

～得したつもりが大損に!? SNS広告に潜む甘い罠～ 「令和7年度岡山市の消費生活相談の概要」

令和8年7月
岡山市消費生活センター

1 相談件数

- ・4,954件の相談が寄せられ、前年(4,526件)から9.5%増加した。

2 契約当事者の年代別にみた相談件数

- ・70歳以上からの相談が最も多く(1,542件・全体の31.1%)、前年(1,461件)からは5.5%増えており、引き続き増加傾向となっている。
- ・20歳未満からの相談(102件)は前年から14.6%増加、20歳代からの相談(417件)は前年から24.9%増加する中、40歳代からの相談(495件)が前年から29.6%増加と、他の年代と比較して最も増加率が高かった。

3 相談事例トピックス

○SNSに関連した相談の状況

- ・相談件数は513件と、前年(449件)より14.3%増加しており、令和2年度と比較して約3倍の相談件数となった。
- ・中間層(35歳～64歳)からの相談が255件(全体の49.7%)と最も多かったが、若年層(18歳～34歳)は前年から28.4%増加し、増加率が高かった。

○通信販売に関連した相談増加

- ・相談件数は1,765件で、前年(1,497件)より17.9%増加し、主な内容として定期購入トラブルの相談が引き続き多く寄せられた。
- ・インターネット通販によるものは1,385件と、前年(1,132件)より22.3%増加した。
- ・定期購入の相談(489件)のうち、商品・役務別にみると「化粧品」、「健康食品」の相談が414件と全体の84.7%を占めていた。

4 契約購入金額の状況

- ・契約購入金額の合計は、前年より1.4%減の約18億6百万円、平均契約購入金額は、前年より11.7%減の約78万9千円となり、いずれも減少した。

(資料編)

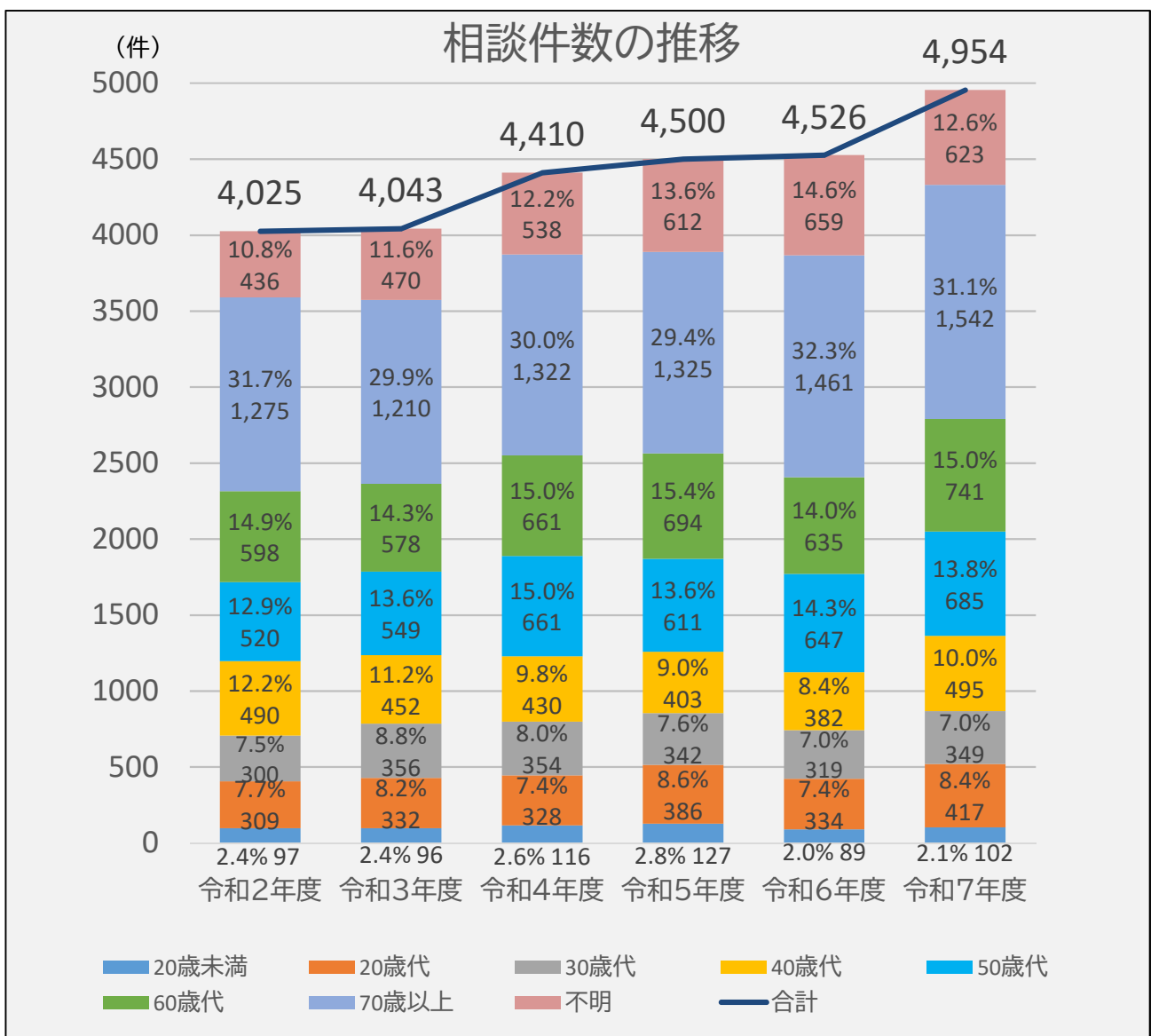
- 資料1 契約当事者の年齢層別にみた相談事例
- 資料2 契約当事者の属性
- 資料3 契約当事者の年代別相談の状況
- 資料4 契約当事者の年齢が18～19歳の相談状況
- 資料5 商品・役務別にみた相談の状況
- 資料6 販売購入形態別にみた相談の状況

