

トピック 食品表示をめぐる情勢について

- **食品表示をめぐる情勢について** 1～4P
 - 1. 食品表示法をめぐる情勢
 - 2. 食品表示法施行に伴う主な改正事項
 - 3. 食品表示制度一元化時の積み残しの課題
 - 4. 新たな加工食品の原料原産地表示制度
 - 5. 機能性表示食品制度
 - 6. 最後に
- **平成28年度 小学生・中学生・高校生の消費生活相談概要** 5～6P
- **平成29年度 すぐに役立つ「教員のための消費者教育講座」実施報告** 7P
- **平成29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** 8P
 - ・共同キャンペーンについて
 - ・東京都の主な事業

食品表示をめぐる情勢について

消費者庁 食品表示企画課 法令係 西畑 皓一郎

1. 食品表示法をめぐる情勢

食品表示法(平成25年法律第70号)に基づく食品表示制度は、2015年(平成27年)4月から施行され、今年で施行4年目を迎えます。食品表示法施行前の食品表示については、食品衛生法(昭和22年法律第233号)、農林物資の規格化及び品質表示の適正化に関する法律(昭和25年法律第175号)及び健康増進法(平成14年法律第103号)という目的の異なる3つの法律にそれぞれルールが定められていたために制度が複雑で分かりにくいものになっていました。食品表示法は、これらの法律における食品表示に関する規定を統合し、食品表示に関する包括的かつ一元的な制度を創設するものとして制定されました。具体的な食品表示のルールは、食品表示法に基づく食品表示基準(平成27年内閣府令第10号)に規定されており、食品の製造者、加工者、輸入者又は販売者(以下「食品関連事業者等」という。)は、同法第5条の規定に基づき食品表示基準の遵守が義務付けられています。

今回は、東京都内の学校の先生方や教育委員会

の方々などのご関心が高いであろう食品表示のルールの中でも、食品表示法施行に伴う主な改正事項、食品表示一元化時に積み残された課題の検討状況、新たな加工食品の原料原産地表示制度、機能性表示食品制度などについてご紹介いたします。

2. 食品表示法施行に伴う主な改正事項

食品表示法に基づく新たな食品表示制度のうち主な3つの改正事項について簡単にご説明いたします。

食品表示法施行に伴う改正事項が規定された食品表示基準では、食品関連事業者等が表示の変更に必要な時間として経過措置期間を設けています。経過措置期間中は、食品表示基準施行前の表示基準に従った表示をすることが認められますが、生鮮食品の表示についての経過措置期間は2016年(平成28年)9月末で終了し、加工食品の表示についての経過措置期間は2020年(平成32年)3月末までとしています。そのため、2020年(平成32年)4月からは、食品表示基準に完全移行されます。今回ご紹介する主な3つの改正事項については、いずれも加工食品についての経過措置期間が適用されますので、

2020年(平成32年)4月から完全移行となります。

1つ目はアレルギー表示に係るルールの改善です。アレルギー表示は、これまでと同様に卵や乳などの7品目の特定原材料を含む食品にアレルゲンを含む旨の表示を義務付けており、ももやりんごなどの20品目の特定原材料に準ずるものを含む食品にアレルゲンを含む旨の表示を奨励しています。一方、オムレツには卵が含まれるなど一般的にアレルゲンを含むことが予測できると考えられてきた食品については、これまでアレルゲンを含む旨の表示を省略することができましたが、食品表示基準では、アレルゲンを含む旨が表示されるように改善しました。これによりアレルゲンを含む食品については、例えばマヨネーズのように卵が含まれることが予測される食品であっても、「マヨネーズ(卵を含む。)」と表示されるようになりました。

2つ目は、一般用加工食品及び添加物への栄養成分表示の義務化です。これにより容器包装に入れられた加工食品及び添加物には、熱量、たんぱく質、脂質、炭水化物、ナトリウム(食塩相当量で表示)の5成分が表示されるようになりました。

