

## 報道発表資料

平成 26 年 6 月 9 日

独立行政法人国民生活センター

## 「幸運」を手に入れるつもりが「不幸」を招くことも・・・ ～請求金額が高額化！！開運グッズや祈祷等を次々と勧める業者にご注意～

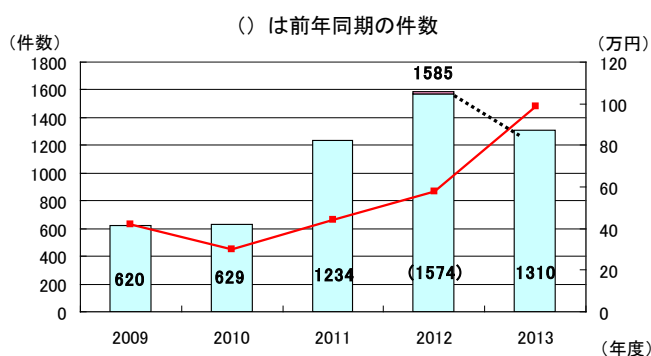
雑誌広告に掲載されていた開運ブレスレットなどの購入をきっかけに、次々に開運グッズを売りつけたり、**祈祷** サービスを勧誘する手口について、独立行政法人国民生活センターでは 2012 年 2 月に注意喚起を行い<sup>注1</sup>、その後、業者の行政処分や関係者の逮捕が相次いだ<sup>注2</sup>。

しかし、開運商法に関する相談は依然として寄せられ続けており、特に契約購入金額の平均が年々高額化し、2013 年度は約 99 万円であった。また、契約当事者の約 8 割は女性であった。

こうした開運グッズの購入は、「運気が上がる」「金運に恵まれる」といった広告を見た消費者が運氣上昇を期待して購入するケースが多いが、開運グッズ購入時点では更なる勧誘を業者から受けるとは考えていない。ところが、開運グッズを購入するために一度お金を支払うと、「悪い霊がついている」などといった不安をあおったり、「金運上昇の祈祷をすれば金運が上がる」などとお金を支払えば運気が上がるかのように思わせる手法で新たな開運グッズの購入や祈祷サービスの勧誘をし、冷静な判断が期待できない状況に消費者を追い込んで畳み掛けるように高額な契約させるなど、悪質な勧誘行為によって被害を拡大させている事例も複数みられる。

そこで、契約購入金額の高額化や勧誘行為の悪質化の現状を踏まえ、開運グッズの購入をきっかけとした消費者トラブルについて、より一層の未然防止、拡大防止のため、消費者に改めて注意を呼びかけるとともに、関係機関に要望と情報提供を行う。

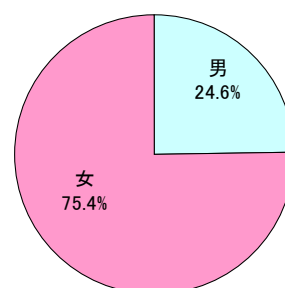
図 1 相談件数と契約購入金額（平均）の推移



(2014 年 5 月 31 日までの登録分)

図 2 2013 年度における契約当事者の性別

(団体等・不明・無回答除く。n=1,302)



注1 「開運ブレスレットや数珠の購入をきっかけに、「除霊のため」「運気を上昇させるため」と、次々に開運商品売りつける手口に要注意！」(2012 年 2 月 2 日公表)

[http://www.kokusen.go.jp/news/data/n-20120202\\_1.html](http://www.kokusen.go.jp/news/data/n-20120202_1.html)

注2 行政処分の状況については消費者庁で公表している以下の資料を参照。

[http://www.caa.go.jp/trade/pdf/130321kouhyou\\_2.pdf](http://www.caa.go.jp/trade/pdf/130321kouhyou_2.pdf)

