

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¹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²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。また、デジタル化に関わる消費生活相談や国民生活センター越境消費者センター（CCJ）に寄せられた相談内容を紹介します。

第4節では、最近の消費者被害・トラブルに関する経験についてのアンケート結果や、2025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、財産事案も含まれます（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、同法第13条第1項の規定に基づき、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、当該情報等の集約及び分析を行い、その結果を取りまとめることとされています。取りまとめた結果は、同条第2項の規定に基づき、関係行政機関、関係地方公共団体及び国民生活センターに提供するとともに、消費者委員会に報告することとされています。

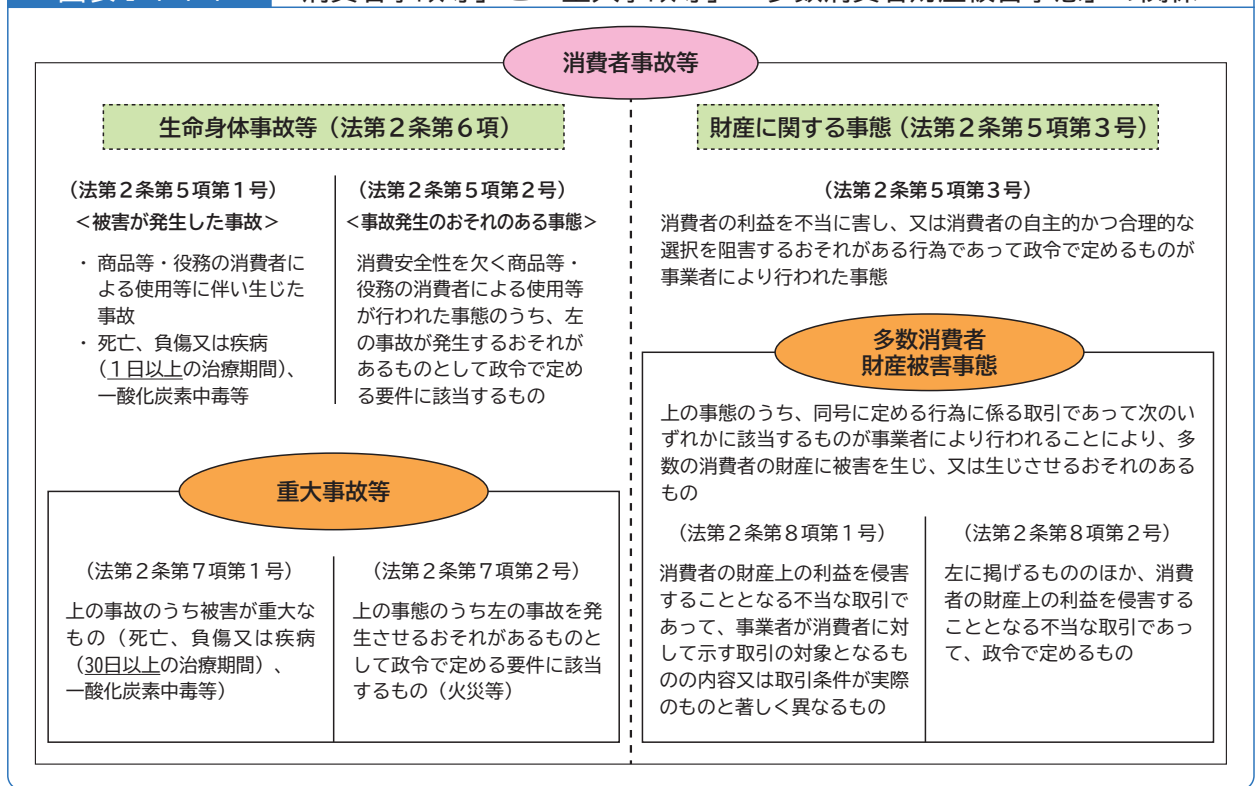
1) 2008年6月に閣議決定された「消費者行政推進基本計画」を踏まえ、2009年5月に消費者庁関連三法（「消費者庁及び消費者委員会設置法」（平成21年法律第48号）、「消費者庁及び消費者委員会設置法の施行に伴う関係法律の整備に関する法律」（平成21年法律第49号）及び消費者安全法）の一つとして成立。同年9月、消費者庁の設置と共に施行。これにより、消費者事故等の発生に関する情報が消費者庁に一元的に集約され、消費者被害の発生又は拡大防止のための各種措置が講じられることとなった。

2) 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。

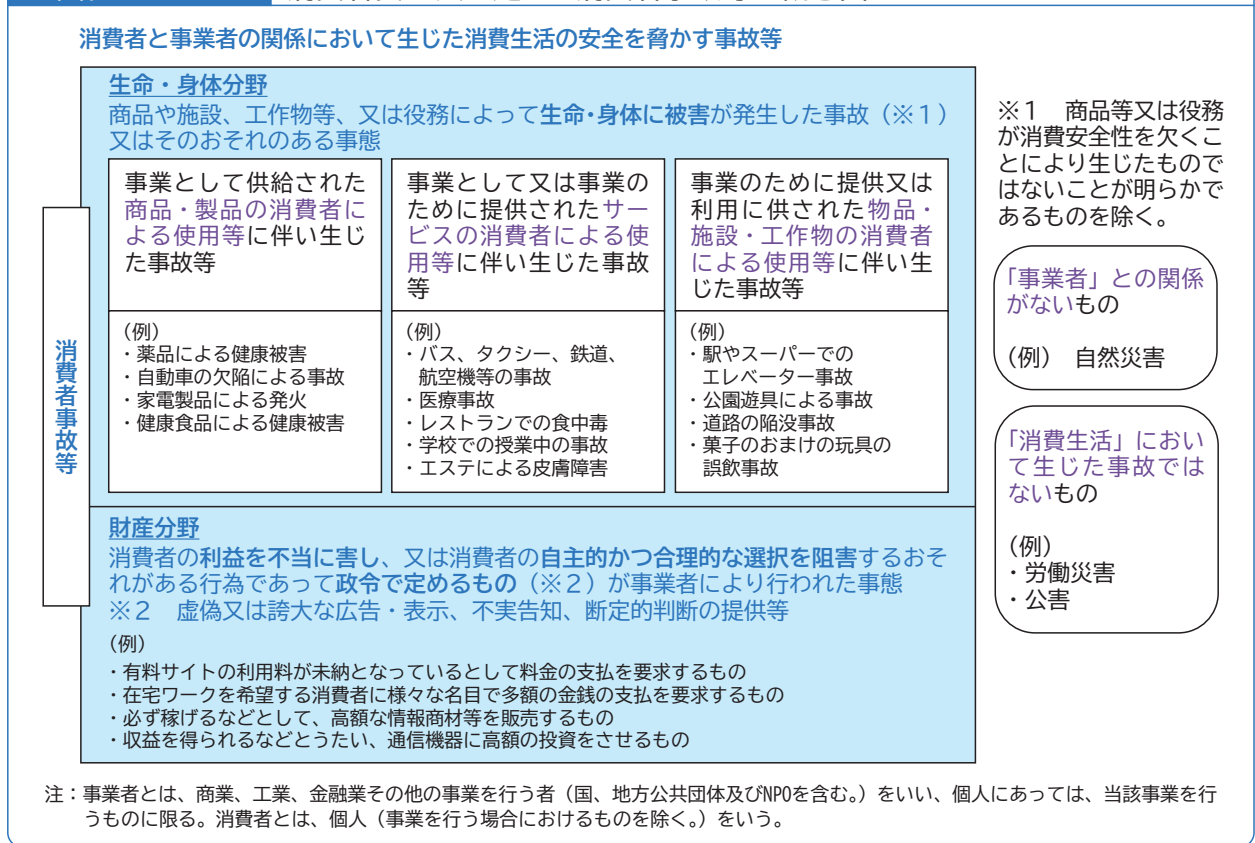
また、同条第3項及び第4項の規定に基づき、国民に対して公表するとともに、国会に報告を行うこととされています。

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



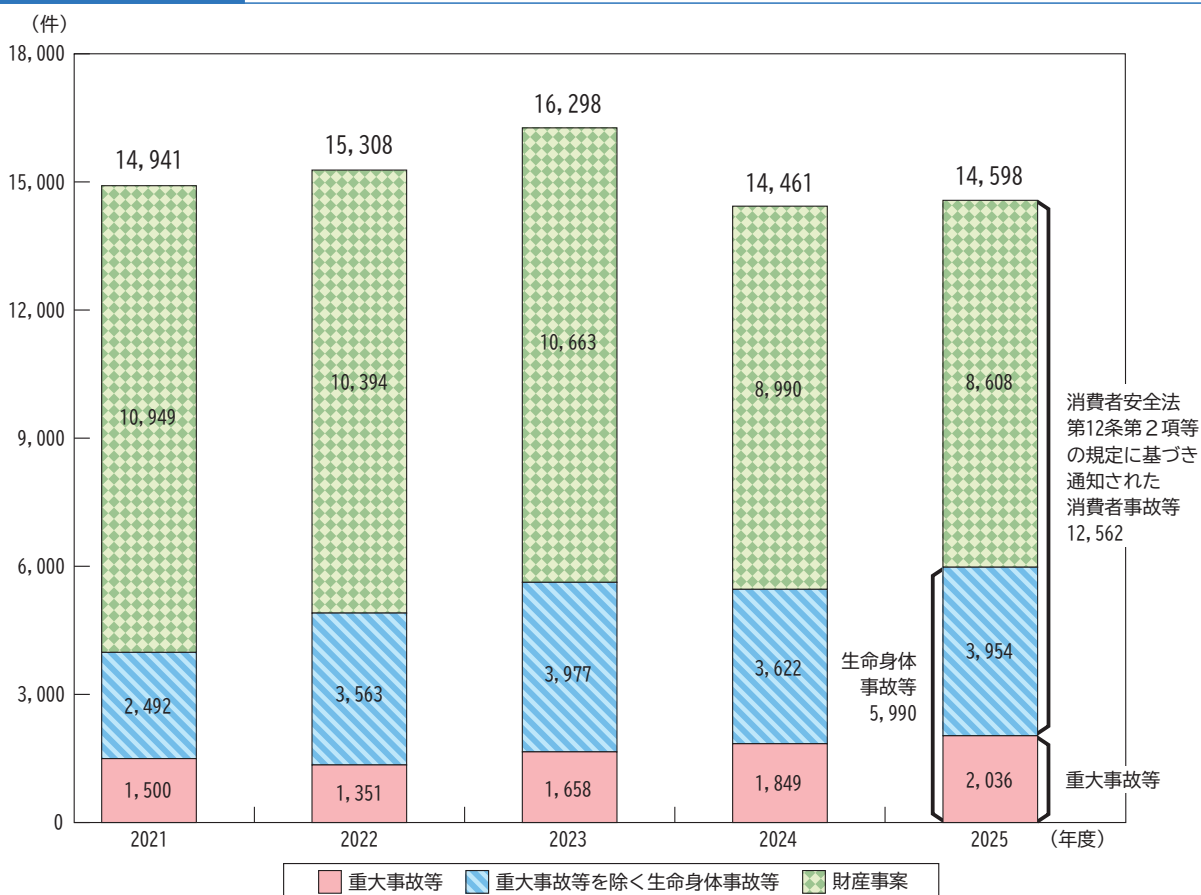
2025年度に通知された消費者事故等は1万4,598件

消費者安全法の規定に基づき2025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1万4,598件³で、2024年度の1万4,461件から0.9%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2,036件（2024年度1,849件、前年度比

10.1%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1万2,562件（2024年度1万2,612件、前年度比0.4%減）でした。

このうち、生命身体事故等は5,990件（2024年度5,471件、前年度比9.5%増）、重大事故等を除く生命身体事故等は3,954件（2024年度3,622件、前年度比9.2%増）、財産事案は8,608件（2024年度8,990件、前年度比4.2%減）でした（図表 I-1-1-3）。

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

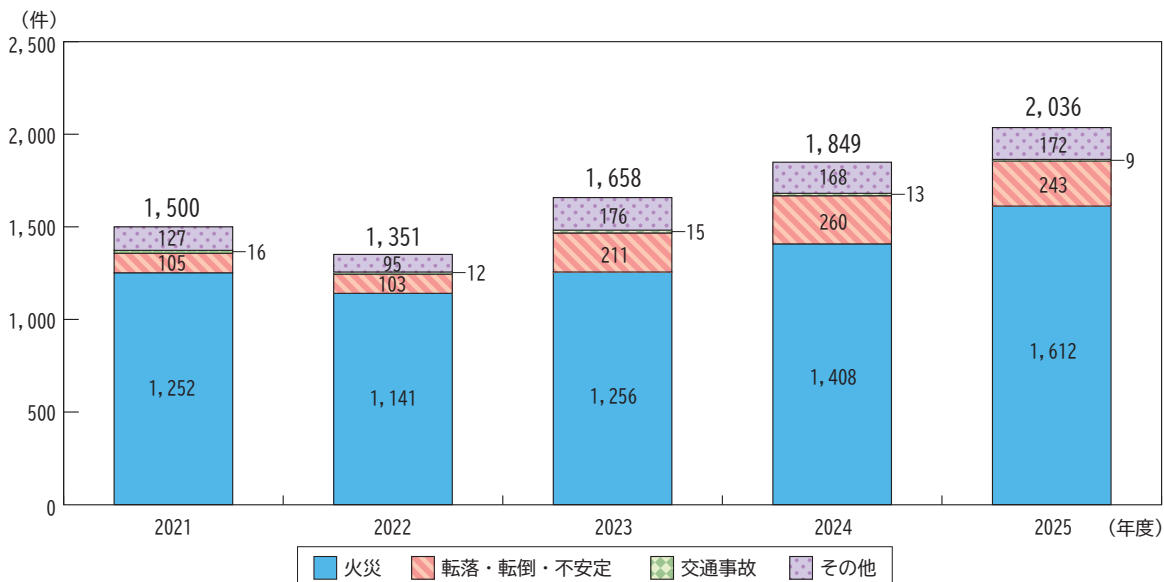


3) 消費者安全法第12条第1項及び第2項並びに第29条第1項及び第2項の規定に基づく通知を集計。

重大事故等を事故内容別にみると、「火災」が1,612件（79.2%）で約8割を占めています（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、生活家電及びリチウム

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。

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

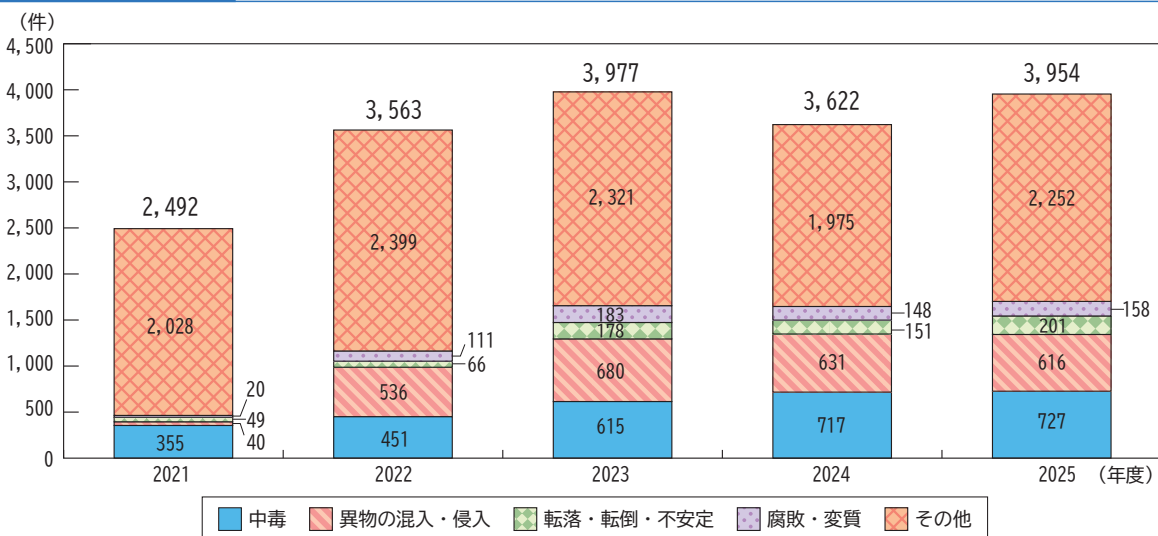


(備考) 1. 消費者安全法の規定に基づき、消費者庁に通知された消費者事故等のうち、生命身体事故等（重大事故等）の件数。
 2. 「その他」には、発煙・発火・過熱・点火・燃焼・消火不良、破裂、ガス爆発、ガス漏れ、燃料・液漏れ等、化学物質による危険、漏電・電波等の障害、製品破損、部品脱落、機能故障、操作・使用性の欠落、誤飲、中毒、異物の混入・侵入、腐敗・変質、その他、無記入が含まれる。

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、集計上「その他」に分類されている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食品リコールが多くなっています。また、「中毒」は727件（18.4%）、

「異物の混入・侵入」は616件（15.6%）、「転落・転倒・不安定」は201件（5.1%）、「腐敗・変質」は158件（4.0%）となっています（図表 I-1-1-5）。「中毒」の内容は、そのほとんどが食中毒であり、ノロウイルスやカンピロバクター等

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、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。

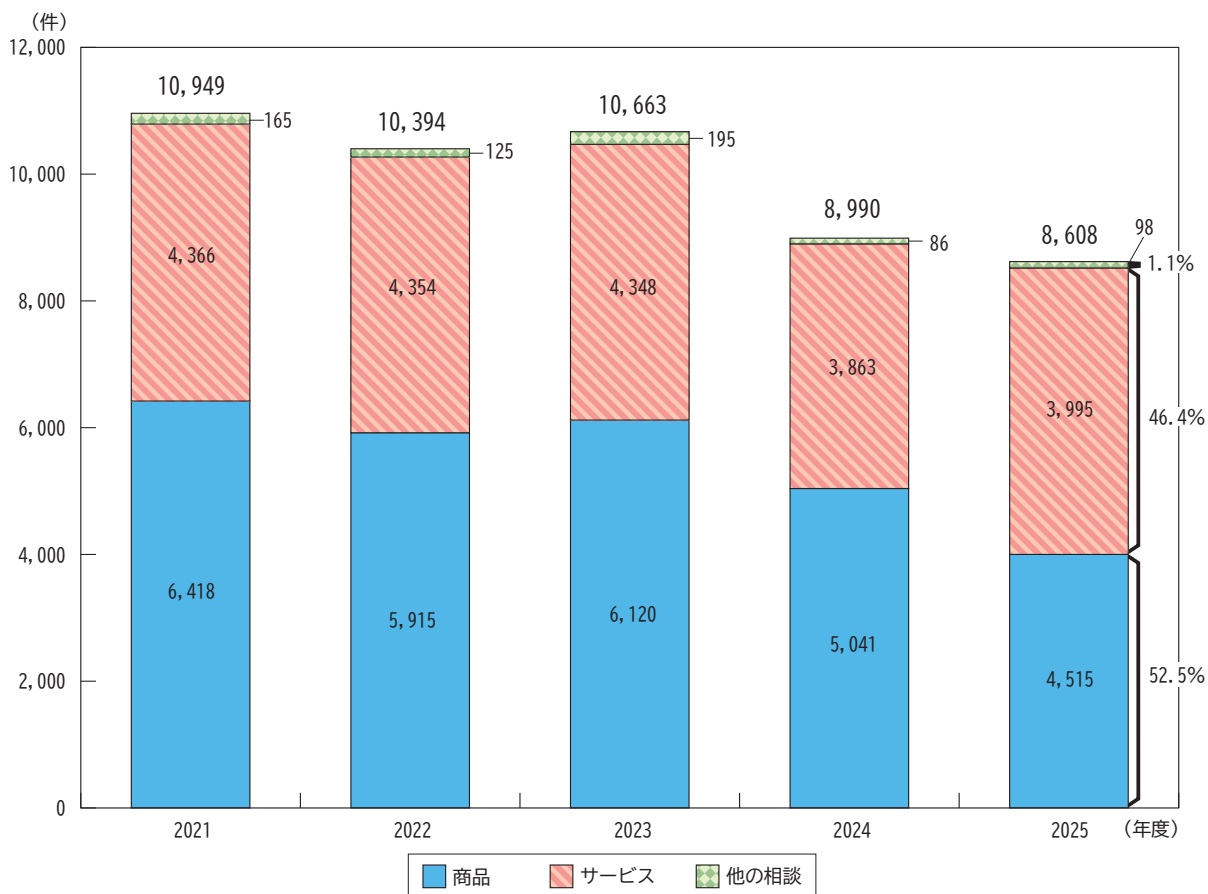
によるものです。「異物の混入・侵入」の内容は、そのほとんどが食品衛生法違反又はそのおそれによる食品リコールであり、主な原因は、食品製造加工過程でのビニール片や金属片等の異物の混入や、包装不良、保存方法の誤りです。

