

報道発表資料

令和2年7月16日
独立行政法人国民生活センター

あなたの情報が料金表示や規約の改善等につながりました!!
— 「消費者トラブルメール箱」2019年度のまとめ—

国民生活センターでは、消費者被害の実態を速やかに把握し、同様な消費者被害の発生の防止に役立てるため、インターネットを利用した情報収集コーナーとして、「消費者トラブルメール箱（以下:トラブルメール箱）」をホームページ上に開設¹しています。その中には被害拡大が考えられるものや、新商品、新たな手口にまつわる情報も寄せられており、そうした情報については、情報提供者や事業者への「追跡調査」を実施しています。今回は、2019年度に寄せられた情報の傾向、追跡調査を実施した主な事案等について報告します。

○2019年度の傾向と主な追跡調査を実施した事案

- ・2019年度に寄せられた情報の件数は10,198件で、2018年度の9,886件よりやや増加した。
 - ・「トラブルメール箱」によく寄せられる情報をまとめた「身近な消費者トラブルQ&A」（以下、「FAQ²」）へのアクセス件数は53万4,840件と、2018年度と比べ2倍以上に増加した。
 - ・インターネット通販に関するトラブルの情報が2018年度に引き続き多く寄せられ、1月以降は新型コロナウイルス感染症に関連するトラブルの情報も多く寄せられた。
 - ・消費者庁に、死亡・重篤事故等による通知を4件（死亡0件）、ヒヤリハットによる通知を70件行った。
- （追跡調査を実施し、表示や事業者の対応等が変更された事案）
- ・「利用料金以外無料」をうたっているが、決済に登録料等がかかるレンタサイクルサービス
⇒別途料金がかかるのであればその旨表示する必要があると考えられたため、表示の改善を依頼したところ、登録料等がかかることの説明が追加された。
 - ・悪天候でイベントが中止になったが、入場料を返金しないイベント運営会社
⇒入場できていない消費者から入場料を徴収することは、消費者にとって一方的に不利であると考えられたため、規約の改善を依頼したところ、返金しない旨の記載が削除された。
 - ・耳が不自由で電話ができない消費者に対して、電話でのみ解約を求める定期購入の通販会社
⇒事業者の対応には、障害者差別解消法上問題があると思われたため、対応の改善を依頼したところ、メール対応を行う旨の回答を得た。

¹ 「消費者トラブルメール箱」は、2002年4月に開設した情報収集コーナーであり、消費者からの相談は受け付けていない。（http://www.kokusen.go.jp/t_box/t_box.html）

² 「身近な消費者トラブルQ&A」は、2009年2月に設置した、よくある情報提供についてQ&A形式でまとめ、一般的な対応方法等を情報提供しているコーナーである。（http://www.kokusen.go.jp/t_box/t_box-faq.html）

1. 2019年度に寄せられた情報の傾向について

「トラブルメール箱」に2019年度に寄せられた情報の主な内容は、以下のとおりです。

① 新型コロナウイルス感染症関連のトラブル

1月以降、新型コロナウイルス感染症に関連して、品薄や転売等のマスクに関する情報³、旅行やイベントのキャンセルに伴う返金トラブル等に関する情報が多く寄せられました。

② インターネット通販に関するトラブル

インターネット通販で購入した商品が届かない、届いた商品が不良品・偽物だったという情報、SNS等の「初回数百円」等の広告から定期購入だと気づかずに健康食品や化粧品の契約をしてしまった、解約しようとして電話したがつながらないという情報が多く寄せられました。

③ 架空請求・不当請求関連のトラブル

裁判所などの公的機関を思わせるような名称の差出人からハガキが届いたという情報、メールやSMSで覚えのない「コンテンツ利用料」等を請求されたという情報が多く寄せられました。

④ オンラインゲームに関するトラブル

スマートフォン等のオンラインゲーム内で使用するアイテムや、それを引き当てるための電子くじ等の確率や表示に関する情報、アカウントの停止に関する情報が多く寄せられました。

⑤ 光回線などの通信契約に関するトラブル

「料金が安くなる」と勧誘されて光回線を契約したにもかかわらず安くならなかった、通信不具合が発生しているなど、通信契約に関するトラブルが多く寄せられました。

⑥ 個人間取引に関するトラブル

フリマアプリでの商品購入に伴うトラブルや、チケット転売に関するトラブルなどの、いわゆるCtoC取引（個人間取引）に関する情報が多く寄せられました。

⑦ 情報商材に関するトラブル

SNS等で、「お金のもうけ方」などさまざまなノウハウを提供すると勧誘されたという情報が多く寄せられました。

⑧ その他のトラブル

ESTAなどの電子渡航認証の申請代行サイト、賃貸住宅の退去の際のトラブルについての情報が複数寄せられました。

³ マスクの入手が困難な状況に便乗した、不審なマスク販売広告メールに関する情報提供が寄せられたことから、2019年度に公表をし、消費者に注意喚起を行った。

新型コロナウイルスに便乗した架空の“マスク販売広告メール”にご注意！（速報第2弾）
(http://www.kokusen.go.jp/news/data/n-20200312_1.html)