また、埼玉県警と滋賀県警が詐欺及び特定商取引法違反容疑で逮捕した他、和歌山県警が詐欺で逮捕した。

## 1. PIO-NET<sup>注3</sup>における相談件数等

### (1) 相談件数と契約購入金額平均値

PIO-NET（全国消費生活情報ネットワーク・システム）における2009年度から2013年度までの開運商法に関する相談のうち、「ブレスレット」「数珠」等の「通信販売」「電話勧誘販売」に関する相談件数<sup>注4</sup>は5,378件である。相談件数は2012年度をピークに以降減少しているが、2013年度の契約購入金額の平均は約99万円で、2012年度の約58万円に比べて約1.7倍に増加している（図1）。

### (2) 主な広告媒体

2013年度の相談内容に係る広告媒体等の件数は、雑誌広告が534件と多く、次いでダイレクトメール広告が386件、カタログ通販が122件、折込広告が59件となっている。

\*複数回答。

### (3) 契約当事者の属性

2013年度における契約当事者の属性を見てみると、40代～60代が全体の約6割を占めているが（不明・無回答除く。n=1,255）、全ての年代で消費者被害が生じている。性別は、女性が約8割を占めており、男性の被害に比べて女性の被害が多い（図2）。

## 2. 相談事例

**【事例1】 クーリング・オフを申し出たが、新たな開運商品が送り付けられて支払いを強要されていた**

ダイレクトメールを見て幸せになれるという500円の数珠を電話で注文したところ、「もっと効果が高い数珠がある。1カ月効果がなかったらお金を返す」と勧誘され、高額ではあったが20万円の数珠2個セットを購入した。その後「何かを取りついているのでおはらいをしなければいけない、無料だ」と言われて、自分の写真や部屋の写真を送り、結局、3回、「遠隔除霊」というものをしてもらったが、「盛塩の位置を変えなかった」「あなたが部屋を出なかった」などと除霊失敗の理由を並べられ、最後には、「私のせいで除霊が不成功に終わり60万円の水晶が破損したので30万円を支払え」と言われ、業者が信用できなくなった。

最初に購入した数珠も効果がないので返したいと思い、クーリング・オフ通知を添えて送り返した。その通知に20万円の返金請求と30万円は支払えない旨、記載した。すると水晶が再度、送り付けられて、「30万円支払え」と書いてあった。

怖くなって業者からの電話には出ないようにしているが、このままだと次々と商品を送り付けられると思う。どうしたらよいか。

（2013年4月受付、契約当事者：高知県、50代、女性、給与生活者）

**【事例2】 業者から紹介された寺の住職から祈禱を勧められ、言われるがままに祈禱代を支払ってしまった**

「8日で願い事がかなう」という開運ブレスレットの広告を週刊誌で見つかり申し込んだ。2個セット5,800円を代引き配達で受け取り、中に入っていた祈禱札、護摩木に名前を書いて業者に送った。後日、業者から電話がかかり「あなたの護摩木を火に入れたら真っ黒い煙が出た。有名な寺の住職が話したいと言っているので、指定の時間に電話してください」と言われたので紹介され

<sup>注3</sup> PIO-NET（パイオネット：全国消費生活情報ネットワーク・システム）とは、国民生活センターと全国の消費生活センター等をオンラインネットワークで結び、消費生活に関する情報を蓄積しているデータベースのこと。

<sup>注4</sup> 「開運商法」で「ブレスレット」「数珠」「財布」「指輪」等の商品に関わる相談のうち、販売購入形態が「通信販売」あるいは「電話勧誘販売」による相談件数である。件数の中には、ブレスレットや数珠等を購入したあとに勧誘される役務（祈禱や除霊サービスなど）を主たる契約としている相談も含まれる。データは2014年5月31日までの登録分（以下同様）。

た寺の住職に電話をし、聞かれるままに、氏名、生年月日、生活状況等を伝えた。住職からは「悪い流れで黒い物が出ている。護摩供養をするのに花代、木札代等を払ってもらいたい」と言われた。「年金暮らしで払えない」と言ったところ、「あなたのために祈願する。お金を払った後は質素な生活をすればよい。あなたがやると言った事。最後までやりなさい」と強い口調で言われた。また、「当地の名物のお菓子を10箱送るように」とも言われ、不信感が募った。しかし、その後契約書とお経の紙、数珠が送られてきたため仕方なく指示された金額を振り込んだ。解約したいが、届いた契約書を確認したらクーリング・オフ期間内でも損害賠償を求めるようなことが書いてあった。損害賠償請求されるのではないかと不安だ。

