

令和 3 年版消費者白書

令和 2 年度	消費者政策の実施の状況
令和 2 年度	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の報告

[概要]

消 費 者 庁

令和3年版消費者白書 構成

(令和2年度 消費者政策の実施の状況／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の報告)

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

消費者安全法に基づく国会報告

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

第2節 消費者庁に集約された生命・身体に関する事故情報等

第3節 消費生活相談の概況

第4節 最近注目される消費者問題

第5節 消費者被害・トラブルの経験と被害・トラブル額の推計

第6節 消費者を取り巻く環境の変化

第2章 **特集** 「新しい生活様式」における消費行動 ～「消費判断のよりどころ」の変化～

第1節 新型コロナウイルス感染症の感染拡大と消費の動向

第2節 「新しい生活様式」と消費者の意識・行動

第3節 「消費判断のよりどころ」の変化

第4節 緊急事態における消費者の意識・行動

第5節 新型コロナウイルス感染症の感染拡大をめぐる消費者トラブル

第6節 新型コロナウイルス感染症に関する消費者庁の対応

第2部 消費者政策の実施の状況

第1章 消費者庁における主な消費者政策

第1節 消費者基本計画

第2節 消費者被害の防止

第3節 消費者による公正かつ持続可能な社会への参画等を通じた経済・社会構造の変革の促進

第4節 「新しい生活様式」の実践

その他多様な課題への機動的・集中的な対応

第5節 消費者教育の推進及び消費者への情報提供の実施

第6節 消費者行政を推進するための体制整備

消費者基本法に基づく国会報告

第2章 消費者政策の実施の状況の詳細

第1節 消費者被害の防止

第2節 消費者による公正かつ持続可能な社会への参画等を通じた経済・社会構造の変革の促進

第3節 「新しい生活様式」の実践

その他多様な課題への機動的・集中的な対応

第4節 消費者教育の推進及び消費者への情報提供の実施

第5節 消費者行政を推進するための体制整備

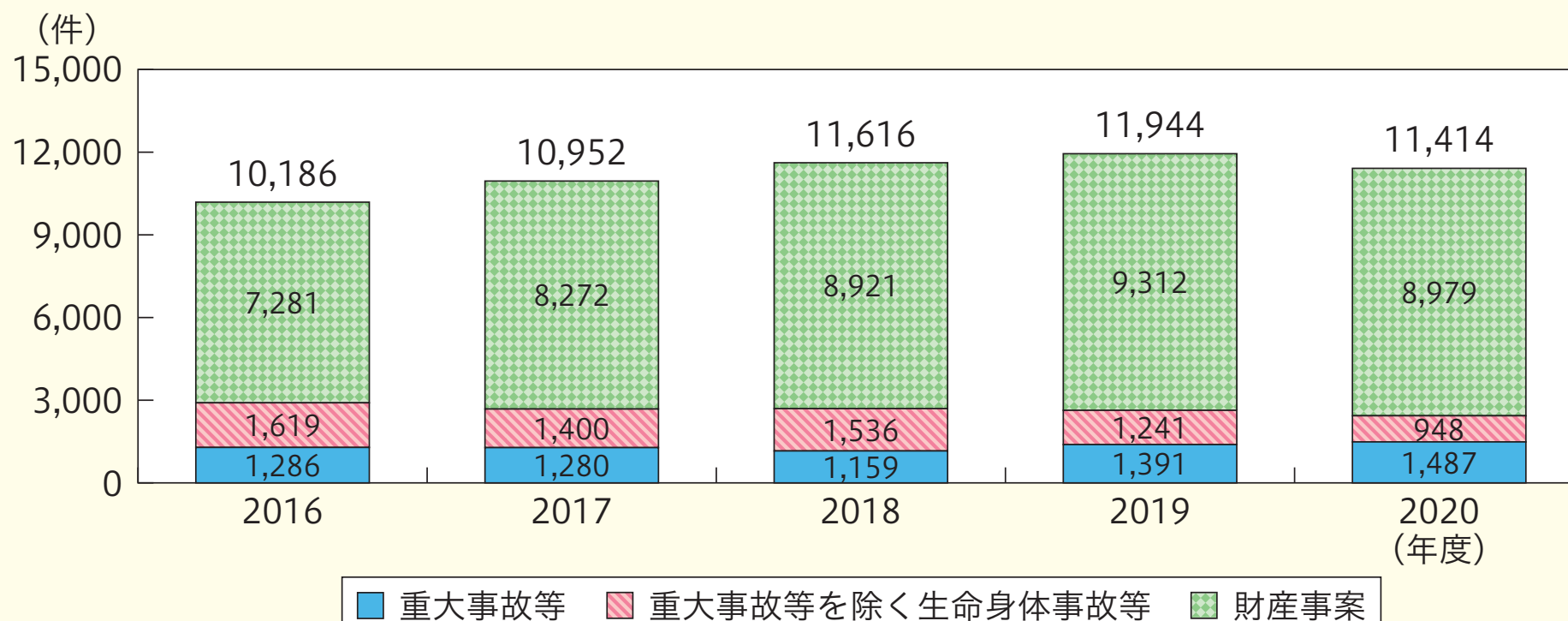
資料編 (消費者行政等に関するデータ集)

- ・本資料におけるPIO-NETに登録された消費生活相談情報は2021年3月31日時点。
- ・PIO-NETに登録された消費生活相談情報は消費生活センター等での相談受付から登録まで一定の時間を要するため、相談件数は今後若干増加する可能性がある。
- ・意識調査におけるM.T.は、回答数の合計を回答者数(N)で割った比率のこと。複数回答ができる質問の場合は、通常その値は100%を超える。
- ・単位の繰上げは、原則として四捨五入による。単位の繰上げにより、内訳の数値の合計と、合計欄の数値が一致しないことがある。

○2020年度に消費者庁に通知された消費者事故等は11,414件。

○「生命身体事故等」が2,435件、うち重大事故等が1,487件、「財産事案」が8,979件。

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



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

第1部第1章第1節 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(2)

【参考】消費者安全調査委員会の活動

○消費者安全法の規定に基づく通知等を踏まえ、消費者安全調査委員会において調査を実施。

○2020年度は、2件について報告書を公表。関係行政機関の長に対して、10件の意見具申。

これまでに公表した報告書等

ガス湯沸器による一酸化炭素中毒の事故	2014年1月24日	評価書・意見
幼稚園で発生したプール事故	2014年6月20日 2018年4月24日	報告書・意見 意見
機械式立体駐車場事故	2014年7月18日 2021年2月18日	報告書・意見 意見
家庭用ヒートポンプ給湯機の事案	2014年12月19日	報告書・意見
エスカレーターからの転落事故	2015年6月26日	報告書・意見
毛染めによる皮膚障害	2015年10月23日	報告書・意見
子供による医薬品誤飲事故	2014年12月19日 2015年12月18日	意見 報告書・意見
ハンドル形電動車椅子を使用中の事故	2016年7月22日	報告書・意見
エレベーターの戸開走行事故	2016年8月30日	報告書・意見
体育館の床板の剝離による負傷事故	2017年5月29日	報告書・意見
玩具による乳幼児の気道閉塞事故	2017年11月20日	報告書・意見
家庭用コージェネレーションシステムの事案	2017年12月21日	報告書・意見
電動シャッター動作時の事故	2018年9月28日	報告書・意見
住宅用太陽光発電システムから発生した火災事故等	2019年1月28日	報告書・意見
歩行型ロータリ除雪機による事故	2019年5月31日	報告書・意見
水上設置遊具による溺水事故	2020年6月19日	報告書・意見
幼児同乗中の電動アシスト自転車の事故	2020年12月25日	報告書・意見
自動ドアによる事故	調査中(経過報告を2020年8月25日に公表)	
学校の施設又は物品により発生した事故等	調査中(経過報告を2021年2月18日に公表)	

機械式立体駐車場事故

○報告書公表後、自動車が落下する事故(申出)が3件発生

⇒検討結果を踏まえ、国土交通大臣に追加意見

水上設置遊具による溺水事故

○2019年8月、遊園地のプールに設置された水上設置遊具の下で、ライフジャケットを着用した児童が溺死

⇒調査結果を踏まえ、文部科学大臣及び経済産業大臣に意見

幼児同乗中の電動アシスト自転車の事故

○幼児同乗中の自転車の転倒事故は、走行中、停車中共に継続的に発生

⇒調査結果を踏まえ、内閣総理大臣、国家公安委員会委員長、警察庁長官、消費者庁長官、文部科学大臣、厚生労働大臣及び経済産業大臣に意見

第1部第1章第1節 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(3)

【参考】消費者安全法に基づく注意喚起

○消費者安全法の規定に基づく通知を端緒として、財産事案について2020年度に34件の注意喚起を実施。

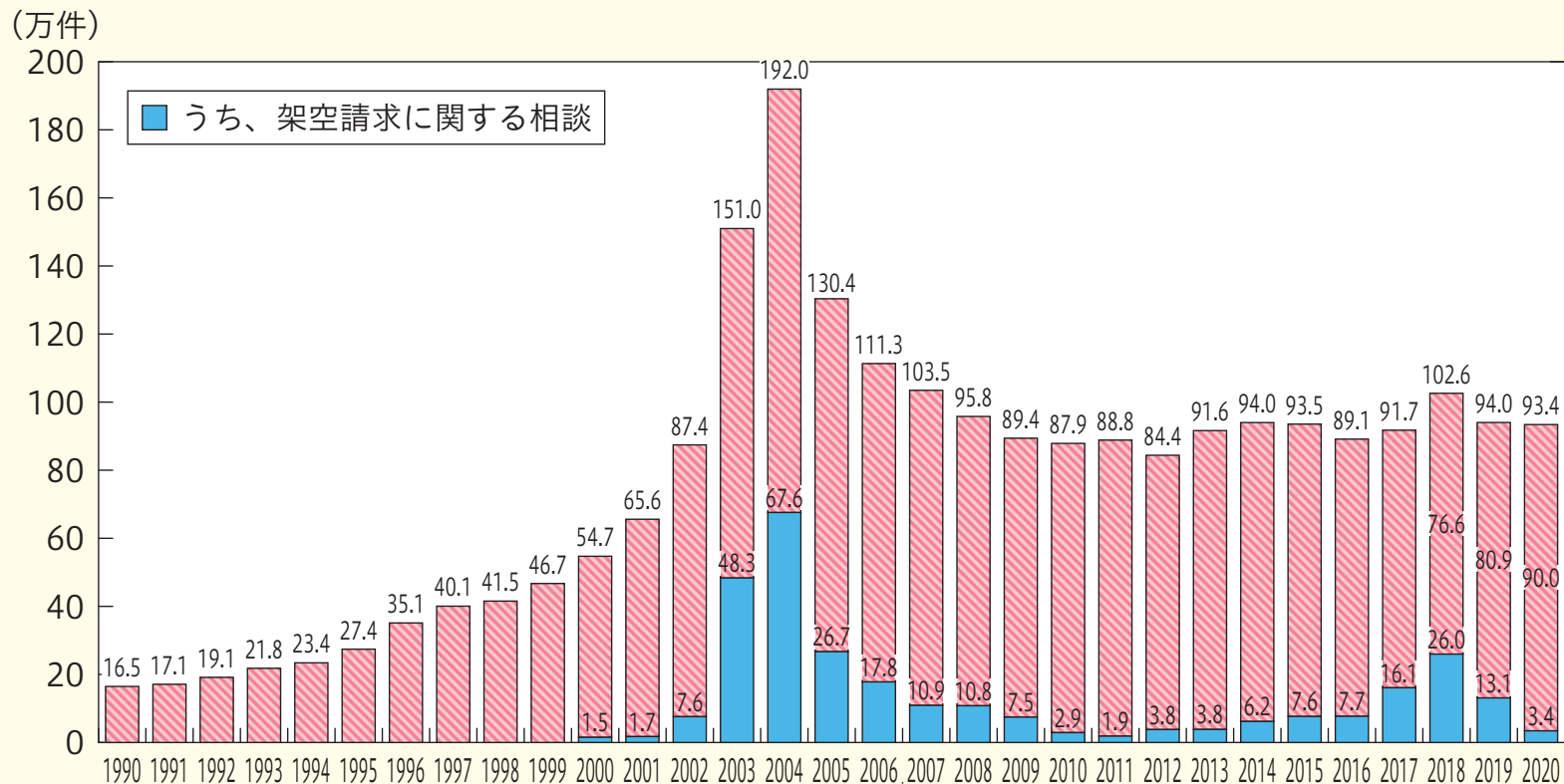
図表 I-1-1-9 消費者安全法の規定に基づく注意喚起を実施した財産事案例（2020年度）

