

令和 7 年度 消費生活相談の概要

消費生活センターでは、消費生活に関する相談窓口を設置し、市民が消費者トラブルにあった場合には、相談・あっせん等を通じて問題の解決を図っている。

1 消費者被害の救済

(1) 令和 7 年度消費生活相談の実績

① 消費生活相談の傾向

ア 相談の傾向

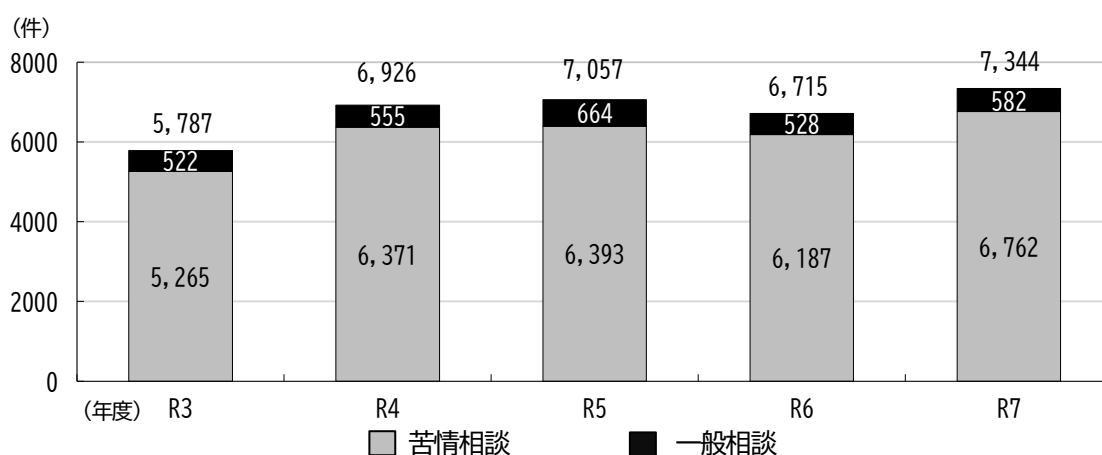
令和 7 年度に寄せられた消費生活相談は 7,344 件で、令和 6 年度に比べて 629 件の増加（前年度比 109.4%）となった。そのうち、苦情相談が 6,762 件で 575 件増加（前年度比 109.3%）し、一般相談が 582 件で 54 件増加（前年度比 110.2%）した。

表 9、図 5 及び図 6 のとおり、相談者の年代別では、70 歳以上の高齢者の相談が 1,506 件で最も多く、全体の 22.3%を占めている。

〈表 8〉消費生活相談件数の推移

	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	構成比	前年度比	前々年度比
合計	7,057	100.0%	6,715	100.0%	7,344	100.0%	109.4%	104.1%
苦情相談	6,393	90.6%	6,187	92.1%	6,762	92.1%	109.3%	105.8%
一般相談	664	9.4%	528	7.9%	582	7.9%	110.2%	87.7%

