

●受付件数

| 分類 | 件数 | 前年同月 | 増減 | 前年比 |
|--------|-----|------|-----|---------|
| 苦情 | 719 | 722 | ▲ 3 | 99.6% |
| 照会 | 135 | 123 | 12 | 109.8% |
| 以外 | 98 | 44 | 54 | 222.7% |
| 称賛 | 2 | 0 | 2 | |
| JARO関連 | 12 | 3 | 9 | 400.00% |
| 総件数 | 966 | 892 | 74 | 108.3% |

●受付種別

| 分類 | 件数 | 前年同月 | 前年比 | 構成比 |
|------|-----|------|--------|--------|
| 電話 | 421 | 370 | 113.8% | 43.6% |
| FAX | 11 | 12 | 91.7% | 1.1% |
| 手紙 | 7 | 9 | 77.8% | 0.7% |
| メール | 63 | 38 | 165.8% | 6.5% |
| ご意見箱 | 462 | 463 | 99.8% | 47.8% |
| 来訪 | 1 | 0 | | 0.1% |
| その他 | 1 | 0 | | 0.1% |
| 総件数 | 966 | 892 | 108.3% | 100.0% |

苦情：オンラインご意見箱の件数が減少したことが主な要因となり前年比99.6%となった。
 照会：メールでの相談が増加したことが主な要因となり前年比109.8%となった。

●苦情、照会の上位10業種

| 順位 | 苦情 | 件数 | 前年同月 | 前年比 |
|----|------------|----|------|--------|
| 1 | デジタルコンテンツ等 | 57 | 91 | 62.6% |
| 2 | 健康食品 | 44 | 24 | 183.3% |
| 3 | 医療機器類似品 | 38 | 0 | |
| 4 | 通信販売 | 29 | 20 | 145.0% |
| 5 | 携帯電話サービス | 28 | 42 | 66.7% |
| 6 | 外食 | 27 | 23 | 117.4% |
| 7 | 自動車 | 26 | 21 | 123.8% |
| 8 | インターネット関連 | 20 | 5 | 400.0% |
| 9 | 専門店 | 20 | 10 | 200.0% |
| 10 | 医薬品 | 19 | 13 | 146.2% |

| 順位 | 照会 | 件数 | 前年同月 | 前年比 |
|----|-------------|----|------|--------|
| 1 | 化粧品 | 15 | 17 | 88.2% |
| 2 | 健康食品 | 14 | 12 | 116.7% |
| 3 | 医院・病院 | 12 | 13 | 92.3% |
| 4 | その他(業種無特定等) | 8 | 5 | 160.0% |
| 5 | 専門店 | 7 | 1 | 700.0% |
| 6 | 嗜好食品(菓子等) | 6 | 0 | |
| 7 | 冠婚葬祭 | 3 | 0 | 66.7% |
| 8 | 石けん・洗剤 | 3 | 1 | 300.0% |
| 9 | 理容美容用具・機器 | 3 | 4 | 75.0% |
| 10 | エステティック | 3 | 3 | 100.0% |

苦情：「デジタルコンテンツ等」はゲームアプリの表現の苦情が昨年度より減少したことが主な要因となり前年比62.6%となった。
 照会：「嗜好食品」は特定の会員社からの相談が増加したため上記の数字となった。

●苦情の媒体別受付件数

| 順位 | 苦情 | 件数 | 前年同月 | 前年比 |
|----|---------|-----|------|--------|
| 1 | テレビ | 394 | 348 | 113.2% |
| 2 | インターネット | 234 | 229 | 102.2% |
| 3 | 折込広告 | 21 | 10 | 210.0% |
| 4 | チラシ | 19 | 13 | 146.2% |
| 5 | 店頭広告 | 18 | 17 | 105.9% |
| 6 | 新聞 | 18 | 12 | 150.0% |
| 7 | ラジオ | 17 | 43 | 39.5% |
| 8 | 屋外広告 | 9 | 6 | 150.0% |
| 9 | その他 | 6 | 8 | 75.0% |
| 10 | DM | 6 | 13 | 46.2% |

●照会の媒体別受付件数

| 順位 | 照会 | 件数 | 前年同月 | 前年比 |
|----|------------|----|------|--------|
| 1 | チラシ | 29 | 15 | 193.3% |
| 2 | 無特定 | 23 | 19 | 121.1% |
| 3 | インターネット | 21 | 20 | 105.0% |
| 4 | 折込広告 | 10 | 12 | 83.3% |
| 5 | 新聞 | 10 | 19 | 52.6% |
| 6 | テレビ | 9 | 6 | 150.0% |
| 7 | パンフレット等 | 8 | 9 | 88.9% |
| 8 | ラベル・パッケージ等 | 7 | 13 | 53.8% |
| 9 | 屋外広告 | 5 | 3 | 166.7% |
| 10 | ミニコミ誌 | 3 | 3 | 100.0% |

※媒体は複数回答となっているので、総件数とは一致しません。
 ※「その他」には、街頭放送、電話勧誘などが入ります。
 ※「無特定」とは、消費者や事業者の媒体を特定しない相談です。

苦情：「テレビ」は拡大鏡の苦情についての意見が多いことが主な要因となり前年比113.2%となった。
 照会：「チラシ」は複数の特定の会員社からの照会が増加したため前年比193.3%となった。

、

等から