

## 「若者」の消費生活相談の概要

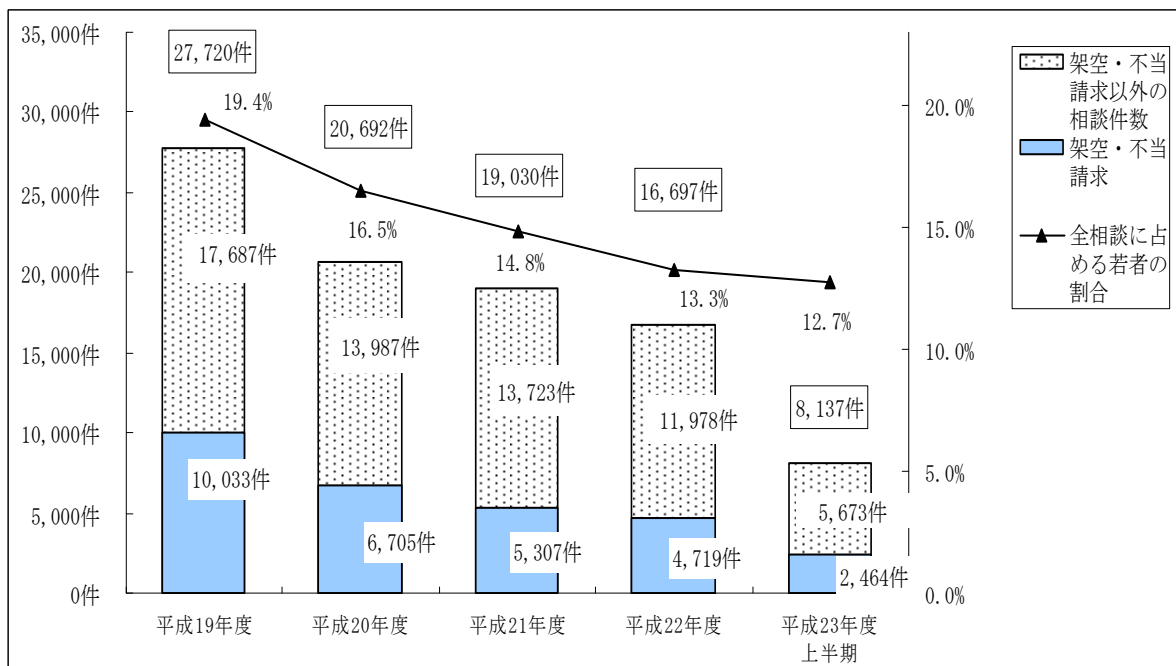
29歳以下の若者の相談は、近年減少傾向ではあるが、依然として数多くの相談が寄せられている。ここでは、都内の消費生活センターに寄せられた若者の相談（※）について、その特徴と傾向を分析する。

### 1. 若者の相談件数

29歳以下の若者の相談件数に関して、相談件数の推移と相談全体に占める割合を示したものが「図-1」である。若者の相談件数は減少傾向にあり、22年度の相談件数は16,697件と、前年度に比べ12.3%の減少となった。若者の相談が相談全体に占める割合を見ると、19年度は2割近くとなっていたが、22年度には13.3%まで減少している。また23年度上半期の相談件数は8,137件寄せられており、前年同期（8,797件）と比較すると7.5%の減少であることから、23年度もその傾向が続くと考えられる。

一方、若者の相談に占める架空・不当請求に関する相談件数も年々減少傾向にある。ただし、その割合は21年度までは減少傾向であったが、22年度は若干増加している。

【図-1】若者の相談件数推移



※ 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PIO-NET（全国消費生活情報ネットワーク・システム）を用いて分析したもの。

- ・ 分析項目：「若者」の相談（契約当事者29歳以下）
- ・ 分析データ：平成19年4月～23年9月の相談データ  
（平成23年度のデータは24年1月1日現在の登録分）

