

## 「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生活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）

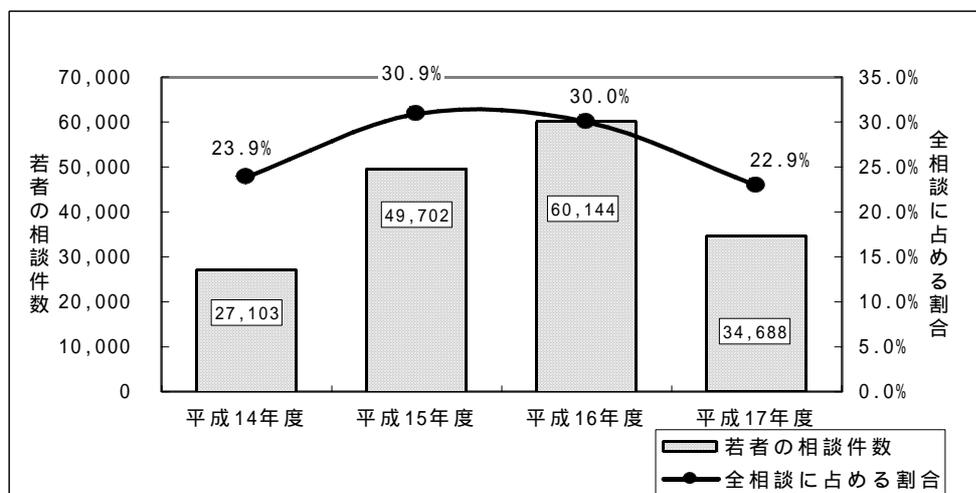
分析データ：東京都消費生活総合センター及び都内区市町村の消費生活相談窓口で受け付けた平成14年4月～18年3月（4年間）の相談データ

ただし、ここで取り上げた相談事例は、平成18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

契約当事者が29歳以下の若者の相談件数は、14年度から16年度にかけて急激な増加がみられたが、17年度においては対前年度比57.7%と大幅に減少した。また、若者の相談が相談全体に占める割合をみると、15、16年度には全体の3割を占めていたが、17年度には22.9%と低下している。これは、15、16年度に若者を中心に急増していた有料サイト利用料金等の架空・不当請求に関する相談が、17年度になり沈静化していることが主な要因である（図-1）。