手口	具体例
偽ブランド品の販売（13件）	デジタルプラットフォーム事業者が提供するショッピングモールサイトにおいて、その身元を隠して、偽ブランド品を正規のブランド品であるかのように広告することにより販売していた。
インターネット通信販売（5件）	通信販売サイトを装う偽サイトを複数開設し、他の通信販売サイトと比較して著しく安い価格で商品を販売する旨を表示していたが、当該偽サイトで注文しても商品が届かない又は全く異なる商品が届くのみであった。
学力診断テスト等の訪問販売（4件）	長時間にわたり消費者宅に滞在し、勧誘の場に同席させた消費者の子を動揺させる言動をするなどして、消費者を、契約を締結するしかないという心境に追い込んで契約を締結させたり、契約を締結しない意思を表示した者に対し、繰り返し契約締結について勧誘したりしていた。
インターネット接続サービスの契約（2件）	インターネット接続サービスの契約を勧誘するに当たり、マンション全体のインターネット接続サービスが切り替わることから、マンションの管理会社の依頼で来訪したかのように告げていたが、管理会社から勧誘の依頼を受けた事実も、マンション全体のインターネットサービスが当該サービスに切り替わることになったという事実もなかった。
役務の連鎖販売（2件）	連鎖販売業を行っている事業者の勧誘者が契約の解除を妨げるため、会員専用サイトを利用した後はクーリングオフができなくなるかのように告げていたり、契約を締結した際に事業者が契約の内容を明らかにする書面を交付していなかったりしていた。
原野商法等の二次被害（2件）	消費者が所有する原野等の土地の売却を勧誘し、売買契約を結ぶ際に売却の条件として事業者が所有する別の土地を一時的に購入する必要があると告げ、その土地を買い戻す際に返還するとして「諸経費」等の名目で多額の金銭を支払わせていたが、購入した土地が買い戻されることはなく、支払った金銭も返還されなかった。
簡単に稼げると見せかける手口（2件）	9,800円を支払い副業ビジネスのサービスの利用を開始すれば、誰でも確実にお金を稼げるかのように表示していたが、ビジネスを成功させるための情報等を得ることはできないものであった。また、当該情報等を得るためには有料オプションプランに加入する必要があるとして高額な料金を支払わせていたが、誰でも確実にお金を稼げる仕組みとはなっていなかった。
虚偽・誇大なアフィリエイト広告（2件）	化粧品や医薬部外品を通信販売の方法により販売するに当たり、アフィリエイト広告において、あたかも、当該商品を使用すれば短期間で肌のシミが確実に消えるかのように表示していたが、実際には、当該商品には肌のシミをかかると短期間で確実に解消する効果はないものであった。
債務の履行遅延（1件）	訪問介護サービスの会員となった消費者が当該サービスを利用した際の費用を支払い、また、会員から請求された際には健康祝金等を給付していたが、ある時期からは当該サービス費用の立替払分や健康祝金等の給付に多額の支払遅延を生じさせていた。
パソコン画面の偽警告表示による手口（1件）	消費者がパソコンを操作中に、ウイルスが見つかったなどと偽の警告を画面に表示し、危険な状態を修復等するにはサポート契約を締結する必要があるなどと告げて多額の金銭を支払わせていたが、実際には、偽の警告が表示された時点でパソコンが危険な状態にあったと認められる事情はないことから当該契約の締結は必要ではなく、また、行為者に契約履行の意思はないと認められるものであった。

第1部第1章第3節 消費生活相談件数の推移

○2020年の消費生活相談件数は93.4万件。架空請求の相談件数は減少したが(13.1万件→3.4万件)、新型コロナウイルス感染症に関連した相談等の増加により、架空請求以外の相談件数は増加(80.9万件→90.0万件)。

図表 I-1-3-1 消費生活相談件数の推移



「年度」 データを集計 ← → 「年」 データを集計

- (備考)
1. PIO-NETに登録された消費生活相談情報(2021年3月31日までの登録分)。
 2. 1990～2006年度は、国民生活センター「消費生活年報2020」による「年度」データを集計。2007～2020年は「年」データを集計。
 3. 「架空請求」とは、身に覚えのない代金の請求に関するもの。2000年度から集計。
 4. 2007年以降は経由相談のうち「相談窓口」を除いた相談件数を集計。

第1部第1章第3節・第4節 最近注目される消費者問題(1)

- 若者の相談では、インターネットや美容関連の相談が上位に。
- 20歳未満のオンラインゲームに関する消費生活相談が増加。

図表 I-1-3-9 若者の商品・サービス別上位相談件数（2020年）

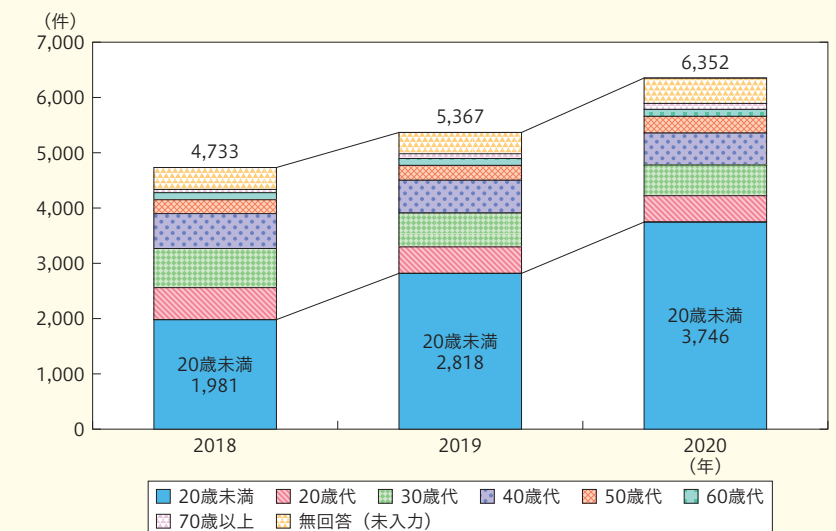
男性					
15-19歳		20-24歳		25-29歳	
件数	9,577	件数	21,042	件数	18,481
1 脱毛剤	935	他のデジタルコンテンツ	1,402	賃貸アパート	1,646
2 他の健康食品	799	商品一般	1,078	結婚式	985
3 オンラインゲーム	659	賃貸アパート	1,056	商品一般	954
4 他のデジタルコンテンツ	507	出会い系サイト	833	フリーローン・サラ金	831
5 商品一般	419	他の内職・副業	818	他のデジタルコンテンツ	744
6 アダルト情報サイト	387	役務その他サービス	682	普通・小型自動車	520
7 出会い系サイト	348	フリーローン・サラ金	677	出会い系サイト	452
8 役務その他サービス	187	他の健康食品	543	モバイルデータ通信	390
9 デジタルコンテンツ(全般)	177	普通・小型自動車	531	他の健康食品	377
10 賃貸アパート	167	電気	517	役務その他サービス	360

女性					
15-19歳		20-24歳		25-29歳	
件数	10,432	件数	24,915	件数	22,023
1 他の健康食品	2,894	他の健康食品	1,941	賃貸アパート	1,771
2 他のデジタルコンテンツ	506	他のデジタルコンテンツ	1,677	他の健康食品	1,368
3 商品一般	392	脱毛エステ	1,228	商品一般	1,090
4 健康食品（全般）	377	賃貸アパート	1,161	他のデジタルコンテンツ	966
5 アダルト情報サイト	269	商品一般	1,123	結婚式	920
6 脱毛剤	235	出会い系サイト	1,103	出会い系サイト	611
7 出会い系サイト	234	他の内職・副業	796	脱毛エステ	484
8 酵素食品	166	役務その他サービス	502	スポーツ・健康教室	462
9 デジタルコンテンツ(全般)	164	電気	446	フリーローン・サラ金	389
10 紳士・婦人洋服（全般）	150	医療サービス	422	他の内職・副業	344

黄色：デジタルコンテンツ 黄緑色：一人暮らしがきっかけとなり得るもの
 緑色：借金に関するもの 青色：自動車に関するもの ピンク色：美容に関するもの

- (備考) 1. PIO-NETに登録された消費生活相談情報（2021年3月31日までの登録分）。
 2. 品目は商品キーワード（小分類）。
 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-1-4-8 「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）

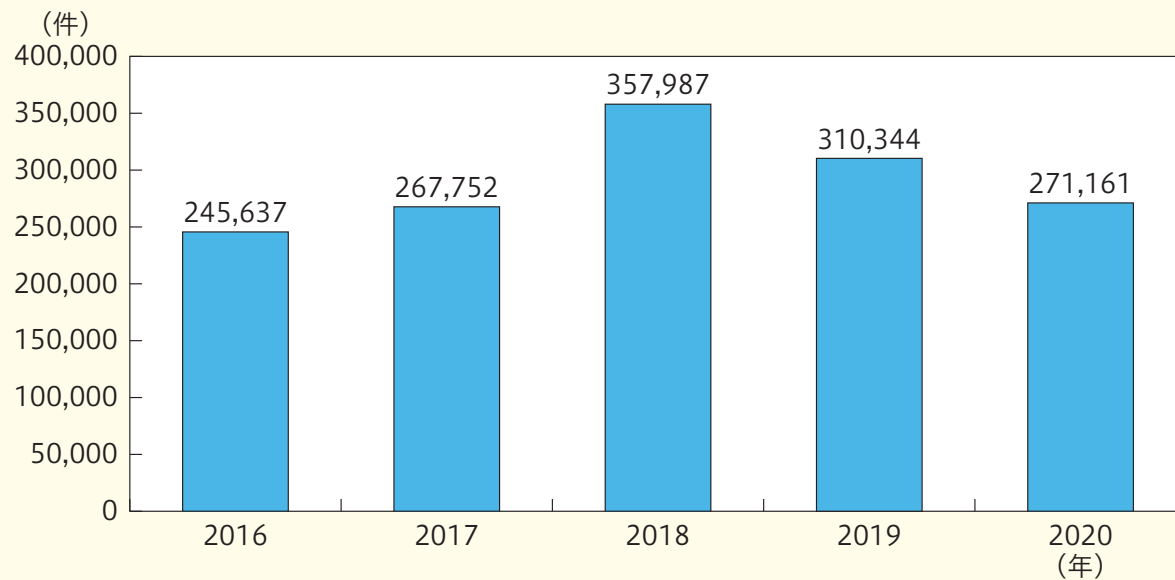


(備考) PIO-NETに登録された消費生活相談情報（2021年3月31日までの登録分）。

第1部第1章第3節・第4節 最近注目される消費者問題(2)

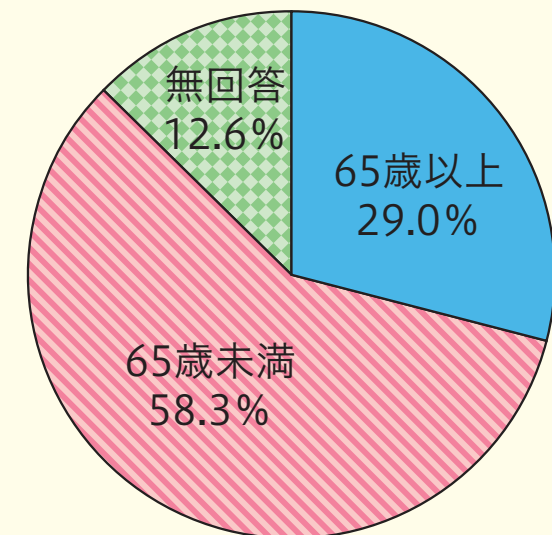
○高齢者の消費生活相談は前年に続き減少。相談全体に占める高齢者の相談の割合は約3割。

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(2021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-1-3-5 消費生活相談の契約当事者の属性(2020年)



(備考) PIO-NETに登録された消費生活相談情報(2021年3月31日までの登録分)。

第1部第1章第3節・第4節 最近注目される消費者問題(3)

- 商品・サービス別では前年に続き迷惑メールや架空請求を含む「商品一般」が最多。ただし、件数は半減。
- 定期購入を含む「他の健康食品」は増加傾向。2020年はマスクを含む「保健衛生品その他」が上位に。

