【資料１】

「若者の消費者トラブルの特徴」

公益社団法人全国消費生活相談員協会　千葉裕子

若年者の代表的な契約トラブルは、契約主体の興味関心分野に特化しているように思われる。①アダルト情報サイトや出会い系サイト・副業サイトなどの有料サイト、オンラインゲームや占い、②エステや美容医療、③タレント・モデル事務所や養成教室、語学教室や資格教室、スポーツ教室、④ＦＸや仮想通貨などの投資関連、ネットワークビジネスが多い。それぞれ、①高額請求、②効果がない、高額な中途解約料請求、身体被害、③説明と契約内容・レッスン内容の食い違い、高額請求、解約拒絶や高額な中途解約料請求、④説明と違って儲からない・簡単ではない、入金なく相手方と連絡不能などがある。

契約のきっかけは、アポイントメントセールスやキャッチセールス、また、無料や低価格での体験、リアルな友人・知人からの紹介もあるが、ＳＮＳ広告やＳＮＳ上のともだちの勧めが目立つ。モバイルを駆使し「指で話す」とも言われる今の若者の心に響く消費者教育・啓発、健全な市場形成が必要と考える。今の若者を把握し、若者の自立支援・健全な向上心の伸長につながるアプローチが急がれる。

報告内容：若年者の相談事例（一部）と、その特徴、事例から垣間見える若者像、
相談しやすい消費生活センター、被害の未然防止策。

事例１．インターネット通販

「ＳＮＳの知人が勧めるＳＮＳの広告を見て、健康食品を１回だけのつもりで価格くらいしか読まずに申し込んだ。初回はすごく安かったのでお得と思っていたのに、２回目の商品が届いて驚いた。ＳＮＳで摂取後の体調不良の書き込みを見て、不安で開封していない。事業者からメールがきたが、定型の内容だと思いじっくり読んでいない。事業者に電話を架けたが繋がらなかった。
センターに相談した人のネットの書き込みを見た。書かれている通りの解決をお願いしたい。」

（特徴）
・ＳＮＳの知人の紹介
・ＳＮＳの有名芸能人の広告

・トレンドへのあこがれ、希求
・容姿へのこだわり
・「モニター」や「定期購入」への理解不足
・商品の選択眼や尺度の不足、短絡的な思考
・記載内容を十分読まず検証もしない
・ネット至上主義
・横並び主義
・初回価格の極端な安さ、定期購入解約の要件
・契約内容の分かりにくい広告画面
・インパクトの強い広告画面、簡便な申し込み画面

事例２．情報商材

「ＳＮＳの知人にネットビジネスノウハウのＤＶＤとセミナーを勧められた。セミナー主催者に「お金が無い」と断ったが『学生ローンで借りればいい。借入れ目的は学費とし、年間収入は借入額の３倍の金額を書くように。ノウハウ通りにすれば、遅い人でも数か月で絶対に収益が出る。社長の年収は２千万円を軽く超えている。目の前のチャンスを逃してはいけない』等と熱く言われ、カリスマ性を感じた。ＳＮＳの知人とのこれまでの付き合いもあり断りにくいし、就職に不安で契約。借金して支払ったが、ＤＶＤが届かない。親に知られ強く反対されたので、本意ではないが解約したい。」

（特徴）
・ＳＮＳの知人の紹介
・ビジネス関係の契約当事者は男性が多い
・ＳＮＳの知人との人間関係
・就職や将来、社会への不安感、漠然とした閉塞感
・自信の無さ、自己肯定の強い面もある
・断れない性格、強く言われるなどの圧力に弱い、短絡的な思考
・ＳＮＳの情報を安易に信じ込む
・楽して儲けたい
・借金への低い意識、抵抗感の低さ
・親、保護者との関係性（過干渉、放任、疎遠など）
・ＳＮＳの連絡先しか知らない、連絡手段がすぐに途絶える
・問題解決力が低い

・「絶対に儲かる」「チャンスを逃すな」「不労所得」「チャリティ」「楽に儲けられる」などの勧誘トーク

事例３．マルチ

（１）「今春社会人になった 20 歳の娘が、友人に以前から誘われていたらしく、自分で収入が得られるようになって、３か月前に化粧品をクレジットカード 12 回払い（価格 17 万円）で購入し、講習会に参加している。今日もホームパーティ式の講習会があると言って出かけて行った。10 人の友達を連れてくるように言われたり、化粧品を１年分以上も買わされたりしていることに疑問があり、娘に注意をしているが聞く耳を持たない。
娘はまだ友人を加入させていないのでマージンをもらっていないが、紹介した人が加入し商品を購入すればマージンが入金されるシステムのようである。
親の自分が解約を事業者に申し出たい。」

