

<報道発表資料>

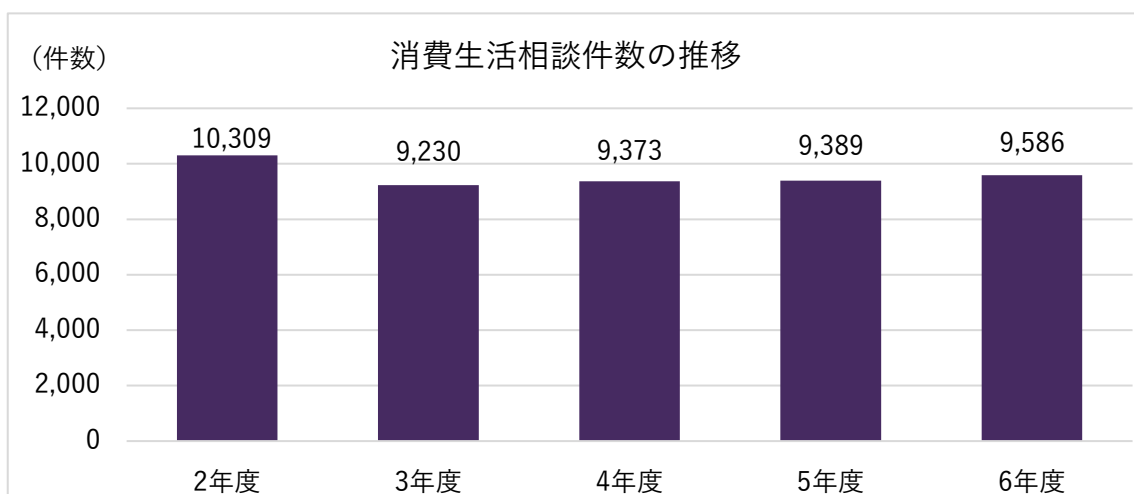
令和 7 年 8 月 5 日

京都市文化市民局文化市民部消費生活総合センター

令和 6 年度消費生活相談の概況

多様化する消費者被害から身を守るためには、実際にどのようなトラブルが生じているのかを知ることが非常に重要となります。当センターでは、令和 6 年度に寄せられた消費生活相談の概況をまとめましたので、お知らせします。

- 相談件数は、前年度から約 2 0 0 件増加しました。
9, 3 8 9 件（令和 5 年度） ⇒ 9, 5 8 6 件（令和 6 年度）
- 年齢別では、6 0 歳台の方が契約者となる相談が最多に。
また、6 0 歳台では通信販売に関する相談が約 1 0 0 件増加。
6 2 5 件（令和 5 年度） ⇒ 7 1 8 件（令和 6 年度）
 インターネット上の情報を鵜呑みにしてトラブルに遭ってしまう事例が多く見られます。「格安だから」、「お試しのつもり」といって飛びつくことなく、購入・支払いをする前に表示内容をよく確認しましょう！
- 6 5 歳以上の高齢者からの相談が直近 5 年間で最も高い割合（3 0 . 4 %）に。
 京都市では、高齢者や障害のある方などが消費者被害に巻き込まれないよう見守る体制づくりのため、令和 7 年 2 月に「京都市消費者安全確保地域協議会」を設置しました。
今後も地域全体での見守りを強化していけるよう取り組んでまいります。



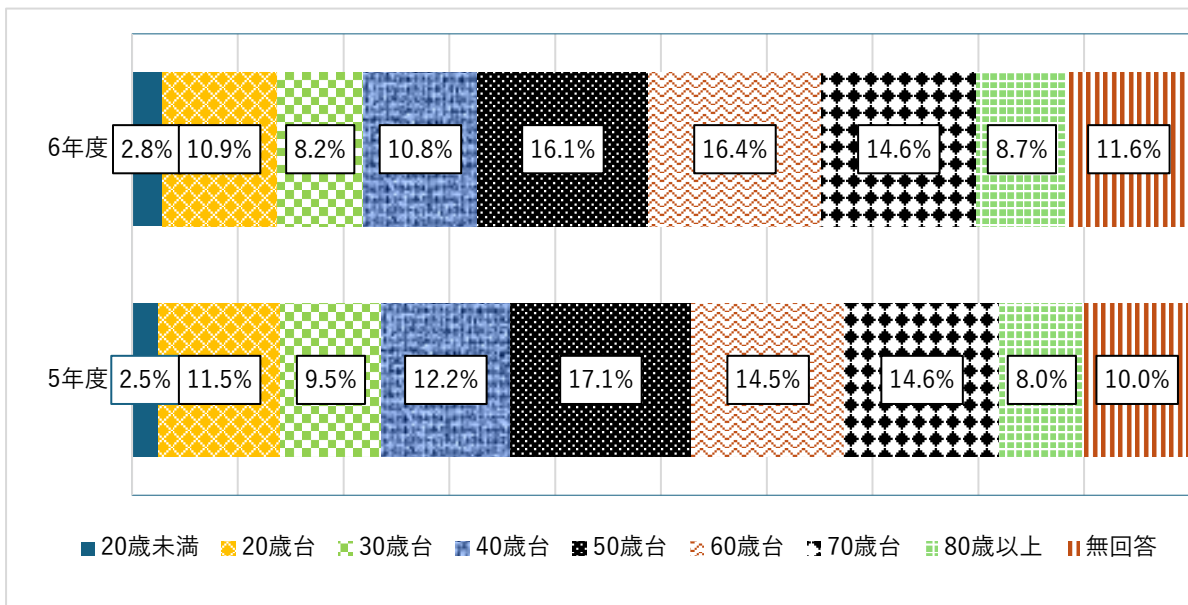
【1 年齢別の相談件数及び同構成比】

年齢別で見ると、60歳台が契約者となる相談が前年度から特に増加し、最多となりました。次いで50歳台、70歳台、40歳台と続いています。

(単位：件数)