2. 2019 年度に追跡調査を実施した主な事案

「トラブルメール箱」には、被害拡大が考えられるものや、新商品や新たな手口にまつわる情報も寄せられており、そうした情報については、情報提供者や事業者への追跡調査を実施しています。2019年度に実施した主な追跡事案を紹介します。

① 表示に関するトラブル

①-1: 「利用料金以外無料」をうたっているが決済に登録料等がかかるレンタサイクルサービス

「看板、パンフレット、ウェブサイト、スマホのアプリ等に『自転車の利用料金以外の費用は一切かかりません』と説明があったレンタサイクルの会員登録をして、キャリア決済を選んだところ、初回登録料数百円が即時決済された。また、アプリの評価を見ると、デビットカードの場合は利用の都度 2,000 円の保証料がかかるようだ。決済手段により別料金が発生するのなら、その旨アナウンスすべきではないか」という情報提供がありました。

事業者のホームページを確認したところ、「初期・月額費用は無料」「利用料金以外はかからない」という旨の記載がありましたが、決済手段により登録料等がかかる旨の記載は見当たりませんでした。

打消し表示に関する消費者庁の考え方⁴を基に検討すると、「自転車の利用料金以外の費用は一切かからない」と強調して表示しながら、実際には条件により登録料等が発生するのであれば、事業者は、その条件について、強調表示の近くに、消費者が認識し得るように表示する必要があり、現在の表示は景品表示法上の有利誤認（実際の価格や取引条件よりも著しく有利だと誤認させる表示）に当たる可能性があると考えられました。

また登録料や保証料がどのようなものかについても説明がある方が、利用者にとって望ましい表示であると考えられたため、事業者に連絡し、表示の改善を依頼しました。

事業者の回答は以下のとおりでした。

○事業者の回答

- ・いずれの決済手段の際も、カードの有効性を確認するために、予約時に 2,000 円の保証料が必要となる。決済方法によって時差はあるが最終的に返金される。
- ・デビットカードは保証料が即時に引き落とされることもあり、選択したユーザーに対して、保証料がかかることをアナウンスしている。
- ・キャリア決済の場合、どのキャリアでも数百円が必要となるが、代わりに同額相当のポイントを渡していることもあり、特段アナウンスはしていない。

当センターの申し出を受けて表示の改善を検討するとのことでしたので、数週間後、事業者のウェブサイトを確認したところ、一時的に支払う保証料およびキャリア決済に必要な登録料に関する説明が追加され、Q&A ページには保証料や登録料に関する記載が追加されていました。

⁴ 消費者庁「打消し表示に関する実態調査報告書」（平成 29 年 7 月 14 日公表）〔PDF 形式〕
(https://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180921_0001.pdf)

①-2：クイーンサイズのマットレスがシングル2枚組であることの表示が分かりづらい家具店

「インターネット通販でクイーンサイズのマットレスを注文したら、小さいマットレスが2枚届き、その際に初めて、シングルサイズを横に2枚並べてクイーンサイズにするものであることが分かった。サイトの画像では、そのことが分からなかったため、事業者サイトにサイトの表示を改善するよう求めたが、いまだに変更されない」という情報提供がありました。

通販サイトを確認したところ、「2枚組」との表示はあるものの、2枚のマットレスを横に並べてクイーンサイズだと理解するのは難しく、また、画像ではマットレスの上にもう1枚の布団が乗っているように見え、上段下段の2枚重ね（横ではなく、縦の2枚組）と誤解する可能性もあると思われました。

まず、当センターで、「2枚のシングルサイズを横に並べることで1枚のクイーンサイズとみなして、クイーンサイズと表示することは通常あるのか」について、業界団体に確認したところ、業界として通常行われているとのことでした。

当センターから、事業者のお客さま相談室に連絡し、誰から見ても、2枚を横に組み合わせることでクイーンサイズになることが分かるように、表示の改善等を求めました。

数日後、確認できるクイーンサイズの商品全てが、当センターの要望を踏まえて2枚横並びの画像に修正されていました。

①-3：2カ月無料の条件として、6カ月間契約する必要があることの表示が分かりづらいスポーツジム

「インターネット広告で、『2カ月間月会費0円』というスポーツジムのキャンペーンを見て入会を申し込んだ。入会4カ月後に退会したいと申し出ると、6カ月の契約縛りがあるキャンペーンだったことを説明され、残り2カ月間の費用を請求された。ホームページの表示も分かりづらい。今後のためにも改善してほしい」との情報提供がありました。

事業者のホームページを確認したところ、「2カ月月会費0円」の大きな表示（強調表示）はあるものの、6カ月間の契約が条件である（契約縛りがある）ことは確認できませんでした。

打消し表示に関する消費者庁の考え方を基に検討すると、2カ月月会費0円の条件として6カ月間の契約縛りを設けているのであれば、「2カ月月会費0円」の強調表示の近くに、消費者が認識し得るように表示する必要があり、現在の表示は景品表示法上の有利誤認に当たる可能性があると考えられたため、事業者に連絡し、表示の改善を依頼しました。

事業者によると、これまでに事業者自身も同様の申し出を受けたことがあるとのこと。「来店時に契約期間の縛りがあることを初めて知った利用者には、事情によりカード会社への請求を止めて返金するなど、料金の支払いが発生しないように対応を行っているが、指摘を受け表示の改善を検討する」とのことでした。

