

「表示・広告」に関する相談の概要 ～ 広告媒体別の分析を中心に～

- 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に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（主な広告媒体に関する相談を中心に分析）

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13年4月～17年3月（4年間）の相談データ

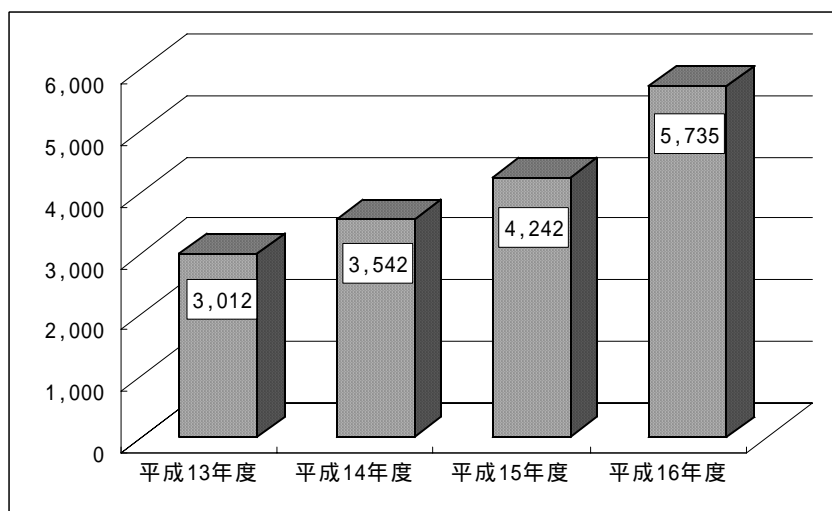
ただし、ここで取り上げた相談事例は、平成17年4月～18年2月受付の相談データから抽出したものである。

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顕著であり、16年度においては対前年度35.2%の大幅な増加が見られる。また相談全体における「表示・広告」の割合も15年度には対前年度0.5ポイントの低下が見られたが、16年度には0.3ポイント上昇し、2.9%を占めている。

（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

	平成13年度	平成14年度	平成15年度	平成16年度
表示・広告相談件数 (A)	3,012	3,542	4,242	5,735
全相談件数 (B)	102,755	113,570	160,817	200,535
割合 (A) / (B)	2.9%	3.1%	2.6%	2.9%

「表示・広告」に関する相談について、内容キーワード別に相談件数を示したものが「表 - 2」である。各年度とも「広告媒体」に関する相談件数が最も多い。ここでは平成16年度の広告媒体に関する相談について分析を行う。

【表 - 2】「表示・広告」内容キーワード別相談件数

	平成13年度	平成14年度	平成15年度	平成16年度
表示・広告全般	15	19	78	33
表示	736	857	960	1,352
取扱説明書	53	44	26	37
製造年月日	19	35	23	19
バーコード	17	15	9	9
賞味期間	109	128	103	76
広告	253	286	364	453
広告媒体	1,539	1,887	2,464	3,674
マーク	13	3	5	3
他の表示・広告	38	29	58	170
計	2,792	3,303	4,090	5,826

* 複数集計 / 計は「表示・広告」相談件数とは一致しない

2. 「広告媒体」に関する相談

(1) 相談件数

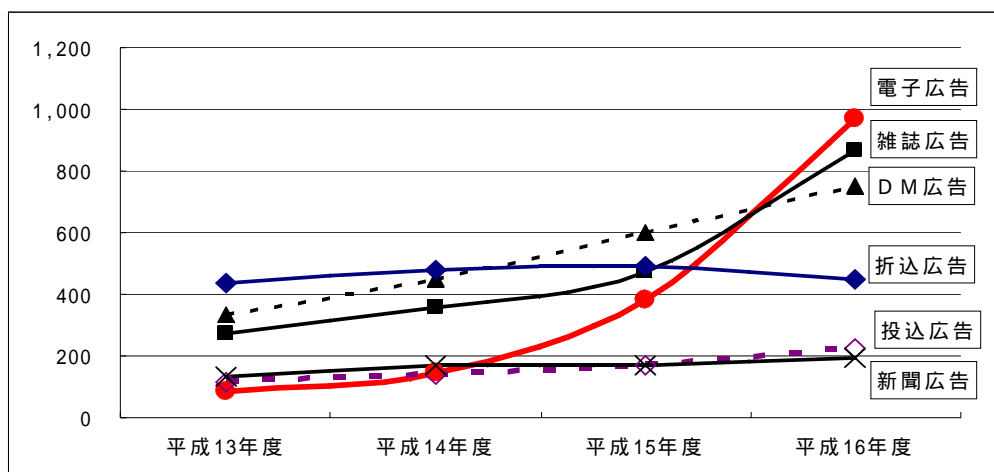
広告媒体別の相談件数を示したものが「表 - 3」、主な広告媒体に関する相談件数の推移を示したものが「図 - 2」である。

