**令和6年度　大阪府消費生活センター版資料編目次**

|  |  |
| --- | --- |
| ○表1　 | 相談件数の年度推移 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 2 |
| ○表2　 | 相談者の年代別件数 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 2 |
| ○表3　 | 契約当事者の年代別件数　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・2 |
| ○表4　 | 相談方法別相談件数・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・2 |
| ○表5　 | 相談者市町村別相談件数・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・3 |
| ○表6　 | 契約･購入金額別相談件数 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・4 |
| ○表7　 | 内容別相談件数【重複カウント】・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・4 |
| ○表8　 | 商品・役務別相談件数【項目別分類】・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・4 |
| ○表9　 | 相談の多い商品・役務【上位20位】・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 5 |
| ○表10 | 契約当事者年代別 相談の多い商品・役務【上位5位】・・・・・・・・・・・・・・・ 5 |
| 〇表11 | 相談の多い販売方法・手口【上位20位】・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 6 |
| ○表12 | 契約当事者年代別 相談の多い販売方法・手口【上位5位】・・・・・・・・・・・・・ 6 |
| ○表13　 | インターネット通販で相談の多い商品・役務【上位5位】(ｲﾝﾀｰﾈｯﾄｵｰｸｼｮﾝ,ﾌﾘﾏｻｰﾋﾞｽを含む)・7 |
| ○表14　 | 販売購入形態別相談件数・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・7 |
| ○表15 | 訪問販売に関する勧誘方法別相談件数・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・7 |
| ○表16 | 訪問販売で相談の多い商品・役務・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・7 |
| ○表17 | 家庭訪問販売で相談の多い商品・役務・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・7 |
| ○表18 | アポイントメントセールスで相談の多い商品・役務・・・・・・・・・・・・・・・・・7 |
| ○表19 | キャッチセールスで相談の多い商品・役務・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・8 |
| ○表20 | ＳＦ商法で相談の多い商品・役務・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・8 |
| ○表21 | 通信販売で相談の多い商品・役務・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・8 |
| ○表22 | マルチ商法で相談の多い商品・役務・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・8 |
| ○表23 | 電話勧誘販売で相談の多い商品・役務・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・8 |
| ○表24　 | ネガティブオプションで相談の多い商品・役務・・・・・・・・・・・・・・・・・・・8 |
| ○表25 | 訪問購入で相談の多い商品・役務・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・8 |
| ○表26　 | 危害に関する相談の多い商品・役務等・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・9 |
| ○表27　 | 危険に関する相談の多い商品・役務等・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・9 |
| ○表28　 | [メール相談分]相談者の年代別件数・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・9 |
| ○表29 | [メール相談分]契約当事者の年代別件数・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・9 |
| ○表30 | [メール相談分]相談者の年代別・送信時刻にみた件数・・・・・・・・・・・・・・・ 10 |
| ○表31 | [メール相談分]契約･購入金額別相談件数 ・・・・・･・・・・・・・・・・・・・・ 10 |
| ○表32 | [メール相談分]内容別相談件数【重複カウント】・・・・・・・・・・・・・・・・・ 10 |
| ○表33 | [メール相談分]商品・役務別相談件数【項目別分類】・・・・･・・・・・・・・・・・11 |
| ○表34 | [メール相談分]相談の多い商品・役務【上位10位】 ・・・・･・・・・・・・・・・・11 |
| ○表35 | [メール相談分]契約当事者年代別　相談の多い商品・役務【上位5位】 ・・・・・・・11 |

**資　料　編**

○表1　相談件数の年度推移



○表2　相談者の年代別件数



○表3　契約当事者の年代別件数



○表4　相談方法別相談件数



○表5　相談者市町村別相談件数



○表6　契約･購入金額別相談件数



○表7　内容別相談件数【重複カウント】



※「内容別分類」では、１件の

相談でも複数の「内容」に該

当する場合は、それぞれの「内

容」にカウントしているため、

「内容別分類」の合計件数と相

談件数は一致しない。

○表8　商品・役務別相談件数【項目別分類】



○表9　相談の多い商品・役務【上位20位】



○表10　契約当事者年代別 相談の多い商品・役務【上位5位】



・13歳未満の2位以降は、同率のものが多数あるため、記載を省略している。

○表11　相談の多い販売方法・手口【上位20位】



※「インターネット通販」については、「インターネットオークション」「フリマサービス」を含む。

※ＳＮＳに関連する相談の動向を把握するため、令和５年度より集計している。

※1件の相談に複数の販売方法・手口に該当するものは重複してカウントしているため、合計件数は一致しない。例えば、1件の相談に「インターネット通販」と「定期購入」が付与されている場合、各々に対し1件ずつカウントしている。

○表12　契約当事者年代別　相談の多い販売方法・手口【上位5位】



※「インターネット通販」については、「インターネットオークション」「フリマサービス」を含む。

※ＳＮＳに関連する相談の動向を把握するため、令和５年度より集計している。

※1件の相談に複数の販売方法・手口に該当するものは重複してカウントしているため、合計件数は一致しない。例えば、1件の相談に「インターネット通販」と「定期購入」が付与されている場合、各々に対し1件ずつカウントしている。

・13歳未満の3位以降、13～17歳、18歳、19歳の5位は、同率のものが多数あるため、記載を省略している。

○表13　インターネット通販で相談の多い商品・役務【上位5位】（ｲﾝﾀｰﾈｯﾄｵｰｸｼｮﾝ,ﾌﾘﾏｻｰﾋﾞｽを含む）



○表14　販売購入形態別相談件数



※「ネガティブ・オプション」とは、消費者から申込みもないのに、業者が売買契約の申込みに関する商品を送付するものをいう。

※「その他無店舗販売」とは、露店、屋台店、通常店舗とは考えられない場所で２日以上の期間に渡り展示販売しているものをいう。

○表15　訪問販売に関する勧誘方法別相談件数



○表16　訪問販売で相談の多い商品・役務



○表17　家庭訪問販売で相談の多い商品・役務



○表18　アポイントメントセールスで相談の多い商品・役務



○表19　キャッチセールスで相談の多い商品・役務



○表20　ＳＦ商法で相談の多い商品・役務



○表21　通信販売で相談の多い商品・役務



○表22　マルチ商法で相談の多い商品・役務



○表23　電話勧誘販売で相談の多い商品・役務



○表24　ネガティブ・オプションで相談の多い商品・役務



○表25　訪問購入で相談の多い商品・役務



○表26　危害に関する相談の多い商品・役務等



○表27　危険に関する相談の多い商品・役務等



|  |  |
| --- | --- |
|

|  |
| --- |
| **令6年度メール相談分** |

 |

○表28　相談者の年代別件数　　　　　　　　　　　　○表29　契約当事者の年代別件数

○表30　相談者の年代別・送信時刻にみた件数



○表31　契約・購入金額別相談件数



○表32　内容別相談件数【重複カウント】



※「内容別分類」では、１件の相談でも

複数の「内容」に該当する場合は、そ

れぞれの「内容」にカウントしている

ため、「内容別分類」の合計件数と相

談件数は一致しない。

○表33　商品・役務別相談件数【項目別分類】



○表34　相談の多い商品・役務【上位10位】



○表35　契約当事者年代別　相談の多い商品・役務【上位5位】



・20歳未満、20歳代の5位、70歳代、80歳以上の3位以降は、同率のものが多数あるため、記載を省略している。