

SNSに関するトラブルと その現状

独立行政法人国民生活センター
相談情報部 情報通信チーム

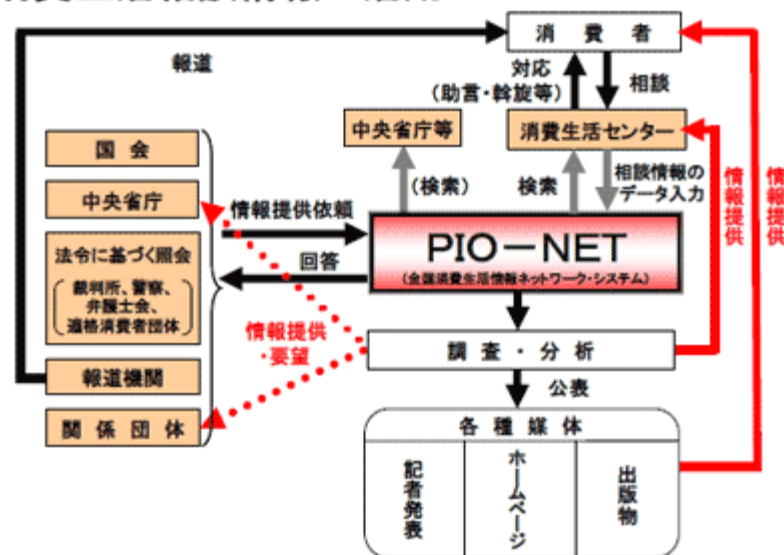
2013年9月17日

PIO-NETとは

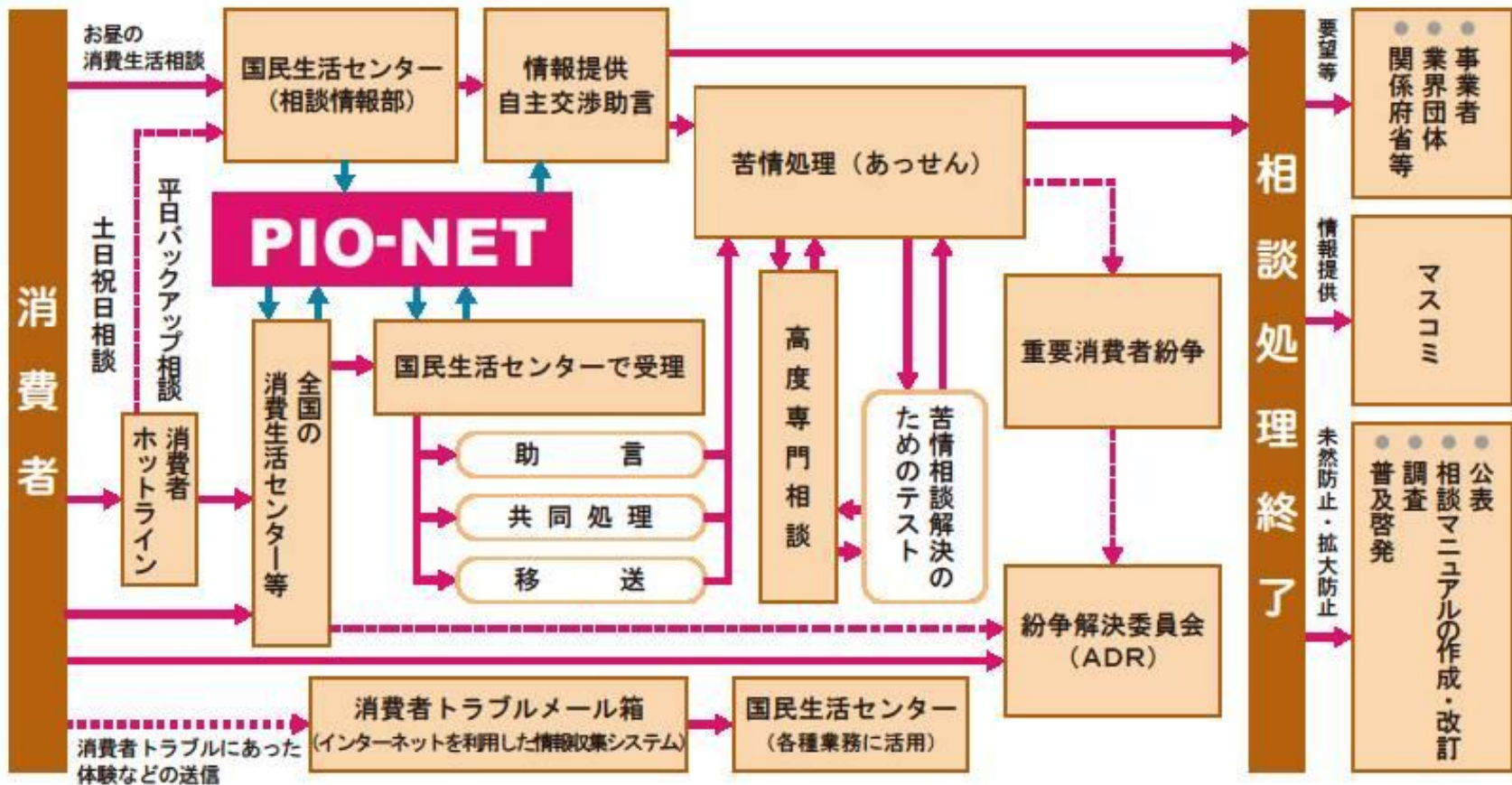
- 全国消費生活情報ネットワーク・システム
(Practical Living Information Online Network System)

