

## 「若者」の消費生活相談の概要

契約当事者が29歳以下の若者の相談（以下「若者相談」という。）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相談について、その特徴と傾向を分析する。（※）

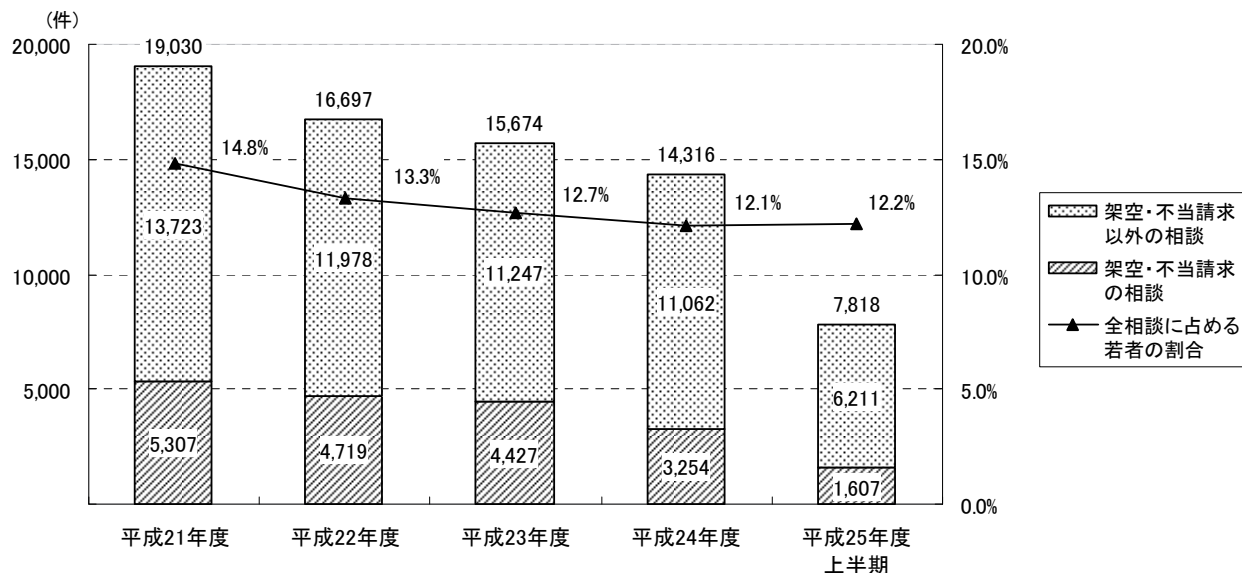
### 1 相談件数の推移

若者相談について、平成21年度からの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。

若者相談の件数は減少傾向にあり、平成24年度の相談件数は14,316件と、前年度に比べ8.7%の減少となった。また、若者相談が相談全体に占める割合で見ると、平成24年度には12.1%まで減少している。一方で、平成25年度上半期の相談件数は7,818件であり、前年同期(7,225件)と比べ8.2%の増加となった。

このほか、若者相談に占める架空・不当請求に関する相談件数も年々減少傾向にあるが、平成25年度上半期においても若者相談の2割を占めており、架空・不当請求相談の割合は依然として大きくなっている。

【図-1】若者相談 相談件数の推移



※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21年4月～平成25年9月の相談データ  
（平成25年度上半期のデータは平成26年2月1日現在の登録分）

