

# 令和7年度（2025年度） 熊本県消費生活課 消費者行政の概要

## 目 次

- I 県と市町村の消費生活相談の概要・・・・・・・・・・・・・ | 1
- II 熊本県消費生活センターにおける相談の概要・・・・・・・・・・・・・ | 3
- III 「消費者自立のための生活再生総合支援事業」  
について・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ | 2
- IV 消費者教育の推進について・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ | 3

令和8年（2026年）6月2日  
環境生活部 県民生活局 消費生活課



# I 県と市町村の消費生活相談の概要

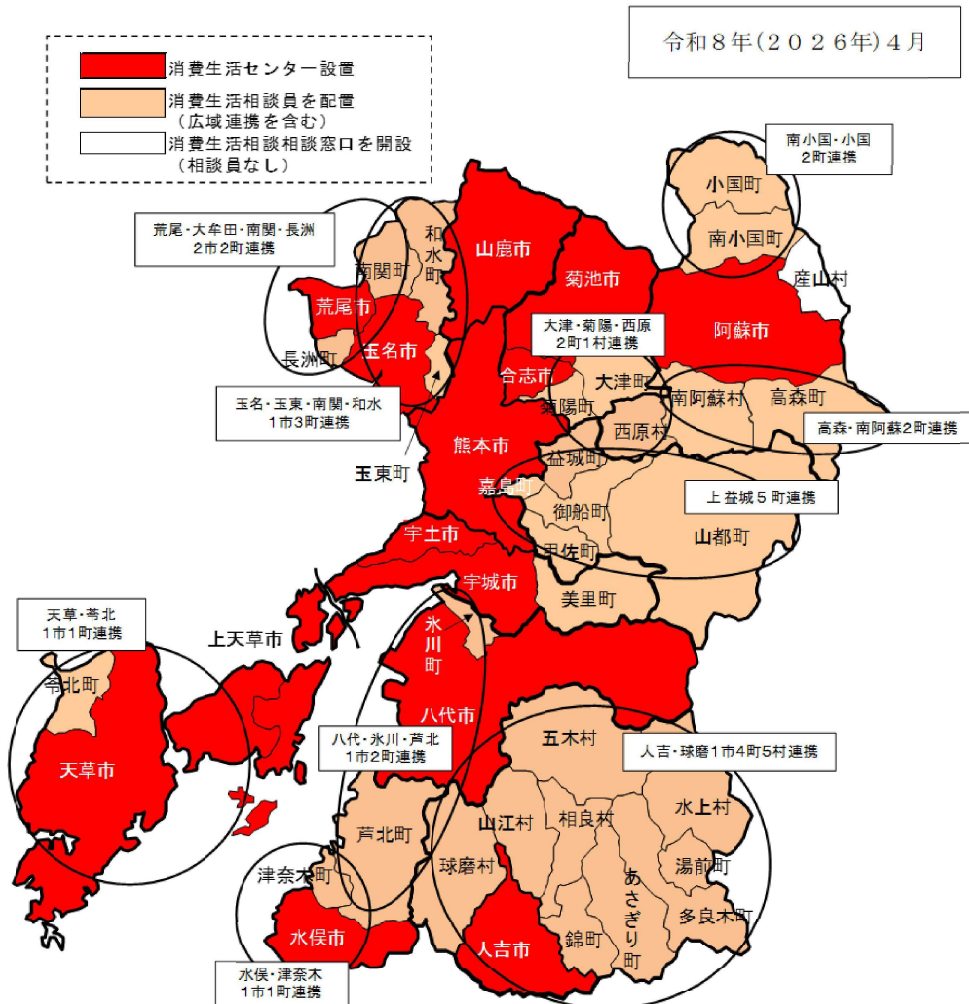
## (1) 県と市町村の消費生活相談の体制 (令和8年4月時点)

- ① 熊本県：熊本県消費生活センター  
消費生活相談員13人体制
- ② 市：14市すべてに消費生活センターを設置  
消費生活相談員による週4日以上相談体制
- ③ 町村：31町村すべてに消費生活相談窓口を設置  
うち1村を除く30町村で消費生活相談員による  
相談対応を実施

### 【参考】

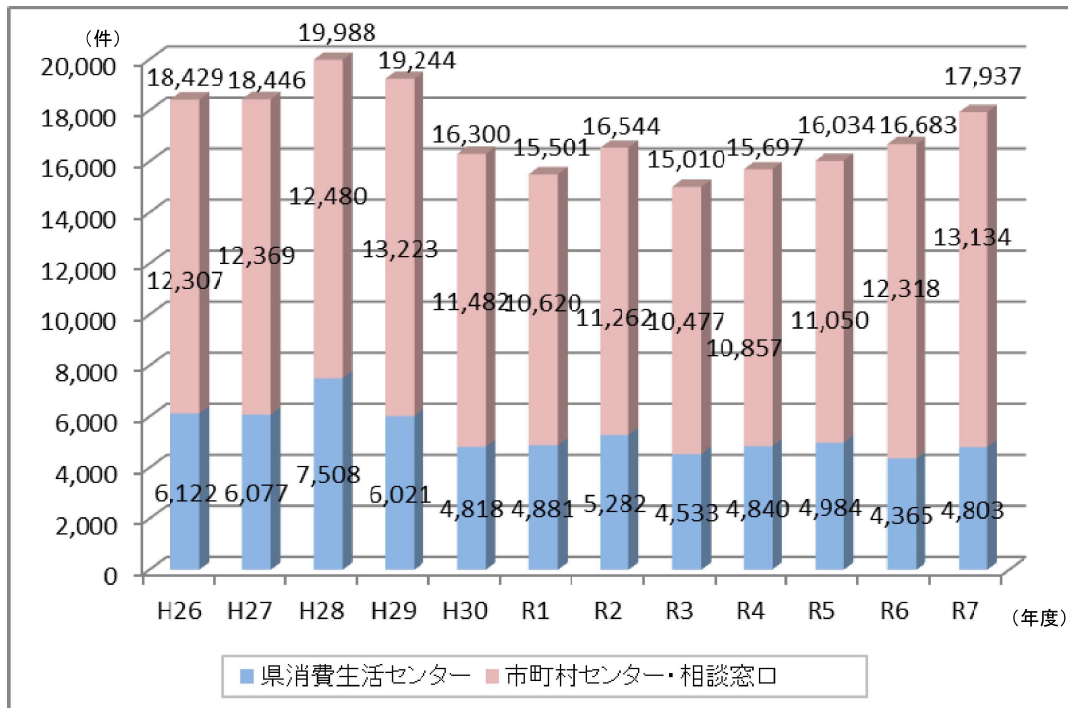
市町村における広域連携による消費生活相談員の配置は、  
10地域35市町村

## 相談体制



## (2) 県と市町村の相談件数の推移

令和7年度（2025年度）における県と市町村を合わせた相談件数は、17,937件。うち、県消費生活センターへの相談件数は4,803件、市町村への相談件数は13,134件。



県消費生活センター及び市町村の消費生活相談窓口に寄せられる相談件数は、平成30年度（2018年度）以降、15,000件～16,000件台で推移していたが、令和7年度（2025年度）は、8年ぶりに17,000件を上回った。

