

わたしは消費者

No.162
令和3年3月1日発行

東京都消費生活総合センター 〒162-0823 新宿区神楽河岸1-1 ☎ 03-3235-1157

わたしは消費者 検索



トピック

スマホやSNSをきっかけとしたトラブル事例と対応策 p.1~4

1. はじめに
2. サブスクリプションサービスを巡るトラブル
3. フリーマーケットサービスを巡るトラブル
4. マルチ商法
5. 生徒に伝えたいこと



東京都消費生活総合センターからのお知らせ

- ▶ 令和元年度 小学生・中学生・高校生の消費生活相談概要 p.5~6
- ▶ 令和2年度 若者向け悪質商法被害防止キャンペーン実施のお知らせ p.7

注意喚起情報

- ▶ 「お試し無料」「初回限定〇〇円」のサプリが定期購入だった p.8
～未成年の通信販売の定期購入トラブルが増えています～

スマホやSNSをきっかけとしたトラブル事例と対応策

弁護士 池本 誠司

1. はじめに

若者が消費者トラブルに巻き込まれた最近の事例の特徴を見ると、スマートフォンを利用した広告・勧誘やインターネット上の契約、SNSを利用した口コミ型勧誘による契約などが目立ちます。具体的な事例を通じて、それらがなぜ契約トラブルにつながりやすいのかと、トラブルに遭わないためのチェックポイントを伝えたいと思います。

2. サブスクリプションサービスを巡るトラブル

事例 1 サブスク無料お試しのつもりが有料契約に

「1カ月間無料で動画見放題」のアプリをダウンロードして会員登録した。数回利用してそのままにしていたら、月額3000円の有料会員になっていてクレジットカード決済で預金口座から引き落としが続いていることを、6カ月後に気付いた。(20歳代、男性)

事例 2 無料期間中に解約したつもりが有料契約が続いていた

4カ月前に「1カ月無料トライアル」の動画配信サービスに会員登録をして、無料期間が終わる前に解約した。最近預金通帳を見たら、2カ月目から利用料金の引き落としが始まっていた。運営業者に連絡して調べてもらったところ、動画配信サービスは解約されていたが、「今なら音楽配信

サービス付き」のオプション契約部分は別に解約手続きが必要だったため、音楽配信は自動継続となっていることが分かった。(20歳代、男性)

事例 3 パスワードを忘れてしまい
解約手続きができない

月額料金固定制でハンドバック・小物をレンタルで利用し放題の有料会員登録をした。最初のうちは時々利用したが、最近は利用しなくなったので解約しようと思った。しかし、ID・パスワードを忘れたためマイアカウントに入れず、解約手続きができない。(20歳代、女性)

サブスクリプションサービス(サブスク)とは、音楽や動画などの配信サービスやバック・洋服などのレンタルサービスを、毎月一定の利用料金で一定の種類の商品・サービスの中から、自由に選んで好きなだけ利用できる、という継続的な契約です。

消費者にとっては、毎月一定額で音楽や動画などを自由に選べるので、頻繁に利用する人には便利で割安となるメリットがあります。他方、あまり利用しない人には割高となり、実際に利用していなくても解約手続きをしない限り、自動継続で料金が発生するデメリットがあります。

事業者は、顧客を継続的に確保できる効果があるので、無料サービス期間を設定するなどしてまず契約者を集めたうえで、できるだけ有料会員としてつなぎとめることを目指します。消費者が利用できるコンテンツの豊富さに魅力を感じて有料会員として継続するのであればよいのですが、無料お試しという強調ばかりで自動的に有料契約になることを明確に表示していなかったり、解約手続きが複雑で分かりにくい設定であったりすると、不本意な形で負担が続き、トラブルとなります。

サブスクのトラブルを防ぐには、こうした契約の仕組みとトラブルの特徴を理解したうえで、慎重に契約することです。

第1に、そのコンテンツや商品を将来にわたって継続的かつ頻繁に利用するのかどうかを冷静に考えてみることです。無料トライアルという広告に惹かれて、ちょっと試してみようという気楽な気持ちで契約すると(事例1参照)、トラブルになりがちです。