## 2 契約当事者の属性

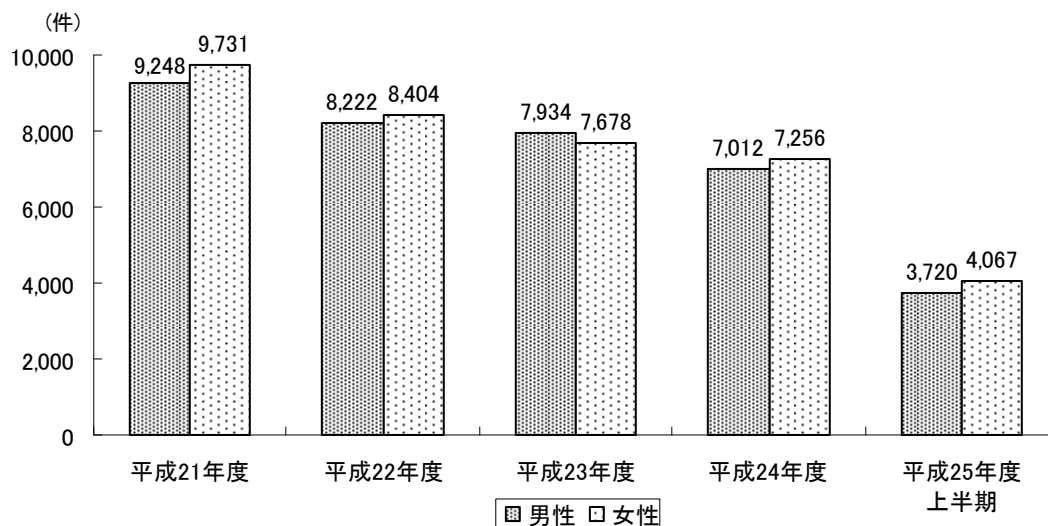
### (1) 「性別」「年代別」相談件数の推移

若者相談について、性別の相談件数の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。

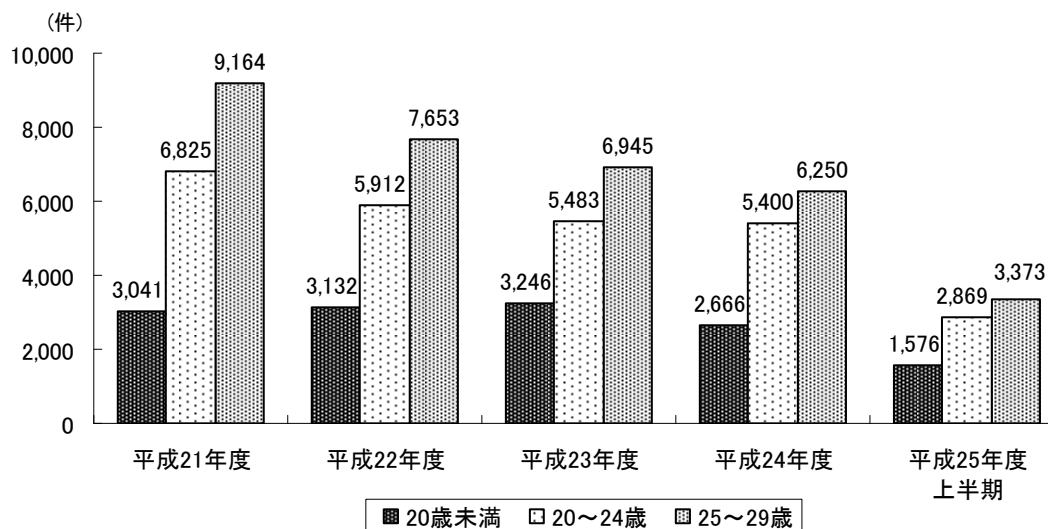
性別では男女ともに年々減少傾向にある。平成23年度には「男性」が「女性」を若干上回ったが、平成24年度以降は再び「女性」が「男性」を上回っている。

年代別推移を見ると、どの年度においても「25～29歳」からの相談件数が最も多い。また、20歳以上の年代では減少傾向となっている。「20歳未満」は年々増加傾向であったが、平成24年度は減少に転じた。なお、平成25年度上半期の「20歳未満」は前年同期(1,380件)と比べて14.2%増となり、再び増加傾向が見られる。

【図-2】 性別 相談件数の推移



【図-3】 年代別 相談件数の推移

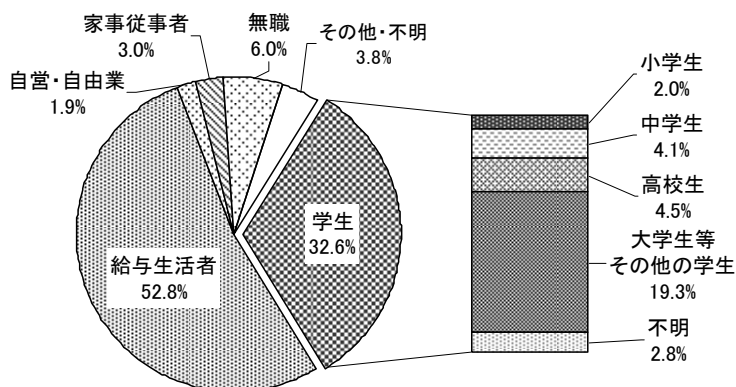


## (2) 職業別の割合

平成25年度上半期の若者相談について、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52.8%と最も多く、次に多いのが「学生」の32.6%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19.3%と最も多く、次いで「高校生」が4.5%、「中学生」が4.1%となっている。

【図-4】 職業別 相談件数の割合(平成25年度上半期)



## 3 商品・役務別

### (1) 若者相談に多い商品・役務

若者相談について、過去2年間及び平成25年度上半期の商品・役務別相談件数の上位10位を示したものが「表-1」である。

どの年度も「デジタルコンテンツ」が最も多い。相談件数は年々減少傾向であるが、若者の相談全体に占める割合は2割を超えている。また、デジタルコンテンツの相談の内訳を見ると、「アダルト情報サイト」が最も多く、平成23年度3,480件、平成24年度2,042件と、いずれも5割を超えている。平成25年度上半期は1,214件と、前年同期(997件)と比べて21.8%の増加であった。一方で、有料総合サイト利用料の架空請求などの「デジタルコンテンツ一般」は、平成25年度上半期では197件と、前年同期(331件)と比べ68.0%の減少となり落ち着きを見せている。このほか、若者相談で多く見られる商品・役務は、「賃貸アパート」「エステティックサービス」「移动通信サービス」「フリーローン・サラ金」などである。また、平成24年度以降、プロバイダ契約などの「インターネット接続回線」が上位10位以内に入っている。

