

NACS

ネット取引なんでも110番

～ネット通販、情報商材、副業紹介、SNSなどなど～

報告書



2021 年度

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

NACS

NIPPON ASSOCIATION OF CONSUMER SPECIALISTS

2021年度 NACS なんでも110番事業

「ネット取引なんでも110番」 報告書
～ネット通販、情報商材、副業紹介、SNSなどなど～

目次

	ページ
NACS110番（2021年度）のご報告	・・・1
I. 実施要綱	
I-1 実施要綱	・・・2
I-2 事前研修会の開催	・・・3
II. 相談受付概要	・・・4
III. 相談事例と相談内容別の問題点	
III-1 相談概要と問題点	
1. ネット通販	・・・14
2. 暮らしのレスキューサービス	・・・17
3. 副業・情報商材・SNS	・・・19
4. オークションサイト	・・・25
5. 未成年者契約	・・・26
III-2 アドバイザーコメント	・・・28
IV. 提言・要望	
IV-1 提言・要望	・・・31
IV-2 関係機関への要望	・・・34
『NACS「なんでも110番」一覧』・110番対応者	・・・40

NACS 110 番（2021 年度）のご報告

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
(NACS)

会長 河上 正二

ここに NACS 110 番(2021 年度)の報告書をお届けします。

NACS 110 番は、今回で 34 回を数えます。報告書を見返すと、その時々、社会問題や立法的課題を反映した興味深い問題が並んでおり、NACS は、これらの報告書をもとに関係諸機関に対する提言や、審議会での発言、消費者啓発などに取り組んできました。その意味では、110 番は、NACS が消費者問題と直接に向き合うまたとない機会です。今回のテーマは、「ネット取引なんでも 110 番～ネット通販、情報商材、副業紹介、SNS などなど～」というもので、ネット取引に関しての問題に焦点を当てました。新型コロナウイルスの感染拡大による自粛の長期化の中で、ネット取引・ネット通販等がさかんに利用されているだけに、これに関連するトラブルが相当にあるのではないかと考えた次第です。

東京相談室では 10 月 3、10、17、24 日（日）、大阪相談室では 10 月 2、9、16、23 日（土）に実施しました。相談受付件数は、東京・大阪合計で 161 件に上りました。相談内容は多岐にわたっていますが、予想通りネット通販の相談が最も多く、その中でも、代金を指定された個人名義の金融機関口座に振り込んだが商品が届かない、振込後に販社と連絡が取れなくなった、といった相談が比較的多く寄せられました。定期購入については改正特定商取引法で取消権が新設されるなど規制が厳しくなりますが、その施行を来年 6 月に控えていることもあって件数自体は多くはありません。しかし、返金保証と書いてありながら、返金を受けるには契約時にはわからない条件があるケースや肌合わないのに解約を受けてもらえない、などの相談もありました。新型コロナウイルスの影響で失業・減収になった人が、必ず儲かるという広告を見て契約したが儲からない、という情報商材・副業サイトの相談も入りました。情報商材などの契約はターゲティング広告をきっかけに契約に結び付くことが多く、さらに事業者とのやり取りはメッセージアプリを使っていることもあり、相談を受ける立場としては契約内容を把握するのに苦労をしました。

トイレがつまり、低額なネット広告を見て「つまり解消サービス」を依頼したが、高額な費用を請求されクレジットカードで支払ってしまった、という最近問題になっている「暮らしのレスキューサービス」の相談、その他、未成年者のオンラインゲームによる高額課金、書籍のサブスクリプション、個人間取引であるフリマサイトでのトラブルの相談も入りました。またマッチアプリや出会い系サイトで知り合った異性からすすめられた投資話で被害を受けたという相談も多く、消費者教育、啓発の重要性を感じた 110 番でした。通信契約の解約などの相談、子どものオンラインゲームによる高額課金や、収入減を補うための副業（情報商材 など）の相談、さらに食事のデリバリーサービスの二重課金など、新型コロナウイルス感染防止のために在宅時間が増えた影響によるものと思われます。ネット社会での消費者問題には、今後とも注意が必要です。

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、併せて関係機関への提言、消費者への啓発、法整備等へ向けて是非役立てたいと考えています。

本報告書が関係諸機関において、十分に活用していただけることを心から祈念しております。

2021 年 12 月

I. 実施要綱

I-1 実施要綱

以下の事業内容で110番を実施しました。

ネット取引なんでも110番 ～ネット通販、情報商材、副業紹介、SNSなどなど～

新型コロナウイルスの影響を受けた「巣ごもり生活」が続き、「新しい生活様式」の中でインターネットの利用者が増えました。ネット取引は幅広い年代の消費者に身近なものとなりましたが、一方でネットに慣れない高齢者や未成年者のトラブルも増えました。

ここ数年問題になっている、「低価格でのお試しだけのつもりで注文したのに、○回購入が条件の定期購入だった」というトラブルは、意図しない契約をさせたということで販売事業者数社が消費者庁の措置命令を受けましたが、未だに消費者被害が減りません。特にスマートフォンの操作に不慣れな高齢者や低価格ということから未成年者のトラブルも多くなっています。

また、未成年者についていえば、スマートフォンやゲーム機からオンラインゲームに高額な課金をしたというトラブルも目立っています。コロナ禍による失業、減収の影響もあり、儲け話のノウハウである情報商材、簡単な作業で確実に収入になると謳う副業の消費者被害も減りません。

インターネット取引は、契約に至るまで動画サイト、アフィリエイト、SNSでのやり取りなど消費者によっても経緯が異なることがあります。また、見えない相手との取引でもあります。さらに提供される商品やサービスの複雑化、決済方法の多様化、グローバル化もあり、解決も難しくなっています。

2021年6月16日に、「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」が公布されました。消費者関連の法律改正で消費者保護が図られつつありますが、また新たな問題点も出て来ています。

今年の110番事業は「ネット取引」問題にフォーカスし、幅広い分野でのネット取引に係るご相談を受け付けました。寄せられた相談、苦情内容を集計、抽出、分析し、その背景にある問題点を精査して、現在の法規制の不備等、関係諸機関に情報提供及び提言を行いました。

記

日時	: 東京相談室：2021年10月3日、10日、17日、24日（日曜日） 大阪相談室：2021年10月2日、9日、16日、23日（土曜日） いずれも午前10時～午後4時
相談方法	: 東京 電話（03-6450-6631）及びFAX(03-6450-6591) 大阪 電話（06-4790-8110）
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 (NACS) 会員
アドバイザー	: 高木 篤夫 弁護士
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
後援	: 消費者庁、近畿経済産業局、東京都、大阪府、京都府、奈良県、 一般社団法人全国消費者団体連絡会

I - 2 事前研修会の開催

今回のテーマは「ネット取引なんでも 110 番」 ～ネット通販、情報商材、副業紹介、SNS などなど～です。

新型コロナウイルスの影響を受けた「巣ごもり生活」が続き、「新しい生活様式」の中でインターネットの利用者が増えました。ネット取引は幅広い年代の消費者に身近なものとなりましたが、一方でネットに慣れない高齢者や未成年者のトラブルも増えました。

事前研修では、「民法」、「電子商取引法」や「消費者契約法」、「特定商取引法」、「割賦販売法」等に造詣の深い弁護士を講師に招き、相談担当者が共通の認識、最新の情報を共有して 110 番当日に備えました。

東京

事前研修

内容 : 「ネット取引に係る消費者トラブルの対応について」
～特定商取引法、消費者契約法、割賦販売法等の活用を中心にして～

日時 : 2021 年 9 月 29 日 (水) 19:00~21:00 オンライン (Zoom)

講師 : 弁護士 高木 篤夫 氏

日弁連消費者問題特別委員会副委員長

東京弁護士会消費者問題対策委員会副委員長

東京三弁護士会金融ADR仲裁人

日本消費者法学会会員

国民生活センター紛争解決委員会特別委員

東京都被害救済委員会委員

大阪

事前研修

内容 : 「インターネット取引に係る消費者トラブルの対応について」

日時 : 2021 年 9 月 20 日 (月・祝日) 14:00~16:00 オンライン (Zoom)

講師 : 弁護士 北村拓也 氏

兵庫弁護士会

適格消費者団体 ひょうご消費者ネット理事

II. 相談受付概要

2021年度の110事業では、「『ネット取引なんでも110番』～ネット通販、情報商材、副業紹介、SNSなどなど～」を、10月2日（土）、3日（日）、9日（土）、10日（日）、16日（土）、17日（日）、23日（土）、24日（日）の計8日間、東京と大阪の2か所で実施しました。相談件数は8日間で83件ありました。

コロナ禍での「巣ごもり生活」が続き、「新しい生活様式」の中でインターネットの利用者が増えました。ネット取引は幅広い年代の消費者に身近なものとなりましたが、反面トラブルも増えています。令和3年版消費者白書によれば、新型コロナウイルス感染症に関連した消費生活相談は減少してきました。一方でネットに慣れない高齢者や未成年者のトラブルが増えました。ネット通販に関する相談、その中でもSNSが何らかの形で関連している消費生活相談は増加傾向にあります。

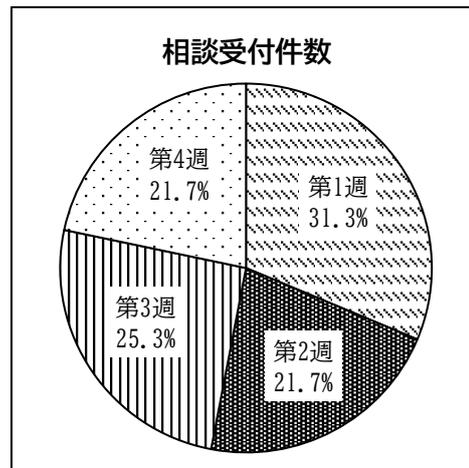
このような状況を受け、今年度のテーマを「幅広い分野のネット取引に関わる事案」としました。

以下に記載した、110番で受け付けた相談についての集計をもとに、問題点を抽出し、関連法令等の見直しの必要性を提言していきたいと考えています。

II-1 相談受付件数

相談受付件数は83件となりました

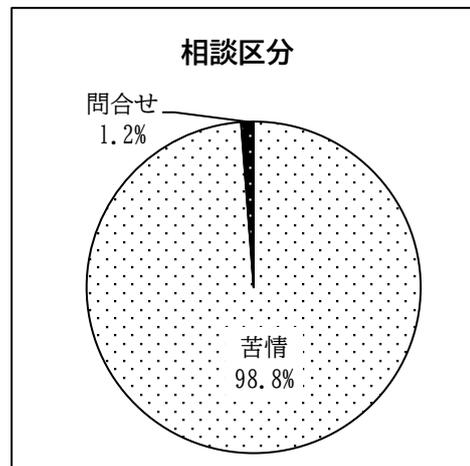
相談件数	東京	大阪	計	比率 (%)
第1週	9 (3日)	17 (2日)	26	31.3%
第2週	8 (10日)	10 (9日)	18	21.7%
第3週	9 (17日)	12 (16日)	21	25.3%
第4週	10 (24日)	8 (23日)	18	21.7%
総計	36	47	83	100.0%



II-2 相談区分

相談区分別では、83件の相談のうち苦情が82件(98.8%)を占めました。

区分	計	比率 (%)
苦情	82	98.8%
問合せ	1	1.2%
要望	0	0.0%
総計	83	100.0%



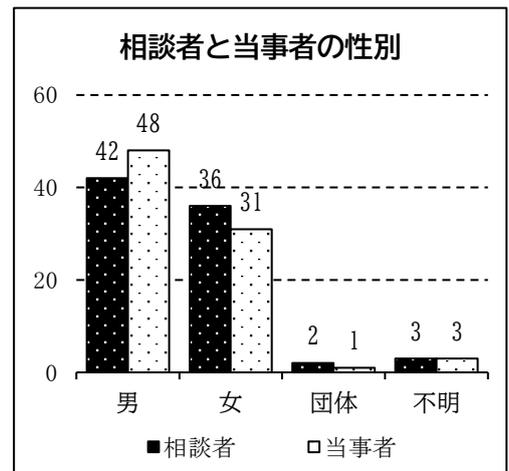
Ⅱ-3 相談者・当事者の属性

相談者・当事者の属性を、性別、年代別、職業別に比較しました。相談者とは、当窓口で電話をしてきた者、当事者とは実際に契約を行っている、または事業者と相対している者をいいます。性別で見ると、相談者では男性42件、女性36件、当事者では男性48件、女性31件と、相談者・当事者ともに男性からの相談が多くありました。これは、従来の110番では見られなかった現象です。

相談者の年代別では、40代が22件と最も多く、次いで50代19件でした。また、10代、20代及び80代では、周囲の家族等からの相談が、当事者からの相談を上回りました。

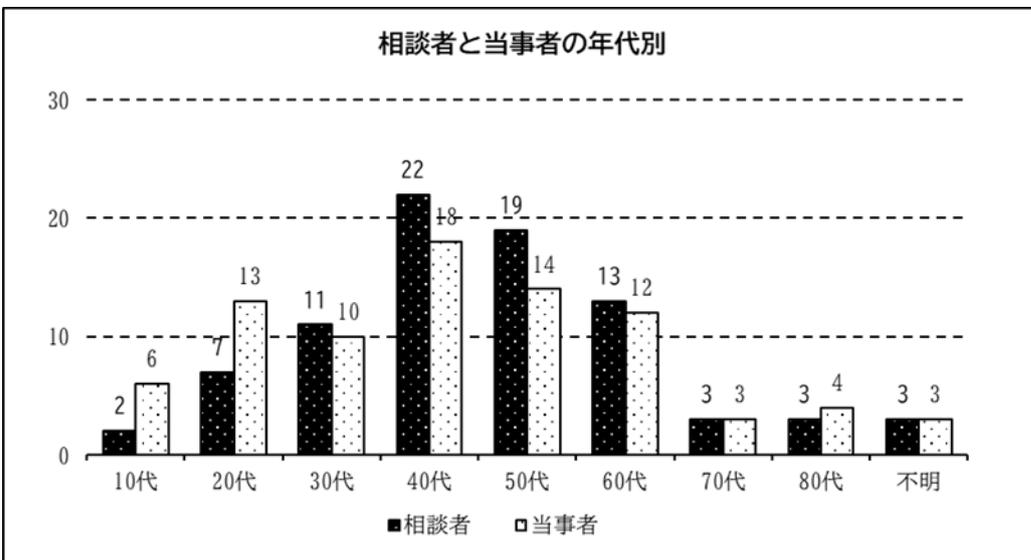
① 相談者・当事者の性別

性別	相談者	比率(%)	当事者	比率(%)
男	42	50.6%	48	57.8%
女	36	43.4%	31	37.3%
団体	2	2.4%	1	1.2%
不明	3	3.6%	3	3.6%
総計	83	100.0%	83	100.0%



