

最近の消費生活相談から考える

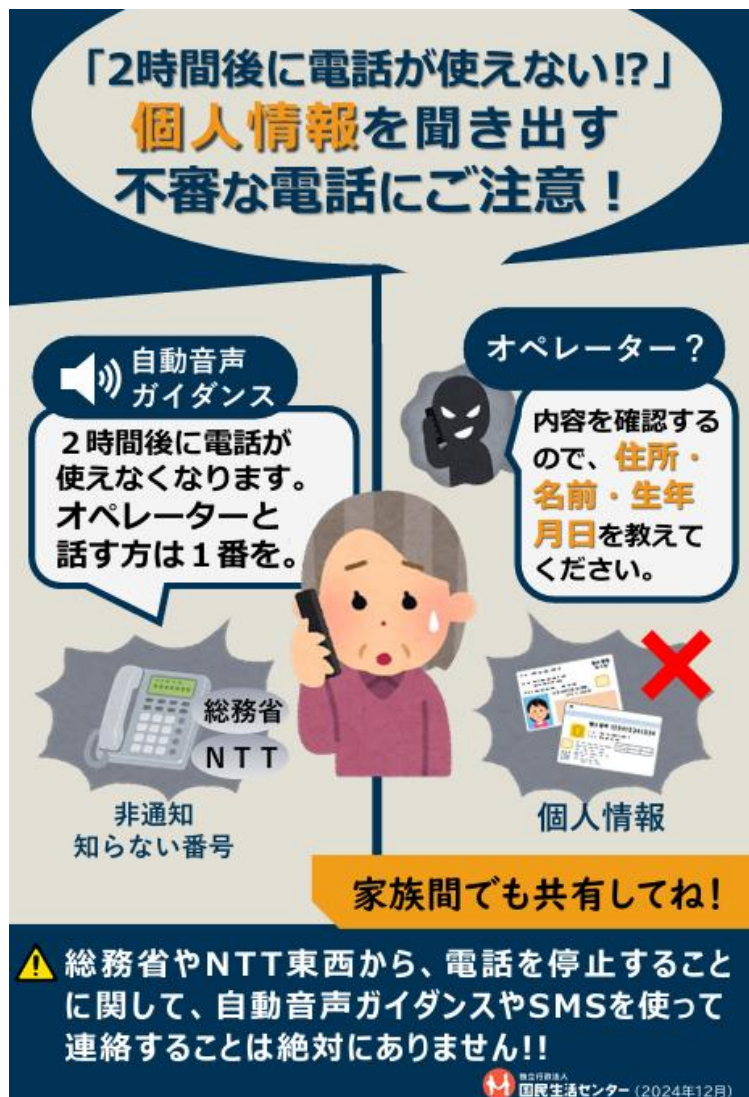
公益社団法人 全国消費生活相談員協会
消費者教育研究所 柿沼 由佳

※今回の発表内容は所属先の意見ではなく個人の私見です。

最近の消費生活相談から見てくること

- ・ネット広告・SNSを介した消費者トラブル
詐欺通販サイト、定期購入、副業・投資
- ・デジタル化に伴う新たなトラブル
オンラインクリニックによる医薬品の定期購入
- ・事業者にも電話をかけても「つながらない」も消費者トラブル
- ・「契約」についての教育から始める必要性
- ・高齢者・若者・障がい者だけが“脆弱な消費者”ではない誰もが“脆弱な消費者”

最近多い相談



画像:国民生活センター「「2時間後に電話が使えない!？」個人情報聞き出す不審な電話にご注意!」



画像:国民生活センター「「分電盤の点検に行きます」の☎電話から始まる勧誘に注意」

Y.Kakinuma

被害は、金銭的損失や個人情報
の漏えいにとどまらず、**家族構成**や**住居の間取り**、**日中の生活状況**などの私的情報
が外部に把握されることで、
将来的な消費者被害の要因
となる可能性が懸念される

詐欺通販サイト

ネット検索サイトの広告、SNS広告、**動画共有サイト**で、「ブランドロゴ」「〇電機と〇大学共同開発」などの広告が表示される

サイトに入り申込む（動画共有サイトの場合はQRコードからサイトに入る）
支払い方法は、クレジットカード、代引き、コード決済、銀行振込

パターン1

不審に思い解約を
申出る

連絡とれない
商品も届かない

パターン2

偽物、粗雑な
商品が届く

連絡とれない

宅配伝票に記載の
依頼主への連絡も困難

代行会社

パターン3

サイトから、
欠品メールが届く

コード決済で返金
指示通り操作する

サイトへ送金
してしまった

決済会社に申出 クレジットカード会社（根拠資料の提出・解決に時間要する）
宅配会社（代行会社の連絡先の提供のみ）コード決済会社・銀行（対応不可）

【ミズノの正規品をかたる商品】

（①厚手シープボアレギンス）

Z

Zxkpvc.shop2

...



