

## 「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）

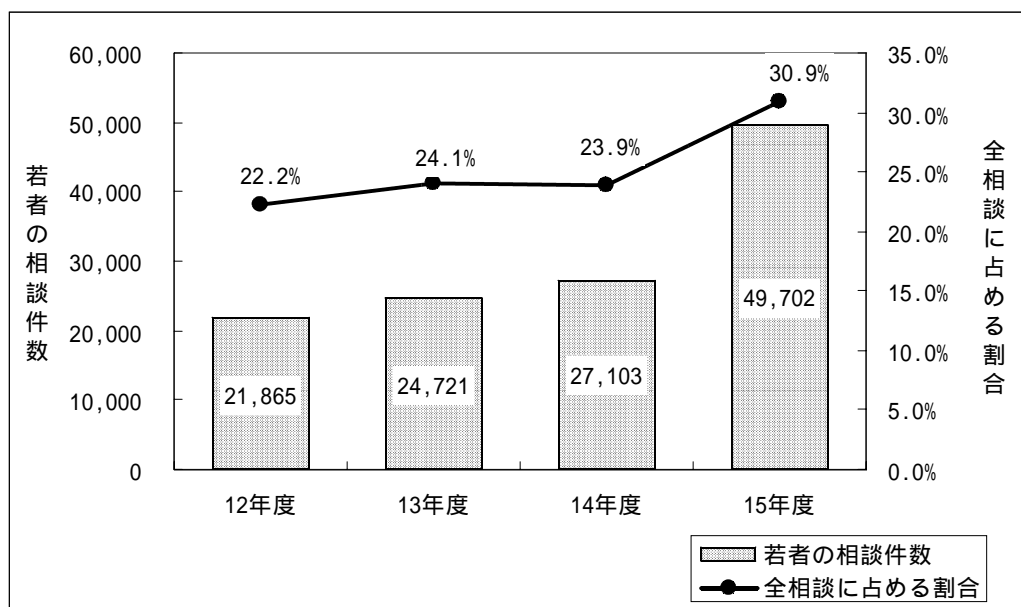
分析データ：東京都消費生活総合センター及び都内区市町村の消費者相談窓口で受け付けた平成12年4月～16年3月（4年間）の相談データ

ただし、ここで取り上げた相談事例は、平成16年10月～16年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、15年度に急激な件数の増加が見られる。全相談に占める割合も30.9%と3分の1近くを占めるまでに上昇している。これは、有料サイト料金等の架空・不当請求の相談が急増したことが要因である。

【図 - 1】「若者」に関する相談件数の推移



## 2. 商品・役務

「若者」の相談について商品・役務別に上位10位まで示したのが「表 - 1」である。

13年度以降、1位は各年度とも「電話情報提供サービス」であるが、15年度においては相談件数が前年度の6倍近くにまで急増している。また2位の「オンライン等関連サービスその他」や6位の「オンライン情報サービス」の増加も有料サイト等の利用料金の架空・不当請求の増加によるものである。

また10位に「複合サービス会員」が挙がっているが、これは二次被害によるものが多いと思われる。（\*二次被害…過去に悪質商法の被害にあった消費者を再度勧誘する販売手口）

【表 - 1】商品・役務別相談件数上位10位

順位	12年度		13年度		14年度		15年度	
1	エステティックサービス	1,678	電話情報提供サービス	2,463	電話情報提供サービス	3,992	電話情報提供サービス	23,081
2	化粧品	1,368	化粧品	1,493	賃貸アパート	1,754	オンライン等関連サービスその他	2,105
3	賃貸アパート	1,345	賃貸アパート	1,424	フリーローン・サラ金	1,527	フリーローン・サラ金	2,092
4	文具・事務用品	942	エステティックサービス	1,242	エステティックサービス	1,396	賃貸アパート	2,087
5	フリーローン・サラ金	870	フリーローン・サラ金	1,037	化粧品	1,287	化粧品	1,354
6	アクセサリ	829	文具・事務用品	1,035	アクセサリ	1,045	オンライン情報サービス	1,291
7	新聞	784	アクセサリ	926	文具・事務用品	833	エステティックサービス	1,172
8	資格講座	701	新聞	861	学習教材	824	アクセサリ	871
9	複合サービス会員	621	学習教材	735	健康食品	643	学習教材	789
10	絵画・書画	565	資格講座	642	国際電話	626	複合サービス会員	736

