

情報を読み解く力を育てる消費者教育・情報モラル教育教材

モノなしマルチ商法トラブル防止（中2～高3社会科・家庭科）指導案補助資料

「モノなしマルチ商法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、マルチ商法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て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ている。また、この種のトラブルは被害者に成るだけでなく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可能性さえある。

このような消費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。

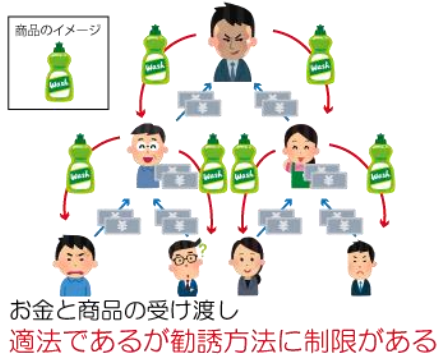
本題材は、自立した生活を営むために必要な消費生活や生活における経済の計画に関する知識と技術を習得させ、現代の消費生活の課題について認識させるとともに、責任をもった消費行動ができるようになることをねらいとしている。このことは、「消費者市民社会」の形成者としての自覚を促す上からも意義深いと言える。

1) モノなしマルチとは

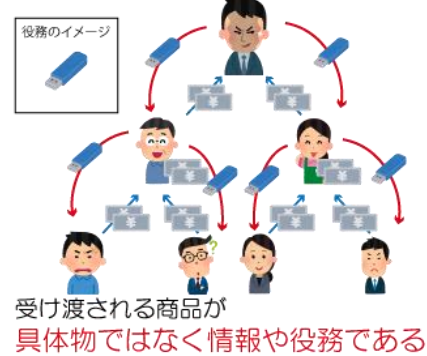
商品やサービスを契約した後、人を勧誘して紹介料などの報酬を得る販売方法を、マルチ商法（連鎖販売取引）と言う。これまでのマルチ商法では商材として健康食品や化粧品など商品を取り扱うケースが

大半であった。しかし昨今、具体的な商品のかわりに暗号資産・海外事業者への投資・会員権など複雑な役務（サービス）を介在とするマルチ商法が増加している。このように具体的な商品を伴わないマルチ商法を「モノなしマルチ商法」（モノなしマルチ）と呼ぶ。「モノなしマルチ」では、友人や知人のほか、SNSで知り合った相手に誘われることも多く、断っても「必ずもうかるから借金してもすぐ返せる」と勧められ、貸金業者から借金をしたり、クレジットカードで高額決済をしたりするケースもみられる。

マルチ商法の仕組み



モノなしマルチ商法の仕組み



2) マルチ商法に対する行政規制（制限）

マルチ商法は、特定商取引法によって、以下のような行政規制が定められている。

i) 氏名などの明示

マルチ商取引（連鎖販売取引）を行うときには、勧誘に先立って、消費者に対して、次のような事項を告げなければならない。

ア 統括者、勧誘者または一般連鎖販売業者の氏名（名称）

（勧誘者、一般連鎖販売業者にあつては統括者の氏名（名称）を含む）

イ 特定負担を伴う取引についての契約の締結について勧誘をする目的である旨

ウ その勧誘にかかわる商品または役務の種類

このため、マルチ商法であることを隠して「会わせたい人がいる」などと言って呼び出すことは、この行政規制に違反する。

ii) 勧誘を行う際の禁止行為

勧誘者が勧誘を行う際、取引の相手方に契約を解除させないようにするために嘘をつくことや威迫して困惑させるなどの不当な行為が禁止されている。具体的には以下のようなことが禁じられている。

ア 勧誘の際、または契約の締結後、その解除を妨げるために、商品の品質・性能など、特定利益、特定負担、契約解除の条件、そのほかの重要事項について事実を告げないこと、あるいは事実と違うことを告げること。

イ 特定負担を伴う取引についての契約の締結について勧誘をする目的である旨

ウ 勧誘目的を告げない誘引方法（キャッチセールスやアポイントメントセールスと同様の方法）によって誘った消費者に対して、公衆の出入りする場所以外の場所で、特定負担を伴う取引についての契約の締結について勧誘を行うこと。

iii) 広告におけるルール・禁止行為

連鎖販売取引の広告では、取引に伴う特定負担に関する事項など、法で定められた内容を表示しなければならない。また誇大広告や、承諾のない消費者への電子メール広告送信も禁止されている。

上記行政規制に違反した事業者は、業務停止命令などの行政処分を受ける可能性があるほか、罰則の対象となる。

2) マルチ商法に関する民事ルール

i) 契約の解除（クーリング・オフ制度）

連鎖販売取引の際、消費者が契約をした場合でも、法律で決められた書面を受け取った日（商品の引渡しの方が後である場合には、その日）から数えて 20 日間以内であれば、書面により契約の解除（クーリング・オフ）をすることができる。

なお、連鎖販売業を行う者が、事実と違うことを言ったり威迫したりすることにより、消費者が誤認・困惑してクーリング・オフしなかった場合には、上記期間を経過していても、消費者はクーリング・オフをできる。クーリング・オフを行う際には、後々のトラブルをさけるためにも特定記録郵便、書留、内容証明郵便などで行うことが薦められる。

