

平成 29 年 11 月 6 日

内閣府消費者委員会事務局 御中

「消費者基本計画工程表」への意見公益社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会
消費者提言特別委員会

〒150-0002

東京都渋谷区渋谷 1 丁目 17 番 14 号全国婦人会館 2 階

電話：03-6434-1125

FAX：03-6434-1161

E mail：nacs-teigen@nacs.or.jp**1. 消費者の安全の確保**

子供の不慮の事故を防止するための取り組み

子供の事故防止に対しては、重大事故の検証、意識調査の実施、関係省庁連絡会議の開催などの事項があげられています。しかしその結果を踏まえた情報提供がそれを必要としている親などに注意喚起されているかは疑問です。

「子ども安全メール from 消費者庁」配信サービスに関しては、登録件数が微増、かつ、子供を持つ世帯に対する比率はかなり少ないものと思われます。パブリックコメントでは具体的な広報の方法として、地方自治体経由で幼稚園児・保育園児の保護者会や園だよりなどの活用、未就園児には子育てサロン、子育てサークルや、子供たちを見守る民生委員・児童委員等も広報の対象に加え、地域住民にも啓発を兼ねて広報する必要性をあげました。有益な情報が、それを必要としている人々に届くように広報活動を強化する必要があります。

危険ドラッグの対策の推進

第 4 次薬物乱用防止 5 か年計画が本年度で最終年度を迎え、各省庁が横断的に連携し、危険ドラッグの取り締まりに取り組み、その中で消費者庁は特定商取引法に基づき、危険ドラッグの通信販売サイトに対する表示の是正要求等を行ったことは、評価に値すると思われます。第 5 次薬物乱用防止 5 か年計画においても、引き続き厳しい監視体制を行うようお願いいたします。

事故情報の収集、公表及び注意喚起

事故情報の収集、公表及び注意喚起についても、収集した件数に比べて注意喚起のための消費者への情報発信の件数が少ないのではと思います。

29 年以降では商業施設の事故防止策のさらなる検討とありますが、KPI では事故情報報告件数、並びに事故情報登録件数はかなり多くなっています。それに対し、商業施設に関する消費者への情報発信件数は極めて少ない状況です。事故情報の公表、並びに注意喚起の強化をお願いします。

国民生活センターにおける商品テストの実施

「消費者行政未来創造オフィス」による「徳島県を実証フィールドとした先駆的な商品テストのプロジェクトの実施」については概要を明確にして下さい。従来の国民生活センターの商品テストでも、商品テストの結果をもとに、事業者には商品仕様の改善要求を、消費者には誤使用防止などの注意喚起を行ってきました。先駆的な商品テストと従来の商品テストとの違いを明確にさせていただきたいと思えます。

2. 表示の充実と信頼の確保

新たな食品表示制度（食品の機能性等を表示する制度を含む）の円滑な施行等機能性表示食品制度は、言葉自体も複雑で、消費者庁のお墨付きであるかのように受け取られ、消費者がその効果・効能を正しく理解して選択しているかは疑問です。

其々の制度の課題を明確にし、抜本的改正をする時期にきていると思えます。

3. 適正な取引の実現

仮想通貨と法定通貨の交換業者に対する規制の整備

今後起こりうるリスクを踏まえて法整備に取り組み、消費者保護の視点も導入されていることは評価されます。今後は、登録事業者の法令順守の確認、事業者のやり得を許さない体制を構築する必要があります。まだ多くの消費者はこの新たなサービスを理解していないのが現実と思われるので、このサービスが健全に育つためにも、消費者への周知徹底をお願い致します。

4. その他

成年年齢引き下げに対する対応

成年年齢引き下げに向けた動きがある中で、新たに成人となる者への消費者被害の防止策や救済策の作成が急務です。高校生向けに作成した教材を効果的に活用（アクティブ・ラーニングの視点からの手法等も検討）と工程表には記されていますが、具体的な内容を明確にし、早急な対応をお願い致します。

