

令和 6 年度上半期 (4 月～ 9 月)

消費生活相談状況

令和 6 年 11 月

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 6 年 4 月 1 日から令和 6 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 6 年 10 月末日）で PIO-NET に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

2 相談内容

(1) 内容別分類	3
(2) 販売購入形態	4
(3) 商品・役務等	6
(4) 平均契約金額	8

3 相談の特徴

(1) インターネット通販	8
(2) 定期購入	9
(3) SNS関連	9
(4) サイドビジネス商法及び利殖商法	10
(5) 点検商法	11
(6) 還付金詐欺	12

4 危害・危険に関する相談

参考資料

用語説明	15
------	----

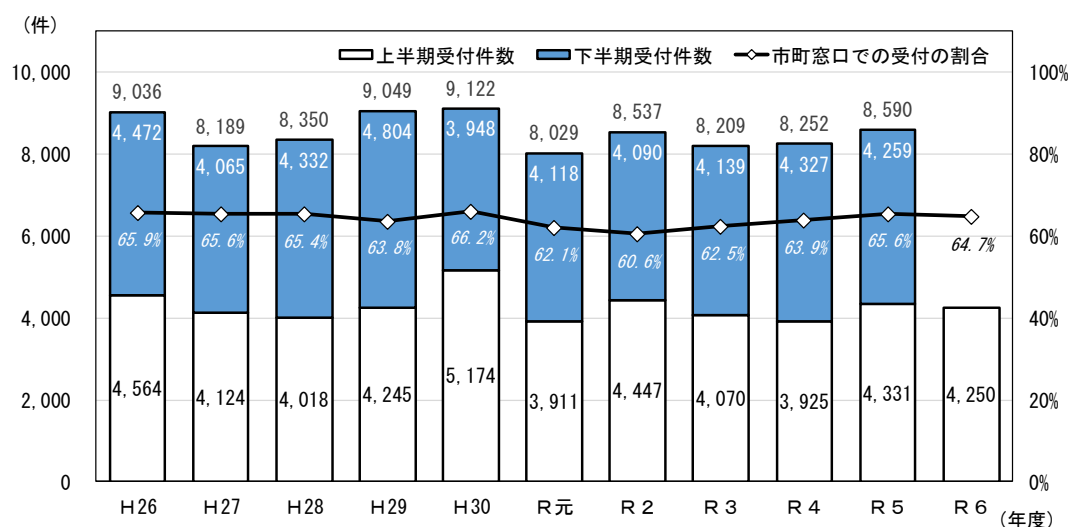
(注) 本報告に示す構成比(%)は、特に断りのない限り、小数点第2位を四捨五入したものです。そのため、必ずしも合計が100になるとは限りません。

1 相談受付状況

(1) 相談件数の推移

PIO-NETに登録された、県全体における令和6年度上半期の相談件数は4,250件であり、前年度上半期と比較して81件(1.9%)の減少となっています。なお、内訳は、県センター受付分が1,499件(35.3%)、市町窓口受付分が2,751件(64.7%)となっています。

図1 相談件数の推移



(2) 契約当事者の属性

○年代別

70歳以上が25.4%と最も多く、次いで60歳代16.5%、50歳代14.0%の順となっています。50歳以上の比率が半分以上、60歳以上の比率が約4割を占めており、前年度同時期とほぼ同様の傾向です。

図2 契約当事者年代別の相談件数

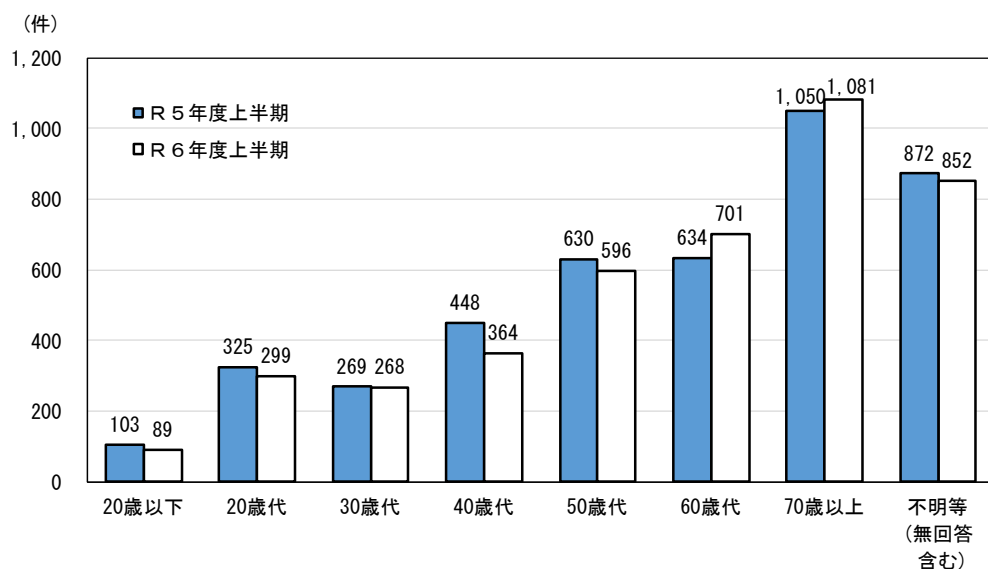
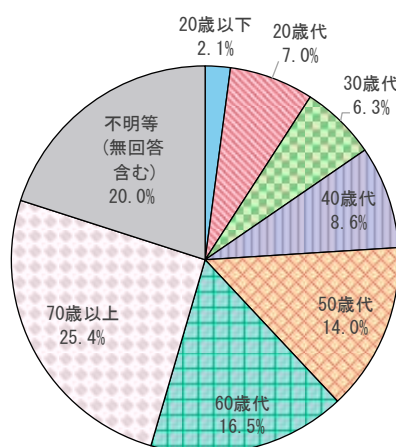
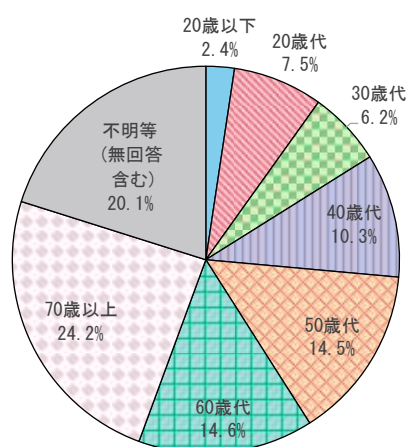


図3 契約当事者年代別の相談件数の比率



R 6 年度上半期 (相談件数=4, 250)



R 5 年度上半期 (相談件数=4, 331)

