報道発表資料

平成 22 年 4 月 7 日
独立行政法人国民生活センター

高齢者をねらう、短歌･俳句の新聞掲載への電話勧誘
- 趣味につけ込む商法に注意 -

高齢者に「自作の短歌や俳句を新聞（雑誌）に掲載しないか」という電話があり、無料と思い承諾したところ、高額な掲載料を請求された、など「短歌」「俳句」の新聞あるいは雑誌等への掲載の電話勧誘に関する相談が、2008 年度以降、急増している。

国民生活センターでは、本トラブルについて 2009 年 3 月に注意喚起を行っている[注1]が、その後も「短歌」「俳句」について多くの相談が寄せられている。

「自作の短歌・俳句の掲載」という、趣味に対する心理を巧みに利用し、特に高齢者をねらった悪質な手口がみられ、今後、高齢化の進行にともない、同種トラブルの発生が予想されるため、トラブルの未然防止・拡大防止の観点から、注意を呼びかける。

１．PIO-NET（全国消費生活情報ネットワーク・システム）にみる相談の概要

(1) 相談件数

「短歌」「俳句」の新聞等への掲載に関する電話勧誘の相談は、過去 5 年間で合計 571 件寄せられている。図 1 に示すとおり、PIO-NET[注2]で年度別推移をみると、2006 年度以前は 1 桁であったのが、2007 年度には 49 件と増加し、2008 年度には 150 件、2009 年度は 356 件で、前年同期 120 件の約 3 倍と、急増傾向にある[注3]。

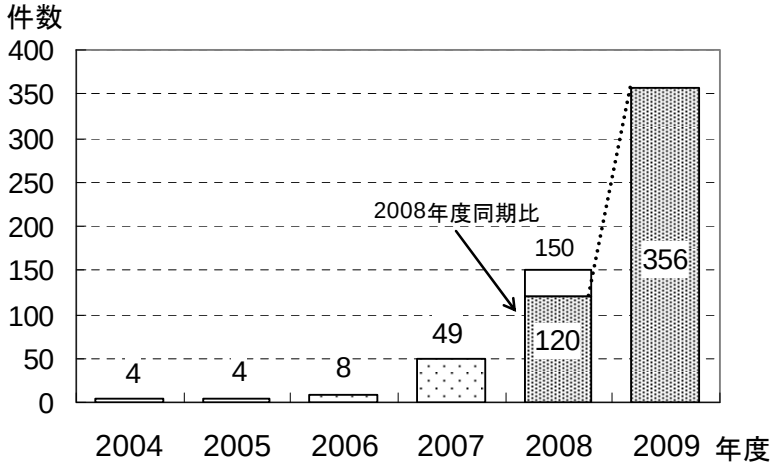

図１　「短歌」「俳句」掲載に関する電話勧誘相談件数の年度別推移

注1 見守り新鮮情報第 53 号「施設の入所者が短歌の新聞掲載を次々に契約」(2009 年 3 月 13 日公表)。見守り新鮮情報とは、高齢者・障がい者及びそれを見守る周囲を対象としたメールマガジンで、悪質商法や製品による事故情報、防災・防犯情報などを配信している。

注2 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。

注3 2010 年 3 月 25 日までの登録分。

(2) 相談の特徴

2004-2009 年度の「短歌」「俳句」の新聞掲載の電話勧誘に関する相談 571 件の内訳は、以下のとおりである。

1) 契約当事者の属性

＊不明、無回答を除いて構成比を計算している。

① 年代別

平均年齢は 78.4 歳で、図 2 のとおり、年代別では 80 歳代が 283 件（51.2%）と約半数を占めて最も多く、70 歳代が 193 件（34.9%）、60 歳代が 51 件（9.2%）と続く。70 歳代以上の割合が全体の 88.8%を占める一方、過去 5 年間で 60 歳未満は 11 件（2.0%）とわずかであり、高齢者に限定されている特徴がみられる。また平均年齢は、図 3 に示すように 2007 年度以降高くなっており、2009 年度は 79.4 歳である。

