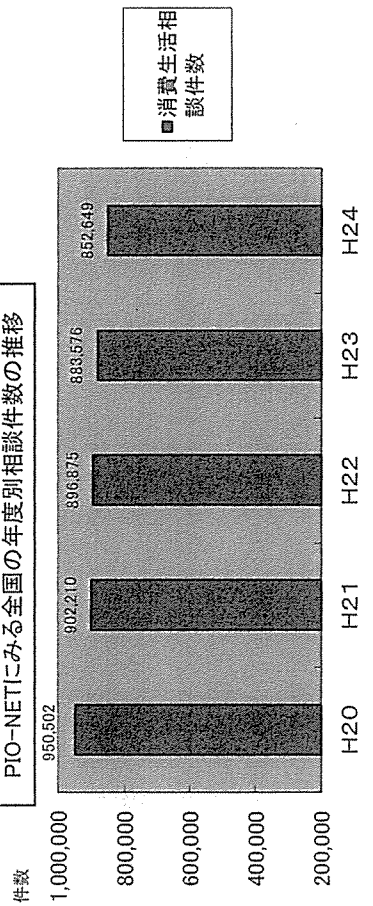


消費生活相談の現状

H25. 10. 21
消費・生活安全課

全国の消費生活相談の現状

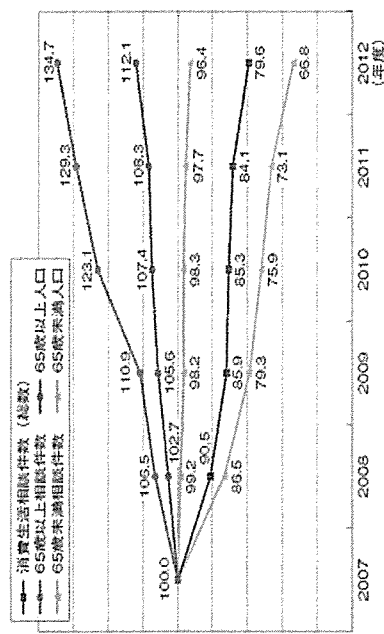
PIO-NETにみる全国の年度別相談件数の推移



平成24年度の全国の消費生活センター等に寄せられた相談件数は約85万件で、近年減少傾向が続いている。

[平成24年度 消費者白書](消費者政策の実施の状況)より

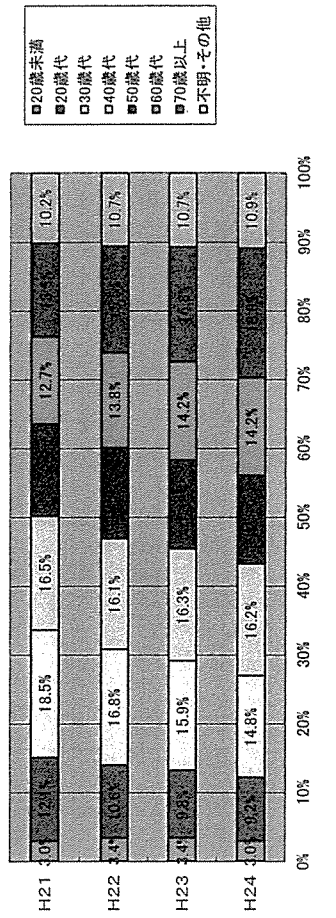
図表2-2-2 高齢者の消費生活相談は、人口の伸び以上に増加している



(備考) 1. PIO-NETに収録された消費生活相談情報(2013年4月30日までの登録分)及び総務省「人口推移」(推定)
2. 2007年度=100とした時の増減。

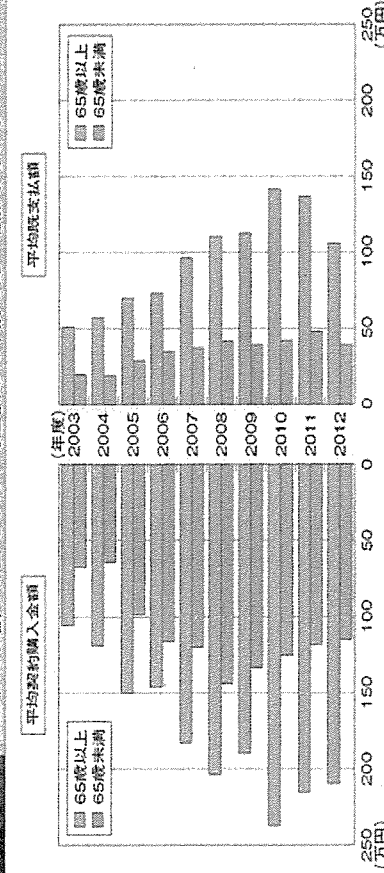
相談件数は、近年減少傾向にあるが、65歳未満の相談件数が総件数と同様の推移をたどっている一方、高齢者の相談件数は平成19年度に比べ、2012年度(平成24年度)は34.7%増と、人口の伸び率以上に年々増加傾向にある。

