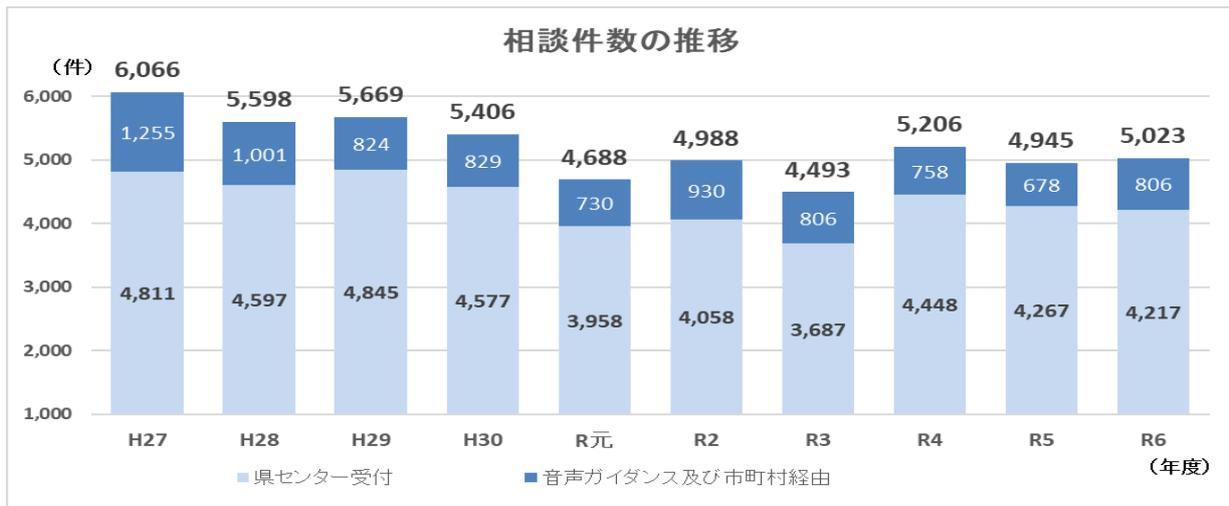


令和6年度 富山県消費生活センターにおける消費生活相談の概要

I 相談の傾向と特徴

令和6年度の相談件数は、5,023件（内訳：県センター受付相談4,217件、架空請求音声ガイダンス745件及び市町村からの経由相談61件）で、対前年度比101.6%であった。

- 商品・役務別では、商品一般、化粧品等の保健衛生品、食料品及び運輸・通信サービスの相談件数が増加した。販売購入形態別では、SNS 広告等を通じ通販により申込んだ化粧品や健康食品が、実は定期購入であったという相談のほか、訪問販売による外壁・屋根工事等住宅リフォーム及び修理、トイレの緊急修理などに関する相談が増加した。また、架空請求や不審なメールに関する相談、自宅固定電話や携帯電話への自動音声による不審電話に関する相談が高止まりしている。
 - 令和4年4月からの成年年齢引下げにより成年になった「18歳・19歳」が当事者の相談件数は対前年度比92.3%の36件、令和6年能登半島地震に関する相談件数は60件であった。
- <7ページ「18歳・19歳の消費生活相談の状況」及び8ページ「能登半島地震に関連する相談の状況」参照>



