

「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、近年減少傾向にあったが、平成25年度は増加に転じ、今年度の上半期も引き続き増加している。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。（※）

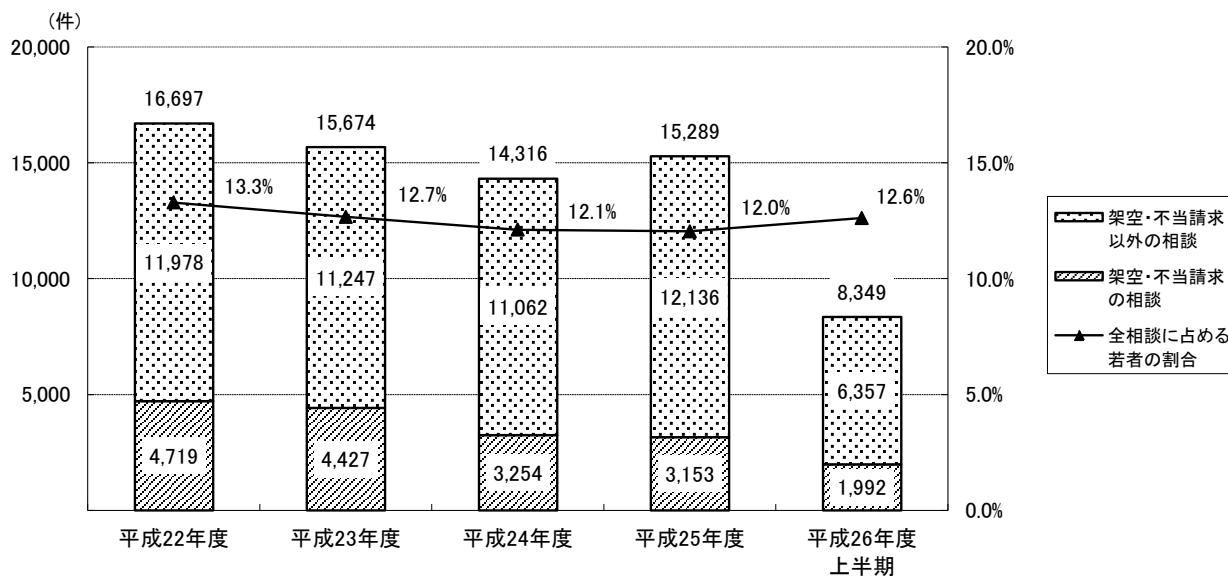
1 相談件数の推移

若者相談について、平成22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ったが、平成25年度の相談件数は15,289件と、前年度に比べ6.8%の増加となった。平成26年度上半期の相談件数は8,349件であり、前年同期(7,818件)比では前年度比と同じく6.8%の増加となった。また、若者相談が相談全体に占める割合で見ると、平成25年度は12.0%まで減少しているが、平成26年度上半期では、12.6%と増加に転じている。

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26年度上半期においても若者相談の2割を超えており、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22年4月～平成26年9月の相談データ
（平成26年度上半期のデータは平成27年2月1日現在の登録分）