1 相談件数

- ・ 令和7年度の相談件数は4,954件で、前年(4,526件)から9.5%増加となった。
- ・ 相談種別の内訳は、苦情相談が4,750件、問合せ等が204件となった。
- ・ 相談受付方法の内訳は、電話相談が4,473件、窓口相談が422件、メール等文書による相談が59件となった。

2 契約当事者の年代別にみた相談件数

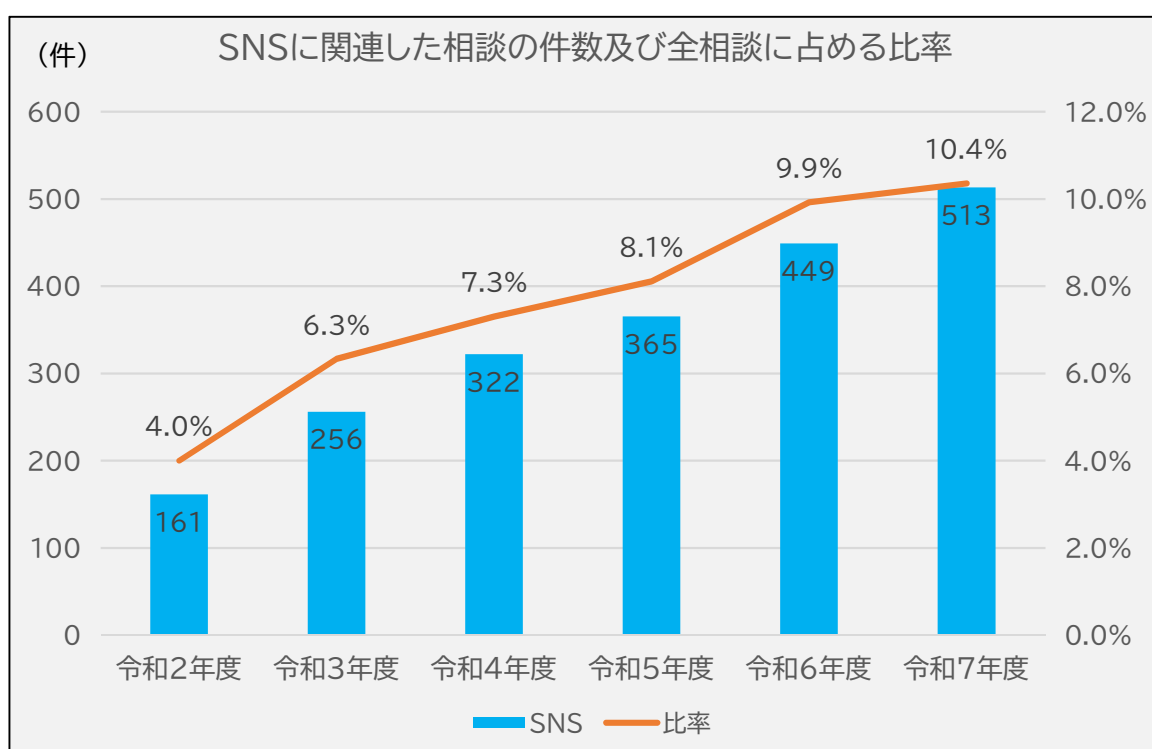
- ・ 70歳以上からの相談が1,542件(全体の31.1%)と最も多く、前年(1,461件)より5.5%増えた。
- ・ 20歳未満からの相談は102件(全体の2.1%)、20歳代からの相談は417件(全体の8.4%)で、前年と比較して、それぞれ14.6%増、24.9%増と増加が目立った。
- ・ 40歳代からの相談が495件で、前年から29.6%増加、他の年代と比較して最も増加率が高かった。



3 相談事例トピックス

○SNSに関連した相談の状況

- ・ SNS(ソーシャルネットワーキングサービス)に関連した相談は513件で、前年より64件増加(14.3%増)した。近年増加傾向が続いており、令和2年と比較して約3倍の相談件数となった。
- ・ 年齢層別にみると、中間層(35～64歳)からの相談が255件(全体の49.7%)と最も多く寄せられた。
- ・ 前年と比較して、若年層(18～34歳)、中間層(35～64歳)、高齢層(65歳以上)では相談件数が増加した。増加率では、若年層(18～34歳)が28.4%と最も高かった。
- ・ 商品・役務別にみると「化粧品」の相談が132件と最も多く、続いて「健康食品」、「内職・副業」の相談が多く寄せられた。



SNSに関連した相談の契約当事者年齢層別の相談件数

(単位:件)

	令和5年度	令和6年度		令和7年度	
				構成比	対前年増減率
未成年層(17歳以下)	5	5	5	1.0%	0.0%
若年層(18～34歳)	80	67	86	16.8%	28.4%
中間層(35～64歳)	169	228	255	49.7%	11.8%
高齢層(65歳以上)	90	127	148	28.8%	16.5%
不明	21	22	19	3.7%	▼13.6%
計	365	449	513	100.0%	14.3%

SNSに関連した相談の購入商品別相談件数

(単位:件)

