

令和6年度（4－12月）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2,169件で、前年同期に比べると28件増加しました（対前年同期比101.3％）。
- ・年代別では、20歳代以上の全ての年代で、架空請求と思われる不審なメール等の相談を含む「商品一般」に関する相談が上位となりました。
- ・多重債務の相談件数は61件で、前年同期より19件増加（対前年同期比145.2％）しました。内容は、返済困難な借入金への対応や、借入金相談窓口に関する問合せ等でした。
- ・販売購入形態別では、契約の解約に関する相談を含む電話勧誘販売が145件で、前年同期より59件増加（対前年同期比168.6％）しました。

1 相談件数

令和6年4月から12月に受けた相談件数は2,169件（対前年同期比101.3％）で、前年同期と比べると28件増加しました。

相談内容をみると「苦情相談」が1,941件（対前年同期比100.7％）、「問合せ」が224件（対前年同期比107.2％）、「要望」が4件であり、「苦情相談」が全体の89.5％を占めています。前年同期から相談件数の増加率が大きかった「問合せ」については、契約解除やクーリング・オフの手続き方法、迷惑・不審メールへの対処法その他、借入金返済等の内容がありました。

(件)				
年 度	苦 情	問 合 せ	要 望	合 計
R6(4-12月)	1,941	224	4	2,169
(構成比)	89.5%	10.3%	0.2%	100.0%
R5(4-12月)	1,927	209	5	2,141
(構成比)	90.0%	9.8%	0.2%	100.0%
差引増減	14	15	△ 1	28
対前年度比	100.7%	107.2%	80.0%	101.3%

<相談受理方法>

相談受理方法は、来訪118件、電話1,927件、文書124件となっており、電話での相談が全体の88.8％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相談で受け付けた相談は66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）62件、消費者への助言（自主交渉）1,230件、その他情報提供（助言及び情報提供）385件、あっせんによる解決292件、処理不調・処理不能等191件、その他9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16件実施しました。

また、事業者の訪問等が22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年度から平成29年度まで相談件数は、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したが、令和5年度は2,828件と増加しました。

(件)												
年度 項目	H26	H27	H28	H29	H30	R1	R2	R3	R4	R5	R6 (4-12月)	
	(4-12月)											
苦 情	2,922	2,696	2,638	2,761	2,376	2,306	2,342	2,113	2,385	2,540	1,927	1,941
問合せ	212	208	353	281	301	258	293	265	203	281	209	224
要 望	2	0	6	6	4	1	1	0	4	7	5	4
合 計	3,136	2,904	2,997	3,048	2,681	2,565	2,636	2,378	2,592	2,828	2,141	2,169
対前年度比	-	92.6%	103.2%	101.7%	88.0%	95.7%	102.8%	90.2%	109.0%	109.1%	-	101.3%

※ 対前年同期比

3 商品役務別相談件数

前年同期と比べ、定期購入の解約に関する相談を含む「健康食品」に関する相談、通信回線サービスの契約内容や解約に関する相談を含む「インターネット通信サービス」に関する相談、携帯電話サービスの契約に関する相談を含む「移動通信サービス」に関する相談が大きく増加しました。一方で、外壁塗装や屋根修理等の契約内容に関する相談を含む「工事・建築・加工」に関する相談は大きく減少しました。

順位	品目	(件)			順位	品目	(件)		
		年度 R6 (4-12月)	R5 (4-12月)	差引 増減			年度 R6 (4-12月)	R5 (4-12月)	差引 増減
1	商品一般	271	241	30	6	インターネット通信サービス	65	35	30
2	化粧品	159	155	4	7	相談その他	63	81	△ 18
3	役務その他	120	117	3	8	移動通信サービス	59	42	17
4	健康食品	92	64	28	9	工事・建築・加工	56	100	△ 44
5	レンタル・リース・貸借	86	66	20	10	他の教養・娯楽	49	60	△ 11

【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。ハガキやメールによる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。化粧水などの基礎化粧品のほか、シャンプーや脱毛剤などに関する相談も含まれます。

