

令和5年度 県消費生活相談の概要

1. 相談の概要

令和5年度に県が受け付けた消費生活相談の件数は4,656件(奈良県消費生活センター3,289件、同中南和相談所1,367件)で、前年度よりも6件(0.13%)の増加となりました。〈表1〉

相談種別の内訳としては、4,656件の全相談のうち、苦情の件数が4,213件で、問合せ・要望件数が443件となっています。〈図1〉

契約者の傾向を見ると、60歳以上の相談が1,729件で、全体の37.1%を占め依然として高い水準にあります。〈図2〉

販売形態別では、特定商取引法の対象となる特殊販売(通信販売や訪問販売等)に関する相談が、前年度(2,495件)より41件(1.6%)増加し、2,536件(54.5%)となっています。〈図3〉

表1 相談件数の推移 (件)

年度	R元	R2	R3	R4	R5
件数	4,384	4,745	4,159	4,650	4,656
対前年度比(%)	—	108.2	87.7	111.8	100.1

図1 相談種別の内訳

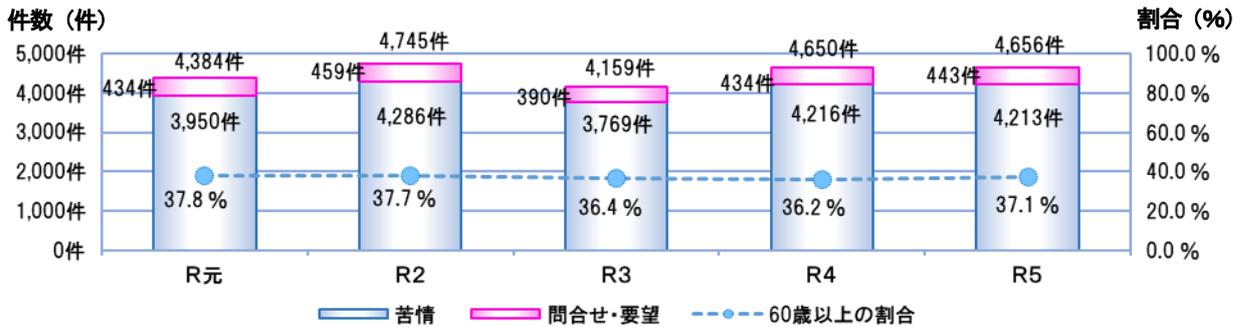


図2 契約者の年代別割合

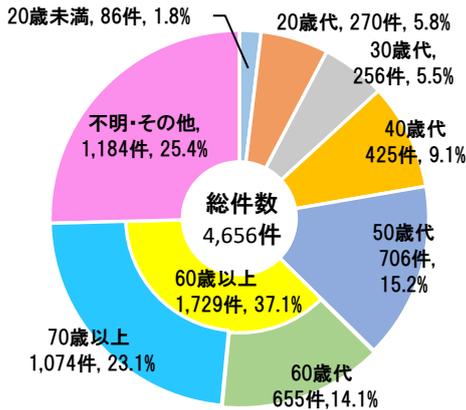
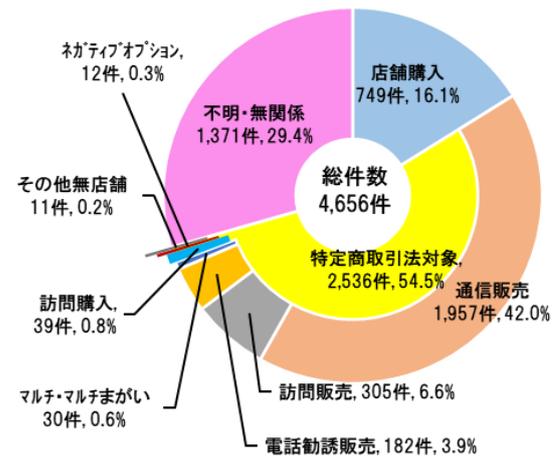
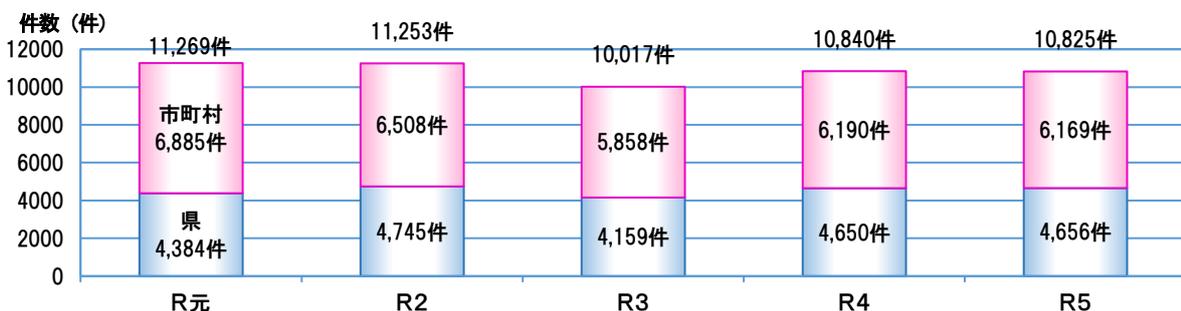


