

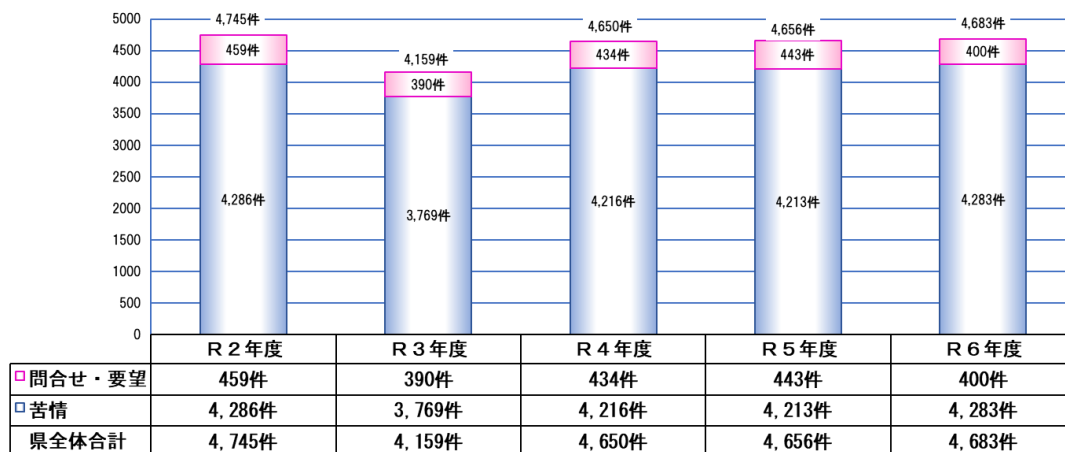
令和6年度 県消費生活相談の概要

1. 相談件数

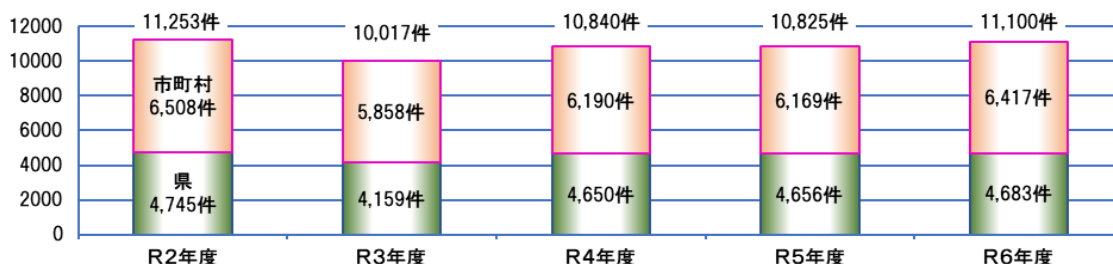
令和6年度に県が受け付けた消費生活相談の件数は4,683件(奈良県消費生活センター3,387件、同中南和相談所1,296件)でした。

相談種別の内訳としては、4,683件の全相談のうち、苦情の件数が4,283件で、問合せ・要望件数が400件となっています。(図1)

図1 相談件数の年度推移



参考 県内消費生活相談窓口における年度別相談件数



2. 契約当事者年代別相談件数の傾向

年代別では、70歳以上が25.4%と最も高くなっています。前年度に比べ、60歳代(+2.6%)、70歳以上(+2.4%)が共に高くなっており、全体的に「化粧品」や「健康食品」に関する相談が増加しています。(表1)

また、30歳代(+1.7%)も増加しており、「融資サービス」(ローンやサラ金)に関する相談が増えています。

表1 契約当事者年代別相談件数の年度推移

	R2年度		R3年度		R4年度		R5年度		R6年度	
	件数(件)	割合(%)	件数(件)	割合(%)	件数(件)	割合(%)	件数(件)	割合(%)	件数(件)	割合(%)
20歳未満	116	2.4	94	2.3	106	2.3	86	1.8	90	1.9
20歳代	308	6.5	271	6.5	278	6.0	270	5.8	275	5.9
30歳代	355	7.5	292	7.0	281	6.0	256	5.5	337	7.2
40歳代	574	12.1	408	9.8	461	9.9	425	9.1	411	8.8
50歳代	707	14.9	582	14.0	631	13.6	706	15.2	638	13.6
60歳代	713	15.0	585	14.1	693	14.9	655	14.1	783	16.7
70歳以上	1,077	22.7	927	22.3	988	21.2	1,073	23.0	1,191	25.4
不明・その他	895	18.9	1,000	24.0	1,212	26.1	1,185	25.5	958	20.5
全件数	4,745	-	4,159	-	4,650	-	4,656	-	4,683	-

