

県民生活センターにおける消費生活相談の概要について

1 令和 7 年度消費生活相談状況及び特徴

(1) 相談件数の内訳 (表 1)

- 令和 7 年度の相談件数は 3, 4 8 0 件で、前年度の 3, 3 1 9 件に比べ 1 6 1 件増加した。販売購入形態別の相談件数は通信販売が 1, 0 8 9 件と最も多かった。

(表 1) 販売購入形態別相談数

販売購入形態 ※ 1	件 数			前年度比 (%)
	令和7年度	令和6年度	前年度増減	
店舗購入	634	633	1	100.2
訪問販売	212	162	50	130.9
通信販売	1,089	1,084	5	100.5
マルチ・マルチまがい	18	16	2	112.5
電話勧誘販売	232	197	35	117.8
訪問購入 ※ 2	28	37	-9	75.7
その他・不明 ※ 3	1,267	1,190	77	106.5
合計	3,480	3,319	161	104.9

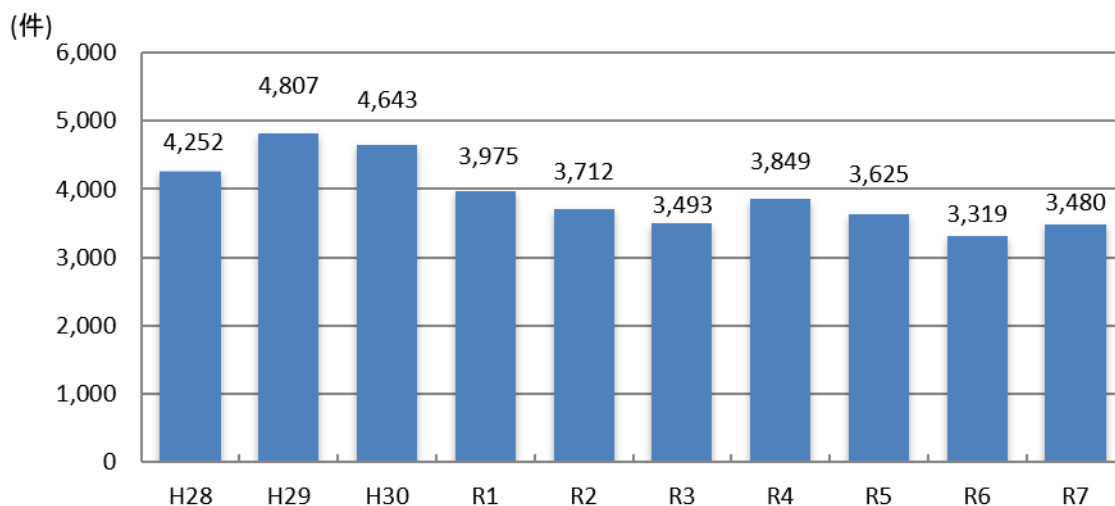
※ 1 国民生活センターの特定商取引法に基づく販売購入形態の区分による。

※ 2 訪問購入は、事業者が消費者の自宅等へ訪問して、物品等を購入する方法。

※ 3 その他・不明は、販売や購入とは無関係な相談や苦情などと、販売購入形態が不明なもの。

(2) 相談件数の推移 (図 1)

- 過去 10 年をみると、減少傾向となっているが、依然 3, 0 0 0 件を超える相談がある。



(図 1) 相談件数の推移

(3) 商品・役務等別相談件数の状況（上位10分類）（表2）

（ ）内の数字は前年比を表す。

- 前年度に比べて全体の相談件数は増加した。
- 商品を特定できない相談「商品一般」が前年度と同じく最も多く350件(97.0%)、保証サポート、申請代行などの役務に関連する「役務その他」の相談は226件(106.6%)となっている。
- 商品を特定できるものでは「化粧品」に関連する相談が228件(95.8%)と最も多く、次いで消費者ローンや住宅ローンなどの「融資サービス」に関連する相談が203件(106.8%)、賃貸住宅やレンタカーなどの「レンタル・リース・賃借」に関連する相談が180件(119.2%)となっている。

