

若者を取り巻く トラブル

— 学生を中心に —



特集1

若者に多い消費生活相談 — 現状と対処法

平澤 慎一 Hirasawa Shinichi 弁護士(東京弁護士会)
東京弁護士会消費者問題特別委員会委員、日本弁護士連合会
消費者問題対策委員会幹事。クレジット・リース被害対
策弁護団、東京投資被害弁護士研究会等に参加。



はじめに



大学生などの若者は、社会経験に乏しいため、もともと消費者被害にあいやすい傾向にありますが、最近はインターネット(以下、ネット)の普及やスマートフォンなどによるSNS (facebook、twitter など)の飛躍的な利用拡大によって、事業者と直接接触する機会が格段に増えており、またさまざまな情報が氾濫^{はんらん}する中で、新しいタイプの若者の消費者被害が目立っています。

ここでは、若者に特徴的な消費者被害の現状とその対処法をみていきます。

ネット通販トラブル



ネット通販が急速に普及し、自分の趣味や関心にマッチした商品を簡単に見つけて手に入れられるようになってきました。しかし、それともなうようにネット上に表示されている商品とは違う模倣品や海賊版(コピー品)などの二セ物が送られてくるというトラブルも増えています。

このようなトラブルは商品を実際に見て確認できないために生じるものであり、従来からある通信販売に特有のものですが、さらにネット取引では、相手が誰であるかさえ分からないこと

も少なくなく、通信販売に関する特定商取引法の規制を守っていない場合もあるため、多くのトラブルが発生しています。返品特約を表示している場合であっても、「正規品である」と主張するなどして応じてくれないなど、事業者の対応に問題がある場合も少なくありません。

二セ物である場合は、その契約自体について民法上の詐欺取消や錯誤無効、消費者契約法上の不実告知取消を主張できますが、そもそも二セ物かどうかの判断が難しく、売主が海外の事業者であったり、すぐに連絡不能になってしまうことも多く、解決が困難な場合もあります。

ネットで簡単にできてしまう通販ですが、見ず知らずの相手から実物を確かめもしないで購入するのですから、店舗での取引よりもさらに慎重に行うことが必要です。また、取引の過程で、自分の個人情報を相手に知らせてしまうので、その点からも十分な慎重さが求められます。

投資用DVDを利用した マルチ商法



大学生の間で投資用DVDを購入させるマルチ商法被害が横行し、最近、被害相談が多く寄せられています。

これは、アルバイト先や大学などの先輩や友人に誘われて飲食店や喫茶店に行くと、絶対もうかる投資システムがあるという話になり、「その投資をするためにはDVDを購入する必要があるが、DVDのとおりに入ればすぐに元を取れてもうかる」などと勧誘されて、借金までしてDVDを購入させられてしまうというものです。DVDの内容は市販の投資関係の本にも書かれている程度のものであり、購入金額に見合うノウハウを得られるものではありません。結局、そのDVDを見て投資を行ってみても説明どおりの利益など得られず、借金の返済ができなくなります。一方、そのDVDを購入した後に、勧誘者側やDVDの販売業者等から、新規に購入者を紹介すれば10万円を支払うという説明がなされるので、被害者は自分の借金返済のために友人や知人を勧誘してこのDVDを買わせてしまいます。この手口は大学生の人間関係を利用し、また無知に付け込んで、借金までさせてDVDの契約をさせ、その後、契約者を紹介すればリベートが得られるとして、さらに人間関係を利用して顧客を増やしていくという悪質な「マルチ商法」なのです。

「マルチ商法」は、社会経験に乏しい若者が、事業者側の勧誘文句が事実であると信じてしまい、また社会貢献をしているのだと錯覚し、会員を増やそうとして友人・知人を勧誘していくというパターンも多く、従前から特に若者の間で目立つ悪質商法被害として問題にされてきました。

「マルチ商法」については、特定商取引法の「連鎖販売取引」に当たれば、クーリング・オフや取消し、中途解約などの規定によって消費者が保護されます。この「連鎖販売取引」とは、例えば、他の人を勧誘して契約すればリベートを支払うなどと言って商品を売るなどの取引を行うものです。この投資用DVD販売で契約する前には紹介によるリベートの話をしていない場合は「連鎖販売取引」に当たらない可能性があります

が、飲食店や喫茶店などで契約した場合は、店舗販売ではなく、特定商取引法上の「訪問販売」に当たり、「訪問販売」としてクーリング・オフや取消しなどが行える可能性があります。