2 契約当事者の属性

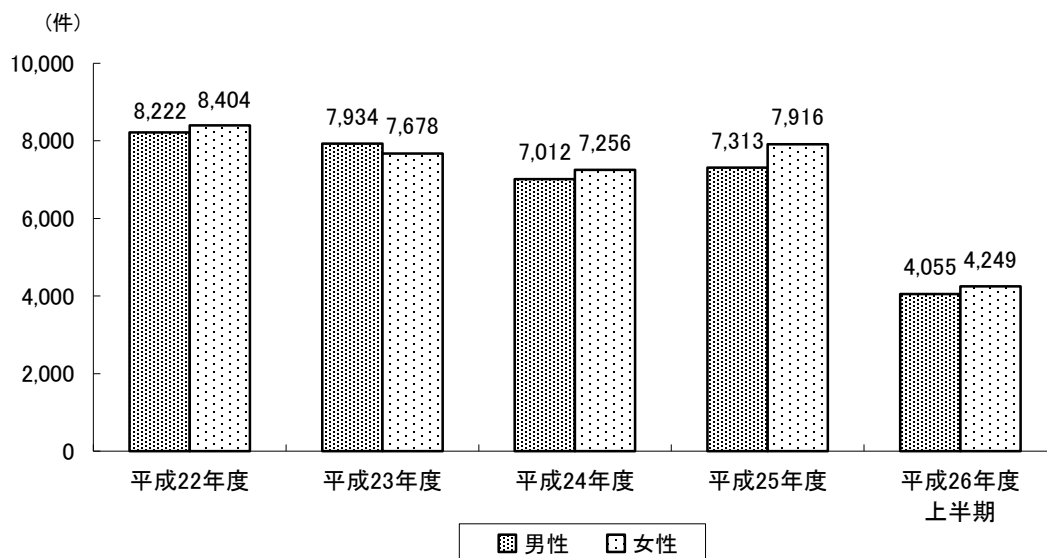
(1) 「性別」「年代別」相談件数の推移

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。

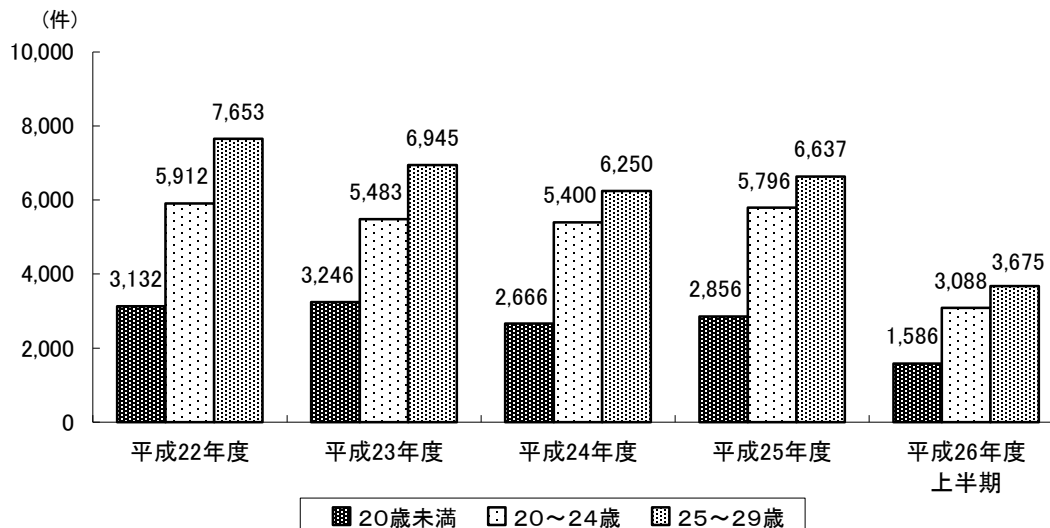
性別で見ると、平成23年度は「男性」が「女性」を若干上回ったが、平成24年度以降は再び「女性」が「男性」を上回っている。

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。

【図-2】 性別 相談件数の推移



【図-3】 年代別 相談件数の推移



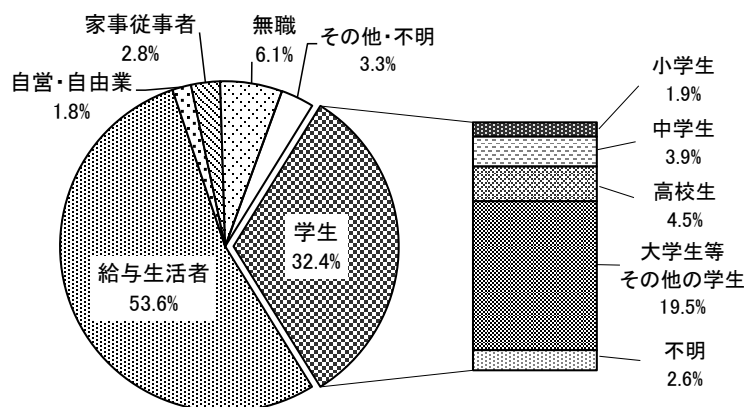
(2) 職業別の割合

平成26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53.6%と最も多く、次に多いのが「学生」の32.4%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19.5%と最も多く、次いで「高校生」が4.5%、「中学生」が3.9%となっている。

