

わたしは消費者

No.173
令和5年12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

脱毛に関するトラブル

脱毛エステのトラブルを避けるために — P.1~4

1. 相談が激増！ 脱毛エステのトラブル
2. 美容医療とエステティックの違い
3. 最近問題になっている事例
4. 最近のトラブル事例から考える注意点
5. 生徒に伝えてほしいこと

東京都消費生活総合センターからのお知らせ

令和5年度

「教員のための消費者教育講座」実施報告 — P.5~7



注意喚起情報

スマートフォンを購入するアルバイトをしたら、携帯電話会社から請求が！
～そんなアルバイトはありません、きっぱり断りましょう。～ — P.8

「わたしは消費者」についての
アンケートにご協力ください。今後の参考にさせていただきます。
【期間】令和5年12月1日～令和6年1月31日

脱毛エステのトラブルを避けるために

弁護士 洞澤 美佳

1 相談が激増！ 脱毛エステのトラブル

東京都の2022（令和4）年度の消費生活相談の特徴の一つとして、若者（29歳以下）からの脱毛エステに関する相談件数が、令和3年度は662件であったのに、令和4年度は3,167件に激増したと発表されました。これは前年比で実に5倍近くの相談件数ということになります。

さらに、独立行政法人国民生活センター（以下「国民生活センター」といいます。）がとりまとめた「18歳・19歳の消費者トラブルの状況—成年年齢引下げから1年—」によると、2022（令和4）年度の18歳、19歳の相談は、脱毛エステに関する相談が1位となっています。特定の事業者の倒産や、返金遅延トラ

ブルに関する相談等、大幅に件数が増加しているということです。

2 美容医療とエステティックの違い

国民生活センターが平成29年に公表した「なくなる脱毛施術による危害」という資料によれば、脱毛に関する施術は、大きく分けて、医療機関とエステティックサロンで行われています。美容医療もエステティックも、より美しくなることを目的として、様々な施術を行っているという点では共通しているように思われます。

しかし、両者は、提供できる施術内容に大きな違いがあります。すなわち、医師法第17条では、医師

でなければ、医業をしてはならない、とされています。従って、施術を行うエステティシャンは、医師免許を持っていない限り、医業を行うことはできません。医業の提供の可否が両者の施術内容に大きな違いをもたらすということです。

医業とは、医師の医学的判断及び技術をもってするのでなければ人体に危害を及ぼし、又は危害を及ぼすおそれのある行為（「医行為」）を、反復継続する意思をもって行うことをいいます。医業と照らし合わせて考えた場合、エステティシャンは、どこまでの施術を行うことができるのでしょうか。

この点、厚生労働省が発出した「医師免許を有しない者による脱毛行為等の取扱いについて」（平成13年11月8日付医政医発第105号）によれば、「用いる機器が医療用であるか否かを問わず、レーザー光線又はその他の強力なエネルギーを有する光線を毛根部分に照射し、毛乳頭、皮脂腺開口部等を破壊する行為」は、医行為に当たるものとして、医師免許を有しない者が業として行えば医師法第17条に違反するとされています。

このことから、電気脱毛法やレーザー脱毛法などは医行為に当たるとされるので、エステティシャンはこれらの施術をすることはできません。しかし、前出の「なくなる脱毛施術による危害」によれば、高い脱毛効果を得るためには、医行為に当たるとされる毛乳頭、皮脂腺開口部等を破壊する行為、すなわち、毛を形作る細胞である「毛包幹細胞」を熱変性（破壊）する必要があるとされています。こうした行為はエステティックサロンではできないため、エステティックサロンでできるのは、あくまで光を照射すること等による一時的な除毛・減毛など、医行為に該当しない範囲の施術に限られるということになります。

この他、エステティック業については開業規制もありません。また、エステティシャンが施術するのに当たって、法律上特別の資格は求められておらず、国家資格制度というものはありません。

