

平成 24 年 6 月 21 日
独立行政法人国民生活センター

「消費者トラブルメール箱」2011 年度のまとめ

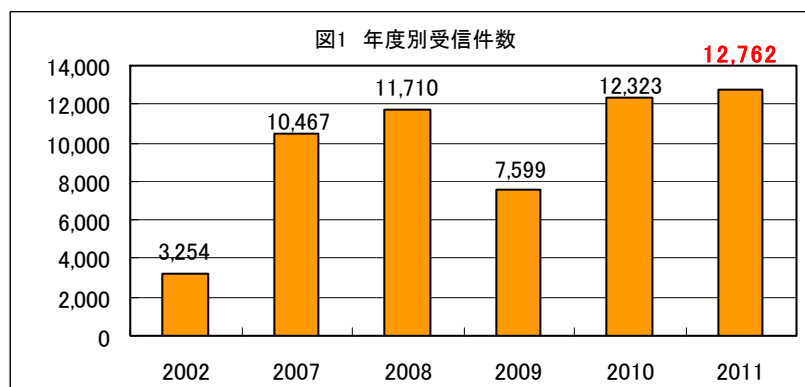
－10 年目の比較を踏まえて－

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、2002 年 4 月から「消費者トラブルメール箱」（インターネットを利用した情報収集コーナー）を当センターのホームページ上に開設して 10 年目となった。そこで、開設当時のアクセス状況との比較や、主に 2011 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

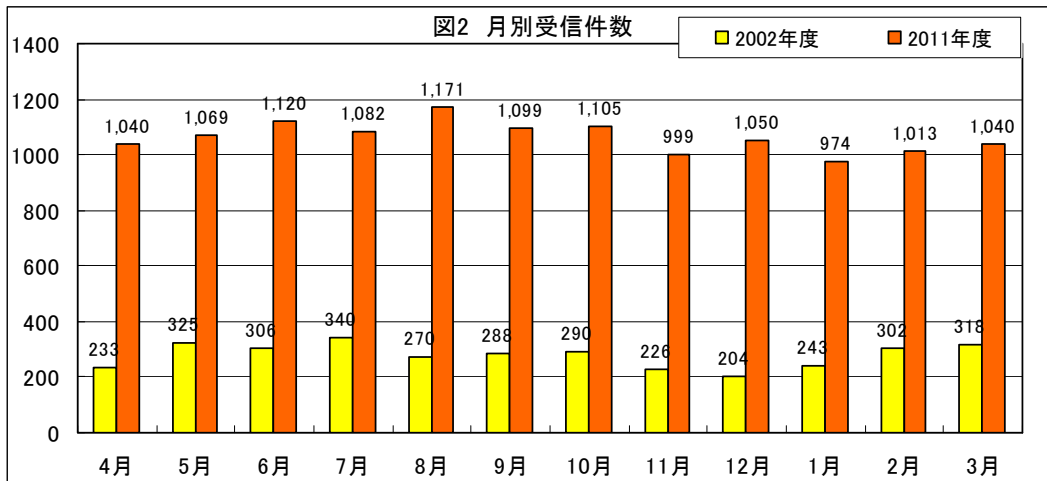
「消費者トラブルメール箱」に寄せられた情報の件数(受信件数)は、2011 年度は 1 万 2,762 件で、2010 年度の 1 万 2,323 件をやや上回った(図 1)。1 日当たりの平均受信件数について 10 年前と比べると、2002 年度が約 9 件であったところ、2011 年度には約 35 件と約 4 倍になり、このことから認知度が上がったことが分かる。



(2) 月別の受信件数の推移

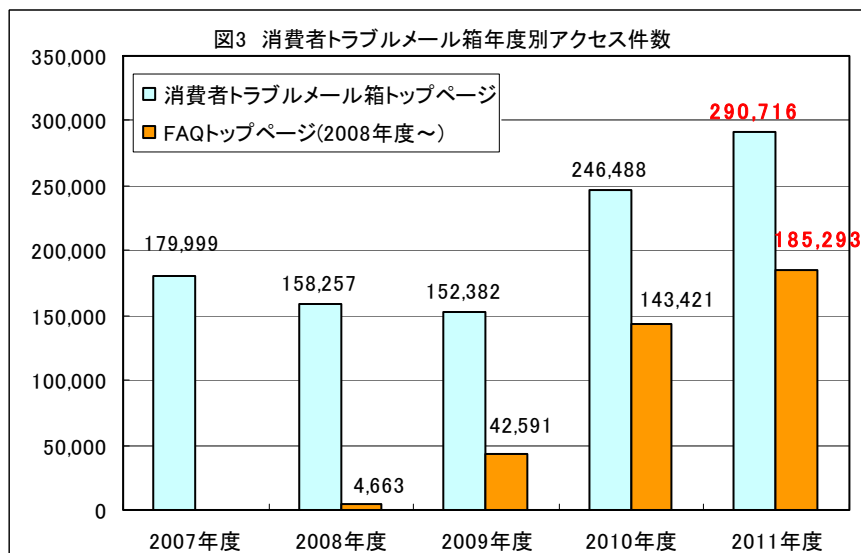
2011 年度の月別受信件数は、おおむね毎月 1,000 件前後で推移した。2011 年度は、情報送信以前の利用案内や、サンキューメール(送信後の確認メール)文面のリニューアル、「メールでのよくある情報提供と回答(以下、FAQ)」や各種相談先へのリンクやバナー位置のリニューアル等、消費者トラブルメール箱へ情報送信する前の、相談に至らない疑問の解決やアドバイスの充実を図った。また、関連情報へのアクセス方法について大幅に改善を図った。

