

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 2022年の消費生活相談のトピックス
- 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、2022年の消費生活相談のトピックスとして、成年年齢引下げ後の18歳・19歳の消費生活相談や、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、2022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月に閣議決定された「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、図表 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。同法第12条第1項の規定に基づき、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（内閣総理大臣）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、同法第12条第2項の規定に基づき、消費者庁（内閣総理大臣）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

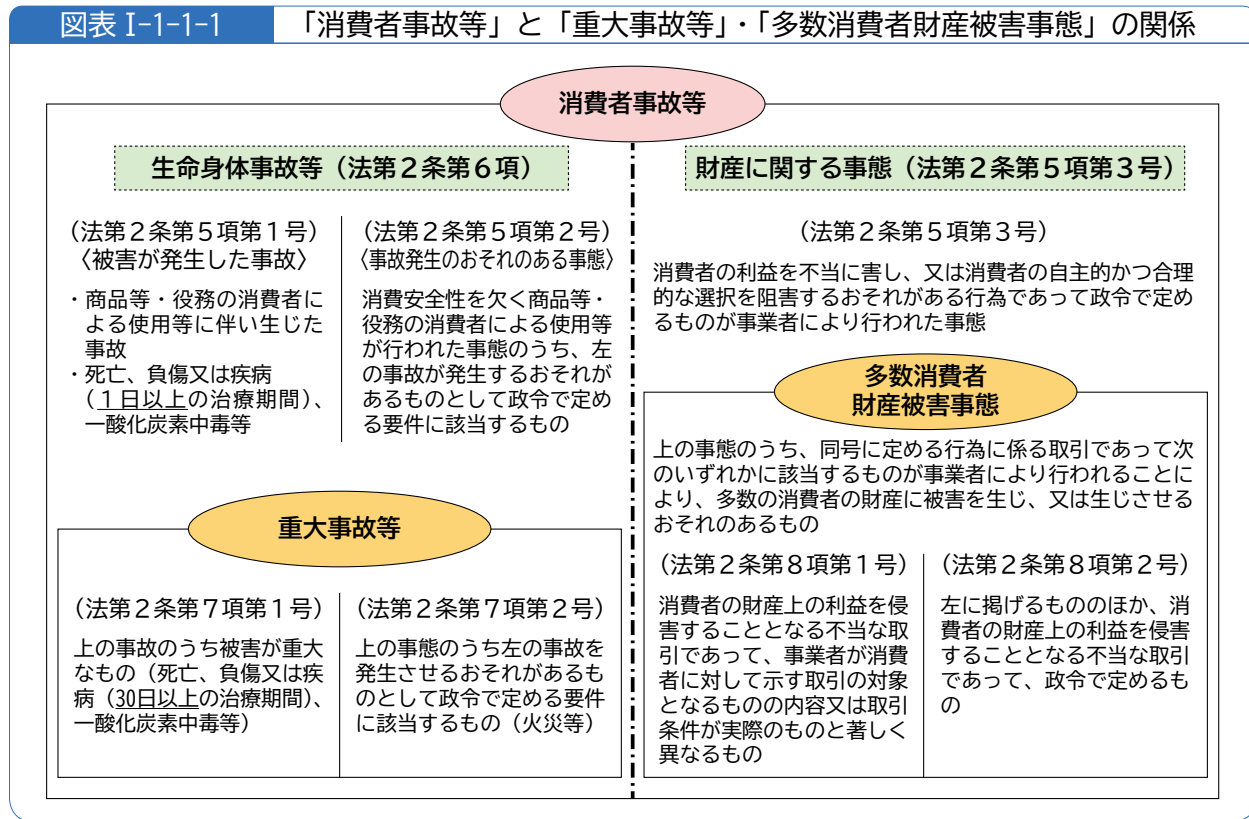
1) 国民生活センター並びに都道府県、政令市及び市区町村の消費生活センターや消費生活相談窓口。

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。

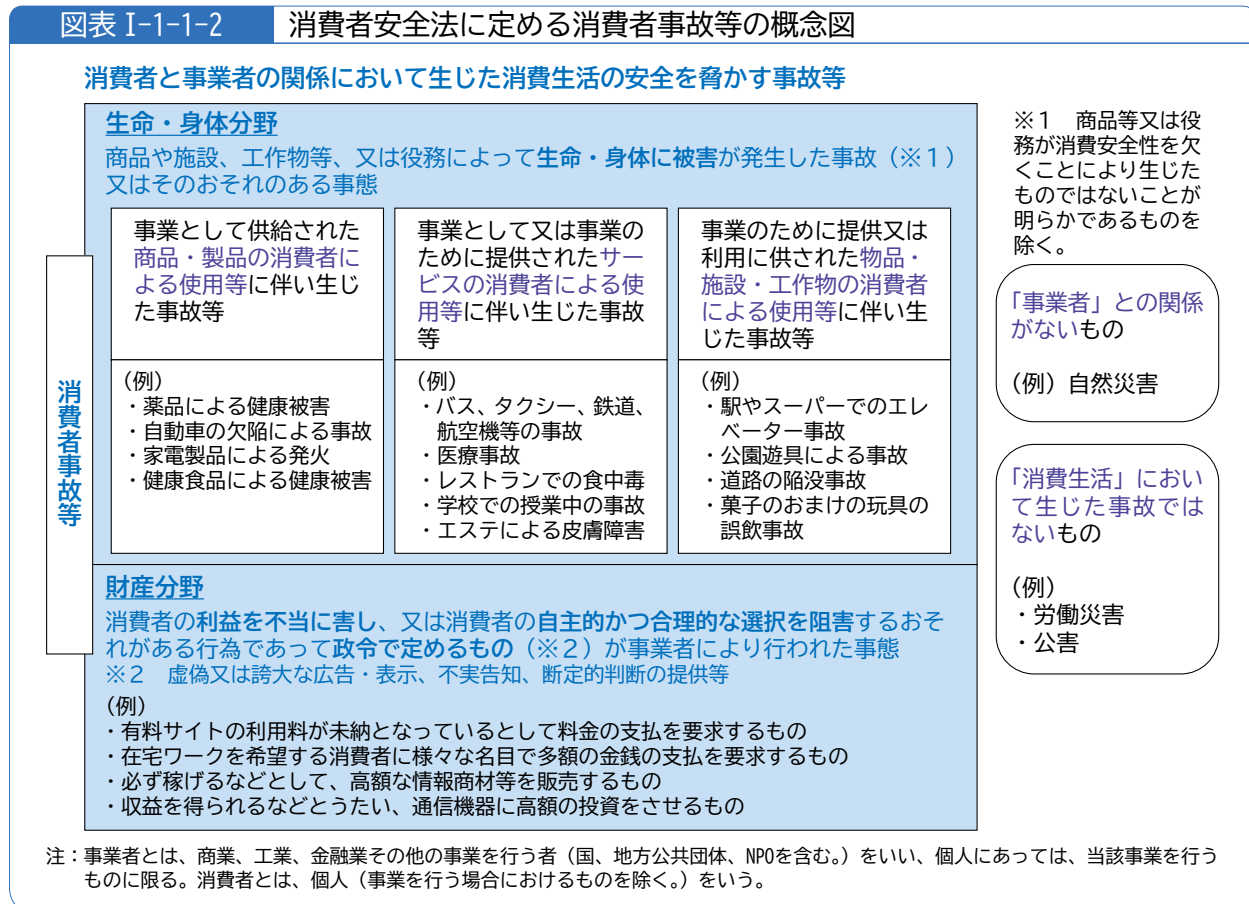
係地方公共団体及び国民生活センターに提供します。また、消費者庁（内閣総理大臣）は、取りまとめた結果を消費者委員会に報告し、国民に対して公表するとともに、国会に報告を行い

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



2022年度に通知された消費者事故等は1万5308件

消費者安全法の規定に基づき2022年度に消費者庁に通知された消費者事故等は1万5308件で、2021年度の1万4941件から2.5%増加しました。内訳は、同法第12条第1項等の規定に基づいて通知された重大事故等が1,351件（2021年度1,500件、前年度比9.9%減）、同法第12条第2項等の規定に基づいて通知された消費者事故等が1万3957件（2021年度1万3441件、前年度比3.8%増）でした。

生命身体事故等は4,914件（2021年度3,992件、前年度比23.1%増）、重大事故等を除く生

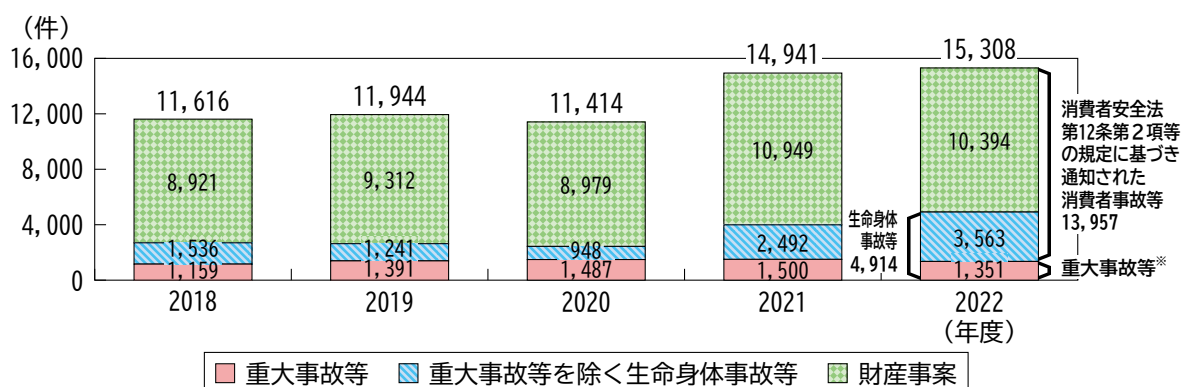
命身体事故等は3,563件（2021年度2,492件、前年度比43.0%増）、財産事案は1万394件（2021年度1万949件、前年度比5.1%減）でした（図表I-1-1-3）。

重大事故等を事故内容別にみると、「火災」が1,141件（84.5%）で8割強を占めており、この傾向は前年までと同様です（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、生活家電、住宅用蓄電池や給湯ボイラー等の住宅設備からの出火が火災につながった例がみられます。

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。内閣官房子ども家庭庁設立準備室及び

図表 I-1-1-3

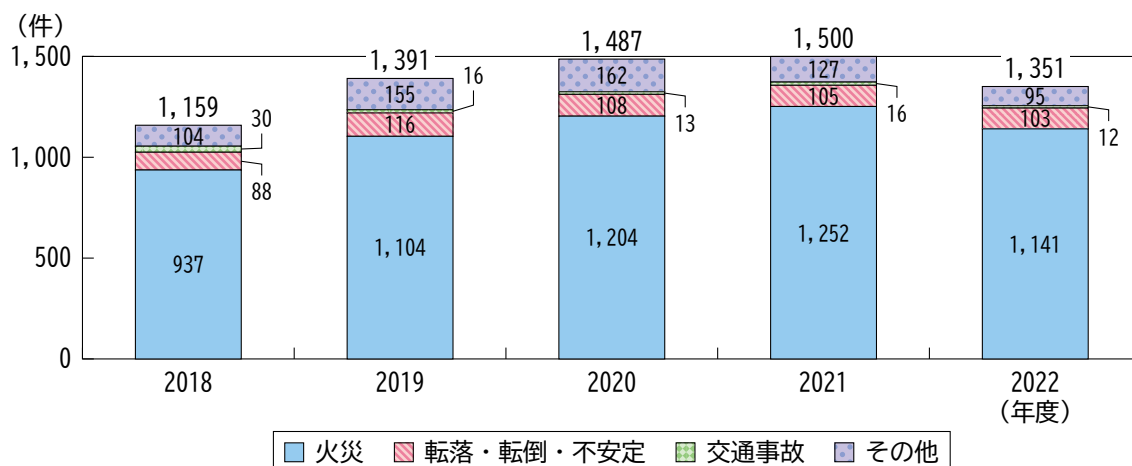
消費者安全法の規定に基づき消費者庁に通知された消費者事故等の件数の推移



- (備考) 1. 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。
2. ※消費者安全法第12条第1項等の規定に基づき通知された重大事故等のこと。

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。

消費者庁では、2022年9月に発生したイベント会場でのゴーカートによる事故を受け、子供自身がゴーカート等を運転できる施設等の安全確保のため、同年11月にスポーツ庁を通じて、一般社団法人日本自動車連盟（JAF）に、カート施設等の安全点検及び安全対策の徹底等を要請しました。また、ゴーカート等子供自身が運転できる乗り物が遊戯施設や都市公園等にも設置されていることから、関係省庁を通じ関連施設等に対し、自主的な点検を要請しました。これを受け、JAFが原動機（エンジン、モーター等）を動力源とした乗り物向けに設置・設定される施設・会場を対象とした当面の安全対策（推奨事項）を策定・公示したことから、内閣官房子ども家庭庁設立準備室及び消費者庁においても同年12月に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、2022年度は「その他」が2,465件（69.2%）で最も多く、次いで「異物の混入・

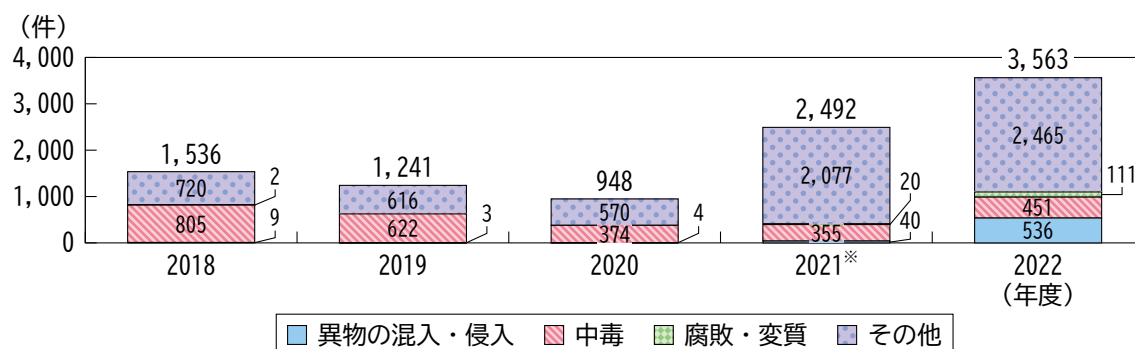
侵入」が536件（15.0%）でした。「その他」の内容は、そのほとんどが食品リコールであり、アレルギー表示の欠落や消費期限の誤表示等の食品表示法違反によるものです。「異物の混入・侵入」の内容は、食品リコールであり、ビニール片や金属片等の異物混入の食品衛生法違反によるものです（図表 I-1-1-5）。

財産事案を商品・サービス別にみると、2022年度は「商品」が5,915件（56.9%）で、「サービス」は4,354件（41.9%）でした（図表 I-1-1-6）。

「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30.4%と最も多く、次いで「保健衛生品」が4.8%でした。