○居住地別

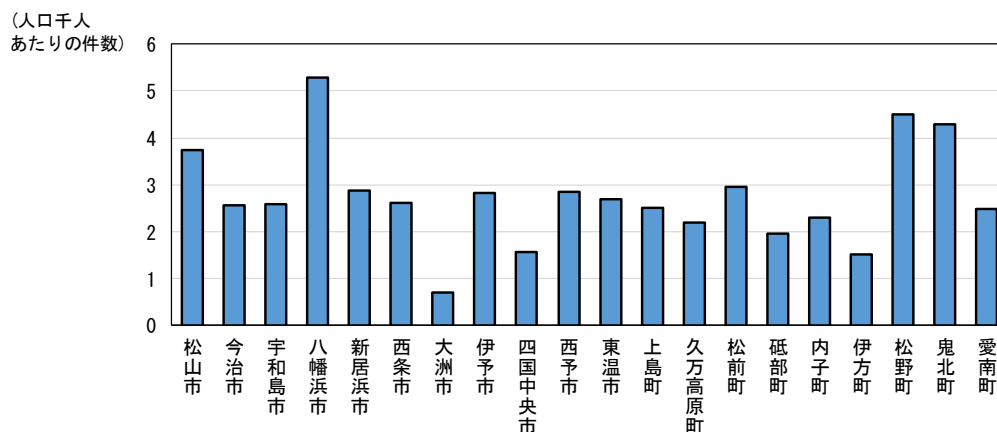
中予地域が2, 193 件 (51. 6%)、東予地域が1, 085 件 (25. 5%)、南予地域が582 件 (13. 7%) となっています。8 市町で増加、11 市町で減少しています。

表1 契約当事者居住地別の相談件数

市町名	前年度比	R 6 年度 上半期	R 5 年度 上半期	市町名	前年度比	R 6 年度 上半期	R 5 年度 上半期
松山市	0. 96	1, 868 (44. 0%)	1, 948 (45. 0%)	上島町	1. 15	15 (0. 4%)	13 (0. 3%)
今治市	1. 13	367 (8. 6%)	326 (7. 5%)	久万高原町	0. 64	14 (0. 3%)	22 (0. 5%)
宇和島市	1. 06	168 (4. 0%)	159 (3. 7%)	松前町	0. 96	86 (2. 0%)	90 (2. 1%)
八幡浜市	1. 28	155 (3. 6%)	121 (2. 8%)	砥部町	0. 80	39 (0. 9%)	49 (1. 1%)
新居浜市	0. 96	319 (7. 5%)	334 (7. 7%)	内子町	0. 52	32 (0. 8%)	62 (1. 4%)
西条市	0. 89	261 (6. 1%)	294 (6. 8%)	伊方町	2. 20	11 (0. 3%)	5 (0. 1%)
大洲市	0. 68	26 (0. 6%)	38 (0. 9%)	松野町	1. 88	15 (0. 4%)	8 (0. 2%)
伊予市	0. 95	96 (2. 3%)	101 (2. 3%)	鬼北町	1. 90	38 (0. 9%)	20 (0. 5%)
四国中央市	0. 98	123 (2. 9%)	125 (2. 9%)	愛南町	1. 02	44 (1. 0%)	43 (1. 0%)
西予市	1. 00	93 (2. 2%)	93 (2. 1%)	不明等	1. 05	390 (9. 2%)	371 (8. 6%)
東温市	0. 83	90 (2. 1%)	109 (2. 5%)	合 計	0. 98	4, 250	4, 331

(注) 不明等には愛媛県外居住者、無回答を含む。

図4 契約当事者居住地 (市町) 別にみる人口千人あたり相談件数



(注) 計算の根拠となる各市町の人口の値は、令和6年10月1日現在の県推計人口データを用いている。

2 相談内容

(1) 内容別分類

最も多いのは「契約・解約」に係る相談で総相談件数の 68.0%を占めます。以下「販売方法」(53.1%)、「接客対応」(11.9%)、「価格・料金」(10.6%)の順となっています。

表2 相談における内容別分類件数

		前年度比	R 6 年度 上半期		R 5 年度 上半期	
総相談件数		0.98	4,250		4,331	
内 容 別 分 類	契約・解約	1.00	2,889	(68.0%)	2,898	(66.9%)
	販売方法	1.03	2,256	(53.1%)	2,189	(50.5%)
	接客対応	0.91	504	(11.9%)	554	(12.8%)
	価格・料金	1.05	452	(10.6%)	430	(9.9%)
	表示・広告	1.11	400	(9.4%)	359	(8.3%)
	品質・機能、役務品質	0.97	384	(9.0%)	396	(9.1%)
	法規・基準	1.12	196	(4.6%)	175	(4.0%)
	安全・衛生	1.13	115	(2.7%)	102	(2.4%)
	生活知識	0.71	17	(0.4%)	24	(0.6%)
	買物相談	0.50	12	(0.3%)	24	(0.6%)
	施設・設備	0.46	6	(0.1%)	13	(0.3%)
	計量・量目	0.80	4	(0.1%)	5	(0.1%)
	包装・容器	0.29	2	(0.0%)	7	(0.2%)
	その他	0.86	61	(1.4%)	71	(1.6%)

(注1) 内容別分類は複数記入が可能なため、件数の合計は総相談件数とは合致しない。

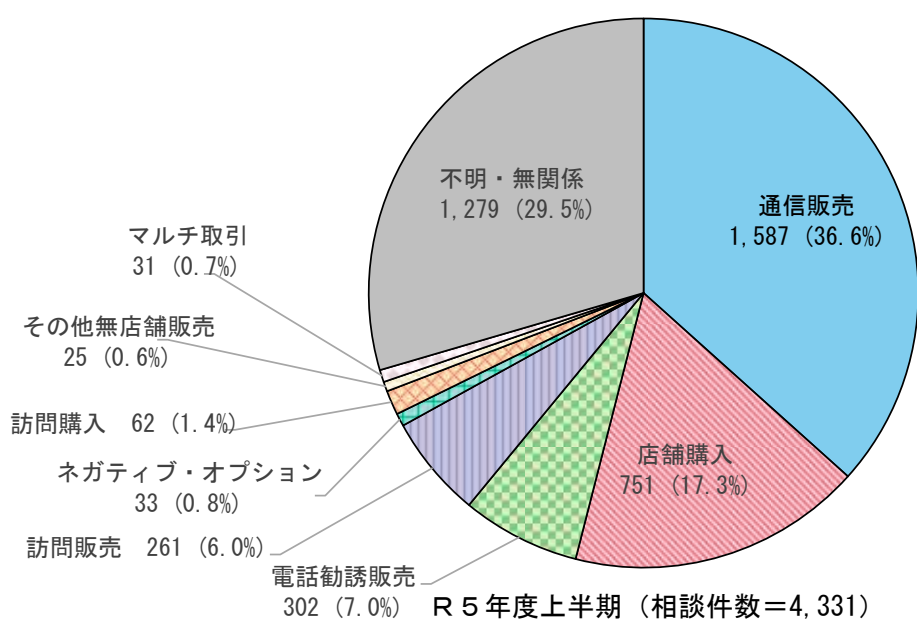
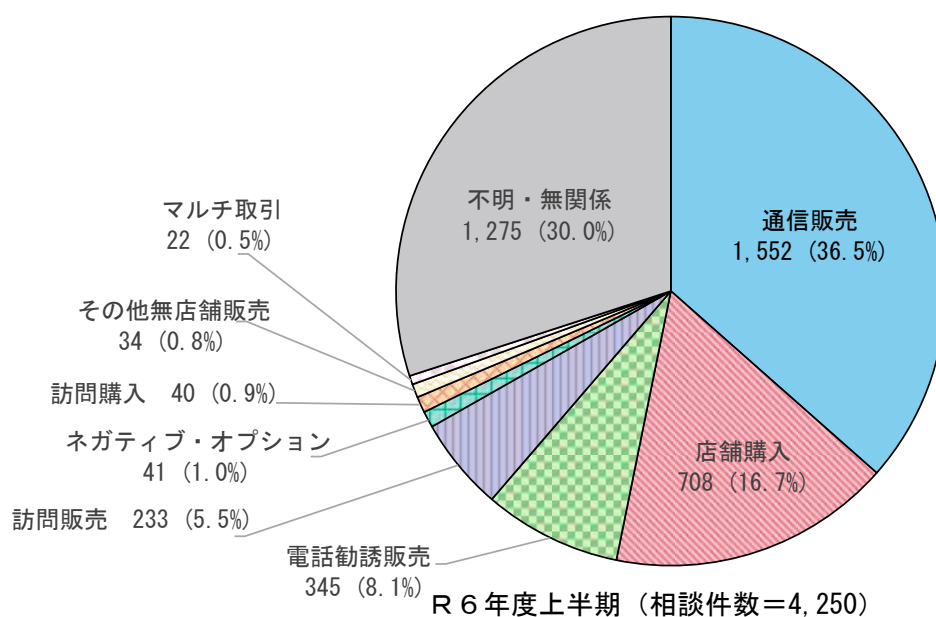
(注2) () 内は総相談件数に対する比率を示す。

