

報道発表資料

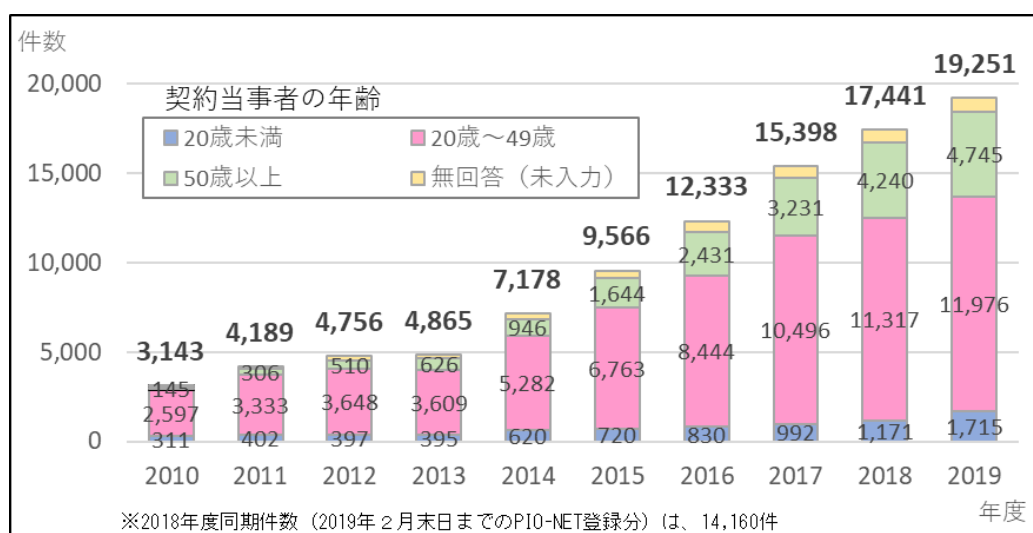
令和2年4月9日
独立行政法人国民生活センター

SNSをきっかけとした消費者トラブルにご注意！
中高「生」だけでなく中高「年」も

「コミュニケーションのため」「情報を探するため」「交流関係を広げるため」などの目的で、SNS（ソーシャルネットワーキングサービス）の利用者が増加するなか¹、全国の消費生活センター等に寄せられるSNSに関連する相談件数は年々増加しており、2010年度（3,143件）に比べると、2019年度は2月末日までで約6倍（19,251件）になっています。とくに50歳以上は30倍以上と大きく増加しており、中学生・高校生などの若年層だけでなく、中高年層でもトラブルが発生しています。

SNSは便利なコミュニケーションツールですが、悪質商法の勧誘手口としてSNSが悪用されるケースが増えています。そこでSNSをきっかけとした消費者トラブルの防止のため、相談事例を紹介するとともに、消費者への注意喚起を行います。

図1 PIO-NET²にみるSNSに関連する相談件数



¹ 総務省「平成30年通信利用動向調査報告書（世帯編）」

https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/statistics/pdf/HR201800_001.pdf

² PIO-NET（パイオネット：全国消費生活情報ネットワークシステム）とは、国民生活センターと全国の消費生活センター等をオンラインネットワークで結び、消費生活に関する相談情報を蓄積しているデータベースのこと。相談件数は2020年2月末日までのPIO-NET登録分。消費生活センター等からの経由相談は含まれていない。

1. 相談事例と特徴（カッコ内は受付年月、契約当事者の属性）

相談内容をみると、（1）SNS上の広告がきっかけとなるトラブル、（2）SNS上で知り合った相手からの誘いがきっかけとなるトラブル、（3）SNS上で知り合った相手との個人間取引のトラブルが各年代で見られます（詳細は【参考資料2】を参照）。

（1）SNS上の広告がきっかけとなるトラブル

よくみられるパターン（例：「お試し」定期購入、詐欺・模倣品サイト、オーディション商法等）

きっかけ

・消費者がSNS上の広告を見て、事業者のサイトにアクセスし、商品を注文等する

↓

トラブル！

- ・「1回だけ」のつもりで健康食品や化粧品等を注文したが、「定期購入が条件」だった
- ・洋服や家電等を注文したが、商品が届かない・偽物が届いた
- ・オーディションのつもりが、高額なレッスン受講を契約させられた