図3 販売形態別割合



参考 県内消費生活相談窓口における年度別相談件数



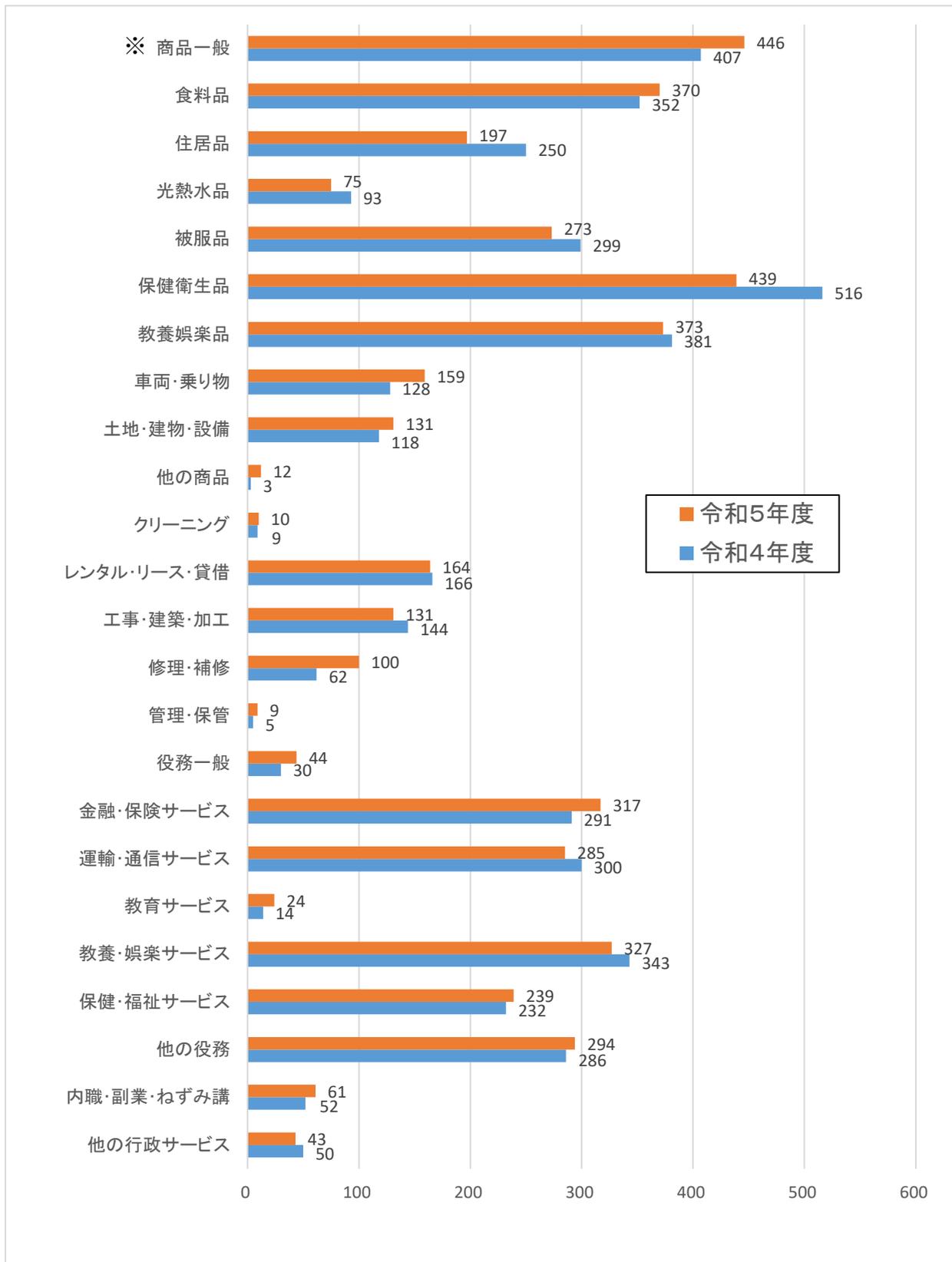
2. 商品・役務分類別件数

全相談件数における商品・役務別内訳では、第1位が「商品一般」で、第2位が「保健衛生品」、第3位が「教養・娯楽品」、続いて「食料品」、「教養・娯楽サービス」の順となっています。〈図4〉相談件数が特に多いものについては次頁に示します。

※ 商品一般：架空請求に関する相談、不審な電話・メールの相談、商品券・プリペイドカード等の取り扱いに関する相談など

図4 商品・役務分類別件数

件数（件）



(1) 特に多い商品・役務

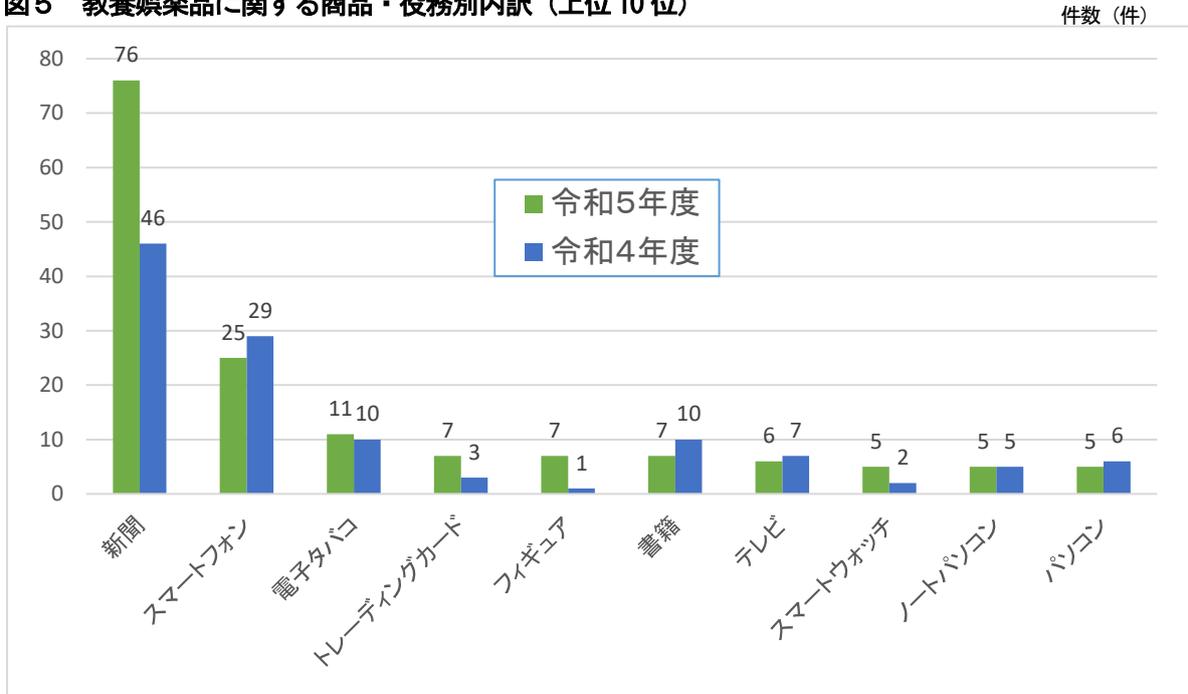
○「新聞」について

「教養娯楽品」の内訳では、「新聞」が多く76件で、前年に比べ65%増加し、全体の20.4%を占めています。

<図5>

相談内容では、新聞販売店の拡張員が家に来て、「契約をしてもらえたらサービス品を提供できる」と熱心に勧められ3年間の購読契約をしたが、年齢的に新聞が読み辛くなり、経済面でも節約したいので残り期間の解約を求めたが、『解約はできない』と言われた」といった、新聞の購読契約の解約に関する相談が多くなっています。