3つ目は、機能性表示食品制度の創設です。機能性表示食品は、疾病に罹患していない者に対して、機能性関与成分によって健康の維持及び増進に資する特定の保健の目的が期待できる旨を科学的根拠に基づいて容器包装に表示する食品です。販売前に消費者庁長官に届け出ることとされています。詳細は後ほどご紹介いたします。

その他の改正事項としては、加工食品と生鮮食品の区分統一、製造所固有記号の使用に係るルールの変更などが挙げられます。

3. 食品表示制度一元化時の積み残しの課題

2015年(平成27年)3月に閣議決定された消費者基本計画において、食品表示制度の一元化の検討時に積み残しの課題とされた、インターネット販売等における食品表示、加工食品の原料原産地表示、遺伝子組換え表示、食品添加物表示の在り方などの個別課題については、順次実態を踏まえた検討を行うこととされました。

まず、インターネット販売等における食品表示については、食品のインターネット販売における情報提供の在り方懇談会において、食品関連事業者等の自

主的な取組と、消費者への普及啓発等についての報告書が取りまとめられました。当該報告書を踏まえ、食品関連事業者等の自主的な取組としては、消費者のニーズと事業者の実状を踏まえ、消費者が購入時に食品の義務表示事項と同等の情報の内容を確認できるような環境を整備することを目標としつつ、段階的に対応できる商品の情報提供の取組を推進・拡大することや、義務表示事項に係る情報提供の取組を進めるため、業態や業界ごとに情報提供の方針やガイドライン等を自主的に検討・作成することなどが望まれます。また、消費者への普及啓発としては、行政、消費者団体、事業者団体等が、インターネット販売における義務表示事項に係る情報提供の取組等に関する普及・啓発を行うことが望まれます。

次に、加工食品の原料原産地表示については、加工食品の原料原産地表示制度に関する検討会報告書及びパブリックコメント等を踏まえ、2017年(平成29年)9月から新たな加工食品の原料原産地表示制度が施行されました。

また、遺伝子組換え表示については、今年度末を目途に、遺伝子組換え表示に関する検討会の報告書が取りまとめられる予定です。

最後に、食品添加物表示については、今年度実施している実態調査の結果を踏まえ、必要な検討を行う予定です。

4. 新たな加工食品の原料原産地表示制度

新制度の特徴としては、全ての加工食品について、重量割合上位1位の原材料の原産地を義務表示の対象とすること、また、原則は「国別重量順表示」ですが、一定の条件を満たす場合は、過去の実績等を踏まえた「又は表示」、「大括り表示」を認めるとともに、中間加工原材料は「製造地表示」を認めることなどが挙げられます。【図】例えば、重量割合上位1位の原材料について、2カ国以上の産地を混ぜて使用している場合は、多い順に国名が表示されます。これを「国別重量順表示」と言います。一方で、「国別重量順表示」を行った場合に、産地切替えなどのたびに容器包装の変更が生じると見込まれる場合は「又は表示」、3以上の外国の産地に関して、産地切替えなどのたびに容器包装の変更が生じると見込まれる場合は「大括り表示」を認めています。また、対象原材

料が中間加工原材料である場合は「製造地表示」も認めています。

新制度の検討に当たって、2015年（平成27年）度に当庁が実施した調査結果では、消費者が加工食品を購入する際に原料原産地名について参考にする割合が高いことが判明し、全ての加工食品を対象に、表示を義務付けることは消費者の利益に合致

していることが伺えました。制度の施行前は、生鮮食品に近いと認識されている22食品群と4品目の加工食品について原料原産地表示を義務表示の対象としていましたが、新制度施行により、全ての加工食品を対象とすることで、消費者は、加工食品の原料原産地についてこれまでよりも充実した情報を得ることができるようになりました。

