

～安易なクリックが災いを呼ぶ！SNS 広告にご用心～ 「令和6年度岡山市の消費生活相談の概要」

令和7年7月
岡山市消費生活センター

1 相談件数

- ・4,526件の相談が寄せられ、前年(4,500件)とほぼ横ばいであった。

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最も多く(1,461件・全体の32.3%)、前年(1,325件)からは10.3%増えており、他の年代と比較して増加率も高かった。
- ・20歳未満からの相談(89件)は、前年から29.9%減少、20歳代からの相談(334件)は、前年から13.5%減少し、他の年代と比較して相談の減少が目立った。

3 相談事例トピックス

○SNSに関連する相談の状況

- ・相談件数は449件と、前年(365件)より23.0%増加した。
- ・中間層(35歳～64歳)からの相談が228件(全体の50.8%)と最も多かったが、高齢者層(65歳以上)は前年から41.1%増加し、増加率が高かった。

○定期購入に関連する相談の状況

- ・相談件数は502件と、前年(403件)より24.6%増加し、「化粧品」、「健康食品」に関する相談が多く寄せられた。
- ・インターネット通販によるものは416件と、前年(356件)より16.9%増加した。
- ・高齢者層(65歳以上)からの相談が238件(47.4%)と最も多かったが、インターネット通販によるものでは中間層(35歳～64歳)からの相談が200件(48.1%)と最も多く寄せられた。

4 契約購入金額の状況

- ・契約購入金額の合計は、前年より4.2%減の約18億3千1百万円、平均契約購入金額は、前年より4.2%減の約89万4千円となり、いずれもやや減少した。

(資料編)

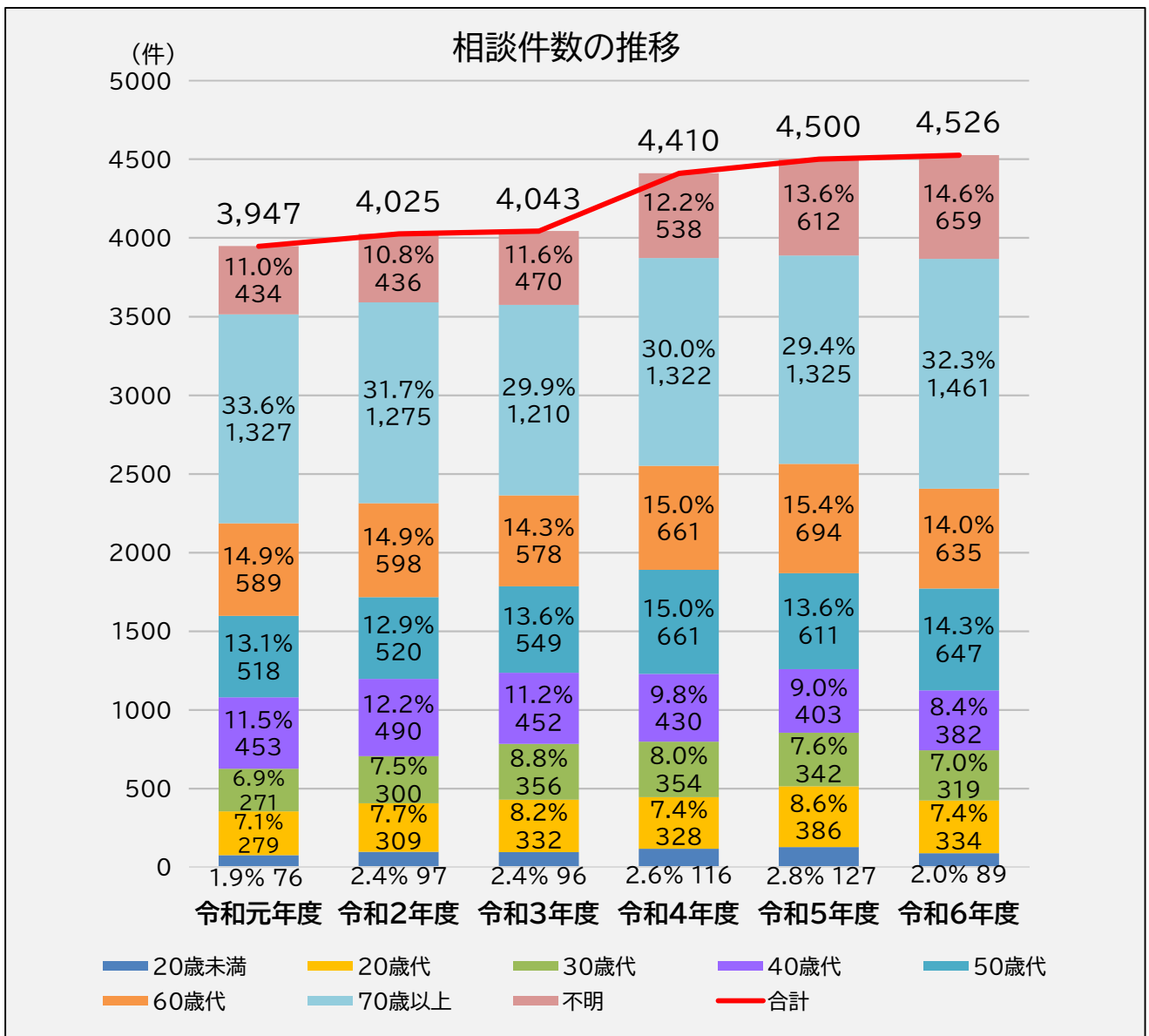
- 資料1 契約当事者の年齢層別にみた相談事例
- 資料2 契約当事者の属性
- 資料3 契約当事者の年代別相談の状況
- 資料4 契約当事者年齢が18～19歳の相談状況
- 資料5 商品・役務別にみた相談の状況
- 資料6 販売購入形態別にみた相談の状況

