令和７年度　県消費生活相談の概要

奈良県県民くらし相談センター　消費生活相談課

はじめに

本資料は、奈良県消費生活センター※の相談窓口が令和７年度に受け付けた消費生活相談のデータをもとに、県内の消費者トラブルの実態や特徴をまとめたものです。

近年、私たちの暮らしは大きく変化しています。インターネット通販やスマートフォンを利用したサービスが急速に広がる一方で、高齢者をねらった電話・訪問による勧誘、投資や副業をうたうもうけ話など、身近なところにさまざまな危険が潜んでいます。

令和７年度の相談件数は過去数年と比べて大きく増加し、消費生活をめぐる環境が、より複雑で分かりにくくなっていることがうかがえます。

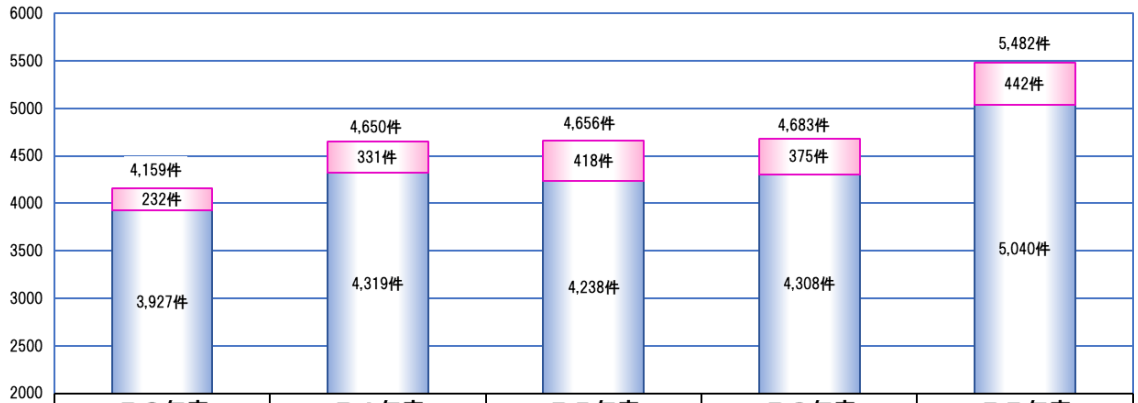
１　相談件数

令和７年度の相談件数は 5,482 件（奈良 3.934 件、中南和 1,548 件）で、前年同期の 4,683 件から 799 件増加しました。令和３年度以降の推移を見ると、令和３年度の 4,159 件から令和６年度まではおおむね横ばいから微増で推移していましたが、令和７年度は前年比で約 17.1%増と、直近５年の中でも増加幅が大きい年度となりました。

相談件数の増加は、インターネット通販、電子広告、SNS をきっかけとする相談の増加に加え、解約・返金・連絡不能に関する相談が重なったことが背景にあると考えられます。

