

(速報)消費生活相談の概要<2025年4月～2026年3月>

東三河広域連合消費生活相談センター・相談室

令和8(2026)年5月

令和7年度(2025年4月～2026年3月)に寄せられた消費生活相談件数は、4,841件でした。前年度と比べ、425件増加(約9.6%増)しています。一方、愛知県全体では約7.2%増、全国では約9.1%増となっています。

■相談者居住地別件数(表1-1)

構成比合算は計と一致しない場合があります

区分	豊橋市	豊川市	蒲郡市	新城市	田原市	町村※	その他	計	
2025年4月～2026年3月	2,556	1,289	402	193	251	34	116	4,841	
構成比(%)	52.8	26.6	8.3	4.0	5.2	0.7	2.4	100.0	
前年度	2,279	1,094	389	179	292	34	149	4,416	
対前年度	件数(件)	277	195	13	14	△41	0	△33	425
	率(%)	12.2	17.8	3.3	7.8	△14.0	0.0	△22.1	9.6

※町村は設楽町・東栗町・豊根村の合計。その他は無回答とその他地域。

■相談窓口別件数(表1-2)

構成比合算は計と一致しない場合があります

区分	総合センター	豊川センター	蒲郡相談室	新城相談室	田原相談室	計	
2025年4月～2026年3月	3,312	1,421	56	26	26	4,841	
構成比(%)	68.4	29.4	1.2	0.5	0.5	100.0	
前年度	2,528	1,110	287	213	278	4,416	
対前年度	件数(件)	784	311	△231	△187	△252	425
	率(%)	31.0	28.0	△80.5	△87.8	△90.6	9.6

○相談者居住地別では、豊橋市、豊川市、蒲郡市、新城市は増加し、田原市は減少しました。

○相談窓口の体制変更(蒲郡・新城・田原を相談室とし週1～2日相談員が来所対応)により総合・豊川センターへの相談は大きく増加しました。

○全体としては引き続きインターネット通販の相談が最多(1,177件→1,384件)でしたが、定期購入に関する相談は減少(479件→456件)しました。インターネット通販での購入商品として、最も多いのは化粧品(272件→265件)で、次に多い健康食品(115件→107件)とともに減少しました。また、電子広告やSNSをきっかけとする相談(707件→794件、476件→531件)や電話勧誘販売に関する相談(380件→458件)は増加しました。電子広告・定期購入では、化粧品の購入が最も多く(232件→228件、298件→277件)、電話勧誘販売では、インターネット通信サービスに関する相談(40件→61件)が増加しました。

■相談者年代別件数(表2)

※構成比合算は計と一致しない場合があります

区分	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上	不明	計	
2025年4月～2026年3月	36	362	457	695	892	893	1,051	455	4,841	
構成比(%)	0.7	7.5	9.4	14.4	18.4	18.4	21.7	9.4	100.0	
前年度	36	343	349	586	903	839	963	397	4,416	
対前年度	件数(件)	0	19	108	109	△11	54	88	58	425
	率(%)	0.0	5.5	30.9	18.6	△1.2	6.4	9.1	14.6	9.6

○年代別では30代と40代が大きく増加し、50代は減少しました。

【内訳・詳細】

・「SNSを活用した商品購入など」への相談は、531件で増加しました。

(前年度476件)

・「判断が不十分な方への契約」に関する相談は、87件で大きく増加しました。

(前年度68件)

・「未成年者への契約」に関する相談は、58件で大きく増加しました。

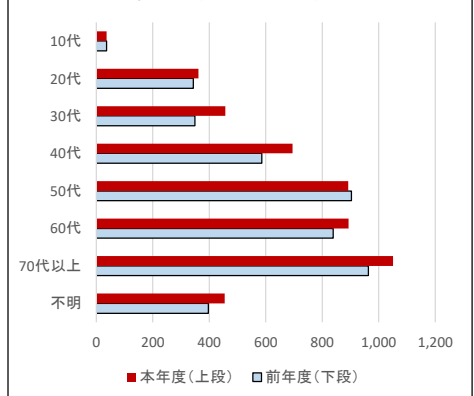
(前年度41件)

・「心身障がい者への契約」に関する相談は、196件で減少しました。

(前年度223件)

・絶対儲かると言われて、デジタルツールを購入する「情報商材」関連の相談は、13件で大きく減少しました。(前年度30件)

年齢別相談件数
(各年4月～翌年3月)