このように、美容医療とエステティックは全く異なるものです。エステティックで提供されるのは美容術であり、医療機関におけるような専門性や高度な設備の設置は期待できないという違いをよく認識して施術を受けるかどうかを判断する必要があります。

なお、エステティックの業界団体では独自の資格制度を定めて質の確保に努めているということですので、施術者がこうした資格を持っていることは、施術を受ける際に提供される質を確認するための一つの判断要素となるかもしれません。

3 最近問題になっている事例

事例1

SNS広告で脱毛のお試し1,980円という広告を見て、エステティックサロンに出向いた。施術後、担当者から「回数が少ないとあまり効果がない」と言われ、全身脱毛30回コースを勧められた。高すぎて払えないと感じ、契約はできないと伝えしたが、本日限りのお得なプランだと言われ引き留められた。結局、入会金等含め施術料金は50万円だったのでクレジットを利用することにした。

その後、3回施術を受けたが、月々の返済に困り、解約を申し出たところ、「今解約しても約10万円しか返金できない」と言われた。

驚いて契約書をよく見ると、施術30回のうち有料なのは最初の4回で、単価が12万円だった。残りの26回は無料保証と記載されており、3回分の施術料と違約金の合計約40万円は返金されないということだった。そのような説明は受けていないし、返金額には納得できない。

事例2

手付金20万円をクレジットカード決済した脱毛エステが経営破綻状態だと報道された。契約を取り消したい。

これらの事例について、次項で詳しく説明していきます。

4 最近のトラブル事例から考える注意点

(1) 不当な広告表示

脱毛エステに関する広告表示と関係する法律としては、不当景品類及び不当表示防止法（景品表示法）、特定商取引に関する法律（特定商取引法）、医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律（薬機法）、健康増進法などが挙げられます。また、これらの法律とは異なり、契約に関する法律となりますが、広告が「勧誘」に当たると考えられる場合には消費者契約法の適用も問題になり得ます。

【事例1】にあるように、事業者が「お試し1,980円」と安い金額で広告し顧客を誘引した結果、これなら支払えそうだ、試しにやってみるつもり、という軽い気持ちでサロンに赴いた顧客が、思いもよらない

高額の契約を結ぶこととなったというケースはよく見られます。SNS広告やインターネット広告などは、脱毛エステの事例に限らず、若者の消費者被害のきっかけとなることが多いところです。表示が不当かどうかは、ウェブサイト上の表示全体から判断することでもあるので、【事例1】のような表示が一律に不当だということまではできません。しかし、広告全体の表示を見た場合に、「お試し1,980円」と強調した表示がなされている一方で、高額の契約については何ら表示がされておらず、広告だけを見ても【事例1】のような高額の契約をすることまでは到底想定できないという場合には、当該広告が景品表示法に違反する不当な表示（有利誤認表示）に該当する余地もあり得ます。

また、「永久脱毛」「永久保証」をうたう広告も問題といえるでしょう。先述したとおり、エステティックサロンでなし得る施術は、光を照射すること等による一時的な除毛・減毛など、医行為に該当しない範囲の施術に限られます。そうだとすれば、こうした広告は景品表示法で禁止されている優良誤認表示又は、特定商取引法で禁止されている虚偽又は誇大広告等に該当する違法な広告と指摘できます。

広告は顧客を誘引するために作成されるものだから、社会的に許容される程度の若干の誇張があり得ることはあらかじめ想定すべきです。他方、社会的に許容される誇張の程度を超えて商品・役務の内容や契約内容を誇張した表示（虚偽・誇大広告等）が一定数存在することも否定できません。

特にインターネット広告は、事業者にとって簡単に利用できる重要な宣伝手段であり、増加の一途をたどっていますが、その分玉石混交の広告が乱立しているように思われます。

他方、現代社会では、スマートフォンの利用を通じて誰もが、広告を含むインターネット情報に気軽に接することができるようになりました。スマートフォンのこうした利便性には多くのメリットもあるとは思いますが、広告に接したときには、その情報にいきなり飛びつくのではなく、情報を収集し、複数の事業者の比較をするなど、広告と距離感をもって接することを心掛けることが肝要です。少なくとも、脱毛エステに関してはここでご紹介した情報も参考にしつつ、広告の表示と情報とを照らし合わせて、事業者の誠意や公正性等を判断し、選択していただきたいと思います。