商品・役務名	令和5年度	令和6年度	令和7年度	
				対前年増減率
化粧品	80	141	132	▼6.4%
健康食品	35	52	48	▼7.7%
内職・副業	20	19	33	73.7%
紳士・婦人洋服	18	17	31	82.4%
ファンド型投資商品	33	29	25	▼13.8%
その他	179	191	244	27.7%
計	365	449	513	14.3%

●相談事例

(40代・女性からの相談)

SNS広告で、「縛りなし」「1回限り」と記載されている美容クリームを「公式サイトはこちら」をタップし、後払い決済で注文した。初回の商品代金はコンビニで支払ったが、2回目の商品が届いた。定期購入を注文した覚えはない。未開封なので、返品したい。

(60代・女性からの相談)

SNS広告を見て1万1,616円のブラウスを注文。代引きで届いたブラウスを確認したところ、Lサイズと書かれているが通常より大きく着用できそうにない。また画面で見た品質とは違い安っぽい。返品し返金してもらおうと思い電話をかけたが、すぐ切れてしまう。メールでも申出たが返信がない。どうしたらいいか？

☆SNS広告からの商品購入によるトラブルに関連した相談が非常に多く寄せられました。

- ・SNS広告を見てすぐに購入を決めるのはトラブルのもとです。慎重に検討しましょう。
- ・SNS広告のリンク先のサイトの内容もよく確認しましょう。
- ・信用性が不明なサイトは利用せず、メーカーの公式サイトなどから購入しましょう。

(20代・男性からの相談)

SNSで副業の勧誘があり申し込みした。その後、SNSから無料通話アプリでのやり取りに変更させられた。そのアプリ内で副業の依頼があり、報酬として50万円受け取れると説明があった。まず報酬分の50万円を先に振り込んで欲しいと言われ昨日振り込んでしまった。その後連絡が一切取れなくなった。どうしたらよいか。

(50代・女性からの相談)

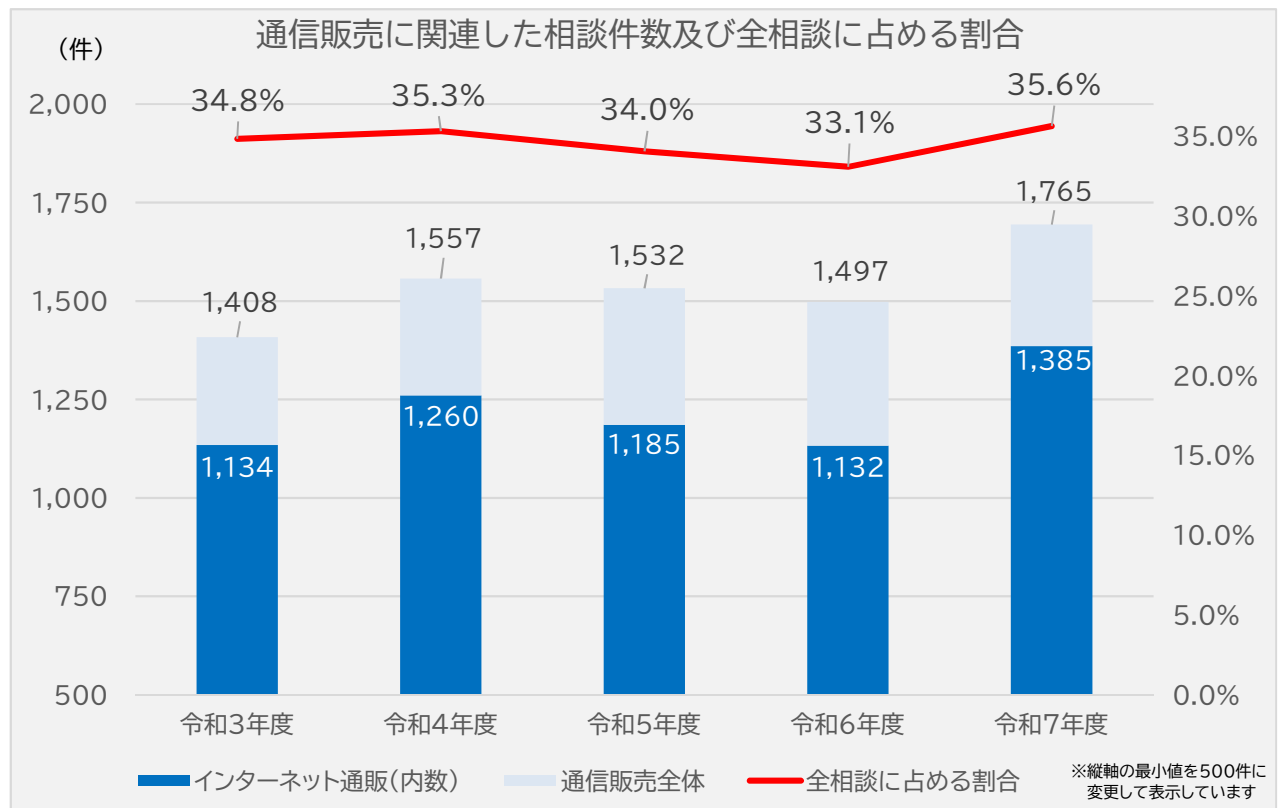
SNSで知り合った人に誘導されてスマホにアプリを入れ、個人情報や運転免許証を写真に撮って送った。その後暗号資産の取引をして、ある程度お金が貯まったので出金しようとする、お金が引き出せなかった。アプリを通してカスタマーセンターに相談すると、出金するために追加の支払いが必要と言われた。不審に思い警察に相談すると、詐欺の手口で、支払ったお金はたぶん戻ってこないと言われた。個人情報を悪用されないかが心配だ。取引中、分からない事があり、知人から質問サイトを紹介されて、クレジットカード情報を入力した。このサイトも詐欺ではないかと心配だ。

