

令和3年度 消費生活相談の概要

松山市民生活課 消費生活センター

相談件数の推移

区分	令和元年度		令和2年度		令和3年度	
	件数	率(%)	件数	率(%)	件数	率(%)
苦情	1,656	87.5	1,852	90.8	1,928	92.3
問合せ	237	12.5	184	9.0	160	7.7
要望	0	0	3	0.2	0	0
合計	1,893	100.0	2,039	100.0	2,088	100.0

契約当事者の性別・年齢別

	令和2年度		令和3年度		相談件数合計		前年度比 (%)
	男	女	男	女	令和2年度	令和3年度	
20歳未満	40	36	35	27	76	64	84.2
20歳代	112	129	100	112	241	212	88.0
30歳代	79	113	82	116	192	198	103.1
40歳代	101	152	104	161	255	266	104.3
50歳代	128	165	126	168	297	294	99.0
60歳代	120	174	116	180	294	297	101.0
70歳以上	187	279	196	275	469	472	100.6
不明・その他	70	57	103	68	215	285	132.6
合計	837	1,105	862	1,107	2,039	2,088	102.4

* 性別不明・団体の相談が存在するため男女の合計と相談件数は一致しない。

その他傾向

【契約当事者の職業等構成】

給与生活者	745
無職	629
家事従事者	161
自営・自由業	110
学生	100
企業・団体	87
行政機関	2
消費者団体	0
相談窓口	0
その他・不明	254
合計	2,088

【相談対象物品・サービス】

順位	分類	令和3年度	令和2年度	前年度比(%)
1	商品一般	183	212	86.3
2	化粧品	118	91	129.7
3	レンタル・リース・賃借	117	98	119.4
4	他の保健・福祉	95	38	250.0
5	他の教養・娯楽	74	8	925.0
6	健康食品	72	150	48.0
7	役務その他	68	46	147.8
8	娯楽等情報通信	63	0	
9	工事・建築・加工	59	54	109.3
10	紳士・婦人洋服	58	37	156.8

【相談内容別件数】

順位	分類	令和3年度	令和2年度	前年度比(%)
1	契約・解約	1,463	1,359	107.7
2	販売方法	1,207	1,204	100.2
3	表示・広告	295	236	125.0
4	価格・料金	273	266	98.9
5	接客対応	202	266	75.9
6	品質・機能 役務品質	185	167	110.8
7	法規・基準	116	94	123.4
8	安全・衛生	60	59	101.7
9	生活知識	5	3	166.7
10	施設・整備	3	3	100.0

【販売購入形態】

順位	相談内容	令和3年度	令和2年度	前年度比(%)
1	通信販売	769	824	93.3
2	店舗購入	397	345	115.1
3	訪問販売	136	143	95.1
4	電話勧誘販売	129	139	92.8
5	マルチ・マルチ まがい取引	17	17	100.0
5	訪問購入	17	9	188.9
7	ネガティブ・オブ ション	7	38	18.4
8	その他・ 無店舗販売	4	2	200.0
	不明・無関係	612	522	117.2
	合計	2,088	2,039	102.4

*重複あり

特殊販売の契約当事者年齢構成

年齢構成 販売購入形態	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	計
通信販売	46	78	89	126	146	110	122	52	769
訪問販売	4	23	8	8	12	10	55	16	136
電話勧誘販売	1	7	6	10	12	26	46	21	129
ネガティブ・オプション	0	3	0	1	0	3	0	0	7
マルチ・マルチまがい取引	1	6	1	4	1	0	2	2	17
訪問購入	0	0	1	2	2	1	10	1	17
その他無店舗販売	0	0	0	2	0	1	1	0	4
特殊販売合計	52	117	105	153	173	151	236	92	1,079

相談件数の推移及び相談傾向

1. 相談件数について

令和3年度に寄せられた相談件数は2,088件で、前年度と比較して49件増加しています。相談の内訳は、苦情相談が1,928件、問い合わせ相談が160件、要望が0件です。契約当事者の年齢別では、70歳以上が472件と最も多く、次いで60歳代297件、50歳代294件の順となっており、50歳以上の割合が、全体の51パーセントを占めています。

