

「デジタル社会における消費生活相談の現状と課題」

～安全な消費取引ができるデジタル社会作りのために～



公益社団法人・適格消費者団体

全国消費生活相談員協会

九州支部長 理事 川野 玲子・北海道支部長 理事 細谷佳世美

消費者被害の救済を図り、
消費者被害の未然防止、
拡大防止のために活動しています。

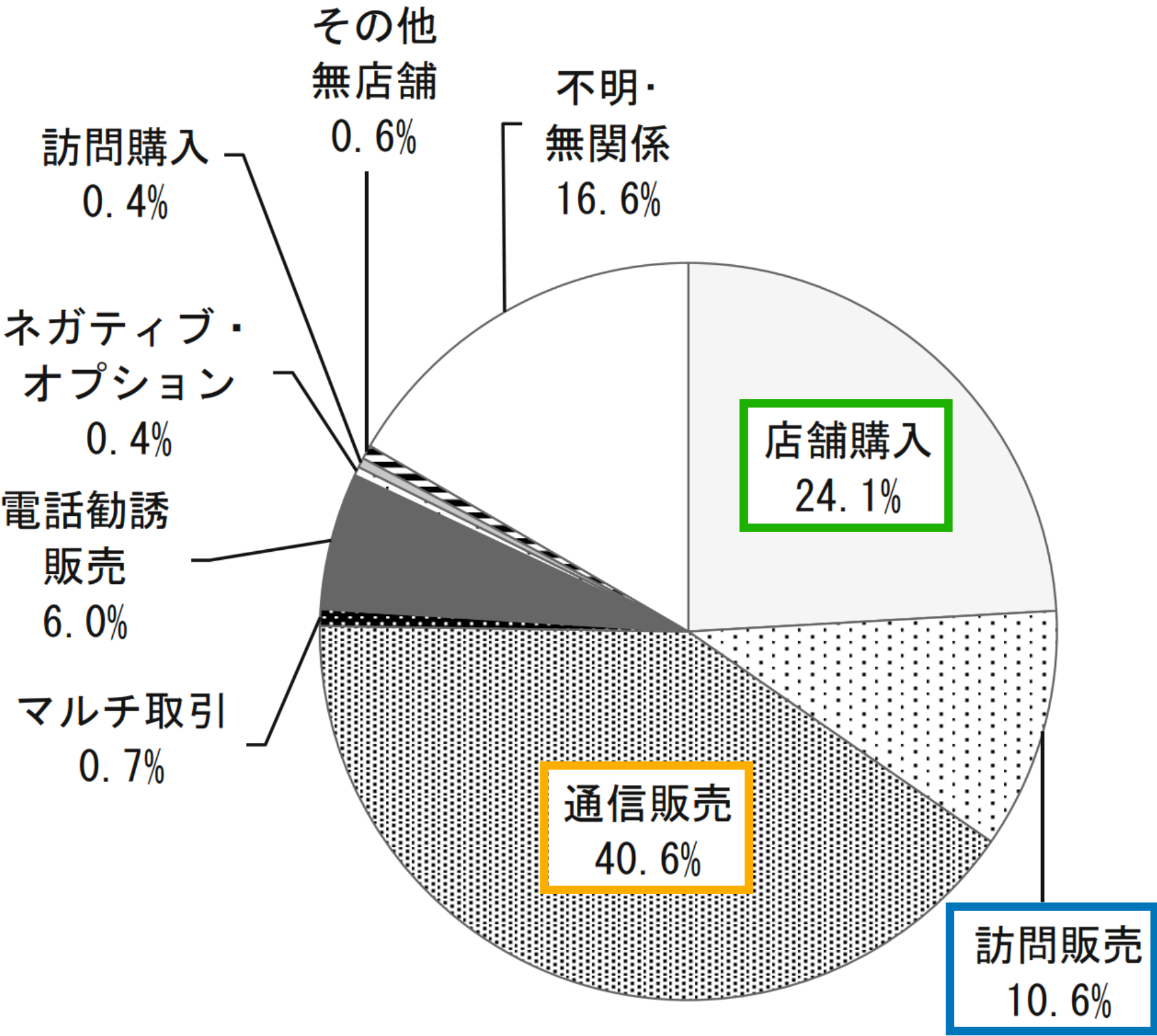
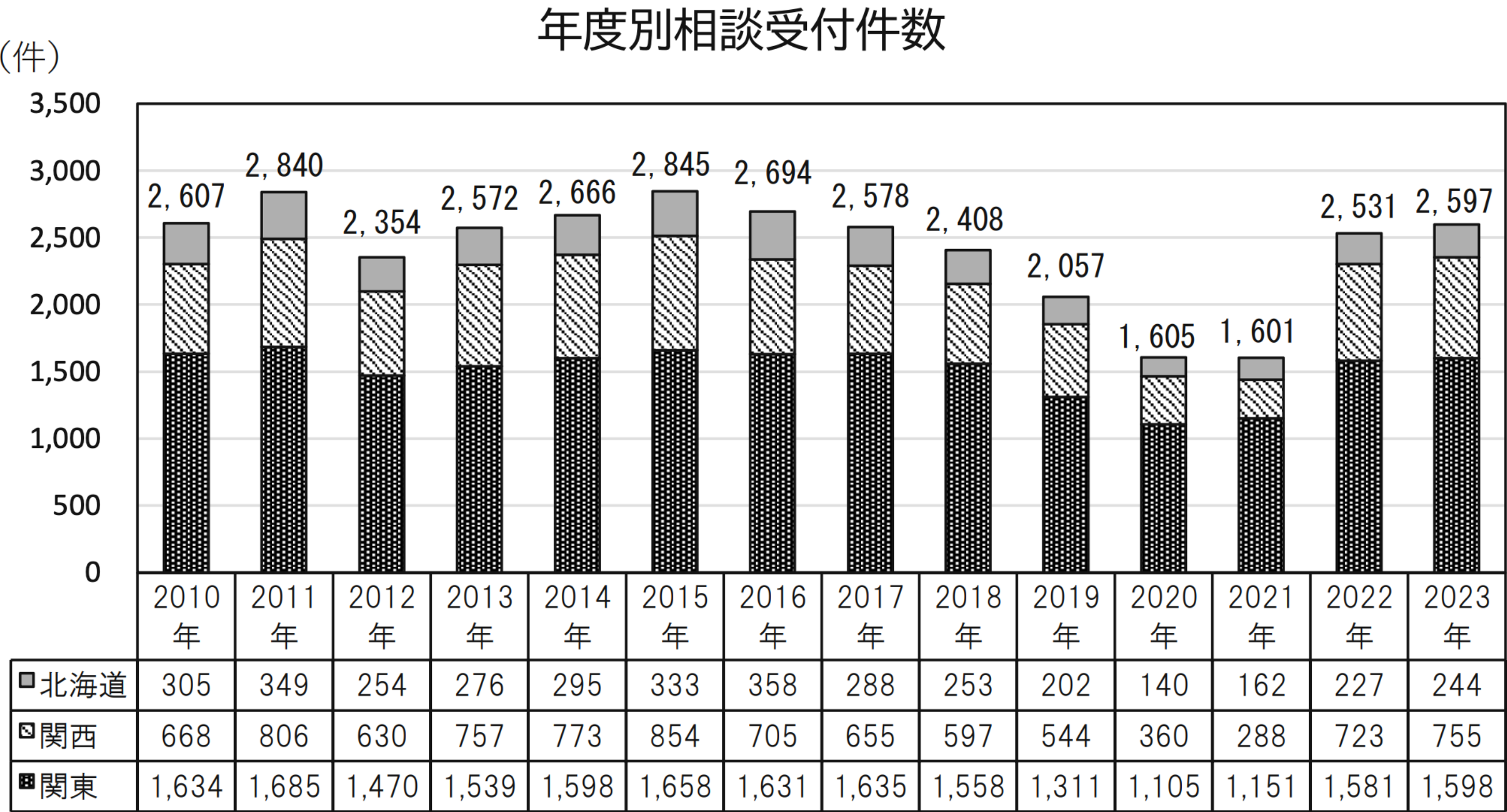