② 相談者・当事者の年代別

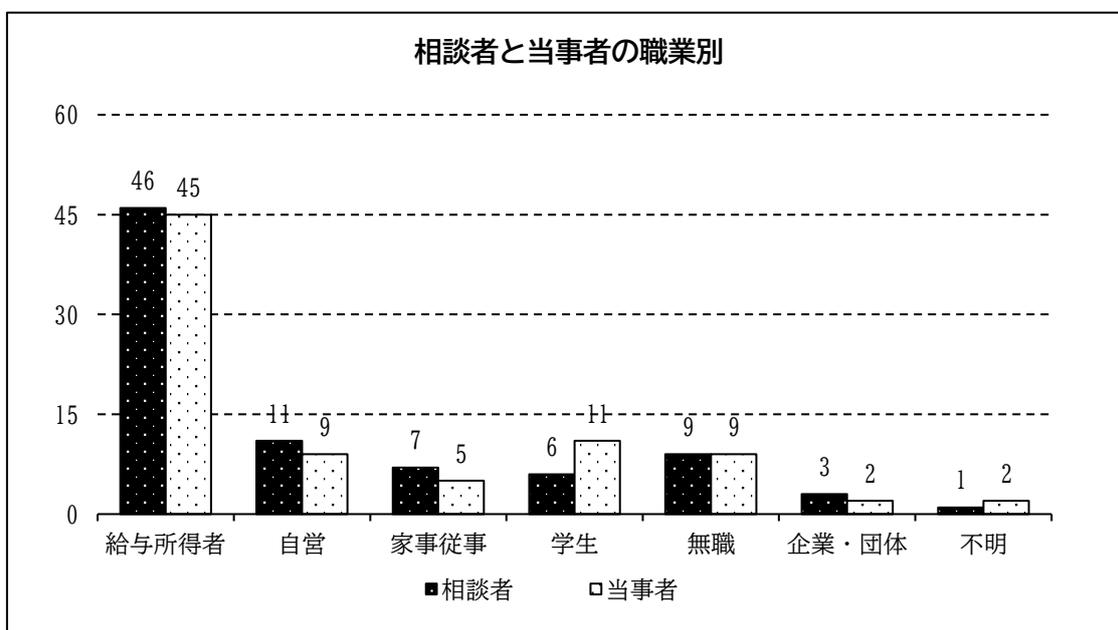
年代別	相談者	比率(%)	当事者	比率(%)
10代	2	2.4%	6	7.2%
20代	7	8.4%	13	15.7%
30代	11	13.3%	10	12.0%
40代	22	26.5%	18	21.7%
50代	19	22.9%	14	16.9%
60代	13	15.7%	12	14.5%
70代	3	3.6%	3	3.6%
80代	3	3.6%	4	4.8%
90代	0	0.0%	0	0.0%
不明	3	3.6%	3	3.6%
総計	83	100.0%	83	100.0%



③ 相談者・当事者の職業別

職業別では、相談者・当事者ともに給与所得者からの相談が最も多く、相談者46件、当事者45件となりました。これは、NACSが行う土日の相談窓口「ウィークエンド・テレホン(WET)」にもみられる傾向であり、平日の日中は仕事で相談できない者が「110番」を利用したものと思われます。次に多いのは、相談者が自営、当事者が学生で、ともに11件でした。

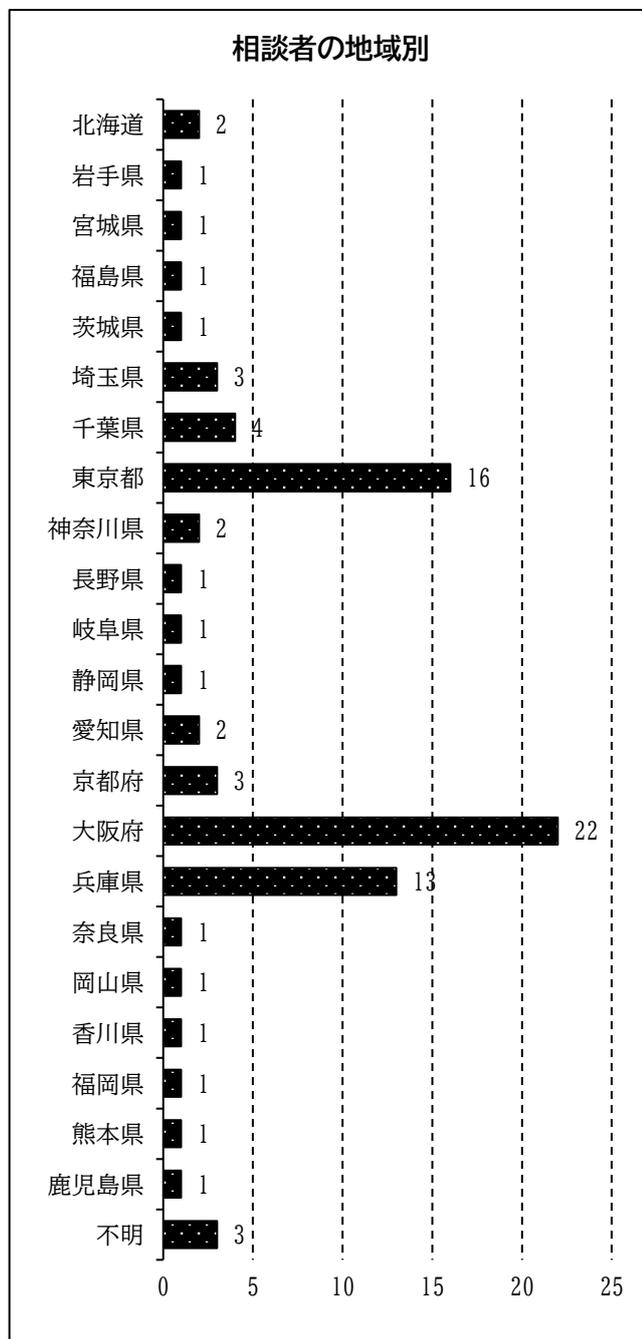
職業別	相談者	比率(%)	当事者	比率(%)
給与所得者	46	55.4%	45	54.2%
自営	11	13.3%	9	10.8%
家事従事	7	8.4%	5	6.0%
学生	6	7.2%	11	13.3%
無職	9	10.8%	9	10.8%
企業・団体	3	3.6%	2	2.4%
不明	1	1.2%	2	2.4%
総計	83	100.0%	83	100.0%



④ 相談者・当事者の地域別

都道府県別で最も多かったのは、大阪府22件、次いで東京都16件となりました。3位は兵庫県13件、4位は千葉県で4件の相談がありました。今年は東京都と大阪府、そして兵庫県が突出していました。北海道から鹿児島まで23の都道府県から相談がありました。

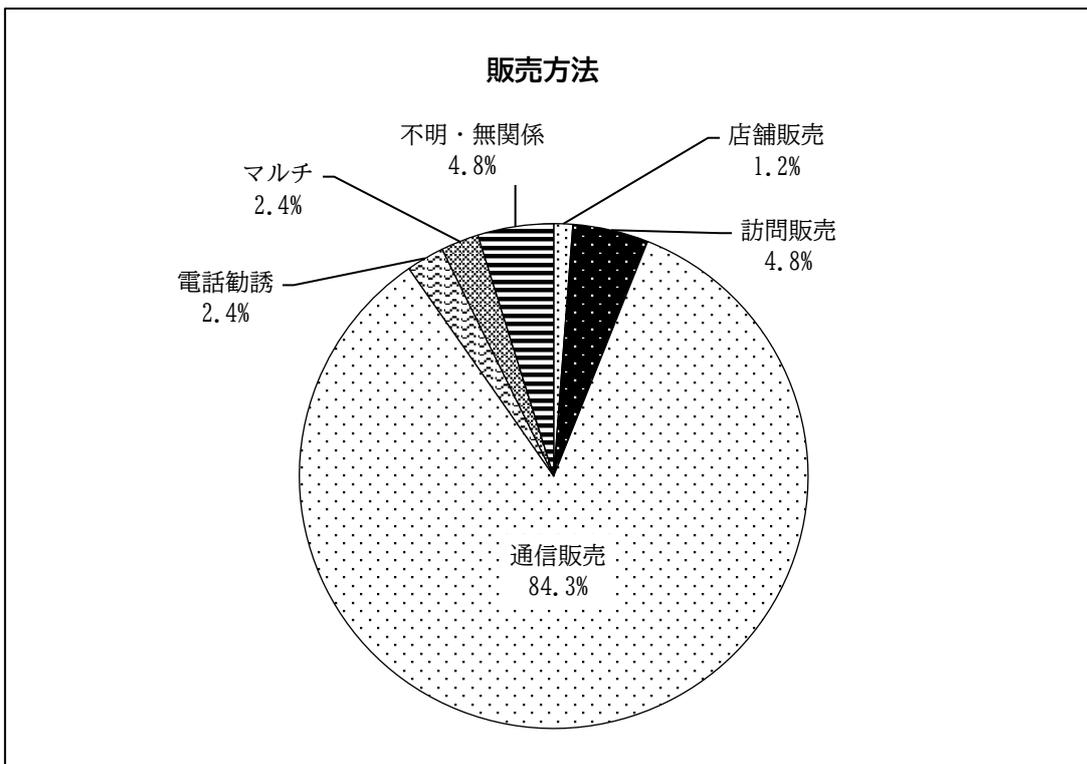
地域別	相談件数	比率(%)
北海道	2	2.4%
岩手県	1	1.2%
宮城県	1	1.2%
福島県	1	1.2%
茨城県	1	1.2%
埼玉県	3	3.6%
千葉県	4	4.8%
東京都	16	19.3%
神奈川県	2	2.4%
長野県	1	1.2%
岐阜県	1	1.2%
静岡県	1	1.2%
愛知県	2	2.4%
京都府	3	3.6%
大阪府	22	26.5%
兵庫県	13	15.7%
奈良県	1	1.2%
岡山県	1	1.2%
香川県	1	1.2%
福岡県	1	1.2%
熊本県	1	1.2%
大分県	1	1.2%
鹿児島県	1	1.2%
不明	3	3.6%
総計	83	100.0%



Ⅱ-4 販売方法

販売方法別にみると、通信販売が70件と突出して多く、次に訪問販売と不明・無関係の各4件が続きました。訪問販売に関しては、契約のきっかけがネット広告でした。

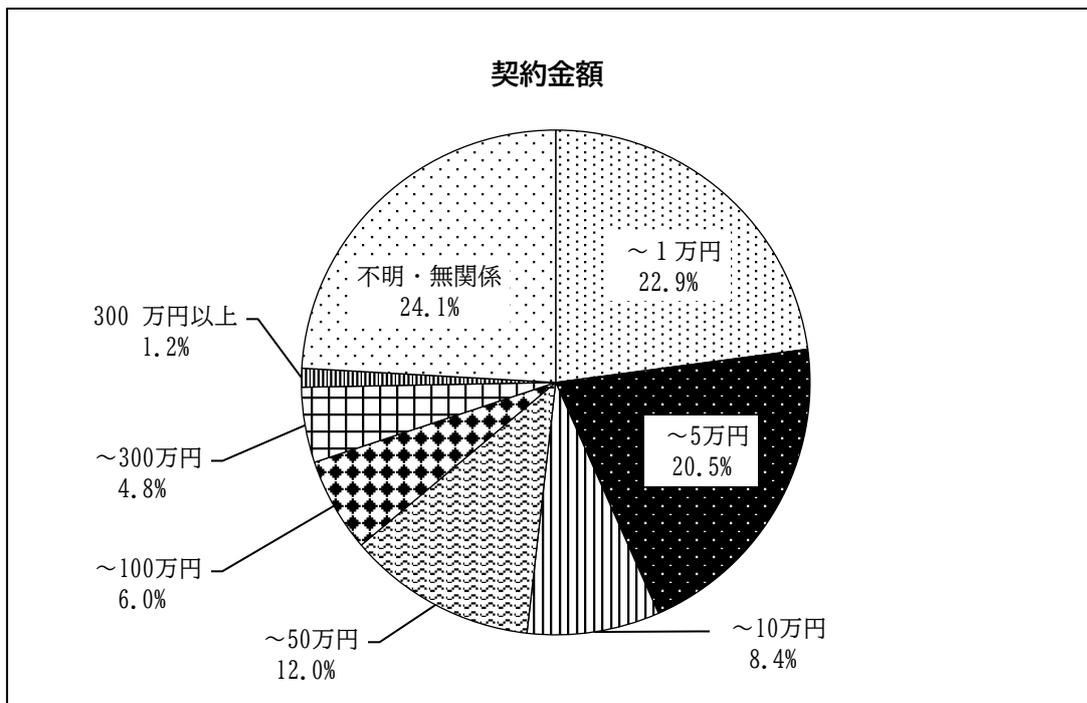
販売方法	計	比率(%)
店舗販売	1	1.2%
訪問販売	4	4.8%
通信販売	70	84.3%
電話勧誘	2	2.4%
マルチ	2	2.4%
その他	0	0.0%
不明・無関係	4	4.8%
総計	83	100.0%



Ⅱ-5 契約金額

契約金額別にみると、金額に無関係な相談を除いて、1万円未満が19件と最も多く、次いで、1万円以上5万円未満が17件、10万円以上50万円未満が10件の順となっています。