【図-4】 職業別 相談件数の割合 (平成26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26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24年度2,042件、平成25年度2,376件と、いずれも5割を超えている。平成26年度上半期は1,499件と、前年同期(1,214件)と比べて23.8%の増加であった。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26年度上半期では、ジョギングシューズなどの「運動ぐつ」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24年度 (14,316件)		平成25年度 (15,289件)		平成26年度上半期 (8,349件)	
1	デジタルコンテンツ	3,896	デジタルコンテンツ	3,744	デジタルコンテンツ	2,255
2	賃貸アパート	1,308	賃貸アパート	1,232	賃貸アパート	671
3	移动通信サービス	516	エステティックサービス	695	エステティックサービス	364
4	エステティックサービス	514	移动通信サービス	539	移动通信サービス	252
5	フリーローン・サラ金	365	フリーローン・サラ金	353	フリーローン・サラ金	175
6	相談その他	278	相談その他	283	商品一般	144
7	商品一般	241	インターネット接続回線	282	医療サービス	137
8	インターネット接続回線	238	医療サービス	263	インターネット接続回線	132
9	携帯電話	182	商品一般	263	相談その他	109
10	医療サービス	182	音響・映像ソフト	195	運動ぐつ	102

(2) 性別

若者相談について、過去2年間及び平成26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」があげられる。また、平成25年度以降は、投資用教材DVDなどの「映像・音響ソフト」「教養娯楽教材」や、ジョギングシューズなどの「運動ぐつ」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の相談である。また、平成25年度以降は、「婦人用バッグ」が上位にあがっている。

【表-2】 商品・役務別上位10位(男性) (単位: 件)

	平成24年度 (7,012件)	平成25年度 (7,313件)	平成26年度上半期 (4,055件)
1 デジタルコンテンツ	2,230	デジタルコンテンツ	2,081
2 賃貸アパート	627	賃貸アパート	599
3 移动通信サービス	280	フリーローン・サラ金	250
4 フリーローン・サラ金	235	移动通信サービス	304
5 インターネット接続回線	142	インターネット接続回線	162
6 相談その他	129	音響・映像ソフト	149
7 商品一般	122	商品一般	124
8 新聞	110	相談その他	147
9 携帯電話	96	新聞	110
10 四輪自動車	94	運動ぐつ	109
			テレビ放送サービス
			125
			111
			82
			70
			62
			61
			56
			54

【表-3】 商品・役務別上位10位(女性) (単位: 件)

	平成24年度 (7,256件)	平成25年度 (7,916件)	平成26年度上半期 (4,249件)
1 デジタルコンテンツ	1,648	デジタルコンテンツ	1,637
2 賃貸アパート	681	エステティックサービス	662
3 エステティックサービス	481	賃貸アパート	631
4 移动通信サービス	235	移动通信サービス	233
5 相談その他	147	医療サービス	227
6 フリーローン・サラ金	129	他の理美容用具	174
7 タレント・モデル内職	126	商品一般	138
8 商品一般	116	相談その他	135
9 医療サービス	113	インターネット接続回線	119
10 他の理美容用具	99	婦人用バッグ	107
			フリーローン・サラ金
			354
			127
			84
			72
			72
			70
			65
			64

(3) 年代別

若者相談について、平成26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6割を占めている。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77.2%、「20～24歳」では62.2%、「25～29歳」では55.3%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」「インターネット接続回線」の相談は、どの年代も上位に入っている。

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」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歳以上の年代に共通するものとして、「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や、「賃貸アパート」「フリーローン・サラ金」の相談があげられる。さらに、「20～24歳」では、投資用教材DVDの契約に関する「教養娯楽教材」の相談が上位に入っており、「25～29歳」では、「外食」が上位に入っている。

【表-4】 年代別 商品・役務別上位10位 (平成26年度上半期)

(単位:件)