	20歳未満	20歳台	30歳台	40歳台	50歳台	60歳台	70歳台	80歳以上	無回答	合計
6年度	272	1,042	782	1,034	1,548	1,570	1,400	830	1,108	9,586
5年度	236	1,082	894	1,146	1,606	1,362	1,371	755	937	9,389
増減件数	36	△40	△112	△112	△58	208	29	75	171	197
増減率	15.3%	△3.7%	△12.5%	△9.8%	△3.6%	15.3%	2.1%	9.9%	18.2%	2.1%

<構成比グラフ> (端数処理のため合計が100%にならない場合があります。)



【2 商品・役務別相談件数】

前年度と同様、商品が特定できない「商品一般」に関する相談や、美容液やクレンジングクリーム等の定期購入などの「化粧品」に関する相談が多く寄せられています。

(単位：件数)

順位	商品・役務等	6 年度	5 年度 (順位)
1 位	商品一般	960	785 (1)
2 位	化粧品	724	635 (2)
3 位	賃貸マンション・アパート	498	465 (3)
4 位	健康食品	379	299 (4)
5 位	移動通信サービス	264	190 (9)
6 位	融資サービス	242	254 (5)
7 位	インターネット通信サービス	237	236 (6)
8 位	紳士・婦人洋服	195	177 (10)
9 位	教室・講座	179	164 (12)
1 0 位	医療	178	193 (8)
1 1 位	理美容	159	204 (7)
1 2 位	娯楽等情報配信サービス	157	165 (11)
1 3 位	電気	122	137 (13)
1 4 位	注文住宅 (増改築)	117	123 (16)
1 5 位	電報・固定電話	116	67 (30)
1 7 位	内職・副業	110	134 (14)
1 9 位	空調・冷暖房機器	104	72 (25)

※ 独立行政法人国民生活センター発行「PIO-NET (全国消費生活情報ネットワーク・システム) 分類・キーワードマニュアル」に基づき集計。

(各項目についての説明を次ページに記載しています。)

【用語説明】

商品一般	複数の分類にまたがる相談や商品が特定できない相談。架空請求等（詐欺・迷惑メールといったキーワードが入っているものなど）、具体的な商品・サービスの内容が不明なものが多く含まれる。
化粧品	洗顔料、美容液、育毛剤や白髪染め等の人の身体を清潔、又は美化することを目的とするもので、機械・器具でないものに関する相談。
賃貸マンション・アパート	集合住宅（マンスリー・ウィークリーマンション含む）の賃貸借やシェアハウス等に関する相談。
健康食品	ダイエットをうたう健康食品、ローヤルゼリー、プロテイン等に関する相談。医薬品、医薬部外品の承認を受けた物は除く。
移動通信サービス	スマートフォン、ガラケー等の移動通信に関連したサービスに関する相談。
融資サービス	住宅ローンの返済や消費者金融からの借入れなど、金融機関や貸金事業者等からの借入れに関する相談。
インターネット通信サービス	インターネット通信に関連したサービスや光ファイバー等の接続回線に関する相談。
紳士・婦人洋服	スーツや学生服などの洋服等に関する相談。
教室・講座	授業料を支払って受講する各種の習い事、技術講座や資格講座等に関する相談。
医療	医師が行う医療サービスに関する相談。
理美容	痩せることを目的に行う痩身エステや医師の資格を持たない者が行う脱毛エステなどの相談。
娯楽等情報配信サービス	趣味や娯楽を目的としたコンテンツ配信サービス。見たり聴いたりし、情報そのものを楽しむものに関する相談。
電気	電気供給事業者の勧誘方法や契約変更に関する相談等。
注文住宅（増改築）	戸建住宅に係る相談のうち、注文住宅やリフォーム、大規模修繕等に関する相談。
電報・固定電話	電報や固定電話、固定電話に付帯するサービス（キャッチホン等）に関する相談。
内職・副業	本業以外の仕事で収入を得る、サイドビジネスなどに関する相談。
空調・冷暖房機器	簡単な取付工事だけで使用できる、または取付工事をせずに使用できる空調・冷暖房機器に関する相談。

【3 年齢別の商品・役務別相談件数】

20歳未満・20歳台・30歳台では「退去時に高額な原状回復費用を請求された。」といった「賃貸マンション・アパート」に関する相談や脱毛エステの契約などの「理美容」に関する相談が多く寄せられています。

その他の年代では、「化粧品」や「健康食品」といった定期購入に関する相談が多く寄せられています。

(単位：件数)

順位	1位		2位		3位		4位		5位	
20歳未満	賃貸マンション・アパート	17	理美容	15	・商品一般 ・電気		14		・化粧品 ・教室・講座 ・娯楽等情報配信サービス	12
20歳台	賃貸マンション・アパート	121	理美容	66	商品一般	56	内職・副業	49	医療	43
30歳台	賃貸マンション・アパート	96	商品一般	49	理美容	30	融資サービス	29	教室・講座	28
40歳台	商品一般	91	賃貸マンション・アパート	67	化粧品	50	融資サービス	45	教室・講座	40
50歳台	化粧品	193	商品一般	128	賃貸マンション・アパート	73	健康食品	70	融資サービス	54
60歳台	化粧品	216	商品一般	174	健康食品	85	移動通信サービス	39	賃貸マンション・アパート	37
70歳台	商品一般	170	化粧品	140	健康食品	86	移動通信サービス	80	電報・固定電話	39
80歳以上	商品一般	93	・健康食品 ・化粧品		59		移動通信サービス	29	電報・固定電話	28