図 2 のとおり、開設当初(2002 年度)と比較すると、件数の違いは別にして、毎月の受信件数の推移には、季節的な面も含め、大きな変動がないことが見て取れる。



(3) 「消費者トラブルメール箱」へのアクセス件数

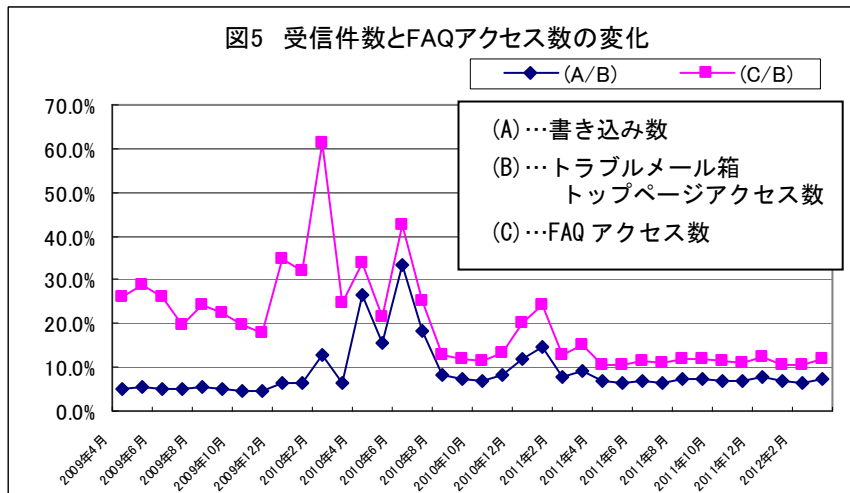
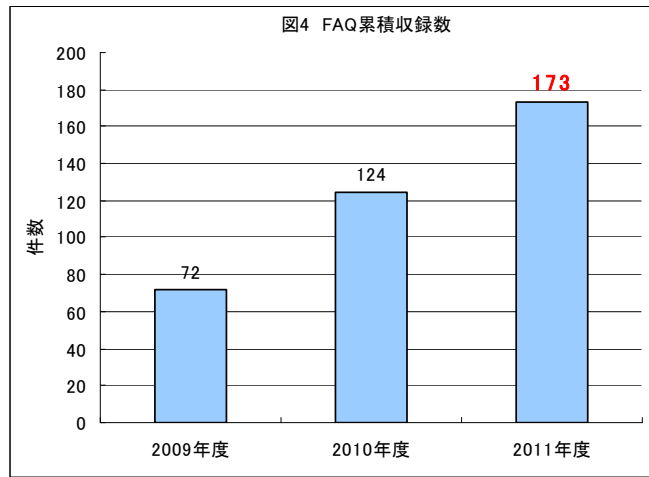
2011年度の「消費者トラブルメール箱」トップページへのアクセス件数は29万716件で、前年度に比べ、約4万4,000件増加した。2008年度(2009年2月)から設置したFAQトップページへのアクセス件数は18万5,293件を記録し、前年度を約4万2,000件上回った。アクセス件数、FAQともにさらに認知度が向上してきたことがうかがえる(図3参照)。



(4) FAQの収録数の増加に伴う月別受信件数の変化

「消費者トラブルメール箱」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。受信件数が年々増加していることも踏まえ、2008年度(2009年2月)から当センターのWebサイト上にFAQを設置し、代表的な事例について、一般的な対応方法や各種相談先を情報提供している。昨年度のFAQは7・11・1・3月に追加更新し、年間を通じて54件のFAQを追加・更新した(別紙参照)。

2012年4月時点で、FAQは累計173件掲載している(図4)。情報は、相談処理担当者の意見を加えて作成しており、FAQ収録数の増加に伴い、アクセスし、情報送信に至る率(図5、A/Bの値)が次第に低減していることが分かる。

