

「表示・広告」に関する相談概要

- M E C O N I S 情報から -

この記事は、東京都消費生活総合センター及び都内区市町村の消費者相談窓口寄せられた相談情報をM E C O N I S（東京都消費生活相談情報オンラインシステム）を用いて分析したものである。

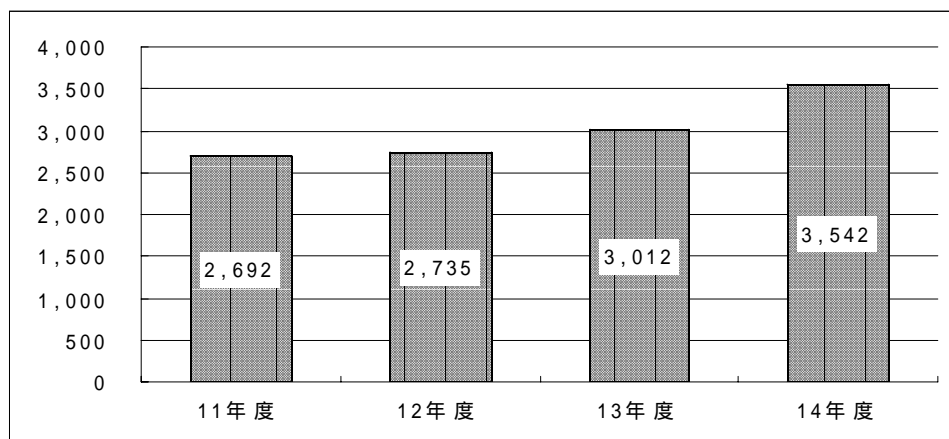
分析項目：「表示・広告」に関する相談

分析データ：東京都消費生活総合センター及び都内区市町村の消費者相談窓口で受け付けた平成11年4月～15年3月（4年間）の相談データただし、ここで取り上げた相談事例は、平成15年4月～15年12月受付の相談データから抽出したものである。

1. 「表示・広告」に関する相談件数

「表示・広告」に関する相談件数は、年々増加傾向にあるが、全相談件数に占める割合はこの4年間は各年度とも3%前後で推移しており、大きな変化は見られない。（図 - 1・表 - 1）

【図 - 1】「表示・広告」に関する相談件数



【表 - 1】全相談件数に占める表示・広告相談件数割合の推移

	11年度	12年度	13年度	14年度
表示・広告相談件数 (A)	2,692	2,735	3,012	3,542
全相談件数 (B)	92,383	98,422	102,755	113,570
割合 (A)/(B)	2.9%	2.8%	2.9%	3.1%

2. 商品役務別相談件数

全相談件数に占める表示・広告に関する相談の割合を商品役務別に示したのが「表 - 2」である。

【表 - 2】全相談件数に占める表示・広告相談件数の割合（商品・役務分類別/対前年度比較）

商品・役務名	13年度			14年度		
	表示・広告 相談件数 (A)	全相談件数 (B)	割合 (A)/(B)	表示・広告 相談件数 (A)	全相談件数 (B)	割合 (A)/(B)
商品一般	88	1,940	4.5%	82	2,104	3.9%
食料品	463	4,108	11.3%	610	4,381	13.9%
住居品	207	7,479	2.8%	220	7,323	3.0%
光熱水品	9	430	2.1%	14	481	2.9%
被服品	196	4,371	4.5%	179	4,478	4.0%
保健衛生品	188	5,116	3.7%	254	5,122	5.0%
教養娯楽品	290	11,845	2.4%	321	11,803	2.7%
車両・乗り物	82	2,180	3.8%	56	1,989	2.8%
土地・建物・設備	65	3,488	1.9%	82	4,033	2.0%
他の商品	2	54	3.7%	2	62	3.2%
クリーニング	63	2,368	2.7%	54	2,197	2.5%
レンタル・リース・貸借	50	7,564	0.7%	66	8,745	0.8%
工事・建築・加工	29	2,839	1.0%	39	3,238	1.2%
修理・補修	28	1,151	2.4%	20	1,057	1.9%
管理・保管	8	213	3.8%	5	198	2.5%
役務一般	7	707	1.0%	3	894	0.3%
金融・保険サービス	292	9,939	2.9%	371	12,439	3.0%
運輸・通信サービス	250	14,674	1.7%	260	17,643	1.5%
教育サービス	29	973	3.0%	26	1,053	2.5%
教養・娯楽サービス	259	7,068	3.7%	357	8,130	4.4%
保険・福祉サービス	104	4,409	2.4%	151	5,217	2.9%
他の役務	128	3,280	3.9%	159	3,773	4.2%
内職・副業・相場	172	3,348	5.1%	210	4,097	5.1%
他の行政サービス	3	154	1.9%	1	181	0.6%
他の相談	-	3,057	-	-	2,932	-
合計	3,012	102,755	2.9%	3,542	113,570	3.1%

