

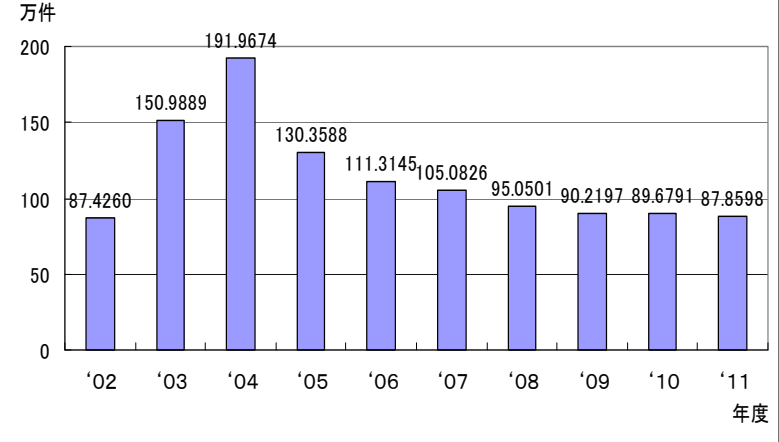
### 11年度の上位商品・役務別にみた相談の特徴

順位	商品・役務等	件数	男女別の傾向		契約当事者の特徴	平均契約金額(千円)	主な販売購入形態(%)	
			性別	件数				
1	アダルト情報サイト	95,364	男性	68,369	10～40歳代 給与生活者	91	通信販売 (99.0)	店舗購入 (0.2)
2	サラ金・フリーローン	56,038	男性	34,236	30～60歳代、 給与生活者	2,287	店舗購入 (64.6)	通信販売 (6.4)
3	賃貸アパート・マンション	36,346	男性	18,069	20～40歳代 給与生活者	261	店舗購入 (84.9)	通信販売 (0.5)
4	デジタルコンテンツその他	35,039	男性	16,307	30～40歳代 給与生活者	222	通信販売 (94.0)	店舗購入 (0.8)
5	出会い系サイト	26,181	男性	12,121	20～40歳代 給与生活者	582	通信販売 (98.3)	店舗購入 (0.2)
6	商品一般	22,887	男性	9,359	30歳以上の各年代 給与生活者、無職	713	通信販売 (20.1)	店舗購入 (18.4)
7	ファンド型投資商品	18,203	男性	5,686	60歳以上 無職、家事従事者	7,937	電話勧誘販売 (44.6)	通信販売 (18.5)
8	四輪自動車	14,652	男性	10,236	20～40歳代 給与生活者	1,355	店舗購入 (78.5)	通信販売 (9.3)
9	移动通信サービス	14,369	男性	7,779	20～40歳代 給与生活者	97	店舗購入 (71.6)	通信販売 (10.1)
10	インターネット接続回線	13,925	男性	7,659	30～60歳代 給与生活者	23	電話勧誘販売 (40.8)	訪問販売 (19.4)
11	放送サービス	12,847	男性	6,405	20歳以上の各年代 無職、給与生活者	37	訪問販売 (46.9)	店舗購入 (11.8)
12	修理サービス	12,813	男性	5,792	30歳以上の各年代 給与生活者、無職、家事従事者	269	訪問販売 (44.8)	店舗購入 (12.5)
13	新聞	12,508	男性	4,939	60歳以上 無職	39	訪問販売 (84.7)	電話勧誘販売 (3.5)
14	健康食品	12,384	男性	3,353	60歳以上 無職	207	通信販売 (28.8)	電話勧誘販売 (24.2)
15	化粧品	10,732	男性	1,124	20歳以上の各年代、女性中心、家事従事者、給与生活者	107	通信販売 (56.3)	マルチ取引 (14.9)

- (注 1) データは12年5月末日までの登録分。「他の相談」に属する項目は集計対象から除いている。  
 (注 2) 「訪問販売」には、「家庭訪問」「アポイントメントセールス」「SF 商法」「キャッチセールス」などが含まれる。  
 (注 3) 表中の割合は各項目ごとの総件数を100として算出した値である。

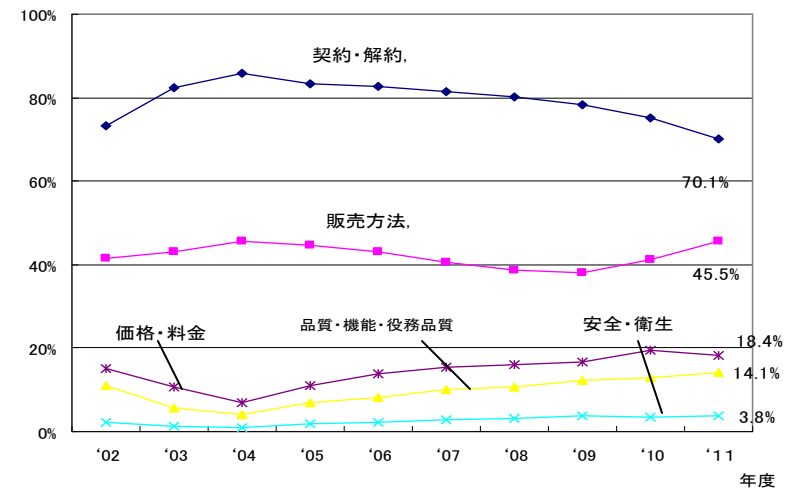
※出典：「くらしの豆知識 2013」国民生活センター

### 消費生活相談の年度別総件数の推移(PIO-NET※)



(注) データは12年5月末日までの登録分。

### 年度別に見た主な相談内容別分類の割合の推移



(注) データは12年5月末日までの登録分。割合は、年度別総件数を100として算出した値である。内容別分類は複数回答項。

※「全国消費生活情報ネットワーク・システム」の略称(パイオネット)国民生活センターと全国の消費生活センターをオンラインネットワークで結び、消費生活相談情報を蓄積し、活用している。