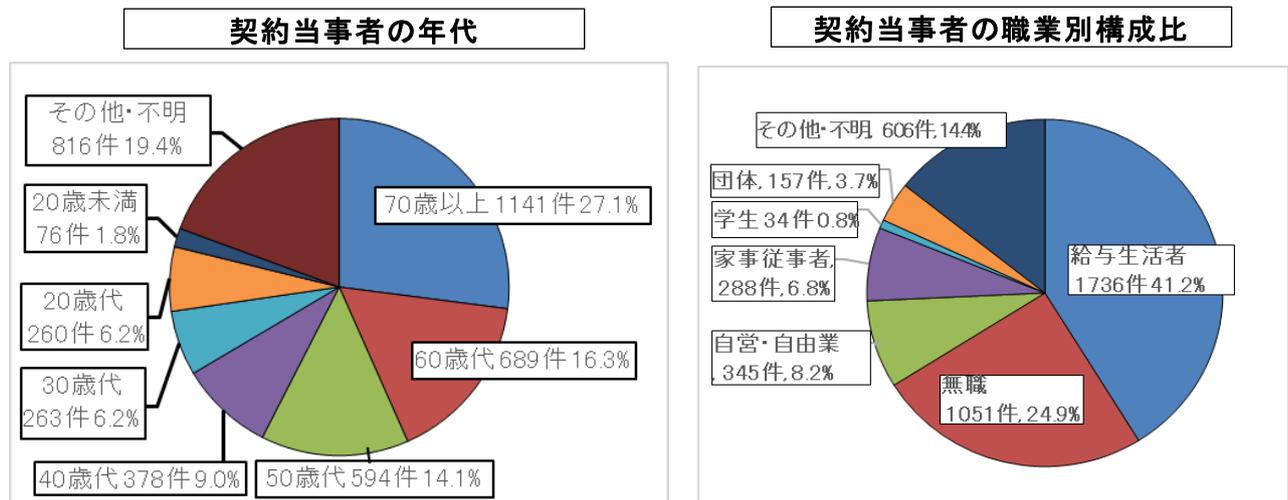
II 項目別相談状況

(※以下、架空請求の音声ガイダンスの件数(745件)及び市町村からの経由相談の件数(61件)を除いた4,217件の相談に関して記載する。)

1 契約当事者の内訳

契約当事者を年代別にみると、70歳以上(1,141件)が最も多く、60歳代(689件)、50歳代(594件)、40歳代(378件)、30歳代(263件)、20歳代(260件)、20歳未満(76件)の順となっている。男女別にみると、男性(1,927件)、女性(1,977件)となっており、令和6年度は、前年度と異なり、女性の相談件数が男性の相談件数を上回った。

職業別にみると、「給与生活者」(1,736件)、「無職」(1,051件)、「自営・自由業」(345件)「家事従事者」(288件)の順番となっている。



2 商品、役務（サービス）別相談状況

相談の対象となった商品と役務（サービス）の件数は、商品に関するものが2,113件（全体の50.1%）、役務に関するものが1,876件（同44.5%）、他の相談が228件（同5.4%）となっており、令和5年度は商品と役務に関する相談件数がほぼ同じ割合となっていたが、令和6年度は商品の割合が多くなった。

○ 商品・役務に関する主な相談内容

		商 品 (計 2,113 件)				役 務 (計 1,876 件)				
		項 目	R 6 (件)	R 5 (件)	対前年度 比(%)	項 目	R 6 (件)	R 5 (件)	対前年度 比(%)	
1 位	商品一般	商品一般	480	402	119.4	金融・保険 サービス 296 件 (R5:399 件)	フリーローン・サラ金	93	101	92.1
	480 件 (R5:402 件)	うち 架空請求	63	78	80.8		金融関連サービス	67	91	73.6
							その他	24	24	100.0
2 位	保健衛生品	基礎化粧品	182	123	148.0	運輸・通信 サービス 292 件 (R5:260 件)	固定電話サービス	83	59	140.7
		他の化粧品	85	88	96.6		インターネット接続回線	80	61	131.1
		頭髪用化粧品	62	64	96.9		携帯電話サービス	68	57	119.3
3 位	食料品	他の健康食品	171	126	135.7	他の役務 283 件 (R5:301 件)	役務その他サービス	130	123	105.7
		ミネラルウォーター	22	11	200.0		祈とうサービス	16	19	84.2
		鮮魚	10	9	111.1		広告代理サービス	15	30	50.0
4 位	教養娯楽品	新聞	46	40	115.0	教養・娯楽 サービス 277 件 (R5:318 件)	他の娯楽等情報配信サービス	27	13	207.7
		携帯電話	28	26	107.7		インターネットゲーム	25	33	75.8
		タバコ用品	13	21	61.9		アダルト情報	21	32	65.6

<資料編 表1 参照>

(1) 商品に関する相談状況

2,113 件 (104.0%) () 内は対前年度比

① 商品一般

480 件 (119.4%)

