

平成 25 年 6 月 6 日
独立行政法人国民生活センター

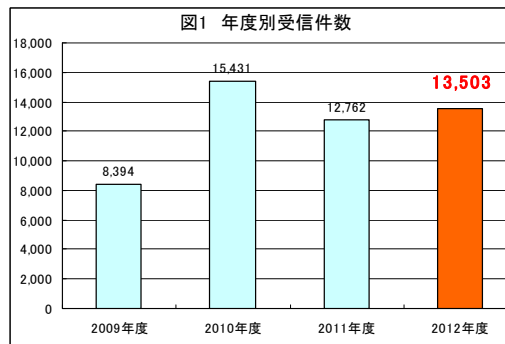
「消費者トラブルメール箱」2012 年度のまとめ

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¹している。今回は、主に 2012 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

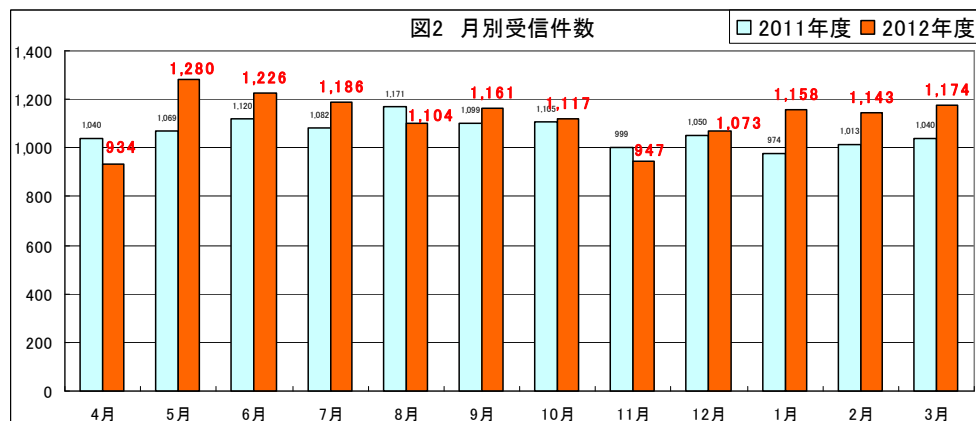
(1) 年度別の受信件数の推移

「トラブルメール箱」に寄せられた情報の件数(受信件数)は、2012 年度は 1 万 3,503 件で、2011 年度の 1 万 2,762 件を上回った(図 1)。1 日当たりの平均受信件数は約 37 件であった。



(2) 月別の受信件数の推移

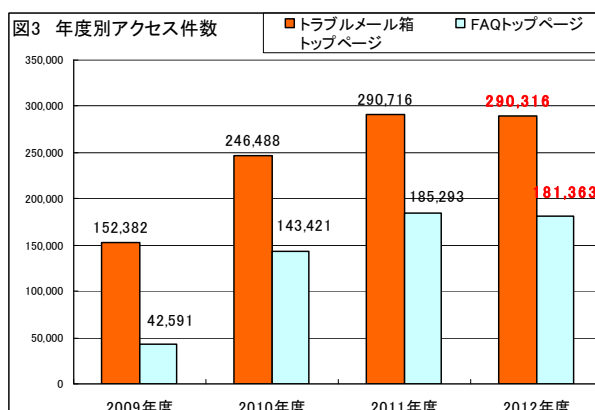
2012 年度の月別受信件数は、図 2 のとおり、おおむね毎月 1,000~1,100 件前後で推移した。5~6 月は、携帯ゲームのサービス内容に関する報道の影響もあってか、情報提供件数が増加した。