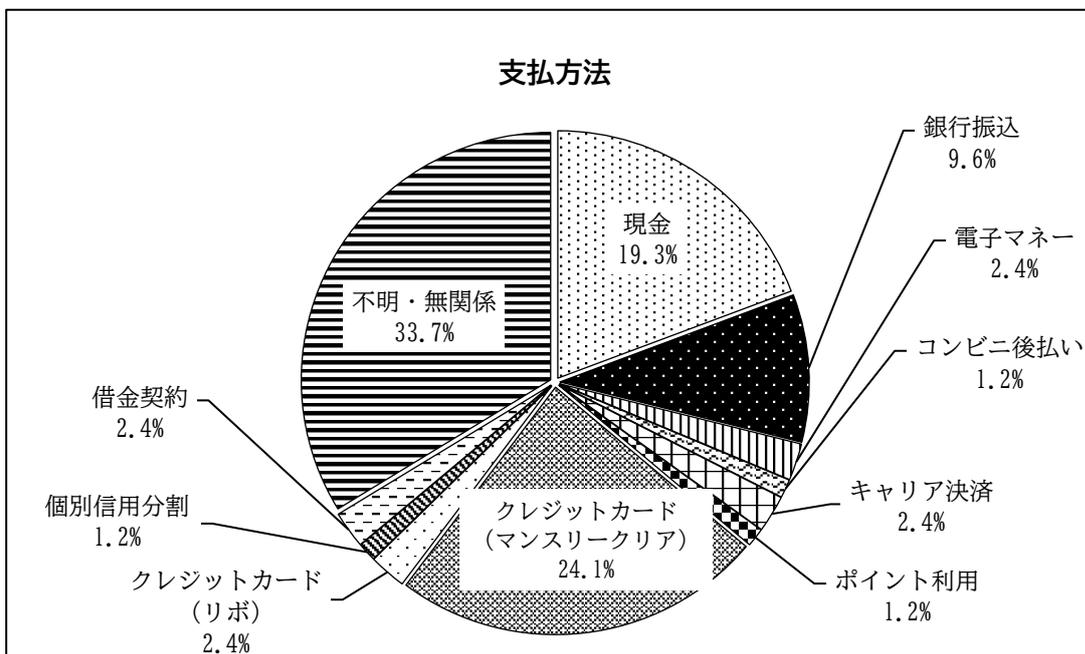
契約金額	計	比率(%)
～1万円	19	22.9%
～5万円	17	20.5%
～10万円	7	8.4%
～50万円	10	12.0%
～100万円	5	6.0%
～300万円	4	4.8%
300万円以上	1	1.2%
不明・無関係	20	24.1%
総計	83	100.0%



Ⅱ－6 支払い方法

支払方法別にみると、クレジットカード（マンスリークリア）が20件で最も多く、次いで現金払いが16件となりました。支払方法の中で現金が占める割合は、一昨年は3割弱、昨年は4割弱でしたが今年は2割弱と、決済の多様化・キャッシュレス化が急速に進んだことが伺えます。

支払方法	計	比率(%)
現金	16	19.3%
銀行振込	8	9.6%
電子マネー	2	2.4%
コンビニ後払い	1	1.2%
キャリア決済	2	2.4%
ポイント利用	1	1.2%
クレジットカード（マンスリークリア）	20	24.1%
クレジットカード（リボ）	2	2.4%
クレジットカード（分割）	0	0.0%
個別信用分割	1	1.2%
借金契約	2	2.4%
不明・無関係	28	33.7%
総計	83	100.0%



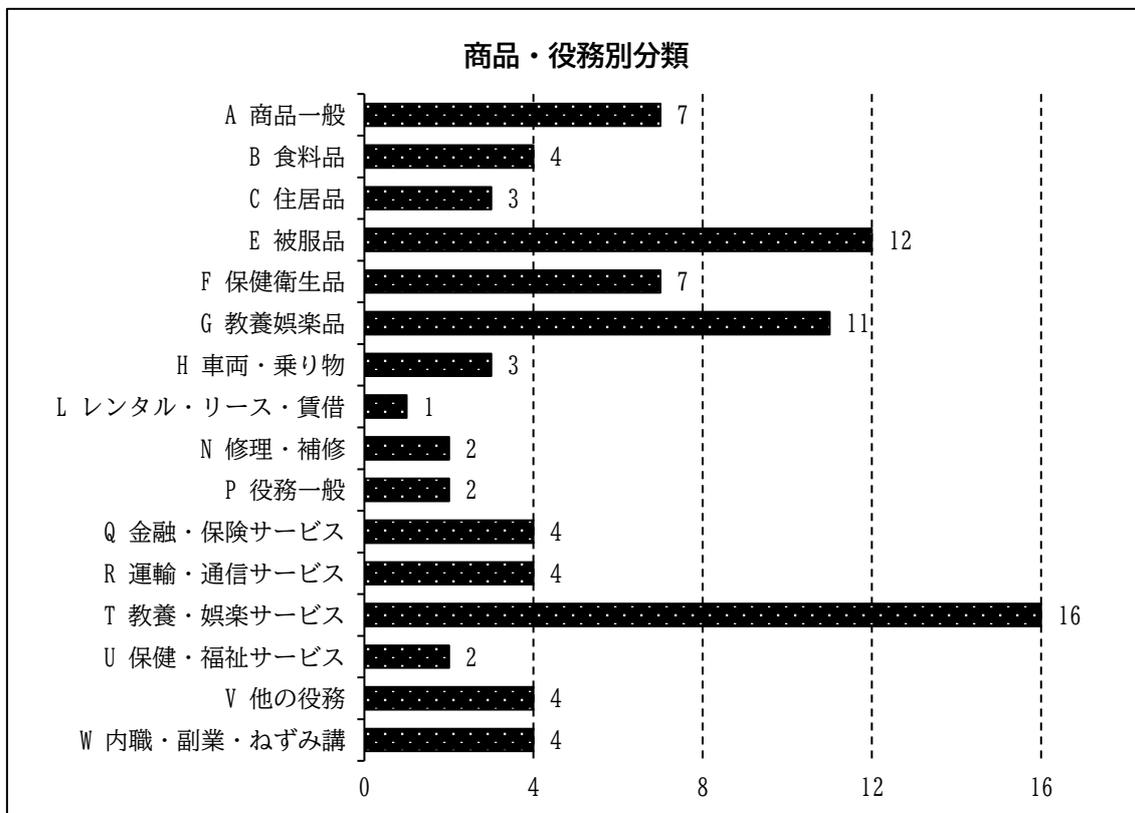
Ⅱ－７ 商品・役務別分類

相談を、商品（A～J）、商品関連役務（K～O）、役務（P～X）、他の相談（Z）に分類しました。商品関連役務は、商品に関連して提供される役務であるため、それぞれの役務は関連する商品に重複して計上されており、総数は 86 件になっています。

商品	
A商品一般	7
B食料品	4
C住居品	3
D光熱水品	0
E被服品	12
F保健衛生品	7
G教養娯楽品	11
H車両・乗り物	3
I土地・建物・設備	0
J他の商品	0
商品（A～J）小計	47

商品関連役務	
Kクリーニング	0
Lレンタル・リース・賃借	1
M工事・建築・加工	0
N修理・補修	2
O管理・保管	0
優先コード（K～O）小計	3

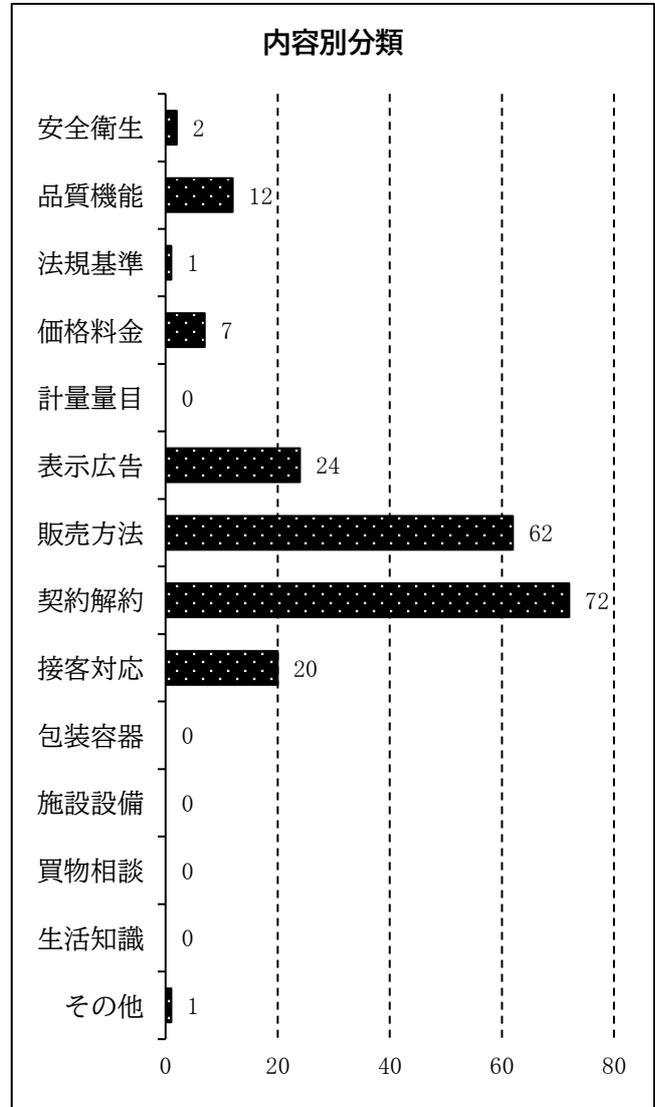
役務	
P役務一般	2
Q金融・保険サービス	4
R運輸・通信サービス	4
S教育サービス	0
T教養・娯楽サービス	16
U保健・福祉サービス	2
V他の役務	4
W内職・副業・ねずみ講	4
X他の行政サービス	0
役務（P～X）小計	36
Z他の相談	0
総計	86



Ⅱ－８ 内容別分類

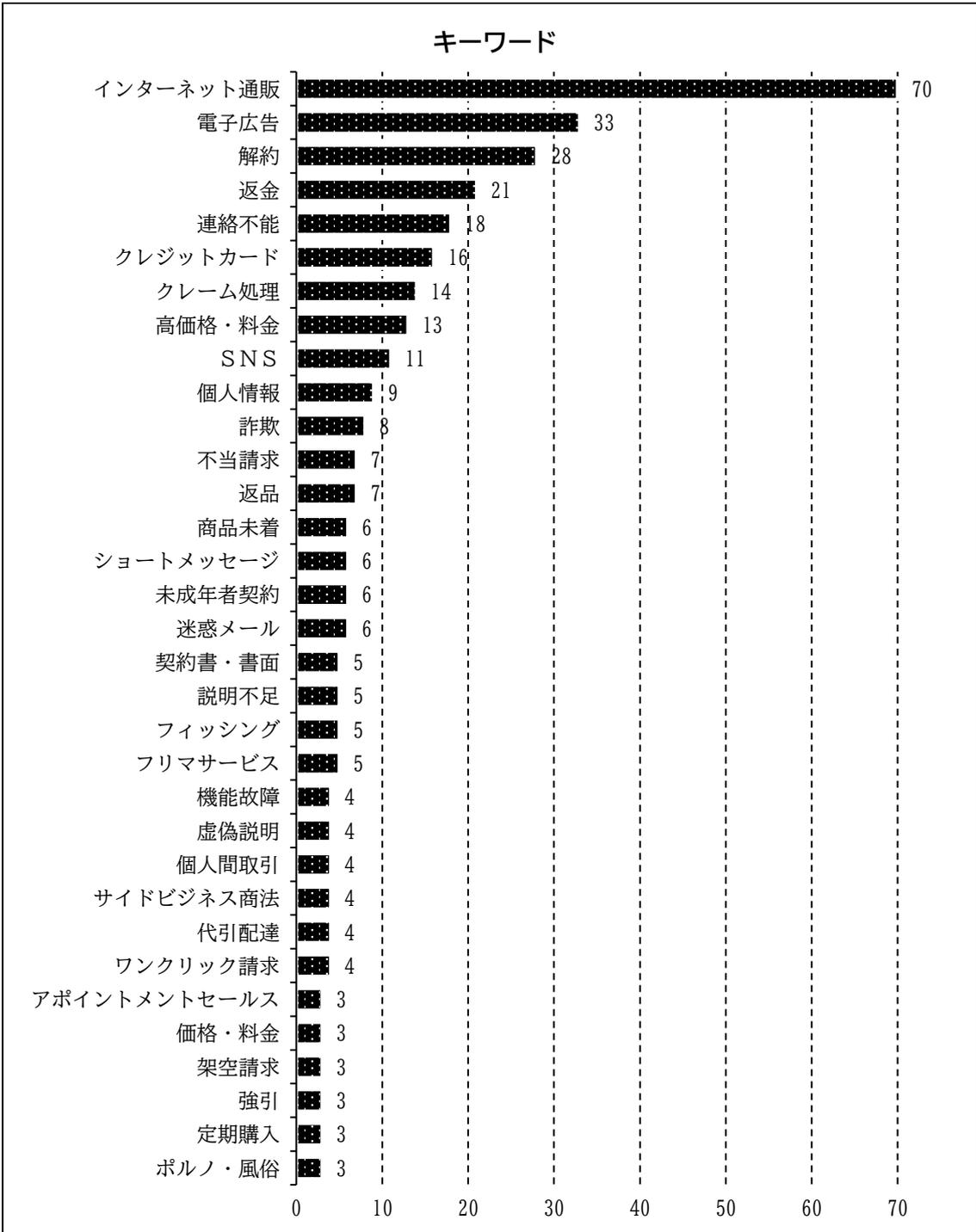
相談内容を、14項目の分類別で集計しました。内容別分類では、契約・解約に関する相談が72件と最も多く、続いて販売方法62件、表示広告24件の順でした。一方、昨年まで3番目だった価格料金は7件でした。

内容別分類	計	比率 (%)
安全衛生	2	1.0%
品質機能	12	6.0%
法規基準	1	0.5%
価格料金	7	3.5%
計量量目	0	0.0%
表示広告	24	11.9%
販売方法	62	30.8%
契約解約	72	35.8%
接客対応	20	10.0%
包装容器	0	0.0%
施設設備	0	0.0%
買物相談	0	0.0%
生活知識	0	0.0%
その他	1	0.5%
総計	201	100.0%