また、相談方法別では、電話による相談が 5,040 件、訪問等での相談が 442 件で、電話相談が全体の 91.9%を占めています。（図１）

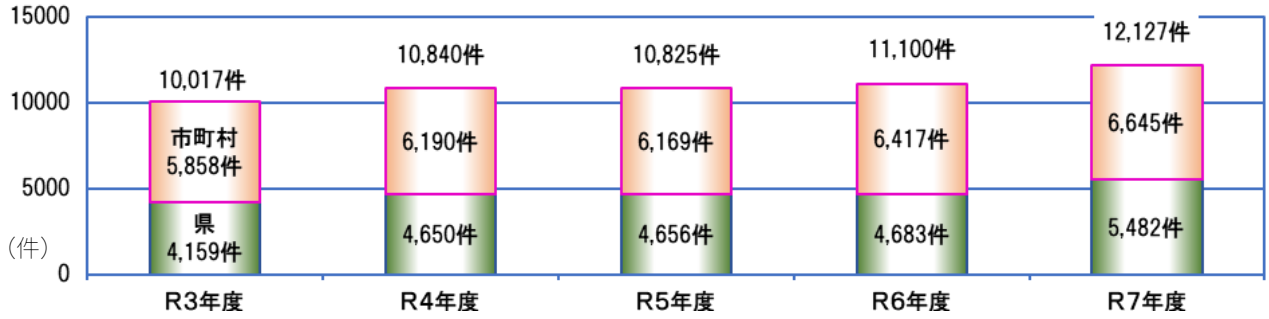
図１　相談件数の年度推移



	Ｒ３年度	Ｒ４年度	Ｒ５年度	Ｒ６年度	Ｒ７年度
□来訪等	232件	331件	418件	375件	442件
□電話	3, 927件	4, 319件	4, 238件	4, 308件	5, 040件
県全体合計	4, 159件	4, 650件	4, 656件	4, 683件	5, 482件

※ 令和８年４月１日から「奈良県消費生活センター」は、「奈良県県民くらし相談センター消費生活相談課」に組織改編されました。

参考　県内市町村の消費生活相談窓口を含む年度別相談件数



2　契約当事者年代別相談件数の傾向

年齢が判明している相談の年代別内訳では、70 歳以上が 1,404 件で最も多く、全体の 25.6% を占めています。次いで 60 歳代 837 件、50 歳代 797 件となっており、50 歳代以上が 55.4%を占めています。

一方で、増加率に着目すると、20 歳代は前年比 129.5%、40 歳代は 125.8%、50 歳代は 124.9%と伸びが大きく、若年層から現役世代まで幅広い年代でトラブルが増えていることが分かります。平均年齢は 57.8 歳で、前年の 58.1 歳からわずかに低下しました。