## 2. 契約当事者の属性

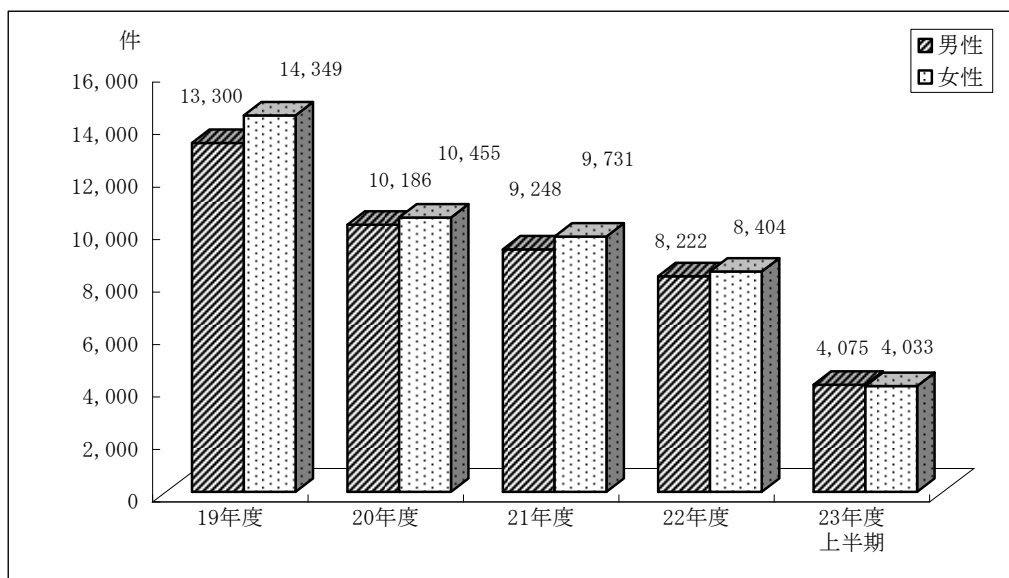
### (1) 「性別」「年代別」相談件数の推移

「若者」の相談について、契約当事者の性別の相談件数推移を示したものが「図-2」、年代別の推移を示したものが「図-3」である。

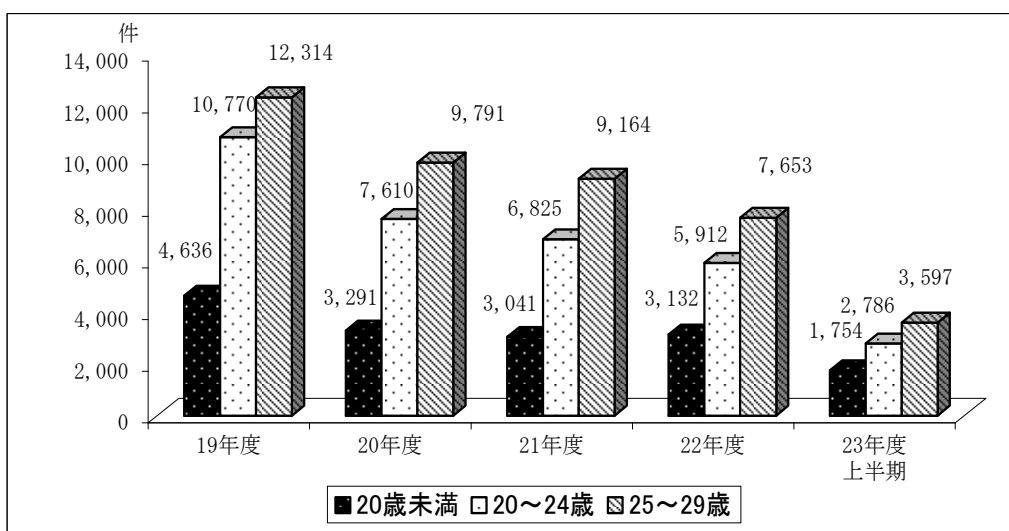
性別では男女ともに年々減少傾向にあり、22年度までは「女性」の相談件数が「男性」を若干上回っていたが、23年度上半期は「男性」が若干上回っている。

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歳以上の年代では減少傾向にあるが、「20歳未満」については、22年度にわずかに増加している。また23年度上半期においても1,754件と、前年同期（1,731件）よりも1.3%増加している。

