

# 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

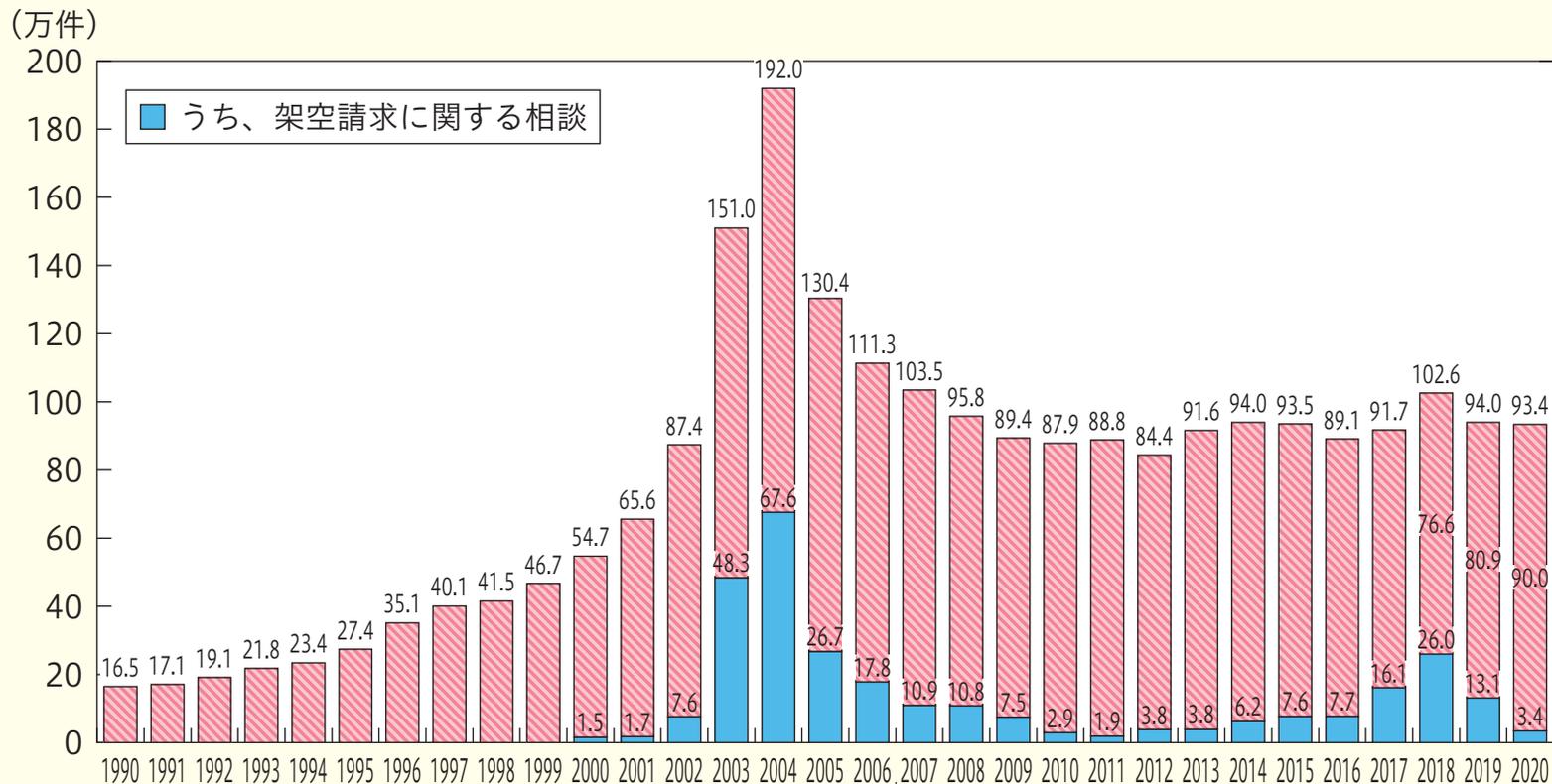
## [概要]

