

「若者」の消費生活相談の概要

都内の消費生活センターに寄せられた若者相談（契約当事者が29歳以下の若者の相談をいう。）について、その特徴と傾向を分析する。（※）

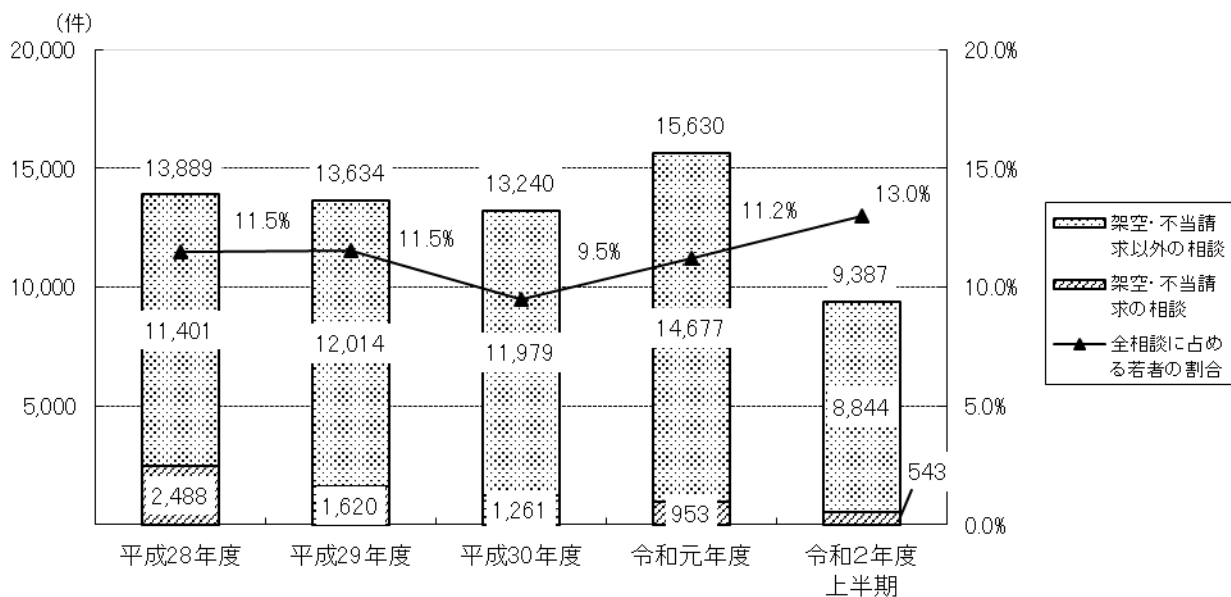
1 相談件数の推移

若者相談について、平成28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。

令和元年度の相談件数は15,630件と、前年度に比べ18.1%の増加となったが、令和2年度上半期の相談件数は9,387件であり、前年同期(7,604件)と比べ23.4%の増加となった。また、若者相談が相談全体に占める割合は、令和元年度は11.2%、令和2年度上半期は13.0%であった。

若者相談の中で架空・不当請求に関する相談は、平成28年度は2,488件であったが、平成29年度以降は毎年減少している。しかしながら、令和2年度上半期は543件と前年同期(505件)より7.5%増加した。

【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28年4月～令和2年9月の相談データ
(令和2年度上半期のデータは令和3年2月28日現在の登録分)