「表示・広告」に関する相談の割合が最も高いのは「食料品」であり、13年度、14年度とも10%を超えている。14年度では対前年度2.6ポイントの増加が見られ、「食料品」の表示等に関して、相談者の関心の高さが伺われる。次に割合の高い「内職・副業・相場」は13年度、14年度とも5.1%となっており、その他の商品役務分類ではすべて5%以下の割合になっている。

相談件数上位10位までの商品役務を示したのが「表 - 3」である。

【表 - 3】商品役務別相談件数上位10位

	平成11年度		平成12年度		平成13年度		平成14年度	
1	内職・副業	165	融資サービス	190	融資サービス	239	融資サービス	315
2	教室・講座	152	内職・副業	180	内職・副業	166	内職・副業	205
3	融資サービス	130	役務その他	129	他の運輸・通信	148	他の運輸・通信	179
4	役務その他	110	教室・講座	127	教室・講座	132	他の教養・娯楽	167
5	健康食品	104	文具・事務用品	96	役務その他	96	教室・講座	134
6	文具・事務用品	101	健康食品	81	文具・事務用品	93	健康食品	123
7	理美容	84	洋装下着	76	商品一般	88	役務その他	120
8	商品一般	79	理美容	72	健康食品	88	理美容	89
9	化粧品	76	他の運輸・通信	69	化粧品	85	商品一般	82
10	飲料	65	化粧品	68	電報・電話	85	他の保健衛生品	82

12年度以降、「融資サービス」が1位、「内職・副業」が2位となっている。13年度以降は「他の運輸・通信」の増加が目立つ。1位の「融資サービス」の多くは「フリーローン・サラ金」であり、3位の「他の運輸・通信」の多くは「電話情報提供サービス」である。14年度に4位となっている「他の教養・娯楽」のほとんどは「海外宝くじ」に関するものであり、いかにも宝くじに当選したかのような表示がされたダイレクトメールが送られてきたという事例が多い。

3. 広告媒体別相談件数

「表示・広告」に関する相談のうち広告媒体が明らかになっているものについて広告媒体別に示したのが「表 - 4」である。

【表 - 4】 広告媒体別の相談件数

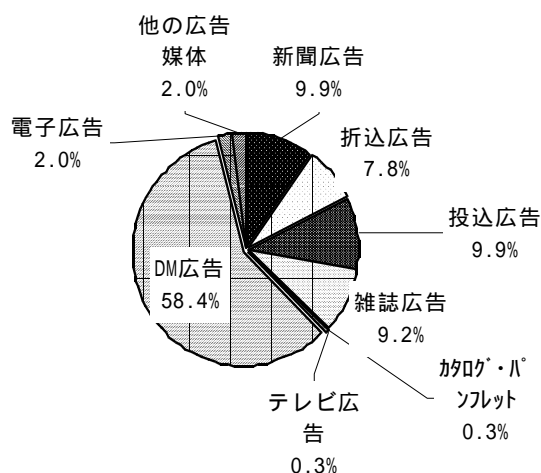
広告媒体	11年度	12年度	13年度	14年度
折込広告	470	498	439	479
DM広告	203	262	332	446
雑誌広告	256	264	272	357
新聞広告	133	145	135	172
電子広告	-	31	85	148
投込広告	82	150	117	138
カタログ・パンフレット	60	66	68	63
テレビ広告	25	34	44	60
ラジオ広告	0	5	5	4
他の広告媒体	58	39	59	49
計	1,287	1,494	1,556	1,916

* 「電子広告」のキーワードは12年度に新設

各年度とも件数は「折込広告」が最も多くなっているが、この4年間で大きな増加は見られない。「DM広告」や「雑誌広告」は年々増加傾向が顕著である。また「電子広告（インターネットや電子メール等の電子媒体を利用した広告）」はキーワード新設後、毎年増加が著しい。

