

令和7年度

光市消費生活センター事業報告



光市消費生活センター

もくじ

はじめに	．．．．．	1	ページ
1 相談状況	．．．．．	2～	4ページ
2 相談内容	．．．．．	5～	6ページ
3 啓発事業	．．．．．	7～	9ページ
4 主な相談事例	．．．．	10～	12ページ

はじめに

光市消費生活センターでは、平成21年4月の開設から17年の間、消費者が安心して生活できる社会の実現を目指し、市民が抱える様々な消費生活に関するトラブルの相談を受け付け、解決に向けた助言やあっせん、情報提供などを行っており、令和7年度は390件の相談を受け付けました。

近年ではデジタル化の急速な進展により、インターネットを介したトラブルが巧妙化しており、令和7年度においては、低価格や効果を強調して一度限りの購入と思わせ、実際は定期購入の契約を結ばせる通信販売のトラブルが特に多くみられました。また、必ず儲かると信じ込ませて投資を促す投資詐欺や、電話勧誘等で不要な住宅工事などを契約させる手口も発生しております。特に70歳以上の相談は全相談件数の4割を超えており、在宅時間が比較的長い高齢者世帯への対応と見守りは、地域社会における極めて重要な課題となっております。

このような状況の中、令和7年度はさらに悪質商法対策を強化するため、出前講座に使用するマイクセット等の導入や、相談員の資質向上のため研修会に参加するなどして、様々な体制強化に努めました。既存の出前講座を幅広いテーマに対応した内容に拡充するなどし、講座を受講した市民一人一人の消費者的力を高めることができました。また「光市消費者安全確保地域協議会」を通じ、警察や福祉関係機関などと連携を緊密にしたことで、消費弱者を地域全体で見守り支え合う体制を強化し、消費者被害の未然防止や拡大防止を図っています。

今後も引き続き関係機関と連携し、市民の皆様にとって身近で信頼される相談機関として、センターのさらなる機能強化を目指してまいります。

令和8年6月

光市消費生活センター所長

1 相談状況

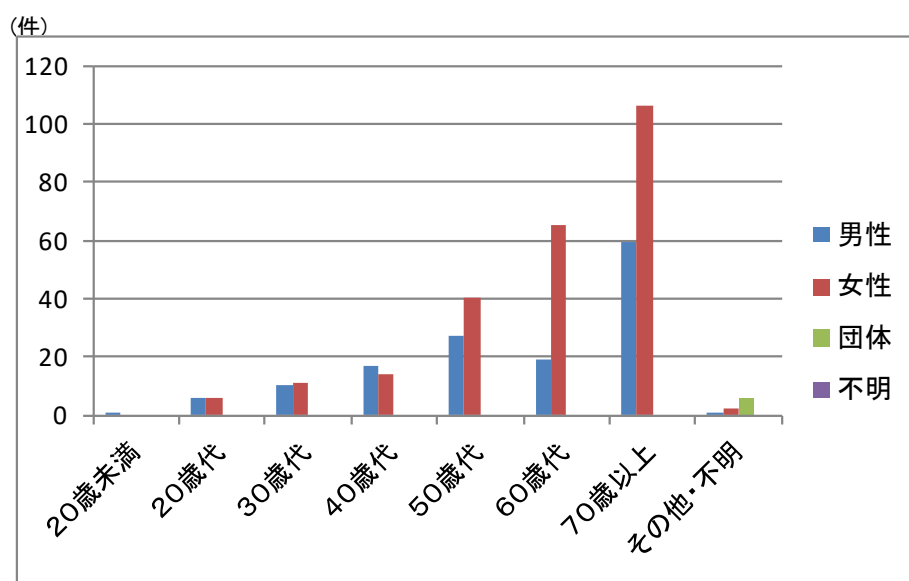
(1) 性別・年代別相談件数

令和7年度に、光市消費生活センターが受け付けた相談件数は390件で、前年度（334件）に比べ56件増加し、対前年度比117%となりました。

相談者の性別・年代別件数は、男性は多い順に、70歳以上、50歳代、60歳代、40歳代、30歳代、20歳代、20歳未満の順となっています。女性は70歳以上、60歳代、50歳代、40歳代、30歳代、20歳代、20歳未満の順となっています。