(2) 契約締結に際しての説明の不備

契約締結に際しては、事業者が、往々にして施術

の効果や契約の内容に関し、メリットを強調し、デメリットを十分に伝えないために生じるトラブルがよく見受けられます。結果として、広告でうたわれていたような効果が実感できないといったトラブルや、広告や契約時の説明等で「通い放題」「期間・回数無制限」と言われていたのに、実際にはいつ連絡をしても予約が埋まっていて、思うように施術が受けられないというトラブル、脱毛には毛周期や肌への負担、施術の機器等の性能を考慮した標準的な期間・回数の目安があるにもかかわらず、契約では標準的な期間・回数を逸脱した過剰な内容のコースを勧められたため、毛周期や肌への負担との関係から、期間内には到底消化しきれないトラブル、中途解約について適切な説明がされていないために、いざ解約しようとしたら中途解約ができないトラブルなどが生じています。

事業者と消費者との間には情報量に大きな格差があります。消費者はついプロである事業者のアドバイスを鵜呑みにしてしまいがちです。それもまたやむを得ないところではありますが、せめてその日のうちに判断をせず、一度持ち帰ってよく検討する、ということが大事です。もちろん「今日なら特別価格」などと言って消費者を引き留める事業者もいるでしょう。しかし、消費者とのトラブルを回避して、お互いが気持ちよく関係を継続できるような契約関係を結びたいと考えている心ある事業者であれば、そのような目先の利益による勧誘などせず、消費者の慎重な判断を尊重し、きちんと納得した上で自分のサービスを選んでもらうことを希望するのではないでしょうか。

(3) 中途解約における精算トラブル

【事例1】のように、近時トラブルが多発しているこの種のケースでよく見られる、長期間あるいは多数回にわたる施術が受けられるコースでは、契約上、「有償で施術を受けられる期間・回数」と「無償で施術を受けられる期間・回数」とに分かれていることがほとんどです。

エステティックの中途解約については、特定商取引法上、特別の精算ルールが定められています。これによれば、施術済みのサービスに相当する対価は支払い、未施術部分について返金されるというルールになっています（その場合にも法律で上限が決められている違約金等は控除されます。）。しかし、ここで精算の対象となるのはあくまで有償の期間・回数であり、無償部分は原則として対象とされません。そのため【事例1】のように、回数からみると有償部分が

少なく（事例では4回）、無償部分が多くを占める（事例では26回）契約になっている場合にトラブルとなるのです。

もちろん、こうしたトラブルの背景には、事業者が契約に際して消費者に実際の契約内容を十分に認識させていなかったため、消費者の認識や期待との間にズレが生じてしまうことに一番の問題があります。他方で、【事例1】にもあるとおり、消費者がきちんと契約書を確認するのは、契約締結時ではなく、こうしたトラブルが発生した時というパターンがよくあります。しかし、契約書には重要な内容が書かれているので、契約締結前に契約書の内容をきちんと確認すべきです。仮に、その場で契約をやめたいといえる雰囲気ではなく、契約書もゆっくりとみられる時間がない状況で契約をしてしまったのであれば、せめて帰宅後速やかに契約書の内容をよく確認すべきです。そうすることで、クーリング・オフによって救済される可能性が広がります。困ったときは、最寄りの消費生活センターに相談をしましょう。

