

令和3年度上半期 (4月～9月)

消費生活相談状況

愛媛県消費生活センター

本報告書は、全国消費生活情報ネットワークシステム（PIO-NET）に登録されているデータをもとに、令和3年4月1日から令和3年9月30日までの間に愛媛県消費生活センター及び愛媛県内の市町消費生活相談窓口に寄せられた消費生活相談についてデータ集計したものです。

※データ抽出時点（令和3年10月末日）で、PIO-NETに新規、更新情報を含めた登録されているデータに基づきます。未登録のデータは含まれていません。

本報告書の集計分類は、独立行政法人国民生活センターの例によります。

全国消費生活情報ネットワークシステム【PIO-NET(パイオネット、Practical Living Information Online Network System)】は、国民生活センターと全国の消費生活センター等をオンラインネットワークで結び、消費生活に関する情報を蓄積しているデータベースです。

目 次

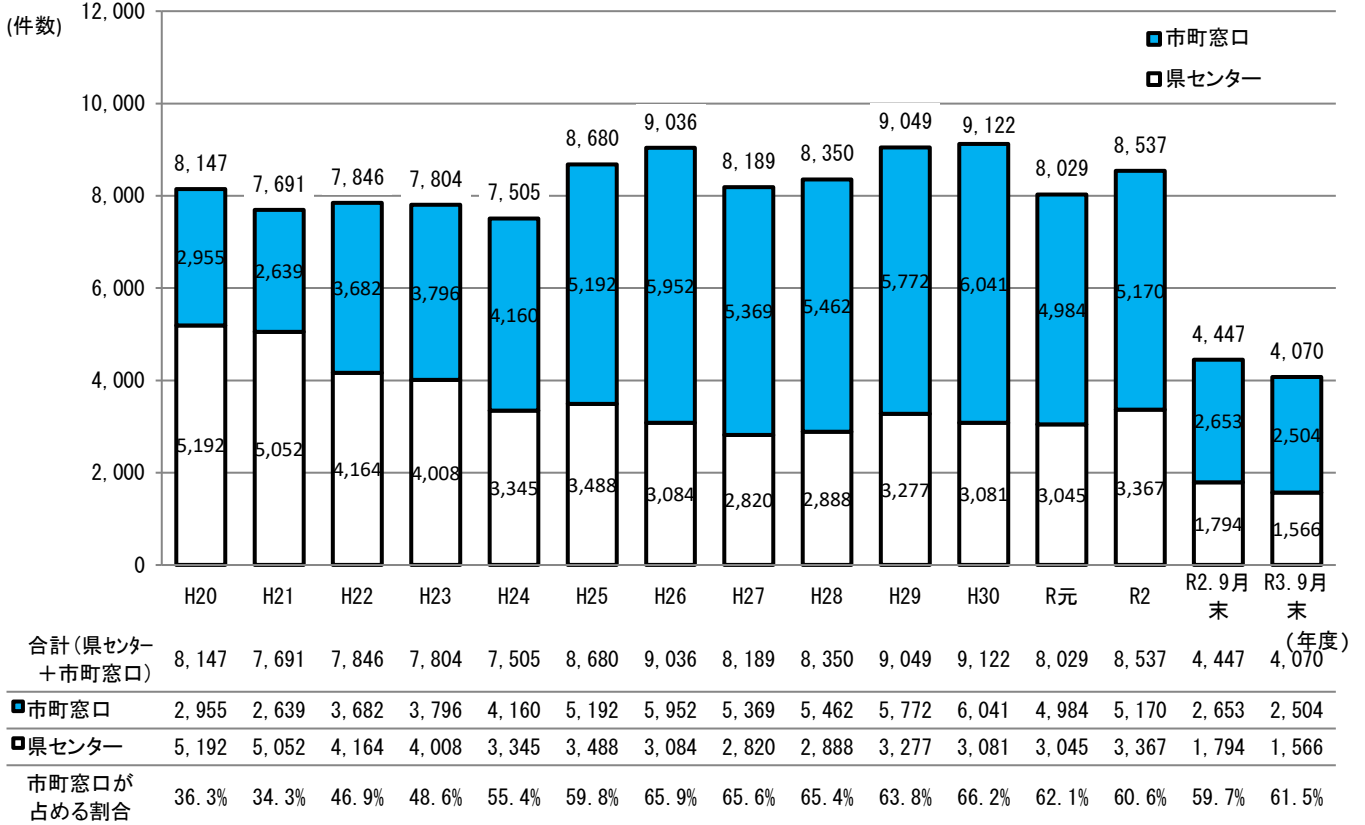
1	相談受付状況	
	(1) 相談件数の推移	1
	(2) 契約当事者の属性	1
	ア 年代別	
	イ 居住地別	
2	相談内容別相談状況	
	(1) 内容別分類別相談件数	2
	(2) 販売購入形態別相談件数	2
	(3) 販売購入形態別年代別相談件数	3
	(4) 商品・役務別相談件数	3
3	相談の特徴	
	(1) 平均契約金額	4
	(2) 架空請求	4
	(3) 株、公社債及びファンド型投資商品	5
	(4) デジタルコンテンツ	6
	(5) フリーローン・サラ金	6
	(6) 定期購入関連	7
	(7) 新型コロナウイルス感染症関連	7
	ア 相談件数	
	イ 商品・役務別件数	
4	危害・危険の相談件数	8
	参考資料(用語説明)	9

1 相談受付状況

(1) 相談件数の推移

令和3年度上半期の県全体の相談件数は、前年度上半期と比較して377件(8.5%)の減少となっています。内訳は、県センター受付分が228件(12.7%)、市町窓口受付分が149件(5.6%)とそれぞれ減少しています。

図1 年度別の相談件数等 (PIO-NETに登録されたもの)



