

わたしは消費者

No.168
令和4年9月1日発行

東京都消費生活総合センター

わたしは消費者 検索



トピック 成年年齢引下げ ～ Part 2 ～

◆成年年齢引下げを踏まえた消費者教育の進め方 ……P.1～3

1 はじめに 2 新しい学習指導要領のもとでの消費者教育 3 期待される Web 版教材の効果的な使い方

東京都消費生活総合センターからのお知らせ

◆消費者教育コーディネーター（中学校向け）を新設 ……P.4

◆「東京暮らし WEB」に新たに成年年齢引下げの特設ページを開設！ ……P.4

◆令和3年度 国分寺市立第五小学校「学校向け出前講座」実施報告 ……P.5～6

消費者注意情報

◆18歳、19歳が狙われています!! ～経験の浅い若者に多いトラブル、気を付けましょう～ ……P.7～8



成年年齢引下げを踏まえた消費者教育の進め方

玉川大学 教授 樋口雅夫

● 1 はじめに

2022年4月、改正民法が施行され、成年年齢が20歳から18歳に引き下げられました。この成年年齢引下げを見据え、中央省庁では、実践的な消費者教育の実施を推進するため、消費者庁、文部科学省、法務省、金融庁が連携し、2018年より「若年者への消費者教育の推進に関する4省庁関係局長連絡会議」を開催して啓発に努めています。

特に、「若年者への消費者教育の推進に関するアクションプログラム」による取組推進、「成年年齢引下げに伴う消費者教育全力」キャンペーンの取組推進などにおいては、成年年齢引下げに伴う消

費者被害の未然防止のみならず、自立した消費者として、よりよい消費者市民社会を形成する担い手となることを視野に入れた消費者教育の実践も進められてきています。さらに、学校教育の場においては、新しい学習指導要領のもとで消費者教育の充実が図られています。

消費者教育に関する学習内容には、大人になる前に身に付けておくことが必要な事柄が多いため、小学生、中学生のうちから着実に、かつ系統的に学習を進めることが大切です。

そうした中、2022年3月に東京都消費生活総合センターでは、高校生に限らず中学生も活用できる Web 版消費者教育読本「大人になる君へ 社会で役立つ契約知識」を作成し、公開しています。

本稿では、まず初めに「18歳」をキーワードとして、学校教育の場、とりわけ高等学校においてはどのような学習指導が求められているのか説明します。次に、これからの時代に求められる消費者教育を効果的に進めるために、現場の先生方を支援したり、生徒の自学自習を促したりすることのできる教材の効果的な使い方について述べていきたいと思います。

2 新しい学習指導要領のもとでの消費者教育

(1) 社会の変化と学習指導要領の改訂

2018年、新しい高等学校学習指導要領が告示され、2022年度からの年次進行での実施が決まりました。図らずも、成年年齢の18歳への引下げと同じスケジュールになったのです。

学習指導要領とは、全国的に一定の教育水準を確保するとともに、実質的な教育の機会均等を保障するため、国が学校教育法に基づき定めているもので、小中高の各学校が編成する教育課程の基準となるものです。社会や子供たちを取り巻く環境の変化などに伴い、これまでおおむね10年に一度改訂されてきています。

今回の学習指導要領改訂の背景には、近年の人工知能(AI)の進化や、情報化・グローバル化など、社会の急激な変化があります。それに伴い、私たち消費者を取り巻く環境も激変しており、世界の金融市場や国際情勢などの日々の変化が、直接私たちの生活に響いていることを実感する毎日ではないでしょうか。

社会が激変する中で、消費生活の領域でも、悪質商法の手口は年々巧妙化しており「だまされない消費者」を育むことは今後も欠かせません。しかし一方で、学習指導要領では、「だまされない」だけでなく、自立した消費者、消費者市民社会の形成に資する消費者を育むことも、併せて期待されています。これからの時代には、消費者行政や消費者教育の専門家が、学校と連携・協働して未来の社会を担う「18歳の大人」を育てていくことが求められています。