2 契約当事者の属性

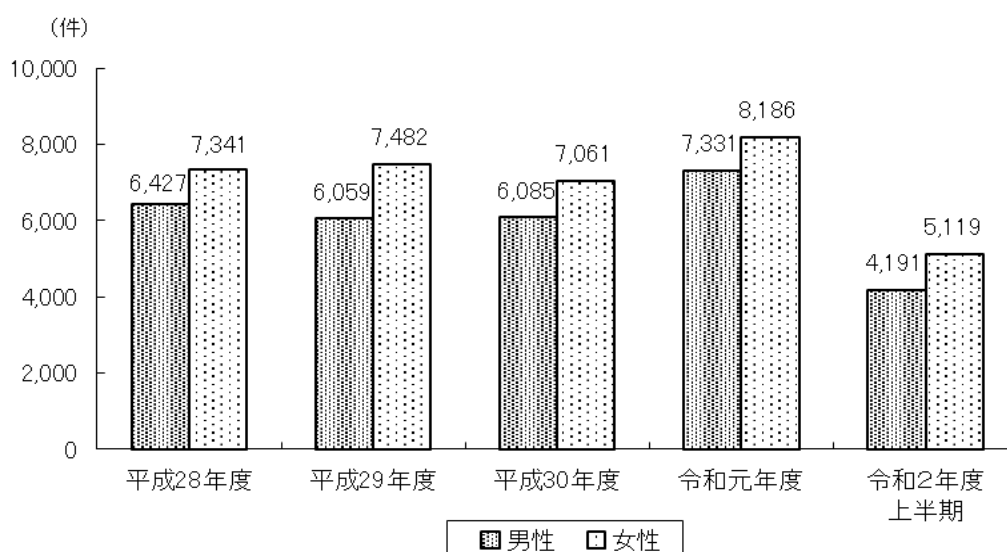
(1) 「性別」「年代別」相談件数の推移

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。

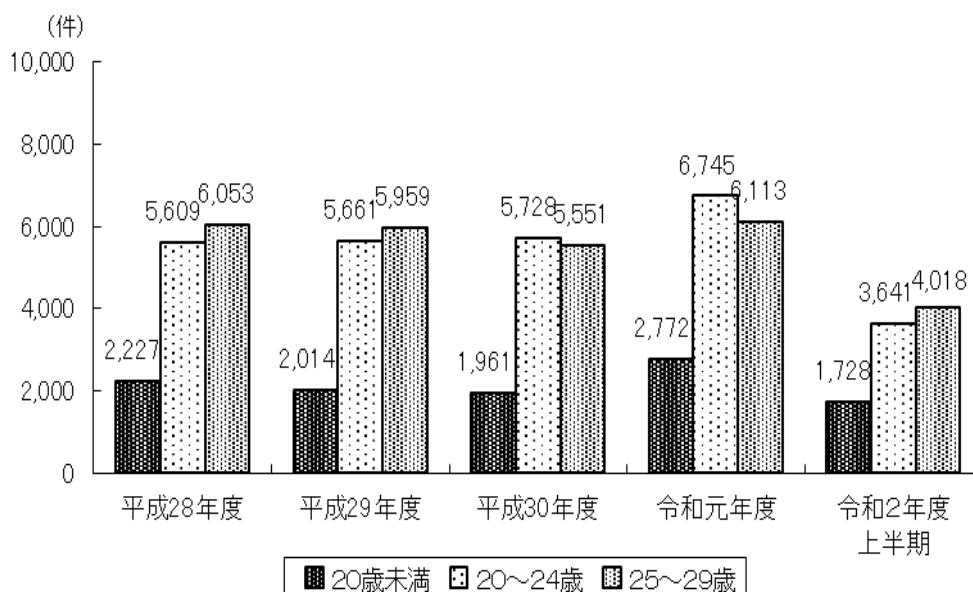
性別で見ると、いずれの年度においても「女性」が「男性」を上回っている。

また、年代別の相談件数を見ると、令和2年度上半期の相談は令和元年度に比べていずれの年代においても増加しているが、特に「20歳未満」の相談はすでに1,728件に達しており、増加が目立っている。

【図-2】 性別 相談件数の推移



【図-3】 年代別 相談件数の推移

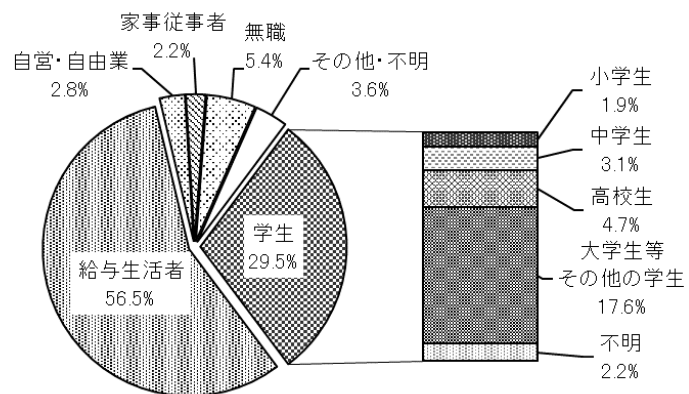


(2) 職業別の割合

令和2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。

契約当事者は「給与生活者」が56.5%と最も多く、次に多いのが「学生」の29.5%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17.6%と最も多く、次いで「高校生」が4.7%、「中学生」が3.1%となっている。



【図-4】 職業別 相談件数の割合 (令和2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年間及び令和2年度上半期の商品・役務別相談件数の上位15位を示したものが【表-1】である。

令和2年度上半期は、「健康食品（ダイエットサプリなど）」が最も多く、相談件数も増加している。定期購入であることを気づかずにスマホ上に表示された広告から購入させるサプリメントに関する相談がその多くを占める。

他に多いのは各年度とも「賃貸アパート」の相談であり、修理代・原状回復費・敷金等をめぐる内容が多い。

また、令和2年度上半期に特徴的な相談として、第11位「結婚式」の件数が急増している（令和元年度上半期71件）が、新型コロナウイルス感染拡大に伴い、結婚式（披露宴）を中止や延期せざるを得なくなり、式場から、多額のキャンセル料や延期に伴う費用を請求されたが、払わなければいけないか、といった相談が多くを占める。また第13位の「スポーツ・健康教室」も上半期で既に、令和元年度の年間件数(135件)を超えており、コロナ禍における休業や退会の際の精算に係る相談が多い。

【表-1】 商品・役務別上位15位

(単位:件)

	平成30年度 (13,240件)	令和元年度 (15,630件)	令和2年度上半期 (9,387件)
1	賃貸アパート 1,202	賃貸アパート 1,271	健康食品 778
2	他のデジタルコンテンツ 528	健康食品 997	賃貸アパート 705
3	エステティックサービス 523	化粧品 934	他のデジタルコンテンツ 472
4	デジタルコンテンツ一般 512	他のデジタルコンテンツ 584	商品一般 324
5	商品一般 491	商品一般 542	エステティックサービス 285
6	健康食品 364	エステティックサービス 541	オンラインゲーム 252
7	他の内職・副業 329	教養娯楽教材 441	出会い系サイト 218
8	オンラインゲーム 305	他の内職・副業 408	役務その他サービス 206
9	出会い系サイト 298	オンラインゲーム 369	電気 205
10	アダルト情報サイト 286	出会い系サイト 345	他の化粧品 200
11	役務その他サービス 272	役務その他サービス 342	結婚式 198
12	インターネット接続回線 256	デジタルコンテンツ一般 264	他の内職・副業 191
13	携帯電話サービス 248	アダルト情報サイト 203	スポーツ・健康教室 175
14	教養娯楽教材 236	ビジネス教室 155	モバイルデータ通信 174
15	フリーローン・サラ金 221	スポーツ・健康教室 135	医療サービス 155

(2) 性別

若者相談について、過去2年間及び令和2年度上半期の商品・役務別相談件数の上位15位を性別で示したものが【表-2】【表-3】である。

性別ごとの違いを見ていくと、「男性」では、「他のデジタルコンテンツ（情報商材など）」「他の内職・副業（オンラインカジノのアフィリエイトなど）」「オンラインゲーム」などが多い。

「女性」では、「健康食品（ダイエットサプリなど）」「エステティックサービス」「出会い系サイト」などが上位10位に入っている。

「健康食品」は、「女性」は平成30年度には286件であったが、令和元年度には772件、令和2年度上半期で既に601件と相談件数は大きく増加している。

【表-2】 商品・役務別上位15位(男性)

(単位:件)