【表-1】 商品・役務別上位10位

(単位:件)

	平成23年度(15,674件)		平成24年度(14,316件)		平成25年度上半期(7,818件)	
1	デジタルコンテンツ	5,128	デジタルコンテンツ	3,896	デジタルコンテンツ	1,926
2	賃貸アパート	1,414	賃貸アパート	1,308	賃貸アパート	631
3	エステティックサービス	602	移动通信サービス	516	エステティックサービス	390
4	移动通信サービス	485	エステティックサービス	514	移动通信サービス	302
5	フリーローン・サラ金	389	フリーローン・サラ金	365	フリーローン・サラ金	186
6	相談その他	302	相談その他	278	相談その他	151
7	商品一般	233	商品一般	241	インターネット接続回線	145
8	新聞	206	インターネット接続回線	238	商品一般	144
9	携帯電話	198	携帯電話	182	医療サービス	126
10	医療サービス	174	医療サービス	182	新聞	109

## (2) 性別

若者相談について、過去2年間及び平成25年度上半期の商品・役務別相談件数の上位10位を性別で示したものが「表-2」「表-3」である。

男女ともに、「デジタルコンテンツ」「賃貸アパート」「移动通信サービス」が上位を占めている。「デジタルコンテンツ」の中で最も多い相談は、男女ともにいずれの年度も「アダルト情報サイト」である。

このほか、「男性」で多いのは、「フリーローン・サラ金」「インターネット接続回線」「新聞」「携帯電話」「四輪自動車」などである。また、平成25年度上半期は投資用教材DVDなどの「映像・音響ソフト」が上位にあがっている。「女性」で多いのは、「エステティックサービス」「医療サービス」「他の理美容用具」などの美容に関する契約や、「財布類」の相談である。特に「エステティックサービス」は、エステサロン倒産等の影響により、前年同期(244件)の1.5倍となり多くの相談が寄せられている。

【表-2】 商品・役務別上位10位(男性)

(単位:件)

	平成23年度(7,934件)		平成24年度(7,012件)		平成25年度上半期(3,720件)	
1	デジタルコンテンツ	3,074	デジタルコンテンツ	2,230	デジタルコンテンツ	1,055
2	賃貸アパート	725	賃貸アパート	627	賃貸アパート	301
3	移动通信サービス	244	移动通信サービス	280	移动通信サービス	170
4	フリーローン・サラ金	242	フリーローン・サラ金	235	フリーローン・サラ金	131
5	相談その他	148	インターネット接続回線	142	インターネット接続回線	84
6	新聞	133	相談その他	129	映像・音響ソフト	81
7	四輪自動車	122	商品一般	122	相談その他	78
8	商品一般	120	新聞	110	新聞	74
9	携帯電話	92	携帯電話	96	商品一般	68
10	インターネット接続回線	83	四輪自動車	94	携帯電話	63

【表-3】 商品・役務別上位10位(女性)

(単位:件)

	平成23年度(7,678件)		平成24年度(7,256件)		平成25年度上半期(4,067件)	
1	デジタルコンテンツ	2,029	デジタルコンテンツ	1,648	デジタルコンテンツ	857
2	賃貸アパート	681	賃貸アパート	681	エステティックサービス	372
3	エステティックサービス	569	エステティックサービス	481	賃貸アパート	329
4	移动通信サービス	239	移动通信サービス	235	移动通信サービス	131
5	フリーローン・サラ金	145	相談その他	147	医療サービス	105
6	相談その他	302	フリーローン・サラ金	129	他の理美容用具	86
7	商品一般	233	タレント・モデル内職	126	商品一般	75
8	新聞	206	商品一般	116	相談その他	73
9	携帯電話	198	医療サービス	113	インターネット接続回線	61
10	医療サービス	174	他の理美容用具	99	財布類	55

### (3) 年代別

若者相談について、平成25年度上半期の商品・役務別相談件数の上位10位を年代別に示したものが「表-4」である。

どの年代も「デジタルコンテンツ」が最も多く、特に、「20歳未満」では過半数を占めている。デジタルコンテンツの中で、最も多く寄せられている相談は「アダルト情報サイト」である。「アダルト情報サイト」が「デジタルコンテンツ」全体に占める割合は、「20歳未満」では70.2%、「20～24歳」では61.1%、「25～29歳」では52.3%となっており、「20歳未満」で「アダルト情報サイト」の占める割合が最も大きくなっている。また、「移动通信サービス」は、いずれの年代も上位5位までに入っている。