	20歳未満(1,586件)		20～24歳(3,088件)		25～29歳(3,675件)	
1	デジタルコンテンツ	951	デジタルコンテンツ	630	デジタルコンテンツ	674
2	テレビ放送サービス	28	エステティックサービス	203	賃貸アパート	459
3	新聞	27	賃貸アパート	203	エステティックサービス	154
4	移动通信サービス	25	移动通信サービス	109	移动通信サービス	118
5	商品一般	23	教養娯楽教材	90	フリーローン・サラ金	111
6	タレント・モデル内職	21	医療サービス	64	商品一般	69
7	財布類	21	フリーローン・サラ金	62	インターネット接続回線	61
8	相談その他	20	インターネット接続回線	55	医療サービス	61
9	インターネット接続回線	16	商品一般	52	運動ぐつ	56
10	運動ぐつ	14	相談その他	52	外食	44

(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26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」など、タレント・モデル契約に関する相談の割合が上位を占めている。また、「エステティックサービス」や美顔器等の「他の理美容用具」など美容に関する相談や、投資用教材DVDの「教養娯楽教材」「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、「財布類」「運動ぐつ」などインターネット通販の相談に占める若者相談の割合が大きくなっている。また、平成26年度上半期は、アフィリエイト内職等の「他の内職・副業」や、バイナリーオプション取引の「他のデリバティブ取引」など、「簡単に収入を得られる」「簡単に儲ける」ための契約や取引等の相談について、若者相談が大きな割合を占めている。

【表－5】 若者相談が占める割合の大きい商品・役務 上位10位

	平成24年度 (14,316件)	若者の 相談割合	平成25年度 (15,289件)	若者の 相談割合	平成26年度上半期 (8,349件)	若者の 相談割合
1	タレント・モデル内職	80.0%	タレント・モデル養成教室	74.5%	教養娯楽教材	81.7%
2	タレント・モデル養成教室	69.1%	他の理美容用具	64.6%	タレント・モデル内職	80.0%
3	他の理美容用具	49.5%	結婚式	50.2%	タレント・モデル養成教室	75.7%
4	結婚式	47.3%	エステティックサービス	48.8%	他の理美容用具	55.5%
5	エステティックサービス	45.3%	財布類	36.3%	エステティックサービス	51.9%
6	他の教室・講座	43.5%	音響・映像ソフト	36.0%	他の内職・副業	43.8%
7	ミネラルウォーター	29.0%	運動ぐつ	28.9%	音響・映像ソフト	33.0%
8	レンタルサービス	27.6%	デジタルコンテンツ	23.3%	財布類	32.8%
9	モバイルデータ通信	26.0%	モバイルデータ通信	21.2%	他のデリバティブ取引	32.4%
10	音響・映像ソフト	25.3%	パソコンソフト	20.9%	運動ぐつ	29.4%

4 相談内容

若者相談について、平成26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、「連絡不能」は前年同期(511件)と比べて上位にあがっており、インターネット通販での商品購入トラブルに関する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」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アイテム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「サイドビジネス商法」「クーリング・オフ一般」が上位に入っている。投資用教材DVDやアフィリエイト内職、エステティックサービスなどの解約に関する相談が目立つ。25～29歳では、「インターネット通販」「解約一般」「返金」が上位を占めるほか、「連絡不能」「説明不足」などが上位に入っており、賃貸アパート退去時の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26年度上半期)

(単位:件)

	若者 全体(8,349件)		20歳未満(1,586件)		20～24歳(3,088件)		25～29歳(3,675件)	
1	インターネット通販	3,342	インターネット通販	1,075	解約一般	1,019	インターネット通販	1,284
2	解約一般	2,465	未成年者契約	909	インターネット通販	983	解約一般	1,131
3	不当請求*	1,992	不当請求*	802	返金	602	返金	695
4	返金	1,462	ポルノ・風俗	706	不当請求*	566	不当請求*	624
5	ポルノ・風俗	1,443	解約一般	315	高価格・料金	562	高価格・料金	485
6	高価格・料金	1,332	高価格・料金	285	ポルノ・風俗	372	電子広告	406
7	未成年者契約	921	返金	165	電子広告	306	ポルノ・風俗	365
8	電子広告	792	強引	112	サイドビジネス商法	280	契約書・書面一般	326
9	契約書・書面一般	666	プライバシー	106	契約書・書面一般	267	連絡不能	319
10	連絡不能	619	クレジットカード	95	クーリング・オフ一般	261	説明不足	287

