

< 報道発表資料 >

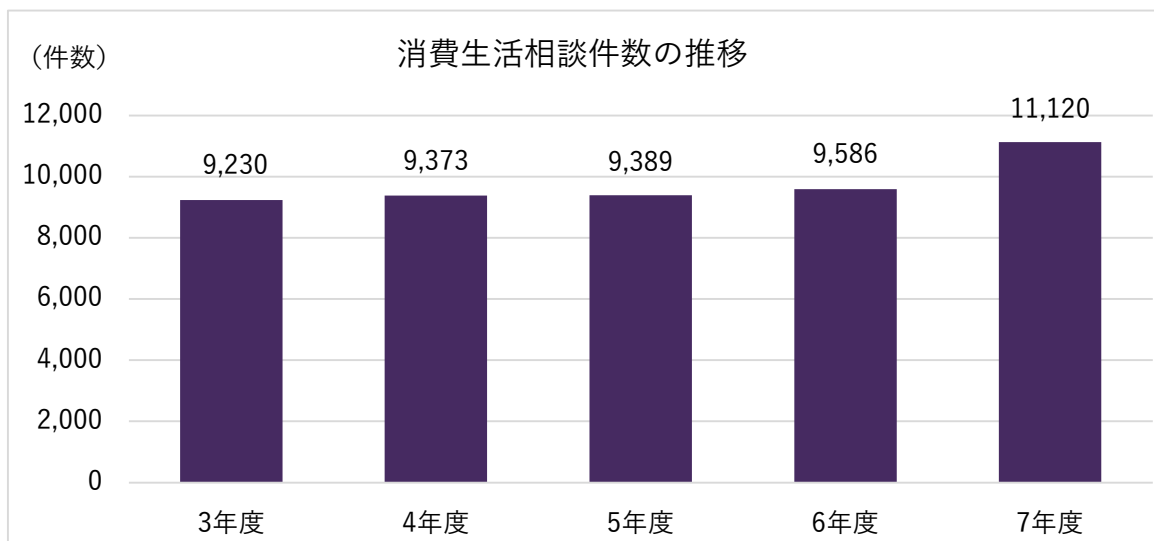
令和 8 年 7 月 2 2 日

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 7 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 7 年度に寄せられた消費生活相談の概況をまとめました。

- 相談件数は、前年度から約 1,500 件増加（前年比 11.6%）しました。
 < 9,586 件（令和 6 年度） ⇒ 11,120 件（令和 7 年度） >
- 年代別では、20 代～30 代の契約者からの相談件数が大幅に増加。
 < 1,824 件（令和 6 年度） ⇒ 2,307 件（令和 7 年度） >
 特に、20 代では理美容に関する相談が約 2 倍に増加。
 < 66 件（令和 6 年度） ⇒ 122 件（令和 7 年度） >
- ⚠ エステサロン倒産・閉店によるトラブル事例が多く見られます。
 リスクを回避するために、高額な長期コース契約を避けて「都度払い」を利用するなどの対策が効果的です！
- インターネット通販に関する相談では、50 代～70 代の契約者からの相談が増加傾向にあり、相談件数は全年代の約 6 割を占めます（P9 参照）。
 インターネット通販を含む通信販売は、クーリング・オフができません。
 ⚠ また、「1 回のみ購入」と勘違いして、定期購入を申し込んでしまった結果、解約や返品ができないといった相談が、多く寄せられています。



【1 年代別の相談件数及び同構成比】

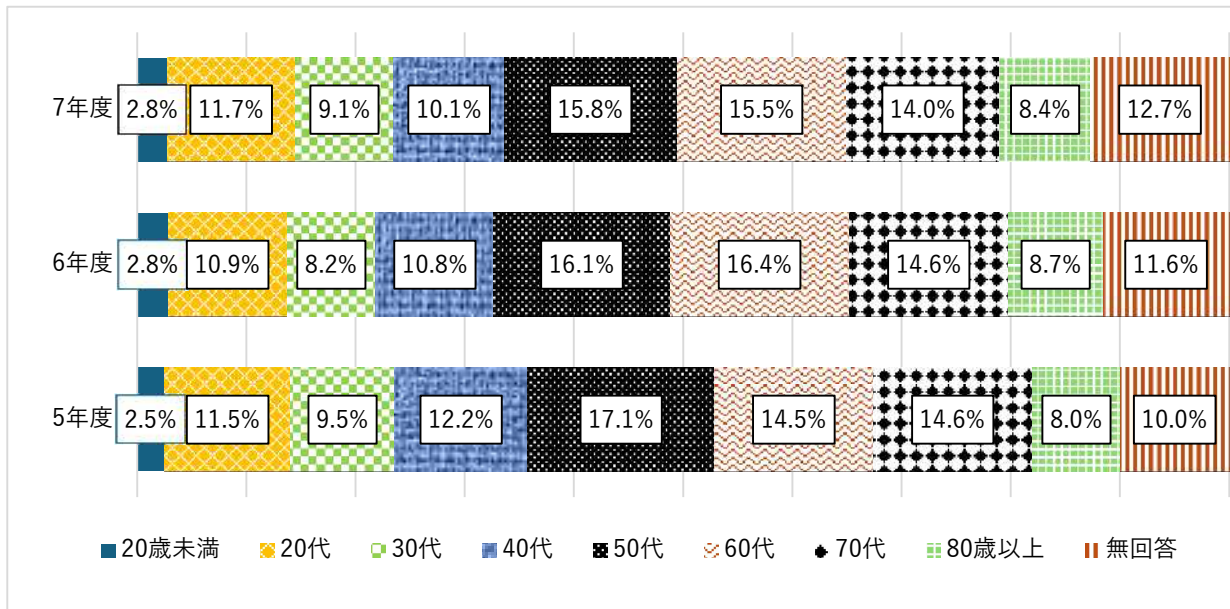
年代別で見ると、20代及び30代からの相談が、他の年代に比べて特に高い増加率を示しています。とりわけ20代においては、理美容に関する相談が前年度の2倍に増加しており、エステサロンの倒産・閉店によるトラブル事例が多く見られます。