【図-2】性別 相談件数の推移



【図-3】年代別 相談件数の推移

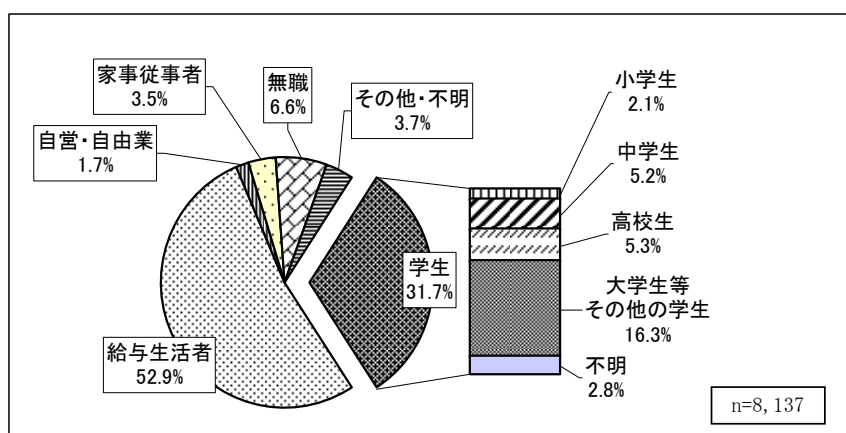


## (2) 職業別の割合

23年度上半期の若者の相談について、職業別に相談件数の割合を示したものが「図-4」である。契約当事者が「給与生活者」である相談が52.9%と最も多く、ついで「学生」が31.7%となっている。「学生」に分類された相談のうち、「大学生等その他の学生」が16.3%と最も多く、次いで「高校生」が5.3%、「中学生」が5.2%と、ほぼ同割合となっている。

21年度の若者相談における「学生」の割合は27.2%、22年度は30.8%であることを考えると、「学生」の割合が年々増加しており、若者相談の低年齢化が進んでいることがわかる。

【図-4】職業別 相談件数の割合(23年度上半期)



## 3. 商品・役務

若者の相談について、商品・役務別上位10位の推移と、相談全体のそれを比較したものが「表-1」である。どの年度も上位1位は「デジタルコンテンツ」となっているが、そのうち「アダルト情報サイト」の相談が最も多く、その件数は21年度2,321件、22年度3,493件、23年度上半期は1,943件（対前年同期比11.0%増）と、増加傾向にある。また、どの年度でも上位を占める「賃貸アパート」「フリーローン・サラ金」は減少傾向であり、23年度上半期では「エステティックサービス」や「移动通信サービス」が「フリーローン・サラ金」より上位となっている。そのほか、22年度からは「医療サービス」「携帯電話」が上位に入っている。

若者相談と相談全体を比較すると、若者相談の特徴として、「エステティックサービス」や美容医療等の「医療サービス」など美容に関する相談、強引な訪問販売などの「新聞」、携帯電話やスマートフォンの機能故障などの「携帯電話」に関する相談が上位に入っていることがあげられる。

【表-1】若者と相談全体の商品・役務別上位10位

(単位：件)

	21年度 若者(n=19,030)	22年度 若者(n=16,697)	23年度上半期 若者(n=8,137)	23年度上半期 相談全体(n=63,839)			
1 デジタルコンテンツ	5,518	デジタルコンテンツ	5,303	デジタルコンテンツ	2,809	デジタルコンテンツ	10,173
2 賃貸アパート	2,036	賃貸アパート	1,681	賃貸アパート	668	賃貸アパート	4,039
3 フリーローン・サラ金	849	フリーローン・サラ金	591	エステティックサービス	328	フリーローン・サラ金	2,663
4 エステティックサービス	691	エステティックサービス	501	移动通信サービス	248	工事・建築	1,695
5 移动通信サービス	473	移动通信サービス	404	フリーローン・サラ金	196	相談その他	1,638
6 相談その他	426	相談その他	404	相談その他	166	商品一般	1,489
7 商品一般	312	商品一般	245	商品一般	111	移动通信サービス	1,383
8 新聞	273	新聞	221	新聞	111	ファンド型投資商品	1,334
9 外国語・会話教室	250	医療サービス	215	医療サービス	101	修理サービス	833
10 インターネット接続回線	225	携帯電話	177	携帯電話	93	音響・映像機器	826

また、若者の相談について商品・役務別上位 10 位までの推移を、性別ごとに示したものが「表-2」「表-3」である。

男女ともに、上位 2 位までを「デジタルコンテンツ」「賃貸アパート」が占めており、男性の「デジタルコンテンツ」は増加傾向にある。なお、男女ともにデジタルコンテンツのうち最も多い相談は「アダルト情報サイト」、次に多いのが「出会い系サイト」である。「移動通信サービス」も男女ともに多く寄せられており、また 23 年度上半期の件数のうち 2 割程度がスマートフォンの相談である。一方で、「賃貸アパート」「フリーローン・サラ金」は男女ともに減少している。

その他、「男性」で多いのは、「新聞」「四輪自動車」「携帯電話」などである。また「女性」で多いのが「エステティックサービス」「医療サービス」「他の理美容器具」などの美容に関する契約や「タレント・モデル内職」の相談である。「エステティックサービス」は、女性の中では第 3 位と多くの相談が寄せられている。相談件数は 22 年度まで減少傾向であったが、23 年度上半期には、脱毛エステサロンの倒産等の影響で、相談件数は前年同期（251 件）の 23.5% 増となっている。

【表-2】男性 商品・役務別上位 10 位

(単位：件)