大手ネット通販会社等をかたったフィッシング目的と思われるメールに関する相談、大手通信会社や国の機関等をかたった架空請求メールが届いたという相談、身に覚えのないクレジットカードの請求や口座からの引落としに関する相談など。

② 保健衛生品

422 件 (115.6%)

通信販売で定期購入になっていた化粧品を解約したいという相談や、解約の連絡がとれないとの相談など。

③ 食料品

321 件 (109.2%)

ネット広告や SNS 広告から健康食品等を注文したところ、定期購入だったので、解約したいが、業者と連絡がとれず督促状まで送られたのでどう対処すればよいかとの相談など。

④ 教養娯楽品

267 件 (83.2%)

訪問販売で新聞購読を強引に勧誘されたので解約したいという相談や、スマートフォンを購入した際の説明不足、故障に関する相談、通信販売で注文した電子タバコが定期購入になっていたので解約したいという相談など。

(2) 役務（サービス）に関する相談状況 1,876件（92.3%）

① 金融・保険サービス 296件（74.2%）

多重債務やローンの返済困難に陥った本人や家族からの債務整理の相談、クレジットカードの不正使用や解約、リボルビング払いに関する相談、SNSやネット広告で勧誘された暗号資産やFX取引（外国為替証拠金取引）の投資に関する相談など。

② 運輸・通信サービス 292件（112.3%）

固定電話サービス、インターネット接続、携帯電話サービスの相談。大手電話会社を騙り、「2時間後に電話が使えなくなる」との自動音声によるメッセージにどう対処すればよいかという相談など。

③ 他の役務 283件（94.0%）

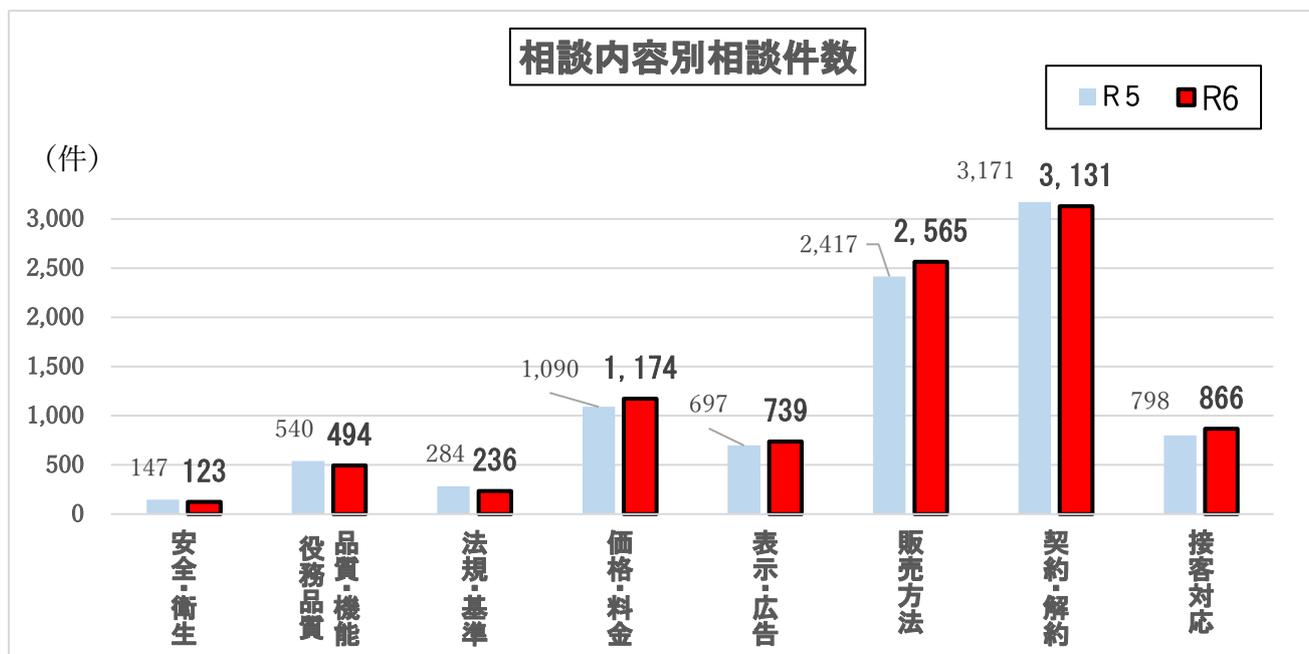
突然パソコンに表示された偽警告による偽のセキュリティサポート料の請求に関する相談、インターネットの求人広告や占いサイトに関する相談など。

