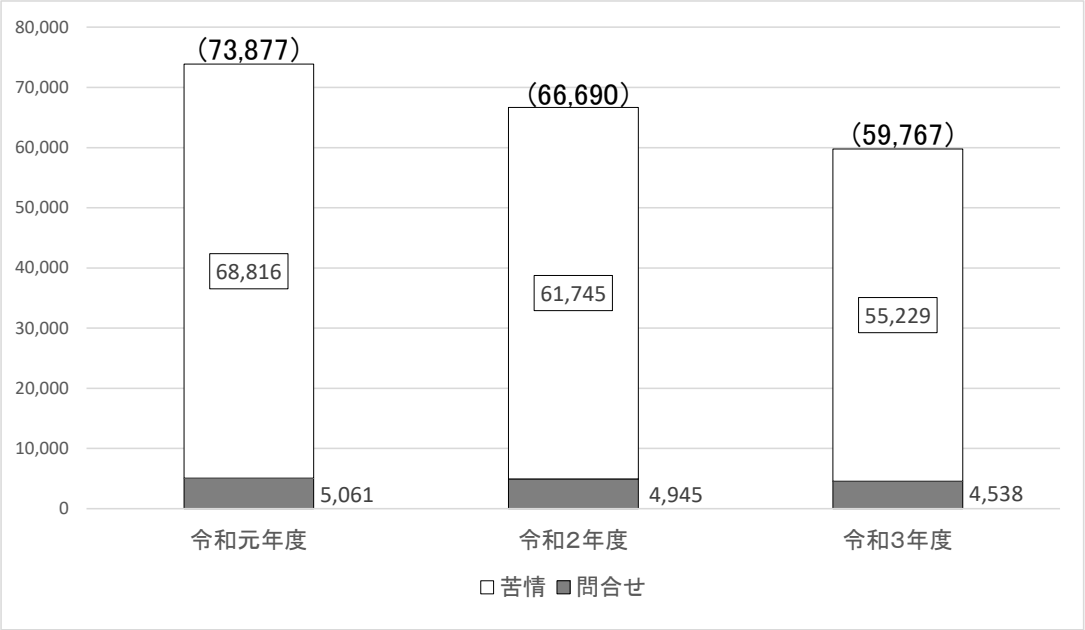
１　令和３年度　神奈川県内における消費生活相談概要

資料２

(1) 消費生活相談件数

神奈川県内の消費生活相談窓口で受け付けた、令和３年度の相談総件数（「苦情」と「問合せ」の合計）は59,767件で、前年度（66,690件）と比べ10.4％減少した。また、相談総件数のうち、「苦情」は55,229件で、前年度（61,745件）と比べ10.6％減少した。

相談件数の推移　（単位：件）



(2) ＳＮＳをきっかけとした消費者トラブル

ＳＮＳの利用者が増えるなか、ＳＮＳ上の広告や、ＳＮＳで知り合った相手からの誘いがきっかけとなる消費者トラブルが近年増加しており、令和３年度の苦情相談件数は、3,553件と過去最多となっている。

前年度（2,981件）との比較でも約1.2倍に増加しており、主な相談内容は次のとおりである。

ア 副業関連

ＳＮＳで知り合った人から「もうかる」とオンラインカジノのアフィリエイトの副業を勧められ登録料を支払ったが、もうかる仕組みもよく分からないため解約したい。

イ 通信販売における「定期購入」

ＳＮＳ上の広告から入った通販サイトで、１回限りのつもりで購入した化粧品が、実際は複数回購入が必要な定期購入であった。

ウ 通信販売における「商品未着」

ＳＮＳ上の広告から入った通販サイトで購入した商品が届かない。

(3) 年齢で見る苦情相談

ア　高齢者（契約当事者が65歳以上）

高齢者の苦情相談件数は16,249件で、前年度(17,447件)と比べ6.9%減少した。苦情相談件数（55,229件）全体に占める高齢者の割合は29.4%で、前年度の28.3%に比べ増加した。

○　高齢者の占める割合が高い販売購入形態

販売購入形態では、「訪問購入」が６割以上、「訪問販売」、「電話勧誘販売」が４割以上が高齢者となっている。割合が最も高い「訪問購入」の相談事例としては、「着物等の不用品を買い取るという事業者を呼んだら強引に貴金属を買い取られた」等である。

主な販売購入形態別　高齢者の占める割合　　単位：件

主な特殊販売	高齢者の占める割合	高齢者	全体
訪問購入	64.9%	302	465
訪問販売	46.4%	2,996	6,452
電話勧誘販売	41.7%	964	2,310

