

NACS

ネット取引なんでも 110 番

～ネット広告、副業サイト、定期購入などなど～

報告書



2023 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

2023 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
～ネット広告、副業サイト、定期購入などなど～

目 次

	ページ
NACS110 番（2023 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. ネット広告	・・・ 14
ネット通販、定期購入、サブスクリプション、詐欺サイト、レスキュー商法	
2. 副業関連	・・・ 21
3. その他	
フィッシング詐欺、不正利用、アダルトサイト	・・・ 27
III-2 アドバイザーコメント	・・・ 33
IV. 提言・要望	
IV-1 提言・要望	・・・ 36
IV-2 関係機関への要望	・・・ 41
『NACS「なんでも 110 番」一覧』・110 番対応者	・・・ 46

NACS 110 番（2023 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(2023 年度)の報告書をお届けします。

NACS 110 番は、今回で 36 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参りました。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～ネット広告、副業サイト、定期購入などなど～」というもので、昨年度に続いて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影響による新しい生活様式への変化と老若男女を問わず様々な年代にスマートフォンが普及したことにより、多くの消費者がインターネットによる様々なサービスを日常的に利用する機会が増えました。それに伴い、ネット広告や SNS を起因とするトラブルも増加しているのではないかと考えた次第です。特定商取引法では特定申込に係る通信販売の取消権の新設、景品表示法ではステルスマーケティングの規制追加など消費者保護のための法改正がなされてきたところです。今回の 110 番ではこれらの点についても注意を払いました。

東京相談室では 10 月 8、15、22、29 日（日曜日）、大阪相談室では 10 月 7、14、21、28 日（土曜日）に実施しました。相談受付件数は、東京・大阪合計で 66 件に上りました。相談内容は多岐にわたっていますが、予想通りネット取引の相談が最も多く 8 割を超えました。無料で試せると言うコンタクトレンズが定期購入になっていてやめられない、心当たりがないセキュリティソフトの料金が長期間引落されていることに気づいたなど、初回無料や初月無料で誘引する定期購入やサブスクリプションに関する相談が寄せられました。また、ブランドのバッグが格安だったので注文したら前払いで個人名の口座への振込みを指示された、日本製と表示されていた電化製品が外国製だったなど、詐欺や虚偽広告の疑いのある取引の相談も入りました。近年苦情が多発している暮らしのレスキューサービスでは、ロードサービスや害虫駆除に関する相談が入りました。20～30 代の若年層からは、副業紹介サイトに登録したら、誰でも簡単に高収入が得られると勧誘され、情報商材の購入やサポート契約をして債務だけが残ったという相談が寄せられました。また、80 代の母親がスマホで有名人を騙る投資詐欺に騙されて高額な資金を振り込んでしまった、フィッシングメールに騙されてクレジットカードを不正利用された、マッチングアプリで知り合った人に頼まれて入会した結婚紹介所がなくなり相手とも連絡不能になったなど、老若男女を問わずインターネットの匿名性を悪用した様々な詐欺の被害が増えているように思います。

定期購入やサブスクリプションに関しては、行政による注意喚起やネットの口コミ情報により用心する消費者が増えてきた一方で、情報リテラシーに弱い高齢者を対象とした商品ヘシフトし、広告の途中で消費者を意図せず定期購入に誘導するなどダークパターンの手法はより巧妙化しているようです。

インターネットが幅広い世代に普及し誰もがその利便性の恩恵を受けられる社会において、一部の悪質事業者や詐欺業者によって消費者が被害に遭うことがないように、各法律の枠に留まらないインターネット取引全体を包括的にカバーする規制の見直しが必要な時が来ています。

寄せられた相談については、問題点の抽出、分析を行い、関係機関への提言、消費者啓発、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。

2023 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

～ネット広告、副業サイト、定期購入などなど～

全国の消費生活センターに寄せられた消費生活相談を、販売購入形態別に相談の割合の変化をみると、年齢を問わず、2020年から2022年までの3年間で、「通信販売」の割合が[※]増加しています。特にSNSをきっかけとした消費生活相談件数は、2022年は6万552件と過去最多となり、SNSの広告などをきっかけにトラブルが発生していることがわかります。

「高収入の副業をうたう広告に問合せした者に、高額な情報商材やコンサルティング契約を勧誘する事案」では、画面共有アプリをダウンロードさせた上で、遠隔操作により貸金業者から借金させるという悪質なケースも目立っています。さらにネット通販では、「詐欺的な定期購入」の相談が改正特定商取引法施行後も各消費生活センターに多く寄せられ、相談件数は過去最多になりました。高齢者のスマートフォン普及率の上昇に伴い、高齢消費者からの相談割合も過去最高となっています。

以上の観点から、2023年度の110番事業として、幅広い分野でのネット取引に係るご相談を受け付けることとしました。そして、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	: 大阪相談室：2023年10月7日、14日、21日、28日（土曜日） 東京相談室：2023年10月8日、15日、22日、29日（日曜日） いずれも午前10時～午後4時
相談方法	: 大阪 電話（06-4790-8110） 東京 電話（03-6450-6631）
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	: 志部 淳之介 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

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」 ～ネット広告、副業サイト、定期購入などなど～です。

ネット取引は、スマートフォンの普及に伴い幅広い年代の消費者に身近なものとなってはいますが、トラブルの対処方法についてよくわからず困惑するという現実があります。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、相談担当者が最新の情報を共有し且つ共通の認識をもって、110番当日に備えました。

東京

内容： 「近時のインターネット取引トラブルにおける消費者被害救済のためのケーススタディ」

日時： 2023年9月13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前副委員長
東京弁護士会消費者問題対策委員会委員長
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
東京都消費者被害救済委員会委員

大阪

内容： 「インターネット広告・表示に関わるトラブル事例と関連法規について」
～事例をもとに解決に必要な法知識を学ぶ～

日時： 2023年9月3日（日）10：00～12：00 オンライン（Zoom）

講師： 弁護士 志部 淳之介 氏

日弁連消費者問題対策委員会委員
近弁連消費者委員会委員
京都弁護士会消費者保護委員会副委員長

II. 相談受付概要

2023年度の110事業では、「ネット取引なんでも110番 ～ネット広告、副業サイト、定期購入などなど～」を、10月7日（土）、8日（日）、14日（土）、15日（日）、21日（土）、22日（日）、28日（土）、29日（日）の計8日間、大阪と東京の2か所で実施しました。相談件数は8日間で66件ありました。

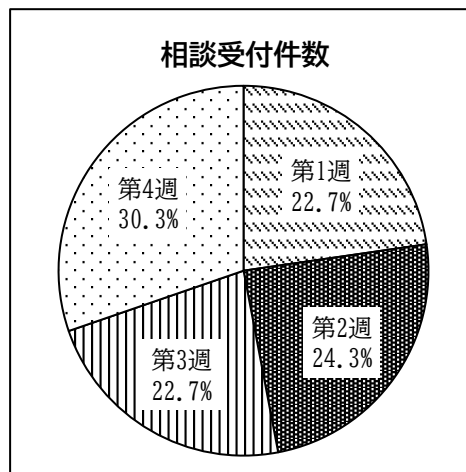
新型コロナウイルスの影響による新しい生活様式への変化と、老若男女を問わずスマートフォンが普及したことにより、多くの消費者がインターネットによる様々なサービスを日常的に利用する機会が増えました。その結果、ネットに不慣れな高齢者に限らず、未成年者にもトラブルが増え続けています。このような状況を受け、今年度のテーマを「ネット取引なんでも 110 番」とし、インターネット上の様々な広告に着目し、ネット取引に係るご相談を中心に受け付けしました。

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 66 件となりました。

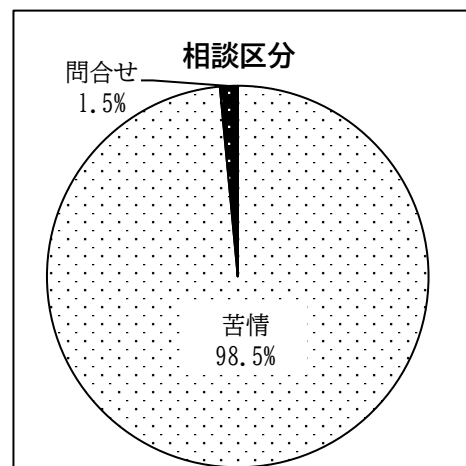
相談件数	大阪	東京	計	比率(%)
第1週	8 (7日)	7 (8日)	15	22.7%
第2週	10 (14日)	6 (15日)	16	24.3%
第3週	6 (21日)	9 (22日)	15	22.7%
第4週	13 (28日)	7 (29日)	20	30.3%
総計	37	29	66	100.00%



II-2 相談区分

相談区分別では、66件の相談のうち苦情が65件(98.5%)でした。

区分	計	比率(%)
苦情	65	98.5%
問合せ	1	1.5%
要望	0	0.0%
総計	66	100.0%



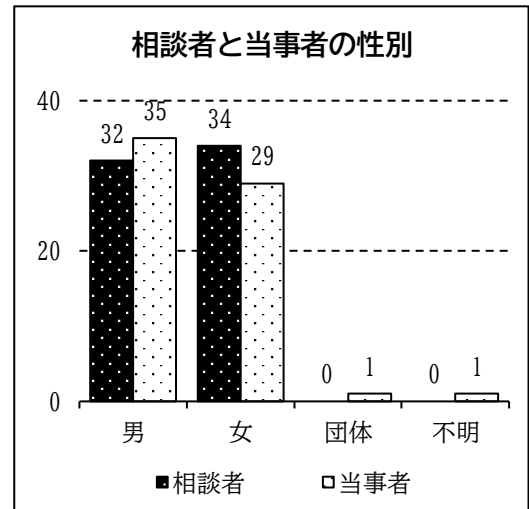
II-3 相談者・当事者の属性

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、当窓口に電話をしてきた者、当事者とは実際に契約を行っている、または事業者と相對している者をいいます。性別で見ると、相談者では男性32件、女性34件、当事者では男性35件、女性29件でした。

相談者の年代別では、20代、50代が18件と最も多く、次いで40代の11件でした。また、当事者が20代以下や60代以上のトラブルでは、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。

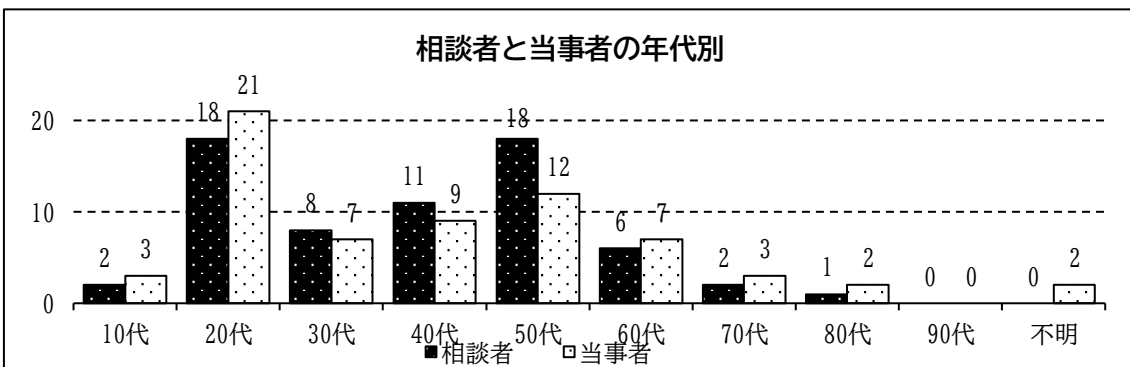
① 相談者・当事者の性別

性別	相談者	比率(%)	当事者	比率(%)
男	32	48.5%	35	53.0%
女	34	51.5%	29	44.0%
団体	0	0.0%	1	1.5%
不明	0	0.0%	1	1.5%
総計	66	100.0%	66	100.0%



② 相談者・当事者の年代別

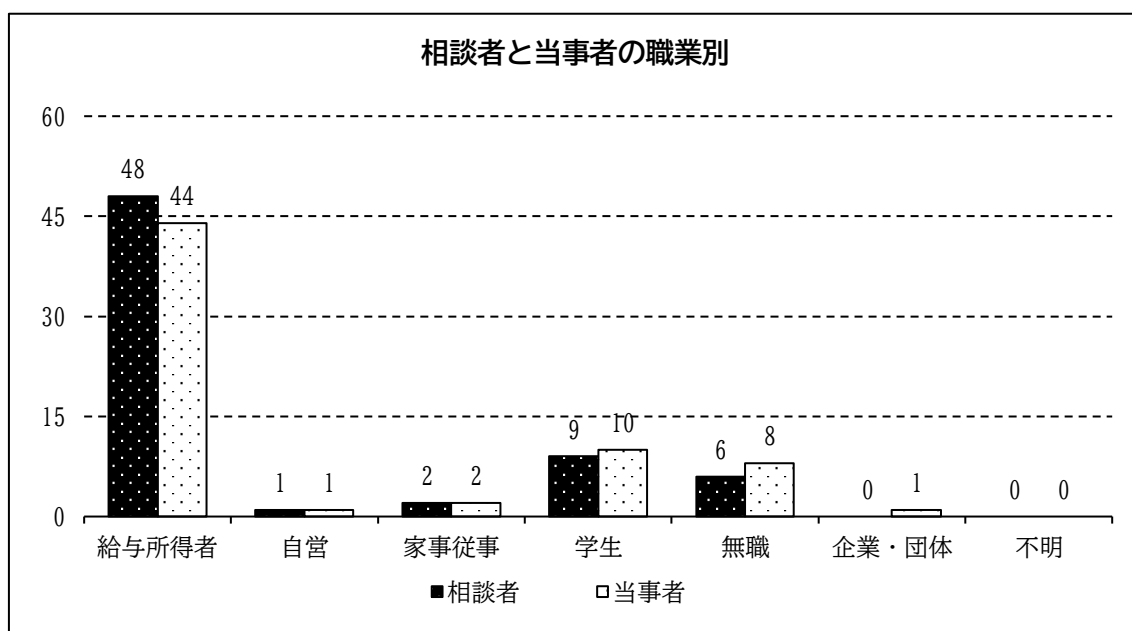
年代別	相談者	比率(%)	当事者	比率(%)
10代	2	3.0%	3	4.6%
20代	18	27.3%	21	31.8%
30代	8	12.1%	7	10.6%
40代	11	16.7%	9	13.6%
50代	18	27.3%	12	18.2%
60代	6	9.1%	7	10.6%
70代	2	3.0%	3	4.6%
80代	1	1.5%	2	3.0%
90代	0	0.0%	0	0.0%
不明	0	0.0%	2	3.0%
総計	66	100.0%	66	100.0%