市町村への相談件数は、平成22年度以降、県消費生活センターへの相談件数を上回り、近年は、市町村における相談件数の割合が全体の約70%を占めている。

これは、市町村の相談機能整備の効果が現れてきたことと、住民に身近な消費生活相談窓口についての周知が進んできたことによるものと考えられる。

令和7年度における県消費生活センターへの相談件数は4,803件で、前年度比で10%の増加となった。

## Ⅱ 熊本県消費生活センターにおける相談の概要

### (1) 令和7年度の相談件数

4,803件 ※R6の4,365件から10%増

### (2) 令和7年度に相談が多かった相談分類

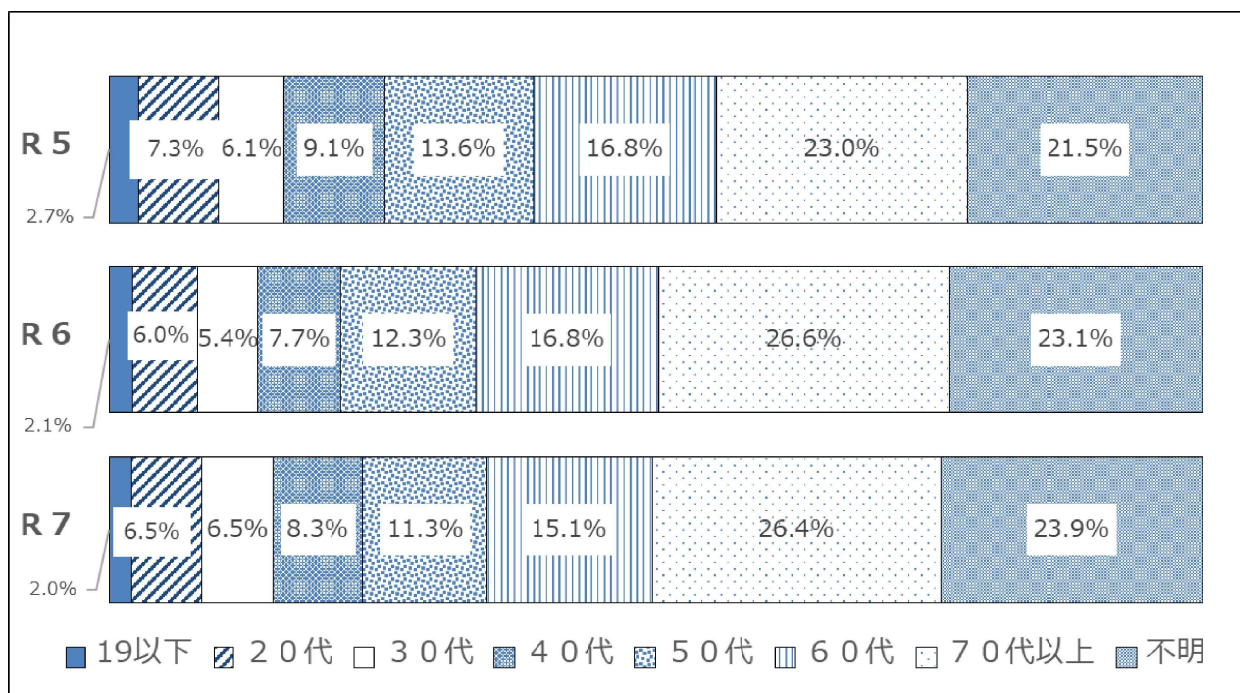
(件数)

相談分類 (上位5分類)	R5	R6	R7	対前年度比	増減率
1 商品一般 (迷惑メール、フィッシング詐欺等)	574	537	484	-53	-9.9%
2 化粧品	373	282	349	67	23.8%
3 役務その他 (副業サポート、代行サービス等)	254	262	256	-6	-2.3%
4 健康食品 (サプリメント、ドリンク等)	196	215	207	-8	-3.7%
5 相談その他	170	149	203	54	36.2%

※ 相談分類は、全国消費生活情報オンラインネットワークシステム (PIO-NET) に基づく。

### (3) 契約者の年代別分類

R7年度の相談件数を契約者の年代別に集計すると  
70代以上の方からの相談割合が最も多く(約26%)、  
次いで60代(約15%)、50代(約11%)となった。



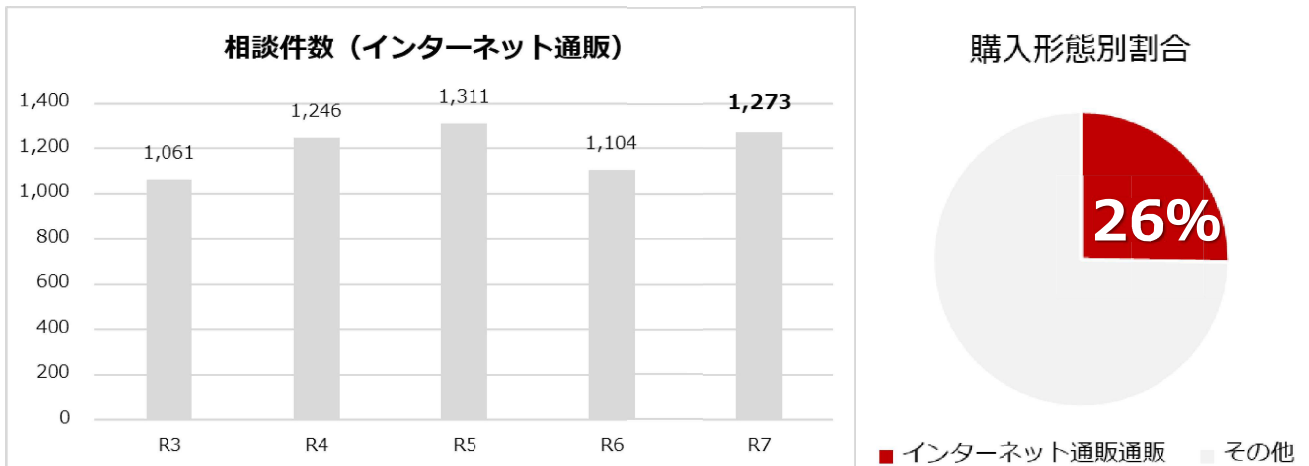
## (4) 特徴的な傾向

### ①インターネット通信販売に関する相談は依然、高止まり

購入形態別で見ると、相談全体の約26%がインターネット通信販売によるものであった。

R7年度の相談件数は1,273件となっており、前年度より増加した。

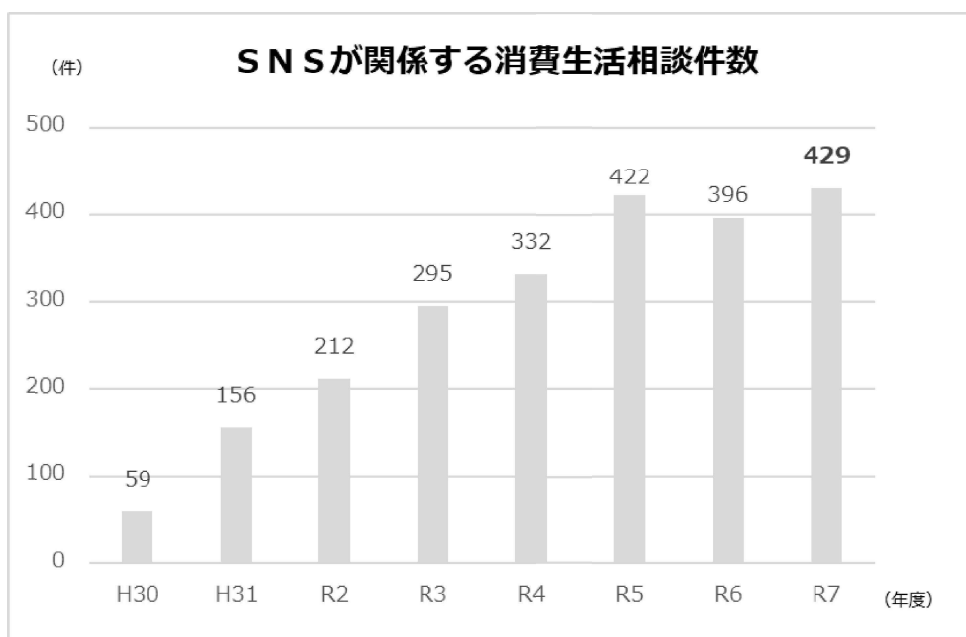
契約者を年代別にみると、60代からの相談が最も多く（286件）、次いで70代（229件）となった。



### ②SNSが関係する消費生活相談は増加傾向

R7年度の相談件数は429件で、前年度(396件)から増加している。

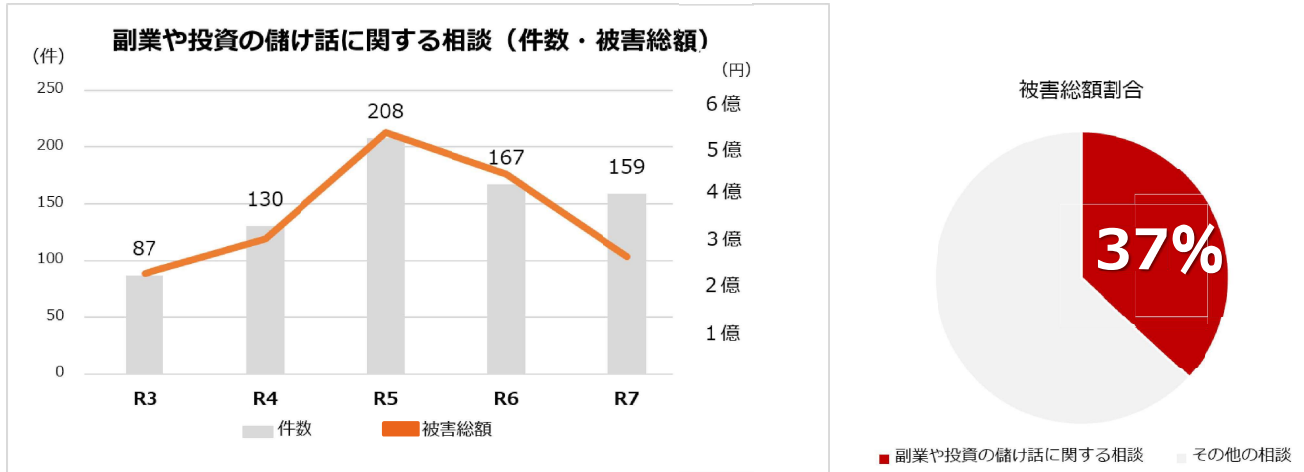
SNSが関係する消費生活相談は、幅広い年齢層から寄せられており、特に、60代からの相談が最も多く（89件）、次いで50代（85件）となった。



