



## 田口 義明氏

# オープン カレッジ

私たちが日々の暮らしの中  
でいろいろ困りごとにあう  
と、身近な消費生活センター  
に相談することが多い。

現在、全国に700箇所  
余りあるセンターに消費

者から持ち込まれる相談の情  
報は、独立行政法人国民生活  
センターが運営するPIOR  
NET(パイオネット)という

たぐち よしあき 消費者  
政策・消費者法、東京大学法  
学部卒業。1951年生まれ。

システムで集約される。年間  
件数の第1位となった(9・  
約90万件、最近10年間では1  
5万件)。「無料だと思って  
100万件超の相談情報が収  
集・蓄積されている。相談情  
報の中身をみると、私たちが  
暮らしす社会や経済の変化を見  
事に反映しているのが分かる。  
最近の相談情報にみる特徴

## 消費者相談は暮らしの「鏡」

の第一は情報化(IT化)の  
広がりである。1990年代  
以降、インターネットが消費  
者の生活に浸透するにつれ、  
関連する相談が急速に増加し

「出会い系サイト」による  
高額な料金請求の相談や、サ  
イト業者に雇われたサクラに  
よって有料サイトに誘導され

## 経済社会 潮流を反映

る「サクラサイト商法」の相  
談も多い。また、「必ず利益  
になる」「月収〇万円は確実」  
などと勧誘され、インターネ  
ットを利用した手軽な副業の  
つもりで契約したが全く収入  
にならないといった相談も目  
立つ。

特徴の第二はグローバル化  
である。インターネットを使  
った通信販売などでは、海外  
の事業者との取引(越境消費  
者取引)に関するものが多く  
見られる。「日本語のウェブ  
サイトの商品を買ったら外国  
の事業者だった」「代金を払  
ったのに商品が届かない」

「事業者と連絡が取れない」  
「返金に応じてもらえない」  
などの相談をみると、未公開株  
まさに「宝の山」でもある。

「事業者と連絡が取れない」  
「返金に応じてもらえない」  
などの相談をみると、未公開株  
まさに「宝の山」でもある。