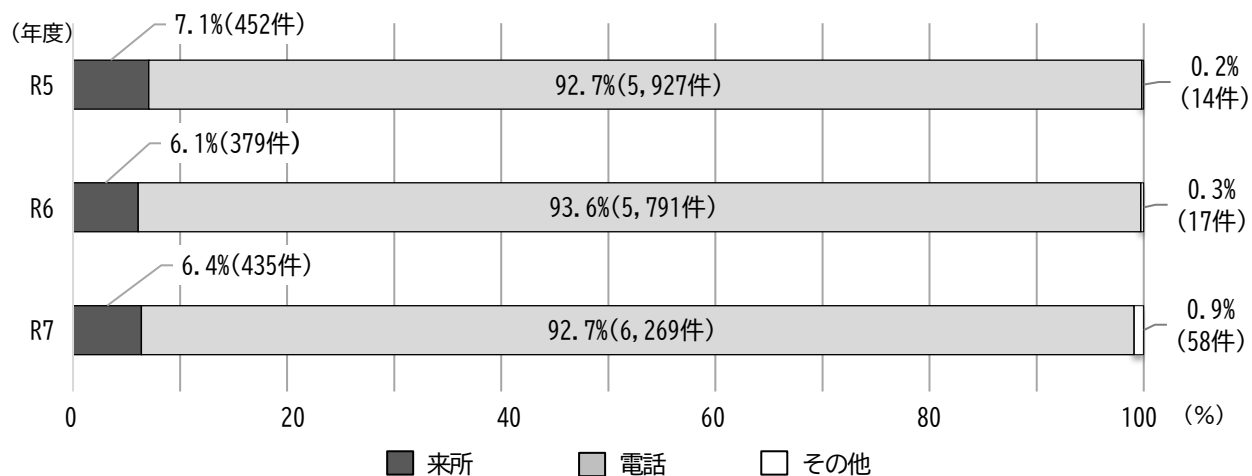
〈図 1〉相談種別件数



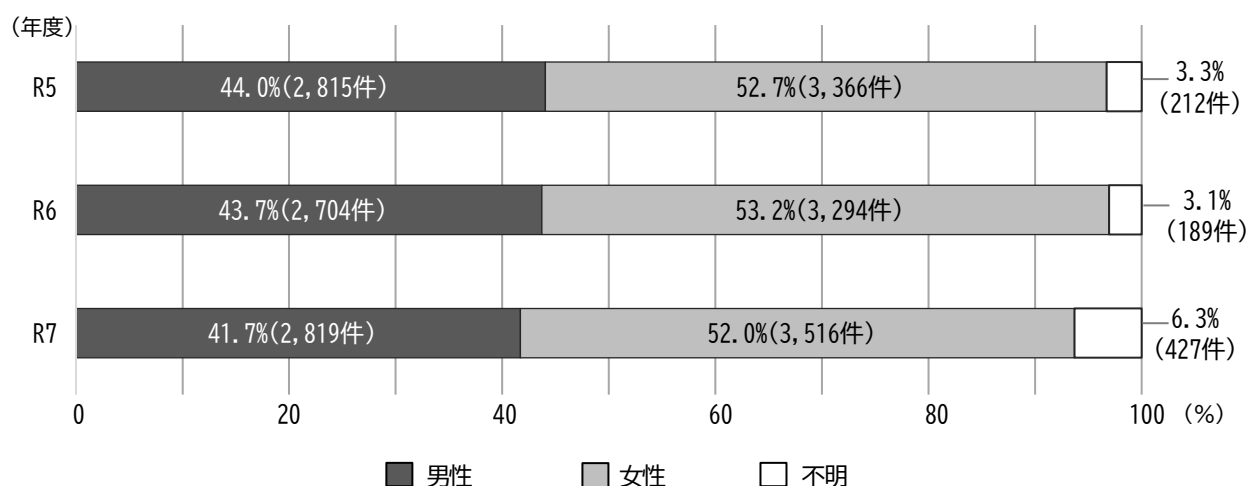
(参考) 相談の説明 苦情相談 契約トラブルなどに関する相談

一般相談 契約トラブルが発生していない相談及び問い合わせ

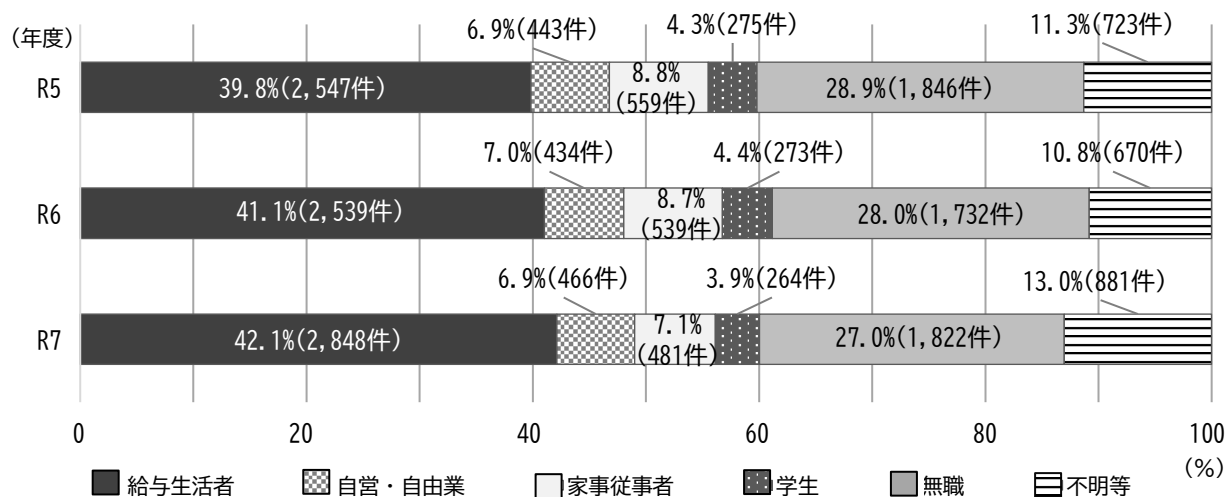
〈図2〉相談方法別件数（苦情相談）



〈図3〉性別件数（苦情相談）



〈図4〉職業別件数（苦情相談）



〈表9〉年代別件数（苦情相談）

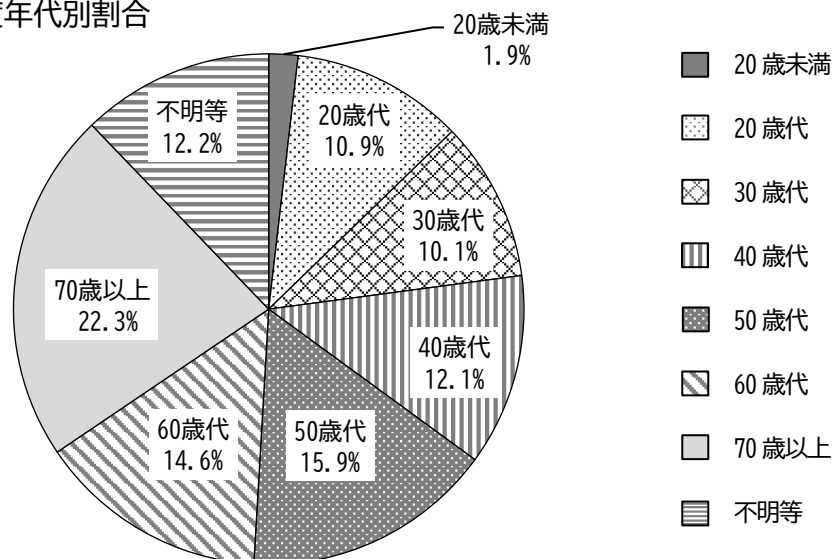
	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度
合計	5,265	6,371	6,393	6,187	6,762
20歳未満	133	163	162	157	125
20歳代	585	765	682	589	737
30歳代	641	625	626	597	686
40歳代	736	878	839	733	821
50歳代	819	1,084	1,035	1,027	1,075
60歳代	708	879	921	999	988
70歳以上	1,205	1,456	1,489	1,496	1,506
不明等	438	521	639	589	824

〈図5〉年代別割合（苦情相談）

（年度）



〈図6〉令和7年度年代別割合



〈表 10〉商品及びサービス別（大分類）苦情相談件数

	商品大分類	令和5年度	令和6年度	令和7年度
商品	商品一般 ※	646	782	758
	食料品	389	485	482
	住居品	289	281	285
	光熱水品	112	105	90
	被服品	348	324	392
	保健衛生品	567	626	690
	教養娯楽品	530	373	496
	車両・乗り物	205	150	184
	土地・建物・設備	118	157	154
	他の商品	7	7	13
商品計		3,211	3,290	3,544
役務	クリーニング	21	19	9
	レンタル・リース・貸借	356	339	357
	工事・建築・加工	215	171	154
	修理・補修	71	81	99
	管理・保管	18	11	11
	役務一般	23	19	19
	金融・保険サービス	552	488	538
	運輸・通信サービス	500	498	553
	教育サービス	19	14	16
	教養・娯楽サービス	530	438	426
	保健・福祉サービス	312	297	408
	他の役務	411	378	419
	内職・副業・ねずみ講	80	90	118
	他の行政サービス	35	14	13