【図-1】「若者」に関する相談件数の推移

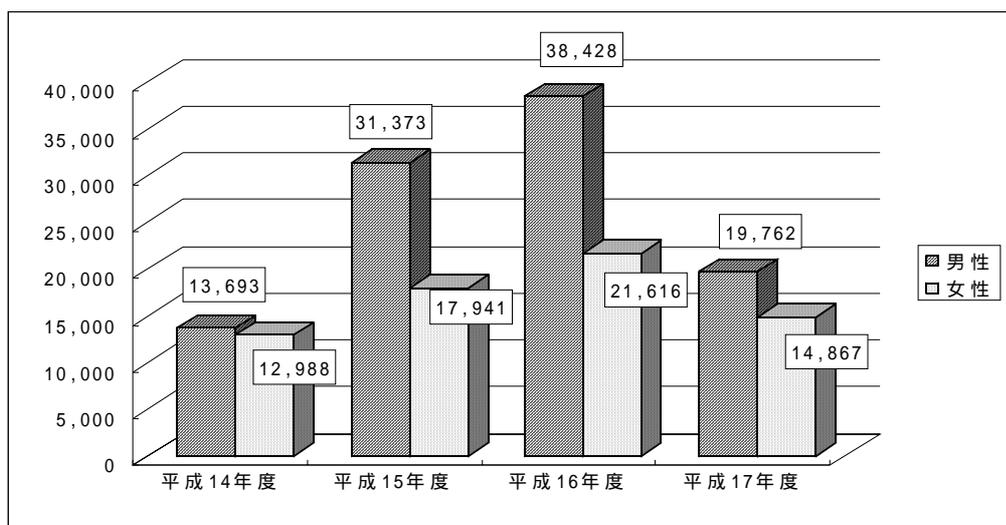


### 2. 「若者相談」契約当事者性別分析

#### (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。有料サイトの利用料金等の架空・不当請求の相談が急増したことに伴い、15年度以降「男性」の相談件数が急増していたが、17年度に入り、架空・不当請求の相談が減少したことにより、「男性」の件数は大きく減少した。また「女性」の相談件数についても、「男性」ほどの急激な変動はないものの、16年度まで右肩上がりに増加していたが17年度には減少している。

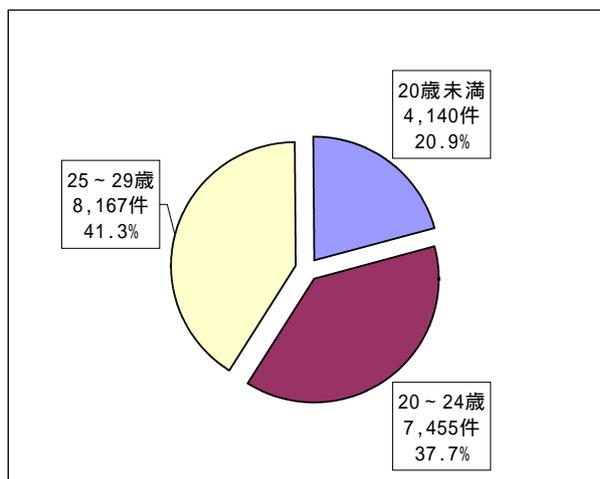
【図 - 2】「若者」契約当事者性別相談件数の推移（単位：件）



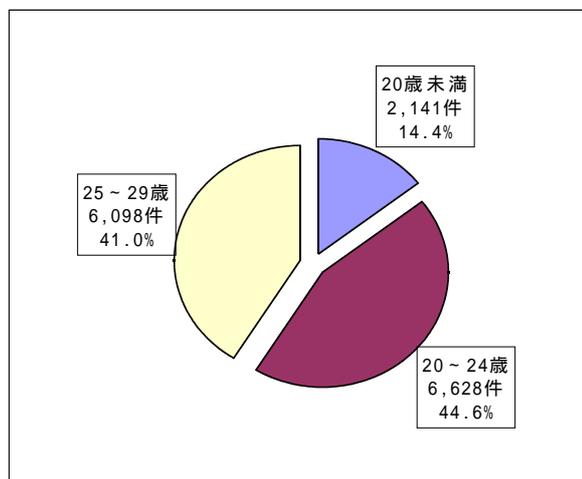
### (2)年代別割合

17年度の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。「男性」と「女性」の年代別割合を比較してみると、「男性」では「25～29歳」の割合が41.3%と最も多く、次いで「20～24歳」(37.7%)、「20歳未満」(20.9%)となっている。一方「女性」では、「20～24歳」が44.6%と最も高く、次いで「25～29歳」(41.0%)となっており、「20歳未満」は14.4%と「男性」に比べると件数、割合ともに低い。

【図 - 3】契約当事者「男性」年代別割合  
(平成17年度)



【図 - 4】契約当事者「女性」年代別割合  
(平成17年度)



### (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。「男性」の特徴としては、15年度以降は、「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3位までを占めているが、17年度にはそれぞれの相談件数は、16年度の約半数に減少している。「女性」においても同様に、15年度以降

は「不当請求」、「インターネット」、「ポルノ・風俗」の相談が上位を占めているが、17年度には、16年度に比べていずれも減少している。「女性」の特徴としては、「キャッチセールス」に関する相談が多いことが挙げられ、件数は減少傾向にあるものの、依然として多くの相談が寄せられている。