PIO-NETにみる年度別の契約当事者年別割合



契約当事者の割合を見ると、70歳以上の割合が年々増加し、平成24年度は18.9%となった。60歳以上の割合は33.1%と全体の3割以上を占めており、年々増加傾向にある。

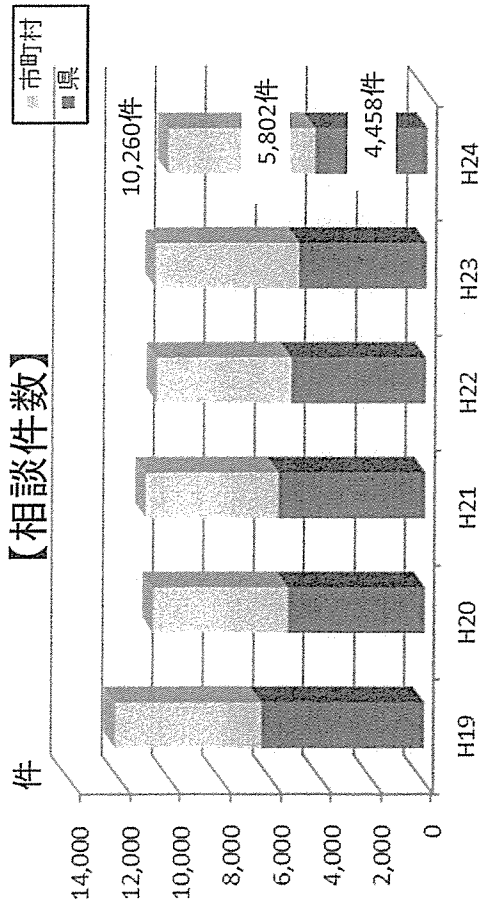
図表2-2-14 高齢者の相談1件当たりの平均金額は10年前に比べ増加している



(備考) 1. 2012年度PIO-NETに収録された消費生活相談情報(2013年4月30日までの登録分)
2. 乗除算(差入方)のものを抜いて算出している。

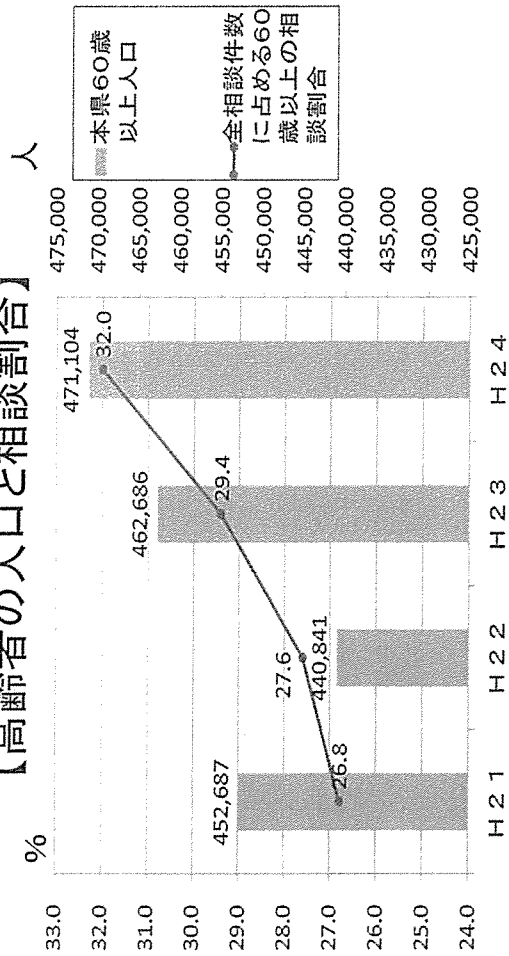
高齢者の相談1件あたりの平均契約購入金額を年度別に見ると、2003年度(平成15年度)の約106万円から、2012年度(平成24年度)は約210万円と、2倍近くになっており、平均既支払額においても同様の傾向にあり、高齢者の相談1件当たりの平均金額は中長期的には高額化している。

