

令和4年度 消費生活相談受付状況

徳島県消費者情報センター

概 要

- ・全相談件数は2,592件で、前年同期に比べると214件増加しました（対前年同期比109.0%）。
- ・年代別では、20歳代以上の年代で「商品一般」に関する相談が上位となりました。
- ・架空請求の相談件数は57件で、前年同期より4件の減少（対前年同期比93.4%）となりました。
- ・新型コロナウイルス感染症に関連する相談は48件で、前年同期と比べると32件減少（対前年同期比60.0%）となりました。

1 相談件数

令和4年度に受けた相談件数は2,592件（対前年同期比109.0%）で、前年同期と比べると214件増加しました。内訳としては、アダルト情報サイトや映像配信サービスなどの相談を含む「娯楽等情報配信サービス」に関する相談や、定期購入に関する相談を含む「化粧品」や「健康食品」に関する相談が増加しています。

相談内容をみると「苦情相談」が2,385件（対前年同期比112.9%）、「問合せ」が203件（対前年同期比76.6%）、「要望」が4件であり、「苦情相談」が全体の92.0%を占めています。

(件)

年度	苦情	問合せ	要望	合計
R4	2,385	203	4	2,592
(構成比)	92.0%	7.8%	0.2%	100.0%
R3	2,113	265	0	2,378
(構成比)	88.9%	11.1%	0.0%	100.0%
差引増減	272	△62	4	214
対前年度比	112.9%	76.6%	-	109.0%

<相談受理方法>

相談受理方法は、来訪159件、電話2,326件、文書107件となっており、電話での相談が全体の89.7%を占めています。文書相談は、メールやSNSなどで受け付けた相談であり、うちSNSで受け付けた相談は47件となっています。

<解決、処理状況>

これらの相談には消費生活相談員が対応しましたが、その処理結果の内訳は、他機関紹介（情報提供）66件、消費者への助言（自主交渉）1,481件、その他情報提供（助言及び情報提供）481件、あっせんによる解決385件、処理不調・処理不能等175件、その他4件となっています。

なお、これらの処理のうち、訴訟等の法的処理の検討を要する相談については、弁護士による法律相談を計28件実施しました。

また、事業者の訪問等が32件あり、担当者から適切な取引行為について説明などを行っています。

2 年度別相談件数

平成22年度以降、相談件数は3,000件前後で推移し、平成30年度以降は2,600件前後で推移しています。

(件)

年度 項目	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30	R1	R2	R3	R4
苦情	2,405	2,852	2,922	2,696	2,638	2,761	2,376	2,306	2,342	2,113	2,385
問合せ	271	201	212	208	353	281	301	258	293	265	203
要望	0	2	2	0	6	6	4	1	1	0	4
合計	2,676	3,055	3,136	2,904	2,997	3,048	2,681	2,565	2,636	2,378	2,592
対前年度比	—	114.2%	102.7%	92.6%	103.2%	101.7%	88.0%	95.7%	102.8%	90.2%	109.0%

※ 対前年同期比

3 商品役務別相談件数

(件)

順位	年度 品目	R4	R3	差引 増減	順位	年度 品目	R4	R3	差引 増減
1	商品一般	238	214	24	6	相談その他	89	102	△ 13
2	化粧品	232	109	123	7	工事・建築・加工	83	84	△ 1
3	役務その他	148	99	49	8	娯楽等情報配信サービス	78	64	14
4	健康食品	99	84	15	9	他の教養・娯楽	68	79	△ 11
5	レンタル・リース・貸借	95	90	5	10	移动通信サービス	62	75	△ 13

【用語解説】

「商品一般」は、商品に関する相談のうち、分類を特定できない相談です。ハガキの架空請求や個人情報の収集が疑われる不審な電話などに関する相談が含まれます。

「化粧品」は、「医薬品医療機器等法」に定められたもので、人の身体を清潔にし、美化することを目的とするものです。

「役務その他」は、金融・保険、運輸・通信、教育、教養・娯楽、保健・福祉のいずれにも該当しない役務に関する相談です。「登録された個人情報を削除する」などと持ちかける劇場型勧誘やワンクリック請求を解決するという調査会社に関する苦情が含まれます。

