

平成24年2月2日
 独立行政法人国民生活センター

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！

「雑誌広告を見て、90日間返金保証付きの開運ブレスレットを購入した。効果がないので返金してもらおうと思い業者に電話をかけると、顔写真を送るようにと言われた。写真を送ったところ業者から、『写真鑑定の結果、あなたには自殺する運気がある』などと言われ、その運気を向上させるためにと、次々に「祈祷サービスや霊石の契約をさせられた」など、開運ブレスレットや数珠などの通信販売をきっかけとし次々に開運商品売りつける悪質な手口が増加している。

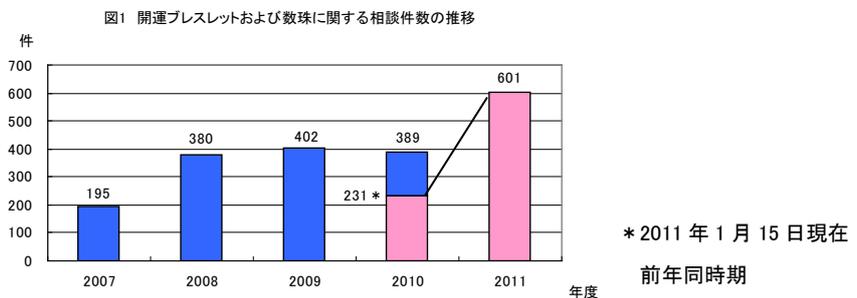
相談者の多くは、業者に電話をかける際に新たな勧誘をされるとは思っていない。また、不意打ち的に、かつ不安をあおって勧誘されている。勧誘を断ろうとすると、「以前断って車いす生活になった人がいる」と脅すなど、勧誘方法に問題点が見られる。

広告には、「効果がなければ返金する」と書いてあるが、返金してほしいと申し出ても応じられないことが多い。相談者は、すでに業者に自分の悩みを打ち明けているケースが多く、そのため、弱みを握られ一層不安をあおられたり、解約の申し出をしづらくなっている。

このような、いわゆる開運商品をめぐるトラブルの未然防止、拡大防止のため、消費者に注意を呼びかける。

1. PIO-NET^(注1) (全国消費生活情報ネットワーク・システム) における相談件数の推移 (図1)

2007年度以降の開運商法に関する相談のうち、「ブレスレット」「数珠」に関する相談件数^(注2)は1,967件である。相談は年々増加傾向にあり、2011年度は2010年度の前年同時期と比べて2.6倍近く増加している。