② 性別

男性が 94 件（16.7%）に対し、女性は 469 件（83.3%）で、女性が 8 割を超えている。

③ 相談者との同一性

571 件の相談のうち、370 件（65.4%）は契約当事者本人からの相談であるが、残り 196 件（34.6%）は家族や近隣、介護職員等、それ以外から寄せられており、電話勧誘に関する相談全体[注4]からみても本人以外からの相談割合が大きい。

2) 金額

平均契約購入金額は約 260,000 円で、10 万円以上 50 万円未満の相談が最も多く 222 件（43.7%）で、5 万円以上 10 万円未満の相談が 218 件（42.9%）と続いている。年度別にみると、2004 年度は平均契約購入金額が約 71,000 円であったのに対し、2009 年度は約 299,000 円と、金額が高額化する傾向がみられる（図 3）。

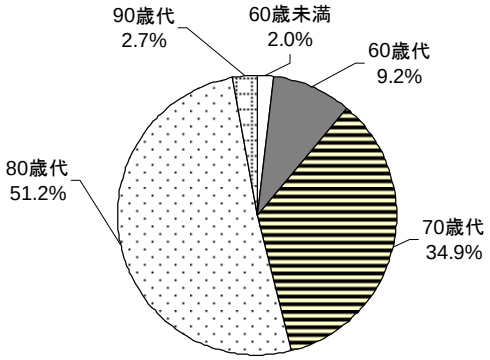

図 2　年代別相談件数の割合

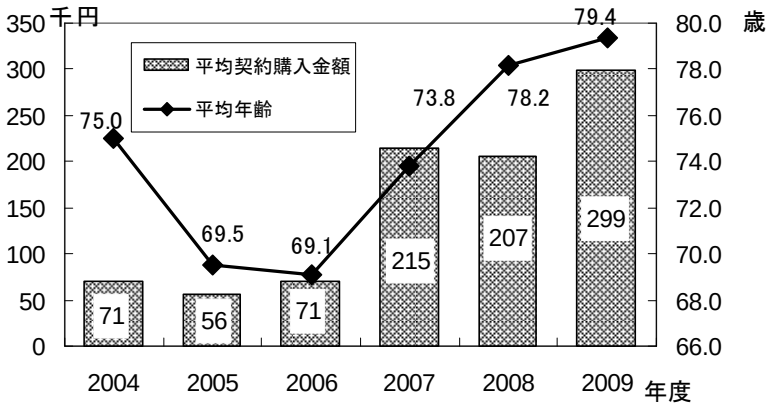

図 3　平均契約購入金額及び平均年齢

注4 相談者が本人の割合は約 84%である。

２．主な相談事例

相談事例からは、以下のようなパターンがみられる。

＊突然の電話勧誘で契約を結ばせる
＊広告代理店等の事業者が、新聞社からの勧誘と誤認させている
＊「すばらしい作品だ、ぜひ掲載したい」などと消費者を褒める
＊掲載料は「無料」と勧め、承諾した後、高額請求する
＊高額に驚き、解約を申し出ると、「すでに印刷しているので解約できない」などという
＊消費者が勧誘を断っているにもかかわらず、勝手に掲載して後から請求書を同封する
＊掲載承諾書の当初のやりとりでは金額記載がないのに、後から記載し請求
＊契約内容がよくわからないまま次々と契約させたり、掲載紙がきっかけで別の複数の事業者がしつこく勧誘する
＊本当に掲載されているのかが不明なケースもある

【事例 1】掲載を勧誘され断ったのに、書類が届いた

90 歳代の母は老人施設に入所中。突然「俳句の趣味がおありですね。上手な俳句を作られますね。雑誌を発行しているので掲載しませんか」と電話があった。掲載料が 85,000 円と高額で、俳句サークルに投稿した句を調べたらしく不審だと思い断ったが、取りあえず書類を送ると一方的に電話が切れた。 後日、申込書、振込用紙等が届いた。電話で断っているのに強引すぎる。　　(90 歳代　女性　家事従事者　兵庫県　2009 年 9 月受付)