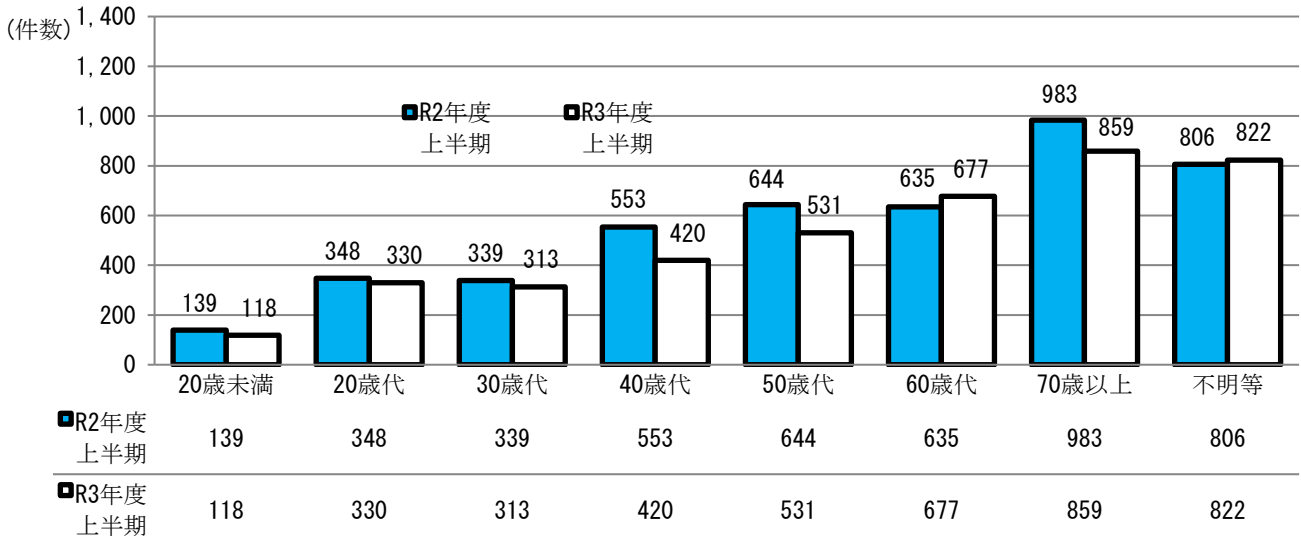
(2) 契約当事者の属性

R3.10.末日登録(PIO-NET)

ア 年代別

年代別では、70歳以上が最も多く、次いで60歳代、50歳代となっています。また、60歳代を除くすべての年代で減少しています。

図2 年代別相談件数 (PIO-NETに登録されたもの)



R3.10.末日登録(PIO-NET)

イ 居住地別

地域別にみると中予地域が2,133件(52.4%)、東予地域が1,027件(25.2%)、南予地域が518件(12.7%)となっており、5市町を除き、ほとんどの市町で減少しています。

表1 居住地別相談件数 (PIO-NET に登録されたもの)

市町名	R3年度 上半期		R2年度 上半期		市町名	R3年度 上半期		R2年度 上半期	
	前年度比					前年度比			
松山市	0.94	1,816 (44.6%)	1,938	(43.6%)	上島町	0.83	5 (0.1%)	6	(0.1%)
今治市	0.85	340 (8.3%)	402	(9.0%)	久万高原町	1.33	24 (0.6%)	18	(0.4%)
宇和島市	0.70	150 (3.7%)	213	(4.8%)	松前町	0.62	68 (1.7%)	109	(2.4%)
八幡浜市	1.00	121 (3.0%)	121	(2.7%)	砥部町	1.00	39 (1.0%)	39	(0.9%)
新居浜市	0.83	353 (8.7%)	427	(9.6%)	内子町	0.94	34 (0.8%)	36	(0.8%)
西条市	0.88	222 (5.5%)	252	(5.7%)	伊方町	0.75	12 (0.3%)	16	(0.4%)
大洲市	0.67	34 (0.8%)	51	(1.1%)	松野町	0.53	10 (0.2%)	19	(0.4%)
伊予市	1.03	100 (2.5%)	97	(2.2%)	鬼北町	0.80	32 (0.8%)	40	(0.9%)
四国中央市	0.76	107 (2.6%)	141	(3.2%)	愛南町	1.04	51 (1.3%)	49	(1.1%)
西予市	0.89	74 (1.8%)	83	(1.9%)	不明等	1.40	392 (9.6%)	280	(6.3%)
東温市	0.78	86 (2.1%)	110	(2.5%)	合計	0.92	4,070 (100%)	4,447	(100%)

注) 不明等には愛媛県外居住者、無回答を含む。

R3.10.末日登録(PIO-NET)

2 相談内容別相談状況

(1) 内容別分類別相談件数

最も多いのは「契約・解約」で63.6%、以下「販売方法」の51.2%、「接客対応」の10.6%、「価格・料金」の9.6%の順となっています。

表2 内容別分類別相談件数 (PIO-NET に登録されたもの)

期 間	内容別分類	R3.10.末日登録(PIO-NET)													
		契約・ 解約	販売 方法	接客 対応	価格・ 料金	品質・機能・ 役務品質	法規・ 基準	表示・ 広告	安全・ 衛生	施設・ 設備	買物 相談	生活 知識	計量・ 量目	包装・ 容器	その他
	前年同期比	0.85	0.93	0.83	0.94	0.99	0.95	1.15	0.87	0.51	0.95	1.11	0.80	1.00	0.52
R3年度 上半期	4,070 件 数	2,590 (63.6%)	2,085 (51.2%)	430 (10.6%)	391 (9.6%)	369 (9.1%)	288 (7.1%)	306 (7.5%)	116 (2.9%)	18 (0.4%)	21 (0.5%)	20 (0.5%)	4 (0.1%)	2 (0.0%)	50 (1.2%)
R2年度 上半期	4,447 件 数	3,038 (68.3%)	2,251 (50.6%)	520 (11.7%)	417 (9.4%)	372 (8.4%)	302 (6.8%)	265 (6.0%)	133 (3.0%)	35 (0.8%)	22 (0.5%)	18 (0.4%)	5 (0.1%)	2 (0.0%)	97 (2.2%)

注1) 内容別分類は、複数記入が可能なため総相談件数とは合致しない。
注2) () 内は総件数に占める割合。

R3.10.末日登録(PIO-NET)

