

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

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、属性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、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が関係する消費生活相談等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、2023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。）も含みます（図表I-1-1-1）（図表I-1-1-2）。また、重大事故等とは、

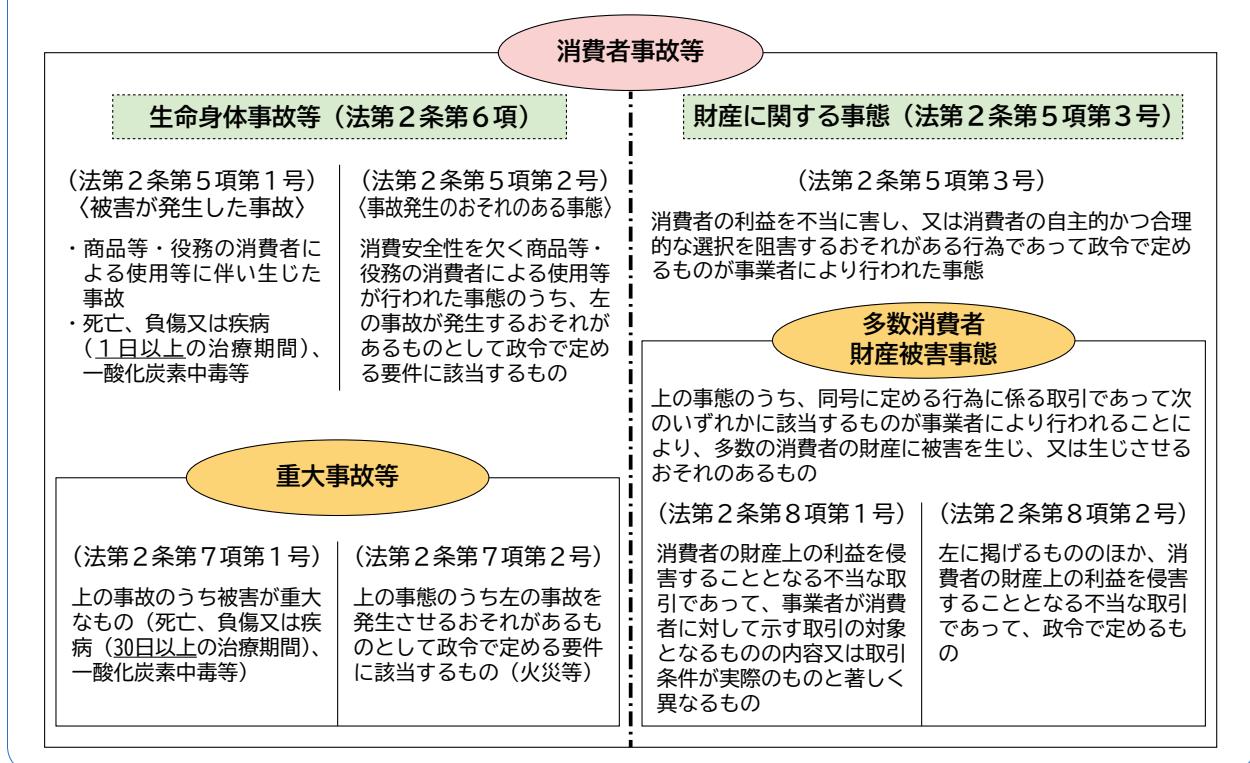
生命・身体に関する事故のうち、被害が重大なものやそのおそれがあるものをいいます。同法第12条第1項の規定に基づき、行政機関の長、都道府県知事、市町村長及び国民生活センターの長は、重大事故等が発生した旨の情報を得たときは、それを直ちに消費者庁（内閣総理大臣）に通知することとされています。また、重大事故等以外の消費者事故等が発生した旨の情報を得た場合であって、被害が拡大し、又は同種・類似の消費者事故等が発生するおそれがあると認めるときにも、同条第2項の規定に基づき、消費者庁（内閣総理大臣）に通知することとされています。そして、消費者庁（内閣総理大臣）は、これらの通知により得た情報等が消費者安全の確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、関係地方公共

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）及び消費者安全法を指す。

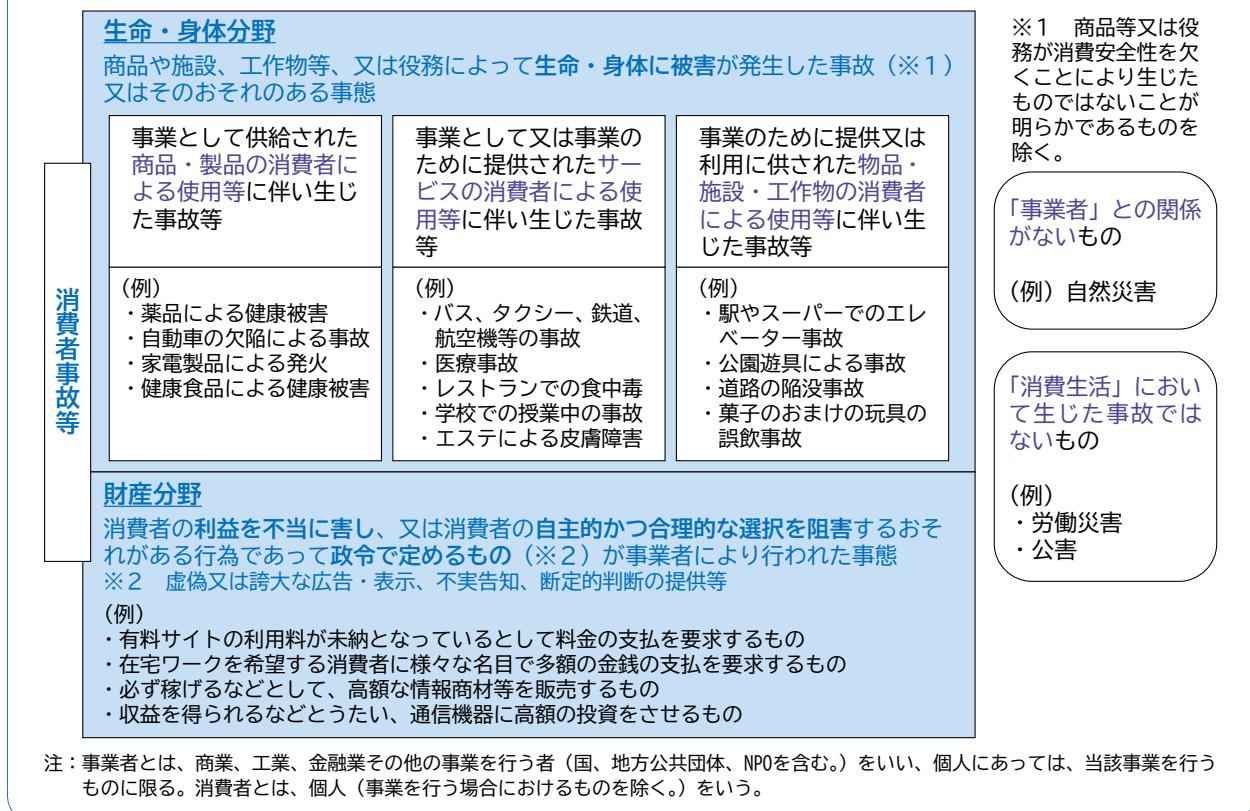
団体及び国民生活センターに提供します。また、消費者庁（内閣総理大臣）は、取りまとめた結果を消費者委員会に報告し、国民に対して公表するとともに、国会に報告を行います。なお、消費者庁に通知された重大事故等については、定期的に事故の概要等を公表しています。

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

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



注：事業者とは、商業、工業、金融業その他の事業を行う者（国、地方公共団体、NPOを含む。）をいい、個人にあっては、当該事業を行うものに限る。消費者とは、個人（事業を行う場合におけるものを除く。）をいう。

2023年度に通知された 消費者事故等は1万6,298件

消費者安全法の規定に基づき2023年度に消費者庁（内閣総理大臣）に通知された消費者事故等は1万6,298件で、2022年度の1万5,308件から6.5%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1,658件（2022年度1,351件、前年度比22.7%増）、同条第2項等の規定に基づいて通知された消費者事故等が1万4,640件（2022年度1万3,957件、前年度比4.9%増）でした。

このうち、生命身体事故等は5,635件（2022年度4,914件、前年度比14.7%増）、重大事故等を除く生命身体事故等は3,977件（2022年

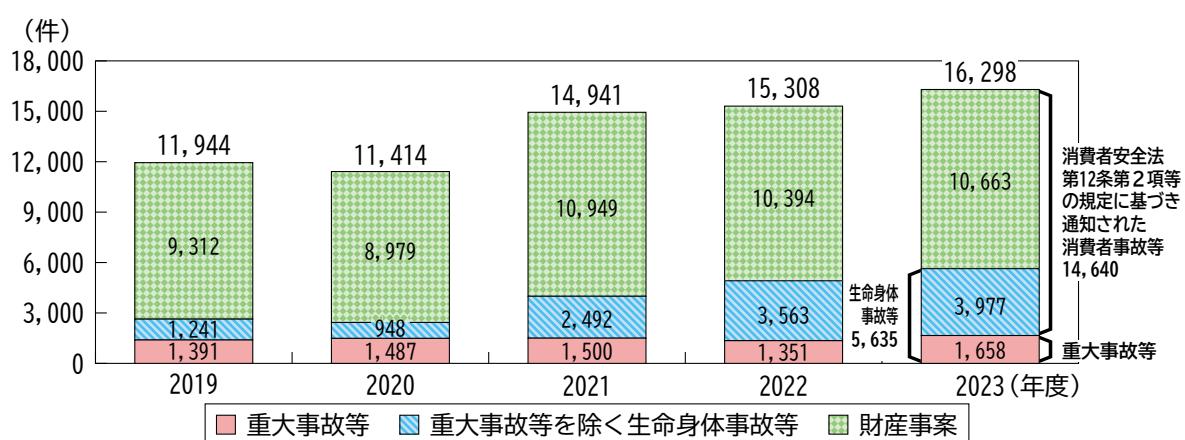
度3,563件、前年度比11.6%増）、財産事故は1万663件（2022年度1万394件、前年度比2.6%増）でした（図表I-1-1-3）。

重大事故等を事故内容別にみると、「火災」が1,256件（75.8%）で8割弱を占めています（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、リチウムイオン電池内蔵充電器やポータブル電源等のその他の光熱水品からの出火が火災につながった例がみられます。

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、2023年度は「その他」が2,499件（62.8%）で最も多く、次いで「異物の混入・侵入」が680件（17.1%）でした。「その他」の内容は、そのほとんどがアレルゲン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

図表I-1-1-3

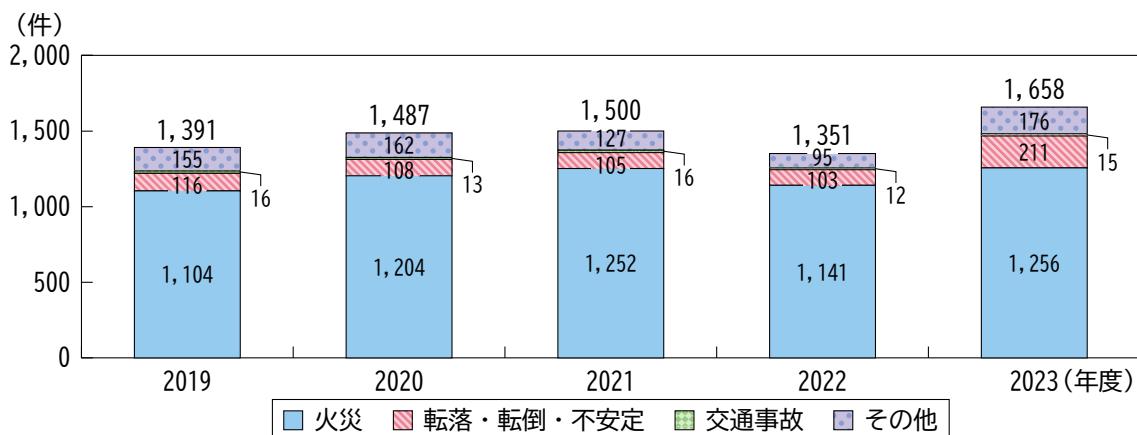
消費者安全法の規定に基づき消費者庁に通知された消費者事故等の件数の推移



（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. 「重大事故等」とは、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。

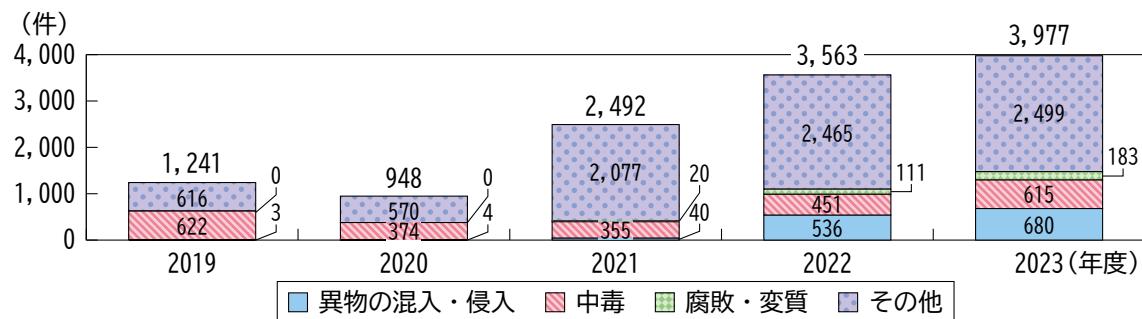
る食品リコールです。「異物の混入・侵入」の内容は、食品に対するビニール片や金属片等の異物混入の食品衛生法違反による食品リコールです（図表 I-1-1-5）。

消費者庁では、消費者に対する生命身体事故等の通知を端緒とした注意喚起を実施しています。2023年度は、行楽シーズンでのレジャー事故³⁾や、葬儀の際の棺内のドライア

イスによる事故⁴⁾について、事故事例を取り上げながら、注意点をまとめ、消費者へ事故防止を呼び掛けました。

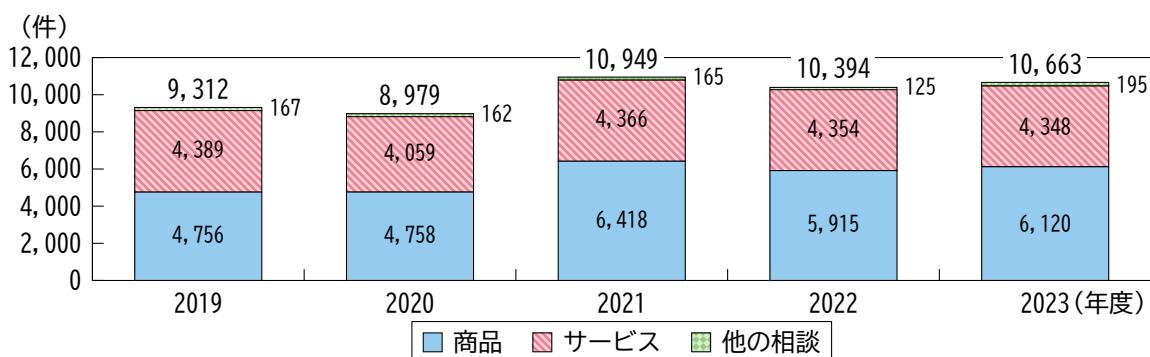
財産事案を商品・サービス別にみると、2023年度は「商品」が6,120件（57.4%）で、「サービス」は4,348件（40.8%）でした（図表 I-1-1-6）。

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. 2021年6月から、食品衛生法及び食品表示法の改正により、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。

