

「絶対儲かる」「返金保証で安心」とうたう情報商材に注意！ －情報商材モール業者を介して購入した事例から見る問題点－

情報商材^(注1)に関する苦情が、国民生活センターや各地の消費生活センターに多く寄せられている。

情報商材はインターネット通販で購入するため、「代金を支払ったのに情報商材が届かない」といった苦情も寄せられているが、特に「確実に儲かるという広告を見て購入した。書かれていた通りに作業をしたのに収入にならない」「販売者にサポートを求めたが連絡が取れない」「返金保証の条件を満たしているのに返金されない」等の情報商材の内容に関するトラブルが目立つ。

また近年、情報商材を扱うショッピングモール業者（以下、モール業者）が複数見られ、これらのモール業者を介して情報商材を購入しているケースが多い。

そこで、今回は特にモール業者を介して情報商材を購入した際に生じたトラブルについて、問題点を整理し、消費者に情報提供することとした。

(注1) 本資料では、インターネットの通信販売を通じて売買される「〇〇円の収入が得られる方法」「必ずモテる方法」等の一般にはあまり知られていない情報や自分の経験談に基づく情報を指すこととする。形式はPDFファイルや冊子、DVD等である。主にPDF形式で送付されるため、自分でPC等を使ってダウンロードし、すぐに関覧することができる。販売者によっては冊子、DVD等に加工して消費者に送付する場合もある。

1. 相談件数

(1) 相談件数

PIO-NET（全国消費生活情報ネットワーク・システム）に寄せられた相談のうち、モール業者を介して購入した情報商材に関する相談件数^(注2)は、2006年度は37件、2007年度は157件であったが、2008年度は389件と倍増している。更に2009年度は718件と2008年度268件（前年同期）と比較すると、倍増している。

(注2) データは国民生活センターが把握しているモール業者名をもとに集計したため、当該モール業者が行っている情報商材以外に関する相談や同名異業者に関する苦情が含まれている可能性がある。



(2006年度～2010年2月末日までの登録分) 合計1,301件

(2) 契約当事者の属性

以下は、2006年度以降、全国の消費生活センターに寄せられた情報商材に関する1,301件の相談を分析した内容である。(※以下の項目について、不明・無回答は除く)

- ① 年代別に見ると、30歳代が32.5%と最も多く、次いで40歳代が27.4%、20歳代が16.7%となっており、比較的若い世代が目立つ。平均年齢は約40歳である。(図2)
- ② 男女別に見ると、男性が54.9%、女性が45.1%となっており、若干男性の方が多い。(図3)
- ③ 職業別に見ると、給与生活者が47.4%と最も多く、ついで無職が19.4%、家事従事者が17.1%、自営・自由業が10.9%となっている。(図4)

図2 契約当事者の年代別

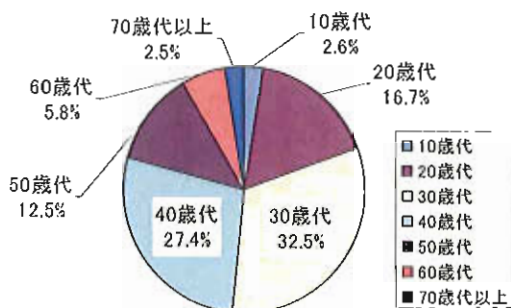


図3 男女別

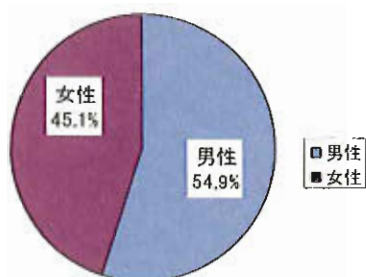
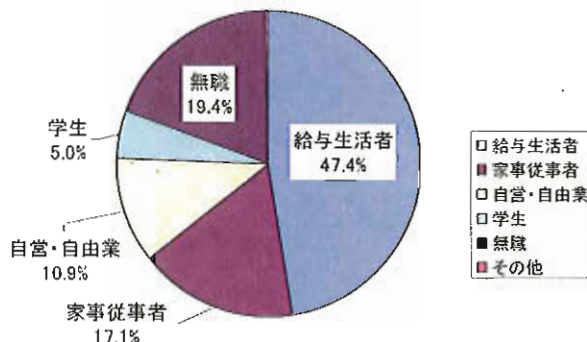