☆SNSで知り合った人を介したトラブルに関連した相談も多く寄せられました。

- ・SNSは匿名でのやり取りが可能です。SNS上だけでのやり取りについては、プロフィール情報や相手が書き込んだ情報を全てうのみにしないようにしましょう。
- ・「簡単に稼げる」「すぐ儲かる」など、おいしい話には裏があります。疑うことも時には重要です。
- ・一度支払ったお金を取り戻すのは困難です。支払う前に相談しましょう。

○通信販売に関連した相談増加

- ・通信販売に関連した相談は1,765件で、前年(1,497件)より17.9%増加した。令和6年度は、1,500件を下回ったが、令和7年度は、再び増加した。
- ・インターネット通販によるものは1,385件と、前年(1,132件)より22.3%増加した。
- ・通信販売に関連する相談が全相談に占める比率は、平均34.6%(令和3～7年度)となっており、販売購入形態としては最も比率が高い相談となっている。



(定期購入トラブル)

- ・通信販売に関連した相談のうち、主な内容としては定期購入トラブルが引き続き多く寄せられた。
- ・定期購入に関連した相談全体では、商品・役務別にみると、「化粧品」と「健康食品」で414件と全体の84.7%を占めていた。
- ・前年と比較して、定期購入に関連した相談全体としては2.6%減であるが、令和5年度を基点すると、令和6年度、令和7年度ともに20%以上増加しており、高止まりの傾向にあると言える。

定期購入に関連した相談の購入商品別相談件数

(単位:件)

		令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	対前年増減率
購入商品 内訳	化粧品	327	250	270	276	2.2%
	健康食品	105	100	173	138	▼20.2%
	その他	41	53	59	75	27.1%
計		473	403	502	489	▼2.6%

●相談事例

(40代・女性からの相談)

SNS広告で、「縛りなし」「1回限り」と記載されている美容クリームを「公式サイトはこちら」をタップし、後払い決済で注文した。初回の商品代金はコンビニで支払ったが、2回目の商品が届いた。定期購入を注文した覚えはない。未開封なので、返品したい。

(50代・男性からの相談)

SNSの広告を見てサブりを申し込みした。「無料プレゼント 定期縛りなし」とあったので定期購入ではないと思い申し込みした。商品が届き、同梱されている明細書を見ると、定期購入になっていることがわかった。解約を申し出たが、申し出期限を過ぎているため2回目の商品を受け取ってから解約になると言われた。体に合わず必要ないので、返品すると伝えたが、解約料がいるなど言われた。どうしたらよいか。

(80代・男性からの相談)

ネット広告を見て、初回が安かったのでお試しのつもりで漢方薬を申し込みした。しかし、年間コースの定期購入になっており、先日高額な商品が3袋届いた。4回受け取らないと解約できないとある。解約したいが、電話を架けてもつながらない。

☆「定期縛りなし」「1回限り」「解約不要」と広告に書いているが、定期購入だったという相談が多く寄せられました。

- ・「定期縛りなし」は、回数の縛りはないが解約が必要な定期購入であることがほとんどです。
- ・初回のお得な価格だけで解約する場合は、定価との差額の支払いが必要である等、解約の条件が規約に定められている場合が多いです。
- ・通信販売はクーリング・オフの規定がなく、解約や返品は事業者が定める規約に従うことになります。申込前に返品や解約のルールをしっかりと確認しましょう。
- ・「最終確認画面」はスクリーンショットで必ず保存しましょう。

●コラム「ダークパターン」とは？

「ダークパターン」とは、Webサイトやアプリで、消費者の意図に反して商品の購入やサービスの申込みなどを取らせるような画面設計や仕組みのことです。「重要な情報を視覚的に不明瞭にする」「退会／解約に手間や時間がかかる」などといったものがあげられます。