消費者庁

## 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)

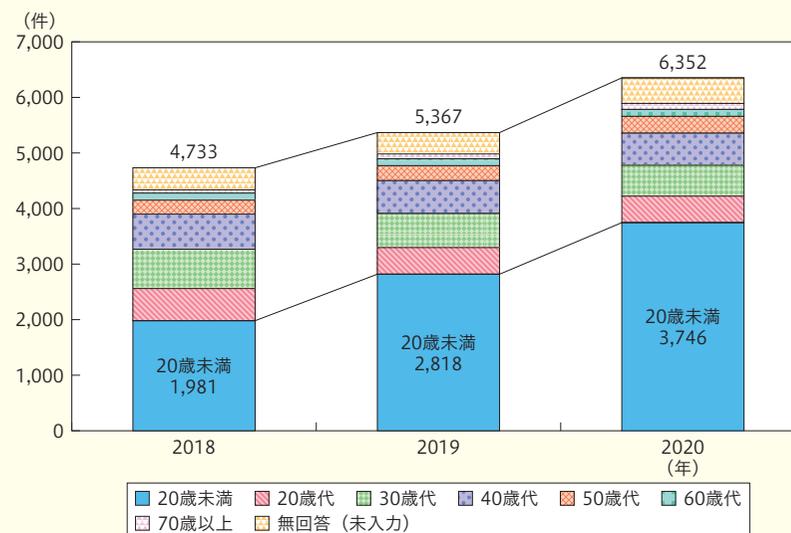
男性					
15-19歳		20-24歳		25-29歳	
件数	9,577	件数	21,042	件数	18,481
1	脱毛剤 935	他のデジタルコンテンツ	1,402	賃貸アパート	1,646
2	他の健康食品 799	商品一般	1,078	結婚式	985
3	オンラインゲーム 659	賃貸アパート	1,056	商品一般	954
4	他のデジタルコンテンツ 507	出会い系サイト	833	フリーローン・サラ金	831
5	商品一般 419	他の内職・副業	818	他のデジタルコンテンツ	744
6	アダルト情報サイト 387	役務その他サービス	682	普通・小型自動車	520
7	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

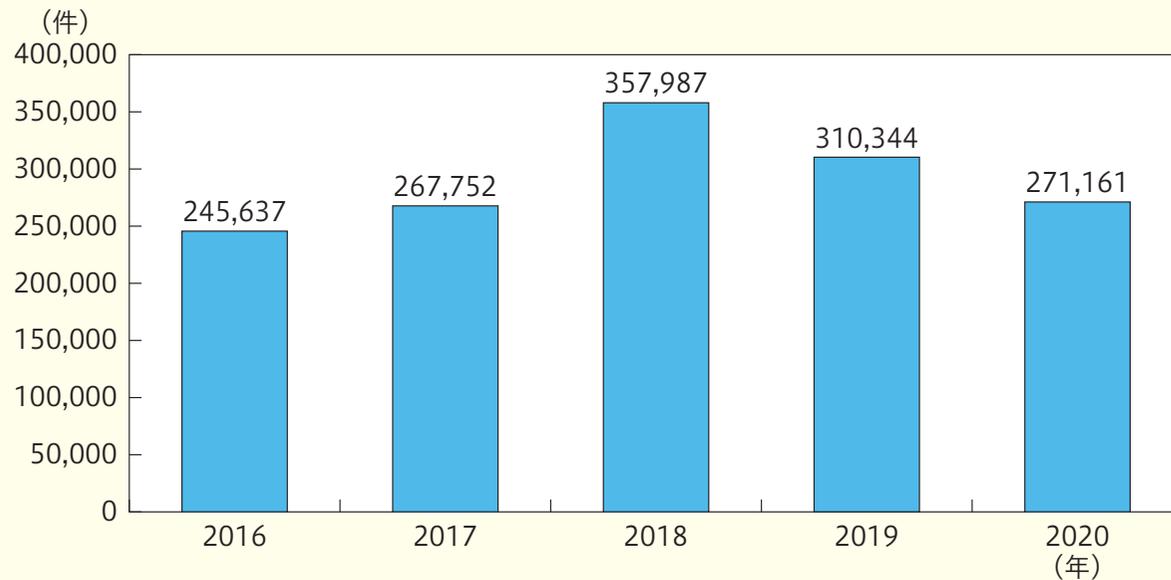


(備考) PIO-NETに登録された消費生活相談情報 (2021年3月31日までの登録分)。

## 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)

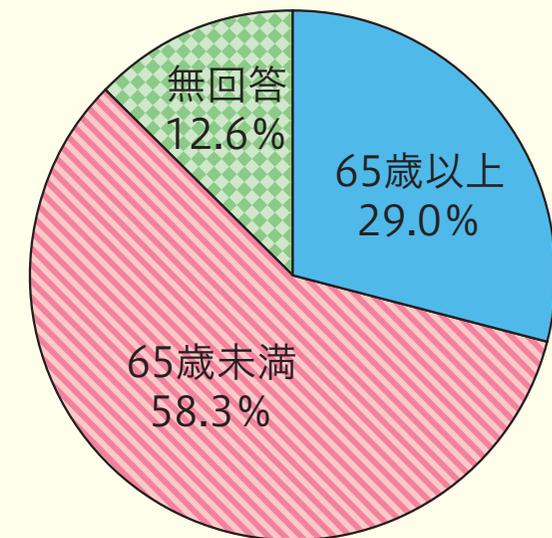
○高齢者の消費生活相談は前年に続き減少。相談全体に占める高齢者の相談の割合は約3割。