70 歳以上の高齢者の相談が多い要因は、

① 日中、自宅にいる時間が長く、電話勧誘・訪問販売に遭遇しやすい。

② 新しいサービス（スマホ、ネット、キャッシュレス決済など）に慣れていない場合が多い。

③ 「年金だけでは不安」といった心理から、投資や「老後資金対策」をうたう話に心が動きやすい。

④ 健康に対する不安を抱く人が多く、体に良いという健康食品や健康器具に関心が高い。

などが考えられます。（図２、表１）

図２　契約当事者年代別内訳

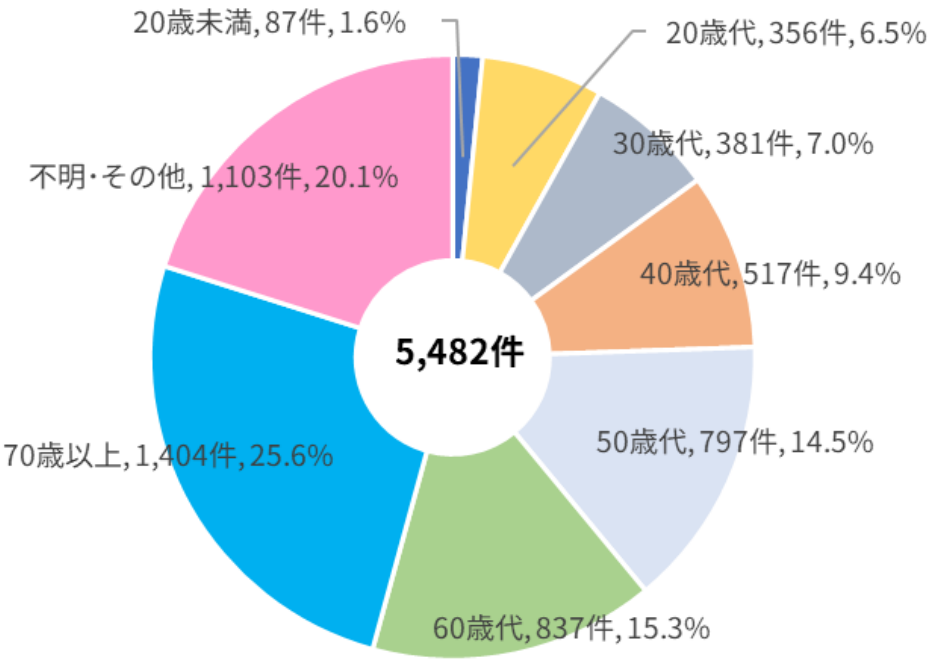


表１　契約当事者年代別相談件数の年度推移

	R3年度		R4年度		R5年度		R6年度		R７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(%)	前年度比(%)
20歳未満	94	2.3	106	2.3	86	1.8	90	1.9	87	1.6	96.7
20歳代	271	6.5	278	6.0	270	5.8	275	5.9	356	6.5	129.5
30歳代	292	7.0	281	6.0	256	5.5	337	7.2	381	7.0	113.1
40歳代	408	9.8	461	9.9	425	9.1	411	8.8	517	9.4	125.8
50歳代	582	14.0	631	13.6	706	15.2	638	13.6	797	14.5	124.9
60歳代	585	14.1	693	14.9	655	14.1	783	16.7	837	15.3	106.9
70歳以上	927	22.3	988	21.2	1,073	23.0	1,191	25.4	1,404	25.6	117.9
不明･その他	1,000	24.0	1,212	26.1	1,185	25.5	958	20.5	1,103	20.1	115.1
全件数	4,159	-	4,650	-	4,656	-	4,683	-	5,482	-	117.1

３　契約・購入金額の状況

金額が判明している相談の内訳を見ると、1 万円未満 859 件、5 万円未満 866 件で、少額の通販トラブルや定期購入トラブルが多数ある一方で、修理・工事、金融関連サービスなど 1,000 万円以上といった高額トラブルも一定数みられます。

合計契約金額は約 23.5 億円（前年比 109.7%）で、1 件あたりの平均金額が約 85 万円でした。（表２）

表２　契約・購入金額別件数

契約・購入金額	R７年度（件）	R６年度（件）	前年度比（%）
１万円未満	859	679	126.5
１万円以上５万円未満	866	735	117.8
５万円以上10万円未満	217	176	123.3
10万円以上50万円未満	391	366	106.8
50万円以上100万円未満	140	117	119.7
100万円以上500万円未満	190	168	113.1
500万円以上１千万円未満	30	13	230.8
１千万円以上５千万円未満	49	41	119.5
５千万円以上１億円未満	6	3	200.0
１億円以上	1	4	25.0
その他・不明	2,733	2,381	114.8
合計契約金額（円）	2,351,655,066	2,142,840,558	109.7
平均金額（円）	855,458	930,860	92

4　商品・サービス分野別の状況

商品・サービス別相談件数では、「商品一般※」569 件、「化粧品」395 件、「役務その他」355 件、「健康食品」205 件、「レンタル・リース・貸借」197 件が上位となりました。

増加率では、「紳士・婦人洋服」前年度比 223.3%（134 件）、「他の金融関連サービス」同 142.9%（140 件）などが目立っており、通販や SNS 広告を介したトラブルの増加がうかがえます。（表３）

※主に商品を特定できないものなどに関する相談です。迷惑メールや不審な電話、また、覚えのない荷物や架空請求に関する相談を含みます。

表３　商品・サービス別相談件数（上位 15 位）

順位	商品・サービス名	R７年度（件）	R6年度（件）	前年度比（%）
1	商品一般	569	539	105.6
2	化粧品	395	380	103.9
3	役務その他	355	270	131.5
4	健康食品	205	224	91.5
5	レンタル・リース・貸借	197	165	119.4
6	工事・建築・加工	151	140	107.9
7	他の金融関連サービス	140	98	142.9
8	紳士・婦人洋服	134	60	223.3
9	移動通信サービス	126	98	128.6
10	他の教養・娯楽	113	115	98.3
11	修理・補修	110	85	129.4
12	インターネット通信サービス	102	91	112.1
13	他の教養娯楽品	101	68	148.5
14	医療	100	94	106.4
15	相談その他	96	66	145.5
全相談件数		5,482	4,683	117.1