<ダークパターンの一例>

例1 こっそり

消費者の意思決定に関連する情報を隠したり、偽装したり、告知を遅らせようとする。



例2 緊急性

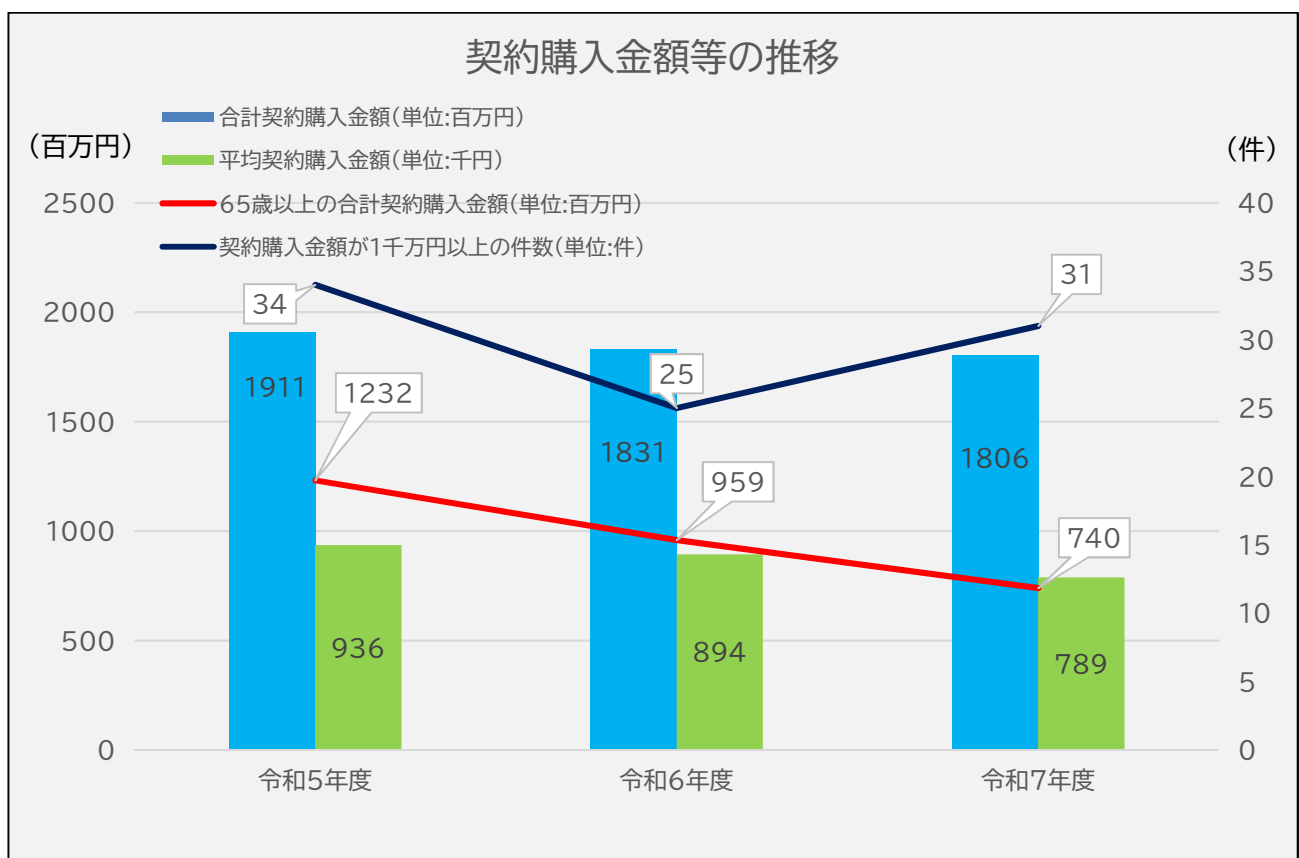
時間や量の制限を表示し、早く商品を購入するようにプレッシャーをかける。



4 契約購入金額の状況

- ・ 契約当事者における契約購入金額(請求された又は契約した金額)の合計は、約18億6百万円となり、前年より1.4%減とやや減少した。
- ・ 契約当事者一人当たりの平均契約購入金額(契約購入金額合計を金額の入った実数で除した額)は約78万9千円となり、前年より11.7%減であった。
- ・ 契約購入金額が1千万円以上の相談件数は31件と、前年(25件)より24.0%増加し、そのうち令和6年度になかった暗号資産等の「ファンド型投資商品」の相談が10件あった。また、1億円を超える相談は1件であり、「集合住宅」に関する相談であった。
- ・ 高齢者層(65歳以上)の契約購入金額の合計は、前年(約9億5千9百万円)と比較して22.8%減少し、約7億4千万円(全体の41.0%)となった。

	(単位)	令和5年度	令和6年度	令和7年度	
					対前年増減率
契約購入金額 (うち 65 歳以上)	(百万円)	1,911 (1,232)	1,831 (959)	1,806 (740)	▼1.4% (▼22.8%)
平均契約購入金額	(千円)	936	894	789	▼11.7%
契約購入金額が 1 千万円 以上の件数	(件)	34	25	31	24.0%



資料編

資料1	契約当事者の年齢層別にみた相談事例	… 9
資料2	契約当事者の属性	… 10
資料3	契約当事者の年代別相談の状況	… 11
資料4	契約当事者の年齢が18～19歳の相談状況	… 12
資料5	商品・役務別にみた相談の状況	… 13
資料6	販売購入形態別にみた相談の状況	… 14

資料1 契約当事者の年齢層別にみた相談事例

●高齢層(65歳以上)

(相談事例)

1ヵ月前、通信事業者を騙り電話があり、「①を押すように」とアナウンスが流れた。①を押したところ、電話が犯罪に使われていると言われ、警察へ転送された。その後警察を騙る人物から利用している金融機関や貯蓄のことや口座番号など聞かれた。同様の手口の詐欺について報道で流れていた。口座番号を伝えたことが不安。

☆自動音声ガイダンスから警察官役に交代し、金銭を個人名義の口座に振り込ませるような不審な電話に関する相談が多く寄せられました。

・警察が電話口で金銭を振り込ませるようなことはありません。慌てず、消費生活センターや警察相談専用電話「#9110」番に相談してください。

(相談事例)

「近所で工事をしているので、挨拶回りにきた。あなたの家の屋根を見たら屋根の塗料が剥がれ、ひび割れているため塗装工事が必要だ」と勧められた。不安になり、見積もりを取った。工事日は10日後とあったが、よく考えると見積金額が高額なのでクーリング・オフしたい。

☆挨拶回りと称して訪問し「屋根瓦がずれていて、放置すると危険」などと不安をあおり、その場で契約させようとする点検商法に関する相談では、分電盤や給湯器、太陽光発電など様々なものがあります。