*は上位キーワードで集計したもの

(複数選択項目)

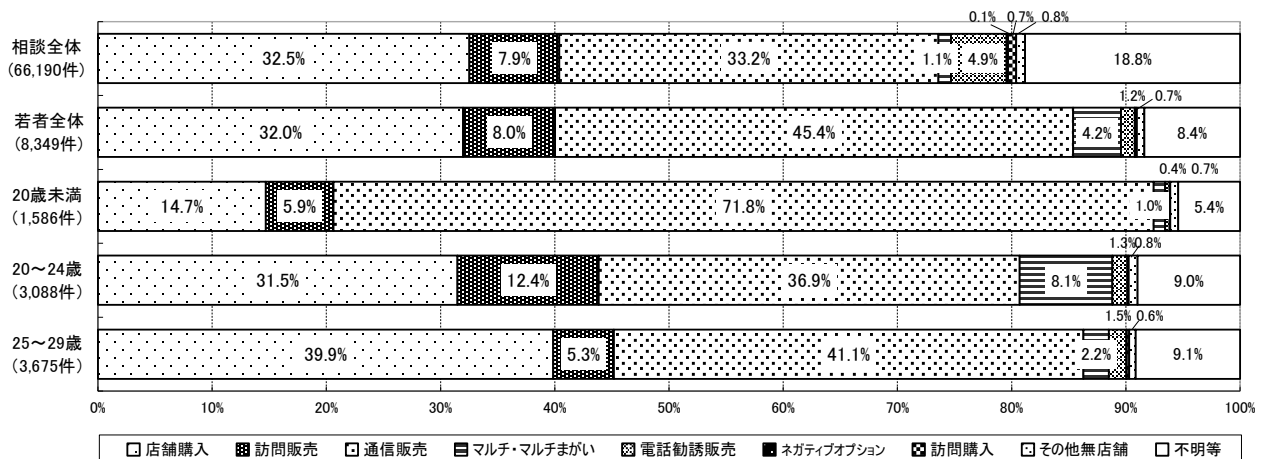
5 販売購入形態

平成26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45.4%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。また、「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、4.2%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71.8%と非常に大きい。20～24歳では、「訪問販売」の相談が12.4%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8.1%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39.9%と多く寄せられている。

【図-5】 販売購入形態別割合(平成26年度上半期)

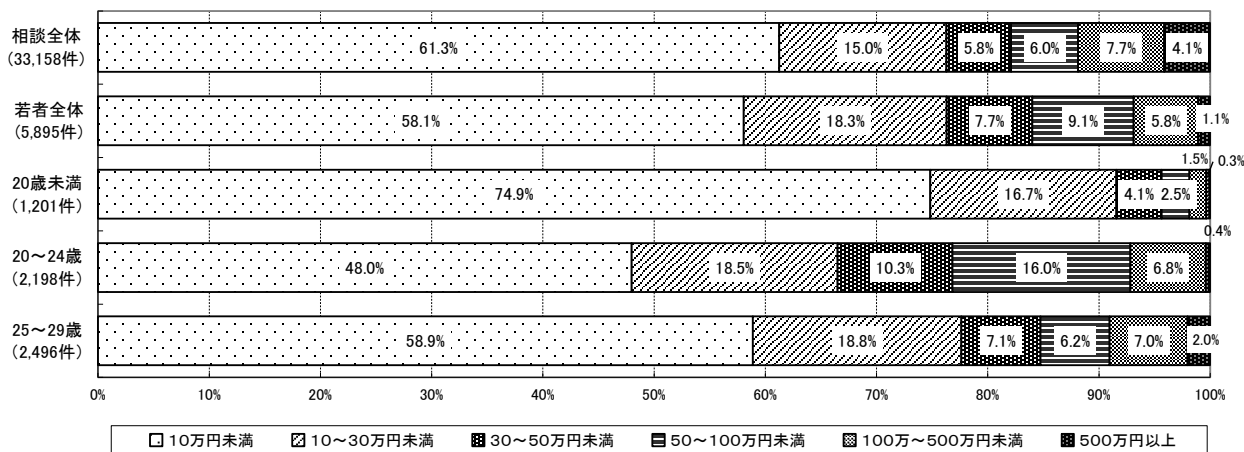


6 契約購入金額

平成26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財布等の購入など、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」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。「30～50万円未満」「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。「30～50万円未満」では、美容関連サービスの相談が多く、「50～100万円未満」では、投資用教材DVDの相談がこの区分に該当し、いずれも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、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26年度上半期）



