全ての年代で最も多くなり、85 歳以上においても 3 番目に多い相談になりました。付表 6
- ・「定期購入」に関する相談は、40 歳代以上の年代で上位になりました。付表 6
- ・「SNS」に関連する相談が 70 歳未満の年代で上位になりました。「SNS」の広告に誘因された「定期購入」や「SNS」での勧誘をきっかけとした「サイドビジネス商法」、「利殖商法」の相談が多発しました。
- ・85 歳以上では、「家庭訪販」が最も多くなりました。付表 6

付表 5 相談の多い販売方法・手口【上位 20 位】

順位	商品・役務	令和6年度	令和5年度	増減率	増減数
1	インターネット通販	18,916	20,397	▲7.3%	▲1,481
2	S N S	5,801	5,603	3.5%	198
3	定期購入	5,480	5,574	▲1.7%	▲94
4	家庭訪販	4,288	3,749	14.4%	539
5	電話勧誘販売	3,520	2,860	23.1%	660
6	身分詐称(かたり商法)	1,869	1,418	31.8%	451
7	代引配達	1,798	1,780	1.0%	18
8	ショートメッセージ	1,201	1,533	▲21.7%	▲332
9	サブスクリプション	1,068	868	23.0%	200
10	架空請求	1,030	1,106	▲6.9%	▲76
11	サイドビジネス商法	1,005	1,147	▲12.4%	▲142
12	無料商法	892	979	▲8.9%	▲87
13	フィッシング	651	804	▲19.0%	▲153
14	点検商法	624	487	28.1%	137
15	テレビショッピング	603	679	▲11.2%	▲76
16	利殖商法	520	767	▲32.2%	▲247
17	偽サイト	411	774	▲46.9%	▲363
18	偽警告	337	509	▲33.8%	▲172
19	次々販売	286	310	▲7.7%	▲24
20	クレ・サラ強要商法	261	248	5.2%	13

※「インターネット通販」については、「インターネットオークション」「フリマサービス」を含む。
※SNSに関連する相談の動向を把握するため、令和5年度より集計している。
※1件の相談に複数の販売方法・手口に該当するものは重複してカウントしているため、合計件数は一致しない。例えば、1件の相談に「インターネット通販」と「定期購入」が付されている場合、各々に対し1件ずつカウントしている。

付表6 契約当事者年代別 相談の多い販売方法・手口【上位5位】

契約当事者	年 代	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		
	細区分	13歳未満	13～17歳	18歳	19歳	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～64歳	65～69歳	70～74歳	75～79歳	80～84歳	85歳以上	
件数		249	563	375	469	6,886	6,357	7,686	10,724	5,241	4,283	5,156	5,135	4,306	3,009	
販売方法・手口	1	インターネット通販	インターネット通販	インターネット通販	インターネット通販	インターネット通販	インターネット通販	インターネット通販	インターネット通販	インターネット通販	インターネット通販	インターネット通販	インターネット通販	インターネット通販	家庭訪販	
		177	362	142	152	1,615	1,717	2,529	3,714	1,833	1,509	1,504	1,073	601	469	
	2	SNS	定期購入	SNS	SNS	SNS	SNS	SNS	SNS	定期購入	定期購入	定期購入	定期購入	定期購入	家庭訪販	定期購入
		12	83	65	87	938	609	804	1,240	659	603	718	542	481	233	
	3	定期購入	SNS	定期購入	家庭訪販	電話勧誘販売	電話勧誘販売	定期購入	定期購入	SNS	SNS	家庭訪販	家庭訪販	定期購入	インターネット通販	
		7	83	39	39	472	331	456	1,087	563	416	356	446	418	229	
	4	サブスクリプション	サブスクリプション	家庭訪販	定期購入	家庭訪販	家庭訪販	家庭訪販	家庭訪販	家庭訪販	電話勧誘販売	SNS	電話勧誘販売	電話勧誘販売	電話勧誘販売	
		4	24	27	27	455	299	343	467	254	242	326	273	251	195	
	5	ワンクリック請求	代引配達	無料商法	電話勧誘販売	サイドビジネス商法	定期購入	電話勧誘販売	電話勧誘販売	電話勧誘販売	家庭訪販	電話勧誘販売	身分詐称(かたり商法)	身分詐称(かたり商法)	身分詐称(かたり商法)	
		4	21	14	23	370	191	329	405	212	224	236	270	208	118	

※「インターネット通販」については、「インターネットオークション」「フリマサービス」を含む。
※SNSに関連する相談の動向を把握するため、令和5年度より集計している。
※1件の相談に複数の販売方法・手口に該当するものは重複してカウントしているため、合計件数は一致しない。例えば、1件の相談に「インターネット通販」と「定期購入」が付されている場合、各々に対し1件ずつカウントしている。

付表7 インターネット通販の相談内容（インターネットオークション、フリマサービスを含む）

商品・役務	令和6年度	令和5年度	増減率	増減数
化粧品	2,395	2,955	▲19.0%	▲560
健康食品	2,245	1,546	45.2%	699
紳士・婦人洋服	941	1,179	▲20.2%	▲238
インターネットゲーム	394	453	▲13.0%	▲59
かばん	356	382	▲6.8%	▲26
その他	12,585	13,882	▲9.3%	▲1,297
計	18,916	20,397	▲7.3%	▲1,481

【インターネット通販の相談事例】

- ＜化粧品（定期購入）＞
- 未成年の娘が、スマートフォンのSNSに表示された動画広告を見て、2,200円の美容液を注文したところ、販売店から届いたメールに「次回の発送予定日」が記載されており、驚いて問い合わせたところ、「4回の継続購入が条件の総額約40,000円のコースを申し込んでいるため、途中で解約はできない」と言われた。娘に確認したところ、注文確定後に「お得なので画面を閉じないでください」といった表示が出たような気がする」と話し

ていた。娘は未成年であり、親権者である私の同意も得ていない。高額な契約で支払いも困難であると主張したが、販売店からは「注文フォームに親権者の同意を得ているという項目にチェックが入っている」と反論されたが、2回目の商品発送は停止することだった。（相談者 40 歳代、契約者 10 歳代）

➤ 相談対応と結果

相談者に対し、電子商取引における未成年者取消しの考え方や、特定申込みにおけるダークパターン（※）による誤認取消しの考え方について情報提供を行い、未成年者取消しの通知方法について助言した。相談者が取消し通知を発送した後、当センターから事業者に連絡を行ったところ、事業者からは「取消しに応じるため、初回の商品も受け取り拒否するように」との回答があった。また、当センターから後払い決済業者にも未成年者取消しの旨を伝えた。

（※）ダークパターンとは、消費者が気づかない間に不利な判断・特定の意思決定に誘導するしくみのウェブサイトの表示やデザインのことをいう。

＜健康食品（定期購入）＞

- 「目がはっきり見えるようになる」というサプリメントが 980 円だったため、スマートフォンから注文した。ところが、2回目の商品が届いたので驚いて業者に電話で問い合わせたところ、「定期購入で、4回商品を受け取るまで解約できない。総額 42,440 円の契約になっている」と説明された。申し込んだ際は、1回だけの購入だと思っており、4回も購入するつもりはなかった。（80 歳代）

➤ 相談対応と結果

当センターにて、当該通販サイトで注文時の最終確認画面を確認したところ、「1回でも解約可能」との記載が確認された。当センターから事業者問い合わせたところ、初回の商品注文後に、より商品単価の安い1年コースを案内し、相談者がそれに同意したとのことであった。事業者は、契約内容を記載した確認メールを送信していると主張したが、相談者は高齢であり、サイト上のダークパターンにより契約条件が途中で変更されたことに気付いていなかったことを伝えた結果、事業者からは「3回目以降の契約については解約とする」との回答があった。

＜娯楽等情報配信サービス（サブスクリプション）＞

- スマートフォンで映画の予約をしていた際、同じ画面に表示された「スタート」というボタンを誤って押してしまい、申込みフォームにクレジットカード番号を入力してしまった。その結果、有料動画サイトの契約をしてしまったようだ。サイトを確認したところ、海外の事業者のようで、解約方法が分からない。（60 歳代）

➤ 相談対応と結果

相談者に対し、クレジットカード会社へ連絡し、カード番号の変更を行うよう助言した。当センターにて当該サイトを確認したところ、5日間の無料期間終了後、自動的に毎月 7,490 円の利用料金が発生するサブスクリプション契約であることが判明した。越境消費者センター（CCJ）のホームページにおいて、英文による解約メールのひな形および事業者のメールアドレスを案内し、無料期間内（5日間以内）に解約メールを送信するよう助言した。

■消費者の方々へのアドバイス

- ・インターネットに表示された事業者の広告から意図しないサブスクリプションの契約をしてしまうトラブルが発生しています。
- ・サブスクリプション契約は期間内に事業者の定める方法で解約しないと多くの場合自動的に有料の定額サービスに移行してしまいます。意図しないサブスクリプション契約にすぐ気づけるようにクレジットカードの明細等は必ず確認しましょう。
- ・海外サイトのサブスクリプションの契約のトラブルは越境消費者センター（CCJ）にメールやFAXで相談しましょう。

＜洋服（偽サイト）＞

- 先月末、息子に頼まれてスポーツウェアをインターネットで注文した。業者から受注確認のメールが届き、指定された個人名義の銀行口座に前払いで代金を振り込んだ。しかし、商品は届かず、昨日になって「商品が欠品している。SNSに登録すればコード決済アプリで返金する」とのメールが届いた。SNSのチャットに登録し、コード決済アプリをインストールするよう指示された。その後、ビデオ通話で操作を指示されるままに進めたところ、

アプリ上で 97,000 円と 92,000 円の 2 回、合計 189,000 円を送金してしまっていたことに気づき、詐欺だと判明したが、相手とは既に SNS 上での連絡が取れなくなっていた。(50 歳代)

➤ 相談対応と結果

詐欺の可能性が高い事案であることから、振込による送金額およびコード決済で送金した金額については、取り戻すことが困難であると判断し、相談者に対し、決済アプリの事業者および警察へ申し出るよう助言した。また、販売業者が提示した振込口座については、不正利用されている可能性があるため、金融機関に情報提供するとともに、警察にも情報提供するよう案内した。当センターにおいても、関係機関に対し当該口座を不正利用口座として情報提供を行った。