図5 教養娯楽品に関する商品・役務別内訳（上位10位）

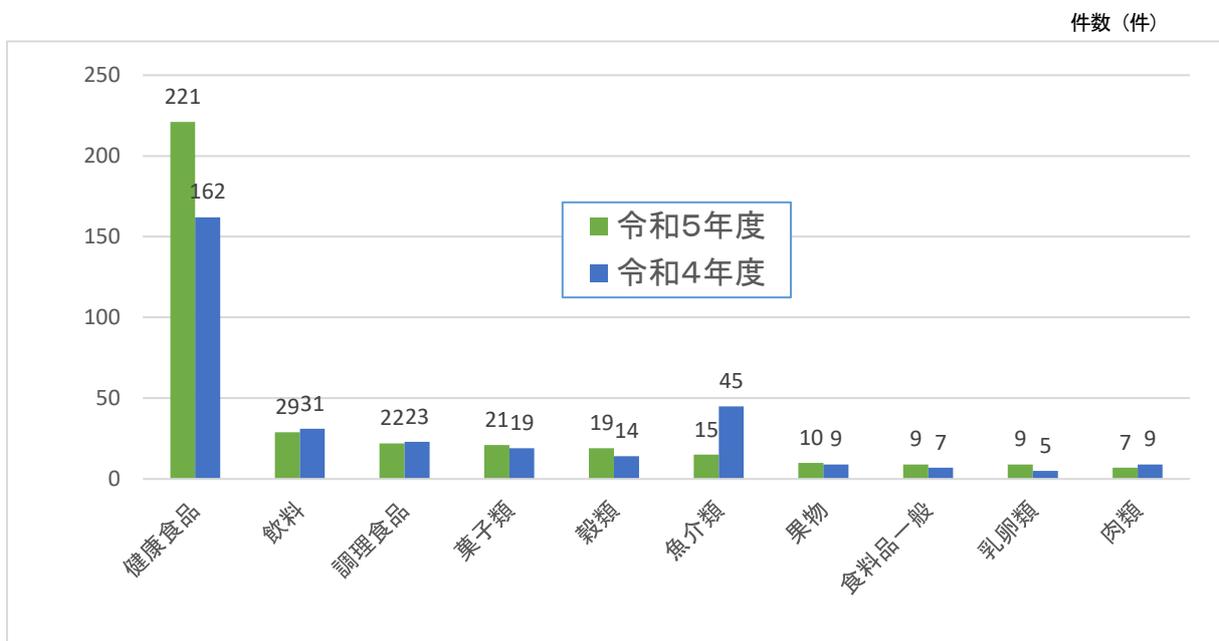


○「健康食品」について

「食料品」に関する相談では「健康食品」が群を抜いて多く221件で前年に比べ36%増加し、全体の59.7%を占めています。

相談内容では、栄養成分を補うサプリメントやダイエットのためのサプリメント等の契約に関する相談で、主にインターネット通販での定期購入契約の解約に関する相談が増加したためと考えられます。<図6>

図6 食料品に関する商品・役務別内訳（上位10位）



3. 特殊販売（特定商取引法の対象となる取引）に関する相談概要

総数では2,536件で前年度（2,495件）より41件の増加となっており、販売購入形態別件数では、「通信販売」が1,957件と最も多く、前年度（1,926件）より31件増加し、次いで「訪問販売」、「電話勧誘販売」の順に多くなっています。〈表2〉

契約当事者の年代別件数では、前年度に比べ、50歳代以上からの相談が増加しており、特に「訪問販売」では、70歳代以上の高齢者からの相談が多くなっています。〈表3〉

相談件数の多い「通信販売」、「訪問販売」、「電話勧誘販売」の詳細については次頁以降に示します。

表2 特殊販売に係る販売購入形態別件数

(件)

販売購入形態	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度
訪問販売	312	287	344	288	305
通信販売	1,428	1,983	1,615	1,926	1,957
マルチ・マルチまがい取引	54	38	39	40	30
電話勧誘販売	195	191	200	184	182
ネガティブ・オプション	7	25	20	9	12
訪問購入	20	27	30	33	39
その他無店舗販売	29	12	17	15	11
特殊販売全体	2,045	2,563	2,265	2,495	2,536

表3 特殊販売の契約当事者の年齢別件数

(件)

販売購入形態	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	その他・不明	計
訪問販売	5	15	13	21	25	29	123	74	305
通信販売	56	108	114	198	387	357	370	367	1,957
マルチ・マルチまがい取引	1	7	1	2	3	2	6	8	30
電話勧誘販売	3	20	15	8	15	30	50	41	182
ネガティブ・オプション	0	0	0	1	2	2	6	1	12
訪問購入	0	0	0	4	7	6	13	9	39
その他無店舗販売	0	1	0	2	1	2	2	3	11
特殊販売全体	65	151	143	236	440	428	570	503	2,536
前年度件数	87	156	153	262	396	401	545	495	2,495
増減	-22	-5	-10	-26	44	27	25	8	41

(1) 通信販売

総数では1,957件で前年度(1,926件)より31件(1.6%)の増加となっています。

商品・役務別内訳では「化粧品」が317件(16.2%)、前年比73件(18.7%)の減少、「健康食品」が168件(8.6%)、前年比36件(27.3%)の増加、「商品一般」が154件(7.9%)、前年比28件(22.2%)の増加となっています。

<図7>

年代別では、60歳以上の占める割合が多く、全体の37.1%を占めています。<図8>

図7 通信販売の商品・役務別内訳件数(上位10件)

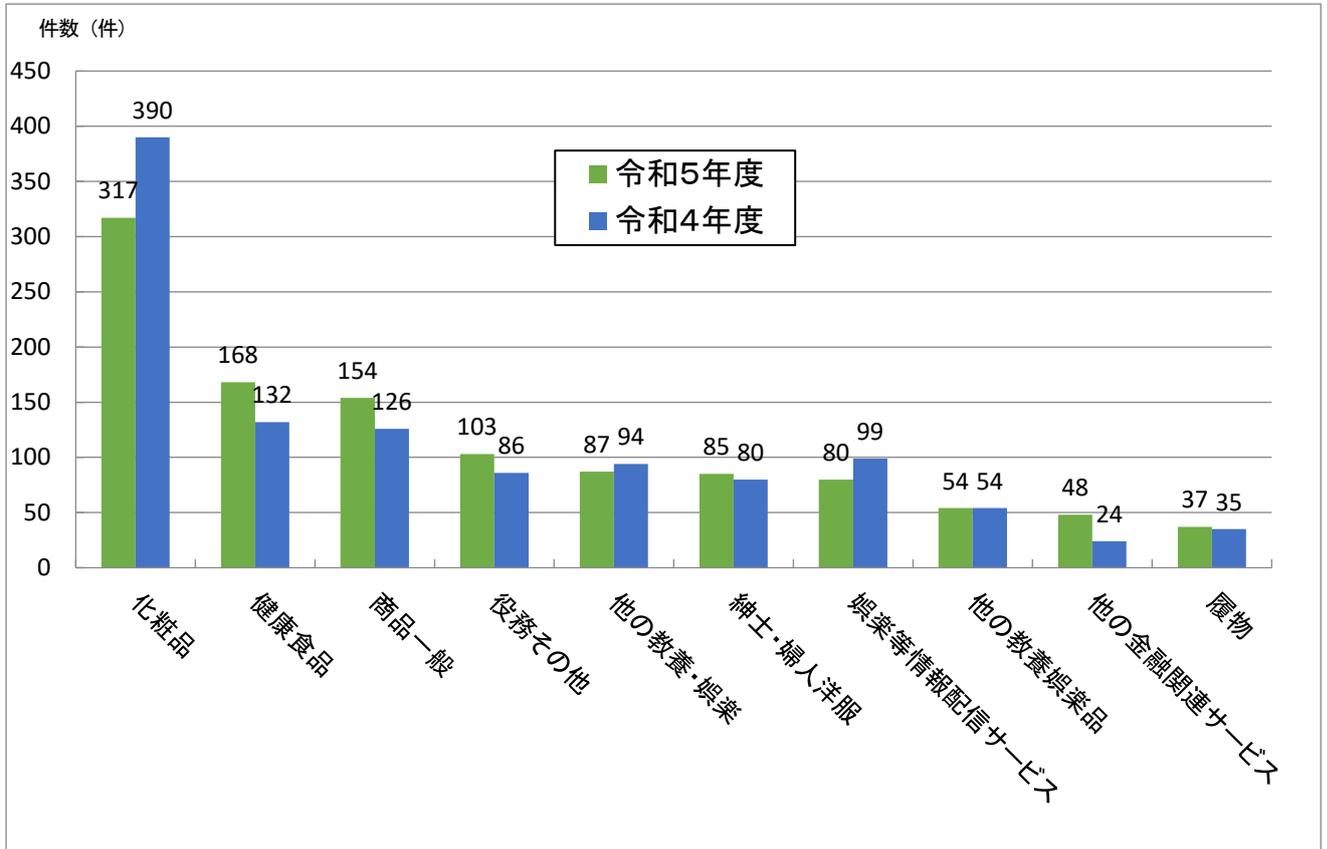
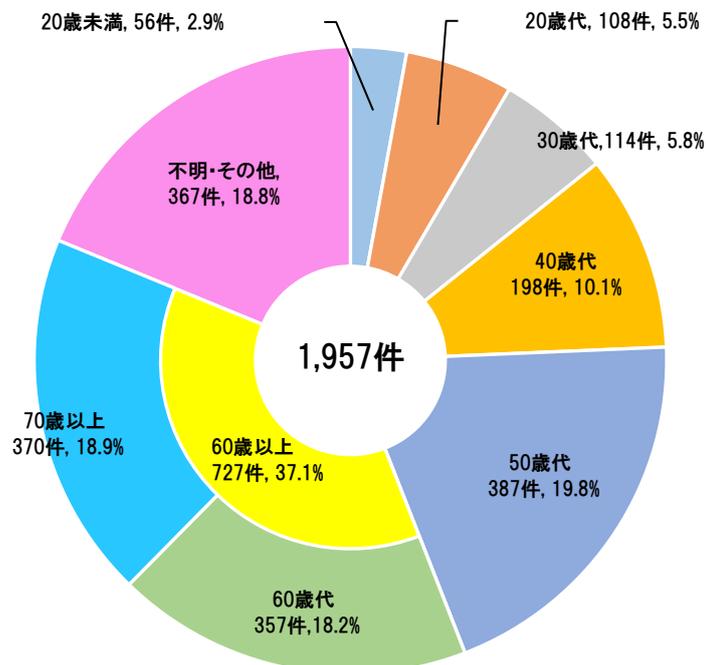