一方、60代以上の年代からの相談は、令和5年度から一貫して増加傾向にあります。

(単位：件数)

	20歳未満	20代	30代	40代	50代	60代	70代	80歳以上	無回答	合計
7年度	306	1,299	1,008	1,126	1,758	1,724	1,559	929	1,411	11,120
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 (R6→R7)	34	257	226	92	210	154	159	99	303	1,534
増減率 (R6→R7)	112.5%	124.7%	128.9%	108.9%	113.6%	109.8%	111.4%	111.9%	127.3%	116.0%

<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】

商品が特定できない「商品一般」に関する相談や、美容液やファンデーション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。

また、相談件数の上位5項目については、令和5年度以降固定化の傾向にあります。

(単位:順位を除き件数)

順位	商品・役務等	7年度	6年度(順位)	5年度(順位)
1位	商品一般	1,094	960 (1)	785 (1)
2位	化粧品	871	724 (2)	635 (2)
3位	役務その他	646	510 (3)	514 (3)
4位	賃貸マンション・アパート	595	498 (4)	465 (4)
5位	健康食品	389	379 (5)	299 (5)
6位	インターネット通信サービス	349	237 (8)	236 (9)
7位	移動通信サービス	270	264 (6)	190 (12)
8位	紳士・婦人洋服	249	195 (11)	177 (13)
9位	他の教養・娯楽	246	232 (9)	262 (6)
10位	医療	239	178 (13)	193 (11)
11位	教室・講座 / 理美容	235	179 / 159 (12 / 14)	164 / 204 (15 / 10)
15位	他の金融関連サービス	180	128 (17)	146 (17)
16位	電報・固定電話	169	116 (20)	67 (35)
19位	空調・冷暖房機器	151	104 (24)	72 (30)

※ 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、人の身体を清潔に、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。
役務その他	サービスの利用に関する相談のうち、項目として定められていないもの（鍵の修理・水回りの修理・自動車トラブル等のレスキューに関する相談など）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。
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。
移動通信サービス	スマートフォン、携帯電話（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。
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。
他の教養・娯楽	趣味や娯楽（ゲームの課金など）、また授業料を支払って受講する習い事などに関する相談のうち、項目として定められていないものに関する相談。
医療	医師が行う医療サービスに関する相談。
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。
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。
他の金融関連サービス	保険、証券・債券、融資・振込・送金等の金融サービスに関する相談のうち、項目として定められていないものに関する相談。
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。
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 年代別の商品・役務別相談件数】

20代～40代の年代では「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」に関する相談が多く寄せられています。

一方、50代～70代の年代では、定期購入トラブルなど「化粧品」に関する相談が多く寄せられています。

また、20歳未満の年代では、ゲーム内での課金トラブルをはじめとする「他の教養・娯楽」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	他の教養・娯楽	58	賃貸マンション・アパート	20	理美容	18	商品一般	16	・健康食品 ・役務その他	15
20代	賃貸マンション・アパート	148	理美容	122	役務その他	91	商品一般	64	教室・講座	61
30代	賃貸マンション・アパート	119	商品一般	71	教室・講座	50	役務その他	48	・融資サービス ・理美容	36
40代	賃貸マンション・アパート	91	商品一般	86	化粧品	77	役務その他	65	インターネット通信サービス	38
50代	化粧品	179	商品一般	142	役務その他	84	賃貸マンション・アパート	70	健康食品	69
60代	化粧品	252	商品一般	164	役務その他	81	健康食品	78	インターネット通信サービス	62
70代	化粧品	200	商品一般	181	健康食品	92	役務その他	69	移动通信サービス	68
80歳以上	商品一般	130	化粧品	60	健康食品	56	役務その他	49	電報・固定電話	45

【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、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。

一方、「電話勧誘販売」に関する相談が「訪問販売」に関する相談を上回りました。

(単位：順位を除き件数)