【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

	14年度(n=13,693)		15年度(n=31,373)		16年度(n=38,428)		17年度(n=19,762)	
1	不当請求	4,048	不当請求	20,070	不当請求	28,055	不当請求	11,464
2	解約	3,048	ポルノ・風俗	10,080	インターネット	15,213	ポルノ・風俗	8,540
3	高価格・料金	2,229	インターネット	8,376	ポルノ・風俗	14,862	インターネット	8,151
4	クーリングオフ	1,668	高価格・料金	5,660	未成年者契約	5,894	未成年者契約	3,202
5	インターネット	1,622	未成年者契約	5,217	高価格・料金	4,746	解約	2,695
6	ポルノ・風俗	1,366	債権回収業者	4,743	解約	2,825	高価格・料金	2,644
7	電話勧誘	1,324	強迫	3,269	電子広告	2,665	プライバシー	1,891
8	ポータルサイト	1,304	解約	3,005	強迫	2,649	強引	1,707
9	未成年者契約	1,249	遅延金	2,464	プライバシー	2,207	無料商法	1,417
10	強引	1,064	強引	1,609	無料商法	1,988	詐欺	1,237

【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

	14年度(n=12,988)		15年度(n=17,941)		16年度(n=21,616)		17年度(n=14,867)	
1	解約	4,265	不当請求	6,392	不当請求	10,929	不当請求	4,857
2	クーリングオフ	2,235	解約	3,904	インターネット	5,951	解約	3,601
3	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	インターネット	3,349
4	高価格・料金	1,623	ポルノ・風俗	2,652	解約	3,489	ポルノ・風俗	3,067
5	返金	1,597	高価格・料金	2,626	未成年者契約	2,850	高価格・料金	2,440
6	不当請求	1,374	未成年者契約	2,298	高価格・料金	2,637	未成年者契約	1,653
7	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	クーリングオフ	1,507
8	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	キャッチセールス	1,460
9	強引	835	返金	1,402	返金	1,281	返金	1,457
10	信用性	786	債権回収業者	1,359	電子広告	1,172	強引	1,275

#### (4)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 - 3」、「表 - 4」である。「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「オンライン情報サービス」も上位に挙がってきている。携帯電話やパソコン等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その大半を占める。次いで「フリーローン・サラ金」が多く、金利や利息、多重債務に関する相談が多い。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」に関する相談が各年度とも見られるが、かつて会員になっていた人の名簿を悪用したと思われる二次被害の相談も多い。「女性」においても、15年度以降は「電話情報提供サービス」が1位となっており、携帯サイトの利用料金に関する架空・不当請求に関する相談が多いことがわかるが、「エステティックサービス」、「化粧品」、「アクセサリー」に関する相談も依然として多い。

また敷金トラブル等の「賃貸アパート」に関する相談は、性別を問わず各年度とも多い。

17年度には、「外国語・会話教室」が男女ともに10位以内に挙がっているが、これは英会話教室の倒産が相次いだことによるものである。

【表 - 3】契約当事者「男性」商品・役務上位10位（単位：件）

	平成14年度(n=13,693)	平成15年度(n=31,373)	平成16年度(n=38,428)	平成17年度(n=19,762)
1 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	電話情報提供サービス 6,892
2 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	オンライン情報サービス 3,807
3 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	フリーローン・サラ金 1,173
4 アクセサリー	537	オンライン情報サービス 913	フリーローン・サラ金 1,143	賃貸アパート 962
5 新聞	425	賃貸アパート 892	賃貸アパート 863	オンライン等関連サービスその他 330
6 複合サービス会員	424	商品一般 729	複合サービス会員 559	商品一般 313
7 国際電話	391	複合サービス会員 542	商品一般 486	複合サービス会員 281
8 絵画・書画	349	アクセサリー 438	アクセサリー 319	外国語・会話教室 252
9 外国語・会話教室	293	新聞 351	新聞 314	アクセサリー 247
10 商品一般	257	外国語・会話教室 237	相談その他 242	新聞 241