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

(3) アクセス(閲覧)件数

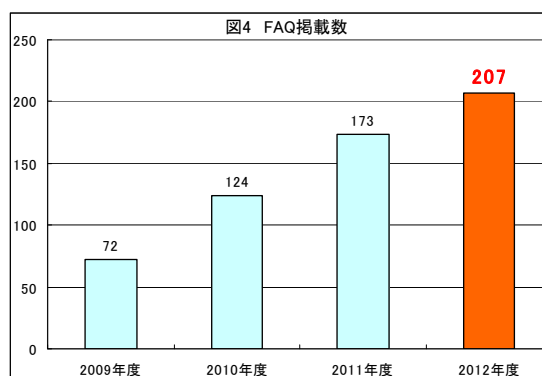
「トラブルメール箱」トップページへのアクセス件数は、図3のとおり、29万316件と、前年度とほぼ同様のアクセス数であった。2008年度(2009年2月)から設置した「メールでのよくある情報提供と回答(以下:FAQ)²」トップページへのアクセス件数は18万1,363件(前年度比約97%)であった。



(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。

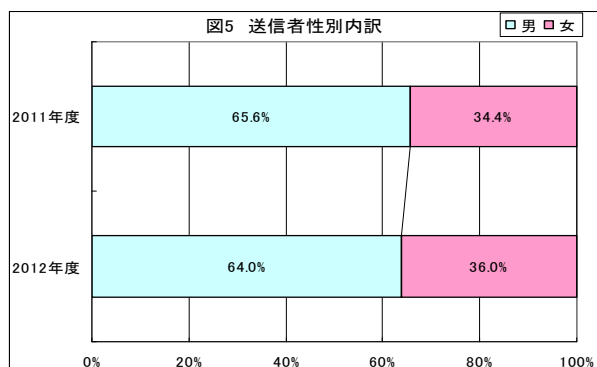
昨年度のFAQは、内容の見直し、類似案件の統合、削除、更新および新規追加などを、1年間で60件実施した(別紙参照)。2013年3月時点で、FAQは累計207件を掲載(図4)している。



(5) 送信者の内訳

1) 性別

2012年度は男性64%、女性36%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、女性からの送信割合が増加している。この傾向については、昨年度から変化はない(図5)。

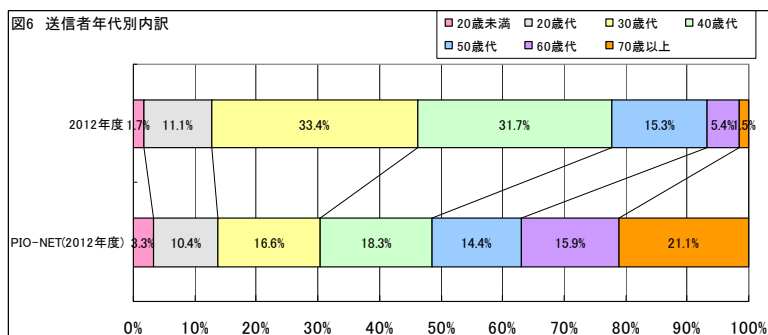


² メールでよくある情報提供と回答 (http://www.kokusen.go.jp/t_box/t_box-faq.html)

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、2012年度⁴は男性48.3%、女性51.6%で、女性がやや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。

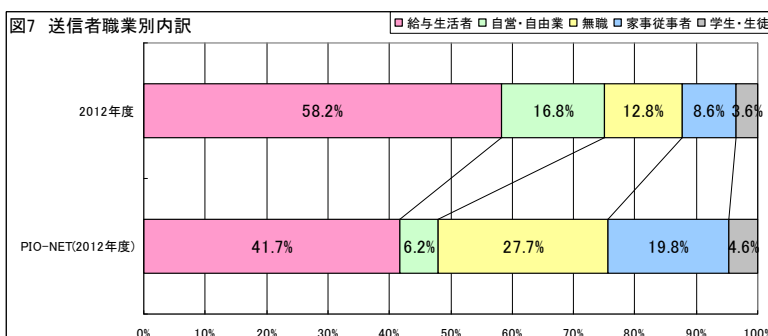
2)年代別

2012年度の送信者年代別内訳は、30歳代(33.4%)、40歳代(31.7%)で全体の約3分の2を占めており(図6)、昨年度とほぼ同様であった。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以下になっている。