図8 通信販売に関する契約者の年代別内訳



(2) 訪問販売

総数では、305 件で前年度（288 件）より 17 件（5.9%）の増加となっています。

商品・役務別内訳では、「書籍・印刷物」が 56 件（18.4%）、前年比 25 件（80.6%）の増加で、これは主に新聞契約に関するものであり、次いで「工事・建築・加工」が 45 件（14.8%）、「修理・補修」が 34 件（11.1%）となっています。〈図 9〉

年代別では 60 歳以上の占める割合が最も多く、全体の 49.8%を占めています。これは、在宅率が高い高齢者が勧誘を受ける機会が多いためと考えられます。〈図 10〉

図 9 訪問販売の商品の役務別内訳件数（上位 10 件）

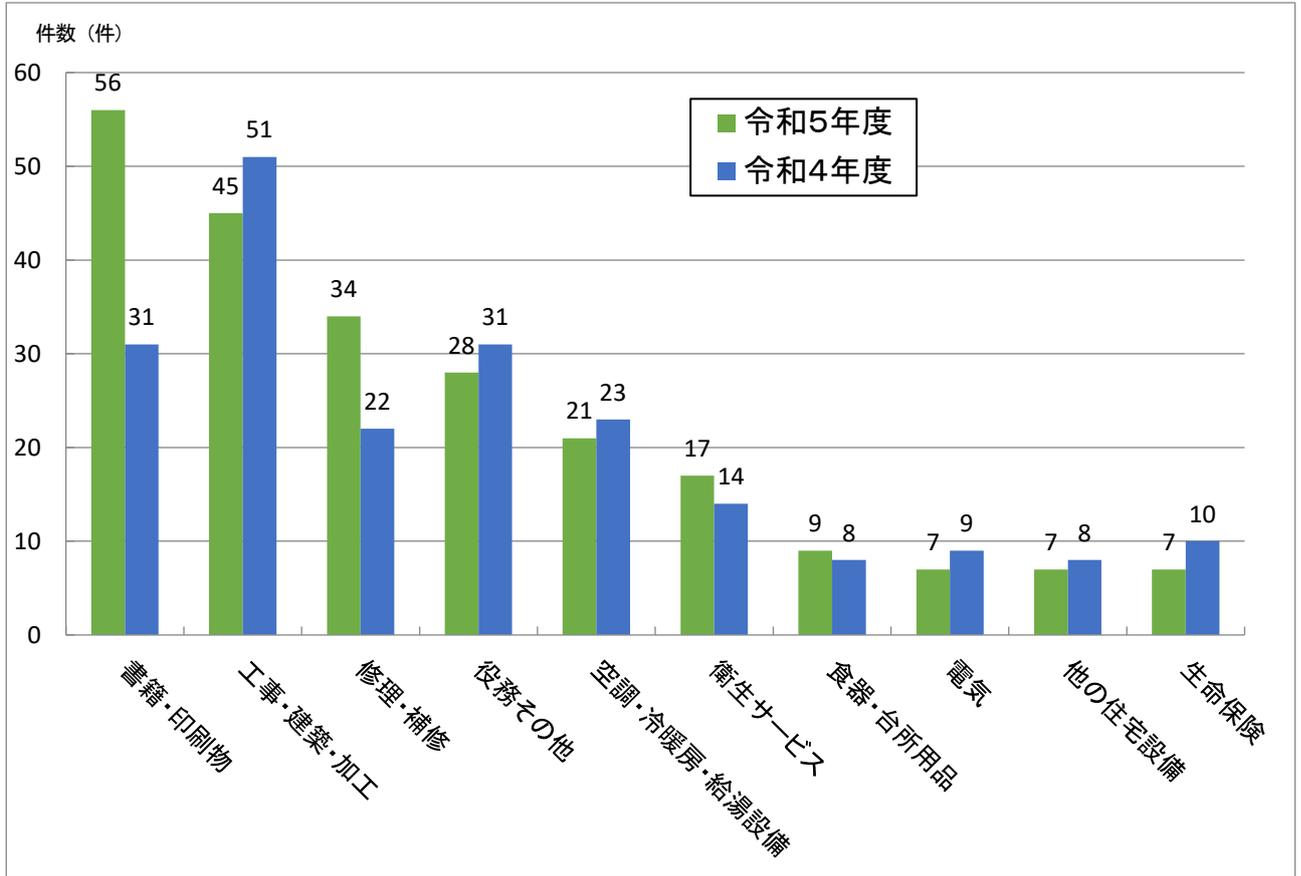
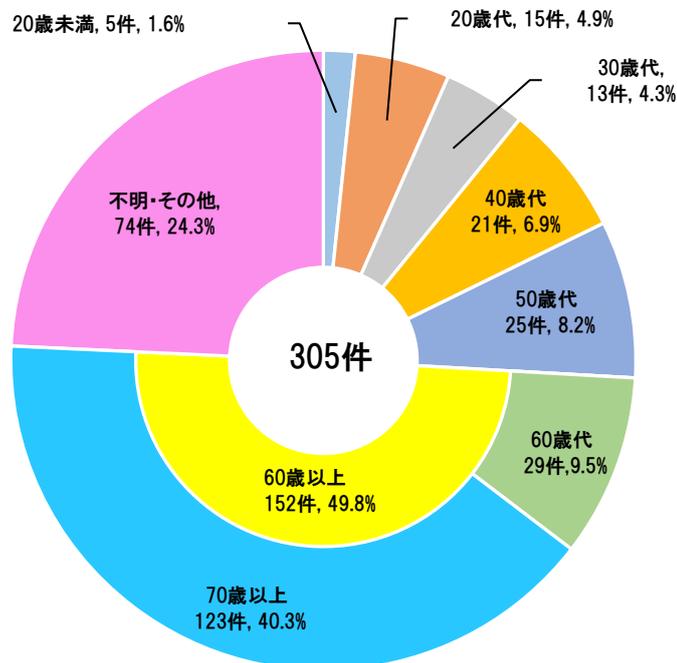