(2013年11月受付、契約当事者：広島県、60代、男性、無職)

### 【事例3】雑誌広告を見て開運財布等を購入後、祈禱を勧められ祈禱料80万円を振り込んだが、金運に変化がなくだまされたと気づいた

開運や美容に関する雑誌の広告で「1億円の高額当選をした」という体験談を読み、宝くじが当たると思い、業者から開運財布1万9,800円と数珠9,800円を購入した。申し込み時、業者に「商品が届いたら使用前に連絡するよう」言われたので電話をすると、「金運が上昇してくると夢に竜が出てくる」という話であった。2週間くらい様子を見たが、変化がなく、竜の夢も見なかった。どうしたら金運が上がるのか相談しようと思い電話したところ、「金運の上昇を古いアイテムが妨げている。身につけていたものをおたきあげする」と言われたため、古い財布を業者に送ったが、その後も金運に変化はなかった。再度業者に相談の電話をしたところ、「金運上昇の祈禱をする」と言われ、「遠隔祈禱」というものを受けすることにし、祈禱料50万円を振り込んだ。後日、注文していない水晶玉、カードが送られてきたが、それでも金運はよくなり、業者に電話すると「祈禱した宝くじを購入するように。絶対当たる。50から60倍になる」と言われた。宝くじ代金1万2,000円と祈禱料30万円を振り込み、抽選日を待ったが、当選は末等のみだった。

だまされたと気づき、返金してほしいと電話したが、応じてもらえない。祈禱料80万円を返金してほしい。

(2012年9月受付、契約当事者：群馬県、60代、女性、家事従事者)

### 【事例4】無料の運命鑑定を申し込んだところ、祈禱や高額な像の支払いを求められ、お金がないと断ると、借金して支払うように脅された

週刊誌に、無料で運命鑑定をするという広告を見つけ、業者に電話をした。その際業者から運勢が良くなるという数珠を勧められて2,000円で2つ購入し、銀行振り込みで支払った。その後、業者から電話があり36万円の祈禱サービスを勧められ、銀行振り込みで支払った。その後も電話があり「邪気が強くて祈禱を請け負った祈禱師が倒れた。1体300万円の像が4体必要だ。代金1,200万円の半分はこちらで負担するので残りの600万円を今すぐ用意するように」と言われた。すぐに用意できないと伝えると「子供じゃないんだから、理由を考えてお金を借りて来い」と言われ、それでも難しいと伝えると「こっちは用意できている。遊びでやってない。ごちゃごちゃ言っていると家まで行くぞ」と言われた。お金の話が出る度に、「このことは誰にも言うな。言うとその人たちにも災厄がふりかかる」と脅され、600万円を請求する電話が何度もあり困っている。お金がないので600万円も支払えないし、すでに祈禱代として支払った36万円も返金してほしい。

(2014年1月受付、契約当事者：山口県、30代、女性、家事従事者)

### 【事例5】祈禱や浄財をするために生命保険を解約して高額なお金を払った

ダイレクトメールで、「あなたの願いをかなえるグッズです」というふくさや小判、ひょうたんや福俵といった縁起物の詰め合わせが掲載されたパンフレットが送られてきた。5万9,800円もするので、その時は買う気にもならず、放置しておいた。その後、再びそのグッズのダイレクト

メールが送られてきたが、今度は8,800円と大幅に値下げされていた。飛びつくように業者に電話でグッズを注文した。届いたグッズの中に絵馬があって「1つ願いを書いて当社に送ってほしい」と書かれていたので、3つ願いを書き送ったところ、業者から「あなたには他願成就する機運がある。1度電話で連絡をしてほしい」という内容の手紙が送られてきた。言われたとおり、業者に電話をしたところ、開運成就の祈禱を勧められた。最初は100万円かかると言われたが、契約を渋っていると90万円、80万円と下がって行った。そこで、生命保険を解約して80万円を振り込んだところ、今度は「お金を清める必要がある」と言われたので、投資で預けたお金を解約して戻ってきた46万円を全額振り込んだ。その後、友人に話したところ「だまされている」と言われ、目が覚めた。支払ったお金を返してほしい。