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

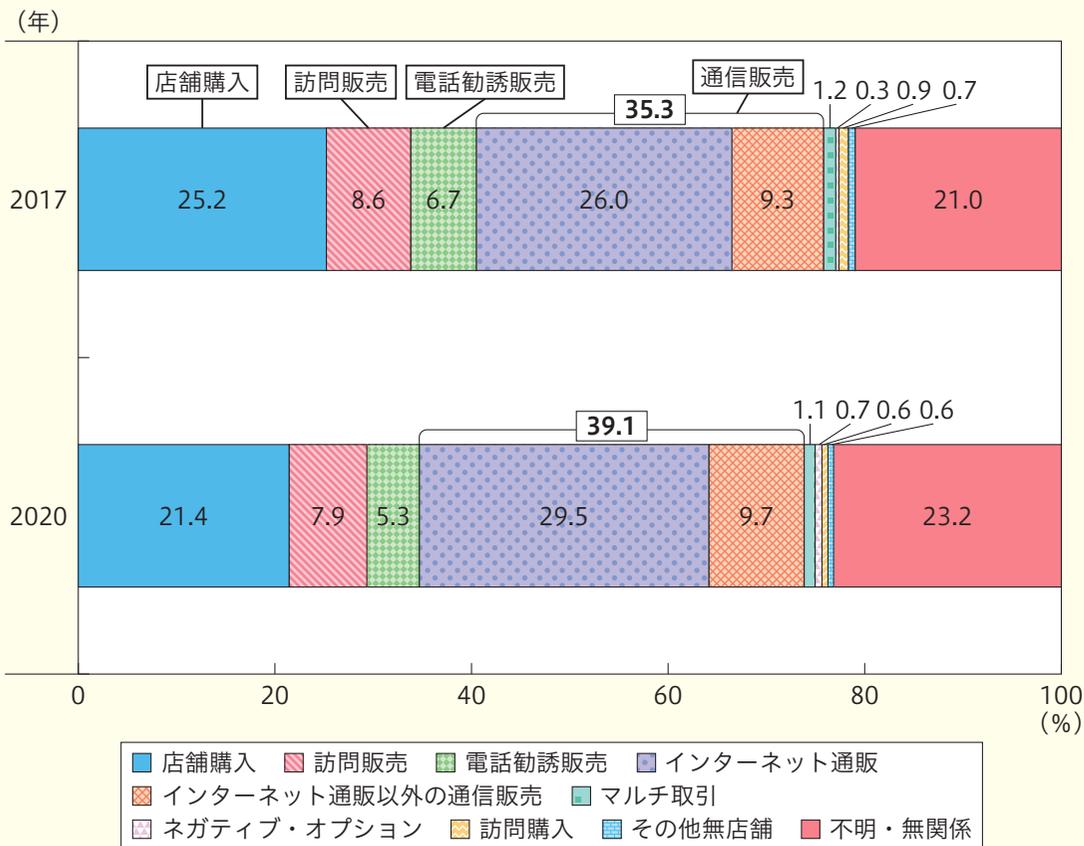
黄色：インターネット関連 青色：定期購入商法等 ピンク色：マスク等

- (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。

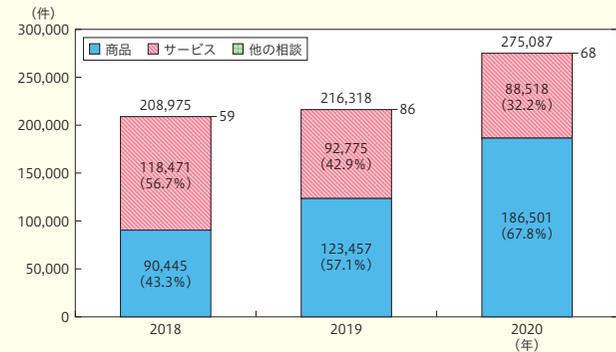
図表 I-1-3-14 消費生活相談の販売購入形態別割合の変化



(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)