持続可能な開発目標（SDGs）の推進

持続可能なライフスタイルへの実践的な取り組みに期待します。

まずは社会全体へのSDGsの認知と、様々な取り組みに対する調査研究を推進してください。倫理的消費の普及、食品ロスへの対応などは継続的に行っていただくようお願いいたします。

平成 29 年 11 月 6 日

内閣府消費者委員会事務局 御中

消費者委員会への要望・意見

公益社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会
消費者提言特別委員会

〒150-0002

東京都渋谷区渋谷 1 丁目 17 番 14 号全国婦人会館 2 階

電話：03-6434-1125

FAX：03-6434-1161

E mail：nacs-teigen@nacs.or.jp

1. 加工食品の原料原産地に関する新しい表示制度について

新たに導入された原料原産地に関する表示に関しては、消費者に一定の安心感を与える一方で、「例外」表示で誤認のおそれもつきまといまいます。例えば、あんぱんの表示におけるつぶあんの表示において、「つぶあん（北海道製造）」と示せば、原料の産地に関係なく北海道で加工されたものであれば記載できます。これでは、あずきの原産地が中国でも『北海道製造』と表示されれば、北海道産のあずきを使用していると誤認するでしょう。表示対象を『全て』としたことで多くの例外を設けざるを得なくなり、これでは、消費者の誤認を生むだけではなく、国産を使っている業者が報われず、消費者も知りたい情報が得られないこととなります。このままで十分といえず、検討の余地が残されていると思われまます。

2. 機能性表示食品ほか健康食品の識別について

機能性表示食品として消費者庁に届出された数が、特定保健用食品（トクホ）の認可数を超えました。その理由は、審査の時間が短く、試験費用も安いいため、簡易に機能性表示食品として販売することが可能であるからです。しかし、消費者は前記の 2 商品の違いをはっきりと認識しているのでしょうか。機能性表示食品は、単に定型に沿った資料を提出すれば届け出を受理されているにすぎないにもかかわらず、消費者庁＝国の審査を経ていて、安全性や機能性においても一定の信頼・効能効果をもっているものと誤認している消費者がいます。また、最近においても目のピント機能製品の健康被害問題など、信用を揺るがす問題も出てきております。さらにいわゆる健康食品に関しても、本年 8 月 31 日に「深海鮫（ざめ）エキス」をうたう健康食品について「血液をさらさらにする」と根拠のない説明をしたなどとして、特定商取引法違反で

一部業務停止命令を受けるなどの処分事案も出ています。

<http://www.asahi.com/articles/ASK804KB8K80UTIL01H.html>

機能性表示食品は、それ自体に効果効能を表示できない仕組みであることを果たして事業者は理解しているでしょうか。行き過ぎた広告表示により、消費者が誤認している現状をしっかりと把握すべきです。

このように、健康食品においては消費者庁が十分な対応が出来ていないことを消費者委員会は認識し、厳しい目で監視するよう求めるものです。

3．原野商法を行っている事業者等への指導及び処分の強化について

無価値な原野等を必ず値上がりします等詐欺同然の手法を用いて高値で売りつける、いわゆる「原野商法」は近年減少傾向でした。ところが2011年ごろから再び消費者相談窓口に相談が入るようになりました。被害者は高齢者が多く、深刻なケースも出てきています。このため、被害の実態を確認して、事業者等への指導及び処分の強化を図る必要があります。

4．成人年齢を現在の20歳から18歳へ引き下げる民法改正法案について

成人年齢を現在の20歳から18歳へ引き下げる民法改正法案が検討されています。しかし、社会経験が乏しく、取引等関する知識や判断能力が未熟な若者の消費者被害は今でも決して少なくありません。今の環境のまま、成人年齢を引き下げれば被害が拡大することは明らかです。若年者の消費者被害防止や救済のための関連法案の改正、施策の充実を早急 to 実施してください。