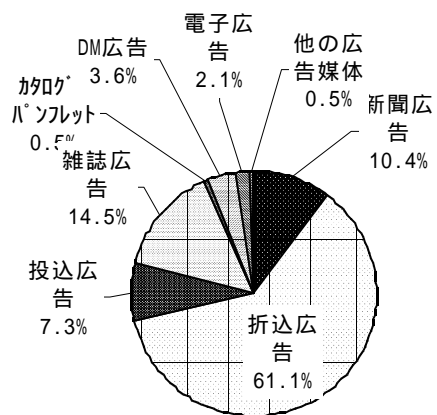
14年度相談件数上位5位までの商品・役務についてそれぞれ広告媒体別に割合を示したのが、「図 - 2」から「図 - 6」である。商品・役務によって多く利用される広告媒体に特色が見られる。

【図 - 2】「融資サービス」広告媒体別相談件数割合（14年度）



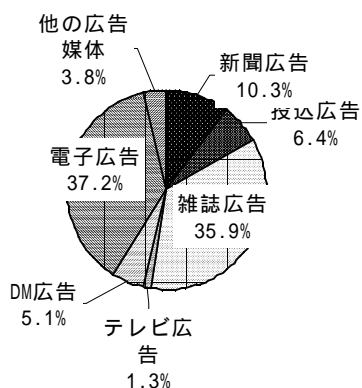
「融資サービス(この多くはフリーローン・サラ金)」では「DM広告」が最も多く見られ、6割近くを占めている。他にも様々な広告媒体があるが、それぞれ1割未満になっている。

【図 - 3】「内職・副業」広告媒体別相談件数割合（14年度）



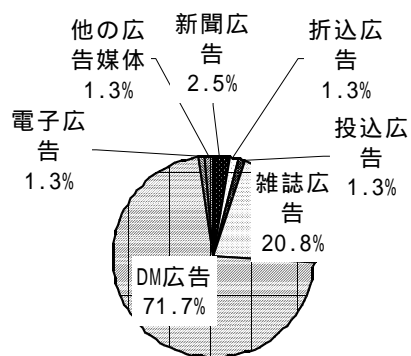
「内職・副業」では「折込広告」が多く、6割を超え、次に「雑誌広告」、「新聞広告」が多くなっている。
相談事例では「自宅で高収入」などと書かれた折込広告を見て申し込んだというものが多く見られる。

【図 - 4】「他の運輸・通信」広告媒体別相談件数割合（14年度）



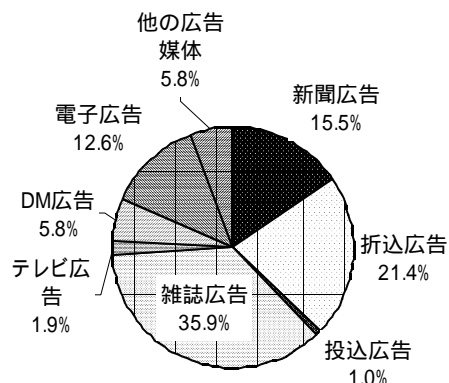
「他の運輸・通信」では「電子広告」が37.2%と最も多いが、「雑誌広告」も35.9%とほぼ同様の割合でこの二つの広告媒体が多くなっている。どちらも「広告に無料とあったのでアクセスしたが、高額な請求がきた」という不当請求の事例が多い。