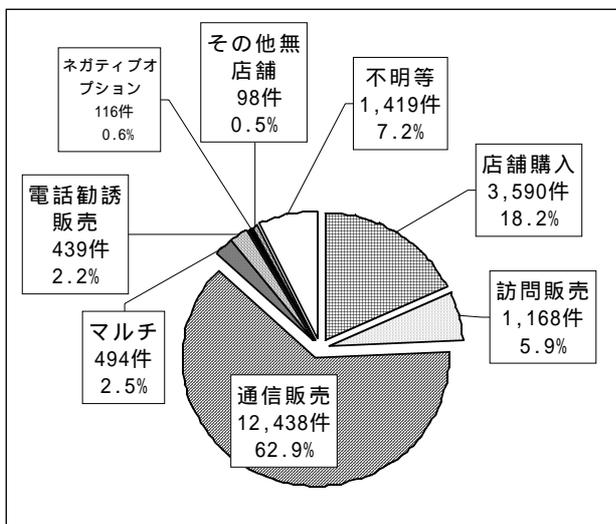
【表 - 4】契約当事者「女性」商品・役務上位10位（単位：件）

	平成14年度(n=12,988)	平成15年度(n=17,941)	平成16年度(n=21,616)	平成17年度(n=14,867)
1 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	電話情報提供サービス 2,832
2 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	オンライン情報サービス 1,251
3 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	賃貸アパート 1,112
4 電話情報提供サービス	655	化粧品 1,069	賃貸アパート 1,069	エステティックサービス 984
5 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	化粧品 768
6 アクセサリー	494	オンライン等関連サービスその他 692	化粧品 812	フリーローン・サラ金 596
7 美顔器	415	商品一般 548	フリーローン・サラ金 627	商品一般 565
8 健康食品	402	アクセサリー 428	商品一般 374	アクセサリー 427
9 外国語・会話教室	350	健康食品 371	アクセサリー 361	外国語・会話教室 300
10 クリーニング	244	オンライン情報サービス 366	美顔器 283	健康食品 291

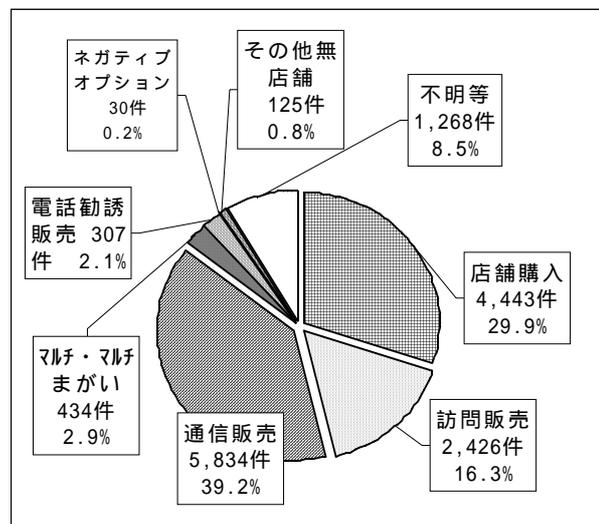
(5) 販売購入形態

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」である。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6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。

【図 - 5】「男性」販売購入形態別割合  
(平成17年度)



【図 - 6】「女性」販売購入形態別割合  
(平成17年度)