「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。不動産仲介サービスや有料質問サイト、占いサイトなどに関する相談が含まれます。

「工事・建築・加工」は、建物の改築工事や塗装の補修工事などに関する相談が含まれます。

「相談その他」は、消費者問題以外の相談です。

「健康食品」は、栄養補助食品やダイエット食品など通常の食料品が持つ栄養素等を越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。

「自動車」は、道路運送車両法に定める自動車、原動機付自転車、カーオイルなどの自動車用品などに関する相談です。

「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。

「移動通信サービス」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）

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おり、未納料金通知の自動音声ガイダンスや宅配便業者を装った不在通知の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。

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」に関する相談が上位に入っています。また、20歳代の3位、30歳代の5位に「内職・副業」に関する相談が入っています。「内職・副業」に関する相談は全国的に年々増加しており、簡単な作業（タスク）で稼げるという副業に応募したところ、高額報酬を得るにはまず振り込みをするよう指示され、その後も様々な理由で振り込みをさせられた挙句、高額報酬は得られなかった、という相談が寄せられています。

＜年代別内訳＞

順位	20歳未満	件数
1	他の教養・娯楽	13
2	商品一般	6
	娯楽等情報配信サービス	6
3	紳士・婦人洋服	4
4	役務その他	3
5	履物	2

順位	20歳代	件数
1	レンタル・リース・貸借	14
2	商品一般	9
	役務その他	9
3	融資サービス	7
	他の金融機関サービス	7
	理容室	7
	内職・副業	7
4	教室・講座	6

順位	30歳代	件数
1	商品一般	18
2	レンタル・リース・貸借	15
3	役務その他	8
4	自動車	6
5	紳士・婦人洋服	5
	内職・副業	5

順位	40歳代	件数
1	商品一般	21
2	化粧品	16
	レンタル・リース・貸借	16
	役務その他	16
3	融資サービス	11
4	インターネット通信サービス	10
5	工事・建築・加工	9

順位	50歳代	件数
1	化粧品	45
2	商品一般	36
3	役務その他	24
4	健康食品	20
5	インターネット通信サービス	13

順位	60歳代	件数
1	化粧品	58
2	商品一般	43
3	健康食品	22
4	移動通信サービス	15
5	相談その他	13

順位	70歳代	件数
1	商品一般	53
2	健康食品	23
3	化粧品	19
4	移動通信サービス	15
5	工事・建築・加工	14
	インターネット通信サービス	14

順位	80歳以上	件数
1	商品一般	18
2	化粧品	11
3	電報・固定電話	10
	健康食品	10
4	工事・建築・加工	7
5	医薬品	5

5 契約当事者年齢別件数

昨年の同時期と比べ、50歳代と70歳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%を超えており、今年度も12月末時点で39.8%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
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
R5	81	179	223	343	470	487	417	217	411	2,828
(4-12月)	62	127	165	273	355	373	317	154	315	2,141
R6(4-12月)	49	126	142	261	394	371	341	152	333	2,169
差引増減	△ 13	△ 1	△ 23	△ 12	39	△ 2	24	△ 2	18	28
対前年度比	79.0%	99.2%	86.1%	95.6%	111.0%	99.5%	107.6%	98.7%	105.7%	101.3%

6 販売購入形態別件数

前年度から引き続き、通信販売、訪問販売、電話勧誘が上位を占めています。通信販売は、インターネットやSNS広告を通じて購入した商品でのトラブル相談が多くあります。

(件)

形態別 \ 年度	R6 (4-12月)	R5 (4-12月)	差引増減	対前年度比
訪問販売	142	147	△ 5	96.6%
通信販売	770	798	△ 28	96.5%
マルチ・マルチまがい取引	5	13	△ 8	38.5%
電話勧誘販売	145	86	59	168.6%
ネガティブ・オプション	7	14	△ 7	50.0%
訪問購入	17	15	2	113.3%
その他無店舗販売	18	14	4	128.6%
特殊販売 計	1,104	1,087	17	101.6%
店舗購入	319	363	△ 44	87.9%
不明・無関係	746	691	55	108.0%
合 計	2,169	2,141	28	101.3%