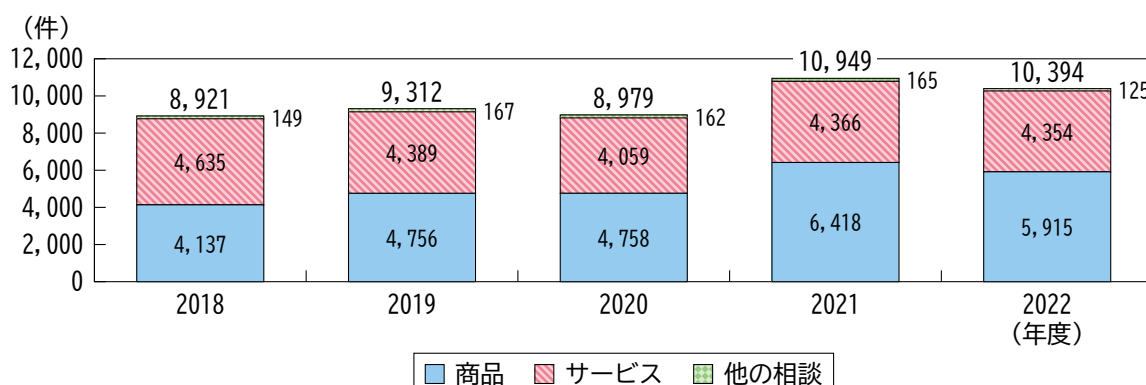
「サービス」の内訳は、「金融・保険サービス」が13.3%と最も多く、次いで冠婚葬祭や結婚相談サービス等を含む「他の役務」が6.6%でした（図表 I-1-1-7）。

図表 I-1-1-5 生命身体事故等（重大事故等を除く。）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（重大事故等を除く。）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、転落・転倒・不安定、操作・使用性の欠落、交通事故、誤飲、その他、無記入が含まれる。
 3. ※食品衛生法及び食品表示法の改正により、2021年6月から、食品リコールの届出が義務化。

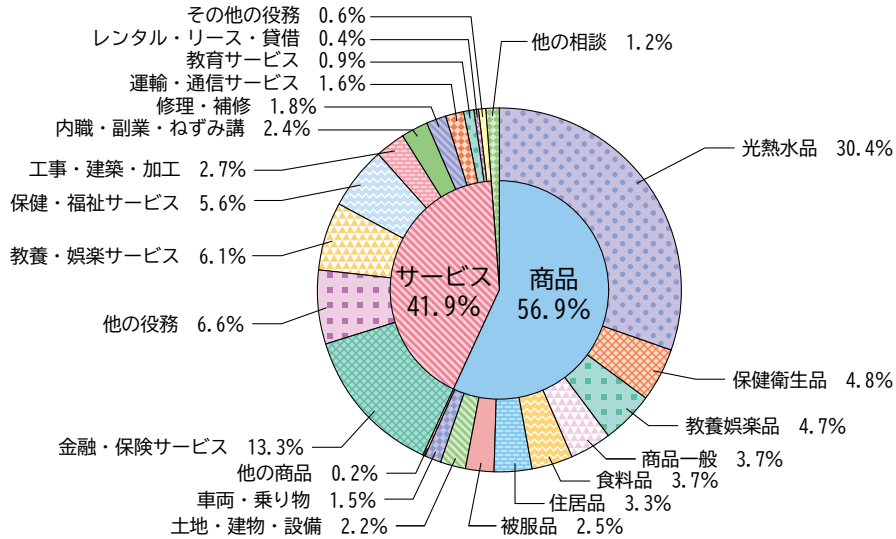
図表 I-1-1-6 消費者庁に通知された財産事案の件数の推移



- (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-1-1-7

通知された財産事案の内訳（2022年度）



(備考) 1. 消費者安全法の規定に基づき、2022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、他の行政サービス、管理・保管、クリーニング。

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2022年度に注意喚起を26件実施しました(図表 I-1-1-8)。注意喚起の主な事案は、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、あたかも正規品であるかのように表示し、消費者を誤認させて購入を申し込ませていた事案、役務取引において、一方的かつ執拗な勧誘の継続や、役務の対価につき不実のことを告げる事案等です。

図表 I-1-1-8 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（2022年度）

手口	具体例
簡単に稼げると見せかける手口（10件）	<p>LINEアカウントから送信する勧誘メッセージで、あたかも、1日数分の簡単な作業をするだけで相当の稼ぎを得られる副業であるかのように勧誘していたが、実際に提供していたマニュアルに記載されていた副業の内容は、勧誘時の説明と異なるものであった。また、簡単な作業をするだけで誰でも1日当たり数万円稼ぐことができると勧誘していたが、実際には不確実なものであった。</p> <p>ウェブサイトにおいて、あたかも、テンプレートをコピーアンドペーストするだけの作業を1日10分程度行うだけで稼ぐことができる副業であるかのように表示していたが、実際の作業内容は全く異なるものであった。また、電話勧誘により、有料のサポートプランを契約すれば「目標収益」の金額は必ず達成できるなどと説明していたが、実際には不確実なものであった。</p> <p>ウェブサイトにおいて、あたかも、スマホで簡単に、1日最短15分で定型文を送信しただけで報酬が発生し、月収100万円を稼ぐことができる副業であるかのように表示していたが、実際の作業内容は全く異なるものであった。また、電話勧誘により、有料のサポートプランを契約すれば「収益シュミレーション」の金額は必ず達成できるなどと説明していたが、実際には不確実なものであった。</p>
模倣品の販売（7件）	<p>取引デジタルプラットフォームに出店して、家庭用に設置された浄水器の交換用の浄水カートリッジの模倣品を販売する際、浄水器メーカー等の正規品の型番号と併せて、商品名や商品画像に正規品のロゴを表示するなどして、あたかも自身が販売している商品は正規品であるかのように表示し、消費者を誤認させて購入を申し込ませていた。</p>
外壁塗装工事等に関する役務の取引（4件）	<p>外壁塗装工事等の役務の取引において、契約を締結しない旨の意思を表示した消費者に対し勧誘をしており、また、勧誘するに際し、消費者に提示した値引きを超える値引きをすることがあるにもかかわらず、あたかも、することがないかのように告げていた。さらに、消費者が役務提供契約を締結しない旨の意思を繰り返し表示したにもかかわらず、その後も一方的かつ執拗に勧誘を継続するなど、迷惑を覚えさせるような仕方での勧誘をしていた。</p> <p>突然消費者宅を訪れ、消費者宅の屋根について、実際には不具合が生じていないにもかかわらず、直ちに修理を必要とする不具合が生じているかのように告げていた。また、屋根瓦や漆喰等の屋根の修理の契約を締結したところ、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。さらに、クーリング・オフの通知を送付した消費者に対し、クーリング・オフはできないと大きな声で怒鳴るなどし、クーリング・オフを妨げていた。</p>
偽サイト（2件）	<p>人気アウトドア用品のブランドのロゴや商品の画像を盗用した偽サイトにおいて、公式通信販売サイトであると誤認させて商品を注文させ、これにより、消費者が当該サイトで注文しても商品が届かなかった。</p>
実態と異なる定額パック料金の広告（2件）	<p>ウェブサイトの広告により、追加料金のない定額パック料金で不用品・粗大ごみ回収サービスを受けられるものと認識させていたが、実態は、不用品・粗大ごみをトラックに積んだ後等に、定額パック料金以上の料金を請求していた。</p>
納品の遅延（1件）	<p>高等学校等で開催される体育祭や文化祭等のイベントでの使用を目的とするクラスTシャツの注文を受け付ける際、使用日までに納品が間に合うと伝えて注文を確定させ、使用日が近くなり消費者から確認された際にも使用日までに納品が間に合う旨を回答していたにもかかわらず、使用日を過ぎてから納品を行っていた。</p>

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

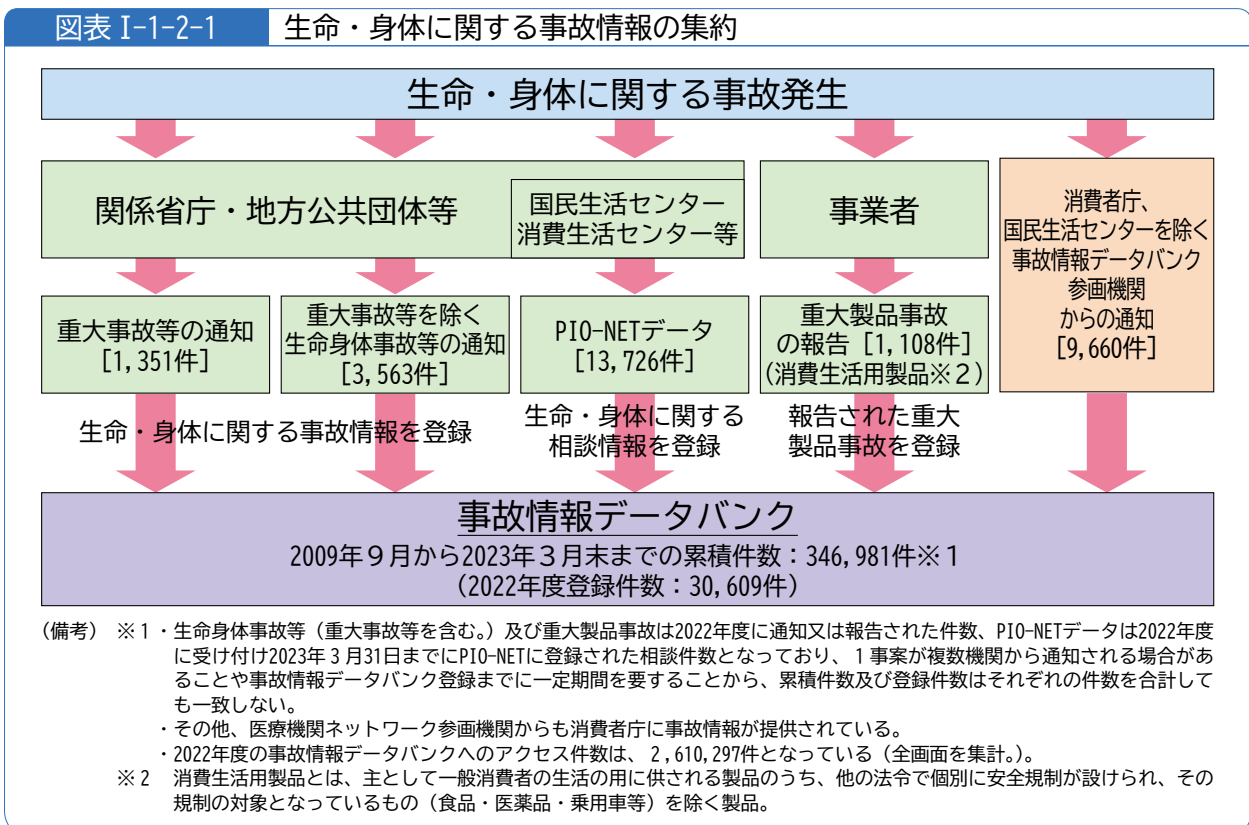
生命・身体に関する事故情報等は事故情報データベースに一元的に集約

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、図表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³」及び「危険情報⁴」、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⁵」の情報、参画機関⁶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

図表 I-1-2-1 生命・身体に関する事故情報の集約



3) 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。

4) 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。

5) 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。

6) 2023年3月31日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

きないように、注意喚起等に活用しています。

2022年度の事故情報データバンクには3万609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バンク参画機関からの通知は9,660件です。また、2023年3月31日時点で登録されている情

報は累計で34万6981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。

図表 I-1-2-2 事故情報データバンクに登録されている情報

参画機関	登録情報
消費者庁	消費者安全法の規定に基づいて消費者庁が集約している情報で、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）を経ていない情報を含む。）を登録。
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）を経ていない情報を含む。
厚生労働省	食品衛生法の規定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の規定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。
独立行政法人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）を経ていない情報を含む。
独立行政法人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。
公益財団法人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ていない情報も含む。

PIO-NETに収集された2022年度の 危害・危険情報は1万3726件

2022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1万3726件です（図表I-1-2-3）。このうち、危害情報は1万1850件で2021年度の1万1295件より増加し、危険情報は1,876件で2021年度の1,941件より減少しました。

危害情報について、内容別にみると、2022年度は「皮膚障害」が最も多く、次いで「消化器障害」の順で、これらの合計で全体の5割を超えます（図表I-1-2-4）。

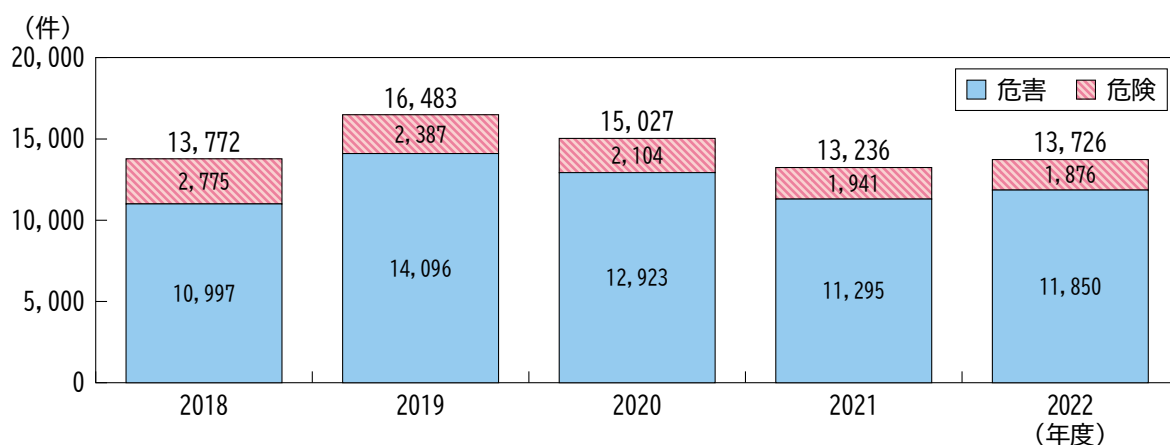
主な相談内容は、「皮膚障害」では、「化粧品等によりかゆみや赤み、湿疹しっしんが出た」、「健康食品を食べたらじんま疹しんや湿疹が出た」等が挙げ

られます。「消化器障害」では、「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とっ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、2022年度は「異物の混入」が最も多く、次いで「過熱・こげる」、「発煙・火花」の順でした（図表I-1-2-5）。