■消費者の方々へのアドバイス

- ・ 格安の商品や入手しにくい商品を偽の販売サイトで注文してしまい、銀行や電子マネーで前払いした金銭を詐欺されるトラブルが発生しています。また、その後コード決済で返金すると偽りさらに送金させられる二次被害も多発しています。
- ・ インターネット通販は信用できる販売サイトで利用しましょう。使い慣れていない決済アプリを言われるまま操作しないようにしましょう。

【家庭訪問の相談事例】

＜工事・建築＞（再掲）

- 昨日、一人暮らしの高齢の母が、自宅を訪問してきた事業者から「アンテナが風で揺れている。無料で点検する」と言われ、了承した。事業者が屋根に上がった後、「瓦にヒビが入っている。そのまま放置すると雨漏りする。工事は通常 300 万円ほどかかるが、今なら 90 万円です」と言われ、母は屋根工事の契約をしてしまった。母から「今日 9 時から足場を組む予定」と聞き、とりあえずその約束はキャンセルした。不審であるため、クーリング・オフをしたい。(相談者 40 歳代、当事者 70 歳代)

➤ 相談対応と結果

当センターでは、契約当事者の意思に基づき、事業者に対してクーリング・オフの通知を行うよう助言した。相談者から通知を送付したとの連絡があったため、当センターから事業者へ電話をし、契約者がクーリング・オフの通知を発信したこと、これにより契約解除の効力が発生していることを伝えた。

＜修理サービス＞（再掲）

- 昨日、賃貸マンションのトイレが詰まったため、インターネットで検索し、「280 円から修理できる」と表示されていた業者に修理を依頼した。業者はトイレを見て「かなりひどく詰まっている。こんな詰まりは見たことがない」と言いながら、事前の説明もなく勝手に作業を進めた。1 人で 30 分ほど作業した後、40 万円の請求をされた。手持ちがないと伝えると、業者の態度が急に変わり、「すぐにコンビニで現金を下ろしてくるように」と言われた。何度か「支払えない」と断ったものの、威圧的な態度で支払いを強く求められ、怖くなって現金で 40 万円を支払ってしまった。あまりにも高額な請求だったため、返金してほしい。(20 歳代)

➤ 相談対応と結果

当センターにて事業者の広告を確認したところ、「水漏れ、詰まり 最安値 280 円～」との記載があった。しかし、実際には広告表示を大きく上回る高額な修理代が請求されたため、当センターでは相談者に対しクーリング・オフの通知方法について助言を行った。相談者が通知を発信したことを確認後、当センターから事業者に連絡を取り、契約解除および返金を求めたが、事業者は「実際に作業を行い詰まりは解消しているため、7 万円は支払ってほしい」と主張した。その後、事業者からは 33 万円を現金書留で返金するとの提案があり、相談者はこれに合意した。しかし、実際には返金が行われず、当センターから複数回にわたり事業者へ返金を催促したものの、事業者は様々な理由を述べて返金に応じず、3 ヶ月が経過したため、相談者に対し、法的手続きを検討するよう助言した。

＜新聞＞

- 現在購読している A 新聞社の契約は今月末で終了するが、4 年前に販売員が自宅に訪問してきた際、断り切れずに翌年の翌月から 2 年間の購読契約をしてしまった。その後も、同じ新聞社でさらに 2 年間の契約を継続している。また昨年、別の新聞社 B の販売店の販売員が訪問してきて購読を勧誘されたが、既に 5 年先まで契約があることを伝えたが、「それが終わってからでいいので 2 年間契約してほしい」と頼まれ、断り切れずに契約してしまった。結果として、90 歳までの 6 年間分の新聞購読契約をしており、いったんすべての契約を解約したい。なお、A 新聞社については、改めて来月から 1 年間の購読契約をしたいと考えている。(80 歳代)

➤ 相談対応と結果

当センターでは、新聞販売店2店舗に対して契約に関する問合せを行った。A新聞の販売店に対しては、相談者が既に高齢であったにもかかわらず、4年前に4年間の先付けによる長期購読契約を締結させていた点について問題があると伝え、交渉を行った結果、当該契約は解約され、改めて翌月から1年間の購読契約を締結することで合意に至った。B社の販売店との契約については、交渉の結果、無条件で契約解除となった。

■消費者の方々へのアドバイス

- ・無料または格安でサービスをしますと訪問してきた業者が「工事をしないと大変」などと勧誘する「点検商法」に関するトラブルが起きています。事業者の説明をうのみにせず安易に契約しないようにしましょう。
- ・家屋の修理の必要がある場合は、複数の業者から見積もりを取り、信頼できる業者に依頼するようにしましょう。
- ・新聞購読の長期契約や、契約日の数年先から配達される契約は避け、先の見通せる範囲で契約しましょう。

【電話勧誘販売の相談事例】

＜内職・副業（サイドビジネス商法）＞

- スマートフォンで副業を検索していたところ、転売ビジネスで成功しているという人物のSNSを見つけ、問い合わせたら、転売のノウハウを教えてくれるという人物を紹介され、SNSの通話機能やチャットを通じて説明を受けた。「マンツーマンでサポートする」と言われ、49万円の情報商材を契約し、資金移動業者のアプリを使って販売担当者に送金した。しかし、提供された情報商材の内容は、インターネット上に無料で公開されているようなレベルのものであったのでクーリング・オフを申し出たが、「事業者間契約なのでクーリング・オフは適用されない」と言われた。契約書は電磁的書面で受け取ったが、電磁的書面の交付についての説明は全くなかった。
(20歳代)

➤ 相談対応と結果

相談者から契約書の送付を受け、内容を確認したところ、契約書にはクーリング・オフに関する記載があった。契約はSNSの通話を通じて事業者から勧誘を受けたものであり、電話勧誘販売に該当するため、クーリング・オフの適用対象となる。契約はクーリング・オフ期間内であったため、相談者には通知方法について助言を行った。契約は個人としてのものであり、相談者は事業者に対してクーリング・オフによる原状回復を求めたが、事業者はこれに応じなかった。資金移動業者のクレーム申し出制度を利用しても、事業者は一切対応しなかった。最終的には、資金移動業者の支払い手段として登録されていたクレジットカード会社のチャージバック制度を利用し、全額が返金された。なお、事業者が交付した電磁的書面の手続きは、特定商取引法で定められたガイドライン（※）の要件を満たしていなかった。

（※）特定商取引法では、事業者が契約書面等に記載すべき事項を電磁的方法により提供する際には、特定商取引法で定めるガイドラインに従って、電磁的方法の内容、種類、承諾の取得にあたっての説明、適合性確認、承諾の手続きを経て、承諾を得たことを証する書面の交付、契約書面等に記載すべき事項の送信、到達の確認を行う必要がある。

＜暗号資産（利殖商法）＞

- SNSで著名な経済評論家2名による対談動画を見て、興味を持ち個人情報を登録した後、電話がかかってきて「暗号資産で必ず儲かる」と250ドルの投資を勧誘された。さらに、海外の担当者を名乗る人物から電話があり、暗号資産取引のアプリをダウンロードするよう指示され、登録のために運転免許証の写真を送信した。カード決済画面をメールで送ると言われましたが届かず、電話でカード番号を伝えてしまった。その後、インターネットで見た対談動画がAIによる偽動画だったという情報を知り、詐欺だと気づいて慌ててカード会社に連絡し、カードを停止した。すでに海外通貨で約4万円が決済されていたが、それは「勉強代」として諦めるつもりだ。ただし、免許証の写真を送ってしまったことによる個人情報の悪用が心配だ。
(60歳代)

➤ 相談対応と結果

契約は電話勧誘販売に該当し、契約書面の交付義務があること、またクーリング・オフの主張が可能であることを相談者に伝えた。連絡手段がSNSのみであったため、SNSを通じてクーリング・オフを通知するよう、通知内容について助言を行った。支払金額の返金を求める場合は、カード会社に決済先の名称を確認し、販売店および

カード会社に対して通知書を送付し、苦情を申し出る必要があることを情報提供した。また、免許証の悪用が懸念される場合には、信用情報機関への申し出を行うよう助言した。

■消費者の方々へのアドバイス

- ・「SNS」の広告をきっかけとして、「SNS」の電話やチャットを利用した勧誘での詐欺的な副業や投資の被害にあうトラブルが増えています。「SNS」でしか連絡が取れない勧誘者の話をうのみにしないようにしましょう。
- ・「SNS」の電話で勧誘を受けて契約した場合は、特定商取引法の電話勧誘販売に該当し、クーリング・オフ制度の対象となります。
- ・副業や投資のためにクレジットカード決済や消費者金融での借金を勧められた場合は、はっきりと断りましょう。

【かたり商法（身分詐称）の相談事例】

＜固定電話サービス＞

- 携帯電話に「+1」から始まる番号から着信があり、国の行政機関を名乗る音声案内で「2時間以内に固定電話が使えなくなる」と警告された。不安になって案内に従い「1」を押したところ、「あなたの名義で無断に携帯電話が契約され、犯罪に使われている」と言われた。そのまま質問に答える形で、住所や氏名などの個人情報伝えてしまったが、不審に思い途中で電話を切った。伝えてしまった個人情報が悪用されないか心配である。（60歳代）
- 相談対応と結果
相談者に対し、同様の詐欺電話が増加していることを情報提供した。個人情報の悪用については、当センターでは確認できないことを伝え、今後、不当な請求が発生しないか注意するよう助言した。

■消費者の方々へのアドバイス

- ・公的機関や実在する事業者などを騙り、個人情報を聞き出したり、架空の請求をされるトラブルが多発しています。
- ・不審な電話には個人情報を絶対に伝えず、電話をすぐに切りましょう。
- ・国際電話からの特殊詐欺の電話が多発しています。海外からの電話が不要な場合は、固定電話の国際電話の取り扱いを停止したり、携帯電話の場合は電話帳リストに登録している番号以外は繋がらないよう設定しましょう。

8. 「米（コメ）」に関する相談が急増

- ・「米（コメ）」に関する相談が262件で、前年度に比べ211件（413.7%）増加しました。付表 8, 9
- ・「品不足」や「インターネット通販で商品が届かない」という相談が寄せられました。付表 11