【4 販売購入形態別相談件数】

インターネットやテレビコマーシャルなどを見て商品等を購入する「通信販売」に関する相談が前年度と同様、依然として多く寄せられています。次いで、実店舗にて商品を購入・契約する「店舗購入」に関する相談が多くなっています。

(単位：件数)

順位	販売購入形態	6 年度	5 年度 (順位)
1 位	通信販売	3,496	3,538 (1)
2 位	店舗購入	1,601	1,733 (2)
3 位	訪問販売	538	511 (3)
4 位	電話勧誘販売	506	414 (4)
5 位	訪問購入	66	59 (6)
6 位	その他無店舗	59	111 (5)
7 位	マルチ・マルチまがい	51	39 (7)
8 位	ネガティブ・オプション (送り付け商法)	24	28 (8)
—	その他	3,245	2,956 (-)

※ 独立行政法人国民生活センター発行「PIO-NET（全国消費生活情報ネットワーク・システム）分類・キーワードマニュアル」に基づき集計。
 （各項目についての説明を次ページに記載しています。）

【各購入形態の相談例】

通信販売	・インターネット通販で注文した商品が届かない。 ・商品を「お試し」「1回だけ」のつもりで注文したが、複数回の定期購入が条件とされていた。
店舗購入	店舗に出向いて説明を聴き、売買契約をしたが、後日請求された内容が店舗で聴いた説明と異なっていた。
訪問販売	自宅に事業者が突然来訪し、その場で売買契約をしたが、よく考えると不要だった。解約したい。
電話勧誘販売	事業者から電話で勧誘があり、そのまま売買契約をしたがよく考えると不要だった。解約したい。
その他無店舗	展示会でお得だと思い健康食品を購入したが、よく考えると不要だった。解約したい。
訪問購入	「不要な物はないか。」と買取りの電話があり、自宅への来訪を承諾したが、来訪時に、売るつもりのない貴金属まで買取りを迫られた。
マルチ・マルチまがい	・知人から「商品を売ると簡単にお金を稼げる」と聞き、費用を支払って会員になったが、全く稼げなかった。 ・「サービスを受けられるうえ、人を紹介すると報酬が得られる」という話を聞き、費用を支払って会員になったが、解約したい。
ネガティブ・オプション (送り付け商法)	・注文していない商品が代引きで届いた。どうしたらよいか。 ・外国から身に覚えのない商品が送り付けられてきた。
その他	・自身が購入したものではなく、他人から贈与を受けた商品に関する相談。 ・単なる相談窓口の問合せや商品・サービスの安全性等の問合せなど、販売や購入とは無関係な相談等。

【用語説明】

マルチ・マルチまがい	商品・サービスを契約して、次は自分が買い手を探し、買い手が増えるごとにマージンが入る取引形態。買い手が次にその販売組織の売り手となり、組織が拡大していく特徴がある。
訪問購入	購入事業者が、消費者の自宅等、営業所等以外の場所において、売買契約の申込みを受けて、又は売買契約を締結して物品等を購入する方法。

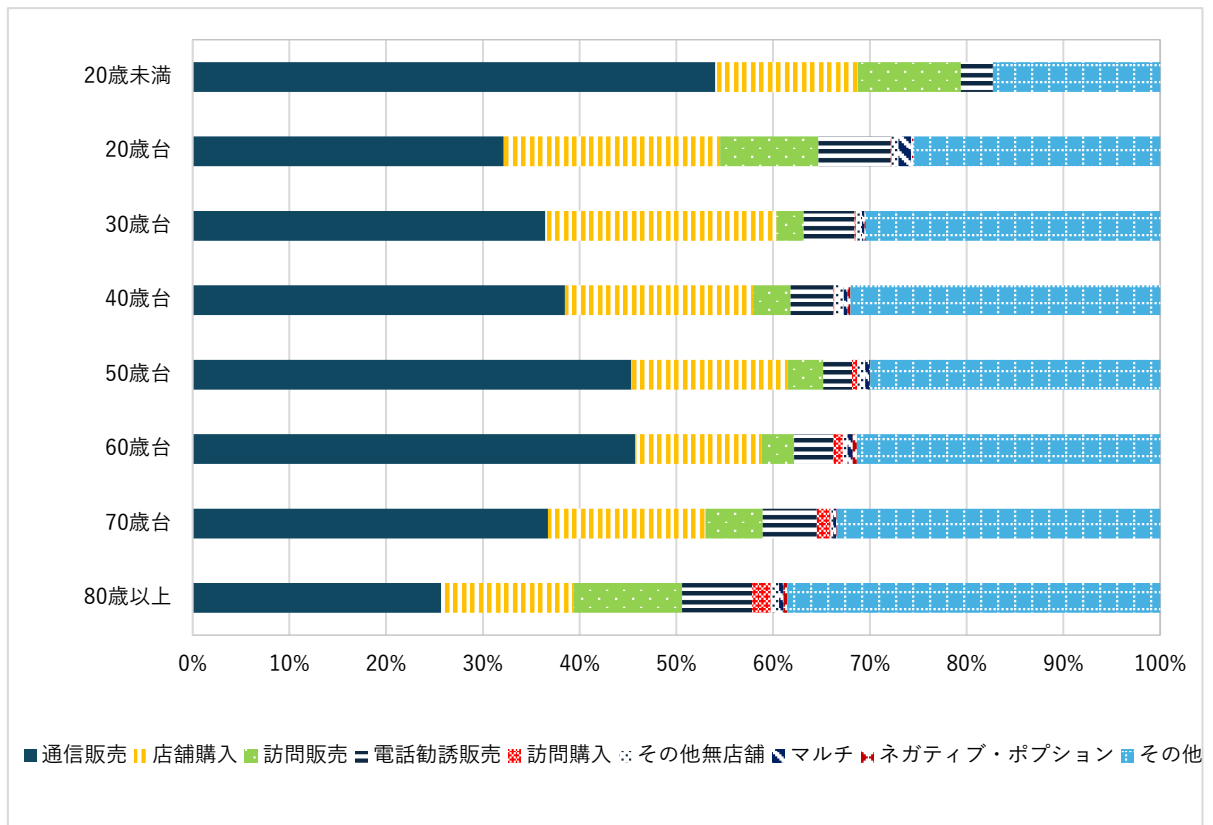
【5 年齢別の販売購入形態別相談件数】

全ての年代において「通信販売」に関する相談が最も多くなっています。

(単位：件数)