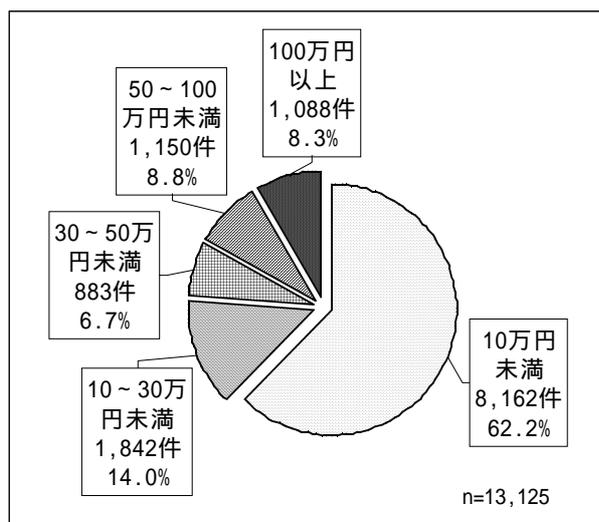
(6) 契約購入金額

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 - 5」、17年度の契約購入金額別の割合を示したものが「図 - 7」、「図 - 8」である。平均契約購入金額を見ると、「女性」の平均契約購入金額は、40～50万円台で推移しているが、「男性」の平均契約購入金額は、15年度以降、低下が著しく、16年度においては「男性」の平均契約購入金額は「女性」の平均額を20万円以上も下回っている。これは、有料サイト利用料金等の架空・不当請求相談が「男性」を中心に急増し、その請求金額が比較的低かったことによるものと思われる。17年度には、架空・不当請求以外の契約を伴った相談が増えたことにより、「男性」の契約購入金額が上昇し、「男性」「女性」の差が縮まってきている。

【表 - 5】 契約当事者性別平均契約購入金額（単位：円）

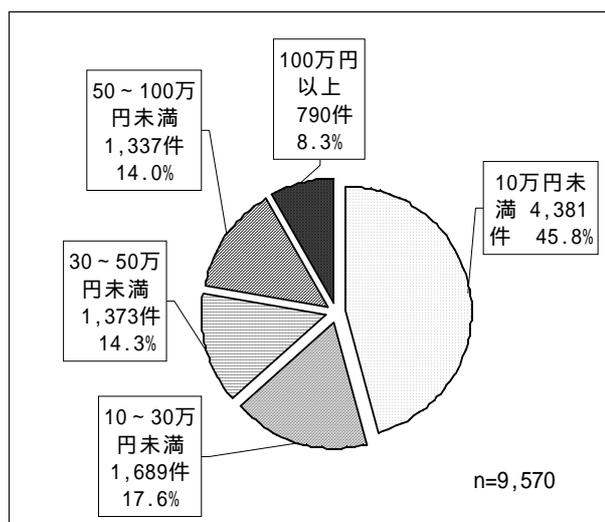
	平成14年度	平成15年度	平成16年度	平成17年度
男性	591,900	340,700	250,000	436,400
女性	574,400	405,100	473,500	451,300

