

第9章 若者の消費者被害の未然防止に有効と考えられる要点について

これまでの分析を踏まえて、若者の消費者被害の未然防止に有効なポイントや注意喚起するに当たって着目すべき点を列挙する。

1. 内的要因の脆弱性^{ぜいじゃく}に注意するために

(1) 誰しも消費者被害に遭う可能性があることを認識する

消費者被害に遭うことについて考える場合、「その原因は、被害に遭った人の性格や意識に問題があったからだ」などという思い込みから、「自分だけは大丈夫」という楽観的な思考に陥りがちである。しかし、実際には誰もが被害に遭い得ることが示唆された。そこで、過度な楽観的思考を避け、「自分も消費者被害に遭う可能性がある」という意識を持つことが大切である。まずは、このことをしっかり認識するだけでも被害の未然防止に大きな効果が期待される。

(2) 自分の内面的な傾向を把握しておく

① 性格的特徴

アンケート調査の結果から導かれた、不審感を抱くような勧誘を受けた際に購入・契約しやすい「リスクな心理傾向」を基に、チェックシート³⁸を作成した。これを活用して、自分の性格や考え方の傾向をチェックし、どの程度「リスクな心理傾向」に当てはまるのか、すなわち自分自身の性格面の脆弱性^{ぜいじゃく}を把握しておくことで、勧誘に遭った際にも対応しやすくなる。

³⁸ 表8-2及び図2-41より作成。

<性格的特徴（リスクな心理傾向）チェックシート>

※当てはまり度合いの選び方

1：ほとんど当てはまらない／2：あまり当てはまらない／

3：どちらともいえない／4：やや当てはまる／5：とても当てはまる

チェック項目	当てはまり度合い				
押まれるようお願いされると弱い	1	2	3	4	5
おだてに乗りやすい	1	2	3	4	5
自信たっぷりに言われると納得してしまう	1	2	3	4	5
見かけの良い人だつて信じてしまう	1	2	3	4	5
素敵な異性からの誘いだ断れない	1	2	3	4	5
マスコミで取り上げられた商品はすぐ試したくなる	1	2	3	4	5
好きな有名人が勧める商品は買いたくなってしまう	1	2	3	4	5
新しいダイエット法や美容法にはすぐにとびつく	1	2	3	4	5
専門家や肩書きがすごい人の意見には従ってしまう	1	2	3	4	5
無料だったり返金保証があるならいろいろ試してみたい	1	2	3	4	5
資格や能力アップにはお金を惜しまない	1	2	3	4	5
良いと思った募金にはすぐ応じている	1	2	3	4	5
欲しいものは多少のリスクがあっても手に入れる	1	2	3	4	5
どんな相手からの電話でも最後まで聞く	1	2	3	4	5
試着や試飲をしたために、つい買ってしまったことがある	1	2	3	4	5

合計点

合計点が 60 点以上：約 70%が購入・契約するゾーン

合計点が 50 点台：約 50%が購入・契約するゾーン

合計点が 40 点台：約 40%が購入・契約するゾーン

合計点が 30 点台：約 30%が購入・契約するゾーン

合計点が 30 点未満：約 25%が購入・契約するゾーン

合計点が高いほど購入・契約する人の割合が多くなるため（図2-41 参照）、合計点が高い若者は自らの脆弱性がどこにあるのかを十分に認識し、特段の注意をしておく必要がある。自らの性格的特徴を把握し対策を講じることは、被害の防止に有効である。

一方で、たとえ合計点が 30 点未満であったとしても、25 パーセント程度の人は購入・契約したと回答していることから、「自分は大丈夫」と思うのではなく、しっかりと注意を払うことが必要である。

②悩みや不安の自覚

悪質な事業者は、若者の抱える悩みや不安を狙って購入・契約を迫ることがある。そこで、下記のチェックシート³⁹を活用するなどして、自身の持つ悩みや不安を自覚しておくが良い。これによって、悩みや不安をあおられた際にも冷静に対応できる可能性が高まるものと考えられる。