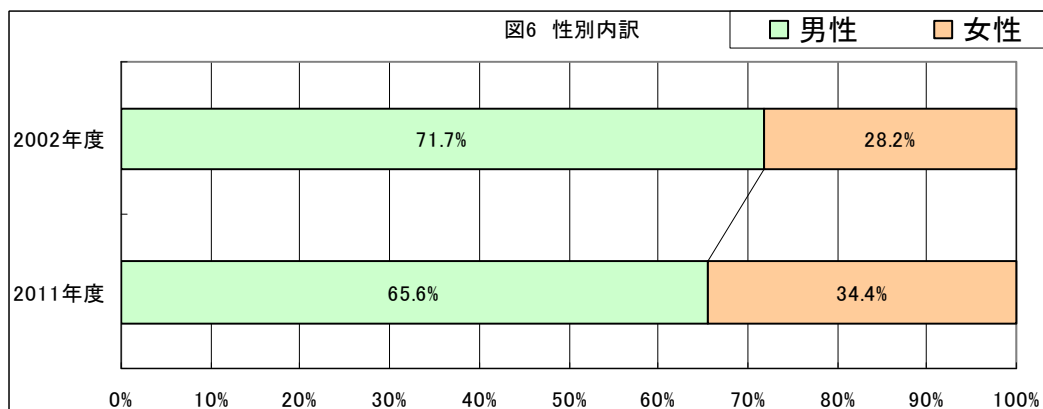


(5) 送信者について

1) 性別

2011年度は男性65.6%、女性34.4%と、男性が約6割強を占めた。開設当初の2002年度と比べると、女性からの送信割合が増加していることが分かる(図6)。

PIO-NET(全国消費生活情報ネットワーク・システム)^(注1)による契約当事者の男女比によれば、2011年度^(注2)は男性が47.7%、女性が48.3%でおおむね同数である一方、「消費者トラブルメール箱」への送信者は男性が多いことが特徴である。



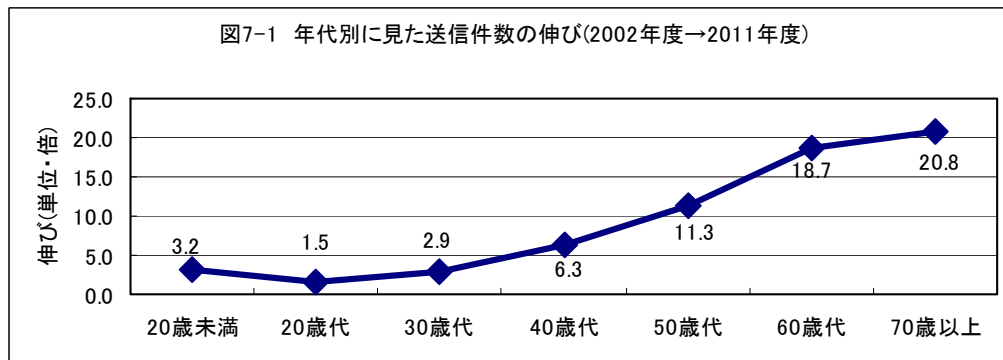
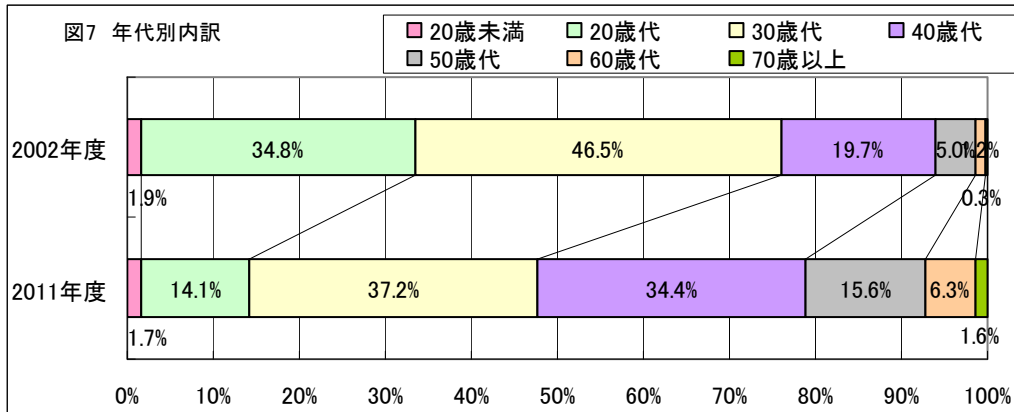
(注1)PIO-NET(パイオネット：全国消費生活情報ネットワーク・システム)とは、国民生活センターと全国の消費生活センターをオンラインネットワークで結び、消費生活に関する情報を蓄積しているデータベースのこと。

