情報商材の疑わしさ

東京工業大学　工学部　5 類
澤田　一樹（15_06842）

情報商材というものをご存知だろうか。これは、インターネットを介して販売される情報のことで、「楽して儲ける方法」などをまとめたものがポピュラーである。情報商材の販売サイトには、「誰でも月収 100 万円」などと、目を疑うような情報がわずか数万円程度で販売されているが、このような情報には本当に価値があるのだろうか。

グーグルで「情報商材」と検索をかけると、「詐欺」だとか「返金」だとか、不穏な単語がサジェストされる。実際に「情報商材」と検索して出てくる多くのサイトでは、「情報商材は買うべきではない」という趣旨の論を展開している。このように、ある程度のネット・リテラシーのある人にとっては、「情報商材」に「価値がない」というのは共通認識となっている。

このような情報商材詐欺問題は、今に始まったものではなく、5 年以上前から散見されるものである。どうしてそのような詐欺行為が無くならないのかといえば、それは情報商材を購入してしまう人が存在し続けているからである。

ここで、情報商材の販売者と購入者による 2 人ゲームを考えてみよう。販売者側は、情報の価値がどうあれ売れれば利得を得る。購入者は、情報を買った場合、それが価値のあるものであれば利得を得るが、価値がなければ払った代金を損したことになる。

		購入者	
		買う	買わない
販売者	価値のある情報を売る	1, 1	0, 0
	価値のない情報を売る	1, -1	0, 0

図 1: 利得行列

これは明らかに自己識別性のないゲームであるから、購入者が合理的であるとするならば、そう簡単に販売者のセールス・トークに騙されるものではないだろう。しかし、実際には購入してしまう人がいることから、販売者は何らかの巧みな技術によって購入者を陥れているだろうことは想像に難くない。

ここでは、販売者の用いる手法に着目して、情報商材の疑わしさについて検討していく。

まずはじめに、『たった 1 つの商品を紹介するだけで 942 万円稼ぎだした「具体的な方法」に興味のある人は他にいませんか？』(http://cart.unlimited-affiliate.jp/)と、非常にキャッチーなタイトルが付けられた情報商材の集客手法を見てみよう。この商材は、インターネット上の自身のサイトに広告を載せ、そこから広告収入を得るアフィリエイトのノウハウを紹介する、といったものである。

まず、ページの頭から「自身の輝かしい実績」を、証拠とされる画像を添えていくつも列挙している。このような実績を提示することによって、これから語られる「商材の魅力」が単なる出任せによるチープなトークではなく、それなりの実績によって裏付けられたものであることを購入者に信じこませようとしている。
ただ、このページで実績として紹介されている画像は非常に疑わしい。

> *これは嘘ではありません。「どうせ偽造した画像だろ？」と思われるかもしれませんが、紛れもない真実です。そのような批判を頂くことを承知しながらも、あえてこの画像をお見せ致します。*

と大見得を切って提示した画像の中にある「発行者名」を見ると、このページを書いている人物と名前が異なっているし、そもそも複数の画像間でも発行者が違う。これは一体どういうことだろうか。別人の業績を自分の業績としてでっち上げているだけではなかろうか。

また、このようなページに必ずと言っていいほど置かれているのが、販売者の自己紹介文だ。販売者の素性を明らかにすることで、この発言にはある程度のコストがかかっているということを購入者に示すことで、発言に重みをもたせ信憑性を高めている。

そして次に、「誰でも稼げる」根拠が述べられる。まず、販売者自身が非凡な能力を持っているわけではないことを重々説明した上で、自身がアフィリエイト長者に登り詰めたサクセス・ストーリーが語られる。要約すると、アフィリエイトに取り組むものの失敗し挫折した、「ある」法則を発見した、誰もが羨むような収益を上げるようになった、とのことである。このサクセス・ストーリーの中で、販売者の例にあてはめて、特殊な能力も必要なければ、初期投資も少なくていいし、一度仕組みができれば後は放っておいてもいい、などといったことがまことしやかに語られる。
こうして、自身のノウハウは誰にでも適用可能であることを強調し、商材の魅力を高めているが、自身の経験などいくらでも脚色できるものであることに注意したい。これはこの商材に限らず、どの商材においてもほぼ同じ構成になっているのが面白い。

そして、販売者に対して購入者が持つであろう反論を取り上げ、それに対して更に反駁する。

> *でも、アフィリエイトはもう稼げないって聞いたことがあるけど？*

という指摘に対して、販売者は、

> *これはただ、「ちょっとアフィリエイトをやってみたけどすぐにやめてしまった人」が言っているに過ぎません。失敗した人は、自分だけが失敗したというのは恥ずかしいので仲間を増やしたいのです。（中略）アフィリエイトをやっていても稼げない人、それは「正しいノウハウ」を知らないだけです。*