「健康食品」は、高麗人参濃縮液など通常の食料品が持つ栄養素等を超えた薬事的効果又は類似の効果をうたって製造・販売される食品に関する相談です。

「レンタル・リース・貸借」は、商品や不動産を賃貸借する場合（不動産の場合は、使用貸借も含む）の相談です。アパートの退去時の原状回復義務などの相談がよく見られます。

「相談その他」は、消費者問題以外の相談です。

「工事・建築・加工」には、建物の改築工事や塗装の補修工事などが含まれます。

「娯楽等情報配信サービス」は、趣味や娯楽を目的としたコンテンツ配信サービスに関するトラブルです。アダルト情報サイトや映像配信サービスなどに関連する高額な料金請求や解約方法などの相談が含まれます。

「他の教養・娯楽」は、入場料を支払って利用する施設、オンラインゲーム、出会い系アプリ、ギャンブル情報サイトなどの相談です。スポーツ施設やサイトの利用料金、ゲームの課金に関する相談などが含まれます。

「移动通信サービス」は、携帯電話（スマートフォン）やモバイルデータ通信サービスに関する相談です。

4 年代別相談件数（契約当事者）

20歳代以上の幅広い年代において、「商品一般」に関する相談が上位に入っています。未納料金通知のハガキやSMS（ショートメッセージサービス）などに関する相談が寄せられています。

また、20歳代以下の年代において、「他の教養・娯楽」や「娯楽等情報配信サービス」に関する相談が、20歳代から50歳代までの年代において、アパート退去時の原状回復義務などの相談を含む「レンタル・リース・貸借」に関する相談が、40歳代以上の年代において、定期購入に関する相談を含む「化粧品」や「健康食品」に関する相談がそれぞれ上位に入っています。

<年代別内訳>

順位	20歳未満	件数
1	娯楽等情報配信サービス	14
	他の教養・娯楽	14
2	化粧品	12
3	健康食品	5
	玩具・遊具	5
4	紳士・婦人洋服	4

順位	20歳代	件数
1	内職・副業	14
2	商品一般	11
	他の教養・娯楽	11
3	レンタル・リース・貸借	10
4	娯楽等情報配信サービス	9
	理美容	9
	役務その他	9

順位	30歳代	件数
1	レンタル・リース・貸借	16
2	商品一般	13
3	自動車	8
	相談その他	8
4	他の教養娯楽品	7
	工事・建築・加工	7
	医療	7
	役務その他	7

順位	40歳代	件数
1	化粧品	47
2	商品一般	23
3	健康食品	13
4	レンタル・リース・貸借	12
	役務一般	12
	役務その他	12
5	自動車	11

順位	50歳代	件数
1	化粧品	54
2	商品一般	37
3	娯楽等情報配信サービス	18
4	健康食品	17
	レンタル・リース・貸借	17
5	役務その他	16

順位	60歳代	件数
1	化粧品	61
2	商品一般	38
3	役務その他	28
4	工事・建築・加工	19
5	健康食品	12
	娯楽等情報配信サービス	12

順位	70歳代	件数
1	商品一般	51
2	化粧品	27
3	役務その他	21
4	健康食品	20
5	移動通信サービス	12

順位	80歳以上	件数
1	健康食品	22
2	商品一般	20
3	役務その他	11
4	化粧品	10
5	工事・建築・加工	9

5 契約当事者年齢別件数

令和3年度と比べ、20歳代以下、50歳代から70歳代の年代において相談が増加しています。

相談件数に占める60歳以上の割合は、平成23年度以降、30%を超えています。今年度も38.5%となっています。

(件)

年度	年齢	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳代	80歳以上	その他・不明	合計
H24		97	207	347	387	368	385	316	185	384	2,676
H25		133	225	344	397	394	508	384	267	403	3,055
H26		117	224	364	477	439	466	401	239	409	3,136
H27		93	246	322	456	407	447	330	223	380	2,904
H28		85	225	346	486	432	509	329	243	342	2,997
H29		23	154	280	494	618	727	347	137	268	3,048
H30		59	143	230	347	414	512	423	203	350	2,681
R1		61	183	226	354	398	412	389	201	341	2,565
R2		76	250	219	336	421	420	364	201	349	2,636
R3		58	181	210	354	365	373	329	198	310	2,378
R4		79	185	192	336	440	436	366	195	363	2,592
差引増減		21	4	△ 18	△ 18	75	63	37	△ 3	53	214
対前年度比		136.2%	102.2%	91.4%	94.9%	120.5%	116.9%	111.2%	98.5%	117.1%	109.0%