【図 - 7】 「男性」 契約購入金額別割合  
（平成17年度）



\* 不明分を除く

【図 - 8】 「女性」 契約購入金額別割合  
（平成17年度）

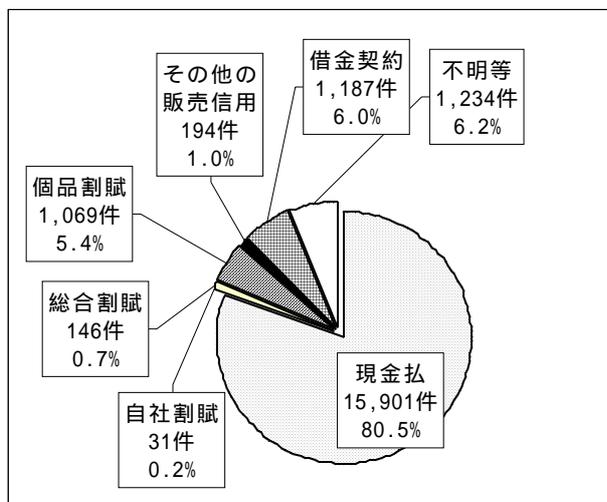


\* 不明分を除く

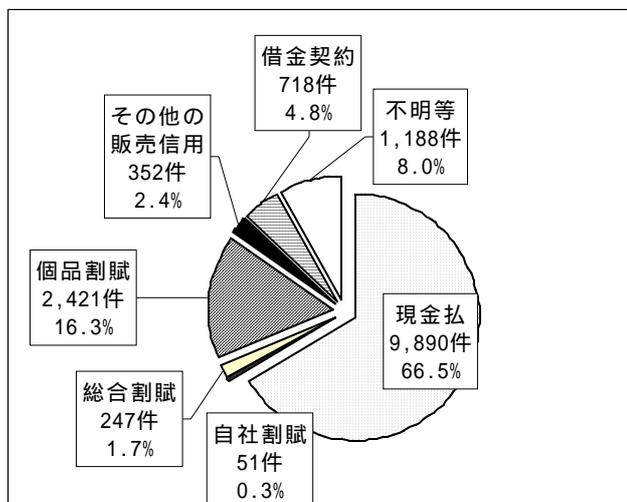
(7) 支払方法

17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 - 9」、「図 - 10」である。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、その割合が高く、8割を占めている。一方、「女性」は男性に比べて「クレジット（販売信用）」による契約が多く、特に「個品割賦」の割合が高い。

【図 - 9】「男性」支払方法別割合  
(平成17年度)



【図 - 10】「女性」支払方法別割合  
(平成17年度)



(8) 「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

17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 - 6」、「表 - 7」である。男性のクレジット契約では、「アポイントメントセールス」による「アクセサリー」、「複合サービス会員」が多く、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」、「化粧品」、「アクセサリー」などの契約が多いのが特徴である。

東京都の消費生活相談窓口寄せられた相談全体をみると、商品(サービス)代金の支払い方法を「クレジット」にしている契約のうち、約3割が29歳以下の若者による契約であり、他の年代に比べて高い割合を占めている。収入が少ない若者に「月に数千円なら支払える」といったトークで勧誘して、クレジットを利用した高額な契約をさせるケースが多くみられる。

【表 - 6】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17年度)

商品・役務名	件数	平均契約購入金額
アクセサリー	152	1,134,800
外国語・会話教室	146	713,800
絵画・書画	93	1,204,200
複合サービス会員	89	1,056,200
普通・小型自動車	74	1,904,700

【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(女性)(平成17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	670	667,600
化粧品	515	369,800
アクセサリー	261	1,046,500
美顔器	206	447,700
外国語・会話教室	172	641,000

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 - 8」である。15年度以降急増していた「架空・不当請求」は、17年度に入り半数以下と減少している。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」、「アポイントメントセールス」、「マルチ商法」の相談件数は、17年度においてはいずれも前年度より減少している。近年の特徴としては、「雑誌に、無料お試しキャンペーンとあったので店に行ったら、高額なエステの契約をさせられた」

「無料と思ってアダルトボイスを利用したら、利用料金を請求された」等、雑誌広告等を利用した「無料商法」や、インターネットや口コミを利用して儲け話があるともちかける「サイドビジネス商法」、消費者金融等の「多重債務」などの相談が多いことが挙げられる。

【表 - 8】若者に多い消費者トラブル 相談件数（単位：件） \*複数集計

	平成14年度	平成15年度	平成16年度	平成17年度
架空・不当請求	5,508	26,675	39,048	16,347
キャッチセールス	2,393	2,045	1,750	1,663
アポイントメントセールス	1,877	1,588	1,144	755
マルチ商法	1,326	1,444	1,021	930
無料商法	823	2,104	2,836	2,350
サイドビジネス商法	1,205	1,328	972	962
多重債務	1,182	1,139	1,086	1,259
雑誌広告	815	959	1,438	1,838
若者の全相談件数	27,103	49,702	60,144	34,688

