

令和7年度消費者相談状況

中国経済産業局消費者相談室では、経済産業省所管の法律、物資及びサービス等について消費生活に関する相談を受け付け、助言や情報提供を行っています。
今般、令和7年度に受け付けた消費者相談状況について取りまとめを行いました。

【令和7年度のポイント】

●相談件数の推移

当局で令和7年度に受け付けた消費者相談件数は、前年度に比べて25件増加し、352件（前年度比+7.6%）となりました。

●「通信販売」に関する相談件数が多い

特定商取引法関係の相談は全体の82.1%を占め、特に「通信販売」の相談が86件と一番多く、全体の24.4%を占めています。

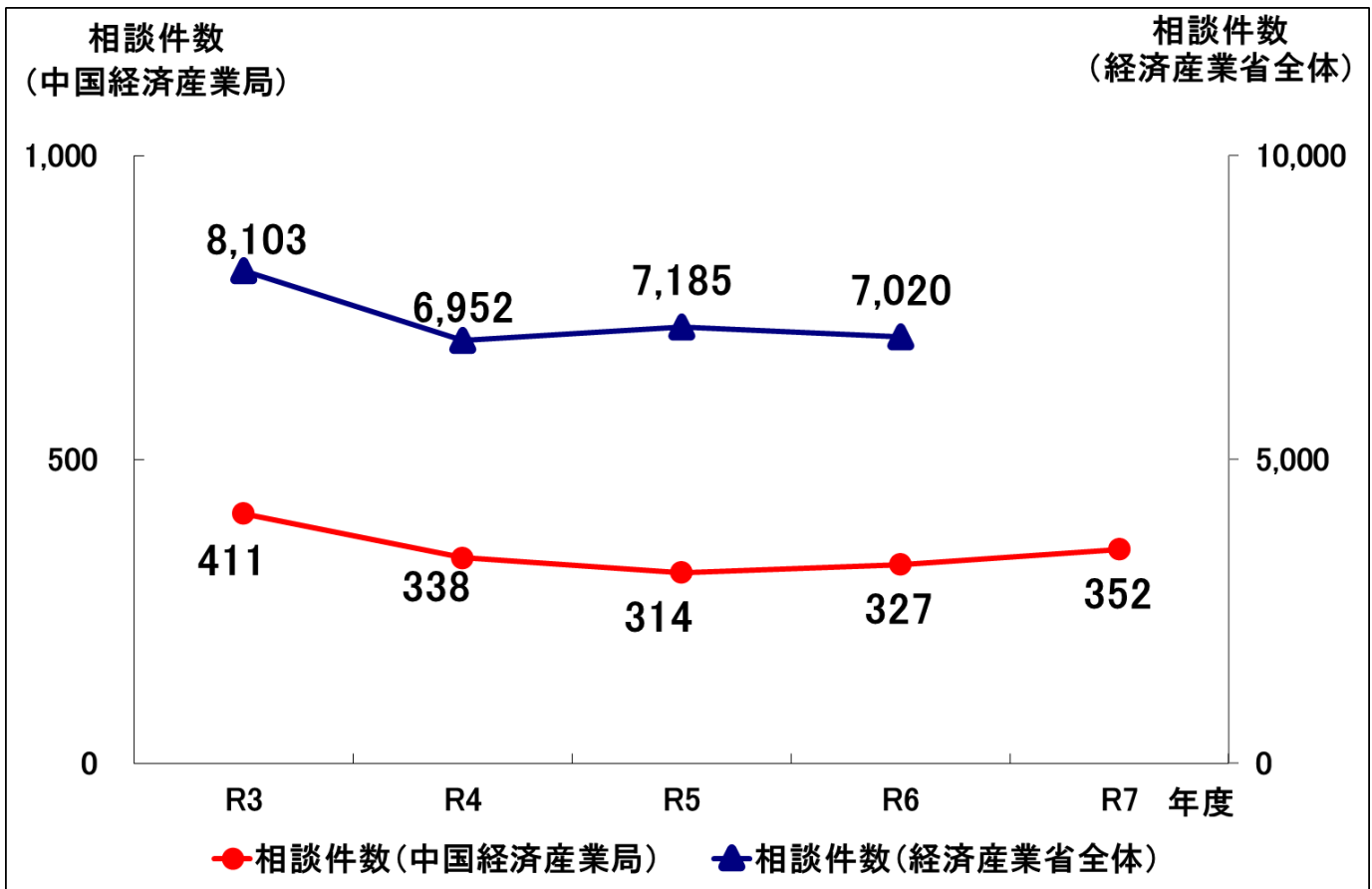
●高齢者の相談割合が高い

年代別相談件数では、70代以上の相談割合が最も多く、消費者からの相談の15.6%を占めています。

【消費者相談状況】

1. 相談件数

図-1 相談件数の推移



2. 事項別相談件数

表－1 事項別相談件数の推移

事 項	令和5年度		令和6年度		令和7年度		
	件数	構成比(%)	件数	構成比(%)	件数	前年度比(%)	構成比(%)
割賦関係	20	6.4	14	4.3	18	28.6	5.1
割賦販売	17	5.4	11	3.4	16	45.5	4.5
前払割賦	3	1.0	3	0.9	2	▲ 33.3	0.6
