

「表示・広告」に関する相談の概要

- 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

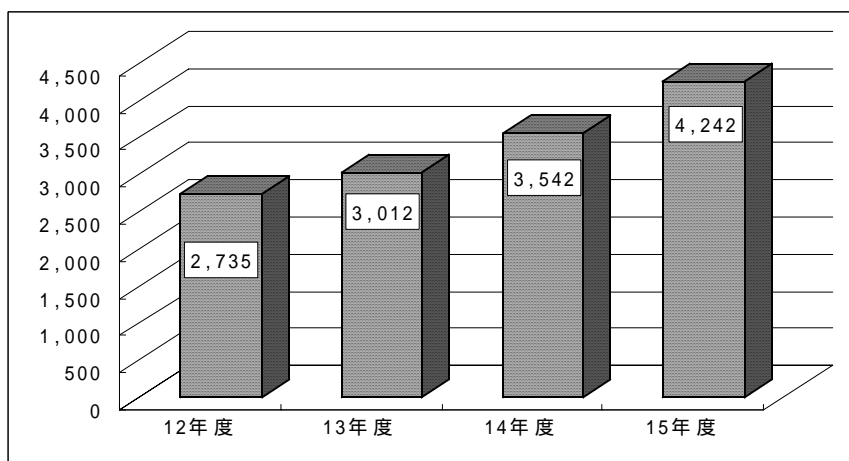
分析データ：東京都消費生活総合センター及び都内区市町村の消費者相談窓口で受け付けた平成12年4月～16年3月（4年間）の相談データ

ただし、ここで取り上げた相談事例は、平成16年4月～17年2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が見られ、14年度までは全相談に占める割合も年々上昇していたが、15年度においては、架空・不当請求の急増で相談件数が激増する中、全相談に占める「表示・広告」に関する相談の割合は0.5ポイントの低下となっている。これは、迷惑メールからの架空・不当請求に至るケースの他に、何の債権かわからない、表示や広告等と関連のないハガキ等での架空・不当請求も増加したことが要因と考えられる。（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

	12年度	13年度	14年度	15年度
表示・広告相談件数 (A)	2,735	3,012	3,542	4,242
全相談件数 (B)	98,422	102,755	113,570	160,817
割合 (A) / (B)	2.8%	2.9%	3.1%	2.6%

2. 商品・役務

全相談に占める「表示・広告」相談件数の割合を商品・役務大分類別に示したのが「表 - 2」である。

【表 - 2】全相談に占める「表示・広告」相談件数の割合（商品・役務別）

商品・役務名	14年度			15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	82	2,104	3.9%	113	5,232	2.2%
食料品	610	4,381	13.9%	499	3,764	13.3%
住居品	220	7,323	3.0%	202	7,118	2.8%
光熱水品	14	481	2.9%	6	393	1.5%
被服品	179	4,478	4.0%	180	4,372	4.1%
保健衛生品	254	5,122	5.0%	121	4,497	2.7%
教養娯楽品	321	11,803	2.7%	343	11,128	3.1%
車両・乗り物	56	1,989	2.8%	67	1,884	3.6%
土地・建物・設備	82	4,033	2.0%	73	4,310	1.7%
他の商品	2	62	3.2%	1	47	2.1%
クリーニング	54	2,197	2.5%	42	2,116	2.0%
レンタル・リース・貸借	66	8,745	0.8%	44	9,977	0.4%
工事・建築・加工	39	3,238	1.2%	42	3,548	1.2%
修理・補修	20	1,057	1.9%	20	1,052	1.9%
管理・保管	5	198	2.5%	2	198	1.0%
役務一般	3	894	0.3%	10	1,412	0.7%
金融・保険サービス	371	12,439	3.0%	507	16,378	3.1%
運輸・通信サービス	260	17,643	1.5%	992	58,038	1.7%
教育サービス	26	1,053	2.5%	26	1,079	2.4%
教養・娯楽サービス	357	8,130	4.4%	430	7,853	5.5%
保健・福祉サービス	151	5,217	2.9%	152	4,792	3.2%
他の役務	159	3,773	4.2%	172	4,340	4.0%
内職・副業・相場	210	4,097	5.1%	197	3,951	5.0%
他の行政サービス	1	181	0.6%	1	190	0.5%
他の相談	-	2,932	-	-	3,148	-
合計	3,542	113,570	3.1%	4,242	160,817	2.6%