3) 消費者庁「行楽シーズン到来！安全にレジャーを楽しみましょう」（2023年4月27日公表）

4) 消費者庁・国民生活センター「棺内のドライアイスによる二酸化炭素中毒に注意」（2023年9月21日公表）

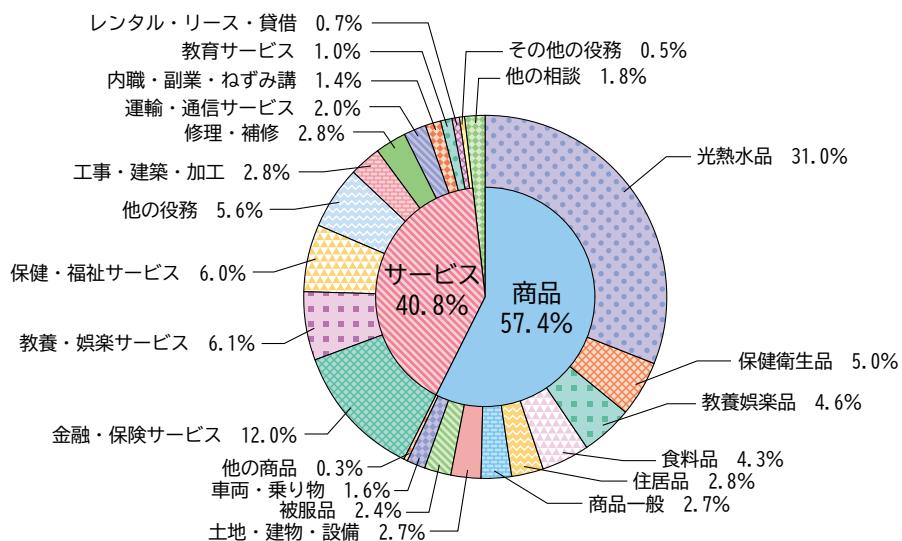
「商品」の内訳は、「光熱水品」が31.0%と最も多く、次いで「保健衛生品」が5.0%でした。

「サービス」の内訳は、「金融・保険サービス」が12.0%と最も多く、次いで「教養・娯楽サービス」が6.1%でした（図表I-1-1-7）。

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2023年度に注意喚起を16件実施しました（図表I-1-1-8）。注意喚起の主な事案は、公式通販サイトであると誤認させて商品を注文さ

せ、実際には注文した商品が届かないといった偽サイトに関する事案、追加費用なしで確実に痩身効果が得られるかのように告げて消費者を勧誘するが、実際には製品を追加購入させ、効果についても不確実なものである事案、高額なサポート契約をすればその利用金額を上回る収益を得られると告げて多額の金銭を支払わせるが、当該収益を得ることができるかどうかは不確実な副業の事案等です。

図表I-1-1-7 通知された財産事案の内訳（2023年度）



（備考） 1. 消費者安全法の規定に基づき、2023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、他の行政サービス、役務一般、管理・保管及びクリーニング。

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（2023年度）

手口	具体例
偽サイト（6件）	人気インテリア家具や雑貨等のブランドのロゴ等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消費者を誤認させて商品を注文させ、これにより、注文した商品が届かなかつた。
	事業者の人気の女性用衣料品等の商品ブランドロゴ等を使用した、SNS等上の偽広告や偽サイトにおいて、あたかも正規品を販売するかのように消費者を誤認させて商品を注文させていたが、消費者に販売した商品は、当該事業者とは関係のない商品であった。
痩身効果をうたう商品の追加購入を勧誘する手口（6件）	LINEメッセージにおいてあたかも、痩身効果をうたうお茶、錠剤等を一度購入し、数十日間摂取等すれば追加費用を支払うことなく痩身効果が得られるかのように消費者を勧誘していたが、実際には、痩身効果を得るためにこれらの製品を追加購入する必要があるとして、追加費用を支払わせていた。 また、LINEメッセージにおいて、永遠にリバウンドしない、ダイエット成功後もリバウンドする心配はないなどと、得られた減量効果が維持されることが確実である旨を説明して消費者を勧誘していたが、体重の増減については個人の食生活等の事情に左右されるものであり、不確実なものであった。
簡単に稼げると見せかける手口（2件）	ウェブサイト上等で表示したマニュアルにおいて、消費者に対し、あたかも、スタンプ送信だけで、日給5万円以上が得られる副業であるかのように、また、スマホから離れていても自動的に報酬が発生するかのように表示するなどしていたが、実際の作業内容等は、全く異なるものであった。 また、電話勧誘により、高額なサポートプランを契約すれば、サポートプランの利用金額を上回る収益を得ることができると説明していたが、実際には不確実なものであった。
実態と異なるトイレ修理料金のウェブサイト上の表示（1件）	ウェブサイトにおいて、低額な料金でトイレの詰まり修理を行う旨を表示し、その表示を見た消費者に対し、一般的な料金よりも低額な料金で受けられるものと認識させていたが、実態は、追加工事が必要などと説明するなどして、最終的には一般的な修理料金よりも数倍高額な料金を請求していた。
パソコン画面の偽警告表示による手口（1件）	消費者がパソコンでウェブサイトの閲覧等をしていると、マルウェアに感染しているなどと偽の警告を画面に表示し、電話をかけてきた消費者に対し、ウイルス駆除等のためには契約の締結が必要で、当該契約に基づき措置を講じるかのように告げて、多額の金銭を支払わせていた。 しかし、実際には、偽の警告が表示された時点ではパソコンが危険な状態にあったと認められるような事情は見当たらず、契約の締結は必要とも認められなかつた。また、この事業者がウイルス駆除等の措置を講じた事実は確認されておらず、そもそも、当初から当該契約の履行を行うつもりはなかつたと認められた。

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) 事故情報データバンクに集約された生命・身体に関する事故情報等

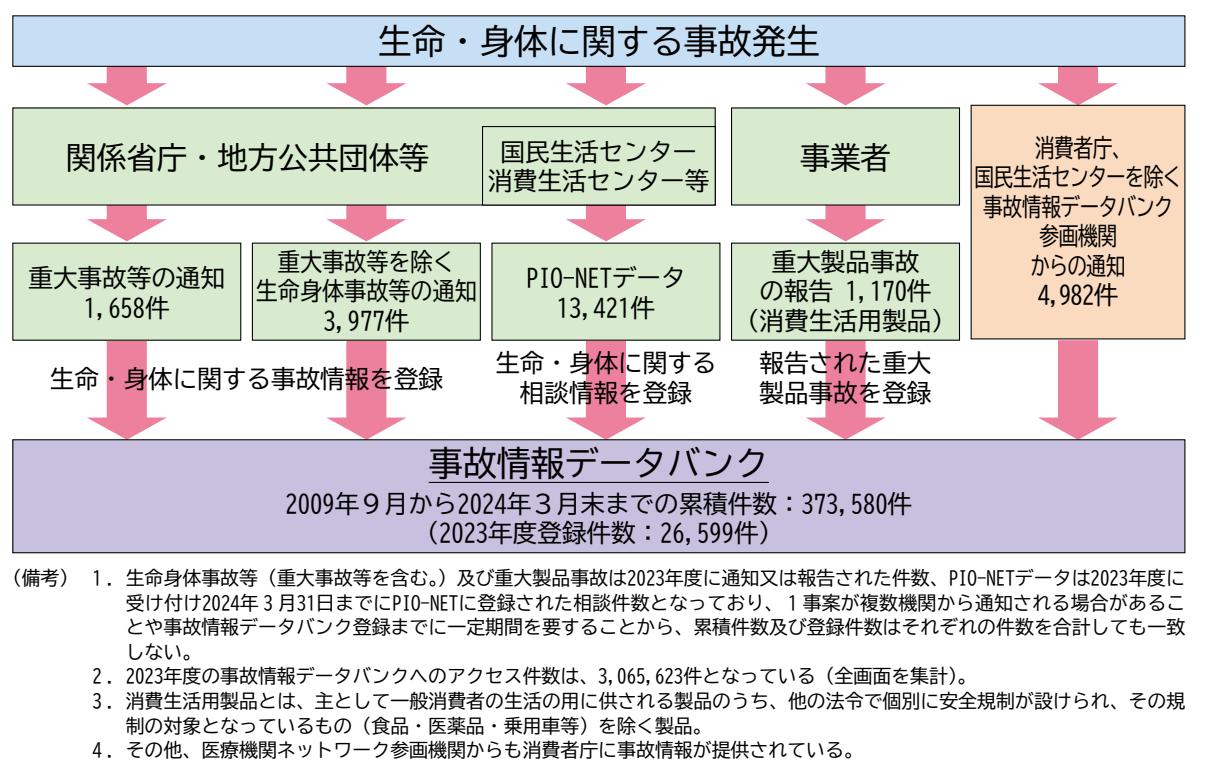
生命・身体に関する事故情報等は事故情報データバンクに一元的に集約

生命・身体に関する事故情報等は事故情報データバンク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。

事故情報データバンクは、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、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。
- 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) 2024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及び公益財団法人日本中毒情報センター。

2023年度の事故情報データバンクには2万6,599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4,982件です。また、2024年3月31日時点で登録されている

情報は累計で37万3,580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(PIO-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を含む。

PIO-NETに収集された2023年度の危害・危険情報は1万3,421件

2023年度にPIO-NETに収集された消費生活相談情報のうち、危害情報及び危険情報は1万3,421件です（図表I-1-2-3）。このうち、危害情報は1万1,357件で2022年度の1万2,893件から減少し、危険情報は2,064件で2022年度の2,051件から増加しました。

危害情報について、内容別にみると、2023年度は「その他」を除き「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）。

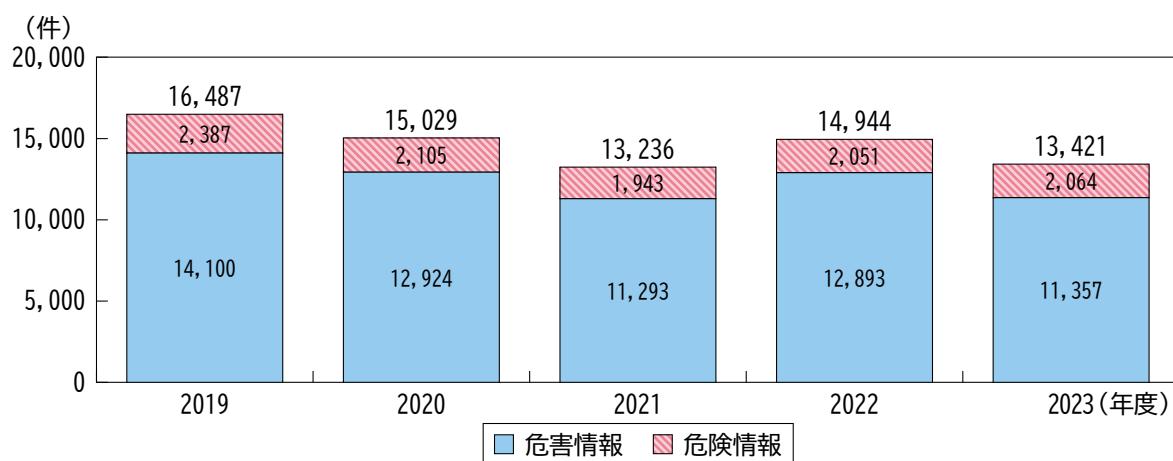
主な相談内容は、「皮膚障害」では、「化粧品等によりかゆみや赤み、湿疹が出た」、「健康食品を食べたらじんま疹や湿疹が出た」等が挙げ

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や、購入した食品又は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、2023年度は「その他」を除き「異物の混入」が最も多く、次いで「過熱・こげる」、「機能故障」の順でした（図表I-1-2-5）。

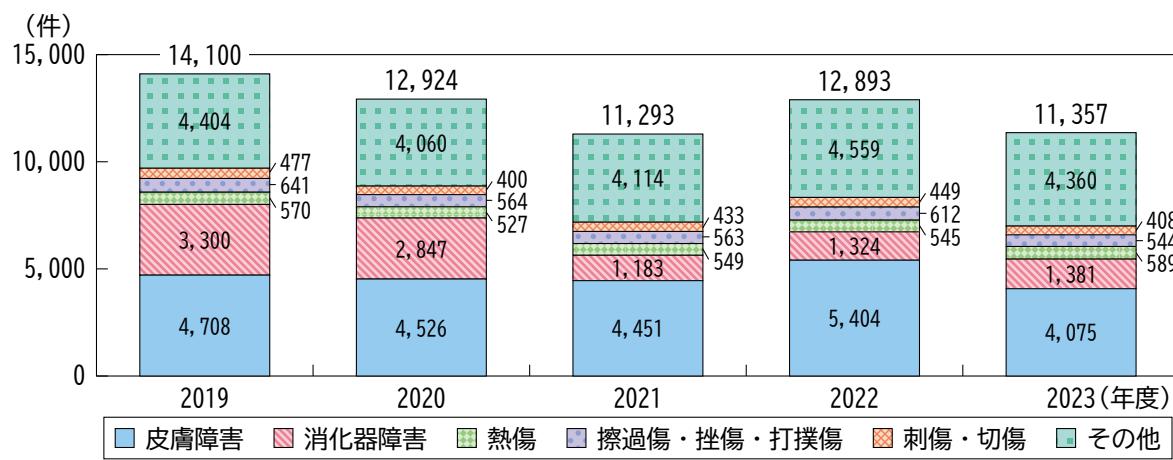
主な相談内容は、「異物の混入」では、「スーパー・マーケット等で購入した食品から金属片、プラスチック片等の異物が出てきた」、「過熱・こげる」では、「家電製品やスマートフォン、照明器具等が過熱や発熱した」、「機能故障」では、「購入したばかりの自動車がエンストを起こした」等が挙げられます。

図表I-1-2-3 危害情報及び危険情報の件数の推移



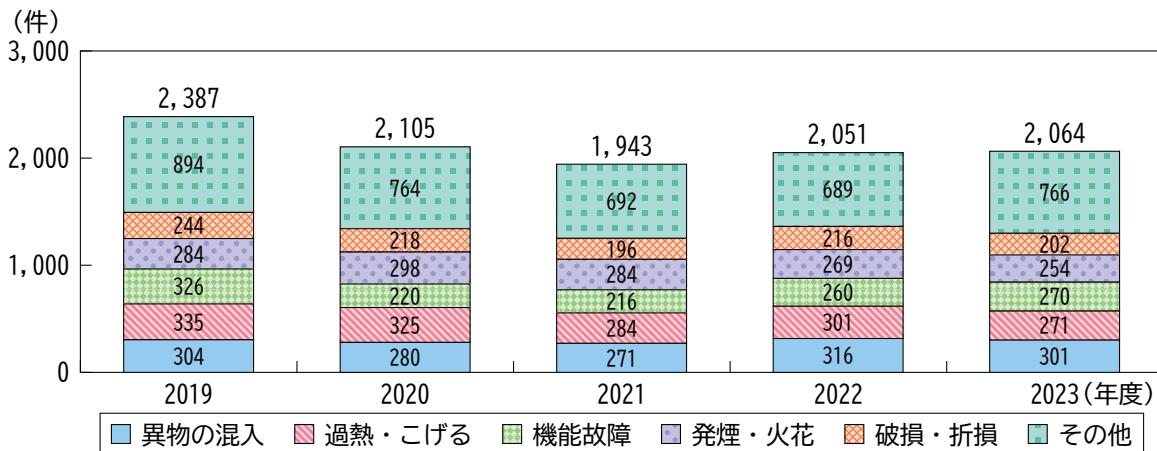
（備考） 1. PIO-NETに登録された消費生活相談情報（2024年3月31日までの登録分）。
2. 危害情報とは、商品やサービス、設備等により、生命や身体に危害を受けたという内容の相談。
3. 危険情報とは、商品やサービス、設備等により、生命や身体に危害を受けるまでには至っていないが、そのおそれがあるという内容の相談。

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（2024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（2024年3月31日までの登録分）。

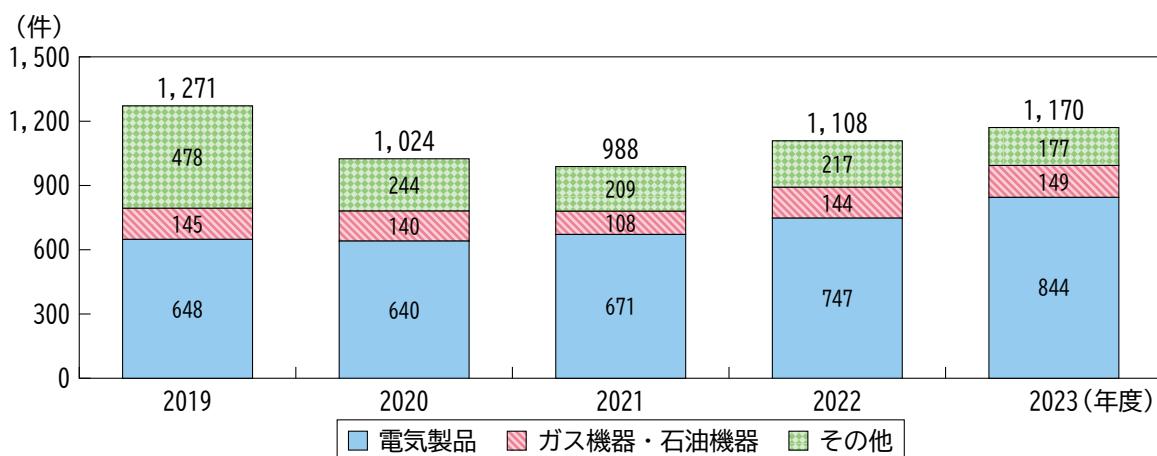
消費生活用製品安全法の規定に基づき2023年度に報告された重大製品事故は1,170件

