

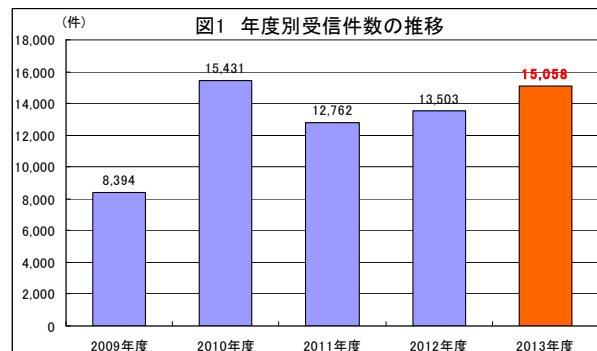
「消費者トラブルメール箱」2013年度のまとめ

消費者被害の実態を速やかに把握し、同様な消費者被害の発生の防止に役立てるため、インターネットを利用した情報収集コーナーとして、2002年4月から「消費者トラブルメール箱(以下:トラブルメール箱)」を当センターのホームページ上に開設している。今回は、主に2013年度内に寄せられた情報の受信概況、追跡調査を実施した主な事案等についてまとめ、報告する。

1. 受信件数等の概況

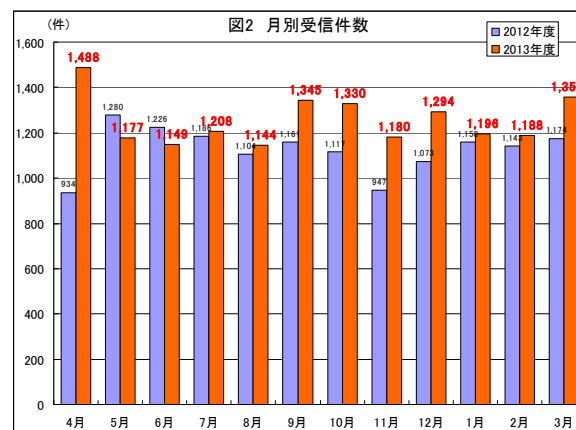
(1) 年度別の受信件数の推移

「トラブルメール箱」に寄せられた情報の件数(受信件数)は、2013年度は1万5,058件で、2012年度の1万3,503件を上回った(図1)。1日当たりの平均受信件数は約41件であった。



(2) 月別の受信件数の推移

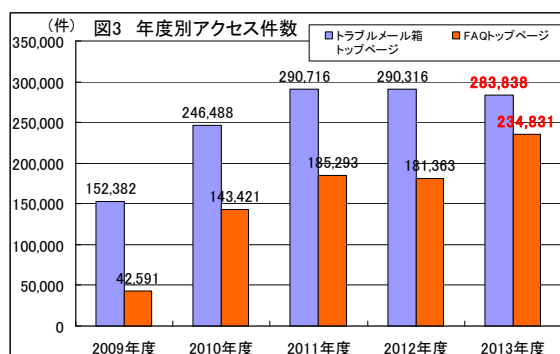
2013年度の月別受信件数は、図2のとおり、毎月1,100~1,500件前後で推移した。4月、9~12月、3月は、情報提供件数が増加した。



¹ URL (http://www.kokusen.go.jp/t_box/t_box.html)

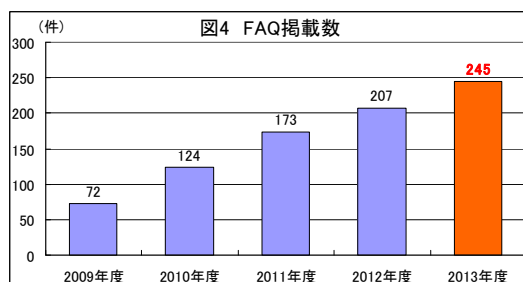
(3) アクセス(閲覧)件数

「トラブルメール箱」トップページへのアクセス件数は、図3のとおり、28万3,838件と、前年度とほぼ同様(前年度比約98%)であった。一方、2008年度(2009年2月)から設置した「メールでのよくある情報提供と回答(以下:FAQ)²⁾」トップページへのアクセス件数は23万4,831件(前年度比約129.4%)と、3割近く増加した。