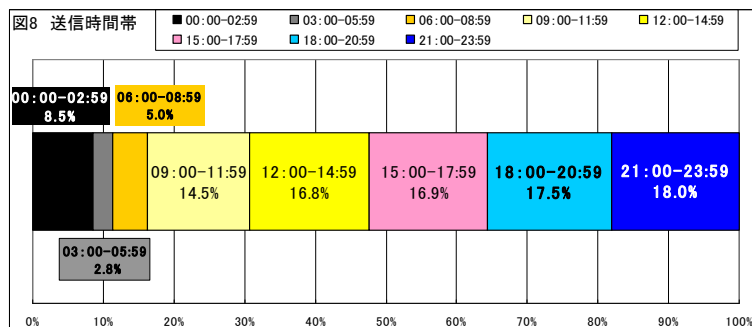
3)職業別

トラブルメール箱における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「給与所得者」「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、特に18~24時の夜間帯が多い傾向に変化はない。深夜~早朝の時間帯(00:00~05:59)においても、送信全体の10%前後を集めており、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。



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 2013年5月7日登録分まで。団体、不明等を除く。以下同じ。

2. 2012 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オンラインゲーム(特に携帯電話やスマートフォンで行うもの)
いわゆる「コンパガチャ」に代表される射幸心をあおる機能や、アイテムの出現率に関するもの、ゲームルールや時間制限の急な変更、キャンペーンやサービス類の予告なき停止や休止など、運営全般にわたって、不満を表明する情報が目に付いた。小学生を中心とした未成年者が、何回でも、あるいは高額なアイテム購入を簡単に行えてしまうなど、携帯電話などによる決済に関する事案も寄せられた。
②スマートフォンの契約に関するもの
機種変更に際し、特定のアプリやオプション購入が義務であるかのように言われたり、無断で各種アプリがインストールされていた、旧機種下取りキャンペーン体制や査定への不満などの情報が寄せられた。そのほか、バッテリー持続時間、頻繁なフリーズや再起動、機体性能に比して過剰と思われる初期アプリ数などを問題視する情報提供が多く寄せられた。
③季節性、イベント性のある商品
社会的関心とともに需要が急激に高まった商品については、金環日食に代表された太陽観察用のグラスにおいて、入手困難性、価格、遮光性能に関する情報が寄せられ、消費者庁と国民生活センターの連携によって、特に使用上の安全については情報提供が行われた。
④新規性のある商品・サービス
既存の商品・サービスが機械化・電子化されたことに伴うトラブルについて情報が多く寄せられた。代表的であったのは、興行チケットの不正入場や転売防止のため、購入者確認手段に携帯電話を用いたケースで、電子化チケットが受け取れず、入場できなかった等のトラブルがある。この他、スマートフォン、電子ブック、タブレットなどのモバイル機器、電子デバイスで、新機種や新サービス開始直後を中心に、動作トラブルやコンテンツ数、品物の供給不足や配達遅延への不満が多く寄せられた。
⑤配送サービス
配送が関係した新サービス開始において、販売事業者と配送事業者による準備や連携が不十分であったことから、商品配送が大幅に遅延するケースが相次ぎ、不満を表明する多くの情報提供があった。 新生活シーズンに合わせたキャンペーンで、居室に家具などの必需品が届かなかつたため、ホテル住まいを強いられた等のケースも寄せられている。 運送・配送サービスそのものについても、追加料金を支払って配達日や時間帯を指定したにも関わらず、予定とおり配達が行われなかったことや、荷物が破損していることなど、インターネットによる通販購入の普及とあいまって情報提供が見られた。

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. 2012 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、2012 年度に実施した主な事案を次のとおり紹介する。(なお、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ている。)

①情報通信

①-1：圏外になりやすかった子ども向け携帯電話(2012 年 4 月)

「子ども向け機能の携帯電話が、市街地でも頻繁に圏外表示を示し、いざというときに役に立たない」という情報提供があった。

該当する携帯電話会社に確認したところ、カスタマーサポートとしてはクレームを把握していないものの、技術部門が問題を認識して対応を考えているようだ、との回答であった。

