

# 令和6年度 消費生活相談の概要

環境生活部くらし安全推進課

令和7年7月

## 《目次》

1	令和6年度消費生活相談の全体像（まとめ）	1
2	消費生活相談の件数及び内容※	2
	(1)消費生活相談件数	
	(2)契約当事者の年齢層別の件数・割合	
	(3)契約当事者の年齢層別に相談の多かった商品や役務	
	(4)商品・役務ごとにみた相談の状況	
	ア 相談数の多い商品・役務	
	イ 令和5年度に比較して相談件数の増加した商品・役務	
	(5)相談の多い販売方法とその特徴	
3	苦情相談の状況（高齢者）※	8
	(1)販売購入形態別相談割合	
	(2)令和5年度に比較して相談件数の増加した商品・役務	

※2（（1）を除く）・3については、「全国消費生活情報ネットワークシステム（PI0-NET）」に登録された千葉県内の令和6年度の相談のうち問い合わせ・要望を除外した、苦情相談49,757件（県11,883件、市町村37,874件）について分析を行っています。

## 1 令和6年度消費生活相談の全体像（まとめ）

全国の消費生活センターと市町村消費生活相談窓口に寄せられた相談内容は、独立行政法人国民生活センターや各消費生活センター、市町村消費生活相談窓口をオンラインで結ぶ「全国消費生活情報ネットワークシステム」（以下「PIO-NET※」という。）に登録・蓄積され、消費者被害の未然防止、拡大防止に活用されています。

令和6年度に千葉県と市町村消費生活センター、消費生活相談窓口に寄せられ、PIO-NETに登録された相談件数の集計・分析結果については、以下のとおりです。

※PIO-NET(パイオ・ネット)はPractical Living Information Online Network System の略称

(注) 令和6年度の数値は、令和7年5月までに端末で受付の登録が完了したデータを抽出しているため、次年度の分析時に変動する可能性があります。

- ① 令和6年度の消費生活相談の総数（問い合わせ・要望含む）は54,564件であり、令和5年度の51,871件から増加しました。
- ② 契約当事者を年齢層別にみると、70歳代が16.1%と最も大きく、次いで50歳代、60歳代となっており、60歳代以上の割合は全体の4割以上を占めています。また、相談件数は20歳代及び50歳代以上の年代で増加し、80歳以上が最も大きく増加しています。
- ③ 商品・役務別の件数で上位のものは、  
1位が「商品一般」（商品を特定できないものなどに関する相談。宅配業者の不在通知を装う不審な通知や、通信業者を名乗る者からの身に覚えのない未納料金請求に関する相談等）、  
2位が「役務その他サービス」（給湯器の点検に関する相談等）、  
3位が「工事・建築」（屋根工事等の住宅リフォームに関する相談等）となっています。  
  
令和5年度に比較して相談件数の増加した商品・役務で上位のものは、「基礎化粧品」（美容クリーム等のインターネット通販に関する相談等）で778件増加、「役務その他サービス」（給湯器の点検に関する相談等）で766件増加などとなっています。  
また、「電気設備」（分電盤の訪問販売に関する相談等）は増加率が最も大きく240.7%（207件増加）で、高齢者（65歳以上の者）においては増加率342.2%（154件増加）となっています。
- ④ 販売手法・手口別の件数で上位のものは、  
1位が「インターネット通販」、2位が「定期購入」、3位が「家庭訪問販売」となっています。  
令和5年度と比較すると、「インターネット通販」の相談件数は減少する一方、「定期購入」、「家庭訪問販売」は増加しています。
- ⑤ 高齢者（65歳以上の者）が契約当事者である相談の特徴として、全年齢層に比べ「訪問販売」「電話勧誘販売」に関する相談割合が大きくなっています。