- ・全国の消費生活センターの相談業務の支援
- ・消費者に対する注意喚起
- ・行政機関における消費者政策の企画立案、
法執行 など
- ・PIO-NETで収集した情報は、2012年度約85万件

消費生活相談情報の活用



国民生活センターにおける相談処理の流れ

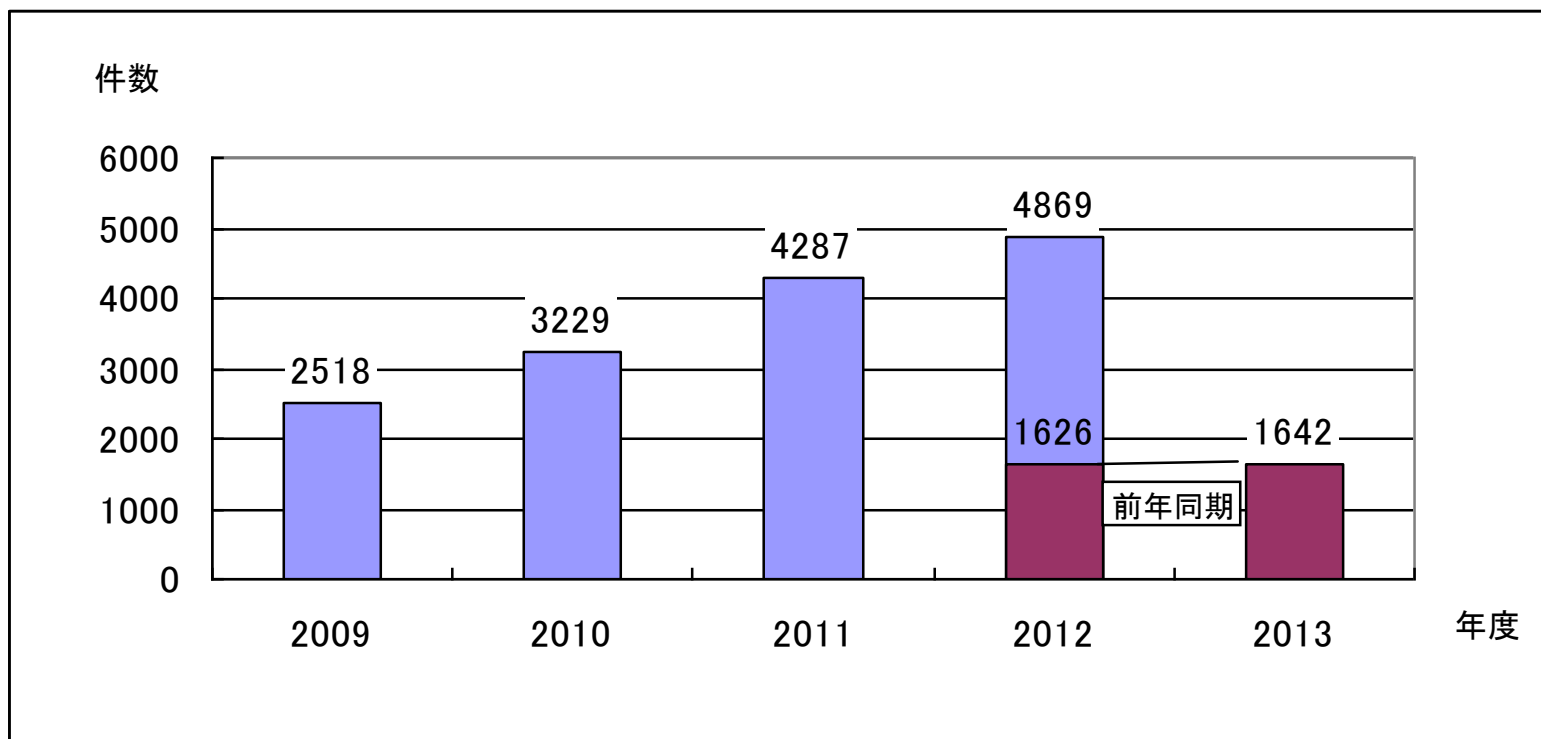


今回紹介するSNSに関する相談とは

- 本資料では、SNS＝ソーシャル・ネットワーキング・サービスとは自己のプロフィールを登録・公開することで、インターネット上において友人・知人等とつながり、交流できるウェブサイト・サービスのことを指すこととする。
- 相談件数・事例は、2013年8月31日までにPIO-NET(全国消費生活情報ネットワーク・システム)に登録されたものである。この中にはSNSそのものに関する相談だけでなく、SNSが関連し別の商品・サービスを契約したものなど、SNSに関連した相談を広く含んでいる。

