

# NACS

## 通信販売トラブルなんでも 110 番

～定期購入、海外通販、サブスク（定額制サービス）、  
詐欺サイトのトラブルなどなど～

### 報 告 書



2025 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



## 2025 年度 NACS なんでも 110 番事業

### 「通信販売トラブルなんでも 110 番」 報告書

～ 定期購入、海外通販、サブスク（定額制サービス）、詐欺サイトのトラブルなどなど ～

### 目 次

|                              | ページ          |
|------------------------------|--------------|
| NACS 110 番（2025 年度）のご報告      | . . . . . 1  |
| <br>I. 実施要綱                  |              |
| I - 1 実施要綱                   | . . . . . 3  |
| I - 2 事前研修会の開催               | . . . . . 4  |
| <br>II. 相談受付概要               | . . . . . 5  |
| <br>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. 定期購入に関する相談                | . . . . . 13 |
| 2. サブスクリプションに関する相談           | . . . . . 17 |
| 3. 詐欺サイト等に関する相談              | . . . . . 20 |
| 4. その他                       |              |
| 買取サービス、ネット広告                 | . . . . . 25 |
| III - 2 アドバイザーコメント           | . . . . . 29 |
| <br>IV. 提言・要望                |              |
| IV - 1 提言・要望                 | . . . . . 33 |
| IV - 2 関係機関への要望              | . . . . . 39 |
| NACS 「なんでも 110 番」一覧・110 番対応者 | . . . . . 45 |

## NACS 110 番（2025 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(2025 年度)の報告書をお届けします。

NACS 110 番は、今回で 38 回を数えます。報告書を見返すと、その時々の、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。

NACS なんでも 110 番では、これまでにも通信販売に関するトラブルを何度も取り上げてまいりましたが、依然として通信販売に関する消費者相談は多く、令和 7 年版消費者白書によれば、購入形態別相談件数の 37.7% が通信販売に関する相談とのことでした。令和 3 年の特定商取引法改正後も、いわゆるダークパターンにより消費者の意図せぬ契約に誘い込む手法や、虚偽・誇大広告の被害が後を絶ちません。また、令和 4 年には取引デジタルプラットフォーム消費者保護法が施行されましたが、オンラインモールにおけるトラブルの解決やいわゆる隠れ B と言われる消費者を装う事業者の問題、偽造品や模倣品、法令に違反した商品の流通を防ぐ仕組みについてはまだ十分に機能していると言えません。また、決済機能の多様化により、従来のように代引きやクレジットカードを利用しないケースも増えており、後払い決済業者や前払式電子決済については抗弁が繋がらないという問題があります。販売業者だけでなくプラットフォーム事業者や決済事業者、転売者など複数のプレイヤーが登場する複雑な取引が増えたことにより消費生活相談の現場でのあせんはより複雑で困難なものとなっています。今回のテーマは、「通信販売トラブルなんでも 110 番～定期購入、海外通販、サブスク（定額制サービス）、詐欺サイトのトラブルなどなど～」というもので、通信販売を中心とした様々な問題に焦点を当てました。

大阪相談室では 10 月 4, 11, 18, 25 日（土曜日）、東京相談室では 10 月 5, 12, 19, 26 日（日曜日）、いずれも 10 時から 16 時にウィークエンド・テレホンと同時開催で実施いたしました。

相談受付件数は、東京・大阪合計で 60 件に上りました。幅広い年代層の方々から多岐にわたる相談が寄せられました。内容別キーワードで一番多かったのが「インターネット通販」で 34 件、次が「電子広告」23 件、「解約」22 件の順でした。通信販売の中では「デジタルプラットフォーム」が 10 件、「SNS 広告」10 件、「定期購入」7 件、「ダークパターン」6 件でした。「解約はいつでもできるというサプリメントを試しに頼んだが解約できない」「意図せず定期購入になっているサプリメントを解約したいが手続きがネットに限定されておりパスワードがわからず進めない」「海外の事業者なので解約方法がわからない」など、定期購入やサブスクリプションの解約についての相談が多く寄せられました。「最終確認画面がわかり難い」「問合せ先連絡先が見つけにくい」など表示に関する意見も寄せられました。偽物、偽サイトの被害は SNS をきっかけとしたものが多く、問題のある SNS 広告が放置されている実態が伺えました。

また、ネット広告をきっかけとして、訪問販売や電話勧誘販売で契約してしまったという相談も寄せられました。

悪質商法から消費者の安全と財産を守り、デジタル社会が消費生活にもたらす恩恵を有効に活用できるような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を求められます。

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祈念しております。

2025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。

#### 通信販売トラブルなんでも 110 番

##### ～定期購入、海外通販、サブスク（定額制サービス）、詐欺サイトのトラブルなどなど～

PIO-NET に登録された消費生活相談情報のおよそ 4 割が通信販売に関する相談です。令和 3 年の特定商取引法改正後も、いわゆるダークパターンにより消費者の意図せぬ契約に誘い込む手法や、虚偽・誇大広告の被害が後を絶ちません。また、令和 4 年には取引デジタルプラットフォーム消費者保護法が施行されましたが、オンラインモールにおけるトラブルの解決やいわゆる隠れ B と言われる消費者を装う事業者の問題、偽造品や模倣品、法令に違反した商品の流通を防ぐ仕組みについてはまだ十分に機能していると言えません。AI による自動翻訳機能の向上により企業は世界中の消費者を対象とした通販サイトを手軽に運営できるようになりました。国内の日本人を対象とした日本語のサイトでありながら、実は運営事業者が海外にある国境を越えた取引は益々増えています。加えて、決済機能の多様化により、従来のように代引きやクレジットカードを利用しないケースが増えており、後払い決済業者や前払式電子決済については抗弁が繋がらないという問題があります。販売業者だけでなくプラットフォーム事業者や決済事業者、転売者など複数のプレイヤーが登場する複雑な取引が増えたことにより消費生活相談の現場でのあっせんはより複雑で困難なものとなっています。

以上の観点から、2025 年度の 110 番事業として、次々と新しい問題が発生し解決を困難としている通信販売のトラブルに関する相談を受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：2025 年 10 月 4 日、11 日、18 日、25 日（土曜日）<br>東京相談室：2025 年 10 月 5 日、12 日、19 日、26 日（日曜日）<br>いずれも午前 10 時～午後 4 時 |
| 相談方法   | ：大阪 電話（06-4790-8110）<br>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 会員  |
| アドバイザー | ：竹内 留美 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（NACS）   |

## I – 2 事前研修会の開催

今回のテーマは「通信販売トラブルなんでも 110 番」～定期購入、海外通販、サブスク（定額制サービス）、詐欺サイトのトラブルなどなど～です。

通信販売の契約については、次々と新しい問題が発生し、解決が困難であるという現実があります。

事前研修では講師を招き、相談対応に必要な法律や消費者トラブルの実態を踏まえた専門知識を学びました。また、具体的な事例や裁判例について等ご解説いただき、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：「通信販売契約トラブルなんでも110番」事前講座

～定期購入、海外通販、サブスク（定額制サービス）、詐欺サイトのトラブルの事例を踏まえた相談ポイント～

日時：2025年9月17日（水）19：00～21：00 オンライン（Zoom）

講師：弁護士 竹内 留美 氏

東京弁護士会消費者問題特別委員会委員

東京弁護士会刑事弁護委員会委員

東京弁護士会非弁提携弁護士対策本部委員

台東区法曹会幹事

### 大阪

内容：「通信トラブルの入り口～ダークパターンってなんだろう」

日時：2025年9月28日（日）10：00～12：00 オンライン（Zoom）

講師：圓山 茂夫 氏

芸術文化観光専門職大学 非常勤講師

## II. 相談受付概要

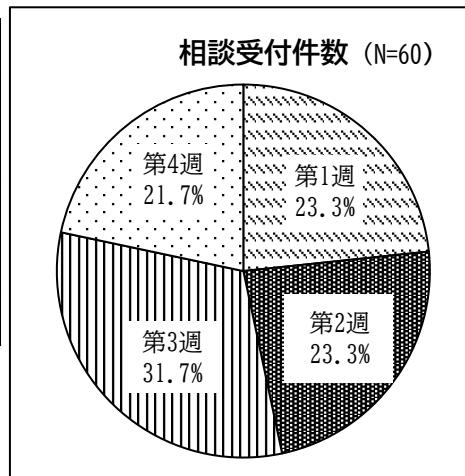
2025年度の110事業では、「通信販売トラブルなんでも110番～定期購入、海外通販、サブスク（定額制サービス）、詐欺サイトのトラブルなどなど～」を、10月4日（土）、5日（日）、11日（土）、12日（日）、18日（土）、19日（日）、25日（土）、26日（日）の計8日間、大阪と東京の2か所で実施しました。相談件数は8日間で60件ありました。

ネットにまつわるトラブル相談で依然として多く寄せられている定期購入やサブスクリプション、詐欺サイト・偽サイトに関する相談を幅広く受けました。

### II-1 相談受付件数

相談受付件数は60件となりました。

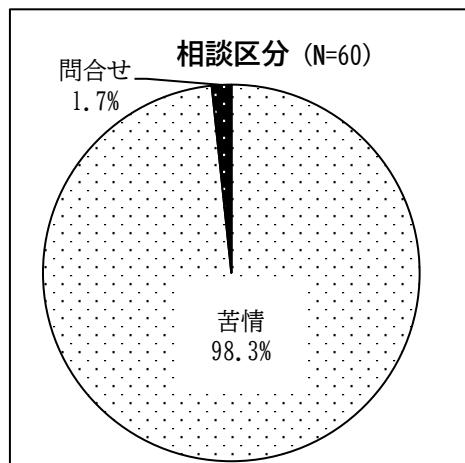
| 相談件数 | 大阪 | 東京 | 計  | 比率     |
|------|----|----|----|--------|
| 第1週  | 5  | 9  | 14 | 23.3%  |
| 第2週  | 9  | 5  | 14 | 23.3%  |
| 第3週  | 10 | 9  | 19 | 31.7%  |
| 第4週  | 5  | 8  | 13 | 21.7%  |
| 総計   | 29 | 31 | 60 | 100.0% |



### II-2 相談区分

相談区分別では、60件の相談のうち苦情が59件(98.3%)でした。

| 区分     | 計  | 比率(%)  |
|--------|----|--------|
| 苦情     | 59 | 98.3%  |
| 問合せ    | 1  | 1.7%   |
| 要望     | 0  | 0.0%   |
| 不明・その他 | 0  | 0.0%   |
| 総計     | 60 | 100.0% |



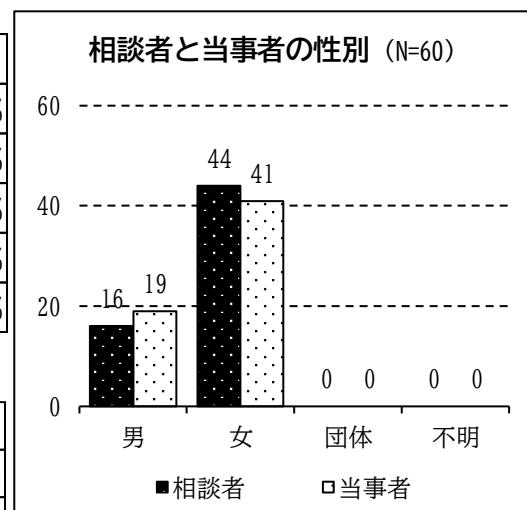
## II-3 相談者・当事者の属性

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、または事業者と相対している者をいいます。性別で見ると、相談者では男性16件、女性44件、当事者では男性19件、女性41件でした。

相談者の年代別では、40代が15件と最も多く、次いで20代の11件でした。また、当事者が20代、30代や70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。

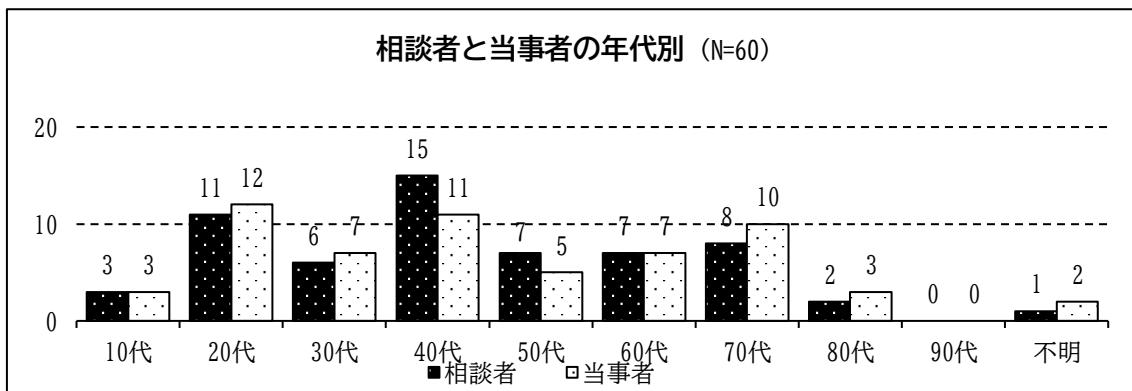
### ①相談者・当事者の性別

| 性別 | 相談者 | 比率(%)  | 当事者 | 比率(%)  |
|----|-----|--------|-----|--------|
| 男  | 16  | 26.7%  | 19  | 31.7%  |
| 女  | 44  | 73.3%  | 41  | 68.3%  |
| 団体 | 0   | 0.0%   | 0   | 0.0%   |
| 不明 | 0   | 0.0%   | 0   | 0.0%   |
| 総計 | 60  | 100.0% | 60  | 100.0% |