最も割合の高いのは「食料品」であり、13%以上を占めている。次いで「教養・娯楽サービス」、「内職・副業・相場」が5%以上と続いている。

「表示・広告」に関する相談を、商品・役務中分類別に上位10位まで示したのが「表 - 3」である。14年度までは「融資サービス」、「内職・副業」が1位、2位を占めていたが、15年度においては、「他の運輸・通信」の相談件数が急増している。これは、「携帯電話に送られてきた広告メールをクリックしただけで登録になり、登録料を請求された」等の架空・不当請求の事例が増加したためである。

【表 - 3】「表示・広告」商品・役務別相談件数

	平成12年度		平成13年度		平成14年度		平成15年度	
1	融資サービス	190	融資サービス	239	融資サービス	315	他の運輸・通信	934
2	内職・副業	180	内職・副業	166	内職・副業	205	融資サービス	429
3	役務その他	129	他の運輸・通信	148	他の運輸・通信	179	他の教養・娯楽	269
4	教室・講座	127	教室・講座	132	他の教養・娯楽	167	内職・副業	192
5	文具・事務用品	96	役務その他	96	教室・講座	134	健康食品	159
6	健康食品	81	文具・事務用品	93	健康食品	123	教室・講座	120
7	洋装下着	76	商品一般	88	役務その他	120	役務その他	119
8	理美容	72	健康食品	88	理美容	89	商品一般	113
9	他の運輸・通信	69	化粧品	85	商品一般	82	理美容	94
10	化粧品	68	電報・電話	85	他の保健衛生品	82	文具・事務用品	76

3. 相談内容

相談内容についてキーワード別に上位10位まで示したのが「表 - 4」である。

14年度までは上位5位までのキーワードに大きな変化はないが、15年度においては、「インターネット」、「不当請求」のキーワードが上位になり、ここでも表示に問題のある迷惑メールや無料をうたう有料サイト等の架空・不当請求急増の影響が見られる。

【表 - 4】受付キーワード別相談件数上位10位

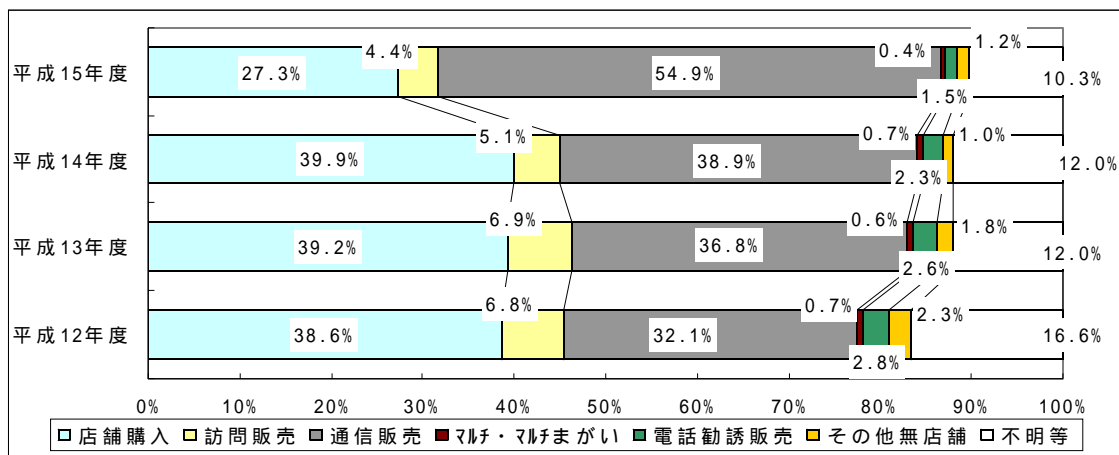
	平成12年度		平成13年度		平成14年度		平成15年度	
1	表示	526	表示	568	解約	643	インターネット	783
2	解約	519	解約	533	表示	551	不当請求	718
3	折込広告	498	折込広告	439	折込広告	479	D M広告	601
4	信用性	438	信用性	398	信用性	459	表示	589
5	雑誌広告	264	D M広告	332	D M広告	446	解約	560
6	D M広告	262	雑誌広告	272	雑誌広告	357	ポルノ・風俗	520
7	返金	211	説明不足	270	返金	344	信用性	492
8	サイトビジネス商法	185	返金	270	インターネット	272	折込広告	491
9	高価格・料金	170	インターネット	231	不当請求	212	雑誌広告	470
10	クレーム処理	157	高価格・料金	203	高価格・料金	211	高価格・料金	440