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48件、当事者44件となりました。これは、NACSが年間を通じて実施している土日の相談窓口「ウィークエンド・テレホン(WET)」と同じ傾向であり、平日の日中は仕事で相談できない人が「110番」を利用したものと思われます。次に多い職業としては、相談者・当事者ともに学生でした。相談者が9件、当事者が10件でした。

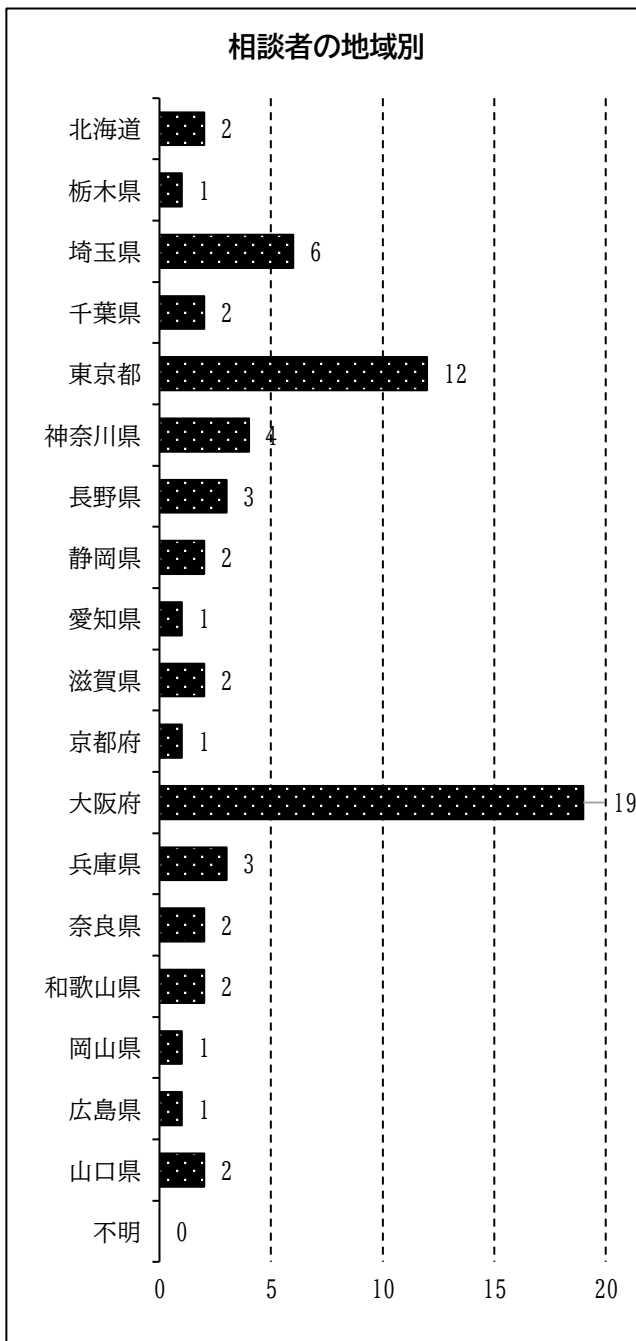
職業別	相談者	比率(%)	当事者	比率(%)
給与所得者	48	72.7%	44	66.7%
自営	1	1.5%	1	1.5%
家事従事	2	3.0%	2	3.0%
学生	9	13.7%	10	15.2%
無職	6	9.1%	8	12.1%
企業・団体	0	0.0%	1	1.5%
不明	0	0.0%	0	0.0%
総計	66	100.0%	66	100.0%



④ 相談者の地域別

相談者の居住地について分類すると、都道府県別で最も多かったのは大阪府19件、次いで東京都12件でした。3位は埼玉県の6件でした。北海道から山口県まで18の都道府県から相談がありました。

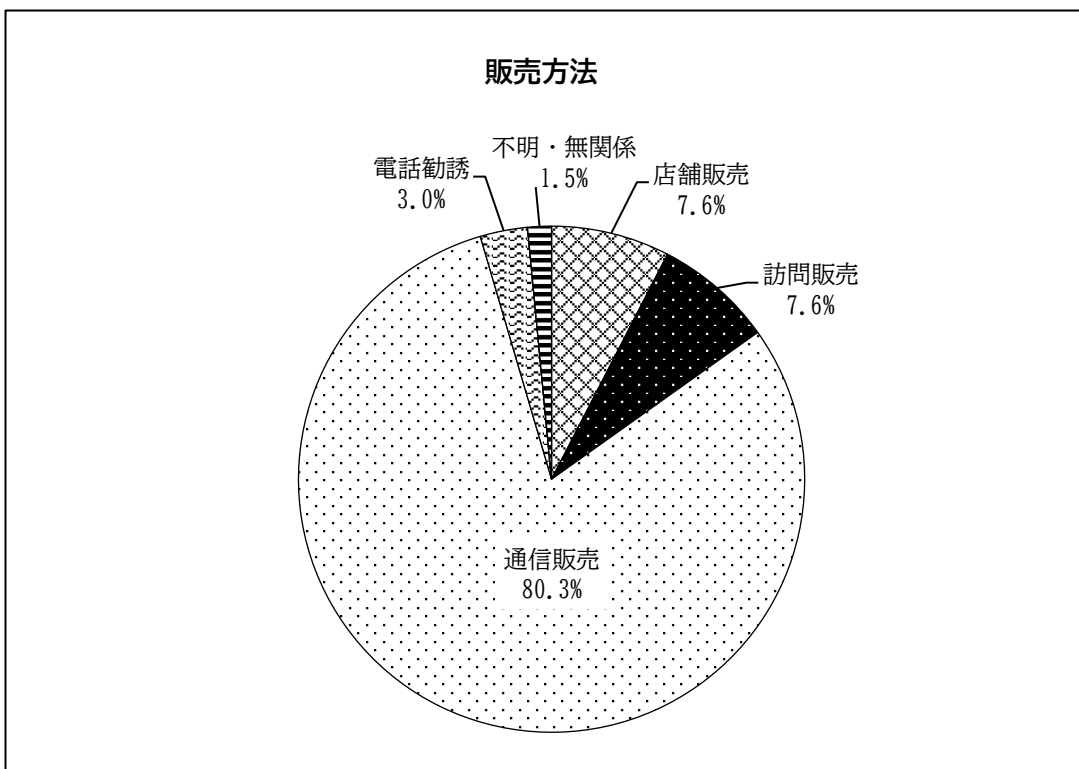
地域別	相談件数	比率(%)
北海道	2	3.0%
栃木県	1	1.5%
埼玉県	6	9.2%
千葉県	2	3.0%
東京都	12	18.3%
神奈川県	4	6.2%
長野県	3	4.5%
静岡県	2	3.0%
愛知県	1	1.5%
滋賀県	2	3.0%
京都府	1	1.5%
大阪府	19	28.8%
兵庫県	3	4.5%
奈良県	2	3.0%
和歌山県	2	3.0%
岡山県	1	1.5%
広島県	1	1.5%
山口県	2	3.0%
不明	0	0.0%
総計	66	100.0%



Ⅱ－４ 販売方法

販売方法別にみると、通信販売（ネット取引を含む）が53件と突出して多く、次に店舗販売と訪問販売の5件でした。

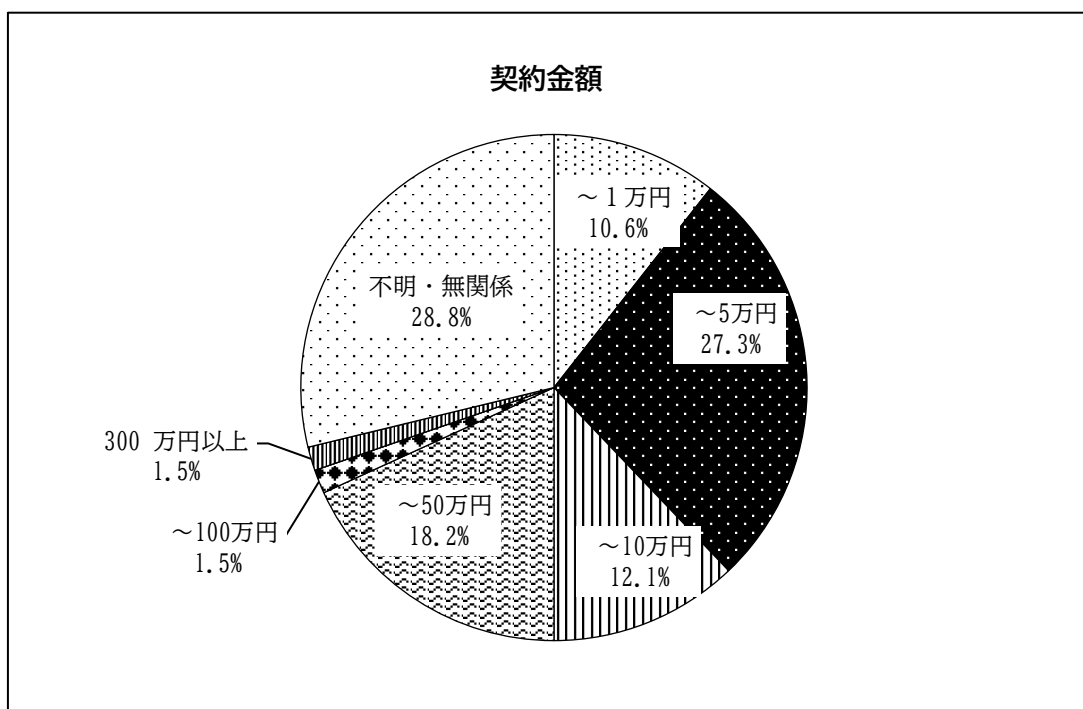
販売方法	計	比率(%)
店舗販売	5	7.6%
訪問販売	5	7.6%
通信販売	53	80.3%
電話勧誘	2	3.0%
マルチ	0	0.0%
その他	0	0.0%
不明・無関係	1	1.5%
総計	66	100.0%



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、1万円以上5万円未満が18件と最も多く、次いで10万円以上50万円未満が12件の順となっています。最大契約金額は1500万円でした。

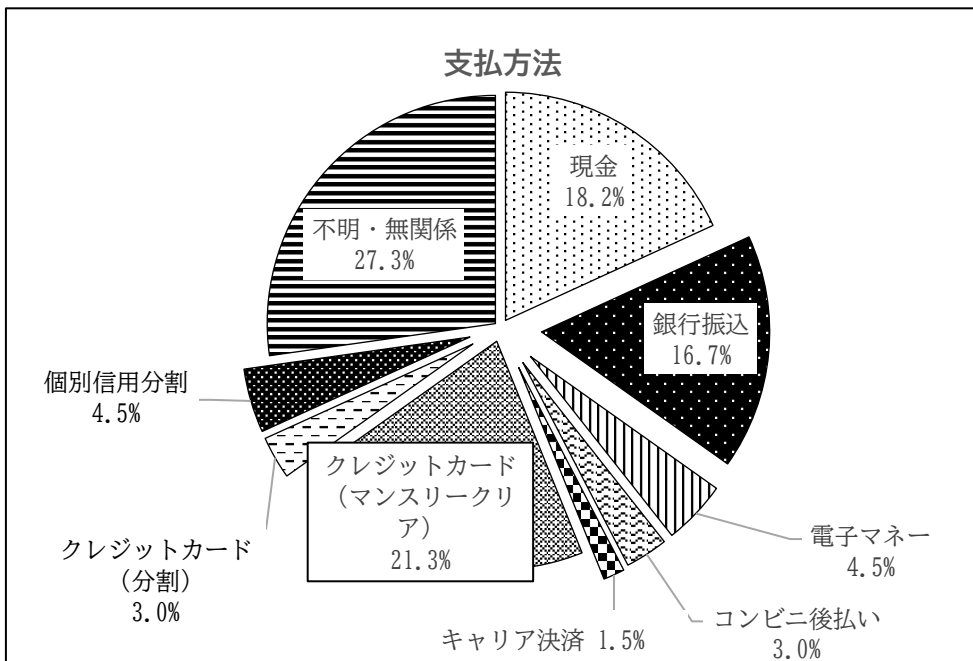
契約金額	計	比率(%)
～1万円	7	10.6%
～5万円	18	27.3%
～10万円	8	12.1%
～50万円	12	18.2%
～100万円	1	1.5%
～300万円	0	0.0%
300万円以上	1	1.5%
不明・無関係	19	28.8%
総計	66	100.0%



II-6 支払方法

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14件で最も多く、次いで現金払いが12件、銀行振込みが11件となりました。キャッシュレス決済が進む一方、詐欺サイトや偽サイト等では代金引換配達や銀行振込による決済が多いことによります。

支払方法	計	比率(%)
現金	12	18.2%
銀行振込	11	16.7%
電子マネー	3	4.5%
コンビニ後払い	2	3.0%
キャリア決済	1	1.5%
ポイント利用	0	0.0%
クレジットカード（マンスリークリア）	14	21.3%
クレジットカード（リボ）	0	0.0%
クレジットカード（分割）	2	3.0%
個別信用分割	3	4.5%
借金契約	0	0.0%
その他	0	0.0%
不明・無関係	18	27.3%
総計	66	100.0%



