

報道発表資料

令和元年 7月18日
独立行政法人国民生活センター

あなたの情報がアレルギー表示の改善等につながりました!! — 「消費者トラブルメール箱」2018年度のまとめ—

国民生活センターでは、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、「消費者トラブルメール箱（以下：トラブルメール箱）」をホームページ上に開設¹しています。その中には被害拡大が考えられるものや、新商品、新たな手口にまつわる情報も寄せられており、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」を実施しています。今回は、2018年度に寄せられた情報の傾向、追跡調査を実施した主な事案等について報告します。

○2018年度の傾向と主な追跡調査を実施した事案

- ・2018年度に寄せられた情報の件数は**9,886件**で、2017年度の10,245件よりやや減少した。
- ・「トラブルメール箱」によく寄せられる情報をまとめた「身近な消費者トラブルQ&A」へのアクセス件数は**22万6,459件**と、2017年度と比べ**2倍以上**に増加した。
- ・架空請求・不当請求関連のトラブルや、インターネット通販に関するトラブルが2017年度に引き続き多く寄せられた。
- ・消費者庁に、死亡・重篤事故等による通知を8件（死亡0件）、ヒヤリハットによる通知を86件行った。

（追跡調査を実施し、表示等が変更された事案）

- ・「**送料無料**」に一部対象外地域があることの表示が分かりづらい宅配クリーニング店
⇒事業者の問題点を伝え表示の改善の検討を求めたところ、対象外地域がある旨の表示が分かりやすく追加された。
- ・**会報誌の定期購読の解約方法に関する案内が分かりづらいクレジットカード会社**
⇒事業者のウェブサイト上には解約方法に関する記載がなかったため、記載するよう依頼したところ、後日、解約方法が明記された。
- ・**弁当のアレルギー表示に記載漏れがあったスーパー**
⇒アレルギーに関する記載漏れは命にかかわるおそれもあることから事業者の原因究明と再発防止策を求めたところ、表示のチェック体制が不十分であったため、今後は記載漏れ等がないようダブルチェック体制で確認することとした、との報告を受けた。

¹ 「消費者トラブルメール箱」(http://www.kokusen.go.jp/t_box/t_box.html)。2002年4月に開設した情報収集コーナーであり、消費者からの相談は受け付けていない。

1. 2018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」に2018年度に寄せられた情報の主な内容は、以下のとおりです。

① 架空請求・不当請求関連のトラブル

「民事訴訟管理センター」など、公的機関を思わせるような名称の差出人からハガキが届いたという情報、大手通販会社をかたり、覚えのない「コンテンツ利用料」等を請求するメールやSMS（ショートメッセージサービス）が届いたという情報が多く寄せられました。

② インターネット通販に関するトラブル

インターネット通販で購入した商品が届かない、届いた商品が不良品・偽物だったという情報、SNS等の「お試し500円」等の広告から定期購入だと気づかずに健康食品や化粧品の契約をしてしまった、解約しようとして事業者に電話したがつながらないという情報が多く寄せられました。

③ オンラインゲームに関するトラブル

ゲーム内で使用するアイテム等を引き当てるための電子くじ等の確率や表示に関する情報、アカウントの停止に関する情報が多く寄せられました。

④ 個人間取引に関するトラブル

フリマアプリやオークションサイトでの商品購入に伴うトラブルや、チケット転売に関するトラブルなどの、いわゆるCtoC取引（個人間取引）に関する情報が多く寄せられました。

⑤ 光回線サービスなどの通信契約に関するトラブル

「大手通信会社を名乗る業者から『光回線の料金が今より安くなる』と勧誘を受けて契約をしたが、安くならなかった」などの光回線の勧誘に関する情報が多く寄せられました。

⑥ 情報商材に関するトラブル

「お金のもうけ方」などさまざまなノウハウを提供すると勧誘され、高額な「情報商材」（インターネットの通信販売等で売買される情報で、形状はPDFファイルのダウンロードや冊子、DVD等の送付により提供されるもの）の契約をしてしまったという情報が多く寄せられました。

⑦ その他のトラブル

ホテルのキャンセル料が高額だという情報、大手宅配会社をかたるフィッシングメールの情報、インターネットを使用中に突然「ウイルスに感染している」等の警告画面が表示されたという情報、「身に覚えのない商品が代引きで送付された」という情報²が複数件寄せられました。

² 「身に覚えのない商品が代引きで送付された」という情報が特に2018年度後半に多く寄せられたことから、2019年度に記者公表を行い、消費者に注意喚起を行いました。