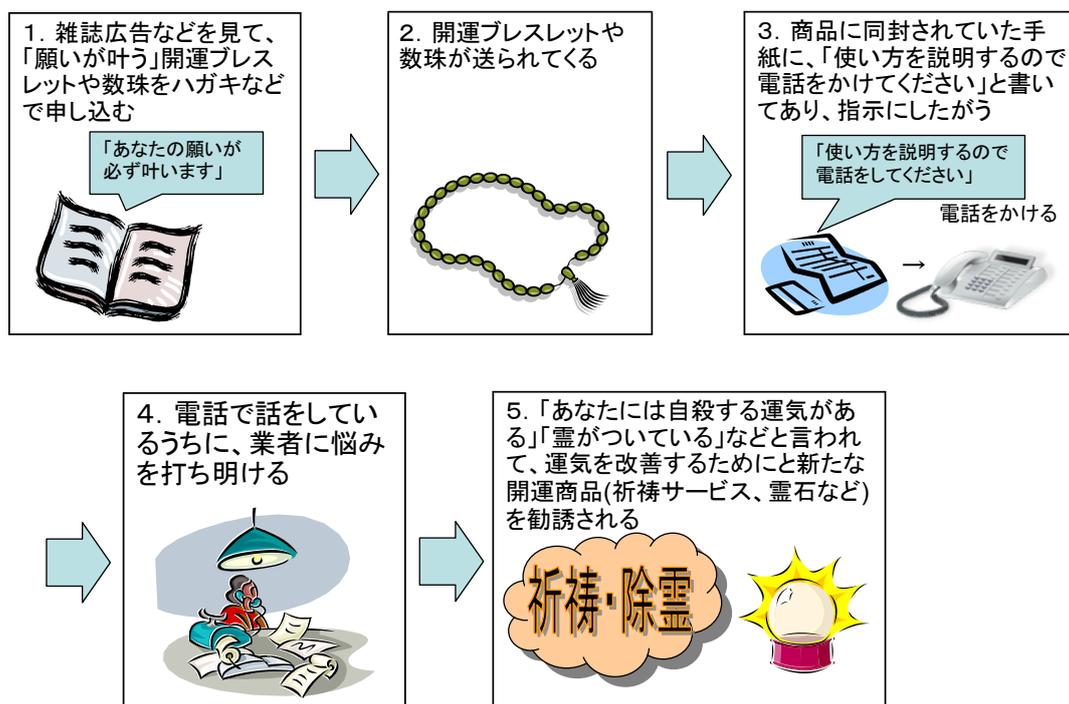


(注1) PIO-NET (パイオネット：全国消費生活情報ネットワーク・システム) とは、国民生活センターと全国の消費生活センターをオンラインネットワークで結び、消費生活に関する情報を蓄積しているデータベースのこと。データは2012年1月15日までの登録分。

(注2) 「開運商法」で「ブレスレット」「数珠」が関わる相談のうち、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を購入したあとに勧誘される他の商品（祈祷サービスや霊石など）を主たる契約としている相談も含まれる。

2. 勧誘の典型的な手口

開運ブレスレットや数珠の購入をきっかけに次々に商品を勧誘される典型的な手口は、以下の通りである。



3. 相談事例

【事例1】被災者の不安をあおって勧誘し、見舞い金額を全額支払させた

月刊誌で「3日以内に願いが叶います」と書いてある数珠の広告を見て購入した。数珠に同封されていた手紙に、「使い方の説明があるので電話をしてください」と書いてあったので業者に電話をすると、スクラッチクジを買うように指示された。クジを買ったが、外れだった。業者にその旨を伝えたら、スクラッチクジを買うときの注意点を教えてもらった。その通りにしたが、また外れだった。震災被災者で仮設住宅に入っていることを伝えたと、受けとった見舞金の額を聞かれ答えるとすぐに全額引き出すように言われた。運気を上げるために水晶玉を送ると言われたので引き出した全額を振り込んだ。水晶玉とさらに数珠1つが送られ、言われた通り水晶玉に毎日手をかざして祈り、再度スクラッチクジを買ったが当たらなかった。電話でその旨を伝えたら「財産に因縁がある。身のまわりをきれいにしないと金運がつかない。浄化石を送るので、現在、通帳にある全額を引き出してくるように」と言われた。もうやめたいと伝えしたが、「娘の片腕が無くなったり、交通事故に遭ってもよいのか」と言われ、預金の全額(15万円)で石を買うことにしたが、生活費が無くなるのでやめたい。

(2011年7月受付・宮城県・50代・女性・家事従事者)

* 以下、属性は全て契約当事者

【事例2】新たな商品の勧誘があると知らずに電話をかけさせられる

雑誌広告を見て「願いが叶う奇跡のブレスレット」を電話で申し込んだ。商品が届き、同封されていた説明書に「間違った使用方法をされると力が発揮できないので電話をしてください」と書いてあったため業者に電話をした。悩みを聞かれて答えていたら「あなたには霊がついているので除霊が必要だ。チベットで除霊をする必要があるが、ご自身で行けないのなら、高名な先生が代わりに行く」と言われ、そのための費用130万円を現金書留で送った。現金書留の上限が50万円なので、送金の際窓口で聞かれたら「書類があるので分厚くなっている」と言うように

指示された。送金後再度電話があり「チベットで除霊の最中、5名の先生のうち3名が倒れた。とても強い霊がついているので、さらに除霊をする必要がある。追加費用110万円が必要」と言われ、お金を下ろそうとしたところ、金融機関が不審に思い警察に行くように助言された。だまされたことに気づいたので、全額キャンセルしたい。

(2011年10月受付・神奈川県・70代・女性・無職)

【事例3】必要な書面が渡されていない

自宅のポストに金運が上がるというブレスレットのチラシが入っていた。半信半疑だったが、身内の借金問題で悩んでおり、5日以内に効果がなければ返金すると記載されていたので購入した。5日たっても何もなかったので業者に連絡すると、「今度偉い先生が当社の事務所に来る。そのときに電話してほしい」と言われた。お金が必要な話になるのかと聞いたらいららないと言われた。指定された日に電話をすると、先生という人から、「今後祈祷を行う。1カ月目には効果がないが、2カ月目には財が入る、3カ月目には金運が上がる」と言われ、108万円が必要とのことだった。「20万円しかお金がない、10万円は生活のために必要」と告げたが、「節約しないといけない」と言われ、15万円を振り込んでしまった。「このことは1年間は口外しないこと。また、お金が入っても1カ月は手をつけないように。口外したらますます困難な状況になる」と言われ悩んでいたが、翌月半ばまで生活費が数万円しかなく生活に困窮しているし、よく考えると怪しい話だと思ったので解約し、返金してもらいたい。手元には振込票だけしかなく、書面などはもらってない。