(2) 販売購入形態

○販売購入形態別の相談件数の割合

最も多いのは「通信販売」に係る相談で全体の約4割を占めています。次いで「店舗購入」、「電話勧誘販売」、「訪問販売」の順となっています。

図5 販売購入形態別の相談件数と全相談に占める比率



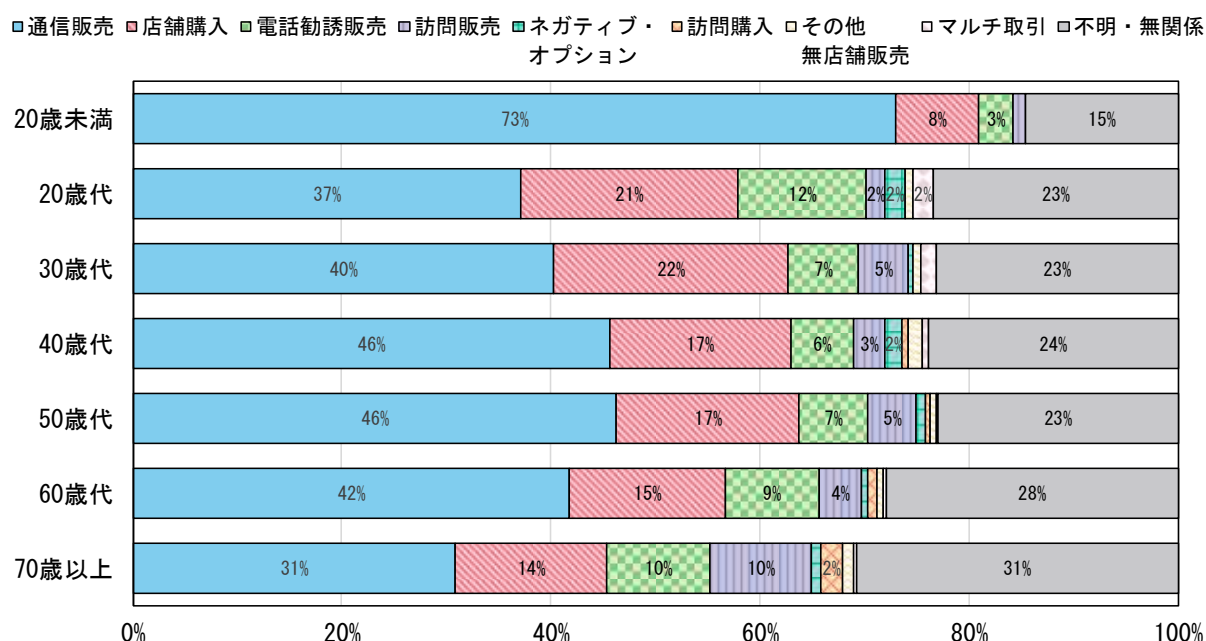
○各年代における販売購入形態別相談件数

各年代における販売購入形態別相談件数の比率をみると、「通信販売」は全年代にわたって多く相談を受けており、特に 20 歳未満から寄せられる相談の約 7 割を占めます。また、「訪問販売」、「訪問購入」は高齢層からの相談が多く、「電話勧誘販売」は若年層と高齢層からの相談に二極化しているという特徴があります。

表 3 各年代における販売購入形態別相談件数

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 (無回答を含む)
1	通信販売	R 6 上半期	1,552	65	111	108	166	276	293	334	199
		R 5 上半期	1,587	69	126	121	210	304	247	296	214
2	店舗購入	R 6 上半期	708	7	62	60	63	104	104	156	152
		R 5 上半期	751	19	75	60	87	113	99	167	131
3	電話勧誘販売	R 6 上半期	345	3	37	18	22	39	63	107	56
		R 5 上半期	302	4	31	17	20	27	47	97	59
4	訪問販売	R 6 上半期	233	1	5	13	11	28	29	105	41
		R 5 上半期	261	1	8	11	22	22	32	127	38
5	ネガティブ・オプション	R 6 上半期	41	0	6	1	6	5	4	9	10
		R 5 上半期	33	0	1	4	2	3	6	7	10
6	訪問購入	R 6 上半期	40	0	0	0	2	3	6	23	6
		R 5 上半期	62	0	0	0	4	6	11	25	16
7	その他 無店舗販売	R 6 上半期	34	0	2	2	5	3	4	12	6
		R 5 上半期	25	0	4	1	1	5	3	5	6
8	マルチ取引	R 6 上半期	22	0	6	4	2	1	2	2	5
		R 5 上半期	31	0	8	2	4	4	4	3	6
—	不明・無関係	R 6 上半期	1,275	13	70	62	87	137	196	333	377
		R 5 上半期	1,279	10	72	53	98	146	185	323	392
	合 計	R 6 上半期	4,250	89	299	268	364	596	701	1,081	852
		R 5 上半期	4,331	103	325	269	448	630	634	1,050	872