なお、この場合、業者は契約の解除に伴う損害賠償や違約金の支払いを請求できず、商品の引取り費用も業者の負担となる。ただし、原状回復義務については、契約を解除する双方が負う。業者は支払われた代金、取引料を返還するとともに、消費者は引渡しを受けた商品を業者に返還しなければならない。

ii) 中途解約・返品ルール

連鎖販売契約を結んで組織に入会した消費者は、クーリング・オフ期間の経過後も、将来に向かって連鎖販売契約を解除できる。退会した消費者は、以下の条件をすべて満たせば、商品販売契約を解除することができる。

ア 入会后 1 年を経過していないこと

イ 引渡しを受けてから 90 日を経過していない商品であること

ウ 商品を再販売していないこと

エ 商品を使用または消費していないこと（商品の販売を行ったものがその商品を使用または消費させた場合を除く）

オ 自らの責任で商品を滅失または、き損していないこと

iii) 契約の申込みまたはその承諾の意思表示の取消し

連鎖販売業を行う者が、契約の締結について勧誘をする際、以下の行為をしたことにより、消費者がそれぞれ以下の誤認をし、それによって契約の申込みまたはその承諾の意思表示をしたときには、その意思表示を取り消すことができる。

ア 事実と違うことを告げられた場合であって、その告げられた内容が事実であると誤認した場合

イ 故意に事実を告げられなかった場合であって、その事実が存在しないと誤認した場合

iv) 事業者の行為の差止請求

勧誘者又は一般連鎖販売業者が以下の行為を不特定かつ多数の者に行い、または行うおそれがあるときは、適格消費者団体^{*1}は、それぞれの者に対し（勧誘者の行為については統括者に対しても）、行為の停止もしくは予防、その他の必要な措置をとることを請求できる。

- ア 契約を締結するため、勧誘するときに、事実と違うことを告げる行為または故意に事実を告げない行為
 - イ 契約を締結するため、または解除を妨げるため、威迫して困惑させる行為
 - ウ 誇大な広告等を表示する行為
 - エ 連鎖販売取引につき、利益が生ずることが確実であると誤解させる断定的判断の提供により契約締結を勧誘する行為
 - オ 自消費者に不利な特約、契約解除に伴う損害賠償額の制限に反する特約を含む契約の締結行為
- *1※佐賀県の該当団体は、特定非営利活動法人佐賀消費者フォーラム（法人番号 2300005005986）

3) 特定商取引法違反被疑情報提供制度

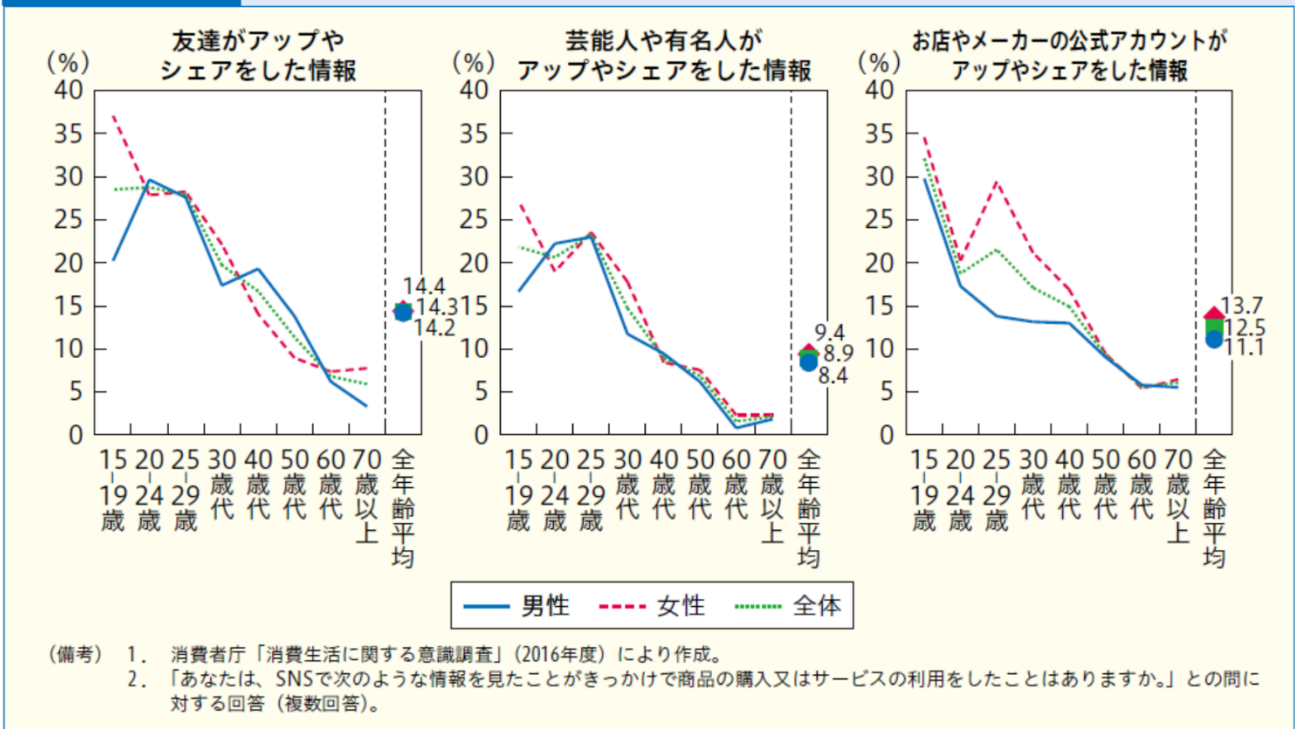
マルチ商法取引を含め特定商取引法で規定している7つの取引類型について、取引の公正や消費者の利益が害されるおそれがあると認められる場合に、これらの状況を是正するため、国や都道府県に対してその内容を申し出て、適当な措置をとるように求めることができる制度のこと。