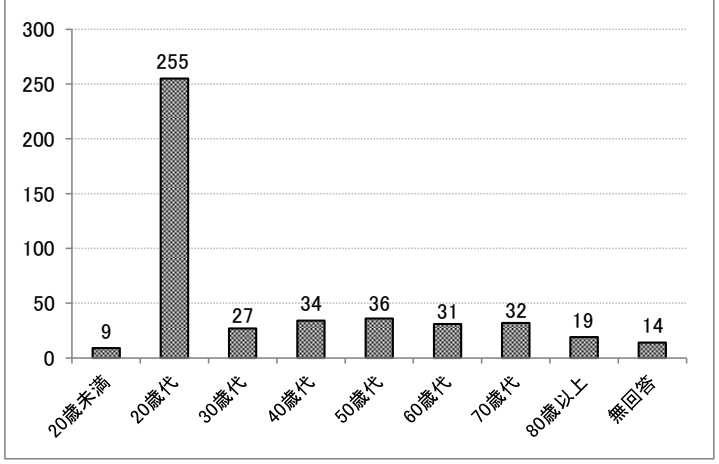
イ　若者（契約当事者が30歳未満）

若者の苦情相談件数は7,088件で、前年度（8,133件）と比べ12.8%減少した。苦情相談件数(55,229件)全体に占める若者の割合は12.8%で、前年度（13.2%）と比べ減少した。

○　若者の占める割合が高い販売購入形態

販売購入形態では、「マルチ取引」が20歳代は55.8%と突出して高くなっている。相談事例としては、「友人や知人を新たに販売員として販売組織に参加させれば収入が得られる」等と勧誘し、商品やサービスを契約させる等である。

「マルチ取引」　契約当事者年代別件数　　単位：件

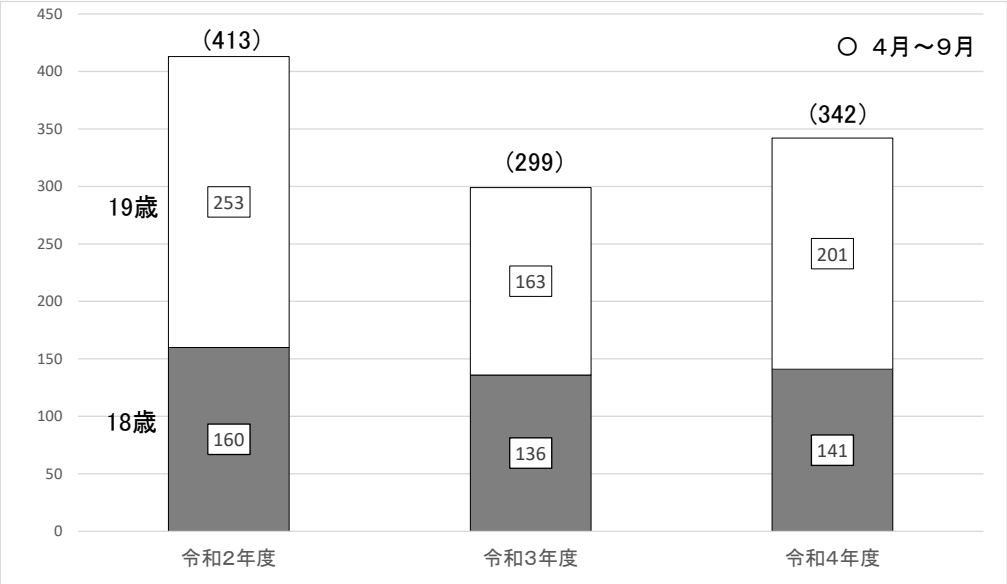


２　県内における成年年齢引下げ前後の18歳・19歳の相談状況（10月13日時点の速報値）

(1) 苦情相談件数（４月～９月）

令和４年４月から９月までの、18歳・19歳が契約当事者となっている苦情相談件数は、10月13日時点の速報値が342件で、前年度（299件）と比べ43件増加した。

苦情相談件数の推移（４月～９月）　　単位：件



(2) 苦情相談の品目別件数（４月～９月）

品目別では、脱毛サロン等で「一人でローンを組んで契約してしまったが、解約したい」といった、エステティックサービスに関する苦情相談が72件で、前年度（11件）と比べ約6.5倍に増加した。

苦情相談の品目別件数　　単位：件

順位	品目	令和4年度（4月～9月）	令和3年度（4月～9月）	前年度比（件数）	前年度比（割合）
1	エステティックサービス	72	11	61	654.5%
2	異性交際関連サービス	17	23	−6	73.9%
3	商品一般	13	16	−3	81.3%
4	医療サービス	12	6	6	200.0%
5	アダルト情報	11	9	2	122.2%
6	化粧品	9	23	−14	39.1%
7	不動産貸借	8	6	2	133.3%
8	修理サービス	8	4	4	200.0%
9	自動車運転教習所	8	2	6	400.0%
10	インターネット接続回線	7	3	4	233.3%