	平成30年度 (6,085件)		令和元年度 (7,331件)		令和2年度上半期 (4,191件)	
1	賃貸アパート	516	賃貸アパート	570	賃貸アパート	338
2	他のデジタルコンテンツ	248	他の化粧品	467	他のデジタルコンテンツ	217
3	オンラインゲーム	246	教養娯楽教材	332	オンラインゲーム	197
4	デジタルコンテンツ一般	228	他のデジタルコンテンツ	305	健康食品	172
5	商品一般	215	オンラインゲーム	302	商品一般	166
6	教養娯楽教材	186	商品一般	239	他の化粧品	127
7	アダルト情報サイト	158	健康食品	216	役務その他サービス	107
8	他の内職・副業	154	他の内職・副業	204	電気	106
9	フリーローン・サラ金	150	インターネット接続回線	178	他の内職・副業	106
10	インターネット接続回線	147	出会い系サイト	169	モバイルデータ通信	97
11	携帯電話サービス	129	役務その他サービス	137	結婚式	95
12	出会い系サイト	123	電気	136	インターネット接続回線	85
13	役務その他サービス	123	外食	132	教養娯楽教材	75
14	ビジネス教室	95	基礎化粧品	130	フリーローン・サラ金	71
15	相談その他	95	携帯電話サービス	129	デジタルコンテンツ一般	63

【表-3】 商品・役務別上位15位(女性)

(単位:件)

	平成30年度 (7,061件)		令和元年度 (8,186件)		令和2年度上半期 (5,119件)	
1	賃貸アパート	679	健康食品	772	健康食品	601
2	エステティックサービス	499	賃貸アパート	693	賃貸アパート	365
3	健康食品	286	エステティックサービス	505	他のデジタルコンテンツ	254
4	デジタルコンテンツ一般	281	商品一般	292	エステティックサービス	252
5	他のデジタルコンテンツ	278	医療サービス	216	商品一般	152
6	商品一般	268	他の内職・副業	205	スポーツ・健康教室	139
7	出会い系サイト	175	役務その他サービス	204	出会い系サイト	124
8	他の内職・副業	173	美容医療*	195	医療サービス	119
9	美容医療*	160	出会い系サイト	175	相談その他	111
10	役務その他サービス	147	デジタルコンテンツ一般	143	美容医療*	106
11	タレント・モデル養成教室	131	他の化粧品	122	結婚式	101
12	スポーツ・健康教室	129	コンサート	117	アダルト情報サイト	100
13	アダルト情報サイト	123	相談その他	111	電気	99
14	携帯電話サービス	118	教養娯楽教材	109	役務その他サービス	99
15	インターネット接続回線	108	インターネット接続回線	98	紳士・婦人洋服一般	85

注) 「美容医療*」とは、「医療サービス」「歯科治療」「人工植毛」のうち、特性キーワード「美容医療」が付与された相談。

(3) 年代別

若者相談について、令和2年度上半期の商品・役務別相談件数の上位15位を年代別に示したものが【表-4】である。

「20歳未満」で多いのは、「健康食品」「オンラインゲーム」「他の化粧品(脱毛クリームなど)」「他のデジタルコンテンツ(情報商材など)」「商品一般(クレジットカードの不審な引落としなどの相談)」である。

「20～24歳」で多いのは、「健康食品」「他のデジタルコンテンツ」「賃貸アパート」「エステティックサービス」「他の内職・副業」である。「出会い系サイト」の相談も多い。

「25～29歳」で多いのは、「賃貸アパート」「結婚式(コロナの影響で式延期に伴う解約料など)」「他のデジタルコンテンツ」「商品一般」「エステティックサービス」である。

「20～24歳」で増加し、「25～29歳」においても引き続き多く相談が寄せられているのは、「賃貸アパート」「商品一般」「モバイルデータ通信」「修理サービス」「スポーツ・健康教室」である。

【表-4】年代別 商品・役務別上位15位(令和2年度上半期)

(単位:件)

	20歳未満(1,728件)		20～24歳(3,641件)		25～29歳(4,018件)	
1	健康食品	348	健康食品	236	賃貸アパート	468
2	オンラインゲーム	219	他のデジタルコンテンツ	228	結婚式	183
3	他の化粧品	106	賃貸アパート	213	他のデジタルコンテンツ	147
4	他のデジタルコンテンツ	97	エステティックサービス	162	商品一般	134
5	商品一般	63	商品一般	127	エステティックサービス	112
6	アダルト情報サイト	58	他の内職・副業	124	スポーツ・健康教室	104
7	出会い系サイト	37	出会い系サイト	116	役務その他サービス	101
8	デジタルコンテンツ一般	31	電気	111	モバイルデータ通信	97
9	賃貸アパート	24	教養娯楽教材	92	インターネット接続回線	92
10	基礎化粧品	23	役務その他サービス	84	フリーローン・サラ金	77
11	音響・映像機器	22	医療サービス	79	電気	76
12	役務その他サービス	21	美容医療*	72	出会い系サイト	65
13	他の内職・副業	21	モバイルデータ通信	69	修理サービス	65
14	紳士・婦人洋服一般	20	他の化粧品	64	医療サービス	65
15	電気	18	修理サービス	61	保健衛生品その他	64
			スポーツ・健康教室	61		

(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年間及び令和2年度上半期の相談件数の上位15位を示したものが【表-5】である。

投資用教材の入ったUSB等の「教養娯楽教材」に関する相談は、平成29年度以降9割を超え、極めて高い水準となっている。令和2年度上半期は、「オンラインゲーム」に関する相談の割合が2位となり、「タレント・モデル養成教室」は15位圏外となった。