【図】新たな加工食品の原料原産地表示制度の概要

表示対象加工食品

国内で製造した全ての加工食品
(ただし、外食、いわゆるインスタ加工等を除く。)

表示対象原材料

製品に占める重量割合上位1位の原材料

その他

- ・義務表示は、食品の容器包装に表示する。
- ・又は表示や大括り表示等をした場合は、インターネットなどにより、自主的に補足的な情報開示に努める。
- ・平成29年9月1日施行。平成34年3月まで経過措置期間をおく。

表示方法

現行同様、国別重量順に表示

例：(A国、B国) (A国、B国、その他)

[実行可能性を踏まえ、認められる条件、誤認防止への対応を定めた上で、以下の規定を導入]

又は表示

国別重量順表示を行った場合に、産地切替えなどのために容器包装の変更が生じると見込まれる場合

例：(A国又はB国) (A国又は国産) (A国又はB国又はその他) と表示しても可

[過去実績又は計画に基づく表示である旨を付記]

大括り表示

国別重量順表示を行った場合に、3以上の外国の産地表示に関して、産地切替えなどのために容器包装の変更が生じると見込まれる場合

例：(輸入) (輸入、国産) と表示しても可

大括り表示+又は表示

[大括り表示]を用いても産地切替えなどのために容器包装の変更が生じると見込まれる場合

例：(輸入又は国産) と表示しても可 [過去実績又は計画に基づく表示である旨を付記]

中間加工原材料の製造地表示

[対象原材料が中間加工原材料である場合]

例：(A国製造) (国内製造)

※生鮮原材料まで遡って表示できる事業者は、表示しても可

※製造地表示においても、国別重量順表示を原則としつつ、又は表示など上記の考え方を準用

5. 機能性表示食品制度

機能性表示食品制度が始まる以前は、食品に栄養成分の機能や特定の保健の目的が期待できる旨を表示できる食品は国が示した規格基準に適合した栄養機能食品と、国による個別の許可を受けた特定保健用食品（以下「トクホ」）という。）の2つの枠組に限られていました。栄養機能食品では表示できる機能が栄養成分の機能に限られていること、トクホでは食品ごとに安全性や有効性に係るヒト試験が必須となり、許可に時間と手間、そして費用が掛かるため中小事業者にとって高いハードルとなっていること等の課題を踏まえ、加工食品及び農林水産物について、企業等の責任で科学的根拠を基に、消費者庁長官に届け出ること健康の維持及び増進に資する特定の保健の目的が期待できる旨を表示できる機能性表示食品制度が創設されました。

機能性表示食品の届出状況については、2018年（平成30年）1月31日時点で1,214件を公表（撤回を除く。）しており、そのうち届出所在地は、東京、大阪、愛知の首都圏が775件、それ以外の都道府県が439件となっています。また、食品の形態別ではサプリメント形状の加工食品が569件、その他加工食品が633件、生鮮食品が12件です。表示内容としては、おなかの調子を整える機能や血中の中性脂肪を減らす機能をはじめ、さまざまな機能性表示があります。

制度創設時の食品の新たな機能性表示に関する検討会報告書では、栄養成分を対象とすることは更に慎重な検討が必要であり、機能性関与成分が明確でないものについては、制度運用状況を踏まえて検討することが適当であるとして、検討課題となっていました。これらについて、機能性表示食品制度における機能性関与成分の取扱い等に関する検討会において検討され、報告書が取りまとめられました。また、2017年（平成29年）6月に決定された規制改革実施計画において制度の改善事項として、届出手続について迅速化・効率化を実現することやガイドラインの見直し等が位置付けられました。既に、届出資料の簡素化の目標設定や、機能性表示食品に関する質疑応答集の策定・周知をしておりますが、引き続き、報告書や残りの規制改革事項についても、対応して参ります。