【事例1】SNSの広告を見て「1回限り」で注文した健康食品が「定期購入」だった

SNSを閲覧中にダイエットサプリメントの広告が表示された。使用すれば痩せると思わせる画像もあったので、注文した。数日後商品が届き、代金も支払ったが、定期購入なのではないかと心配になった。事業者に電話で確認すると、「定期購入が条件だ。2回目の代金は3か月分約4万円で2回目までは支払いが必要。初回分を定価約1万円で購入すれば解約に応じる。広告画面に記載している」と説明された。私は定期購入が条件になっていないか等、広告や表示内容については十分確認したつもりである。もう一度広告を確認しようとしたが、確認できなかった。高額な2回目まで購入しなければいけないことに不満だ。

（2019年10月受付 50歳代 男性）

【事例2】SNSで広告のあったオーディションに合格したが、高額な講座を契約させられた

SNSの広告でモデルのオーディションを知り受験したところ、合格した。契約書の作成のため事務所に行くと、エージェント契約をするには養成講座の受講が必須と言われたが、60万円と高額だったので「持ち帰って決めます」と伝えた。翌日SNSで「契約はしない」と送信したら、すぐに電話があり「チャンスを無駄にするな。もう二度とチャンスは来ない」など1時間に渡り説得され、根負けして契約してしまった。その際に「60万円の支払いは困難」と伝えたところ「頭金だけでもいいので払って欲しい。預金残高はいくらか」と尋ねられたので答えたら、頭金25万円のネット決済フォームを送信するのでクレジットカード情報を入力するよう言われた。手続きをしたが後悔し、数時間後に解約したいと伝えたが「契約書面に解約は出来ない旨を記載しているし、講座の教材のURLをSNSで送信しているので、解約も返金もしない」と言われた。解約し、支払った頭金を返して欲しい。

（2019年9月受付 20歳代 女性）

【事例3】SNS広告を見て脱毛エステを契約したが、予約状況や施術期間が広告と違う

SNSで「2週間に1回施術を受けられる」「6か月で脱毛完了」との広告を見て、エステ店で全身脱毛エステを契約し、28万円をクレジットカード決済した。しかし、広告どおりに予約が取れなかったため、苦情を伝えたら数回分は予約が取れるようになったが、それ以降は月に1回しか予約が取れない。また、エステ店のスタッフによると、最低18回は施術が必要なので広告どおりに6か月で完了することはないとのことだった。納得できないので広告どおりにして欲しい。

(2019年7月受付 30歳代 女性)

SNS上の広告がきっかけとなるトラブルでは、【事例1】のような、健康食品や化粧品などの「お試し」定期購入³に関するトラブルが多くみられます。SNS上の広告では「お試し価格」「1回目90%OFF」など通常価格よりも低価格で購入できることや、ダイエットや筋力アップなどの効果が強調されている一方、数カ月以上の継続（定期購入）が条件であることなどの契約内容は記載されていないものがみられます。

また、SNS上の広告を見て、洋服、かばん、靴、アクセサリーのほか、掃除機などの家電製品、ソファなどの家具を注文したところ「商品が届かない」「偽物が届いた」など、詐欺・模倣品サイトのトラブル⁴も多くみられます。

その他、【事例2】のように、SNSでの募集広告で、オーディションをうたって呼び出した消費者に、オーディション後、高額なレッスン受講契約等を勧誘する「オーディション商法」や、【事例3】のように、SNSの広告と実際のサービスが異なっていたというトラブルもみられます。

(2) SNS上で知り合った相手からの誘いがきっかけとなるトラブル

【よくみられるパターン】(例：情報商材やマルチ商法等の儲け話、出会い系サイトへの誘導など)

きっかけ

- ・消費者のSNS上の投稿・コメントを見た相手から連絡がある
 - ・相手のSNS上の投稿・コメントを見て、相手に興味・関心を持ち、消費者から連絡する
- ※儲け話では、相手がSNS上でビジネスでの成功や充実した生活等をアピール
※出会い系への誘導では、相手がSNS上で交際への期待を抱かせる

↓

やりとり

- ・SNS上のDM・チャットでやりとりをする（別のSNSでやりとりすることも）

³ 国民生活センター「相談激増！「おトクにお試しだけ」のつもりが「定期購入」に！？－解約したくても「解約できない」、「高額で支払えない」…」（2019年12月19日）

http://www.kokusen.go.jp/news/data/n-20191219_1.html

⁴ 国民生活センター「冬物の「衣服・履物」の詐欺・模倣品サイトに注意！－トラブルが冬季に集中して発生－」（2018年10月23日）http://www.kokusen.go.jp/news/data/n-20181023_1.html