画像：消費者庁「NewsRelease令和5年12月21日」より抜粋

詐欺通販サイト

問題点

1.消費者被害の深刻化

- ・金銭的損失と個人情報の漏えい

消費者は直接的な金銭的損失を被っている。個人情報・クレジットカード情報の不正利用

- ・コード決済返金などの二次被害

2.サイトの巧妙化と見分けの困難さ

- ・正規サイトを模倣(ロゴやデザインのコピー)による誤認誘導
- ・生成AI等の技術を用いたサイト構築(低コスト・容易化)
- ・SNS広告、動画共有サイト広告からの誘導
- ・購入サイトが見つからない(短時間で閉鎖される)

3.決済会社の対応、代引配達会社の対応課題

- ・審査体制やモニタリング、事業者情報の確認体制が整備されていない

4. 法的・制度的な対応の困難さ

- ・国際的な摘発の難しさ、少額被害に対する捜査の消極性

意見 通販に関わる事業者 偽通販サイトの資金回収手段として利用されるリスクを十分に認識して欲しい

1. SNSや検索エンジン、動画共有サイト等のプラットフォームの悪質広告の規制強化と責任明確化
2. 宅配と代引業務の連携、代行会社の審査の厳格化
3. 決済会社 不審取引の早期検知と停止措置

定期購入

ネット検索サイトの広告、SNS広告で、
「初回90%OFF」「実質0円（送料のみ）」「回数縛りなし」「解約不要」など見て、サイトに入る 申込画面（チャット形式）が表示

申し込む

パターン2

「お得に申込み」「美顔器プレゼント」

パターン3

名前、住所、電話番号を入力するが、途中で申込みをやめる

初回（安価）の商品が届く

パターン1

翌月（高価）の商品が届き驚いて解約を申出る

届いてすぐに解約を申出る

「利用規約・広告に記載のとおり、定期購入の契約」「初回で解約する場合は定価になる」「お得に申込みは1年間の契約」「プレゼントの美顔器代を払って」「解約は電話のみ」⇒電話が混みあっていて通じない

特別キャンペーン



天然□□エキスを配合（保湿成分）

内容量100ml

医薬部外品

通常税込価格
~~11,000円~~

~~2,980円~~ いまなら
クーポン贈呈
さらに **1,000円割引**

特別価格（税込） 送料無料 回数縛りなし
1,000円OFF

1,980円 **82% OFF**

初回限定価格 **いますぐ試す**

画像：消費者庁「ダークパターン事例イラスト集」より抜粋

定期購入

問題点

1. 契約内容の不明瞭・誤認誘導
 - ・ 初回価格を強調し、定期購入であることがわかりにくい
2. 解約手続きの妨害・複雑化
 - ・ 解約は電話のみ、電話が繋がらない、専用フォームが見つからない、電話をかけるとオペレータは出ず、SMSが届きLINEでの手続きに誘導されるなど解約が困難な設計
 - ・ 解約条件が厳しく、高額な料金を払わないとやめられない
3. 誇大広告・虚偽表示
 - ・ 効果効能に関する誇大な表現により、消費者の購入意欲を過度に喚起している
 - ・ 定期購入が前提だが、単品購入が可能のように誤認させる表示
 - ・ 通常価格からの大幅割引が強調されているが、当該通常価格での販売実績は不明
 - ・ 「数量限定」「注文殺到」消費者に過度な購入の焦りや希少性を印象づけている。
 - ・ №1表示により、実態と異なる優位性を印象づけている
4. 消費者対応の不誠実さ

特別キャンペーン終了まで
残り**5**分!