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（内閣総理大臣）に報告することとされています。同法の規定に基づき、2023年度に報告された重大製品事故は1,170件で、2022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844件、「ガス機器・石油機器」が149件、「その他」が177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こんろ等、「その他」では自転車や椅子、車いす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、事故情報データバンク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に「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）。

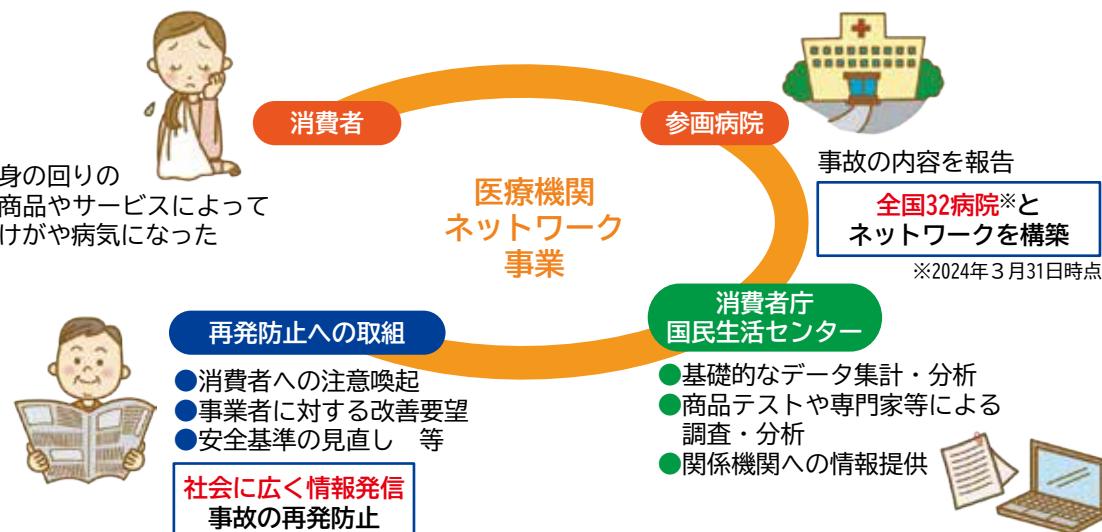
医療機関ネットワーク事業には、2024年3月31日時点で32の医療機関が参画しています⁹。事業に参画する医療機関から、事故情報を収集し、同種・類似事故の再発を防止するために活用しています。

2023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3,006件です。事故の内容は、「転落」が732件と最も多く、次いで「転倒」が612件、「ぶつかる・当たる」が472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。

図表I-1-2-7 医療機関ネットワーク事業

- 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、注意喚起の実施等再発防止に活用。



9) 2024年3月31日時点の参画医療機関は以下の32機関。医療法人済仁会手稲済仁会病院、公益財団法人星総合病院、日本赤十字社前橋赤十字病院、日本赤十字社さいたま赤十字病院、埼玉医科大学病院、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、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、日本赤十字社横浜市立みどり赤十字病院、社会福祉法人恩賜財団済生会神奈川県病院、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、地方独立行政法人大阪府立病院機構大阪急性期・総合医療センター、社会医療法人松本快生会西奈良中央病院、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、日本赤十字社熊本赤十字病院及び宮崎県立宮崎病院。

10) 医療機関ネットワークに収集される事故情報は、32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）。

図表 I-1-2-8 医療機関ネットワークに収集された事故情報（2023年度）

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		192	82	31	58	6	3	372
転倒		146	126	197	61	81	1	612
転落		296	107	161	124	43	1	732
刺す・切る		14	29	50	10	3	0	106
挟む		17	24	55	7	4	0	107
ぶつかる・当たる		139	82	161	51	39	0	472
さわる・接触する		20	29	161	15	15	1	241
溺れる		0	0	0	6	0	0	6
有害ガスの吸引		2	0	1	5	0	0	8
その他		67	169	45	22	37	0	340
不明		5	3	0	2	0	0	10
合計		898	651	862	361	228	6	3,006

(備考) 1. 消費者庁及び国民生活センターにおいて集計。
2. 「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、2023年度に注意喚起を実施した事例について紹介します。

葬儀の際の棺内の ドライアイスによる事故

ドライアイスは二酸化炭素の固体で、液体にならずに氷が溶けるよりも低い温度で気化（昇華）することから、食品等をぬらさない便利な冷却剤として消費者の身近なところで使用されています。しかしながら、皮膚との接触による凍傷や、密閉容器での使用による破裂等、取扱いによっては事故につながるおそれがあります。

また、消費者庁には、葬儀の際、遺体の保冷目的で棺内に置かれていたドライアイスによる二酸化炭素中毒が疑われる死亡事故の情報が複数寄せられています。これらの事故は、周囲に人がいない中で故人とゆっくり別れを告げる時間を過ごし、棺の中の故人に向けて話しかけるなどしている際に起きているものと推測されます（図表 I-1-2-9）。二酸化炭素の気体は無色・無臭であり、空気の約1.5倍の重さがあるため、

拡散はするものの、低い場所へ流れてたまるという特性があります。

そこで、国民生活センターでは、葬儀時の状態を想定して棺内の二酸化炭素濃度等の測定を行いました（図表 I-1-2-10）。その結果、棺の内部は、ドライアイスを入れて間もなく、二酸化炭素の濃度が人体に有害とされる濃度を超える可能性があり、20分後には、吸入すると即時に意識を消失するとされる濃度を超えることが分かりました。また、棺の蓋を開けるなどしなければ、24時間後にもその高い濃度を維持すること、たとえ棺の蓋を全て開けても、空気の大きな対流が起こらない限り、長時間危険な濃度を維持する可能性があることも分かりました。

ドライアイスが置かれた棺内に顔を入れると、二酸化炭素が高濃度に存在する空気を吸入してしまう危険性があると考えられ、2023年9月、消費者庁及び国民生活センターは、葬儀で棺の中に顔を入れないこと、線香番等で一人にならないこと等、棺が置かれた環境における注意点を取りまとめ、啓発動画も作成し、消費者に注意を呼び掛けました¹²。

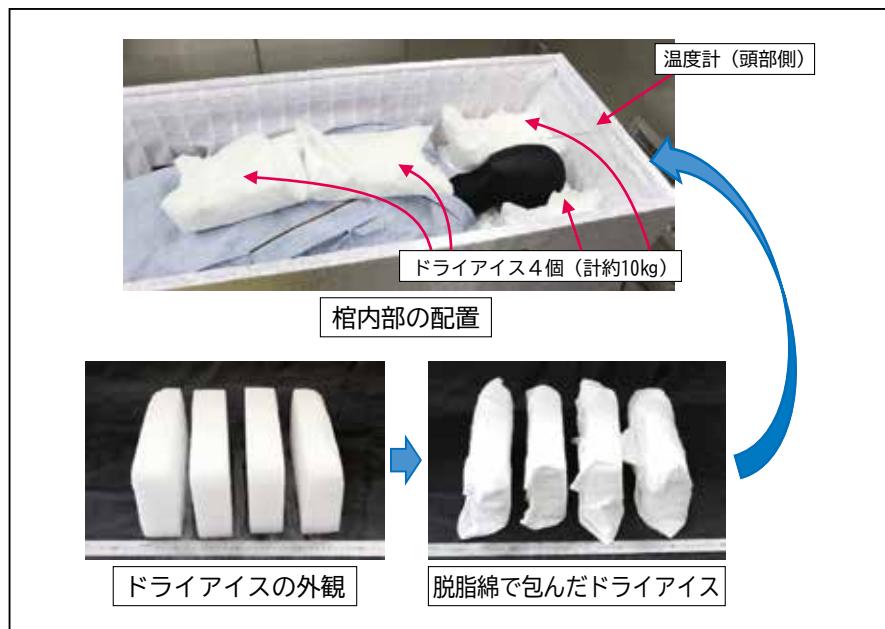
12) 消費者庁・国民生活センター「棺内のドライアイスによる二酸化炭素中毒に注意」（2023年9月21日公表）

図表 I-1-2-9 棺内をのぞき込む様子（事故時のイメージ）



（備考） 消費者庁・国民生活センター「棺内のドライアイスによる二酸化炭素中毒に注意」
(2023年9月21日公表)

図表 I-1-2-10 棺内の二酸化炭素濃度等の測定テスト風景



（備考） 消費者庁・国民生活センター「棺内のドライアイスによる二酸化炭素中毒に注意」(2023年9月21日公表)

スノースポーツ中の事故

全国スキー安全対策協議会の報告¹³によると、スキーとスノーボードの受傷原因は、いずれも「自分で転倒（自己転倒）」が受傷者の約8割を占めており、自己転倒による傷害を種類別にみると、スキーは捻挫が、スノーボードは骨折が最も多くなっていました。また、同傷害を部位別にみると、スキーは下肢のけがが、ス

ノーボードは上肢（肩を含む。）のけがが多くなっていました。なお、自己転倒による頭部の傷害の割合は、スキーに比べてスノーボードが2倍程度高くなっていました（図表 I-1-2-11）。

また、消費者庁が国民生活センターと提携して運用する事故情報データバンクには、これまでスノースポーツ中の事故が139件登録（2023年11月末日時点）されており、スキー関連が90件、スノーボード関連が35件、その他スノースポーツ関連が6件、リフト・ゴンドラ関連が

13) 全国スキー安全対策協議会「2022/2023シーズン スキー場傷害報告書」(2023年6月発行)

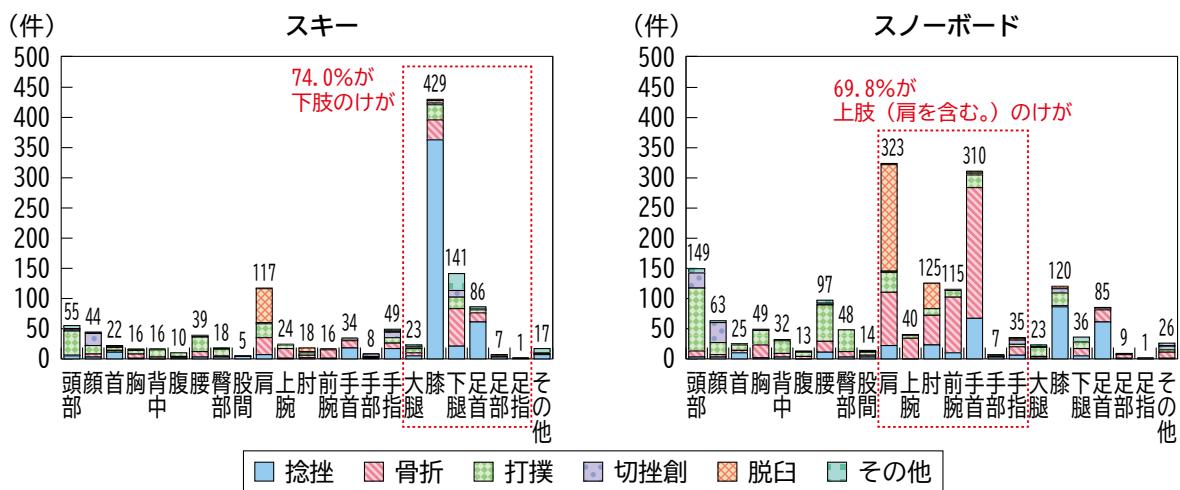
7件、不明が1件となっていました。

これらを踏まえ、消費者庁では、2023年度には新型コロナウイルス感染症の「感染症の予防及び感染症の患者に対する医療に関する法律」(平成10年法律第114号)上の位置付けが5類に変更されて初めてのウィンターシーズンを迎えたことから、スキー・スノーボードの事故を中心としたスノースポーツ中の事故について、注意喚起を実施しました¹⁴ (図表I-1-2-12)。

12)。

特にスキーでは、ビンディング¹⁵の調整(解放値の設定)を誤ると、転倒時に板が外れず大けがにつながる可能性があるため、用具の調整は信頼のにおける店舗等に依頼することのほか、スキー場のルール等を守ること、ヘルメットやプロテクターを正しく着用すること及び使用前に用具の状態を確認することを、消費者に呼び掛けました。

図表I-1-2-11 「自己転倒」時の傷害部位と種類



(備考) 1. 消費者庁「スノースポーツ中の事故に注意—スキー・スノーボードの事故を中心に—」(2023年12月26日)により作成。
2. 2023年2月1日から同月28日までに、全国の46スキー場から報告があった受傷者2,885人のうち、スキーとスノーボードの受傷原因において「自分で転倒」と回答した人(スキー:N=928、スノーボード:N=1,369)の傷害部位及び種類別の件数(複数回答)。

図表I-1-2-12 スノースポーツを行う際の注意点

注意するポイント

- スキー場のルール等を守って安全に楽しみましょう。
- スキー場に行く前に保険への加入を検討しましょう。
- ヘルメットやプロテクターを正しく着用しましょう。
- 用具の調整は信頼のにおける店舗等にお願いしましょう。
- 使用前に用具の状態を確認しましょう。



スノースポーツは、主に自然の中で行うスポーツであるため、自身の技量に加え、自然環境(地形、天候等)等の影響により事故に遭うこともあります。全ての事故を防ぐことはできません。しかし、周囲への配慮や用具の適切な調整・メンテナンス、防具の活用により、事故を防げたり、傷害の程度を軽減できたりすることもあります。

(備考) 消費者庁「スノースポーツ中の事故に注意—スキー・スノーボードの事故を中心に—」(2023年12月26日公表)

14) 消費者庁「スノースポーツ中の事故に注意—スキー・スノーボードの事故を中心に—」(2023年12月26日公表)

15) スキー板にブーツを固定する器具。滑走時にブーツを「保持」する機能と、転倒時等にスキー板からブーツを「解放(リリース)」する機能の相反する機能を持っている。

花火による子供のやけど

夏の風物詩の一つである花火ですが、子供が花火で遊んでいる際にやけどを負ったという事故（以下「花火による子供のやけど事故」という。）が発生しています。主に一般家庭等で使用されることを目的とした花火は、正式には「がん具煙火」と呼ばれ、「おもちゃ花火」とも呼ばれています。この花火で遊ぶ際には、花火のパッケージ等に記載されている使用方法や注意事項を守らないと、やけどを負う危険性があります。

医療機関ネットワークには、花火による子供のやけど事故の情報が2018年度から2022年度までの5年間で、60件寄せられています。事故に遭った被害者の半数以上は1～3歳児であり、中には、着衣への着火を伴った事例がありました。

そこで、国民生活センターでは、医療機関ネットワークに寄せられた事故情報等を基に、花火による子供のやけどや着衣に着火する危険性に関するテストを行いました（図表I-1-2-13）。その結果、向かい風で花火を持った場合、肌の露出が多い服装や履物では、火花等によりやけ

どを負う危険性が高いと考えられること、ぬれた地面等に線香花火の火球が落ちると、はせて火花等が飛び散る危険性があること、スカートの裾に燃えカスが乗ると、着火する可能性があること、温度が低いように見える燃えカスであっても、落下や消火後しばらくはやけどを負うほどの高温であるため、注意が必要と考えられることが分かりました。

このため、2023年6月、3歳以下の子供に花火を持たせることは避けること、花火の風下には立たせないようにし、風が強い場合は花火で遊ばせないようにすること等について、啓発動画も作成し、消費者への注意喚起等を行いました¹⁶。