○性別・年代別 相談件数

	男性	女性	団体	不明	計
20歳未満	1	0	0	0	1
20歳代	6	6	0	0	12
30歳代	10	11	0	0	21
40歳代	17	14	0	0	31
50歳代	27	40	0	0	67
60歳代	19	65	0	0	84
70歳以上	59	106	0	0	165
その他・不明	1	2	6	0	9
合 計	140	244	6	0	390



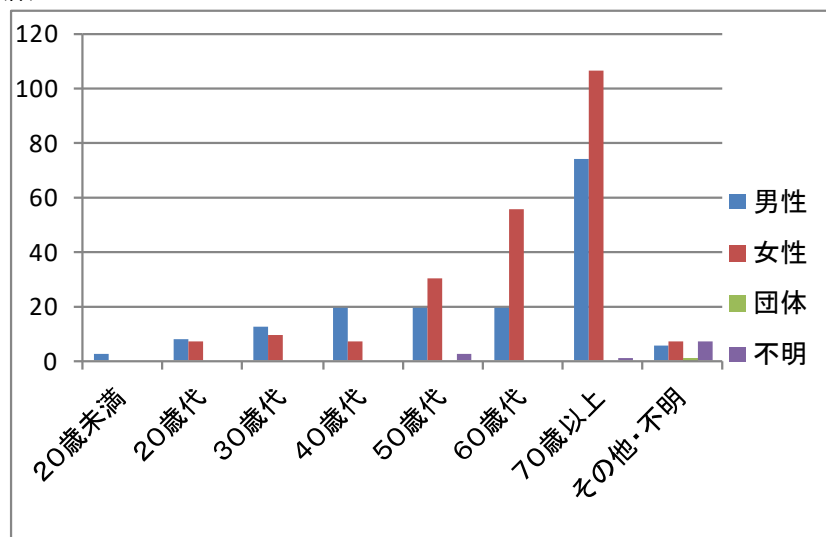
(2) 性別・年代別契約当事者件数

契約当事者の性別・年代別件数は、男性は多い順に70歳以上、60歳代と50歳代と40歳代が同数、30歳代、20歳代、20歳未満の順となっています。女性は70歳以上、60歳代、50歳代、40歳代と20歳代が同数、30歳代、20歳代、20歳未満の順となっています。

○性別・年代別 契約当事者件数

	男性	女性	団体	不明	計
20歳未満	2	0	0	0	2
20歳代	8	7	0	0	15
30歳代	12	9	0	0	21
40歳代	19	7	0	0	26
50歳代	19	30	0	2	51
60歳代	19	55	0	0	74
70歳以上	74	106	0	1	181
その他・不明	5	7	1	7	20
合 計	158	221	1	10	390

(件)



(3) 相談の方法別件数

電話が252件(64.6%)で、直接センターへの来訪が132件(33.9%)、文書が6件(1.5%)となっています。

○相談の方法別件数

来訪	132
電話	252
文書	6
合計	390

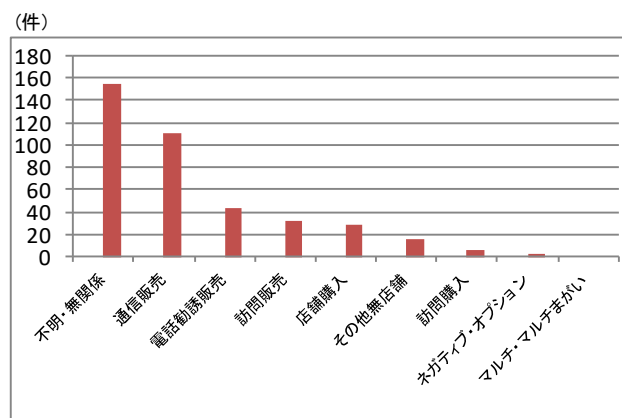
(4) 販売方法別件数

不明・無関係(主に架空請求)が154件で全体の39.5%、ついで通信販売が110件、電話勧誘販売が44件となっています。

○販売方法別件数

不明・無関係	154
通信販売	110
電話勧誘販売	44
訪問販売	32
店舗購入	28
その他無店舗	15
訪問購入	5
ネガティブ・オプション	2
マルチ・マルチまがい	0
	390

