

「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、近年減少傾向ではあるが、依然として数多くの相談が寄せられている。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。(※)

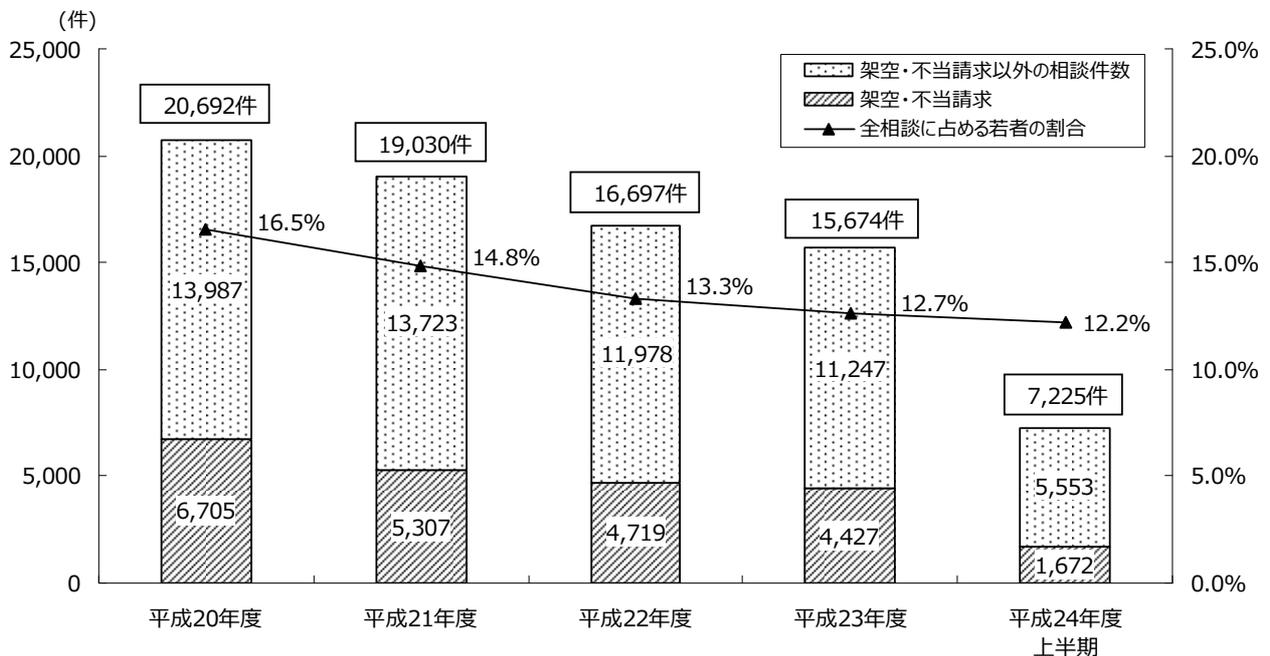
1 相談件数の推移

若者相談について、平成20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り、平成23年度の相談件数は15,674件と、前年度に比べ6.1%の減少となった。また、若者相談が相談全体に占める割合で見ると、平成23年度には12.7%まで減少している。平成24年度上半期の相談件数は7,225件であり、前年同期(8,137件)と比較して11.2%の減少となっていることから、平成24年度も減少傾向が続くと考えられる。

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24年度上半期においても若者相談の2割以上を占めており、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20年4月～平成24年9月の相談データ
(平成24年度上半期のデータは平成25年2月1日現在の登録分)