SNSに関する相談件数

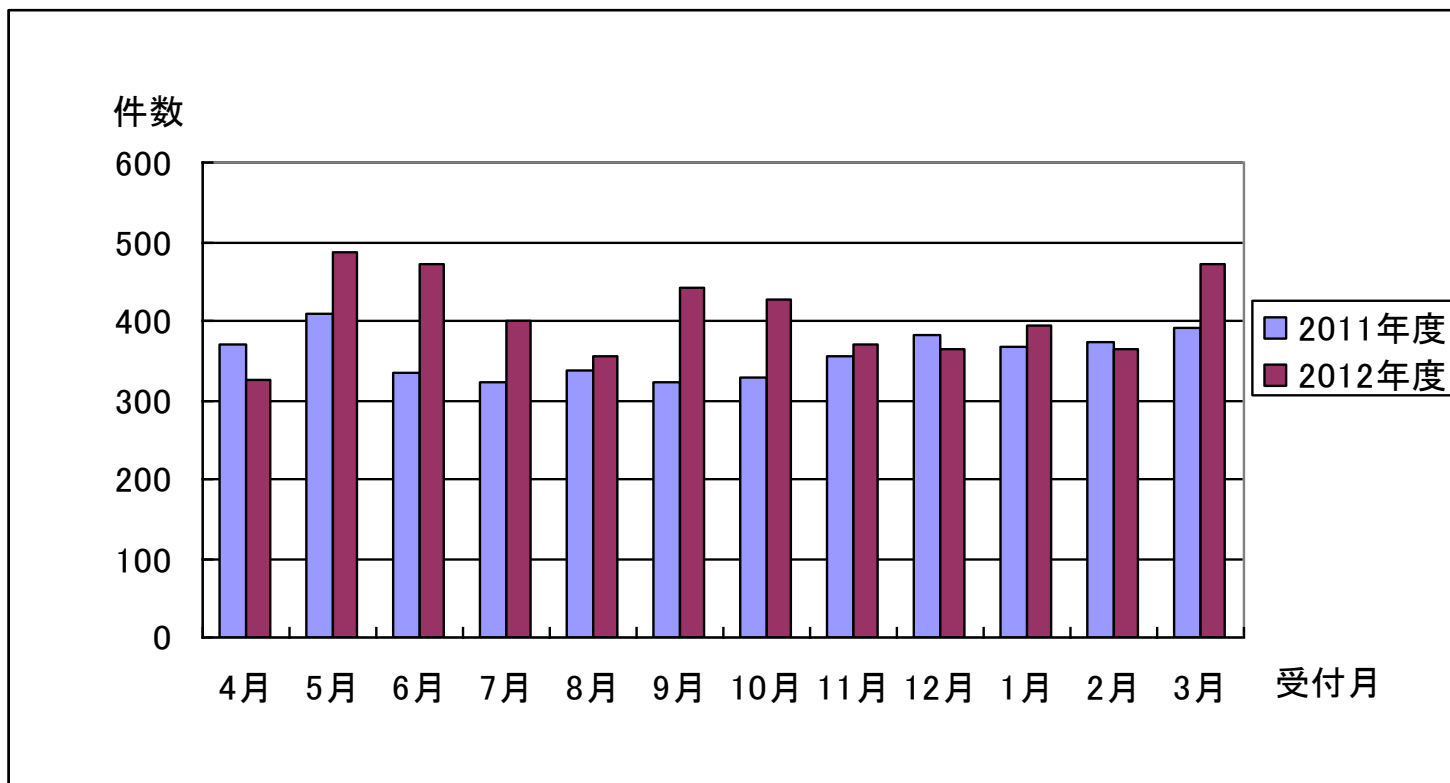
- SNSに関する年度別相談件数の推移



(2013年8月31日までの登録分)