## 2 消費生活相談の件数及び内容

### (1) 消費生活相談件数

「PIO-NET」に登録された千葉県内（県消費者センター、市町村センター及び市町村相談窓口）の令和6年度の相談件数は54,564件で、令和5年度の51,871件に比べ2,693件、率にして5.2%増加しました。

そのうち、県に寄せられた相談は12,807件で、令和5年度の11,987件と比べて820件増加しています。市町村に寄せられた相談は41,757件で、令和5年度の39,884件と比べて1,873件増加しています。

また、相談内訳は、苦情49,757件、問い合わせ・要望4,807件で、苦情が消費生活相談全体の91.2%を占めています。

相談件数を令和5年度と比較すると、苦情は2,704件増加、問い合わせ・要望は11件減少しました。

表1 消費生活相談件数

(単位:件)

年度		R 5 年度			R 6 年度			増減数 (増減比率)		
区分		苦情	問い合わせ ・ 要望	計	苦情	問い合わせ ・ 要望	計	苦情	問い合わせ ・ 要望	計
相談件数		47,053	4,818	51,871	49,757	4,807	54,564	+2,704 (+5.7%)	△11 (△0.2%)	+2,693 (+5.2%)
内 訳	県	11,002	985	11,987	11,883	924	12,807	+881 (+8.0%)	△61 (△6.2%)	+820 (+6.8%)
	市町村	36,051	3,833	39,884	37,874	3,883	41,757	+1,823 (+5.1%)	+50 (+1.3%)	+1,873 (+4.7%)

消費生活相談件数の推移

年度		R2	R3	R4	R5	R6
相談件数		54,530	48,618	51,794	51,871	54,564
内 訳	県	11,143	10,259	11,283	11,987	12,807
	市町村	43,387	38,359	40,511	39,884	41,757

## (2)契約当事者の年齢層別の件数・割合

令和6年度の契約当事者の年齢層別件数は、20歳代及び50歳代以上で増加しました。80歳以上が最も大きく増加し、次いで70歳代・60歳代・20歳代の順で増加しました。

契約当事者の年齢層別割合については、70歳代が最も大きく16.1%、次いで50歳代が15.1%となりました。

図1 契約当事者年齢層別の相談件数

(単位:件)

