

行動経済学を応用した 消費者詐欺被害の予防に関する一考察

A Behavioral Insight Approach to Prevent Consumer Fraud

調査論文 2017年12月

Research Paper Series December, 2017

www.shiruporuto.jp

金融広報中央委員会
(事務局 日本銀行情報サービス局内)

福原 敏恭

The Central Council for Financial Services Information
(Secretariat: Public Relations Department, Bank of Japan)

本稿の内容について、商用目的で転載・複製を行う場合は、予め金融広報中央委員会まで
ご相談ください。転載・複製を行う場合は、出所を明記してください。

行動経済学を応用した消費者詐欺被害の予防に関する一考察

■要 旨■

わが国では、かねてより消費者を狙った詐欺(以下、消費者詐欺)が問題となっている。そこで本稿では、行動経済学の知見を採り入れつつ、実際に発生した被害事例に即して詐欺被害の心理的メカニズムを分析するとともに、具体的な詐欺被害予防策を検討する。各章の構成は以下のとおりである。

まず第1章で、行動経済学の応用研究の進展状況について概観した後、第2章では、国内外の消費者詐欺の定義や被害状況を確認する。

続く第3章では、国内で発生した消費者詐欺被害の事例について詳しい分析を行う。具体的には、①犯人が用いるキーワードの特徴、②会話の特徴、③被害者手記にみる心境変化、などのテキスト分析である。また、本章では、犯人が一連の会話を通じ、被害者を意図した方向に誘導する心理的なテクニックである、説得的話法についてもふれる。

第4章では、ケーススタディの結果に基づいて、具体的な詐欺被害予防策を検討する。その際には、予防策の効果的な浸透を図るため行動経済学の知見を採り入れつつ、①「自分は騙されない」という自信過剰傾向への対応や各種電話機能の活用など、平常時における準備の重要性、②犯人から突然電話がかかってきた場合の三つの対応原則とその実践例、③ストレス時などその他心理要因の影響など、心理状況に即して検討する。

第5章では、前章で検討した心理面を中心とした予防策と、資金決済方法や通信手段などの面で絶えず変化しつつある具体的な詐欺手法との関係を整理する。

もとより、消費者詐欺被害に至る過程においては、被害者心理の変化のみならず複雑な要素が影響を及ぼしている。ただし、詐欺被害対策の実効性を高めていくためには、被害者の心理面の影響や、関連する行動経済学的な知見などを活用すべき点が多々ある。

本稿の作成に当たっては、金融広報中央委員会の吉國眞一会長、鶴海誠一事務局長、前川瑞穂前事務局長、加藤健吾事務局長および、日本銀行情報サービス局の岡山和裕総務課長、蔵本雅史金融広報課長、大澤裕次企画役、そのほか多数のスタッフから有益な助言とコメントを頂いた。また、東京都金融広報委員会の金融広報アドバイザー水谷千佳氏から、第4章部分につき、有益なコメントを頂いた。なお、本稿の内容や意見は、筆者に属するものであり、金融広報中央委員会の公式見解を示すものではない。

[目 次]

1. はじめに	3
2. 国内外における消費者詐欺被害	4
(1) 消費者詐欺の被害状況と定義	4
(2) 消費者詐欺被害に関する統計	6
3. 詐欺被害事例の分析	10
(1) 加害者が用いるキーワード分析	10
(2) 不合理行動と説得的話法の役割	12
(3) 受動的な会話の影響	14
(4) 被害者手記にみる心境変化	19
4. 心理状況に即した詐欺被害予防策	22
(1) 詐欺被害予防の原則	22
(2) 平常時の準備の重要性	24
(3) 突然の電話への対応原則	31
(4) その他心理要因の影響	35
5. 詐欺手法の変化と詐欺予防策との関係	37
(1) 詐欺手法の変化	37
(2) 詐欺手法の変化と心理要因の関係	38
6. おわりに	40
参考文献	41
BOX 1: 欧米における行動経済学の応用に向けた体制整備	45
BOX 2: 米国における説得的話法の学習効果例	47

【照会先】 金融広報中央委員会（事務局 日本銀行情報サービス局内）

福原敏恭 03 (3279)1111 内線 4650 <E mail:toshiyasu.fukuhara@boj.or.jp>

1. はじめに

消費者行動を対象とした研究や制度、政策などでは、従来、消費者は自らの意思によって、必要な情報・知識を入手し、合理的かつ適切な行動ができることが暗黙の前提とされることが多かった。

一方、実際の消費者行動においては、このような経済合理性だけでは説明ができない、一見不合理ともいえる意思決定がしばしば観察される。行動経済学は、心理学や社会学の考え方を経済学に採り入れることによって、不合理行動にも一定のメカニズムや規則性があることを明らかにした¹。

欧米では、こうした行動経済学の成果を金融商品の選択や消費者保護、医療・環境問題など、消費者行動と密接に関連した課題に適用し、国民生活の改善や政策コストの節減を目指す例が増えてきた（図表1）。

例えば、米国では、連邦政府の制度設計や政策運営に行動経済学の知見を応用することを趣旨とする大統領令が、2015年に発出された（巻末BOX1参照）。欧州でも各国政府を中心に体制整備が行われているほか、国際機関であるOECD（経済協力開発機構）でも、世界各国における行動経済学の実践例を網羅的に紹介した報告書を2017年に公表している²。また、わが国においても、スマートグリッド（次世代の送電システム）のフィールド実験が行われるなど、新しい動きがみられている³。

本稿では、こうした最近の動向を踏まえ、わが国でかねてより問題となっている消費者を対象とした詐欺について、行動経済学の観点を取り入れつつケーススタディを行い、その結果を踏まえた詐欺予防策を検討する。

（図表1）欧米主要国における行動経済学の応用に向けた体制整備

	地域・国	関連事項
2010年	英国	政府内に行動洞察チーム(BIT)を設立
2014年	米国	大統領行政府・国家科学技術会議の下に社会・行動科学チーム(SBST)を設立
同上	欧州委員会	予測・行動洞察班(FBIU)設立
2015年	ドイツ	連邦首相府下に専門チームを設立
同上	米国	行動経済学の応用に関する大統領令を発出
2017年	OECD	行動経済学の実践事例報告書を公表

¹ 不合理行動については、金融広報中央委員会（2012a、2013）、川西（2016）などを参照。

² White House（2015）、OECD（2017）参照。

³ 依田・田中・伊藤（2017）参照。

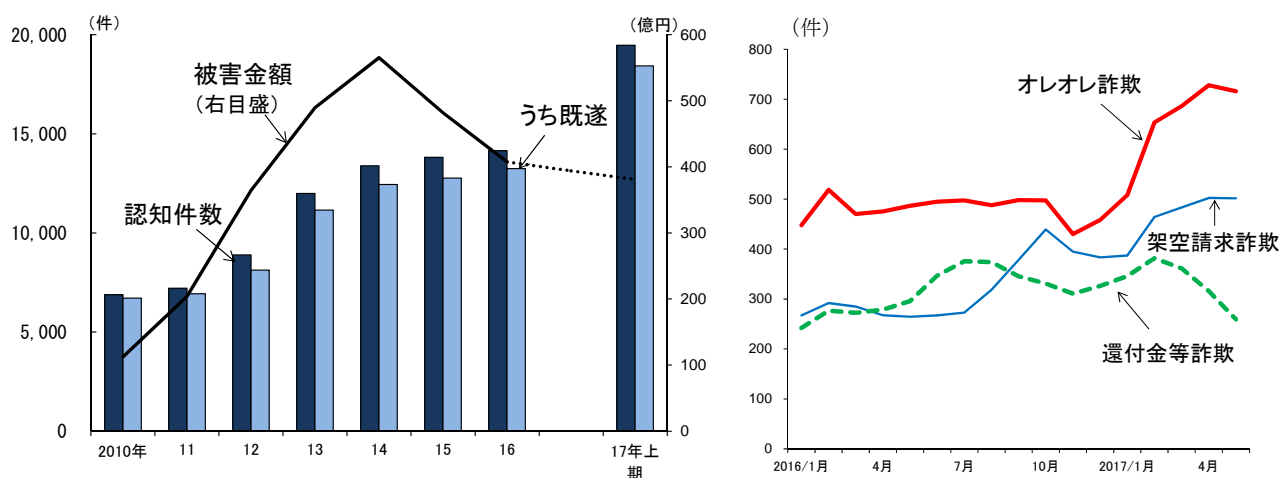
2. 国内外における消費者詐欺被害

(1) 消費者詐欺の被害状況と定義

わが国において、振り込み詐欺など、消費者をターゲットとした詐欺（以下「消費者詐欺」）は、かねてより消費者生活に多大な影響を及ぼしている。警察庁がまとめた特殊詐欺の被害状況をみると、2017年上期には、被害金額は前年同期に比べ減少したものの、認知件数や既遂件数は、前年比約3割増加している（図表2左図）⁴。また、詐欺による資金授受方法も、現金の手渡しや振り込みに加えて、プリペイドカードの使用権移転やキャッシュカードの手交など、多様化してきている（第5章参照）⁵。

このため、被害拡大の防止に向け、警察庁を始め、消費者庁、金融庁などの関係省庁や、地方公共団体の消費生活センター、金融広報中央委員会、国民生活センター、消費者団体などの関係団体が、あらゆる機会を活用し、注意喚起や広報活動を展開している⁶。

