

令和5年度 大阪府及び府内市町村の消費生活相談の概要

令和5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5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72,651件で、前年度に比べ214件（0.3%）減少しました。[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8,955件で、前年度に比べ567件（6.8%）増加しました。また、市町村で受け付けた相談件数は63,696件で、前年度に比べ781件（1.2%）減少しました。[資料編 表5](#)
- ・契約当事者の年代別件数では、20歳代、60歳代前半（60～64歳）、75歳以上で増加しました。[付表2](#)
- ・30歳未満の相談件数は8,890件で、前年度に比べ138件（1.6%）増加し、相談全体に占める割合は12.2%でした。うち18歳未満の相談件数は825件で、前年度に比べ41件（4.7%）減少しました。[付表2](#)
- ・65歳以上の相談件数は20,529件で、前年度に比べ149件（0.7%）減少しましたが、相談全体に占める割合は、28.3%でした。[付表2](#)

《内容別の特徴》

1. 「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3,800件で、前年度に比べ2,429件（39.0%）減少したものの最も多くなりました。また、「健康食品」が2,269件で、前年度に比べ22件（1.0%）増加し、上位になりました。[付表3](#)
- ・「化粧品」と「健康食品」の相談が多い要因は、「初回低価格の広告を見てお試しのつもりで注文したが2回以上の『定期購入』が条件だった。」という相談が多く寄せられたためです。[付表5](#)

2. 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3,284件で前年度に比べ423件（14.8%）増加しました。
- ・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3,4](#)
- ・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。

3. 「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1,966件で、前年度に比べ224件（12.9%）増加し、「インターネット接続回線」の相談が1,009件で、前年度に比べ119件（10.5%）減少したものの、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](#)
- ・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。

4. 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1,371件で、前年度に比べ187件（15.8%）増加しました。「工事・建築」の相談件数は、1,799件で、前年度に比べ18件（1.0%）増加し、上位になりました。[付表3](#)
- ・水漏れ・排水管等の詰まりの修理や工事など、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。

5. 「エステティックサービス」や美容医療などの「医療サービス」の美容関連トラブルがめだつ

- ・「エステティックサービス」の相談件数が1,622件で、前年度に比べ351件（17.8%）減少したものの上位になりました。

- ・「医療サービス」の相談件数が1,037件で、前年度同期に比べ314件（43.4%）増加しました。美容医療クリニックなど「美容医療」に関する相談が多く寄せられたためです。
- ・年代別で見ると18歳、19歳、20歳代及び30歳代から相談が多く寄せられました。【付表3,4】
- ・「脱毛エステサロン」、「脱毛クリニック」の倒産、閉店等により、サービスを受けられないとのトラブルや、格安の価格で「美容医療」が受けられるというネット広告を見て、クリニックやオンライン診療で高額な契約を勧められるという相談が多く寄せられました。

6. 販売方法・手口では「インターネット通販」、「定期購入」が多発、「SNS」で勧誘される「サイドビジネス商法」等のトラブルが増加

- ・販売方法・手口別で見ると、「インターネット通販」が20,396件で、前年度に比べ2,079件（9.3%）減少したものの、相談全体の28.1%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80歳未満の全ての年代で最も多くなり、80歳以上においても上位になりました。【付表6】
- ・「SNS」に関連する相談が、18歳以上75歳未満で上位になりました。「SNS」での広告や勧誘がきっかけでの「サイドビジネス商法」や「利殖商法」のトラブルが発生しました。【付表6】
- ・「定期購入」に関する相談は、20歳代を除く全ての年代で上位になりました。【付表6】
- ・80歳以上では、「家庭訪販」が最も多くなりました。【付表6】

7. 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972件で、前年度に比べ78件（7.4%）減少しました。最も多かった「化粧品」による危害は232件で、前年度に比べ124件（34.8%）減少しました。「医療サービス」は120件で前年度に比べ32件（36.4%）増加し、「健康食品」による健康被害もめだちました。【付表8】
- ・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195件で、前年度に比べ13件（7.1%）増加しました。「自動車（自動二輪車を含む）」がめだちました。【付表9】

《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横ばい

- ・30歳未満の若年者が契約当事者の相談件数は8,890件で、前年度に比べ138件（1.6%）増加しましたが、相談全体に占める割合は12.2%で、横ばいとなりました。【付表2】
- ・18歳、19歳が契約当事者の相談件数は789件で前年度に比べ64件（7.5%）減少しました。
- ・30歳未満の若年者で商品・役務別で最も多い相談は「エステティックサービス」で1,042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」386件（66.7%）、「エステティックサービス」1,042件（64.2%）、「内職・副業」532件（49.0%）が高くなっています。【付表11】
- ・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336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3,558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27.2%と高くなっています。【付表12】

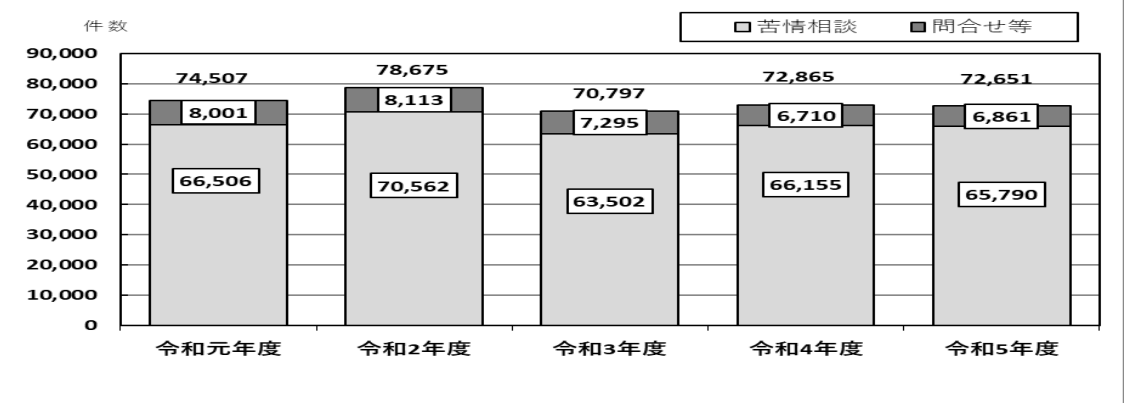
2. 65歳以上の高齢者の相談の割合は横ばい

- ・65歳以上の高齢者が契約当事者の相談件数は20,529件で、前年度に比べ149件（0.7%）減少しましたが、相談全体に占める割合は28.3%で、横ばいとなりました。【付表2】
- ・商品・役務別で最も多い相談は「化粧品」で1,464件でした。相談全体に占める高齢者の割合は、「新聞」454件（63.7%）、「工事・建築」732件（40.7%）が高くなっています。【付表14】
- ・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6,905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64.2%、「訪問販売」が43.2%と高くなりました。【付表15】
- ・認知症等の高齢者の相談は601件（前年度619件）で、65歳以上の相談全体に占める割合は2.9%でした。なお、本人以外からの相談が78.4%となっています。【付表16,17,18】

《相談全体の動向》

- ・令和5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72,651件で、前年度に比べ214件(0.3%)減少しました。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8,955件で、前年度に比べ567件(6.8%)増加しました。また、市町村で受け付けた相談件数は63,696件で、前年度に比べ781件(1.2%)減少しました。資料編 表5
- ・契約当事者の年代別件数では、20歳代、60歳代前半(60～64歳)、75歳以上で増加しました。付表2
- ・30歳未満の相談件数は8,890件で、前年度に比べ138件(1.6%)増加し、相談全体に占める割合は12.2%でした。うち18歳未満の相談件数は825件で、前年度に比べ41件(4.7%)減少しました。付表2
- ・65歳以上の相談件数は20,529件で、前年度に比べ149件(0.7%)減少しましたが、相談全体に占める割合は、28.3%でした。付表2

付表1 相談件数の年度推移



付表2 契約当事者の年代別件数

契約当事者		令和5年度			令和4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	18歳未満	8,890	825	1.1%	8,752	866	1.2%	1.6%	▲4.7%	138	▲41
	18歳		329	0.5%		351	0.5%		▲6.3%		▲22
	19歳		460	0.6%		502	0.7%		▲8.4%		▲42
20歳代	20～29歳		7,276	10.0%		7,033	9.7%		3.5%		243
30歳代	30～39歳		6,438	8.9%		6,560	9.0%		▲1.9%		▲122
40歳代	40～49歳		8,315	11.4%		8,631	11.8%		▲3.7%		▲316
50歳代	50～59歳		10,990	15.1%		11,560	15.9%		▲4.9%		▲570
60歳代	60～64歳		5,052	7.0%		4,787	6.6%		5.5%		265
	65～69歳		4,028	5.5%		4,095	5.6%		▲1.6%		▲67
70歳代	70～74歳		5,071	7.0%		5,660	7.8%		▲10.4%		▲589
	75～79歳	20,529	4,641	6.4%	20,678	4,397	28.4%	▲0.7%	5.5%	▲149	244
80歳以上	80～84歳		4,070	5.6%		3,965	5.4%		2.6%		105
	85歳以上		2,719	3.7%		2,561	3.5%		6.2%		158
その他(団体等)			1,858	2.6%		1,724	2.4%		7.8%		134
不 明			10,579	14.6%		10,173	14.0%		4.0%		406
計			72,651	100.0%		72,865	100.0%		▲0.3%		▲214

- ・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6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6年5月31日現在)です。

《内容別の特徴》

1. 「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3,800件で、前年度に比べ2,429件（39.0%）減少したものの最も多くなりました。また、「健康食品」が2,269件で、前年度に比べ22件（1.0%）増加し、上位になりました。**付表3**
- ・「化粧品」と「健康食品」の相談が多い要因は、「初回低価格の広告を見てお試しのつもりで注文したが2回以上の『定期購入』が条件だった。」という相談が多く寄せられたためです。**付表5**