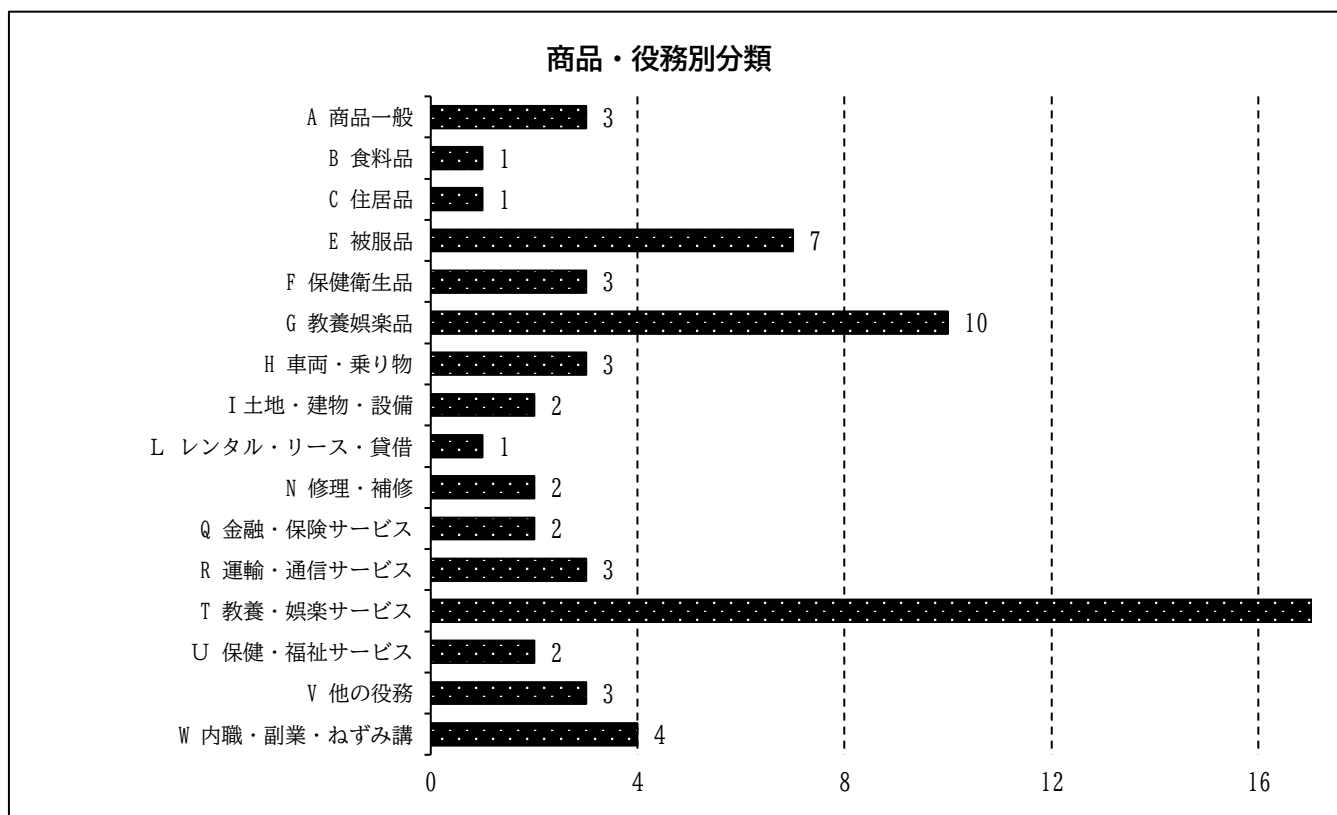
II-7 商品・役務別分類

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69件になっています。

商品	
A商品一般	3
B食料品	1
C住居品	1
D光熱水品	0
E被服品	7
F保健衛生品	3
G教養娯楽品	10
H車両・乗り物	3
I土地・建物・設備	2
J他の商品	0
商品（A～J）小計	30

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

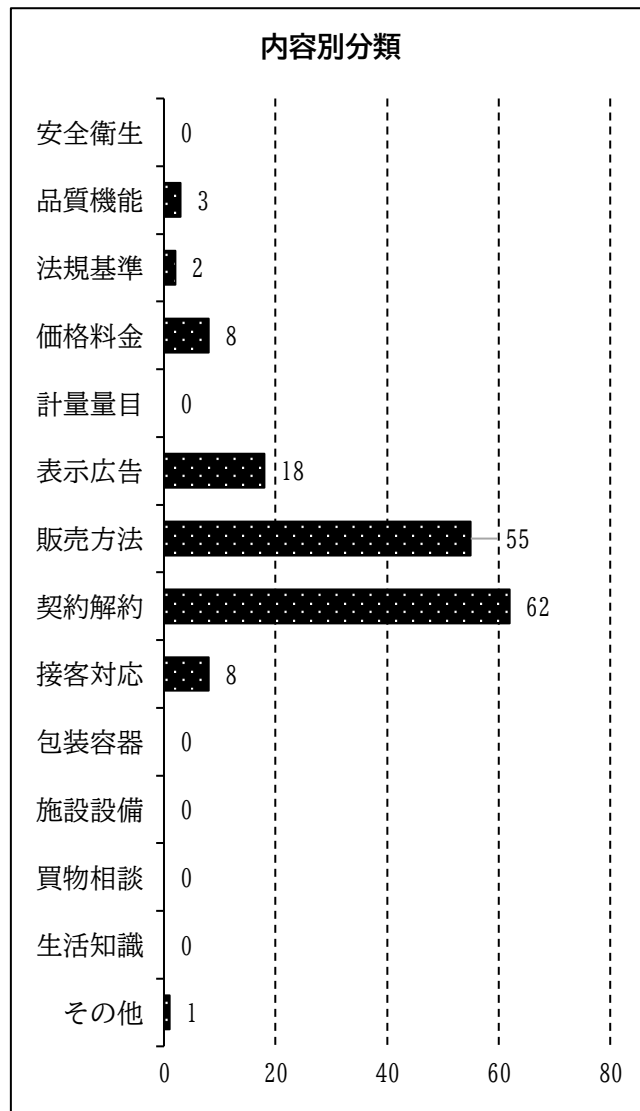
役務	
P役務一般	0
Q金融・保険サービス	2
R運輸・通信サービス	3
S教育サービス	0
T教養・娯楽サービス	22
U保健・福祉サービス	2
V他の役務	3
W内職・副業・ねずみ講	4
X他の行政サービス	0
役務（P～X）小計	36
Z他の相談	0
総計	69



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 62 件と最も多く、続いて販売方法 55 件、表示広告 18 件の順でした。

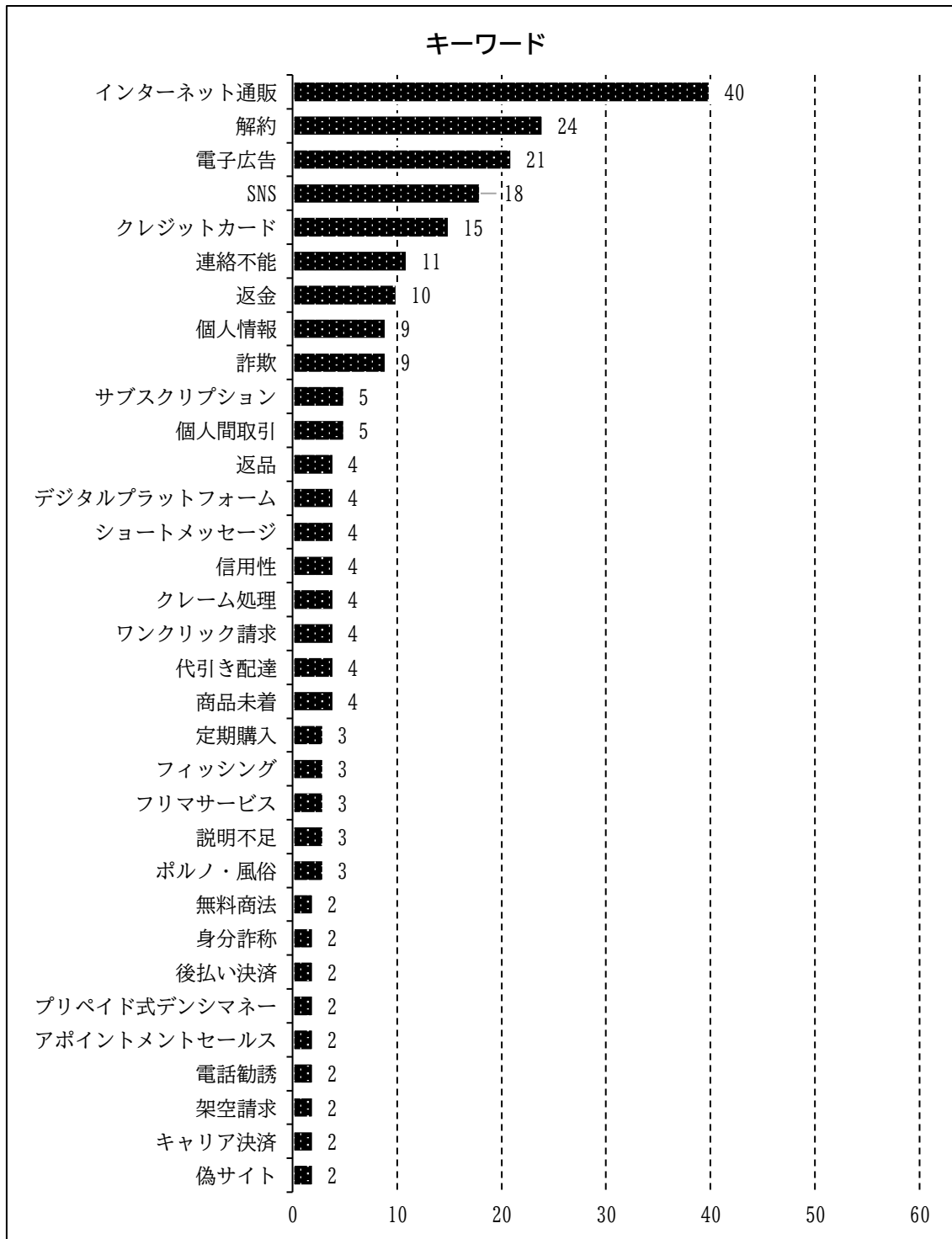
内容別分類	計	比率 (%)
安全衛生	0	0.0%
品質機能	3	1.9%
法規基準	2	1.3%
価格料金	8	5.1%
計量量目	0	0.0%
表示広告	18	11.5%
販売方法	55	35.0%
契約解約	62	39.5%
接客対応	8	5.1%
包装容器	0	0.0%
施設設備	0	0.0%
買物相談	0	0.0%
生活知識	0	0.0%
その他	1	0.6%
総計	157	100.0%



※内容別分類については複数回答項目
同一相談で複数の分類に属するものがあるため重複して計上されている。

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40件、2位が「解約」で24件、3位が「電子広告」で21件の順となりました。ネット取引と関連の深いキーワード「SNS」18件、「個人情報」9件、「デジタルプラットフォーム」4件、「ショートメッセージ」4件、「フィッシング」3件でした。



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. ネット広告に関する相談

① ネット通販

<インターネットショッピングモール内の販売店で電熱ベストを注文した。日本製と思っていたら中国製で、充電器も付属していなかったので返品したい。>

(契約年月：2023年10月8日 相談者：男性 80歳代 無職)

相談概要

1週間程前、インターネットショッピングモール内の販売店で電熱ベストを注文した。代金8,900円は、クレジットカードで決済した。本日届いた商品を確認すると、サイトには「日本製」とあったのに届いたものは中国製で、取扱説明書も日本語と中国語で記載されていて、バッテリーの接続方法がよく分からなかった。また、充電器が付属していると思っていたが、付いていなかった。返品するので返金して欲しい。

助言

通信販売の場合、返品や解約のルールは個々の事業者が定めた規約に則ることを説明した。しかし、製造国を偽っていたり、提供されるはずの付属品が不足していたりした場合は、「注文した内容と違うものが届いた」と主張し得るので、サイトの商品ページを再度確認し、販売店に返品交渉を行ってみよう伝えた。また、販売店が対応してくれなければショッピングモールを運営するプラットフォーマーに相談してみるよう付言した。

問題点

広告の表示と実際に届いた商品の内容が異なる場合、販売店に相違点を指摘して返品交渉を行う。本件のように、インターネットショッピングモール内の販売店でトラブルに遭った場合で、もし販売店が真摯に対応してくれなければショッピングモールを運営するプラットフォーマーに相談し協力を求めることになる。なお、商品に問題があり返品できる場合であっても、通常は返品期限が設けられていることが多いため、商品が手元に届いたらすぐに中身を見て問題がないか確認しなければならない。

商品を手にとって見るができないインターネット通販では、サイトの広告は、消費者が商品・サービスを選択する際の唯一の判断材料になる。事業者は消費者の誤認を招かないよう、商品の内容や取引条件を適切に表示しなければならない。また、消費者も商品やサービス内容、返品可否などの取引条件をしっかりと確認するとともに、後のトラブルに備え、スクリーンショットなどで広告の画面を保存することを心がけておくことが望ましい。

② ネットオークション

<オークションサイトでバッグを落札した後に、出品者から商品を用意できないと連絡があった。在庫がないのに商品写真を使い回しているのは問題だ。>

(契約年月：2023年 相談者：男性 60歳代 給与所得者)

相談概要

大手オークションサイトで、ブランドのボストンバッグを落札し、代金 168,000 円はコンビニから前払いした。しかしその後、出品者から「落札してもらったゴールドのファスナーのバッグの在庫がないので、違うものに替えてもらえないか」とメールが来た。この出品者は多数出品していて、商品写真を使い回しているとのことだった。違うバッグは欲しくないで断ったら、出品者から取引がキャンセルされた。オークションサイトを通して返金してもらうことになっているが、現物と異なる商品写真を掲載していて問題だと思うので情報提供しておく。

助言

情報提供として。受け付けた

問題点

インターネットオークションは、出品者が事業者であれば特定商取引法等の規制の対象となるが、出品者が個人の場合は個人間取引となり、特定商取引法をはじめとする消費者保護に関する法律が適用されず、消費生活センター等行政機関ではあっせんに入ることは難しい。インターネットオークションの出品者の多くは個人であり、トラブルが発生した際には当事者間で話し合って解決することになる。そのため、気に入った商品があってもすぐに落札せず、出品者の過去の取引履歴や評価、取引条件を確認し、少しでも不審に思う点があれば出品者に質問する、代金の前払いは避けエスクローサービス(※)を利用するなど、慎重さが求められる。

※エスクローサービス・・・出品者と落札者の間にサービス会社が入り、落札者が商品を受け取った後に、サービス会社から出品者に代金が支払われる仕組みのこと。

③ 定期購入

<コンタクトレンズが 10 日分無料で試せるというネット広告を見て、申込んだ。ところが、勝手に継続契約になり、次を送るという。お試しだけでやめるつもりだった。>

(契約年月日：2023年9月 相談者：女性 40歳代 給与所得者)