第2に、サブスクは契約者を手放さないために解約

手続きが複雑に設定されているケースが少なくないこと(事例2参照)を理解しておき、無料お試しの契約をする前に確実な解約方法を確認しておくことです。

第3に、解約手続きは自分でマイアカウントにアクセスして解約申出をしなければならない仕組みが多いので、契約時に付与されたID・パスワードをきちんと保管しておくことです。

第4に、個人で交渉しても事業者がきちんと対応してくれない場合は、早めに消費生活センターに相談して事業者への申入れの方法を助言してもらうことも重要です。

なお、最近トラブルが増している化粧品・健康食品等の定期購入事案も、「初回お試し格安料金」の誇大広告で契約させ、実は数カ月間の高額の定期購入契約をセットとする手口と、定期購入契約であることは表示されているが、「解約自由」という表示が強調されていたのでお試しのつもりで契約したが、実際には複雑な条件があって容易に解約できないという手口があり、インターネット上の継続的契約のトラブルの共通性があります。

**3. フリーマーケットサービスを
巡るトラブル**

事例 1 フリマアプリで購入した商品が
偽ブランド品だった

インターネット上のフリーマーケットサイトで、有名ブランドバックが割安な価格で出品されていたので購入した。届いた商品をよく見ると、ブランドロゴマークが少し変形しており偽ブランド品だと思う。出品者にメールで連絡したら、「本物だ」と言い張られた。フリマアプリ運営事業者に相談したが、「当事者で話し合ってください」という回答だった。(20歳代、女性)

事例 2 フリマアプリで商品を購入する際、
商品受取前に出品者評価を求められた

フリマアプリで有名なスニーカーを購入して代金を運営事業者を支払ったところ、出品者から「先に出品者の評価をしたら商品を発送する」と求められた。そのスニーカーが欲しかったので評価を送信した。その後、商品が届かないので出品者に連絡したが返信がない。(20歳代、男性)

フリーマーケットサービスとは、インターネット上のサイトで個人間の売買を取り次ぐサービスです。フリマサービスの流れは、①出品者がフリマサイト上に商品を出品し、②購入者がその商品を購入して代金を運営事業者に支払い(一時預かり)、③購入者が代金を支払ったことを運営事業者から出品者に通知すると、④出品者が商品を購入者に発送し、⑤購入者が商品を受け取って「評価」を送信すると、⑥出品者が運営事業者から代金を受け取る、という手順です。

フリマアプリ上の検索機能によって、出品者も購入者も迅速に売買が実行できるメリットがありますが、個人間売買にはいろいろなデメリットがあります。

通信販売事業者から商品を購入する場合は、氏名・住所・電話番号等を正確に表示する義務や、誇大広告を禁止する法律上の規制がありますが、個人間売買の出品者にはこうした法律上の規制がありません。トラブルになったとき連絡できなくなるリスクや虚偽誇大広告のおそれが高いと言えます。

フリマサイトの出品者は個人とされていますが、悪質な販売事業者が個人名義で出品する例もあり、偽ブランド品などのトラブルも生じやすいと言えます。

フリマサイト運営事業者は、個人間売買の場を提供しているだけで、利用者間のトラブルには原則として関与しないと規約に定めていることがほとんどです。トラブルが発生しても解決に向けた連絡調整役になってくれないという苦情が多数あります(事例1参照)。

運営事業者が用意する代金決済サービス(エスクローサービス=代金の一時預かり)は、購入者が出品者を評価するメッセージを送ると、商品を受け取って異議がないものと扱われ代金が出品者に振り込まれるので、その後商品が送られてこなかったり偽物であっても救済は困難となります(事例2参照)。

フリマサービスのトラブルを防ぐには、利用するに当たってこうしたデメリットを理解したうえで、慎重に見極める必要があります。

第1に、出品者に対する法律の規制がないので、偽ブランド品や法律で禁止された商品や未成年者が買えない商品などが出品されている可能性があることを踏まえて、①購入前に商品の説明や写真を慎重に確認すること、②エスクローサービスがあるフリマアプリを利用すること、③商品を受領したら評価を送る前に商品をすぐに確認することが不可欠です。

