

平成28年11月6日

関係者各位



競輪補助事業

公益社団法人 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会  
110番実行委員会 委員長 有山 雅子

## 広告・宣伝・表示 おかしいなと思ったら・・・ なんでも110番 ～通信販売・電気通信契約サービスなどなど～

### 結果報告（速報版）送付のご案内

拝啓

平素は当協会の活動にご支援・ご協力いただき、厚く御礼申し上げます。

11月5日、6日の2日間、東京・大阪で実施しました「広告・宣伝・表示おかしいなと思ったら・・・なんでも110番」には全国からご相談が寄せられました。

ここに、その結果を取り急ぎ集計し、速報としてご案内させていただきます。

なお、寄せられた相談内容については今後、トラブルの内容等を精査し、問題点の抽出、分析を行います。それとともに、関係機関への提言、消費者への啓発、諸規制への提言等を行うべく報告書にまとめていく予定です。

皆様にはこれからもご指導・ご鞭撻のほどをよろしくお願い申し上げます。

敬 具

添付書類

「広告・宣伝・表示おかしいなと思ったらなんでも110番」  
報告書（速報版）

本件に関するお問い合わせは、下記にお願いいたします。

NACS 110番実行委員会 担当： 有山・白井・樋口

電話：03-6434-1125（代）

E-mail：nacs-wet@nacs.or.jp



平成28年11月6日

競輪補助事業  
速報

## 『広告・宣伝・表示おかしいなと思ったら・・・なんでも110番』

～～ 通信販売・電気通信サービス契約などなど ～～

公益社団法人 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会  
(通称 NACS)

## 実施状況

日時 平成28年11月5日(土)、6日(日) 午前10時～午後4時  
電話番号 東京 電話番号 03-3400-1103  
大阪 電話番号 06-4790-8110  
相談方法 電話 及び FAX (東京のみ03-6434-1161)  
相談対応者 (公社)日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会会員、  
アドバイザー 弁護士 宮城 朗 氏 高木 篤夫氏  
主催 (公社)日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会 (NACS)

## 相談概要

11月5日(土)6日(日)の2日間の相談受付件数は東京・大阪合計で110件でした。  
今回の「広告・宣伝・表示おかしいなと思ったら・・・なんでも110番」には全国からご相談が寄せられました。

外貨預金の高金利を謳う広告に誘われ低金利の状況から心を動かされたが、よくよく見ると小さく高金利は当初の1か月と書かれており、外貨預金というリスクのある商品のため契約はやめたが有利誤認を起こすような広告はいかかなものか、という高齢者の意見、また、食品表示について豆腐を例にとり非常にわかりにくい、「国産大豆」と書いていない場合は国産大豆ではないということだろうと推測するが、消費者がしっかり選択できるような表示をしてほしいと、現在検討が行われている原産国表示についての強い期待の声も入りました。さらには、飲食店紹介サイトをみて予約をしたが、当日都合が悪くなりキャンセルしたが全額の料金を請求された、サイトにはキャンセル料の表示はなかった、という、双方に問題のありそうな事例もありました。

また、「配偶者控除について動きがあるようだが詳細を知りたい」とか、「仮想通貨について、必ず儲かると友人に勧められているが、そのような通貨があるのか、法規制はどうなっているか」また、「折込チラシを見て、光回線を申し込んだが、オプション契約が条件というが、チラシのどこを見ても書かれていない」等々、広告および表示に問題があると思われる相談は多岐に亘りました。

このような相談・被害実態から、法の隙間問題や未整備な法規制などを関係機関へ情報提供や提言等を行って行きたいと思っています。

「110番」実施内容の詳細のお問合せ、取材等に、随時、対応させていただきます。  
本件に関しては、下記担当までご一報いただければ幸いです。宜しくお願い致します。  
なお、集計値は速報のため精査が必要ですので、あくまでも目安とさせていただきます。寄せられた相談については今後、問題点の抽出、分析を行います。併せて関係機関への提言、消費者への啓発、法整備等へ向けて、110番報告書を2017年1月に公表する予定です。

以上

## 「広告・宣伝・表示おかしいなと思ったら・・・なんでも 110 番」

## で受けつけた相談事例

**1【ネット通販でトートバックの申し込みをした。代金を振り込んだが商品が届かない。返金してほしい】**

10 日前にインターネットで欲しかったブランドのバックを見つけた。他のショップでは既に販売していなかった商品なので、直ぐに申し込んだ。メールで振込先が指示され「3 日以内に振込みが確認できないと、キャンセルになる」と記載があったので、直ぐに指定された銀行口座に代金を振り込んだ。振込口座の名義人が東南アジアの個人の名のようだった。不審に思ったが、友達にプレゼントする予定でどうしても欲しかったので振り込んだ。しかし、その後商品は届かず、連絡も取れない。インターネット上からサイトも消えてしまった。騙されたのだろうか。何とか返金してほしい。