## 3. 相談内容

相談内容についてキーワード別に上位10位まで示したのが「表 - 2」である。

15年度においては「不当請求」が前年度の5倍近くにまで急増している。その他のキーワードも「不当請求」に関連したものが上位を占めている。

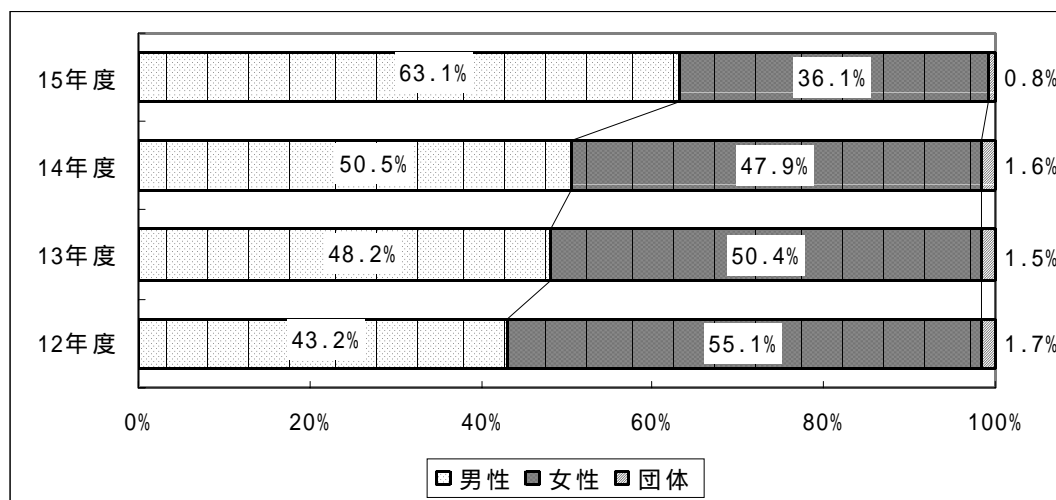
【表 - 2】受付キーワード上位10位

順位	12年度		13年度		14年度		15年度	
1	解約	7,098	解約	7,147	解約	7,412	不当請求	26,675
2	ケリング・㊠	3,983	ケリング・㊠	4,501	不当請求	5,509	ホッル・風俗	12,838
3	高価格・料金	2,845	高価格・料金	3,582	ケリング・㊠	3,947	インターネット	11,200
4	キャッセル	2,261	不当請求	3,510	高価格・料金	3,911	高価格・料金	8,335
5	アソシエイト	2,022	キャッセル	2,575	返金	2,547	未成年者契約	7,601
6	電話勧誘	1,986	電話勧誘	2,257	インターネット	2,544	解約	6,959
7	不当請求	1,859	返金	2,000	未成年者契約	2,436	債権回収業者	6,140
8	返金	1,833	アソシエイト	1,992	キャッセル	2,393	強迫	4,423
9	信用性	1,822	インターネット	1,878	電話勧誘	2,088	ケリング・㊠	3,362
10	強引	1,497	未成年者契約	1,828	強引	1,917	遅延金	3,132

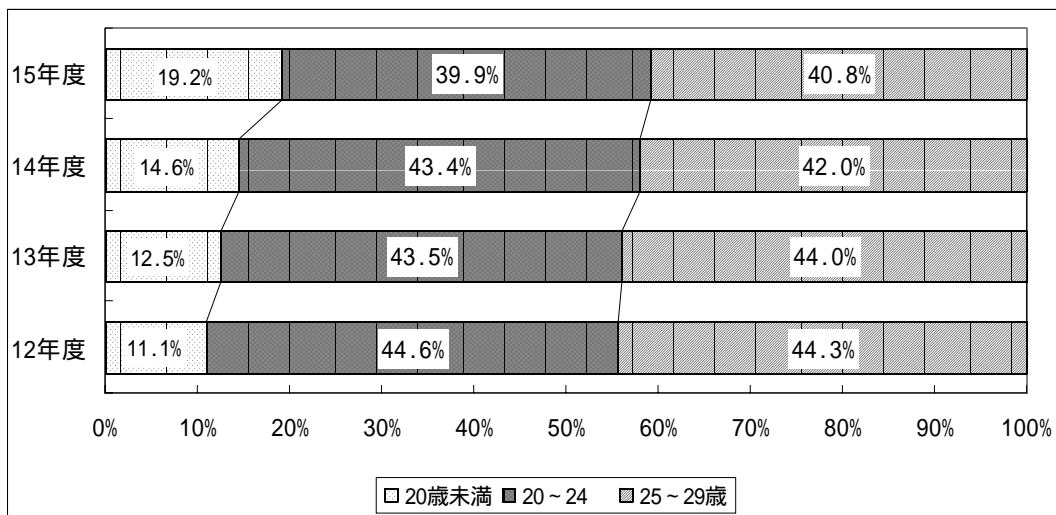
#### 4. 契約当事者の属性

契約当事者の属性について、性別、年代別詳細について示したのが「図 - 2」、「図 - 3」である。性別では、年々「男性」の割合が上昇している。特に15年度はその傾向が顕著である。年代別詳細では、「20歳未満」の割合の上昇が著しく15年度は2割近くを占めている。これは携帯電話等への架空・不当請求の増加が要因と思われる。