図 6 各年代における販売購入形態別相談比率（令和 6 年度上半期分）



（注）構成比は、小数点第 1 位を四捨五入したものである。なお、構成比 1 % 以下は表記していない。

(3) 商品・役務等

○商品・役務別の相談件数

最も多いのは、「商品一般」に関するもので 447 件、次いで「化粧品」に関するもので 340 件、3 番目は「健康食品」に関するもので 238 件となっています。

「健康食品」、「他の保健・福祉」に関する相談が、前年度より特に多くなっています。

表 4 商品・役務別の相談件数

順位	商品・役務名	R 6 年度 上半期		R 5 年度 上半期	
		前年度比			
1	商品一般	1.04	447 (10.5%)	428 (9.9%)	
2	化粧品	1.01	340 (8.0%)	336 (7.8%)	
3	健康食品	1.43	238 (5.6%)	167 (3.9%)	
4	役務その他	0.89	175 (4.1%)	196 (4.5%)	
5	レンタル・リース・貸借	1.11	169 (4.0%)	152 (3.5%)	
	不動産貸借	1.14	151 (3.6%)	133 (3.1%)	
6	融資サービス	0.82	128 (3.0%)	156 (3.6%)	
	フリーローン・サラ金	0.78	111 (2.6%)	143 (3.3%)	
7	工事・建築・加工	1.13	112 (2.6%)	99 (2.3%)	
7	他の保健・福祉	2.29	112 (2.6%)	49 (1.1%)	
	社会保険	2.97	92 (2.2%)	31 (0.7%)	
9	他の教養・娯楽	0.80	99 (2.3%)	123 (2.8%)	
10	移動通信サービス	0.95	93 (2.2%)	98 (2.3%)	
10	インターネット通信サービス	0.83	93 (2.2%)	112 (2.6%)	
—	その他の総件数	0.93	2,244 (52.8%)	2,415 (55.8%)	
合 計		0.98	4,250	4,331	

(注) 商品・役務名は独立行政法人国民生活センターホームページ内

<https://datafile.kokusen.go.jp/> の検索メニュー内の項目解説を参考

○各年代における商品・役務別相談件数

「化粧品」「健康食品」「レンタル・リース・貸借」は幅広い年代から多く相談を受けています。また、「理美容」は30歳代以下から、「内職・副業」は50歳代以下から、「工事・建築・加工」は60歳以上から多く相談を受けています。

表5 各年代における商品・役務別相談件数

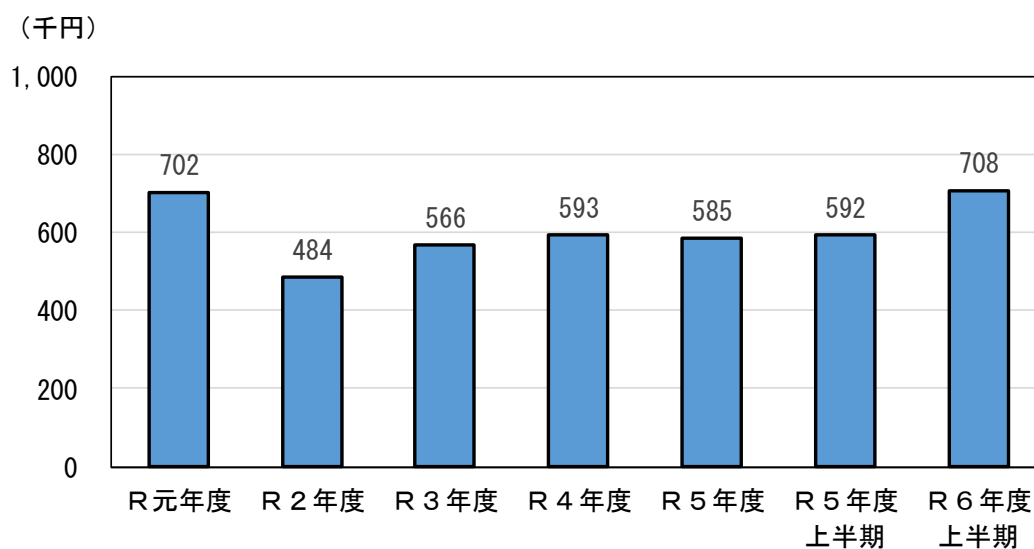
順位	20歳未満	件数	20歳代	件数	30歳代	件数	40歳代	件数
1	他の教養・娯楽	26	理美容	25	レンタル・リース・貸借	23	化粧品	37
2	健康食品	9	内職・副業	22	融資サービス	15	商品一般	35
3	商品一般	6	融資サービス	20	内職・副業	15	レンタル・リース・貸借	22
4	内職・副業	5	商品一般	17	化粧品	14	融資サービス	15
5	化粧品	4	レンタル・リース・貸借	17	商品一般	13	教室・講座	15
6	紳士・婦人洋服 インターネット通信 サービス	3	教室・講座	17	他の教養・娯楽	13	健康食品	13
7			役務その他	15	役務その他	12	移動通信サービス	13
8	洋服一般 音響・映像製品 玩具・遊具 学校教育 娯楽等情報配信サービス	2	他の教養・娯楽	14	健康食品	11	他の金融関連サービス	11
9			他の金融関連サービス	13	理美容	8	他の教養・娯楽 役務その他 内職・副業	10
10			娯楽等情報配信サービス	8	他の金融関連サービス	7		

順位	50歳代	件数	60歳代	件数	70歳以上	件数	その他・不明	件数
1	化粧品	69	化粧品	92	商品一般	119	商品一般	121
2	商品一般	57	商品一般	79	化粧品	91	役務その他	48
3	健康食品	41	健康食品	54	健康食品	85	相談その他	47
4	役務その他	24	他の保健・福祉	37	電報・固定電話	47	レンタル・リース・貸借	45
5	レンタル・リース・貸借	23	役務その他	23	工事・建築・加工	44	化粧品	30
6	融資サービス	21	工事・建築・加工	22	他の保健・福祉	43	他の保健・福祉	25
7	内職・副業	18	レンタル・リース・貸借	20	役務その他	41	工事・建築・加工	23
8	インターネット通信サービス	16	融資サービス	18	移動通信サービス	25	移動通信サービス	21
9	移動通信サービス	14	他の教養娯楽品	15	電気	23	健康食品	20
10	他の金融関連サービス	13	電報・固定電話	15	インターネット通信サービス	22	自動車 融資サービス	19