身に覚えのない商品が届いたら？－「代引き」による金銭被害や海外からの小包にご注意ください－
(http://www.kokusen.go.jp/news/data/n-20190606_2.html)

2. 2018年度に追跡調査を実施した主な事案

「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ています。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、2018年度に実施した主な追跡事案を紹介します。

① 表示に関するトラブル

①-1：「送料無料」に一部対象外地域があることの表示が分かりづらい宅配クリーニング店

「宅配クリーニングを申し込んだところ、ホームページには送料無料と書いてあるのにもかかわらず、申込み後の確認メールを確認すると、別途送料が加算されていた。改めてホームページをよく読むと、ページの下の方に小さな文字で、一部地域は別途送料がかかる旨の注意書きがあった。このような分かりづらい表示は問題ではないか」との情報提供が寄せられました。

情報提供内容をもとに事業者のホームページを確認したところ、トップページ、サービス紹介ページ、注文フォーム等の複数ページで「送料無料」と表示されていましたが、対象外地域に関する記載は、注文フォーム以外には見当たらず、注文フォームについても、送料無料の表示と対象外地域に関する表示が同一画面になく、消費者が対象外地域の表示に気づくことは難しいと考えられました。

このような表示は景品表示法上の有利誤認（実際の価格や取引条件よりも著しく有利だと誤認させる表示）にあたる可能性があると考えられたため、消費者庁の考え方³を確認したうえで事業者に連絡をとり、問題点を伝えて表示の改善の検討を求めました。

事業者は当初、一部対象外地域があることについて注意事項に明記していることや一部地域の顧客を想定していないことなどを理由に「表示を訂正するつもりはない」と回答していました。

しかし、後日改めて事業者に電話し、ウェブで申込みを受け付けている以上一部地域を想定していないというのは消費者の理解が得られないこと、有利誤認にあたる判断された場合の消費者庁の措置命令がどのようなものか等を説明したところ、「訂正を検討する」との回答がありました。

その後、全てのページにおいて、「送料無料」の表示のすぐ下に対象外地域がある旨の表示が追加されました。

①-2：写真と全く異なるデザイン・色の商品を販売している通販サイト

「通販サイトでTシャツを購入したところ、当該商品ページの写真と全く違うデザイン及び色の商品が届いた。コールセンターに連絡したところ、「ホームページ上の商品説明に記載しているとおり、この商品のカラーは『a（※）』であり、これは同じシリーズのどのデザインや色の商品が届くかが分からないという意味である。イメージ違いによる返品は可能だが、返品送料は購入者負担になる」との回答だった。納得がいかない」との情報提供が寄せられました。
※事業者特定につながる表現であるため、文字に置き換えている。

情報提供内容をもとに事業者の販売サイトを確認したところ、投稿内容のとおり、「a」という

³ 消費者庁「打消し表示に関する実態調査報告書」（平成29年7月14日公表）〔PDF形式〕
http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180921_0001.pdf

表示が確認できましたが、その意味については見つけることはできませんでした。

「a」についてはウェブ検索をしても、当該事業者のサイトを除いて使用されているケースはなく、一般的な用語ではないと推察されました。そのため、事業者にお問い合わせしたところ以下のとおりの説明がありました。

- ・「a」は当社独自の名称で、「商品の色と柄が全く同じになることはない」という意味である。一つとして同じ柄のない商品に対して表示している。
- ・サイト上には「a」に関する説明はない。購入者は意味が分からなければ、問い合わせをしてくれれば良いだけの話であり、説明文を記載する予定はない。

「a」の意味について、サイト上に説明文を記載することを提案しましたが、事業者は「一切対応しない」とのことでした。そのため、法律相談を行い以下の回答を得ました。

○法律相談の結果

- ・「a」は社会的コンセンサスのない用語である。
- ・社会通念上、消費者は写真の商品が届くものと認識するのが通常であり、消費者は注文時に写真と異なる色・デザインの商品が届く場合があることを認識できない。「消費者が購入前に問い合わせるべき」というのは見当違いではないか。
- ・以上のことから、写真と同じ商品が送られてこない場合は、イメージ違いではなく注文と異なる商品が送られたものとみなされるだろう。事業者の債務不履行であるので、消費者に、返品や事務手数料を負担させるのは不当である。
- ・事業者は「a」の意味を注文の際に分かりやすく表示する必要がある。

上記の回答を踏まえ、再度事業者に連絡をし、法的な観点での問題点と特商法上の誇大広告にあたる可能性、その場合の罰則等について説明をしたところ、事業者からは「本件は重大な問題であるとの認識に至った」「社内の法務部門と検討する」という発言がありました。