【図 - 2】契約当事者性別割合



【図 - 3】契約当事者年代別割合

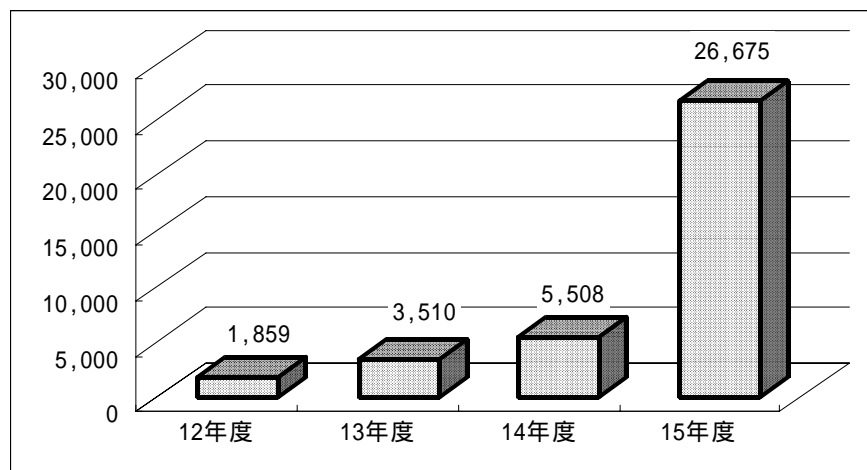


## 5. 「若者」の相談に多い販売形態

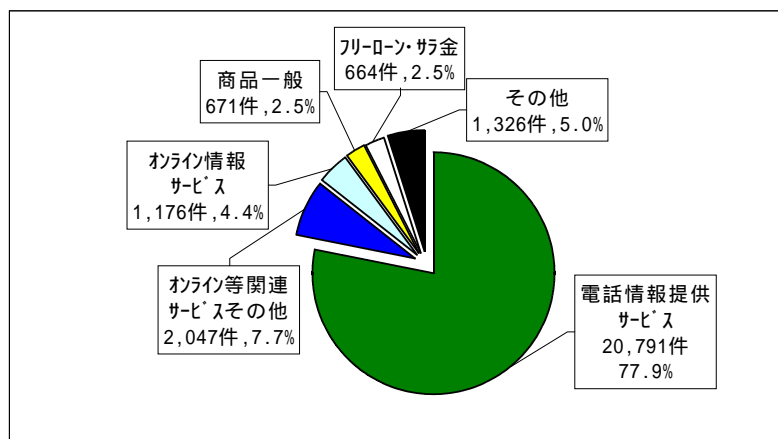
### (1) 架空・不当請求

若者の相談のうち、架空・不当請求の相談に付与するキーワード「不当請求」に関する相談件数を示したのが「図 - 4」である。15年度においては、前年度の4.8倍と急激な増加が見られる。

【図 - 4】「不当請求」相談件数



【図 - 5】「不当請求」商品・役務別内訳（平成15年度）

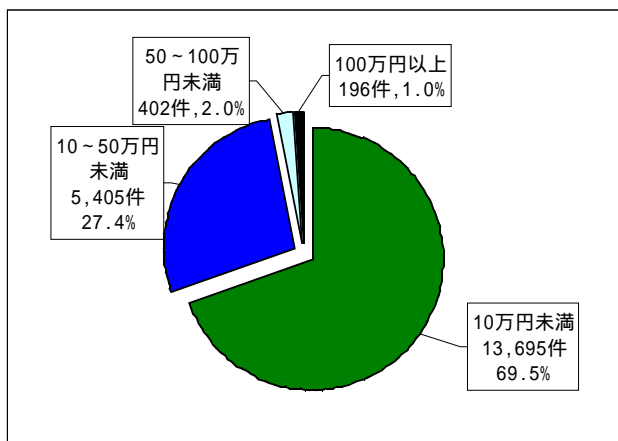


若者の「不当請求」の相談を商品・役務別に見ると、「電話情報提供サービス」、「オンライン等関連サービスその他」、「オンライン情報サービス」で9割を占めており、有料サイト利用料金等の不当請求が圧倒的に多いことがわかる。(図 - 5)

【表 - 3】「不当請求」平均請求金額（単位：円）

平成12年度	平成13年度	平成14年度	平成15年度
185,700	178,700	163,000	119,100

【図 - 6】「不当請求」請求金額別割合（平成15年度）



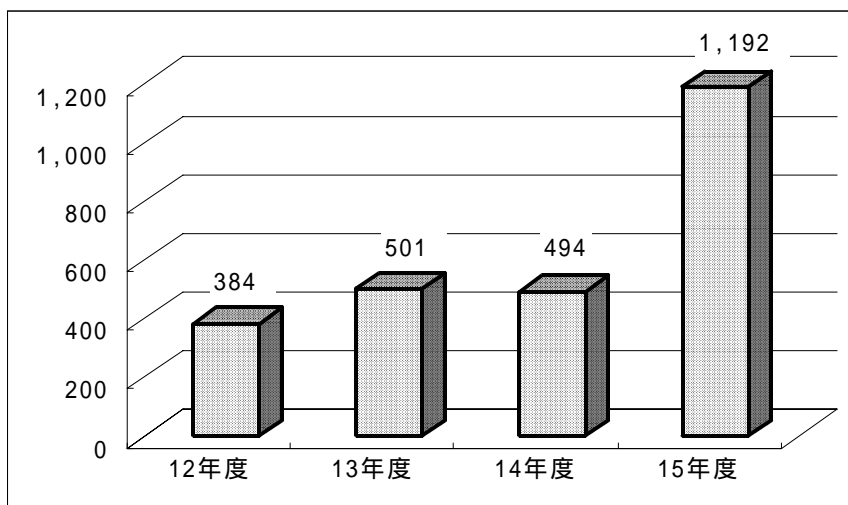
平均請求金額は「表 - 3」に示すとおり、12年度以降、年々低くなっており、請求金額別割合も「10万円未満」の占める割合が約7割と高くなっている。（図 - 6）これは有料サイト利用料金等の不当請求が増加し、サラ金等の不当請求に比べ、比較的、1件あたりの請求金額が低いと思われる。しかし、一度支払ってしまった場合など、次々と高額な請求が来るケースも多く見られる。