4. 販売購入形態

「表示・広告」に関する相談について販売購入形態別の割合を示したのが「図 - 2」である。

14年度までは、「店舗購入」と「通信販売」がそれぞれ4割近くを占めていたが、15年度においては「通信販売」が5割を超えるまでになっている。これは、電子メールやインターネット画面上でのバナー広告等から架空・不当請求に至るケースの増加が影響していると思われる。

【図 - 2】販売購入形態別割合

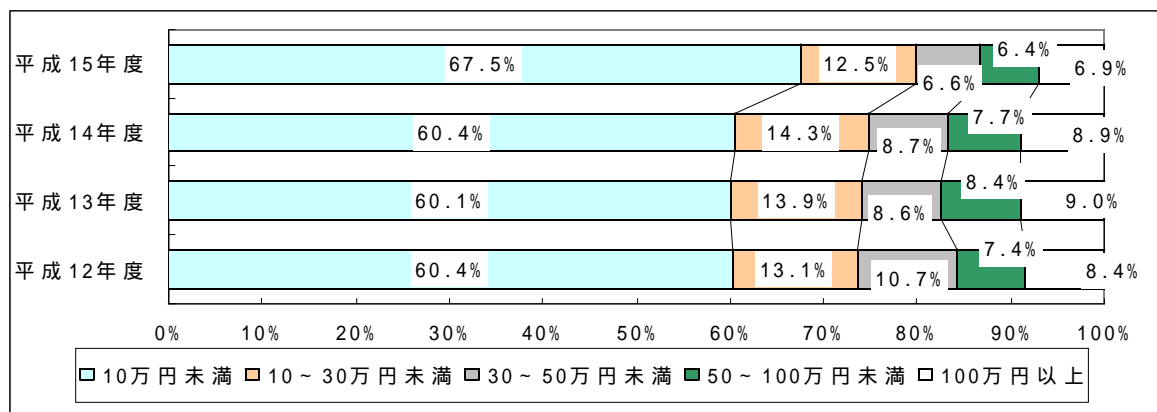


5. 契約購入金額

「表示・広告」に関する相談について契約購入金額別に割合を示したのが「図 - 3」、平均契約購入金額を示したのが「表 - 5」である。

15年度においては、「10万円未満」の占める割合に顕著な上昇が見られるが、これは、「表示・広告」に関する相談においても架空・不当請求の相談が増加し、この場合、請求金額が「10万円未満」のことが多いことが要因であると思われる。