2 契約当事者の属性

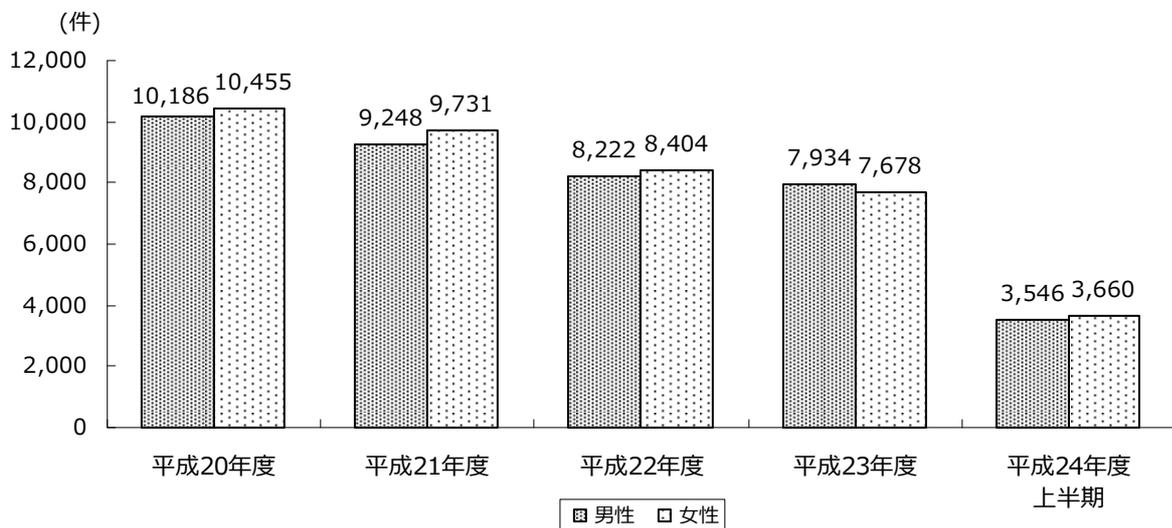
(1) 「性別」「年代別」相談件数の推移

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。

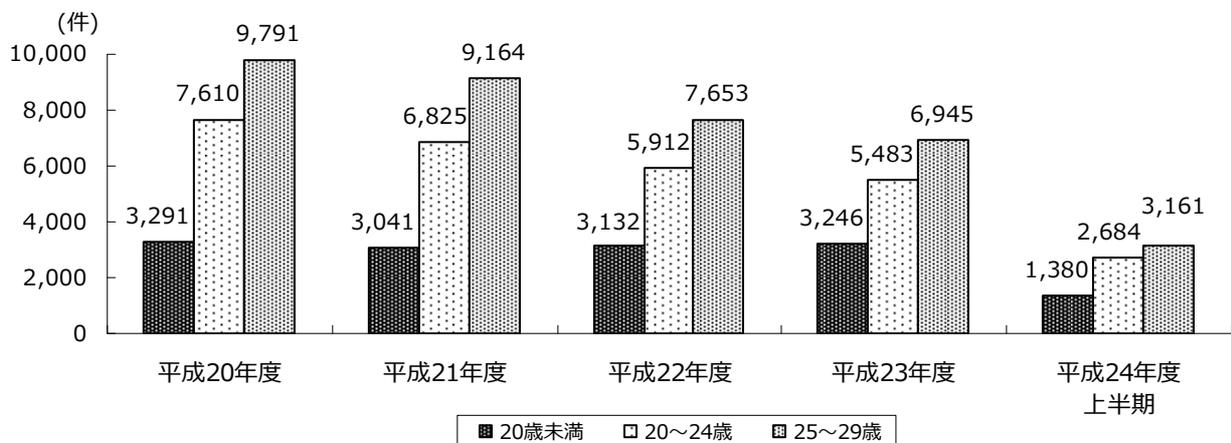
性別では男女ともに年々減少傾向にある。平成22年度までは「女性」の相談件数が「男性」を若干上回っていたが、平成23年度には「男性」が「女性」を若干上回った。なお、平成24年度上半期では、再び「女性」が「男性」を上回っている。

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。また、20歳以上の年代では減少傾向となっているが、「20歳未満」では、平成22年度以降わずかに増加している。なお、平成24年度上半期においては「20歳未満」は1,380件と、前年同期(1,754件)と比べて21.3%の減少となっている。

【図-2】 性別 相談件数の推移



【図-3】 年代別 相談件数の推移



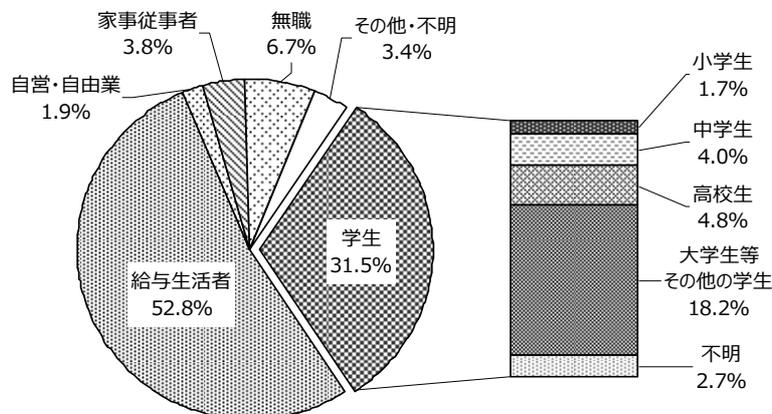
(2) 職業別の割合

平成24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52.8%と最も多く、次に多いのが「学生」の31.5%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18.2%と最も多く、次いで「高校生」が4.8%、「中学生」が4.0%となっている。