【米（コメ）の相談事例】

- 一昨日、インターネットで検索して見つけたサイトで、白米20キロが8,732円と格安だったため注文した。業者から受注確認のメールが届き、指定された個人名義の銀行口座に代金を前払いで振り込んだ。振り込んだことをメールで伝えると「発送完了」との連絡があったが、あまりにも安価だったため、農家直送なのか気になり、業者にメールで問い合わせた。しかし返信はなく、サイトに記載されていた電話番号にかけても「現在使用されていない番号です」とのアナウンスが流れ、連絡が取れない状況だ。（50歳代）
- 相談対応と結果
相談者に対して、詐欺である可能性が高く、銀行に振り込んだ金銭を取り戻すことは困難であるため、警察への申出を行うよう助言した。また、販売業者が提示した振込口座については、不正利用されている口座として金融機関に情報提供を行い、警察にも情報提供するよう案内した。当センターにおいても、関係機関に対し当該口座を不正口座として情報提供を行った。

付表8 米（コメ）関連相談件数年度推移

年 度	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
件 数	64	48	35	51	262

付表9 米（コメ）関連前年度比

令和6年度	令和5年度	増減率	増減数
262	51	413.7%	211

付表10 米（コメ）関連月別相談件数

4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	合計
3	5	4	10	126	40	17	12	11	5	16	13	262

付表11 米（コメ）関連相談内容

品不足	69
インターネット通販	56
連絡不能	39
商品未着	32
高価格・料金	24

9. 危害に関する相談では「化粧品」による健康被害の相談がめだつ

- ・危害に関する相談（商品・役務・設備に関連して、身体に怪我、病気等の危害を受けたという相談）は996件で、前年度に比べ23件（2.4%）増加しました。最も多かった「化粧品」による危害は214件で、前年度に比べ18件（7.8%）減少しました。「健康食品」は137件で前年度に比べ45件（48.9%）増加し「医療サービス」による健康被害もめだちました。付表12
- ・危険に関する相談（危害を受けたわけではないが、そのおそれのある相談）は190件で、前年度に比べ6件（3.1%）減少しました。「自動車（自動二輪車を含む）」がめだちました。付表13

付表12 危害件数

商品・役務	令和6年度	令和5年度	増減率	増減数
化粧品	214	232	▲7.8%	▲18
健康食品	137	92	48.9%	45
医療サービス （うち美容医療）	108 (79)	120 (90)	▲10.0% (▲12.2%)	▲12 (▲11)
外 食	44	30	46.7%	14
歯科治療 （うち美容医療）	27 (3)	34 (4)	▲20.6% (▲25.0%)	▲7 (▲1)
美容院	27	33	▲18.2%	▲6
医薬品類	25	19	31.6%	6
洗濯用洗剤	25	18	38.9%	7
整 体	22	26	▲15.4%	▲4
賃貸アパート・マンション	20	17	17.6%	3
その他	347	352	▲1.4%	▲5
計	996	973	2.4%	23

付表 13 危険件数

商品・役務	令和6年度	令和5年度	増減率	増減数
自動車（自動二輪を含む）	26	25	4.0%	1
調理食品	15	14	7.1%	1
電気空調・冷房機器	12	7	71.4%	5
自転車・用品	9	13	▲30.8%	▲4
菓子類	8	7	14.3%	1
ヘアケア用具	6	5	20.0%	1
外食	5	3	66.7%	2
照明器具	5	4	25.0%	1
電話関連機器・用品	5	0	-	5
パソコン周辺機器・用品	4	5	▲20.0%	▲1
その他	95	113	▲15.9%	▲18
計	190	196	▲3.1%	▲6

【危害に関する相談事例】

＜化粧品＞（再掲）

- スマートフォンで「美容液が980円」というインターネット広告を見て、商品を申し込んだ。使用して見たところ、目が痒くなったため、すぐに解約の電話をしたが、2回目の商品が届いてしまった。販売店に電話で確認したところ、「商品を4回受け取らないと解約できない」と言われた。（80歳代）

➤ 相談対応と結果

相談者は高齢で記憶があいまいな部分もあったため、当センターから販売店に確認を行った。販売店によると、相談者から解約の電話があった際に、「2回目以降は7,980円から4,980円に値下げされるが、4回継続が条件となる別のコース」を案内し、相談者がこれに同意したとのことであった。また、2回目までの商品はすでに発送済みであるとの説明があった。当センターから事業者に対しては、電話によるコース変更の勧誘は「電話勧誘販売」に該当することを伝え、クーリング・オフ期間は経過していたが、相談者が目のかゆみがあるため解約の電話をしていることを理由に交渉した結果、2回目の商品について返品に応じ、契約は解除されることとなった。

＜健康食品＞

- 紅麹を原料とする機能性表示食品のサプリメントを半年間飲んでいたが、体調を崩し、大変な思いをした。膀胱炎の疑いと診断され、熱中症のような症状が続き、検査では腎臓機能の低下を示す数値が出て、1週間ほど液体で栄養を摂取する治療を受け、体調は回復した。その時点から、当該サプリメントの摂取を中止していたが、紅麹に関する健康被害が報道されたので、製薬会社に問い合わせたところ、病院の検査費用の領収書と銀行口座番号を記載した書類の提出を求められた。しかし、購入時のレシートがないと伝え、窓口担当者の対応が変わり、「現在回復しているのであれば、因果関係が不明であり、治療費の支払いはできない」と言われた。（年齢不明）

➤ 相談対応と結果

弁護士会において、当該製薬会社の紅麹サプリメントによる健康被害に関する無料電話相談が実施される旨の情報提供を行った。健康被害の内容および製薬会社の対応について、当該相談窓口を利用して相談するよう伝えた。

＜医療サービス（美容医療）＞（再掲）

- インターネット広告で美容整形のクーポン券を入手し、目の下のたるみを取りたくて、説明だけ聞くつもりでクリニックを予約した。個室でカウンセリングを受けたところ、66万円の施術を勧められた。高額すぎると断ったが、「値引きする」と1時間以上引き止められ、最終的に39万円で契約し、クレジットカードで一括払いをした。契約後すぐに手術が行われたが、医師からは詳しい手術内容やダウンタイムが必要であることの説明はなかった。術後、患部の腫れが引かず、他の皮膚科を受診したが、「術後の経過はわからない」と言われた。手術を行ったクリニックに苦情を申し出たところ、「手術代を全額返金するので銀行口座を教えてください」と言われたが、本当に返金されるか不安だ。（50歳代）

➤ 相談対応と結果

相談者には、日本美容医療協会が実施しているオンライン相談で、施術方法やダウンタイムなどに関する情報を得るよう伝えた。事業者から手術代金の全額返金の意向が示されているため、返金を希望する場合は、振込先口座を事業者に伝えるよう助言した。また、事業者に対して損害賠償等を求める場合には、法律相談の利用を案内した。

【危険に関する相談事例】

＜自動車＞

- 1年前にディーラーで新車を購入したが、先日、妻が高速道路を走行中に突然エンジンが停止した。幸い事故には至らなかったが、非常に危険な状況だ。現在、メーカー側で故障原因を調査中だ。新車でこのような重大な不具合が発生したことに強い不安を感じている。リコール対象ではないのか、また、修理対応ではなく契約そのものを解約できないか。(50歳代)

➤ 相談対応と結果

国土交通省が提供するリコール・不具合情報のウェブサイトを案内した。一般的に、自動車に不具合が認められた場合には修理対応となるため、契約の解除は困難であることを説明した。併せて、ディーラーから故障の原因および修理内容について十分な説明を受けるよう助言した。自動車の安全性や品質等に関する相談窓口として、自動車公正取引協議会および自動車製造物責任相談センターを案内した。

《若年者層と高齢者層の相談の特徴》

1. 30歳未満の若年者の相談の割合は減少

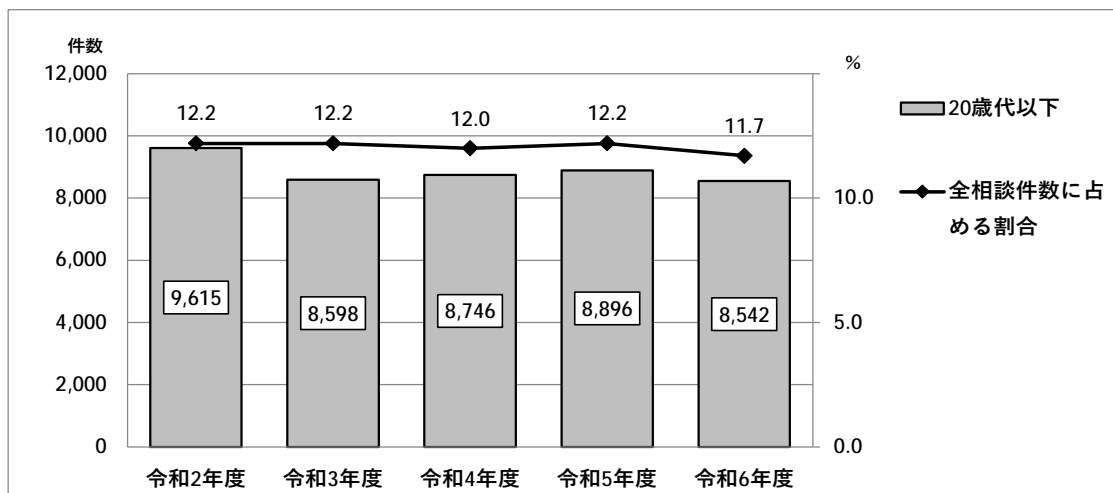
- ・30歳未満の若年者が契約当事者の相談件数は8,544件で、前年度に比べ357件(4.0%)減少し、相談全体に占める割合は11.7%で、若干減少しました。付表2
- ・18歳、19歳が契約当事者の相談件数は844件で前年度に比べ56件(7.1%)増加しました。
- ・30歳未満の若年者で商品・役務別で多い相談は「賃貸アパート」の700件、美容医療など「医療サービス」の478件でした。相談全体に占める若年者の割合は、「インターネットゲーム」361件(65.4%)、「エステティックサービス」413件(56.7%)、「内職・副業」425件(41.1%)が高くなっています。

