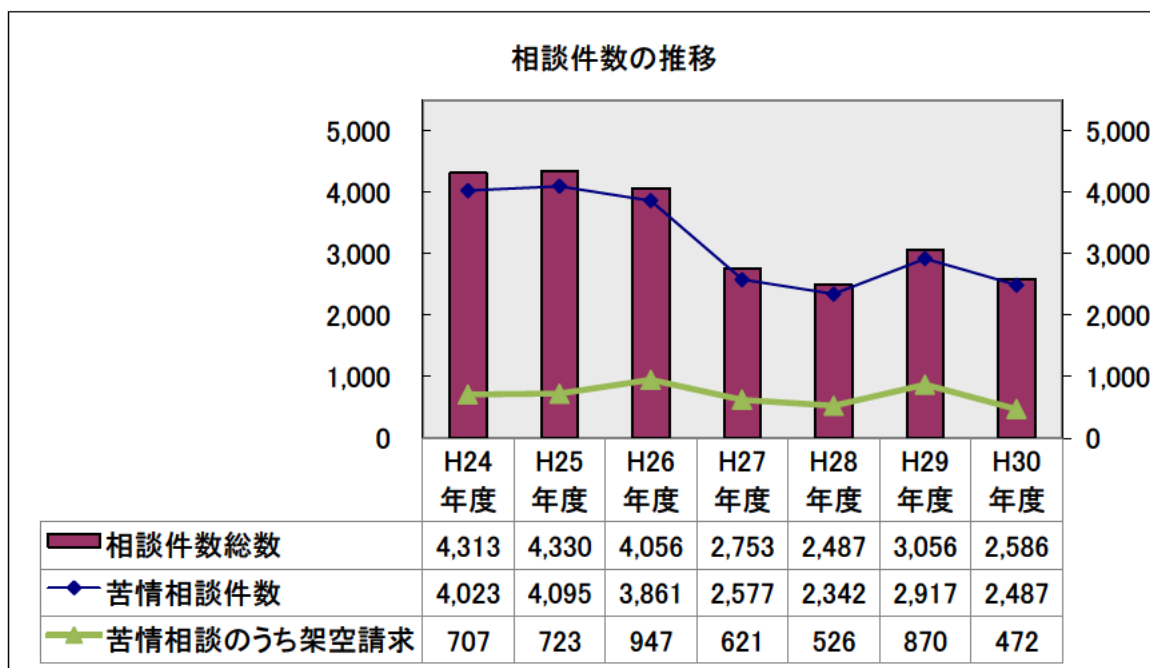


三重県消費生活センターの相談件数等の概要（平成 30 年度）

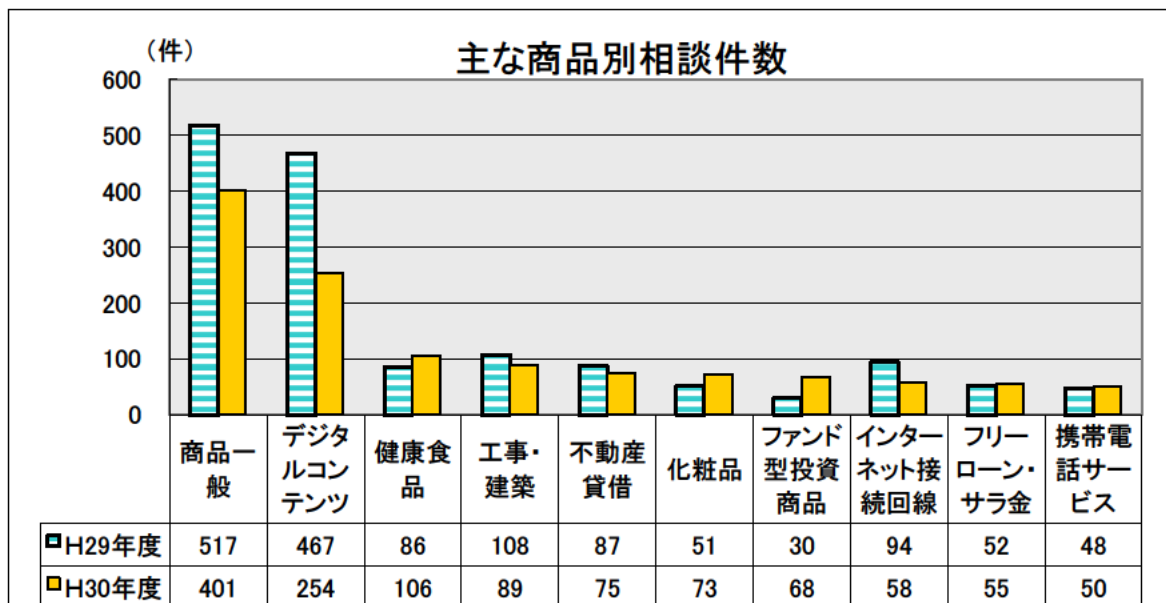
平成 30 年 4 月から平成 31 年 3 月までの 1 年間に、三重県消費生活センターで受け付けた消費生活相談件数等の概要をお知らせします。