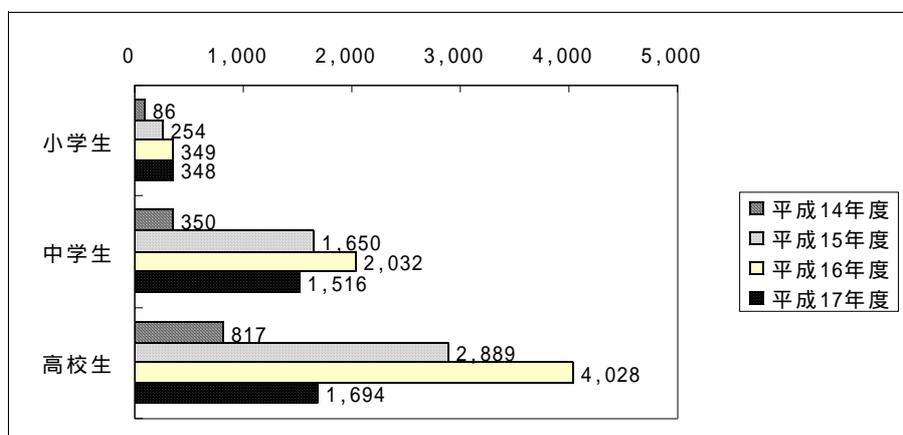
#### 4. 小学生、中学生、高校生の相談

契約当事者が、「小学生」、「中学生」、「高校生」の相談件数の推移を示したものが「図 - 11」である。いずれの属性も、17年度には前年度に比べて相談件数が減少しているが、14年度と比較すると、いずれも件数は大きく増加しており、特に小学生、中学生は4倍を超える件数となっている。

相談が多い商品・役務をみると、いずれの属性とも約8割が、「オンライン等関連サービス」であり、出会い系サイトやアダルトサイトの利用料金等の架空・不当請求に関する相談である。パソコンや携帯電話の利用が子どもたちの間にも普及したことにより、インターネットへの接続が容易となり、さまざまなサイトを見ることが可能となったことが大きく影響していると思われる。ネットサーフィン中に意図せずアダルトサイトに繋がってしまい、利用料金の請求を受けてしまったというケースが多い（表 - 9）。

その他、「娘に携帯電話をもたせたが、高額なパケット通信料の請求がきた」、「パソコンで懸賞サイトに応募したら商品は無料だが、送料の請求書が届いた」、「親の承諾書を勝手に作成して携帯電話を購入していた」、「塾が閉鎖したので、解約したい」などの相談が寄せられている。

【図 - 11】小学生、中学生、高校生の相談件数（単位：件）



【表 - 9】契約当事者「小学生」、「中学生」、「高校生」商品・役務上位5位（単位：件）  
（平成17年度）

	小学生(n=348)		中学生(n=1,516)		高校生(n=1,694)	
1	オンライン等関連サービス	274	オンライン等関連サービス	1226	オンライン等関連サービス	1288
	電話情報提供サービス	139	電話情報提供サービス	792	電話情報提供サービス	842
	オンライン情報サービス	126	オンライン情報サービス	403	オンライン情報サービス	400
2	携帯電話サービス	7	コンピュータソフト	84	携帯電話サービス	52
3	商品一般	7	携帯電話サービス	54	相談その他	23
4	玩具・遊具	7	相談その他	14	学習塾	22
5	外国語・会話教室	6	アクセサリ	10	商品一般	17

## 5. 相談事例

### 架空・不当請求

雑誌広告を見て、無料お試しと書いてあったので、携帯サイトから入り、そこに載っていたアダルトボイスに電話した。利用しているときには料金説明はなかった。その後、機械音で登録料を請求する電話があった。携帯サイトの規約を探したら上の方に規約ボタンがあり、1分間無料のお試し時間を超過すると登録になると書いてある。どう対処したらよいか。（20歳代・男性 / 給与生活者）

