

報道発表資料

令和3年10月21日
独立行政法人国民生活センター

あなたの情報が広告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」2020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防止に役立つため、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、2020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。

○2020年度の傾向と主な追跡調査を実施した事案

- ・2020年度に寄せられた情報の件数は12,081件で、2019年度の10,198件より約2000件増加した。
- ・「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」（以下、「FAQ²」）へのアクセス件数は766,121件と、2019年度と比べ4割以上増加した。
- ・新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受け、マスク等の商品のほか、旅行やスポーツジム等のサービスに関する情報が多く寄せられた。
- ・インターネット通販、光回線等の通信サービスに関するトラブルの情報が、2019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2件（死亡0件）、ヒヤリハットによる通知を92件行った。

（追跡調査を実施し、表示や事業者の対応等が変更された事案）

- ・国産のりを使っているかのような原産国表示の韓国ノリ
⇒消費者が日本産と誤認するおそれがある旨を伝え、韓国産と分かるように表示が修正された。
- ・返金保証を受ける条件が分かりにくい広告サイト
⇒条件を消費者が認識できるよう表示の改善を依頼し、広告に返金時の必要事項が追記された。
- ・管理医療機器ではないのに体温計としての使用がうたわれた赤外線温度計測器
⇒医療目的と受け取れる広告表現の改善を求めたところ、当該表示は削除され「体温計ではない」旨の表示が追記された。

¹ 「消費者トラブルメール箱」は、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。（http://www.kokusen.go.jp/t_box/t_box.html）

² 「身近な消費者トラブルQ&A」は、2009年2月に設置した、よくある情報提供についてQ&A形式でまとめ、一般的な対応方法等を情報提供しているコーナーである。（http://www.kokusen.go.jp/t_box/t_box-faq.html）

1. 2020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2020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 新型コロナウイルス感染症関連のトラブル

新型コロナウイルス感染症に関連した情報については、マスクや消毒液、体温計等の品薄や価格高騰、転売等に関する情報が、特に2020年4月～5月に多く寄せられました。また、旅行やイベントのキャンセルに伴う返金、スポーツジム等の会費請求に関するトラブル等の情報が多く寄せられました。その他、問い合わせ電話が繋がらない、契約にかかわる手続きができない等、事業者の休業や営業規模の縮小に関連した顧客対応についての情報もみられました。

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あるいは偽物だったという情報のほか、SNS等の「初回お試し ○○円」といった広告から、定期購入と気づかずに健康食品や化粧品の契約をしてしまったという「定期購入」に関する情報が多数寄せられました。

③ スマートフォン、光回線などの通信契約に関するトラブル

料金が安くなると勧誘されて光回線を契約したにもかかわらず安くならなかった、等の通信契約に関するトラブルが多く寄せられました。キャンペーンの適用条件や契約先の変更手続きに関する情報、通話や通信がうまくできない、速度が遅い等の品質に関する情報のほか、問い合わせ電話やチャットが繋がらない等の事業者の顧客対応に関する情報が寄せられました。

④ 架空請求・不当請求関連のトラブル

公的機関を思わせるような名称の差出人からハガキやメールが届いたという情報のほか、実在する通販サイトや通信事業者等をかたったと思われるところから、料金請求のメールが届いたという情報が多く寄せられました。

⑤ オンラインゲームに関するトラブル

スマートフォン等で行うオンラインゲームに関して、ゲーム内で使用するアイテムや、それを引き当てるための電子くじ（いわゆるガチャ）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。

⑥ 個人間取引に関するトラブル

フリマアプリでの商品購入に伴うトラブルなど、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。マスクや消毒液、食品等の高額転売に関する情報が寄せられ、これらは新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受けたものと思われました。

⑦ その他のトラブル

質問サイトや動画配信サービスの会費請求に関するトラブル、賃貸住宅の退去の際のトラブル等についての情報が複数寄せられました。

2. 2020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、被害拡大のおそれがあるものや、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。2020年度に実施した主な追跡事案を紹介します。

○国産のりを使っているかのような原産国表示の韓国のり

「通販サイトの広告で、通常の韓国のりではなく、キズのりを集めて味付けした日本ののりの韓国のりバージョンである旨が記載されていたセール品ののりを、国産のりの韓国風味付けのりと思い購入したら、届いたのりは韓国産だった。サイトのパッケージ写真も韓国産の記載のある原材料部分を写さないようにしているように感じる。国産のりとの記載はないが優良誤認を招く表示ではないか」という情報提供がありました。

