

IV 「若者」の消費生活相談の概要

—MECONIS情報から—

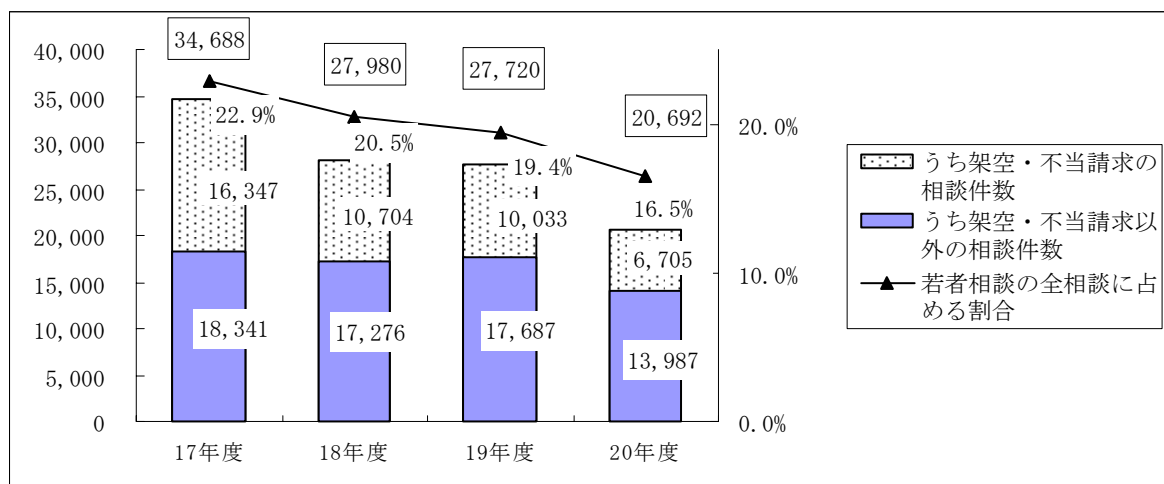
この記事は、東京都消費生活総合センター及び都内区市町村の消費生活相談窓口に寄せられた相談情報をMECONIS（東京都消費生活相談情報オンラインシステム）を用いて分析したものである。

- 分析項目：「若者」の相談（契約当事者 29 歳以下）
- 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生活相談窓口で受け付けた平成 17 年 4 月～20 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 21 年 1 月～11 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

契約当事者が 29 歳以下の若者の相談件数は、17 年度以降減少傾向にある。若者の相談が相談全体に占める割合をみると、19 年度までは 2 割近くで推移していたが、20 年度には 16.5%まで減少している。これは、有料サイト利用料金等の架空・不当請求に関する相談件数が前年度比で 33.2%減少していることが大きな要因となっているが、その他の相談についても前年度比で 20.9%減少している。（図-1）。