(不明等を除く)

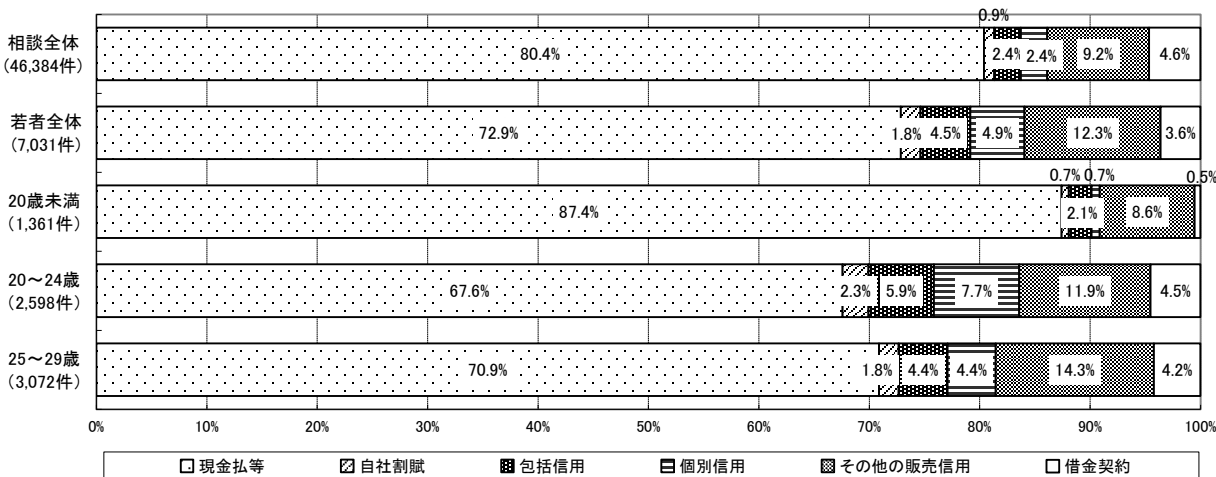
7 支払方法

平成26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7割を超えている。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か月以内払い」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9%近くを占める。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美容医療施術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26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か月以内払い、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26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、どの年度も多くの相談が寄せられている。「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年度以降スニーカーや財布などの購入トラブルの相談が多く寄せられたため、増加傾向となっている。

「架空・不当請求」は、年々減少傾向にあったが、アダルト情報サイトの相談が再び増加しているため、平成26年度上半期は前年同期(1,607件)と比べ、24.0%増となっている。

また、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」は相談全体の約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 (26年度上半期)
	平成22年度	平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度上半期	平成26年度上半期	
インターネット通販	5,826	5,967	5,104	5,704	3,342	15,752	21.2%
架空・不当請求	4,719	4,427	3,254	3,153	1,992	10,215	19.5%
サイドビジネス商法	400	520	555	745	432	801	53.9%
無料商法	876	671	625	741	400	1,653	24.2%
マルチ・マルチまがい商法	377	443	464	639	349	688	50.7%
クレ・サラ強要商法	100	210	229	411	250	280	89.3%
アポイントメントセールス	196	210	304	330	200	275	72.7%
キャッチセールス	365	318	332	351	166	216	76.9%

※相談全体は年齢不明・未記入を除いた件数

(複数選択項目)

(2) 主な商品・役務

平成26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62.7%を占めているほか、バイナリーオプション取引等のデリバティブ取引に関する相談が目立つ。

「架空・不当請求」では、デジタルコンテンツが89.6%を占めているほか、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や賃貸アパートの原状回復費用に関する相談などが目立つ。