順位	販売購入形態	7 年度	6 年度 (順位)	5 年度 (順位)
1 位	通信販売	4,185	3,497 (1)	3,538 (1)
2 位	店舗購入	1,712	1,601 (2)	1,733 (2)
3 位	電話勧誘販売	624	505 (4)	414 (4)
4 位	訪問販売	597	539 (3)	511 (3)
5 位	その他無店舗	70	59 (6)	111 (5)
6 位	訪問購入	56	67 (5)	59 (6)
7 位	マルチ・マルチまがい	33	51 (7)	39 (7)
8 位	ネガティブ・オプション (送り付け商法)	29	24 (8)	28 (8)
—	その他	3,814	3,243 (-)	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	店舗で説明を受けて売買契約を締結したが、実際の契約内容が、店舗で受け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 年代別の販売購入形態別相談件数】

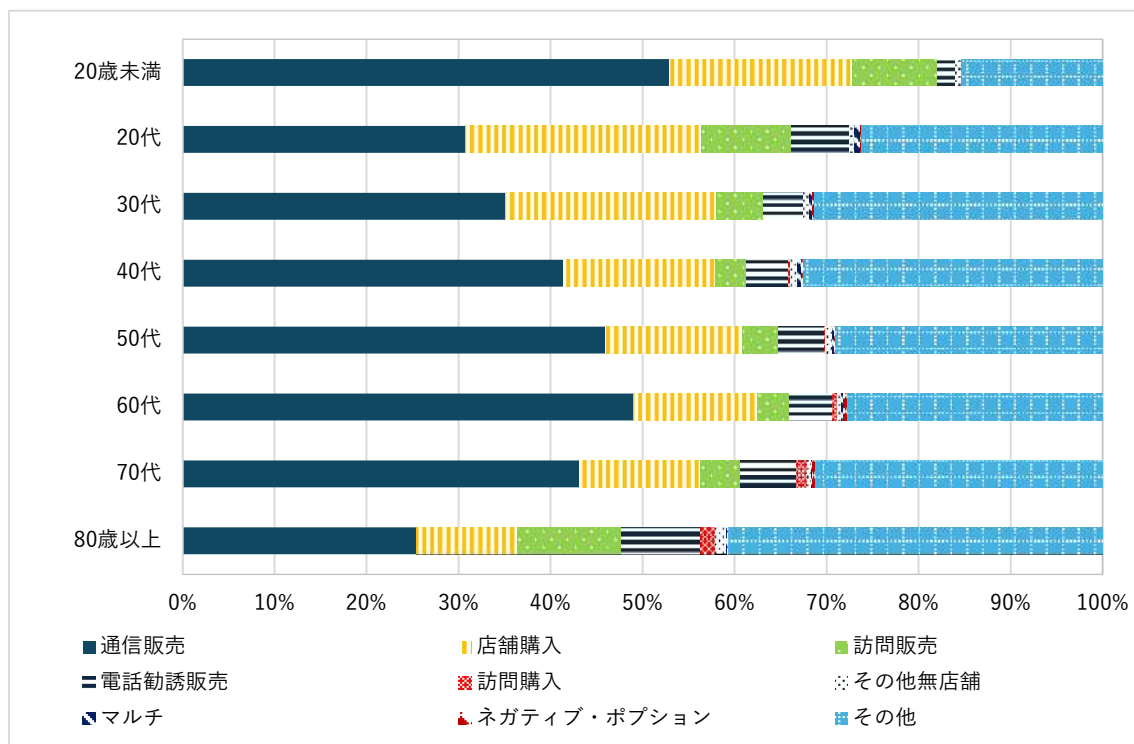
全ての年代において「通信販売」に関する相談が最も多くなっています。

各年代における特徴としては、20歳未満の年代では「通信販売」、30代～40代の年代では「店舗購入」について、年代ごとの全体件数に対する比率が、他の年代より高くなっています。

(単位：件数)

	20歳未満	20代	30代	40代	50代	60代	70代	80歳以上
通信販売	162	399	354	466	808	845	673	236
店舗購入	61	334	231	186	262	232	205	102
訪問販売	28	127	51	38	68	60	68	105
電話勧誘販売	6	81	44	52	88	81	94	80
訪問購入	0	0	0	2	3	9	19	15
その他無店舗	2	8	7	9	12	8	7	11
マルチ・マルチまがい	0	9	3	5	4	3	1	1
ネガティブ・オプション	0	1	2	2	3	8	5	1
その他	47	340	316	366	510	478	487	378
合計	306	1,299	1,008	1,126	1,758	1,724	1,559	929

＜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」に関連する相談は、「通信販売」に関する相談の約8割を占めています。

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。」などのトラブルを含め、幅広い年代からの相談が寄せられています。慎重な利用と、情報の真偽の見極めが大切です。