相談概要

コンタクトレンズが 10 日分無料で試せるというので、申込んだ。お試しのコンタクトが届いて 2 日後ぐらいに、次回の発送の準備ができたというメールが届いた。お試しだけでやめるつもりだったので、「もう必要ない」とメールで連絡したが、事業者から「継続契約にな

っているからできない」と返信がきた。解約をしたい時には、次回発送の10日前までにその旨を事業者に連絡しなくてはならなかったようだ。次回の発送日がいつなのかわからな
いし、10日間のお試しが完了しないうちに次の発送準備というのは、納得できない。

助言

申込時に届いたメールを見てもらうと、「解約の場合は、次回の発送の10日前までに連絡が必要」と書かれているとのことであった。規約にも同様の表記があった。次回発送日は、マイページに入ると記載があった。最終確認画面に次回の発送日の明確な表示がないのであれば問題だと思われることを説明し、居住地の消費生活センターに相談してみるように伝えた。

問題点

ネット広告での、「一回きり」、「お試しができる」といった表示は、非常に問題である。詐欺的な定期購入商法の相談は依然として消費生活センターに数多く寄せられている。2022年6月に施行された「特定商取引法」には、以下の改正事項が盛りこまれた。

- ・「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消費者が誤認して申込みをした場合、申込みの取消しを認める制度の創設
- ・通信販売の契約解除の妨害に当たる行為の禁止

特に最終確認画面では

- ・定期購入か否かについて
- ・2回目以降の価格・支払い合計額について
- ・解約方法について

を明確に明示しなければならない、と規制が強化された。

しかし、最終確認画面に適切な表示がされていないことも多い。例えば、本件では、無料のみが強調され、定期購入契約であること及びその具体的内容について小さな文字でしか表示されておらず、申込み確定ボタンのさらに下の箇所に次回の代金や解約方法、解約料が表示されていた。

事業者は「通信販売の申込み段階における表示のガイドライン」を遵守するべきである。また、消費者はうまい話にはそれなりの理由があると心得え、しっかり契約内容、最終確認画面を確認するようにしてほしい。

④ サブスクリプション

<夫のクレジットカードで心当たりのないセキュリティソフトの代金が引き落とされていた。利用していないので返金してほしい。>

(契約年月：2020年 相談者：女性 50歳代 給与所得者

契約者：男性 60歳代 給与所得者)

相談概要

先月、夫のクレジットカードで心当たりのないセキュリティソフトの代金 10,480 円が引き落とされているのに気がついた。おそらく、3 年程前にパソコンのブラウザをインストールしたとき、お試しとして一緒にインストールしたのだと思う。その無料期間が過ぎて請求が始まったのだろうか。ソフトウェアはアンインストールしたが、利用していないので返金してほしい。

助言

無料期間後に自動更新された可能性を指摘した。ソフトウェアをアンインストールしただけでは解約にはならないため、事業者に解約を申出るよう助言し、相談者から聞き取った情報を元に事業者名から事業者の電話番号を調べ相談者に伝えた。

問題点

定められた料金を一カ月毎、一年毎など定期的に支払うことにより、一定の期間、商品やサービスを利用できるサブスクリプションは、一般的に解約しない限り自動更新され契約が継続する。多くのサブスクリプションでは、お試しとして一定期間は無料でサービスを受けられるが、無料期間中に解約するのを忘れると有料サービスに移行する。「〇日間お試し無料」などの広告を見て利用し始めたものの、無料期間中に解約を忘れてしまうケースのほか、解約しなければ自動的に有料サービスに移行することを知らず、クレジットカードで料金の引き落としがあり初めて契約していたことに気づくケースがある。また、最初に登録した ID とパスワードがわからず、解約が申し出られないというトラブルも多い。ID やパスワードといった登録情報は解約の際に必要なため、申し込み時の登録情報は忘れず保存しておくことが重要である。

⑤ 詐欺サイト（下着）

<動画サイトの広告をきっかけにネット通販で補整下着を購入したが、サイトが不審なので解約したい。>

（契約年月：2023 年 10 月 21 日 相談者：女性 50 歳代 給与所得者）

相談概要

今日動画サイトで補整下着の広告が出てきた。2 点で 7,458 円で、良さそうだったので購入した。このサイトが少し怪しいかもしれないと思ったので、クレジットカード番号を入力せず代引き配達にした。注文完了メールが届いたが、そのメールで住所を間違えて入力したことに気付き、訂正しようと再度サイトに入ろうとしたら、PC のセキュリティソフトが当該サイトは怪しいと警告してきた。驚いて、「キャンセルしたい」とメールを送ったが、もし商品が届いたらどうしたらよいか。規約には、「商品発送後のキャンセルはできない」と書いてある。

助言

相談者にサイトの特定商取引法の表示や会社概要を見てもらうと、「住所の記載がない」とのことだった。再度事業者に「申込みはキャンセルしたので商品は発送しないでください」とメールしておき、もし商品が届いたら受取拒否をして様子を見るよう助言した。請求などが届くようであれば居住地の消費生活センターに相談するよう伝えた。

⑥ 詐欺サイト（バッグ）

<ネット通販で格安のバッグを注文したら、外国人名義の口座に振り込むよう指定された。怪しいので解約したが詐欺だろうか。>

（契約年月：2023年10月 相談者：男性 60歳代 給与所得者）

相談概要

ブランドのボストンバッグが格安で販売されているネット広告を見て、販売サイトにアクセスした。注文後、サイトから振込先を指示されたが、すぐに「この口座は取引がいつぱいで使えなくなったので、別の口座に振り込んでほしい」と外国人名義の口座を指定するメールが届いた。怪しいと思い代金を振り込まずキャンセルしたが、詐欺サイトだろうか。

助言

詐欺的通販サイトの同種事例を情報提供した。

問題点

ネット通販で、「代金を振り込んだのに商品が届かない」、「商品は届いたが偽物だった」などのトラブルが多数発生している。悪質な通販サイトを見分けるポイントとして、大幅に値引きされている、他のネットショップで売り切れている商品が販売されている、「特定商取引法に基づく表記」がない、電話番号や住所の記載がない（記載されていても地図ソフトで調べると虚偽だったり無関係な会社だったりする）、支払い方法が銀行口座等への前払いのみである、などがある。トラブルに遭った場合、以下に示すように、支払い方法によって対応が異なってくる。

<銀行振込による前払いの場合>

警察及び振込先の銀行に口座凍結を申し出ること、振り込め詐欺救済法に基づき代金の一部が返金されることがある。しかし、口座凍結した際に預金残高が残っていないことも多く、実際には代金を取り戻すことは難しいといえる。

<クレジットカードで決済した場合>

クレジットカード会社に相談することで協力を得られる場合があるため、トラブルに遭った場合はできるだけ速やかに申し出る。事業者とのメールのやり取りやサイトの画面等のスクリーンショットを証拠として保管しておくといよい。

⑦ レスキュー商法（ロードサービス）

<車のバッテリーが上がり、ネットで検索してロードサービスを呼んだところ、高額な請求をされた。返金してほしい。>

（契約年月：2023年10月26日 相談者：男性 20歳代 給与所得者）

相談概要

一昨日、自宅の駐車スペースに停めている軽自動車のバッテリーが上がり、ネットで検索して一番上にあった「24時間365日対応出張 2,480円から」という広告を見て、ロードサービス事業者に電話をした。事業者から折り返し電話がかかってきて、状況を伝え依頼した。20分程で事業者が自宅に到着し、「15,000円くらいの費用がかかる」と聞かされ、車が動かないと困るので、その位の金額であればと思い了承し、作業をしてもらった。ところが、作業の途中で「普通の充電ではエンジンがかからないので、3万円ほどかかる」と言われ、最終的には5万円請求された。納得いかなかったが、仕方なくクレジットカードで支払った。よく考えると高いと思う。返金してほしい。

助言

相談者から連絡し申込みしているが、ネット広告を見て安価な契約を締結する程度のみ意識しなかったのに、実際には高額な請求であったとして、特定商取引法の訪問販売に該当し、クーリング・オフの適用があると思われる。事業者にクーリング・オフ通知を発信し、クレジット会社にも連絡しておくことになるが、交渉が難航する可能性があるため、居住地の消費生活センターに相談するよう助言した。

問題点

緊急時にネット検索し、「24時間対応」「基本料金〇〇円から」「最短駆けつけ〇〇分」等と表示している事業者を自宅に呼び、高額な修理代を請求されるトラブルが後を絶たない。こうした事例では、事業者を自ら自宅に呼んでいるので、来訪要請に当たるかどうかの問題になる。これに対しては、以下のような、消費者庁の「訪問販売等の適用除外に関するQ&A」¹が参考になる。

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、購入者が契約の申し込み、または締結をする意思をあらかじめ有し、その住居において、当該契約の申し込みまた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する。

ネットでの表示額と、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、安価な表示額で契約を締結する程度のみ意識しか有しておらず、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と考えられる。このよ

¹ [訪問販売等の適用除外に関するQ&A | 特定商取引法ガイド \(caa.go.jp\)](https://www.caa.go.jp/qa/qa001001/)

うな事情により、当該契約の申し込みまた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「請求したもの」とは言えず、適用除外の対象とはならない。従って、訪問販売に該当し、クーリング・オフの適用がある。

消費者が住居ではなく、外出先の路上やコインパーキングにおいて、ロードサービスを呼んだ場合は、そもそも住居に呼んでいないので、来訪要請には該当せず、来訪要請であるかどうか事業者と争うことなく、訪問販売としてクーリング・オフの主張が可能である。料金体系が不明瞭な事業者や、作業前に料金を明確に示さない事業者を安易に利用しないことが肝心である。加入している任意保険のロードサービスなど、信頼できる事業者に依頼するべきである。

⑧ レスキュー商法（害獣駆除）

<ネットで検索した害獣駆除事業者が、見積もり時に天井に大きな穴をあけた。弁償すると言われ弁償代金の見積書を送付したが、業者が行方不明で連絡が取れない。>

（契約年月：未契約 相談者：女性 30歳代 家事従事者）

相談概要

7月に家にコウモリの糞があったので、駆除してもらうためにネットで検索した駆除事業者に来てもらった。天井に上がって見積りしている最中に、担当者の足が天井を踏み抜いた。事業者は非を認め、「弁償します」と回答があった。後日、住宅業者に修理の見積りを依頼したら89,000円であった。その見積額を、駆除事業者の名刺のアドレスにメールしたが返信がなかったので、名刺の番号に電話をしたが番号を変更したようでつながらず、補償の交渉ができない。業者検索時のURLから事業者を調べたが、特定することはできなかった。事業者の車両のナンバープレートの写真は撮ってあるので、車のナンバーから事業者の連絡先を調べることはできないだろうか

助言

事業者と連絡が取れないのであれば、消費生活センターではあっせんできないことを説明した。名刺に事業者の住所が記載されているのであれば、まずはその住所宛に文書で請求を送ってみてはどうかと助言した。車のナンバーから所有者を知りたい場合には運輸支局又は自動車検査登録事務所に登録事項等証明書の交付を請求することができるが、請求には事由が必要で、一般には無断駐車や放置車両などの不法行為がある場合に限られるようである。損害賠償請求したいということであれば弁護士に相談するのも一法である。

問題点

近年、ネットで契約した事業者の連絡先が分からない、ネットに記載している連絡先に連絡すると全く異なる事業者につながったなど、事業者と連絡が取れないという相談が、後を絶たない。インターネットの通信販売において、事業者の所在地や代表者名などの記載

は必須事項となっているが、消費者には、正しい情報を記載しているかどうかを確認できる手段はない。この状況を踏まえ、消費者は事業者と必ず連絡が取れるかどうか、契約前に確認してから契約をするなど、自己防衛することが求められている。

【一口メモ】

今回の相談は、害虫・害獣等駆除や、鍵の修理、水漏れ修理やトイレ修理など、いわゆる暮らしのレスキューサービスに関するものであった。ここで、暮らしのレスキューに関する一般的なトラブルの対処法について記載しておきたい。

日常生活での緊急のトラブルに対応を急ぐあまり、ネットで検索した事業者の「〇〇円～」という安価な広告をうのみにして、事業者に来訪を依頼することが多い。このようなレスキューサービスは、内容が様々であり、ネットの広告のような安価な金額で修理できるとは限らない。修理を依頼する前には、内容や料金について十分に検討することを消費者に求めたいが、対応を急ぐあまり、実際には難しいことが多いと思われる。しかし、事業者に来訪要請の電話をする際には、「来訪時に見積額を提示してほしいこと」、「その金額次第では修理を依頼しない場合もあること」、「修理依頼をしない場合でも見積料金の請求はしないこと」など、確認することが必要である。その上で、見積りを取るだけのつもりで来訪要請した事業者が、ネット広告の何倍もの高額な金額での工事や修理を強引に契約させた場合は、「特定商取引法」上の訪問販売に該当し、クーリング・オフができると考えられる。クーリング・オフは法的に不備のない契約書面を受け取った日から 8 日以内であれば、無条件解除が可能である。法定書面が交付されていなければクーリング・オフ期間は進行しないため、8日を過ぎていてもクーリング・オフすることが可能となる。

2. 副業等に関する相談

① 副業（コンサルタント契約）

<ネット上の求人広告にナレーター募集とあり、事務所に行くと、18万円のコンサルタント契約を結ばされた。解約料として9万円請求され納得いかない。>

（契約年月：2023年9月 相談者：男性 20歳代 給与所得者）

相談概要

ネット上の求人情報誌に「ナレーター募集」と記載されていた。SNSで連絡した後に事務所に行くと、仕事は紹介されず、18万円のコンサルタント契約を結ばされ、契約書に署名してしまった。今日、解約したいと申し出ると、違約金として9万円請求されたが高くて払えない。対処法を知りたい。

助言

当該契約は、電子求人広告を見て SNS で業者に連絡をとったことをきっかけに事業者の事務所に行ったという経緯から、アポイントセールスにあたると思われると伝えた。相談の電話を受けたのが法定書面を受け取ってから 8 日以内であったため、まずはクーリン

グ・オフの申し出をするよう説明し、ハガキの書き方を伝えた。当該事業者がクーリング・オフに応じない場合は、当相談室から架電して説明することもできるので、その際は相談室に連絡するようにと付言した。