期間限定特別コースなら

初回
特別価格 **500**円

- ・ いつでも期間変更・休止・解約が可能です。お客様からのご連絡がない限り、自動で商品をお届けする定期購入プランです。
- ・ 変更・休止・解約される場合は、次回商品発送予定日の10日前までにWEB(専用フォーム)またはお電話にてご連絡いただけますようお願いいたします。
- ・ 2回目以降は30日ごとに3セットずつお届けするお得なプランです。
- ・ 2回目以降は通常価格となります。

☒ 規約を読みました

今すぐ注文! ▶

今回限り
特別価格

送料無料

いつでも
解約OK

画像:消費者庁「体験型教材「鍛えよう、消費者力 気づく・断る・相談する」」より抜粋

定期購入

意見

- 1.スマートフォンでの注文の場合、文字が小さく表示内容を全て確認することは困難
- 2.購入しないと商品の良し悪しは判断できない 安いから試してみようと思い注文している。初回のみで解約する場合は定価になることは購入時に想定できない
- 3.表示や契約条件については、消費者の誤認を招かないよう、ポップアップ表示などで明確かつ目立つ形で表示すべき
- 4.情報に不慣れな層にとって特にリスクが高く、誤認や不利益を招きやすい販売手法で、消費者教育だけでは限界がある
- 5.チャット形式の注文画面は、入力済みの情報をもとに途中離脱した際にも「注文完了」とみなして処理を進めてしまっている可能性がある。消費者側で立証することは困難

①カート ②お客様情報入力 ③お支払い方法の選択 ④注文内容の最終確認 ⑤ご注文完了

この契約は**定期購入**です。
解約するまで、毎月お届けします。
初回のみで解約する場合は、
定価(1万円)を頂戴します

お支払い方法 [変更](#)
*クレジットカード払い(一括)
カード名義人: SYOUHISHA CHIKARA
カード番号: **** * **** * **** *
有効期限: XX/XXXX

初回のお支払い 2,000円(税込)
(初回の商品価格及び送料)
2~5回目の各回のお支払い 4,000円(税込)
(2~5回目の各回の商品価格及び送料)
5回分のお支払い総額 18,000円(税込)

【クレジットカードでのお支払いの場合】毎月1回分のお引き落とし
【コンビニ後払いの場合】商品に開封する請求書により、商品到着後7日以内のお支払い
※商品価格と送料の合計額の引き落としまたはご請求となります

お届け先 [変更](#)
ショウヒシャチカラ
消費者 力様 東京都千代田区霞が関 X-X-X

発送方法 [変更](#)
宅配便 (自宅へのお届け)

お届け時期
初回はご注文の完了から4日以内に発送
2回目以降は前回発送日から起算して1ヶ月が経過する日に発送

ご注文完了後のキャンセル・返品・契約の解約について
・ご注文後2週間以内は、マイページ内でお手続(※1)によりご注文のキャンセルが可能です。
・商品到着後7日以内であれば返品が可能です。ただし、不良品の場合を除き、送料はお客様負担となります。
・契約期間の途中で解約される場合には、商品発送の5日前(※2)までに、以下に記載の電話番号(※3)へご連絡ください。
(※1)マイページの「注文履歴」から「ご注文のキャンセル」を選択いただき、「キャンセルを受け付けました」のページが表示されるまでキャンセル完了となります。
(※2)前回発送日から1ヶ月後が次の発送日となります。
(※3)解約手続受付窓口: XX-XXXX-XXXX

[TOP ページに戻る](#) [注文を確定する](#)

画像:消費者庁「体験型教材「鍛えよう、消費者力 気づく・断る・相談する」」より抜粋
一部筆者作成

S N Sを介した副業・投資

事例

- ・スマホ広告で「小額投資で簡単」とうたう暗号資産のもうけ話に興味を持ち、事業者サイト経由で無料メッセージアプリに登録した。代表者が動画で紹介されていたため信用し、33万円の入会金を分割払いで契約した。初回11万円を振込後、サポートはなく返金も拒否された
- ・動画投稿SNSで「報酬10万円の案件がある」とのDMを受け、話を聞くためメッセージアプリに登録した。PR動画投稿で報酬が得られると説明され契約した。報酬受取り用の銀行口座を会員サイトに登録したが、入力ミスで会員サイトが凍結された。「解除には免許証画像と保証金10万円が必要だ。応じないと契約違反で報酬の300%の賠償金を請求する」と告げられた
- ・検索サイトで「スマホでできる副業」と検索して見つけた業者をメッセージアプリで友だち登録し、1週間前、約束した時間に業者から電話があり「企業の商品をランキング上位にする仕事で儲かる。当社が企業とのやり取りのサポートをする」と言われ、360万円のサポート契約をした。消費者金融3社から借り入れ、業者に全額支払った。昨夜、業者に仕事のメールを送信したが返信がなく、不審に思いネット検索で同様の詐欺事例をみつけた