3. 商品・役務分類別件数

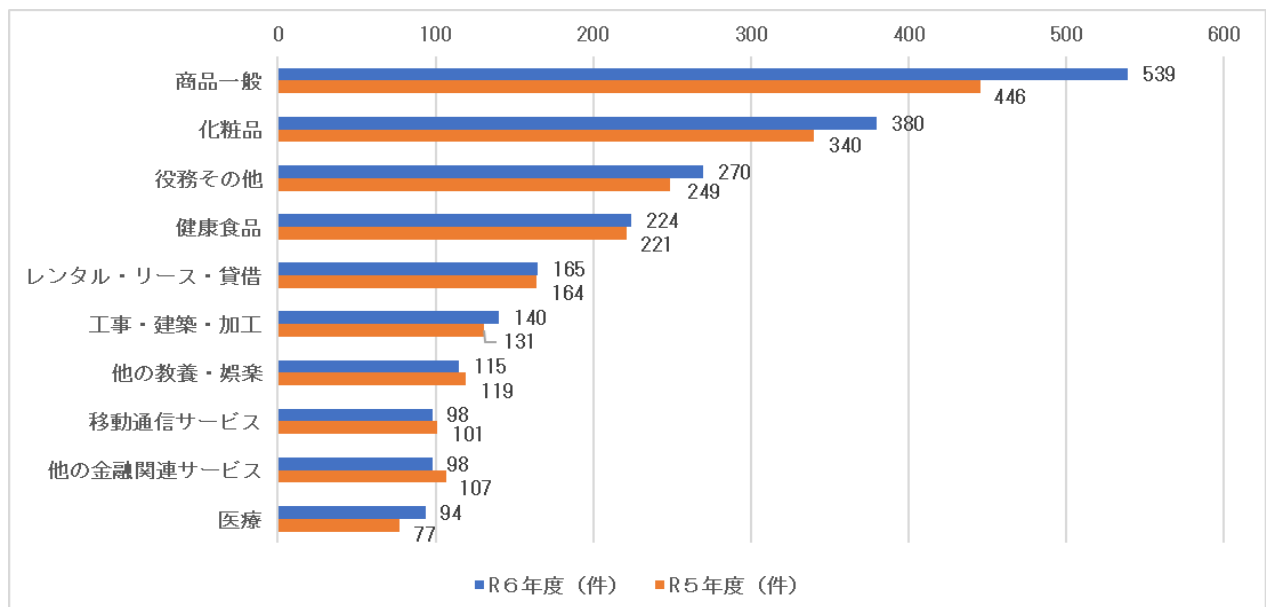
商品・役務等別の相談件数をみると、「商品一般」が1位で、「自分宛てに身に覚えのない荷物が届いた」という相談や、通販サイトなどをかたった迷惑メール、覚えのない未納料金を請求する不審な電話に関する相談が多く寄せられています。2位の「化粧品」、4位の「健康食品」では、SNSやインターネット上の広告をきっかけとした定期購入契約に関する相談が目立ちます。3位の「役務その他」では、サポート詐欺の相談やインターネット検索で見つけたロードサービスや住宅で突然発生するトラブルに関する相談などが多くみられます。5位の「レンタル・リース・賃借」では、賃貸アパート・マンション退去時の原状回復トラブルについての相談が多く寄せられています。特に増加した10位の「医療」については、美容医療等に関する相談が前年度に比べて増加しています。

また、契約当事者年齢が30歳未満の若年者では、インターネットゲームやアダルト情報などの「娯楽等情報配信サービス」に関する相談が多く寄せられています。(表2)