「オンラインゲーム」「他の内職・副業(オンラインカジノのアフィリエイトなど)」に関する相談は5割～6割程度と高い水準が続いている。

【表-5】若者相談が占める割合の大きい商品・役務 上位15位

	平成30年度 (13,240件)	若者の 相談割合	令和元年度 (15,630件)	若者の 相談割合	令和2年度上半期 (9,387件)	若者の 相談割合
1	教養娯楽教材	91.1%	教養娯楽教材	94.4%	教養娯楽教材	94.1%
2	タレント・モデル養成教室	73.5%	タレント・モデル養成教室	73.2%	オンラインゲーム	64.6%
3	オンラインゲーム	55.1%	他の内職・副業	66.6%	他の内職・副業	58.8%
4	他の内職・副業	53.1%	オンラインゲーム	58.4%	エステティックサービス	48.7%
5	エステティックサービス	48.7%	エステティックサービス	53.6%	美容医療*	47.4%
6	ビジネス教室	46.8%	結婚式	48.3%	結婚式	45.7%
7	結婚式	46.6%	ビジネス教室	45.6%	ビジネス教室	45.5%
8	他のデリバティブ取引	43.3%	他の化粧品	43.8%	出会い系サイト	42.1%
9	美容医療*	37.0%	教養・娯楽サービスその他	36.0%	他の化粧品	33.9%
10	出会い系サイト	33.2%	出会い系サイト	37.2%	電気	31.4%
11	コンサート	32.9%	コンサート	35.2%	医療サービス	29.5%
12	他の教室・講座	30.0%	美容医療*	33.4%	他のデジタルコンテンツ	25.1%
13	教養・娯楽サービスその他	29.9%	手配旅行	28.5%	モバイルデータ通信	25.0%
14	スポーツ・健康教室	22.2%	航空サービス	27.7%	レンタルサービス	24.6%
15	レンタルサービス	21.7%	レンタルサービス	26.3%	ファンド型投資商品	24.0%

注)商品・役務別相談件数上位30位を割合順で並べ替え、上位15位を抽出。「商品一般」「相談その他」を除く

4 相談内容

若者相談について、令和2年度上半期の内容キーワード別相談件数の上位15位を若者全体及び年代別で示したものが【表-6】である。

いずれの年代でも、「解約一般」「インターネット通販」「返金」「電子広告」「高価格・料金」の相談が多い。

20歳未満では、「未成年者契約」「SNS」「架空・不当請求*」「返品」の相談が多い。

20～24歳では、「SNS」「サイドビジネス商法」「クーリングオフ一般」「クレジットカード」の相談が多い。

25～29歳では、「説明不足」「クレーム処理」「約束不履行」「虚偽説明」の相談が多い。

【表-6】内容キーワード上位15位(令和2年度上半期)

(単位:件)

	若者 全体(9,387件)		20歳未満(1,728件)		20～24歳(3,641件)		25～29歳(4,018件)	
1	解約一般	3,995	未成年者契約	1,185	解約一般	1,569	解約一般	1,541
2	インターネット通販	3,816	インターネット通販	1,177	インターネット通販	1,356	インターネット通販	1,283
3	返金	2,024	解約一般	885	返金	850	返金	867
4	電子広告	1,620	電子広告	366	電子広告	633	電子広告	621
5	高価格・料金	1,366	高価格・料金	309	高価格・料金	530	連絡不能	548
6	連絡不能	1,310	返金	307	連絡不能	526	高価格・料金	527
7	未成年者契約	1,216	連絡不能	236	SNS	427	契約書・書面一般	507
8	契約書・書面一般	1,025	SNS	166	契約書・書面一般	414	解約料	431
9	SNS	874	クレジットカード	165	サイドビジネス商法	372	説明不足	406
10	クレジットカード	743	架空・不当請求*	128	クーリングオフ一般	369	クレーム処理	284
11	説明不足	742	返品	116	クレジットカード	296	クレジットカード	282
12	解約料	720	契約書・書面一般	104	詐欺	271	SNS	281
13	クーリングオフ一般	601	詐欺	83	説明不足	268	約束不履行	273
14	詐欺	577	痩身	82	虚偽説明	264	虚偽説明	249
15	サイドビジネス商法	556	プライバシー	79	解約料	252	信用性	228

*は上位キーワードで集計したもの

(複数選択項目)

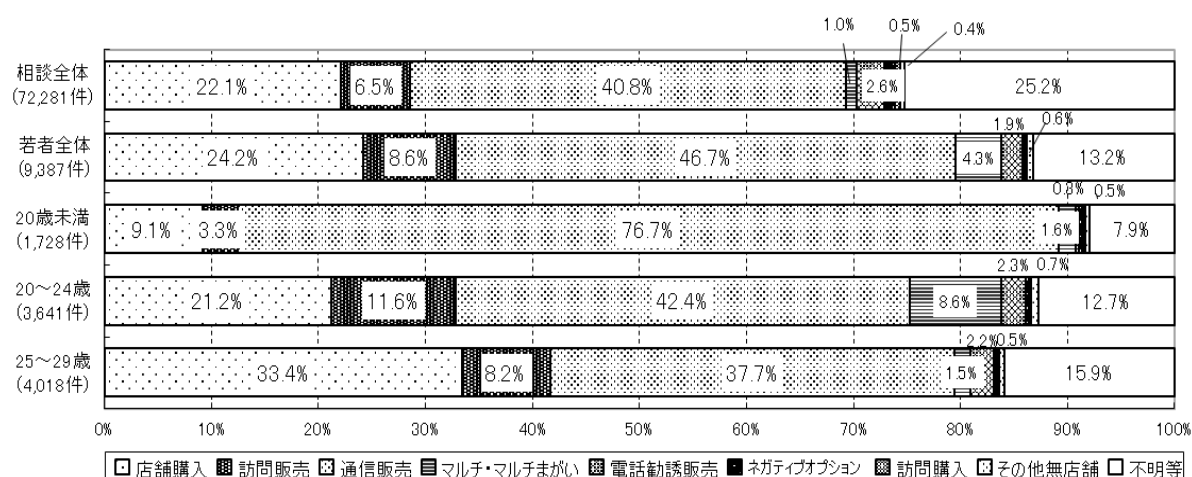
5 販売購入形態

令和2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。

20歳未満では、インターネット通販等の「通信販売」の割合が76.7%に達しており、相談全体の40.8%と比較して、その割合は大きい。

20～24歳では、「マルチ・マルチまがい」の割合が8.6%になっており、相談全体では1.0%であることと比較するとその割合が大きい。なお、「マルチ・マルチまがい」の相談の割合は、20歳未満で1.6%、25～29歳では1.5%となっており、20～24歳で特に多い販売購入形態であることがわかる。