【図-1】「若者」に関する相談件数の推移



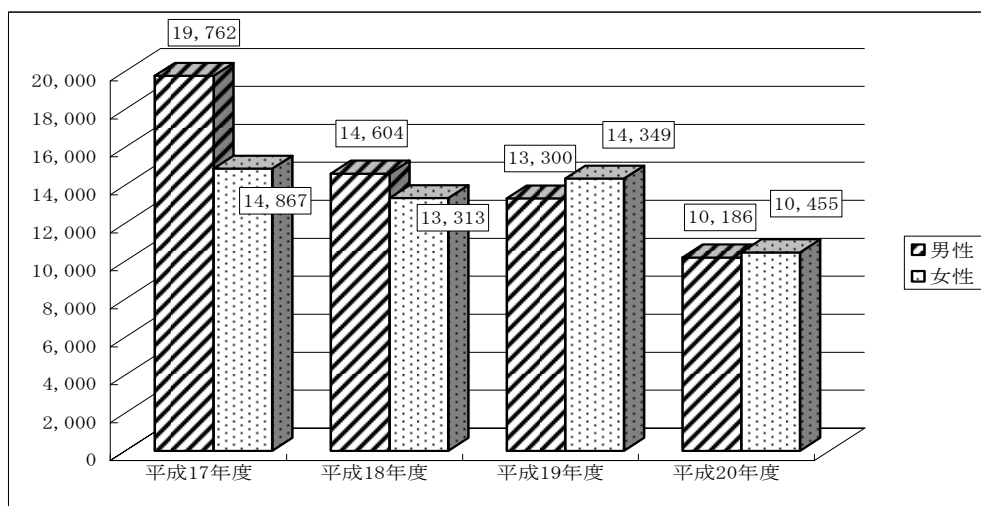
2. 「若者相談」契約当事者分析

(1) 「性別」「年代別」相談件数の推移

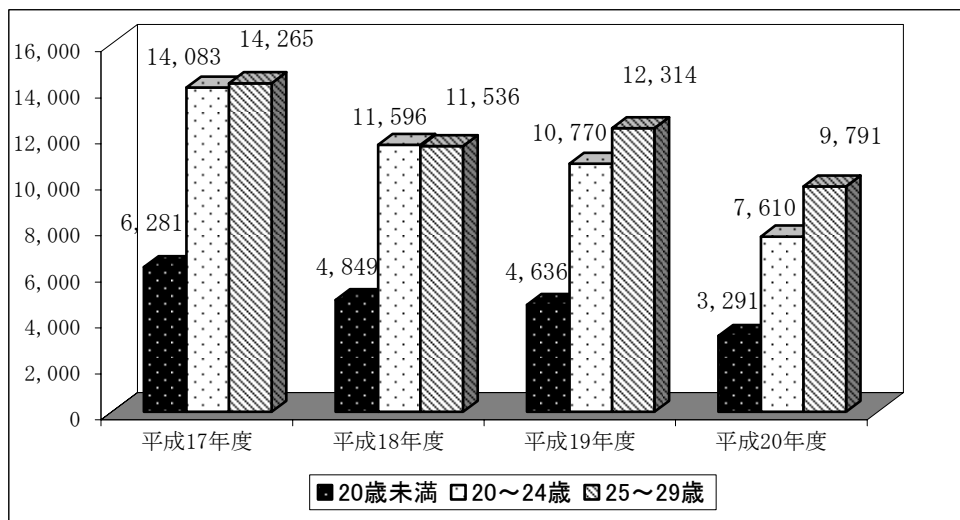
「若者」の相談について、契約当事者の性別相談件数の推移を示したものが「図-2」である。17 年度以降、「男性」の件数は年々減少傾向にある。一方「女性」の相談件数については、平成 19 年度までは 1 万 3 千件以上で推移していたが、20 年度は 1 万件台まで減少している。また、19 年度からは「男性」の相談件数を若干上回っている（図-2）。

年代別推移を見ると、いずれの年度においても25～29歳からの相談件数が最も多い。「20歳未満」及び「20～24歳」からの相談件数は毎年減少傾向にあり、平成17年度と比べて半数近くとなっている。（図-3）

【図-2】「若者」契約当事者性別相談件数の推移（単位：件）



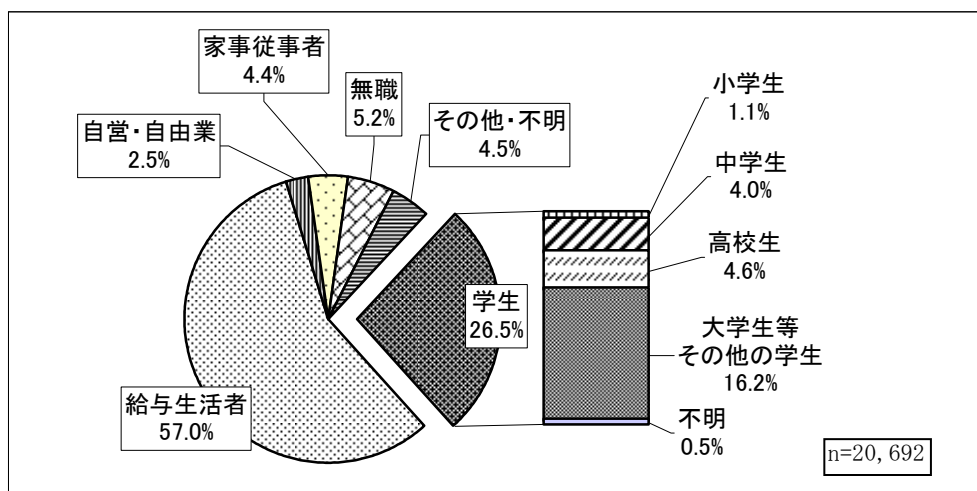
【図-3】「若者」契約当事者年代別相談件数の推移（単位：件）



(2) 職業別の割合

20年度の若者の相談について、職業別に相談件数を示したものが「図-4」である。契約当事者が「給与生活者」である相談が57.0%と最も多く、ついで「学生」が26.5%となっている。「学生」に分類された相談を細かくみると、「大学生等その他の学生」が16.2%と最も多いが、「高校生」「中学生」もそれぞれ4%台を占めている。

【図-4】 職業別にみる相談件数(平成 20 年度)



3. 商品・役務

若者の相談について、性別に商品・役務別上位 10 位までを示したものが「表-1」「表-2」、職業別を示したものが「表-3」である。

「男性」をみると、各年度とも「電話情報提供サービス」が最も多く、携帯電話を利用した有料サイト利用料金の架空・不当請求に関する相談が多く寄せられていることがわかる。一方で「オンライン情報サービス」の相談件数は、前年度と比較して大きく減少している。これは、特にパソコンを利用した架空・不当請求の相談が減少していることを示している。また「外国語・会話教室」も前年度と比較して大幅な減少となっているが、これは 19 年度に急増した大手英会話教室の倒産に関する相談が落ち着いたためである。「賃貸アパート」は前年度と同程度の相談件数であったため、第 3 位にあがっている。一方、「フリーローン・サラ金」は前年度に引き続き減少し、第 4 位に落ち込んでいる。インターネットを利用したサイドビジネスや、パチンコの打ち子等のアルバイト契約を含む「他の内職・副業」は、昨年引き続き上位にあがっている。