問題点

インターネットで見た電子広告から SNS を利用して事業者と連絡を取ったことをきっかけに、商品やサービスの契約をするケースが増えている。SNS で売買契約又は役務提供契約の勧誘であることを告げずに呼び出しているため、アポイントメントセールスと考えられるのでクーリング・オフができると考えられる。しかし販売会社側が、アポイントメントセールスであると認識していないことが多く、大半の事例では解約や返金交渉が難航しがちである。消費者にとって、ネットで目にするデジタル広告は、ターゲティング広告、アフィリエイトを装った SNS 広告など、個人の嗜好や消費行動にマッチした興味をそそるものが多い。このような広告に誘導され契約に至る場合は、広告は勧誘であるとも考えられる。このような広告に対して、何等かの規制が必要である。

② 副業サイト

<メッセージアプリで副業の勧誘を受け、指導を受けたがさらに次々に指導の勧誘を受けている。副業までいかず話が違う。解約返金して欲しい。>

(契約年月：2022年12月 相談者：女性 70歳代 給与生活者)

相談概要

ネットで「副業しないか」という案内が届いて、「話を聞くだけ」ということだったので、申込んだ。「作業をする前に講習を受ける必要がある」と言われ、講習代 30 万円をクレジットカードで分割払いした。期間は 6 カ月間で、それだけではさっぱり分からなかったが、追加で月に 1 回 15,000 円程で個人指導が受けられるということで頑張って受けてきた。今月になって業者から、「講習に新たなシステムを入れる必要があるので、更なる費用が発生する」という連絡があり、騙されていると気づいた。初めの契約で支払ったクレジット会社からは、「過去に別件で対応したため、これ以上対応はできない」と言われた。後で支払いに使った別のクレジット会社には、まだ連絡していない。解約返金希望だが、どうしたらよいか。

助言

相談者には、「早急に事業者に解約を伝え、これ以上の連絡を絶つように。クレジット会社にも連絡し、居住地の消費生活センターにも相談し、これ以上同様の話に乗らないように」と伝えた。

問題点

SNS や動画サイトでの「楽に稼いだ」「儲かった」という言葉につられて事業者と連絡を取

り、金銭被害に遭うケースが非常に多くなっている。若者だけでなく、中高年にもこうした副業サイトのトラブルが増えている。副業とは、本業以外の仕事をして収入を得るのが目的だが、仕事をする前に先行投資をさせられている場合がほとんどである。

本件では、業務提供利益が得られると誘引して、講習や個人指導を受けさせている。仕事の内容の詳細は不明だが、事業者が提供する講習等で習得した知識や技能を利用する仕事を事業者が提供すると誘引していた場合には、特定商取引法の業務提供誘引販売に該当すると考えられる。

「特定商取引法」では業務提供誘引販売取引を

1. 物品の販売または役務の提供(その斡旋を含む)の事業であって
 2. 業務提供利益が得られると、相手方を誘引し
 3. そのものと特定負担を伴う取引をするもの
- と定義している。

20 日間のクーリング・オフが可能であり、法定書面を交付されていない場合は、今からでもクーリング・オフが可能である。しかし、事業者が業務提供誘引販売であることを認めないことも多い。クレジットカード決済をしているので、クレジットカード会社にも連絡し、協力を求める必要がある。

消費者は、「簡単に儲かる」といった広告や知人の誘いを鵜呑みにせず、よく考えることが大事である。さらに、「仕事を始めるために費用が必要」と言われた場合は、きっぱりと断る必要がある。

③ 副業サイト

< SNS で副業を探し、なんとなく自分にもできそうな仕事を見つけた。電話で説明を受け、内容はよく理解できなかったがやってみることにした。収入がないので解約したが、請求が続いている。 >

(契約年月：2023年6月 相談者：女性 20歳代 学生)

相談概要

SNS で「簡単に儲けられる」という副業を見つけ、連絡をとった。グループ電話で説明を受け、内容はよく理解できなかったがやってみることにした。コスメを紹介し、仲間を増やしていくと収入が入るようなものと思った。初期費用 7 万円は分割で月々3,000 円にしたが、それ以外にも毎月 16,000 円支払っている。アカウントをいくつも作らされ、大勢の人に声をかけるように指導された。けれども、ほとんど収入がないので解約したが、請求が続いている。契約書等、書面は何ももらっていない。

助言

相談者は、契約内容についてほとんど理解していなかった。事業者の HP を見ると、WEB マ

ーケティングスクール、あるいは、代理店研修プログラムに申込んだようであった。
SNS の無料電話で勧誘されたとのことなので、電話勧誘販売に該当し、書面不交付でクーリング・オフできる可能性を伝えた。SNS のグループから抜けただけでは解約になっていないことと、解約の意思をはっきりと伝えなければいけないと助言。これまでのやり取りを保存、経緯をまとめて、居住地の消費生活センターに相談するよう勧めた。

問題点

SNS や動画広告、検索で表示されたランキングサイト等で「短時間で簡単に稼げる」「放置したままでも報酬が入る」といった、気軽さやメリットのみが強調された文言に誘われて契約してしまう若者が多い。こういう文言を鵜呑みにせず、作業内容や利益が出る仕組みを理解しなければ契約してはいけない。

特定商取引法ガイドによれば、特定商取引法施行令第 2 条では、第 3 項に規定する「電話をかけ」とは、電話により通話状態に入ろうとすることをいい、インターネット回線を使って通話する形式(映像を伴う場合も含む。)を用いた場合であっても「電話」に該当するとされている。つまり、オンライン会議での勧誘は電話勧誘販売にあたると思われる。従って、この相談では、電話勧誘販売に該当し書面不交付で、クーリング・オフできると考えられる。しかし、事業者が通信販売にあると反論し、電話勧誘販売と認めないことも多い。

国民生活センターでは、ホームページを通じて「副業や投資の儲け話に注意」「情報商材トラブルが急増」等、たびたび注意喚起を行っている。また、消費者庁では「消費者庁若者ナビ」公式 LINE での情報発信を行っている。消費者には、トラブルに遭わないために、日頃からこういった情報に積極的に触れる姿勢が求められる。

④ 投資詐欺

<母がAという有名人の SNS から投資講座を申込み、金投資で 1500 万円を個人名義口座に振り込んでいるが、詐欺だと思う。>

(契約年月：2023 年 10 月 相談者：女性 50 歳代 給与所得者
契約者：女性 80 歳代 無職)

相談概要

母がAという有名経済学者の SNS を見て、Aが勧めた金投資をしたようだ。母は、Aが指示した金投資の市場に口座を作り、これまで 1500 万円投資していて、利益も出ているようだ。しかし、振込口座が個人名義であることも不信だし、実際のAが、「投資広告に無断で名前を使用されている」と注意を促していたのを見て、詐欺だと思った。

助言

利益が出ているように見せかける虚偽のアプリを見せられているだけであり、引出すこともできない詐欺である可能性が高いと説明。振込んだ銀行に口座凍結依頼をするとともに、警察にも相談するよう案内した。また、お金の取戻しは非常に困難であることを伝えた上

で、平日に居住地の消費生活センターに相談し、被害者弁護団など相談できる窓口について尋ねてもらおうよう助言した。

問題点

金の価値が上がっている世界情勢下、有名な経済学者と思われる人物に「今が買い時だ」等と勧められると、誰でも購入を急ぎたくなる。また、「あなただけの情報」や「今だけの期間限定」などの文言にあおられることもある。このような手口は投資詐欺における常套手段である。

業者は、虚偽のアプリで、利益が出ているかのように見せかけ、次々と出資させる、見せかけだけの利益であり、引出すことができない。このような被害にあった時は、速やかに弁護士に相談、警察にも通報する必要がある。警察に届出することにより、「犯罪利用預金口座等に係る資金による被害回復分配金の支払いに関する法律」（いわゆる振り込め詐欺救済法）に基づき、財産的被害の回復につながることもある。

⑤ 副業（仕事紹介登録サイト）

<仕事紹介サイトに登録。選んだ仕事先から誘導された相手に SNS 投稿の仕事を紹介されたがハードで続けられない。>

（契約年月：2023年10月7日 相談者：女性 20歳代 学生）

相談概要

ネットの仕事紹介サイトに無料で登録し、やりたい仕事を選んだ。その後、紹介先の相手から仕事紹介サイトとは全く違う別のサイトに誘導され、「SNS に投稿するという仕事」を紹介されたので電子書面に個人情報を入力した。実際に仕事をするとハードなため、相手に「止めたい」とメールで伝えたところ、「解約料として3万円を払え」と言われている。私が初めに登録したサイトから別のところに誘導することは、当該サイトの利用規約違反である。電話をかけたがメールを送ったりしたが、きちんとした説明や対応がない。

助言

仕事紹介サイトから、別のところに誘導して新たな契約をさせるという悪質業者と考えられる。これ以上メール等送ったり、請求されている解約料を支払ったりせず、居住地の消費生活センターに相談するよう伝えた。その際、誘導された相手とやり取りしたメール等は消えないようスクリーンショットを取っておき、仕事紹介サイトの利用規約などにもきちんと目を通しておくよう付け加えた。

問題点

オンラインで仕事の受発注ができる仕事紹介のマッチングサイトや、求人情報サイトには、正規の仕事・求人情報のほか、当該事例のように詐欺の疑いがある悪質な事業者が紛れて

いる場合がある。例えば、「初心者でもできる簡単な仕事なのに報酬が高い」、「資格や特別な技術がなくても好きな場所で好きな時に働ける」など、応募者にとって都合が良過ぎる仕事や求人は詐欺の可能性が高い。さらに、仕事を始める前に、初期費用やサポート費用等さまざまな名目で金銭を請求される場合も、詐欺の可能性が高い。消費者一人一人が、簡単に儲かる話などないことを肝に銘ずることが、被害の未然防止に繋がる。一方、サイト運営業者も、仕事や求人情報を掲載するにあたり、求人側の募集要件や仕事内容を厳格に審査しフィルタリングする仕組みを作り、虚偽の仕事・求人情報を除外する努力をすることが求められる。

⑥ スマホの名義貸し

<息子が SNS で知り合った人から「いいアルバイトがある」と言われ、息子名義で複数のスマホを契約し相手に渡したようだが、詐欺ではないだろうか。>

(契約年月日：2023年9月 相談者：女性 50歳代 給与所得者
契約者：男性 20歳代 学生)

相談概要

息子が SNS で知り合った人から「いいアルバイトがある」と誘われ、その人と一緒に3件のスマホショップに行き、息子名義で合計6つの通信契約と端末契約をしたようだ。相手から「定期的に報酬を渡すので通信料金はそこから支払うように」と言われ、端末は相手に渡し、初回の報酬として8万円を受け取った。その後、息子から「通信料金の支払いが始まったが報酬は無く、相手とは音信不通となり、支払いが苦しい」と相談された。詐欺ではないだろうか。対処法を知りたい。

助言

同種トラブル事例を紹介し、自分の名義で契約したスマホを無断で第三者に譲渡することは、「携帯電話不正利用防止法」により禁止されていることを伝えた。渡したスマホが犯罪に利用される可能性を指摘し、早急に利用停止の手続きを取り、解約するよう助言した。

問題点

当該事例のように、SNS で知り合った人をきっかけに軽い気持ちで申込んだアルバイトの内容が、スマホを提供する仕事だったというケースがある。「携帯電話不正利用防止法」では、スマホを契約名義人ではない者に譲渡する場合は、通信事業者の承諾を得ることが義務づけられており、無断譲渡は禁止されている。相手に渡したスマホが特殊詐欺などの犯罪に使用された場合は、詐欺行為に加担したとされ法的責任を問われる可能性もあり、単なる消費者トラブルでは済まされないことに留意する必要がある。

3. その他

① フィッシング詐欺

<大手通販サイトのコンテンツ料が未払いとの SMS をきっかけに、電子マネーで請求額を支払ってしまった。騙されたのだろうか。>

(契約年月：2023 年 10 月 相談者：男性 60 歳代 無職)

相談概要

少額訴訟を提起するとの SMS が届いた。驚いて記載された番号に電話をしたところ、大手通販サイトのコンテンツ利用の 1 年分利用料金 36,000 円が未払いだと言われた。いったん支払えば返金すると言われたので、指示通り、コンビニエンスストアに行きプリペイド型電子マネーを 36,000 円分購入し、シリアル番号を電話で伝えた。あとから考えると、大手通販サイトのコンテンツを利用した覚えもなく不審に思うようになった。騙されたのだろうか。電子マネーの番号が記載された紙は捨ててしまった。

助言

フィッシング詐欺の一種と考えられる。電子マネーのシリアル番号が記載された紙を捨ててしまっていることから、被害回復は難しいと思われるが、警察に情報提供するよう助言した。業者に言われるままに支払っているため、今後も電話がかかってくると思われる。知らない電話番号には一切対応しないよう十分注意するよう助言した。

問題点

携帯電話会社や大手通販会社、プラットフォーム事業者などを名乗るメールや SMS を送りつけるフィッシング詐欺の事例である。特に、スマートフォンの SMS を利用してフィッシングサイトに誘導する手口が横行している。利用者をだまそうとする SMS メールは多く出回っており、巧妙なメッセージの内容を、偽メールだと見抜くことは簡単ではない。被害に遭わないために、日ごろから、送られてきたメール内容の真偽を確認することが大切である。また「心当たりのないメッセージは開かない」「真偽の判断が付きにくいメールに記載された電話番号に、安易に電話しない」ことを消費者側が徹底すれば、当該事例のような事案に対しては実害が発生しない。また少額訴訟など、脅し文句に騙される心理を利用したこのようなトラブルに対し、少額訴訟を起こすにはどのような手続きが必要かなど、こうした用語に関する基本的な知識を身に付けておくことも重要である。消費者がこのような知識を身に付けるための、例えば啓発講座を受講する機会などをどのように作っていくかが課題である。

② フィッシング詐欺

<大手通販サイトを騙ったフィッシングメールが届き、クレジットカード番号等を入力し

てしまった。対応について教えて欲しい。>

(契約年月日：2023年10月13日 相談者：男性 20歳代 給与所得者)

相談概要

1週間前に大手通販サイトを騙ったところから、「荷物が発送されません」という内容のメールが届いた。実際に大手通販サイトで注文した商品があったので、登録情報の変更手続きを行った。その際、クレジットカード番号や電話番号、ID、パスワードを入力した。入力した後に不審に思い、すぐに大手通販サイトに確認したところフィッシングメールだと言われた。入力から数時間後に大手通販サイトのパスワードの変更とクレジットカードの再発行手続きを行った。クレジットカードの利用明細を確認したところ、不正利用はなかったが不安だ。他に対策として必要なことがあれば教えてほしい。