## （2）二次被害

「二次被害」とは、過去に悪質商法の被害にあったことのある消費者を再度勧誘する販売手口であるが、若者に関する相談のうち、「架空・不当請求」の急増に次いで顕著なのが、この「二次被害」の相談件数の急増である。15年度においては前年度の2.4倍にも上っている。（図 - 7）

これは、「表 - 4」に示すとおり、旅行や飲食等が格安になるとうたう「複合サービス会員」のトラブルが急増していることが要因と思われる。相談事例を見ると、「解約したはずなのに会費が未納である」、「不良会員なので裁判を起こされる可能性がある」などと虚偽の説明で誘引し、新たな契約をさせるケースが多く見られる。また有料サイト等の利用料金の架空・不当請求で一度支払った消費者に「まだ未払い分がある」などと再度請求が来る「電話情報提供サービス」のトラブルの急増も一因と見られる。

【図 - 7】二次被害相談件数



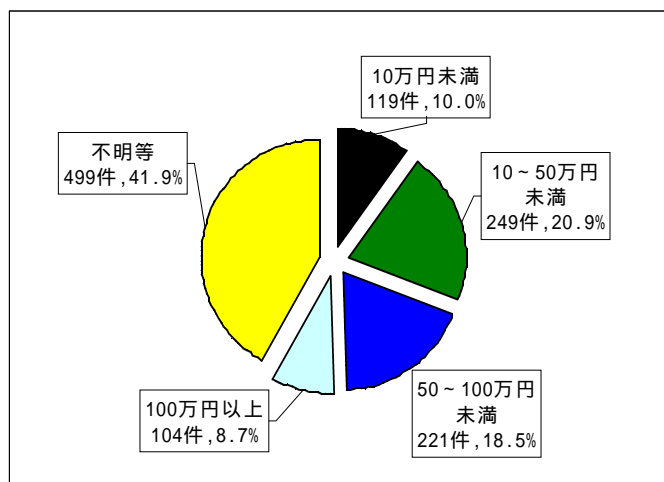
【表 - 4】「二次被害」商品・役務別相談件数

順位	12年度		13年度		14年度		15年度	
1	絵画・書画	158	教室・講座	176	教室・講座	118	複合サービス会員	309
2	学習教材	46	学習教材	105	学習教材	97	電話情報提供サービス	215
3	アクセサリ	45	アクセサリ	51	複合サービス会員	90	教室・講座	131
4	複合サービス会員	33	複合サービス会員	49	アクセサリ	64	学習教材	113
5	絵画・書画	21	絵画・書画	22	商品一般	21	アクセサリ	99

【表 - 5】「二次被害」平均契約購入金額（単位：円）

平成12年度	平成13年度	平成14年度	平成15年度
767,700	632,400	682,100	574,300

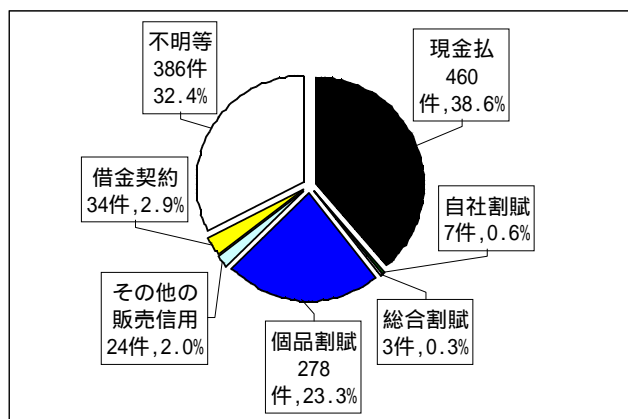
【図 - 8】「二次被害」契約購入金額別割合（平成15年度）



平均契約購入金額は15年度に50万円代に下がっているものの各年度とも高額である。（表 - 5）

契約購入金額別の割合を見ると、「10～50万円未満」と「50～100万円未満」で約4割を占めているが、「100万円以上」の高額な契約も8.7%を占めている。（図 - 8）

【図 - 9】「二次被害」支払方法別割合（平成15年度）

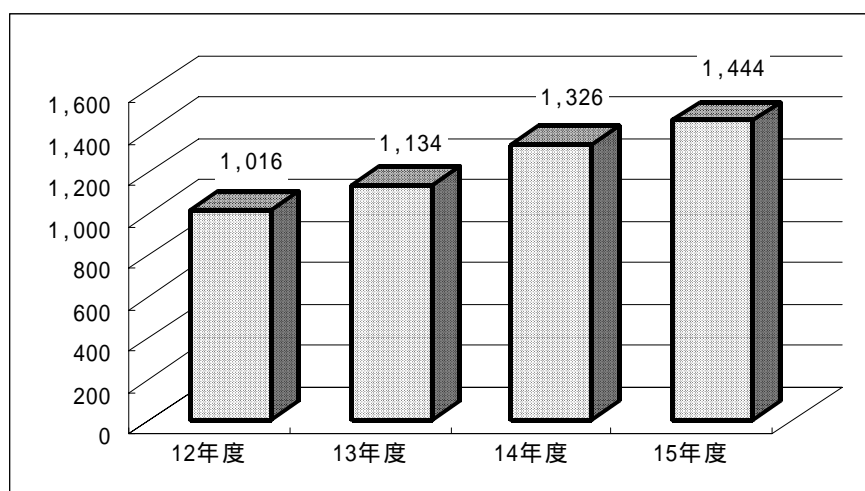


「二次被害」の相談について支払方法別に割合を示したのが「図 - 9」である。「現金払」が最も多く約4割を占めている。次いで「個人割賦」が2割以上と多くなっている。