「女性」においても、「電話情報提供サービス」が最も多く、「オンライン情報サービス」は大きく減少している。19 年度に急増した「エステティックサービス」は、20 年度には再び 900 件台に落ち着いているが、これは 19 年度に相次いだエステサロンの倒産や閉店に関する相談が落ち着きをみせたためである。「賃貸アパート」に関する相談は、各年度とも多い。

職業別でみると、いずれも「電話情報提供サービス」が最も多い。「給与生活者」においては、「賃貸アパート」や「フリーローン・サラ金」の件数が上位を占める。「大学生等他の学生」においては、「電話情報提供サービス」「オンライン情報サービス」など架空・不当請求に関する相談が上位を占めるほか、「エステティックサービス」「外国語・会話教室」の件数も多い。「高校生」においては、「電話情報提供サービス」「オンライン情報サービス」の相談の占める割合が大きく、また「携帯電話サービス」「携帯電話機」などの携帯電話の契約に関する相談が目立つ。

【表-1】契約当事者「男性」商品・役務上位10位(単位:件)

男性

	平成17年度(n=19,762)	平成18年度(n=14,604)	平成19年度(n=13,300)	平成20年度(n=10,186)
1 電話情報提供サービス	6,892	電話情報提供サービス 3,177	電話情報提供サービス 3,012	電話情報提供サービス 2,855
2 オンライン情報サービス	3,807	オンライン情報サービス 3,098	オンライン情報サービス 2,283	オンライン情報サービス 983
3 フリーローン・サラ金	1,173	フリーローン・サラ金 1,309	フリーローン・サラ金 1,028	賃貸アパート 856
4 賃貸アパート	962	賃貸アパート 863	賃貸アパート 878	フリーローン・サラ金 738
5 オンライン等関連サービスその他	330	商品一般 279	外国語・会話教室 481	移動電話サービス 210
6 商品一般	313	相談その他 234	移動電話サービス 257	相談その他 210
7 複合サービス会員	281	化粧品 215	相談その他 223	商品一般 175
8 外国語・会話教室	252	新聞 212	商品一般 220	新聞 142
9 アクセサリー	247	移動電話サービス 203	新聞 173	外国語・会話教室 118
10 新聞	241	複合サービス会員 197	他の内職・副業 172	他の内職・副業 98

【表-2】契約当事者「女性」商品・役務上位10位(単位:件)

女性

	平成17年度(n=14,867)	平成18年度(n=13,313)	平成19年度(n=14,349)	平成20年度(n=10,455)
1 電話情報提供サービス	2,832	電話情報提供サービス 1,936	電話情報提供サービス 2,675	電話情報提供サービス 2,262
2 オンライン情報サービス	1,251	オンライン情報サービス 1,583	オンライン情報サービス 1,497	エステティックサービス 987
3 賃貸アパート	1,112	賃貸アパート 1,006	エステティックサービス 1,291	賃貸アパート 943
4 エステティックサービス	984	エステティックサービス 906	賃貸アパート 1,028	オンライン情報サービス 501
5 化粧品	768	フリーローン・サラ金 670	外国語・会話教室 716	フリーローン・サラ金 421
6 フリーローン・サラ金	596	化粧品 590	フリーローン・サラ金 587	化粧品 229
7 商品一般	565	商品一般 431	化粧品 441	相談その他 207
8 アクセサリー	427	アクセサリー 368	商品一般 251	医療 197
9 外国語・会話教室	300	健康食品 252	医療 242	移動電話サービス 185
10 健康食品	291	外国語・会話教室 247	移動電話サービス 221	商品一般 177

【表-3】契約当事者職業別 商品・役務上位10位(単位:件)

	若者全体(n=20,692)	給与生活者(n=11,795)	大学生等の学生(n=5,474)	高校生(n=959)
1 電話情報提供サービス	5,127	電話情報提供サービス 1,936	電話情報提供サービス 1,999	電話情報提供サービス 499
2 賃貸アパート	1,804	賃貸アパート 1,583	オンライン情報サービス 661	オンライン情報サービス 123
3 オンライン情報サービス	1,486	フリーローン・サラ金 1,006	賃貸アパート 254	移動電話サービス 33
4 フリーローン・サラ金	1,162	オンライン情報サービス 906	エステティックサービス 139	携帯電話機 17
5 エステティックサービス	1,029	エステティックサービス 670	移動電話サービス 136	相談その他 14
6 相談その他	419	相談その他 590	外国語・会話教室 124	商品一般 13
7 移動電話サービス	397	商品一般 431	新聞 114	医療 12
8 商品一般	354	移動電話サービス 368	相談その他 78	健康食品 11
9 医療	278	医療 252	商品一般 65	学習塾 8
10 新聞	254	クリーニング 247	フリーローン・サラ金 61	オートバイ 8