付表15

- ・18歳未満の未成年者で商品・役務別で最も多い相談は「インターネットゲーム」で297件でした。
- ・販売購入形態別の30歳未満の若年者の相談状況を見ると、「通信販売」が3,132件で最も多くなりました。相談全体に占める若年者の割合で見ると、「マルチ・マルチマがい」が24.2%と高くなっています。

付表16

付表14 若者の相談件数と全相談件数に占める割合(30歳未満)



付表 15 若者の相談の多い商品・役務(上位 10 位)

	30歳未満	うち19歳	うち18歳	うち18歳未満	全体	全体に占める割合
総件数	8,542	469	375	656	73,265	11.7%
賃貸アパート・マンション	700	13	16	0	3,593	19.5%
医療サービス	478	33	18	11	1,412	33.9%
内職・副業	425	21	15	3	1,035	41.1%
エステティックサービス	413	24	20	3	729	56.7%
インターネットゲーム	361	6	4	297	552	65.4%
修理サービス	212	11	8	3	1,626	13.0%
紳士・婦人洋服	199	15	13	19	1,249	15.9%
化粧品	179	13	21	39	3,137	5.7%
移動通信サービス	165	10	11	8	2,004	8.2%
健康食品	154	18	16	36	3,124	4.9%

付表 16 若者の相談の多い販売購入形態

	30歳未満	うち19歳	うち18歳	うち18歳未満	全体	全体に占める割合
総件数	8,542	469	375	656	73,265	11.7%
通信販売	3,132	183	169	546	25,387	12.3%
店舗購入	2,550	123	111	67	16,256	15.7%
訪問販売	813	58	39	5	6,067	13.4%
電話勧誘販売	509	23	12	2	3,520	14.5%
その他無店舗	83	4	2	1	645	12.9%
マルチ・マルチまがい	73	3	2	0	302	24.2%
ネガティブオプション	27	0	1	5	294	9.2%
訪問購入	15	0	0	0	506	3.0%
不明	1,340	75	39	30	20,288	6.6%

【若年者の相談事例】

＜医療サービス（美容医療）＞

- ヒゲの医療脱毛について説明を聞くために脱毛クリニックを訪れ、12回の施術コースを契約した。施術代金15万円はクレジットカードで決済し、契約当日から施術可能だったので1回目の施術を受けた。施術後に肌に赤みが出て荒れてしまったため、業者にメールでクーリング・オフを申し出た。業者からは「2、3週間後に銀行口座へ返金する」との返信があったが、きちんと返金されるか不安だ。（10歳代）

➤ 相談対応と結果

特当該契約は特定商取引法における特定継続的役務提供に該当し、クーリング・オフの適用対象となることを情報提供した。業者に送信したメールおよび業者からの返信メールについては、スクリーンショット等により保存するよう伝えた。返金が行われない場合には、再度当センターへ相談するよう助言した。

＜内職・副業＞（再掲）

- スマートフォンで副業を検索していたところ、転売ビジネスで成功しているという人物のSNSを見つけ、問い合わせたら、転売のノウハウを教えてくれるという人物を紹介され、SNSの通話機能やチャットを通じて説明を受けた。「マンツーマンでサポートする」と言われ、49万円の情報商材を契約し、資金移動業者のアプリを使って販売担当者に送金した。しかし、提供された情報商材の内容は、インターネット上に無料で公開されているようなレベルのものであったのでクーリング・オフを申し出たが、「事業者間契約なのでクーリング・オフは適用されない」と言われた。契約書は電磁的書面で受け取ったが、電磁的書面の交付についての説明は全くなかった。（20歳代）

➤ 相談対応と結果

相談者から契約書の送付を受け、内容を確認したところ、契約書にはクーリング・オフに関する記載があった。契約はSNSの通話を通じて事業者から勧誘を受けたものであり、電話勧誘販売に該当するため、クーリング・オフの適用対象となる。契約はクーリング・オフ期間内であったため、相談者には通知方法について助言を行った。契約は個人としてのものであり、相談者は事業者に対してクーリング・オフによる原状回復を求めたが、事業者はこれに応じなかった。資金移動業者のクレーム申し出制度を利用しても、事業者は一切対応しなかった。最終的には、資金移動業者の支払い手段として登録されていたクレジットカード会社のチャージバック制度を利用し、全額が返金された。なお、事業者が交付した電磁的書面の手続きは、特定商取引法で定められたガイドラインの要件を満たしていなかった。

＜エステティックサービス＞

○ 1年前に契約した脱毛エステが倒産していたことを最近になって知った。契約したコースは総額32万円で、一生懸命脱毛サービスを受けられるという内容だった。しかし、これまでに施術を受けたのはわずか2回のみである。現在も24回の分割払いローンで支払いを続けており、すでに約17万円を支払っている。店舗に連絡を試みたが、連絡が取れず、サービスの継続が不可能な状況である。このような状況で、残りのローンの支払いを止めたい。また、すでに支払った金額についても返金を求めることができないか。(20歳代)

➤ 相談対応と結果

クレジット会社への支払停止の抗弁書の作成方法および送付方法について助言し、早急に送付するよう伝えた。支払停止の抗弁は、割賦販売法に基づきクレジット代金の支払いの停止を主張するものであり、クレジット会社に対して既に支払った金銭の返還を求めるものではないことを説明した。併せて、相談者に対し、適格消費者団体による被害回復訴訟に関する情報を提供した。

＜インターネットゲーム＞

○ 中学生の子どもが、親である私の古いスマートフォンを使って、私のアカウントでゲームをして無断で高額な課金をしていたことが判明した。私のアカウントにはクレジットカード決済が設定されており、子どもには端末のパスコードは教えていたが、アカウントのパスワードは教えてなかったため、パスワードがなければ課金にはできないと思い、子どもが課金するとは予想していなかった。しかし、子どもはパスコードを使って端末を操作し、自分の顔を顔認証に登録して、顔認証によって課金を行っていたようだ。結果として、キャリア決済とクレジットカード会社から合計約77万円の請求があり、そこで初めて課金に気づいた。このような未成年者による無断課金について、契約の取消しができないか。プラットフォームには申し出たが、「返金対象ではない」との回答があった。(相談者40歳代、契約者10歳代)

➤ 相談対応と結果

当センターにおいて、利用者である子どもに聞き取りを行ったところ、「ゲームのガチャをするために課金しようとし、ゲーム内の年齢確認で『20歳以上』をタップした。課金した金額がどのように支払われるのかは知らなかった」との発言があった。親のアカウントを利用しており、またゲーム内での年齢認証において虚偽の申告をしていることから、未成年者取消しが認められない場合もあることを説明した。そのうえで、子どもが課金に至った経緯、アカウント名、利用状況等を当センターから事業者伝え、未成年者取消しを依頼した。プラットフォーム事業者からは、経緯書の内容に関して数回にわたり確認のための聞き取りが行われたが、最終的には全額キャンセル処理が実施された。

＜修理サービス＞（再掲）

○ 昨日、賃貸マンションのトイレが詰まったため、インターネットで検索し、「280円から修理できる」と表示されていた業者に修理を依頼した。業者はトイレを見て「かなりひどく詰まっている。こんな詰まりは見たことがない」と言いながら、事前の説明もなく勝手に作業を進めた。1人で30分ほど作業した後、40万円の請求をされた。手持ちがないと伝えると、業者の態度が急に変わり、「すぐにコンビニで現金を下ろしてくるように」と言われた。何度か「支払えない」と断ったものの、威圧的な態度で支払いを強く求められ、怖くなって現金で40万円を支払ってしまった。あまりにも高額な請求だったため、返金してほしい。(20歳代)

➤ 相談対応と結果

当センターにて事業者の広告を確認したところ、「水漏れ、詰まり 最安値280円～」との記載があった。しかし、実際には広告表示を大きく上回る高額な修理代が請求されたため、当センターでは相談者に対しクーリング・オフの通知方法について助言を行った。相談者が通知を発信したことを確認後、当センターから事業者連絡を

取り、契約解除および返金を求めたが、事業者は「実際に作業を行い詰まりは解消しているため、7万円は支払ってほしい」と主張した。その後、事業者からは33万円を現金書留で返金するとの提案があり、相談者はこれに合意した。しかし、実際には返金が行われず、当センターから複数回にわたり事業者へ返金を催促したものの、事業者は様々な理由を述べて返金に応じず、3ヶ月が経過したため、相談者に対し、法的手続きを検討するよう助言した。

＜化粧品（定期購入）＞（再掲）

- 未成年の娘が、スマートフォンのSNSに表示された動画広告を見て、2,200円の美容液を注文したところ、販売店から届いたメールに「次回の発送予定日」が記載されており、驚いて問い合わせたところ、「4回の継続購入が条件の総額約40,000円のコースを申し込んでいるため、途中での解約はできない」と言われた。娘に確認したところ、注文確定後に「お得なので画面を閉じないでください」といった表示が出たような気がする話していた。娘は未成年であり、親権者である私の同意も得ていない。高額な契約で支払いも困難であると主張したが、販売店からは「注文フォームに親権者の同意を得ているという項目にチェックが入っている」と反論されたが、2回目の商品発送は停止するとのことだった。（相談者40歳代、契約者10歳代）

➤ 相談対応と結果

相談者に対し、電子商取引における未成年者取消しの考え方や、特定申込みにおけるダークパターン（※）による誤認取消しの考え方について情報提供を行い、未成年者取消しの通知方法について助言した。相談者が取消し通知を発送した後、当センターから事業者に連絡を行ったところ、事業者からは「取消しに応じるため、初回の商品も受け取り拒否するように」との回答があった。また、当センターから後払い決済業者にも未成年者取消しの旨を伝えた。