(4) FAQの収録数

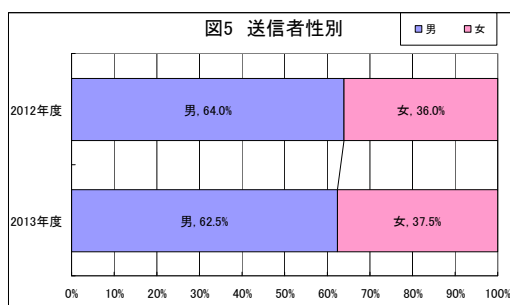
「トラブルメール箱」には、消費者被害への対応方法を問い合わせるような情報も多く寄せられていた。また、同じような商品やサービスに関して、複数の情報が寄せられるケースが年々増加していることも踏まえ、2008年度(2009年2月)からFAQを設置し、代表的事例を通して一般的な対応方法や各種相談先を情報提供している。前年度は、内容の見直し、類似案件の統合、削除、更新および新規追加などを、1年間で60件実施した(別紙参照)。2014年3月時点で、FAQは累計245件を掲載(図4)している。



(5) 送信者の内訳 (以降、図5~8については、重複送信等を除いた数値で集計)

1) 性別

2013年度は男性62.5%、女性37.5%と、男性が約6割強を占めたものの、開設当初の2002年度と比べ、女性の割合は伸び続けている。この傾向については、前年度からの変化はない(図5)。



PIO-NET(全国消費生活情報ネットワーク・システム)³⁾における契約当事者の男女比は、2013年度⁴⁾は男性46.8%、女性53.2%で、女性が多い状況である一方、「トラブルメール箱」への送信者は男性が多い。

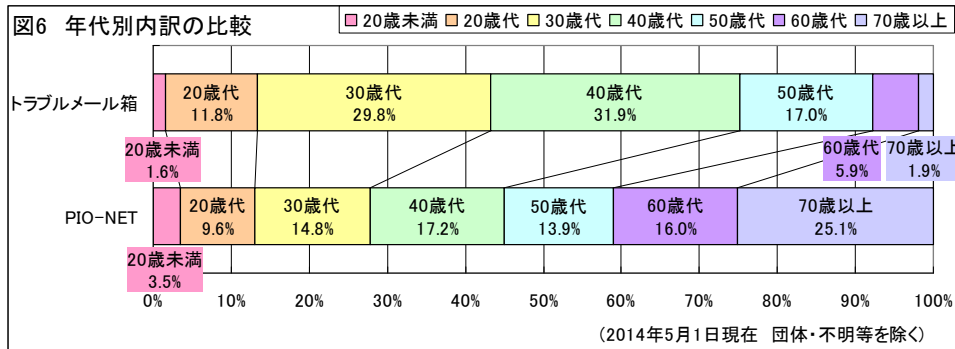
²⁾ URL (http://www.kokusen.go.jp/t_box/t_box-faq.html)

³⁾ PIO-NET(バイオネット:全国消費生活情報ネットワーク・システム)とは、国民生活センターと全国の消費生活センターをオンラインネットワークで結び、消費生活に関する情報を蓄積しているデータベースのこと。

⁴⁾ 2014年5月1日登録分まで。団体、不明等を除く。以下同じ。

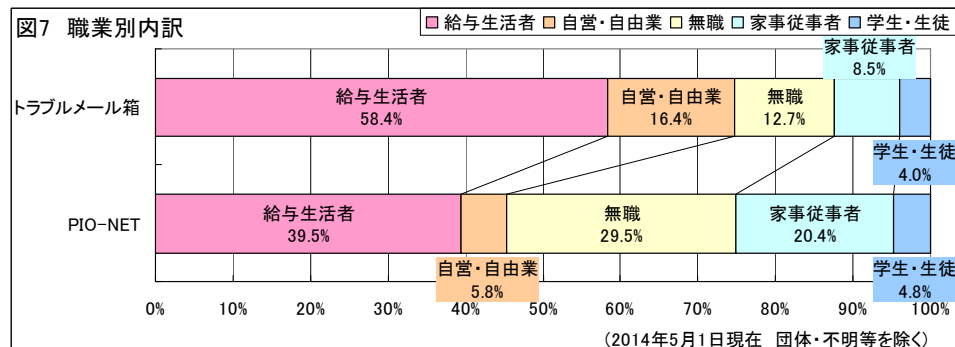
2) 年代別

2013年度の送信者年代別内訳は、40歳代(31.9%)、30歳代(29.8%)で約3分の2を占めている一方、30歳代がやや減少し50歳代がやや増加している以外は、前年度とほぼ同様であった(図6)。全国の消費生活センターに寄せられた相談(PIO-NET)における契約当事者と比較すると、30歳代、40歳代は2倍近くになっている一方、60歳代以上は3分の1程度になっている。