	21年度(n=9,248)		22年度(n=8,222)		23年度上半期(n=4,075)	
1	デジタルコンテンツ	2,917	デジタルコンテンツ	2,941	デジタルコンテンツ	1,656
2	賃貸アパート	974	賃貸アパート	769	賃貸アパート	323
3	フリーローン・サラ金	535	フリーローン・サラ金	387	移動通信サービス	128
4	移動通信サービス	262	相談その他	204	フリーローン・サラ金	117
5	相談その他	214	移動通信サービス	200	相談その他	78
6	新聞	182	新聞	143	新聞	75
7	商品一般	164	商品一般	129	四輪自動車	68
8	四輪自動車	136	四輪自動車	121	商品一般	60
9	外国語・会話教室	131	インターネット接続回線	110	携帯電話	47
10	電話音声情報	122	携帯電話	105	医療サービス	43

【表-3】女性 商品・役務別上位 10 位

(単位：件)

	21年度(n=9,731)		22年度(n=8,404)		23年度上半期(n=4,033)	
1	デジタルコンテンツ	2,594	デジタルコンテンツ	2,342	デジタルコンテンツ	1,139
2	賃貸アパート	1,056	賃貸アパート	902	賃貸アパート	341
3	エステティックサービス	666	エステティックサービス	471	エステティックサービス	310
4	フリーローン・サラ金	312	フリーローン・サラ金	202	移動通信サービス	119
5	相談その他	212	移動通信サービス	202	相談その他	87
6	移動通信サービス	210	相談その他	197	フリーローン・サラ金	79
7	化粧品	189	医療サービス	149	医療サービス	58
8	商品一般	148	商品一般	114	タレント・モデル内職	52
9	医療サービス	130	タレント・モデル内職	110	他の理美容用具	49
10	外国語・会話教室	118	他の理美容用具	92	商品一般	48

また、23年度上半期の若者相談を、年代別に示したものが「表-4」である。いずれも「デジタルコンテンツ」が最も多く、特に「20歳未満」では64.3%を占める。その他、学生が多い20歳未満においては、「タレント・モデル内職」が目立つほか、「新聞」「テレビ放送サービス」「賃貸アパート」等、一人暮らしを始める際に多いトラブルや、「音響・映像ソフト」「電子ゲーム玩具」などが目立つ。20～24歳となると「賃貸アパート」や「エステティックサービス」の件数が上位を占める。25～29歳では、「エステティックサービス」や「フリーローン・サラ金」が上位を占め、また「結婚式」や「四輪自動車」など高額な契約も上位に入ってくる。また、いずれの年代も「移动通信サービス」は上位5位までに入っており、多くの相談が寄せられている。

【表-4】年代別 商品・役務上位10位（23年度上半期）（単位：件）

	20歳未満 (n=1,754)		20～24歳 (n=2,786)		25～29歳 (n=3,597)	
1	デジタルコンテンツ	1,127	デジタルコンテンツ	749	デジタルコンテンツ	933
2	相談その他	42	賃貸アパート	221	エステティックサービス	146
3	移动通信サービス	40	エステティックサービス	172	フリーローン・サラ金	126
4	新聞	39	移动通信サービス	93	移动通信サービス	115
5	タレント・モデル内職	28	相談その他	71	商品一般	63
6	テレビ放送サービス	22	フリーローン・サラ金	61	結婚式	55
7	賃貸アパート	17	医療サービス	48	相談その他	53
8	音響・映像ソフト	16	新聞	48	四輪自動車	43
9	医療サービス	15	モバイルデータ通信	37	インターネット接続回線	39
10	電子ゲーム玩具	15	携帯電話	36	医療サービス	38

#### 4. 相談内容

若者の相談について、23年度上半期における相談の内容キーワード上位10位を、若者全体と性別ごとに示したものが「表-5」である。

若者全体では、「インターネット通販」「不当請求」「ポルノ・風俗」が上位3位を占める。これは、アダルト情報サイトなどの架空・不当請求の相談が多いためである。また、インターネットを利用した通信販売が多く寄せられたことにより、「説明不足」「電子広告」も上位に入っている。

性別の特徴としては、男性では「ポルノ・風俗」が多く、女性では「解約」「返金」の相談が多い。

【表-5】性別 内容キーワード上位10位（23年度上半期）（単位：件、複数集計）

	若者全体 (n=8,137)		男性 (n=4,075)		女性 (n=4,033)	
1	インターネット通販	3,178	インターネット通販	1,795	インターネット通販	1,370
2	不当請求*	2,464	不当請求*	1,454	解約*	1,035
3	ポルノ・風俗	1,809	ポルノ・風俗	1,160	不当請求*	998
4	解約*	1,842	解約*	802	返金	668
5	高価格・料金	1,268	契約書・書面	702	ポルノ・風俗	638
6	返金	1,146	未成年者契約	693	高価格・料金	617
7	未成年者契約	1,015	高価格・料金	646	未成年者契約	316
8	契約書・書面	702	返金	476	電子広告	310
9	説明不足	534	説明不足	263	契約書・書面	395
10	電子広告	533	強引	222	説明不足	270