図 10 訪問販売に関する契約者の年代別内訳



(3) 電話勧誘販売

総数では182件で前年度（184件）より2件（1.1%）の減少となっています。

商品・役務別内訳では、「役務その他」が37件（20.3%）、「内職・副業」が20件（11.0%）、「インターネット通信サービス」が18件（9.9%）で、特に「内職・副業」が前年に比べ約4倍急増しています。また、「魚介類」の相談は9件で前年に比べ大きく減少しました。＜図11＞

年代別では、60歳以上の占める割合が多く、全体の44.0%を占めています。これは、訪問販売同様に在宅率の高い高齢者が勧誘を受ける機会が多いためと考えられます。＜図12＞

図11 電話勧誘販売の商品・役務別内訳件数（上位10件）

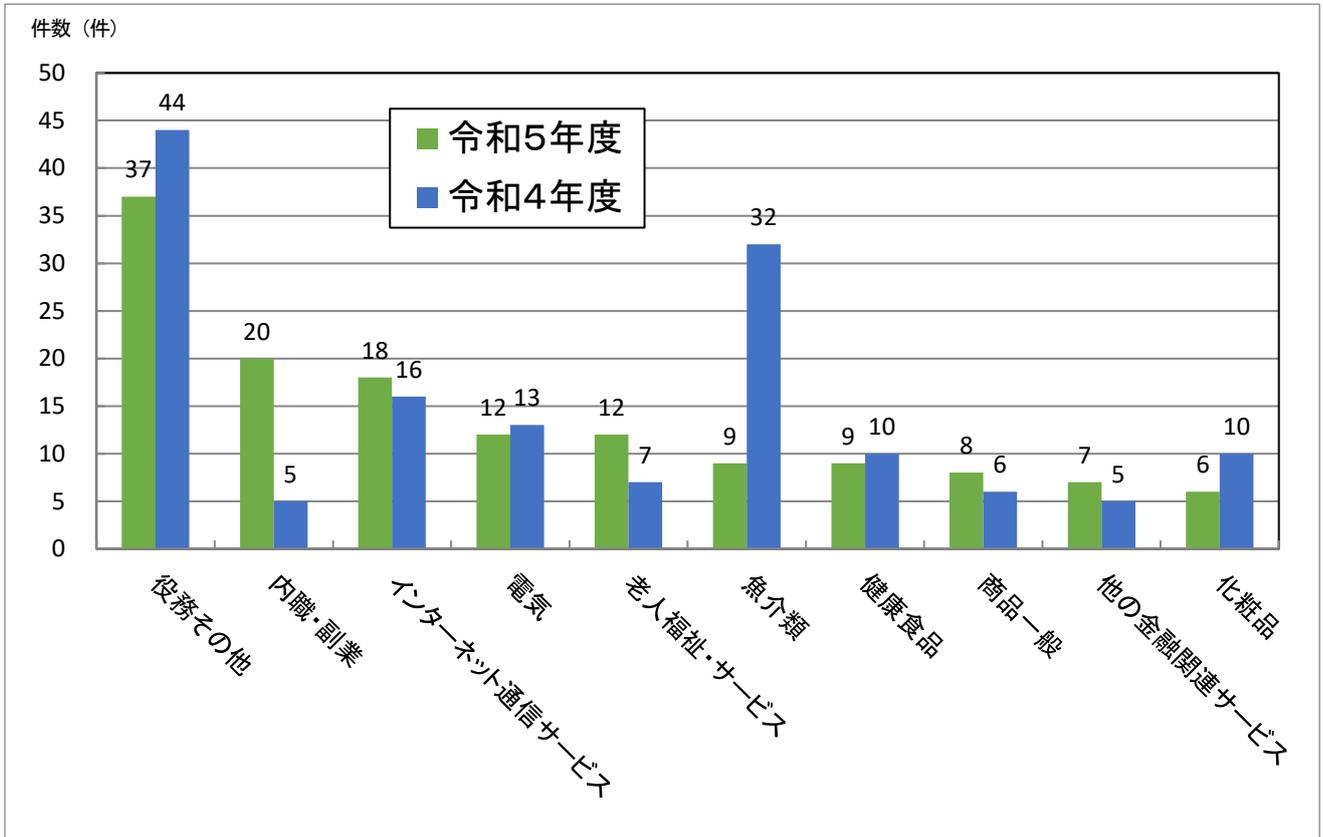
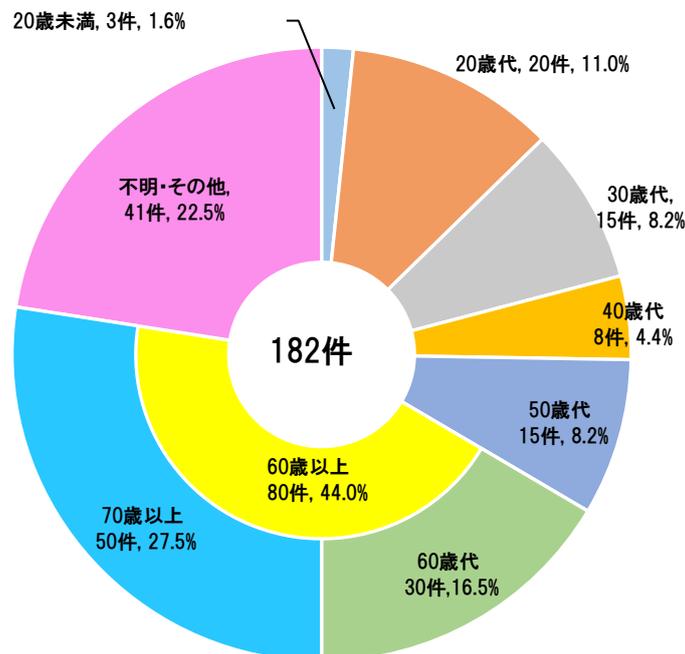