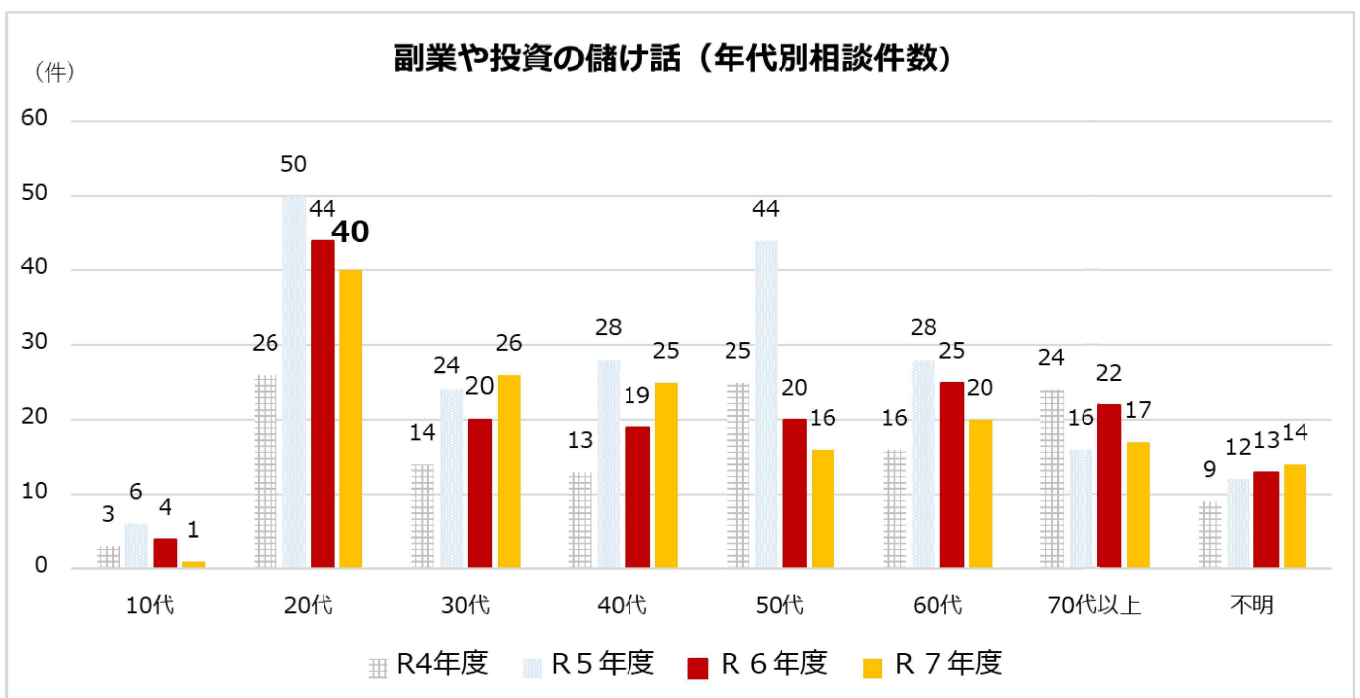
### ③副業や投資の儲け話に関する相談は依然として多い

R7年度の相談件数は159件で、前年度(167件)から減少したが、依然として多くの相談が寄せられている。

被害総額は約2億4,800万円となり、全体の被害総額の約37%を副業や投資の儲け話に関する相談が占めている。



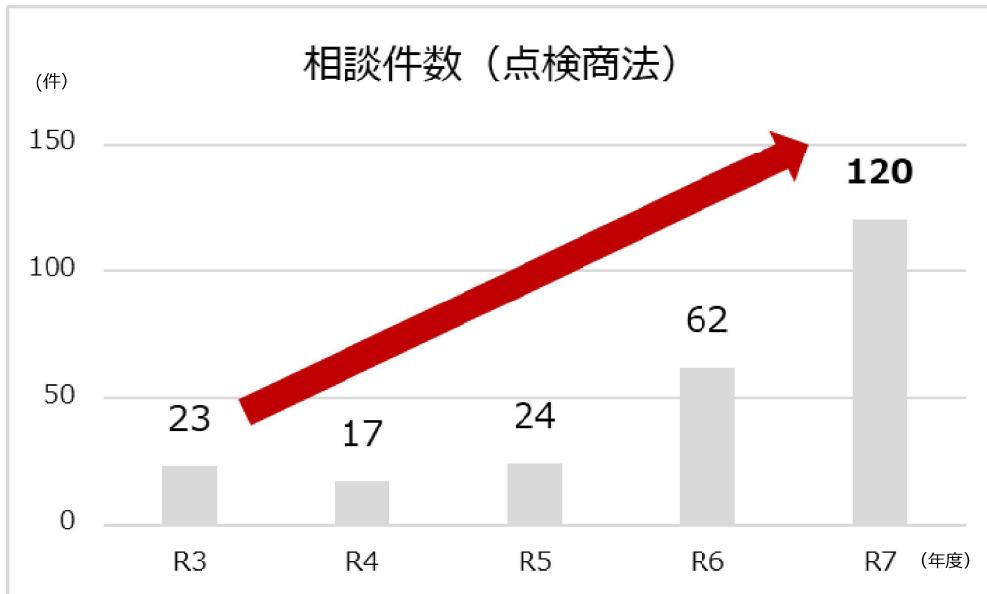
契約者を年代別にみると、R7年度は20代からの相談が最も多く(40件)、次いで30代(26件)、40代(25件)となっている。



#### ④点検商法に関する相談が前年比2倍増加

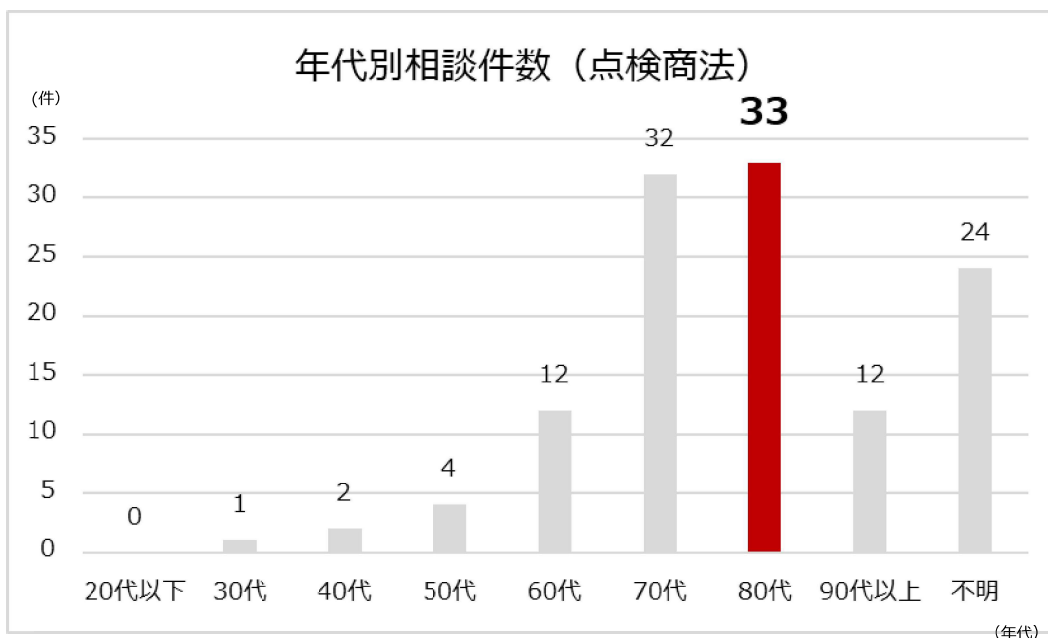
R7年度の相談件数は120件で、昨年度に引き続き大幅に増加している。

点検商法の中でも、特に「分電盤・ブレーカーの点検商法」に関する相談が目立った。



契約者を年代別にみると、R7年度は80代からの相談が最も多く(33件)、次いで70代(32件)となっており、契約者の半数以上が70代以上の高齢者となった。

相談事例では、電話や訪問で突然、点検を持ち掛け、不安をあおって商品の交換を迫る手口が目立った。



## ⑤若者の相談の傾向について

若者（15-29歳）の消費生活相談件数を商品・サービス別にみると、男女共に娯楽、副業に関する相談が上位を占めている。

特に女性では「理美容（脱毛エステ等）」の相談が上位となった。

20代では、男女ともに「賃貸アパート・借家等」に関する相談が上位となった。

### ■若者の消費生活相談の商品・サービス別上位件数

男性						女性					
15-19歳			20-29歳			15-19歳			20-29歳		
順位	商品・サービス	件数	順位	商品・サービス	件数	順位	商品・サービス	件数	順位	商品・サービス	件数
	総件数	34		総件数	141		総件数	38		総件数	141
1	他の教養・娯楽	5	1	役務その他 (副業サポート等)	13	1	理美容(脱毛エステ等)	9	1	理美容(脱毛エステ等)	22
	紳士・婦人洋服		2	賃貸アパート・借家等	12	2	化粧品	5	2	内職・副業	12
3	娯楽等情報配信サービス	4	3	商品一般	11	3	健康食品		3	化粧品	10
4	商品一般		4	他の金融関連サービス	10	4	商品一般	4	4	賃貸アパート・借家等	
	内職・副業	3	5	自動車 融資サービス	9	5	他の教養・娯楽		5	融資サービス	9
							役務その他 (申請代行サービス)	2			