\*は上位キーワードで集計したもの

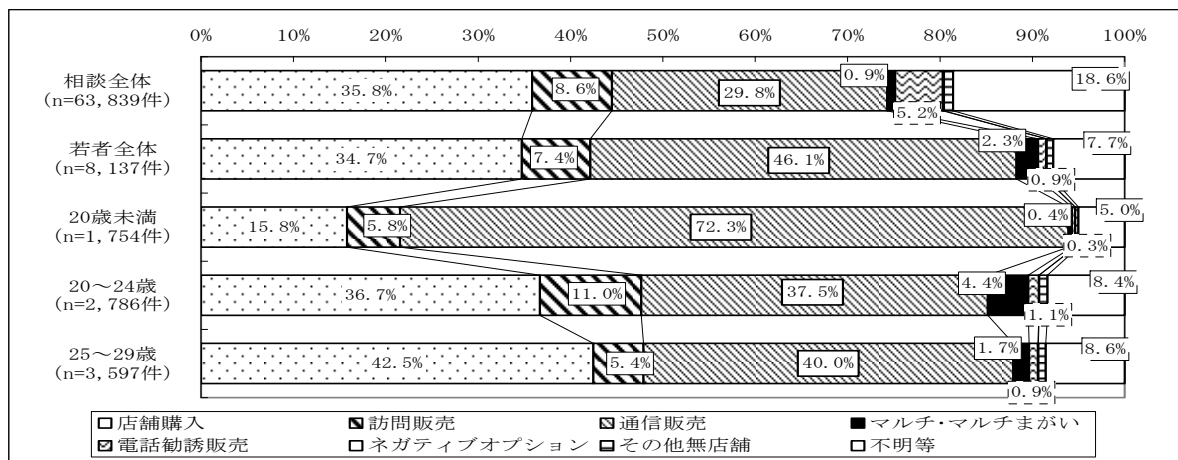
## 5. 販売購入形態

若者の相談について、販売購入形態別の割合を、年代別、相談全体と比較したものが「図-5」である。

若者全体では、「通信販売」の割合が46.1%と最も大きく、相談全体と比較してもその割合は大きい。これは、そのほとんどが通信販売であるアダルト情報サイトなどの架空・不当請求に関する相談が多いためである。また、若者全体では「マルチ・マルチまがい」の相談も2.3%と、相談全体と比較して大きくなっている。

年代別でみると、「20歳未満」では通信販売の割合が72.3%と非常に大きい。「20～24歳」では、訪問販売の相談が11.0%と多く寄せられているほか、マルチ・マルチまがいの相談も4.4%と、他の年代と比較して多い。「25～29歳」となると店舗購入が多くなり、通信販売とほぼ同じ程度の割合となる。

【図-5】年代別 販売購入形態別割合(23年度上半期)