1. 相談件数全般に関する概要



- ・ 相談件数総数は 2,586 件で、29 年度に比べて 15.4%（470 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 2,487 件で、29 年度に比べて 14.7%（430 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、472 件で、29 年度に比べて 45.7%（398 件）減少しました。

2. 商品・役務別にみた概要



・商品・役務別にみると、商品の特定されない架空請求等の「商品一般」が、401件で、29年度に比べて116件、22.4%減少しました。訴訟をほのめかす、はがきによる架空請求が29年度に比べ減少したためと考えられます。

・「デジタルコンテンツ」は254件で、29年度に比べて213件、45.6%減少しました。

・「健康食品」は106件で29年度に比べて20件、23.3%増加しました。

・「工事・建築」は89件で、29年度に比べて19件、17.6%減少しました。

・「不動産貸借」は75件で、29年度に比べて12件、13.8%減少しました。

・「化粧品」は73件で、29年度に比べて22件、43.1%増加しました。

・「ファンド型投資商品」は68件で、29年度に比べて38件、126.7%増加しました。

・「インターネット接続回線」は58件で、29年度に比べて36件、38.3%減少しました。

・「フリーローン・サラ金」は55件で、29年度に比べて3件、5.8%増加しました。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）を立ち上げており、30年度は1人をシステムを利用して専門機関につなげました。

・「携帯電話サービス」は50件で、29年度に比べて2件、4.2%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	H30	H29	商品・役務名	H30	H29
1	デジタルコンテンツ	146	271	商品一般	325	446
2	商品一般	65	57	デジタルコンテンツ	103	191
3	工事・建築	43	70	健康食品	68	62
4	フリーローン・サラ金	39	33	化粧品	50	36
5	不動産貸借	38	43	工事・建築、ファンド型 投資商品	各 41	32、17
	合計	1,046	1,286	合計	1,299	1,500

・契約当事者の性別で見ると、男性の割合が 42.1% (1,046 人)、女性の割合が 52.2% (1,299 人) で、29 年度と比べ女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 146 件で最も多く、女性の 103 件に対して約 1.4 倍の件数となりました。

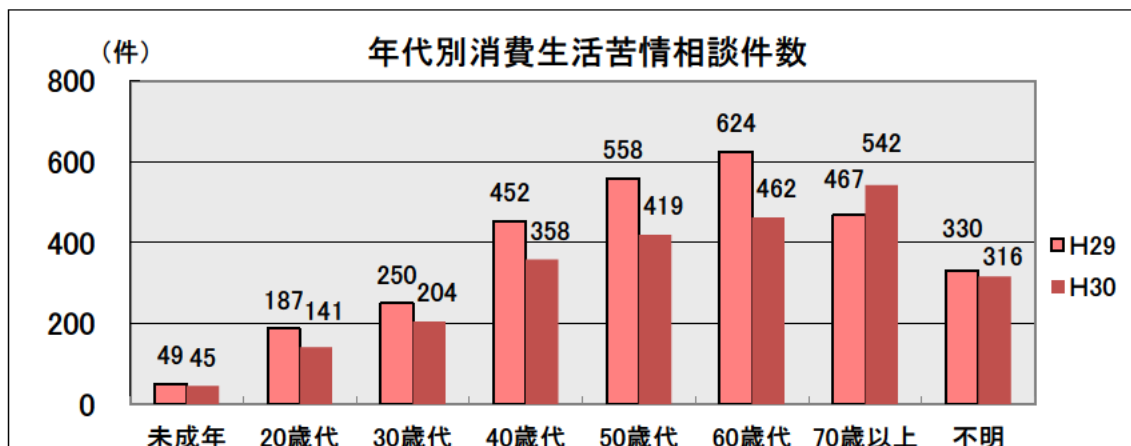
次いで「商品一般」が 2 番目に多く 65 件で、29 年度より増加しました。「工事・建築」が 29 年度より減少しましたが 43 件で 3 番目に多くなりました。