④ 教養・娯楽サービス 277件（87.1%）

娯楽情報等配信サービスやマッチングアプリの退会手続きや返金に関する相談、子供がオンラインゲームで高額な課金をしたことによる請求に関する相談、アダルト情報サイト等にアクセスしたら突然「登録完了」となり多額の料金を請求されたという不当請求に関する相談など。

3 相談内容別相談件数（複数該当有）

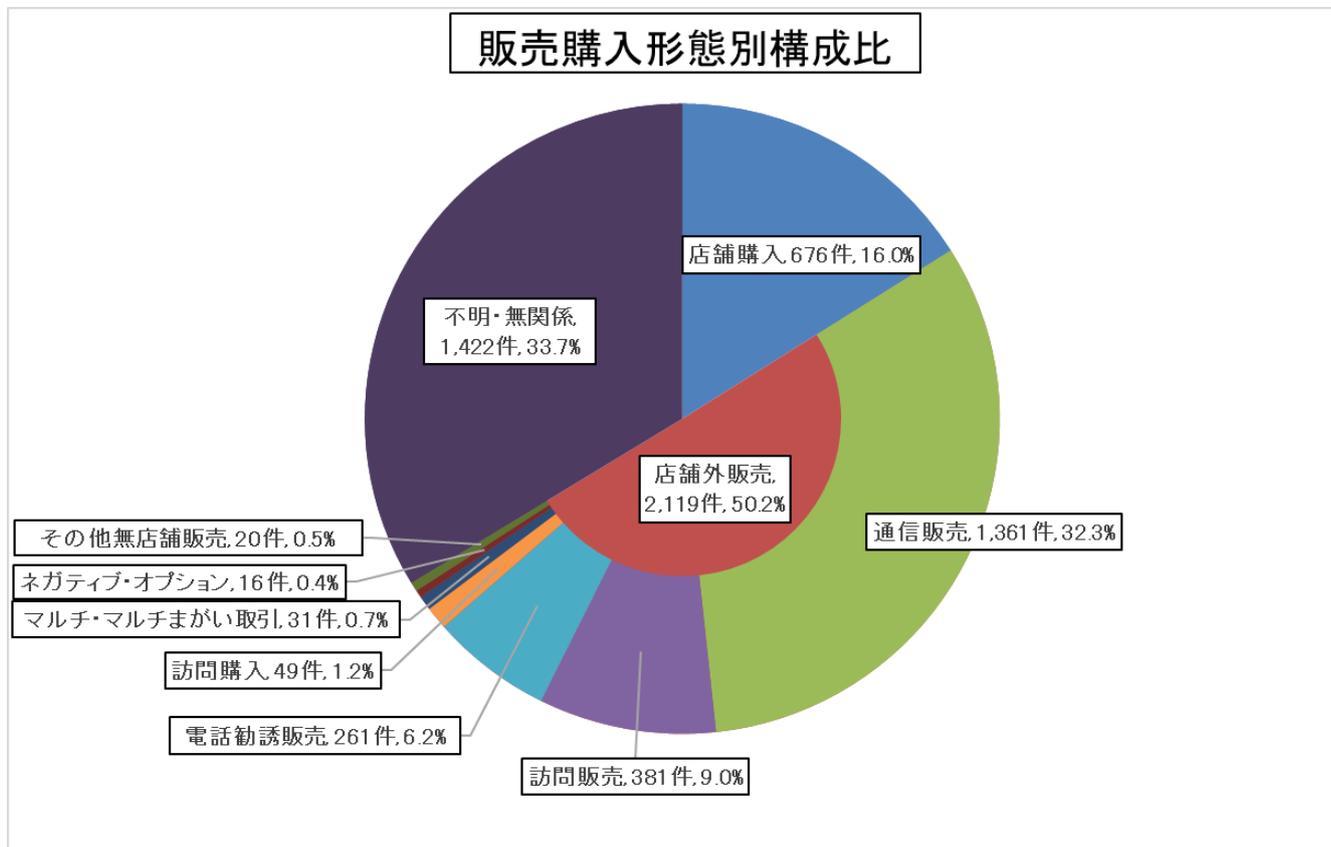
相談内容別に相談件数をみると、「契約・解約」に関する相談が最も多く、次いで販売手口やセールストーク等に問題がある「販売方法」に関する相談、「価格・料金」に関する相談の順となっている。