第2に、フリマサービスは個人間の売買ですから、トラブルの解決も原則として個人間で行うことを理解したうえで利用するかどうかを慎重に判断することです。ただし、トラブルに遭って個人間で解決困難なときは、その情報を運営事業者に伝えて、再発防止の対応を求めることは重要です。

第3に、フリマサービスの利用上の禁止行為を確認し、絶対に行わないことです。商品受取前に出品者の評価をすることや、フリマアプリで用意した決済方法を使用せずに代金を直接支払うことなどを持ちかけることは、詐欺的行為だと考えて拒否してください。

第4に、個人間売買自体の解決を消費生活センターであっせんしてもらおうことはできませんが、運営事業者との連絡調整の問題などについては消費生活センターで相談することができます。

4. マルチ商法

事例1 友人から一緒にやってみようと言われてマルチ商法に参加

中学時代の友人から食事をしようと言われて連絡がありファミレスであったら、「暗号資産(仮想通貨)の取引で確実に儲かる説明会があるので一緒に聞いてみようと言われた。事業者から「暗号資産の投資をグループで勉強して確実に儲かるようにサポートする。仲間を誘って会員を増やすとボーナスも出る。」と説明され、友人から「一緒に頑張ってみよう」と熱心に勧められたので断り切れず、消費者金融で借金をして入会した。ほかの友人に声を掛けたところ、それはマルチ商法じゃないかと言われて拒否された。

事例2 SNSで誘うマルチ商法

SNSで知り合った人から、「アフィリエイト広告で副収入を得る方法を指導してくれる会に参加してみないか。アフィリエイターをたくさん募集しているので、ほかに人を紹介すれば報酬がもらえる。」と誘われ、20万円支払って入会した。ごく簡単な指導だけで、サポートもほとんどない。友人を誘うと迷惑を掛けるのではないか。

マルチ商法とは、商品やサービスを購入して会員となり、ほかの人を誘って入会させると、売り上げに応じて報酬が得られるという販売システムです。購入者が勧誘員となって次々と会員を拡大しながら販売する仕組みであり、法律上は連鎖販売取引と呼ばれています。

従来は、化粧品や日用品などの物品の販売が中心でしたが、最近は、投資取引の会員や副業ビジネスの会員など儲け話に関する契約をマルチ商法の手法で勧誘する「モノなしマルチ」も増えていきます(事例1・2参照)。契約対象の取引で儲かるという話と勧誘活動によって儲かるという二重の儲け話で、取引の仕組みもよく分からずに契約してトラブルになるケースも少なくありません。高額の代金を支払って入会すると、その損失を挽回するためにほかの人を勧誘することになり、今度は自分が加害者になりかねません。

マルチ商法は、会員を増やせば大きく儲かるという話に惑わされて不要な商品やサービスを高額な代金で契約してしまうトラブルが多発しているため、法律によって、広告表示の仕方や勧誘の仕方や契約時に交付する契約書面の記載内容などを厳しく規制しています。また、20日間のクーリング・オフ、その後の中途解約返品制度など、消費者保護の規定もあります。しかし、全国の消費生活センターに寄せられるマルチ商法の苦情相談は、毎年1万件を超えています。

マルチ商法のトラブルを防ぐには、取引の特徴やリスクや法律による規制内容を理解したうえで、契約するかどうかをよほど慎重に判断すべきです。

第1に、マルチ商法の取引方法は、多数の会員を入会させて組織の上位になれば大きく儲かる可能性がありそうに見えますが、大半の会員は儲からない仕組みです。自分が勧誘した会員の損失によって儲けの財源を確保することであり、人間関係を壊すおそれが高いことを十分に自覚して慎重に判断すべきです。

第2に、マルチ商法によって商品・サービスを販売する目的であることを、事前に告げないで説明をしたり説明会に誘う行為は、それ自体違法な勧誘方法です。一部の成功例を取り上げて少し頑張れば誰でも容易に儲かるかのような勧誘方法や、儲けの仕組みを正確に書かないで儲け話を記載し

