

第1部

第1章

消費者事故等に関する情報の集約 及び分析の取りまとめ結果等

- 第1節 消費者庁に通知された消費者事故等に関する情報の集約及び分析の取りまとめ結果
- 第2節 消費者庁に集約された生命・身体に関する事故情報等
- 第3節 消費生活相談の概況
- 第4節 最近注目される消費者問題
- 第5節 消費者被害・トラブルの経験と被害・トラブル額の推計

第1部

消費者問題の動向と消費者の意識・行動

第1章 消費者事故等に関する情報の集約及び分析の取りまとめ結果等

本章では、第1節において、消費者安全法の規定に基づき、消費者庁に通知された消費者事故等に関する情報を取り上げます。

第2節では、消費者庁に寄せられた生命・身体に関する事故情報について取り上げます。

第3節では、全国の消費生活センター等¹に寄せられた消費生活相談について、年齢別にみた相談の動向、相談の多い商品やサービス等を概観します。

第4節では、最近注目される消費者問題として、インターネット通販やSNSをきっかけとしたトラブル等に関する消費生活相談の内容を紹介します。

第5節では、最近の消費者被害・トラブルに関する意識と経験についてのアンケート結果や、2021年の消費者被害・トラブル額の推計結果を紹介します。

第1節 消費者庁に通知された消費者事故等に関する情報の集約及び分析の取りまとめ結果

消費者安全法の規定に基づき 消費者事故等に関する情報を集約

消費者安全法は、2008年6月に閣議決定した「消費者行政推進基本計画」を踏まえ、2009年5月に消費者庁関連三法²の一つとして成立し、同年9月、消費者庁の設置とともに施行されました。これにより、消費者事故等の発生に関する情報が消費者庁に一元的に集約され、消費者被害の発生又は拡大防止のための各種措置が講じられるようになりました。

消費者安全法における消費者事故等とは、消費者と事業者の関係において生じた消費生活の安全を脅かす事故等をいい、生命・身体に関する事故のみならず、財産に関する事態（以下「財産事案」という。）も含まれます（図表I-1-1-1、I-1-1-2）。また、重大事故等とは、生命・

身体に関する事故のうち、被害が重大なものやそのおそれがあるものをいいます。同法に基づき、行政機関の長、都道府県知事、市町村長及び国民生活センターの長は、重大事故等が発生した旨の情報を得たときは、それを直ちに消費者庁に通知することとされています。また、重大事故等以外の消費者事故等が発生した旨の情報を得た場合であって、被害が拡大し、又は同種・類似の消費者事故等が発生するおそれがあると認めるときにも、消費者庁に通知することとされています。そして、消費者庁（内閣総理大臣）は、これらの通知により得た情報等が消費者安全の確保を図るために有効に活用されるよう、迅速かつ適確に情報等を集約、分析し、その結果を取りまとめ、関係行政機関、関係地方公共団体及び国民生活センターに提供します。また、消費者庁（内閣総理大臣）は、取り

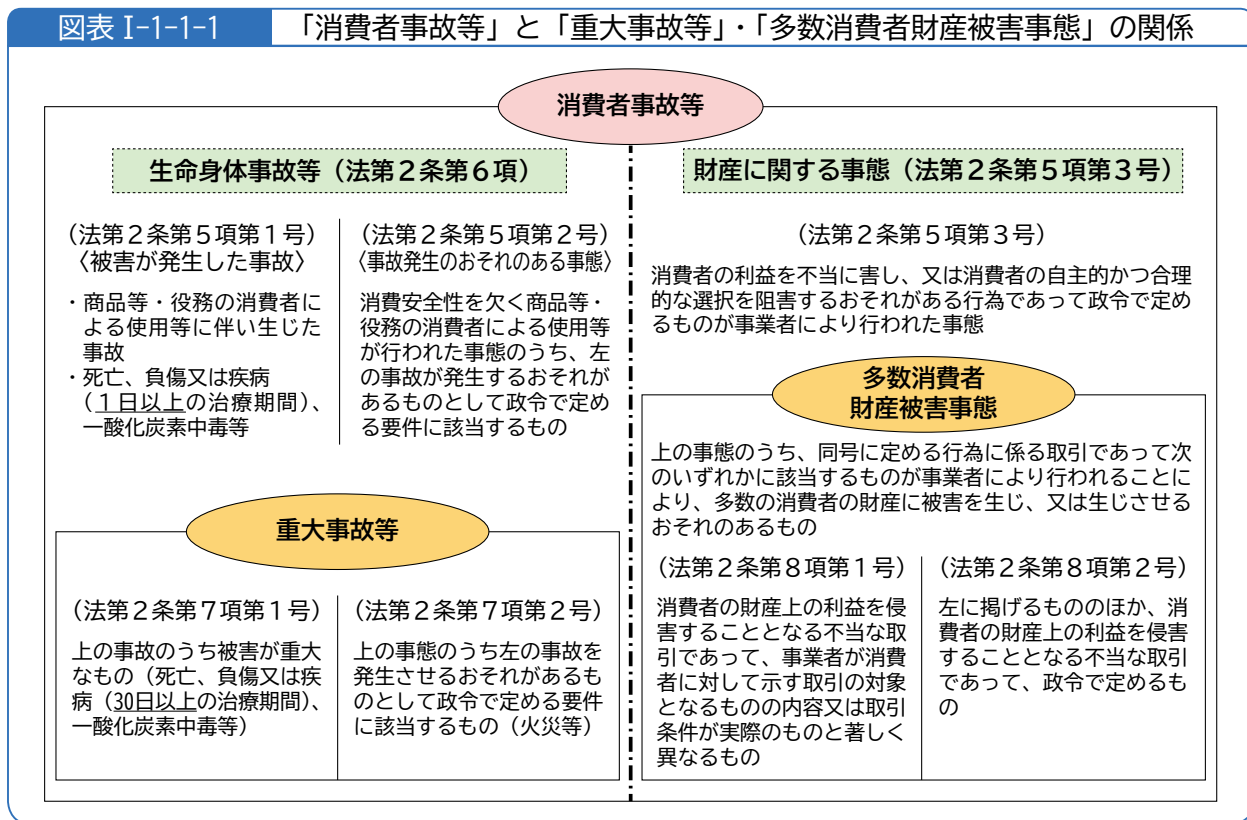
1) 国民生活センター並びに都道府県、政令市及び市区町村の消費生活センターや消費生活相談窓口

2) 消費者庁及び消費者委員会設置法、消費者庁及び消費者委員会設置法の施行に伴う関係法律の整備に関する法律（平成21年法律第49号）、消費者安全法を指す。

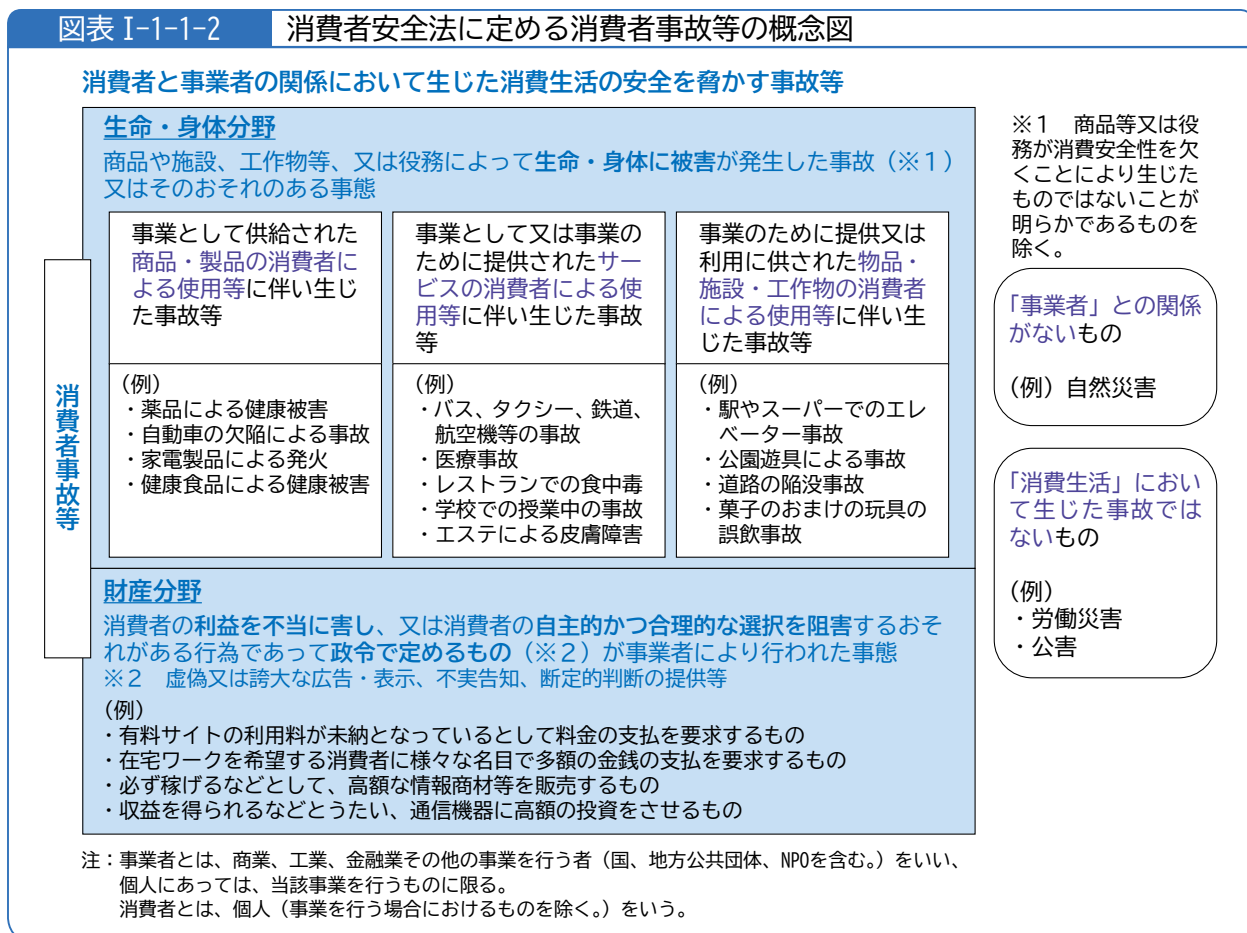
まとめた結果を消費者委員会に報告し、国民に対して公表するとともに、国会に報告を行います。なお、消費者庁に通知された重大事故等に

ついては、定期的に事故の概要等として公表しています。

図表 I-1-1-1 「消費者事故等」と「重大事故等」・「多数消費者財産被害事態」の関係



図表 I-1-1-2 消費者安全法に定める消費者事故等の概念図



2021年度に通知された 消費者事故等は1万4941件

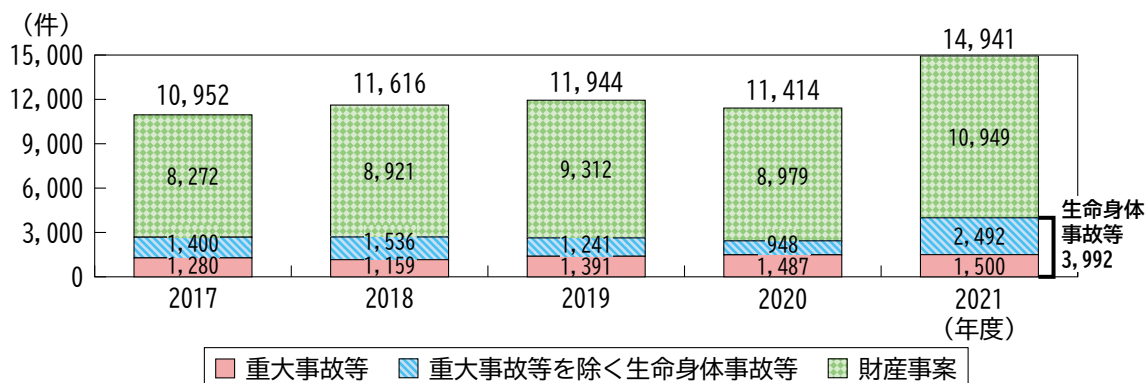
消費者安全法の規定に基づき2021年度に消費者庁に通知された消費者事故等は1万4941件で、2020年度の1万1414件から30.9%増加しました。内訳は、生命身体事故等が3,992件（2020年度2,492件、前年度比63.9%増）、財産事案が1万949件（2020年度8,979件、前年度比21.9%増）でした（図表I-1-1-3）。

生命身体事故等のうち重大事故等は1,500件（2020年度1,487件、前年度比0.9%増）、重大事故等を除く生命身体事故等は、2,492件（2020年度948件、前年度比162.9%増）でした。

重大事故等を除く生命身体事故等の通知件数が2021年度に増加した理由は、食品衛生法及び食品表示法の一部が改正され、食品リコール届出制度が創設されたこと、4つの指定成分³等を含む食品による「健康被害情報」の届出が事業者により義務化され、都道府県等保健所を経由して、厚生労働省に集約される仕組みとなったこと等によるものです。

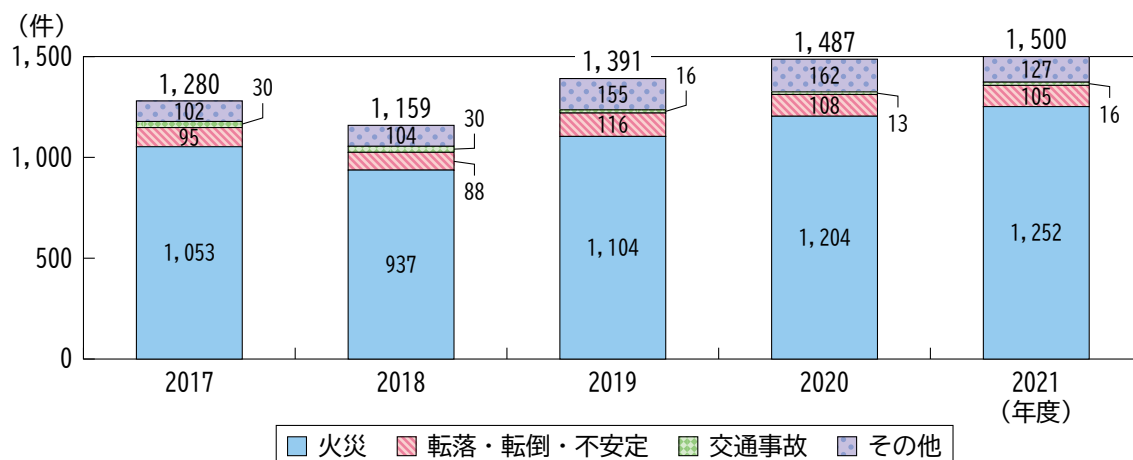
重大事故等を事故内容別にみると、「火災」が1,252件（83.5%）で約8割を占めており、この傾向は変わっていません（図表I-1-1-4）。事故内容が「火災」の事例としては、主に自動車、家電製品、バッテリーや充電器からの出火が火災につながった例がみられます。

図表 I-1-1-3 消費者安全法の規定に基づき消費者庁に通知された消費者事故等の件数の推移



（備考）消費者安全法の規定に基づき、行政機関の長、都道府県知事、市町村長及び国民生活センターの長から消費者庁に通知された消費者事故等の件数。

図表 I-1-1-4 生命身体事故等（重大事故等）の事故内容別の推移



（備考）1. 消費者安全法の規定に基づき、消費者庁に通知された消費者事故等のうち、生命身体事故等（重大事故等）の件数。
2. 「その他」には、発煙・発火・過熱・点火・燃焼・消火不良、破裂、ガス爆発、ガス漏れ、燃料・液漏れ等、化学物質による危険、漏電・電波等の障害、製品破損、部品脱落、機能故障、操作・使用性の欠落、誤飲、中毒、異物の混入・侵入、腐敗・変質、その他、無記入が含まれる。


3) コレウス・フォルスコリア、ドオウレン、プエラリア・ミリフィカ、ブラックコホシュ

消費者庁では、消費者に対しこのような重大事故等の通知を端緒とした注意喚起を実施しています。2021年度は、携帯発電機やポータブル電源の事故について注意喚起を実施しました⁴（図表 I-1-1-5）。携帯発電機は、持ち運びが可能な発電機です。いわゆるポータブル電源は、リチウムイオン蓄電池等の充電式電池を内蔵した大容量かつ可搬型の蓄電装置で、交流100V出力に対応するなどしたものです。両製品は、災害時の備え等により、需要が高まっていますが、屋内で携帯発電機を使用したことによる一酸化炭素中毒が疑われる死亡事故やポータブル電源の火災事故が発生しています。そのため、消費者庁では、事故防止のため両製品を

使用する際の注意点等を取りまとめ、消費者に注意を呼び掛けました。

重大事故等を除く生命身体事故等を事故内容別にみると、2021年度は「その他」が1,920件（77.0%）で最も多く、次いで「中毒」が355件（14.2%）でした。「その他」の内容は、そのほとんどが食品リコールであり、異物混入等の食品衛生法違反（おそれを含む。）やアレルギー表示の欠落等の食品表示法違反によるものです。「中毒」の内容は、そのほとんどが食中毒であり、飲食店での食事や購入した食品が主な原因ですが、ホテルや旅館等で提供された食事による例もみられます（図表 I-1-1-6）。

