

SNSに 潜む 「わな」

事例1 SNS※に有名メー

カーのシャツが期間限定で3着1万円、という動画広告が流れたので急いで注文した。

事例2 SNSのDM(ダイレクトメッセージ)で知り合った人から簡単に儲かる投資を勧められている。

子供から高齢者まで世代を問わずSNSの利用者が増加する中、SNSの広告や投稿をきっかけにした消費者トラブルが多発しています。

事例1は、動画広告では有名メーカーのロゴ付きシャツが使われ、そのメーカーのセールと勘違いさせていましたが、注文的のURLは全く別の偽サイトでした。相談者は業者から注文完了メールが届かないのを不審に思い、センターに相談。注文したサイトを確認すると業者名や連絡先などの記載が一切ありませんでした。そのため、代引き配達されても支払わず受け取り拒否するよう助言し、被害を

免れました。SNSの広告にはこのような詐欺業者が多数紛れています。広告のリンク先からは注文せず、改めて業者のホームページを確認しましょう。

事例2は投資詐欺の手口です。SNSのDMは、見知らぬ人同士が双方向で会話ができ便利ですが、相手は信用できる人ばかりではありません。被害に遭った人は、初めは警戒していても、投資とは無関係な会話を繰り返すうち徐々に相手を信用してしまつたと言います。会話が弾むと親しい友人になつたと錯覚しがちですが、顔も住所も電話番号も知らない相手だということのを忘れてはいけません。SNSはブロックすれば簡単に関係を断つことができるため、犯罪者にとつて都合のいいツールです。

そもそも他人に儲け話を教える人はいません。SNSでお金の話は禁物です。SNSを利用する際には、すべてを鵜呑みにせず、「本当かな」と疑問を持つことが大切です。

※SNSの代表例はInstagram、TikTok、Facebook、LINEなどです。

消費生活センター

TEL 6319・1000
FAX 6319・1500