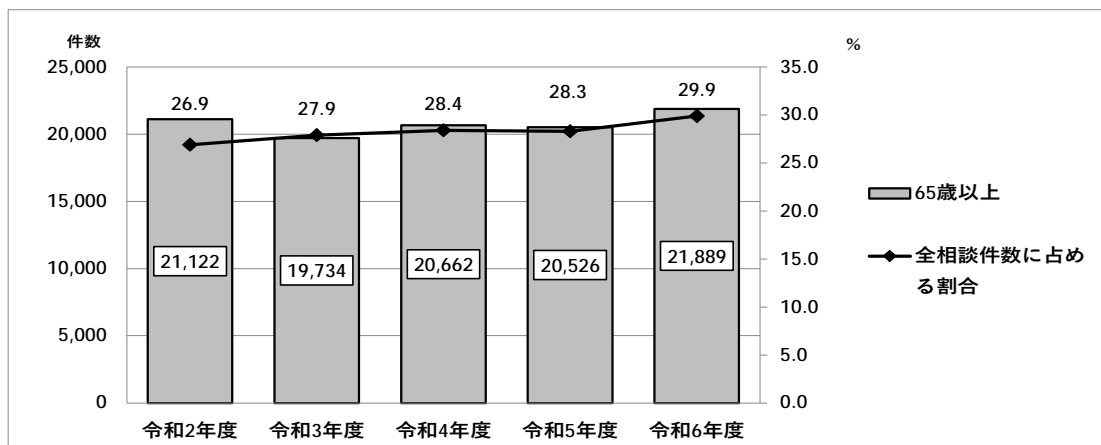
■消費者の方々へのアドバイス

- ・ 契約をする場合は、契約内容、契約金額等をよく確認して慎重に行いましょう。
特にインターネット通販の場合は、購入手続きを進める前に、通販サイトの表示や利用規約、購入条件、契約内容、解約条件を確認しましょう。また、「最終確認画面」を証拠として保存しておきましょう。
- ・ 簡単に儲かる話はありません。副業や投資のためにクレジットカード決済や消費者金融での借金を勧められた場合はきっぱりと断りましょう。
- ・ 未成年者が成人と偽って行った契約や保護者の同意を得ているかのように装って行った契約などは、未成年者の取消しができない場合があります。課金時に保護者のパスワード入力を必須にする設定や、利用時間や使い方を管理できる設定などにしておきましょう。また、子どもと話し合ってルールを決めておきましょう。

2. 65歳以上の高齢者の相談の割合は増加

- ・ 65歳以上の高齢者が契約当事者の相談件数は21,894件で、前年度に比べ1,363件（6.6%）増加し、相談全体に占める割合は29.9%で、増加しました。[付表2](#)
- ・ 商品・役務別で最も多い相談は「健康食品」の1,431件で、相談全体に占める割合も45.8%と高くなっています。その他、相談全体に占める高齢者の割合では、「新聞」409件（69.9%）、「固定電話サービス」308件（62.7%）、「健康食品」1,431件（45.8%）が高くなっています。[付表18](#)
- ・ 販売購入形態別の高齢者の相談状況で見ると、「通信販売」が7,276件で最も多くなりました。相談全体に占める高齢者の割合では、「訪問購入」が61.1%、「訪問販売」が41.6%と高くなりました。[付表19](#)
- ・ 認知症等の高齢者の相談は715件（前年度601件）で、65歳以上の相談全体に占める割合は3.3%でした。なお、本人以外からの相談が77.9%となっています。[付表20, 21, 22](#)

付表 17 高齢者の相談件数と全相談件数に占める割合（65 歳以上）



付表 18 高齢者の相談の多い商品・役務(上位 10 位)

順位		65歳以上	全体	全体に占める割合
	総件数	21,889	73,265	29.9%
1	健康食品	1,431	3,124	45.8%
2	化粧品	1,317	3,137	42.0%
3	工事・建築	885	2,052	43.1%
4	移動通信サービス	789	2,004	39.4%
5	修理サービス	502	1,626	30.9%
6	新聞	409	585	69.9%
7	インターネット接続回線	390	1,169	33.4%
8	金融関連サービスその他	352	984	35.8%
9	賃貸アパート・マンション	347	3,593	9.7%
10	固定電話サービス	308	491	62.7%

付表 19 高齢者の相談の多い販売購入形態

	65歳以上	全体	全体に占める割合
総件数	21,889	73,265	29.9%
通信販売	7,276	25,387	28.7%
店舗購入	4,131	16,256	25.4%
訪問販売	2,522	6,067	41.6%
電話勧誘販売	1,197	3,520	34.0%
訪問購入	309	506	61.1%
その他無店舗	190	645	29.5%
ネガティブオプション	92	294	31.3%
マルチ・マルチまがい	64	302	21.2%
不明	6,108	20,288	30.1%

《認知症等的高齢者に関する相談》 ※契約当事者が65歳以上の「判断不十分者契約」に関する相談

付表 20 相談件数

	令和6年度	令和5年度
認知症等の高齢者に関する相談件数	715	601
契約者が相談者と同一	158	130
契約者が相談者と異なる	557	471
不明	0	0

付表 21 相談の多い商品・役務

1	健康食品	65
2	新聞	64
3	工事・建築	58
4	化粧品	40
5	魚介類	37

付表 22 販売購入形態

訪問販売	226
通信販売	152
店舗購入	116
電話勧誘販売	83
訪問購入	26
その他無店舗	4
ネガティブオプション	1
マルチ・マルチまがい	1
不明	106

【高齢者の相談事例】

<健康食品>（再掲）

- 膝の痛みを改善するという健康食品のテレビ広告を見て、3か月分を初回 5,550 円で電話注文し、初回の商品代金はコンビニ後払いで支払った。届いた健康食品を飲み始めたところ、腸の調子が悪くなり便秘になったため、途中で飲むのをやめていたが、昨日、同じ商品が突然届き、定期購入だったことに気づいた。本日、事業者へ解約を申し出たところ、「次回商品が届く 10 日前までに電話で解約の連絡が必要」と言われたが、そのような説明を受けた記憶はない。3 回目の商品からは解約できたが、代金が 11,540 円となる 2 回目の商品についても解約し、返品したい。（80 歳代）

> 相談対応と結果

相談者はテレビ広告を見て電話で商品を注文しており、これは特定商取引法における通信販売の「特定申込み」には該当しないが、相談者が高齢であることから、当センターから事業者へ状況確認を行った。事業者の説明によると、商品注文の約 10 日後に相談者へ電話をかけ、定期購入の継続意思の確認、次回の発送予定日、解約の申し出期限などについて案内を行ったが、その際に相談者から特に解約やコース変更の申し出はなかったとのことであった。なお、商品が食品であることから、すでに発送済みの商品の返品は受け付けられないとの回答であった。当センターから相談者に対して 3 回目以降からの解約となることを伝えた。

<化粧品>（再掲）

- スマートフォンで「美容液が 980 円」というインターネット広告を見て、商品を申し込んだ。使用してみたところ、目が痒くなったため、すぐに解約の電話をしたが、2 回目の商品が届いてしまった。販売店に電話で確認したところ、「商品を 4 回受け取らないと解約できない」と言われた。（80 歳代）

> 相談対応と結果

相談者は高齢で記憶があいまいな部分もあったため、当センターから販売店に確認を行った。販売店によると、相談者から解約の電話があった際に、「2 回目以降は 7,980 円から 4,980 円に値下げされるが、4 回継続が条件となる別のコース」を案内し、相談者がこれに同意したとのことであった。また、2 回目までの商品はすでに発送済みであるとの説明があった。当センターから事業者に対しては、電話によるコース変更の勧誘は「電話勧誘販売」に該当することを伝え、クーリング・オフ期間は経過していたが、相談者が目のかゆみがあるため解約の電話をしていることを理由に交渉した結果、2 回目の商品について返品に応じ、契約は解除されることとなった。

<工事・建築>（再掲）

- 昨日、一人暮らしの高齢の母が、自宅を訪問してきた事業者から「アンテナが風で揺れている。無料で点検する」と言われ、了承した。事業者が屋根に上がった後、「瓦にヒビが入っている。そのまま放置すると雨漏りする。工事は通常 300 万円ほどかかるが、今なら 90 万円でできる」と言われ、母は屋根工事の契約をしてしまった。母から「今日 9 時から足場を組む予定」と聞き、とりあえずその約束はキャンセルした。不審であるため、クーリング・オフをしたい。（相談者 40 歳代、当事者 70 歳代）

> 相談対応と結果

当センターでは、契約当事者の意思に基づき、事業者に対してクーリング・オフの通知を行うよう助言した。相談者から通知を送付したとの連絡があったため、当センターから事業者へ電話をし、契約者がクーリング・オフの通知を発信したこと、これにより契約解除の効力が発生していることを伝えた。

＜移動通信サービス＞（再掲）

○ スマートフォンに「レジストリをクリーニングしないと使えなくなる」という警告メッセージが表示されたため、不安になって携帯電話販売店に相談に行った。販売員は「そのようなメッセージは放っておいて問題ない」と言い、新しい機種が1円で使えると強く勧めてきた。さらに、「さまざまなプランを組み合わせれば月々3,500円で使える」と説明されたため、当初は購入するつもりはなかったが、1円で新しい機種が手に入るなと思い、クレジットカード払いで契約した。しかし、帰宅後に契約書類をよく確認すると、携帯電話の本体代金は12万円、月々の支払いも7,000円以上になることが分かった。そんな高額な契約であればするつもりはなかったので解約したい。（70歳代）

➤ 相談対応と結果

契約日翌日の相談であったことから、契約時の説明が十分に行われていなかったことや、適合性原則に違反する契約であることを踏まえ、通信事業者に対して確認措置（※）を申し出るよう助言した。その結果、確認措置により、契約は解除された。

＜新聞＞（再掲）

○ 現在購読しているA新聞社の契約は今月末で終了するが、4年前に販売員が自宅に訪問してきた際、断り切れずに翌年の翌月から2年間の購読契約をしてしまった。その後も、同じ新聞社でさらに2年間の契約を継続している。また昨年、別の新聞社Bの販売店の販売員が訪問してきて購読を勧誘されたが、既に5年先まで契約があることを伝えたが、「それが終わってからでいいので2年間契約してほしい」と頼まれ、断り切れずに契約してしまった。結果として、90歳までの6年間分の新聞購読契約をしており、いったんすべての契約を解約したい。なお、A新聞社については、改めて来月から1年間の購読契約をしたいと考えている。（80歳代）

➤ 相談対応と結果

当センターでは、新聞販売店2店舗に対して契約に関する問合せを行った。A新聞の販売店に対しては、相談者が既に高齢であったにもかかわらず、4年前に4年間の先付けによる長期購読契約を締結させていた点について問題があると伝え、交渉を行った結果、当該契約は解約され、改めて翌月から1年間の購読契約を締結することで合意に至った。B社の販売店との契約については、交渉の結果、無条件で契約解除となった。