Ⅱ-9 内容キーワード別分類

内容キーワード別にみると、1位が「インターネット通販」で70件、2位が「電子広告」33件、3位が「解約」28件の順となりました。また、「連絡不能」18件、「SNS」11件、「個人情報」9件、「ショートメッセージ」6件、「フィッシング」と「フリマサービス」が各5件等、今回のテーマに沿った相談も多く寄せられました。



Ⅲ. 相談事例と相談内容別の問題点

Ⅲ-1 相談概要と問題点

1. ネット通販

- ①<ネットでブレスレットを購入。代金は前払いで指定された銀行口座に振り込んだが、その後商品が届かず、事業者とも連絡が取れない。対処法を知りたい。>
(契約年月：2021年10月 相談者：女性 50歳代 給与所得者)

相談概要

10日前、ネットで、有名なヒスイ工房のブレスレットが販売されていた。通常7万2600円の商品が、格安の2万1780円だったので注文した。業者から注文確認メールが届いて、「指定された銀行口座への入金を確認後、すぐに発送する」と書かれていた。すぐに入金したが、今になっても商品は来ず、メールで催促したが何の連絡もない。事業者のHPには、電話番号の記載もなかった。

助言

詐欺サイトと思われ、現金で振り込んだ代金の返金は困難であると助言し、警察へ被害届を出すよう勧めた。

問題点

「インターネットで注文した商品が届かず、事業者とも連絡が取れない」という相談が、数多く各地の消費生活センターに寄せられている。インターネットで通信販売を行う事業者は、「事業者名・代表者名・事業者の所在地・電話番号」の表示義務がある。しかし、商品未着トラブルにかかわる事業者は、電話番号をはじめ、必須の情報が記載されていない場合が大半である。

消費者は、通信販売では、表示義務項目がすべて表示されているかどうか確認し、取引時にトラブルが発生した場合、素早く事業者と連絡が取れるようにしておく必要がある。代金前払いや代引き配達など、現金で支払った場合の返金交渉は難しいということも理解しておくべきである。

- ②<スマホの広告を見てスピーカーを注文し、代金を振り込んだのに商品が届かない。また事業者と連絡がとれない。代金を取り戻したい。>
(契約年月：2021年 相談者：男性 60歳代 給与所得者)

相談概要

製造終了となっているスピーカーをずっと探していた。ネット検索したところ、大手通販サイトで14万円で販売しているのを見つけた。検討しようとサイト画面を閉じた直後に、同じ商品を3万8000円で販売しているサイトの広告が出てきた。やや不安はあったが注文し、代金は指定された金融機関の個人名義の口座に振り込んだ。事業者からは入金確認メールは来たが、商品は届かず、その後連絡がとれない。現在、事業者のサイト自体がなくなっている。お金を取り戻す方法はあるか。また、私の個人情報を悪用されないだろうか。

助言

価格が通常よりかなり安いこと、振込先口座が個人名義であること、連絡がとれず、事業者のサイトが無くなっているということから考えて詐欺サイトだった可能性が高い。相談者には振り込め詐欺救済法について説明し、振込先の金融機関に口座凍結依頼するよう助言した。ただし、入金確認メールが来た時点で口座内の残高が引き出されている可能性が高く、お金が戻ってくるのは難しいかもしれないと伝えた。個人情報が悪用されるかどうかはわからない。ただ、架空請求などに使われる可能性があるので注意するよう助言した。

問題点

相談者が検索した際にいわゆるリスティング広告が表示され、詐欺サイトに誘導されたと思われる。詐欺サイトは格安な価格を表示して消費者を誘引し、代金を指定口座に振り込ませるパターンが多い。その際の振込口座の名義人は事業者の法人名ではなく個人名義というケースが多い。入金確認メールは届くがそれ以降は連絡不能になる。

価格があまりに安い、振込口座の名義が個人名義である、などの場合は要注意である。さらに事業者の「特定商取引法に基づく表記」を確認し、実在する住所かどうか、電話がつながるかなどの確認もすべきである。

また実在の通信販売サイトをかたった偽サイトの被害も増えており、真偽の判定が困難になっているものもある。消費者庁で具体的なサイト名を挙げ注意喚起しているが、消費者も契約前に十分な検討が必要である。

③<980 円の格安除毛クリームをネットで購入したら定期購入だった。初回で解約の場合
は、約 1 万円の定価での購入になると言われて困っている。>

(契約年月：2021 年 9 月 相談者：男性 10 歳代 高校生)

相談概要

「除毛クリーム 格安 980 円！」という広告が、動画サイトに表示された。除毛クリーム販売サイトに移動し、申込んだ。商品が届き、開封して 5 回の定期購入だと分かった。定期購入だとは知らずに申込んだので、事業者に電話すると、「1 回目の商品を定価の 1 万円で購入すれば、以降は解約できる」と言う。980 円だから申込んだので、1 万円も支払うことは納得できない。注文確認メールと注文確認画面に、5 回の定期購入であることや、5 回購入時の総額表示はなかった。なお、2 回目以降の商品代金は約 1 万円である。

助言

通信販売において、商品の売買契約を 2 回以上継続して締結する必要があるときには、契約期間、総額などの取引内容を表示することが義務づけられていることを説明した。また、「インターネット通販における意に反して契約の申込みをさせようとする行為に係るガイドライン」も改正され、申し込みの最終確認画面には、商品の引き渡し回数、各回の商品代金、送料、支払い総額等の記載が求められるようになったことについても併せて説明した。これらの規制と照らし合わせた場合、今回の事業者の画面表示には問題があると考えられるため、居住地の消費者センターに相談するよう助言した。平日学校があり、相談者自身がセンターに相談することが無理であれば、保護者から相談してもらうよう付言した。また、契約者が 18 歳の高校生であるため、未成年者取り消しを主張することも可能と思われることも伝えた。

問題点

SNSや動画サイトでの「お試し」等、価格の安さを謳う広告につられ1回だけのつもりで注文し、以降定期的に商品が届き、解約の電話をすると「複数回購入後でないとは解約できない」、あるいは「初回解約するのであれば、代金が定価になる」と言われたとの相談が、各地の消費生活センターに多く寄せられている。2019年12月26日付で、消費者庁は、ある通販業者に、顧客の意に反して通信販売に係る売買契約の申込をさせようとする行為に該当するとして、通信販売の業務の一部停止を命じて以降、複数の事業者を行政処分している。このように法整備や業務停止命令の執行が行われているにもかかわらず、定期購入の相談は減っていない。スマートフォンなどの表示に対して、「とても小さい文字で表示されている」、「スクロールし続けないと、解約条件や返品条件など重要なことを表示した部分にたどり着けない」などの問題が解消されていないためである。2021年6月9日に特定商取引に関する法律の一部を改正する法律が成立し、同月16日に公布された。定期購入に関しては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される。消費者被害の防止、取引の公正を図るため、詐欺的な定期購入商法に対して直罰化や取消制度の創設などの対策が盛り込まれたが、現時点では通販事業者のすべてに対し、どこまで実効性が確保されるかは不透明である。引き続き、消費者に対しては、価格だけに気を取られて注文するのではなく、画面表示を隅々まで確認した上で、注文するよう求めたい。

④<注文した覚えがない痩身サプリが届いた。解約しないと2回目が届くようだ。解約したいが、販売会社に対応してもらえない。>

(契約年月：2021年10月 相談者：女性 80歳代 自営業者)

相談概要

痩身サプリが届いたが購入した覚えはない。もしかしたらテレビショッピングを見て電話で申込んだのだかもしれない。心当たりがないので事業者に電話したところ、警察に相談するように言われた。消費生活センターには相談しないように言われたが、相談にのってほしい。商品は未開封だ。申込んでいないので引き取ってほしい。

助言

HPを見ると4回購入が条件の定期購入と思われた。ただ初回申込者には20日間の返金保証があるようなので、本人の許可を得て、事業者に連絡した。事業者の話ではインターネットで申込んでいたとのこと。20日間の返金保証の条件はまず、代金を支払い、10日間サプリメントを食べて合わないということがあればHPから返金申請するとのことだった。相談者には事業者の話を説明した。警察に相談するように言ったのは第三者が勝手に申込んだというからとのこと。相談者はスマホを使っているが身内とのメールのやり取り程度で、スマホで商品を購入したことはないとのことだった。そこで争っても仕方ないので、事業者の返品ルールにのっとって20日間の返品保証を受けてはどうかと提案した。相談者が納得したので、事業者に再度連絡した。交渉の結果、本来サプリメントは10日間食べなければならず、返金保証の申入れもHPからなのだが、相談室からの電話で解約に応じてもらえることになった。相談者には代金を支払うこと。その後、返金口座を販社に連絡するよう伝えた。

問題点

定期購入に関しては特定商取引法が改正され、2022年6月には定期購入でないとは誤認させる表示等によって申込みをした場合に、申込みの取消しが認められると思われる。

広告をしっかりと見る消費者も増えてきたと思われるが、返品不可が多い中、返金保証の意味を理解せず、返金保証がついているので安心して申し込む消費者も多い。返金保証は返品とは違い、一定期間商品を使用した上で、納得できなければ返金するというケースが多い。返金保証を受けるためには、購入時の箱や、添付書類等すべてを返却する必要があり、一点でも欠けると返金保証が受けられない場合が多く、ハードルは高い。また、解約や返金保証の申入れに関しては、ネットでしか対応しない事業者も多く、インターネットに対応できない高齢者も多い。以前から言われているが、解約は電磁的方法だけでなく電話等の選択枝も広げてほしい。

2. 暮らしのレスキューサービス

①<「ゴキブリ駆除 1870円～」とネット広告に記載されている事業者による作業を依頼。6万円請求されたが作業翌日からゴキブリが出た。返金してほしい。>

(契約年月：2021年9月 相談者：女性 30歳代 給与所得者)

相談概要

1か月前、ゴキブリの駆除の広告をネットで見ると事業者へ依頼した。「1870円から」と広告に記載があったが、結局6万円請求され、クレジットカードで支払った。しかし、翌日からゴキブリが出て、マンションの管理組合に見てもらったら、「駆除の対応は全くできていない」と言われた。返金してほしい。契約書面はあるが、どのような作業をしたか全く分からない書き方をしている。

助言

ネット記載の金額でゴキブリ退治をしてもらいたいという意思で来訪要請したのであれば、その金額を大幅に超える退治については、自宅で事業者から勧誘を受けたとする主張が可能で、訪問販売に該当すると考えられることを説明した。

訪問販売に該当すればクーリング・オフが可能であることを伝えたが、今回の事例はクーリング・オフ適用期間の8日間をすでに経過していた。しかし、契約書面に不備があるとのことであるなら、正式書面が交付された日がクーリング・オフの起算日になり、退治から1か月経過していても、クーリング・オフの主張が可能であるという判断もできると助言した。今までの経緯を整理し、地域の消費生活センターに斡旋を依頼するよう伝えた。

問題点

トイレのつまりや、鍵の紛失など、暮らしのレスキュートラブルの相談は、各地の消費生活センターに多く寄せられている。インターネットの広告を見た消費者が事業者へ電話をかけ、自宅を訪れた事業者から、高度な修理や交換作業をしなければならないと持ち掛けられ、広告表示の何十倍もの金額を請求されるというトラブルがほとんどである。消費者は、請求額が高いと感じても、消費者と事業者との情報格差から、金額の妥当性の判断ができないので、仕方なく請求額を払ってしまうという事例が多い。相談を受けた各地の消費生活センターで、自宅で勧誘を受けた内容については、特定商取引法の訪問販売に該当すると判断し、クーリング・オフを主張して、事業者との交渉による解決を図る支援をし

ている場合が多い。2021年8月31日には、本件と同様のトラブルに対し、契約者からのクーリング・オフを拒否したとして、暮らしのレスキュー工事をした事業者に対し、消費者庁による行政処分が行われた。消費生活センターや行政は、この種のトラブルを減少させるため消費者への積極的な啓発活動と、事業者への迅速な規制強化を図っていくことが求められる。

②<ネット広告を見てトイレの詰まりの修理を依頼した。修理に必要と便器を着脱し高額請求され支払ったが納得いかない。>

(契約年月：2021年10月 相談者：男性 30歳代 給与所得者)

相談概要

築20年の賃貸マンションに住んでいる。昨夜11時頃、トイレトーパーを多めに流したらトイレが詰まった。インターネットで検索し、一番上に出てきた5000円程度で修理ができるとの記載がある事業者へ電話し、来訪を受けた。電話時や、訪問時に金額の話はなかった。簡単な器具を使い作業を始めてすぐにトイレの水が引き、直ったかと思ったが「これじゃだめだ。直らない」と言い、ラバーカップを使いだした。「これで直れば8千円だけど、どうも無理そう。便器を着脱する必要がある。5万円程度はかかるかな」などと言いつつ、自分が何も返事をしないうちに便器を外された。作業しながら「7万円程度で直るには直るが、半年後に詰まる可能性があり、その際の修理費用は20万円位になる。今20万円程度でしっかり修理すれば2年保証する」などと言いながら更に作業を進めてしまった。最終的に22万円を請求され、現金で払うなら20%引きにすると言われた。高額で納得いかなかったが、何も言えなかった。手持ちがなくクレジットカード翌月一括払いで支払った。業者に指示された決済代行業者の画面で手続きをした。修理後に、見積は要りませんかと言われ、欲しいと伝えたら、見積書、契約書、領収書を渡された。契約書の裏面にクーリング・オフの記載があったので翌日、事業者へ電話したら「作業はした。いくらなら払えるか」と言われ怖くなった。

助言

クーリング・オフ書面が交付されていたので、書面の書き方を伝え、契約解除通知を書面で発信するよう助言した。支払はオンライン決済サービスを利用しているので、決済代行業者に連絡するよう伝えた。