- 地方自治体の消費生活窓口で、**相談業務や啓発業務**などを担っている**消費生活相談員**が主な構成員です
- 全国6支部（北海道 東北 関東 中部 関西 九州）**約1500名が多方面で活動**しています
- 2007年11月に内閣総理大臣より「**適格消費者団体**」に認定されました

全相協・週末電話相談

土日の消費者相談窓口として広く利用されている（約2500件/年）

購入形態の割合は通信販売が最多



電話相談110番（毎年秋実施）

- 2022年
- 2023年
- 2024年
- 「その『広告』気になりませんか？」
- 「デジタル勧誘 SNSやチャットの相手は信用できる？」
- 「健康食品 うそほんと？～広告どおりでしたか？～」

相談事例・定期購入トラブル

【相談概要】

初回限りだと思って500円で痩身効果のあるサプリを注文したら定期購入だった。解約したい。

【相談内容】

SNSで痩身効果のあるサプリが500円という広告を見て、コンビニ後払いで注文した。注文操作はチャット形式で必要な事項だけ入力して完了した。初回商品が届き1粒服用したところ、体が痒い、腹痛などの症状が出た。受診したところ、原因は不明だがサプリの服用はやめるよう言われた。返金保証があったので、それを受けようと思い昨日販売会社に連絡をしたら、最低4回購入が条件になっているのでやめられないと言われ、最終確認画面のURLが送られてきた。そこには4回購入が条件と記載されていた。申込直後に「今なら2個」という表示が出てそちらを選んだ記憶はあるが、定期購入だとわからなかったなので、納得できない。

定期購入トラブルの相談対応での問題点

聞き取りから助言まで



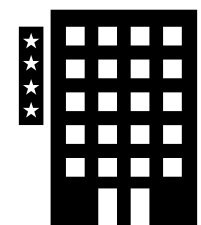
- 1.高齢者に限らず消費者自身が相談内容を正確に相談員に伝えられない場合も多く、聞き取りに時間がかかる
- 2.相談者が閲覧したSNS広告は再現が難しい場合が多い（時間限定広告、スマホ限定広告）
- 3.相談者に画面等の問題点を伝え自主交渉を勧める。解決しない場合は再相談を促す

相談者・自主交渉



- 4.広告や申込時のスクリーンショットを残している相談者はまれであり、問題点の確認ができない

相談員・あっせん



- 5.相談者のスマホで契約時の最終確認画面、アップセル画面確認が困難
- 6.経緯書作成支援は、広告やSNSチャットの画面など関連資料が多く時間がかかる
- 7.わかりやすさに配慮せず表示があれば問題ないと主張する事業者。回数を重ね交渉するも平行線
- 8.最終確認画面のURLを送ってくれない等、あっせんに非協力的な事業者多数
- 9.後払い決済事業者にサイトの問題点を伝えても、決済に関わっているだけで契約に関して、何等責任はないとの対応になる。
- 10.カスタマー窓口は、マニュアル対応で話し合いにならない。担当者が対応しないサイト多数

相談事例・副業サポート

【相談概要】

「副業」で検索した業者とSNSで話し、SNSの通話で副業の説明を受け契約。業者の指示に従い、消費者金融から借入して暗号資産に換えて送金後、連絡不能。詐欺だと思う、返金希望

【相談内容】

2週間前「副業」とネット検索し、「スマホで簡単に副収入」という業者のSNSに登録。SNSグループに入ると皆が「短期間に高報酬を得た」と成功体験をコメントしていて信じた。業者から説明したいと言われ、SNSの電話ツールで話した。「商品などにスタンプを押したり、メッセージを入れると報酬が得られる」と画面共有して説明を受けた。

「副業サポート料金は70万円」と言われたが「高額で払えない」と伝えると「貸金業者から借りても、すぐに元は取れる」と言われた。遠隔操作アプリで業者の指示に従い、貸金業者のサイトで3社から合計70万円借り、暗号資産業者2社に送金して暗号資産に換え、指定されたURLに送金した。数日後、業者と連絡が取れなくなった。副業による報酬は無く、詐欺だと思う。返金してほしい。

副業トラブルの相談対応での問題点

聞き取りから助言まで



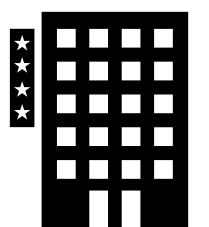
- 1.SNSチャットグループで、必ず稼げるとマインドコントロールされる
- 2.遠隔操作アプリで指示されて、借金を同日に複数契約。本人が借金の自覚ない場合もある