・女性については、29 年度同様「商品一般」が最も多く、325 件で男性の 65 件に対して 5 倍の件数となりました。

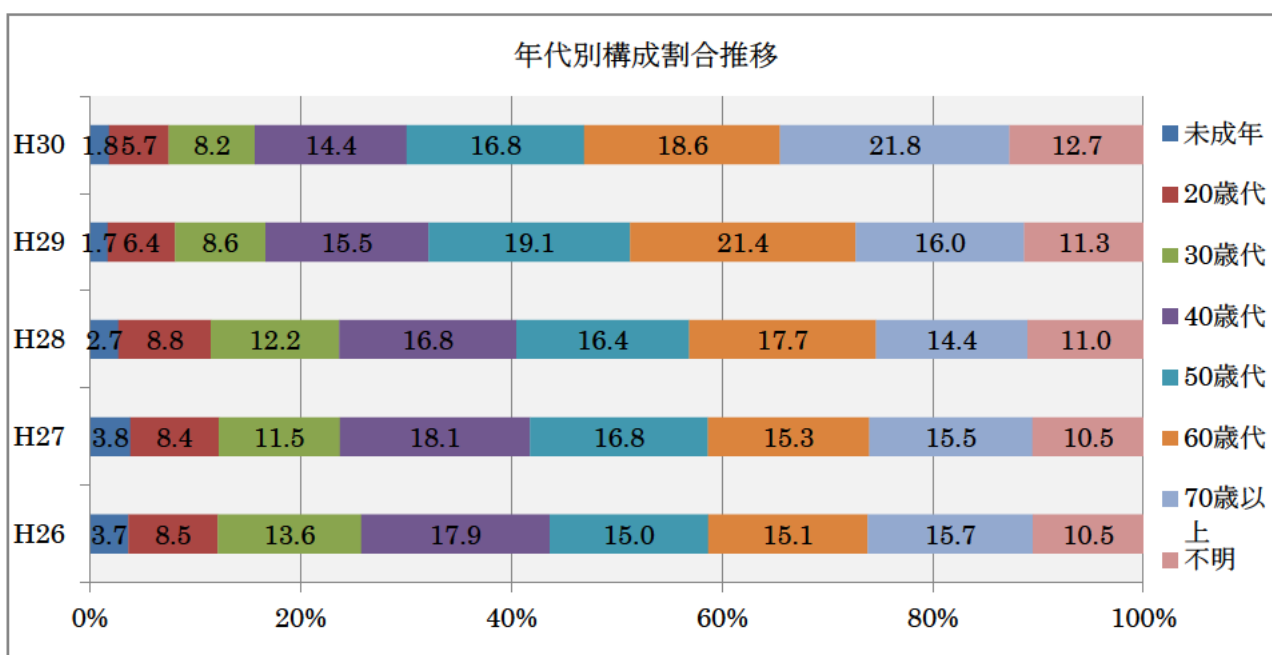
次いで、「デジタルコンテンツ」が 103 件で 2 番目に多く、「健康食品」が 68 件で 3 番目に多くなりました。

・その他、男性では、「フリーローン・サラ金」が 39 件で 4 番目、「不動産貸借」が 38 件で 5 番目、女性では、「化粧品」が 50 件で 4 番目、「工事・建築」、「ファンド型投資商品」が 41 件で 5 番目に多くなりました。

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70歳以上が542件（構成割合21.8%）で最も多く、以下は60歳代、50歳代、40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29年度に比べ70歳以上からの相談が5.8ポイント増加しました。60歳以上の高齢者層からの相談が40.4%を占めています。
- ・年代別の主な商品・役務については、40歳代までの各年代において、「デジタルコンテンツ」が最も多く、50歳代以上の各年代で「商品一般」が最も多くなりました。「健康食品」が全年代で、「不動産貸借」が20歳代から60歳代までの各年代で上位に入りました。
- ・「化粧品」が未成年を除く各年代で10位以内に入りました。