(2) 高等学校公民科の新科目「公共」とは

2022年から始まった高等学校公民科の新科目

「公共」は、高校1年または2年のうちに必ず履修する科目として新設されました。公民科（あるいは社会科）と聞けば、世の中のさまざまな制度や仕組みを理解する学習が中心で、政治や経済などの難しい内容を扱う教科、というイメージが強いかもしれません。

しかし、「公共」は、現代社会の諸課題の解決に向け、自己と社会との関わりを踏まえ、社会に参画する主体として自立することや、他者と協働してよりよい社会を形成することなどについて、生徒の日常の社会生活と関連付けながら具体的に考察する科目、とされています。また、これまで家庭科に比べると扱いが少なかった消費者教育の内容が充実しており、公民科と家庭科を車の両輪として、高等学校における消費者教育の充実が図られているのです。

例として、「公共」の学習内容や授業イメージを具体的に見てみましょう。以下、『高等学校学習指導要領（平成30年告示）解説 公民編』に示された内容を再構成したものととなります。

消費者教育に関する学習内容としては「多様な契約及び消費者の権利と責任」が挙げられます。この内容は、例えば、①授業のはじめに教師が、適切に締結された契約の事例とそうでない事例を提示し、「どのような場合に、契約が当事者の自由な合意とはいえないか」、「なぜ契約自由の原則には例外が存在するのか」、「どのような点に気を付けて消費活動を行えばよいか」といった具体的な「問い」を生徒に投げかけます。②次に、生徒はグループで話し合いながら、自分たちなりの「問い」に対する答えを考え、クラスで発表します。③そして教師は、生徒の発表を取りまとめ、「消費者は、情報の非対称性や自らの経済状況などのために、熟慮に基づく自由な意思により契約することができない場合があること、そのために、消費者を守るための法的規制や行政による施策が行われていること」について説明します。④最後に生徒が、ワークシートに授業の感想（意見）を書く、といった授業の流れが考えられます。

ここまでの授業を受けてきた生徒は、「18歳となる私たちは、消費者として保護されるだけの存在ではなく、自身の権利や利益を守り、責任をもって契約を結ぶことのできる自立した主体（消費者）になることが大切だ」と記述できるようにな

るでしょう。「さっそく次に買い物をするときから心がけたい」と記述する生徒もいるでしょう。また、授業のまとめとして、教師がエシカル消費の考え方やフェアトレードについて補足することも有効かもしれません。クラスで協働して学び、消費者としての選択や契約の重要性を理解した生徒たちが、自身の消費行動がよりよい社会の形成にもつながっていることに気付くことが期待されます。

(3) 専門家との連携を図り消費者教育の充実を

「公共」の授業では、消費生活相談員などの専門家に、学校へゲストティーチャーとしてお越しいただき、専門家の視点で生徒にアドバイスしていただくことも効果的でしょう。また、実践的に課題に取り組むことを教科の特徴とする家庭科の授業とつなげて、「公共」で学んだことを家庭科の授業や日常生活で実践してみる、といった体験的な活動も有効でしょう。

なお、これまで消費者教育の中核を担ってきた家庭科の授業は、社会の変化に伴って求められる指導内容が高度化しています。

例えば、「家庭基礎」では、「持続可能な社会を目指して主体的に行動できるよう、安全で安心な生活と消費について考察し、ライフスタイルを工夫すること」といった学習内容が示されています。そして、「家庭総合」では、「生涯を見通した経済計画を立てるには、教育資金、住宅取得、老後の備えの他にも、事故や病気、失業などのリスクへの対応策も必要であることについて理解し、預貯金、民間保険、株式、債券、投資信託等の基本的な金融商品の特徴（メリット、デメリット）、資産形成の視点にも触れながら、生涯を見通した経済計画の重要性について理解できるようにする」ことが目指されています。