相談者・自主交渉



- 3.クーリング・オフ、解約や返金を申し出ても応じられない
- 4.相手がアカウントのみ。本人所在不明、連絡不能となること多数

相談員・あっせん



- 5.SNSからオンライン会話システムに移行するため会話履歴なし、水掛け論になる。
- 6.若者中心に経緯書を書けない相談者が多い。あっせん中に相談者と連絡が取れなくなることもある
- 7.クーリング・オフに応じないなど、ルール遵守の姿勢が全くなく交渉にならない
- 8.ネットで即時複数社から借金、直接ネットバンキングなどで払うため、被害回復困難
- 9.合意しても返金が滞り解決まで時間がかかる。閉業などで返金されず連絡不能となる

相談事例・レスキューサービス

【相談概要】

夜トイレが詰まり、ネットで見つけた業者に連絡したところ通管工事他以 10 万円請求された。紹介サイトで言われた 3 割引が適用されず、請求金額に納得できない。

【相談内容】

昨夜トイレが詰まり、ネットで「トイレの詰まり240円～」と書かれた紹介サイトに電話し、業者が来た。高圧ポンプでは直らず「便器の着脱 2 万 5 千円が必要」と言われたので頼んだが、詰まりが解消されず機械式通管工事 5 万 6 千円をやって直った。「高圧ポンプ 8 千円、衛生費用 1 万円を加え、税込み 10 万 8 9 0 0 円になるが 10 万円でもいい」と言われた。申込み時にクレジットカードが使えることを確認していたので「カードで支払う」と伝えたところ「地震の影響でカードが使えないので現金で振り込んで」と言われた。「紹介サイト上で申込むと最大 3 割引と書いてあったのに割引がなかった」と紹介サイトに問い合わせたところ、工事担当者から連絡があり「請求金額が 3 割引だ」と言われたが、納得できない。

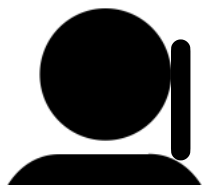
レスキューサービスの相談対応 問題点

聞き取りから助言まで



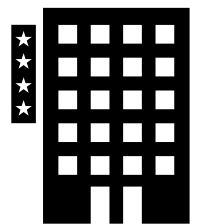
- 1.トラブル発生時にパニック状態。慌てていて記憶が曖昧な相談者が多い
2. 利用したネット広告の再現が困難、契約先の特定ができないことも多い
- 3.クーリング・オフを勧めるが、作業済みで言い難い・怖いなどの理由で躊躇する相談者多数

相談者・自主交渉



- 4.クーリング・オフを通知するが、工事事業者が法令遵守の意識が低い→クーリング・オフ妨害

相談員・あっせん



- 5.言った言わないの水掛け論になる
- 6.高圧・威嚇的な口調で話合いにならない事業者、連絡先は携帯電話だけ
- 7.ルール遵守の姿勢なく交渉にならない
- 8.紹介サイトの運営事業者に苦情を伝えるが、契約先ではないといわれ相手にされない
- 9.合意しても、返金が滞ってしまい解決まで時間がかかる、もしくは返金されない

問題点・要望

■ 勧誘・広告

- ・ 消費者の興味や関心を特定し、そこを狙った巧妙かつ攻撃的なSNS、チャット勧誘
- ・ ダークコマーシャルパターン/AI技術で消費者の認識や判断がゆがめられる
- ・ インターネット上に溢れる虚偽・誇大なネット広告への対策

■ 規制・法律

- ・ 減らない定期購入トラブル → 抜け道を作らない抜本的な規制が必要
- ・ デジタル取引に特化した法律は必要 & 現行法改正で今のトラブル減を！
- ・ 後払い決済、キャリア決済など多様化するキャッシュレス決済の消費者保護
- ・ 貸金において「収入を証する書面」提出不要の50万円以下を借りさせ、信用情報機関に反映されない間に他社から複数借入させる→若者の多重債務増加