付表3 相談の多い商品・役務【上位20位】

順位	商品・役務	令和5年度	令和4年度	増減率	増減数
1	化粧品	3,800	6,229	▲39.0%	▲2,429
2	賃貸アパート・マンション	3,284	2,861	14.8%	423
3	健康食品	2,269	2,247	1.0%	22
4	移动通信サービス	1,966	1,742	12.9%	224
5	工事・建築	1,799	1,781	1.0%	18
6	エステティックサービス	1,622	1,973	▲17.8%	▲351
7	紳士・婦人洋服	1,495	1,470	1.7%	25
8	修理サービス	1,371	1,184	15.8%	187
9	内職・副業	1,086	770	41.0%	316
10	自動車（自動二輪を含む）	1,081	942	14.8%	139
11	医療サービス （うち美容医療）	1,037 (548)	723 (281)	43.4% (95.0%)	314 (267)
12	インターネット接続回線	1,009	1,128	▲10.5%	▲119
13	金融関連サービスその他	927	857	8.2%	70
14	電気	886	1,072	▲17.4%	▲186
15	フリーローン・サラ金	838	784	6.9%	54
16	携帯電話	716	733	▲2.3%	▲17
17	新聞	713	514	38.7%	199
18	娯楽等情報配信サービス	642	617	4.1%	25
19	行政サービス	620	643	▲3.6%	▲23
20	インターネットゲーム	579	520	11.3%	59
その他		44,892	44,036	1.9%	856
総相談件数		72,632	72,826	▲0.3%	▲194

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	18歳未満	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		825	329	460	7,271	6,438	8,311	10,985	5,052	4,025	5,071	4,640	4,069	2,719
商品・役務	1	インター ネット ゲーム	エステ ティック サービス	エステ ティック サービス	エステ ティック サービス	賃貸7ﾊﾞｰﾄﾞ・マンション	賃貸7ﾊﾞｰﾄﾞ・マンション	化粧品	化粧品	化粧品	化粧品	化粧品	化粧品	工事・建 築
		336	23	52	959	684	471	821	456	376	424	340	230	139
	2	化粧品	内職・副 業	内職・副 業	賃貸7ﾊﾞｰﾄﾞ・マンション	エステ ティック サービス	化粧品	健康食品	健康食品	健康食品	移動通信 サービス	移動通信 サービス	健康食品	健康食品
		68	22	42	575	304	426	462	237	165	212	181	181	126
	3	健康食品	化粧品	化粧品	内職・副 業	内職・副 業	紳士・婦 人洋服	賃貸7ﾊﾞｰﾄﾞ・マンション	紳士・婦 人洋服	工事・建 築	健康食品	健康食品	工事・建 築	新 聞
		50	21	21	464	167	257	427	153	127	199	168	154	114
	4	娯楽等情 報配信サ ｰﾋﾞｽ	出会い系 サイト・ アプリ	娯楽等情 報配信サ ｰﾋﾞｽ	医療サー ビス	医療サー ビス	健康食品	紳士・婦 人洋服	移動通信 サービス	移動通信 サービス	工事・建 築	工事・建 築	移動通信 サービス	移動通信 サービス
		30	17	18	215	166	252	326	142	121	147	165	152	111
	5	紳士・婦 人洋服	紳士・婦 人洋服	賃貸7ﾊﾞｰﾄﾞ・マンション	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	工事・建 築	紳士・婦 人洋服	修理サービ ｽ	賃貸7ﾊﾞｰﾄﾞ・マンション	新 聞	化粧品
		21	16	18	149	155	200	281	141	105	99	95	117	94
			携帯電話											
			16											

【定期購入（化粧品）の相談事例】

- 育毛剤が特別価格 2,200 円というネット広告をスマートフォンで見て、定期購入コースで育毛剤を申し込んだ。1 回で解約しようと思っていたので 2 回目以降の購入を解約するために事業者に電話をしたところ、5 回継続の定期購入コースなので解約できないと言われた。いつでも解約できると記載されていたので納得できない。（60 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が、5 回継続の定期購入コースの広告は見当たらなかったため、事業者と相談者の契約内容について問い合わせ、相談者が注文した URL を入手した。URL を確認したところ、いつでも解約できる定期購入の申込完了後の画面に「特典があります！1 年間ずっと半額になります」と 5 回継続のコースへの変更を誘導する表示があり、コース変更後の最終確認画面には、初回の支払い金額である 2,200 円は明示されていたが、5 回の総支払金額がわかりにくい記載となっていた。いつでも解約できる当初のコースから 5 回継続コースへ変更になることがわかりにくいため、事業者に対して、より明確な最終確認画面の記載が必要であることを伝えたところ、初回の金額である 2,200 円のみで支払いで契約解除となった。

【定期購入（健康食品）の相談事例】

- スマートフォンで動画サイトの広告を見て、500 円のダイエットサプリをお試しのつもりで 1 袋注文したら、2 回目に 4 ヶ月分として 4 袋サプリが届いた。次回は解約しようとして事業者に電話をしたところ、4 回購入するまで解約できないと言われた。サプリで下痢になって飲めないで解約したい。（30 歳代）

➤ 相談対応と結果

当センターから事業者に問い合わせたところ、相談者は回数縛りのないコースの申込完了画面に「キャンペーン もう 1 袋プレゼント」というアイコンが表示され、それをタップしたことで、1 年間の 4 回縛りのコースに変更されたことがわかった。最終確認画面に法律で定められた記載はあったが、4 回縛りのコースになるという記載がわかりにくくなっていた。相談者はいつでも解約できるコースに申し込んでおり 4 回縛りのコースとの認識がなかったこと、下痢によりこのまま継続して飲むことができないことを伝えたところ、初回商品を通常の単品価格と 4 回縛りコースの単品価格との差額を追加で支払うことで 2 回目以降の解約に応じるとの事業者の提案に対し、相談者が合意したことにより契約解除となった。

■消費者の方々へのアドバイス

- ・令和 4 年の改正特定商取引法の施行により、通信販売での取引における重要事項を最終確認画面に明確に表示することが事業者には義務付けられるなど、「定期購入」における規制が強化されました。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い解約できないという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、最終確認画面で、「定期購入」になっていないか、「定期購入」の場合は、回数、支払総額、解約条件などを必ず確認し、後で契約内容等が確認できるよう最終確認画面のスクリーンショットを保存しましょう。

2. 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 3,284 件で前年度に比べ 423 件（14.8%）増加しました。
- ・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 3, 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】

- 4 年間住んだ賃貸マンションを来月退去予定だが、管理会社が室内を点検した後、原状回復費用として 8 万 8 千円を請求された。内訳は、クロス貼替費用 5 万円、キッチンのへこみ部分の交換費用 3 万円と口頭で説明されただけで納得できない。（20 歳代）

➤ 相談対応と結果

国土交通省が定めている「原状回復をめぐるトラブルとガイドライン」と「賃貸住宅の原状回復トラブルを防止するために」（大阪府版ガイドライン）の内容を紹介し、経年劣化、通常損耗は原状回復義務に含まれないが、キッチンのへこみが借主の過失による場合は借主負担と考えられることを説明した。管理会社または貸

主に見積書面を求め、費用負担についてガイドラインに基づき話し合うようアドバイスした。併せて、住宅の専門窓口を紹介した。

■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。

3. 「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1,966件で、前年度に比べ224件(12.9%)増加し、「インターネット接続回線」の相談が1,009件で、前年度に比べ119件(10.5%)減少したものの、これらの通信サービスの契約の相談が上位になりました。付表3
- ・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。

【移動通信サービスの相談事例】

- 一昨日、ケーブルテレビのテレビチューナーの交換手続きのために訪問してきた事業者にスマートフォンの通信契約も当該事業者の乗り換えたら携帯料金が安くなると勧誘されてスマートフォンの乗り換えの手続きを行った。チューナーの交換については事前に承諾していたが、スマートフォンの通信契約は、突然の勧誘でもともと変更するつもりはなかった。後日、今まで契約していた携帯電話販売店に行き、相談したところ、今後はスマートフォンの使用方法について当店で相談はできなくなると言われて困っている。通話もこれまでは10分間のかけ放題だったが、今回の契約では5分間になってしまった。(80歳代)
- 相談対応と結果
初期契約解除制度(※)の申し出期間内であったため、契約書の初期契約解除の記載事項を参考に書面にて申し出るよう助言した。

(※)「初期契約解除制度」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。

【インターネット接続回線の相談事例】

- 3日前携帯ショップでスマートフォンを機種変更した際、家でネットをよく利用するのなら置くだけで便利と据置型Wi-Fiルーターを勧められ、次々と書面にサインして契約し、固定電話につなぐ機器と共に自宅に持ち帰った。持ち帰った機器を開封する前に、改めて渡された書面を読むと、機器の代金として3,850円を36回支払うことになっていた。ネットの利用はスマートフォンでネット検索する程度であり、据置型Wi-Fiルーターの必要性はないので解約したい。固定電話はスマートフォンを契約している携帯電話会社のサービスを利用している。(70歳代)
- 相談対応と結果
据置型Wi-Fiルーターと固定電話につなぐ機器については、8日間の確認措置(※)の適用があることを相談者に説明した。高齢者で契約内容がよく理解できていない可能性もあったため、当センターから携帯電話会社に相談内容と解約希望について伝えた。携帯電話会社から、販売店に連絡した結果、解約返品に応じるとの回答があった。相談者は、契約時に1万5千円のキャッシュバックを受けとっていたため、1万5千円を返金することになった。

(※)「確認措置」とは、電気通信事業法で定める初期契約解除制度(理由にかかわらず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。

4. 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1,371件で、前年度に比べ187件（15.8%）増加しました。「工事・建築」の相談件数は、1,799件で、前年度に比べ18件（1.0%）増加し、上位になりました。[付表3](#)
- ・水漏れ・排水管等の詰まりの修理や工事など、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、風呂蛇口から水漏れし、ネット広告で250円から修理できると表示のあった事業者修理を依頼した。水漏れは床下のパイプが破損していることが原因で交換が必要と動画を見せられた。最初に80万円という話だったが、最終的には143万円の工事契約書にサインしてしまった。修理後、現金一括で支払うよう言われたが手持ちのお金がなかったので10万円だけ現金で支払った。今日の午前中に残金を振り込むように言われたが、高額すぎるのでクーリング・オフをしたい。なお、受け取った契約書にはクーリング・オフの記載がある。（60歳代）
- 相談対応と結果
- クーリング・オフの通知方法を助言した。相談者から契約書を取り寄せて確認したところ、契約書には蛇口の品番やメーカー名など詳細の記載がなかった。相談者がクーリング・オフの通知を発信したことを確認して、当センターから事業者連絡を取り、事業者10万円の返金を求めたが全く応じなかった。その後も事業者から相談者に電話があり残金133万円の支払いを執拗に求めたため、相談者に対して万が一事業者が訪問してきた場合は警察に連絡するよう伝えた。