【図-4】 職業別 相談件数の割合 (平成24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24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」が最も多く、若者の相談の約3割を占める。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22年度3,493件、平成23年度3,480件と、いずれも6割を超えている。平成24年度上半期では「アダルト情報サイト」は997件と、前年同期(1,943件)と比べて大幅に減少しており、その割合も約5割まで減少している。その一方で、有料総合サイト利用料の架空請求などの「デジタルコンテンツ一般」は331件と、前年同期(167件)を上回っている。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24年度上半期では、プロバイダ契約などの「インターネット接続回線」が上位にあがっている。

【表-1】 商品・役務別上位10位

(単位：件)

	平成22年度 (16,697件)	平成23年度 (15,674件)	平成24年度上半期 (7,225件)
1 デジタルコンテンツ	5,303	デジタルコンテンツ 5,128	デジタルコンテンツ 2,003
2 賃貸アパート	1,681	賃貸アパート 1,414	賃貸アパート 661
3 フリーローン・サラ金	591	エステティックサービス 602	エステティックサービス 260
4 エステティックサービス	501	移动通信サービス 485	移动通信サービス 257
5 移动通信サービス	404	フリーローン・サラ金 389	フリーローン・サラ金 188
6 相談その他	404	相談その他 302	相談その他 151
7 商品一般	245	商品一般 233	商品一般 124
8 新聞	221	新聞 206	インターネット接続回線 112
9 医療サービス	215	携帯電話 198	新聞 101
10 携帯電話	177	医療サービス 174	携帯電話 94

(2) 性別

若者相談について、過去2年間及び平成24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、上位2位を「デジタルコンテンツ」「賃貸アパート」が占めている。デジタルコンテンツの中で最も多い相談は、男女ともに「アダルト情報サイト」で、次に多いのが男性は「出会い系サイト」、女性は有料総合サイト利用料の架空請求などの「デジタルコンテンツ一般」である。また、「移動通信サービス」の相談も男女ともに多く寄せられており、平成24年度上半期はそのうちの男性30.8%、女性38.2%がスマートフォンの相談となっている。

このほか、「男性」で多いのは、「新聞」「インターネット接続回線」「携帯電話」「四輪自動車」などである。「女性」で多いのは、「エステティックサービス」「医療サービス」「他の理美容器具」などの美容に関する契約や、「タレント・モデル内職」の相談である。「エステティックサービス」の相談件数は、平成23年度に脱毛エステサロンの倒産等の影響で増加となったが、平成24年度上半期では、前年同期(310件)と比べて21.3%の減少と、落ち着きを見せている。

【表-2】 商品・役務別上位10位(男性)

(単位：件)

	平成22年度 (8,222件)		平成23年度 (7,934件)		平成24年度上半期 (3,546件)	
1	デジタルコンテンツ	2,941	デジタルコンテンツ	3,074	デジタルコンテンツ	1,165
2	賃貸アパート	769	賃貸アパート	725	賃貸アパート	311
3	フリーローン・サラ金	387	移動通信サービス	244	移動通信サービス	133
4	相談その他	204	フリーローン・サラ金	242	フリーローン・サラ金	117
5	移動通信サービス	200	相談その他	148	新聞	72
6	新聞	143	新聞	133	商品一般	68
7	商品一般	129	四輪自動車	122	相談その他	68
8	四輪自動車	121	商品一般	120	インターネット接続回線	67
9	インターネット接続回線	110	携帯電話	92	携帯電話	47
10	携帯電話	105	インターネット接続回線	83	四輪自動車	45

【表-3】 商品・役務別上位10位(女性)

(単位：件)

	平成22年度 (8,404件)		平成23年度 (7,678件)		平成24年度上半期 (3,660件)	
1	デジタルコンテンツ	2,342	デジタルコンテンツ	2,029	デジタルコンテンツ	835
2	賃貸アパート	902	賃貸アパート	681	賃貸アパート	350
3	エステティックサービス	471	エステティックサービス	569	エステティックサービス	244
4	フリーローン・サラ金	202	移動通信サービス	239	移動通信サービス	123
5	移動通信サービス	202	フリーローン・サラ金	145	相談その他	82
6	相談その他	197	相談その他	302	タレント・モデル内職	70
7	医療サービス	149	商品一般	233	フリーローン・サラ金	70
8	商品一般	114	新聞	206	医療サービス	60
9	タレント・モデル内職	110	携帯電話	198	他の理美容用具	53
10	他の理美容用具	92	医療サービス	174	商品一般	53

