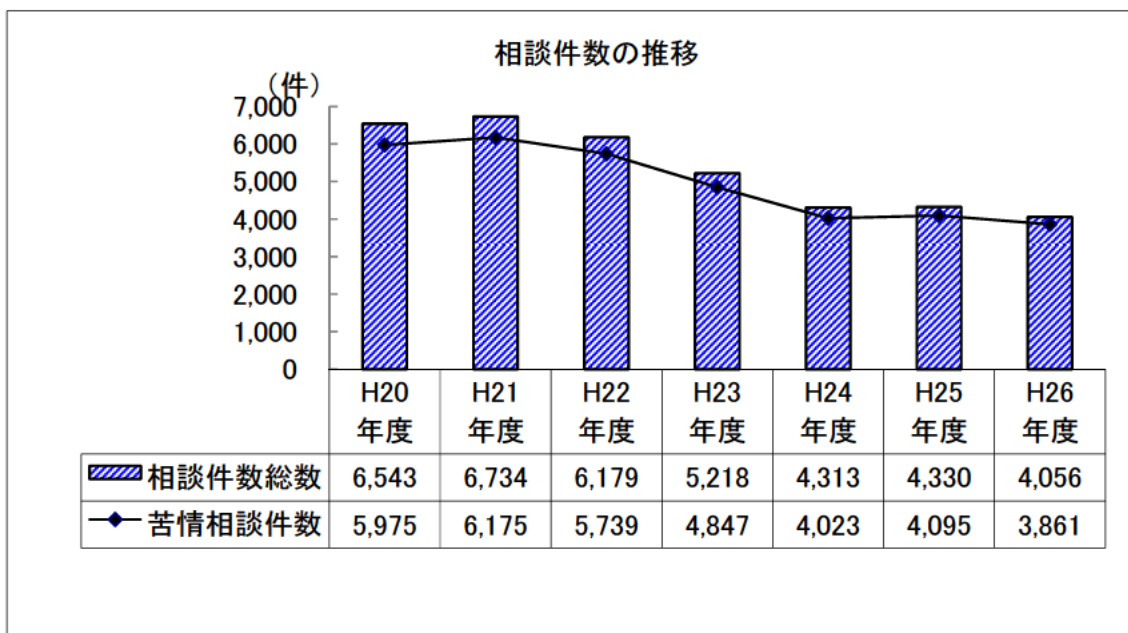


三重県消費生活センターの相談件数等の概要（平成 26 年度）

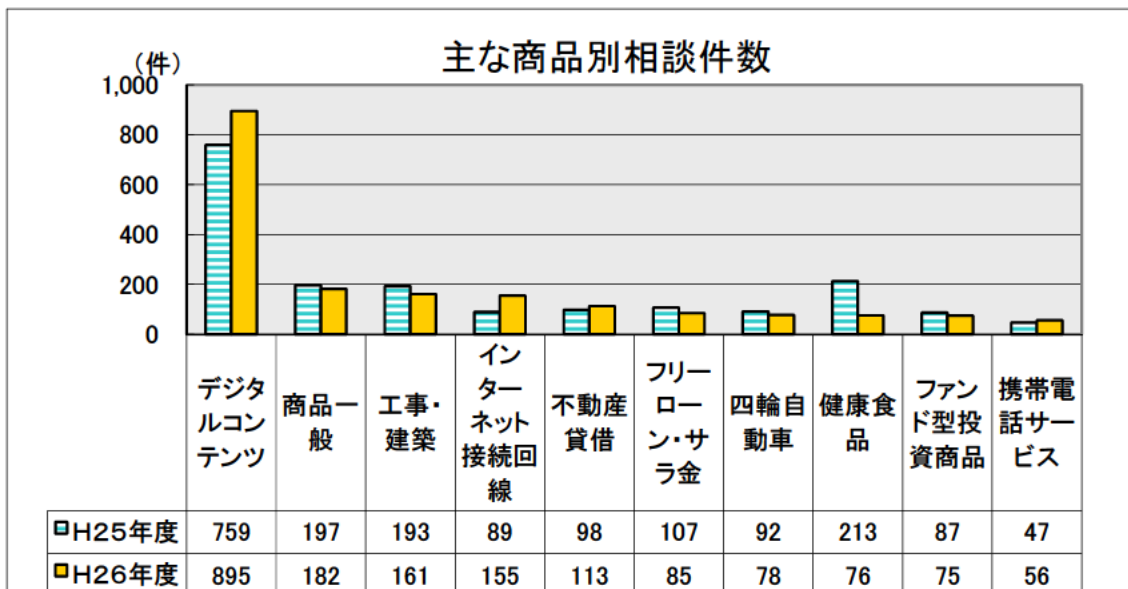
平成 26 年 4 月から平成 27 年 3 月までの 1 年間に、三重県消費生活センターで受け付けた消費生活相談件数等の概要をお知らせします。