6. 最後に

当庁としては、引き続き、食品表示制度が消費者の自主的かつ合理的な食品選択の機会の確保に資するよう、制度の普及啓発に努めて参りますので、東京都内の学校の先生方や教育委員会の方々におかれましては、学校教育や消費者教育を進めるべく、食品表示をより一層身近なものとして感じていただき、食品表示制度を教育現場で活用いただければ幸甚です。

参考文献

- 食品表示制度について
知っておきたい食品の表示
http://www.caa.go.jp/foods/pdf/syoku_hyou_all.pdf
- 栄養成分表示について
栄養成分表示を活用しよう
http://www.caa.go.jp/foods/pdf/foods_161004_0003.pdf
- 加工食品の原料原産地表示制度について
ご存知ですか？全ての加工食品の原材料の産地が表示されます。
http://www.caa.go.jp/policies/policy/food_labeling/quality/country_of_origin/pdf/country_of_origin_170901_0005.pdf
- 機能性表示食品制度について
消費者の皆様へ「機能性表示食品」って何？
http://www.caa.go.jp/foods/pdf/150810_1.pdf
- 機能性表示食品制度の機能性関与成分の取扱い等に関する検討会
http://www.caa.go.jp/policies/policy/food_labeling/other/kinousei_kentoukai.html
- 規制改革実施計画（平成29年6月9日閣議決定）
<http://www8.cao.go.jp/kisei-kaikaku/suishin/publication/170609/item1.pdf>

平成
28年度

小学生・中学生・高校生の消費生活相談概要

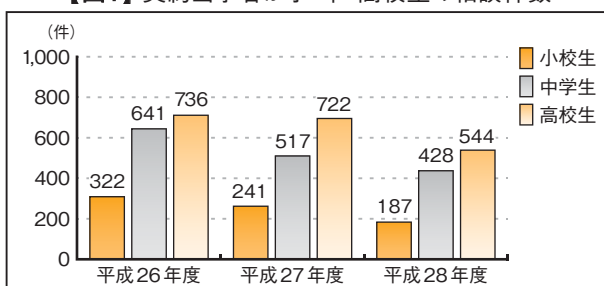
東京都消費生活総合
センター 相談課

平成28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120,813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13,889件であり、全体の11.5%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1,159件で、前年度の1,480件に対して21.7%減少しています。またその内訳は、小学生187件、中学生428件、高校生544件でした。【図1】

【図1】 契約当事者が小・中・高校生の相談件数



相談内容の内訳

小・中・高校生からの相談内容の大半は、インターネットを通じて得られる情報の「デジタルコンテンツ」で、小学生の相談の76.5%、中学生の相談の62.4%、

高校生の相談の38.6%を占めています。

この他の相談では、ダイエットサプリ、青汁、酵素食品等に関する「健康食品」の相談が目立ちます。相談の多くが、お試しのつもりで申し込んだら4～5回継続購入が条件の定期購入契約と判明し、解約したいという内容となっています。また、「基礎化粧品」「学習塾」「携帯電話／携帯電話サービス」等に関する相談も目立ちます。【表1】

相談の最も多い「デジタルコンテンツ」の内訳を見ると、小・中・高校生ともに、「アダルト情報サイト」に関する相談が非常に多く、5割となっています。

この他では、「オンラインゲーム」に関する相談、有料サイト利用料の架空請求等の「デジタルコンテンツ@」、アプリの購入等の「他のデジタルコンテンツ」の相談が多くなっています。

デジタルコンテンツに関する相談の占める割合を小・中・高校生別に見ると、「オンラインゲーム」では小・中学生が、「デジタルコンテンツ@」では高校生の割合が大きくなっていることがわかります。【表2】

【表1】 平成28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 (187件)		中学生 (428件)		高校生 (544件)	
商品・サービス名	件数	商品・サービス名	件数	商品・サービス名	件数
デジタルコンテンツ	143	デジタルコンテンツ	267	デジタルコンテンツ	210
他の玩具・遊具	6	健康食品	21	健康食品	54
電子ゲームソフト	3	学習塾	10	基礎化粧品	17
		他の化粧品 ※1	7	携帯電話/携帯電話サービス ※2	10
		音響・映像機器	5	コンサート	8
		携帯電話/携帯電話サービス ※2	5		
		コンサート	5		