【相談件数】



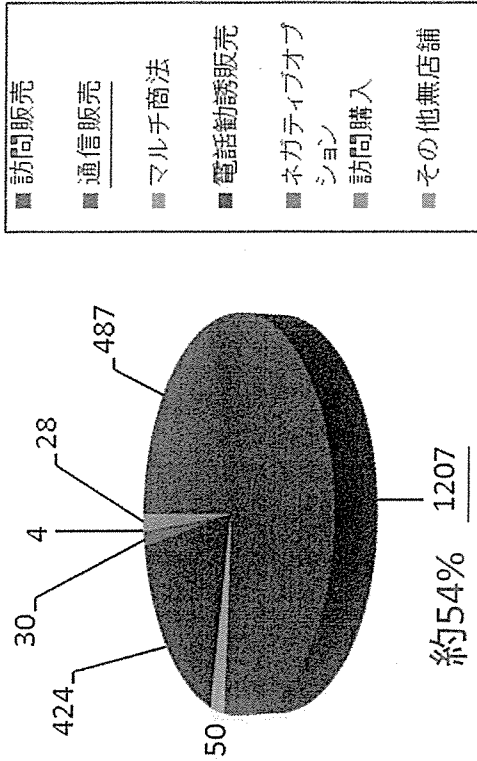
漸減傾向にあるもの高い件数で推移！

【高齢者の人口と相談割合】



高齢者人口の伸び以上に高齢者の相談割合は増加！(H23→H24:人口1.018倍、相談割合1.088倍)