1. 相談件数全般に関する概要



- ・相談件数総数は 4,056 件で、25 年度に比べて 6.3%（274 件）減少しました。
- ・相談件数総数のうち、問い合わせ等を除く消費生活苦情相談件数は 3,861 件で、25 年度に比べて 5.7%（234 件）減少しました。
- ・消費生活苦情相談件数の中で、架空・不当請求に関する相談は、947 件で、25 年度に比べて 31.0%（224 件）増加しました。

2. 商品・役務別にみた概要



- ・商品・役務別にみると、「デジタルコンテンツ」が895件で、25年度に比べて136件、17.9%増加し、最も多い相談でした。
- ・商品の特定されない架空請求等の「商品一般」は182件で、25年度に比べて15件、7.6%減少しました。
- ・「工事・建築」は161件で、25年度に比べて32件、16.6%減少しました。
- ・「インターネット接続回線」は155件で、25年度に比べて66件、74.2%増加しました。
- ・「不動産貸借」は113件で、25年度に比べて15件、15.3%増加しました。
- ・「フリーローン・サラ金」は、25年度に比べて22件、20.6%減少しました。なお、県では20年度より、多重債務者相談連携システム（多重債務相談を受け付けた場合、債務状況を聞いた後に専門機関【弁護士・司法書士】を紹介する。）を立ち上げましたが、26年度は6人がシステムを利用しました。
- ・「四輪自動車」は25年度に比べて14件、15.2%減少しました。
- ・「健康食品」は76件で25年度に比べて137件、64.3%減少しました。注文した覚えのない商品を送り付けようとする送り付け商法の減少を反映しています。
- ・「ファンド型投資商品」は25年度に比べて12件、13.8%減少しました。
- ・「携帯電話サービス」は25年度に比べて9件、19.1%増加しました。

3. 契約当事者性別にみた概要

	男性		女性	
	商品・役務名	件数	商品・役務名	件数
1	デジタルコンテンツ	601	デジタルコンテンツ	286
2	工事・建築	97	商品一般	105
3	インターネット接続回線	91	インターネット接続回線	58
4	商品一般	68	健康食品	58
5	不動産貸借	60	工事・建築	56

・契約当事者の性別で見ると、男性の割合が 50.4% (1,945 人)、女性の割合が 45.1% (1,741 人) で、25 年度と比べ男性の割合が増加しました。

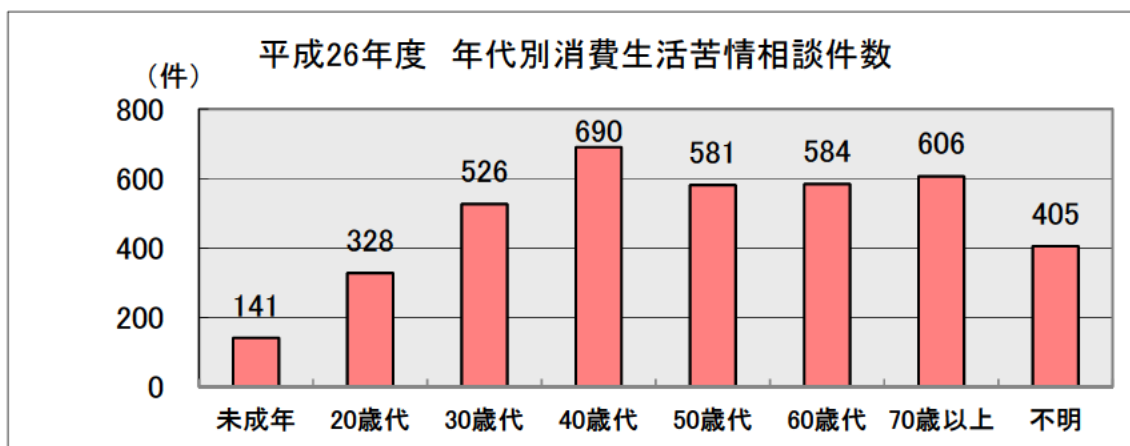
・男性については、「デジタルコンテンツ」が 601 件で最も多く、女性の 286 件に対して約 2 倍の件数となりました。次いで「工事・建築」が 2 番目に多く 97 件で、女性の 56 件に対して約 1.7 倍の件数となりました。

・女性については、「デジタルコンテンツ」に次いで、「商品一般」が 2 番目に多く 105 件で、男性の 68 件に対して約 1.5 倍の件数となりました。

・男性、女性ともに「インターネット接続回線」が 3 番目に多くなりました。

・その他に、男性は「不動産貸借」、女性は「健康食品」がそれぞれ上位に入りました。

4. 契約当事者年代別にみた概要



・契約当事者を年代別で見ると、件数は 40 歳代が 690 件（構成割合 17.9%）で最も多く、以下は 70 歳以上、60 歳代、50 歳代、30 歳代、20 歳代、未成年の順となりました。

・相談件数に占める割合は 25 年度に比べ 40 歳代からの相談が 2.7 ポイント、50 歳代からの相談が 1.3 ポイント、60 歳代からの相談が 0.2 ポイント増加しました。70 歳以上では 2.6 ポイント減少しましたが、60 歳以上の高齢者層からの相談が 30%を占めています。