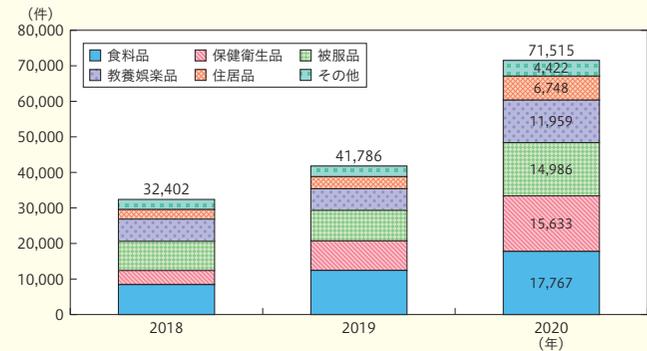
「インターネット通販」に関する消費生活相談件数の推移(商品・サービス別)



(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

商品未着・連絡不能等に関する消費生活相談件数の推移

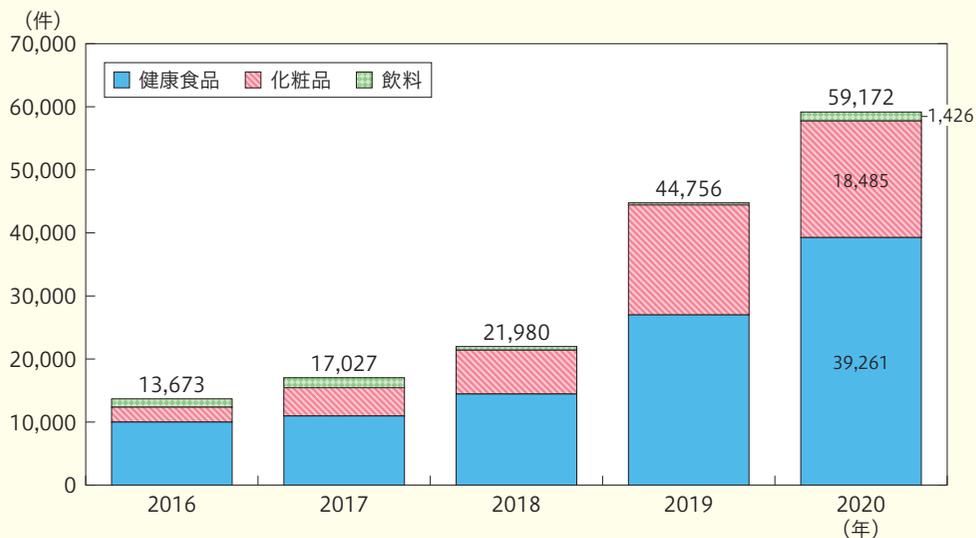


(備考) 1. PIO-NETに登録された消費生活相談情報(2021年3月31日までの登録分)。  
 2. 「商品」のインターネット通販の「商品未着」「注文品違い」「連絡不能」に関する相談。

## 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)

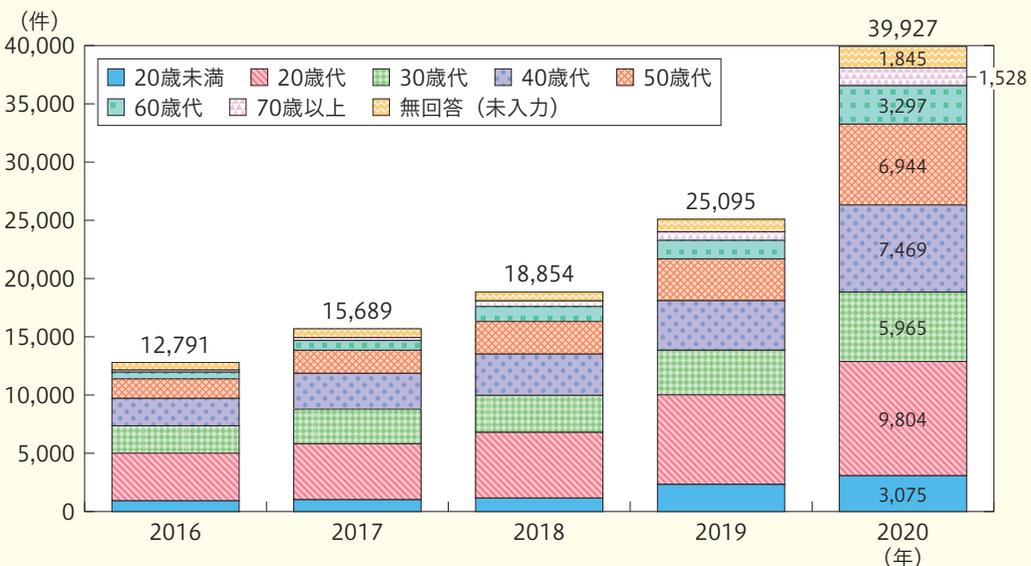
- 通信販売での「定期購入」に関する消費生活相談は引き続き増加傾向。2020年は約6万件で過去最多。
- SNSが何らかの形で関連している消費生活相談も引き続き増加傾向。