その後、事業者の販売サイトを継続して確認し、約4カ月後に販売サイト内を確認したところ、商品説明に「a」と記載された商品が、激減しており、情報提供のあった商品は削除されていました。

①-3：会報誌の定期購読の解約方法に関する案内が分かりづらいクレジットカード会社

「クレジットカード会社の情報誌を定期購読しているが、その解約方法が事業者のホームページや情報誌のどこにも記載されておらず、以前から解約ができず困っている」との情報提供が寄せられました。

情報提供内容をもとにクレジットカード会社のウェブサイトの当該会報誌のページを確認したところ、雑誌の概要、記事の紹介のほか、年間定期購読料、発行回数、申込窓口の電話連絡先などの記載はありましたが、解約方法に関する記載はサイト上のどこにも見当たりませんでした。

事業者に連絡して事実関係の確認をしたところ、ウェブサイト上に記載はないとのことだったため、最近の消費者はインターネットで情報を取得することが多いことから、契約の変更・解約の案内についてはウェブサイト上に記載してもらうよう依頼しました。

約1カ月後、事業者のウェブサイト上の表示が修正され定期購読の解約方法が明記されました。

①-4：広告で誤解を与える写真を載せているトレーニング用品会社

「広告写真でモデルが両腕につけていたのを見て、腕につけるトレーニング機器の2個セットを購入し、使用していたところ、安全上の理由から2個同時使用することはできない仕様となっていたことが分かった。商品の説明文には『ベルトは片腕ずつご使用ください』と書いてあり問題ないという認識のようだが、納得できない」との情報提供が寄せられました。

情報提供内容をもとに事業者のウェブサイトを確認したところ、モデルが両腕に当該商品を着用している画像がトップページにあり、画像の下部に「画像はイメージである」旨の注意書きがありました。また、商品購入ページを確認したところ、「ベルトは片腕ずつご使用ください」という記載がありました。

事業者に連絡し事実確認をしたところ、以下の説明がありました。

- ・ベルトを両腕で同時に使用すると両手の指が振動し、場合によっては緊急停止の操作ができなくなるおそれがあるため、片腕ずつ使用することとしている。
- ・同時使用ができないことについてウェブサイトに記載はないが、取扱説明書には記載している。
- ・ベルトをアプリと連動させる場合、同時使用ができない仕様となっている。

国民生活センターから、当該画像は両腕で同時使用ができると誤解を与える可能性があること、消費者は商品購入前にこの商品が同時使用できないという事実を知りえないことを伝え、ウェブサイトの画像の差し替えや注記の修正を依頼しました。

約1カ月半後に事業者のウェブサイトを確認したところ、商品購入ページの注記に、「安全上両腕同時に使用できない」旨が追記されており、モデルの写真はトップページではなく、商品紹介ページの深い階層のページに移動されていました。消費者が誤解したまま商品を購入する可能性は低くなったと考えられること、アプリと連動して使用する場合は同時使用ができない仕様になっていることや今回商品説明ページに追加された記載により、消費者が誤って二つ同時に使用することで身体被害が生じる危険性は減ったと考えられることから、本件の追跡を終了しました。

② 規約に関するトラブル

価格表示ミスを理由に、消費者の承諾なしに商品の購入契約を取り消す通販業者

「通販サイトで数万円の健康食品を申し込んだが、『販売価格設定に著しい誤りがあることが発覚した』として商品の購入契約を無断でキャンセルされた。事業者の規約を確認すると、契約の成立如何にかかわらず、サービスに表示された価格が市場相場等に比較して誤っていると事業者が判断した場合、事前に通知することなく直ちに無条件でご注文を取り消し、または契約を解除できるとする旨が定められていた」との情報提供がありました。

情報提供内容をもとに事業者の規約を確認したところ、申し出どおりの条項が確認できました。

この条項によると、有効に契約が成立した後も、事業者が消費者の承諾なしに、一方的な判断で契約をキャンセルできることになり、民法95条⁴、電子商取引及び情報財取引等に関する準

⁴ 意思表示は、法律行為の要素に錯誤があったときは、無効とする。ただし、表意者に重大な過失があったときは、表意者は、

則⁵（経済産業省 以下「準則」）に照らして問題があると思われたため、法律相談を行い以下の回答を得ました。

○法律相談の結果

- ・消費者の申込みに対して、事業者が承諾をしていないのであれば、契約は成立していないため、事業者が承諾をしない旨の意思表示をすることは可能である。
- ・しかし、消費者の申込みに対して事業者が承諾をしている場合には、契約が成立しているため、原則として、事業者側の都合で一方的に契約をキャンセルすることはできない。
- ・当該条項は、民法の錯誤の考え方と比較して、著しく消費者に不利なものであり、消費者契約法10条に照らしても問題があると考えられる。