(注2)2012年5月31日登録分まで。団体、不明等を除く。以下同じ。

2) 年代別

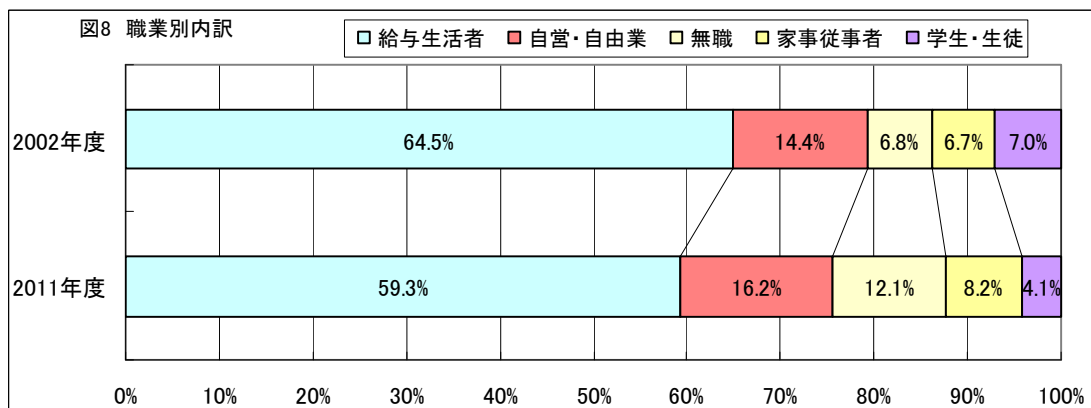
2011年度の送信者年代別内訳は、図7に示すように、30歳代(37.2%)、40歳代(34.4%)で全体の約3分の2以上を占めた。2002年度当時と比べると、40歳代以上の増加が顕著である。図7-1のとおり、2002年度に対する2011年度の送信件数の伸び(約4倍)に対し、これを上回った増加を見せたのも40歳代以上の各年代であった。

消費者トラブルメール箱は、情報送信に際し、ネットワーク環境とPCや携帯電話・スマートフォン等の利用を前提とすることから、IT機器、ネットワーク環境が身近に浸透したこと、情報機器の利用世代が高年齢層に広がったことを示すものと言える。



3) 職業別

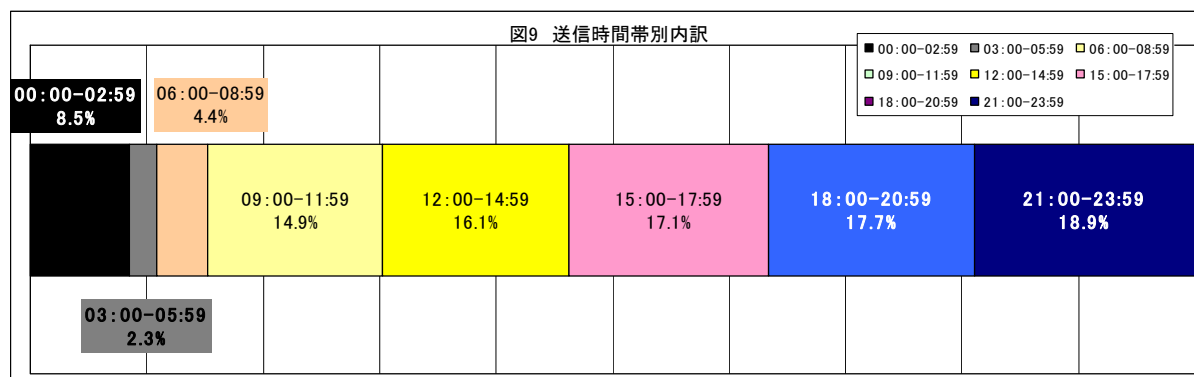
図8のとおり、「給与生活者」が59.3%と最も多く、次いで「自営・自由業」「無職」「家事従事者」「学生・生徒」と並んだ。比率は、例年とあまり変わらない結果であった。2002年度当時の送信者層と比べると、給与生活者・学生からの割合がやや低下した一方、無職層からの割合が増加し、倍近くになっている。



4) 時間帯別

情報送信が行われる時間帯についても調べた。午前0時から3時間刻みで8分割したところ、午後(12:00～)から夜間(～23:59)の時間帯が、おおむね同率で並んだ。

深夜～早朝の時間帯(00:00～05:59)においても、送信件数の10%前後を集めており、24時間情報が送信できる消費者トラブルメール箱のようなシステムに、一定のニーズがあることを示している。2002年度当時は送信時刻の記録を取っておらず、比較することはできない。



2. 2011年度・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新規性のあるものも寄せられている。手口や被害の事例は、該当する分野の相談担当者と共有し、トラブルメール箱担当においても追跡調査を実施している。次のとおり、2011年度に追跡調査を実施した主な事案を紹介する。

(1) 情報通信関連

① 割引対象外だったハードディスク修理費用<2011年6月受信>

○寄せられた情報：

「パソコン外付けのハードディスクが故障した。メーカーWebサイトにデータ復旧サービスが15%引きで受けられるとあったため修理を依頼したが、割引対象外だと言われた。対象外があるとは、どこにも載っていなかった」という情報が寄せられた。

○調査結果および事業者等の対応：

メーカーおよび、同社Webサイトに紹介されていた複数のデータ復旧サービス会社のWebサイトを確認した。割引対象外もあるとした記載は1社のみ(当時)だったこと、目安で示されていた修理費用が、一般消費者からは高額に見えるサービスであることから、記載各社に電話で確認した。

メーカーのサポート窓口によると、割引サービスはデータ復旧会社個々のサービスのため、照会は各社ごとにしてほしいとのことであった。そこで、修理会社各社に事情を聞いたところ、会社によって程度はあるものの、総じて割引対象外の修理やデータ復旧作業もあるとの回答であったことから、その旨の表記充実について依頼したところ、おおむね了承を得たため、対応を終了した。