と反論する。また、

ブログが作れてもアクセスが来ないと結局は稼げないんじゃないですか？

という指摘に対して、販売者は、

私が思うに、多くの人は小手先の「アクセスアップ」に目が行き過ぎて、インターネットでお客様を集めるということが本当の意味では理解できていないと思います。（中略）正しい集客方法さえ知っていれば、当たり前のことを当たり前にやっているだけでお客様を集めるということは決して難しくありません。

と反論する。この商材の中に、これらの疑問に対する答えが含まれているようなことをほのめかしているが、商材の中身を見ることの出来ない現時点では、これらは全く根拠の無い戯言でしかなく、チープなトークに他ならない。

その後は、同じような内容が延々と繰り返され、いよいよノウハウの購入についての話に移る。

友人のアフィリエイターにこの教材の価格の意見をいただいたところ「30万円のアフィリエイト塾よりもテキストが充実している」と言われました。

などという、よくわからない理由から初めは30万円という誰もが尻込みするような価格を提示するものの、類似する商材の価格設定などに触れた上で、

常識的に考えて30万円はやはり高いと思うのが普通です。（中略）そうなると、79,800円あたりが妥当な金額かと思います。

として価格を大幅に下げたかと思うと、

確かに79,800円というと決して安い金額ではありません。（中略）私としては出来るだけ参加する敷居を下げて、「アフィリエイトって本当に稼げるんだ」ということを初心者のあなたにも実感して欲しいと思います。（中略）「限定割引価格」ということで、24,800円でご提供したいと思います。

として、さらに価格を下げる。価格を自身の評価額から大幅に下げることで、この発言にはそれ相応のコストがかかっているということを購入者に示しているわけである。

そして締めくくりに、こんな断りを入れる。

今後、随時値上げを行っていき最終的にはこの価格まで値上がりするということを事前にご了承ください。（中略）【サイト更新日】7月12日

として、あたかも今だけしかこの価格で入手できない、といったことを匂わせている。がしかし、パソコンの時計を1週間進めてもう一度このページにアクセスしてみると、

【サイト更新日】7月19日

と表示された。これは一体どういうことだろうか。
このページには、

```
now = new Date();
year = now.getYear();
month = now.getMonth() + 1;
date = now.getDate();
hour = now.getHours();
min = now.getMinutes();
document.write("<font color=#000000>" + month + "月" + date + "日</font>");
```

このような JavaScript コードが仕込まれている。このコードの役割は、今日の日付を表示することである。サイト更新日として表示されているのは、今日の日付であった。サイト更新日を偽ることで、先に述べた「断り」の信憑性を増してみせ、購入の後押しをしているのだろうか。

Internet Archive が提供する Wayback Machine というサービスがある。これは、ある Web ページの過去のある時点においてどうなっていたかを閲覧することが出来るサービスである。これを用いて、約 1 年前の 2014 年 06 月 24 日におけるこの商材のページ (http://web.archive.org/web/20140624020159/http://cart.unlimited-affiliate.jp/)を見てみると、

> *「限定割引価格」ということで、24,800 円でご提供したいと思います。（中略）今後、随時値上げを行っていき最終的にはこの価格まで値上がりするということを事前にご了承ください。*

と、そこには全く同じ文章があった。本当に値上げするつもりがあるのだろうか、非常に疑わしい。

もうひとつ、『最速スマホアプリビジネス』(http://apps.jp.net/letter/info1appsai/)という情報商材の例も見てみよう。

ページの先頭に置かれ、最も目を引いているのが、

> *公開終了まで残り 0 日と 06 時間 31 分 19 秒 47 です。*

といった表示だ。これはリアルタイムに減少し、購入を検討する購入者に焦りを与えている。ここで、パソコンの内蔵時計を進めてみると、

> *まもなく公開終了します*

と表示されるだけで、ページを見られなくなるといった様子もない。これは一体どういうことだろうか。

このページにアクセスすると、EXPIRED_1 と FIRSTTIME_1 という Cookie が発行される。Cookie というのは、Web サーバとユーザの間において状態を管理するプロトコルのことである。この Cookie の名前から察するに、最初にアクセスした日時を記録し、各ユーザーごとに公開終了日時を設定しているものと思われる。実際、この Cookie を削除すると、公開終了までの残り時間は 7 時間に延長された。本当に公開を取りやめるつもりはあるのだろうか、非常に疑わしい。