図表 I-1-1-5 携帯発電機やポータブル電源の例と使用する際の注意点



携帯発電機の例
画像提供 製品評価技術基盤機構（NITE）

ポータブル電源本体の例

使用する際の
注意点

携帯発電機

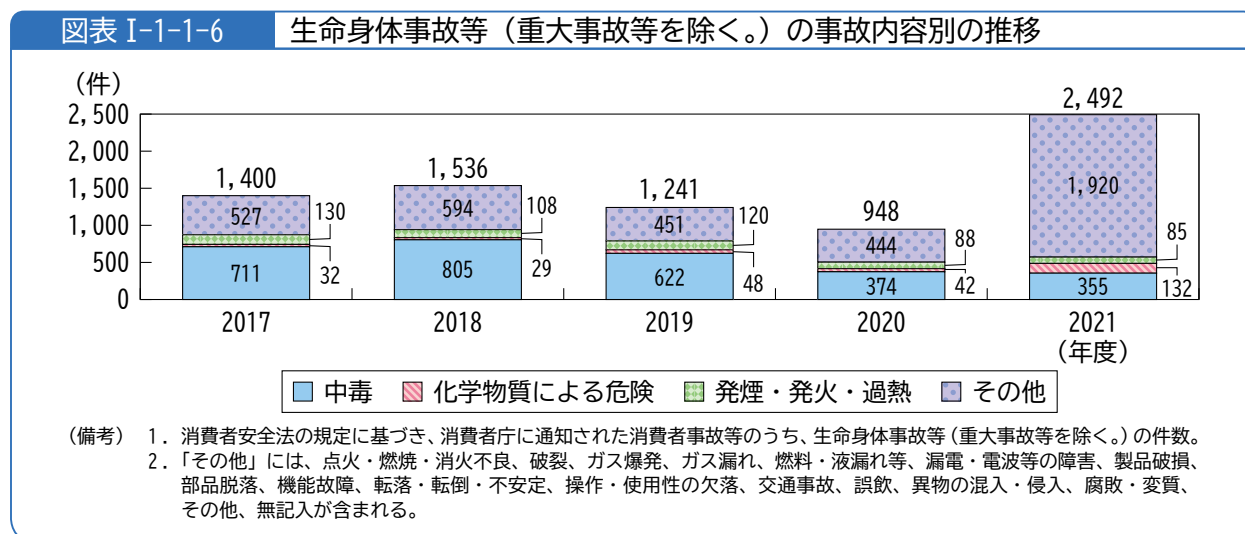
- (1) 屋内では絶対に使用しないでください。
- (2) 屋外でも、換気の悪い場所・火気を使用する場所では絶対に使用しないでください。
- (3) 製品ごとに定められた距離を建物及びその他の設備から離してください。

ポータブル電源

- (1) 製造・販売元がはっきりしている製品を選び、また回収・リサイクルに対応しているか確認しましょう。
- (2) 使用中の感電に注意しましょう。
- (3) リコール対象製品となっていないか確認しましょう。

（備考） 消費者庁「携帯発電機やポータブル電源の事故に注意！—発電機は屋内で絶対に使用しないでください。死亡事故も発生しています。—」（2021年8月25日公表）

図表 I-1-1-6 生命身体事故等（重大事故等を除く。）の事故内容別の推移



4) 消費者庁「携帯発電機やポータブル電源の事故に注意！—発電機は屋内で絶対に使用しないでください。死亡事故も発生しています。—」（2021年8月25日公表）

財産事案を商品・サービス別にみると、2021年度は「商品」が6,418件（58.6%）で、「サービス」は4,366件（39.9%）でした（図表 I-1-1-7）。

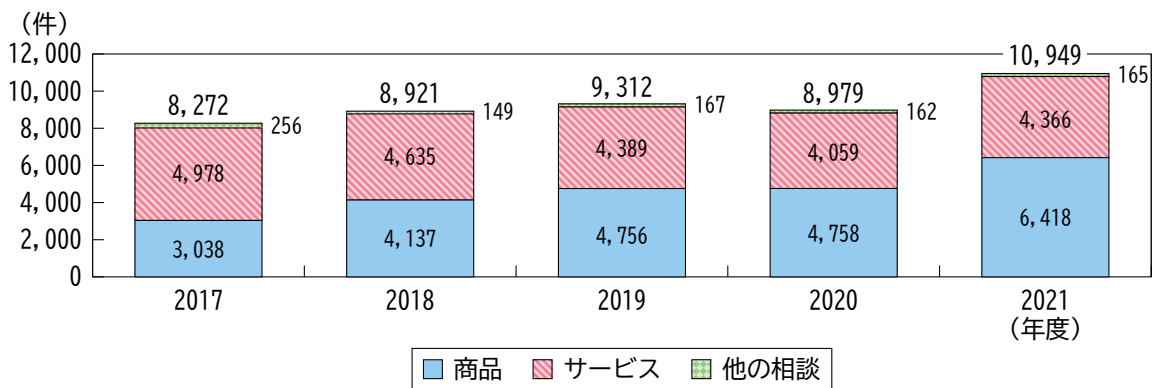
「商品」の内訳は、電気、ガス、水道等の設備・器具を含む「光熱水品」が最も多く29.0%、次いで「食料品」が5.5%でした。「光熱水品」が、前年度の11.8%から割合が大幅に増加した理由は、電気の契約先変更の勧誘や電気料金プラン等に関する通知の件数が増加したことによるものです。

「サービス」の内訳は、「金融・保険サービス」が8.9%と最も多く、次いで冠婚葬祭や結婚相

談サービス等を含む「他の役務」が6.0%でした（図表 I-1-1-8）。

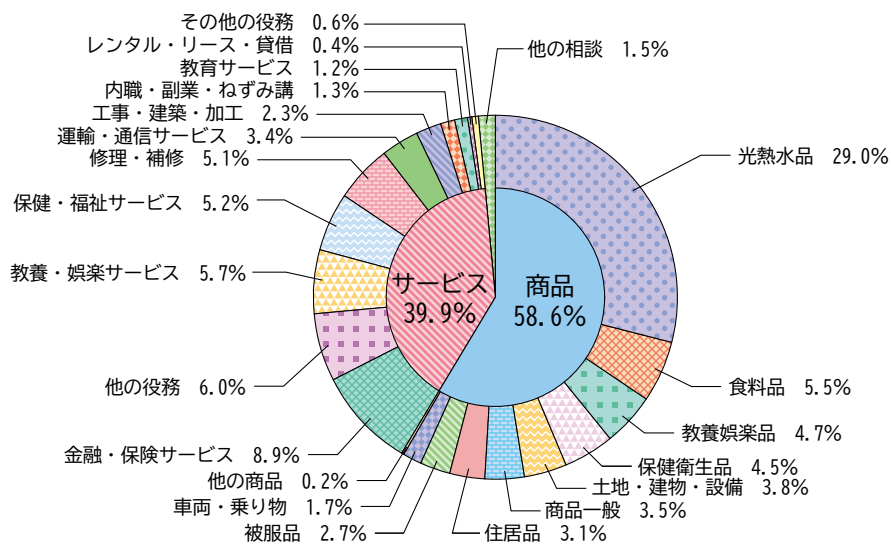
消費者庁では、通知された情報を基に消費者への注意喚起を実施しており、財産事案においては2021年度に注意喚起を22件実施しました（図表 I-1-1-9）。注意喚起の主な事案は、偽の通信販売サイトにおいて、商品を注文して代金を支払ったにもかかわらず商品が届かない事案、誰でも確実にお金を稼げるかのように告げて多額の金銭を支払わせるが、実際には稼げる仕組みにはなっていない事案、消費者庁等の公的機関の名称をかたり、架空の「和解金」等の交付を持ち掛け金銭を支払わせる事案等です。

図表 I-1-1-7 消費者庁に通知された財産事案の件数の推移



(備考) 消費者安全法の規定に基づき、消費者庁に通知された消費者事故等のうち、財産事案の件数。

図表 I-1-1-8 通知された財産事案の内訳 (2021年度)



(備考) 1. 消費者安全法の規定に基づき、2021年度に消費者庁に通知された消費者事故等のうち、財産事案についての内訳。
2. 「その他の役務」とは、役務一般、管理・保管、他の行政サービス、クリーニング。

図表 I-1-1-9 消費者安全法の規定に基づく注意喚起を実施した財産事案例（2021年度）

手口	具体例
インターネット通信販売（7件）	通信販売サイトを装う偽サイトにおいて、注文して代金を支払ったにもかかわらず注文した商品が届かなかった。
鍵の開錠・修理等に関する役務の取引（7件）	鍵をなくして困っている消費者からの依頼を受けて、訪問先において、鍵の開錠・修理等に係る契約の締結をしたところ、本契約がクーリング・オフをすることができるにもかかわらず、クーリング・オフを申し出た消費者に対し、できないかのように告げていた。
偽表示商品の販売（3件）	デジタルプラットフォーム事業者が運営するショッピングモールサイトにおいて、カシミアが全く含まれていないストールについて、カシミアが含まれているかのように広告を行い、販売していた。
簡単に稼げると見せかける手口（2件）	9,800円を支払い副業ビジネスを始めれば、すぐに、誰でも簡単に、確実かつ継続してお金を稼げるかのように表示していたが、具体的なノウハウは提供されていないため、そのように稼ぐことはできなかった。また、有料サポートに加入する必要があるとして高額な料金を支払わせたが、すぐに、誰でも簡単に、確実かつ継続してお金が稼げる仕組みとはなっていなかった。 7,000円程度のテキスト教材を購入し、副業ビジネスを始めれば簡単に短時間でできる作業で、毎回1万円以上を即日得られるかのように表示していたが、実際にはそのように稼ぐことは困難であり、収益が即日入金されるものでもなかった。また、サポートプランに加入する必要があるとし、同プランごとの売上見込みを必ず達成できるなどと説明して勧誘し、高額な料金を支払わせたが、これを達成した者は一人もいなかった。
役務の訪問販売（1件）	「CCPシステム」等と称して、IP電話機能等のアプリケーションが読み込まれたとされるカード型USBメモリを消費者に販売し、それを消費者から借り上げ、それに読み込まれたアプリケーションを第三者に有償で利用させて運用した収益から購入代金を上回る賃借料を消費者に支払うとする役務を提供する事業を行っていたが、実際には、運用収益から賃借料を支払っている実態がなかった事業者と、同種又は類似の行為を行う可能性が高い。
健康食品の偽物の販売（1件）	フリーマーケットサイトにおいて、健康食品の偽物を正規品であるかのように出品していた。
公的機関の名称をかたり架空の「和解金」等の交付を持ち掛ける手口（1件）	消費者庁等の公的機関の名称をかたる事業者が、消費者に架空の「和解金」等の交付を持ち掛け、「和解金」を受け取るため「書類作成費用」等の名目で金銭を支払わせていた。

第2節

消費者庁に集約された生命・身体に関する事故情報等

(1) 事故情報データベースに集約された生命・身体に関する事故情報等

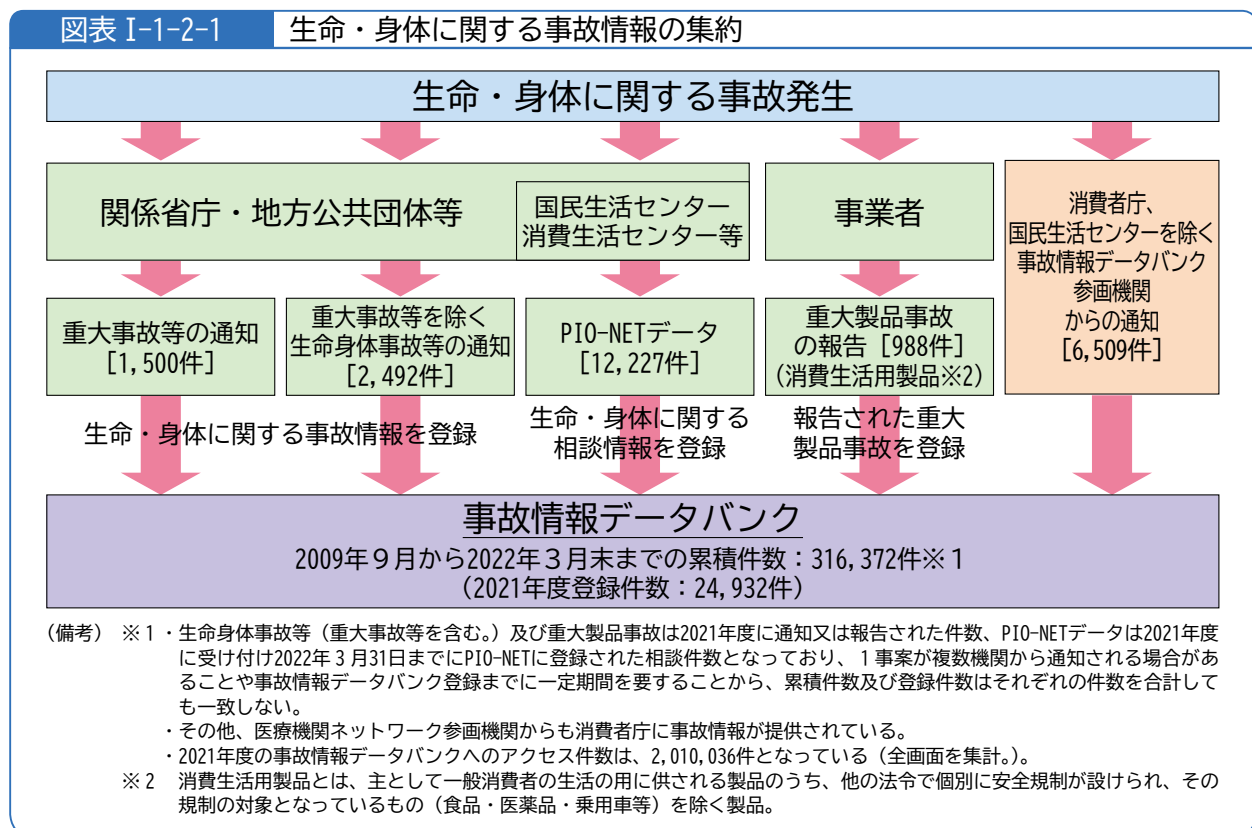
生命・身体に関する事故情報等は事故情報データベースに一元的に集約

生命・身体に関する事故情報等は事故情報データベースに一元的に集約されており、消費者庁ではこれらの情報を活用して消費者の安全対策に取り組んでいます。

事故情報データベースは、生命・身体に関する事故情報を広く収集し、事故防止に役立てるためのデータ収集・提供システムであり、消費

者庁と国民生活センターが連携し、関係機関の協力を得て、2010年4月から運用しています（図表 I-1-2-1、I-1-2-2）。前述した消費者安全法の規定に基づく生命身体事故等の通知、PIO-NETデータにおける「危害情報⁵」及び「危険情報⁶」、消費生活用製品安全法の規定に基づき事業者から報告された「重大製品事故⁷」の情報、参画機関⁸から寄せられた生命・身体に関する事故情報が登録され、インターネット上で検索・閲覧することができます。消費者庁ではこれらの情報を分析して同様の事故等が起きないように、注意喚起等に活用しています。

図表 I-1-2-1 生命・身体に関する事故情報の集約



5) 商品やサービス、設備等により、生命や身体に危害を受けたという内容の相談。

6) 商品やサービス、設備等により、生命や身体に危害を受けるまでは至っていないが、そのおそれがあるという内容の相談。

7) 消費生活用製品の使用に伴い生じた事故（消費生活用製品の欠陥によって生じたものでないことが明らかな事故以外のもの）のうち重大なもの。消費生活用製品事故の中でも、死亡や30日以上の治療を要するなど被害が重大であった事案や火災等の発生があった事案を指しており、消費生活用製品安全法第2条第6項に規定されている。

8) 2021年度末時点の参画機関は以下のとおり。

消費者庁、国民生活センター、全国の消費生活センター等、日本司法支援センター（法テラス）、厚生労働省、農林水産省、経済産業省、独立行政法人製品評価技術基盤機構（NITE）、国土交通省、独立行政法人日本スポーツ振興センター、公益財団法人日本中毒情報センター