助言

今後は、クレジットカード番号や個人情報等を入力する際は慎重に行い、不安であれば公式サイトに問合せよう伝えた。また、パスワードの使い回しをしている場合は、早急にパスワードを変更すること、フィッシングメールで電話番号を入力したことから、不審なSMSや電話が架かってくる可能性があるため、知り合い以外からのSMSや電話は無視することも付言した。さらに、フィッシングメールは巧妙化しているため、判断に迷った場合は居住地の消費生活センターに相談するよう助言した。

問題点

フィッシング詐欺は、個人情報や金融情報を騙し取るための詐欺手法の一つで、大手企業や行政機関を騙り、「緊急」や「重要」などという件名で焦らせて開封させる手口が多い。相談窓口には、当該事例のほか、「マイナポイント事務局から申請手続きのメールが届き個人情報を入力して申し込んだが、その後にクレジットカード情報を入力する画面が表示され詐欺と気づいた。入力した個人情報が心配だ」、「ETC事務局から『長期間利用の確認ができていないためログインするように』とのメールがきたが不審だ」などの相談もあった。

オンライン取引の増加に伴い、フィッシング詐欺の被害件数は急速に増加している。一方、技術の進化によりフィッシング詐欺の手法は年を追う毎に巧妙化し、消費者が詐欺かどうかを見抜くのが難しくなっている。例えば、数年前であれば「CO.JP」や「GO.JP」といった企業や行政機関のドメイン（メールアドレスの@マークより右側の部分）は安全との認識があったが、最近はドメインを正規と同じものに偽装する手口がありアドレスで見分けることは難しい。フィッシング詐欺被害を防止するために、消費者は、差出人の名前やメールアドレスをむやみに信用せず、メールやSMS上のリンクは押さないこと、公式ウェブサイトにはアクセスする場合は、ブックマークを使用して直接ウェブサイトにはアクセスするか、公式のアプリを使用することなどを心がけるようにしてほしい。

【一口メモ】<クレジットカードの善管注意義務>

クレジットカードは、カード名義人本人の信用を基にして、クレジット会社が「貸与」しているものです。クレジットカード契約(会員規約等)には『善管注意義務』の規定があり、クレジットカード自体やカード番号、有効期限、暗証番号などの情報を適切に管理するよう、カード名義人に義務を課しています。

もし、適切な管理がなされず、カード名義人本人以外の方が使用してしまった場合には、ご本人に対し「全額一括返済」「カード強制退会」などの罰則が適用されます。

(クレジットカード協会 HP「オンラインゲームトラブルにご注意を」より抜粋)

③ SNS の詐欺

< SNS で野球チケットを譲ってくれるという人に、コンビニから電子マネーで支払ったが、その後相手と連絡がつかなくなった。返金して欲しい。 >

(契約年月：2023年10月28日 相談者：女性 20歳代 学生

契約者：男性 20歳代 給与所得者)

相談概要

SNS で知人が「日本シリーズのチケットを譲ってほしい」と呟いたら、直ぐに「譲ります」という人の書き込みがあった。お願いのメールを送ったら、電子マネーで19,000円を振り込んだら、「明日の観戦チケットを近くの郵便局に局留めで送る」という返事だった。相手からお客様番号と確認番号が届いたので、知人は、夜の8時過ぎにコンビニから電子マネーで振込んだ。今朝になって連絡を取ろうとしたら、相手のアドレスがブロックされて連絡が取れない。相手の連絡先もわからず、詐欺に遭ったと思うので振り込んだお金を返してほしい。

助言

可能性は少ないが、郵便局に局留めでチケットが届いていないか確認してみることを伝えた。電子マネーの会社に連絡をして、振り込んだ金額を相手が使ってしまったかどうかを確認し、まだ使われていなければ返金について申出してみるよう説明した。使われていた場合は、取り返すことは難しく、地元の警察に相談することになると助言した。SNS で、むやみに知らない人を信用しないようにと付言した。

問題点

スポーツ、コンサート、舞台等のチケットが入手できなかったとき、SNS 上で個人間取引をし、詐欺被害に遭うケースが多発している。

チケット詐欺の特徴は、以下の通りである。

1. 支払いを急がせる
2. 身分証明書を提示して安心させる。実際は他人名義や偽造された身分証明書の画像であ

ることが多い。

3. 個人名義の口座への振り込みや電子マネーでの支払いをさせる。

4. お金を支払った途端に連絡が取れなくなる。

チケット詐欺に遭わないためには、チケットの譲渡や売買は公式のチケットトレードサイトを利用することである。SNS 上では、チケットのほか、ゲームアカウントやグッズ等の詐欺被害も多発している。匿名性の高いインターネット上の取引は慎重に行う必要がある。

④ 不正利用

<キャリア決済で約5万円が使われているが、自分は使った覚えがない。不正利用と申出たが返金されるか。>

(契約年月：2023年10月5日 相談者：男性 19歳 学生)

相談概要

キャリア決済で約5万円が使われていることが分かった。ゲーム課金が約1万円分と、電子マネーをデータで購入し、そのデータを誰かに送信したものが2万円×2回で、合計は49,120円となっている。自分は使った覚えがない。プラットフォームに返金を求めたところ、ゲーム課金の分は返金リクエストをするように言われたものの、電子マネーの分は返金できないかもしれないと言われた。不正利用なので支払いたくない。

助言

携帯電話会社に、今後の決済を止めるよう申し出ておくことを助言した。今まで使われた件については、ゲーム会社にまず事情を説明し返金を求めること、及び居住地の消費生活センターに相談し、プラットフォーマーに電子マネーの返金に向けてのあっせん交渉を希望してみることを助言した。

問題点

成年年齢が引下げになり、18歳、19歳からの消費者トラブルの相談が増えている。本件の相談者も19歳である。キャリア決済については、決済の都度メールで連絡が来ていると思われるが、今回はその連絡を確認せず、不正利用に気付くのが遅れたようだ。消費者は、利用明細や請求書面を適宜チェックする習慣を身に付け、不正利用に対して自己防衛策を取るべきである。また、こうした不正利用に対する消費者への啓発について、スマートフォン販売関連業者などと連携を取れるような仕組みづくりも求められる。さらにプラットフォーマーには、不正利用された返金申し出者からの内容をしっかりと聴き取り、その聴き取りを基に返金対応を検討することを促したい。

⑤ アダルトサイト

<スマホでネット検索をしていたところ、突然アダルトサイトにつながった。高額な料金

を請求されているが、どうすればよいか。>

(契約年月日：2023年10月 相談者：男性 30歳代 給与生活者)

相談概要

先程、スマートフォンで芸能情報を検索していたら、突然アダルトサイトにつながり、「登録完了」と表示され、30万円請求された。画面下に「誤登録はこちら」と、連絡先電話番号の記載があったが、電話した方がよいか。

助言

アダルトサイトのワンクリック請求についてのトラブル事例を説明し、料金請求には応じず連絡先に電話しないよう助言した。そのうえで、サイトに接続しただけでは、個人を特定する情報が相手に知られることはないこと、慌てて相手に連絡をしてしまうと、新たに個人情報を知られかねないことを付言した。

問題点

これは、あたかも契約が成立しているかのように消費者を脅す、ワンクリック詐欺の事例である。

特定商取引法ガイドによれば、特定商取引法第14条では、インターネット通販において、申込みをする際、消費者が申込み内容を容易に確認し、かつ、訂正できるように措置していないことを「顧客の意に反して」契約の申込みをさせようとする行為として禁止し、行政処分の対象としている。また第11条「広告の表示義務」では、販売価格を始めとする取引の諸条件を表示する義務を示している。ワンクリックで確認画面が設けられていない場合は、電子消費者契約法第3条により錯誤取消しができる。このように法律が整備されていても、消費者にこれらについての知識がなければ、ワンクリック詐欺に引っ掛かってしまう。消費者がこのようなトラブルに巻き込まれないよう、契約に関する基礎知識を消費者自身が身に付ける必要がある。

⑥ マッチングサイト

<マッチングアプリで知り合った女性から、結婚相談所で知り合ったことにしたいと言われ40万円で入会。その後、女性と音信不通になった。>

(契約年月：2023年6月30日 相談者：男性 40歳代 給与所得者)

相談概要

5か月前、マッチングアプリで知り合った女性と実際に会って、2回デートをした。結婚を前提にお付き合いをしていたところ、女性から「父が厳しくてマッチングアプリで知り合ったと言うと、結婚を許してくれない。結婚相談所で知り合ったことにしたいので、入会して欲しい」と駅前のビルの中に入っている相談所を紹介された。入会に781,000円を請求されて、高額で手持ちがないと伝えると「半分出すから40万円払って」と彼女に言われ

て、相談所へ現金振込みした。彼女が、実際に半分払ったかどうかはわからない。今月（10月）になって、女性が「体調を崩して会えない」と言い出した。同時に相談所も、駅前のビルから撤退して行方知れずになった。さらに、メッセージアプリも既読にならない。彼女は以前からIDを3回変更していた。会えるなら、彼女と結婚話を進めたい。できないなら、入会の40万円を返金して欲しい。相談所の連絡先は担当者のメッセージアプリのみしか知らず、音信不通だ。結婚詐欺に遭ったと思う。

助言

SNSのDMやマッチングアプリで知り合った異性を、何かの販売目的で勧誘する同種事例を紹介した。「結婚のために」と言われているので、警察へ相談することも助言した。

問題点

マッチングアプリは、ネット環境さえあれば、場所や時間を気にせず気軽に婚活や相手探しができる一方、悪意のある利用者が紛れ込んでいる場合がある。悪意のある利用者の中には、当該事例のような結婚詐欺目的のサクラのほか、マルチ商法の勧誘目的を隠して登録していたり、ホストクラブやキャバクラなど風俗営業店の従業員が営業目的を隠して登録していたりすることがある。近年、とくに増加傾向にあるのが投資詐欺である。「マッチングアプリで知り合った人にFXや暗号資産による投資を勧められ、相手の指定する銀行口座にお金を振り込んだものの、途中で相手と連絡が取れなくなった」といった相談が、消費生活センターに数多く寄せられている。しかし、マッチングアプリで知り合った場合、相手の本名も居住地もわからないことが多く、被害回復は極めて困難になる。

マッチングアプリによる詐欺行為や不正行為を防ぐために、運営する事業者はユーザーのプロフィール情報の確認を強化し、偽プロフィール（悪意ある利用者）を減らす努力をしなければならない。消費者も、相手のプロフィール情報を鵜呑みにせず慎重に確認し、注意を払うべきである。

Ⅲ-2 ネット取引なんでも 110 番

～ネット広告、副業サイト、定期購入などなど～

アドバイザー 志部 淳之介 弁護士からのコメント

1 ネット広告

ネット広告に関しては、現実に存在する有名企業を装ったサイトや、虚偽・誇大広告と思われる表示を行っているものが存在する。ネット通販詐欺、フィッシング詐欺と思われる相談事例も多くみられる。インターネット通販は、事業者と対面で取引を行うわけではなく、信用性を見極めることが難しい面もあり、取引を行う際には相手事業者の情報について確認することが求められる。詐欺的通販サイトについては URL や事業者情報、決済方法等怪しむべき点もいくつかあり、フィッシングについてはメールでのリンクからアクセスして個人情報・カード番号等の入力をしないなど、与えられた情報を安易に信用せずに消費者が事前に注意することが必要であろう。

インターネットを利用した取引では、消費者は実際に商品を手にとって、それがどのような商品であるかを確認できるわけではないため、本当にそれが自分の希望する内容、条件の商品であるかを慎重に確認する必要がある。特に、他のサイトと比較して明らかに安すぎる価格の商品や、他のサイトでは手に入らないはずなのに大量に在庫があるかのように表示されている商品については、偽物であったり商品が届かない等のトラブルに遭うおそれがあるため注意が必要である。

近年は、消費者がどのようなサイトを閲覧して、どのような商品に興味を持っているかというデータに基づき、その消費者が興味を惹かれるような特定の商品の広告を特定の消費者に表示する、いわゆるターゲティング広告と呼ばれる手法がみられる。消費者としては、自分に興味がある広告が表示された場合にそれがターゲティング広告であるかもしれないと意識をして広告を閲覧する必要がある。

また、直接の販売業者ではなく、広告収入を目的に広告表示を行う広告代理店やアフィリエイトが作成している広告では、実際のものより優良な商品であるかのように効果を宣伝したり、有利な条件を表示するものも多くみられる。アフィリエイト広告は、成果報酬型の運用広告であることが多く、商品が売れるほど報酬が得られる仕組みになっているため、誇大広告になりやすいという問題がある。消費者としては、気になった商品の広告を見た場合でも、その商品の公式サイトを改めて確認し、アフィリエイトの広告内容と、公式サイトとの広告内容の間に齟齬が無いかを確認する必要がある。

商品やサービスの品質や内容が、実際よりも非常に良いものであるかのように嘘や大げさな表現を用いて表示した場合、景品表示法の有利誤認表示に当たる。また、商品やサービスの価格や取引条件が、実際よりも著しく有利な内容となっている場合には、景品表示法の有利誤認表示に当たる。事業者が、これらの表示を行った場合、消費者庁が当該事業者に対し措置命令などを行う仕組みになっているが、他方で消費者は景品表示法に基づき契約を取消すことはできない点には注意が必要である。こうした表示が存在する場合、重

要事項につき不実告知があるものとして消費者契約法に基づく取消しを検討することが考えられる。

2 副業サイト

副業サイトに関する相談が多く寄せられている。インターネットを閲覧していると、自分に興味がありそうな副業についての広告が掲載されたり、SNS などインターネット上で知り合った人から、副業に興味がないかという勧誘を受けるケースがある。こうした副業に関する勧誘については、まず勧誘してきた相手が信用できる者かどうかを慎重に判断する必要がある。例えば、副業サイトを謳っているが、特定商取引法に基づく表示がきちんと表示されていないケースや、インターネット上で知り合った者から勧誘されたが相手の本名や住所がわからないといったケースでは、いざトラブルになった場合に、相手を特定し連絡をとることさえ困難になる場合があるので一層の注意が必要である。