※全体の相談件数3,480件（R6年度3,319件）

（表2）商品・役務等別相談件数

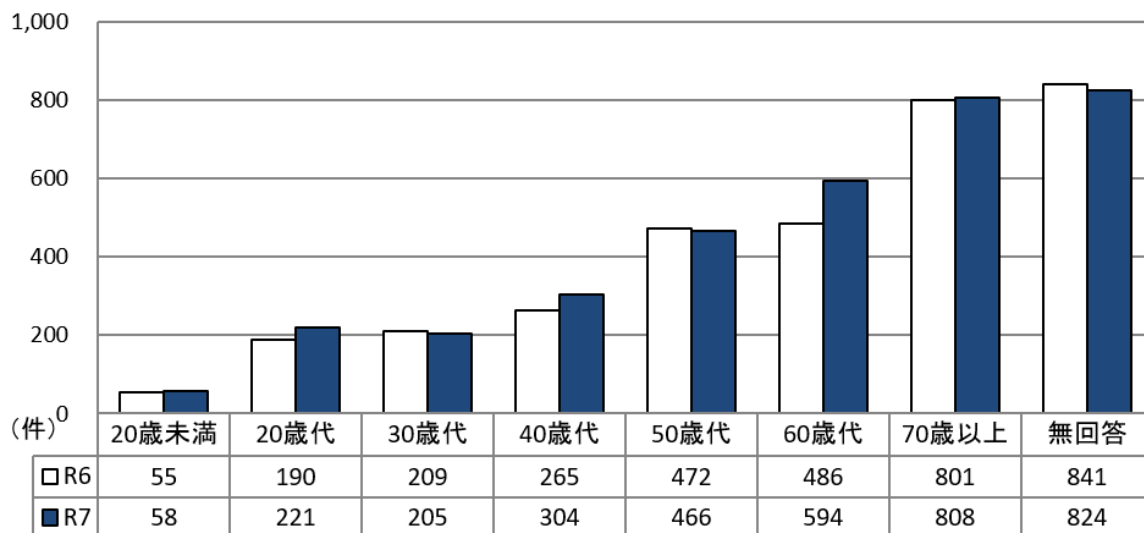
上段：R7年度（下段：R6年度）

順位	商品・役務等別分類※	件数	割合 (%)	
1 (1)	商品一般	350 (361)	10.1 (10.9)	商品を特定できない相談。身に覚えのない請求や注文していない商品が届いたなど
2 (2)	化粧品	228 (238)	6.6 (7.2)	化粧品の定期購入の解約、販売方法、広告など
3 (3)	役務その他	226 (212)	6.5 (6.4)	弁護士、PCや携帯電話の保証サポート、申請代行、占いなどの役務
4 (4)	融資サービス	203 (190)	5.8 (5.7)	消費者ローン、住宅ローン、カードローン、ヤミ金、多重債務など
5 (5)	レンタル・リース・賃借	180 (151)	5.2 (4.5)	賃貸住宅、賃貸アパート、レンタカー、介護用品レンタルなど
6 (6)	相談その他	126 (144)	3.6 (4.3)	個人間のトラブル、売買契約のないものなど
7 (8)	工事・建築・加工	118 (111)	3.4 (3.3)	新築工事、住宅リフォーム、外壁塗装工事、屋根工事など
8 (7)	健康食品	115 (118)	3.3 (3.6)	健康食品の定期購入の解約、販売方法、広告など
9 (10)	自動車	95 (76)	2.7 (2.3)	売買（新車・中古車）、下取り、ネット販売など
10 (9)	インターネット通信サービス	76 (79)	2.2 (2.4)	光回線やプロバイダなどの解約・不当な勧誘など