(2) 販売購入形態別相談件数

最も多いのは「通信販売」(35.8%)、以下「店舗購入」(20.0%)、「電話勧誘販売」(6.3%)、「訪問販売」(5.7%)、の順となっています。今年度の法改正の影響もあり、ネガティブ・オプションが、昨年の64件から28件へ大幅に減少しています。

表3 販売購入形態別相談件数(PIO-NET に登録されたもの)

販売購入形態	R3年度上半期		R2年度上半期	
通信販売	1,458	(35.8%)	1,725	(38.8%)
店舗購入	814	(20.0%)	835	(18.8%)
電話勧誘販売	255	(6.3%)	308	(6.9%)
訪問販売	234	(5.7%)	281	(6.3%)
マルチ取引	41	(1.0%)	49	(1.1%)
訪問購入	35	(0.9%)	25	(0.6%)
ネガティブ・ オプション	28	(0.7%)	64	(1.4%)
その他 無店舗販売	27	(0.7%)	27	(0.6%)
不明・無関係	1,178	(28.9%)	1,133	(25.5%)
合計	4,070	(100.0%)	4,447	(100.0%)

R3.10.末日登録(PIO-NET)

(3) 販売購入形態別年代別相談件数

全年代層にわたり通信販売は最多、次いで店舗購入となっています。なお、70歳代以上では、電話勧誘販売や訪問販売が他の世代に比べると多いものの件数は減少しています。

表4 販売購入形態別年代別相談件数 (PIO-NETに登録されたもの)

順位	販売購入形態	期間	合計	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	不明等
1	通信販売	R3年度上半期	1,458	96	143	158	199	247	230	221	164
		R2年度上半期	1,725	112	157	176	283	328	261	249	159
2	店舗購入	R3年度上半期	814	11	75	80	77	110	116	165	180
		R2年度上半期	835	9	67	68	104	123	108	180	176
3	電話勧誘販売	R3年度上半期	255	1	8	10	20	22	45	95	54
		R2年度上半期	308	0	18	6	23	39	56	101	65
4	訪問販売	R3年度上半期	234	4	32	7	23	23	33	75	37
		R2年度上半期	281	5	16	6	30	24	36	122	42
5	マルチ取引	R3年度上半期	41	0	15	1	3	7	4	7	4
		R2年度上半期	49	2	21	4	3	3	4	5	7
6	訪問購入	R3年度上半期	35	0	0	2	4	4	2	18	5
		R2年度上半期	25	0	0	1	3	3	1	12	5
5	ネガティブ・オプション	R3年度上半期	28	0	4	4	1	3	7	6	3
		R2年度上半期	64	1	2	5	15	8	8	17	8
7	その他 無店舗販売	R3年度上半期	27	0	1	0	6	4	5	4	7
		R2年度上半期	27	0	4	2	3	3	3	7	5
-	不明・無関係	R3年度上半期	1,178	6	52	51	87	111	235	268	368
		R2年度上半期	1,133	10	63	71	89	113	158	290	339
	合計	R3年度上半期	4,070	118	330	313	420	531	677	859	822
		R2年度上半期	4,447	139	348	339	553	644	635	983	806

注) 期間は4月～9月です。

R3.10.末日登録(PIO-NET)

(4) 商品・役務別相談件数

最も多いのは、架空請求などを含む「商品一般」ですが、前年同期の95.9%に減少し、定期購入に関する相談が多く寄せられる「化粧品」が上昇しています。

表5 商品・役務別相談件数 (PIO-NETに登録されたもの)

順位	商品・役務名	R3年度上半期		R2年度上半期	
		前年同期比	件数	前年同期比	件数
1	商品一般	0.96	377 (9.3%)	393	(8.8%)
2	放送・コンテンツ等	0.58	240 (5.9%)	412	(9.3%)
	デジタルコンテンツ	0.59	223 (5.5%)	379	(8.5%)
3	化粧品	1.11	209 (5.1%)	188	(4.2%)
4	健康食品	0.43	186 (4.6%)	430	(9.7%)
5	レンタル・リース・賃借	1.10	184 (4.5%)	168	(3.8%)
	借家・賃貸アパート等	1.16	168 (4.1%)	145	(3.3%)
6	役務その他	1.26	153 (3.8%)	121	(2.7%)
7	融資サービス	1.07	138 (3.4%)	129	(2.9%)
	フリーローン・サラ金	0.97	112 (2.8%)	116	(2.6%)
8	インターネット通信サービス	0.62	95 (2.3%)	154	(3.5%)
9	工事・建築・加工	0.81	92 (2.2%)	114	(2.5%)
10	他の保健衛生品	0.17	36 (0.9%)	212	(4.8%)
-	ランキング外の総件数	-	2,360 (58.0%)	2,126	(47.8%)
合計		0.92	4,070 (100.0%)	4,447	(100.0%)

