

公開シンポジウム「デジタル勧誘～定期購入ダークパターン、連鎖販売取引、情報商材等～」

電話相談110番

デジタル勧誘 SNSやチャットの相手は信用できる？
～副業・マルチ・悪質な定期購入トラブルなど～

報告概要版

令和5年11月10日（金）
公益社団法人 全国消費生活相談員協会

実施目的及び実施概要

実施目的

2023年8月、消費者委員会から「デジタル化に伴う消費者問題ワーキング・グループ報告書（チャットを利用した勧誘の規制等の在り方について）」が公表されました。この報告書を踏まえて、本協会2023年度電話相談110番は、チャットを利用した勧誘を含めた「デジタル勧誘」をテーマとしました。

現在、チャットのほかには、メール送信、動画配信などのSNS、オンラインミーティング等を利用したデジタル勧誘が多く行われておりトラブルも増えています。副業関連（投資詐欺や情報商材）、連鎖販売取引で特に多く、被害回復が困難となっています。また、極めて詐欺的な表示を行っている通信販売の定期購入トラブルはダークパターンの代表格です。これらの問題点を明らかにして、今後の対策を考えます。

実施概要

【開催期間】 2023年9月30日（土）～10月22日（日）の土曜日・日曜日 相談日数 合計 8日間

【受付場所】 東京事務所、関西事務所、北海道事務所

実施結果

1. 相談受付件数 327件
2. 相談者・契約者の属性

相談者・契約者ともに女性の比率が高かった。相談者は、女性が191人（58.4%）、男性が128人（39.1%）と、女性が19.3ポイント多く、契約者は女性が179人（54.7%）、男性が130人（39.81%）と、女性が15.0ポイント多かった。なお、団体の8件は、いずれも事業者からの事業にかかわる相談であった。

相談者は50代89人（27.2%）が多く、次いで40代、30代、20代と続いている。契約者は50代70人（21.4%）が多く、次いで40代、20代、30代と続いている。50代以下の若い世代が多い。相談者と契約者の年代がずれる要因は、子供や親の契約を家族が相談していると思われるが、今回、相談者と契約者が同じ人の数は262人（80.1%）であった。