情報提供を受けて、通販サイト内で当該商品の広告と問題の表示を確認したところ、当該広告には、のりの産地表示はなく、日本産ののりだと消費者が認識するおそれがあるものでした。これは、容器包装に表示してはならない事項として、食品表示法による食品表示基準第9条第1項第6号に定められた「産地名を示す表示であって、産地名の意味を誤認させるような用語」に照らしても問題があると考えられました。

また、商品に問題があった場合の問い合わせ先として広告内に記載されていた別の事業者（製造者）のウェブサイトを確認したところ、同一と思われる商品の広告があり、両事業者の本体表示の写真画像を比較したところ、当該事業者の写真には、製造者の広告の写真にある原材料名枠内の「韓国産」を示す部分が含まれていませんでした。

当センターより事業者に連絡し、当該広告は消費者が韓国産であるのりを日本産と誤認するおそれがある旨を伝えたところ「当該商品は韓国産ののりを日本国内で加工した商品である。誤解を生む可能性があるので広告の表示を変更する」との回答を得ました。後日、当該商品の広告から「日本ののりの」という記述が削除され、韓国産である旨が追記されたことが確認できました。

○返金保証を受ける条件が分かりにくい広告サイト

「歯を白くする、効果を期待するには3カ月間継続する必要があるなどとうたう全額返金保証付きの歯磨き粉3本の定期購入を申し込んだ。その後、1カ月使っても効果がなかったため返金を申し出たところ、使用済みの空容器がなければ返金不可と回答された。普通は使用済みの空容器は捨ててしまうし、それがなければ残りの分も返金しないという対応は問題ではないか」との情報提供がありました。

情報提供を受けて当該商品の広告が掲載されたウェブサイトを確認したところ、当該サイトは何度もページをスクロールしないと最下部までたどりつけない構成になっており、その上部と中央部の2カ所に全額返金保証が付いている旨の記載がありましたが、その付近には返金保証の条件の記載は見当たりませんでした。

また、サイトの最下部に「全額返金保証制度について」というリンクが小さな文字で設けられており、そのリンク先にのみ、返金保証の条件として「①保証書、②返金保証対象の商品全て（開封済み可）、③返金保証対象商品のお買い上げ明細書全て」が必要である旨が記載されていました。

当該サイトでは、注文画面へのリンクは、サイトのどの場所を見ても表示される構成になっており、サイトの最下部の「全額返金保証制度について」の記載に気付かないまま注文に至ってしまう可能性が十分にあり得ると考えられました。

打消し表示に関する消費者庁の考え方（「打消し表示に関する実態調査報告書（平成 29 年 7 月 消費者庁公表資料）」）をもとに検討すると、大きく強調して表示している「全額返金保証」に条件がある場合（＝「返金保証」が一定の条件に限られる場合）は、その条件について「返金保証」という強調表示の近くに、消費者が認識し得るように表示する必要があると考えられ、現在の表示は景品表示法上の有利誤認にあたる可能性があると考えられました。そこで当センターは、事業者に連絡し、表示の改善を依頼しました。

その結果、事業者から「分かりやすい表示にしたいと当社でも考えており、表示を修正する」との回答が得られ、後日、当該サイトの上部と中央部にある全額返金保証制度の広告箇所に、返金時の必要事項が追記されたことが確認できました。

○会員退会手続き方法が分かりづらい携帯電話用壁紙サイト

「携帯電話用の壁紙サイトに登録をした後、退会手続きをしたが、退会できておらず、毎月の課金が生じている。内容証明付きの信書で退会を申し出ようとしたが『特定商取引法に基づく表示』ページには運営会社名のみ表示があり、住所の記載がなく、退会できない」との情報提供がありました。

情報提供を受け、当該サイトを確認したところ、「特定商取引法に基づく表示」ページに会社名および連絡先電話番号の表示はあるものの、住所や代表者（責任者）名の記載は確認できませんでした。通信販売における広告表示規制を定める特定商取引法第 11 条では、原則として住所や代表者（責任者）名の表示が必要とされており、当該サイトの表示は特定商取引法に違反しているおそれがありました。