※ 商品一般：架空請求に関する相談、不審な電話・メールの相談、商品券・プリペイドカード等の取り扱いに関する相談など

表2 商品・役務分類別件数（上位15位）

順位	商品・役務名	R6年度（件）	R5年度（件）	前年比（%）
1	商品一般	539	446	118.6
2	化粧品	380	340	110.9
3	役務その他	270	249	107.2
4	健康食品	224	221	100.0
5	レンタル・リース・賃借	165	164	97.0
6	工事・建築・加工	140	131	106.1
7	他の教養・娯楽	115	119	93.3
8	移動通信サービス	98	101	97.0
9	他の金融関連サービス	98	107	90.7
10	医療	94	77	120.8
11	インターネット通信サービス	91	84	107.1
12	修理・補修	85	100	83.0
13	娯楽等情報配信サービス	81	93	87.1
14	書籍・印刷物	77	104	73.1
15	自動車	76	123	61.8



4. 販売購入形態別の傾向

販売購入形態別では、「通信販売」の割合が最も多く、令和6年度に占める割合は39.2%となっています。

「通信販売」の商品別では、「化粧品」「健康食品」が多く、「インターネット通販」によるものが大半を占めています。

また、「訪問販売」では「新聞契約」や「暮らしのレスキューサービス」に関する相談が多く寄せられています。
(表3)

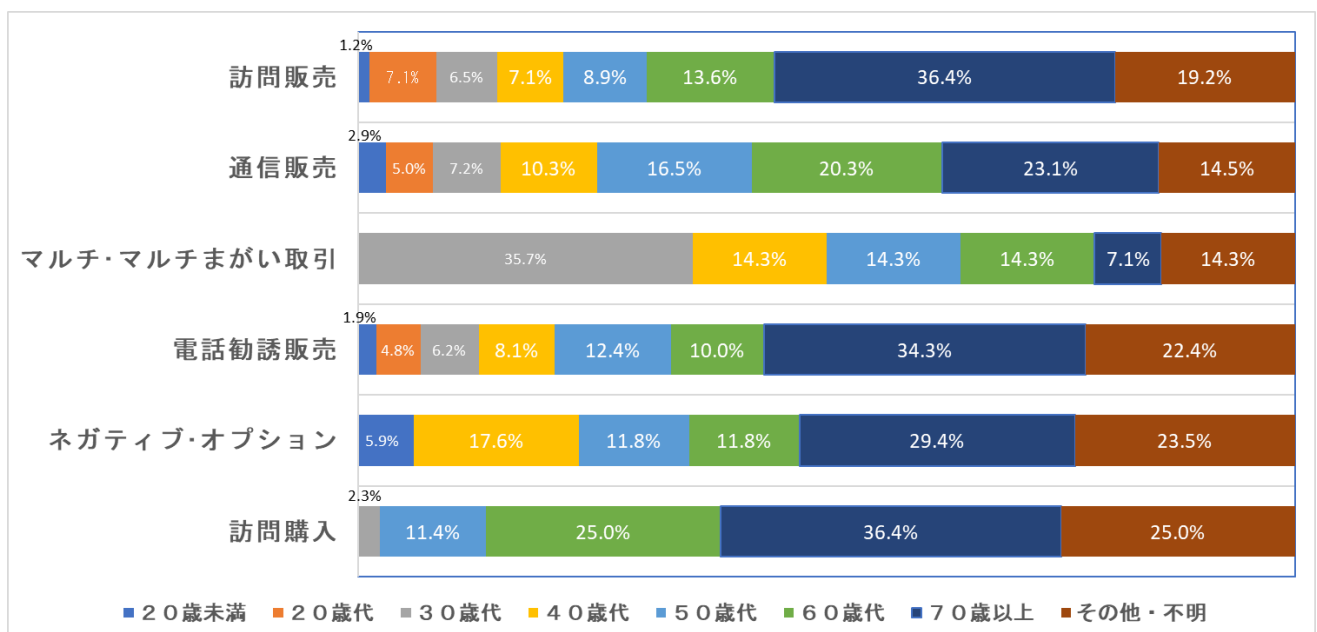
契約当事者を年代別でみると、「訪問販売」「訪問購入」「電話勧誘販売」「ネガティブオプション」「通信販売」で70歳以上の割合が高く、「訪問販売」「訪問購入」では36.4%を占めています。「マルチ取引」では30歳代の割合が最も高く、35.7%を占めています。(図2)

表3 販売購入形態別件数

(件)