5　販売購入形態別の状況

販売購入形態では、通信販売が 2,236 件で最多となり、前年同期比 121.8%でした。次いで店舗販売 887 件、訪問販売 357 件、電話勧誘販売 233 件が続いています。通信販売は全相談件数の約 40.8%を占めており、令和７年度に相談件数が増加した主な要因の一つといえます。

通信販売では、「広告表示と実際の商品が異なる」「解約条件が分かりにくい」「返品に応じてもらえない」「注文後に事業者と連絡が取れない」といった相談が目立ちます。（図３、表４）

図３　販売購入形態別内訳

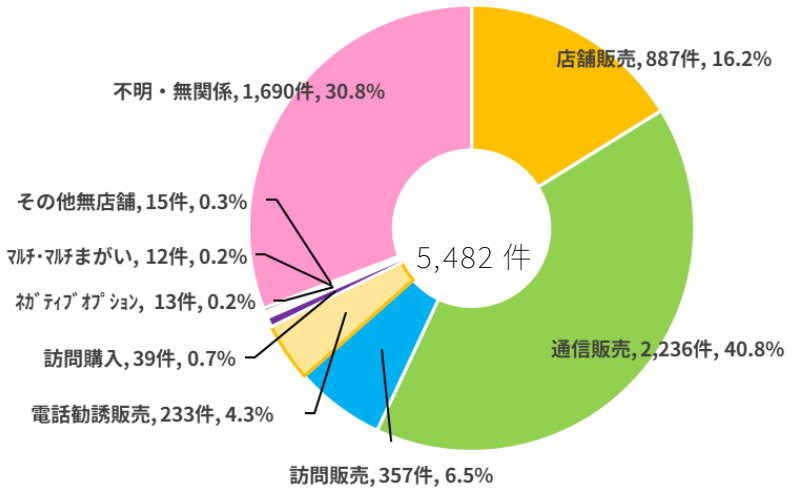


表４　販売購入形態別件数

販売購入形態	Ｒ７年度（件）	Ｒ６年度（件）	前年度比（%）
店舗販売	887	770	115.2
訪問販売	357	338	105.6
通信販売	2,236	1,836	121.8
マルチ・マルチまがい取引	12	14	85.7
電話勧誘販売	233	210	111
ネガティブ・オプション	13	17	76.5
訪問購入	39	44	88.6
その他無店舗販売	15	15	100
不明・無関係	1,690	1,439	117.4
全相談件数	5,482	4,683	117.1

６　内容キーワード別相談件数

内容キーワード※では、「インターネット通販」が 1,751 件で最も多く、次いで「解約」が 1,362 件、「電子広告」が 1,063 件、「契約書・書面」が 934 件、「返金」が 805 件、「連絡不能」が 750 件となりました。

内容キーワードの状況からは、令和 7 年度の相談の中心が、インターネット上の広告や SNS をきっかけとして商品・サービスを申し込み、その後、解約・返品・返金の段階でトラブルとなる事例であったことが分かります。

※「内容キーワード」とは、相談の内容を分かりやすく分類・整理するために付ける言葉です。
「内容キーワード」は１件の相談に複数付与されるため、合計件数は相談件数とは一致しません。

表５　内容キーワード別相談件数（上位１５位）

キーワード	Ｒ７年度（件）	Ｒ６年度（件）	前年度比（%）	備考
インターネット通販	1,751	1,424	123.0	虚偽広告・返金トラブル
解約	1,362	1,221	111.5	解約手続き・解約困難
電子広告	1,063	791	134.4	SNS広告、動画広告等
契約書・書面	934	760	122.9	書面不備・説明不足
返金	805	607	132.6	返金拒否・返金遅延
連絡不能	750	512	146.5	販売者と連絡が取れない
高価格・料金	668	593	112.6	想定より高額な請求
クレジットカード	612	470	130.2	不正利用・請求トラブル
定期購入	588	564	104.3	定期購入・サブスクの解約問題
返品	585	493	118.7	返品拒否・条件トラブル
SNS	560	406	137.9	SNS経由の勧誘・広告
詐欺	528	412	128.2	架空請求・偽サイト等
後払い決済	503	446	112.8	コード決済等の支払いトラブル
個人情報	409	385	106.2	個人情報の流出・目的外利用
クレーム処理	366	273	134.1	事業者の対応への不満
全相談件数	5,482	4,683	117.1	

