

## 情報商材トラブル（中2～高3 社会科・家庭科）指導案補助資料

「情報商材トラブルに巻き込まれないようにするために」

### 1 教材について

#### 教材のねらい

インターネット上で、個人情報を書き込んだり、経済活動を行ったりすると、モノなしマルチ・情報商材・ネット詐欺や不正請求等のトラブルに巻き込まれることがある。特に昨今は SNS を介した消費トラブルが劇的に増加している。また、2022 年 4 月 1 日「成年年齢を 18 歳に引き下げることを柱とする「民法の一部を改正する法律」が施行されると成年年齢が 18 歳に引き下げられ、18 歳に達した者は一人で有効な契約をすることができるようになるため、詐欺をはたらこうとする集団からターゲットにされる恐れがある。本教材は、モノなしマルチ・情報商材被害の事例を基に、その問題点やインターネットを安全に利用するためにはどのようにしたらよいかを考えさせ、インターネットを利用するにあたって情報を適切に利用し、望ましい自己決定をする力（情報を読み解く力）を育てることを目的に制作した。

#### 指導観

インターネット上には、情報商材へ誘うサイトが乱立し、SNS を介してそれらのサイトへ誘引しようとする集団が数多く存在する。知人や先輩から誘われこの種のトラブルに巻き込まれるケースも数多く報告され、被害者に成ると同時に自分の友人まで巻き込んで加害者の立場に立ってしまうことさえある。

このようなトラブルの実態や問題点を理解させるとともに、事例を自分事として捉えさせることにより、ネット詐欺やマルチ商法のトラブルに巻き込まれないために必要な判断力を育てたい。

#### 指導時のポイント・留意点

現代社会に生きる我々は、様々な商品やサービスを消費することで生活している。グローバル化や情報化の急速な進展など変化の激しい社会の中で、消費に関するトラブルの内容は、ますます複雑で多様になっている。消費者は、自分自身で適切な意思決定を行い、被害に遭った場合には、的確に対処することができる能力を身に付ける必要がある。また、平成 24 年に制定された「消費者教育の推進に関する法律」では、消費者は、保護されるべき受け身の存在から、自立し、その責任を自覚し、他者や世界の未来にも考慮した「消費者市民」へと転換することが求められている。

本題材は、自立した生活を営むために必要な消費生活や生活における経済の計画に関する知識と技術を習得させ、現代の消費生活の課題について認識させるとともに、責任をもった消費行動ができるようになることをねらいとしている。このことは、「消費者市民社会」の形成者としての自覚を促す上からも意義深いと言える。

#### 1) 情報商材とは

情報商材とは、高額収入を得るためのノウハウなどと称して販売されている情報のこと。情報そのものが商品として取り扱われ、情報商材を販売することを情報販売と呼ぶ場合もある。トラブルが多いの

は、「簡単に稼げる方法」「投資で資金を増やす方法」といった、副業、投資、ギャンブル等で高額収入を得るためのノウハウに関する情報である。PDF や DVD などの電子媒体で取引されることが多いが、購入前に中味を確認することはできない。このため中味が役に立たなかったり、実現不可能な方法であったりしても返金に応じてもらえないケースがほとんどで、トラブルの原因となっている。

また、若者の情報商材トラブルはネットをきっかけとしたり、ネット経由で購入したりするケースがほとんどで、ネット販売はクーリングオフの対象外であることを理由に返金を拒まれる場合がある。しかし、販売サイトなどに契約申し込み撤回特約が記載がない場合は、返品できる可能性がある。