② 廃棄証明書が必要な受信契約の解約<2011年9月受信>

○寄せられた情報：

「ブラウン管TVを既に廃棄しており、TVはないので放送受信契約を解約することになった。ところが、TVの廃棄証明書を提出しないと解約させない、と言われた。廃棄証明書な

んで入手できない。解約の妨害ではないか」という情報が寄せられた。

○調査結果および事業者等の対応：

放送事業者の本部に確認したところ「解約は受信規約のとおり、受信者からの届出に応じることになっている。解約届を出すだけで受信契約を解約できると言うわけではなく、受信料を支払っている契約者との平等を考慮し、廃棄証明書を出してもらうようにしている。廃棄証明書がない場合、自宅を確認することもある」とのことであった。担当者個別の判断による言動ではなく、本部の指示・指導に基づく行為であったと確認できた。

③紛らわしい無料キャンペーン<2011年10月受信>

○寄せられた情報：

「新型スマートフォンの発売キャンペーン広告で、同じメーカーの電子タブレットが0円で購入可能かのように表現されている。実際は、代金を払っている状態であり、問題ではないか」という情報が複数件寄せられた。

○調査結果および事業者等の対応：

Web上の広告では、情報提供にあるような表現が見受けられたため、通信事業者の説明を受けた。「トップページだけでは分かり難い面もあるかと思うが、詳細画面を見てもらうと、端末料金がかかることも説明しており、表示上の問題はないと考えている。店頭では、チラシや詳細資料で0円での購入ではないと説明している」とのこと。

店頭説明用のチラシ等の持参もあり、確かに機種代金がかかる旨が説明されていた。一方では、情報機器のキャンペーンは、まずWeb上で確認する人が多いと思われるので、誤解を招かない書きぶりとするように依頼し、了承された。

(2) ネットショッピング・オンラインサービス関連

①先に1万円を引き落とされた楽曲ダウンロード<2011年8月受信>

○寄せられた情報：

「楽曲ダウンロードサービスを利用した際、支払いにデビットカードを利用したら、利用料金とは違う名目で1万円を引き落とされた」という情報提供があった。

○調査結果および事業者等の対応：

事業者を確認したところ「タンキング決済方式」を採用しており、デビットカードまたはワンタイムデビットを使う場合、月の初回利用時に1万円を引落とし、残額を後日清算するとの説明があった。一方で、ユーザーからの苦情もあり、実際の利用額のみを清算するシステムへ改修し、デビットカードを使えないようにする方向とのことであった。

②店側の都合で失効したポイントの返却<2011年11月受信>

○寄せられた情報：

「ネットショッピングモールにて、たまったポイントを使って商品を購入した。しかし、店側都合のキャンセル(欠品や調達不可能)なのに、使用したポイントが返却されないのはひどい」という情報提供があった。

○調査結果および事業者等の対応：

当該販売店の消費者相談窓口を確認した。通常付与されるポイントは、加入店舗やショッピングモールの都合でキャンセルすると、自動的に返却される。期間限定で付与されるポイントについては、本人からの申出によって返還されるものと説明があった。

しかし、方法を特に案内されるわけでもなく、当該販売店の利用案内等にも示されてい

い点を踏まえ、さらに確認すると、ショッピングモール運営事業者の Web サイト内にあるヘルプに載っているという。

当該販売店での購入者が、リンクも設定されていないショッピングモール運営事業者のヘルプ画面にたどり着くことは困難と予想され、販売店における利用案内等の範囲で完結させる、あるいはシステムとしてモール運営事業者の説明画面や手続き画面へのリンク設定などを提案したが、実効性のある回答を得られなかったことから、対応について注視を続けている。

③突然決済処理された海外ホテル代〈2012年3月受信〉

○寄せられた情報：

「数カ月前、インターネットの予約サイトで、海外のホテルを予約した。宿泊料の支払いは、画面上に”現地決済”と表示されているのを確認したのに、予約した途端、全額を私の登録済みクレジットカードから引き落とす決済になってしまった。現在も”現地決済”と表示しながら、別の場所に”予約と同時にクレジットカードで課金する”と記載している。内容が矛盾する記載は問題ではないか」との情報提供があった。

○調査結果および事業者等の対応：

ホテル予約サイト会社に、表示と支払いタイミングが矛盾していると思われる点を確認したところ、「”現地決済”とは、ホテルで宿泊代金(現金/TC/クレジットカード)を支払う方法の他、前もってクレジット決済(引き落とし依頼)を現地ホテルが直接行うケースがある。今回は、後者のため発生する事象である。旅行業協会のガイドラインで、決済前の段階で最終的な確定情報(予約条件・支払条件等)を表示するように努めており、問題ないと考えている。海外のホテル予約については、国ごとの商習慣の違いで、必ずしも表示が統一できない点を理解して欲しい」との説明であった。

しかしながら、入り口(検索結果の一覧)と結果(予約詳細)において、支払方法などの重要事項の表記に統一性がなく、消費者に混乱や誤解を招きかねないことを指摘し、一覧表示の段階で、あらかじめ支払条件や方法等が異なる旨の表示の検討を依頼した。