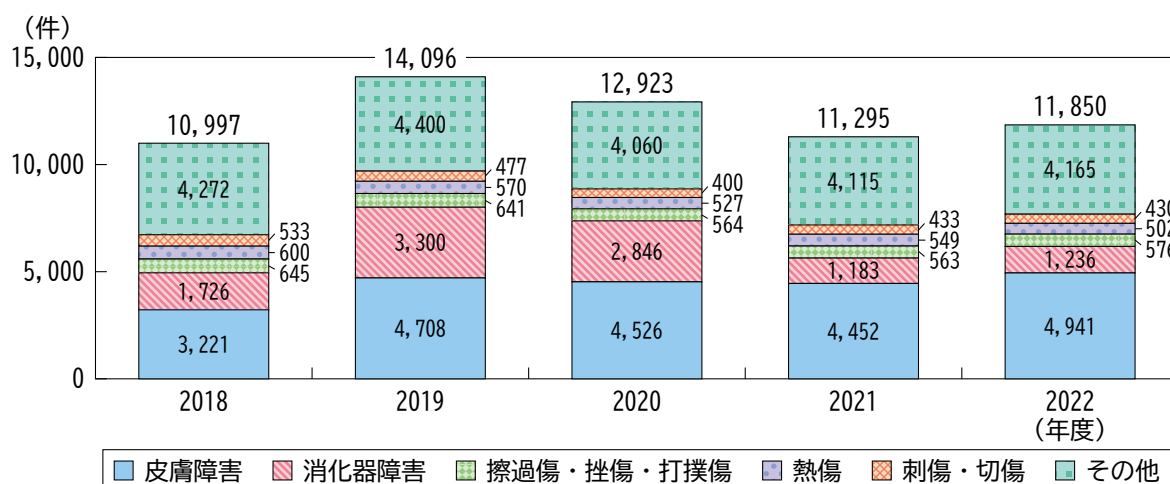
主な相談内容は、「異物の混入」では、「スーパーマーケット等で購入した食品から金属片、プラスチック片等の異物がでてきた」、「過熱・こげる」、「発煙・火花」では、「家電製品やスマートフォン、照明器具等が過熱や発熱、発煙した」等が挙げられます。

図表 I-1-2-3 危害及び危険情報の件数の推移



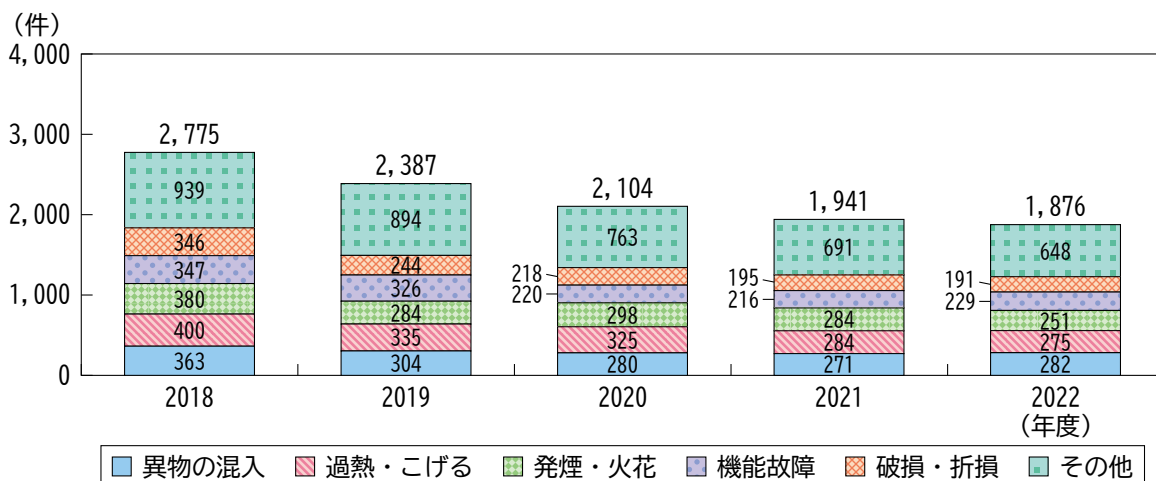
- (備考) 1. PIO-NETに登録された消費生活相談情報（2023年3月31日までの登録分）。
 2. 危害情報とは、商品やサービス、設備等により、生命や身体に危害を受けたという内容の相談。
 3. 危険情報とは、商品やサービス、設備等により、生命や身体に危害を受けるまでには至っていないが、そのおそれがあるという内容の相談。

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（2023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-NETIに登録された消費生活相談情報（2023年3月31日までの登録分）。

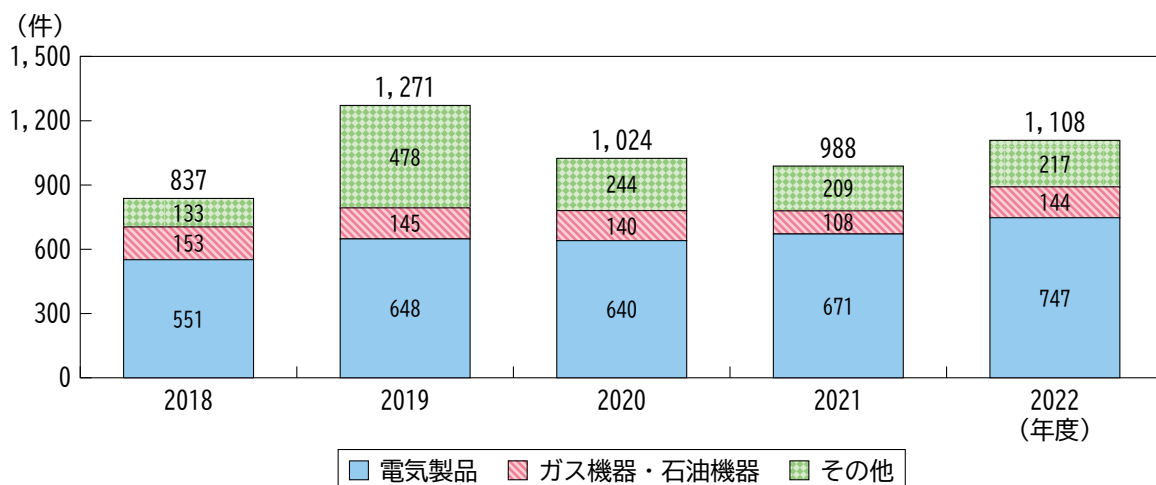
消費生活用製品安全法の規定に基づき2022年度に報告された重大製品事故は1,108件

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、2022年度に報告された重大製品事故は1,108件で、

2021年度より増加しました（図表 I-1-2-6）。

製品別では、「電気製品」が747件、「ガス機器・石油機器」が144件、「その他」が217件でした。「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トーチ等、「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。

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。

(2) 医療機関ネットワーク・医師から収集された情報

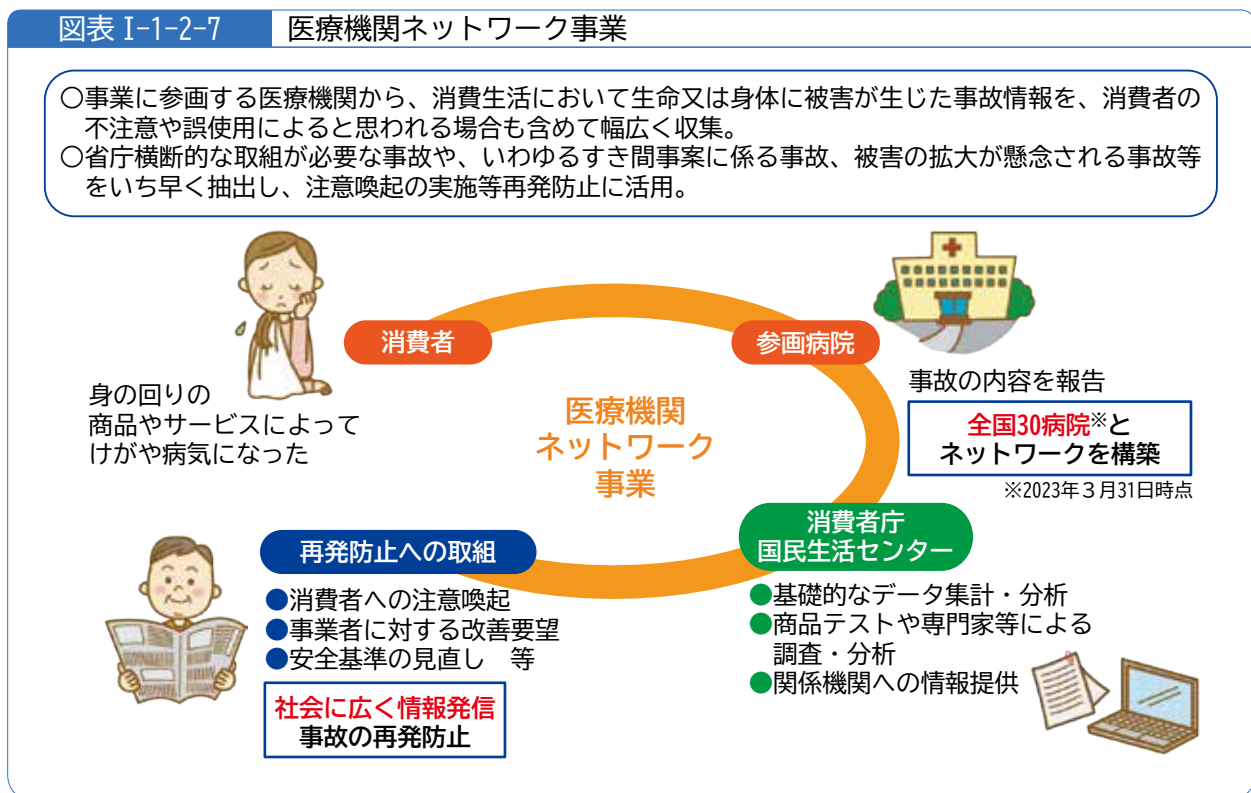
消費者が消費生活上で生命・身体に被害を生ずる事故に遭い、医療機関を受診しても、地方公共団体や消費生活センター等に連絡をしない可能性が考えられます。そのため、事故情報データベース参画機関以外からも事故情報が消費者庁に寄せられるよう、消費者庁では2010年12月から国民生活センターと共同で「医療機関ネットワーク事業」を実施しています（図表 I-1-2-7）。

医療機関ネットワーク事業には、2023年3月31日時点で30の医療機関が参画しています⁷⁾。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。

2022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⁸⁾は4,488件です。事故の内容は、「転倒」が1,067件と最も多く、次いで「転落」が1,038件、「ぶつかる・当たる」が679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⁹⁾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。

図表 I-1-2-7 医療機関ネットワーク事業



7) 2023年3月31日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、地方独立行政法人東京都立病院機構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

8) 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。

9) 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	126	159	28	29	2	1	345
転倒	256	231	406	70	104	0	1,067
転落	473	195	196	102	72	0	1,038
刺す・切る	14	53	71	8	8	0	154
挟む	15	25	29	9	3	0	81
ぶつかる・当たる	198	175	249	18	39	0	679
さわる・接触する	13	35	92	14	34	0	188
溺れる	0	2	1	0	0	0	3
有害ガスの吸引	0	0	0	0	0	0	0
その他	200	407	131	53	61	0	852
不明	24	23	18	2	13	1	81
合計	1,319	1,305	1,221	305	336	2	4,488

(備考) 1. 消費者庁資料。
2. 2022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。ここでは、2022年度に注意喚起を実施した事例について紹介します。

子供の転落事故

消費者庁が実施した調査では、乳幼児の育児経験がある消費者の約4割が子育て中に転落事故の経験があり、その約3割が医療機関を受診した経験があると回答しています¹⁰。また、厚生労働省「人口動態調査」によると、9歳以下の子供の建物からの転落により、2020年までの5年間で21人亡くなっています¹¹。消費者庁では、子供の転落事故を防止するため、医療機関ネットワーク事業により収集した事故情報を分析し、事故が起こりやすい場所や状況、受傷部位等の特徴を取りまとめ、2022年度の「子どもの事故防止週間¹²」に合わせて消費者に注意を呼び掛けました¹³（図表 I-1-2-9）。

トランポリンパークでの事故

消費者庁では、2020年12月以降、トランポリンパーク¹⁴での事故について注意喚起を実施してきましたが、その後も、特定のトランポリンパークを中心に事故が発生しました。

トランポリンは、安全な遊び方で正しく利用しないと、落下や転倒、衝突により骨折や神経損傷等の重大な事故につながるおそれがあります。

また、トランポリンパークでは、周りに他の利用者がいて、周囲と十分な距離を保つことが困難な状況で安易に宙返り等を行うと、怪我をする危険性が更に高まります。

消費者庁が、2020年12月の注意喚起から2022年8月31日までの間に、消費者安全法の規定に基づく通知を受けて公表したトランポリンパークを利用中の事故は22件で、このうち14件が同一施設を利用中に発生したものでした。

消費者庁が同施設で事故に遭った利用者に聞き取り調査を行ったところ、調査対象者の事故は、トランポリンや体操の経験のない利用者が宙返り等の危険な行為をしたことによるもの

10) 消費者庁「令和4年度消費生活意識調査（第1回）」（2022年7月20日公表）

11) 厚生労働省「人口動態調査」2016年から2020年までの情報を基に消費者庁で作成。調査票情報を利用して独自に集計をしており、公表数値とは一致しない場合がある。

12) 2022年7月25日から同月31日まで。

13) 消費者庁「子どもの転落事故に注意！—落ちるまではあつという間です。事前の対策で事故防止を—」（2022年7月20日公表）

14) 大規模で複数のトランポリンが設置されている遊戯施設を「トランポリンパーク」としている。

図表 I-1-2-9

子どもの転落事故を防止するためのポイント

子どもの転落事故を防止するためのポイント


落ち始めて地面に着くまであっという間です。重大な事故を防ぐためには事前の対策が大切です。(以下、年代や受傷部位については、医療機関を通じて消費者庁に寄せられた14歳以下の子どもの転落事故のうち、入院を必要とする事故についてまとめたもの。3を参照。)

遊具からの転落

- 3～8歳を中心に幅広い年代で発生
- 受傷部位は顔や頭が多い
- 様々な遊び方をする

<ポイント>

- ☑ 施設や遊具の対象年齢を守る
- ☑ 6歳以下の幼児には保護者が付き添う
- ☑ 危険な遊び方をさせない
- ☑ 子どもの服装や持ち物に注意する(引っ掛かるおそれ)
- ☑ 天候にも気を付ける(高温、雨による滑り等)
- ☑ 遊具の不具合や破損があれば、利用を控えて管理者に連絡する



家具等からの転落

- 0歳を中心に低年齢の子どもの発生
- 受傷部位は頭が多い
- 保護者が子どもを置いて目を離れた際に転落する事故が目立つ

<ポイント>

- ☑ できるだけベビーベッドに寝かせ、転落防止用の柵は常に上げる
- ☑ 転落の二次的な事故を防ぐために、けがや窒息につながる物を周囲に置かない
- ☑ 乳幼児用製品は取扱説明書に従いベルト等を適切に使用する
- ☑ 一時的であってもテーブル等の高さのある所に寝かせない



抱っこ・おんぶ等からの転落

- 0歳で多く発生
- 受傷部位は頭がほとんど
- 抱っこひも使用中の事故も発生
- 保護者が立っている場合、子どもの落下高さは1mを超える

<ポイント>

- ☑ おんぶや抱っこをする時・降ろす時は低い姿勢で行う
- ☑ 抱っこひもで前にかがむ際は、必ず子どもを手で支える
- ☑ 抱っこひものバックル類の留め具やベルトの緩みを確認する