④ 事業者の倒産

エステティックサロンも大小様々な事業者があります。近年では、大々的に広告宣伝を展開しているような大手の事業者であっても倒産するケースが増えています。こうした中で、【事例2】にあるようにクレジットカード決済をした場合、支払いはどうなるのでしょうか。これについては、業者の倒産によって約定した施術が受けられなくなりますから、事業者の債務不履行を理由にクレジットカード会社に支払いを拒むことができます（ただし、翌月一括払いのような2か月以内の後払いによる一括払いのクレジットには適用されませんのでご注意ください）。しかし、そのような場合であっても既に施術を受けた部分については精算をしなければなりません。従って、施術部分の代金が未払いとなっている場合には、この部分の精算が必要になってきます。

また、施術代金の前払いのリスクについてもあらかじめ踏まえておくことが重要です。すなわち、脱毛エステは、一定期間（例えば1年間等）にわたり施術を受ける契約を締結することが多いかと思えます。こうした将来にわたる施術代金の支払方法にはいろいろあるかと思いますが、一つの方法として、契約締結時、あるいはクレジットを利用して翌月一括払いを行う等施術を受ける前に（あるいは未施術部分を相当残した形で）、全額を前払いするという場合があります。このような場合、消費者が施術を受けきる前に事業者が倒産をしてしまう可能性もあ

り得るところです。しかし、事業者が倒産すれば、基本的にはお金は全く返金されないか、返金されたとしてもごくわずかであり、損失を被ることは避けられません。仮に割安になるとしても、施術の提供を受ける前に施術代金を全額前払いするプランを選択するかどうかは、常にこうしたリスクと引き換えなのだということを肝に銘じた上で、慎重に検討した方が良いでしょう。

⑤ 施術の安全性

前出の「なくならない脱毛施術による危害」によれば、脱毛エステにおける危害事例としては、「光脱毛」に関する相談が最も多く、次いで「レーザー脱毛」、「電気脱毛」が多くみられたとあります。具体的な相談としては「脱毛エステの施術後に発疹ができたため皮膚科を受診。毛のう炎と診断された」「脱毛エステでデリケートゾーンを施術した際、シェーバーで陰部を傷つけられた」「肛門周りの光脱毛でやけどを負い、完治まで1年以上かかることもあると言われた」などが紹介されているところです。ほかにも、医療機関における危害事例も紹介されています。契約をする際には、施術の効果には個人差があることやリスク・副作用について十分な説明を求め、慎重に検討しましょう。

5 生徒に伝えてほしいこと

美しくなりたい、理想の自分でありたいという思いに囚われすぎると、人は、自分にとって得たい情報や有益に感じる情報にだけ目がいきってしまい、つい視野が狭くなりがちです。さらに即効性を求め、生じ得るリスクを軽く見積もってしまい、情報収集や複数業者の比較など冷静に分析して合理的な選択をするということが難しくなるように思います。

それ自体はやむを得ないとしても、誰もが持ち合わせる人間としての弱さを自覚しつつ、魅力的な広告を目にしたたり、情報に接したりしたときに、せめて一呼吸おくという習慣を身につけたいものです。

また、脱毛を希望する本人にとっては切実な問題なのかもしれませんが、美容術や美容医療は、いわゆる病気の治療等と異なり、いわば不要不急のサービスと言わざるを得ません。それにもかかわらず、身体に対して、人為的に一定程度影響ある行為を行うことからすれば、本来であれば受けなくていい危害を被るリスクは避けられません。自分だけは大丈夫という根拠のない自信は戒め、一歩立ち止まることも重要です。

東京都消費生活総合センターからのお知らせ

令和5年度

「教員のための消費者教育講座」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、7月25日から8月10日に、小・中・高等学校、特別支援学校等の教職員を対象とした「教員のための消費者教育講座」を実施しました。今年度は、座学講座10講座（右表No1～10）、実験講座3講座（右表No11～13、各2回）を企画実施し、延べ1,072名の方に受講いただきました。

座学講座のうち9講座は、飯田橋、立川（サテライト中継）での会場受講と同時ライブ配信でのオンライン受講を実施しました。また、今年度は国民生活センターを訪問し見学する講座も実施しました。