(4) 平均契約金額

令和6年度上半期における平均契約金額は約708千円で、前年度同時期と比較すると116千円の増加となっています。

図7 平均契約金額の推移



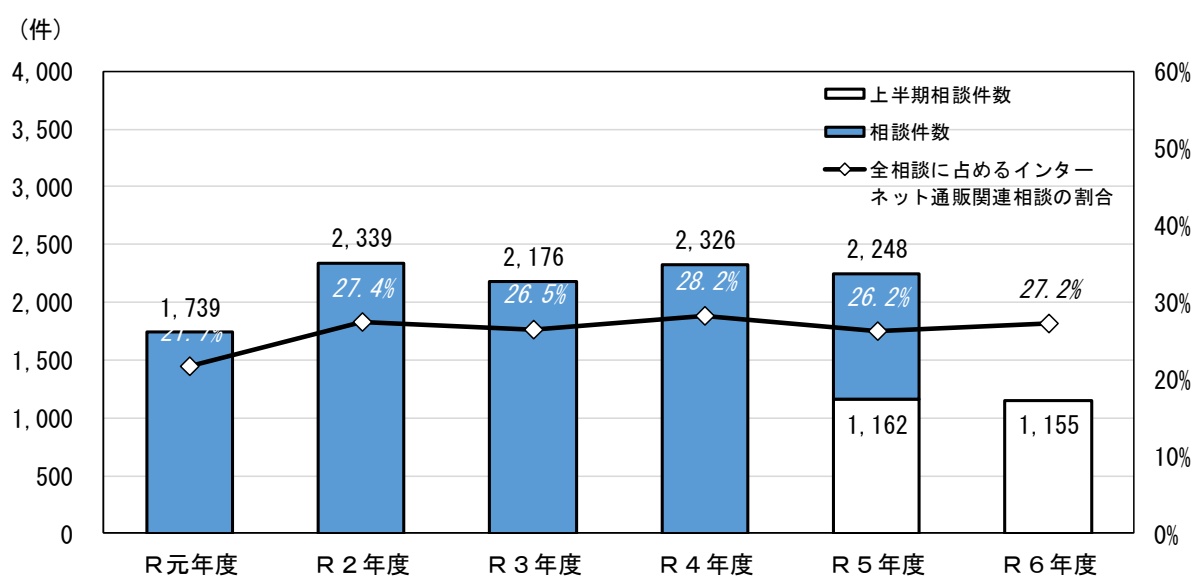
(注) 平均契約金額は、受け付けた相談のうち、契約金額が確認できたものを算出している。

3 相談の特徴

(1) インターネット通販*

インターネット通販に関する相談は依然として多く、「通信販売」に係る相談の7割以上を占めています。

図8 インターネット通販に関する相談件数の推移

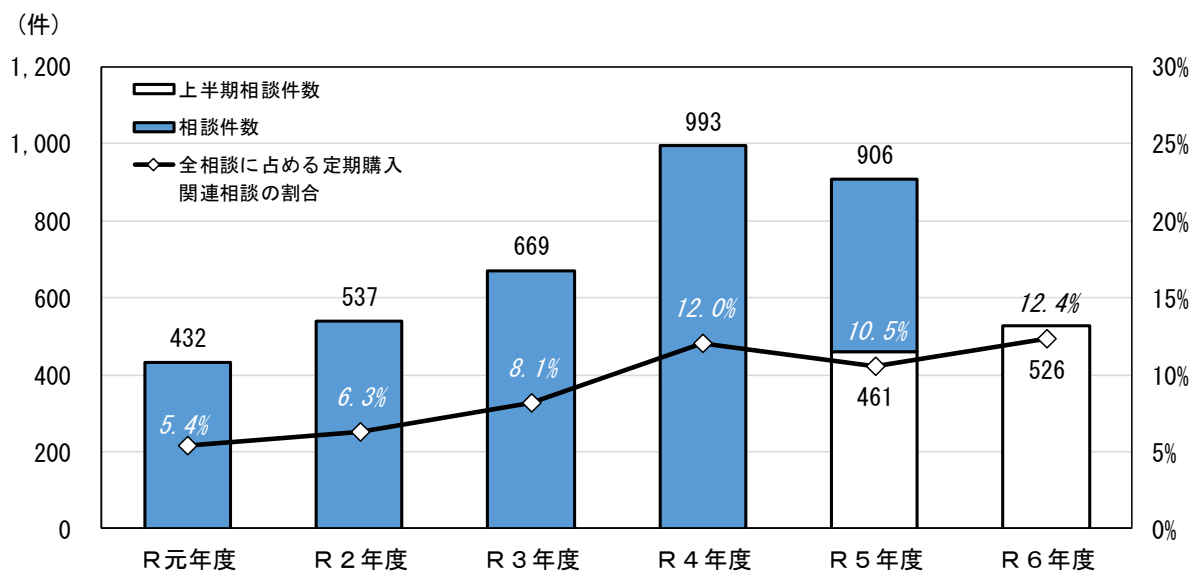


* ここでは、有料インターネットサイト等のサービスも含めて「インターネット通販」としている。

(2) 定期購入

近年、定期購入に関する相談件数が急増しており、今年度上半期の相談件数も前年度同時期比で増加しています。

図9 定期購入関連の相談件数の推移

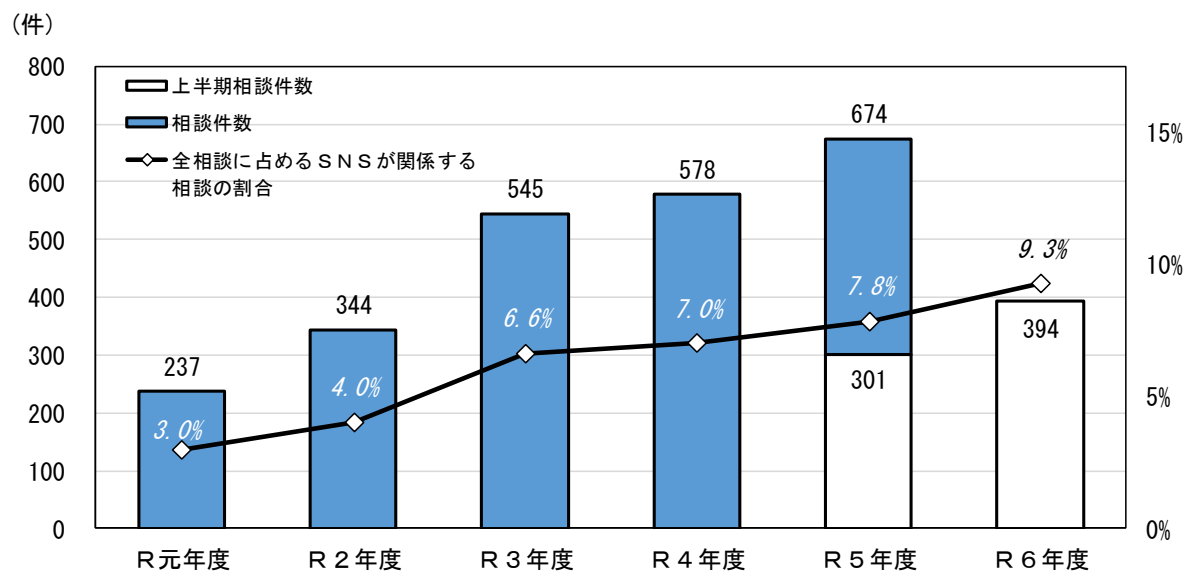


(注) 令和3年度のデータから集計方法を変更したため、令和2年度までのデータと令和3年度からのデータをそのまま比較することができないことから、令和2年度までのデータは参考データとなる。