（図表2） わが国における特殊詐欺の被害件数・金額（左図）と手口別認知件数（右図）



（出所）警察庁（2017b）。なお、左図の2017年上期の件数・金額は、2016年上期対比の増加率に基づき、年率換算したもの。右図は、月別統計を3期移動平均したもの。

⁴ 2017年上期の認知件数増加の背景を主な詐欺手法別にみると（図表2右図）、2016年下期から架空請求詐欺が増加傾向にあるほか、2017年入り後は、オレオレ詐欺が大きく増加している。なお、2017年上期の被害総額の減少には、既遂一件当たりの被害額の減少（224.1万円、前年同期比▲32.8%）が影響。

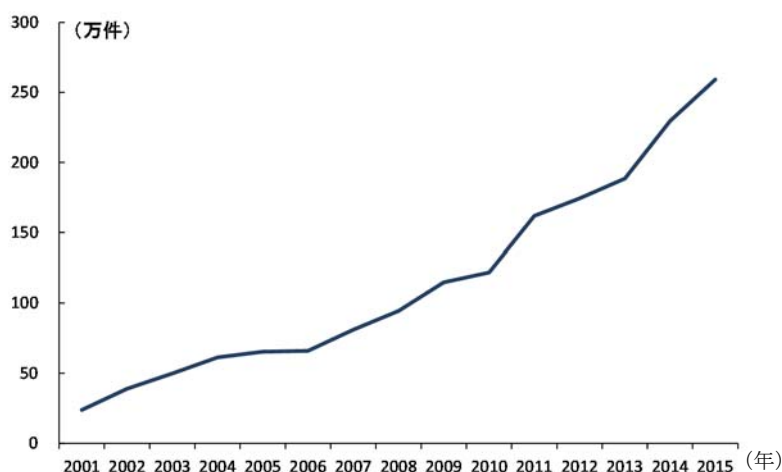
⁵ 警察庁のホームページでは、「大規模な自然災害が発生した後は、災害に便乗した義援金・寄付金などをかたった詐欺が発生したり、また、『マイナンバー制度』や『オリンピックの開催』『電子マネー』など、新たな政策・制度やその時々々の社会の出来事に便乗した振り込み詐欺等の被害が多く発生」との記述がある。

⁶ 金融広報中央委員会では、広報誌「くらし塾きんゆう塾」で詐欺被害の具体的な事例を紹介する「わたしはダマサレナイ!!」を連載している。

さらに、詐欺被害を未然に防止する取組みとして、①金融機関職員による顧客への声掛けや、警察への通報奨励など被害の水際阻止策、②高齢者の振込上限額の引下げ⁷、③預貯金口座や携帯電話の売買取締りなどの加害者対策、などの活動も推進されている⁸。

こうした消費者詐欺による被害は、わが国のみならず欧米でも社会的な問題となっている。例えば、米国での被害件数は、近年増加の一途を辿っている（図表3）。このため、海外においても大規模な消費者調査や、詐欺被害の原因究明、被害防止教育など、様々な対応策が展開されている。

（図表3）米国における消費者詐欺被害(FTC 申告ベース)



（出所）FTC（2016）

そこで、本章では、わが国および米英における消費者詐欺被害の状況を確認する。本節では、それに先立ち国内外における消費者詐欺の定義を比較する。

まず、わが国については、警察庁が特殊詐欺を「面識のない不特定の者に対し、電話その他の通信手段を用いて、預貯金口座への振込みその他の方法により、現金等を騙し取る詐欺」と定義している。なお、警察庁が把握している認知件数ベースで見ると、特殊詐欺のうち振り込め詐欺（オレオレ詐欺、

⁷ 上限設定について、ある地方銀行の例では、70歳以上かつ過去3年間ATMでICキャッシュカードを利用した振り込み実績がない場合の利用限度額を100万円から20万円に下げている。なお、こうした措置は、2017年6月末現在で、37都道府県の217の金融機関で導入されている（警察庁2017b）。

⁸ 内閣府（2008）、消費者庁（2017）参照。なお、警察庁（2017b）によると、金融機関・宅配業者、コンビニエンスストア等による声掛け等による阻止率は近年上昇してきており、2017年上期では、51.4%に上っている（2012年の同比率は、31.4%）。

架空請求詐欺、融資保証金詐欺および還付金等詐欺) が 98%を占めている⁹。

一方、米英などでは、“consumer fraud”、“mass-marketed scam”などと呼ばれることが多い。英国の定義をみると、「面識のない消費者に対し、電話などの通信手段を通じて金銭を騙し取るために、作り話を持ちかける行為」とされている¹⁰。また、米国における定義も、「詐欺的行為のうち、消費者個人から金銭を詐取するもの」となっており、いずれも、やや抽象的ではあるが、基本的にはわが国の特殊詐欺の定義と類似している¹¹。

また、消費者詐欺の具体的な手口は、わが国と英米では、文化的背景や社会事情等が異なるため、加害者が用いるシナリオや、被害者との通信手段、資金授受方法等は異なるが、家族の愛情や利得心につけ込もうとする点には共通しているところが多い。

具体例を挙げると、英米においても、わが国のオレオレ詐欺に相当する“Grandparents scam”（孫を騙って祖父母にアプローチする詐欺）や、“Family emergency scam”（家族の緊急事態を騙った詐欺）などの手口が存在する。

このほか、架空の投資話を持ちかける投資利殖商法や実体のない宝くじに当選したと持ちかける当選商法など、利得勧誘系の詐欺も多発している¹²。

(2)消費者詐欺被害に関する統計

本節では、国内外の関連統計を用いて、被害状況を確認する。

(消費者詐欺の被害遭遇率)

過去1年間における被害遭遇率をみると、わが国で利用可能な調査では、3%程度となっている。海外の調査によると、米国では10%台となっている一方、英国は6%程度となっており、総じてわが国よりも高い値となっている(図表4)。

ただし、国際比較に当たっては、調査方法が国や調査機関によって異なることが大きな影響を及ぼしている可能性があることに留意が必要である。

詐欺被害調査の場合、各国に共通して、詐欺に遭ったことを認めたがらな

⁹ 警察庁(2017c)による2017年1月～8月ベース。なお、振り込め詐欺以外の特殊詐欺としては、金融商品等取引名目詐欺などがある。

¹⁰ OFT(2006)参照。

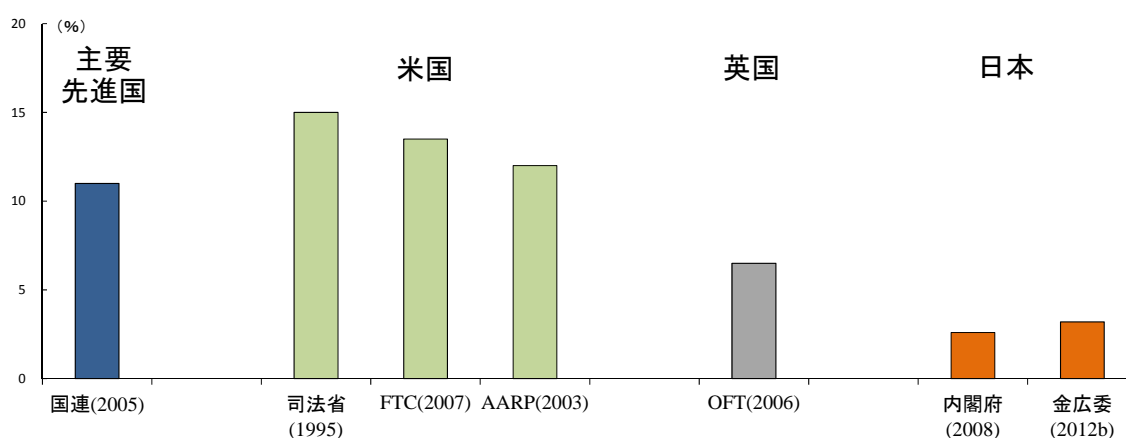
¹¹ FFRC(2013)参照。

¹² 具体例としては、例えば、IMMFWG(2010)参照。

い傾向が調査結果に大きな影響を及ぼすことが知られている¹³。また、被害率は、回答方法によっても異なっており、例えば米国の調査例をみると、匿名のアンケート調査では 11%であったのに対し、面談調査では 4%と、大きな違いがみられた¹⁴。

さらに、被害届出ベースの統計は、過小推計傾向があるといわれており、例えば、わが国でも、詐欺や悪徳商法の被害経験時に消費生活センターや警察に連絡したとの回答割合は、38%に止まっている¹⁵。

(図表4) 国内外の消費者詐欺被害の遭遇率



(出所) () 内は調査公表年。日本以外のデータは、過去1年間の経験に基づくもので、FFRC “Introduction to Research”を参照。また、日本については、巻末参考文献を参照。なお、日本の調査の定義は、内閣府が「過去1年間における購入した商品等の被害や振り込め詐欺の被害」、金融広報中央委員会（金広委）（2012b）が「悪質商法や振り込め詐欺の被害」（期間限定せず）。なお、本文に記したように、調査方法の違いが推計結果に大きな影響を及ぼしている可能性があることには注意。

(消費者詐欺被害者の属性)

消費者詐欺被害の防止策を講ずる際に、被害者に共通する特徴点を明らかにできれば、対象となる消費者層を絞り込むことができる。このため、国内外では、詐欺被害者の性別、年齢、経済環境、家族構成など属性面に関する調査が行われている。