	R2年度		R3年度		R4年度		R5年度		R6年度	
	件数(件)	割合(%)	件数(件)	割合(%)	件数(件)	割合(%)	件数(件)	割合(%)	件数(件)	割合(%)
店舗販売	944	19.9	774	18.6	848	18.2	749	16.1	770	16.4
無店舗販売	2,563	54.0	2,265	54.5	2,495	53.7	2,536	54.5	2,474	52.8
訪問販売	287	6.0	344	8.3	288	6.2	305	6.6	338	7.2
通信販売	1,983	41.8	1,615	38.8	1,926	41.4	1,957	42.0	1,836	39.2
マルチ・マルチまがい	38	0.8	39	0.9	40	0.9	30	0.6	14	0.3
電話勧誘販売	191	4.0	200	4.8	184	4.0	182	3.9	210	4.5
ネガティブオプション	25	0.5	20	0.5	9	0.2	12	0.3	17	0.4
訪問購入	27	0.6	30	0.7	33	0.7	39	0.8	44	0.9
その他の無店舗	12	0.3	17	0.4	15	0.3	11	0.2	15	0.3
不明・無関係	1238	26.1	1120	26.9	1307	28.1	1371	29.4	1439	30.7
合計	4,745	-	4,159	-	4,650	-	4,656	-	4,683	-

図2 主な販売購入形態別に応じた契約当事者の年代別割合



5. 内容別相談件数

内容別では、「電子広告」「定期購入」「後払い決済」「個人情報」が増加しています。「電子広告」は、いわゆるインターネット広告のことで、相談内容では、「インターネットで水道工事 2,000 円～という広告を見て依頼したが、当日実際には 10 万円を請求された。」といった相談が増加しています。「定期購入」では、「お試しのつもりが、知らない間に定期購入の契約になっていたので解約したい。」といった相談が増加しています。「後払い決済」が増加しているのは、ネット通販の定期購入契約の支払い手段として、多く利用されていることが要因と考えられます。

また、「個人情報」に関する相談が増加しているのは、不審な電話がかかってきたり、フィッシングが疑われるメールが届いたという相談が多く寄せられたことによると考えられます。(表 4)

表 4 内容キーワード別相談件数 (上位 15 位)

順位	内容キーワード	R6年度 (件)	R5年度 (件)	前年度比 (%)
1	インターネット通販	1,424	1,463	97.3%
2	解約	1,221	1,226	99.6%
3	電子広告	791	664	119.1%
4	契約書・書面	760	708	107.3%
5	返金	607	669	90.7%
6	高価格・料金	593	523	113.4%
7	定期購入	564	472	119.5%
8	連絡不能	512	492	104.1%
9	返品	493	459	107.4%
10	クレジットカード	470	424	110.8%
11	後払い決済	446	290	153.8%
12	詐欺	412	380	108.4%
13	S N S	406	404	100.5%
14	個人情報	385	295	130.5%
15	アフターサービス	312	307	101.6%

6. 消費生活相談のトピックス

(1) 「定期購入」に関する相談

定期購入に関する相談は、年々増加しており、令和6年度も564件の相談が寄せられています。(図3)

内容では、「初回の格安な価格だけに目を奪われて、契約条件をよく確認せずに1回だけの注文と思い込んで、申し込みをしてしまっている」といったケースが多くを占めています。他にも「契約条件をチェックし、定期購入ではない契約であることを確認したうえで、申込み画面に入力をした際に、突然『お得なクーポン』との表示が出て、それを使用して申し込みをしたところ、別の画面に移行し、気づかないまま、継続購入が条件の契約に変わってしまっていた」といった「アップセル」と呼ばれる手口の相談も増えています。更に、「申込み画面に入力途中で一旦保留にしていたら、相手業者から電話やメールで勧誘され契約してしまった。」というケースもあります。

年代別では60歳以上が占める割合が多く全体の60.8%を占めています。(図4) 多くの高齢者がスマホを利用するようになり、70歳代、80歳代のネット通販利用者も増加しています。しかし、若い年代に比べてスマホの扱いに不慣れであるため、操作を間違えたり、ネット通販の経験も少ないため、確認すべきポイントを見落としているケースが多く見受けられます。更に、トラブルに遭っても直ぐに対処せず、自分なりの判断で放置してしまう傾向があり、トラブルに気付かなかつたケースが散見され、早期に消費者センターに繋いでもらえる見守りシステムの構築が望まれます。