【図 - 3】契約購入金額別割合



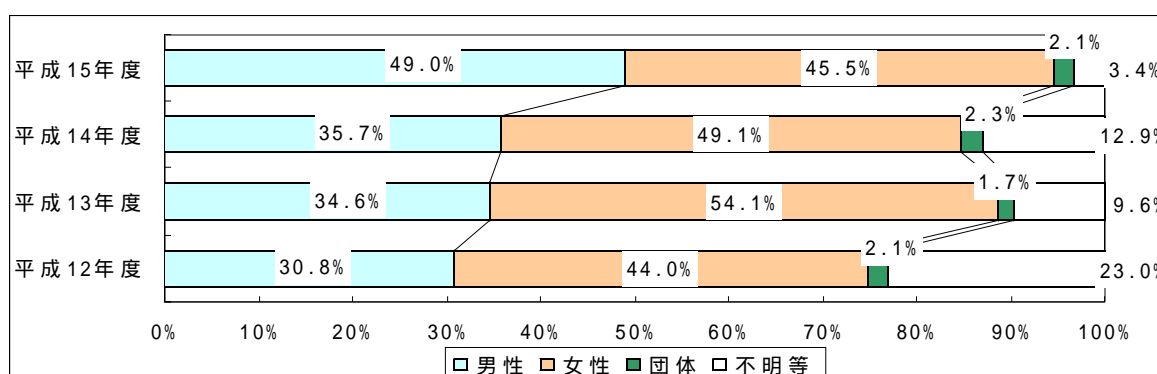
【表 - 5】平均契約購入金額（単位：円）

平成12年度	平成13年度	平成14年度	平成15年度
680,000	665,800	807,000	538,400

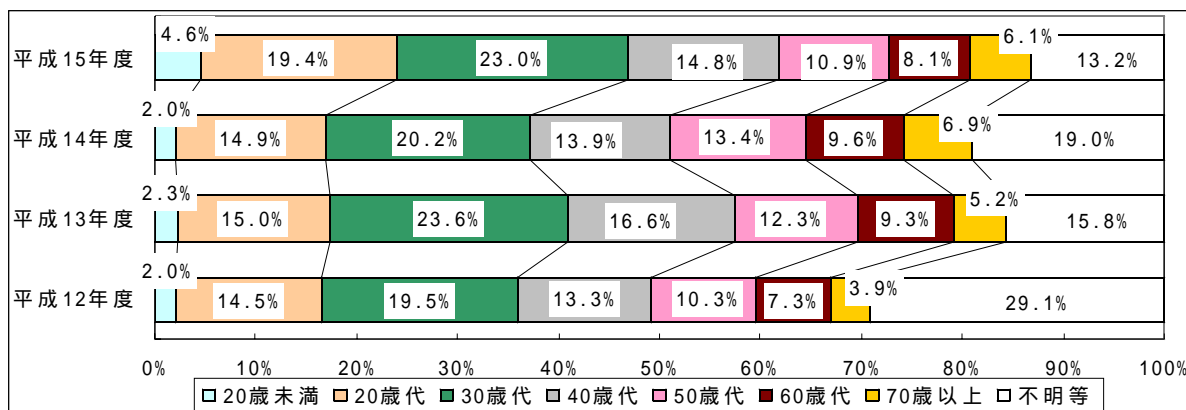
6. 契約当事者の属性

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 - 4」から「図 - 6」である。

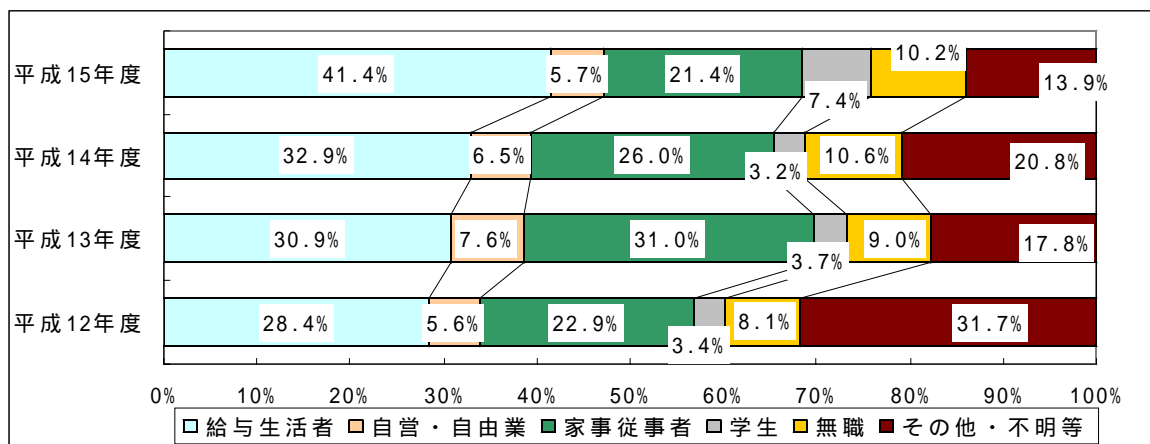
【図 - 4】契約当事者性別割合



【図 - 5】契約当事者年代別割合



【図 - 6】契約当事者職業別割合



性別では、14年度までは、各年度とも「女性」の占める割合の方が高かったが、15年度においては「男性」の占める割合の方が高くなっている。年代別では、15年度に若い世代の割合の上昇が見られる。職業別では、年々、「給与生活者」の割合の上昇が見られる。また15年度においては「学生」の割合の上昇が特徴的である。