た広告表示も違法とされています。違法な勧誘方法や広告表示を用いるマルチ商法は絶対に契約しないことです。何よりも、儲かるからと言われて借金をしてまで契約することは、絶対にダメです。

5. 生徒に伝えたいこと

- (1) スマホを利用したインターネット取引は、いつでも素早く検索してさまざまな契約ができる便利さがあります。しかし、紙の広告に比べ、スマホ画面の広告はスクロールやクリックによって広告や説明が無限に広がっており、どこに重要な契約条件や注意書きが書いてあるのか分かりにくいものです。有利なセールスポイントばかり強調した広告だけを見て、「今すぐ注文」というボタンに進むと、トラブルになるおそれが大です。
- (2) SNSによる口コミやフリマアプリの出品は、個人情報の気軽な情報交換や取引の場ですが、匿名で参加できるため連絡先が不確実だったり、法律の規制がないため誇大広告表示がされていたりするおそれがあります。これを悪用して悪質事業者が個人を装って参加していることを、常に意識しておくべきです。
- (3) 訪問販売や連鎖販売取引の契約にはクーリング・オフ制度がありますが、インターネット取引(通信販売)にはクーリング・オフが適用されません。解約自由と書いてあってもさまざまな条件が付いていることを想定して、広告の隅々まで確認する注意深さが必要です。
- (4) 若者は、悪意のある誘いに接した社会経験が乏しく、友人からの誘いをきっぱりと断ることが苦手です。インターネット取引は、悪質事業者が入り混じった世界であることを前提に行動すべきです。
- (5) 消費生活センターは個々の相談者のトラブルを解決することを助力するだけでなく、相談者の個人情報を除いたうえで、不適正な事業者の情報を全国で集約して取締り部門の行政庁に情報提供しています。消費生活センターに相談することは、自分が助かるためだけでなく、同じような被害を繰り返さないためにも積極的に相談してみる価値があります。

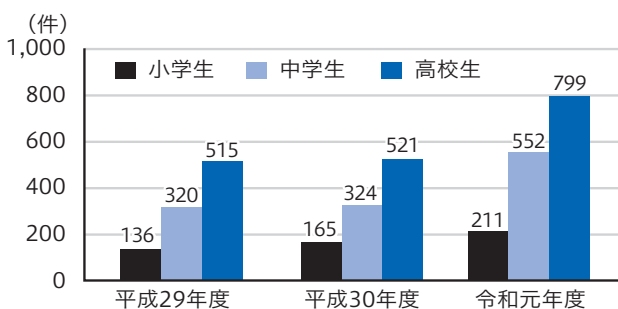
令和元年度 小学生・中学生・高校生の消費生活相談概要

東京都消費生活総合センター 相談課

令和元年度に東京都内の消費生活センターに寄せられた相談総数は139,305件で、そのうち「若者相談」(契約当事者が29歳以下である相談)は15,630件であり、全体の11.2%でした。

契約当事者が小学生・中学生・高校生の相談件数

契約当事者が小学生・中学生・高校生の相談総数は1,562件で、前年度の1,010件に対して54.7%増加しています。またその内訳は、小学生211件、中学生552件、高校生799件でした。



相談内容の内訳

小・中・高校生全体で見るとインターネットを通じて得られる「デジタルコンテンツ」が上位を占め、特に小学生の相談では68.2%と多く、中学生の相談でも36.2%になっています。

また、「化粧品」と「健康食品」で占める割合が、高校生の相談では約5割、中学生でも約4割となっています。これは、インターネットなどの通信販売で、複数回以上の継続購入であることに気づかなかったといういわゆる定期購入トラブルが増えていることから、脱毛クリーム、ニキビケアクリーム、二重瞼用化粧品、歯磨き粉などの「化粧品」とダイエットサプリ、バストアップサプリ、筋肉増強サプリ、酵素食品などの「健康食品」が急増したためです。

このほか、「コンサート」「学習塾」などに関する相談も目立ちます。(表1)