図表I-1-2-13 花火で遊ぶ際の危険な状況を想定したテスト



2歳児相当（身長約90cm）のダミー人形に持たせた吹出花火の火花等が、向かい風によって身体に降りかかる様子。

- 風速1～2m/sの風を当てたところ、火花等が下半身を中心に降りかかる様子がみられた（写真左）。
- 花火を上方約45°に上げた場合、火花は腹部等にも及んだ（写真右）。

（備考）国民生活センター「花火による子どものやけどに注意しましょう－3歳以下の子どもの事故が多く発生、着衣に着火した事例も－」（2023年6月14日公表）

16) 国民生活センター「花火による子どものやけどに注意しましょう－3歳以下の子どもの事故が多く発生、着衣に着火した事例も－」（2023年6月14日公表）

第3節 消費生活相談の概況

(1) 2023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

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、2023年は90.9万件であり、前年（87.6万件）より増加しました。架空請求に関する相談件数は、2023年は1.6万件であり、前年（1.6万件）と同程度の相談件数でした（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100万件を超えるました。

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

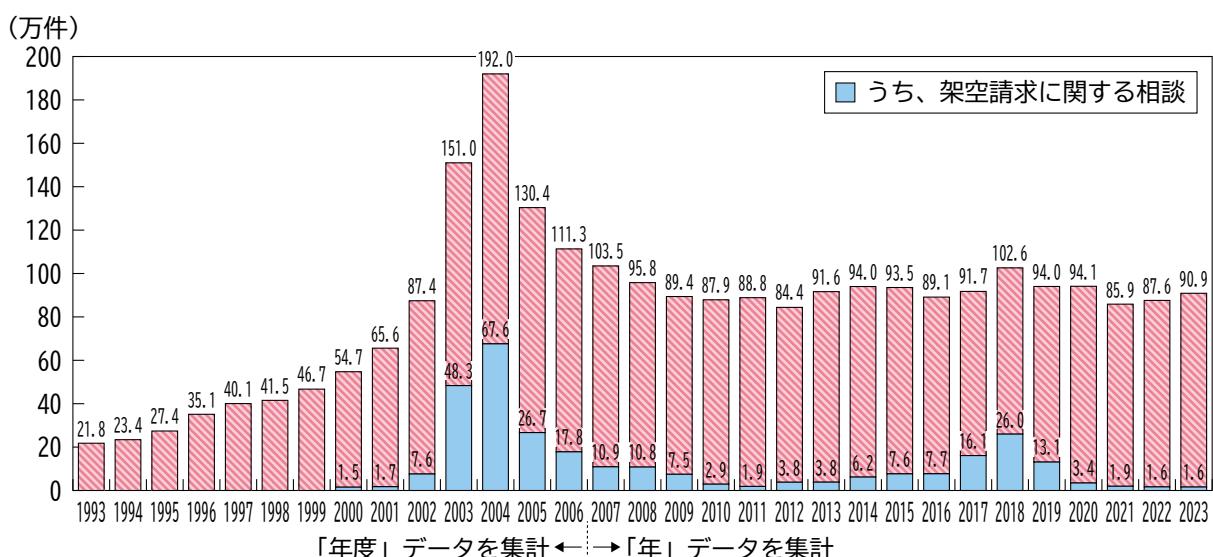
7月消費者政策会議決定）に基づき、関係省庁等は一体となって、架空請求による消費者被害の未然防止・拡大防止を図る対策を講じてきました。その後、架空請求に関する相談件数は2019年に減少に転じ、2023年は、架空請求に関する相談の集計が始まって以来最も件数が少ない2000年度と同程度まで減少しました。

属性別にみた2023年の相談状況

2023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30.5%を占めています。10歳ごとの区分でみると、2023年は、50歳代が15.9%と最も多く、次いで60歳代及び70歳代が共に14.7%でした。性別では、女性が50.7%、男性が43.7%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、全年代、同程度の水準で推移しています（図表 I-1-3-3）。

図表 I-1-3-1 消費生活相談件数の推移

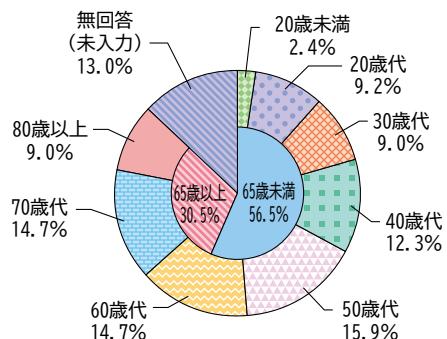


（備考） 1. PIO-NETに登録された消費生活相談情報（2024年3月31日までの登録分）。
 2. 2007年から2023年は「年」データを集計。なお、1993年度から2006年度は、国民生活センター「消費生活年報2022」による「年度」データを集計。
 3. 「架空請求」とは、身に覚えのない代金の請求に関するもの。2000年度から集計。
 4. 2007年以降は経由相談のうち「相談窓口」を除いた相談件数を集計。

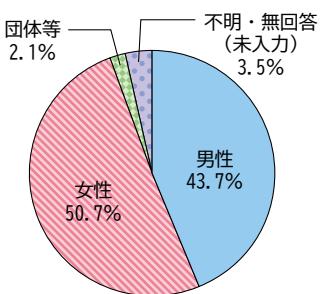
図表 I-1-3-2

消費生活相談の契約当事者の属性（2023年）

年齢層別



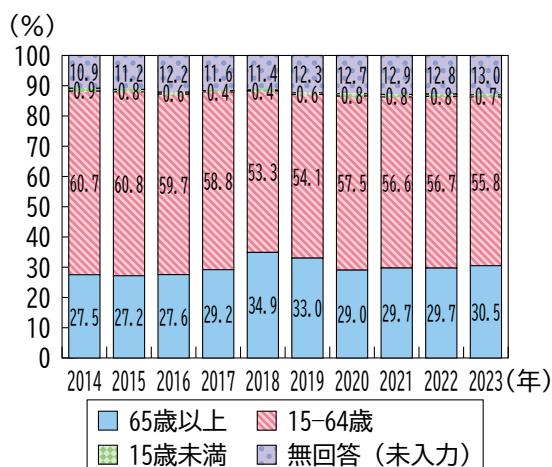
性別



（備考） PIO-NETに登録された消費生活相談情報（2024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（2024年3月31日までの登録分）。

消費生活相談1件当たりの平均契約購入金額は83.0万円

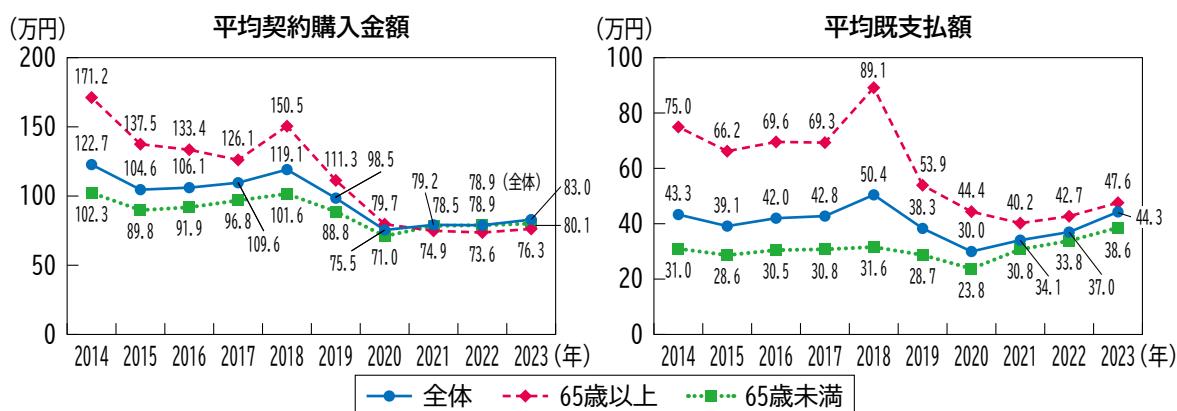
2023年に寄せられた消費生活相談1件当たりの平均金額をみると、全体では、請求された又は契約した金額である「平均契約購入金額」が83.0万円、実際に支払った金額である「平均既支払額」が44.3万円でした。

また、「平均契約購入金額」及び「平均既支払額」は共に昨年より増加しています（図表 I-1-3-4）。

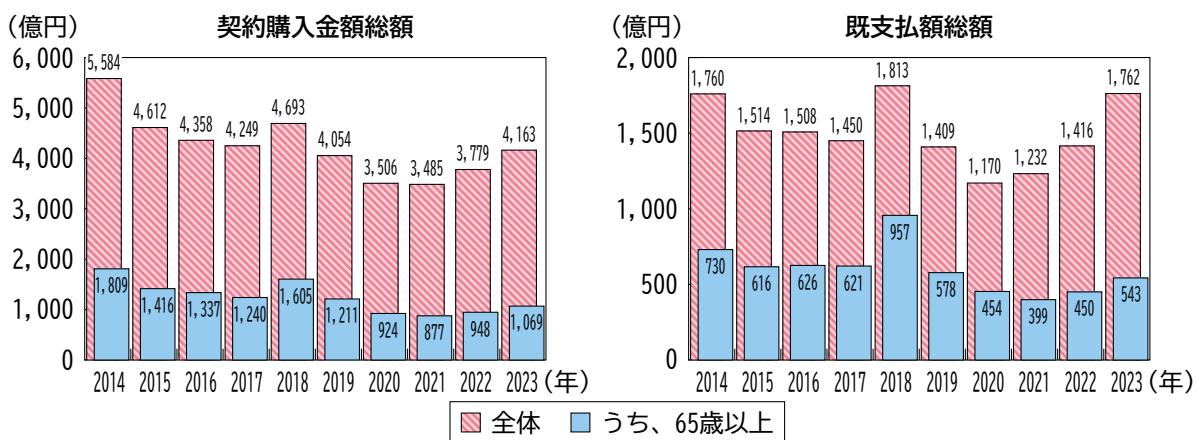
また、消費生活相談の契約購入金額及び既支払額それぞれの総額をみると、2023年は、「契約購入金額総額」は4,163億円、「既支払額総額」は1,762億円であり、共に昨年より増加しています。65歳以上の高齢者は、「契約購入金額総額」では1,069億円と全体の25.7%を占め、「既支払額総額」では543億円と全体の30.8%を占めています（図表 I-1-3-5）。

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）



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（2024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

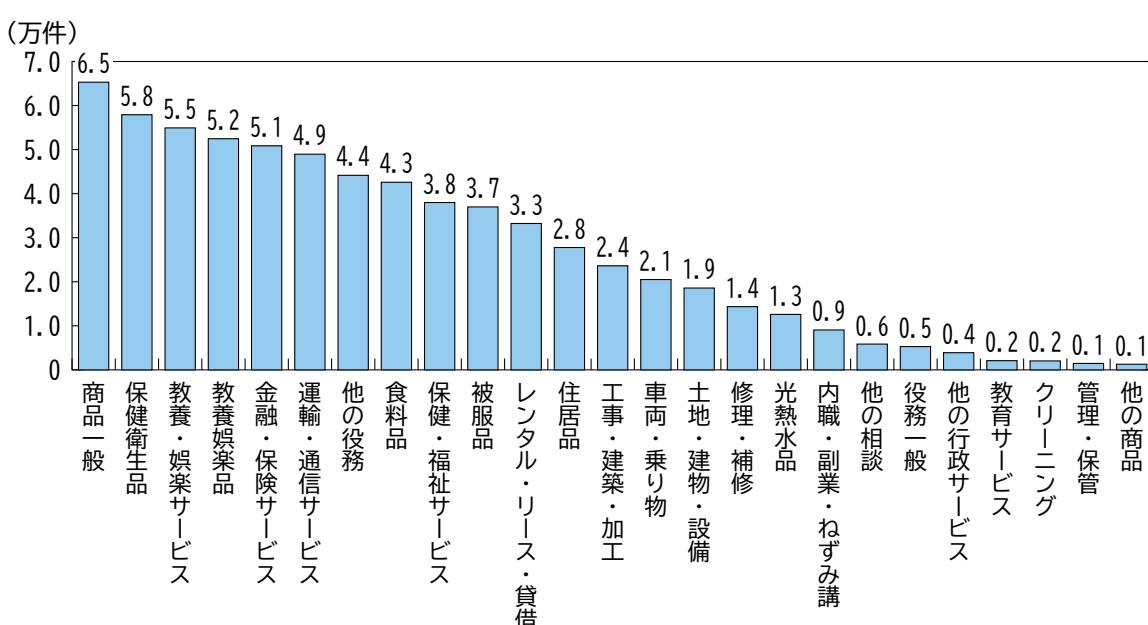
2023年4月から同年12月までの消費生活相談件数を商品別分類別にみると、相談件数が最も多いのは、「商品一般」（迷惑メールや不審な電話、覚えのない荷物や架空請求に関する相談を含む。）でした。2番目は「保健衛生品」（化粧品に関する相談を含む。）、3番目は「教養・娯楽サービス」（アダルト情報や出会い系サイト・アプリ、インターネットゲームや情報配信サービスに関する相談を含む。）でした（図表

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、「不動産賃借」に関する相談件数が多く、解約時に高額な違約金や修理代金を請求されたりするなどの相談がみられます（図表 I-1-3-7）。

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「役務その他サービス」等が上位にみられます（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（2023年4-12月）



(備考) 1. PIO-NETに登録された消費生活相談情報（2024年3月31日までの登録分）。

2. 2023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-1-3-7

消費生活相談の商品・サービス別上位件数（年齢層別・2023年4-12月）

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	673,766	総件数	206,012
1	商品一般	65,305	商品一般	23,767
2	不動産賃借	29,339	工事・建築	10,889
3	工事・建築	23,009	基礎化粧品	7,147
4	基礎化粧品	18,662	役務その他サービス	6,529
5	役務その他サービス	18,210	他の健康食品	6,523
6	他の健康食品	16,560	携帯電話サービス	5,470
7	フリーローン・サラ金	15,091	インターネット接続回線	4,933
8	インターネット接続回線	13,694	修理サービス	4,923
9	修理サービス	13,259	頭髪用化粧品	4,699
10	携帯電話サービス	12,575	不動産賃借	3,684

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	15,733	総件数	62,593	総件数	60,839	総件数	81,980
1	インターネットゲーム	3,733	エステティックサービス	7,580	不動産賃借	5,811	商品一般	6,024
2	エステティックサービス	975	不動産賃借	4,692	商品一般	3,525	不動産賃借	4,634
3	商品一般	783	商品一般	3,191	エステティックサービス	2,038	フリーローン・サラ金	2,304
4	他の健康食品	507	他の内職・副業	3,007	フリーローン・サラ金	1,718	四輪自動車	2,046
5	異性交際関連サービス	476	役務その他サービス	2,311	四輪自動車	1,574	他の健康食品	2,012
6	基礎化粧品	446	フリーローン・サラ金	2,052	役務その他サービス	1,530	工事・建築	1,978
7	他の内職・副業	392	医療サービス	1,830	工事・建築	1,349	基礎化粧品	1,937
8	アダルト情報	376	異性交際関連サービス	1,599	インターネット接続回線	1,321	役務その他サービス	1,732
9	他の化粧品	368	四輪自動車	1,442	医療サービス	1,290	修理サービス	1,542
10	他の娯楽等情報配信サービス	301	金融コンサルティング	1,109	他の内職・副業	1,288	インターネット接続回線	1,526

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	105,384	総件数	97,792	総件数	99,118	総件数	61,102
1	商品一般	9,079	商品一般	10,034	商品一般	12,054	商品一般	6,903
2	基礎化粧品	4,359	基礎化粧品	4,988	工事・建築	4,712	工事・建築	4,302
3	不動産賃借	4,224	工事・建築	3,730	基礎化粧品	3,603	他の健康食品	2,378
4	他の健康食品	3,250	他の健康食品	3,067	役務その他サービス	3,335	役務その他サービス	1,863
5	工事・建築	3,111	頭髪用化粧品	3,013	携帯電話サービス	2,797	新聞	1,777
6	フリーローン・サラ金	2,623	役務その他サービス	2,533	他の健康食品	2,739	修理サービス	1,754
7	頭髪用化粧品	2,544	不動産賃借	2,365	インターネット接続回線	2,577	携帯電話サービス	1,683
8	四輪自動車	2,376	フリーローン・サラ金	2,149	頭髪用化粧品	2,490	基礎化粧品	1,235
9	役務その他サービス	2,117	インターネット接続回線	2,133	修理サービス	2,308	インターネット接続回線	1,234
10	インターネット接続回線	2,080	携帯電話サービス	1,895	不動産賃借	1,833	固定電話サービス	1,102

