

令和 7 年度 玉村町消費生活センター相談概要

【相談件数】

令和 7 年度、玉村町消費生活センターに寄せられた相談件数は 304 件であり、前年度比 110.5%、29 件増加した。過去 10 年間の平均と照らし合わせると、架空請求相談が激増した平成 30 年度前後を除くとほぼ例年通りの相談件数である。

(1. 令和 7 年度相談概要、相談件数の推移、各参照)

【性別・年齢別件数】

契約当事者を男女別でみると、男性は前年度に比べて 27 件増（123%）の 145 件、女性は 10 件増（107%）の 152 件であった。

契約者の年齢別件数では令和 6 年度と比較した場合、20 歳未満は同数、20 歳代は前年度比 73.7%に減少。30 歳代から 50 歳代は前年度より増加しており、中でも 30 歳代は前年比 272.7%と大幅に増加している。60 歳代は 90.3%に減少、70 歳以上は 126.1%と増加している。

契約当事者の年齢別割合では、20 歳代以下合計で 9%と最も少なく、30 歳代、40 歳代、がそれぞれ 10%、50 歳代が 14%、60 歳代が 18%、70 歳以上が 36%と最も多くなっている。60 歳代以上の契約当事者を集計すると 54%で全相談の半数以上を占めており、この傾向は従来と変わっていない。

(4. 契約当事者の性別・年齢別件数 参照)

【相談の多い商品・役務】

1 位「商品一般」 50 件 （前年比 131.6%）

実在の有名企業や公的機関を騙った不審なメールやショートメッセージ・電話があった、身に覚えがない商品が届いた、利用した覚えがない請求がクレジットカードにあがっている、など具体的な商品や役務が不明の相談が多かった。「未納料金がある」等の自動音声ガイダンスでボタンを押させ金銭を要求する、偽警察官からの入電、偽サイトに誘導し個人情報を入力させるなどの詐欺的なものも多い。また「+」から始まる海外からの着信に関する相談も散見された。

2 位「化粧品」 20 件 （前年比 76.9%）

前年度 26 件に対し令和 7 年度は 20 件に減少。SNS で「1 回限り」「お試し」「解約不要」

との広告を見てインターネット通販で購入したが実際は定期購入であった、解約したいが事業者と連絡がつかない、返品や解約を断られた、という相談が非常に多い。初回は安価だが2回目以降は高額であったり複数個まとめて届くなど、購入動機となった消費者の認識との乖離が大きい。商品はクリーム、ファンデーション、ローション、美容液、育毛剤、歯磨き粉等多岐にわたる。

3 位「インターネット通信サービス」 20 件（前年比 125%）

電話勧誘や訪問販売で光回線の乗り換えをしたが、説明と実際のサービスが異なっており解約したいという相談が多い。「早くなる」「安くなる」「この辺りは使えなくなるので変えなければならない」等の説明が虚偽であったり、そもそも現在の契約事業者とのプラン変更であると誤認させるようなトークもあった。契約者の8割が60歳代以上であり、年代的にインターネット回線が不要になるタイミングでトラブルに巻き込まれる傾向にある。

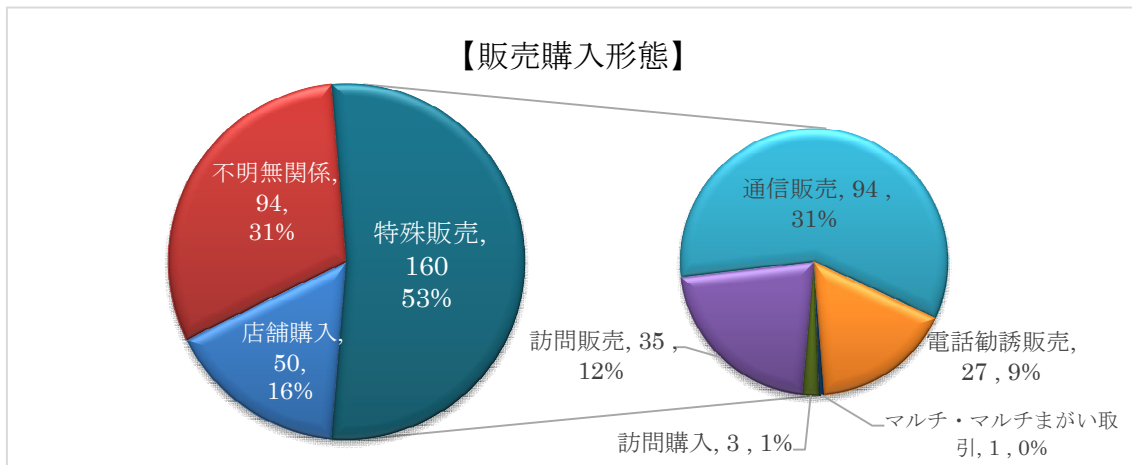
その他、令和7年度では、インターネット通販や電話勧誘販売による健康食品やサプリメント等の定期購入も化粧品に続いて多く（健康食品：前年同数）、パソコンやスマホのトラブル、訪問販売での中学生の学力テスト、SNSやネット経由での商品未着や詐欺（他の教養・娯楽：前年比 183.3%）が次に続いている。