階段等からの転落

- ハイハイから歩き始める1歳前後に多く発生
- 頭を中心に受傷。全身を打撲する場合もある

<ポイント>

- ☑ ベビーゲートを正しく取り付け、常に閉めてロックをかける
- ☑ 設置したベビーゲートは定期的を確認する
- ☑ ベビーゲートの対象年齢を超えたら使用をやめる






窓・ベランダ等からの転落

- 3～8歳を中心に幅広い年代で発生
- 頭を中心に広範囲を受傷
- 高所からの落下は生命に関わる重大なけがにつながるおそれ

<ポイント>

- ☑ 子どもが勝手に窓を開けたり、ベランダに出たりしないように、窓には子どもの手の届かない位置に補助錠を付ける
- ☑ 窓やベランダの手すり付近に足場になるようなものを置かない
- ☑ 窓、網戸、ベランダの手すり等に劣化がないか定期的に点検する
- ☑ 小さな子どもだけを家に残して外出しない
- ☑ 窓を開けた部屋やベランダでは小さな子どもだけで遊ばせない
- ☑ 窓枠や出窓に座って遊んだり、窓や網戸に寄りかかたりさせない

(イラスト 政府広報オンライン²⁾)

子ども向けの製品を入手する際の注意点

- ☑ 安全に配慮された製品を選ぶ
対象年齢、使用方法、安全に配慮されたことを示すマーク等を確認
- ☑ 中古品は製品の状態をよく確認し、取扱説明書も同時に入手
リコール対象製品でないこと⁴、製品の修理・改造、不具合の有無、製造年などの情報、付属品や消耗品も含めて製品の状態をよく確認⁵

(備考) 消費者庁「子どもの転落事故に注意！一落ちるまではあっという間です。事前の対策で事故防止を一」(2022年7月20日公表)

や、競技用トランポリンで高く跳躍した際に空中でバランスを失ったことによるもの、一つのトランポリンで同時に複数人が跳躍したために予期した以上に高く跳躍することになって空中でバランスを失ったもの等、トランポリンパークの利用において注意すべき事項に関連するものでした。同時に、宙返り等の危険性についての同施設での説明は利用者にとって印象に残るものではなく、また、宙返り等の危険な行為をしても施設側から止めるよう注意はなされず、利用者は、事実上、制約なく宙返り等の危険な行為を行っていたことがうかがわれました。

同施設は、消費者庁に対し、許可なく宙返りをすることを禁止し、係員による監視をしていると説明しましたが、同施設での事故件数や利用者からの聞き取り内容を踏まえると、実際には、禁止事項についての説明や、利用状況の監視等の事故防止の取組は十分なものとはいえ、同種又は類似の消費者事故等の発生又は拡大の防止を図るため消費者の注意を喚起する必要がありますとの認められました。

そのため、消費者庁では、事故防止のためト

ランポリンパークを利用する際の注意点等を取りまとめ、消費者安全法第38条第1項の規定に基づき、消費者に注意を呼び掛けました(図表 I-1-2-10)。



トランポリンパークでの事故に関する消費者安全法第38条第1項に基づく注意喚起(2022年9月20日)
URL: <https://www.caa.go.jp/notice/entry/030304/>

遊ぶときに注意すること

- ☑ 遊戯施設の利用規約や禁止事項をよく確認し、正しく使用しましょう。
以下の注意事項は、その施設で禁止事項とされていなくても、自身の安全を確保するため、必ず守りましょう。
- ☑ トランポリンを利用する際は、いきなり高く跳ぶことや、宙返りなどの危険な行為はやめましょう。
- ☑ 公式競技にも使用されるような、高く跳躍できるトランポリンを使用する際は、危険性を理解した上で、無理のない範囲で使用しましょう。
- ☑ 1つのトランポリンは1人ずつ使用しましょう。

施設を選ぶときに注意すること

- ☑ 監視員が配置され、十分に監視をしているか確認しましょう。



(備考) 消費者庁「特定のトランポリンパークを中心に事故が続いています！—施設から注意されなくても、宙返り等の危険な行為は止めましょう—」(消費者安全法第38条第1項に基づく注意喚起)(2022年9月20日公表)

乳幼児による加熱式たばこの誤飲

加熱式たばこは、たばこ葉やそれを加工したものを燃焼させずに電氣的に加熱し、エアロゾル(蒸気)化したニコチン等を吸入するたばこ製品¹⁵で、喫煙後の吸い殻は、そのままごみ箱に捨てても火災の危険はないとされています。ただし、加熱式たばこも紙巻たばこも乳幼児が誤飲した場合、ニコチン中毒のリスクに違いはないことや、金属片を内蔵した加熱式たばこを誤飲したときに、金属片が口の中やのどを傷つけるおそれだけではなく、消化管等を傷つけるおそれがあることが専門家から指摘されています。

国内における2021年度の加熱式たばこの販売数量は前年度比11.4%増の460億本で、紙巻たばこ(937億本、前年度比5.2%減)¹⁶の半分程度となっています。

国民生活センターでは、2017年に加熱式たばこのたばこ葉の入ったスティックやカプセル(以下「スティック等」という。)の誤飲事故について注意喚起を実施しましたが、その後も

同種の事故が後を絶ちません。

医療機関ネットワークには、6歳未満の乳幼児がスティック等を誤飲したという事故情報が2017年度以降の約6年間に112件¹⁷寄せられています。

また、近年新たに発売された、誘熱体として金属片が内蔵された加熱式たばこのスティックを誤飲したという事故も、医療機関ネットワークや医師からの事故情報受付窓口寄せられました。これらの事故を受け、国民生活センターでは、加熱式たばこのスティック等のサイズや構造、表示等について調査し、改めて消費者に注意喚起を実施しました¹⁸。

事故情報には、乳幼児がフィルターやたばこ葉部分をかじった、食べたという事例が多いため、16銘柄を対象に、乳幼児の口腔内に収まるサイズかを調べたところ、半数は、そのまま3歳未満の乳幼児の口腔内に収まるサイズで、残りの半数でも噛んでしまうと口腔内に収まること分かりました(図表 I-1-2-11)。

また、事故時に加熱式たばこがあった場所が分かる70件について調べたところ、テーブル・

15) 「加熱式たばこ」とよく混同されるものとして電子たばこがある。「電子たばこ」は、香料等を含む溶液を電氣的に加熱し、発生させたエアロゾル(蒸気)を吸入する製品。

16) 一般社団法人日本たばこ協会ウェブサイト「紙巻たばこ統計データ」、「加熱式たばこ統計データ」

<https://www.tioj.or.jp/data/index.html>

17) 2022年10月31日までの報告件数。

18) 国民生活センター「なくなる乳幼児による加熱式たばこの誤飲に注意—最近では金属片が内蔵されたスティックの誤飲も—」(2022年12月21日公表)

机の上に置いていたものを誤飲した事例が最も多く22件ありました。次いで、ごみ箱やごみ袋の中にあつた吸い殻を誤飲したという事例が16件ありました。

このため、国民生活センターでは、加熱式たばこの誤飲事故を防止するため、消費者に対して、スティック等は乳幼児の手や目が届かない場所に保管・廃棄すること、誤飲した場合は直ちに医療機関を受診することを呼び掛けました。

また、事業者に対しては、消費者が常に誤飲の危険性を認識できるような注意表示や効果的

な注意喚起に加え、乳幼児が加熱式たばこを容易に取り出せないような外箱の構造等にした

り、口に入れたり、誤飲しない対策を工夫するなど、商品の改善を検討するよう要望しました。

行政に対しても、消費者への継続的な注意喚起、啓発を行うことを要望しました。消費者庁では、継続的にたばこの誤飲についてメールマガジン¹⁹やTwitterで消費者向けに注意を呼び掛けており、今回の国民生活センターからの行政要望を受け、改めてTwitterで周知しました。

図表 I-1-2-11 加熱式たばこ



(備考) 国民生活センター「なくなる乳幼児による加熱式たばこの誤飲に注意—最近では金属片が内蔵されたスティックの誤飲も—」(2022年12月21日公表)

19) 子ども安全メールVol. 592「たばこの誤飲に注意！」(2022年5月27日)

第3節 消費生活相談の概況

(1) 2022年の消費生活相談の概況

消費生活相談件数は前年より増加、 架空請求の相談件数は減少

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、2022年は87.0万件であり、前年（85.9万件）より増加しました。架空請求に関する相談件数は、2022年は1.6万件であり、前年（1.9万件）より減少しました（図表 I-1-3-1）。

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、2008年以降の10年間は、消費生活相談件数は90万件前後で推移し続けましたが、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

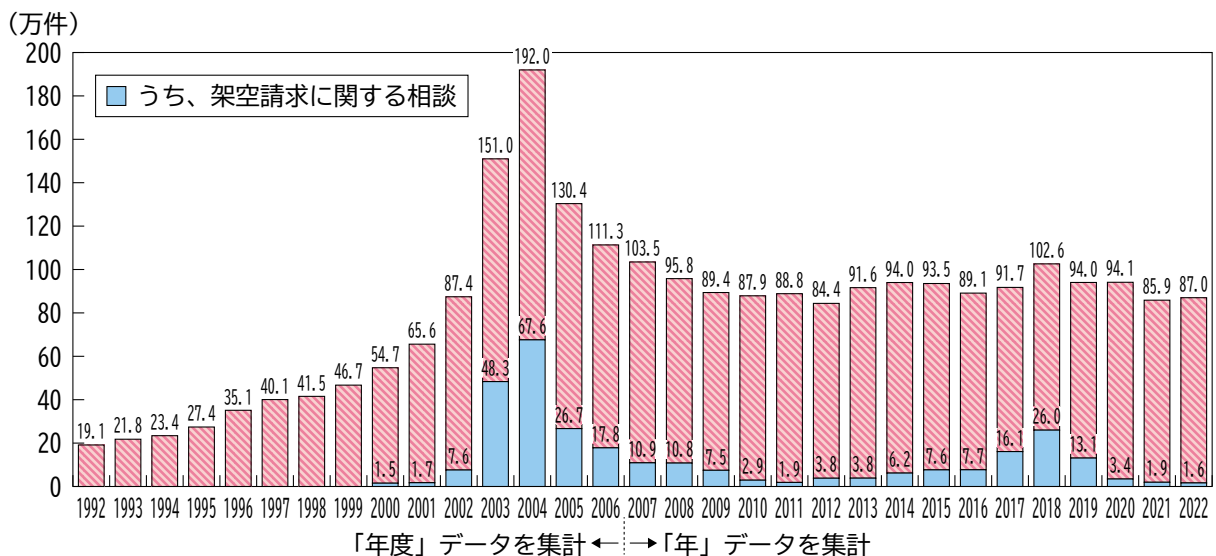
7月消費者政策会議決定）に基づき、関係省庁等は一体となって、架空請求による消費者被害の未然防止・拡大防止を図る対策を講じてきました。その後、架空請求に関する相談件数は2019年に減少に転じ、2022年は、架空請求に関する相談の集計が始まって以来最も件数が少ない2000年度に近い水準まで減少しました。

属性別にみた2022年の相談状況

2022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、2022年は、50歳代が15.4%と最も多く、次いで70歳代（14.3%）、60歳代（14.0%）でした。性別では、女性が51.5%、男性が43.1%と女性の割合が高くなっています（図表 I-1-3-2）。

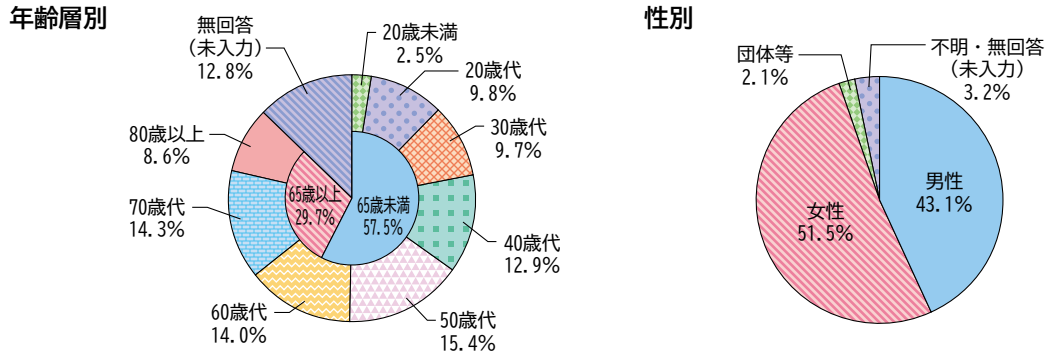
年齢3区分別に消費生活相談割合について過去10年間の推移をみると、65歳以上の高齢者の消費生活相談割合は、3割前後で推移しています（図表 I-1-3-3）。

図表 I-1-3-1 消費生活相談件数の推移



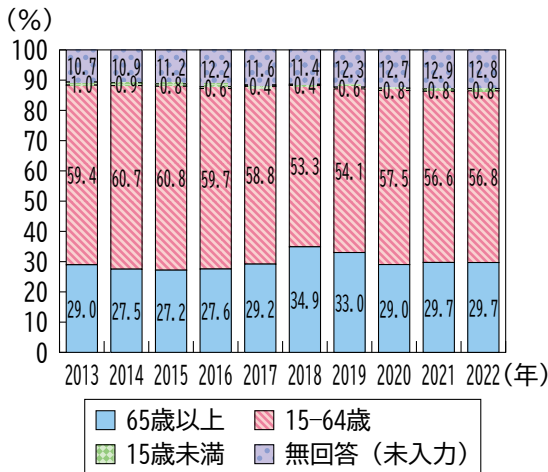
- (備考)
1. PIO-NETに登録された消費生活相談情報（2023年3月31日までの登録分）。
 2. 2007年から2022年は「年」データを集計。なお、1992年度から2006年度は、国民生活センター「消費生活年報2022」による「年度」データを集計。
 3. 「架空請求」とは、身に覚えのない代金の請求に関するもの。2000年度から集計。
 4. 2007年以降は経由相談のうち「相談窓口」を除いた相談件数を集計。

図表 I-1-3-2 消費生活相談の契約当事者の属性（2022年）



（備考） PIO-NETに登録された消費生活相談情報（2023年3月31日までの登録分）。

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（2023年3月31日までの登録分）。

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79.0万円、実際に支払った金額である「平均既支払額」が37.0万円でした。