(3) 年代別

若者相談について、平成24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」では過半数を占めている。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66.9%、「20～24歳」では40.1%、「25～29歳」では38.2%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」は、いずれの年代も上位5位までに入っている。

このほか、大学などへの新入生を含む「20歳未満」では、「タレント・モデル内職」や「新聞」「賃貸アパート」「テレビ放送サービス」「インターネット接続回線」など一人暮らしを始める際に多いトラブルが目立つ。「20～24歳」では、「賃貸アパート」や「エステティックサービス」の件数が上位を占める。また、「25～29歳」では、「賃貸アパート」「エステティックサービス」「フリーローン・サラ金」が上位を占め、「医療サービス」の美容医療など高額な契約も上位に入っている。

【表-4】 年代別 商品・役務別上位10位(平成24年度上半期) (単位：件)

	20歳未満 (1,380件)		20～24歳 (2,684件)		25～29歳 (3,161件)	
1	デジタルコンテンツ	768	デジタルコンテンツ	583	デジタルコンテンツ	652
2	移动通信サービス	44	賃貸アパート	222	賃貸アパート	416
3	新聞	35	エステティックサービス	142	フリーローン・サラ金	119
4	相談その他	27	移动通信サービス	106	エステティックサービス	111
5	タレント・モデル内職	24	相談その他	76	移动通信サービス	107
6	賃貸アパート	23	フリーローン・サラ金	63	商品一般	63
7	テレビ放送サービス	21	タレント・モデル内職	49	携帯電話	50
8	インターネット接続回線	16	商品一般	49	インターネット接続回線	49
9	携帯電話	16	インターネット接続回線	47	相談その他	48
10	映像・音響ソフト	15	他の理美容用具	45	医療サービス	46

(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24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」の割合が最も大きい。「タレント・モデル養成教室」とともに「街でタレントやモデルに勧誘された後、登録料や写真撮影料、レッスン料などの高額な費用を請求された」といった相談が多く寄せられており、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、「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、「賃貸アパート」「テレビ放送サービス」「新聞」「インターネット接続回線」など一人暮らしを始める際に多いトラブルや、「移动通信サービス」「携帯電話」などの割合が大きくなっており、若者に特徴的な相談としてあげられる。

【表－5】 若者相談が占める割合の大きい商品・役務 上位10位

(単位：件)

	平成22年度	若者の 相談割合	平成23年度	若者の 相談割合	平成24年度上半期	若者の 相談割合
1	タレント・モデル内職	75.4%	タレント・モデル内職	77.0%	タレント・モデル内職	83.8%
2	エステティックサービス	49.8%	エステティックサービス	49.9%	タレント・モデル養成教室	69.4%
3	外国語・会話教室	41.5%	デジタルコンテンツ	28.5%	エステティックサービス	47.5%
4	レンタルサービス	32.7%	賃貸アパート	21.1%	デジタルコンテンツ	24.3%
5	デジタルコンテンツ	31.9%	移动通信サービス	20.5%	賃貸アパート	20.7%
6	賃貸アパート	23.5%	携帯電話	18.8%	テレビ放送サービス	20.5%
7	医療サービス	21.5%	医療サービス	18.0%	移动通信サービス	20.1%
8	携帯電話	20.3%	新聞	17.8%	新聞	18.9%
9	移动通信サービス	20.1%	テレビ放送サービス	16.7%	携帯電話	17.1%
10	新聞	19.5%	四輪自動車	15.8%	インターネット接続回線	16.9%

4 相談内容

若者相談について、平成24年度上半期の内容キーワード別相談件数の上位10位を示したものが「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、「解約」は、前年同期(1,842件)と比べて件数が増加している。これは、インターネットプロバイダ契約などの解約に関する相談が多く寄せられたためである。このほか、「電子広告」も上位にあがっており、エステティックサービスや美容医療、引越などで、インターネット広告や価格見積もり比較サイトなどをきっかけとした契約に関する相談の増加が見られる。

性別では、男性で「不当請求」「ポルノ・風俗」「未成年者契約」が多いのが特徴となっている。「未成年の子供がアダルト情報サイトの年齢確認ボタンをクリックしてしまい、利用料金を請求された」といった相談が目立つ。女性では「電子広告」「説明不足」「強引」が多く、「インターネットでエステティックサロンの施術をお試し価格で受けられるという広告を見て店舗に出向いたところ、強引にコース契約の勧誘をされた」といった相談が目立っている。

【表－6】 内容キーワード上位10位(平成24年度上半期)

(単位：件)