当センターの技術支援担当職員による実験講座では、コロナ禍を経て3年ぶりに受講者が実験器具を使用し実験することができました。

講座内容としては、18歳成年への準備に欠かせない情報を学ぶ講座、エシカル消費やSDGsをテーマとした持続可能な社会生活を体感できる講座など、学校での授業にすぐに役立つ実践的なものを実施し、受講者の9割弱から「充実していた」との満足の声をいただきました。（受講者アンケートより）



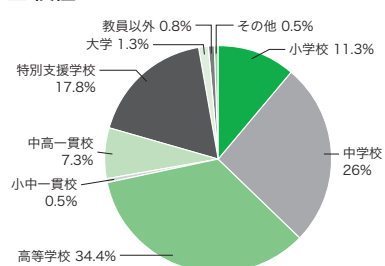
次ページより、各講座の内容を紹介します。

No.	分野	講座テーマ	受講者数
1	消費者 市民社会	【模擬授業体験】 消費者市民として社会参画するための 資質・能力を育てるアクティブ・ラーニング型授業	56
2	契約	東京都に寄せられる若者の相談事例と対処法	94
3	金融	【令和4年度東京都作成DVD教材】 『キャッシュレス決済のお品書き ～かしこく選んで買い物上手～』	136
4	法律	ネット通販を理解するために	126
5	情報	【令和4年度東京都作成Web版教材】 『知っているようで知らない!? インターネット通販の基礎知識』	98
6	情報	ネット・ゲーム依存の現状と対応	125
7	SDGs	食品リサイクル工場オンライン見学 ～食品ロス問題の背景とその実態～	123
8	エシカル 消費	ワクワクするエシカル消費 ～つくり手とつかい手をつなぐ 消費者教育の実践から～	75
9	情報	ネット広告のみかた	83
10	製品	【見学】 「子供や若者に多い商品・サービスに関わる事故」と 商品テスト施設の見学	24
11	実験 衣	知っていますか？ 繊維の基礎知識と機能性繊維製品の仕組み	45
12	実験 食	食品中の気付きにくい糖分・塩分 ～測って数値をみてみよう!!～	43
13	実験 住	ゲーム機、デジカメ、携帯電話などなど・・・ 「都市鉱山」から金・銀・銅を探そう!!	44
受講者（オンライン受講・会場受講）			総計 1,072人

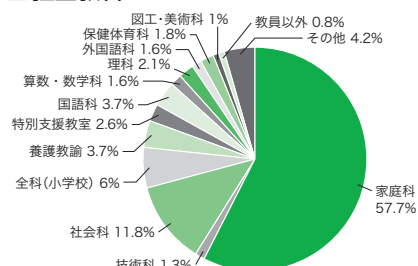
◆ 受講者の属性（令和5年度申込者372名のデータ）

教員講座は、校種・教科・指導経験年数とも、多岐にわたる先生方にご受講いただいております！

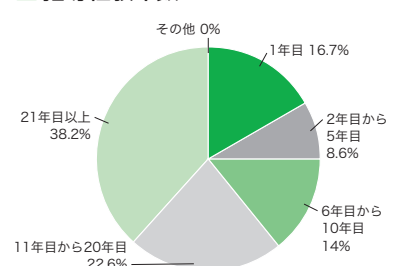
校種



担当教科



指導経験年数



座学講座

No1 消費者市民として社会参画するための資質・能力を育てるアクティブ・ラーニング型授業

ドルトン東京学園中等部・高等部教諭
上智大学非常勤講師 大畑 方人氏

講師が「公共」の授業で行っている生徒主体のアクティブ・ラーニング型授業『コンセンサスゲーム』の模擬授業を行いました。海で漂流した場合に生き残るためにどう行動するかをグループで考え、対話し合意形成することを体験しました。