特定商取引法関係	240	76.4	269	82.3	289	7.4	82.1
訪問販売	67	21.3	86	26.3	76	▲ 11.6	21.6
通信販売	68	21.7	61	18.7	86	41.0	24.4
電話勧誘販売	54	17.2	63	19.3	59	▲ 6.3	16.8
連鎖販売取引	13	4.1	8	2.4	3	▲ 62.5	0.9
特定継続的役務提供	22	7.0	27	8.3	40	48.1	11.4
業務提供誘引販売取引	6	1.9	6	1.8	4	▲ 33.3	1.1
訪問購入	10	3.2	18	5.5	21	16.7	6.0
先物取引	0	0.0	0	0.0	0	—	0.0
契約その他	24	7.6	10	3.1	10	0.0	2.8
製品関係	7	2.2	11	3.4	18	63.6	5.1
品質性能	2	0.6	2	0.6	2	0.0	0.6
安全性	0	0.0	1	0.3	2	100.0	0.6
サービス	4	1.3	3	0.9	9	200.0	2.6
表示	0	0.0	2	0.6	4	100.0	1.1
規格	0	0.0	0	0.0	0	—	0.0
計量価格	1	0.3	3	0.9	1	▲ 66.7	0.3
個人情報	0	0.0	1	0.3	0	—	0.0
その他	23	7.3	22	6.7	17	▲ 22.7	4.8
合 計	314	100.0	327	100.0	352	7.6	100.0