【図 - 5】「他の教養・娯楽」広告媒体別相談件数割合（14年度）



「他の教養・娯楽（このうち多くは海外宝くじに関するもの）」では、DM広告が圧倒的に多く、7割以上を占めている。続いて「雑誌広告」が2割を占めている。

【図 - 6】「教室・講座」広告媒体別相談件数割合（14年度）

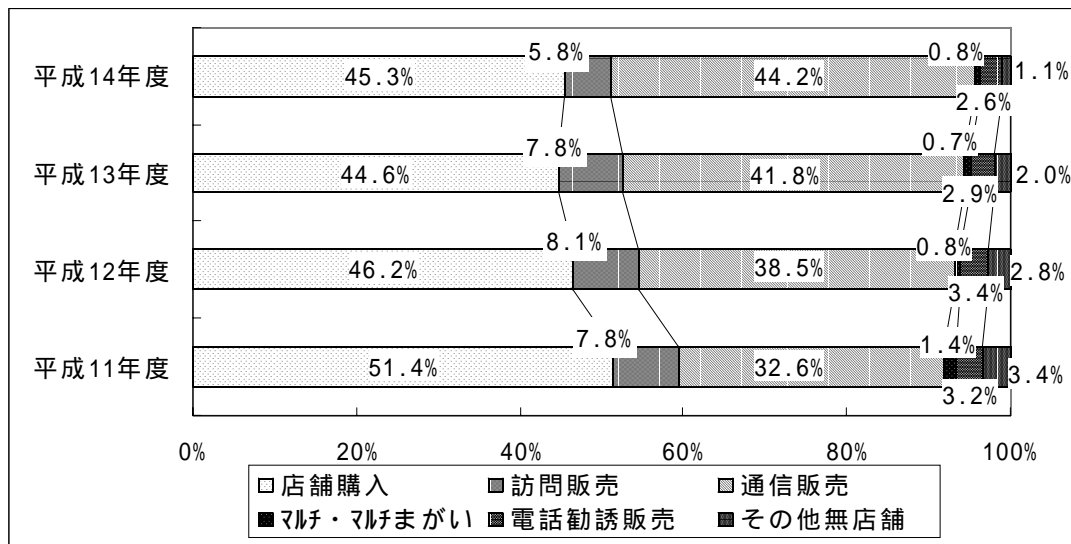


「教室・講座」では、他の商品・役務に比べて、多様な広告媒体が利用されていることがわかる。最も多いのは「雑誌広告」であり、4割近くを占めているが、「折込広告」も2割以上を占め、「新聞広告」、「電子広告」それぞれ1割を超している。