	若者 全体 (7,225件)		若者 男性 (3,546件)		若者 女性 (3,660件)	
1	インターネット通販	2,514	インターネット通販	1,367	インターネット通販	1,143
2	解約*	1,963	不当請求*	956	解約*	1,106
3	不当請求*	1,672	解約*	853	不当請求*	713
4	返金	1,162	ポルノ・風俗	619	返金	665
5	高価格・料金	1,121	未成年者契約	582	高価格・料金	623
6	ポルノ・風俗	981	高価格・料金	497	ポルノ・風俗	359
7	未成年者契約	843	返金	494	電子広告	326
8	契約書・書面	592	契約書・書面	273	契約書・書面	318
9	電子広告	582	電子広告	256	説明不足	310
10	説明不足	545	説明不足	233	強引	281

*は上位キーワードで集計したもの

(複数選択項目)

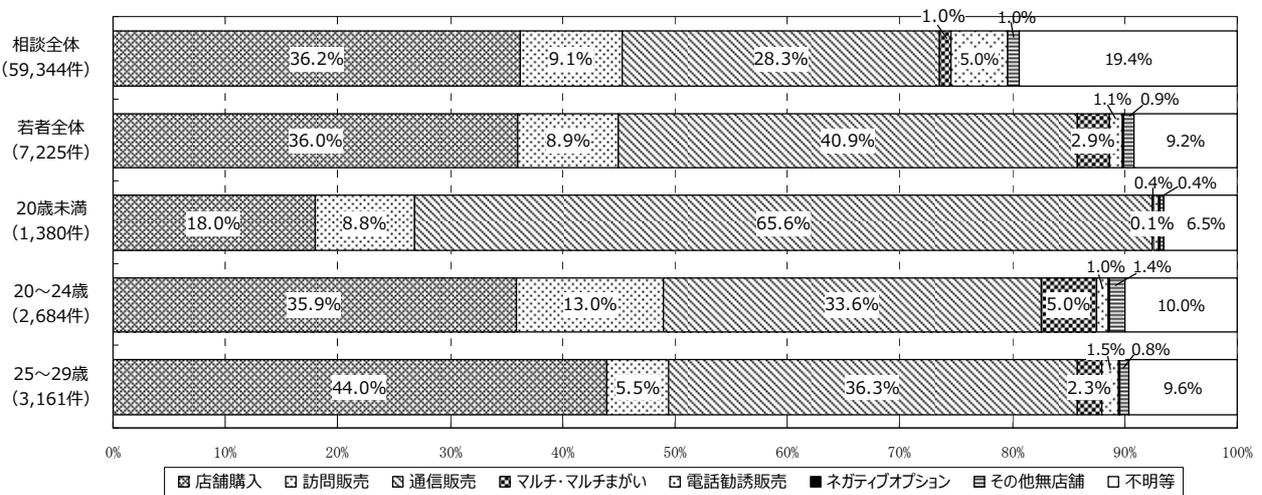
5 販売購入形態

平成24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40.9%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。「マルチ・マルチまがい」の相談については、若者の割合が高くなっており、相談全体の1.0%に対して、2.9%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65.6%と非常に大きい。20～24歳では、「訪問販売」の相談が13.0%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5.0%と、他の年代と比較して多い。25～29歳では、「店舗購入」の相談が44.0%と多く寄せられている。

【図-5】 販売購入形態別割合(平成24年度上半期)

