

## 「若者」の消費生活相談の概要

- M E C O N I S 情報から -

この記事は、東京都消費生活総合センター及び都内区市町村の消費者相談窓口寄せられた相談情報をM E C O N I S（東京都消費生活相談情報オンラインシステム）を用いて分析したものである。

分析項目：「若者」の相談（契約当事者29歳以下・男女別の特徴を中心に分析）

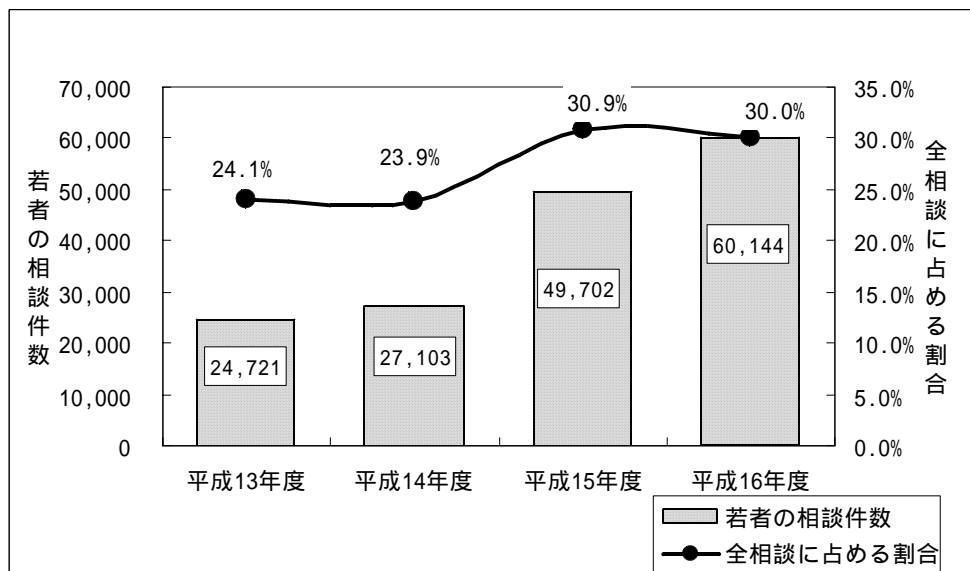
分析データ：東京都消費生活総合センター及び都内区市町村の消費者相談窓口で受け付けた平成13年4月～17年3月（4年間）の相談データ

ただし、ここで取り上げた相談事例は、平成17年10月～12月受付の相談データから抽出したものである。

### 1. 「若者」の相談件数

「若者」の相談件数は年々増加傾向が顕著であり、特に15年度においては対前年度83.4%の急激な増加が見られる。16年度においても対前年度21.0%の増加が見られ、全相談件数の3割を占めている。