※ ネガティブ・オプションとは、消費者が注文もしていないのに、業者が勝手に商品を送りつける商法をいいます。



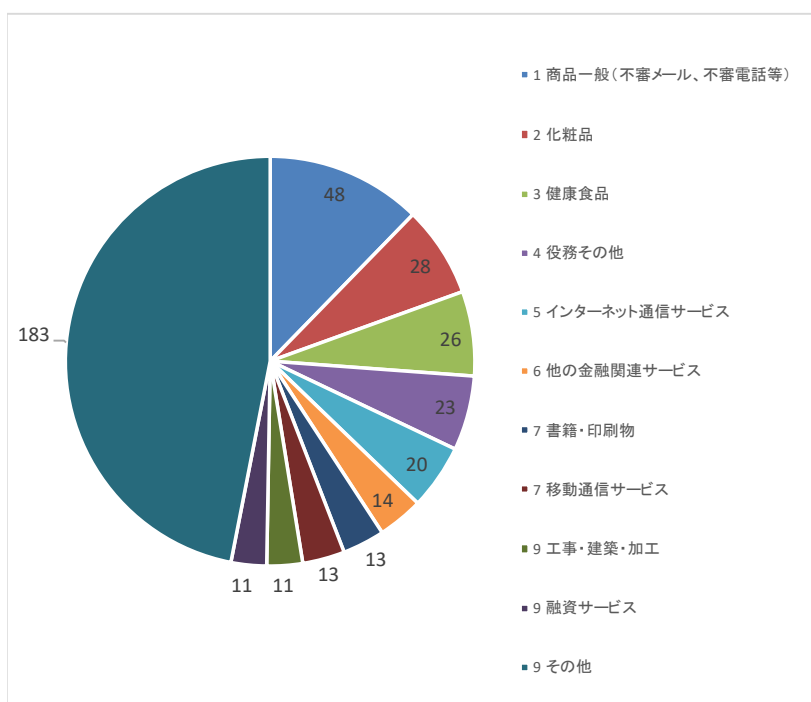
2 相談内容

(1) 商品・役務別の主な内容（上位10位）

商品・役務別で見ると、「商品一般（不審メール、不審電話等）」に関する相談が48件で最も多く、次いで化粧品が28件、健康食品が26件となっています。

商品・役務別の主な内容（上位10位）

	商品・役務	件数
1	商品一般（不審メール、不審電話等）	48
2	化粧品	28
3	健康食品	26
4	役務その他	23
5	インターネット通信サービス	20
6	他の金融関連サービス	14
7	書籍・印刷物	13
7	移动通信サービス	13
9	工事・建築・加工	11
9	融資サービス	11
	その他	183
	計	390



(2) 契約当事者年代別商品・役務件数（上位10位）

商品・役務の種類を契約当事者の年代別でみると、40歳代、60歳代、70歳以上、その他・不明では「商品一般」に関する相談が多く、50歳代では「化粧品」に関する相談が多く寄せられました。

契約当事者年代別商品・役務件数(上位10位)