相談件数の増加が顕著なのは「電子広告」、「雑誌広告」であり、対前年度で見ると「電子広告」は2.5倍、「雑誌広告」は1.8倍に上っている。増加の要因としては、有料サイト等の架空・不当請求のきっかけとなる広告媒体が「電子広告」、「雑誌広告」であることが多いことが挙げられる。

【表 - 3】広告媒体別相談件数

広告媒体	平成13年度	平成14年度	平成15年度	平成16年度
電子広告	85	148	381	969
雑誌広告	272	357	470	867
DM広告	332	446	601	749
折込広告	439	479	491	448
投込広告	117	138	169	223
新聞広告	135	172	168	193
カタログ・パンフレット	68	63	79	89
テレビ広告	44	60	55	69
ラジオ広告	5	4	3	2
他の広告媒体	59	49	63	90
計	1,556	1,916	2,480	3,699

【図 - 2】主な広告媒体に関する相談件数の推移



(2) 相談内容及び商品・役務

広告媒体別に内容キーワードの上位10位まで示したものが「表 - 4」、商品・役務別に上位10位まで示したものが「表 - 5」である。

【表 - 4】内容キーワード別相談件数上位10位 (平成16年度)

	電子広告		雑誌広告		DM広告	
1	インターネット	722	不当請求	350	信用性	151
2	不当請求	607	ホ・ルノ・風俗	263	詐欺	110
3	ホ・ルノ・風俗	392	無料商法	172	プライバシー	110
4	電子商取引	100	高価格・料金	169	法律違反	110
5	未成年者契約	96	インターネット	132	多重債務	90
6	解約	91	解約	128	オーストラリア	69
7	高価格・料金	89	返金	88	保証金等	55
8	問題表示	58	信用性	72	解約	50
9	無料商法	57	詐欺	60	返金	50
10	問題広告	54	強迫	59	強引	49
	折込広告		投込広告		新聞広告	
1	信用性	126	信用性	74	信用性	57
2	解約	93	高価格・料金	33	解約	42
3	高価格・料金	69	家庭訪販	30	高価格・料金	20
4	クーリング・オフ	50	解約	25	返金	17
5	サイト・ビジュアル・商法	46	無料商法	22	多重債務	16
6	返金	39	点検商法	17	不当請求	16
7	約束不履行	37	約束不履行	17	契約	15
8	家庭訪販	35	虚偽説明	15	詐欺	15
9	おとり広告	29	クーリング・オフ	15	説明不足	14
10	表示	26	クレーム処理	15	無料商法	14