これらを踏まえ、国民生活センターから事業者に連絡し、事実関係の確認を行ったところ以下のとおりの説明がありました。

- ・価格の表示ミスは事実であり、ミスに気づくまでの間に多くの商品の注文を受けてしまった。
- ・同様の表示ミスがあった場合には、表示価格のまま販売する場合もあるが、今回は規模や金額が大きいことから、その対応をとることが難しかった。
- ・契約の成立時期については、商品発送の時点としており、規約と特商法に基づく表記、注文受付メールの冒頭にもその旨記載している。今回の事案では、該当の顧客には、出荷案内メールの前におわびメールを送っており、契約は成立していないと考えている。
- ・当該条項については、悪意をもった購入者を排除するという観点から、このような記載にしており、通常のお客様に非常に不利になるような運用はしていない。
- ・チェックを十分に行い、今後は、このような価格表記ミスが起きないようにしていきたい。

以上のことより、①本件の場合契約はまだ成立しておらず事業者側からの一方的な解約にはあたらないと考えられること、②当該条項について通常は消費者に不利にならないような運用を行っている旨の説明があったことから、追跡を終了しました。

③ 契約全般に関するトラブル

誤って当選者以外にポイント還元対象者であることを通知したカード会社

「普段利用しているクレジットカード会社から、『応募していた企画に当選したため、当月分購入額が全額ポイント還元される』旨のメールが届いたため、新たな買い物をしたところ、数日後に『一部のお客様に誤った内容のご案内をしていた』という訂正のメールが来た。当月購入分（数万円）が全額ポイント還元されると思って新たな買い物をしたのに、定型文による訂正の通知のみで何のフォローもない」との情報提供が寄せられました。

事実確認のために事業者にお問い合わせしたところ、確かにメール誤送信の事象は複数件あったとのことだったため、国民生活センターにて直接説明を受けました。

自らその無効を主張することができない

⁵ 「電子商取引において価格誤表示を回避するためには、価格をシステムに入力する際に慎重に行えば足りるわけであり、価格誤表示をした売主に重大な過失がなかったと認められる場合は限定的であろう。重過失がある売主の錯誤無効の主張が認められるのは『購入希望者が価格誤表示を認識していた場合又はサイト利用者のほとんどが価格誤表示であると考えられる状況にあった場合』である」旨が記載されている。

①事象の原因について

- ・今回の事象はメールの誤送信ではなく、メール作成時のチェック不足（人為的ミス）が原因である。

②対応内容について

- ・通知をした方には個別対応を行い、一部の方には通知内容どおりのポイント付与を行っている。

③再発防止策について

- ・本件は重大なインシデントであったと考えている。
- ・従来チェックは行っていたが、今回の事象を受け、チェック項目数、チェックの回数等を増やすこととした。
- ・今後は同様の事象を発生させないよう、会社全体で取り組んでいく。

以上のことから、消費者に対して個別対応を行っていることが確認でき、また、事業者が重大なミスであったと認識していること、原因を解明したうえで再発防止策を講じていることから、本件の追跡を終了しました。

④ 食品危害に関するトラブル

④-1：プライスカードのアレルギー表示が欠落していたパン屋

「パン屋で商品名、価格、アレルギーについて記載されているプライスカードのアレルギー表示欄を見て、乳製品が含まれていないことを確認したうえでパンを購入し、乳製品アレルギーを持っている子どもに与えたところ、アナフィラキシー症状を発症した。すぐに店舗に電話で問い合わせたところ、乳製品を含んでいることを正しく表示しているとのことだった。しかし、後日購入したパン屋で確認したところアレルギー表示の乳製品欄に○印はなかったため、その旨再度店舗に伝えた」との情報提供が寄せられました。

事実確認のために事業者にお問い合わせしたところ、以下の説明を受けました。

○事故の原因

- ・プライスカードは本店（※地域内に複数の店舗がある）の3人でチェックし各店舗に提供するところ、チェック実施の記録を残していなかったため、実施の有無が分からず、未実施のものを店舗に提供してしまった。
- ・そのため、チェック済みのプライスカードとチェック未実施のカードが混在してしまい、売り場にチェック未実施のカードが置かれてしまった。
- ・また、当初の電話での問い合わせの際にはチェック済みのカードの表示を見て回答していた。