1 相談件数

- ・ 令和6年度の相談件数は4,526件で、前年(4,500件)からほぼ横ばいとなった。
- ・ 相談種別の内訳は、苦情相談が4,289件、問合せ等が237件となった。
- ・ 相談受付方法の内訳は、電話相談が4,086件、窓口相談が415件、メール等文書による相談が25件となった。

2 契約当事者の年代別にみた相談件数

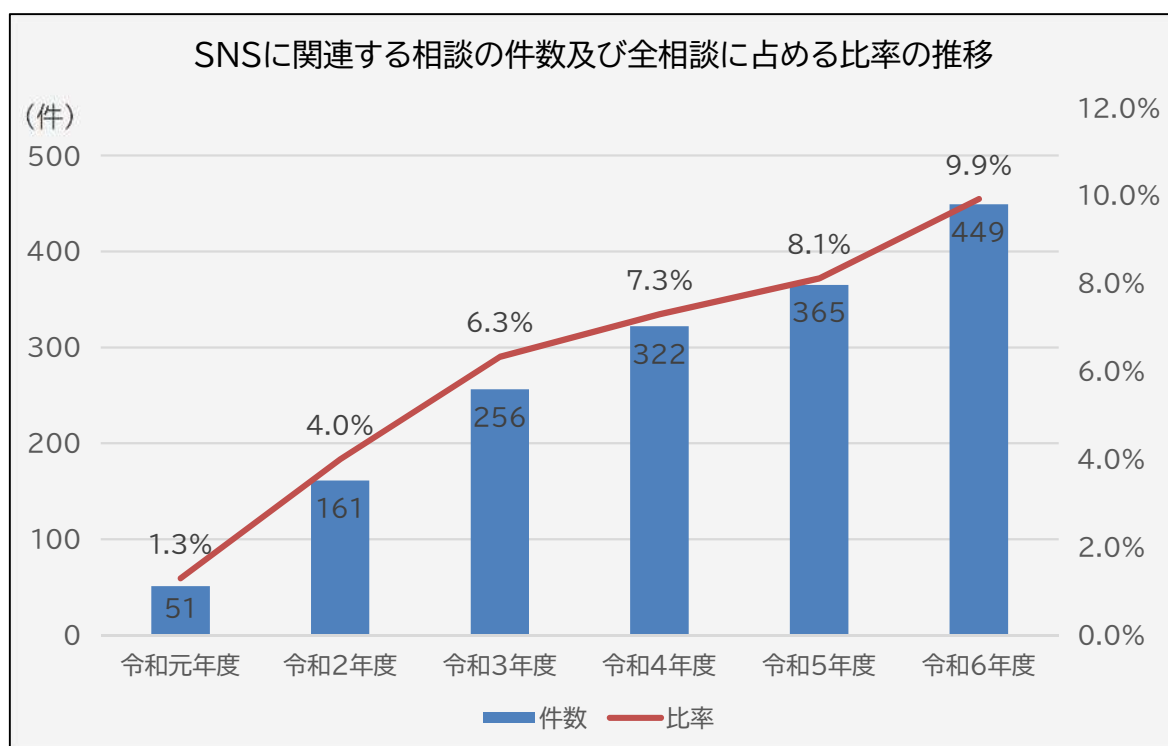
- ・ 70歳以上からの相談が1,461件(全体の32.3%)と最も多く、前年(1,325件)より10.3%増え、他の年代と比較して増加率も高かった。
- ・ 20歳未満からの相談は89件(全体の2.0%)、20歳代からの相談は334件(全体の7.4%)で、前年と比較して、それぞれ29.9%減、13.5%減と減少が目立った。
- ・ 令和3年度以降、30歳代と40歳代は減少傾向にある。



3 相談事例トピックス

OSNSに関連する相談の状況

- ・ SNS(ソーシャルネットワーキングサービス)に関連する相談は449件で、前年より84件増加(23.0%増)した。近年増加が続いており、令和元年と比較して約9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228件(全体の50.8%)と最も多く寄せられた。
- ・ 前年と比較して、未成年層(17歳以下)と若年層(18～34歳)では減少したものの、中間層(35～64歳)と高齢層(65歳以上)では相談件数が増加した。特に高齢層の相談は41.1%増と高い増加率となった。
- ・ 商品・役務別にみると「化粧品」の相談が141件と最も多く、続いて「健康食品」、「ファンド型投資商品」の相談が多く寄せられた。