【用語解説】

訪問販売には、消費者の自宅等に訪問があり契約するもので、「営業員に不意に自宅に来られ、断り切れずに商品やサービス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。また、キャッチセールス、アポイントメント商法なども含まれています。

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日以上期間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。

＜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	28	1	基礎化粧品	104	1	販売業内職	3
2	修理サービス	13	2	他の健康食品	63	2	家庭用電気治療器具	1
3	給湯システム	12	3	商品一般	53	3	化粧品セット	1
4	ソーラーシステム	9	4	役務その他サービス	31			
	インターネット接続回線	9	5	インターネットゲーム	20			
5	役務その他サービス	6	6	メイクアップ化粧品	17			

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	インターネット接続回線	28	1	婦人下着	2	1	商品一般	2
2	役務その他サービス	14	2	ミネラルウォーター	1		食器	2
3	電気	12		冷凍調理食品	1		ネックレス	2
4	モバイルデータ通信	9		新聞	1		指輪	2
	広告代理サービス	9		雑誌	1		農地	2
5	商品一般	8		釣り用品	1			

順位	その他無店舗	件数
1	冷凍冷蔵機器	6
2	商品一般	1
	パン類	1
	菓子類	1
	アイスクリーム	1
	炭酸飲料	1
	ミネラルウォーター	1

※その他1件が6項目

＜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	6	188	2	4	0	0	0	200
2 食料品	2	86	0	22	2	0	5	117
3 運輸・通信サービス	13	8	0	44	0	0	2	67
4 商品一般	2	53	0	8	0	2	1	66
5 金融・保険サービス	4	30	0	12	0	0	0	46

7 さまざまな問題商法

					(件)				
順位	年度 商法別	R6 (4-12月)	R5 (4-12月)	差引 増減	順位	年度 商法別	R6 (4-12月)	R5 (4-12月)	差引 増減
1	無料商法	64	54	10	8	ネガティブ・オプション	7	14	△ 7
2	利殖商法	41	25	16	9	アポイントメント商法	6	10	△ 4
3	内職商法	26	25	1		資格商法	6	2	4
4	点検商法	21	5	16	10	マルチ商法	5	13	△ 8
5	当選商法	17	20	△ 3	11	開運商法	3	8	△ 5
6	キャッチセールス	14	2	12	12	SF商法	1	2	△ 1
7	アンケート商法	10	5	5					

【用語解説】

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。

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。

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。

ネガティブ・オプション（送り付け商法）は、消費者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手口です。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。

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。

点検商法とは、家屋、布団、浄水器などの点検を名目に家にあがり、「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。

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。

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。

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。

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。

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、危害相談は増減なし、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	光熱 水品	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・ 賃借	工事・ 建築・ 加工	修理・ 補修	教養・ 娯楽 サービス	運輸・ 通信 サービス	保健・ 福祉 サービス	他の 役務	他の 行政 サービス	合計
危 害	10	2	0	11	1	0	1	0	1	0	0	1	7	1	1	36
危 険	4	2	1	0	1	5	1	1	0	1	0	0	0	0	0	16
合 計	14	4	1	11	2	5	2	1	1	1	0	1	7	1	1	52

9 多重債務相談

多重債務に係る相談は、「収入が少なく、借入金の返済に困っている」や「家賃や電話代が支払えない」といった内容があり、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。

また、破産についての相談など、その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。

今期間の多重債務に関する相談は61件で、前年同期より19件増加しました。内容としては、経済的困窮により、銀行や消費者金融からの借入金返済が困難になったことについての対応や借金に関する相談窓口の問合せなどがありました。

(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
H26		3,136	51	1.6%	—
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%
R5		2,828	62	2.2%	187.9%
	(4-12月)	2,141	42	2.0%	—
	R6(4-12月)	2,169	61	2.8%	※ 145.2%
	差引増減	28	19	—	—