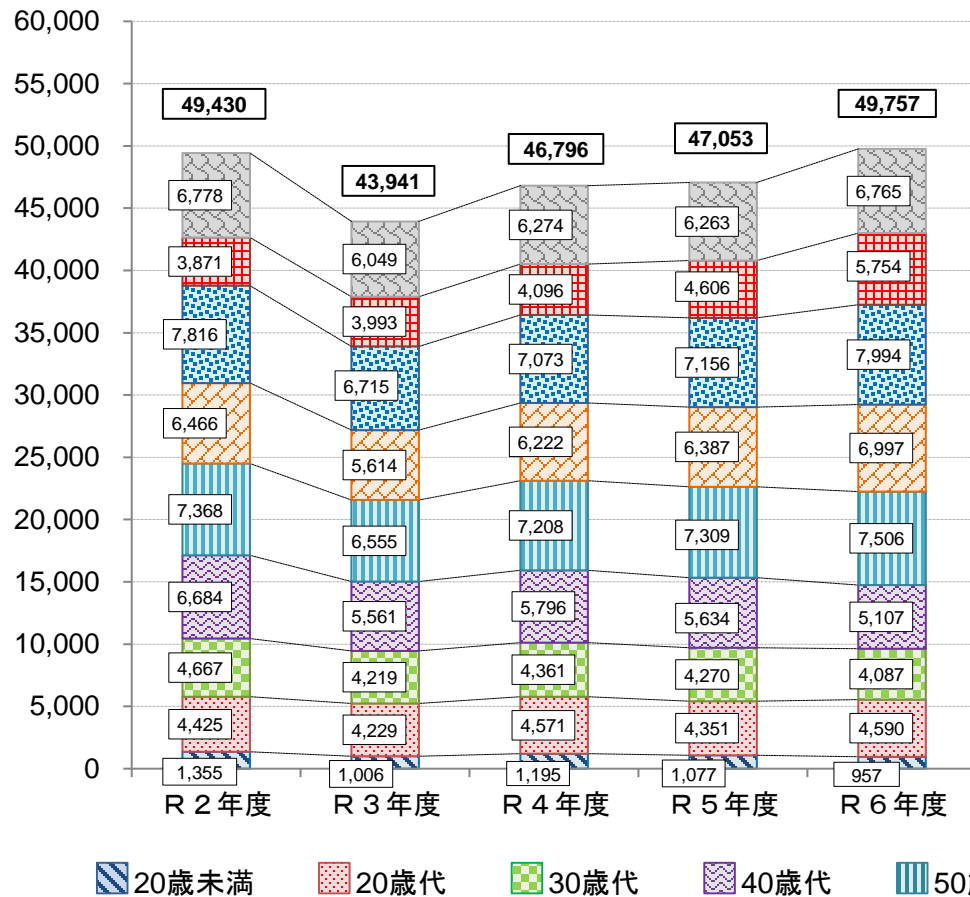
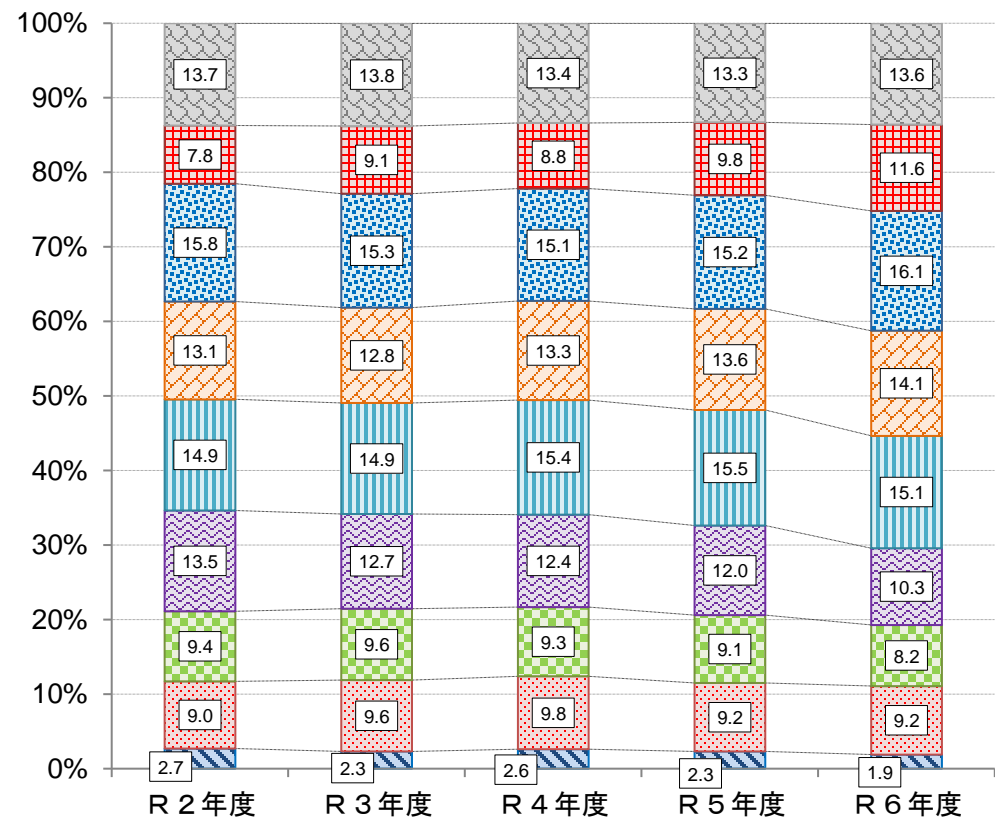