図表 I-1-2-2 事故情報データベースに登録されている情報

参画機関	登録情報
消費者庁	消費者安全法に基づいて消費者庁が集約している情報を登録。地方公共団体、各省庁等から通知され、重大事故等として公表した事故情報（原因究明中の事故を含む。）及び消費者事故等として通知された事故情報（事実確認（因果関係の精査等）を経っていない情報を含む。）。
国民生活センター・消費生活センター等	国民生活センターと消費生活センター等に寄せられた相談情報のうち、危害、危険に関する情報を登録。全国消費生活情報ネットワークシステム(PI0-NET)から転載。消費者からの任意の申出情報に基づいており、事実確認（因果関係の精査等）を経っていない情報を含む。
日本司法支援センター（法テラス）	法テラスに寄せられた相談情報のうち、危害、危険に関する情報を登録。消費者からの任意の申出情報に基づいており、事実確認（因果関係の精査等）を経っていない情報を含む。
厚生労働省	食品衛生法に基づいて厚生労働省が集約している、保健所が調査、地方公共団体が食中毒として断定した食中毒事件の発生情報を登録。
農林水産省	地方農政局等で入手した食品に由来する消費生活上の事故情報等の情報を登録。消費者からの任意の申出情報を含む。
消費者庁・経済産業省・農林水産省	消費生活用製品安全法に基づいて事業者から報告を受けた重大製品事故を登録。製品起因かどうか原因究明中の事故を含む。
製品評価技術基盤機構（NITE）	消費生活用製品安全法の重大製品事故には該当しないが、重大製品事故に準ずるものとして、事業者や消防等からの通知を受けた情報を登録。製品起因かどうか原因究明中の事故を含む。
国土交通省（都市公園）	都市公園で発生した重大な事故に関する情報として管理者等から報告を受けた情報を登録。
国土交通省（自動車の事故・火災）	自動車メーカーや自動車輸入事業者から国土交通省に報告のあった自動車の不具合による事故・火災情報を登録。登録している事故・火災情報には、自動車メーカーの設計・製作に起因するものだけでなく、整備不良やユーザーの不適切な使用等他の要因に起因するもの、また、不具合の原因が判明していないものも含む。登録内容については、自動車メーカー等からの報告を基に記載しているが、詳細な調査等ができないものも含む。
国土交通省（自動車の不具合）	自動車不具合情報ホットライン等を通じて国土交通省に寄せられた情報のうち、身体・生命に関する消費生活上の事故と消費者庁が判断した情報を登録。
国土交通省国土技術政策総合研究所	国土交通省が消費者から通知を受けた任意の申出情報を登録。建築物事故情報ホットラインから転載。事実確認（因果関係の精査等）を経っていない情報を含む。
日本スポーツ振興センター	日本スポーツ振興センターが災害共済給付において給付した学校の管理下の死亡・障害事例として公表している情報のうち、消費生活上の事故情報を登録。
日本中毒情報センター	日本中毒情報センターの「中毒110番」が医療機関への追跡調査により収集した急性中毒に関する事例のうち、消費生活上の事故により治療が必要となった事例、かつ、事故発生状況や健康被害等の観点から情報共有する必要があると判断したものを登録。因果関係の精査等を経っていない情報も含む。

2021年度の事故情報データベースには2万4932件の事故情報が登録され、このうち、消費者庁と国民生活センターを除く事故情報データベース参画機関からの通知は6,509件です。また、2022年3月31日時点で登録されている

情報は累計で31万6372件です。

消費者安全法の規定に基づく通知については、前節で既に紹介しているため、ここではそれ以外の集約された生命・身体に関する事故情報について取り上げます。

PIO-NETに収集された2021年度の 危害・危険情報は1万2227件

2021年度にPIO-NETに収集された消費生活相談情報のうち、危害及び危険情報は1万2227件です（図表I-1-2-3）。このうち、危害情報は1万413件、危険情報は1,814件となり、いずれも2020年度より減少しました。

危害情報について、内容別にみると、2021年度は「皮膚障害」が最も多く、次いで「消化器障害」の順で、これらの合計が全体の5割近くを占めます（図表I-1-2-4）。

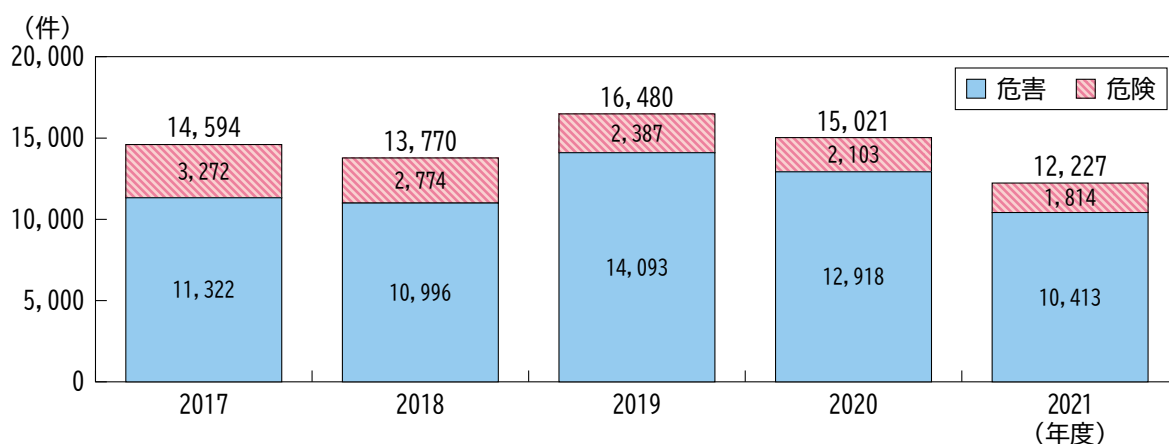
主な相談内容は、「皮膚障害」は、「化粧品等によりかゆみや赤み、^{しっしん}湿疹が出た」、「健康食品を食べたらじんま疹や^{しっしん}湿疹が出た」等が挙げら

れます。「消化器障害」は、「健康食品を食べたら吐き気や下痢等の体調不良になった」、「飲食店での食事をした後、購入した食品や配達された食事を食べた後に腹痛や下痢になった」等が挙げられます。

危険情報について、内容別にみると、2021年度は「発煙・火花」が最も多く、次いで「過熱・こげる」、「異物の混入」の順でした（図表I-1-2-5）。

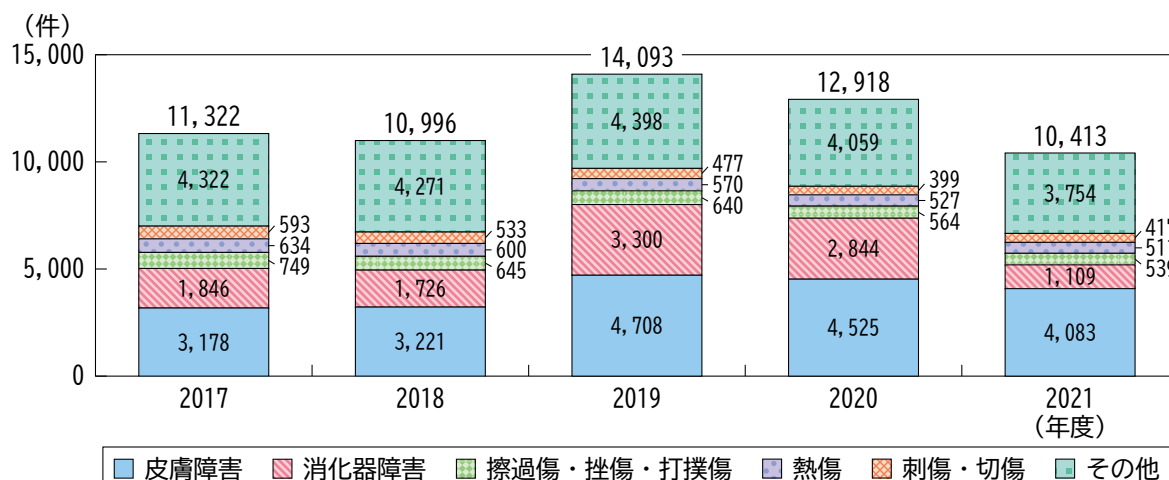
主な相談内容は、「発煙・火花」、「過熱・こげる」では、「家電製品やスマートフォン、照明器具等が過熱や発煙した」、「異物の混入」は、「スーパーマーケット等で購入した食品から金属片、プラスチック片等の異物が出てきた」等が挙げられます。

図表 I-1-2-3 危害及び危険情報の件数の推移



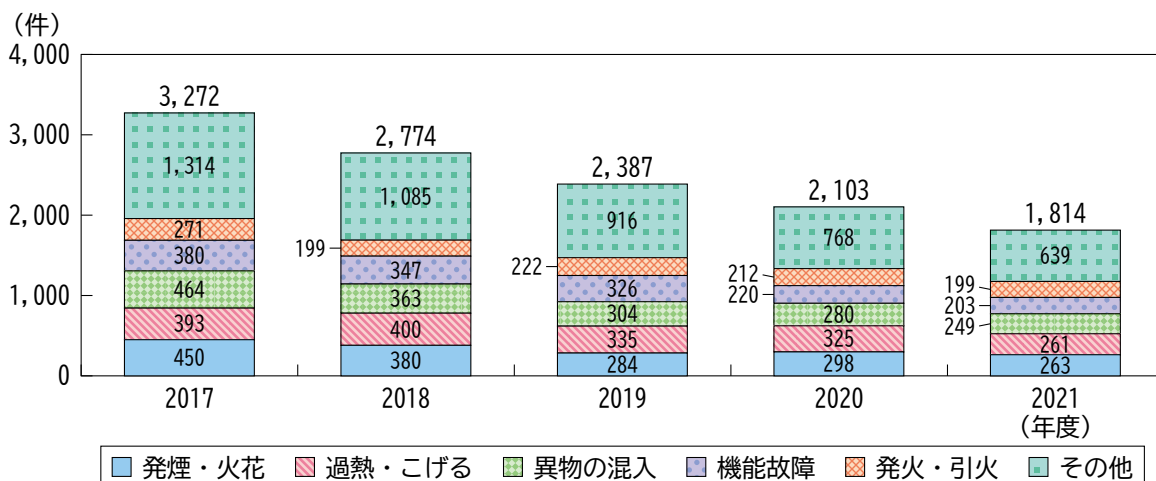
- (備考) 1. PIO-NETに登録された消費生活相談情報（2022年3月31日までの登録分）。
 2. 危害情報とは、商品やサービス、設備等により、生命や身体に危害を受けたという内容の相談。
 3. 危険情報とは、商品やサービス、設備等により、生命や身体に危害を受けるまでには至っていないが、そのおそれがあるという内容の相談。

図表 I-1-2-4 危害情報の件数の推移（危害内容別）



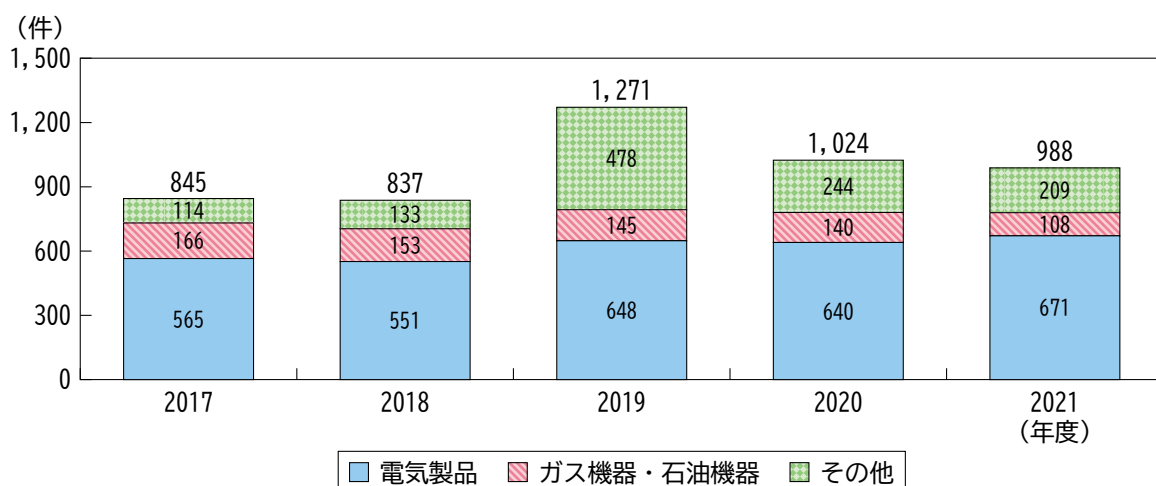
- (備考) PIO-NETに登録された消費生活相談情報（2022年3月31日までの登録分）。

図表 I-1-2-5 危険情報の件数の推移（危険内容別）



（備考） PIO-NETに登録された消費生活相談情報（2022年3月31日までの登録分）。

図表 I-1-2-6 消費者庁に報告された重大製品事故の件数の推移



（備考） 1. 消費生活用製品安全法の規定に基づき、消費者庁に報告された重大製品事故の件数。
2. 報告後、要件を満たさなかったことが判明し公表しなかったものを含む。

消費生活用製品安全法の規定に基づき2021年度に報告された重大製品事故は988件

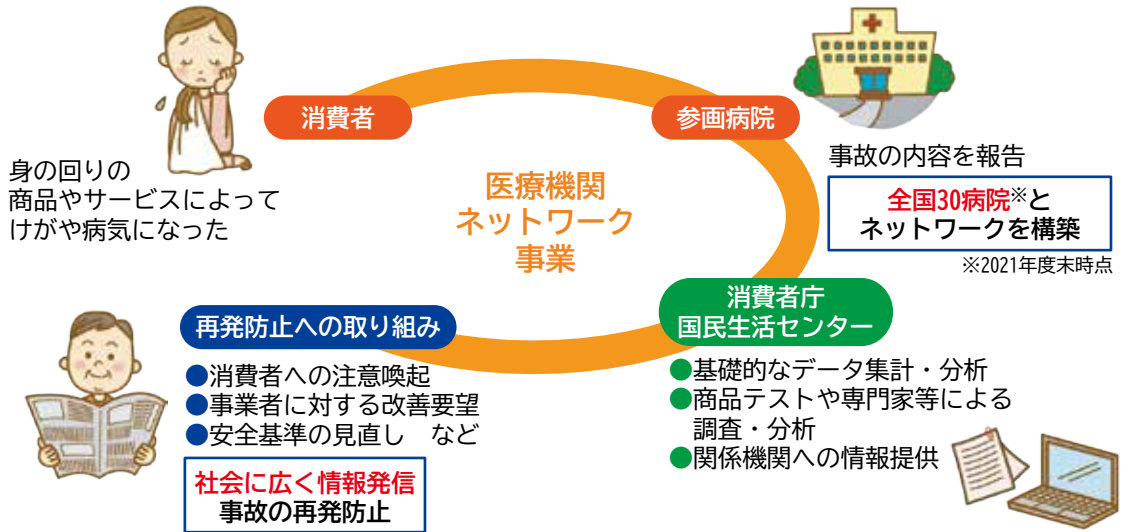
消費生活用製品安全法では、重大製品事故が生じたとき、事業者は消費者庁に報告することとされています。同法の規定に基づき、2021年度に報告された重大製品事故は988件で、2020年度より減少しました。

製品別では、「電気製品」が671件、「ガス機器・石油機器」が108件、「その他」が209件です（図表 I-1-2-6）。「電気製品」では電池（バッテリー）や照明器具等、「ガス機器・石油機器」では石油ストーブやガスこんろ等、「その他」では自転車や脚立・踏み台・はしご等の事故が多く報告されました。

（2）医療機関ネットワーク・医師から収集された情報

消費者が消費生活上で生命・身体に被害を生ずる事故に遭い、医療機関を受診しても、地方公共団体や消費生活センター等に連絡をしない可能性が考えられます。そのため、事故情報データベース参画機関以外からも事故情報が消費者庁に寄せられるよう、消費者庁では2010年12月から国民生活センターと共同で「医療機関ネットワーク事業」を実施しています（図表 I-1-2-7）。

- 事業に参画する医療機関から、消費生活において生命又は身体に被害が生じた事故情報を、消費者の不注意や誤使用によると思われる場合も含めて幅広く収集。
- 省庁横断的な取組が必要な事故や、いわゆるすき間事案に係る事故、被害の拡大が懸念される事故等をいち早く抽出し、注意喚起の実施など再発防止に活用。



医療機関ネットワーク事業には、2021年度末時点で30の医療機関が参画しています⁹⁾。事業に参画する医療機関から、事故情報を収集し、同種・類似事故の再発を防止するために活用しています。

2021年度に医療機関ネットワークに収集された生命・身体に関する事故情報¹⁰⁾は5,443件

です。事故の内容は、「転落」が1,192件と最も多く、次いで「転倒」が1,157件、「ぶつかる・当たる」が835件でした（図表 I-1-2-8）。

また、国民生活センターでは、医師から直接情報提供を受ける窓口¹¹⁾を設置して周知に努め、寄せられた情報を消費者庁と共有しています。

9) 2021年度末時点の参画医療機関は以下の30機関。医療法人溪仁会手稲溪仁会病院、独立行政法人国立病院機構仙台医療センター、公益財団法人星総合病院、日本赤十字社成田赤十字病院、国立大学法人千葉大学医学部附属病院、国立研究開発法人国立成育医療研究センター、日本赤十字社東京都支部大森赤十字病院、順天堂大学医学部附属練馬病院、国家公務員共済組合連合会虎の門病院、東京都立小児総合医療センター、国立大学法人富山大学附属病院、国立大学法人山梨大学医学部附属病院、長野県厚生農業協同組合連合会佐久総合病院、社会医療法人財団慈泉会相澤病院、社会福祉法人恩賜財団済生会滋賀県病院、近江八幡市立総合医療センター、滋賀県立総合病院、日本赤十字社長浜赤十字病院、日本赤十字社京都第二赤十字病院、社会医療法人協和会加納総合病院、地方独立行政法人堺市立病院機構堺市立総合医療センター、地方独立行政法人大阪府立病院機構大阪急性期・総合医療センター、鳥取県立中央病院、県立広島病院、徳島県立中央病院、徳島県立海部病院、徳島県立三好病院、国立大学法人九州大学病院、国立大学法人佐賀大学医学部附属病院、独立行政法人国立病院機構長崎医療センター