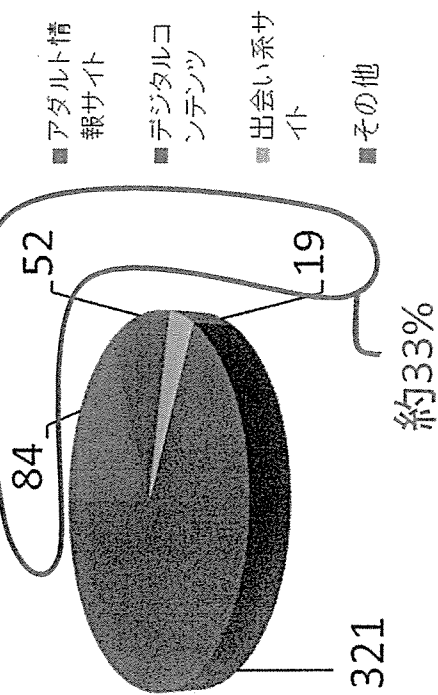
【無店舗販売の相談件数(H24)】



約54%

アダルト情報サイト、デジタルコンテンツ、出会い系サイト、宝くじ等

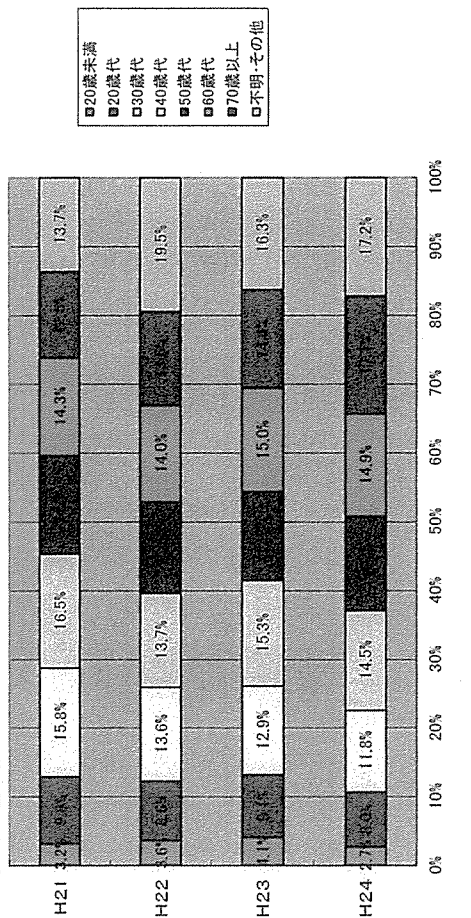
【30歳未満(当事者)の相談件数(H24)】



約33%

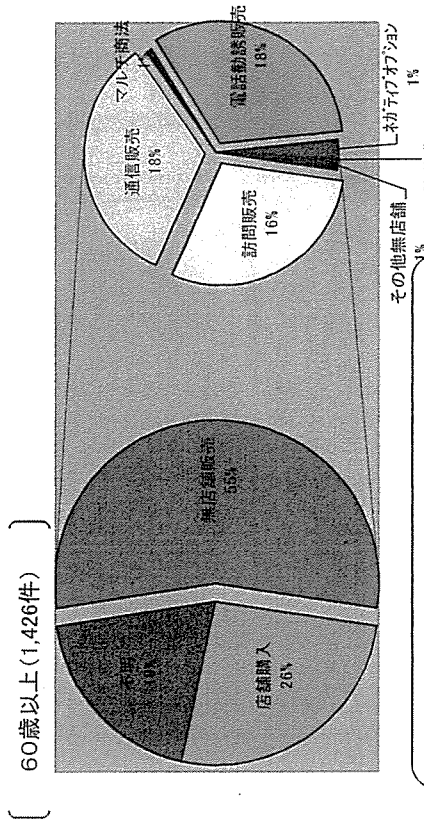
奈良県の消費生活相談の状況

奈良県消費生活センターにおける年度別にみた契約当事者年代別割合



年度別の契約当事者年代別の割合を見ると、70歳以上の割合は増加傾向にあり、平成24年度は17.1%となった。(平成24年度の全国の70歳以上に割合は18.9%)

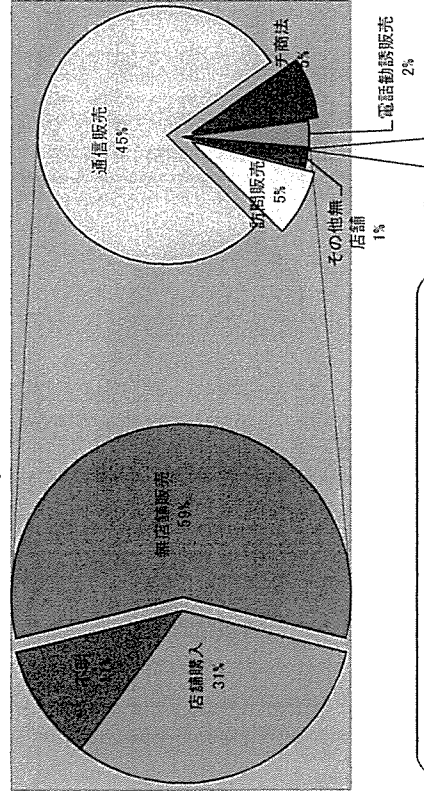
平成24年度 県消費生活センターにおける年代別の販売購入形態の傾向



60歳以上について、販売購入形態の傾向を見ると、無店舗販売の割合が高い。無店舗販売の内訳では、特に通信販売、電話勧誘販売、訪問販売の割合が高い。

[各販売形態のうち、特に相談の多い案件]
 訪問購入
 アダルト情報サイト、まくじ
 電話勧誘販売
 フォンド型投資商品、健康食品
 訪問販売

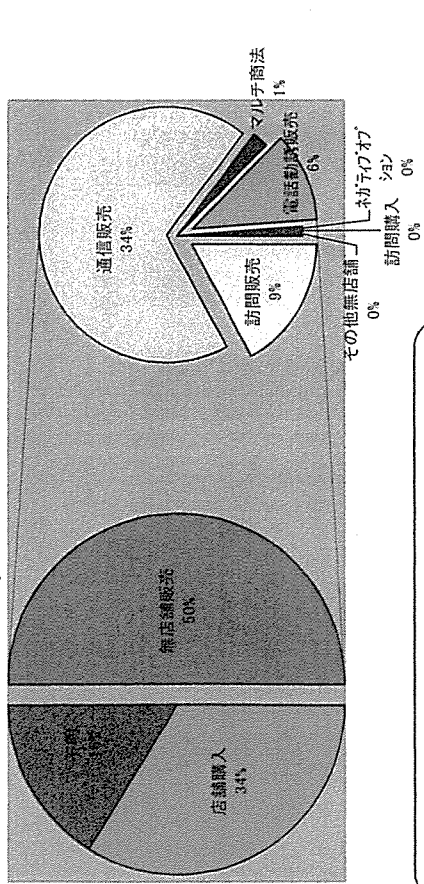
20歳未満～20歳代(476件)



20歳未満から20歳代について、販売購入形態の傾向を見ると、無店舗販売の割合が高い。無店舗販売の内訳では、特に通信販売の割合が高く、訪問販売、マルチ商法の割合が比較的高

[各販売形態のうち、特に相談の多い案件]
 訪問購入
 アダルト情報サイト、出会い系サイト
 訪問販売
 新聞、テレビ放送サービス
 マルチ商法
 商品一般、化粧品

30歳代～50歳代(1,787件)



30歳代から50歳代について、販売購入形態の傾向を見ると、無店舗販売の割合が高い。無店舗販売の内訳では、特に通信販売の割合が高く、訪問販売、電話勧誘販売も割合が比較的高い。

[各販売形態のうち、特に相談の多い案件]
 訪問購入
 アダルト情報サイト、出会い系サイト
 訪問販売
 新聞、電気温水器
 電話勧誘販売