図2 契約当事者年齢層別の相談割合

(単位:%)



(3)契約当事者の年齢層別に相談の多かった商品や役務

年齢層別の特徴を見てみると、20歳未満では「インターネットゲーム」、20歳代では「医療サービス」、30歳代では「不動産貸借」、40歳代～80歳以上では「商品一般（主に商品を特定できないものなどに関する相談。宅配業者の不在通知を装う不審な通知や、通信業者を名乗る者からの身に覚えのない未納料金請求に関する相談等）」が最も多くなっています。

それぞれの年齢層で増加件数が最も多く見られるのは、20歳未満～30歳代では「医療サービス」、40歳代～60歳代では「基礎化粧品」、70歳代では「役務その他サービス（主に給湯器の点検に関する相談）」、80歳以上では「給湯システム（主に給湯器の訪問販売に関する相談）」となっています。

表2 年齢層別商品・役務の件数 (単位:件)

合 計	20歳未満	(件数)	(増減数)	20歳代	(件数)	(増減数)	30歳代	(件数)	(増減数)	40歳代	(件数)	(増減数)
		957	△120		4,590	+239		4,087	△183		5,107	△527
1位	インターネットゲーム	213	△10	医 療 サ ー ビ ス	469	+367	不 動 産 貸 借	449	+19	商 品 一 般	339	△4
2位	医 療 サ ー ビ ス	64	+38	不 動 産 貸 借	368	+31	商 品 一 般	251	+48	不 動 産 貸 借	306	△1
3位	エステティックサービス	47	△17	エステティックサービス	317	△163	医 療 サ ー ビ ス	191	+115	基 礎 化 粧 品	189	+53
4位	他 の 健 康 食 品	41	△3	商 品 一 般	230	+51	役 務 そ の 他 サ ー ビ ス	118	△10	修 理 サ ー ビ ス	158	+4
5位	商 品 一 般	40	△7	他 の 内 職 ・ 副 業	220	+16	修 理 サ ー ビ ス	115	△19	役 務 そ の 他 サ ー ビ ス	145	+19

合 計	50歳代	(件数)	(増減数)	60歳代	(件数)	(増減数)	70歳代	(件数)	(増減数)	80歳以上	(件数)	(増減数)
		7,506	+197		6,997	+610		7,994	+838		5,754	+1,148
1位	商 品 一 般	611	+99	商 品 一 般	626	+101	商 品 一 般	834	+142	商 品 一 般	594	+132
2位	基 礎 化 粧 品	548	+252	基 礎 化 粧 品	620	+257	役 務 そ の 他 サ ー ビ ス	471	+201	工 事 ・ 建 築	526	+66
3位	他 の 健 康 食 品	307	+66	他 の 健 康 食 品	388	+159	基 礎 化 粧 品	450	+166	役 務 そ の 他 サ ー ビ ス	413	+241
4位	不 動 産 貸 借	302	+45	工 事 ・ 建 築	324	+13	他 の 健 康 食 品	442	+193	給 湯 シ ス テ ム	333	+254
5位	工 事 ・ 建 築	265	△44	役 務 そ の 他 サ ー ビ ス	250	+59	工 事 ・ 建 築	424	△85	他 の 健 康 食 品	235	+79

(単位:件)

(4)商品・役務ごとにみた相談の状況

ア 相談数の多い商品・役務

① 商品一般

主に商品を特定できないものなどに関する相談です。  
宅配業者の不在通知を装いウェブサイトへ誘導する不審なメールが届いた。大手通信会社からの電話で身に覚えのないサイトの未納料金を請求され、コンビニで電子マネーを購入するよう指示されたが大丈夫だろうかといった相談が寄せられました。

② 役務その他サービス

主に給湯器の点検に関する相談です。  
「給湯器の点検をしている」と電話があり契約しているガス会社と思いつつ来訪を承諾したが、ガス会社に問い合わせると関係が無い業者であると分かり、断りたいが事業者名や連絡先が分からないといった相談が寄せられました。

