

ニュースレター

発行：NPO法人 消費生活ネットワーク新潟

〒950-0965 新潟市中央区新光町6番地2勤労福祉会館3階

TEL：025-384-4021 FAX：025-384-4022

ホームページ：https://www.network-niigata.org

検討委員会は、事業者による不当な勧誘行為、不利益をもたらす契約条項の使用、不適切な表示・広告に対しそれらをやめるよう申入れる活動を行っています。申入れ活動は当団体のホームページに掲載しています。

今回は、新たに“くらしのレスキュー商法”（水回りや鍵の紛失等緊急を要するサービス）について情報提供をもとに申入れた事案がありました。

検討委員会

皆さまからの情報提供により、不当な規約・約款などが改善されています。詳細はHPをご覧ください。（2026年3月～2026年9月1日現在）

事業者	概要
Peach Aviation 株式会社 (格安航空)	継続の案件です。・会社に過失がある場合の損害賠償まで免除する条項・未成年者などの取消に応じない条項などについて、2025年8月に再申入れしました。しかし、「自社や社員の重過失は想定していない」や「取消事由がある場合、約款に関わらず取り消しを行い返金する」などの回答が届き、申入れに応じようとしていません。 また、返金は運賃の支払い手段ですと回答していましたが、改正された約款には会社の判断でポイント付与の方法もあると記載されています。 現在、再々申入れ案の検討を重ねています。
株式会社THE RICH (ヘアケア製品)	継続の案件です。定期購入の解約条件が不利だと情報提供があり、2/20・商品の再配達条件・不良品の内容物の残量により対応が変わる・申込の解除を認めない・不利益や損害が発生しても一切の責任は負わないなどの条項の是正を申入れ、中途解約条件の内容を照会しました。事業者から3/17付で回答時期の猶予希望と書面が届きました。8月末現在回答が届いていません。
株式会社シンエイ (水回りの修理サービス)	「トイレのつまり」を格安で直すというマグネット広告の業者が、現場も見ず具体的な説明のないまま広告にはない高額な作業をした。契約書に「訪問を要請され作業した場合、クーリング・オフの対象にならない」と記載されているとの情報提供がありました。 5/20、次の申入れを送付。「消費者から訪問を要請した場合でも、広告の表示額と実際の請求額に相当な開きがあり、修理依頼をした段階では、高額な請求額で契約を締結する意図はなかったため、訪問を要請した場合でもクーリング・オフの対象となる。消費者にクーリング・オフが適用されないかのように誤認させる条項は、特商法第6条第1項第5号の不実告知に該当する。本件条項の削除および使用の停止を求める」 6/25、業者から指摘の条項を削除すると回答がありました。 7/15、当団体より改訂した契約書と改訂前契約書の最終使用日を知らせるよう通知しました。 8月末現在回答が届いていません。

情報提供のお願い

不当契約・不当解約拒否・不当勧誘などの
消費者トラブルや被害情報をお寄せください

新潟県受託事業「2026年度 消費者志向経営普及啓発セミナー」のご案内

新潟県受託事業「消費者志向経営普及啓発セミナー」を開催します。

『事業者とともにつくる、安全・安心なインターネット販売』

こんなことが学べます

- ・ネット広告や口コミの表示のしくみ
- ・選ばれる通販サイトづくりのヒント
- ・AI時代の信頼される情報発信
- ・通販トラブルを防ぐポイント

10/20 (火) 13:30~16:00

会場：新潟日報メディアシップ日報ホール

消費者の声を経営に活かす「消費者志向経営」への理解を深め、事業者は「選ばれるお店」に。消費者は「賢く安心して選ぶ」ための気づきが得られる内容です。

※詳細は同封のチラシをご覧ください

2026年度 消費生活に関する学習会のご案内

◆日時：2026年11月12日（木）13:30~15:30 会場：勤労福祉会館2階研修室

◆『特殊詐欺から身を守る!!』

◆講師：新潟県警 生活安全企画課 川崎 志穂 氏

県警のプロが教える
最新の防犯対策

特殊詐欺の手口はますます巧妙化しています。
最新の手口や対策を学び、自分や大切な人を守る力を
身につけましょう。

※詳細は後日お知らせします

活動委員会

活動委員会では、消費者の目線で、消費者の誤解を招きかけない広告などについて事業者に問い合わせたり、分かりやすい表現に変えてもらえるように任意の要望をしています。活動は2か月に1回です。

7月18日に開催した活動委員会で出された意見です。

「毎日のようにテレビで、『これさえ飲めばお腹の脂肪が減る』という機能性表示食品のCMが流れてくるけど、いつも見ていると洗脳されて、私のお腹の脂肪も減ると期待しちゃうわね。」

ということで、今回は機能性表示食品のキャッチコピーについて考えてみましょう！

お腹の脂肪を何とかしたいと思っているあなた、広告の数字だけで選んでいませんか？

例えば「8週間の試験でプラセボと比較して約26cm²の減少！」というキャッチコピーといかににも数値が落ちていると見せかけているグラフ！

それらを見ると、「脂肪がかなり減るのでは？」と期待してしまいますよね。

でも、「26cm²」は、お腹の脂肪が26g減ったという意味ではありません。一定の条件で行った試験において、おなかをCTなどで測定した「全脂肪面積（内臓脂肪と皮下脂肪）」が約26cm²減少したという数字です。

「約26cm²」という数値はイメージするのが難しいのですが、名刺半分くらいの面積でしかありません。

さらに、誰が利用しても同じ結果になることを示したものではありません。



機能性表示食品は、事業者が科学的根拠をもとに機能性を表示する制度で、国が一つひとつの商品を審査して効果を認めているものではありません。

広告の数字をうのみにせず、「この数字は何を意味するの？」と一度立ち止まること。それが、機能性表示食品を上手に利用する第一歩です。