図12 電話勧誘販売に関する契約者の年代別内訳



4. 消費生活相談のトピックス

(1) 「定期購入」に関する相談

定期購入に関する相談は、昨年度に引き続き高水準で推移していますが、「初回の格安な価格にひかれて、契約条件をよく確認せずに1回だけの注文と思い込んで、申し込みをしてしまっている」といったケースが多くを占めています。他にも「契約条件をチェックし、定期購入ではない契約であることを確認したうえで、申込み画面に入力した際に、突然『お得なクーポン』との表示が出て、それを使用して申し込みをしたところ、別の画面に移行し、気づかないまま、継続購入が条件の契約に変わってしまった」といった「アップセル」と呼ばれる手口の相談も増えています。※下記相談事例参照

商品別では「化粧品」に関する相談が最も多く、次いで「健康食品」に関する相談が上位を占めています。

<図 13>

年代別では60歳代以上が占める割合が多く全体の54.9%を占めています。<図 14>

図 13 定期購入に関する商品・役務別内訳（上位 10 件）

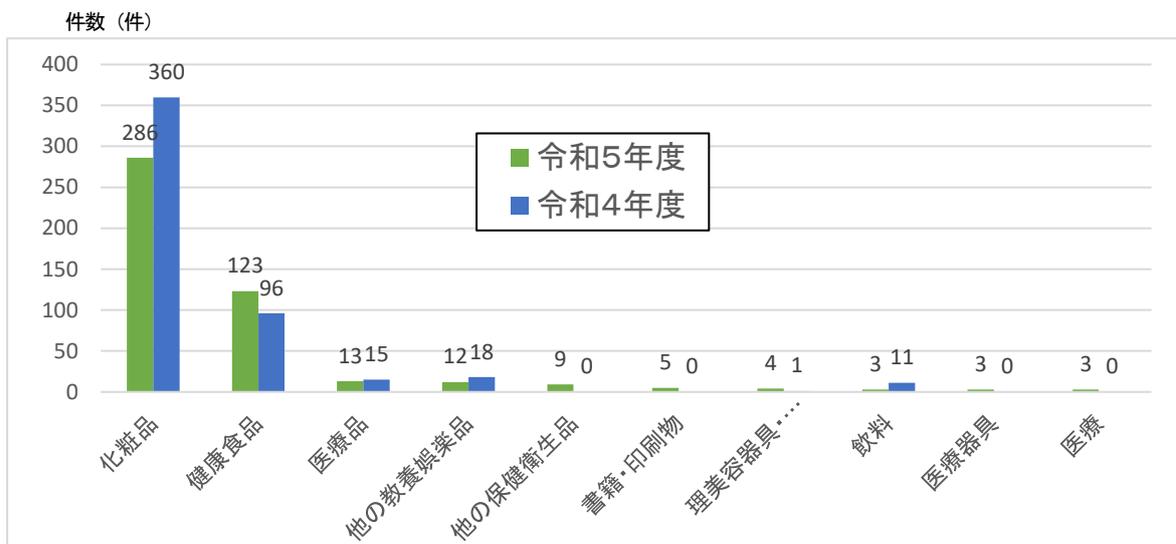
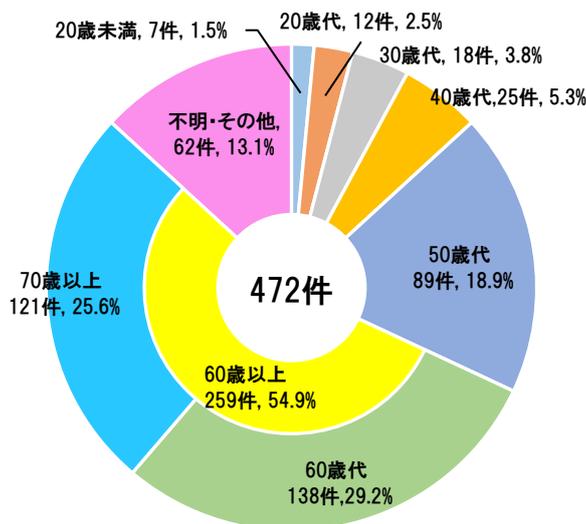


図 14 定期購入に関する契約者の年代別内訳



相談事例

スマートフォンで、「定期縛りなし」「初回約 2000 円」という美容液の広告を見て、販売サイトで注文した。初回の商品が届き、販売業者に電話で次回からの契約を解約したいと伝えたところ、「4 回の購入が条件の定期購入コースの契約になっている」と説明された。広告には「定期縛りなし」と記載されていたと伝えたが、「特別割引クーポンを『利用する』のボタンを押してコースを変更しているため、4 回約 4 万円分の商品を購入する必要がある」と説明された。納得できないと何度も伝えたが、「4 回購入しないと解約できない」としか言われぬ。注文完了直後に割引クーポンが表示され、利用した記憶はあるが、コースが変更されるとは思っていなかった。