③ 工事・建築

主に屋根工事等の住宅リフォームに関する相談です。  
「近所で工事をしている、お宅の瓦がずれているようだ。少し見てあげる。」と言われ、見てもらったところ「このままだと瓦が飛んで危ない」と言われた。慌てて屋根工事の契約をしたが、やめたいといった相談が寄せられました。

④ 基礎化粧品

主に美容クリーム等のインターネット通販に関する相談です。  
SNSの広告に「初回お試し」「縛りなし」との表示があった。1回限りと思って申し込み、お得なクーポンを使ったところ、いつの間にか定期購入になっていた。1回でやめたいが解約料を請求され納得できないといった相談が寄せられました。

⑤ 不動産貸借

主に賃貸住宅に関する相談です。  
退去時の高額な原状回復費用に関する相談が寄せられました。

表3 相談数の多い商品・役務  
令和6年度

順位	商品・役務等	件数	増減数
1	商 品 一 般	4,568	+713
2	役 務 そ の 他 サ ー ビ ス	2,161	+766
3	工 事 ・ 建 築	2,123	△178
4	基 礎 化 粧 品	2,115	+778
5	不 動 産 貸 借	2,087	+85
6	他 の 健 康 食 品	1,792	+536
7	修 理 サ ー ビ ス	1,315	△56
8	医 療 サ ー ビ ス	1,190	+656
9	インターネット接続回線	972	△31
10	携 帯 電 話 サ ー ビ ス	939	+138
11	フ リ ー ロ ー ン ・ サ ラ 金	871	+68
12	給 湯 シ ス テ ム	761	+479
13	四 輪 自 動 車	692	△117
14	電 気	594	△53
15	他 の 内 職 ・ 副 業	585	+74

(参考：令和5年度)

順位	商品・役務等	件数
1	商 品 一 般	3,855
2	工 事 ・ 建 築	2,301
3	不 動 産 貸 借	2,002
4	役 務 そ の 他 サ ー ビ ス	1,395
5	修 理 サ ー ビ ス	1,371
6	基 礎 化 粧 品	1,337
7	他 の 健 康 食 品	1,256
8	インターネット接続回線	1,003
9	四 輪 自 動 車	809
10	エステティックサービス	804
11	フ リ ー ロ ー ン ・ サ ラ 金	803
12	携 帯 電 話 サ ー ビ ス	801
13	頭 髪 用 化 粧 品	729
14	電 気	647
15	他 の 化 粧 品	642

## イ 令和5年度に比較して相談件数の増加した商品・役務

増加順位1位の「基礎化粧品」は、主に美容クリーム等のインターネット通販に関する相談です。SNSの広告に「初回お試し」「縛りなし」との表示があった。1回限りと思って申し込み、お得なクーポンを使ったところ、いつの間にか定期購入になっていた。1回でやめたいが解約料を請求され納得できないといった相談が寄せられました。

増加順位2位の「役務その他サービス」は、主に給湯器の点検に関する相談です。「給湯器の点検をしている」と電話があり契約しているガス会社と思い来訪を承諾したが、ガス会社に問い合わせると関係が無い業者であると分かり、断りたいが事業者名や連絡先が分からないといった相談が寄せられました。

増加順位3位の「商品一般」は、主に商品を特定できないものなどに関する相談です。宅配業者の不在通知を装いウェブサイトへ誘導する不審なメールが届いた。大手通信会社からの電話で身に覚えのないサイトの未納料金を請求され、コンビニで電子マネーを購入するよう指示されたが大丈夫だろうかといった相談が寄せられました。