5．「特定複合観光施設区域整備推進会議取りまとめ～『観光先進国』の実現に向けて～」カジノ解禁について

平成29年7月31日に取りまとめられた「特定複合観光施設区域整備推進会議取りまとめ～『観光先進国』の実現に向けて～」に危惧を覚えます。カジノ解禁に伴う弊害、特にギャンブル依存症を増加させる恐れがあるからです。実効性のある包括的・抜本的なギャンブル依存症対策を早急 to 実施することをお願いいたします。

6．遺伝子組換え食品の表示について

遺伝子組換え表示については、平成27年3月閣議決定の消費者基本計画で食品表示一元化の積み残しということで、遺伝子組換え、原料原産地、添加物を含めて27年度から5年以内に検討すべきということが政府の方針として決まっております。貴委員会のメルマガで「遺伝子組換え表示制度に関する検討会」議事録を拝読し、御議論の内容を確認しております。その上で、やはりすべての食品を対象に、遺伝子組換え原材料を使用した場合には、「遺伝子組換え使用」と表示する「遺伝子組換え食品表示制度」の

導入が必要であると考えます。今後の御議論に期待します。

7. 香料による被害について

柔軟剤や化粧品に含まれる香料で化学物質過敏症（CS）になる例が急増しています。CSの病名登録は平成21年と最近ですが、「消臭・香りブーム」で合成洗剤、化粧品、芳香剤、防虫剤、消臭スプレー剤など身近な日用品が、香りはますます刺激的、効果は長持ちという謳い文句で広がっています。まさに新しい公害、「香害」と言えます。似た症状に1990年代に増加したシックハウス症候群がありますが、平成15年に建築基準法が改正され、業界の努力もあって激減しました。この他にも「加水分解小麦粉末を含むせっけんによるアレルギー」、「美白化粧品による白斑」などの化粧品による健康被害が、明らかになると対策が取られてきました。しかし、「香り・消臭」をあおったメーカーは「安全性を確認した製品を製造販売している」というスタンスを取っており、このままでは香り付け商品開発競争が増すばかりです。国として健康被害調査を早急を実施したうえで、製造・販売・使用に関して適切な規制・指導をする必要があります。特に、柔軟剤のイソシアネートは、毒性が極めて高く、欧米では環境基準が厳しく設定されています。国の早急な調査・指導・規制を望みます。

平成29年11月5日

関係者各位



競輪補助事業

公益社団法人 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会
110番実行委員会 委員長 有山 雅子

消費者トラブルなんでも110番 ～訪問販売・電話勧誘販売：クレジットから仮想通貨まで～

結果報告（速報版）送付のご案内

拝啓

平素は当協会の活動にご支援・ご協力いただき、厚く御礼申し上げます。

11月4日、5日の2日間、東京・大阪で実施しました「消費者トラブルなんでも110番」には全国から相談が寄せられました。

ここに、その結果を取り急ぎ集計し、速報としてご案内させていただきます。

なお、寄せられた相談内容については今後、トラブルの内容等を精査し、問題点の抽出、分析を行います。それとともに、関係機関への提言、消費者への啓発、諸規制への提言等を行うべく報告書にまとめていく予定です。

皆様にはこれからもご指導・ご鞭撻のほどをよろしくお願い申し上げます。

敬 具

添付書類

「消費者トラブルなんでも110番」
～訪問販売・電話勧誘販売：クレジットから仮想通貨まで～
報告書（速報版）

本件に関するお問い合わせは、下記にお願いいたします。

NACS 110番実行委員会 担当： 有山・白井・樋口

電話：03-6434-1125（代）

E-mail：nacs-wet@nacs.or.jp

速報

「消費者トラブルなんでも110番」

～訪問販売・電話勧誘販売：クレジットから仮想通貨まで～

公益社団法人 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会
(通称 NACS)