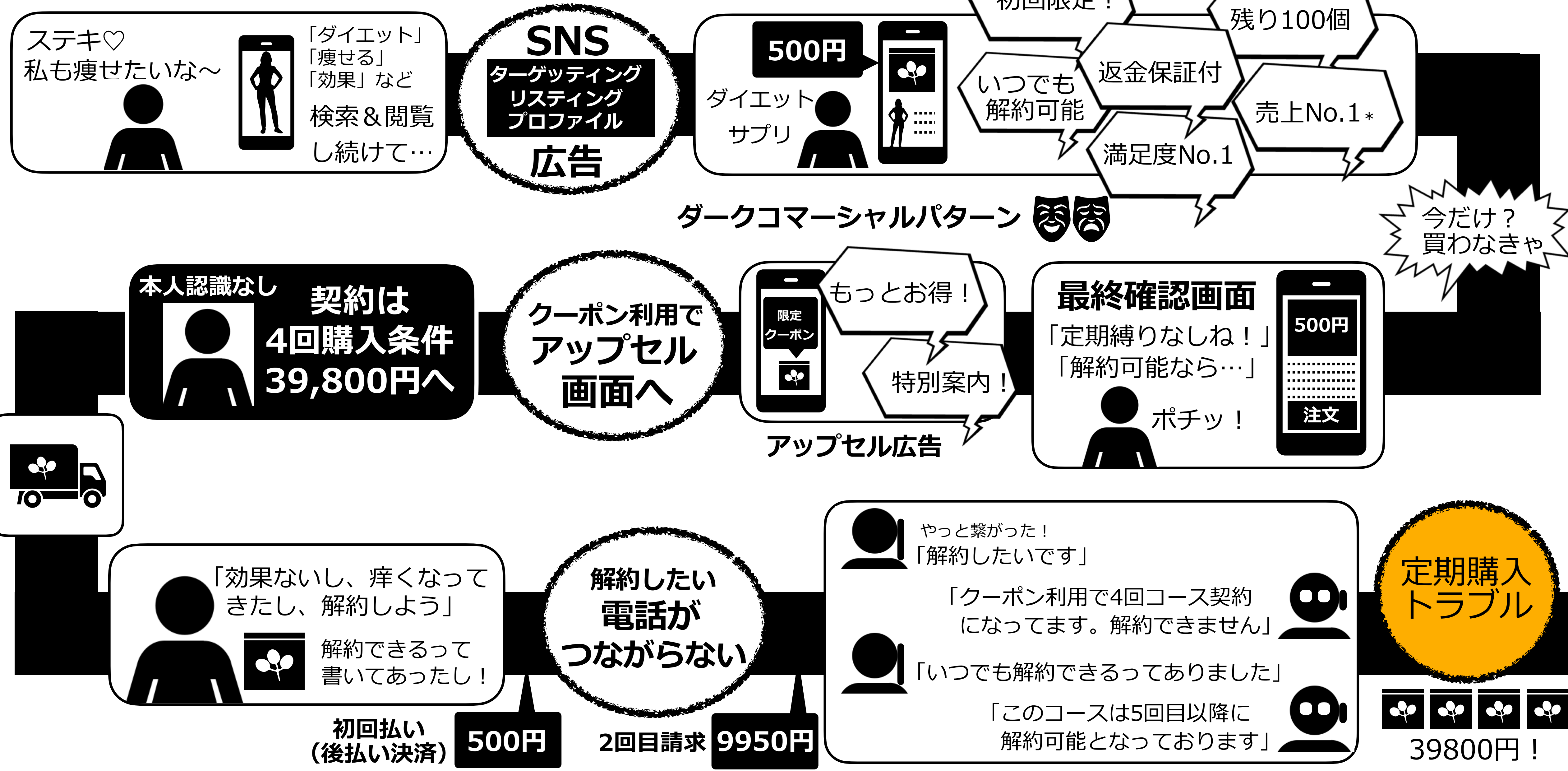
■ デジタル社会を生きる消費者支援

- ・ 消費生活相談員の業務を支援するデジタルツールの早期導入
- ・ デジタルに翻弄されている消費者 & デジタルが不得手な消費者の被害
- ・ 消費者が正しく判断できるデジタル社会の環境を作ることが先
→ 消費者保護・自立支援



資料（図解・定期購入相談対応）

全相協・週末電話相談事例をもとに相談対応を説明





+ PIO-NET入力・メモ入力

消費生活センター相談員のやっていること

助言
(主に電話)

1.広告閲覧から現在の状況を聞き取る（参照・前ページ）… SNS事業者名、閲覧コンテンツ、決済、商品状態、体調など
* 高齢者に限らず、消費者自身が正確に相談員に伝えられない場合も多く、聞き取りに時間がかかる

2.販売サイト・事業者の確認、閲覧広告の確認、最終確認画面の確認… 景表法、特商法に基づく表記、表現を確認
* 相談者が閲覧したSNS広告は再現が難しい場合が多い（時間限定広告、スマホ限定広告、事業者の消費者センター対策）