(2011年7月受付・香川県・70代・女性・無職)

【事例4】届いた商品を破棄するように指示されている

雑誌広告に掲載されていた開運ブレスレットを電話で申し込んだ。その後ブレスレットが届いたが、身につける前に悩みや願いをメールに書き、写真を添付して送るようにとの手紙が同封されていた。長年、病気を抱え仕事や人間関係がうまくいかないので悩みを書き、顔写真を添付して送った。数日後、業者から電話があり、「写真からの霊視により、病気や仕事がみつからないのは悪霊がついているせいだ。霊能者に除霊を依頼したらどうか」と勧められた。「悪霊は6体ついており除霊は1体につき5万円だ」と言うので業者の口座に30万円入金した。その後、除霊時に使用したという悪霊を閉じこめた石と数珠、契約書が送られてきた。業者から電話があり「石や数珠は悪霊がついており結界が破られると災いがおこるのですぐに川に流すように」と言われたので指示に従った。翌日、「除霊効果を高めるため気功師の力も必要」と言われさらに30万円請求され支払った。しかし病気もよくなりませんし仕事もみつからない。話が違うので返金してほしい。

(2011年8月受付・40代・男性・無職)

【事例5】返金保証があると書いてあるのに応じない

雑誌広告を見て1万5000円の開運ブレスレットを購入した。代金は指定の口座に振り込み、後日ブレスレットが届いた。使い方を教えてもらうために電話をすると、自分の写真と願い事を送れば祈願すると言われた。使用していても効果が感じられなかった。「届いて3日以内に効果がない場合は返金保証する」と雑誌広告に記載されていたので、効果がなかったことを業者に電話で話すと、後日特別にカウンセラーの先生が話を聞いてくれることになった。話をすると、「邪念邪気がついている」と霊視され、50万円の開運ブレスレットを勧められた。「そんなお金はない」と断ると、「50万円のブレスレットを買わなければ最初のブレスレットの返品返金には応じられない」と言われた。返品するというと「返品してもいいが返金はしない。50万円の開運ブレスレットを送るので、宝くじでも買って当たったら代金を支払えばいい」と強い口調で言われ、こわくなった。約束通り、最初に購入したブレスレットの返金をしてほしい。

(2011年8月受付・北海道・50代・女性・家事従事者)

4. 問題点

(1) 脅迫的なことを言って開運商品を次々と購入させるなど勧誘方法が悪質である

相談者は何らかの不安や悩みを抱え開運ブレスレットや数珠を購入しているが、その後電話などで相談者から悩みなどを具体的に聞きだし、「祈祷をしないとあなたは不幸になる」「娘の片腕が無くなったり、交通事故にあってもよいのか」など脅迫的なことを言って新たな開運商品の契約を強引に迫っているケースが見られる。

また相談者が解約・返金してほしいと思っても、すでに業者に弱みを握られているため、業者が高圧的な、脅迫めいた言葉を使うと報復を恐れて解約にまで話が及びにくいという問題点もある。

これらの勧誘方法は、特定商取引法(以下、特商法)21条3項で禁止されている、消費者を威迫し困惑させる行為に当たる可能性がある。

(2) 業者に電話をかけさせられ、不意打ち的に勧誘されている

【事例1～3】のように、相談者の多くは、業者に電話をかけるときに、新たな商品の勧誘があるとは思っていないことが多い。販売目的を隠匿し電話をかけさせていることから、特商法2条3項、政令2条に定める電話勧誘販売に該当する可能性がある。

(3) 追加で勧誘された商品について、法定書面が交付されていない、書面に不備がある

相談者は開運ブレスレットや数珠などを購入したあと、新たに別の開運商品を購入するように電話で勧誘されているが、新たに契約した商品については、ほとんどのケースで、特商法上で交付が義務付けられている書面が交付されていなかったり、記載事項に不備がある。これらの場合、特商法における書面不交付でのクーリング・オフができる可能性がある。

(4) 商品を破棄するよう指示され、心理的にクーリング・オフをしにくくするよう仕向けられている

クーリング・オフ後の清算として、相談者は購入した手元にある商品を事業者に戻す必要がある。(原状回復義務)^(注3)しかし業者は、「水晶玉は祈祷後川に捨てるように」「悪霊が移った数珠は誰にも知られないようにバラバラにして捨てること」などと言って、購入した商品を処分するよう相談者に促している。これらの行為は、クーリング・オフ後の清算を行いつらくし、消費者の解約の申し出および精算金の返還請求を心理的に妨げており、非常に悪質である。