申し出から数日後、強調表示のすぐ下に、6カ月間の契約縛りに関する説明が追記されました。

①-4：クレジットカードのキャッシュバック条件として、継続して携帯電話料金を支払う必要がある旨の表示がない銀行

「クレジットカードの新規申込みをして携帯電話料金をクレジットカードで支払うと 1,000 円のキャッシュバックを受けられるというキャンペーンの表示があった。携帯電話料金 1 カ月分を当該カードで支払い、条件をクリアしたはずなのにキャッシュバックを受けられなかったため、事業者にお問い合わせしたところ、複数月継続して支払うことが条件だと言われた。そのような条件の記載はなかったので納得できない」との情報提供がありました。

事業者のホームページを確認したところ、キャッシュバック特典について、携帯電話料金を複数月カード払いすることが条件である旨の表示は確認できませんでした。

打消し表示に関する消費者庁の考え方を基に検討すると、キャッシュバックを受けるにあたって複数月カード払いする必要がある旨の条件については、「キャッシュバック」に関する記載の強調表示の近くに、消費者が認識し得るように表示する必要があると考えられ、現在の表示は景品表示法上の有利誤認に当たる可能性があるため、事業者に連絡し、表示の改善を依頼しました。

事業者と複数回やり取りをした後、ホームページを確認したところ、広告部分と詳細確認ページに、「キャンペーン期間中は毎月継続して支払いをすることが条件である」旨の説明が追記されました。

①-5：商品タグに事業者名と連絡先が表示されていない洋服を販売している事業者

「ある店舗で洋服を買ったところ、洋服のタグについている表示に事業者の連絡先、企業名の記載がなかった。今日店に行って他の商品も見てみたが、自分が見た限り全ての商品が同じであった」との情報提供がありました。

家庭用品品質表示法（以下、「家表法」）に基づいて定められた「繊維製品品質表示規程」によると、事業者は「氏名又は名称及び住所又は電話番号」を表示する必要があるため、当センターから、事実確認も含めて事業者（店舗）に連絡しました。

事業者によると、「店舗で扱っている商品に洗濯表示はついている。連絡先は書かなくてよいのではないか」との回答だったため、家表法の概要を伝え、折り返しの連絡と実際の洋服のタグ画像の送付を依頼しました。事業者から届いた画像を確認すると、情報提供通り、事業者の連絡先の表示はありませんでした。

当センターより、事業者に家表法の表示義務を確認して、扱っている商品の表示を改善するよう依頼したところ、一度は了承されましたが、当センターから複数回メールや電話での連絡を行っても、事業者からの回答はありませんでした。

数カ月後に、実際の店舗に足を運び、商品のタグを確認しましたが、事業者の連絡先は表示されていませんでした。複数回の申し出にも対応がされず、これ以上の追跡は難しいと判断し、家表法の所管省庁である消費者庁表示対策課に、当該事業者に関する情報提供を行いました。

② 規約に関するトラブル

悪天候でイベントが中止になったが、入場料を返金しないイベント運営会社

「期間限定で開催しているイベントに行き、入場料約 2,000 円を先に支払ってから待機列に並んだ。2 時間半ほど待ったところで雷注意報が発令され、イベントが一時中止になってしまった。入場できなかったのに支払い済みの入場料の返金を求めたが、『いかなる場合であっても入場料は返金しない』と注意書きがあるとして返金されなかった」という情報提供がありました。

事業者のホームページを確認したところ、Q&A コーナーに、「荒天などの場合は、お客様の安全を考慮し、営業中断や閉店をする場合がある」「その際、支払い済みのチケット料金はいかなる場合も返金しない」旨の記載がありました。

本件はこの規約を根拠に対応をしていると思われましたが、入場できている消費者がいる一方で、入場できていない消費者に対して入場料を徴収することは、消費者にとって一方的に不利であると考えられました。

そこで、この規約について弁護士に法律相談を受けたところ、以下の回答を得ました。

○法律相談の結果

- ・悪天候のリスクに対する危険負担と整理する場合、民法の原則ではサービスを提供する債務が消滅すれば、代金の支払債務も消滅する（改正前の民法 536 条 1 項⁵⁾）。
- ・この原則から考えると、入場料約 2,000 円に対する役務がまだ提供されていない状態でありながら、一切返金しないという規約は消費者にとって不利なものであり、消費者契約法上の不当条項（第 10 条）と言える可能性は十分にある。
- ・入場料は消費者ではなく事業者が負担すべきと考えられる。

以上を踏まえて事業者に連絡して、規約の変更等を依頼したところ、事業者から「申し出の内容は事実である。指摘を受け、規約の変更を検討したい」との回答を得ました。

問い合わせから約 9 カ月後、当該イベントのウェブサイトを確認したところ、「いかなる場合も返金しない」という記載が削除されていました。

③ 契約全般に関するトラブル

色違いの商品到着を理由とする商品交換の際の費用負担を消費者に求める通販会社

「インターネット通販で約 3 万円の床用塗料を購入したところ、商品説明欄にライトグリーンと記載されていたにもかかわらずレッドが届いた。業者に連絡したところ色違い交換費用と送料で 1 万円近い費用を請求された。表示の誤りが原因なのに購入者に費用を請求するのはおかしいのではないか」との情報提供がありました。