(3)品質・表示関連

①同じコンビニなのに異なる銀行系列のATMがある〈2011年5月受信〉

○寄せられた情報：

「A コンビニ内の銀行 ATM を利用した。今までは手数料無料のはずが、今回、利用手数料を求められた。お店に問い合わせたら、他コンビニ系列の B と合併したため、ここは元 B 系列だったので ATM も A とは別となるため、手数料がかかったと言われた。納得できない」という情報が寄せられた。

○調査結果および事業者等の対応：

A コンビニ本社に状況確認したところ「A と B の合併で、B の店舗を順次 A の店舗に転換しているが、店内 ATM は従来のものが併存し、どちらかへ統一する予定も今のところない。元 B の ATM 機体には、A とは別系列であることを示すステッカーを大きく貼り、ATM 機体の色や外観で区別できるようにした。また、系列でない金融機関のキャッシュカードを入れると手数料画面が表示される等で、違いが分かるようにしている」との回答であった。

②絵柄が紛らわしい虫よけネット〈2011年7月受信〉

○寄せられた情報：

蚊などの害虫侵入を減退できる効果があると思って、イラストを参考に、軒先や玄関に吊るすタイプの虫よけを購入した。開封後、パッケージの小さな注意書きを読むと、効果のある虫はたった2種類、それも吸血性のない種にしか効果がないと分かった。自分のようにイラストの蚊を見て効果があると思い、購入する人がいるのではないか」という情報が寄せられた。

○調査結果および事業者等の対応：

パッケージには、小さくユスリカやチョウバエが効果対象と記載があった。Web サイトにも同様の記述はあるが、一見して分かりにくいと思われた(当時)。しかも、いずれも特に身体に直接害を及ぼす虫ではないことから、メーカーに確認したところ、購入者からの苦情は確かにあるとのこと。今回の指摘も参考として社内に報告するとのことであった。ホームセンターやドラッグストア店頭で見かけた同様の他社商品も、効果対象はユスリカとチョウバエであり、吸血性の蚊は対象となっていなかったことから、業界団体に問い合わせたところ、メーカーによってはイラストや表記を改善しているところもあるとのこと。パッケージ全般への記載やイラスト等の改善などにも触れたところ、順次取り組んで行きたいとの回答であった。

③冷蔵庫の扉の表記について<2011年7月受信>

○寄せられた情報：

「家電量販店のネットショップで冷蔵庫を購入した。”右側が開く扉”の商品を購入するつもりだったが、開き方向の画像がわかりにくく”右開き(左側が開く扉)”を購入してしまった。店に交換を求めたが、開梱済かいこんでもあり、表示もあることを理由に交換不可と言われた」という情報が寄せられた。

○調査結果および事業者等の対応：

当該量販店のWebサイトを確認したところ、扉の開き方向について誤解しやすいと思われる表示であったため、販売店に確認し、画像を適切なものにした上で、分かりやすい表示にすることを検討依頼したところ「冷蔵庫扉の開き方向は、ネット上に表記していることを理由に返品不可と説明しているが、事情を伝え検討する」とのことであった。

後日、検討結果を問い合わせたところ「左開きについて新たな画像を作成した。該当商品は多く、手作業のため時間はかかるが順次表示を差し替える」との回答を得た。

④空車状況が確認できないオプションレンタカー<2011年9月受信>

○寄せられた情報：

「通常の1/2~1/3の価格でレンタカーが利用できるツアーキャンペーンがある。しかし、ツアー本体(往復航空券+ホテル)の決済が完了するまでは、空車状況が確認できないものだった。格安レンタカーを利用するつもりでツアーを申し込んだが、結果的に満車で利用できなかった」という情報が寄せられた。

○調査結果および事業者等の対応：

ツアー主催の旅行会社に問い合わせたところ「格安レンタカーはオプションの位置付けであり、通常のオプションと同様、支払いが完了しないと、空き状況を照会したり、予約できないようにしている。ツアー申込時の画面では格安レンタカーが満車で利用できない可能性もあると表示している」とのことであった。

しかし、格安レンタカーのキャンペーンが消費者の契約に至る重要な動機になると考えられることから、申し込み前にレンタカーの空車状況を確認できるよう、検討を申し入れた。

後日「リアルタイムで予約表示されるようシステム改修を行う」という回答を得た。後日、申し込み前に空車状況が確認できるよう変更されていたことを確認した。

(4)その他

①希望日から遠く離れたコンサート<2011年7月受信>

○寄せられた情報：

「アイドルのコンサートで、観覧希望の抽選が外れた場合、返金を希望していたにも関わらず、1カ月後の追加公演日に当選したことになっていた。希望していないので、事前の案内とおり返金すべきではないか」という情報提供があった。