完全無料と記載があった出会い系サイトを利用していたが、事業者から「有料サイトに登録されているので、遅延金を含めて約20万円を支払うように」という請求電話が携帯と職場にあった。不当請求だと思い無視していたところ、「電子消費者契約通信未納利用料請求最終催促状」と書かれた郵便物が届き、有料アダルトサイト未納分について通信会社から請求の委託を受けたと書かれている。どうしたらよいか。（20歳代・男性 / 自営・自由業者）

### アポイントメントセールス

8年前にアポイントメントセールスで会員権の契約をし完済した。会費は契約直後から休会扱いで支払っていない。先日勤務先に電話があつて喫茶店に呼び出され、「前の会社が倒産したので新会社に会員サービスが移行した。サービスを継続するか解約するかのいずれかを選ぶ必要がある。いずれの場合でも契約の切替が必要」と言われた。未払いの会費もあるので仕方なく継続の契約をすることにしたところ、会員権だがクレジットを組むため、ダイヤのネックレス購入の契約書面になると言われた。担当者からクーリング・オフをしないで欲しいと言われているが、クーリング・オフできないか。（20歳代・男性 / 給与生活者）

### キャッチセールス

街を歩いている時に雑誌のアンケートに答えて欲しいと言われた。アンケートの後、くじのようなものがあり、当たったので無料エステが受けられると言われた。エステを受けた後、引き続きエステをしないかと勧誘を受け、学生で収入がないと言ったところ、月々1万円ちょっとなら払えるでしょう、と言われて痩身コースとサプリメントの契約をした。クレジットの申込用紙には学生ではなく、働いているように書き、年収も入れるように言われた。解約できるか。（20歳代・女性 / 学生）

### マルチ商法

3か月前に友人から「損はしない」とネットワークビジネスに誘われ、喫茶店で説明を受けて契約した。人を紹介したり、紹介した人や自分が化粧品を購入するとマージンが入ると説明された。未成年だと言うと、契約書には20歳と書くように言われた。仕事をするために化粧品セットを買う必要があると言われたが、お金がないというとサラ金を紹介された。学校でマルチ商法の問題点を知り、解約したい。(10歳代・男性/学生)

### 多重債務

5年くらい前から、雑誌の通販で洋服などを買いすぎ、クレジットカードのキャッシングに手をだしたのがきっかけで、信販会社とサラ金から借り入れし、現在300万円の借金がある。一人暮らしで、月収12万円しかなく先月くらいから返済できなくなった。どうしたらよいか。(20歳代・女性/給与生活者)

### 美容医療

モニターにならないかと勧誘され、痩身エステと脂肪溶解注射の説明を受けた。痩身コースと注射を並行して行くと効果が上がると説明され、まずは1年間有効の痩身エステを契約し、二日後にエステから紹介された医療機関で12本分の注射と薬を契約。6本終わったところで、並行して進めて行くには注射が足りないと言われ、10本分の注射を追加契約した。手数料も考えると全部合わせて非常に高額となり、2回目の注射をクーリング・オフしたいと思ったが、医療契約なので、クーリング・オフはできないと言われた。解約したい。(20歳代・女性/給与生活者)

## 6. 若者の相談について

東京都の消費生活相談窓口寄せられる相談の2~3割が若者からの相談である。16年度においては、携帯電話やインターネットによる有料サイト利用料金等の「架空・不当請求」相談が若者を中心に急増したため、6万件を超える相談があったが、17年度に入り、「架空・不当請求」の相談が沈静化したことに伴い、若者の相談件数は前年度の6割程度に減少している。しかしながら、キャッチセールスやアポイントメントセールス、マルチ商法等で、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が依然として多く見られる。

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。事業者は法令を順守し、適正な営業活動を行ってほしい。

多重債務に関する若者からの相談は、各年度とも1,000件程度寄せられている。一度お金を借りてしまうと、その借金を返すためにまた借金を重ねるといった悪循環に陥っている事例も多い。

また、携帯電話の普及により、小学生、中学生等低年齢層にも消費者トラブルが増加している。

消費者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。