・「無料です」と言われても、突然訪問してきた業者には安易に点検させないようにしましょう。
・「工事が必要です」と言われてその場で契約せず、複数の業者から見積もりを取るなど、十分に検討した上で契約しましょう。

(相談事例)

2回目の商品は3箱も届き定期購入だと分かったが、定期購入は申し込んでいないため、返品を申し出たところ「返品は受けられない。2回目の商品代金の1万4,146円と、キャンセル料1万2,794円の支払いが必要だ」と言われた。注文時、購入条件は文字が小さくて読んでいない。980円だからサンプルだと思っていた。支払いをしなければならないか。

☆「価格」や「お試し」などを強調する健康食品の広告をみて1回だけと思い、注文したところ、定期購入であつたという相談が多く寄せられています。

・商品申込時に購入条件をしっかりと確認してから注文しましょう。
・誤認する表示があつた場合は、申し込みを取り消せる場合があります。困った時は、消費生活センターに相談しましょう。

●中間層(35～64歳)

(相談事例)

賃貸住宅の退去にあたり、ペット可能の物件でネコを飼っていたため、請求された網戸の修理代は支払うつもりである。しかし、他にハウスクリーニング代、エアコンクリーニング代、クロスの張替代、洗面台の鏡の交換代、床修理代とあまりに高額な請求になっている。すべて支払わないといけないうか。

☆賃貸住宅の退去時に、修理代や清掃代などで高額な請求があつたとの相談が寄せられました。

・契約時には、貸主(管理会社や大家等)からの説明や契約内容をよく聞き、分からないことは、その場で確認するようにしましょう。
・入居するときには、貸主と一緒に入居時の状況を確認し、気になるキズや汚れがあつた場合は、写真を撮ったりして両方で記録に残しておきましょう。
・入居中にトラブルがあつた場合には、貸主にすぐ連絡し相談しましょう。

・退去するときには、入居時と同様に、できる限り貸主側と一緒に、写真を撮ったりメモを取ったりして記録を残しながら、賃貸住宅の現状を確認しましょう。原状回復費用については、国交省のガイドラインに基準が示されています。

●若年層(18～34歳)

(相談事例)

好きなモデルのホームページを見ていると突然画面が変わり、URLを押すと登録完了になった。「誤作動の方はこちら」と表示があり、電話をした。個人情報を知られ、住所、名前、生年月日、電話番号を教えた。10分後別の番号から電話があり登録料を支払うように言われた。高額であったので、支払えないと言うと、ローンを組んでも支払えと言われた。その後、電話があったが出ていない。SMSには、法的措置を取るというメッセージが届いている。今後どうしたらいいか。

☆不審な電話やインターネットで相手に個人情報を伝えてしまいトラブルになる相談が寄せられています。

- ・有料サイトに登録したと利用者に思わせて不当な請求をする、ワンクリック請求の手口と思われます。表示された番号等には連絡しないようにしましょう。
- ・不安に感じたり、個人情報を伝えてしまった場合には、消費生活センターに相談しましょう。

●未成年層(17歳以下)

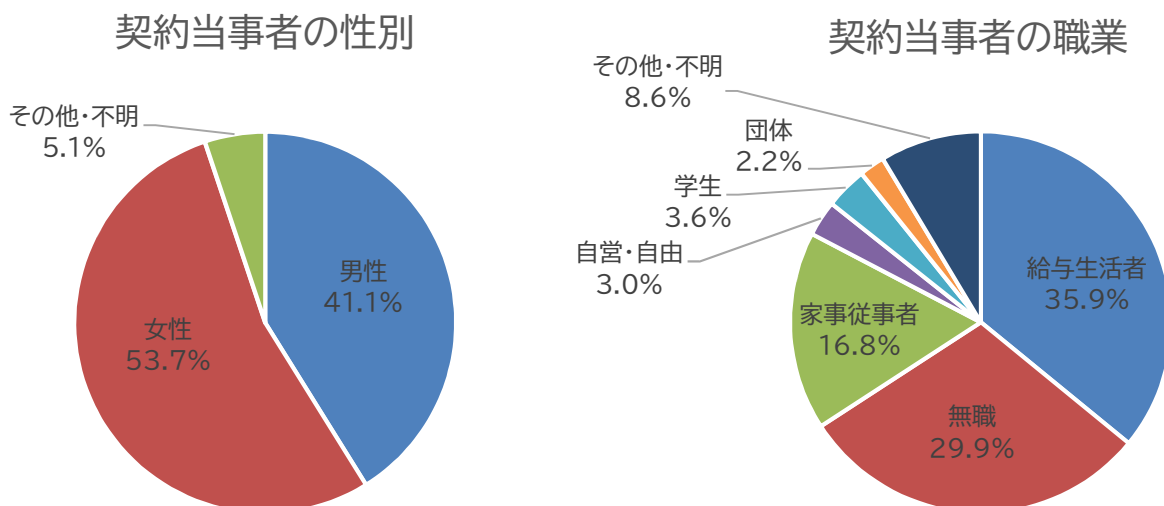
(相談事例)

私が以前使用していたスマートフォンを中学生の娘に使わせていたが、最近キャリア決済額が高額になっていることに気が付いた。娘に問いただすと、有料ゲームで課金をしていたことが分かった。返金できないだろうか。

☆保護者からオンラインゲーム課金に関する相談が多数寄せられました。

- ・保護者の古いスマホや子ども専用のスマホで遊ばせる場合は、子ども専用のアカウントを作成し、「ペアレンタルコントロール」機能を利用するなどして、保護者が管理できるようにしましょう。
- ・オンラインゲームで課金する場合のルールを家族でしっかり話し合っておきましょう。
- ・クレジットカードの保管についても、子どもに利用させないような場所に保管するなどの注意が必要です。