10) 「医療機関ネットワーク」に収集される事故情報は、30の医療機関を受診する原因となった事故のうち、各医療機関が重大性等の観点から選択して収集するものであり、各医療機関を受診する原因となった全ての事故を対象としているものではない。また、事故分類・件数等は、今後事故情報を更に蓄積・分析していく過程で変わる場合がある。

11) 医師からの事故情報受付窓口（愛称：ドクターメール箱）

(件)

事故のきっかけ	治療の有無等 治療を必要 としない	治療を必要とする				死亡	合計
		即日治療 完了	要通院	要入院	その他		
誤飲・誤嚥 ごえん	153	123	33	23	6	0	338
転倒	324	241	411	49	132	0	1,157
転落	467	251	230	86	155	3	1,192
刺す・切る	23	51	67	17	1	0	159
挟む	19	53	26	5	7	0	110
ぶつかる・当たる	285	177	305	14	54	0	835
さわる・接触する	27	33	117	16	36	0	229
溺れる	2	1	1	5	2	1	12
有害ガスの吸引	0	0	1	3	0	0	4
その他	384	567	152	36	161	1	1,301
不明	30	35	20	0	21	0	106
合計	1,714	1,532	1,363	254	575	5	5,443

(備考) 1. 消費者庁資料。
2. 2021年度に収集されたもの。
3. 「治療を必要とする」のうちの「その他」は治療を必要とするが、転医等により詳細不明の事例が該当。

(3) 生命・身体に関する事故情報の事例

消費者庁や国民生活センターでは、収集された事故情報を分析し消費者に注意喚起を実施しています。以降では、2021年に注意喚起を実施した事例について紹介します。

コンタクトレンズによる眼障害

コンタクトレンズの使用者は全国で1,500万から1,800万人ともいわれ、国民の約10人に1人がコンタクトレンズを装用していると見込まれます¹²。コンタクトレンズの購入先は、2020年の緊急事態宣言前後で大きな変化はみられず、インターネット販売店での購入が全体の約4割を占めており最も多いです¹³。

コンタクトレンズは視力補正を目的としないカラーコンタクトレンズも含めて高度管理医療機器¹⁴であり、製造販売に当たっては品目ごと

に厚生労働大臣の承認を受けること、販売に当たっては都道府県知事等の許可を受けることが義務付けられています。

コンタクトレンズは適正に使用しなければ眼障害を引き起こす可能性があります。そのため、購入者に対し、小売販売業者が医療機関の受診状況を確認し、購入者が受診していない場合には、重篤な眼障害が発生する危険性等について、十分な説明を行い、医療機関を受診するように勧奨すること等を徹底するよう厚生労働省から通知が出されています¹⁵。

事故情報データバンクにも2016年1月から2021年7月までに、コンタクトレンズに関する事故等が242件寄せられました。そのうちカラーコンタクトレンズに関する情報が75件寄せられました。カラーコンタクトレンズでは、20歳代の事故件数が最も多く、より若い世代での事故が多いことが分かります（図表 I-1-2-9）。

12) 公益財団法人日本眼科学会「コンタクトレンズ障害」（2022年4月19日最終閲覧）

<https://www.nichigan.or.jp/public/disease/name.html?pdid=19>

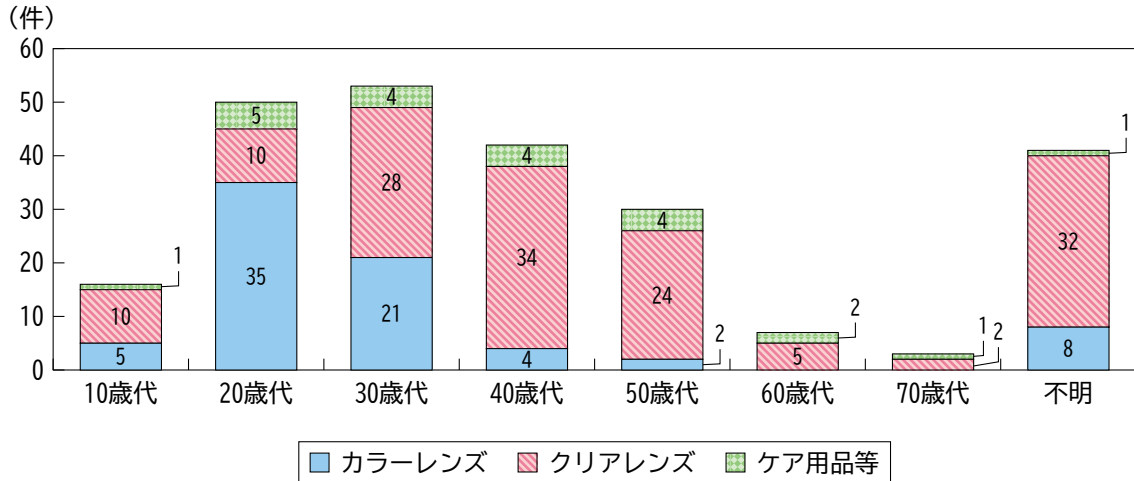
13) 一般社団法人日本コンタクトレンズ協会「コロナ禍でのコンタクトレンズの消費者実態調査」（2020年8月実施）2020年9月10日プレスリリース http://www.jcla.gr.jp/news/pdf/press_release_kishahappyyou20200910.pdf

14) 副作用又は機能の障害が生じた場合において人の生命及び健康に重大な影響を与えるおそれがあることからその適切な管理が必要なもの（医薬品医療機器等法第2条第5項）

視力補正を目的としないカラーコンタクトレンズは、かつては雑貨として取り扱われていたが、レンズの安全性の問題等をきっかけに、2009年11月からカラーコンタクトレンズも高度管理医療機器に位置付けられている。

15) コンタクトレンズの適正使用に関する情報提供等の徹底について（薬生発0926第5号平成29年9月26日付け厚生労働省医薬・生活衛生局長通知）

図表 I-1-2-9 年代別のコンタクトレンズに関する事故件数



(備考) 1. 消費者庁「コンタクトレンズによる眼障害について—カラーでも必ず眼科を受診し、異常があればすぐに使用中止を—」(2021年9月10日公表)
2. 2016年1月から2021年7月までに寄せられた事故件数 (N=242)

消費者庁は、2021年9月に事故を防ぐためにコンタクトレンズを使用する際の注意点等を取りまとめるとともに、海外からインターネット等を利用して購入するコンタクトレンズは、医薬品医療機器等法に基づく品質、有効性及び安全性の確認がされておらず、健康を害する危険性があることを注意喚起しました¹⁶ (図表 I-1-2-10)。

図表 I-1-2-10 コンタクトレンズによる眼障害の啓発チラシ



(備考) 消費者庁「コンタクトレンズによる眼障害について—カラーでも必ず眼科を受診し、異常があればすぐに使用中止を—」(2021年9月10日公表)

16) 消費者庁「コンタクトレンズによる眼障害について—カラーでも必ず眼科を受診し、異常があればすぐに使用中止を—」(2021年9月10日公表)

カットパンによる乳児の窒息事故

2020年10月、国民生活センターの「医師からの事故情報受付窓口」に、「10ヶ月頃から」と表示されたカットパンを10か月の男児が食べて窒息し、死亡したという事故情報が寄せられました。また、2021年6月には、同銘柄の、対象年齢表示のないカットパンを11か月の男児が食べ、喉に詰まらせて窒息したという事故情報が同窓口へ寄せられました。これらの事故を受け、国民生活センターでは、1歳前後の乳幼児の食品による窒息事故の再発防止のために、2021年10月に注意喚起を実施しました¹⁷。

当該事故に対し専門家からは、事故の被害児の月齢である10-11か月頃は、咀嚼機能の発達が十分でないため、ほぼ咀嚼せずに丸飲みする状態になること、1歳児の口の大きさは直径3cmほど、喉の大きさは直径1cm以下のため、口は大きく開くことができても、喉はホースのように細く、口に入れたものを喉に詰まらせてしまうことがよく起こり得るというコメントが寄せられました。このため、国民生活センターは、消費者に対して、1歳前後の乳幼児に食事を与える際は、小さく切って与え、飲み込むまで目を離さないように注意を呼び掛けました。

さらに、国民生活センターは、事故の再発を防止するために事業者と行政に対し要望を行いました。事業者に対しては、商品の大きさや形状、物性等を速やかに改善するとともに、現在販売されている商品には適切な注意表示をすることを、行政に対しては、消費者に継続的な啓発を行うとともに、業界等に改善の働き掛けを行うことを要望しました。

消費者庁では、国民生活センターからの行政要望を受け、消費者に対して、パン等による子供の窒息や誤嚥に関して迅速に注意喚起を行うとともに、関連の業界団体に対し、カットパンを始め乳幼児を対象とした食品による窒息事故を防止する観点から、情報提供を行いました。

また、翌11月には、乳幼児向け食品に関する窒息や誤嚥の情報収集の強化という観点から、消費生活センターや医療機関に対し、食品

の大きさや硬さ等、聞き取れた具体的な内容を通知するように依頼しました。併せて、昨今の消費者事故等の分析結果等を踏まえ、消防機関に対し、特に通知を求める消費者事故等の分野を改めて周知しました。

17) 国民生活センター「カットパンによる乳児の窒息事故が発生—小さくちぎって与え、飲み込むまで目を離さないで—」(2021年10月19日公表)

第3節 消費生活相談の概況

(1) 2021年の消費生活相談の概況

消費生活相談件数は減少しており、 架空請求の相談件数も減少している

全国の消費生活センター等に寄せられた消費生活相談の件数をみると、2021年は85.2万件であり、前年（94.1万件）を大きく下回りました。架空請求に関する相談件数は、2021年は1.9万件であり、前年（3.4万件）から大きく減少しました（図表 I-1-3-1）。また、新型コロナウイルス感染症に関連する消費生活相談も、前年より減少しました（第1部第1章第4節参照。）。

消費生活相談件数の長期的な推移をみると、2004年度に192.0万件とピークに達しました。このとき、架空請求に関する相談件数が67.6万件と急増し、全体の35.2%を占めていました。その後、架空請求に関する相談は減少し、消費生活相談件数の全体も減少傾向でしたが、2008年以降の10年間は年間90万件前後と、依然として高水準で推移し続けました。2018年

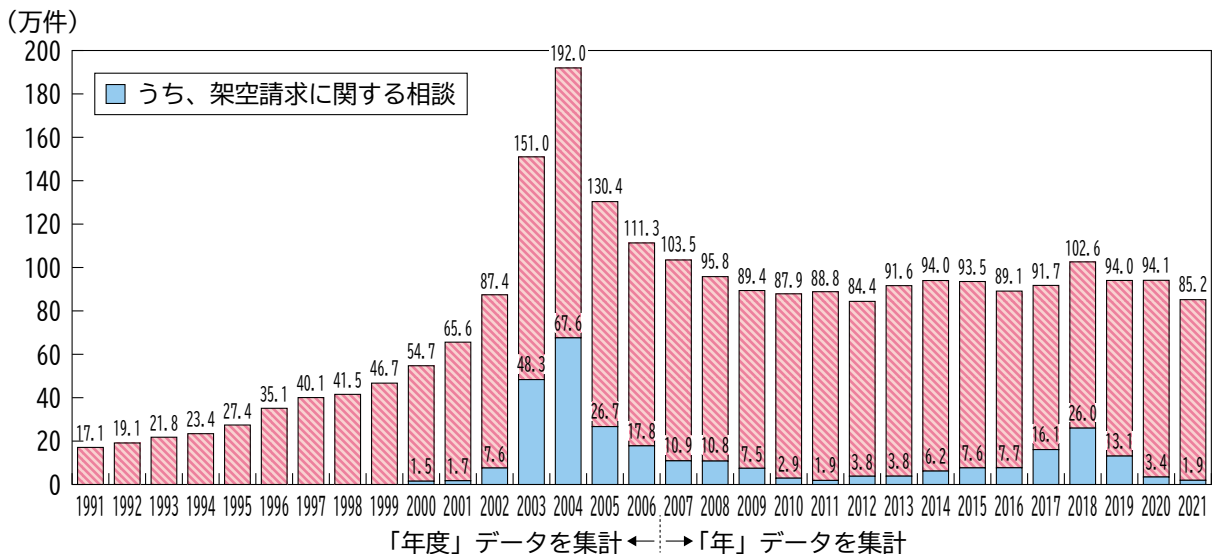
には、架空請求に関する相談が約26万件に達し、消費生活相談件数は再び100万件を超えました。

架空請求に関する相談件数の増加を踏まえ策定された「架空請求対策パッケージ」（2018年7月消費者政策会議決定）に基づき、関係府省等は一体となって、架空請求による消費者被害の未然防止・拡大防止を図る対策を講じてきました。その後、架空請求に関する相談件数は2019年に減少に転じ、2021年は、2011年に並ぶ低水準でした。

属性別にみた2021年の相談状況

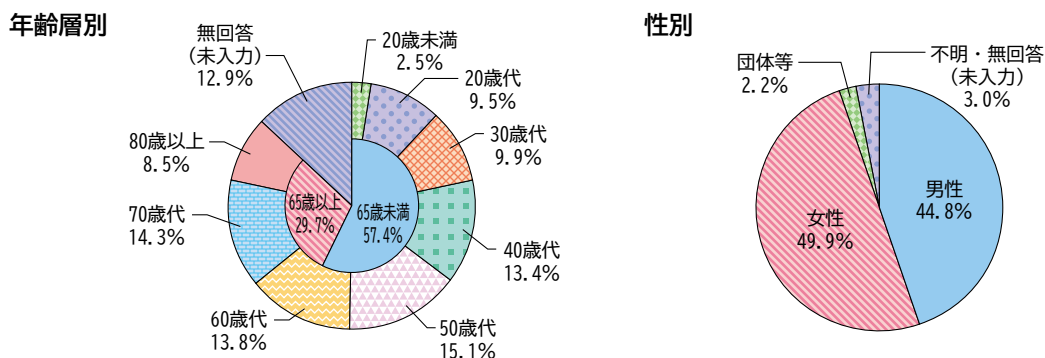
2021年の消費生活相談について、属性別にみると、年齢層別では65歳以上の高齢者が契約当事者全体の29.7%を占めています。10歳ごとの区分でみると、2021年は、50歳代が15.1%と最も多く、次いで70歳代（14.3%）、60歳代（13.8%）でした。性別では、女性が49.9%、男性が44.8%と女性の割合が高くなっています（図表 I-1-3-2）。

図表 I-1-3-1 消費生活相談件数の推移



- （備考）
1. P10-NETに登録された消費生活相談情報（2022年3月31日までの登録分）。
 2. 1991年度から2006年度は、国民生活センター「消費生活年報2021」による「年度」データを集計。2007年から2021年は「年」データを集計。
 3. 「架空請求」とは、身に覚えのない代金の請求に関するもの。2000年度から集計。
 4. 2007年以降は経由相談のうち「相談窓口」を除いた相談件数を集計。

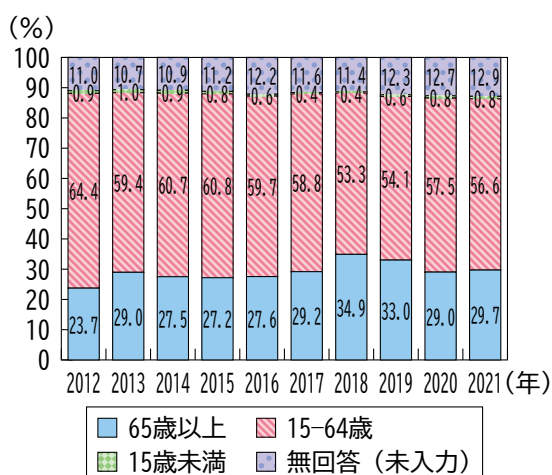
図表 I-1-3-2 消費生活相談の契約当事者の属性 (2021年)



(備考) PIO-NETに登録された消費生活相談情報 (2022年3月31日までの登録分)。

年齢3区分別に消費生活相談割合について過去10年間の推移をみると、65歳以上の高齢者の消費生活相談割合は、3割前後で推移しています (図表 I-1-3-3)。

図表 I-1-3-3 消費生活相談の割合の推移 (年齢3区分別)