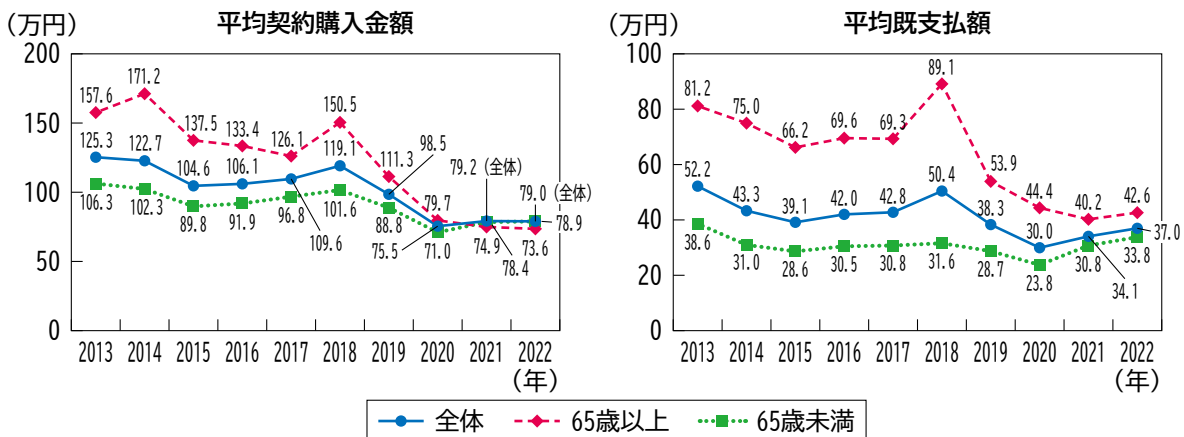
2020年から2022年までの3年間で、65歳未満では、「平均契約購入金額」及び「平均既支払額」が共に増加しています。65歳以上では、「平均契約購入金額」は減少しましたが、「平均既支払額」は横ばい傾向です（図表 I-1-3-4）。

また、消費生活相談の契約購入金額及び既支払額それぞれの総額をみると、2022年は、「契約購入金額総額」は3,751億円、「既支払額総額」は1,404億円であり、共に昨年より増加しています。65歳以上の高齢者は、「契約購入金額総額」では940億円と全体の25.1%を占め、「既支払額総額」では446億円と全体の31.8%を占めています（図表 I-1-3-5）。

消費生活相談1件当たりの平均契約購入金額は79万円

2022年に寄せられた消費生活相談1件当た

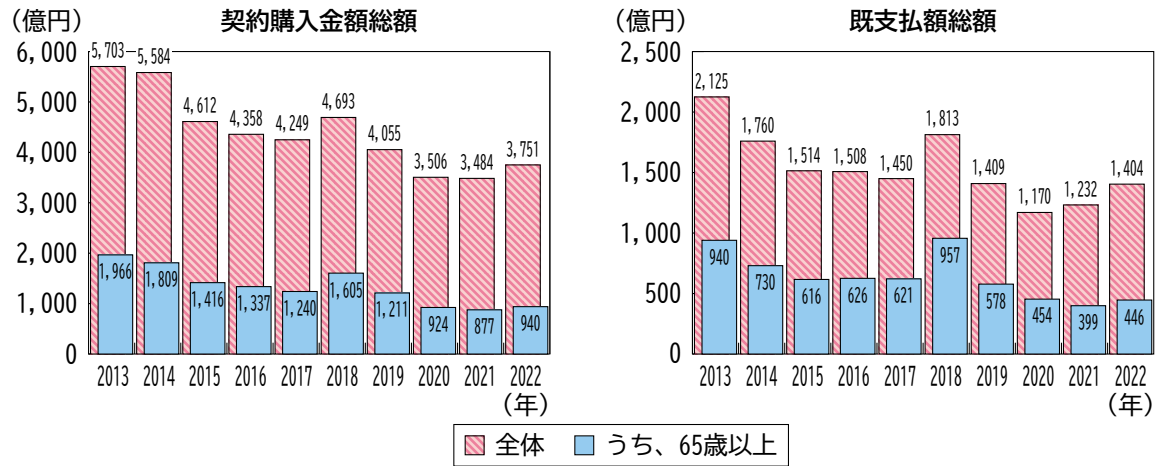
図表 I-1-3-4 平均契約購入金額・平均既支払額の推移（年齢層別）



（備考） PIO-NETに登録された消費生活相談情報（2023年3月31日までの登録分）。

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 (2023年3月31日までの登録分)。

商品別分類別では「商品一般」が最も多く、次いで「保健衛生品」が多い

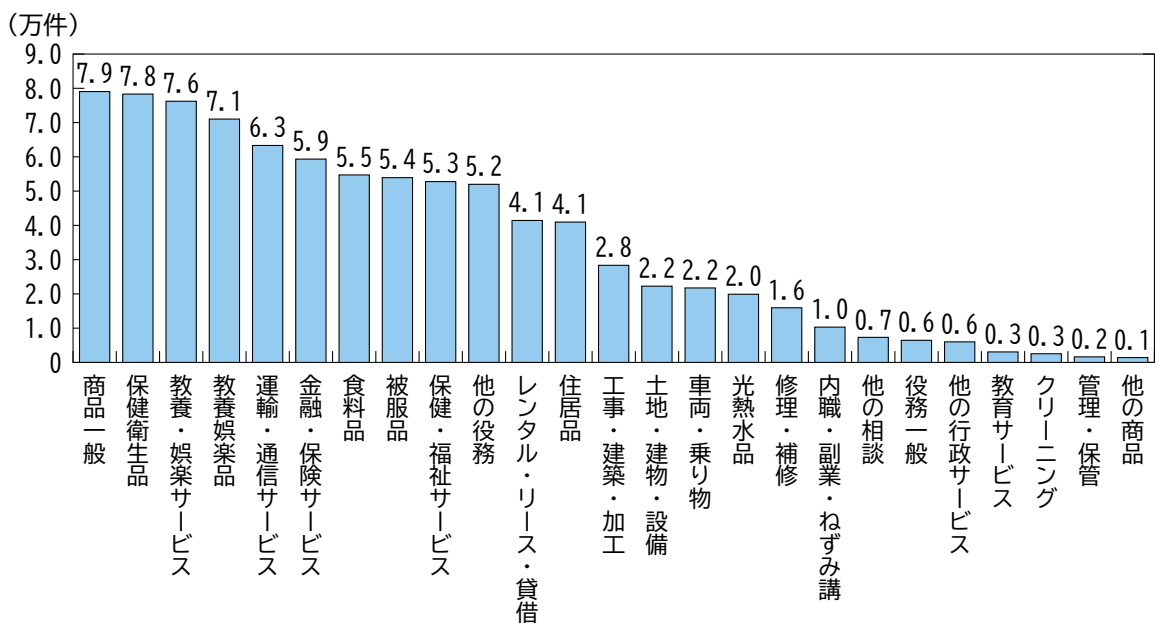
2022年の消費生活相談件数を商品別分類別にみると、相談件数が最も多いのは、「商品一般」(迷惑メールや不審な電話、覚えのない荷物や架空請求に関する相談を含む。)でした。2番目は「保健衛生品」(化粧品に関する相談を含む。)、3番目は「教養・娯楽サービス」(アダルト情報や出会い系サイト・アプリ、インター

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(図表 I-1-3-6)。

商品・サービスを詳細に区分してみると、全体では、「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高額な原状回復費用を請求されたという相談がみられました。また、2021年には上位10位までに入っていなかった²⁰「基礎化粧品」(4位)や「エステティックサービス」(6位)といった美容に関する相談件数も多くなっています(図表 I-1-3-7)。

図表 I-1-3-6

消費生活相談の商品別分類別件数 (2022年)



(備考) PIO-NETに登録された消費生活相談情報 (2023年3月31日までの登録分)。

20) 消費者庁「令和4年版消費者白書」

年齢層別にみると、20歳未満では「インターネットゲーム」、20歳代では「エステティックサービス」が最多でした。30歳代以上の各年齢層では「工事・建築」や「基礎化粧品」、「インターネット接続回線」が上位にみられます(図

表 I-1-3-7)。

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

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・2022年）

順位	全体		65歳以上	
	商品・サービス	件数	商品・サービス	件数
	総件数	869,938	総件数	258,422
1	商品一般	79,046	商品一般	29,234
2	不動産貸借	36,982	工事・建築	12,453
3	工事・建築	27,452	基礎化粧品	8,381
4	基礎化粧品	23,906	他の健康食品	7,893
5	他の健康食品	20,724	役務その他サービス	7,211
6	エステティックサービス	20,715	携帯電話サービス	6,816
7	役務その他サービス	19,322	インターネット接続回線	6,630
8	インターネット接続回線	18,844	修理サービス	5,786
9	フリーローン・サラ金	18,319	電気	5,181
10	携帯電話サービス	16,771	不動産貸借	4,426

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	21,827	総件数	85,267	総件数	83,960	総件数	112,128
1	インターネットゲーム	4,466	エステティックサービス	12,501	不動産貸借	7,565	商品一般	7,772
2	他の化粧品	1,714	不動産貸借	6,202	商品一般	4,605	不動産貸借	6,051
3	エステティックサービス	1,382	他の内職・副業	4,101	エステティックサービス	3,496	基礎化粧品	3,270
4	他の健康食品	1,325	商品一般	4,071	フリーローン・サラ金	2,115	フリーローン・サラ金	2,681
5	商品一般	1,051	異性交際関連サービス	2,692	工事・建築	1,837	工事・建築	2,602
6	アダルト情報	884	フリーローン・サラ金	2,337	四輪自動車	1,772	他の健康食品	2,439
7	異性交際関連サービス	587	役務その他サービス	2,217	インターネット接続回線	1,727	インターネット接続回線	2,315
8	他の内職・副業	391	四輪自動車	1,740	役務その他サービス	1,525	四輪自動車	2,082
9	他の娯楽等情報配信サービス	379	電気	1,724	基礎化粧品	1,285	携帯電話サービス	1,879
10	基礎化粧品	333	医療サービス	1,340	修理サービス	1,283	メイクアップ化粧品	1,799

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	134,320	総件数	121,891	総件数	124,291	総件数	75,219
1	商品一般	11,063	商品一般	12,391	商品一般	14,899	商品一般	8,049
2	基礎化粧品	5,716	基礎化粧品	5,830	工事・建築	5,617	工事・建築	4,603
3	不動産貸借	4,940	工事・建築	4,465	基礎化粧品	4,337	他の健康食品	3,223
4	他の健康食品	3,729	他の健康食品	3,277	携帯電話サービス	3,664	修理サービス	2,155
5	工事・建築	3,710	インターネット接続回線	3,151	役務その他サービス	3,662	役務その他サービス	2,155
6	フリーローン・サラ金	3,143	不動産貸借	2,956	インターネット接続回線	3,364	新聞	2,137
7	インターネット接続回線	2,927	頭髮用化粧品	2,867	他の健康食品	3,164	携帯電話サービス	1,845
8	頭髮用化粧品	2,755	フリーローン・サラ金	2,699	修理サービス	2,616	電気	1,695
9	携帯電話サービス	2,592	アダルト情報	2,696	電気	2,531	インターネット接続回線	1,594
10	他の化粧品	2,317	役務その他サービス	2,660	フリーローン・サラ金	2,240	基礎化粧品	1,321

- (備考) 1. PIO-NETに登録された消費生活相談情報（2023年3月31日までの登録分）。
 2. 全体には、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. 件数が同数の場合の順位は、分類順に記載。

若者の相談：「脱毛エステ」等の美容や、もうけ話に関する相談が多い

若者は、進学や一人暮らし、就職や結婚等をきっかけに生活環境が大きく変わり、それに伴い社会的基盤を構築するために様々な契約を締結する必要が生じます。

若者（15歳から29歳まで）の消費生活相談件数を商品・サービス別にみると、男女共に美容やもうけ話に関する相談や、「出会い系サイト・アプリ」に関する相談が上位にみられ、特に女性では「脱毛エステ」が全ての年齢区分で最多となっています。

15歳から19歳までは、男女共に、「脱毛剤」や「他の健康食品」等の美容に関する相談が上位にみられ、定期購入に関する相談が含まれています。また、「インターネットゲーム」等の娯楽に関する相談が上位にみられます。

20歳から24歳までは、美容に関する相談の

ほか、男女共に、「賃貸アパート」や「電気」等の暮らしに関する相談や、「他の内職・副業」や「役務その他サービス」（副業に関するサポート契約やコンサルティング契約が含まれる。）、「金融コンサルティング」等のもうけ話に関する相談が上位にみられます。

25歳から29歳までは、20歳から24歳までと同様に、男女共に、暮らしや美容、もうけ話に関する相談が上位にみられます（図表I-1-3-8）。

若者の中には、知識や経験の不足、経済的な余裕のなさ、コミュニケーションに対する苦手意識を始め、様々なぜい弱性を抱えている人がいます。こうしたぜい弱性につけ込まれ、若者が消費者トラブルに巻き込まれるケースは少なくありません²¹。若者の消費者トラブルの被害防止には、若者向けの消費者教育の充実、相談体制や情報提供の強化、情報収集の支援といった取組が重要と考えられます。

図表 I-1-3-8 若者の消費生活相談の商品・サービス別上位件数（年齢区分別・2022年）

男性								
15-19歳			20-24歳			25-29歳		
順位	商品・サービス	件数	順位	商品・サービス	件数	順位	商品・サービス	件数
	総件数	7,300		総件数	17,528		総件数	17,436
1	インターネットゲーム	715	1	商品一般	1,061	1	賃貸アパート	1,760
2	商品一般	464	2	賃貸アパート	1,051	2	商品一般	880
3	脱毛剤	394	3	他の内職・副業	1,011	3	フリーローン・サラ金	826
4	出会い系サイト・アプリ	319	4	出会い系サイト・アプリ	709	4	普通・小型自動車	543
5	他の健康食品	311	5	フリーローン・サラ金	644	5	他の内職・副業	477
6	アダルト情報	298	6	役務その他サービス	565	6	役務その他サービス	426
7	化粧品その他	259	7	電気	510	7	電気	372
8	他の娯楽等情報配信サービス	148	8	普通・小型自動車	499	8	出会い系サイト・アプリ	330
9	賃貸アパート	136	9	金融コンサルティング	468	9	光ファイバー	319
10	他の内職・副業	132	10	脱毛エステ	425	10	脱毛エステ	300

女性								
15-19歳			20-24歳			25-29歳		
順位	商品・サービス	件数	順位	商品・サービス	件数	順位	商品・サービス	件数
	総件数	7,670		総件数	26,084		総件数	23,857
1	脱毛エステ	1,099	1	脱毛エステ	6,149	1	脱毛エステ	4,173
2	他の健康食品	564	2	他の内職・副業	1,702	2	賃貸アパート	1,933
3	商品一般	388	3	商品一般	1,085	3	商品一般	1,018
4	脱毛剤	265	4	賃貸アパート	1,067	4	他の内職・副業	897
5	他の内職・副業	244	5	出会い系サイト・アプリ	900	5	出会い系サイト・アプリ	521
6	コンサート	214	6	役務その他サービス	718	6	役務その他サービス	502
7	出会い系サイト・アプリ	193	7	医療サービス	518	7	医療サービス	488
8	医療サービス	186	8	電気	479	8	フリーローン・サラ金	387
9	アダルト情報	176	9	フリーローン・サラ金	458	9	電気	354
10	インターネットゲーム	136	10	金融コンサルティング	408	10	他の健康食品	284

黄色：娯楽に関するもの

黄緑色：暮らしに関するもの

紫色：もうけ話関連を含むもの

緑色：借金に関するもの

青色：自動車に関するもの

ピンク色：美容に関するもの

(備考) 1. PIO-NETに登録された消費生活相談情報（2023年3月31日までの登録分）。
2. 品目は商品キーワード（下位）。
3. 色分けは相談内容の傾向を消費者庁で分類したもの。