資料2 契約当事者の属性



資料3 契約当事者の年代別相談の状況

契約当事者の年代別相談件数

(単位:件)

契約当事者の年代	令和5年度	令和6年度	令和7年度		
				構成比	対前年増減率
20歳未満 (参考:うち18～19歳)	127 (56)	89 (42)	102 (52)	2.1% (1.0%)	14.6% (23.8%)
20歳代	386	334	417	8.4%	24.9%
30歳代	342	319	349	7.0%	9.4%
40歳代	403	382	495	10.0%	29.6%
50歳代	611	647	685	13.8%	5.9%
60歳代	694	635	741	15.0%	16.7%
70歳以上	1,325	1,461	1,542	31.1%	5.5%
不明	612	659	623	12.6%	▼5.5%
計	4,500	4,526	4,954	100.0%	9.5%

契約当事者の年代別にみた商品・役務の相談件数(上位5項目)

(単位:件)

順位	17歳以下	件数	18～19歳	件数	20歳代	件数	30歳代	件数
1	他の教養・娯楽	24	理美容	9	理美容	53	集合住宅	30
2	健康食品	各5	商品一般	8	集合住宅	38	商品一般	27
3	紳士・婦人洋服		健康食品	7	商品一般	各28	理美容	22
4	化粧品	3	・電気 ・集合住宅	各3	役務その他		役務その他	各17
5	戸建住宅	2	・役務その他		内職・副業	21	内職・副業	
順位	40歳代	件数	50歳代	件数	60歳代	件数	70歳以上	件数
1	商品一般	48	商品一般	66	商品一般	110	商品一般	316
2	集合住宅	41	化粧品	61	化粧品	96	化粧品	102
3	化粧品	29	集合住宅	37	紳士・婦人洋服	36	電報・固定電話	88
4	役務その他	21	戸建住宅	32	インターネット 通信サービス	32	健康食品	84
5	戸建住宅	20	健康食品	30	健康食品	31	移動通信サービス	57

資料4 契約当事者の年齢が18～19歳の相談状況

- ・ 民法改正により令和4年4月1日から成人となった18歳、19歳が契約当事者となる相談の件数は、52件で、前年と比べ10件増加(23.8%増)した。
- ・ 契約当事者の親族など、契約当事者本人以外からの相談が38.5%(20件)と他の年代と比べて割合が高く、また、前年より4件増加(25.0%増)した。
- ・ 商品・役務別にみると、「理美容」に関する相談が9件と最も多く、次いで「商品一般」に関する相談が多かった。
- ・ 販売購入形態別にみると、「通信販売」に関する相談が22件寄せられ、そのうち17件がインターネット通販に関する相談であった。また、「店舗購入」に関する相談は14件であった。

(単位:件)

		令和6年度		令和7年度	
相談総件数 (うち親族等からの相談)		4,526 (746)		4,954 (775)	
契約当事者が18～19歳の相談件数 (うち親族等からの相談)		42 (16)		52 (20)	
職業等	順位	名称等	件数	名称等	件数
	1	学生	28	学生	34
	2	給与生活者	8	給与生活者	11
	3	無職・不明	3	無職・不明	7
商品・役務	順位	名称等	件数	名称等	件数
	1	化粧品	5	理美容	9
	2	健康食品	4	商品一般	8
	3	レンタル・リース・貸借	4	健康食品	7
	4	理美容	4	・電気 ・集合住宅 ・役務その他	各3
販売購入形態	順位	名称等	件数	名称等	件数
	1	通信販売 (インターネット通販)	21 (21)	通信販売 (インターネット通販)	22 (17)
	2	店舗購入	10	店舗購入	14
	3	不明	8	不明	9
	4	ネガティブ・オプション	2	電話勧誘	3

資料5 商品・役務別にみた相談の状況

◎「商品一般」(商品・役務の内容を特定・分類できないもの)

- ・前年より53件増加(8.0%増)し、716件と、最も多くの相談が寄せられた。
- ・+(プラス)から始まる番号からの不審な電話(国際電話)、宅配便に関する不審なメール、利用した覚えがないクレジットカードの請求に関する相談等多くの相談が寄せられた。

◎「化粧品」(ファンデーションや美容クリーム、育毛剤など)

- ・前年より5件減少(1.5%減)し、328件となった。
- ・「定期購入」に関する相談が多く寄せられた。

◎「集合住宅」(アパート、マンションなど)

- ・前年より47件増加(26.6%増)し、224件となった。
- ・退去時の高額な修繕費の請求に関する相談が多く寄せられた。

◎「役務その他」(食事の宅配、冠婚葬祭、家事以外の役務サービス)

- ・前年より38件増加(21.2%増)し、217件となった。
- ・質問サイトでの問い合わせ、広告代理サービス、廃品回収サービスのほか様々な相談等が寄せられた。

◎「健康食品」(ダイエットサプリメントや栄養補助食品など)

- ・前年より36件減少(15.7%減)し、193件となった。
- ・「定期購入」に関する相談が多く寄せられた。

◎「インターネット通信サービス」(モバイル以外のインターネット通信サービス)