図3 定期購入に関する相談件数の推移

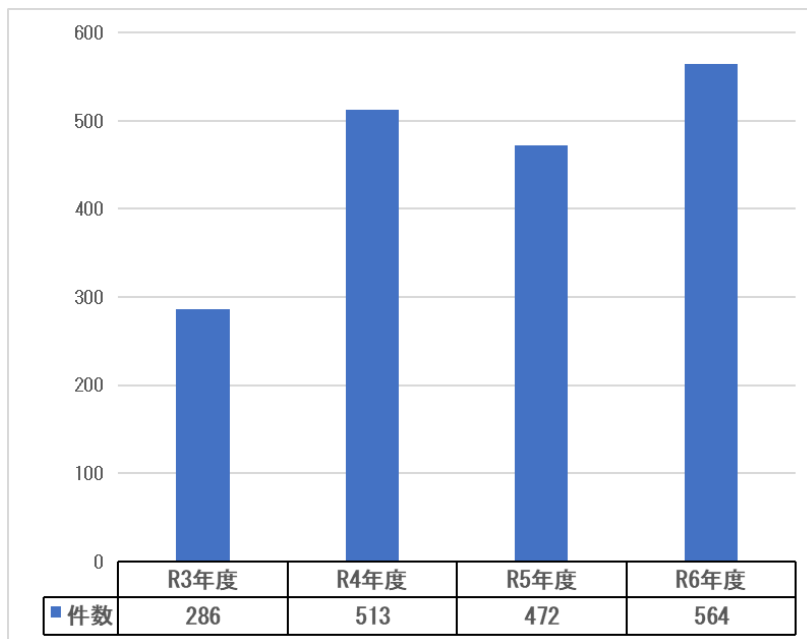
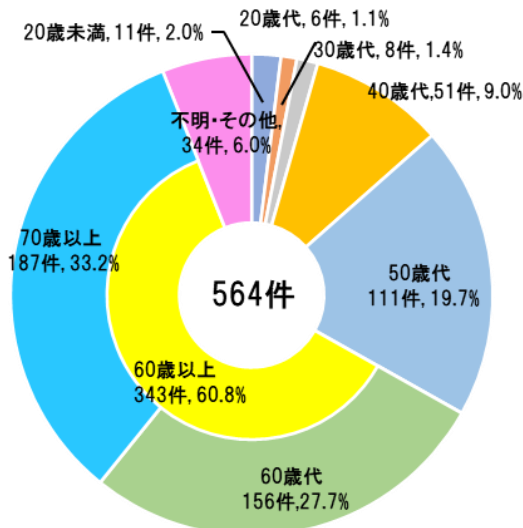


図4 定期購入に関する契約者の年代別内訳



(2) 「投資詐欺」の相談について

投資詐欺に関する相談では、「SNSの投資グループ内で誘われてFX取引を始めた。出金できず、さらに入金するように言われた。」といった投資話をきっかけにした、消費者トラブルが年齢を問わず依然として多く寄せられています。R6年度においては昨年度より減少しましたが74件の相談があり、歯止めがかかっていない状況です。

また、投資詐欺の内、「出会い系サイトやマッチングアプリで出会い、恋愛感情を持った相手から将来のため」と言われ、実態のわからない投資等の海外サイトを紹介され投資したが、出金できなくなった。」といった、いわゆるロマンス詐欺の相談も多数寄せられています。(図5、6)