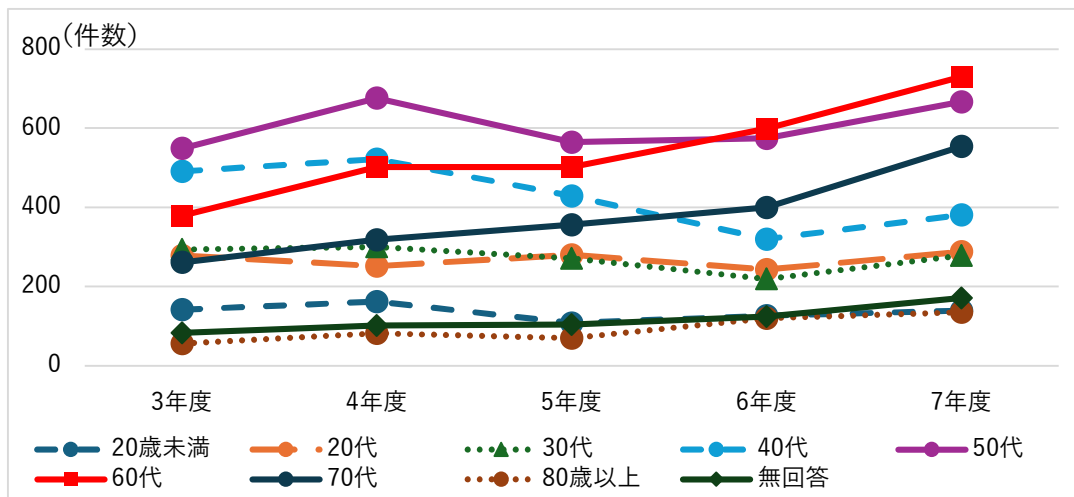
(1) 過去5年間の年代別相談件数

年代別に見ると、50代～70代の契約者からの相談が増加傾向にあり、件数は全年代の6割近くを占めます。

その背景として、化粧品などの「定期購入」(P10)に関する相談件数が増加したことが挙げられます。「初回無料」「お試し」といった甘い言葉に惑わされないためにも、今後もデジタルリテラシーの向上が重要です。

(単位：件数)

	3年度	4年度	5年度	6年度	7年度
20歳未満	142	162	108	126	139
20代	278	252	280	243	288
30代	294	300	271	219	278
40代	491	522	429	320	381
50代	549	676	565	574	667
60代	379	502	502	599	730
70代	261	318	356	400	554
80歳以上	56	82	70	120	135
無回答	83	101	104	124	171
合計	2,533	2,915	2,685	2,725	3,343



【7 定期購入に関する相談概要】

「定期購入」に関連する相談は、「通信販売」に関する相談の約4分の1を占めています。

健康食品や化粧品を中心に、「初回限定」などと強調して「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、一貫して増加しています。消費者が定期購入であると認識しないまま契約し、解約時に一定回数の購入を求められたり、高額な違約金を請求されたりといった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。

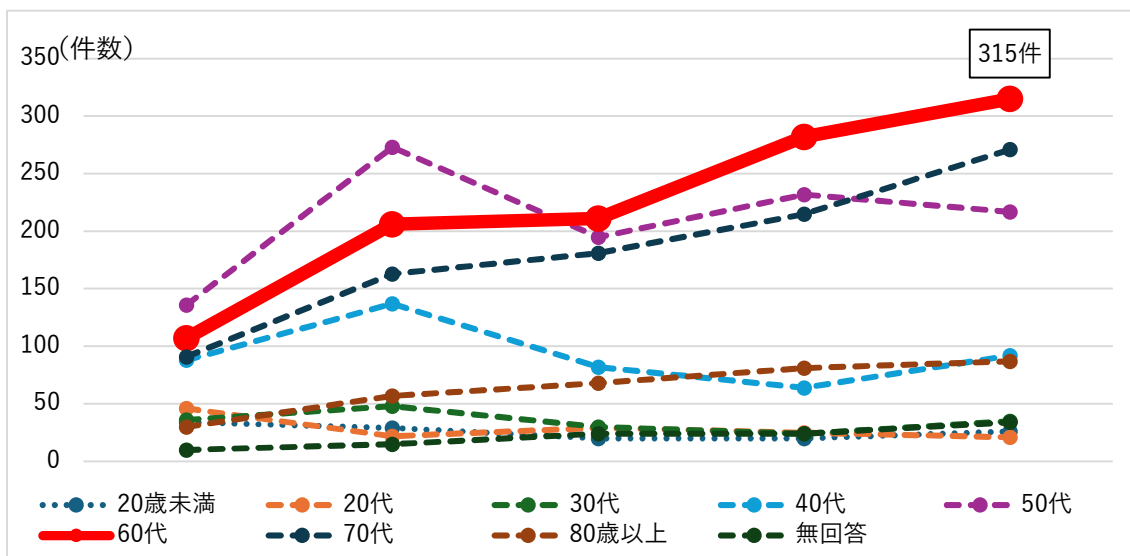
(1) 過去5年間の年代別相談件数

「定期購入」に関する相談は、50代～70代が多数を占めており、中でも60代からの相談が、**初めて300件を超えました。**

また、60代及び70代では、相談件数が一貫して増加傾向にあります。

(単位：件数)