しかし、学校業務の多忙化が指摘される中で、いくら社会的要請であり、必要な教育活動であるとはいえ、その全てを学校現場の先生方だけの責任で実現してもらおう、ということ是不可能です。そこで、ゲストティーチャーにより消費者教育の授業を実施することに加えて、副教材を作成して使っていただく、などといった、消費者教育に取り組む先生方を支援する方法が、一層大切になってくると考えます。

3 期待される Web 版教材の効果的な使い方

「はじめに」で紹介した Web 版消費者教育読本「大人になる君へ 社会で役立つ契約知識」^(注) は、全 3 章からなる Web 版教材と、授業展開例・ワークシート、解説書から構成されています。その中心となるのが Web 版教材です。

Web 版教材は、PC、タブレット端末、スマートフォンなど、さまざまな媒体で閲覧できるため、指導される先生方だけでなく、生徒自身が自学自習に活用することができます。

このうち「第 1 章 契約ってなに？」では、契約自由の原則を理解させ、契約が成立すると、その効力として、当事者にはお互いに法律的な権利と義務が発生することを学習できるようになっています。「第 2 章 契約は守るもの！だけど」では、一旦結んだ契約を取り消すことのできるケースなどを学習した上で、消費者被害の防止にもつなげられるよう、工夫されています。公民科「公共」の授業などで活用すると効果的でしょう。

また、家庭科の授業であれば、「第 3 章 若者に多い契約トラブル事例」から学習することも効果的です。その際、公民科「公共」の授業で、すでに第 1 章と第 2 章を扱っていれば、円滑に教科間連携ができ、生徒の学びが深まると思います。逆に、家庭科を先に学習する学校であれば、具体的な契約トラブルの解決策をしっかりとおさえた上で、公民科「公共」での契約に関する知識・概念の深い理解につなげることも考えられます。