(備考) 1. PIO-NETに登録された消費生活相談情報（2024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. 2023年4月から同年12月までの消費生活相談情報を集計。

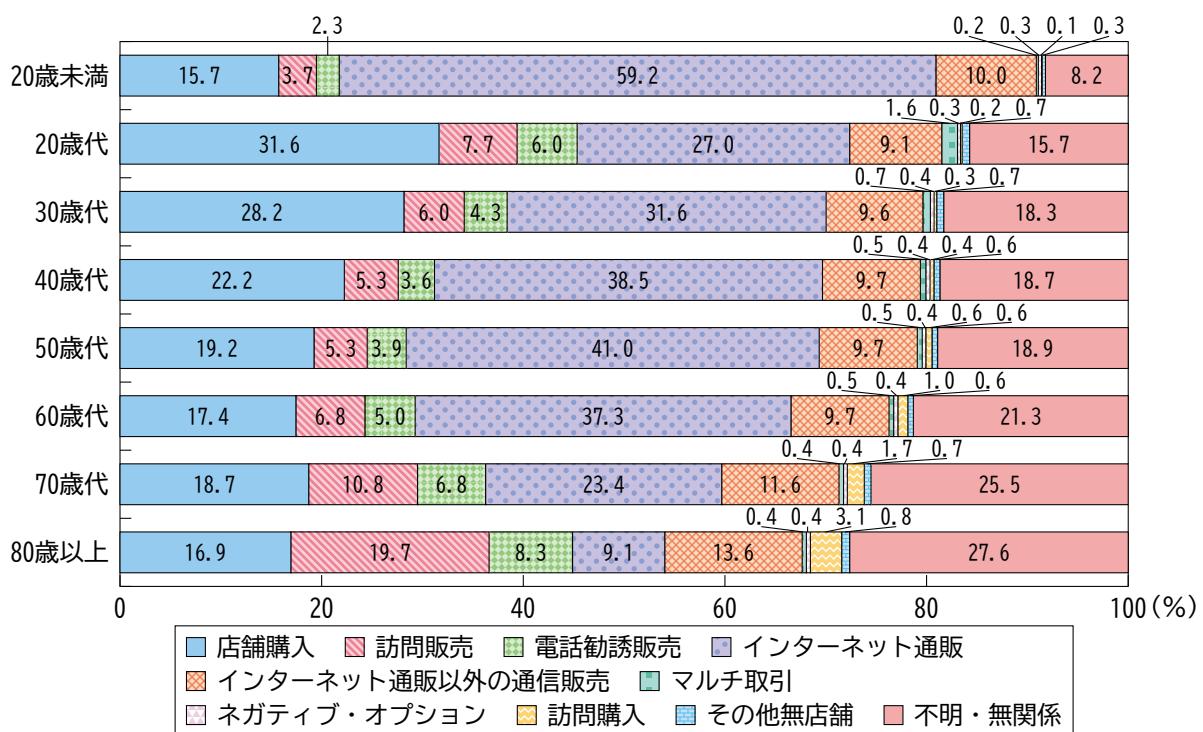
販売購入形態別にみた消費生活相談の状況

販売購入形態別に消費生活相談の割合の変化をみると、2023年は「インターネット通販」の割合が増加した一方で、「店舗購入」の割合は2022年より減少しました（図表 I-1-3-13）。

年齢層別に特徴をみると、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-1-3-8）。

図表 I-1-3-8 消費生活相談の販売購入形態別割合（年齢層別・2023年）



(備考) 1. PIO-NETに登録された消費生活相談情報（2024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に関する相談も、消費生活相談情報では「インターネット通販」に分類されるため、データの見方には注意が必要。

若者の相談：「脱毛エステ」等の美容や、内職・副業等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あります。

若者（15-29歳）の消費生活相談件数を商品・サービス別にみると、男女共に美容や暮らし、内職・副業に関する相談や、「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。

15-19歳は、男性が「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。また、女性は「脱毛エステ」等の美容に関する相談が上位にみられます。

20-24歳は、美容に関する相談のほか、男女共に、「賃貸アパート」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」に関する相談が上位にみられます。

25-29歳は、20-24歳と同様に、男女共に、暮らしや美容、内職・副業に関する相談が上位にみられます（図表 I-1-3-9）。

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、様々な脆弱性を抱えている人がいます。こうした脆弱性につけ込まれ、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¹⁷。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。

17) 消費者庁「令和4年版消費者白書」

図表 I-1-3-9 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・2023年4-12月)

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
1	インターネットゲーム	611	1	賃貸アパート	776	1	賃貸アパート	1,432
2	商品一般	342	2	商品一般	744	2	商品一般	770
3	出会い系サイト・アプリ	248	3	他の内職・副業	612	3	フリーローン・サラ金	679
4	役務その他サービス	156	4	フリーローン・サラ金	588	4	医療サービス	514
5	アダルト情報	141	5	役務その他サービス	578	5	普通・小型自動車	463
6	他の内職・副業	135	6	出会い系サイト・アプリ	467	6	役務その他サービス	448
7	他の健康食品	132	7	普通・小型自動車	426	7	他の内職・副業	349
8	他の娯楽等情報配信サービス	122	8	医療サービス	346	8	修理サービス	257
9	賃貸アパート	110	9	金融コンサルティング	310	9	出会い系サイト・アプリ	234
10	普通・小型自動車	94	10	脱毛エステ	282	10	電気	223
10	脱毛エステ	94						

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
1	脱毛エステ	763	1	脱毛エステ	3,606	1	脱毛エステ	2,454
2	商品一般	286	2	他の内職・副業	1,220	2	賃貸アパート	1,369
3	他の内職・副業	247	3	商品一般	847	3	他の内職・副業	815
4	他の健康食品	237	4	賃貸アパート	802	4	商品一般	813
5	出会い系サイト・アプリ	185	5	役務その他サービス	754	5	役務その他サービス	522
6	医療サービス	166	6	医療サービス	490	6	医療サービス	472
7	コンサート	148	7	出会い系サイト・アプリ	471	7	フリーローン・サラ金	368
8	インターネットゲーム	127	8	金融コンサルティング	405	8	出会い系サイト・アプリ	295
9	賃貸アパート	106	9	フリーローン・サラ金	402	9	金融コンサルティング	268
10	役務その他サービス	91	10	電気	274	10	スポーツ・健康教室	218

黄色 : 娯楽に関するもの

緑色 : 借金に関するもの

黄緑色 : 暮らしに関するもの

青色 : 自動車に関するもの

紫色 : 内職・副業

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(2024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。
4. 2023年4月から同年12月までの消費生活相談情報を集計。

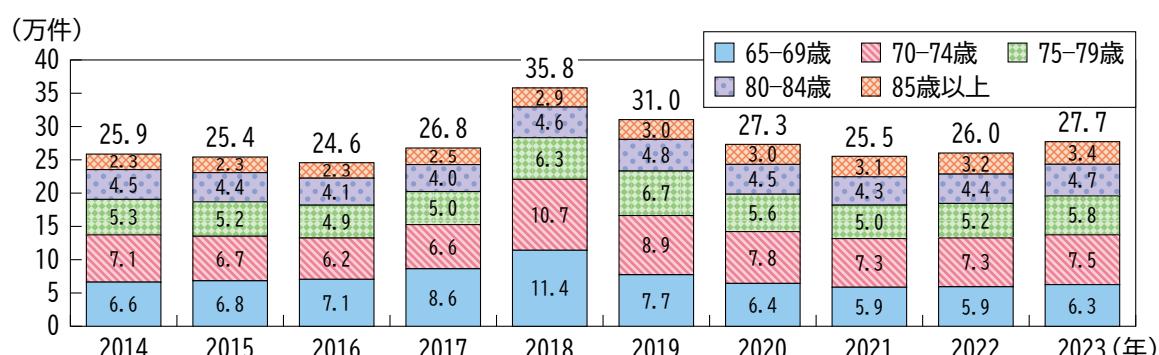
高齢者の消費生活相談の全体的な傾向

高齢者の消費生活相談件数の推移をみると、2018年(35.8万件)をピークに減少し、2023年は27.7万件となりました(図表I-1-3-10)。

65歳以上の高齢者の消費生活相談件数を商

品・サービス別にみると、いずれの年齢区分でも、「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が含まれる)、「役務その他サービス」(有料質問サイト、電話回線のアナログ戻しサービス¹⁸、パソコンやセキュリティのサポートが含まれる)、健康食品に関する相談が上位にみられます。

図表 I-1-3-10 高齢者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(2024年3月31日までの登録分)。
2. 契約当事者が65歳以上の相談。

65-74歳は、男性は「フリーローン・サラ金」のほか、「携帯電話サービス」や「光ファイバー」といった通信サービスに関する相談が上位にみられます。女性は「乳液」や「化粧クリーム」、「ファウンデーション」といった化粧品に関する相談が上位にみられ、これらにはインターネット通販での定期購入に関する相談が含まれています。

75-84歳は、男女共に、「屋根工事」に関する相談と、「携帯電話サービス」に関する相談が上位にみられます。また、女性は、65-74歳の女性と比べると、化粧品に関する相談の順位が下がります。

85歳以上では、男女共に、75-84歳の順位と比べると、「新聞」に関する相談の順位が上がっています（図表 I-1-3-11）。

図表 I-1-3-11 高齢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・2023年4-12月)

男性						
65-74歳			75-84歳		85歳以上	
順位	商品・サービス	件数	順位	商品・サービス	件数	順位
	総件数	50,277		総件数	36,753	
1	商品一般	5,797	1	商品一般	4,773	1
2	役務その他サービス	1,865	2	役務その他サービス	1,747	2
3	他の健康食品	1,557	3	携帯電話サービス	1,113	3
4	フリーローン・サラ金	1,293	4	屋根工事	1,080	4
5	携帯電話サービス	1,256	5	他の健康食品	1,067	5
6	光ファイバー	1,146	6	修理サービス	922	6
7	修理サービス	1,044	7	光ファイバー	836	7
8	アダルト情報	1,020	8	金融関連サービスその他	713	8
9	屋根工事	954	9	電気	674	9
10	金融関連サービスその他	861	10	フリーローン・サラ金	655	10

女性						
65-74歳			75-84歳		85歳以上	
順位	商品・サービス	件数	順位	商品・サービス	件数	順位
	総件数	50,385		総件数	42,456	
1	商品一般	5,564	1	商品一般	4,972	1
2	他の健康食品	1,366	2	他の健康食品	1,393	2
3	乳液	1,294	3	携帯電話サービス	1,211	3
4	役務その他サービス	1,234	4	修理サービス	1,144	4
5	携帯電話サービス	1,224	5	屋根工事	1,000	5
6	化粧クリーム	1,210	6	役務その他サービス	995	6
7	養毛剤	1,096	7	新聞	884	7
8	修理サービス	1,021	8	乳液	730	8
9	ファウンデーション	874	9	養毛剤	655	9
10	フリーローン・サラ金	779	10	電気	629	10

黄色 : 通信サービスに関するもの

緑色 : 健康食品

ピンク色 : 化粧品

紫色 : 屋根工事

青色 : 金融に関するもの(借金やクレジットカードを含む。)

- (備考) 1. PIO-NETに登録された消費生活相談情報（2024年3月31日までの登録分）。
- 品目は商品キーワード（下位）。
 - 色分けは相談内容の傾向を消費者庁で分類したもの。
 - 2023年4月から同年12月までの消費生活相談情報を集計。

18) 光回線をアナログ回線（アナログ信号によって通信する従来型の電話回線）に戻すこと。「アナログ回線（アナログ電話）に戻せば料金が安くなる」等と勧誘し、手続代行やオプションサービスの料金として高額な請求をするトラブルがみられる。

認知症等の高齢者や障害者等の見守りが重要

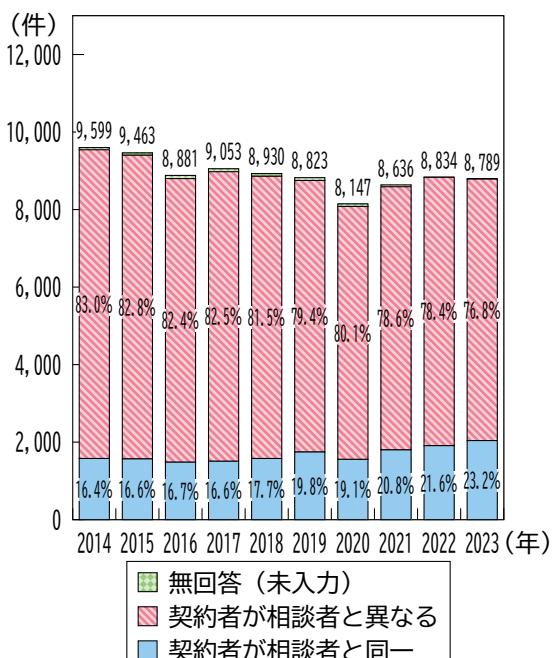
認知症等の高齢者¹⁹⁾の消費生活相談をみると、高齢者全体とは異なる傾向を示しています。本人から相談が寄せられる割合は、高齢者全体では約8割²⁰⁾ですが、認知症等の高齢者では約2割にとどまっています（図表I-1-3-12）。

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-1-3-13）。

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、「高齢で認知症の義母が訪問販売によって高額な布団の契約をした」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。

図表I-1-3-12

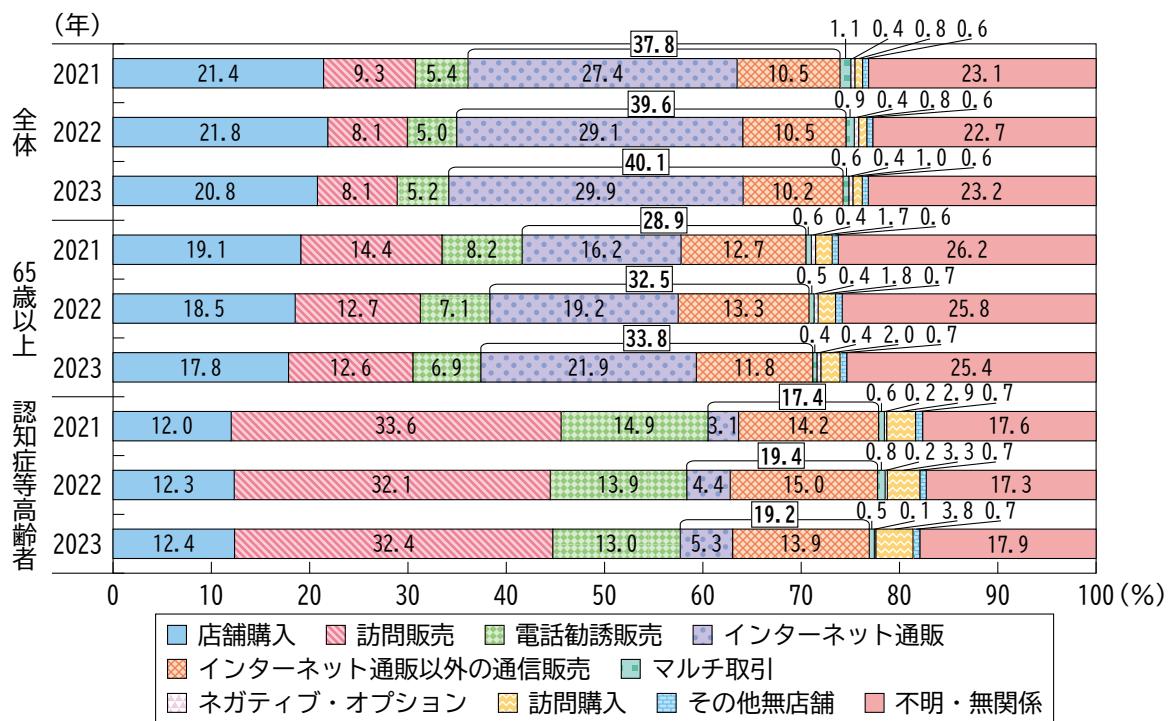
認知症等の高齢者の消費生活相談件数の推移



（備考） 1. PIO-NETに登録された消費生活相談情報（2024年3月31日までの登録分）。
2. 契約当事者が65歳以上の「判断不十分者契約」に関する相談。