「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件数が多く、このほか、健康食品、化粧品の相談が目立つ。

「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ネックレス等のアクセサリ、化粧品、美顔器等の理美容用具の契約に関する相談が目立つ。

「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エステティックサービスや、アクセサリ、理美容用具、化粧品の契約に関する相談、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、絵画・書画など画廊で強引な勧誘を受けたといった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26年度上半期）

インターネット通販(3,342件)		架空・不当請求(1,992件)		サイドビジネス商法(432件)		無料商法(400件)					
1	デジタルコンテンツ	2,096	1	デジタルコンテンツ	1,784	1	教養娯楽教材	71	1	デジタルコンテンツ	182
2	運動ぐつ	95	2	商品一般	25	2	他の内職・副業	49	2	エステティックサービス	50
3	婦人用バッグ	59	3	賃貸アパート	22	3	健康食品	35	3	アクセサリ	29
4	財布類	57	4	役務その他サービス	15	4	デジタルコンテンツ	26	4	化粧品	25
5	他のデリバティブ取引	47	5	電話音声情報	13	4	パソコンソフト	26	5	他の理美容用具	15
6	腕時計	42	6	興信所	10	6	化粧品	25	6	インターネット接続回線	8
7	健康食品	39	7	携帯電話サービス	9	7	商品一般	24	7	モバイルデータ通信	7
8	靴	37	8	外食	8	8	デジタルディスクソフト	23	8	医療サービス	5
9	商品一般	36	9	インターネット接続回線	7	9	タレント・モデル内職	18	8	携帯電話サービス	5
10	身の回り品その他	29	10	健康食品	6	10	ビジネス教室	14	8	電話音声情報	5
									8	役務その他サービス	5

マルチ・マルチまがい商法(349件)		クレ・サラ強要商法(250件)		アポイントメントセールス(200件)		キャッチセールス(166件)					
1	教養娯楽教材	74	1	教養娯楽教材	63	1	タレント・モデル内職	24	1	エステティックサービス	38
2	健康食品	43	2	パソコンソフト	31	2	アクセサリ	22	2	他の理美容用具	36
3	化粧品	35	3	デジタルディスクソフト	25	3	教養娯楽教材	19	3	化粧品	17
4	商品一般	28	4	エステティックサービス	20	4	パソコンソフト	18	4	タレント・モデル内職	13
5	パソコンソフト	25	5	他の内職・副業	17	5	他の理美容用具	16	5	アクセサリ	11
6	デジタルディスクソフト	20	6	他の理美容用具	14	6	化粧品	15	6	絵画・書画	9
6	他の内職・副業	20	6	アクセサリ	14	7	タレント・モデル養成教室	14	7	撮影サービス	8
8	ファンド型投資商品	10	8	他の教室・講座	9	8	デジタルディスクソフト	8	8	医療サービス	4
9	飲料	8	9	化粧品	8	8	エステティックサービス	8	9	タレント・モデル養成教室	3
10	他の教室・講座	7	10	タレント・モデル内職	7	10	撮影サービス	6	9	パーマ	3
									9	外国語・会話教室	3

- 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。
- サイドビジネス商法
「副業や内職で収入になる」などどうだって契約させる商法
- 無料商法
無料をうたって、高額な商品売りつける商法
- 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
マージンが入るとどうだ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
- 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
- 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

9 相談事例

事例1：アダルト情報サイト(ワンクリック請求、未成年者契約)

息子にスマートフォンを貸して欲しいと言われて貸したところ、「女優の名前で検索したらアダルトサイトにアクセスしてしまい、料金請求画面が表示された」と相談された。料金請求画面はOKボタンを押すことしかできず、OKボタンを押すと次に「料金が未精算なので払うように」と書かれた画面が表示され、さらにOKボタンを押すと、アダルトサイトの登録番号とスマートフォンの端末情報が表示された。料金を支払う義務はあるのだろうか。(10歳代/男性)

事例2：財布(インターネット通販、商品未着)