2. 販売購入形態について

最も多いのは、「通信販売」で769件、次いで「店舗購入」の397件、「訪問販売」の136件の順となっています。特殊販売の契約当事者のうち、「通信販売」はどの年代も多く、時間を問わずパソコンや携帯で気軽に購入できることから非常に多くの相談が寄せられています。また、「訪問販売」、「電話勧誘販売」は、日中自宅に居ることの多い70歳以上の高齢者層に多く、他の年代を大きく上回っています。

3. 相談対象商品・役務(サービス)について

最も多いのは、「商品一般」に関するもので183件、次いで「化粧品」に関するもので118件、「レンタル・リース・賃借」に関するもので117件の順となっています。

<商品一般>

ハガキや封書による架空請求の相談は減りましたが、不審なショートメッセージやメール、電話、荷物等についての相談が増えています。例えば、「注文した覚えのないものが郵便で送られ

てきた。」という相談や、携帯電話にショートメッセージで、「荷物を届けたが不在だったので持ち帰りました」と書かれたメールが届いたという相談が増えています。

<健康食品・化粧品>

「1回目90%OFF」「初回実質0円(送料のみ)」など通常より低価格で購入できると広告しながらも、実は定期購入が条件となっている健康食品や化粧品等の通信販売のトラブルが増加しています。「1回限りの注文のつもりが定期購入だった。」「代金を払ったのに、商品が届かない」「販売業者に電話が繋がらず解約できない。」という相談が寄せられています。

<レンタル・リース・賃貸>

「アパート・マンションの敷金の返還額が少ない」、「退去時に高額な原状回復費用を請求された」、「騒音や水漏れの対応についてトラブルになっている」という賃貸物件に関する相談が寄せられています。

<他の保健・福祉>

市役所職員等から、「保険料の還付がある」、「医療費の払い戻しがある」、「税金の還付がある」といった電話がかかってきたという相談が寄せられています。

4. 悪質商法の手口について

<点検(リフォーム)商法>

「無料で点検します」と突然来訪した事業者が、点検後「このままでは大変なことになる」などと消費者の不安をあおり、実際には必要のない高額な商品やサービスを契約させる手口です。屋根や床下など住宅関連の工事のほか、排水管や排水桝等の洗浄サービスを契約させるケースもあります。

<訪問買い取り(押し買い)>

「衣類などの不用品を買い取る」などと電話してきた事業者が家に来て「衣類ではなく貴金属を見せて」と言い、売るつもりがなかった宝石や貴金属などを安価で強引に買い取っていく手口です。

<ワンクリック詐欺>

動画の再生ボタンや年齢確認ボタンなどをクリックすると「登録完了」「料金〇円」などの画面が表示され、サイト利用料などの名目で高額な料金を請求される手口です。使用中の端末情報などを画面に表示して不安をあおるケースもあります。

<送りつけ商法>

注文していない商品を一方的に送りつけ、受け取ると支払い義務があると思わせて代金を請求する手口です。代金引換の宅配便で届くこともあります。勧誘の電話で契約したことにされ、断ったのに商品が届く場合もあります。

5. 消費者被害にあわないために

「今だけ」「今日まで」「あなただけに教えます」「無料で点検します」「必ずもうかります」といった、うまい話をうのみにせず、家族や友人に相談するなど、慎重に判断しましょう。勧められるままに商品を購入したり、契約したりすることは危険です。日頃から十分に注意し、いざというときに適切な対応ができるよう知識を身に付けておくことが重要です。

消費生活センターでは、専門の知識を持った消費生活相談員が、消費者トラブルの解決に向けて情報提供や助言を行っています。消費生活に関する悩みや苦情など一人で抱えずに、消費生活センターに相談しましょう。

松山市消費生活センター

相談受付時間 平日8:30～16:00(土日祝日・年末年始を除く)

相談電話番号 089-948-6382