

第30回インターネット消費者取引連絡会
(テーマ:ロコミサイト・
インフルエンサーマーケティング)
国民生活センター 報告資料

平成30年9月19日
独立行政法人国民生活センター
相談情報部

※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。

- ①消費者が口コミやインフルエンサーの宣伝を契機に商品やサービス（以下、商品等）に係る契約を結んだが、口コミや宣伝の内容と違った
- ②消費者が商品等に係る契約を結んだ後に、口コミで契約の相手方が問題のある事業者であることが分かった
- ③消費者自らがインフルエンサーとなって宣伝することで利益を得ようとして、事業者と商品等に係る契約を結んだが、利益にならなかった
- ④口コミサイトに掲載されている内容に誤りがある

①消費者が口コミやインフルエンサーの宣伝を契機に商品等に係る契約を結んだが、口コミや宣伝の内容と違った

【事例1】

スマートフォンで痩身効果に関する口コミを読んでいたところ、500円でサプリメントの「お試し」ができること知り、リンク先の商品紹介ページにアクセスし申し込んだ。

商品が届き同梱書面を確認すると、定期購入だと分かった。購入時、定期購入という表示はなかったと思う。また、商品を何回か食べたが、痩身効果は感じられなかった。2回目以降の定期購入を解約したい。

【事例2】

インターネットで副業サイトを検索したところ、動画の広告で、誰でも簡単に儲けられると説明されている情報商材を見つけた。口コミも良かったので1万8,000円で購入した。

ところが、動画の広告や口コミでは簡単に稼げるような記載があったにもかかわらず、実際には簡単に稼ぐことができない内容であった。解約し返金して欲しい。

相談事例

①消費者が口コミやインフルエンサーの宣伝を契機に商品等に係る契約を結んだが、口コミや宣伝の内容と違った

【事例3】

インターネット通販でワンピースをクレジットカード決済で購入した。定価約1万円のところタイムセールで約4,000円だった。後日商品が届いたが、商品購入ページの掲載写真と違い素材の悪い粗悪品だった。サイト内の口コミには良いことしか記載されていないが、インターネットで検索すると「商品が粗悪品だ」「詐欺だ」という情報が多数あった。返品したいと申し出たところ、返品手数料として500円支払うよう言われたが、支払いたくない。

②消費者が商品等に係る契約を結んだ後に、口コミで契約の相手方が問題のある事業者であることが分かった

【事例4】

インターネットで靴を探していたところ、通常価格の半額で販売するサイトを見つけ、クレジットカード決済で注文した。サイトには商品は注文後1週間以内に届く旨や商品発送時に宅配業者の追跡番号がメールで届く旨が記載されていたが、1週間経っても商品は届かず追跡番号のメールも届かない。

サイトの口コミをインターネットで調べると、詐欺サイトであるとの口コミを見つけた。販売店に伝えた個人情報不正使用されないか心配だ。

③消費者自らがインフルエンサーとなって宣伝することで利益を得ようとして、事業者と商品等に係る契約を結んだが、利益にならなかった

【事例5】

商品等を試してお小遣いを稼ぐアルバイトサイトをインターネットで見つけ、無料登録した。サイト内の商品等から自由に購入し、SNSに商品等の感想のコメントとサイトURLを投稿し、サイト運営会社(以下、運営会社)から商品等の代金と報酬を得る仕組みだった。

複数の商品を合計約5,000円で購入し、商品使用後にSNSに感想を投稿して運営会社から報酬が支払われた。ところが、後日運営会社より、一部商品の提供店舗から報酬支払いが否認されたため報酬約900円の返金を求める連絡があった。報酬が受け取れないと商品を購入しただけになってしまう。

【事例6】

インターネットで見つけた芸能プロダクションのオーディションを受け合格した。その後の説明では、インフルエンサーとしてSNSのフォロワーを増やし芸能活動に繋げるためコンサルティングを受ける必要があり、費用は事務手数料等含め合計50万円以上とのことであった。20万円を現金で支払い、残金は今後の仕事の報酬から支払うことで契約した。

コンサルティングを何度か受けたが特段有益な内容ではなく、3カ月受講すればフォロワーが1万人になるとも言われていたが、そのようにもならなかった。芸能プロダクションからは「コンサルティングの内容を守っていない」等と言われた。芸能プロダクションから未払い金の支払いを求められたが、仕事の報酬がないので支払えない。

④ 口コミサイトに掲載されている内容に誤りがある

【事例7】

口コミサイトで見つけた飲食店で食事をした。クレジットカード(以下、カード)の利用が可能との口コミサイト上の記載を見て、カードで支払いたいと伝えたところ、飲食店から「ランチはカードを利用できない。現金がなければ近くのATMで引き出して支払って欲しい」と言われた。口コミサイトを見せて交渉したが、「口コミサイトが勝手に情報を掲載しているだけでこちらは関与していない。代金に2%上乗せすればカードを利用させてやる」等と高飛車な態度をとられた。

【事例8】

口コミサイトに自営している飲食店の情報が掲載されている。営業日、メニュー、価格について掲載情報に誤りがある。他店舗の情報が混在している状況もある。口コミサイト運営会社に連絡し、飲食店の情報全部を削除して欲しいと申し出たが、「情報全部を削除することはできない。誤情報は削除できる」と言われた。誤りを指摘するのは面倒だし、インターネットに情報を掲載する必要がないので、情報全部を削除して欲しい。

(飲食店業者からの相談)

①消費者が口コミやインフルエンサーの宣伝を契機に商品等に係る契約を結んだが、
口コミや宣伝の内容と違った

- 口コミを投稿している者は匿名性が高く、消費者は投稿内容に根拠があるのか否かを口コミだけで判断することが難しい。インフルエンサーマーケティングについても、商品等の宣伝の意図があるのか否かを消費者は判断することが難しい
- 消費者が商品やサービスに係る契約を結ぶ際、口コミやSNS等の情報が強く印象に残り、事業者が作成している商品購入ページの記載内容を十分確認していないケースがある

②消費者が商品等に係る契約を結んだ後に、口コミで契約の相手方が問題のある事業者であることが分かった

- 商品購入ページの口コミやレビューには良い評価のみが掲載されていても、改めてインターネットで情報収集すると悪い評価が多数掲載されているケースがある

相談事例からみる問題点等

③消費者自らがインフルエンサーとなって宣伝することで利益を得ようとして、事業者と商品等に係る契約を結んだが、利益にならなかった

- 口コミ投稿による副業やインフルエンサーとしての活動について、事業者からの説明と実態が異なっている

④口コミサイトに掲載されている内容に誤りがある

- 口コミの内容に誤りがあったり、口コミサイトに当事者の許可なく情報が掲載されていても、修正や削除が難しい場合がある