IV テーマ別分析

4. 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-4」「表-5」である。

「男性」をみると、17 年度以降いずれの年度でも「インターネット」、「不当請求」、「ポルノ・風俗」のキーワードが上位を占めているが、携帯電話やパソコンを介した架空・不当請求の相談に関連したキーワードである「不当請求」「ポルノ・風俗」はここ 4 年間では大きく減少している。「インターネット」「電子商取引」が上位にあがるのは、ネットオークションなどのインターネットを利用した通信販売やインターネット広告をみて契約にいたった相談が多いことによる。

一方、「女性」においても同様に、「インターネット」「不当請求」「電子商取引」の相談が上位にあがっている。18 年度までに多く寄せられていた「キャッチセールス」「クーリングオフ」が減少し、「電子商取引」が多数寄せられている。また 19 年度に相次いだエステサロンの閉店や倒産が落ち着いたため、平成 20 年度には「約束不履行」「倒産」のキーワードは減少している。

【表-4】 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

	17年度 (n=19,762)		18年度 (n=14,604)		19年度 (n=13,300)		20年度 (n=10,186)	
1	不当請求	11,464	不当請求	6,656	インターネット	5,559	インターネット	4,331
2	ポルノ・風俗	8,540	インターネット	5,286	不当請求	5,543	不当請求	3,874
3	インターネット	8,151	ポルノ・風俗	5,201	ポルノ・風俗	3,911	電子商取引	2,883
4	未成年者契約	3,202	未成年者契約	2,389	電子商取引	3,152	ポルノ・風俗	2,137
5	解約	2,695	解約	2,312	解約	2,569	解約	1,998
6	高価格・料金	2,644	高価格・料金	2,086	未成年者契約	1,974	未成年者契約	1,451
7	プライバシー	1,891	プライバシー	1,402	高価格・料金	1,763	高価格・料金	1,447
8	強引	1,707	返金	1,089	返金	1,365	返金	1,096
9	無料商法	1,417	強引	1,079	強引	833	強引	676
10	詐欺	1,237	信用性	1,001	信用性	826	信用性	623

【表-5】 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

	17年度 (n=14,867)		18年度 (n=13,313)		19年度 (n=14,349)		20年度 (n=10,455)	
1	不当請求	4,857	不当請求	4,031	インターネット	4,875	インターネット	3,594
2	解約	3,601	解約	3,376	不当請求	4,466	不当請求	2,818
3	インターネット	3,349	インターネット	3,367	解約	3,871	解約	2,716
4	ポルノ・風俗	3,067	ポルノ・風俗	2,726	電子商取引	2,678	電子商取引	2,355
5	高価格・料金	2,440	高価格・料金	2,298	ポルノ・風俗	2,405	返金	1,632
6	未成年者契約	1,653	返金	1,442	返金	2,218	高価格・料金	1,418
7	クーリングオフ	1,507	未成年者契約	1,431	高価格・料金	2,027	ポルノ・風俗	1,084
8	キャッチセールス	1,460	キャッチセールス	1,177	未成年者契約	1,347	約束不履行	920
9	返金	1,457	クーリングオフ	1,152	約束不履行	1,322	未成年者契約	907
10	強引	1,275	強引	1,102	倒産	957	強引	708

5. 販売購入形態

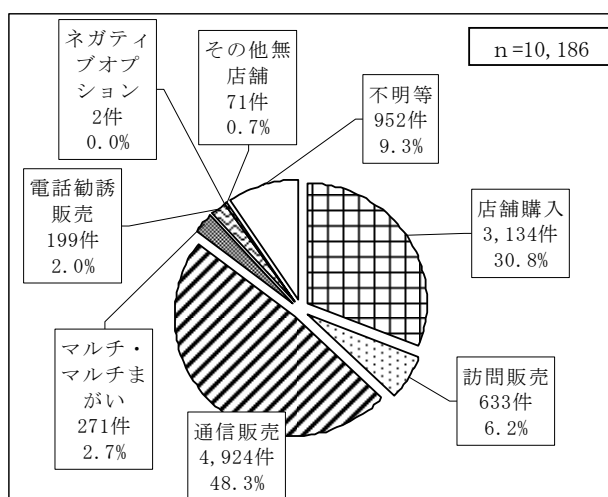
若者の相談について、性別に販売購入形態別割合を示したものが「図-5」「図-6」、職業別に「給与生活者」と「学生」の販売購入形態割合を示したものが「図-7」「図-8」である。

性別で比較すると、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5割近くと非常に高い。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ためである。一方で「女性」は「店舗購入」「訪問販売」の割合が男性より高くなっている。