次に、サイトの FAQ より退会方法を確認したところ、「ログイン後に『会員登録解除』から手続きを行う」旨の記載はありましたが、トップ画面には「退会」と表記されたボタンはあるものの「会員登録解除」とは記載されておらず、分かりづらい記載内容となっていました。

また、退会手続きについて利用規約の同意欄に気づかずチェックをしなかった場合、「解約処理」（退会するための処理手続き）には進むことはできない一方で、アンケート画面に遷移するようになっており、これに回答すると、受領完了および退会によりポイントが失効する旨のメッセージが表示される構成になっていました。このメッセージは、退会手続きが完了したと情報提供者が誤解した原因のひとつと考えられました。

以上より、当該サイトの表示は①特定商取引法に違反しているおそれがあること、②退会手続き方法について分かりづらい表示になっていること、③退会手続きを進める過程で消費者に退会ができたものと誤解させるおそれがある作りとなっていることが分かりました。

そこで、当センターより事業者へ連絡し、表示内容について事実関係の確認を行った上で、①特定商取引法に定める事項である住所、代表者名の記載を行うこと、②退会手続き方法についてサイト内での表記を統一すること、③アンケートに回答しただけでは退会完了していないことが分かるように明記することについて検討を依頼し、全体的に退会完了までの手続きをもう少し分

かりやすく進められるよう、サイトのページ構成の改善を求めました。

事業者からは、①「特定商取引法に基づく表示」所在地の欄に、住所、代表者名を追加した、②FAQの表記を修正した、③退会手続きについて、手続きの途中で終了してしまう構成を修正し、分かりやすい手順とした、との回答を得ました。

当センターにて再度退会完了までの手続きを確認したところ、「退会します」との記載がある最終画面は表示されましたが、以降の退会手続きは確認できませんでした。このため、当該画面について事業者にお問い合わせしたところ、「ログインをした状態でなければ【退会】ボタンが表示されない。なお、会員であればサイトにアクセスするとまずログイン画面が表示される」とのことでした。消費者の画面遷移次第ではログインしないまま当ページにて手続きを行う可能性も十分にあり、このままでは前回同様に退会手続きが終了したか、退会手続きをする際にログインが必要なのかが分かりづらいと思われたため、退会手続き画面のメッセージについて再考を促しました。後日、当センターで確認したところ、退会手続きの最終画面において、ログインしていないと退会ボタンが表示されない旨の記載と退会ボタンが追加されていました。

○管理医療機器ではないのに体温計としての使用がうたわれた赤外線温度計測器

「インターネット上の赤外線温度計測器の製品情報で新型コロナ対策をうたったものがあるが、独立行政法人医薬品医療機器総合機構の認証品目リストに掲載されていないようである。この商品は、家電量販店の通販サイトでも体温計として販売されている。医療機器認証番号を取得していない機器について、『新型コロナ予防』等の医療機器と認識させるような広告、販売を行うのは問題ではないか」との情報提供がありました。

情報提供を受けて当該商品の広告サイトを確認したところ、当該商品は、赤外線センサーを使って物体の表面温度を計測するという機器であったが、広告サイトには「新型コロナ予防」の他、「体温」や「人間の表面の温度」が計測できる旨の表示が見られ、体温計としての使用をイメージさせる一方、医療機器である旨の表示は確認できませんでした。また、家電量販店の通販サイトでも、「新型コロナ予防」や「人間の表面の温度」が計測できる旨の表示を含む当該商品の広告が、「体温計」カテゴリ内で掲載されていました。

体温計は、「医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律（薬機法）」により、人体へのリスクに応じて「管理医療機器」（クラスⅡ）または「一般医療機器」（クラスⅠ）に分類されます。管理医療機器は、登録認証機関による認証が必要であり、皮膚赤外線体温計は管理医療機器に該当します。

当センターから事業者が所在する自治体の医療機器指導担当課に連絡し、当該商品の表示について確認したところ、人の体温を測ることを目的とした場合、赤外線温度計測器であっても医療機器に当たる、また「新型コロナ予防」などという表示はいずれも医療目的が想定されることから、場合によっては指導対象になるとの見解を得ました。