(3) SNS関連

電子広告など、SNSをきっかけとした契約等の苦情に関する相談は依然として増加傾向が続いています。

図10 SNSが関係する相談件数の推移



(4) サイドビジネス商法及び利殖商法

副業やマルチ取引等、いわゆる「サイドビジネス商法」に関する相談が、前年度同時期より増加しており、若年層を中心に多くの相談を受けています。また、FX取引等の投資が絡んだ「利殖商法」に関する相談も、引き続き多くの相談が寄せられています。いずれも、若年層からの相談が比較的多く、いわゆる「もうけ話」で若年層が狙われている様子が伺えます。

図 11 サイドビジネス商法に関する相談件数の推移

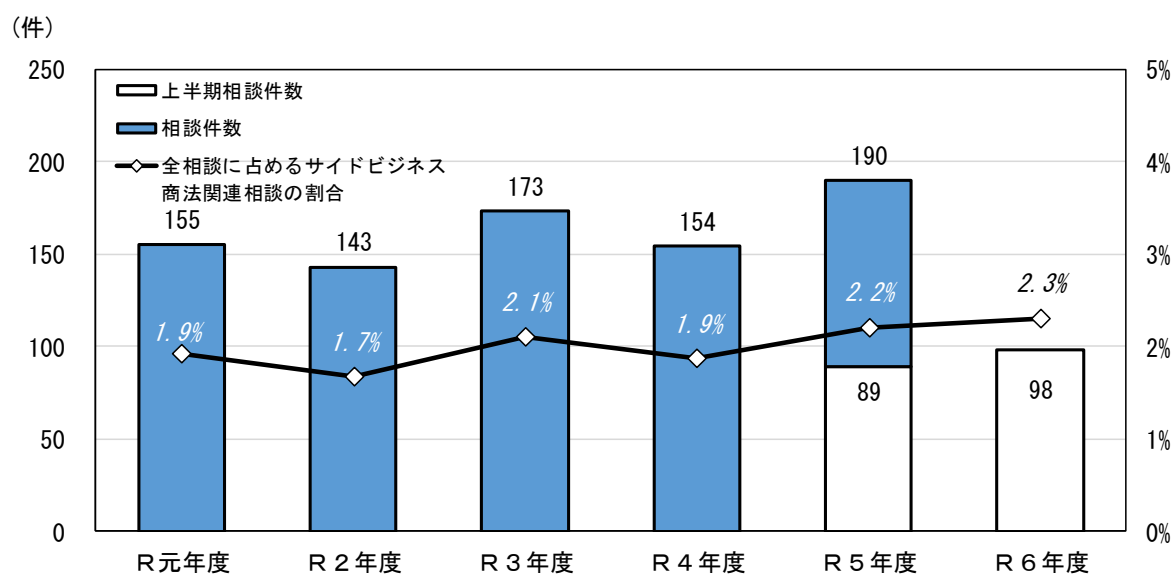


図 12 利殖商法に関する相談件数の推移

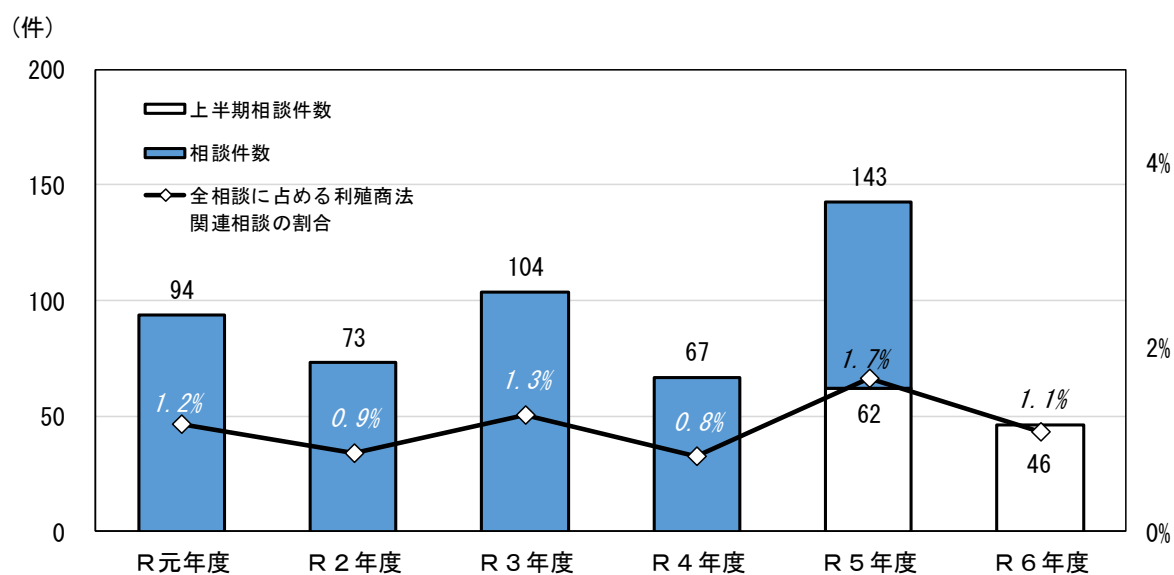
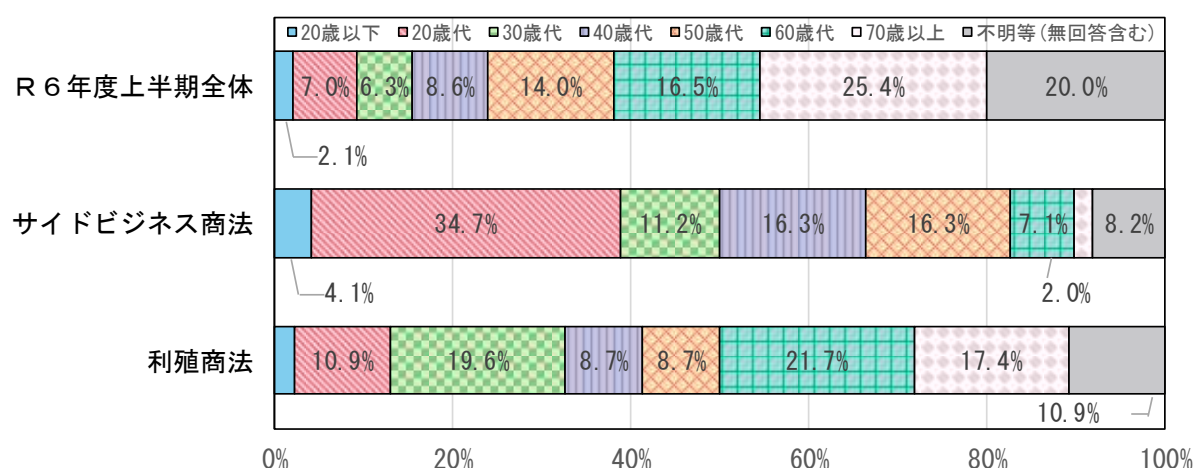