また、副業サイトには、簡単な作業で確実に高額収入が得られるかのような表示をしているものがある。実際には、そのように都合のよい仕事が見つかるはずはなく、興味を持ってアクセスをすると、副業をするには最初に料金を支払う必要があったり、セミナーやコンサルティングの勧誘を受けるケースが存在する。料金が高額にのぼることが多いが、事業者は、将来確実に得られる報酬から支払えば問題ない、お金が無いなら金融機関から借入れをして支払えばよい等と、消費者が断っても契約締結を迫るケースがある。消費者に遠隔操作アプリをダウンロードさせ、事業者が操作を行って金融機関からの借入れをしてしまうケースもある。消費者としては、まず、副業サイトで最初に金銭の支払いを要求されるようなタイプのものには一層の注意が必要である。

副業サイトにアクセスして、オンラインのやりとりで勧誘を受けた場合等は、特商法の電話勧誘販売に該当し、クーリング・オフができる可能性がある。また、事業者が仕事をあせせんすることを約束している場合には、特商法の業務提供誘引販売に該当し、クーリング・オフができる可能性がある。とはいえ、相手事業者に連絡がとれなかったり、そもそも相手の素性がわからないケースでは、クーリング・オフをしようとしてもそれが困難なケースもあることから、日頃から、怪しい内容や明らかに有利な条件の副業には手を出さないことが望ましい。

3 定期購入

いわゆる詐欺的定期購入商法に関するトラブルが増えている。トラブルを防止するため、2021年に特商法が改正され、いわゆる詐欺的定期購入商法に対応するための規定（同法12条の6以下）が設けられ、2022年6月1日から施行された。これにより、詐欺的な定期購入商法の被害が減少することが期待されていた。ところが、改正特商法施行後も、同商法による相談件数は増加し続け、2021年度に58,526件であった相談件数は、2022年度の途中の時点で74,146件となり、前年度の同時期47,617件と比較して、約1.6倍の件数となった。特に2022年12月には、わずか1か月間で相談件数が10,000件を超過するなど、前

例のない規模で被害が増えている²。

かつては、初回の格安価格を強調して表示し、他方で、合計 4 回の定期購入等の条件が極めて小さく離れて記載されている事例等が主流であったが、近年は新たな手法に関する相談が多く寄せられている。

例えば、SNS 広告には、「お試し価格」「定期縛りなし」などと表示して、定期購入が条件であることは一切表示せずに公式サイトに誘導し、その公式サイトにおいても、特定のルートでアクセスしてきた消費者に対してだけ、条件表示がきちんと表示されない仕組みになっているケースが存在する（SNS 広告を経由する場合には、公式サイトのランディングページを表示せず、いきなりチャット形式の小窓にジャンプするような設定になっており、条件表示がみられない、あるいは極端に見にくい表示であるケースがある）。公式サイトにも複数の種類の表示が存在し、アクセスしてきたルートによって条件表示の仕方が異なるが、後になって第三者がどのような表示で勧誘を受けたかを確認しようとしても、確認が困難な場合がある。

また、「定期縛りなし」の契約をした後に、続けて「さらにお得な情報がある」などと表示して別画面に誘導し、消費者が認識できないままに、一定の回数分を受け取るまでは解約を認めない高額な契約に変更させるような手口も見られる。

詐欺的定期購入商法の相談が減らない背景には、こうした新しい手口に対して、改正特商法がうまく機能していない点が挙げられる。悪質な業者に対しては積極的な行政処分を行い、日々更新される新たな手口に対応するための法規制が必要であろう。

消費者は、強調されるお得な情報にまどわされず、どこかに不利な条件があることを常に疑って取引をする必要がある。購入の前に、相手事業者の評判を調べる等、慎重に検討することが望ましい。

² 国民生活センター報道発表資料 https://www.kokusen.go.jp/pdf/n-20230315_4.pdf

IV. 提言・要望

IV-1 提言・要望

今年度の110番事業、「ネット取引なんでも110番～ネット広告、副業サイト、定期購入などなど～」で受付けた相談は66件、その内、通信販売（ネット取引を含む）が53件と最も多く、次に店舗販売と訪問販売が5件でした。ネット取引にかかわる相談ですので、それらすべての契約のきっかけの多くは、ネットによる広告で、特にSNSの広告やメールによるものが主流となっていました。すべての相談内容を検討していくと、消費者にとって、ネット広告の情報の不完全さや、わかりにくさ、また、虚偽記載による詐欺的取引など、ネットでの広告をきっかけにトラブルに遭遇することが、浮き彫りになりました。

こうした消費者の誤認を誘発するような広告はや表示は「ダークパターン」と呼ばれ、OECDの報告書では、「ダークパターンは、通常オンライン・ユーザー・インターフェースに見られ、消費者を誘導し、欺き、強要し、又は操って、多くの場合消費者の最善の利益とはならない選択を行わせるもので、消費者に多大な被害を生じさせる可能性があるという懸念が高まりつつある」とされています。消費者庁でも、今年度、国境を越えた不正な取引行為を防止するための取組を促進する国際ネットワークであるICPENに参画し、その取組の一つである「詐欺防止月間(Fraud Prevention Month)」では、テーマに沿った注意喚起などを実施しています。

【インターネット通販に関わる事業者へ】

〈ネット広告について〉

特定商取引法ガイドでは、「インターネット通信販売を行う場合、商品を紹介するランディングページや、販売業者等がその広告に基づき通信手段により申込みを受ける意思が明らかであり、かつ、消費者がその表示を受けて購入の申込みをすることができるものは、特定商取引法に定める広告に該当する」と明記されています。さらに、「当該広告内において特定商取引法第11条に定める事項を表示する必要があります。特に、商品若しくは特定権利の売買契約又は役務提供契約の申込みの撤回又は解除に関する事項(以下略)については『顧客にとって見やすい箇所において明瞭に判読できるように表示する方法その他顧客にとって容易に認識することができるよう表示すること』と定められています」と続けています。この記載からも明らかなように、以下の通り、要望します。

- ① 商品紹介のランディングページから、特商法第11条に記載の下記項目について、表示すること。
 - i. 商品若しくは権利の販売価格又は役務の対価
 - ii. 商品若しくは権利の代金又は役務の対価の支払の時期及び方法
 - iii. 商品の引渡時期若しくは権利の移転時期又は役務の提供時期
 - iv. 商品若しくは特定権利の売買契約の申込みの撤回又は売買契約の解除に関する事項
- ② ①の広告の表示について、法令順守を徹底し、消費者にとって見やすい箇所に、明瞭に判読できるようにすること。

③ ダークパターンの広告や表示に真摯に対応すること。

先にも触れたダークパターンは、消費者庁の HP によれば、一般的に、消費者が気付かない間に不利な判断・意思決定をしてしまうよう誘導する仕組みのウェブデザインなどを指すとされています。OECD の報告書では、ダークパターンは概して、消費者に望ましい範囲を超えて金銭を支出させ、個人情報を開示させ、又は注意時間を費やさせることを目的とするとされています。今後、こうしたダークパターンに対する評価も厳しくなり、行政でも何らかの措置を実施していく可能性もあることから、事業者側もこうした情報を確認し、将来に向けて真摯な対応をしていくことが求められるといえます。

【副業サイトに関わる事業者へ】

若者の非正規雇用者の増大で、不安定な収入と将来への不安感から、ネット広告を通じた儲け話に惹かれ、副業紹介、情報商材などで被害にあうケースが後を絶ちません。相談事例のように、業務提供利益が得られると誘引して、高額な講習や個人指導を受けさせる手口も横行しています。これは、業務提供誘引販売に当たると考えられ、20 日間のクーリング・オフが可能となります。また、オンライン会議アプリなどでの不意打ち的な勧誘の場合は電話勧誘販売にあたると考えられます。いずれの場合も、法定書面を交付されていない場合は、交付されるまでクーリング・オフが可能となります。しかし、事業者が、連絡先を知らせないなど違法な取引も多くなっており、被害が起こっても連絡が取れなければ実態の解明が難しく、被害回復も困難となります。事業者には、法定書面の速やかな交付はもちろんのこと、広告表示についての法令順守と契約内容の明確化に加え、繋がりやすい電話相談窓口の開設を求めます。

【定期購入に関わる事業者へ】

2022 年 6 月に施行された「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（第 12 条の 6）に対する直罰化（法第 70 条第 2 号）
- ② 上記のような表示により誤認し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。特に最終確認画面では『定期購入か否かについて』、『2 回目以降の価格・合計額について』、『解約方法について』を明確に明示しなければならない」と、規制が強化されました。しかし、法律施行後も定期購入に関する相談は減少していません。消費者がスマホで申込むことが多くなり、誤認や誤操作が起こりやすくなっていること、そのうえ、広告表示や申込画面のわかりにくさも、トラブルの原因と考えられます。

事業者には法律の順守はもとより、次回発送日、返品保証など重要な情報は、最終画面の先頭に大きな文字で明記し、消費者が誤認しない表示にすることを要望します。

また SNS 広告やアフィリエイト広告から申し込むケースも多いことから、アフィリエイトが行う広告表示を精査し、悪質な広告は事業者の責任において削除するなど、広告表示

に対するチェックを求めます。

【サブスクリプションに関わる事業者へ】

サブスクリプションサービスは、後の有料契約を前提とした無料トライアル期間を定めているものがほとんどですが、消費者の認識が追い付いておらず、「意識せず有料契約になった」、「ID、パスワードがわからず解約できない」などのトラブルが多く見受けられます。事業者は、広告に「〇日間無料」を強調するばかりではなく、「無料期間が過ぎれば自動的に有料サービスになること」、「解約には、最初に設定した ID・パスワードが必要であること」など、消費者にわかりやすく記載するようにしてください。

また、登録は簡単にできても、解約時の操作が複雑・難解で、中々解約できないとの相談も多くなっています。消費者が解約をスムーズにできるよう、解約の操作については、契約時と同等程度の容易さでできるよう希求します。さらには、電話相談窓口の開設も望みます。

【マッチングアプリに関わる事業者へ】

マッチングアプリは、場所や時間を気にせず気軽に婚活や相手探しができる一方、悪意のある利用者が紛れ込んでいる場合があります。悪意のある利用者の中には、結婚詐欺目的のサクラのほか、マルチ商法の勧誘目的を隠して登録していたり、ホストクラブやキャバクラなど風俗営業店の従業員が営業目的を隠して登録していたりすることがあるのです。近年、特に増加傾向にあるのが投資詐欺です。しかし、マッチングアプリで知り合った場合、相手の本名も居住地もわからないことが多く、被害回復は極めて困難になります。マッチングのサイトを運営する事業者は、マッチングアプリによる詐欺行為や不正行為を防ぐために、ユーザーのプロフィール情報の確認を強化し、偽プロフィール（悪意ある利用者）を減らすため、アプリシステムの改善、適正なシステムの構築、ルールの整備などに徹底して取り組むことを求めます。

【暮らしのレスキューに関わる事業者へ】

害虫駆除、鍵の修理、水漏れやトイレ修理など、いわゆる暮らしのレスキューサービスに関する相談は後を絶ちません。消費者は、日常生活での緊急のトラブルに対応を急ぐあまり、ネットで検索した事業者の「〇〇円～」という安価な広告を鵜呑みにして、事業者に来訪を依頼することが多いといえます。このようなレスキューサービスは、内容が様々であり、ネットの広告のような安価な金額で修理できるとは限りません。見積りを取るだけのつもりで来訪要請した事業者が、ネット広告の何倍もの高額な金額での工事や修理を強引に契約させた場合は、「特定商取引法」上の訪問販売に該当し、クーリング・オフができると考えられます。また、法定書面が交付されていなければクーリング・オフ期間は進行しないため、クーリング・オフ期間を過ぎてもクーリング・オフすることが可能となります。事業者は、特定商取引法の訪問販売に規定される勧誘方法であることを理解し、ネット広告の表示に関しては、同法の通信販売の広告の規定に準じて記載することを、肝に銘

じてください。また、相談現場では、契約書の不交付や、連絡先などが不明であったり、連絡に応じないなどの、不当な事業者に関する相談が多く寄せられています。「暮らしのレスキュー」と呼ばれるサービスを提供する事業者として、消費者に対し、安全で安心な対応をするよう強く求めます。

【デジタルプラットフォーム運営事業者へ】

デジタルプラットフォームとは、インターネットを通じて商品・サービス等の取引や情報の場を提供している役務のことで、運営している事業者をデジタルプラットフォーマーといます。BtoCの取引に関しては、2022年5月1日に施行された「取引DPF消費者保護法」で、努力義務ではありますが、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を定めています。

BtoCの取引でトラブルになった場合、契約者間で話し合うのが原則ですが、当事者間で解決できないときは、デジタルプラットフォーム事業者が積極的にあっせん解決に努めるよう要望します。また、消費生活センターでは相談に応じられないCtoC案件を、トラブル解決ができるようデジタルプラットフォームの利用規約を整備するよう要望します。

〈オークション、フリマアプリについて〉

基本はCtoC取引で、利用規約や補償制度は整備されてきましたが、事業者が消費者を装い、特商法の表示義務を逃れる「隠れB」をめぐるトラブルはあります。取引状態の把握ができるプラットフォーム事業者に、トラブル解決に向けた丁寧な苦情対応を要望します。

【消費者へ】

老若男女を問わずスマホやタブレット端末が急速に普及したことにより、インターネット取引は大変便利で、日常生活に欠かせないものとなりました。しかし場合によっては、取引相手の正体は不明で、しかも海外とも一瞬にしてつながるため、様々なトラブルが発生しています。消費者として、以下の観点から注意をすることが必要です。

① ネット広告

検索ワードに連動して検索結果の上位に表示されるリスティング広告や、閲覧履歴や登録情報等、見る人に合わせて表示されるターゲティング広告など、自分が望まずに表示される不意打ち性の高いネット広告には、十分注意する必要があります。さらに、見る側が広告と分らないものを「ステルスマーケティング広告(ステマ広告)」と呼び、令和5年10月1日から景品表示法違反として規制されることになりました。消費者庁HPでも、この規制について、「企業ではない第三者の感想であると誤って認識してしまい、その表示の内容をそのまま受けとってしまい、消費者が自主的かつ合理的に商品・サービスを選ぶことが出来なくなるかもしれません。ランキングサイトや商品等の評価欄などに存在すると見られています」と記載されています。日頃から、ネット上の評判や