	20 歳未満	20 歳台	30 歳台	40 歳台	50 歳台	60 歳台	70 歳台	80 歳以上
通信販売	147	335	285	398	702	718	514	213
店舗購入	40	233	187	201	250	205	228	114
訪問販売	29	106	22	40	57	53	83	93
電話勧誘販売	9	78	41	46	46	64	78	60
訪問購入	0	1	1	1	8	15	20	16
その他無店舗	0	7	5	10	13	8	4	7
マルチ・マルチまがい	0	14	2	4	6	8	4	4
ネガティブ・オプション	0	2	1	3	2	7	1	3
その他	47	266	238	331	464	492	468	320
合計	272	1,042	782	1,034	1,548	1,570	1,400	830

< 構成比グラフ >



【6 インターネット通販に関する相談概要】

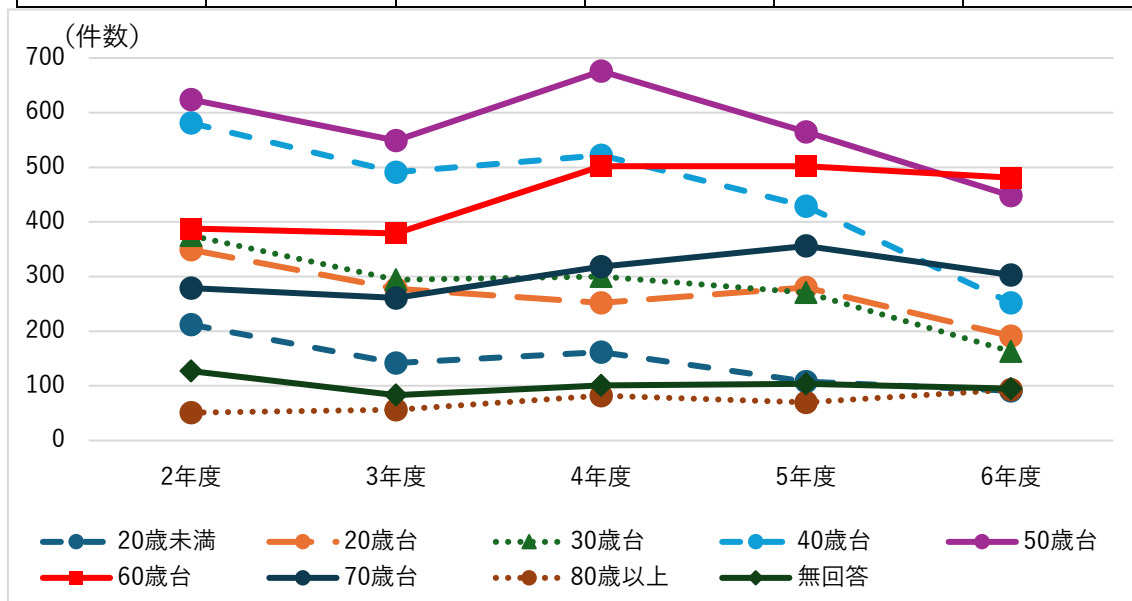
インターネット通販は便利ですが、手軽さの反面トラブルも増えています。特に、消費者の誤解を誘う「ダークパターン」を用いた巧妙な手口や、虚偽広告、不明瞭な購入条件による意図しない契約が増加しています。「注文した商品が届かない。」などの問題も加わり、幅広い年代からの相談が寄せられています。引き続き慎重な利用と、情報の真偽を見極めることが大切です。

(1) 過去5年間の年齢別相談件数

「インターネット通販」に関連する相談は、販売購入形態別「通信販売」に関する相談の約6割を占めています。年代別に見ると、50歳台、60歳台からの相談は比較的多い傾向にあります。インターネット通販では次々と新しい手口が出てくるため、今後とも注意が必要です。

(単位：件数)

	2年度	3年度	4年度	5年度	6年度
20歳未満	212	142	162	108	91
20歳台	349	278	252	280	191
30歳台	375	294	300	271	163
40歳台	581	491	522	429	252
50歳台	624	549	676	565	448
60歳台	388	379	502	502	481
70歳台	279	261	318	356	303
80歳以上	51	56	82	70	93
無回答	127	83	101	104	95
合計	2,986	2,533	2,915	2,685	2,117