【図 - 1】「若者」に関する相談件数の推移

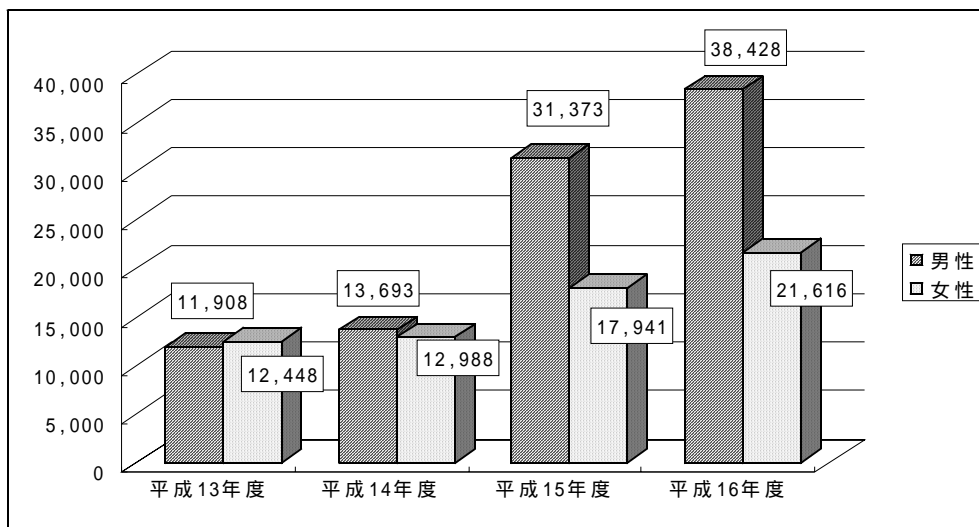


## 2. 「若者相談」契約当事者性別分析

### (1) 相談件数

若者の相談について、契約当事者の性別相談件数の推移を示したものが「図 - 2」である。

【図 - 2】「若者」契約当事者性別相談件数の推移（単位：件）

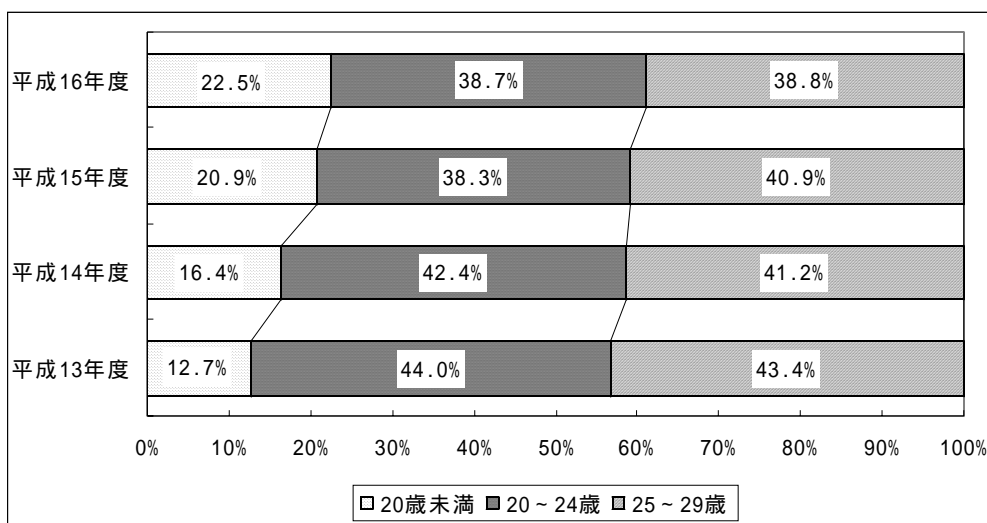


14年度までは「男性」、「女性」の相談件数に大きな差は見られないが、15年度以降、急激に「男性」の相談件数が増加していることがわかる。これは、有料サイト等の利用料金の架空・不当請求の相談の急増が要因である。