消費者庁では、消費者に対し、このような生命身体事故等の通知を端緒とした注意喚起を行っています。2025年度は、チャイルドシー

トの事故⁴や、リチウムイオン電池使用製品の事故⁵等について、事故事例を取り上げながら、注意ポイントをまとめ、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、2025年度は「商品」が4,515件（52.5%）で、「サービス」は3,995件（46.4%）でした（図表 I-1-1-6）。

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。

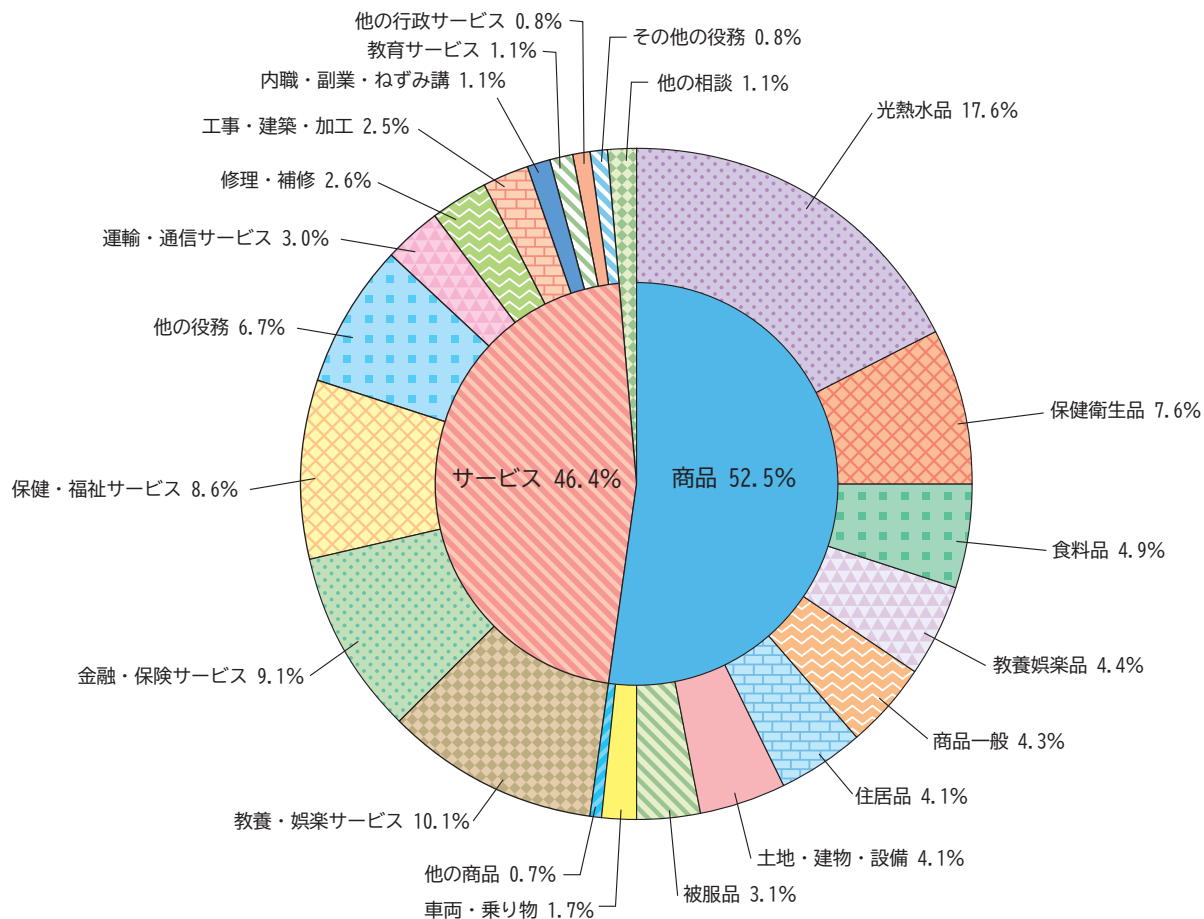
4) 消費者庁「チャイルドシート、体格に合わせて正しく装着できていますか？ - 正しく装着して正しく乗せることが子どもの命を守ります -」（2025年7月公表）

5) 消費者庁・総務省消防庁・経済産業省・環境省「リチウムイオン電池使用製品による発火事故に注意しましょう - 身に着ける、持ち歩く製品にも使用されています -」（2025年10月公表）

「商品」の内訳は、「光熱水品」が17.6%と最も多く、次いで「保健衛生品」が7.6%でした。「サービス」の内訳は、「教養・娯楽サービス」

が10.1%と最も多く、次いで「金融・保険サービス」が9.1%でした（図表 I-1-1-7）。

図表 I-1-1-7 通知された財産事案の内訳（2025年度）



(備考) 1. 消費者安全法の規定に基づき、2025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、レンタル・リース・賃借、役務一般、管理・保管及びクリーニング。

消費者庁では、通知された情報を基に、消費者安全法第38条の規定に基づく消費者への注意喚起を行っており、財産事案においては2025年度に注意喚起を16件行いました（図表I-1-1-8）。注意喚起の主な事案は、高額なコンサルティング契約を締結し、コンサルティングの指導に従い業務を実施すれば、一定額以

上の収入が得られるかのように告げていたが、実際の収入はアフィリエイトの成功報酬に左右される不確実なものであった事案、お米を安く販売しているかのように装った偽サイトを公開し、商品を注文させていたが、サイト内に表示された事業者の所在地や連絡先は虚偽であり、商品が届かなかった事案等です。

図表 I-1-1-8 消費者安全法の規定に基づく注意喚起を行った財産事案例（2025年度）

手口	具体例
簡単に稼げると見せかける手口（6件）	<p>SNS等に表示されるアンケート副業に関する広告をきっかけに、副業のサポートプランを契約すれば、簡単に契約金額以上の報酬を得ることができるなどと説明していたが、副業によって当該報酬を得ることができるかどうかは、消費者のアフィリエイトの成功報酬に左右される不確実なものであった。</p> <p>求人サイト上で、「完全在宅ワーク」、「未経験者OK」といった条件に合う「データ入力」の求人情報を掲載し、面接を受けさせていたが、実際には求人情報とは異なる「WEBマーケティング」と称する業務を勧め、高額なコンサルティング契約を締結すれば、一定額以上の収入が得られるかのように告げていた。しかし、「WEBマーケティング」の収入はアフィリエイトの成功報酬に左右される不確実なものであった。</p>
支援金詐欺（4件）	<p>公的に存在するかのような名称をかたって、消費者に支援金を給付する旨のメールを送付し、数千円から1万円程度の手数料を支払うなどすれば多額の支援金が給付されるかのように告げていたが、架空又は実在の機関とは関係のない機関名が用いられたものであり、支援金が給付されることはなかった。</p>
偽サイト（3件）	<p>「お米を安く販売しているかのように装ったサイト」で商品を注文させていたが、実際には、表示がある事業者の所在地や連絡先の情報は虚偽であり、当該サイトは偽サイトであった。消費者が商品代金を支払っても、注文した商品は届かなかった。</p>
ウェブサイト上の表示とは異なる高額な料金の請求（2件）	<p>水回りトラブル対応業者のウェブサイト上で、「水道つまり漏れ2,980円～」、「一般的な水道事業者 合計 9,800～58,000円（当該事業者） 合計 2,980～35,000円」などと表示することにより、あたかも、最大でも3万5,000円程度の料金で水回りのトラブルが解決できるかのように広告・表示していたが、実際には、表示された範囲内の料金ではなく数十万円もの請求をされるなど、広告・表示の内容とは異なるものであった。</p> <p>電気工事業者のウェブサイト上で、大手電力会社からの依頼実績や、電気工事士の資格者が対応すること等を表示していたが、実際には、大手電力会社と取引の実態はなく、かつ、電気工事士の資格を有さない者が作業に従事していた場合があり、広告・表示の内容とは異なるものであった。また、電気工事契約締結に際し、実際には、停電の原因は、電力会社の所有・管理部分に起因するものであるにもかかわらず、消費者宅の工事が必要であるかのように不実のことを告げていた。</p>
威迫してクーリング・オフ等をさせない手口（1件）	<p>電話で「自宅のインターネット料金が安くなる」などと勧誘し、料金請求の目的であることを秘して、消費者からクレジットカード情報を入手し、後日一方的にモバイルWi-Fi機器を送付するなどして料金請求をするとともに、クーリング・オフ等の申入れに対し、高圧的な態度で「今さらクーリング・オフなんて迷惑だ」などと告げて料金を請求していた。</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

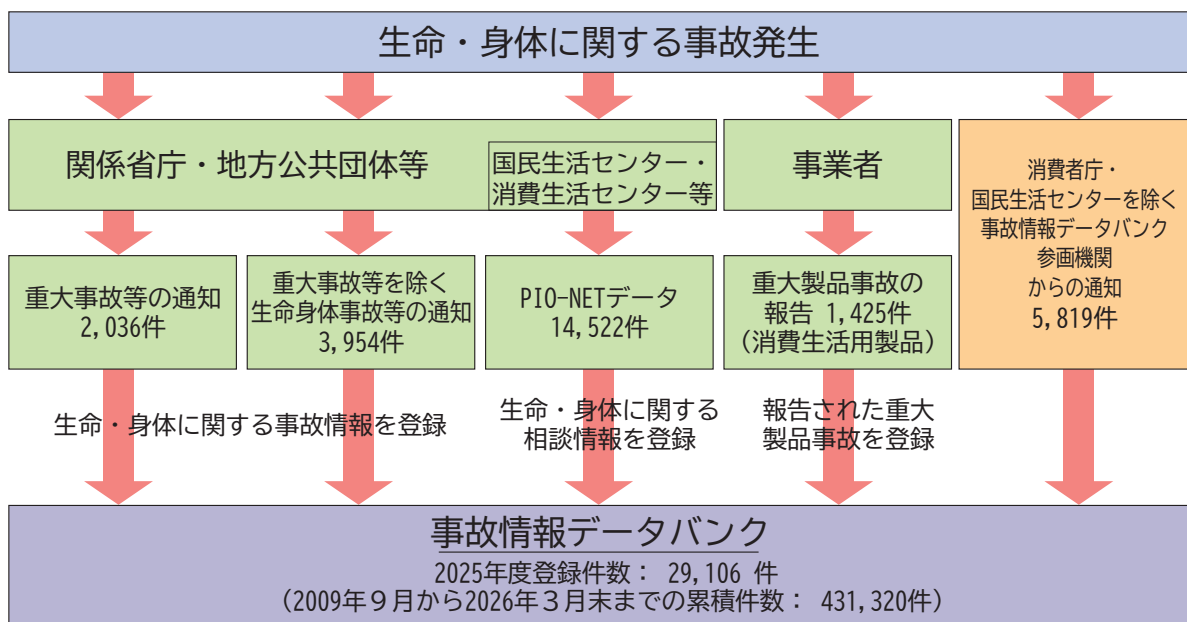
生命・身体に関する事故情報等は事故情報データベースに一元的に集約

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、事故防止に役立つ

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⁶」及び「危険情報⁷」、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⁸」の情報並びに参画機関⁹から寄せられた生命・身体に関する事故情報が登録され、インターネット上で検索・閲覧することができます。消費者庁ではこれらの情報を分析して同様の事故等が起きないように、注意喚起等に活用しています。

図表 I-1-2-1 生命・身体に関する事故情報の集約



- (備考) 1. 生命身体事故等（重大事故等を含む。）及び重大製品事故は2025年度に通知又は報告された件数、PIO-NETデータは2025年度に受け付け2026年3月31日までにPIO-NETに登録された相談件数となっており、1事案が複数機関から通知される場合があることや事故情報データベース登録までに一定期間を要することから、累積件数及び登録件数はそれぞれの件数を合計しても一致しない。
2. 2025年度の事故情報データベースへのアクセス件数は、3,688,410件となっている（全画面を集計）。
3. 消費生活用製品とは、主として一般消費者の生活の用に供される製品のうち、他の法令で個別に安全規制が設けられ、その規制の対象となっているもの（食品・医薬品・乗用車等）を除く製品。
4. その他、医療機関ネットワーク参画機関からも消費者庁に事故情報が提供されている。

- 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たという内容の相談。
- 7) 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。
- 8) 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。
- 9) 2026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、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。

図表 I-1-2-2 事故情報データベースに登録されている情報

参画機関	登録情報
消費者庁	消費者安全法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。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、生命・身体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。

2025年度の事故情報データベースには2万9,106件の事故情報が登録され、このうち、消費者庁及び国民生活センターを除く事故情報データベース参画機関からの通知は5,819件でした。また、2026年3月31日時点で登録されている情報は累計で43万1,320件です。

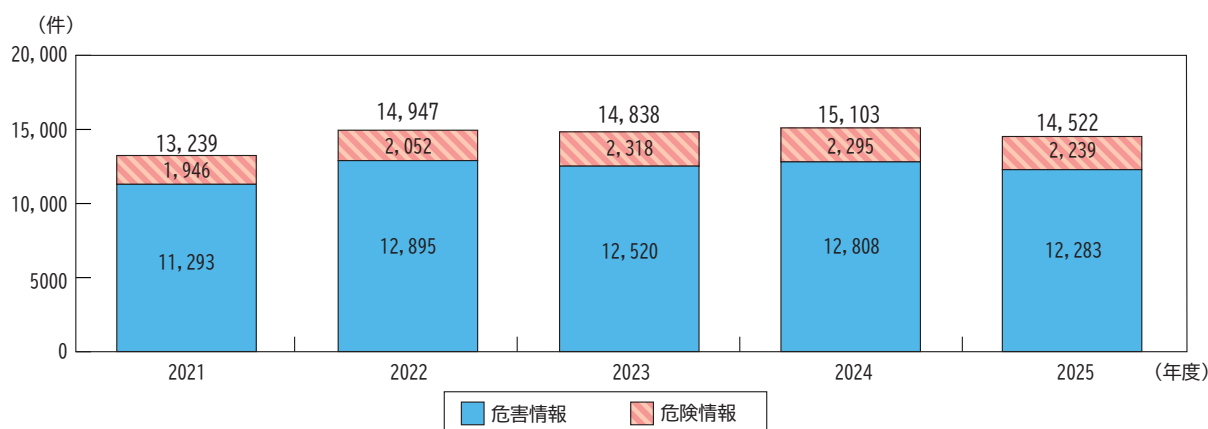
消費者安全法の規定に基づく通知については、前節で既に紹介しているため、ここではそれ以外の集約された生命・身体に関する事故情報について取り上げます。

PIO-NETに収集された2025年度の 危害・危険情報は1万4,522件

2025年度にPIO-NETに登録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1万4,522件でした。このうち、危害情報は1万2,283件で2024年度の1万2,808件から減少し、危険情報は2,239件で2024年度の2,295件から減少しました（図表I-1-2-3）。

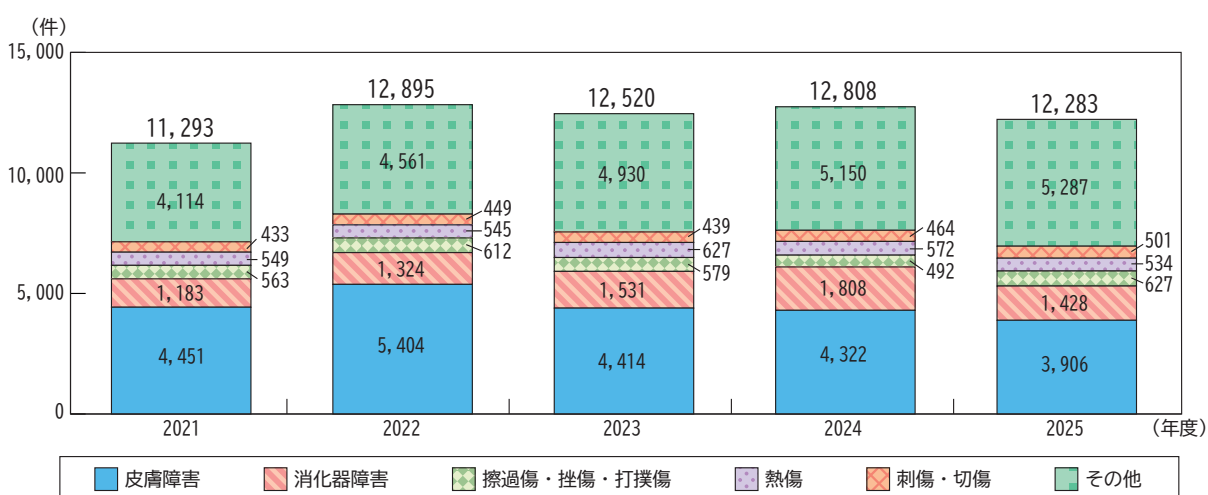
危害情報を内容別にみると、2025年度は「その他」を除き、「皮膚障害」が最も多く、次いで「消化器障害」の順となっており、これらを合わせると全体の約4割を占めます（図表I-1-2-4）。

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（2026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（2026年3月31日までの登録分）。

主な相談内容としては、「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」といったものがみられました。「消化器障害」では、「健康食品を食べたら下痢や気分が悪くなるなど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嘔吐、下痢になった」といったものがみられました。

危険情報を内容別にみると、2025年度は「その他」を除き、「過熱・こげる」が最も多く、次いで「機能故障」、「異物の混入」の順でした（図表 I-1-2-5）。

主な相談内容としては、「過熱・こげる」では、「家電製品やスマートフォンのバッテリー、照明器具等が過熱や発熱した」といったもの、「機能故障」では、「購入したばかりの中古自動車のエンジンに不具合が生じ、走行不能になった」といったもの、「異物の混入」では、「スーパー

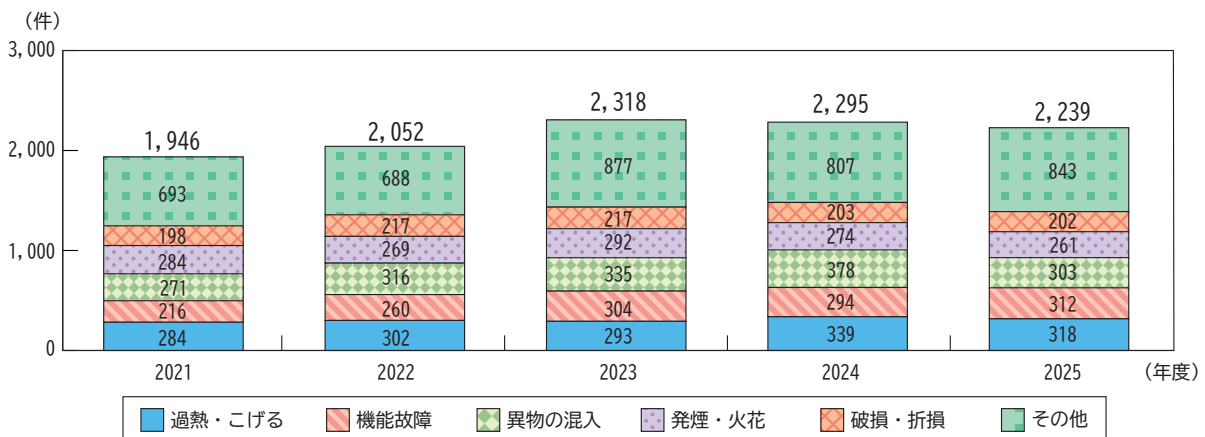
マーケット等で購入した食品から金属片、プラスチック片等の異物が出てきた」といったものがみられました。

消費生活用製品安全法の規定に基づき2025年度に報告された重大製品事故は1,425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、2025年度に報告された重大製品事故は1,425件で、2024年度より増加しました。