【7 定期購入に関する相談概要】

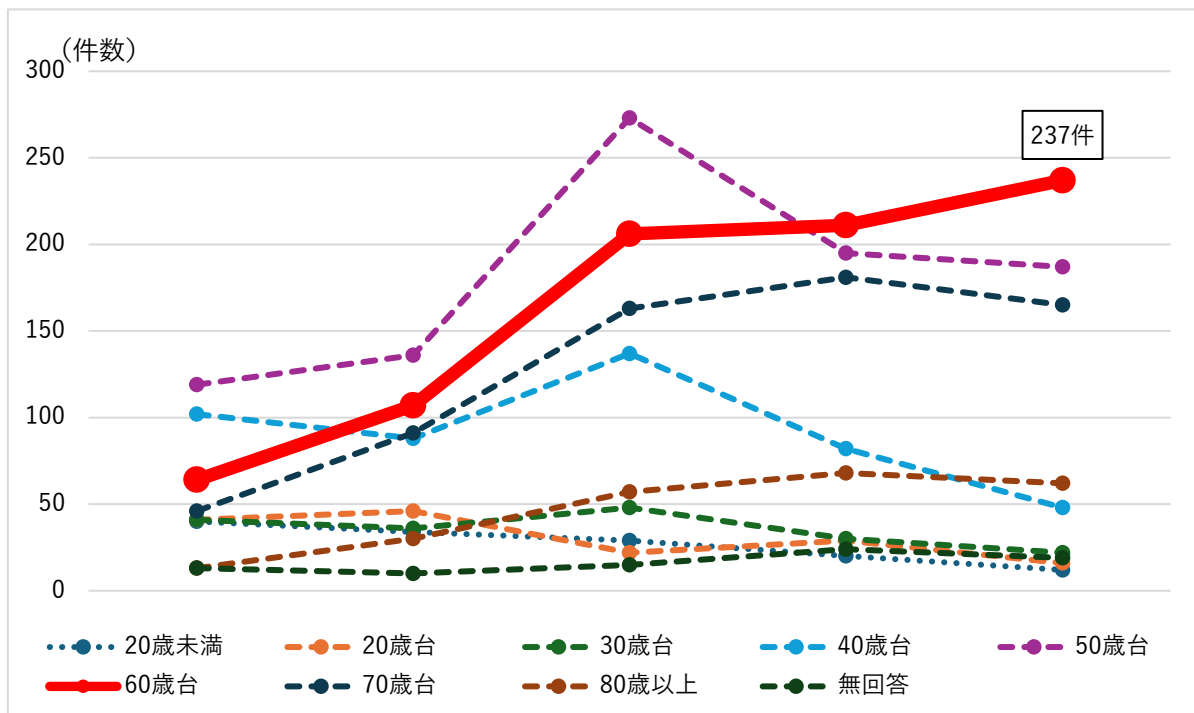
健康食品や化粧品を中心に、「初回限定」などと強調し、定期購入が条件であることを分かりにくく表示する手口が急増しています。消費者がその認識なく契約し、解約時に最低購入回数や高額な違約金を請求されるトラブルが多数見られます。インターネットや SNS の広告を見て申し込むケースが多く、契約条件の十分な確認が必要です。

(1) 過去 5 年間の年齢別相談件数

「定期購入」に関連する相談は、「通信販売」に関する相談の約 2 割を占めています。
令和 6 年度は、全体の件数は前年度から減少しましたが、60 歳台だけが増加しています。

(単位：件数)

	2 年度	3 年度	4 年度	5 年度	6 年度
20 歳未満	40	34	29	20	12
20 歳台	41	46	22	29	16
30 歳台	41	36	48	30	22
40 歳台	102	88	137	82	48
50 歳台	119	136	273	195	187
60 歳台	64	107	206	211	237
70 歳台	46	91	163	181	165
80 歳以上	13	30	57	68	62
無回答	13	10	15	24	19
合計	479	578	950	840	768



(参考) 相談事例

○ 動画広告の内容を鵜呑みにしてトラブルに遭った事例

SNSで、クリームを塗ったらシミが一瞬で消える動画広告を見て、お試しのつもりで注文した。商品が届き、数回使用してみたがシミは消えなかった。定期購入になっていたため、解約しようと電話したがつながらず、メールで連絡した。事業者から「1回目で解約するなら、解約金を請求する。」と返信があった。納得できない。

○ 格安価格を鵜呑みにしてトラブルに遭った事例

インターネットで洋服を検索していたら、定価6万円の洋服が中古品で16,000円で売られていたため、注文した。代金を銀行振込した後で、事業者から「在庫がないため返金する。」と連絡があり、以降のやり取りについてSNSに誘導された。「返金方法を案内する」と言われ、事業者の指示どおりに操作していたら、いつの間にか相手の口座に12万円を送金してしまい、連絡も取れなくなってしまった。返金してほしい。

ワンポイントアドバイス

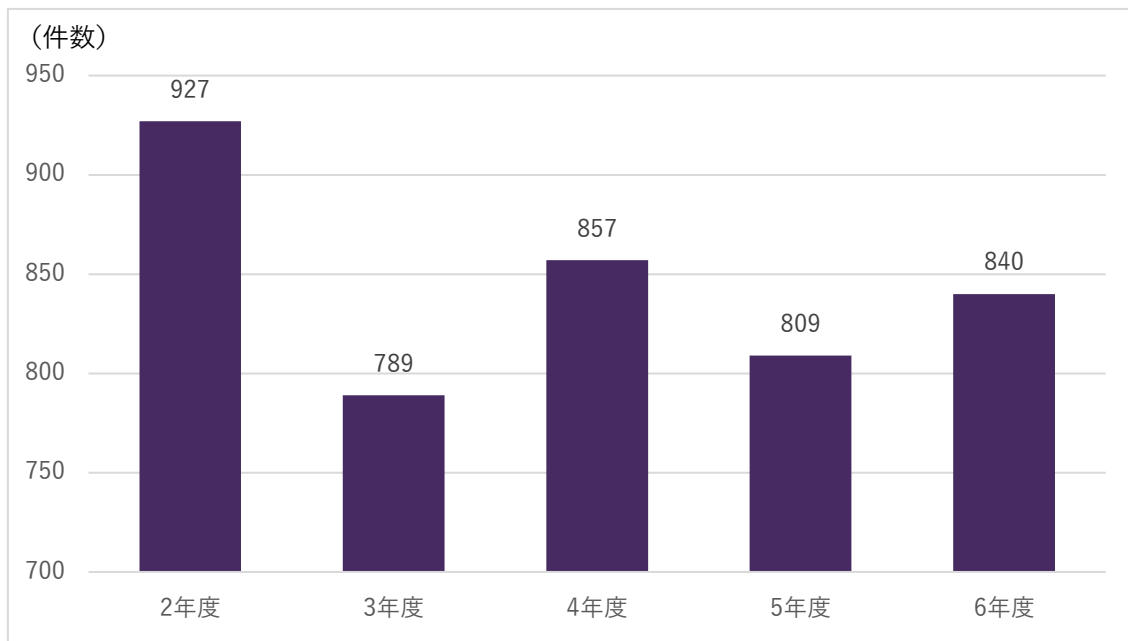
- ・動画広告の内容や格安価格に飛びつき、トラブルに遭ってしまったという相談が多く寄せられています。
- ・広告に書かれている情報を鵜呑みにすることなく、「会社概要」や「お問い合わせ」、「特定商取引法に基づく表記」のページをよく確認してから購入するようにしましょう。