順位	20歳未満	件数	20歳代	件数	30歳代	件数	40歳代	件数	50歳代	件数	60歳代	件数	70歳以上	件数	その他・不明	件数
1	健康食品	1	インターネット通信サービス	2	健康食品	3	商品一般	4	化粧品	7	商品一般	11	商品一般	21	商品一般	3
2	洋服一般	1	内職・副業	2	役務その他	3	自動車	2	商品一般	6	健康食品	7	健康食品	14	書籍・印刷物	3
3			商品一般	1	商品一般	2	移動通信サービス	2	他の住居品	2	化粧品	7	化粧品	11	役務その他	3
4			洋服一般	1	レンタル・リース・貸借	2	健康食品	1	電気	2	移動通信サービス	5	インターネット通信サービス	11	魚介類	1
5			紳士・婦人用品	1	室内装備品	1	電気	1	他の教養娯楽品	2	役務その他	5	役務その他	9	食器・台所用品	1
6			理美容器具・用品	1	他の住居品	1	洋服一般	1	融資サービス	2	インターネット通信サービス	4	書籍・印刷物	8	家具・寝具	1
7			ファンド型投資商品	1	被服品一般	1	履物	1	他の金融関連サービス	2	他の金融関連サービス	3	他の金融関連サービス	8	化粧品	1
8			融資サービス	1	紳士・婦人用品	1	医薬品	1	理美容	2	空調・冷暖房機器	2	工事・建築・加工	7	自動車	1
9			他の金融関連サービス	1	履物	1	医療用具	1	役務その他	2	工事・建築・加工	2	情報・固定電話	7	工事・建築・加工	1
10			観覧・鑑賞	1	化粧品	1	化粧品	1	食料品一般	1	他の教養・娯楽	2	他の行政サービス	6	融資サービス	1
11			娯楽等情報配信サービス	1	文具・事務用品	1	理美容器具・用品	1	穀類	1	他の行政サービス	2	電気	5	警報・固定電話	1
12			理美容	1	自動車用品	1	書籍・印刷物	1	飲料	1	魚介類	1	レンタル・リース・貸借	5	他の保健・福祉	1
13			役務その他	1	融資サービス	1	スポーツ用品	1	空調・冷暖房機器	1	野菜・海草	1	融資サービス	5	冠婚葬祭	1
14					インターネット通信サービス	1	玩具・遊具	1	洋服一般	1	果物	1	移動通信サービス	5		
15					医療	1	車両・乗り物一般	1	アクセサリ	1	飲料	1	アクセサリ	4		
16							屋外装備品	1	電話機・電話機用品	1	酒類	1	老人福祉・サービス	4		
17							レンタル・リース・貸借	1	学習教材	1	住居品一般	1	履物	3		
18							修理・補修	1	自動車	1	家具・寝具	1	魚介類	2		
19							郵便・貨物運送サービス	1	自動車用品	1	電気	1	果物	2		
20							インターネット通信サービス	1	住宅構成材	1	洋装下着	1	洗濯・裁縫用具	2		

3 啓発事業

悪質商法や詐欺電話などの被害に遭わないよう、その手口や予防方法、被害にあった時の対処方法、消費者として日頃から注意しておくことなどを多くの人に知ってもらうため、各種の啓発活動に取り組みました。

(1) 広報ひかり 消費生活アドバイスを掲載（隔月）

【広報掲載一覧】

号	内 容
4月号	消費生活センターです。1人で悩まず、気軽に相談を！
6月号	作業後に高額請求する害虫駆除トラブル
8月号	市内で急増！！！ 定期購入トラブル
10月号	不正利用かも！？ クレジットカードの利用明細は必ず確認
12月号	怪しい通販サイトにご注意
2月号	国際電話は危険？利用休止できます！