役務計		3,143	2,857	3,140
他の相談		39	40	78
合 計		6,393	6,187	6,762

※商品一般とは

商品関連であることが明確であるが、上記の食料品から他の商品までのいずれであるかを特定できない、又は特定する必要のないもの。

イ 商品及びサービス別の傾向

令和7年度の苦情相談のうち、商品及びサービス別では、表11のとおり、「商品一般」「不動産貸借」「基礎化粧品」に分類される相談が上位となっている。「商品一般」は前年度に比べて減少したものの、近年は件数の増加傾向が続いており、これは架空請求のほか、実在する事業者（通販サイトや宅配便事業者、金融機関等）をかたる偽SMS（ショートメッセージサービス）や、公的機関や電話会社をかたる不審な電話に関する相談が多いためである。「不動産貸借」の件数は微増しており、賃貸物件退去時の原状回復についての相談が多い。「基礎化粧品」は、インターネット通販での定期購入に関するトラブルの相談が大部分を占めている。

前年度より件数が増えた「エステティックサービス」は、事業者の破産等により解約・返金を求める相談が増加したためである。

〈表11〉商品及びサービス別（中分類）苦情相談件数（上位10位）

	令和5年度	令和6年度	令和7年度
1位	商品一般	商品一般	商品一般
	646	782	758
2位	不動産貸借	不動産貸借	不動産貸借
	316	314	335
3位	フリーローン・サラ金	基礎化粧品	基礎化粧品
	239	295	265
4位	工事・建築	他の健康食品	フリーローン・サラ金
	208	243	219
5位	基礎化粧品	フリーローン・サラ金	他の健康食品
	188	203	218
6位	インターネット接続回線	工事・建築	エステティックサービス
	172	166	192
7位	役務その他サービス	インターネット接続回線	役務その他サービス
	153	162	187
8位	エステティックサービス	役務その他サービス	インターネット接続回線
	144	140	174
9位	他の健康食品	医療サービス	工事・建築
	133	112	148
10位	携帯電話サービス	携帯電話サービス	携帯電話サービス
	115	107	141

ウ 年代別の傾向

年代別では、表 12 のとおり、全年代において「商品一般」が上位となっている。また、20 歳未満から 40 歳代では「エステティックサービス」が、20 歳代から 50 歳代では「不動産貸借」「フリーローン・サラ金」の相談が多い。「基礎化粧品」は 40 歳代から 70 歳以上で、「他の健康食品」は 20 歳未満と 50 歳代以上で上位となっている。「他の内職・副業」は 20 歳代と 30 歳代で、「役務その他サービス」は 40 歳代と 60 歳代で相談が多い。