S N Sを介した副業・投資

問題点

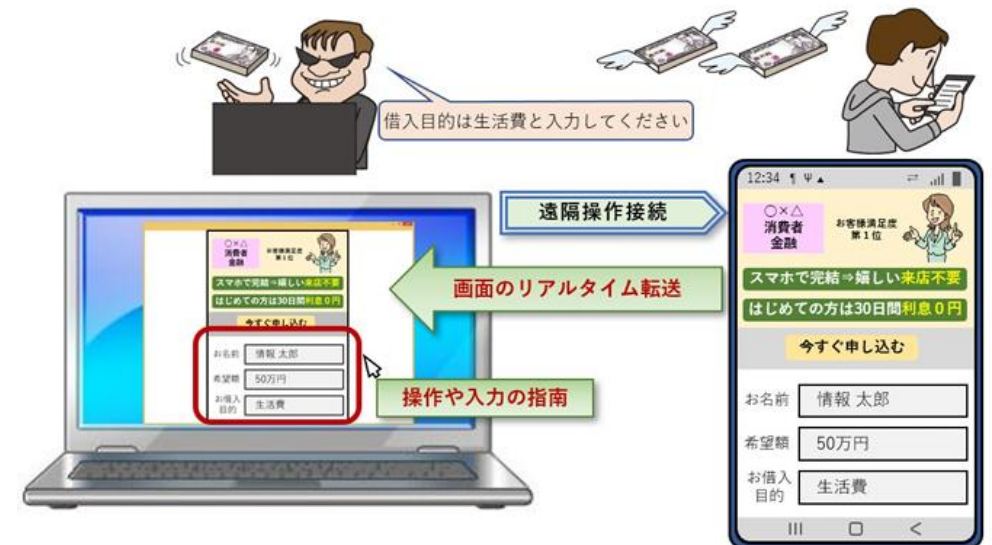
- ・ 必ず儲かる」と誤認させる広告・勧誘
「簡単に稼げる」「著名人が推薦」などの文言を使い、消費者に誤解を与える
- ・ メッセージアプリ内のグループでの心理操作
グループ内で「儲かった」というサクラ投稿を見せ、安心感や仲間意識を醸成する
- ・ 出金できない・連絡が途絶える 被害回復は極めて困難
- ・ 遠隔操作により個人情報の搾取、不正出金される

意見

- ・ SNS運営会社の責任を明確化
詐欺投稿を放置することで被害が拡大している。通報後の対応義務の検討が必要
- ・ SNSを介したやりとりの法規制
特定商取引法における通信販売の枠組みでは対応が困難な実態があるため、新たな取引類型の創設を求めたい



それって遠隔操作アプリ？だったら要注意！



画像:消費者庁「NewsRelease令和6年2月29日」より抜粋

美容医療・エステ

① SNSの広告を見て脱毛エステのカウンセリングを予約する

脱毛エステ行ってみたいな！
永久に通い放題のプランのお試しが無料なんだ！



③ 実際に施術を受けてみると...



どうしよう...この痛みには耐えられない...
.....残念だけど..解約を申し出よう.....

② カウンセリングで永久に通い放題のプランを勧められて契約

全身脱毛・永久に通い放題のプランが
50万円でお得に契約できます

少し高額だけど、
永久に通い放題ならお得かも..



④ 解約を申し出たところ、高額な料金を請求された

解約はできますが、10万円をお支払い頂きます

え？ 1回で10万円もするの??

契約書には..
期間 1年間
回数 5回
単価 10万円
契約総額 50万円



事例

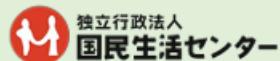
・ 50万円で「**永久脱毛**」と説明され契約。1回施術後に痛みがあり、解約を申し出たところ、1回分10万円＋違約金2万円を請求された

・ SNS広告で「**月々1,000円**」と表示されていたのでエステ店に行ったが、実際は50万円のコースを勧められ、36回払いで総額60万円になった

・ 2年間通い放題契約後、予約が取れず希望通りの施術ができない。数か月後、事業者が**倒産**した。クレジットカード一括で払ったがサービスを受けられないので返金して欲しい