通販サイトを確認したところ、ページ上部の商品名、色見本の 2 カ所はレッドと記載されましたが、ページ下部の製品仕様欄には「ライトグリーン」と記載されており、誤表示であることが分かりました。また、ショップ内の規約には、「お客様都合による交換・返金は受け付けてい

⁵⁾（前略）当事者双方の責めに帰することができない事由によって債務を履行することができなくなったときは、債務者は、反対給付を受ける権利を有しない。

ない」「初期不良の場合のみ、商品到着後7日以内であれば送料ショップ負担で交換・返金を受け付ける（商品等の不具合による交換・返金）」と記載されていました。

本件の場合、事業者の表示が誤っていたことが原因の交換であり、消費者に交換費用と送料の負担を求めることには問題があると考えられたため、当センターで法律相談を受け、以下の回答を得ました。

○法律相談の結果

- ・ 広告の表示内容と実際に送られてきた商品が異なる場合、事業者は債務不履行責任または瑕疵担保責任を負い、返金等にかかる費用を消費者に請求することはできない。色のイメージ違いなどの消費者都合での返品の場合とは異なる。
- ・ しかし本件の場合、間違った表示はページ下部の製品仕様欄の1カ所であり、他は正しい表示であったことから消費者にも落ち度がある。当事者同士で過失の割合を話し合い、双方が費用負担することになるだろう。
- ・ また、規約内の「商品等の不具合」と同様に考えて、事業者負担での交換を求めることも可能であると考えられる。

以上を踏まえて事業者に連絡して、事実確認を行ったところ、「色の表示が間違っていたことに気づいた際に、送料・手数料を当社で負担して返品してもらい、全額返金した。なお、当事者が希望する色の商品はなく、交換は不可能であった」とのことでした。すでに対応が行われていたことから、今後同様のトラブルが生じないように依頼し、終了しました。

④ 接客対応に関するトラブル

耳が不自由で電話ができない消費者に対して、電話でのみ解約を求める定期購入の通販会社

「インターネットで購入したサプリメントを飲んだら蕁麻疹（じんましん）が出て継続困難となったため、販売業者にメールで解約を申し出たところ、電話でのみ受け付けているとの回答だった。『耳が不自由なため電話がかけられない。代理人もいない』旨メールで申し出たが、『電話でないと解約は受け付けられない』と返信がきた。不満だ。なお、商品購入時には、定期購入になっていることは分からなかった」との情報提供がありました。

情報提供者の申し出が事実であれば、「耳が不自由で電話ができない」とのメールでの申し出に対して電話での連絡を求めており、障害者差別解消法上問題があると考えられることから、当センターから事業者に連絡し、事実確認をしたうえで障害者差別解消法の概要と本件の問題点について説明し、対応の改善を依頼しました。

○障害者差別解消法の概要と本件の問題点

- ・ 障害者差別解消法では、障害を理由とする「不当な差別的取扱いの禁止」と、「合理的配慮の提供（負担が過重でない範囲で行う必要がある。努力義務）」を定めている。
- ・ 定期購入の申込みは、電話では受け付けておらず、インターネットから誰でも行うことができる。また、事業者は問い合わせフォームやサポートセンターのメールアドレスを設けて公表している。メール対応が過重な負担とは考えられず、電話ができない消費者に対してメール対応を行わないことは、合理的配慮の提供が不足していると考えられる。

・耳が不自由で電話ができない情報提供者に対して、電話での解約申し出以外認めないという対応は、消費者の解約を実質として不可能にしており、不当な差別的取扱いに当たり得ると考えられる。

当初、事業者は「電話でのみ解約を受け付ける旨はコースへの参加条件として規約に記載している。どの消費者にも一律対応をしており、障害者差別ではない」との回答でしたが、再度の検討を依頼したところ、「情報提供者を含め、特殊な事情があり電話できない消費者には、都度検討してメール対応を行う」との回答を得ました。

⑤ その他トラブル

お風呂のお湯が青くなる自然冷媒 CO2 ヒートポンプ給湯器

「自宅をオール電化にした一環で、自然冷媒 CO2 ヒートポンプ給湯器（エコキュート）を設置したところ、お湯の色がエメラルドグリーンになった。2年ほどたち、風呂中が青色に染まり、毎日洗剤で掃除しているのに色が落ちない。メーカーに見てもらおうと、色付きがひどいと言ってお湯を持って帰ったが、結果を教えてもらえないので不安だ」との情報提供がありました。

本事例のようなお風呂が青くなる現象について、「一般社団法人日本銅センター」に確認するとともに、当センターにて一級建築士に住宅相談を行い、青い水が出る原因や危険性について確認したところ、エコキュートの配管に利用されている銅管等から溶出した「銅イオン」と人のアカや浴用せっけんに含まれる「脂肪酸」が反応してできる「銅せっけん」によるもの、もしくは光の反射の2つが考えられることが分かりました。

銅イオンは大量に摂取しない限り問題はないとのことでしたが、現象が起こる原因が分からず不安に思う消費者も多いと考えられるため、本件を基にした Q&A を「FAQ」に新規に追加しました。