(注1) 「契約その他」とは、主に商品やサービス等の一般的な売買契約に関する相談等

(注2) 「その他」とは、当省の所管する法令又は物資に直接該当しない相談等

(1) 特定商取引法関係の相談が全体の82.1%を占めており、相談件数は前年度269件に比べて20件増加し、289件(前年度比+7.4%)となりました。

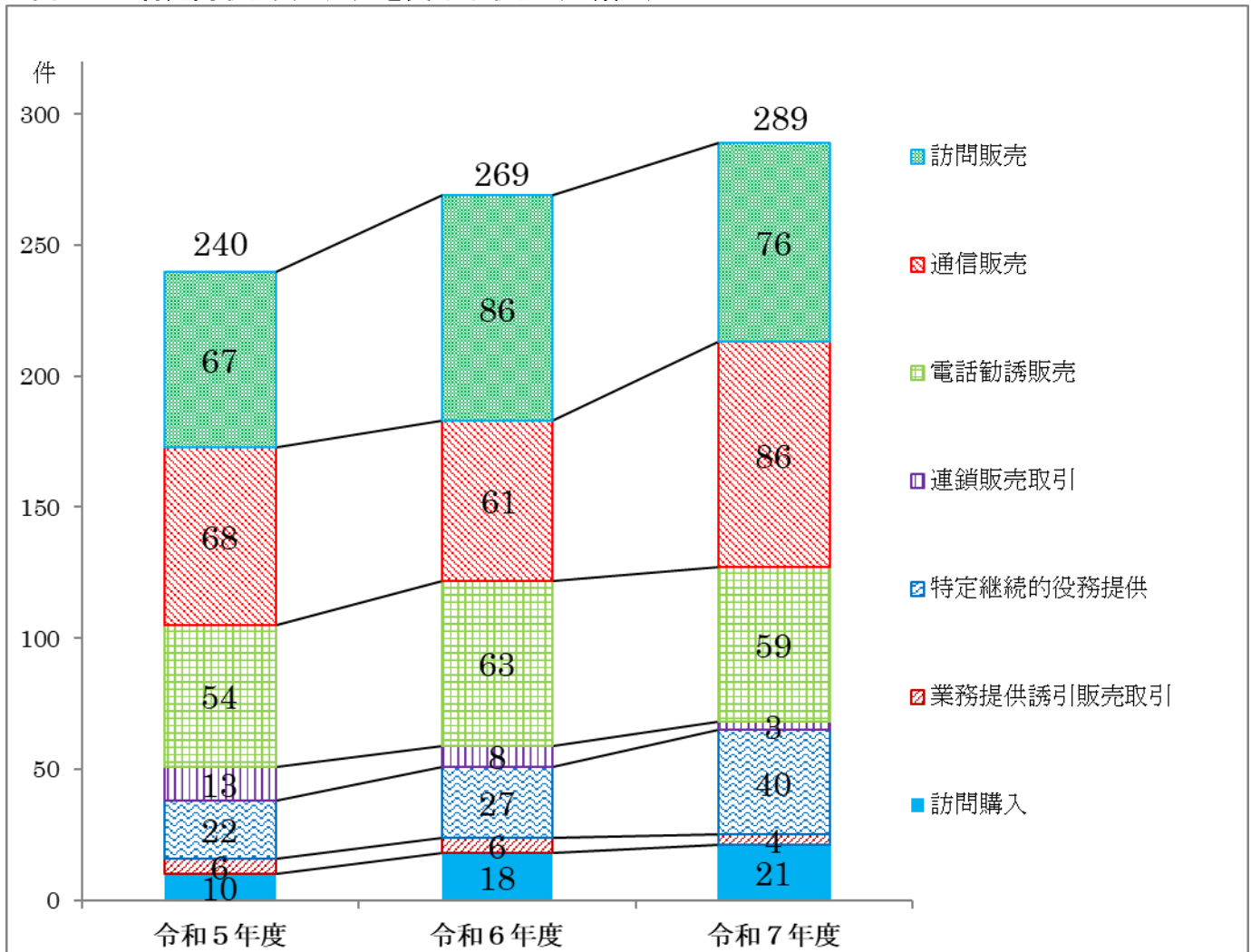
内訳をみると、取引類型7つのうち「通信販売」(構成比24.4%)、「訪問販売」(同21.6%)及び「電話勧誘販売」(同16.8%)が高い割合を占めています。

また、前年度と比べて「特定継続的役務提供」(前年度比+48.1%)、「通信販売」(同+41.0%)及び「訪問購入」(同+16.7%)の相談件数が増加しました。

(2) 割賦販売法関係の相談件数は18件で、前年度14件に比べて増加(同+28.6%)しました。

(3) 製品関係の相談件数は18件で、前年度11件に比べて増加(同+63.6%)しました。

図一 2 特定商取引法の適用を受ける取引（7類型）



- (1) 「訪問販売」は76件（前年度比▲11.6%）で、太陽光パネルの設置工事や給湯器の設置・買い換えに関する相談が寄せられました。
- (2) 「通信販売」は86件（同+41.0%）で、インターネット取引に関する相談が大多数を占め、特に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ました。また、行政処分を受けた事業者に関する相談が多く見受けられました。
- (3) 「電話勧誘販売」は59件（同▲6.3%）で、Wi-Fi ルーターや健康食品のクーリング・オフに関する相談が多く寄せられました。
- (4) 「連鎖販売取引」は3件（同▲62.5%）で、クーリング・オフ等に関する相談が見受けられました。
- (5) 「特定継続的役務提供」は40件（同+48.1%）で、特定継続的役務提供の該当性に関する相談や、エステティックや美容医療の中途解約やクーリング・オフに関する相談が多く寄せられました。
- (6) 「業務提供誘引販売取引」は4件（同▲33.3%）で、クーリング・オフ等に関する相談が見受けられました。
- (7) 「訪問購入」は21件（同+16.7%）で、不要品買取業者に関する相談やクーリング・オフに関する相談が多く寄せられました。