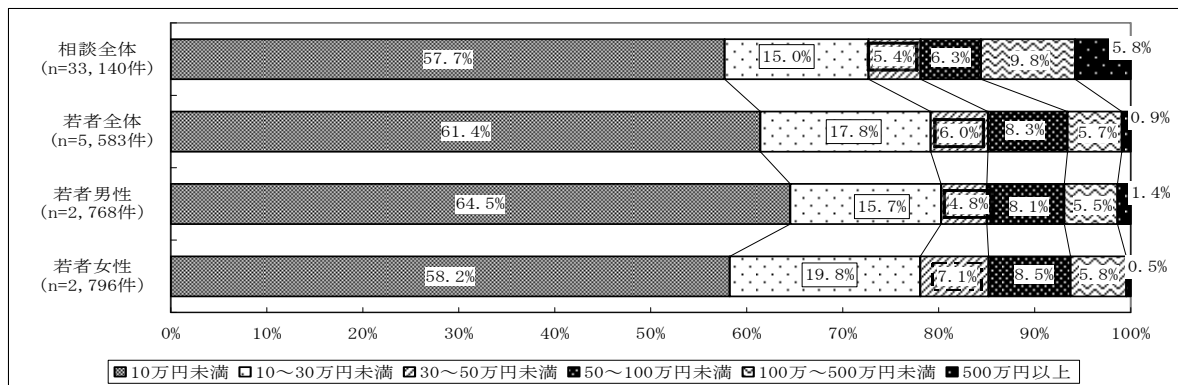


## 6. 契約購入金額

若者の相談について、契約購入金額の割合を、性別、相談全体と比較したものが「図-6」である。若者全体では10万円未満の契約が最も多く6割を超えており、相談全体と比較しても多い。これは、デジタルコンテンツに関する相談の金額が比較的低額なためであり、特に男性において女性よりもその割合は大きくなっている。一方で、若者全体では100万円以上の相談が相談全体と比較して小さく、1割に満たない。ただし、500万円以上の契約については、男性が女性よりも多くなっている。これは「四輪自動車」や「新築分譲マンション」などの高額な契約に関する相談が、男性により多く見られるためである。

【図-6】性別 契約購入金額別割合(23年度上半期)

※不明等を除く



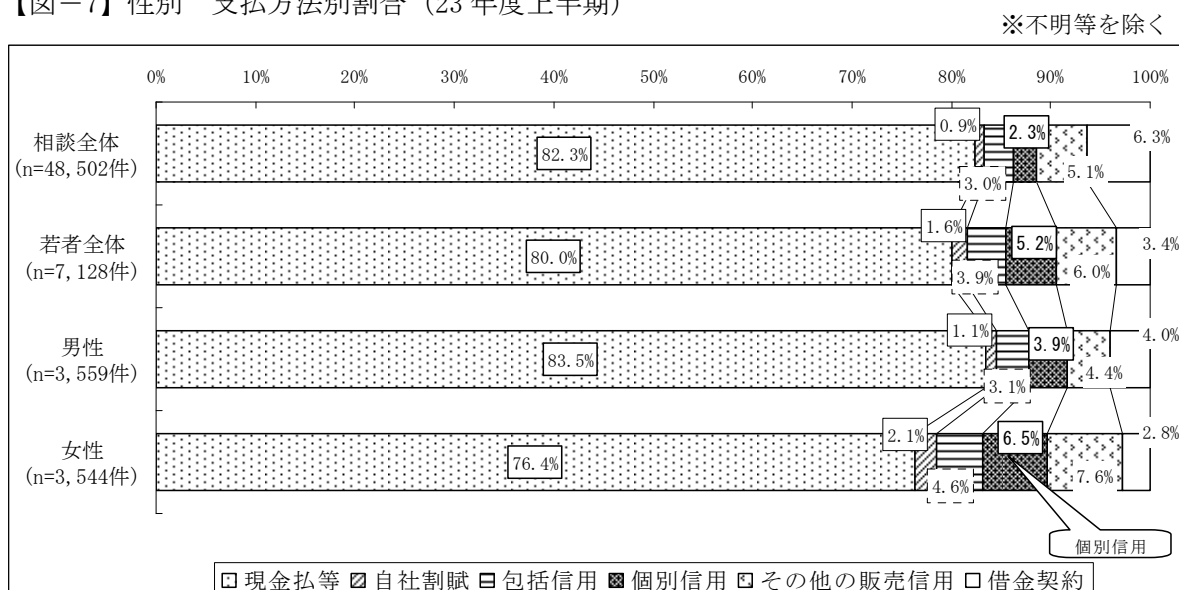
## 7. 支払方法

若者の相談について、支払方法別割合を、性別、相談全体と比較したものが「図-7」である。

若者全体でも相談全体と同様に「現金払等」が最も多く、全体の8割を占める。また、相談全体と比較すると、若者相談では販売信用(クレジット)(※)の割合が大きく、なかでも「個別信用」の割合が大きい。若者相談においては、クレジットを利用したトラブルの相談が多いことがわかる。

また、性別でみると、女性の方が販売信用の割合は大きく、なかでも「個別信用」の割合が大きい。これは、女性が個別信用を利用して、エステティックサービスなどの継続的役務提供契約をすることが多いためである。

【図-7】性別 支払方法別割合 (23年度上半期)



※「販売信用(クレジット)」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」「包括信用」「個品信用」「その他の販売信用」が該当する。

自社割賦：消費者、販売者の二者間、2か月以上3回以上の分割払い。

包括信用：消費者、販売者、信販会社等の三者間、2か月以上の立替払いで、クレジットカードを利用したもの。

個別信用：消費者、販売者、信販会社等の三者間、2か月以上の立替払いで、クレジットカードを利用しないもの。

その他の販売信用：ローン提携販売、2か月以内払い、その他の販売信用によるもの。

## 8. 若者の相談に多い販売手口等

若者の相談に多い販売手口等について、相談件数の推移を示したものが「表-6」である。

「インターネット通販」「架空・不当請求」はいずれの年度も上位を占めるが、件数はいずれも減少傾向にある。また、相談全体に占める若者の相談の割合を見ると、「インターネット通販」「架空・不当請求」「無料商法」は相談全体の4分の1が若者であるのに対し、「キャッチセールス」「アポイントメントセールス」は相談の半数以上が若者であり、特に「キャッチセールス」の若者相談の占める割合は全体の7割を超えている。