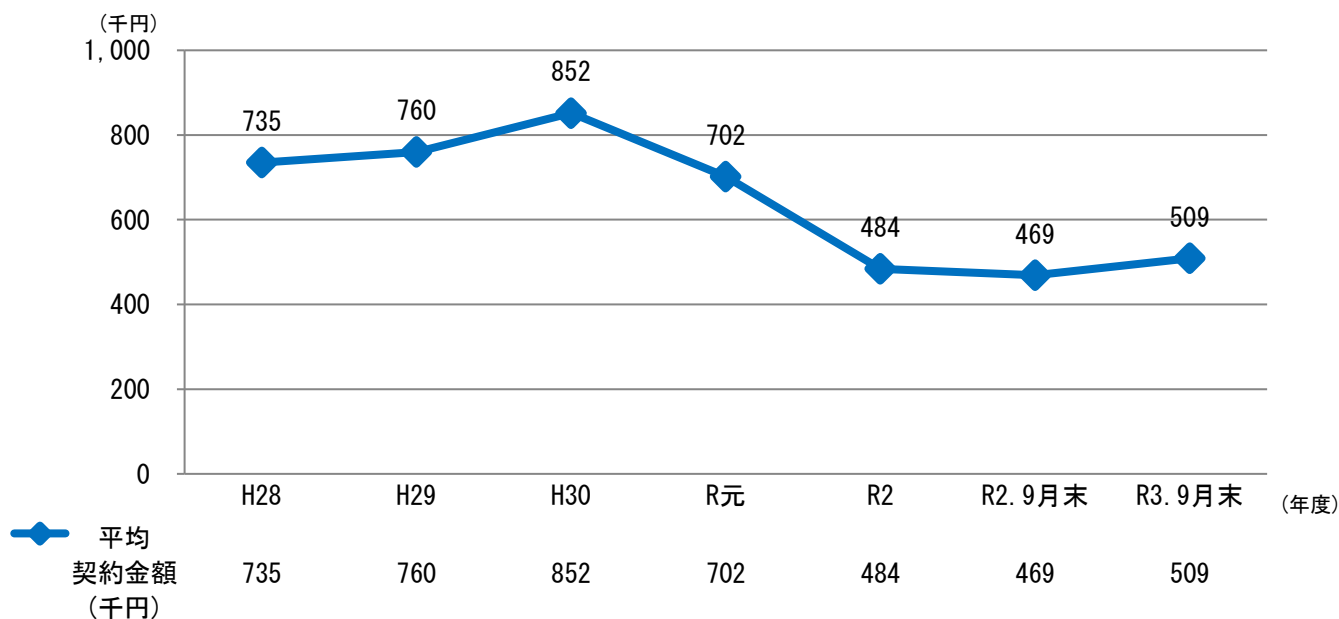
R3.10.末日登録(PIO-NET)

3 相談の特徴

(1) 平均契約金額

平均契約金額は、約 509 千円で、前年同時期と比べて増加しています。

図3 平均契約金額の推移 (PIO-NET に登録されたもの)



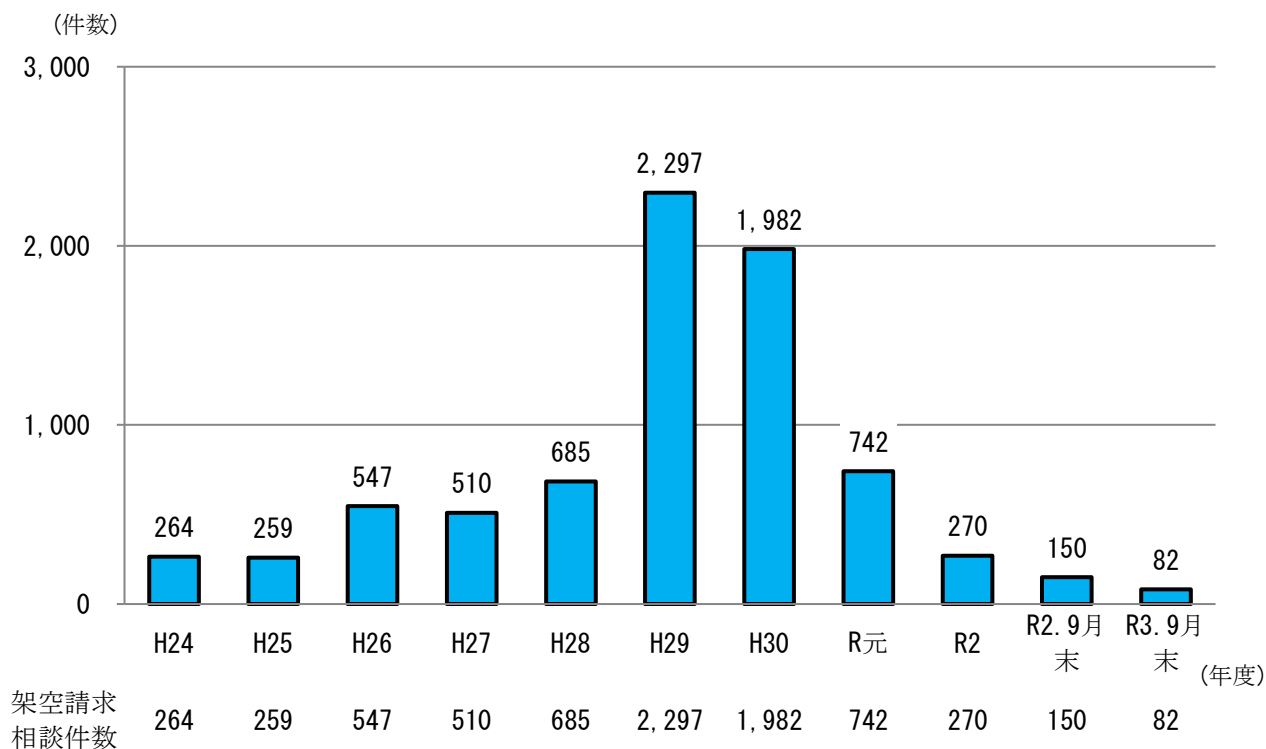
注) 金額は、受付けた相談のうち、契約金額が確認できたもので算出している。

R3.10. 末日登録 (PIO-NET)

(2) 架空請求

平成 29 年度、30 年度と大きく増加に転じていましたが、近年、大幅な減少傾向にあり、今年度はさらに減少し、前年同時期と比べて 54.7% となっています。

図4 架空請求の相談件数 (PIO-NET に登録されたもの)