	3年度	4年度	5年度	6年度	7年度
20歳未満	34	29	20	20	26
20代	46	22	29	25	21
30代	36	48	30	24	35
40代	88	137	82	64	92
50代	136	273	195	232	217
60代	107	206	211	282	315
70代	91	163	181	215	271
80歳以上	30	57	68	81	87
無回答	10	15	24	24	34
合計	578	950	840	967	1,098



(参考) 相談事例

○ 「1 回限りの単品購入」と勘違いしてトラブルに遭った事例

スマホの広告に「1 回限り」「定期縛りなし」と記載されていたので、ダイエット食品を1,000円で契約した。契約後、2 回目の商品代金が1万5,000円と表示されていたが、定期購入を契約したつもりはなかったので、どうしたことかと思っていた。初回の商品が届き、しばらくするとまた商品が届いたので業者に電話をしたら「定期購入に申し込んでおり、初回で解約するには定価との差額5,000円を請求する。」と言われた。

○ 偽広告の売り文句を鵜呑みにしてトラブルに遭った事例

SNSで「マイナス25度の冷たい風が出る」という広告を見て、腰につけるハンディエアコンを7,000円で購入した。ところが代金引換で届いた製品からは、全く冷たい風が出てこない。

業者に問い合わせると、「代金の一部を返金する」「代わりの商品を送る」と回答され、結局返品にも返金にも応じてもらえない。

ワンポイントアドバイス

・「定期縛りなし=1 回限りの購入」とは限りません。

通販サイトによっては、「解約するまで定期購入が続く」という意味で「定期縛りなし」と表記することもあるため、定期購入の条件が含まれていないか、よく注意しましょう。

・偽広告であることに気付かないまま購入し、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。対策としては、

- ① 商品価格が極端に安い・割引率が過大な商品には安易に手を出さない
- ② 広告動画のテロップや、公式サイト表記に不自然な日本語が見られる場合は購入を控える

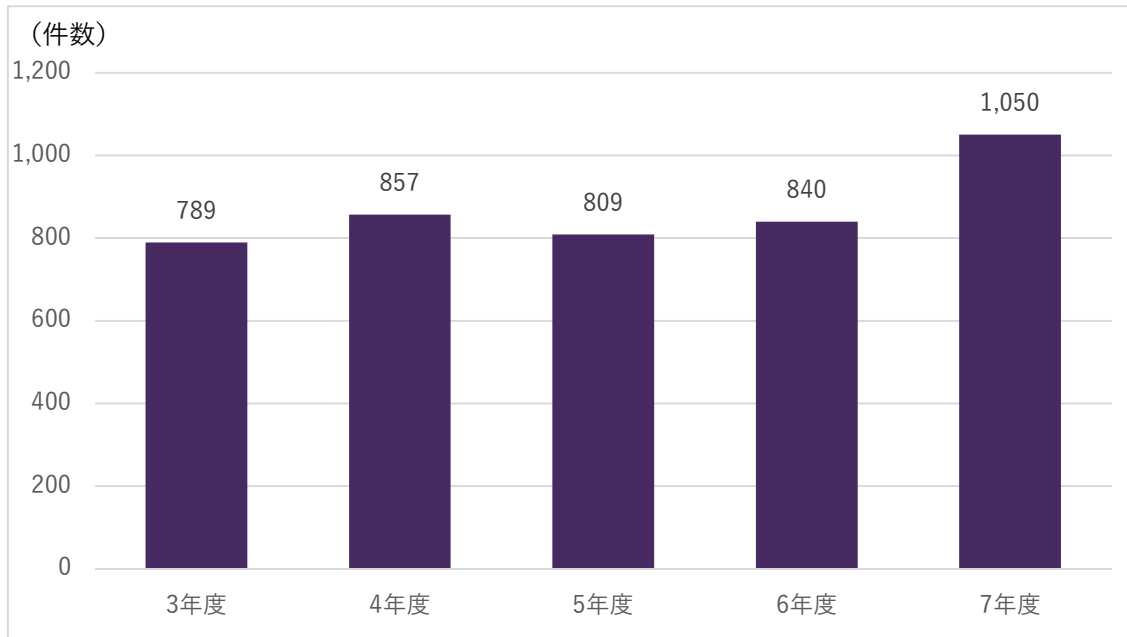
ことが重要です。

【8 若年層（１８歳～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

概ね８００件前後で推移していたところ、令和７年度に相談件数が急増しています。



（２）商品・役務別相談件数

全年代の件数（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、脱毛エステ契約などの「理美容」、いざというときのレスキューサービスなどの「その他役務」に関する相談が多い傾向にあります。特に、「理美容」に関する相談に関しては、若年層（１８歳～２５歳）から相談が、全年代からの相談件数の約半分を占めています。

（単位：順位を除き件数）

順位	商品・役務等	7年度【全年代】	6年度（順位）
1位	賃貸マンション・アパート	117 【595】	93 (1)
2位	理美容	103 【235】	59 (3)
3位	役務その他	70 【646】	66 (2)
4位	商品一般	52 【1,094】	49 (4)
5位	教室・講座	47 【235】	31 (8)