投資詐欺の特徴は、年齢に関係なく、1件の被害額が大きいことが上げられます。

図5 投資詐欺に関する相談件数の推移

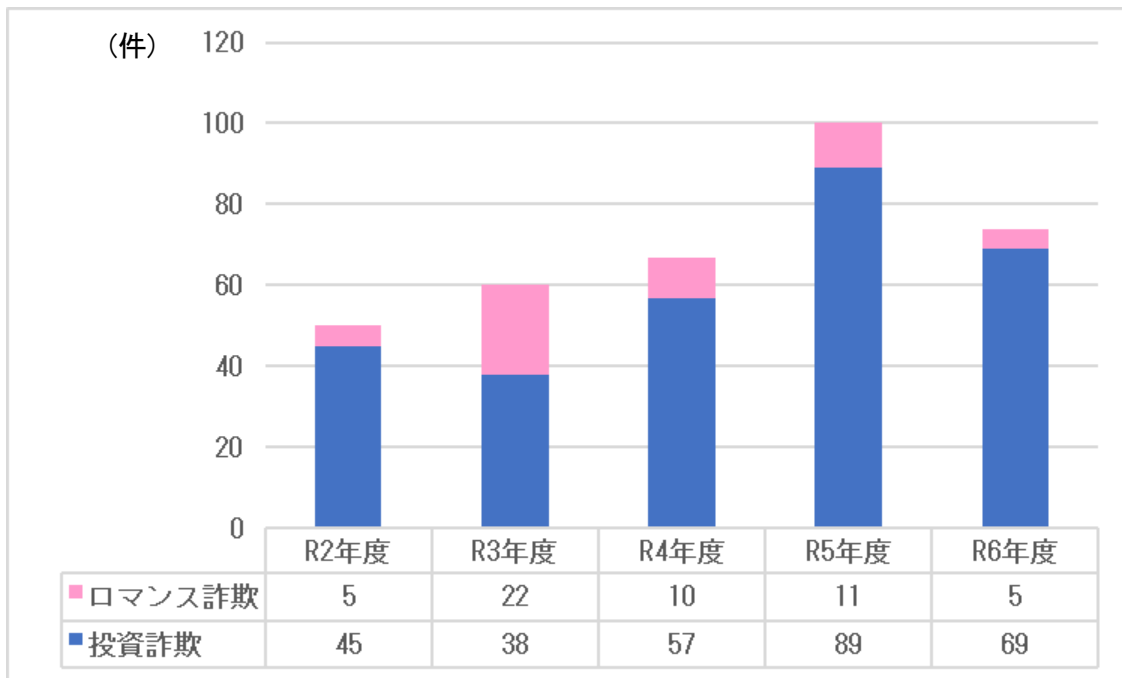
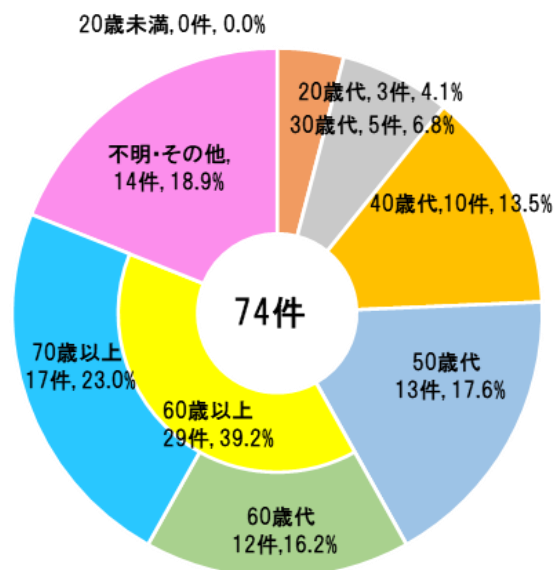


図6 投資詐欺関連の契約者の年代別内訳



(3) 「暮らしのレスキューサービス」の相談について

トイレの詰まりや水漏れ、鍵の紛失、害虫の発生など暮らしのトラブルが起きたときに、ネット検索で「2000円～」「見積り無料」「24時間対応」などと書かれたサイトやポスティングされたマグネット式広告を見て、来てもらったところ、高額な料金を請求されたといった、いわゆる「暮らしのレスキューサービス」に関する相談が92件寄せられています。令和3年度から5年度にかけては減少していましたが、再び増加に転じました。(図7)

商品・役務別では「修理サービス」が59件で最も多く、「駆除サービス」が23件、「解錠サービス」が9件となっています(表5)