「デジタルコンテンツ」の内訳を見ると、小・中・高校生ともに「オンラインゲーム」の相談が多くを占めています。「オンラインゲーム」では、親が気づかないうちに子どもが親のスマートフォンやクレジットカードを使って課金したことで高額請求を受けたとの事例が多く寄せられています。

このほかでは、「アダルト情報サイト」、占いサイト、ゲームソフト、漫画サイト、情報商材のアプリ購入などの「他のデジタルコンテンツ」、有料サイト利用料の架空請求などの「デジタルコンテンツ@」に関する相談も寄せられています。(表2)

【表1】令和元年度 小学生・中学生・高校生別 相談が多く寄せられた商品・サービス別一覧

小学生(211件)			中学生(552件)			高校生(799件)		
内訳	件数	%	内訳	件数	%	内訳	件数	%
デジタルコンテンツ	144	68.2	デジタルコンテンツ	200	36.2	化粧品	189	23.7
健康食品	21	10.0	健康食品	153	27.7	健康食品	185	23.2
玩具・遊具	7	3.3	化粧品	85	15.4	デジタルコンテンツ	103	12.9
化粧品	6	2.8	学習塾	8	1.4	コンサート	19	2.4
スポーツ・健康教室	3	1.4	携帯電話サービス	5	0.9	音響・映像機器	12	1.5
						学習塾	12	1.5

【表2】令和元年度 デジタルコンテンツに関する相談の内訳及び割合

小学生(144件)			中学生(200件)			高校生(103件)		
内訳	件数	%	内訳	件数	%	内訳	件数	%
オンラインゲーム	114	79.2	オンラインゲーム	117	58.5	オンラインゲーム	32	31.1
アダルト情報サイト	16	11.1	アダルト情報サイト	37	18.5	他のデジタルコンテンツ ※2	21	20.4
デジタルコンテンツ@ ※1	7	4.9	他のデジタルコンテンツ ※2	23	11.5	アダルト情報サイト	19	18.4
他のデジタルコンテンツ ※2	7	4.9	デジタルコンテンツ@ ※1	15	7.5	デジタルコンテンツ@ ※1	17	16.5
			出会い系サイト	6	3.0	出会い系サイト	8	7.8
			映画配信サービス	1	0.5	映画配信サービス	4	3.9
			投資情報サイト	1	0.5	音楽情報サイト	2	1.9

※1 「デジタルコンテンツ@」は、有料サイト利用料の架空請求に関する相談等

※2 「他のデジタルコンテンツ」は、アダルト情報サイト、出会い系サイト、オンラインゲーム、映画配信サービス、音楽情報サイト、ギャンブル情報サイト、投資情報サイト以外のさまざまなデジタルコンテンツに関する相談

相談事例

オンラインゲームの課金トラブル

小学生の息子はコロナウイルスの影響で学校が休校中になっている。その間に私のタブレット端末でオンラインゲームをしていた。今月支払い分のクレジットカードの利用明細を見たら、2月中旬から約1か月で10万円ほどの課金をしていたことがわかった。息子は有料になっていたことは気がつかずと言っている。今後どう対応すればよいか。

■ 消費者及び教員の方へのアドバイス

オンラインゲームでの課金トラブルのように、クレジットカードを利用してもお金を支払っている意識がない場合がみられます。クレジットカードを使用することは、お金を支払っていることと同じであることを理解させましょう。また、親権者はスマートフォン、タブレット端末におけるクレジットカード情報の登録状況やキャリア決済^{※3}の設定状況を確認するとともに、クレジットカードやキャリア決済の暗証番号の管理を徹底しましょう。なお、未成年者が行った契約は取消しができる場合があります。