4 販売購入形態別相談状況

商品などの販売購入形態別相談件数を「店舗購入」と「店舗外販売」(*1)で見ると、「店舗購入」が676件(対前年度比91.5%)、「店舗外販売」が2,119件(同99.5%)、「不明・無関係」が1,422件(同101.6%)となっている。<資料編 表2 参照>

(*1)店舗外販売：「店舗購入」と「不明・無関係」を除く「通信販売」「訪問販売」「電話勧誘販売」「訪問購入」「マルチ・マルチまがい取引」「ネガティブ・オプション」「その他無店舗販売」の販売形態をいう。



(1) 店舗購入 676件 (91.5%) ()内は対前年度比

注文した中古自動車の解約や解約手数料、故障に関する相談、賃貸アパートの退去時の原状回復に関する相談、住宅の新築・増改築や設備の修繕、スマートフォンの契約・解約に関する相談など。

(2) 店舗外販売 2,119件 (99.5%)

① 通信販売 1,361件 (97.9%)

通常価格より低価格で購入できることが広告されている一方で、定期購入が条件であるということ認識せずに購入した化粧品や健康食品等を解約したいという相談、出会い系サイトやアダルト情報サイトにアクセスしてしまい高額料金を不当請求されたという相談、ネット通販で注文した商品が届かないという相談や注文した覚えのない商品が届いたという相談など。(定期購入に関する相談 503件 (122.4%))

② 訪問販売 381件 (107.6%)

外壁工事や令和6年能登半島地震に関連した屋根工事等住宅リフォーム、トイレの緊急修理など「暮らしのレスキューサービス」に関する相談、強引な勧誘による新聞購読契約の解約に関する相談、業者の信用性に関する相談など。

③ 電話勧誘販売 261件 (102.4%)

偽警告が表示されたパソコンのセキュリティサポート料の請求への対応に関する相談、電話勧誘で契約した光回線や海産物、健康食品の解約に関する相談など。

④ 訪問購入(*2) 49件 (80.3%)

業者が「不用品があれば何でも買い取る」と来訪し、貴金属等の買取りを強引に要求されたり、売却した貴金属等の売買契約をクーリングオフしたいとの相談など。

(*2) 訪問購入： 購入業者が消費者の自宅等の営業所等以外の場所において、売買契約を締結し物品等を購入しようとする取引形態

⑤ マルチ・マルチまがい取引(*3) 31件 (81.6%)

化粧品や健康食品、飲料の購入などによるマルチ取引の契約・解約に関する相談など。

(*3) マルチ・マルチまがい取引： 消費者が商品等を買ひ、組織に加入し再販売者になることによって、配当を得られるという取引形態

⑥ ネガティブ・オプション(*4) 16件 (84.2%)

勝手に送りつけてきた健康食品や洋服等への対処法に関する相談など。

(*4) ネガティブ・オプション： 注文をしていないにもかかわらず、商品を一方的に送りつけ、購入しなければならないものと勘違いをさせて代金を支払わせることを狙った商法

⑦ その他無店舗販売 20件 (166.7%)

展示会場など店舗とはいえない会場での電位治療器等の購入契約の解約に関する相談など。

5 高齢者と若者の相談状況

(1) 高齢者（65歳以上）の相談

○件数は1,491件(前年度1,419件、対前年度比105.1%)