図表 I-1-3-11 高齢者の商品・サービス別上位相談件数の推移

	2018年	件数	2019年	件数	2020年	件数
1	商品一般	128,198	商品一般	80,219	商品一般	35,977
2	デジタルコンテンツ（全般）	15,388	光ファイバー	11,164	光ファイバー	8,717
3	光ファイバー	9,803	他のデジタルコンテンツ	7,523	他の健康食品	8,389
4	他のデジタルコンテンツ	6,702	他の健康食品	6,708	役務その他サービス	7,558
5	ファンド型投資商品	6,248	デジタルコンテンツ（全般）	6,378	保健衛生品その他	7,294
6	修理サービス	5,754	携帯電話サービス	6,185	他のデジタルコンテンツ	6,875
7	フリーローン・サラ金	5,410	役務その他サービス	6,118	携帯電話サービス	6,216
8	新聞	5,303	修理サービス	5,876	修理サービス	5,878
9	他の健康食品	5,272	電気	5,299	電気	5,301
10	携帯電話サービス	4,810	新聞	4,981	新聞	4,263

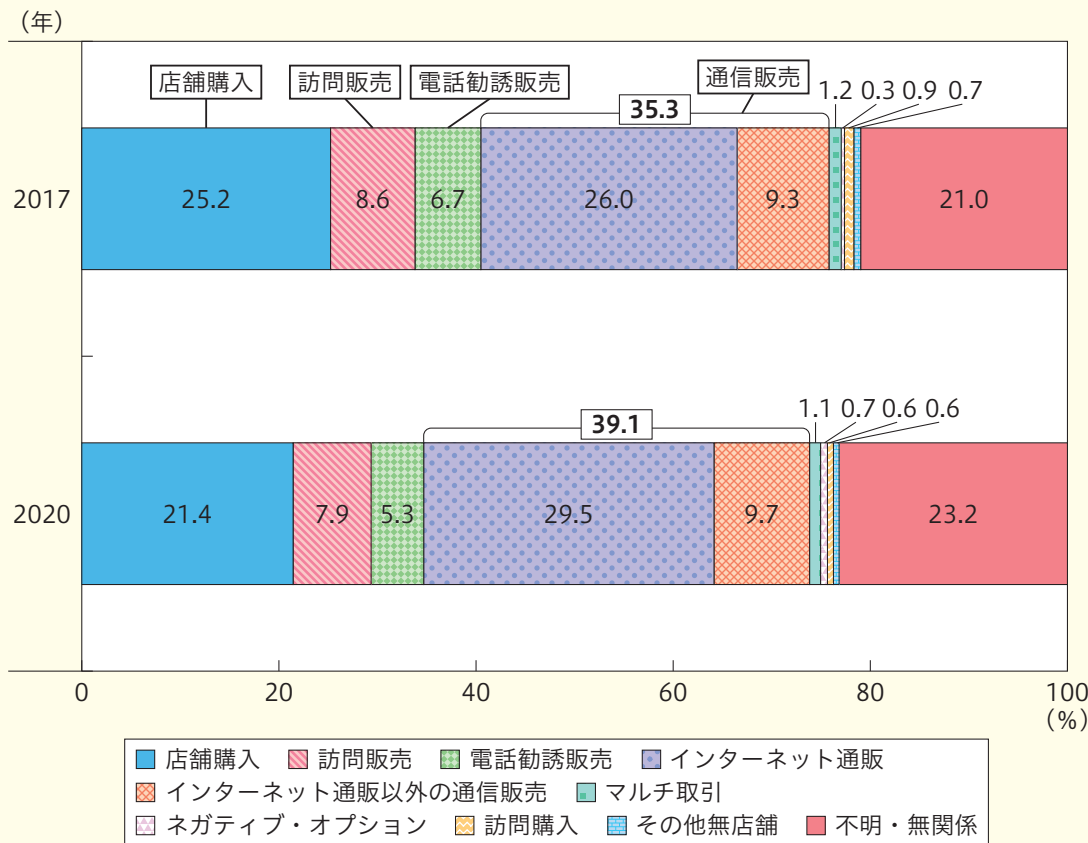
黄色：インターネット関連 青色：定期購入商法等 ピンク色：マスク等

- (備考)
1. PIO-NETに登録された消費生活相談情報（2021年3月31日までの登録分）。
 2. 品目は商品キーワード（小分類）。
 3. 契約当事者が65歳以上の相談。
 4. 色分けは相談内容の傾向を消費者庁で分類したもの。

第1部第1章第3節・第4節 最近注目される消費者問題(4)

○販売購入形態別では「通信販売」の割合が増加。「店舗購入」や「訪問販売」、「電話勧誘販売」の割合は減少。
○「インターネット通販」に関する相談が増加。商品・サービス別では商品の相談が増加しており、中でも商品未着・連絡不能(事業者との連絡がつかない)等のトラブルが多くみられる。

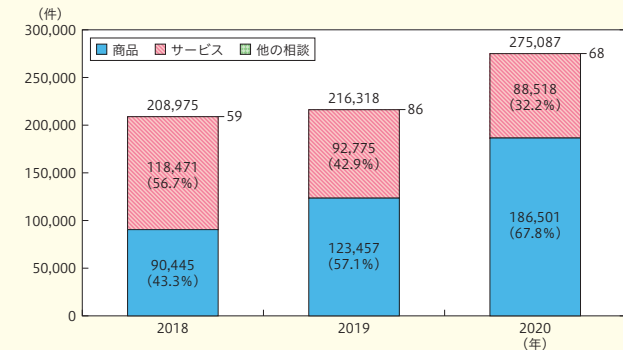
図表 I-1-3-14 消費生活相談の販売購入形態別割合の変化



(備考) 1. PIO-NETに登録された消費生活相談情報(2021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、アダルト情報サイトに代表される、インターネットサイトを利用したサイト利用料、オンラインゲーム等のデジタルコンテンツも、消費生活相談情報では「インターネット通販」に入るため、データの見方には注意が必要。

図表 I-1-4-2

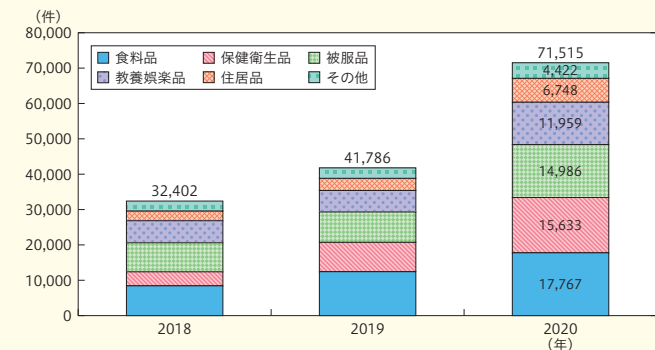
「インターネット通販」に関する消費生活相談件数の推移(商品・サービス別)



(備考) 1. PIO-NETに登録された消費生活相談情報(2021年3月31日までの登録分)。
2. 「他の相談」は、件数のみ表示。割合は0.05%未満のためグラフに表示していない。

図表 I-1-4-3

商品未着・連絡不能等に関する消費生活相談件数の推移

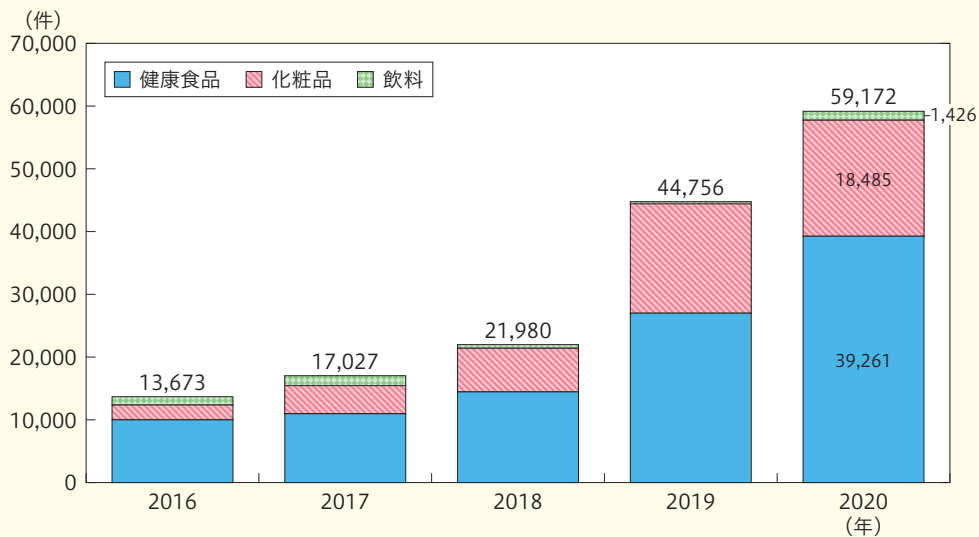


(備考) 1. PIO-NETに登録された消費生活相談情報(2021年3月31日までの登録分)。
2. 「商品」のインターネット通販の「商品未着」「注文品違い」「連絡不能」に関する相談。

第1部第1章第3節・第4節 最近注目される消費者問題(5)

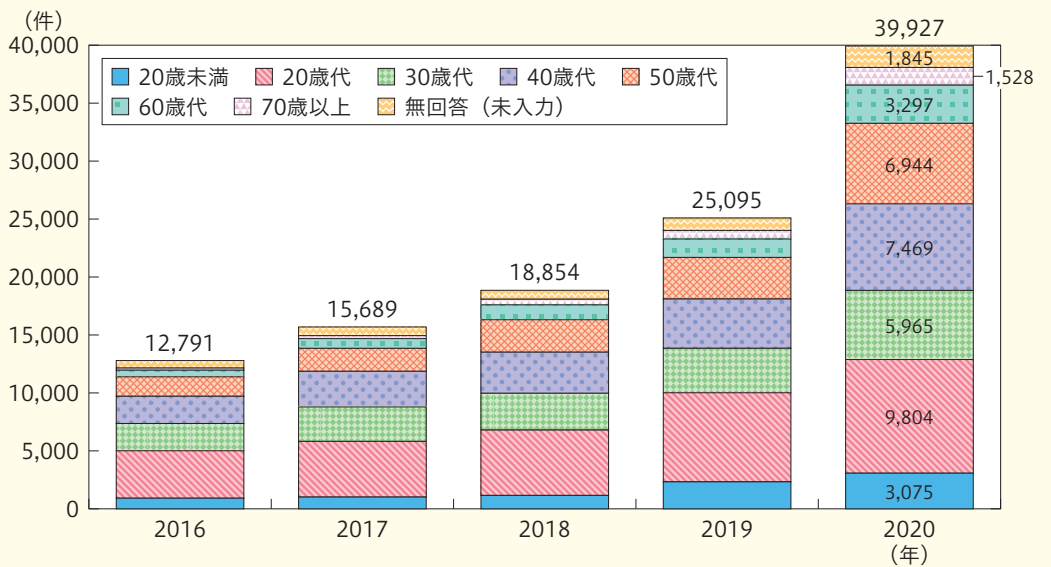
○通信販売での「定期購入」に関する消費生活相談は引き続き増加傾向。2020年は約6万件で過去最多。
○SNSが何らかの形で関連している消費生活相談も引き続き増加傾向。

図表 I-1-4-5 「定期購入」に関する消費生活相談件数の推移（商品別）



(備考) 1. PIO-NETに登録された消費生活相談情報（2021年3月31日までの登録分）。
2. 通信販売での健康食品等の「定期購入」に関する相談件数。

図表 I-1-4-11 SNS関連の消費生活相談件数の推移（年齢層別）



(備考) PIO-NETに登録された消費生活相談情報（2021年3月31日までの登録分）。

※ 相談内容としては主に以下のような事例がみられる。

- ① SNSでの広告をきっかけとしてトラブルになる事例
- ② SNSでの勧誘をきっかけとしてトラブルになる事例
- ③ SNSで知り合った相手との個人間取引でトラブルになる事例

第1部第1章第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

○2020年の消費者被害・トラブル額は、推計約3.8兆円（既支払額（信用供与を含む。））。

図表 I-1-5-4 消費者被害・トラブル額の推計結果

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

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

（備考） 1. 消費者被害・トラブル額とは、消費者被害・トラブルに関する商品・サービスへの支出総額を指す。

2. 満15歳以上の人口に、「消費者意識基本調査」の結果から求めた消費者被害・トラブルの「発生確率」を乗じた上で、消費生活相談情報から計算される、被害1件当たりの平均金額を乗じて算出した金額に、高齢者の潜在被害として想定される金額を加えて補正した推計額。

