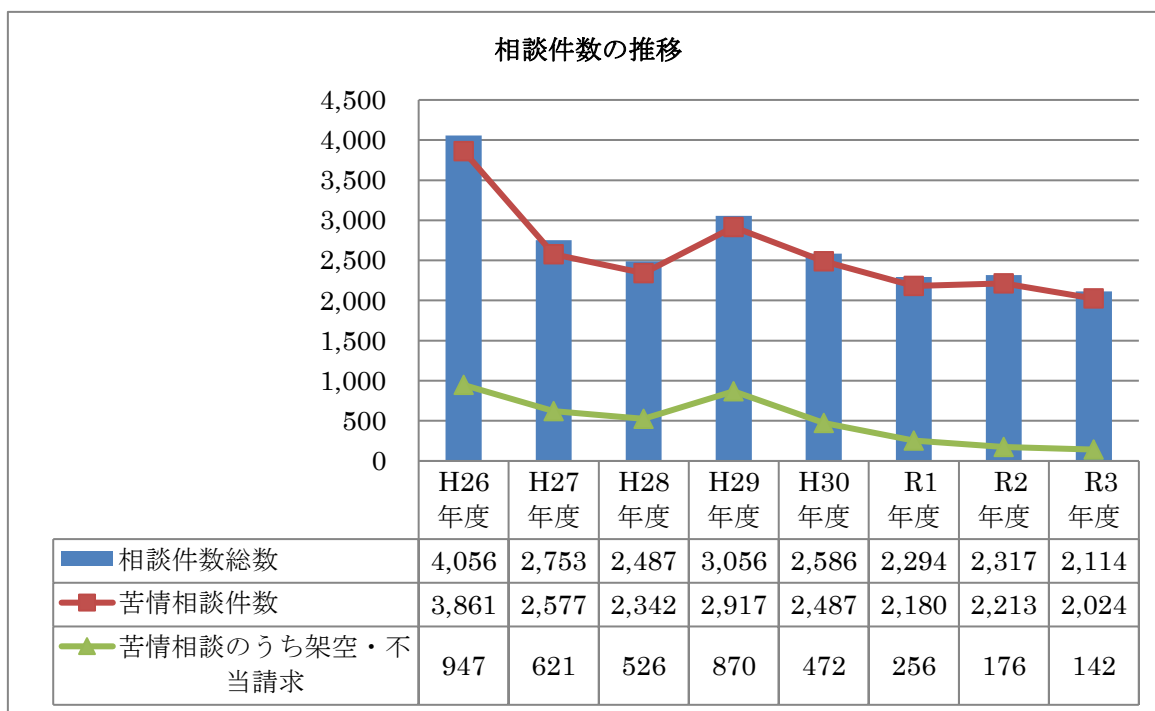


## 三重県消費生活センターの相談件数等の概要（令和3年度）

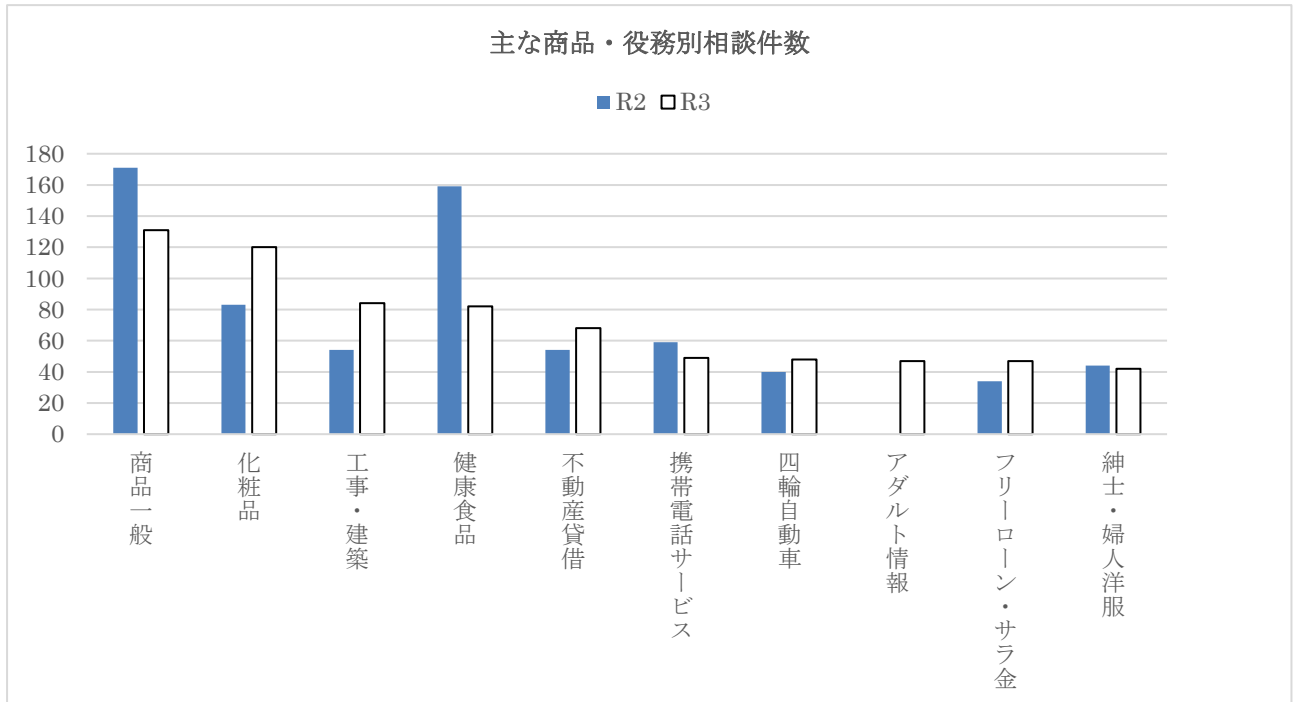
令和3年4月から令和4年3月までの1年間に、三重県消費生活センターで受け付けた消費生活相談件数等の概要をお知らせします。