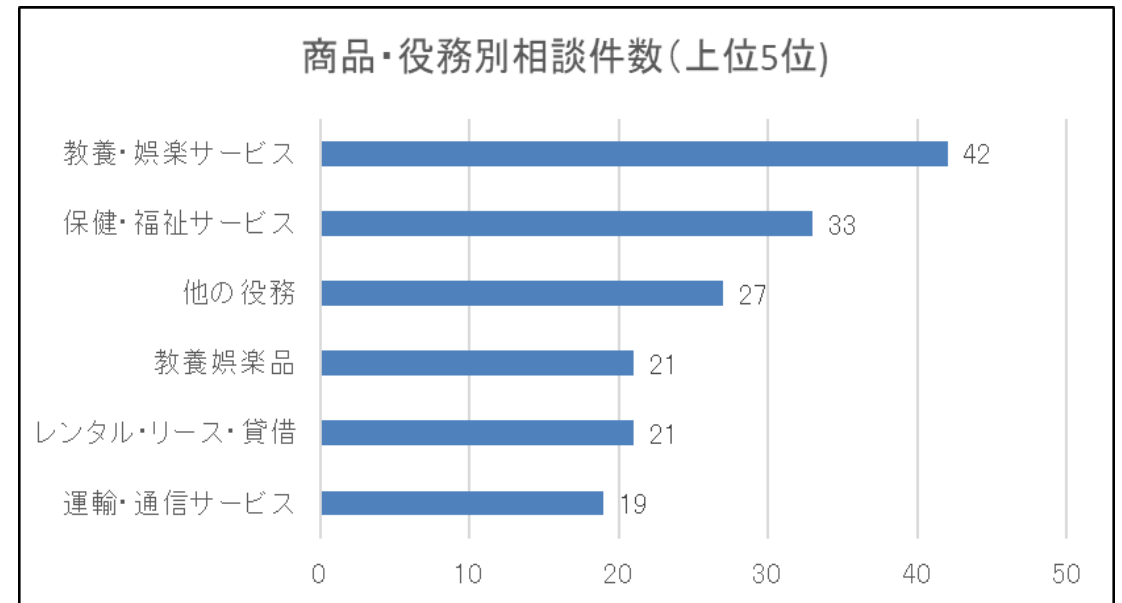
3. 商品・役務(サービス)別分類

相談が最も多かったのは「教養・娯楽サービス」42件(12.8%)で、次に「保健・福祉サービス」33件(10.1%)、「他の役務」27件(8.3%)、「教養娯楽品」21件(6.4%)、「レンタル・リース・貸借」21件(6.4%)、「運輸・通信サービス」19件(5.8%)の順であった。

最も多い「教養・娯楽サービス」の相談は教室・講座、娯楽等情報配信サービス、観覧・鑑賞などに関するものだった。「保健・福祉サービス」の相談は理美容、医療の相談が多かった。特に脱毛エステがめだった。「他の役務」には外食・食事宅配、結婚式場紹介サービス、エアコン取り外し工事、火災保険申請サポート、アフリエイトのサポート、ウイルス対応サポートなどのいろいろな相談があった。

「教養娯楽品」は、スマートフォン、学習教材などが中心であった。「レンタル・リース・貸借」は賃貸アパートの相談が多かった。

「運輸・通信サービス」では、光回線、携帯電話サービスが多かった。



4. デジタル勧誘について

今回、4つのキーワード（チャット、ステマ、インフルエンサー、ダークパターン）を特別に付与したところ、多かったのはダークパターン60件、チャット19件だった。

合計	チャット	ステマ	インフルエンサー	ダークパターン
49				○
9	○			○
7	○			
2	○	○	○	
2			○	
1	○		○	○
1		○		○
1		○		
	19	4	5	60

(1) チャットについて

チャットによる勧誘19件のうち、投資詐欺や情報商材関連が12件であった。

具体的には、SNS等で知り合った人からチャットで「特別な取引を特別にあなただけに」「サイトに登録して週に1回起動したら1日1～3万円稼げる」「高い手数料を払わずに暗号資産の取引ができる」などである。

1対1で勧誘を受けるほかに、**グループチャット**もあった。グループチャットに参加して、他の参加者のコメントを読み信用して、投資を決断したが後日サクラを使った勧誘だったと気づいた事例である。詳しい取引内容については自社HPへ誘導することもなく、終始チャットを用いて説明されていた。自社HPをもっていない可能性も考えられる。

勧誘に関わらないチャットとしては、事業者との連絡手段としてチャットを使っているものがあり、**顧客へのサポートツール**として活用されていた。

(2) ステマとインフルエンサーについて

ステマの4件のうち、ステマの疑いがあると相談員が判断したものが3件あった。実際にインフルエンサーが販売事業者との関係を隠して宣伝したものであるかどうかは真偽不明ではあるが、ステマかもしれないという観点で広告をじっくり見ることは重要である。

(3) ダークパターンについて

商品・サービスの内訳は、ネット通販（商品）が20件、定期購入が16件、投資詐欺10件、ネット通販（サービス）11件、その他3件だった。

ネット通販では、広告通りの商品が届かず事業者と連絡も取れないという相談が多い。購入のきっかけが商品名での検索であることが多く、検索結果のうちから最安値や最上位に表示されたもの、検索結果でなく広告として表示されたものなどを選択したと思われる。

詐欺的な定期購入はまさにダークパターンと思われるが、どの程度の表示内容であれば法律違反かという判断は難しいため、消費者庁が積極的な行政指導等を行うことにより違反例を明らかにしていただきたい。また事業者側に広告の保存義務を課すべきと考えるが、確信犯的に行っているのはごく一部の事業者であり、すべての通販事業者に対して義務とすべきかは悩ましい。