3. 人口は、総務省・人口推計の各年10月1日現在人口を使用。2018年及び2019年は確定値を使用しているが、2020年は平成27年国勢調査を基準とする推計値を使用。

4. 「発生確率」は、消費者意識基本調査において「あなたがこの1年間に購入した商品、利用したサービスについてお尋ねします。この1年間に、以下に当てはまる経験をしたことはありますか。」との問に対して、以下の経験についての回答を集計した結果に基づき推計している。①けが、病気をする等、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、消費者被害の経験。

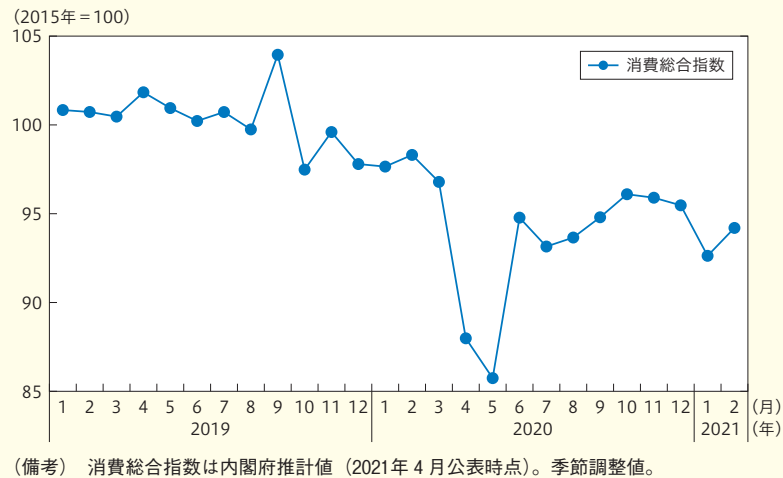
5. 平均金額は、各年の消費生活相談情報（翌年1月31日までの登録分）に基づき算出。

6. 本推計に使用している意識調査はあくまで消費者の意識に基づくものであり、消費者被害・トラブルの捉え方が回答者により異なること、意識調査の性格上誤差を含むものであることに注意が必要。

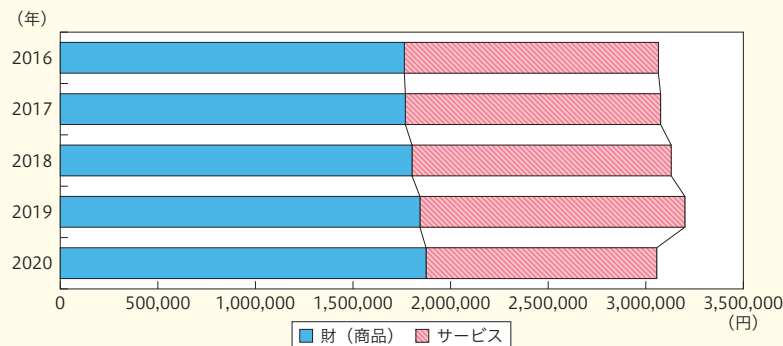
【特集】第1部第2章第1節 新型コロナウイルス感染症の感染拡大と消費(1)

- 2020年の消費は、3月から5月にかけて急速に落ち込み、その後、持ち直しの動きがみられた。
- 財・サービス別では、財(商品)への支出額が微増し、サービスへの支出額は減少。
- 品目別構成比では、食料への支出割合が増加し、旅行や外食関連への支出割合が減少するなど、いわゆる「巣ごもり消費」の増加と外出関連消費の減少がうかがえる。

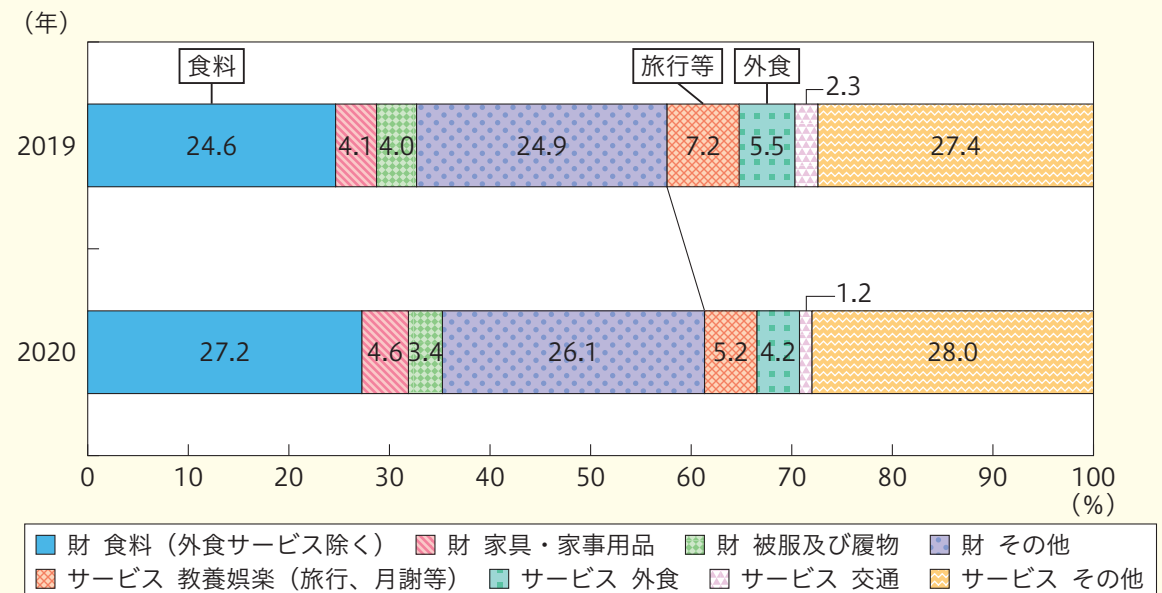
図表 I-2-1-1 消費総合指数の動向



図表 I-2-1-3 財・サービス支出の推移



図表 I-2-1-4 財・サービス支出の内訳の変化

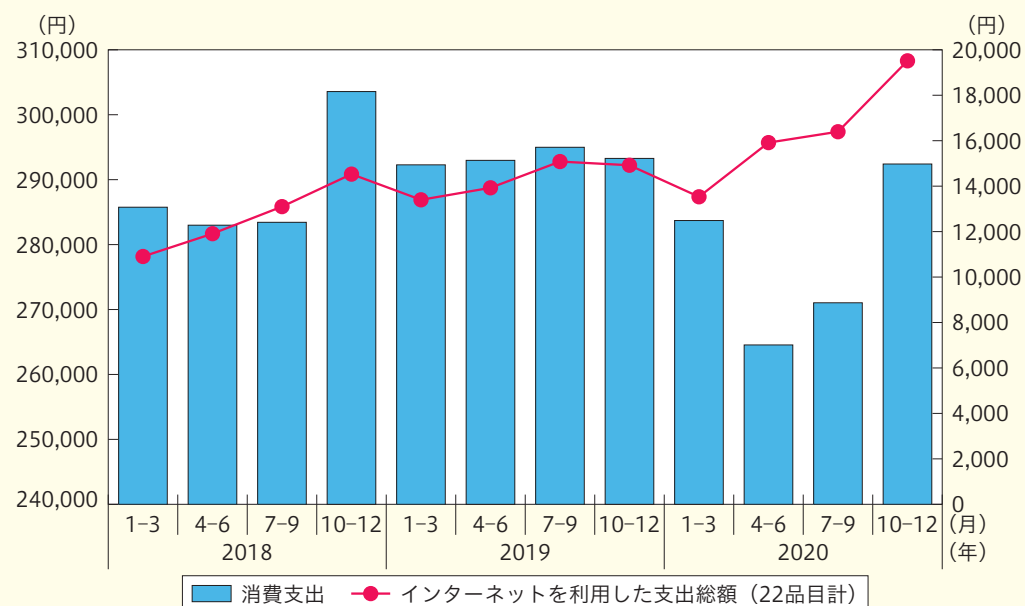


- (備考)
1. 総務省「家計調査(二人以上の世帯)」により作成。2019年及び2020年の1世帯当たり支出の構成比。
 2. 「財 その他」とは、住居、光熱・水道、保険・医療、通信、自動車関係、教育、教養娯楽、諸雑費の合計。
 3. 「サービス その他」とは、住居、家具・家事用品、被服及び履物、保険・医療、通信、自動車関係、教育、諸雑費の合計。
 4. 財・サービス支出計には、「こづかい」、「贈与金」、「他の交際費」及び「仕送り金」は含まれていない。

【特集】第1部第2章第1節 新型コロナウイルス感染症の感染拡大と消費(2)

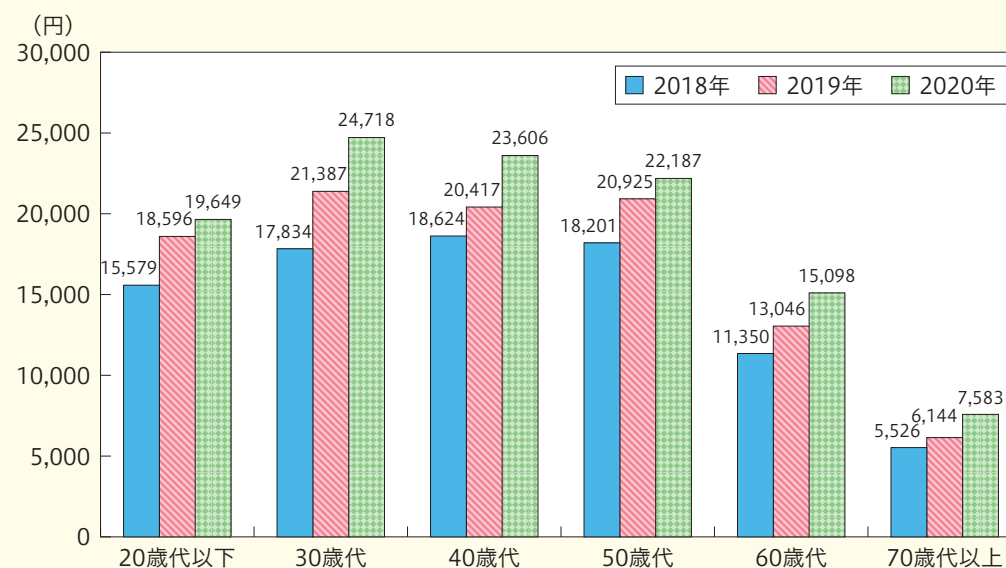
○2020年の消費支出は、1－3月に比べ4－6月に大きく減少したが、インターネットを利用した支出総額は増加。
○世帯主の年齢層別にみても全ての年齢層でインターネットを利用した支出総額が増加。

図表 I-2-1-9 家計支出とインターネットを利用した支出の推移



(備考) 1. 総務省「家計調査(二人以上の世帯)」及び「家計消費状況調査(二人以上の世帯)」により作成。
2. 2018年の値は変動調整値。

図表 I-2-1-10 インターネットを利用した支出の推移(世帯主年齢層別)