○商品・役務に関する主な相談内容

項目			R6		R5	対前年度比 (%)
			件数	構成比 (%)	件数	
高齢者（65歳以上） (1,491件)	1位	商品一般	169	11.3	138	122.5
	2位	他の健康食品	85	5.7	57	149.1
	3位	工事・建築	84	5.6	99	84.8
	4位	基礎化粧品	82	5.4	48	170.8
	5位	固定電話サービス	57	3.8	45	126.7

フィッシングメールや架空請求メールなどの不審なメールや不審電話の相談が多く、商品を特定できない「商品一般」の相談が最も多い。また、通信販売やSNS広告を通じて注文した「他の健康食品」や「基礎化粧品」等について、1回だけ購入したつもりが、実は定期購入であったことによる、解約に関する相談が増加している。このほか、業者の強引な訪問販売で契約した屋根工事や外壁工事の解約等の「工事・建築」に関する相談や、自動音声による不審な電話に関する「固定電話サービス」の相談が増加した。

(2) 若者（29歳以下）の相談

○件数は336件(前年度390件、対前年度比86.2%)

○商品・役務に関する主な相談内容

項 目			R6		R5	対前年度比 (%)
			件数	構成比 (%)	件数	
若者（29歳以下） (336件)	1位	商品一般	27	8	24	112.5
	2位	医療サービス	22	6.5	8	275.0
	3位	不動産貸借	15	4.5	18	83.3
	4位	フリーローン・サラ金	14	4.2	24	58.3
	4位	インターネットゲーム	14	4.2	26	53.8

「商品一般」では、SNS 広告を通じて通信販売でお試し購入のつもりが定期購入であったなどに関する相談、「医療サービス」では、美容医療の高額契約解約などに関する相談が増加した。

また、「不動産貸借」では、アパートの修繕に関する相談、「フリーローン・サラ金」では、借金整理に関する相談、「インターネットゲーム」では、オンラインゲームの高額課金に関する相談が多かった。このほか、FXや暗号資産投資、ネットワークビジネスに関する契約解除など、多分野の相談があった。

6 危害・危険(*5)に関する相談状況

商品・役務に関する相談のうち、危害に関するものが42件(前年度56件)、危険に関するものが10件(同6件)あった。

「危害」では、化粧品に関する相談が21件、健康食品に関する相談が5件と化粧品と健康食品で全体の61.9%を占め、主な相談内容は、「SNS 広告を通じて通販で購入した化粧品を使用したら肌に合わず痒みが出た」、「健康食品を摂取したら体調を崩した」などであった。

「危険」では、「購入した自動二輪車が焼損する火災が発生した」などの相談があった。

(*5) 危害・危険： 「危害」は、人身にけが・病気等の被害が生じたもの。「危険」は、危害はないがそのおそれがあるもの。

7 消費者金融に関する相談状況

消費者金融相談件数は、93件(前年度101件)であった。なかでも負債の整理方法に関する相談件数が44件で、全体の47.3%を占めている。＜資料編 表3 参照＞

(1) 債務者特性

- ・性別…「男性」が64件(構成比68.8%)、「女性」が25件(同26.9%)となっている。
- ・年代別…「50歳代」の相談が21件で全体の22.6%と最も多く、次いで「30歳代」15件、「20歳代」14件、「40歳代」11件の順となっている。
- ・職業別…「給与生活者」の相談が51件で全体の54.8%を占めている。