受講者からは、対話することの意義や重要性を実感できたとの声が多数寄せられました。



No2 東京都に寄せられる若者の相談事例と対処法

東京都消費生活総合センター消費生活相談員

センター相談員が実際の相談事例とその対応を紹介し、生徒指導の際に、先生方から伝えてほしいことなどを話しました。

「知識を得ること」や「契約の責任」、「意思を伝える力」など、生徒に共有したい内容が多かったとの感想をいただきました。

**No3 令和4年度東京都作成DVD教材
『キャッシュレス決済のお品書き
～かしこく選んで買い物上手～』**

山本国際コンサルタンツ
代表 山本 正行氏



都作成のDVD教材を解説しながら、キャッシュレス決済の基礎知識やトラブル事例と防止策を説明していただきました。

キャッシュレス決済推進の背景や指導のポイントを学ぶことができたとの声が多くありました。

No4 ネット通販トラブルを理解するために

弁護士 今泉 将史氏



ネット通販における用語と関連する法律を解説し、通販トラブルの原因と予防法について説明いただきました。

受講者からは、被害事例の法的解

釈が分かり、法律を知る大切さを学んだとの感想がありました。

No5 令和4年度東京都作成Web教材

**『知っているようで知らない!?
インターネット通販の基礎知識』**

東京都立蒲田高等学校 主幹教諭(公民科) 浅川 貴広氏

都作成Web教材を実際に操作しながら、内容の紹介とポイントの解説をしていただきました。また、現役高校教諭の立場から、学校で消費者教育を実践する上での工夫などをお話いただき、教科間連携、校種間連携について、受講者で意見交換をしました。

No6 ネット・ゲーム依存の現状と対応

(独) 国立病院機構久里浜医療センター
名誉院長 樋口 進氏

日本で最初にネット依存の専門外来を設置した病院の治療責任者から、生徒が依存に至る本質や、親や教師ができることなどを説明していただきました。

多教科にわたった本講座の受講者からは、大変有意義な話を聞いた貴重な機会だったとの感想が寄せられました。



**No7 食品リサイクル工場オンライン見学
～食品ロス問題の背景とその実態～**

(株) 日本フードエコロジーセンター
代表取締役 高橋 巧一氏

前半は、オンラインで工場とつないで、廃棄される食品を豚の飼料にリサイクルする様子などを見学し、食品ロス問題を考える機会としました。後半は、学校給食における取組等を紹介しながら、課題解決のために「ポジティブな意見」を発することのできる消費者になることの大切さについて説明いただきました。

児童・生徒たちと実際に工場見学を希望する意見が多数ありました。また、自身の消費者としての意識改革、授業の創意工夫を考えられた受講者も多かったです。



No8 ワクワクするエシカル消費 ～つくり手とつかい手をつなぐ 消費者教育の実践から～

(公財) 消費者教育支援センター
主任研究員 庄司 佳子氏

最初に「エシカル消費とは何か？」をお話いただき、学校の授業で実践するときの具体的な取組について、動画や教材を多数紹介していただきました。受講者は、生徒になりきって、生徒が発表する意見をイメージしながら授業展開を考えました。

受講者からは、自身の消費行動を再度考えるきっかけになった、授業で活かせるヒントをたくさん得ることができたとの声が多くありました。

No9 ネット広告のみかた

(一社) 日本インタラクティブ広告協会
事務局長 柳田 桂子氏

なかなか知る機会のないインターネットメディアの裏側を解説していただきました。広告の仕組みから、広告サイトのみかたまで詳しく説明していただきました。

受講者からは、不当広告や不適切広告のポイントを理解できたので、子供達への注意喚起や授業に役立てたいとの声がありました。



No10 「子供や若者に多い商品・サービスに関わる 事故」と商品テスト施設の見学

(独) 国民生活センター商品テスト部

前半は、誤飲により胃壁を貫通した強力磁石、小腸内で拡張してしまった水で膨らむ樹脂製玩具など、最近の事故事例について、製品を見ながら事故防止のポイントなどを説明いただきました。後半の施設見学では、現場の方より様々な商品テストについて解説いただきました。