さらに、家庭科や公民科といった教科学習に加え、特別活動などの時間を使って学年全体で消費者教育を進めることもできます。「百聞は一見にしかず」とのことわざ通り、まずは消費者教育に携わる一人一人の方が、本 Web 版教材を閲覧していただくことを期待します。未成年者取消権を行使できない私たち「大人」にとっても、これからの時代に必要不可欠な知識をアップデートすることが求められているのです。

~~~~~  
(注)  
東京くらし WEB に掲載しています。  
令和 3 年度作成 Web 版消費者教育読本  
「大人になる君へ 社会で役立つ契約知識」  
(付属資料付き)



東京都消費生活総合センターからのお知らせ

## 消費者教育コーディネーター（中学校向け）を新設

### ◇消費者教育コーディネーターを2人配置

成年年齢引下げによる、若者の消費者トラブルの低年齢化や増加が懸念されることから、令和2年度より消費者教育を学校現場に普及する消費者教育コーディネーターを1名配置しています。今年度は、さらに中学校において消費者教育を推進するため、コーディネーターを1名増員し、体制を強化しました。

学校や教員の要望により、当センターの消費者教育コンテンツを活用した教育活動の提案等を行います。



### ◇お薦め消費者教育コンテンツ

#### ①WEB版学習教材

ホームページ「東京暮らしWEB」に掲載して

います。ホームページの画面上部の「学びたい」から視聴可能。「消費者教育読本 WEB版」「消費者教育用DVD等」が特にお薦め。

### ②消費者教育プログラム（締切：10 / 31）

若者参加型事業を授業や特別活動でコラボするプラン。プログラムの流れは次の通りです。



講演、eラーニングで学ぶ  
↓  
CMシナリオ・動画の制作  
↓  
都のコンテストに応募

- <特徴>
- 主体的・対話的で深い学び
  - 調べ学習
  - 社会参画
  - 反転学習

### ◇消費者教育の相談はコーディネーターへ（相談例）

- 学校で出前講座をしたいがどうすればよいのか？
- 社会科、技術家庭科の授業で役立つ資料はどんなものがあるのか？ など

まずは一度、ご連絡ください。

お問い合わせ先

東京都消費生活総合センター 消費者教育コーディネーター ☎ 03-6228-1331

## 「東京暮らしWEB」に新たに成年年齢引下げの特設ページを開設！



### 【特設ページの内容（抜粋）】

■入門編～まずは動画～

■鷹の爪団とおかねかじり虫が登場！



■スマホでササっと、Webで読める♪

飯田橋四コマ劇場

東京暮らしねっと

ちょっとお耳に入りたい話

教員向け消費者教育情報提供 わたしは消費者

新成人からの相談が増えています。

特設ページでは、消費者被害を防止するための授業や生徒指導で役立つ情報を提供していますので、ぜひご活用ください！

### 【提供内容】

- ・なぜ新成人が狙われやすいのか？
- ・若者に多いトラブル事例
- ・困ったときの相談窓口
- ・授業で使える教材（動画やWeb版読本、4コマ漫画等）
- ・開催中講座のご案内
- ・国等関係機関情報 など

お問い合わせ先

東京都生活文化スポーツ局消費生活部企画調整課消費者情報担当 ☎ 03-5388-3076  
東京都消費生活総合センター活動推進課管理担当 ☎ 03-3235-1151

東京都消費生活総合センターからのお知らせ

# 令和3年度 国分寺市立第五小学校「学校向け出前講座」実施報告

東京都消費生活総合センター 活動推進課

東京都消費生活総合センターでは、都内の学校に講師を派遣する「出前講座」事業を実施しています。

今回は、国分寺市民生活部経済課との連携により、国分寺市立第五小学校6年生の授業にて、オンライン配信による実験講座を行いました。

**日時：**令和4年1月15日(土) 1、2時間目  
**会場：**6年1組、6年2組・各教室  
**テーマ：**飲み物の甘さくらべ

国分寺市立第五小学校 6年

🍌🍌🍌🍌🍌🍌🍌🍌🍌🍌🍌🍌🍌🍌🍌🍌🍌🍌🍌🍌🍌🍌🍌🍌

## 飲み物の甘さ比べ

🍌🍌🍌🍌🍌🍌🍌🍌🍌🍌🍌🍌🍌🍌🍌🍌🍌🍌🍌🍌🍌🍌🍌🍌

糖度計で甘さを調べる実験を通して、表示と甘さの関係を知り、飲み物の選び方や適切な飲みかたを考えてみましょう。



日時 令和4年1月15日(土)  
 場所 国分寺市立第五小学校  
 講師 東京都消費者啓発員

1

## 1) オンライン配信の概要

当講座は新型コロナウイルス感染拡大防止措置のため、オンライン配信で開催しました。担任の先生より、「講義を聞くだけでなく、ぜひ生徒にも実験をさせたい」とのご要望があったため、当センターから学校に事前に糖度計やビーカーなどの実験器材を送付し、準備をしていただきました。

4種類の飲み物の糖度の測定結果