### （3）マルチ商法

若者のマルチ商法に関する相談件数は年々増加傾向が顕著である。15年度においては大学生のマルチ商法によるトラブルが増加したことが特徴的である。（図 - 10）

【図 - 10】「マルチ商法」相談件数



マルチ商法で扱われる商品・役務について上位5位まで示したのが「表 - 6」である。各年度とも「化粧品」、「健康食品」が上位を占めているが、15年度においては、その他の上位の商品として、「浄水器」、「内職・副業」が挙がっている。「内職・副業」の事例には、事業展開の権利を取得するネットワークビジネスだという代理店内職が多く見られる。

【表 - 6】「マルチ商法」商品・役務別相談件数

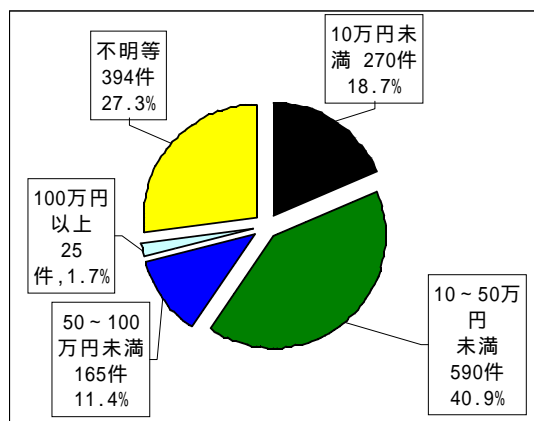
順位	12年度		13年度		14年度		15年度	
1	化粧品	164	健康食品	226	健康食品	329	化粧品	443
2	健康食品	153	化粧品	206	化粧品	317	健康食品	313
3	美顔器	85	文具・事務用品	178	文具・事務用品	136	浄水器	131
4	商品一般	79	美顔器	73	商品一般	54	商品一般	96
5	文具・事務用品	73	内職・副業	54	自動車用品	52	内職・副業	75

【表 - 7】「マルチ商法」平均契約購入金額（単位：円）

平成12年度	平成13年度	平成14年度	平成15年度
419,300	471,000	411,300	309,100

平均契約購入金額は、14年度までは40万円代であったが、15年度は30万円代に下がっている。これは学生をターゲットにしたマルチ商法の被害が多かったことから、1件あたりの契約購入金額が比較的低額であったためと思われる。（表 - 7）

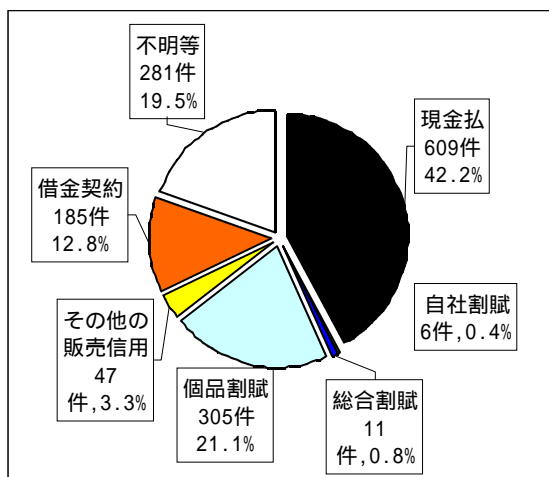
【図 - 11】「マルチ商法」契約購入金額別割合（平成15年度）



契約購入金額別の割合を見ると「10～50万円未満」の占める割合が約4割と最も高く、「10万円未満」の占める割合が約2割と続いている。（図 - 11）



【図 - 12】「マルチ商法」支払方法別割合（平成15年度）



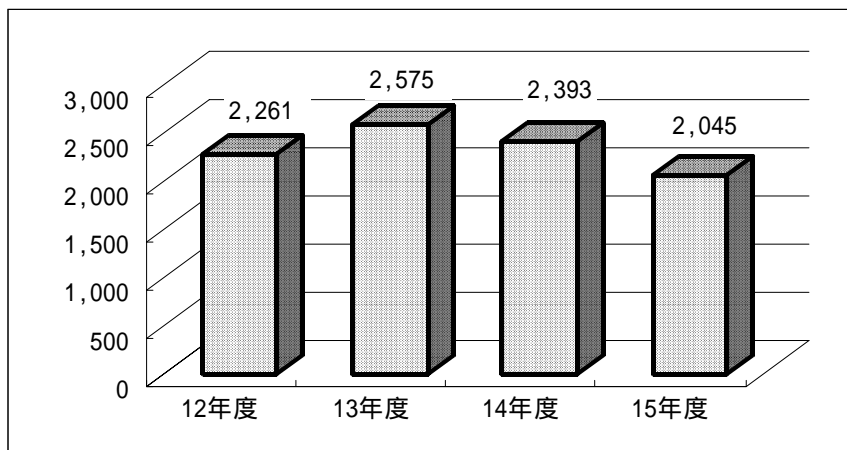
支払方法別では、「現金払」が約4割と最も高くなっており、次いで「個品割賦」が約2割と続いている。また「借金契約」も1割を超えているが、契約の際に「学生ローン」を勧められているケースが多い。（図 - 12）