<悩み・不安の有無に関するチェックシート>

- 容姿や能力に関するコンプレックスを持っていないか
- 誰かを見返したい（評価されたい）と思っていないか
- お金に困っていないか
- 日常生活に刺激が欲しいと思っていないか
- 人間関係（友人・恋人・家族など）に悩んでいないか
- 就職活動や学業、仕事先などで不安を感じていないか

2. SNSに潜在するリスクの認識

①SNS上における知らない人からのアプローチに対する警戒感を強める

悪質な事業者は、SNSを利用することで、身元を隠して若者たちにアプローチを行っている。そのため、SNS上でやり取りを行った印象で信用できそうだと感じる事ができた場合であっても、その相手が悪質事業者である可能性は否定できない。したがって、日頃からSNS上の知らない人に対する警戒感を強めておくことが大切である。

②SNSの特徴を把握しておく

SNS上では、同じ話題に興味を持つ人同士がつながりを持ちやすい。このようなSNSの利点を逆手に取る悪質な事業者は、SNS上で集まっている共通性を持つ若者たちをターゲットとして、その興味・関心を利用するような勧誘を行っている。簡単に多くの人とつながることができる便利さの反面、SNSが勧誘のきっかけとなりやすいツールであることをよく認識しておくべきである。

また、悪質な事業者からの勧誘を受けて契約を締結した際、SNS上の連絡先しか知らない場合には、その後、相手との連絡が取れなくなる可能性もある。SNS上で金銭の絡むような商品購入やサービス契約の話がある場合には、意識的に注意すべきである。

³⁹ 第2章の図2-42より作成。

3. 知識の習得

(1) 悪質な手口や勧誘についての知識

悪質事業者が用いる手口や勧誘について十分な知識があれば、(悪質な)勧誘を受けた際にも、「怪しい」、「不審だ」と気付くことができ、安易に主たる勧誘場所(勧誘者の事務所等)に移動してしまうことを回避したり、消費者被害に遭うリスクを軽減したりすることが可能となる。また、マインド・コントロールについても、その概念や手法についての知識を持っていれば、マインド・コントロール状態に陥る状況を未然に防止できる可能性も高まると考えられる。したがって、悪質な手口や勧誘についての知識を身に付けておくことが大切である。

(2) 契約等についての知識

契約についての知識がない場合、契約上適正な手続が採られていなくとも疑問に感じることなく、勧誘者の言いなりとなって契約してしまう可能性がある。そのため、契約等についての知識を得ておくことは大切である。さらに、仮に契約をしてしまった場合にも、契約の取消しやクーリング・オフについての知識があれば、金銭被害を回避できる可能性が高まるといえよう。

また、勧誘者の勧める商品やサービスについての知識がないと、それが価値のあるものなのかどうか、自分では判断がつかず、相手から受けた説明が判断の基準となってしまう。このことから知識の重要性は明白である。一方で、知識を身に付けるに越したことはないが、勧められた商品やサービスについて自身が知識不足であるために、自分ではその価値を判断できないと感じた場合には、一旦落ち着いて考えるためにも、その場では購入・契約の決断をしないことも重要である。

(3) 借金の危険性に関する知識

借金をするリスクについての知識を得ておくことも必要である。ヒアリング調査では、借金についての知識が不足しており、安易に借金をしてしまうケースが複数見られた。借金やクレジット契約は比較的簡単に手続ができるが、その返済は容易でないことや、利子が発生することなど、借金をすることで発生する責任についても十分に理解しておく必要がある。

(4) 消費者被害に遭ってしまった場合の相談についての知識

消費者被害に遭った(又は遭いそうになった)場合にも、その後の対処方法についての知識があれば、被害を免れることができる可能性が高まる。高額な契約を迫られたり、少しでも不審に感じたりしたら、独りで判断せず、信頼できる周囲の大人や、消費生活センターなどへの相談を行うべきである。また、仮に契約してしまった場合に、そのまま泣き寝入りしないためにも、消費生活センターや

消費者ホットライン（188）など、正しい相談機関についての知識を身に付けておくべきである。

4. 日頃から警戒感を高めるために意識すべきこと

アンケート調査の結果から導き出された「購入・契約の判断を行う際に若者が用いる6つの視点」を改めて確認しておく。6つの視点を踏まえた検討が客観的に見て十分になされない場合、「誤信」・「混乱」・「浅慮」という心理状態に陥ってしまい、通常であればしないような購入・契約に至ってしまう可能性が高まる。そのため、これらの6つの視点から警戒的かつ客観的に検討することが重要である。