■消費者の方々へのアドバイス

- ・水漏れや鍵のトラブルなどは、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。

5. 「エステティックサービス」や美容医療などの「医療サービス」の美容関連トラブルがめだつ

- ・「エステティックサービス」の相談件数が1,622件で、前年度に比べ351件（17.8%）減少したものの上位になりました。
- ・「医療サービス」の相談件数が1,037件で、前年度同期に比べ314件（43.4%）増加しました。美容医療クリニックなど「美容医療」に関する相談が多く寄せられたためです。
- ・年代別で見ると18歳、19歳、20歳代及び30歳代から相談が多く寄せられました。[付表3,4](#)
- ・「脱毛エステサロン」、「脱毛クリニック」の倒産、閉店等により、サービスを受けられないとのトラブルや、格安の価格で「美容医療」が受けられるというネット広告を見てクリニックやオンライン診療で高額な契約を勧められるという相談が多く寄せられました。

【エステティックサービスの相談事例】

- 契約していた脱毛エステを予約するために店舗に連絡したが、連絡がとれず事業者が倒産したことを知った。26万円のコースを24回の分割払いのクレジットで契約していたが、有償の5回のサービスのうち3回が未消化であり、一生涯脱毛サービスを受けられると聞いていた。残金を支払いたくない。(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書き方、送付の仕方をアドバイスし、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できるものであり、クレジット会社に既支払金の返還を求められるものではないことを伝えた。また、相談者に適格消費者団体による被害回復訴訟の情報を提供した。

【医療サービス（美容医療）の相談事例】

- 6ヵ月前に脱毛クリニックで医療脱毛10回コースを30万7千円のカード払いで契約した。施術は4回受けたが突然クリニックから閉院するとSNSにメッセージが届いたので、メッセージに記載されていた連絡先に電話をしたが繋がらなかった。未施術分の返金をしてほしい。(20歳代)
- 相談対応と結果
相談者の契約書を確認すると、特定商取引法で定める特定継続的役務の契約にあたり記載しなければならない事項のうち、役務の提供期間、単価等の記載が欠けていた。事業者が倒産した場合、支払ったお金を取り戻すのは難しいが、クレジットカード会社に未施術分の返金について相談するよう伝えた。カード会社から相談者に未施術分の返金を求める異議申し立て書類が送付され、相談者が異議申し立て書類を提出した。3ヶ月後にカード会社から未施術分である184,200円の異議申し立てが成立したと報告があり相談者に返金された。
- 3万円で二重の手術ができるというネットの広告を見て美容クリニックにカウンセリングの予約をした。カウンセラーに目頭切開だけでなく埋没法にし、鼻もメッシュを入れ高くした方がいい、今日中に手術したら破格な値段でできると強引に勧められた。手持ちのお金がないと断ったがローンを組めばいいと言われ、130万円でローンを組み手術をすることになった。手術室に入る前に医師から2〜3分の診察を受けた。1週間後に抜糸に行った時に、腫れが引かないと言ったが、1ヵ月しかかると言われた。抜糸すると左右の目の形が違ってしまったので埋没法の糸を抜きたいと言ったら術後の処理ではないので別料金になると言われた。当初の希望以外に強引に契約させられた施術代を返金してほしい。(30歳代)
- 相談対応と結果
個別クレジット会社に勧誘方法の問題点や施術内容を理由に支払い停止の抗弁書を出すよう助言した。また、当該事業者の顧客相談窓口へ勧誘方法や施術内容の苦情を伝え返金を希望するよう伝えた。後日、相談者から130万円の全額が契約解除されることになり、支払い済みの70万円の振込みがあり、クレジット契約もキャンセルされたと報告があった。

■消費者の方々へのアドバイス

- ・ エステティックサービス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。

6. 販売方法・手口では「インターネット通販」、「定期購入」が多発、「SNS」で勧誘される「サイドビジネス商法」等のトラブルが増加

- ・ 販売方法・手口別で見ると、「インターネット通販」が20,396件で、前年度に比べ2,079件(9.3%)減少したものの、相談全体の28.1%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80歳未満の全ての年代で最も多くなり、80歳以上においても上位になりました。[付表6](#)
- ・ 「SNS」に関連する相談が、18歳以上75歳未満で上位になりました。「SNS」での広告や勧誘がきっかけでの「サイドビジネス商法」や「利殖商法」のトラブルが発生しました。
- ・ 「定期購入」に関する相談は、20歳代を除く全ての年代で上位になりました。[付表6](#)
- ・ 80歳以上では、「家庭訪問」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10位】

順位	商品・役務	令和5年度	令和4年度	増減率	増減数	構成比
1	インターネット通販	20,396	22,475	▲9.3%	▲2,079	28.1%
2	SNS	5,599	4,929	13.6%	670	7.7%
3	定期購入	5,573	7,697	▲27.6%	▲2,124	7.7%
4	家庭訪販	3,749	3,749	0.0%	0	5.2%
5	電話勧誘販売	2,860	2,473	15.6%	387	3.9%
6	代引配達	1,780	1,712	4.0%	68	2.5%
7	ショートメッセージ	1,520	2,322	▲34.5%	▲802	2.1%
8	身分詐称(かたり商法)	1,418	1,378	2.9%	40	2.0%
9	サイドビジネス商法	1,146	876	30.8%	270	1.6%
10	架空請求	1,106	1,156	▲4.3%	▲50	1.5%

※「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	18歳未満	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		825	329	460	7,271	6,438	8,311	10,985	5,052	4,025	5,071	4,640	4,069	2,719
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	家庭訪販	家庭訪販
		585	145	163	1,943	2,015	3,166	4,200	1,889	1,414	1,360	872	483	438
	2	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	インターネット通販	インターネット通販
		117	72	105	1,039	638	853	1,222	697	557	631	444	482	192
	3	SNS	定期購入	サイドビジネス商法	サイドビジネス商法	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	定期購入
		83	30	34	480	254	634	1,213	504	302	315	371	334	172
	4	ワンクリック請求	サイドビジネス商法	定期購入	電話勧誘販売	定期購入	家庭訪販	家庭訪販	家庭訪販	家庭訪販	SNS	電話勧誘販売	電話勧誘販売	電話勧誘販売
		18	24	31	427	241	269	418	210	213	245	244	198	142
	5	ショートメッセージ	家庭訪販	家庭訪販	家庭訪販	家庭訪販	電話勧誘販売	代引配達	代引配達	電話勧誘販売	電話勧誘販売	身分詐称(かたり商法)	テレビショッピング	テレビショッピング
		17	20	23	352	219	244	384	195	156	208	210	175	113

※「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5年度	令和4年度	増減率	増減数
化粧品	2,955	5,262	▲43.8%	▲2,307
健康食品	1,546	1,497	3.3%	49
紳士・婦人洋服	1,179	1,137	3.7%	42
インターネットゲーム	453	399	13.5%	54
娯楽等情報配信サービス	392	361	8.6%	31
その他	13,871	13,819	0.4%	52
計	20,396	22,475	▲9.3%	▲2,079

【インターネット通販の相談事例】

＜化粧品＞（再掲）

- 育毛剤が特別価格 2,200 円というネット広告をスマートフォンで見て、定期購入コースで育毛剤を申し込んだ。1 回で解約しようと思っていたので 2 回目以降の購入を解約するために事業者には電話をしたところ、5 回継続の定期購入コースなので解約できないと言われた。いつでも解約できると記載されていたので納得できない。（60 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が、5 回継続の定期購入コースの広告は見当たらなかったため、事業者には相談者の契約内容について問い合わせ、相談者が注文した URL を入手した。URL を確認したところ、いつでも解約できる定期購入の申込完了後の画面に「特典があります！1 年間ずっと半額になります」と 5 回継続のコースへの変更を誘導する表示があり、コース変更後の最終確認画面には、初回の支払い金額である 2,200 円は明示されていたが、5 回の総支払金額がわかりにくい記載となっていた。いつでも解約できる当初のコースから 5 回継続コースへ変更になることがわかりにくいいため、事業者に対して、より明確な最終確認画面の記載が必要であることを伝えたと、初回の金額である 2,200 円のみで支払いで契約解除となった。

＜健康食品＞

- スマートフォンで 500 円、送料無料とのネット広告を見てダイエットサプリを試しに注文した。届いた商品に同梱されていた書面を読んで、2 回目以降も届く定期購入であることに気付いた。サプリを飲むと痒みが出たので、すぐに 2 回目以降を解約するメールを事業者に送った。事業者から解約する場合は初回の商品を通常価格との差額で精算するため、追加で 9,980 円を支払う必要があるとの返信があり、納得できない。（70 歳代）
- 相談対応と結果
当センターで、当該通販サイトで注文した際の最終確認画面を確認したところ、定期コースを初回で解約する場合は、通常価格＋送料との差額を精算するとの記載があった。当センターから販売店に痒みが出て初回の商品も飲めないことを伝えた結果、差額の精算は不要で初回 500 円の支払いのみで 2 回目以降の解約が可能との回答があった。

＜洋服＞

- 1 週間前、探していたスポーツウェアの販売サイトを見つけ、注文した。支払いは前払いで個人名義の口座に振り込むようにメールが届き、振り込んでしまった。商品が届かず、最近になって商品が欠品なのでコード決済で返金するというメールが届き SNS のチャットに登録し、コード決済のアプリをいれるように指示されたが不審だ（20 歳代）
- 相談対応と結果
詐欺サイトと考えられることを情報提供した。SNS のチャットで、振り込んだ金額を返金する手順と説明され、さらにコード決済で送金させられる二次被害についても情報提供し、業者とこれ以上連絡を取らないよう伝えた。販売業者が伝えてきた振込口座は、不正利用されている口座として金融機関に情報提供し、警察にも情報提供するように案内した。当センターでも関係機関に不正口座として情報提供した。