このページにも、

> *まさに今この瞬間も一部の限られた人だけがこの美味しい市場でこっそりと稼ぎつづけています。（中略）誰でも取り組めないそして社会的地位の高いビジネスなので、もしもあなたがこのビジネスを行えば、周りから驚きとともに賞賛され、褒め称えられるでしょう。（中略）どうして初心者や、高校生や、70歳のおじいちゃんでさえも、みんなが稼いでいるのか、その理由は、今それだけあるものが稼げるビジネスだからです。*

と、根拠の無いチープ・トークが為されているのは先程の例と同様である。その他にも、輝かしい実績だとか、販売者の自己紹介だとか、素人でも簡単に稼げるだとか、先程の例で紹介したものとほぼ同じような内容が連々と書かれていたが、これらの検討は割愛する。

この商材が用いている特徴的な手法として、購入者の声を動画で紹介していることが挙げられる。動画に出てくる購入者たちは、老若男女さまざまであるが、皆口をそろえてこの商材を絶賛している。

『アマゾン、価格コム…極端なカスタマーレビューにだまされないコツ：日経ビジネスオンライン』(http://business.nikkeibp.co.jp/article/manage/20130403/246092/)によると、

> *情報の送り手がチープトークを発する状況では、まず彼らが必ずしも正確な情報を伝え「ない」誘因を考えることが重要になる。*

とのことであるが、この動画では、販売者側からの直接インタビュー形式になっているため、購入者の声には「良い評価」へ真実を曲げるバイアスが強くかかっていると考えるのが妥当であろう。また、

> *片側バイアスは、情報の送り手が言いたそうなこと（自分に都合が良いこと、自身の購入した製品に対する高評価など）に関する信頼性を低める。（中略）片側バイアスがかかる方（商品レビューなら高評価）を割り引いて解釈する、というのが効率的な情報収集だ*

とあるが、先の動画では低評価の声は一切含まれておらず、この購入者の声の信憑性には大きな疑問が残る。

また、この動画で話している購入者たちの仕草に注意を払うと、面白い事実が見えてくる。話に不自然な間があったり、なにか暗記したものを思い出すように目が泳ぐ様子がしばしば見られる。動画に出演する購入者たちは、本当にこの商材を購入し実践している者なのであろうか、疑わざるを得ない。

また、この商材に特徴的なものとして「セミナーの開催」がある。このページを読んでも内容がよくわからない、怪しい、などと思っている購入者に向けて、対面で商材の内容を伝える、というものである。このセミナーへの参加には3000円がかかるとされているが、

> *万が一、会場に来ていただいて、セミナーの内容に満足しない、３０００円の価値には見合わない、と判断された場合のために、返金保証をお付けさせて頂きます。*

として、満足できなければ返金する、と予め保証している。

ここで、購入者が商材の購入を検討していて、価値の高い情報を販売する販売者と価値の低い情報を販売する販売者がいるとする。販売者は、その商材に返金保証をつけることができるが、購入者が返金を求めた時にはそれに応じねばならず、損をするということにする。購入者の選択肢は「買う」か「買わない」かであり、販売者の選択肢は「返金保証する」か「返金保証しない」かのどちらかである。

価値の高い情報を販売する販売者は、返金を保証してもしなくても、情報が売れれば購入者が返金を求めることがないため単に利得を得、この時購入者も同様に利得を得る。価値の低い情報を販売する販売者は、返金保証をした場合、情報が売れても購入者が満足せず、返金しなければならないため損をするが、購入者は返金を受けるため得も損もしない。一方、返金保証をしなかった場合、販売者は情報が売れれば利得を得、この時購入者は損をする。購入者が購入しなかった場合は、どちらも利得を得ないとする。