まず、わが国の振り込め詐欺の被害者属性を確認すると、被害者の62%は、70歳代以上が占め、そのうち約8割を女性が占めている¹⁶。

¹³ FFRC (2013) 参照。こうした傾向は、特に高齢者で強くなるといわれている。

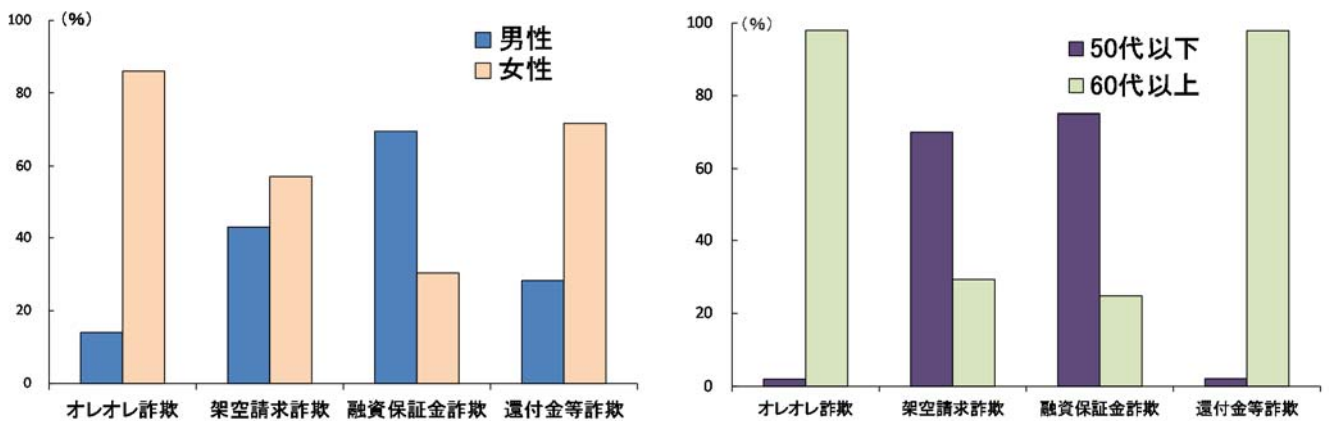
¹⁴ FINRA (2013) 参照。

¹⁵ 金融広報中央委員会 (2012b) 参照。

¹⁶ 計数は、2017年1~8月累計ベース。警察庁 (2017c) 参照。

これを振り込め詐欺の類型別にみると、オレオレ詐欺の被害は、高齢の女性が非常に多い一方で、融資保証金詐欺では、男性・50歳以下の被害が目立つ（図表5）。このような属性の違いには、高齢・女性が日中在宅していて電話をとる機会が多いこと、融資資金ニーズのある個人事業者は男性・50歳代である確率が相対的に高いことが影響している。

（図表5）わが国の振り込め詐欺被害の男女別・年齢層別分布状況

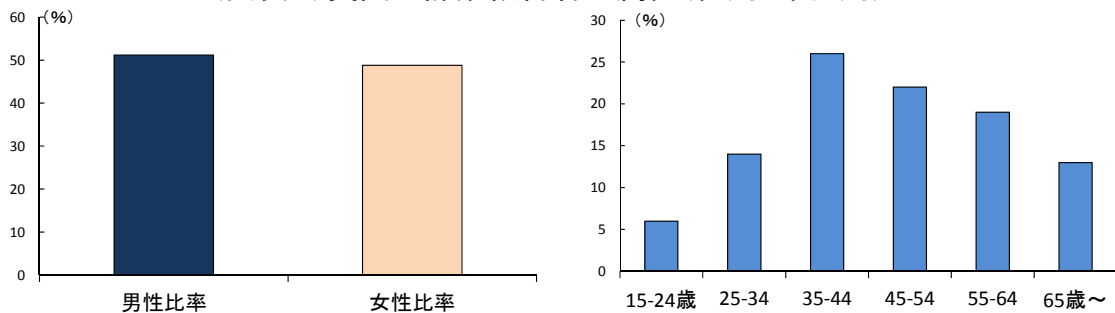


（出所）警察庁（2017c）。2017年1～8月累計ベース。

一方、米英の被害者調査をみると、「詐欺の被害者になり得るか」という観点からの総体的なデータ分析では、属性による特徴的な傾向は確認されていない。

例えば、英国当局は2006年、1.1万人の消費者を対象とした大規模な被害調査を実施した。その結果、被害者全体でみると、性別・年代・学歴などに大きな偏りはみられず、「誰でも詐欺被害者となり得る」との結論を示している（図表6）¹⁷。

（図表6）英国の詐欺被害者の属性（性別・年代別）



（出所）OFT（2006）。

¹⁷ OFT（2006）参照。

また、米国スタンフォード大学は、2012年に詐欺被害状況に関する報告書を公表している。同調査では、性別や年齢別のみならず、学歴、家族構成、人種、住居環境などの属性についても調査しているが、全体としてみると、明確な特徴は確認できず、「典型的な被害者」は存在しないと述べている。

もっとも、米国で実施された架空投資詐欺と宝くじ詐欺に特化した被害調査では、性別や年収によってどちらのタイプの詐欺に陥り易いかを窺うことができる（図表7）¹⁸。

（図表7）米国の詐欺タイプ別にみた被害者属性の違い

	架空投資詐欺	宝くじ詐欺
年齢	55～64歳	75歳以上
性別	男性の方が多い	女性の方が多い
家族構成	既婚者の方が多い	独身者の方が多い
収入	年収7.5万ドル以上	年収3.0万ドル未満
金融リテラシー	平均より高い	平均より低い

（出所）Shadel D. (2012)。上記表は、米国で2003年から2008年の間に実施された5つの被害調査結果を集約したもの。

以上のように、国内外で、詐欺のタイプ（＝誘因）別に被害者属性の特徴をある程度捉えることは可能であるが、「およそ詐欺に陥り易い普遍的な属性」というものは、確認されていない。このため、詐欺被害の分析や予防策の検討に当たっては、実際の詐欺事例を分析することで、具体的な議論を深めていくことが重要である。

¹⁸ FFRC (2012) 参照。

3. 詐欺被害事例の分析

前章では、国内外の詐欺被害の状況について、被害件数や被害遭遇率、被害者属性などをみた。

本章では、国内で実際に発生した詐欺被害事例をもとに、加害者の巧妙な心理操作の手口と被害者の心理変化を追いながら、詐欺被害の心理的メカニズムを分析する。具体的には、①加害者が用いるキーワード分析、②加害者と被害者との間の会話の特徴、③被害者手記にみる心境変化に関するテキスト分析を行う。

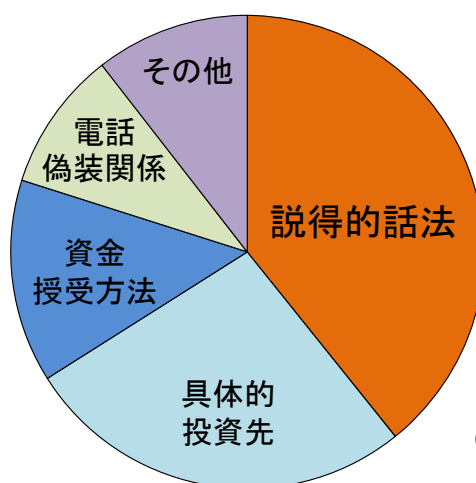
(1) 加害者が用いるキーワード分析

本節では、特殊詐欺に至る会話の中で、加害者が頻繁に用いるキーワードを使用目的別に分類し、その特徴点を検討する。

なお、分析データには、京都府警察管下の京丹後警察署がホームページ上で公開している「特殊詐欺キーワード集」を用いた。同キーワード集は、消費者から寄せられた特殊詐欺に関する相談や新聞報道などに基づき、加害者が頻繁に用いるキーワードを収集し、五十音順に掲載したものである。

「ことば編」に収録されている 209 のキーワードを犯人の使用目的に着目して整理すると、①「オレオレ」など電話偽装関係、②「クリーンエネルギー」など具体的な投資先、③「ATM」など犯人との資金の授受方法、④「必ず儲かる」など被害者を巧みに誘導しようとする説得的話法の 4 通りに分類することができた（図表 8）¹⁹。

（図表 8）「特殊詐欺キーワード集」のタイプ別内訳



（出所）京丹後警察署（2015）「特殊詐欺キーワード集」の「ことば編」収録の 209 のキーワードを筆者分類。

¹⁹ 同様の手法による英国の調査例については、OFT（2009）参照。

次に、各分類に属する具体的なキーワードを紹介する（図表9）。

まず「電話偽装関係」は、「オレオレ」、「（風邪をひいて）声が出ない」、「携帯の電話番号が変わった」など、電話を通じた詐欺的会話を被害者に納得させるためのキーワードである。本分類には、報道などでも頻繁に紹介されている用語が多く含まれるが、キーワード数全体に占める比率は、約1割に止まっている。

次に「具体的投資先」は、主に架空投資詐欺の具体的な投資対象を示すもので、例えば、「クリーンエネルギー」、「赤珊瑚」、「外貨」などであり、キーワード全体の約3割を占めた。