### ②相談者・当事者の年代別

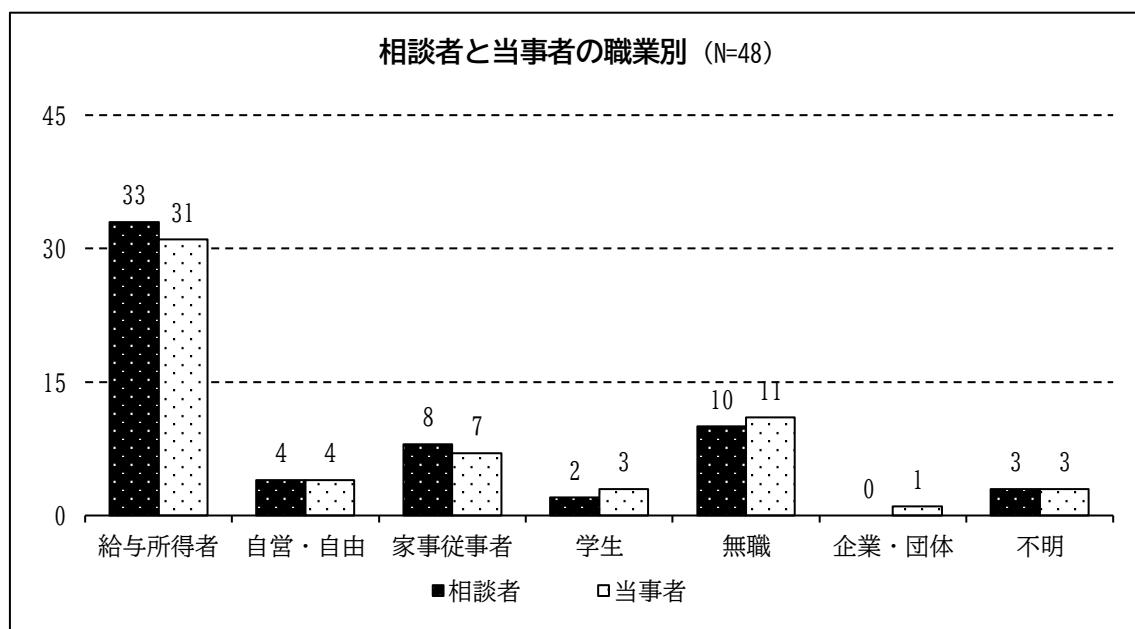
| 年代別 | 相談者 | 比率(%)  | 当事者 | 比率(%)  |
|-----|-----|--------|-----|--------|
| 10代 | 3   | 5.0%   | 3   | 5.0%   |
| 20代 | 11  | 18.3%  | 12  | 20.0%  |
| 30代 | 6   | 10.0%  | 7   | 11.7%  |
| 40代 | 15  | 25.0%  | 11  | 18.3%  |
| 50代 | 7   | 11.7%  | 5   | 8.3%   |
| 60代 | 7   | 11.7%  | 7   | 11.7%  |
| 70代 | 8   | 13.3%  | 10  | 16.7%  |
| 80代 | 2   | 3.3%   | 3   | 5.0%   |
| 90代 | 0   | 0.0%   | 0   | 0.0%   |
| 不明  | 1   | 1.7%   | 2   | 3.3%   |
| 総計  | 60  | 100.0% | 60  | 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33件、当事者31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。

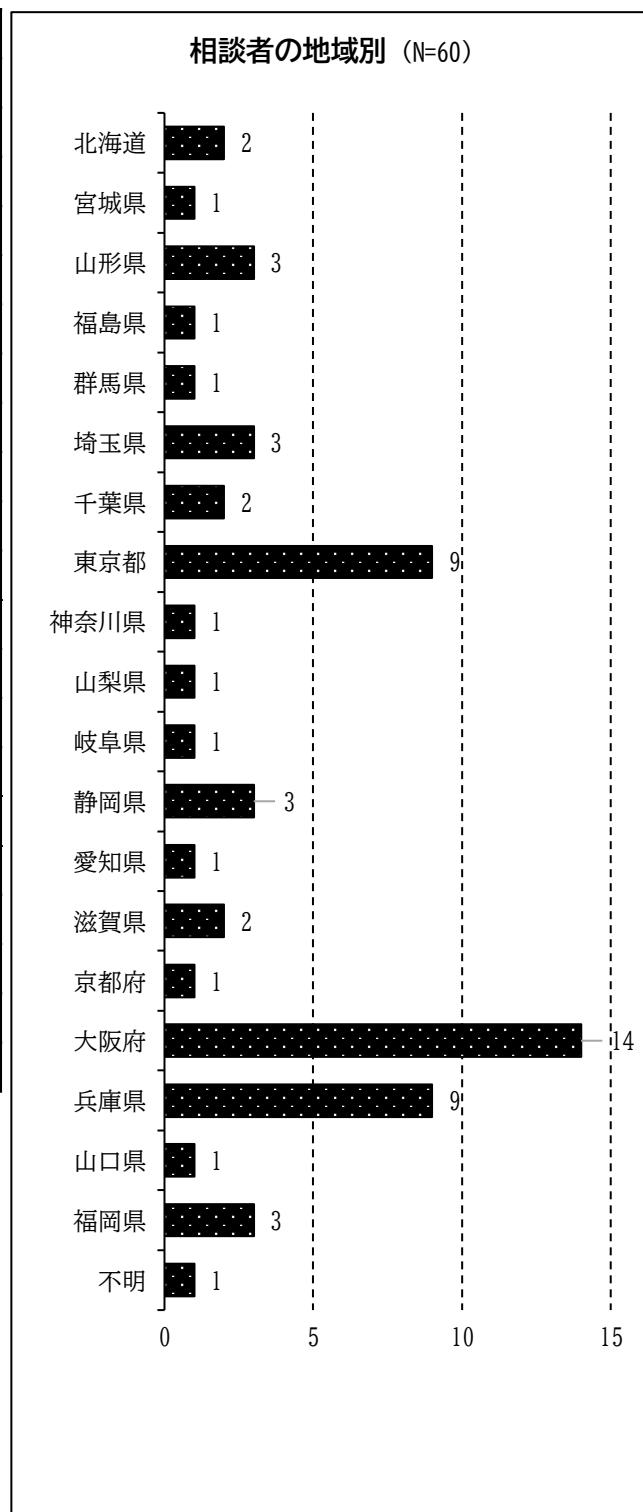
| 職業別   | 相談者 | 比率(%)  | 当事者 | 比率(%)  |
|-------|-----|--------|-----|--------|
| 給与所得者 | 33  | 55.0%  | 31  | 51.7%  |
| 自営    | 4   | 6.7%   | 4   | 6.7%   |
| 家事従事  | 8   | 13.3%  | 7   | 11.7%  |
| 学生    | 2   | 3.3%   | 3   | 5.0%   |
| 無職    | 10  | 16.7%  | 11  | 18.3%  |
| 企業・団体 | 0   | 0.0%   | 1   | 1.7%   |
| 不明    | 3   | 5.0%   | 3   | 5.0%   |
| 総計    | 60  | 100.0% | 60  | 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14件、次いで東京都9件、兵庫県9件でした。19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    | 3.3%   |
| 宮城県  | 1    | 1.7%   |
| 山形県  | 3    | 5.0%   |
| 福島県  | 1    | 1.7%   |
| 群馬県  | 1    | 1.7%   |
| 埼玉県  | 3    | 5.0%   |
| 千葉県  | 2    | 3.3%   |
| 東京都  | 9    | 15.0%  |
| 神奈川県 | 1    | 1.7%   |
| 山梨県  | 1    | 1.7%   |
| 岐阜県  | 1    | 1.7%   |
| 静岡県  | 3    | 5.0%   |
| 愛知県  | 1    | 1.7%   |
| 滋賀県  | 2    | 3.3%   |
| 京都府  | 1    | 1.7%   |
| 大阪府  | 14   | 23.3%  |
| 兵庫県  | 9    | 15.0%  |
| 山口県  | 1    | 1.7%   |
| 福岡県  | 3    | 5.0%   |
| 不明   | 1    | 1.7%   |
| 総計   | 60   | 100.0% |



## II-4 契約金額

契約金額別にみると、1万円未満が18件と最も多く、次いで1万円以上10万円未満が16件でした。最大契約金額はSNSでの投資詐欺についての相談で1,000万円でした。

| 契約金額     | 計  | 比率(%)  |
|----------|----|--------|
| 1万円未満    | 18 | 30.3%  |
| 10万円未満   | 16 | 26.7%  |
| 100万円未満  | 11 | 18.3%  |
| 500万円未満  | 1  | 1.7%   |
| 1000万円未満 | 0  | 0.0%   |
| 1億円未満    | 1  | 1.7%   |
| 1億円以上    | 0  | 0.0%   |
| 不明・無関係   | 13 | 21.7%  |
| 総計       | 60 | 100.0% |

## II-5 支払方法

支払方法別にみると、クレジットカード等の販売信用が28件、次いで現金等が20件でした。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銀行口座への振込や代金引換配達による決済が多いことによります。

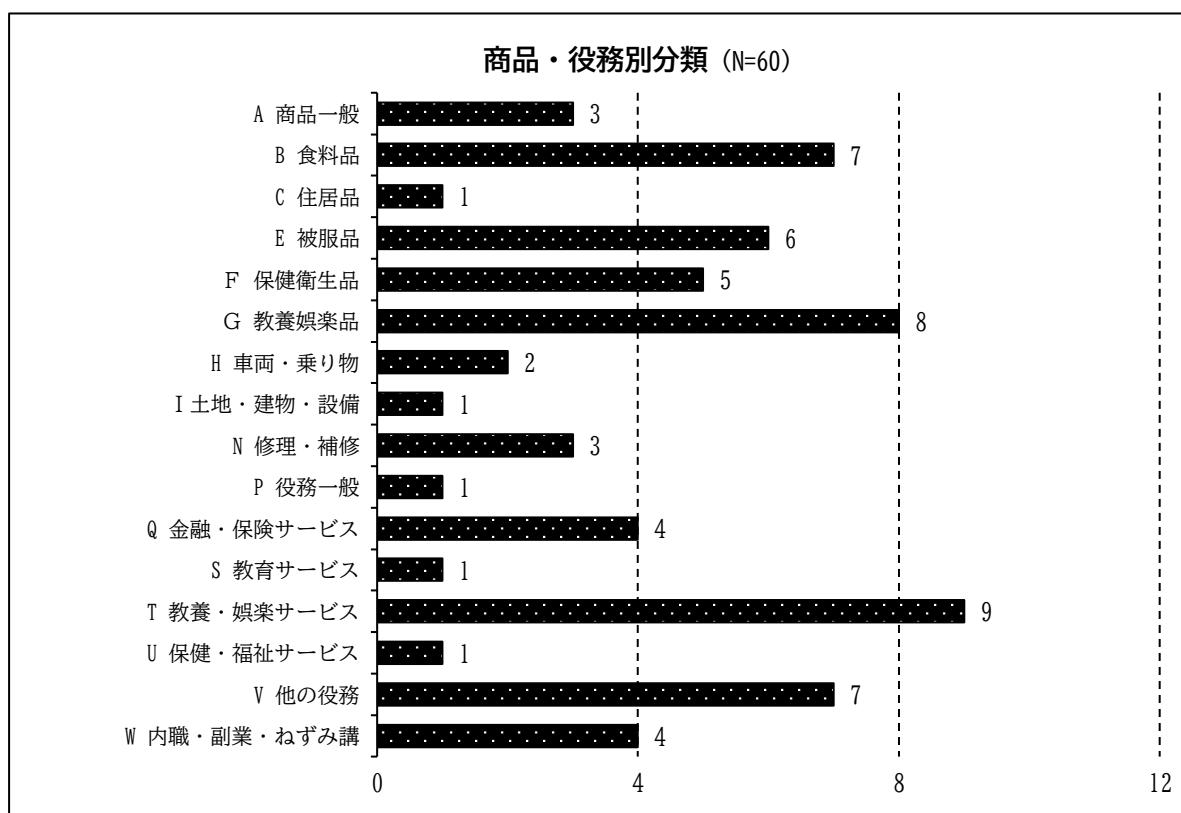
| 支払方法            | 計  | 比率(%)  |
|-----------------|----|--------|
| 信用供与なし（現金等）     | 20 | 33.3%  |
| 販売信用（クレジットカード等） | 28 | 46.7%  |
| 借金契約            | 1  | 1.7%   |
| 不明・無関係          | 11 | 18.3%  |
| 総計              | 60 | 100.0% |

## II-6 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・役務別でみると、最も多かったのは「教養・娯楽サービス」の9件でした。次に「教養娯楽品」の8件、「食料品」（健康食品等）7件、「他の役務」（質問サイト等）7件の順でした。

| 商品        |    | 商品関連役務       |   | 役務          |    |
|-----------|----|--------------|---|-------------|----|
| A商品一般     | 3  | Kクリーニング      | 0 | P役務一般       | 1  |
| B食料品      | 7  | Lレンタル・リース・賃借 | 0 | Q金融・保険サービス  | 4  |
| C住居品      | 1  | M工事・建築・加工    | 0 | R運輸・通信サービス  | 0  |
| D光熱水品     | 0  | N修理・補修       | 3 | S教育サービス     | 1  |
| E被服品      | 6  | O管理・保管       | 0 | T教養・娯楽サービス  | 9  |
| F保健衛生品    | 5  | 優先コード（K～O）小計 | 3 | U保健・福祉サービス  | 1  |
| G教養娯楽品    | 8  |              |   | V他の役務       | 7  |
| H車両・乗り物   | 2  |              |   | W内職・副業・ねずみ講 | 4  |
| I土地・建物・設備 | 1  |              |   | X他の行政サービス   | 0  |
| J他の商品     | 0  |              |   | 役務（P～X）小計   | 27 |
| 商品（A～J）小計 | 33 |              |   | Z他の相談       | 0  |
|           |    |              |   | 総計          | 63 |