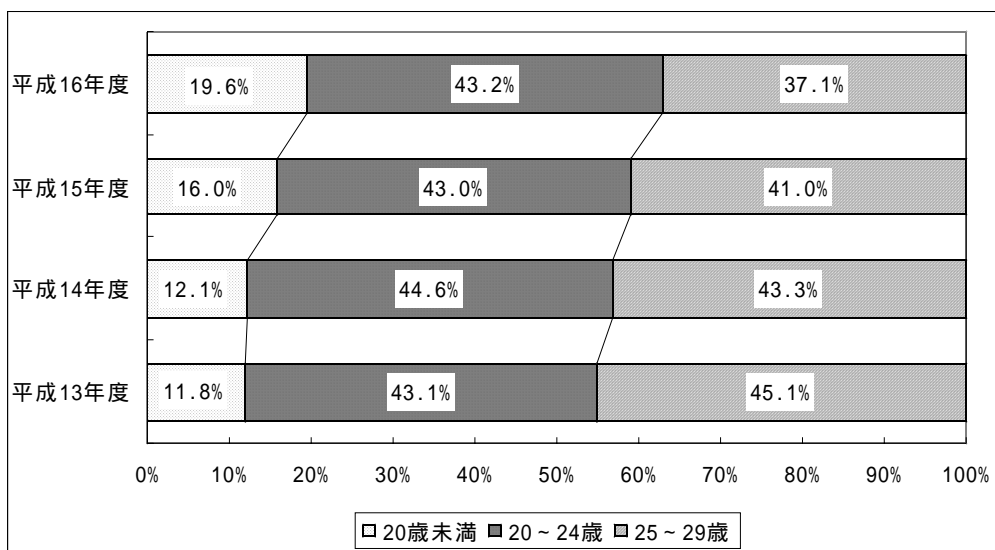
### (2) 年代別割合

若者の相談について、性別に年代別の割合を示したものが「図 - 3」、「図 - 4」である。

【図 - 3】契約当事者「男性」年代別割合



【図 - 4】契約当事者「女性」年代別割合



年代別では、男女ともに「20歳未満」の割合が年々上昇しており、未成年者のトラブルが増加傾向にあることがわかる。これは、未成年者も携帯電話やパソコンを利用することが多くなり、架空・不当請求の被害にあうことが多くなったことが大きな要因と言える。

(3)相談内容

若者の相談について性別に受付キーワード上位10位までを示したものが「表 - 1」、「表 - 2」である。

【表 - 1】契約当事者「男性」受付キーワード上位10位（単位：件）

\* 複数集計

	平成13年度	平成14年度	平成15年度	平成16年度
1 解約	3,036	不当請求	4,048	不当請求
2 不当請求	2,453	解約	3,048	不当請求
3 クーリングオフ	1,912	高価格・料金	2,229	不当請求
4 高価格・料金	1,892	クーリングオフ	1,668	不当請求
5 アポイントメントセールス	1,411	インターネット	1,622	不当請求
6 電話勧誘	1,385	インターネット	1,622	不当請求
7 インターネット	1,161	インターネット	1,622	不当請求
8 強引	947	インターネット	1,622	不当請求
9 虚偽説明	851	インターネット	1,622	不当請求
10 信用性	796	インターネット	1,622	不当請求

【表 - 2】契約当事者「女性」受付キーワード上位10位（単位：件）

\* 複数集計

	平成13年度		平成14年度		平成15年度		平成16年度	
1	解約	4,033	解約	4,265	不当請求	6,392	不当請求	10,929
2	クーリングオフ	2,560	クーリングオフ	2,235	解約	3,904	インターネット	5,951
3	キャッチセールス	2,183	キャッチセールス	2,015	インターネット	2,762	ポルノ・風俗	4,967
4	高価格・料金	1,630	高価格・料金	1,623	ポルノ・風俗	2,652	解約	3,489
5	返金	1,207	返金	1,597	高価格・料金	2,626	未成年者契約	2,850
6	未成年者契約	1,102	不当請求	1,374	未成年者契約	2,298	高価格・料金	2,637
7	不当請求	991	未成年者契約	1,131	クーリングオフ	1,911	クーリングオフ	1,636
8	信用性	984	インターネット	878	キャッチセールス	1,729	キャッチセールス	1,470
9	電話勧誘	851	強引	835	返金	1,402	返金	1,281
10	家庭訪問	767	信用性	786	債権回収業者	1,359	電子広告	1,172

「男性」の特徴としては、14年度まで上位に挙がっていた「アポイントメントセールス」、「電話勧誘」が15年度以降は上位に見られなくなり、「不当請求」、「ポルノ・風俗」、「インターネット」等の架空・不当請求に関連したキーワードが上位を占めるようになっている。一方、「女性」においては、各年度とも「キャッチセールス」が上位に挙がっているものの、相談件数は年々減少が見られ、男性と同様、15年度以降は「不当請求」、「インターネット」、「ポルノ・風俗」の相談件数増加が際立っている。15年度以降の若者の相談の最も大きな特徴としては、男女ともに、有料サイト等の利用料金の架空・不当請求の急激な増加が挙げられる。「男性」はその傾向が特に顕著であり、「女性」においては、架空・不当請求以外では「キャッチセールス」が引き続き目立っている。