4. 販売購入形態別相談件数

販売購入形態別に割合の推移を示したのが「図 - 7」である。

【図 - 7】販売購入形態別相談件数の割合

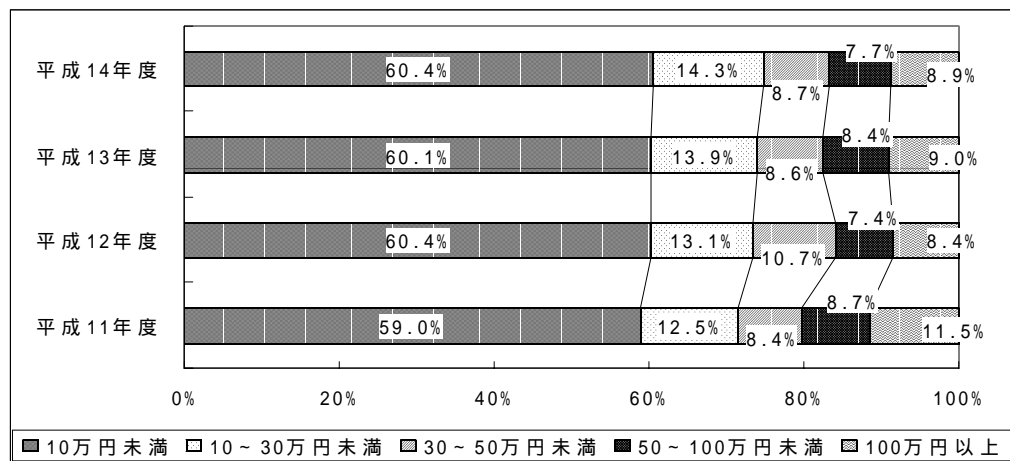


販売購入形態別では「店舗購入」が各年度とも最も多いが、「通信販売」の増加傾向が顕著であり、徐々に「店舗購入」の割合に近づいている。

5. 契約購入金額別相談件数

契約購入金額別の割合の推移を示したのが「図 - 8」である。

【図 - 8】契約購入金額別相談件数の割合



【表 - 5】平均契約購入金額（単位：円）

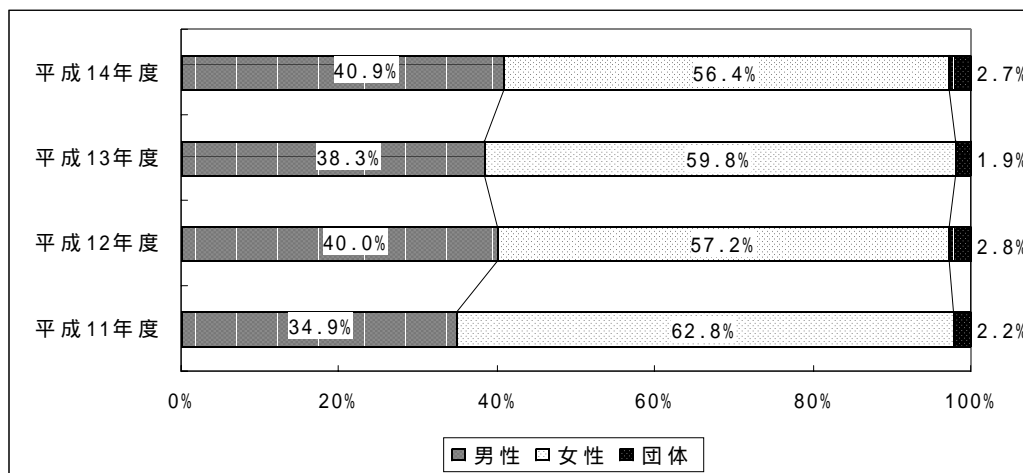
11年度	12年度	13年度	14年度
880,692	680,074	665,750	806,972

「表示・広告」に関する相談を契約購入金額別に見ると、各年度とも約6割が「10万円未満」である。この割合から「表示・広告」が問題になるケースは比較的少額なものが多いと思われるが、新築分譲マンションや住宅のリフォーム、自動車など100万円以上の高額なものも1割近くあることから平均契約購入金額は「表 - 5」に示すとおり高額になっていると思われる。

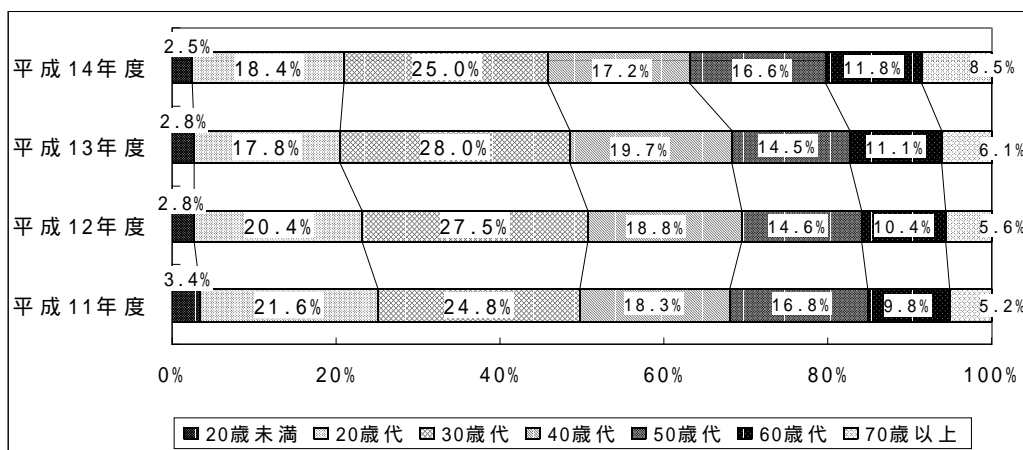
6. 契約当事者の属性

契約当事者の属性について、性別、年代別、職業別に割合を示したのが「図 - 9」, 「図 - 10」, 「図 - 11」である。性別では各年度とも女性が6割、男性が4割の割合になっており、この傾向に大きな変化は見られない。年代別では、各年度とも「30歳代」が最も多く、全体約4分の1を占めている。「20歳代」, 「40歳代」, 「50歳代」が占める割合はそれぞれ各年度とも大きな変化はないが、「60歳代」, 「70歳以上」の占める割合が少しずつ上昇しており、高齢の契約当事者の相談が増加傾向にあると思われる。職業別では各年度とも「給与生活者」と「家事従事者」の占める割合が高くなっている。