実施状況

日時 平成29年11月4日(土)、5日(日) 午前10時～午後4時
 電話番号 東京 電話番号 03-3400-1103
 大阪 電話番号 06-4790-8110
 相談方法 電話 及び FAX (東京のみ03-6434-1161)
 相談対応者 (公社)日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会会員、
 アドバイザー 弁護士 高木 篤夫氏
 主催 (公社)日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会 (NACS)

相談概要

11月4日(土)5日(日)の2日間の相談受付件数は東京・大阪合計で108件でした。今回の「消費者トラブルなんでも110番」～訪問販売・電話勧誘販売：クレジットから仮想通貨まで～には全国から相談が寄せられました。

「SNSのネットビジネス広告で高額広告料収入を得ようと入会金をカードで支払ったが、マルチ商法だった、解約フォームは英語で処理できない」との若者の相談、「年齢を偽って、未成年者が美容医療契約をしたが、取り消しは可能か」という親権者の相談、「一人暮らしの高齢の母がリスク説明のないまま手数料が高額の投資信託を契約したようで解約したい」また、「従来のスマホ契約に無料タブレットをつけ、通話料も引き下げられると勧誘されたが3年の縛りがあった、有利誤認を惹起しているのではないか」「短期間に儲かるからと友人に誘われ、外国為替証拠金取引のソフトを購入し口座開設も行ったが話が違う、ソフトのカード決済を停止したい」等々、相談は多岐に亘りました。

情報通信技術の進展、超高齢社会への突入等、社会経済状況の変化は目まぐるしく消費者被害も多様化深刻化しています。行政も被害の未然防止・拡大防止のために消費者契約法、特定商取引法、電気通信事業法等の改正を行っていますが、被害の先行に追いつけない状況です。更には民法改正による成年年齢引き下げも予定されています。このような中での今回の110番の実施でしたが、今後相談内容を精査分析する中で、改正法での課題も見えてくると思われます。当協会では関係各機関への提言、消費者への啓発活動、健全な事業活動への要請等を真摯に行っていく所存です。併せて110番の報告書は2018年1月に公表の予定であります。

「110番」実施内容の詳細のお問合せ、取材等に、随時、対応させていただきます。本件に関しては、下記担当までご一報いただければ幸いです。宜しくお願い致します。なお、集計値は速報のため精査が必要ですので、あくまでも目安とさせていただきます。

以上

「消費者トラブル なんでも 110 番」相談事例

【お試し価格のサプリを1回限りのつもりで申し込んだら高額な定期購入になっていた】(10代：女性)

18歳女子高生だが、本日、100円のダイエットサプリを申し込んだら、お試し価格が100円で、その後は月々約1万円の定期購入になっていた。申込み内容をよく見ると保護者同意欄にデフォルトでチェックが入っていた。取り消したい。

【雑誌の広告を見て薄毛治療のクリニックに行き、契約したが高額なので解約したい】(20代 男性)

カウンセリングを受けたが、高額なので後日契約したいと申し出た。しかし、今契約をしないと高額になると言われ契約した。支払総額が100万円を超えることがわかり、解約したい。

【仕事紹介サイトで「レンタル彼氏」のバイトを見つけ、強引に勧誘を受け登録してしまった】

(20代：男性)

レンタル彼氏のサイトでバイトをしようと電話を入れ面接に行き、断り切れずに契約をした。負担金が約9万円かかるのでキャンセルしたい。

【芸能事務所のオーディションに合格して仕事を得るために高額なコンサルティング契約を結んだが解約したい】(30代 女性)

歌手を目指しており、SNSでフォロワー増やすと仕事が増えると芸能事務所に勧められ6箇月間60万円のコンサルティング契約を結んだ。しかし、仕事がなくコンサルティングのレクチャーもないので、取消したい。

【SNSの広告を見て契約した海外の旅行会社会員を増やすネットビジネスを解約したい】(30代 男性)