(2) 市ホームページの消費者トラブル警戒情報の更新（随時）

最新の消費者トラブル警戒情報を掲載し、注意喚起を行いました。

(3) メール配信サービスで情報発信

市内で増加傾向にある消費者トラブルや、消費生活研修会・無料相談会などに関する情報をメール配信しました。

(4) 消費者啓発出前講座

いきいきサロン、老人クラブ、自治会等各種団体からの申し込みにより開催する啓発事業として、令和7年度は33回開催し、876名が受講されました。

そのうち11回は、市内サンホームを利用する小学生306名に対し講座を実施し、将来社会の担い手となる若年層の消費者意識を高めました。

【出前講座開催一覧】

	開催日	団 体 名	開 催 場 所	参加人数
1	R7. 4. 11	三井悠々クラブ	三島コミュニティセンター	60
2	R7. 4. 18	亀山いきいきサロン	上島田亀山自治会館	10
3	R7. 5. 12	光市消費者の会	あいぱーく光	26
4	R7. 6. 7	中村町寿会	中村町自治会館	28
5	R7. 6. 23	光市社会福祉協議会	あいぱーく光	36
6	R7. 6. 25	光市社会福祉協議会	あいぱーく光	72
7	R7. 7. 18	なごみの会	和田町自治会館	20
8	R7. 7. 28	浅江第 1 サンホーム	浅江第 1 サンホーム	36
9	R7. 7. 29	島田第 1・第 2 サンホーム	島田第 1・第 2 サンホーム	39
10	R7. 7. 29	光市安全会議	あいぱーく光	40
11	R7. 7. 31	上島田サンホーム	上島田サンホーム	15
12	R7. 8. 5	浅江第 2 サンホーム	浅江第 2 サンホーム	34
13	R7. 8. 5	光井第 1 サンホーム	光井第 1 サンホーム	40
14	R7. 8. 7	浅江第 3 サンホーム	浅江第 3 サンホーム	42
15	R7. 8. 7	光井第 2 サンホーム	光井第 2 サンホーム	28
16	R7. 8. 12	光市介護支援専門員協会	あいぱーく光	12
17	R7. 8. 18	周防サンホーム	周防サンホーム	7
18	R7. 8. 19	三井サンホーム	三井サンホーム	24
19	R7. 8. 26	室積第 1 サンホーム	室積第 1 サンホーム	22
20	R7. 8. 26	室積第 2 サンホーム	室積第 2 サンホーム	19
21	R7. 9. 17	なんでも話そう会	植松自治会館	11
22	R7. 9. 25	浅江食生活改善推進員	浅江コミュニティセンター	20
23	R7. 9. 26	いきいきサロンみたらい	昭和会館	15
24	R7. 9. 26	なごみの会	和田町自治会館	25
25	R7. 10. 21	A&M 合同会社	A&M 合同会社	8
26	R7. 10. 22	A&M 合同会社	A&M 合同会社	8
27	R7. 10. 23	A&M 合同会社	A&M 合同会社	8
28	R7. 11. 6	周防地域づくり協議会	周防コミュニティセンター	26
29	R7. 12. 10	周防地区社会福祉協議会	周防コミュニティセンター	24

30	R7. 12. 14	三井地区社会福祉協議会	三島コミュニティセンター	67
31	R7. 12. 18	虹ヶ丘第三長寿会	虹ヶ丘自治会館	15
32	R8. 2. 4	消費者安全確保地域協議会	あいぱーく光	9
33	R8. 2. 14	三井上島田地区社会福祉協議会	三島コミュニティセンター	30
合 計				876 名

(5) 消費生活研修会

令和8年2月11日、あいぱーく光において、金融経済教育推進機構の岡本浩司氏を迎え、これからの人生をより自分らしく生きることを目的に、「残された人の負担を減らすために知っておきたい終活の話」と題する研修会を開催し、70名の参加がありました。

(6) 消費者月間啓発キャンペーン

5月の消費者月間には、市役所玄関ロビーにパネル展示し、来庁者に対し消費者トラブル被害防止の啓発を行いました。



(7) 「光市消費者安全確保地域協議会」を開催

消費者被害に遭う可能性の高い「見守りを必要とする方」に対する地域での見守り活動を通じ、消費者被害の未然防止、拡大防止を図る「光市消費者安全確保地域協議会」を開催しました。

(8) 消費生活センターの啓発シール付クリアファイルの配布

出前講座参加者や来庁者などに配布しました。



4 主な相談事例

(1) 定期購入

動画サイトを見ていたら「初回500円」とダイエットサプリの広告が表示されたので注文した。商品が届き開封すると想像していたものと違ったため、開封せずに事業者に解約の電話をした。事業者から「定期購入のため、1回目で解約する場合、通常価格との差額を支払う必要がある。」と言われ、初めて定期購入であることを知った。商品は開封していないので返品して、差額を払いたくない。未開封で支払もしていないので、契約は成立していないはずだ。

【処理結果】

通信販売はクーリング・オフが利用できないことを説明しました。最終確認画面に定期購入の記述があったかどうかポイントになりますが、契約は成立しており商品も届いているため、未開封であることを理由に料金を支払わないことは難しいと回答しました。事業者のHPなどを調べると、定期購入であることと、1回目の解約の場合のキャンセル料について明記されてあったため、相談者に代金を支払わないことは困難であると説明しました。