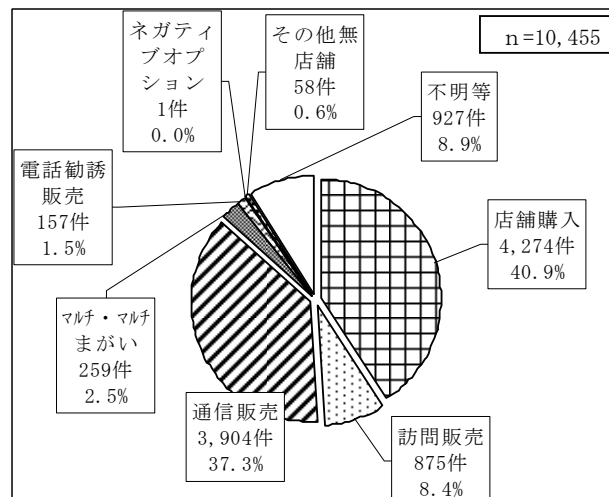
「給与生活者」と「学生」を比較すると、「給与生活者」は「店舗購入」「通信販売」とも4割近くであるが、「学生」は「通信販売」の割合が6割近くと非常に高くなっている。

東京都の全相談件数のうち「通信販売」の占める割合が28.8%であることと比較すると、若者の相談では、特に「通信販売」に関するトラブルが多いことがわかる。

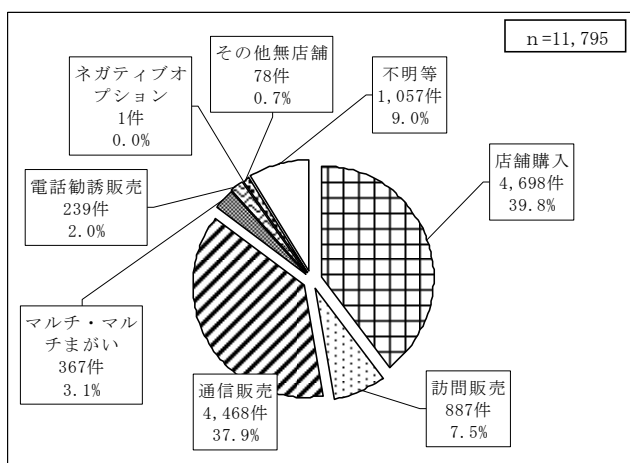
【図-5】 「男性」販売購入形態別割合
(平成20年度)



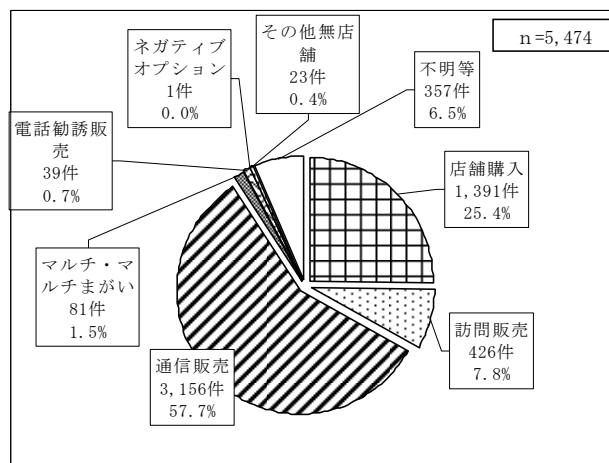
【図-6】 「女性」販売購入形態別割合
(平成20年度)



【図-7】 「給与生活者」販売購入形態別割合
(平成20年度)



【図-8】 「学生」販売購入形態別割合
(平成20年度)



IV テーマ別分析

6. 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-6」、20年度の契約購入金額別の割合を示したものが「図-9」、「図-10」である。

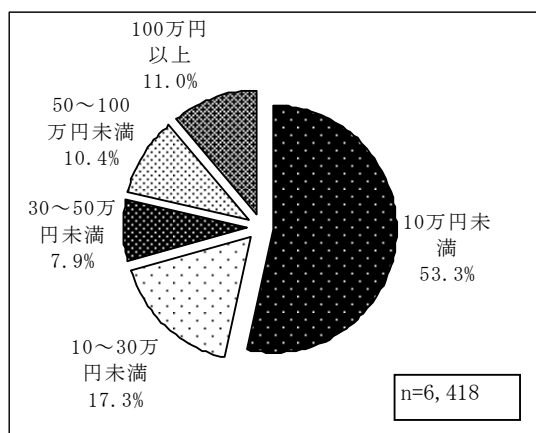
平均契約購入金額をみると、「男性」については17年度以降、年々高額となっている。これは、男性の相談件数が大きく減少していることに比べ、契約購入金額の合計額がそれほど大きく減少していないためであり、男性の若者が高額な契約に関する相談を多く寄せていることがわかる。一方、「女性」の平均契約購入金額は、40万円台で推移していたが、19年度以降は若干減少している。