画像:九州経済産業局「脱毛エステ等の契約に係る消費者トラブルにご注意下さい!」より抜粋

オンラインクリニックによる医薬品の定期購入



2023年12月

痩身目的等のオンライン診療トラブル

—ダイエット目的で数か月分の糖尿病治療薬が処方される「定期購入トラブル」が目立ちます—

<痩身目的等のオンライン診療でのトラブル例>



① SNSでダイエット等の広告をタップし、オンライン診療サイトにアクセス。



② オンライン診療サイトで受診予約をする。



③ オンライン診療で受診し、薬が処方されるが、処方薬や副作用の説明、基礎疾患の問診等が十分でないケースも。



④ 処方薬が合わない、副作用が出た、などがあっても定期購入の中途解約には一定の条件が付されていることが多い。

<ここに注意！>

- (1) 痩身目的等のオンライン診療を受診するときは、処方薬も含めて医師からしっかり説明を受けましょう
- (2) 糖尿病治療薬は痩身目的の使用に関して安全性と有効性は確認されていません
- (3) 解約条件等について申し込み前によく確認しましょう
- (4) トラブルにあった場合は、消費生活センター等に相談しましょう

相談は消費者ホットライン「188（いやや!）」番まで！

画像：国民生活センター「痩身目的等のオンライン診療トラブルーダイエット目的で数か月分の糖尿病治療薬が処方される定期購入トラブル」が目立ちます」より抜粋

事例

・ オンライン診療で「痩せる薬」として糖尿病治療薬（GLP-1受容体作動薬）が処方され、**初診で1年間の定期購入**の契約をした
処方薬が合わないが、定期購入のため解約できない

問題点

- ・ 処方薬、副作用の説明や、基礎疾患の問診が不十分
- ・ 厚生労働省が作成した「オンライン診療の適切な実施に関する指針」が遵守されていない（問診票の記載内容で理解している等と言う）
- ・ 自由診療を理由に対応しない
- ・ 運営事業者と医師の責任の所在がわかりにくい

美容医療・エステ、オンラインクリニック

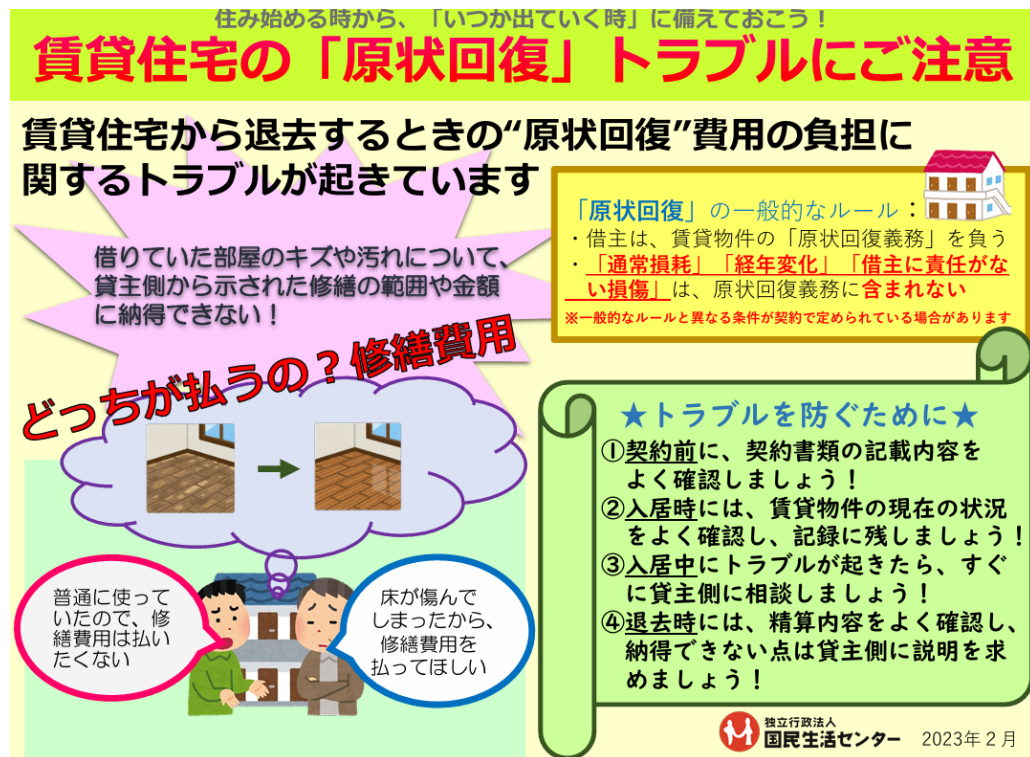
問題点

- ・ 即日契約による冷静な判断の妨げ
カウンセリング当日に契約を迫るケースが多く、消費者が十分に検討する時間を持ってない
- ・ 誤認を招く広告表現
「月々〇円」「永久保証」「通い放題」などの文言が、実態と異なる内容で消費者を誤解させる
- ・ 契約内容の不透明さ
有償・無償施術の区分、精算条件、支払総額などが曖昧で、後から追加費用が発生するケースもある
- ・ 医師・施術者による説明不足
薬剤の作用、副作用、施術リスクなどについて十分な説明がされていない。（医師の説明は短時間）
- ・ 過剰な勧誘と心理的誘導
SNS広告や有名人による投稿で「みんな利用している」「期間限定」などの表現が心理的圧力となり、消費者の合理的な意思決定を阻害している