続いての категорияは、「電子マネー購入」、「キャッシュカード」、「宅急便」など、被害者からの資金授受方法に関連したキーワードである。

最後に、最もキーワード数が多く全体の約4割を占めたのが、加害者の意図する方向に被害者を誘導しようとする説得的語法に関連する用語であった。

（図表9）「特殊詐欺キーワード集」収録のタイプ別キーワード実例

説得的語法(82)	
信憑性	警察官、裁判所職員、司法書士、銀行員、有名企業名、会社の上司、教え子
感情喚起	恐怖喚起……「会社を首になる」、「交通事故にあった」、「捕まりたくなかったら」、「ブラックリスト掲載」 利得勧誘……「必ず儲かる」、「3倍で買い取る」、「損しません」、「還付」
希少性	「今日中」、「あなたにだけ」、「抽選に当選」、「残り僅か」
具体的投資先(56)	クリーンエネルギー、赤珊瑚、外貨、再生医療、ダイヤモンド、未公開株
資金授受方法(29)	電子マネー購入、ATM、キャッシュカード、携帯電話、宅急便、通帳を預かる
電話偽装関係(20)	「オレオレ」、「声が出ない」、「電話番号が変わった」、「携帯電話を紛失した」

（出所）京丹後警察署（2015）記載のキーワードから抜粋。（ ）内はキーワード数。

その内容は多様であり、①警察や銀行員など肩書詐称、②被害者の息子を装って「会社を首になる」、「逮捕される」、「交通事故にあった」などと偽る、③「必ず儲かる」、「損しません」などの謳い文句による投資勧誘、④「今日中」、「あなたにだけ」など行動促進を目的としたもの、などが含まれている。

(2) 不合理行動と説得的話法の役割

(行動経済学と説得的話法の関係)

前節で関連するキーワード数が最も多かった犯人との会話を通じた聞き手の誘導には、「説得的話法」と呼ばれる手法が用いられている。

「説得的話法」は、もともと、企業の営業戦略の一環として理論化・精緻化されてきた経緯がある。その目的は、主に言語を用いて、消費者の態度や行動を購買促進方向に変化させることにあり、メッセージの説得効果を高めるために、消費者心理学的なメカニズムが利用されている²⁰。

犯人は、こうした手法を被害者との電話を通じた会話で利用し、例えば、利得意識を高めたり、不安を解消したいという気持ちを強めたりするなど「人としての潜在的願望」を喚起し、被害者を感情的に高ぶった状態に陥らせようとする。被害者がこのような状態に陥ると、犯人が発する虚偽的なメッセージを「何かおかしい」と感じる精神的な余裕を失い、詐欺被害に繋がる不合理行動を起こしやすくなる。米英の消費者詐欺被害の実例分析においても、犯人が同様の手法を多用していることが指摘されている²¹。

このように、合理的に判断すべき局面で感情的な意思決定が優先されてしまう現象を行動経済学では「認知的節約」と呼ぶ²²。消費者が詐欺被害に遭遇

²⁰ 杉本編 (2012)、Solomon (2013) 参照。なお、ここでいう「態度」とは、人物や物・ブランド等に対する全般的な評価のことを指し、商品購買行動に大きな影響を及ぼし得る。

²¹ Cialdini R. (2009)、OFT (2009)、Shadel (2012) 参照。

²² 行動経済学では、人間の意思決定は、①情報を十分に吟味せず、無意識的で直感的に判断する簡略的な意思決定システム（「システムⅠ」）と、②幅広い情報に基づき論理的な判断を導く意思決定システム（「システムⅡ」）、の二つを必要に応じて使い分けられていると考えられている。こうした枠組みで考えると、被害者が加害者からの電話を詐欺的であることを見破るためには、上記二つの意思決定プロセスのうち、冷静・論理的な判断が可能な「システムⅡ」を用いる必要がある。これに対して、加害者側は、本文で述べたように、被害者を感情的に高ぶった状態に陥らせることによって、「システムⅠ」による拙速かつ簡略的な意思決定を引出そうとする。被害者は、一旦感情が高ぶった状態になると、その原因を一刻も早く除去し、安定した状態に戻りたいとの意識が働くため、「システムⅡ」による論理的な思考を放棄（節約）し、加害者の提示する安易な解決策を選択しようとしてしまう。これが「認知的節約」の状態である。なお、認知的節約と消費者詐欺の関係については、川西 (2016)、廣田・山地 (2011) も指摘している。

する過程では、認知的節約や第4章で説明する自信過剰傾向など、不合理行動が深く関連していることを踏まえ、詐欺予防策を検討する上で、行動経済学の知見を採り入れることが有益である。

(説得効果を高めるためのメカニズム①: 発信源効果)

次に、説得的話法の効果を前節で用いた「特殊詐欺キーワード集」の実例に即して、具体的に説明する。

そもそも、説得的話法の効果は、主に「発信源効果」と「メッセージ効果」という二つの効果の組み合わせで発揮されることが多い²³。

まず、「発信源効果」とは、メッセージを発する人間（発信源）の信用度を高くみせることで、メッセージの信憑性を向上させ、ひいては説得効果を高めようとする効果である。

一般に、発信者の信用度は、発信者や発信者の属する組織が、メッセージの内容について専門知識や社会的な権威を有していると思われる場合に高まる。前節のキーワード集に即してみれば、加害者が電話口で、警察や裁判所など公的当局の職員を騙ったり、手続きの案内を装って銀行員や司法書士などと名乗ったりするのは、発信源効果を高めるためである。

このほか、公的な肩書以外でも、息子の事情をよく理解してくれる会社の上司や昔の教え子など、受け手が好意を持ったり、受け手との共通項が存在するかのように思わせることも、発信者の信用度を高めることに繋がる。

(説得効果を高めるためのメカニズム②: メッセージ効果)

第二の「メッセージ効果」とは、メッセージの内容を消費者心理に即して工夫することで説得効果を高めるテクニックである。

これには複数の手法が存在するが、消費者詐欺で頻繁に用いられるのは、①恐怖喚起や利得勧誘など受け手に感情の高ぶりをもたらす「感情喚起」と、②メッセージに各種の切迫性をもたせ、行動喚起を促す「希少性」である。

まず、感情喚起のうち、「恐怖喚起」の手法では、受け手に現実的な脅威が迫っていると説いて怖がらせた後、直ちに、その脅威を回避するための対応策を提示する。受け手にとっては、恐怖喚起メッセージと回避策がセットで伝えられるため、発信者から提示された要請を直ちに承諾し、目先の脅威を回避しようとする強い感情が働く。

前節のキーワード集に即してみると、息子だと信じた相手から、「会社の

²³ 松井・西川 (2016) 参照。

金の横領が発覚し、解雇される危険がある」、「交通事故に遭った」など危機的状態に陥ったと告げられた後、「理解ある上司に金を渡せば解決できる」、「示談金でカタがつく」などといった危機回避策がセットで提案される。

また、発信源効果の項で採り上げた警察や裁判所関係など、公的な権威の介在がほのめかされると、聞き手の不安感が増長され、恐怖喚起効果も強まる。

これに対して、架空投資詐欺など虚偽的な「利得勧誘」では、「絶対に儲かる」、「損しません」、「3倍で買い取る」など、非現実的だが魅力的な儲け話を持ちかけることで、聞き手が興奮状態に陥るように仕向ける。ここでも、加害者側は、後述する「希少性」など他の説得効果を併用することで、「貴重な投資機会を逃がしてはならない」という強い感情状態を作り出そうとする。

さらに、感情喚起と並んで、「希少性」を強調することも、メッセージの説得性を高めるうえで非常に効果的である。希少性とは、入手しにくいモノほど、魅力的に思えてくる心理効果である²⁴。

具体的には、数に限りがあるといわれると、入手機会を逃した場合に生ずる後悔を回避しようとして、積極的に入手しようという感情が働く。また、「入手するには即座の決断が必要」といわれると、聞き手は、平常時ならば理性的な意思決定ができる場合でも、時間短縮のために直感的な判断に依存してしまい、説得的話法に誘導されやすくなる。

このような「希少性」のメッセージ効果を特殊詐欺のキーワード集の実例に即してみると、①「今日中」に資金の振り込みが必要、といった時間限定性、②詐欺的投資話を「あなたにだけ」といって勧誘する対象者限定性、③同様に投資対象が「残り僅か」といって即座の決断を迫る数量限定性など、様々なタイプがあることがわかる。

(3) 受動的な会話の影響

本節では、第二のケーススタディとして、実際に、犯人と被害者との間で交わされた電話会話記録に基づき、犯人側の説得的話法の利用例と、これに対する聞き手の反応について検討する。

多くの都道府県警察では、管下で発生した特殊詐欺被害の電話記録や再現音声をホームページ上で公開しており、2017年初現在で40本以上存在する。

²⁴ Cialdini R. (2009) 参照。

本節ではまず、その一例として、千葉県警察がホームページ上で公開している振り込め詐欺の電話会話記録を採り上げる（図表 10）²⁵。犯人は、被害者の息子を騙り、「会社の金の使い込みが発覚し、警察に逮捕される恐れがある」と繰り返し説くことで、聞き手の恐怖を煽りつつ、「250 万円が至急必要」と時間限定性をもって回避策を提示している。

下記で引用した会話は、時間にして 4 分弱に過ぎないが、犯人は説得的話法を用いたキーワードを 48 回も被害者に投げかけている。具体的には、①「警察、弁護士、税理士」など事件の信憑性に関するキーワード、②「事情聴取、身柄拘束、逮捕、証拠、容疑者扱い」など息子の身に危機が迫っていることを強調する恐怖喚起のキーワード、③「今日中、今夜、朝一」など現金受け渡しに関する切迫性を演出する希少性に関するキーワードなどである。