このほか、大学などへの新入生を含む「20歳未満」では、「テレビ放送サービス」「新聞」「賃貸アパート」など一人暮らしを始める際に多いトラブルや「タレント・モデル内職」が目立つ。「20～24歳」では、「エステティックサービス」や美顔器等の「他の理美容用具」、美容医療等の「医療サービス」など美容に関する相談や、「映像・音響ソフト」「パソコンソフト」の投資用教材DVDの契約に関する相談も上位に入っている。また、「25～29歳」では、「賃貸アパート」「エステティックサービス」「フリーローン・サラ金」が上位を占める。

【表-4】 年代別 商品・役務別上位10位(平成25年度上半期) (単位:件)

	20歳未満(1,576件)		20～24歳(2,869件)		25～29歳(3,373件)	
1	デジタルコンテンツ	903	デジタルコンテンツ	512	デジタルコンテンツ	511
2	相談その他	37	エステティックサービス	206	賃貸アパート	420
3	テレビ放送サービス	35	賃貸アパート	193	エステティックサービス	173
4	移动通信サービス	33	移动通信サービス	124	移动通信サービス	145
5	新聞	30	映像・音響ソフト	81	フリーローン・サラ金	126
6	商品一般	20	インターネット接続回線	80	商品一般	74
7	タレント・モデル内職	19	フリーローン・サラ金	57	相談その他	64
8	賃貸アパート	18	他の理美容用具	56	医療サービス	62
9	携帯電話	16	パソコンソフト	53	インターネット接続回線	52
10	運動ぐつ	14	医療サービス	50	運動ぐつ	49

### (4) 若者相談が占める割合の大きい商品・役務

若者相談が占める割合の大きい商品・役務について、過去2年間及び平成25年度上半期の相談件数の上位10位を示したものが「表-5」である。

どの年度も「タレント・モデル内職」「タレント・モデル養成教室」の割合が上位を占めている。また、平成24年度以降は、投資用教材DVDの「映像・音響ソフト」「パソコンソフト」が上位に入っており、若者が勧誘の主な対象とされていることがうかがえる。このほか、「エステティックサービス」や美顔器等の「他の理美容用具」、美容医療等の「医療サービス」など美容に関する相談、「財布類」「運動ぐつ」などインターネット通販の相談の割合が大きくなっている。また、「賃貸アパート」「テレビ放送サービス」「新聞」「インターネット接続回線」など一人暮らしに多いトラブルも依然として大きな割合を占めており、若者に特徴的な相談としてあげられる。

【表-5】 若者相談が占める割合の大きい商品・役務 上位10位 (単位:件)

	平成23年度	若者の 相談割合	平成24年度	若者の 相談割合	平成25年度上半期	若者の 相談割合
1	タレント・モデル内職	77.0%	タレント・モデル内職	80.0%	タレント・モデル養成教室	79.8%
2	エステティックサービス	49.9%	タレント・モデル養成教室	69.1%	他の理美容用具	58.0%
3	デジタルコンテンツ	28.5%	エステティックサービス	45.3%	エステティックサービス	45.1%
4	賃貸アパート	21.1%	音響・映像ソフト	25.3%	財布類	42.0%
5	移动通信サービス	20.5%	デジタルコンテンツ	23.5%	音響・映像ソフト	36.4%
6	携帯電話	18.8%	賃貸アパート	21.5%	運動ぐつ	30.1%
7	医療サービス	18.0%	移动通信サービス	20.3%	デジタルコンテンツ	25.0%
8	新聞	17.8%	テレビ放送サービス	18.8%	パソコンソフト	21.3%
9	テレビ放送サービス	16.7%	インターネット接続回線	18.0%	賃貸アパート	20.9%
10	四輪自動車	15.8%	携帯電話	16.7%	テレビ放送サービス	20.4%

#### 4 相談内容

若者相談について、平成25年度上半期の内容キーワード別相談件数の上位10位を若者全体及び年代別で示したものが「表-6」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」が上位を占める。これは、アダルト情報サイトや有料総合サイトなどの利用料金等の架空・不当請求の相談が多いためである。また、「電子広告」は前年同期(582件)と比べて上位にあがっており、インターネット広告をきっかけに商品購入や契約をしたという相談の増加が見られる。

年代別で見ると、20歳未満では「インターネット通販」が最も多く、次に「未成年者契約」「不当請求」「ポルノ・風俗」「高価格・料金」が上位を占め、アダルト情報サイトの架空請求や、オンラインゲームの高額アイテムの購入に関する相談が多い。20～24歳では「解約一般」が最も多く、このほか「クーリングオフ一般」が上位に入っている。エステティックサービスや投資用教材DVDなどの解約に関する相談が目立つ。25～29歳では、「解約一般」「インターネット通販」「返金」が上位を占めるほか、「約束不履行」「説明不足」「連絡不能」などが上位に入っており、賃貸アパート退去時の高額な原状回復費用の請求に関する相談や、インターネット通販での商品購入トラブルが目立つ。