黄色 : 娯楽に関するもの

ピンク色 : 美容に関するもの

青 : 内職・副業・サポート契約等

緑色 : 賃貸アパート・借家等

## (5) 契約金額・既支払額・救済額の推移

「契約金額」、「既支払額」「救済額」は減少している。  
あっせん率は全国平均（R6：8.2%）を上回っている。

	R5	R6	R7
契約金額	23億3300万円	18億6000万円	17億7400万円
既支払額	11億2700万円	10億800万円	6億720万円
救済額	1億9500万円	1億1800万円	8000万円
あっせん件数	730	697	533
あっせん率	14.6%	16.0%	11.1%
あっせん成功率	85.8%	87.0%	92.0%

◆救済額 既に支払った金額又は契約した金額の回復額と未然防止額の合計

◆あっせん 消費者と事業者間にある情報の質、量、交渉力等の格差を補い、話し合いでの解決を支援するために、消費生活センターが事業者と直接電話や面談等で説得や交渉を行い、問題解決を図ること

◆R6年度の都道府県あっせん率の平均は、8.2%（R7.12消費者庁現況調査）

## (6) 注意を要する相談事例について（令和7年度の状況）

### ① SNSが関係する相談

[SNSが関係する相談 429件]

#### 【相談事例】

- SNSの広告で「定期購入なし。1回限り」という記載を見て化粧クリームをネット注文した。定期購入と思っていたので、解約の連絡をしなかった。初回商品到着後に2回目商品が届いたが、この商品を返品したい。
- SNSの広告から、化粧下地を1,980円で購入した。商品が届き、お試し価格だと思って、コンビニ払いで支払いは済ませた。しかし、同じ商品が3本届き、定期購入となっていたことに気が付いた。3回目以降を解約したいと思い、事業者にかけているが繋がらない。どうすればよいか。

#### [センターからの助言や対応]

- SNSの広告を見て、お試しや1回だけのつもりで低価格の商品を注文したところ、2回目以降は高価格になる定期購入だった、という相談が依然として多く寄せられています。
- SNSの広告内容だけで判断するのではなく、注文する際に必ず「最終確認画面（契約の申込みが完了することとなる画面）」で、定期購入が条件とされていないか、最低購入回数に指定（縛り）がないか、2回目以降の代金等の販売条件や解約の条件を確認しましょう。
- 定期購入の中には、「いつでも解約できる定期購入」を申し込むつもりが、「最低購入回数の指定のある契約」（「〇回受け取るまで解約できない定期購入」）に誘導される場合があるため、表示は最後までよく確認し、「最終確認画面」も含め、契約条件に関する記載は全てスクリーンショットで保存しましょう。  
また、注文する際にやり取りした事業者からのメール等があれば、それらも保存しておきましょう。

## ②副業や儲け話に関する相談

[副業や儲け話に関する相談 159件]

### 【相談事例】

- 友人から「FXの投資セミナーを受けてみないか」と誘われた。友人はFX投資で儲かっているという。説明会は無料だということで、後日、友人とともにWEBで説明を受けたが、内容は「儲かる」という話で、どのように儲かるのかはあまり理解できなかったが、契約することにした。投資のための入門講座のパッケージ料金約60万円を振込んだ。契約書とテキストが送られてきて、全20回の入門講座をWEBで受けることになったが、数回受けてみてもどのように儲かるのかさっぱり分からないし、誘った友人にも不信感を持つようになった。
- FXに興味があり友人から紹介を受けFX取引セミナーの契約をした。消費者金融2社から30万円ずつ借りて、60万円を事業者が指定する個人口座に振り込んだ。後日、友人から「1人紹介するごとに5万円が入る」と聞いた。現在も投資サポートを受けているが、確実に利益が得られないのであれば辞めたいと考えている。ただ、友人との関係を悪くしたくない。

### [センターからの助言や対応]

- 友だちや知り合いから勧誘されても、きっぱりと断りましょう。断ることで相手との関係を悪くしたくない、時間を割いて話をしてもらったのに断るのは申し訳ないなどと考えてしまうと、ますます断りにくい状況に陥ってしまいがちです。曖昧な返事はせず、契約する意思が無ければ最初から断りましょう。また、SNSやメール等での勧誘メッセージなどのやりとりは保存しておきましょう。
- 借金をしてまで契約すべきものかよく考えましょう。「みんな借りている」「すぐにお金を取り戻せる」などと言われても、うのみにせず、借金をしてまで投資や副業等のためにお金を支払うことはやめましょう。
- 不安に思った場合やトラブルになった場合には、すぐに最寄りの消費生活センターに相談してください。

### ③点検商法に関する相談

[点検商法に関する相談 120件]

#### 【相談事例】

- 「分電盤の無料チェックをします」との電話があり訪問を了解した。業者が訪問し分電盤を点検したところ「かなり古いので交換したほうがいい」と言われ、約17万円の契約を勧められ、よく分からないまま了解した。家族に相談したところ、不審に感じた。クーリング・オフできるだろうか。
- 業者から「分電盤の点検をする」との電話があり了解した。業者が訪問し「耐用年数が過ぎている。このままでは地震があれば火災になる」と言われた。また、家のブレーカーについても「このままでは火災になる」と言われ、分電盤と併せてブレーカーの交換も提案された。私は、契約電力会社の点検受託業者だと思い交換工事の契約をした。家族に相談したところ、契約電力会社の点検受託業者とは異なる事業者であることが分かった。交換工事を断りたいがどうしたらよいか。

#### 【センターからの助言や対応】

- 業者から電話等で点検を持ち掛けてきても安易に応じず、業者を調べたり、周囲の人に相談したりして慎重に対応しましょう。なお、法定点検の場合には調査員証の携帯が義務付けられているので、必ず調査員証の提示を求めましょう。
- 点検の結果、分電盤やブレーカーの交換が必要と言われても、その業者の話だけを聞いてその場ですぐに契約しないようにしましょう。
- 分電盤の状況を確認したい場合には、管轄の電力会社（一般送配電事業者）等、地域の電気工事業工業組合等に相談しましょう。
- 交換を検討する場合は、複数の業者に見積もりを取り、機能や価格を十分に確認した上で契約しましょう。
- 点検するために訪問した業者と契約してしまった場合でも、特定商取引法上の訪問販売に該当する場合は、契約書面を受け取った日から8日以内であればクーリング・オフできます。早めにお住いの地域の消費生活センターや相談窓口にご相談ください。

## (7) 県民への注意喚起等（令和7年度実績）

### ①トラブル注意報

期 日	内 容
R7.7.3	電話勧誘で契約した光回線、モバイルWi-Fi等の通信サービスに関するトラブルに注意
R7.7.31	インターネット通販で購入したサーキュレーターのトラブルに注意
R7.8.12	分電盤の点検商法トラブルに注意
R7.8.13	災害に便乗した悪質商法に注意
R7.12.18	子どもの高額なオンラインゲーム課金に注意
R8.1.20	若者に広がる「FX取引セミナー」に注意
R8.3.18	脱毛エステの契約に関する相談が増加しています

### ②消費者被害ゼロキャンペーン

地元新聞社と連携した消費者トラブル注意喚起（R7:5回）

- ・ R7.4.30 「スマホ副業詐欺が増加中」
- ・ R7.7.30 「害虫・害獣駆除トラブルにご用心」
- ・ R7.10.29 「コメ通販の偽サイトに気をつけて」
- ・ R8.1.30 「分電盤の点検商法に注意を」
- ・ R8.3.27 「被害に遭う前に知っておきたい安全策」