○事故把握直後の対応

- ・本店で事故を把握したその日のうちに、全店舗に出向き、誤表記がないか全カードのチェックを行った。また、各店舗には、1商品に対し、プライスカードは予備を含めて計2枚のみを置くものとし、各店舗への提供実績を記録に残したうえで、余分のカードは回収した。

○再発防止等の対応

- ・新商品発売時のプライスカードの作成手順を以下のように見直した。
- ①本店の3名が商品企画書と原材料の確認を行い、チェック後にプライスカード裏面にそれぞれハンコを押す。
- ②本店から、販売企画書とプライスカードを一緒に各店舗へ提供し、各店舗の店長が内容に相

違がないか確認する。

また、特定原材料の表示義務、保健所への報告義務について、消費者庁食品表示企画課に確認したところ、容器に入れずに販売しているパンには表示義務がなく、保健所への報告義務もないとのことでした。しかし、法令違反でない場合でも、行政では再発防止のために情報収集を行っており、当該事業者に対しては情報共有の協力を求めたいとのことでした。

以上より、国民生活センターから事業者の本店に対して、今回の事故を保健所に報告することを促したうえで、既に事故の原因の解明及び再発防止策が実施されていたことから、本件の追跡を終了することとしました。

④-2：弁当のアレルギー表示に記載漏れがあったスーパー

「えびアレルギーであるため、スーパーでアレルギー表示にえびが含まれていないことを確認して弁当を購入したが、シューマイにえびが入っていた。改めて弁当の容器を確認したところ、容器の表面の『特定アレルギー物質の有無』の表示にはえびの記載はなかったが、裏面に『原材料一部にえびを含む』と書かれていた。このような表示方法は良いのか」との情報提供が寄せられました。

食品表示法は、えび、かに、小麦、そば、卵、乳、落花生の特定原材料7品目について、アレルギー表示を義務づけていますが、本件は表示の記載漏れであり、食品表示法上の問題があると考えられたため、事実確認のために当該事業者にお問い合わせしたところ、以下の説明がありました。

- ・本件については、すぐに本部に報告し、本部より全店舗にFAXで販売中止の指示を出した。
- ・その後、全店舗でおわびのポップを掲出し、気づいたお客様は従業員に申し出ていただくよう案内している。また、お客様の中で健康被害があれば、返金対応を検討している。

上記のとおり、店舗における初期対応は実施済みであったため、続いて本件の原因究明と再発防止策の対応を確認するために事業者の本部に連絡をし、担当者から以下の説明を受けました。

- ・本件については重大な事故だと認識しており、既に保健所に報告済みである。
- ・弁当の表示ラベルは、取引業者が入力した原材料をもとに当社社員が作成しているが、しっかりとしたチェック体制を設けていなかった結果、表面の表示に記載漏れがあった。
- ・今後は取引業者が入力した原材料とラベルの表示内容が同じになっていること、表面と裏面の表示に誤りがないことをダブルチェック体制で確認するようにした。

以上より、保健所に報告済みであること、事故の原因の解明及び再発防止策は実施済みであることから、本件の追跡を終了することとしました。しかし、アレルギーに関する記載漏れは命にかかわる重篤なアナフィラキシーを引き起こすおそれもあることから、本件をもとにしたFAQを「身近な消費者トラブルQ&A」に新規に追加しました。

スーパーで買った弁当にアレルギー表示がなかった

(http://www.kokusen.go.jp/t_box/data/t_box-faq_qa2018_12.html)

3. 消費者庁への情報提供

「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りした等の情報も寄せられています。重大事故（死亡・治療期間30日以上等）、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は、消費者安全法に基づいて、速やかに消費者庁（消費者安全課）へ通知及び情報提供を行っています。2018年度の提供実績は次のとおりです。

重大事故による消費者庁への通知情報…8件（死亡0件・治療期間30日以上8件） その他、ヒヤリハットに類する通知情報…86件
--

4. 本件のとりまとめに関する情報提供先

- ・消費者庁地方協力課 (法人番号 5000012010024)
- ・内閣府消費者委員会事務局 (法人番号 2000012010019)