※ 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金銭を借りたりすると、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。

今期間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
H26	3,136	16	0.51%	—
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%
R5	2,828	2	0.07%	200.0%
(4-12月)	2,141	2	0.09%	—
R6(4-12月)	2,169	1	0.05%	※ 50.0%
差引増減	28	△ 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。

今期間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
H26	3,136	2	0.06%	—
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%
R5	2,828	2	0.07%	200.0%
(4-12月)	2,141	2	0.09%	—
R6(4-12月)	2,169	1	0.05%	※ 50.0%
差引増減	28	△ 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サービス）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。

今期間は架空請求に関する相談が51件あり、前年同期より7件の増加となりました。

(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
H26	3,136	231	7.4%	—
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%
R5	2,828	55	1.9%	96.5%
(4-12月)	2,141	44	2.1%	—
R6(4-12月)	2,169	51	2.4%	※ 115.9%
差引増減	28	7	—	—

※ 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。

今期間はワンクリック請求に関する相談が7件あり、前年同期より10件の減少となりました。

(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
H26	3,136	321	10.2%	—
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%
R5	2,828	20	0.7%	40.8%
(4-12月)	2,141	17	0.8%	—
R6(4-12月)	2,169	7	0.3%	※ 41.2%
差引増減	28	△ 10	—	—

※ 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年々減少しており、今期間は0件でした。前年同期と比べると7件減少しました。

(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%	—
R3	2,378	80	3.4%	35.4%
R4	2,592	48	1.9%	60.0%
R5	2,828	12	0.4%	25.0%
(4-12月)	2,141	7	0.3%	—
R6(4-12月)	2,169	0	0.0%	※ 0.0%
差引増減	28	△ 7	—	—

※ 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近年増加してきました。今期間のインターネット通販に関する相談は、631件（対前年同期比93.5％）で、前年同期と比べると44件減少しています。

(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
R1	2,565	667	26.0%	—
R2	2,636	802	30.4%	—
R3	2,378	669	28.1%	83.4%
R4	2,592	870	33.6%	130.0%
R5	2,592	870	33.6%	100.0%
(4-12月)	2,141	675	31.5%	—
R6(4-12月)	2,169	631	29.1%	※ 93.5%
差引増減	28	△ 44	—	—

※ 対前年同期比

16 定期購入

定期購入に関する相談は245件（対前年同期比121.3％）で、前年同期と比べると43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%	—
R5	2,828	253	8.9%	86.1%
(4-12月)	2,141	202	9.4%	—
R6(4-12月)	2,169	245	11.3%	※ 121.3%
差引増減	28	43	—	—

（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293件（対前年同期比116.7%）で、前年同期と比べると42件増加しています。「SNSの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副業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
R1	2,565	82	3.2%	—
R2	2,636	140	5.3%	—
R3	2,378	200	8.4%	142.9%
R4	2,592	251	9.7%	125.5%
R5	2,828	329	11.6%	131.1%
(4-12月)	2,141	251	11.7%	—
R6(4-12月)	2,169	293	13.5%	※ 116.7%
差引増減	28	42	—	—

※ 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	971	上勝町	6	北島町	58
鳴門市	137	佐那河内村	7	藍住町	88
小松島市	96	石井町	89	板野町	42
阿南市	134	神山町	8	上板町	29
吉野川市	79	那賀町	12	つるぎ町	10
阿波市	104	牟岐町	13	東みよし町	30
美馬市	45	美波町	11	県外・不明	82
三好市	49	海陽町	14		
勝浦町	10	松茂町	45	合計	2,169

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	2,169	みよし消費生活センター	133
徳島市消費生活センター	998	松茂・北島消費生活センター	146
鳴門市消費生活センター	250	藍住町消費生活センター	192
小松島市消費生活センター	177	板野町消費生活相談所	156
阿南市消費生活センター	386	上板町消費生活相談窓口	44
吉野川市消費生活センター	141		
阿波市消費生活センター	176		
美馬地区消費生活センター	143	合計	5,111