

2024年度

NACSなんでも110番のご報告

10月5日(土)、12(土)、19日(土)、26日(土) 大阪相談室、10月6日(日)、13日(日)、20日(日)、27日(日) 東京相談室において、NACSなんでも110番を実施いたしました。

本年度は「住まいの契約トラブルなんでも110番～屋根工事・給湯器等の訪問販売、トイレのつまり・水漏れの緊急修理、リースバック、賃貸住宅退去など～」をテーマに、住まいに関する様々な相談を受け付けました。

住まいの契約トラブルに関する相談受付件数は合計で48件でした。賃貸契約に関する相談が15件と最も多く、そのほかレスキュー商法や点検商法、リースバックなどの相談がありました。

賃貸住宅の相談では、「退去時に高額な原状回復費用を請求された」、「原状回復費用に合意していないのに保証会社が支払ってしまい、求償されている」などの相談がありました。くらしのサポートサービスの契約を強制された、解約に応じてもらえないという相談も寄せられました。

住まいのレスキューサービスは、鍵の紛失や水漏れ、電気のトラブルなどがきっかけで依頼しています。「焦ってネットで検索し事業者を呼ぶと、サイトの表示よりはるかに高額な代金を後から請求された」などの相談が寄せられました。

また、点検商法では、「高齢者の自宅に、屋根の点検だと言って業者が突然来訪し、屋根に上がりその後『瓦がずれている』と写真を見せて工事の契約をさせられた」という相談がありました。

高齢者の不安につけ込み、「不利な点を告げずに良い面ばかりを強調して勧誘する」リースバックの相談や「マッチングアプリで知り合った異性から誘われ、複数の投資用マンションの購入をした」という相談もありました。

点検商法の相談は高齢者が多く、賃貸住宅やレスキュートラブルの相談は幅広い年代から寄せられました。特にレスキューサービスは、緊急の事態で冷静な判断ができない中、不安を煽られたり、高額な料金を請求されたりしても断れないという、消費者の心理につけ込んだ商法が問題となっています。リスティング広告の問題点や、ナンバーワン表示の調査に根拠が欠けるといった指摘のほか、プラットフォーム事業者や国に規制を求めるべきだという意見も寄せられました。

賃貸住宅に関しては、宅地建物取引業者の重要事項説明義務のさらなる強化と、全ての賃貸住宅管理業者と家賃債務保証業者に対する登録制が必要です。また、特定商取引法においては、不招請勧誘の禁止や違反事業者への罰則の強化を求めます。リースバック契約についても消費者保護のための手当てが必要です。これらの提言を含む本事業の詳しい報告書はホームページでご確認ください。

(110番実行委員会)



110番チラシ



110番報告ページ

新春特別インタビュー



消費者庁
新井 ゆたか 長官

2024年において、特に印象に残った出来事、貴庁として消費者にお伝えされたいお取り組み等ありましたら、お聞かせください。

2024年は、消費者庁設立から15年、消費者基本法の抜本的改正から20年を迎えた年でした。この節目の年に、消費者庁では、消費者法制のパラダイムシフトに関する議論を本格化させました。

また、紅麹関連製品に係る事案の発生を受け、昨年5月の関係閣僚会合の取りまとめを踏まえ、機能性表示食品制度の見直しとして、食品表示基準の一部を改正する内閣府令を8月に公布し、その一部を9月から施行しました。

公益通報者保護法については、2020年に成立(2022年に施行)した改正法の附則第5条において、施行後3年を目途に改正後の法の規定について検討を加えることとされていることから、同法の課題等について、昨年5月から有識者検討会で議論が行われました。

2025年に消費者庁が特に力を入れて取り組もうとされていることを教えてください。

高齢化やデジタル化に加え、環境負荷の低減等による持続可能な社会に向けた取組が求められる中で、消費者を取り巻く環境は複雑かつ多様に変化しています。これらの変化に対応するため、消費生活相談DXにより相談者の利便性向上や相談員の負担軽減を図れるよう、まずは2026年に新システムに円滑に移行し、安定した業務環境を確保することを最優先にまいります。また、消費者法制度のパラダイムシフトに向けた議論を更に深化させるとともに、環境に配慮したグリーン志向の消費行動を促進してまいります。