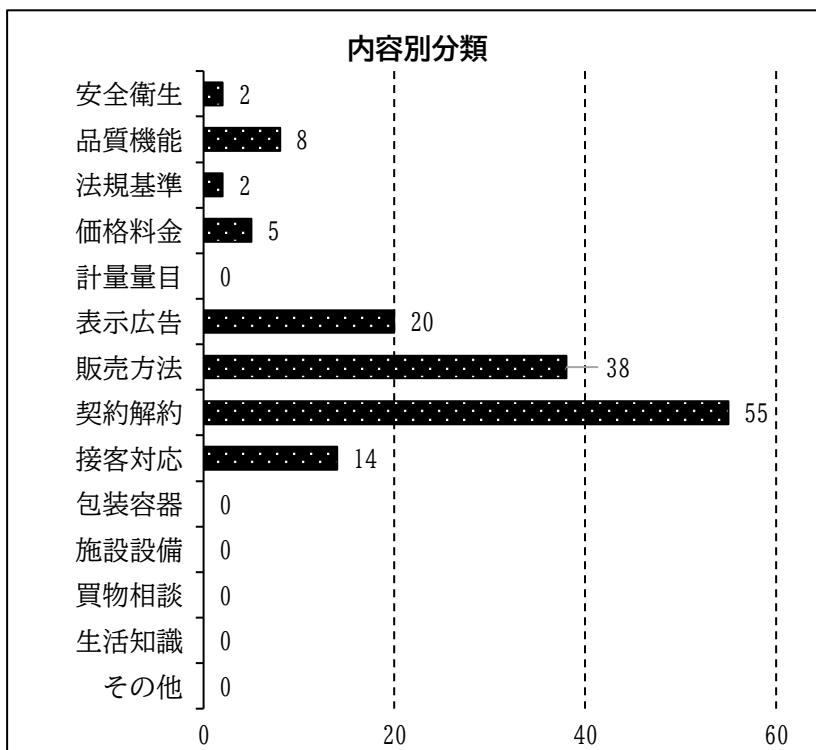
※商品関連役務は、商品に関連して提供される役務であるため、それぞれの役務は関連する商品に重複して計上されており、総数は63件になっています。



## II-7 内容別分類

相談内容を、14項目の内容別分類で集計しました。契約・解約に関する相談が55件と最も多く、続いて販売方法38件、表示広告20件の順でした。

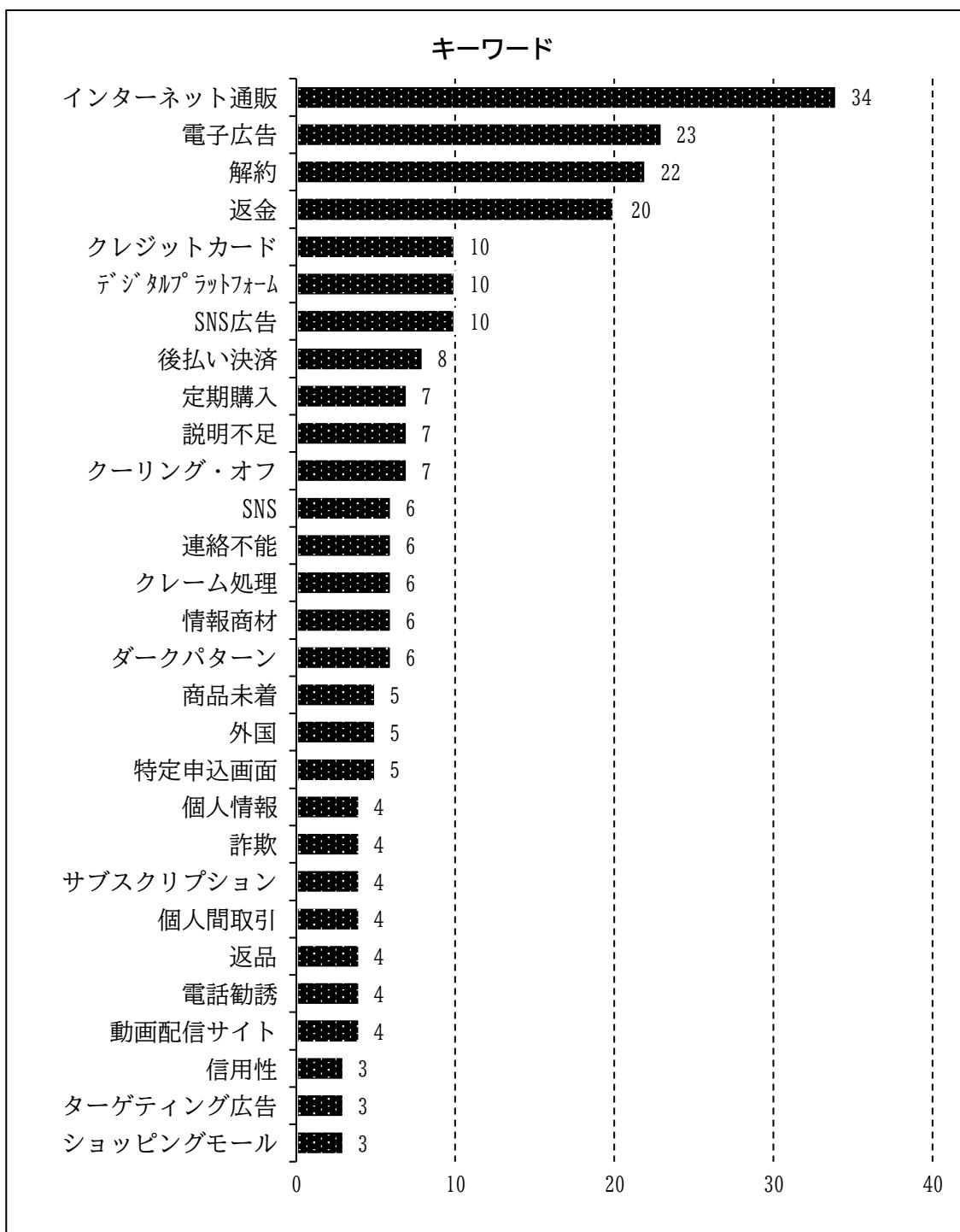
| 内容別分類 | 計   | 比率(%)  |
|-------|-----|--------|
| 安全衛生  | 2   | 1.4%   |
| 品質機能  | 8   | 5.6%   |
| 法規基準  | 2   | 1.4%   |
| 価格料金  | 5   | 3.5%   |
| 計量量目  | 0   | 0.0%   |
| 表示広告  | 20  | 13.9%  |
| 販売方法  | 38  | 26.4%  |
| 契約解約  | 55  | 38.2%  |
| 接客対応  | 14  | 9.7%   |
| 包装容器  | 0   | 0.0%   |
| 施設設備  | 0   | 0.0%   |
| 買物相談  | 0   | 0.0%   |
| 生活知識  | 0   | 0.0%   |
| その他   | 0   | 0.0%   |
| 総計    | 144 | 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ます。

## II-8 内容キーワード別分類

内容キーワード別にみると、一番多いのが「インターネット通販」で34件、次に多いのが「電子広告」23件、「解約」22件の順でした。通信販売トラブル関連のキーワードでは「デジタルプラットフォーム」が10件、「SNS広告」10件、「定期購入」7件、「ダークパターン」6件でした。



※内容キーワードについては複数回答項目。

### 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. 定期購入に関する相談

###### ① 定期購入

<意図せず定期購入になっているサプリメントを解約したいが手続きがネットに限定されておりパスワードがわからず進めない。>

(相談者：男性 70歳代 自営・自由業)

###### 相談概要

数か月前にスマートフォンの広告を見て男性の活力剤のサプリメントを注文した。1回限りだと思っていたが、定期購入になっていて、2回目の商品が届いてしまった。価格は3か月分ずつ届き、初回に25,000円～26,000円位払った。2回目の請求額は24,944円。支払いはコンビニ後払いである。購入時に定期購入かどうかの選択を間違えたのかもしれないが覚えていない。キャンセルしたいが、解約方法がネットに制限されており、ネットからでないと解約を受付けない。ネットで手続きをしていくとパスワードを求められるのだが、スマホの機種変更をしたため、契約時に登録したパスワードがわからなくなってしまい、先に進めない。私の能力がないせいかもしれないが、パスワードを忘れた方は・・・というような案内も見当たらない。次回発送の7日前までに申し出ないと解約できない。このままでは3回目が届いてしまう。どうすればよいか。

###### 助言

ホームページを確認したところ、特定商取引法の表示のページに電話番号が表示されていた。相談者もその電話番号を確認できたので、まずは電話で事情を説明し、電話で解約できないか、できない場合にはパスワードの再設定などについて問合せて確認してはどうかと伝えた。電話が繋がらないなど解決しない場合には居住地の消費生活センターに相談するよう案内した。

###### ② 定期購入

<メッセージアプリに入ったSNS広告を見て便秘に良いと知り、1回のみと思い健康食品を申込んだ。定期購入と判明。解約希望。>

(契約年月：2025年9月28日 相談者：女性 70歳代 家事従事者)

###### 相談概要

1か月前のことである。スマホで検索をしたわけではなかったが、健康食品の広告が入ってきた。ちょうどそのころ、便秘気味だったので「1回1,130円。定期縛りなし」と、記載があったのでネットから申込みをした。よく覚えていないが、最終確認画面はなかったと思うし、総額表示も記載してなかったと思う。申込画面の写しは取っていない。サイト名も不明だ。利用規約についても読まなかった。商品が届き、外箱のみ開封したとこ

ろ、中に振込用紙等が入っていた。その用紙を見たところ、定期購入になっていると気がづいた。便秘も改善されていたので商品は飲まず未使用である。注文をしていないコレーゲン入りの健康食品も同梱されていた。コンビニ後払いであったが、お金を支払わずにいたところ、SMSで料金の確認ができるないと業者から連絡があった。

### 助言

定期購入の問題点や通信販売の法規制について説明をした。最終確認画面がなかったとのことであればそれを主張し、また、定期購入になることも表示がない、あったとしても離れた位置に小さく表示されていて見にくいなどがあれば、それらを主張して業者と話し合ってはどうかと助言をした。うまくいかなければ、居住地のセンターへ相談するよう伝えた。

### ③ 定期購入

<ネット通販でお試し価格で水虫の薬を購入した。昨日2回目の商品が届いたが高額な請求になった。定期購入だと知らなかつた。>

(契約年月：2025年8月 相談者：男性 70歳代 無職)

#### 相談概要

先月、スマホで動画を見て出てきた広告で足の水虫の塗り薬をお試し価格で購入。コンビニ後払い3,618円を支払った。昨日、同じ商品が2箱届き8,180円の請求になっていた。定期購入だと納品書に書いてあるが自分は購入時に条件は見てなかつたし、定期購入だとは知らなかつた。解約したい。

### 助言

販売店のどのような広告を見て購入したのか、聞き取りでもはつきりしなかつたが、定期購入だという認識がなかつたことを販売店に申し出てはどうかと話した。居住地の消費生活センターに相談するように伝えた。

### ④ 定期購入

<SNSに出てきた広告から美容クリームをお試しで購入したが、その後定期購入だとわかつた。返品を受けてくれない。>

(契約年月：2025年8月 相談者：女性 60歳代 給与所得者)

#### 相談概要

2か月ほど前にSNSに出てきた広告を見た。美容クリームで、実演モデルが塗るとピンとしわが伸びた。ここまでいいかんいだろうとは思ったけれど使っているうちに若干でも効果が出るかなと思った。通常の8割引で2,890円だったので購入し、コンビニで払つた。しかしCMのような効果はなかつた。1か月後、注文していないのにまた商品が送ら

れて來た。勤務の都合で事業者になかなか電話がかけられず、数日前にやっと電話をして返品したいと伝えると、「定期購入であるということは画面で説明している」と言われた。後で確認すると、小さく書いてあることがわかった。再度「返品したい」と伝えると「通常価格との差額の8,990円を払うように」と言われた。納得できず返品したいと伝えると「返品しても請求する」と言われ、「払いたくない」と言うと「法的手段に出る」と言われた。何を言っても埒が明かないので切電した。3日後、業者から『商品を返品してください』とメールが届いた。返品しても請求されるのだろうか。購入の最後の画面は一応ざっとは読んだが記憶はない。SNSの広告、最後の画面は保存していない。

### 助言

定期購入トラブルについて情報提供。消費生活センターに相談して無条件で返品できるのかなどを確認してもらってはどうかと伝えたが、勤務の都合でなかなか相談できないようだった。届いたメールに返信して「キャンセル料なしで返品できるのか。解約になり今後請求も商品の発送もなくなるのか」を確認し、問題がないようであれば商品を返品して様子を見るのも一法と助言した。問題が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。

### ⑤ 定期購入

＜知人宛に本人が頼んでいない化粧品が送付され、1か月以内に2万円の支払いを請求された。業者の対応に問題がある。情報提供する。＞

(契約年月：2025年9月 相談者：女性 40歳 紹介者  
契約者：女性 70歳代 無職)