【図-5】 販売購入形態別割合(令和2年度上半期)



6 契約購入金額

若者の相談について、平均契約購入金額の推移を示したものが【表-7】である。相談全体の平均契約購入金額は低くなっていく傾向にあるが、それに反して、若者の相談における平均契約購入金額は平成29年度以降、60万円を超えている。

令和2年度上半期の契約購入金額別の割合を、相談全体と若者全体及び年代別と比較したものが【図-6】である。

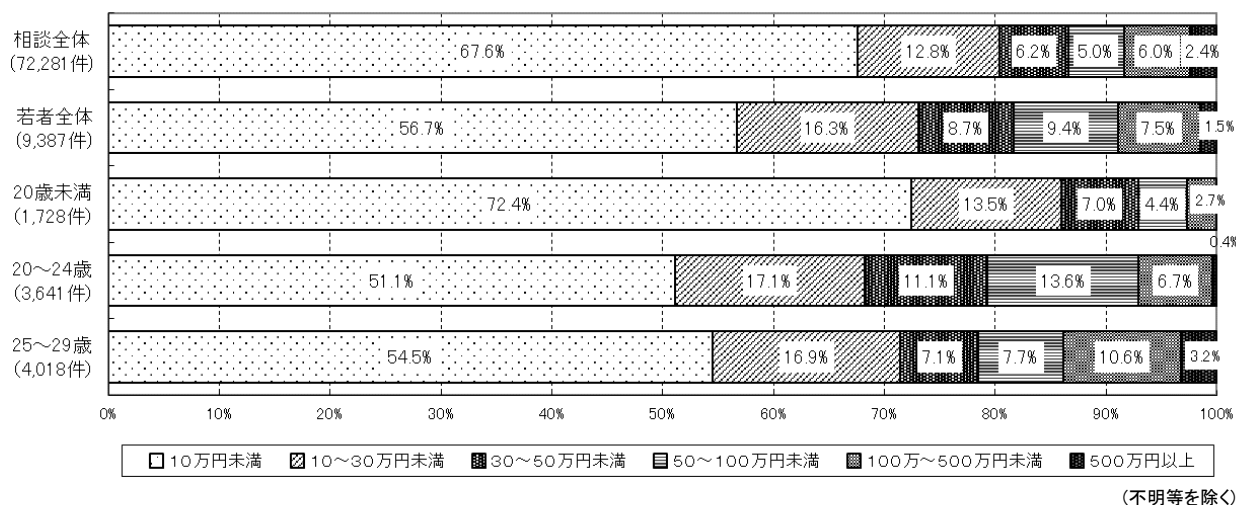
契約購入金額を若者全体で見ると、「10万円未満」は、20歳未満で72.4%であるのに対し、20～24歳では51.1%、25～29歳では、54.5%となっている。「50～100万円未満」は、20歳未満では7.0%であるのに対し、20～24歳では11.1%、25～29歳では7.1%となっている。「100万円～500万円」は、20歳未満で2.7%であるのに対し、20～24歳で6.7%、25～29歳では10.6%となっている。「500万円以上」は、20～24歳で0.4%であるのに対し、25～29歳では3.2%となっている。

【表-7】 若者の相談と平均契約購入金額

(単位：千円)

	28年度	29年度	30年度	令和元年度	令和2年度 上半期
若者相談	537	605	674	656	611
相談全体	1,320	1,347	1,260	1,179	812

【図-6】 契約購入金額別割合 若者と相談全体の比較(令和2年度上半期)

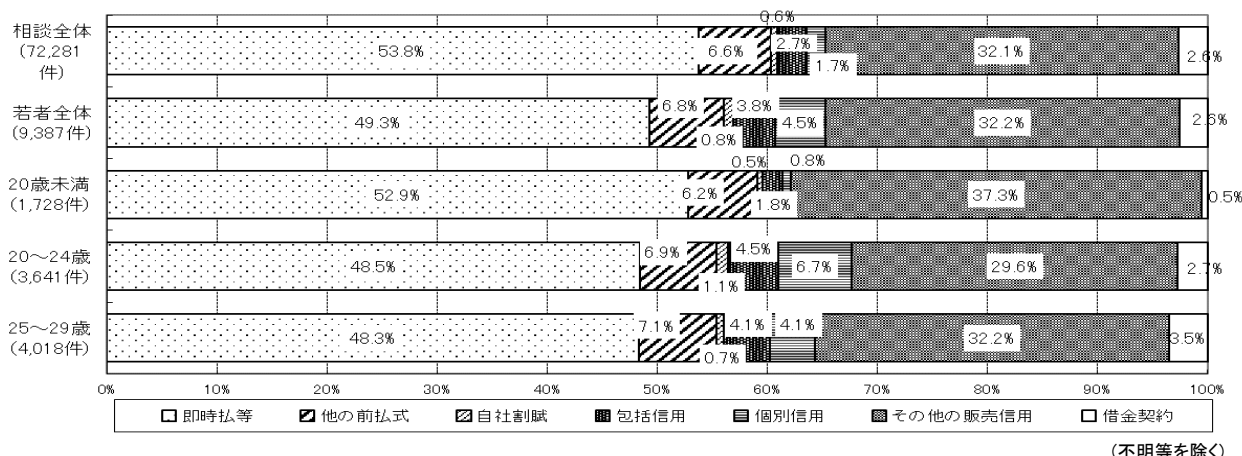


7 支払方法

令和2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「即時払等」(※1)の割合が最も大きく、全体の49.3%を占めているが、相談全体(53.8%)と比べると少なくなっている。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)」(※8)の割合が大きく、中でも「個別信用」(※5)の割合が大きい。なお、「その他の販売信用(2,219件)」(※6)のうち殆どを「2か月内払い(2,072件)」が占める。また、前払い式通販や電子マネーなどの「他の前払式」(※2)は、若者全体で6.8%となっており、相談全体の割合とほぼ同じである。

【図-7】 支払方法別割合(令和2年度上半期)