（２）「友人から副業の話をしたいと電話が来て高層ビル上階の事務所へ行った。『円安で中国人が日本の不動産を買いたがっているので、中国人向け不動産販売サイトに物件を掲載し売れると収益になる、このビジネスを人に紹介するとその利益もある』と言われ、物件を売買する権利を買うよう勧められた。
『ランクの高い権利の方がよい』と説明されたので、『お金が無い』と言ったが、『みんな消費者金融を利用した』というので借金をして 53 万 5 千円払った。
領収書は無い。契約書も貰っていない。
友人１人に紹介した。話が違うのでやめたい。」

（特徴）
・断りにくい人間関係―大学のサークル・学部・職場・バイト先の先輩、リーダー的友達、幼馴染、ＳＮＳ
・異性からの勧誘
・勧誘者への信頼
・契約当事者は２０歳、２１歳（成人間もない）が多い
・契約当事者の保護者、兄弟からの相談も多い
・親、保護者との関係性（過干渉、放任、疎遠など）
・派手な生活を見せられ憧れる
・仕組みは分からないが、懐疑心はなく楽観的
・概要書面、契約書面、領収証が無くても、気にならない

・当事者意識が薄い
・契約経緯を覚えていないとの申し出
・断れない性格、強く言われるなどの圧力に弱い、意思表示が苦手、人に流されやすい
・真面目、素直、相手の話を疑わず信じる、思い込みが激しい
・就職や将来、社会への不安感、漠然とした閉塞感
・「必ず儲かる」「楽に稼げる」「みんなやっている」「就職に役に立つ」「自己啓発・成長出来る」「ビッグな人の話を聞けば凄さが分かる」「人脈が広がる」などの勧誘トーク

事例４．美容医療・エステ

「以前から悩んでいて、おしり、二の腕、太もも、腹部の脂肪吸引をしたいと思った。Ａ美容外科に相談し、１５０万円の見積もりを貰った。もっと安くならないかと思い、Ｂ美容外科に出向いた。１５０万円の見積もりの話をしたところ『４００万円かかる内容だが、１４０万円の特別価格にする。現金払いできる分をできるだけ内金として払って欲しい』と言われ、４０万円を払うことにした。
契約書に『予約日１週間前までのキャンセルは費用の１０％』と印字があったが、『特別価格なので適用はなく、内金の返金はありません』と言われ、その場で印字部分を大きなバツ印で削除された。
友人に『ネットの評判を見た方がいい』と言われ評判を見て、キャンセルしようか迷っている。キャンセルしても払った内金は返金されないのだろうか。」

「体験を受けに行っただけなのに、たくさんのプランの説明が続いた。
『もう２０歳の大人になったんだから自分で決めなきゃ。新しい自分にならなきゃダメなままだ』などと何度も言われ借金して高額な契約をしたが、期待していた効果はなく、身体被害が起きた。担当者に伝えたが、新たな契約を勧められた。中途解約を求めると、高額な解約料を請求された。
はっきりは思い出せないが、解約料の説明は受けていないと思う。
担当者からＳＮＳでの返事が急に遅くなった。どうしたらいいのか分からない。
家族、特に親には知られたくない。」

（特徴）
・容姿へのこだわり
・美しさへのあこがれ、希求

・自己評価が低い
・他人の評価を過度に重視
・短絡的、広告を検証せずに信じる
・施術後・将来の影響を考えられない
・自信たっぷりに説明されると信じ込む
・借金への低い意識、抵抗感の低さ
・親、保護者との関係性（過干渉、放任、疎遠など）
・「今ならキャンペーン」「特別価格」「みんなやってる」「親に聞くことはない、もう成人なんだから」「体験したら絶対に違いが分かる」などの勧誘トーク

若年者に必要なポイント

☆知識、経験、社会性
☆契約に対する責任感、善悪の判断、自立
☆ＳＮＳやインターネット広告等への冷静な視点、選択眼、批判的意識
☆危機察知力、自分自身で考える、主体的行動、判断力
☆コミュニケーション、対話力、意思表示
☆身近な相談相手

消費生活センターへ相談しやすい環境、被害の未然防止

☆消費生活センターの開設曜日、時間の拡大
☆メール受付など来所や電話以外の手段
☆学校・専門学校などへの出張相談の開設（ワンストップ相談窓口）
・学生が学校で気軽に相談できる体制
☆学校・専門学校などと消費生活センターとの連携
・行政が相談事例、若年者のトレンド、契約前後等段階ごとの留意点を学校（学生課等）に発信
・学生課等窓口に学生の緊急相談先機能を持たせる
・学校等が受け付けた相談を消費生活センターへ繋ぐ
・学校等のＨＰなどで頻繁に情報発信
☆消費者教育の拡充
・高校生を対象に進路ごと（大学生、専門学校生、就職等）のきめ細やかなカリキュラム
☆啓発手法、内容に若年者の趣向や意見を盛り込む
・ＳＮＳ、動画、マンガ
・若年者へのリサーチ、協働
・同世代の啓発リーダー