図4 職業別



(3) 契約金額と支払方法

- ① 契約金額は1万円以上5万円未満が49.0%で、5万円未満が半分以上の割合を占めており、ついで5万円以上10万円未満が17.1%、1万円未満が14.8%となっている。平均金額は約5万2,000円である。(図5)
- ② 支払方法は「現金払い」が51.2%、「販売信用」^(注3)が48.8%とほぼ半々となっている。(図6)

(注3) 信販会社などが信用を供与した会員等の買い物代金を、立て替えて支払うこと。クレジットとも呼ぶ。割賦販売、クレジットカード等による商品、サービスの購入が該当する。

図5 契約購入金額

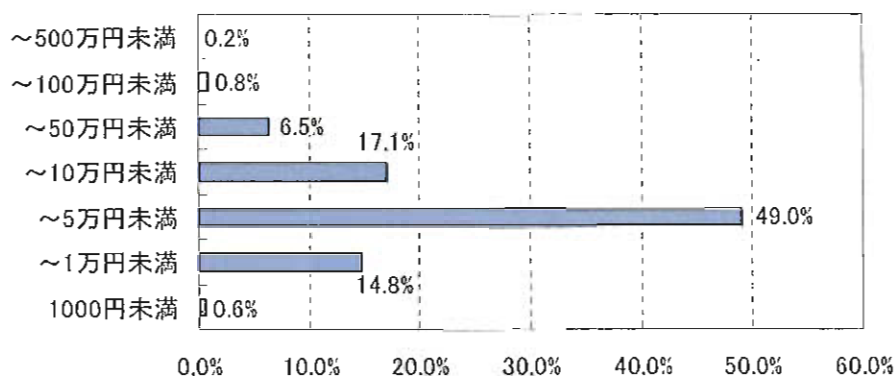
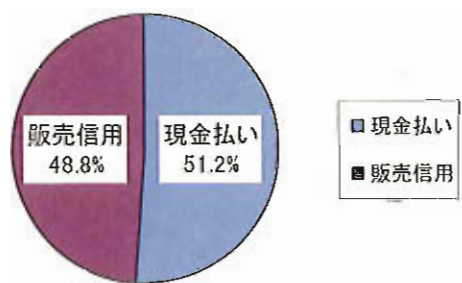


図6 支払方法



(4) 相談内容別分類および相談内容の特徴

内容別分類で見ると、「契約・解約」に関する相談の割合が1,199件と最も多く、次いで「販売方法」が908件、「表示・広告」が310件である(内容別分類は複数回答項目)。

なお、「契約・解約」に関する相談の中には、「広告ページに『必ず儲かる』と書かれていたので購入し、実際にその方法を試したが収入にならなかった」「広告に全額返金保証があると書いてあったが、返金を求めてもダメだと言われた」等の情報商材の表示や広告がきっかけとなって解約を求めているケースが見られた。

表示と広告の問題が生じるのは、情報商材の性質上、広告には情報商材に関する説明が具体的に明記されていないことが原因だと考えられる。モール業者によると、情報商材は文字通り「情報」自体が商品であるため、内容がわかってしまうと価値が下がってしまうので、広告には詳細な説明を書くことができないとのことであった。

広告の多くは販売者自身の体験談が延々と書かれていたり、重要な箇所が「●●」等の伏字で隠されていて説明が曖昧になっている。消費者は、情報商材に関する情報を販売者の広告ページからしか得られないため、この曖昧な広告を信じ、情報商材の中身を知らずに購入することになり、結果としてトラブルに発展してしまうと考えられる。