5. 販売購入形態別にみた概要

販売購入形態	30 年度	29 年度	商品・役務名(30年度)					
			1		2		3	
通信販売	789	985	デジタルコンテンツ	232	健康食品	76	商品一般	64
店舗購入	623	675	不動産貸借	65	工事・建築	47	携帯電話サービス	42
訪問販売	249	292	工事・建築	32	新聞	26	テレビ放送サービス	17
電話勧誘販売	155	174	インターネット接続回線	27	健康食品	16	広告代理サービス	15
マルチ商法	42	50	ファンド型投資商品	16	化粧品	5	内職・副業	4
訪問購入	21	21	アクセサリ	4	商品一般 ふとん類	各3	和服 コレクション用品	各2
ネガティブ オプション	12	17	商品一般 書籍・印刷物	各2	化粧品、音響・映像製品、紳士・婦人洋服、海藻 果物、筆記用具、電話機・電話機用品、運動靴			各1

・29年度に比べて、「通信販売」が196件(19.9%)、「店舗購入」が52件(7.7%)、「訪問販売」が43件(14.7%)、「電話勧誘販売」が19件(10.9%)減少しました。他は大きな変動はありませんでした。

・「通信販売」では、「デジタルコンテンツ」が450件から232件に218件減少しました。「健康食品」が65件から76件に増加し、「商品一般」が69件から64件に減少しました。

・「店舗購入」では、「不動産貸借」が80件から65件に減少しました。「工事・建築」が43件から47件に、「携帯電話サービス」が40件から42件に増加しました。

・「訪問販売」では、「工事・建築」が47件から32件に、「新聞」が39件から26件に、「テレビ放送サービス」が21件から17件に減少しました。

・「電話勧誘販売」では、「インターネット接続回線」が45件から27件に減少しました。「健康食品」が9件から16件に「広告代理サービス」が5件から15件に増加しました。

・「マルチ商法」では、「ファンド型投資商品」が11件から16件に増加しました。

6. 販売方法・手口別にみた概要

販売方法・手口	30年度	29年度	商品・役務名(30年度)					
			1		2		3	
家庭訪販	183	215	工事・建築、新聞	各 24	テレビ放送サービス	15	給湯システム	11
無料商法	67	71	デジタルコンテンツ	23	広告代理サービス	9	健康食品	5
利殖商法	50	25	ファンド型投資商品	45	新築分譲マンション	2	商品一般 複合サービス会員他	各 1
サイドビジネス商法	28	34	デジタルコンテンツ	8	ファンド型投資商品	5	化粧品、内職・副業	各 4
次々販売	16	15	修理サービス デジタルコンテンツ	各 2	健康食品、化粧品、ふとん類、印鑑、パソコンソフト 仏具・神具、損害保険、育毛・増毛・発毛サービス他		各 1	
アポイントメントセールス	12	21	複合サービス会員	6	教室・講座	2	アクセサリ、化粧品他	各 1
当選商法	8	11	商品一般	2	アクセサリ、携帯電話、デジタルコンテンツ他		各 1	
点検商法	7	11	修理サービス	2	工事・建築、電磁調理器、電気 床下換気扇、建物清掃サービス		各 1	
二次被害	5	12	デジタルコンテンツ	2	興信所、商品一般、山林		各 1	
SF(催眠)商法	5	5	健康食品	2	アクセサリ、履物、保健衛生品		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、29 年度に比べて 32 件減少しました。上位 3 商品は 29 年度と同じ「工事・建築」、「新聞」、「テレビ放送サービス」に「給湯システム」が加わりました。
- ・「無料商法」の相談は、29 年度に比べて 4 件減少しました。その中で「デジタルコンテンツ」が 39 件から 23 件に減少しました。
- ・「利殖商法」の相談は、29 年度に比べて 25 件から 50 件に倍増しました。
- ・「サイドビジネス商法」の相談は、29 年度に比べて 6 件減少しました。
- ・「次々販売」の相談は、29 年度に比べて 1 件増加しました。
- ・「アポイントメントセールス」の相談は、29 年度に比べて 9 件減少しました。
- ・「当選商法」の相談は、29 年度に比べて 3 件減少しました。
- ・「点検商法」の相談は、29 年度に比べて 4 件減少しました。
- ・「二次被害」の相談は、29 年度に比べて 7 件減少しました。
- ・「SF(催眠)商法」の相談は、29 年度と同じ件数でした。