SNSに関連する相談の契約当事者年齢層別の相談件数

(単位:件)

	令和4年度	令和5年度		令和6年度	
				構成比	対前年増減率
未成年層(17歳以下)	2	5	5	1.1%	0.0%
若年層(18～34歳)	82	80	67	14.9%	▼16.3%
中間層(35～64歳)	157	169	228	50.8%	34.9%
高齢層(65歳以上)	71	90	127	28.3%	41.1%
不明	10	21	22	4.9%	4.8%
計	322	365	449	100.0%	23.0%

SNS に関連する相談の購入商品別相談件数

(単位:件)

商品・役務名	令和4年度	令和 5 年度	令和 6 年度	
				対前年増減率
化粧品	107	80	141	76.3%
健康食品	34	35	52	48.6%
ファンド型投資商品	15	33	29	▼12.1%
内職・副業	5	20	19	▼5.0%
他の教養・娯楽	16	14	18	28.6%
その他	145	183	190	3.8%
計	322	365	449	23.0%

●相談事例

(60代・女性からの相談)

「1回限り、解約不要、定期縛りなし」と書かれたSNS広告を見て2178円のクリームを申込んだ。あとから、申込んだコースは定期購入で2回目の支払いは約2万円と高額であることがわかった。すぐに業者に電話で解約を申し出たところ、2回目の商品代を払えば3回目から解約すると言われた。定期購入ではないと確認して申込んだため、2回目を返品し、支払いたくない。

(50代・女性からの相談)

SNS広告を見てブランドのバッグを申込したが、通常約7万円のもののが1万3000円ほどに安くなっていった。商品は代引きで届き、実物を確認したところデザインも形も違うものだった。申込時の画像は保存しているので、自分が間違っただけではない。詐欺だと思う。どうしたらよいか。

☆SNS広告からの商品購入によるトラブルに関する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。

(70代・男性からの相談)

SNSで知り合った人から、儲かる話があると言われ、銀行振り込みで200万円を振り込んだ。口座名義人は個人だった。最近、ドルから円に出金するためには手数料18万円が要と言われ、3回に分けて振り込んだ。3回とも名義人が違った。不審に思い、ネット検索すると、詐欺とあった。どうしたらいいか。

(30代・男性からの相談)

SNSで知り合った人から、「暗号資産取引で儲かる方法を教える。すぐに1000万円儲かるので、まずは500万円の資金を準備するように。」と言われた。銀行などで融資を受け、500万円準備をして取引をしたところ、ある程度儲けが出たので出金しようとしたが、その途端に「出金には税金が必要」とか「保証金が必要」とか「手数料が必要」など言い始めた。しばらくしてアカウントが凍結され、知人とも連絡が取れなくなった。多額の借金が残ったが返済ができない。どうしたらよいか。

☆SNSで知り合った人を介したトラブルに関する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を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。

○定期購入に関連する相談の状況

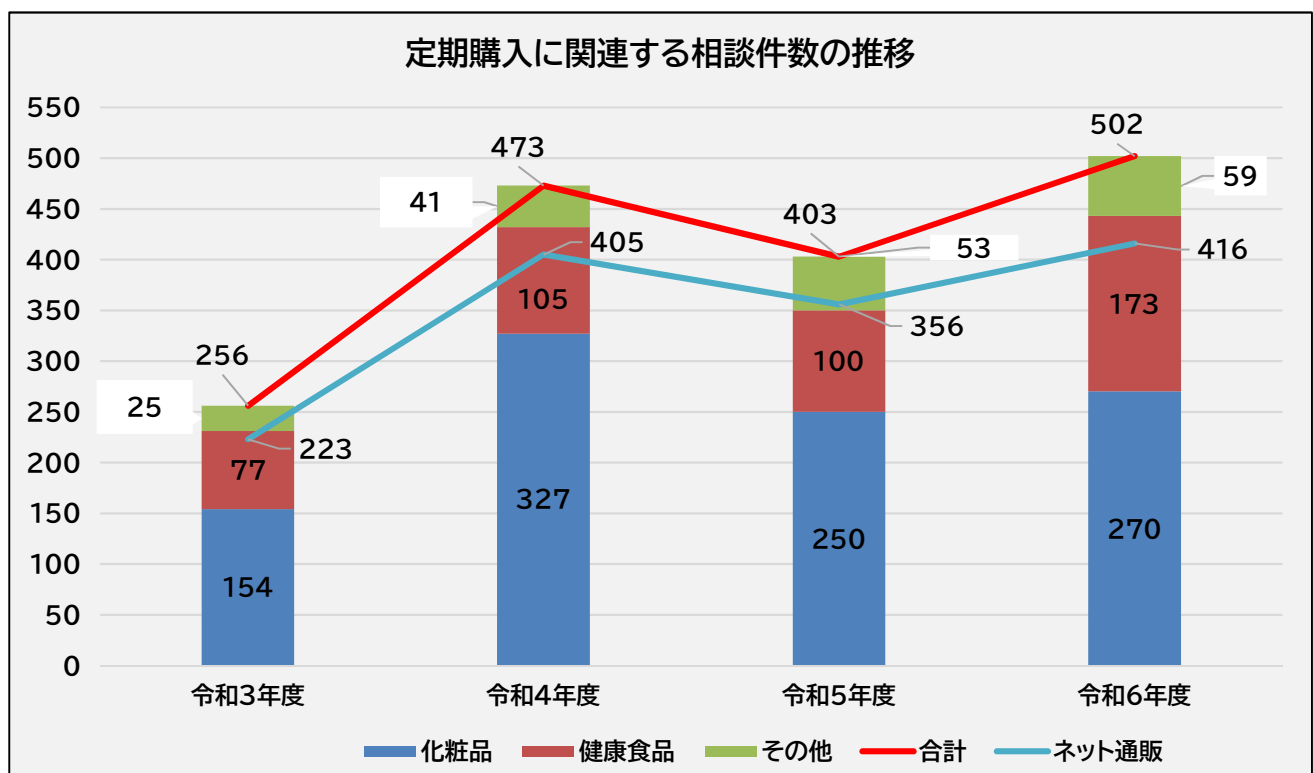
- ・定期購入(毎月・隔週など、一定期間のサイクルで商品を購入するサービス)に関連する相談は502件で、前年より99件増加(24.6%増)した。令和4年6月の特定商取引法改正による規制強化後も多くの相談が寄せられており、相談全体の1割以上を占めた。
- ・定期購入に関連する相談のうちインターネット通販によるは416件で、前年より60件増加(16.9%)増加した。
- ・購入品は、「化粧品」および「健康食品」が全体の約9割を占めた。
- ・年齢層別にみると、定期購入全体では高齢者層(65歳以上)からの相談が47.4%と最も多く寄せられたが、インターネット通販による定期購入では中間層(35歳～64歳)からの相談が48.1%と最も多かった。
- ・前年と比較して、未成年層では減少したものの、それ以外の全ての年齢層で相談件数は増加しており、各年齢層が占める相談件数の割合に著しい変化は見られなかった。