【アドバイス】

通信販売には、原則としてクーリング・オフ制度はありません。そのため、商品を開封していない場合や代金を支払っていない場合であっても、契約が成立していれば事業者が定める返品・解約条件に従う必要があります。近年、「初回限定価格」や「お試し価格」を強調した広告から申し込みをしたところ、実際には定期購入契約となっており、解約時に通常価格との差額やキャンセル料を請求されるケースが多くみられます。

商品を注文する際は、最終確認画面で定期購入の有無、契約期間、支払総額、解約条件などを必ず確認し、画面のスクリーンショットを保存しておきましょう。

(2) 光回線、プロバイダ、WiFi ルーター

大手通信会社を名乗る電話があり「電話回線が古くなったので工事をする。電話料金が安くなる。」と言われた。てっきり、大手通信会社だと思った。工事に関する書類が届いたが内容が理解できず、やりたくない。事業者に電話をするがつかまらない。

【処理結果】

相談者は「契約をしていない。」との見解でしたが、契約は口頭の上でも成立することを説明しました。契約内容から初期契約解除期間中であると判断し、センターから事業者で電話で初期契約解除を申請し、受理されました。

【アドバイス】

光回線やプロバイダの勧誘では、大手通信会社の関係者であるかのように説明し、「料金が安くなる」「設備の更新が必要」などと言って契約を勧めるケースがあります。契約書に署名していなくても、電話で契約を承諾する意思表示をすると契約が成立する場合があります。電気通信サービスには、一定期間内であれば契約を解除できる「初期契約解除制度」が設けられていますが、契約内容に不安を感じた場合は、その場で返事をしないことが重要です。

（３）亡くなった人の借金、時効の援用、家族の借金

- ① 亡くなった人の借金返済の督促状が届いた。
- ② ３０年前に消費者金融から借りたお金の督促状が届いた。

【処理結果】

- ① 多額の借金が存在しているのであれば、相続放棄を検討することや、亡くなってからの期間によって時効の援用が適用できる可能性があることを説明し、詳しくは弁護士に相談するようにアドバイスしました。
- ② 消費者金融について実在する事業者であることを確認した上で、相談者の収入状況では返済できないため、別の相談機関を紹介しました。

【アドバイス】

亡くなった家族の借金に関する請求や、何十年も前の借金の督促状が突然届くことがあります。しかし、請求書が届いたからといって、直ちに支払わなければならないとは限りません。亡くなった人の借金については、相続によって返済義務を負う場合がありますが、一定期間内であれば相続放棄ができる場合があります。また、借金の内容や経過期間によっては、消滅時効を援用できる可能性もあります。

長期間返済していない借金についても、時効が成立している可能性があります。ただし、請求を認める発言をしたり、一部でも返済したりすると、時効を主張できなくなる場合があるため注意が必要です。

督促状が届いても慌てて支払ったり、安易に相手へ連絡したりせず、請求内容を確認したうえで、弁護士や司法書士などの専門家に相談しましょう。

（４）公的機関を名乗る郵便、電話・メール

- ① 毎日のように公的機関を装って調査の迷惑メールが届く。「２４時間以内に調査に回答しないと５０万円支払うようになる。」と記述されている。
- ② 省庁を名乗り聞いたことのない調査の書類が届いた。本物か？

【処理結果】

- ① 公的機関からメールで支払を促すことはないため、対応しないように伝えました。
- ② 調査の担当機関に連絡を取り、適切な対応方法を相談者に回答しました。

【アドバイス】

公的機関を名乗るメールや郵便物による相談が増えています。特に、「回答しないと罰金が発生する」「至急連絡するように」などと不安をあおり、個人情報を入力や金銭の支払いを求める手口には注意が必要です。公的機関がメールやSMSで金銭の支払いを求めたり、回答期限を理由に脅したりすることは通常ありません。不審なメールに記載されたリンクを開いたり、相手に連絡したりせず、削除するようにしましょう。

また、公的機関を名乗る郵便物や調査票が届いた場合でも、差出人や内容が不明なときは、記載された連絡先ではなく、公的機関の公式な連絡先を自ら調べて確認することが大切です。