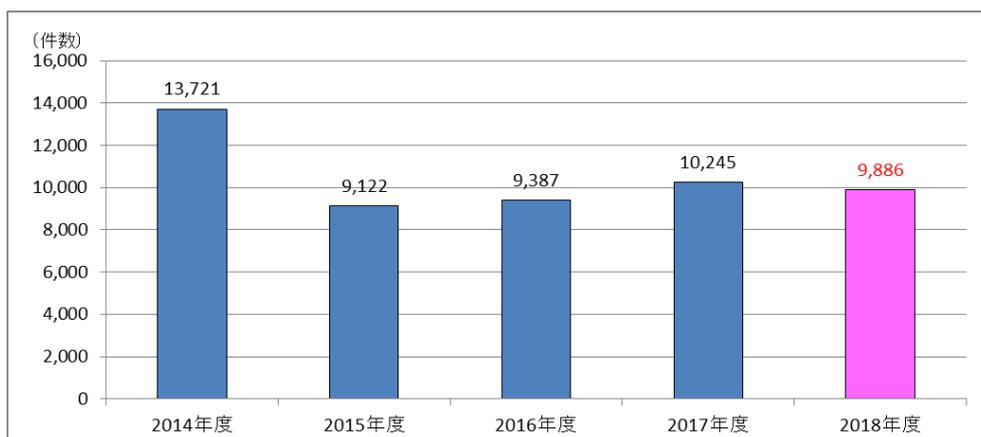
参考

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、2018年度は9,886件で、2017年度の10,245件よりやや減少しました（図1）。1日当たりの平均受信件数は約27件でした。

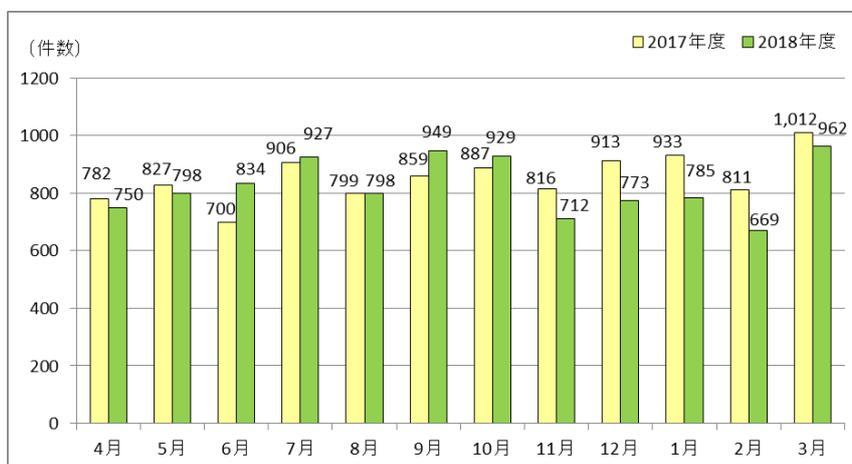
図1. 年度別受信件数



(2) 月別の受信件数の推移

月別受信件数は、毎月700～1,000件前後で推移しました。2017年度と比較すると、11月以降の受信件数が減少傾向にあります（図2）。

図2. 月別受信件数



(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、12万690件と、2017年度から約7%減少しました。2008年度(2009年2月)から設置した「身近な消費者トラブルQ&A（以下:FAQ）⁶」トップページへのアクセス件数は22万6,459件と、2017年度と比べ2倍以上に増加しました（図3）。2018年11月に実施した国民生活センターホームページのリニューアルの影響によるものと考えられます。

⁶ 「身近な消費者トラブルQ&A」 (http://www.kokusen.go.jp/t_box/t_box-faq.html)

図3. 年度別アクセス件数



(4) FAQの収録数

「トラブルメール箱」に寄せられた情報をもとに、消費者トラブルの一般的な対応方法や各種相談先を情報提供するFAQのコーナーを設置しています。2019年3月末時点で、FAQコーナーには262件を掲載しています。

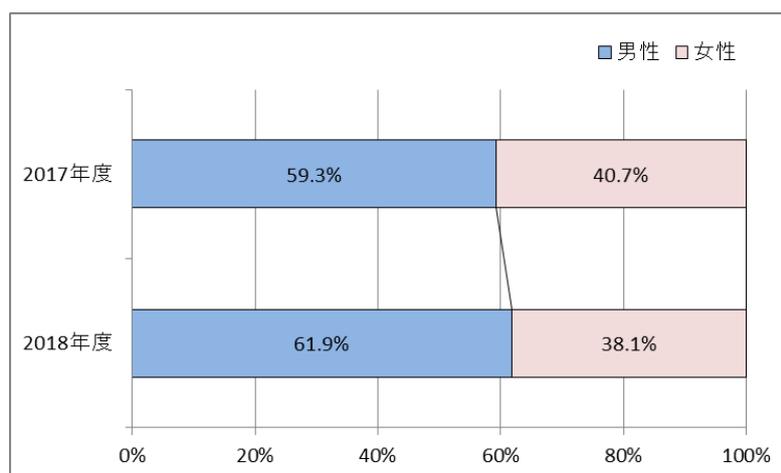
(5) 送信者の内訳 (以降、図4～7については、重複送信等を除いた数値で集計)