(3) 販売購入形態別相談件数

「通信販売」に関する相談件数が多いのは他の年代と同様ですが、「店舗購入」「訪問販売」に関する相談については、年代ごとの相談件数全体に対する比率が、他の年代（P6）よりも全体件数に対する相談割合が高い傾向にあります。

（単位：順位を除き件数）

順位	販売購入形態	7 年度【全年代】	6 年度（順位）
1 位	通信販売	328 【4,185】	266 (1)
2 位	店舗購入	270 【1,712】	178 (2)
3 位	訪問販売	121 【597】	104 (3)
4 位	電話勧誘販売	63 【624】	64 (4)
5 位	マルチ・マルチまがい	6 【33】	11 (5)
6 位	その他無店舗	4 【70】	5 (6)
7 位	ネガティブ・オプション （送り付け商法）	1 【29】	2 (7)
—	訪問購入	0 【56】	1 (8)
	その他	257 【3,814】	209 (-)

(参考) 相談事例

○ ロードサービスのトラブルに関する相談

自宅の駐車場でタイヤがパンクしたので、ネットで検索し「2,000円から」と広告していた事業者で電話で対応を依頼した。現場に到着した事業者から「車を持ち上げてタイヤを交換する必要がある。」として30万円の見積金額を請求され、仕方なくネットバンキングで事業者の口座に振り込んだ。その後、見積書・契約書・領収書が一体となった書面を交付された。タイヤ交換で30万円は高額であるので減額をしてほしい。

ワンポイントアドバイス

- ・日常生活の突然のトラブルに直面した消費者の「焦り」や「困惑」につけ込み、数万円～数十万円に及ぶ高額請求を行う「レスキュー商法」が多く見受けられます。
- ・まずはご自身が加入している自動車保険の内容を確認し、付帯するロードサービスが利用できる場合は、当該ロードサービスへ連絡しましょう。
- ・金額に納得できない場合は「手持ちがない」「金額に納得できない」などと伝え、その場で現金を支払ったり、カード決済をしたりしないよう注意してください。
※1度支払ってしまった金銭の返金は困難な場合があります。
- ・広告の表示額と実際の請求額に相当な開きがある場合、クーリング・オフが適用できるケースがあります。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、当センターまでご相談ください。(TEL: 075-366-1319)

○ ○○ペイへの返金を装う詐欺とみられる相談

公式サイトでは売り切れていたアニメのフィギュアが、別のサイトで、公式サイトより安い金額で販売されていた。そのサイトで購入し、クレジットカードで決済しようとしたがエラー表示が出たので、○○ペイのアカウントを作り現金でチャージしたうえで支払った。後日、「欠品なので○○ペイで返金する」というメールが届き、詐欺ではないかと気づいた。そのメールに返信等はせず、クレジットカードは緊急停止した。

ワンポイントアドバイス

- ・公式サイトでは売切れとなっている商品や、公式サイト価格と比べて極端に安い価格で販売されている商品には注意が必要です。
- ・代表的な手口として「商品が在庫切れのため、○○ペイで返金する」などと嘘の連絡をして、返金手続を装いながら送金など別の操作をさせようとする事例があります。

【9 高齢者（65歳以上）の相談概要】

デジタル化の進展に伴い、通信販売や電気通信サービスに関するトラブルなど、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います。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

若年層（20代・30代）からの相談が大幅に増加した影響もあり、総件数に占める割合は令和6年度からわずかに減少していますが、依然として30%前後の水準で推移しており、被害が潜在化しやすい傾向にある高齢者においては高い割合となっています。

	3年度	4年度	5年度	6年度	7年度
総件数（件）	9,230	9,373	9,389	9,586	11,120
うち65歳以上（件）	2,593	2,531	2,691	2,917	3,259
割合（%）	28.1	27.0	28.7	30.4	29.3

(2) 商品・役務別相談件数

全年代の件数（P3）と比較すると、定期購入に関する相談と関連して、シミ・シワが消えるクリームなどの「化粧品」や、サプリメントなどの「健康食品」が多い傾向にあります。

（単位：順位を除き件数）

順位	商品・役務等	7年度【全年代】	6年度（順位）
1位	化粧品	381【871】	297（2）
2位	商品一般	378【1,094】	347（1）
3位	健康食品	185【389】	177（3）
4位	役務その他	155【646】	143（4）
5位	移動通信サービス	123【270】	120（5）
6位	インターネット通信サービス	120【349】	75（7）
7位	電報・固定電話	99【169】	78（6）
8位	空調・冷暖房機器	69【151】	47（12）
9位	他の金融関連サービス	67【180】	37（16）
10位	賃貸マンション・アパート	62【595】	54（10）