(10代 女性)

**2【通販サイトに入会し登録したが、勝手に月会費のかかる会員に登録をさせられたらしい。費用が引き落されていた】**

2 年ほど前から当該通販サイトを利用していた。平成 28 年 1 月 10 日に洋服の注文をした。気づかなかったが、このサイトの上級会員に登録するデフォルトでチェックがされていたらしく、上級会員に申し込んだことになっていた。この会員は入会時、2 か月の無料サービスが行われており、無料サービスの後は自動的に登録したクレジットカードから月会費 500 円が引き落とされる、という内容であった。結果的に 3 月分、4 月分が引き落されていた。納得できない。

(30代：女性)

**3【折込チラシを見て光回線を申し込んだ。ところがクレジットカードで覚えのない請求がされていることが判明した。光回線とは無関係のオプション契約をしていることが分かった。申し込んだ覚えはない】**

折込チラシを見て、光回線を申し込んだ。後日、クレジットカードで覚えのない請求がされていることが分かった。カード会社に問い合わせをしたところ、関係が推測される別会社を照会された。連絡をしたところ、パソコンのセキュリティ等光回線とは無関係のオプションを同時にしていると言われた。全く申し込んだ覚えはない。事業者は、チラシに、光回線を申込みときにオプションを同時に申込み旨の表示があるというが、チラシを読み込んでもそのように読み取れない。表示がおかしいのではないか。解約返金を希望したい。

(20代：女性)

**4【自動車買取事業者と買取契約を交わし、昨日車両の引き渡しを行った。引渡し日の夜、買取業者から電話があり、「運転中に急に動かなくなった。クラッチの故障だと思う。ディーラーの新車保証を使いたいので、私の名義を貸してほしい」と言われた。売却した車の修理に名義を貸すことが納得いかない】**

平成26年に145万円で購入した自動車を、3日前に車の買取業者と車両買取契約を交わし129万円で売却した。昨日、車両の引き渡しを済ませた。その日の夜、買取業者から電話があり、「運転中に急に車が動かなくなった。クラッチの故障だと思う。ディーラーの新車保証を使いたいので名義を貸してほしい」と言われた。売却した車の修理に名義を貸すことに不安を覚えたので、名義を貸さないとななるのか聞いたら担当者に「車両契約が無効になる、修理費用を請求することがある」と言われた。約款にも車両買取契約後の修理は事業者負担になる旨が書かれている。今後の対処方法は？

(30代 男性)

**5【有名百貨店等の通販サイトで販売している合成宝石入りアクセサリーの表示が分かりにくい】**

通販サイトでシンセティックルビー等の名称で商品が販売されていた。「シンセティック」を検索すると、合成石だという。合成サファイヤ、合成ルビーであることが分かっている消費者は少ないのではないか。合成が悪いとは思わないが誰にでもわかるように「合成サファイヤ」「合成ルビー」と表示するべきではないか

(30代 女性)

**6【エアコンの能力表示の目安が、木造住宅なら〇畳、鉄筋住宅なら〇畳と詳しく表示してほしい】**

エアコンを選ぶ時に、エアコン能力表示に例えば 9～15 畳と表示されていると文字通り読んでしまい、実際の自分の木造住宅の部屋が 10 畳であれば適合するイメージを持つ。店頭で店員がそのように説明しているのを聞いたことがある。エアコン能力表示の畳数表示は、数字が低い畳数は木造住宅を示し、数字が高い畳数は気密性の良い鉄筋住宅を表すが、店で間違った説明をしていたことや、表示自体が分かりづらい印象を持つことを情報提供したい。何らかの改善策を講じるべきではないか。(50代・男性)

**7【4～5年前から契約していた光回線のクラウドサービスが3週間前にサーバーに繋がらなくなった。高品質と書いていたのに、納得がいかない】**

事業者の提案でトラブル翌日より大手企業の無料パブリックサーバーを利用している。回線自体は問題ないというので、事業者は料金の引き落としを止めないと言っている。原因は調査中で復旧の見通しが立たないため解約を申し出たが、原因が分からないので解約に応じられないと言われた。仕事で使うPCなので、無料サーバーを使うこと自体セキュリティに不安がある。こういう対応が一般的なのか。(50代・女性)

**8【インターネットで注文した水虫の薬。「1か月で治る」という表示であったが治らない】**

ネット利用中に、画面の隅にポップアップされる水虫の薬に興味をもち、表示をクリックした。「1か月で劇的に治る」という文言とともに、使用者の体験談や写真が載っていた。1か月送料込み 3900 円、1年間分まとめて注文するなら 1か月分送料込で 2600 円という表示もあった。1か月で劇的に治るはずなのになぜ、12か月分の注文制度があるのか、疑問をもち1か月分を注文した。しかし、1か月使用したが治らず、不当表示だ。メールで状況伺いをしてくるのも、うっとうしい。情報提供したい。