投資によって利益を獲得するのは、ある程度の知識を持っていたとしても困難であり、大学生が簡単にできるものではありません。むしろ損をするリスクのほうが大きく、投資の話に容易に乗ることは慎むべきです。また、友人・知人を勧誘してリベートを得ることは、加害者に回ることであり、人間関係を破壊しますし、精神的に大きなダメージを受けます。精神的被害は、財産的被害よりもずっと深刻ですので、このような商法への参加は絶対に避けるべきです。

開運グッズ商法



雑誌広告を見て、数千円程度の「開運ブレスレット」などの開運グッズを申し込んで購入した後、事業者から連絡があってさらに高額な開運グッズを売りつけられたり、邪気を払うためなどという名目で高額な祈祷サービスの勧誘を受けたりする被害も若者に多くみられます。

この商法は、若者に共通する将来に対する漠然とした不安な気持ちに付け込み、その不安を煽って、開運や不運の除去のためなどという理由で高額なグッズを買わせたり、祈祷料を支払わせるというものです。昨今の経済の停滞や社会的閉塞感から「靈感」などのいわゆるスピリチュアルなものを単純に信じてしまう社会的風潮の影響もあるかもしれません。

この被害の特徴は、事業者側が顧客の不安を煽るように仕向けるため、被害が継続し拡大していくところにあります。ある開運グッズを購入し、その効果が現れないということで事業者に連絡すると、邪気が憑いているとか前世の因縁だなどと言って、それを除去するためにさらなる開運グッズを購入させ、あるいは祈祷料を納めさせたりし、際限なく被害が広がっていく

しくみです。

この商法は、電話勧誘で行われることが多く、その場合は特定商取引法の「電話勧誘販売」に該当し、クーリング・オフや取消しによる対応が可能です。ただし、事業者は広告を出しているものの法人格を持っていなかったり、連絡先住所も実在しないということも珍しくないため、結局、事業者の特定ができずに被害回復ができないという結果になることも多いようです。

不安に駆られて効果が不明瞭であったり実体のない高額な商品を購入するようなことがないよう、十分に気をつけることが必要です。

スカウト詐欺被害



若い女性が、路上でモデルにならないかと声をかけられ、事務所に行くと、エステを無料で受けられると勧誘され、結局は美容品購入の契約をさせられてしまうという被害が最近多くみられます。

具体的には、繁華街で「モデルになりませんか?」と声をかけられ、これに応じると写真を撮られ、1次選考にかけるので合格したら連絡しますと言われます。その後、1次選考に通ったという連絡が事業者からあり事務所に呼ばれますが、2次選考の前に体験エステを受けてほしいと言われ、指定された店で体験エステを受けると、エステティシャンから特別に無料で全身脱毛を受けられると言われます。そしてその無料脱毛を行う条件として、美容品をクレジットで購入してほしい、クレジット代金はこちら(事業者)で負担すると言われ、美容品を購入してしまうというものです。実際にしばらくはクレジット代金分が事業者から振り込まれるため、被害者は何の負担もなく無料で全身脱毛を受けられることとなります。ところが、やがて事業者側からクレジット代金分が支払われなくなり、被害者が自己負担でクレジット会社に支払わざるを得なくなって、被害が発覚するわけです。

この場合、美容品の購入契約が店舗でない場所で行われていれば、「訪問販売」に該当するため、特定商取引法あるいは割賦販売法によるクーリング・オフが可能であり、これをクレジット会社にも主張して支払いを止めることとなります。

また、美容品購入契約についての錯誤無効や消費者契約法の取消し、特定商取引法の取消しを主張し、これをクレジット会社に対しても主張するということが考えられます。

なお代金支払いのために事業者が被害者に対し、消費者金融からお金を借りさせるという手口もあります。この場合もしばらくは消費者金融支払分が事業者から振り込まれますが、やがてそれが途絶えると被害者は消費者金融への支払いを自己負担しなければならなくなるのです。

このように安易に契約書に署名や捺印なついでんをすると思わぬ責任が生じることを肝に銘じなければいけません。

まとめ



以上のとおり、若者に多い消費者被害は、いずれも取引を簡単に考えて安易に契約してしまうところから発生しています。これは「契約」についての正しい知識が不足しているからです。社会生活が多くの「契約」によって成り立っていることを十分に認識させる消費者教育が充実されるべきです。また、次の被害を未然に防ぐためにも被害にあったら泣き寝入りせずに被害救済を求めて消費生活センターに相談することも重要になります。

2012年に成立した消費者教育推進法は「消費者市民社会」を実現する教育を目標に掲げており、それには消費者が積極的に活動して社会を変革することが重要です。消費者被害にあわないという受け身の姿勢ではなく、社会変革のために積極的に行動すべきであり、そのことがひいては消費者被害を減らすことにつながります。