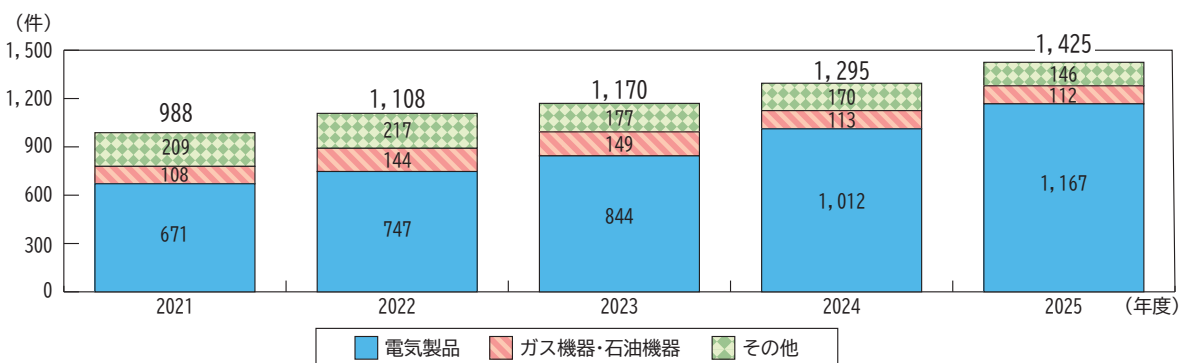
製品別では、「電気製品」が1,167件、「ガス機器・石油機器」が112件、「その他」が146件でした（図表 I-1-2-6）。「電気製品」では電池（バッテリー）やエアコン（室外機）、「ガス機器・石油機器」では石油ストーブやガスこんろ等、「その他」では自転車や椅子等の事故が多く報告されました。

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（2026年3月31日までの登録分）。

図表 I-1-2-6 消費者庁に報告された重大製品事故の件数の推移



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

(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・身体に被害を及ぼす事故に遭い、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あります。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、2026年3月

31日時点で32の医療機関が参画しています¹⁰。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。

2025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¹¹は2,656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481件、「誤飲・誤嚥^{ごえん}」が414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¹²を設置するとともに学会や医師会への周知に努め、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



10) 2026年3月31日時点の参画医療機関は以下の32機関。医療法人浜仁会手稲浜仁会病院、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なと赤十字病院、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、地方独立行政法人広島県立病院機構県立広島病院、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。

11) 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。

12) 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（2025年度）

(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 ^{こえん}	196	111	53	54	0	0	414
転倒	125	86	212	58	0	0	481
転落	314	115	194	107	1	1	732
刺す・切る	8	49	91	7	0	0	155
挟む	26	31	49	6	0	0	112
ぶつかる・当たる	96	70	165	31	0	0	362
さわる・接触する	26	34	139	26	0	1	226
溺れる	0	0	1	3	0	0	4
有害ガスの吸引	2	0	0	3	0	0	5
その他	30	66	44	12	0	1	153
不明	4	2	5	1	0	0	12
合計	827	564	953	308	1	3	2,656

(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

消費者庁及び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行っています。ここでは、2025年度に注意喚起を行った事例について紹介します。

チャイルドシートでの事故

6歳未満の子供を乗車させる際には、原則としてチャイルドシートを使用することが義務付けられており¹³、万が一の事故に遭った際には、子供の安全を守る効果が期待されています。また、6歳以上の子供でも、身長や体格に応じてチャイルドシートを使用することが推奨されています。

一方で、チャイルドシートは、適正に使用されなければ、その効果を十分に発揮できず、場合によっては事故につながるおそれがあります。チャイルドシートの不適正な使用が一因と思われる、次のような事故情報が医療機関から消費者庁に寄せられています。

【事例】（括弧内はこどもの年齢）

- ・母親が5か月のこどもを後ろのチャイルドシートに乗せようとしていたため、3歳のこどもが座席への固定が不十分な助手席のチャイルドシートに自分で座ったところ、チャイルドシートごと車外に転落した（3歳）。
- ・公園の駐車場で、後部座席のチャイルドシートにこどもを座らせていたがチャイルドシートのベルト（ハーネス）はしていなかったところ、気がつくや地面に仰向けで落ちていた（0歳）。
- ・自家用車の後部座席に取り付けている年上のきょうだいが使っている学童用チャイルドシートに、1歳のこどもを乗せて時速30kmで走っていたところ、急ブレーキをかけた際にチャイルドシートから落ちた（1歳）。

これらを踏まえ、消費者庁では、子供の安全を守るため、チャイルドシートを選ぶ際、取り付けの際、使う際のポイントをまとめ、消費者に注意喚起を行いました¹⁴（図表 I-1-2-9）。

13) 「道路交通法」(昭和35年法律第105号) 第71条の3第3項

14) 消費者庁「チャイルドシート、体格に合わせて正しく装着できていますか? - 正しく装着して正しく乗せることがこどもの命を守ります -」(2025年7月公表)

図表 I-1-2-9 チャイルドシートを選ぶ際、取り付ける際、使う際の注意点

- 【選ぶ際のポイント】
- (1) こどもの体格に合ったものを選び、使用する車に適合しているか確認しましょう
 - (2) チャイルドシート安全基準マーク（Eマーク）が付いているか確認しましょう
- 【取り付ける際のポイント】
- (1) ISO-FIX固定方式のものを使用し、後部座席に取り付けましょう
 - (2) 取扱説明書や取付け方法を解説した動画等を参考に、しっかり取り付けましょう
- 【使う際のポイント】
- (1) 車での移動が短時間でも、こどもをチャイルドシートに正しく座らせ、体格に合わせてシートの角度、背面の高さやベルトの長さを調節し、バックルを確実に締めましょう
 - (2) 暑い季節には、本体やベルト等に使用されている金具が熱くなり、こどもが火傷するおそれがあるため、事前に各部に触れて確認しましょう



（備考）消費者庁「チャイルドシート、体格に合わせて正しく装着できていますか？ - 正しく装着して正しく乗せることがこどもの命を守ります -」（2025年7月公表）により作成。

リチウムイオン電池使用製品による発火事故

リチウムイオン電池は、モバイルバッテリーやスマートフォンのほか、ワイヤレスイヤホン、スマートウォッチ、携帯用扇風機等、日常生活で身に着けたり、持ち歩いたりする様々な製品に使用されています。

しかし、リチウムイオン電池は熱や衝撃に弱いといった性質があり、取扱いを誤ると、発煙・発熱・発火等の事故が発生するおそれがあります¹⁵。消費者庁には、これらのリチウムイオン電池使用製品についての様々な事故情報が寄せられています。

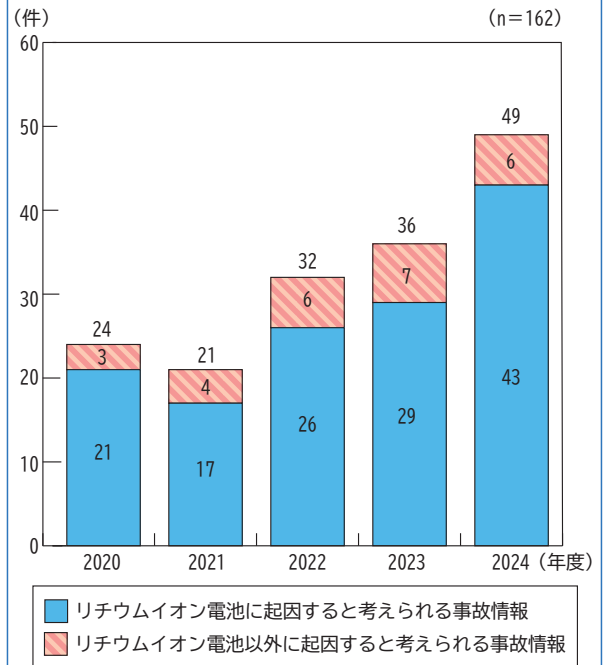
発熱・発火等の事故がみられる数ある製品の中から、特に近年、より身近になったワイヤレスイヤホン、スマートウォッチ及び携帯用扇風機の3製品についてみると、事故情報データベースには、発煙・発熱・発火・破裂・爆発等の事故情報が2020年度から2024年度までの5年間で計162件登録されています。

このうち、リチウムイオン電池に起因すると考えられる事故情報は、2020年度以降の5年間で136件登録されており、全体の84.0%を占めるとともに、近年増加傾向にあります（図表 I-1-2-10）。

また、製品別にみると、5年間でワイヤレスイヤホンは64件、スマートウォッチは46件、携帯用扇風機は26件となっており、いずれも増加傾向がみられます（図表 I-1-2-11）。

図表 I-1-2-10

事故情報登録件数（ワイヤレスイヤホン、スマートウォッチ及び携帯用扇風機の合計）

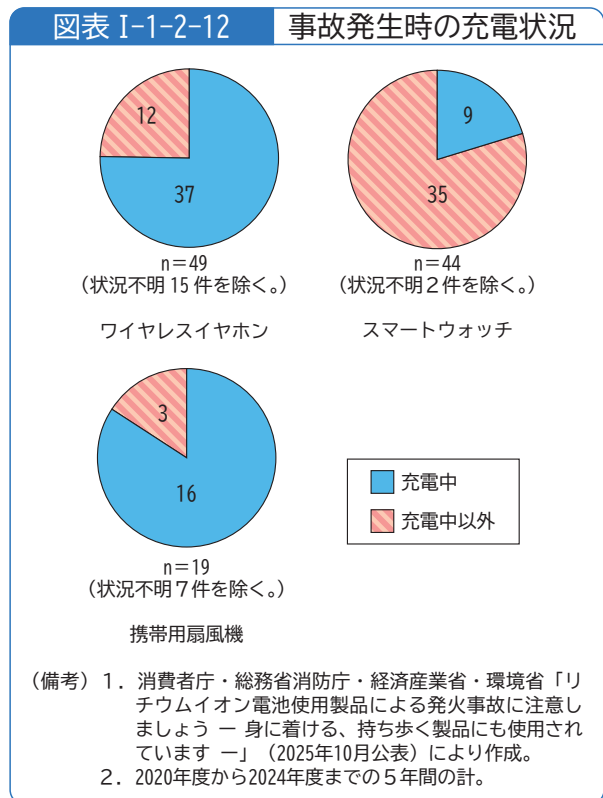
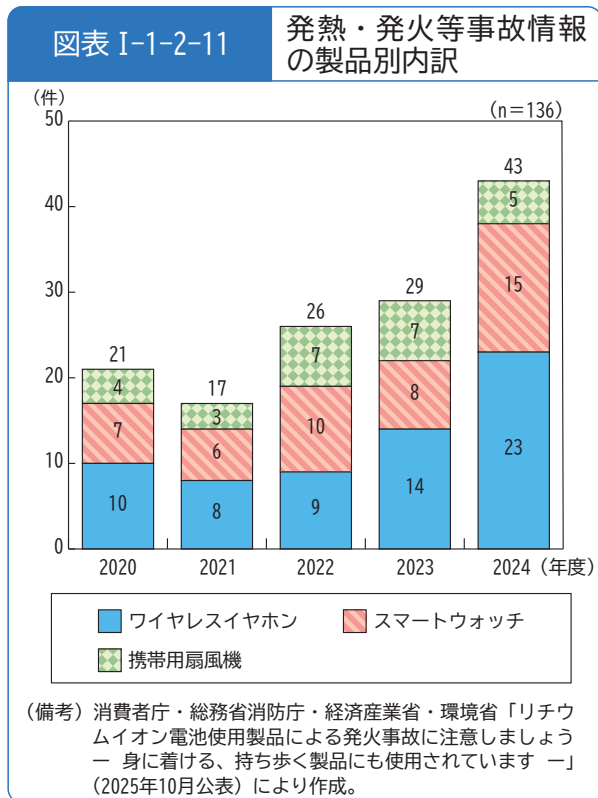


（備考）消費者庁・総務省消防庁・経済産業省・環境省「リチウムイオン電池使用製品による発火事故に注意しましょう - 身に着ける、持ち歩く製品にも使用されています -」（2025年10月公表）により作成。

15) NITEに通知された事故情報によると、2024年のリチウムイオン電池搭載製品の発火を含む事故件数は492件で、うち多い製品順にモバイルバッテリー123件、充電式掃除機47件、ポータブル電源41件となっている。NITE『夏バテ(夏のバッテリー)』にご用心～「リチウムイオン電池搭載製品」の火災事故を防ぐ3つのポイント～（2025年6月公表）。

さらに、事故発生時の状況をみると、事故が発生した時に充電中だった件数は、状況不明な事故情報を除き、5年間でワイヤレスイヤホン

では37件（75.5%）、スマートウォッチでは9件（20.5%）、携帯用扇風機では16件（84.2%）でした（図表 I-1-2-12）。



これらを踏まえ、消費者庁では、総務省消防庁、経済産業省及び環境省と連携し、リチウムイオン電池使用製品を使用・廃棄する際のポイントをまとめ、消費者に注意喚起を行いました¹⁶（図表 I-1-2-13）。

図表 I-1-2-13 リチウムイオン電池使用製品を使用・廃棄する際の注意点

【使用の際のポイント】

- (1) 強い衝撃や圧力を加えないようにしましょう
- (2) 高温になる場所では使用・保管しないようにしましょう
- (3) 充電は、安全な場所で、なるべく起きている時に行いましょう
- (4) 異常を感じたら使用を中止しましょう
- (5) 発火した時はまず安全を確保し、できれば大量の水で消火しましょう
- (6) 製品情報、リコール情報を確認しましょう
- (7) 公共交通機関では、持ち込みルールを守りましょう

【廃棄の際のポイント】

- (1) リチウムイオン電池が使用されているかを確認しましょう
- (2) リサイクル可能なものは、リサイクルしましょう
- (3) 廃棄方法を確認して、廃棄しましょう
- (4) 廃棄する前にはなるべく電池を使い切らしましょう

(備考) 消費者庁・総務省消防庁・経済産業省・環境省「リチウムイオン電池使用製品による発火事故に注意しましょう ― 身につける、持ち歩く製品にも使用されています ―」(2025年10月公表)により作成。

16) 消費者庁・総務省消防庁・経済産業省・環境省「リチウムイオン電池使用製品による発火事故に注意しましょう ― 身につける、持ち歩く製品にも使用されています ―」(2025年10月公表)

ガラス繊維強化プラスチックによるけが

ガラス繊維強化プラスチックは、細いガラス繊維の束に樹脂を染み込ませて成形したもので、傘の骨、園芸用ポール、テントの支柱等、軽量で弾性が求められる部位に用いられることがあります。ガラス繊維は細く肉眼では見えにくいいため、気付かず露出した部分に触れると、けがをするおそれがあります。

PIO-NETには、2020年4月1日から2025年6月30日までの約5年間にガラス繊維強化プラスチックが使用された商品でけがをしたという危害情報が28件、けがをするおそれがあったという危険情報が3件寄せられています。

そこで、国民生活センターでは、危害・危険情報の件数が最も多かった傘について、調査を行いました。

その結果、ガラス繊維強化プラスチックは軽量で弾性が求められる傘の骨に使用されてお

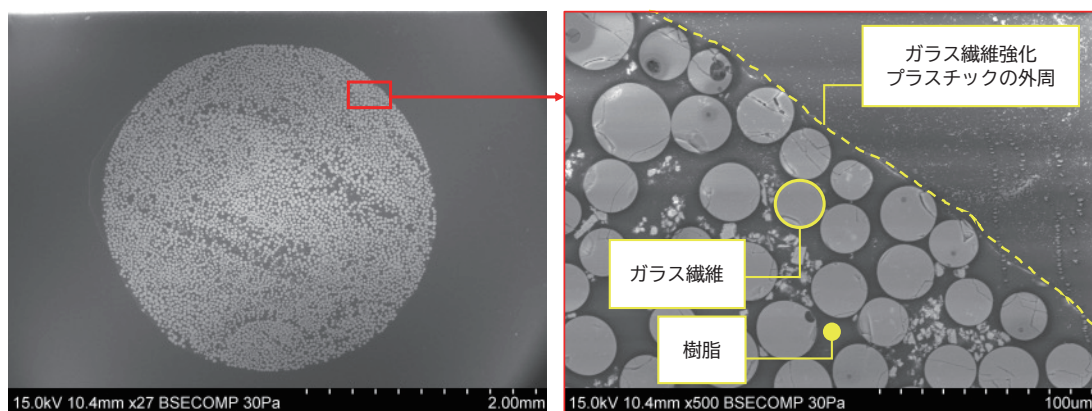
り、その断面を観察したところ、樹脂表面付近にまでガラス繊維が出ていることが確認されました（図表 I-1-2-14）。

また、傘の骨の表面を観察したところ、新品時でも表面にガラス繊維の先端が露出しているものや、曲げたり傷ついたりすると、ガラス繊維の先端が樹脂表面から飛び出してくるものがありました（図表 I-1-2-15）。

表示について調べたところ、ガラス繊維強化プラスチックが使用されていることが確認できない商品や、ガラス繊維についての注意表示がない商品がみられました。

このため、ガラス繊維強化プラスチックは、表面からガラス繊維の先端が露出していることがあるため、不用意に素手で触らないなど取扱いに注意することや、ガラス繊維が刺さって痛みが続く場合には医師の診察・処置を受けることといった対処方法等を示した啓発資料を作成し、消費者への注意喚起を行いました¹⁷（図表 I-1-2-16）。

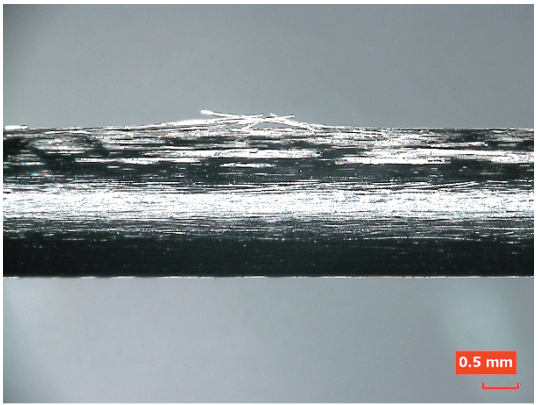
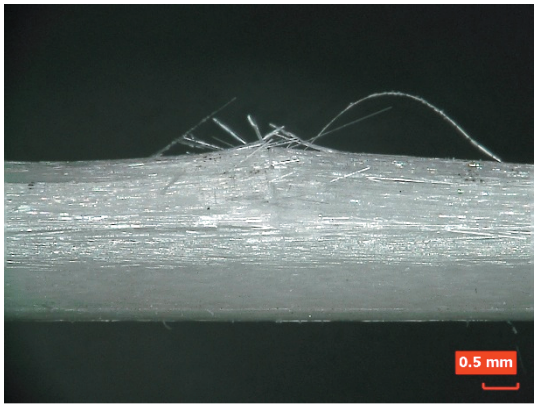
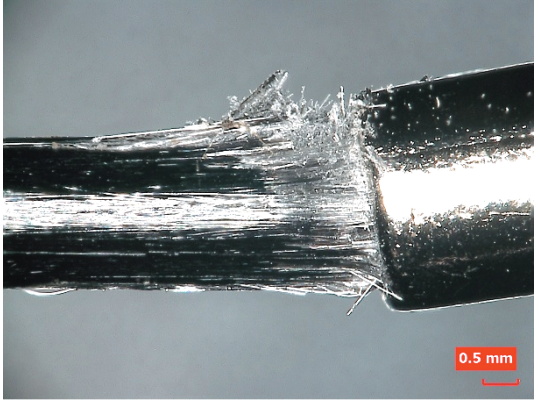
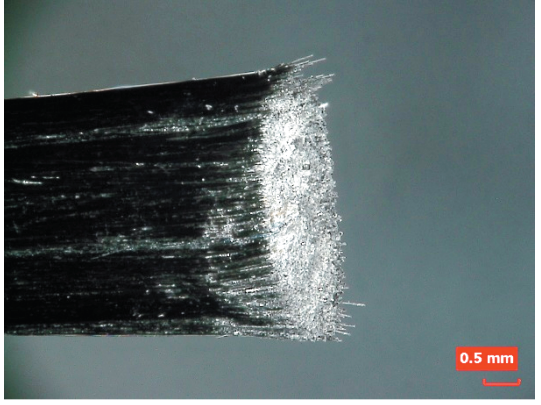
図表 I-1-2-14 傘の骨の断面（電子顕微鏡写真）