一方、被害者の会話内容をみると、「警察に行くの？ 250 万のお金を払えばいいってわけではないの？ しょうがないことだね」など、犯人の説得的話法に対して受け身の会話に終始している。

犯人が会話を一方的に主導する流れの中では、被害者は感情的な状態に陥りやすい。その結果、理性的な判断力が低下したり、警戒心が弱まったりして、犯人の要請をつい承諾してしまいがちになる。

こうした受動的な会話のパターンは、本事例に止まらず、千葉県警察が公開している他の電話記録や、その他の被害音声ファイルの多数事例に共通している。

（図表 10） 実際の犯人との電話会話記録①（被害に遭った事例）

—— 犯人側の会話のシャド一部分は、詐欺的話法に該当する部分

犯人	被害者
<p>もしもし うーん、〇〇。 うーん。 今日さ、やっぱり、もう、これからまた警察とか行って、 そ、また事情聴取して。 また、遅くなっちゃいそう。もしかしたら、泊まり込みとかすっかも知れないの。 そう、なんか身柄拘束で。 俺と経理のやつが、やっぱ名前拳がっちゃってて。</p>	<p>はい、もしもし。 はい、はい。 はい、〇〇？ うん、どうしたの？ あつ、警察行くの？ うん。 どこに？ 警察に？ 身柄拘束されるの？ えー。</p>

²⁵ 千葉県警察（2015）参照。

そう、だから今また、かかってきて電話が、弁護士さんの方に。

そ、だから、今日たぶんそっち行けないと思うから。

うん、たぶん、逮捕とかまではいかないと思うんだけど。

うーん、いや、たぶん、逮捕はないと思う、逮捕なければまた出て、すぐ出てこられるから、明日とかには。

もう、今日たぶん、夜はたぶんもう無理だと思うんだよね。

そう、だから、なんとか今日中にそっち行こうと思ったんだけど。

もう行けなそうだもん。俺と経理のやつ名前が拳がっちゃってるから。

そう、二人

まあ、手つけちゃったからね。まっ、他の会社の従業員みんな知らないからね、ほんとに。

だから、明日、なるべく、もう朝一でそっち行けるようにするから。

うーん、朝行けるようにするから。

あー、ごめん、ほんとに。家に明日とかいられる？

じゃ、明日、今日の夜も、

あの一、警察の、警察署の方から出てこれるようだったら、

これからまた向かうところ。

そう、いまずっと弁護士さんのとこで書類作ってて、

で、電話もさっきから、かかってきちゃってて、どうしても行かないとだめってことで、

もう、こないんだったら、こっちから行くとか言ってて、どうせまた、それで連れてくとかかって言ってるから。

刑事が、刑事さんが。

そう、そっちからこないんだったら、こっちから行きますよって言ってて。それ、警察の方へ任意同行じゃないけど、連れて行くって言うから、もう、だったらこっちから行くから。

そう、もう結構大変なことになっちゃっててさ。

いいんだけど、やっぱ、その警察としてはもう、話もちゃんと、取調べして裏付けとか取りたいから、

うーん。警察はもう、会社とか税理士に頼まれちゃってるから。やる

あー。

あらら。

逮捕されるかも知れないの？

明日には出てこられるかも知れないの？

あっ、夜取りにこようと思ったの？

うーん。

誰と？ 経理の？

二人拳がっちゃってるの？ そんな悪いことしたの？

うーん。

朝一で？

じゃ、お母さんお金も、ずっと持ってたなきゃいけないね。

うーん、お母さん、一人でいるよ。

うん。

警察署の方から、今警察にいるの？

これからまた向かうとこなの？

うーん。

うーん。

どこへ？

刑事さんが？

うーん、うーん。

250万のお金を払えばいいってわけじゃないの？

うん。

あら、そうなんだ。

ことやらないとだめだから。

だから、もう、いきなりこの1日、証拠いろいろ見つかって、かた
めて捕まるとかないと思うから。

必ずそっちには、もう、俺と弁護士さん行くようにするから。

そう、そっち行くから。

で、今日の夜、もし早めに警察署出れるようだったら、また電話す
るから。

うーん、なるべく、もう今日中に行きたいから。

いやー、ほんと申し訳ない。

また、また電話するよ。

うん。なるべく、もう、今日中に行くようにするから。

まっ、たぶん無理だと思うけど、今日は。

たぶん無理だね。

これからだから。

もう、だって、俺と経理の奴しかいないから。

うーん。

完全に容疑者扱いだから。

完全に、そう。いや、別に証拠とかそういうの無いから。

だから、もう、俺とか何もしゃべらないで、弁護士さんに全部やって
もらってるんだけど、

そうなんだよ。

(後略)

うーん。

あー、うちへ弁護士とあなたがくる
の？

うーん。

今日の夜ね？

分かった。

ほんとね。困ったもんだわね。分か
ったよ。

分かった。

なるべく今日中に来るようにする
の？

今日は無理だ？

うーん。

じゃ、しょうがない。

あっ、そうなんだ。

じゃ、しょうがない。

容疑者扱い？ 警察で？

うーん。

うーん、じゃ、弁護士費用もかかるじ
ゃないの？

ねえー、しょうがないことだねー。

(後略)

(出所) 千葉県警察「実際にあった『電話 de 詐欺』の電話音声」のうち、ケース2 (平成27年2月録音、松戸東警察署提供) を一部省略の上、引用。なお、本テキストで採りあげた通話の前に、犯人は会社の金を横領した旨の電話をしてきている。また、テキスト内の説得的話法を示すシャドーは、筆者が付した。

なお、公開された会話記録の中には、上記の典型的な会話パターンとは異なり、被害者が会話の流れを遮って、家族だけが知っている情報などを犯人に尋ねたり、話を切り返したりすることで、被害を免れた例も存在する。例えば、愛知県警察が公開している会話記録では、被害を免れた人 (以下「父親」) が犯人に質問を繰り返すことで詐欺被害を免れている²⁶。以下、会話内容を紹介する (図表11)。

²⁶ 愛知県警察 (2014) 参照。

まず、警察官を装った犯人は、「息子さんの過失により、交通事故が発生し、相手方車両の乗員が重篤な傷害を被った。このため、示談金が至急必要」という話をする。

続いて、示談手続の説明を進めようとする犯人に対し、父親が、「その前にちょっとお尋ねするが」とか、「はっきりさせておきたい」といって話を遮り、「電話番号は誰から聞いたか」、「息子のフルネームは？ 勤務先は？」、「息子は免許を持っているがしばらく運転していない」などと頻りに切り返している。

そして、会話の最後の部分では、示談金の支払を迫る犯人に対し、父親は、即決を避け、「事故の事実を母親にも知らせる必要がある」と切り返すと、犯人は突然電話を切り、未遂に終わっている。

(図表 11) 実際の犯人との電話会話記録②(被害を免れた事例)

犯人	被害を免れた人(父親)
<p>本日 11:26、息子さんが〇〇交差点で車同士の接触事故を起こされてね。 △△さんのご家族ではないのですか。 (途中略)</p> <p>息子さんはお母さんに伝えないでほしいと言っていた。 相手方との示談も済んでいないですから、守秘義務がある。 口外してはいけないという決まりがある。相手方の心象も悪くなる。 伏せておいてくれないと困る。 それはわかるが、示談交渉が終わってからにしてはどうか。 そういう決まり。法律を守ってくれないと困る。 お父さんにやってもらわないと困る。 もう結構です。息子さんには刑務所に行っていたたく。 (電話が切れる)</p>	<p>息子の名前は何という？フルネームで。 (途中略)</p> <p>家内に(息子の交通事故の件を)早速連絡しましてね、勤めているので。 でもこれは、当然知らなくてはならないし、わかることですから。 でも、母親は第三者とは言えないのではないか。 どっちみっち、息子が事故を起こしたことを母親が全然知らないという訳にはいかない。 私一人で示談など進められない。 そうですか、母親は全く無関係ということになってしまうのか。 でも実際問題として、家内抜き示談交渉はあり得ない。どうなのでしょう。 家内が代行できないのでは困る。</p>

(出所) 愛知県警察「振り込め詐欺の実録音声」(2014)の一部を筆者がテキスト化した。

また、長崎県警察の電話会話記録では、息子を騙る犯人に対し「生年月日を言ってみろ」と切り返したり²⁷、静岡県警察の記録では、息子を騙る犯人に現在の居場所や勤め先を尋ねたりすると、犯人は、突然電話を切断している²⁸。

(4) 被害者手記にみる心境変化

本節では、第三のケーススタディとして、犯人との会話のやり取りによって変化していく被害者の心理状況を、広島県警察が公開している「なりすまし詐欺被害者の手記」に基づいて検討する²⁹。

同手記は、息子を名乗る犯人から電話を受けた63歳の主婦の体験を記したもので、その特徴は、犯人とのやり取りのみならず、会話の状況に応じて変化する被害者の心境が率直に記述されていることにある。

以下、犯人の言動と、これに対応する被害者の心理状態の変化を整理する(図表12)。なお、息子を騙る犯人は、「会社の金の使い込みが会社の監査で発覚しそうなので、今日中に200万円を振り込んでくれ」との趣旨の電話を5回に亘り行っている。

まず電話を受ける前の平常心の状態では、「なんであんな簡単な詐欺にかかるのだろう」と記されており、「自分なら簡単には騙されない」という自信過剰傾向がみてとれる。騙されることはないと日頃考えていると、詐欺被害予防策に接しても、無関心なままで、学習意欲に欠け、無防備な状態になりやすい。