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。

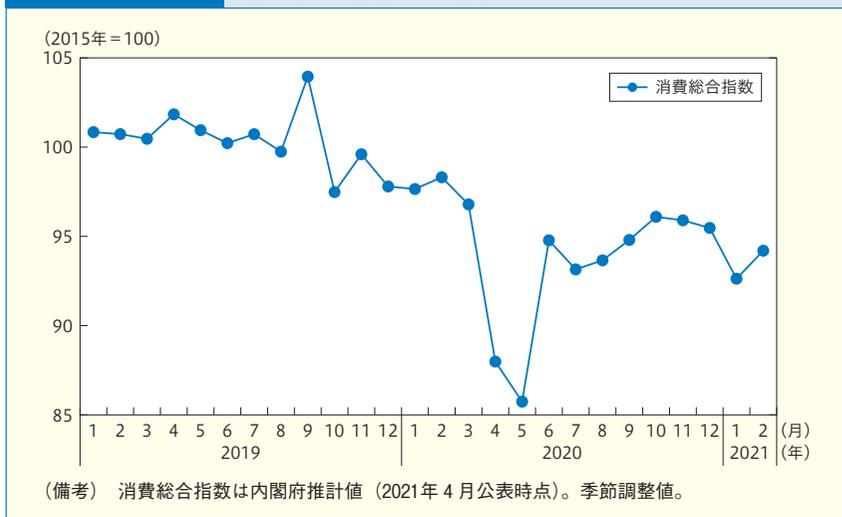
5. 平均金額は、各年の消費生活相談情報(翌年1月31日までの登録分)に基づき算出。

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。

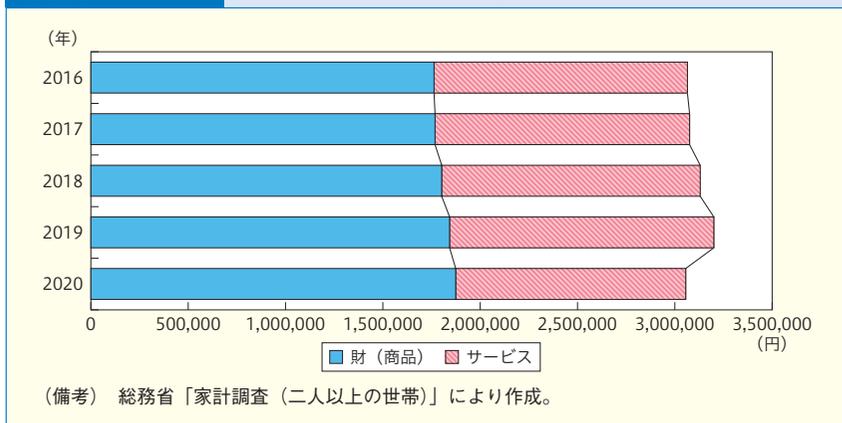
# 【特集】第1部第2章第1節 新型コロナウイルス感染症の感染拡大と消費(1)