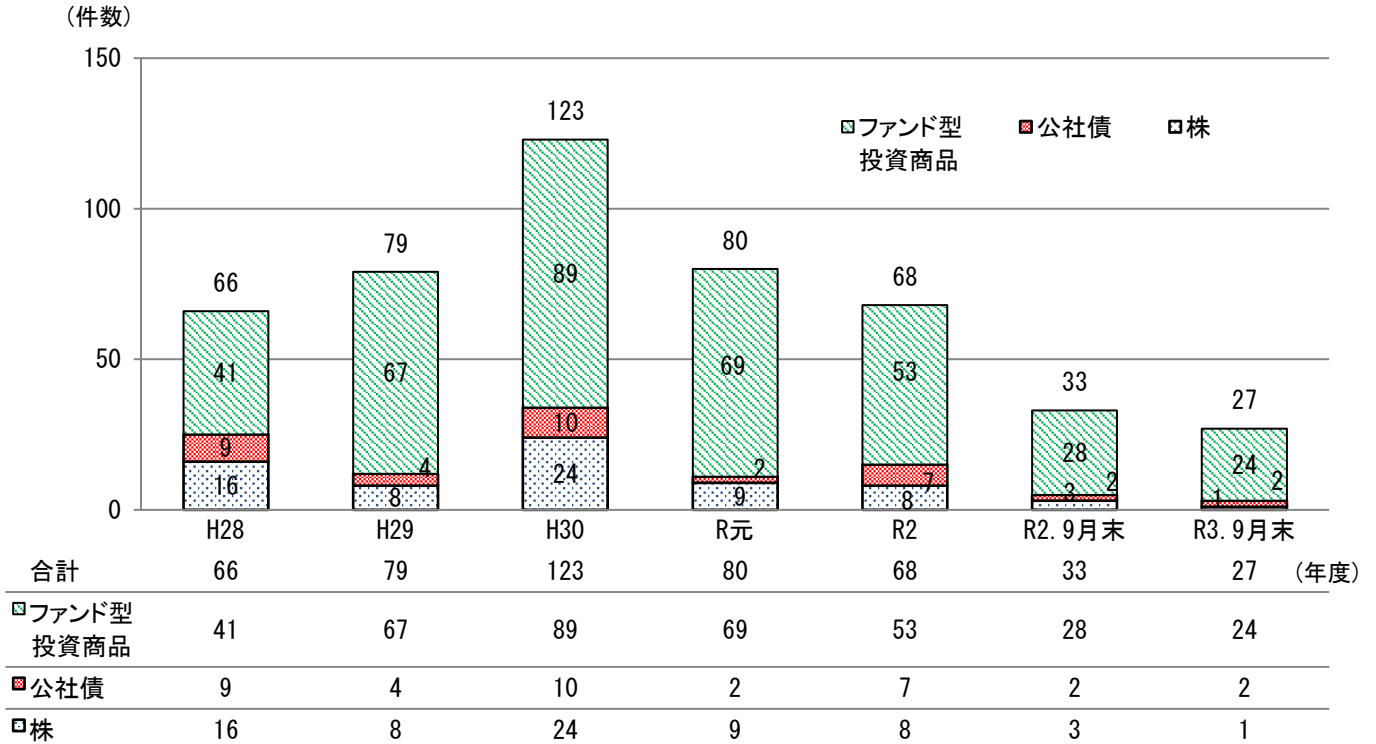


R3.10. 末日登録 (PIO-NET)

(3) 株、公社債及びファンド型投資商品

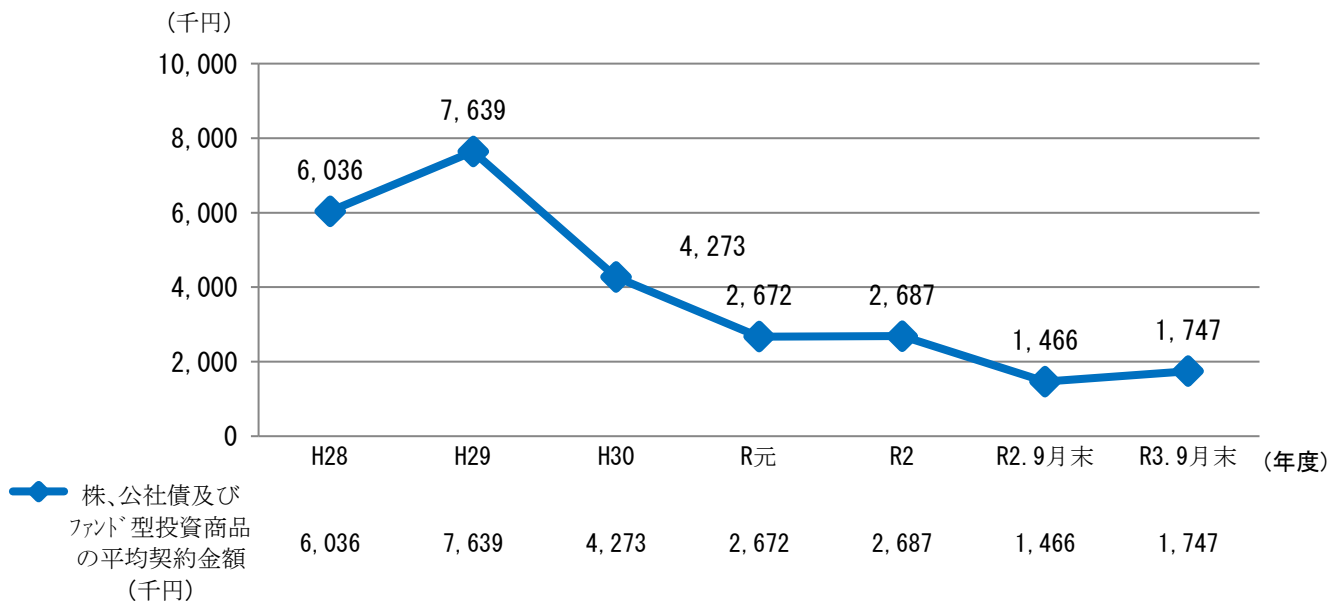
未公開株を含む「株」、「公社債」及び資金運用の配当等をうたう「ファンド型投資品」に関する相談は、平成30年度から減少傾向にあり、前年度同時期と比べて81.8%となっています。上半期の平均契約金額は約1,747千円です。

図5 株、公社債及びファンド型投資商品の相談件数(PIO-NETに登録されたもの)



R3.10. 末日登録(PIO-NET)

図6 株、公社債及びファン型投資商品の平均契約金額の推移(PIO-NETに登録されたもの)