23年度上半期の若者の相談について、販売手口等別に主な商品・役務を上位5位まで示したものが「表-7」である。「インターネット通販」ではデジタルコンテンツが81.9%、「架空・不当請求」ではデジタルコンテンツが93.6%を占める。「無料商法」ではデジタルコンテンツのほか、エステティックサービスや美顔器、化粧品などの、美容に関する契約が目立つ。「サイドビジネス商法」「マルチ・マルチまがい商法」では、健康食品や化粧品が多い。「キャッチセールス」「アポイントメントセールス」では、エステティックサービスやアクセサリーのほか、タレント・モデル内職、タレント・モデル養成教室が目立っている。

【表-6】若者の相談に多い販売手口等 相談件数推移 (単位：件、複数集計)

若者相談に多い販売手口等	若者					全体	若者の相談 (23年度上半期) が占める割合
	19年度	20年度	21年度	22年度	23年度 上半期	23年度 上半期	
インターネット通販	—	—	5,893	5,826	3,178	13,092	24.3%
架空・不当請求	10,033	6,705	5,307	4,719	2,464	9,377	26.3%
無料商法	1,703	1,151	1,036	876	369	1,576	23.4%
サイドビジネス商法	924	639	538	400	253	676	37.4%
マルチ・マルチまがい商法	794	532	454	377	191	553	34.5%
キャッチセールス	991	604	481	365	153	218	70.2%
アポイントメントセールス	426	294	217	196	100	192	52.1%
全相談件数	27,720	20,692	19,030	16,697	8,137	63,839	12.7%

※「インターネット通販」は21年度に新設されたキーワードである。

【表-7】若者の相談に多い販売手口等 商品・役務別上位5位(23年度上半期) (単位：件)

	インターネット通販	3,178	架空・不当請求	2,464	無料商法	369	サイドビジネス商法	253	マルチ・マルチまがい商法	191	キャッチセールス	153	アポイントメントセールス	100
1	デジタルコンテンツ	2,603	デジタルコンテンツ	2,306	デジタルコンテンツ	254	健康食品	38	健康食品	51	エステティックサービス	26	アクセサリー	21
2	音響・映像ソフト	20	賃貸アパート	40	エステティックサービス	25	化粧品	33	化粧品	42	美顔器	23	タレント・モデル内職	12
3	コンサート	19	携帯電話サービス	8	新聞	11	他の内職・副業	26	パソコンソフト	18	タレント・モデル内職	24	タレント・モデル養成教室	9
4	商品一般	17	商品一般	8	美顔器	9	タレント・モデル内職	21	商品一般	18	絵画・書画	17	ビジネス教室	5
5	手配旅行	15	電話音声情報	8	有線テレビ放送	8	パソコンソフト	18	音響・映像ソフト	14	タレント・モデル養成教室	11	パソコンソフト	4

- インターネット通販 : インターネットによる申込を受けて商品の販売やサービスの提供を行う販売方法。  
インターネット申込による役務提供サービスや、デジタルコンテンツ提供サービスも含む。
- 無料商法 : 無料をうたって、高価な商品を売りつける商法
- サイドビジネス商法 : 「副業や内職で収入になる」などうたって契約させる商法
- マルチ・マルチまがい商法 : 販売組織に加入し、購入した商品を知人などに売ることによって組織に勧誘し、それぞれがさらに加入者を増やすことによってマージンが入るとうたって契約させる商法(連鎖販売取引)と、それに類似した商法
- キャッチセールス : 駅や繁華街等の路上で呼びとめ、近くの店等で契約を迫る商法
- アポイントメントセールス : 著しく有利な条件を強調して電話で呼び出し、商品やサービスを契約させる商法

音響・映像ソフト	4
教養娯楽教材	4
他の教室・講座	4



## 9. 相談事例

### <アダルト情報サイト／架空請求>

スマートフォンでアダルトサイトにアクセスし、動画再生ボタンを押したらいきなり有料登録となった。退会ボタンを押しても、入会金を支払わなければ退会できないと表示され、3日以内に99,800円を振り込まないとその後15万円になる、さらに6日経っても支払われないと弁護士に依頼すると書かれている。翌日、メールで再度の請求があり、本日中に入金がなければ債権回収業者に移行すると書かれていたが、どうすればよいか。（契約当事者20歳代／男性）