■消費者の方々へのアドバイス

格安をうたう広告などから偽サイトに誘導され、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＞

- 昨日、高齢の母が、屋根を点検すると言って訪問してきた事業者から、屋根瓦がずれていると写真を見せられ屋根工事の契約をした。併せて床下も点検してシロアリ対策が必要と勧誘され、総額 300 万円の契約になった。母から解約したいと相談を受けた。2 年前に屋根工事をしており、屋根瓦がずれているということは考えられない。見積書もなく、契約書面は総額記載で具体的な工事や作業の内容がわからない。工事日が明日に迫っているが、母も解約したいと言っている。（相談者 60 歳代、当事者 90 歳代）
- 相談対応と結果
当センターは、契約当事者の意思に基づいて至急事業者からクーリング・オフの通知をするよう助言した。相談者から通知を出したとの連絡を受けたので、当センターから事業者には電話をし、契約者がクーリング・オフの通知を

発信し、契約解除の効果が発生していることを説明し、明日は相談者宅へ訪問しないよう伝えたところ、事業者は了解した。併せて相談者が今後の訪問販売を希望していないことも事業者に伝えた。

<修理サービス> (再掲)

- 昨日、風呂蛇口から水漏れし、ネット広告で 250 円から修理できると表示のあった事業者修理に依頼した。水漏れは床下のパイプが破損していることが原因で交換が必要と動画を見せられた。最初に 80 万円という話だったが、最終的には 143 万円の工事契約書にサインしてしまった。修理後、現金一括で支払うよう言われたが手持ちのお金がなかったので 10 万円だけ現金で支払った。今日の午前中に残金を振り込むように言われたが、高額すぎるのでクーリング・オフをしたい。なお、受け取った契約書にはクーリング・オフの記載がある。(60 歳代)
- 相談対応と結果

クーリング・オフの通知方法を助言した。相談者から契約書を取り寄せて確認したところ、契約書には蛇口の品番やメーカー名の記載など詳細の記載がなかった。相談者がクーリング・オフの通知を発信したことを確認して、当センターから事業者連絡を取り、事業者に 10 万円の返金を求めたが全く応じなかった。その後も事業者から相談者に電話があり残金 133 万円の支払いを執拗に求めたため、相談者に対して万が一事業者が訪問してきた場合は警察に連絡するよう伝えた。

<新聞>

- 先日、来月から 2 年間の新聞購読が始まると新聞販売店が家に挨拶に来た。契約した覚えがないことを伝えたが私のサインがあると申込書の控えを見せられた。私は長年同じ新聞を購読していて今更別の新聞に変えるつもりはない。確かによく新聞販売店の販売員が購読の勧誘に家にくるがいつも断っている。今回の契約についても全く覚えていないし、申込書の控えもない。2 紙も購読することはできないので来月からの購読契約を解約したい。(80 歳代)
 - 相談対応と結果
- 当センターから新聞販売店に問い合わせたところ、10 年先の日付の契約であることがわかった。契約時には既に高齢であった相談者に対して 10 年先の日付の契約をさせること自体に問題があると伝えて交渉した結果、契約は無条件で解約となった。

■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。

【サイドビジネス商法の相談事例】

<内職・副業>

- スマートフォンで副業を検索し、フリマサイトでの転売ビジネスの副業で成功している人の動画サイトにメッセージを送り問い合わせたら、副業のノウハウを教えてくれる人を紹介された。SNS で連絡を取り、SNS の電話機能での通話やチャットで説明を受けた。最初は 110 万円のコースを勧められたが、支払えないと断ると 30 万円のサポートコースを提案され承諾してクレジットカードで決済した。SNS のグループでアカウントを登録すると事業者のサポート動画を視聴できたが、以前からフリマサイトは利用をしていたので、本当にこの内容で収入が得られるのか契約金額と提供されるサービスに不信感を感じクーリング・オフしたいと思った。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
- 相談者から契約書を送付してもらい、内容を確認した。SNS の通話で事業者から勧誘されているため、電話勧誘販売に該当するためクーリング・オフの通知方法を助言した。事業者の電磁的書面の交付手続きは特定商取引法で定めるガイドラインの要件を満たしておらず、またクーリング・オフについての記載に関しても、電磁的記録によるクーリング・オフの通知方法についての記載がなかったため、当センターから事業者に対し指摘するとともに、解約処理を求めた。1 週間後に相談者から決済したクレジットカードにキャンセルがあがっているとの報告があった。

(※) 令和5年6月1日の改正特定商取引法の施行により、契約書面等に記載すべき事項の電磁的方法による提供が可能となった。事業者は、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。

【利殖商法の相談事例】

<外国為替証拠金取引>

- 放置しているだけで儲かったという有名人のSNSの動画広告からSNSのグループチャットに誘導された。チャットで海外のFX取引で簡単に儲かると勧誘され、指定された銀行の個人名義の口座に100万円以上振り込んだ。最初はチャットでのサポートがあったが最近は全くサポートがない。不安になって金融庁の相談窓口で相談すると、事業者は無登録の海外事業者で2ヶ月前に警告書を出しており、詐欺だといわれた。振り込んだお金は返ってこないのか。(70歳代)
- 相談対応と結果
現金で銀行の個人口座に振り込んだ場合は被害回復が難しいことを伝えた。振込口座は、不正利用されている口座として金融機関に情報提供し、警察にも情報提供するよう案内した。法律相談窓口を紹介した。

■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。
- ・ 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。
- ・ 銀行の個人口座にお金を振り込んだ場合、被害回復は困難です。
- ・ 金融庁に登録のない金融取引業者との取引は儲かると勧められても安易に契約しないようにしましょう。

7. 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972件で、前年度に比べ78件(7.4%)減少しました。最も多かった「化粧品」による危害は232件で、前年度に比べ124件(34.8%)減少しました。「医療サービス」は120件で前年度に比べ32件(36.4%)増加し、「健康食品」による健康被害もめだちました。[付表8](#)
- ・ 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195件で、前年度に比べ13件(7.1%)増加しました。「自動車(自動二輪車を含む)」がめだちました。[付表9](#)

付表8 危害件数

商品・役務	令和5年度	令和4年度	増減率	増減数
化粧品	232	356	▲34.8%	▲124
医療サービス (うち美容医療)	120 (90)	88 (67)	36.4% (34.3%)	32 (23)
健康食品	91	88	3.4%	3
エステティックサービス	43	41	4.9%	2
歯科治療 (うち美容医療)	34 (4)	30 (5)	13.3% (▲20.0%)	4 (▲1)
美容院(パーマ)	33	37	▲10.8%	▲4
外食	30	25	20.0%	5
整体	26	25	4.0%	1
調理食品	21	13	61.5%	8
医薬品類	19	13	46.2%	6
その他	323	334	▲3.3%	▲11
計	972	1,050	▲7.4%	▲78

付表9 危険件数

商品・役務	令和5年度	令和4年度	増減率	増減数
自動車（自動二輪を含む）	25	20	25.0%	5
調理食品	14	8	75.0%	6
自転車・用品	13	4	225.0%	9
菓子類	7	5	40.0%	2
健康食品	6	0	－	6
パソコン周辺機器・用品	5	1	400.0%	4
ヘアケア用具	5	7	▲28.6%	▲2
電子レンジ類	5	7	▲28.6%	▲2
室内照明器具	4	6	▲33.3%	▲2
その他	111	124	▲10.5%	▲13
計	195	182	7.1%	13

【危害に関する相談事例】

＜化粧品＞

- スマートフォンで、980 円の洗顔クリームの広告を見て、購入したら定期購入だった。2 回目の商品を発送するという事業者からのメールを見て、2 回目は、13,156 円を支払わないとならないことがわかった。使用したら肌に合わず赤くなった。病院を受診するほどではなかったが、これ以上は使いたくない。事業者に解約の電話をしたが、2 回目に届いた商品を返送して、初回の商品を通常の単品価格で精算するように言われ、追加で 3,300 円を支払わないとならない。まだ中学生で 980 円以上は支払えない。（14 歳）

➤ 相談対応と結果

当センターで、当該通販サイトで注文した際の最終確認画面を確認したところ、2 回目以降の解約についてはお届け予定日の 10 日前までに電話で受け付けるという表示があった。未成年者の契約であり 1 万円を超える契約で取消しの主張ができる可能性もあるので、相談者から納品書を取り寄せ、未成年者取消の通知方法を助言し、相談者は取消し通知を出した。その後 2 回目の商品が配達されたが、当センターが事業者に連絡したところ、2 回目の商品を返品すれば請求は取り下げるとの回答があった。

＜健康食品＞（再掲）

- スマートフォンで 500 円、送料無料とのネット広告を見てダイエットサプリを試しに注文した。届いた商品に同梱されていた書面を読んで、2 回目以降も届く定期購入であることに気付いた。サプリを飲むと痒みがでたので、すぐに 2 回目以降を解約するメールを事業者に送った。事業者から解約する場合は初回の商品を通常価格との差額で精算するため、追加で 9,980 円を支払う必要があるとの返信があり、納得できない。（70 歳代）

➤ 相談対応と結果

当センターで、当該通販サイトで注文した際の最終確認画面を確認したところ、定期コースを初回で解約する場合は、通常価格＋送料との差額を精算するとの記載があった。当センターから販売店に痒みが出て初回の商品も飲めないことを伝えた結果、差額の精算は不要で初回 500 円の支払いのみで 2 回目以降の解約が可能との回答があった。

＜医療サービス（美容医療）＞（再掲）

- 3 万円で二重の手術ができるというネットの広告を見て美容クリニックにカウンセリングの予約をした。カウンセラーに目頭切開だけでなく埋没法にし、鼻もメッシュを入れ高くした方がいい、今日中に手術したら破格な値段でできると強引に勧められた。手持ちのお金がないと断ったがローンを組めばいいと言われ、130 万円でローンを組み手術をすることになった。手術室に入る前に医師から 2～3 分の診察を受けた。1 週間後に抜糸に行った時に、腫れが引かないと言ったが、1 ヶ月はかかると言われた。抜糸すると左右の目の形が違ってしまったので埋没法の糸を抜きたいと言ったら術後の処理ではないので別料金になると言われた。当初の希望以外に強引に契約させられた施術代を返金してほしい。（30 歳代）