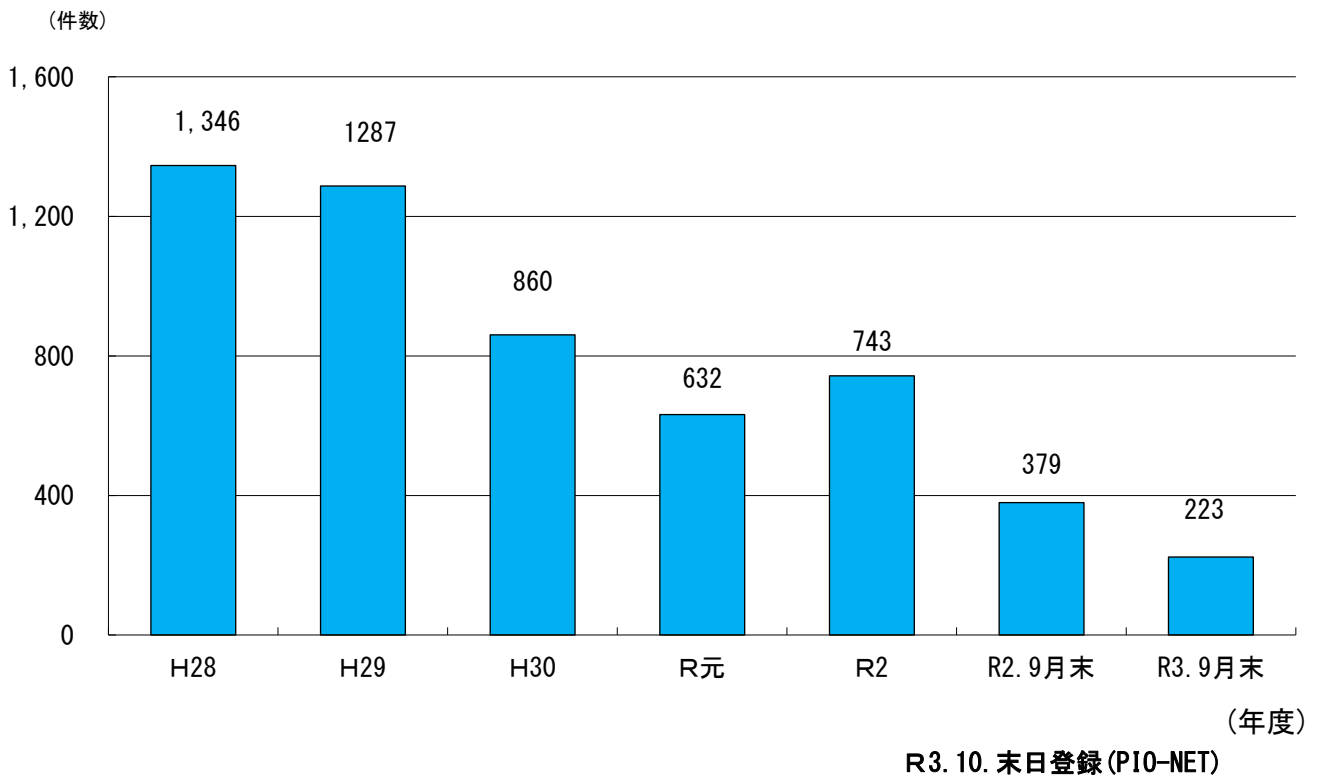
注)金額は、受付けた相談のうち、契約金額が確認できたもので算出している。

R3.10. 末日登録(PIO-NET)

(4) デジタルコンテンツ

年々減少に転じており、令和2年度には増加したものの、今年度は9月末までの半年間で前年同時期と比べて58.8%となっています。

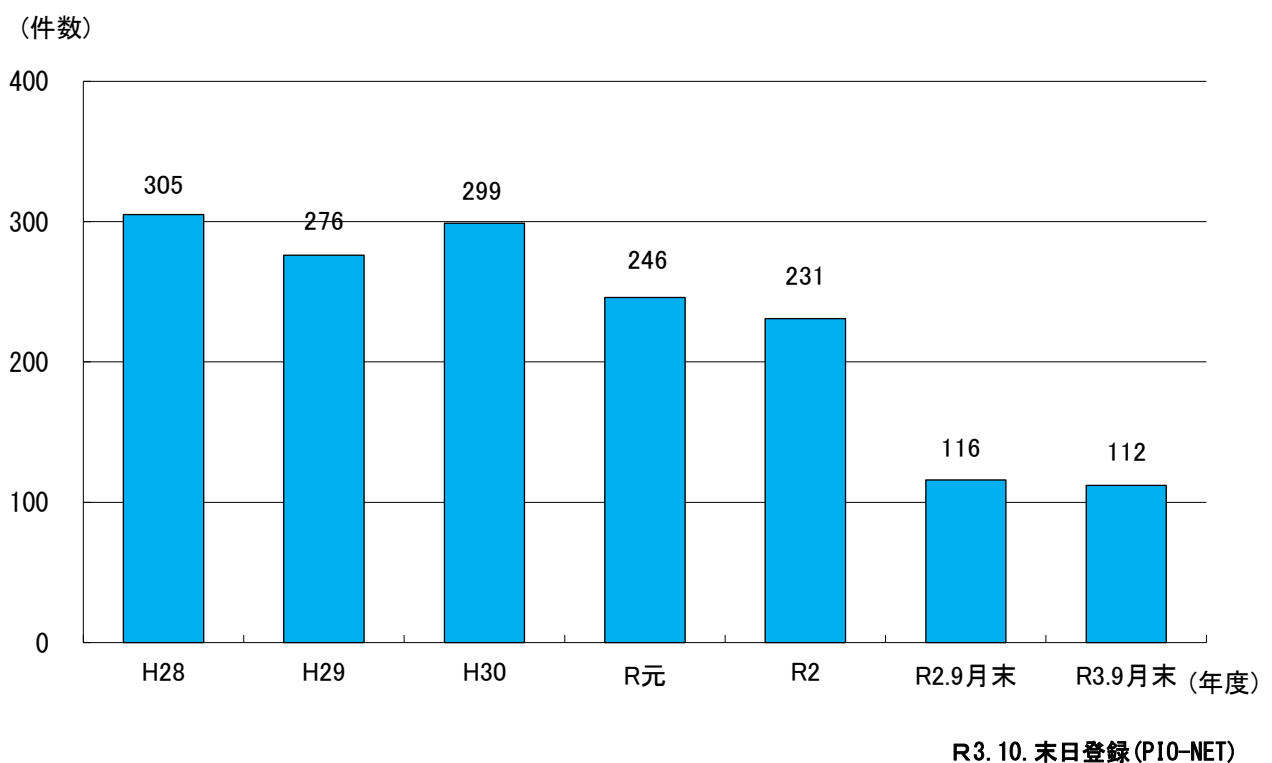
図7 デジタルコンテンツの相談件数 (PI0-NETに登録されたもの)