### (3) 商品・役務

若者の相談について、性別に商品・役務別10位までを示したものが「表 - 3」、「表 - 4」である。

【表 - 3】契約当事者「男性」商品・役務上位10位（単位：件）

	平成13年度		平成14年度		平成15年度		平成16年度	
1	電話情報提供サービス	1,814	電話情報提供サービス	3,280	電話情報提供サービス	18,221	電話情報提供サービス	23,659
2	フリーローン・サラ金	625	フリーローン・サラ金	925	オンライン等関連サービスその他	1,400	オンライン情報サービス	3,155
3	賃貸アパート	615	賃貸アパート	726	フリーローン・サラ金	1,320	オンライン等関連サービスその他	2,449
4	新聞	541	アクセサリ	537	オンライン情報サービス	913	フリーローン・サラ金	1,143
5	アクセサリ	499	新聞	425	賃貸アパート	892	賃貸アパート	863
6	絵画・書画	399	複合サービス会員	424	商品一般	729	複合サービス会員	559
7	複合サービス会員	365	国際電話	391	複合サービス会員	542	商品一般	486
8	国際電話	319	絵画・書画	349	アクセサリ	438	アクセサリ	319
9	商品一般	305	外国語・会話教室	293	新聞	351	新聞	314
10	普通・小型自動車	275	商品一般	257	外国語・会話教室	237	相談その他	242

【表 - 4】契約当事者「女性」商品・役務上位10位（単位：件）

	平成13年度	平成14年度	平成15年度	平成16年度			
1化粧品	1,338	エステティックサービス	1,361	電話情報提供サービス	4,673	電話情報提供サービス	9,041
2エステティックサービス	1,194	化粧品	1,079	賃貸アパート	1,178	エステティックサービス	1,211
3賃貸アパート	797	賃貸アパート	996	エステティックサービス	1,131	オンライン等関連サービスその他	1,195
4電話情報提供サービス	610	電話情報提供サービス	655	化粧品	1,069	賃貸アパート	1,069
5アクセサリ-	418	フリーローン・サラ金	569	フリーローン・サラ金	751	オンライン情報サービス	813
6美顔器	410	アクセサリ-	494	オンライン等関連サービスその他	692	化粧品	812
7フリーローン・サラ金	386	美顔器	415	商品一般	548	フリーローン・サラ金	627
8健康食品	360	健康食品	402	アクセサリ-	428	アクセサリ-	361
9新聞	313	外国語・会談教室	350	健康食品	371	商品一般	374
10外国語・会談教室	280	クリーニング	244	オンライン情報サービス	366	美顔器	283

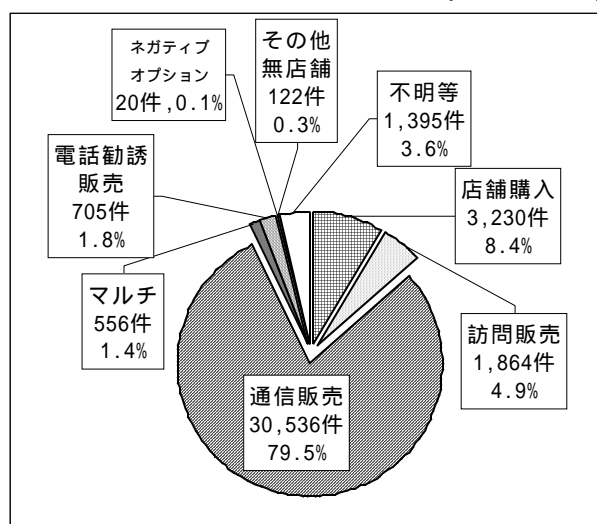
「男性」は各年度とも「電話情報提供サービス」が1位となっており、15年度以降は、その他のオンライン等関連サービスも上位に挙がっている。携帯電話やパソコン等での架空・不当請求のトラブルが多いことがわかる。次いで、「フリーローン・サラ金」が多く、多重債務やヤミ金融等に関連したトラブルの相談が見られる。また旅行や映画が安くなる等のセールストークで勧誘される「複合サービス会員」が各年度とも上位に見られるが、これはアポイントメントセールスで契約にいたるケースが多く見られる。

