

# 悪質商法の手口と対策

～悪質業者がいやがる地域社会をどうやって作る？～

講師：釜井英法 弁護士

(東京パブリック法律事務所@池袋)

日本退職者連合

## 1 いろいろな悪質商法の手口

### ■国民生活センターの「見守り新鮮情報」をみると実際の悪質商法の手口がわかる！

[http://www.kokusen.go.jp/mimamori/mj\\_mglist.html](http://www.kokusen.go.jp/mimamori/mj_mglist.html)

最近のケース

▶2018年8月7日発行

持病の話題に乗せられて？家庭用電気治療器具の訪問販売

▶2018年7月18日発行

「キャッシュカードを預かる」という電話は詐欺！

### ■勧誘の方法（きっかけ）

- ・電話
- ・訪問
- ・キャッチセールス
- ・チラシなどでの呼び出し

不意打ち性

### ■勧誘の入口：「安心」・「お得」手口

- ・「知人から紹介された」手口
- ・「もうかる」、「無料」、「ただ」話手口
- ・「身体によい」話手口
- ・名簿利用・相手に合った情報の選択

### ■引き込み手口：動揺と信用

- ・負い目利用手口・動揺させる
- ・劇場型詐欺手口・迫真性と緊急性

### ■具体的被害事例

#### 【電話勧誘】

①持病の話題の電話から・家庭用電気治療器具の訪問販売（2018年8月7日）

「どこか体に悪いところはないか」という電話が突然あり、「腰が悪い」と伝えたところ、「もみ方の指導に行く」と言われ、数日後に男性が自宅に来た。電気治療器の体験をさせられ、6時間も居座り、断りきれず38万円で契約してしまった。「1週間では効果がないので10日間は使用するように」と言われたが、クーリング・オフしたい。（80歳代 女性）

②「キャッシュカードを預かる」という電話は詐欺！（2018年7月18日）

警察を名乗る男性から、「コンビニで、あなたの銀行口座から50万円引き落とされたのでカードを止めた。すぐ代替りの者を行かせるのでキャッシュカードを預けるように」という電話があった。電話を切らないうちに男性が訪ねてきたのでカードを渡し、暗証番号を聞かれ、教えた。3日後、銀行のサポートセンターから不審な引き出しがあると連絡があり、口座から250万円ほど引き出されていることがわかった。（80歳代 女性）

▶コメント

- ・身近な話題を用いる、警察などの公的機関や銀行などを名乗る。・・安心させる
- ・複数人による電話と訪問の組み合わせ・・迫真性、緊急性を演出⇒冷静な判断をさせなくする=劇場型勧誘！
- ・悪質業者から見た電話の便利性・効率性=電話勧誘の「不意打ち性」・「暴力性」

【訪問勧誘】

③「無料点検」に応じたら…高額な排水管工事勧誘（2014年11月12日）

「無料で排水管の点検をする」と業者が訪ねてきた。無料なら、と思い見てもらったところ「工事が必要」と、排水管の一部が割れている写真を見せられたため、工事契約を結んだ。工事当日、開始後しばらくして、「水漏れしていて隣の家まで水が行っている。先に別の工事をしないと大変だ」と言われた。工事費が合計で70万円と高額になったので迷っていると、「特別に50万円にする」と値引きを示され、隣の家に迷惑がかかるのは困ると思い、契約してしまった。（60歳代 男性）

▶コメント

- ・訪問販売の「暴力性」・「不意打ち性」
- ・信用させる手法（専門家を装う、写真）
- ・動揺させる手法（水漏れ、隣の家に迷惑・・・）

【知人からの勧誘】

④粗品をきっかけに通っていたら、2カ月間で500万円の契約（2015年6月2日）

「商品の宣伝を聞いて無料で商品がもらえる」と知人に誘われ会場に出かけた。販売員の話が楽しく何度か通っていたら、2カ月の間に、布団や磁気治療器、下着などの購入を次々に勧められ契約してしまった。自分だけ小部屋に呼ばれて勧誘されたり、「あなたのため」などと言われたりして、断りきれず買ったこともある。購入時は頭金の支払いだけなので、高額だという意識はなかったが、「場所を移転する。残額を支払って」と言われ初めて、総額が500万円以上だと分かった。生命保険を解約し、貯蓄と併せて支払った。商品を返品するので返金してほしい。（80歳代 女性）