➤ 相談対応と結果

個別クレジット会社に勧誘方法の問題点や施術内容を理由に支払い停止の抗弁書を出すよう助言した。また、当該事業者の顧客相談窓口へ勧誘方法や施術内容の苦情を伝え返金を希望するよう伝えた。後日、相談者から 130 万円の全額が契約解除されることになり、支払い済みの 70 万円の振込みがあり、クレジット契約もキャンセルされたと報告があった。

【危険に関する相談事例】

<自動車>

- 先月ディーラーで軽自動車の新車を購入したが納車直後に販売店から少し走ったところで車が止まった。アクセルを踏んでも前に進まなかったが交通量の少ないところだったので幸い追突事故にもならずに済んだ。ディーラーに連絡し販売担当者が来て運転を交代したが車は動かず、販売店が原因を調べている。新車なのに車が止まってしまうのは不安だ。修理ではなく交換してほしい。(60 歳代)

➤ 相談対応と結果

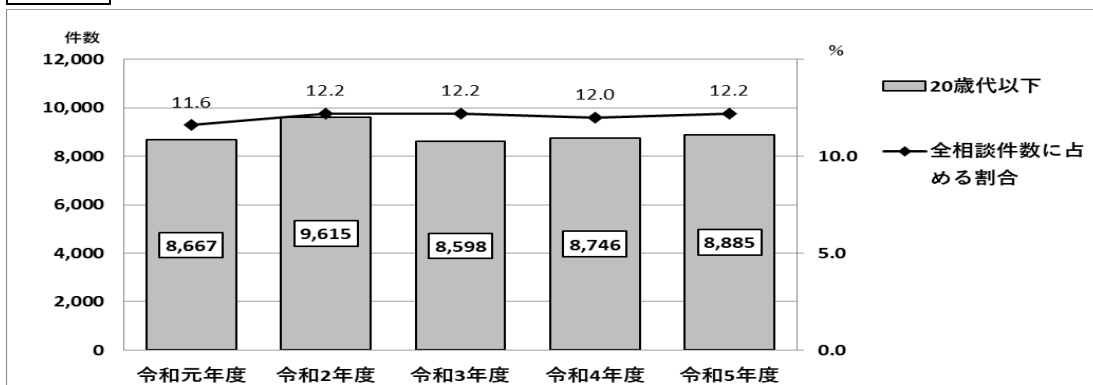
一般的に自動車に不具合があった場合は修理対応となるので、契約解除は難しいことを説明し、ディーラーから故障の原因や修理内容について十分に説明を受けるようアドバイスした。自動車の安全性や品質等についての相談窓口として自動車公正取引協議会、自動車製造物責任相談センターを案内した。

《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横ばい

- ・30 歳未満の若年者が契約当事者の相談件数は 8,890 件で、前年度に比べ 138 件 (1.6%) 増加しましたが、相談全体に占める割合は 12.2%で、横ばいとなりました。[付表 2, 10](#)
- ・18 歳、19 歳が契約当事者の相談件数は 789 件で前年度に比べ 64 件 (7.5%) 減少しました。
- ・30 歳未満の若年者で商品・役務別で最も多い相談は「エステティックサービス」で 1,042 件でした。相談全体に占める若年者の割合は、「エステティックサービス」1,042 件 (64.2%)、「インターネットゲーム」386 件 (66.7%)、「内職・副業」532 件 (49.0%) が高くなっています。[付表 11](#)
- ・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 336 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 3,558 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 27.2%と高くなっています。[付表 12](#)

付表 10 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 11 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	8,885	460	329	825	72,632	12.2%
エステティックサービス	1,042	52	23	8	1,622	64.2%
賃貸アパート・マンション	599	18	4	2	3,284	18.2%
内職・副業	532	42	22	4	1,086	49.0%
インターネットゲーム	386	6	6	336	579	66.7%
医療サービス	247	16	12	4	1,037	23.8%
化粧品	235	21	21	68	3,800	6.2%
紳士・婦人洋服	193	16	16	21	1,495	12.9%
出会い系サイト・アプリ	177	14	17	6	533	33.2%
移動通信サービス	163	11	7	11	1,966	8.3%
修理サービス	161	9	3	0	1,371	11.7%

付表 12 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	8,885	460	329	825	72,632	12.2%
通信販売	3,558	206	166	699	27,197	13.1%
店舗購入	2,802	139	84	71	16,908	16.6%
訪問販売	704	45	30	5	5,534	12.7%
電話勧誘販売	450	14	8	1	2,860	15.7%
マルチ・マルチまがい	112	2	3	0	412	27.2%
その他無店舗	81	3	3	3	605	13.4%
ネガティブオプション	23	4	1	0	315	7.3%
訪問購入	7	0	0	0	500	1.4%
不明	1,148	47	34	46	18,301	6.3%

【若年者の相談事例】

<エステティックサービス>（再掲）

- 契約していた脱毛エステを予約するために店舗に連絡したが、連絡がとれず事業者が倒産したことを知った。26万円のコースを24回の分割払いのクレジットで契約していた。有償の5回のサービスのうち3回が未消化であり、一生涯脱毛サービスを受けられると聞いていた。残金を支払いたくない。（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書き方、送付の仕方をアドバイスし、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できるものであり、クレジット会社に既支払金の返還を求められるものではないことを伝えた。また、相談者に適格消費者団体による被害回復訴訟の情報を提供した。

<化粧品>（再掲）

- スマートフォンで、980円の洗顔クリームの広告を見て、購入したら定期購入だった。2回目の商品を発送するという事業者からのメールを見て、2回目は、13,156円を支払わないとならないことがわかった。使用したら肌に合わず赤くなった。病院を受診するほどではなかったが、これ以上は使いたくない。事業者に解約の電話をしたが、2回目に届いた商品を返送して、初回の商品を通常の単品価格で精算するように言われ、追加で3,300円を支払わないとならない。まだ中学生で980円以上は支払えない。（14歳）

➤ 相談対応と結果

当センターで、当該通販サイトで注文した際の最終確認画面を確認したところ、2回目以降の解約についてはお届け予定日の10日前までに電話で受け付けるという表示があった。未成年者の契約であり1万円を超える契約で取消しの主張ができる可能性もあるので、相談者から納品書を取り寄せ、未成年者取消の通知方法を助言し、相談者は取消し通知を出した。その後2回目の商品が配達されたが、当センターが事業者に連絡したところ、2回目の商品を返品すれば請求は取り下げるとの回答があった。

<内職・副業>（再掲）

- スマートフォンで副業を検索し、フリマサイトでの転売ビジネスの副業で成功している人の動画サイトにメッセージを送り問い合わせたら、副業のノウハウを教えてくれる人を紹介された。SNSで連絡をとり、SNSの電話機能での通話やチャットで説明を受けた。最初は110万円のコースを勧められたが、支払えないと断ると30万円のサポートコースを提案され承諾してクレジットカードで決済した。SNSのグループでアカウントを登録すると事業者のサポート動画を視聴できたが、以前からフリマサイトは利用をしていたので、本当にこの内容で収入が得られるのか契約金額と提供されるサービスに不信感を感じクーリング・オフしたいと思った。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

相談者から契約書を送付してもらい、内容を確認した。SNSの通話で事業者に勧誘されているため、電話勧誘販売に該当するためクーリング・オフの通知方法を助言した。事業者の電磁的書面の交付手続きは特定商取引法で定めるガイドラインの要件を満たしておらず、またクーリング・オフについての記載に関しても、電磁的記録によるクーリング・オフの通知方法についての記載がなかったため、当センターから事業者に対し指

摘するとともに、解約処理を求めた。1週間後に相談者から決済したクレジットカードにキャンセルがあがっているとの報告があった。

<インターネットゲーム>

- 未就学児の子どもがオンラインゲームで親に無断で課金していた。子どものアカウントは作っておらず、親のアカウントでゲーム機の使用を許可していた。親のアカウントはクレジットカードで決済できるように設定していたが、子どもが課金するとは思わなかった。昨夜に1時間ほどの間に数万円を課金したようで、夜中に届いたメールで気づいた。未成年者の取消しはできないか。（相談者 40 歳代、契約者 10 歳未満）

➤ 相談対応と結果

当センターで利用者である子どもに聞き取りを行い「装備をカッコよくしたかった。お金みたいな絵が出てきて4回くらい買った」等の利用状況を確認した。親のアカウントの利用を許可しており、親権者の同意があると見なされれば未成年者の取消しが認められないこともあることを説明したうえで、子どもが課金してしまった経緯とアカウント名、利用状況を当センターから事業者へ伝え未成年者の取消しを依頼した。事業者から相談者に未成年者取消しの返金に必要な書類の送付があり、相談者が内容を記入して書類を返送したところ、3ヵ月後にクレジットカードで決済した全額がキャンセル処理された。

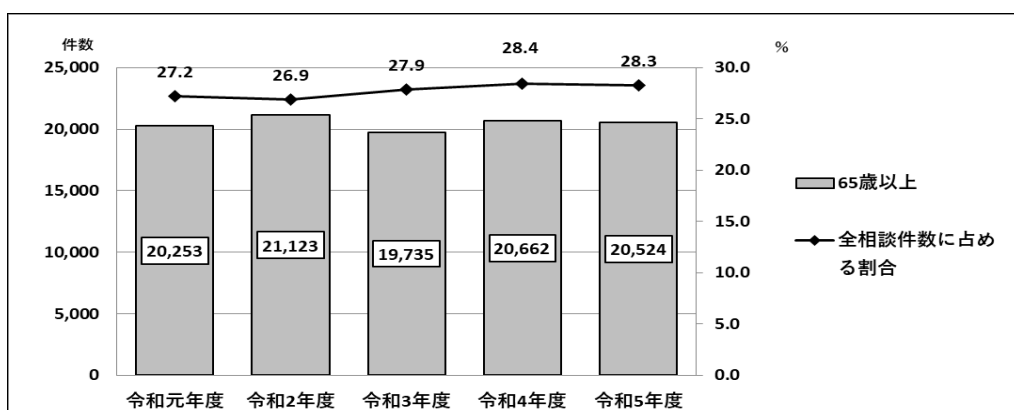
■消費者の方々へのアドバイス

- ・ 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横ばい

- ・ 65 歳以上の高齢者が契約当事者の相談件数は 20,529 件で、前年度に比べ 149 件（0.7%）減少しましたが、相談全体に占める割合は 28.3%で、横ばいとなりました。[付表 2, 13](#)
- ・ 商品・役務別で最も多い相談は「化粧品」で 1,464 件でした。相談全体に占める高齢者の割合は、「新聞」454 件（63.7%）、「工事・建築」732 件（40.7%）が高くなっています。[付表 14](#)
- ・ 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 6,905 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 64.2%、「訪問販売」が 43.2%と高くなりました。[付表 15](#)
- ・ 認知症等の高齢者の相談は 601 件（前年度 619 件）で、65 歳以上の相談全体に占める割合は 2.9%でした。なお、本人以外からの相談が 78.4%となっています。[付表 16, 17, 18](#)