| 商品名            | 原材料名                                              | 栄養成分表示 (100ml当たり)                                             | 糖度% | 1本全量 (g) | 全体(1本のペットボトル1本)に何グラム入っているか計算しよう |
|----------------|---------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|-----|----------|---------------------------------|
| 1 5% 砂糖水       | 砂糖                                                | —                                                             | 5.0 | 500      | 500 × 5.0 = 25g                 |
| 2 スポーツドリンク     | 砂糖、果糖ぶどう糖液、糖、果汁、食塩、酸味料、香料、増粘剤、酸Ca、調味料(アミノ酸)、塩化Mg等 | エネルギー 25kcal<br>たんぱく質 0g<br>脂質 0g<br>炭水化物 6.2g<br>食塩相当量 0.12g | —   | 500      | 500 × 6.2 = 3.1g                |
| 3 炭酸飲料         | 糖類(果糖ぶどう糖液、糖、砂糖)/炭酸、カラメル色素、酸味料、香料、カフェイン           | エネルギー 42kcal<br>たんぱく質 0g<br>脂質 0g<br>炭水化物 11.3g<br>食塩相当量 0g   | —   | 500      | 500 × 11.3 = 5.65g              |
| 4 炭酸飲料(ゼロカロリー) | 炭酸、カラメル色素、酸味料、香料、アセスルファミン、香料、カフェイン                | エネルギー 0kcal<br>たんぱく質 0g<br>脂質 0g<br>炭水化物 4g<br>食塩相当量 0.01g    | —   | 500      | 500 × 4 = 2g                    |

\*%は100g当たりの糖分量で500g当たりするには【糖度】×5

Microsoft Teams のオンライン配信画面

当日は、Microsoft Teams のオンライン会議システムで当センターから講座を配信し、生徒は教室のタブレットで説明を聞きました。

## 2) 実験の内容

今回は、私たちが日常的に飲んでいる市販飲料3種類の糖度を測定し、500mlのペットボトル1本に含まれる糖分量を計算する実験を行いました。

**実験** 飲み物の糖度を調べる






5% 砂糖水    スポーツドリンク    炭酸飲料    炭酸飲料 (ゼロカロリー)

測定対象の市販飲料

予想してみよう

スポーツドリンク1本に含まれる糖分はスティックシュガー何本分?

予想  本




実験前に「500mlのスポーツドリンクに含まれる糖分は、スティックシュガー何本分か？」という問いに予測を立てました。

では、実験開始です。今回は2人で1台の糖度計を使い、各自で選んだ飲料の水100ml(g)当たりの糖度を測定しました。

### 糖度計で糖度を測定する

水をティッシュで拭き取る



スポイトでサンプルステージに5%砂糖水を約0.5ml滴下



水100g当たり何グラムの糖分がとけているかを示しています



STARTボタンを押す

糖度計の使用方法

測定後は、ペットボトル1本に含まれる糖分量を計算しました。

| 商品名            | 原材料名                                              | 栄養成分表示 (100ml当たり)                                             | 糖度% | 1本全量 ml (g) | 全体(1本)の糖分量 |
|----------------|---------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|-----|-------------|------------|
| 1 5% 砂糖水       | 砂糖                                                | -                                                             | 5.0 | (500)       | 25.0       |