■消費者の方々へのアドバイス

【高齢者の方々へ】

- ・ 必要のない商品やサービスの勧誘は、はっきり断りましょう。
- ・ 契約内容に不安を感じた時は、身近な人やお住まいの市町村の消費生活相談窓口にご相談しましょう。

【周囲の方々へ】

- ・ 高齢者がトラブルに巻き込まれるときは、ふだんと違う「様子の変化」があります。こうした変化にいち早く気づき、気になることがあったら声かけをするなどして、見守りを心がけてください。

★ 困ったときは、早めにお住まいの市町村の消費生活相談窓口、

もしくは消費者ホットライン「188（いやや!）」に相談しましょう。

★ 大阪府では、悪質商法の新たな手口などを紹介するメールマガジン「大阪府消費生活センター便り」を配信しています。次のURLから登録できます。 <https://kanshokyo.jp/fumagazine/>

※この概要に掲載された事例やアドバイスは編集当時の法令に基づくものであり、その後の法令改正により事情が変わる可能性があります。この概要に掲載された情報をご利用の際は、最新の情報をご確認の上ご利用ください。

・ ・ ・ ・ ・ 資料目次 ・ ・ ・ ・ ・

○表 1	相談件数の年度推移（府内全体）	25
○表 2	相談者の年代別件数	25
○表 3	契約当事者の年代別件数（府内全体）	25
○表 4	相談方法別相談件数	25
○表 5	受付相談窓口別相談件数（府内全体）	26
○表 6	契約・購入金額別相談件数	27
○表 7	内容別相談件数【重複カウント】	27
○表 8	商品・役務別相談件数【項目別分類】	27
○表 9	相談の多い商品・役務【上位 20 位】	28
○表 10	契約当事者年代別 相談の多い商品・役務【上位 5 位】	28
○表 11	相談の多い販売方法・手口【上位 20 位】	29
○表 12	契約当事者年代別 相談の多い販売方法・手口【上位 5 位】	29
○表 13	インターネット通販で相談の多い商品・役務【上位 5 位】	30
○表 14	販売購入形態別相談件数	30
○表 15	訪問販売に関する勧誘方法別相談件数	30
○表 16	訪問販売で相談の多い商品・役務	30
○表 17	家庭訪問販売で相談の多い商品・役務	30
○表 18	アポイントメントセールスで相談の多い商品・役務	31
○表 19	キャッチセールスで相談の多い商品・役務	31
○表 20	S F 商法で相談の多い商品・役務	31
○表 21	通信販売で相談の多い商品・役務	31
○表 22	マルチ商法で相談の多い商品・役務	31
○表 23	電話勧誘販売で相談の多い商品・役務	31
○表 24	ネガティブオプションで相談の多い商品・役務	32
○表 25	訪問購入で相談の多い商品・役務	32
○表 26	危害に関する相談の多い商品・役務等	32
○表 27	危険に関する相談の多い商品・役務等	32

※「表 1」「表 3」「表 5」の対象データは、「全国消費生活情報ネットワークシステム」（P I O－N E T）に登録された相談件数（令和 7 年 5 月末現在）に、同システム未対応市町村からの回答件数を加算したもの。

※「表 2」「表 4」「表 6」から「表 27」の対象データは、「全国消費生活情報ネットワークシステム」（P I O－N E T）に登録された相談件数（令和 7 年 5 月末現在）。

資 料 編

○表 1 相談件数の年度推移（府内全体）

年 度	件 数			増減率			増減数		
	全 体	苦 情	問合せ	全 体	苦 情	問合せ	全 体	苦 情	問合せ
令和2年度	78,674	70,561	8,113	—	—	—	—	—	—
令和3年度	70,797	63,502	7,295	▲10.0%	▲10.0%	▲10.1%	▲ 7,877	▲ 7,059	▲ 818
令和4年度	72,864	66,154	6,710	2.9%	4.2%	▲8.0%	2,067	2,652	▲ 585
令和5年度	72,652	65,791	6,861	▲0.3%	▲0.5%	2.3%	▲ 212	▲ 363	151
令和6年度	73,281	66,220	7,061	0.9%	0.7%	2.9%	629	429	200

○表 2 相談者の年代別件数

相 談 者	令 和 6 年 度		令 和 5 年 度		増 減 率	増 減 数
	件 数	構 成 比	件 数	構 成 比		
20歳未満	625	0.9%	601	0.8%	4.0%	24
20歳代	6,243	8.5%	6,483	8.9%	▲3.7%	▲ 240
30歳代	6,764	9.2%	6,804	9.4%	▲0.6%	▲ 40
40歳代	9,140	12.5%	9,684	13.3%	▲5.6%	▲ 544
50歳代	13,244	18.1%	13,399	18.4%	▲1.2%	▲ 155
60歳代	10,797	14.7%	10,247	14.1%	5.4%	550
70歳代	10,691	14.6%	10,172	14.0%	5.1%	519
80歳以上	5,842	8.0%	5,532	7.6%	5.6%	310
その他(団体等)	2,341	3.2%	2,513	3.5%	▲6.8%	▲ 172
不 明	7,578	10.3%	7,198	9.9%	5.3%	380
計	73,265	100.0%	72,633	100.0%	0.9%	632

○表 3 契約当事者の年代別件数（府内全体）

契約当事者		令和6年度					令和5年度					増減率			増減数				
年 代	細区分	件数		構成比		件数		構成比											
20歳未満	13歳未満	8,544	812	249	11.7%	1.1%	0.3%	8,901	837	293	12.3%	1.2%	0.4%	▲4.0%	▲3.0%	▲15.0%	▲ 357	▲ 25	▲ 44
	13～17歳			563						0.8%						544			0.7%
	18歳		844	375	1.2%	0.5%	328		1.1%	0.5%	14.3%	47							
	19歳			469		0.6%	460			0.6%	2.0%	9							
20歳代	20～29歳		6,888			9.4%			7,276			10.0%			▲5.3%			▲ 388	
30歳代	30～39歳		6,359			8.7%			6,432			8.9%			▲1.1%			▲ 73	
40歳代	40～49歳		7,688			10.5%			8,311			11.4%			▲7.5%			▲ 623	
50歳代	50～59歳		10,727			14.6%			10,985			15.1%			▲2.3%			▲ 258	
60歳代	60～64歳		5,243			7.2%			5,053			7.0%			3.8%			190	
	65～69歳		21,894	4,286		29.9%	5.8%		20,531	4,029		28.3%	5.5%		6.6%	6.4%		1,363	257
70歳代	70～74歳	5,156		7.0%	5,072		7.0%	1.7%		84									
	75～79歳	5,136		7.0%	4,641		6.4%	10.7%		495									
80歳以上	80～84歳	4,306		5.9%	4,070		5.6%	5.8%		236									
	85歳以上	3,010	4.1%	2,719	3.7%	10.7%	291												
その他（団体等）			1,662			2.3%			1,858			2.6%			▲10.5%			▲ 196	
不 明			11,164			15.2%			10,581			14.6%			5.5%			583	
計			73,281			100.0%			72,652			100.0%			0.9%			629	

○表 4 相談方法別相談件数

相談方法	令 和 6 年 度		令 和 5 年 度		増 減 率	増 減 数
	件 数	構 成 比	件 数	構 成 比		
来 訪	7,332	10.0%	7,193	9.9%	1.9%	139
電 話	63,701	86.9%	63,270	87.1%	0.7%	431
文書(メール相談を含む)	2,232	3.0%	2,170	3.0%	2.9%	62
計	73,265	100.0%	72,633	100.0%	0.9%	632

○表 5 受付相談窓口別相談件数（府内全体）

受付市町村名	令和6年度		令和5年度		増減率	増減数
	件数	構成比	件数	構成比		
大阪府	8,173	11.2%	8,955	12.3%	▲ 8. 7%	▲ 782
大阪市	21,112	28.8%	19,834	27.3%	6. 4%	1, 278
堺 市	6,395	8.7%	6,274	8.6%	1. 9%	121
岸和田市	1,063	1.5%	1,083	1.5%	▲ 1. 8%	▲ 20
豊中市	2,896	4.0%	2,988	4.1%	▲ 3. 1%	▲ 92
池田市	964	1.3%	987	1.4%	▲ 2. 3%	▲ 23
吹田市	2,500	3.4%	2,649	3.6%	▲ 5. 6%	▲ 149
泉大津市	383	0.5%	403	0.6%	▲ 5. 0%	▲ 20
高槻市	3,154	4.3%	2,953	4.1%	6. 8%	201
貝塚市	610	0.8%	615	0.8%	▲ 0. 8%	▲ 5
守口市	1,170	1.6%	1,089	1.5%	7. 4%	81
枚方市	3,142	4.3%	2,929	4.0%	7. 3%	213
茨木市	2,460	3.4%	2,360	3.2%	4. 2%	100
八尾市	1,733	2.4%	1,732	2.4%	0. 1%	1
泉佐野市	826	1.1%	945	1.3%	▲ 12. 6%	▲ 119
富田林市	584	0.8%	616	0.8%	▲ 5. 2%	▲ 32
寝屋川市	2,275	3.1%	2,175	3.0%	4. 6%	100
河内長野市	785	1.1%	776	1.1%	1. 2%	9
松原市	616	0.8%	552	0.8%	11. 6%	64
大東市	895	1.2%	873	1.2%	2. 5%	22
和泉市	1,232	1.7%	1,236	1.7%	▲ 0. 3%	▲ 4
箕面市	1,028	1.4%	957	1.3%	7. 4%	71
柏原市	244	0.3%	273	0.4%	▲ 10. 6%	▲ 29
羽曳野市	378	0.5%	388	0.5%	▲ 2. 6%	▲ 10
門真市	1,235	1.7%	1,306	1.8%	▲ 5. 4%	▲ 71
摂津市	560	0.8%	591	0.8%	▲ 5. 2%	▲ 31
高石市	514	0.7%	518	0.7%	▲ 0. 8%	▲ 4
藤井寺市	504	0.7%	533	0.7%	▲ 5. 4%	▲ 29
東大阪市	3,630	5.0%	3,741	5.1%	▲ 3. 0%	▲ 111
泉南市	315	0.4%	320	0.4%	▲ 1. 6%	▲ 5
四條畷市	378	0.5%	382	0.5%	▲ 1. 0%	▲ 4
交野市	617	0.8%	586	0.8%	5. 3%	31
大阪狭山市	368	0.5%	434	0.6%	▲ 15. 2%	▲ 66
阪南市	141	0.2%	154	0.2%	▲ 8. 4%	▲ 13
島本町	176	0.2%	196	0.3%	▲ 10. 2%	▲ 20
豊能町	0	0.0%	0	0.0%	-	0
能勢町	0	0.0%	0	0.0%	-	0
忠岡町	58	0.1%	53	0.1%	9. 4%	5
熊取町	151	0.2%	177	0.2%	▲ 14. 7%	▲ 26
田尻町	16	0.0%	18	0.0%	▲ 11. 1%	▲ 2
岬 町	0	0.0%	1	0.0%	▲ 100. 0%	▲ 1
計	73,281	100%	72,652	100%	0. 9%	629