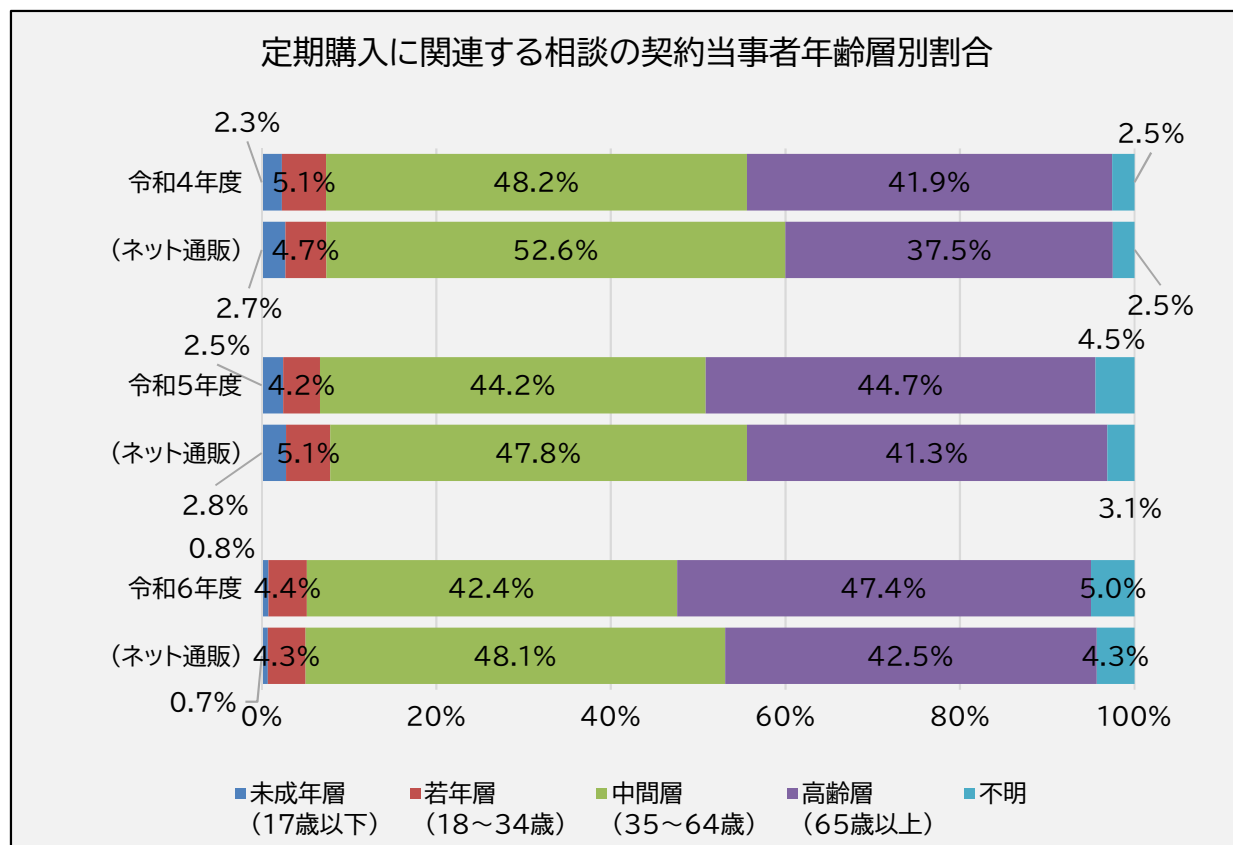
定期購入に関連する相談の購入商品別相談件数

(単位:件)