6 販売購入形態別件数

訪問販売には、SF商法、アポイントメント商法などが含まれており、「営業員に不意に自宅に来られ、断り切れずに光回線などの契約をしてしまったが、解約したい」といった相談があります。

通信販売は、郵便、電話、インターネットなどの通信手段を用いて契約するもので、「ネットで商品を注文し代金を払ったが、商品が届かない」、「1回だけと思いネットで商品を購入したら、複数回の購入が条件の定期購入だった」といった、インターネット通販に関する相談が増加しています。

マルチ・マルチまがい取引には、連鎖販売取引等が含まれます。「販売組織に疑問を持ったのでやめたい」といった相談があります。

電話勧誘販売には、「執拗な勧誘に押し切られて契約してしまったが、やはり解約したい」といった相談があります。

ネガティブ・オプション（送り付け商法）は、当方から申し込んでもいないのに、業者が売買契約の申込みに関わる商品を送り付けてくるものです。注文していない新聞、雑誌を送り付けられたなどの相談があります。

訪問購入は、購入業者が消費者の自宅等（営業所等以外の場所）において売買契約を締結して物品を購入するものです。

その他無店舗販売は、店舗でないところで購入、契約したものです。通常の店舗とは考えられない場所での2日以上の間隔にわたって行われる展示販売での購入、契約も含まれます。

(件)

形態別	年度	R4	R3	差引増減	対前年度比
訪問販売		183	186	△ 3	98.4%
通信販売		1,053	831	222	126.7%
マルチ・マルチまがい取引		24	33	△ 9	72.7%
電話勧誘販売		99	118	△ 19	83.9%
ネガティブ・オプション		7	7	0	100.0%
訪問購入		27	22	5	122.7%
その他無店舗販売		19	20	△ 1	95.0%
特殊販売 計		1,412	1,217	195	116.0%
店舗購入		400	379	21	105.5%
不明・無関係		780	782	△ 2	99.7%
合計		2,592	2,378	214	109.0%

<特殊販売の種別順位>

順位	訪問販売	件数	順位	通信販売	件数	順位	マルチ・マルチまがい	件数
1	工事・建築	45	1	基礎化粧品	114	1	他の健康食品	5
2	電気	17	2	他の健康食品	60	2	ファンド型投資商品	3
3	給湯システム	10	3	商品一般	51	3	化粧品	2
	修理サービス	10	4	アダルト情報	47		基礎化粧品	2
4	電気設備	9		頭髮用化粧品	46		複合サービス会員	2
			金融コンサルティング	2				

順位	電話勧誘販売	件数	順位	ネガティブ・オプション	件数	順位	訪問購入	件数
1	電気	10	1	新聞	4	1	商品一般	13
2	鮮魚	8	2	商品一般	1	2	自動二輪車	2
3	インターネット接続回線	7		紳士・婦人用バッグ	1	3	着物類	1
	役務その他サービス	7		雑誌	1		靴	1
4	魚介類	6			指輪		1	
					音響・映像機器		1	
腕時計	1							

順位	その他無店舗	件数
1	家庭用電気治療器具	2
	役務その他サービス	2
2	野菜	1
	ミネラルウォーター	1
	ふとん類	1
	携帯電話サービス	1
	インターネット接続回線	1

〈参考－特殊販売の商品別大分類〉

(件)

項目	訪問販売	通信販売	マルチ・マルチまがい	電話勧誘販売	ネガティブ・オプション	訪問購入	その他無店舗販売	合計
1 保健衛生品	4	248	5	1	0	1	3	262
2 教養・娯楽サービス	0	165	1	5	0	0	1	172
3 食料品	6	89	6	23	0	0	4	128
4 教養娯楽品	4	117	0	1	5	5	2	134
5 商品一般	1	51	1	5	1	13	0	72

7 さまざまな問題商法

(件)

順位	年度		R4	R3	差引増減	順位	年度		R4	R3	差引増減
	商法別						商法別				
1	無料商法		85	97	△ 12	8	点検商法		9	3	6
2	内職商法		34	21	13	9	ネガティブ・オプション		7	7	0
3	利殖商法		30	36	△ 6	10	アポイントメント商法		5	8	△ 3
4	当選商法		26	15	11	11	アンケート商法		4	3	1
5	マルチ商法		24	33	△ 9	12	資格商法		3	8	△ 5
6	開運商法		22	8	14	13	SF商法		2	7	△ 5
7	キャッチセールス		11	2	9						