こうした心理状態は、息子を騙る犯人から突然の電話を受けた途端に大きく変化する。電話の声がいつもの息子の声と違うことを訝しみながらも、「電話では話せない相談事がある」と言われると、電話が切れた後「大変な事が息子の身に起こっていると思い、訳がわからないままに胸がドキドキし、生きた心地がしなくなった」と不安や恐怖心に襲われている。

程なくして、2回目の電話がかかり、犯人から会社の金の横領が発覚しそうであると告げられると、一層、恐怖心や絶望感が募り、「悪い予感は当たった。絶望で目の前が真っ暗になった。息子の将来は絶望的」と述べている。

3回目の電話では、一転して、息子に目をかけてくれる理解のある会社の上司役が電話口に登場し、事態収拾策を検討してみるといわれると、「知らず知らずのうちに、みたこともない上司にすぎる気持ちとなり、感謝の気持

²⁷ 長崎県警察参照。

²⁸ 静岡県警察(2015)参照。

²⁹ 広島県警察(2014)参照。

ちを精一杯申し上げた」と記されており、恐怖回避策が提示されることで大きな心境変化が生じていることが確認できる。

(図表 12) 「なりすまし詐欺被害者の手記」にみる被害者心理の変化

犯人側の動向	被害者の心境(手記)	心理状況
① 電話以前	「なんであんな簡単な詐欺にかかるのだろう。被害者は、よっぽど、人の良い方なのだろう」とあきれ気味。	平常心
② 息子を騙る犯人①からの突然の電話	大変な事が息子の身に起こっていると思い、訳がわからないままに、胸がどきどきし、生きた心地がしなくなった。居ても立ってもいられなくなった。	恐怖喚起 ①
③ 犯人①から会社の金横領の話を書く	悪い予感当たった。絶望で目の前が真っ暗になった。息子の将来は絶望的。	恐怖喚起 ②
④ 目をかけてくれる上司(犯人②)からの電話	知らず知らずのうちに、みたこともない上司にすがり気持ち。(上司に)感謝の気持ちを精一杯申し上げた。	恐怖回避策の提示
⑤ 200万円が必要と持ちかけられる	借金してでも息子のピンチを助けるつもり。上手に払いたい一心で(犯人の言葉を)一言も聞き逃すまいと、一生懸命覚えた。	恐怖回避策の実行
⑥ (被害者が)詐欺だと気が付いた瞬間	間髪で『なりすまし詐欺』の被害を逃れ、気が抜けた状態で帰宅した。	冷静さを取り戻す

(出所) 広島県警察 (2014)。なお、被害者は、広島警察署管内在住主婦 (63 歳)。

その後、4 回目の電話では、会社の上司役と息子役から、帳簿処理に 200 万円が必要といわれ、5 度目の電話で、具体的な振り込み方法に関する指示がある。その時の心境は、「借金してでも息子のピンチを助けるつもり。上手に払いたい一心で(犯人の言葉を)一言も聞き逃すまいと、一生懸命覚えた」とあり、一連の説得的話法の効果もあり、金を振り込むことに何ら迷いが無い状態に陥っている。

なお、行動経済学では、こうした心理状態の下では、自分の下した(犯人

の指示に従うという) 決断と整合的で都合の良い情報を重視する反面、相反する情報については、軽視しやすくなることが知られている³⁰。

ちなみに、この詐欺被害の犯行は未遂に終わっている。これは、被害者が金融機関に振り込みのために自転車で向かう途中、交番を見かけたことを契機に、詐欺ではないかと疑念を抱き息子の本来の電話番号に電話したためである。その時の心境は、「間髪で『なりすまし詐欺』の被害を逃れ、気が抜けた状態で帰宅した」と記されている。

このように、本手記をみると、①「自分は大丈夫」と思っている、実際に電話を受けると冷静ではいられなくなること、②恐怖が喚起された後に回避策が提示されると、いとも簡単に受け入れてしまうこと、③一旦決断して行動に移すと、冷静さを取り戻すのは容易でないこと、などの被害者心理の特徴がよくわかる。

³⁰ こうした心理傾向を行動経済学では、「確証バイアス」と呼んでいる。

4. 心理状況に即した詐欺被害予防策

(1) 詐欺被害予防の原則³¹

前章では、実際の消費者詐欺のケーススタディを行い、犯人と被害者双方の会話の特徴や、不合理行動に至る被害者の心理変化について考察した。本章では、こうした考察を踏まえつつ、心理状況に即して具体的な詐欺被害予防策を検討する。

まず本節では、具体策を検討する前に、詐欺予防策を情報の受け手である消費者に効果的に伝えるためのポイントを、主に行動経済学的な観点から整理する。

(情報過多への配慮)

消費者詐欺には多様な手口が存在し、絶えず変化している。このため、最新の情報や個別具体的な対応策を消費者に提供することが重要なことは、言うまでもない。

ただし、具体的な情報を詳細かつ正確に盛り込もうとする余り、詐欺手口の分類数や個別の注意事項の項目数などの情報の全体量が多くなり過ぎると、消費者は、資料を読むのを断念したり、先送りしたりしてしまう可能性がある。これは、行動経済学で「情報過多」と呼ばれる現象で、こうした心理反応の背景には、人間が複雑な思考プロセスを無意識のうちに回避しようとする心理傾向が影響している。

このような心理特性を考慮すると、消費者に提供する予防策は、極力情報を厳選し、要点をせいぜい3つ程度に絞り込むなど、情報過多を避ける工夫を行うことが望ましい。

(自信過剰傾向への配慮)

消費者は、平常時には、「自分は騙されない」という自信過剰傾向にある。こうした心理状態では、自ら予防策を講ずる必要性を軽視したり、無関心になったりしやすい。この点については、次節でより詳細に検討する。

(自尊心への配慮)

消費者は誰も、「自分が詐欺被害に陥るほど愚かであるとは思いたくない」という自尊心を有しており、特に高齢者層はこの傾向が強い。この点、詐欺被害防止セミナーに参加したり、予防手段を講じたりする行為が、自分

³¹ 本章の記述に当たっては、東京都金融広報委員会の金融広報アドバイザー水谷千佳氏から多くの示唆およびコメントを頂いた。

の詐欺脆弱性を暗黙のうちに認めることに繋がるため、積極的に取り組もうとしない。

また、詐欺防止策のメッセージは、どうしても「～してはいけない」など、否定型や禁止的な表現をとることが多い。消費者は、対応策が理屈上は正しいことを理解していても、禁止的な表現が使われると、無意識のうちに自分の選択の自由が侵害されたように受け止めがちである（これを「心理的反発」と呼ぶ）³²。特に高齢者は、否定的・ネガティブな情報よりも、肯定的ないしポジティブな情報を無意識のうちに重要視する傾向がある（これを「ポジティブ優位性効果」と呼ぶ）³³。

こうした情報の受け手側の心理を勘案すると、詐欺予防策のメッセージは、なるべく禁止的、強制的な表現を避けることが望ましい。

実際に、米国の詐欺予防セミナーでは、受講者の自尊心を傷つけないように、「あなた自身が被害に遭遇する可能性は低いかもしれないが、家族や友人などが被害に遭わないように、詐欺防止策を理解・伝達できるようにする必要がある」などと説明法を工夫している。

わが国でも、セミナーや消費者相談などの場において、高齢者の自尊心に配慮したコミュニケーションが心がけられており、例えば、被害経験を直接尋ねるかわりに、「最近、～のような詐欺電話が近所にかかっているようだが」などと第三者的な立場で話せるような状況を作り、会話の中で本人が経験した事実を聞き出すといった配慮がなされている。

また、行動経済学で「フレーミング効果」と呼ばれる、同じ内容でも表現の方法（フレーム）次第で聞き手の受け止め方や意思決定に大きな違いが生ずることがわかっている。このため、米国では「詐欺被害者が消費者の13%にも及んでいる」と伝えるかわりに、「87%の消費者は被害を回避しており、防止策を学ぶことであなたもその仲間になれる」などと、肯定的な表現にするように努めている。

（被害者心理面からみた詐欺被害予防の原則）

以上のような、情報の受け手である被害者の心理に配慮した上で、具体的

³² 「心理的反発（リアクタンス）」については、Cialdini R. (2009)、今井 (2010) 参照。なお、心理的反発は、第3章で説明した説得的話法の一つである「希少性」でも生ずる。すなわち、対象が入手困難であると説明されると、自分の選択の自由が制限されたように感じ（＝心理的反発）、これを解消しようとして、入手意欲が高まる。

³³ 「ポジティブ優位性効果」については、秋山 (2013) を参照。

な詐欺予防策を検討する（図表 13）³⁴。検討に当たっては、①情報過多に配慮し伝える要点を 3 点までに限定したほか、②自信過剰傾向のみられる平常時の対応を加えるとともに、③各対応策の表現を禁止型・否定的ではなく、行動奨励型・肯定的内容とする、といった点に配慮した。