具体的な内容や時期は公表しかねるとのことで、確認を要するため注視していたが、該当機種ソフトウェア更新のアップデート情報があり、確認すると「圏外になりやすい事象改善の更新で、問い合わせのあった事案を解決するもの」と、本件に符合する回答であった。

①-2：送料表記が矛盾していたネットショップ(2012 年 5 月)

「大手ネットショッピングモールに入っているショップで”送料込”と表示しているにもかかわらず、送料が別に請求される。店側の言い分は”システム上、送料を無料にできないので販売価格から送料を引いた金額を表示している”ということだが、おかしくないか?」という情報が寄せられた。

運営事業者に「送料込と表示しつつ、販売価格に送料を別途一律で計上する表示は不適切ではないか、販売事業者に修正させるべきではないか」と要望したところ、後日「表示と請求金額に矛盾が起こらないよう、店舗に指導し改善した」とショッピングモール側から回答があった。

確認したところ、商品説明に「送料無料」あるいは「送料込」と記載がある場合、送料は計上されない旨の表示が加えられていることを確認した。販売店のトップページにも、同じ表示が色やフォントを他の表示と区別されていることを確認した。

①-3：スマートフォンにおける、まぎらわしいアプリとアイコン(2012 年 5 月)

「ネット回線を用いた無料通話ソフトで、ソフトウェア会社が直接提供するアプリと、携帯電話会社がコラボレーションして提供するアプリがある。アイコンカラーが違う以外は、デザインも機能も同じで判別しづらい上、後者を使用すると別途月額使用料を請求された」という情報提供が寄せられた。

携帯電話会社に、同名称で有料と無料のアプリが併存する点について確認したところ、後者のアプリは、ソフトウェア会社とのコラボで搭載しているため、ロゴマーク色が違う以外は同じとの回答であった。

費用等の注意表示等について、利用前の段階に前置きできないか問い合わせたものの「アプリ自体はソフトウェア会社次第ということもあり、注意表示を差し込むなどの対応が困難。通常アプリと色を反転させたアイコンを作ってもらってもやっとなら、ロゴやアプリにおける表示の修正についてはこれ以上対応ができない」との回答であった。

①-4：サービス提供エリア表記がまぎらわしい携帯電話(2012 年 12 月)

「スマートフォンを使っているが、パンフレットでは次世代規格通信エリアの高い人口カバー率をうたっていたものの、市街地ではその次世代規格による通信が止まってしまう。記載内容は正しいのか?」

という情報提供が寄せられた。

該当する携帯電話会社に確認したところ、パンフレット記載の「次世代規格通信の人口カバー率」は「OSの異なる 2 機種」のスマートフォンがあり、いずれかによって利用できるエリアを合わせ、なおかつ 2012 年度末までに達成する見込みで、カタログに記載した」とのこと。

パンフレットにはカッコ書きでその旨の記載はあるものの、異なる機種 of 通信サービスエリアが合わさったものであるとは読み取りにくいと指摘したところ、次期パンフレットから修正するとのことだった。このことを踏まえ、エリアカバー率や地域の表記については、過度の期待を抱かせるような表現によって、消費者に誤解させないように、正確に記載してほしい旨伝えた。

②契約全般

②-1：保証範囲が大幅に変更された延長保証サービス(2012 年 7 月)

「家電量販店のアフターサービス内容が大幅に改定された上、購入当時にさかのぼって適用された」という情報が寄せられた。

該当する家電量販店では、メーカーによる一般的な保証期間(おおむね 1 年間)を超え、3~10 年(品目・商品価格等で異なる)にわたり、修理費用を販売店が補償する独自の延長保証サービスを展開していたところだが、この保証対象パーツや適用条件が、大幅に縮小された内容に改定されたというものであった。

さらに、規約の改定日以前に販売された商品にもさかのぼって適用するとしたため、トラブルメール箱や各地の消費生活センターに苦情が多く寄せられたこともあり、家電量販店に経緯等の説明を求めた。