※儲け話では、グループチャットでやりとりするケースや、実際に相手と会うケースも
※出会い系への誘導では、「交際相手等に知られないように今後はサイトでやりとりしたい」
等を理由としてSNSから出会い系サイトに誘導するケースも

↓

トラブル！

- ・(儲け話) 情報商材などを高額契約させられたが、儲からない
- ・(出会い系) 出会い系サイト・アプリで相手とのやりとり等のために高額な支払いをさせられたが、出会えない

【事例4】「10名に120万円が当たる」はずが、FX自動売買アプリの申し込みだった

SNSで「先着2,000名に1万円が当たり、その中の10名に120万円が当たる」というプレゼント企画を見つけ応募したところ、「120万円が当たった」と連絡が来た。現金でもらえると思っていたのに、120万円の価値があるFX自動売買アプリを申し込むことになっており、すでに7,000人が契約し順番待ちをしているので待つように言われた。また、無料の体験版アプリを勧められインストールし、内容はよく分からなかったが毎日1万円分が自動的にチャージされたので、1か月で30万円稼げると思った。

ところが後日、SNSに送られてきたURLにアクセスしたところ、突然セキュリティ費用として約10万円を支払うように言われた。「最終募集」とあり、翌日までに支払うようになっていたため、焦ってカード決済してしまった。その後、さらに儲けるためには約50万円の支払いが必要と言われ、カード決済したが、まだアプリのダウンロードはしてないので解約したい。

(2019年6月受付 20歳代 女性)

【事例5】アパレルバイヤーに興味はないかと誘われ、転売ビジネスの契約をしたが稼げない

画像を投稿しているSNSに「アパレルバイヤーに興味はないか」というメールが届いた。未成年なので断ったところ「成人になってから連絡する」という返信があった。その後、成人になり、何度かメールが届いたが無視をしていたら、「誰にでも声をかけているのではない。貴方なら大丈夫だと思いきスカウトしている」とのメールが届いたので、話を聞くことを決めた。電話とメールでやりとりをし、「大手フリマアプリで3週間に5着売れている商品をリサーチし、価格差の大きい商品を探しだす。その商品を中国サイトで仕入れて、大手フリマアプリに転売をすれば、月5万円～10万円が稼げる」と勧誘を受け、転売ビジネスの契約をし、代金20万円はクレジットカードで支払った。しかし、簡単に稼げると聞いていたが稼げないので、解約したい。

(2019年11月受付 20歳代 女性)

【事例6】SNSで知り合った女性とやりとりし、これまで370万円費やしたが会えない

ある女性のSNSを見ていたところ、その女性から連絡が届き、SNSでやりとりをするようになった。その後、女性から「携帯が壊れたので今後はこのサイトで連絡を取りたい」と言われサイトへ誘導された。そのサイトは最初無料で利用できたが、途中から有料になった。女

性からは「かかったお金は会った時に返す」と言われたため、女性とのやりとりに必要なポイントの購入を続けた。その後も文字化け解除等と理由を付けられ、ポイントの購入を繰り返してしまった。同様の手口で別のサイトでもポイントの購入を繰り返してしまい、ポイントの購入代金は合計約370万円となってしまったが、まだその女性に会えない。だまされたと思うので、解約、返金を求めたい。

(2019年11月受付 60歳代 男性)

SNS上で知り合った相手からの誘いがきっかけとなるトラブルでは、儲け話のトラブルと、出会い系のトラブルが多くみられます。

儲け話では、情報商材⁵（【事例4】）のほか、オンラインカジノのアフィリエイトや転売ビジネス（【事例5】）などの副業、海外事業者とのバイナリーオプション取引⁶、外国為替証拠金取引、暗号資産（仮想通貨）などへの投資や、マルチ商法⁷などのトラブルが多くみられ、SNS上で「簡単に儲かる」「今やらないとダメ」などと勧誘・説得され、実際に会ったことのない「知り合い」の話を信用し、高額な契約をさせられています。SNS上だけでなく、実際に相手と会うケースもみられますが、SNSの連絡先しか分からず、相手と連絡が取れなくなることもあります。