(2) 負債状況等

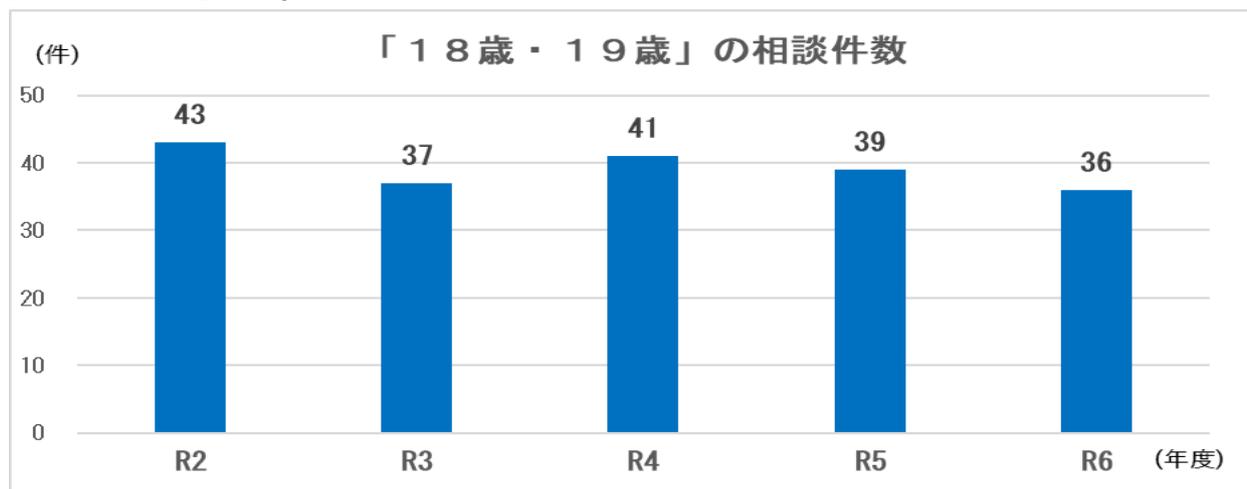
- ・借入業者…「0～4社」が52件で全体の55.9%と最も多い。
- ・借入金額…「100万円以下」が23件(同24.7%)、「500万円超～1000万円以下」が9件(同9.7%)

(3) 相談内容…「負債の整理方法」の相談が44件(同47.3%)と全体の半分近くを占めている。

(4) 借入用途…用途別の構成比では、「生活費」が24件(同25.8%)、「ギャンブル」が8件(同8.6%)

《参考1》 「18歳・19歳」の消費生活相談の状況

令和4年4月から成年年齢が引き下げられたことから、「18歳・19歳」の消費生活相談の状況についてまとめた。



契約当事者が「18・19歳」の販売購入形態別件数

(件数、構成比%、年度)

販売購入形態	R 2	R 3	R 4	R 5	R 6	
店舗購入	10	10	9	10	12	(33.3)
訪問販売	1	3	3	5	1	(2.8)
通信販売	25	17	24	15	14	(38.9)
マルチ・マルチまがい取引	0	1	0	0	0	0.0
電話勧誘販売	2	1	1	3	2	(5.6)
ネガティブ・オプション	0	0	0	1	0	0.0
訪問購入	0	0	0	0	0	0.0
その他無店舗販売	0	0	0	0	0	0.0
不明・無関係	5	5	4	5	7	(19.4)
計	43	37	41	39	36	(100.0)

契約当事者が「18・19歳」の主な商品・役務の内容

R 3年度		R 4年度		R 5年度		R 6年度	
エステティックサービス	4	エステティックサービス	6	エステティックサービス	4	不動産賃借	4
自動車運転教習所	4	異性交際関連サービス	3	新聞	3	商品一般	3
他の内職・副業	2	他の内職・副業	3	金融コンサルティング	3	四輪自動車	3
他の健康食品	2	他の健康食品	2	商品一般	3	自動二輪車	2
他の化粧品	2	他の化粧品	2	運動靴	2	医療サービス	2
電気	2	アダルト情報	2	医療サービス	2	自動車運転教習所	2
廃品回収サービス	2	他の娯楽等情報配信サービス	2			他の内職・副業	2