当センターから事業者に連絡したところ、当該商品は、人や物の表面温度を測ることを目的としており、医療機器ではないとのことでした。また、家電量販店の通販用に当該広告を提供しているか確認したところ、「販売は依頼しているが、広告は各販売会社に任せている」とのことでした。このため、当センターは、事業者のサイトにおける当該広告の表示について、医療目的と受

け取れる表現についての改善を求めるとともに、メーカーとして、体温計として販売されている家電量販店の通販サイトの広告についても同様の対応を検討するよう求めました。

後日、事業者から連絡があり、サイト内の指摘された広告表示はすべて削除し、通販サイトへの対応も社内で指示した、とのことでした。

当センターにおいて、事業者サイトの広告表示から当該表示が削除されていることおよび「本商品は体温計ではない」旨の表示が追記されたことを確認しました。また、家電量販店の通販サイトの広告においても、「新型コロナ予防」等の表現が削除され、掲載カテゴリも「体温計」から「温度計」に変更されていることが確認できました。

○「マンダイ」を「たい」として販売するペットフードの通販会社

「ペットフードを扱うネットショップで、『たい』のカテゴリー内にあった商品を購入しようとしたところ、『マンダイ』だった。サイトの1カ所、原材料欄にだけマンダイである旨が記載されていたが、ページを下にスクロールしないと確認することができない。全く別種の魚をたいと称して販売するのは問題ではないか」との情報提供がありました。

情報提供を受けて販売サイトを確認したところ、「たい」のカテゴリー内で「たいのフィール」という商品が売られており、商品販売ページ中部あたりの原材料欄にのみ「マンダイ」である旨が記載されていました。また、「マンダイ」について調べたところ、「マンダイ」はアカマンボウ（アカマンボウ目アカマンボウ科の魚）の代表的な呼び名であり、たいとは全く異なる魚であることが分かりました。

当該サイトの表示は事実と異なり、「たいがこの価格で買えるなら安い」と消費者が誤解する可能性があります。特定商取引法上の誇大広告や景品表示法上の優良誤認に当たる可能性もあるため、当センターは、事業者に対し、サイト内の表示は誤りであること、消費者が誤解する可能性があることを伝え、表示の改善を依頼しました。事業者は、「すぐには難しいが表示を変更する」と回答しました。

後日、商品名とカテゴリーについて、「マンダイ」であることが分かる記載に変更されたことが確認できました。

○販売サイトに表示されている電池容量の記載が事実と異なる LED クリップライト

「大手インターネットショッピングモールの販売サイトから充電式の LED クリップライトを購入した。サイトの画面表示には電池容量は 2000mAh とあったが、実際は 1200mAh であった。問題ではないか」との情報提供がありました。

情報提供を受け、販売サイト内の当該商品の表示を確認したところ、電池容量の表記として「2000mAh」との記載が複数箇所で見られました。

一方、当該商品については他の販売サイトでも同型品と推測される商品が販売されていました。そのサイトでは電池容量は「1200mAh」と表示があり、情報提供者のいう「実際の電池容量」と一致していました。もし、実際の電池容量が 2000mAh ではなく 1200mAh であった場合、景品表示法に定める優良誤認や特商法に定める誇大広告の可能性があるので、当センターより事業者へ連絡し、事実関係の確認を行いました。

その結果、事業者から、「電池容量 2000mAh という表記は誤りで、正しくは 1200mAh である。販売サイト内の表記は修正する。製品パッケージで 2000mAh と表記している部分についても記載を変更し対応する」との回答を得ました。

後日、事業者の販売サイトを確認したところ、電池容量の記載が 1200mAh に修正されていることが確認できました。

○受取期間を過ぎた商品を廃棄処分する食材配送サービス業者

「食材配送サービス業者のアプリを利用し、野菜など 3,000 円相当の商品を購入したが、受取時間を経過したことを理由に購入した商品がすべて廃棄された。事業者にお問い合わせ、商品を受け取れる期限が決まっていたことが分かったが、期限も短く、購入した商品が勝手に廃棄されることに納得できない」との情報提供がありました。

情報提供を受け、事業者のウェブサイトを確認したところ、事業者が行っているのは、アプリで注文された食材（生鮮食品）を届けるサービスで、購入者が当日の注文締め切り時間までに注文をすると、配送車が販売店から食材を調達し、受取場所（購入者が指定した宅配ボックス）に届け、購入者は受取期限として定められた時間内に、自分の選んだ宅配ボックスで受け取ることができる、というものでした。