○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。

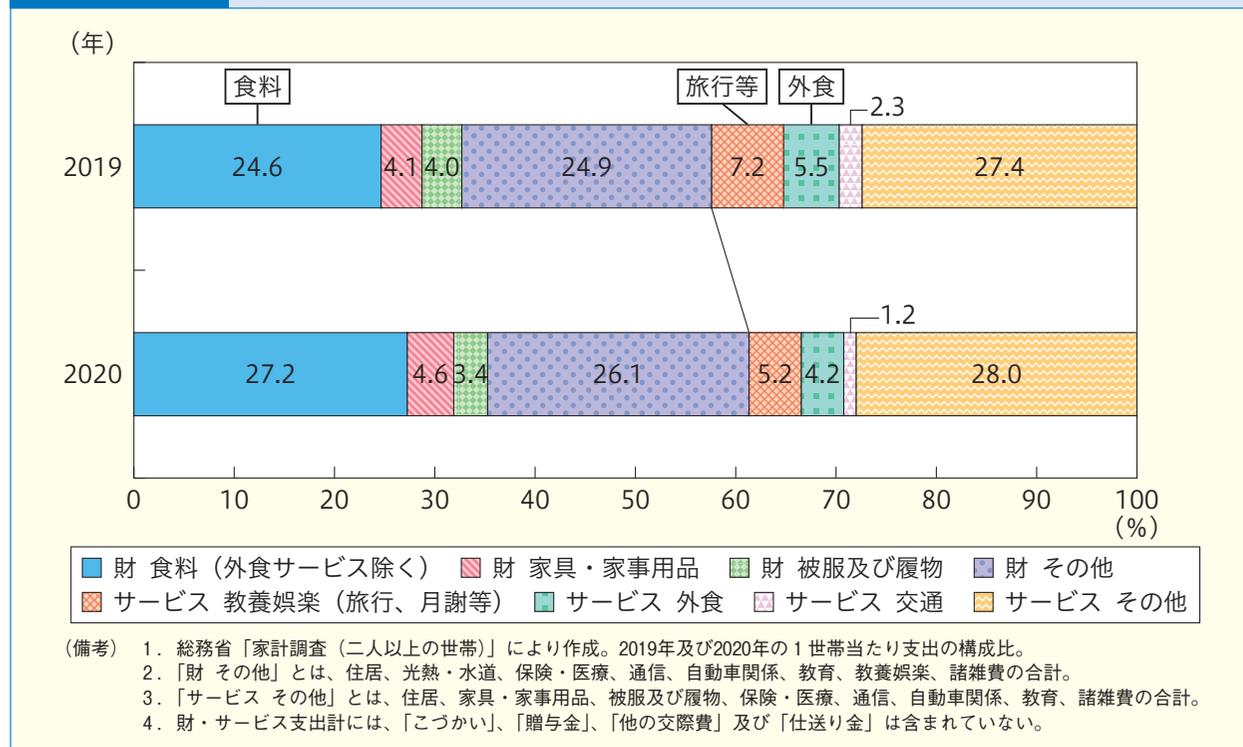
図表 I-2-1-1 消費総合指数の動向



図表 I-2-1-3 財・サービス支出の推移



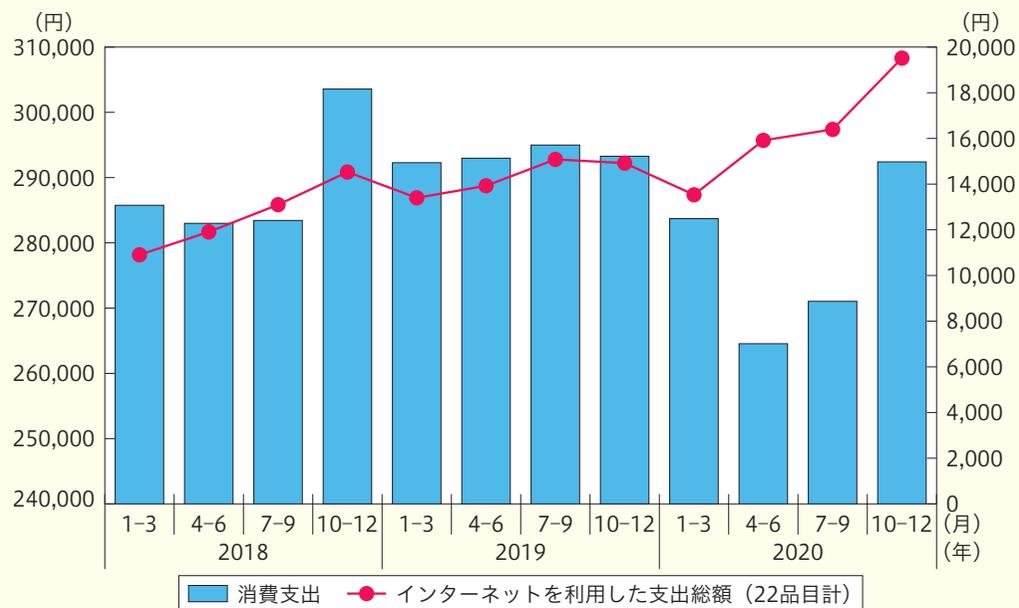
図表 I-2-1-4 財・サービス支出の内訳の変化



## 【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。