出会い系のトラブルでは、SNS上で知り合った相手から「別のサイトを使ってやりとりしたい」と誘われ、出会い系サイト（出会い系アプリ）に登録料を支払ったところ相手と連絡が取れなくなったり、「連絡先を交換したい」と言われ出会い系サイトのポイントを購入したのに連絡先を教えてもらえない、いつまでも相手と会えない、といったケースがみられます（【事例6】）。また、SNSで副業を検索し、「相手の相談にのるだけで報酬がもらえる」という書き込みを見て相手に連絡したところ、報酬をもらうための手続きに必要と、出会い系サイトに登録したり、ポイントを購入して相手とやりとりしたものの、報酬がもらえない、といったケースがみられます。

儲け話や出会い系のトラブルでは、SNS上の相手や取引相手（契約先）が個人を名乗っているケースや、SNS上の広告がきっかけとなっているケースもみられます。

（3）SNS上で知り合った相手との個人間取引のトラブル

よくみられるパターン（例：転売チケット、代行購入、個人間融資など）

きっかけ

- ・消費者のSNS上の投稿・コメントを見た相手から「取引しないか」と連絡がある
- ・相手のSNS上の投稿・コメントを見て、消費者から相手に「取引したい」と連絡する

↓

⁵ 国民生活センター「簡単に高額収入を得られるという副業や投資の儲け話に注意！—インターネット等で取引される情報商材のトラブルが急増—」（2018年8月2日）

http://www.kokusen.go.jp/news/data/n-20180802_1.html

⁶ 国民生活センター「無登録業者とのバイナリーオプション取引は行わないで！—SNSをきっかけにした20歳代のトラブルが目立ちます—」（2019年10月24日）

http://www.kokusen.go.jp/news/data/n-20191024_1.html

⁷ 国民生活センター「友だちから誘われても断れますか？若者に広がる「モノなしマルチ商法」に注意！」（2019年7月25日）

http://www.kokusen.go.jp/news/data/n-20190725_1.html

やりとり

- ・ SNS上のDM・チャットでやりとりをする（別のSNSでやりとりすることも）



トラブル！

- ・ お金を支払ったのに、商品等が届かない・約束が守られない、相手と連絡が取れない

【事例7】「チケットを譲る」との書き込みを見て支払ったが、チケットが届かない

高校生の娘がSNSを通じて「アイドルの公演のチケットを譲る」という人から、チケット2枚を25,000円で購入することにした。代金は、コンビニでプリペイドカードを購入し、カード番号を伝えるように言われ、そのようにしたようだ。カード番号を送る前に、身分証明書の写真を送り合うことになり、相手からは運転免許証が届き、信じた娘は学生証の写真を送信したと言う。しかし、チケットは届かず、すでに相手とは連絡が取れない。返金を求めるのは難しいと思っているが、学生証の悪用が心配だ。

(2019年11月受付 10歳代 女性)

【事例8】コンサートグッズの代行購入を依頼し振り込んだが、グッズが届かない

SNSに「他県で開催されるアイドルグループのコンサートで販売されるグッズの代行購入をする」との書き込みがあり、グッズの購入をお願いした。その日のうちに、指定された銀行口座に商品代金と代行費用あわせて4,400円を振り込んだ。しかし、グッズは届かず、約1か月後にSNS上で問い合わせると、しばらくして「3日後に発送します」との返信が届いたが、未だに届かない。今日も連絡しているが返信はない。

(2019年8月受付 20歳代 女性)

SNS上で知り合った相手と取引（個人間取引）をしようとしたところ「お金を支払ったのに、商品等が届かない・約束が守られない」「お金を支払ったら、相手と連絡が取れなくなった」などのトラブルが発生しています。取引されるものとしては、【事例7】のようなコンサートやスポーツ観戦、テーマパークなどの転売チケット⁸が多いほか、スマートフォン、自動車、バイク等の商品や、オンラインゲームのアカウントなどもみられます。

また、【事例8】のようなコンサートグッズ等の代行購入のほか、「SNSで知り合った人が5万円を融資してくれることになり、指定された口座に手付金として2万円を振り込んだが、融資されない」などの個人間融資⁹のトラブルや、「3倍に返すと言われたので、3万円分の電子ギフト券を買い、裏面の番号を教えたが、その後相手と連絡が取れなくなった」といったトラブルもみられます。