(3) 商品・役務

広告媒体別に商品・役務別相談件数上位10位までを示したものが「表 - 5」である。

【表 - 5】商品役務別相談件数上位10位（平成16年度）

電子広告		雑誌広告		DM広告		
1	他の運輸・通信	707	他の運輸・通信	402	融資サービス	342
	電話情報提供サービス	590	電話情報提供サービス	383	フリーローン・サラ金	334
2	融資サービス	31	融資サービス	105	他の教養・娯楽	144
	フリーローン・サラ金	30	フリーローン・サラ金	103	宝くじ	122
3	教室・講座	17	理美容	65	商品一般	63
	外国語・会話教室	5	エステティックサービス	55		
4	役務その他	15	他の教養・娯楽	57	役務その他	27
	結婚相手紹介サービス	3	異性交際関連サービス	13	測量サービス	5
5	旅行代理業	15	内職・副業	30	書籍・印刷物	27
	海外バック旅行	8			紳士録・名簿	14
6	内職・副業	14	教室・講座	28	健康食品	13
	ワープロ・パソコン内職	8	タレント・モデル養成教室	8		
7	文具・事務用品	14	役務その他	25	アクセサリ	10
	小型コンピューター	7	折とうサービス	7		
8	レンタル・リース・貸借	12	自動車	25	教室・講座	10
	賃貸アパート	8			資格講座	4
9	理美容	11	健康食品	18	他の保健・福祉	9
	エステティックサービス	9			募金	9
10	自動車	10	医療	11	音響・映像製品	8
					ビデオソフト	3
折込広告		投込広告		新聞広告		
1	内職・副業	75	役務その他	66	融資サービス	31
	あて名書き内職	28	公営住宅申込代行	22	フリーローン・サラ金	29
2	洗濯・裁縫用具	43	融資サービス	31	他の教養・娯楽	17
	ミシン	43	フリーローン・サラ金	31	異性交際関連サービス	6
3	役務その他	33	工事・建築・加工	23	他の運輸・通信	15
	廃品回収サービス	9	衛生設備工事	10	電話情報提供サービス	13
4	理美容	27	他の運輸・通信	18	教室・講座	13
	エステティックサービス	25	CATV	10	資格講座	4
5	教室・講座	22	衛生サービス	10	内職・副業	13
	資格講座	8	駆除サービス	6	あて名書き内職	5
6	工事・建築・加工	21	洗濯・裁縫用具	6	役務その他	9
	衛生設備工事	6	ミシン	6	結婚相手紹介サービス	3
7	健康食品	20	医療	5	健康食品	9
8	融資サービス	19	修理・補修	4	預貯金・証券等	7
	フリーローン・サラ金	19				
9	修理・補修	16	家事サービス	3	旅行代理業	6
			便利屋	3	海外バック旅行	2
10	集合住宅	12	貨物運送	3	他の教養娯楽品	5
			引越サービス	2	タバコ用品	2

「電子広告」、「雑誌広告」を見ると、内容キーワード（主に契約・販売方法に着目、以下同じ）では、「不当請求」、商品・役務別では「電話情報提供サービス」が多くなっている。このことから、架空・不当請求につながるきっかけとなる広告媒体は、「電子広告」、「雑誌広告」が多いことがわかる。「メールにあったURLをクリックすると登録になり、登録料を請求された」、「雑誌広告に完全無料とあったのでサイトにアクセスしたら高額な料金を請求された」等が代表的な事例である。

「DM広告」では、内容キーワードでは「詐欺」、「多重債務」、「保証金等」が上位に挙がっており、商品・役務では「フリーローン・サラ金」が最も多くなっている。具体的な事例を見ると「保証金を振り込めば融資する」といったヤミ金融の相談が多くなっている。また、「宝くじ」も上位に挙がっているが、「海外からと思われるダイレクトメールが届き、オーストラリアの宝

くじに当たったかのような記載がある。申し込んだ覚えはない」といった海外宝くじの相談が一時的に増加したためである。

「折込広告」では、内容キーワードでは、「サイドビジネス商法」、「家庭訪販」、商品・役務では、「内職・副業」、「ミシン」が上位に挙がっており、「折込広告を見てあて名書き内職の契約をしたが報酬が支払われない」、「折込チラシを見て格安ミシンを申し込んだのに、配達に来た営業員に高額なミシンを勧められ契約したが解約したい」等が代表的な事例である。