（備考）国民生活センター「ガラス繊維強化プラスチックによるけがに注意！ - 傘の骨などに使用されています -」（2025年9月公表）により作成。

17) 国民生活センター「ガラス繊維強化プラスチックによるけがに注意！ - 傘の骨などに使用されています -」（2025年9月公表）

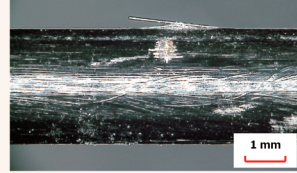
図表 I-1-2-15 各操作を行った後の表面の様子

ゆるやかな湾曲を繰り返した場合	表面を傷つけた場合
 <p data-bbox="220 698 762 757">長さ13cmの先親骨の中央付近が1cmたわむ程度の曲げを5回繰り返したところ、ガラス繊維の飛び出しがみられました</p>	 <p data-bbox="794 698 1337 757">ガラス繊維の端が露出しました</p>
折り曲げた場合	ペンチで切った場合
 <p data-bbox="220 1247 762 1305">折れたガラス繊維の端の飛び出しがみられました</p>	 <p data-bbox="794 1247 1337 1305">切断部外周がささくれ状になり、ガラス繊維先端の飛び出しもみられました</p>

(備考) 国民生活センター「ガラス繊維強化プラスチックによるけがに注意！ - 傘の骨などに使用されています -」（2025年9月公表）

ガラス繊維強化プラスチックによるけがに注意 - 傘の骨などに使用されています -

- ・ 傘の骨、園芸用ポール、テントの支柱などには、**ガラス繊維強化プラスチック**が使用されることがあります。
- ・ ガラス繊維強化プラスチックの表面には、**ガラス繊維が露出**していることがあり、触れると**けがをするおそれ**があります。



【事件事例】

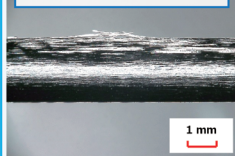
- 子どもが人とすれ違うときにぶつかり、グラスファイバー製の傘の親骨が折れて細かな**ガラス繊維**が手に刺さった。

【テスト結果】

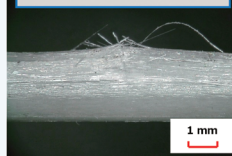
ガラス繊維強化プラスチックが使用されている傘の骨を調べました。

- ・ **新品時でも傘の骨の表面にガラス繊維の先端が露出**しているものがありました。
- ・ **曲げたり傷つけたりすると、ガラス繊維の先端が飛び出す**ことがありました。

湾曲を繰り返した



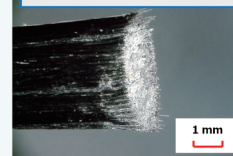
表面を傷つけた



折り曲げた



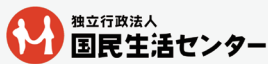
ペンチで切った



【消費者へのアドバイス】

- ・ ガラス繊維強化プラスチックは、**表面からガラス繊維の先端が露出**していることがあります。不用意に素手で触らないなど**取扱いには注意**しましょう。
- ・ ガラス繊維が皮膚に刺さって

痛みが続く場合は、医師の診察・処置を受けましょう。



独立行政法人
国民生活センター



(備考) 国民生活センター「ガラス繊維強化プラスチックによるけがに注意！ - 傘の骨などに使用されています -」（2025年9月公表）

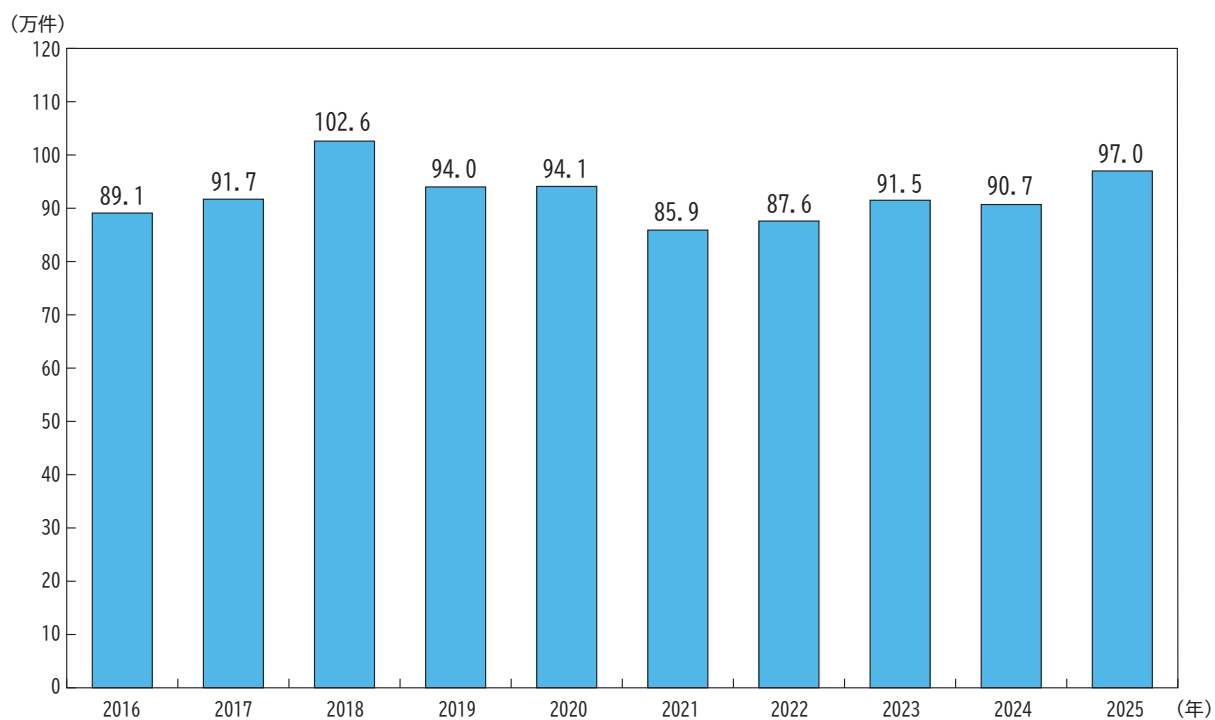
第3節 消費生活相談の概況

(1) 2025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、2025年は97.0万件であり、前年（90.7万件）より増加しました。近年は年間90万件前後で推移しており、2025年は2018年に次ぐ件数となりました（図表 I-1-3-1）。

図表 I-1-3-1 消費生活相談件数の推移

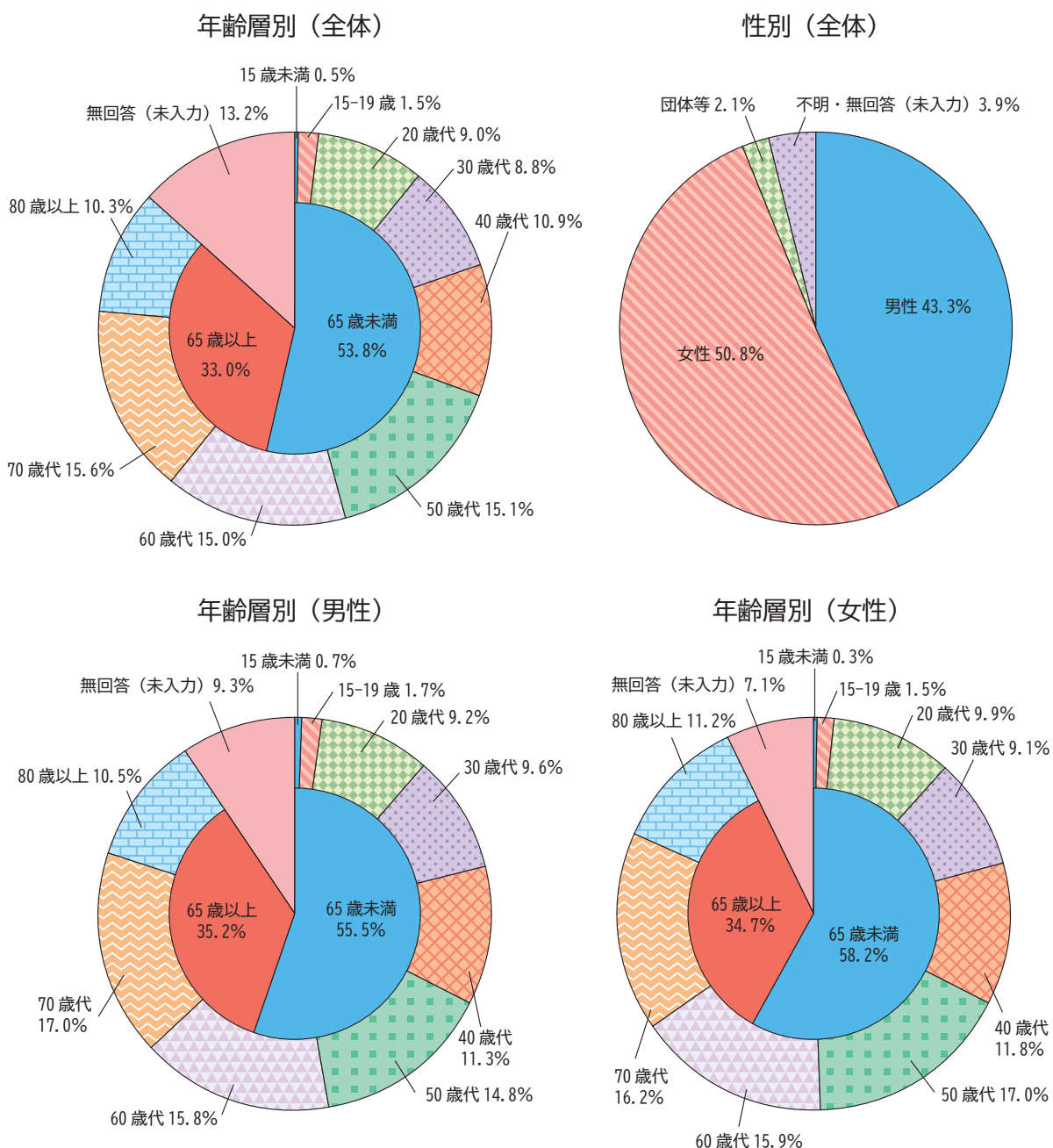


（備考）PIO-NETに登録された消費生活相談情報（2026年3月31日までの登録分）。

属性別にみた2025年の相談状況

2025年の消費生活相談を属性別にみると、年齢層別では65歳以上の高齢者が契約当事者¹⁸全体の33.0%を占めています。また、70歳代が15.6%と最も多く、次いで50歳代が15.1%、60歳代が15.0%でした。性別では、女性が50.8%、男性が43.3%と女性の割合が高くなっています（図表 I-1-3-2）。

図表 I-1-3-2 消費生活相談の契約当事者の属性（2025年）



（備考）PIO-NETに登録された消費生活相談情報（2026年3月31日までの登録分）。

18) 契約当事者とは、事業者と直接契約を締結した者を指し、家族等が本人に代わって相談した場合等、相談者と一致しないことがある。

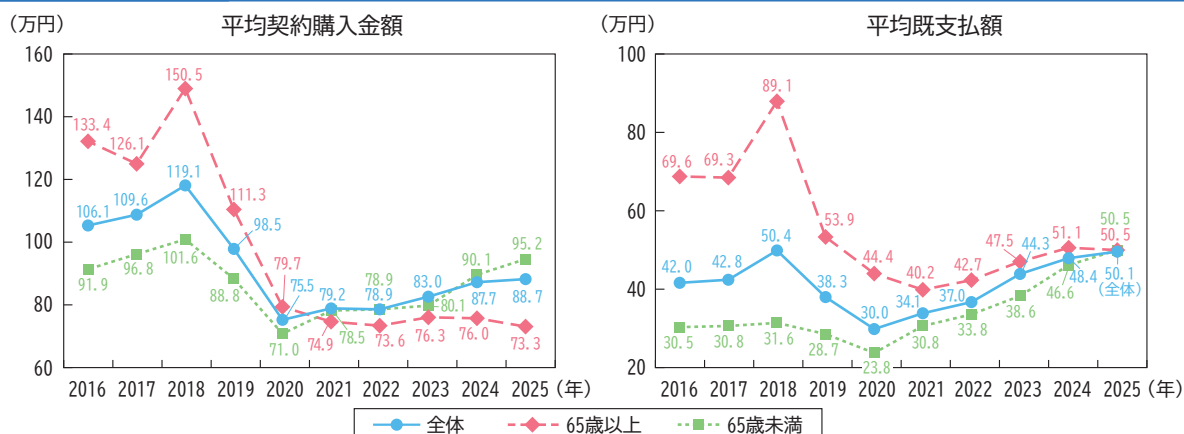
消費生活相談1件当たりの 平均契約購入金額は88.7万円

2025年の消費生活相談1件当たりの平均金額をみると、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88.7万円、実際に支払った金額である「平均既支払額」が50.1

万円でした。これらの平均金額はいずれも前年より増加しています（図表I-1-3-3）。

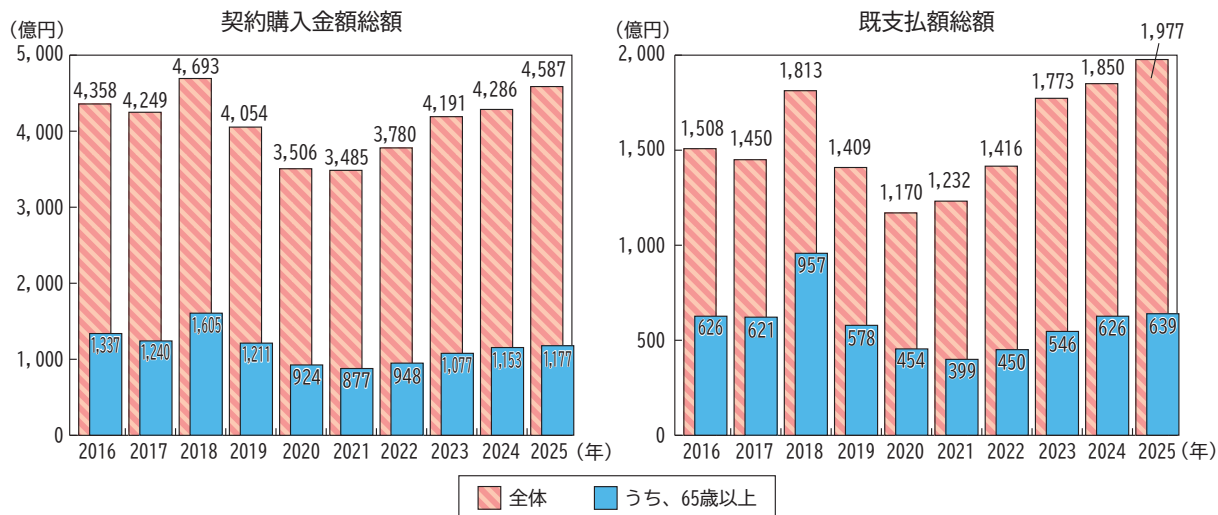
また、消費生活相談の契約購入金額及び既支払額の総額をみると、2025年は、「契約購入金額総額」は4,587億円、「既支払総額」は1,977億円となっており、いずれも前年より増加しています（図表I-1-3-4）。

図表 I-1-3-3 平均契約購入金額・平均既支払額の推移（年齢層別）



(備考) 1. PIO-NETに登録された消費生活相談情報（2026年3月31日までの登録分）。
2. 全体の平均契約購入金額及び平均既支払額は、年齢が無回答（未入力）の者も含め、契約購入金額、既支払額の総額をそれぞれの有効登録数で除したもの。

図表 I-1-3-4 契約購入金額総額・既支払総額の推移



(備考) PIO-NETに登録された消費生活相談情報（2026年3月31日までの登録分）。

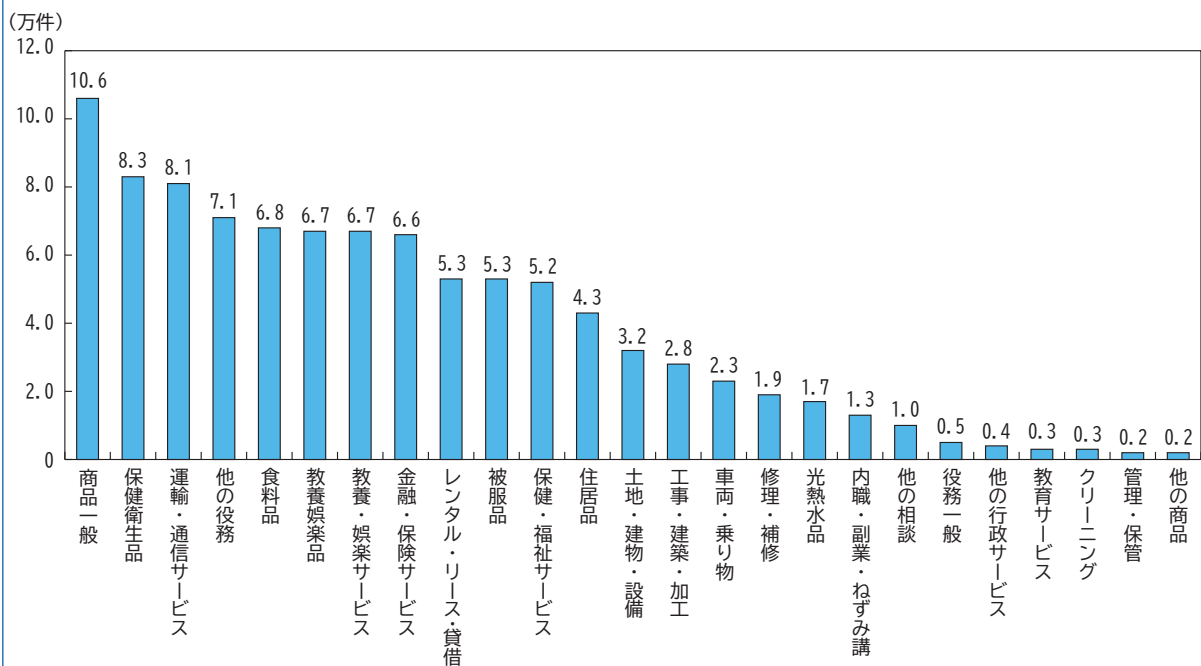
商品別分類別にみた 消費生活相談の概況

2025年の消費生活相談件数を商品別分類別にみると、相談件数が最も多かったものは、「商品一般」（迷惑メールや不審な電話、覚えのない荷物、架空請求を含む。）に関する相談でした。次いで、「保健衛生品」（化粧品を含む。）、「運輸・通信サービス」（携帯電話サービスや光ファイバー、固定電話サービスを含む。）に関する相談でした（図表 I-1-3-5）。

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」に関する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、解約時に高額な違約金や修理代金を請求された事例等がみられます（図表 I-1-3-6）。

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歳代及び30歳代では「不動産貸借」が最多でした。30歳代以上の各年齢層では「工事・建築」、「インターネット接続回線」が上位にみられます。

図表 I-1-3-5 消費生活相談の商品別分類別件数（2025年）



（備考）PIO-NETに登録された消費生活相談情報（2026年3月31日までの登録分）。

図表 I-1-3-6 消費生活相談の商品・サービス別上位件数（年齢層別・2025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	969,618	総件数	319,822
1	商品一般	106,341	商品一般	41,626
2	不動産貸借	47,239	他の健康食品	15,548
3	役務その他サービス	33,114	基礎化粧品	12,833
4	他の健康食品	30,432	工事・建築	12,778
5	基礎化粧品	29,938	役務その他サービス	12,607
6	工事・建築	27,380	固定電話サービス	9,490
7	インターネット接続回線	23,687	インターネット接続回線	9,016
8	携帯電話サービス	19,974	携帯電話サービス	8,560
9	フリーローン・サラ金	19,731	修理サービス	5,964
10	修理サービス	17,540	金融関連サービスその他	5,872