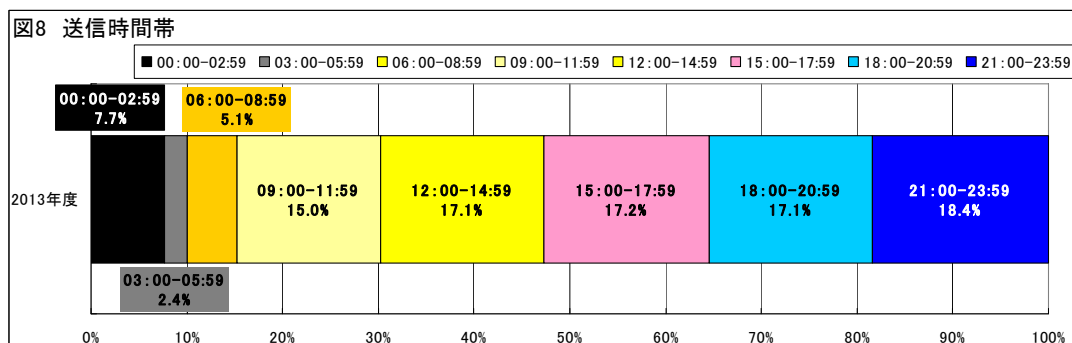
3) 職業別

トラブルメール箱における職業別構成比や傾向については、例年とあまり変わらない結果であった。図7のとおり、全国の消費生活センターに寄せられた相談(PIO-NET)と比べると、高齢者が含まれる「無職」「家事従事者」の割合が少なく「給与生活者」「自営・自由業」の割合が多くなっている。



4) 時間帯別

情報送信が行われた時間帯について3時間刻みにしたところ、9～18時のいわゆるビジネスアワー以外が送信数の過半数を占め、24時までは時間帯による差があまりない。深夜～早朝の時間帯(00:00～05:59)においても、送信全体の約1割を占めており、24時間情報が送信できることに、一定のニーズがあることを示している。



2. 2013年度に寄せられた情報の傾向について

トラブルメール箱はインターネットを用いた情報収集システム⁵であるため、総じて情報通信に関する情報提供が多いものの、その中でも目に付いたものとして、次のようなものがあった。

①「インターネット通販の前払い」に関するトラブルが激増
いわゆる「ネットショップで商品を購入し、代金を前払いしたが商品が届かない」といった情報提供が、下半期を中心に激増した。特に個人名義の口座へ前払いをさせるネット通販については、被害救済が非常に困難であり、国民生活センターでは注意喚起のための記者公表を行っている。
②相変わらず多いオンラインゲーム関連
前年度から引き続き、アイテム等の有料オプション、それらを引き当てるためのガチャ、運用されるサーバーの安定性など、多数かつ多岐にわたる情報が寄せられた。有名タイトルに関連したシリーズがサービスを開始した直後などは、ログインそのものがないといった情報も寄せられている。
③説明が分かりづらい携帯電話(スマートフォン)・タブレット関連
販売促進キャンペーンにおける適用条件についての記載や、機器の破損や紛失等に備えたサポートプランに関するものなど、提供情報は多数・多岐にわたっているが、いずれにしても、ウェブサイトにおける説明の記載等が足りなかったり、長期の利用を拘束することで提供されるサービスに対するフォローにおいて、事業者の対応が追いついていないとみられるものであった。
④架空請求・不当請求関連は相変わらず目立つ
「総合情報サイト利用料」「モバイルコンテンツ利用料」「有料サイト利用料」などデジタルコンテンツの利用料金という名目で、請求メールが届くといった事例は相変わらず目立つ。アダルトサイトへの誘導や利用料の請求、請求画面がパソコンに張り付いて消えないという情報も相変わらず多く、関連する二次的な被害(解決のために探偵へ依頼するなど)についても注視を続けている。
⑤電子決済における年齢確認の難しさ
ネットショッピングやオンラインゲームなどネット上での決済において、中高生などまだ個人でクレジットカードが持てない年齢であっても、実際には年齢制限付のはずのプリペイドカードなどを購入して使用できている実態について、保護者などからコンビニや量販店等における販売体制について疑問の声が寄せられている。