2. 主な相談事例

【事例1】広告に一定の収入になると書かれているのに、全く収入が得られない

自宅ですでできる内職を探していたところ、以前から登録しているメールマガジンの中に「〇〇するだけで毎日1万円を稼ぐ方法」という広告を見つけた。その広告に添付されていたURLをクリックするとさらに詳しい広告があり、読んでいくと、「業務を提供する」「業務手当での支給を保障する(1500円/1件)」「業務に伴う業務手当が支給されなかった場合は、90日間は無条件で情報商材の代金等を返却する」等と書かれていた。これならできると思い、クレジットカードで代金約3万円を支払って購入した。

後日、モール業者からメールが届き、PDF形式の情報商材をダウンロードした。情報商材の中身は指示された企業のホームページ内の誤字脱字等の不備を指摘する仕事であった。指示通りに行ったが、すでに他の人が指摘した箇所なので手当では出せないと言われ、報酬はもらえなかった。広告には必ず報酬があるように書かれていたので納得できない。90日の返金保証があると記載があるので、返金してほしい。また、カードの請求明細を確認したところ、全く知らない会社からの請求になっていた。

(相談受付：2009年12月、奈良県、40歳代、男性、給与生活者)

【事例2】情報商材に指示されている作業を行うことは現実的に不可能であった

年金で生活しており、生活が苦しい。インターネットで内職を探していたところ、「ある公的機関に行き、指示された作業をするだけで100%、确实、絶対に収入が得られる」という情報商材を見つけた。返金保証があり、作業がうまくいかないときは返金されると思い、購入代金約4万円を振り込んだ。

後日、送付されてきた情報商材は「地方裁判所に行き、動産物の競売で落札し、その動産をネットオークションで転売することで、利益を得る」という内容だった。約2ヶ月間裁判所に通い、競売物件を探したが動産物の競売はなく、まったく収入にならなかった。裁判所に問い合わせると「動産物の競売は今年に入ってから一度も行われていない」と言われた。

実現不可能な内容だとわかり、販売者に返金を求めたが「返金保証の条件を満たしていないから返金できない。あなたのやり方が悪い」の一点張りで、全く対応してくれない。支払った代金を返金してほしい。

(相談受付：2009年6月、佐賀県、70歳代、男性、無職)

【事例3】収入を得るためには、さらに高額な資金が必要であった

登録者にのみ定期的に送られてくるメールマガジンの中に「年間2000万円以上稼ぐ方法を公開」という広告を見つけた。その広告に添付されていたURLをクリックすると、さらに詳しい情報商材の広告ページが表示され、「3ヶ月実行しても100万円以上の収入がなければ全額返金します」と説明されていたので約5万円をクレジットカードで支払った。

情報商材は「派遣会社として開業し、人材を企業に紹介してその手数料で稼ぐ」という内容だった。早速実行するために官公庁に許可の申請をしたが、開業には申請手数料や開

業資金として合計 500 万円以上が必要だとわかった。事前に高額な資金が必要とは広告にも情報商材にも書かれていない。販売者に返金を求めたが「返金保証を満たしていないから返金できない」と拒否され続け、最終的に連絡不能になった。返金してほしい。

(相談受付：2009 年 8 月、兵庫県、20 歳代、女性、給与生活者)

【事例 4】社会通念上問題があるようなことを促す情報であった

インターネットで内職を探していたところ、「簡単なクリック作業等だけで高額な収入を得られる」という広告を見つけた。家でもできるならと思い、クレジットカードで商材代金 1 万円を支払って購入した。

すぐにモール業者からメールが届いたので、PDF 形式の情報商材をダウンロードして中身を確認したところ、「出会い系サイトに個人情報を登録し、他のサイト等で相手を募り、その相手を出会い系サイトに誘導する」という内容であった。広告の記載と内容が大きく異なる問題のある内容だと思う。返金してほしい。

(相談受付：2009 年 11 月、神奈川県、40 歳代、女性、家事従事者)