「女性」においても、14年度まで上位を占めていた「エステティックサービス」、「化粧品」に代わり15年度以降は「電話情報提供サービス」が1位となっている。敷金トラブルなどの「賃貸アパート」は性別を問わず、各年度とも多くなっている。

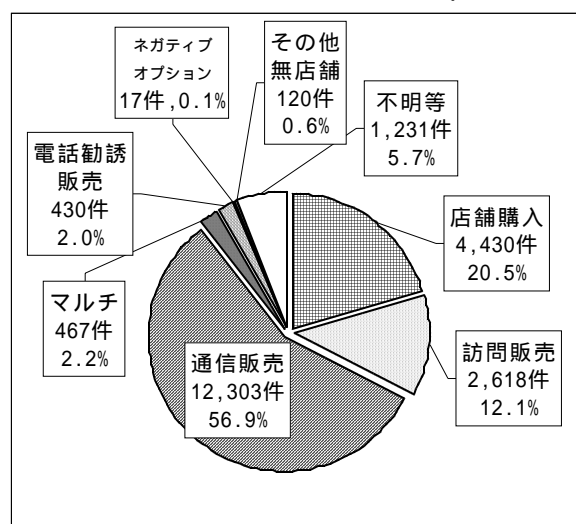
#### (4)販売購入形態

若者の相談について、性別に販売購入形態別割合を示したものが「図 - 5」、「図 - 6」である。

【図 - 5】「男性」販売購入形態別割合（平成16年度）



【図 - 6】「女性」販売購入形態別割合（平成16年度）



男女ともに「通信販売」が最も高い割合を示しているが、特に「男性」は、「通信販売」の占める割合が約8割と非常に高くなっている。これは有料サイト利用料金等の架空・不当請求の相談が多いことが要因である。次いで男女ともに「店舗購入」、「訪問販売」の順に高い割合を占めているが、「女性」は「男性」に比べ、「店舗購入」、「訪問販売」の割合が高くなっている。

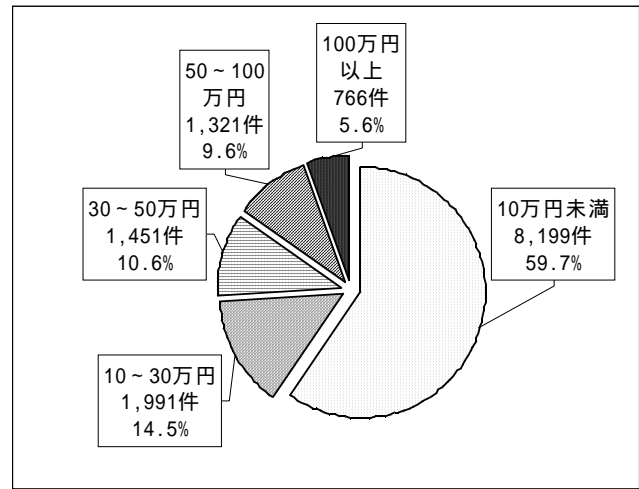
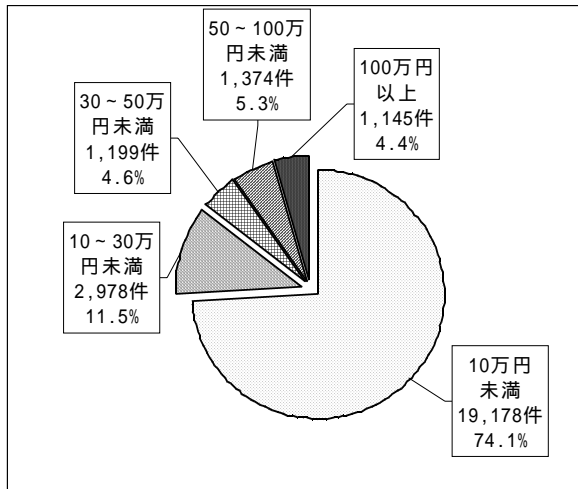
(5) 契約購入金額