		令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	
						対前年増減率
購入商品 内訳	化粧品	154 (140)	327 (302)	250 (232)	270 (242)	8.0% (4.3)%
	健康食品	77 (65)	105 (78)	100 (89)	173 (140)	73.0% (57.3)%
	その他	25 (18)	41 (25)	53 (35)	59 (34)	11.3% (▼2.9)%
計		256 (223)	473 (405)	403 (356)	502 (416)	24.6% (16.9)%

※カッコ内の数字は、インターネット通販による相談件数





●相談事例

(40代・女性からの相談)

ネット通販の広告に「定期縛りなし」とあったので1回だけのお試しと思って美容クリームを申込した。しかし、申し込み後定期購入になっていることがわかった。勘違いで申込してしまったことをメールで伝え、キャンセルを申し出たが、返信がない。商品はまだ届いていない。どうしたらよいか。申込時の画面を画像に残しており、そこには「1回限り、解約手続き不要」とある。

(80代・女性からの相談)

折り込みチラシで見て、初回は安かったので爪治療薬を注文し、初回分1310円は支払った。これで終わりと思っていたが、注文していないのに2回目が2本セットで送られてきて金額も9086円と高くなっていた。商品は開封していないので返品したい。

☆「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。

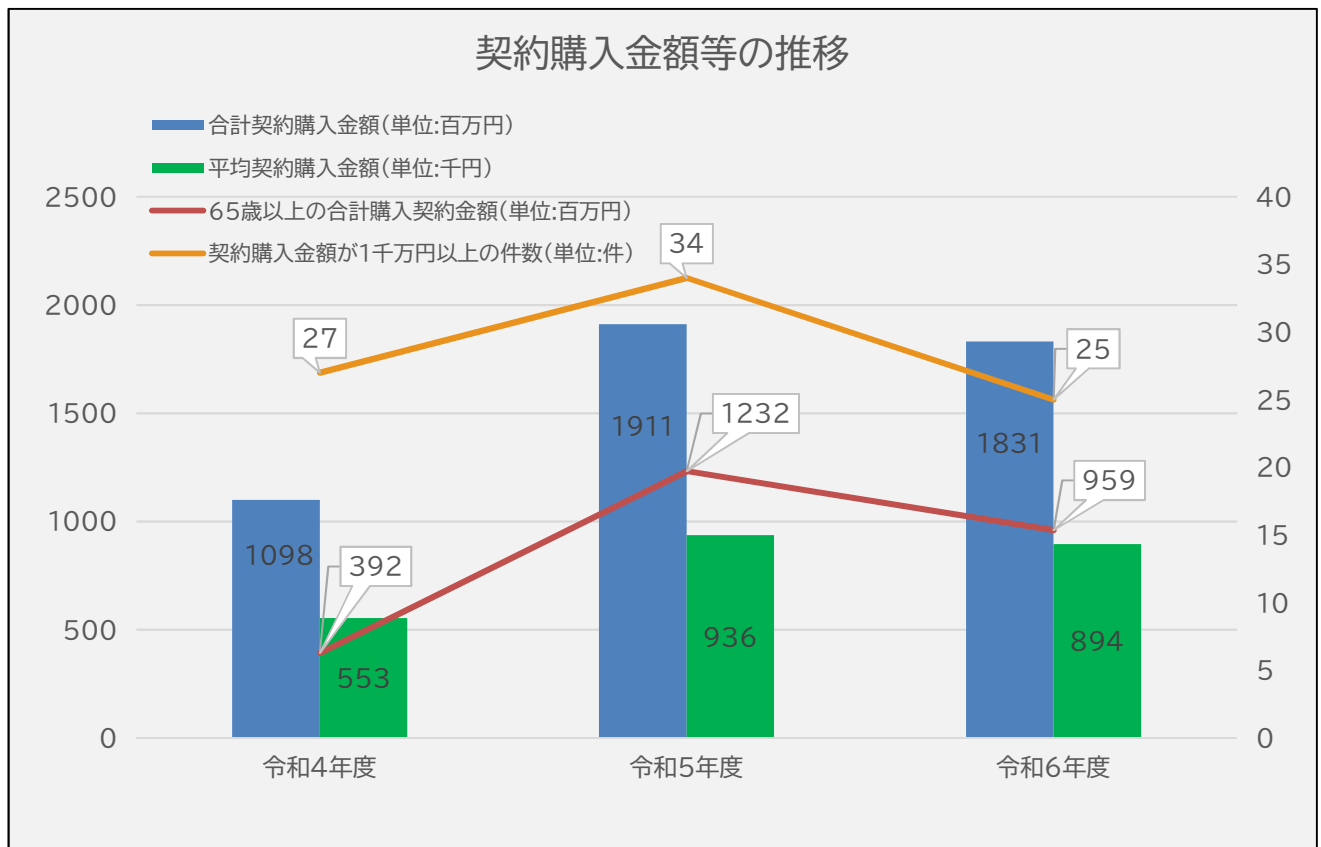
☆折り込みチラシやテレビ広告などのインターネット通販によらない定期購入や、化粧品、健康食品以外の購入に関する相談も寄せられました。