### <出会い系サイト／架空請求>

覚えのない出会い系サイトから携帯にメールが大量に届くようになった。退会はこちらとあったので手続きを行うと、5千円の後払い料金が発生した。これでメールが届かなくなるならと指定口座に振り込むと、今度は3万円を請求された。メールで問い合わせたが何の返答もなく、しかたなくクレジットカードで支払うと、今度は6万円の請求メールが届いた。だまされたのか。（契約当事者10代／女性）

### <エステティックサービス／無料商法>

街頭で無料脱毛と声をかけられてエステサロンへ出向いた。脱毛施術後に引き止められ、痩身エステを勧められて断りきれずに契約した。数回通ったが、やはり解約したいと申し出たところ、もう解約できない、契約内容を変更すればよいなどと提案され、結局解約できなかった。クレジットの支払いが残高不足で厳しい。どうしたら解約できるか。（契約当事者20歳代／女性）

### <タレント・モデル内職／キャッチセールス>

繁華街で「モデルに興味ないか」と声をかけられ、その場で写真を撮られて、合格発表日に事務所に電話するよう言われた。後日「合格した」と言われて事務所に出向くと、撮影代に10万5千円かかる、全額払えば登録できると言われた。とりあえず1万円だけ支払い、残金は本日中に持参する約束をしたが、帰宅後ネットでこの業者の不信な情報を見つけ、契約取り消しを申し出た。事務所は返金はできない、残金も支払ってもらおうと言う。警察に相談すると、センターを紹介された。（契約当事者20歳代／女性）

### <化粧品／マルチ・マルチまがい商法>

友人から紹介されたネットワークビジネス業者に出向いたところ、「化粧品・サプリ・ヘアケア商品を合計25万円ほど購入すれば、よいランクでスタートできる」と説明を受け、カード一括払いで購入した。紹介者がその商品を買えば3%のマーヅンが、その人が販売者になればさらに5%のマーヅンが入るといふ。帰宅して両親に話したところ、マルチ商法のように信用できないと言われたが、問題があるのだろうか。（契約当事者20歳代／女性）

## 10. 若者の相談について

若者相談は、年々減少傾向ではあるが、依然としてまだ多くの相談が寄せられている。また、契約当事者が20歳未満や学生の割合が増えるなど、相談が低年齢化している傾向にある。

若者の相談内容はインターネットのコンテンツに関するものが多く、なかでもアダルト情報サイトに関する相談件数は増加傾向にある。インターネット上で相手の顔が見えない情報があふれる中で、経験の少ない若者が気軽に契約し、または利用する過程で思わぬトラブルに会う状況が多いことが考えられる。また、美しくなりたいという願望に付け込まれたエステティックサービスや美容医療の契約に関するトラブルも、変わらず多く寄せられている。

小中学生など低年齢の子どものインターネット利用については、親がフィルタリングサービスを活用するなど、気を配る必要があるだろう。また若者自身も、インターネットの情報を過信せず、無料などという言葉を安易に信用しないことが必要である。

学校教育においても、平成23年度から順次改訂されている新学習指導要領には、新たに消費者教育が盛り込まれるなど、早い時期からの消費者教育の必要性が重要視されている。インターネットなどにより簡単に契約ができ、クレジット払いなどで支払い能力を超える契約が安易にできる環境の中で、若者にはその契約を冷静に判断し、自らの意志と支払能力の範囲内で契約するといった、自立した消費者能力を培うことが一層求められている。

東京都消費生活総合センターでは、「若者に対する悪質商法被害防止共同キャンペーン」を実施し、ポスターやリーフレット、バナー広告、東京都提供テレビ番組といった様々な方法で若者への注意を呼びかけるとともに、3月13日、14日の2日間で特別相談「若者のトラブル110番」を実施し、若者の相談に対応する。また、若者に多い相談でもある「デジタルコンテンツ」「賃貸アパート」「フリーローン・サラ金」に関するトラブルに対して、12月には特別相談「インターネット取引トラブル110番」を実施し、2月から3月にかけては、「賃貸住宅トラブル110番」「多重債務110番」を実施している。

さらに、最近急増しているスマートフォンに関するトラブルへの注意喚起のために、消費生活アドバイス「スマートフォン等で撮影した写真をブログにアップすると撮影場所が特定されることがあるので注意しましょう」等を東京都ホームページ「東京くらしWEB」にて紹介している。(http://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.jp/index.html)

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、一人で悩まずに最寄りの消費生活センターに早めに相談してほしい。