更に、情報商材購入をきっかけとしてより高額な契約を勧められることもあり、被害額が大きくなってしまいうケースも散見される。

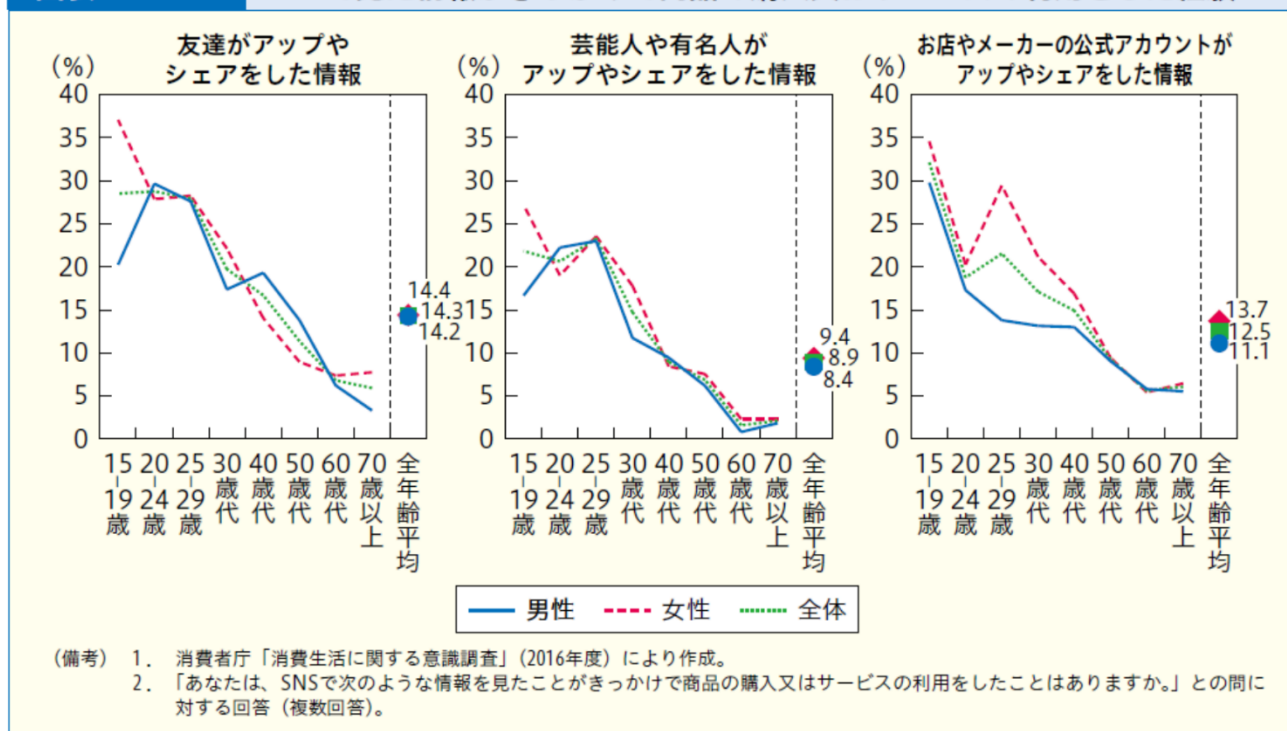
## 2) 若者世代の消費情報入手先について

若者世代の消費情報入手先について、「消費白書 2017」で『20 歳代を中心に、若者のほとんどがインターネットを情報入手先として利用しています。また、10 歳代後半、20 歳代では SNS の割合も、他の年齢層と比べ多くなっています。一方、10 歳代後半ではテレビ・ラジオ番組、新聞・雑誌の記事や広告の割合が低く、先にみたテレビ・ラジオ・新聞・雑誌にかける総時間の短さとの間で整合性がみられません。』<sup>\*1</sup>とされ、情報入手先としてのインターネットの重要性が明らかになっている。

ネット利用の頻度についても「毎日利用している」と回答した割合が 10 歳代後半で 72.7%、20 歳代前半で 69.4%と高いことが分かる。(図表 I-3-1-25) また、性別では 30 歳代までは女性が男性を上回っていて、10 歳代後半の女性は約 8 割が毎日利用している。

また、同調査で、「SNS で情報を見たことがきっかけで商品購入・サービス利用をした」経験について尋ねたところ、10 歳代後半の女性を中心に、20 歳代までの若者において、経験があるという回答の割合が高くなっている。(図表 I-3-1-26)

図表 I-3-1-26 SNS で見た情報がきっかけで商品の購入又はサービスの利用をした経験



※1 (消費白書 2017 第1部 消費者行動・意識と消費者問題の現状 第3章 【特集】若者の消費 第1節 若者の消費行動 (4)若者の情報の活用や向き合い方)