また、NACS相談室から事業者へ連絡し「契約書面にもクーリング・オフの記載があり、クーリング・オフが可能な契約ではないか」と尋ねたところ「クーリング・オフは可能だが、やることはやったんだからお金を支払うべきだ。クーリング・オフをしようなら原状回復をする必要があるから、トイレを詰まらせに行くぞ。〇〇さんに、やることはやったんだから〇〇さんが決めたお金でいいから払うようにと言ってある」と、まくし立てられた。事業者へ相談者はクーリング・オフ書面を送るので対応してほしい旨、伝えた。クーリング・オフが可能であったため、契約解除となり、決済代行業者を通して返金された。

問題点

トイレのレスキューに関する相談で、ネット広告を見て、依頼するケースが多い。本件の事業者のHPは見つからず、ターゲティング広告だったのか、広告を確認することはできなかった。次々と作業をし、高額な修理代を請求するという手口は、多くの相談事例で見受けられる。消費者からの修理依頼であるとして、訪問販売の適用除外を主張する

事業者が多いが、当該事業者の契約書にはクーリング・オフの記載があった。一旦詰まりが解消したにもかかわらず、次々と作業を進め、高額な請求をする、見積書を修理後に渡す等、問題があったが、クーリング・オフが可能であったため契約解除となった。同様のトラブルで、クーリング・オフを認めないケースが多い中、消費者庁は訪問販売の適用除外に関するQ&Aとして、来訪要請の解釈をより明確にしている。暮らしのレスキューに関する相談では、プラットフォームが介在するケースも多く、安価な広告表示とかけ離れた高額な請求をされるケースが多く見られる。事業者には適正な価格表示を求めたい。消費者も緊急時の連絡先や対策を準備しておきたい。

法第26条第6項第1号関係：「その住居において売買契約若しくは役務提供契約の申込みをし又は売買契約若しくは役務提供契約を締結することを請求した者」

Q2 ポスティングされたチラシに「鍵の修理 3,000 円～」とあったので修理を依頼したところ、業者が自宅に来て自宅の鍵の状態を確認し、修理には特殊な作業が必要ということで代金は数万円になると言われました。自分から事業者に依頼したので、「売買契約若しくは役務提供契約を締結することを請求した者」に該当して訪問販売の規制が適用されなくなるのでしょうか。

A2 特定商取引法第26条第6項第1号の規定による適用除外について、同号の「請求した者」とは、購入者が契約の申込み又は締結をする意思をあらかじめ有し、その住居において当該契約の申込み又は締結を行いたい旨の明確な意思表示をした場合が該当します。設問の事例では、チラシの表示額と実際の請求額に相当な開きがあることから、消費者は、当初修理依頼をした段階では、安価なチラシの表示額で契約を締結する程度のみを有しておらず、実際に請求された高額な請求額で契約を締結する意思は有していなかったことは明らかです。

このような事情により、当該契約の申込み又は締結を行いたい旨の明確な意思表示をしたといえないのであれば、「請求した者」とはいえず、適用除外の対象とはならないと考えられます。

(注1) 上記については、特定商取引に関する法律のこれまでの解釈をより明確に示したものであり、解釈の変更を行ったものではありません。

(注2) Q&Aは、想定される事例における考え方を示したものです。具体的な事案においては、Q&Aにおける考え方を、その事案における事実に基づいて御活用ください。(消費者庁HP 特定商取引法ガイドより)

3. 副業・情報商材・SNS

- ① < SNSで「アンティークコインの転売でお金が稼げる」という広告を見て、登録後「月500円」の指導に了承した。解約を申し出たら解約料を請求された >
(契約年月：2021年4月 相談者：女性 40歳代 家事従事者)

相談概要

7か月前、副業で収入を得たいと思っていたところ、写真専用SNSで、「在庫を持たずに転売で儲かる」という広告があったので、サイトに入り登録した。直ぐに無料通話アプリの招待が届いたので、アプリに登録したところ、事業者からメッセージが届き、「アンティークコインを無在庫で転売して利益が出るノウハウを教える。教材費は40万円」と言われ驚いて断った。ところが、再度メッセージが届き「月500円で指導ができるので、クレジットカード登録するように」と言われ、「月500円ならやってみよう」と思い、カード登録

しようとしたが出来なかった。そこで「やっぱり止めて退会する」と言ったが「退会には月2万9800円を2か月支払う必要がある」と言われた。契約書もなく、事前に退会に費用がかかる説明もなかったため、放置していたところ、突然事業者から「支払いが確認できない。17万円を支払わないと、法的手段に移行する」という書面が届いた。根拠のない高額請求に納得できないが、どのように対処すれば良いだろうか。

助言

契約書もなく、請求書面も確認できないので、断定的な助言はできないが、ウェブ上で事業者の情報が確認できるのであれば、契約内容、金額、解約条件等を確認すること。その上で、相談者は「月500円のサポート」しか申込んでいないと言えるのであれば、今回の請求は拒否できる可能性があると思われる。早急に、経緯書をまとめ、請求書等を提示して、法律相談を受けた上で対処するよう助言した。

問題点

2017年頃から、副業サイトに関するトラブルが急増した。さらにコロナ禍を背景に、少しでも収入を得たいと願う消費者が、「簡単に高収入が得られる」というSNSの広告を見て、自分も多額の儲けが簡単に得られると信じて、副業のための高額な情報商材等の契約をするが、儲からないというトラブルが更に増えている。

ネット上で説明を受けて、商材やサポート契約をする時は、原則「特定商取引法」通信販売の規定を受け、事業者の電話番号表示は義務であるが、事業者と繋がるのは無料通話アプリのみである事業者もいる。

また、サイトには「初期投資なしで利益が出る」等の表示があっても、事業者情報（特定商取引法の表記）で、「だれでも必ず利益が得ることを約束していない」という打消し表示をしている。従って、強調表示と打消し表示とが、矛盾するような場合は、一般消費者に誤認され、景品表示法上問題となるおそれがある。（打消し表示に対する実態報告書：消費者庁より）

さらに、ネット上で登録をした後で、事業者から説明電話があり（また電話予約をさせた後で電話があり）高額な商材やサポートの契約をする時は、原則、「特定商取引法」電話勧誘販売に該当し、クーリング・オフの適用もあると思われるが、事業者は電話勧誘販売を認めないため、クーリング・オフでの解決は困難となる。

事例のような転売ビジネスに関しては、2021年4月28日に消費者庁から「無在庫での転売ビジネスのノウハウを提供するなどどうたい、多額の金銭を支払わせる事業者」に関する注意喚起がされている。しかし、注意喚起だけでは同様のトラブルを防止する効果は望めない。同様の副業に関するトラブルが多発している状況を鑑み、消費者安全法に基づく迅速な勧告や命令を望みたい。

一方、消費者は「簡単に儲かる」等の広告や知人の誘いはうのみにせず、仕事を始めるために、高額な費用が必要と言われたら、きっぱりと断る勇気が必要となる。

②< SNSで知り合った女性から「金の取引」で儲かっている話をされた。スマホで簡単にできると言われたが信用できる話か。同様の相談はあるか。>

（契約年月：未契約 相談者：男性 40歳代 給与所得者）

相談概要

4日前にSNSで、父親が日本人で母親がシンガポール人というフィットネスクラブ経営

者の女性と知り合った。現在独身で結婚願望があるというので、知り合った当日に写真交換をしてメッセージアプリでやり取りするようになった。彼女は本業の他、「海外の金の取引」で収入を得ているとのことで、知り合った翌日に自分がしている「金の取引」のチャートを送ってきた。チャートを見る限り儲かっているように見えた。またその翌日は、前日に1万2000ドル儲かったというメッセージが届き「近いうちに儲かるタイミングが来る。スマホで1分の操作をするだけなのでやってみないか」と言ってきた。お金の話ばかりするので不審に思う。これをきっかけに詐欺にあったりするのだろうか。

助言

マッチングアプリやSNSをきっかけに知り合った異性から(自称外国人のケースも多い)投資話を持ち掛けられて興味を持ち投資をした結果、儲かったように見えたが出金できないという相談が入っている。出金する為に追加の投資を求められたり、相手と連絡が取れなくなったりすることも多い。相談者の場合も、断定はできないが被害に遭う可能性がある。本件は、デリバティブ取引である金の商品先物取引の勧誘の可能性がある。そうであれば金融商品取引法、金融商品販売法、商品先物取引法の規制を受ける。見せられたチャート自体がニセモノの可能性もある。金融商品で必ず儲かるということはありません。関わりを持たない方がよいのではないかと助言した。また、SNSで知り合ったばかりの人が信用できる人なのか、慎重に考えるよう付言した。

問題点

本事例の問題点は2つある。SNSで数日前に知り合った人の信用性と、投資話の信頼性である。SNSで知り合ったばかりでメッセージのやり取りでしか知らない相手が信用できるかは、冷静に慎重に判断してほしい。

また、本事例では「海外の金の取引」ということなのでデリバティブ取引である金の商品先物取引の勧誘かと思われる。デリバティブ取引は「金融派生商品」と呼ばれ、金融商品のリスクを低下させたり、高い収益性を追求したりする手法として考え出されたものである。この取引は①金融商品の持つリスクを一定範囲に抑えたり②デリバティブ商品の価格変動を利用して短期間で利益を得たりする手段として利用されている。デリバティブ取引は金融商品取引法、金融商品販売法や商品先物取引法で勧誘や取引における規制を定めているため消費者保護が図られているが、「簡単に儲かる」などと広告し販売する業者も多く、トラブルが多い。金融商品取引業は登録が必要であり、無登録業者が金融商品取引業を行う旨の表示をすることや金融商品取引業を行うことを目的として金融商品取引契約の締結について勧誘することを禁止している。(海外の事業者であっても登録が必要になる。登録の有無は金融庁のHPで確認することが出来る。)

③<1か月半前、成人した息子がネットで副業に関して検索し成功体験スクールに申し込んだ。高額であり解約させたい。>

(契約年月：2021年10月 相談者：女性 50歳代 家事従事者 当事者：20歳代給与所得者)

相談概要

息子が仕事に行き詰まり、副業に関して検索し、成功体験を教えるというセミナーのサイトを見て、アクセスした。都心のマンションの一室に呼び出され説明を受けた。早くした方がよいとせかされ、110万円の成功体験スクールに申し込んだ。海外のジャンル情報も教えるという。クレジットカードで50万円決済し、消費者金融から借りの方法

を教えてください2社から60万円を借りて担当者に手渡した。解約したい。

助言

契約当事者から事情を聞いたところ、消費者金融の借入伝票を親に見つかり解約することになった。契約書面にクーリング・オフの記載があったが、スクールに通うつもりだったので、クーリング・オフは考えなかった。まだ、講義は受けていないが、今は解約したいと思っているとのこと。契約書には解約は可能だが、納入金は返金しないとの記載があったので、平均的損害を超える部分について、返金を求めることになる旨伝えた。既に地元消費生活センターに相談していてクレジット会社に抗弁書を送っているとのことだった。それとは別に親が弁護士相談も受けているとのことだったので、相談先は1つにして親任せにせず、自分で相談するよう助言した。

問題点

副業で検索すると情報商材の購入が条件になっているケースが多い。本件は情報商材の購入はなく、ビジネススクールとして位置付けている。クーリング・オフ以外の解約に関しては、キャンセルはいつでも可能であるが、受講料の返金はしないとしている。キャンセル料に関しては、一切返金しないということであれば、消費者契約法の不当条項に該当すると思われるが、「平均的損害を超える部分は無効」を主張しても返金に応じてもらうのは容易ではない。2022年の「成年年齢の引き下げ」も考えると若年者への消費者教育と啓発の実施は喫緊の課題であると思われる。

④<マッチングアプリで知り合った男性に紹介された人に勧誘され、馬券自動投票ツールを購入した。高額でありクーリング・オフしたい。>

(契約年月：2021年10月 相談者：女性 20歳代 給与所得者)

相談概要

1週間ほど前にマッチングアプリで知り合った男性Aに「知り合いの会社経営者Bが投資で儲けているので話を聞いてみないか」と言われた。あまり興味はなかったが、付き合いのつもりでAと一緒にBと会うことになった。Bの住んでいるマンションのコミュニティルームで話を聞いたが、馬券の自動投票ツールを使って儲けるとの話だった。ツールの定価は110万円だが特別に90万円だよと言われてたが、貯金もなく支払えないと断った。Bからはツールを使えば必ず儲かるので借金してもすぐに返済出来るからと消費者金融からの借入を勧められ、断り切れず契約してしまった。Bに消費者金融のATMに連れて行かれ、借金して代金を払った。

自宅に戻り、高額な借金をしてしまったことを後悔した。別の友人に相談したらクーリング・オフできるのではないかと問われ、クーリング・オフ通知を送付した。これでお金は戻ってくるだろうか。

助言

相談者はクーリング・オフ告知のある馬券自動投票ツールの売買契約書、利用規約、領収書を交付されていた。相談者が契約した場所は営業所等に該当しないので、訪問販売に該当するので、クーリング・オフが可能と思われた。相談者にクーリング・オフ行使方法を確認したところ、正しく行使されていた。特定商取引法では、クーリング・オフの場合、事業者は代金を速やかに返還するとなっているので、1週間たっても返金が無い場合は再

相談するよう助言した。また、もらっているツール(DVDとスマホにダウンロードしたアプリ)の返送(削除)については事業者の指示に従うよう助言し、消費者に費用はかからないことを説明した。(相談者から相談の翌日に全額返金されたと報告があった。)

問題点

最近、マッチングアプリや出会い系サイトなどで知り合った異性から儲け話を勧誘されるケースが目につくようになった。相手に嫌われたくないという気持ちにつけこみ、勧誘者は自ら、あるいは第三者を紹介する形で儲け話を持ち掛けてくる。相談者は断り切れず、またお金がないと断っても、消費者金融から借金させられ、契約に至るケースも多い。事例でBは勧誘時に必ず儲かると言っているが、競馬で必ず儲かることはあり得ない。本件の場合、契約したのは営業所等ではないので訪問販売に該当する。特定商取引法では禁止事項を定めており、不実の告知や「契約の相手方の意に反して貸金業者の営業所、銀行の支店その他これらに類する場所(ATM等)に連行すること」は禁止行為である。幸い本件は全額返金されたが、現金の場合は返金が難しいことも多い。消費者には、知り合ってからすぐに「お金」の話をしてくるのは、おかしいことに気づいてほしい。

