

成年年齢引下げ対策 消費者被害防止啓発事業 公募ストーリー・動画の受賞作品のご案内！ プロによるドラマ化作品も公開！

東京都では、成年年齢引下げにより増加が懸念される、若者の消費者被害を防止するため、参加型の啓発事業「現代TOKYO怖話（こわばな）」を実施しています。

公募ショートストーリーの優秀10作品、動画の最優秀作品、プロによるドラマ化作品を公開しました。公開した作品は、いずれも若者からの相談が多い消費者トラブルがテーマとなっております。若者の消費者被害防止のための啓発にぜひ、ご活用ください。



優秀10作品のご紹介



★ショートストーリー最優秀作品

★ 動画最優秀作品 映像あり

女の子の悩みにつけ込む 悪い罠（岩藤 千波）

エステ・美容医療

僕とスマホとあの サイト（伍長）

架空・不当請求

少し毛深いのが悩みのさしみが見つけた脱毛サロンの広告。特定の部位は無料という言葉を信じて契約したものの実際に行ってみようとする...

初めてスマホを使った僕は、いきなり広告をタップ。「登録完了」30万円の支払いを求められる。どうしようと悩んでいるところにお姉ちゃんが来て...

50万円の後悔 （佐藤 夢香）

投資用USB

あの子に会いたい （倉持 映里）

出会い系サイト

久しぶりに高校の友達の優子ちゃんから連絡がきて会うことに。たわいのない話をしていたのに、投資用のUSBを勧められて...

持手大志、18歳。大学に入学して3カ月。彼女ができない。友だちの太郎に勧められて、サクラ出会い系サイトに登録、彼女ができたかと思ったら...

サクラにご注意を （鈴木 絢女）

インターネット
通販

偽造 （佐々木逸人）

ワンクリック詐欺

ネットショッピングの良いところしか見ていなかった私。その中でも口コミは重要な情報源。だけどその情報ってホントに信じていいのかな？

サイトを開いていたら「ご登録ありがとうございます」のメッセージが。詐欺に違いないと思って放っておいたら、次から次へと...。一体何が本当？

夢ある話の落とし穴 （土屋 桃萌）

雑誌モデル

消費者トラブル体験 マシン（アトムシ）

サイドビジネス

ネットでバイトを探していたすなおさんは、雑誌モデルの広告を見て応募。面接で知り合った子と一緒に頑張ろうとするが...

消費者トラブル体験マシンを利用した人が次に体験したのは、消費者被害から身を守るのではなく、むしろ...

夢見る恐ろしさ （ろこも）

スカウト詐欺

嵌められた？ （福元 貴広）

ネット商法

女優になる夢を追いかけ、オーディションを受けてきた私。諦めようとした時、突然スカウトされた。チャンスをつかもうと事務所と契約したが...

高校卒業を機に田舎から越してきた優斗。SNSで知り合った佐奈さんが、東京を案内すると言ってくれて、楽しみに待ち合わせた...



「現代TOKYO怖話動画」 作品について

現代TOKYO怖話SideA/Bは公募ショートストーリーの最優秀作品「女の子の悩みにつけ込む悪い罠」を原作としてプロのクリエイターがドラマ化しました。シナリオも公開しておりますので、消費者被害防止のための啓発にご利用ください。

「現代TOKYO怖話動画 SideA/B」 作品詳細

消費者(大学生のさとみ)の目線と事業者(エステティシヤンのあすみ)の目線、**同じ事例を異なる視点から描いた、二つの短編ドラマ (Side A/Side B) を制作。**
主演は、若者から支持を集める**永島 聖羅さん**と**岸 明日香さん**。特設サイトからご覧いただけます。

杉本 さとみ役
永島 聖羅さん

Profile:

乃木坂46の1期生としてデビュー
卒業後も、タレント・女優として
活躍

『Going! Sports&News』(NTV)に
お天気キャスターとして出演中



高橋 あすみ役
岸 明日香さん

Profile:

『週刊プレイボーイ』(集英社)、
『ゴッドタン』(TX)への出演などで
注目を集める。

現在は、映画やドラマなど、
活躍の舞台を広げている。



Side A

【ストーリー】(約5分)

大学生のさとみは、激安脱毛エステのポスターを見て、不安の中サロンに出向く。

エステティシヤンのあすみに押し負け、「期間限定・初めて限定」のプランを契約することに。さとみを待ち受ける運命とは？



←Side Aの動画はこちら



Side B

【ストーリー】(約5分)

サロンで働くエステティシヤンのあすみは、ノルマに追われ、契約をとる技術を叩き込まれる毎日。ある日、大学生のさとみを担当したことから、あすみの人生は思わぬ方向に向かう。



←Side Bの動画はこちら



▶ みどころ

◎絡み合う二つの視点

さとみとあすみ、二人の視点の結びつきが、消費者被害にとどまらない恐怖につながります。両方の作品を見ることで、物語の全貌がわかる仕組みになっています。

◎エンタメ性

メインターゲットである若者が、楽しみながら消費者被害について学べるよう、啓発動画の枠に縛られないエンターテインメント作品に仕上げました。