契約購入金額別割合を見ると、男女とも「10万円未満」が約半数を占める。「100万円以上」の相談については、男性が女性よりも多くなっている。これは、「新築分譲マンション」等の高額な契約に関する相談が、男性に多くみられるためである。

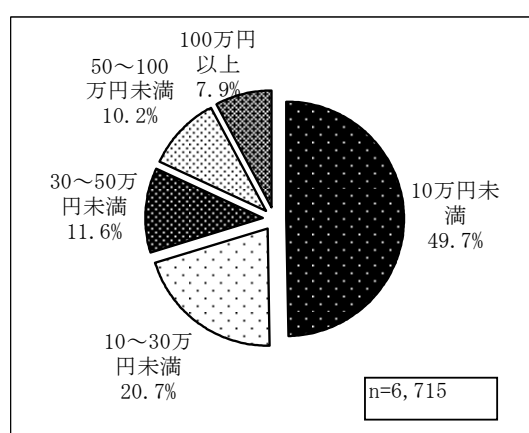
【表-6】 契約当事者性別平均契約購入金額（単位：円）

	平成17年度	平成18年度	平成19年度	平成20年度
男性	436,400	548,100	574,800	697,373
女性	451,300	452,500	386,400	386,709

【図-9】 「男性」契約購入金額別割合
（平成20年度）*不明分を除く



【図-10】 「女性」契約購入金額別割合
（平成20年度）*不明分を除く



7. 支払方法

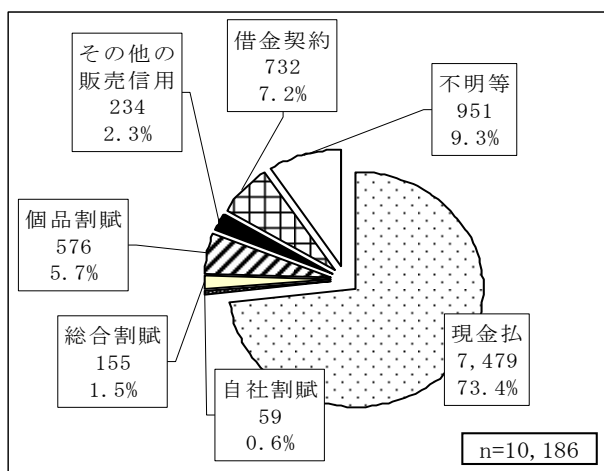
(1) 支払方法別割合

20年度の若者の相談について、性別に支払方法別の割合を示したものが「図-11」、「図-12」、支払い方法別の推移を示したものが「図-13」である。性別に支払方法別割合を見ると、「現金払」による契約の相談が男女ともに最も高い割合を占めている。「クレジット（販売信用）」による契約の相談では、「女性」は男性に比べて8.2ポイント多く、中でも「個品割賦」の割合が高い。

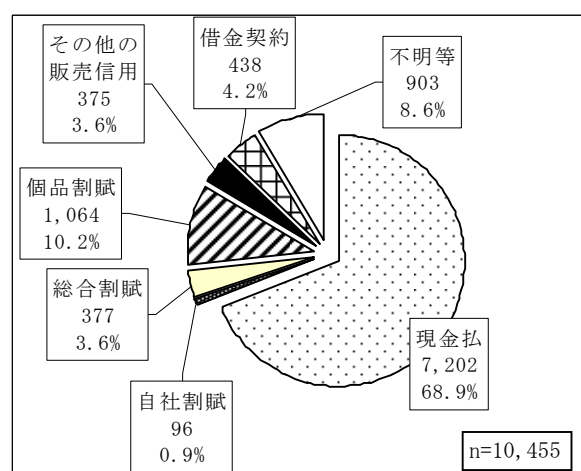
また支払方法別の推移をみると、平成18年度から「現金払」の割合が増加傾向にあり、一方で「個品割賦」は年々減少傾向にある。

※「クレジット（販売信用）」とは、商品等の販売を対象とした信用供与を受ける場合であり、ここでは「自社割賦」「総合割賦」「個品割賦」「その他の販売信用」が該当する。

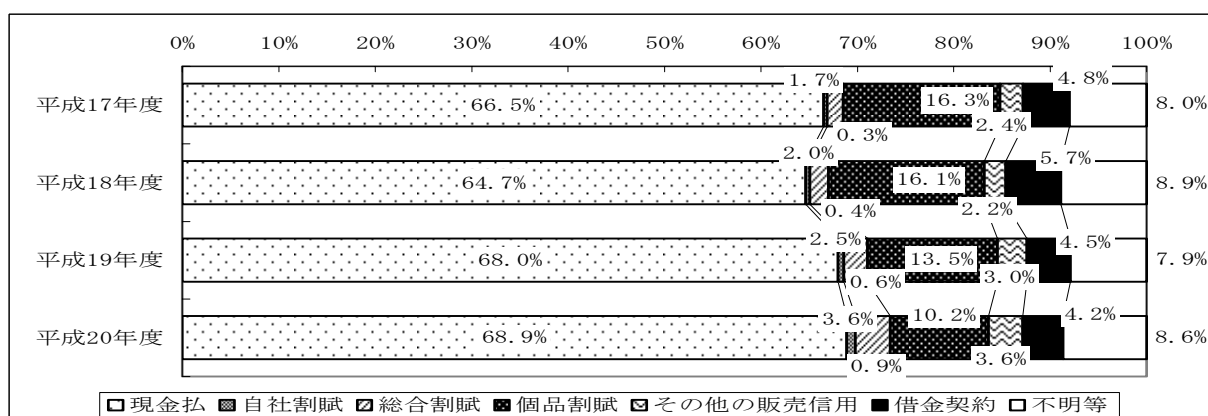
【図-11】「男性」支払方法別割合
(平成20年度)