ブランド物の財布を安く売っている通販サイトを見つけ、購入手続きをした。注文確認メールが届いたので、すぐに代金を指定口座に振り込んだ。口座名義は法人ではなく個人名のようなので、入金確認メールには「代金の振込が確認できたので発送しました」と記載されていたが、1週間以上経っても商品が送られてこない。商品を送付した宅配便の問合せ番号を事業者に尋ねたところ、「今回は郵送なので問合せ番号はない。来週には届く予定」と回答があったが、商品が届かなかった場合はどうすればよいか。

(20歳代/女性)

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)

自分が通っている大学では、投資用教材DVDを契約している人が大勢いる。友人は儲かっているというので興味を持った。購入代金が高額であることは知っていたが、すぐに元が取れるので大丈夫と言われ、学生ローン2社から借り入れた。喫茶店で事業者に代金を渡し、DVDを受け取った。DVDを見たが内容がよくわからず、クーリング・オフ期間があったが、どうか迷っているうちに過ぎてしまった。他の人にDVDの紹介をすればマージンがもらえるようだが、解約したい。

(20歳代/男性)

事例4：ネックレス、脱毛エステ(サイドビジネス商法、販売目的隠匿)

街頭で芸能事務所の人に声をかけられ、事務所に登録し、週末のみ芸能関係の仕事をしている。

事務所から紹介され無料で脱毛エステをすることになり、後日、サロンに出向いた。サロンでは、エステの他にアクセサリや化粧品も販売しており、商品を購入した人に無料で脱毛エステのサービスをしているとのことだった。「クレジットカードでキャッシングをして、ダイヤのネックレスを購入して欲しい。カード会社への月々の返済金額は後日口座に振り込む」との説明から、自己負担なくエステを受けられると思い承諾した。

新しくクレジットカードを作るように言われて作ったカードでキャッシングをし、ネックレス代として担当者に現金を手渡した。また、今まで3回カード会社へ返済をした。その都度、担当者に電話で返済金を支払うよう求めているが、2回しか振り込まれていない。また、無料エステも予約がほとんど取れないので、担当者に解約したいと伝えたが、了解したと言いながらいまだに解約手続きがされていない。

(20歳代/女性)

事例5：バイナリーオプション取引(オプション取引、利殖商法、連絡不能)

投資関係のブログでバイナリーオプションの書き込みを見た。短期間で利益が出るようだったので、口座を開設し、入金した。何度か取引をした後で、事業者とお金の引き出しでトラブルがあったり、無登録業者であること等の情報をネットで見つけて不安になり、事業者に対して、口座に入金したお金の引き出しを申し込んだところ、その時点で口座残高が0円となった。お金を受け取っていないのに残高がなくなったことに不信感を抱いた。その後、事業者から身分証明書を送るよう連絡があったので、再度メールで入金したお金の引き出しを申し出たが、メールが届かなくなり、事業者と連絡が取れない状態となった。

(20歳代/男性)

10 若者の相談について

若者相談はインターネットのコンテンツに関するものが多く寄せられている。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、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。

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、スマートフォンやパソコンなどに、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。

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。

また、アポイントメントセールスやキャッチセールス等の悪質な手口で勧誘し、契約をさせるケースも依然として多く見られる。「話を聞くだけのつもりが、いつの間にか高額な契約になった」「実質無料と言われて、自分に損はないと思った」といった相談が多く寄せられているが、値引きなどの条件を持ちかけて考える時間を与えなかったり、「お金がない」と言う消費者に対して、クレジットカードを作らせたり、借金の目的や年収などを偽ってローンを利用するよう指示をしてまで契約させるような事業者を信用してはならない。

さらに、友人や大学の先輩などから「簡単に儲かる」などと言われて興味を持ち契約をしたが、全く儲からなかったという相談も多く寄せられている。リスクもなく、楽しんでお金を儲けることができるようなことはない。信頼できる人からの紹介であったとしても、実際に契約する相手先や契約内容のわかる書面を求め、内容に不審な点があったら毅然と断るといった対応を取ることが望ましい。また、紹介料がもらえるからと、手易に知人を誘うことは、自分の信用を低下させたり、友人・知人関係を壊すことにもなり兼ねない。

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手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。