▶コメント

- ・知人からの紹介は断りにくい点を利用 = 「安心」手法
- ・無料という言葉は「安心」＋「お得」手法
- ・販売目的を告げずに店舗に呼び出して購入させる契約も「訪問販売」  
⇒不意打ち性

【負い目・名簿利用手口】

⑤35年前に購入した原野が売れる！？二次被害に注意（2017年4月26日）

「あなたが35年前に購入した北海道の原野を欲しい人がいる」と電話があり、来訪してもらうことにした。来訪した担当者に「現地に行って調査が必要」と言われ、調査費用として35万円を支払った。その後、担当者から「親会社が倒産した」と連絡があった後、電話が通じなくなった。（70歳代 男性）

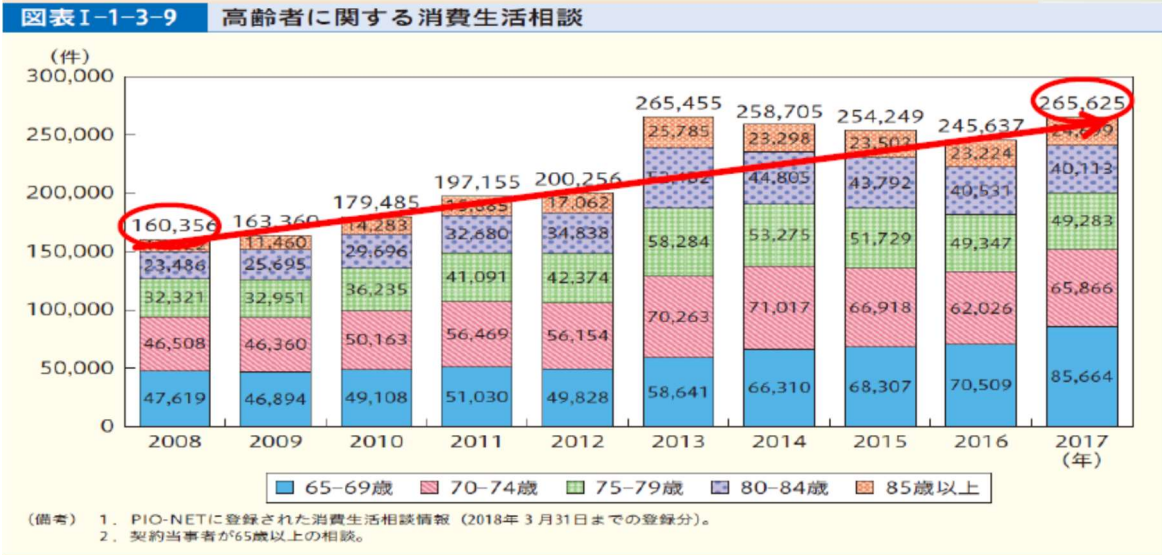
▶コメント

- ・名簿の存在と悪用
- ・被害にあったとかだまされたとかいう個人の「負い目」を利用
- ・「原野商法」の2次、3次被害は現在流行中！！要注意！