⑤<ネットで「せどり」で儲ける副業に関するマニュアルを購入したが、儲からないので解約したい。> (契約年月：2021年6月 相談者：女性 50歳代 給与所得者)

相談概要

以前副業に関するDVDを購入した事業者から、「無在庫販売で稼ぐせどりツールが29万8000円」とメールで勧誘され、ネットで申込みをした。購入してから、3カ月経ってから「せどり」を始めるためにオンライン説明会に4回参加した。個人事業主としての届け出が必要であることと、転売ビジネスが難しいことから、うまくビジネスができず儲からない。ツール代29万8000円は、クレジットカード決済し毎月1万円をリボ払いしている。このツールを購入してから6カ月以降は、毎月1万5000円の会費を事業者に支払う必要がある。そのため何としてでも儲けたく、使い方説明会の他、「気持ちを盛り上げる会」にも参加したが、ツールを使いこなせない。このツールを利用した副業での毎月の儲けが保証されるという50万円の契約も勧誘され、別のクレジットカードでキャッシングして、事業者に全額振り込んだ。しかし儲からないので、解約したい。契約書はもらっていない。

助言

まずは、事業者のせどりツールを購入前後の説明の違いや、契約に至った経緯を文章にするようにと助言した。ツールの代金はリボ払いなので、信販会社へ支払い停止の申し出をすると支払いが保留されることも説明した。作成した経緯書を持参の上、居住地のセンターに相談するよう案内した。

問題点

せどりとは、商品販売のホームページを作成し、注文が入った際は商品を販売している事業者から購入し、注文者に送って利益を得るという手法である。ほとんどのプラットフォーム事業者が転売を禁止している中で、せどりは事業者の規則に反する行為である。せどり以外にも、副業で起業するためのコンサルティングをする、儲かる方法を教えるなどと持ち掛ける悪質な情報商材販売事業者が後を絶たない。こうした事業者は、消費者の利益

を不当に害するおそれのある、虚偽・誇大な広告・表示、不実告知および断定的判断の提供を行っている可能性が高いと思われる。消費者庁では、消費者安全法に基づき消費者の財産被害に対して注意喚起を行っており、情報商材も含まれている。ネット上では、一定の検索を繰り返すと、見たい情報のみが表示され、得られる情報に偏りが生じやすい。ターゲティング広告のような手法を通じて、特有の情報のみを見続けることにより、情報商材は役立つというような誤った思い込みが起きてしまう可能性がある。社会経験の浅い若年層や、外の社会とのつながりが薄く情報の多くをネットから得ているような人は、トラブルの標的になりやすいといえる。国や地方自治体は、ネット情報をうのみにせず批判的な目を養うための消費者教育や消費者向けの広報活動に真剣に取り組む必要がある。

⑥＜出会い系サイトで知り合った異性にFX投資について学ばないかと誘われ入会金として43万円支払ったがクーリング・オフしたい＞

(契約年月：2021年10月 相談者：女性 20歳代 学生)

相談概要

出会い系サイトで知り合った男性に、投資について興味はないか、勉強会に行ってみないかと誘われ事務所のような場所に出向いた。FX投資について学べば1ヶ月に30万円から70万円儲かる、入会金は43万円と高額だがすぐに元は取れる、今すぐ入会しないかと熱心に勧められた。マルチ商法には関わりたくなかったが、人を紹介しなくてもいいと言われたので入会することにした。お金を取りに自宅に戻りたいと言ったが、消費者金融で借金すればいいと言われた。同額の貯金があったのですぐに返済すればいいと思い、事務所の人物に言われるまま借金して支払った。株価の動きが見られるアプリが入ったタブレットを渡され、その後何回か勉強会に参加したがFX投資の知識は得られず、1人紹介すれば10万円もらえる、それが儲かる仕組みなのだと後から聞かされた。大金を支払って入会したことを後悔した。借金は貯金で全額返金したが、事務所に支払ったお金を取り戻したい。契約時に渡された冊子のような書類に、20日間であればクーリング・オフが可能と書かれている。クーリング・オフについて知りたい。

助言

相談者は出先から電話をかけており、手元に書面はなく、書面内容の確認はできなかった。「特定商取引法の連鎖販売取引にあたる契約であれば法定書面を受け取った日から20日以内であればクーリング・オフ制度により無条件で契約解除ができると話し、通知の方法について助言、公的機関のWEBサイトでも案内があることを情報提供した。しかし、契約時には特定利益が得られると告げられておらず、先方の連絡先電話番号が不明など、確認が必要と思われる点があることから、まずは居住地の消費生活相談窓口で相談されてから通知を出してはいかがかと話したところ了承され、翌朝相談窓口に出向くと話された。

問題点

楽に儲かる投資方法を教える、勉強会に参加しないかなどと誘われ、高額契約をさせられた後、実は人を勧誘して儲ける仕組みだと知らされる「後出しマルチ」や、健康食品や化粧品などの「商品」ではなく、暗号資産や海外事業への投資など、仕組みがわからない儲け話を人に紹介すると報酬が得られるといった「モノなしマルチ」のトラブル相談は、特に若者に増えている。事例のように、出会い系サイトやマッチングアプリなど、SNSをきっかけに知り合った「異性」から誘われた場合、好意を抱いていて断れなかったというケ

ースもある。お金がないと断っても、みんな借金してやっている、月々数十万円儲かるからすぐに返済できる、留学資金だとウソを言えば借りられる、などと言って強引に貸金業者から借金させようとするケースも多い。また、SNS上のやり取りだけで繋がっているため、解約や返金を求めても交渉が難しい。

2022年4月からの成年年齢の引き下げにより、成年になったばかりの18歳・19歳がトラブルに巻き込まれることが懸念される。その場で決めない、よくわからないことは契約しない、投資は原則余裕資金で行うもので借金をしてまで行うものではない、など、今後も若者への注意喚起を続けたい。

4. オークションサイト

①<オークションサイトに、鉄道会社の制帽を出品したら、サイトから突然出品を停止され、それ以降利用できなくなった。停止を解除してほしい>

(契約年月：2021年10月 相談者：男性 20歳代 給与所得者)

相談概要

以前から当該オークションサイトを利用している。最近、大手鉄道会社の制帽を2個出品したところ、サイトから「あなたが出品した物は、ガイドラインに抵触しています。次回もガイドライン違反があれば、今後あなたの利用を禁止します」というメールが届き、出品が取消された。危険物でもないのに、出品禁止物だとは思わなかったが、ガイドラインを確認して諦めた。しかし、その後改めて鉄道切符を出品しようとしたら、手続き途中で停止されて出品できなかった。納得できないのでメールで「出品停止の理由が不明。停止を解除してほしい」と申し出たが、「ガイドライン違反なので、今後も解除できません」という返信が届いた。消費生活センターに相談したが、「これはセンターで斡旋できない。自分で情報開示を求めるしかない」と言われた。

何とかサイトを利用できるように、停止を解除してほしい。

助言

本件のオークションサイトは、ガイドライン及びガイドライン細則で、出品禁止物だけでなく、出品者の禁止行為や出品ルールも定めている。今後も利用したいと思うのであれば、オークションサイトのガイドライン及びガイドライン細則を、再度確認した上で、ガイドライン違反に該当しないと思う場合は、ガイドラインのどの事項に抵触するのかの説明を、メールか書面で求めて、停止解除の相談をするよう助言した。

問題点

オークションサイトは、出品者も落札者も個人間取引（C to C）が多く、個人間取引には、特定商取引法通信販売の規定は適用されず、最も自己責任が問われる取引である。トラブルの多くは、出品者又は落札者の取引に関するトラブルであるため。オークションサイト（運営事業者）は、適正な取引が行われるために、規約やガイドラインを設けている。また、ガイドラインに則り、商品・サービス、表示内容が等をチェックする体制を整えているが、チェック体制は万全ではない。そのため補償サービスの提供もあるようだが、補償サービスには条件があり、被害に遭った全てが補償されるわけではない。2021年5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」が成立・公布されたが、これは通信販売取引（B to C）の適正化及び紛争解決の促進に資することが目

的であり、原則、個人間取引の適用はない。今後、オークションサイトやフリマアプリ利用等、個人間取引が拡大する状況を鑑み、個人間取引（C to C）の円滑化を図るために、同法において何らかの規定が必要だと思われる。

さらに、今回は取引そのものの問題ではなく、オークションサイト（運営事業者）の運用体制に関する相談である。取引が円滑に行われるために、ガイドラインやガイドライン細則を設けることは必要であるが、消費者は取引のプロではないため、ガイドラインに抵触する行為であることが理解できないこともある。サイト上で「出品制限・利用停止の解除依頼フォーム」を設けて、消費者が利用停止の解除も条件によっては可能となっているが、本件のようにメールで問い合わせをした消費者に、理解できる言葉で説明することが必要であり、そのためには、問い合わせフォームやメールだけでなく、電話で相談できる体制も望まれる。

5. 未成年者契約

①<小学生の息子がスマートフォンでアダルトサイトを閲覧し、登録料 65 万円を請求されている。どのように対処すればよいか。>

（契約年月：2021 年 10 月 相談者：女性 50 歳代 給与所得者）

相談概要

昨日、小学生の息子がスマートフォンでアダルトサイトを閲覧し、画像に触れたら登録になり 65 万円を請求する画面になった。慌てた息子は、画面に表示されていた電話番号に電話をしたがつながらなかったとのことである。しかし、昨日からアダルトサイト事業者と思われる電話番号から、何度も電話がかかってくる。電話には出ず、事業者とは一度も話はしていないが、このまま電話が続くのは嫌なので、母親の私から電話をすべきだろうか。今後の対処法が知りたい。

助言

画像に触れただけでは、「登録料が必要な有料の契約をする」ことに対し意思表示をしたことにならず、契約は成立していないであろうことを説明した。事業者から電話があっても、応対せず、様子を見るよう助言した。また本件は、未成年者の契約にかかわる問題であるため、仮に契約が成立しているような場合であっても、未成年者取消を主張できることも説明した。

問題点

これは、ワンクリック請求と呼ばれ、有料サイトに登録したと利用者に誤認をさせて、不当な請求をする手口である。ワンクリック請求については、近年減少傾向にあるが、依然相談件数は多い。しかし、契約の成立時期や要件について、知識があれば、防げるトラブルである。消費者が、契約に関する知識を持たないまま、消費行動をしていることに悪質事業者がつけ込んでいると推測する。2022 年 4 月より、成年年齢が 18 歳に引き下げられる。契約に対する社会経験が乏しく、かつ契約に関する知識のない若者をターゲットにしたトラブルが、増加することが予測される。行政や消費者団体、そして学校現場が一体となって、消費者教育体系イメージマップを実行に移すべく、より充実した消費者教育を実施すべきである。

②<小学生の息子が、母親名義のクレジットカード決済で約9万円のゲーム課金をした。未成年者取消しをしてほしい。>

(契約年月：2021年5月 相談者：女性30歳代 給与所得者 当事者：10歳代小学生)

相談概要

今月のカード利用額が高額だったため、利用明細を確認したところ、プラットフォーム事業者から4万8610円の請求があり、購入履歴からゲーム課金だと分かった。4カ月前にも4万7000円を支払っており、調べると、どちらも小学生の子どもがスマホのオンラインゲームで課金していたことが分かった。子ども名義のスマホには、母親である私のクレジットカード情報が登録され、私の承諾なく課金できるようになっていた。利用したゲームは4、5種類あり、全て、スマホのプラットフォーム事業者から購入している。未成年者契約の取消しをしてほしい。

助言

原則、未成年者のした契約は取消できると考えられる。しかし、子どもが年齢を詐称していた場合など、未成年者取消が認められないこともあると説明した。まずは、プラットフォーム事業者に未成年者取消を求めるよう助言し、さらに居住地の消費生活センターにも相談するよう伝えた。

問題点

「民法」では、未成年者の契約には親権者等の法定代理人の同意が必要とされ、法定代理人の同意がない未成年者契約は取消できるとされている。しかし、ゲーム課金の場合、未成年者の契約かどうかが把握しづらく、場合によっては、成人が未成年の契約であるかのように見せかけ、取消を求めることもあるため、未成年者取消しへの対応に慎重な事業者も存在する。またゲーム会社やプラットフォーム事業者は、親権者が子どものゲーム利用頻度や状況を把握できるよう、ペアレンタルコントロール設定等を設けていることが多い。親権者は、このような機能を利用し、子どもが勝手に課金しないようにすることはもちろんのこと、ゲーム依存症にならないよう管理することができるようになっている。ゲーム会社やプラットフォーム事業者の中には、このような機能を設定していることを理由に、親権者が未成年者取消しを求めても、認めない業者もある。しかし、このような機能が設定されていても、未成年者のゲーム課金に関する相談は、日々増加している。未成年者をゲーム課金やゲーム依存から守るためには、事業者が設定したペアレンタルコントロール等の機能だけに頼るのではなく、親権者と事業者の双方が子どもの行動や心に寄り添いながら防止する方法を考える必要がある。また、青少年の健全な育成という観点からも、教育現場を巻き込み、社会全体での取組を行政主導で推進していくことを期待したい。

Ⅲ-2 ネット取引なんでも 110 番

～ネット通販、情報商材、副業紹介、SNSなどなど～

アドバイザー 高木 篤夫 弁護士からのコメント

ネット取引なんでも 110 番相談では、架空請求といった従来からみられた振り込め詐欺的な事案から、最近増加しているインターネットのコミュニティサイトをきっかけに投資等を勧誘されて資金を奪われる国際ロマンス詐欺と言われるようなタイプの詐欺といった事例、最近の水道修理トラブルのような低額料金と誤信させるインターネット広告をみて事業者の来訪を求めて高額作業をされるトラブルまでさまざまな相談が見られる。