### 相談概要

先日、独居の知人宛に本人が頼んでいない化粧品が宅配便で送付されてきた。箱を開けると縦長の細い箱が4本入っていて、化粧品のプレミアムコースセットと書いてあった。1か月以内に20,240円を払うようコンビニ後払いの振込票が入っており、商品送付先氏名住所なども本人のものに間違いなかったそうだ。本人は全く心当たりがないと言っているが、スマホで動画配信サイトやSNSを見ているときに化粧品の広告が出ると、タップして商品情報をみたり、途中まで個人情報を入力して購入を止めたりしたことがあるそうで気がかりだ。本人は返品を希望しているが、伝票に書かれた連絡先に電話すると平日しか対応していないとアナウンスがあったらしく、困って消費生活相談窓口に連絡したところ、注文をしていないと主張して返品する方法について助言を受けたそうだ。業者の行為や顧客対応には問題があると思うので情報提供したい。

### 助言

情報提供として受け付け、定期購入を含むネット通販トラブルについて情報提供した。本人がトラブルを解決できず困っている場合は、居住地の消費生活センターに相談するよう案内してほしいと伝えた。

## 問題点

2022年6月1日に施行された改正特定商取引法により「詐欺的な定期購入商法」への規制は強化されたが依然として相談件数は高い水準で推移している。2024年度の消費者白書<sup>\*1</sup>によると通信販売における定期購入の商品・サービスでは、化粧品や健康食品が上位を占めており、特に化粧品の相談件数が多くなっている。そこで申込みのきっかけとなる広告表示の問題点をダークパターンの類型にあてはめて検討する。

<sup>\*1</sup> 2024年度 消費者白書

[https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer\\_research/white\\_paper/assets/consumer\\_research cms201 250613 31.pdf](https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/white_paper/assets/consumer_research cms201 250613 31.pdf)

### 1) 表示の問題点（ダークパターン）

#### (1) インターフェース干渉

定期購入に関する相談7件のうち5件は定期購入だとはわからなかったという相談である。事例④では、定期購入であることが小さな文字で示されていた（隠された情報）。また価格は通常の8割引きであることが表示されており、通常価格より大幅に割り引いているかのように、強調されていた（誤解を招く価格表示）。

#### (2) 妨害

事例①では解約をしようとしたところ、契約時に登録したパスワードがわからなくなったり、パスワードを忘れた場合の対処法も示されていない。また、解約方法は電話、メール、専用フォームなど複数あるが、どれも繋がらないという相談もあった。

解約期間を限られた期間のみにしている場合なども含めて、ダークパターンの『妨害』に該当すると考えられる。

### 2) 化粧品の標ぼう可能な表現について

化粧品では標ぼう可能な効能効果が56個決められている。

#### ○厚生労働省 HP 化粧品の効能の範囲の改正について

[https://www.mhlw.go.jp/web/t\\_doc?dataId=00tb7518&dataType=1&pageNo=](https://www.mhlw.go.jp/web/t_doc?dataId=00tb7518&dataType=1&pageNo=)

SNSなどの動画広告ではAIを用いて、ひと塗りでしわが伸びたり、シミが消えたりする広告を目にすることがあり、消費者が効果効能を得られると誤認する可能性がある。薬機法上の問題や景品表示法上の優良誤認が問われる。

## 2. サブスクリプション（以下サブスク）に関する相談

### ① プラットフォームの有料複合会員サービス（サブスク）

＜大手通販サイトを利用したら意図せず有料会員の登録になった。確認画面が分かりにくく、業者の問合せ先も見つけにくい。＞

（契約年月：2025年 相談者：女性 50歳代 給与所得者）

#### 相談概要

大手通販サイトで商品を注文したら、意図せず月会費600円の有料会員に登録されてしまった。購入手続き中に、「有料会員に登録する」のチェックを外したはずが、買い物を続けて画面を行ったり来たりしている間にデフォルトのチェックに戻っていたのかもしれない。業者に電話で連絡して解約と返金に応じてもらえたが、確認画面の表示が分かりにくく、業者の問合せ先電話番号も見つけにくく問題だ。情報提供する。

#### 助言

情報提供として受けた。

#### 問題点

本事例は「会員登録に登録する」のチェックを外したにも関わらず思いかけず契約になっていることから、ダークパターンの類型『こっそり』(Sneaking)にあてはまる。『こっそり』は消費者と明確な同意のないまま、カートに追加するなどが該当する。また、解約などの表示がわかりにくいということであれば、『妨害』(Obstruction)に当たると思われる。契約成立時には必ず、確定メールを確認すること。またサブスクにおける共通課題として、消費者が意図せず申込に誘導され契約に至ったとしても、クレジットカードなどの請求を常に確認することが消費者に求められる。

### ② 海外通販（サブスク）

＜パソコンで、作家や曲名を検索し、海外業者に楽譜の配信サービスを注文。1回のつもりだったがサブスクになっていた。返金可能か。＞

（契約年月：2023年9月 相談者：女性 60歳代 自営・自由）

#### 相談概要

楽譜が欲しくてパソコンで、作家や曲名を検索したところ4社がヒットした。そのうちの1社を選びアニメ主題歌のピアノ曲を1回300円のつもりで申し込んだ。確認画面はあったかどうかは覚えていない。海外事業者であったが日本語表示で、サブスクになるとの表示もあった。自分は申し込んでいないため関係ないと思っていたが翌年になり、8,000円弱を引き落としたと日本語のメールが届いた。更に今年になりまた、引き落としがあり、合計15,000円ぐらいが引き落とされた。当該事業者はベルギーにあり、解約をしようとしたら外国語表示になっていて解約手続きがよく分からなかった。その後友達に頼ん

で、ネット上から解約してもらった。業者からは「〇月〇日までは利用できるのでお楽しみください」と外国語表示のメールが届いた。クレジットカード払いをした合計 15,000 円ぐらいのお金は、返金してもらえるか。画面の写しは残していない。

### 助言

最終確認画面がどのように表示されていたか、相談者が申し込んだものは何だったのか、契約内容にサブスクは含まれていたのか、どのような広告になっていたのかなど不明のため判断は難しい。しかし、サブスクを申込んでいないのであれば、事業者に主張してみてはどうかと伝えた。関係画面は写しを残しておくように、事業者からのメールなどはプリントアウトをするよう助言をした。海外事業者とのトラブルの相談先として越境消費者センター(CCJ)があることを情報提供した。

### 問題点

サブスク契約の場合、申込時にアカウントを登録していると思われる。先ずは自身の購入履歴などから契約内容を確認する必要がある。サイトによっては、マイページなどにメッセージが送られている場合もあるため、登録をした場合はメールやメッセージを注意する必要がある。また本来クレジットカードに請求が上がった時点で対処すべきであった。最近ではペーパーレス化に伴い、クレジットカードの利用明細が WEB に変わりつつある。確認を怠ると、発覚が遅れ解決が困難になることも消費者は認識してほしい。

### ③ 海外通販（サブスク）

〈亡夫が契約したパソコンのウィルスソフトを解約したい。海外の業者なので電話で話せず、ホームページでも手続きができない。〉

（契約年月：2015年 相談者：女性 70歳代 無職 契約者：男性）

### 相談概要

1 年前に他界した夫が、10 年前に海外のパソコンのウィルスソフトを 1 年自動更新で契約して、私のクレジットカードで支払っていた。毎年 12 月に 1 年間の代金を支払い、最初は 7,000 円程度だったが、今年は円安の影響で 9,000 円になっていた。解約するためにカード会社に相手の電話番号を尋ねたところ、伝えられたのは海外の電話番号で、架電しても通じなかった。HP から解約のページに入り「解約したい」の欄へ進んでみたが、AI を 300 円で利用する画面になってしまって、解約することができない。カードはまだ解約していない。

### 助言

海外事業者の場合は、国内の電話連絡がつく窓口がない場合がある。公式ホームページで解約できない場合は、カード会社に相談してクレジットカードの番号を変更するか解約するよう助言した。

### 問題点

海外事業者の場合、クレジットカード番号を変更することで請求が止まる場合が多いが、念のため解約の意思をメールで伝えることが望ましい。本事例は相談者のクレジットカードで決済されていたため、契約状況の有無を確認することができたが、負のデジタル遺産として残りかねない問題である。特にセキュリティソフトなどについては、デバイスごとに更新年月などを管理する必要がある。

なお、海外事業者に対して英文メールで解約を伝える場合、越境消費者センター(CCJ)のひな型を参照することができる。

○越境消費者センターHP 事業者への解約の申し出文（英語・ひな型）

[https://www.ccj.kokusen.go.jp/chatbot\\_answer?page=smartphone#template](https://www.ccj.kokusen.go.jp/chatbot_answer?page=smartphone#template)

また、サブスクは多くの場合、サービスを一定期間利用する権利を得るものであり、契約の有無を認識することが難しい。相続が発生した場合、登録したクレジットカードを解約しても請求されるため、相続人は請求内容がわからない。そのためデジタル終活について予め準備しておくことが望ましい。

### 一口メモ

デジタル終活について

デジタル遺品とは明確な定義はないようだが、オンライン上で保存されたデータ、アカウント情報(ID、パスワード)、メールアドレス、クラウドストレージなどオンライン上で保存された様々なものを指す。

2024年11月20日、独立行政法人国民生活センターは、今から考えておきたい「デジタル終活」—スマホの中の“見えない契約”で残された家族が困らないために—を公表している。

[https://www.kokusen.go.jp/news/data/n-20241120\\_1.html](https://www.kokusen.go.jp/news/data/n-20241120_1.html)

故人が契約したサブスク契約を止めたいが、IDとパスワードがわからない。などの相談事例が紹介されている。また対策として、エンディングノートや、スマートフォンのアカウントにアクセスできる人を指名できるサービスを活用するなどを推奨している。

### ④ 質問サイト（サブスク）

＜母のクレジットカードに利用した覚えのない質問サイトの利用料が半年間請求された。母は利用した覚えはないと言う。返金して欲しい。＞

(契約年月：2025年4月 相談者：女性 40歳 紹介者：女性 70歳 無職)

## 相談概要

昨日、母の預金通帳を見ていたら、利用していないクレジットカードの代金が引き落とされているのに気づいた。クレジットカード会社に問合せると、半年前から毎月 5,000 円、最初の月は 5,000 円と 500 円が請求されているとのことだ。請求元は質問サイトで、請求元事業者に連絡するよう言われ電話番号を教えてもらったが、日曜日はやっていないので、まずはこちらに電話をした。母は質問サイトを利用した覚えはないし、クレジットカード番号を入力した覚えもないと言っている。返金して欲しい。

## 助言

本人がクレジットカード番号をサイトに入力しなければ請求されることはない。また、毎月クレジットカードの利用明細を確認していれば、もっと早く気づけたはずだと伝えた。当該質問サイトはトライアル期間があり、トライアル期間を過ぎると自動更新になる。30 日間の返金規約があるので、電話をして解約をした上で、返金を申し出るよう伝えた。今後は毎月クレジットカードの明細を確認するよう付言した。

## 問題点

当該事業者は利用者と専門家をつなぐプラットフォーマーである。ホームページには利用の流れとして「1.チャットでアシスタントとやり取り、2.会員登録をして質問を投稿する、3.専門家につながり、やり取りをする、4.対応した専門家を評価する、5.24 時間、どんなことでも質問できる」と書かれているが以上の表示から自動更新されるとは読み取ることが難しい。カテゴリーごとに料金が異なっており（月額 3,290 円から 5,980 円 2025 年 11 月現在調べ）、初回の相談内容をもとに自動更新される。申込確定時の画面表示は不明だが、消費者はサブスク契約の共通認識として、アカウントの登録内容や事業者から送られるメールの確認やクレジットカードの請求については注視しなければならない。

### 3. 詐欺サイト等に関する相談

#### ① 詐欺サイト

〈写真動画共有 SNS の広告を見て、ブランドのアクセサリーを注文したが詐欺サイトのようだ。解約したいが販売店と連絡がとれない。〉

（契約年月：2025 年 10 月 相談者：女性 20 歳代 給与所得者）

## 相談概要

注文したのは昨日である。広告には、ブランドの商品が 9 割引で購入できるキャンペーンと表示されていた。本来 4 万円のネックレスが 4,000 円、2 万円のピアスが 2,000 円と広告されていたので注文し、決済はクレジットカードの翌月払いを選択した。注文後、あまりに安いので心配になりネットでサイトを調べたところ、詐欺という情報が出てきた。ブランドにも問合せたが、「そのようなキャンペーンはやっていない、同様の問合せが数

多く寄せられている」との回答だった。クレジットカード会社にも事情を伝えたが、「相手がキャンセルに応じない限り請求する」と言われた。クレジットカードは新しいカードにするべく手続きをとった。販売会社にメールでキャンセルを2回申し入れているが、そのたびに戻ってくるのは「商品遅延のお詫び」というメールで話にならない。今後何をすべきか教えてほしい。SNS広告の画面、販売会社からの返信などはスクリーンショットで保存している。

### 助言

クレジット会社には保存している広告画面や、ブランドからの回答メール、解約申し入れメールなどを根拠に再度、調査依頼をするよう助言した。また、詐欺サイトでは商品の在庫がないのでコード決済サービスで返金すると言いながら、メッセージアプリで誘導して逆に送金させるケース、福袋を代引き配達で送りつけるケースなど新たな被害に繋がるケースがあることを情報提供し、注意喚起した。

### ②詐欺サイト

〈ネット広告を見て安いと思い腕時計を注文した。本日配送完了というメールが届いたが、商品は未着だ。対処法を教えてほしい。〉

(契約年月：2025年9月 相談者：男性 20歳代 給与所得者)