(2014年1月受付、契約当事者：栃木県、60代、女性、給与生活者)

### 3. 相談事例からみられる問題点

#### (1) 開運商品の効果を強調する広告によって、運気が上がるように消費者を誤認させている

運気が上がるといった不確定な事柄について、開運商品を持つことで運気が上がるかのようにうたい、さらに購入者の体験談（霊能力者の話や札束の写真等を載せた広告など）によって当該開運商品の効果の信憑性を高めるなど、広告全体として運気が上がるかのように思わせており、開運グッズの効果について消費者が著しく誤認する状況にある（事例3）。

#### (2) いたずらに不安をあおり、冷静な判断が期待できない状態に陥れて契約させている

雑誌の広告等を見た開運商品を購入後に、業者から「何かを取りついているのでおはらいしなけばならない」「邪気が強くて祈禱を請け負った祈禱師が倒れた」などと言われたり、寺の住職を名乗る者から「あなたの護摩木を火に入れたら真っ黒い煙が出た」などと言われるなど、不安や恐怖心をあおる言動で更なる開運グッズや祈禱を勧誘し、冷静な判断ができない状態にさせて契約をさせるなど、非常に悪質である（事例1、2、4）

#### (3) 追加で勧誘された商品等について、特定商取引法の法定書面等が交付されていない

相談者の多くは、業者に電話をかけるときに、新たな商品や祈禱サービス等の勧誘があるとは思っていないと思われる。電話や郵便、パンフレット等を利用して、消費者に勧誘目的を伝えず電話をかけさせている場合には、特定商取引法の電話勧誘販売に該当するため、法定書面が交付された日から8日を経過するまではクーリング・オフが可能となる。

なお、相談事例によれば法定書面が交付されていないケースがほとんどであり、そのような場合には、上記期間に関わらずクーリング・オフができる（事例1、3、4、5）

#### (4) 消費者に借金をさせて支払わせようとするなど、手口が悪質

高額な料金を支払わせるために借金を指示する業者もいる。こうした中で、代金を支払うために生命保険を解約してしまう消費者も出てくるなど、手口が悪質化している（事例4、5）

#### 4. 消費者へのアドバイス

～お金を支払ったから運が開けるといわけではないと理解すること～

(1) 開運グッズ購入後に、新たな開運グッズや祈禱サービスの勧誘を受けたら

##### ①その場ですぐに返事をしないこと

開運グッズを購入後に、業者から不安をあおるような言動や「更に運気が上がる」といったセールストークで商品やサービスを勧誘されても、すぐに返事せずに業者の言動に不審な点がないか熟慮する時間を設けること。身内などの第三者に相談することも大切。

##### ②不安をあおられながら勧誘を受けるなど、自分一人では対応できないと思ったらすぐに消費生活センターに相談すること

不安をあおられる勧誘を受けたり、業者から借金をしてでも支払うように脅されるなどして、冷静な対応ができそうにないと思った場合には、一人で悩まず、すぐに消費生活センターに相談すること。

(2) 冷静に判断できない状態で新たな開運グッズや祈禱サービスを購入してしまったら

すぐに解約の申し出をすること。雑誌などを見て自ら業者に申し込んだ開運ブレスレットや数珠の契約は、通信販売であるため、原則クーリング・オフ制度の適用はないと考えられる。しかし、相談事例からみるとその後勧誘された商品・役務については、特定商取引法上の電話勧誘販売に該当する可能性が高い。

この場合、特定商取引法の法定書面交付日から 8 日を経過するまでであればクーリング・オフが出来る。また、法定書面が交付されていない等の場合は、8 日を過ぎてもクーリング・オフを申し出ることが可能である。