これらの15年度における属性の変化も、有料サイト等の架空・不当請求の増加に伴うものと思われる。

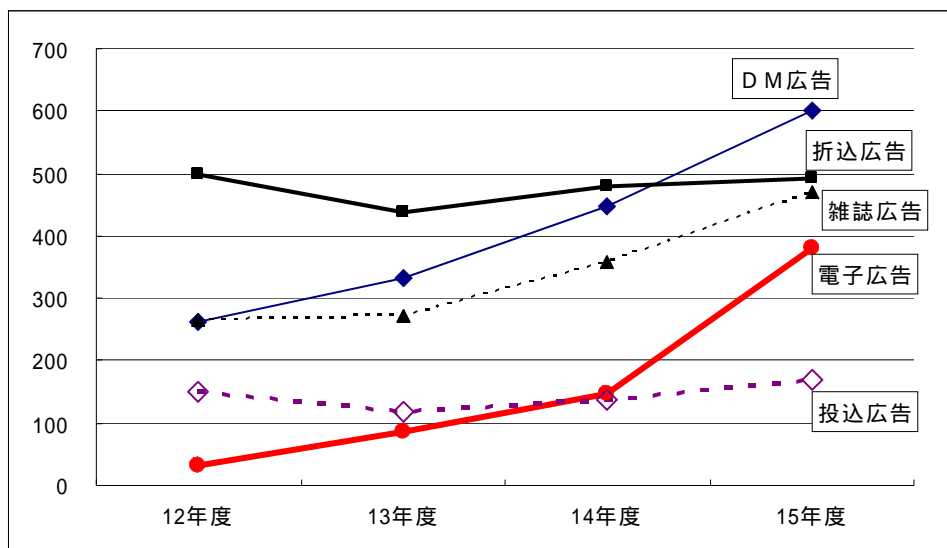
7. 広告媒体別相談件数

広告媒体別に相談件数を示したのが「表 - 6」、上位5位までの広告媒体別相談件数の推移を示したのが「図 - 7」である。

【表 - 6】広告媒体別相談件数

広告媒体	12年度	13年度	14年度	15年度
D M 広告	262	332	446	601
折込広告	498	439	479	491
雑誌広告	264	272	357	470
電子広告	31	85	148	381
投込広告	150	117	138	169
新聞広告	145	135	172	168
カタログ・パンフレット	66	68	63	79
テレビ広告	34	44	60	55
ラジオ広告	5	5	4	3
他の広告媒体	39	59	49	63
計	1,494	1,556	1,916	2,480