(備考) 総務省「家計消費状況調査(二人以上の世帯)」により作成。

【特集】第1部第2章第2節 「新しい生活様式」と消費者の意識・行動

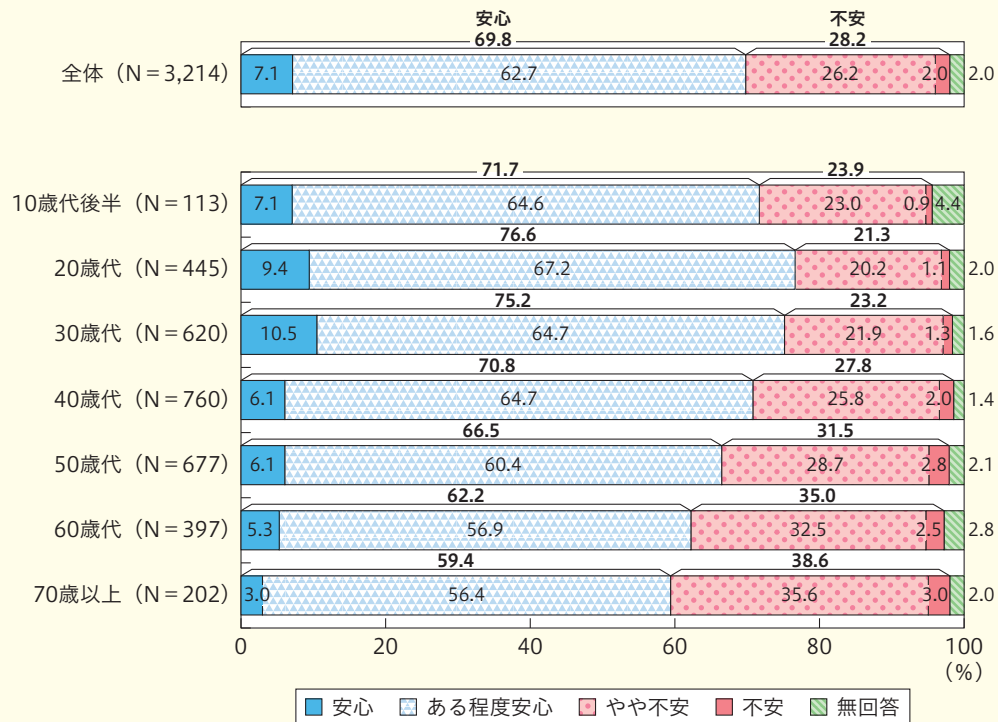
～「新しい生活様式」で、消費者の時間の使い方・消費に変化はみられるか～

○インターネット上での商品・サービスの購入を「安心」と感じている消費者は約7割。年齢層が高くなるにつれて「安心」と感じる消費者の割合が小さくなる。

○インターネット上での商品・サービスの購入で「心配なこと」として、6割超の消費者が「個人情報情報が漏えい・悪用されている」、「商品やサービスが期待とは異なる」、「望まない広告メールが送られてくる」を挙げている。

図表 I-2-2-17

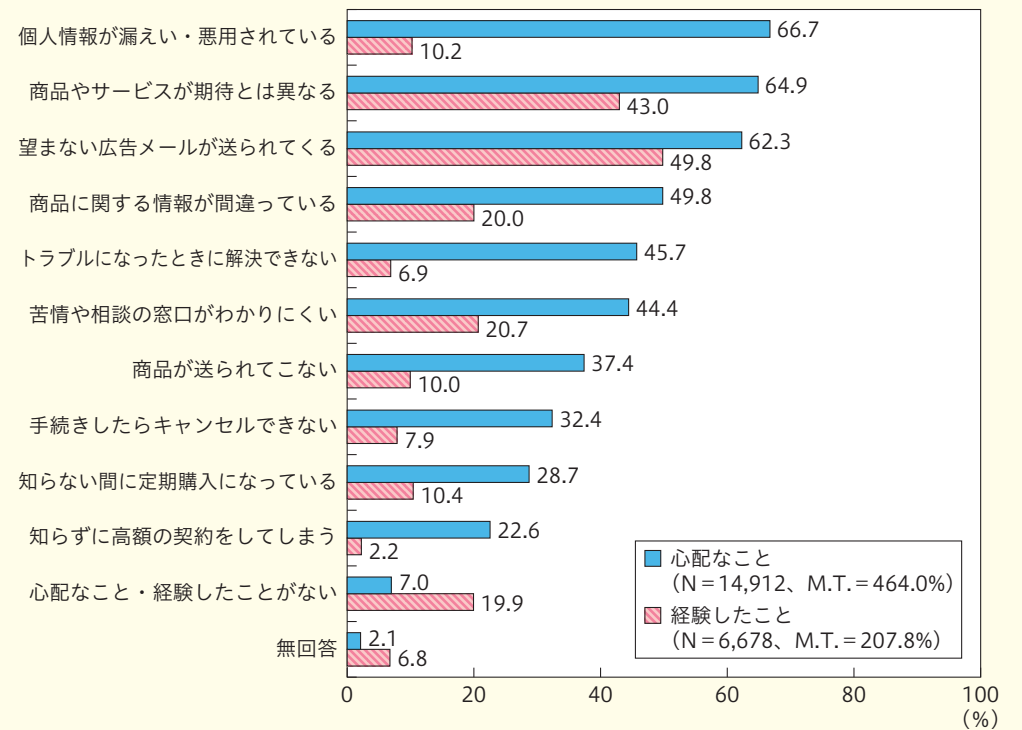
インターネット上での商品・サービス購入に対する信頼度（年齢層別）



(備考) 1. 消費者庁「消費者意識基本調査」(2020年度)により作成。
2. 「インターネットでの商品・サービスの購入について、あなたの感覚に近いものを1つお選びください。」との問に対する回答。

図表 I-2-2-18

インターネット上での商品・サービス購入で心配なこと、経験したこと



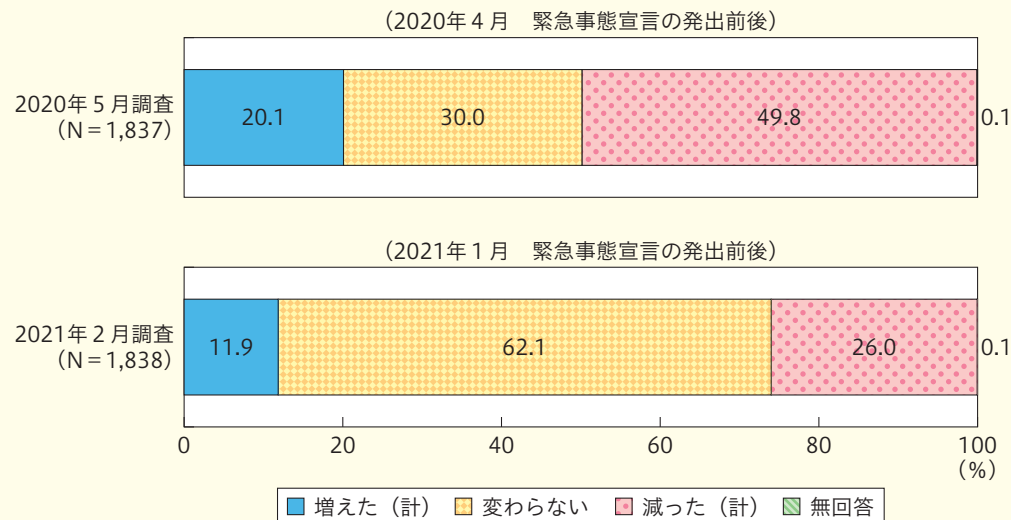
(備考) 1. 消費者庁「消費者意識基本調査」(2020年度)により作成。
2. 「インターネットでの商品・サービスの購入について、(1)心配なことを全てお選びください、(2)実際に経験したことを全てお選びください。」との問に対する回答（複数回答）。

【特集】第1部第2章第4節 緊急事態における消費者の意識・行動

○1回目(2020年4月)と2回目(2021年1月)の緊急事態宣言の発出前後では、後者の方が、食料品等の購入頻度及び購入量の変化について「変わらない」と回答した消費者の割合が大きい。

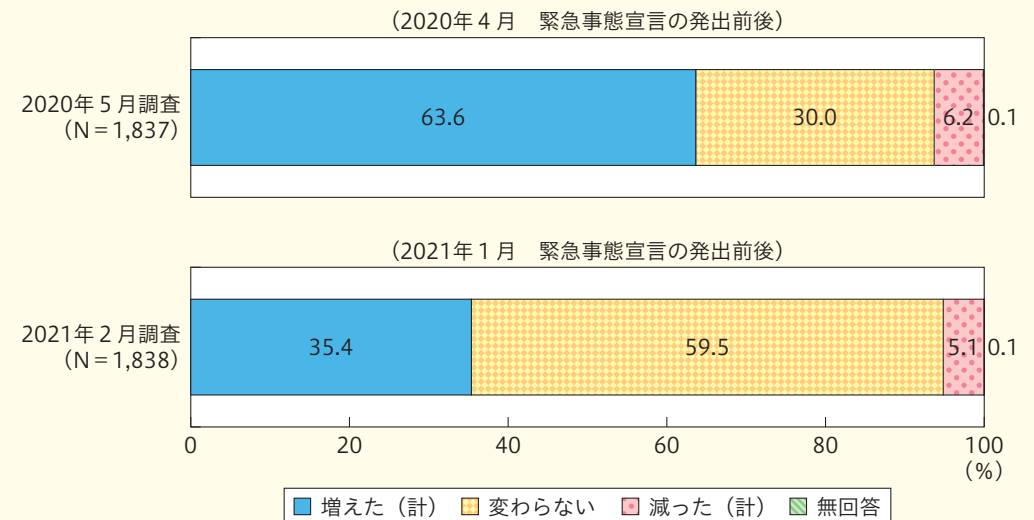
○2度目の緊急事態宣言の発出前後では、多くの消費者が落ち着いた消費行動をとったことがうかがえる。

図表 I-2-4-4 緊急事態宣言発出前後での食料品等の購入頻度の変化



- (備考)
1. 消費者庁「物価モニター調査」により作成。
 2. 「緊急事態宣言の前後で、スーパーやコンビニ等で食料品や生活必需品のお買物をする頻度は増えましたか、減りましたか。」との問に対する回答。
 3. 増えた(計): 問に対し、5件法で「大きく増えた」又は「やや増えた」と回答した合計数。
 4. 減った(計): 問に対し、5件法で「大きく減った」又は「やや減った」と回答した合計数。

図表 I-2-4-5 緊急事態宣言発出前後での食料品等の1回当たりの購入量の変化



- (備考)
1. 消費者庁「物価モニター調査」により作成。
 2. 「緊急事態宣言の前後で、スーパーやコンビニ等での買物について、食料品や生活必需品の1回のお買物当たりの購入量は増えましたか、減りましたか。」との問に対する回答。
 3. 増えた(計): 問に対し、5件法で「大きく増えた」又は「やや増えた」と回答した合計数。
 4. 減った(計): 問に対し、5件法で「大きく減った」又は「やや減った」と回答した合計数。

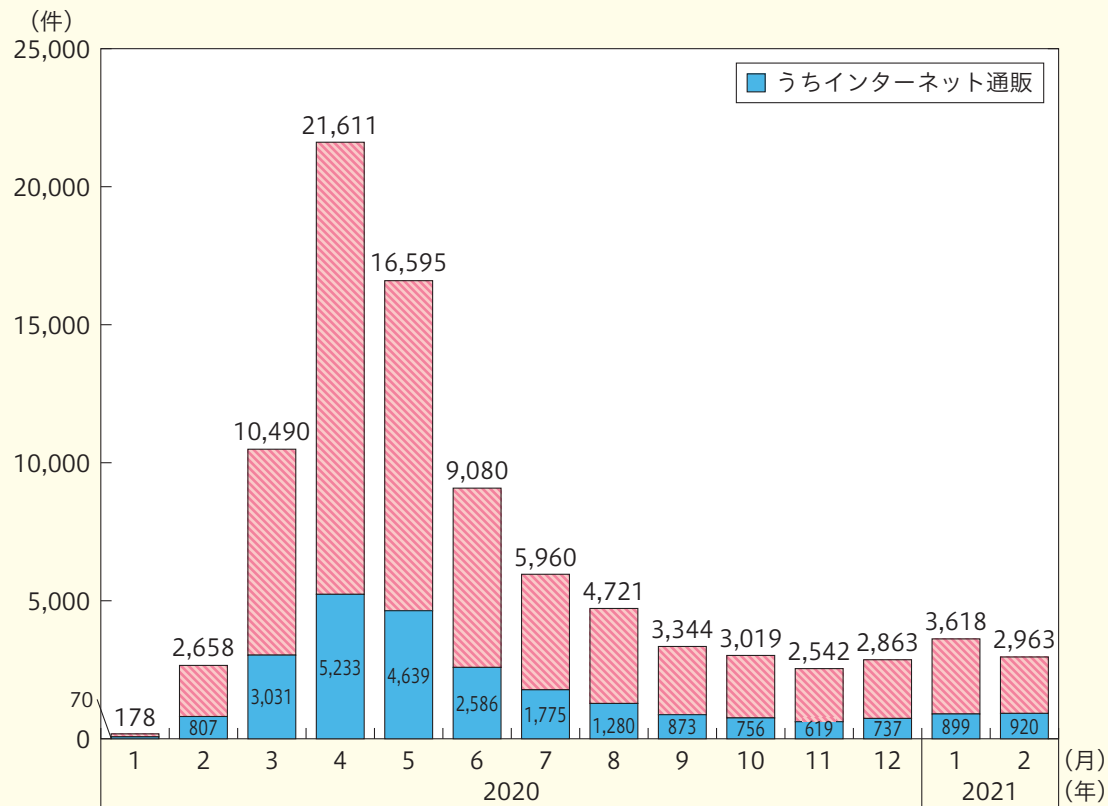
【特集】第1部第2章第5節 新型コロナウイルス感染症の感染拡大をめぐる消費者トラブル