【8 若年層（18～25歳）からの相談概要】

成年（18歳以上）になると親の同意を得ずに様々な契約ができるようになりますが、成人したばかりの間は自身で契約した経験が少ないため、契約する際は、十分に内容やリスクを理解したうえで、慎重な判断が必要となります。

(1) 過去5年間の相談件数

令和6年度は、成年年齢下げがあった令和4年度とほぼ同程度の相談件数となりました。



(2) 商品・役務別相談件数

全体の件数（P3）と比較すると、「退去時に高額な原状回復費用を請求された」といった「賃貸マンション・アパート」に関する相談や、脱毛エステの契約などの「理美容」に関する相談が多い傾向にあります。

（単位：件数）

順位	商品・役務等	6年度（全体件数）	5年度（順位）
1位	賃貸マンション・アパート	93（498）	67（2）
2位	理美容	59（159）	92（1）
3位	商品一般	49（960）	42（4）
4位	電気	45（122）	26（7）
5位	内職・副業	44（110）	54（3）

(3) 販売購入形態別相談件数

全体の件数（P 6）と同様、インターネットやテレビコマーシャルなどを見て商品等を購入する「通信販売」に関する相談が最も多く、次いで、実店舗にて商品を購入・契約する「店舗購入」に関する相談が多く寄せられています。

（単位：件数）

順位	販売購入形態	6 年度（全体件数）	5 年度（順位）
1 位	通信販売	266（3,496）	267（1）
2 位	店舗購入	178（1,601）	215（2）
3 位	訪問販売	104（538）	80（3）
4 位	電話勧誘販売	64（506）	54（4）
5 位	マルチ・マルチまがい	11（51）	7（6）
6 位	その他無店舗	5（59）	13（5）
7 位	ネガティブ・オプション （送り付け商法）	2（24）	3（7）
8 位	訪問購入	1（66）	0（-）
—	その他	209（3,245）	170（-）

(参考) 相談事例

○ 美容クリニックに関する相談

無料カウンセリングを受けに行った。カウンセリングにてコースの説明を受け、「帰ってからゆっくり考えたい。」と言ったが、「今日契約しないと回数が1回分減る。」と言われ、断り切れずにローンを組んで契約してしまった。ローンの分割手数料込みで総額50万円と高額なため、解約したい。

ワンポイントアドバイス

- ・安さを強調した広告だけで判断しないようにしましょう。
- ・金額やコース内容に不安がある場合は、安易に契約せずきっぱりと断りましょう。
- ・契約状況によってはクーリング・オフできる場合があります。所定の期間内に解除を通知する必要があるため、できるだけ早く、当センターまで御相談ください。

○ 副業に関する相談

インターネットで副業を探していたときに、「簡単に稼げる」という広告にひかれて副業サイトに登録した。メッセージアプリで「毎月多額の収入が得られる。」と言われ、初期費用の支払のため消費者金融で借りるよう指示された。借金はしたくないことを伝えたが、「借りた分は稼ぎから返せる。」と言われ、借りた金額を指定口座に送金した。しかし、全く稼げないため解約・返金してほしい。

ワンポイントアドバイス

- ・「短時間で簡単に稼げる」とメリットだけを強調する SNS や動画広告の内容を簡単に信じないようにしましょう。

【9 高齢者（65歳以上）の相談概要】

本市における消費生活相談件数のうち、65歳以上の高齢者からの相談は約3割を占めており、高い水準で推移しています。

デジタル化の進展に伴い、通信販売や通信サービスに関するトラブルなどのインターネット関連の取引に関する消費生活相談が増加しており、また、在宅時間が多い高齢者を狙った訪問販売、電話勧誘販売等によるトラブルに関する相談も引き続き寄せられています。

(1) 過去5年間の相談件数及び総件数に対する割合

総件数に対する割合が直近5年間で最も高くなり、30%を超過しました。

	2年度	3年度	4年度	5年度	6年度
総件数（件）	10,309	9,230	9,373	9,389	9,586
うち65歳以上（件）	2,773	2,593	2,531	2,691	2,917
割合（％）	26.9	28.1	27.0	28.7	30.4

(2) 商品・役務別相談件数

全体の件数（P3）と比較すると、サプリメントの定期購入などの「健康食品」、リフォームなどの「注文住宅（増改築）」が多い傾向にあります。

（単位：件数）

順位	商品・役務等	6年度（全体件数）	5年度（順位）
1位	商品一般	347（960）	257（2）
2位	化粧品	297（724）	261（1）
3位	健康食品	177（379）	125（3）
4位	移动通信サービス	120（264）	79（5）
5位	電報・固定電話	78（116）	33（13）
6位	インターネット通信サービス	75（237）	91（4）
7位	注文住宅（増改築）	55（117）	60（6）
8位	賃貸マンション・アパート	54（498）	50（7）
9位	医療	48（178）	29（18）
10位	空調・冷暖房機器	47（104）	25（22）
	紳士・婦人洋服	47（195）	34（12）