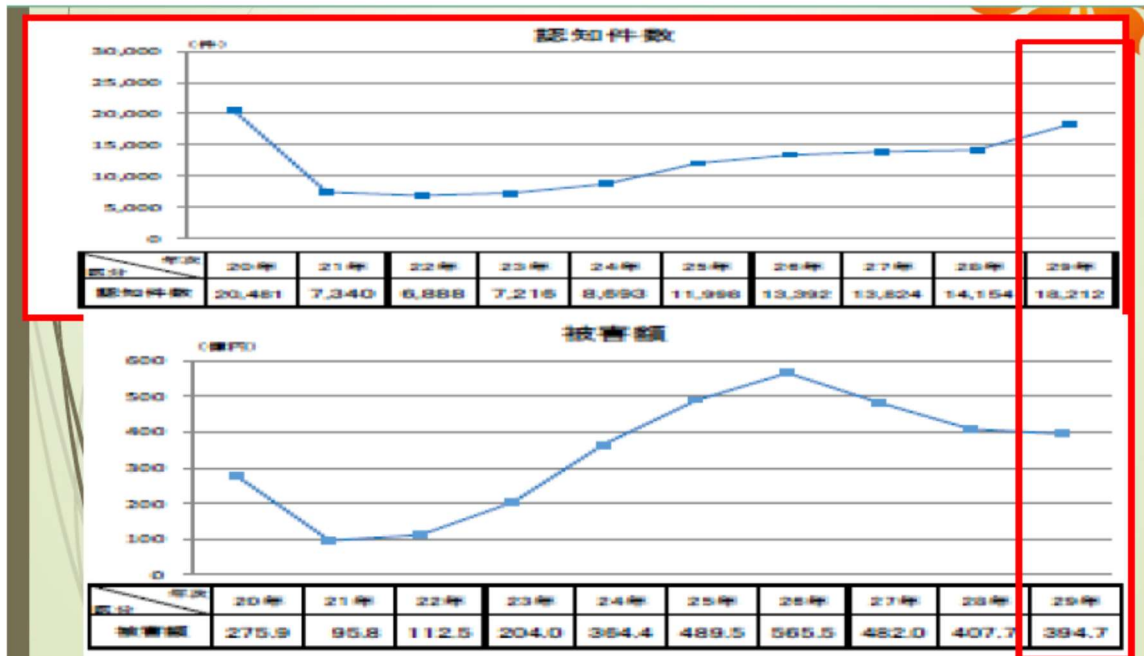
- ・「交換」契約という形式が流行。差額を支払わせられる。

## 2 高齢者の被害が増えている！

### ■高齢者に関する消費生活相談



### ■特殊詐欺(オレオレ詐欺, 振り込み詐欺などニセ電話詐欺)の被害は？ 被害額は年約400億, 1万8000件, 1日約1億1000万, 49件、高齢者率72.5%!



## 3 なぜ、悪質業者は高齢者をねらうのか？

### ■高齢者世帯が増加している！昼間自宅にいることが多い！

■高齢者には共通の「弱点」がある！

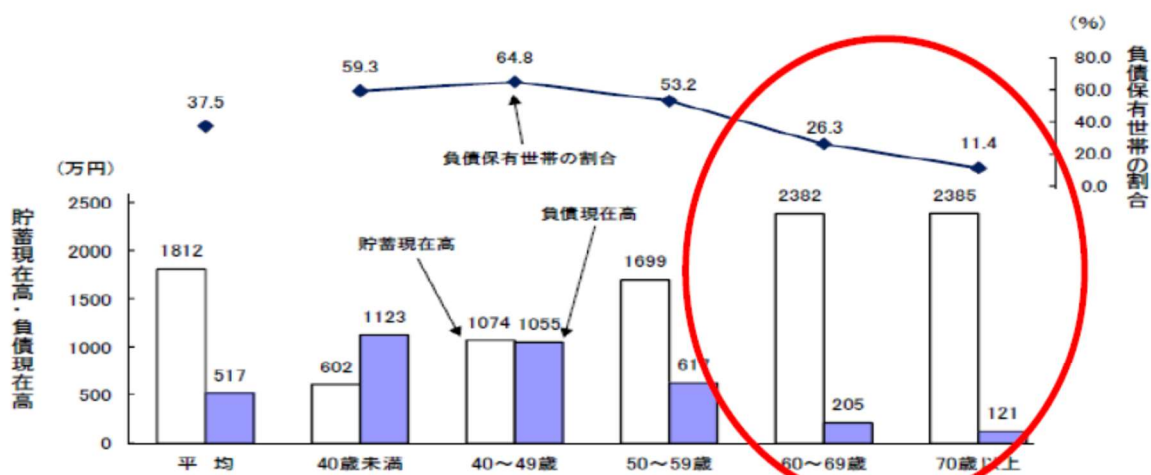
- ・健康上の不安
- ・経済的不安
- ・加齢にともなう身体能力や判断力の低下
- ・情に弱い。相手の立場を考えるやさしさ。
- ・プライドやあきらめによる被害の潜在化