いずれのケースも相手のSNSでの連絡先しか分からず、いったん支払ってしまったお金を取り戻すことは困難です。

⁸ 国民生活センター「インターネットでのチケット転売に関するトラブルが増加しています！」（2019年6月6日）http://www.kokusen.go.jp/news/data/n-20190606_1.html

⁹ 国民生活センター「SNSなどを通じた「個人間融資」で見知らぬ相手から借入れをするのはやめましょう！」（2019年6月14日）http://www.kokusen.go.jp/news/data/n-20190614_1.html

2. 消費者へのアドバイス

SNSは便利なコミュニケーションツールですが、思いがけず消費者トラブルに巻き込まれることがあります。

SNSを安全に利用するために、SNSのリスクも認識しましょう。

- ・SNS運営事業者の利用規約では「SNSがきっかけでトラブルが発生しても責任を負わない」旨が定められていることがほとんどです。SNS上では話の合う「知り合い」でも、本当に信頼できる相手かはわかりません。お金を支払ったとたん、相手と連絡が取れなくなることもあります。本当に信用できる相手なのか、慎重に判断しましょう。
- ・大幅な値引きや低価格、商品の効果を過剰にうたうSNS上の広告や、「簡単に儲かる」「損はしない」、「会いたい」などの投稿やメッセージは鵜呑みにしないようにしましょう。
- ・保護者の気づかないところで、中学生・高校生がトラブルに巻き込まれています。家族でSNSの利用方法を話し合うとともに、ペアレンタルコントロールやフィルタリング機能も活用しましょう。
- ・「相手が見せてくれたから」と信用し、学生証、運転免許証、健康保険証などの身分証明書の情報を送ってしまうと、取り戻すことは難しく、より大きなトラブルに発展することもありますので、絶対に渡さないようにしましょう。また、SNS上に投稿された情報は拡散すると消去が困難です。個人情報や自分の写真、身元が分かるような書き込みは安易に投稿しないようにしましょう。
- ・不安に思った場合や、トラブルが生じた場合には、すぐに最寄りの消費生活センター等へ相談しましょう。

*消費者ホットライン:「188 (いやや!)」番

最寄りの市区町村や都道府県の消費生活センター等をご案内する全国共通の3桁の電話番号です。

3. 情報提供先

本報道発表資料を、以下の行政機関・事業者団体に情報提供しました。

- | | |
|-----------------------|----------------------|
| ・消費者庁消費者政策課 | (法人番号 5000012010024) |
| ・内閣府消費者委員会事務局 | (法人番号 2000012010019) |
| ・総務省総合通信基盤局消費者行政第一課 | (法人番号 2000012020001) |
| ・一般社団法人日本インタラクティブ広告協会 | (法人番号 2010005014868) |

【参考資料 1】事業者団体の取り組み

○一般社団法人電気通信事業者協会

「新学期に向けたフィルタリングサービス普及啓発の取り組みについて」

https://www.tca.or.jp/press_release/2020/0130_940.html

一般社団法人電気通信事業者協会（TCA）では、フィルタリングサービスの重要性の周知および利用促進のため、啓発動画をTCAウェブサイト等で公開しています。

啓発動画は、海賊版サイトの撲滅などに取り組んでいる出版9団体で構成される出版広報センターの協力のもと制作され、フィルタリングサービスの利用促進、および海賊版サイトで漫画を読むことの危険性のほか、ABJマーク¹⁰が表示された正規版サービスの利用を呼び掛けています。