当センターからは、告知のあり方、手順、購入者が検討に必要な期間的猶予など、消費者に一方向的に不利な扱いを強いるものであり、規約変更権が販売店側にあることを差し引いても、なお問題点が多いと見られたこと、改定日以降に適用される規約についても、同様に十分な告知期間と説明が図られる必要があることを付言し、状況改善への検討を求めた。

結果として、規約改定前に販売された商品への保証については、改定前の保証範囲が適用されるものとし、新たな保証規程についても店内に説明掲示を配置し、会計前に規約が確認できる態勢が取られることとなった。これに伴い、改定前の保証内容対象者で、新規約を基に修理代を支払ってしまったケースについては、返金などの対応が取られた。

②-2：チケットと会場で案内が異なっていたキャッシュバック (2013 年 1 月)

「あるコンサートツアーで 6 歳以上 18 歳以下の観客は、年齢確認の上でチケット代を一部キャッシュバックする企画がある。チケット券面に“開演後は返金不可”とあったため、間に合うように行ったが『開場後は適用できない』と断られた。券面と条件が違うと言ったものの、受け入れてくれなかった」という情報提供があった。

当該コンサートツアーは終了していたため、興行会社のウェブサイト及び紹介記事を確認したところ“受付は開場 30 分前から開場時間まで”とあったものの、興行会社に電話確認したところ“開演後は返金不可”で行っていたとの回答であった(チケット券面の記載事項は興行会社が決めている)。

この問い合わせによって、興行会社にもチケット券面とウェブサイトの案内が食い違っていたと認識してもらえたため、観客は手元のチケット記載事項を参考にする可能性が大きい点を指摘し、案内のズレが今後生じないように注意を依頼するとともに、今回キャッシュバックを受けられなかった旨の申し出があった場合、事情を聞き取って適切に対応してほしいと依頼した。

③品質・安全

③-1：原材料表記順が逆転していたケーキ店(2012年5月)

「低炭水化物をうたった菓子類の通信販売で、原材料表記について違法や食品添加物の使用限度量を越えた量を使用していると思われる」という情報提供があった。

ウェブサイトによる通販上の原材料表示について所管庁担当課に確認したところ、食品衛生法でも JAS 法でも特に定めはない(特定商取引法が定める表示は必要)。ただし包装済製品に貼付するラベルは、全使用原材料を重量順に記載し、添加物名及び使用目的を記載しなければならない、とのことであった。

それを踏まえ、当該商品の販売店に確認したところ、添加物の使用量等は適切であったものの、ウェブサイトにおける表示において、ラベルの表示方法や順序等に照らし、適切とは言いがたい状態であったものとわかったため、その点を情報提供し、ウェブサイトの閲覧者にも誤解を招かないような表示の検討を要請したところ快諾を得た。その後、ウェブ上にそれまでの表記についてのおわびが載り、各製品の原材料表示について、重量順の記載に訂正されるなどの対応が確認できた。

③-2：音楽CDではなくCD-ROM付だった語学教材(2012年11月)

「書店で購入した英語教材の付属CDがラジカセで聞けなかった。出版社に問い合わせると、付属CDはMP3方式のファイルが記録されたCD-ROMであり、ラジカセのCDプレーヤー等では聴けないと言われたが、外装にそのような記載はなく、購入時は気づかなかった」という情報が寄せられた。

該当書籍の出版社に確認したところ、表紙は「CD付」との表示だが、表紙の裏にCDが入ったケースが付いており、「音声データはmp3形式のため、CDプレーヤーやカーオーディオで再生できない場合がある」と注記している。本を手にとれば注意書きを確認することは可能であるとのことであった。

しかし、表紙に「CD付」とした表示のみでは、音楽CDと同じデータ方式(CD-DA)であると考える人も多く、通販などで購入する場合、ディスクを確かめる術がない。同様の表示商品が多数あるため、表紙または購入前にわかる表示を検討してほしい旨依頼したところ、後日、説明(注記)が追記されたのを確認できた。