図表I-1-3-13

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（2024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に関する相談も、消費生活相談情報では「インターネット通販」に分類されるため、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（「判断不十分者契約」）。

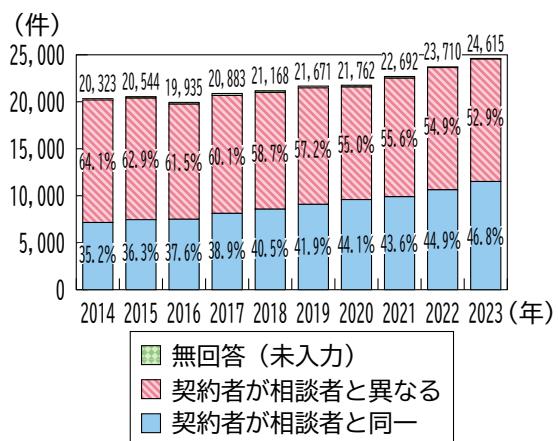
20) PIO-NETに登録された消費生活相談情報（2024年3月31日までの登録分）では82.1%。

障害者等²¹⁾の消費生活相談は、本人から相談が寄せられる割合は約5割という状況であり、消費生活相談全体では約8割²²⁾であるのに比べて割合が低くなっています（図表I-1-3-14）。

具体的な相談事例としては、「障害のある娘が矯正歯科のカウンセリングを受けに行きその場で高額な契約をしてしまった」、「知的障害のある息子がキャリア決済でゲーム課金をしてしまった」等、判断力の不足や契約内容への理解不足によっ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していくことが必要であると考えられます。

図表I-1-3-14

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（2024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。

（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

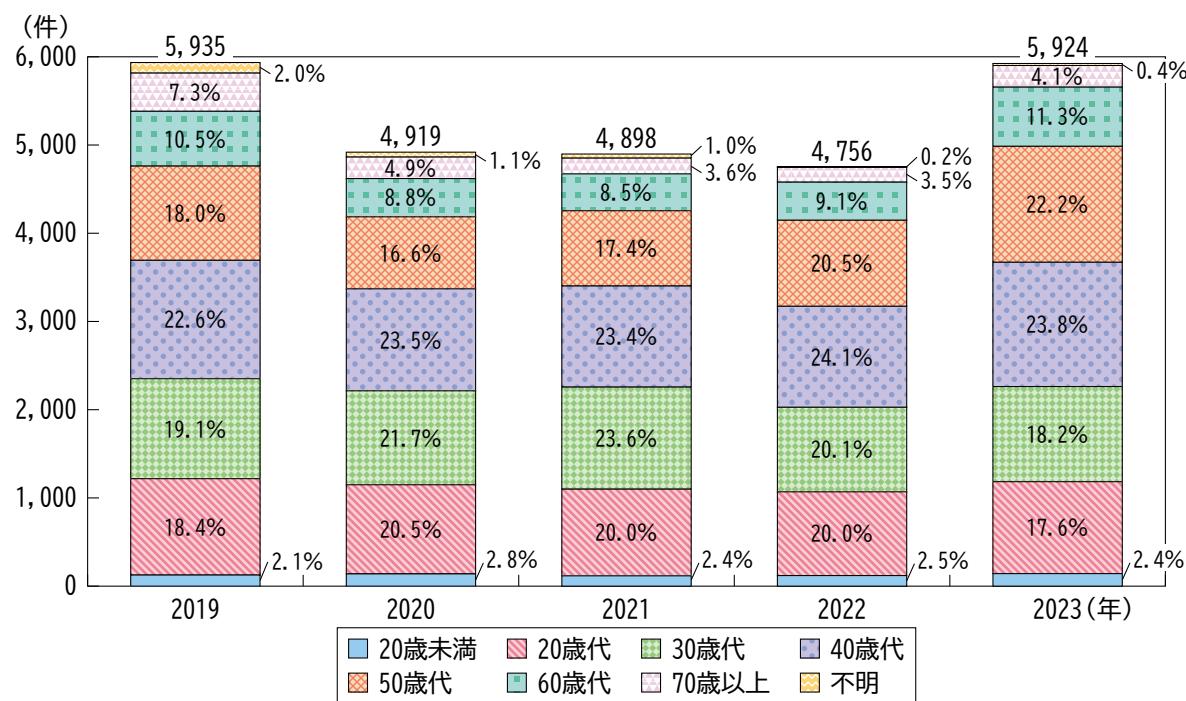
CCJが受け付けた相談件数について、2020年以降は相談件数が5,000件を下回る状況が続いていましたが、2023年は5,924件となり、前年（4,756件）よりも増加しました。年齢層別にみると、最も高い割合を占めているのは40歳代（23.8%）でした。一方で、70歳以上の割合は4.1%と低くなっています（図表I-1-3-15）。

21) 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。

22) PIO-NETに登録された消費生活相談情報（2024年3月31日までの登録分）では82.0%。

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-1-3-15 CCJが受け付けた相談件数と年齢層別相談割合の推移



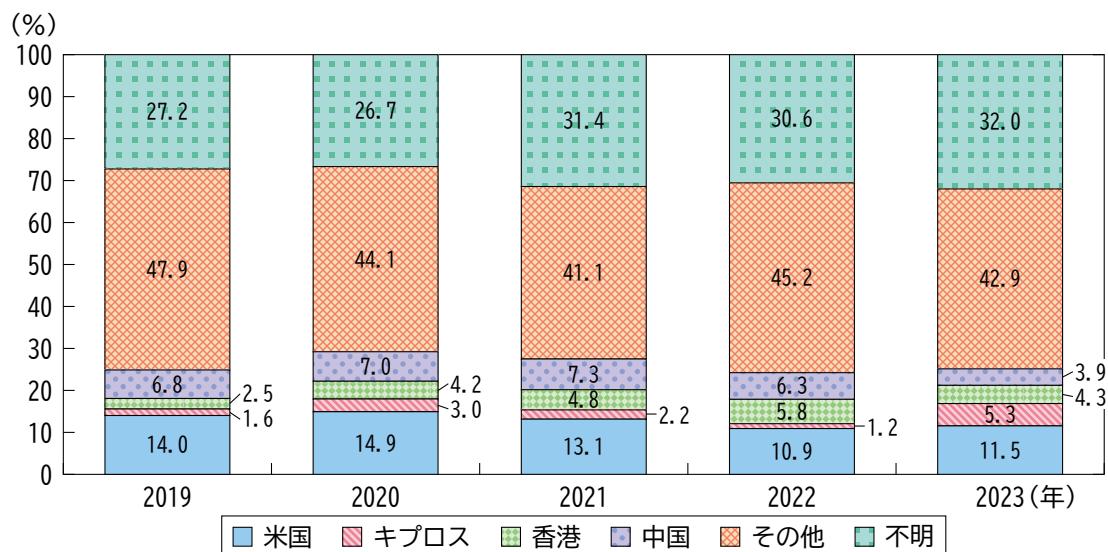
(備考) 1. 2019年から2023年までにCCJが受け付けた相談（2024年1月5日検索分）。
2. 2020年は4月10日18時から6月1日9時30分まで、新型コロナウイルス感染症感染拡大防止措置のために相談受付を休止していたため、他の年より受付期間が短い。

事業者所在国・地域は「米国」、「キプロス」、「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、2023年は米国が11.5%（684件）で最も多く、キプロス（5.3%、315件）、香港（4.3%、257件）、中国（3.9%、233件）と続きます（図表 I-1-3-16）。

図表 I-1-3-16 CCJが受け付けた相談の事業者所在国・地域別割合の推移



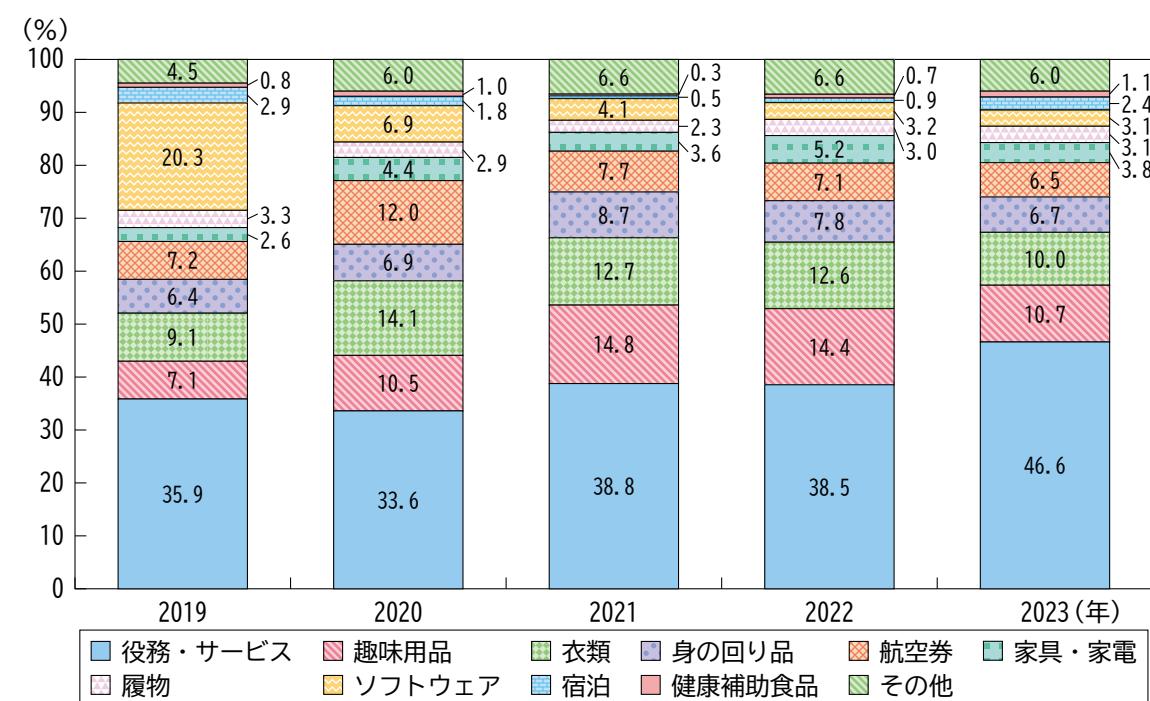
(備考) 1. 2019年から2023年までにCCJが受け付けた相談（2024年1月5日検索分）。
2. 2020年は4月10日18時から6月1日9時30分まで、新型コロナウイルス感染症感染拡大防止措置のために相談受付を休止していたため、他の年より受付期間が短い。

「役務・サービス」、「趣味用品」、「衣類」の割合が高い

2023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46.6%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旅行の予約に関する相談がみられました。

2番目は「趣味用品」（10.7%）で、自転車や自動車部品の未着による返金に関する相談や、玩具（おもちゃ）の商品未着に関する相談がみられました。3番目は「衣類」（10.0%）で、コートや洋服等の商品未着や商品違いに関する相談がみられました（図表 I-1-3-17）。

図表 I-1-3-17 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. 2019年から2023年までにCCJが受け付けた相談（2024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) 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、出会い系サイトやマッチングアプリ等をきっかけとする投資詐欺。

第4節 消費生活相談のトピックス

本節では、2023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

成年年齢引下げと消費生活相談

2022年4月1日の成年年齢引下げ以降、消費者教育の実践・定着に向けた社会人も含めた若年者への取組が推進されています。

2021年から2023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、内職・副業等に関する相談が多い

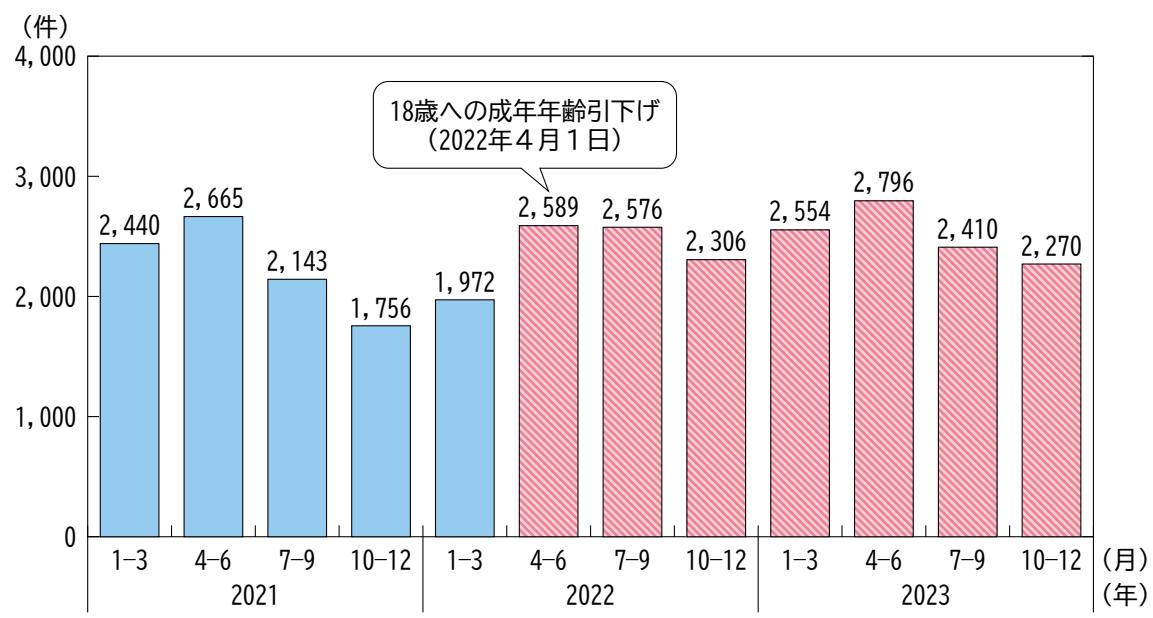
18歳・19歳で消費生活相談件数の多い商品・サービスをみると、2023年4月から同年12月ま

では男女共に、「出会い系サイト・アプリ」に関する相談が多くなりました。相談の中には、「SNSで知り合った異性に誘導された出会い系サイトで、個人情報をやり取りする為に高額な支払をさせられた」、「異性の悩みを聞いて報酬が得られる出会い系サイトに登録した。報酬を受け取るために課金したが、報酬が得られないため返金してほしい」といったケース（相談事例の紹介については、国民生活センターによる注意喚起において言及されたもの等から消費者庁が抽出。以下同様。）がありました。

また、女性は前年に引き続き「脱毛エステ」等の美容に関する相談が多く、「契約した脱毛サロンが倒産したため、解約し今後の支払を止めたい」、「娘が脱毛エステで高額な契約をしたので解約させたいが可能か」等の相談が寄せられています。

そのほかには、内職・副業の相談、「賃貸アパート」や「電気」といった暮らし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）



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（2023年4-12月）

順位	男性		女性		
	商品・サービス	件数	商品・サービス	件数	
	総件数	3,301	総件数	4,097	
1	出会い系サイト・アプリ	218	1	脱毛エステ	722
2	商品一般	203	2	他の内職・副業	228
3	役務その他サービス	138	3	商品一般	187
4	他の内職・副業	127	4	出会い系サイト・アプリ	169
5	賃貸アパート	109	5	医療サービス	140
6	インターネットゲーム	94	6	賃貸アパート	102
7	普通・小型自動車	93	7	コンサート	88
8	脱毛エステ	92	8	他の健康食品	84
9	電気	87	9	電気	82
10	他の娯楽等情報配信サービス	85	10	役務その他サービス	78

黄色：娯楽に関するもの

黄緑色：暮らしに関するもの

紫色：内職・副業

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（2024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。
 4. 2023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、18歳・19歳が消費者トラブルの被害に遭わないよう、若年者への注意喚起等を掲載するための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

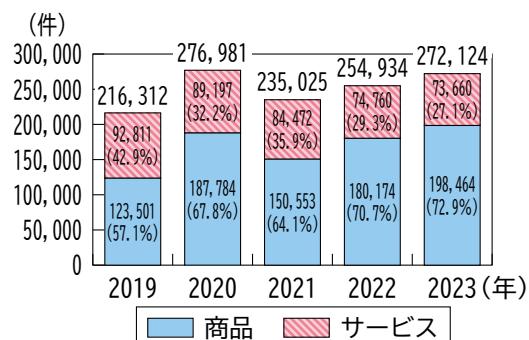
（2）インターネット通販やSNSに関する消費生活相談

インターネット通販に関する消費生活相談

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。2023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-1-4-3）。