このゲームを展開形ゲーム表現で表すと、以下のようになる。ただし、右側が購入者の利得、左側が販売者の利得である。

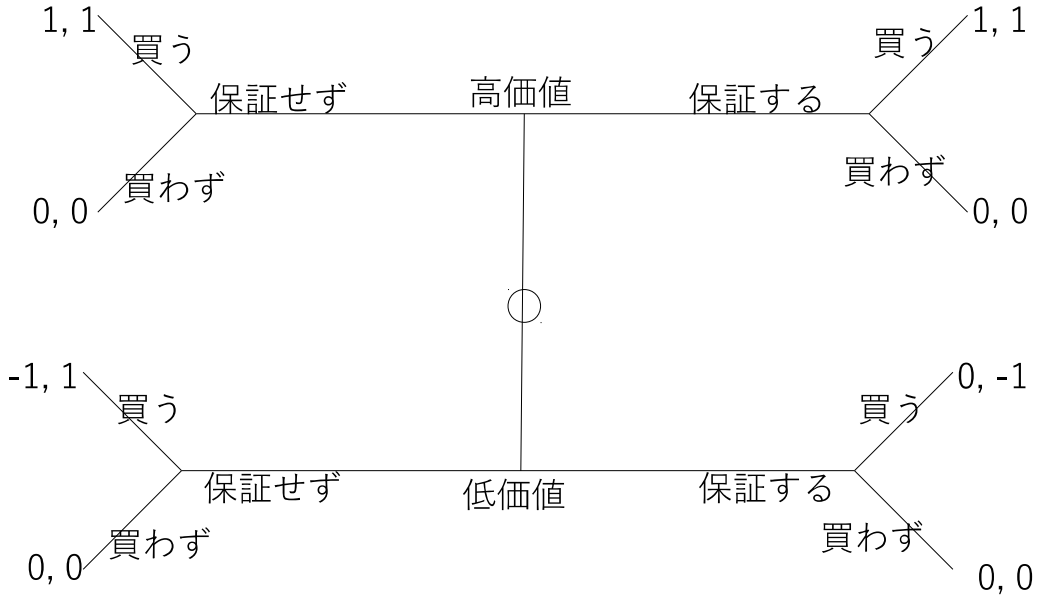

図 2: 展開形ゲーム表現

これを見ると、販売者の売る情報の価値が低い場合、「保証せず」戦略は「保証する」戦略を弱支配している。よって、価値の低い情報を販売する販売者は返金を保証しないのが最適な行動である。ここで、価値の高い情報を販売する販売者が返金を「保証する」戦略をとるとすれば、購入者の整合的信念は、右側の情報集合で$(1, 0)$、左側の情報集合では$(0, 1)$である。よって、購入者の逐次合理的行動は、右側では「買う」戦略、左側では「買わず」である。この時、 価値の高い情報を販売する販売者は「保証する」戦略、 価値の低い情報を販売する販売者は「保証せず」戦略が逐次合理的行動となる。したがって、 価値の高い情報を販売する販売者は返金を保証し、価値の低い情報を販売する販売者は返金を保証せず、購入者は返金保証する販売者から購入し、返金保証しない販売者からは購入しない、購入者の信念は返金保証する販売者は高価値な情報を売っていて、返金保証しない販売者は低価値な情報を売っている、という戦略と信念の組は弱完全ベイジアン均衡である。

この例では、価値の高い情報を売る販売者のみが返金保証して、購入者はそこから購入するという形で、「返金保証」というシグナルが上手く働いている。

このように、返金保証は購入者を惹きつける魅力的なセールス・ポイントであるように見える。しかし、『情報商材詐欺から身を守る 其の三返金されない!「返金保証」の罠に騙されない｜STOP 悪質商法 10 項目』(http://itbiz-j.com/stop10/archives/8)によると、

> *「毎日１万円自宅で稼げる」という情報商材を購入し、その内容が、ひたすら懸賞に応募するような内容だった場合、消費者は広告と情報内容が異なるため、情報商材制作業者に返金を求めます。しかし情報商材制作業者は「最低●カ月書かれている通りに実行し、報告をしなければ返金はしない」と居直るのが手口です。（中略）このような実行しても成果が得られないことが明白なノウハウを実行することを購入者に求めることで、返金の求めを断念させるのが業者の狙いです。（中略）同様に、投資系やギャンブル系の情報商材で、効果が見込めないノウハウで取引や馬券の購入を継続し、その証拠となる取引履歴や馬券の写しを提出することを条件にしたり、バストの写真を送るよう指示するなど、情報商材の購入費用の返金を断念させるよう、無理な条件を要求してきます。（中略）情報商材の「返金保証」は、勧誘手口として情報商材制作業者間で普及しているもので、返金の求めを断念させる仕組みやカラクリが予めマニュアル的に用意されています。*

とあり、返金を求めたところで実際に返金が為されるのかは疑わしい。今回の例では、

> *会場に返金申し込み用紙をご用意し、その場で返金手続きをさせていただきます。*

と、対面での手続きを要求しており、返金を言い出しづらい雰囲気になっているということも十分に有り得る。

このように、やはり情報商材のセールス・トークは、何の根拠もないチープ・トーク、挙句の果てには嘘や虚構によって構成されていた。これでは、情報商材＝詐欺という見方が流布するのも、ある意味当然なのかもしれない。情報商材には少ないながらも有益な情報が存在するのもまた事実ではあるが、購入する際には十分注意されたい。