1) 性別

男性61.9%、女性38.1%と、男性が6割以上を占めました。2017年度と比べると、女性の割合は若干減少しました(図4)。

PIO-NET(全国消費生活情報ネットワークシステム)⁷における契約当事者の2018年度⁸男女比(団体等、不明、無回答(未入力)を除く)では、男性39.7%、女性60.3%で、女性が上回り、「トラブルメール箱」とはほぼ真逆の傾向でした。

図4. 送信者性別



⁷ 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等をオンラインネットワークで結び、消費生活に関する相談情報を蓄積しているデータベースのこと。

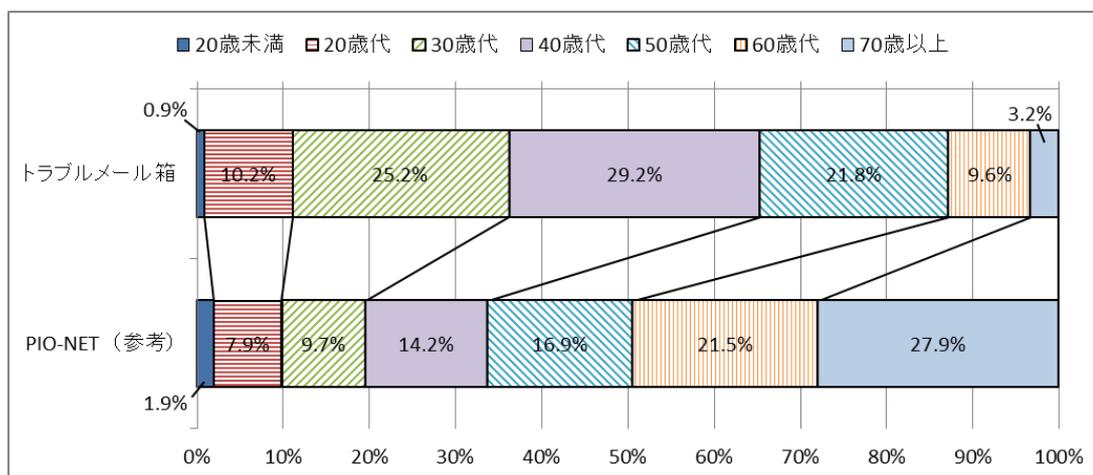
⁸ 2019年5月31日までのPIO-NET登録分。消費生活センター等からの経由相談は含まれていない。

2) 年代別

送信者年代別内訳は、40歳代（29.2%）と30歳代（25.2%）で約半数を占めています。2017年度と比べると、50歳以上の割合が増加しています。

PIO-NETにおける契約当事者年齢（無回答（未入力）を除く）の割合に比べ、30歳代、40歳代の割合が多く、60歳以上が少ない傾向がみられます（図5）。

図5. 送信者年代別

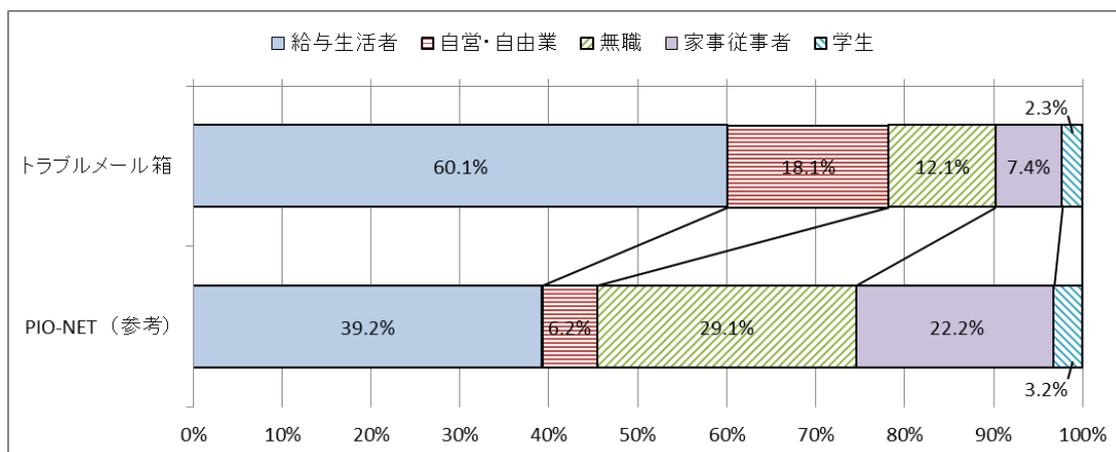


3) 職業別

職業別構成比や傾向については、2017年度と比べると、給与生活者と自営・自由業、無職の割合が増加し、家事従事者の割合が減少しました。

PIO-NETにおける契約当事者職業（団体等、不明、無回答（未入力）他を除く）と比べると、給与生活者と自営・自由業の割合が多く、無職と家事従事者の割合が少なくなっています（図6）。給与生活者と自営・自由業は、多くの消費生活相談窓口が開所している平日日中の時間帯に相談窓口を利用することが難しいため、消費者トラブルの情報提供の場として、24時間利用可能な「消費者トラブルメール箱」を選択していることが考えられます。