また、増加順位8位の「電気設備」は、主に分電盤の訪問販売に関する相談で、増加率が最も大きく240.7%となりました。「分電盤の無料点検に伺いたい」と電話があり、契約中の大手電力会社からの電話と思い承諾した。業者が来訪し点検を受けると、「漏電しているので火事になる恐れがある」と言われたため高額な契約をしたが、家族に契約書を確認してもらおうと大手電力会社ではないことが分かったため解約したいといった相談が寄せられました。

表4 相談件数の増加が大きい商品・役務

(単位:件)

順位	商品・役務等	R5年度 件数	R6年度 件数	増加件数	増加率
1	基 礎 化 粧 品	1,337	2,115	778	58.2%
2	役 務 そ の 他 サ ー ビ ス	1,395	2,161	766	54.9%
3	商 品 一 般	3,855	4,568	713	18.5%
4	医 療 サ ー ビ ス	534	1,190	656	122.8%
5	他 の 健 康 食 品	1,256	1,792	536	42.7%
6	給 湯 シ ス テ ム	282	761	479	169.9%
7	固 定 電 話 サ ー ビ ス	279	581	302	108.2%
8	電 気 設 備	86	293	207	240.7%



(5)相談の多い販売方法とその特徴 (表5)

順位	販売方法・手口	件数	増減 (前年度件数)	契約当事者の傾向	主な商品・役務	相談の特徴等
1	インターネット通販	14,337	△108 (14,445)	女性の50歳代からの相談が最も多く、40・60・70歳代からも相談が多い。男性でも50～70歳代からの相談が多い。	①基礎化粧品 (13.5%) ②他の健康食品 (9.3%) ③商品一般 (4.1%)	インターネットを利用した通信販売のトラブル全般の相談です。健康食品や化粧品などの定期購入に関する相談や音楽や映画などの配信サービス、オンラインゲームや投資などの情報サイトに関する相談が寄せられました。
2	定期購入	5,309	+1,003 (4,306)	男女とも40～80歳代からの相談が多い。	①基礎化粧品 (36.6%) ②他の健康食品 (26.8%) ③メイクアップ化粧品 (8.1%)	インターネット上の広告に「お試し500円」という表示があったため試しに購入したら、2回目が届いた。業者に連絡をすると、定期購入に申し込んでいることが分かった。3回目以降は解約してもらえたが2回目は返品できないといった相談が寄せられました。
3	家庭訪問販売	5,038	+846 (4,192)	男女とも70～80歳代からの相談が多い。	①工事・建築 (22.3%) ②修理サービス (13.4%) ③役務その他サービス (10.0%)	「近くで工事をしている」と言って屋根修理工業者が訪問して来たが、近くで工事をしていたのは訪問して来た業者ではなかった。勧められるままに高額な契約をしてしまったが、杜撰な工事であったといった相談が寄せられました。