このような諸施策を通じ、関係団体や自治体など幅広い関係者と連携しながら、消費者の安全・安心の一層の確保等に向けて引き続き取り組んでまいります。



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
河上 正二 会長

2024年において、特に印象に残った出来事、思いを強くされたことがありましたら、お聞かせください。

2024年も相変わらず至るところで自然災害が発生し、人々の日常の暮らしが脅かされています。被災地の皆さんが、一日も早く安心して暮らしていける日を望むばかりです。世界では、ロシアのウクライナ侵攻やイスラエルとパレスチナの紛争など、結局弱い立場にある子どもや女性の被害が多発しており、平和が益々遠のいているようで心が痛みます。アジアでもミサイルの発射や軍艦艇の海洋進出など、きな臭い動きもあって何となく落ち着きません。平和な社会の構築のために、私たちに何が出来るのだろうかと考え込んでしまいます。安全・安心な生活は、消費生活の基本ですから。



経済産業省
南 亮 商務・サービス審議官

2024年において、特に印象に残った出来事、貴省として消費者にお伝えされたいお取り組み等ありましたら、お聞かせください。

政府では、キャッシュレス決済比率を2025年までに4割程度にするの目標を掲げておりますが、直近のキャッシュレス決済比率は39.3%に達し、目標達成に向けて着実な進捗を見せております。他方、キャッシュレス決済の普及には安全な利用環境の確保が欠かせませんが、キャッシュレス決済の8割以上を占めるクレジットカード決済では、近年、不正利用被害額が過去最大を更新し続けています。この対策として、経済産業省では、業界とともに2025年3月末までに、原則、全てのEC加盟店に本人認証サービスが導入されるよう取組みを進めております。引き続き安全なクレジットカードの利用に向けて、取り組んでまいりますので、何卒ご理解とご協力を賜りますようお願い申し上げます。

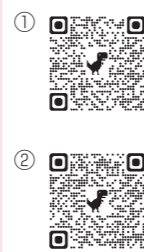
2025年に経済産業省が特に力を入れて取り組もうとされていることを教えてください。

大阪・関西万博が本年4月13日に開幕します。160を超える国、地域、国際機関から多様な人々が日本に集まり「つながる」場として、「未来社会の実験場」のコンセプトのもと、世界との交流を強化し、日本の地域の魅力を世界に発信する絶好の機会です。多くの方に来場いただき、楽しみ、将来に夢と希望を持ってもらう、またとない機会です。パビリオンの展示内容やイベントや催事など、お楽しみいただけるコンテンツも続々と発表されています。ぜひ皆様におかれましても、万博会場に足をお運びいただき、ともに盛り上げてまいりましょう。

インフォメーション

11月20日より、多様な色覚に配慮し、コーポレートカラーを緑色から青色に変更しました。これに伴い、ロゴマークも青色に変更します。今回のコーポレートカラーの変更を機に、NACS支部(北海道・東北・中部・中国・九州)のウェブサイトがリニューアル公開されました。活動の一層の充実を図り、消費者利益と企業活動の調和がとれた持続可能な社会の形成に貢献してまいります。

- ①二次元コード【NACSの支部活動】
→ <https://nacs.or.jp/branch/>
- ②二次元コード【NACSのHP】
→ <https://nacs.or.jp/>



編集後記

中国の家庭では旧正月になると水餃子を食べるのが一般的。5年間中国に駐在していた私は、この季節になると水餃子を食べたくなります。今年は巳年。ヘビは後退できません。蛇行しながらも前進する一年にしたいです。(坂倉)

今年は巳年。蛇は豊穰神・天候神として信仰の対象にされ、脱皮は復活と再生を連想し縁起のいい動物とされてきました。しかし縁起を生かすには努力も必要。何事もコツコツやるのが一番だと思う私は純昭和の人間です。(鈴木)



2024年NACSが選ぶ消費生活関連 10大トピックス 解説

恒例の「NACSが選ぶ2024年10大ニュース」を発表いたします。事前に実施したアンケートに基づき、以下の消費生活に係る10大ニュースを選びました。皆さま自身の考える10大ニュースと、比較してみてください。
(各トピックスに付されている番号は順位を示すものではありません)