※R3～R5年度の相談件数1位であった「エステティックサービス」の相談件数は、R6年度1件のみ

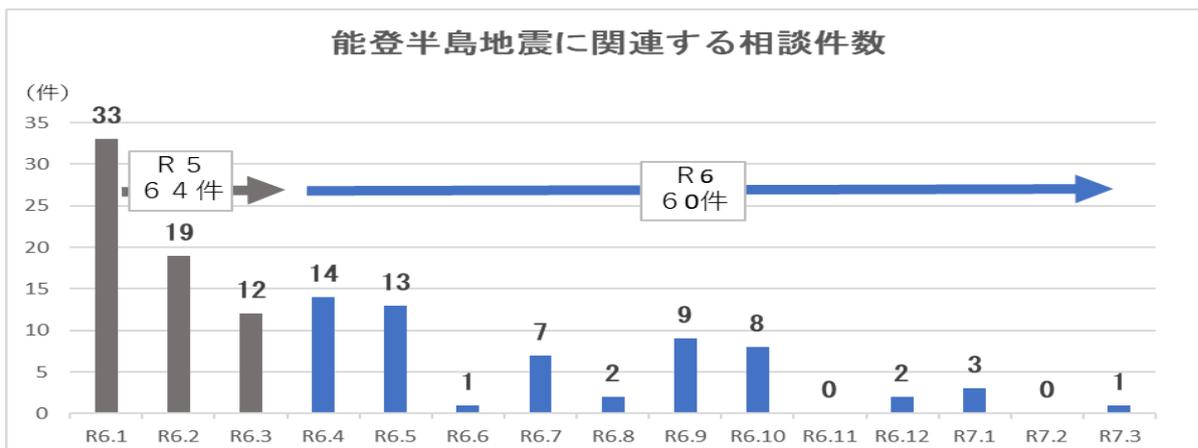
<相談の傾向と特徴>

「18歳・19歳」が契約当事者の相談件数は36件と対前年度比92.3%となり、成年年齢引下げ前の令和3年度の相談件数とほぼ同じ水準で推移している。

主な相談内容は、「不動産賃借」では、賃貸アパートの契約全般に関する相談、「商品一般」では、SNS広告等を通じた通販購入に関する相談、「四輪自動車」や「自動二輪車」では、購入契約やローン、解約料に関する相談、「医療サービス」では、美容医療などに関する相談があった。このほか、「自動車運転教習所」では、講習費用に関する相談、「他の内職・副業」では、副業サイトアプリの登録料請求に関する相談などがあった。

《参考2》 令和6年能登半島地震に関連する相談の状況

＜月別の相談件数＞



＜販売購入形態別件数＞

販売購入形態	件数	構成比
店舗購入	9	15.0%
訪問販売	24	40.0%
通信販売	4	6.7%
マルチ・マルチまがい取引	0	0.0%
電話勧誘販売	1	1.7%
ネガティブ・オプション	0	0.0%
訪問購入	1	1.7%
その他無店舗販売	1	1.7%
不明・無関係	20	33.2%
計	60	100.0%

＜契約者年代別件数＞

	件数	構成比
20歳未満	1	1.7%
20歳代	2	3.3%
30歳代	1	1.7%
40歳代	2	3.3%
50歳代	8	13.3%
60歳代	15	25.0%
70歳以上	23	38.3%
不明	8	13.3%
合計	60	100.0%

＜内容別相談件数＞

相談内容	件数	構成比
① 屋根・瓦の工事・修繕（応急措置後の雨漏り、訪問業者による執拗な修理勧誘や信用性、粗雑な修理、追加料金の請求への対応）	16	26.7%
② 保険金利用に関するもの（保険金の申請サポート、保険金で修理可能か）	8	13.3%
③ アパートに関するもの（アパートの損傷の修復責任、損傷による退去）	7	11.7%
④ 家の修繕、耐震補強工事（高額な修繕契約をしたが心配、数年前に施工した工事に問題があるのでないか）	5	8.3%
⑤ 家財の補修・エアコン補修（高額である上に修理が未了）	3	5.0%
⑤ 不審な電話（地震による被害状況を聞かれるが不審に思える）	3	5.0%
⑤ 墓・庭の灯ろう修理（契約したがなかなか来てもらえない）	3	5.0%
⑧ その他の相談	15	25.0%
計	60	100.0%

＜相談の傾向と特徴＞

令和6年度は、能登半島地震に関連して60件の相談があった。販売購入形態別では訪問販売が24件と4割を占め、高額な屋根等の修理工事や、無料点検等に関する相談のほか、工事に着手しないので解約したいという相談があった。また、居住する賃貸アパートが損傷したことに伴う相談等があった。

なお、年度末にかけて相談件数が大きく減少したが、他の自然災害の被災地域と同様、引き続き、屋根の無料点検を行う等の訪問販売への注意が必要である。