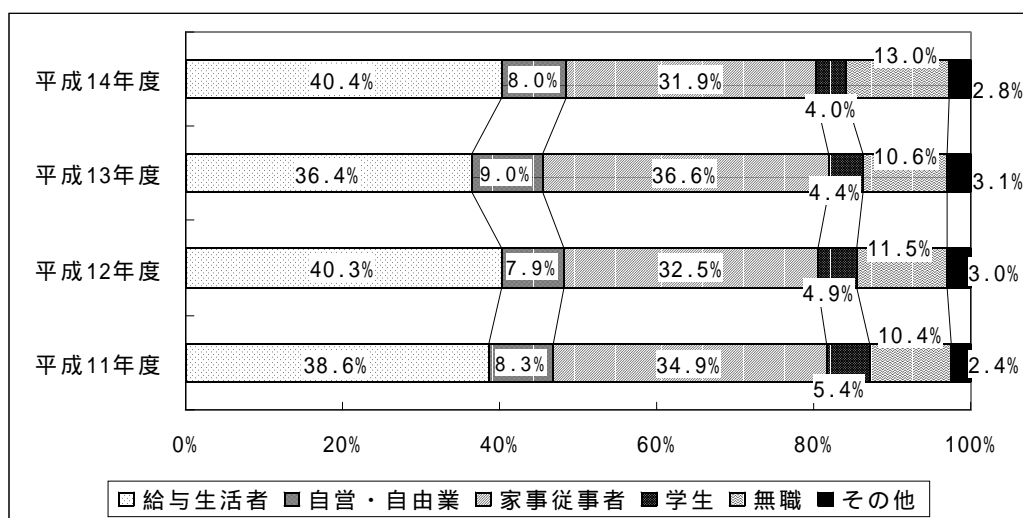
【図 - 9】 契約当事者性別相談件数の割合



【図 - 10】 契約当事者年代別相談件数の割合



【図 - 11】 契約当事者職業別相談件数の割合



7. 他の内容キーワード

1件の相談に対し、内容キーワードは4つまで付与することができるが、「表示・広告」に関する相談に付与された他の内容キーワードの件数及び割合を示したのが「表 - 6」である。

【表 - 6】表示・広告以外の内容キーワード別相談件数

内容キーワード	11年度		12年度		13年度		14年度	
安全・衛生	138	5.1%	133	4.9%	113	3.8%	128	3.6%
品質・機能・役務品質	662	24.6%	510	18.6%	585	19.4%	646	18.2%
法規・基準	235	8.7%	206	7.5%	241	8.0%	301	8.5%
価格・料金	398	14.8%	312	11.4%	359	11.9%	389	11.0%
計量・量目	19	0.7%	16	0.6%	19	0.6%	26	0.7%
販売方法	739	27.5%	849	31.0%	876	29.1%	989	27.9%
契約（解約）	1,114	41.4%	1,228	44.9%	1,460	48.5%	1,559	44.0%
接客対応	280	10.4%	293	10.7%	289	9.6%	308	8.7%
包装・容器	14	0.5%	6	0.2%	18	0.6%	13	0.4%
施設・設備	5	0.2%	5	0.2%	8	0.3%	6	0.2%
表示・広告	2,692	-	2,735	-	3,012	-	3,542	-

各年度とも「契約（解約）」が最も多く、4割を超えている。次いで「販売方法」が約3割と続いている。「品質・機能・役務品質」も約2割をしめており、商品や役務の表示・広告をきっかけに契約したが、販売方法や品質に問題があり、解約したいといった相談の傾向が伺われる。

8. 相談事例

(1) 融資サービス（フリーローン・サラ金）

・ 手数料を振り込めば500万円融資をするとDMが届いた。振り込んで入金がないので電話したら、さらに12万円振り込めと言うのでキャンセルを申し出たら1か月後に返金すると言うが信用できない。

・ 大手サラ金7社から300万円の借金があり、返済に困ってDMのヤミ金融5社から借りたが、金利が高すぎて返済できない。自己破産したら夫の会社に電話する、家に取り立ててに行くなどと脅され怖い。どうしたらよいか。

(2) 内職・副業

- ・新聞折り込み広告に掲載されていた宛名書き内職の業者に電話で問い合わせをしたところ、それ以降、様々なところから電話勧誘あったり、DMが多数届くようになり困っている。おそらくこの業者から個人情報が漏れたと思われる。どう対処したらよいか。

- ・パソコンの資格を取れば月10万円の収入になる広告メールを見てパソコン内職の契約をして教材を使っていたが、資格は取れず仕事の紹介は受けていない。業者に電話をしてもつながらない。

(3) 他の運輸・通信（電話情報提供サービス）

- ・雑誌広告に通話料のみと記載があったのでアダルト音声のダイヤルに電話を架けたところ、情報料として10万円請求された。相手は利用規約があると言うがなかった。支払わなければ訪問回収すると言われ不安。