【図-12】「女性」支払方法別割合
(平成20年度)



【図-13】支払方法別割合の推移



(2) 「クレジット（販売信用）」契約が多い商品・役務及び平均契約購入金額

20年度の若者相談のうち、「クレジット」により支払いの契約をしている商品・役務の件数が多いもの上位5位とその平均契約購入金額を男女別に示したものが「表-7」「表-8」である。「男性」のクレジット契約では、「外国語・会話教室」や「自動車」、アポイントメントセールスによる「アクセサリ」が多い。「女性」ではキャッチセールスによる「エステティックサービス」が特に多いほか、「化粧品」「美顔器」「アクセサリ」など美容に関する契約が多いのが特徴である。

【表-7】クレジット契約が多い商品・役務及び平均契約購入金額（男性）（平成20年度）

商品・役務名	件数	平均契約購入金額
外国語・会話教室	78	714,279
自動車	74	1,826,016
アクセサリ	63	809,431
絵画・書画	55	1,171,761
電話情報提供サービス	44	266,165

【表-8】クレジット契約が多い商品・役務及び平均契約購入金額（女性）（平成20年度）

商品・役務名	件数	平均契約購入金額
エステティックサービス	621	463,630
化粧品	115	315,329
美顔器	82	368,358
アクセサリ	76	962,923
健康食品	64	353,227

IV テーマ別分析

8. 若者に多い消費者トラブル（販売手口等）について

若者に多い消費者トラブル（販売手口等）について相談件数の推移を示したものが「表-9」、主なトラブルの要因別に商品・役務上位8位までをあげたのが「表-10」である。相談件数が多いのは「架空・不当請求」「無料商法」「サイドビジネス商法」がいずれの年代も上位を占めるが、件数はいずれも減少傾向にある。特に「架空・不当請求」は、17年度より減少傾向にあり、20年度は前年度と比べて33.2%と大きく減少している。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」「マルチ・マルチまがい」「アポイントメントセールス」の相談についても、相談件数は年々減少している。また「多重債務」は19年度までは1200件を超えて推移していたが、20年度には900件台となっている。

【表-9】若者に多い消費者トラブル（販売手口等） 相談件数（単位：件） *複数集計

	平成17年度	平成18年度	平成19年度	平成20年度
架空・不当請求	16,347	10,704	10,033	6,705
無料商法	2,350	1,758	1,703	1,151
多重債務	1,259	1,412	1,246	913
サイドビジネス商法	962	1,135	924	639
キャッチセールス	1,663	1,370	991	604
マルチ・マルチまがい商法	930	965	794	532
アポイントメントセールス	755	555	426	294
若者の全相談件数	34,688	27,981	27,720	20,692

【表-10】若者に多い主な消費者トラブル（販売手口等）別 商品・役務上位8位
(平成20年度)(単位：件)

	架空・不当請求	6,705	無料商法	1,151	サイドビジネス商法	639	キャッチセールス	604	マルチ・マルチまがい商法	532	アポイントメントセールス	294
1	電話情報提供サービス	4,744	電話情報提供サービス	699	健康食品	92	エステティックサービス	109	健康食品	112	アクセサリ	86
2	オンライン情報サービス	1,262	オンライン情報サービス	147	他の内職・副業	76	化粧品	92	化粧品	86	複合サービス会員	50
3	賃貸アパート	115	エステティックサービス	98	化粧品	70	美顔器	67	商品一般	45	外国語・会話教室	23
4	フリーローン・サラ金	101	化粧品	24	ワープロ・パソコン内職	44	絵画・書画	64	コンピュータソフト	44	コンピュータソフト	12
5	オンライン等関連サービス	92	美顔器	20	商品一般	37	外国語・会話教室	40	浄水器	23	商品一般	11
6	商品一般	71	新聞	15	コンピュータソフト	35	精神修養講座	31	背広	23	精神修養講座	10
7	移動電話サービス	37	プロバイダ	15	タレント・モデル養成教室	31	健康食品	31	オンライン情報サービス	14	役務その他サービス	9
8	プロバイダ	21	健康食品	14	背広	21	タレント・モデル養成講座	25	空気清浄機	14	教養娯楽教材	7