若者の相談について、性別に平均契約購入金額を示したものが「表 - 5」、契約購入金額別の割合を示したものが「図 - 7」、「図 - 8」である。

【表 - 5】 契約当事者性別平均契約購入金額（単位：円）

	平成13年度	平成14年度	平成15年度	平成16年度
男性	688,200	591,900	340,700	250,000
女性	516,100	574,400	405,100	473,500

【図 - 7】 「男性」契約購入金額別割合（平成16年度） 【図 - 8】 「女性」契約購入金額別割合（平成16年度）

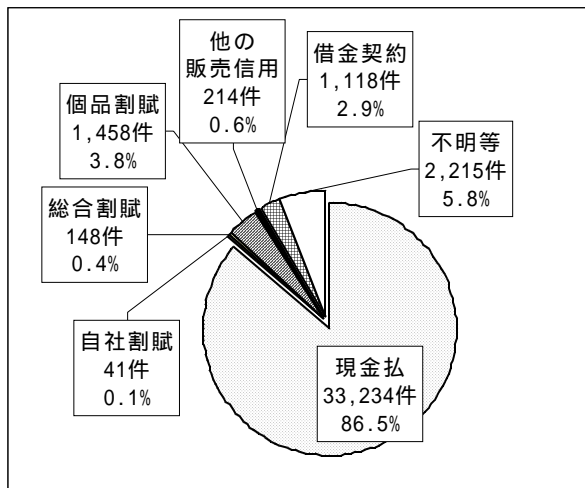


平均契約購入金額を見ると、14年度までは「男性」が「女性」より高額であったが、15年度以降は、「男性」の平均契約購入金額の低下が著しく、16年度においては「女性」の平均契約購入金額が「男性」を20万円以上も上回っている。これは、男性に架空・不当請求の相談が急増し、その請求金額が、これまで男性に多かった「アポイントメントセールス」等の他の商法による契約購入金額より比較的低いためと思われる。

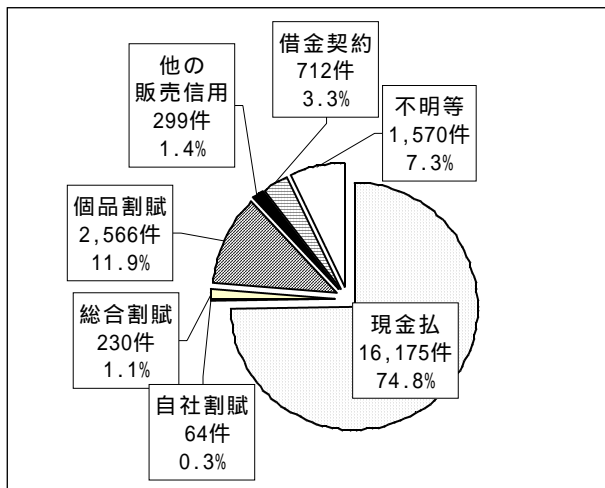
(6)支払方法

性別に支払方法別の割合を示したものが「図 - 9」、「図 - 10」である。

【図 - 9】「男性」支払方法別割合（平成16年度）



【図 - 10】「女性」支払方法別割合（平成16年度）



男女ともに最も高い割合を占めているのは、「現金払」であるが、「男性」の方がよりその割合が高く、9割近くを占めている。一方、「女性」は男性に比べ、「個品割賦」の割合が高く、キャッチセールス等でエステや化粧品等の高額な契約をしているケースが見られる。