ただし、未成年者による詐術（成年であるかのように事業者をだます行為）があれば取消しはできません。

定期購入と気づかずに購入させるトラブル

「健康食品」

私は中学生。スマートフォンの動画投稿サイトに表示された「初回10円」という広告を見て、私のお小遣いでも買えると思い、WEBサイトからダイエットサプリを注文した。WEBサイトの規約などはほとんど見ないで、コンビニ払いを選択して注文したが、注文完了後に届いた受付完了メールを見て、6か月間は購入しなくてはならない定期購入の商品だと、初めて気がついた。発送予定日は昨日の日付で、まだ商品は自宅に届いていない。親に知られずに、この注文を解約したいが、どうすればよいか教えてほしい。

「化粧品」

私は高校生。スマートフォンのSNSの広告で見つけた980円お試しのムダ毛処理クリームを注文し、商品が届いた。お試し1回だけの購入で済むと思っていたが、6回までの契約が必要な定期購入で、2回目以降は1回の料金が6千円の合計3万円を超える契約になることを知った。注文時は、定期購入だとわからなかった。自分で業者に連絡をしてみたが、1回の商品を定価の約1万円で購入するなら解約に応じると言われた。今回の購入について、両親に事前の了解を得ておらず、また総額3万円は自分のお小遣いの範囲を超えている。1回目の支払期日が迫っており、どう対応すればよいか教えてほしい。

■ 消費者及び教員の方へのアドバイス

新型コロナウイルス感染拡大防止のため、自宅を過ごす時間が増えていることに伴い、インターネット通信販売トラブルに関する相談が増加傾向にあります。特に、「お試し」「初回限定」「モニター」等と初回の安さに注目させ、未成年者がお小遣いで気軽に購入できる金額で広告し、高額なサプリメントや化粧品等の定期購入の契約をさせるトラブルが目につきます。こうした販売方法があるということを知り、学校や家庭で共有しましょう。また、サイト内の購入条件や返品・解約のルールをきちんと確認してから申し込みをしましょう。

「成年年齢引き下げ」を踏まえ
若年者の消費者被害を防止するために

令和4年4月の改正民法の施行により、成年年齢が20歳から18歳へ引き下げられます。施行後は、18～19歳の被害に対して未成年者取消権が使えなくなるため、消費者被害が拡大するおそれがあります。18歳で急に成年としての責任について自覚が芽生えるものではないため、早い時期から段階的に、繰り返し、社会情勢の変化に対応した実践的・効果的な消費者教育を行っていく必要があります。

※3 キャリア決済とは、携帯電話会社のIDやパスワード等による認証で商品等を購入した代金を、携帯電話の利用料金等と合算して支払うことができる決済方法のこと。

令和2年度 若者向け悪質商法被害防止キャンペーン実施のお知らせ

東京都消費生活総合センター

東京都は、若者の消費者被害の未然防止・早期発見を図るため、毎年1月～3月を「若者向け悪質商法被害防止キャンペーン月間」とし、さまざまな啓発事業を実施します。

キャンペーンについて

概要

期間：令和3年1月～3月

事業内容

さまざまな広報媒体を通して情報提供、啓発を行います。

▼ポスターの掲示、リーフレットの配布

キャンペーンキャラクターの「ボク、カモかも…。」デザインのポスター、リーフレットを都内各所に掲出・配布します。



～都内全高等学校にお送りしています。校内でのポスターの掲示等にご協力をお願いします。～

▼交通広告の実施（3月上旬）

JR山手線・中央線快速、
都営地下鉄全線、京王電鉄全線、
東京メトロ各線、多摩都市モノレール

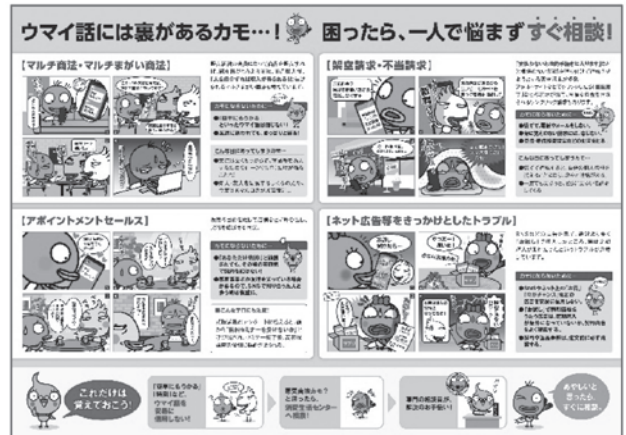
▼特別相談「若者のトラブル110番」

日時：3月8日(月)、9日(火)