特定の年代からの相談が多い商品・サービスとして、20 歳未満は「インターネットゲーム」、60 歳代は「メイクアップ化粧品」、70 歳以上は「インターネット接続回線」などがある。

令和 5 年度に増加した「他の内職・副業」に関する苦情相談件数の総数は、表 13 のとおり令和 7 年度はさらに増加し、20 歳代以下の相談件数は減少したものの約 35% を占めている。簡単に稼げるという SNS 広告などをきっかけとして投資や副業サイトに登録したところ、メッセージアプリに誘導され、高額なサポートプランや情報商材の契約を勧誘されたという相談が多く寄せられている。サラ金等からの高額な借入れ手続きを誘導されるケースも少なくない。

〈表 12〉年代別・商品及びサービス別（中分類）苦情相談件数（上位 5 位）

	20 歳未満		20 歳代	30 歳代	40 歳代		50 歳代	60 歳代	70 歳以上
1 位	インターネットゲーム		エステティックサービス	不動産貸借	不動産貸借		商品一般	商品一般	商品一般
	21		114	60	67		87	92	225
2 位	エステティックサービス		不動産貸借	商品一般	商品一般		基礎化粧品	基礎化粧品	基礎化粧品
	9		58	47	60		55	74	84
3 位	商品一般	携帯電話サービス	商品一般	フリーローン・サラ金	フリーローン・サラ金		不動産貸借	他の健康食品	他の健康食品
	6	6	46	44	49		54	41	59
4 位	他の健康食品	医療サービス	フリーローン・サラ金	エステティックサービス	基礎化粧品		他の健康食品	メイクアップ化粧品	インターネット接続回線
	5	5	39	32	27		51	38	50
5 位	パソコン		他の内職・副業	他の内職・副業	エステティックサービス	役務その他サービス	フリーローン・サラ金	役務その他サービス	金融関連サービスその他
	4		31	29	21	21	36	30	46

〈表 13〉他の内職・副業の苦情相談件数

（ ）内は 20 歳代以下内訳件数

	令和 3 年度	令和 4 年度	令和 5 年度	令和 6 年度	令和 7 年度
相談件数	52 (33)	43 (23)	71 (42)	76 (37)	94 (33)

エ 販売購入形態別の傾向

販売購入形態別では、表 14 のとおり、「通信販売」の割合が最も高い。「通信販売」の主な商品・サービスは「基礎化粧品」や「他の健康食品」で、定期購入に関する相談が多い。構成比はいずれの販売形態も前年度とほぼ同じ割合で推移している一方、「電話勧誘販売」が増加し、インターネット接続回線や固定電話サービスの契約に関する相談が多い。また、前年度に比べて増加率が最も高い「ネガティブ・オプション」では魚介類や健康食品に関する相談が多い。

〈表 14〉販売購入形態別苦情相談件数

		令和 5 年度	令和 6 年度	令和 7 年度	構成比	前年度比	主な商品・ サービス
特殊販売 (無店舗販売)	通信販売	2,599	2,518	2,744	49.6%	109.0%	基礎化粧品 他の健康食品
	訪問販売	352	313	308	5.6%	98.4%	工事・建築 修理サービス
	電話勧誘販売	447	436	634	11.5%	145.4%	インターネット接続回線 固定電話サービス
	マルチ・マルチまがい	31	27	23	0.4%	85.2%	他の健康食品
	訪問購入	60	38	31	0.6%	81.6%	ネックレス、貴金属
	ネガティブ・オプション	40	23	48	0.9%	208.7%	魚介類、健康食品
	その他無店舗販売	40	36	29	0.5%	80.6%	修理サービス
店舗購入		1,583	1,577	1,712	30.9%	108.6%	不動産貸借 エステティックサービス
合 計		5,152	4,968	5,529	100.0%	111.3%	

※不明・無関係を除く

(参考) 特殊販売の説明

通 信 販 売	通信手段（郵便、電話、ファクシミリ、インターネット等）を用いて契約するもの
訪 問 販 売	家庭訪販、職場訪販、1 日だけ開催する展示販売、S F 商法、販売目的を隠した誘引方法、キャッチセールス、アポイントメントセールス等
電 話 勧 誘 販 売	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、電話の勧誘により、郵便等で契約を締結するもの
マルチ・マルチまがい	商品等の販売組織に加入させるため、別の者を加入させれば利益（特定利益）が得られると勧誘し、何らかの金銭負担（特定負担）をさせるもの
訪 問 購 入	店舗以外の場所（消費者の自宅等）で、業者が物品の購入（不用品の買い取り等）を行うもの
ネガティブ・オプション	購入申し込みがないのに商品を一方的に送りつけ代金を請求するもの
その他の無店舗販売	露店・屋台店等、2 日以上での展示販売