⁵ トラブルメール箱に寄せられる情報は、消費者から個々に送信される情報を担当者がチェックし、取引やサービス、品質に関する情報は、業務参考情報として活用しており、分野ごとの集計等は行っていない。

3. 2013年度に追跡調査を実施した主な事案

「消費者トラブルメール箱」には、被害拡大が考えられるものや、新商品や新たな手口にまつわる情報も寄せられる。そうした情報については、情報提供者や事業者への追跡調査を実施しており、2013年度に実施した主な事案を次のとおり紹介する(手口や被害事例は、該当分野の相談担当者と共有している)。

①情報通信関連

①-1：消費税額を加算されたオークションの商品券(2013年5月)

「オークションのストア(事業者)出品サイトを利用し落札したところ、商品券に消費税額を加算された」という情報が寄せられた

国税庁ウェブサイト「タックスアンサー」には、No. 6229として商品券譲渡は非課税である旨が示されている。オークション事業者を確認したところ「該当するストアを確認したが、そのような事実はない」との回答であったが、出品者へのガイダンスで、商品券には消費税がつかないことを周知徹底してほしい旨を伝えた。

①-2：特典が届かないスマートフォンのキャンペーン(2013年6月)

「スマートフォンの乗り換えキャンペーン特典がなかなか届かない」という情報が寄せられた

該当のキャンペーンは他社からの乗り換え(MNP)を期間中に行った場合、3つの特典が用意されており、そのうちの1つを選べるというもので、液晶タブレットを選んだが届かないというものであった。

特典の配布状況について、当該事業者を確認したところ「販売店には『特典の配布は契約から2カ月以内』と伝えて了承を得るよう案内したはずだが、消費者からの苦情のほとんどは『契約後2カ月以内での配送という説明は聞いていない』という訴えだったことから、販売店の説明不足に問題があるものと分かり、事務手数料サービス等の対応を行い、ほとんどの人に2カ月以内に特典の配布を終了したとの回答であった。

さらに、今後のキャンペーン展開における再発防止、販売店への伝達事項の周知徹底を依頼したところ、了承された。

①-3：ダイヤモンドをイメージさせるような表記の人造石アクセサリ(2013年8月)

「クーポンサイトで、キュービックジルコニアがCZダイヤモンドという表示で販売されていた。ダイヤモンドと誤解させるような紛らわしい呼び方は問題ではないか」という情報が寄せられた

キュービックジルコニアをCZダイヤモンドとして販売しているという情報が寄せられたため、注意喚起向けにFAQを作成した。

その際、業界団体に問い合わせたところ、キュービックジルコニア(CZ)とダイヤモンドはまったくの別物であるとの説明であった。業界団体では「宝石もしくは装飾用に供される物質の定義および命名法に関する規定」にて、ダイヤモンド以外のものにダイヤモンドという名称を用いてはならないとしており、CZダイヤモンドの表記に関しては引き続き問題視していく、とのことであった。

クーポンサイト内を検索してみたところ、該当社以外にも複数社のサイトでCZダイヤモンドという表記で商品が掲載されていたため、クーポンサイト運営業者に連絡し、業界団体でも問題視しており商品掲載時には誤解を招かないような表示をするよう注意を促すことを依頼した。

①-4：気づかぬうちに有料教材が付いてきた無料体験版(2013年8月)

「英語教材の無料体験版を請求したら、有料の教材本体も2カ月分送られてきた。配達時、無料だと思っていたため数カ月保管した後に分かった。返品に送料がかかるのは納得できない」という情報が寄せられた

情報提供があった時点で事業者のウェブサイト調べたところ、トップページや体験版の申し込みフォームにも有償分と一緒に送られてくることが記載されている箇所を見つけることはできなかった。しかし、後日、再度ウェブサイトを確認すると、トップページ、申し込みフォーム共に無料教材と同梱^{どうこん}で初回セットとして2カ月分の有料教材が届き、体験版で気に入らなければ10日以内は送料無料返品受付と掲載されていた。この記載は、国民生活センター相談窓口にも同様の相談が寄せられており、相談処理過程において記載の修正を求めたためであると分かった。