- ・「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。

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18億3千1百万円となり、前年より4.2%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89万4千円となり、前年より4.5%減とやや減少した。
- ・契約購入金額が1千万円以上の相談件数は9件減少し、1億円を超える相談が3件あった。
- ・高齢者層(65歳以上)の契約購入金額の合計は、前年(約12億3千2百万円)と比較して22.2%減少し、約9億5千9百万円(全体の52.4%)となった。

	(単位)	令和4年度	令和5年度	令和6年度	
					対前年増減率
契約購入金額 (うち65歳以上)	(百万円)	1098 (392)	1911 (1232)	1831 (959)	▼4.2% (▼22.2%)
平均契約購入金額	(千円)	553	936	894	▼4.5%
契約購入金額が1千万円以上の件数	(件)	27	34	25	▼26.5%



資料編

資料1 契約当事者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

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)

固定電話にかかってきた電話に出ると「電話が2時間後に使えなくなる」と言われた。本当に電話が使えなくなるのだろうか。不審だ。

☆国の機関や通信会社を名乗る「電話が使えなくなる」という不審な電話に関する相談が多く寄せられました。

- ・個人情報収集を目的とした電話の可能性があります。留守番電話を活用したり、登録のない番号からの電話には出ないなど、不審な電話は無視しましょう。

(相談事例)

自宅を訪問してきた業者から太陽光発電システムの無料点検を勧められた。訪問に関する説明チラシを持参し、太陽光発電システムからの火災について国の機関から発表があり、法令で点検が義務化されているという説明をされた。業者は、国から委託を受けて無料点検を行っているというので、無料であれば点検を依頼した。しかし、このまま点検してもらって問題ないか不安になった。

☆突然訪問し、「お宅の屋根、ずれています」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、屋根や排水管洗浄などの点検に関する相談も寄せられました。

- ・「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」と言われてもすぐに契約せず、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)

テレビCMからで膝痛に効果のあるというサプリを注文したが定期購入と知った。すぐに解約の電話をしたのだが、オペレーターが「効果はすぐには出ないため、続けてみては」と勧めてきた。それにもはっきり断ったつもりだったが、商品が3か月立て続けに届いた。業者に苦情を伝えると、「3回送付した最後のものだけ返品を承る」との回答だった。きちんと解約を伝えているので納得できない。全て未開封であるため、全ての返品を受けてほしい。

☆ダイエット食品、精力サプリ、しびれ取りなどさまざまな健康食品に関する相談が寄せられました。

高齢層は、テレビショッピングに関する相談が他の年齢層と比べて多くなっています。

- ・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。
- ・オペレーターが不要な商品を勧めてきた場合は、毅然と断りましょう。

●中間層(35～64歳)

(相談事例)

どこのサイトでも品切れになっているストレッチボールを販売しているサイトを見つけた。ホームページの日本語の表現に違和感があったが申し込みをして、代金は金融機関の口座に振り込んだ。しかし、後ほど業者から連絡があり、「在庫がないため、〇〇ペイで返金する。今後はSNSで連絡するため、アカウント登録してほしい。」と指示があり、SNSに登録した。その後、〇〇ペイで本人確認をするよう指示されたので完了したが、不審に感じて次の指示には従っていない。詐欺だろうか。

☆インターネット通販に関する相談は中間層から最も多く、定期購入に関する相談を筆頭に、商品が届かない、粗末なものが届いたなどのさまざまな相談が寄せられました。

- ・「〇〇ペイで返金する」と言われたら、詐欺を疑い、業者の指示に従わないようにしましょう。
- ・希少性のある商品や、通常価格より大幅に安く商品が販売されている場合、信用できる業者か、業者の所在地や連絡先等の情報をしっかりと確認しましょう。

●若年層(18～34歳)

(相談事例)

ネットで「副業」を検索し出てきたサイトにアクセスした。無料通信アプリでやり取りした後、チャットで答えるだけで1回200円もらえると電話で勧められた。始めるには60万円かかると言われ、その後画面共有し、サラ金のアプリを入れるようにと指示されサラ金2社から計60万円を借り、すぐ指示された口座に60万円を振り込んだ。解約返金希望。業者の名前、住所は不明。電話番号だけがわかっている。

☆副業や投資の契約で業者に借金を勧められたという相談が若年層で多くなっています。

・「簡単に稼げる・儲かる」と言われてもうのみにせず、借金をしてまで契約をしないようにしましょう。

(相談事例)

通い放題の脱毛エステを申込み、24回払いのローン契約を結んだ。予約を無料通話アプリで取ろうとしたが、取れなかったので、不審に思い店に行ったところ、閉まっていた。ネットには「全店舗閉鎖」とあった。倒産したのだろうか。施術が受けられないため支払いを止めたい。