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	19,599	総件数	87,543	総件数	85,783	総件数	105,844
1	インターネットゲーム	3,683	不動産貸借	8,682	不動産貸借	9,471	商品一般	8,368
2	商品一般	1,237	エステティックサービス	7,414	商品一般	5,674	不動産貸借	7,253
3	他の健康食品	1,121	商品一般	5,315	役務その他サービス	2,782	フリーローン・サラ金	2,925
4	エステティックサービス	994	他の内職・副業	3,597	エステティックサービス	2,564	役務その他サービス	2,914
5	基礎化粧品	932	役務その他サービス	3,469	フリーローン・サラ金	2,413	インターネット接続回線	2,640
6	医療サービス	504	医療サービス	3,456	医療サービス	2,184	基礎化粧品	2,438
7	他の化粧品	439	フリーローン・サラ金	2,764	インターネット接続回線	2,179	工事・建築	2,347
8	不動産貸借	407	四輪自動車	1,876	工事・建築	2,030	四輪自動車	2,259
9	役務その他サービス	370	電気	1,725	他の内職・副業	2,009	他の健康食品	2,081
10	他の娯楽等情報配信サービス	337	修理サービス	1,605	四輪自動車	1,981	修理サービス	2,076

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	146,075	総件数	145,121	総件数	151,680	総件数	99,828
1	商品一般	13,571	商品一般	15,811	商品一般	19,607	商品一般	14,466
2	不動産貸借	6,652	基礎化粧品	8,579	他の健康食品	7,519	工事・建築	5,800
3	基礎化粧品	6,387	他の健康食品	6,549	基礎化粧品	6,743	他の健康食品	4,697
4	他の健康食品	4,840	役務その他サービス	4,579	役務その他サービス	6,017	固定電話サービス	4,612
5	役務その他サービス	3,996	工事・建築	4,028	工事・建築	5,046	役務その他サービス	4,361
6	工事・建築	3,519	メイクアップ化粧品	3,923	インターネット接続回線	4,989	携帯電話サービス	2,886
7	フリーローン・サラ金	3,492	不動産貸借	3,808	携帯電話サービス	4,283	修理サービス	2,348
8	インターネット接続回線	3,422	インターネット接続回線	3,803	固定電話サービス	4,041	給湯システム	2,147
9	メイクアップ化粧品	3,239	携帯電話サービス	2,857	金融関連サービスその他	3,012	インターネット接続回線	2,127
10	携帯電話サービス	2,809	電気空調・冷房機器	2,664	修理サービス	2,637	新聞	2,059

(備考) 1. PIO-NETに登録された消費生活相談情報（2026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）。

販売購入形態別にみた消費生活相談の概況

2025年の消費生活相談を販売購入形態別にみると、最も多かったものは「インターネット通販」(26万6,805件)、次いで「店舗購入」(19万4,541件)でした(図表I-1-3-7)。

年齢層別にみると、20歳未満では「インターネット通販」が5割以上を占めています。20歳代及び30歳代では「店舗購入」が約3割と最も多くなっています。40歳代から60歳代までは「インターネット通販」が約3割から約4割を占めています。70歳代及び80歳以上では、他の年齢層と比較して「訪問販売」、「電話勧誘販売」及び「訪問購入」の割合が高くなっています(図表I-1-3-8)。

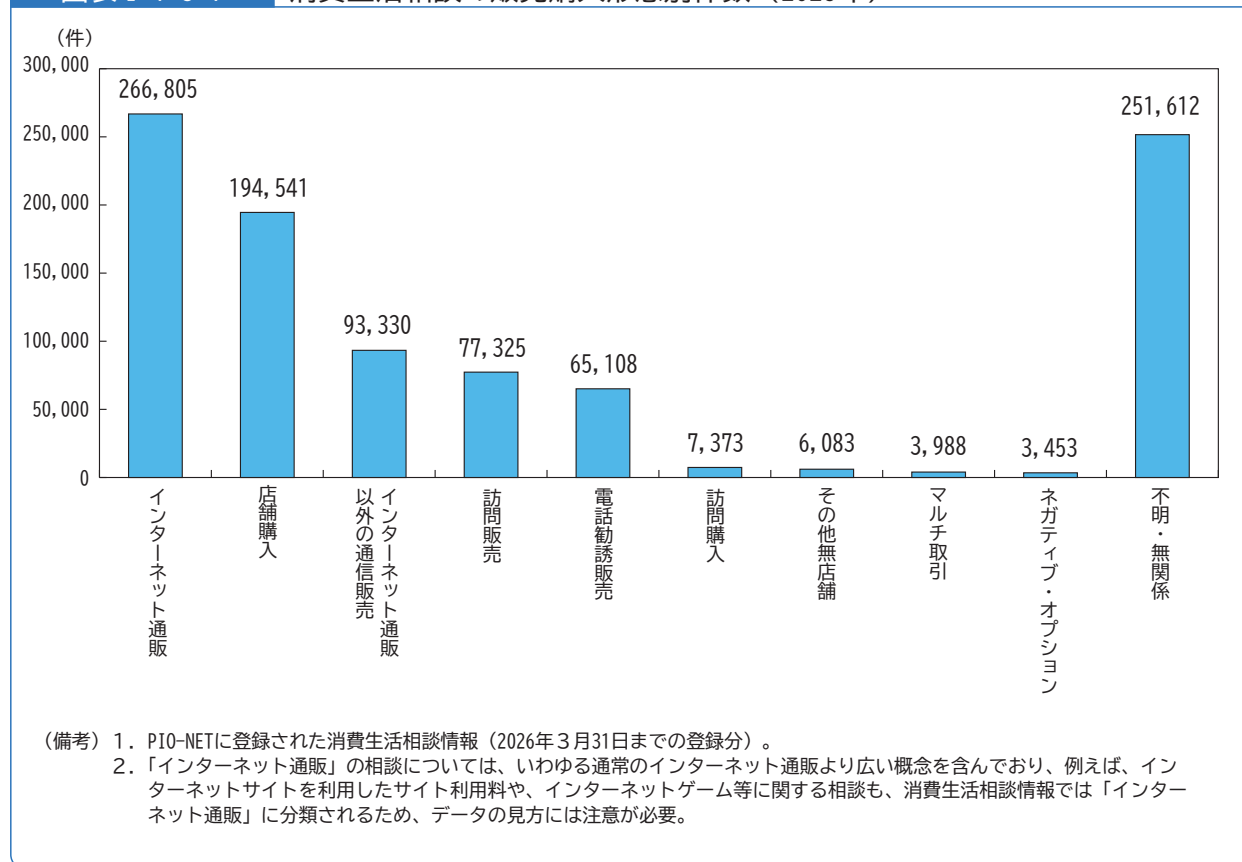
また、近年、相談件数が増加している販売形態として、点検を装って不要な契約を結ばせる「点検商法」による訪問販売や電話勧誘販売が挙げられます。「点検商法」に関する相談件数は、2025年で2万58件と、2021年(7,395件)と

比べて2.7倍に増加しています。特に、高齢者を中心に、給湯器や太陽光発電システム等の高額な住宅設備や、分電盤やブレーカー等の電気設備に関する契約トラブルの相談が多くなっています(図表I-1-3-9)。

具体的な事例としては、「給湯器を無料点検する業者が来訪し、『焦げているので交換した方がよい』と言われ約50万円の契約を行った。その後、近所の別の業者に見てもらったところ、交換の必要はないことが判明し、取り消したい」、「10年前に設置した太陽光発電システムの施工業者が倒産したためアフターサービスを引き継ぐと称して訪問した業者と屋根工事の契約をしたが、不審な点が多く解約したい」、「分電盤の点検について電話が掛かってきた。消防署から認定を受けた作業員が点検に伺うと言う。本当か」といった相談がみられます。

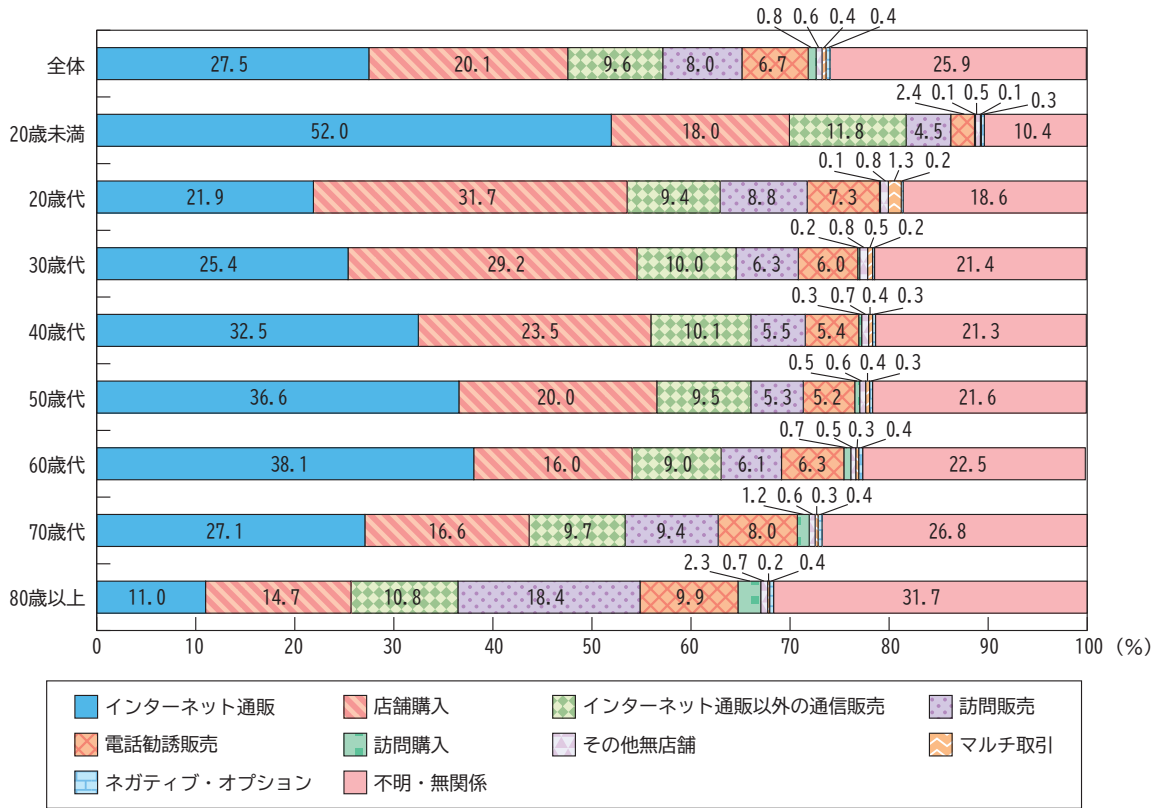
国民生活センターでは、こうした「点検商法」による被害に遭わないよう、消費者に注意喚起を行いました¹⁹⁾。

図表 I-1-3-7 消費生活相談の販売購入形態別件数 (2025年)



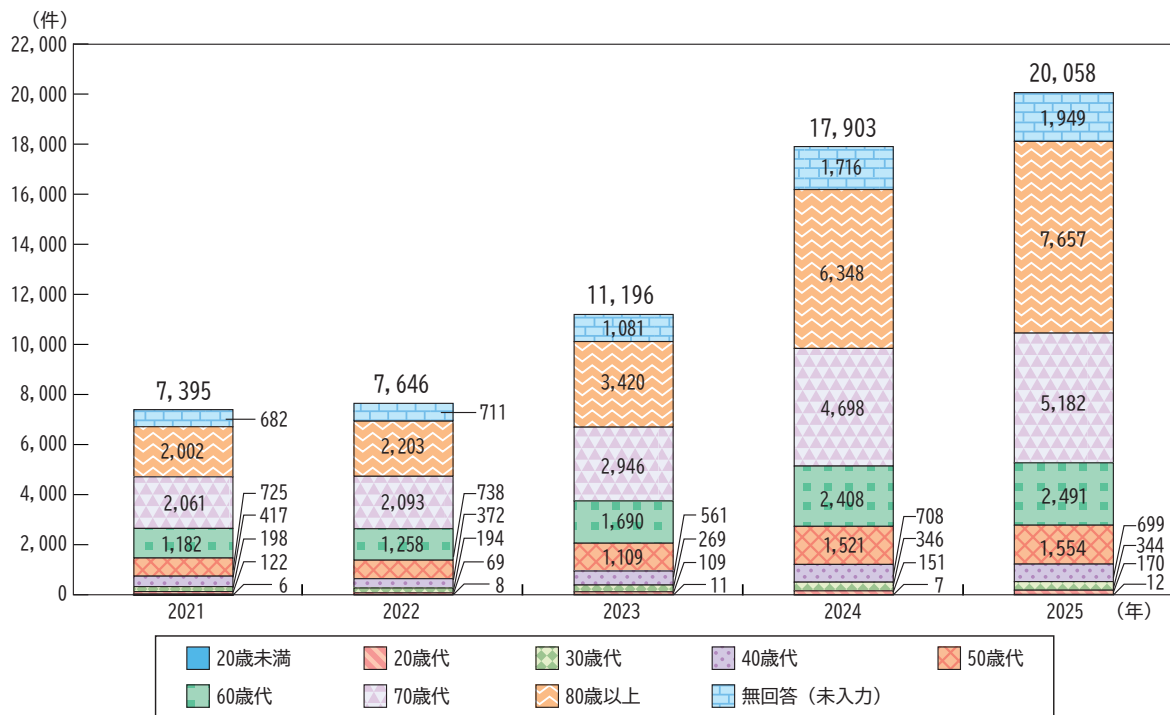
19) 国民生活センター『「分電盤の点検に行きます」の電話から始まる勧誘に注意—2024年度に急増しています—』(2025年1月公表)、「太陽光発電システムの点検商法が急増!—点検が義務化された—」などと言われても、安易に契約せず、まずは点検の要否を確認しましょう—』(2025年6月公表)。

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・2025年）



(備考) 1. PIO-NETに登録された消費生活相談情報(2026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。

図表 I-1-3-9 「点検商法」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(2026年3月31日までの登録分)。

若者の消費生活相談の概況

15歳から29歳までの若者の消費生活相談件数は、近年は10万件前後で推移しており、2025年は10.2万件でした（図表 I-1-3-10）。

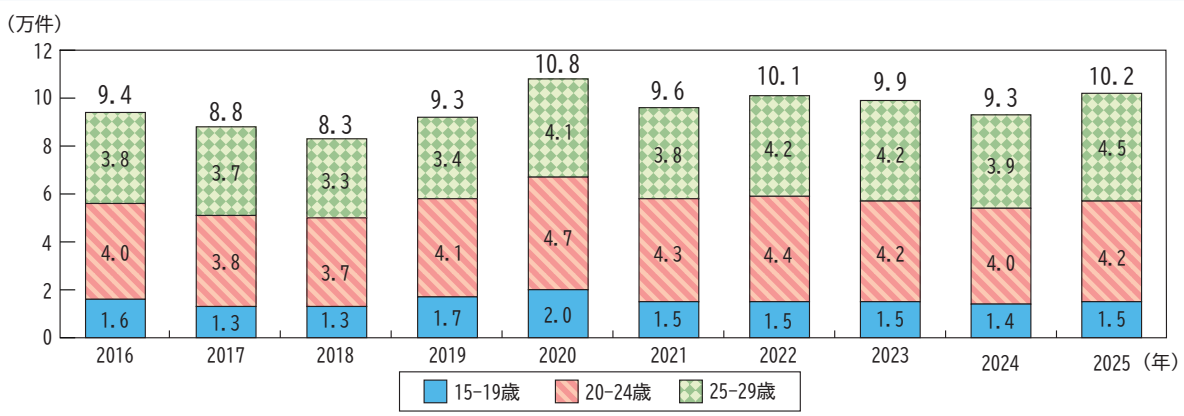
若者の消費生活相談件数を商品・サービス別にみると、男女共に美容・健康に関する相談のほか、「賃貸アパート」や「電気」といった暮らしに関する相談や、「役務その他サービス」に関する相談が上位にみられます（図表 I-1-3-11）。

20歳未満が多くを占める消費生活相談の一つに、「インターネットゲーム」に関する相談が挙げられます。「インターネットゲーム」に

関する相談は、2025年は全年齢層で6,429件となり、前年（7,588件）に比べて減少したものの、相談件数全体に占める20歳未満の割合は57.3%（3,683件）と、依然として高い水準にあります（図表 I-1-3-12）。

具体的な事例としては、「高校生の息子が親の承諾を得ずに親の銀行口座と二次元コード決済をひも付けてゲームに課金していた」、「小学生の息子が動画共有SNSで知り合った相手からゲーム内アイテムを受け取るために、親の決済アプリから相手に高額な代金を送金していた」等、子供が保護者の承諾を得ずにクレジットカード情報や決済アプリを使用し、その結果、クレジットカード会社等から多額の請求を受けたといった相談がみられます。

図表 I-1-3-10 若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（2026年3月31日までの登録分）。
2. 契約当事者が15歳から29歳までの相談。

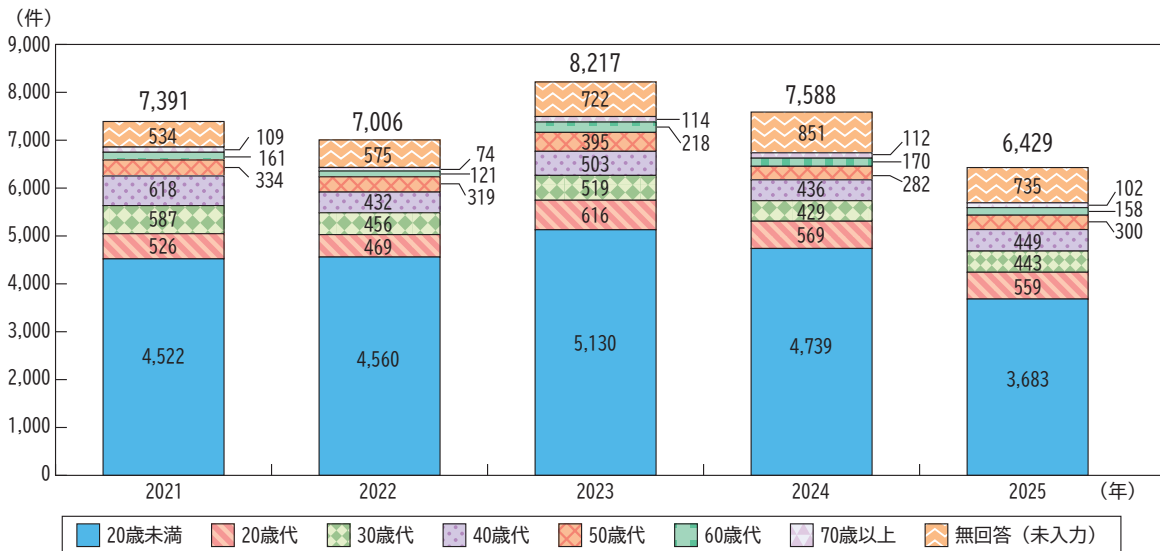
図表 I-1-3-11 若者の消費生活相談の商品・サービス別上位件数（年齢区分別・2025年）

男性					女性						
15-19歳		20-29歳			15-19歳		20-29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	順位	商品・サービス	件数
	総件数	7,090		総件数	38,504		総件数	7,388		総件数	48,579
1	インターネットゲーム	624	1	賃貸アパート	4,106	1	脱毛エステ	667	1	脱毛エステ	5,503
2	商品一般	542	2	商品一般	2,660	2	他の健康食品	600	2	賃貸アパート	4,033
3	他の健康食品	305	3	フリーローン・サラ金	1,721	3	商品一般	516	3	商品一般	2,606
4	乳液	234	4	役務その他サービス	1,657	4	医療サービス	337	4	医療サービス	2,574
5	賃貸アパート	213	5	普通・小型自動車	1,192	5	乳液	244	5	他の内職・副業	2,399
6	役務その他サービス	193	6	他の内職・副業	1,183	6	賃貸アパート	163	6	役務その他サービス	1,794
7	電気	179	7	修理サービス	912	7	役務その他サービス	158	7	フリーローン・サラ金	1,024
8	アダルト情報	155	8	電気	880	8	インターネットゲーム	147	8	電気	837
9	携帯電話サービス	146	9	医療サービス	871	9	電気	146	9	スポーツ・健康教室	706
10	修理サービス	141	10	外食	759	10	他の内職・副業	129	10	修理サービス	685

オレンジ色 娯楽に関するもの ピンク色 美容・健康に関するもの 黄緑色 暮らしに関するもの
 青色 金融に関するもの 紫色 内職・副業に関するもの

(備考) 1. PIO-NETに登録された消費生活相談情報（2026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。