当センターでサイトの利用規約を確認したところ、営業時間中に販売商品を引き取らなかった場合には、購入者は、当該商品に関して有する権利を失うこと、引き取らなかった場合においても当該商品に関する対価の支払い義務は消滅しないことを定めた条項があり、事業者はこれを根拠に商品を廃棄していると思われました。

当該サービスは生鮮食品の配送であること、販売者の住所と異なる宅配ボックスに配送すること等から、商品の廃棄自体はやむを得ないと思われましたが、事業者は商品が届く日と廃棄の旨をしっかりと消費者に周知しておく必要があると考えられました。

当センターから事業者に連絡し、事実確認を行ったところ、商品の受け取り可能時間は決済直前の画面に記載があり、受取時間を過ぎると商品を廃棄する旨はサイトの FAQ に記載しているとの説明がありました。廃棄については、商品の注文から受け取りまでの間に必ずしも消費者が確認できるような記載になっていないことから、「商品の受取時間を過ぎた場合は破棄される旨」を契約前に確認する画面や、リマインドの通知画面に表示するなどして、消費者が見落とさないよう、表示を改善するよう事業者に依頼しました。

後日、事業者から、決済確認画面とリマインドの通知画面に商品廃棄の旨を追記したとの連絡がありました。

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）、およ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）へ通知および情報提供を行っています。

2020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…2件（死亡0件） その他、ヒヤリハットに類する通知情報…92件
--

4. 情報提供先

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

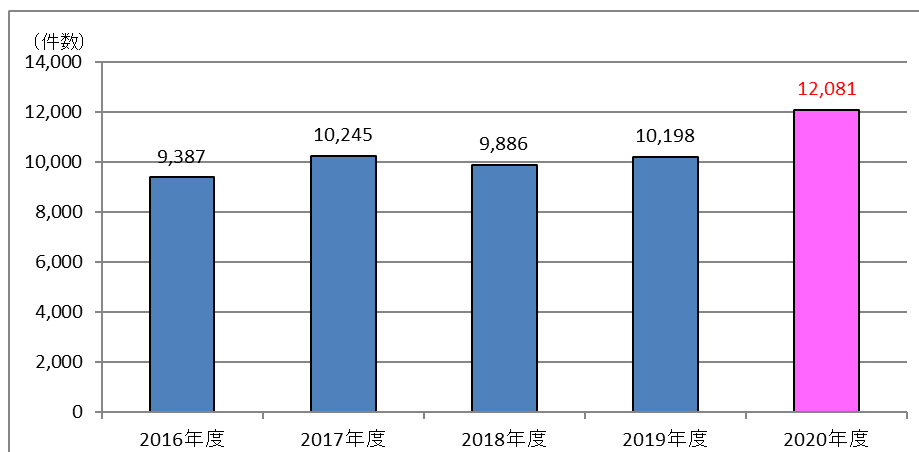
参考

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、2020年度は12,081件で、2019年度の10,198件より約1.2倍増加しました（図1）。1日当たりの平均受信件数は約33件でした。