☆店舗の閉鎖、倒産や中途解約など脱毛エステ店に関する相談が多く寄せられました。

脱毛エステなどでみられる長期間の契約は、高額になりやすく、学業や仕事など環境の変化で通えなくなることも考えられます。契約前に、契約期間や支払総額、解約条件などをよく確認して契約しましょう。

●未成年層(17歳以下)

(相談事例)

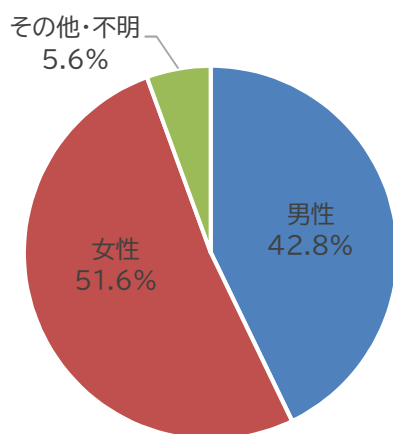
私のクレジットカードの明細に身に覚えのない請求があり、最初は不正利用だと思った。子どもに確認すると、私が仕事で不在中、私のアカウントでゲームをプレイし、アイテムを購入したとのこと。私のアカウントにクレジットカードの情報を紐づけしていたが、パスワード設定をしていなかったため、購入できたようだ。解約してほしい。

☆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。

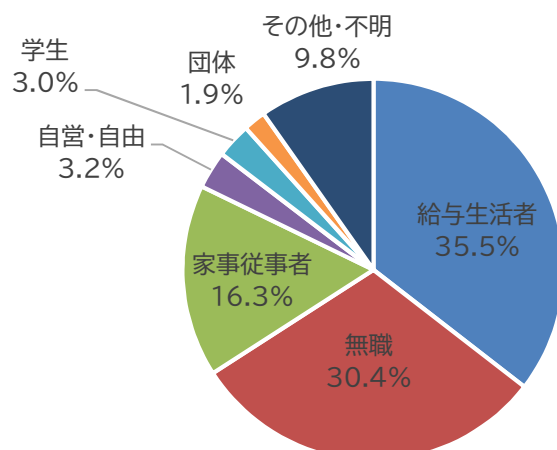
オンラインゲームで課金する場合のルールを家族で話し合い、なるべく、保護者のアカウントで子どもに利用させないようにしましょう。もし、保護者のアカウントで子どもに利用させる場合、保護者が子どもの「課金を防ぐ」「課金に気づく」ために、事前に保護者のアカウントの設定を確認しましょう。

資料2 契約当事者の属性

契約当事者の性別



契約当事者の職業



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 4 年度	令和 5 年度	令和 6 年度		
				構成比	対前年増減率
20 歳未満 (参考:うち 18～19 歳)	116 (61)	127 (56)	89 (42)	2.0% (0.9%)	▼29.9% (▼25.0%)
20 歳代	328	386	334	7.4%	▼13.5%
30 歳代	354	342	319	7.0%	▼6.7%
40 歳代	430	403	382	8.4%	▼5.2%
50 歳代	661	611	647	14.3%	5.9%
60 歳代	661	694	635	14.0%	▼8.5%
70 歳以上	1,322	1,325	1,461	32.3%	10.3%
不明	538	612	659	14.6%	7.7%
計	4,410	4,500	4,526	100.0%	0.6%

契約当事者年代別にみた商品・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	16	化粧品	5	商品一般	34	商品一般	27
2	商品一般	8	健康食品	4	理美容	33	レンタル・リース・貸借	26
3	娯楽等情報配信サービス	6	レンタル・リース・貸借	4	レンタル・リース・貸借	26	工事・建築・加工	21
4	化粧品	4	理美容	4	インターネット通信サービス	16	理美容	17
5	教室・講座	2	他の教養娯楽品	3	他の教養・娯楽	15	娯楽等情報配信サービス	14
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	40	商品一般	91	化粧品	82	商品一般	250
2	レンタル・リース・貸借	34	化粧品	79	商品一般	80	健康食品	104
3	化粧品	31	レンタル・リース・貸借	30	健康食品	55	化粧品	94
4	役務その他	18	健康食品	26	工事・建築・加工	25	電報・固定電話	87
5	健康食品	12	紳士・婦人洋服	22	役務その他	22	移動通信サービス	71

資料4 契約当事者年齢が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、42件で、前年と比べ14件減少(25.0%減)と大きく減少した。
- ・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約4割(16件)と他の年代と比べて割合が高いが、前年より13件減少(40.1%減)と大きく減少した。
- ・商品・役務別にみると、「化粧品」に関する相談が5件と最も多く、次いで「健康食品」に関する相談が多かった。いずれも定期購入に関連する相談が多くを占めた。
- ・販売購入形態別にみると、「通信販売」に関する相談が21件寄せられ、21件全て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10件であった。

(単位:件)