図7 「暮らしのレスキューサービス」に関する相談件数の推移

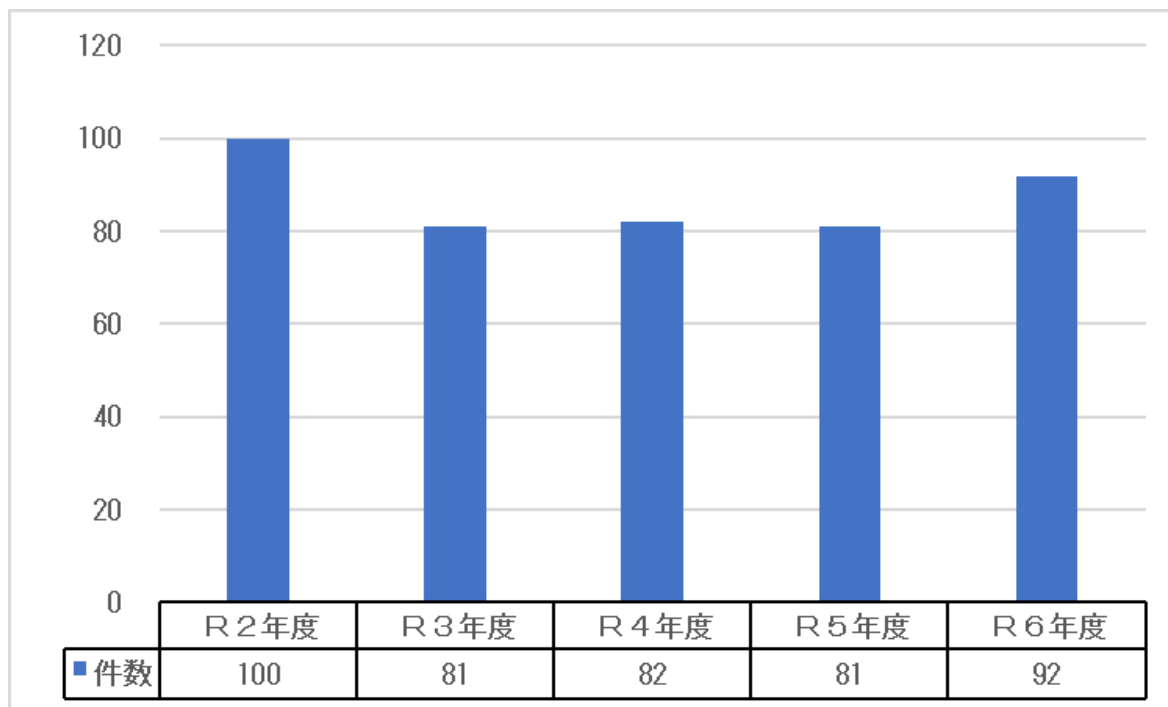


表5 「暮らしのレスキューサービス」の商品・役務別内訳

修理サービス	駆除サービス	解錠サービス	防災・防犯用品
59	23	9	1

7. 「あっせん」について

相談員の助言だけでは解決しない相談案件において、更にセンターの介入が必要なものについては、相談員が消費者の方と事業者との間に入って、解約や返金等を求める「あっせん」を行っています。

例えば、訪問販売により高額な契約をしてしまった場合に、クーリング・オフ期間を過ぎていても、事業者が虚偽の説明をして勧誘していた場合や、通常必要とする分量を超えた過量の商品を販売している場合等は、特定商取引法 や消費者契約法により、事業者に対して契約の取消しを求めることができます。また、事業者が訪問販売であることを認めず、クーリング・オフに応じない場合や、解約・返金を拒否するケースも少なくありません。

このような場合は、センターでは事業者の勧誘方法や契約が法的に問題がないかを分析し対応を求めることもあります。

令和6年度は、県消費生活センターでは「あっせん」を 653 件実施し、うち 609 件をあっせん解決しました。「あっせん」による返金や支払の免除額は約7千万円にものぼり、1件あたりの平均被害回復金額は約13万円です。令和5年度に比べて、あっせん件数及び解決件数が大幅に増加しているのは、「詐欺的定期購入商法」の案件が数多く寄せられたことが大きく、一方、被害金額が比較的少額であるため、被害回復金額は減少しています。

表7 あっせん件数と被害回復金額

	R2年度	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度
相談件数	4,745	4,159	4,650	4,656	4,683
あっせん件数	290	285	494	524	653
解決件数	268	260	443	485	609
不調件数	22	25	51	39	44
被害回復金額（円）	78,385,946	57,487,638	78,467,359	116,159,459	72,676,033
平均被害回復金額（円）	274,076	186,044	160,464	235,140	132,138