

SNSの動画広告は信じられるのか (第9回)

消費生活相談員から受けた技術相談を紹介する。

相談の概要

事例1：SNSを見ていた際に出てきた動画広告を見て、身幅の3倍ぐらい伸びるワイシャツを購入したが、届いたものはそのように伸びない。また、素材についても、広告には綿、ポリエステルと書かれているが、ポリウレタンが入っていないのでそんなに伸びないのではないか。返品を申し出たところ、海外へ返送するので手数料を取るとのこと。返品理由として、届いた商品が動画と違うと言えるか。

事例2：ネットの広告で、裏面がもこもこした素材（ボア）になったズボンを購入したが、広告の画像ともここの厚みが違う。返品には対応してもらえることになったが、広告がおかしいのではないか。

事例3：海外のファッションサイトからダウンコートを購入した。広告ではモデルが着用していて、手首まで長さがあるものだが、袖の長さが短いものが届いた。相談者が着用した画像を見てほしい。

技術相談回答

事例1：動画を確認したが、かなり伸縮性があり綿・ポリエステルだけではないような印象がある。ただ、ポリエステルでも伸縮性をもたせたものもあることから、動画を見ただけでは商品が違うとは判断できない。(処理結果：商品に日本語の表示がなく、家庭用品品質表示法違反の疑いがある旨を事業者に伝えたと、1500円の手数料を支払い返品することで合意)

事例2：ボアの厚みについては、届いてすぐだと圧縮されているかもしれない、商品自体を確認しないと何とも言えない。(処理結果：商品は相談者所有のまま、事業者が1000円を返金することで合意)

事例3：画像でモデルが着用しているものと相談者が着用しているダウンコートが全く別とは言い難い。袖が短いようには見えるが、体形も画像の撮影角度も違い、はっきりと違う商品であるとは言えない。(処理結果：助言をもとに相談者が自主交渉)

広告の商品と届いた商品のイメージが違う、という相談は、上記事例のようなものの他、色目が違う、生地の手触りが違う、サイズが思っていたよりも小さいといった相談も受けることがある。

イメージが違うということは、ネット通販を利用するうえで気をつけなければいけないところだが、そのイメージ違いを消費生活センターが客観的に不良品であると判断することは難しいケースが多い。広告に商品の寸法や素材の混用率を表記していないものもあることから、商品テストを実施しても、表記と商品が違うかどうか、確認できないものもある。

事例の回答のように、明確に回答できないケースもあるが、例えば、家庭用品品質表示法に則った表示がされているかどうかなど、相談者からの申し出の他に、問題点や広告と商品の矛盾点はないのかを探り相談解決をめざしている。しかし、海外の事業者であった場合、解決は難しくなる。また、相談者の希望が返品・返金である場合、事業者に商品を返す可能性があることから、商品テストのために商品を破壊することができなかったり、あるいは望まなかったりする相談者もいる。この場合、消費生活センターで商品を確認することができず、商品についての具体的な助言は難しくなる。

いずれにしても、ネットで現物を見ないで購入することはリスクがあるということをよく理解してほしい。特にSNSの広告などを見て購入する際は、広告内容、事業者の情報も含めてよく確認した上で購入することがあらためて大切だと考える。