■品目別相談件数(表3-1)

※構成比合算は計と一致しない場合があります

区分	商品計 ①	商品のうち主なもの				サービス計 ②	サービスのうち主なもの				他の相談計 ③	計 ①+②+③
		商品一般	保健 衛生品	教養 娯楽品	食料品		金融・保険	運輸・通信	教養・娯楽	他の役務		
2025年4月～ 2026年3月	2,424	509	453	298	296	2,332	487	436	374	266	85	4,841
構成比(%)	50.1	10.5	9.4	6.2	6.1	48.2	10.1	9.0	7.7	5.5	1.8	100.0
前年度	2,241	562	421	283	275	2,076	479	284	302	296	99	4,416
対 前年度	件数(件)	183	△ 53	32	15	21	256	8	152	72	△ 30	425
	率(%)	8.2	△ 9.4	7.6	5.3	7.6	12.3	1.7	53.5	23.8	△ 10.1	9.6

①商品計は、2,424件(前年度比183件・8.2%)で増加しました。

商品分類では「商品一般」が最も多く509件(前年度比△53件・△9.4%)で減少しました。

次に、化粧品の定期購入等に関する相談を含む「保健衛生品」で453件(前年度比32件・7.6%)と増加しました。

②サービス計は、2,332件(前年度比256件・12.3%)で増加しました。

サービス分類では「金融・保険」が最も多く、487件(前年度比8件・1.7%)で増加しました。

次に、回線切り替えやWi-Fi契約などを含む「運輸・通信」で436件(前年度比152件・53.5%)と大きく増加しました。

■商品等別相談件数(表3-2)

区分(順位)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	10	
2025年4月～ 2026年3月	商品一般	フリーローン・サラ金	賃貸 アパート	他の 健康食品	役務その他 サービス	化粧 クリーム	光 ファイバー	携帯電話 サービス	金融関連 サービス	普通・小型 自動車	他の 内職・副業	
	509	213	161	142	129	121	106	105	74	66	66	
前年度	562	258	93	105	137	128	66	71	50	60	50	
対 前年度	件数(件)	△ 53	△ 45	68	37	△ 8	△ 7	40	34	24	6	16
	率(%)	△ 9.4	△ 17.4	73.1	35.2	△ 5.8	△ 5.5	60.6	47.9	48.0	10.0	32.0

・「商品一般」に関する相談は509件(前年度比△53件・△9.4%)で減少しました。

・「賃貸アパート」に関する相談は161件(前年度比68件・73.1%)で大きく増加しました。

・アナログ回線切り替えに伴う契約を含む「光ファイバー」に関する相談は106件(前年度比40件・60.6%)で大きく増加しました。

■販売購入形態別相談件数(表4)

※構成比合算は計と一致しない場合があります

区分	店舗購入	店舗外取引に関する相談					店舗外 取引	不明・ 無関係	計	
		通信販売	電話勧誘 販売	訪問 販売	マルチ 商法	その他				
2025年4月～ 2026年3月	988	1,757	383	283	34	47	2,504	1,349	4,841	
構成比(%)	20.4	36.3	7.9	5.8	0.7	1.0	51.7	27.9	100.0	
前年度	985	1,504	275	302	17	53	2,151	1,280	4,416	
対 前年度	件数(件)	3	253	108	△ 19	17	△ 6	353	69	425
	率(%)	0.3	16.8	39.3	△ 6.3	100.0	△ 11.3	16.4	5.4	9.6

○店舗購入は988件(前年度比3件・0.3%)で微増しました。

○店舗外取引は2,504件(前年度比353件・16.4%)で増加しました。

【内訳・詳細】

・店舗購入では「賃貸アパート」に関する相談が91件(前年度67件)で最も多く、次いで「フリーローン・サラ金」が60件(前年度87件)でした。

・店舗外取引では「通信販売」が1,757件(前年度1,504件)で最も多く、次いで、「電話勧誘販売」が383件(前年度275件)でした。

・「通信販売」では「化粧クリーム」が114件(前年度126件)で最も多く、次いで「他の健康食品」が111件(前年度91件)でした。

・「電話勧誘販売」では「商品一般」が53件(前年度42件)で最も多く、次いで「光ファイバー」が48件(前年度31件)でした。

・「訪問販売」では「修理サービス」が25件(前年度19件)で最も多く、次いで「電気」が19件(前年度7件)でした。

・その他に含まれる「訪問購入」は32件(前年度40件)でした。