なお、体験版の申し込みはウェブサイトと電話窓口があり、ウェブからの申し込みは「有料教材同梱」の初回セットのみだが、電話申し込みだと初回セットについて説明があり、「無料サンプル教材のみ」も選べるとのことであった。そのため、今回のような苦情はウェブサイトからの申し込みが多いとのことであった。今後は、消費者が混乱しないようウェブサイトの記載についてさらに改良を依頼した。

①-5：事業者のサービス終了によって読めなくなった電子書籍(2014年2月)

「電子書籍事業者の事業終了に伴い、購入済書籍が読めなくなるとお知らせがあった。購入したのに事業者の都合で読めなくなるのは問題ではないか」という情報が寄せられた

複数の電子書籍取扱事業者の利用規約(約款)を調査したところ、消費者が電子書籍を購入することについては「使用(または閲覧)の権利(ライセンス)が付与される」との記載が複数社で確認できた。中には「販売ではない」と明言している事業者もあった。

これらのことから、事業者の認識として、電子書籍販売は購読権利(ライセンス)を販売しているといえる。消費者の端末から当該書籍を呼び出す都度、事業者側のサーバーにアクセスし、購読ライセンスを確認して書籍の内容を表示する方法の場合、販売事業者の事業終了で購読できなくなることもあり得る。

従来、書店において購入した書籍は「物」として購入者の所有物になる認識であり、購読ライセンスを購入する電子書籍とは異なる旨について説明し、注意を促すFAQを作成することとした。

②契約全般

②-1：急な条件変更で同行の子どもが入場できなかったイベント(2013年7月)

「前年と同じ条件で売られたチケットなのに、現地で入場できないと言われた客が続出した」との情報が寄せられた

今年で3年目となるアイドルと親子の体験型イベントに関するものであった。事前申込と抽選を経て、当選者がコンビニ発券でチケットを購入する形式は前年度と同様であった。イベント自体は、前年と同条件(文言)で告知・発売されたにもかかわらず、小学4年生以上のきょうだいの扱いについて、公演当日の運用が変更されたことで、家族連れの同行者が会場入口でシャットアウトされ、当日入場できない親子が多数いた、というのが経緯である。

状況確認のため、チケットを扱った販売事業者に問い合わせたところ、開催直前に主催者から入場者の条件について変更が伝えられた。急きよ、注意書きに入場可能な組み合わせを示し、小学4年生以上の子どもは同伴できない旨を記載したが、一部公演には時間的に間に合わなかったとの回答であった。

次に、主催者に問い合わせた告知文などが掲載された資料提供を受け確認したところ、申込条件は昨年分と同じで、そもそもの入場対象者を厳格に守るようにしたものの説明であった。チケット販売側に連

絡が行き届かなかったことについては、課題であるものの今回のイベントはすでに終了しており確認困難とのことで、今後、連絡の周知徹底を依頼した。

②-2：シーズン途中で条件が切り下げられたサッカーの年間契約シート(2013年10月)

「プロサッカーチームのホームグラウンドにおける、サポーター観覧シートの年間購入特典として、来シーズンの継続購入権(同じ席を次シーズンも購入できる)が付いていた。しかし、シーズン途中で“来シーズンから席割を変更する。対象者は別の席に移ってほしい”と一方的に連絡があった。移動対象者はこれまでより条件の悪い席になる。一部の人だけが不利益をこうむる制度変更であり、契約違反ではないか」という情報が寄せられた

該当クラブチームに問い合わせたところ「来シーズンの席割変更についての説明会を開催したところ、問い合わせ(苦情)が多数寄せられたため、再度検討を行って席割変更は撤回した」とのことであった。

③品質・安全

③-1：加工肉と分かりづらかったラジオショッピング(2013年7月)

「ラジオショッピングのCMで『国産牛のステーキ』と聞いたので、商品を注文したが、届いたのは加工肉だった。放送ではそのような説明はなかったと指摘し、返品を申し出たが受け入れてもらえなかった」という情報が寄せられた

ラジオ番組のスポンサーCMにて紹介された商品で、同様のクレームが各地の消費生活センターからも入っていたとのことであった。販売事業者に問い合わせたところ、「放送においては加工肉という表現と、値段とで肉そのものではないと分かると思った」とのことだった。