### 1. 相談件数全般に関する概要



- ・ R3年度の相談件数総数は2,114件で、R2年度に比べて8.8%（203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2,024件で、R2年度に比べて8.5%（189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、142件で、R2年度に比べて19.3%（34件）減少しました。

## 2. 商品・役務別にみた概要



	令和2年度	令和3年度	前年比
商品一般	171	131	-23.4%
化粧品	83	120	+44.6%
工事・建築	54	84	+55.6%
健康食品	159	82	-48.4%
不動産貸借	54	68	+25.9%
携帯電話サービス	59	49	-16.9%
四輪自動車	40	48	+20%
アダルト情報		47	
フリーローン・サラ金	34	47	+38.2%
紳士・婦人洋服	44	42	-4.5%

※アダルト情報は令和3年度から新設

- ・商品一般や健康食品についての相談件数は前年度と比べて大きく減少しましたが、化粧品やフリーローン・サラ金に関する相談件数が大きく増加しました。このような美容商品や「お金」に関する消費者トラブルは若年者に多い傾向があり、成年年齢の引き下げに伴い、今後も相談件数が増加していく可能性があります。また、新設されたアダルト情報に関する消費者トラブルについても注視が必要です。

### 3. 契約当事者性別にみた概要(上位5項目)

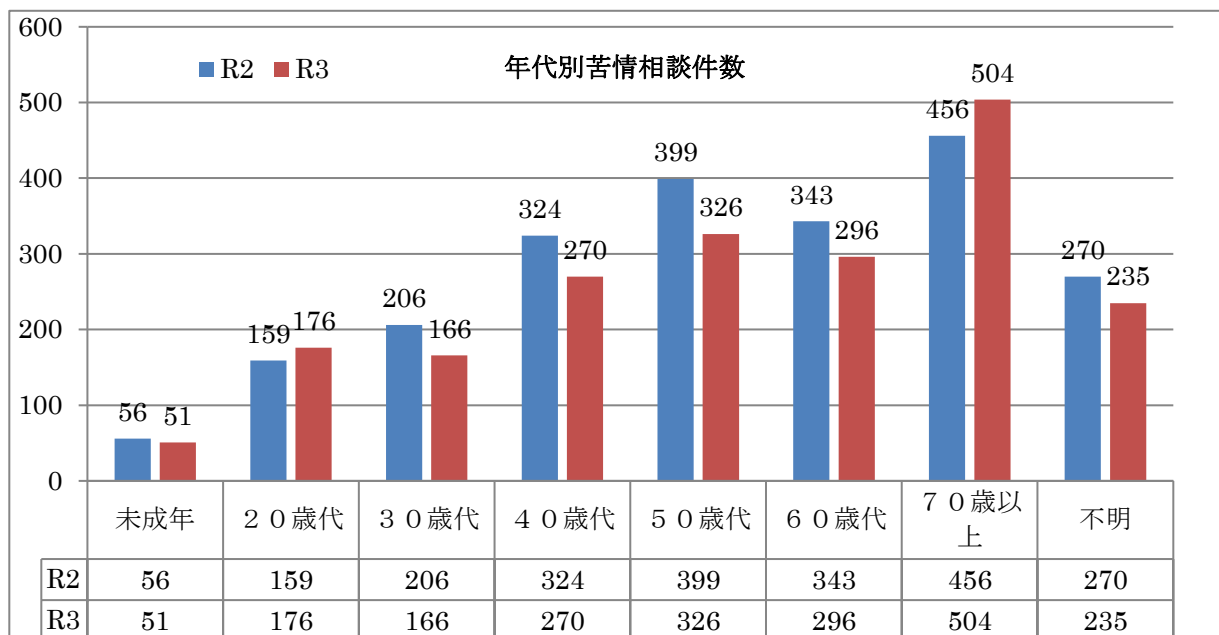
	男性			女性		
	商品・役務名	R3	R2	商品・役務名	R3	R2
1	商品一般	63	84	化粧品	93	63
2	工事・建築	42	27	健康食品	56	113
3	不動産貸借 アダルト情報	各 38	27 ※	商品一般	53	81
4	フリーローン・サラ金	34	26	工事・建築	35	21
5	四輪自動車	29	21	不動産貸借	25	21
	合計	967	1,024	合計	914	1,042