オ 処理結果別の傾向

処理結果別では、表 15 のとおり、相談者に必要な情報を提供して自主解決の方法をアドバイスする「助言（自主交渉）」が最も多い。また、相談者が高齢であるなど、相談者本人による自主交渉が難しいと予想される場合や自主交渉では解決できなかった場合などは、消費生活センターが「あっせん」（相談者と事業者との話し合いによる解決のための調整）を行う。「あっせん」を行った相談の約 9 割が「あっせん解決」となっている。

〈表 15〉 処理結果別苦情相談件数

		令和 5 年度		令和 6 年度		令和 7 年度	
合 計		6,393	100.0%	6,187	100.0%	6,762	100.0%
内 訳	他機関紹介	227	3.5%	132	2.1%	141	2.1%
	助言（自主交渉）	4,062	63.5%	4,158	67.2%	4,529	67.0%
	その他情報提供	1,408	22.0%	1,274	20.6%	1,423	21.0%
	あっせん解決	522	8.2%	434	7.0%	501	7.4%
	あっせん不調	62	1.0%	53	0.9%	47	0.7%
	処理不能	61	1.0%	69	1.1%	67	1.0%
	処理不要	44	0.7%	54	0.9%	43	0.6%
	処理継続中	7	0.1%	13	0.2%	11	0.2%
即日処理件数		5,247	82.1%	5,236	84.6%	5,860	86.7%

（参考）処理結果別の説明

他 機 関 紹 介 消費生活センターの業務範囲外の相談のため、本来の相談機関を紹介したもの

助 言（自 主 交 渉） 相談者が自主交渉することで解決する可能性のある相談について、自主解決の方法をアドバイスしたもの

そ の 他 情 報 提 供 消費生活センターの業務範囲内の相談だが、あっせんや助言（自主交渉）に該当せず、他機関を紹介したものなど

あ っ せ ん 解 決 あっせんの結果、解決がみられたもの

あ っ せ ん 不 調 あっせんにもかかわらず解決をみなかったもの

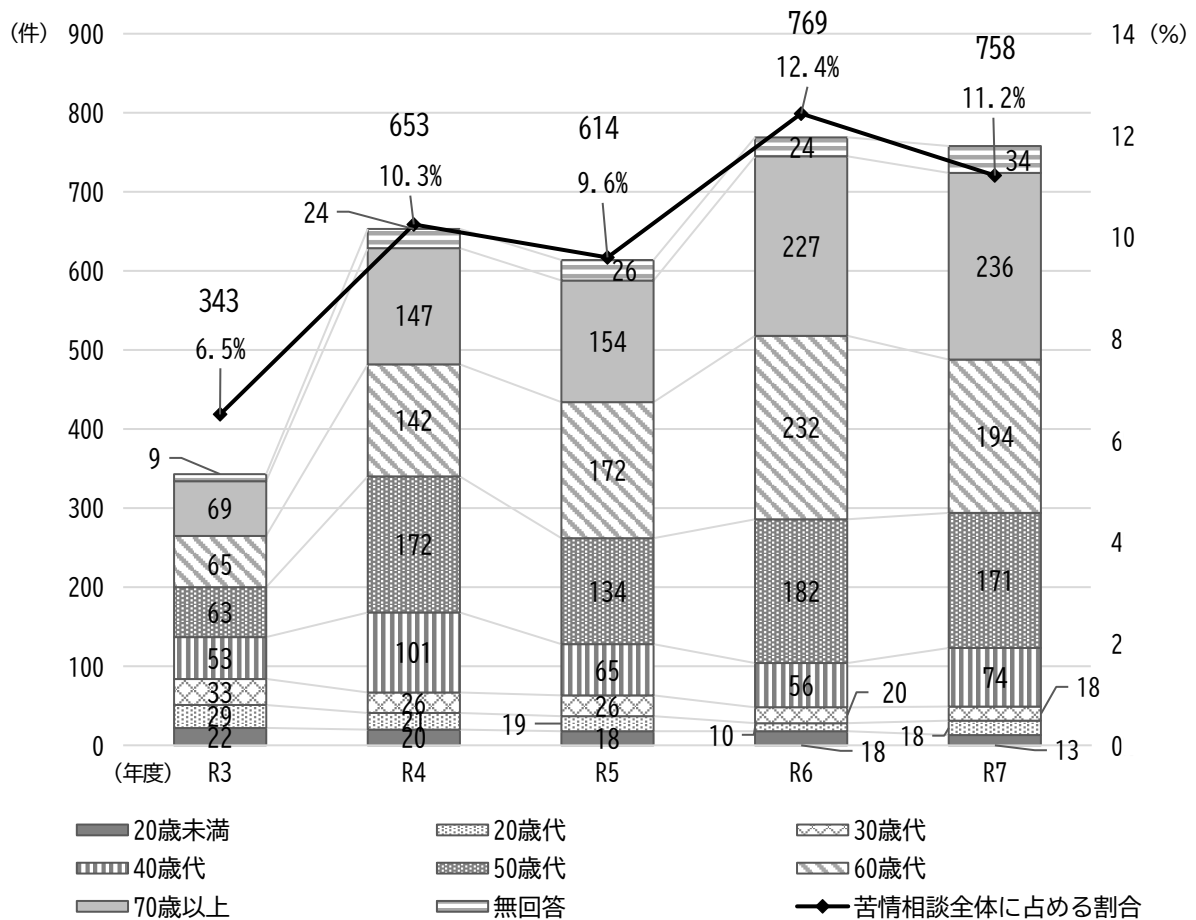
処 理 不 能 相談者や事業者と連絡が取れなくなったなど、何らかの物理的理由で処理できなかったもの