「友達がアップやシェアをした情報」や「芸能人や有名人がアップやシェアをした情報」がきっかけで商品購入・サービス利用をしたという回答については、『10歳代後半と、20歳代で「友達」が3割、「芸能人や有名人」が2割となり、それぞれの全体平均(「友達」14.3%、「芸能人や有名人」8.9%)を大きく上回りました。また、年齢層を問わず、「友達がアップやシェアをした情報」がきっかけで購入・利用をしたという女性の割合は、おおむね男性における割合を上回っています。』とされる。

### 3) 若者における「情報商材」トラブルのきっかけ

また、同書に『若者における「情報商材」でのトラブルのきっかけとしては、成人直後に友人や同僚等から勧誘されることが多く、具体的な商品・サービスは、これまで「健康食品」や「化粧品」が主流でしたが、ここ数年をみると投資用DVD教材が目立つようになりました。』※2と記載されているように、若者の消費トラブルの傾向に大きな変化が訪れていることが分かる。今後、若年層を対象とした「マルチ取引トラブル」や「投資系トラブル」への備えが必要になっており、そういった意味での本教材の価値は高い。

※2 (消費白書 2017 第1部 消費者行動・意識と消費者問題の現状 第3章 【特集】若者の消費 第2節 若者の消費者トラブル (2)若者に多い消費者問題)

### 4) 情報商材詐欺の証明は難しい

情報商材販売者が逮捕されるためには、加害者の騙す行為により被害者が勘違いして、被害者の財産を加害者に渡したことの証明を行う必要がある。しかし、情報商材の内容が本当に虚偽であったのか、故意(騙そうとする意思)があったのかを証明することは非常に困難である。

また、被害者にとって誇大な広告であったとしても、特定商取引法違反として行政処分に留まる場合が多く、被害者として納得がいけないというケースが多い。

この種の情報商材トラブルを避けるためには、情報商材トラブルの事例を知り、人の甘い誘いを簡単に信じないことと、不必要な契約をきっぱり断る態度が重要になってくる。

## 取扱い教科等

### 1) 主たる取扱い教科等

中学校

技術・家庭(家庭分野) D 身近な消費生活と環境

高等学校

家庭 家庭基礎 (2) 生活の自立及び消費と環境

家庭 家庭総合 (3) 生活における経済の計画と消費

### 2) 1)以外の教科等での取扱い

中学校

社会(公民的分野) 私たちと現代社会、私たちと経済

高等学校

公民 現代社会	(1) 私たちの生きる社会
(2022年からは現代社会を廃し公共が新設される)	
学習内容としては「ア(ア)多様な契約及び消費者の権利と責任」が該当する)	
家庭 生活デザイン	(2) 消費や環境に配慮したライフスタイルの確立
情報 社会と情報	(2) 情報通信ネットワークとコミュニケーション
情報 社会と情報	(3) 情報社会の課題と情報モラル
情報 情報の科学	(1) コンピュータと情報通信ネットワーク
情報 情報の科学	(4) 情報技術の進展と情報モラル

## 情報モラル指導モデルカリキュラム表への対応

### 「2. 法の理解と遵守」

中学校 c4-3：契約の基本的な考え方を知り、それに伴う責任を理解する

高等学校 c5-3：契約の内容を正確に把握し、適切に行動する

### 「3. 安全への知恵」

中学校 d4-2：トラブルに遭遇したとき、主体的に解決を図る方法を知る

e4-1：情報の信頼性を吟味できる

e4-2：自他の情報の安全な取り扱いに関して、正しい知識を持って行動できる

高等学校 d5-2：トラブルに遭遇したとき、様々な方法で解決できる知識と技術を持つ

e5-1：情報の信頼性を吟味し、適切に対応できる

e5-2：自他の情報の安全な取り扱いに関して、正しい知識を持って行動できる

### 「4. 情報セキュリティ」

中学校 g4-1：情報セキュリティの基礎的な知識を身につける

高等学校 g5-1：情報セキュリティに関する基本的な知識を身につけ、適切な行動ができる

## 2 モデル指導案：技術・家庭（家庭分野）

### 本時の目標


インターネット上での契約や個人情報を入力する際に、トラブルに巻き込まれないようにするための注意点を理解させ、トラブルに巻き込まれたときに解決を図るための判断力を養う。

### 授業実施前の準備・事前指導

インターネットショッピングの利用状況及びトラブルの遭遇状況について、事前にアンケートを採っておく。また、ネット詐欺・不正請求、不正アクセス等について、インターネットや文献、新聞等を用いて、実態や原因と対策について調べさせる。