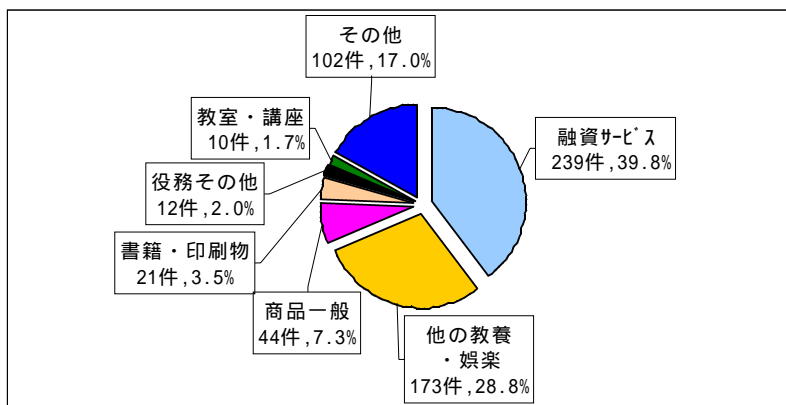
【図 - 7】主要広告媒体別相談件数の推移



「DM広告」の相談件数の伸びが著しく、15年度においては、広告媒体別で最も多くなっている。その他に増加が著しいのは「電子広告」、「雑誌広告」である。双方とも有料サイトの架空・不当請求のきっかけとなる場合が多く、「電子広告」では「迷惑メールを誤って開いたところ出会い系サイトに登録され、料金請求を受けたがどうすればよいか」、「雑誌広告」では「雑誌で知った通話料無料のアダルト番組に電話をかけたら料金を請求された」等の相談事例が多く見られる。

主要広告媒体別に扱われる商品・役務別の割合を示したのが「図 - 8」から「図 - 12」である。

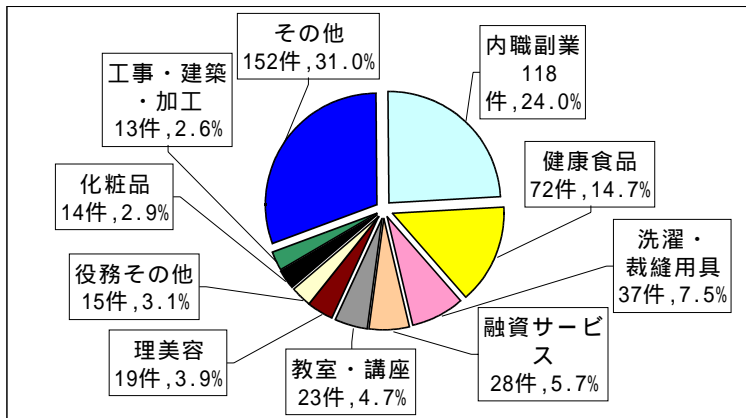
【図 - 8】「DM広告」商品・役務別割合（平成15年度）



「DM広告」では、「融資サービス」が約4割と高い割合を占めている。この中には「ヤミ金融」に関する相談が多い。

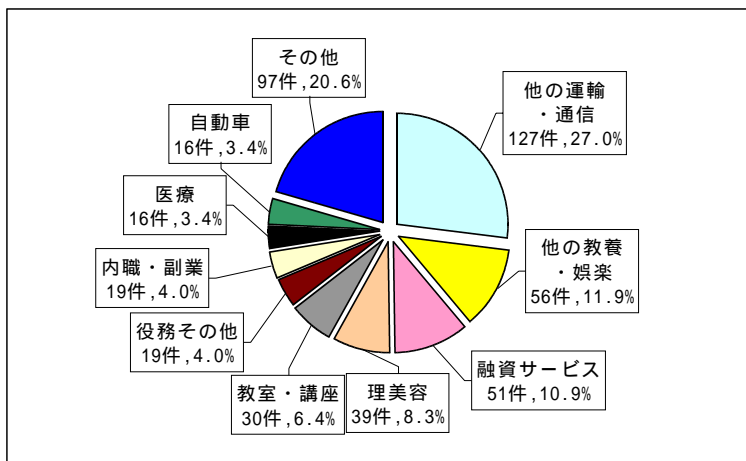
「他の教養・娯楽」は約3割を占めているが、この多くは「海外宝くじ」に関するものである。