錯覚を狙った表示による誘導が見られた事例も4件寄せられた。意図せずサブスクの契約になっていたという相談、返金すると見せかけて送金させる詐欺についての相談、ネット通販の入力途中で中止したにもかかわらず代引きで商品が届いたという相談である。

(4) 後出しマルチについて

連鎖販売取引となる販売の要件のうち「勧誘時に特定利益を得られるとあって加入者を誘引」があり、契約締結後に特定利益についての勧誘が行われた場合、形式上は連鎖販売取引の要件を満たさないため連鎖販売として救済がされないという問題がある。事例が後出しマルチに該当するのか詳細な検討が必要だが、いずれも契約時に特定利益の説明はなかった可能性が高い。

(5) デジタル勧誘の支払方法について

個人口座への振り込みについては、振り込め詐欺救済法が使える。ただし、口座に残高がある場合に限られ、被害救済にはなかなか繋がっておらず残念である。

詐欺サイトの場合は、代引き（現金のみ払い）で粗悪品が届く場合がある。トラブル時に代引き事業者の協力を得るのは困難である。クレジットカード払いの代引きの場合は、運送事業者がクレジットカードの加盟店の立場にあたるためクレジットカード会社及び運送事業者に協力を要請することになるが説得は容易ではない。

今後懸念されることは、QRコード決済を悪用した個人間送金である。ネット通販の代金を返金するとみせかけて送金させる詐欺で使われている手口である。スマートフォンの画面を共有させて操作方法を指南し、銀行残高を送金させられたり、後払いチャージで送金させられたりする被害が出ている。

(5) デジタル勧誘の攻撃性と匿名性

勧誘のきっかけは、相談者自らの行為（自ら検索、インフルエンサーをフォロー、メルマガ登録など）であり、事業者にとっては儲け話などの商材に興味がある人に**効率的にアプローチ**ができる。相談者は自ら選んだ情報で判断していると思いがちだが、実は相談者の個人情報や様々なデータをもとに選ばれた広告を受け取っている。日頃の行動履歴や位置情報からその人にとって最適な広告が表示されるので、**誰に何の広告が表示されたのかわからない**。その人だけに届く広告であるという時点で不特定多数を対象にした広告と同列には扱えないのではないか。**きわめてパーソナルな広告であり、攻撃的である**。

物販の詐欺サイトは検索キーワードに商品名を入れて調べると大手通販サイト以外の店もヒットし、その中から最安店を選んだら詐欺だったというものが多い。最近の詐欺サイトのつくりは精巧であり、**見破るのが難しい**ものも多い。本家のサイトをそっくりコピーして連絡先のみ書き換えたサイトであれば大概連絡不能である。

SNS内に表示された広告をクリックしたケースは、**アフィリエイト広告**だった可能性がある。あまりに非常識な行き過ぎた内容となっていることが多い。

勧誘方法は、副業・情報商材の契約では、リアルに会って説得するのではなく、**デジタルツールを活用して説得**している。リアルに会えば、事務所等が実在しているか、相手の名刺で氏名や所属、住所等がわかることがあり、また、対面でパンフレットなどを元に説明を受けてから契約書に署名することが多いため、手がかかりがまったくないということはほぼない。一方、デジタル勧誘による副業・情報商材の契約は、**何の契約かわからない、相手が誰か特定できないことがあまりに多い**。チャットで膨大な文字情報が送信され、相手方が読んだかどうかは「既読」マークでわかるので即時返信を強要されているケースもある。今までのやり取りを遡って読み返す余裕はないと推測する。電話勧誘と同様、1対1のやりとりであり心理的な圧迫を受けたものと思われる。

このような場合、相手とはSNSを通じた繋がりしかないことがほとんどである。しかし、SNSの公開プロフィールには手掛かりになりそうなことは書いておらず、**SNS以外で連絡を取ることができない**。取引DPF消費者保護法ではプラットフォーム事業者に対し販売事業者の情報開示を求めることができる。SNSにおいても商行為を行うアカウントに対しては登録時にしっかりと本人確認を課すべきである。そして必要な場合には情報開示請求を可能としていただきたい。