### ③せいかつQ&A

地元新聞において隔週で消費者トラブルに関する注意喚起・啓発を実施

期日	内容
2025/4/2	引っ越し直後をねらった訪問販売に注意
2025/4/16	消費生活センターに相談しよう
2025/4/30	無料セミナーだけのつもりが…高額な就活サポート契約に注意
2025/5/14	消費者月間について
2025/5/28	「スキマ時間に気軽に稼げる」などとうたう副業に注意
2025/6/11	震災に便乗した悪質商法に注意
2025/6/25	適格消費者団体について知っていますか
2025/7/9	美容医療のトラブル
2025/7/23	オンラインゲームや投げ銭での高額課金
2025/8/6	瞬間接着剤によるやけどに注意
2025/8/20	多重債務
2025/9/3	ウォーターサーバーの勧誘トラブル
2025/9/17	気づかぬうちに定期購入に
2025/10/1	食ロス削減にご協力ください
2025/10/15	給湯器の点検に御注意ください
2025/10/29	偽警告に慌てないで! ~サポート詐欺に注意~
2025/11/12	ますます巧妙化するフィッシング詐欺
2025/11/26	屋外における子どもの事故防止
2025/12/10	海産物の購入を強引に進める電話に注意
2025/12/24	偽物が届くネット通販トラブル
2026/1/7	リチウムイオン電池使用製品による発火事故に注意しましょう
2026/1/21	テレビ画面の破損に気を付けましょう!
2026/2/4	訪問購入トラブル
2026/2/18	初めての一人暮らし
2026/3/4	害虫・害獣駆除のトラブルに注意
2026/3/18	「+」で始まる不審な国際電話にご注意ください

### Ⅲ 「消費者自立のための生活再生総合支援事業」について

#### Ⅰ 事業概要

- 多重債務者など生活再生の支援が必要な方々に対し、生活再生相談、家計診断、個別要因に応じたトラブル解決支援、債務整理中又は債務整理後のセーフティネット貸付、償還完了までの生活サポートを行う。
- 「グリーンコープ生活協同組合くまもと」への業務委託により実施。（熊本市、八代市、上天草市に相談室あり）

#### ※セーフティネット貸付

##### 【貸付条件】

- 限度額：150万円
- 貸付利率：年9.5%以下  
（大規模自然災害の被災者対象の特別金利1.5%）
- 償還期間：5年以内（据置期間1年）  
※措置期間適用は、大規模自然災害の特別金利貸付利用時のみ  
（特別利息1.5%の利用については、災害による被害や影響を証明する公的書類等の提出が条件となる。）

#### 2 令和7年度における面談件数等の推移

令和7年度においては、面談件数は586件で前年度比10.5%減、貸付件数は39件で前年度比18.7%減となった。

債務整理中または債務整理後の信用情報等により銀行等からの借入が難しい方等を対象に、生活再生に向けた効果的な貸付を実施。

年度	面談・貸付	件数	前年度比	増減率
R5	面談件数	605	▲37	▲5.8%
	貸付件数	43	10	▲30.3%
R6	面談件数	655	50	8.3%
	貸付件数	48	5	11.6%
R7	面談件数	586	▲69	▲10.5%
	貸付件数	39	▲9	▲18.8%

## IV 消費者教育の推進について

令和7年度の消費者教育・出前講座の実績

開催回数：全80回

(生徒・学生等講座、一般77講座、食品ロス削減等3講座)

参加人数：全6,777名

(生徒・学生等4,357名、一般2,340名、食品ロス削減等80名)

※生徒・学生等には、小学生、中学生、高校生、大学生を含む

### (1) 「高校生等のための消費生活講座」について

若年層への消費者教育の強化を図るため、教育委員会関係課等との連携により「高校生等のための消費生活講座」を平成30年度から推進している。

●高校生等のための消費生活講座実績

令和7年度：27校(28講座)、延べ受講者約3,500名

### (2) 消費者教育コーディネーターについて

民法改正により令和4年度から成年年齢が18歳に引き下げられることを受け、若年層への消費者教育の充実を図るため、令和元年度から消費生活課に「消費者教育コーディネーター」1名を配置し、学校教育と連携した消費者教育の推進を図っている。

●令和7年度

大学8校、公立高校24校、私立高校9校、特別支援学校8校を訪問し、学校現場のニーズや要望の聴取を行った。

### (3) 食品ロス削減推進について

#### ① 食品ロス削減推進に係る広報活動の実施 (食品ロス月間、てまえどり、食べきり運動)

- ・テレビCMの放映
- ・WEBやSNS広告配信、新聞広告記事掲載

#### ② 事業者参加「フードドライブ」の実施

- ・熊本市、八代市、山鹿市、御船町を回収拠点として、フードドライブを実施(R7.9/8~9/12)。
- ・県内84事業所から約2.2トンの食品が集まり、支援団体を通じて子ども食堂等に配付。

#### ③ 食ロスチェックの実施

- ・消費者からモニターを募り、家庭における食品ロス発生要因等の現状を把握。
- ・74人が参加し、2週間にわたって食品ロスの量、種類等を記録し、結果を取りまとめ、ホームページで公開。

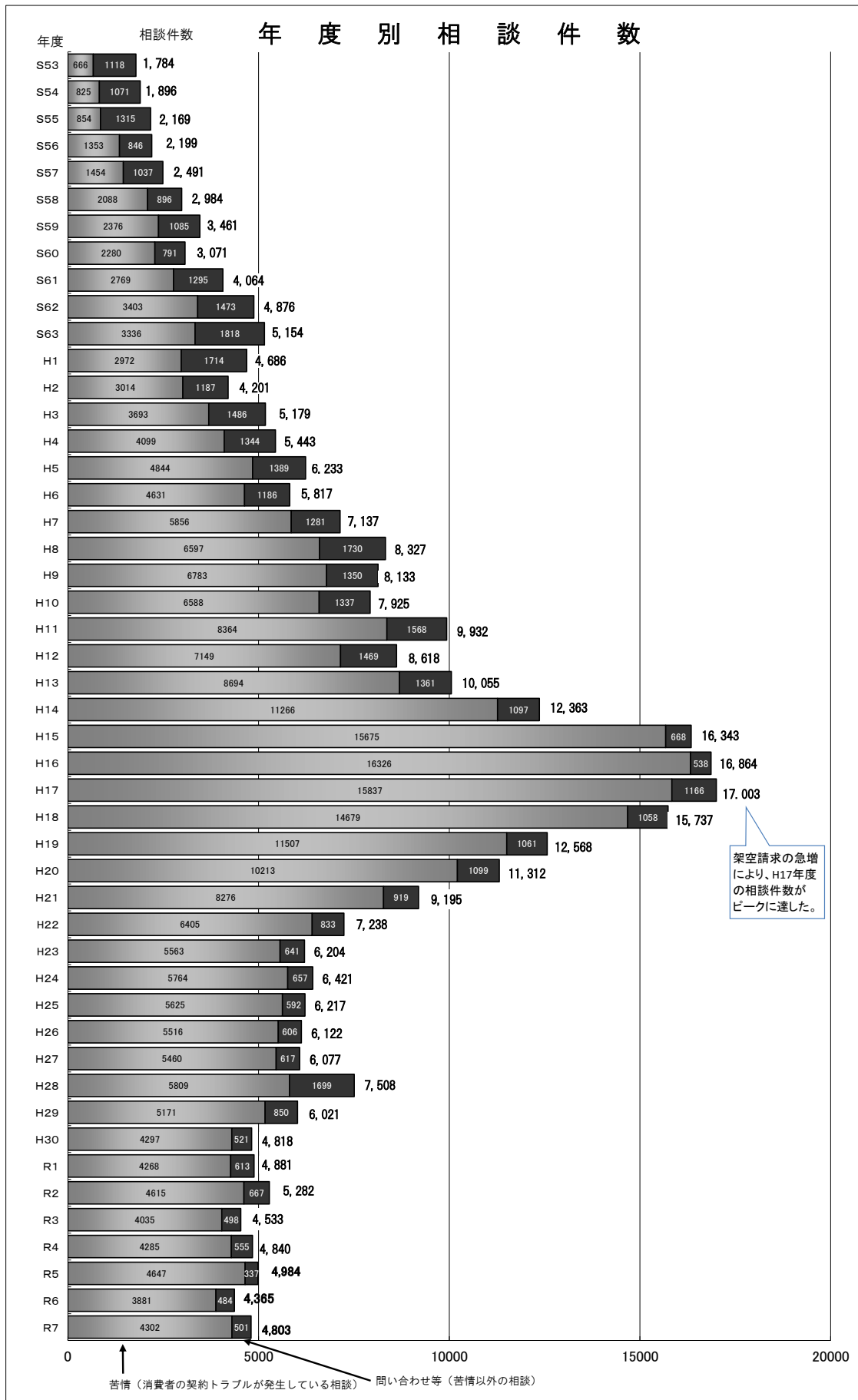


# 資料編

# 1 県消費生活センターの相談件数

資料編

令和7年度における県消費生活センターへの相談件数は4,803件で、前年度比では10%増加となった。



## 2 相談の多い商品・役務(サービス)

「商品一般(迷惑メール、フィッシング詐欺等)」、定期購入によるトラブルが多い「化粧品」や「健康食品」、「役務その他(占い、サポート契約等)」の件数が、いずれも5年連続で上位を占めた。  
相談件数の最も増加した商品・役務は、「他の住宅設備(分電盤やブレーカー等)」、次いで「化粧品」であった。