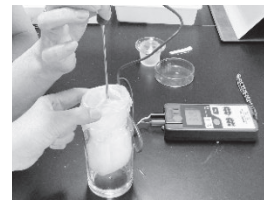
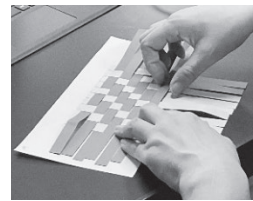
受講者からは、普段見られない設備や実験を見ることができ勉強になったとの感想が多く寄せられました。

実験講座

No11 知っていますか？ 繊維の基礎知識と機能性繊維製品の仕組み

実験では、布の三原組織を理解するために織物の構造を紙で制作しました。また、接触冷感製品の感じ方の官能テストをしたり、繊維の吸湿・発熱を調べる実験をしたりして、繊維の機能性を学びました。

受講者からは、教科書だけでは伝えるのが難しい機能性繊維製品について、今回の実験で知識を深めることができよかったですとの声がありました。



No12 食品中の気付きにくい糖分・塩分 ～測って数値をみてみよう!!～

食品中の糖分・塩分の測定実験として、糖度計を使ってスポーツドリンクや乳酸菌飲料の糖度を調べたり、塩分計で出汁の塩分を計ったりしました。

受講者からは、食品表示の学習に役立てたい、糖度計の貸出を利用して、授業でも測定実験をやってみたいとの意見が多くありました。



No13 ゲーム機、デジカメ、携帯電話などなど… 「都市鉱山」から金・銀・銅を探そう!!

実験では、回収したゲーム機、デジカメ、携帯電話、ノートパソコンの中身を観察し、内蔵機器に含まれる様々な金属を確認しました。

携帯電話から回収できる金の量の多さを知り、驚かれた受講者が多かったです。実際に観察することで小型家電リサイクルについての知識が深まり、SDGs 12「つくる責任つかう責任」を伝えるヒントを得ることができたとの意見が寄せられました。





注意喚起情報

消費者注意情報 令和4年12月28日

スマートフォンを購入するアルバイトをしたら、携帯電話会社から請求が!



～そんなアルバイトはありません、きっぱり断りましょう。～

相談事例

マッチングアプリで知り合った男性に、「スマートフォン（以降「スマホ」という。）を購入して渡してくれたら、1台につき3000円払う」とアルバイトを持ちかけられた。「スマホはすぐに解約するので一切負担はない」と言われ、店舗でスマホを4台購入して男性に渡し、アルバイト代を貰った。ところが後日、携帯電話会社から4台のスマホ代金として約100万円の請求書が届いた。その後男性とは連絡が取れない。支払わないといけないうか。 (10歳代：女性)

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

▶ アルバイトと称してスマホ購入を勧められたら要注意です!

- ・現在販売されているスマホは、海外を含めどこのキャリアでも利用できるSIMフリーとなっています。そのため、スマホを購入するアルバイトと偽りスマホを格安で騙し取る、詐欺的な手口に関する相談が、増加傾向にあります。
- ・「すぐに解約する」、「一切負担はない」と言われても、信じてはいけません。契約者以外は購入契約を解除できないため、スマホ代金は契約者に請求されます。気を付けましょう。

▶ 自分名義のスマホを他人に渡すことは法律で禁止されています。

- ・携帯電話会社で購入したスマホを無断で他人に売るとは、法律で禁止されています。違反すると、懲役又は罰金を科されてしまうこともあるので、誘われても絶対に断りましょう。

▶ スマホ代金を滞納すると、信用情報機関のブラックリストに載ってしまいます。

- ・スマホ代金の支払いが遅れると、信用情報機関の延滞情報（いわゆるブラックリスト）に登録されてしまいます。延滞情報があると、一定期間、住宅や車のローンが組めなくなったり、新たにクレジットカードが作れなくなるなど、不利益が生じます。
- ・契約トラブルが起きた時は一人で抱え込まず、消費生活センターに相談しましょう。

相談窓口

▶ 東京都消費生活総合センター ☎ 03-3235-1155

▶ 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)