4	電話勧誘	4,500	+1,441 (3,059)	男女とも70歳代からの相談が最も多い。	①役務その他サービス (18.6%) ②商品一般 (14.6%) ③インターネット接続回線 (8.1%)	「インターネット回線の料金が安くなる」と電話で勧誘され工事をしたが、利用料金は安くならなかった。また、注文済みの海産物を送ると電話があったが、注文した覚えがなく断りたいといった相談が寄せられました。
5	点検商法	2,398	+1,394 (1,004)	男女とも60～80歳代からの相談が多い。	①役務その他サービス (33.2%) ②給湯システム (23.2%) ③工事・建築 (20.1%)	突然「分電盤の点検に来た」と業者が来訪し、「機器が古いので使用し続けると危険だ」「部品がないので交換するしかない」と言われ、交換工事契約を迫られた。ゆっくり考えたいので解約したいといった相談が寄せられました。
6	無料商法	1,211	+345 (866)	10歳未満から90歳代まで幅広い年代層から相談がある。	①役務その他サービス (19.1%) ②給湯システム (12.6%) ③工事・建築 (5.6%)	業者から電話で「今なら無料で排水溝の点検を受けられる」と持ち掛けられた。無料ならと了承したが、「かなり詰まっている、このままでは大変なことになる」と高圧洗浄を勧められた。高圧洗浄を依頼したところ高額請求されたといった相談が寄せられました。
7	サイドビジネス商法	710	+20 (690)	男女とも20歳代からの相談が最も多く、20歳代からの相談で全体の約4割を占めている。	①他の内職・副業 (48.7%) ②役務その他サービス (11.3%) ③金融コンサルティング (5.1%)	SNSで知り合った人に副業を勧められた。借金して高額な登録料等を支払い、指示通りに作業をしたが儲からない。説明と違うので返金してほしいといった相談が寄せられました。
8	ネガティブ	689	+67 (622)	10～90歳代まで幅広い年代層から相談がある。	①商品一般 (25.7%) ②他の健康食品 (5.4%) ③基礎化粧品 (2.8%)	家族宛てに海外から荷物が届いた。注文した覚えがなく、プレゼントでもなさそう。中身は衣類のようだが、処分してもよいだろうかといった相談が寄せられました。
9	架空請求	659	△41 (700)	10歳未満から90歳代まで幅広い年代層から相談がある。	①商品一般 (49.0%) ②携帯電話サービス (12.7%) ③役務一般 (7.6%)	大手通信会社を名乗るショートメッセージが届き、未払い料金を請求されたが不審だといった相談が寄せられました。
10	利殖商法	477	△113 (590)	10～90歳代まで幅広い年代層から相談がある。	①ファンド型投資商品 (23.5%) ②金融コンサルティング (17.0%) ③他のデリバティブ取引 (12.2%)	知人に誘われ参加したセミナーで「外国の事業に投資をする権利を買えば必ず収益が出る」と言われ、現金を渡し、暗号資産で海外のアプリに入金してもらった。値上がりしているのので出金したいと伝えてもはぐらかされてしまうといった相談が寄せられました。

