科学的知見に基づく「商品テスト」により、消費者被害の未然防止・拡大防止に向けた確かな情報の発信を







国民生活センター 商品テスト部　三好信幸

商品等やサービスの安全に関する領域

科学的知見に基づく「商品テスト」により、消費者被害の未然防止・拡大防止に向けた確かな情報の発信を

国民生活センター 商品テスト部　三好信幸

くらしの危険：https://www.kokusen.go.jp/kiken/
国民生活センター公式YouTubeチャンネル：
https://www.youtube.com/@kokusen_ncac_JAPAN/videos

リーフレット「くらしの危険」や「相談解決のためのテストから」による情報提供、商品事故の原因を分かりやすく可視化した事故再現動画などで知られる、独立行政法人国民生活センター（以下、国民生活センターといいます。）商品テスト部の取組をご存じですか。同部では、全国の消費生活センター等に寄せられる苦情や事故情報に基づき、商品の安全性等のテストを実施しています。商品テストの結果は、記者説明会やウェブサイト等を通じて情報提供され、事業者に対しては問題点の改善を求めるなど、安全・安心な国民生活を客観的な視点から支えています。普段あまり表に出ることのない商品テストの目的や方法、より効果的な情報提供につなげるための取組について、同センターの三好信幸氏にお話を伺いました。

科学的知見による２種類の商品テストで消費者の救済を図り、危険を広く周知する

▶国民生活センターにおける商品テスト部の業務内容について教えてください。

国民生活センターは、消費者問題における中核的機関としての役割を果たしており、消費生活に関する情報を全国の消費生活センター等から収集し、消費者被害の未然防止・拡大防止に役立てています。

その中でも商品テスト部は、現在２つの観点による商品テストを行っています。全国の消費生活センター等からの依頼による「個別の苦情相談を解決するための商品テスト」と、広く公表を前提とした「商品群に対する問題提起のための商品テスト」です。

また、国民生活センターでは、商品テストのほかにも、消費生活センター等が行う相談業務の支援、消費生活相談員や行政職員を対象とした研修、消費者問題に関する調査研究のほか、様々なメ

ディアを通じた消費者への情報提供、裁判外紛争解決手続（ADR）なども担っており、一人ひとりの消費者が安全で安心な生活を送れるよう、くらしの支援に努めています。

▶「個別の苦情相談を解決するための商品テスト」について教えてください。

POINT 1　商品テストの必要性

商品を使用して消費者がけがや損害を受けた場合、都道府県や自治体の消費生活センターではまず、被害状況や商品の使用状況等について聞き取りを行い、必要に応じて事業者とのあっせんなどによる救済を図ります。しかし、事故の原因が消費者側の使用方法にあるのか、商品自体の不具合にあるのか判断しにくいケースも少なくありません。そうした場合に求められるのが、中立的な立場からの客観的な評価です。商品テストは、実際の商品を用いて再現や検証を行うことで、事故発生の背景や商品の安全性を科学的に確認するための重要な手段となっています。消費者の救済にとどまらず、同様の事故の再発防止につながるという点でも、商品テストは欠かすことのできない役割を担っています。

POINT 2　商品テストの方法

商品テストは、食品や工学など専門的知識を持った職員が、各種規格や法律のほか、分解や成分分析など科学的知見はもちろんのこと、実際に事故や被害状況を再現するなど使用実態に即したテストを行い、その原因を可能な限り突き止めます。商品テストの対象は、消費生活で使用される家電、食品、衣類、乗り物など多岐にわたります。





商品テストの様子（模擬）

POINT 3　結果の活用

商品テストの結果は報告書にまとめられ、依頼者である消費生活センターに送付されます。商品自体に顕著な問題があることが分かった場合や、使い方に原因があっても危険な事故が多発している商品については、商品群に拡大した商品テスト（後述）等を実施し、その結果をホームページや動画サイト、SNS等を通じて公表します。事業者に対しては商品改善、行政には対応などの要望を行い、消費者には注意喚起を行っています。

当センターホームページに掲載している「相談解決のためのテストから」（下記「リンク」参照）は、消費生活センターからの依頼に基づいて行った「個別の苦情相談を解決するための商品テスト」のうち、被害の救済がなされた事例や、注意喚起のため広く消費者に知っていただきたい事例を紹介しています。

リンク

「相談解決のためのテストから」が掲載される「発表情報」（国民生活センターホームページ内）：
https://www.kokusen.go.jp/news/news.html