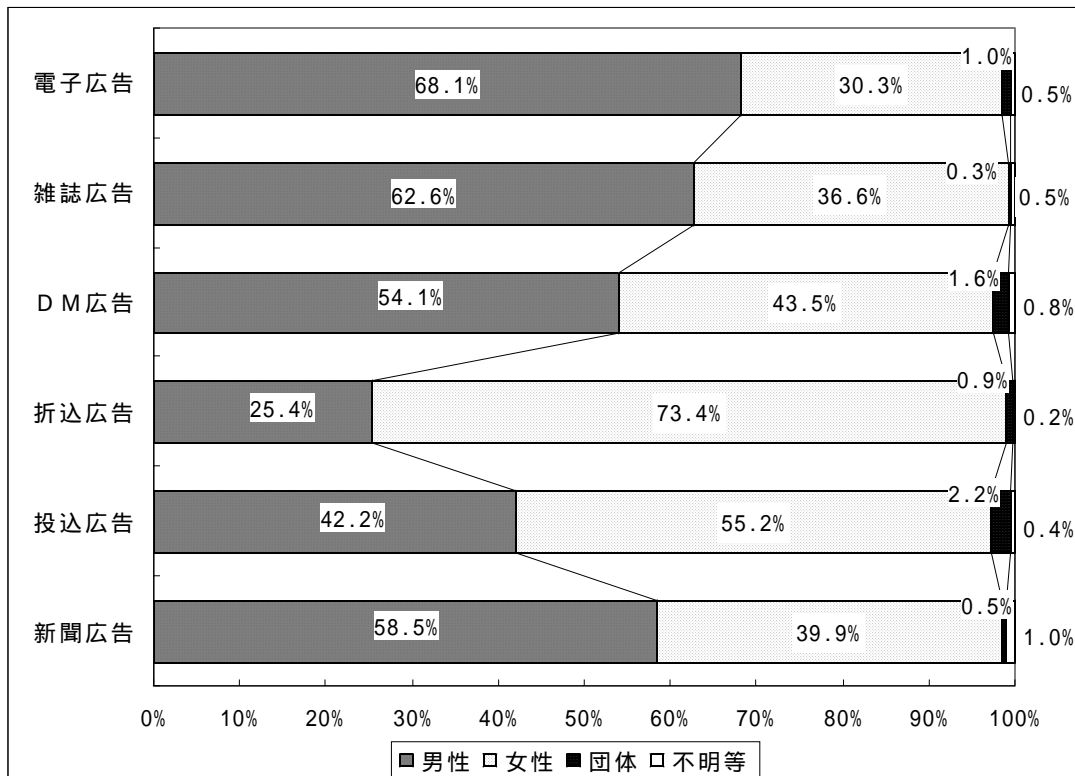
「投込広告」では、内容キーワードでは、「家庭訪販」、「点検商法」が上位に見られ、商品・役務では、「公営住宅申込代行」や「耐震診断」等、様々な役務の契約についての「信用性」についての相談や「無料で多重債務の相談にのるといふ投込チラシを見たが信用してよいか」等の「フリーローン・サラ金」の相談が見られる。

「新聞広告」では、「多重債務」、「フリーローン・サラ金」がそれぞれ上位に見られるが、「借金を一本化するため、新聞広告で見た業者に融資を申込みたいが信用して大丈夫か」等のヤミ金融と思われる事例が目立つ。