(3) 販売購入形態別相談件数

全体の件数（P 6）と同様、インターネットやテレビコマーシャルなどを見て商品等を購入する「通信販売」に関する相談が最も多く、次いで、実店舗にて商品を購入・契約する「店舗購入」に関する相談が多く寄せられています。

（単位：件数）

順位	販売購入形態	6 年度（全体件数）	5 年度（順位）
1 位	通信販売	1,028 (3,496)	930 (1)
2 位	店舗購入	437 (1,601)	420 (2)
3 位	訪問販売	201 (538)	196 (3)
4 位	電話勧誘販売	168 (506)	124 (4)
5 位	訪問購入	40 (66)	35 (5)
6 位	その他無店舗	15 (59)	28 (6)
7 位	マルチ・マルチまがい	12 (51)	8 (7)
8 位	ネガティブ・オプション （送り付け商法）	8 (24)	
—	その他	1,008 (3,245)	942 (-)

(参考) 相談事例

○ 定期購入に関する相談

インターネット上の広告で「歯が白くなる」と記載されていたため、歯磨き粉をお試しのつもりで1本申し込んだ。後日同じ商品が送られてきたので、事業者にお問い合わせると「定期購入になっていて、返品はできない。」と言われた。2本目以降は不要なので、返品したい。

ワンポイントアドバイス

- ・ 通信販売にはクーリング・オフはありません。
- ・ 注文する際に必ず「最終確認画面（契約条件が記載されている画面）」で、定期購入が条件となっていないか、最低購入回数に指定（縛り）がないか確認しましょう。もし定期購入になっていた場合は、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。

○ 屋根の修理に関する相談

「近くで工事をしている。迷惑をかけているため、御挨拶に伺った。」と事業者が自宅を訪問してきた。無料で屋根の点検をされると言われたので、依頼したところ、「屋根が壊れている。」と言われた。工事には数百万円かかるが「このまま放置すれば大変なことになる。」と言われて不安になり、契約をした。後になって、事業者の説明に曖昧な内容が多いことに気づき不審に感じた。解約したい。

ワンポイントアドバイス

- ・ 突然訪問してきた事業者には安易に点検させないようにしましょう。
- ・ すぐに契約せず、十分に検討したうえで契約しましょう。

○ 官公庁を騙った電話に関する相談

留守番電話に総務省の職員を名乗る者から、「未納料金があるため、2時間後に電話が一切使えなくなる。」というメッセージが残されていた。どうすればよいか。

ワンポイントアドバイス

- ・ 官公庁や大手電話会社から、電話を停止することに関して自動音声やショートメッセージを使って連絡することは絶対にありません。
- ・ 非通知や知らない番号からの電話は、不審な電話のおそれがあります。また、本物の官公庁等の番号を表示させる手口も見られます。自動音声ガイダンスが流れた場合は、案内に乗らずに電話をすぐ切りましょう。
- ・ 高齢者の消費者トラブルを防ぐためには、身近にいる周りの方が日頃から高齢者の生活や言動、態度などを見守り、変化にいち早く気づくことがとても重要です。遠くに離れて暮らしている場合でも、定期的に電話をして様子を伺ったり、流行りの手口を注意喚起するなど注意深く見守りましょう。

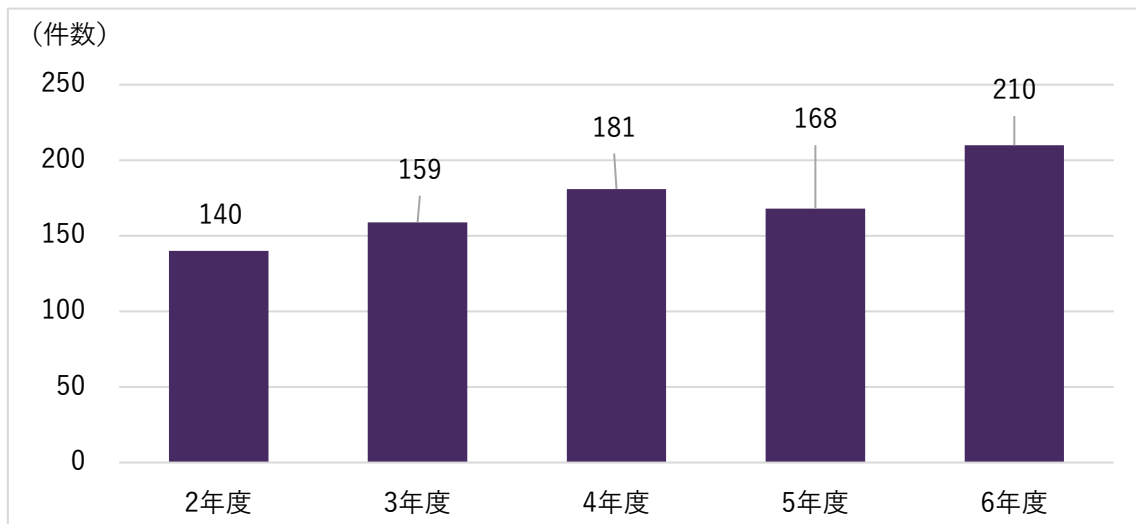
【10 障害のある方等の相談概要】

障害のある方等の契約トラブルでは、判断力の不足や契約内容への理解不足につけ込まれて生じるケースが見られます。

また、障害のある方等からの相談は、全体と比較して、契約者以外から消費生活相談が寄せられるケースが多く見られます。本人がトラブルに遭っていることに気づいていないケースもあるため、家族などの周囲の気配りが重要です。