前年度より大きく増加した相談は、ウォーターサーバーのレンタル、アパートの退去に伴う原状回復、貸主の修繕義務など、使用貸借に関する相談（レンタル・リース・賃借：前年度比 400%）、スマホやモバイルWi-Fiの乗り換えとキャンセル（移动通信サービス：前年比 300%）、水虫薬や薄毛治療薬、老眼に効く薬など、オンライン診療や医薬品の定期購入（医薬品：前年比 500%）、給湯器や太陽光パネルの訪問販売、解約（空調・冷暖房・給湯設備：前年比 300%）が目立った。

（10. 商品役務別の主な内容キーワード上位 20 位 参照）

【販売購入形態と特殊販売】

商品やサービスを店舗に出向いて購入した「店舗購入」は 50 件（16%）に対し、訪問販売や電話勧誘、通信販売などの店舗以外での購入は 160 件で前年度より約 5%増加した。これは相談件数 304 件のうち 53%を占めている。これらの販売方法を「特殊販売」と定義され、一般的な契約行為に比して消費者トラブルが生じやすく注意を要する取引類型であるとして「特定商取引法」で規定されており、クーリングオフなどの特別なルールが設けられている。



令和 7 年度の特特殊販売に関する相談件数は前年度より 5%増加。インターネット通販やテレビショッピング等「通信販売」が 94 件と最も多く前年度より 16 件増加、前年度比 120%であった。続いて「訪問販売」が 35 件で微減、「電話勧誘販売」が 27 件で前年並み、その他はごく少数であった。

特殊販売の契約当事者のうち、70 歳以上の高齢者からの相談件数が 57 件（全体の約 36%）と特に多かった。30 歳代と 70 歳以上で前年度より相談件数が大幅に増加、それ以外の年代は同数もしくは減少した。家に一人でいる事が多い高齢者や主婦からの相談が多く見られた事に起因すると思われる。

「通信販売」は特殊販売の 6 割を占め、全ての世代から相談があったが、特に件数が多いのは 70 歳代以上の 22 件、他の年代も多くが 20 件弱であった。インターネット通販・テレビショッピング・カタログショッピング等を利用した契約で、前年度より件数も割合も増加した。インターネット通販で契約した商品やサービスは、美容液やシャンプー、ファンデーション、歯磨き粉などの化粧品類、サプリメントやダイエット食品などの健康食品、鍋やフライパン等の家庭雑貨、バックや財布・洋服類、有料会員サービスの会費請求、オンラインゲームや占い・アダルトサイト、などの教養娯楽品（サービス）が上位を占めた。内容は商品未着や不具合、返金、偽サイト、また世代を問わず定期購入の解約に関するものが非常に多かった。

「訪問販売」は 20 歳代以下では相談がなく、年代別では 70 歳以上が 6 割を占めた。光回線、LP ガス、中学生の学力テスト、太陽光発電システム、リフォーム工事、分電盤、配管清掃やゴキブリ駆除などの相談があった。

「電話勧誘販売」でも訪問販売と同様の傾向が見られ、60 歳代と 70 歳以上の相談が多かった。大手事業者を名乗る不審な電話やライフラインが使えなくなるという嘘の電話、架空請求、光回線の勧誘、すでに購入した商品からのアップセル、AI 自動抽出ソフトでの副業、

ウォーターサーバーなどがあった。

(11. 特殊販売の契約当事者年齢、12. 特殊販売に係る販売購入形態別件数、13. 特殊販売の商品役務件数 各参照)

【その他傾向・特徴的な相談】

近年、オンラインで様々な商品やサービスが手軽に契約できるようになった反面、見えない部分で海外事業者が絡んでいるケースの増加により交渉が複雑化している。

オンラインゲームの決済がプラットフォームを介さずできるようになり、未成年者取消の際に直接ゲーム会社と直接交渉する必要が出てきた事が挙げられる。ゲーム会社が海外である場合、電話によるあっせんができないことから複数回のメールでの交渉が必要となった。そもそも商習慣の違いから未成年者取消を理解してもらうまでに時間がかかり、本来であれば現存利益の返還だけで事足りるはずが返金割合の話になる、必要以上と思われる個人情報の提出を求められる等、交渉が難航した。

旅行サイト(OTA)で予約した航空券とホテルを予約後すぐにキャンセルして再度取り直した際、ホテルはキャンセルになっていたが航空券だけがキャンセルされておらず二重に決済され、申し出ても返金されないとの相談では、キャンセルポリシーやネット上の表記を熟読しても不明点が多く消費者にとって非常に分かりづらいものであった。表面上は一体の契約に見えるが実態は複数の事業者がそれぞれ別の運用をしており、さらに一部を海外事業者が担っていたためそもそも交渉窓口に繋がるまでに時間を要した。

一方、出先での車両トラブルのためにネット検索したロードサービスに依頼したが、約束の時間を過ぎても一向に到着せずキャンセルを申し出ると高額なキャンセル料を請求された、という相談も散見された。日常生活の様々な緊急トラブルにつけ込み高額請求を行うレスキュー商法は引き続き注意が必要である。

A I の普及によりデジタル化がさらに加速し、オンラインでの取引が日常生活の様々な場面で利用されているが、法整備や消費者の認識が追いついていない現状があり、インターネットトラブルは後を絶たない。引き続き事業者の動向に注視しつつ、消費生活センターとしても更なる消費者教育、啓発活動に力を入れていきたい。