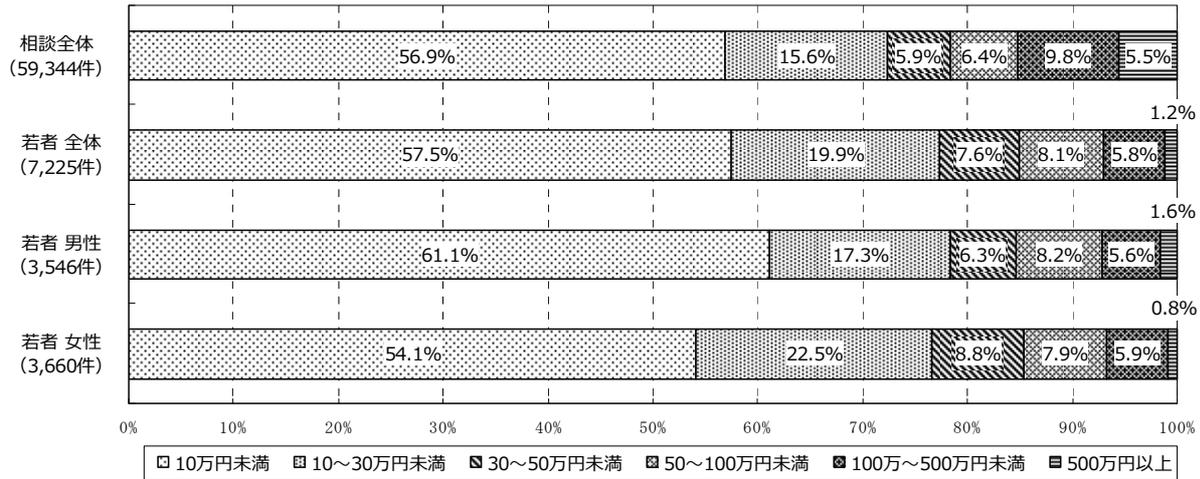


6 契約購入金額

平成24年度上半期の相談について、相談全体と若者相談全体及び性別で、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」が最も多く、男性の割合が女性よりも大きい。これは、アダルト情報サイトやオンラインゲームなどのデジタルコンテンツで、金額が比較的低い相談が男性に多く見られるためである。「10～30万円未満」「30～50万円未満」では、女性の割合が男性より大きくなっている。これは、女性に多く見られる相談であるエステティックサービスや美容医療、美顔器、化粧品等の美容に関する相談や、タレント・モデルの登録料、レッスン料に関する契約金額がこの区分に該当するためである。「500万円以上」では、男性の割合が女性より大きくなっている。これは、新築分譲マンションや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、男性により多く見られるためである。

【図-6】 契約購入金額別割合 (平成24年度上半期)



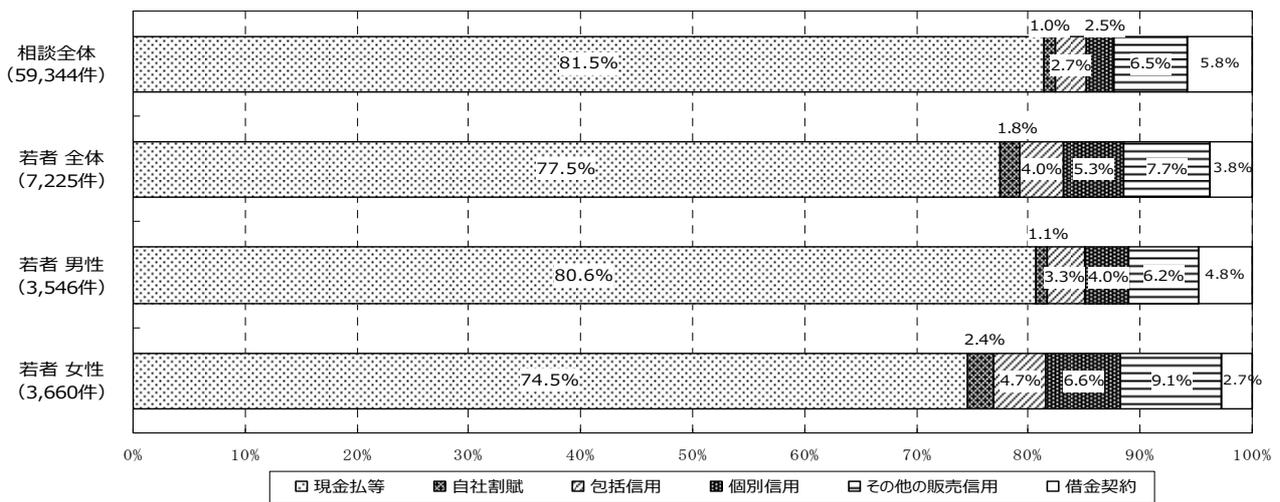
7 支払方法

平成24年度上半期の相談について、相談全体と若者全体及び性別で、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8割近くを占める。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。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。

また、性別で見ると、女性の方が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、女性が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24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」「個品信用」「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か月以上の立替払いで、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か月以上の立替払いで、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24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、どの年度も上位を占める。「インターネット通販」は、アダルト情報サイトの相談が多く寄せられた平成23年度に件数増加となったが、平成24年度上半期は、件数の落ち着きに伴い減少となった。一方、「サイドビジネス商法」「マルチ・マルチまがい商法」「アポイントメントセールス」は、いずれも相談件数は減少傾向であったが、平成23年度に増加に転じており、平成24年度上半期においても増加傾向となっている。