③-3：取付できない条件が記載されていないカーナビ(2012年12月)

「カーナビを購入し、自宅のクルマに取り付けようとしたら、取付場所の角度の関係で動作不良になると分かった。メーカーに連絡したところ『保証対象外であり周知する必要はない』と回答されたが、購入前にそのことを知る術がないのは問題だ」との情報提供があった。

カーナビのメーカーに確認したところ「一部小型車において、ダッシュボード内に格納し装着する(インダッシュ)タイプだが、設置角度の関係で、DVDドライブが動作できなくなる現象が起こりうる。同梱している説明書には記入している」とのことであった。

しかしながら、店頭やパッケージ等、購入前に入手できる範囲には、設置条件の記載が見られなかったため、その点から再度問い合わせたところ「今後印刷する予定の商品カタログから、設置できない車両について注記を加える予定。ウェブサイトはすぐ修正する」と回答が得られた。

③-4：容量が表記と一致しない腐葉土(2013年2月)

「腐葉土を購入したが、カタログ記載容量の半分くらいしか入ってなかった。販売者に問い合わせたら”刈り込んだときには容量分あったが腐葉土にしたら半分程度になった”との回答だったが、そんな表記はどこにもない上に積然としない」との情報提供があった。

情報提供者に、容量の違いが分かったきっかけを問い合わせたところ「他の土と混ぜて使うためバケツで量って気づいた」との回答を得て、販売者に確認すると「充填時は圧縮するため、嵩は減るが、使用

前にほぐして空気を含ませると表記程度の容量に戻る」との回答であった。

しかし、その方法は商品ページには載っておらず、カタログに載せているだけだという。商品にも販売者のウェブサイトにも記されていないため、一般消費者が分かるような表示をしてほしい旨を伝え、後日再確認したところ、ラベルで商品に表示するようにしたとのことであった。

後日、同社ウェブサイトを確認したところ、腐葉土の使用上の留意点として、ほぐして使うなどの注意書きも追記されていた。併せて包装袋のラベルにも「特殊肥料の品質表示基準(平成12年8月31日農水省告示1163号)」の遵守事項に則し、重量表記等をラベルに追加したと確認できた。

④個人情報

④-1:手数料が必要と言われた個人情報削除(2012年4月)

「不動産業者からの度重なる勧誘電話を根本的に止めてもらおうと思い、事業者のウェブサイトでの個人情報削除方法について確認したら”個人情報削除には手数料が必要”と書かれていたが、これは正しい扱いなのか?」という情報提供があった。

該当業者のウェブサイトを確認したところ「保有個人情報の開示・訂正・利用停止等、いずれの対応も、本人確認を経て手続を行う際、手数料が必要である」との記載であった。

個人情報保護法では、事業者が保有個人情報の扱いについて手数料の収受ができるのは、保有情報そのものと利用方針についての開示請求対応に限られることから、同社に記載の経緯と運用状況について確認したところ「今まで、手続を求める人がいなかったためノーチェックだった。個人情報保護法を我が社なりに解釈し過ぎていたので、適切な記載に修正したい」との回答を得た。

この確認において、同社がウェブサイト上で定義する個人情報が「住宅・不動産商品を購入した人」であり「営業で電話する対象者」は含まれないとの認識でいたことも分かったため、専門家に確認し、適切な対応をするよう併せて要望した。後日、費用に関する記載が修正されていることを確認した。

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。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1、重篤事故8)
その他、ヒヤリハットに類する通知情報 …19件