いわゆる国際ロマンス詐欺などインターネットのSNS等で知り合った相手から投資等の勧誘を受けて被害に遭うケースは増加している。消費者に注意を喚起したいのは、インターネット上で知り合った相手の素性も確実に把握できていない中で、投資等の勧誘を受けて金銭の支出をすることのリスクを十分に認識してもらいたいということである。ネット上の交際だけで人を信用してしまうのでは、被害はこれからも減らないであろう。借入をして払っても十分にもとが取れるというような話が出ること自体に不自然さを感じてほしい。情報商材や投資関連ソフトウェア、動画配信の講座などあらかじめその内容の質がわからないものに支出することもまたリスクを伴うものである。コロナ禍の中で、ネットを利用した個人の副業も着目されているが、まずは支出をすることからはじめなければならないとして勧誘される副業については本当に収入に繋がるものであるのか十分に注意する必要がある。リスク判断ができる能力を育てる消費者教育の充実が求められる。

勧誘によって銀行振込をしてしまった場合には、詐欺とわかって振り込め詐欺救済法にしたがって送金先銀行口座を凍結しても当該口座に送金した金額が残っていることも少なく被害者の素性をつかめないことも多いため被害救済が事実上困難なことも多く、他の決済手段を用いた場合も決済事業者が必ずしも抗弁対抗やチャージバック等での決済取消に応じてくれるとも限らないため、解決が困難な事例も多いのが実情である。

また、大手通販サイト等を装ったフィッシングメール・SMSで通販サイト等に不正アクセスされてなりすましによって勝手に契約されたり、クレジットカード番号等を盗まれて被害にあう事例も見られる。実在する業者を装ったフィッシングメールやSMSは手段が巧妙になってきており、正しい事業者からの送信かの判別も容易でないことが多い。送信されたメッセージ上の電話番号やURLをそのまま信用せず、自分で事業者の連絡先を検索するなどした上で事業者に連絡するなど、自ら被害にあわないよう日頃から十分に注意する必要がある。なりすましによる取引の場合、商品送付が必要ななりすまし取引については商品送付先を被害者とは別の住所にしたりするなど、被害者に被害が直ちにわかりにくくしている被害も多いため、フィッシングなどにあつた場合には、クレジットカード会社への被害申告、盗まれたと思われるIDとパスワードを利用したサイトの購入履歴などのこまめなチェックなどの被害直後のチェックや、日頃利用する購入サイトでのクレジットカード情報の登録の有無、セキュリティコード入力や3Dセキュア導入の有無といったセキュリティ充実度の確認など被害者のなりすまし対応も求められる。

通販の取引トラブルでは、定期購入については、今年6月に公布された改正特定商取引法で表示義務について誤認表示等に関して直罰や誤認表示による取消権規定の新設、契約解除の妨害行為の禁止規定などによってトラブルを抑制する規制ができたが、改正法施行は来年6月になると思われる。現在は、改正法施行までの周知・準備期間にあるため、改正法施行までは定期購入についてのトラブルは続く可能性があるし、施行された後の運用で定期購入トラブルがどのように推移するかを注視していかなければいけない。

届いた商品に不良があった場合や商品未着といった販売店とのトラブルもみられる。通販での返品については、特定商取引法では法定返品権が定められているが、これは理由を問わない返品についての規定である。業者から届いた商品の種類、品質や数量に問題がある場合には、販売事業者の債務不履行責任・契約不適合責任の問題であり、任意の解除の問題ではなく代品請求や法定解除の問題として処理することを第一に考えなければならない。利用規約で定められる部分（任意規定）と民法の強行規定についての切り分け、任意規定についての不当条項の該当性の判断のもとに、契約内容を確定して、債務不履行や契約不適合責任、規約違反の可能性を判断していくことになるが、事業者によっては契約関係の書面やデータの確認ができないため契約内容の確定ができないケースもある。インターネット取引の場合は利用規約の形で契約内容が公表されている場合もあるが（ネット上で確認できたとしても、契約当時から公表されている利用規約を内容として契約したかの確定が容易でないこともある。）、そうでない場合には契約内容の確定に困難が伴うケースもあり、インターネット取引の契約ルールとして今後明確な規律が必要ではないだろうか。

来年4月1日より成年年齢が18歳に引き下げられるが、未成年者のゲーム利用については、課金について意味の理解があると思われる高校生・大学生年代の若年成年についてはそれほど影響はないかもしれない。ゲーム利用などのインターネット利用のトラブルの未成年者取消による解決としては、幼児、小学生など比較的課金の理解が十分でない未成年者が利用してしまい親への課金請求をみて発覚するというものが多いのでこの年代の処理が残ることが予想される。逆に未成年者取消が利用できなくなる18歳以上の若年成年者の投資関連の詐欺的取引や連鎖販売取引等のインターネット利用をした投資関連被害は増加する可能性がある。成年年齢引き下げのインターネット取引での影響も十分注視していく必要がある。

今後、ネット上だけで完結する取引被害よりも、リアルな接触も併用された上で、ネット利用をして契約する通販まがい被害の増加も想定されうる。現在でも、リアルな接触や電話などの通話の交流をもちつつ勧誘をし、取引はネット上で行って通信販売であると主張するケースもみられている。インターネットを介した取引であるからといって単純にクーリングオフが認められず民事効規定が限られている通信販売として解決することは問題があるだろう。インターネットを介した取引については本来別途の取引類型として検討していくべき必要があるのではないだろうか。

小規模の個人事業主からの相談も入っている。しかしながら、消費者と事業者との間の消

費者トラブルではないため、別途対応が必要なのが実情である。消費者相談としては扱えないのが現状であるが、情報と交渉力の格差という点では、小規模個人事業主も同様の特性をもち、個人のクレジットカードで決済したりすることもあり被害実情はほとんどほかの消費者被害と変わらない。海外でも小規模事業者を排除しないか別途保護を与える動きもある。インターネット取引では、逆の面でB2CなのかC2Cなのかという切り分けも非常に困難な問題になってきており、今年成立した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ではB2C取引だけが適用対象となっている。法的な消費者保護の外延を画する消費者概念自体の拡張や再検討も必要になってきているといえる。

デジタルプラットフォームとの関係では、消費者の利用を事業者が利用規約違反を理由に停止するケースもあった。一定規模の各種サービスを提供しているプラットフォームでは利用者がひとつのIDに紐付けされていることもあり、ひとつのサービスの停止をされてID自体の停止をされるとすべてのサービス利用ができなくなる可能性もあることは指摘しておく。事業者が利用規約違反によるサンクションを与える場合には、理由開示や事前告知・弁明の機会も与えずにID停止を継続し続けることは事業者の恣意的なサービス停止を認めることにもなり、適法とは認められないのではないだろうか。

以上

IV. 提言・要望

IV-1 提言・要望

今年度の「ネット通販なんでも 110 番」で受付けたネット取引の相談は 83 件、その内、通信販売は 70 件と突出していましたが、訪問販売の 4 件もきっかけはネット広告でした。中でも、在宅ワークなどで生活様式が変化した 40 代 50 代の給与生活者からの相談が過半数を占めました。また SNS などをきっかけにネットを通して見えない相手とかかわり、トラブルにあってることが相談を通して浮き彫りになりました。

【インターネット通販に係わる事業者へ】

定期購入について

消費者庁は、顧客の意に反して通信販売に係る売買契約の申込をさせようとする行為として、複数の事業者に通販の業務の一部停止を命じる行政処分をしていますが、相変わらず定期購入の相談は減っていません。2021 年 6 月に改正された「特定商取引法」では① 定期購入でないことと誤認させる表示等に対する直罰化（第 12 条の 6）、② 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（第 15 条の 4）が導入されましたが、事業者には法律の遵守はもとより、消費者が誤認しない、誤認しようのないわかりやすい表示を求めます。次回発送日、返品保証を設けている場合は返品保証の条件についても、申込み時に消費者が確認できるよう、明記してください。

インターネットに不慣れな高齢者に対しては、解約はウェブやメッセージアプリだけでなく電話等の選択肢も広げて、消費者に寄り添う消費者対応窓口の充実と素早い対応を望みます。

また、アフィリエイトによる広告についても、事業者の責任においてチェックし、必要があれば改善の申入れなどの対策をとることが必要であると考えます。

【暮らしのレスキューに係わる事業者へ】

ネット広告と実際の請求価格とが乖離している場合は、消費者から請求していたとしても訪問販売の適用除外である来訪要請にはあたらないと、消費者庁で明確な解釈を出しています。暮らしのレスキュー事業者には、ホームページ上に作業工程を記載し、具体的な作業内容と価格を明示することを求めます。またトラブル回避に向けて、作業前に作業内容と見積の提示、消費者の意思確認をして消費者の理解を取ってください。また、見積もりのみを依頼されたときは、そのまま作業を続けることのないようにしてください。

【副業・情報商材に係わる事業者へ】

消費者の利益を不当に害するおそれのある、虚偽・誇大な広告・表示、不実告知および断定的判断の提供を行っていると思われる事案が多く、トラブルが絶えません。またお金がない若者に消費者金融でお金を借りさせる禁止行為も目立ちます。訪問販売や電話勧誘販売に

該当する場合は、契約書面等の法定書面を交付することも含め、法令遵守と契約内容の明確化、トラブル回避のための窓口の開設を望みます。

【デジタルプラットフォーム運営事業者へ】

ネット通販、フリマサイト、オークションサイトはもとより、暮らしのレスキューサービスからマッチングアプリ等々、事業者と消費者の多くの取引にデジタルプラットフォームが関わっています。2021年に公布された「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」では、取引デジタルプラットフォーム事業者に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こと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が課せられています。事業者と消費者間でトラブルになった場合、当事者間で解決できないときは取引デジタルプラットフォーム事業者があっせん解決に努めるよう、法律が実効性のあるものとなるよう、要望します。

【消費者へ】

新型コロナの影響で、新しい生活様式が日常となりました。リモートワークも根付き、オンラインで繋がる社会では、顔の見えない相手と取引をする機会が益々増えると思われれます。越境取引、複雑化する決済手段、サブスクリプション契約等々、便利な反面、より消費者のネットリテラシーが求められます。

ネット通販では、契約内容や解約条件など重要事項は必ず確認する習慣をつけましょう。注文する前に販売会社の住所を検索したり、電話がにつながるか確認したりすることも有効です。通常と比べて著しく安価、代金が個人口座への振込み、「特定商取引法」に基づく表示の内容が不十分、という事業者との取引は避けて下さい。

さらに、ホームページの日本語表記が不自然なサイトや、支払い方法が現金のみのサイトとの取引は慎重にした方が賢明だと思います。

ターゲティング広告の場合、第三者が広告内容を確認できないことがあります。広告などはスクリーンショットで保存しておくことが大切です。

副業や儲け話のトラブルが多く入っています。「簡単に儲かる」等の広告やSNS、知人の誘いはうのみにせず、関わらないことです。最近はオンラインサロン内での勧誘や契約が問題となっています。メッセージアプリなどの繋がりがしかない場合、その手段が切れてしまうと相手と連絡がとれず被害回復もできないことを覚えておいてください。

フリマサイトやオークションサイトなど消費者間の取引の場合、消費生活センター等は原則あっせんが出来ません。取引前に規約やガイドラインをよく読み、商品・サービス、表

示内容等をチェックしてください。それでもトラブルになる場合はデジタルプラットフォーム運営事業者に早急に相談してください。

暮らしのレスキューサービスについては、作業の前に事業者から作業内容と費用を確認してください。また緊急に備えて、事前に情報を入手しておきましょう。

ワンクリック請求は、知識があれば防げるトラブルです。しかし、未成年者は契約に関する知識を持たないまま消費行動をすることで、トラブルになることが多くあります。アダルトサイトやゲーム課金の場合、未成年者の契約かどうかが把握しづらく、未成年者取消しへの対応に慎重な事業者も存在します。未成年者をゲーム課金やゲーム依存から守るためには、事業者が設定したペアレンタルコントロール等の機能だけに頼るのではなく、親権者と事業者の双方が子どもの行動や心に寄り添いながら防止する方法を考えることが大切です。

2022年には、成年年齢が引き下げられます。社会経験の浅い若年層や、外の社会とのつながりが薄く情報の多くをネットから得ている人は、トラブルの標的になりやすいようです。被害を防ぐための対策を日頃から心がけましょう。

IV-2 関係機関への要望

2021年12月17日、以下の要望書を関係省庁に送りました。

(送付先)

- | | | |
|--------------------|-----|----------|
| ・消費者委員会 | 委員長 | 後藤 卷則 様 |
| ・消費者庁 | 長官 | 伊藤 明子 様 |
| 消費者政策課 | 課長 | 吉田 恭子 様 |
| 消費者制度課 | 課長 | 黒木 理恵 様 |
| 消費者教育推進課 | 課長 | 吉村 紀一郎 様 |
| 地方協力課 | 課長 | 小堀 厚司 様 |
| 取引対策課 | 課長 | 奥山 剛 様 |
| 表示対策課 | 課長 | 南 雅晴 様 |
| ・経済産業省 商務・サービスグループ | | |
| 消費・流通政策課 | 課長 | 中野 剛志 様 |
| 商取引監督課 | 課長 | 刀禰 正樹 様 |
| ・警察庁 御中 | | |

消費者トラブル防止に関する要望書 「ネット取引なんでも 110 番を実施して」

時下、貴職ますますご清祥のこととお慶び申し上げます。

当協会（NACS）は、創設以来時宜を得たテーマで毎年 110 番活動を実施しています。今年度は 10 月の毎週土曜日・日曜日、8 日間、「ネット取引なんでも 110 番～ネット通販、スポーツクラブ、旅行、結婚式場、新型コロナウイルス関連などなど～」というテーマで実施いたしました。

新型コロナウイルスの影響を受けた「巣ごもり生活」が続き、「新しい生活様式」の中でインターネットの利用者が増えました。ネット取引は幅広い年代の消費者に身近なものとなりましたが、一方でネットに慣れない高齢者や未成年者のトラブルも増えました。ここ数年問題になっている、「低価格でのお試しだけのつもりで注文したのに、〇回購入が条件の定期購入だった」というトラブルは、意図しない契約をさせたということで販売事業者数社が消費者庁の措置命令を受けましたが、未だに消費者被害が減りません。特にスマートフォンの操作に不慣れな高齢者や低価格ということから未成年者のトラブルも多くなっています。