9. 相談事例

<電話情報提供サービス／無料商法>

○ 携帯の出会い系サイトで、女性から無料ポイントをプレゼントするとメールがあったため、登録した。その後またメールで、特別会員になるとメールが無料になると誘われて再度登録した。その後6千円を請求され、その請求を帳消しにするための別のスポンサーサイトに登録するよう勧誘を受けた。その後女性から急にメールが来なくなり、今度は利用が少ないという理由で5万円を請求された。(契約当事者 10歳代／男性)

<他の内職・副業／サイドビジネス商法>

○ 家電製品のドロップ SHIPPING のネット広告を見てアドレス登録をした。数日後営業マンから電話が来て「絶対儲かる」と言われ、130万円を契約し、そのうち75万円をカードキャッシングした。しかし売れ筋商品は人気のゲーム機のみで、他の家電商品は他のネットショップより高いものばかりで全く売れず、ゲーム機も次第に販売台数を減らされて売り上げが落ちた。借金だけが残るそうだ。(契約当事者 20歳代／男性)

<賃貸アパート／不当請求>

○ 結婚前に2年間借りていたアパートで、ほとんど不在が多く汚れていないのに、退去時にルームクリーニング代やクロス・絨毯の張替え代を要求された。さらに電話回線撤去工事費用も請求された。後日電話会社に確認すると電話回線費用の負担はないと言われた。管理会社の担当者が怖くて引渡しの際に承諾書にサインしてしまったが、請求額に納得がいかない。(契約当事者 20歳代／女性)

<アクセサリ／アポイントメント商法>

○ 20歳になった直後に、女性から自宅に電話があり、アンケートに協力した。その後誘われて店に行き、ダイヤのネックレスを見せられて90万円と言われた。断ると社長が出てきて39万円に値引きすると言われ、クレジットで契約した。クーリングオフ期間が過ぎてから商品が到着し、不審に思って鑑定に出したところ、本物かどうか怪しいと言われた。解約したい。(契約当事者 20歳代／男性)

<英会話教室／キャッチセールス>

○ 会社説明会の帰りに駅前で声をかけられて英語と就職活動の講座を紹介され、同行された。急いでいると言ったのに、2時間ですむからと言われ、結局5時間近く勧誘された。再度出向くように言われて、英会話教室と就職活動の講座を契約した。何度通っても良いというが、内容がイベント中心で説明と異なるため解約したい。(契約当事者 20歳代／女性)

<化粧品／マルチ商法>

○ 友人に誘われてメイクのセミナーに行ったら、マンションの一室でアドバイザーという数人の女性に囲まれ、既存の化粧品は身体に害があると言われて、商品と香水を購入した。さらに会員登録をすると5%の割引がある、アドバイザーになると報酬ももらえるとされ、会員登録もした。後で考えると、売り方があまりに強引だし商品も高額なので、解約したい。(契約当事者 20歳代／女性)

10. 若者の相談について

都内の消費生活相談窓口に寄せられる相談の16.5%が、20歳以下の若者からの相談である。そのうち3割以上を、有料サイト利用料金等の「架空・不当請求」の相談が占めている。若者の相談は平成17年度以降減少し続けているが、これは「架空・不当請求」の相談が平成16年度をピークに減少傾向にあることが影響している。また、平成20年度については、前年度に急増した外国語会話教室やエステティックサロンの倒産に関する相談が落ち着きをみせたことも、若者の相談件数を減少させた一因となっている。

最近目立つのは、インターネットを利用したマルチ商法やドロップシッピングなど、サイドビジネスにまつわるトラブルである。社会経験の乏しい若者は、「簡単に高額な副収入を得られる」という謳い文句で勧誘されやすく、多額の契約金額を支払ったり、売るために健康食品やパソコンソフト等を買った後に、思いどおりの利益が出ない、だまされたと感じた、といった相談を寄せるケースが目立っている。

さらに、出会い系サイトで頻繁にメールのやりとりをさせて高額な利用料金を支払わせたり、「無料」と表示して携帯電話のゲームサイトに登録させた上で「アイテム」等の購入で高額な料金を請求したりといった、インターネットのサイト利用によるトラブルに関する相談も多い。また、キャッチセールス、アポイントメントセールス等、社会経験の乏しい若者を狙った悪質な勧誘手口によるトラブルも、依然として後をたたない。

東京都消費生活総合センターでは、若者に特に多いインターネット上のトラブルへの注意喚起のために、「「ネットショップ運営やネット広告で初心者でも簡単に高収入が得られる？ドロップシッピングやアフィリエイトによる儲け話にご注意！」「『有名芸能人の悩みを聞いて欲しい』」??出会い系サイト内の悪質な手口にだまされないで」「携帯で無料ゲームをしたら高額請求が！」等の緊急消費者被害情報を発信している。

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。またトラブルにあった場合は、一人で悩まずに消費生活センターに早めに相談してほしい。