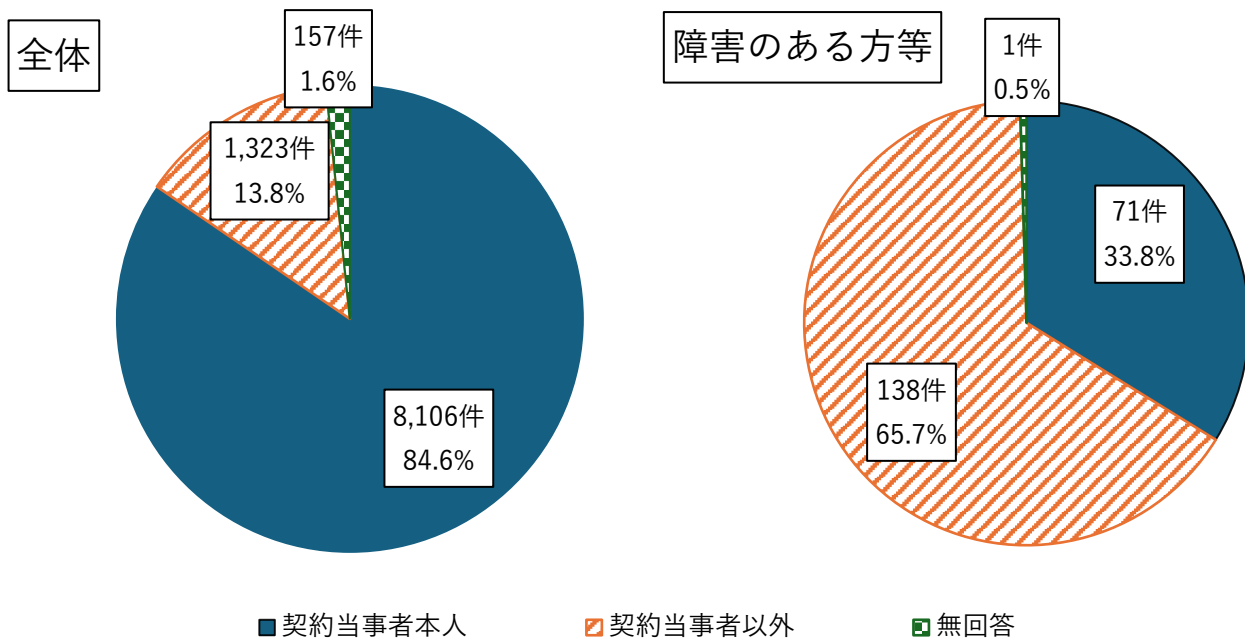
(1) 過去5年間の相談件数推移

前年度から大きく増加し、5年前と比較すると1.5倍になりました。



(2) 契約者本人と契約者以外からの相談割合

(端数処理のため合計が100%にならない場合があります。)



(3) 商品・役務別相談件数

全体の件数（P 3）と同様に、サプリメント等の定期購入など「健康食品」に関する相談や、携帯電話等の契約・解約など「移動通信サービス」に関する相談が多く見られます。

（単位：件数）

順位	商品・役務等	6 年度（全体件数）	5 年度（順位）
1 位	健康食品	19 (379)	13 (3)
2 位	移動通信サービス	17 (264)	7 (4)
3 位	化粧品	13 (724)	16 (2)
4 位	賃貸マンション・アパート	12 (498)	5 (7)
5 位	商品一般	8 (960)	22 (1)
	インターネット通信サービス	8 (237)	7 (4)

(4) 販売購入形態別相談件数

インターネットやテレビコマーシャルなどを見て商品等を購入する「通信販売」に関する相談が最も多いのは全体の件数と同様です。ただし、障害のある方等の場合は、自宅などを事業者が訪問して契約する「訪問販売」が次いで多く寄せられています。

（単位：件数）

順位	販売購入形態	6 年度（全体件数）	5 年度（順位）
1 位	通信販売	52 (3,496)	52 (1)
2 位	訪問販売	36 (538)	20 (3)
3 位	店舗購入	28 (1,601)	30 (2)
4 位	電話勧誘販売	12 (506)	12 (4)
5 位	訪問購入	3 (66)	3 (5)
6 位	その他無店舗	2 (59)	1 (6)
7 位	マルチ・マルチまがい	1 (51)	
—	ネガティブ・オプション （送り付け商法）	0 (24)	
	その他	76 (3,245)	48 (-)

（参考）相談事例

- 障害者支援施設職員（知的障害を持つ契約者を担当）からの相談
担当している男性が、副業アプリを利用して事業者と契約を結んだ。その際、消費者金融でお金を借りて、契約金を支払ったようだ。本人はどれだけ借りたか把握できていない。解約だけでもできないだろうか。
- 精神障害を持つ契約者からの相談
先日、頼んだ覚えのない商品が自宅に届いたため、すぐに発送元に返送した。その後、事業者や弁護士事務所から支払督促のはがきが届き続けている。生活は困窮しており、代金を支払えない。どうすればよいか。
- 知的障害を持つ契約者の親族からの相談
知的障害を持つ息子が知らない相手から電話で「携帯電話料金の未納がある。本日に支払わないと法的措置をとる。」と言われパニックになり、相手方から指示を受けて、コンビニでプリペイド型電子マネーを購入して、支払ってしまった。被害の回復はできるだろうか。

ワンポイントアドバイス

- ・障害のある方等の場合、本人がトラブルに遭っていることに気づいていないケースがあるため、家族などの周囲の気配りが重要です。特に最近は、やり取りがインターネット上で完結するため、被害が形に残らないケースが多く見られます。
- ・もし、消費者金融でお金を借りた形跡があったり、見慣れない郵便物等が届いていたりしていることに周囲の方が気づいた場合は、すぐに当センターまで御相談ください。

<お問合せ先>

京都市文化市民局文化市民部消費生活総合センター

電話：０７５－３６６－２２５０