また、未成年者についていえば、スマートフォンやゲーム機からオンラインゲームに高額

な課金をしたというトラブルも目立っています。コロナ禍による失業、減収の影響もあり、儲け話のノウハウである情報商材、簡単な作業で確実に収入になると謳う副業の消費者被害も減りません。

インターネット取引は、契約に至るまで動画サイト、アフィリエイト、SNSでのやり取りなど消費者によっても経緯が異なることがあります。また、見えない相手との取引でもあります。さらに提供される商品やサービスの複雑化、決済方法の多様化、グローバル化もあり、解決も難しくなっています。

2021年6月16日に、「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」が公布されました。消費者関連の法律改正で消費者保護が図られつつありますが、また新たな問題点も出てきています。

今年の110番事業は「ネット取引」問題にフォーカスし、幅広い分野でのネット取引に係るご相談を受け付けました。寄せられた相談、苦情内容を集計、抽出、分析し、その背景にある問題点を精査する中で下記のとおり意見・提言を取りまとめました。本書面による意見・要望が消費者被害の未然防止並びに消費者政策に反映されることを期待するものです。

記

1. 特定商取引法：通信販売におけるインターネット通販の規制の強化を求めます。

新型コロナウイルス感染拡大に伴って、通信販売、特にインターネット通販の利用が拡大し、トラブルも多く発生しています。

①「定期購入」に関しては、2021年6月に成立した特定商取引法の改正で、「詐欺的な定期購入商法」対策として、取消権の民事ルールも導入され、「通信販売の申込み段階における表示についてのガイドライン（案）」も公表されました。この具体的に示されたガイドラインにより、取消権の民事ルールで消費者トラブルが防止されると期待するところです。ただし、今回のガイドラインは、申し込みの「最終確認画面」についての規制です。ネット通販は消費者が広告やホームページに記載された情報で、「お試し」や「初回無料」と大きく記載された表示を見て、格安で試せるのだと誤認して申し込むことが多いと思います。「定期購入」トラブルを解消するためには、ガイドラインの「最終確認画面」の規制だけでなく、入り口の広告表示についても、「定期購入でない」と誤認させる表示」としてガイドラインで示されることを要望します。

②ネット通販で、ブランド品が格安に販売されているサイトに申し込んだら、商品が届かない、また粗悪な商品が届いたというトラブルが、依然として多く発生しています。大手通販モールに出店している事業者であれば、2021年5月に成立した「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に関する法律」で、デジタルプラットフォーム事業者に対応を求められますが、偽ブランド品の販売サイトは、多くが大手通販モ

ールに出店していない、自社サイトです。従って、サイトが返品・返金等に応じないと、代金を現金で支払っている場合は、被害回復が容易ではありません。消費者庁で、2020年4月7日に偽ブランド品を販売していた13事業者に対して、特定商取引法に基づく行政処分（公示送達）がされ、消費者安全法第38条1項の規定に基づき、注意喚起がされました。しかし、同様の偽サイトは多く、今後も継続して消費者庁でPIO-NET情報に基づく被害を検証した上で、迅速な処分や注意喚起が望まれます。

2. 「特定商取引に関する法律の解説」の中で、適用除外（第26条）に関する通達として解説を求めます。

①トイレの詰まりや鍵の開錠サービス等、レスキューサービスを、ネット広告で安価な表示を見て申し込んだら、高額な修理費の請求をされたというトラブルが後を絶ちません。

このような状況を鑑みて、消費者庁から2021年8月18日に「訪問販売等の適用除外に関するQ&A」が公表され、来訪要請の解釈を明確に示されました。消費者から相談を受けた時に、この法律の解釈を示して、クーリング・オフの適用を求めることがありますが、事業者は「特定商取引に関する法律の解説（逐条解説）」の中で示されていないとして、来訪要請を主張し、クーリング・オフを認めない事例が多々あります。

今後、「特定商取引に関する法律の解説（逐条解説）」の中で、通達として明確に示して同様のトラブルが解決できることを要望します。

②さらに同様のトラブルで、A社がホームページに広告を出して、電話の受け付け業務を行い、そこから紹介されたB社が、実際の修理サービスを行うというシステムになっていることが多くなっています。契約した消費者は、トラブル発生時に、契約書に記載されたB社に申し出をしても対応されず、A社にB社を紹介した責任を問いますが、消費者と直接契約関係がないとして、全く対応されないケースが殆どです。

しかし、実態はA社とB社は役割分担をして、修理サービス業務を行っていることのできるため、本件のような受付業務を行っている事業者も、一体として特定商取引法の規制を受けることを、通達で明確に示されることを要望します。

3. 副業、情報商材等の契約において、特定商取引法、景品表示法の規制の強化を求めます。

コロナ禍を背景に、少しでも収入を得たいと願う消費者が、「簡単に高収入が得られる」というSNSの広告に煽られ、自分も多額の儲けが簡単に得られると信じて、副業のためのコーチング契約や高額な情報商材等の契約をするが、儲からないというトラブルが増えています。

①特定商取引法：通信販売

特定商取引法通信販売に関しては広告規定（法第 11 条）があり、事業者は取引条件や事業者の氏名、住所、電話番号（必ず繋がる）等を表示する義務がありますが、副業に関する事業者は、電話番号表記があっても、実際には電話連絡が取れないことが多くなっています。また、誇大な広告や虚偽の広告は禁止（法第 12 条）されていますが、虚偽・誇大広告には罰則規定のみで契約取消権はありません。今後継続して本件のようなトラブル状況を検証し、虚偽・誇大の基準を明確化した上で、通信販売の虚偽・誇大広告に取消権の導入が望まれます。

②特定商取引法：業務提供誘引販売取引

特定商取引法業務提供誘引販売取引の定義（法第 51 条）は、「提供する仕事で収入が得られると言って誘引し、そのために必要であると物品等を契約させる」となっています。該当すれば、書面交付義務があり、書面交付から 20 日間はクーリング・オフが行使できます。しかし、副業や情報商材の契約において、「確実に儲かる商材」と誘引していますが、その商材を使った業務を事業者が提供すると必ず約束しているとは言えず、定義に該当しなければ、業務提供誘引販売取引として解決は困難です。「内職商法」のトラブルを救済するために導入された規定ですが、問題が多い副業や情報商材のトラブルが業務提供誘引販売取引として解決できるよう、定義規定の見直しを要望します。

③特定商取引法：電話勧誘販売

高額な情報商材の契約において、最初に 1 万円程度の情報商材を購入させ、その後に執のような電話勧誘により著しく高額な情報商材を購入させるというトラブルがあり、当該契約は、特定商取引法電話勧誘販売に該当すると思われます。しかし、事業者は電話勧誘販売を認めないため、電話勧誘販売としての書面不交付、クーリング・オフ等で解決することは困難です。消費者庁で 2020 年 3 月に同様の勧誘で高額な情報商材の契約をさせていた事業者 4 社に関して、消費者安全法第 38 条第 1 項の規定に基づき、注意喚起がされています。しかし、これまで特定商取引法電話勧誘販売の違反行為を示して、処分された事案はありません。今後、同様トラブルを電話勧誘販売として解決できるよう、特定商取引法電話勧誘販売として、行政処分及び通達で解釈を明確化されることを要望します。

④景品表示法：有利誤認、優良誤認（打消し表示）

副業や情報商材を販売する事業者のホームページには「初期投資なしで絶対儲かる」「誰でも利益が出る」等の表示をしていますが、事業者情報（特定商取引法の表記）において、「だれでも利益がでることは約束していない」という打消し表示をしていることが多く、利益がでないと申し出ても、この打消し表示を理由に解約に応じないというケースがあります。2018 年 6 月に消費者庁より公表された「打消し表示に関する表示

方法及び表示内容に関する留意点（実態調査報告書のまとめ）で、強調表示と打消し表示とが矛盾するような場合は、一般消費者に誤認され、景品表示法上（有利誤認、優良誤認）問題となるおそれがあると報告されています。

今後、同様トラブルを継続して検証し、打消し表示は景品表示法で規制されるよう要望します。

4. 特定商取引法：連鎖販売取引の規制の強化を求めます。

SNSで知り合った相手から誘われ、投資の説明会に参加したら、暗号資産やFX投資について継続してコンサルを受けて儲けようと高額な入会金を支払わせる等、若者を中心に役務のマルチ商法（モノなしマルチ）のトラブルが増加しています。

また、最初は投資の話だけで、契約後に「人を紹介すれば報酬が得られる」という説明を受ける、「後出しマルチ」のトラブルもあります。

2021年4月から成年年齢が18歳に引き下げられると、今後18歳の若者も連鎖販売取引のトラブルに遭うことが予想されます。

①特定商取引法連鎖販売取引には、クーリング・オフ規定や中途解約権も導入されていますが、単なる商品・役務・権利の契約と違い、仕組みが複雑な取引であることから、クーリング・オフ期間の延長や、中途解約権の条件の検討が必要だと思えます。

②資力の乏しい若者が連鎖販売取引で、被害者だけでなく加害者にもならないよう、若年成人（例えば22歳以下）との連鎖販売取引の禁止、また禁止された若年成人については、当該契約の申込み又はその承諾の意思表示を取り消すことができる等の規制強化が望まれます。

③「後出しマルチ」は、誘引時に特定利益を収受しうることを明らかにしない点に特徴があり、原則、連鎖販売取引の定義に該当しないと思われます。

しかし、誘因時に特定負担と特定利益を告げる連鎖販売取引と同じ問題点があることから、「勧誘時に特定利益に関する説明を告げず、契約締結後に初めて特定利益を告げる契約」も、連鎖販売取引に該当することを明確にして、定義規定の見直しを要望します。

④さらに、行政と消費者団体とが連携して、「簡単な儲け話は決してない」「仕組みの分からない儲け話に手を出さない」改めてこのような啓発や消費者教育の効果的な方法を検討することが喫緊の課題と思われます。

5. 警察と消費者庁、経済産業省等の連携で、詐欺的な悪質事業者の取締り強化を求めます。

詐欺的なネット通販のトラブルや、SNSで誘われた、相手が特定できないようなロマンス詐欺等の被害も多く発生していますが、これらの被害は消費者関連法では解決できない被害です。警察庁では、詐欺等の犯罪の未然防止、取締りとして、全府省庁と連携して取り組みを推進するとされています。ネット取引においても、今後も新手の詐欺的トラブルが発生すると思われるので、警察と全府省庁と連携を強化して、被害の未然防止、拡大防止に繋がるよう取締りの強化を要望します。

以上

『 NACS「なんでも 110 番」一覧 』

昭和 63 年 (1988 年) 「高齢者なんでも 110 番」	平成 17 年 (2005 年) 「金融サービストラブルなんでも 110 番」
平成元年 (1989 年) 「生活設計なんでも 110 番」	平成 18 年 (2006 年) 「クレジット・ローンなんでも 110 番」
平成 2 年 (1990 年) 「クレジットなんでも 110 番」	平成 19 年 (2007 年) 「クレジットなんでも 110 番」
平成 3 年 (1991 年) 「旅行なんでも 110 番」	平成 20 年 (2008 年) 「通信なんでも 110 番」
平成 4 年 (1992 年) 「塾・英会話・エステなんでも 110 番」	平成 21 年 (2009 年) 「カードなんでも 110 番」
平成 5 年 (1993 年) 「資格商法なんでも 110 番」	平成 22 年 (2010 年) 「サギ商法なんでも 110 番」
平成 6 年 (1994 年) 「商品事故なんでも 110 番」	平成 23 年 (2011 年) 「通信トラブルなんでも 110 番」
平成 7 年 (1995 年) 「金融商品なんでも 110 番」	平成 24 年 (2012 年) 「キャンセルなんでも 110 番」
平成 8 年 (1996 年) 「金融商品なんでも 110 番」	平成 25 年 (2013 年) 「健康食品なんでも 110 番」
平成 9 年 (1997 年) 「通信トラブルなんでも 110 番」	平成 26 年 (2014 年) 「ネット取引なんでも 110 番」
平成 10 年 (1998 年) 「契約トラブルなんでも 110 番」	平成 27 年 (2015 年)「高齢者・障がい者 消費者トラブルなんでも 110 番」
平成 11 年 (1999 年) 「インターネットトラブルなんでも 110 番」	平成 28 年 (2016 年) 「広告・宣伝・表示なんでも 110 番」
平成 12 年 (2000 年) 「儲け話なんでも 110 番」	平成 29 年 (2017 年) 「訪問販売・電話勧誘販売なんでも 110 番」
平成 13 年 (2001 年) 「金融トラブルなんでも 110 番」	平成 30 年 (2018 年) 「不当請求・架空請求なんでも 110 番」
平成 14 年 (2002 年) 「くらしの契約トラブルなんでも 110 番」	令和元年 (2019 年) 「もうけ話、怪しい勧誘・広告なんでも 110 番」
平成 15 年 (2003 年) 「継続サービス契約トラブルなんでも 110 番」	令和 2 年 (2020 年) 「キャンセルなんでも 110 番」
平成 16 年 (2004 年) 「通信サービストラブルなんでも 110 番」	

110 番対応者

東京

大井菜子 小西和恵 角濱ひとみ 木村嘉子 金藤博子 佐竹愛子
 大道不二子 武井紀子 中野子礼子 長谷川ゆかり 福長恵子 松本恭子
 武藤京子 山本いく子

大阪

乾摂子 桑村文子 沢井馨子 田村朋子 中野賀予子 西田智子
 林多恵 福井多恵子 町田弘美 丸山なぎさ 山口知香

アドバイザー : 弁護士 高木篤夫

報告書作成者 (◎は責任者)

◎福長恵子 伊東広美 香浦奈美 角濱ひとみ 亀田康子 佐竹愛子
 武井紀子 大道不二子 中野子礼子 樋口容子 山口知香

★110 番当日に発表した速報と報告書の実数、分析の結果が多少異なることをお断りいたします。無断転載禁止。

発行 2021年12月

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

〒102-0071 東京都千代田区富士見2-4-6 宝5号館2F

TEL 03-6434-1125

FAX 03-6434-1161

HP <https://nacs.or.jp/>

本報告書の内容は、無断転載を禁止します。

nacs

NIPPON ASSOCIATION OF CONSUMER SPECIALISTS