しかし、放送局にも「だまされた」「表現に問題がある。詐欺ではないか」というクレームが入ったという。放送では、値段、肉の話、牛脂注入加工肉、値段、問い合わせ先という流れで説明をし、その中で一度だけ“牛脂注入加工肉”という説明が入った。しかし、放送局でも記録を改めて聞き返すと「早口で、声も小さく分かりにくいので、今後の放送では、牛脂注入加工肉である説明回数を増やす」など、改善を図ったとのことであった(同様の商品をテレビでも売っているが、クレームはないという)。

③-2：基準を満たしていないと思われたブランド牛(2013年10月)

「ふるさと納税における地域ブランド牛プレゼントの表示について、届いた牛肉を個体識別番号(トレーサビリティナンバー)で調べたら基準を満たしていないように思える」という情報が寄せられた

情報提供者の指摘によれば、自治体から送付された肉のトレーサビリティナンバーを調べたところ、ブランド牛が掲げる肥育期間等を満たしていないように読み取れることから、プレゼント品の説明においてブランド名を冠することは不適切ではないか、というものであった。

該当自治体のふるさと納税担当部局に確認したところ、プレゼントする牛肉のブランドにおいては、食肉団体や卸業者なども独自基準で呼称を用いており、該当自治体としても妥当と認識する範囲・基準(定義)で商標登録も行われている旨の説明を受けた。しかしながら、該当自治体の別部局が設置するウェブサイト上では、それと矛盾すると思われる記載も見られることから、誤解を招かないよう、記載については統一するよう検討したいとのことであった。

今回のプレゼント品について、自治体としてはブランド名を冠することに問題はないと認識していた。しかし、最近の産地偽装問題などに関連し、同様の問い合わせが寄せられた場合、説明文書を送付して対応するとのことであった。

③-3：年齢確認が必要なはずのプリペイドカード(2013年11月)

「クレジットカードと同じような決済性を持つプリペイドカードについては、18歳未満の申し込みや利用ができないことになっているはずなのに、中学生の息子が購入して持っていた。コンビニエンスストアで購入する際に、店員が年齢確認をしないのは問題ではないか」という情報が寄せられた

プリペイドカード発行元に問い合わせたところ「18歳未満が利用できないことは、カード利用時に開設してもらったウェブ上のアカウント登録画面やプリペイド購入時のコンビニ端末上など、随所で注意喚起している。しかし、これだけでは十分でないことは認識している、今回のようなことが起ってしまうことは不本意であり、課題と認識している」との説明があった。

後日「私は、18歳以上であることを表明します」というチェックボックスを、アカウント登録画面に新設し、「少しでも抑止力を高めて行く」とのことで、今後も対策を進めるとの説明があった。

③-4：いつまでなのか紛らわしい有効期限の表示(2014年3月)

「外資系ホテル優待会員の特典で無料宿泊券があるが、有効期限が”02/2014”と表示されている場合、”2014年1月末日まで”であると言われた。日本ではこのような表示をされると紛らわしく、誤解を招くのではないか」という情報が寄せられた

該当する外資系ホテルの日本語サービスセンターに問い合わせたところ、問題の無料宿泊券の有効期限は、02/2014と表示されている場合、2月末日が有効期限であり、情報提供者の理解が正しいものと確認できた。

このような事態が起きた原因として考えられるのは、情報提供者が持つ優待会員カードにおいて02/2014と記載がある場合、有効期限は2014年2月1日まで(利用上は2014年1月末日まで)であり、ホテル側のスタッフが両者を混同した可能性が考えられるとのことであった。

このことから、今回のような混同・混乱の可能性を少なくするためにも、表示方法は日本国内の利用者が、一般的に認識できるような記載方法に合わせてほしい旨依頼したところ、本国のサービスセンターに伝えるとの回答であった。後日、同サービスセンターに、その後を問い合わせたところ「ホテル本部に事案は送ったものの、特に回答や方針等は出ていない」とのことだった。

4. 消費者庁への情報提供

消費者トラブルメール箱には、商品やサービスで何らかの危害を受けたり、身体への危険を感じた等の情報も寄せられる。消費者安全法第12条に該当する危害情報(死亡・重篤事故)及び重大な事故につながる可能性が考えられる、いわゆる「ヒヤリハット」に類する情報についても、速やかに消費者庁へ通知及び情報提供を行っている。前年度の提供実績は次のとおり。