図 13 サイドビジネス商法及び利殖商法に関する相談の契約者年代比率



(5) 点検商法

排水溝、汚水桝や床下等、住宅の点検をきっかけとして高額な契約を結ばせようとする「点検商法」の相談が、引き続き高い水準で寄せられています。高齢層からの相談がほとんどであり、これら相談の販売購入形態が訪問販売であることから、在宅の高齢者が不意打ち的に狙われていることが伺えます。

図 14 点検商法に関する相談件数の推移

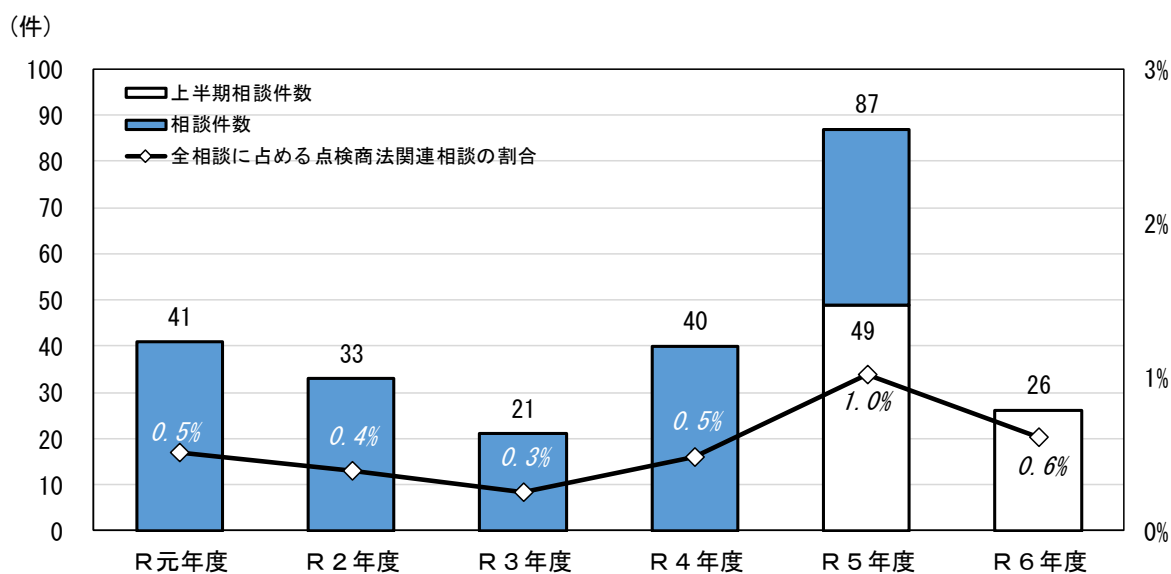
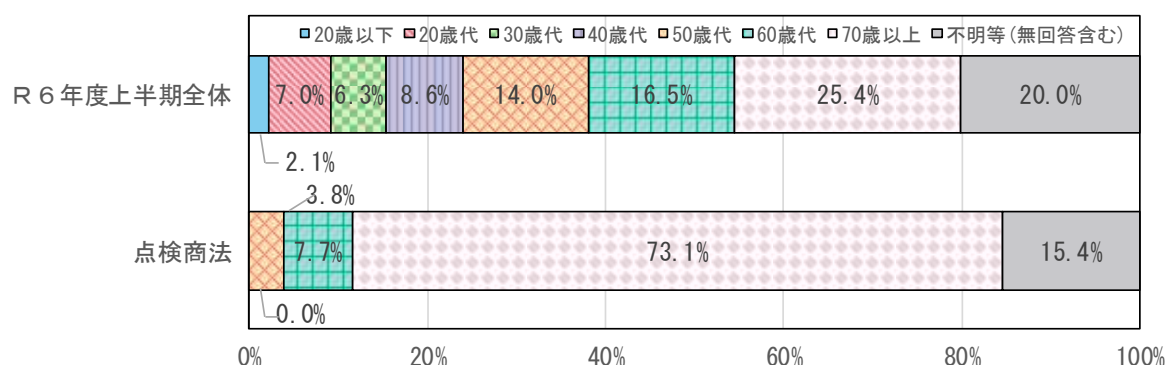


図 15 点検商法に関する相談の契約者年代比率



(6) 還付金詐欺

税務署や社会保険事務所などの職員を名乗り、税金等の還付金名目でATMを操作させるなどして、金銭をだまし取ろうとする「還付金詐欺」に関する相談が急増しています。今年度上半期では、健康保険などの社会保険に関連した還付を名目とする相談が多数寄せられており、また、60歳代以上からの相談が大半を占めています。

図 16 還付金詐欺に関する相談件数の推移

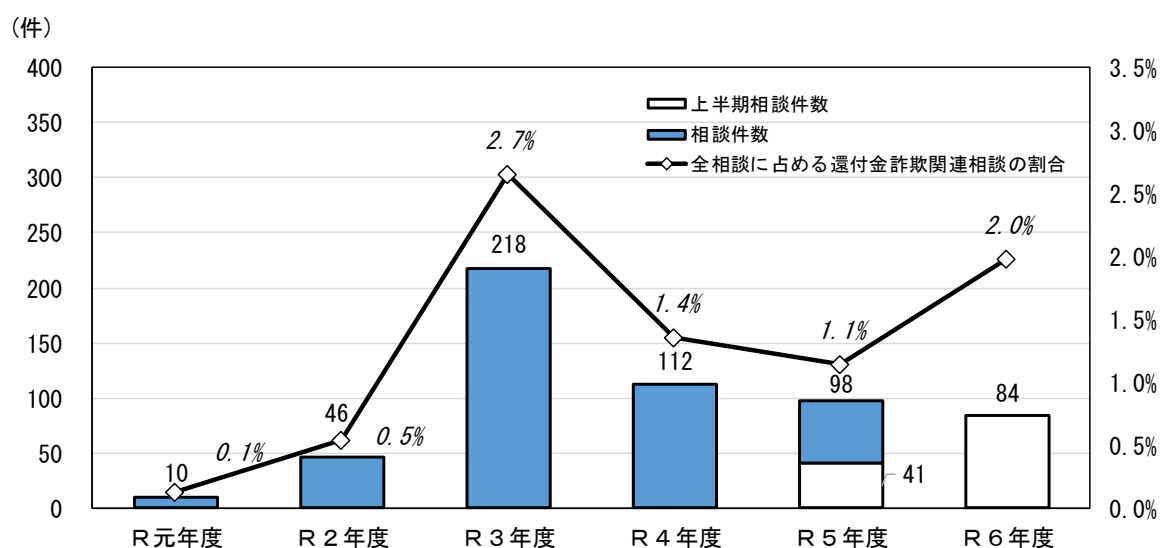
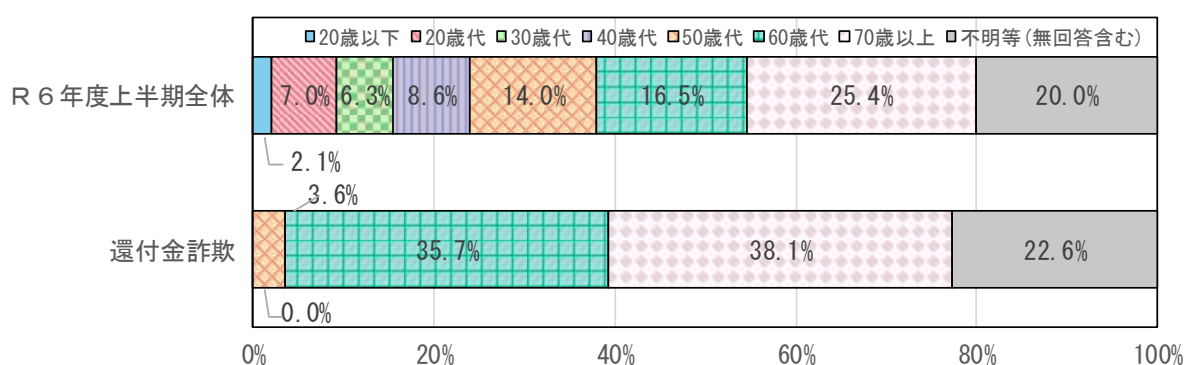