※富田林市（584 件）には、太子町（46 件）、河南町（50 件）、千早赤阪村（20 件）を含む。

○表6 契約・購入金額別相談件数

契約・購入金額	令和6年度		令和5年度		増減率		増減数	
	全 体	65歳以上	全 体	65歳以上	全 体	65歳以上	全 体	65歳以上
1万円未満	9,837	3,571	9,667	3,201	1.8%	11.6%	170	370
1万円以上～5万円未満	8,811	2,678	9,175	2,422	▲4.0%	10.6%	▲364	256
5万円以上～10万円未満	2,985	698	3,056	741	▲2.3%	▲5.8%	▲71	▲43
10万円以上～50万円未満	6,743	1,609	7,130	1,579	▲5.4%	1.9%	▲387	30
50万円以上～100万円未満	1,978	415	2,094	409	▲5.5%	1.5%	▲116	6
100万円以上～500万円未満	2,624	655	2,421	541	8.4%	21.1%	203	114
500万円以上～1千万円未満	362	103	344	100	5.2%	3.0%	18	3
1千万円以上～5千万円未満	397	108	375	101	5.9%	6.9%	22	7
5千万円以上～1億円未満	57	11	49	16	16.3%	▲31.3%	8	▲5
1億円以上	11	6	14	11	▲21.4%	▲45.5%	▲3	▲5
不 明	39,460	12,035	38,308	11,405	3.0%	5.5%	1,152	630
平均金額 (円)	740,944	664,552	701,346	753,577	5.6%	▲11.8%	39,598	▲89,025

※契約・購入金額は既支払額とは限らない。

○表7 内容別相談件数【重複カウント】

内 容 別	令和6年度	令和5年度	増 減 率	増 減 数
安全・衛生	2,623	2,437	7.6%	186
品質・機能	8,806	8,972	▲1.9%	▲166
法規・基準	1,942	1,785	8.8%	157
価格・料金	11,836	11,892	▲0.5%	▲56
計量・量目	81	73	11.0%	8
表示・広告	6,923	6,088	13.7%	835
販売方法	33,936	33,625	0.9%	311
契約・解約	52,017	52,485	▲0.9%	▲468
接客対応	11,477	12,111	▲5.2%	▲634
包装・容器	50	45	11.1%	5
施設・設備	115	95	21.1%	20
買物相談	242	286	▲15.4%	▲44
生活知識	250	311	▲19.6%	▲61
その他	2,228	2,028	9.9%	200

※内容別分類には、1件の相談でも

相談が複数の「内容」に該当する場合は、

それぞれの「内容」にカウントしているため、

内容別分類の合計件数は相談件数とは

一致しない。

○表8 商品・役務別相談件数【項目別分類】

商品・役務	令和6年度	令和5年度	増 減 率	増 減 数
商品一般	8,263	7,255	13.9%	1,008
食料品	5,406	4,395	23.0%	1,011
住居品	3,455	3,247	6.4%	208
光熱水品	1,161	1,183	▲1.9%	▲22
被服品	3,652	3,973	▲8.1%	▲321
保健衛生品	4,803	5,398	▲11.0%	▲595
教養娯楽品	5,275	5,843	▲9.7%	▲568
車両・乗り物	1,435	1,664	▲13.8%	▲229
土地・建物・設備	1,887	1,750	7.8%	137
他の商品	100	108	▲7.4%	▲8
商品計	35,437	34,816	1.8%	621
クリーニング	209	179	16.8%	30
レンタル・リース・賃貸	4,654	4,259	9.3%	395
工事・建築・加工	2,103	1,851	13.6%	252
修理・補修	1,690	1,429	18.3%	261
管理・保管	250	251	▲0.4%	▲1
役務一般	323	432	▲25.2%	▲109
金融・保険サービス	4,213	4,631	▲9.0%	▲418
運輸・通信サービス	5,499	5,109	7.6%	390
教育サービス	197	243	▲18.9%	▲46
教養・娯楽サービス	5,653	5,868	▲3.7%	▲215
保健・福祉サービス	4,249	4,913	▲13.5%	▲664
他の役務	4,820	4,714	2.2%	106
内職・副業・ねずみ講	1,094	1,162	▲5.9%	▲68
他の行政サービス	557	620	▲10.2%	▲63
役務計	35,511	35,661	▲0.4%	▲150
他の相談	2,317	2,156	7.5%	161
計	73,265	72,633	0.9%	632

○表 9 相談の多い商品・役務【上位20位】

順位	商品・役務	令和6年度	令和5年度	増減率	増減数
1	賃貸アパート・マンション	3,593	3,290	9.2%	303
2	化粧品	3,137	3,800	▲17.4%	▲663
3	健康食品	3,124	2,269	37.7%	855
4	工事・建築	2,052	1,800	14.0%	252
5	移動通信サービス	2,004	1,966	1.9%	38
6	修理サービス	1,626	1,374	18.3%	252
7	医療サービス (うち美容医療)	1,412 (818)	1,037 (548)	36.2% (49.3%)	375 (270)
8	紳士・婦人洋服	1,249	1,495	▲16.5%	▲246
9	インターネット接続回線	1,169	1,009	15.9%	160
10	内職・副業	1,035	1,086	▲4.7%	▲51
11	金融関連サービスその他	984	928	6.0%	56
12	自動車(自動二輪を含む)	912	1,081	▲15.6%	▲169
13	フリーローン・サラ金	878	838	4.8%	40
14	電気	863	886	▲2.6%	▲23
15	エステティックサービス	729	1,622	▲55.1%	▲893
16	携帯電話	725	716	1.3%	9
17	新聞	585	713	▲18.0%	▲128
18	行政サービス	557	620	▲10.2%	▲63
18	娯楽等情報配信サービス	557	642	▲13.2%	▲85
20	インターネットゲーム	552	579	▲4.7%	▲27
その他		45,522	44,882	1.4%	640
総相談件数		73,265	72,633	0.9%	632

○表 10 契約当事者年代別 相談の多い商品・役務【上位5位】

契約当事者	年 代	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	
	細区分	13歳未満	13～17歳	18歳	19歳	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～64歳	65～69歳	70～74歳	75～79歳	80～84歳	85歳以上
件数		249	563	375	469	6,886	6,357	7,686	10,724	5,241	4,283	5,156	5,135	4,306	3,009
商品・役務	1	インターネットゲーム	インターネットゲーム	化粧品	医療サービス(うち美容医療)	賃貸アパート・マンション	賃貸アパート・マンション	賃貸アパート・マンション	化粧品	化粧品	化粧品	化粧品	化粧品	健康食品	健康食品
		186	117	21	33(29)	671	716	506	622	388	349	387	289	281	180
	2	化粧品	化粧品	エステティックサービス	エステティックサービス	医療サービス(うち美容医療)	医療サービス(うち美容医療)	化粧品	健康食品	健康食品	健康食品	健康食品	健康食品	工事・建築	工事・建築
		6	50	20	24	415(356)	216(163)	294	588	352	319	363	288	192	148
	3	アダルト情報サイト	健康食品	医療サービス(うち美容医療)	内職・副業	内職・副業	内職・副業	健康食品	賃貸アパート・マンション	工事・建築	工事・建築	工事・建築	移動通信サービス	化粧品	新 聞
		4	41	18(17)	21	384	179	255	485	175	133	203	222	186	114
	4	健康食品	紳士・婦人洋服	自動車運転教習所	健康食品	エステティックサービス	修理サービス	修理サービス	移動通信サービス	移動通信サービス	移動通信サービス	移動通信サービス	工事・建築	移動通信サービス	化粧品
		4	32	17	18	363	164	203	291	148	123	164	209	181	106
	5		娯楽等情報配信サービス	健康食品	紳士・婦人洋服	修理サービス	移動通信サービス	工事・建築	工事・建築	賃貸アパート・マンション	賃貸アパート・マンション	修理サービス	修理サービス	新 聞	移動通信サービス
			22	16	15	189	132	185	288	134	101	112	117	115	99
	5			賃貸アパート・マンション	自動車(自動二輪を含む)										
				16	15										

・13歳未満の5位は、同率のものが多数あるため、記載を省略している。

○表 11 相談の多い販売方法・手口【上位 20 位】

順位	商品・役務	令和6年度	令和5年度	増減率	増減数
1	インターネット通販	18,916	20,397	▲7.3%	▲1,481
2	SNS	5,801	5,603	3.5%	198
3	定期購入	5,480	5,574	▲1.7%	▲94
4	家庭訪販	4,288	3,749	14.4%	539
5	電話勧誘販売	3,520	2,860	23.1%	660
6	身分詐称(かたり商法)	1,869	1,418	31.8%	451
7	代引配達	1,798	1,780	1.0%	18
8	ショートメッセージ	1,201	1,533	▲21.7%	▲332
9	サブスクリプション	1,068	868	23.0%	200
10	架空請求	1,030	1,106	▲6.9%	▲76
11	サイドビジネス商法	1,005	1,147	▲12.4%	▲142
12	無料商法	892	979	▲8.9%	▲87
13	フィッシング	651	804	▲19.0%	▲153
14	点検商法	624	487	28.1%	137
15	テレビショッピング	603	679	▲11.2%	▲76
16	利殖商法	520	767	▲32.2%	▲247
17	偽サイト	411	774	▲46.9%	▲363
18	偽警告	337	509	▲33.8%	▲172
19	次々販売	286	310	▲7.7%	▲24
20	クレ・サラ強要商法	261	248	5.2%	13