(単位:件)

順位	商品・役務(サービス)名	R7年度		R6年度		対前年度比		R5年度
		件数	構成比	件数	構成比	増減数	増減率	件数
1	商品一般(迷惑メール、フィッシング詐欺等)	484	10.1%	537	12.3%	-53	-9.9%	574
2	化粧品	349	7.3%	282	6.5%	67	23.8%	373
3	役務その他	256	5.3%	262	6.0%	-6	-2.3%	254
4	健康食品	207	4.3%	215	4.9%	-8	-3.7%	196
5	相談その他	203	4.2%	149	3.4%	54	36.2%	170
6	賃貸アパート・借家等	157	3.3%	135	3.1%	22	16.3%	141
7	インターネット通信サービス	142	3.0%	123	2.8%	19	15.4%	96
8	融資サービス	136	2.8%	119	2.7%	17	14.3%	138
9	移動通信サービス	133	2.8%	110	2.5%	23	20.9%	114
10	自動車	109	2.3%	92	2.1%	17	18.5%	143
11	他の金融関連サービス	104	2.2%	93	2.1%	11	11.8%	104
12	他の住宅設備	104	2.2%	16	0.4%	88	550.0%	21
13	工事・建築(住宅等)	94	2.0%	105	2.4%	-11	-10.5%	136
14	理美容	87	1.8%	35	0.8%	52	148.6%	79
15	他の教養・娯楽	85	1.8%	103	2.4%	-18	-17.5%	149
16	紳士・婦人洋服	83	1.7%	59	1.4%	24	40.7%	87
17	電報・固定電話	81	1.7%	55	1.3%	26	47.3%	48
18	医療	79	1.6%	64	1.5%	15	23.4%	66
19	内職・副業	62	1.3%	48	1.1%	14	29.2%	59
20	電気	59	1.2%	50	1.1%	9	18.0%	57
合計		4,803		4,365		438	10.0%	4,984

### 3 販売購入形態別相談状況

「電話勧誘販売」が前年度比14.8%、「通信販売」が前年度比11.0%増加した。  
「通信販売」が全体の3割以上を占め、高止まり傾向にある。  
また、「電話勧誘販売」が近年増加傾向にあり、前年比14.8%増加した。

(単位:件)

区 分	R7年度		R6年度		対前年比		R5年度 件数	
	件 数	構成比	件 数	構成比	増減数	増減率		
無 店 舗 販 売	通信販売	1,566	32.6%	1,411	30.8%	155	11.0%	1,734
	電話勧誘販売	326	6.8%	284	6.2%	42	14.8%	219
	訪問販売	230	4.8%	261	5.7%	-31	-11.9%	266
	マルチ商法(連鎖販売取引)	35	0.7%	43	0.9%	-8	-18.6%	43
	訪問購入	28	0.6%	30	0.7%	-2	-6.7%	33
	送り付け商法(ネガティブ・オプション)	9	0.2%	15	0.3%	-6	-40.0%	9
	その他無店舗	123	2.6%	109	2.4%	14	12.8%	110
小 計	2,317	48.3%	2,374	51.8%	-57	-2.4%	2,299	
店舗購入	651	13.6%	577	12.6%	74	12.8%	716	
不明・無関係	1,834	38.2%	1,635	35.7%	199	12.2%	1,894	

### 4 主な販売手口

「点検商法」が前年度比93.5%と大幅に増加した。次いで、「次々販売」が前年度比54.5%増加、「利殖商法」が前年度比15.1%増加した。

(単位:件)

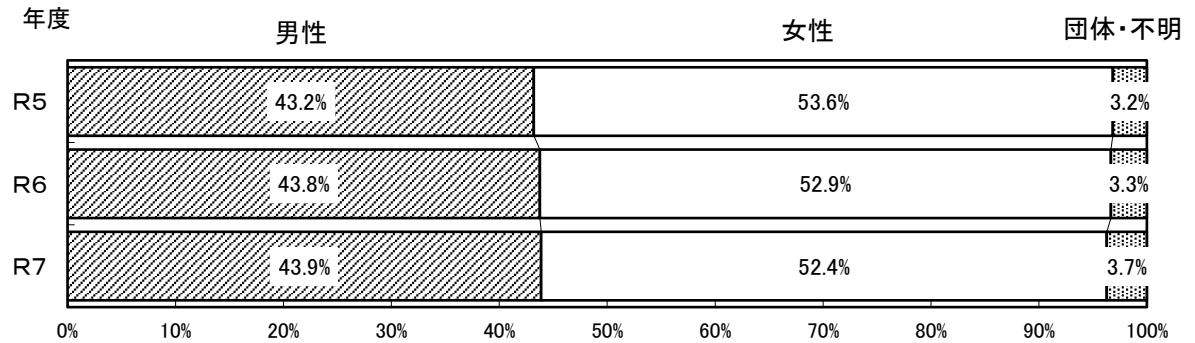
順位	販売手口	R7年度		R6年度		対前年比		R5年度 件数
		件 数	構成比	件 数	構成比	増減数	増減率	
1	点検商法	120	2.5%	62	1.4%	58	93.5%	24
2	利殖商法	84	1.7%	73	1.6%	11	15.1%	86
3	サイドビジネス商法	77	1.6%	94	2.0%	-17	-18.1%	122
4	無料商法	54	1.1%	95	2.1%	-41	-43.2%	62
5	次々販売	17	0.4%	11	0.2%	6	54.5%	13
6	展示販売	12	0.2%	13	0.3%	-1	-7.7%	5
7	当選商法	8	0.2%	26	0.6%	-18	-69.2%	16
8	過量販売	5	0.1%	7	0.2%	-2	-28.6%	5
9	景品付販売	4	0.1%	6	0.1%	-2	-33.3%	7
10	アンケート商法	1	0.0%	5	0.1%	-4	-80.0%	11

(1つの相談に対し複数の販売手口が関係する場合は、その全てを計上。)