無料商法とは、無料招待、無料体験など「無料」をうたい文句に人を集めて、高額な商品購入やサービス提供など別の契約をさせる商法です。

内職商法とは、仕事を紹介するからと言って保証金を請求したり、仕事に必要なだとパソコン等の商品を購入させる手口です。

利殖商法とは、「値上がりは確実です」、「必ずもうかります」など、利殖になることを強調して契約させるものです。先物取引や未公開株など、素人には危険なものが多く含まれます。

当選商法とは、「当選しました」、「景品が当たりました」などと有利性を強調して関心を引き、高額な商品やサービスを契約させる商法です。

マルチ商法とは、次々に加入者を増やしていくと利益が得られると販売組織に誘い、商品やサービスを契約させるものです。勧誘時の成功話を信じ、仕組みをよく理解せずに組織に加入し、被害に遭う人も多いようです。

開運商法とは、「身に付けるだけで能力が向上する」、「宝くじが高額当選する」などと宣伝し、あるいは「購入しなければ不幸になる」などと不安に陥れ、高額な開運グッズなどを買わせる商法です。

キャッチセールスとは、特定の消費者に呼びかけることによって注意を向けさせ、営業所等まで案内して、そこで契約させる商法です。

点検商法とは、家屋、布団、浄水器などの点検を名目に家に上がり、「屋根の瓦が浮いています」、「浄水器の中が錆だらけです」などと不安をあおって、修理や商品の購入を契約させる商法です。

ネガティブ・オプション（送り付け商法）は、当方から申し込んでもいないのに、業者が売買契約の申込みに関わる商品を送り付けてきたものです。注文していない新聞、雑誌を送り付けられたなどの相談が含まれます。

アポイントメント商法とは、販売意図を明らかにしないで、又は他の人に比べて著しく有利な条件で契約できると言って、電話等で呼び出して販売する手口です。

アンケート商法とは、「アンケートに答えてください」、「アンケートをとるだけです」などと言って消費者に接近して売りつける商法です。

資格商法には、過去に講座を受けた人が再度勧誘されたり、断ると登録抹消代等の名目で金銭を請求する手口（二次被害）などの相談が寄せられています。

SF 商法とは、閉めきった会場等に人を集め、最初に無料か安い商品を来訪者に提供し、雰囲気の高まったところで売り込もうとする商品を出して説明を行い、その商品を買わせる商法などです。

8 危害・危険相談件数

危害相談とは、商品・サービス・設備に関連し、相談者から身体にけが、病気等の疾病（危害）を受けたという相談です。

危険相談とは、危害を受けたわけではないが、そのおそれがある相談です。相談者が「危険である」と申し出ている相談もここに含まれます。

前年同期に比べ、危害相談は11件増加、危険相談は4件増加となりました。

(件)

品目 分類	食料 品	住居 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 リース・ 貸借	工事・ 建築・ 加工	保健・ 福祉 サービス	他の 役務	他の 行政 サービス	合計
危 害	14	1	1	21	1	1	1	3	1	6	0	0	50
危 険	2	4	0	0	2	4	1	0	0	0	2	1	16
合 計	16	5	1	21	3	5	2	3	1	6	2	1	66

9 多重債務相談

多重債務に係る相談について、消費者情報センターでは、相談者から債務状況を聴取し、相談内容に応じたアドバイスを行っています。

内容から判断し必要と思われる場合には、法律専門家の相談窓口を紹介し、多重債務を解決に導く努力を行っています。

令和4年度の多重債務に関する相談は33件で、前年同期より2件増加しました。

(件)

年度	項目	総相談件数	うち多重債務 相談件数	総相談件数に 占める割合	対前年度比
H24		2,676	76	2.8%	—
H25		3,055	69	2.3%	90.8%
H26		3,136	51	1.6%	73.9%
H27		2,904	58	2.0%	113.7%
H28		2,997	61	2.0%	105.2%
H29		3,048	51	1.7%	83.6%
H30		2,681	48	1.8%	94.1%
R1		2,565	45	1.8%	93.8%
R2		2,636	47	1.8%	104.4%
R3		2,378	31	1.3%	66.0%
R4		2,592	33	1.3%	※ 106.5%
	差引増減	214	2	—	—