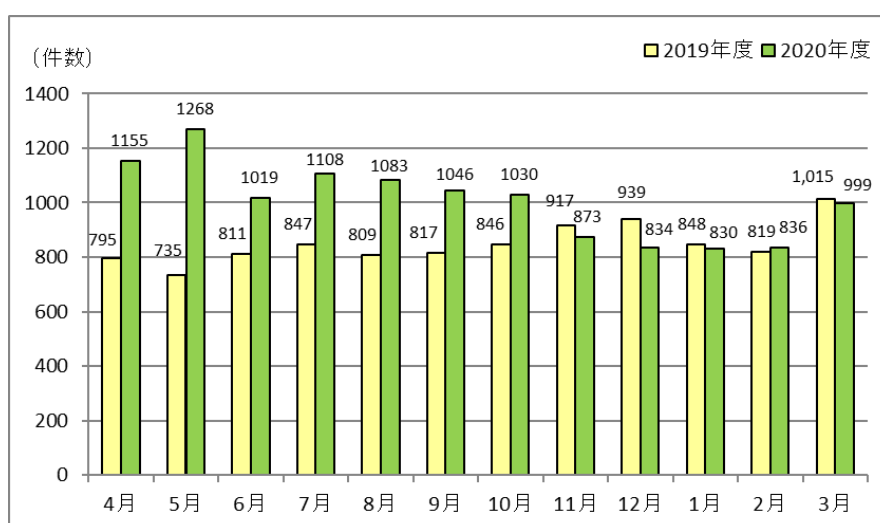
図1. 年度別受信件数



(2) 月別の受信件数の推移

月別受信件数は、毎月800～1,300件前後で推移しました。2019年度と比較すると、4月、5月は特に受信件数が増加しました。これは「マスクの品不足や高価格に関するトラブル」や「結婚式場や航空券等のキャンセルに関するトラブル」といった新型コロナウイルスに関連した情報提供が特に増加したためです（図2）。

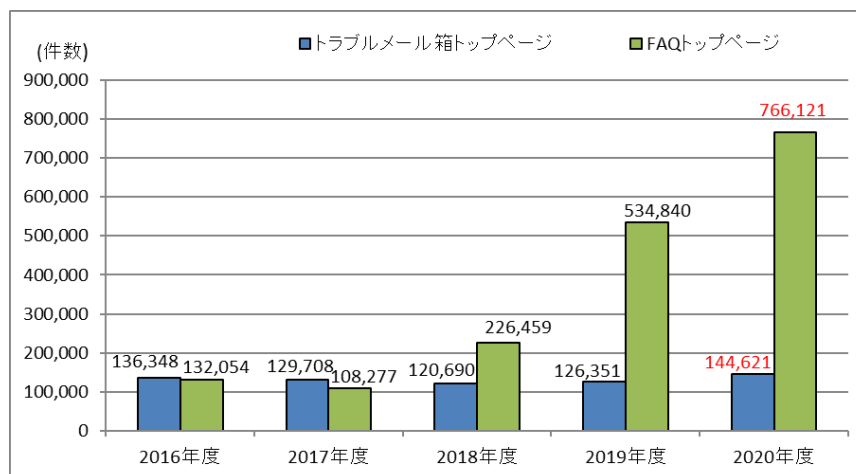
図2. 月別受信件数



(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、144,621件であり、2019年度と比べやや増加しました。「FAQ」トップページへのアクセス件数は766,121件であり、2019年度に比べ約1.4倍に増加しました（図3）。2018年11月に実施した当センターホームページのリニューアルによって、「FAQ」トップページへアクセスしやすくなったこと等により、引き続きアクセスが増加しているものと考えられます。

図3. 年度別アクセス件数



(4) FAQの掲載数

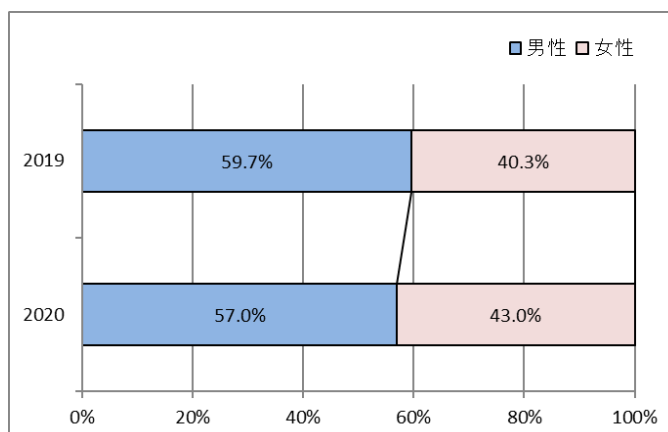
2021年3月末時点で、FAQコーナーには252件を掲載しています。2020年度は新たに19件を掲載し、12件の記事内容を更新して掲載しました（別紙参照）。

(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57.0%、女性43.0%と、男性が6割弱を占めました。2019年度と比べると、女性の割合は若干増加しました（図4）。