SNSに関する相談件数

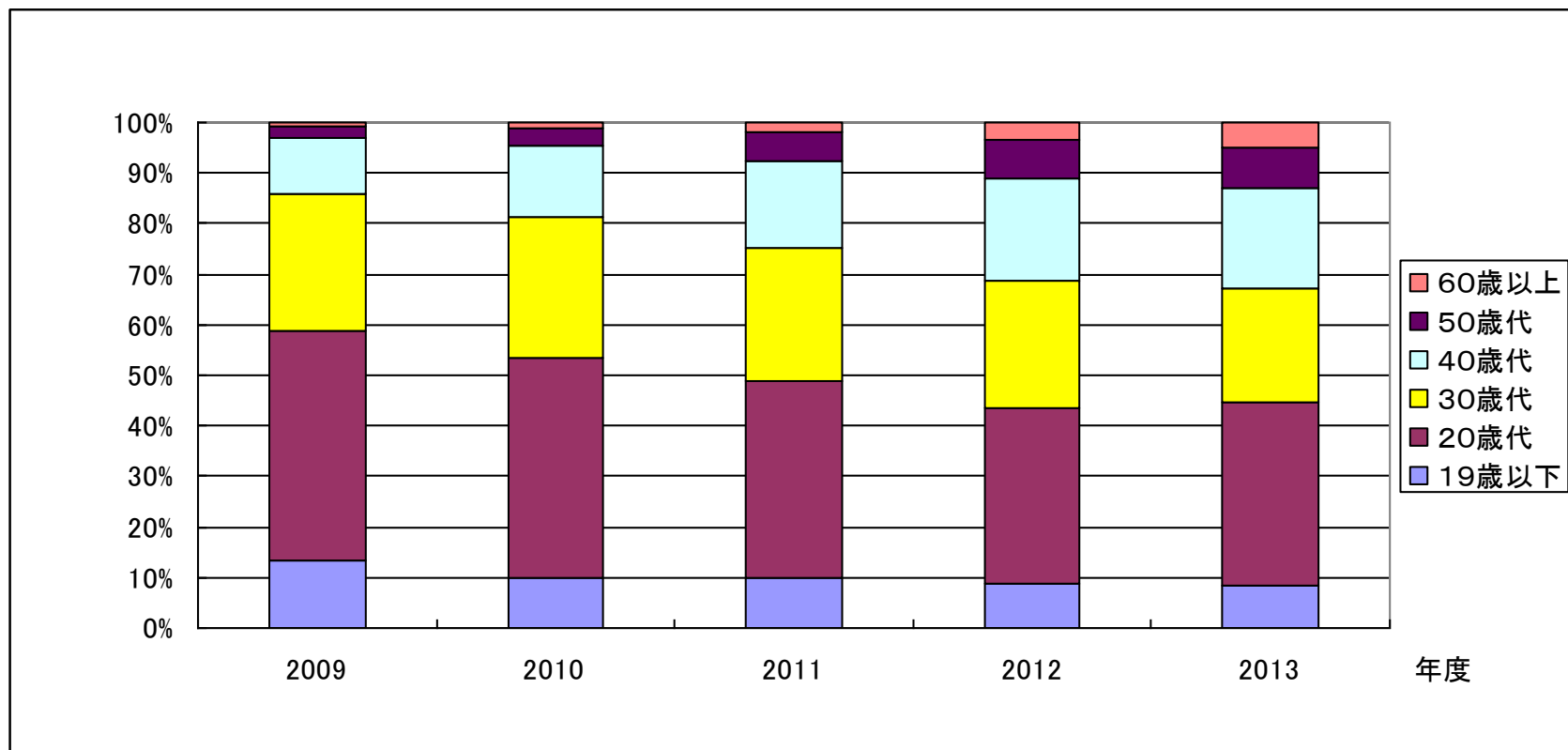
- SNSに関する相談件数の推移(月別)