(80代 男性)

**9【表面に傷が付き難く、お手入れ簡単というフライパンをテレビ通販で購入した。直ぐに傷が付き、油が必要だった。宣伝に問題があると思う。情報提供したい】**

1年前セラミック加工のフライパン大中小と蓋のセット価格 2 万円で購入した。テレビでは油をひかなくてよい、釘を炒めても傷が付かないと映像とともに宣伝していた。オムレツを作ってそのフライパンの中で軽くナイフで切ったら、フライパンの表面に傷がついた。強火で使用不可ともなっており、取扱説明書には「長持ちさせるために時々油を馴染ませて下さい」と表記され、宣伝とは大違いである。(70代 女性)

**10【オンラインショップやネットオークションの対応や表示が悪い。出品者が「お香、大麻、アヘン」と記載して売っていた。販売は違法であるにもかかわらず是正されない】**

大手ネットオークションでお香を買おうと思い検索したところ、ある出品者が「お香、大麻、アヘン」と記載していた。オークションサイトでは常に見回りをしていると思うが、大麻、アヘンは違法である。オークションサイトに報告したが、出品に関する項目に「法律に抵触するものは出品不可」ときちんと表示するべきである。(40代 男性)

## アドバイザー 高木 篤夫 弁護士のコメント

広告・表示についての相談としては、やはり通信販売についての相談が多い。通信販売は、インターネット・テレビなどの媒体を通じて商品・役務に関する情報の表示・宣伝がなされ、そこでえられた情報のみによって契約を行う、あるいはそのような情報に接して間を置かず直線的に契約に至ることが多い。消費者は事業者によって提供される情報に大きく依存して契約締結を行うことが通常であることから、より広告・表示の問題がクローズアップされることになる。

事業者の宣伝・広告表示には、消費者に特典的な有利な契約条件（初回無料とか、初回お試し価格など）が大きく強調されて表示される一方で、契約の主たる内容である継続的な契約条件や有利な契約条件を制限する事項についての表示は小さく表示して消費者には認識しにくかったり、意図した取引の申込み画面に付随してデフォルトで他の契約申込みのチェックボックスのチェックが入っていて契約者が契約に至ることを認識せずに申し込み行為を行ってしまうなど、広告・表示に消費者の誤認を誘発させる要因がみられるものがある。不当表示（虚偽説明・説明不足・難解な説明・誇張）は消費者の誤認を誘発させるものである。

こうした表示によって実際の商品や契約内容と異なった商品の仕様・性能、契約条件と異なる認識を契約者がもつことにより、消費者が意識せずに契約締結をしてしまったり、問題が発生することが多い。今回の110番でも、継続取引とは思わなかったという契約条件の誤認によるトラブル、テレビ通販での商品紹介で期待した性能が商品に備わっていないと思われる事例などがあつた。

また、日本語表記であっても国内事業者が相手であるとは限らず、特に先払い取引の場合には、商品トラブルが発生しやすい。

インターネット取引は、いつでもどこでもクリックするだけで契約を成立させて商品の購入や役務提供を受けられるという簡易・迅速な取引が可能になっている。通信販売は確かに生活に利便性をもたらすものではあるが、他方で事業者が一方的に表示する広告・表示が契約締結の意思決定に及ぼす影響が大きく、取引に関するリスクも対面取引に比して大きくなっている。

特に最近のインターネット取引ではスマートフォンの小さな画面で表示文字数なども一画面では表示量が限定されてしまうことも多く、事業者が示した消費者を誘引するための表示ばかりに目をとられて契約判断をしてしまうことのないよう、消費者は面倒であっても契約条件については常にチェックする注意が必要である。

他方で、事業者の情報提供の仕方によって一度に多量の契約に関する情報（取引約款など）を認識して契約する必要が生じてしまい、契約条件を正確に確認した上で契約をするインセンティブを消費者が失う表示も多い。事業者に対しては消費者に有利な条件等を強調するだけでなく、契約の主たる内容について、少なくとも商品・役務と対価等の契約の重要な事項については消費者に十分認識させるような適正な表示と情報提供が求められる。事業者としても適正な広告・表示を行うことは、不当な表示によって利益をあげる事業者が横行することを阻止し、事業者の公正な取引環境を整備されることで消費者のみならず事業者の利益に繋がるものといえよう。

景品表示法では、商品・役務に関する表示について有利誤認や優良誤認等の不当表示について規制が定められているが、不当表示にあたるからといって即座に契約の民事的効力に影響あるものとは一般には考えられていないため、個別の事例での救済については景品表示法の規制だけでは十分ではないし、特定商取引法の通信販売規制でも表示義務と虚偽表示の禁止規定はあるもののこれらの違反に対して民事効は定められていないことも留意しなければならない。

以上