5. 相談事例

○金取引

写真共有アプリを閲覧中、著名人の株講座の広告が表示され、クリックしたところメッセージアプリのグループに登録するよう案内された。著名人を名乗る人物から、メッセージアプリ上で1週間程講義があった。その後アシスタントを名乗る人物から、海外の金取引のプラットフォームを案内された。メッセージアプリでその都度知らされる国内金融機関の個人名口座に振り込むと、アプリ上のアカウントに反映された。グループ内の他の参加者は「追加投資した」「こんなに儲かった」などと投稿しているが、その日本語に違和感がありサクラだと気づいた。自身のアカウントは取引後マイナスになっている。返金してほしい。

○情報商材

SNSの写真共有サイトから副業を見つけた。タップすると、女性のメッセージアプリに友達追加するよう誘導された。あるサイトに登録して最低週に1回起動したら何もしなくても1日1～3万円稼げると言われた。迷っていたら2日後に再勧誘され、契約した。初期費用はかからないがサポート代2万円が必要とあった。今まで稼げなかった人はいない、今回は返金保証があると言われた。その後キャンセルの連絡をした。キャンセルは可能だが、2万円を払わないとキャンセルできないと言われた。払わないといけないか。

○後出しマルチ

高校時代の友人に誘われ、無料で開催しているお金について学ぶコミュニティに参加している。ここでは月謝2万円の勉強会にも参加し2か月間学んでいる。加えて以前からFX投資について学ぶ50万円の動画とサポートを受けられる契約を勧められていたので、2日前に契約をしクレジットカード一括で支払った。友人や知人を紹介すると1人につき16万円を貰えると言う。しかし、高額なのでキャンセルしたい。契約書は書いていない。内容を見ずにメッセージアプリで利用規約には同意をした。

○定期購入

メッセージアプリのゲーム途中で出てくる広告に、500円で試せるという歯磨きジェルの広告が出た。試そうと思い、広告をタップしたら購入画面に遷移した。チャット形式で個人情報を入力し購入した。5日前に商品が届き明細書を確認したところ、3回の購入が必要な定期購入であり、総額2万5千円で7本の歯磨きジェルが届くと書いてあった。購入画面には定期購入であることや高額な金額も書いてなかった。解約をしたいが電話は通じず、解約のフォームがあるというマイページに入ることができない。どうしたらよいか。支払方法はコンビニ後払いである。

○錯覚を狙った表示による詐欺サイト

スマートフォンで大手洋品店のアプリを入れようと思い、店名を検索して見つけたサイトでダウンロードボタンを押したら、英語のサイトになった。ちょっと不審だったが日本語表記も一部あり、アカウントを作成するように書いてあったので、氏名とメールアドレス、クレジットカード番号とセキュリティ番号を入力した。その後相手からメールが届いたが英文なので、確認していない。間違っ
て何かの会員になったと思い、会員名で調べたら「詐欺」との情報があった。どう対応したらよいか。

○返金するとみせかけて送金させる詐欺サイト

20年前の戦隊ヒーローのフィギュアをネット検索したら、5体セット7千円で販売する店を見つけた。支払い方法は先払いのみで、注文後「在庫があるので振込先を送る」と個人Aからメールがあり振り込んだ。口座名義人は別の外国人名だった。5日位で届くはずが届かず催促したら、Aから「在庫がないので返金する」と返信があり、メッセージアプリの友だち登録を求められて応じた。登録したアカウント名はAではなくBだった。Bに要求されて振込明細書の画像を送ると、「QRコード決済の登録をしてほしい」と求められて応じた。すると、また振込明細書の画像を要求され、不審に思いやりとりを中断した。すぐに返金してほしい。

ご清聴ありがとうございました