以下では同表に従い、①平常時の準備、②突然電話がかかってきた場合の対応、③その他心理要因、の三つのフェーズに分けて詐欺予防策を検討する。

（図表 13）被害者心理面からみた詐欺被害予防の原則

状況	被害者心理	対応策
平常時の準備	自信過剰・無関心	（電話に出ないための事前対応） ① 詐欺脆弱性テストなどで、「誰でも騙される」ことを理解 ② 「電話に出ない」ためのハードウェア上の対策
犯人からの突然の電話	説得的話し方により、次第にひきこまれていく	（突然の電話への対応原則） ① 説得的話し方の速やかな察知と会話の打ち切り ② 第三者と相談する機会の確保 ③ 個人情報秘匿と質問・反論による牽制
その他心理要因	疲労や高ストレスによる判断力の低下 被害に遭った記憶と教訓の散逸	① 疲れやストレスがたまっていると感じる時は、電話に出ない。または、「家族と相談する」と言って電話を切る。 ② 再被害防止のため、第三者への相談体制などの徹底

（出所）筆者作成。

（2）平常時の準備の重要性

（自信過剰傾向の拡がりの問題）

前章の被害者手記にも示されているように、心理面で平常時の最大の問題は、「他人は詐欺被害を受けることがあっても、自分は撃退できる」あるいは「自分は騙されない」という自信過剰傾向が行動に及ぼす影響である。

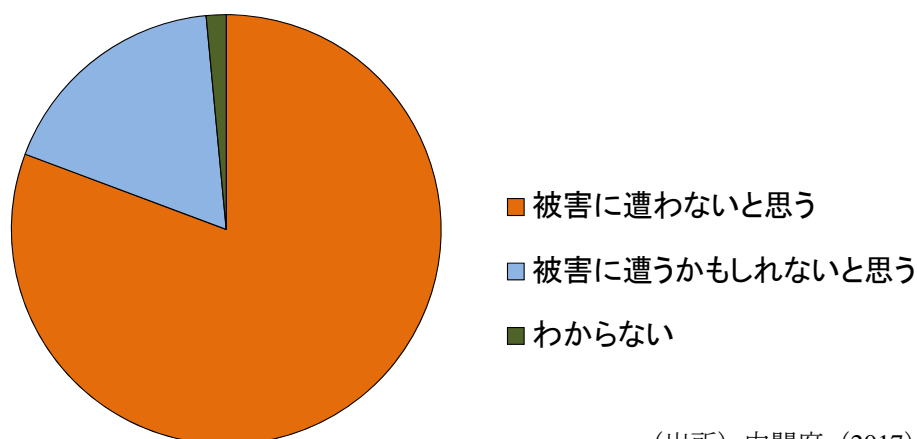
³⁴ 消費者詐欺被害の心理的分析については国内でも研究が蓄積されてきており、例えば、西田（2009）、秋山（2013）などが詳しい。

特に、「自分は騙されない」と思い込んでしまうと、詐欺予防策の必要性を正しく理解できず、学習意欲の欠如や無関心に繋がる恐れがある。この結果、無防備な消費者は、犯人からの突然の電話に適切に対応できず、詐欺被害に遭遇する可能性が高まってしまう³⁵。

また、予防策を提供する立場からは、無関心層に対しては、予防知識の教授のみならず、消費者の意識を変えるための工夫に十分留意する必要がある。

こうした問題に関し、まず、わが国の消費者のうち、どのくらいの人に自信過剰傾向がみられるのか、データで確認する。内閣府が2017年に公表した特殊詐欺被害に関する世論調査の結果では、約8割の回答者が、広義の「被害に遭わないと思う」と回答している（図表14）³⁶。

（図表14）わが国消費者の特殊詐欺被害に対する認識



（出所）内閣府（2017）

これを回答者年齢別にみると、広義の「被害に遭わないと思う」の回答比率は、どの年代でも8割程度でさほど変わりはない。ただし、その内訳をみると、高齢者になるほど、「どちらかといえば自分は被害に遭わないと思う」が減少する一方、「自分は被害に遭わないと思う」の選択比率が上昇しており、自信過剰傾向が強まっている（図表15）。

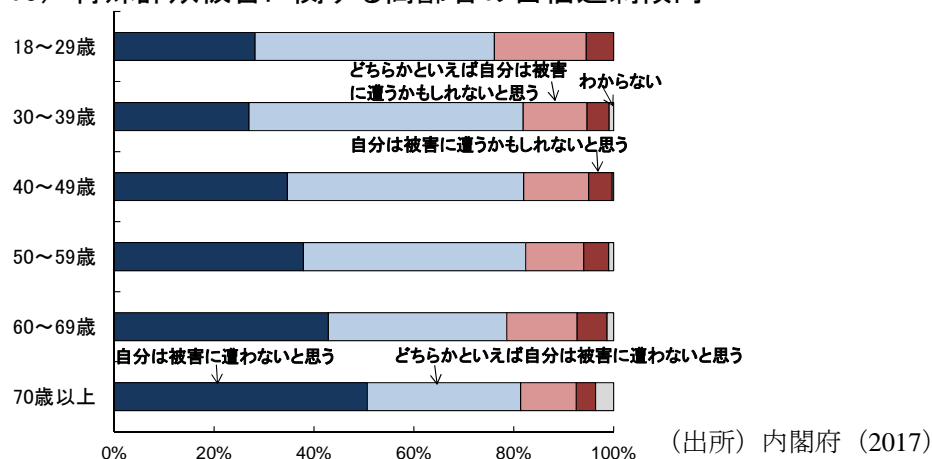
また、詐欺対応能力と関連が高いとみられる金融リテラシーの状況について、2016年公表の「金融リテラシー調査」の結果をみると、消費者は、自分の金融リテラシーを実力以上に評価する傾向がみられ、こうした傾向は金融リテラシーが低い層で特に顕著である（図表16）³⁷

³⁵ 内閣府（2008）でも平常時の準備の重要性を指摘している。

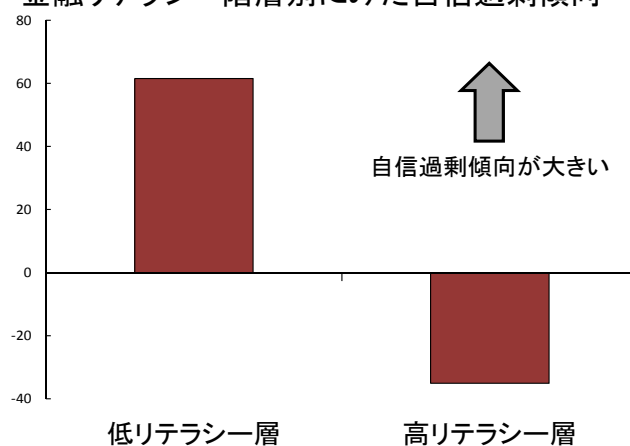
³⁶ 内閣府（2017）参照。広義の「被害に遭わないと思う」は、「自分は被害に遭わないと思う」と「どちらかといえば自分は被害に遭わないと思う」の合計。広義の「被害に遭うかもしれないと思う」についても同様に算出。

³⁷ ここでは、自信過剰傾向を金融知識や判断能力に対する自己評価と、客観的能力を計測

(図表 15) 特殊詐欺被害に関する高齢者の自信過剰傾向



(図表 16) 金融リテラシー階層別にみた自信過剰傾向



(出所) 金融広報中央委員会 (2016)。自信過剰傾向は、金融リテラシーに関する「自己評価」から「テスト正答率」(いずれも全サンプル=100で指数化)を引いたもので、数値が高いほど、自信過剰傾向が高くなる。なお、ここでいう「自己評価」は、自分の金融知識レベルに対する5段階評価を数値化したもの。「テスト正答率」は、金融知識・判断力に関する25問の正誤問題の正答率。「低リテラシー層」とは、テストの得点が0～24点、「高リテラシー層」は、同じく84～100点。

このことは、高齢者層や低リテラシー層など、客観的には詐欺被害に遭う可能性が高い消費者層ほど、自信過剰の傾向が強く、無関心で学習に前向きでないという大きな問題があることを示唆している。

(自信過剰傾向への気づき)

一般的に、自信過剰傾向にあることに自ら気付くことは難しい。このため、第三者が、ミニテストやセミナーなどの機会を提供することで、個々人に詐欺被害に対する対応能力が十分ではないことを自覚させるアプローチがとられることが多い。

する設問の正答率の差で表示。詳しくは図表 16 および金融広報中央委員会 (2016) を参照。米国の金融リテラシー調査でも同様の傾向が観察されている。FINRA (2016) 参照。

まず、米国の例をみると、①詐欺脆弱性を診断するミニテストを実施し、採点結果に基づき警告する、②「宝くじに当選した」など実際の勧誘を装った模擬訓練を行い、勧誘に興味を示した潜在的な被害者に対して詐欺脆弱性が高いことを警告する、などの手法が実用化されている³⁸。

米国の詐欺脆弱性テストは、主に架空投資詐欺被害を念頭においた12問から構成されているが、これには、詐欺被害の危険因子に関する長年に亘る研究結果が反映されている（図表17）³⁹。