○調査結果および事業者等の対応：

公演主催者に確認したところ「公演時期や規模によって条件が多少異なるが、基本的に事前に配布する案内用紙の記載とおり返す。ただし、追加公演が決定した場合、申込日時以外の公演でも当選となる場合が多く、この点も含み込んで応募をお願いしている。事前の案内と扱いが異なるような場合は、遠慮なく主催者に問い合わせたい」とのことであった。今回のケースは、追加公演日が1カ月ほど後、なおかつ居住地から遠く離れた場所、さらに事前に知らされていない設定であったため、ファン側も混乱したと思われる。中高生などの未成年も応募するケースが想定されるため、センターからは、追加公演の条件や返金条件についての説明をわかりやすくするよう伝え、検討するとの回答を得た。

②手数料をこっそり上乗せ請求された量販店の修理サービス<2011年7月受信>

○寄せられた情報：

「イヤホンが故障したので、購入した家電量販店の修理カウンターに預け、後日、修理品と引き換えに代金約8,000円を支払った。その後、メーカー修理代は約6,000円だったことがわかった。購入店に差額を確認したら”手数料が入っている”との説明だったが、修理品を預ける前に説明も表示もなく、請求額はおかしい」との情報提供があった。

○調査結果および事業者等の対応：

2011年7月時点で、販売店のWebサイトには「修理代金以外に発生する費用はありません」と表記があった。販売店に問い合わせたところ、「誤解を招く記載は削除した」として、同年8月下旬にWebサイトから修理費用に関する項目自体が削除され、「誤った説明をしないよう各店に指示した。客から問われれば明細を答える。メーカー修理代との差額は手数料ではなく利潤」との説明があり、その後、同社代理人弁護士と販売店連名による経緯説明文書が送られてくるなどした。

このため、修理代金の内訳や、メーカーに直接預けた修理代との差額等、修理サービスの契約上で重要とみられる事項を消費者に知らせていない点、実態として手数料に相当する費用について、店内やWeb上の表示に明示せず収受してきた点について、対応の改善検討を求めたものの、明確な回答が得られなかった。今後の同社対応を注視している。

③塗られていなかったプラモデルパーツ<2011年10月受信>

○寄せられた情報：

「人気特撮シリーズの塗装済みプラモデルで、メーカーのWebサイトやショールームに組立見本として飾られたものと、実際に販売された商品では、塗装箇所が大幅に減っているなど、程度が大きく異なっている。」試作品と販売品は多少異なる」との注記はあるものの、問題ではないか」という情報が複数寄せられた。

○調査結果および事業者等の対応：

メーカーに確認したところ「掲出されていた画像は試作品で、販売時に変更のある可能性を Web サイトや広告で載せていた。販売品の塗装は、素材に合ったものを採用し、未塗装になった箇所は、他パーツと組み合わせたときに色スレや色移りを防ぐための変更であった。その点の説明が足りなかったため、手抜きと誤解されたように思われる。今後は適切な説明を行うなど気をつける」との回答であった。

④後出し規程によって振り替えを断った航空会社<2011 年 11 月受信>

○寄せられた情報：

「機体トラブルによる欠航なのに、チケット購入後に設定された例外規定を盾に、振り替えなどの対応をしなかった航空会社があった」という情報提供が寄せられた。

○調査結果および事業者等の対応：

当該航空会社の約款を含め、状況確認したところ、機体が空港施設に接触事故を起こし、欠航になった便の扱いであった。トラブルに至った背景は、特定空港発着便に限り、自社に責任のある欠航でも、他社便や近隣空港発の自社便による振り替えもしない旨を定めた規程を根拠にしたため、現地現場で大きな混乱を招いたとの報道もあった。

本来の運送約款では、払い戻し等の手段選択についても、旅客が選択できるとあったところ、同規程では航空会社が選択するものと変更され、イレギュラー時に旅客側が不利益を大きく受けよう修正されていたためであった。さらに、この規程追加が、該当路線のチケット発売(9月上旬)後のタイミング(10月下旬)で行われており、ほとんどの予約済み旅客が知り得なかったことも問題の背景にあった。

本件の旅客扱いについては、旅客との権利関係に大きな影響を及ぼす(特にイレギュラー時の対応規程である)ことから、規程等の運用方法や、周知態勢等について改善の検討を求めたものの、実効性のある回答が得られなかったため、その後の対応を注視している。

⑤タバコの吸い殻で請求された 2 万円<2011 年 11 月受信>

○寄せられた情報：

「禁煙車として借りたレンタカー返却時に、タバコの吸い殻が車内床に落ちていたものを見^{みとが}答められ、休業補償(ノンオペレーションチャージ)として 2 万円追加請求された。タバコは車外で吸っており、格安を標榜^{ひょうぼう}するレンタカーの契約本体とは別に徴収金で稼ぐといったビジネスでないか」という情報提供が寄せられた。

○調査結果および事業者等の対応：

レンタカー会社に確認したところ「吸い殻があったということは、返却時に車内でタバコ臭がしていたのではなかろうか。シートに穴、車内にタバコ臭があった場合、補修や脱臭等で一定期間使えないため、休業補償を請求している。吸い殻が落ちてただけで休業補償は請求していない」との回答であった。