(2013年8月31日までの登録分)

SNSに関する相談件数

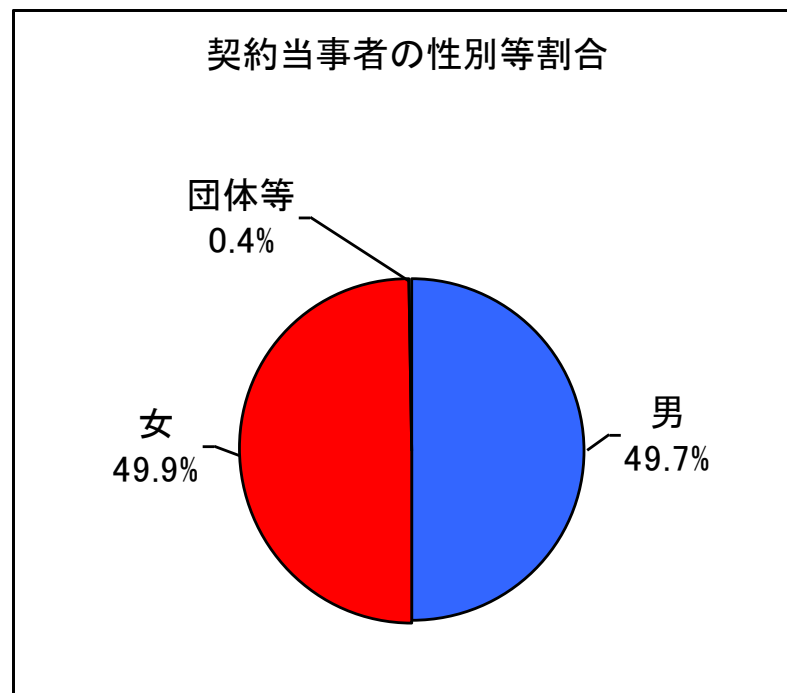
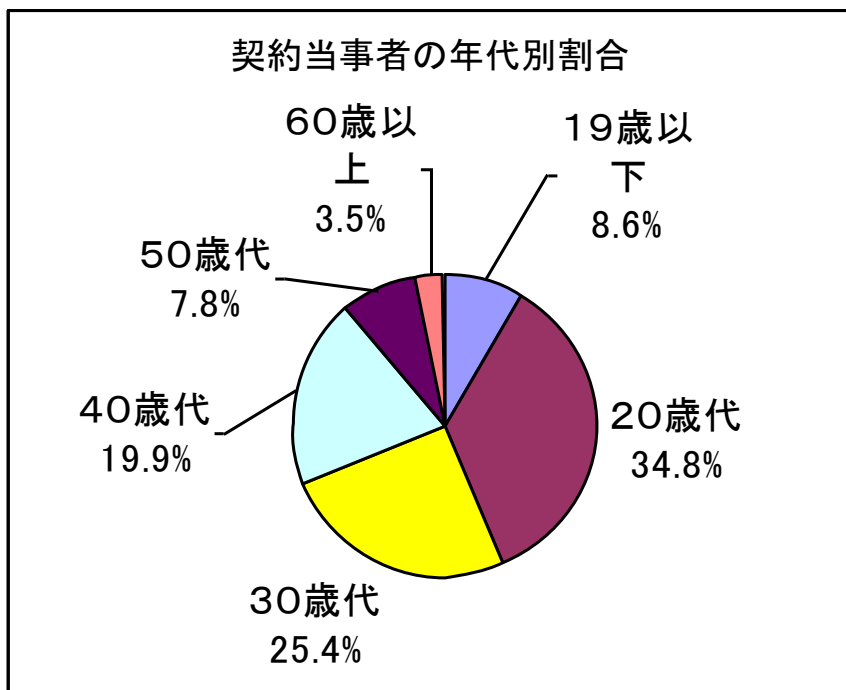
● SNSに関する相談の契約当事者年代別傾向