#### （4）キャッチセールス

若者の「キャッチセールス」の相談件数は14年度以降、減少が見られる。（図 - 13）

これは、架空・不当請求に関する相談の急激な増加の影響と見られ、キャッチセールスの被害は引き続き多いと思われる。ただし、平成16年11月の特定商取引法改正により、勧誘に先立って販売目的を告げることが義務付けられたため、今後は被害が少なくなることが期待される。

【図 - 13】「キャッチセールス」相談件数



「キャッチセールス」の相談を商品・役務別に上位5位まで示したのが「表 - 8」である。

各年度とも上位3位までは「化粧品」、「エステティックサービス」、「美顔器」となっており、全く変動がない。その他の商品も「健康食品」や「絵画・書画」などキャッチセールスで販売される典型的な商品である。

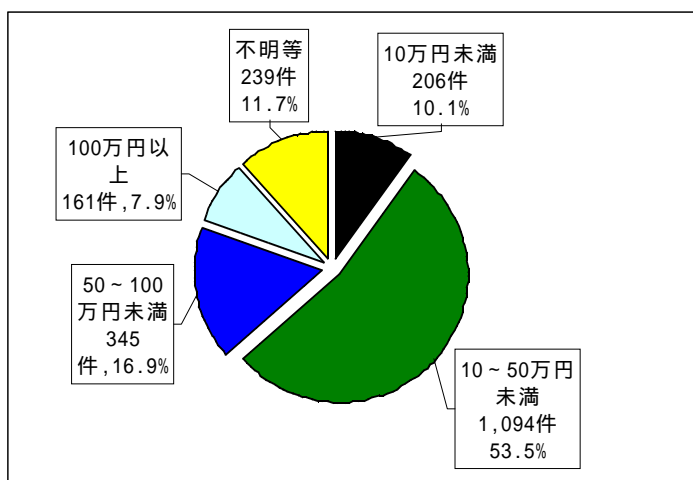
【表 - 8】「キャッチセールス」商品・役務別相談件数上位5位

順位	12年度		13年度		14年度		15年度	
1	化粧品	968	化粧品	1,039	化粧品	795	化粧品	760
2	エステティックサービス	296	エステティックサービス	463	エステティックサービス	450	エステティックサービス	317
3	美顔器	287	美顔器	242	美顔器	305	美顔器	237
4	絵画・書画	159	絵画・書画	173	絵画・書画	180	健康食品	133
5	健康食品	146	健康食品	151	教室・講座	115	絵画・書画	130

【表 - 9】「キャッチセールス」平均契約購入金額（単位：円）

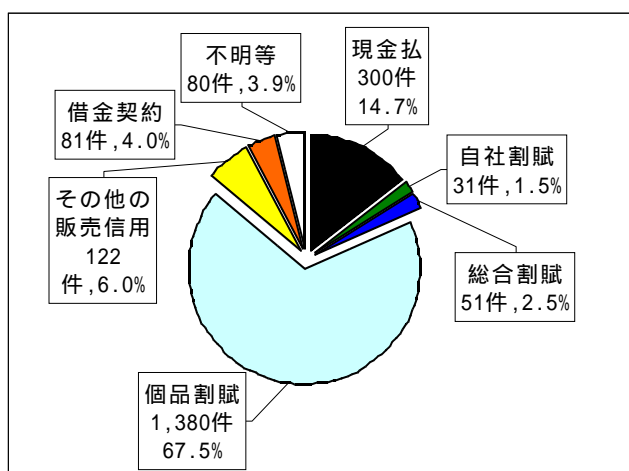
平成12年度	平成13年度	平成14年度	平成15年度
455,100	446,100	476,600	467,500

【図 - 14】「キャッチセールス」契約購入金額別割合（平成15年度）



平均契約購入金額は各年度とも40万円代であり、契約購入金額別割合も「10~50万円未満」が5割以上を占めている。(表 - 9・図 - 14)

【図 - 15】「キャッチセールス」支払方法別割合（平成15年度）



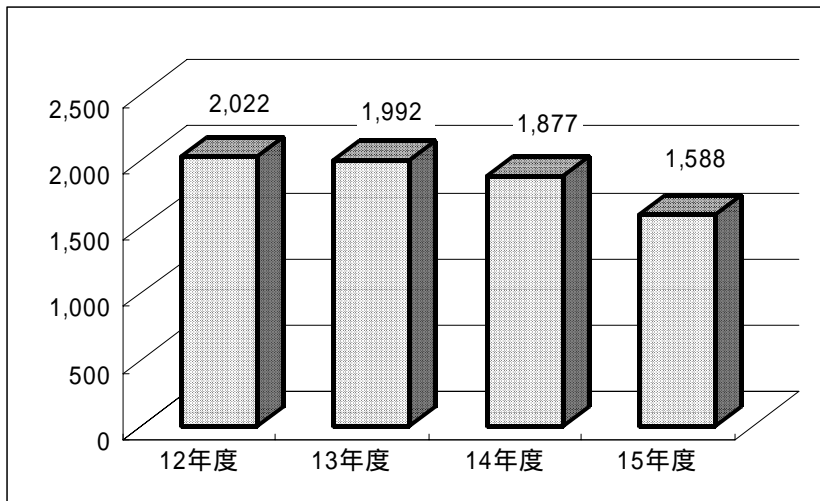
支払方法別の割合を見ると、「個品割賦」の割合が7割近くを占め、圧倒的に高くなっている。(図 - 15)