給湯器を自然冷媒ヒートポンプ給湯器にしたらお風呂の水が青くなった

http://www.kokusen.go.jp/t_box/data/t_box-faq_qa2019_26.html

3. 消費者庁への情報提供

「トラブルメール箱」には、商品やサービスで何らかの危害を受けたり、身体への危険を感じたりした等の情報も寄せられています。重大事故（死亡・治療期間30日以上等）、及び重大な事故につながる可能性が考えられる、いわゆる「ヒヤリハット」に類する情報については、消費者安全法に基づいて、速やかに消費者庁（消費者安全課）へ通知及び情報提供を行っています。2019年度の提供実績は次のとおりです。

重大事故による消費者庁への通知情報…4件（死亡0件）

その他、ヒヤリハットに類する通知情報…70件

4. 情報提供先

- ・消費者庁地方協力課 (法人番号 5000012010024)
- ・内閣府消費者委員会事務局 (法人番号 2000012010019)

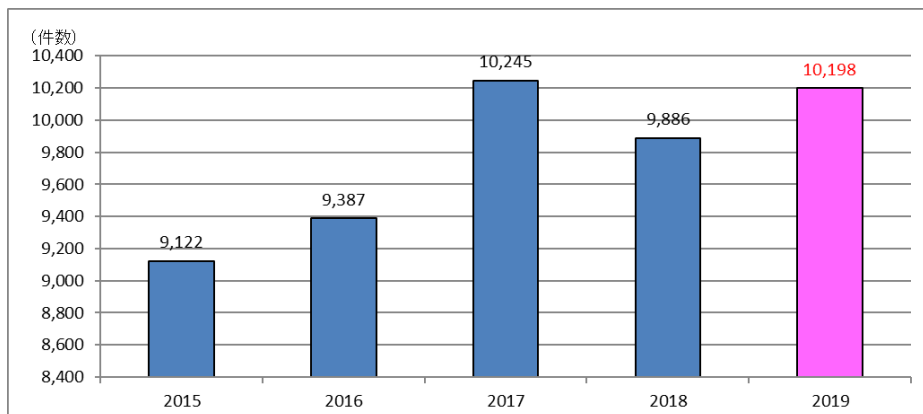
参考

受信件数等の概況

(1) 年度別の受信件数の推移

「トラブルメール箱」に寄せられた情報の件数（受信件数）は、2019年度は10,198件で、2018年度の9,886件よりやや増加しました（図1）。1日当たりの平均受信件数は約28件でした。

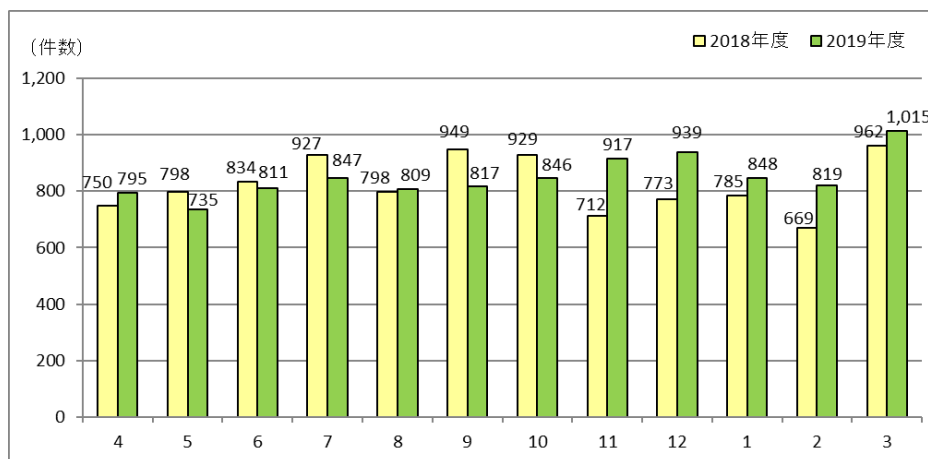
図1. 年度別受信件数



(2) 月別の受信件数の推移

月別受信件数は、毎月700～1,000件前後で推移しました。2018年度と比較すると、11月以降の受信件数が増加傾向にあります（図2）。

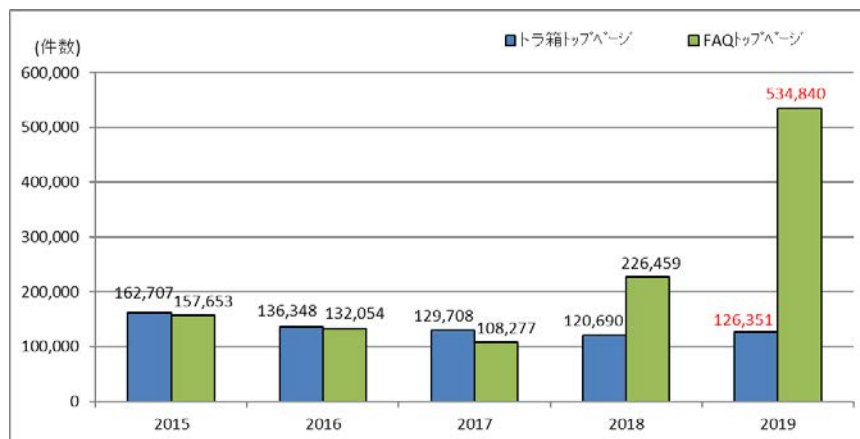
図2. 月別受信件数



(3) アクセス（閲覧）件数

「トラブルメール箱」トップページへのアクセス件数は、12万6,351件であり、2018年度とほぼ同水準でした。「FAQ」トップページへのアクセス件数は53万4,840件であり、2018年度に比べ2倍以上に増加しました（図3）。2018年11月に実施した当センターホームページのリニューアルの影響等によるものと考えられます。