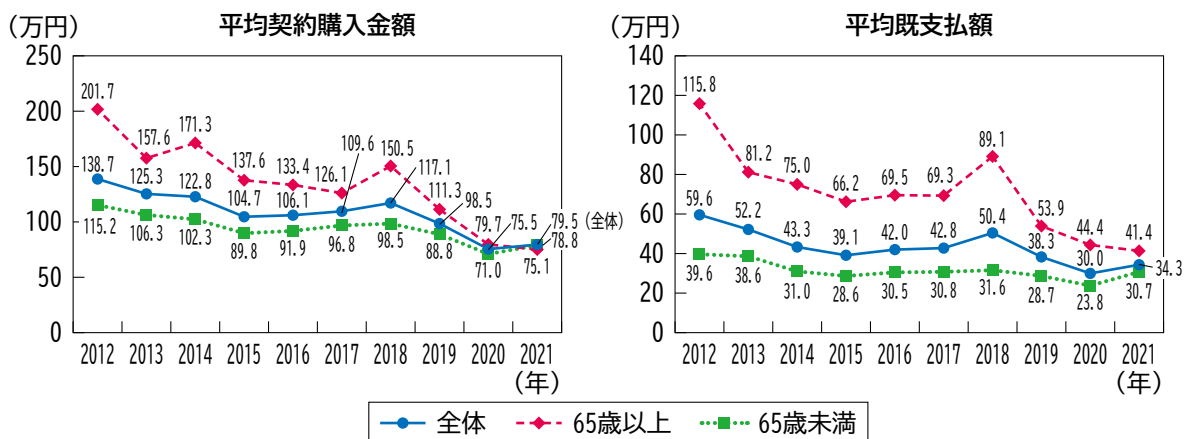


(備考) PIO-NETに登録された消費生活相談情報 (2022年3月31日までの登録分)。

消費生活相談1件当たりの平均金額は、前年に比べ増加

2021年に寄せられた消費生活相談1件当たりの平均金額をみると、全体では、請求された又は契約した金額である「平均契約購入金額」が79.5万円、実際に支払った金額である「平均既支払額」が34.3万円でした。2021年は、「平均契約購入金額」及び「平均既支払額」において、全体と65歳未満は前年と比べて増加しましたが、65歳以上は前年と比べて減少しました。なお、65歳以上の「平均既支払額」は65歳未満の約1.3倍でした (図表 I-1-3-4)。

図表 I-1-3-4 平均契約購入金額・平均既支払額の推移 (年齢層別)



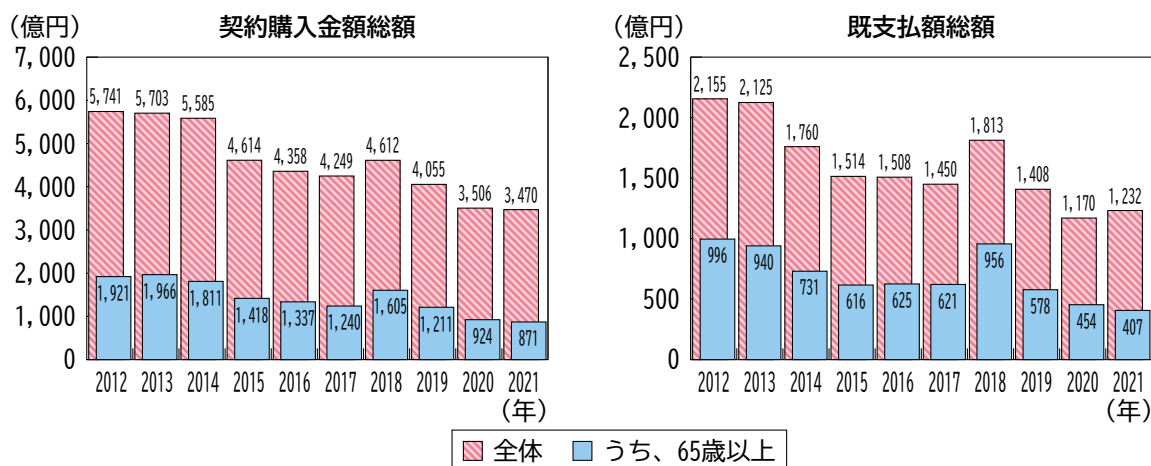
(備考) PIO-NETに登録された消費生活相談情報 (2022年3月31日までの登録分)。

また、消費生活相談全体の契約購入金額及び既支払額それぞれの総額をみると、2021年は、「契約購入金額総額」は3,470億円、「既支払額総額」は1,232億円でした。65歳以上の高齢者は、「契約購入金額総額」では871億円と全体の25.1%を占め、「既支払額総額」では407億円と全体の33.0%を占めており、高齢者の消費者被害は依然として深刻であるといえます（図表 I-1-3-5）。

商品別分類別では「教養・娯楽サービス」が最も多い

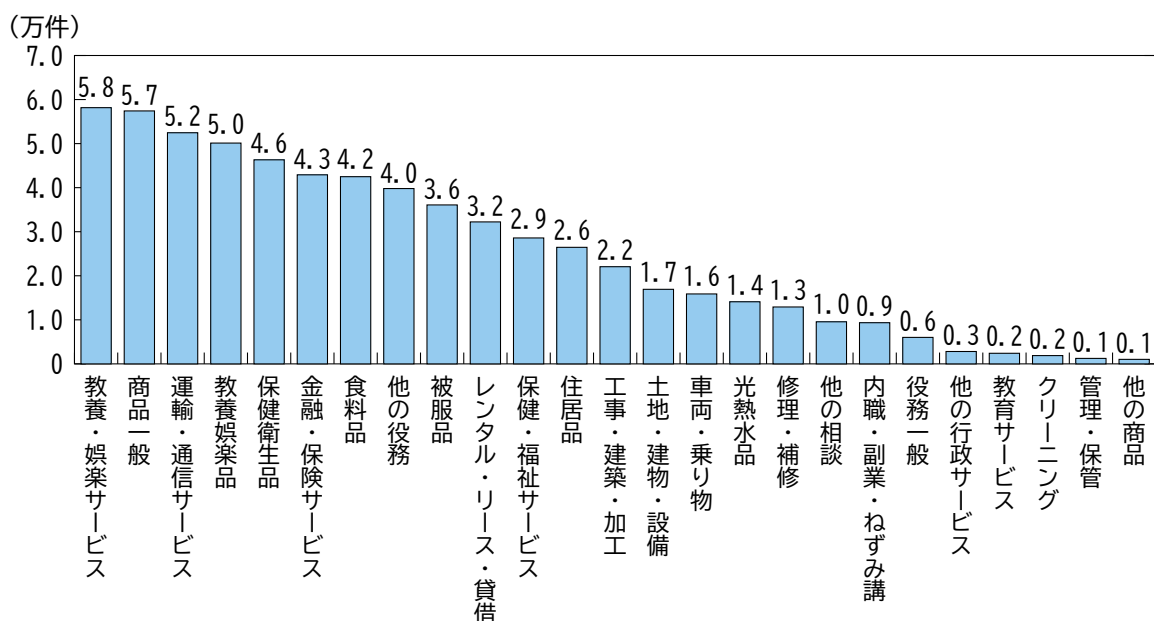
2021年4月から同年12月までの消費生活相談件数を商品別分類ごとにみると、相談件数が最も多いのは、「教養・娯楽サービス」（アダルト情報や出会い系サイト・アプリ、インターネットゲームや情報配信サービスに関する相談を含む。）でした。2番目は「商品一般」（迷惑メールや不審な電話、覚えのない荷物や架空請求に関する相談を含む。）、3番目は「運輸・通信サービス」（携帯電話サービスや光ファイバーに関する相談を含む。）でした（図表 I-1-3-6）。

図表 I-1-3-5 契約購入金額総額・既支払額総額の推移



（備考） PIO-NETに登録された消費生活相談情報（2022年3月31日までの登録分）。

図表 I-1-3-6 消費生活相談の商品別分類別件数（2021年4-12月）



（備考） 1. PIO-NETに登録された消費生活相談情報（2022年3月31日までの登録分）。
2. 2021年4月から同年12月までの消費生活相談情報を集計。

さらに、商品・サービスを詳細に区分してみると、全体では、迷惑メールや不審な電話、覚えのない荷物や架空請求を含む「商品一般」の相談件数が最多でした。次いで、「不動産貸借」に関する相談件数が多く、賃貸住宅の退去時に原状回復費用として高額な修理費を請求されたという相談がみられました。年齢層別にみると、全ての年齢層で「他の健康食品」が上位にみられており、30歳代以上の各年齢層では「工事・建築」や「インターネット接続回線」、「携帯電話サービス」が上位にみられます（図表I-1-3-7）。

高齢者の消費生活相談件数は依然として高水準

65歳以上の高齢者の消費生活相談について、相談件数が上位の商品・サービスをみると、「商品一般」（迷惑メールや不審な電話、覚えのない荷物や架空請求の相談がみられる。）が最多でした。「商品一般」以外では、「工事・建築」や「携帯電話サービス」が上位にみられます（図表I-1-3-7）。また、65歳以上の高齢者の消費生活相談について、過去10年間の推移をみると、2018年に約35.8万件とピークに達し、その後は減少に転じています。2021年は約25.3万件と、前年より約2万件減少しており、架空請求に関する相談の減少等が影響していると考えられます（図表I-1-3-8）。

図表 I-1-3-7 消費生活相談の商品・サービス別上位件数（年齢層別・2021年4-12月）

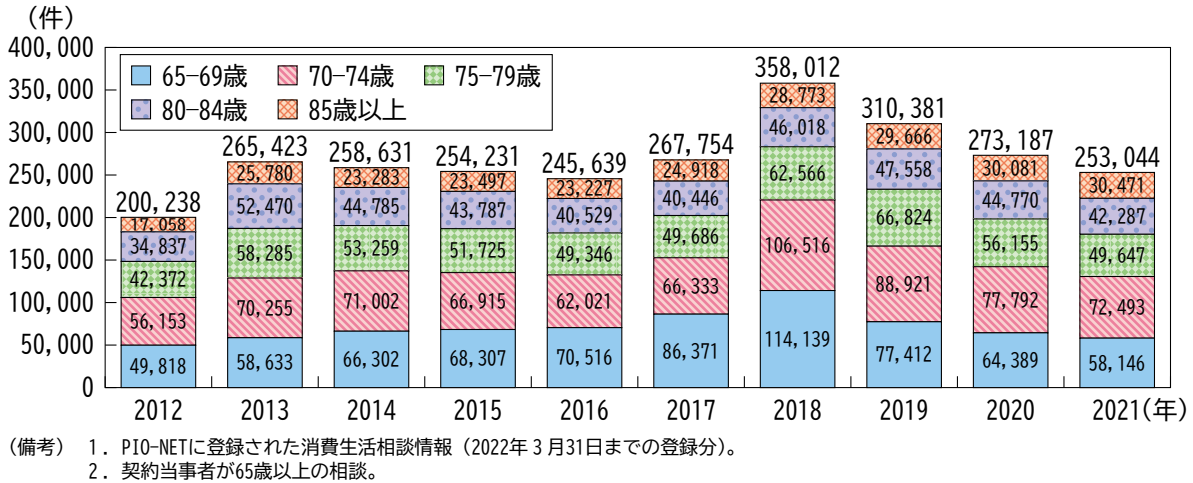
順位	総数		65歳以上	
	商品・サービス	件数	商品・サービス	件数
	総件数	629,215	総件数	186,985
1	商品一般	57,420	商品一般	20,710
2	不動産貸借	28,663	工事・建築	9,686
3	工事・建築	21,495	携帯電話サービス	5,744
4	インターネット接続回線	15,899	役務その他サービス	5,620
5	他の健康食品	15,754	インターネット接続回線	5,425
6	携帯電話サービス	14,709	他の健康食品	4,779
7	役務その他サービス	14,110	修理サービス	4,653
8	フリーローン・サラ金	13,465	電気	3,534
9	修理サービス	12,255	アダルト情報	3,492
10	電気	10,452	不動産貸借	3,455

順位	20歳未満		20歳代		30歳代		40歳代	
	商品・サービス	件数	商品・サービス	件数	商品・サービス	件数	商品・サービス	件数
	総件数	15,640	総件数	59,199	総件数	62,376	総件数	83,971
1	インターネットゲーム	3,180	不動産貸借	4,773	不動産貸借	6,078	商品一般	6,243
2	他の化粧品	1,818	他の内職・副業	3,695	商品一般	3,856	不動産貸借	4,862
3	他の健康食品	990	商品一般	3,127	フリーローン・サラ金	1,597	他の健康食品	2,410
4	商品一般	809	エステティックサービス	2,628	工事・建築	1,556	フリーローン・サラ金	2,140
5	アダルト情報	784	異性交際関連サービス	2,325	インターネット接続回線	1,503	工事・建築	2,079
6	異性交際関連サービス	493	電気	1,827	四輪自動車	1,368	インターネット接続回線	1,948
7	他の娯楽等情報配信サービス	404	フリーローン・サラ金	1,548	他の健康食品	1,317	携帯電話サービス	1,877
8	電気	246	四輪自動車	1,298	他の内職・副業	1,175	四輪自動車	1,704
9	他の内職・副業	244	役務その他サービス	1,220	異性交際関連サービス	1,166	基礎化粧品	1,485
10	基礎化粧品	229	他の健康食品	1,055	携帯電話サービス	1,135	修理サービス	1,434

順位	50歳代		60歳代		70歳代		80歳以上	
	商品・サービス	件数	商品・サービス	件数	商品・サービス	件数	商品・サービス	件数
	総件数	95,287	総件数	87,304	総件数	89,887	総件数	53,947
1	商品一般	8,195	商品一般	9,278	商品一般	10,963	商品一般	5,092
2	不動産貸借	3,724	工事・建築	3,537	工事・建築	4,308	工事・建築	3,600
3	他の健康食品	3,072	インターネット接続回線	2,658	携帯電話サービス	3,101	他の健康食品	2,017
4	工事・建築	2,873	アダルト情報	2,494	役務その他サービス	2,868	修理サービス	1,624
5	インターネット接続回線	2,433	携帯電話サービス	2,223	インターネット接続回線	2,724	役務その他サービス	1,607
6	携帯電話サービス	2,361	不動産貸借	2,214	修理サービス	2,209	新聞	1,558
7	フリーローン・サラ金	2,328	役務その他サービス	2,171	アダルト情報	1,921	携帯電話サービス	1,438
8	基礎化粧品	2,245	基礎化粧品	2,074	他の健康食品	1,882	インターネット接続回線	1,337
9	頭髮用化粧品	2,052	他の健康食品	1,972	電気	1,667	電気	1,182
10	アダルト情報	1,832	フリーローン・サラ金	1,971	フリーローン・サラ金	1,666	固定電話サービス	1,143

- （備考） 1. PI0-NETに登録された消費生活相談情報（2022年3月31日までの登録分）。
 2. 総数には、年齢が無回答（未入力）も含まれる。
 3. 品目は、商品キーワード（中位）。
 4. 2021年4月から同年12月までの消費生活相談情報を集計。

図表 I-1-3-8 高齢者の消費生活相談件数の推移



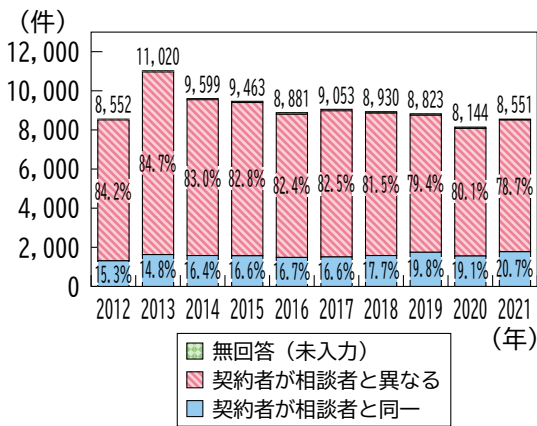
認知症等の高齢者や障害者等の見守りが重要

認知症等の高齢者¹⁸の消費生活相談をみると、高齢者全体とは異なる傾向を示しています。高齢者全体では、本人から相談が寄せられる割合は約8割ですが、認知症等の高齢者では約2割にとどまっています(図表I-1-3-9)。認知症等の高齢者は、本人が十分に判断できない状態にあるため、「訪問販売」や「電話勧誘販売」による被害に遭いやすく、事業者に勧められるままに契約したり、買物を重ねたりする場合があります(図表I-1-3-11)。特に、「訪問販売」

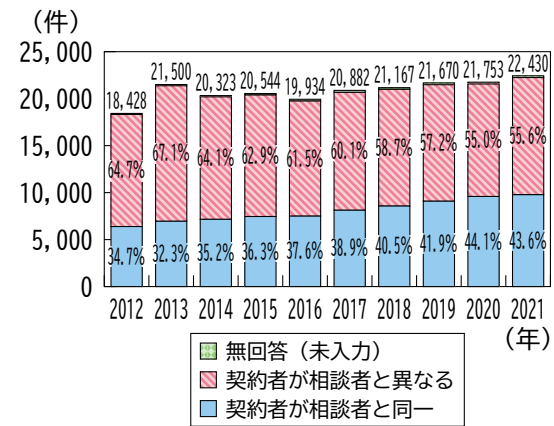
は3割を超えており、具体的な相談事例としては、「高齢独居で認知症気味の母が、訪問販売で屋根工事を勧誘され、断ったにもかかわらず契約をさせられた上に、留守中に工事をされた」といったケースがみられます。認知症等の高齢者本人はトラブルに遭っているという認識が低いため、問題が顕在化しにくい傾向があり、特に周囲の見守りが必要です。

障害者等¹⁹の消費生活相談についても、本人から相談が寄せられる割合は約4割という状況であり、消費生活相談全体では約8割であるのに比べて割合が小さくなっています(図表I-1-3-10)。