(2013年8月31日までの登録分。不明・無回答(未入力)を除く)

SNSに関する相談件数

● SNSに関する相談の傾向(2012年度)



(2013年8月31日までの登録分。不明・無回答(未入力)を除く)

SNSに関する相談件数

● SNSに関する相談の商品・役務(上位10位)

順位	2011年度		2012年度		2013年度	
		件数		件数		件数
1	出会い系サイト	1827	出会い系サイト	1359	出会い系サイト	442
2	他のデジタルコンテンツ	646	他のデジタルコンテンツ	1010	他のデジタルコンテンツ	291
3	オンラインゲーム	280	オンラインゲーム	471	オンラインゲーム	86
4	デジタルコンテンツ全般	190	デジタルコンテンツ全般	311	デジタルコンテンツ全般	72
5	アダルト情報サイト	169	パソコンソフト	164	パソコンソフト	69
6	コンサート	139	コンサート	147	コンサート	46
7	パソコンソフト	126	アダルト情報サイト	98	化粧クリーム	46
8	他の内職・副業	40	相談その他	76	アダルト情報サイト	43
9	ネックレス	38	化粧クリーム	72	相談その他	36
10	デジタルディスクソフト	36	他の教室・講座	64	商品一般	28
					他の教室・講座	28

(2013年8月31日までの登録分)

他のデジタルコンテンツ : SNSサイト、懸賞サイトや占いサイトなど

デジタルコンテンツ全般 : 内容の特定できないインターネットサイト利用料など

相談その他 : インターネット上での自己の写真掲載やチェーンメールなど

他の内職・副業 : ドロップ SHIPPING やアフィリエイトの内職など

他の教室・講座 : 占い教室などの資格取得等を伴わない教室や講座

商品一般 : 商品やサービスが特定できない利用料金の請求や迷惑メールなど

SNSのサイトそのものに関するトラブル

SNSに表示された広告に起因する事例

ネットでしわ取りクリームのサンプルを申込んだが、継続購入になっていた。

SNSの広告で「しわ取りクリームのサンプルが安くもらえる」とあるのを見て注文し、クレジットカードで決済した。アメリカから封筒に入ったクリームが2個送られて来た。最近クレジットカードの明細書に、注文日と別の日の利用でそれぞれ請求が上がっていた。1回しか注文していないのに2回分の注文になっており、継続購入になっていたようだ。広告や注文時の画面を残しておらず、業者のホームページも見つからない。

(相談受付年月:2013年4月、契約当事者:40歳代、女性、東京都)

SNSのサイトそのものに関するトラブル

SNSにおける個人情報に関する事例

携帯電話に友人からSNSの招待メールが送られてきたので深く考えずに登録した。友人に迷惑がかかることはあるだろうか。

友人からの招待メールが届いた後、SNSに登録し「友達の招待」などをクリックしたが、自分も友人に同様の招待メールを送ってしまったのではないかと心配だ。私宛に招待メールを出した友人もつい最近このサービスを使い始めたばかりで、私に招待メールを出した覚えはないと言う。うっかり登録をしたせいで、他の多くの友人に迷惑をかけることになるのではないかと気が気ではない。