○新型コロナウイルス感染症に関連した消費生活相談は、2020年4月に2万1千件を超えて最多となり、その後は同年11月まで減少傾向。内訳をみるとインターネット通販に関連した相談が多くみられた。

○マスクを含む「保健衛生品その他」に関する相談が約3割で最多。次いで、解約やキャンセルに関するトラブルがみられた「結婚式」、「スポーツ・健康教室」等が続く。

図表 I-2-5-1

新型コロナウイルス関連の消費生活相談件数と、うちインターネット通販に関する相談件数の推移



(備考) 1. PIO-NETに登録された消費生活相談情報 (2021年3月31日までの登録分)。
2. 「新型コロナ関連」の相談。

図表 I-2-5-2

新型コロナウイルス関連の商品・役務等別上位相談件数 (2020年)

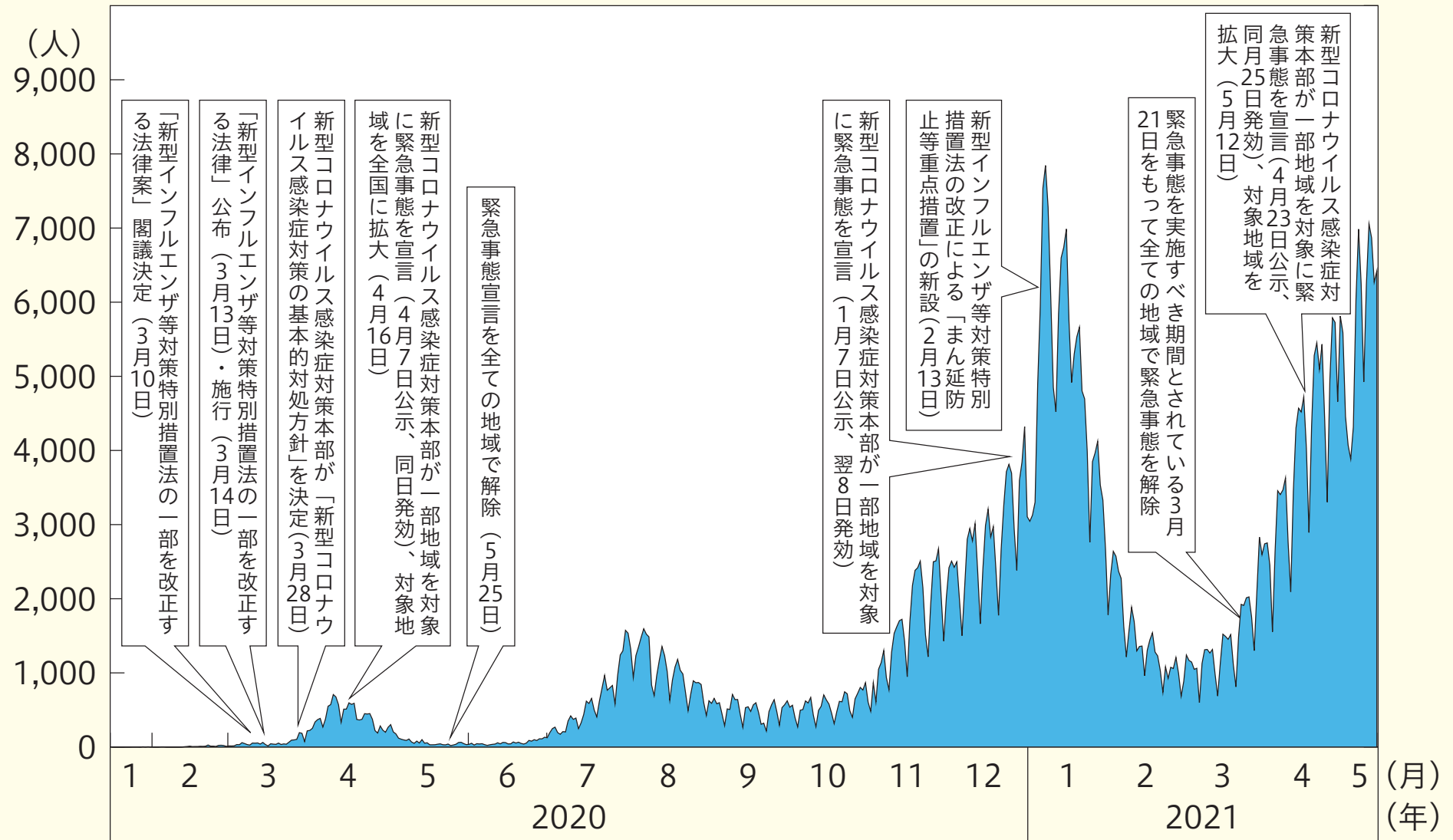
順位	商品・役務等	件数	割合	順位	商品・役務等	件数	割合
1	保健衛生品その他	22,559	27.2%	11	ちり紙類	1,113	1.3%
2	結婚式	3,992	4.8%	12	ホテル・旅館	1,051	1.3%
3	スポーツ・健康教室	3,857	4.6%	13	コンサート	1,045	1.3%
4	他の行政サービス	3,731	4.5%	14	海外募集型企画旅行	1,035	1.2%
5	航空サービス	2,706	3.3%	15	スポーツ施設利用	1,002	1.2%
6	商品一般	2,197	2.6%	16	外食	962	1.2%
7	消毒殺菌剤	1,650	2.0%	17	フリーローン・サラ金	951	1.1%
8	役務その他サービス	1,616	1.9%	18	海外手配旅行	927	1.1%
9	賃貸アパート	1,433	1.7%	19	相談その他(全般)	909	1.1%
10	他の医療用具	1,306	1.6%	20	国内募集型企画旅行	805	1.0%

(備考) 1. PIO-NETに登録された消費生活相談情報 (2021年3月31日までの登録分)。
2. 「新型コロナ関連」の相談。
3. 品目は商品キーワード (下位)。

第1部第2章第6節 新型コロナウイルス感染症に関する消費者庁の対応(1)

新規感染者数の推移と政府の主な対応

図表I-2-6-1 新規感染者数の推移と政府の主な対応



(備考) 厚生労働省公表資料より消費者庁において作成。

第1部第2章第6節 新型コロナウイルス感染症に関する消費者庁の対応(2)

消費者庁の主な対応

図表I-2-6-2 新型コロナウイルス感染症への消費者庁の主な対応

	〈生活関連物資関係〉	〈表示関係〉	〈その他情報発信等〉
2020年	・「国民生活安定緊急措置法施行令の一部を改正する政令」を閣議決定。3月15日以降、購入金額よりも高い価格でのマスクの転売を禁止。(3月10日) ・「国民生活安定緊急措置法施行令の一部を改正する政令」を閣議決定。5月26日以降、購入金額よりも高い価格でのアルコール消毒製品の転売を禁止。(5月22日) ・「国民生活安定緊急措置法施行令の一部を改正する政令」を閣議決定。8月29日以降、マスク及びアルコール消毒製品の転売規制を解除。(8月25日)	・新型コロナウイルスに対する予防効果を標ぼうする商品の表示を緊急監視し、改善要請を実施。(3月10日、27日) ※以降、継続的に監視し、改善要請、行政指導、措置命令及び注意喚起を随時実施。 ・食品表示法に基づく食品表示基準等の弾力的運用について、農林水産省及び厚生労働省と連名で関係機関に通知。(4月10日)	・新型コロナウイルス感染症に便乗した悪質商法等の注意喚起や、「新しい生活様式」の下での買物等における消費者向け留意事項等の周知を随時実施。 ・国民生活センターにおいて、「新型コロナウイルス給付金関連消費者ホットライン」を開設。(5月1日)
2021年			・消費者教育推進会議において、「緊急時における消費者行動について」を取りまとめ公表。(1月13日) ・コロナ禍における消費者被害防止キャンペーンを開始。(2月8日) ・国民生活センターにおいて、「新型コロナワクチン詐欺消費者ホットライン」を開設。(2月15日)

第1部第2章第6節 新型コロナウイルス感染症に関する消費者庁の対応(3) 不当表示等への対応

1 景品表示法及び健康増進法に基づくインターネット広告の緊急監視

- ・2020年3月10日 30事業者46商品
- ・2020年3月27日 34事業者41商品
- ・2020年6月5日 35事業者38商品
- ・2021年2月19日 45事業者42商品

健康食品、マイナスイオン発生器、除菌スプレー等
合計144事業者167商品に対し改善要請

※既に全ての商品の表示の改善を確認。その後も継続的な監視を実施し、法に基づく適切な措置を実施。

【緊急監視において改善要請を行った主な商品】

- いわゆる健康食品（ビタミンA、ビタミンC、ビタミンD、亜鉛、オリーブ葉エキス、タンポポ茶、マヌカハニー、納豆、みかん、ウコン、水素水、乳酸菌、黒ニンニク、海藻フコダイン、あおさ海苔、コーヒーポリフェノール、茶ポリフェノール、茶カテキン等）
- マイナスイオン発生器、イオン空気清浄機
- 空間除菌用品（首下げタイプ、据置タイプ）、除菌・抗菌スプレー（アミノ酸、光触媒等）、アロマオイル

2 景品表示法の観点からの再発防止等の指導

- ・マスクのおとり広告を行っていた2事業者（2020年3月27日）
- ・携帯型（首下げタイプ）の空間除菌用品を販売していた5事業者（2020年5月15日）
- ・抗体検査キットを販売していた9事業者（2020年12月25日、2021年3月26日）、研究用抗原検査キットを販売していた2事業者（2021年3月26日）

3 景品表示法違反として措置命令

- ・表示よりアルコール濃度が大幅に低い手指用洗浄ジェルを販売していた1事業者（2020年5月19日）、アルコールスプレーを販売していた1事業者（2020年12月9日）
- ・表示より有効塩素濃度が大幅に低い又は除菌効果を標ぼうする次亜塩素酸水を販売していた9事業者（2020年12月9日、2021年3月10日、同月11日）
- ・携帯型の空間除菌用品・空気清浄用品、マイナスイオン発生機を販売していた6事業者（2020年8月28日、同年12月22日、2021年1月15日、同年3月18日、同月31日）
- ・亜塩素酸による空間除菌等を標ぼうする除菌スプレーを販売していた5事業者（2021年3月4日、同年4月9日）
- ・新型コロナ等への効果を標ぼうする健康食品を販売していた1事業者（2021年3月9日）

4 その他注意喚起等

- ・厚労省・経産省と合同で、新型コロナウイルス消毒・除菌方法を取りまとめ公表（2020年6月26日）
- ・消毒・除菌商品の購入や使用上の注意点を取りまとめ公表（2020年7月1日）

SNS等を通じた消費者への注意喚起
(Twitter, Facebook等)

「根拠のない商品にご注意ください」
「身につけるだけで空間除菌」等の広告表示にご注意ください

おとり広告は禁止されています
マスク入荷!!
●月●日●時 ●ストア

新型コロナウイルス予防に根拠のあるサプリメントや特定の食品はありません。
根拠のない商品にご注意ください

新型コロナウイルス感染対策
消毒や除菌効果をうたう商品は、目的に合ったものを、正しく選びましょう。
※チェックポイント
①使用法 ②有効成分 ③濃度 ④使用回数
※商品の購入の際は、必ずこの4点をチェックしましょう。

安全に使用するための注意点
①アルコール ②紫外線 ③マスク着用

市販されている研究用抗原検査キット及び抗体検査キットは、国が認めた体外診断用医薬品ではありません。
ご注意ください!!

第1部第2章第6節 新型コロナウイルス感染症に関する消費者庁の対応(4) 消費者への情報発信等

○新型コロナウイルス感染症に便乗した悪質商法等の注意喚起や、「新しい生活様式」における買物等における消費者向け留意事項等の周知を随時実施。

特別定額給付金に関するお知らせ

給付金のサギに注意!!