※ 国民生活センターのPIO-NET（全国消費生活情報ネットワーク・システム）の分類による。

（４）契約当事者年代別相談件数の状況（図２）

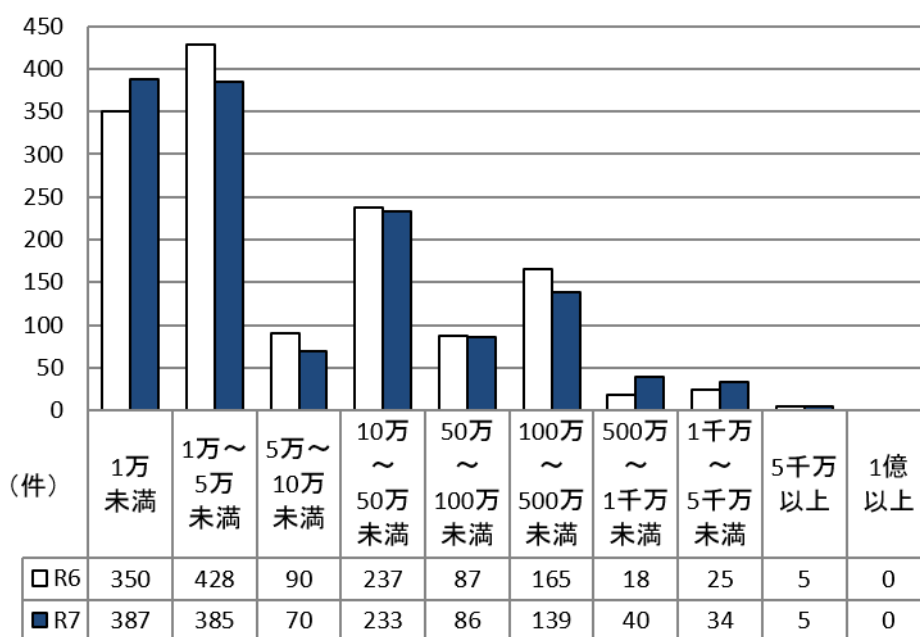
- 契約当事者の年代が判明している相談件数は２，６５６件で、そのうち７０歳以上が３０．４％を占めて最も多く、次いで６０歳代が２２．４％、５０歳代が１７．５％となっており、５０歳代以上が全体の７０．３％を占めた。



（図２）契約当事者年代別相談件数

（５）契約購入金額（図３）

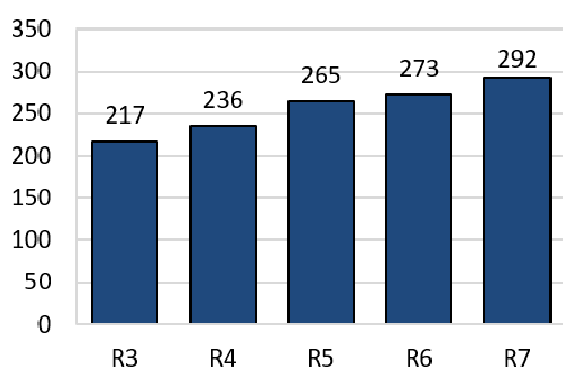
- 契約購入金額が判明している相談件数は１，３７９件で、平均の契約額は約１１９万円となっており、前年度から大きな増減はなかった。
- ５万円未満の相談件数が７７２件となっており、全体の５６．０％を占めた。



（図３）契約購入金額別相談件数

(6) SNS（ソーシャルネットワーキングサービス）がきっかけとなった相談の状況（図4）

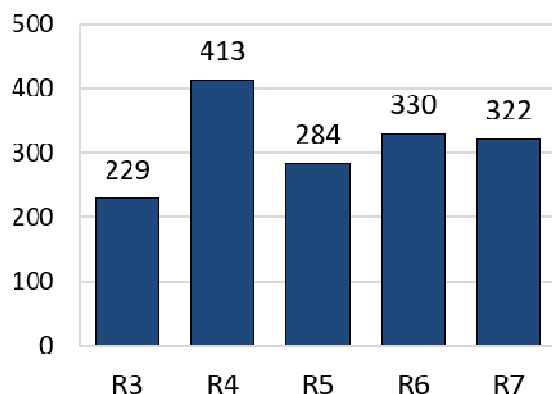
- 「SNSの広告を見てお試しと思って購入したら定期購入だった」、「SNSの広告から副業サイトに登録したがやめたい」、「SNSで知り合った人からFX投資を勧められ、個人口座に振り込むように指示された」など、SNSがきっかけとなった相談が年々増加している。
- 相談件数は過去最多の292件で、5年前の令和3年度の約3割増となっている。
- 年代が判明している相談件数は275件で、60歳代が105件と最も多く、全体の38.2%を占めた。
- 商品分類別では、「化粧品」の相談が77件と最も多く、次いで「紳士・婦人洋服」が20件、「健康食品」が19件となっている。