処 理 不 要 相談者が処理を望んでいない場合や取り下げた場合など

② 定期購入に関する相談

定期購入に関する相談では、初回限定で商品を安価に購入できることをうたったSNS広告等を見て「お試し」「1回だけ」のつもりで注文したが、複数回の購入が条件の定期購入だったという相談や、事業者への電話がつながらず解約できないという相談が多く寄せられている。相談件数は前年度から微減したものの高水準で推移しており、苦情相談全体の11.2%を占めている。年代別で見ると、前年度と比べて、20歳代、40歳代及び70歳以上で増加しており、50歳代以上が相談の約8割を占めている。また、商品及びサービス別件数では、「化粧品」が突出し、「健康食品」「医薬品」と合わせると9割以上を占めている。

〈図7〉定期購入相談件数



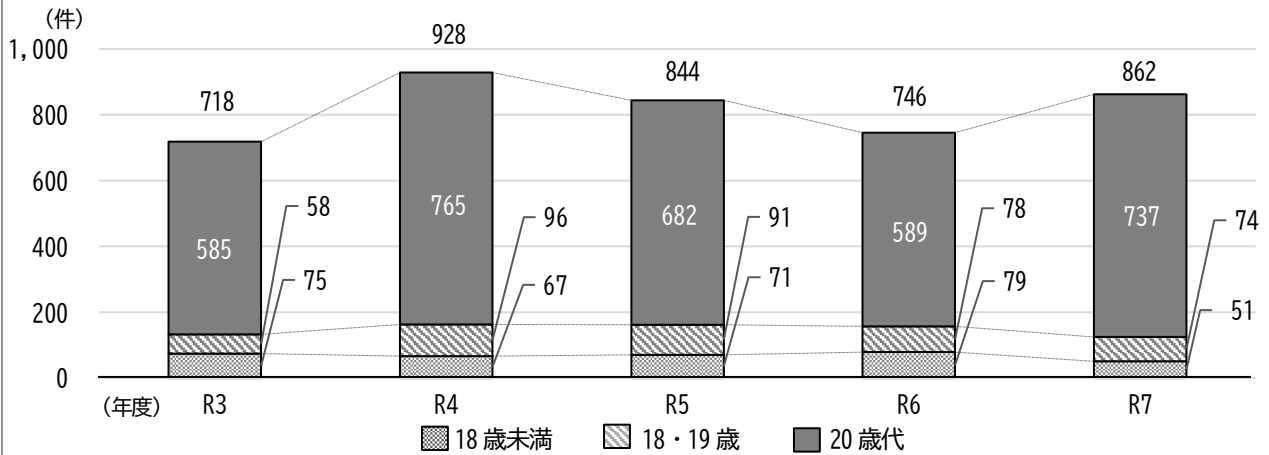
〈表16〉定期購入 商品及びサービス別件数

	商品・サービス	相談件数
1位	化粧品	453
2位	健康食品	197
3位	医薬品	38
4位	他の教養娯楽品	24
5位	飲料/調理食品/履物/ 他の保健衛生品	各5