### 3 苦情相談の状況（高齢者）

#### (1)販売購入形態別相談割合

高齢者（65歳以上の者）が契約当事者である相談の特徴として、全年齢層に比べ、「訪問販売」「電話勧誘販売」に関する相談割合が大きくなっています。

また、令和5年度と比較すると、「通信販売」「店舗購入」「訪問販売」「電話勧誘販売」の相談件数が増加しました。

図3 販売購入形態（全体）

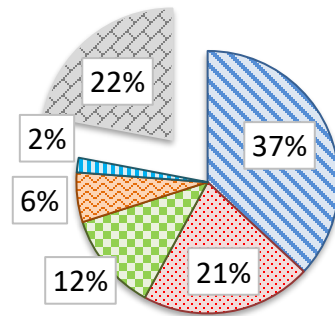
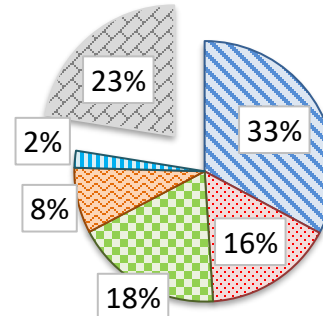
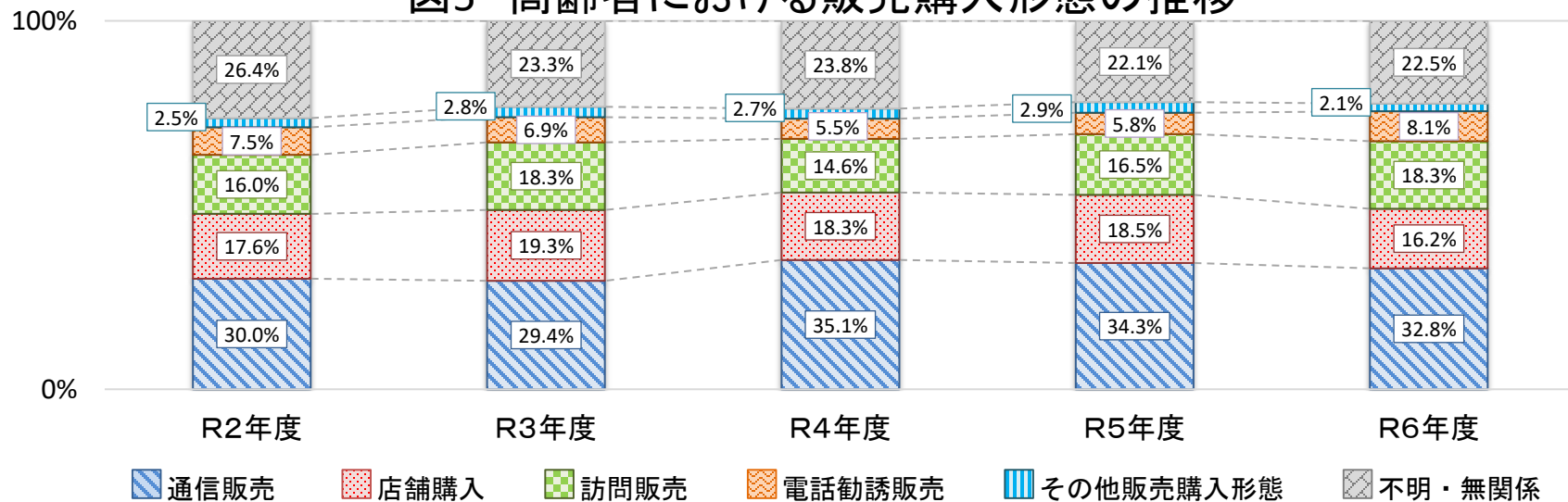


図4 販売購入形態（高齢者）



- 通信販売
- 店舗購入
- 訪問販売
- 電話勧誘販売
- その他販売購入形態
- 不明・無関係

図5 高齢者における販売購入形態の推移



## (2)令和5年度に比較して相談件数の増加した商品・役務

増加順位1位の「役務その他サービス」は、主に給湯器の点検に関する相談です。「給湯器の点検をしている」と電話があり契約しているガス会社と思い来訪を承諾したが、ガス会社に問い合わせると関係が無い業者であると分かり、断りたいが事業者名や連絡先が分からないといった相談が寄せられました。

増加順位2位の「給湯システム」は、主に給湯器の訪問販売に関する相談です。高齢の両親宅に業者が来訪し、「給湯器からガス漏れがある」「すぐに工事をしないと爆発する」と言われ契約をしたというが、高額であるため返金してほしいといった相談が寄せられました。

増加順位3位の「他の健康食品」は、主にサプリメント等のインターネット通販に関する相談です。インターネット上の広告に「お試し500円」という表示があったため試しに購入したところ、2回目が届いた。驚いて業者に連絡をすると、定期購入と言われ、改めて広告を確かめると小さい字で書かれていた。3回目以降は解約してもらえたが2回目は返品できないといった相談が寄せられました。

また、増加順位7位の「電気設備」は主に分電盤の訪問販売に関する相談で、増加率が最も大きく342.2%となりました。

表6 契約当事者が65歳以上の場合における相談件数の増加が大きい商品・役務

(単位:件)

増加件数 順位	商品・役務等	R5年度 件数	R6年度 件数	増加件数	
					増加率
1	役 務 そ の 他 サ ー ビ ス	554	1,005	+451	+81.4%
2	給 湯 シ ス テ ム	170	561	+391	+230.0%
3	他 の 健 康 食 品	514	869	+355	+69.1%
4	商 品 一 般	1,409	1,740	+331	+23.5%
5	基 礎 化 粧 品	543	855	+312	+57.5%
6	固 定 電 話 サ ー ビ ス	158	394	+236	+149.4%
7	電 気 設 備	45	199	+154	+342.2%