【図 - 9】「折込広告」商品・役務別割合（平成15年度）



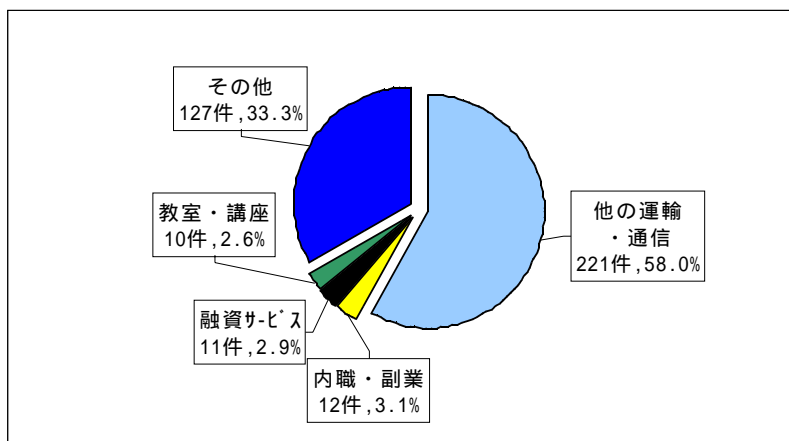
「折込広告」では、あて名書き内職やワープロ・パソコン内職等の業務提供誘引販売取引でトラブルに至るケースが多く見られる。また健康食品では、「広告のような効果がないので返品したい」といった相談が見られる。

【図 - 10】「雑誌広告」商品・役務別割合（平成15年度）



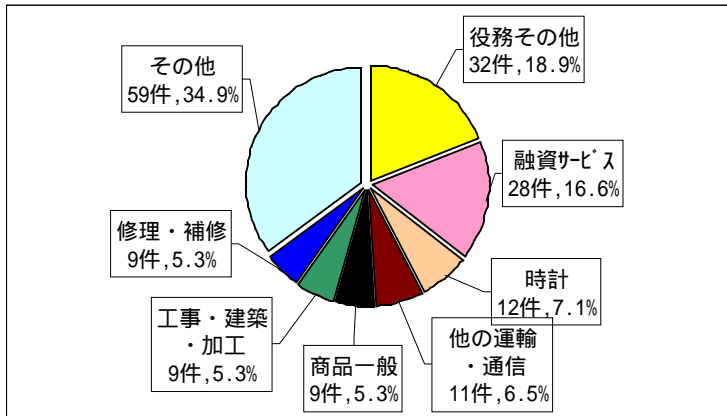
「雑誌広告」では、「他の運輸・通信」が3割近くを占めている。この多くは前述のとおり架空・不当請求に関連する相談である。その他には、無料情報誌の広告がきっかけとなり、エステや語学教室の契約をしているケースが目立つ。

【図 - 11】「電子広告」商品・役務別割合（平成15年度）



「電子広告」は6割が「他の運輸・通信」であり、このほとんどが携帯電話やパソコンへの迷惑メールやバナー広告をきっかけとした架空・不当請求である。

【図 - 12】「投込広告」商品・役務別割合（平成15年度）



「投込広告」では、「公営住宅申込代行」や「廃品回収サービス」、「ヤミ金融」、「興信所」等、様々な商品・役務が見られる。広告の記載より高額な請求をされるというトラブルが多く見られる。

8. 相談事例

(1) DM広告

・「無担保で融資可能」というDM広告を見て100万円の借金を申し込んだ。業者は、融資するには審査や手数料が必要なので計13万円を振り込むようにと言う。言われるままに振り込んだが融資されないので不審に思い電話したら、再度お金を振り込む必要があると言う。信用できないがどうしたらよいか。
（フリーローン・サラ金 / 年代不明 / 男性 / 契約金額 100万円）

・300万豪ドルが当たるというオーストラリア宝くじのダイレクトメールが届いた。2千円払えば当選のチャンスがあるように書かれている。海外宝くじを申し込んだ覚えはない。個人情報を知られていることが不安。
（海外宝くじ / 年代不明 / 女性）

(2) 折込広告

・折込チラシを見て、引越時の不用品処分の見積りを依頼した。見積書を見てから依頼するつもりだったのに、いきなりトラックで乗りつけ、一部屋分の不用品のみを見て10万円と言ったが、他の部屋の分やゴミ袋代などで結局29万円請求された。仕方なく払ったが納得できない。