【事例 5】返金条件に該当しているのに、返金に応じない

1 年前、インターネットの検索サイトで「このマニュアルを実践すれば間違いなく結婚できる」と書かれた情報商材の広告ページを見つけた。その広告には「芸能界で活躍している女優にも注目されている」という記載や多数の成功談が掲載されていた。また、「今だけ特別価格！通常価格約 4 万円のところ 300 部限定約 1 万円で販売！規定数以上売れたら予告なしに値上げします」という記載があり、「1 年間試しても恋人ができなければ全額返金する」と書かれていた。悩んだ末に、クレジットカードで支払って購入した。後日、モール業者から PDF 形式の情報商材がメールで送られてきた。

1 年間実行したが効果がなかったため、メールで販売者に返金請求したが全く返事がない。どうすればいいか。

(相談受付：2009 年 11 月、千葉県、30 歳代、女性、給与生活者)

【事例 6】広告の内容と実際の内容が大きく異なるものだった

インターネットでフラダンスの教材を探していたところ、「書店では手に入らないノウハウ、短期間でマスターする実践的プログラム」と書かれた情報商材の広告ページを見つけた。広告には DVD の箱の画像が掲載されていたので、映像を見ながら学べるものだと思い、モール業者を通して申し込み、購入代金約 1 万円を振り込んだ。

後日、モール業者から郵送された情報商材の中身を確認すると、大きな字で書かれた 100 頁ほどの冊子と先着 50 名様にプレゼントという DVD だった。内容は曖昧で、フラダンスが身につくとは思えないものであった。広告の内容と違うので返金してほしい。

(相談受付：2009 年 8 月、兵庫県、40 歳代、女性、家事従事者)

3. 相談事例から見た問題点

(1) 購入前、購入時

- ・どのような情報が得られるのかは購入し、中身を見るまでわからないため、実際に得られる情報が考えていたものではないケースがみられる。(事例1～6)
- ・「確実に収入が得られる」「確実にモテる」等、利益や効果が確実であるかのような表示がみられる。(事例1～6)
- ・「利益、効果が出ない場合に全額返金する」等とうたっており、誰にでも確実に返金されるかのような表示がみられる。(事例1、2、3、5)
- ・「今だけ特別価格!」「通常価格〇〇円のところ〇〇円で販売!」等という二重価格の表示がみられ、今だけ安価で購入できるという印象を与えるが、長期間同じ表示で販売を続けている場合がみられる。(事例5)
- ・消費者はモール業者に申し込み、代金を支払う。そして、情報商材はモール業者から送られてくる場合が多く、消費者は販売者とモール業者の区別をするのが難しい。情報商材をモール業者から購入したと思っている場合が多くみられる。(事例1～6)
- ・消費者がモール業者を介して情報商材を購入する際、多くの場合、代金の支払いは振込みとクレジットカードによる支払いが選択できる。クレジットカードで支払いをした場合、カード会社から発行される請求書の購入先の項目には、販売者およびモール業者名ではなく、決済代行会社^(注4)の名称が記載される場合がある。(事例1、3、4)

(注4) 決済代行会社とは、クレジットカード会社と販売者やモール業者との間に立ち、クレジットカード決済の手続き等を行う業務を行っている会社。

(2) 購入後・トラブル発生後

- ・情報の内容が現実的ではないものが見られる。(事例2、3)
- ・収入を得るための開業資金、情報を継続的に得る為の月額更新料など、事前に説明のなかった費用がさらに必要になる場合がある。(事例3)
- ・「出会い系サイトに人を誘導する仕事で収入を得る」等という社会通念上問題があるような仕事を促す情報である場合がある。(事例4)
- ・消費者が広告や情報商材に記載されている販売者の電話番号やメールアドレスに連絡しても一切連絡が取れない場合が見られる。(事例3、5)
- ・販売者に返金を申し出ても、条件に合わないと言い対応しないケースや条件にあつていふことの証明を求める場合がある。時には提示が困難な証拠を求められ、消費生活センターがあつせんしても交渉に応じない場合もある。(事例1、2、3、5)