死亡・重篤事故等による消費者庁への通知情報…41件(死亡0・重篤事故41)
その他、ヒヤリハットに類する通知情報…121件

5. 情報提供先

消費者庁地方協力課

内閣府消費者委員会事務局

「メールでよくある情報提供と回答」コーナー平成25年度新規追加・更新分

(URL http://www.kokusen.go.jp/t_box/t_box-faq.html)

新規掲載記事	
1	ダイヤモンド採掘権を買ってしまった
2	SNSのアカウントをいきなり止められた！
3	家電量販店の長期保証サービスの利用を申し出たら商品を店舗に持ってくるよう言われた
4	整体マッサージで腰を痛めた
5	自動継続となった自動車保険
6	携帯電話機を中古で購入したら、前所有者の未払い代金を請求された
7	“GZ (GZ) ダイヤモンド” って何？
8	ドレッシングの「コレステロール0mg」って本当？
9	セルフのガソリンスタンドで給油したら、釣り銭がプリペイドカードで渡された！
10	インターネットショップで商品を購入したところ、広告メールが増えた
11	送った覚えのない宅配物の届け先を確認するメールが宅配会社から来た
12	シリーズものの定期刊行誌を講読しているが、最終号まで購入するとかなり高額だった
13	通販購入の腐葉土、表示の半分だけしか入ってなかった
14	え!?これ、バターじゃない!?
15	「CO2排出権取引」で儲かると言われたが、信用できるか
16	記録できなかったブルーレイディスク
17	古本買い取りサイトに古本を送ったところ「買い取れない」と言われた
18	互換性のある格安プリンターインク
19	まつげエクステのスクールで「受講修了後すぐ開業できる」と言われた
20	外食メニューだと食品添加物表示は必要ないの？
21	表示では分かりにくいノンシリコンのヘアケア用品
22	シェイプアップシューズで転倒した
23	つり下げタイプの虫よけ、効く虫は？
24	手作り石けん、売るときは注意
25	海外でもパケット定額になるはずが…
26	お肉の重さが表示より足りない！
27	電気代の未払金を請求する書面が債権管理回収業者から届いた
28	無制限のはずなのに補償されない自動車保険
29	公道で走行できないペダル付電動自転車
30	裁判所からの手紙？
31	LED照明がたった1年程で点灯しなくなってしまった
32	バイクの査定を依頼したところ、売却をしつこく迫られた
33	洗濯物の柔軟仕上げ剤のにおいで体調不良に
34	アイスクリームに賞味期限の表示がありませんが…

35	洋菓子店で洋菓子を購入したところ、期限表示がなかった
36	婚活サイトで出会った人を介し、投資用マンションを購入してしまった！！
37	豆乳を飲んだらアレルギーのような症状が出た
38	ネイルサロンでジェルネイルをしてもらったら、指先が腫れた
更新掲載記事	
39	無料占いのはずがいつの間にか有料に！
40	「不要な貴金属を買い取る」と業者が来訪してきた！！
41	ネットショップで商品を購入し、代金を支払ったにもかかわらず商品が届かない。
42	ネットショッピングは初めてで不安だ。どんなことに注意すればよいか？
43	受け取れないイベントのチケット
44	クレジットカードの審査が通らなかった。理由が知りたい
45	子どもの携帯電話の利用明細を開示してほしい
46	SNSサイト内で知り合った人から紹介され、連鎖販売業者の会員になったが、その後すぐに紹介者に連絡がとれなくなった
47	「当日最大1,000円」のコインパーキングに2日間駐車したら2,000円以上だった！
48	不安をあおり、その場で高額な手術を契約させる美容外科
49	LCCのメリットとデメリット
50	消費生活センターから「賞金を預かっている」というメールが届いた
51	高速バスのチケット、紛失したら再発行してくれない？
52	クレジットカード利用時に手数料を請求された
53	年齢確認画面で「はい」をクリックしただけで個人情報伝わるのか
54	初めて利用するネットショップは不安だ。どんなことに注意すればよいか？
55	「火災保険を使って屋根修理」というチラシをもらったが、本当？
56	名前の登録ミスで、高くついた格安航空券
57	消費生活センター職員が勧めるアタリ馬券の予想サイト？
58	家電量販店に修理を依頼したら、修理代に”手数料”を上乗せ請求された
59	「ポイントがお得！」と強調されて作ったら、リボ払い専用カードだった
60	ガソリンスタンドで「このままでは危険」とタイヤの交換を迫られた