図表 I-1-3-12 「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(2026年3月31日までの登録分)。

高齢者の消費生活相談の概況

65歳以上の高齢者の消費生活相談件数は、2018年(35.8万件)をピークに減少したものの、近年増加しており、2025年は32.0万件でした(図表 I-1-3-13)。これは、2025年の消費生活相談全体の約3割を占めます。

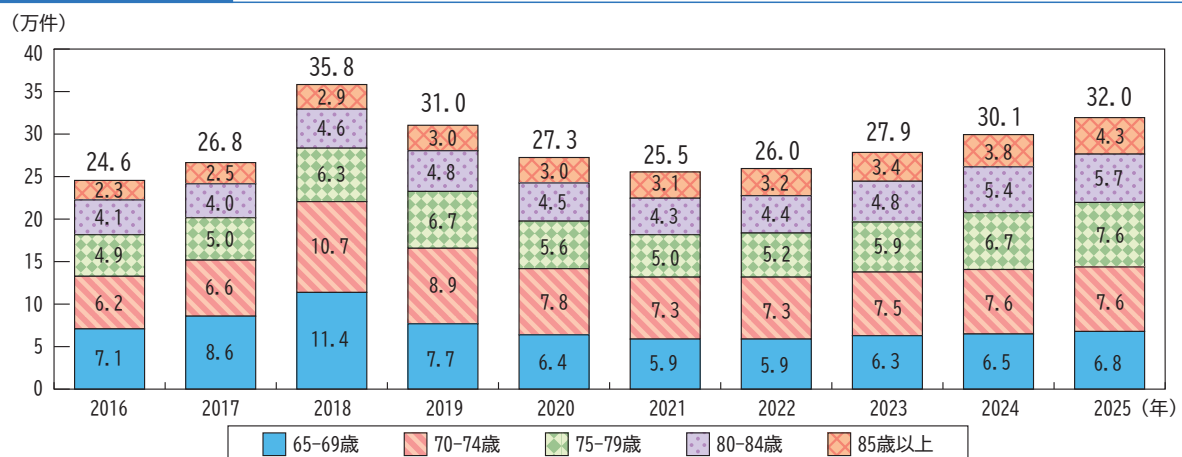
高齢者の消費生活相談件数を商品・サービス別にみると、いずれの年齢区分でも、「商品一般」、「他の健康食品」、「役務その他サービス」、「携帯電話サービス」に関する相談が上位にみられます。また、85歳以上の女性を除き、「光ファイバー」及び「金融関連サービスその他」に関する相談も上位にみられます。

そのほか、65歳から74歳では、男女共に、化粧品のうち「化粧クリーム」に関する相談が上位にみられます。女性では、これに加え、「ファンデーション」や「乳液」に関する相談も上位にみられます。

75歳から84歳では、男女共に、「固定電話サービス(全般)」や「修理サービス」に関する相談が上位にみられます。

85歳以上では、男女共に、「新聞」や「ブレーカー」に関する相談が上位にみられます(図表 I-1-3-14)。

図表 I-1-3-13 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(2026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。

図表 I-1-3-14

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・2025年）

男性								
順位	65-74歳		順位	75-84歳		順位	85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
	総件数 68,364			総件数 59,999			総件数 19,100	
1	商品一般	8,129	1	商品一般	8,275	1	商品一般	2,861
2	他の健康食品	4,069	2	他の健康食品	3,297	2	役務その他サービス	930
3	役務その他サービス	2,763	3	役務その他サービス	3,172	3	他の健康食品	876
4	光ファイバー	1,970	4	携帯電話サービス	1,844	4	固定電話サービス（全般）	870
5	携帯電話サービス	1,620	5	固定電話サービス（全般）	1,682	5	携帯電話サービス	537
6	化粧クリーム	1,539	6	光ファイバー	1,675	6	修理サービス	453
7	フリーローン・サラ金	1,526	7	金融関連サービスその他	1,325	7	新聞	418
8	金融関連サービスその他	1,260	8	修理サービス	1,107	8	ブレーカー	385
9	修理サービス	1,121	9	フリーローン・サラ金	925	9	光ファイバー	361
10	賃貸アパート	1,117	10	電気	920	10	金融関連サービスその他	337

女性								
順位	65-74歳		順位	75-84歳		順位	85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
	総件数 75,279			総件数 71,873			総件数 23,736	
1	商品一般	8,900	1	商品一般	10,089	1	商品一般	3,186
2	化粧クリーム	4,055	2	他の健康食品	3,064	2	他の健康食品	1,178
3	他の健康食品	3,006	3	役務その他サービス	2,513	3	固定電話サービス（全般）	1,001
4	ファウンデーション	3,000	4	携帯電話サービス	2,257	4	役務その他サービス	862
5	役務その他サービス	2,315	5	固定電話サービス（全般）	2,169	5	新聞	733
6	携帯電話サービス	1,653	6	化粧クリーム	1,970	6	修理サービス	646
7	乳液	1,401	7	修理サービス	1,505	7	携帯電話サービス	602
8	金融関連サービスその他	1,251	8	金融関連サービスその他	1,382	8	ブレーカー	467
9	賃貸アパート	1,146	9	光ファイバー	1,124	9	電気工事	465
10	光ファイバー	1,120	10	ファウンデーション	1,108	10	魚介類（全般）	424

黄色	通信サービスに関するもの	緑色	健康食品に関するもの	ピンク色	化粧品に関するもの
灰色	修理・補修に関するもの	青色	金融に関するもの		

- (備考) 1. PIO-NETに登録された消費生活相談情報（2026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。

認知症等の高齢者の消費生活相談の概況

認知症等の高齢者²⁰の消費生活相談件数は、2025年は1万20件でした。相談者が契約当事者本人であるかをみると、高齢者の相談のうち、契約当事者本人から寄せられた相談の割合は高齢者全体では83.7%²¹ですが、認知症等の高齢者では25.8%となっており、高齢者全体とは異なる傾向がみられます（図表 I-1-3-15）。

また、販売購入形態別にみると、認知症等の高齢者の消費生活相談では、消費生活相談全体や高齢者全体と比べて、「インターネット通販以外の通信販売」、「訪問販売」、「電話勧誘販売」及び「訪問購入」の割合が高くなっています（図表 I-1-3-16）。

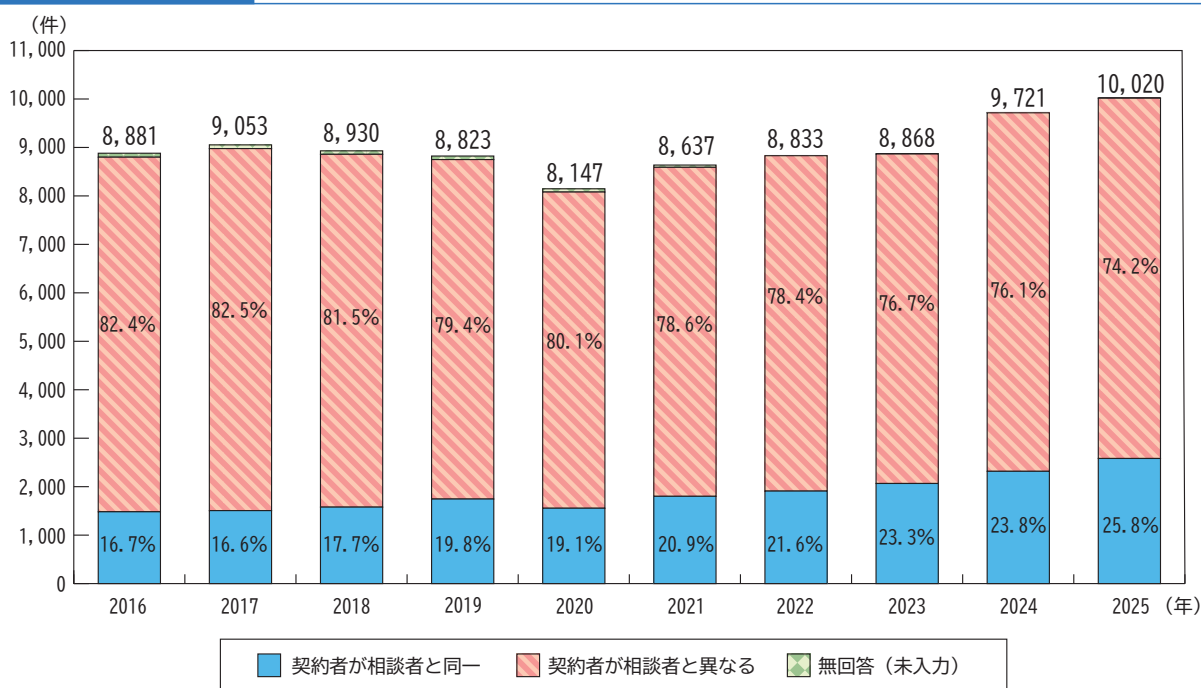
認知症等の高齢者は、適切な理解や判断を行

うことが難しい傾向にあり、事業者に勧められるまま契約したり、同じ商品を繰り返し購入したりする場合があります。

具体的な相談事例としては、「認知症の高齢の母親が一人で在宅中に、訪問した配置業者から健康食品や高額な布団等を購入していた。今後一切の勧誘を断り返却したい」、「認知症の親に代引きで頻繁に海産物が届いている。断りたくて業者に電話しているが全くつながらない」といった相談がみられます。

このように、認知症等の高齢者は、自分がトラブルに遭っていることを認識しにくく、問題が顕在化しにくい傾向があります。そのため、消費者被害の未然防止や早期発見の観点から、家族や近隣住民、福祉事業者、行政機関等が協力し、地域全体で見守りを行うことが重要です。

図表 I-1-3-15 認知症等の高齢者の消費生活相談件数の推移

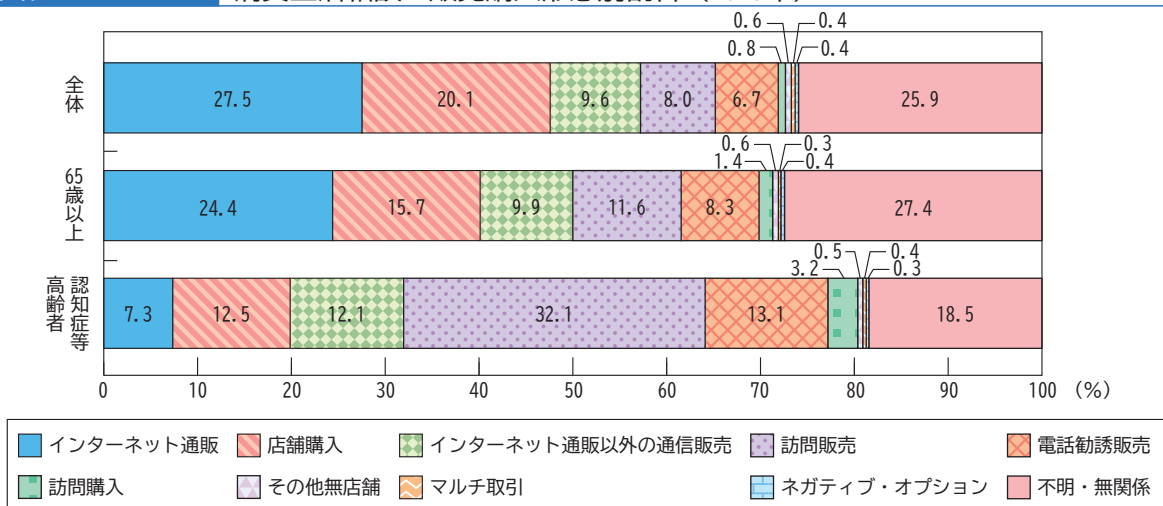


(備考) 1. PIO-NETに登録された消費生活相談情報 (2026年3月31日までの登録分)。
2. 契約当事者が65歳以上の「判断不十分者契約」に関する相談。

20) トラブルの当事者が65歳以上かつ判断能力が不十分な方 (判断不十分者) であると消費生活センター等が判断した者。

21) PIO-NETに登録された消費生活相談情報 (2026年3月31日までの登録分) のうち、2025年に、契約当事者が65歳以上で、かつ本人から寄せられた相談の割合。

図表 I-1-3-16 消費生活相談の販売購入形態別割合（2025年）



(備考) 1. PIO-NETに登録された消費生活相談情報（2026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。

障害者等の消費生活相談の概況

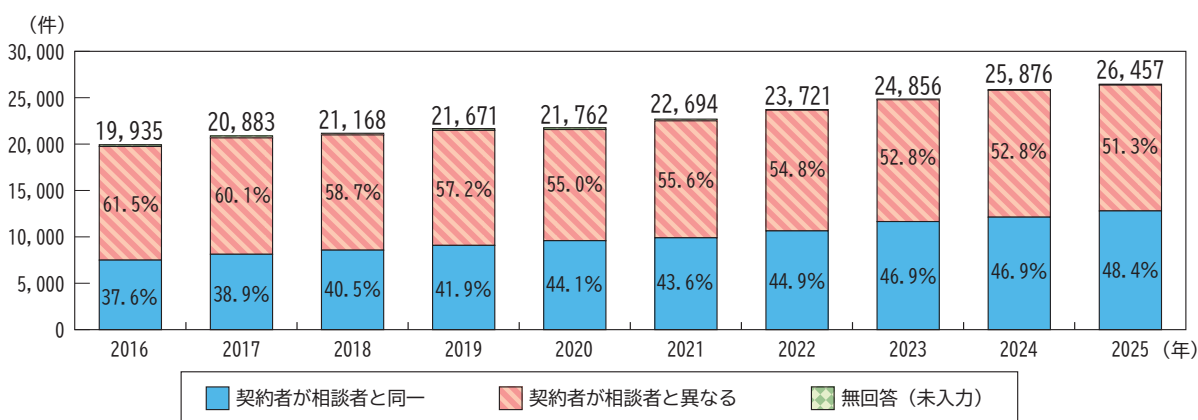
障害者等²²⁾の消費生活相談は、2025年は2万6,457件でした。相談者が契約当事者本人であるかをみると、消費生活相談全体では、本人から寄せられた相談が82.8%²³⁾ですが、障害者等の場合は48.4%と低くなっています（図表 I-1-3-17）。

具体的な事例としては、「知的障害のある息子宛てにウォーターサーバーと水が届いたが受取を拒否した。解約したいが、違約金が高額だ」、

「障害のある母がモバイル通信とWi-Fi機器を契約し、さらに四つのプロバイダーと契約してしまった。不要なので解約させたいが、母は業者から電話が来ると何でも受け入れてしまう」といった相談が寄せられています。

このように、契約内容について本人が十分に理解しないまま、あるいは、本人への意思確認が十分に行われないまま契約が結ばれ、結果として、トラブルに至っている事例がみられます。障害者等の消費者トラブルの防止には、家族や近隣住民、福祉事業者、行政機関等が協力し、地域全体で見守りを行うことが重要です。

図表 I-1-3-17 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（2026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。

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（心身障害者又は判断不十分者）であると消費生活センター等が判断した者。障害者等の消費生活相談件数には認知症等の高齢者の相談も含む。

23) PIO-NETに登録された消費生活相談情報（2026年3月31日までの登録分）のうち、2025年に、契約当事者本人から寄せられた相談の割合。

(2) デジタル化に関わる消費生活相談

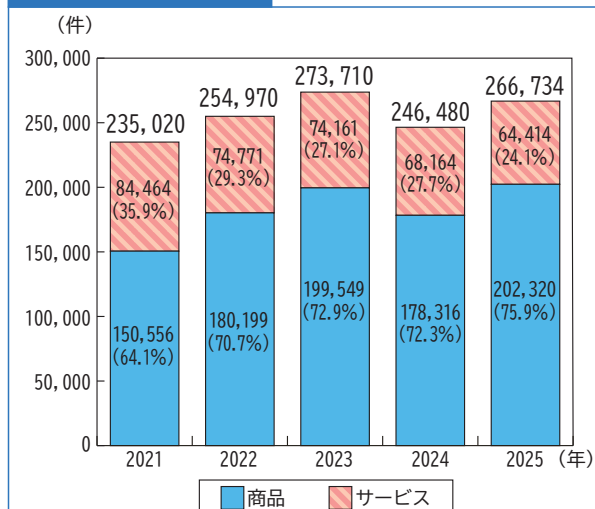
インターネット通販に関する消費生活相談

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。いずれにも分類されない「他の相談」を除き、2025年のインターネット通販の相談件数は26万6,734件で、前年(24万6,480件)に比べて増加しました。「商品」に関する相談が約8割を占めています(図表 I-1-3-18)。

インターネット通販の「商品」に関する相談の具体的な事例としては、「ネットの広告を見てブラウスが安くなっていたので注文。代引きで支払ったが届いた商品はデザインが違って」「動画共有SNSの広告を見てカットソーを注文。届いた商品が広告とは異なるため返品・返金を申し出たが業者が応じない」、「ネット通販でゲームコントローラーを注文した。口座に代金を振り込んだが品物が届かず事業者とも連絡が取れない」といった相談がみられます。そ

図表 I-1-3-18

「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) 1. PIO-NETに登録された消費生活相談情報(2026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。
 3. 「商品」又は「サービス」のいずれにも分類されない「他の相談」の件数を除く。なお、2025年の「他の相談」の件数は71件。

のほか、定期購入での解約トラブルに関する相談も寄せられています。

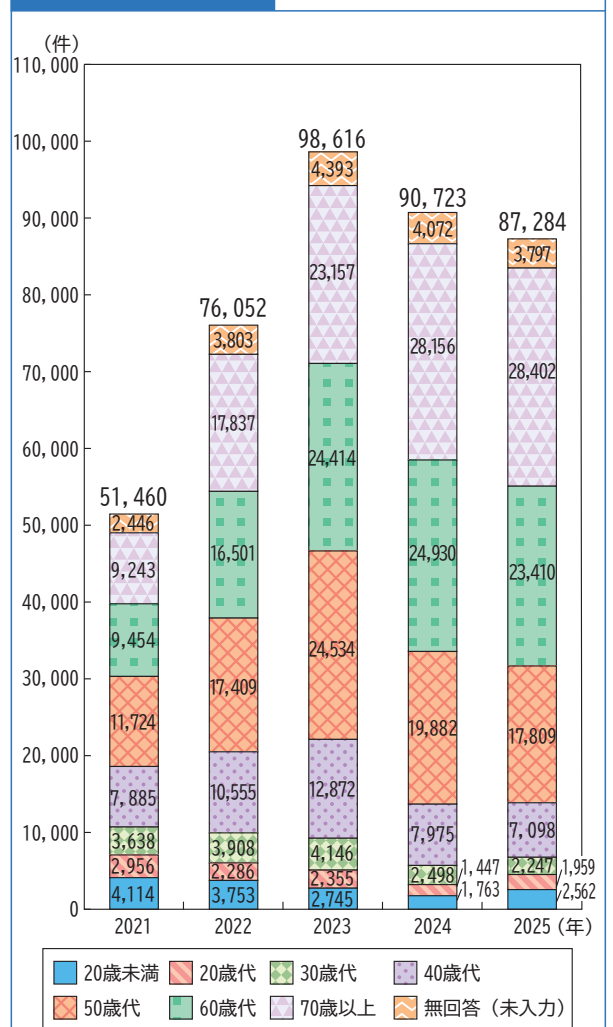
通信販売の「定期購入」に関する消費生活相談

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、2025年は8万7,284件となり、前年(9万723件)に比べて減少したものの、依然として高止まりしています。年齢層別にみると、40歳代以上が占める割合が大きい傾向にあります(図表 I-1-3-19)。

2025年の通信販売における「定期購入」に関する相談を商品・サービス別にみると、化粧品や健康食品が上位を占めています(図表 I-1-3-20)。

図表 I-1-3-19

通信販売の「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(2026年3月31日までの登録分)。
 2. 2021年3月までの相談件数は「化粧品」、「健康食品」及び「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-1-3-20 通信販売の「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（2025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	22,063	25.3%	11	電子タバコ	1,488	1.7%
2	化粧クリーム	16,931	19.4%	12	洗顔クリーム	1,301	1.5%
3	ファンデーション	10,651	12.2%	13	他の医薬品	1,112	1.3%
4	乳液	6,446	7.4%	14	皮膚病薬（全般）	979	1.1%
5	化粧品（全般）	3,206	3.7%	15	漢方薬	907	1.0%
6	養毛剤	2,810	3.2%	16	酵素食品	824	0.9%
7	健康食品（全般）	1,960	2.2%	17	他のペット用品	725	0.8%
8	歯みがき粉	1,795	2.1%	18	履物付属品	710	0.8%
9	シャンプー	1,785	2.0%	19	化粧石鹸	690	0.8%
10	化粧品その他	1,642	1.9%	20	化粧水	607	0.7%