1	機能性表示食品制度見直し	紅麹原料のサプリメント摂取で、腎臓に障害を持った消費者が健康被害を訴えたことに端を発した問題は、機能性表示制度の見直しまで波及していきました。消費者にとって本来安心できるはずの同制度への不信感が生じたことの影響は大きいといえます。
2	保険業界の個人情報漏えい問題	損保業界において、代理店への出向社員による顧客情報の出向元へと流出等の行為が半ば公然と行われ看過されてきたことは、顧客の信頼を大きく損ね、企業の社会的責任が問われることとなりました。生保業界においても個人情報漏洩が広範囲に起きており、大企業の個人情報に対するガバナンス不足が明らかになりました。
3	J-FLEC (金融経済教育推進機構) スタート	岸田政権の「資産所得倍増プラン」の目玉政策として、4月に国と日銀、金融業界団体が共同出資してJ-FLEC(金融サービス提供法に基づく認可法人)が設立されました。金融教育を受けたことがある国民の比率を7%から20%に引き上げることをKPIに掲げています。職域における金融教育と、国民が安心して相談できる認定アドバイザーの育成が課題です。
4	車などで相次ぐデータ改ざん	自動車メーカーでの認証試験や鉄道各社の車両整備におけるデータ改ざん問題に対し、安全への信頼を揺るがす事態として、国土交通省による立ち入り検査が実施されました。要求される品質や仕様を満たす目標達成に向き合う、各事業者の姿勢と再発防止策が問われています。
5	長引く物価高と生活防衛意識の高まり	気候変動や戦争、円安、働き方改革と様々な要因が絡み合っ、急激にまた広範囲に及んだ物価高は、応分の収入増加が進まぬ消費者にとって、家計支出を控えるという生活防衛意識を生じさせ、節約と倹約のノウハウはメディアでも大きく取り上げられました。
6	物流の2024問題	物流・運送業界は、4月から働き方改革関連法施行により、ドライバーの時間外労働上限規制が適用されました。そのため、荷待ち時間の短縮や付帯作業の軽減及び、適正運賃の收受などでは、荷主の協力が必要となっています。消費者も置き配利用などによる再配達削減や、まとめ買いといった行動変容が求められます。
7	能登半島地震・豪雨など相次ぐ激甚災害	元日に発生した能登半島を震源とする震度7の地震は、土砂災害、火災、液状化現象、家屋の倒壊が相次ぎ、交通網も寸断されるなど、奥能登地域を中心に各地で甚大な被害をもたらしました。復興もままならぬ9月に、豪雨災害が追い打ちを掛けるように発生し、仮設住宅の水没や土砂くずれなどの二次災害に見舞われました。
8	令和のコメ騒動	8月以降、大都市圏を中心に、お米がスーパーなどの店頭から消えました。昨年来の異常気象に加え、南海トラフ地震の政府発表を受けての消費者心理による買ひだめの影響もあり、新米が出回るまでコメ不足の状態は続き、価格も高騰しました。備蓄米や減反政策などの農業政策における課題と共に、消費者の冷静な行動が求められる一面もありました。
9	カスタマーハラスメント問題	カスタマーハラスメントが社会問題となり、10月には東京都で全国初のカスタハラ防止条例が制定され、本年4月に施行されます。企業では基本方針の公表やマニュアル作成などの取り組みが進んでいますが、消費者も適切な方法で正当な意見を伝えることによって、双方の信頼関係を構築することが必要です。
10	SNSをきっかけにした消費者被害の急増	SNS上の広告をきっかけとした、詐欺的な定期購入や副業・FX投資などのトラブルに加え、SNS型投資・ロマンス詐欺も急増しました。SNSによる勧誘は、スマートフォンによる一対一でのやり取りが多く、密室性も高いことから、特定商取引法改正による規制導入は喫緊の課題といえます。