【表-6】 内容キーワード上位10位(平成25年度上半期) (単位:件)

	若者 全体(7,818 件)		20 歳未満(1,576 件)		20～24 歳(2,869 件)		25～29 歳(3,373 件)	
1	インターネット通販	2,854	インターネット通販	1,046	解約一般	957	解約一般	1,012
2	解約一般	2,257	未成年者契約	958	インターネット通販	810	インターネット通販	998
3	不当請求*	1,607	不当請求*	689	高価格・料金	558	返金	751
4	返金	1,442	ポルノ・風俗	605	返金	536	不当請求*	466
5	高価格・料金	1,330	高価格・料金	333	不当請求*	452	高価格・料金	439
6	ポルノ・風俗	1,152	解約一般	288	ポルノ・風俗	296	電子広告	346
7	未成年者契約	976	返金	155	電子広告	271	契約書・書面一般	310
8	電子広告	705	クレジットカード	123	クーリングオフ一般	259	約束不履行	281
9	契約書・書面一般	637	強引	101	強引	258	説明不足	276
10	強引	559	プライバシー	98	契約書・書面一般	254	連絡不能	264

\* は上位キーワードで集計したもの

(複数選択項目)

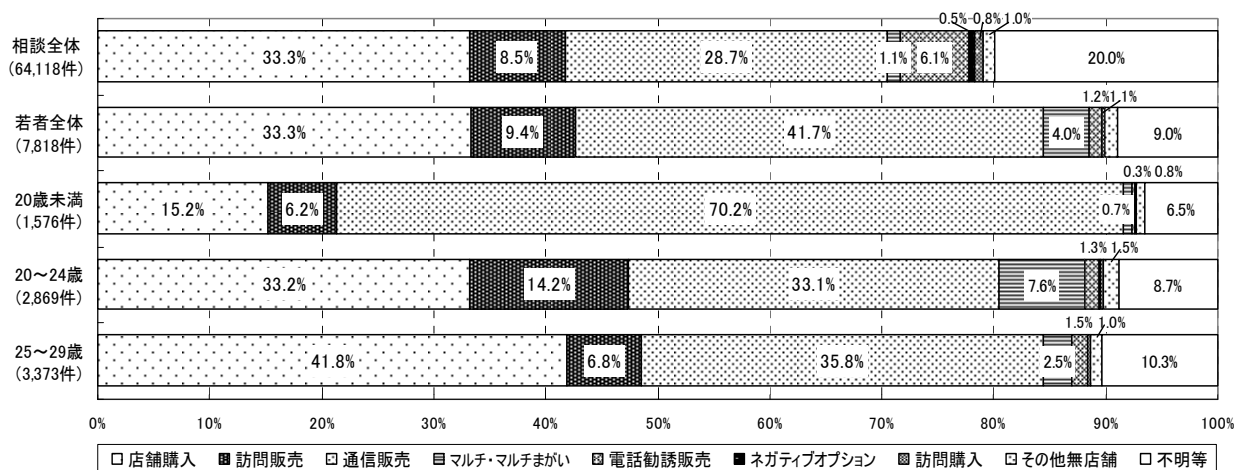
## 5 販売購入形態

平成25年度上半期の相談について、相談全体と若者全体及び年代別で、販売購入形態別の割合を示したものが「図-5」である。

若者全体では、「通信販売」の割合が41.7%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、アダルト情報サイトの利用料金等の架空・不当請求に関する相談が多いためである。「マルチ・マルチまがい」の相談については、若者の割合が大きくなっており、相談全体の1.1%に対して、4.0%となっている。

年代別で見ると、20歳未満では、「通信販売」の割合が70.2%と非常に大きい。20～24歳では、「訪問販売」の相談が14.2%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7.6%と、若者の他の年代と比較して多い。25～29歳では、「店舗購入」の相談が41.8%と多く寄せられている。

【図-5】 販売購入形態別割合(平成25年度上半期)