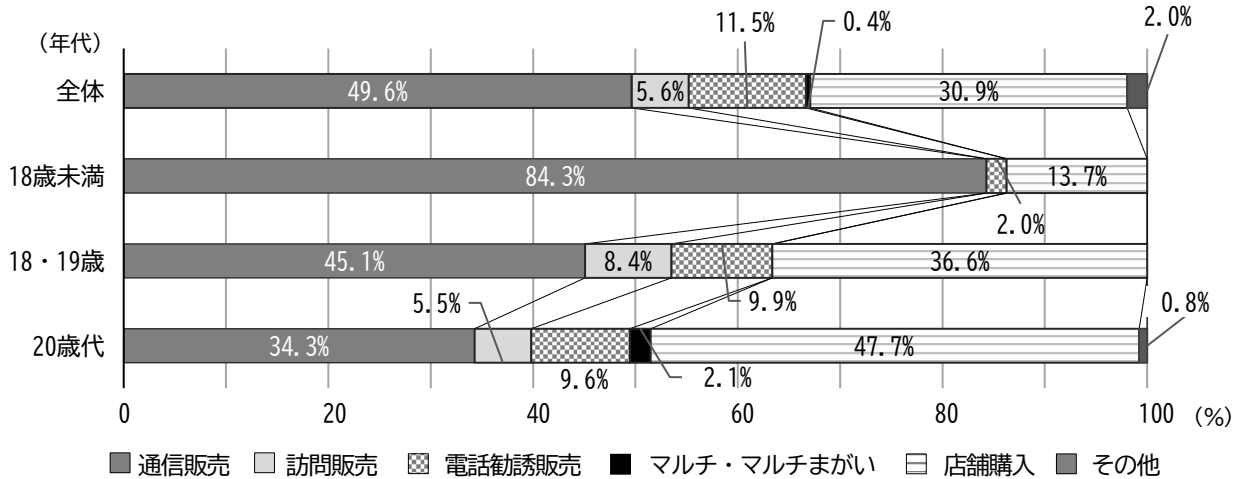
③ 若者からの相談

若者からの相談については、前年度に比べて 116 件の増加となった。販売購入形態別にみると、図 9 のとおり、18 歳未満の約 8 割が通信販売に関する相談であり、「インターネットゲーム」に関する相談が全相談件数の 3 割以上を占めている。成年年齢である 18 歳以降の年代では店舗購入の割合が高く、18・19 歳では、「エステティックサービス」「医療サービス」に関する相談が多く、20 歳代では「エステティックサービス」「不動産貸借」の相談が多い。

〈図 8〉若者の年代別相談状況の推移



〈図 9〉販売購入形態別 若者世代の比較



〈表 17〉各年代の商品サービス別件数

【18 歳未満】

商品・サービス名	件数
インターネットゲーム	18
商品一般	3
他の健康食品/上着/音響・映像ソフト/携帯電話サービス/映像配信サービス/エステティックサービス	各 2

【18・19 歳】

商品・サービス名	件数
エステティックサービス	7
医療サービス	5
携帯電話サービス	4

【20 歳代】

商品・サービス名	件数
エステティックサービス	114
不動産貸借	58
商品一般	46

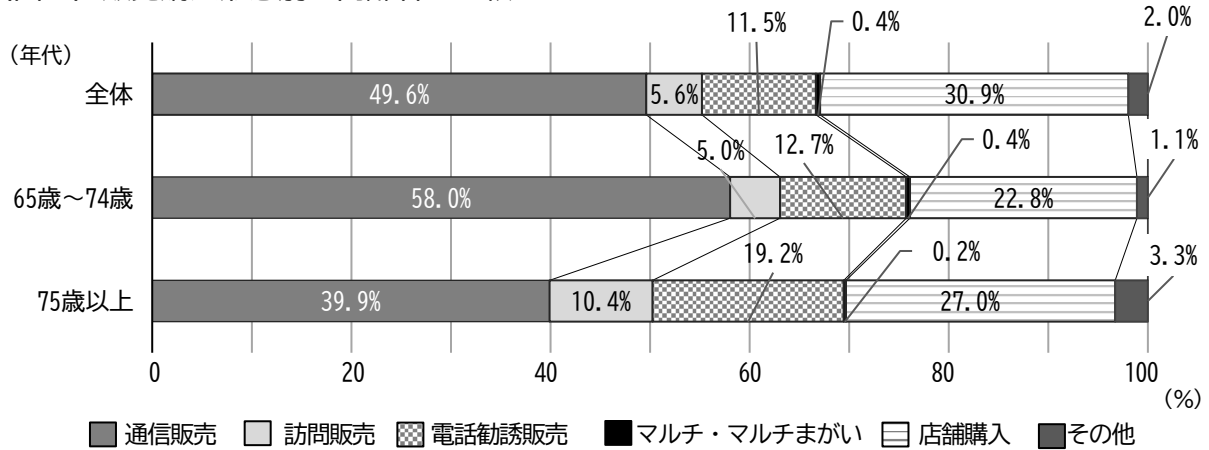
④ 高齢者からの相談

高齢者からの相談について、販売購入形態別にみると、全体に比べて 65 歳～74 歳では「通信販売」の割合が高く、75 歳以上では「訪問販売」と「電話勧誘販売」の割合が高くなっている。

表 18 のとおり、「訪問販売」では自宅の屋根やリフォーム工事に関連した工事・建築が最も多く、修理サービス、インターネット接続回線に関する相談も多く寄せられている。また、表 19 のとおり、「電話勧誘販売」では、商品一般（海外からの不審な電話、公的機関や電話会社をかたる不審な電話に関する相談など商品を選定できない相談）や固定電話サービス、インターネット接続回線に関する相談が続いている。