※「インターネット通販」については、「インターネットオークション」「フリマサービス」を含む。

※SNSに関連する相談の動向を把握するため、令和5年度より集計している。

※1件の相談に複数の販売方法・手口に該当するものは重複してカウントしているため、合計件数は一致しない。例えば、1件の相談に「インターネット通販」と「定期購入」が付与されている場合、各々に対し1件ずつカウントしている。

○表 12 契約当事者年代別 相談の多い販売方法・手口【上位 5 位】

契約当事者	年代	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	
	細区分	13歳未満	13～17歳	18歳	19歳	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～64歳	65～69歳	70～74歳	75～79歳	80～84歳	85歳以上
件数		249	563	375	469	6,886	6,357	7,686	10,724	5,241	4,283	5,156	5,135	4,306	3,009
販売方法・手口	1	インターネット通販	インターネット通販	インターネット通販	インターネット通販	インターネット通販	インターネット通販	インターネット通販	インターネット通販	インターネット通販	インターネット通販	インターネット通販	インターネット通販	インターネット通販	家庭訪販
		177	362	142	152	1,615	1,717	2,529	3,714	1,833	1,509	1,504	1,073	601	469
	2	SNS	定期購入	SNS	SNS	SNS	SNS	SNS	SNS	定期購入	定期購入	定期購入	定期購入	家庭訪販	定期購入
		12	83	65	87	938	609	804	1,240	659	603	718	542	481	233
	3	定期購入	SNS	定期購入	家庭訪販	電話勧誘販売	電話勧誘販売	定期購入	定期購入	SNS	SNS	家庭訪販	家庭訪販	定期購入	インターネット通販
		7	83	39	39	472	331	456	1,087	563	416	356	446	418	229
	4	サブスクリプション	サブスクリプション	家庭訪販	定期購入	家庭訪販	家庭訪販	家庭訪販	家庭訪販	家庭訪販	電話勧誘販売	SNS	電話勧誘販売	電話勧誘販売	電話勧誘販売
		4	24	27	27	455	299	343	467	254	242	326	273	251	195
	5	ワンクリック請求	代引配達	無料商法	電話勧誘販売	サイドビジネス商法	定期購入	電話勧誘販売	電話勧誘販売	電話勧誘販売	家庭訪販	電話勧誘販売	身分詐称(かたり商法)	身分詐称(かたり商法)	身分詐称(かたり商法)
		4	21	14	23	370	191	329	405	212	224	236	270	208	118

※「インターネット通販」については、「インターネットオークション」「フリマサービス」を含む。

※SNSに関連する相談の動向を把握するため、令和5年度より集計している。

※1件の相談に複数の販売方法・手口に該当するものは重複してカウントしているため、合計件数は一致しない。例えば、1件の相談に「インターネット通

販」と「定期購入」が付与されている場合、各々に対し1件ずつカウントしている。

○表 13 インターネット通販で相談の多い商品・役務【上位5位】（インターネットオークション、フリマサービスを含む）

商品・役務	令和6年度	令和5年度	増減率	増減数
化粧品	2,395	2,955	▲19.0%	▲560
健康食品	2,245	1,546	45.2%	699
紳士・婦人洋服	941	1,179	▲20.2%	▲238
インターネットゲーム	394	453	▲13.0%	▲59
かばん	356	382	▲6.8%	▲26
その他	12,585	13,882	▲9.3%	▲1,297
計	18,916	20,397	▲7.3%	▲1,481

○表 14 販売購入形態別相談件数

販売購入形態	令和6年度	令和5年度	増減率	増減数	
店舗購入	16,256	16,908	▲3.9%	▲652	
訪問販売	6,067	5,534	9.6%	533	⇒表15・16
通信販売	25,387	27,197	▲6.7%	▲1,810	⇒表21
マルチ・マルチまがい	302	412	▲26.7%	▲110	⇒表22
電話勧誘販売	3,520	2,860	23.1%	660	⇒表23
ネガティブ・オプション	294	315	▲6.7%	▲21	⇒表24
訪問購入	506	500	1.2%	6	⇒表25
その他無店舗販売	645	605	6.6%	40	
不明・無関係	20,288	18,302	10.9%	1,986	
計	73,265	72,633	0.9%	632	

○表 15 訪問販売に関する勧誘方法別相談件数

勧誘方法	令和6年度	令和5年度	増減率	増減数	
家庭訪問販売	3,985	3,472	14.8%	513	⇒表17
アポイントメントセールス	192	163	17.8%	29	⇒表18
キャッチセールス	83	58	43.1%	25	⇒表19
S F 商法	45	38	18.4%	7	⇒表20
その他	1,762	1,803	▲2.3%	▲41	
計	6,067	5,534	9.6%	533	

○表 16 訪問販売で相談の多い商品・役務

商品・役務	令和6年度	令和5年度	増減率	増減数
工事・建築	1,017	823	23.6%	194
修理サービス	966	679	42.3%	287
新聞	495	586	▲15.5%	▲91
インターネット接続回線	223	222	0.5%	1
電気	192	166	15.7%	26

○表 17 家庭訪問販売で相談の多い商品・役務

商品・役務	令和6年度	令和5年度	増減率	増減数
工事・建築	782	616	26.9%	166
修理サービス	682	449	51.9%	233
新聞	415	461	▲10.0%	▲46
インターネット接続回線	181	178	1.7%	3
解錠サービス	141	63	123.8%	78

○表 18 アポイントメントセールスで相談の多い商品・役務

商品・役務	令和6年度	令和5年度	増減率	増減数
スポーツ・健康教室	25	22	13.6%	3
ビジネス教室	16	4	300.0%	12
内職・副業	14	30	▲53.3%	▲16
アクセサリー	14	7	100.0%	7
医療サービス(美容医療)	14	3	366.7%	11

○表 19 キャッチセールスで相談の多い商品・役務

商品・役務	令和6年度	令和5年度	増減率	増減数
浄水器	16	4	300.0%	12
飲料	14	7	100.0%	7
冷凍冷蔵機器(ウォーターサーバー)	11	6	83.3%	5
移動通信サービス	7	6	16.7%	1
レンタルサービス	5	3	66.7%	2

○表 20 SF商法で相談の多い商品・役務

商品・役務	令和6年度	令和5年度	増減率	増減数
健康食品	21	19	10.5%	2
家庭用電気治療器具	7	2	250.0%	5
磁気マットレス・磁気用品	2	2	0.0%	0

○表 21 通信販売で相談の多い商品・役務

商品・役務	令和6年度	令和5年度	増減率	増減数
化粧品	2,786	3,431	▲18.8%	▲645
健康食品	2,694	1,884	43.0%	810
紳士・婦人洋服	1,030	1,261	▲18.3%	▲231
インターネットゲーム	529	570	▲7.2%	▲41
内職・副業	509	585	▲13.0%	▲76

○表 22 マルチ商法で相談の多い商品・役務

商品・役務	令和6年度	令和5年度	増減率	増減数
健康食品	38	54	▲29.6%	▲16
化粧品	28	41	▲31.7%	▲13
内職・副業	22	35	▲37.1%	▲13
ファンド型投資商品	18	32	▲43.8%	▲14
複合サービス会員	18	29	▲37.9%	▲11

○表 23 電話勧誘販売で相談の多い商品・役務

商品・役務	令和6年度	令和5年度	増減率	増減数
内職・副業	328	281	16.7%	47
インターネット接続回線	265	188	41.0%	77
魚介類	182	152	19.7%	30
電気	162	145	11.7%	17
健康食品	127	102	24.5%	25

○表 24 ネガティブオプションで相談の多い商品・役務

商品・役務	令和6年度	令和5年度	増減率	増減数
化粧品	18	22	▲18.2%	▲ 4
魚介類	13	7	85.7%	6
かばん	12	10	20.0%	2
健康食品	11	19	▲42.1%	▲ 8
紳士・婦人洋服	9	14	▲35.7%	▲ 5

○表 25 訪問購入で相談の多い商品・役務

商品・役務	令和6年度	令和5年度	増減率	増減数
アクセサリ	121	98	23.5%	23
靴・運動靴	24	18	33.3%	6
紳士・婦人洋服	22	25	▲12.0%	▲ 3
自動車	18	25	▲28.0%	▲ 7
和 服	18	36	▲50.0%	▲ 18

危害・危険に関する商品・役務別相談件数

危害：商品・役務・設備に関して、身体にけが、病気等の危害を受けたという相談

○表 26 危害に関する相談の多い商品・役務等

商品・役務	令和6年度	令和5年度	増減率	増減数
化粧品	214	232	▲7.8%	▲ 18
健康食品	137	92	48.9%	45
医療サービス (うち美容医療)	108 (79)	120 (90)	▲10.0% (▲12.2%)	▲ 12 (▲11)
外 食	44	30	46.7%	14
歯科治療 (うち美容医療)	27 (3)	34 (4)	▲20.6% (▲25.0%)	▲ 7 (▲1)
美容院	27	33	▲18.2%	▲ 6
医薬品類	25	19	31.6%	6
洗濯用洗剤	25	18	38.9%	7
整 体	22	26	▲15.4%	▲ 4
賃貸アパート・マンション	20	17	17.6%	3
その他	347	352	▲1.4%	▲ 5
計	996	973	2.4%	23

危険：危害を受けたわけではないが、その恐れのある相談

○表 27 危険に関する相談の多い商品・役務等

商品・役務	令和6年度	令和5年度	増減率	増減数
自動車（自動二輪を含む）	26	25	4.0%	1
調理食品	15	14	7.1%	1
電気空調・冷房機器	12	7	71.4%	5
自転車・用品	9	13	▲30.8%	▲ 4
菓子類	8	7	14.3%	1
ヘアケア用具	6	5	20.0%	1
外 食	5	3	66.7%	2
照明器具	5	4	25.0%	1
電話関連機器・用品	5	0	-	5
パソコン周辺機器・用品	4	5	▲20.0%	▲ 1
その他	95	113	▲15.9%	▲ 18
計	190	196	▲3.1%	▲ 6