※1「即時払等」: 商品等の受け取りと同時に一括払い。(例)通常の現金での買い物。月払い保険料、家賃、新聞代、月謝等

※2「他の前払式」: 商品等の受け取り前に全額か一部を支払う方式。(例)前払い式通販、プリペイドカード、保険料の前納等

※3「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。

※4「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。

※5「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。

※6「その他の販売信用」: ローン提携販売、2か月内払い(クレジットカードの翌月一括払など)、他の販売信用によるもの。

※7「借金契約」: いわゆる消費者金融・サラ金等から金銭を借りた場合、クレジットカードによるキャッシングなどが該当する。

※8「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。

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、若者相談に多い販売方法・商法別に過去4年間及び令和2年度上半期の相談件数の推移と、当該販売方法・商法に占める若者相談の割合を、示したものが【表-8】である。

「インターネット通販*」の令和2年度上半期は、3,683件と令和元年度上半期から1,221件、49.6%の増となった。特に令和元年度からの増加が目立つ。

「未成年者契約」の令和2年度上半期は、1,216件と令和元年度上半期から318件、35.4%の増加となった。

「無料商法」は、健康食品や化粧品の定期購入にかかる相談が多く、令和2年度上半期は、令和元年度上半期と比べて、16.0%の増加となった。

「サイドビジネス商法」は、平成28年度から令和元年度まで増加していたが、令和2年度上半期は、元年度上半期と比べて減少傾向がうかがわれる。

「マルチ・マルチまがい商法」の令和2年度上半期は、元年度上半期と比べて32.5%の減となり、減少傾向がうかがわれる。

「クレ・サラ強要商法」「キャッチセールス」の、令和2年度上半期は、元年度上半期と比べてそれぞれ39.9%、43.5%大きく減少している。

「架空請求」及び「ワンクリック請求」は、令和元年度から減少しており、令和2年度上半期も減少傾向が続いている。

若者相談が、各販売方法・商法の相談に占める割合を令和2年度上半期で見ると、「未成年者契約 (96.3%)」「クレ・サラ強要商法 (94.6%)」「アポイントメントセールス (75.4%)」「マルチ・マルチまがい商法 (62.5%)」「サイドビジネス商法 (59.7%)」で高い水準にある。

【表-8】 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※ 令和2年度 上半期	若者相談が 占める割合 (2年度上半期)
	28年度	29年度	30年度	令和元年度	令和元年度 上半期	令和2年度 上半期		
インターネット通販*	3,013	3,409	3,564	5,360	(2,462)	3,683	20,211	18.2%
未成年者契約	1,279	1,185	1,150	1,971	(898)	1,216	1,263	96.3%
サイドビジネス商法	814	923	1,005	1,261	(649)	556	932	59.7%
マルチ・マルチまがい商法	726	870	844	1,116	(593)	400	640	62.5%
クレ・サラ強要商法	302	384	466	619	(351)	211	223	94.6%
利殖商法	155	271	501	537	(300)	218	529	41.2%
アポイントメントセールス	246	319	525	486	(261)	184	244	75.4%
無料商法	410	351	337	438	(206)	239	1,266	18.9%
個人間売買	245	267	278	341	(182)	158	705	22.4%
架空請求	806	803	624	274	(159)	104	1,666	6.2%
ワンクリック請求	1,168	354	230	198	(103)	92	548	16.8%
キャッチセールス	97	106	91	71	(46)	26	44	59.1%

注)相談全体は年齢不明・未記入を除いた件数

(複数選択項目)

※1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。

本稿においては、「インターネット通販」の相談から、取引実態が存在しない案件である「架空請求」「ワンクリック請求」の相談を除いたもの。

※2未成年者契約

法的に有効な契約かどうかは別にして、未成年者の契約であることが問題となっている場合に付与

※3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

※4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

※5架空請求

身に覚えのない代金の請求(例)身に覚えのないコンテンツ利用料の請求など

※6アポイントメントセールス

販売意図を明らかにしないで、又は著しく有利な条件を強調して電話等で呼び出し、商品やサービスを契約させる商法

※7利殖商法

利殖になることを強調して投資や出資を勧誘する商法。

※8クレ・サラ強要商法

商品・サービスの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

※9無料商法

無料であつて商品やサービスを売りつける商法

※10ワンクリック請求

メールやホームページにおいて、クリック・タップする前に利用料金・利用規約等について明確な説明がない、又は事実と異なる説明によりクリック・タップを促し、即座に「契約完了」や「料金請求」といった内容を表示させるなどして金銭を支払わせようとする手口。(例)アダルトサイトのワンクリック請求

※11個人間売買

個人間の有料の不用品売買(例)インターネットオークションやフリーマーケットのアプリサービスにおける不用品売買など

※12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

(2) 主な商品・役務

令和2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・役務を示したものが【表-9】である。

「インターネット通販*」では、「健康食品(ダイエットサプリなど)」「他のデジタルコンテンツ(情報商材など)」「オンラインゲーム」「出会い系サイト」が多い。

「未成年者契約」では、「健康食品」「オンラインゲーム」「脱毛剤(脱毛クリームなど)」が多い。

「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」「利殖商法」では「教養娯楽教材(投資用教材USB)」が共通して多い。「他の内職・副業(オンラインカジノのアフィリエイト)」「他のデジタルコンテンツ(情報商材など)」も多い。

「利殖商法」では、「教養娯楽教材(投資用教材USB)」のほか、「ファンド型投資商品(仮想通貨・儲かる投資など)」「デリバティブ取引(バイナリーオプション)」も多い。

「アポイントメントセールス」では、「他の内職・副業(オンラインカジノのアフィリエイトなど)」「タレント・モデル養成教室」「教養娯楽教材(投資用教材USB)」が多い。

「無料商法」では、「健康食品(ダイエットサプリなどの定期購入)」「他のデジタルコンテンツ(情報商材など)」「映画配信サービス」「エステティックサービス」が多い。

【表-9】若者相談に多い販売方法・商法別商品・役務別上位10位(令和2年度上半期)

(単位:件)