(5) フリーローン・サラ金

フリーローン・サラ金に関する相談件数は300件前後で推移しており、今年度は9月末までの半年間で、前年同時期と比べて96.6%となっています。

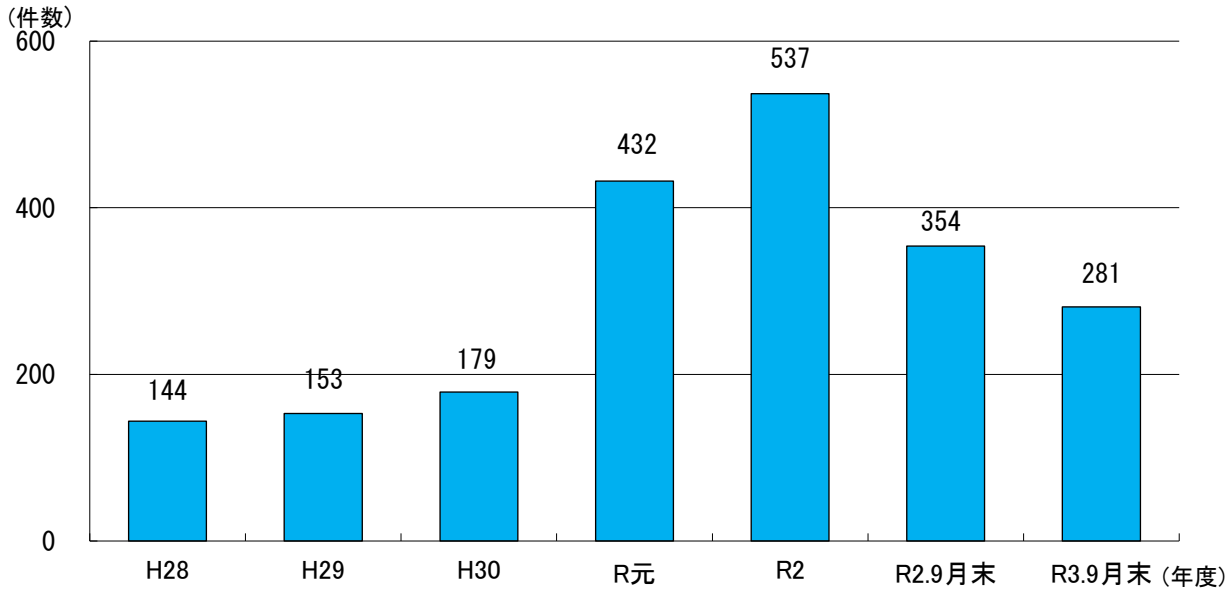
図8 フリーローン・サラ金の相談件数 (PI0-NETに登録されたもの)



(6) 定期購入関連

定期購入に関する相談は今年度も多く寄せられており、今年度は9月末までの半年間で、前年度同時期と比べて79.4%となっています。

図9 定期購入の相談件数 (PI0-NETに登録されたもの)



R3.10. 末日登録 (PI0-NET)

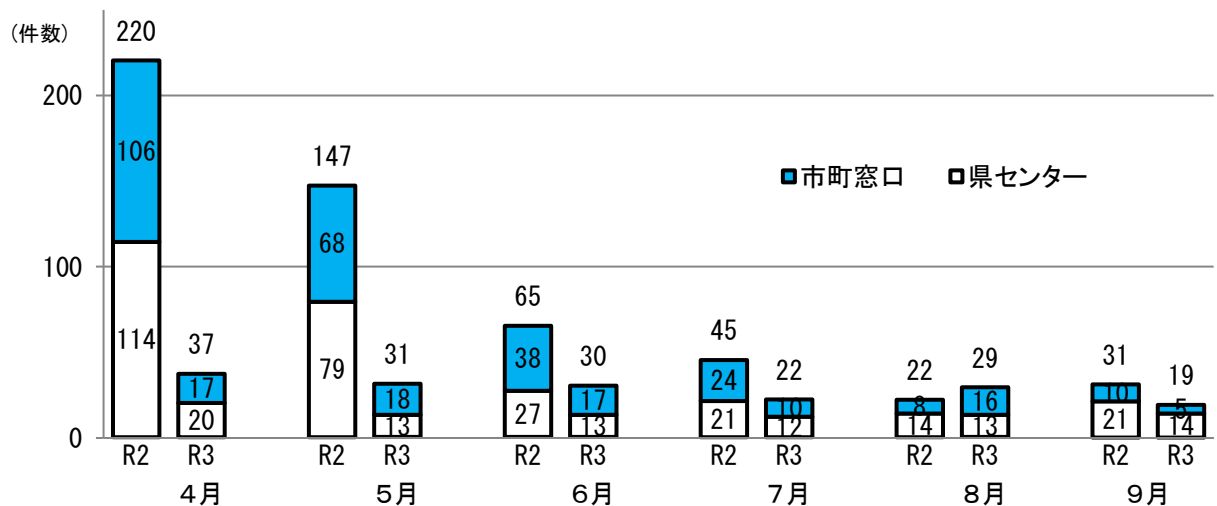
(7) 新型コロナウイルス感染症関連

ア 相談件数

令和3年4月から9月までに寄せられた新型コロナウイルス感染症関連の相談件数は168件となっています。

内訳は、県センター85件(50.6%)、市町窓口83件(49.4%)であり、県センターと市町相談窓口への相談割合はほぼ同一です。

図10 新型コロナウイルス感染症関連の相談件数 (PI0-NETに登録されたもの)