4. 情報商材に関する問題

相談処理の過程において国民生活センターでは、各法律で定めるルールの趣旨等より、それぞれ次のような問題や課題があると考えている。

(1) 消費者契約法

販売者の作成する広告の中には、実際は作業することが不可能であるのに「ある公的機関にいき、指示された作業をするだけで収入が得られる（事例2）」等と記載していたり、「**「確実、絶対に不労所得が得られる（事例2）」**や、「このマニュアルを実践すれば間違いなく結婚できる（事例5）」等という断定的な表現や、収入を得るためには高額な資金が必要であるのに、この事実に関して記載が全くないケース（事例3）などがみられた。

消費者契約法では、事業者が消費者契約の締結について勧誘する際、消費者に対して、重要事項について事実と異なることを告げること（不実告知）、将来の変動が不確実な事項につき断定的に言うこと（断定的判断の提供）、利益になることだけ言って、重要な項目について不利益になることを故意に言わないこと（不利益事実の不告知）により勧誘し、消費者に誤認をさせて結ばせた契約は、取消しを主張できると定めている。

(2) 特定商取引に関する法律（以下、特定商取引法）

1) 業務提供誘引販売

業者が「仕事を提供する」と言って勧誘し、そのために必要であるとして、物品等を消費者に購入させるという形態の取引に関するトラブルが増加したことを受け、同法では、いわゆる内職商法について業務提供誘引販売としてルールを定めている。同法第51条に定める業務提供誘引販売取引に該当する場合には、事業者は消費者に対し法律で定められた事項がすべて記載された書面の交付義務があり、消費者は書面を受け取ってから20日を経過するまでは理由を問わず契約の解除（いわゆるクーリング・オフ）を行うことができる。なお、書面が交付されていない場合には、クーリング・オフの起算日は進行しない。

情報商材に関する相談は、「収入が得られる、儲かる」等という広告を見て情報商材を購入しているケースが多い。例えば、広告に「規定業務を提供する」「規定業務に伴う業務手当ての支給を保障する」等と書かれており、消費者が業者から購入した情報商材で学習し身につけた知識、技能等を利用して行う業務を業者が自ら提供又はあっせんを行っている場合には業務提供誘引販売に該当する可能性があると考えられる。

2) 通信販売

いわゆる内職商法以外の情報商材であって同法上の通信販売の要件を満たした取引である場合、事業者は、取引条件や事業者の氏名・名称、住所、電話番号などの販売業者等に係る情報を表示する義務がある（同法11条）。

販売者の電話番号の表記があったとしても実際には連絡が取れない、メールでは連絡が取れても電話連絡が不可能である等の場合には消費者にとって必要な情報が正確に表示されていないことから、問題である。

また、同法では、商品の性能や権利・役務の内容、また特に商品・権利については申込みの撤回や契約解除に関する事項について著しく事実と相違する表示をすること（誇大広告）を禁止している（同法12条）。

例えば、実際には確実な効果等が得られないのに、「必ず～」等の表示があるケースや、商品の広告に「効能がなければ返品を受け付ける」と書かれているにもかかわらず、実際には返品に応じない場合は問題である。

(3) 不当景品類及び不当表示防止法(以下、景品表示法)

景品表示法は、消費者が適正に商品・サービスを選択できるよう、商品等の品質や価格について、実際よりも著しく優良又は有利であると示す表示を禁止している(同法4条)。

二重価格表示については、比較対照価格として表示された将来の販売価格に十分な根拠がないとき(実際に販売することのない価格であるときや、ごく短期間のみ当該価格で販売するにすぎないときなど)には、一般消費者に現在の販売価格が安いとの誤認を与えることから、不当表示に該当するおそれがあるとされている。