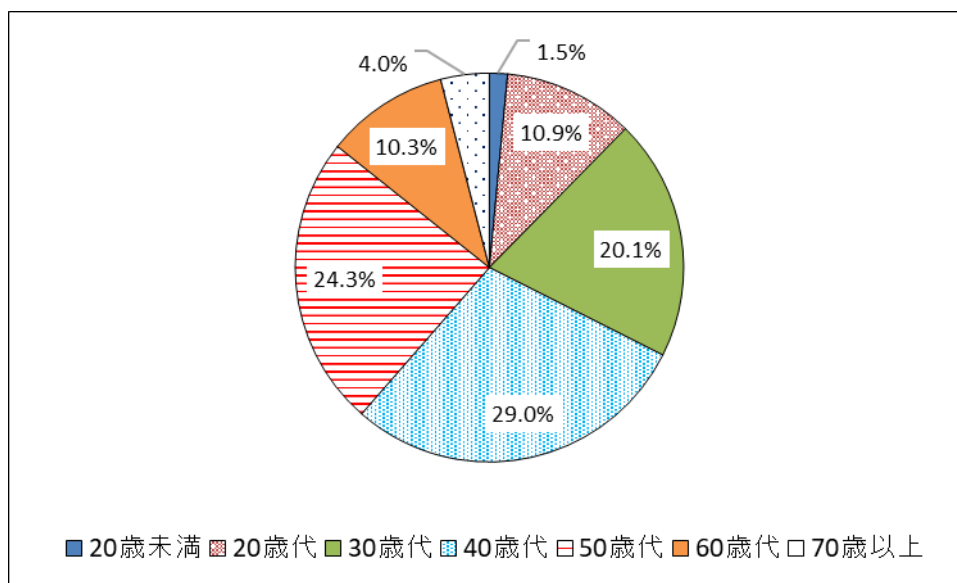
図4. 送信者性別



2) 年代別

送信者年代別内訳をみると、30歳代から50歳代で7割強を占めており、60歳以上は約15%となっています（図5）。

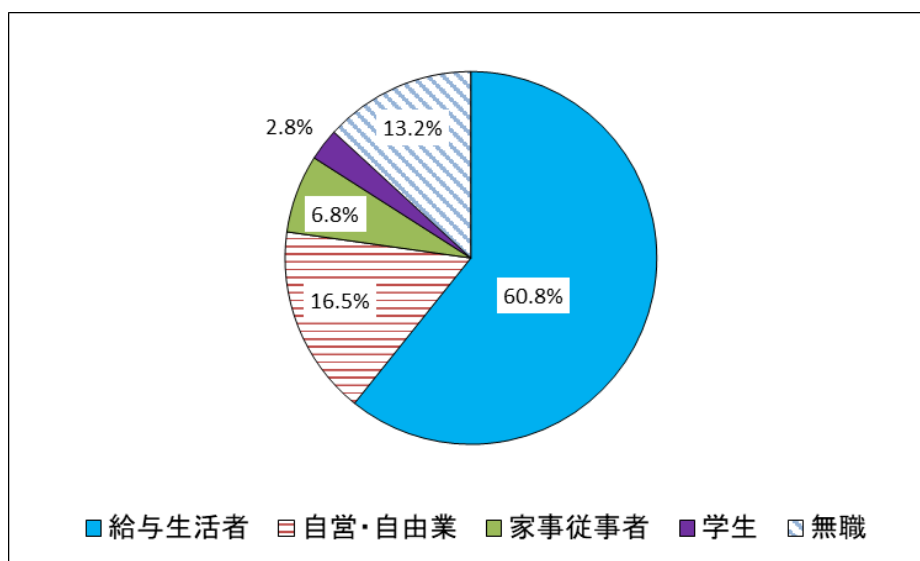
図5. 送信者年代別



3) 職業別

送信者の職業別では、給与生活者が6割となっており、次いで自営・自由業、無職、家事従事者の順となっています（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設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「トラブルメール箱」を選択していることが考えられます。