	R2	R3	R2	R3	R2	R3	R2	R3	R2	R3
合計(県センター+市町窓口)	220	37	147	31	65	30	45	22	22	29
市町窓口	106	17	68	18	38	17	24	10	8	16
県センター	114	20	79	13	27	13	21	12	14	13
市町窓口が占める割合	48.2%	45.9%	46.3%	58.1%	58.5%	56.7%	53.3%	45.5%	36.4%	55.2%

R3.10. 末日登録 (PI0-NET)

イ 商品・役務別相談件数

商品役務別では、ワクチン検査キット、パルスオキシメーターの解約等の「他の保健衛生品」、ワクチン接種等の「他の保健・福祉」、結婚式のキャンセル料等の「冠婚葬祭」、持続給付金等の「他の行政サービス」の相談が寄せられています。

表6 新型コロナウイルス感染症関連の商品・役務別件数(PIO-NETに登録されたもの)

順位	分類	件数	順位	分類	件数
1	他の保健衛生品	16	11	観覧・鑑賞	5
2	他の保健・福祉	16	12	医療	5
3	冠婚葬祭	15	13	役務その他	5
4	他の行政サービス	13	14	工事・建築・加工	4
5	商品一般	8	15	魚介類	3
6	相談その他	8	16	化粧品	3
7	レンタル・リース・賃借	7	17	理美容	3
8	教室・講座	7	18	健康食品	2
9	医療用具	6	19	パソコン・パソコン関連用品	2
10	旅客運送サービス	5	20	ランキング外の総件数	35

R3. 10. 末日登録(PIO-NET)

4 危害・危険の相談件数

昨年同時期に比べると、商品や役務等に関連して身体にけがや体調不良等の害を受けたという「危害」の相談は、44件と減少しており、特に、食料品が昨年同時期に比べ21件(32.3%)減少しています。また、危害を及ぼす恐れのある「危険」の相談は、10件と昨年と同じ件数です。

表7 危害・危険の相談件数 (PIO-NETに登録されたもの)

内容	年度	合計	商品一般	食料品	住居品	光熱水品	被服品	保健衛生品	教養娯楽品	車両・乗り物	土地・建物・設備	レンタル・賃借	工事・建築・加工	金融保険サービス	運輸通信サービス	教養・娯楽サービス	保健・福祉サービス	他の役務
危害	3	44	0	10	2	1	0	21	1	0	0	1	0	0	2	1	5	0
	2	64	0	31	1	0	1	16	0	2	1	4	0	0	1	1	6	0
危険	3	10	0	2	3	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1	1
	2	10	0	0	4	0	0	1	3	0	1	1	0	0	0	0	0	0
合計	3	54	0	12	5	1	1	21	1	1	0	2	0	0	2	1	6	1
	2	74	0	31	5	0	1	17	3	2	2	5	0	0	1	1	6	0

注1) 相談者からの申し出によるものであり、事実関係を確認したものではない。

注2) 期間は4月~9月。

R3. 10. 末日登録(PIO-NET)

参考資料

用語説明

ア 販売購入形態別（2～3ページ関係）

通信販売	通信手段（郵便、電話、電報、インターネットなど）を用いて契約する販売方法。一般的には、ネット通販、カタログ通販、テレビショッピング等で商品を購入すること。
店舗購入	通常は、消費者が店舗に出向いた場合をいう。また、店舗とは言わない場所でも消費者が出向いた場所で契約をして受ける役務など訪問販売にあてはまらないものを含む。
電話勧誘販売	事業者が消費者に電話をかけて郵便等で契約を締結する販売方法。他にも販売目的を明らかにしないで消費者に電話をかけさせるものも含む。
訪問販売	通常は、家庭を訪問して契約する販売方法。1日だけ開催する展示会、キャッチセールス、アポイントメントセールス、SF商法（催眠商法）、販売意図を明らかにしないで呼び出して契約させる販売方法も含む。
訪問購入	物品の購入を業として営む者が、店舗等以外の場所（消費者の自宅等）を訪問して行う物品の購入のことをいう。
マルチ取引 （連鎖販売取引）	商品等を買って会員になり、友人知人に商品を売るほか、入会を勧め、販売組織の加入者を増やすことで大きな利益が得られると勧める販売方法である。扱われる商品等は、健康食品、化粧品などが多い。
その他無店舗 販売	店舗でないところやホテルや集会場などでの2日以上展示販売、露店や屋台などでの販売を指し、ほとんどは展示会販売によるもの。扱われる商品は、パソコン、絵画、医療用具、健康食品などがある。
ネガティブ・ オプション （送りつけ商法）	契約を結んでいないのに商品を勝手に送りつけ、その商品の代金を請求する商法。扱われる商品は、書籍、健康食品、海産物などが多い。 法改正により、一方的に送り付けられた商品は直ちに処分可能となった。
不明・無関係	購入前の相談などでどのような販売購入形態で購入するのか不明な場合や、販売や購入という概念には無関係な相談。

イ 商品・役務別（3ページ関係）

商品一般	商品名を特定できない商品。電子マネー、プリペイドカード、商品券、商店での接客態度など。架空請求はがきによるものを含む。
デジタルコンテ ンツ	インターネットを利用して受けるサービス。アダルト情報サイト、出会い系サイト、オンラインゲーム、画像配信サービス、音楽配信サービス、ギャンブル情報サイト、占いサイト、懸賞サイトなど多岐に渡る。
相談その他	既存の区分に該当しない相談。消費生活相談に該当しない相談。経営相談、労働問題、傷害・暴力、交通事故、個人間の金銭貸借など。
役務その他	既存の区分に該当しない役務。興信所、弁護士、司法書士、行政書士、廃品回収、広告代理サービスなど。
ランキング外の 総件数	分類される区分が150を超えており、第11位以下の総計。

ウ 危害・危険（8ページ関係）

危害	商品、役務、設備に関連して、身体にけがや病気等の疾病（危害）を受けた相談
危険	危害を受けたわけではないが、そのおそれがある相談