- ・メールが来て、サイトを開くとアダルトボイスにつながった。有料と知らず音声ガイダンスに従い進んだ。数秒で切ったが2万8千円の請求メールが来たので規約を確認したが、わかりにくい表示になっている。払わないと解約できないとなっている。

(4) 他の教養・娯楽（海外宝くじ）

- ・あたかも高額な宝くじに当選したかのようなDMがオーストラリアから届いた。クレジットカード番号を記入するよう書かれているがどう対処したらよいか。

- ・海外から132億円の宝くじに当選したから2千円払ってくれという郵便が届いた。いかにも当選したかのような表示で問題があると思う。

(5) 教室・講座

- ・テレビのコマーシャルで、いつでも好きな時間に予約ができると言っている英会話教室。実際はなかなか予約が取れない。夕方は希望者が多いとの説明だが納得できない。改善を指導してほしい。

- ・「少人数制、有名講師陣」とのパンフレットを見て日本語教師養成講座を契約した。契約

時の説明と実態が異なるため解約を申し出たら一切の返金に応じないと言われた。

(6) 健康食品

・痩せなかったら全額返金という広告を見て健康食品を購入した。飲用すると下痢が続いたので販売会社に申し出たら解約に応じ返金されることになっていた。しかし、その後販売会社が倒産し、返金されないままである。

・健康食品でがんが治ったという体験談を書いた本の広告を新聞で見た。信用できる内容か。

(7) 理美容(エステティックサービス)

・無料冊子の広告を見て、エステのお試しコース3,625円に行ったら、54万円のコースを強引に勧められ、考えたいと言ってもここで考えればよいと言われ、帰れない雰囲気だった。その場でクレジット申込書を出されたがカードで払うと言い、今週の土曜日にまた行くことになっている。解約したいが怖い。

・新聞折込広告の無料モニター募集案内を見てエステ店に行った。無料モニターは体質的に体重が落ちやすい方でないと無理と言われ、有料モニターを勧められ契約した。通っていると、さらにホームケアが必要と言われ美容器具も契約したが解約したい。

(8) 契約購入金額が100万円以上のもの

新築分譲マンション

・二重サッシを採用し騒音を遮断しているので図書館のような静けさと広告していた新築マンション。実際に入居してみると騒音がひどい。業者は広告表示どおりの対応をすべきである。(契約購入金額 5,200万円)

・折込広告で全棟駐車場付き、リビング15畳と別室5畳、日当たり良好となっており、説明も受けてマンションの契約をした。内装業者と打ち合わせの際、図面を見ると全戸に駐車場があるわけではなく、広さも全部で15畳、真横に同じ業者がもう1棟マンションを建設するので日当たりも悪いことがわかった。解約を申し入れたが拒否された。

(契約購入金額 3,400万円)

浴室リフォーム

折込広告を見て呼んだ業者と浴室リフォームの契約をした。見積もりがずさんで工事も正しくされない。追い焚き機能付きだが、1台のみのリモコンを台所に取り付けてしまったので入浴中に加温できない。苦情を言っても取り合ってくれない。

(契約購入金額 100万円)

中古自動車

インターネットで4WDと表示されていた中古自動車。販売店に行って説明を聞き購入したが、納車後前輪がすべるのでメーカーに問い合わせたところ4WDではないことがわかった。販売店に申し出たが対応が悪いので全額返金してほしい。

(契約購入金額110万円)

配送内職

「月収40万円、仕事は紹介する」というチラシを見て配送内職の説明を受けに行った。仕事の紹介を受ければローンも払えると思いトラックの契約をして仕事を始めたが、2週間ほどの仕事を紹介されただけ。自分の営業には限界があり続けられないので解約したい。

(契約購入金額410万円)

9. 「表示・広告」に関する問題点

消費者が契約をする際、表示や広告は重要な判断材料になると思われる。この表示や広告に虚偽の記載や誇大な表現があれば正確な判断ができない。インターネット等の通信手段が普及し、広告媒体も多様になってきている今日、表示・広告の適正化に対する事業者の一層の取り組みや行政の監視は当然必要であるが、消費者自身の厳しい視点も不可欠である。商品・サービスの選択にあたっては、自ら情報収集し、見極める目を持つことが重要だと思われる。