(2) 「SNS関連」の相談について

SNS上の広告がきっかけとなるトラブル等の相談件数は年々増加し、令和5年度は令和元年度の約4倍の404件となっています。〈図15〉

商品・役務の内訳は、「化粧品」が99件で一番多くなっていますが、次いで「内職・副業」が34件となっています。

また、「他の金融関連サービス」、「デリバティブ取引」、「ファンド型投資商品」等に分類されている投資詐欺に関する相談が昨年度より大幅に増加しています。〈図16〉

図15 SNS関連の相談件数の推移

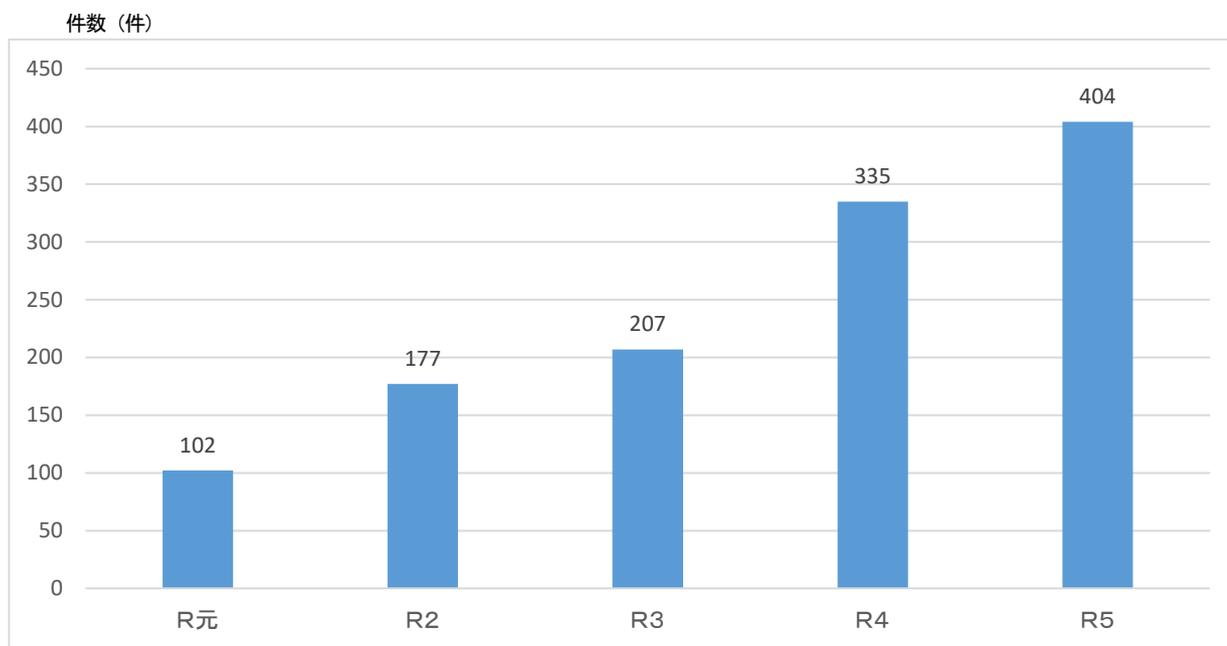
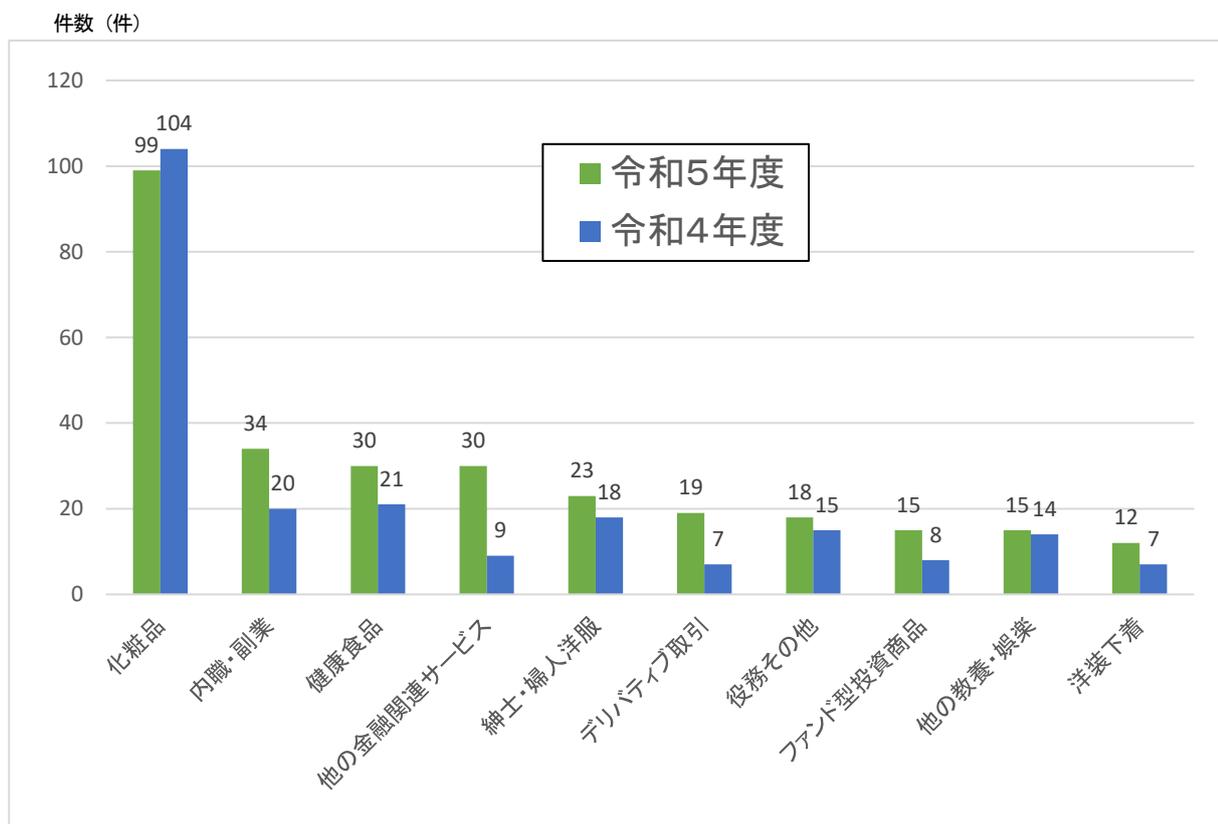
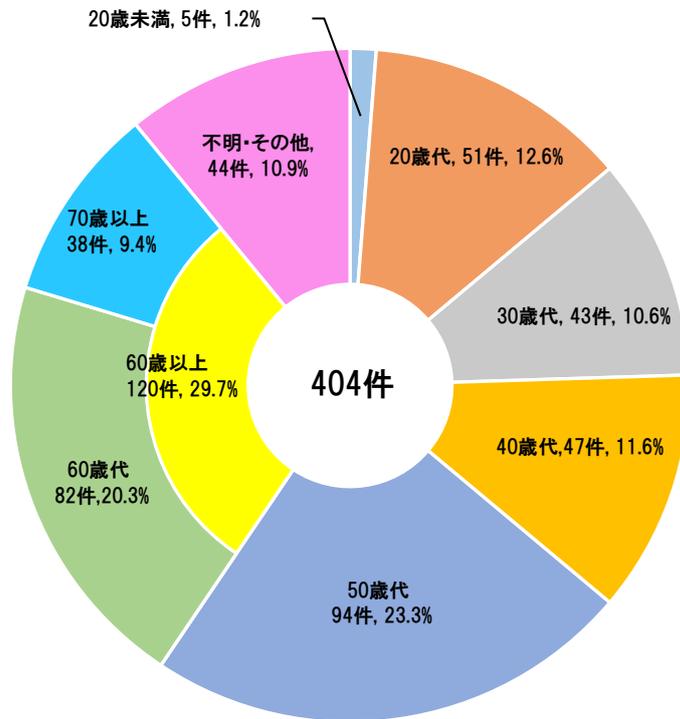


図16 SNS関連の商品・役務の内訳



年代別では50歳代以下からの相談が多く全体の60%を占めています。
また、60歳以上の相談も29.7%あるのは、インターネットを利用する人の年齢が年々上がっていることが要因と考えられます。〈図17〉

図17 SNS関連の契約者の年代別内訳



相談事例

- SNSで副業の広告を見つけメッセージアプリで連絡を取った。ネットで気に入った商品を見つけ、ネットショップが作成できるアプリを使い、それらを販売するビジネスと説明された。サポート料70万円を請求され、消費者金融から50万円借りて振り込んだが、もうからないので解約したい。
- SNSで知りあった人から勧められて、事業者と無料通話アプリでやり取りし、簡単に収入を得られると説明を受け、副業のコンサルティング契約をした。契約金65万円を銀行振り込みをしたが、契約後、説明されたようなサポートもなく、収入も得られないので解約したい。