7　最近、増加している消費者トラブル

最近の消費者トラブルは多様化・巧妙化しており、特に以下のような相談が増加しています

（1）点検商法・レスキュー商法

「分電盤の点検」「屋根・水回りの無料点検」などを名目に訪問し、不安を煽って高額な契約を迫る手口が高齢者を中心に急増しています。

害虫・害獣駆除や水回りトラブルなど、暮らしの中で突然発生する様々なトラブルに遭った消費者をインターネット広告を利用してターゲットにする商法で、提供される作業は様々ですが、基本的な手口は同様で、事前に金額を提示せず、作業後に高額請求されるケースが多いです。

具体的事例

【相談】

夜にトイレが詰まり、インターネット検索で「24 時間対応　基本料金 3,000 円～」と表示された業者に電話をして修理を依頼した。

作業員がすぐに到着し、その場で便器の周りを少し点検しただけで、「配管の中まで詰まっていて、このままだと家全体が水浸しになる」「今すぐ本格的な工事をしないと危険」と危機感をあおり「30 万くらいかかるかも」と言われたが、断れずやってもらうことにした。

30 分ほどで作業が終わった後、合計 33 万円の請求書を提示したので「そんなに払えない」と言うと、「事前に説明した。もう作業は終わっているので払ってもらわないと困る」と強い口調で支払いを迫られた。「そんな大金手元にない」と拒んだら、コンビニに行って、出金するように言われ、業者の車でコンビニに行き、出金して支払った。返金してほしい。

【ポイント】

1. 「基本料金〇円～」は、あくまで最低料金
   - サイトには「追加作業料」「深夜料金」などが小さく書かれていることが多い。
   - 電話の時点で「全部でいくらくらいになる見込みか」を必ず確認する。
2. ネット検索上位に上がっている業者だから信頼できるとは限らない。
3. 作業前に見積書や金額の説明がない場合は要注意
   - 業者の話を聞いて、「高い」「こんなつもりじゃなかった」と感じたら勇気を出して断る。
4. その場で支払わず、いったん家族や相談窓口に相談する
5. ネットの広告にある金額と実際の金額に大きな開きがあれば、訪問販売の来訪要請に当たらず、８日間クーリング・オフが使える場合がある。

※注：相談事例は実際の相談傾向を踏まえた代表例であり、特定の個別案件をそのまま示したものではありません。

（2）定期購入・サブスクリプション型トラブル

初回のみ低価格で販売し、2 回目以降高額請求や解約困難な契約を結ばせるケースが多く、解約方法が分かりにくい、契約内容が明示されないなどの問題が目立ちます。

（3）偽通販サイト・インターネット通販トラブル

有名メーカーや人気ブランドを装った偽サイトが増加し、「激安価格」や「限定販売」を強調して消費者を誘導する事例が多発しています。

商品未着や返金不可、個人情報の不正取得などの被害が拡大。生成 AI の進化により、サイトの日本語表現が自然になり見抜きにくくなっています。

（4）特殊詐欺・SNS 型投資詐欺

「警察をかたる詐欺」「SNS 経由の投資詐欺」「証券口座乗っ取り」など、SNS や電話を悪用した詐欺が深刻化しています。AI による有名人動画や SNS 広告を用いた投資勧誘、ロマンス詐欺など、若年層から高齢者まで幅広く被害が報告され、その被害額は、年々増加しています。