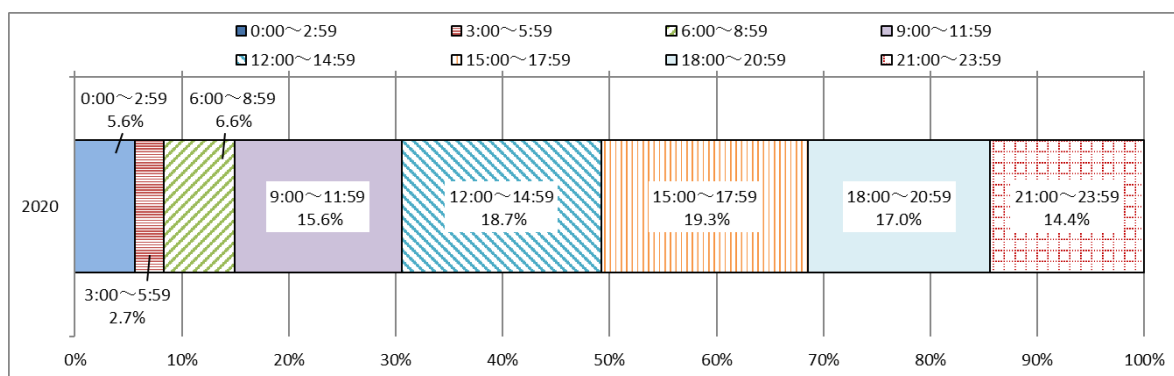
図6. 送信者職業別



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時までに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8%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2020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！
2	突然、身に覚えのないサイトから料金請求のSMSがきた
インターネットショッピング	
3	インターネットで登録した会員サービスを解約するページが見つからない
4	インターネットで購入した「ダイエット商品」を試したが、まったく効果がない
5	模倣品や海賊版などを見つけたら
6	通販サイトで購入した商品が届かず、販売業者と連絡が取れない
携帯電話・通信サービス	
7	「通信料が安くなる」と言われプロバイダーを変更したが、安くならなかった！
土地・住宅・設備・車	
8	「当日最大600円」のコインパーキングに2日間駐車したら4,000円請求された！
9	コインパーキングの駐車券を紛失したら2万円請求された！
10	ガソリンスタンドで「このままでは危険」と突然、タイヤの交換を勧められた
食品	
11	洋菓子店で洋菓子を購入したところ、消費期限の表示がなかった
住居品・被服品・クリーニング	
12	電子レンジでさつまいもを加熱したら、庫内で発火した
金融・クレジット・電子マネー・その他取引	
13	クレジットカードを紛失した！－財布を落とした際の対処方法について－
旅客・運送サービス	
14	コードシェア便（共同運航便）って何？
学習・教材・娯楽	
15	純正品でない格安のプリンター用インク
美容・衛生	
16	契約中のエステサロンが倒産した！
17	まつ毛エクステンションスクールで「受講終了後すぐ開業できる」と言われた
強引・怪しい勧誘	
18	マッチングアプリで知り合った女性にダイヤモンドを購入させられた。もしかして、デート商法！？
19	心当たりのない海外宝くじや懸賞に当選したというSMSが届いた
更新掲載記事	
架空請求・不当請求	
1	裁判所からの「訴状」？－特別送達について－
インターネットショッピング	
2	1回だけ試すつもりが、翌月も送られてきた健康食品
3	登録をした覚えがないのに会員料金を請求された！
住居品・被服品・クリーニング	
4	成人式の晴れ着レンタル。契約の際に注意すべきポイントは？
5	保証期間内なのに家電製品の無償修理を断られた！
6	パソコンが壊れたのでメーカーに修理を依頼したが、部品が無いと断られた
食品	
7	アイスクリームに「エリスリトール」が使用されているのに表示がない！
8	スーパーで買った弁当にアレルギー表示がなかった
美容・衛生	
9	不安をあおり、その場で高額な包茎手術を契約させる美容外科
10	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
11	不安をあおり、その場で高額な包茎手術を契約させる美容外科
強引・怪しい勧誘	
12	勧誘電話が多くて迷惑している。自分の個人情報を無断で他人に提供するのは違法ではないか

SNS を通じた「身近な消費者トラブル Q&A」の情報提供について

消費者トラブルメール箱の「身近な消費者トラブル Q&A」(FAQ)は、2020年5月21日にソーシャルメディアサービス「LINE」に開設した「国民生活センター公式アカウント」からも見る事ができます。


本アカウントでは、アカウント画面上にメニューボタンを設け、チャットボットによりFAQの記事を情報提供しています。



<QRコードからの登録方法>

- ①【ホーム】(画面左下)をタップ
- ②【友だち追加】(画面右上)をタップ
- ③【QRコード】(上部中央)をタップ
- ④下の【QRコード】を読み込む
- ⑤「国民生活センター」が表示されるので【追加】をタップ





国民生活センター 公式LINEアカウント

LINE ID : @line_ncac

[QRコード]を読み取って「友だち追加」!