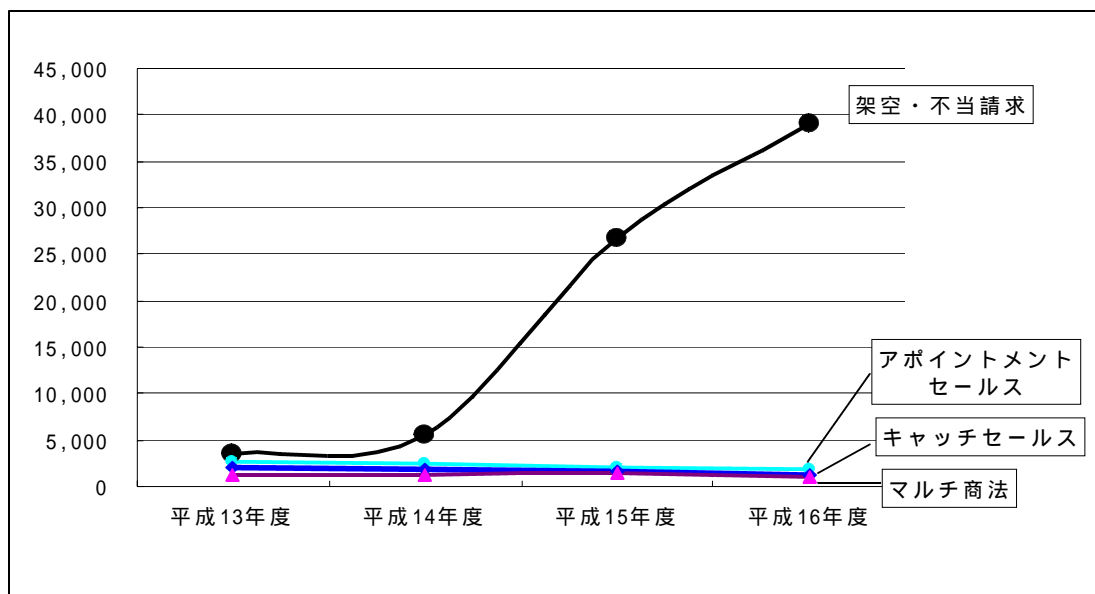
3. 若者に多い消費者トラブルについて

若者に多い消費者トラブルについて相談件数の推移を示したものが「表 - 6」、「図 - 11」である。

【表 - 6】若者に多い消費者トラブル相談件数

	平成13年度	平成14年度	平成15年度	平成16年度
架空・不当請求	3,510	5,508	26,675	39,048
キャッチセールス	2,575	2,393	2,045	1,750
アポイントメントセールス	1,992	1,877	1,588	1,144
マルチ商法	1,134	1,326	1,444	1,021

【図 - 11】若者に多い消費者トラブル相談件数の推移



15年度以降、「架空・不当請求」が急激な増加をしていることがわかる。代表的な若者の消費者トラブルである「キャッチセールス」、「アポイントメントセールス」、「マルチ商法」の相談件数は、16年度においてはいずれも前年度より減少している。

#### 4. 相談事例

##### (1) 契約当事者男性

###### 架空・不当請求

出会い系サイトで女性から援助交際を希望するメールがあり、援助交際をするつもりはなかったが返信した。サイトに援助交際するつもりのない人は連絡するようという記載があったので電話をしたら、援助交際禁止規定に違反したとして罰金を払えと言われた。支払わなければならないか。  
(20歳代 / 給与生活者)

雑誌広告を見て恋人紹介ダイヤルに携帯電話から電話した。「今なら通話料完全無料」とガイダンスが流れたので無料だと思った。番組を5分くらい聴いて電話を切った。自動音声で3回督促があったが無視していたら、業者から「入会金2万8千円、利用料29万円、延滞料が24万8千円で合計56万6千円。5回の利用記録がある。未払いの場合は携帯電話会社から情報開示を受け裁判になる」と督促の電話があった。支払い義務はあるか。  
(20歳代 / 給与生活者)

###### アポイントメントセールス

20歳の誕生日直前、当選したので景品を差し上げるというはがきが来た。電話をしたら事務所



に来るように言われ出向くと、旅行に興味はあるかと言われ、複合サービス会員権を勧められた。いらぬ、帰ると言ったらさらに4時間位勧誘され興味を持ったのでクレジットで契約した。契約書にパソコン教材と記載されていたので聞いたら形式的なものだと言われ、教材を渡された。1年半たったが未使用であり、会員権は5年で完済と言われたのにずっと支払いが続くことがわかった。不要なので解約したい。  
(複合サービス会員権・パソコン教材 / 20歳代 / 学生)