図表 I-1-3-9 認知症等の高齢者の消費生活相談件数の推移



図表 I-1-3-10 障害者等の消費生活相談件数の推移



18) トラブルの当事者が65歳以上で、精神障害や知的障害、認知症等の加齢に伴う疾病等、何らかの理由によって十分な判断ができない状態であると消費生活センター等が判断したもの。

具体的な相談事例としては、「発達障害のある息子が女性から宝石を勧められ、クレジットで購入したが、デート商法だと思う」、「知的障害のある成人の娘がスマートフォンのゲームに課金し高額な請求を受けている」等、判断力の不足や契約内容への理解不足でトラブルになっていると思われるケースがみられます。以上のことから、認知症等の高齢者や障害者等の消費者トラブルの被害防止には、家族のみならず、近隣住民や福祉事業者、行政機関等が協力して見守っていくことが必要であることが分かります。

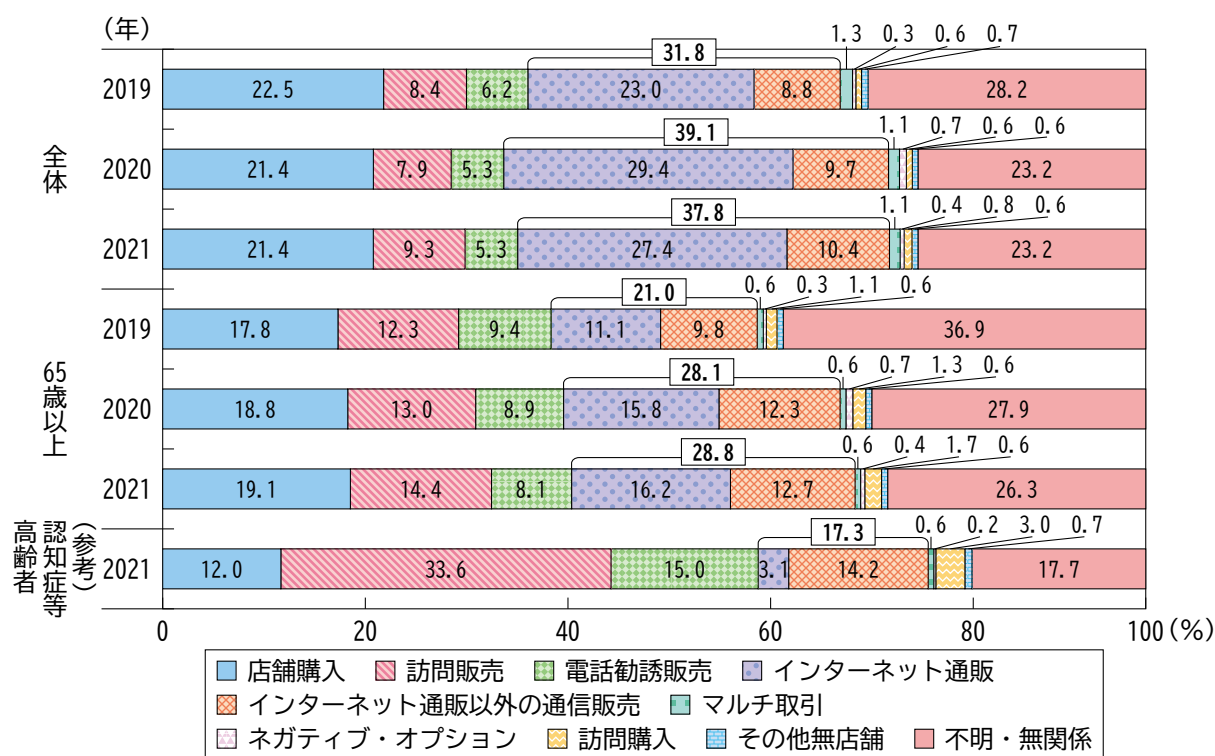
また、65歳以上の高齢者では、全体と比べて、「訪問販売」、「電話勧誘販売」の割合が高くなっています（図表 I-1-3-11）。

年齢層別にみると、20歳未満では「インターネット通販」、20歳代では「マルチ取引」、80歳以上では「訪問販売」、「電話勧誘販売」、「インターネット通販以外の通信販売」、「訪問購入」の割合が、他の年齢層に比べて高くなっています（図表 I-1-3-12）。

販売購入形態別にみた消費生活相談の状況

販売購入形態別に消費生活相談の割合の変化をみると、全体では、2020年は新型コロナウイルス感染症の感染拡大等を背景に「インターネット通販」の割合が増加しましたが、2021年は減少に転じました。一方で、65歳以上の高齢者では、「インターネット通販」の割合は増加を続けています。

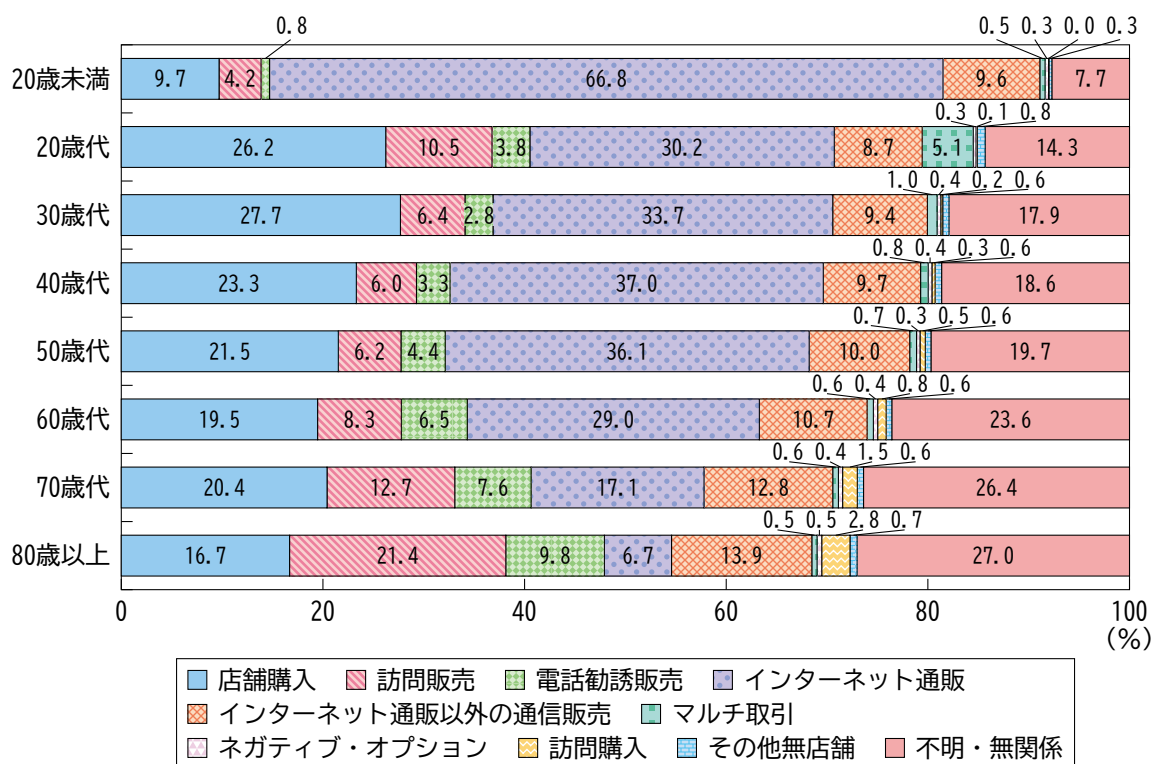
図表 I-1-3-11 消費生活相談の販売購入形態別割合の変化



(備考) 1. PIO-NETに登録された消費生活相談情報（2022年3月31日までの登録分）。
2. 「インターネット通販」の相談については、いわゆる通常のインターネット通販より広い概念を含んでおり、例えば、インターネットサイトを利用したサイト利用料や、インターネットゲーム等も、消費生活相談情報では「インターネット通販」に入るため、データの見方には注意が必要。

19) トラブルの当事者に心身障害がある又は判断能力が不十分な方々であると消費生活センター等が判断したもの。

図表 I-1-3-12 消費生活相談の販売購入形態別割合（年齢層別・2021年）



(備考) 1. PIO-NETに登録された消費生活相談情報(2022年3月31日までの登録分)。
 2. 「インターネット通販」の相談については、いわゆる通常のインターネット通販より広い概念を含んでおり、インターネットサイトを利用したサイト利用料、インターネットゲーム等も、消費生活相談情報では「インターネット通販」に入るため、データの見方には注意が必要。

(2) 越境取引に関わる消費生活相談

越境消費者センター(CCJ)の活動

グローバル化が進む中、消費者がインターネット経由で気軽に海外事業者と取引できるようになったこと等に伴い、海外事業者とのトラブルが発生するようになりました。国民生活センター越境消費者センター(CCJ²⁰)は、海外ネットショッピング等、海外の事業者との取引においてトラブルに遭った消費者の相談窓口です。CCJでは、海外の提携消費者相談機関と連携し、海外に所在する相手方事業者に相談内容を伝達するなどして事業者の対応を促し、日本の消費者と海外の事業者のトラブル解決を支援しています。

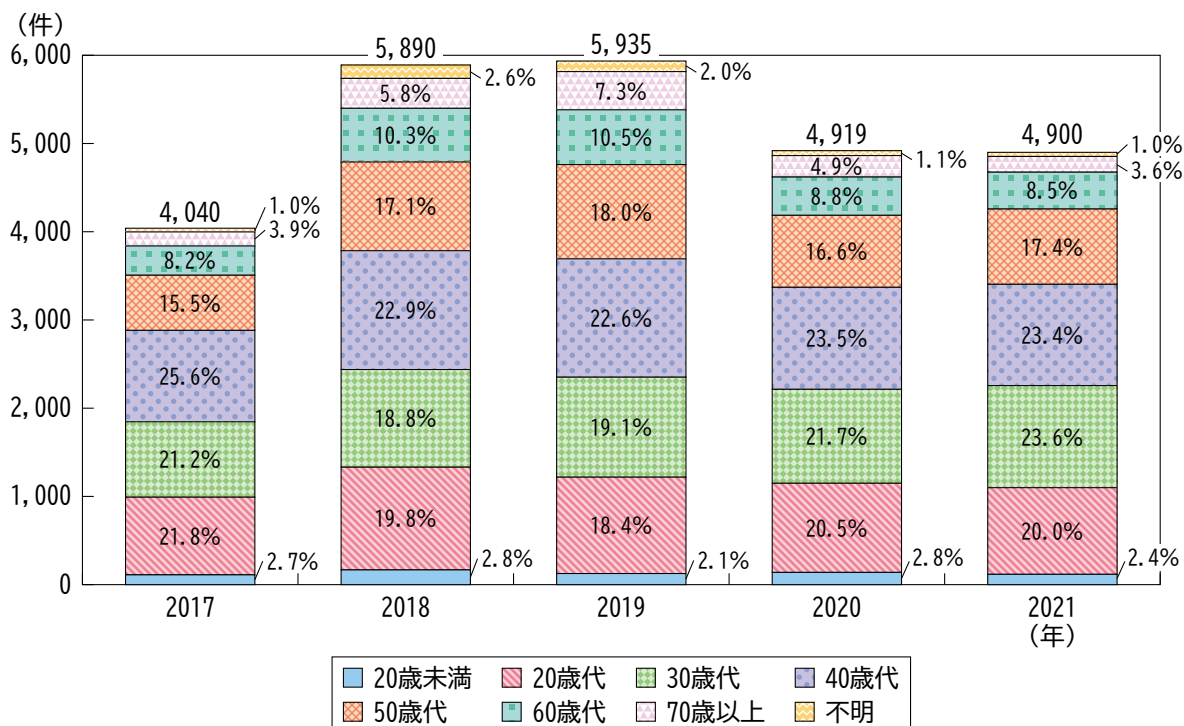
CCJに寄せられた相談の特徴

CCJが受け付けた相談件数は、2021年は4,900件であり、前年(4,919件)と同水準でした(図表 I-1-3-13)。新型コロナウイルス感染症の感染拡大等を背景として、2020年以降は相談件数が5,000件を下回っており、インターネットサイトでの渡航認証(ESTA²¹)の手数料に関する相談が減少しているなどの影響がみられています。年齢層別にみると、最も高い割合を占めているのは30歳代で、40歳代、20歳代と続きます。一方で、70歳以上の割合は3.6%と低くなっています。

20) 2011年11月、消費者庁において開設、2015年4月から国民生活センターに業務移管。2015年度は移管準備のため4月から5月は相談窓口を閉鎖し、6月から相談受付を開始。なお、2018年3月に相談項目等の見直しを行ったため、2017年以前の相談件数は過去発表の数値と異なる場合がある。

21) 電子渡航認証システム(Electronic System for Travel Authorization)。米国に短期商用・観光等の90日以内の滞在目的で旅行する場合に、米国行きの航空機や船に搭乗する前に受けなければならない、オンラインでの渡航認証。

図表 I-1-3-13 CCJが受け付けた相談件数と年齢層別相談割合の推移



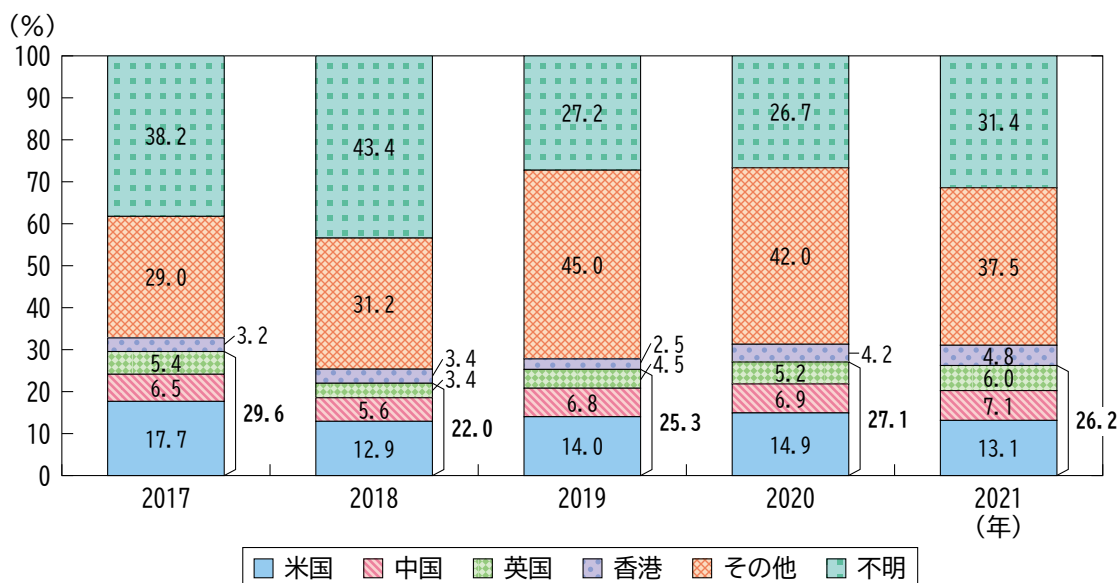
(備考) 1. 2017年から2021年にCCJが受け付けた相談（2022年1月5日検索分）。
2. 2020年は4月10日18時から6月1日9時30分まで、新型コロナウイルス感染症感染拡大防止措置のために相談受付を休止していたため、他の年より受付期間が短い。

事業者所在国・地域は「米国」、 「中国」、「英国」が上位

CCJが受け付けた相談について事業者所在国・地域別にみると、2021年は米国が644件

で最も多く、以下、中国（348件）、英国（293件）、香港（236件）と続きます。上位3か国である米国、中国、英国の占める割合は、近年は20%台で推移しており、2021年は26.2%でした（図表 I-1-3-14）。

図表 I-1-3-14 CCJが受け付けた相談の事業者所在国・地域別割合の推移



(備考) 1. 2017年から2021年にCCJが受け付けた相談（2022年1月5日検索分）。
2. 2020年は4月10日18時から6月1日9時30分まで、新型コロナウイルス感染症感染拡大防止措置のために相談受付を休止していたため、他の年より受付期間が短い。