意見

- ・ 契約前の冷却期間制度の導入
即日契約を避け、消費者が冷静に判断できる時間を保障する制度設計が必要
- ・ 広告表示のガイドライン強化
「月々〇円」「永久保証」「通い放題」などの誤認表現を規制し、実態に即した表示を義務づける
- ・ 適応外使用の常態化を防ぐため、医薬品の納入調査と販売制限の検討

不動産賃貸・売買における消費者トラブルの構造的課題



画像:国民生活センター「賃貸住宅の「原状回復」トラブルにご注意」

不適切な取引

高齢者 入居拒否、保証会社審査の不通過
若年層 売れ残り物件を「資産形成」「副収入」として強引に販売
執拗な勧誘により、冷静な判断を妨げる心理的圧力が発生している

Y.Kakinuma

賃貸借契約における継続的なトラブル

- ・ 毎年、消費生活相談件数の上位
- ・ 契約期間中・退去時のトラブルに対する法的保護が不十分で、実効性ある救済手段が整備されていない

修繕・退去時費用に関する問題

- ・ 必要な修繕に貸主・管理会社が対応しない
- ・ 退去時に高額な原状回復費用を請求される
- ・ 国土交通省のガイドラインの活用は限定的

保証会社による費用請求

- ・ 借主の同意なく費用を立て替えて後から請求する

消費者庁「消費者白書」2021年版-2025年版より抽出

2020年	3位(37,663)
2021年	2位(28,663)
2022年	2位(36,982)
2023年	2位(29,339)
2024年	2位(39,653)

事業者にも電話をかけても「つながらない」も消費者トラブル

問題点

- ・ 契約解除・返品ができない不利益
解約や返品をしたくても、電話がつながらず手続きできない
特定商取引法（通信販売）では「確実に連絡が取れる電話番号の表示」が義務付けられており、つながらない状態は法令違反の可能性もあるのではないか
- ・ 弱者への影響が大きい
デジタル手続きに不慣れな方など、一部の消費者にとっては電話が唯一の連絡手段である場合も多い
自動音声やチャットボットでは定型的な対応しか得られず、個別の事情に応じた支援が受けられない

消費者の権利が十分に保障されない状況が生じている

意見

- ・ 連絡手段の不備は「契約解除の権利」の侵害
消費者は契約内容に不満がある場合、適切な方法で解約・返品を申し出る権利がある
- ・ 「知る権利」「選ぶ権利」が損なわれている
商品やサービスの詳細、解約条件などを知ることができないと、適切な判断ができない
- ・ 企業の信頼性低下とブランド毀損
「つながらない」こと自体が企業の誠意や透明性を疑わせる要因になりうる

「契約」についての教育から始める必要性

問題点

- ・ 契約に関する誤解と認識不足
契約に関する基本的な理解が十分に浸透しておらず、「契約書をもらっていないから契約していない」「返品すれば支払わなくてよい」「未使用なら返品は必ずできる」「気に入らなければいつでもキャンセルできる」といった誤解を持つ消費者が少なくない
- ・ 契約書や利用規約を読まない・読めない構造的問題
長文・専門用語・難解な表現が障壁となり、内容を理解しないまま契約してしまう
- ・ 消費者教育の盲点 「契約の基本」が軽視されがち

意見

- ・ 契約理解の重要性
他の分野のリテラシー向上以前に取り組むべき
- ・ 契約時の確認事項の標準化
事業者に対し、契約前に「返品条件」「支払義務」「契約期間」などを明示する義務の強化
- ・ 契約内容のわかりやすい説明義務の徹底
専門用語を避け、図解や例示を用いて消費者が理解できるよう工夫する
- ・ 「契約＝責任が伴う行為」であることの周知
- ・ 広告や契約画面に「契約は法的義務が生じます」といった注意喚起を表示する。

高齢者・若者・障がい者だけが
“脆弱な消費者”ではない
誰もが“脆弱な消費者”