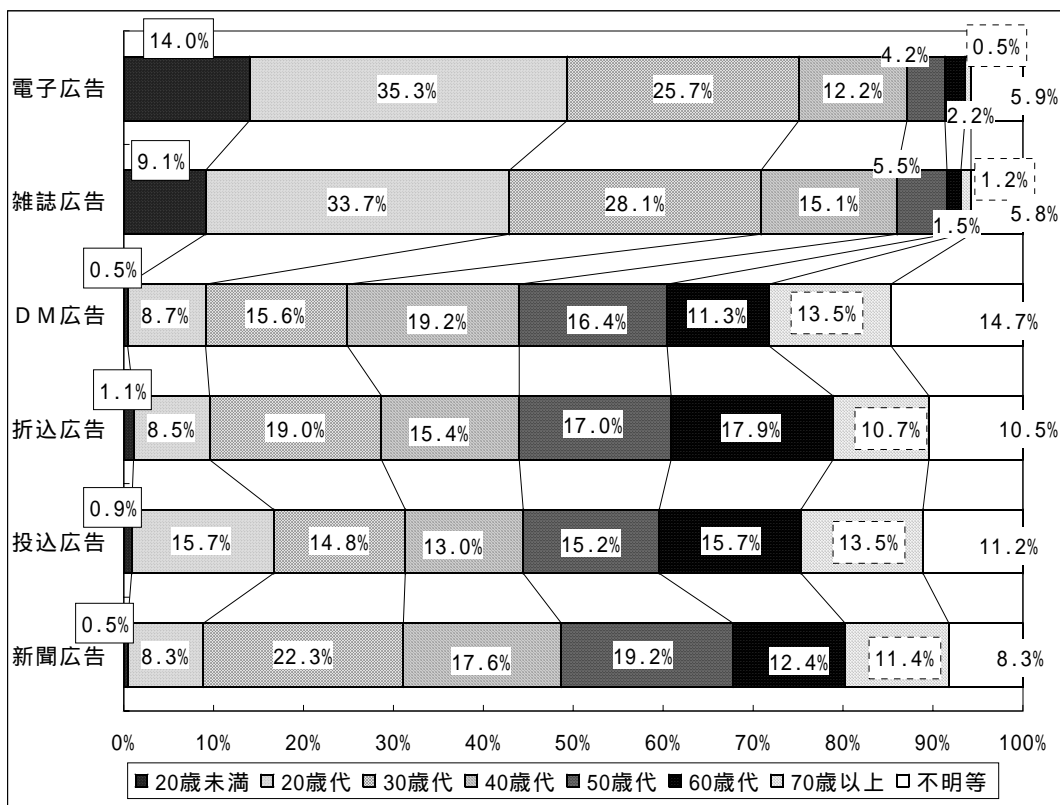
(4)契約当事者の属性

契約当事者の属性について、広告媒体別に契約当事者の属性を示したものが「図 - 4」から「図 - 6」である。

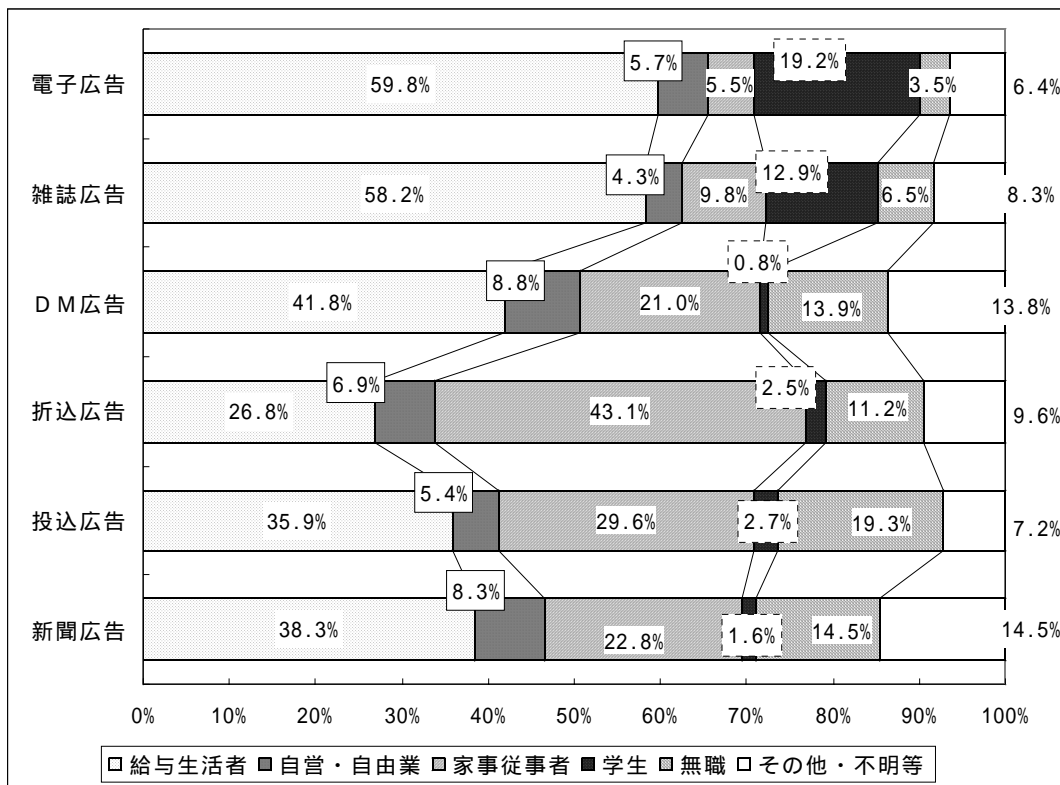
【図 - 4】 広告媒体別契約当事者性別割合



【図 - 5】 広告媒体別契約当事者年代別割合



【図 - 6】 広告媒体別契約当事者職業別割合

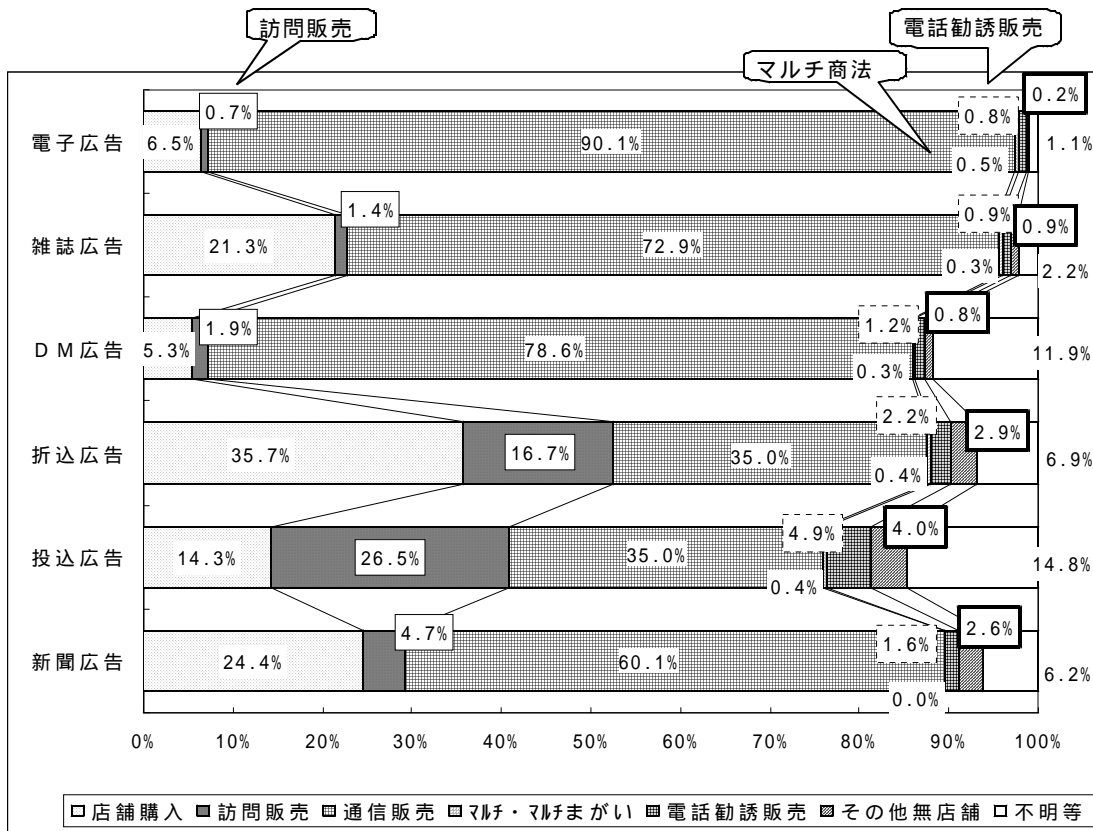


契約当事者の性別の特徴を見ると、「男性」の割合が「電子広告」では7割近く、「雑誌広告」では6割以上と他の広告媒体に比べ顕著に高い割合を占めている。年代別に見ると、「電子広告」、「雑誌広告」は、圧倒的に「30歳代」以下の若い世代からの相談が多く、他の広告媒体では年代による大きな特徴は見られない。職業別では、「折込広告」は圧倒的に「家事従事者」の割合が高いが、他の広告媒体では「給与生活者」の割合が最も高くなっている。このことから、若い世代の男性に多い「架空・不当請求」のきっかけとなるのは「電子広告」、「雑誌広告」が多く、また主婦に多い内職商法や家庭訪販のきっかけとなるのは「折込広告」が多いという広告媒体別の特徴がわかる。

(5) 販売購入形態

広告媒体別に販売購入形態別の割合を示したものが「図 - 7」である。「折込広告」を除く各広告媒体で「通信販売」が最も高い割合を占めている。「折込広告」では、「店舗購入」が「通信販売」をやや上回っている。また、「折込広告」と「投込広告」では「訪問販売」が他の広告媒体に比べ高い割合を示している。