【表2】 平成28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 (143件)			中学生 (267件)			高校生 (210件)		
商品・サービス名	件数	割合	商品・サービス名	件数	割合	商品・サービス名	件数	割合
アダルト情報サイト	71	49.7%	アダルト情報サイト	142	53.2%	アダルト情報サイト	113	53.8%
オンラインゲーム	52	36.4%	オンラインゲーム	70	26.2%	デジタルコンテンツ@ ※3	37	17.6%
デジタルコンテンツ@ ※3	14	9.8%	デジタルコンテンツ@ ※3	32	12.0%	オンラインゲーム	23	11.0%
他のデジタルコンテンツ ※4	6	4.2%	他のデジタルコンテンツ ※4	11	4.1%	他のデジタルコンテンツ ※4	22	10.5%
			出会い系サイト	7	2.6%	出会い系サイト	11	5.2%
			映画配信サービス	3	1.1%	映画配信サービス	2	1.0%
			音楽情報サイト	2	0.7%	音楽情報サイト	2	1.0%

(※1) 「他の化粧品」は、化粧石鹸、制汗・消臭剤等に関する相談

(※2) 「携帯電話／携帯電話サービス」は、携帯電話機本体に関する相談と加入契約等に関する相談の合計

(※3) 「デジタルコンテンツ@」は、有料サイト利用料の架空請求等に関する相談

(※4) 「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、音楽情報サイト以外のデジタルコンテンツに関する相談

相談事例

アダルト情報サイト

中学生の息子が親のスマートフォンを使い、無料のアダルトサイトにアクセスし、画面をクリックしたら登録完了となり、約20万円の請求画面が表示されてしまった。サイト画面に誤作動の場合の連絡先の記載があったため、親である私が自宅の固定電話から連絡したが、すぐ電話を切られてしまった。

消費者及び教員の方へのアドバイス

消費者に会員登録や契約をしたと思わせて高額な料金を請求する「ワンクリック請求」と呼ばれる手口です。クリックすることでアダルトサイトへの登録となるのが消費者にはっきりわかるように書かれていたわけではないので、契約は成立しているとは言えず、支払い義務も生じません。また、サイト事業者へ連絡すると自分から連絡先を教える結果になります。絶対に連絡しないでください。

デジタルコンテンツ@

小学生の娘の携帯電話に、「有料動画サイトに登録があり、本日中に連絡しないと法的措置をとる」と記載したメールが届いた。娘の携帯電話は子供向けのものなので、動画サイトには接続ができないようになっている。娘も動画サイトは見えていないと言っている。

消費者及び教員の方へのアドバイス

架空請求は無視しましょう。覚えのない利用料金について問い合わせの電話をすると、執拗な支払い請求を受けることになります。不審なメールは無視して削除し、連絡しないようにしましょう。また、支払い請求には絶対に応じないでください。

その他の事例

【オンラインゲーム】

小学生の息子が母親のスマートフォンで人気のオンラインゲームを課金なしで遊ぶことを、母親も許可していた。今回、ゲーム内の期間限定のキャラクターが欲しかったため、親に無断で課金したようだ。決済のための暗証番号は母親の誕生日だったので、適当に入力したら該当した。オンラインゲームの利用については母親も許可していたから管理責任上の落ち度はあるが、未成年者の契約取消しをしてほしい。

【健康食品】

2週間前、中学生の娘の留守中に健康食品が代引き5千円で届いた。娘に聞くと、1回限りのつもりでスマートフォンからお試し価格千円で購入したが、実際には4回の購入が義務付けられた定期購入であったとのこと。業者に未成年者の契約取消しを主張したが、「購入画面には、定期購入と記載してある。未成年者の場合、保護者の同意済みのチェック欄を設けており、チェックも入っている」と言われ、応じてもらえなかった。