相談事例を見ると、不意打ちの勧誘で冷静な判断ができないまま「支払えない」と言っても強引に高額な契約を結ばせているケースが見られる。

(5) アポイントメントセールス

「若者」のアポイントメントセールスの相談件数はこの4年間では、毎年減少が見られる。これは「キャッチセールス」と同様に架空・不当請求の相談の急増の影響があると思われるが、こちらも特定商取引法の改正を受け、今後の被害の減少が期待される。(図 - 16)

【図 - 16】「アポイントメントセールス」相談件数



「アポイントメントセールス」で販売される商品・役務は各年度とも大きな変動はなく、「アクセサリー」が毎年1位に挙がっているほか、「複合サービス会員」や「文具・事務用品」などが上位を占めている。(表 - 10)

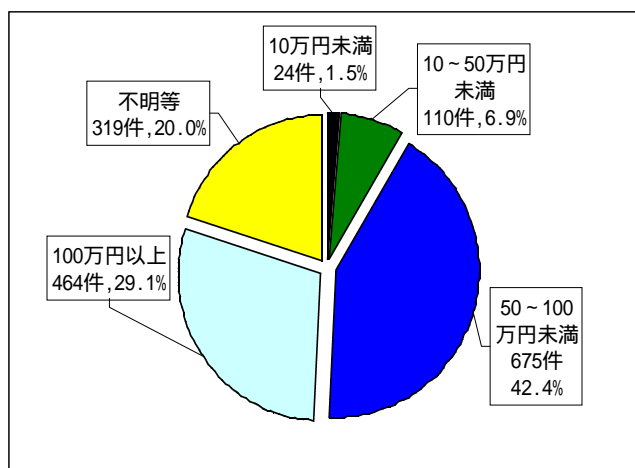
【表 - 10】「アポイントメントセールス」商品・役務別相談件数上位5位

順位	12年度		13年度		14年度		15年度	
1	アクセサリー	463	アクセサリー	546	アクセサリー	584	アクセサリー	452
2	複合サービス会員	453	文具・事務用品	368	複合サービス会員	368	複合サービス会員	326
3	文具・事務用品	368	複合サービス会員	316	文具・事務用品	250	文具・事務用品	224
4	絵画・書画	233	絵画・書画	211	教室・講座	161	学習教材	137
5	教室・講座	123	教室・講座	127	学習教材	153	教室・講座	113

【表 - 11】「アポイントメントセールス」平均契約購入金額(単位:円)

平成12年度	平成13年度	平成14年度	平成15年度
999,500	981,300	1,014,500	1,010,700

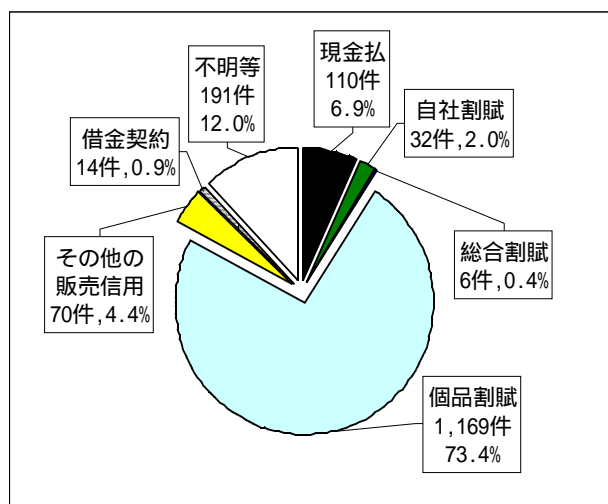
【図 - 17】「アポイントメントセールス」契約購入金額別割合（平成15年度）



平均契約購入金額は各年度とも非常に高額であり、14年度以降は100万円を超している。契約購入金額別割合を見ても100万円以上が約3割、「50～100万円未満」が約4割と高額な契約の割合が高いことがわかる。（表 - 11・図 - 17）

これは、アクセサリーなどの高額商品がアポイントメントセールスで販売されるケースが多いためと思われる。

【図 - 18】「アポイントメントセールス」支払方法別割合（平成15年度）



支払方法別割合を見ると、「個品割賦」が7割と圧倒的に高い割合を占めている。（図 - 18）

相談事例を見ても、支払能力のない若者に対して、強引に高額な契約を締結させているケースが多く見られる。

## 6. 相談事例

### (1) 不当請求

・携帯電話のショートメッセージサービスを開いたらアダルトサイトにつながった。登録に同意しないというところをクリックしたのに登録になり、料金が発生した。个体識別番号が表示され、振込みが確認されないと、これを利用して個人を特定し、回収に来ると書いてある。払うつもりはないが不安だ。  
（20歳代 / 女性 / 請求金額 2万9千円）