＊　以下、属性はすべて契約当事者

【事例 2】無料と思い承諾したが、いつの間にか有料に

「あなたの作品を掲載させて下さい」と俳句を新聞広告に掲載するよう電話で申し出があり、無料であることを確認して承諾、FAX で広告掲載依頼書を受け取った。その後、成約書に氏名、連絡先を記入して返送した。3 週間後に掲載紙と先日返送した書類が送られてきたが、先日は空欄だったスペースに掲載料 95,000 円が書き加えられていた。有償の契約をしたおぼえがないため、支払わない旨の文書を送ったところ、さらに 12 回掲載分の 100 万円を超える高額な料金の請求書が届いた。

(80 歳代　女性　無職　京都府　2009 年 8 月受付)

【事例 3】強引な勧誘で契約、思い直して断るも解約できないといわれた

俳句を雑誌に投稿したのがきっかけで、「新聞に作品を載せないか」と勧誘の電話がかかってきた。新聞に作品が載るのはうれしいと思い乗り気になったが、代金が 180,000 円と高額なのに驚き断ったものの、強引に勧められ断りきれず契約した。2 日後やっぱり高いと思って断ったが、既に掲載枠が取ってあり解約できないといわれた。

(60 歳代　女性　無職　奈良県　2009 年 10 月受付)

【事例 4】記念になると契約を承諾したところ、次々勧誘された

短歌が趣味の母のところへ、「歌人会の会報を見た。すばらしい作品だ。大手新聞社に広告を載せませんか」という勧誘電話がかかってきた。掲載料は 240,000 円といわれ、高額なので迷ったが「最後に新聞に載るようなことがあってもいいか」という気持ちになり、応じた。新聞に掲載されたが、その後別の複数の他社から同様の勧誘が続き、広告料を請

求されて困っている。　　（80 歳代　女性　家事従事者　神奈川県　2009 年 6 月受付）

【事例 5】有料の契約をしたものの、掲載されたか確認できない

「新聞に俳句を掲載しないか」と勧誘され契約したところ、その後 6 社の広告業者から電話で勧誘されて FAX で送られてきた広告掲載申込書に署名、押印し、有料の契約をした。ところが、掲載日を過ぎても 4 社が掲載紙を送ってこない。掲載料の 20 万円は支払済なのに約束が違い、納得できない。　　（80 歳代　女性　無職　長野県　2009 年 9 月受付）

３．消費者へのアドバイス

（1）事業者の説明をうのみにしない

自分の作品を褒められ、趣味を発表する機会を得ることは、うれしいものである。しかし、その心理につけ込んで契約を迫るという手口もあるため、事業者の「無料」などといった勧誘時の説明をうのみにせず、新聞（雑誌）名、掲載時期、「本当に無料なのか」、「FAX 等で送られてきた書類が契約申込書になっていないか」等、掲載の条件を書面で冷静に確認する必要がある。

（2）しつこい勧誘はきっぱり断る

あいまいな返事はトラブルのもと。必要がない場合、また相手の説明に不審な点があるときなどは、「契約しません」ときっぱり断ること。電話勧誘販売の場合、消費者が断っているにもかかわらず、事業者が引き続き勧誘することは法律（特定商取引に関する法律）で禁止されている。

（3）承諾していないときは支払わない

勝手に掲載されたり、勧誘を断った場合など、承諾していないのに請求書が届いた場合には契約は成立していないので、支払う必要はない。

（4）トラブルにあったら、家族や消費生活センターに相談する

電話勧誘販売の場合、契約書を受け取った日から 8 日間は、クーリング・オフにより無条件で契約を解除することが可能である。断りきれずに契約してしまったら、家族や消費生活センターにすぐに相談すること。高齢者をねらった悪質な勧誘が目立ち、本人以外からの相談割合も大きいため、日ごろから家族や周囲の人も気をつけること。

（5）他の趣味でも注意

「短歌」「俳句」の他に、「絵画」「書道」「写真」等でも、同様の手口による相談がみられるため、他の趣味についても注意が必要である。

４．情報提供先

- 消費者庁　消費者情報課　地方協力室
- 警察庁　生活安全局　生活経済対策管理官
- 社団法人　日本広告審査機構

<title>高齢者をねらう、短歌・俳句の新聞掲載への電話勧誘 － 趣味につけ込む商法に注意 － </title>