申出は、悪質・不公正な取引により被害を受けた消費者本人に限らず、個人、法人を問わず誰でも行うことができる。申出書の提出先は、勧誘が行われたり契約や申し込みを行ったりした都道府県の知事又は消費者庁長官若しくは経済産業局長。都道府県知事に申出を行うときは、都道府県の特定商取引担当課に行く。佐賀県の場合は以下に申出のこと。

佐賀県庁 県民環境部 暮らしの安全安心課 事業者指導・計量担当
 〒840-0815 佐賀市天神 3-2-11 アバンセ 3階
 電話：0952-25-7069 ファックス：0952-24-9567

4) 若者世代の消費情報入手先について

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



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。』^{※2}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)

「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、若者世代の消費行動に SNS が大きな影響を与えていることが分かる。

※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 1 節 若者の消費行動 (4)若者の情報の活用や向き合い方 より)

5) 若者における「マルチ取引」でのトラブルのきっかけ

また、『若者における「マルチ取引」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」への対策が喫緊の課題になっており、そういった意味において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 より)

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。

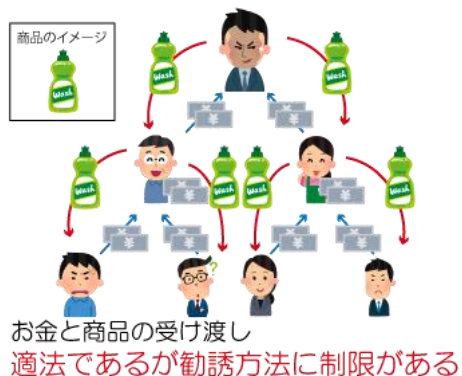
本時の展開 例

| | 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"> ・ネットショッピングをした人がいる ・契約トラブルに遭った人もいる <p>2 本時の課題を理解する。</p> | <ul style="list-style-type: none"> ・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。 ・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。 | |
| | <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"> ・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。 <p>□ 契約のきっかけ</p> <ul style="list-style-type: none"> ・見知らぬ人から DM(ダイレクトメッセージ) が届く ・SNS で知り合った人や、友人・知人から紹介される ・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 <p>□ セールストーク</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「実質無料の副業がある」 ・「スマホで簡単に儲かる」 ・「アフィリエイトをすれば稼げる」 ・「資産構築法を学べば、不労所得で豊かに生活できる」 ・「夢を実現させるために成功した人の話を聞かないか」 <p>などがみられる</p> | |

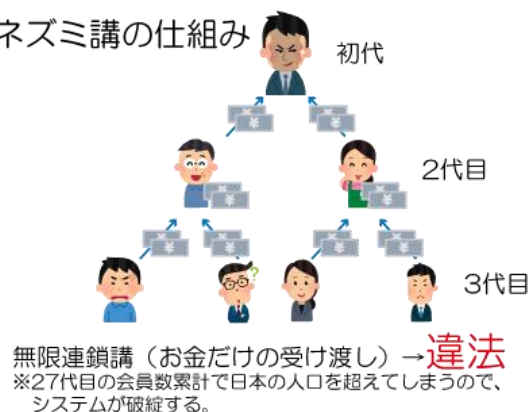
| | | |
|---|--|--|
| <p>5 トラブルや被害に遭ったときどのように対応するかをワークシートにまとめ、発表する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・保護者に相談する ・警察に届ける ・消費生活センターに相談する ・人権関係の相談窓口に相談する ・被害の拡大防止 | <ul style="list-style-type: none"> ・きっぱり断る勇気が大切であることを確認する。 ・トラブルに巻き込まれた時にはいち早く相談することが大切であることを確認する。  <p>全国共通の電話番号 「消費者ホットライン」 188</p> |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

【参考】 マルチ商法とネズミ講の違い

マルチ商法の仕組み



ネズミ講の仕組み



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/syohushisa/

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/

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/>

特定商取引法違反被疑情報提供フォーム

https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_transaction/specified_commercial_transactions/disobey_form/

全国の適格消費者団体一覧

https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_system/collective_litigation_system/about_qualified_consumer_organization/list/

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

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>

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>