		令和5年度		令和6年度	
相談総件数 (うち親族等からの相談)		4,500 (738)		4,526 (746)	
契約当事者が18～19歳の相談件数 (うち親族等からの相談)		56 (27)		42 (16)	
職業等	順位	名称等	件数	名称等	件数
	1	学生	39	学生	28
	2	給与生活者	13	給与生活者	8
	3	無職・不明	4	無職・不明	3
商品・役務	順位	名称等	件数	名称等	件数
	1	インターネット通信サービス	8	化粧品	5
	2	理美容	6	健康食品	4
	3	商品一般	6	レンタル・リース・貸借	4
	4	・電気 ・和服 ・娯楽等情報配信サービス ・他の教養・娯楽	各3	理美容	4
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 (12)	通信販売 (インターネット通販)	21 (21)
	2	店舗購入	20	店舗購入	10
	3	不明	11	不明	8
	4	電話勧誘	2	ネガティブ・オプション	2

資料5 商品・役務別にみた相談の状況

◎「商品一般」(商品・役務の内容を消費者が特定できないもの)

- ・前年より22件増加(3.4%増)し、663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、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液、シャンプーなど)

- ・前年より36件減少(12.1%増)し、333件となった。
- ・「定期購入」に関する相談が多く寄せられた。

◎「健康食品」(ダイエット食品や精力サプリ、栄養補助食品など)

- ・前年より86件増加(60.1%増)と増加率が高く、229件となった。
- ・「定期購入」に関する相談が多く寄せられた。

◎「移動通信サービス」(携帯電話(スマートフォン)、モバイルデータ通信サービス)

- ・前年より38件増加(30.6%増)し、162件となった。
- ・スマートフォンや Wi-Fi ルーターの契約、解約に関する相談の他、携帯電話の料金が未納という不審な電話に関する相談等が寄せられた。

◎「電報・固定電話」(電報、電話回線サービス、電話会社の回線や電話に関するサービス)

- ・前年より83件増加(188.6%増)し、127件となった。
- ・「2時間後に電話が使えなくなる」という不審な電話に関する相談が多く寄せられた。

◎「工事・建設・加工」(住宅の大規模修繕や全面補修工事など)

- ・前年より23件増加(20.0%増)し、138件となった。
- ・屋根工事の訪問販売に関する相談が多く寄せられた。

◎「電気」(エネルギーとしての電気、供給元から各戸の親メーターまでの電気供給設備)

- ・前年より30件増加(75.0%増)し、70件となった。
- ・「電気料金が安くなる」という勧誘に関する相談が寄せられた。

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 5 年度	令和 6 年度	
				対前年増減率
1	商品一般	641	663	3.4%
2	化粧品	297	333	12.1%
3	健康食品	143	229	60.1%
4	レンタル・リース・貸借	267	209	▼21.7%
5	役務その他	185	179	▼3.2%
6	移動通信サービス	124	162	30.6%
7	インターネット通信サービス	156	142	▼9.0%
8	工事・建設・加工	115	138	20.0%
9	電報・固定電話	44	127	188.6%
10	他の教養・娯楽	117	104	▼11.1%

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35件減少(2.3%減)の1,497件で、わずかに減少したが、最も相談の多い販売購入形態であった。
 - ・「インターネット通販」に関する相談が75.6%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72件減少(7.8%減)し、851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、スマートフォンや携帯電話の利用契約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5件減少(2.2%減)し、225件となった。
 - ・光回線加入や魚介類販売の勧誘に関する相談のほか、自宅固定電話に知らない番号から頻繁に電話がかかる、という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31件増加(16.2%増)し、222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。

販売購入形態		令和 5 年度	令和 6 年度		
				構成比	対前年 増減率
店舗購入		923	851	18.8%	▼7.8%
店舗外購入	通信販売 (うちインターネット通販)	1,532 (1,185)	1,497 (1,132)	33.1% (75.6%)	▼2.3% (▼4.5%)
	電話勧誘販売	230	225	5.0%	▼2.2%
	訪問販売	191	222	4.9%	16.2%
	訪問購入	48	39	0.9%	▼18.8%
	マルチ・マルチまがい	20	25	0.6%	25.0%
	その他無店舗	28	21	0.5%	▼25.0%
	ネガティブ・オプション	20	26	0.6%	30.0%
不明・無関係		1,508	1,620	35.8%	7.4%
計		4,500	4,526	100.0%	0.6%

(単位:件)

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	レンタル・リース・貸借	126	工事・建築・加工	44	化粧品	295	健康食品	6
2	理美容	77	インターネット通信サービス	34	健康食品	184	化粧品	3
3	移动通信サービス	66	電気	17	商品一般	84	ファンド型投資商品	3
4	医療	55	役務その他	17	他の教養・娯楽	83	内職・副業	3
5	自動車	52	衛生サービス	9	役務その他	60	商品一般	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	45	商品一般	8	商品一般	13	役務その他	3
2	商品一般	30	紳士・婦人洋服	3	アクセサリ	5	紳士・婦人洋服	2
3	役務その他	22	健康食品	2	他の教養娯楽品	3	商品一般	1
4	電報・固定電話	16	かばん	2	食器・台所用品	2	飲料	1
5	魚介類	15	魚介類	1	被服品一般	2	洗濯・裁縫用具	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(41.0%)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(45.3%)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(74.4%)を占めた。