インターネット通販*(3,683件)		未成年者契約(1,216件)		サイドビジネス商法(556件)		マルチ・マルチまがい商法(400件)	
1 健康食品	712	1 健康食品	316	1 他のデジタルコンテンツ	131	1 教養娯楽教材	72
2 他のデジタルコンテンツ	288	2 オンラインゲーム	209	2 他の内職・副業	117	2 他の内職・副業	68
3 オンラインゲーム	220	3 脱毛剤	88	3 教養娯楽教材	70	3 他のデジタルコンテンツ	45
4 出会い系サイト	186	4 他のデジタルコンテンツ	63	4 出会い系サイト	37	4 ファンド型投資商品	28
5 脱毛剤	148	5 アダルト情報サイト	37	5 ビジネス教室	28	5 商品一般	22
6 紳士・婦人洋服一般	93	6 商品一般	33	6 役務その他サービス	23	6 ビジネス教室	21
7 映画配信サービス	72	7 出会い系サイト	26	7 ファンド型投資商品	22	7 健康食品	18
8 商品一般	71	8 デジタルコンテンツ一般	22	8 商品一般	17	8 複合サービス会員	14
9 履物	61	8 他の内職・副業	17	9 投資情報サイト	10	9 教養・娯楽サービスその他	12
9 デジタルコンテンツ一般	56	10 エステティックサービス	13	9 教養・娯楽サービスその他	10	10 投資情報サイト	10

クレ・サラ強要商法(211件)		利殖商法(218件)		アポイントメントセールス(184件)		無料商法(239件)	
1 教養娯楽教材	52	1 教養娯楽教材	37	1 他の内職・副業	26	1 健康食品	54
2 他の内職・副業	33	2 ファンド型投資商品	35	2 タレント・モデル養成教室	25	2 他のデジタルコンテンツ	28
3 他のデジタルコンテンツ	31	3 他のデジタルコンテンツ	32	3 教養娯楽教材	18	3 映画配信サービス	23
4 ビジネス教室	13	4 デリバティブ取引	20	4 他のデジタルコンテンツ	16	3 エステティックサービス	23
5 ファンド型投資商品	8	5 投資情報サイト	16	5 役務その他サービス	13	5 スポーツ・健康教室	9
5 役務その他サービス	8	6 外国為替証拠金取引	12	6 ビジネス教室	11	6 美容医療*	7
7 タレント・モデル養成教室	7	7 役務その他サービス	10	7 ネットレス	9	6 野菜飲料	7
8 デリバティブ取引	5	8 他の内職・副業	9	8 他の教室・講座	8	8 出会い系サイト	6
8 他の教室・講座	5	9 新築分譲マンション	7	9 タレント・モデル内職	6	9 脱毛剤	5
8 教養・娯楽サービスその他	5	10 ビジネス教室	6	10 パソコンソフト	4	9 デジタルコンテンツ一般	5
		10 他の教室・講座	6			9 痩身エステ	5
						9 役務その他サービス	5

個人間売買(158件)		架空請求(104件)		ワンクリック請求(92件)		キャッチセールス(26件)	
1 電子ゲーム玩具	9	1 商品一般	40	1 アダルト情報サイト	74	1 エステティックサービス	6
2 履物	8	2 デジタルコンテンツ一般	32	2 デジタルコンテンツ一般	9	2 パーマ	3
3 コンサート	7	3 他のデジタルコンテンツ	11	3 出会い系サイト	4	3 ミネラルウォーター	2
4 他の玩具・遊具	6	4 アダルト情報サイト	4	4 他のデジタルコンテンツ	3	3 美顔器	2
4 オンラインゲーム	6	5 他の健康食品	2	※以下、同順位の件数が多いので割愛。		3 医療サービス	2
4 他のデジタルコンテンツ	6	5 フリーローン・サラ金	2			3 エステティックサービス	2
7 商品一般	5	※以下、同順位の件数が多いので割愛。				3 美顔エステ	2
7 音響・映像機器付属品	5					3 他の内職・副業	2
7 教養娯楽品その他	5					※以下、同順位の件数が多いので割愛。	
7 かばん	5						

9 相談事例

事例1：未成年者契約による「オンラインゲーム」の課金トラブル

幼稚園児の娘が、私のスマートフォンを使って、オンラインゲームをし、アイテムを購入するため課金した。娘がゲームをしていることは承知していたが、課金されていたことには全く気付かなかった。どうすればよいか。
(10歳未満/女性)

事例2：「紹介料が入る」と勧誘され借金して購入した「投資用教材USB」

地元の親友に「贅沢な暮らしをしないか」とバイナリーオプションの投資用教材USBの購入を勧められた。「自分次第で稼げる。また(USB購入を)一人紹介すれば紹介料5万円入る。」と言われた。代金は50万円弱と高額なため支払えないことを伝えると、学生ローンを勧められ、目的は英会話教室に通うためとするように指示された。その後、教材どおりに5万円運用したが損失となり、借金だけが残った。最初の話と違う。契約解除して返金してほしい。(20歳代/男性)

事例3：知り合った男性から勧誘された「競馬投資の情報商材」

SNSで知り合った男性から、「競馬投資の情報商材」を紹介され、IT企業の社長と会った。競馬の予測システムソフトがあり価格は約90万円、ソフトのボタンを毎週一度押すだけで10万円

の元手で、月3～4万円儲かると説明された。購入のための借入金の話となり、消費者金融2社に会員登録しそれぞれ50万円借り入れる予定だった。しかし契約書に署名する際に不審に思い、契約は断ったが、お試しでの利用を勧められ同意した。契約には至ってないと思うが個人情報も伝えたことを後悔している。どうしたらよいか。(20歳代/女性)

事例4：SNSの広告から定期購入と気付かずに購入した「脱毛クリーム」

昨日スマホから注文した男性用の脱毛クリーム。スマホの画面では一回だけの注文だと思っていたが、注文完了のボタンを押した後に表示された規約には、定期購入との記載があり、6回以上購入しないと解約できない。注文直後なのでキャンセルしたいが、販売店に電話がつかない。どうしたらいいか。(10歳代/男性)