・年代別の主な商品・役務については、60 歳代以下の全年代において、「デジタルコンテンツ」が最も多く、「インターネット接続回線」が全年代で、また「工事・建築」が未成年以

外の全年代で、「不動産貸借」が50歳代以下の全年代で10位以内に入りました。また「四輪自動車」が未成年と70歳以上を除く全年代で10位以内に入りました。

・70歳以上の高齢者からの相談については、「商品一般」が55件で最も多く、次いで「デジタルコンテンツ」が46件、「ファンド型投資商品」が42件、「健康食品」と「工事・建築」が33件でした。

・未成年からの相談については、「デジタルコンテンツ」が最も多く、全体の64.5%を占めました。

5. 販売購入形態別にみた概要

販売購入形態	件数	商品・役務名						
		1		2		3		
通信販売	1,422	デジタル コンテンツ	875	商品一般	36	健康食品	31	
店舗購入	1,064	不動産貸借	105	工事・建築	75	四輪自動車	65	
訪問販売	446	工事・建築	67	新聞	39	インターネット 接続回線	28	
電話勧誘販売	372	インターネット 接続回線	100	ファンド型 投資商品	60	健康食品	20	
マルチ商法	53	健康食品	13	化粧品	10	ファンド型 投資商品	6	
訪問購入	23	被服品一般	7	アクセサリ	7	医薬品、楽器 自動車、和服他	各 1	
ネガティブ オプション	13	化粧品	2	磁気治療器具、カステラ、健康食品、米、 カレンダー、茶碗、タオル、野菜、くつ下他				各 1

・25年度に比べて、「通信販売」が88件(6.6%)、「訪問販売」が12件(2.8%)、マルチ商法が6件(12.8%)増加しました。

・「通信販売」では、「デジタルコンテンツ」が742件から875件に133件増加しました。「商品一般」が41件から36件に減少し、「健康食品」が26件から31件に増加しました。

・「店舗購入」では、「不動産貸借」が85件から105件に増加し、「工事建築」が100件から75件に「四輪自動車」が83件から65件に減少しました。

・「訪問販売」では、「工事・建築」が71件から67件に「新聞」が49件から39件に減少し、「インターネット接続回線」が22件から28件に増加しました。

・「電話勧誘販売」では、「インターネット接続回線」が37件から100件に「ファンド型投資商品」が51件から60件に増加し、健康食品が135件から20件に激減しました。

・「マルチ商法」では、25年度と同様「健康食品」が最も多く、「訪問購入」では、「被服品一般」、「アクセサリ」が多い商品でした。

6. 販売方法・手口別にみた概要

販売方法・手口	26年度	25年度	商品・役務名(26年度)					
			1		2		3	
家庭訪販	339	347	工事・建築	57	新聞	38	インターネット接続回線	27
無料商法	231	145	デジタルコンテンツ	125	インターネット接続回線	13	工事・建築	9
二次被害	125	57	デジタルコンテンツ	44	複合サービス会員	27	興信所	8
サイドビジネス商法	42	37	内職・副業	11	化粧品	8	健康食品	5
利殖商法	39	80	ファンド型投資商品	23	集合住宅	5	預貯金・証券等	3
次々販売	38	43	工事・建築	9	ふとん類	4	エステサービス	3
点検商法	38	22	工事・建築	20	他の台所用品	6	給水設備、駆除サービス	各2
アポイントメントセールス	29	13	複合サービス会員	20	アクセサリ	2	エステサービス、婦人下着、ファンド型投資商品 家庭用電気治療器具 資格講座、集合住宅 教養娯楽サービス	各1
当選商法	23	22	宝くじ	5	デジタルコンテンツ	4	ファンド型投資商品	3
SF(催眠)商法	7	9	ふとん類	3	健康食品	2	健康器具、商品一般	各1

1件の相談で2つ以上の販売方法・手口が含まれる相談もあります。

- ・相談件数の最も多い「家庭訪販」の相談は25年度に比べて8件減少しました。上位2商品は25年度同様「工事・建築」、「新聞」で、3位は「ソーラーシステム」に代わり「インターネット接続回線」となりました。
- ・「無料商法」の相談が、25年度に比べて86件増加しました。その中で、全相談中最も多い「デジタルコンテンツ」が82件から125件に増加しました。
- ・「二次被害」の相談は、25年度に比べて2倍以上の増加でした。「デジタルコンテンツ」が6件から44件に増加しました。
- ・「サイドビジネス商法」の相談は25年度に比べ5件増加しました。
- ・「利殖商法」の相談は25年度に比べ半減しました。
- ・「次々販売」の相談は25年度に比べ5件の減少でした。
- ・「点検商法」の相談は25年度に比べ16件増加しました。「工事建築」が13件から20件に増加しました。
- ・「アポイントメントセールス」の相談は「複合サービス会員」が6件から20件に増加しました。
- ・「当選商法」、「SF(催眠)商法」の相談は25年度に比べ特に変動はありませんでした。