【他のデジタルコンテンツ】

高校生の娘がスマートフォンで占いサイトを検索し、電話占いを利用した。このサービスは20分間無料をうたっているが、占い師が一方向的に話を進めてきて、40分ほど利用してしまった。後日、超過時間分の料金について、約8千円の請求がメールで届いた。支払いをするべきか。

消費者及び教員の方へのアドバイス

親子でゲームの遊び方や課金があるか等インターネット接続のルールについて確認し、話し合うようにしましょう。また、親はクレジットカードの管理についての注意が必要です。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。困ったときには、消費生活センターにご相談ください！

すぐに
役立つ

平成29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、毎年度、小・中・高等学校、特別支援学校の教職員を対象とした「教員のための消費者教育講座」を開催しています。学校の夏休み時期に、今年度も16テーマの講座を飯田橋・立川・新宿の3会場で開催（7月25日～8月22日）。延べ1,052名に受講していただきました。通常は2時間の講座ですが、今年度は、3.5時間の拡大講座を飯田橋会場の2講座で実施しました。さまざまな団体と連携し、専門家によるバラエティに富んだ講座を展開しました。

拡大講座の一部をご紹介します

え！民法が変わる！？
成年年齢下げから見える消費者教育の重要性
～事例に学ぶ情報モラル～

講師 弁護士 中村 新造 氏
協力 日本弁護士連合会消費者問題対策委員会
第二東京弁護士会消費者問題対策委員会

講師から「民法成年年齢下げ」問題について、何がわるのか、高校現場でどのようなことが起こりうるかをわかりやすく解説いただきました。後半では、助言者として5人の弁護士が各班に加わりグループディスカッションをし、課題解決のために自分ができることや、消費生活センターにお願いしたいことなどを意見交換しました。受講者からは「内容が盛りだくさんで、今後の授業研究に参考になるものばかりだった。」「問題意識は高まったが、民法の改正は18～19歳と保護者だけでなく、国民全体の問題だと思った。」などの感想をいただきました。

その他の講座・受講者の声の一部です

あなたのくらしと信用情報
～自分の信用情報をみてみたら・・・

講師 (株)シー・アイ・シー (新宿会場)

- ・ブラックリストと呼ばれているものが、実際にはどのようなものなのか、具体的に説明していただきよくわかった。
- ・信用情報を見ることができ、よい経験になった。

ファッションから考えるエシカル消費

講師 お茶の水女子大学附属高等学校
教諭 葭内 ありさ 氏

- ・今までは「エシカルファッション」という言葉を覚えさせるだけで終わっていましたが、自分たちで実践できるところまで指導できるということを知りました。

実験実習の講座に参加された方からの声です

商品表示を読み取ろう～賢い消費者になるために～

講師 東京都消費生活総合センター技術支援担当職員

- ・非常におもしろかった。レモン=ビタミンCが豊富という既成概念を崩すのに子供たちにはよい教材になったと思った。
- ・塩分計などの実験器具の貸し出しをしてもらえることを知り、授業でできるか検討したい。