※ 対前年同期比

10 ヤミ金融

ヤミ金融とは、貸金業としての登録を行っていない貸金業者（業務）や、登録していても違法な高金利を取る業者（業務）をいいます。ヤミ金融の業者に連絡をしたりお金を借りたりすると、違法な高金利や執拗な取り立てなどの被害に遭います。

当センターからは、相談者にはヤミ金融は犯罪であることや、その手口などについてアドバイスし、県警察総合相談センターに相談することを勧めています。

令和4年度のヤミ金融に関する相談は1件で、前年同期より1件減少しました。

(件)

年度	項目	総相談件数	うちヤミ金融 相談件数	総相談件数に 占める割合	対前年度比
H24		2,676	13	0.49%	—
H25		3,055	22	0.72%	169.2%
H26		3,136	16	0.51%	72.7%
H27		2,904	13	0.45%	81.3%
H28		2,997	18	0.60%	138.5%
H29		3,048	5	0.16%	27.8%
H30		2,681	11	0.41%	220.0%
R1		2,565	4	0.16%	36.4%
R2		2,636	2	0.08%	50.0%
R3		2,378	2	0.08%	100.0%
R4		2,592	1	0.04%	※ 50.0%
	差引増減	214	△ 1	—	—

※ 対前年同期比

11 融資保証金詐欺

融資保証金詐欺とは、金融業者を名乗る者に融資を申し込むと、先に保証金等の名目で金銭を要求される手口です。現金を振り込み後、連絡が取れなくなったり、次々と請求されたりします。

この融資保証金詐欺は悪質な犯罪行為でもあり、当センターに相談があった場合には、県警察総合相談センターに相談することを勧めています。

令和4年度の融資保証金詐欺に関する相談は1件で、前年同期より1件減少しました。

(件)

年度	項目	総相談件数	融資保証金詐欺 相談件数	総相談件数に 占める割合	対前年度比
H24		2,676	4	0.15%	—
H25		3,055	1	0.03%	25.0%
H26		3,136	2	0.06%	200.0%
H27		2,904	1	0.03%	50.0%
H28		2,997	2	0.07%	200.0%
H29		3,048	1	0.03%	50.0%
H30		2,681	0	0.00%	0.0%
R1		2,565	1	0.04%	—
R2		2,636	0	0.00%	0.0%
R3		2,378	2	0.08%	—
R4		2,592	1	0.04%	※ 50.0%
	差引増減	214	△ 1	—	—

※ 対前年同期比

12 架空請求

架空請求とは、電子メールやハガキ、SMS（ショートメッセージ）などで、身に覚えのない代金の請求をされるものです。請求の名目は、有料サイトの利用料や商品の購入代金などが多く、官公庁や実在する事業者を名乗り、消費者を錯覚させ信じさせようとするなど、一段と悪質化しています。

令和4年度は架空請求に関する相談が57件あり、前年同期より4件の減少となりました。

(件)

年度	項目	総相談件数	うち架空請求 相談件数	総相談件数に 占める割合	対前年度比
H24		2,676	111	4.1%	—
H25		3,055	107	3.5%	96.4%
H26		3,136	231	7.4%	215.9%
H27		2,904	186	6.4%	80.5%
H28		2,997	231	7.7%	124.2%
H29		3,048	821	26.9%	355.4%
H30		2,681	481	17.9%	58.6%
R1		2,565	224	8.7%	46.6%
R2		2,636	93	3.5%	41.5%
R3		2,378	61	2.6%	65.6%
R4		2,592	57	2.2%	※ 93.4%
	差引増減	214	△ 4	—	—

※ 対前年同期比

13 ワンクリック請求

メールやホームページにおいて、クリックする前に利用料金・利用規約等について明確な説明がない、又は事実と異なる説明によりクリックを促し、リンク先において即座に「契約完了」や「料金請求」といった内容を表示させるなどして金銭を支払わせようとする手口です。

令和4年度はワンクリック請求に関する相談が49件あり、前年同期より23件の増加となりました。

(件)