### 相談概要

販売会社は中国語が使われているところがあり、中国の事業者ようだ。4万円の腕時計が5,800円で販売されていてデザインが可愛かったので注文した。代金はクレジットカード決済した。配送業者と思われるところから荷物の追跡番号が送られてきたので追跡したら、本日配達完了となっていた。しかし商品は届いていない。クレジット決済してしまったので、腕時計を受け取りたい。販売会社のメールアドレスは分かるが電話番号は不明だ。

### 助言

追跡番号を送ってきた業者と販売会社に問合せるよう助言した。クレジットカード会社にも連絡をして経緯を伝えるよう併せて伝えた。クレジットカード会社から連絡先電話番号の情報を得られる可能性があることも伝えた。もし商品がいつ届くか不明であれば販売会社に解約を申し出てもよいのではないか。相談者には、今後新たな被害を受ける可能性もあるので、事例を伝え注意喚起した。

### ③詐欺サイト

〈インターネット通販で古本を購入。出荷したと連絡があった後に欠品したと言つてきた。返金はSNSでと言われている。〉

(契約年月：2025年9月 相談者：女性 20歳代 給与所得者)

## 相談概要

オンラインショップで古本を購入。コード決済サービスで2,760円を送金した後、販売店から出荷したとメールが届いた。しかし2日後商品が欠品しているとの連絡が入った。明日返金するので、メッセージアプリのアカウントを追加するようにと言われた。販売店からのメールの日本語が不自然だ。

## 助言

メッセージアプリのアカウントの追加は行わないように伝えた。コード決済サービス事業者の不正利用に伴う補償申請を案内し、警察へも相談するよう付言した。

## 問題点

オンラインショップは誰でも容易に開設でき、商品画像さえあれば掲載できるため、詐欺サイトが多く存在する。市場で希少な商品、生産を終了した商品、極端に値引きされた商品などが掲載され、消費者は焦って購入したい気持ちを煽られる。代金を支払ったのに商品が届かず、販売サイトに連絡してもメールの返信がない、サイトを開けないなどのトラブルが発生する。事例①のようにメールで解約の意思表示をしても、意味をなさない返信が届くケースもある。サイトで販売会社を確認できても、記載されている事業者名や所在地、連絡先は、虚偽であることが多い。

また詐欺サイトから送られる配送番号で追跡すると配達完了が表示されるというケースがある（事例②）。全く別の配達先への配送番号をあたかも当該商品の配達であるかのように装っているため、外見上は配送が完了したように見えててしまう。

さらに、返金するためだとしてメッセージアプリのアカウントを追加するよう求められることがある（事例③）。メッセージアプリの通話機能を使ってコード決済画面を操作するよう指示され、言われるがまま画面操作すると、逆に高額な送金をさせられてしまったという被害が発生している。本事例のようにコード決済サービスで支払っていた場合にはコード決済サービスで返金されることは不自然ではないが、その際、返金を受ける側はスマホ画面を操作する必要はないので、操作するよう求められたらそれ自体が不審である。別の支払い方法で決済していた場合は、コード決済でしか返金できないと言われても、支払った方法での返金を求めるのが原則である。

支払い方法が現金振り込みの場合は、振り込み詐欺救済法に基づいて警察や振込先銀行に相談することになるが、被害回復は非常に困難である。コード決済サービスの場合はコード決済事業者へ相談することになるが、第三者による不正利用ではないため対応不可だと回答される可能性がある。クレジットカード決済の場合はクレジットカード会社へ連絡し、クレジットカード番号の変更と決済取消しを申し出る。その際、販売サイトの申込画面や販売店とのメールのやり取りなどを保存していれば、申し出の根拠となる。

いずれにしても、消費者は注文ボタンを押す前に販売サイトのURLや特定商取引法に基づく表記を確認し、サイトの信用性を見極め、慎重に判断することが求められる。

#### ④ 偽サイト

＜カメラの充電器を注文したが、すぐに偽サイトと気付きキャンセルした。しかし会員登録されていることと商品を送付されないかが心配。＞

（契約年月：2025年10月 相談者：女性 30歳代 給与所得者）

#### 相談概要

3日前、生産終了したカメラの充電器をずっと探していたところ、3,000円と格安で販売しているサイトを見つけた。よく知っている帽子の大手メーカーのサイトだったので信頼し、コンビニ前払いでの注文をした。ところが注文後にサイトの会社概要などを見ると、全く別の会社名だった。帽子大手メーカーの本当のサイトを調べたところ、偽サイトに関する注意喚起が記載されていた。すぐに販売サイト宛にキャンセルメールを送ったので金銭的な被害はない。不安だったので、居住地の消費生活センターに相談したが、このまま放置しておけばいいと言われた。しかし会員登録されているし、キャンセルメールを送ったが、注文時に記載したメアドと異なるメアドで送信しているので、キャンセルしたことにならない可能性もあると思う。違う商品が届いても困るし、個人情報も心配だ。何かできることはないか。

#### 助言

前払いの場合、一般的に、「注文後〇日間に入金がなければ自動キャンセルとなる」と記載しているサイトが多い。当該サイトに記載はないかを聞いたところ、「注文後2日後に入金なければキャンセルする」と書いてあるとのこと。サイトはいつ削除されるかわからないので、その記載部分を保存しておくよう助言。入金されなかつたらキャンセルするという規約があるなら、キャンセルメールが届いたかどうかは特に気にしなくてよいと思われると伝えた。万が一、商品が送られてきた場合は、キャンセルになっているはずのものなので受取拒否し、送り状番号の写真を撮っておくことも併せて伝えた。

#### 問題点

大手メーカーのサイトを装った偽サイトに生産が終了した商品が掲載されていて、注文後に偽サイトだと気づいたという事例。販売価格が大幅に割引されている、事業者会社概要を見ると別の会社名だった、という点から偽サイトだと推察できる。注文ボタンを押す前に立ち止まって調べる必要がある。

金銭被害はなかったが、相談者は個人情報を伝えたことに不安を感じている。住所、氏名、電話番号、メールアドレスを知られているので、フィッシングメールやSMS、詐欺電話、郵便物の詐欺などの被害に遭う可能性がある。すでに渡してしまった情報を取り戻すことはできないため、今後の被害に繋がらないよう注意することが求められる。

## ⑤ 偽物

＜ブランドロゴの入ったパーカーをネット通販で注文したが、勝手にロゴを付けて売っていると判明。キャンセルしたい。＞

(契約年月：2025年10月 相談者：男性 10歳代 学生)

### 相談概要

未成年の学生だが、好きなブランドのロゴが入ったジップパーカーをネットサイトでみつけた。1万円だったので、父親の承諾を得て注文した。支払いはデビットカードからチャージしてコード決済サービスで支払った。しかしその後、当該サイトが何の変哲もない3,000円程度のパーカーに、無断でブランドのロゴをつけ1万円で販売していることが分かった。正規品ではない物に1万円も出すつもりはない。何とかキャンセルできる方法はないか。

### 助言

無断でブランドロゴをパーカー等につけて販売していることは、どこから入手した情報かと聞くと、ネットとのこと。根拠は不明であるので、その点については何とも言えないが、事実であれば違法となる。サイトの規約を確認してもらったところ、「未発送のキャンセルは返金する」と記載されているとのこと。また、注文確定メールには「発送後は改めてメールする」と書かれていて、発送メールはまだ届いていないとのこと。いずれにしても未発送ならキャンセルを受けると書いているのであれば、その規約に沿って、発送メールが届く前に、キャンセルを申し出てみるよう助言。なお、その規約を写真に撮って証拠を残しておくことも併せて助言した。

### 問題点

販売サイトに記載されている規約に従って、発送前ならキャンセルできることになる。キャンセルメールを保存しておき、送った後に入れ違いで商品が届いた場合でも、偽物ならば商品画像を添えてサイトに返金を求めることができると思われる。しかしサイトが応じない場合は、代金を取り戻すのは困難である。

偽サイトと同様、消費者は注文してからではなく、注文ボタンを押す前に、商品や販売サイトの信用性についてよく調べて慎重に判断することが求められる。

## ⑥ 占いサイト

＜数日前に、登録した覚えのない占いサイトから、当サイトに登録すれば占いでロトの当選番号を教えられると言わされたが本当か。＞

(相談者：女性 年代不明)

### 相談概要

登録した覚えのない占いサイトからメールが届き、ロトの当選番号を教えると書いてあったが無視した。3日後に同じサイトから、「当方の占いの通りにしていれば当選してい

た。登録すればこれからも当選番号を知ることができる」と占いサイトへの登録を勧められている。無視したメールには確かに当選番号が書かれていた。占いで当選番号を知ることができるのか。

### 助言

ロトなどの宝くじの抽選は厳正に行われており、事前に当選番号を知ることは絶対にできないと伝えた。トラブル回避のためにも当該サイトにはかかわらないよう助言した。

### 問題点

「占いサイトに登録すれば、宝くじなどの当選番号を知ることができる」というのは虚偽の表示であり、詐欺サイトからのメールだと判断できる。このような詐欺的な占いサイトを利用して、不安を煽られたり、もうすぐ幸せになれると信じ込まれ、サイトとのやりとりやポイント獲得のために高額な代金を支払わせられたという事例がある。また、名前や生年月日等を登録したら、その後迷惑メールが大量に届くようになったという相談も寄せられている。一般的に、消費者が冷静に考えれば、占いサイトが宝くじの当選番号を知り得るはずがないと理解できるものだが、実際にこのようなメールが届くと信じてしまうことが少なくない。人は自分に都合のいい情報を信じやすい傾向にあるというポジティブバイアスを巧みに利用した詐欺である。大金を騙し取られる前に、この相談者のように相談窓口に問合せたり、周りの人に相談することが重要である。

## 4. その他

### ① ネット買取サービス

〈買取業者にネットから申込みしてスマートフォン等を送付後キャンセルしたいと連絡したが到着後はできないと言われた。〉

(相談者：女性 年代不明)

### 相談概要

以前から利用していた店舗のある買取業者が、宅配便で物を送っても査定、売却ができると知った。ネットで申込み、スマートフォン4台、ゲーム機、腕時計等を送付した。その後、スマートフォンを手放すのをやめたいと思い、宅配業者に配送中止を依頼したが間に合わず、配達完了となってしまった。宅配業者から買取業者に「返送の依頼があります」と伝えて貰ったが、買取業者は「到着後のキャンセルはできない」との回答だった。当方から再度買取業者に連絡したが、品物の到着前ならキャンセルに応じることができたが、到着後はキャンセルできないと利用規約に記載があると言われた。どうにかならないか。

### 助言

ネット申込みの際のキャンセル、解約の条件について利用規約の確認をするよう伝えた。利用規約通りの対応であればキャンセルに応じてもらうのは難しいが、お願いベースで再度、申し出てはどうかと伝えた。

### 問題点

ネット買取りの契約であるため、訪問買取りとは異なり特定商取引法の対象にはならない。原則は利用規約に従うことになり、いったん契約が成立した以上、一方的なキャンセルはできないと思われる。通常、ネット買取りでは以下のような流れになる。まずはサイト上で売り手が申込み、商品を送付する。買取業者が商品を査定して査定額を提示する。売り手が査定額に同意したら契約が成立する。しかし、予めサイト上で商品の買取金額が提示されており、商品を送った後に査定額に変更がなければそのまま代金が支払われるという流れを定めているサイトもある。契約の流れや契約成立時期はサイトによって異なるため、利用者は利用規約やよくある質問のページを十分に確認してから申込む必要がある。

### ② ネット広告

＜先程、車のバッテリーが上がってしまい、ネットで1,980円からと記載されていた業者に依頼。17万円請求された。＞

（契約年月：2025年10月 相談者：男性 20歳代 給与所得者）

#### 相談概要

先程、自宅を車で出ようと思ったらバッテリーが上がってしまったため、ネットで7,980円の基本料金が今だけ1,980円と記載されていた事業者に連絡した。事業者が来て、バッテリーを何かに繋いでエンジンをかけて近くの車用品販売所に連れていかれた。その場で17万円と言われたため、現金をATMで引き出して支払った。バッテリーは車用品販売所で当方が購入し交換してもらったため、当該事業者は自宅から車用品販売所まで来ただけだ。後から考えると高いと思う。対処法は。

#### 助言

契約書の裏面にはクーリング・オフについて記載があるとのことだった。本件は1,980円という表示を見て17万円と高額な契約をしていて値段が大きく乖離しているため、訪問販売の適用除外にはあたらず、クーリング・オフが可能であると考えられると説明。メールでクーリング・オフ通知を出し、2~3日待っても事業者から連絡がない場合は、平日に消費者センターに相談し次の対応を聞くよう助言。センターでも解決しない場合は弁護団もあることを情報提供した。

### 問題点

ネット広告を見て事業者に連絡した後に訪問販売に繋がるレスキューサービスのトラブルである。相談者が見たサイトは、リスティング広告<sup>\*2</sup>もしくは検索結果の最上位に上がるよう SEO 対策<sup>\*3</sup>を施されたサイトだと思われる。

サイトの広告金額表示や当初想定していた料金とかけ離れた金額を請求されているため、自宅へ呼んだとしても来訪要請に当たらず、クーリング・オフできる可能性がある。消費者にとって、バッテリーが上がって車が動かなくなるという状況は緊急事態であり、多くの場合、経験のないことなので、やってきた事業者のいいなりになってしまう。要求されるがまま代金を支払った後に落ち着いて考えて初めて、当初想定した金額や作業内容と異なることに気付く。しかし本事例のように現金で支払った場合は、事業者がクーリング・オフによる返金に応じず、被害回復が困難になるケースが多い。