65 歳以上の相談者の状況では、本人以外からの相談割合が高齢になるほど高くなっており、家族や本人と接する機会の多い周囲の方から相談が寄せられている。

〈図10〉販売購入形態別 高齢者の比較



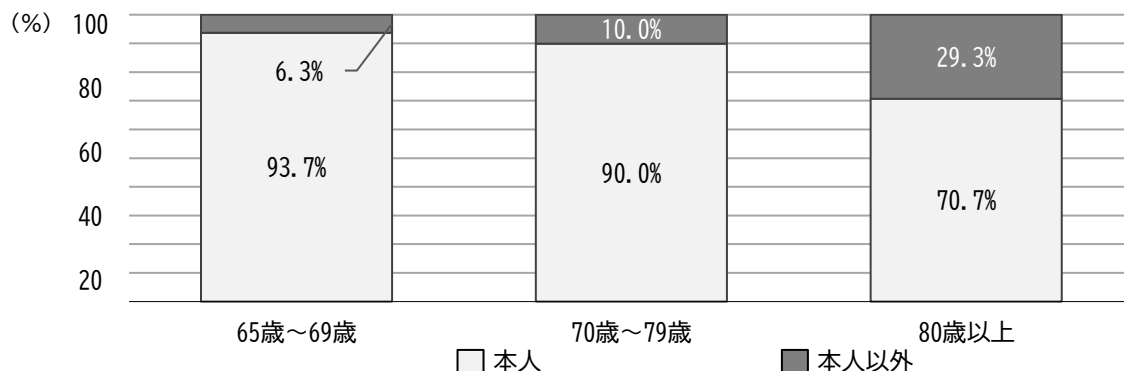
〈表 18〉 65 歳以上の訪問販売内訳件数

商品・サービス名	件数
工事・建築	29
修理サービス	16
インターネット接続回線	12
その他	66

〈表 19〉 65 歳以上の電話勧誘販売内訳件数

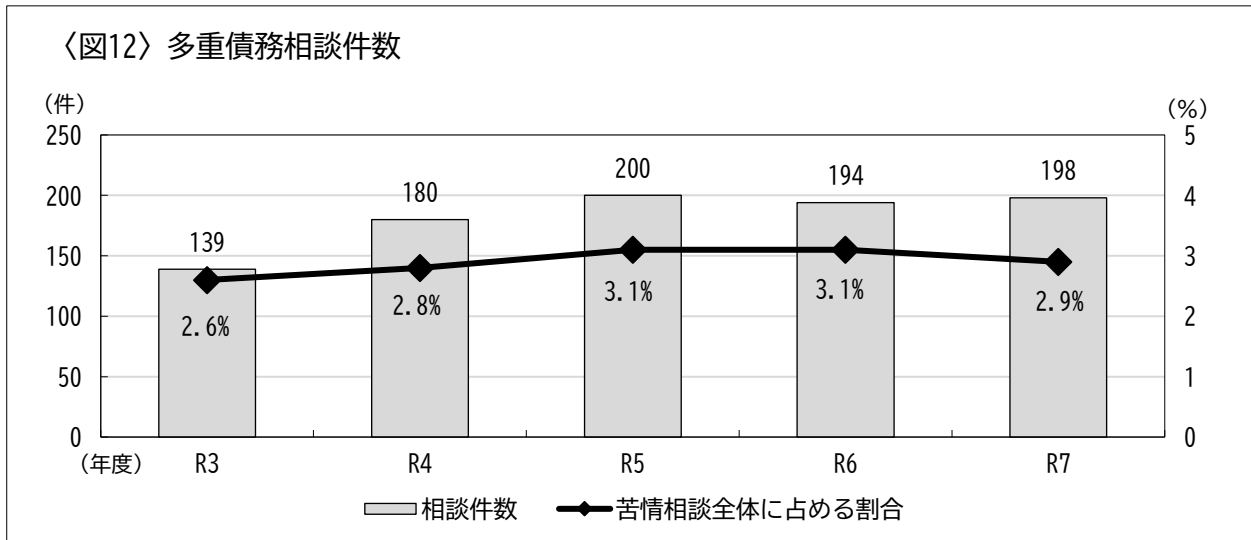
商品・サービス名	件数
商品一般	117
固定電話サービス	28
インターネット接続回線	23
その他	88

〈図 11〉 65 歳以上の相談者の状況



⑤ 多重債務に関する相談

令和7年度に寄せられた多重債務相談は198件で、相談件数は微増、苦情相談全体に占める割合は微減となっている。令和7年度に受付を行った多重債務相談のうち、他機関につないだ件数は、仙台弁護士会31件、公益財団法人日本クレジットカウンセリング協会40件、みやぎ青葉の会83件である。



⑥ インターネット消費生活相談

令和5年度から相談受付時間内に電話や来所が困難な消費者等を対象に、オンライン申請システムを利用して消費生活に関する相談を受け付け、メールで回答するインターネット消費生活相談を実施している。令和7年度に寄せられた相談件数は55件で、20歳代からの相談が最も多い。センターの受付時間外の利用が8割を占めた一方、受付時間内の相談も寄せられており、メールを媒体としたインターネット相談に一定の需要があると考えられる。

〈表20〉 年代別・受付時間別相談件数

【年代別】

	令和5年度	令和6年度	令和7年度
20歳未満	1	0	1
20歳代	6	1	18
30歳代	2	7	12
40歳代	3	2	15
50歳代	2	4	6
60歳代	0	2	2
70歳代	0	1	1
合計	14	17	55

【受付時間別】

	令和5年度	令和6年度	令和7年度
相談受付時間内	8	5	11
相談受付時間外	6	12	44
合計	14	17	55

※ 電話・来所相談受付時間内の受付か否か