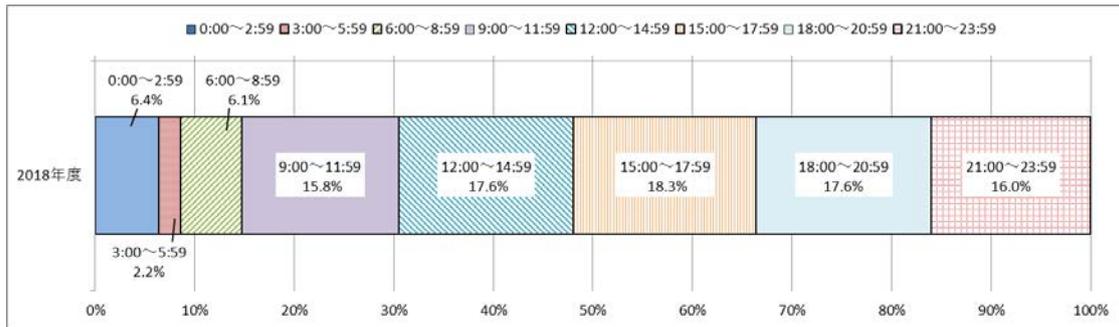
図6. 送信者職業別



4) 時間帯別

情報提供の送信が行われた時間帯について3時間ごとに集計したところ、9時から24時まででは時間帯による差がそれほどありませんでした。深夜～早朝の時間帯（0:00～5:59）においても、全体の約9%を占めており、24時間情報提供の送信ができることに、一定のニーズがあることを示しています（図7）。

図7. 送信時間帯



別紙

「身近な消費者トラブルQ&A」コーナー2018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
架空請求・不当請求
1 突然、アダルトサイトで「登録完了」になった！
インターネットショッピング
2 うそと思われる商品広告をネットで見つけた
ネットオークション
3 海賊版ソフトを見つけたら
4 フリマサイトで購入したブランド品が偽物だった
オンラインゲーム
5 オンラインゲームの「ガチャ」で欲しいレアアイテムが出ない
携帯電話・通信サービス
6 固定電話が使えなくなる？
7 携帯電話を機種変更したら、頭金を余計に取られた
土地・住宅・設備・車
8 鍵開けで高額請求された！
9 LPガスの料金形式が分かりづらい
10 リサイクルショップで購入した自転車の防犯登録
11 スマートメーターの交換工事が必要だと電話がかかってきた
廃棄・リサイクル
12 不用品を回収するという巡回業者にビデオデッキのリサイクル料金を徴収された
食品
13 豆乳を飲んだらアレルギーのような症状が出た
14 スーパーで買った弁当にアレルギー表示がなかった
金融・クレジット・電子マネー・その他取引
15 レシートを発行しない販売店
旅客・運送サービス
16 引っ越しのキャンセル料が高い！
17 引っ越しで家具に傷がついた！
18 引っ越しをキャンセルしたら、契約の際に渡された段ボールの返送料を請求された
学習・教材・娯楽
19 民泊を利用する時の注意点は？
美容・衛生
20 一部消費した健康食品をクーリング・オフしたい
21 使用期限を過ぎた配置薬、処分をしても大丈夫？
22 エステの契約をしたが、途中で解約できるか
内職・副業
23 アフィリエイトをすすめられ契約した業者と、連絡が取れなくなった
強引・怪しい勧誘
24 エアコンのフロンガスが2020年から使えなくなると電話がかかってきた
25 スマートフォンを操作していたら、最新スマホの当選通知が表示された
26 海外宝くじに当選したというSMSが届いた
27 申し込んだ覚えのない検査キットが海外から届き、料金を請求された
個人情報
28 登録している個人情報を削除してもらえない！
更新掲載記事
携帯電話・通信サービス
1 家電量販店で「買った」SIMカードは誰のもの？
学習・教材・娯楽
2 保証期間内の修理、送料は誰が負担する？