会員になり自分のSNSで広告し、会員を増やすと広告料が入るというが入会金、月会費がかかるので解約したい。解約可能となっているが、申込みは日本語で、解約は英語なので入力できない。

【キャットフードの返品を申し出た。マイページで手続きを指示されたが、有料の定期購入になった】

(50代 女性)

インターネットでキャットフードを注文した。猫が食べなかったので返品を申し出て無料で別製品を送ると言われた。そのための手続きをマイページでするように言われたが、話と違い、有料で定期購入になっていた。

【外国為替証拠金取引(FX)ソフトを購入し口座開設を行ったが、説明と話が違うので解約したい】

(50代 男性)

短期間に儲かると友人に誘われて100万円でFXソフトを購入した。取引のために指定された海外の証券会社に2つの口座を開設したが利益が入金されるはずの口座から払い戻しができない。近々ソフト代金がクレジットで引き落とされるので取り消したい。

【ホームセンターで身に覚えのない買い物の請求がクレジットカード会社から届いた】(60代 女性)

行きつけのホームセンターのカードを所有しているが、カードを提示すると2%割引になるので現金のみで利用している。先月利用した覚えのないクレジットの請求が届き、調査してもらったところ販売員が間違えて他人の利用分を決済していることが分かった。

アドバイザー 高木 篤夫弁護士のコメント

今年の相談においては、分野を特定しなかったことから幅広い分野の消費者からの相談が寄せられている。

今回寄せられた特定商取引法等の消費者保護関係法令についての相談は、クーリング・オフができるのかやその効果についての相談が多くみられ、基本的な知識を消費者が有していれば解決することができる問題が多かったように思われる。消費者教育や消費者保護の施策・法令の知識を普及させることが重要であることを改めて認識しておきたい。

また、民法の規定・法理によって解決すべき問題もあり、この点も一般人の法知識のさらなる普及が求められる。今年には民法の債権法改正が成立したこともあり、マスコミ報道などにも民法改正に伴う民事ルールの変更についての記事などを目にする事も多くなった。施行はまだ先ではあるが、消費者にとっても改めて民事ルールの基本を学んでおくよい機会ともいえる。さらに消費者契約法は改正法が施行され、また現在もさらなる改正についても検討されているところであり、特定商取引法・割賦販売法も改正され施行が迫っており、改正法に対応した知識の更新と相談する側の対応も必要となるだろう。

個別の相談事例においても以下で言及しておきたい。

表示・返品可否やこれらの問題を含む定期購入契約の相談といった通信販売において近時よく寄せられる相談事例も当然ながら含まれていた。インターネット通販で消費者が誤認して思わぬ契約の申込みをしてしまうケースは、Webページ上の表示に問題があるケースが多く、これまでも問題になっては事業者が表示の変更や規約の変更を行なう傾向にあるが、消費者が適切に契約内容を認識できず、思わぬ契約をするなど消費者にとってわかりやすく誤解を招かない表示をするまでには至っていないものが多い。表示規制は、景品表示法・特定商取引法等で規制がされているが、消費者が適切な情報を得て適切な契約を締結する環境の整備という点ではまだ十分とはいえない点もあるかと思われる。

このような表示に問題のあるケースに加えて、未成年者取消が問題となる相談も寄せられている。未成年者については成人年齢の引下げが国会で審議されて現実化する可能性が高い状況であるが、未成年者取消は形式的要件によって取消権が付与されるという未成熟な若年者を保護する法的手段としてはきわめて強力に機能するものであるが、まさに成人年齢の引下げによって成人となる年齢の未成年者からの相談もあり、成人年齢の引下げにより未成年者保護が不十分になり、悪質な事業者狙われることが懸念される。

通信の分野においては、乗り換えや解約に伴う違約金等のトラブルがみられたが、消費者には契約時の契約条件、特に解約にかかる契約条項を十分確認することが求められるといえる。モバイル契約と固定回線契約の同時契約といった複数契約が行われる場合に、更新時期のずれがみられることによるトラブルなど、トラブル回避のためには全体としての契約更新時期をあわせるような事業者の工夫も必要かと思われる。