年度 \ 項目	総相談件数	ワンクリック 請求相談件数	総相談件数に 占める割合	対前年度比
H24	2,676	178	6.7%	—
H25	3,055	263	8.6%	147.8%
H26	3,136	321	10.2%	122.1%
H27	2,904	314	10.8%	97.8%
H28	2,997	213	7.1%	67.8%
H29	3,048	66	2.2%	31.0%
H30	2,681	49	1.8%	74.2%
R1	2,565	34	1.3%	69.4%
R2	2,636	50	1.9%	147.1%
R3	2,378	26	1.1%	52.0%
R4	2,592	49	1.9%	※ 188.5%
差引増減	214	23	—	—

※ 対前年同期比

14 新型コロナウイルス感染症に関連する相談

新型コロナウイルス感染症に関連する相談は48件（対前年同期比60.0%）で、前年同期と比べると32件減少しました。新型コロナウイルスの影響に伴う旅行代金の返金についての相談や、検査キットなどに関する相談が寄せられています。

(件)

年度 \ 項目	総相談件数	新型コロナウイルス に関連する 相談件数	総相談件数に 占める割合	対前年度比
R1	2,565	36	1.4%	—
R2	2,636	226	8.6%	627.8%
R3	2,378	80	3.4%	35.4%
R4	2,592	48	1.9%	※ 60.0%
差引増減	214	△ 32	—	—

※ 対前年同期比

15 インターネット通販

インターネットやスマートフォンの普及に伴い、インターネット通販に関する相談が増加しています。令和4年度のインターネット通販に関する相談は、870件（対前年同期比130.0%）で、前年同期と比べると201件増加しています。

（件）

年度	項目	総相談件数	うちインターネット通販 相談件数	総相談件数に 占める割合	対前年度比
H30		2,681	599	22.3%	—
R1		2,565	667	26.0%	111.4%
R2		2,636	802	30.4%	120.2%
R3		2,378	669	28.1%	83.4%
R4		2,592	870	33.6%	※ 130.0%
	差引増減	214	201	—	—

※ 対前年同期比

16 定期購入

定期購入に関する相談は294件（対前年同期比179.3%）で、前年同期と比べると130件増加しています。「お試し〇〇円の商品を注文したが定期購入だった」、「定期購入を解約したいが電話が繋がらない」などの相談が寄せられています。

（件）

年度	項目	総相談件数	うち定期購入 相談件数	総相談件数に 占める割合	対前年度比
R3		2,378	164	6.9%	—
R4		2,592	294	11.3%	※ 179.3%
	差引増減	214	130	—	—

（令和3年4月から新設された「定期購入」のキーワードにより集計）

※ 対前年同期比

17 SNS関連

SNSに関連する相談は251件（対前年同期比125.5%）で、前年同期と比べると51件増加しています。「SNS広告を見て商品を購入したが届かない」、「SNSで知り合った人から転売ビジネスを勧められたが解約したい」など、SNSをきっかけとしたトラブルに関する相談が寄せられています。

（件）

年度	項目	総相談件数	うちSNS関連の 相談件数	総相談件数に 占める割合	対前年度比
H30		2,681	51	1.9%	—
R1		2,565	82	3.2%	160.8%
R2		2,636	140	5.3%	170.7%
R3		2,378	200	8.4%	142.9%
R4		2,592	251	9.7%	※ 125.5%
	差引増減	214	51	—	—

※ 対前年同期比

18 市町村別相談件数（相談者居住地）

(件)

市町村名	相談件数	市町村名	相談件数	市町村名	相談件数
徳島市	1,111	上勝町	3	北島町	114
鳴門市	145	佐那河内村	11	藍住町	131
小松島市	102	石井町	107	板野町	42
阿南市	167	神山町	13	上板町	36
吉野川市	114	那賀町	12	つるぎ町	20
阿波市	116	牟岐町	6	東みよし町	34
美馬市	54	美波町	12	県外・不明	109
三好市	50	海陽町	20		
勝浦町	15	松茂町	48	合計	2,592

19 県内消費生活相談窓口別相談件数

(件)

相談窓口名	相談件数	相談窓口名	相談件数
徳島県消費者情報センター	2,592	みよし消費生活センター	135
徳島市消費生活センター	1,328	松茂・北島消費生活センター	151
鳴門市消費生活センター	297	藍住町消費生活センター	188
小松島市消費生活センター	233	板野町消費生活相談所	192
阿南市消費生活センター	491	上板町消費生活相談窓口	76
吉野川市消費生活センター	176		
阿波市消費生活センター	233		
美馬地区消費生活センター	188	合計	6,280