障害者等の消費生活相談は本人から相談が寄せられる割合が低い

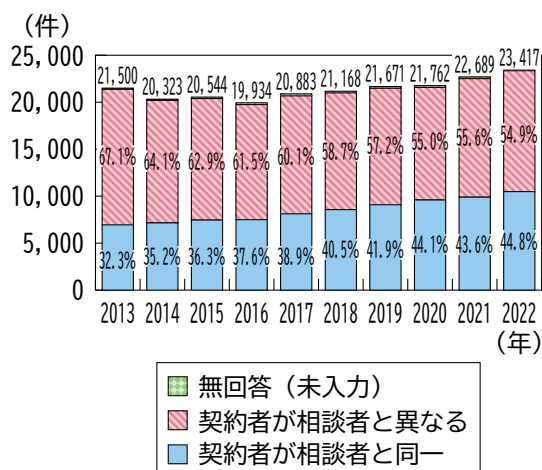
障害者等²²の消費生活相談は、本人から相談が寄せられる割合は約4割という状況であり、消費生活相談全体では約8割であるのに比べて割合が低くなっています（図表 I-1-3-9）。具体的な相談事例としては、「知的障害がある兄がスマートフォンのオンラインゲームで高額な課金をしてしまった」、「精神的な病気の母が展示会に行き、ショッピングローンで高額なネックレスを買ったことが発覚した」等、判断力の不足や契約内容への理解不足につけ込まれてトラブルになっていると思われるケースがみられます。障害者等の消費者トラブルの被害防止には、家族のみならず、近隣住民や福祉事業者、行政機関等が協力して見守りをしていくことが必要であると考えられます。

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、2020年の新型コロナウイルス感染症の感染拡大等を背景に増加した「インターネット通販」の割合が、2022年は2020年と同水準まで増加した一方で、「訪問販売」や「電話勧誘販売」の割合は2021年より減少しました（図表 I-1-3-10）。

図表 I-1-3-9

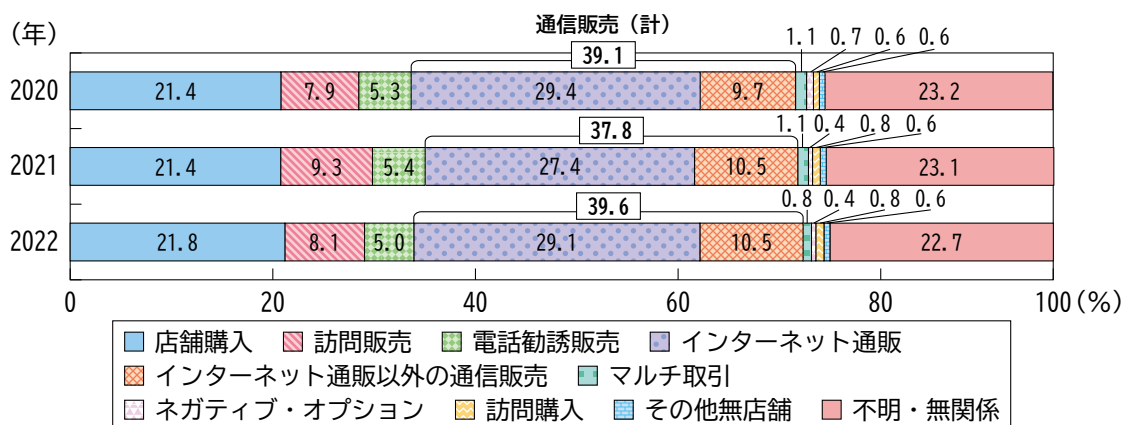
障害者等の消費生活相談件数の推移



(備考) 1. PIO-NETに登録された消費生活相談情報（2023年3月31日までの登録分）。
2. 「心身障害者関連」又は「判断不十分者契約」に関する相談。

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「店舗購入」や「マルチ取引」、70歳代や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-1-3-11）。

図表 I-1-3-10 消費生活相談の販売購入形態別割合の変化

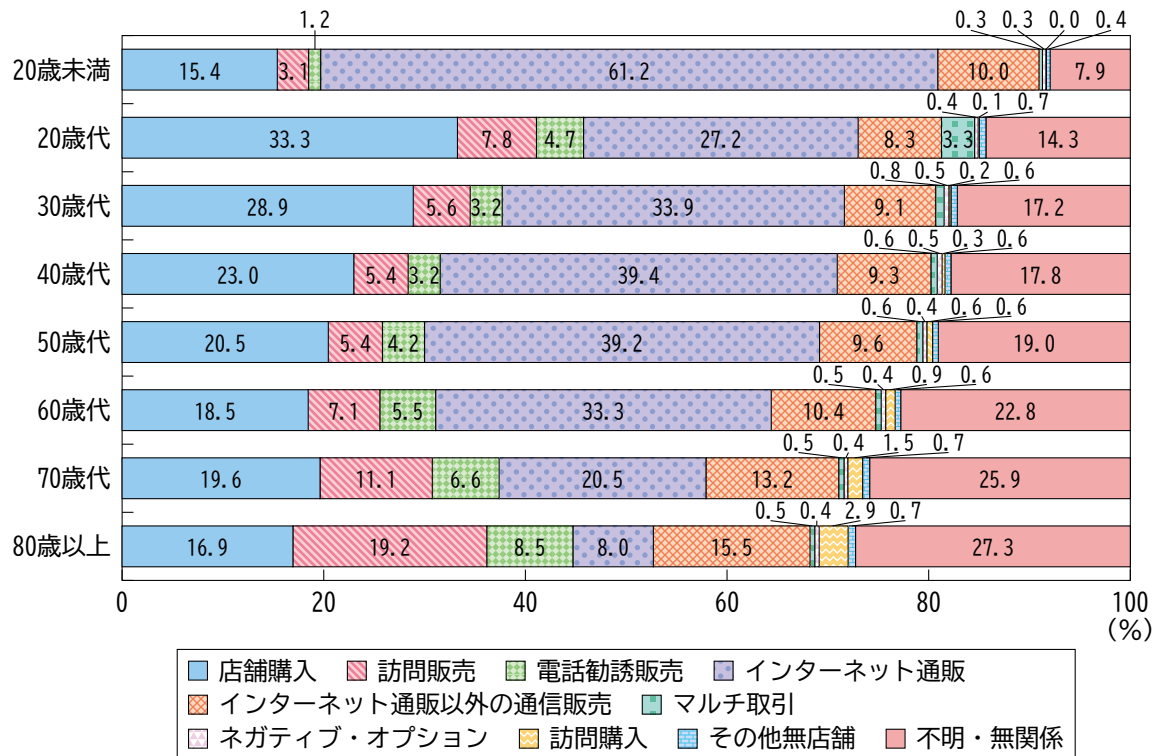


(備考) 1. PIO-NETに登録された消費生活相談情報（2023年3月31日までの登録分）。
2. 「インターネット通販」の相談については、いわゆる通常のインターネット通販より広い概念を含んでおり、例えば、インターネットサイトを利用したサイト利用料や、インターネットゲーム等も、消費生活相談情報では「インターネット通販」に入るため、データの見方には注意が必要。

22) 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-1-3-11

消費生活相談の販売購入形態別割合（年齢層別・2022年）



(備考) 1. PIO-NETに登録された消費生活相談情報（2023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(CCJ²³)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と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

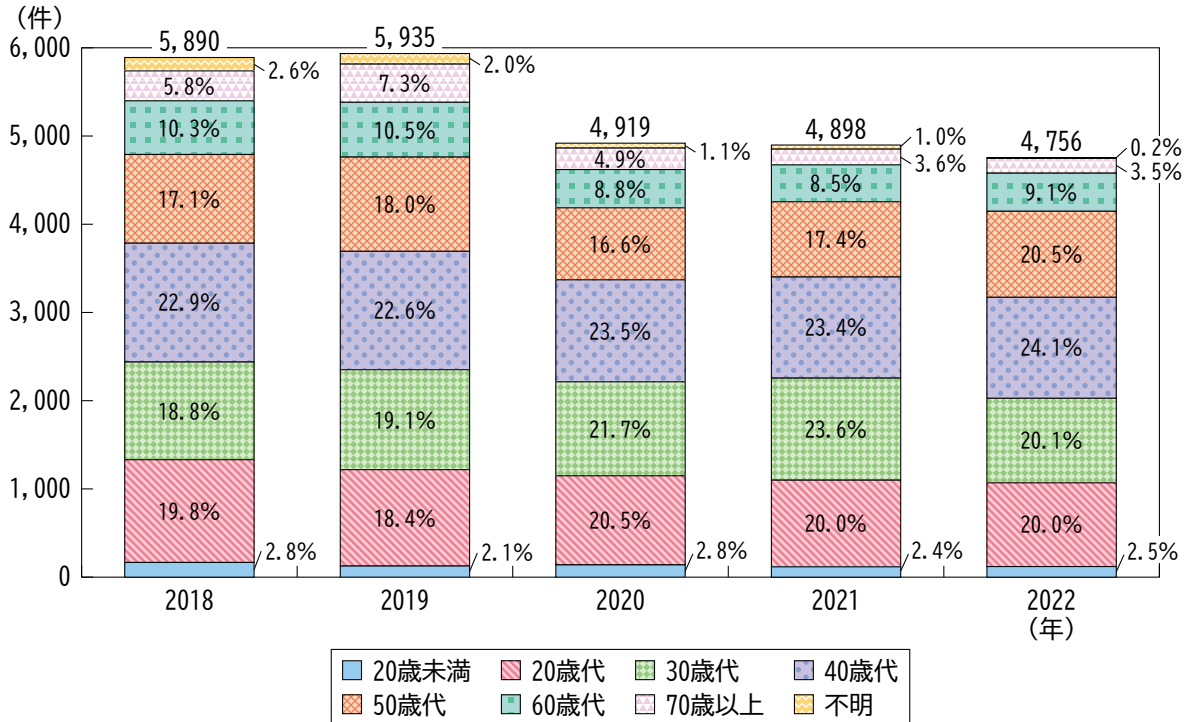
CCJが受け付けた相談件数は、2022年は4,756件であり、前年(4,898件)よりも減少しました。2020年以降は相談件数が5,000件を下回る状況が続いています。年齢層別にみると、最も高い割合を占めているのは40歳代(24.1%)でした。一方で、70歳以上の割合は3.5%と低くなっています(図表 I-1-3-12)。

事業者所在国・地域は「米国」、「中国」、「香港」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、2022年は米国が519件(10.9%)で最も多く、中国(302件、6.3%)、香港(276件、5.8%)、英国(239件、5.0%)と続きます(図表 I-1-3-13)。

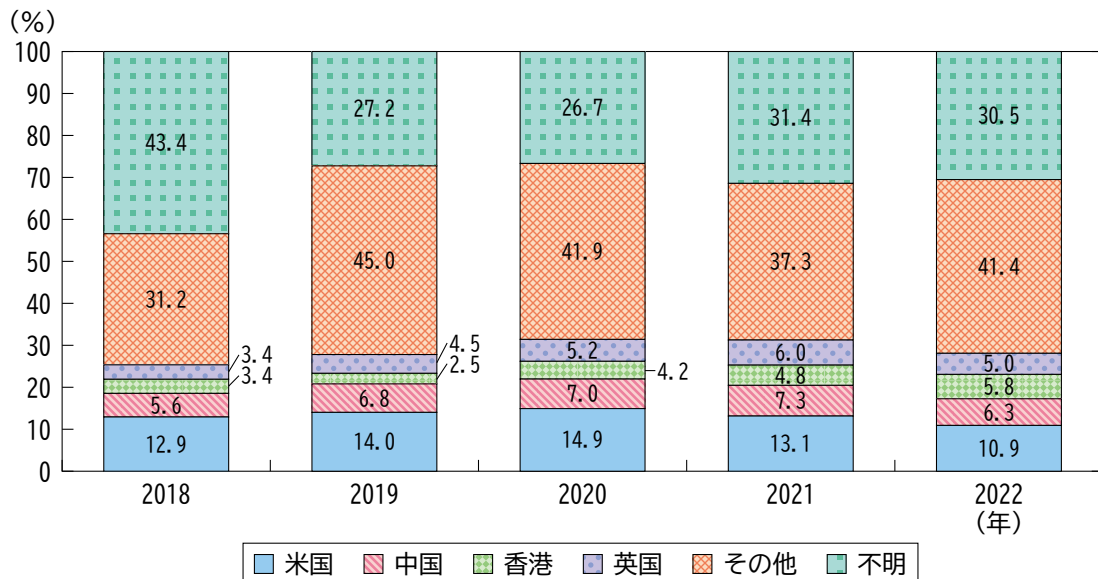
23) 2011年11月、消費者庁において開設、2015年4月から国民生活センターに業務移管。2015年度は移管準備のため4月から5月までは相談窓口を閉鎖し、6月から相談受付を開始。

図表 I-1-3-12 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. 2018年から2022年までにCCJが受け付けた相談（2023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。

図表 I-1-3-13 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. 2018年から2022年までにCCJが受け付けた相談（2023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。

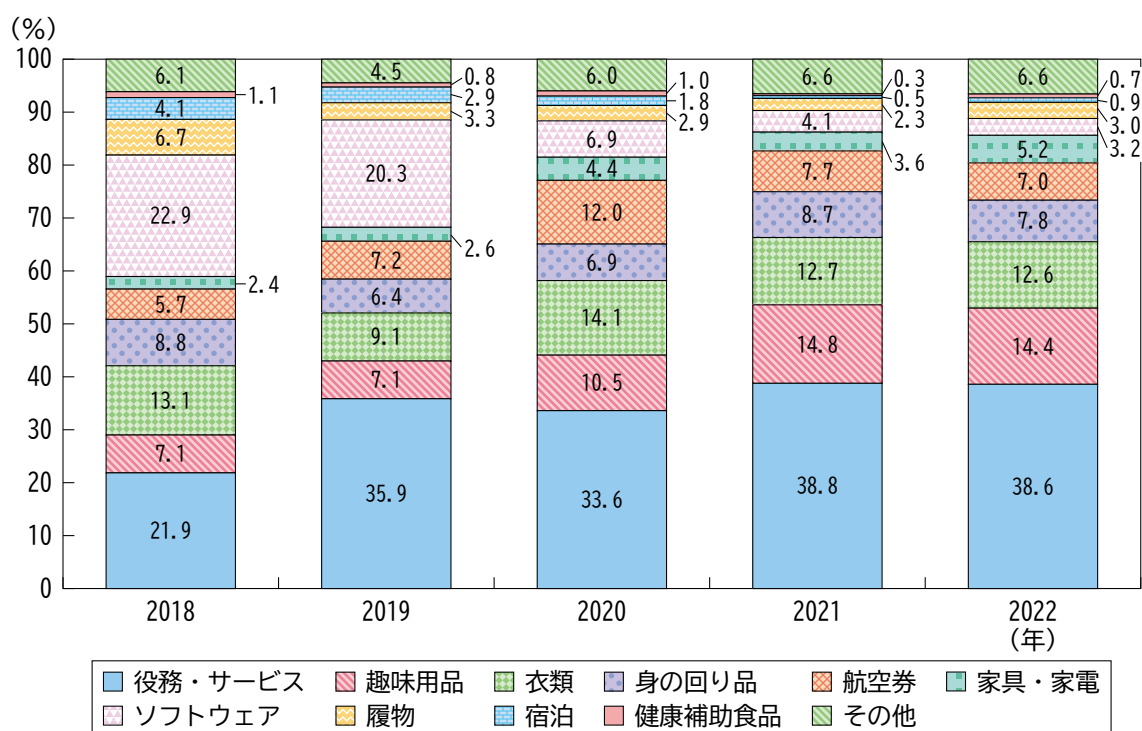
「役務・サービス」、「趣味用品」、「衣類」の割合が高い

2022年にCCJが受け付けた相談を商品・サービス類型別にみると、「役務・サービス」が38.6%と最も高い割合を占めており、投資（暗号資産（仮想通貨）やFX（外国為替証拠金取引）を含む。）やロマンス投資詐欺²⁴、動画配信サービスやチケット転売仲介サイト等に関する相談がみられました。なお、ロマンス投資詐欺に関