付表 13 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 14 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	20,524	72,632	28.3%
1	化粧品	1,464	3,800	38.5%
2	健康食品	839	2,269	37.0%
3	移動通信サービス	777	1,966	39.5%
4	工事・建築	732	1,799	40.7%
5	新聞	454	713	63.7%
6	修理サービス	439	1,371	32.0%
7	賃貸アパート・マンション	371	3,284	11.3%
8	金融関連サービスその他	325	927	35.1%
9	インターネット接続回線	317	1,009	31.4%
10	放送	300	562	53.4%

付表 15 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
総件数	20,524	72,632	28.3%
通信販売	6,905	27,197	25.4%
店舗購入	4,136	16,908	24.5%
訪問販売	2,392	5,534	43.2%
電話勧誘販売	948	2,860	33.1%
訪問購入	321	500	64.2%
その他無店舗	204	605	33.7%
ネガティブオプション	95	315	30.2%
マルチ・マルチまがい	69	412	16.7%
不明	5,454	18,301	29.8%

＜認知症等の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 16 相談件数

	令和5年度	令和4年度
認知症等の高齢者に関する相談件数	601	619
契約者が相談者と同一	130	136
契約者が相談者と異なる	471	480
不明	0	3

付表 17 相談の多い商品・役務

1	健康食品	60
2	新聞	56
3	化粧品	42
4	工事・建築	39
5	移動通信サービス	30

付表 18 販売購入形態

訪問販売	181
通信販売	128
店舗購入	96
電話勧誘販売	49
訪問購入	26
その他無店舗	7
ネガティブオプション	3
マルチ・マルチまがい	2
不明	109

【高齢者の相談事例】

＜健康食品＞（再掲）

- スマートフォンで500円、送料無料とのネット広告を見てダイエットサプリを試しに注文した。届いた商品に同梱されていた書面を読んで、2回目以降も届く定期購入であることに気付いた。サプリを飲むと痒みが出たので、すぐに2回以降を解約するメールを事業者にした。事業者から解約する場合は初回の商品を通常価格との差額で精算するため、追加で9,980円を支払う必要があるとの返信があり、納得できない。（70歳代）

➤ 相談対応と結果

当センターで、当該通販サイトで注文した際の最終確認画面を確認したところ、定期コースを初回で解約する場合は、通常価格＋送料との差額を精算するとの記載があった。当センターから販売店に痒みが出て初回の商品も飲めないことを伝えた結果、差額の精算は不要で初回500円の支払いのみで2回目以降の解約が可能との回答があった。

＜化粧品＞（再掲）

- 育毛剤が特別価格2,200円というネット広告をスマートフォンで見て、定期購入コースで育毛剤を申し込んだ。1回で解約しようと思っていたので2回目以降の購入を解約するために事業者へ電話をしたところ、5回継続の定期購入コースなので解約できないと言われた。いつでも解約できると記載されていたので納得できない。（60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が、5回継続の定期購入コースの広告は見当たらなかったため、事業者へ相談者の契約内容について問い合わせ、相談者が注文したURLを入手した。URLを確認したところ、いつでも解約できる定期購入の申込完了後の画面に「特典があります！1年間ずっと半額になります」と5回継続のコースへの変更を誘導する表示があり、コース変更後の最終確認画面には、初回の支払い金額である2,200円は明示されていたが、5回の総支払金額がわかりにくい記載となっていた。いつでも解約できる当初のコースから5回継続コースへ変更になることがわかりにくいいため、事業者に対して、より明確な最終確認画面の記載が必要であることを伝えたところ、初回の金額である2,200円をのみで支払いで契約解除となった。

＜工事・建築＞（再掲）

- 昨日、高齢の母が、屋根を点検すると言って訪問してきた事業者へ、屋根瓦がずれていると写真を見せられ屋根工事の契約をした。併せて、床下も点検してシロアリ対策が必要と勧誘され、総額300万円の契約になった。母から解約したいと相談を受けた。2年前に屋根工事をしており、屋根瓦がずれているということは考えられない。見積書もなく、契約書面は総額記載で具体的な工事や作業の内容がわからない。工事日が明日に迫っているが、母も解約したいと言っている。（相談者60歳代、当事者90歳代）

➤ 相談対応と結果

当センターは、契約当事者の意思に基づいて至急事業者へクーリング・オフの通知をするよう助言した。相談者から通知を出したとの連絡を受けたので、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、契約解除の効果が発生していることを説明し、明日は相談者宅へ訪問しないよう伝えたところ、事業者は了解した。相談者は今後の訪問販売を希望していないことも併せて事業者へ伝えた。

＜修理サービス＞（再掲）

- 昨日、風呂蛇口から水漏れし、ネット広告で250円から修理できると表示のあった事業者へ修理を依頼した。水漏れは床下のパイプが破損していることが原因で交換が必要と動画を見せられた。最初に80万円という話だったが、最終的には143万円の工事契約書にサインしてしまった。修理後、現金一括で支払うよう言われたが手持ちのお金がなかったので10万円だけ現金で支払った。今日の午前中に残金を振り込むように言われたが、高額すぎるのでクーリング・オフをしたい。なお、受け取った契約書にはクーリング・オフの記載がある。（60歳代）

➤ 相談対応と結果

クーリング・オフの通知方法を助言した。相談者から契約書を取り寄せて確認したところ、契約書には蛇口の品番やメーカー名など詳細の記載がなかった。相談者がクーリング・オフの通知を発信したことを確認して、当センターから事業者へ連絡を取り、事業者へ10万円の返金を求めたが全く応じなかった。その後も事業者から相談者へ電話があり残金133万円の支払いを執拗に求めたため、相談者に対して万が一事業者が訪問してきた場合は警察に連絡するよう伝えた。

＜移動通信サービス＞（再掲）

- 一昨日、ケーブルテレビのテレビチューナーの交換手続きのために訪問してきた事業者スマートフォン通信契約も当該事業者にも乗り換えたら携帯料金が安くなると勧誘されてスマートフォンの乗り換えの手続きを行った。チューナーの交換については事前に承諾していたが、スマートフォンの通信契約は、突然の勧誘でもともと変更するつもりはなかった。後日、今まで契約していた携帯電話販売店に行き、相談したところ、今後はスマートフォンの使用方法について当店で相談はできなくなると言われて困っている。通話もこれまでは10分間のかけ放題だったが、今回の契約では5分間になってしまった。（80歳代）
- 相談対応と結果
初期契約解除制度の申し出期間内であったため、契約書の初期契約解除の記載事項を参考に書面にて申し出るよう助言した。

＜新聞＞（再掲）

- 先日、来月から2年間の新聞購読が始まると新聞販売店が家に挨拶に来た。契約した覚えがないことを伝えたが私のサインがあると申込書の控えを見せられた。私は長年同じ新聞を購読していて今更別の新聞に変えるつもりはない。確かによく新聞販売店の販売員が購読の勧誘に家にくるがいつも断っている。今回の契約についても全く覚えていないし、申込書の控えもない。2紙も購読することはできないので来月からの購読契約を解約したい。（80歳代）
- 相談対応と結果
当センターから新聞販売店に問い合わせたところ、10年先の日付の契約であることがわかった。契約時には既に高齢であった相談者に対して、10年先の日付の契約をさせること自体に問題があると伝えて交渉した結果、契約は無条件で解約となった。

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

※「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 6 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 6 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
令和元年度	74,507	66,506	8,001	—	—	—	—	—	—
令和2年度	78,675	70,562	8,113	5.6%	6.1%	1.4%	4,168	4,056	112
令和3年度	70,797	63,502	7,295	▲10.0%	▲10.0%	▲10.1%	▲7,878	▲7,060	▲818
令和4年度	72,865	66,155	6,710	2.9%	4.2%	▲8.0%	2,068	2,653	▲585
令和5年度	72,651	65,790	6,861	▲0.3%	▲0.6%	2.3%	▲214	▲365	151

○表2 相談者の年代別件数

相談者	令和5年度		令和4年度		増減率	増減数
	件数	構成比	件数	構成比		
20歳未満	601	0.8%	616	0.8%	▲2.4%	▲15
20歳代	6,483	8.9%	6,272	8.6%	3.4%	211
30歳代	6,804	9.4%	6,946	9.5%	▲2.0%	▲142
40歳代	9,684	13.3%	10,116	13.9%	▲4.3%	▲432
50歳代	13,397	18.4%	14,017	19.2%	▲4.4%	▲620
60歳代	10,247	14.1%	9,961	13.7%	2.9%	286
70歳代	10,171	14.0%	10,321	14.2%	▲1.5%	▲150
80歳以上	5,532	7.6%	5,221	7.2%	6.0%	311
その他(団体等)	2,513	3.5%	2,473	3.4%	1.6%	40
不 明	7,200	9.9%	6,883	9.5%	4.6%	317
計	72,632	100.0%	72,826	100.0%	▲0.3%	▲194