本時の展開 例

	学習活動・内容	指導上の留意点	摘要
導入	<p>1 インターネット利用についてのアンケート結果を確認する。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ネットショッピングをした人がいる</li> <li>・契約トラブルに遭った人もいる</li> </ul> <p>2 本時の課題を理解する。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・身近なところでインターネットショッピング等の消費活動をしている人がいることに気付かせる。インターネットを利用する便利さにも触れる。</li> <li>・ネット詐欺や不正請求で被害に遭う人がいることを伝え、本時の課題につなぐ。</li> </ul>	
	<p>「モノなしマルチ」(「情報商材」) トラブルに巻き込まれやすいパターンを知り、対策を講じよう</p>		
展開	<p>3 導入漫画を視聴し、主人公の行動の問題点とこの後の展開について、考えたことをワークシートに書く。その後、グループで話し合い、学級で共有する。</p> <p>4 SNS 等を通じて儲け話の勧誘を受け、情報商材等の契約をするケースについて知る。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・最近の「モノなしマルチ」「情報商材」トラブルのきっかけは SNS を介しているケースが多いことを確認する。</li> </ul> <p>□ 契約のきっかけ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・見知らぬ人から DM(ダイレクトメッセージ) が届く</li> <li>・SNS で知り合った人や、友人・知人から紹介される</li> <li>・SNS 上の広告を見て、消費者自らコンタクトをとるケースもある</li> </ul> <p>□ セールストーク</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・「実質無料の副業がある」</li> <li>・「スマホで簡単に儲かる」</li> <li>・「アフィリエイトをすれば稼げる」</li> <li>・「資産構築法を学べば、不労所得で豊かに生活できる」</li> <li>・「夢を実現させるために成功した人の話を聞かないか」</li> </ul> <p>などがみられる</p>	

	<p>5 トラブルや被害に遭ったときどのように対応するかをワークシートにまとめ、発表する。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・保護者に相談する</li> <li>・警察に届ける</li> <li>・消費生活センターに相談する</li> <li>・人権関係の相談窓口相談する</li> <li>・被害の拡大防止</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・きっぱり断る勇気が大切であることを確認する。</li> <li>・トラブルに巻き込まれた時にはいち早く相談することが大切であることを確認する。</li> </ul>  <p>全国共通の電話番号 「消費者ホットライン」 188</p> <p>消費者ホットライン188 イメージキャラクター 188ちゃん</p>	
--	--	--	--

### 3 参考 URL

#### 文部科学省

消費者教育の推進について

[https://www.mext.go.jp/a\\_menu/ikusei/syouthisha/](https://www.mext.go.jp/a_menu/ikusei/syouthisha/)

#### 消費者庁

若者・高校生向け消費者教育副教材「もしあなたが消費者トラブルにあったら-消費者センスを高めよう!-」

[https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer\\_education/public\\_awareness/teaching\\_material/material\\_007/](https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_education/public_awareness/teaching_material/material_007/)

消費者教育ポータルサイト

<https://www.kportal.caa.go.jp/index.php>

特定商取引法ガイド

<https://www.no-trouble.caa.go.jp/what/multilevelmarketing/>

平成 29 年版消費者白書 第 1 部 第 3 章 【特集】若者の消費

[https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer\\_research/white\\_paper/2017/white\\_paper\\_128.html](https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/white_paper/2017/white_paper_128.html)

独立行政法人 国民生活センター 消費者ホットライン

<https://www.kokusen.go.jp/map/index.html>

独立行政法人 国民生活センター ウェブ版 国民生活 2019 年 1 月号

「特集 儲けをうたう情報商材のトラブル」

[https://www.kokusen.go.jp/pdf\\_dl/wko/wko-201901.pdf](https://www.kokusen.go.jp/pdf_dl/wko/wko-201901.pdf)

日立グローバルライフソリューションズ株式会社 消費者関連センター

センター・レポート No.148 特集・成年年齢引下げと消費者教育

<https://www.hitachi-gls.co.jp/about/declaration/pdf/148.pdf>

センター・レポート バックナンバー

<https://www.hitachi-gls.co.jp/about/declaration/post.html>