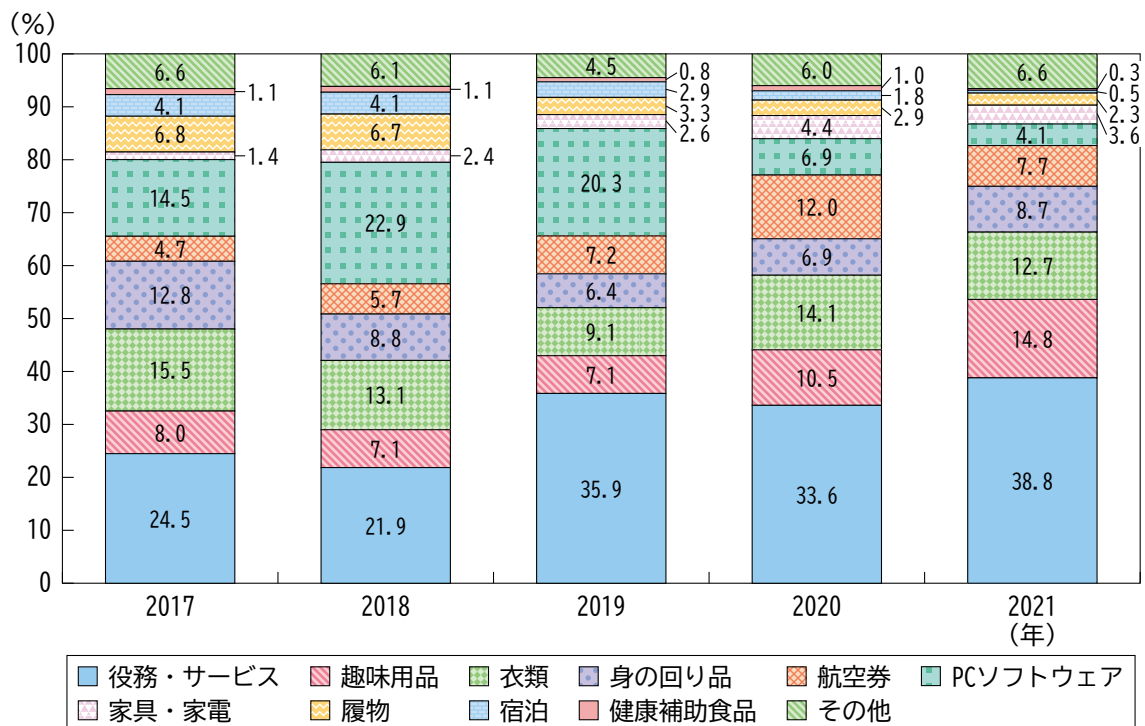
「役務・サービス」、「趣味用品」、 「衣類」の割合が高い

2021年にCCJが受け付けた相談を商品・サービス別にみると、「役務・サービス」が38.8%と最も高い割合を占めており、動画配信や投資（暗号資産（仮想通貨）やFX(外国為替証拠金取引)を含む。)に関する相談等がみられました。

続いて、「趣味用品」が14.8%と2番目に多く、自動車部品やスポーツ・アウトドア用品、玩具（おもちゃ）や楽器等の商品未着や不良品に関するトラブルがみられました。3番目は「衣類」（12.7%）で、コートや洋服等の商品未着や商品違いに関するトラブルがみられました（図表 I-1-3-15）。

一方、「PCソフトウェア」は4.1%と、2019年以降は減少傾向が続いています。

図表 I-1-3-15 CCJが受け付けた相談の商品・サービス類型別割合の推移



(備考) 1. 2017年から2021年にCCJが受け付けた相談（2022年1月5日検索分）。
2. 2020年は4月10日18時から6月1日9時30分まで、新型コロナウイルス感染症感染拡大防止措置のために相談受付を休止していたため、他の年より受付期間が短い。

第4節 最近注目される消費者問題

本節では、2021年を中心として最近目立つ消費生活相談や、消費者トラブル等を紹介していきます。

(1) 新型コロナウイルス感染症に関連する消費生活相談の概況

新型コロナウイルス関連の相談件数は、2021年は横ばい傾向

新型コロナウイルス感染症に関連する消費生活相談（以下「新型コロナウイルス関連」という。）の相談件数は、2021年は1か月当たり1,000件から4,000件の間で推移しています。2021年には、新型インフルエンザ等対策特別措置法（平成24年法律第31号）に基づく緊急事態宣言²²が2度発出されましたが、2020年4月の緊急事態宣言発出時のような相談件数の急増は発生しませんでした（図表 I-1-4-1）。

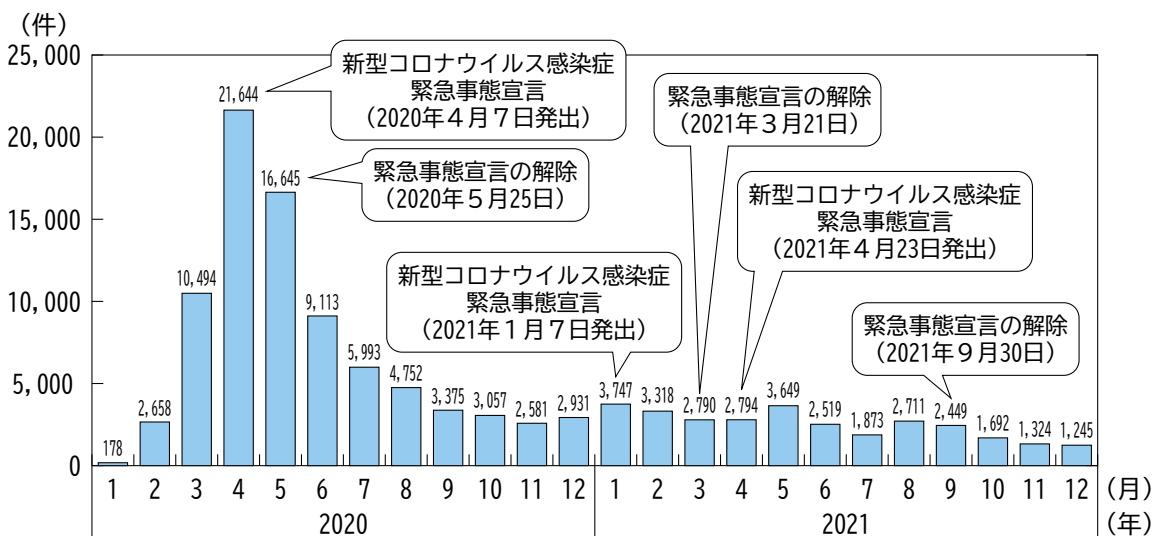
新型コロナウイルス関連では保健衛生品や保健・福祉の相談件数が多い

2021年4月から同年12月までの新型コロナウイルス関連の商品・サービスをみると、マスクを含む「保健衛生品その他」の相談件数が最も多く、注文した覚えのないマスクが届いたという相談がみられました。

続いて、行政機関をかたった新型コロナウイルスワクチン接種に関する不審なメールの相談等が含まれる「保健・福祉その他」、体温計やパルスオキシメーターの相談が含まれる「他の医療用具」等、保健衛生品や保健・福祉に関する相談が上位にみられました。

また、「結婚式」や「スポーツ・健康教室」、「コンサート」、「航空サービス」等でキャンセルに関する相談がみられました。その他には、「魚介類（全般）」の相談が上位にみられ、海産物事業者を名乗る電話勧誘販売で、「新型コロナウイルスの影響で売上げが落ちていて助けてほしい」等と泣き落とすような手口で海産物を買わされたという相談がみられました（図表 I-1-4-2）。

図表 I-1-4-1 新型コロナウイルス関連の相談件数の推移（月別）



(備考) 1. PIO-NETに登録された消費生活相談情報（2022年3月31日までの登録分）。
2. 「新型コロナ関連」の相談。

22) 新型コロナウイルス感染症対策本部

https://www.kantei.go.jp/jp/singi/novel_coronavirus/taisaku_honbu.html

図表 I-1-4-2 新型コロナウイルス関連の商品・サービス別上位相談件数（2021年4-12月）

順位	商品・サービス	件数	割合	順位	商品・サービス	件数	割合
1	保健衛生品その他	2,080	10.3%	11	コンサート	409	2.0%
2	保健・福祉その他	1,616	8.0%	12	航空サービス	398	2.0%
3	結婚式	972	4.8%	13	医療サービス	388	1.9%
4	他の医療用具	686	3.4%	14	他の健康関連サービス	381	1.9%
5	魚介類（全般）	654	3.2%	15	外食	260	1.3%
6	フリーローン・サラ金	634	3.1%	16	役務その他サービス	256	1.3%
7	商品一般	622	3.1%	17	スポーツ施設利用	247	1.2%
8	スポーツ・健康教室	614	3.0%	18	相談その他（全般）	238	1.2%
9	他の行政サービス	494	2.4%	19	ホテル・旅館	224	1.1%
10	賃貸アパート	481	2.4%	20	携帯電話サービス	215	1.1%

- （備考） 1. PIO-NETに登録された消費生活相談情報（2022年3月31日までの登録分）。
 2. 「新型コロナウイルス関連」の相談。
 3. 品目は商品キーワード（下位）。
 4. 2021年4月から同年12月までの消費生活相談情報を集計。

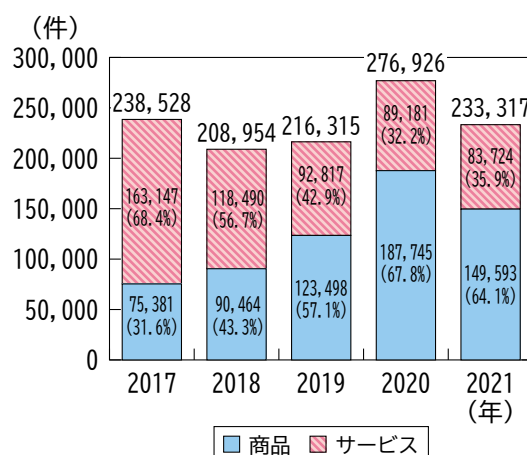
消費者庁や国民生活センターでは、新型コロナウイルス関連の消費者トラブルの被害に遭わないよう、消費者に注意喚起を実施しています²³（消費者庁の取組については、第2部第1章第4節「『新しい生活様式』の実践その他多様な課題への機動的・集中的な対応」参照。）。

（2）インターネット通販に関する相談

インターネット通販で「商品未着・連絡不能等のトラブル」が引き続き発生

インターネット通販に関する消費生活相談は、ショッピングサイト等で商品を購入する「商品」に関する相談と、コンテンツ配信等のサービスを契約する「サービス」に関する相談に分けられますが、2020年と2021年は、「商品」に関する相談が約3分の2を占めています（図表 I-1-4-3）。

図表 I-1-4-3 「インターネット通販」に関する消費生活相談件数の推移（商品・サービス別）



- （備考） PIO-NETに登録された消費生活相談情報（2022年3月31日までの登録分）。

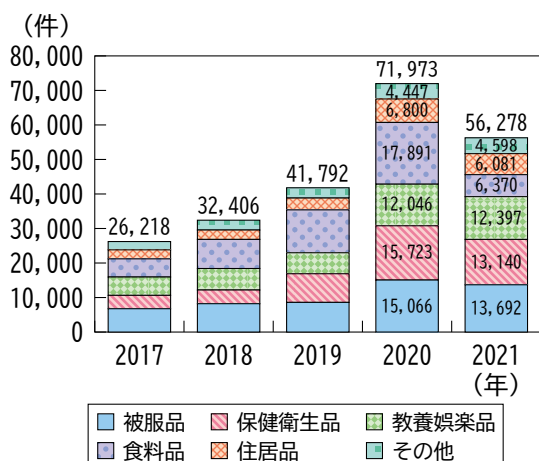
「商品」のインターネット通販の相談内容を見ると、注文した商品が届かない「商品未着」、注文した商品とは異なる商品を業者が送付する「注文品違い」、業者と連絡が取れなくなる「連絡不能」といったトラブル（以下「商品未着・連絡不能等のトラブル」という。）がみられます。2021年は、2020年と比較して減少したものの、依然として多くの相談がみられています（図表 I-1-4-4）。

23) 国民生活センター「新型コロナワクチン接種の予約を案内する怪しいメールに注意！—国がコロナワクチン接種に関連して金銭やクレジットカード番号を求めることはありません—」（2021年9月2日公表）

国民生活センター「新型コロナウイルス感染症の検査キットでのトラブル—事前に注意事項をよく確認し、目的に合わせ、適切に利用しましょう—」（2021年11月4日公表）

図表 I-1-4-4

「商品未着・連絡不能等のトラブル」に関する消費生活相談件数の推移



(備考) 1. PIO-NETに登録された消費生活相談情報(2022年3月31日までの登録分)。
2. 「商品」のインターネット通販の「商品未着」、「注文品違い」、「連絡不能」に関する相談。

2020年に商品未着・連絡不能等のトラブルが急増した背景には、新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響で、「新しい生活様式」の実践が求められ、「商品」をインターネット通販で購入する機会が増加したことや、定期購入を解約したくても事業者と連絡不能になるトラブルがみられたこと、実在の通販サイトをかたる偽サイトによる被害が出たこと等が原因として考えられます。

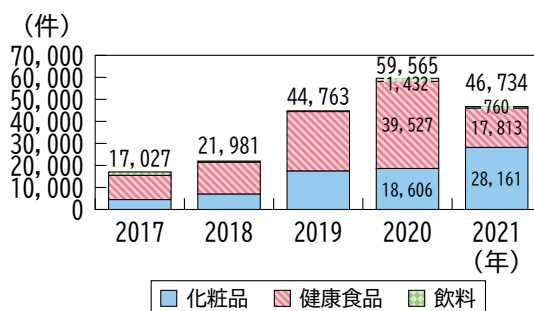
2021年は、健康食品の定期購入トラブルが減少した影響で、「食料品」の商品未着・連絡不能等のトラブルが大きく減少しました。しかし、依然として、「保健衛生品」(化粧品やシャンプーの定期購入や、マスクの商品未着が含まれる。)や、「被服品」(財布や靴、洋服、かばん等が含まれる。)、 「教養娯楽品」(電子ゲームや腕時計、スマートフォンやDVD等が含まれる。)、 「住居品」(掃除機等の家電製品やソファ等)の家具が含まれる。)で、商品未着・連絡不能等のトラブルが発生しています。

「定期購入」に関する相談は大きく減少

通信販売における「定期購入」に関する消費生活相談件数は、2020年まで増加傾向が続いていましたが、2021年は46,734件と、減少に転じました。商品別にみると、「健康食品」の相談が大きく減少している一方で、「化粧品」の相談は増加しています(図表 I-1-4-5)。

図表 I-1-4-5

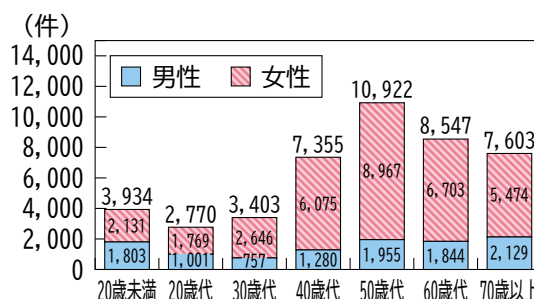
「定期購入」に関する消費生活相談件数の推移(商品別)



(備考) 1. PIO-NETに登録された消費生活相談情報(2022年3月31日までの登録分)。
2. 通信販売での健康食品等の「定期購入」に関する相談件数。

図表 I-1-4-6

「定期購入」に関する消費生活相談件数(性別・年齢層別・2021年)



(備考) 1. PIO-NETに登録された消費生活相談情報(2022年3月31日までの登録分)。
2. 通信販売での健康食品等の「定期購入」に関する相談件数。
3. 不明・無回答(未入力)を除いて集計。

2021年の「定期購入」に関する相談を性別・年齢層別にみると、全年齢層で女性からの相談が多く、特に40歳代から70歳以上の女性からの相談が多くなっています(図表 I-1-4-6)。

具体的な相談内容には、「動画サイトの広告から初回500円の除毛クリームを買ったら、5回購入が条件の定期購入だった。2回目以降を解約したい」等、消費者が定期購入であることを認識しないまま商品を注文しているケースがみられます。

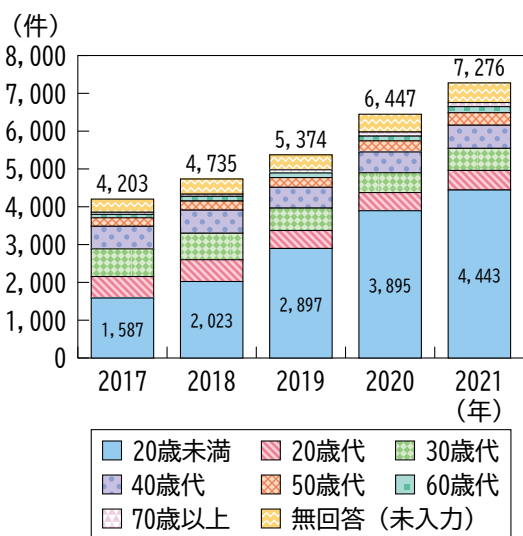
また、「回数縛りなしという化粧水の定期購入の広告を見て、初回分を買ったら解約するつもりで注文したが、記載のなかった解約条件を盾に解約に応じてもらえない」、「次回発送までの解約期間内であれば解約できる健康食品を定期購入したが、期間内に解約したいのに電話がつかまらない」等、解約条件をめぐるトラブルや、解約したくても事業者と連絡が取れないというトラブルが発生しています。

20歳未満で「インターネットゲーム」の消費生活相談件数が増加している

「インターネットゲーム(オンラインゲーム)」に関する消費生活相談件数の増加傾向が続いています。特に20歳未満の相談件数が増加しており、2021年は4,443件と契約当事者全体(7,276件)の過半数を占めています(図表I-1-4-7)。

図表 I-1-4-7

「インターネットゲーム(オンラインゲーム)」に関する消費生活相談件数の推移(年齢層別)