¹⁰ ABJマークは、掲示した電子書店・電子書籍配信サービスが、著作権者からコンテンツ使用許諾を得た正規版配信サービスであることを示す商標。

（参考）一般社団法人電子出版制作・流通協議会 https://aebs.or.jp/ABJ_mark.html

【参考資料2】PI0-NETにおけるSNSに関連する相談の傾向

図2 契約当事者の性別・年代別件数¹¹

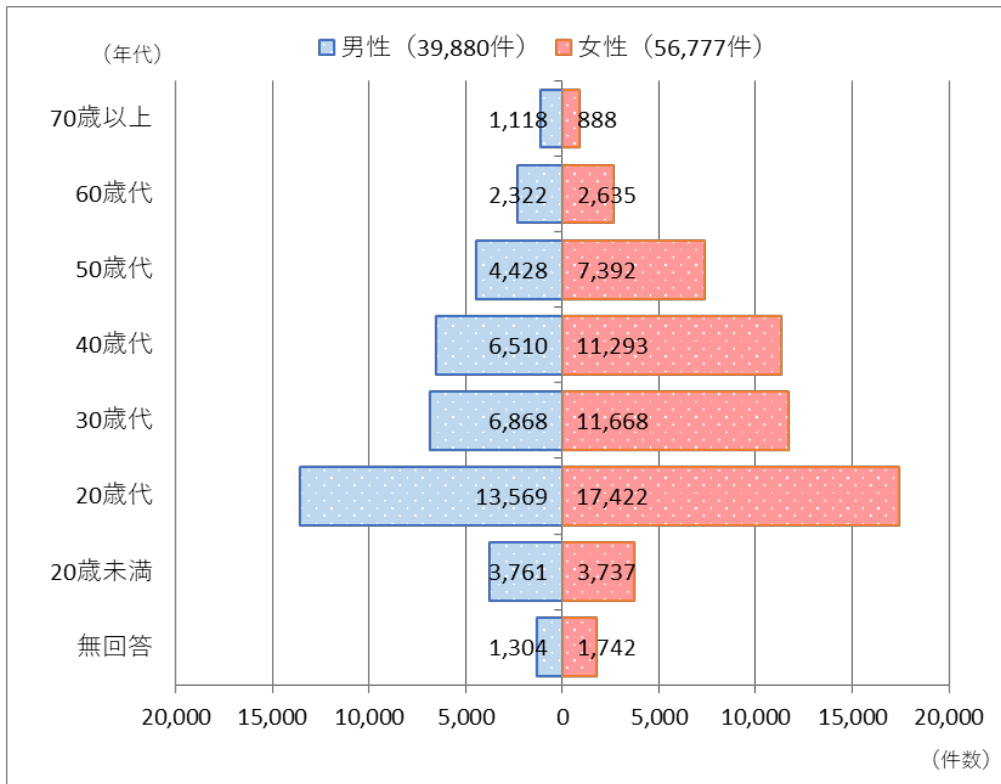


表1 年度別にみた契約当事者年代別の相談件数の推移¹²

年度 年代	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	対2010年度
	20歳未満	311	402	397	395	620	720	830	992	1,171	
20歳代	1,327	1,560	1,578	1,599	2,352	2,978	3,822	4,614	5,441	5,782	4.4倍
30歳代	840	1,064	1,163	1,105	1,633	1,888	2,308	2,871	2,758	2,949	3.5倍
40歳代	430	709	907	905	1,297	1,897	2,314	3,011	3,118	3,245	7.5倍
50歳代	108	223	352	402	595	1,056	1,650	2,054	2,523	2,880	26.7倍
60歳代	29	65	121	169	235	393	598	872	1,209	1,279	44.1倍
70歳以上	8	18	37	55	116	195	183	305	508	586	73.3倍
無回答 (未入力)	90	148	201	235	330	439	628	679	713	815	-
合計	3,143	4,189	4,756	4,865	7,178	9,566	12,333	15,398	17,441	19,251	6.1倍