(3) 投資詐欺の相談事例

投資詐欺に関する相談件数は年々増加しており、令和5年度には前年度比約1.5倍の100件と急増しています。〈図18〉

年代別では、40歳代以上で73%を占めています。〈図19〉

図18 投資詐欺関連の相談件数の推移

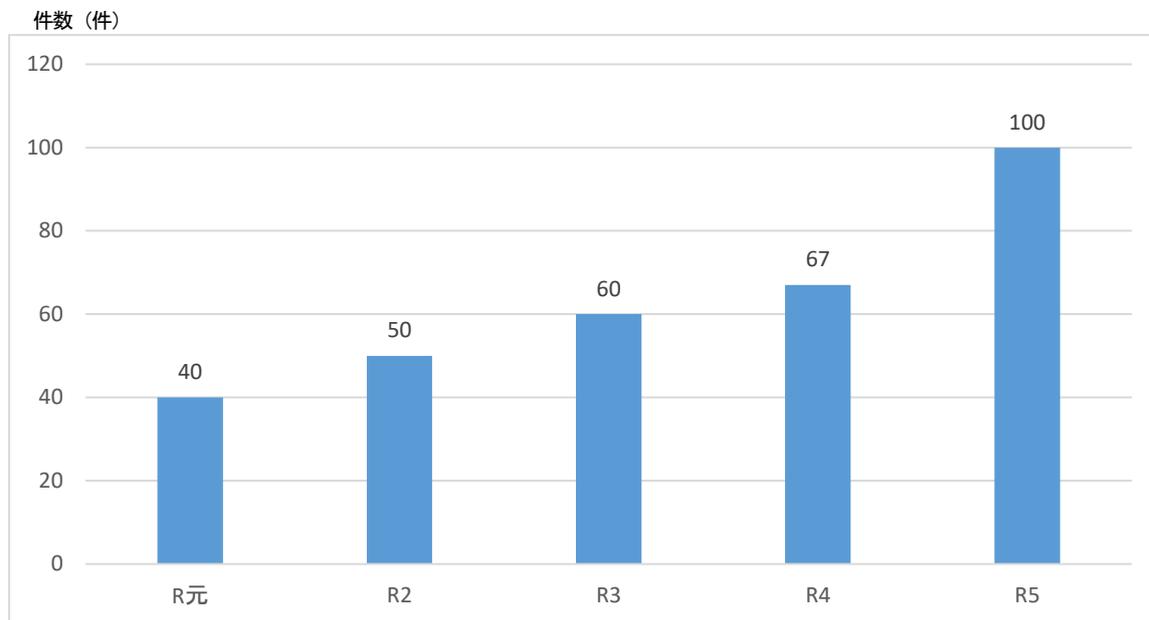
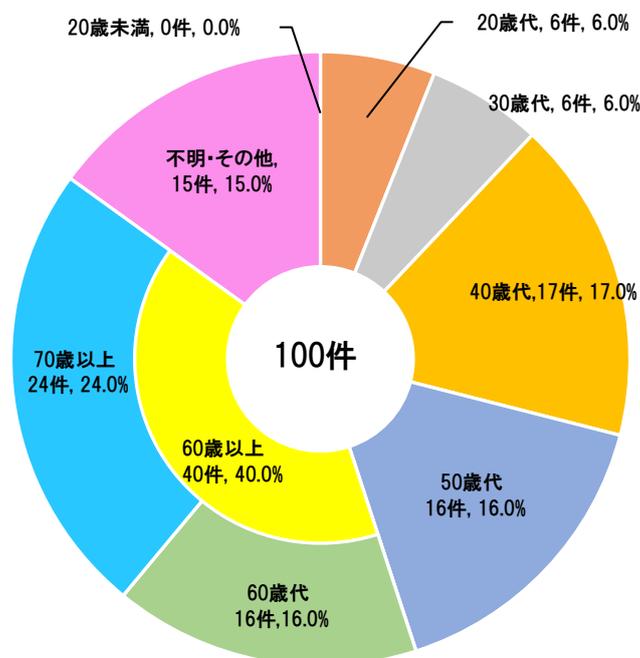


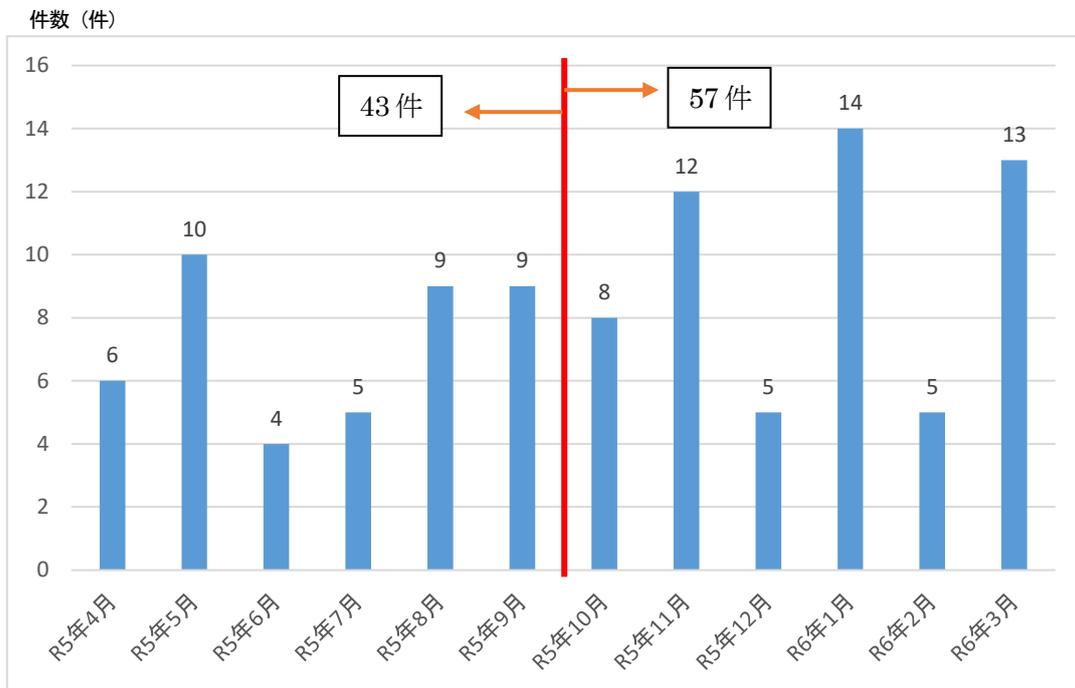
図19 投資詐欺関連の契約者の年代別内訳



投資詐欺関連の相談は、令和5年の上半期（4月～9月）では47件でしたが、下半期（10月～3月）では57件となり、増加傾向にあります。＜図20＞

投資詐欺関連の相談内容では、契約金額が高額になり、また、相手と連絡が取れないことが多く、被害回復が極めて難しいケースが多くなっています。

図20 投資詐欺関連の相談件数の月別推移



相談事例

- 先日、SNSで知り合った人に暗号資産の投資で儲かると誘われて、指定された口座に280万円を振り込んだ。その後、5000万円の利益がでたと連絡が入ったので出金を申し出たら、手数料200万円が必要と連絡が入った。指示通り指定口座に振込んだが、その後連絡が取れなくなった。
- マッチングアプリで知り合った異性に投資を勧められた。はじめは怪しいと思い断っていたが、SNSでやり取りをして、「二人の将来のために投資を」と言われ始めてしまった。暗号資産のアプリを入れてそこに送金し、暗号資産に替えて、3,500万円分の暗号資産を送ってしまった。
- SNSで知り合った人から紹介された無料メッセージアプリの投資グループに入会し、FXの投資を持ち掛けられ、儲かるならと思い、指定された口座に複数回に分けて合計200万円を振り込んだ。指定された口座の名義が個人名で、毎回異なるので不審には思ったが、取引画面では儲けが出ていたので振り込んでしまった。しかし、出金するには追加で入金が必要と言われた。