事例5において、消費者は「今だけ特別価格!通常価格約4万円のところ300部限定約1万円で販売!規定数以上売れたら予告なしに値上げします」という表示を見て、買うなら今だと思い契約している。この場合において、実際には、部数の制限なく常時約1万円で販売しているような場合には、上記表示は不当表示に該当するおそれがあると考えている。

(4) 割賦販売法

モール業者を通して情報商材を購入する場合、購入代金等の支払いには、現金振込みだけでなく、クレジットカードを利用している(事例1、3、4、5)。

割賦販売法では、2ヶ月を超える支払いとなる取引、特に一定額以上(リボルビング払いの場合は3万8,000円以上、それ以外の場合は4万円以上)の取引を抗弁の適用対象としており、商品が見本と異なるものだった場合等、消費者と販売者との間に生じている事由をもって抗弁権の接続が主張できる場合には、カード会社等からの支払いの請求を拒むことができることと定めている。ただし、上記取引に当たらない場合は、抗弁の対象にならない。

情報商材の場合、販売価格が3万8,000円未満のもの、また2ヶ月未満における一括払いの場合が少なくない。これら取引においては、カード会社からの支払い請求を拒む法的根拠がないため、カード会社の対応が一律ではなく、消費者が戸惑うケースがみられた。

5. 消費者へのアドバイス

(1) 情報商材の購入は、広告に注意して慎重に検討する

「誰でもできる簡単作業で毎日収入が得られる」「パソコン入力だけで確実に即金〇万円振り込まれる」などという話は実現困難な場合がある。「必ず」「確実に」等の断定的な広告がある場合には、注意が必要である。

(2) 返金保証があるからと言って、安易に契約しない

情報商材の広告には返金保証という記載が見られる。消費者の多くはこの返金保証を信じて「何かあっても返金してもらえるだろう」という軽い気持ちで情報商材を購入していると考えられる。しかし、実際は返金保証の条件を満たすのが非常に困難である場合、返金保証を満たしていても販売者が全く応じない場合がある。最悪の場合、販売者と連絡が取れなくなってしまう。

返金保証という記載があったとしても、必ず全額返金されるとは限らないことに注意が必要である。

(3) 購入する前に販売者の連絡先等を確認する

情報商材においては、消費者や消費生活センターが交渉しようとしても電話に出ない販売者や、そもそも販売者の連絡先が不明であるケースが見られる。そこで、購入する前にまず、販売者の特定商取引法の表記（所在地や電話番号等）を確認し、事前に連絡を試みる等して、契約の相手方である販売者と連絡が取れるか等を確認するようにしてほしい。トラブルを避けるために、少しでも疑問があったら契約することには慎重に対処すること。

(4) 情報商材をカードで購入した場合でトラブルが生じた際は、カード会社に事情を説明し協力を求める

割賦販売法の適用対象となる取引で、抗弁権の接続ができる場合には、カード会社に請求の停止を求め、販売者と解約・返金交渉を行う。ただし、仮に請求が停止されても、販売者とのトラブルが解決し、直ちにカード会社への支払い義務がなくなったわけではないことを注意する。

また、割賦販売法が適用されない取引の場合は、カード会社に直ちに対応を求めることはできないが、できるだけ早めにカード会社に申し出て解決への協力を相談すること。

(5) 最寄りの消費生活センターに相談する

広告に不当な表示があったり、販売者が対応しない等のトラブルや、カード会社との交渉で困ったときには、勧誘時の説明内容や交付された書面、カード払いの場合は支払い回数や販売価格等により、被害の救済が可能になる場合もあるので、購入時の画面等の取引データ、広告や情報商材の不当性を示す資料、取引に至った経緯等を書面で整理して、最寄りの消費生活センターに相談すること。

【情報提供先】

消費者庁 消費者情報課 地方協力室
経済産業省 商務情報政策局 取引信用課
経済産業省 商務情報政策局 情報経済課
警察庁 生活安全局 生活経済対策管理官
社団法人 日本クレジット協会
日本クレジットカード協会