#### マルチ商法

いいアルバイトがあると友人から誘われてファミリーレストランに行った。既に活動している会員が10人くらい集まっており、カタログ配り内職の連鎖販売組織について仕組みや勧誘の方法を説明された。やりたいと言ったら費用が50万円かかると言われた。お金がないと言うと消費者金融からの借入れを教えられたので、そのとおりに借入れをして業者に支払ったが、やはり不安になったので解約したい。  
(カタログ配り内職 / 20歳代 / 学生)

#### (2)契約当事者女性

##### キャッチセールス

街で声をかけられエステの無料体験に行ったら、「毒素が溜まりやすい体質。新陳代謝が悪く、20代とは思えないほど老化が進んでいてこのままではたるんでしまう。身体の内側からきれいにしないか」と言われた。4割引のモニター価格で痩身エステ、サプリメント、基礎化粧品を契約したが、冷静に考えたら高額なので解約したい。  
(痩身エステ / 20歳代 / 学生)

路上で、ジュエリーの宣伝モデルにならないかと声をかけられついて行った。そこで宣伝モデルの仕事の説明を受け、住所やメールアドレスを記入した。その後、写真撮影があると電話があり、出向くとモデルの仕事をするためにはダイヤのネックレスの購入が必要と言われた。買えない、親に相談すると断ったが、親には相談するな、契約してから帰ってなどと5時間も勧誘され、仕方なく高額なダイヤのネックレスを契約した。クーリング・オフしたい。

(モデル内職 / 20歳代 / 無職)

#### 多重債務

カードによるショッピングが度重なり、気がつくと240万円の債務になってしまった。月々の支払いができそうにないので債務整理したい。ブラックリストにのらずに済む方法はあるか。

(20歳代 / 家事従事者)

## デート商法

アンケートと呼び止められ、後日電話で呼び出されて7時間も説明を受けてダイヤのペンダントを契約した。学生だし他にローンもあると何度も断ったが、素晴らしい商品で一生ものだと力説され断りきれなかった。クーリング・オフ期間は毎日メールや電話でデートの申込みがあった。解約はできないとあきらめていたが、落ちついて考えると男女間の感情を利用されたと思うので解約したい。

( アクセサリー / 20歳代 / 学生 )

## 美容医療

雑誌広告で知った美容外科に出向いて、鼻を整形する契約をした(親の同意あり)。手術予定日は契約の3日後であったが、手術の詳細について説明がなかったので不安になり、契約当日の夕方にやめたいと申し出たが、手術日の前日に再度来るように言われ保留された。出向くと、前日のキャンセルは80万円必要と言われた。納得できないと伝えたが、解約に応じてくれない。契約書面にはキャンセル料の記載はなく、「キャンセル不可」と手書きで記載されている。どうしたらよいか。

( 20歳未満 / 学生 )

## 5. 若者の相談について

センターに寄せられる相談の約3割は若者からの相談である。ここでは男女別の相談の特徴を中心に分析を行ったが、16年度においては、男女問わず携帯電話やパソコンのインターネット利用をきっかけとした「架空・不当請求」の相談が最も目立った。その後、行政等の取り組みや犯罪の摘発等により、架空・不当請求の相談は沈静化傾向にあるものの、依然として若者のトラブルの中で最も多い。また、アポイントメントセールスやキャッチセールス、マルチ商法等、社会経験の乏しい若者を狙って悪質な手口で勧誘をしているケースも依然として見られる。平成16年11月11日の特定商取引法の改正で、販売目的の明示や連鎖販売取引の返品ルールが規定されたにもかかわらず、不適正な営業活動を続けている事業者が少なくない。引き続き行政による指導や監視も必要であるが、事業者は法令を順守し、適正な営業活動を行ってほしい。

未成年者の契約トラブルも増加傾向にあるが、このようなトラブルを未然に防止するためには、行政による普及啓発はもちろん、学校や家庭での消費者教育が重要である。若者自身も事業者のセールストークを鵜呑みにせず、「契約」に対して慎重に対処してほしい。