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)

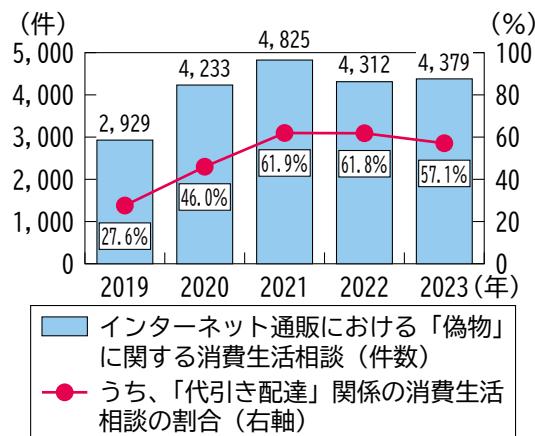


- （備考） PIO-NETに登録された消費生活相談情報（2024年3月31日までの登録分）。

インターネット通販における「偽物²⁵」に関する相談のうち、「代引き配達」(以下「代引き配達」という。)に関する相談は、2021年には6割を占め、その後は2023年にかけて減少したものの、依然として5割以上となっています(図表I-1-4-4)。

図表I-1-4-4

「代引き配達」関係の消費生活相談の割合の推移



(備考) PIO-NETに登録された消費生活相談情報(2024年3月31日までの登録分)。

インターネット通販では、消費者は通販サイトの写真や情報を基に申し込むことになりますが、「ネット広告を見てブランドの財布を注文した。代引き配達で届いた商品を確認したら偽物だった」、「ネット通販で購入したジャケットが代引き配達で届いたが、広告と全く違う粗悪品で偽物だった」といった相談が寄せられています。「代引き配達」の場合、消費者は宅配業者に代金を支払ってから荷物を受け取り、開封して初めて商品を確認することになるため、代金を支払う前に商品が「本物」か「偽物」かを確認することができません。代金を支払った後に商品が「偽物」と分かって、宅配業者等に返金を求めても返金されません。

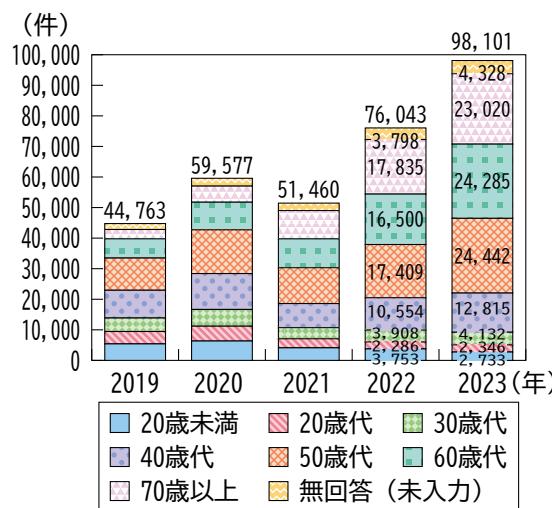
国民生活センターでは、代引き配達による被害に遭わないよう、消費者に注意喚起を実施しています²⁶。

「定期購入」に関する消費生活相談

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、2023年は9万8,101件となりました。年齢層別にみると、50歳代以上の年齢層が占める割合が大きい傾向にあります(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(年別・年齢層別)



(備考) 1. PIO-NETに登録された消費生活相談情報(2024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。

なお、月別の件数をみると、2023年1月から同年3月までは各月1万件を超えたものの、同年6月以降は約5,500件から6,500件程度で推移しました(図表I-1-4-6)。

2023年4月から同年12月まで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-1-4-7)。

具体的な事例としては、「1回のつもりで美容クリームを購入したが、後で定期購入品だと分かった。解約したいが電話がつながらない」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注文しているケースがみられ、解約

25) コピー商品等の模倣品、偽ブランド品、偽造品を始め、CD・DVD、パソコンソフト等の海賊版や健康食品・医薬品の偽造品等。

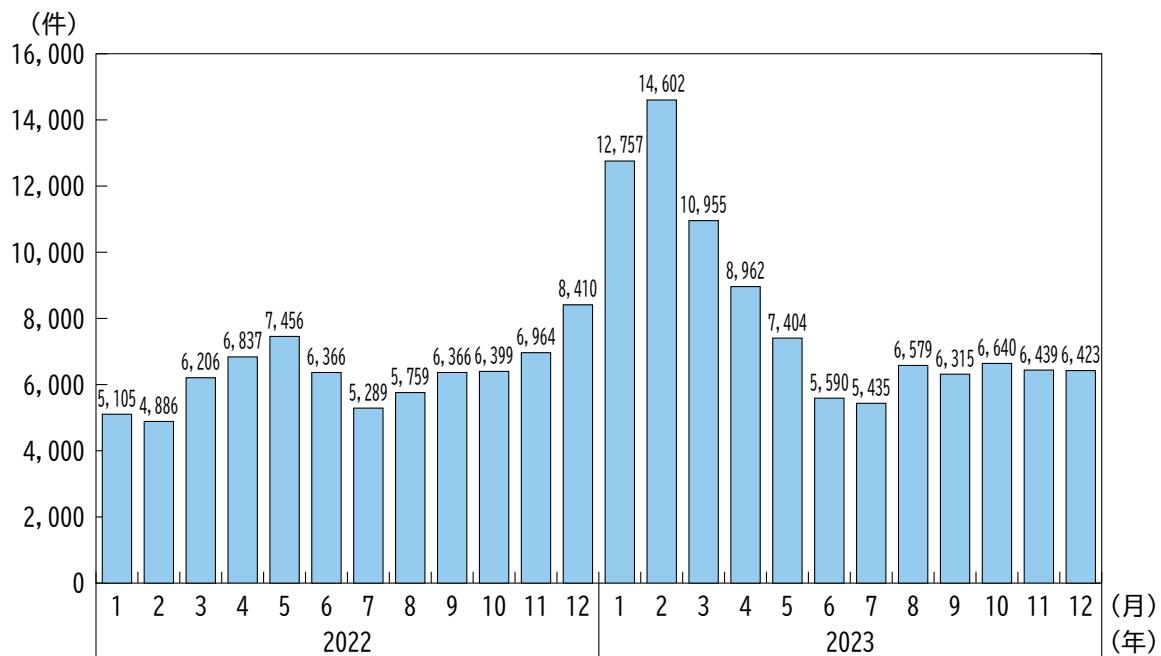
26) 国民生活センター「偽物が届くインターネット通販トラブルで“代引き配達”的利用が増加しています！！」(2023年4月26日公表)

したくとも事業者と連絡が取れないといった相談がみられます。

また、「定期縛りなしのファウンデーションを購入したが、2回目以降でないと解約できな

いと言われた」、「初回だけで解約したはずの定期購入の化粧品が再度届いた」等、解約をめぐる相談もみられます。

図表 I-1-4-6 「定期購入」に関する消費生活相談件数の推移（月別）



(備考) 1. PIO-NETに登録された消費生活相談情報（2024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。

図表 I-1-4-7 「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（2023年4-12月）

順位	商品・サービス	件数	割合
1	他の健康食品	11,202	18.7%
2	化粧クリーム	5,847	9.8%
3	養毛剤	5,408	9.0%
4	乳液	5,234	8.8%
5	ファウンデーション	4,576	7.7%
6	電子タバコ	2,881	4.8%
7	シャンプー	2,435	4.1%
8	歯みがき粉	2,333	3.9%
9	パック	2,189	3.7%
10	化粧品（全般）	1,809	3.0%

順位	商品・サービス	件数	割合
11	健康食品（全般）	1,782	3.0%
12	化粧品その他	1,463	2.4%
13	洗顔クリーム	1,111	1.9%
14	化粧水	803	1.3%
15	酵素食品	791	1.3%
16	防虫・殺虫用品	701	1.2%
17	毛髪着色料	612	1.0%
18	染毛剤	450	0.8%
19	脱毛剤	416	0.7%
20	基礎化粧品（全般）	362	0.6%

黄緑色 : 健康食品

ピンク色 : 化粧品

(備考) 1. PIO-NETに登録された消費生活相談情報（2024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）。
4. 2023年4月から同年12月までの消費生活相談情報を集計。

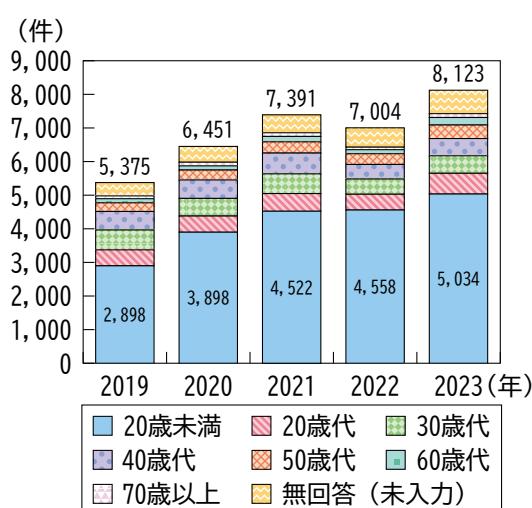
20歳未満が過半数を占める 「インターネットゲーム」の消費生活相談

第1部第1章第3節でみてきたように、20歳未満の商品・サービス別消費生活相談件数では「インターネットゲーム」が最多でした（図表I-1-3-7）。2023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、前年より増加しました。2019年以降、20歳未満が相談全体の過半数を占める傾向は変わりません（図表I-1-4-8）。

具体的な事例としては、「中学生の子供がキャリア決済でオンラインゲームに高額課金をしていた」、「小学生の息子がオンラインゲームにキャリア決済で課金し高額な代金請求を受けた」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。

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）



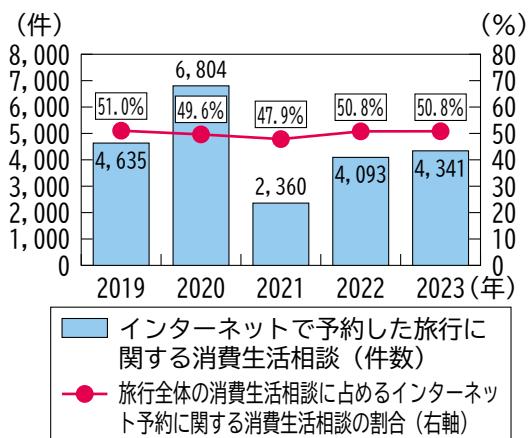
（備考） PIO-NETに登録された消費生活相談情報（2024年3月31日までの登録分）。

インターネットで予約したホテルや航空券に関する消費生活相談

新型コロナウイルス感染症の感染症法²⁷上の位置付けは、これまで、「新型インフルエンザ等感染症（いわゆる2類相当）」とされていましたが、2023年5月8日から「5類感染症」になりました。法律に基づき行政が様々な要請・関与をしていく仕組みから、個人の選択を尊重し、国民の自主的な取組をベースとした対応に変わったこともあり、旅行をする機会が増えています。2023年のインターネットで予約した旅行に関する消費生活相談件数は、4,341件で、旅行全体の消費生活相談のうち5割を占めています。2022年は2021年と比べ約2倍に増加し、2023年は横ばいとなりました（図表I-1-4-9）。相談の内容をみると、「海外OTA²⁸で『キャンセル時払戻しあり』の航空券を購入したが、キャンセルしたところ、航空会社の規定が変わり返金できなくなったと言われた」、「海外OTAでキャンセル料無料のプランのホテルを予約しキャンセルしたところ、キャンセル料を請求された」、「予約した格安航空券をキャンセルするため、メールを送っているが業者からは返信がない。電話もつながらない」といった事例がみられました。

図表I-1-4-9

ホテルや航空券のインターネット予約
に関する消費生活相談件数の推移



（備考） PIO-NETに登録された消費生活相談情報（2024年3月31日までの登録分）。

27) 「感染症の予防及び感染症の患者に対する医療に関する法律」（平成10年法律第114号）

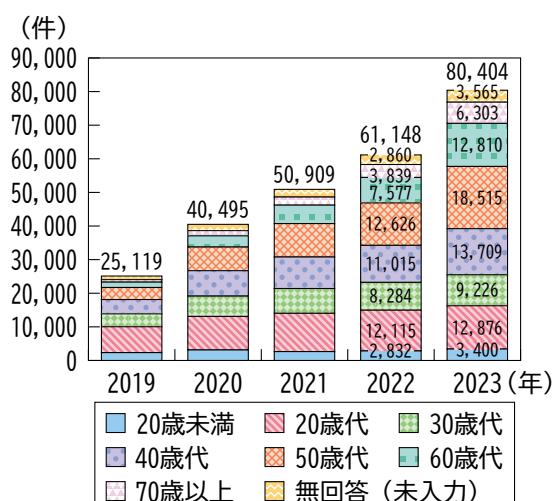
28) Online Travel Agentの略。オンライン旅行取引事業者。

SNSが関係する消費生活相談

SNSが関係する消費生活相談²⁹件数について、年齢層別にみると、幅広い年齢層から相談が寄せられており、2023年は8万404件と過去最多となりました。ソーシャルメディアの利用者及び利用時間が増加傾向³⁰にあることが影響していると考えられます。特に、50歳代、60歳代及び70歳以上の相談件数は、前年と比較して大きく増加しています（図表I-1-4-10）。

図表I-1-4-10

SNSが関係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のうち、「SNS」が関係する相談の件数（2024年3月31日までの登録分）。

SNSが関係する消費生活相談の内容をみると、例えば、「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」がみられるほか、「④SNSの操作方法等に関する問合せ」もみられます。

「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、「SNSの広告を見てブランドのバッグを注文したが偽サイトだった」、「SNSの広告を見てスポーツシューズを購入したが、注文したものとサイズ等が異なる商品が届いた。連絡しようとしたが、サイトが既

に閉鎖されていた」等の相談がみられます。

「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でバイトの勧誘をされ面接を行ったところ、副業を勧められ情報商材88万円を契約してしまった。返金してほしい」、「SNSでFX(外国為替証拠金取引)の投資に誘われ、投資グループの助言を受けて高額投資をしたがお金を引き出せない」といった相談がみられます。国民生活センターでは、SNSでの勧誘をきっかけとしたFX取引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³¹。

「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で個人からコンサートチケットを買い代金を支払った後、連絡が取れなくなった。詐欺に遭ったようだ」、「SNSで知り合った人からスマートフォンの購入の約束をして指定された口座に代金を振り込んだが、スマートフォンは届かず連絡もつかない」という相談がみられます。

「④SNSの操作方法等に関する問合せ」の具体的な事例としては、「SNSのパスワード入力を求めるSMSが届いた。記載されているURLにアクセスし、パスワードを入力したところ、不正利用されているのでパスワードを変更するよう」というSMSが来た。色々試したが変更できない。どう対処したらよいか」、「会員制SNSに友人を装ったメッセージが来た。セキュリティ強化のため2段階認証を設定したものの、不安なのでSNS運営会社に問い合わせたい」といった相談もみられました。

29) SNSに表示された広告に起因するトラブル等SNSのサイトそのものに関する相談だけでなく、SNSを介して行われる商品・サービスの取引やSNSの操作方法に関する問合せ等を広く含んでいる。

30) 総務省「令和4年度情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査報告書」

31) 国民生活センター「SNS上の投資グループで勧誘される詐欺的なFX取引トラブル—その仲間、信じて大丈夫?—」(2024年1月24日公表)

(3) 災害に関する消費生活相談

令和6年能登半島地震に関する 消費者庁等の対応

2024年1月に発生した令和6年能登半島地震（以下「能登半島地震」という。）については、消費者庁は関係省庁と連携し、震災に便乗した悪質商法等の注意喚起³²を実施するとともに、新潟県、富山県、石川県及び福井県の方を対象に、消費生活に関する相談を受け付けるための「能登半島地震関連 消費者ホットライン」（フリーダイヤル）を国民生活センターに開設するなど相談体制の継続性確保等の取組を実施しました。また、「災害救助法」（昭和22年法律第118号）適用地域³³を対象に、食品表示基準を弾力的に運用³⁴することを地方公共団体等関係機関に通知しました。