【図 - 7】販売購入形態別割合（平成16年度）



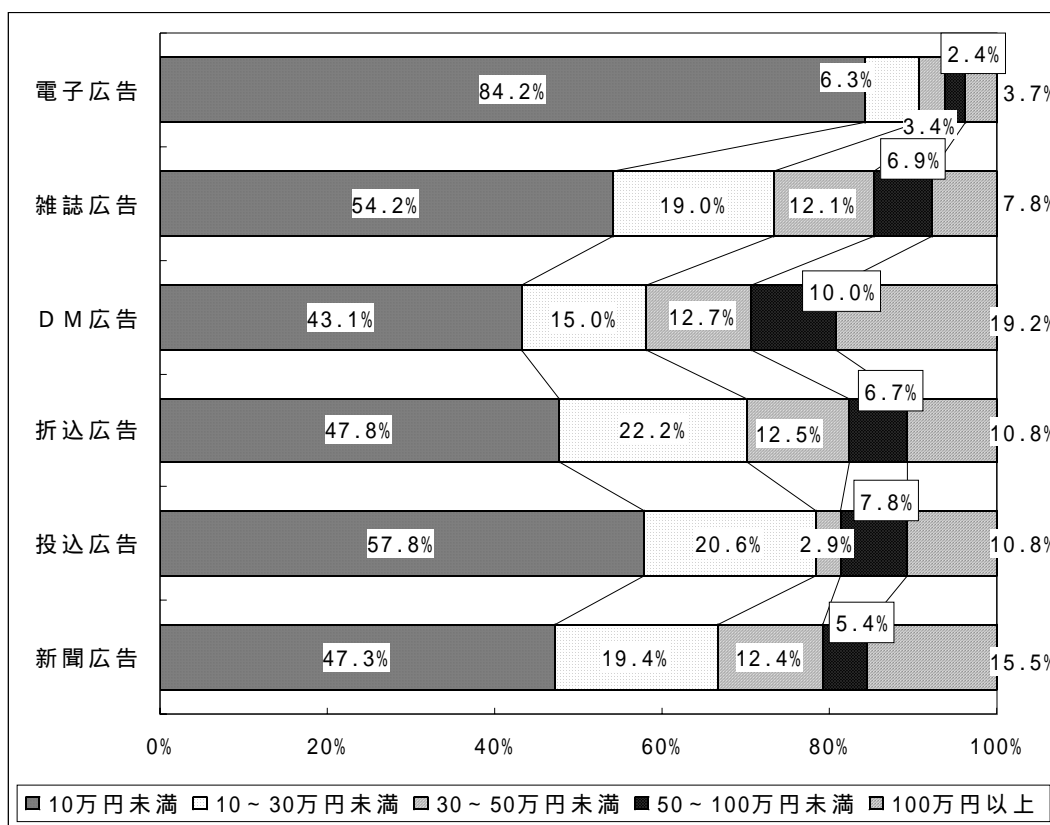
(6) 契約購入金額

広告媒体別の契約購入金額別割合を示したものが「図 - 8」、平均契約購入金額を示したものが「表 - 6」である。

各広告媒体で「10万円未満」の割合が最も高いが、「100万円以上」の高額な契約も見られ、特に「DM広告」、「新聞広告」では他の広告媒体に比べ高額な契約の割合が高い。高額な契約の内容を見るといずれも「フリーローン・サラ金」が最も多く、ヤミ金融や多重債務の相談が見られる。

平均契約購入金額では、「折込広告」、「新聞広告」がそれぞれ80万円台と高額になっている。「折込広告」による高額な契約の内容としては、「折込広告を見てリフォーム工事の契約をしたが解約したい」等の「工事・建築」や「折込広告を見て軽貨物配送の契約したが、車のローンを払うと手取りが少ないので解約したい」等の「配送内職」の事例が見られる。また「DM広告」は100万円以上の高額な契約が多いものの、「海外宝くじ」等の10万円未満の契約も多いため、平均契約購入金額が60万円台と「折込広告」、「新聞広告」に比べやや低くなっている。

【図 - 8】 契約購入金額別割合（平成16年度）



* 不明等は除く

【表 - 6】 広告媒体別平均契約購入金額（平成16年度）

電子広告	雑誌広告	DM広告	折込広告	投込広告	新聞広告
352,500	312,300	666,000	825,000	622,800	847,100

(単位：円 / 100円未満四捨五入)

3. 相談事例

(1) 電子広告

・パソコンに着信した広告メールのURLをクリックしたらアダルトサイトにつながり自動的に会員登録された。その後しつこくメールで請求が来る。どうしたらよいか。

(アダルトサイト登録料 / 50歳代 / 男性)

・インターネット通販で5か月以上前に応接テーブルセットを申し込んだ。海外にオーダーするため3週間はかかると言われていたが、約束の日になっても商品が届かなかった。問い合わせると返金すると言われたが約束の日に入金されなかった。支払ったお金を返金してほしい。