¹¹ 2010～2019年度受付で、2020年2月末日までのPI0-NET登録分98,120件のうち、性別について不明・無回答等を除いた96,657件を分析。

¹² 2019年度は2月末日までの登録分。

表2 契約当事者年代別にみた上位商品・役務等

	2015年度	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度					
20歳未満	デジタルコンテンツその他	130	デジタルコンテンツその他	119	健康食品	149	デジタルコンテンツその他	180	化粧品	433
	出会い系サイト	99	出会い系サイト	89	デジタルコンテンツその他	119	健康食品	141	健康食品	381
	健康食品	86	健康食品	76	コンサート	69	化粧品	140	デジタルコンテンツその他	150
	アダルト情報サイト	83	アダルト情報サイト	65	化粧品	58	コンサート	98	コンサート	91
	コンサート	39	コンサート	58	ビジネス教室	57	靴・運動靴	75	紳士・婦人洋服	70
20歳代	出会い系サイト	820	出会い系サイト	789	出会い系サイト	747	デジタルコンテンツその他	1030	デジタルコンテンツその他	1128
	デジタルコンテンツその他	315	内職・副業その他	499	デジタルコンテンツその他	562	内職・副業その他	714	内職・副業その他	648
	内職・副業その他	274	デジタルコンテンツその他	364	内職・副業その他	509	出会い系サイト	609	出会い系サイト	491
	アダルト情報サイト	140	健康食品	159	健康食品	374	デリバティブ取引その他	329	化粧品	414
	健康食品	137	化粧品	126	紳士・婦人洋服	307	化粧品	220	健康食品	327
30歳代	出会い系サイト	541	出会い系サイト	541	デジタルコンテンツその他	537	デジタルコンテンツその他	604	デジタルコンテンツその他	486
	デジタルコンテンツその他	372	デジタルコンテンツその他	367	出会い系サイト	376	出会い系サイト	340	健康食品	326
	アダルト情報サイト	123	健康食品	279	健康食品	328	内職・副業その他	212	紳士・婦人洋服	228
	健康食品	123	内職・副業その他	163	内職・副業その他	222	化粧品	186	化粧品	221
	化粧品	86	化粧品	112	紳士・婦人洋服	208	健康食品	162	出会い系サイト	210
40歳代	デジタルコンテンツその他	402	出会い系サイト	426	デジタルコンテンツその他	681	デジタルコンテンツその他	848	健康食品	679
	出会い系サイト	386	デジタルコンテンツその他	397	健康食品	417	化粧品	310	デジタルコンテンツその他	545
	化粧品	268	健康食品	350	出会い系サイト	351	健康食品	289	化粧品	361
	アダルト情報サイト	209	化粧品	295	化粧品	254	出会い系サイト	267	紳士・婦人洋服	194
	健康食品	138	内職・副業その他	105	内職・副業その他	187	内職・副業その他	153	出会い系サイト	183
50歳代	デジタルコンテンツその他	288	化粧品	400	デジタルコンテンツその他	620	デジタルコンテンツその他	772	健康食品	666
	出会い系サイト	173	デジタルコンテンツその他	321	健康食品	310	化粧品	320	デジタルコンテンツその他	590
	化粧品	153	健康食品	198	化粧品	192	健康食品	254	化粧品	366
	アダルト情報サイト	147	出会い系サイト	190	出会い系サイト	142	出会い系サイト	186	出会い系サイト	119
	健康食品	55	アダルト情報サイト	72	内職・副業その他	108	内職・副業その他	108	紳士・婦人洋服	115
60歳代	デジタルコンテンツその他	170	デジタルコンテンツその他	220	デジタルコンテンツその他	331	デジタルコンテンツその他	461	デジタルコンテンツその他	338
	アダルト情報サイト	66	化粧品	100	健康食品	79	化粧品	127	健康食品	265
	出会い系サイト	37	健康食品	56	化粧品	78	健康食品	125	化粧品	170
	化粧品	28	出会い系サイト	51	商品一般	55	出会い系サイト	79	商品一般	61
	ファンド型投資商品	16	アダルト情報サイト	25	内職・副業その他	43	ファンド型投資商品	44	出会い系サイト	52
						商品一般	44			
70歳以上	デジタルコンテンツその他	111	デジタルコンテンツその他	70	デジタルコンテンツその他	162	デジタルコンテンツその他	267	デジタルコンテンツその他	241
	アダルト情報サイト	22	ファンド型投資商品	15	商品一般	19	商品一般	30	化粧品	53
	ファンド型投資商品	20	出会い系サイト	12	健康食品	13	出会い系サイト	27	商品一般	47
	出会い系サイト	9	化粧品	12	化粧品	13	健康食品	23	健康食品	41
	商品一般	6	アダルト情報サイト	11	ファンド型投資商品	12	化粧品	23	出会い系サイト	24

SNS上の広告がきっかけとなるトラブルでは、「健康食品」や「化粧品」などの定期購入に関するトラブルが各年代で、「紳士・婦人洋服」の詐欺・模倣品サイトのトラブルが20歳未満および30～50歳代で多くみられます。

SNS上で知り合った相手からの誘いがきっかけとなるトラブルでは、マルチ商法による儲け話が含まれる「内職・副業その他」が20歳代で多くみられるほか、情報商材が含まれる「デジタルコンテンツその他」や、「出会い系サイト」に関するトラブルが各年代で見られます。

SNS上で知り合った相手との個人間取引のトラブルでは、「コンサート」などの転売チケットに関するトラブルが20歳未満で多くみられます。