SNSに関わる消費者問題

龍谷大学教授



カライスコス アントニオス

「私たちにとって、SNSとはなんだろうか」
最近、このことについて考えさせられることが増えている。自分が20代だった頃のことを思い出してみる。SNSは、主に、普段会えない友人との関係を維持する場、そして、新たな仲間を見つけるための場であった。それが、いつの間にか主に商売の場と化してしまっている。そして、それに伴い、消費者問題が多発している。
令和6年版消費者白書を見ると、SNSが関係する消費生活相談件数は、2023年は8万404件と、過去最多となり、特に50歳代以上の相談件数が、前年と比べて大きく増加している。関連する相談内容としては、SNSでの広告がきっかけとなるケース、SNSでの勧誘がきっかけとなるケース、SNSで知り合った相手との個人間取引のケースが主である。そして、SNSの操作方法等に関する問合せもみられるという。
SNSでの広告がきっかけとなるケースでは、偽サイトの存在や、届いた商品が注文したものと異なり、サイトが閉鎖されているために連絡が取れないといった相談がみられる。また、著名人の画像等を用いた、消費者の信頼を悪用するなりすまし広告による詐欺被害も目立つ。SNSでの広告枠は、一定の条件の下で自動的に表示される仕組みとなっているようであり、基本的に、SNS運用者側ですべての広告を事前確認することは難しいという。しかし、そこから広告収入を得ているSNS運用者が全く責任を負わないということではよいのだが、益々問題視されている。
SNSでの勧誘がきっかけとなるケースにおいては、そのような勧誘を通じた情報商材の購入や高額投資による

被害が生じている。SNSを通じた勧誘を法的にどのように取り扱い、規制するのが問われている。同時に、消費者側のリテラシーの向上も欠かせない。SNSで新たに知り合った人は、路上で出会った人と同じである。果たして、路上で何度か会って話をしただけの素性が確認できていない人に勧められて、高額の商品を購入したり、投資をするようなことを簡単にするのだろうか。SNSでの出会いを、路上での出会いに置き換えた上で、冷静に考え直すことが求められよう。
SNSで知り合った相手との個人間取引のケースについても、同じことが言える。前記のような路上で出会った素性の不明確な人に、商品を受け取る前に現金を渡してしまうようなことは、通常は容易にはしないはずである。SNSでは、普段の生活圏では出会えないような人と出会うのが、言い換えれば、普段かかわることのない悪質な者とも出会う可能性が潜んでいる。SNSの操作方法等に関する問合せにおいても、相手方をやみくもに信じないという警戒心と、SNSの操作に関する基本的なリテラシーを身に付けることが重要となろう。
なお、SNSでの広告においては、広告ではないと見せかけてクリックをさせたり、偽のカウントダウンタイマーや在庫・購入傾向に関する表示を行うことで、消費者の真意に沿わない購入意欲を生じさせる「ダークパターン」が利用されることも多い。その法規制が難しい中、ダークパターンを用いない企業を認定する制度が一般社団法人ダークパターン対策協会によって発足している。その利用が広まることを、切に願う。

特定商取引法の抜本的改正に向けた活動について

副会長 樋口 容子



特定商取引法(以下、特商法)は、2016年改正時に5年後見直しが附帯決議されましたが、動きがないことから、2022年、全国消費者団体連絡会をはじめとした消費者団体6団体とともにNACSも発起団体となり、「特商法の抜本的改正を求める全国連絡会(以下、連絡会)」を立ち上げ、代表幹事をお受けしました。以下、これまでの活動についてご報告いたします。
連絡会では幹事会を設け、毎月1回、法改正への訴求効果の高い活動をいかに展開していくかについて、活発な討議を行っています。NACSとしては、特に、「SNSを利用した通信販売の勧誘」について、抜本的改正の必要性を訴えてきました。
この2年間で具体的な活動としては、議員請願要請活動、意見書提出、意見の発出となります。まずは、法改正に一番効果が高いと思われる、国会議員に対し、「特商法の抜

本的改正」への請願活動を活発に行ってきました。また、与野党の消費者問題調査会や消費者関連部門会議の傍聴やヒアリング活動も、積極的に実施してきました。次に、2023年8月には、消費者庁に対し、「SNSのチャット勧誘トラブルについて特商法改正を求める意見」をNACSとして提出いたしました。さらには、日本弁護士連合会が、定期的に開催している「特定商取引法の改正等に向けた連続意見交換会」に参加し、NACSとしての取組を紹介し、意見を発出して参りました。
しかし残念ながら、SNSによる勧誘はもちろんのこと、定期購入のトラブルや点検商法等の訪問販売による被害が拡大する中、消費者庁においては、特商法の改正をする動きが見えません。
今後も、こうした活動を展開して参りますので、皆様方のご支援、ご協力をよろしくお願い申し上げます。