事例5：SNSの広告から定期購入と気付かずに購入した「ダイエットサプリ」

スマホでSNSの広告を見て、乳酸菌の入ったダイエットサプリメントを注文した。初回500円分だけ頼むつもりだったが、昨日2回目が届いたので、販売会社に電話をかけて解約を申し出ると4か月間の継続が条件であると言われた。服用すると胃がもたれるような感じで続けたくない。初回で解約できないものか。(20歳代/女性)

事例6：オーディション商法で契約させる「高額なタレント養成レッスン」

求人サイトを見て芸能事務所Aのオーディションを受けに出向いた。その際、B社の映画オーディションを受けないかと誘われ、その気になって、そのままB社のオーディションを受けた。後日、結果を聞くためにB社に出向くと、オーディションは合格だが映画出演のために半年間レッスンを受けるように言われた。入学金、受講料、諸経費を併せ約50万円だった。クレジットカードのキャッシング枠が足りないと言え、とりあえず枠上限の金額を支払いその日のうちに契約書を書いた。しかし、怪しいのでやめたい。どうしたらよいか。(20歳代/男性)

事例7：無料で勧誘も一切ないと聞いていた「フェイシャルエステ」

友人がホワイトニングとフェイシャルエステを受けていたので興味を持ち、友人に事業者を紹介してもらった。この事業者は無料で、勧誘も一切ないと聞いていた。メッセージアプリで事業者に連絡を取り、今日店舗に行き、ホワイトニングを受ける予定だった。母にその話をしたところ、だまされるのではないかと言われたため、急に心配になった。キャンセルした場合、8千円のキャンセル料が発生するとの記載がメッセージにある。電話番号をネットで調べたら、「高額な契約をさせる詐欺」など書かれていて不安になった。今後の対処は。(20歳代/女性)

事例8：出会い系サイトで知り合った女性から勧誘された「オンラインカジノ」

出会い系サイトで知り合った女性と無料通話アプリで話をするようになり、コピペでゲームを広める広告ビジネスに誘われた。女性もその方法で本業を退職し、今はこのビジネスだけで生活していると言われ説明会に参加することにした。女性と一緒にビルの一室に連れられていき、上

位者らしき人から説明を聞いた。人にゲームのURLを広め、その人がオンラインカジノを利用した場合一人当たり8千円の収入になるといわれ、その場で自分のスマホから申し込んだ。一口約20万円だけでなく、家族名義でアカウントを作れば紹介料が多く入るといわれ、祖母と両親名でアカウントを作り、計4口申し込んだ。お金がないと言ったが、消費者金融で借りればすぐ申請できると指南され、一緒に消費者金融まで行った。2社から計100万円借りて振り込んだ。

その後、友人にゲームを紹介したが、登録せず、友人から関係を壊すのでやめるように言われた。解約返金を希望する。(20歳代/男性)

10 若者の相談について

契約当事者が29歳以下の相談では、架空請求、ワンクリック請求、キャッチセールスは減少傾向にあるが、それ以外の相談は減っていない。

令和2年度上半期では、令和元年度に引き続き定期購入と気づかせずに購入させる「健康食品」や「化粧品」のインターネット通販、簡単に稼げる・儲かるとインターネット広告でうたう「情報商材」や「内職・副業」などに関する若者相談が目立つ。

インターネットやSNSなど、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、また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。インターネットなどにより簡単に契約でき、クレジット払いなど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か否かを判断することができる消費者としての力を身に着けることが求められている。事業者のセールストークを鵜呑みにせず、「契約」に関して慎重に対処してほしい。

東京都消費生活総合センターは随時、消費者注意情報(※)をウェブサイト上で発信して注意喚起を行い、消費者被害の防止に努めている。また、各種教育講座の開催、消費者教育教材の制作提供、普及啓発リーフレットの配布などの様々な取組を実施しているので、そうしたものを活用し、若者自身も対処方法を学んでほしい。また、トラブルに遭った場合は、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ほしい。

11 消費者へのアドバイス

- ★架空請求は決して連絡せず、無視しましょう。支払い請求には絶対に応じないでください。
- ★未成年者が行った契約は取消しできる場合があります。消費生活センターに相談しましょう。
- ★「簡単に儲かる・稼げる」「初回無料」などの甘い言葉を鵜呑みにしないでください。契約前に、どのような商品・役務なのか、定期購入ではないか、費用はいくらなのか、契約内容を十分に確認しましょう。
- ★いったん結んだ契約は「やっぱりやめたい」と思っても容易にやめることはできません。あとで後悔しないためにも安易な気持ちで契約することはやめましょう。
- ★特に高額な金銭の負担を求められる場合は、その場での契約は避け、家族に相談するなど冷静に判断しましょう。
- ★学生ローンや消費者金融で借金をさせられたり、支払い能力を超えるクレジット契約を組まされそうになったら、毅然とした態度で借金及び契約そのものを断りましょう。
- ★困ったときには、消費生活センターにご相談ください！

※若者に多いトラブルに関する消費者注意情報

- マッチングアプリで知り合った人に勧誘されて高額なセミナーを契約してしまった！（令和2年2月26日）
- 「お試し無料」「初回限定〇〇円」のサブりが定期購入だった（令和2年5月14日）
～ 未成年の通信販売の定期購入トラブルが増えています ～
- 消費者金融で借金してまで始めた投資。本当に儲かるの？（令和2年5月20日）
～ 日経225先物取引の投資学習用USBメモリーの勧誘に注意してください～
- 副業サイトに登録したら、高額なサポート契約の勧誘をされた（令和2年7月14日）
～ ネットを使えば簡単に稼げると誘い、借金を勧めるケースもあります～
- 入会金を要する「楽しんで稼げる副業」への勧誘に注意してください（令和2年7月29日）
～ 個人事業主と偽って持続化給付金申請させる違法な手口が増えています～
- トイレの詰まり解消修理に関する相談が激増しています。（令和2年12月25日）
～ 思いがけない高額請求にご注意ください～

詳細は、東京都ホームページ「東京暮らしWEB」を参照してください。

<https://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.jp/>