## 5 相談者の属性

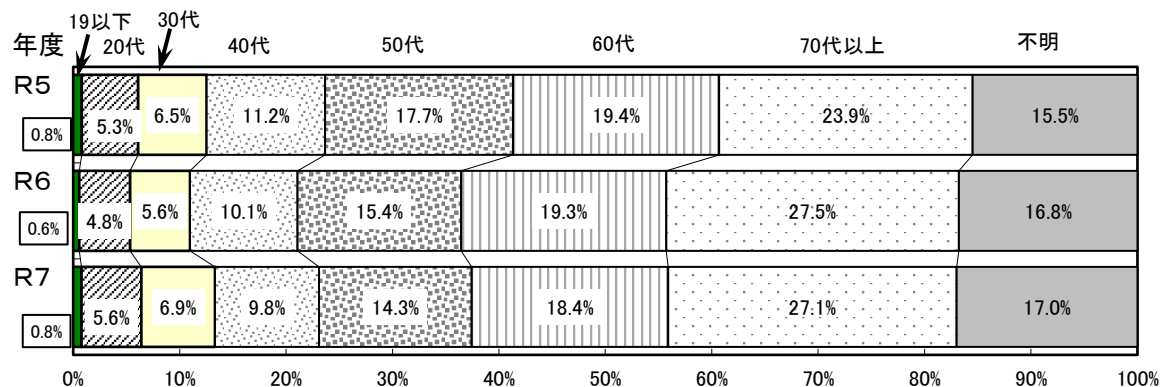
### ■性別等

相談者は、男性より女性の割合が高くなっている。



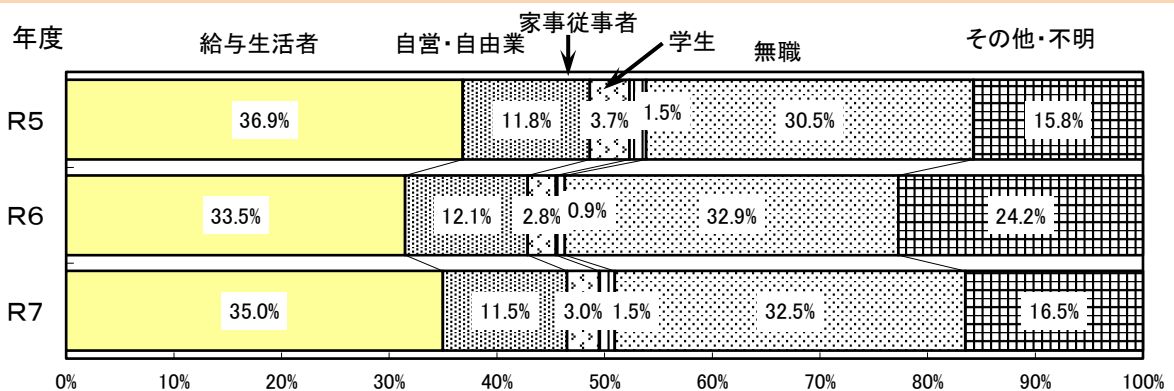
### ■年代別

高齢化の進展等もあって、60歳代以上の相談割合は高い。



### ■職業別

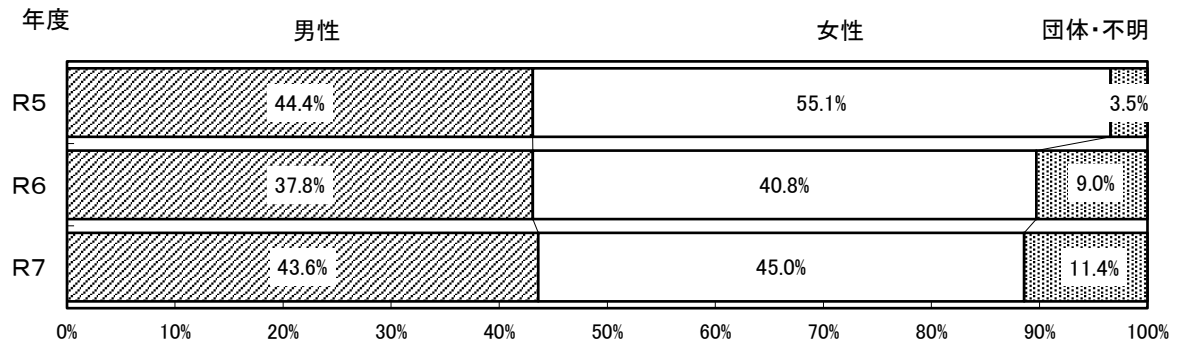
前年度と比較すると、給与生活者の割合は増加している。



## 6 契約当事者の属性

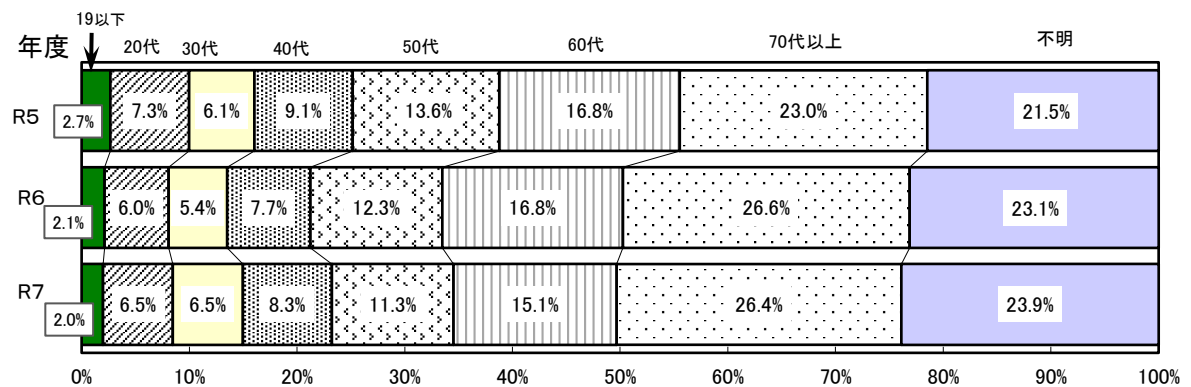
### ■性別等

契約当事者においても、男性より女性の割合が高くなっている。



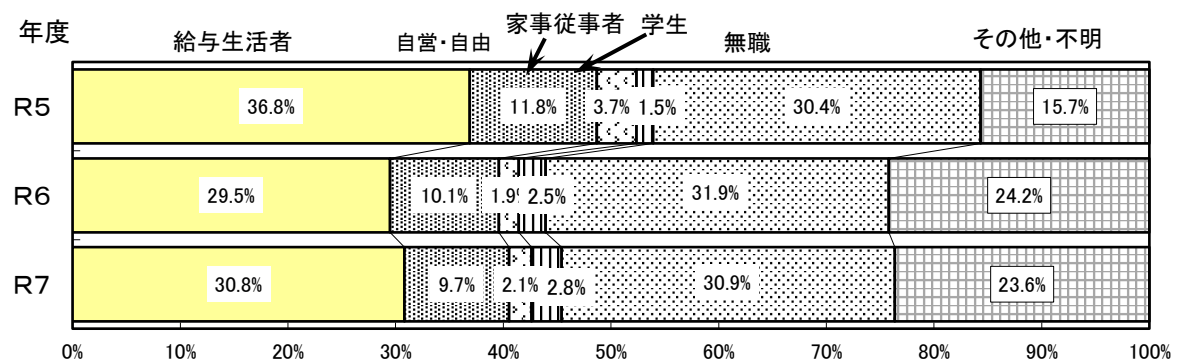
### ■年代別

高齢化の進展等もあって、60歳代以上が契約者である割合が高い。  
未成年と20歳代が相談者である割合より契約当事者である割合が高いのは、家族等から未成年と20歳代の契約について相談が寄せられているためと考えられる。



### ■職業別

前年度と比較すると、給与生活者の割合は増加している。



## 7 契約当事者の性別・年代別の状況

### ■男性

10代以下では昨年度に引き続き「他の教養・娯楽その他(ゲーム、出会い系等)」が1位となった。  
20歳代～40歳代では「賃貸アパート・借家等」に関する相談が上位となった。

	総件数 (前年度)	1 位	2 位	3 位	4 位	5 位
10代以下	55件 (47)	①他の教養・娯楽 その他(ゲーム、 出会い系等) 10件	●紳士・婦人洋服 6件	⑤商品一般 ③娯楽等情報配信サービス 各4件	⑤化粧品 ●自動車 ●内職・副業 各3件	
20歳代	141件 (115)	●役務その他 13件	⑤賃貸アパート・ 借家等 12件	②商品一般 11件	●他の金融関連 サービス 10件	③自動車 ①融資サービス 各9件
30歳代	144件 (88)	②賃貸アパート・ 借家等 14件	①商品一般 13件	●玩具・遊具 8件	②融資サービス ●教養娯楽品その他 各7件	
40歳代	182件 (164)	③商品一般 14件	●賃貸アパート・借家等 ●インターネット通信サービス ④自動車 ②役務その他 11件	①融資サービス ●相談その他 ④移动通信サービス 各9件		
50歳代	243件 (264)	①商品一般 16件	●自動車 ②健康食品 15件	③化粧品 13件	●インターネット 通信サービス 12件	
60歳代	360件 (362)	①商品一般 36件	②化粧品 28件	④インターネット 通信サービス 18件	②健康食品 17件	●移动通信サービス 16件
70歳以上	672件 (557)	①商品一般 75件	②健康食品 48件	●他の住宅設備 39件	●インターネット 通信サービス 25件	④移动通信サービス ③役務その他 各21件

※丸数字は昨年度の順位、●は昨年度順位が6位以下を示す

## ■女性

女性の相談では、広い世代で美容やダイエットに関する「化粧品」に関する相談が上位に入っている。  
10歳～40歳代では、「理美容(脱毛エステ等)」に関する相談が上位となった。

	総件数 (前年度)	1 位	2 位	3 位	4 位	5 位
10 代 以下	55件 (53)	⑤理美容(脱毛 エステ等) 9件	①化粧品 6件	①健康食品 6件	①商品一般 ●役務その他	各4件
20 歳 代	141件 (144)	⑤理美容(脱毛 エステ等) 22件	④内職・副業 12件	●化粧品 ①賃貸アパート・借家等	10件	●融資サービス 9件
30 歳 代	144件 (145)	④理美容(脱毛 エステ等) 13件	③内職・副業 ●役務その他 各11件	①商品一般 10件	①賃貸アパート・ 借家等 8件	
40 歳 代	182件 (170)	①化粧品 24件	②商品一般 19件	●理美容(脱毛エ ステ等) 14件	③健康食品 12件	③役務その他 ●賃貸アパート・ 借家等 9件
50 歳 代	243件 (264)	①化粧品 62件	②商品一般 22件	④役務その他 19件	●紳士・婦人洋服 17件	③健康食品 15件
60 歳 代	360件 (360)	①化粧品 74件	②商品一般 33件	③健康食品 23件	⑤役務その他 ●相談その他 各14件	
70 歳 以上	672件 (592)	②化粧品 69件	①商品一般 60件	③健康食品 41件	●他の住宅設備 35件	④役務その他 19件