（廃品回収サービス / 60歳代 / 女性 / 契約金額 29万円）

・折込広告で「最後の転職先、月収70万円」とあったハウスクリーニング業の加盟店契約を3日前にした。研修後には顧客の紹介もすると言うが信用できるか。

（ハウスクリーニング加盟店契約 / 50歳代 / 男性 / 契約金額 104万円）

(3)雑誌広告

・雑誌広告を見て、完全無料という出会い系サイトに興味本位でアクセスした。入力中に怖くなり、削除するつもりが送信ボタンをクリックしてしまった。携帯電話番号、メールアドレス等が業者に知られてしまって怖い。自宅に回収に来たりしないか。

(出会い系サイト / 20歳代 / 男性 / 請求金額 3万円)

・息子が雑誌広告を見て出向き、あいまいな説明のまま包茎手術を受けた。手術後にクレジット価格164万円であることが判明した。高額で納得できない。

(包茎手術 / 20歳代 / 男性 / 契約金額 164万円)

(4)電子広告

・パソコンのバナー広告をクリックしたら、有料情報サイトに登録になってしまった。登録済みという表示が出たので驚いて戻った。どうなったか確認するために再度クリックしたら同じサイトに二回目も登録になり、二回分の請求が来た。利用するつもりはないので情報料は支払いたくない。

(オンライン情報サービス / 40歳代 / 女性 / 請求金額 7万円)

・3か月前、インターネット広告を見てダイエット用サプリメントを購入した。購入前に持病の薬を飲んでいることを販売会社に伝えたが、問題ないと返答だったので購入した。3か月間飲んだら体調が悪くなり、医師に相談したところ、服用している薬とは併用しない方がよいと言われた。これ以上飲み続けられないので返品したいが、返金は可能か。

(健康食品 / 40歳代 / 女性 / 契約購入金額 37万円)

(5)投込広告

・高齢の父が投げ込みチラシを見て白蟻駆除工事の見積りを依頼した。見積りに来た翌日の工事中に除湿剤の量、床下換気扇の台数を追加された。父がその場で断ったのに強引に工事されてしまい、見積りの倍の高額請求をされた。納得できない。

(白蟻駆除・床下換気扇等工事 / 80歳代 / 男性 / 契約購入金額 200万円)

・投げ込みチラシを見て夫の浮気調査を依頼した。具体的な調査内容の書いていない契約書が交付された。キャンセル料については、調査開始の前日まで10%、開始後は返金不可となっている。結局何も調査をしってくれなかったのが代金を支払いたくないが、嫌がらせが心配。

(興信所 / 20歳代 / 女性 / 契約金額 21万円)

(6)新聞広告

・夫が新聞広告を見て、60歳以上の人対象、国内外120箇所のホテル、コンドミニアムを利用できるシステムの会員契約をした。契約後、渡されたパンフレットを見るとコンドミニアムが少ないことに気付いた。業者は特別に配慮すると言うが、信用できない。解約を申し出たが、解約料が高すぎる。(リゾート会員権 / 60歳代 / 男性 / 契約金額 398万円)

9. 「表示・広告」に関する相談の問題点

商品の購入やサービスの契約に際して、「表示・広告」は契約のきっかけになり、重要な判断材料となる。この記事では広告媒体別に分析を行ったが、インターネットや携帯電話の普及により広告媒体の多様化が見られる。電子メールによる広告やバナー広告などは、特定商取引法による規制が行われてはいるものの、迷惑メールから架空・不当請求のトラブルになるケースが増加している。このような事態を受け、経済産業省はプロバイダや金融機関等と連携し、「迷惑メール追放支援プロジェクト」を開始した。また東京都においても「架空請求メール都民通報制度」を開始するなど、新たな取り組みを行っている。

「表示・広告」に関する消費者トラブルをなくすためには、事業者がまず適正な営業活動を行うべきであることは言うまでもないが、消費者は正しい情報を見極める目を持つことが要求される。広告表現のみに惑わされることなく、内容をよく確認した上で契約をしてほしい。架空・不当請求に至った場合も毅然と無視するなど、冷静な対応を心がけてほしい。