| 2 スポーツドリンク     | 砂糖、果糖ぶどう糖液糖、果汁、食塩、酸味料、香料、塩化K、乳酸Ca、調味料(アミノ酸)、塩化Mg他 | エネルギー 25kcal<br>たんぱく質 0g<br>脂質 0g<br>炭水化物 6.2g<br>食塩相当量 0.12g | 5%  | 500         | 25.0       |
| 3 炭酸飲料         | 糖類(果糖ぶどう糖液糖、砂糖)/炭酸、カラメル色素、酸味料、香料、カフェイン            | エネルギー 45kcal<br>たんぱく質 0g<br>脂質 0g<br>炭水化物 11.3g<br>食塩相当量 0g   | 5%  | 500         | 25.0       |
| 4 炭酸飲料(カロリーゼロ) | 炭酸、カラメル色素、酸味料、甘味料(スクラロース、アセスルファムK) 香料、カフェイン       | エネルギー 0kcal<br>たんぱく質 0g<br>脂質 0g<br>炭水化物 0g<br>食塩相当量 0.01g    | 0%  | 500         | 0g         |

測定結果表

次に今日の実験結果を踏まえ、食品表示や食品添加物について学びました。

【結果から考えよう】

- ① 一番糖分が多い飲み物はどれですか？  
**炭酸飲料**
- ② どんな糖分が入っているか原材料から探して下線をひきましょう。
- ③ 測定した糖度と近い数字が栄養成分表示の中にあります。どの栄養成分でしょう？  
**炭水化物**
- ④ 4のカロリーゼロの炭酸飲料には糖分が入っていません。それなのに甘いのはなぜでしょう。3の炭酸飲料の原材料と比べてみましょう。

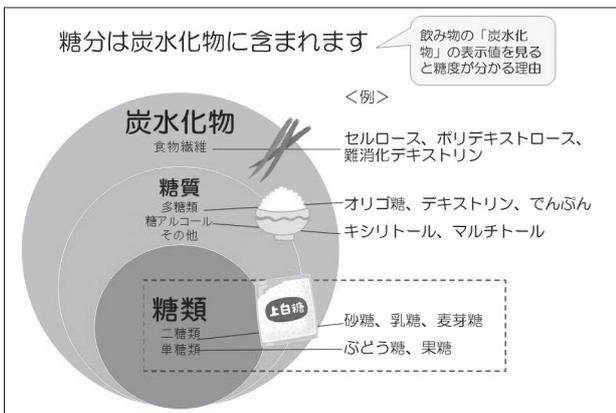
【予想を確かめよう】

スポーツドリンク1本にふくまれる糖分量は、3gのスティックシュガー何本分か、計算してみましょう。

予想  本 → 結果  本

結果から考えよう

ペットボトルのラベルに記載された栄養成分表示を見ると、計測した糖度の数値と、「炭水化物」の量が近いことが分かりました。講師からは、「栄養成分表示を読めば、飲料に含まれるおおよその糖分量が分かります」という説明がありました。



炭水化物とは

最後に実験結果の検証をしました。市販飲料には、予想以上に多くの糖分が含まれていることが分かりました。



実験結果の検証



講師より

甘い飲み物をたくさん飲み過ぎると、食事が摂れなくなり、栄養のバランスが崩れます。小学生時代は、これから大人になるための身体を作る大切な時期なので、色々な栄養素をバランス良く摂取することが大切です。

3) 消費者啓発員から

オンラインでの実験講座は、初めてだったので不安もありましたが、生徒さんがタブレットの扱いに慣れていたのでスムーズに進行できました。また、担任の先生方が教室内の進行を進めてくださったので、とても助かりました。

4) 国分寺市市民生活部経済課から

国分寺市では、毎年度東京都消費生活総合センターの協力のもと、市立小中学校と連携し「出前講座」を通じて消費者教育を推進しています。各小・中学校では、今回のような実験講座のほか、インターネットやSNSでの注意点等、近年増加しているスマートフォンにおけるトラブルに関する講座も大変好評とのことでした。

東京都消費生活総合センターでは、実験講座の他に、「悪質商法被害防止」「インターネットやSNSのトラブル防止」など講義形式の出前講座も実施しております。

オンライン配信講座の実施についても、ご相談ください。

◆東京くらし WEB  
出前講座 (講師派遣)



消費者注意情報 令和4年3月30日

# 18歳、19歳が狙われています!!

## ～経験の浅い若者に多いトラブル、気を付けましょう～



成年年齢引下げにより、18歳から「成年」となります。成年になると、親権者や保護者の許可なく、高額な契約を締結したり、ローン組んだり、借金したりできるようになります。そんな「新成年者」を、悪質事業者などが狙っています。よくあるトラブル事例を知って、被害を防ぎましょう。

なお、未成年であった令和4年3月31日以前に行った契約は、未成年者取消権が使える場合がありますが、4月1日以降、1円でも代金を払ってしまうと、契約を「追認」したことになり、未成年者取消権が使えなくなります。一人で悩まずに消費生活センターにご相談ください。

### トラブル事例

## お試しで購入したら定期購入だった / ネット通販

スマホで動画配信サイトを見ていたら、通常約4,000円の「脱毛クリームお試し1本無料」という広告を見つけた。3本頼むと1,000円だと書いてあったので、得だと思い注文したら、翌月も同じものが3本届き、1万数千円の定価での請求書が同封されていた。よく見ると、4回以上の購入が必要な定期購入だと分かった。学生であり高額で支払えないので解約したい。(19歳男性)