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」「無料商法」は相談全体の2割が若者であるのに対し、「キャッチセールス」と「アポイントメントセールス」は相談全体の約7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 (24年度上半期)
	平成20年度	平成21年度	平成22年度	平成23年度	平成24年度 上半期	平成24年度 上半期	
インターネット通販	-	5,893	5,826	5,967	2,514	11,775	21.4%
架空・不当請求	6,705	5,307	4,719	4,427	1,672	7,711	21.7%
無料商法	1,151	1,036	876	671	320	1,511	21.2%
サイドビジネス商法	639	538	400	520	281	696	40.4%
マルチ・マルチまがい商法	532	454	377	443	208	585	35.6%
キャッチセールス	604	481	365	318	180	241	74.7%
アポイントメントセールス	294	217	196	210	146	213	68.5%

※「インターネット通販」は21年度に新設されたキーワードである

(複数選択項目)

(2) 主な商品・役務

平成24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72.8%を占めているほか、前年同期と比べて、コンサートチケットや化粧品、婦人用バッグ等の購入トラブルに関する相談件数の増加が目立つ。

「架空・不当請求」では、デジタルコンテンツが89.4%を占めているほか、賃貸アパートの原状回復費用や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などが目立つ。

「無料商法」では、デジタルコンテンツの相談が過半数を占めているほか、エステティックサービスや美顔器、化粧品など美容に関する契約のほか、携帯電話サービスやモバイルデータ通信契約が目立つ。

「サイドビジネス商法」「マルチ・マルチまがい商法」では、健康食品や化粧品の相談件数が多い。このほか、競馬投資ソフトや海外のスポーツくじで儲けるというアービトラージ講座で、紹介者が「SNSで知り合った知人」といった相談の増加が目立つ。

「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美顔器やエステティックサービスなど美容に関する相談、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や就職活動セミナーに関する相談などとなっている。

【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24年度上半期)

インターネット通販 (2,514件)		架空・不当請求 (1,672件)		無料商法 (320件)	
1 デジタルコンテンツ	1,831	1 デジタルコンテンツ	1,494	1 デジタルコンテンツ	187
2 コンサート	31	2 賃貸アパート	37	2 エステティックサービス	35
3 手配旅行	23	3 商品一般	13	3 美顔器	17
4 化粧品	20	4 フリーローン・サラ金	11	4 ミネラルウォーター	8
5 音響・映像ソフト	19	5 インターネット接続回線	9	5 モバイルデータ通信	8
6 音響・映像機器	18	6 携帯電話サービス	9	6 携帯電話サービス	7
7 商品一般	18	7 電話音声情報	7	7 化粧品	7
8 婦人用バッグ	18	8 健康食品	6	8 新聞	6
9 健康食品	17	9 興信所	5	9 レンタルサービス	4
10 航空サービス	17	10 役務その他サービス	5	10 電話音声情報	4

サイドビジネス商法 (281件)		マルチ・マルチまがい商法(208件)		キャッチセールス (180件)		アポイントメントセールス(146件)	
1 健康食品	48	1 健康食品	62	1 美顔器	36	1 タレント・モデル内職	30
2 化粧品	30	2 化粧品	36	2 タレント・モデル内職	34	2 アクセサリー	16
3 タレント・モデル内職	27	3 商品一般	25	3 エステティックサービス	20	3 エステティックサービス	10
4 パソコンソフト	20	4 パソコンソフト	15	4 絵画・書画	19	4 精神修養講座	10
5 他の内職・副業	20	5 ビジネス教室	8	5 タレント・モデル養成教室	10	5 タレント・モデル養成教室	9
6 デジタルコンテンツ	17	6 音響・映像ソフト	8	6 ミネラルウォーター	6	6 他の教室・講座	9
7 ビジネス教室	17	7 食器・台所用品	8	7 化粧品	6	7 パソコンソフト	6
8 音響・映像ソフト	17	8 ファンド型投資商品	5	8 外国語・会話教室	6	8 美顔器	6
9 商品一般	16	9 精神修養講座	5	9 精神修養講座	6	9 ビジネス教室	5
10 タレント・モデル養成教室	6	10 飲料	4	10 撮影サービス	4	10 音響・映像ソフト	5

- 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。
- 無料商法
無料をうたって、高額な商品を売りつける商法
- 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
- 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って
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
- キャッチセールス
駅や繁華街等の路上で呼びとめ、近くの店で契約を迫る商法
- 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

9 相談事例

事例1：有料総合サイト(架空請求)