5. 情報提供先

消費者庁地方協力課
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 24 年度 新規追加・更新分

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

	架空請求・不当請求
1	「情報コンテンツ料金が滞納されている」という身に覚えのないメールが届いた!
2	モバイル情報コンテンツ会員の退会手続きがされていないというが…
	インターネットショッピング
3	ブランド品をネットで買おうとしたら…
4	ホテルの宿泊サービスが、ネットで予約した内容と異なっていた!
5	ESTA(電子渡航認証)申請代行業者に注意
6	共同購入型クーポンサイトの利用を考えているけど…
7	ネットショップを利用し、代金は前払いしたが、商品が届かず連絡もつかない
8	化粧品通販サイトに成分表示がない
	ネットオークション
9	入札する度に手数料がかかるペニーオークション
10	利用した覚えのないネットオークション出品手数料
	携帯電話・通信サービス
11	「アンインストール(削除)」と「ソフトウェア契約の終了」は別物
12	ADSL が使えなくなるって本当?
13	携帯電話契約・インターネットプロバイダーの自動更新
14	防水機能付のスマートフォンなのに、水没扱いで有償修理にされた
15	受け取れないイベントのチケット
16	通信販売サイトで商品を購入後、やたら電話勧誘が増えた
17	実の母親なのに中学生の子どもの利用明細を携帯電話会社が開示してくれない
18	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、料金プランに含まれる無料通話分の対象にならなかった
19	携帯電話の機種変更をしたら、パケット通信料が高額になった!
	土地・住宅・設備・車
20	LP ガスの料金形式がわかりづらい
21	引越し代の見積もりと現実
22	「過去に購入した原野やリゾート物件が好条件で売却できる」と勧誘されたが
23	水道に関する訪問販売や修理のトラブル
24	太陽エネルギー利用パネル(パネル)からの落雪で隣家に被害が
25	シックハウス原因物質の濃度が高いと言われた新築マイホーム
26	強引でしつこいマンションの販売勧誘、どうすればいいの?

27	入居後1年で使えなくなったディスプレイ
28	ドアのアンダーカットに足を挟んでけがをした
29	「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
30	セルフガソリンスタンドで給油中、ガソリンが溢(あふ)れた
	食品
31	食品に異物が入っていた!
32	「国産」表示の寒天、しかし原材料表示は「外国産」!?
33	芋焼酎なのに原材料に麦が含まれていた
	住居品・被服品・クリーニング
34	購入したLED電球が期待するほど明るくなかった
35	フライパンのガラス製ふたが突然破裂した!
36	電子レンジでアルミホイルを使ったら火花が発生!
37	冷蔵庫、右開きってどっち?
38	「数十秒で測れる!」というデジタル式体温計。でも、正確な体温を測るには10分程必要だった...
	金融・クレジット・電子マネー
39	「高額ポイントを付与」に引かれてクレジットカード会員になったのに...
40	解約済みのクレジットカードに請求が届いた!
41	海外で携行品の盗難に遭ったが、保険金が支払われない
42	医療保険の加入を勧められ迷っています
	旅客・運送サービス
43	LCCのメリットとデメリット
44	ICカード乗車券で取られすぎた運賃(ノーラッチルート問題)
	学習・教材・娯楽
45	感熱紙に印字された保証書では、文字が消えて保証が受けられないのでは?
	美容・衛生
46	コンタクトレンズって、医師の処方せんが必要?
47	レーシック手術って何?
48	まつ毛エクステンションで目に傷が...
	(化粧品通販サイトに成分表示がない)
49	歯科インプラント治療で思わぬ被害
50	小麦由来成分の入った化粧石けんを使ったら、アレルギー症状が出た
	強引・怪しい勧誘
51	くじ引きでウオーターサーバーが当たったが、別途水の代金が必要だった!
52	メルマガ作成のアルバイトをしたら「文章が上手だ」と褒められ、本格的に仕事をしないかと誘われた
53	「宝くじ攻略サイトに登録すると、確実に当選する」というメールが届いた
54	突然訪問した業者に「不要な貴金属を買い取る」と言われ、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分かった

55	「誤送した荷物を引き取るためお伺いしたい」という電話が…
56	「健康食品を送るために住所を確認したい」という電話があった
57	アンケートに答えただけで車が当選?
	個人情報
58	ネットの掲示板にプライバシーを侵害する情報を書き込まれた!
59	個人情報の削除手数料?
	震災関連
60	震災で行けなくなったホテルのキャンセル料