する相談は2020年以降大きく増加しており、CCJは、消費者への注意喚起を実施しています²⁵。

2番目は「趣味用品」（14.4%）で、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」（12.6%）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-1-3-14）。

図表 I-1-3-14 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. 2018年から2022年までにCCJが受け付けた相談（2023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。

24) ロマンス投資詐欺とは、マッチングアプリ等で出会った相手に勧められ、海外事業者が運営すると思われるサイトで投資した後、資金が引き出せなくなり連絡が途絶えるなどのトラブル。

25) 国民生活センター「ロマンス投資詐欺が増加しています！—その出会い、仕組みられていますか？—」（2022年3月3日公表）

第4節

2022年の消費生活相談のトピックス

本節では、2022年を中心として最近の主な消費生活相談や、消費者トラブル等を紹介していきます。

(1) 18歳・19歳の消費生活相談

18歳への成年年齢引下げと消費生活相談

2022年4月1日に成年年齢が20歳から18歳へと引き下げられました。成年年齢引下げに伴い、若者への実践的な消費者教育の推進や、若者の消費者被害を防ぐための情報発信等の取組がされています。

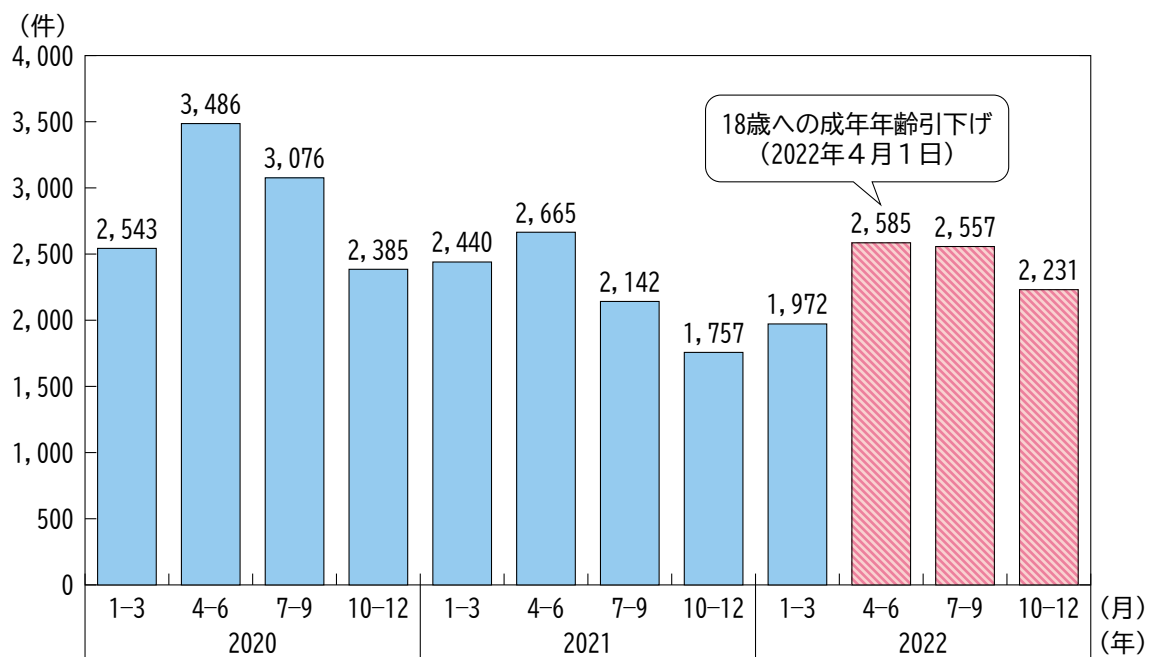
2020年から2022年までの3年間について、18歳・19歳の消費生活相談件数を四半期別にみると、生活環境が大きく変化する4月から6月までの期間に相談件数が多くなる傾向があります。また、成年年齢引下げ後に18歳・19歳の相談件数の大幅な変化はみられませんでした(図表 I-1-4-1)。

18歳・19歳では美容や娯楽、もうけ話や賃貸アパートの相談が多い

18歳・19歳で消費生活相談件数の多い商品・サービスをみると、2022年は男女共に、「脱毛エステ」等の美容に関する相談が多く、具体的な事例では、「脱毛エステの契約をして、クレジットカードを作り分割払にしたが、高額で不安なのでクーリング・オフしたい」、「娘が脱毛エステの解約を申し出たが、実質無料とされた脱毛器やコスメセットの代金15万円を請求された」、「クレジット契約をした脱毛エステ店が倒産した。クレジット会社からの請求が不安だ」等のケースがみられました。

そのほかには、「出会い系サイト・アプリ」に関する相談、「他の内職・副業」等のもうけ話に関する相談、「賃貸アパート」に関する相談が上位にみられました。また、男性では、「普通・小型自動車」に関する相談が上位にみられ、女性では、「コンサート」に関する相談が上位にみられました(図表 I-1-4-2)。

図表 I-1-4-1 18歳・19歳の消費生活相談件数の推移(四半期別)



(備考) PIO-NETに登録された消費生活相談情報(2023年3月31日までの登録分)。

図表 I-1-4-2 18歳・19歳の消費生活相談の商品・サービス別上位件数（2022年）

男性			女性		
順位	商品・サービス	件数	順位	商品・サービス	件数
	総件数	4,211		総件数	5,027
1	出会い系サイト・アプリ	273	1	脱毛エステ	974
2	商品一般	272	2	商品一般	228
3	賃貸アパート	134	3	他の内職・副業	223
4	アダルト情報	125	4	他の健康食品	170
5	他の内職・副業	122	5	出会い系サイト・アプリ	168
6	脱毛剤	120	6	医療サービス	166
7	普通・小型自動車	112	7	賃貸アパート	126
8	役務その他サービス	104	8	コンサート	125
9	脱毛エステ	102	9	アダルト情報	107
10	他の健康食品	99	10	役務その他サービス	89
10	インターネットゲーム	99			

黄色：娯楽に関するもの 黄緑色：暮らしに関するもの 紫色：もうけ話関連を含むもの
 青色：自動車に関するもの ピンク：美容に関するもの

(備考) 1. PIO-NETに登録された消費生活相談情報（2023年3月31日までの登録分）。
 2. 品目は商品キーワード（下位）。
 3. 色分けは相談内容の傾向を消費者庁で分類したもの。

消費者庁や国民生活センターでは、18歳・19歳が消費者トラブルの被害に遭わないよう、若者への注意喚起等を掲載しているウェブページを特設しています。

消費者庁「18歳から大人」特設ページ
 URL:https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_education/consumer_education/lower_the_age_of_adulthood/

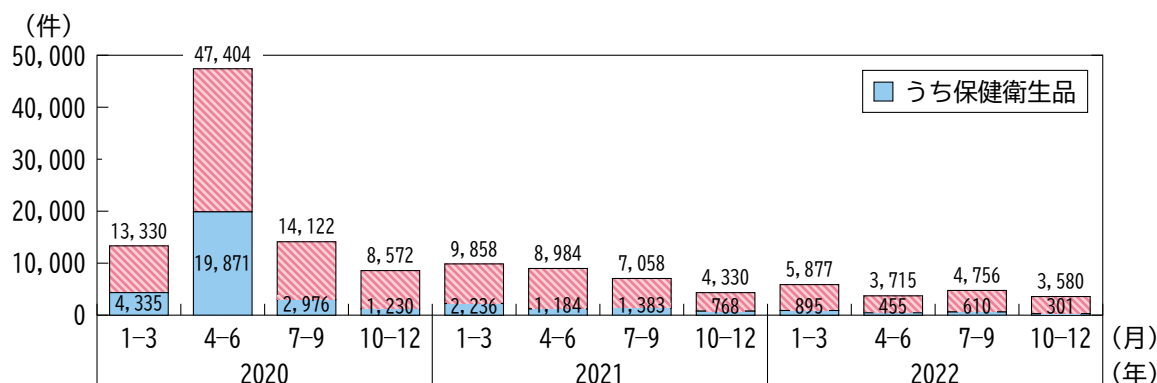
国民生活センター「若者の消費者トラブル」
 URL:https://www.kokusen.go.jp/soudan_now/data/wakamono.html

(2) 新型コロナウイルス感染症に関連する消費生活相談

新型コロナウイルス関連の相談件数は、長期的には減少傾向

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。）の相談件数を四半期別にみると、長期的には減少傾向を示しています。特に、新型コロナウイルス関連のうち「保健衛生品」に関する相談は、相談が急増した2020年はマスク等の品薄や高額転売、インターネット通販や送り付け商法に関する相談がみられましたが、2022年は2020年に比べて相談件数が大きく減少しています（図表 I-1-4-3）。

図表 I-1-4-3 新型コロナウイルス関連の相談件数の推移（四半期別）



(備考) 1. PIO-NETに登録された消費生活相談情報（2023年3月31日までの登録分）。
 2. 「新型コロナ関連」の相談。

新型コロナウイルスに便乗した海産物の電話勧誘販売が発生

2022年の新型コロナウイルス関連の商品・サービスをみると、「保健衛生品その他」（マスクや（医薬品ではない、又は研究用の）抗原定性検査キット²⁶が含まれる。）の相談件数が最多でした。具体的な事例としては、「通販サイトで購入した抗原検査キットで陽性となり、医療機関を受診したが陰性だった。どちらが正しいか」等のケースがみられました。

続いて、「魚介類（全般）」の相談件数が多くなっています。具体的な事例としては、「事業者から電話があり、『コロナで売上げが落ちて倒産してしまうかもしれない。値下げするので海産物を買ってほしい』と勧誘され、承諾してしまった」等、電話勧誘販売で消費者の親切心や同情心につけ込むケースが2021年に引き続きみられました（図表 I-1-4-4）。

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²⁷（消

費者庁の取組については、第2部第1章第4節「多様な課題への機動的・集中的な対応」参照。）。

(3) インターネット通販やSNSに関する消費生活相談

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。2022年のインターネット通販の相談は、「商品」に関する相談が約7割を占めており、相談件数が前年より増加しています（図表 I-1-4-5）。

また、2022年のインターネット通販の相談に占める高齢者の割合は19.6%と近年最高であり、新型コロナウイルス感染症の感染が拡大した2020年以降、上昇傾向にあります。高齢者のインターネット通販の相談については、第1部第2章第2節「(2) 高齢者の消費者トラブル」で詳細に分析しています。

図表 I-1-4-4

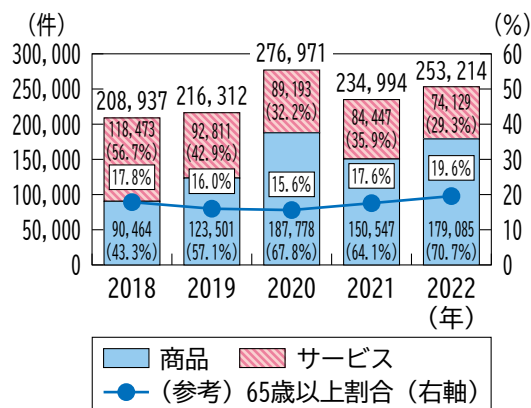
新型コロナウイルス関連の商品・サービス別上位相談件数(2022年)

順位	商品・サービス	件数
1	保健衛生品その他	1,520
2	魚介類（全般）	831
3	フリーローン・サラ金	614
4	医療サービス	613
5	他の行政サービス	588
6	商品一般	587
7	賃貸アパート	454
8	脱毛エステ	450
9	ホテル・旅館	446
10	国内募集型企画旅行	417

(備考) 1. PIO-NETに登録された消費生活相談情報(2023年3月31日までの登録分)。
2. 「新型コロナ関連」の相談。
3. 品目は商品キーワード(下位)。

図表 I-1-4-5

「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(2023年3月31日までの登録分)。

26) 国が承認した医療用医薬品又は一般用医薬品（OTC）の抗原定性検査キットは、「体外診断用医薬品」又は「第1類医薬品」と表示されている。そのほかに、「研究用」として販売されている検査キットは、性能等が確認されたものではないため注意が必要である。

27) 国民生活センター「急増！海産物の電話勧誘販売・送り付けトラブル—『新型コロナウイルスの影響で収入が減って困っている』という電話に注意！—」（2022年7月14日公表）

消費者庁「新型コロナウイルスの抗原定性検査キットは国が承認した『体外診断用医薬品』を選んでください！」（2022年9月9日改訂）

国民生活センター「新型コロナウイルス感染のセルフチェックには国が承認した抗原定性検査キットを！—購入時には薬剤師から説明を受けて正しく使用しましょう—」（2022年9月21日公表）

国民生活センター「海産物の電話勧誘販売・送り付けトラブルがさらに増えています—年末にかけて特に注意してください！—」（2022年11月24日公表）

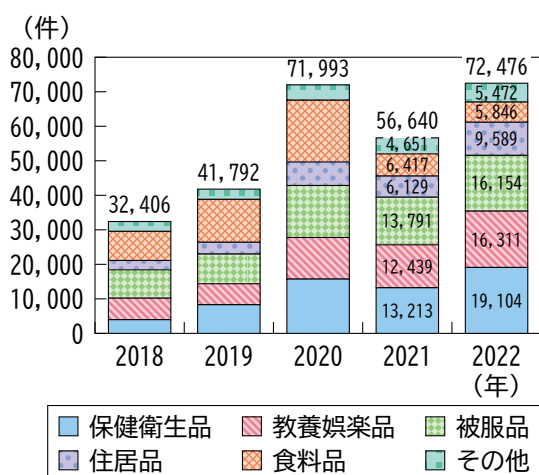
インターネット通販の「商品」に関する相談には、注文した商品が届かない「商品未着」、注文した商品とは異なる商品を業者が送付する「注文品違い」、業者と連絡が取れなくなる「連絡不能」といったトラブル（以下「商品未着・連絡不能等のトラブル」という。）が多くみられ、2022年のインターネット通販の「商品」に関する相談の約4割を占めています。