3. 年代別等相談件数

表－2 年代別等相談件数の推移

令和	消費者からの相談件数														消費者からの 相談件数 合計	消費生活センター等 からの相談件数		全相談 件数 (B)
	20代以下		30代		40代		50代		60代		70代以上		年代不明			件数 (A)	相談割合(%) (A)/(B)	
	件数	構成比(%)	件数	構成比(%)	件数	構成比(%)	件数	構成比(%)	件数	構成比(%)	件数	構成比(%)	件数	構成比(%)				
5年度	2	2.0	3	2.9	12	11.8	14	13.7	10	9.8	18	17.6	43	42.2	102	212	67.5	314
6年度	2	1.8	9	8.0	7	6.3	18	16.1	10	8.9	18	16.1	48	42.9	112	215	65.7	327
7年度	5	4.6	8	7.3	7	6.4	13	11.9	12	11.0	17	15.6	47	43.1	109	243	69.0	352

(1) 自治体の消費生活センター等からの相談件数が多く、全体の69.0%を占めています。

(2) 消費者からの相談件数を年代別に見ると、「年代不明」を除き、最も件数が多いのは70代以上で、全体の15.6%を占めています。50代以上の相談割合が依然として高く、全体の38.5%を占めています。

4. 相談事例&アドバイス

令和7年度に寄せられた相談事例とアドバイスについてご紹介します。

(1) 通信販売

【相談事例】

～「1回限り」と思い商品をインターネットで購入したが、定期購入となっていた～
 インターネットの通信販売で、美容クリームを購入した。広告に「定期縛りなし」と書かれ1回限りと思っていたのに、後日2回目の商品が届き、事業者を確認したところ、「定期縛りなしというのは、回数の縛りがないという意味だ」と言われた。

【アドバイス】

通信販売にはクーリング・オフ制度はありません。しかし、返品について消費者が容易に認識できるよう広告に表示することが事業者には義務づけられており、返品に関する表示がない場合には、商品を受け取った日から8日間以内であれば、消費者が送料を負担した上で返品することが可能となっています。

それに加え、インターネット通販においては、申込みの最終段階の画面上において、返品の条件だけでなく、取引における基本的な事項について分かりやすく表示することが義務づけられており、定期購入が契約条件となっている場合には、支払代金の総額や契約期間等の表示が義務づけられています。

このため、インターネット通販で商品等を購入する場合には、「最終確認画面」に表示された契約条件をよく確認してください。

最終確認画面の表示内容は、スクリーンショットなどを活用し、証拠として残すようにしましょう。

<購入申込み前の確認ポイント>

- ① 1回限りの購入？継続的な購入？
- ② 継続的な購入の場合、回数は？解約しないとずっと続く？
- ③ 継続的な購入の場合、総額や一定額での支払額は？
- ☞ 継続的な購入の場合、1回目の商品価格は安くても、2回目以降の商品価格が高いことがあるため、2回目以降の商品価格や総額をしっかりと確認しましょう。
- ④ 解約方法・条件や返品方法・条件は？
- ⑤ 支払時期や引渡時期は？
- ☞ 継続的な購入の場合、2回目以降の商品は前回の商品が届いてから何日後に届くか、後払いの場合は、商品が届いてから何日以内に支払いが必要かを確認しましょう。

(出典：消費者庁ウェブサイト)

https://www.caa.go.jp/notice/assets/consumer_transaction_cms203_250116_02.pdf

(2) 訪問販売

【相談事例1】

～以前太陽光パネルを設置した事業者との契約のつもりが、別事業者との契約であった～

10年程前に、事業者Xに太陽光パネルを設置してもらい、定期的にメンテナンスしてもらっている。

「以前太陽光パネルを設置した事業者から依頼を受けて連絡した。メンテナンスをするので日時を予約してほしい」という電話があったので予約を取り、メンテナンス後に「コーティングが必要である」と言われたので、契約した。

契約の相手方はXであると認識していたが、実際にはXとは全く関わりのない事業者Yであることがその後のXとのやり取りから判明したため、Yにキャンセルの連絡を入れたところ、違約金を請求された。