具体的事例

【相談】

SNS のタイムラインに、「有名投資家が教える、月 10 万円の不労所得」「参加無料の投資コミュニティ」といった広告が流れてきた。

広告のリンクからメッセージアプリのグループに招待され、そこでは「先輩投資家」を名乗るメンバーが、毎日のように利益が出たというスクリーンショットを投稿していた。

しばらく様子を見ていると、「本気で資産形成したい人だけ、次のステップに進んでください」と案内があり、「有料オンライン講座：20 万円」と「専用の投資ツール利用料：10 万円」など契約を勧められ契約し、合計 30 万円を指定口座に振り込んだ。

しかし、約束されていた「個別サポート」もほとんど受けられず、全く利益が出ず、多額の損失が出ている。返金にも応じてもらえなかったため、消費生活センターに相談した。

【注意点】

1．SNS 広告からメッセージアプリのグループへという流れで、「仲間がたくさんいる」「皆が儲かっている」ように見せるのが特徴。
2．「今だけ」「人数限定」「無料で招待」などの言葉で心理的に急がせ、高額な講座・ツール代金を支払わせる。
3．実際のところは投資そのものよりも、講座やツール代金を集めることが目的であり、内容は薄く、サポートも乏しい。
4．有名人名義や顔写真が使われていても、本人が関わっている保証はない。公式アカウントかどうかの確認が重要。
5．ネット上で見る自身の口座残高は、高額になっているのに出金は出来ない。

※注：相談事例は実際の相談傾向を踏まえた代表例であり、特定の個別案件をそのまま示したものではありません。

8　「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、内容的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「あっせん」を行っています。

消費生活センターが行う「あっせん」は、相談員が消費者と事業者の間に入って話し合いによる解決を仲立ちする手続きです。行政処分や裁判ではなく、双方の任意（合意）に基づく簡易・迅速なトラブル解決の方法という位置づけです。

令和７年度のあっせん件数は 743 件で、相談件数全体（5,482 件）の約 13.6%を占め、令和３年度の約 6.9%からほぼ倍増しています。

あっせんに進んだ案件のうち、約９割以上が解決に至っており、不調となった案件は毎年１割未満にとどまっています。

被害回復金額は約 7,900 万円で、１件あたり約 12 万円の回復となりました。高額案件だけでなく、少額トラブルについても、相談員によるあっせんを通じて幅広い被害回復を行っています。（表６）

表６　あっせん件数と被害回復金額

		R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度
相談件数		4,159	4,650	4,656	4,683	5,482
あっせん件数		285	494	524	653	743
	解決件数	260	443	485	609	690
	不調件数	25	51	39	44	53
被害回復金額（円）		57,487,638	78,467,359	116,159,459	72,676,033	78,959,615
平均被害回復金額（円）		186,044	160,464	235,140	132,138	119,817

県民の皆さまへのメッセージ（まとめ）

令和７年度の奈良県消費生活相談は 5,482 件と、過去５年でも大きな増加となりました。

SNS 広告をきっかけとしたインターネット通販や定期購入トラブルに加え、点検商法や訪問購入、SNS 型投資詐欺など、手口は年々多様化・巧妙化しています。

高齢者を狙った訪問販売や電話勧誘は引き続き多い一方で、スマートフォンやキャッシュレス決済を利用する若年層・現役世代の相談も増えており、あらゆる世代が被害に巻き込まれるおそれがあります。

奈良県県民くらし相談センター消費生活相談課（消費生活センター）では、相談員による助言や事業者へのあっせん、関係機関との連携を通じて、被害の回復と再発防止に取り組んでいます。

しかし、消費者トラブルの中には、早い段階でご相談いただくことで、被害を未然に防いだり、被害を小さく抑えられるものも少なくありません。

「おかしいな」「心配だな」と感じたときは、一人で抱え込まず、まずは奈良県県民くらし相談センター消費生活相談課（消費生活センター）やお住まいの市町村の消費生活相談窓口にご相談ください。

本資料が、県民のみなさま一人ひとりの「気付き」と「備え」につながり、安心して暮らせる地域づくりの一助となれば幸いです。