再掲：表8-1 購入・契約の判断を行う際に若者が用いる6つの視点と警戒すべき内容

	6つの視点	警戒すべき内容
①	商品・サービス価値への評価	本当に必要なものなのか、 購入・契約する価値があるものなのか
②	勧誘者への評価	勧誘者は信頼できるのか、 信じる根拠は十分か
③	場の拘束感への評価	買わないと相手に失礼であると感じたり、 自由を束縛された場の雰囲気の影響されて いないか
④	否定的側面への評価	勧誘内容に否定的に感じる部分はないか
⑤	強引な要請への評価	勧誘者から購入・契約することを強制され て、判断に影響を受けていないか
⑥	説明への納得感	勧誘内容を適切に理解し納得できたか、 勧誘者の説明は本当に正しいものなのか

そこで、勧誘を受けた際に6つの視点ごとに注意すべき点を記載したチェックシート⁴⁰を作成した。これは、実際に勧誘の場面に遭遇したときに、チェックシートに当てはまるような項目があれば、購入・契約の判断を急がず、立ち止まって改めて考えてほしいという観点から作成したものである。

⁴⁰ 第2章の表2-4を基に、勧誘を受けた際にチェックした方が良いと思われる項目を中心に作成した。

<若者が勧誘を受けた際に注意すべき項目のチェックシート>

【商品・サービス価値への評価】

- 今だけ付くポイントや特典に魅力を感じていませんか
- その商品が、希少価値の高い（貴重・レアな）ものだと思っていないですか
- その場の盛り上がった雰囲気にもまれていませんか

【勧誘者への評価】

- 相手のことを信頼しすぎていませんか
- 相手との関係を壊したくないと思っていないですか
- 相手は日常では関わりのなかった人なのに、特別に親切ではありませんか

【場の拘束感への評価】

- 少し疲れてきていませんか
- 今すぐ判断するように言われていませんか
- 少し断りづらいついていませんか

【否定的側面への評価】

- それは簡単には支払えない金額なのではありませんか
- 似たような悪質商法の手口を聞いたことはありませんか
- 誰にも相談せず決めて、前に進もうとしていませんか

【強引な要請への評価】

- 相手の言い方は、ちょっと強引なところがあると思いませんか
- なんとなく、相手に対して、少し怖いと思っていないですか

【内容の主観的理解】

- 契約書や説明書を、しっかりと見ていないのではありませんか
- ちゃんと調べずに、購入・契約しようとしていませんか

また、先に述べたSNSに潜在するリスクを認識することや、諸般の知識を深めておくことも、勧誘を受けた際、上記の視点から警戒的に検討できるようになることにつながる。例えば、悪質な手口や勧誘についての知識を得ることで、勧誘の否定的側面をしっかりと認識できるようになる（「否定的側面への評価」）。

日頃より6つの視点を意識して、あらゆる側面から警戒感を高めておき、手口がめまぐるしく変化する悪質商法・勧誘に対処するスキルを向上させることが大切である。勧誘に対処するスキルは、日頃から商品情報や広告・勧誘を鵜呑みにせず、情報を多角的に捉えて、商品の長所・短所等を比較検討することを習慣付けることによって身に付くものである。

しかしながら、いざ勧誘の場に置かれた際には、うまく対応できなかつたり、何と言って断ればよいのか分からなかつたりすることもある。また「場の拘束

感]、「強引な要請」を感じた場合、実際にどのように逃れるとよいのかについては、今回の分析では解明するに至らなかったため、今後の調査・分析に期待したい。そのため、更に一步進んで、「この勧誘のどこに不審な点があるか当ててみる」、「こう言われたらこう切り返す」というような、実践的な訓練をすることが望ましいと考えられる。

そして、実際に勧誘の場面の遭遇してしまったときには、チェックシートの項目を思い出し、少しでも気になることがあった場合は、その場ですぐに購入・契約の判断をせず、一旦家族や消費生活センターなど信頼できる相手に相談してほしい。