カップラーメンの塩分を測る実験



各講座受講者数

No	講座テーマ	受講者数
1	消費者教育の教材と講師派遣の情報の取り方を教えます！	48
2	特別支援学校 / 若者向け ちえとまなぶのずーっと役立つ「お金の話」	64
3	え！民法が変わる！？成年年齢下げから見える消費者教育の重要性	58
4	「騙されるのは自分以外の誰か」じゃない！～消費者教育を他人事にしない法教育入門～	68
5	最新賃貸トラブル ～東京都に寄せられる事例をもとに対処法を考える～	64
6	その情報、誰のもの？～情報社会と権利侵害～	76
7	スマホの真実～紛争鉱物と環境破壊とのつながり～	74
8	ファッションから考えるエシカル消費	103
9	健康食品から考える「健康的な食生活」とは	96
10	消費者の行動が生む食品ロスのメカニズム	115
11	家電製品を安全に使うために	60
12	生活設計とリスクへの備え	61
13	あなたのくらしと信用情報～自分の信用情報をみてみたら・・・～	39
14	ミネラルウォーターについて調べる、考える～軟水と硬水で何が違う？～	42
15	商品表示を読み取ろう～賢い消費者になるために～	48
16	スマートメーターってどんなもの？～電力自由化時代の新しい電気メーター～	36

さらに詳細を知りたい方は

教員のための消費者教育講座

検索

平成29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

近年ではSNSを利用した悪質商法も増加し、その手口も巧妙化しています。特に学生にとっては、深刻な状況です。そのため、東京都は、若者の悪質商法被害の未然防止・早期発見を図るため、関東甲信越ブロックと共同で悪質商法被害防止キャンペーンを実施しています。

共同キャンペーンについて

キャンペーンキャラクターの「ボク、カモかも…」等の共通デザインのポスター、リーフレットにより広報啓発を行っています。

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

実施期間 平成30年1月～3月

参加機関 1都9県6政令指定都市及び
国民生活センター

若者に多い消費者被害・悪質商法の手口

生徒に対して、悪質商法の被害にあわないための注意喚起と、被害にあったら、ひとりで抱え込まず最寄りの消費生活センターに相談するようお知らせください。

▶ マルチ商法

会員になって商品を販売すれば、マージン（紹介料）がもらえる商法。入会後に、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えています。

▶ アポイントメントセールス

販売の目的を告げずに、喫茶店や営業所に呼び出して、契約しないと帰れない状況にして高額な契約を結ばせる商法。

最近では、「いろいろな方と交流したい」などと友人関係を作るのが目的のように装い、SNSでメッセージを送り、喫茶店等に誘い出し、投資のノウハウが収録された高額なUSBを購入させる手口もあります。

▶ 架空請求

「支払わないと法的手続きに入ります」などと根拠のないSMS（ショートメッセージサービス）を送りつけて連絡させようとする架空請求が多発しています。最近では、有名企業などをかたって、架空請求メールを送ってくることもあります。

▶ SNS等をきっかけとしたトラブル

SNSでエステが安くなる、無料で体験できるといった広告を見つけ、店に出向いた。施術後、いろいろと説明をされ、高額な脱毛エステの契約をさせられた。

東京都の主な事業

今年度もさまざまな媒体を通しての情報提供、啓発を行っています。

① 交通広告の掲出（3月中旬）

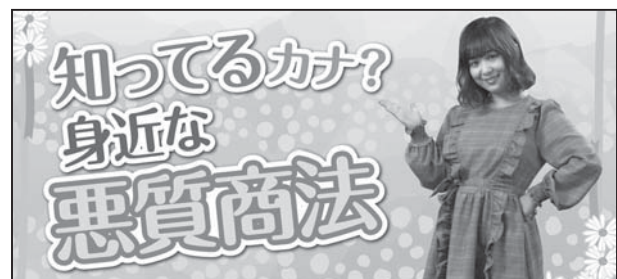
ポスター中吊り JR山手線、京王電鉄全線、都営地下鉄全線、東京メトロ各線、多摩都市モノレール

車内ビジョン 都営地下鉄（大江戸線、新宿線）



② SNSを利用した動画広告（1月～）

Twitter、LINE、Instagram等を活用した動画広告として、元SKE48の平松可奈子さんを起用した啓発用CMを配信中。
※ホームページ「東京くらしWEB」でも配信中。



③ 特別相談「若者のトラブル110番」

日時 3月12日(月)、13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↓

http://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.jp/center/campaign/wakamono_press.html