図 17 還付金詐欺に関する相談の契約者年代比率



4 危害・危険に関する相談

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」についての相談は 49 件で、危害を及ぼすおそれのある「危険」についての相談は 7 件寄せられています。例年と同様「食料品」「保健衛生品」「保健・福祉サービス」に関する内容が多くなっています。

表 6 危害・危険に関する相談件数

商品別分類	危 害			危 険			危害・危険の合計		
	前年度比	R 6 上半期	R 5 上半期	前年度比	R 6 上半期	R 5 上半期	前年度比	R 6 上半期	R 5 上半期
商品一般	0.50	1	2	—	0	0	0.50	1	2
食料品	0.58	7	12	0.00	0	1	0.54	7	13
住居品	1.00	2	2	4.00	4	1	2.00	6	3
被服品	2.00	2	1	—	0	0	2.00	2	1
保健衛生品	1.06	18	17	—	1	0	1.12	19	17
教養娯楽品	0.00	0	1	0.50	1	2	0.33	1	3
車両・乗り物	—	1	0	0.25	1	4	0.50	2	4
土地・建物・設備	—	1	0	—	0	0	—	1	0
レンタル・リース・貸借	0.50	1	2	0.00	0	1	0.33	1	3
運輸・通信サービス	—	2	0	—	0	0	—	2	0
教養・娯楽サービス	0.00	0	2	—	0	0	0.00	0	2
保健・福祉サービス	2.17	13	6	—	0	0	2.17	13	6
他の役務	1.00	1	1	—	0	0	1.00	1	1
他の行政サービス	—	0	0	0.00	0	1	0.00	0	1
合 計	1.07	49	46	0.70	7	10	1.00	56	56

(注) 相談者からの申出によるものであり、事実関係を確認したものではない。

表 7 危害に関する相談内容

商品別分類（大分類）	件数	商品・役務名
保健衛生品	18	化粧品（15）、他の保健衛生品（2）、理美容器具・用品（1）
保健・福祉サービス	13	医療（8）、理美容（3）、老人福祉・サービス（1）、他の保健・福祉（1）
食料品	7	健康食品（3）、食料品一般（1）、穀類（1）、魚介類（1）、調理食品（1）
住居品	2	家具・寝具（1）、他の住居品（1）
被服品	2	洋装下着（1）、紳士・婦人洋服（1）
運輸・通信サービス	2	旅客運送サービス（1）、インターネット通信サービス（1）
商品一般	1	商品一般（1）
車両・乗り物	1	自転車・用品（1）
土地・建物・設備	1	空調・冷暖房・給湯設備（1）
レンタル・リース・貸借	1	レンタル・リース・貸借（1）
他の役務	1	外食・食事宅配（1）
合計	49	

表 8 危険に関する相談内容

商品別分類（大分類）	件数	商品・役務名
住居品	4	他の住居品（3）、食生活機器（1）
保健衛生品	1	他の保健衛生品（1）
教養娯楽品	1	音響・映像製品（1）
車両・乗り物	1	自転車・用品（1）
合計	7	

(参考) 用語説明

ア 販売購入形態

電話勧誘販売	販売業者が消費者に電話をかけ、または特定のやり方で電話をかけさせ、その電話における勧誘により、郵便等で契約を締結する販売方法。
訪問販売	販売業者が、消費者の自宅等、営業所等以外の場所において、商品やサービスを販売する方法。
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ってきて、受け取ったことで、支払い義務があると消費者に勘違いさせて代金を支払わせようとする商法。
訪問購入	購入業者が、消費者の自宅等、営業所等以外の場所において、売買契約の申し込みを受け、または売買契約を締結して物品等を購入する方法。
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日以上展览展示販売、自動販売機、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。
マルチ取引 (連鎖販売取引)	商品・サービスを契約して、次は自分が買い手を探し、買い手が増えるごとにマージンが入る取引形態。買い手が次にその販売組織の売り手となり、組織が拡大していく。
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

商品一般	商品の相談であることが明確であるが、分類を特定できない、または特定する必要のないもの。身に覚えがない請求に関する相談が目立つ。
役務その他	既存の区分に該当しない役務。弁護士、司法書士、広告代理サービス、廃品回収サービスなど。
他の保健・福祉	保健・福祉サービスのうち、既存の区分に該当しないもの。保育を除く児童福祉、障がい者福祉、年金、社会保険、生活保護など。
他の教養・娯楽	入場料（使用料）を支払って利用するスポーツ施設、遊興施設（観覧・鑑賞するための施設利用は含まない）、および既存の区分に該当しない教養・娯楽サービス。出会い系サイト・アプリ、インターネットゲームなど。
娯楽等情報配信サービス	教養、趣味、娯楽を目的としたコンテンツ配信・提供サービス。音楽配信サービス、映像配信サービスなど。
他の金融関連サービス	既存の区分に該当しない金融関連サービス。金融コンサルティング、クレジットカードの入退会、暗号資産（仮想通貨）そのものの購入の相談など。

他の教養娯楽品	教養娯楽品のうち、既存の区分に該当しないもの。室内装飾品、ペット用品、園芸用品、タバコ用品など。
相談その他	消費者問題以外の相談で既存の区分に該当しない相談。交通事故、個人間の金の貸し借りに関する相談など。
他の保健衛生品	保健衛生品のうち、既存の区分に該当しないもの。メガネ・コンタクトレンズ用品、ちり紙類、紙おむつなど。
他の住居品	住居品のうち、既存の区分に該当しないもの。風呂用具、トイレ用具、家庭用工具など。

ウ 危害・危険

危 害	商品・役務・設備に関連して、身体にけが、病気等の疾病（危害）を受けたという相談。
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。