・覚えがない有料情報サービスの利用料金請求のはがきが実家に届き母が驚いて連絡してきた。電子消費料金未納料とか、裁判、強制執行等の文言があり脅迫的。どうしたらよいか。

（20歳代 / 女性 / 請求金額 不明）

・パソコンでインターネット検索中にバナー広告をクリックしたらアダルトサイトに登録した  
ことになってしまい、料金を請求されたがどう対応したらよいか。

(20歳未満 / 男性 / 請求金額 4万5千円)

## (2) 二次被害

・2年前、旅行等が安くなる会員権を契約し、会費は特別免除と言われたが、実際はパソコン  
の購入契約だった。最近知らない業者から電話があり、「今年から月7千円の会費が必要にな  
った、60歳まで払う生涯契約なので本来なら319万円かかるが、退会するなら104万円の違約金  
でよい」と言う。不審なので断ったが、情報提供する。(20歳代 / 男性 / 請求金額 104万円)

・出会い系サイトに登録して料金62,000円を支払ったら、その後、別の業者から55万円請求さ  
れたので携帯電話を解約し、別会社に変更したのにまた同じ業者から電話が来た。さらに違う  
業者からも請求の電話が来る。どう対処したらよいか。(20歳代 / 男性 / 請求金額 55万円)

## (3) キャッチセールス

・痩身エステ1回500円のキャンペーン、体質チェックを無料ですと言われ店に行った。個室  
で体質診断というアンケートの結果、有名な先生という人に不純物が溜まりやすいと言われた。  
商品を使用して痩せた人の写真を見せられ、こうなれると言われて痩身器具とサプリメントを  
契約した。効果がないので解約したい。(20歳代 / 女性 / 契約購入金額 54万円)

・路上で絵画を見ないかと声をかけられ事業所に連れて行かれた。買うつもりはなかったのに  
3時間以上にわたり強引に説得された。帰りたと言ったら「逃がさない」と言われ怖くなり  
契約した。その後、女性社員と親しくなり追加の契約もしてしまったが、やはり解約したい。

(20歳代 / 男性 / 契約購入金額 29万5千円)

## (4) アポイントメントセールス

・電話でお話があるから会ってほしいと言われ出かけた。将来彼女ができた時に、ジュエリー  
を一つくらい持っていたほうが良いなどと長時間勧誘され、用事があるので帰りたと言った  
が帰してもらえなかった。7時間くらい勧誘され、断りきれずにプレスレットを契約したが、  
高額であり解約したい。(20歳代 / 男性 / 契約購入金額 146万円)

・DMが届き、事業所に出向き旅行が安くなる会員権と絵画の契約をした。2か月後、路上で  
別の絵画販売業者にキャッチされ、二度絵画を購入した。その業者から、会員権についてはだ

まされているから解約したほうが良いと勧められ、その業者に解約交渉をしてもらい会員権のみ解約した。絵画のほうも高額なので解約したい。(20歳代 / 男性 / 契約購入金額 84万5千円)

#### (5) マルチ商法

・大学のゼミの友人からいいバイトがあると喫茶店で誘われた。普通のバイトなら小売差益が数%だが、これは丸々利益になる、自分が親会社になり支店を増やすとその支店の利益も入る、自分の月収80万円だという。二人誘うだけで簡単に収入になる等と説明を受け、学生ローンを紹介され契約した。18歳なのに22歳と契約書に書かれ、追加の契約もしたが儲からない。返金してほしい。  
(20歳未満 / 男性 / 契約購入金額 30万円)

・購入したカタログを知人に配って個人情報を得たら収入があり、さらに連鎖の収入もあるというシステムの取次店にならないかと誘われた。登録料が17万円かかるので不安だと言うと「3か月で元が取れる。一緒に頑張ろう。お金は消費者金融がある」と言われ断りきれずに契約した。友人も自分も学生だが、学生であることはだまっていたほしいと言われた。自分にはできないと思うので解約したい。  
(20歳代 / 男性 / 契約購入金額 17万円)

#### 7. 「若者」の消費生活相談の問題点

センターに寄せられる相談のうち、「若者」の相談は3割以上を占めるまでになり、件数の増加が顕著である。15年度においては、「架空・不当請求」が急激な増加を示しているが、16年度も一層その傾向が強くなっている。携帯電話やパソコン等の通信手段は、いまやなくてはならないものであり、利用するメリットは非常に大きい。ここで取り上げたようなトラブルが起きていることも事実である。事業者には法律を遵守した適正な営業活動が望まれることはもちろんであるが、法規制や犯罪の摘発等の措置を一層強化する必要があると思われる。

社会経験が少なく、取引の知識が不十分な若者に対し、強引な勧誘で様々な契約を結ばせようとする手口は後を絶たない。このような状況から平成16年11月の特定商取引法の改正で、「勧誘に先立って販売目的を明示すること」が義務化され、キャッチセールスやアポイントメントセールス等の販売方法に明確な法規制が加えられたほか、連鎖販売取引の中途解約、返品ルールも明確化された。この改正により消費者トラブルの未然防止と紛争解決が大きく前進することが期待される。

このようなトラブルを防止するためには、消費者教育が重要であり、学校や家庭での教育、行政による普及啓発が果たす役割は大きいと思われる。若者自身も正しい情報を見極める目を養い、自立した消費者になってほしい。