(注)上記のほかに団体や男女不明の相談件数が 143 件あります。

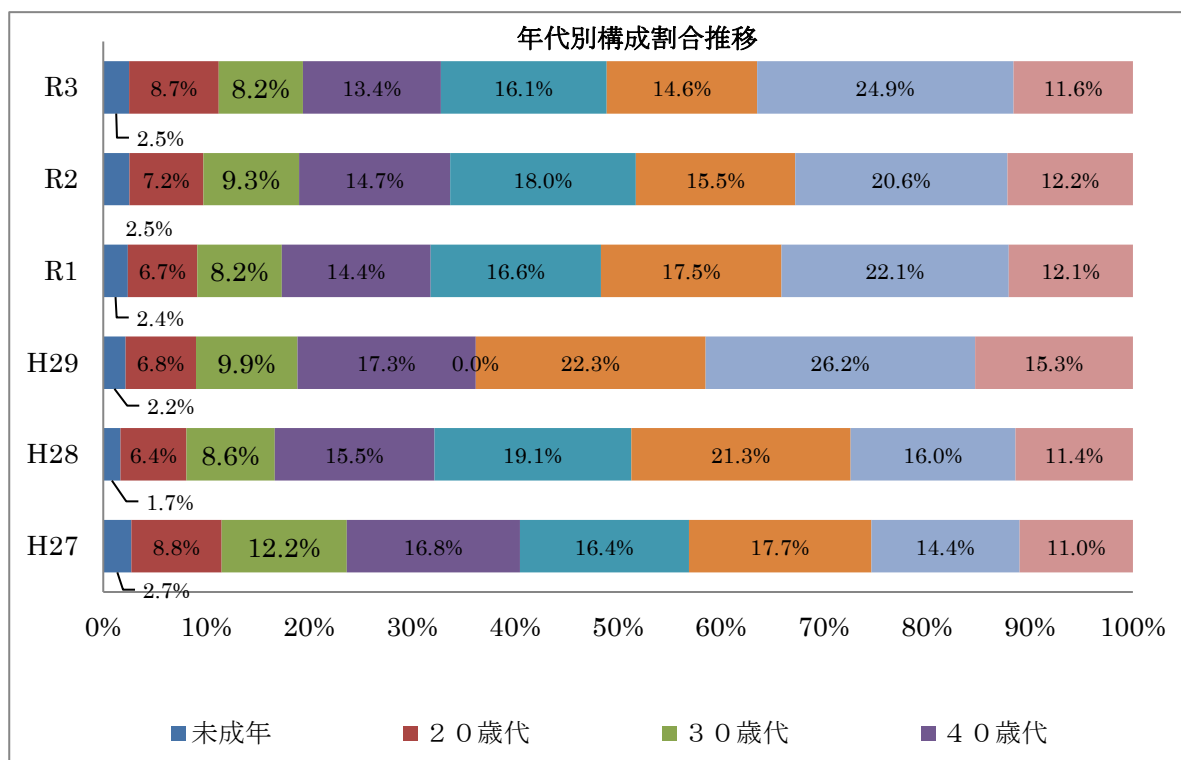
※アダルト情報は令和 3 年度から新設

- ・契約当事者の性別で見ると、男性の割合が 47.8% (967 人)、女性の割合が 45.2% (914 人) で、R2 年度と比べ件数は減少し・男性比率が女性比率を若干上回りました。
- ・男性については、1 番目が「商品一般」の 63 件で、R2 年度の 84 件と比べて 21 件減少しましたが、男女共に「工事・建築」「不動産賃貸」といった住関連の相談件数が増加しています。
- ・3 番目の「アダルト情報」は、これまで「デジタルコンテンツ」として大括りに分類されていましたが、R3 年度から細分化により新設し、38 件の相談がありました。
- ・女性については 1 番目が「化粧品」の 93 件で、R2 年度の 63 件と比べて約 1.5 倍に増加しました。
- ・2 番目の「健康食品」は 56 件で R2 年度の 113 件と比べて半分以下に、減少しました。
- ・3 番目は「商品一般」の 53 件で R2 年度の 81 件と比べて 28 件減少しました。