- ・前年より30件増加(21.1%増)し、172件となった。
- ・訪問販売や電話勧誘による光回線やWi-Fiルーターの契約、解約に関する相談が寄せられた。

◎「内職・副業」(在宅ワーク、副業サイトなど) ※上位10項目以外で増加率が高いもの

- ・前年(43件)より30件増加(69.8%増)し、73件となった。
- ・「簡単に儲かる」と誘われ指示されるまま、副業のために指示を受けて消費者金融で借りたお金を支払ってしまったという相談が寄せられた。

商品・役務別にみた相談件数(上位10項目)

(単位:件)

順位	商品・役務名	令和6年度	令和7年度	
				対前年増減率
1	商品一般	663	716	8.0%
2	化粧品	333	328	▼1.5%
3	集合住宅	177	224	26.6%
4	役務その他	179	217	21.2%
5	健康食品	229	193	▼15.7%
6	インターネット通信サービス	142	172	21.1%
7	戸建住宅	158	139	▼12.0%
8	移動通信サービス	162	134	▼17.3%
9	電報・固定電話	127	117	▼7.9%
10	紳士・婦人洋服	88	112	27.3%

資料6 販売購入形態別にみた相談の状況

(1) 相談の多い販売購入形態

◎「通信販売」(事業者がインターネット等で広告し、電話等の通信手段により申込みを受ける取引)

- ・前年より268件増加(17.9%増)の1,765件で、最も相談の多い形態であった。
- ・「インターネット通販」に関する相談が78.5%を占め、SNSやインターネット上の広告をきっかけとする化粧品や健康食品の「定期購入」に関する相談が多く寄せられた。

◎「店舗購入」

- ・前年より51件増加(6.0%増)し、902件となった。
- ・賃貸アパート等の退去時における修繕費用の高額請求や、脱毛エステ店の閉店等に起因した施術費用の返金、車の購入や修理費用に関する相談が多く寄せられた。

◎「電話勧誘販売」(事業者が消費者に電話をかけ、または特定のやり方で電話をかけさせ、その電話における勧誘により、郵便等で契約を締結する販売方法)

- ・前年より49件増加(21.8%増)し、274件となった。
- ・光回線加入やWi-Fiルーターに関する相談のほか、魚介類販売の勧誘に関する相談が多く寄せられた。

◎「訪問販売」(事業者が消費者の自宅等に訪問して、商品やサービスを販売する方法)

- ・前年より8件増加(3.6%増)し、230件となった。
- ・光回線加入の勧誘のほか、屋根の補修工事に関する相談が多く寄せられた。

販売購入形態別にみた相談件数

※「店舗外購入」とは、販売購入形態のうち「店舗購入」と「不明・無関係」を除いた、「通信販売」「電話勧誘販売」「訪問販売」「その他無店舗」「訪問購入」「マルチ・マルチまがい」「ネガティブ・オプション」の形態。

(単位:件)

販売購入形態		令和6年度	令和7年度		
				構成比	対前年増減率
店舗購入		851	902	18.2%	6.0%
店舗外購入	通信販売 (うちインターネット通販)	1,497 (1,132)	1,765 (1,385)	35.6% (78.5%)	17.9% (22.3%)
	電話勧誘販売	225	274	5.5%	21.8%
	訪問販売	222	230	4.6%	3.6%
	訪問購入	39	24	0.5%	▼38.5%
	マルチ・マルチまがい	25	30	0.6%	20.0%
	その他無店舗	21	42	0.8%	100.0%
	ネガティブ・オプション	26	8	0.2%	▼69.2%
不明・無関係		1,620	1,679	33.9%	3.6%
計		4,526	4,954	100.0%	9.5%

販売購入形態別にみた商品・役務の相談件数(上位5項目)

(単位:件)

順位	店舗購入		訪問販売		通信販売		マルチ・マルチまがい	
	商品・役務名	件数	商品・役務名	件数	商品・役務名	件数	商品・役務名	件数
1	集合住宅	148	インターネット通信サービス	43	化粧品	308	健康食品	12
2	理美容	94	戸建住宅	25	健康食品	154	化粧品	各 3
3	自動車	69	電気	21	商品一般	98	ファンド型投資商品	
4	医療	50	衛生サービス	15	役務その他	94	内職・副業	
5	移動通信サービス	47	空調・冷暖房・給湯設備	13	紳士・婦人洋服	87	商品一般、洋装下着	2
順位	電話勧誘販売		ネガティブ・オプション		訪問購入		その他無店舗	
	商品・役務名	件数	商品・役務名	件数	商品・役務名	件数	商品・役務名	件数
1	インターネット通信サービス	49	商品一般、医薬品、かばん、化粧品、電話機・電話機用品、菓子類、掃除用具、魚介類	各1	アクセサリ	7	商品一般	各4
2	役務その他	38			商品一般	6	ファンド型投資商品	
3	移動通信サービス	30			履物	3	戸建住宅	各3
4	魚介類	26			健康食品、食生活機器、食品・台所用品、紳士・婦人洋服、書籍・印刷物、音響・映像製品、他の教養娯楽品、役務その他	各1	役務その他	
5	内職・副業	22					空調・暖房機器、紳士・婦人洋服、集合住宅、衛生設備、移動通信サービス	各 1

(2) 販売購入形態別にみた契約当事者年齢層の状況

- ・「通信販売」では中間層(35～64歳)からの相談が最も多く(42.2%)寄せられ、「インターネット通販」に関する相談においては中間層の割合がより高く(45.7%)なった。
- ・「電話勧誘販売」「訪問販売」「訪問購入」では、いずれも高齢者層(65歳以上)からの相談が最も多く寄せられ、特に「訪問購入」では高い割合(58.3%)を占めた。