(備考) PIO-NETに登録された消費生活相談情報(2022年3月31日までの登録分)。

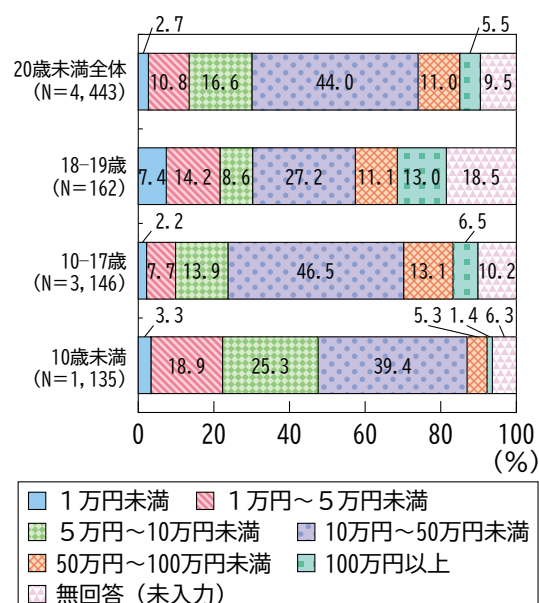
相談内容をみると、「中学生の子供がスマートフォンに私のクレジットカードを勝手に登録してゲームで多額の課金をした」、「小学生の子供に使用していないタブレット端末を与えていたが、クレジットカード情報が残っていたことを忘れており、子供がゲームで勝手に高額な課金をしていた」等、青少年がゲームで高額課金をしてしまうケースが多くみられました。

このように、保護者のクレジットカード情報や、携帯電話のキャリア決済を無断で利用してしまうケースや、保護者のクレジットカード情報が端末やアカウント等にひも付けられている状態で、子供がゲームをするうちにアイテム購入等の課金を繰り返してしまい、金額が膨れ上がるケースがみられ、契約購入金額が高額化しています。

2021年の20歳未満の契約購入金額は、10万円以上50万円未満の割合が最も高くなっています(図表I-1-4-8)。また、各年齢層の平均契約購入金額は、10歳未満で17.2万円、10歳から17歳までで34.9万円、18歳から19歳までで41.6万円と、年齢層が上がるほど高額になっています。

図表 I-1-4-8

「インターネットゲーム(オンラインゲーム)」に関する消費生活相談の契約購入金額別割合(20歳未満・2021年)



(備考) PIO-NETに登録された消費生活相談情報(2022年3月31日までの登録分)。

(3) SNSに関連する消費生活相談

SNSをきっかけとした消費生活相談件数は増加

SNSをきっかけとした消費生活相談件数は増加を続けています。2021年も前年を上回る約5万件の相談が寄せられました。年齢層別にみると、20歳代が11,264件と最も多く、40歳代(9,281件)や50歳代(9,865件)でも多くの相談がみられ、若年層だけでなく、幅広い年齢層でトラブルが発生しています(図表I-1-4-9)。

SNSをきっかけとしたトラブルの内容をみると、「①SNSでの広告がきっかけとなるケース」、「②SNSでの勧誘がきっかけとなるケース」、「③SNSで知り合った相手との個人間取引のケース」がみられます。

「①SNSでの広告がきっかけとなるケース」

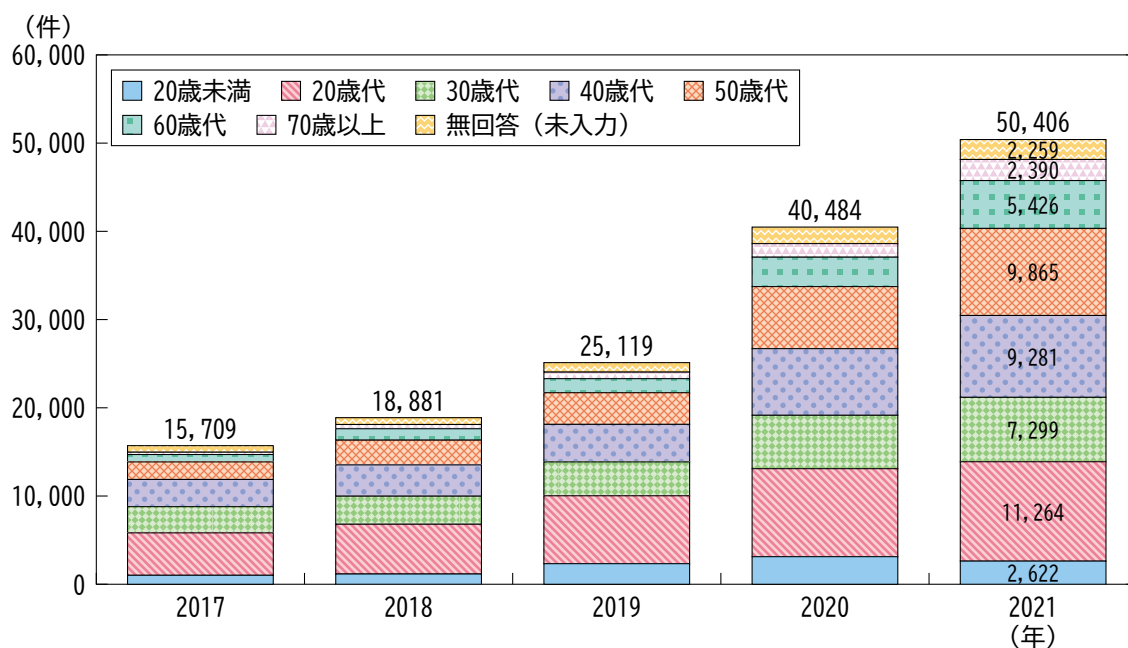
の具体的な事例としては、「大手デパートの閉店セールというSNS広告をきっかけにブランドのバッグを注文したが詐欺サイトだった」という相談がみられます。なお、国民生活センターは、百貨店の名称をかたる偽通販サイトについて、消費者に注意喚起を実施しています²⁴。

「②SNSでの勧誘がきっかけとなるケース」の具体的な事例としては、「SNSで知り合った女性から海外のFX取引を勧められ合計100万円以上支払ったが、だまされたようだ」という相談がみられます。

「③SNSで知り合った相手との個人間取引のケース」の具体的な事例としては、「SNSで知り合った人からアイドルグループのコンサートチケットを売ると言われて代金を決済したが、連絡が取れなくなった」という相談がみられます。

なお、若者のSNS関連の消費生活相談については、第1部第2章第2節「(2)若者の消費者トラブル」で詳細に分析しています。

図表 I-1-4-9 SNS関連の消費生活相談件数の推移(年齢層別)



(備考) PIO-NETに登録された消費生活相談情報(2022年3月31日までの登録分)。

24) 国民生活センター「百貨店の名称をかたる偽通販サイトにご注意ください!—『高島屋』などの大手百貨店がかたられています—」(2021年11月25日公表)

第5節

消費者被害・トラブルの経験と被害・トラブル額の推計

(1) 消費者被害・トラブルの経験

商品・サービスについての消費者被害・トラブルの経験の割合はより増加

消費者が、この1年間に購入した商品や利用したサービスについて、消費者庁「消費者意識基本調査²⁵」(2021年度)(以下「消費者意識基本調査」という。)では、「商品の機能・品質やサービスの質が期待よりかなり劣っていた」、「表示・広告と実際の商品・サービスの内容がかなり違っていた」、「思っていたよりかなり高い金額を請求された」等の何らかの消費者被害・トラブルを受けた経験があると答えた人の割合は16.9%となりました(図表I-1-5-1)。

この1年間に消費者被害・トラブルを経験した人のうち、相談又は申出をした人は約4割

2021年度に、この1年間で消費者被害・トラブルの経験があると認識した上で、その被害・トラブルの内容を具体的に回答した人のうち、「相談又は申出をした」と回答した人の割合は37.2%で、「誰にも相談又は申出をしていない」と回答した人の割合は45.5%でした。さらに、相談又は申出をした相手を聞くと、「家族、知人、同僚等の身近な人」と回答した人の割合が46.0%と最も高く、次点では「商品やサービスの提供元であるメーカー等の事業者」と回答した人の割合で39.0%でした(図表I-1-5-2)。

図表 I-1-5-1 購入商品や利用サービスでの消費者被害・トラブルの経験

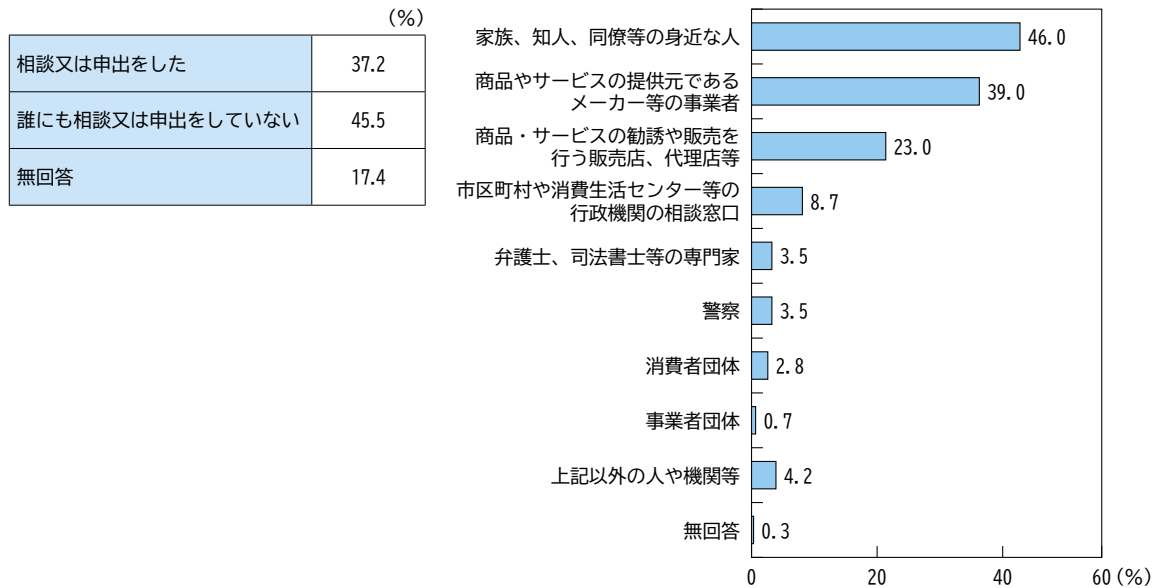
	2019年度 (2019年11月) N=6,173人	2020年度 (2020年11月) N=5,817人	2021年度 (2021年11月) N=5,493人
商品の機能・品質やサービスの質が期待よりかなり劣っていた	7.4%	9.3%	12.0%
表示・広告と実際の商品・サービスの内容がかなり違っていた	5.4%	5.2%	7.8%
思っていたよりかなり高い金額を請求された	2.9%	3.3%	3.6%
けが、病気をするなど、安全性や衛生面に問題があった	1.4%	1.6%	2.3%
契約・解約時のトラブルにより被害に遭った	1.3%	1.1%	2.1%
問題のある販売窓口やセールストークにより契約・購入した	1.6%	1.2%	1.9%
詐欺によって事業者にお金を払った(又はその約束をした。)	0.5%	0.6%	1.0%
その他の消費者被害の経験	1.6%	1.6%	2.2%
上記のいずれかの経験があった	11.2%	13.0%	16.9%

(備考) 1. 消費者庁「消費者意識基本調査」により作成。()内は調査実施時期。
2. 「あなたがこの1年間に購入した商品、利用したサービスについて、以下に当てはまる経験をしたことはありますか。」との問に対する回答。

25) 「消費者意識基本調査」において、層化2段階無作為抽出法により抽出した全国(400地点)の満15歳以上1万人を対象に郵送・Web回収法により調査を実施。調査時期は2021年11月8日から同月23日まで、回収率は54.9%。

図表 I-1-5-2

消費者被害・トラブルのあった商品・サービスについての相談・申出の有無とその相手（2021年）



(備考) 1. 消費者庁「消費者意識基本調査」(2021年度)により作成。
 2. 左：被害やトラブルについての相談又は申出の有無についての問に対する回答。
 3. 右：被害やトラブルについての「相談又は申出をした」と回答した人に対する相談した相手についての問への回答（複数回答）。

(2) 消費者被害・トラブル額の推計

消費者被害・トラブル額の推計の考え方

消費者被害・トラブルの状況を把握するための一つの指標として、全国の消費生活センター等に寄せられた消費生活相談情報があります。これは、消費者被害・トラブルの端緒やトレンドを把握するためには極めて有効な情報ですが、消費者やその家族等から相談があったものだけに限られており、相談情報に表れない消費者被害の実態やその規模は、これだけでは明らかにすることはできません。

そこで消費者庁では、消費者被害・トラブル全体のおおまかな規模を明らかにするため、2013年度に「消費者被害に関連する数値指標の整備に関する検討会」を開催し、消費者被害・トラブル額の推計を試みました。

推計は、消費者被害・トラブルの推計件数に消費者被害・トラブル1件当たりの平均金額を乗じる手法により実施しました。具体的には、まず全国の満15歳以上から無作為に抽出をして「消費者意識基本調査」を行い、消費者被害・トラブルの「発生確率」を求めた上で消費者被

害・トラブルの総数を推計し、これに消費生活相談情報から計算される平均金額を乗じ、所要の補正を行って推計値を算出するという手法を採っています。

「消費者被害・トラブル1件当たりの平均金額」は、消費生活相談情報の「契約購入金額」、「既支払額」といった項目から算出しています。実際には、消費者は小さな消費者被害・トラブルではわざわざ消費生活センター等に相談をすることはせず、より深刻な場合ほど相談率は高くなるものと考えられることから、消費生活相談情報から得られる平均金額は実態より相当高い水準にあるものと推測されます。そこで、こうした消費生活相談情報の特性を考慮し、トラブル金額が少額のものと同額のものとは分けて推計することで推計値の補正を行っています。

また、高齢者の特性として、本人が被害に気付かず相談しないということがあり、特に認知症等の高齢者に顕著にみられる傾向があります。このため、本人が自ら回答することが前提の「消費者意識基本調査」では、本人が認識していない消費者被害・トラブルを十分に把握できない可能性があります。そこで、高齢者の潜在被害が一定数存在するものと仮定し、その分を推計値に上乗せする形で補正を行っています。

推計結果としては「契約購入金額」、「既支払

額（信用供与を含む。）」、「既支払額」の三つの推計値を示しています。このうち、「既支払額」（実際に消費者が事業者を支払った金額）に「信用供与」（クレジットカード等で決済しており、まだ支払は発生していないもののいずれ引き落とされる金額）を加えた「既支払額（信用供与を含む。）」を、消費者が負担した金額の実態に近いものとして取り扱っています。

2021年の消費者被害・トラブル額

以上の手法により推計したところ、2021年の1年間に支出が発生した消費者被害・トラブルは約1,556万件となり、消費者被害・トラブル額は、「既支払額（信用供与を含む。）」で約5.9兆円²⁶となりました（図表 I-1-5-3）。

図表 I-1-5-3 消費者被害・トラブル額の推計結果

	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年
契約購入金額	約6.4兆円	約7.2兆円	約6.6兆円	約5.0兆円	約7.3兆円
既支払額（信用供与を含む。）※	約5.3兆円	約6.1兆円	約5.1兆円	約3.8兆円	約5.9兆円
既支払額	約5.0兆円	約6.0兆円	約4.9兆円	約3.6兆円	約5.8兆円

※「既支払額（信用供与を含む。）」とは、既に支払った金額にクレジットカード等による将来の支払を加えたもの。

- （備考）
1. 消費者被害・トラブル額とは、消費者被害・トラブルに関する商品・サービスへの支出総額を指す。
 2. 満15歳以上の人口に、「消費者意識基本調査」の結果から求めた消費者被害・トラブルの「発生確率」を乗じた上で、消費生活相談情報から計算される、被害1件当たりの平均金額を乗じて算出した金額に、高齢者の潜在被害として想定される金額を加えて補正した推計額。
 3. 人口は、総務省・人口推計の各年10月1日現在人口を使用。2017年から2019年、2021年は確定値を使用しているが、2020年は「令和2年国勢調査」（不詳補完値）を使用。
 4. 「発生確率」は、消費者意識基本調査において「あなたがこの1年間に購入した商品、利用したサービスについてお尋ねします。この1年間に、以下に当てはまる経験をしたことはありますか。」との問に対して、以下の経験についての回答を集計した結果に基づき推計している。①けが、病気をするなど、安全性や衛生面に問題があった、②商品の機能・品質やサービスの質が期待よりかなり劣っていた、③思っていたよりかなり高い金額を請求された、④表示・広告と実際の商品・サービスの内容がかなり違っていた、⑤問題のある販売手口やセールストークにより契約・購入した、⑥契約・解約時のトラブルにより被害に遭った、⑦詐欺によって事業者にお金を払った（又はその約束をした。）、⑧その他、消費者被害の経験。
 5. 平均金額は、各年の消費生活相談情報（翌年1月31日までの登録分）に基づき算出している。
 6. 本推計に使用している意識調査はあくまで消費者の意識に基づくものであり、消費者被害・トラブルの捉え方が回答者により異なること、意識調査の性格上誤差を含むものであることに注意が必要。

26) 既支払額（信用供与を含む。）ベースでの消費者被害・トラブル額の推定額は約5.9兆円であるが、この数字には誤差が含まれており、同基準の消費者被害・トラブル額は95%の確率で5.5～6.2兆円の幅の中にあると推定される。