図3. 年度別アクセス件数



(4) FAQの掲載数

2020年3月末時点で、FAQコーナーには268件を掲載しています。

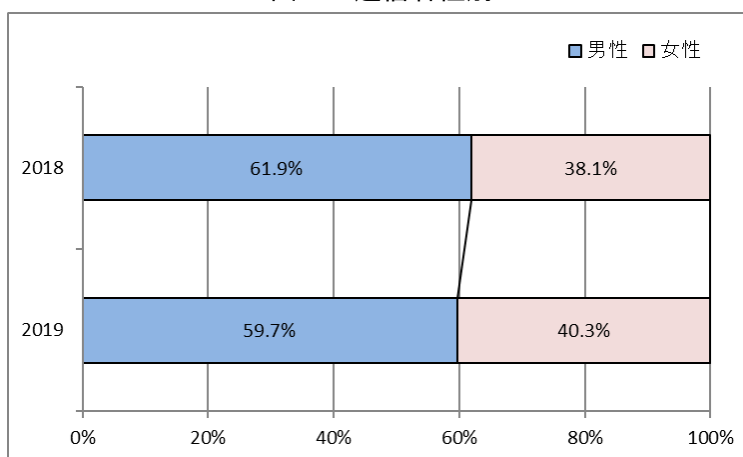
(5) 送信者の内訳 (以降、図4～7については、重複送信等を除いた数値で集計)

1) 性別

男性59.7%、女性40.3%と、男性が約6割を占めました。2018年度と比べると、女性の割合は若干増加しました(図4)。

PIO-NET(全国消費生活情報ネットワークシステム)⁶における2019年度⁷の契約当事者男女比(団体等、不明、無回答(未入力)を除く)は、男性43.9%、女性56.1%であり、「トラブルメール箱」の男女比とは逆の傾向でした。

図4. 送信者性別



2) 年代別

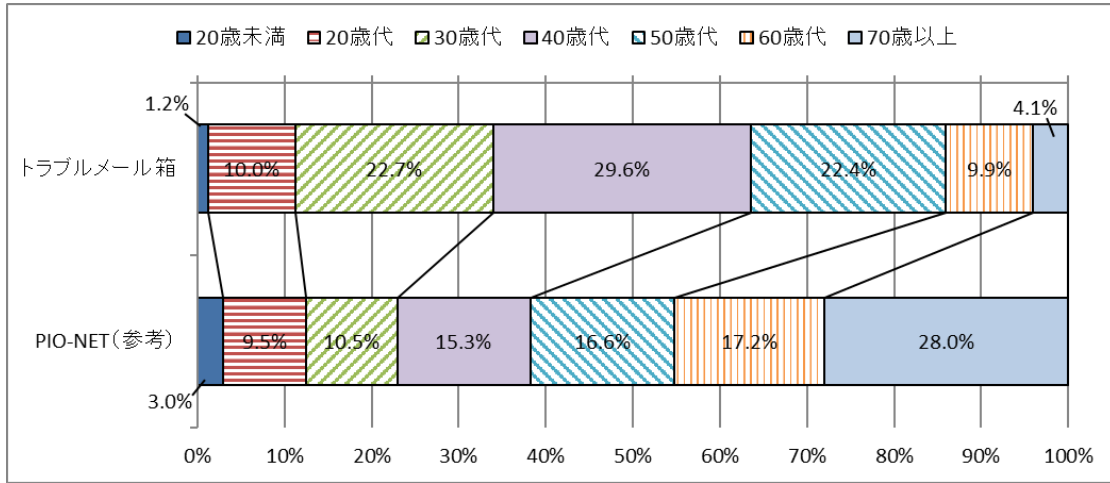
送信者年代別内訳は、30歳代から50歳代で7割強を占めており、PIO-NETにおける2019年度の契約当事者年齢(無回答(未入力)を除く)割合に比べ、30～50歳代が多く、60歳以上が少ない