レスキューサービストラブルについては判例がある。京都地裁令和6年1月19日判決は、実際にトイレ等の水回りトラブルについて、修理を請け負った施工業者だけでなく、当該修理業者を派遣するウェブサイトを運営していた運営業者に対しても不法行為責任を認めた。しかしその後も同様のレスキューサイトは多数存在し、トラブルは続いている。ウェブ検索するとそれらのサイトが上位に表示される状態も続いている。

\*<sup>2</sup> リスティング広告…インターネット検索したキーワードに連動して検索結果一覧の上部や下部に広告が表示される仕組み。検索連動型広告とも呼ばれる。

\*<sup>3</sup> SEO 対策…Search Engine Optimization の略で検索エンジンの最適化。自社のホームページが上位に表示されるよう対策すること。

### ③ ネット広告

<昨日 SNS 広告からウェブ会議システムでアフィリエイトスクールを契約。個別信販で 88 万円。クーリング・オフしたいが書き方に不安がある。>

(契約年月：2025 年 10 月 相談者：女性 40 歳代 家事従事者)

#### 相談概要

一昨日、動画投稿 SNS に「空いている時間で簡単に稼げる」と広告アフィリエイトの副業の広告が出てきた。メッセージアプリに友達登録すると相手と話ができるようになつた。無料講座の予約を勧められた。昨日ウェブ会議システムで 5 時間くらい講座を試聴した後に勧誘され、広告アフィリエイトスクールを契約した。契約金額 88 万円は信販会社で分割払いできると言われ 60 回払いにした。昨日、信販会社から本人確認の電話がかかってきたが、分割払いの金額の支払いが不安で承諾しなかった。今朝スクール担当者から電話があったが無視した。スクールと信販会社の契約書は PDF で届いていて、商品はコンサルティング業務委託契約となっている。書面でクーリング・オフ通知を出したいが「契約書番号」を記入せよとありその番号が分からぬ。契約書番号を書かずにクーリング・オフ通知を出しても有効か。

#### 助言

ウェブ会議システムで勧誘されており、特商法で規制される電話勧誘販売に該当する。さらに、スクールと仕事の提供が一体なら業務提供誘引販売に該当する可能性もある。クーリング・オフは書面もしくは電磁的方法で通知でき、契約内容を特定することが肝要なので「契約の番号」の有無は問題ないと説明した。販売店が、ウェブ会議システムでの勧誘を電話勧誘販売と認めず通信販売でクーリング・オフ対象外と主張する可能性もある。週明けに居住地のセンターに相談するよう電話番号を案内した。また、信販契約については本人確認が途中で止まっているなら請求されることはないと伝え、割賦販売法について情報提供した。念のため信販会社にクーリング・オフした旨を連絡するよう助言した。

### 問題点

副業のトラブルは、動画投稿サイトなどの広告を見て副業サイトにアクセスし、無料通話アプリで友達登録するところから始まるケースが多くみられる。本事例のように、「空いている時間で簡単に稼げる」はずだったが、高額の信販契約や借金契約をしてしまい、債務だけが残ってしまう。実際は簡単に稼げるなどということはない。

ウェブ会議システムでの勧誘は電話勧誘に該当すると考えられるが、最初にオンラインで登録していること、さらには電話で勧誘を受けながら画面入力していることなどを根拠に通信販売だと主張し、クーリング・オフに応じない事業者も少なくない。返金を求める交渉をしていても、突然事業者と連絡が取れなくなるケースもある。

### III-2 「通信販売トラブルなんでも 110 番」

～ 定期購入、海外通販、サブスク（定額制サービス）、詐欺サイトのトラブルなどなど～

アドバイザー 竹内留美 弁護士からのコメント

#### 1 定期購入トラブル

「定期購入契約」とは、販売業者が、販売サイト等における購入者に対して、商品を定期的に継続して引き渡し、購入者がこれに対する代金の支払いをすることとなる契約をいう。

インターネット通販サイトや SNS 上で「初回無料」「初回限定 90%オフ」「いつでも解約可」などといった広告を見て、1 回だけ試すつもりで購入をしたところ、実際には複数回・複数月の購入が条件となっている定期購入契約だったという、意図せず契約をしてしまうというトラブルが多発している。

定期購入トラブルが多発している原因は、契約内容や条件に関する表示が分かりにくいことがある。意図せず気づかず定期購入を申し込むというトラブルが後を絶たず、社会問題となったことから、令和 4 年（2022 年）6 月 1 日から改正特定商取引法により、通販サイト（EC サイト）などネット通販を行うウェブサイトでは、取引における基本的な事項について消費者に分かりやすく表示することが義務付けられるようになった。

しかしながら、定期購入契約は、法改正後も依然としてトラブルが多発している相談類型である。PIO-NET の受付件数をみると、国民生活センターの HP で公表されている数値によると、法改正後直後の令和 4 年（2022 年）6～7 月こそ月受付件数が減少に転じたものの、その後は再び増加傾向となり、令和 5 年（2023 年）には月 1 万件を突破した。年単位で見ると、令和 4 年（2022 年）に 98,189 件だった相談件数が、令和 5 年（2023 年）には 80,302 件と一旦は減少に転じたものの、令和 6 年には再び増加傾向となり 89,044 件と報告されている。

法改正前後を通じて、定期購入であることを分かりづらくして密かに契約をさせるケースは後を絶たず、さらには定期購入トラブルが社会的に周知されてきたことを逆手にとり「これは定期購入ではありません」「いつでも解約可能」「購入回数の縛りなし」と信じ込ませて申し込みをさせるケースも発生している。

相談にあたって、消費者が実際にどのような広告の表示を見て誤認をしたのか、内容の確認が重要である。契約の解除に関する事項について事実に反する広告がなされている場合、特商法 12 条の誇大広告等の禁止として行政処分・刑罰の対象となる。インターネットの HP や SNS 上に表示される広告は、時間と共に表示が変わってしまうので保存が難しい面もあるが、過去のウェブサイトを閲覧できるツールの利用、SNS によっては広告のアクティビティ（どんな広告が表示されて、自分がその広告に対してどのような行動をとったか）がアカウントの設定画面から事後的に確認できる場合もある。

また、注文完了前の「最終確認画面」にどのような表示がされていたかの確認も重要である。消費者庁ではネット通販時には最終確認画面のスクリーンショットを保存するよう

注意喚起がなされている。本来は「定期購入」であるにもかかわらず、「定期購入でない」と誤認させたり、定期購入だが「いつでも解約できる」と誤認させたりした場合には、販売業者に対し特定商取引法15条の4に基づく取消しを主張し、解決を目指すこととなる。

## 2 サブスクリプション（サブスク）トラブル

「サブスクリプション（サブスク）」とは、定められた料金を定期的に支払うことにより、一定期間、商品・サービスを利用することができますのサービスである。定額かつ個別の申し込みが不要のため、利用頻度が高い消費者にとっては利便性・割安感のあるサービス形態である。しかしながら、一度契約すると解約するまで自動で更新され、実際に利用していないとも所定の料金が発生することとなるため、解約手続きを怠り、必要以上にサービスを継続してしまうという問題点も指摘されている。

サブスクを提供する事業者は、新規会員獲得のため「お試し期間」として申込みから一定期間の定額料金を無料として勧誘することが多々ある。無料期間中に利用者側からアクションを起こして解約しなければ有料プランに移行し自動更新となることが多いため、利用者が解約を失念し、定期的に料金の引き落としがなされていることに気付かず、トラブルになることがある。

申し込みが簡単にできる一方、解約申請のためのページは利用者からは分かりづらく小さく表示されていたり、何段階も操作を続けないと解約ができず、利用者が解約申請をしたつもりでも実際には解約に至っていないといったケースもある。

サブスクというサービス形態そのものを規制する法律はないが、特定商取引法の改正により、令和4年（2022年）6月から通信販売の契約は、事業者が契約内容について消費者を誤解させるような表示をしたり、契約上の重要事項を表示しなかった場合には、取り消すことができるようになり、これはサブスク事案にも適用される。

したがって、サブスクのトラブルについては、前記1の定期購入トラブル事案と同様に、契約申込時にサブスクであることや、無料期間、無料から有料への切り替えのタイミング、解約のタイミングについての条件がきちんと表示されていたかによって、特商法14条1項や消費者契約法4条1項の取消しを主張し、事業者と交渉をしていくことになる。

## 3 詐欺サイトトラブル

「詐欺サイト」とは、インターネット通販における詐欺を目的としたウェブサイトのことをいう。詐欺の手口としては、消費者が商品の購入し、代金を支払っても、その後、商品が発送されなかったり、全く別の品物や偽ブランドの商品が発送されてくるといったものがある。また、新たな手口としては 消費者が注文・決済を終えた後、事業者から「注文した商品が欠品のためQRコード決済アプリで返金対応をする」と連絡があり、スマートフォン上のアプリで返金の為の手続きを進めていたところ、実際には事業者へ送金の手続きをさせられており二重に被害にあうというケースも発生している。

はじめから商品の在庫がなく売るつもりも無かったとすると、最初の商品購入の段階（売買契約が締結された段階）から詐欺（民法96条1項）が成立する。一方、売買契約

締結時点では実際に商品はあったが、諸事情により欠品となってしまい、入荷の見込みが立たずキャンセルするということであれば詐欺とはならない。この場合、法的な意味としては「合意解約」あるいは「店側からの解除」（ネットショップでは万が一品物が確保できなかった場合は店側からキャンセルができ返金する旨の規定があることが多い）ということになる。

いずれにしても消費者は事業者に対し支払った代金の返還を求める権利があるということになるが、初めから商品を準備しておらず、商品代金をだまし取る目的の詐欺サイトを運営しているような事業者の場合、表示されている会社名や住所地が架空であるなどして連絡を取ることもできないこともあります。代金の回収は困難を伴う。被害に遭った場合は、詐欺サイトのURL、ホームページの表示や事業者とのやりとりなどをスクリーンショットするなどして保存すると共に、速やかに警察へ通報し対応を求めることが必要となる（後述4も参照）。

#### 4 インターネット上の決済手段について

定期購入・サブスク・詐欺サイトトラブルは、いずれもインターネット上で多発しているトラブルであるため、代金の支払いにあたっては、①金融機関の口座への振り込み、②クレジットカード、③QRコード決済などが主要な決済手段となる。

(1) 金融機関において口座を開設する際、金融機関には口座開設者の本人確認を実施する義務がある。本人確認記録は、取引中のみならず口座閉鎖日から7年間保存義務が課せられている（組織的な犯罪の処罰及び犯罪収益の規制等に関する法律、金融機関等による顧客等の本人確認等に関する法律要綱）。

そのため、消費者が詐欺に遭い、口座振り込みによって代金を支払った場合には、警察の捜査照会や弁護士が弁護士会照会により口座名義人の個人情報を特定できる。併せて警察や弁護士の要請により取引停止（口座凍結）がなされるため、口座内に残高が残っている場合には被害救済につながる可能性がある。

なお、このような詐欺行為の代金振込先に使用される口座は売り買いされていることも多く、実際の口座名義人は全く詐欺行為を知らないという場合も多いが、その場合でも口座名義人は「代金を受け取る手段を提供した者」としてしかるべき法的責任を負うことになる（刑事的には詐欺の幇助となり、民事的には不法行為責任を負う）。

(2) クレジットカードを用いた決済の場合には、クレジットカード会社に連絡をし、チャージバックを要請することとなる。購入した品物が届かない場合はもちろん、例えば、定期購入としての表示が全くない状態で申込みをしていることであれば、消費者の意思としては2回目以降の契約はしていないこととなり、法的には契約不成立といえる。それにもかかわらず、2回目以降の代金の決済されたのであれば、申し込みをしていない契約の決済がされたとしてチャージバック申請をすることが考えられる。また、定期購入であったが解約した（取消権を行使した）ものの業者が解約に応じない（請求を止めない）ということもチャージバックリースンになりうる。

(3) 近年、スマートフォンの普及により、アプリを使用したQRコード決済が拡大している。携帯電話にアプリをインストールすることで手軽に開始することができ、QRコード決済事業者に対する本人確認手続きを経なくとも利用できる機能も一部あり、送金手数料もかからず、操作も携帯電話で簡単に行えることから、消費者と事業者との間の決済、個人用の決済など利用場面も広い。その分、詐欺的な取引の決済の場面で利用されることも増加しており社会問題化している。

QRコード決済サービスを提供している事業者も、金融機関と同様に、捜査機関、公的機関、弁護士会等からの情報開示要請に対し、関係法令および社内基準に基づいて、必要性および相当性があると認められる場合、必要最小限の情報を開示するとの立場を表明している。被害者救済・詐欺被害防止のためにも適切な情報開示が望まれる。

以上

## IV. 提言・要望

### IV-1 提言・要望

通信販売とは、新聞や雑誌、テレビ、インターネット上のホームページ（インターネット・オークションサイトを含む）などによる広告や、ダイレクトメール、チラシ等を見た消費者が、郵便や電話、ファクシミリ、インターネット等で購入の申込みを行う取引方法です。

令和7年版消費者白書によれば、通信販売の相談件数は34万件あり、そのうちインターネット通販に関する相談件数は7割、また定期購入に関する相談はほぼ9万件でした。今回の110番での相談受付件数の半数以上がインターネット通販に関するものでした。

#### 【通信販売業に関わる事業者へ】

##### 【定期購入】

定期購入は2022年6月1日に施行された改正特定商取引法により「詐欺的な定期購入商法」への規制は強化されましたが依然として相談件数は高い水準で推移しています。

定期購入⑤のように途中まで個人情報を入力したが、購入をやめたのに商品が送られたとういう相談を見受けます。最終確認画面まで進んでいないのに、申込み完了となることがないよう要望します。