【相談事例2】

～「電気代が安くなる」と言われ、高額契約を勧誘された～

突然自宅を訪れた事業者から、「太陽光パネルを設置すれば電気代が安くなる」と言われ、太陽光パネルの設置工事を契約した。高額で支払えない。

【アドバイス】

契約中の事業者を装い別事業者が新たな契約を勧誘したり、毎月の電気・ガス料金が安くなるとして勧誘する手口があります。

<トラブルを避ける！！要注意ポイント>

①訪問してきた相手をよく確認！！

名刺を受け取るなどし、誰が、何のために訪問したのか必ず確認しましょう。

②契約中の料金プランと必ず比較！！

その場で契約するのではなく、よく確認してから契約しましょう。

③不要だと感じたらはっきり断る！！

契約してしまっても、書面受領日から8日以内であればクーリング・オフができます。

(出典：消費者庁ウェブサイト

https://www.caa.go.jp/notice/assets/consumer_transaction_cms203_230525_02.pdf)

【クーリング・オフとは】

いったん契約の申込みや契約の締結をした場合でも、契約を再考できるようにし、一定の期間であれば無条件で契約の申込みを撤回したり、契約を解除したりできる制度です。

後日、紛争が生じないようにするため、書面（「特定記録郵便」または「簡易書留」が望ましい。）や電磁的記録でクーリング・オフを行い、証拠として残しておくようにしてください。

(3) 電話勧誘販売

【相談事例】

～健康食品を1箱購入するため電話すると、定期購入を勧誘された～

テレビショッピングで見た1箱4千円の健康食品を購入するため事業者に電話をすると、定期購入を勧められ、注文した。商品が届いたが、1箱で十分である。

【アドバイス】

新聞広告、テレビショッピングやインターネットを見て、その商品について自ら問合せをした電話で購入した場合、通信販売に該当します。

しかし、注文の電話で、広告にない商品を不意打ち的に勧誘された場合には、電話勧誘販売に該当し、クーリング・オフが可能です。

また、1回分の商品を購入するために自らかけた電話で、業者から「定期購入」を勧められて契約した場合も電話勧誘販売に該当する可能性があります。

(4) 特定継続的役務提供に関する相談

【相談事例】

～美容医療のカウンセリング後、高額契約を勧誘された～

脂肪溶解注射の広告を見て来院予約をし、カウンセリングを受けた。カウンセリングの後、高額契約を勧誘され、支払えないので断ったが、「モニターになれば割引がある」と言われ、断り切れずに契約した。施術を受けたが、効果が感じられない。

【アドバイス】

「お試し」・「初回限定」などの広告を見てエステティック店や美容医療の病院に行ったところ1か月以上の高額なコースを勧誘されたというケースがよくあります。金額やコース内容に不安がある場合は、安易に契約せずきっぱりと断ることが大切です。

なお、エステティックや美容医療では、特定商取引法の特定継続的役務提供に該当する契約であれば、クーリング・オフが可能な場合があります。

特定継続的役務提供に該当する役務については、消費者庁ウェブサイトをご参照ください。

<https://www.no-trouble.caa.go.jp/what/continuouservices/>

中国経済産業局 消費者相談室からのお知らせ

◇消費者相談室では、経済産業省所管の法律等に係る消費者からのご相談を、電話・ホームページ・郵便等で受け付けています。

受付時間 月曜日～金曜日（祝祭日・年末年始を除く）
9：00～12：00、13：00～16：00

受付方法 電話：082-224-5673（消費者相談専用）
ホームページ：当局ホームページの「消費者相談室」のページに掲載している「消費者相談受付フォーム」に入力の上、送信

郵便：〒730-8531
広島市中区上八丁堀6番30号 広島合同庁舎2号館3階
中国経済産業局 消費者相談室あて

（注）すべて電話での回答となります。メール及び郵便によるご相談の場合は、上記の受付時間内に連絡のとれる電話番号を必ず記入してください。

◇当局ホームページの「消費者相談室」のページでは、消費生活に関する各種情報を提供しています。

<https://www.chugoku.meti.go.jp/seisaku/seihin/shouhishasoudan.html>