3.相談者に画面等の問題点を伝え自主交渉を勧める。解決しない場合は再相談を促す…PIO-NET情報で類似事案を参照
* スマホのやり取り、時系列ベースの証拠の保存、証拠を事業者へ提示すること、センターに相談済みとサイトに知らせる

**相談者
自主交渉**

販売サイトのコールセンター「最終確認画面に記載がありますので解約できません」
…マニュアル対応・サイトと別事業者 *スクリーンショットがある場合は僅かであり、自主交渉で解決困難

あっせん
(相談者・面談)
(事業者・電話)

1.相談者が来室。スマホ内の閲覧広告を確認、購入経緯を画面で確認…不明な場合、閲覧履歴から探す。法的問題点を探す。
* 各SNS、DPFによって広告閲覧履歴確認方法が違っている。時間経過、履歴削除により確認できない場合多い。

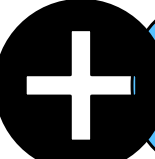
2.相談者が事業者に送る経緯書（解約申し出書）の作成を支援…広告画面、最終確認画面、チャット画面等を印刷し添付
* ランディングページから長尺広告、チャットやり取り、電話対応の内容まで含めると大量の資料となる。

3.事業者にあっせん開始を伝えるが…事業者のコールセンターでは消費生活センター対応もマニュアル化している。
* 相談員から、問題点を指摘するが話し合いにならない。事業者の担当者が対応に出てくる場合は、話し合い開始。
* なお、事業者に消費生活センター専用電話がない場合、電話が繋がるまで非常に時間がかかる（ナビダイヤル料金負担大）

4.事業者の担当者とのあっせん交渉開始…経緯書、資料をベースに話し合うことになる。

消費生活センター相談員のやっていること

困っていることを中心に



PIO-NET入力・メモ入力

あっせん
(相談者・面談)
(事業者・電話)



相談者



消費生活相談員

特
商
法
関
連

- ・クーポン利用後の最終確認画面を要求
- ・小さい文字、スクロール枠内表示は誤認誘発
- ・電話が繋がらない
- ・解約がすぐにできるとの表示は嘘では？
- ・誤認したとの主張なので取り消したい

景
表
法
関
連

- ・SNSの広告でのNo. 1 表示など裏付けあるか？
- ・あたかも誰もが痩せるという印象
- ・医師や論文、口コミ情報の真偽は？
- ・打消し表示が小さすぎる

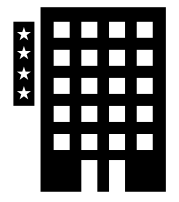
そ
の
他

- ・利用すると肌が痒くなり長期使えない
- ・違約金高額だ。消費者契約法9条は？
- ・転売防止を消費者が負担するのか
- ・相談者は困窮しており困っている

決
済

- 支払いについて
- ・加盟時の審査は？ 広告・購入画面に問題がある

何
度
も
電
話
で
話
し
合
い
・
問
題
を
指
摘
す
る

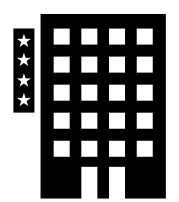


事業者

- ・最終確認画面の表示に問題なく、規約に合意済み
- ・最終確認画面は記載事項があれば問題なしとの主張
- ・スマホ画面を拡大しなかったのか？
- ・混雑してない時間帯ある。相談者から着信歴なし
- ・弁護士が監修している画面だ。誤認したという証拠は？

- ・事業者に依頼して調査した結果の表示だ
- ・個人差があると表示している
- ・色んなところに広告を出しており、勝手にやられた
- ・打消し表示の大きさは決められてない

- ・医師の診断書を出せ
- ・違約金を請求する
- ・初回でやめてフリマで売られる、転売防止のため
- ・この相談者を特別扱いできない・消費者の自己責任だ



後払い決済事業者

- ・加盟時に審査済み・購入契約について何もできない



後払い決済協会



経済産業省・特商法



国民生活センター専門相談

公的機関や事業者
団体に情報提供や
助言を求めているが
定期購入の場合、
効果は限定的

あっせん解決

消費生活センターが間に入ったことにより、初回解約や違約金で解約に応じる。センター対応もコストとして見ている

あっせん不調

他の解決方法としてADRなどを案内するが、払って早く終わりたいと言う相談者多数。払わずに様子を見る相談者もいる

PIO-NETは様々な
経緯を記録した
相談の集積です