黄色 医薬品 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（2026年3月31日までの登録分）。
2. 品目は商品キーワード（下位）。

具体的な事例としては、「1回限りだと思ってファンデーションを購入したが、定期購入だった」、「ネットで血糖値の上昇を抑える漢方薬をお試しで購入したが2回目が届いた。返品したいが電話が繋がらない」といったものがあります。このように、消費者が定期購入であることを認識せずに商品を注文し、2回目以降の商品が届いて初めて気付いたといったケースや、解約したくて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、通信販売における「定期購入」に関する相談の中には、医薬品に関するものも寄せられています。医薬品の中でも要指導医薬品（特定要指導医薬品を除く。）と一般用医薬品（第1～3類）は一定の条件下で通信販売による購入ができますが²⁴、「体に合わなかった」、「医師から中止を指示された」等の場合でも、必ずし

も解約や返品ができるわけではありません。国民生活センターでは、医薬品の定期購入に関するトラブルについて消費者に注意喚起を行いました²⁵。

SNSが関係する消費生活相談

SNSが関係する消費生活相談²⁶件数は近年増加傾向にあり、2025年は10万1,045件となり、前年（8万7,219件）より増加しました。年齢層別にみると、40歳代から60歳代までが占める割合が高く、20歳代を除く全ての年齢層で相談件数が前年よりも増加しました。また、近年の推移をみるとSNSが関係する相談件数は増加傾向にあり、2025年は2021年（5万915件）に比べて2.0倍に増加しました（図表 I-1-3-21）。

24) 「薬事法及び薬剤師法の一部を改正する法律」（平成25年法律第103号）により、一般用医薬品全体について一定の条件下でインターネットや電話等を用いた販売が認められ、このうち第1類医薬品については書面での情報提供が義務付けられ、第2類医薬品については情報提供が努力義務となっている。また、「医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律等の一部を改正する法律」（令和7年法律第37号）により、特定要指導医薬品を除く要指導医薬品についても、一定の条件下でビデオ通話等を用いた販売が認められることとなった。

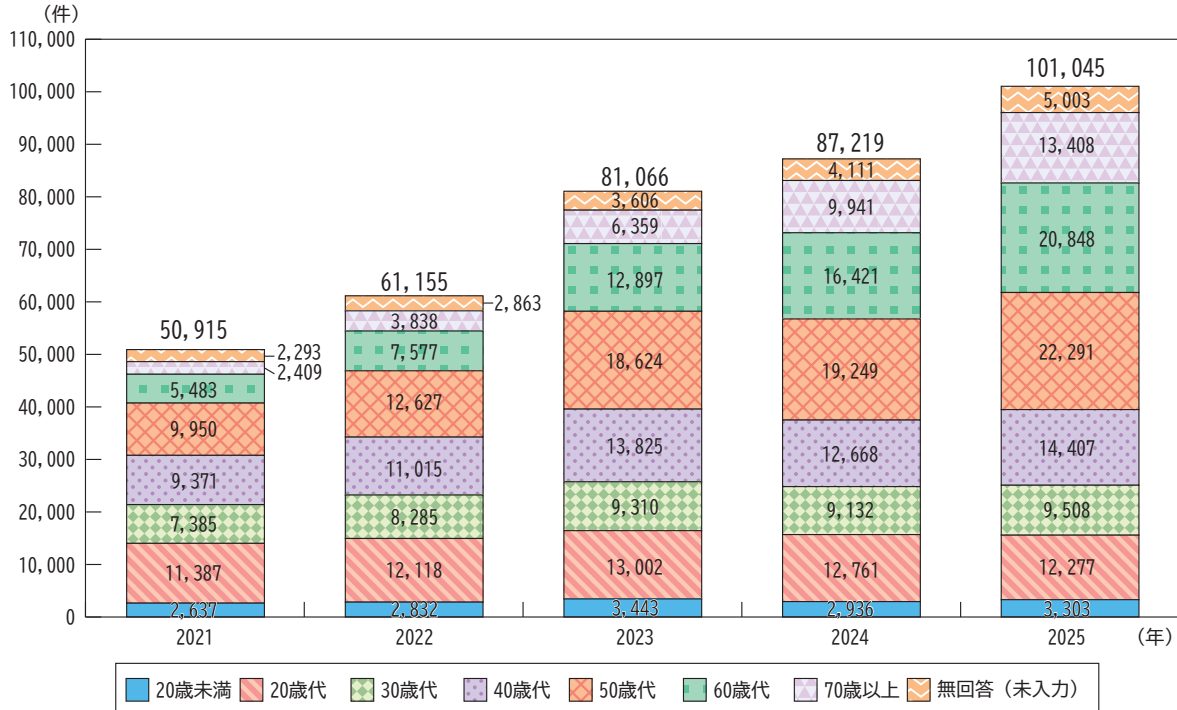
25) 国民生活センター「ネットで手軽に買えるけど『やめられない』？！医薬品のネット通販による定期購入にご注意！」（2026年1月公表）

26) 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。

SNSが関係する消費生活相談を商品・サービス別にみると、化粧品や健康食品、内職・副業に関する相談が多くみられます。年齢層別にみると、20歳未満では「他の健康食品」、20歳代

から40歳代までは「他の内職・副業」、50歳代以上では「化粧クリーム」に関する相談が最も多くなっています（図表I-1-3-22）。

図表 I-1-3-21 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(2026年3月31日までの登録分)。

図表 I-1-3-22 SNSが関係する消費生活相談の商品・サービス別上位件数（年齢層別・2025年）

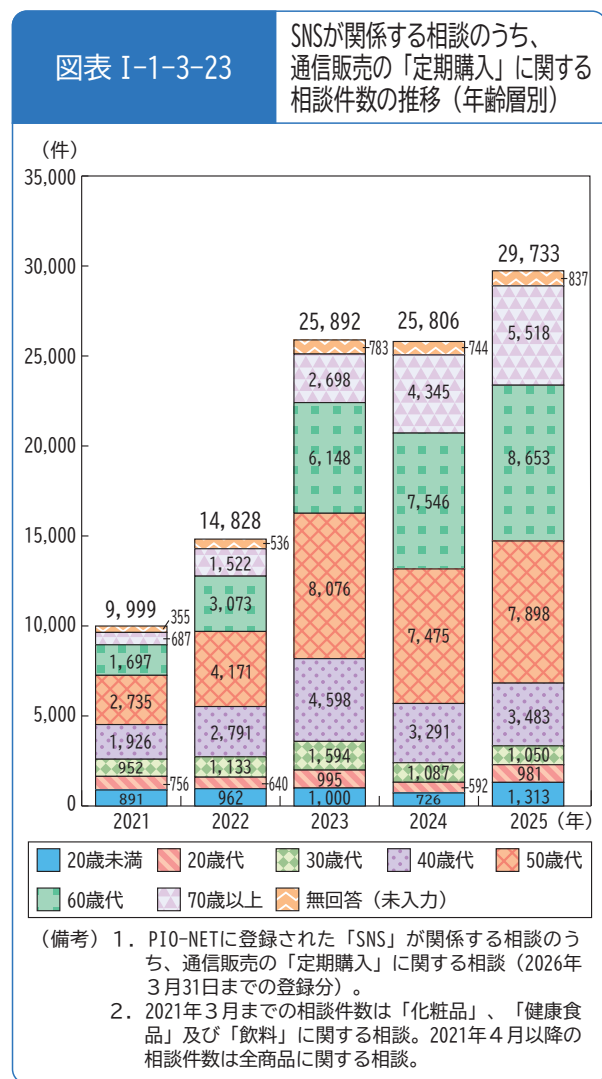
順位	全体		20歳未満		20歳代		30歳代	
	商品・サービス	件数	商品・サービス	件数	商品・サービス	件数	商品・サービス	件数
	総件数	101,045	総件数	3,303	総件数	12,277	総件数	9,508
1	化粧クリーム	7,805	他の健康食品	560	他の内職・副業	2,130	他の内職・副業	1,219
2	他の健康食品	7,073	乳液	323	役務その他サービス	1,150	役務その他サービス	694
3	他の内職・副業	6,101	他の内職・副業	150	ビジネス教室	454	他の健康食品	345
4	ファウンデーション	5,280	商品一般	119	商品一般	415	商品一般	317
5	役務その他サービス	3,620	役務その他サービス	112	医療サービス	407	ビジネス教室	295

順位	40歳代		50歳代		60歳代		70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	14,407	総件数	22,291	総件数	20,848	総件数	13,408
1	他の内職・副業	950	化粧クリーム	2,219	化粧クリーム	2,692	化粧クリーム	1,622
2	化粧クリーム	793	ファウンデーション	1,731	他の健康食品	1,759	他の健康食品	1,382
3	他の健康食品	791	他の健康食品	1,686	ファウンデーション	1,743	ファウンデーション	794
4	ファウンデーション	722	他の内職・副業	865	乳液	657	乳液	445
5	役務その他サービス	507	商品一般	636	商品一般	526	商品一般	418

ピンク	化粧品	黄緑色	健康食品	紫色	内職・副業
-----	-----	-----	------	----	-------

（備考）1. 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（2026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（下位）。
 4. 色分けは相談内容の傾向を消費者庁で分類したもの。

また、SNSが関係する消費生活相談のうち、通信販売における「定期購入」に関する相談は、2025年は2万9,733件となり、前年（2万5,806件）より増加しました。年齢層別にみると、30歳代を除く全ての年齢層で相談件数が前年より増加しています（図表 I-1-3-23）。商品・サービス別では、化粧品や健康食品に関するものが多くなっています。



SNSが関係する消費生活相談について個別の事例をみると、まず、SNSの広告を見て申し込んだ定期購入に関する相談がみられます。具体的には、「SNS広告を見て薬用育毛剤を注文した。定期購入だが1回で解約できると説明書きがあった。2回目から解約したいが事業者は何度電話してもつながらない」、「SNSの広告を見て、定期購入と知らずにお試しで格安の化粧ク

リームを購入したら、2回目が届いた。初回で解約する場合は定価との差額を支払う必要があると言われた」といった相談が寄せられています。

また、SNSをきっかけとして、著名人を名乗る、つながりがあるなどと勧誘される金融商品・サービスに関する相談もみられます。具体的には、「SNS上で知り合った人から投資を持ちかけられた。その人は著名人と知り合いであったため、信用して16万円を投資したが、連絡がつかなくなった」、「有名投資家を名乗る人物のSNSに登録しSNS上の勉強会に参加。勧められた未公開株等の購入に約1,300万円支払ったが詐欺だった」といった事例がみられます。

さらに、SNSをきっかけとした副業トラブルに関する相談も寄せられています。具体的には、「SNSで動画を見るだけで稼げるとの書き込みを見て申し込んだ。途中からもっと稼げる方法を案内されお金を払ったがだまされた」、「SNS広告を見て副業を始めた。指示されたタスクを行ったがミスをしたとして違約金を請求され、拒否したら訴訟を起こすと脅された。送金した分を返金してほしい」といった事例がみられます。

デジタル化に伴う詐欺的な手口に関する消費生活相談

デジタル化の進展に伴い、パソコンやスマートフォン等のデジタル機器を通じて消費者に接触し、消費者に誤解や不安を与え個人情報の入力や契約を迫る手口がみられます。

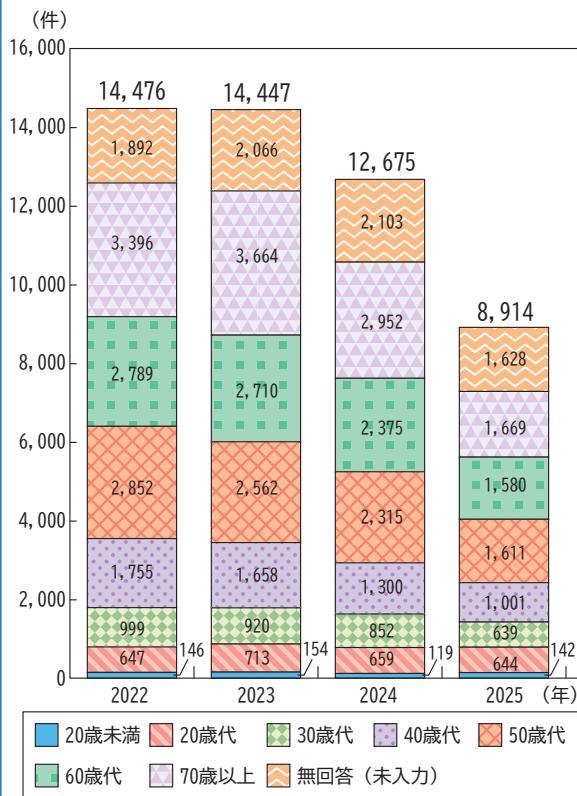
「フィッシング²⁷⁾」に関する消費生活相談件数は、2025年は8,914件と前年（1万2,675件）より減少しました（図表 I-1-3-24）。

具体的な事例としては、「大手プラットフォーム事業者名でメールが届き、個人情報やカード番号を入力した後にフィッシング詐欺だと気が付いた」、「宅配業者から『再配達に少額の費用が必要』とのショートメッセージを受け取ったため、カード番号を入力したところ、エラー表示が出たため操作を繰り返した。気付かないうちに1万円余りの送金が数回行われていた」と

27) 通販サイト、クレジットカード会社、宅配事業者等の実在する組織をかたるメールやSMSを送信し、パスワードやID、暗証番号、クレジットカード番号等の情報を詐取する手口。

図表 I-1-3-24

「フィッシング」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（2026年3月31日までの登録分）。
 2. 「フィッシング」は2021年4月に新設されたキーワードのため、2022年以降を集計の対象とした。

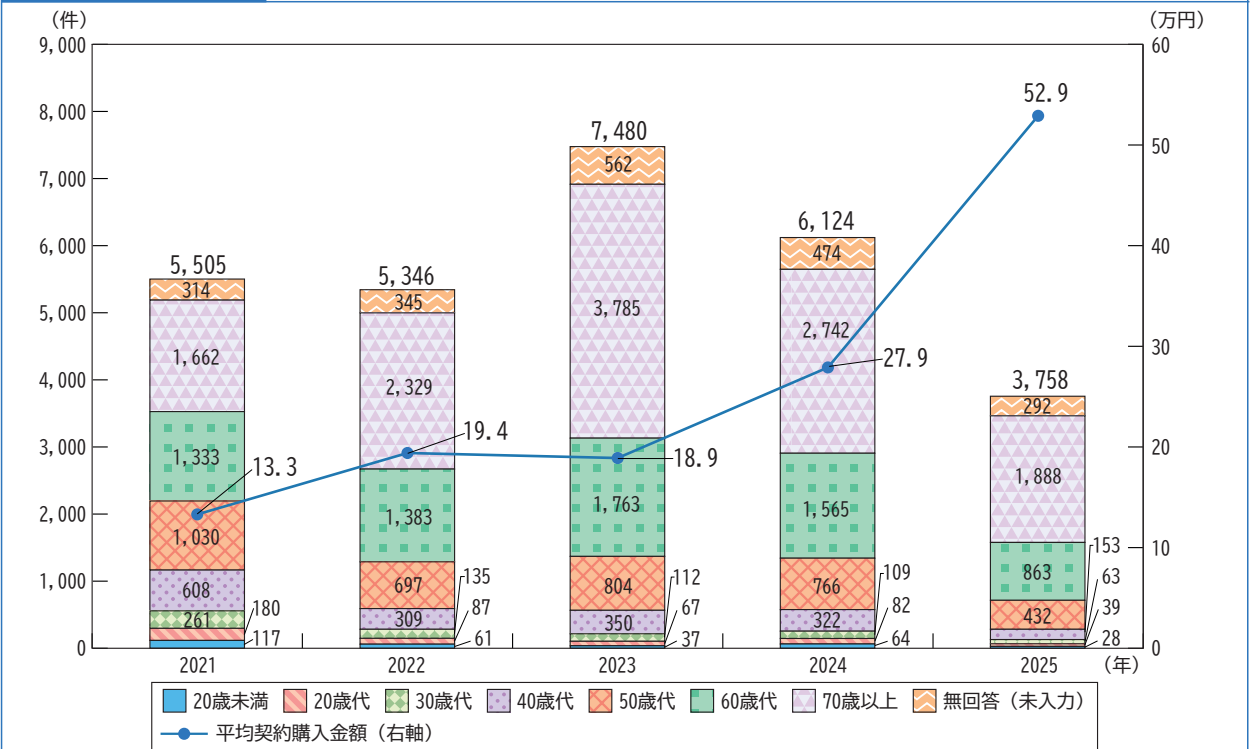
いった、実在する企業から送られたように見せかけたメールやSMSのリンクに誘導されて、クレジットカード番号や個人情報等を入力した結果、経済的な被害が発生する事例がみられます。

不審なメールやSMSを受信した場合や、不審なサイトに誘導された場合には、個人情報を入力したり送信したりしないよう、十分に注意する必要があります。

「サポート詐欺²⁸」に関する消費生活相談は、2023年（7,480件）をピークに、2025年は3,758件まで減少しました。一方で、請求された、又は契約した金額である契約購入金額の全年齢層での平均値は近年増加しており、2025年は52.9万円となり、前年（27.9万円）と比べて大幅に増加しました（図表 I-1-3-25）。

図表 I-1-3-25

「サポート詐欺」に関する消費生活相談件数と契約購入金額の推移（年齢層別）



（備考） PIO-NETに登録された消費生活相談情報（2026年3月31日までの登録分）。

28) パソコンやスマートフォンでインターネットを使用中に突然「ウイルスに感染している」等の偽警告画面や偽警告音が出て、それらをきっかけに電話を掛けさせ、有償サポートやセキュリティソフト等の契約を迫る手口。

(3) 国際化に関わる消費生活相談

CCJの活動

インターネットの普及等を背景に、消費者にとって海外事業者との取引が身近になる中で、海外事業者とのトラブルも増加傾向にあります。CCJ²⁹⁾は、インターネットでの海外事業者との取引（商品購入、宿泊予約等）や海外での現地取引（旅行先での商品購入、サービス利用等）においてトラブルに遭った日本の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について、2025年は8,207件となり、前年の6,258件から増加し、2011年の開設以降、最も多くなりました。年齢層別にみると、20歳代が22.2%と最も高い割合を占めています（図表 I-1-3-26）。

「役務・サービス」、「衣類」、「趣味用品」の割合が高い

2025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55.1%と最も高い割合を占めています。具体的には、動画・音楽の配信サービス、インターネット上の占いや性格診断等のサブスクリプション契約、海外渡航認証（ESTA等）の手続代行サービスに関する相談がみられました。

2番目は「衣類」（8.2%）で、洋服等の商品未着や返品・返金に関する相談がみられました。3番目は「趣味用品」（7.8%）で、フィギュア、トレーディングカード、ゲーム機等の商品未着や返金に関する相談がみられました（図表 I-1-3-27）。