▶公表を前提とした「商品群に対する問題提起のための商品テスト」について教えてください。

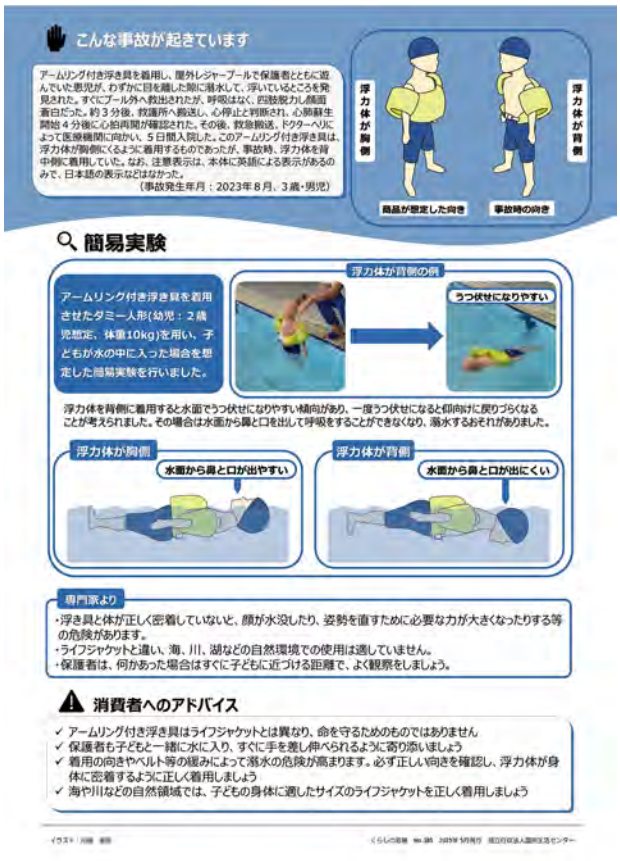
公表を前提とした問題提起のための商品テストは、PIO-NET（パイオネット）※1や医療機関ネットワーク事業※2のデータベース等に登録された事故情報を広く分析し、テーマを選択することになりますが、この際には、商品が原因となった事故だけではなく、直接的な原因が消費者の過失であったとしても、同様の事例が複数確認される事故については商品テストの対象として考えています。商品テストのテーマが決まった際には、市場の動向やシェアなどを考慮し、より一般的な銘柄をテスト対象銘柄として選択し、テストを行う流れとなります。

なお、問題提起のための商品テストによる公表は、消費者だけでなく事業者側にも大きな影響を与える可能性があるので、正確性や信頼性に十分配慮しています。外部有識者等で組織した商品テスト分析・評価委員会を開催し、商品テスト立案時はテーマの選定・企画に関して、商品テスト結果については、その内容及び公表の法的妥当性等について審議をいただいた上で、商品が使用される時期を考慮し、事故を未然に防ぐことができるタイミングで公表するようにしています。

※1　PIO-NET（パイオネット）　PIO-NET（全国消費生活情報ネットワークシステム）とは、国民生活センターと全国の消費生活センター等をオンラインネットワークで結び、消費生活に関する相談情報を蓄積しているデータベースのことです。

※2　医療機関ネットワーク事業　消費生活において生命または身体に被害が生じた事故情報を、事業に参画する医療機関から収集する事業のことです。消費者庁と国民生活センターの共同事業として、同種・類似事故の再発・拡大防止を図ることを目的に平成22年12月から運用が開始されました。





「くらしの危険」から。季節に応じて使用頻度が高くなる商品は、発表する時期も考慮して注意喚起をしている

▶「個別の苦情相談を解決するための商品テスト」の課題について教えてください。

「個別の苦情相談を解決するための商品テスト」を行う際に、事故や損害の原因となった商品の「現物」が手元に残っておらず、正確な調査ができないケースもあります。消費者が廃棄してしまう場合もありますが、事業者が「商品を返送すれば全額返金する」と消費者に働きかけ、消費者が応じてしまう場合などです。返金が実現すれば個人としての問題解決が一旦は図られますが、事故が深刻であったり、同様の事象が他の消費者にも発生し得る状況である場合、未然防止の機会が失われることは社会的に大きな損失となりかねません。もちろん、消費者個人の救済が第一であることに変わりはありません。しかし、商品事故の根本的な背景を明らかにし、再発を防ぐという広い意味での「解決」までたどりつくには、現物の確保と検証の積み重ねが欠かせません。