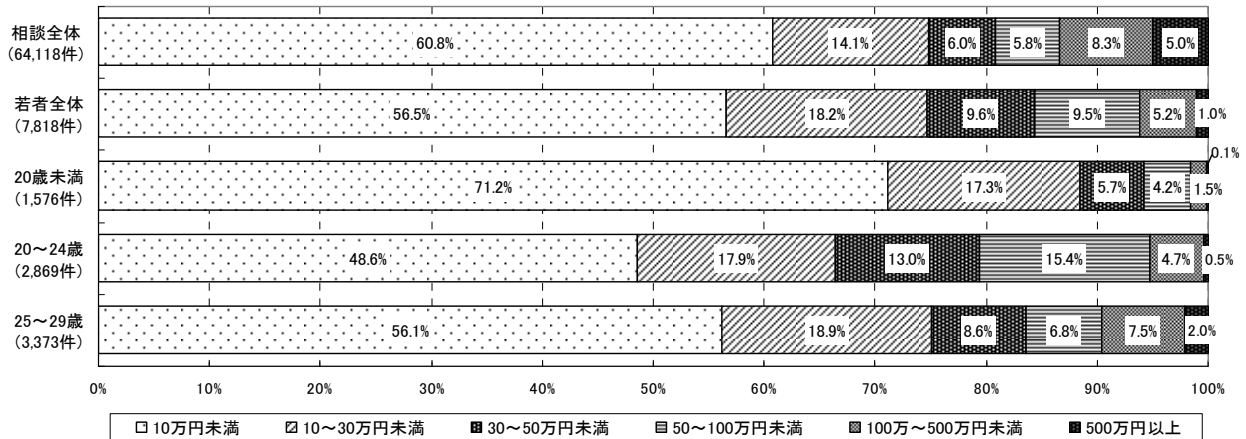


## 6 契約購入金額

平成25年度上半期の相談について、相談全体と若者全体及び年代別で、契約購入金額の割合を示したものが「図-6」である。

契約購入金額の区分別で見ると、「10万円未満」では20代未満の割合が他の年代と比べ大きくなっている。これは、アダルト情報サイトの架空請求やインターネット通販でのスニーカー等の購入など、金額が比較的低い相談が多く見られるためである。「10～30万円未満」「30～50万円未満」では、どの年代も相談全体と比べて割合が大きくなっている。これは、賃貸アパートの原状回復費や美容関連サービス、タレント・モデル契約など若者全体に多く見られる相談の契約金額がこの区分に該当するためである。「50～100万円未満」では、20～24歳の割合が他の年代と比べ大きくなっている。これは、投資用教材DVDの契約金額がこの区分に該当し、20歳以上の大学生からの相談が多く寄せられたためである。「100～500万円未満」「500万円以上」では25～29歳の割合が他の年代と比べ大きくなっている。「100～500万円未満」ではフリーローン・サラ金からの借入れによる多重債務の相談や、結婚式場の契約及びキャンセルに関する相談が多く、「500万円以上」では、住宅工事や新築分譲マンション、投資用中古マンションなどの高額な契約に関する相談が多く見られる。

【図-6】 契約購入金額別割合(平成25年度上半期)



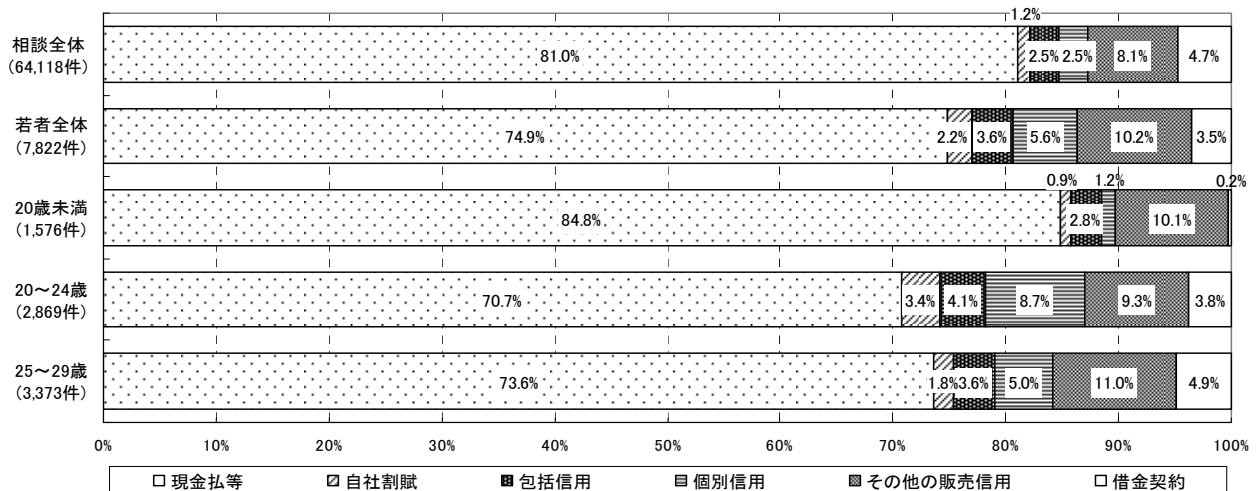
## 7 支払方法

平成25年度上半期の相談について、相談全体と若者全体及び年代別で、支払方法の割合を示したものが「図-7」である。

若者全体で見ると、相談全体と同様に「現金払等」の割合が最も大きく、全体の8割近くを占める。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、中でも「個別信用」の割合が大きい。また、「その他の販売信用」のうち9割以上を占める「2か月内払い」のほとんどがクレジットカードを利用しており、若者相談では、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。