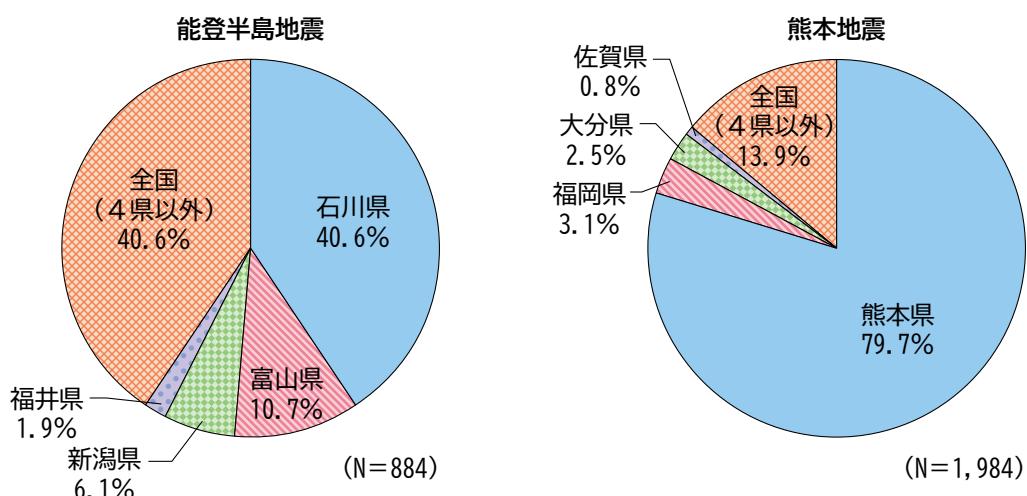
能登半島地震の被災地域における相談は「工事・建築・修理等サービス」が中心

能登半島地震に関する消費生活相談は、地震発生後の2024年1月1日から同年3月31日まで（91日間）の期間に、全国で884件の相談³⁵がありました。このうち、石川県での相談は40.6%（359件）、石川県及び近隣3県³⁶での相談は59.4%（525件）を占めました。

2016年4月に発生した平成28年（2016年）熊本地震（以下「熊本地震」という。）に関する相談（2016年4月14日から同年7月13日まで（91日間）の期間に受け付けたもの）をみると、相談全体（1,984件）³⁷のうち、熊本県での相談は79.7%（1,582件）、熊本県及び近隣3県³⁸での相談は86.1%（1,708件）を占めました（図表I-1-4-11）。

図表I-1-4-11

能登半島地震及び熊本地震における消費生活相談件数の契約当事者の居住地別割合



（備考）
1. PIO-NETに登録された消費生活相談情報。
2. 能登半島地震については、2024年1月1日から同年3月31日まで（91日間）に受け付けた「能登半島地震」に関する相談（2024年3月31日までの登録分）。
3. 熊本地震については、2016年4月14日から同年7月13日まで（91日間）に受け付けた「熊本地震」に関する相談（2016年7月13日までの登録分）。

32) 消費者庁ウェブサイト「災害関連情報」の「消費者庁からの情報」を参照。

<https://www.caa.go.jp/disaster/>

33) https://www.bousai.go.jp/pdf/240101_kyuujo2.pdf

34) 食品表示法では、食品表示の適正の確保のため、「食品表示基準」（平成27年内閣府令第10号）が定められている。一方で、被災地域への食料の円滑な供給が重要な課題であることを踏まえ、アレルギー表示及び消費期限表示（健康被害に直結する事項）以外の義務表示事項（原料原産地、栄養成分等）について、被災地域で譲渡・販売されるものは、全てが表示されていなくとも取締りを行わなくとも差し支えないこととするもの。

35) PIO-NETへの2024年3月31日までの登録分。

36) 新潟県、富山県及び福井県。

37) PIO-NETへの2016年7月13日までの登録分。

38) 福岡県、佐賀県及び大分県。

このように、地震発生直後の相談の傾向として、被災地域³⁹⁾に相談が集中する傾向がみられました。なお、被災地域以外での相談も一定数存在しています。

次に、能登半島地震に関する相談のうち、石川県及び近隣3県での相談（525件）を商品・サービス別にみると、「工事・建築・修理等サービス」が40.8%（214件）、「不動産貸借サービス」が11.4%（60件）と、住宅関連の相談が5割以上となりました。相談の内容をみると、「壊れた屋根にブルーシートを掛けているところ、業者から、無料の屋根の点検を勧める電話があり、依頼してしまった」、「天井や壁に無数のひびが入り屋根瓦もずれたため、工務店に修理の見積りを取ったが高額だ」、「賃貸アパートが損壊し、住める状態ではないが、大家から家賃を請求された」といった事例がありました。

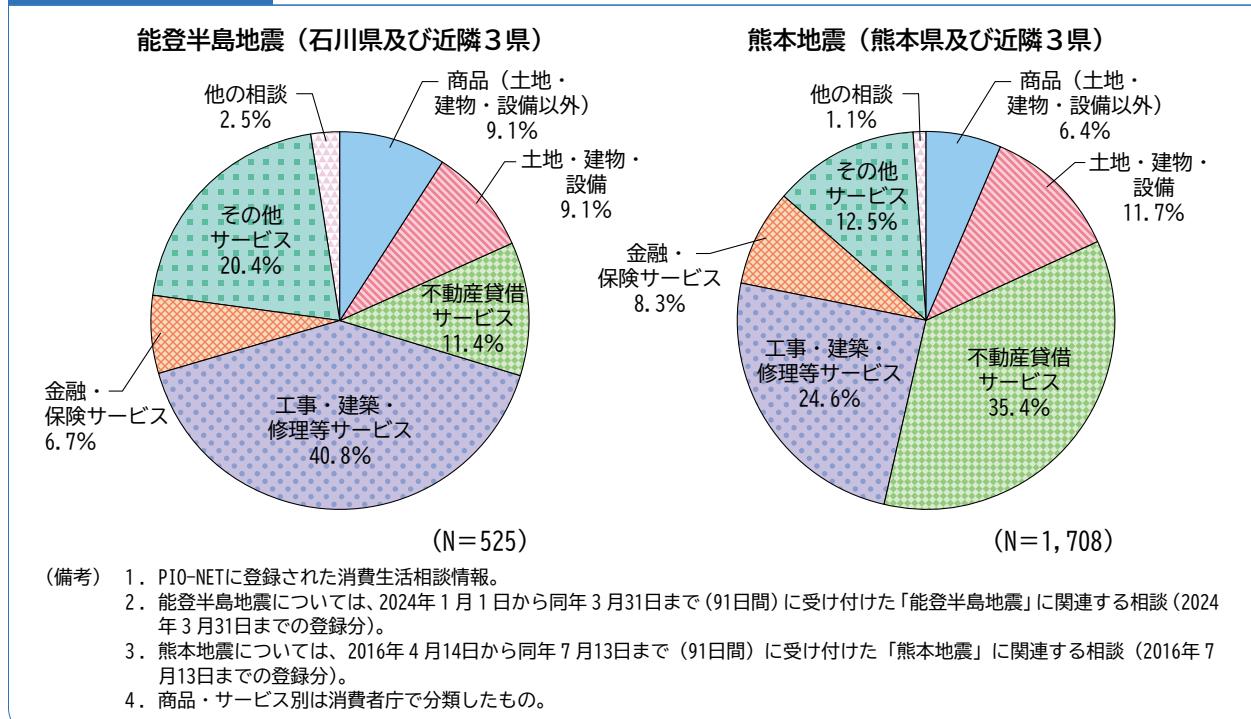
なお、熊本地震に関する相談の場合、熊本県及び近隣3県での相談（1,708件）を商品・サービス別にみると、「不動産貸借サービス」に関する相談が35.4%（605件）と最も多く、次い

で「工事・建築・修理等サービス」に関する相談が24.6%（420件）となり、いずれの地震においても、被災地域では住宅関連の相談が多い傾向がみられました（図表I-1-4-12）。

一方、能登半島地震に関する相談のうち、被災地域以外での相談を商品・サービス別にみると、「商品（土地・建物・設備以外）」が50.4%（181件）と最も多く、次いで「その他サービス」が35.9%（129件）と、住宅関連以外の相談が9割弱となりました。これらの相談の中には、「不用品回収業者から支援物資を募る電話がかかってきた」、「行政機関を名乗り、寄附金を集めているという不審な電話があった」といった不用品買取の勧誘や寄附金に関する相談がありました。

また、熊本地震に関する相談についても、被災地域以外での相談を商品・サービス別にみると、住宅関連以外の相談が多く、「その他サービス」が51.4%（142件）、「商品（土地・建物・設備以外）」が22.5%（62件）となりました（図表I-1-4-13）。

図表I-1-4-12 被災地域での消費生活相談件数の商品・サービス別割合

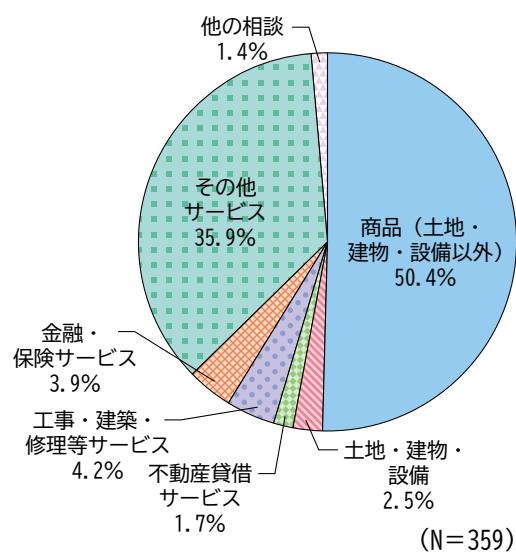


39) ここでは、石川県及び近隣3県（新潟県、富山県及び福井県）を能登半島地震の被災地域、熊本県及び近隣3県（福岡県、佐賀県及び大分県）を熊本地震の被災地域としている。

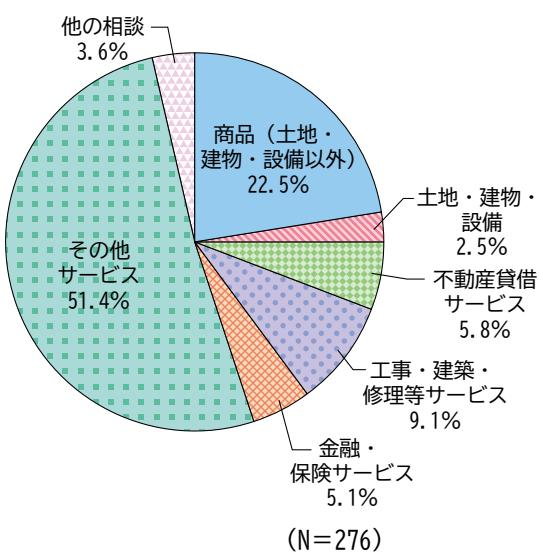
図表 I-1-4-13

被災地域以外での消費生活相談件数の商品・サービス別割合

能登半島地震（石川県及び近隣3県以外）



熊本地震（熊本県及び近隣3県以外）



- （備考） 1. PIO-NETに登録された消費生活相談情報。
 2. 能登半島地震については、2024年1月1日から同年3月31日まで（91日間）に受け付けた「能登半島地震」に関連する相談（2024年3月31日までの登録分）。
 3. 熊本地震については、2016年4月14日から同年7月13日まで（91日間）に受け付けた「熊本地震」に関連する相談（2016年7月13日までの登録分）。
 4. 商品・サービス別は消費者庁で分類したもの。

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⁴⁰」(2023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21.6%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

2023年度の消費者意識基本調査において、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40.5%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45.0%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46.8%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35.4%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

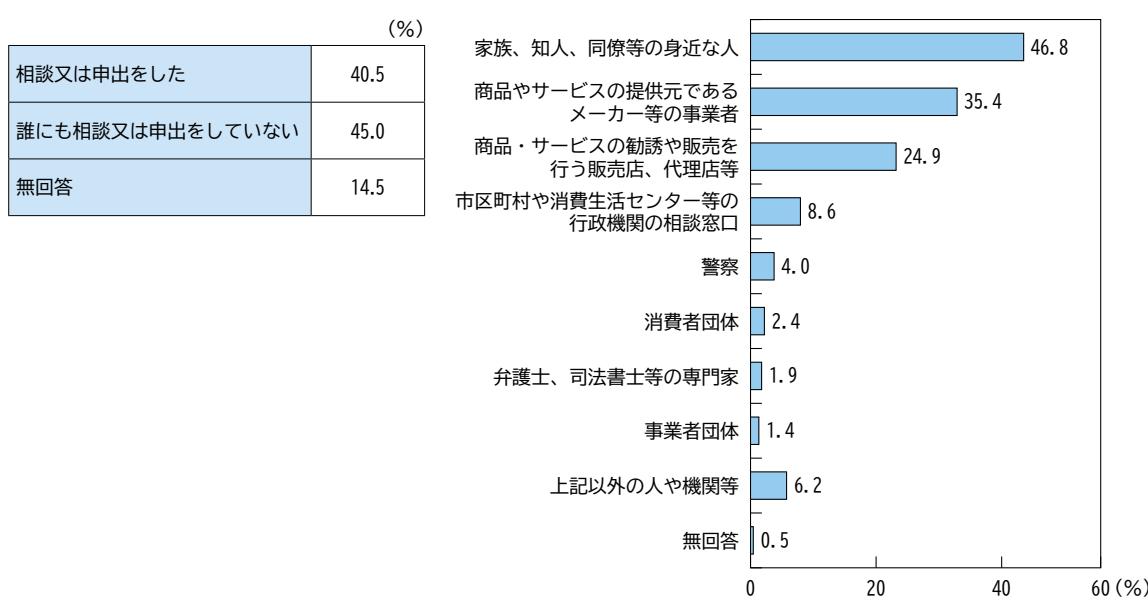
	2021年度 (2021年11月) N=5,493人	2022年度 (2022年11月) N=5,634人	2023年度 (2023年11月) N=5,544人
商品の機能・品質やサービスの質が期待よりかなり劣っていた	12.0%	12.8%	16.3%
表示・広告と実際の商品・サービスの内容がかなり違っていた	7.8%	8.1%	11.0%
思っていたよりかなり高い金額を請求された	3.6%	3.5%	4.5%
契約・解約時のトラブルにより被害に遭った	2.1%	2.3%	3.6%
問題のある販売手口やセールストークにより契約・購入した	1.9%	2.6%	3.1%
けが、病気をする等、安全性や衛生面に問題があった	2.3%	2.2%	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。)	1.0%	1.2%	1.7%
その他の消費者被害の経験	2.2%	2.4%	2.7%
上記のいずれかの経験があった	16.9%	17.2%	21.6%

(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。

40) 「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歳以上の日本国籍を有する者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2023年11月1日から同月15日まで、回収率は55.4%。

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」(2023年度)により作成。
 2. 左: N=1,040。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=421。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・トラブル全体の大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歳以上の日本国籍を有する者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」

(消費者被害・トラブルの経験事例数を有効回答数で除したもの)を推計した上で消費者被害・トラブルの総数を推計し、これに消費生活相談情報から推計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」といった項目から推計しています。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高額のものを分けて推計しています。

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ます。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」及び「既支払額（信用供与を含む。）」の二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に支払った金額）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。

2023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、2023年の1年間に支出が発生した消費者被害・トラブルは約2,067万件となり、消費者被害・トラブル額は、「既支払額（信用供与を含む。）」で約8.8兆円⁴¹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

	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年
契約購入金額	約6.6兆円	約5.0兆円	約7.3兆円	約8.4兆円	約10.6兆円
既支払額（信用供与を含む。）	約5.1兆円	約3.8兆円	約5.9兆円	約6.5兆円	約8.8兆円

- （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. 「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。
 3. 満15歳以上の人口に、「消費者意識基本調査」の結果から推計した消費者被害・トラブルの「発生確率」（消費者被害・トラブルの経験事例数を有効回収数で除したもの）を乗じた上で、消費生活相談情報から推計される、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。
 4. 人口は、2019年、2021年、2022年、2023年は各年の総務省「人口推計」の各月1日現在人口（10月確定値）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。
 5. 「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その他の消費者被害の経験。
 6. 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）に基づき推計している。
 7. 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。

41) 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8.8兆円であるが、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8.3～9.3兆円の幅の中にあると推定される。