加えて、商品テストは分解調査や強度、耐久性などの試験を伴う場合があり、その商品が使用できなくなることは少なくありません。また、商品の状態によっては原因を特定することができないこともあり、消費者の手元に戻る際には「商品が使えなくなった上に、原因が特定できず、事業者からの対応も受けられない」可能性もあるということです。そのため、商品テストの依頼を強く促すことは難しく、消費者の理解を得ながら慎重に対応しているのが現状です。

講座のみならず、動画やSNSまで商品テストを広く普及させる多彩な取組

▶商品テストに関する講座の実施状況について教えてください。

当センター商品テスト部職員が、学校の教員向けの講習や、自治体が主催する消費者、相談員向け講座（市民大学や研修）等において講師を務めています。講座の中で身近な事故事例として商品テスト結果や啓発資料等を活用し、消費生活・相談、教育現場に向けた消費者教育の一端を担っています。このほか、近隣自治体や団体が開催する各種イベントに出展する際にもこれらの啓発物が活用されています。



自治体のイベントに参加し、啓発活動を実施

▶商品テストの結果を分かりやすく発信するための工夫について教えてください。

公表の基となる報道発表資料は、専門家の視点にも耐えうる精度で作成した詳細な報告書ですが、内容が難しく感じられる場合もあります。そこで当センターでは、要点を分かりやすく伝えるために「啓発資料」や「くらしの危険」など、一般向けに再編集した情報を併せて発信しています。また、利用者の広がりを受け、動画サイトやSNSでの紹介にも力を入れています。商品テストの様子は報告書や情報発信への活用を意識しながら、必要に応じて画像や動画の撮影を行っています。動画の構成やサムネイルは職員同士で意見を持ち寄り、「どのようにすれば目に留まり、関心を持ち続けてもらえるか」議論をしながら自ら動画を制作しています。投稿文は簡潔にし、アドバイスなどの要点を短くまとめることで、まずは映像によって興味を喚起し、そのうえで当センター公式ウェブサイトへ誘導できるよう工夫しています。

「商品群に対する問題提起のための商品テスト」の結果については、記者説明会を開催し、テレ

ビ、新聞、インターネットなど各種メディアによる幅広い世代への周知・啓発を行っています。これらの情報が様々な年代の消費者に広がることを願っています。









商品テストに関する啓発動画は、インパクトのあるサムネイルを用いて、視聴者の目をひく工夫がなされている



伝えたい情報を端的に整理し、商品の安全な使用を呼びかける
国民生活センター公式X（2025年11月４日の投稿）より
（https://x.com/kokusen_ncac/status/1985541042024960155?s=20）

▶こどもや高齢者がけがをしてしまう事故なども多いと思いますが、こどもの保護者や高齢者の見守りの視点から、どのようなことに気を付ければよいでしょうか。

当センターをはじめとして、公的機関から危険防止を目的とした様々な注意情報が発信されています。これらの多くが、類似した複数の事故発生を根拠としています。こどもの保護者、高齢者の方はもちろん、周囲の方々も、これら注意情報に積極的に関心を持ち、生活の中に潜む危険や留意事項を事前に認識しておくことで、類似事故の発生を低減できるものと期待しています。

▶今後の展望を教えてください。

当センターとしては、これから社会に出ていく若者向けの啓発も行っています。報道発表資料だけでなく、啓発用に簡潔にまとめた資料も併せて公開していますので、学校教育、消費者教育の現場でより気軽に活用いただけるようアピールも行いたいです。

▶消費者教育を担う方々、一般消費者の皆さんへのメッセージをお願いいたします。

リーフレット「くらしの危険」は国民生活センターウェブサイトからご自由に印刷して、学校教育現場で活用いただくことも可能です。（リンクを下記「もっと知りたい方はこちら！」に掲載しています。）商品テストを通じて判明した危険を、動画のキャプチャーやイラストなどで分かりやすくまとめていますので、誌面をそのまま授業等で使うのはもちろん、気になる事例は動画も視聴するなどして、先生方も児童・生徒さんも自分事化していただければと思います。

商品事故を避けるコツとしては、一般に流通している商品よりも極端に安価な商品には、それなりの理由があると思い、購入は慎重に検討していただきたいです。曖昧な情報、誤った情報に惑わされず、公的な機関の発信、一次情報を確認するようにしていただきたいです。

▶ありがとうございました。

もっと知りたい方はこちら！

リーフレット「くらしの危険」（国民生活センターウェブサイト）：
https://www.kokusen.go.jp/kiken/index.html