※丸数字は昨年度の順位、●は昨年度順位が6位以下

## 8 危害・危険に関する相談

区分	R7年度			R6年度 件数	R5年度 件数	
	件数	相談の多い商品・役務(サービス)				
(※1) 危害	80件	第1位	化粧品	28件	65件	72件
		第2位	医療	11件		
		第3位	健康食品	8件		
(※2) 危険	18件	第1位	自動車	6件	8件	9件
		第2位	・食生活機器 ・空調・冷暖房・給湯設備	各2件		

(※1) 「危害」とは商品の使用により人体に危害が及んだもの。

(※2) 「危険」とは危害には至らなかったが人身事故の恐れがあるもの。

### 【危害に関する相談の例】

- SNSで購入したネックレスで金属アレルギーによる痒みが出て、事業者へ返品の連絡したが応じて貰えない。
- 通販で回数縛りのある白髪染めを注文した。使ってみたら肌に合わず頭皮にブツブツができた。販売会社は返品に応じてくれない。
- ポータブル電源を保管していたら煙が出た。保管場所から取り出したら、火が出て畳が焦げ、足にもやけどをした。

### 【危険に関する相談の例】

- モバイルバッテリーから異音が出た。確認したところ、接続部分が触れない程熱くなっていた。
- ラミネーターを使っていたところ、焦げ臭いにおいがして動かなくなった。危険だ。どうしたら良いか。

## 9 商品テストに関する処理状況

### 【苦情処理テスト】

苦情処理テスト実施件数 3 件

No.	相談内容	テスト内容
1	・コート裏地の裏地破れ 16年前にプレゼントされたコートをクリーニングに出したら裏地がボロボロになった。	目視およびマイクロスコープで観察、撮影、記録した。裏地はボンディング生地で、はく離、縮み、再付着、生地分離が見られ、表生地にぶく付きが見られた。経年により接着樹脂が劣化し、クリーニングにより顕在化したと考えられた。
2	・合皮コートの被膜剥がれ 10年前に購入したムートン風のコートをクリーニングに出したら袖口の合皮部分が剥がれていた。	目視およびデジタルカメラで撮影・記録、観察した。被膜の浮き、剥がれが観察され、経年劣化がクリーニングにより顕在化したと考えられた。
3	・掃除機ヘッドのLEDライトの不具合 10回ほどの使用でLEDライトの光が弱くなり、ヘッドの半分までしか届かなくなった。	光の当たり方や素材、色の異なる床材において、どのようにLEDの光が届くかをデジタルカメラで撮影、記録、観察を行った。常にLEDの光はヘッドの端を越えて届いているが、光の当たり方や床の材質や色によってLEDの光の見え方が異なることが分かった。

### 【技術回答】

分野	相談件数	主な相談事例
衣	19	・オーダーメイドインソールで痛み ・クリーニングの保管料 ・宅配クリーニングでベルト紛失 ・偽ブランド品のジャケット
食	18	・輸入加工食品に指定外添加物 ・機能性表示食品で体調不良 ・米がおいしくない
住	71	・分電盤の訪問点検、交換 ・太陽光発電システムの点検、交換 ・モバイルバッテリーの異常 ・エアコンの修理 高額、直らない ・ヒートポンプ式給湯器の騒音 ・籐の回転いすで転倒、骨折
その他	47	・ピアスによる金属アレルギー ・洗車用ブロアーから発煙 ・中古車の不具合 ・ネット購入の中古パソコンのトラブル ・化粧品、医薬部外品でかぶれ 解約できない
計	155	

## 用語解説

	用語	解説
1	インターネット通信サービス	モバイル向けではないインターネット通信に関連するサービス。 インターネットの接続回線(光回線)やプロバイダの契約に関する相談などが大半を占める。
2	移動通信サービス	携帯電話等の移動通信及びそれらに関するサービス。
3	通信販売	店舗ではなく、新聞、雑誌、テレビ、インターネット上のホームページ(インターネットオークションを含む)などによる広告や、ダイレクトメール、チラシなどを見た消費者から郵便、電話、ファクシミリ、インターネットなどの通信手段で注文を受け、商品を販売する方法のこと。 (特定商取引に関する法律第2条第2項)
4	訪問販売	販売業者の営業員が一方向的に消費者宅を訪問し、訪問先で商品(権利・役務を含む)の販売活動を行う小売形態のこと。 キャッチセールス、アポイントメントセールス、SF商法などの営業員の訪問がないものも「訪問販売」としている。 (特定商取引に関する法律第2条第1項第1号、第2号)
5	電話勧誘販売	販売業者が、個人宅や勤務先に一方向的に電話をかけ、または特定の方法により消費者に電話をかけさせ、その電話において商品の紹介や勧誘を行うことにより商品を販売する方法のこと。 (特定商取引に関する法律第2条第3項)
6	マルチ商法(連鎖販売取引)	販売組織の加入者が消費者に商品などを購入させて、その販売組織に加入させることによりマージンを得る仕組みの商法。これを繰り返すことにより、販売組織がピラミッド式に拡大していく。 (特定商取引に関する法律第33条)
7	訪問購入	営業員が訪問してきて、自宅にある物品(貴金属等)を買い取る形態のこと。 震災後、強引な勧誘方法や買い取り額の妥当性が問題となり、特定商取引に関する法律で規制されることとなった。 (特定商取引に関する法律第58条の4)
8	送り付け商法	ネガティブ・オプションともいう。 注文していないにもかかわらず商品を一方向的に送りつけ、受けとった消費者に購入しなければならないものと勘違いさせ、料金を支払わせることを狙った商法。代金引換郵便を悪用したものもある。
9	その他無店舗	店舗ではないところ、または店舗とはいえないような場所(自動販売機、野菜の無人スタンドなど)。また、ホテルや集会場など通常店舗とは考えられない場所で2日以上に渡って行われる展示会などで購入した場合。
10	無料商法	「無料のお試しサービスです」「今なら無料で体験できる」などのセールストークや広告により高額な商品・サービスを売りつける商法のこと。 近年は、初回が無料や格安とうたい、複数回の購入や2回目以降の高額の支払いを求める「定期購入」のトラブルも増加している。
11	サイドビジネス商法	「内職・副業になる」などのセールストークで何らかの契約をさせる商法で自分で仕事や作業を行うものに限る。ただし、投資や出資をするものや雇用されるものは含まない。
12	点検商法	「点検に来た」と来訪し、「使用できない」「修理不能」「早めに代えないと危険」など不安をあおって商品やサービスを契約させる商法のこと。 白あり駆除、消火器、ガス漏れ警報機、火災警報機、換気扇などの商品やサービスが多く、いかにも関係機関から来たように見せかけている場合も多い。
13	利殖商法	「値上がり確実」「必ず利益が出る」など儲かることを強調して契約させる商法のこと。 特に自宅に多い高齢者をターゲットに、電話勧誘販売や訪問販売で契約させるなど高齢者の貴重な老後の生活資金ををらい打ちにした悪質な手口が増えている。 近年は、全年齢層において「案に短期間で高収入」などをうたう情報商材にかかるトラブルが増加している。
14	当選商法	「当選した」「景品が当たった」「あなただけが選ばれた」など「自分だけ」という優越感をくすぐって消費者に近づき、高額な商品やサービスの契約をさせる商法のこと。 最近では、高齢者をターゲットに、あたかも海外の宝くじに当選したようなダイレクトメールやエアメールを送り、当選金を受け取るための保証金を支払わせる手口や、携帯電話の懸賞サイトを名乗り当選メールを送って保証金を支払わせる手口もある。
15	次々販売	一人の消費者に次から次へと契約をさせる販売方法のこと。
16	景品付販売	景品を付けることを販売勧誘の手段にしていて、景品の価格が高額である場合
17	アンケート商法	「アンケートに答えてください」「アンケートをとるだけです」等と言って消費者に接近して売りつける商法のこと。
18	展示販売	展示会や展覧会での販売。 会場の個室などで長い時間、勧誘を行ったり、展示されている物が「特別な物で2つしかない。」などと消費者に勘違いをさせ、高価格で契約させるなどを行うことがある。
19	過量販売	商品や役務を必要以上に多く販売する販売方法。