(詐欺)

絶対に教えない! 渡さない!

- 暗証番号 ●通帳 ●キャッシュカード ●マイナンバー
- 口座番号

市区町村や総務省などが以下を行うことは絶対にありません

- × 現金自動預払機(ATM)の操作をお願いすること
- × 受給にあたり、手数料の振込みを求めること
- × メールを送り、URLをクリックして申請手続きを求めること

「怪しいな?」と思ったら遠慮なく相談ください

消費者ホットライン 188 (全国はしりく)

お住まいの市区町村 消費生活センター

新型コロナウイルス支援会 0120-213-188

消費生活センター 0120-761-770

消費生活センター 0120-761-770

消費生活センター 0120-761-770

新型コロナウイルスワクチン接種に関する注意喚起

行政機関等をかたった“なりすまし”にご注意

ワクチン接種は無料です!

接種を受ける際の費用は全額公費です

＜消費生活センターへ寄せられた事例＞

「コロナウイルスワクチンが接種できる。後日全額返金するので、お金を振り込むように」と保健所を名乗る電話があった。

電話・メールで個人情報を求めることはありません!

市区町村から「接種券」「接種のお知らせ」が届きます

＜消費生活センターへ寄せられた事例＞

高齢者宅に「コロナワクチンが無料で受けられます」と個人情報聞き出す不審な電話がかかってきた。

新型コロナウイルス接種に関する情報は、首相官邸及び厚生労働省ウェブページをご覧ください

首相官邸 厚生労働省

消費生活センター 0120-797-188

消費生活センター 0120-761-770

消費生活センター 0120-761-770

消費者の皆様へ「お買物エチケット」ご協力をお願い

スーパーなどの店舗では、従業員と消費者が密に接触し、感染リスクが高まる場合があります。

◇お店に出かけるときには・・・

- マスクを着用し、咳エチケットを徹底
- 買物メモなど購入計画を立てて、滞在時間を短く、来店回数を減らして
- 一人又は少人数ですいている時間に

発熱などのかぜ症状がある場合、来店を控えて!

◇店内でのお買物中は・・・

- 備え付けの消毒液があれば手指の消毒を
- 人と人との間隔をできるだけ保って
- 従業員への問合せや客同士の会話が不要不急のものは控えて
- 購入しない商品はできるだけ触らない
- 飲食等のため外したマスクは、テーブルに置かない等、適切に管理を

◇会計の際には・・・

- レジ待ちの列はできるだけ一人で、間隔を空けて
- 電子決済や自動精算機も活用を
- 現金を渡す際に指をなめると感染が心配です
- 会計後の袋詰めは混雑を避け、速やかに
- マイバッグへの袋詰めは自分で(使用前後で洗浄・消毒を)

お店では品薄や欠品があったり、点検制販売が行われることもあります。お買い物をした際は、従業員の方々に伝えます。感染防止対策を要請し、協力して買物をしましょう。

買物には通販も!

例えば、引取り手がない届てしまった新鮮な農産物・加工食品などが販売されているインターネットサイトもあります。

コロナ禍ならではの不審な勧誘や悪質商法、またゲームの課金やショッピングに関するトラブルが多発しています。

「自分は気をつけてるから大丈夫。」と油断せず、最新の事例を知って、十分注意しましょう。

「自分は大丈夫。」をやめよう

～新しい生活における詐欺・トラブル防止～

「消費者が意見を伝える」際のポイント

自立した消費者として、意見がきちんと相手に伝わるように、「意見を伝える」とときには次の3つのポイントを参考にしてみてください。

Point 1 **ひと呼吸、置こう!**

怒りに任せた発言は逆効果。ひと呼吸おいて冷静に。従業員も同じ「人」として、お互いに尊重し合うことが大切です。

Point 2 **言いたいこと、要求したいことを「明確に」、そして「理由」を丁寧に伝えましょう!**

返品したいのか、解約したいのか、またその理由を明確に、丁寧に伝えることが重要です。

Point 3 **事業者の説明も聞きましょう!**

上手なコミュニケーションが解決の糸口。一方的に主張するだけでなく、事業者の説明も聞きましょう。

従業員、事業者も頑張っています。意見の伝え方には留意しましょう。

※行き過ぎた言動をとると、場合によっては犯罪として処罰されることもあります。

【事例1】従業員に客を呼ぶようにつけ、「土下座して謝れ。」などと威嚇しつけ、従業員に土下座して謝罪をさせたとして、従業員で有罪に。

【事例2】従業員に客を呼ぶようにつけ、長時間にわたり店長等に抗議をし、これを良い機会として脅迫をして、物品を要求し、恐喝で有罪に。

第2部第1章 消費者庁における主な消費者政策(1)

消費者基本計画工程表

- ・第4期消費者基本計画（令和2年3月31日閣議決定）に基づき、関係府省庁等が講ずべき具体的施策についての取組予定を「工程表」として定め、消費者政策を検証可能な形で体系的・包括的に推進。
- ・153の施策を5本の柱に整理し、対象期間中（2024年度まで）の取組予定及びKPI（重要業績評価指標）を明示。
- ・施策の進捗状況に応じ毎年度改定を行うほか、新型コロナウイルス感染症拡大等の緊急事態時には適時内容を見直し。

〈第4期消費者基本計画「第5章 重点的な施策の推進」に関する工程表の構成〉

I 消費者被害の防止	II 消費者による公正かつ持続可能な社会への参画等を通じた経済・社会構造の変革の促進	III 消費生活に関連する多様な課題への機動的・集中的な対応	IV 消費者教育の推進及び消費者への情報提供の実施	V 消費者行政を推進するための体制整備
(1)消費者の安全の確保 (2)取引及び表示の適正化並びに消費者の自主的かつ合理的な選択の機会の確保 (3)ぜい弱性等を抱える消費者を支援する関係府省庁等の連携施策の推進 (4)消費者の苦情処理、紛争解決のための枠組みの整備	(1)食品ロスの削減等に資する消費者と事業者との連携・協働 (2)環境の保全に資する消費者と事業者との連携・協働 (3)その他の持続可能な社会の形成に資する消費者と事業者との連携・協働 (4)事業活動におけるコンプライアンス向上に向けての自主的な取組の推進	(1)デジタル・プラットフォームその他デジタルサービスの利用と消費者利益の保護・増進の両立 (2)消費生活の国際化の進展への対応 (3)新型コロナウイルス感染症拡大・災害など緊急時対応	(1)消費者教育の推進 (2)消費者政策に関する啓発活動の推進	(1)消費者の意見の反映と消費者政策の透明性の確保 (2)国等における体制整備 (3)地方における体制整備

新型コロナウイルス感染症に関する消費者庁の対応 (第1部第2章第6節)

- ・ 新型コロナウイルス感染症の感染拡大に伴う新型コロナウイルス関連の消費生活相談の増加
- ・ 緊急事態宣言の発出
(2020年4月7日～5月25日、2021年1月8日～3月21日、同年4月25日～)

○新型コロナウイルス感染症の感染拡大時に、

- ・ 消費生活相談体制の維持・強化
- ・ 不当表示への対応・注意喚起
- ・ 冷静な購買活動等の呼び掛け
- ・ 便乗悪質商法の注意喚起

等を実施。引き続き、ワクチン詐欺等に係る注意喚起、不当表示への対応等。

○国民生活安定緊急措置法に基づき、マスク、アルコール消毒製品の転売を禁止（2020年8月に解除）。

○「新しい生活様式」における買物や外食等での消費者向け留意事項等を周知。

地方消費者行政の充実・強化

- ・ 消費者行政の現場は「地域」
- ・ 誰もがアクセスしやすい消費生活相談体制の整備
- ・ 高齢者等の消費者被害の未然防止・拡大防止

○2020年4月、「地方消費者行政強化作戦2020」を策定。

○地方消費者行政の充実・強化に向けた重層的な対策を実施。

- ・ 地方消費者行政強化交付金による支援
- ・ 消費生活相談のデジタル化
- ・ 地方消費者行政人材育成等
- ・ 先進的モデル事業

○消費者安全確保地域協議会（見守りネットワーク）の設置及び消費生活協力員・協力団体の活用に向けた地方公共団体の取組等を支援。

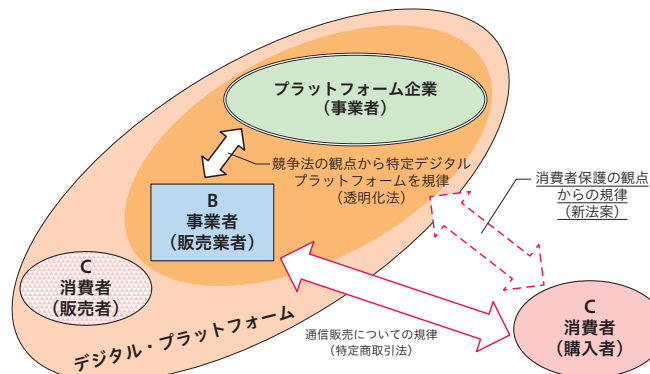
※見守りネットワーク設置自治体：327（2021年3月31日時点）

第2部第1章 消費者庁における主な消費者政策(3)

デジタル・プラットフォームを介した取引における 消費者利益の保護・増進

- ・ デジタル・プラットフォーム上の消費者取引の拡大
- ・ 取引に不慣れな者が売主になった場合等の新たなトラブルが出現

- 有識者による「デジタル・プラットフォーム企業が介在する消費者取引における環境整備等に関する検討会」報告書を踏まえ、「取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益の保護に関する法律案」を第204回通常国会に提出。（法律案概要：P26）
- 法案成立後、新法の施行に向けて、官民協議会の立ち上げのための準備会合の開催、指針等の具体案の公表、周知啓発等の取組を行う。

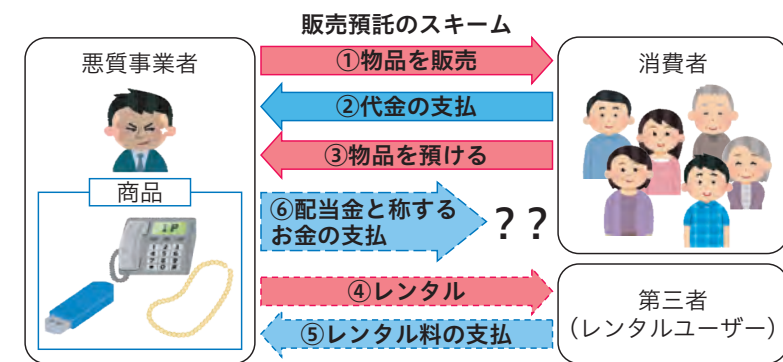


悪質商法等に対する法執行の強化

- ・ 悪質商法等による消費者被害の防止
（消費生活相談件数：93.4万件※（2020年））
 - ・ 消費者のせい弱性を狙った悪質商法に対する
法執行の強化・迅速化
- ※悪質商法以外も含む総相談件数

- 特定商取引法・預託法に基づく厳正かつ適切な執行。
- 有識者による「特定商取引法及び預託法の制度の在り方に関する検討委員会」報告書を踏まえ、「消費者被害の防止及びその回復の促進を図るための特定商取引に関する法律等の一部を改正する法律案」を第204回通常国会に提出。（法律案概要：P27）

<預託法改正による販売預託の原則禁止>



※レンタルの実績や運用による利益はない。
※預かったとされる物品がほとんどない。

第2部第1章 消費者庁における主な消費者政策(4)

食品ロス削減推進法に基づく施策の推進

- ・ 食品ロス量は、年間600万トン（2018年度推計）
- ・ 2030年度までに2000年度比で食品ロス量を半減（第四次循環型社会形成推進基本計画等）

- 「食品ロスの削減の推進に関する基本的な方針」（令和2年3月閣議決定）の下、関係省庁等が連携して事業者、関係団体・業界、消費者等の我が事としての行動につながるよう、制度的見直しも含めた取組を実施。
 - ・ 「食品ロス削減推進大賞」の創設等、優良事例等の普及・啓発
 - ・ 食品表示基準違反の表示に係る簡便な修正方法の導入による廃棄の抑制
 - ・ 災害用備蓄食料のフードバンク活動団体への提供