(3) 業者とトラブルになってしまった場合には

##### ①すぐに消費生活センターに相談すること

業者が解約に応じないなど、トラブルになってしまった場合には、すぐに消費生活センターに相談すること。

##### ②勧誘時に恐怖を感じる事があれば、警察にも相談すること

勧誘を断ると、業者が「娘がどうなっても知らないぞ」「断って車いす生活になった人もいるがよいのか」など、大変脅迫的な態度に出てくる事案も見受けられる。恐怖を感じるような方法で勧誘された場合、警察にも相談すること。(緊急の場合は 110 番、それ以外は警察相談専用電話 (#9110))

#### 5. 要望先

一般社団法人日本雑誌広告協会

(要望内容)

- 雑誌読者が雑誌広告に掲載された開運グッズを購入した後、さらに開運グッズの購入や祈禱サービス等の勧誘により高額な財産被害が生じていることを会員各社に周知するとともに、消費者トラブルについて継続的に情報収集し、消費者被害の未然防止に一層努めること。

#### 6. 情報提供先

消費者庁消費者政策課

消費者庁取引対策課

消費者庁表示対策課

内閣府消費者委員会事務局  
警察庁生活安全局 生活経済対策管理官  
公益社団法人日本通信販売協会  
一般社団法人日本新聞協会

**【専門家のコメント】**

開運グッズ購入後に勧められた祈祷等になぜお金を払ってしまうのかについて、立正大学心理学部対人・社会心理学科の西田公昭教授から、コメントをいただいた。

**人間誰も超越的なパワーの存在を信じてしまうことがある**

日本人の多くは、神や霊のオカゲやタタリを半信半疑でとらえていて、その一切を否定しきれぬ人も少ないだろう。人には誰でも、自分の人生が期待どおりでないときがある。特に、他者による障害や妨害もなく、能力も低くなく努力も怠っていないのに、意外な否定的結果を経験するとき、何か超越的なパワーの影響を受けたのではないかと思考しやすい。いくら明晰に科学的に思考しても、そうしたパワーがまったく存在しないことを証明することはできないため、現代においても霊能力や超能力のような超越的なパワーの存在を信じている人は知性或教養の高さとは関係なく大勢いる。特に伝統的には、女性の方に信じやすい文化がある。

一般に、人がそのような超越的なパワーの存在を信じるようになるときには、心理学的な合理性がある。その性質をユーティリティー（主観的価値）やリアリティー（現実感）という。前者は、信じて受け入れることで、不安や恐怖を軽減できたり、楽になったり、快を得ることだ。後者は、その実在を生々しく経験したり、周囲の人々の合意や権威ある人が肯定していることを確認したりすることである。もちろん、ある個人が高いリアリティーを主張していても、それが欺瞞的なトリックであったり、錯覚であったり、偽薬効果のような心理作用であることに気づかないことで説明可能であり、その実在を客観的に証明できたことはない。

誰でも、「オカゲ」や「タタリ」が本当にあったら良いなあ、嫌だなあ、という思いがあるとき、こうした超越的なパワーを固く信じている人々、あるいは信じさせようと策している人々にうっかりと近づいてしまうと、それだけで信じてしまう合理性ができる。半信半疑の人にとって、信じないでいる現実、自分の周囲に信じていない人が圧倒的に多い中にある影響が大きいのだ。たとえば、買った開運グッズに効果がなかったのはどうして、などと業者に問い合わせるのは自ら墓穴を掘るに近い。また、ほとんど信じないという個人でも、特に1人で、集中的に実在を主張する情報ばかりに囲まれると、反証する情報を集めることが困難となり効果を否定する確信が弱まり、コストが低いなら無難に従っておくという危険な行為となる。なぜなら、これらの行為は、結果として良いことが起きたり、あるいは特に悪いことが起きなかったりした場合は、効果があったと考えてしまいやすいからである。また悪いことが起きても、パワーの「オカゲ」で、これくらいで済んだと説明がつくので、効果がなかったことにならない。これらの説明には反証するすべはない。こうして、効果を否定する確信は、「オカゲ」や「タタリ」情報にあおられて揺らいでとまらなくなり、その実在を信じるように傾いてしまうのだ。その結果、強い恐怖や不安に取りつかれ、それらを除去したいというユーティリティーのために法外な出費をも我慢しなくてはならなくなるのである。