（図4）SNSがきっかけとなった相談件数の推移

(7) 定期購入に関連する相談状況（図5）

- 近年の特徴として定期購入に関する相談が増加傾向にある。相談件数は322件であり、令和4年度に大きく増加した後も相談件数は300件前後で推移している。
- 販売購入形態別にみると、通信販売（インターネット、SNS、テレビ、新聞等による広告を見て、郵便や電話、インターネット等で契約する取引方法）による相談がほとんどを占めている。※ R7内訳）通信販売：311件、電話勧誘販売：3件、不明：8件
- 年代が判明している相談件数は304件で、50歳代以上が258件と全体の84.9パーセントを占めた。
- 商品分類別では、「化粧品」が194件と最も多く、次いで「健康食品」が85件となっており、合わせて全体の86.6%を占めた。



（図5）定期購入に関連する相談件数の推移

(8) 相談への対応状況※¹

- 対応状況 相談件数 3, 480件
 - ・相談者が自主交渉するための助言 1, 609件
 - ・一般的なアドバイスを行う情報提供 1, 269件
 - ・斡旋（あっせん）※² 276件（うち256件が解決）
 - ・他機関紹介、処理不能等 326件
- 助言や斡旋（あっせん）の結果、213件、約4,090万円の救済金※³が発生した。

※¹ 対応状況は、完結時期が翌年度になる場合があります。暫定的な数字である。

※² 「斡旋」：相談者（消費者）と事業者との交渉が円滑に行われるように、県民生活センター相談員が介在すること。

※³ 「救済金」：県民生活センターにおいて助言や斡旋を行った結果、被害回復や未然防止につながった金額（相談者からの報告により把握できたものを集計）。

2 啓発活動・情報提供

(1) 啓発活動

- 消費生活の出前講座の開催（表3）（表4）

令和7年度の開催回数は170回、受講者数は6,672人

うち、オンラインでの開催回数は7回

主なテーマは、「最近の消費者トラブルの事例と対処法」、「エシカル消費やSDGs」、「ネットトラブル」、「成年年齢引き下げに伴う消費者トラブル」、「お金の上手な使い方」など

（表3）令和7年度出前講座実施状況

（回）

幼児児童生徒向け	高校生向け	若者向け	一般成人向け	高齢者向け	見守り活動	教員向け	計
78	25	16	3	40	6	2	170

（表4）出前講座開催回数及び受講者数

	R3	R4	R5	R6	R7
開催回数(回)	66	115	146	138	170
受講者数(人)	3,685	5,281	6,215	6,438	6,672

- 消費者月間（5月）

イトーヨーカドー甲府昭和店での啓発活動、山梨中央銀行本店ロビーでのパネル展示、ヴァンフォーレ甲府ホームゲームにおけるオーロラビジョンでの啓発画像の放映など

- 高齢者及び若者における悪質商法被害防止のための活動（9月、1月～3月）

特別電話相談の実施、県立図書館との連携展示、ホームページ、SNS、消費生活協力員向けメールマガジンを活用した啓発活動

(2) 情報提供

- 消費生活情報誌「かいじ号」の発行・・・年2回
消費者問題や食の安全・安心に関する話題について情報提供
- 消費者トラブル未然防止動画の放映 12本
デジタルサイネージ、YouTube や SNS で広告配信
消費生活に関する知識の普及や注意情報などの提供
- ホームページ、SNS での発信・・・随時
ホームページや Facebook、X、LINE により消費者へ情報提供
SNS 投稿回数：150回（各媒体に同じテーマで50回実施）
- 報道機関への情報提供・・・16件
報道機関に対し、最新の消費生活相談に関する情報を提供
- 事業者への情報提供・・・35件
事業者に対し、個別に事業者に関連する消費生活相談情報を提供