⁶ 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。

⁷ 本件におけるPIO-NETデータは、2020年5月31日までの登録分。消費生活センター等からの経由相談は含まれていない。

傾向がみられます（図5）。

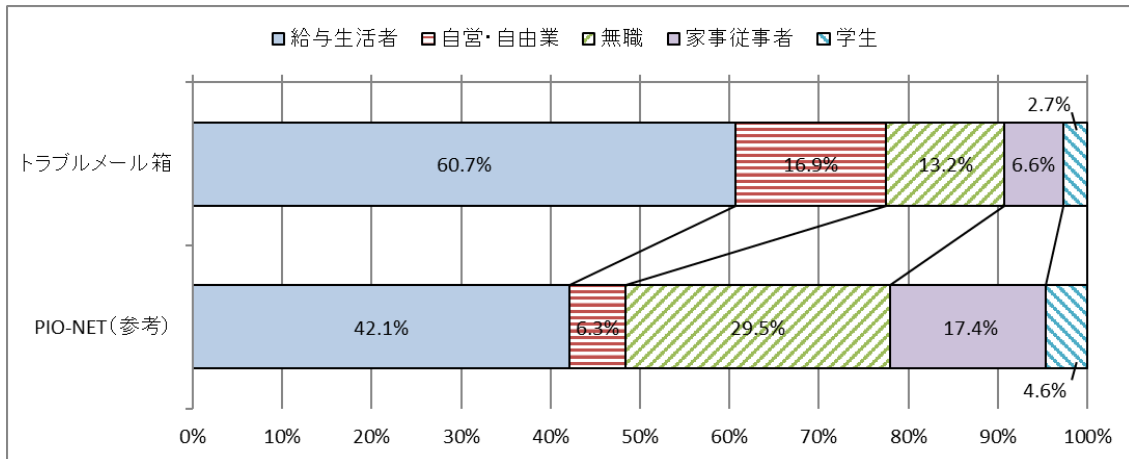
図5. 送信者年代別



3) 職業別

PIO-NETにおける2019年度の契約当事者職業（団体等、不明、無回答（未入力）他を除く）と比べると、給与生活者と自営・自由業の割合が多く、無職と家事従事者の割合が少なくなっています（図6）。給与生活者と自営・自由業は、多くの消費生活相談窓口が開設している平日日中の時間帯に相談窓口を利用することが難しいため、消費者トラブルの情報提供の場として、24時間利用可能な「トラブルメール箱」を選択していることが考えられます。

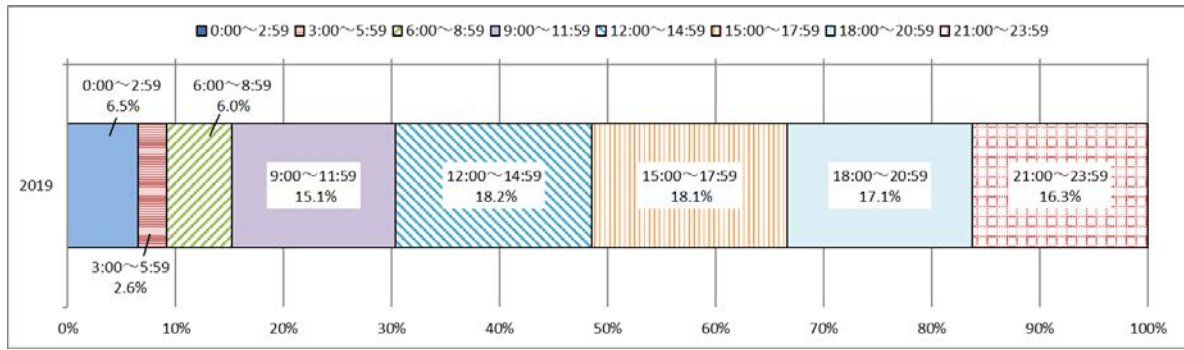
図6. 送信者職業別



4) 時間帯別

情報提供の送信が行われた時間帯について3時間ごとに集計したところ、9時から24時までは時間帯による差がそれほどありませんでした。深夜～早朝の時間帯（0:00～5:59）においても、全体の約9%を占めており、24時間情報提供の送信ができることに、一定のニーズがあることを示しています（図7）。

図7. 送信時間帯



別紙

「身近な消費者トラブルQ&A」コーナー2019年度新規追加・更新分

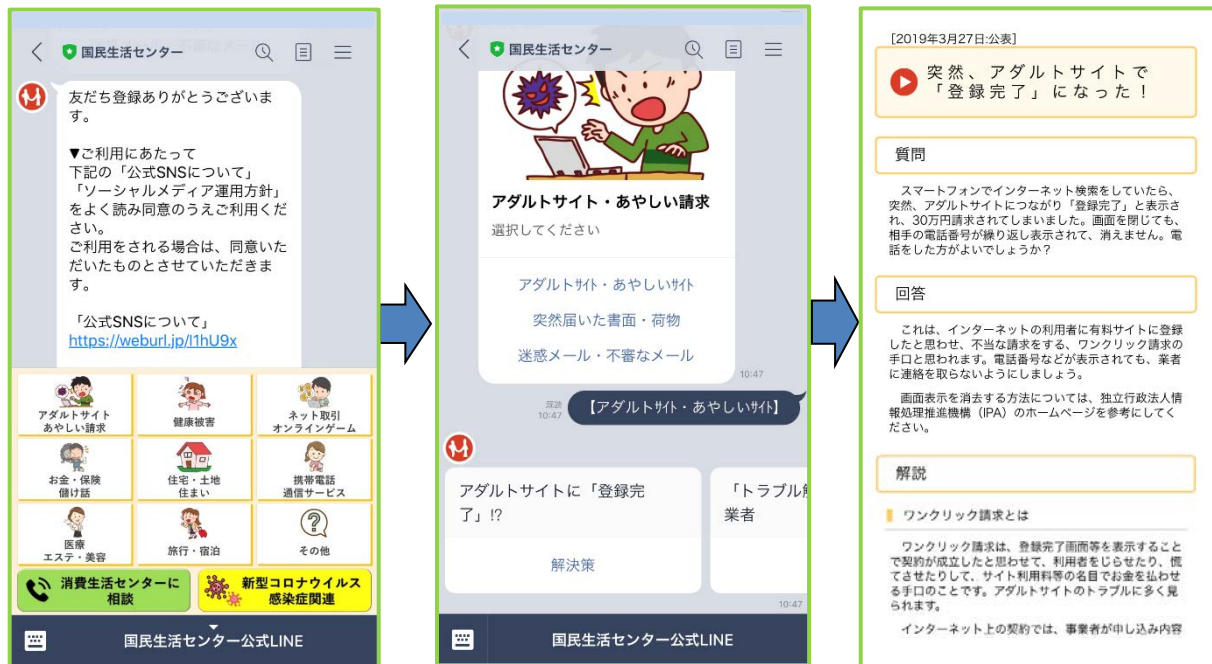
(URL http://www.kokusen.go.jp/t_box/t_box-faq.html)