消費者が自ら商品を選んで申込む通信販売ではなく、SNS広告やアフィリエイト広告から誘導され契約するケースが多くあります。アフィリエイターが行う広告を精査し、悪質な広告に関しては事業者の責任で削除する等、広告表示に対するチェックを求めます。

高齢者を含め消費者はスマートフォンから申込むことが多く、画面のわかりにくさとともに、ダークパターン手法により、意に反した契約をしてしまうケースが多くみられます。

ダークパターンとは消費者を特定の意思決定に誘導するウェブサイトの表示やデザインのことです。ダークパターンにより、契約してしまった場合は、「特定申込み」における「契約の申込みの意思表示の取消し」（法第15条の4）と同様の対応を要望します。

解約に関しては、平日の営業時間内、あるいはマイページからのみ解約を受け付ける事業者も多くあります。営業時間内に電話がつながらない、マイページを開けない消費者もいることから、電話やマイページからだけではなく、24時間いつでも事業者のホームページから解約を受け付けてください。

##### 【サブスクリプション（サブスク）】

サブスクリプションは「後の有料契約」を前提とした「無料トライアル期間」を定めて一定期間商品やサービスを利用できるサービスがほとんどです。動画配信、音楽配信、洋服のレンタル、専門家相談などで多く見られます。また海外事業者が運営している場合もあります。

「無料トライアル期間が終わったのを気づかず有料契約になっていたが、解約ができない」という相談があります。解約に関して、契約時に「無料トライアル期間」や解約方法についてわかりやすく、大きな文字で記載してください。また、解約方法がわからないという相談も多く、電話による相談窓口の開設を望みます。

#### 【海外通販】

簡単に申込みができる契約が成立しても、キャンセル、解約については日本語表示がない場合があり、解約できないという相談もあります。申込み時と同様に、解約方法についても日本語表示を要望します。

#### 【その他の通販】

今回の相談にはありませんでしたが、テレビショッピングは年代を問わず多くの消費者に利用されています。テレビ画面では申込み電話番号以外の表示は小さく、表示時間が短いので、電話による申込み時に、注意点、解約に関して、分かりやすく、消費者が誤解することがないよう丁寧に説明がなされることを要望します。

### 【レスキュー商法に関わる事業者へ】

今回の110番では、ロードサービスについての相談が寄せられました。2025年3月24日に消費者庁が消費者安全法の規定に基づき注意喚起<sup>(※1)</sup>を発信しているように、インターネット上で低額料金を表示している事業者にロードサービスを依頼したところ、実際には高額な料金を請求されたという相談が増えています。「暮らしのレスキューサービス」と総称されるトイレ詰まり、鍵の開錠、害虫・害獣の駆除などのサービスに関する相談が依然として多く寄せられています。消費者庁の「訪問販売等の適用除外に関するQ&A」<sup>(※2)</sup>で見解が示されているように、インターネット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する程度の意思しか有しておらず、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ことは明らかであり、来訪要請には当たらないとされています。特定商取引法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。

しかし実際には、クーリング・オフをしても返金に応じない事業者や連絡がとれなくなる事業者が多くあります。また、会社名を変えて営業しているケースもあります。

事業者は特定商取引法に規定される勧誘方法であることを理解し、「特定商取引法」や「消費者契約法」等の規定を遵守し、安全で安心な対応をするよう強く求めます。

(※1) <https://www.caa.go.jp/notice/entry/041483/>

(※2) <https://www.no-trouble.caa.go.jp/qa/exclusion.html>

## 【デジタルプラットフォーム運営事業者へ】

インターネット上の販売や役務の提供に対する「場の提供者」であるデジタルプラットフォームは、マッチング型（オンラインモールやアリストア、オークション、フリマアプリ等）とオーディエンス型（SNS等）がありますので、各々について要望を記します。

### 【マッチング型について】

2022年5月1日に施行された「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」第3条では、BtoCの取引に関して、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との措置の実施及びその概要等の開示を定めていますが、残念ながら「努力義務」です。

グローバルな取引が増える中、海外製品によるトラブルも増えています。そのような中、安全面に関しては、消費者庁をはじめとする省庁が、リコール製品や安全ではない製品が生命・身体に及ぼすリスクから消費者を保護することを目的として「製品安全誓約（官民協働の自主的な取組）」を策定しています。現在DPFを含む複数の大手オンラインマーケットプレイス運営事業者8社が、官民協働で製品安全誓約を実施しています。2024年中に自主的な出品削除件数が7407件、規制当局（消費者庁等）からの要請に応じた出品削除件数は561件と、評価できる取り組みだと思います。とはいえ、実施する事業者が増えることや、周知の徹底や削除申し出の簡便さなど、更なる取り組みを求めます。

また、第5条の販売業者等情報の開示請求権に関しては、官民協議会第7回事務局資料によれば、開示請求件数の合計31件のうち、実際に開示されたのは9件で、22件は非開示で、消費者の使い勝手の良いものにはなっていないと思われます。

契約面でも、DPF内の販売業者とトラブルになった場合、現状では販売業者が責任を負うことになりますが、販売業者が海外で連絡が取れない等の場合や、解決困難な場合は、取引デジタルプラットフォーム事業者による積極的な介入を要望します。

### 【オーディエンス型について】

今般、SNSを介した、またはSNSに表示される広告を見てトラブルにあうケースが増えています。SNS運営事業者は商品やサービスの取引業者ではないため、「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」等の対象外です。しかし、今回の110番に寄せられた事例を見ても、詐欺やトラブルのきっかけとしてSNSが介在していることから、トラブル解決に向けた関与を要望します。

また、SNSによる誘引など外形的には個人間取引に見える案件であっても、デジタルプラットフォームと消費者との規約に基づくシステムの利用という関係性に基づき、トラブル解決に関与するように要望します。

## 【SNS 運営事業者へ】

SNS が関連する消費生活相談は幅広い年齢層から相談が寄せられており、2024 年は 8 万 6,396 件でした。（出典：令和 7 年版消費者白書）

SNS 上で著名人や投資家になりすまして、投資の勉強会に参加すれば儲かるなどと勧誘し金銭をだまし取る（SNS 型投資詐欺）、SNS 上の投稿やコメントをきっかけにメッセージのやりとりを始め、恋愛感情や親近感を抱かせて金銭をだまし取る（国際ロマンス詐欺）などの詐欺被害が増加しています。

また、SNS の広告を見てお試しのつもりで注文したら定期購入だった、SNS をきっかけに、簡単な課題をこなして報酬を得る副業を始めたが課題に失敗して違約金を請求された、などのトラブルも増加しています。（出典：令和 7 年版消費者白書）

SNS がトラブルのきっかけになりやすい要因の一つとして、匿名性を維持したまま勧誘を行えることがあげられます。SNS 事業者には、新規登録の際は本人確認の徹底を求めます。定期的に巡回し、不適切な広告やなりすましの取り締まりの強化を望みます。被害に遭ったと申し出る人があれば、そのやり取り履歴をもとに発信者を特定して情報を開示し、被害回復に向けた積極的な協力を求めます。

## 【決済事業者へ】

キャッシュレス決済が浸透し支払い手段が多様化する中、トラブルも増加しています。インターネットの決済手段として、決済アプリで支払ったが商品は届かず、先方の連絡先もわからず、決済アプリ事業者に問い合わせても対応されないといったトラブル事例もあります。

また、後払い決済サービス関連トラブルには、解約したのに請求を続ける定期購入業者、購入した覚えのない商品代金を請求される、などのトラブルがあり、2021 年度には 1 万 4555 件だった相談件数が 2024 年度には 4 万 3964 件と、3 年間で約 3 倍に増加しています。（出典：国民生活センター2025.7.2 発表情報）

他にも、通信販売サイトの返金手続を装い、〇〇ペイといったコード決済サービスを利用して、返金ではなく逆に送金させるトラブル事例も増加しています。コード決済サービスに関する相談件数は、2021 年度は 1,644 件でしたが 2024 年度には 5,475 件と 3 倍以上に増加しています。

キャリア決済では、偽の SMS 等をきっかけにキャリア決済を不正利用されてしまった、請求の保留や調査を申し出ても応じられず、月額通信料金等と一緒に一括で支払わなくてはならず不納得、などのトラブル事例があります。

決済事業者には、加盟店調査等を十分に行い、消費者からの苦情が発生した際には調査等に協力し、トラブル解決に適切かつ迅速に対応していただくこと、不正利用の防止に取り組み、不正利用の問い合わせを受けた際には調査とその間の請求保留に応じていただくことを望みます。

また、決済アプリ等でお金を送金する際には、「本当に送金してよいですか」などの注意喚起メッセージが出る、確認チェックボックスにチェックを入れないと送金できない、など未然防止対策を、決済事業者で統一ルールを作るなどの方法で実施するよう要望します。

### 【消費者へ】

スマホやタブレットの急速な普及により、インターネット取引は今や私たちの生活に欠かせないものとなっています。一方で相手の見えない取引では、一瞬にして思わぬトラブルに引き込まれるリスクも大きく、注意が必要です。

#### 【定期購入】

定期購入では、ネット広告で強調された「お試し」や「大幅値引き」の文字に気を取られ、定期購入であることや、その先に小さな文字で書かれている重要な内容を見落としたことからトラブルになる場合が多いといえます。解約したくても、解約方法がネット限定になっていたり、電話での解約を指定されているのに電話が繋がらないなど、事業者の指示が消費者目線になっていないことからトラブルになるケースが多々あります。ネット広告を見て申込む際には、定期購入かどうかを確認し、契約する場合は最終確認画面で再度契約内容や解約条件などを確認するなどの慎重さが必要です。また広告内容や契約内容はスクリーンショットで保存することもトラブル回避に役立ちます。リスクを避けるためには何か変だと思ったら、契約しない勇気が必要です。

#### 【サブスクリプション（定額制サービス）】

海外通販のトラブルに、1回のつもりで海外の事業者の配信サービスを注文したら、自動更新となるサブスクリプションだったという場合があります。同様の契約にはパソコンのウィルスソフトや質問サイトなどの利用契約がありますが、これらは海外通販事業者とのサブスクリプション契約にあたる場合があります。確認しないまま、1度だけの軽い気持ちで問合せたり、利用をすると、定額制サービスの入り口に足を入れることになります。自動更新に気づいて解約したくても、海外の事業者に電話やメールで問合せることが難しいことからトラブルになることが多い契約です。海外事業者との解約に困ったら、越境消費者センター（CCJ）で助言を受ける方法も検討しましょう。

国内の通販サイトのサブスクリプション契約には、意図せず定額制のサービスの有料会員の登録となってしまう場合があります。ネット広告から通販を利用する場合、契約内容の確認画面では契約の実態が分かりにくく、問合せ先電話番号が見つけにくい場合もあります。また、「会員登録する」のチェックを外したつもりが契約になっていたことがあります。契約成立時には必ず、確定メールを確認しましょう。サブスク内容を理解して契約をした場合は、アカウントの登録内容や事業者から送られるメールの確認やクレジットカードの請求については常に注視することが肝心です。

#### 【詐欺サイト】

ネット広告による通販では、「格安商品を注文したが商品が届かない」「出荷したと連絡があった後に欠品したと連絡がきた」「返金は SNS でと言われている」など、あやしい内容から詐欺と思われるサイト情報が数多く見受けられます。これらの事業者からのメールは日本語が不自然な場合も多く、返金すると言って逆に送金させる手口もあります。問い合わせの電話番号やメールアドレスが無いなど不審な場合もあります。詐欺サイトに既に支払った場合は、警察や振込先銀行に相談しましょう。コード決済サービスの場合はコード決済事業者へ、クレジットカード決済の場合はクレジットカード番号の変更と決済取消しを申出ましょう。被害にあわないためには、注文する前に販売サイトの URL や「特定商取引法に基づく表記」を確認し、サイトの信用性を見極めましょう。既に被害にあっていいる場合は、住所、氏名、電話番号、メールアドレスを知られているので、フィッシングメールや SMS、詐欺電話、郵便物の詐欺など注意しましょう。すでに渡してしまった情報を取り戻すことはできません。今後の被害に繋がらないよう注意することが肝心です。

#### 【その他】

ネット広告に起因する契約トラブルには、買取サービス事業者による解約トラブルや、車の修理サービス事業者からの高額請求トラブル、SNS 広告によるウェブ副業情報の契約トラブルなど多岐にわたっています。ネット通販は自分の意志で契約したとみなされ、契約成立後は消費者の都合だけで一方的なキャンセルはできません。一度契約すると原則として利用規約に従うことになります。契約時には「特定商取引法に基づく表記」を参考にして、解約の条件も利用規約をしっかり確認しましょう。被害にあわないように、日々の心がけが大切です。

## IV-2 関係機関への要望

2025年12月15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  | 堀井 奈津子 様 |
| 消費者政策課                         | 課長  | 鮎澤 良史 様  |
| 消費者制度課                         | 課長  | 古川 剛 様   |
| 消費者教育推進課                       | 課長  | 黒田 啓太 様  |
| 地方協力課                          | 課長  | 赤井 久宣 様  |
| 取引対策課                          | 課長  | 遠藤 幹夫 様  |
| 表示対策課                          | 課長  | 岡田 博己 様  |
| ・経済産業省                         |     |          |
| 商務・サービスグリー<br>プ商取引・消費経済政<br>策課 | 課長  | 乃田 昌行 様  |
| 産業保安・安全グリー<br>プ製品安全課           | 課長  | 森本 将史 様  |
| ・総務省 消費者契約適正化推進室長              |     | 内藤 賴孝 様  |