#### 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70歳以上が504件（構成割合24.9%）で最も多く、以下は50歳代、60歳代、40歳代、20歳代、30歳代、未成年の順となり、R2年度と比べると、30歳代と20歳代の順番が逆転しました。
- ・60歳以上からの相談件数は800件で、全体の約4割を占めています。



## 5. 販売購入形態別にみた概要

販売購入形態	R3年度	R2年度	商品・役務名(R3年度)					
			1		2		3	
通信販売	799	913	化粧品	109	健康食品	72	アダルト情報	46
店舗購入	507	500	不動産貸借	46	四輪自動車	42	携帯電話サービス	32
訪問販売	229	169	工事・建築	22	新聞	19	申請代行サービス	18
電話勧誘販売	102	132	魚介類	15	電気	11	内職・副業	8
マルチ商法	20	23	内職・副業	5	教室・講座	4	婦人下着 ファンド型投資商品	各 3
訪問購入	10	13	アクセサリ	3	家具・寝具、電気、被服品一般、着物類など			各 1
ネガティブ オプション	1	8	商品一般					1

- ・R3年度も新型コロナウイルス感染症の感染拡大による在宅時間の増加と相まって、自宅への訪問等による勧誘やオンライン取引に関連した相談が目立ちました。
- ・販売購入形態別の順位は、R2年度と同様の順位となりました。
- ・最も多い「通信販売」では、R2年度と同様に化粧品(109件)、健康食品(72件)、アダルト情報(46件 従来のデジタルコンテンツを細分化)が上位を占めています
- ・「店舗購入」も携帯電話サービスの順位が下がったものの、R2年度と同様に不動産貸借、四輪自動車、携帯電話サービスが上位を占めています。
- ・「訪問販売」では、上位2つはR2年度と同様でしたが、3位に火災保険等の申請代行サービス(18件)が入りました。
- ・「電話勧誘販売」では、新たに、魚介類が15件、内職・副業が8件で上位に入りました。また、電気が11件で昨年に引き続き上位に入りました。

## 6. 販売方法・手口別にみた概要

販売方法・手口	R3 年度	R2 年度	商品・役務名 (R3 年度)					
			1		2		3	
インターネット通販	594	723	化粧品	93	健康食品	48	アダルト情報	41
家庭訪販	191	131	工事・建築	19	新聞	18	申請代行サービス	17
定期購入	163		化粧品	92	健康食品	52	タバコ用品	5
電話勧誘	106	139	魚介類	16	内職・副業	11	電気	9
無料商法	87	68	アダルト情報	18	申請代行サービス	12	広告代理服务	9
代引配達	86	46	紳士・婦人洋服	12	魚介類 かばん	各 10	健康食品	6
点検商法	39	21	申請代行サービス	16	工事・建築	7	食器・台所用品	6
テレビショッピング	32	39	健康食品	11	化粧品	9	食器・台所用品	2
サイドビジネス商法	32	20	内職・副業	16	教室・講座	5	金融コンサルティング	3
偽サイト	31		かばん	6	商品一般	4	食生活機器	3
フリマサービス	29		商品一般	5	他の教養娯楽品	4	玩具・遊具	3
ネガティブオプション	16	40	商品一般	4	書籍、魚介類、健康食品、保健衛生品その他			各 2

※ 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。

- ・相談の中で最も件数の多い販売方法は、R2 年度と同様「インターネット通販」の 594 件で、R2 年度の 723 件と比べて 129 件減少しました。「化粧品」・「健康食品」が昨年引き続き上位に入る一方、新たに「アダルト情報」が上位に入りました。
- ・「家庭訪販」は 191 件で、R2 年度の 131 件と比べて 60 件増加し、順位がひとつ上がりました。
- ・「定期購入」は全国的な増加により R3 年度より新設されたもので、163 件の相談がありました。
- ・「電話勧誘」は 106 件で、R2 年度の 139 件と比べて 33 件減少し、順位がひとつ下がりました。しかし、「家庭訪問」とあわせて、特に在宅の可能性が高い高齢者を狙うケースが多く、相変わらず多い販売方法です。
- ・「偽サイト」「フリマサービス」も全国的な増加により R3 年度より新設されたもので、それ

ぞれ 31 件・29 件の相談がありました。

- ・「ネガティブオプション(送りつけ商法)」は 16 件で、マスクの送り付けに関する相談も減少し、R2 年度の 40 件と比べて 24 件減少しました。