| | |
|--|--|
| 新規掲載記事 | |
| 架空請求・不当請求 | |
| 1 | 海外から身に覚えのない荷物が届いた |
| 2 | 代引きで身に覚えのない荷物が送られてきた |
| インターネットショッピング | |
| 3 | ESTA、eTAなどの電子渡航認証の申請代行サイトで高額請求された！ |
| 4 | 登録をした覚えがないのに会員料金を請求された！ |
| 5 | 「1カ月無料お試し」を解約したはずが、オプションサービスの料金を請求された |
| ネットオークション | |
| 6 | フリマアプリで購入した商品が届く前に、相手から「先に出品者の評価をして」と持ちかけられた |
| 携帯電話・通信サービス ※8は「学習・教材・娯楽」カテゴリにも分類 | |
| 7 | 格安スマホで無料通話のオプションに加入したはずなのに、高額な通話料金を請求された！ |
| 8 | モバイルバッテリーにPSEマークがついていなかった |
| 土地・住宅・設備・車 | |
| 9 | 強引でしつこい投資用マンションの販売勧誘、どうすればいいの？ |
| 10 | 給湯器を自然冷媒ヒートポンプ給湯器にしたらお風呂の水が青くなった |
| 11 | 「保険金を使って雨どいの修理をしませんか」と業者が訪問してきた |
| 食品 | |
| 12 | 豆乳を飲んだらアレルギーのような症状が出た |
| 住居品・被服品・クリーニング | |
| 13 | 保証期間内なのに家電製品の無償修理を断られた！ |
| 14 | パソコンが壊れたのでメーカーに修理を依頼したが、部品が無いと断られた |
| 15 | 電子レンジでサツマイモをふかしていたら、庫内で発火した |
| 金融・クレジット・電子マネー・その他取引 | |
| 16 | クレジットカードの審査が通らなかった。理由が知りたい。 |
| 17 | 電子マネーを使おうとしたら、有効期限切れで使えなくなった！ |
| 18 | 硬貨は一度に20枚までしか使用できないの？ |
| 19 | キャッシュレス・ポイント還元事業の注意点は？ |
| 旅客・運送サービス | |
| 20 | LCCを利用する際の注意点 |
| 学習・教材・娯楽 | |
| 21 | ネット予約したホテル。宿泊日を変更しただけなのにキャンセル料を請求された |
| 22 | 公式チケット販売サイトと紛らわしいサイトで転売禁止のチケットを購入してしまった |
| 23 | 予約した民泊が不衛生だった！ |
| 美容・衛生 | |
| 24 | 補聴器でよく聞こえるようになる？ |
| 25 | 酸で足裏の角質を除去するフットケア商品。使用時の注意点は？ |
| 強引・怪しい勧誘 | |
| 26 | 友人から誘われたセミナーで投資話を断れず借金した！これってマルチ商法？ |
| 27 | 行政機関からアンケート調査の電話がかかってきた |
| 28 | 高齢の母親が催眠商法（SF商法）にハマり生活費を失った！ |
| 更新掲載記事 | |
| 食品 | |
| 1 | スーパーで買った弁当にアレルギー表示がなかった |
| 金融・クレジット・電子マネー・その他取引 | |
| 2 | クレジットカード利用時に手数料を請求された |

SNS を通じた「身近な消費者トラブル Q&A」の情報提供について

消費者トラブルメール箱の「身近な消費者トラブル Q&A」(FAQ) は、2020 年 5 月 21 日にソーシャルメディアサービス「LINE」に開設した「国民生活センター公式アカウント」からも見ることができます。


本アカウントでは、アカウント画面上にメニューボタンを設け、チャットボットにより FAQ の記事を情報提供しています。



<QRコードからの登録方法>

- ①【ホーム】(画面左下) をタップ
- ②【友だち追加】(画面右上) をタップ
- ③【QRコード】(上部中央) をタップ
- ④下の【QRコード】を読み込む
- ⑤「国民生活センター」が表示されるので【追加】をタップ





国民生活センター 公式LINEアカウント

LINE ID : @line_ncac

[QRコード]を読み取って「友だち追加」!