受付時間は9時から17時まで

相談電話：03-3235-1155

キャンペーンの詳細はこちら↓
https://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.jp/center/campaign/wakamono_press.html



若者に多い消費者被害・悪質商法の手口

◆マルチ商法

販売組織の会員になって商品を販売すれば、紹介料がもらえる商法。商品購入後、「人を紹介すれば収入が得られる」と告げられるマルチまがい商法も増加。

「簡単にもうかる」といったウマイ話は信じない!

◆アポイントメントセールス

販売の目的を隠して店舗などに呼び出し、契約を結ばせる商法。

悪質事業者が友達を装っている場合があるので、SNSで知り合った人と会う時は慎重に。

◆架空請求

「支払わないと法的手続きに入ります」など根拠のないSMSを送りつけて連絡させようとする架空請求が多発。

慌てて、電話やメールをしない。

身に覚えのない請求には、応じない。

◆ネット広告等をきっかけとしたトラブル

SNSやネット上の「お得」「今がチャンス」などの広告を安易に信用しない。

「お試し」で割引価格をうたう広告は、定期購入が条件になっていないか、契約内容をよく確認する。

解約や返品条件は、注文前に必ず確認する。

生徒に対して、悪質商法の被害に遭わないための注意喚起と、困ったら一人で悩まず、最寄りの消費生活センターにすぐ相談するよう、お知らせください。

(参照 HP「東京くらしWEB」消費者注意情報 令和2年5月14日より)



「お試し無料」「初回限定〇〇円」の サプリが定期購入だった

～ 未成年の通信販売の定期購入トラブルが増えています ～

相談事例 1

スマートフォンで無料の動画サイトを見ていたら、「初回完全無料」と書かれた健康食品の広告が表示されたので、興味を持ちサイトを閲覧した。申し込んだつもりはなかったが、数日後に代金0円の伝票が入った1回目の商品が送られてきた。慌ててサイトを調べると、定期購入だが回数の縛りがないということだったので、商品の返品と解約を申し出たところ、「初回で解約するなら、解約料がかかる。」と言われた。(10歳代、女性)

相談事例 2

スマートフォンで動画投稿サイトを見ていたら、「お試し980円」という男性用化粧水の広告が出てきたので、父親の誕生日プレゼントに購入した。商品が届き、コンビニで支払いを済ませた後、次回お届けのお知らせメールが届いた。心配になって調べたところ、6回の定期購入契約になっており、金額も1個当たり数千円と高くなっている。6個も必要ないし、支払いもできないので解約したい。(小学生、男性)

ココに注意！ 東京都消費生活総合センターからのアドバイス

- **未成年者の通信販売、特に定期購入に関する相談が増加！**
「お試し」「初回限定」「モニター」などと未成年者がお小遣いで気軽に購入できる金額で広告し、高額な定期購入の契約をさせるトラブルが増加しています。
- **「お試し」「初回限定」と無料や数百円をうたう商品は、定期購入の可能性があります！**
無料や格安の金額だからとすぐに購入ボタンを押すのではなく、必ず定期購入になっていないか確認しましょう。
- **申し込む前に解約・返品条件を確認することが大切です！**
「回数の縛りなし」、「初回のみで解約可能」と記載してある場合でも、解約料を求められるケースや、電話での解約しか認めないとしておきながら電話がなかなか繋がらないケースなど、解約が難しいといった相談が多く寄せられています。契約内容は事前にしっかり確認しましょう。
- **消費生活センターに相談を！**
未成年者が親権者等の同意を得ないで行った契約は、親権者等もしくは本人からの申し出により取り消すことができます(未成年者契約の取消し)。ただし、お小遣いの範囲で購入した場合や、未成年者が成人であると偽って契約した場合などは、取消しできなくなる場合もあります。まずは、最寄りの消費生活センターにご相談ください。