(応接テーブル / 30歳代 / 女性)

(2) 雑誌広告

・「3日間無料」という雑誌広告を見てアダルト音声電話にかけたら、1か月後に携帯電話に「退会手続きをしていないので続行になり、延滞手数料がかかる。59万円支払え」という電話があった。住所、氏名、自宅電話番号、勤務先電話番号等を聞かれ答えてしまった。どうしたらよいか。

(アダルト音声サービス / 20歳代 / 女性)

・雑誌を見てインターネットで航空チケットを申し込んだ。業者が行方不明になり、チケットが入手できなくなった。航空券代金は返金されるか。また、広告掲載会社は旅行会社の信用調査をすべきではないのか。

(航空券 / 40歳代 / 男性)

(3) DM広告

・「融資を低金利で一本化」と記載されたダイレクトメールが届いた。送付元が財団法人になっている。3年前から大手3社の消費者金融から融資を受けており、携帯電話にもいろいろな業者から融資の勧誘がある。可能であれば債務を一本化したい。信用できるか。

(フリーローン・サラ金 / 30歳代 / 男性)

・家庭教師派遣のダイレクトメールを見て業者を自宅に呼んだ。家庭教師の契約のみを希望していたのに、必要のない高額な教材を勧められた。契約は断ったが、個人情報伝えてしまったので悪用されないか心配。どうしたらよいか。

(家庭教師 / 40歳代 / 女性)

(4) 折込広告

・小学校受験のための子どもを通わせていた幼児教室が広告に出している合格実績が事実でないと思う。水増しして広告表示をしていると思うが規制はどうなっているのか。

(受験幼児教室 / 40歳代 / 女性)

・スーパーの折込広告に食品が立派に写っている。「写真はイメージです」と小さな文字で但し書きがあるが、実物が必ずと言っていいほど見劣りしている。おとり広告ではないか。

(食料品 / 70歳代 / 女性)

(5) 投込広告

・「地上デジタル放送対策工事のご案内」というチラシが入っていた。工事すればテレビを買い換える必要はない、今なら特別工事料金になると書かれている。集合住宅の全戸に工事が必要と思わせるような書き方で問題ではないか。

(CATV / 40歳代 / 女性)

・不用品回収のチラシを見て見積もりを依頼したら、あまりにも高額で処理費用の記載もないいいかげんなものだった。検討すると言ったら今なら割引するなど強引に急かされて契約した。しかしどう考えても高額なので、翌朝解約を申し出たら、違約金1割を払えと言う。契約書にも違約金に関する記載はあり、口頭でも早口で説明されたものの支払わなくてはならないか。

(廃品回収サービス / 30歳代 / 女性)

(6) 新聞広告

・新聞広告の資格通信講座の資料請求をしたら、勧誘の電話がかかってきた。長時間にわたり説得されたが自分はきっぱり断った。新聞広告に資料を送付すると記載されているのに、資料は送付されずに勧誘の電話があるのはおかしい。問題のある広告だと思う。問題広告をやめさせることはできないか。

(マンション管理士資格講座 / 50歳代 / 男性)

・新聞広告で見た書籍を取り寄せ、その中で勧めていた健康食品を購入した。送られてきた健康食品の説明書には何にでも効くと書かれていたが、実際は飲んでも効果が感じられず病気は良くならなかった。何にでも効くというのはおかしい。取り締まってほしい。

(健康食品 / 70歳代 / 女性)

4 .「表示・広告」に関する相談について

表示や広告は、消費者が商品やサービスの契約をするための重要な判断材料となっていることは言うまでもない。本来、表示や広告は適正であるべきものだが、消費生活センターに寄せられる相談の中には、表示や広告に問題があるためにトラブルに至っているケースが多く見られる。

広告媒体も多様化しており、平成16年度においては「電子広告」のトラブルが最も多くなっている。携帯電話やパソコン等、インターネットを利用した電子広告のトラブルは今後も増加することが予想される。

表示や広告に関してはさまざまな法規制があるものの、必ずしも法律の順守がされていない場合も多い。事業者には法を順守した広告活動を行ってほしい。消費者も、契約に際しては、出来る限り情報の収集を行い、正しい表示・広告を見極める目を養ってほしい。