＜「賞味期限」の愛称・通称コンテスト」及び「私の食品ロス削減スローガン&フォトコンテスト」表彰式の様子＞



等

消費者志向経営の推進

- ・ 消費者志向経営（愛称：サステナブル経営）が基本認識となる社会の実現へ（2016年度～）
- ・ 消費者志向自主宣言・フォローアップ活動の推進

- 優良事例の表彰を始めとした推進活動を進め、事業者が消費者の視点に立ち、消費者志向経営に取り組むよう推進。
- 優良事例表彰の見直しや消費者志向経営の概念整理、また、資金調達の円滑化につながるよう、例えばESG投融資等の概念を反映した金融とのひも付け等を検討。

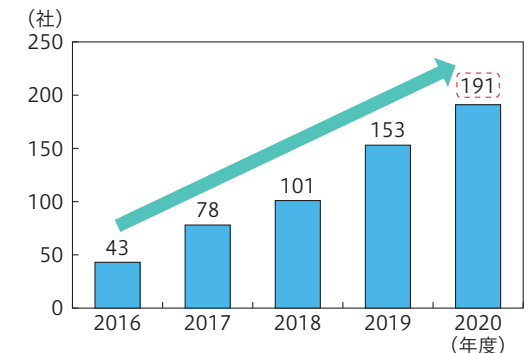
＜消費者志向経営の3つの活動＞

○みんなの声を聴き、かつい
かすこと

○未来・次世代のために取り組
むこと

○法令の遵守／コーポレート
ガバナンスの強化をすること

＜消費者志向自主宣言事業者数の推移＞



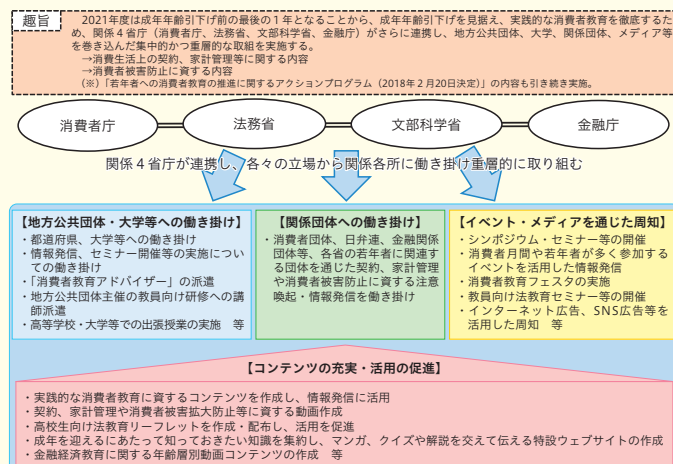
第2部第1章 消費者庁における主な消費者政策(5)

成年年齢引下げを見据えた消費者教育の推進

- ・ 2022年4月1日、民法の成年年齢が18歳に引下げ。
(18歳、19歳が未成年者取消権を行使できなくなる。)
- ・ 「成年年齢引下げに伴う消費者教育全力」キャンペーン
(2021年3月若年者への消費者教育の推進に関する4省庁関係局長連絡会議決定)

- 「成年年齢引下げに伴う消費者教育全力」キャンペーンとして、関係省庁と連携し、地方公共団体・大学等、関係団体、メディア等も巻き込んだ重層的取組を実施。
 - ・ 消費生活上の契約、家計管理等に関する教育
 - ・ 消費者被害防止に資する教育

図表Ⅱ-1-5-3 「成年年齢引下げに伴う消費者教育全力」キャンペーンについて

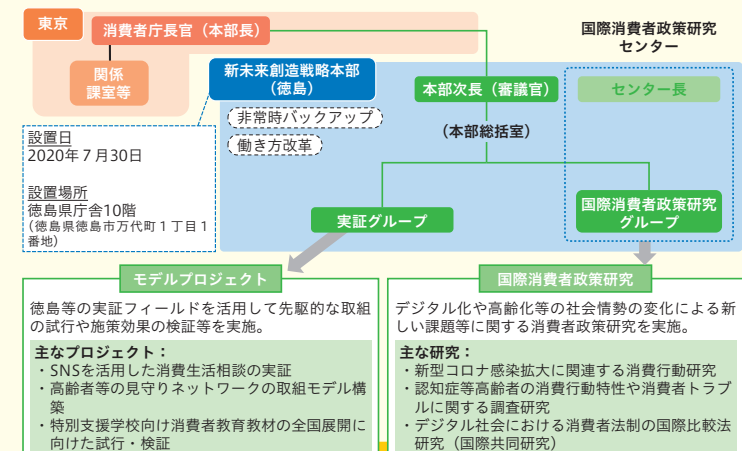


消費者庁新未来創造戦略本部の機能の発揮

- ・ 「消費者庁新未来創造戦略本部」を徳島県に発足させ
(2020年7月)、恒常的拠点として機能を拡充。

- 実証フィールドを活用したモデルプロジェクトや消費者政策に係る研究、国際業務等の機能をより一層充実。
- 海外の消費者政策の動向や研究成果を長期的な消費者政策にいかせるよう、国際共同研究等を実施。

図表Ⅱ-1-6-5 消費者庁新未来創造戦略本部の組織と取組



プロジェクトや研究の成果は国際シンポジウム等により世界に発信

第2部第1章 消費者庁における主な消費者政策(6) デジタル化への対応

○2021年3月、「取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益の保護に関する法律案」が第204回通常国会に提出された※。

※2021年4月28日成立

図表Ⅱ-1-4-2 取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益の保護に関する法律案 概要

オンラインモールなどの「取引デジタルプラットフォーム（取引DPF）」においては、**危険商品等の流通や販売業者が特定できず紛争解決が困難**となる等の問題が発生。これに対応し**消費者利益の保護を図るための新法案を整備**

新法案の内容

(1) 取引DPF提供者の努力義務（第3条）

・取引DPFを利用して行われる通信販売取引（BtoC取引）の適正化及び紛争の解決の促進に資するため、以下の①～③の**措置の実施及びその概要等の開示**についての**努力義務**（具体的内容については**指針**を策定）

- ①販売業者と消費者との間の**円滑な連絡を可能とする措置**
- ②販売条件等の表示に関し苦情の申出を受けた場合における**必要な調査等の実施**
- ③販売業者に対し必要に応じ**身元確認**のための情報提供を求める

(2) 商品等の出品の停止（第4条）

・内閣総理大臣は、危険商品等（※1）が出品され、かつ、販売業者が特定不能など個別法の執行が困難な場合（※2）、取引DPF提供者に**出品削除等を要請**

⇒要請に応じたことにより販売業者に生じた損害について取引DPF提供者を免責

- （※1）重要事項（商品の安全性の判断に資する事項等）の表示に著しい虚偽・誤認表示がある商品等
- （※2）販売業者が特定可能等の場合は特商法等により対応

(3) 販売業者に係る情報の開示請求権（第5条）

・消費者が損害賠償請求等を行う場合に必要な範囲で**販売業者の情報の開示を請求できる権利**を創設

- ※1 取引DPF提供者は、適切な手順に従って開示請求に応じた場合、販売業者に対し責任を負わない
- ※2 損害賠償請求額が一定金額以下の場合や不正目的の場合は対象外

(4) 官民協議会（第6条～第9条）・申出制度（第10条）

・国の行政機関、取引DPF提供者からなる団体、消費者団体等により構成される**官民協議会を組織し、悪質な販売業者等への対応など各主体が取り組むべき事項等を協議**
・消費者等が内閣総理大臣（消費者庁）に対し消費者被害のおそれを申し出て適当な措置の実施を求める**申出制度を創設**

※公布の日から起算して1年を超えない範囲内において政令で定める日から施行

※あわせて、施行状況及び経済社会情勢の変化を勘案した施行後3年目途の見直しを規定

第2部第1章 消費者庁における主な消費者政策(7)

特定商取引法及び預託法等の改正

○2021年3月、「消費者被害の防止及びその回復の促進を図るための特定商取引に関する法律等の一部を改正する法律案」が第204回通常国会に提出された。

図表Ⅱ-1-2-4

消費者被害の防止及びその回復の促進を図るための特定商取引に関する法律等の一部を改正する法律案の概要

消費者のぜい弱性につけ込む悪質商法に対する抜本的な対策強化、新たな日常における社会経済情勢等の変化への対応のため、特定商取引法・預託法等の改正による制度改革によって、消費者被害の防止・取引の公正を図る。

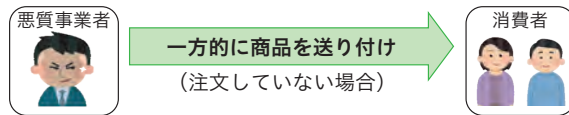
特定商取引法の主な改正内容

1 通販の「詐欺的な定期購入商法」対策

- 定期購入でないと誤認させる表示等に対する直罰化
- 上記の表示によって申込みをした場合に申込みの取消しを認める制度の創設
- 通信販売の契約の解除の妨害に当たる行為の禁止
- 上記の誤認させる表示や解除の妨害等を適格消費者団体の差止請求の対象に追加

2 送り付け商法対策

- 売買契約に基づかないで送付された商品について、送付した事業者が返還請求できない規定の整備等（現行では消費者が14日間保管後処分等が可能→改正後は直ちに処分等が可能に）



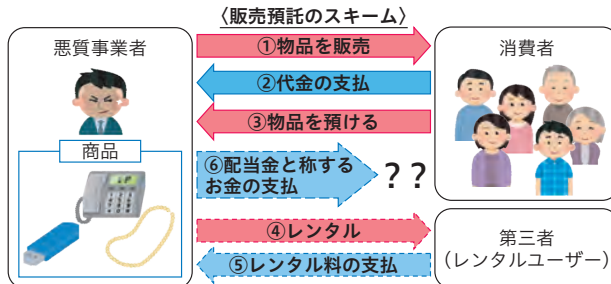
3 消費者利益の擁護増進のための規定の整備

- 消費者からのクーリング・オフの通知について、電磁的方法（電子メールの送付等）で行うことを可能に（預託法も同様）
- 事業者が交付しなければならない契約書面等について、消費者の承諾を得て、電磁的方法（電子メールの送付等）で行うことを可能に（預託法も同様）
- 外国執行当局に対する情報提供制度の創設（預託法も同様）
- 行政処分の強化等

預託法の主な改正内容

1 販売預託の原則禁止

- 販売を伴う預託等取引を原則禁止とし、罰則を規定
 - 原則禁止の対象となる契約を民事的に無効とする制度の創設
- ※ 預託等取引契約：3か月以上の期間にわたり物品の預託を受けること及び当該預託に関し財産上の利益の供与を約束するもの
- ※ 例外的に認める場合には、厳格な手続の下、消費者庁が個別に確認



※ レンタルの実績や運用による利益はない。
※ 預かったとされる物品がほとんどない。

2 預託法の対象範囲の拡大

- 現行の預託法の対象の限定列举の廃止→全ての物品等を対象に

3 消費者利益の擁護増進のための規定の整備

- 行政処分の強化等

消費者裁判手続特例法の改正内容

被害回復裁判に資するために、特定適格消費者団体に対し、特定商取引法及び預託法の行政処分に関して作成した書類の提供を可能に

○第2部第2章では、2020年度に実施した関係府省庁も含めた施策の実績について記述。

第1節 消費者被害の防止

1. 消費者の安全の確保
2. 取引及び表示の適正化並びに消費者の自主的かつ合理的な選択の機会の確保
3. ぜい弱性等を抱える消費者を支援する関係府省庁等の連携施策の推進
4. 消費者の苦情処理、紛争解決のための枠組みの整備

第2節 消費者による公正かつ持続可能な社会への参画等を通じた経済・社会構造の変革の促進

1. 食品ロスの削減等に資する消費者と事業者との連携・協働
2. 環境の保全に資する消費者と事業者との連携・協働
3. その他の持続可能な消費社会の形成に資する消費者と事業者との連携・協働
4. 事業活動におけるコンプライアンス向上に向けての自主的な取組の推進

第3節 「新しい生活様式」の実践 その他多様な課題への機動的・集中的な対応

1. 「新しい生活様式」の実践や災害時に係る消費者問題への対応
2. デジタル社会での消費者利益の保護・増進の両立
3. 消費生活のグローバル化の進展への対応

第4節 消費者教育の推進及び消費者への情報提供の実施

1. 消費者教育の推進
2. 消費者政策に関する啓発活動の推進

第5節 消費者行政を推進するための体制整備

1. 消費者の意見の反映と消費者政策の透明性の確保
2. 国等における体制整備
3. 地方における体制整備