### 【アドバイス】

「お試し〇〇円」「初回無料」等の広告の多くは、2回目以降複数回、定額で購入する必要がある「定期購入」なので気を付けましょう。通信販売は、クーリング・オフが適用されません。その代わりに、支払方法や解約条件、返品条件を記載しなければならないと定められています。購入時には条件等をしっかり確認することが大切です。

また、ネット通販では、「偽サイト」等で代金を払わせて商品を送らなかったり、偽物を送ったり等の悪質な被害も発生しています。通信販売で商品やサービスの契約をするときは、値段だけを見るのではなく、支払方法が複数あり、クレジットカード等代金後払いが選択できるか、返品や解約の条件がどうなっているかをきちんと確認し、自らも被害防止に努めましょう。

### トラブル事例

## 憧れの全身脱毛！ 月3,000円って本当？

全身脱毛に興味があり、いろいろと調べていたら、SNSに「月3,000円で全身脱毛」という広告が入ってきた。月3,000円なら自分でも払えると思い、予約したカウンセリングで、肌をつるつるにしたいなら「通い放題」付きのコースのほうが良いと勧められた。

結局、1年間通い放題コース、総額約40万円、月々約15,000円、36回払いの契約書にサインした。2か月で4回ほど通ったが、通い放題なのに思うように予約が取れない。まだ学生なので月15,000円の出費も厳しく、解約したい。(20歳代女性)



**【アドバイス】**

全身脱毛の契約に係るトラブルは男女を問わず、若年層に多くなっています。

「月 3,000 円」といった広告の多くは、いわゆるサブスクリプションではなく、36 回や 60 回のローンを組んだ時の月々の支払額となっています。また、「通い放題」も、期間が 1 年間で決められていたり、回数に制限がある場合があったりと、思っていた契約と違っていたという相談が多くみられます。

医療脱毛は 2 か月に 1 度程度、エステ脱毛は 2 週間に 1 度程度と通う頻度の目安があり、短期間に何度も通うことは、体のために勧められません。「通い放題」と言ってもおのずと回数に限度ができてしまう可能性があるようです。また、クレジットの分割払いをすると、施術期間が終わったあとも支払いだけが続くケースもあります。自分がどのような契約をするのか、しっかり確認することが必要です。

エステの場合、施術期間が 1 か月以上で 5 万円を超える契約の場合、契約日から 8 日以内であれば、クーリング・オフできます。それを過ぎると中途解約となりますが、解約の基準が法律で定められています。

まずは、消費生活センターにご相談ください。

**トラブル事例**

**ちょっとお小遣いを稼ぐつもりが…?**

副業サイトで動画を投稿すれば稼げるという仕事を見つけた。誰でも収入につながると思って書いたので、3,000 円のマニュアルをクレジットカードで購入した。マニュアルに電話サポートの予約ができるとあったので、予約を取った。翌日、電話が来て、動画を投稿サイトに掲載し閲覧者が増えれば収入につながるという仕事の説明を受けた。マニュアルだけでも稼げるが、60 万円の全面サポート契約をすれば月 80 万円ほど稼げるようになると勧められたので、限度額の関係で数枚のカードを使って決済した。数日仕事をしてみたが、ちゃんとサポートしてもらえなかった。契約書はもらっていない。解約できるか。(20 歳代女性)



**【アドバイス】**

「ネットを使って簡単に稼げる」と広告する副業の契約トラブルや、マッチングアプリ等で知り合った人から、アフィリエイトやオンラインカジノ等の副業を勧められたという相談が多数寄せられています。

少しでも収入を増やしたいと副業を探す人が多い中、そこにつけ込んで「稼ぎで返せる」と高額な契約を勧めるようなケースは要注意です。簡単に稼げるのであれば、誰でもやっています。勧められてもすぐに契約せずに、まずはいったん、持ち帰って冷静に考えましょう。また、インターネットのサイトや電話の会話だけで契約したものや、ネットを介して知り合った人は、急に連絡が取れなくなったり、解約の連絡先が分からなくなったりするなどのリスクも高いものです。契約を急がせるようなケースはさらに注意が必要です。

勧誘方法などによってはクーリング・オフができる場合があります。怪しいと思ったら、消費生活センターに相談してください。

**困ったときは、消費生活センターに相談を!**

- 東京都消費生活総合センター **03 - 3235 - 1155** (相談専用電話)
- お近くの消費生活センター **局番なし 188** (消費者ホットライン)