美容医療契約についての相談も見受けられた。美容医療契約は高額な契約となることも多く、また契約がカウンセリングなどをした医院等の密室で勧誘を行ない十分に契約について検討する時間を与えないような勧誘方法もみられ、後日トラブルに発展するケースもみられるところであって、消費者には断る勇氣というものも求められる。

クレジットカード決済について、身に覚えのない請求についての相談もみられた。高額でなく日常の買い物などで利用する低額での利用は、利用者にとっても不明確な請求があることに気づきにくいことが多い。消費者がクレジットカードの請求について時間がたってから苦情申立をしても解決が困難になることもあり、クレジットカードの利用明細をよく確認していくことが被害の発見や回復には重要であることは広く知ってもらう必要があると思われる。

(1)相談受付件数

相談件数	東京	大阪	計
4日	18	30	48
5日	36	24	60
合計	54	54	108

(2)相談区分

	相談内容	東京	大阪	計
1	苦情	45	50	95
2	問い合わせ	9	4	13
3	その他	0	0	0
	合計	54	54	108

(3)相談者の属性

①性別

性別	東京	大阪	計
男性	23	15	38
女性	31	39	70
団体	0	0	0
不明	0	0	0
合計	54	54	108

②年代別

年代別	東京	大阪	計
10代	2	2	4
20代	7	3	10
30代	6	10	16
40代	13	13	26
50代	13	11	24
60代	8	7	15
70代	2	2	4
80代以上	2	5	7
不明	1	1	2
合計	54	54	108

③職業別

	職業別	東京	大阪	計
1	給与所得者	34	22	56
2	自営・自由業	2	6	8
3	家事従事者	7	11	18
4	学生	4	3	7
5	無職	4	9	13
6	企業・団体	0	0	0
7	不明	3	3	6
	合計	54	54	108

(4)販売方法

販売購入形態	東京	大阪	計
店舗販売	18	18	36
訪問販売	5	5	10
通信販売(含・ネット取引)	17	18	35
電話勧誘	3	1	4
マルチ	2	1	3
その他無店舗	1	0	1
ネガティブ・オプション	0	0	0
訪問購入	0	0	0
不明・無関係	8	11	19
合計	54	54	108

(5)契約金額

	金額	東京	大阪	計
1	～5千円	4	4	8
2	～1万円	6	2	8
3	～5万円	10	10	20
4	～10万円	5	6	11
5	～30万円	5	7	12
6	～50万円	4	3	7
7	～100万円	4	1	5
8	～300万円	3	2	5
9	300万円以上	2	1	3
10	不明・無関係	11	18	29
	合計	54	54	108

(6)支払方法

支払方法	東京	大阪	計
1.現金	19	26	45
2.販売信用	16	9	25
前払式特定	0	1	1
自社割賦	0	0	0
包括信用	4	0	4
マンスリークリア	7	5	12
個別信用	4	3	7
リボルビング払い	1	0	1
その他の販売信用	0	0	0
3.電子マネー・仮想通貨	0	0	0
4.借金契約	1	1	2
5.不明・無関係	18	18	36
合計	54	54	108

(7)相談の内容別分類(MA)

内容別分類	東京	大阪	計	容別分類	東京	大阪	計
1 安全・衛生	0	4	4	9 接客対応	11	9	20
2 品質・機能	7	9	16	10 包装・容器	0	0	0
3 法規・基準	1	1	2	11 施設・設備	0	0	0
4 価格・料金	11	15	26	12 買物相談	0	1	1
5 計量・量目	0	0	0	13 生活知識	1	0	1
6 表示・広告	2	7	9	14 その他	2	3	5
7 販売方法	27	28	55				
8 契約・解約	41	40	81	合計	103	117	220