■高齢者には「眠っている」資産がある！

■高齢者の資産データ

○資産 【2018年5月総務省統計局家計調査報告より】

図Ⅲ－１－１ 世帯主の年齢階級別貯蓄・負債現在高、負債保有世帯の割合  
(二人以上の世帯)－2017年－



・高齢者は貯蓄が多く負債も少ない。持ち家率も高い(約84%)  
 ・貯蓄現在高は、世帯主の年齢が60歳以上の世帯の平均は2384万円  
 全世帯平均(いずれも二人以上の世帯)1812万円の約1.3倍！

## 4 高齢者被害の手口を参考にして対策を考えてみる！ ～水際作戦と最後の手段！～

### ■悪質業者も日々勉強・研究している。(敵を知る！)

悪質業者の立場で考えてみる (以下)。

### ■ターゲットにアプローチするための作戦

- ・ターゲットの選択⇒情報収集⇒シナリオづくり
- ・アプローチ (勧誘) の方法：電話、訪問、チラシなど
- ・アプローチ (勧誘) の入口：「安心」・「お得」手口
- ・引き込むための「動揺と信用」のシナリオづくり

### ■ターゲットの情報収集

- ▶原野商法、訪問販売、電話勧誘等の被害者「名簿」を作る・集める (分業体制：名簿屋)
- ▶家族関係等の基礎情報を集める (ex:調査を装った電話、現地調査、流出した個人情報の取得 (おそらくここにも「個人情報屋」がいる) など)

### ■ターゲットの警戒心を解いてアプローチ (勧誘) する：「安心」・「お得」手口

- ▶公的機関を装う
- ▶最近の話題を用いる
- ▶優しい言葉
- ▶「安い」、「無料」、「見るだけでいい」というような言葉を使う
- ▶ターゲットの知人を利用する

### ■ターゲットの情報を利用する

- ▶原野商法、訪問販売、電話勧誘等の被害者名簿や個人情報を活用
- ▶対象者の「負い目」や「優しさ」を利用したシナリオ
- ▶家族関係に応じたシナリオ

### ■引き込み手口＝動揺と信用

- ▶「ターゲット」を精神的に動揺させる、あわてさせるシナリオ (動揺)
- ▶冷静な判断をできなくさせるような迫真性のあるシナリオ (信用)

### ■お金を出させるための最後の「詰め」

- ▶早く決断させる。決断を迫る。
- ▶第三者に相談させない。
- ▶「法の華三法行」のマニュアルの例

## ■対処法その1：水際作戦＝彼らが困ることをする

- ▶アンケートやインターネットなどで自分の情報を安易に伝えない。・・電話番号、住所、家族構成、メールアドレスなど
- ▶電話・訪問を受けつけない。話し込まない。

## ■対処法その2：緊急事態（はんこを押してしまった・・、サインをしてしまった・・）

- ▶現金を払わない。送金しない。踏みとどまる。
- ▶誰かを呼ぶ。電話などで相談する。その場から移動する。逃げる。
- ▶クレジットカードも、プリペイドカードも電子マネーも現金と同じ。

## ■個人的観点からの予防策

組織（悪者）には個人では勝てないと考えべき



- 仲間をつくる
- 仲間と情報を交流する
- 他の世代の人と交流する場に行く
- 消費者センターは頼りになる。



悪質商法や商品事故などなんでも相談できる。必要ならば弁護士などの専門家とつなげてくれる。

- 福祉・介護の地域ネットワークを活用する。

## ■運動的観点からの予防策

組織（悪者）にはネットワーク・世論・法規制で対抗



- 地域の消費者団体・労働・福祉団体・専門家（弁護士、司法書士等）等のネットワークづくり
- 全国レベルでのネットワークづくり（日弁連、全国消団連、労福協、退職者連合など）
- 迷惑勧誘（訪問販売、電話勧誘など不意打ち的勧誘）を規制する立法運動（2015年の挫折）
- 地方消費者行政・消費者センターの充実・強化（予算の確保）（地方議会意見書運動）



以上