### 消費者トラブル防止に関する要望書 「通信販売なんでも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、「通信販売トラブルなんでも110番～定期購入、海外通販、サブスク（定額制サービス）、詐欺サイトのトラブルなどなど～」というテーマで実施いたしました。

PI0-NETに登録された消費生活相談情報のおよそ4割が通信販売に関する相談でした。令和3年の特定商取引法改正後も、いわゆるダークパターンにより消費者の意図せぬ契約に誘い込む手法や、虚偽・誇大広告の被害が後を絶ちません。また、令和4年には取引デジタルプラットフォーム消費者保護法が施行されましたが、オンラインモールにおけるトラブルの解決やいわゆる隠れBと言われる消費者を装う事業者の問題、偽造品や模倣品、法令に違反した商品の流通を防ぐ仕組みについてはまだ十分に機能しているとは言えません。AIによる自動翻訳機能の向上により企業は世界中の消費者を対象とした通販サイトを手軽に運営できるようになりました。日本国内の日本人を対象とした日本語のサイトでありながら、実は運営事業者が海外にある国境を越えた取引は益々増えています。加えて、決済機能の多様化により、従来のように代引きやクレジットカードを利用しないケースが増えており、後払い決済業者や前払式電子決済については抗弁が繋がらないという問題が

あります。販売業者だけでなくプラットフォーム事業者や決済事業者、転売者など複数のプレイヤーが登場する複雑な取引が増えたことにより消費生活相談の現場でのあっせんはより複雑で困難なものとなっています。

以上の観点から、2025年度の110番事業として、通信販売に関するトラブルについての相談を幅広く受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

### 1. インターネット通販における取消権の拡大と通信販売事業者によるアフィリエイト広告の管理義務を求めます

令和7年版消費者白書によれば、通信販売の相談件数は34万件あり、そのうちインターネット通販に関する相談件数は7割、また定期購入に関する相談はほぼ9万件でした。今回の110番での相談受付件数の半数以上がインターネット通販に関するものでした。

定期購入は2022年6月1日に施行された改正特定商取引法により「詐欺的な定期購入商法」への規制は強化されましたが、依然として相談件数は高い水準で推移しています。

インターネット通販の申込みの際に最終確認画面を確認しスクリーンショットを残すよう消費者への啓発が行われていますが、どこが最終確認画面かわかりづらいものも多く、最初の申込みの完了後にクーポンの利用などで誘導され契約条件が変更されてしまうようなケースや最終確認画面まで進んでいないのに申込みが完了したと事業者が主張してくるケースでは、申込みの際の販売条件を後から確認することは非常に困難です。インターネット通販においては販売業者に申込み内容の通知を義務付け、一定時間内については取消権を認める規定の新設を求めます。

高齢者を含め消費者はスマートフォンから申し込むことが多く、画面のわかりにくさとともに、ダークパターン手法により、意に反した契約をしてしまうケースが多くみられます。ダークパターンに関する法整備は我が国ではまだ十分に整備されているとは言えません。定期購入でないことを強調する一方で一回で解約した場合に解約料が発生することをわかりにくくしている、定期縛りなしとしながら消費者が申出ない限り自動更新されるしくみになっている、単価が安くなる契約変更を強調し変更後の解約条件や支払総額についてわかりにくくしている、実際はいつでも受付可能であるにもかかわらず「残り〇分〇秒」とカウンタータイマーを表示することで消費者をあせらるなど、消費者の自由な意思決定を歪めるダークパターンについては問題となる行為を具体的に禁止し、そのような広告により契約してしまった場合は取消ができるよう特定商取引法の取消権の拡大を求めます。

また、消費者が自ら商品を選んで申し込む通信販売ではなく、SNS 広告やアフィリエイト広告から誘導され契約するケースが多くあります。通信販売事業者にアフィリエイターが行う広告を精査し、悪質な広告に関しては事業者の責任で削除する等の管理義務を負わせることを求めます。

## 2. 一回払いを含むすべての決済事業者への規制を求めます

キャッシュレス決済が浸透し支払い手段が多様化する中、トラブルも増加しています。インターネットの決済手段として、決済アプリで支払ったが商品は届かず、先方の連絡先もわからず、決済アプリ事業者に問い合わせても対応されないといったトラブル事例もあります。

また、後払い決済サービス関連トラブルには、解約したのに請求を続ける定期購入業者、購入した覚えない商品代金を請求される、などのトラブルがあり、2021 年度には 1 万 4555 件だった相談件数が 2024 年度には 4 万 3964 件と、3 年間で約 3 倍に増加しています。（出典：国民生活センター2025.7.2 発表情報）

他にも、通信販売サイトの返金手続を装い、〇〇ペイといったコード決済サービスを利用して、返金ではなく逆に送金させるトラブル事例も増加しています。コード決済サービスに関する相談件数は、2021 年度は 1,644 件でしたが 2024 年度には 5,475 件と 3 倍以上に増加しています。

キャリア決済では、偽の SMS 等をきっかけにキャリア決済を不正利用されてしまった、請求の保留や調査を申し出ても応じられず、月額通信料金等と一緒に一括で支払わなくてはならず不納得、などのトラブル事例があります。

翌月一回払いを除くクレジットカード事業者については割賦販売法により加盟店調査が義務付けられていますが、決済事業者について法律による明確な加盟店調査義務はありません。消費者と事業者の間で支払いの決済業務を行う全ての事業者に加盟店契約時、トラブル発生時の調査義務を義務付け悪質事業者が排除されるための法整備を要望します。

## 3. 取引デジタルプラットフォーム消費者保護法に基づく開示請求権、製品安全誓約に基づく出品削除について、実施状況の継続的な監視と消費者への周知、消費者にとって使い勝手の良い制度の普及を求めます

2022 年 5 月 1 日に施行された「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」第 3 条では、BtoC の取引に関して、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との措置の実施及びその概要等の開示を定めていますが、努力義務であるため、必ずしも十分に活用されているとは言えません。

グローバルな取引が増える中、海外製品によるトラブルも増えています。そんな中、安全面に関しては、消費者庁をはじめとする省庁が、リコール製品や安全ではない製品が生

命・身体に及ぼすリスクから消費者を保護することを目的として「製品安全誓約（官民協働の自主的な取組）」を策定しています。現在 DPF を含む複数の大手オンラインマーケットプレイス運営事業者が、官民協働で製品安全誓約を実施しています。2024 年中に自主的な出品削除件数が 7407 件、規制当局（消費者庁等）からの要請に応じた出品削除件数は 561 件と、評価できる取り組みと思います。とはいえ、実施する事業者が増えることや、周知の徹底や削除申し出の簡便さなど、更なる取り組みを求めます。

また、第 5 条の販売業者等情報の開示請求権に関しては、官民協議会第 7 回事務局資料によれば、開示請求件数の合計 31 件のうち、実際に開示されたのは 9 件で、22 件は非開示で、消費者の使い勝手の良いものにはなっていないと思われます。

契約面でも、DPF 内の販売業者とトラブルになった場合、現状では販売業者が責任を負うことになりますが、販売業者が海外で連絡が取れない等の場合や、解決困難な場合は、取引デジタルプラットフォーム事業者による積極的な介入が必要です。

各 DPF 事業者において、法律の趣旨に基づく適切な運用が行われているか継続的な情報収集と監視を要望します。

#### 4. 消費者が安全・安心にデジタル取引の恩恵を享受できるための公正なルールの整備を求める

SNS が関連する消費生活相談は幅広い年齢層から相談が寄せられており、2024 年は 8 万 6,396 件でした。（出典：令和 7 年版消費者白書）SNS 上で著名人や投資家になりすまして、投資の勉強会に参加すれば儲かるなどと勧誘し金銭をだまし取る（SNS 型投資詐欺）、SNS 上の投稿やコメントをきっかけにメッセージのやりとりを始め、恋愛感情や親近感を抱かせて金銭をだまし取る（国際ロマンス詐欺）などの詐欺被害が増加しています。

また、SNS の広告を見てお試しのつもりで注文したら定期購入だった、SNS をきっかけに、簡単な課題をこなして報酬を得る副業を始めたが課題に失敗して違約金を請求された、などのトラブルも増加しています。（出典：令和 7 年版消費者白書）

SNS がトラブルのきっかけになりやすい要因の一つとして、匿名性を維持したまま勧誘を行えることがあります。

また、AI による自動翻訳機能の向上により企業は世界中の消費者を対象とした通販サイトを手軽に運営できるようになりました。日本国内の日本人を対象とした日本語のサイトでありながら、実は運営事業者が海外にある国境を越えた取引は益々増えています。更に、販売業者だけでなくプラットフォーム事業者や決済事業者、転売者など複数のプレイヤーが登場する複雑な取引が増えたことにより消費生活相談の現場でのあっせんはより複雑で困難なものとなっています。

また、広告をきっかけとして、高額な料金を請求されたというレスキュー商法のトラブルや SNS をきっかけに会議アプリで勧誘する副業や投資関連のトラブルもあり、これらは

特定商取引法では通信販売ではなく訪問販売や電話勧誘販売に分類されますが、事業者は通信販売だと主張してくる場合があります。

通信販売に限らず、インターネットを利用する様々な取引については、悪質商法から如何に消費者の安全と財産を守り、消費者がデジタル社会の消費生活にもたらす恩恵を有効に活用できるか、優良な事業者が不利益を被らずに発展できるかを考えた公正なルールが整備されることを要望します。

以上

## NACS「なんでも 110 番」一覧

|   |  |
|---|--|
| 昭和 63 年（1988 年）<br>「高齢者なんでも 110 番」          | 平成 19 年（2007 年）<br>「クレジットなんでも 110 番」                     |
| 平成元年（1989 年）<br>「生活設計なんでも 110 番」            | 平成 20 年（2008 年）<br>「通信なんでも 110 番」                        |
| 平成 2 年（1990 年）<br>「クレジットなんでも 110 番」         | 平成 21 年（2009 年）<br>「カードなんでも 110 番」                       |
| 平成 3 年（1991 年）<br>「旅行なんでも 110 番」            | 平成 22 年（2010 年）<br>「サギ商法なんでも 110 番」                      |
| 平成 4 年（1992 年）<br>「塾・英会話・エステなんでも 110 番」     | 平成 23 年（2011 年）<br>「通信トラブルなんでも 110 番」                    |
| 平成 5 年（1993 年）<br>「資格商法なんでも 110 番」          | 平成 24 年（2012 年）<br>「キャンセルなんでも 110 番」                     |
| 平成 6 年（1994 年）<br>「商品事故なんでも 110 番」          | 平成 25 年（2013 年）<br>「健康食品なんでも 110 番」                      |
| 平成 7 年（1995 年）<br>「金融商品なんでも 110 番」          | 平成 26 年（2014 年）<br>「ネット取引なんでも 110 番」                     |
| 平成 8 年（1996 年）<br>「金融商品なんでも 110 番」          | 平成 27 年（2015 年）<br>「高齢者・障がい者消費者トラブルなんでも 110 番」           |
| 平成 9 年（1997 年）<br>「通信トラブルなんでも 110 番」        | 平成 28 年（2016 年）<br>「広告・宣伝・表示なんでも 110 番」                  |
| 平成 10 年（1998 年）<br>「契約トラブルなんでも 110 番」       | 平成 29 年（2017 年）<br>「訪問販売・電話勧誘販売なんでも 110 番」               |
| 平成 11 年（1999 年）<br>「インターネットトラブルなんでも 110 番」  | 平成 30 年（2018 年）<br>「不当請求・架空請求なんでも 110 番」                 |
| 平成 12 年（2000 年）<br>「儲け話なんでも 110 番」          | 令和元年（2019 年）<br>「もうけ話・怪しい勧誘・広告なんでも 110 番」                |
| 平成 13 年（2001 年）<br>「金融トラブルなんでも 110 番」       | 令和 2 年（2020 年）<br>「キャンセルなんでも 110 番」                      |
| 平成 14 年（2002 年）<br>「くらしの契約トラブルなんでも 110 番」   | 令和 3 年（2021 年）<br>「ネット取引なんでも 110 番」                      |
| 平成 15 年（2003 年）<br>「継続サービス契約トラブルなんでも 110 番」 | 令和 4 年（2022 年）<br>「成年年齢引き下げから半年<br>ネット取引・デジプラなんでも 110 番」 |
| 平成 16 年（2004 年）<br>「通信サービストラブルなんでも 110 番」   | 令和 5 年（2023 年）<br>「ネット取引なんでも 110 番」                      |
| 平成 17 年（2005 年）<br>「金融サービストラブルなんでも 110 番」   | 令和 6 年（2024 年）<br>「住まいの契約トラブルなんでも 110 番」                 |
| 平成 18 年（2006 年）<br>「クレジット・ローンなんでも 110 番」    |  |

## 110番対応者

### 東京

岡本由美 木村嘉子 小西和恵 金藤博子 武井紀子 大道不二子  
中野子礼子 長谷川ゆかり 日笠裕子 福長恵子 松本恭子 山地理恵  
山本いく子

### 大阪

太田真由美 片山まり子 小西あおい 沢井馨子 田村朋子 仲澤悦子  
中野賀予子 中野直子 西田智子 福井多恵子 町田弘美 丸山なぎさ  
アドバイザー：竹内 留美弁護士

### 報告書作成者（◎は責任者）

◎松本恭子 香浦奈美 木村嘉子 大道不二子 高草いくみ 武井紀子  
中野子礼子 中村英子 丹羽典明 長谷川ゆかり 福島麻子 福長恵子

★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 2025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。