書き込みは全て鵜呑みにせず、冷静に客観的に判断することが大切です。その際、悪質なネット広告を見分けるポイントとして、「大幅に値引きされている」、「他のショップで売り切れている商品が販売されている」、「『特定商取引法に基づく表記』がない」などがあるので参考にしてください。

② 副業紹介

ネット広告で、「初心者でもできる簡単な仕事なのに報酬が高い」、「資格や特別な技術がなくても好きな場所で好きな時に働ける」など、応募者にとって都合が良過ぎる仕事や求人は、悪質な副業紹介の可能性が高いといえます。さらに、仕事を始める前に、初期費用やサポート費用等さまざまな名目で金銭を請求される場合も、詐欺などの可能性があるといえるでしょう。「今だけ、ここだけ、あなただけ」というような、甘い言葉や勧誘には、十分気を付けて、簡単に儲かる話などないことを肝に銘ずることが重要です。

③ 定期購入

定期購入でのトラブルは、ネット広告で、「お試し」「無料」の文字のみが強調され、定期購入契約であること及びその具体的内容について小さな文字でしか表示されておらず、消費者が誤認して契約することに起因することといえます。さらに、最終確認画面に次回の代金や解約方法、解約料などの適切な表示がされていないことも多いのです。消費者は、うまい話にはそれなりの理由があると心得え、しっかり契約内容、最終確認画面を確認するようにし、少しでも怪しいと感じたら契約しないことを心してください。

④ マッチングアプリや投資詐欺など

SNSを通じて、「付き合いたい」、「安い」、「儲かる」、「お得」などの言葉をかけられても、すぐに飛びつかず、何か条件や根拠、理由がないかどうか、客観視して考える癖をつけましょう。悪質な広告に惑わされたり、情報を何も疑わずに信じ込んだりすると、重大なトラブルに巻き込まれる可能性が高くなります。取引相手の情報を確認した上で、検索サイトや口コミ情報をうまく利用して、取引相手の信用性等を確認するようにしてください。そうして日頃から、ネットリテラシーの向上を心掛けて行動するようにしましょう。

IV-2 関係機関への要望

2023年12月22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 | 鹿野 菜穂子 様 |
| ・消費者庁 | 長官 | 新井 ゆたか 様 |
| 消費者政策課 | 課長 | 尾原 知明 様 |
| 消費者制度課 | 課長 | 古川 剛 様 |
| 消費者教育推進課 | 課長 | 山地 あつ子 様 |
| 地方協力課 | 課長 | 加藤 卓生 様 |
| 取引対策課 | 課長 | 伊藤 正雄 様 |
| 表示対策課 | 課長 | 高居 良平 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 | 豊田 原 様 |
| ・総務省 消費者契約適正化推進室長 | | 安西 重浩 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月の土曜日・日曜日、8日間、「ネット取引なんでも110番～ネット広告、副業サイト、定期購入などなど～」というテーマで実施いたしました。

昨年4月1日に改正民法が施行され、成年年齢が18歳に引き下げられました。未成年取消が可能であった18歳、19歳が契約トラブルにあうケースが増えており、今後更に増える懸念が生じています。また、本年5月まで3年にも及んだ新型コロナウイルスでの自粛生活の影響により、年代を問わず急増したネット取引によるトラブルも後を絶ちません。

本年の110番事業は、こうした社会情勢を受けて、幅広い分野での「ネット取引」に係る相談を受け付けました。「ネット取引」の中でも特に、問題の根源となっている「ネット広告」を介した問題にフォーカスし、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。

ネット広告に関しては、すでに、不当な定期購入の広告やステルスマーケティング（ステマ）に対しての「景品表示法」の改正が行われています。さらに、消費者庁では、ダークパターンについて、「詐欺防止月間(Fraud Prevention Month)」を設け、テーマに沿った注意喚起などを実施しています。こうした立法や行政の対応についても、今後注意深く見守って

いく必要があると考えています。そのうえで、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. インターネット通販におけるネット広告の規制及び強化を求めます。

今年 5 月まで続いた新型コロナウイルスによる自粛生活に伴い通信販売、特にインターネット通販の利用が拡大しています。さらに昨年の民法改正による成年年齢引き下げも影響し、ネット通販におけるトラブルが多く発生しています。そうしたトラブルのきっかけとなるのが不当なネット広告であり、さらなる規制及び強化を求めます。

① 特定商取引法による規制の強化

特定商取引法ガイド(通信販売広告 Q&A)³では、「インターネット通信販売を行う場合、商品を紹介するランディングページや、販売業者等がその広告に基づき通信手段により申込みを受ける意思が明らかであり、かつ、消費者がその表示を受けて購入の申込みをすることができるものは、特定商取引法に定める広告に該当する」と明記されています。さらに、「当該広告内において特定商取引法第 11 条に定める事項を表示する必要があります。特に、商品若しくは特定権利の売買契約又は役務提供契約の申込みの撤回又は解除に関する事項(以下略)については『顧客にとって見やすい箇所において明瞭に判読できるように表示する方法その他顧客にとって容易に認識することができるよう表示すること』と定められています」と続けています。しかしながら、現状、事業者がこうした法令を順守しているとはいえない状況です。事業者に対し、法令順守の徹底を図り、違反した事業者への罰則の強化や社名公表など、厳しい措置を取るよう要望します。

② ダークパターンへの規制の検討

消費者庁の HP によれば、ダークパターンは、以下のように定義されています。「一般的に、消費者が気付かない間に不利な判断・意思決定をしてしまうよう誘導する仕組みのウェブデザインなどを指すとされています。OECD の報告書では、ダークパターンは概して、消費者に望ましい範囲を超えて金銭を支出させ、個人情報を開示させ、又は注意時間を費やさせることを目的とするとされています」。

そのようななかで、EU やアメリカでは、個人情報保護の観点から、ダークパターンを規制する動きが活発になってきています。消費者庁でも、今年度、国境を越えた不正な取引行為を防止するための取組を促進する国際ネットワークである ICPEN に参画し、その取組の一つである「詐欺防止月間(Fraud Prevention Month)」では、テーマに沿った注意喚起など

³ [通信販売広告 Q&A | 特定商取引法ガイド \(caa.go.jp\)](https://caa.go.jp/qa/)

を実施していますが、ネット広告によるネット取引でのトラブルを踏まえ、ダークパターンに対する規制を積極的に検討することを求めます。

2. 副業紹介、情報商材等の契約において、特定商取引法の規制の強化を求めます。

コロナ禍や長期化する経済の低迷による雇用の不安から、若年層が、ネット広告を通じた儲け話に惹かれ、副業紹介、情報商材等の契約をし、儲かるどころか多額の借金をかかえるケースが増えています。

① 特定商取引法：通信販売

特定商取引法では、インターネット通販において、誇大広告や誤認表示は禁止されており、違反すると罰則の対象となります。法で規制された「特定申込み」は、上記の違反により誤認して契約した場合、取消権が付与されましたが、一般の通信販売に取消権はありません。なぜなら、自分の意志で自ら契約の申込をしたとされ、勧誘や不意打ち性が認められていないためです。しかし、虚偽・誇大広告により誤認して契約した場合、重要事項に対する不実告知として取消権の付与を要望します。また、副業や情報商材の契約のきっかけは、SNS 広告やターゲティング広告が多く、それらはチャット機能などを通じ、電話のように勧誘される場合が多いのが現状です。そうした広告は、もはや広告ではなく不意打ち性のある勧誘の一類型ともいえます。通信販売にもクーリング・オフ導入の検討を要望します。

② 特定商取引法：業務提供誘引販売取引

業務提供利益が得られると誘引して、高額な講習や個人指導を受けさせる手口も横行しています。これは、業務提供誘引販売に当たると考えられ、20 日間のクーリング・オフが可能となります。しかし、副業や情報商材の契約において、「確実に儲かる」と誘引はしていますが、仕事の紹介までは約束していないため、業務提供誘引販売取引としての解決は困難な場合がほとんどです。「儲かる」と誘引して情報商材や投資教材、コンサルティングなどのサービスを契約させる悪質な商法も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。

今回、20 代の若者 2 人が、副業紹介サイトから、副業紹介の前に高額な研修費やプログラム代金を請求される事例がありました。社会的経験や資力の乏しい若年成人（例えば 22 歳以下）との業務提供誘引販売の禁止も要望します。

3. 定期購入の契約において、特定商取引法の規制のさらなる強化を求めます。

定期購入に関しては、2022 年 6 月に施行された特定商取引法で「詐欺的な定期購入商法」対策が強化され、「定期購入ではないと誤認させる表示等に対する直罰化」、「誤認させ

る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の導入」、「最終確認画面に対する規制が強化」などが規定されました。民事ルールとして取消権も導入され、インターネット通販の最終確認画面に表示すべき内容を具体的に示した「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」も公表されました。しかし、その後も、定期購入に関するトラブルはなくなっておりません。定期購入の契約者の多くはネット広告で、「お試し」「初回無料」「いつでも解約可」などの表示を見て、格安で試せると誤認して申込みしています。消費者はスマホで申込みが多く、誤操作や誤認をしやすいです。さらに、申込画面の表示がわかりにくく、総額や解約時期、解約料などをめぐってトラブルが発生しています。定期購入やサブスクリプションのように一度の申込みで複数回の購入や継続的な役務の提供がなされることとなる取引については、消費者が必要とする総額、各回ごとの支払金額、返品や解約の条件などについて、大きな文字でわかりやすく明記することを義務付けると共に、申込後に契約内容を明らかにする電磁的記録の提供を義務付け、一定の期間は消費者に申込み撤回の権利を付与するなどの規制の強化を望みます。

4. 悪質な「暮らしのレスキューサービス」について、規制の強化を求めます。

害虫駆除や、鍵の修理、水漏れ修理やトイレ修理など、いわゆる暮らしのレスキューサービスに関する相談は後を絶ちません。消費者は、日常生活での緊急トラブルに対応を急いでほしいあまり、ネットで検索した事業者の「〇〇円～」という安価な広告を鵜呑みにして、事業者に来訪を依頼します。修理を依頼する前、消費者には、作業の内容や料金について十分に検討することを求めたいのですが、そのように落ち着いて対応できなくなっている場合がほとんどです。見積りを取るだけのつもりで来訪要請した事業者が、ネット広告の何倍もの高額な金額での工事や修理を強引に契約させた場合は、特定商取引法ガイドに記載の通り、「特定商取引法」上の訪問販売に該当し、クーリング・オフができると考えられます。特定商取引法ガイドによれば、「広告の表示額と実際の請求額に相当な開きがある場合、消費者は、当初修理依頼をした段階では、安価な広告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、訪問販売に該当する(一部抄録)」とされています。

しかし、実際の契約では、相談現場では、契約書の不交付や、連絡先などが不明であったり、連絡に応じないなどの、不当な事業者に関する相談が多く寄せられています。こうした事業者に対し、法令順守を徹底させることが必要です。そのためには、同様な手口でトラブルを繰り返す事業者に対する罰則規定を強化し、警察とも連携して行政措置をとるなどの強硬策も必要ではないでしょうか。「暮らしのレスキュー」と呼ばれるサービスが、消費者の安全で安心な生活に寄与するよう、行政の対応を強く求めます。

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強化を求めます。

詐欺的なインターネット通販のトラブルや、身分を詐称した SMS による架空請求によるトラブルは繰り返されており、より巧妙になっています。これらの被害は消費者関連法では解決できません。被害回復は困難です。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。インターネット取引においても、振り込め詐欺と同様、警察庁と関連府省庁との連携を強化して、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 18 年 (2006 年) 「クレジット・ローンなんでも 110 番」
平成元年 (1989 年) 「生活設計なんでも 110 番」	平成 19 年 (2007 年) 「クレジットなんでも 110 番」
平成 2 年 (1990 年) 「クレジットなんでも 110 番」	平成 20 年 (2008 年) 「通信なんでも 110 番」
平成 3 年 (1991 年) 「旅行なんでも 110 番」	平成 21 年 (2009 年) 「カードなんでも 110 番」
平成 4 年 (1992 年) 「塾・英会話・エステなんでも 110 番」	平成 22 年 (2010 年) 「サギ商法なんでも 110 番」
平成 5 年 (1993 年) 「資格商法なんでも 110 番」	平成 23 年 (2011 年) 「通信トラブルなんでも 110 番」
平成 6 年 (1994 年) 「商品事故なんでも 110 番」	平成 24 年 (2012 年) 「キャンセルなんでも 110 番」
平成 7 年 (1995 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 8 年 (1996 年) 「金融商品なんでも 110 番」	平成 26 年 (2014 年) 「ネット取引なんでも 110 番」
平成 9 年 (1997 年) 「通信トラブルなんでも 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 10 年 (1998 年) 「契約トラブルなんでも 110 番」	平成 28 年 (2016 年) 「広告・宣伝・表示なんでも 110 番」
平成 11 年 (1999 年) 「インターネットトラブルなんでも 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 12 年 (2000 年) 「儲け話なんでも 110 番」	平成 30 年 (2018 年) 「不当請求・架空請求なんでも 110 番」
平成 13 年 (2001 年) 「金融トラブルなんでも 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 14 年 (2002 年) 「くらしの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 15 年 (2003 年) 「継続サービス契約トラブルなんでも 110 番」	令和 3 年 (2021 年) 「ネット取引なんでも 110 番」
平成 16 年 (2004 年) 「通信サービストラブルなんでも 110 番」	令和 4 年 (2022 年) 「成年年齢引き下げから半年 ネット取引・デジブラなんでも 110 番」
平成 17 年 (2005 年) 「金融サービストラブルなんでも 110 番」	

110 番対応者

東京

青木千尋	岡本由美	木村嘉子	小西和恵	金藤博子	佐竹愛子
櫻木和美	武井紀子	大道不二子	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

香浦奈美	河野順子	沢井馨子	谷村嘉彦	田村朋子	仲澤悦子
中野賀予子	中野直子	西田智子	林多恵	福井多恵子	町田弘美
山内恵香	山口知香	蓮奈穂子			

アドバイザー : 弁護士 志部淳之介

報告書作成者 (◎は責任者)

◎松本恭子	香浦奈美	田村朋子	中野子礼子	西田智子	樋口容子
福長恵子	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 2023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