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・重篤事故情報)については、速やかに消費者庁へ通知を行っている。昨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…9 件(死亡 0、重篤事故 9)

5. 情報提供先

消費者庁地方協力課

消費者委員会事務局

2011 年度に収録あるいは更新された FAQ 一覧

	テーマ
1	「不要な貴金属を買い取る」という業者が突然訪問し、買い取ってもらったが、後になって、買取価格が相場の半額ほどであることがわかった
2	収入がなければ返金するとうたう情報商材を買ったが返金されない
3	駐車場の更新料は必要？
4	知らない業者から、自分が所有している土地の管理について電話がきた
5	太陽光発電システムのパワーコンディショナが、設置後 10 年ほどで故障した
6	水道局の関係者を名乗り、無料で水質検査をするというが信用できるか
7	新人研修中と言うので路上で名刺交換に応じたら、その後しつこくマンションの勧誘を受けた
8	業者から、「今なら補助金がもらえる」とヒートポンプ給湯器の設置を急がされたが、すでに補助金の申請期間は終了していた
9	強引でしつこいマンションの勧誘電話はどうしたらよいか？
10	「火災保険を使えば無料で屋根などを修理できる」というチラシをもらったが、本当か
11	リゾート物件売却業者に、土地売却を依頼したところ、高額な新聞広告掲載料を請求された
12	ネットオークションで落札した中古車、納車後すぐに不具合が起きた
13	東日本大震災が発生してまもなく「停電には太陽光発電システムが強い」という訪問勧誘を受けた
14	電力会社の委託を受けたという業者から不審な電話がかかってくる
15	地震による交通状況により行けなくなったホテルのキャンセル料は？
16	地震でアパートが壊れ住めなくなったが、家主に転居費用を請求できないか？
17	電子レンジでさつまいもをふかしたら、発火して焼きイモに！
18	設置義務のない場所にも火災報知器を設置させられてしまった
19	インターネットショップで購入した洋服に品質タグがついていない
20	サクラを使っていると思われる携帯電話の出会い系サイトで高額な利用料を支払ってしまった
21	SNS から有料メール交換サイトに誘導された
22	利用した覚えが無いのに、スマートフォンのパケット通信料が高くなってしまった
23	通信サービスに申し込み、不要になったため解約しようとしたら、2 年間は高額な解約金が必要だった
24	高齢の親が携帯電話の機種変更をした際に、よく分からないままデジタルフォトフレームを契約してしまった
25	携帯電話の機種変更時、複数のモバイルコンテンツに半ば強制的に加入させられた
26	携帯電話で特定番号から始まるダイヤルサービスを利用すると、料金プランの無料通信分の対象にならなかった
27	エリア内だと思い、モバイル無線ルーターを契約したが、自分が一番使いたい場所でネットワークがつかない
28	クレジットカード利用時に手数料を請求された
29	「ポイントがお得になる！」と強調され、作ったクレジットカードが、リボ払い専用だった
30	知らない異性から電話があり、後日会ったところ、宝石販売の勧誘を受けた
31	掃除機を分割払いで購入した数年後、解約の手伝いをするという別業者から電話がかかってきた
32	牛乳だと思って購入したら、加工乳だった

33	携帯電話からスマートフォンへ機種変更時、電子マネーは引き続き利用できるか
34	競馬予想ソフトのカタログと申込書が届いていれば買い取りたい、という電話があったが信用できるか？
35	海外宝くじに当選した可能性があるというダイレクトメールが届いた
36	旅行積立を途中で解約したが現金で返金されない
37	高速バスのチケット、紛失したら再発行してくれない？
38	ノートに書いた文字がいつの間にか消えてしまった(消せるボールペンインク)
39	甘味料を使っていないという表示があったのに、砂糖が入っていた
40	宿泊施設の共同購入型クーポン、既に予約が満杯で、利用期限までに使えそうにない
41	携帯電話でネット通販の購入操作中、電波状況が悪くなった。操作を続けたら、2つ購入したになっていた
42	共同購入型クーポン購入後、利用条件が変更されていた
43	海外ホテル予約サイトから、クレジットカード支払いでホテルを予約・利用したが、帰国後、根拠不明な料金を請求された
44	ネットショップで購入し代金を前払いしたが、商品が届かず連絡もつかない
45	アダルトサイトの年齢確認に応じたら請求画面が表示され消えなくなった
46	知らないうちにウイルス対策ソフトの期限が自動更新され、カード決済された
47	「未払いの布団代金があるので支払いの必要がある」と見知らぬ業者が訪問した
48	ネット会員の解約手続きをしたいのに、手続きする箇所が見つからない
49	セールストークを信じて、プロバイダーの乗り換えをしたがメリットがなかった
50	携帯電話向けの会員サイトを解約したはずなのに、解約できていなかった！
51	突然、携帯電話に応募した覚えのない会社から採用通知メールが届いた！
52	保証書に購入年月日が記入されていない
53	家電量販店に修理を依頼したら、修理代を上乗せ請求された
54	放射線測定の仕事みや性能が疑わしいものをガイガーカウンターと称して販売している業者がいる