(5) 「返金保証」がついているにも関わらず返金に応じない

広告には「〇〇日間使用して、効果がないと感じられた場合は返金に応じます」という記載があるが、相談者が効果がないと感じて返金を申し出ると、「もう1カ月様子を見て考えましょう」と言われたり、「返金日を1年後にする」と言われるなど、返金を申し出ても、理由をつけて返金されないことが多い。

(6) 不安に付け込まれて高額な契約をさせられている

開運商品を次々売りつける手口については、東日本大震災の被災者への見舞金一切を取られてしまったケースや、休職中の人に高額な契約をさせるケースなど、通常の状態では到底契約しないような高額な契約をさせられていることが多く、相談者に与える経済的影響は非常に大きい。

5. 消費者へのアドバイス

(1) お金を支払ったから運が開けるというわけではないと理解すること

雑誌などに掲載された商品広告のうたい文句に惑わされず、商品を理解したうえで購入すること。開運ブレスレットおよび数珠を購入したことがきっかけで、高額な商品を勧誘されるト

(注3) なお、返送にかかる費用は事業者の負担とされる。

ラブルのなかには、本人の生活費と比べて不相応なほど高額な契約を次々とさせられているケースも見られる。自分の資産の大部分を業者に支払ったり、借金をしてまで支払い能力以上の高額な契約をしたからといって、運が開けたり、幸せになれるわけではないことを理解すること。

(2) 不意打ち的に電話で勧誘されても、すぐに契約しないこと。購入する気がなければきっぱり断ること

「このままでは不幸になる」などと不安をあおるようなことを言われたり、「開運」「ご利益」に関する高額な商品、サービスを追加で勧められたりしたら注意が必要である。「お金を払ったから救われる」ということはないことを肝に銘じ、購入する気がなければ、きっぱり断ること。

(3) クーリング・オフ期間内であったり、法定書面の交付がされていない・不備がある場合、クーリング・オフ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、クーリング・オフ制度の適用はないと考えられる。しかし、その後勧誘された商品・役務については、相談者は、契約の意思なく業者に連絡させられたり、業者から突然かかってきた電話で不意打ち的に勧誘されていることから、特商法上の電話勧誘販売に該当する可能性が高い。

この場合、契約から8日以内であれば業者はクーリング・オフに応じる必要がある。また、契約書面が交付されていない、記載内容に不備があるという場合については、8日目以降でもクーリング・オフを申し出ることが可能である。

また、「商品を破棄してしまったのでクーリング・オフに応じられない」と業者が言ってきた場合については、業者の指示に従って破棄したことを指摘し、クーリング・オフに伴う返金を主張すること。

なお、すでに受けてしまった祈祷サービスなど役務については返すことができないため、特商法9条5項により、原状回復の必要はない。

(4) 不安をあおるような方法で次々に商品を勧誘されたり、業者が解約に応じない場合は、すぐに消費生活センターに相談すること

開運ブレスレットや数珠の購入をきっかけとし、不安をあおって開運商品を次々と勧誘させられたり、業者が解約に応じないなど、トラブルにあった場合には、すぐに最寄りの消費生活センターに相談すること。

(5) 勧誘時に恐怖を感じる如果能够あれば、警察にも相談すること

勧誘を断ると、業者は「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ることがある。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))

6. 相談の傾向

(1) 契約当事者の属性

契約当事者の属性を見てみると、30代、40代が全体の半数以上を占めているが、全年代が被害に遭っている(図2)。性別は、女性が8割を占めている(図3)。職業別に見ると、給与生活者、家事従事者の相談が比較的多い(図4)。

図2 契約当事者の年代

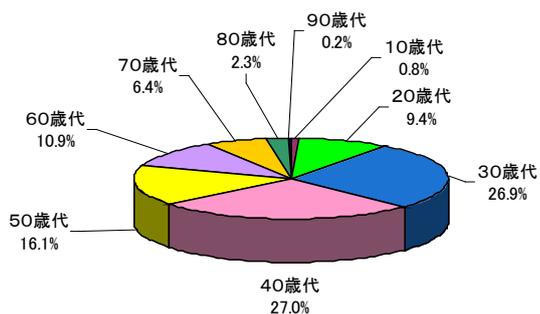


図3 契約当事者の性別

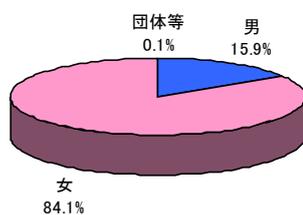
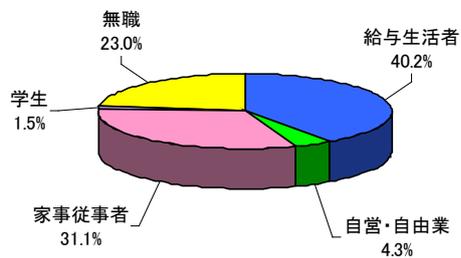


