

東京の若者は、4割強が悪質商法に遭遇！

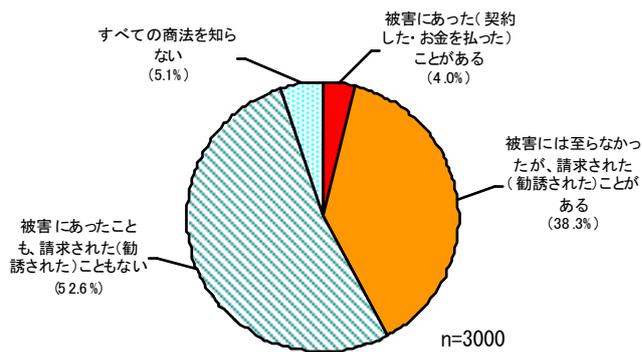
～若者の消費者被害に関する調査結果～

東京都では、若者の消費者被害の実態を把握し、今後の情報発信の参考とするため、都内に住む18歳から29歳までの男女3,000人を対象に「若者の消費者被害に関する調査」を実施しました。その結果をお知らせします。

【調査結果のポイント】

若者の4割強が悪質商法の被害の危険に遭遇！

【悪質商法の被害経験】

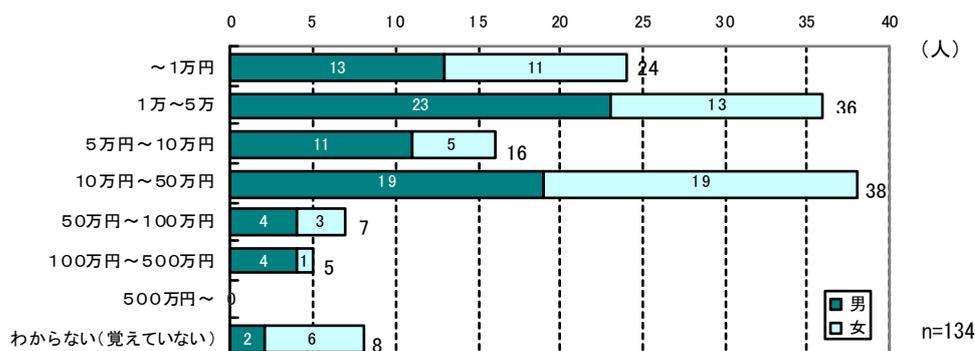


「架空請求」「マルチ商法」「キャッチセールス」「デート商法」「アポイントメントセールス」の5つの商法を挙げて被害にあったことがあるか聞いたところ、全体の4.0%が「被害にあった(契約した・お金を払った)ことがある」と回答した。さらに、「被害には至らなかったが、請求された(勧誘された)ことがある」が38.3%となっており、実際の被害にあった人と合わせると、42.3%が何らかの被害の危険に遭遇している。

100万円以上の高額被害も発生！

実際の被害にあった人に被害金額を聞いたところ、10万円未満までの区分で半数を超えるが、最も多い回答は10万～50万円である。「マルチ商法」、「デート商法」及び「アポイントメントセールス」では、100万円以上の高額被害も発生している〈商法別の数字は概要版P.6参照〉。

【悪質商法の被害金額】



“被害を受けたら消費生活センターに相談する”が6割超

悪質商法による被害を受けた場合、消費生活センターに相談すると思うかを聞いたところ、61.6%が「相談すると思う」「たぶん相談すると思う」としている。一方、24.2%は「相談しないと思う」「たぶん相談しないと思う」としており、相談しない理由は、「自分で解決できると思うから」が40.2%、次いで「相談しても仕方がないと思うから」が38.3%となっている。



※印刷用ページ (PDF, 472KB)

※若者の消費者被害に関する調査 概要版 (PDF, 872KB)

※若者の消費者被害に関する調査 報告書

【資料】

調査実施の概要

調査対象：東京都内に住む18歳から29歳までの男女3,000人

調査期間：平成25年1月10日から同月21日まで

調査方法：WEB調査

設問で挙げた悪質商法

今回の調査では、主な悪質商法のうち、特に若者が狙われやすいとされる次の5つの商法について調査を実施した。

「架空請求」 パソコンや携帯電話のアダルトサイトなどで、利用料金や利用規約を明確にせず、消費者がクリックすると「契約完了」「料金請求」などと表示し、高額な料金を請求するという商法。

「マルチ商法」 学校の友人やSNS等で知り合った友人に「いい仕事がある」「もうかる」などと誘われて販売組織に入会させられた人がさらに別の加盟者を誘引するという連鎖によって組織を拡大して行う商品・サービスの取引。新規加盟者の支払う加盟料や商品代金等によって、自分の利益が得られると勧誘される。ネットワークビジネスなどと説明する場合もある。勧誘時の話と違い、商品は売れず、加盟者を勧誘できず、損をすることが多い。

「キャッチセールス」 駅や繁華街の路上で「無料サービス」「無料体験」「アンケート調査」などと称して呼び止めて、喫茶店や営業所へ連れていき、しつこく勧誘し、帰れない状況や不安をあおるなどして商品やサービスを契約させる。

「デート商法」 出会い系サイトや故意の間違い電話・メールで販売目的を隠して近づき、勧誘時に言葉巧みな話術で好意を抱かせ、それに付け込んで商品等を販売する商法。異性の感情を利用して断りにくい状況で勧誘し、契約を迫る。契約後、行方をくらますケースが多い。

「アポイントメントセールス」 「特別モニターに選ばれた」などと販売目的を明らかにしないで、または著しく有利な条件で取引できると言って、電話や郵便で喫茶店や事務所へ呼び出し、消費者に契約しないと帰れない状況にするなどして商品やサービスを契約させる。最近はSNSや、出会い系サイトなどで知り合った人から誘われるケースが見られる。