○表3 契約当事者の年代別件数（府内全体）

契約当事者		令和5年度				令和4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	18歳未満	1,614	825	2.2%	1.1%	1,719	866	2.4%	1.2%	▲6.1%	▲4.7%	▲105	▲41
	18歳		329		0.5%		351		0.5%		▲6.3%		▲22
	19歳		460		0.6%		502		0.7%		▲8.4%		▲42
20歳代	20～29歳	7,276		10.0%		7,033		9.7%		3.5%		243	
30歳代	30～39歳	6,438		8.9%		6,560		9.0%		▲1.9%		▲122	
40歳代	40～49歳	8,315		11.4%		8,631		11.8%		▲3.7%		▲316	
50歳代	50～59歳	10,990		15.1%		11,560		15.9%		▲4.9%		▲570	
60歳代	60～64歳	5,052		7.0%		4,787		6.6%		5.5%		265	
	65～69歳	20,529	4,028	28.3%	5.5%	20,678	4,095	28.4%	5.6%	▲0.7%	▲1.6%	▲149	▲67
70歳代	70～74歳		5,071		7.0%		5,660		7.8%		▲10.4%		▲589
	75～79歳		4,641		6.4%		4,397		6.0%		5.5%		244
80歳以上	80～84歳		4,070		5.6%		3,965		5.4%		2.6%		105
	85歳以上		2,719		3.7%		2,561		3.5%		6.2%		158
その他(団体等)		1,858		2.6%		1,724		2.4%		7.8%		134	
不 明		10,579		14.6%		10,173		14.0%		4.0%		406	
計		72,651		100.0%		72,865		100.0%		▲0.3%		▲214	

○表4 相談方法別相談件数

相談方法	令和5年度		令和4年度		増減率	増減数
	件数	構成比	件数	構成比		
来 訪	7,191	9.9%	6,835	9.4%	5.2%	356
電 話	63,271	87.1%	64,079	88.0%	▲1.3%	▲808
文書(メール相談を含む)	2,170	3.0%	1,912	2.6%	13.5%	258
計	72,632	100.0%	72,826	100.0%	▲0.3%	▲194

○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5年度		令和4年度		増減率	増減数
	件数	構成比	件数	構成比		
大阪府	8,955	12.3%	8,388	11.5%	6.8%	567
大阪市	19,834	27.3%	18,795	25.8%	5.5%	1,039
堺市	6,274	8.6%	6,540	9.0%	▲4.1%	▲266
岸和田市	1,083	1.5%	1,274	1.7%	▲15.0%	▲191
豊中市	2,988	4.1%	2,946	4.0%	1.4%	42
池田市	987	1.4%	935	1.3%	5.6%	52
吹田市	2,649	3.6%	2,771	3.8%	▲4.4%	▲122
泉大津市	403	0.6%	469	0.6%	▲14.1%	▲66
高槻市	2,953	4.1%	2,943	4.0%	0.3%	10
貝塚市	615	0.8%	625	0.9%	▲1.6%	▲10
守口市	1,089	1.5%	1,192	1.6%	▲8.6%	▲103
枚方市	2,929	4.0%	3,128	4.3%	▲6.4%	▲199
茨木市	2,360	3.2%	2,545	3.5%	▲7.3%	▲185
八尾市	1,732	2.4%	1,862	2.6%	▲7.0%	▲130
泉佐野市	945	1.3%	881	1.2%	7.3%	64
富田林市	616	0.8%	669	0.9%	▲7.9%	▲53
寝屋川市	2,175	3.0%	2,242	3.1%	▲3.0%	▲67
河内長野市	776	1.1%	790	1.1%	▲1.8%	▲14
松原市	552	0.8%	614	0.8%	▲10.1%	▲62
大東市	873	1.2%	951	1.3%	▲8.2%	▲78
和泉市	1,236	1.7%	1,416	1.9%	▲12.7%	▲180
箕面市	957	1.3%	901	1.2%	6.2%	56
柏原市	273	0.4%	246	0.3%	11.0%	27
羽曳野市	388	0.5%	457	0.6%	▲15.1%	▲69
門真市	1,306	1.8%	1,450	2.0%	▲9.9%	▲144
摂津市	591	0.8%	615	0.8%	▲3.9%	▲24
高石市	518	0.7%	501	0.7%	3.4%	17
藤井寺市	533	0.7%	535	0.7%	▲0.4%	▲2
東大阪市	3,741	5.1%	3,723	5.1%	0.5%	18
泉南市	320	0.4%	339	0.5%	▲5.6%	▲19
四條畷市	382	0.5%	334	0.5%	14.4%	48
交野市	586	0.8%	652	0.9%	▲10.1%	▲66
大阪狭山市	434	0.6%	462	0.6%	▲6.1%	▲28
阪南市	154	0.2%	176	0.2%	▲12.5%	▲22
島本町	196	0.3%	198	0.3%	▲1.0%	▲2
豊能町	0	0.0%	15	0.0%	▲100.0%	▲15
能勢町	0	0.0%	0	0.0%	－	0
忠岡町	52	0.1%	46	0.1%	13.0%	6
熊取町	177	0.2%	200	0.3%	▲11.5%	▲23
田尻町	18	0.0%	35	0.0%	▲48.6%	▲17
岬町	1	0.0%	4	0.0%	▲75.0%	▲3
計	72,651	100%	72,865	100%	▲0.3%	▲214

※富田林市（616件）には、太子町（47件）、河南町（62件）、千早赤阪村（25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5年度		令和4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	9,664	3,200	10,312	3,223	▲6.3%	▲0.7%	▲648	▲23
1万円以上～5万円未満	9,171	2,420	9,801	2,578	▲6.4%	▲6.1%	▲630	▲158
5万円以上～10万円未満	3,052	739	2,688	660	13.5%	12.0%	364	79
10万円以上～50万円未満	7,125	1,579	6,972	1,608	2.2%	▲1.8%	153	▲29
50万円以上～100万円未満	2,092	408	1,829	390	14.4%	4.6%	263	18
100万円以上～500万円未満	2,419	539	2,149	533	12.6%	1.1%	270	6
500万円以上～1千万円未満	344	100	292	91	17.8%	9.9%	52	9
1千万円以上～5千万円未満	375	101	321	99	16.8%	2.0%	54	2
5千万円以上～1億円未満	49	16	27	8	81.5%	100.0%	22	8
1億円以上	14	11	5	2	180.0%	450.0%	9	9
不 明	38,327	11,411	38,430	11,470	▲0.3%	▲0.5%	▲103	▲59
平均金額 (円)	701,519	753,618	577,499	587,723	21.5%	28.2%	124,020	165,895

※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5年度	令和4年度	増減率	増減数
安全・衛生	2,435	2,225	9.4%	210
品質・機能	8,969	8,541	5.0%	428
法規・基準	1,786	1,802	▲0.9%	▲16
価格・料金	11,893	12,000	▲0.9%	▲107
計量・量目	73	81	▲9.9%	▲8
表示・広告	6,086	7,268	▲16.3%	▲1,182
販売方法	33,624	34,485	▲2.5%	▲861
契約・解約	52,484	54,084	▲3.0%	▲1,600
接客対応	12,112	12,812	▲5.5%	▲700
包装・容器	45	51	▲11.8%	▲6
施設・設備	95	105	▲9.5%	▲10
買物相談	286	260	10.0%	26
生活知識	311	293	6.1%	18
その他	2,028	1,772	14.4%	256

※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5年度	令和4年度	増減率	増減数
商品一般	7,256	6,542	10.9%	714
食料品	4,393	4,275	2.8%	118
住居品	3,247	3,398	▲4.4%	▲151
光熱水品	1,183	1,418	▲16.6%	▲235
被服品	3,974	4,296	▲7.5%	▲322
保健衛生品	5,398	7,675	▲29.7%	▲2,277
教養娯楽品	5,843	5,965	▲2.0%	▲122
車両・乗り物	1,664	1,461	13.9%	203
土地・建物・設備	1,765	1,874	▲5.8%	▲109
他の商品	108	73	47.9%	35
商品計	34,831	36,977	▲5.8%	▲2,146
クリーニング	179	185	▲3.2%	▲6
レンタル・リース・賃貸	4,248	3,778	12.4%	470
工事・建築・加工	1,851	1,848	0.2%	3
修理・補修	1,426	1,245	14.5%	181
管理・保管	251	219	14.6%	32
役務一般	432	477	▲9.4%	▲45
金融・保険サービス	4,629	3,942	17.4%	687
運輸・通信サービス	5,109	5,052	1.1%	57
教育サービス	243	222	9.5%	21
教養・娯楽サービス	5,868	6,131	▲4.3%	▲263
保健・福祉サービス	4,913	4,960	▲0.9%	▲47
他の役務	4,714	4,181	12.7%	533
内職・副業・ねずみ講	1,162	829	40.2%	333
他の行政サービス	620	643	▲3.6%	▲23
役務計	35,645	33,712	5.7%	1,933
他の相談	2,156	2,137	0.9%	19
計	72,632	72,826	▲0.3%	▲194

○表 9 相談の多い商品・役務【上位20位】

順位	商品・役務	令和5年度	令和4年度	増減率	増減数
1	化粧品	3,800	6,229	▲39.0%	▲ 2,429
2	賃貸アパート・マンション	3,284	2,861	14.8%	423
3	健康食品	2,269	2,247	1.0%	22
4	移动通信サービス	1,966	1,742	12.9%	224
5	工事・建築	1,799	1,781	1.0%	18
6	エステティックサービス	1,622	1,973	▲17.8%	▲ 351
7	紳士・婦人洋服	1,495	1,470	1.7%	25
8	修理サービス	1,371	1,184	15.8%	187
9	内職・副業	1,086	770	41.0%	316
10	自動車(自動二輪を含む)	1,081	942	14.8%	139
11	医療サービス (うち美容医療)	1,037 (548)	723 (281)	43.4% (95.0%)	314 (267)
12	インターネット接続回線	1,009	1,128	▲10.5%	▲ 119
13	金融関連サービスその他	927	857	8.2%	70
14	電気	886	1,072	▲17.4%	▲ 186
15	フリーローン・サラ金	838	784	6.9%	54
16	携帯電話	716	733	▲2.3%	▲ 17
17	新聞	713	514	38.7%	199
18	娯楽等情報配信サービス	642	617	4.1%	25
19	行政サービス	620	643	▲3.6%	▲ 23
20	インターネットゲーム	579	520	11.3%	59
その他		44,892	44,036	1.9%	856
総相談件数		72,632	72,826	▲0.3%	▲ 194