商品別では、「保健衛生品」（化粧品の定期購入が含まれる。）や、「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。）、「被服品」（財布や靴、洋服、かばん等が含まれる。）で、商品未着・連絡不能等のトラブルが多く発生しています（図表I-1-4-6）。

商品未着・連絡不能等のトラブルには、偽サイトによる被害もみられます。大幅な値引きをうたうSNSやインターネット上の広告等から偽サイトに誘導され、クレジットカード情報を詐取されたり、銀行等への前払や代金引換サービス等で金銭を詐取されたりするケースもみられます。消費者庁や国民生活センターでは、偽サイト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²⁸。

図表 I-1-4-6

「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（2023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。

「定期購入」に関する相談件数は過去最多

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、2022年は7万5478件と過去最多になりました。年齢層別にみると、30歳代以上の各年齢層で相談件数が増加しており、特に50歳代以上で大きく増加しています（図表I-1-4-7）。

また、2022年の「定期購入」に関する相談に占める65歳以上の割合は33.3%に上昇しました。高齢者の「定期購入」に関する相談については、第1部第2章第2節「(2)高齢者の消費者トラブル」で詳細に分析しています。

2022年の通信販売における「定期購入」の商品・サービスをみると、化粧品や健康食品が上位を占めており、特に化粧品の相談件数が多くなっています（図表I-1-4-8）。

具体的な事例としては、「SNS広告から1回限りのお試しで500円のシャンプーを購入したが、2回目が届き定期購入と知った。解約したいが電話が繋がらない」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購入しているケースがみられ、解約したくても事業者と連絡が取れないトラブルが発生しています。

また、「定期購入で美容液を購入したが、サイトの記載どおりに解約手続きをしても商品が届き続ける」、「いつでも解約可能、定期縛りなしという広告を見てダイエットスムージーを購入したが、解約しようとしたら6回購入が条件だと言われた」等、解約をめぐるトラブルが発生しています。

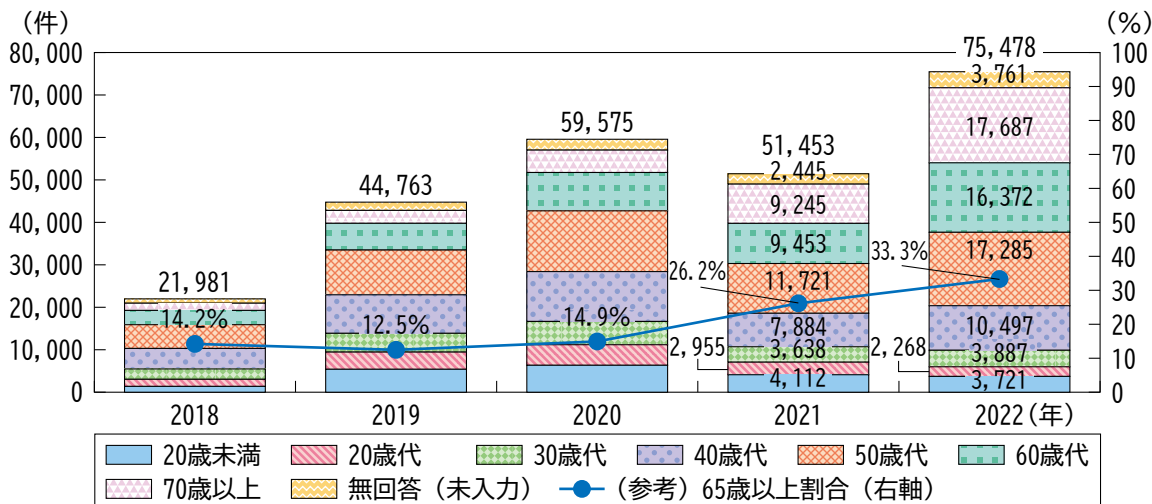
28) 消費者庁「人気ブランド公式通信販売サイトを装った偽サイトに関する注意喚起」（2022年3月9日公表）
消費者庁「人気アウトドア用品公式通信販売サイトを装った偽サイトに関する注意喚起」（2022年7月28日公表）
国民生活センター 見守り新鮮情報「百貨店をかたる偽通販サイトにだまされないで」（2022年2月8日公表）
国民生活センター「その通販サイト本物ですか!? “偽サイト”に警戒を!!—最近の“偽サイト”の見分け方を知って、危険を回避しましょう!—」（2023年1月30日公表）

消費者庁や国民生活センターでは、詐欺的な定期購入商法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²⁹。



消費者庁チラシ「ちょっと待って!! そのネット注文“定期購入”ですよ!」
URL: https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_transaction/specified_commercial_transactions/assets/consumer_transaction_cms202_220209_10.pdf

図表 I-1-4-7 「定期購入」に関する消費生活相談件数の推移（年齢層別）



(備考) 1. PIO-NETに登録された消費生活相談情報(2023年3月31日までの登録分)。
2. 通信販売での「定期購入」に関する相談件数。
3. 2021年3月までの相談件数は「化粧品」、「健康食品」、「飲料」に関する相談。2021年4月以降の相談件数は全商品に関する相談。

図表 I-1-4-8 「定期購入」に関する消費生活相談の商品・サービス別上位件数(2022年)

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	他の健康食品	13,850	18.3%	11	脱毛剤	2,140	2.8%
2	乳液	7,173	9.5%	12	養毛剤	1,947	2.6%
3	ファンデーション	6,887	9.1%	13	オールインワン化粧品	1,697	2.2%
4	化粧クリーム	5,246	7.0%	14	化粧水	1,495	2.0%
5	シャンプー	4,826	6.4%	15	電子タバコ	1,460	1.9%
6	歯みがき粉	4,205	5.6%	16	洗顔クリーム	1,075	1.4%
7	化粧品その他	3,513	4.7%	17	毛髪着色料	984	1.3%
8	化粧品(全般)	2,864	3.8%	18	染毛剤	977	1.3%
9	パック	2,482	3.3%	19	基礎化粧品(全般)	870	1.2%
10	健康食品(全般)	2,354	3.1%	20	ペットフード	530	0.7%

黄緑色 : 健康食品

ピンク : 化粧品

(備考) 1. PIO-NETに登録された消費生活相談情報(2023年3月31日までの登録分)。
2. 通信販売での「定期購入」に関する相談件数。
3. 品目は商品キーワード(下位)。

20歳未満が過半数を占める「インターネットゲーム」の消費生活相談

第1部第1章第3節でみてきたように、20歳未満では「インターネットゲーム」の相談件

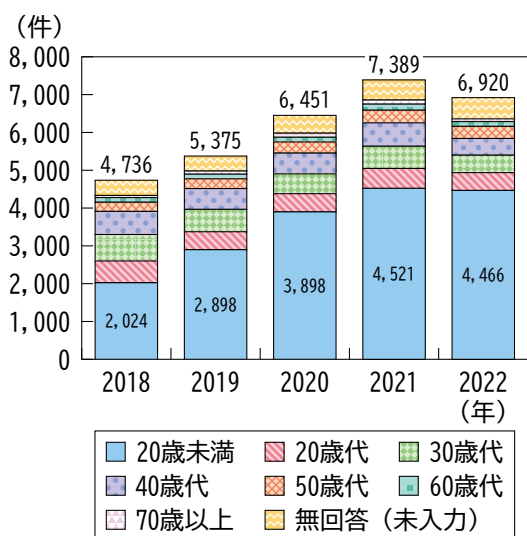
数が最多でした(図表 I-1-3-7)。2022年の「インターネットゲーム」に関する消費生活相談件数は、前年より減少しましたが、20歳未満(4,466件)が相談全体(6,920件)の過半数を占める傾向は変わりません(図表 I-1-4-9)。

29) 消費者庁Twitter「消費者の皆様へ、定期購入に関する改めての注意喚起です。」(2023年3月3日配信)

https://twitter.com/caa_shohishacho/status/1631527331742482433?s=20

国民生活センター『「定期購入」トラブル急増!!—低価格を強調する販売サイトには警戒が必要!—』(2023年3月15日公表)

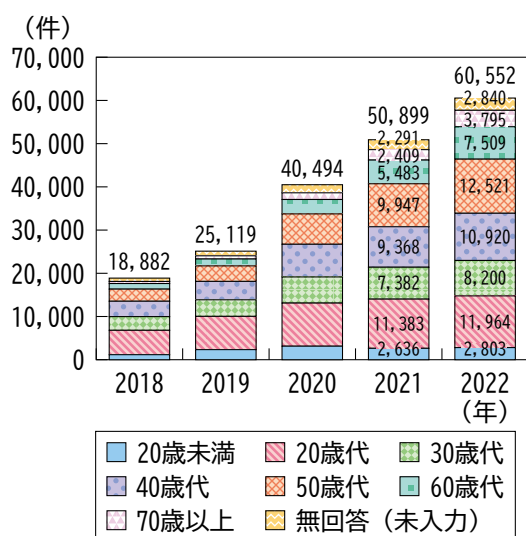
図表 I-1-4-9

「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(2023年3月31日までの登録分)。

図表 I-1-4-10

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(2023年3月31日までの登録分)。

具体的な事例としては、「中学生の息子が親のクレジットカードを使ってオンラインゲームに100万円近い高額課金をしていた」、「小学生の息子が親のスマホの認証設定を勝手に変えて高額なゲーム課金をしていた」等、子供がゲームで高額課金をしてしまうケースがみられました。背景には、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ます。

SNSをきっかけとした消費生活相談は初めて50歳代が最多となった

SNSをきっかけとした消費生活相談件数は、2022年は6万552件と過去最多となりました。年齢層別にみると、幅広い年齢層でトラブルが発生しており、50歳代が1万2521件と最も多く、前年まで最多であった20歳代(1万1964件)を初めて上回りました(図表 I-1-4-10)。

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、「有名デパートの閉店セールをSNSで見てブランドのジャンパー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。こうした偽サイトのケースは中高年にも多くみられ、中高年の相談件数増加の一因となっています。

「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で知り合った海外在住の人に勧められ、暗号資産を送金したが、アカウントが閉鎖された」という相談がみられます。国民生活センターでは、SNSでの勧誘をきっかけとした暗号資産の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³⁰。

「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、「娘がSNSで知り合った人とコンサートチケットを譲ってもらう約束をし、支払方法としてフリマアプリで写真を購入するよう指示され、コンビニで支払ったが、詐欺だった」という相談がみられます。

30) 国民生活センター「SNSやマッチングアプリ、友人・知人からの誘いをきっかけとした暗号資産のトラブルーその話、うのみにしないでー」(2022年8月4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³¹⁾」(2022年度)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17.2%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

2022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43.7%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40.8%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42.7%と最も高く、次いで「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35.7%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

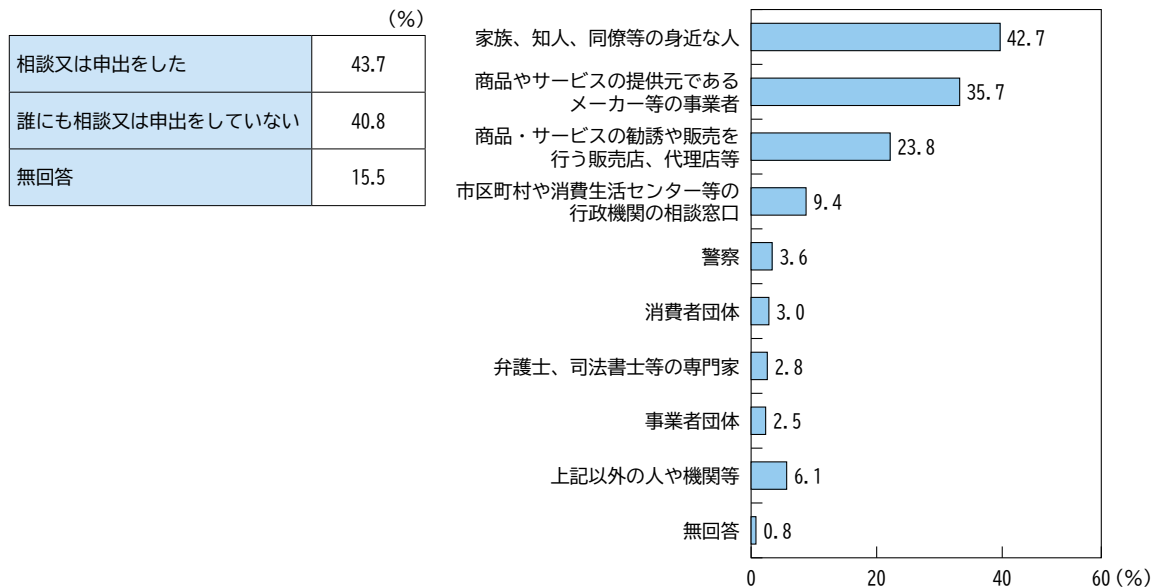
	2020年度 (2020年11月) N=5,817人	2021年度 (2021年11月) N=5,493人	2022年度 (2022年11月) N=5,634人
商品の機能・品質やサービスの質が期待よりかなり劣っていた	9.3%	12.0%	12.8%
表示・広告と実際の商品・サービスの内容がかなり違っていた	5.2%	7.8%	8.1%
思っていたよりかなり高い金額を請求された	3.3%	3.6%	3.5%
問題のある販売手口やセールストークにより契約・購入した	1.2%	1.9%	2.6%
契約・解約時のトラブルにより被害に遭った	1.1%	2.1%	2.3%
けが、病気をする等、安全性や衛生面に問題があった	1.6%	2.3%	2.2%
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。)	0.6%	1.0%	1.2%
その他の消費者被害の経験	1.6%	2.2%	2.4%
上記のいずれかの経験があった	13.0%	16.9%	17.2%

(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。

31) 「消費者意識基本調査」において、層化2段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2022年11月1日から同月16日まで、回収率は56.3%。

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



(備考) 1. 消費者庁「消費者意識基本調査」(2022年度)により作成。
 2. 左：N=826。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：N=361。被害やトラブルについて「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する傾向があるものと考えられることから、消費生活相談情報全体の平均金額(契約購入金額、既支払額)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して推計しています。

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。

2022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、2022年の1年間に支出が発生した消費者被害・トラブルは約1,619万件となり、消費者被害・トラブル額は、「既支払額（信用供与を含む。）」で約6.5兆円³²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

	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年
契約購入金額	約7.2兆円	約6.6兆円	約5.0兆円	約7.3兆円	約8.4兆円
既支払額（信用供与を含む。）※	約6.1兆円	約5.1兆円	約3.8兆円	約5.9兆円	約6.5兆円
既支払額	約6.0兆円	約4.9兆円	約3.6兆円	約5.8兆円	約6.4兆円

※「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、2018年、2019年、2021年、2022年は総務省「人口推計」の各月10月1日現在（確定値）を使用しているが、2020年は総務省「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、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、病気をする等、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問題のある販売窓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その他の消費者被害の経験。
 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。

32) 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6.5兆円であるが、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6.1～6.9兆円の幅の中にあると推定される。