携帯電話に1日60通から70通の迷惑メールがきていたので、PCから送られて来るメールを受信拒否設定にした。ところが本日、サイト運営会社から委託された業者を名乗りメールが届いた。「連絡がとれず弊社が連絡した。無料期間中に退会していないので利用料が長期滞納となっている。悪質利用者であれば、身辺調査をし、損害賠償請求をする。訴訟差止や退会処理希望の人は連絡を」との内容だ。有料サイトに登録した覚えはなく、架空請求だと思うが事業者へ連絡をした方がいいか。
(20歳代/男性)

事例2：エステティックサービス(無料商法)

脱毛エステの無料体験クーポンを利用し、施術を受けた。施術後に今後も継続してエステを受けた方がいいと言われ、3年間有効で全10回の全身光脱毛エステプランを勧められた。金額が高額のため一旦帰宅して検討すると伝えたが、担当者が支払い方法を熱心に検討してくれたので、自分でも払える様な気になり、その場で契約してしまった。帰宅後、今後支払っていかれるか不安になり、サロンにクーリングオフしたいと電話したところ、コース変更すればもっと安くなる。相談に乗ると言われた。自分としてはもう止めたい。
(20歳代/女性)

事例3：アービトラージ講習(紹介販売・サイドビジネス商法・販売目的隠匿)

同じ大学で、入学時から知り合いの友達に「いい話があるから伝えたい」と声をかけられた。その友達はSNSのオフ会を利用して人脈を広げ、みんなを誘っているという。出向くとアービトラージという海外のスポーツの賭けごとをすれば儲かるという話だった。スクールは5回で52万5千円かかる。「お金がない」と伝えると「すぐに返済できるので学生ローンで借りればいい」と説明された。3回ほど講習を受けたが単なる説明会だった。同時期に誘われた親友が騙されていると情報をくれた。解約して返金してもらいたい。
(20歳代/男性)

事例4：タレント・モデル内職(キャッチセールス)

路上で「読者モデルにならないか」と声をかけられた。スナップ写真を撮影され、「合格したら連絡する」と言われ連絡先を教えた。後日、電話があり、説明を聞きに来るよう言われ事務所に向いた。友人と2人で出掛け、写真を撮影され、その費用を含めて10万5千円でモデル登録するという契約をした。手持ちの1万円を支払い、残金は1万5千円ずつ支払うことになっている。学生には高額な契約であり、モデルの仕事がくるとは思えない。また、契約書などは受け取っていない。
(10歳代/女性)

10 若者の相談について

若者相談は、年々減少傾向ではあるが、依然としてまだ多くの相談が寄せられている。

若者相談の内容はインターネットのコンテンツに関するものが多く、アダルト情報サイトに関する相談件数は減少しているが、身に覚えのない有料総合サイト利用料の請求などは増加傾向にある。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。また、美しくなりたいという願望に付け込まれたエステティックサービスや美容医療の契約に関するトラブルも、相変わらず多く寄せられている。

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、親がフィルタリングサービスを活用するなど、気を配る必要があるだろう。また若者自身も、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。

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。

東京都消費生活総合センターでは、「若者に対する悪質商法被害防止共同キャンペーン」を実施し、ポスターやリーフレット、バナー広告、東京都提供テレビ番組といった様々な方法で若者への注意を呼びかけている。また、平成24年度は3月13日、14日の2日間で特別相談「若者のトラブル110番」を実施し、若者の相談に添えていく。さらに、3月4日、5日に実施する「多重債務110番」において、若者の「フリーローン・サラ金」問題への対応を併せて行っていく。

特に、若者に多いトラブルについては、消費者被害情報(※)で注意喚起を行い、広く周知を図り、被害の防止に努めていくが、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欲しい。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欲しい。

※若者に多いトラブルに関する消費者被害情報

- インターネットを利用した旅行の申込みは、慎重に!! (平成24年6月22日)
～外国の旅行会社の予約サイトに関するトラブルが増えています～
- “詐欺被害解決”をうたう調査会社との契約は慎重に!! (平成24年7月2日)
- 婚活サイトへの登録は慎重に! (平成24年9月5日)
～登録後に商品勧誘されたり、迷惑メールが送信されたりといった相談が増えています～
- 大学生の皆さん! おいしい「儲け話」にご注意を!! (平成24年9月26日)
～大学構内で、マルチまがいの勧誘が広がっています!～
- インターネットで募集している「社会人サークル」・・・中には怪しげなサークルも! (平成24年11月28日)
～テニスやゴルフサークルのはずなのに、宝石を売りつけられた・・・～
- 気をつけよう! インターネットでのお買物 (平成25年2月13日)
～詐欺まがいのサイトによるトラブルが増えています!～

〔 詳細は、東京都ホームページ「東京くらしWEB」参照
<http://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.jp> 〕