○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	18歳未満	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		825	329	460	7,271	6,438	8,311	10,985	5,052	4,025	5,071	4,640	4,069	2,719
商品・役務	1	インターネットゲーム	エステティックサービス	エステティックサービス	エステティックサービス	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	化粧品	工事・建築
		336	23	52	959	684	471	821	456	376	424	340	230	139
	2	化粧品	内職・副業	内職・副業	賃貸7パート・マンション	エステティックサービス	化粧品	健康食品	健康食品	健康食品	移动通信サービス	移动通信サービス	健康食品	健康食品
		68	22	42	575	304	426	462	237	165	212	181	181	126
	3	健康食品	化粧品	化粧品	内職・副業	内職・副業	紳士・婦人洋服	賃貸7パート・マンション	紳士・婦人洋服	工事・建築	健康食品	健康食品	工事・建築	新聞
		50	21	21	464	167	257	427	153	127	199	168	154	114
	4	娯楽等情報配信サービス	出会い系サイト・アプリ	娯楽等情報配信サービス	医療サービス	医療サービス	健康食品	紳士・婦人洋服	移动通信サービス	移动通信サービス	工事・建築	工事・建築	移动通信サービス	移动通信サービス
		30	17	18	215	166	252	326	142	121	147	165	152	111
	5	紳士・婦人洋服	紳士・婦人洋服	賃貸7パート・マンション	修理サービス	移动通信サービス	移动通信サービス	移动通信サービス	工事・建築	紳士・婦人洋服	修理サービス	賃貸7パート・マンション	新聞	化粧品
		21	16	18	149	155	200	281	141	105	99	95	117	94
			携帯電話											
			16											

○表 11 相談の多い販売方法・手口【上位 10 位】

順位	商品・役務	令和5年度	令和4年度	増減率	増減数
1	インターネット通販	20,396	22,475	▲9.3%	▲ 2,079
2	S N S	5,599	4,929	13.6%	670
3	定期購入	5,573	7,697	▲27.6%	▲ 2,124
4	家庭訪販	3,749	3,749	0.0%	0
5	電話勧誘販売	2,860	2,473	15.6%	387
6	代引配達	1,780	1,712	4.0%	68
7	ショートメッセージ	1,520	2,322	▲34.5%	▲ 802
8	身分詐称(かたり商法)	1,418	1,378	2.9%	40
9	サイドビジネス商法	1,146	876	30.8%	270
10	架空請求	1,106	1,156	▲4.3%	▲ 50

※「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	18歳未満	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		825	329	460	7,271	6,438	8,311	10,985	5,052	4,025	5,071	4,640	4,069	2,719
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	家庭訪販	家庭訪販
		585	145	163	1,943	2,015	3,166	4,200	1,889	1,414	1,360	872	483	438
	2	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	インターネット通販	インターネット通販
		117	72	105	1,039	638	853	1,222	697	557	631	444	482	192
	3	SNS	定期購入	サイドビジネス商法	サイドビジネス商法	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	定期購入
		83	30	34	480	254	634	1,213	504	302	315	371	334	172
	4	ワンクリック請求	サイドビジネス商法	定期購入	電話勧誘販売	定期購入	家庭訪販	家庭訪販	家庭訪販	家庭訪販	SNS	電話勧誘販売	電話勧誘販売	電話勧誘販売
		18	24	31	427	241	269	418	210	213	245	244	198	142
	5	ショートメッセージ	家庭訪販	家庭訪販	家庭訪販	家庭訪販	電話勧誘販売	代引配達	代引配達	電話勧誘販売	電話勧誘販売	身分詐称(かたり商法)	テレビショッピング	テレビショッピング
		17	20	23	352	219	244	384	195	156	208	210	175	113

※「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5年度	令和4年度	増減率	増減数
化粧品	2,955	5,262	▲43.8%	▲2,307
健康食品	1,546	1,497	3.3%	49
紳士・婦人洋服	1,179	1,137	3.7%	42
インターネットゲーム	453	399	13.5%	54
娯楽等情報配信サービス	392	361	8.6%	31
その他	13,871	13,819	0.4%	52
計	20,396	22,475	▲9.3%	▲2,079

○表 14 販売購入形態別相談件数

販売購入形態	令和5年度	令和4年度	増減率	増減数	
店舗購入	16,908	16,946	▲0.2%	▲38	
訪問販売	5,534	5,374	3.0%	160	⇒表15・16
通信販売	27,197	29,250	▲7.0%	▲2,053	⇒表21
マルチ・マルチまがい	412	495	▲16.8%	▲83	⇒表22
電話勧誘販売	2,860	2,473	15.6%	387	⇒表23
ネガティブ・オプション	315	375	▲16.0%	▲60	⇒表24
訪問購入	500	450	11.1%	50	⇒表25
その他無店舗販売	605	479	26.3%	126	
不明・無関係	18,301	16,984	7.8%	1,317	
計	72,632	72,826	▲0.3%	▲194	

○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5年度	令和4年度	増減率	増減数	
家庭訪問販売	3,472	3,423	1.4%	49	⇒表17
アポイントメントセールス	163	158	3.2%	5	⇒表18
キャッチセールス	58	50	16.0%	8	⇒表19
S F 商法	38	30	26.7%	8	⇒表20
その他	1,803	1,713	5.3%	90	
計	5,534	5,374	3.0%	160	

○表 16 訪問販売で相談の多い商品・役務

商品・役務	令和5年度	令和4年度	増減率	増減数
工事・建築	823	729	12.9%	94
修理サービス	677	597	13.4%	80
新聞	586	423	38.5%	163
インターネット接続回線	222	209	6.2%	13
放送	199	233	▲14.6%	▲34

○表 17 家庭訪問販売で相談の多い商品・役務

商品・役務	令和5年度	令和4年度	増減率	増減数
工事・建築	616	510	20.8%	106
新聞	461	339	36.0%	122
修理サービス	447	406	10.1%	41
インターネット接続回線	178	157	13.4%	21
放送	124	145	▲14.5%	▲21

○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5年度	令和4年度	増減率	増減数
内職・副業	30	20	50.0%	10
スポーツ・健康教室	22	14	57.1%	8
和服	12	15	▲20.0%	▲3
金融コンサルティング	8	5	60.0%	3
アクセサリ	7	16	▲56.3%	▲9

○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5年度	令和4年度	増減率	増減数
飲料	7	11	▲36.4%	▲4
エステティックサービス	6	4	50.0%	2
冷凍冷蔵機器(ウォーターサーバー)	6	5	20.0%	1
移動通信サービス	6	4	50.0%	2
浄水器	4	5	▲20.0%	▲1

○表 20 SF商法で相談の多い商品・役務

商品・役務	令和5年度	令和4年度	増減率	増減数
健康食品	19	9	111.1%	10
ふとん類	4	5	▲20.0%	▲1
健康器具	3	2	50.0%	1
家庭用電気治療器具	2	1	100.0%	1
磁気マットレス・磁気用品	2	2	0.0%	0
保健衛生用品(イオン生成器)	2	0	-	2

○表 21 通信販売で相談の多い商品・役務

商品・役務	令和5年度	令和4年度	増減率	増減数
化粧品	3,431	5,898	▲41.8%	▲2,467
健康食品	1,884	1,880	0.2%	4
紳士・婦人洋服	1,261	1,236	2.0%	25
内職・副業	585	428	36.7%	157
インターネットゲーム	570	498	14.5%	72

○表 22 マルチ商法で相談の多い商品・役務

商品・役務	令和5年度	令和4年度	増減率	増減数
健康食品	54	48	12.5%	6
化粧品	41	50	▲18.0%	▲9
内職・副業	35	49	▲28.6%	▲14
ファンド型投資商品	32	45	▲28.9%	▲13
複合サービス会員	29	37	▲21.6%	▲8

○表 23 電話勧誘販売で相談の多い商品・役務

商品・役務	令和5年度	令和4年度	増減率	増減数
内職・副業	281	177	58.8%	104
インターネット接続回線	188	230	▲18.3%	▲42
魚介類	152	267	▲43.1%	▲115
電気	145	133	9.0%	12
健康食品	102	100	2.0%	2

○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5年度	令和4年度	増減率	増減数
化粧品	22	19	15.8%	3
健康食品	19	18	5.6%	1
紳士・婦人洋服	14	14	0.0%	0
かばん	10	9	11.1%	1
アクセサリ	7	38	▲81.6%	▲31
魚介類	7	5	40.0%	2

○表 25 訪問購入で相談の多い商品・役務

商品・役務	令和5年度	令和4年度	増減率	増減数
アクセサリ	98	89	10.1%	9
自動車	25	23	8.7%	2
和服	36	36	0.0%	0
紳士・婦人洋服	25	18	38.9%	7
貴金属	19	14	35.7%	5

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5年度	令和4年度	増減率	増減数
化粧品	232	356	▲34.8%	▲124
医療サービス (うち美容医療)	120 (90)	88 (67)	36.4% (34.3%)	32 (23)
健康食品	91	88	3.4%	3
エステティックサービス	43	41	4.9%	2
歯科治療 (うち美容医療)	34 (4)	30 (5)	13.3% (▲20.0%)	4 (▲1)
美容院(パーマ)	33	37	▲10.8%	▲4
外食	30	25	20.0%	5
整体	26	25	4.0%	1
調理食品	21	13	61.5%	8
医薬品類	19	13	46.2%	6
その他	323	334	▲3.3%	▲11
計	972	1,050	▲7.4%	▲78

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5年度	令和4年度	増減率	増減数
自動車(自動二輪を含む)	25	20	25.0%	5
調理食品	14	8	75.0%	6
自転車・用品	13	4	225.0%	9
菓子類	7	5	40.0%	2
健康食品	6	0	－	6
パソコン周辺機器・用品	5	1	400.0%	4
ヘアケア用具	5	7	▲28.6%	▲2
電子レンジ類	5	7	▲28.6%	▲2
室内照明器具	4	6	▲33.3%	▲2
その他	111	124	▲10.5%	▲13
計	195	182	7.1%	13