年代別で見ると、20歳未満では「現金払等」の割合が最も多いが、このほかに「その他の販売信用」が1割を占める。これは、オンラインゲームで親のクレジットカードを利用し、有料アイテムを購入したといった相談が多いためである。20歳以上では販売信用の割合は大きく、中でも「個別信用」の割合が大きい。これは、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やスマートフォンの分割払い契約を結ぶケースが多いためである。

【図-7】 支払方法別割合(平成25年度上半期)



(不明等を除く)  
 ※「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」「個別信用」「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か月超の立替払いで、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か月超の立替払いで、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か月内払い、他の販売信用によるもの。



## 8 若者相談に多い販売方法・商法

### (1) 相談件数推移

若者相談について、過去4年間及び平成25年度上半期の相談件数の推移と相談全体に占める割合を、若者相談に多い販売方法・商法別に示したものが「表-7」である。

「インターネット通販」「架空・不当請求」は、どの年度も上位を占める。「インターネット通販」は、平成24年度にアダルト情報サイトの相談が減少した影響により減少となったが、平成25年度上半期はスニーカーや財布などの購入トラブルが増加したため、再び増加傾向となっている。

また、「クレ・サラ強要商法」は、投資用教材DVDの契約に関する相談が増加したことにより、平成25年度上半期は前年同期(90件)と比べ、2.3倍と大きく増加している。

相談全体に占める若者相談の割合を見ると、「インターネット通販」「架空・不当請求」は相談全体の2割が若者であるのに対し、「アポイントメントセールス」は相談全体の約7割、「キャッチセールス」は約8割、「クレ・サラ強要商法」は約9割を若者が占めている。

【表-7】 若者相談に多い販売方法・商法別 相談件数推移 (単位:件)

	若者相談					相談全体	若者相談が占める割合 (25年度上半期)
	平成21年度	平成22年度	平成23年度	平成24年度	平成25年度上半期	平成25年度上半期	
インターネット通販	5,893	5,826	5,967	5,104	2,854	12,206	23.4%
架空・不当請求	5,307	4,719	4,427	3,254	1,607	7,359	21.8%
無料商法	1,036	876	671	625	425	1,511	28.1%
サイドビジネス商法	538	400	520	555	370	683	54.2%
マルチ・マルチまがい商法	454	377	443	464	316	585	54.0%
クレ・サラ強要商法	125	100	210	229	209	236	88.6%
キャッチセールス	481	365	318	332	206	267	77.2%
アポイントメントセールス	217	196	210	304	163	238	68.5%

(複数選択項目)

### (2) 主な商品・役務

平成25年度上半期の若者相談について、販売方法・商法別に主な商品・役務の上位10位を示したものが「表-8」である。

「インターネット通販」では、デジタルコンテンツが63.2%を占めているほか、前年同期と比べて、運動ぐつや財布類、婦人用バッグ等の購入トラブルに関する相談件数の増加が目立つ。

「架空・不当請求」では、デジタルコンテンツが88.5%を占めているほか、賃貸アパートの原状回復費用や覚えのない買い物の代金請求に関する相談等の商品一般などが目立つ。

「無料商法」では、デジタルコンテンツの相談が5割近くを占めているほか、エステティックサービスや美顔器、化粧品など美容に関する契約やミネラルウォーターの相談が目立つ。

「サイドビジネス商法」「マルチ・マルチまがい商法」「クレ・サラ強要商法」では、投資用教材DVDの契約に関する相談が増加している。このほか、健康食品や化粧品の相談件数が多い。

「キャッチセールス」「アポイントメントセールス」では、共通して目立つのが美顔器やエステティックサービスなど美容に関する相談、モデル事務所への登録料、レッスン教室、写真撮影代などの高額請求に関する相談などとなっている。また、画廊や宝石店で長時間勧誘を受けたなどの契約トラブルの相談が目立つ。

【表－8】 若者相談に多い販売方法・商法別商品・役務別上位10位（平成25年度上半期）

インターネット通販(2,854件)		架空・不当請求(1,607件)		無料商法(425件)		サイドビジネス商法(370件)		
1	デジタルコンテンツ	1,803	1 デジタルコンテンツ	1,422	1 デジタルコンテンツ	208	1 音響・映像ソフト	53
2	運動ぐつ	98	2 賃貸アパート	33	2 エステティックサービス	51	2 健康食品	39
3	財布類	69	3 商品一般	23	3 ミネラルウォーター	31	3 パソコンソフト	31
4	婦人用バッグ	43	4 電話音声情報	9	4 美顔器	26	4 化粧品	28
5	腕時計	36	5 インターネット接続回線	7	5 化粧品	13	5 商品一般	28
6	靴	32	6 モバイルデータ通信	7	6 携帯電話サービス	9	6 他の内職・副業	24
7	身の回り品その他	26	7 携帯電話サービス	7	7 新聞	8	7 教養娯楽教材	21
8	健康食品	22	8 興信所	7	8 モバイルデータ通信	7	8 ビジネス教室	20
9	パソコンソフト	22	9 タレント・モデル養成教室	5	9 健康食品	6	9 タレント・モデル内職	17
10	商品一般	20	10 役務その他サービス	5	10 医療サービス	6	10 デジタルコンテンツ	15