(相談受付年月:2012年10月、契約当事者:30歳代、女性、広島県)

→スマートフォン等で当該SNSサイトに登録する場合、その端末に登録している電話帳内の情報をSNSサイトと共有することができる。本事例は、友人が登録時、サイトと情報を共有することを了承した上で、さらに共有したデータを元に勧誘のメールを送ることを承諾していると予想されるが、利用者である友人はその認識が全く無かった。

SNSがきっかけとなっているトラブル

出会い系サイトへの誘導の事例

スマートフォンでSNSを通じて友人になった人のブログから出会い系サイトに誘導された。

SNS上で「友達になりましょう」とメールが来たので承認した。「ブログをやっているのでみてください」とその人からメールが来た。ブログだと思って入ったところ、「ご登録ありがとうございます。ニックネームを入れてください」というので入力した。メールを2～3通やりとりし、「時間があったら会いましょう」という返信でおかしいと思い確認すると、出会い系サイトに登録してしまったことがわかった。(相談受付年月:2013年7月、契約当事者:30歳代、女性、茨城県)

SNSがきっかけとなっているトラブル

マルチ商法の勧誘に用いられている事例

知り合いがSNSのサイトで知り合った人に誘われて、競馬予想ソフトを買ってしまった。

知り合いにパソコンを買いたいと相談されたので理由を聞いてみたところ、SNSのサイトで知り合った友人に誘われて80万円の競馬予想ソフトを買ったとのことだった。資産運用の話がされたようで、消費者金融から借金して購入したらしい。クーリング・オフできる説明がされたようだが、8日間過ぎてしまっている。本人はこれまで全く競馬をしたことはない。

(相談受付年月:2013年4月、契約当事者:20歳代、女性、東京都)

SNSがきっかけとなっているトラブル

個人間取引に誘導された事例

SNSサイトでコンサートチケットを譲ると言う人とやりとりし料金を振り込んだが、チケットが届かず連絡がとれない。

SNSサイトの掲示板で「譲ります」と記載があったので、メッセージをやりとりし、直接メールアドレス交換した。振込先を教えられチケット2枚分の代金を支払った。チケットが届いておらず、メールを送ったが、相手がメールアドレスを変更したらしく、連絡が取れなくなった。

(相談受付年月:2013年6月、契約当事者:20歳代、女性、愛媛県)

トラブルからみる特徴

1. SNSのサイトのそのものに関するトラブル

- ① SNSサイト内に表示される広告は、利用者の個人情報や書き込み情報を活用した“ターゲティング広告”の場合もある。この場合、利用者の属性や興味に合わせた広告が表示されるため、消費者はSNSに表示される広告の文言を最も印象深く覚えている。また、トラブル後に、消費者が再度広告を確認したいと思っても、トラブルのきっかけとなった広告を確認し、そこからどのように商品・サービスを販売しているサイトに行き、購入したのか等を再現することが非常に難しく、トラブルの救済、拡大防止の取り組みが困難となる。
- ② 利用者自身の個人情報をはじめ、利用者がスマートフォン等に登録している情報等の利用の範囲や方法について、サイト内には記載がされてるようであるが、消費者には十分伝わっていない事が多い。

2. SNSがきっかけとなっているトラブル

- ① SNSサイトに書き込んだ情報や、SNS内でのやり取りを踏まえて勧誘されることで、消費者は相手を信用しやすい。
- ② 実際にトラブルとなる商品やサービスの契約は、SNSサイトでなく、別のサイトやリアルに会う等して締結している。しかし、トラブルに巻き込まれた消費者に大きな影響を与えているのは、SNSサイトで行った相手とのやり取りであることが多い。

トラブルからみる課題

1. 広告審査の強化とSNSサイトにおける安心・安全な環境の整備
2. 利用者がスマートフォンに登録している情報等の利用方法、利用範囲に関する周知の徹底
3. 消費者トラブルの実態把握と注意喚起
→各地消費生活センターおよび国民生活センターとの連携