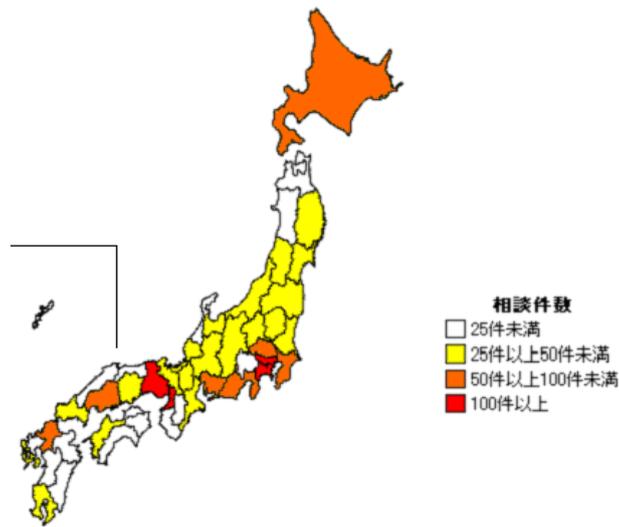
図4 契約当事者の職業別



(2) 契約当事者の都道府県別

契約当事者の都道府県別に見ると、商品を通信販売で購入していることが影響しているからか、全国的に被害が発生していることがわかる(図5)。なかでも、東京都(148件)、大阪府(115件)、兵庫県(109件)、神奈川県(102件)など人口の多い都道府県に相談が集中している。

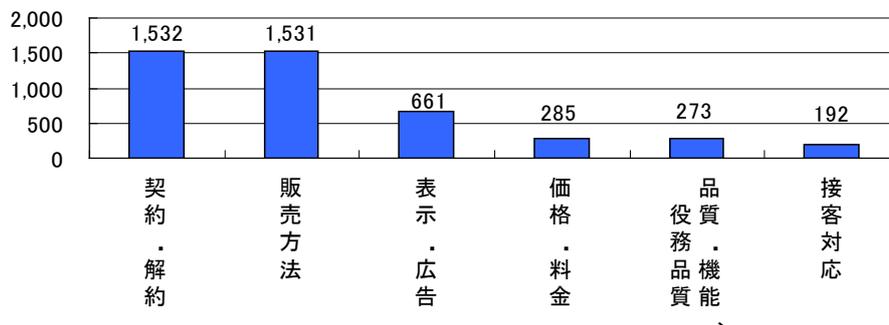
図5 契約当事者の都道府県別



(3) 相談内容

開運ブレスレットおよび数珠に関する相談を内容別に見てみると、「契約・解約」に関する相談が最も多く、次いで、「販売方法」、「表示・広告」となっている(図6)。

図6 相談内容別件数



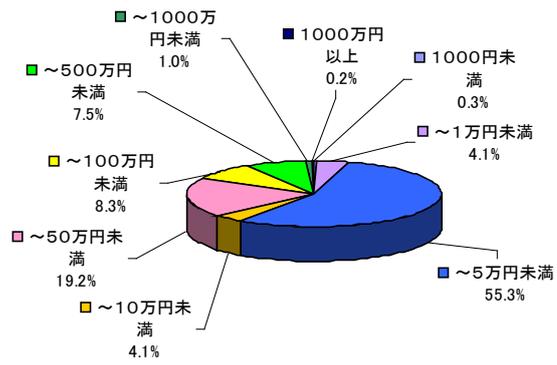
* その他、PIO-NET の分類には、「法規・基準」「安全・衛生」「計量・量目」「包装・容器」「施設・設備」という分類があるが、開運ブレスレットおよび数珠の相談の割合が5%を下回るため、グラフからは削除した。

* 複数回答。

(4) 購入契約金額別

購入金額別で見ると、全体の56%が1万円以上5万円未満の契約をしている。この金額は、開運ブレスレットや数珠一つあたりの金額と見られる。次いで割合が多いのは、10万円以上50万円未満の契約で、この金額には、開運ブレスレットや数珠を購入した後に、追加で勧誘させられた商品の金額を含んでいると見られる。10万円以上の相談の割合は、合計で36%にのぼる(図7)。

図7 購入契約金額別



7. 情報提供先

消費者庁 消費者政策課

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

社団法人 日本雑誌広告協会