(3) 販売購入形態別相談件数

全年代の件数（P 6）と同様に、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。

また、高齢者の消費トラブルの特徴として、「訪問購入」に関する相談が全年代の約3分の2を占めており、他の年代と比べて相談割合が高い傾向にあります。

（単位：順位を除き件数）

順位	販売購入形態	7 年度【全年代】	6 年度（順位）
1 位	通信販売	1,308 【4,185】	1,028 (1)
2 位	店舗購入	398 【1,712】	437 (2)
3 位	電話勧誘販売	208 【624】	168 (4)
4 位	訪問販売	200 【597】	202 (3)
5 位	訪問購入	37 【56】	40 (5)
6 位	その他無店舗	22 【70】	15 (6)
7 位	ネガティブ・オプション （送り付け商法）	12 【29】	8 (8)
8 位	マルチ・マルチまがい	2 【33】	12 (7)
—	その他	1,072 【3,814】	1,007 (-)

(参考) 相談事例

○ 定期購入に関する相談

動画サイトで、顔半分に化粧品をつけると一瞬のうちにシワが取れるという広告を見て、ネット通販で当該化粧品を購入した。商品を使用したところ広告のような効果が全くなかったため、事業者へ解約を申し出ると、「初回で解約するには通常料金との差額が必要」と言われた。

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。
- ・ 「定期購入」に関しては、「初回数百円」などの安価なお試しを申し込んだつもりが、実際には「高額な定期購入」だったというトラブルの相談が、多く寄せられています。
- ・ 注文する際には必ず「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、定期購入が条件となっていないか、支払総額がいくらなのか等を確認しましょう。もし定期購入になっている場合は、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。

○ 訪問販売によるガス給湯器の契約に関するケアマネージャーからの相談

「家の前を掃除していたところ、業者から声をかけられ、ガス給湯器の契約をした」と担当している女性から聞いた。「家族に報告をしたら反対されたのでキャンセルしたい」とのことである。クーリング・オフについて聞きたい。

ワンポイントアドバイス

- ・ 見守り活動の中で、利用者宅への訪問で異変に気づいた際には、気兼ねなく消費生活センターへご連絡ください。(TEL：075-366-1319)
- ・ 京都市では高齢者や障害のある方への見守りのポイントや、関係機関につなぐ際の流れなどをまとめた【京・あんしん見守りガイドブック】を発行しています。
<https://kyoto-soudan.jp/clc/mimamori-guidebook/>

○ 郵便局などを装った不審な電話に関する相談

郵便局などを装い、自動音声等による不審な電話がかかってくる。

ワンポイントアドバイス

- ・ 非通知や国際電話（+から始まる番号）からの電話は、詐欺電話の可能性が高いです。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

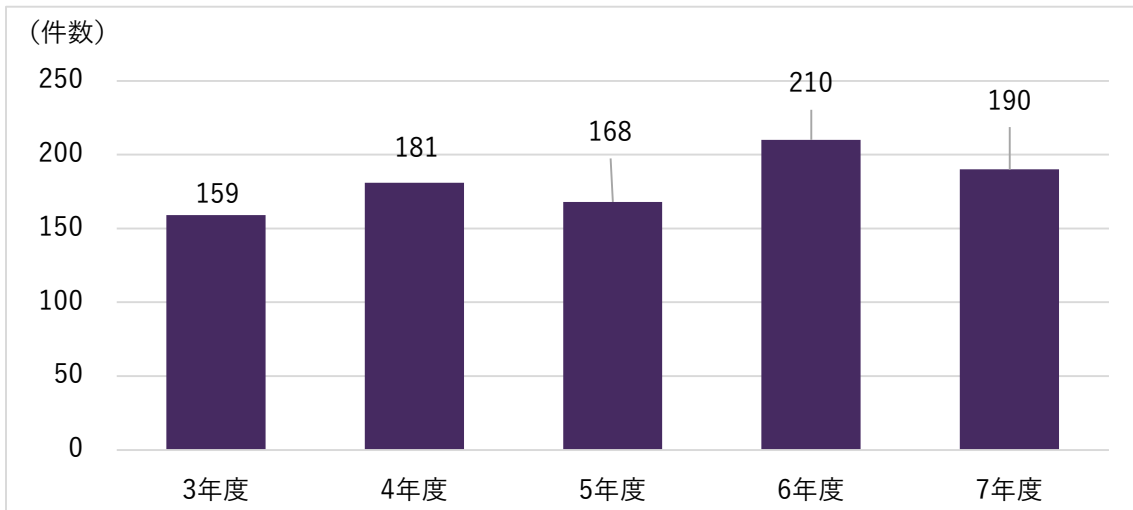
【10 障害のある方等の相談概要】

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、全体の相談件数と比較して、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。