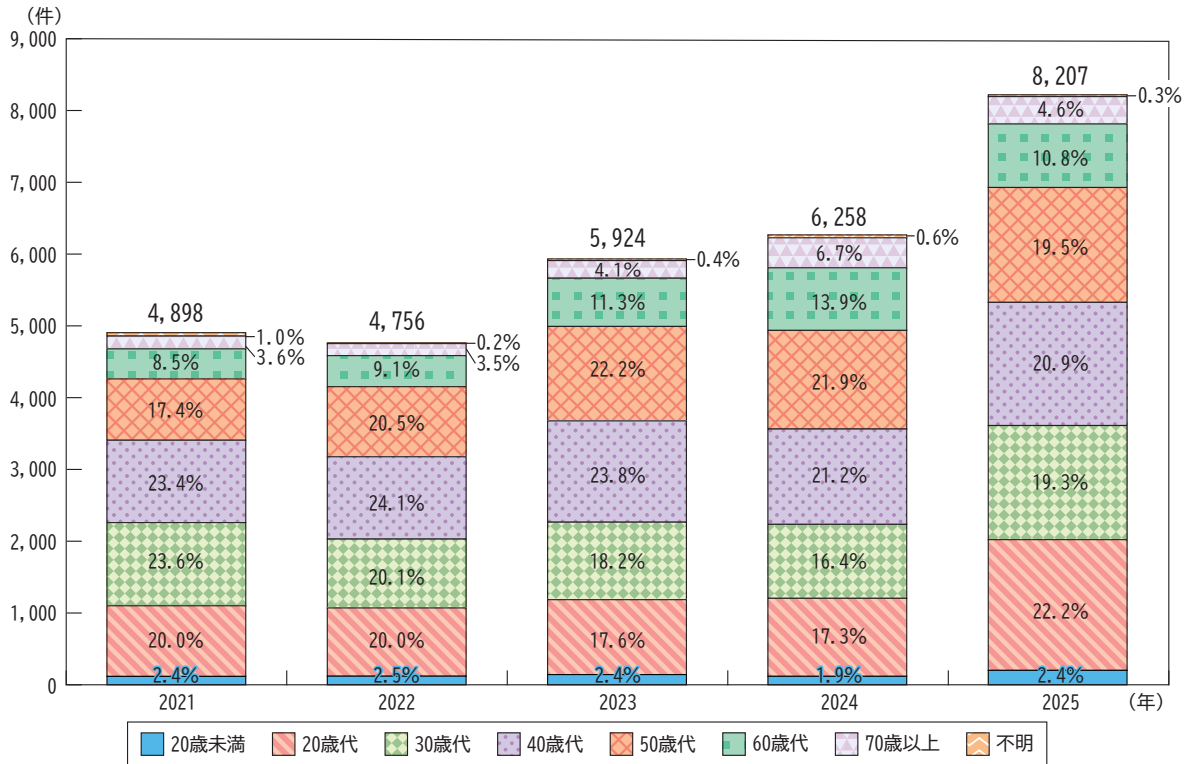
具体的な事例としては、「パソコンを使用中に警告音声が流れ、表示されたサポート窓口の電話番号に連絡した。修復のために電子マネーカードをコンビニで次々購入してサポート代金を支払ったが詐欺だった」といった相談のように、サポート代金やセキュリティ対策費といった様々な名目で繰り返し金銭を支払わせる手口が確認されています。

また、「パソコンにウイルス感染を示す警告表示と大音量が流れ、表示された連絡先に電話したところ、サポート業者を名乗る者にパソコンを遠隔操作されインターネットバンキングの暗証番号等が盗まれた。約400万円が業者口座に送金されてしまった」といった相談のように、サポートを装いパソコンやスマートフォン等に遠隔操作ソフトをインストールさせ、インターネットバンキング口座等から預貯金を不正に送金し、だまし取る手口もみられます。

「サポート詐欺」による被害を未然に防ぐためには、パソコン操作中に突然警告画面が表示されたり警告音が鳴ったりしても、表示された連絡先に慌てて連絡することなく、落ち着いて状況を確認するとともに、不安な場合は周囲の人や信頼できる人に相談することが重要です。

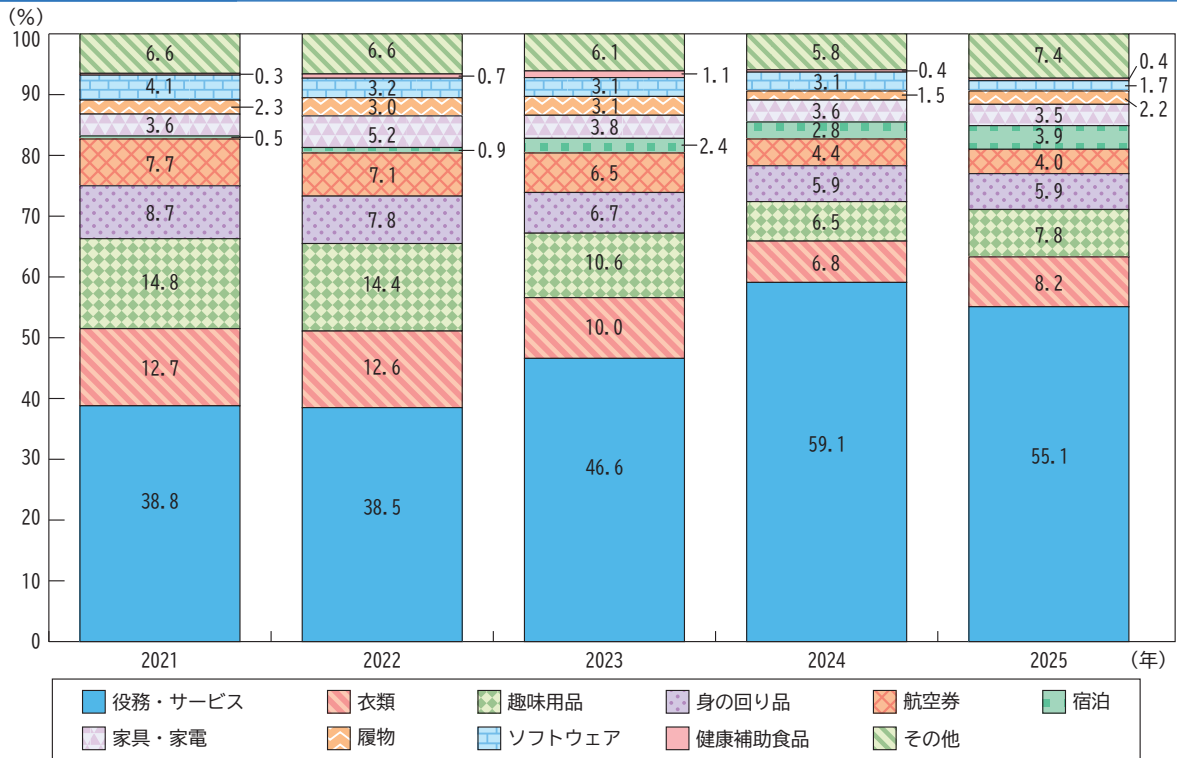
29) 2011年11月、消費者庁において開設、2015年4月から国民生活センターに業務移管。2015年度は移管準備のため4月から5月までは相談窓口を閉鎖し、6月から相談受付を開始。

図表 I-1-3-26 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) 2021年から2025年までにCCJが受け付けた相談(2026年1月5日検索分)。

図表 I-1-3-27 CCJが受け付けた相談の商品・サービス類型別割合の推移



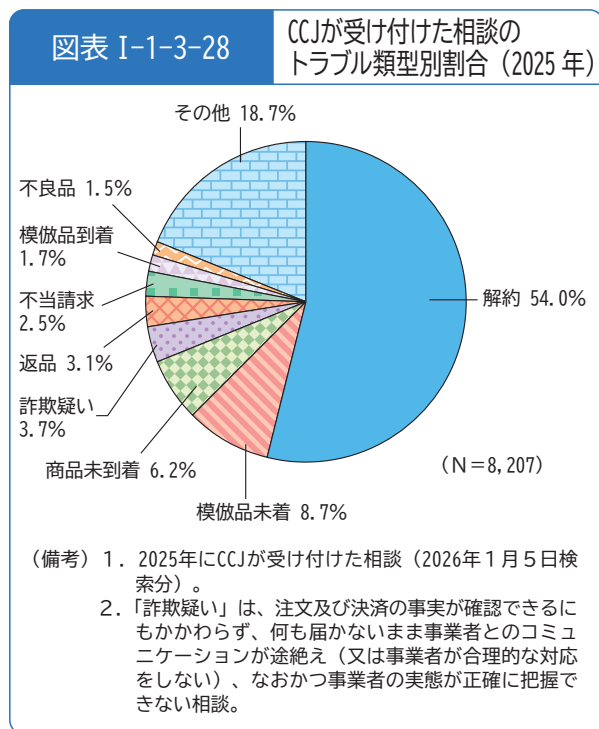
(備考) 2021年から2025年までにCCJが受け付けた相談(2026年1月5日検索分)。

「解約」に関する相談内容が約5割を占める

2025年にCCJが受け付けた相談をトラブル類型別にみると、「解約」が54.0%と最も高い割合を占めています。意図せず誘導され契約してしまったサブスクリプションサービスの解約や返金に関するトラブル、SNSをきっかけとした占いサイトやフィットネスアプリ等の解約をめぐる相談が多くみられました。

次いで、商品が届かないことを不審に思い確認したところ、模倣品を販売する偽サイトだったなどの「模倣品未着」に関する相談が8.7%を占めています。

また、「商品未到着」(6.2%)に関する相談には、注文・購入した商品が届かず返金を求める相談がみられ、「詐欺疑い」(3.7%)には、投資(暗号資産やFX(外国為替証拠金取引)を含む。)やロマンス投資詐欺、無在庫物販で利益を得るとうたうネットショップの開業に関する相談等がみられました(図表I-1-3-28)。



加えて、近年、海外渡航に当たり事前の電子渡航認証を義務付ける国が増えていることを背景に、海外渡航予定者が、インターネット検索で上位に表示された申請代行サイトを公式サイトと誤認して申請を行い、当該申請代行サイト事業者から高額な手数料を請求されるといった相談が寄せられており、CCJは消費者への注意喚起を行いました³⁰。

事業者所在国・地域は「米国」、「キプロス」、「シンガポール」が多い

CCJが受け付けた相談について事業者の所在国・地域別にみると、2025年は米国(16.2%、1,331件)が最も多く、キプロス(8.9%、731件)、シンガポール(5.2%、423件)、中国(3.5%、287件)と続きます(図表I-1-3-29)。

図表 I-1-3-29 CCJが受け付けた相談の事業者所在国・地域別上位件数(2025年)

順位	国名	件数	割合
1	米国	1,331	16.2%
2	キプロス	731	8.9%
3	シンガポール	423	5.2%
4	中国	287	3.5%
5	スペイン	257	3.1%
6	香港	249	3.0%
7	韓国	204	2.5%
8	英国	183	2.2%
9	オランダ	147	1.8%
10	スイス	88	1.1%
	その他	1,980	24.1%
	不明	2,327	28.4%
	合計	8,207	100%

(備考) 2025年にCCJが受け付けた相談(2026年1月5日検索分)。

30) 国民生活センター「えっ?!公式サイトから申請したはずが、そうじゃなかった? -ESTA等の申請代行サイトに関する相談が増加しています-」(2025年8月公表)

第4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・サービスに関する消費者被害・トラブルの経験の割合は減少

「消費者意識基本調査」(2025年度)において、消費者に、購入した商品や利用したサービスに

ついて、この1年間の消費者被害・トラブルの経験を聞いたところ、「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、何らかの消費者被害・トラブルに遭った経験があると回答した人の割合は20.1%となりました(図表 I-1-4-1)。

図表 I-1-4-1 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	2022年度 (2022年11月) N=5,634	2023年度 (2023年11月) N=5,544	2024年度 (2024年11月) N=5,046	2025年度 (2025年11月) N=5,473
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%	15.7%	14.9%
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%	11.7%	9.6%
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%	5.6%	4.0%
契約・解約時のトラブルにより被害にあった	2.1%	2.3%	3.6%	3.1%	2.9%
問題のある販売窓口やセールストークにより契約・購入した	1.9%	2.6%	3.1%	2.9%	2.1%
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%	3.4%	1.8%
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%	1.7%	1.5%
その他の消費者被害の経験	2.2%	2.4%	2.7%	2.2%	2.1%
上記のいずれかの経験があった	16.9%	17.2%	21.6%	22.3%	20.1%

(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。

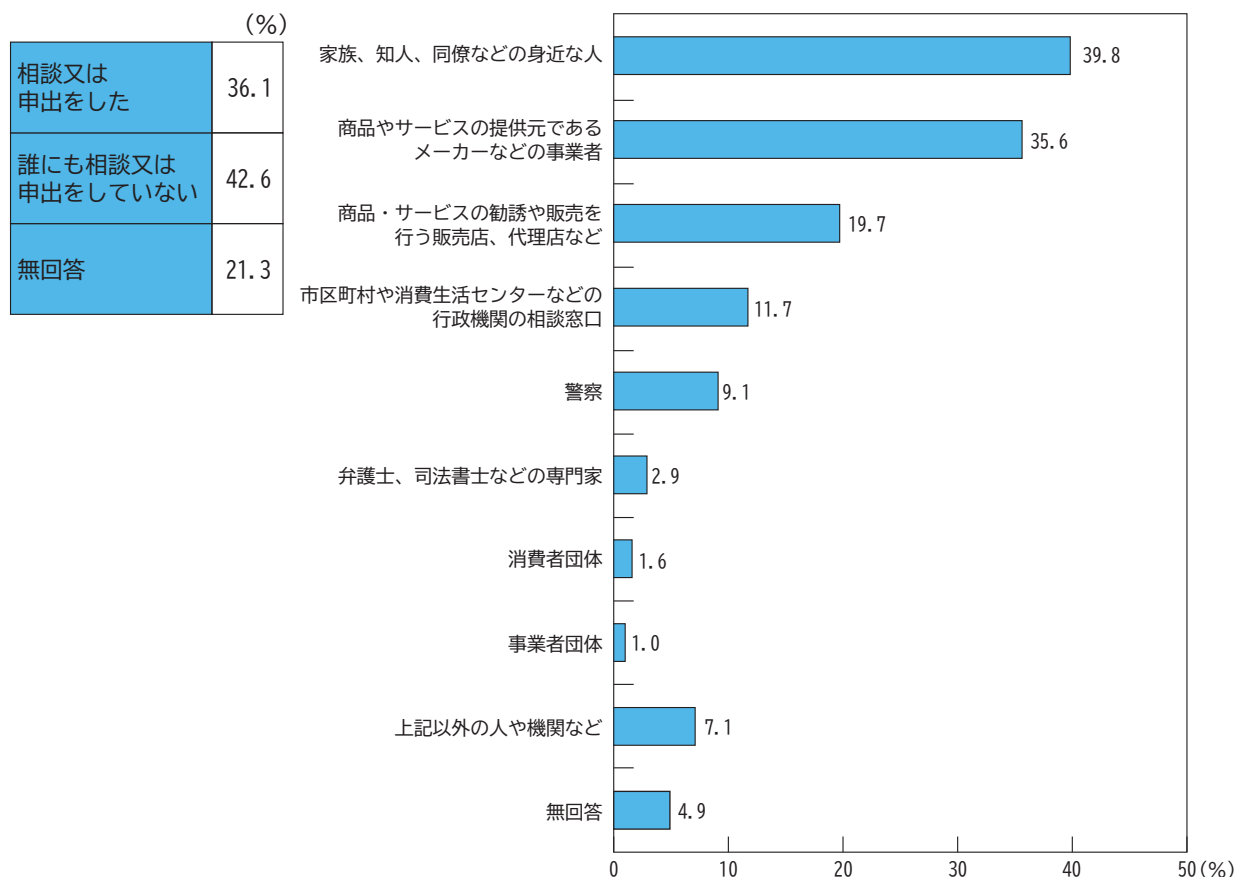
2. 「あなたが、この1年間に購入した商品や利用したサービスについて、以下に当てはまる経験をしたことはありますか。」との問に対する回答(複数回答)。

消費者被害・トラブル事例のうち、相談又は申出が行われたのは約4割

「消費者意識基本調査」(2025年度)において、この1年間に消費者被害・トラブルを経験した人から報告された事例について、事例ごとに「相談又は申出の有無」を聞いたところ、「相談又は申出をした」と回答があった割合は36.1%

で、「誰にも相談又は申出をしていない」と回答があった割合は42.6%でした。さらに、「相談又は申出をした相手」を聞いたところ、「家族、知人、同僚などの身近な人」と回答があった割合が39.8%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などの事業者」と回答があった割合が35.6%でした(図表 I-1-4-2)。

図表 I-1-4-2 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」(2025年度)により作成。
 2. 左図：母数は消費者被害やトラブルのあった事例の総数。N=856。
 3. 右図：消費者被害やトラブルに遭い、かつ、相談又は申出を行った事例における相談・申出先(複数回答)。N=309。

(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・トラブルの端緒や動向を把握する上で不可欠な情報です。

一方で、消費者やその家族等から相談があったものに限られているため、相談情報に表れない消費者被害の実態やその規模については、これのみでは十分に把握することができません。

そのため消費者庁では、消費者被害・トラブル全体の大まかな規模を把握するため、一定の前提に基づき、2013年から消費者被害・トラブル額を推計しています³¹。

消費者被害・トラブル額は、消費者被害・トラブルの推計発生件数³²に1件当たりの消費者被害・トラブル額の平均金額³³を乗じることで算出しています。具体的には、満15歳以上人口に、「消費者意識基本調査」の結果から算出される消費者被害・トラブルの推計発生確率(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)を乗じることで、日本全体における消費者被害・トラブルの発生件数を推計しています。次に、この推計発生件数に、消費生活相談情報から把握される1件当たりの平均被

31) 消費者被害・トラブル額の推計方法の検討に当たっては、「消費者被害に関連する数値指標の整備に関する検討会」(2013年度)を開催した。

32) 2025年の消費者被害・トラブルの推計発生件数は約1,717万件。

33) 1件当たりの消費者被害・トラブル額(既支払額(信用供与を含む。))の平均金額(1億円以上の案件を除く。)は、2023年は約49.7万円、2024年は約51.6万円、2025年は約52.9万円。

害額を乗じることにより、日本全体における消費者被害・トラブル額を推計しています。なお、本推計に当たっては、被害額が少額のもの（1万円未満）と高額のもの（1万円以上）に分けて推計し、これに、高齢者については、消費生活相談情報からは捕捉されない潜在的な被害が一定程度存在すると仮定して推計した金額を加えて算出しています。

推計結果としては「既支払額（信用供与を含む。）」及び「契約購入金額」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。

2025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、2025年の消費者被害・トラブル額は、「既支払額（信用供与を含む。）」で約7.6兆円となりました（図表 I-1-4-3）。

図表 I-1-4-3 消費者被害・トラブル額の推計結果

	2021年	2022年	2023年	2024年	2025年
既支払額（信用供与を含む。）	約5.6兆円	約6.0兆円	約7.9兆円	約9.0兆円	約7.6兆円
契約購入金額	約6.9兆円	約7.5兆円	約9.4兆円	約10.9兆円	約9.0兆円

- （備考）
- 「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額を加えたもの。
 - 消費者被害・トラブル額は、満15歳以上人口に消費者被害・トラブルの推計発生確率を乗じること、日本全体における被害・トラブル件数を推計し、次に、その推計件数に平均被害額を乗じた上で、高齢者の潜在被害として想定される金額を加えて算出。
 - 人口は、各年の総務省「人口推計」における各月1日現在人口（10月確定値）を使用。推計発生確率は、各年の消費者意識基本調査における消費者被害・トラブルの経験事例数を有効回収数で除して算出。平均被害額は、各年の消費生活相談情報（翌年1月31日までの登録分）より算出。
 - まれに発生する極端に大きな金額の被害案件が実態以上に推計全体に影響を及ぼしてしまう可能性を考慮し、2024年度に開催した「消費者被害に関連する数値指標の整備に関する検討会」のフォローアップ会議での議論を踏まえ、「令和7年版消費者白書」から、発生確率や平均金額を比較的安定して推計できる1億円未満の案件を対象として推計している。なお、1億円以上の相談案件は以下のとおり。
 【既支払額（信用供与を含む。）】2021年：26件（総額49億円）、2022年：52件（総額120億円）、2023年：62件（総額205億円）、2024年：70件（総額116億円）、2025年：81件（総額141億円）
 【契約購入金額】2021年：59件（総額118億円）、2022年：86件（総額284億円）、2023年：117件（総額313億円）、2024年：125件（総額212億円）、2025年：156件（総額242億円）
 また、1億円以上の案件を含んだ場合の消費者被害・トラブル額の推計金額は以下のとおり。
 【既支払額（信用供与を含む。）】2021年：約5.9兆円、2022年：約6.5兆円、2023年：約8.8兆円、2024年：約9.6兆円、2025年：約8.1兆円
 【契約購入金額】2021年：約7.3兆円、2022年：約8.4兆円、2023年：約10.6兆円、2024年：約11.8兆円、2025年：約9.8兆円
 - 本推計値は、一定の前提に基づき機械的な計算により算出したものであることに留意。