マルチ・マルチまがい商法(316件)		クレ・サラ強要商法(209件)		キャッチセールス(206件)		アポイントメントセールス(163件)		
1	音響・映像ソフト	57	1 音響・映像ソフト	46	1 美顔器	58	1 音響・映像ソフト	21
2	健康食品	56	2 パソコンソフト	33	2 エステティックサービス	40	2 エステティックサービス	21
3	商品一般	38	3 エステティックサービス	24	3 絵画・書画	18	3 アクセサリー	18
4	化粧品	35	4 教養娯楽教材	18	4 ミネラルウォーター	16	4 パソコンソフト	14
5	パソコンソフト	31	5 ビジネス教室	11	5 タレント・モデル内職	14	5 タレント・モデル内職	13
6	ビジネス教室	18	6 美顔器	9	6 タレント・モデル養成教室	10	6 精神修養講座	11
7	教養娯楽教材	18	7 化粧品	7	7 化粧品	7	7 タレント・モデル養成教室	9
8	他の内職・副業	10	8 他の教室・講座	7	8 撮影サービス	6	8 美顔器	9
9	他の台所用品	5	9 パチンコ関連内職	5	9 医療サービス	5	9 ビジネス教室	5
10	美顔器	3	10 他の内職・副業	5	10 外国語・会話教室	5	10 教養娯楽教材	5

- 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、高額な商品売りつける商法
- サイドビジネス商法  
「副業や内職で収入になる」などと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り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
- クレ・サラ強要商法  
売買契約の際に無理やりサラ金等から借金をさせたり、クレジット契約を組ませたりする商法
- 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

## 9 相談事例

### 事例1：アダルト情報サイト(架空請求、プライバシー)

事業者から「アダルトサイトにアクセスした記録があるが、料金が未払いである」と電話が来た。記憶がないと言ったが、和解申請の手続きに入ると言われ、名前、生年月日、携帯電話番号、住所、職場の住所と電話番号等をすべて話してしまった。今日中に代金を現金書留で送るように言われた。明日になると2倍の金額に値上がりするという。その後、ネットで調べると、それに対処するという調査会社を見つけた。電話をすると、「個人情報止めてあげるの、そのための内容証明送付代を支払うように」という。だんだん不審になった。(20歳代/女性)

## 事例2：財布(インターネット通販、約束不履行)

ネット通販サイトでブランドの財布が「在庫あり」となっていたので申し込み、その日のうちに中国人風の名義人の口座へ代金を振り込んだ。入金を確認できたので商品を配送するとのメールがあったので待っていたが届かず、催促のメールをしたら「申し訳ない。早急に送ります」と返信があったがそれでも届かなかった。後日、事業者から「在庫切れなので他の商品に変更してほしい」とメールが届いた。他の物ならいらないので返金してほしい。(10歳代/男性)

## 事例3：投資用教材DVD(サイドビジネス商法、クレ・サラ強要商法、販売目的隠匿)

大学のサークルの友人に話したいことがあるとカフェに誘われ、「投資で儲かったのでやらないか」と投資用教材DVDを勧められた。友人もやっていると聞き、安心感があったため契約してもいいと思った。「高額で払えない」と言うと、学生ローンを紹介され「英会話教室に通うと言って借金するように」と嘘の借入目的を言うように言われた。翌日、学生ローンからの借金と貯金を合わせた教材代金を喫茶店で渡し契約した。後から冷静になり、親や友人に相談したら不審だと言われ、解約した方がいいと言われた。(20歳代/男性)

## 事例4：エステティックサービス、タレントモデル内職(キャッチセールス、サイドビジネス商法)

繁華街で声をかけられモデル事務所に行った。靴モデルとしてネットにアップするので、今後モデルとして採用されればギャラが入ってくる。そのギャラがエステの代金と同額なので、実質的には無料でエステを受けるということになると言われ、エステサービスの契約をしてしまった。決済はクレジットカードで行うことにした。腑に落ちないのでネットで事業者の検索をしたところ、非常に問題が多いことがわかった。翌日、解約を申し出たら、クレジットをキャンセルすると言われたが不安である。(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。

若者相談の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、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、社会経験の少ない若者が気軽に契約し、又は利用する過程で思わぬトラブルに遭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、相変わらず多く寄せられている。

小中学生など低年齢の子供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したり、親子で利用ルールを作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」「格安」などという言葉を手易に信用しないことが必要である。

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、自立した消費行動力を培うことが一層求められている。

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欲しい。また、トラブルに遭った場合は、インターネット上の情報だけを頼りにしたり、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欲しい。