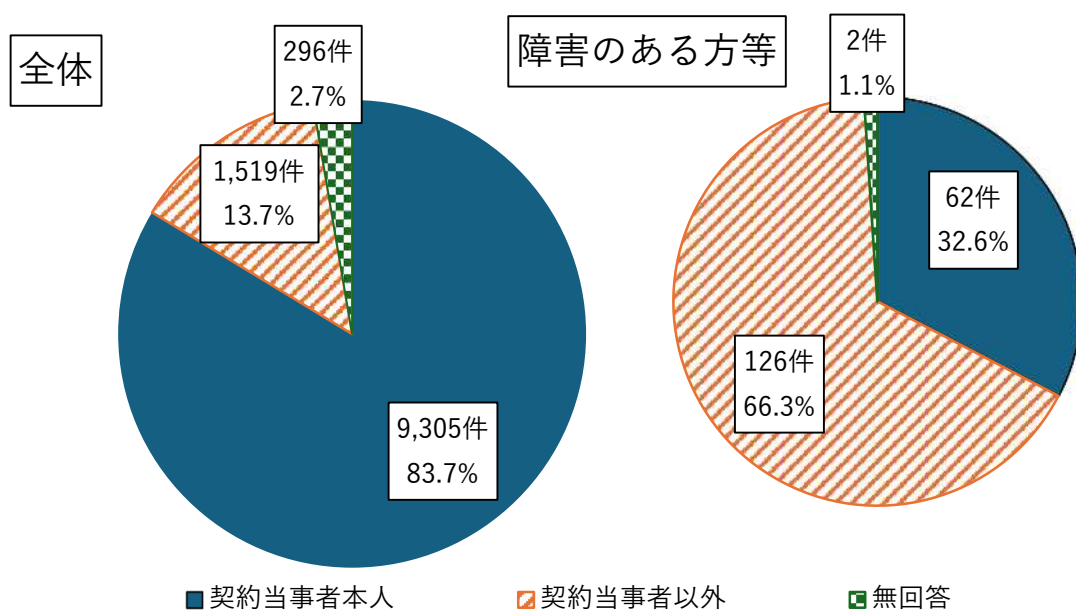
(1) 過去5年間の相談件数推移

令和6年度より減少はしているものの、依然として200件前後で推移しています。



(2) 契約者本人と契約者以外からの相談割合

障害のある方等については、契約者本人からの相談は3割程度にとどまっています。
(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

令和6年度と比べて「化粧品」に関する相談が大幅に増加しており、令和6年度に最も多かった「健康食品」に関する相談と併せて、「定期購入」トラブルとの関連がうかがえます。また、ゲームの課金など「他の教養・娯楽」に関する相談が多く見られる点も、全体件数とは異なる特徴です。

(単位：順位を除き件数)

順位	商品・役務等	7年度【全体件数】	6年度(順位)
1位	化粧品	31【871】	13(3)
2位	移動通信サービス	14【270】	17(2)
3位	商品一般	13【1,094】	8(7)
	他の教養・娯楽		9(5)
5位	健康食品	12【389】	19(1)

(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が、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る点が、全体件数とは異なる特徴です。

(単位：順位を除き件数)

順位	販売購入形態	7年度【全体件数】	6年度(順位)
1位	通信販売	69【4,185】	52(1)
2位	訪問販売	33【597】	37(2)
3位	店舗購入	23【1,712】	28(3)
4位	電話勧誘販売	12【624】	12(4)
5位	マルチ・マルチまがい	1【33】	1(7)
6位	ネガティブ・オプション (送り付け商法)	1【29】	0(-)
7位	訪問購入	1【56】	3(5)
8位	その他無店舗	1【70】	2(6)
—	その他	49【3,814】	75(-)

(参考) 相談事例

○ 障害のある契約者本人からの相談

ネットで「お試し」とあったので育毛剤を契約したが、2回目の商品が届き定期購入だと分かった。自分は障害者手帳の1級を認定されており、自分でもよくわからないまま契約していたと思う。以前も定期購入で商品を契約した際、消費生活センターから事情を説明のうえ、解約の手続きを進めてもらったことがあり、今回も解約したい。

○ 民生児童委員（消費者安全確保地域協議会の構成員）からの相談

私は介護事業者で、民生児童委員を務めている。担当する高齢者の方（以下対象者）の自宅に事業者が来訪し、200万円で屋根工事の契約をしたようで、契約書が自宅にあるのを見つけた。対象者が金融機関から振り込もうとしたが、金融機関に止められ支払いはしていない。私が事業者に口頭で解除を申し出たが、どのような事業者か分からないので、クーリング・オフの手続きをしっかりとしておきたい。どうすればいいか。

○ 障害のある契約者の親族からの相談

娘は障害があるので、自分でアカウントを作ったりすることはできず、SNSのアカウントも持っていない。普段は使わないギフトカードを購入していたので、事情を聞いてみると「SNSで知り合った人に「車の修理代が必要だ」と言われ、ギフトカードを購入して写真を撮影し、相手に送信した。」とのことだった。警察にも相談したが、「SNSは娘の携帯電話で登録されているので携帯電話の番号を変更してもらうしかない。」と言われた。携帯番号は変更させるつもりだが、勝手に娘のアカウントを作成して悪用されると思うと非常に怖い。情報提供したい。

ワンポイントアドバイス

・障害のある方等の場合、本人が被害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。

<気づきのポイント>

- ① 見慣れない商品や契約書、振込用紙がある。
- ② 見慣れない人が玄関の中に入っていくのを見かけた。
- ③ 保護者の覚えのないクレジットカードの請求などがあつた。

上記のような変化があれば、すぐに当センターまでご相談ください。

(TEL：075-366-1319)

<当資料に関するお問合せ先>

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