（図表 17）米国の詐欺脆弱性テストの例

<p>(設問1) 過去1年間にテレビ・新聞・インターネット等の無料品進呈広告に応募したことはあるか (はい/いいえ)</p> <p>(設問2) 過去1年間に無料の懸賞金に応募したことはあるか (はい/いいえ)</p> <p>(設問3) 過去1年間に無料食事付きの投資セミナーなどに参加したことはあるか (はい/いいえ)</p> <p>(設問4) 過去1年間にダイレクトメールを含め殆どの郵便物に目を通してしているか (はい/いいえ)</p> <p>(設問5) 電話勧誘拒否制度に登録しているか (はい/いいえ)</p> <p>(設問6) あなたが興味を示す勧誘は次のうちどれか (複数回答可) (SECの登録業者である/期待収益率は、最低で50%、多くの場合110%/元本保証で、損は生じない/最近3か月間に1万人以上が購入している)</p> <p>(設問7) 過去1年間に投資する前に、投資業者の各種情報を尋ねたり、自分で確認したか (はい/いいえ)</p> <p>(設問8) 過去に投資したことのあるものを全て挙げよ (資源開発関連投資/優良企業株式/宝くじ/商品先物取引/金貨)</p> <p>(設問9) 次のどちらの投資がより好ましいか? (市場平均的収益率の比較的安全な投資/よりリスクは高いが収益率も高めの案件)</p> <p>(設問10) 一般的に、面白いことなら、少しぐらい危険を伴っても構わない (当てはまる/当てはまらない)</p> <p>(設問11) 一般的に、比較検討せずに、行動することが多い (当てはまる/当てはまらない)</p> <p>(設問12) 年齢は? (未成年/19~30歳/31~49歳/50~64歳/65~80歳/81歳以上)</p>
<p>採点方法……下線を引いた選択肢を選択した場合1点、その他の場合0点として合計点を算出。</p> <p>合計点 0~5点……低リスク</p> <p>6~11点……中リスク</p> <p>12~17点……高リスク</p>

(出所) Shadel D. (2012) 第11章収録の“Fraud-Vulnerability Quiz”を筆者翻訳の上、掲載。
なお、本テストは、主に架空投資詐欺被害を念頭に置いて作成されている。

³⁸ 米国郵政公社検査部門は1995年、20万通に及ぶ模擬的な勧誘葉書を郵送し、興味を示し指定電話番号に電話をかけた消費者(全体の20%)に対し、詐欺対策の必要性を訴えた。

³⁹ Shadel D. (2012) 参照。

具体的には、行動面、心理面、その他属性面などを含む以下の6項目を詐欺被害に対する脆弱性を高める危険因子と捉えている。すなわち、①無料商法や勧誘に積極的に応募しやすい、②業者の説得的話法に受動的に対応しやすい、③電話着信拒否機能などハードウェア対策を怠る、④金融リスクの受容度が高い、⑤自制心（セルフコントロール）が弱い、⑥高齢である、といった項目である。

評価方法は、詐欺被害の危険性を高める選択肢を選択した場合に1点加点し、総合点に応じて、回答者の詐欺被害リスクを高・中・低の三段階に区分している。

わが国でも、個人の心理特性に着目して、陥りやすいトラブルを自己診断するテストがインターネット上で公開されているほか、セミナー参加者に対しても同様のテストが実施されている（図表18）⁴⁰。また、敬老会など地域住民が集合する場で詐欺予防セミナーを開催することにより、詐欺対策に無関心な消費者層にも学習機会を提供する工夫が行われている。

（図表18）わが国における詐欺脆弱性テストの例（「だまされやすさ心理チェック」）

<p>（問1）自分のまわりにあまり悪い人はいないと思う</p> <p>（問2）相手に悪いので人の話を一生懸命聞くタイプだ</p> <p>（問3）たまたま運の悪い人がトラブルにあうのだと思う</p> <p>（問4）知人から「効いた」「良かった」と聞くと、やってみようと思う</p> <p>（問5）有名人や肩書のある人の言うことはつい信用してしまう</p> <p>（問6）人からすすめられると断れないタイプだ</p> <p>（問7）迷惑をかけたくないので家族にも黙っていることがある</p> <p>（問8）実際、身近に相談できる人があまりいない</p> <p>（問9）しっかり者だと思われたい</p>
<p>採点方法……当てはまる数が多いほど、消費者トラブルにあう危険度が上昇。また、設問別に、以下の傾向がみられる</p> <p>問1～3に該当する場合は、トラブルに応じて危機意識が薄い傾向</p> <p>問4～6に該当する場合は、騙されているのに気が付かない傾向</p> <p>問7～9に該当する場合は、騙されたとき一人で抱え込んでしまう傾向</p>

（出所）消費者庁（2010）5ページ。テスト作成者は、西田公昭静岡県立大学助教授（当時）。

⁴⁰ 東京都消費生活センターのホームページを参照。

(着信拒否などの予防策の実践)

平常時における予防策としては、自信過剰対策と並んで、犯人とのコンタクトの可能性を極力減らす工夫が有効である。最も頻繁に使われる電話を通じたアプローチについては、電話付属機能やその他サービスを利用した着信拒否機能の活用が有用である。

米国では、連邦取引委員会（FTC）が2003年、電話勧誘の増加を背景に、全米電話勧誘拒否登録制度の運用を開始した。消費者が同制度に自分の電話番号を登録すると、業者は商業的な勧誘を目的とした電話をすることが禁止される。これに違反した業者には、FTCが罰金を科す⁴¹。架空投資詐欺などにも電話勧誘が用いられる場合が多く、前節の詐欺脆弱性テスト（設問5）でも、こうした観点から同制度の利用の有無を尋ねている。

わが国においても、犯人から自宅の固定電話に突然電話がかかってくるのが詐欺被害の発端となることが多い。特に、在宅時間が長い高齢者や一人暮らし世帯など、電話を受ける可能性が高い消費者ほど、詐欺的な電話に直面する可能性が高まる。

このため、既に導入されている対応策ではあるが、①電話機の留守番録音機能の活用、②迷惑電話を着信拒否する機能が付いた電話機や防犯サービス、関連付加機器などの活用、などハードウェア機能の一層の普及・活用が望まれる⁴²。

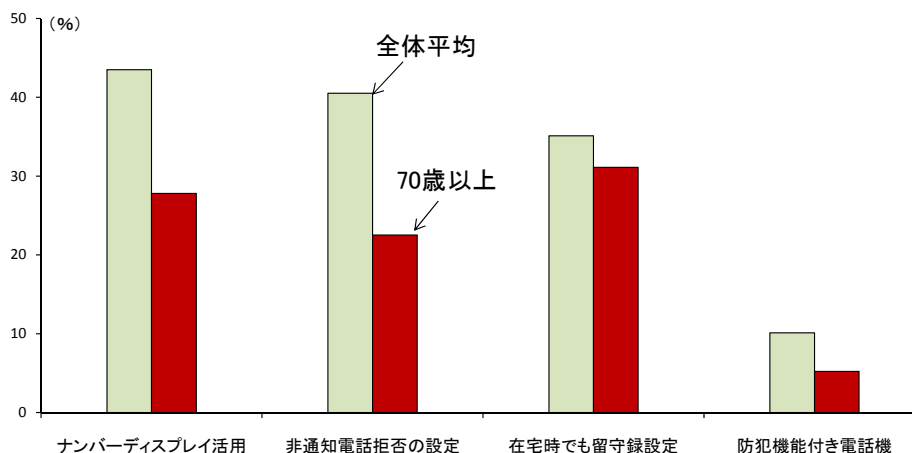
この点、2017年に実施された内閣府調査をみると、留守番電話機能など電話機機能を活用している消費者の割合は、3～4割程度となっているが、防犯機能を備えた電話機の利用は、1割程度にとどまっている⁴³。また、多くの対策項目において、高齢者の利用率が全体平均を下回っている（図表19）。

⁴¹ FTCによると、登録された電話番号は、2.2億個を超える。また、罰金は、電話1本当たり最大約4万ドルで、これまでに約100件が訴訟に持込まれている。

⁴² 最近の固定電話機には、着信拒否など詐欺対応機能が搭載されているものが増えているが、高齢者に配慮した操作簡易化や自動設定機能の活用など、一層の機能充実が望まれる。なお、全国防犯協会連合会と警察庁が連携し、迷惑電話防止機能を有する機器の推奨制度を導入した。

⁴³ 防犯機能付き電話機とは、通話前に警告メッセージが流れ、通話内容を録音する機能や、迷惑電話をブロックする機能を備えた電話用機器のことをいう（内閣府（2017））。迷惑電話ブロック機能には、頻繁に更新される迷惑電話リストを参照し、登録された番号（不審電話）から電話がかかってきた場合、呼び出し音を鳴らさずに自動で着信拒否するサービス（有料）も含まれる。地方自治体等がこうした機能を有する機器を無料で貸出している場合もある。なお、より簡易的に迷惑電話を判別する方法として、インターネットで当該番号を検索すると、迷惑電話である旨の情報がヒットする場合も多くある。

(図表 19) 電話関係の詐欺予防策の実施割合



(出所) 内閣府 (2017)。同設問は、電話関連以外の対策も尋ねている。
また、複数回答可となっている。

次に、電話以外の媒体を通じたアプローチについても、電話と同様に、身元不明の主体からの勧誘・要請などを受ける機会を極力回避することが基本となる。

わが国においても、金融商品等取引名目の詐欺など、犯人が架空の儲け話を持ちかける際には、電話以外の手段、例えば、葉書やパンフレットなどの郵送物、電子メールの送付などが多用されるため、注意が必要である。また、最近増加傾向にある架空請求詐欺についても、電子メールやSMS（ショートメッセージサービス）などが利用されることが多い。

このため、①送り手の信頼性を調べずに、安易に郵送物や電子メール、SMSなどの無料勧誘（商品進呈等）に応募したり、誘導に従ったりしない、②インターネットを通じた個人情報の提供は、必要最小限に止める、など犯人との接触の可能性を努めて抑制することが重要である。

(3) 突然の電話への対応原則

(三つの対応原則)

前節では、平常時には、犯人との接触の可能性を極力排除しておくことが重要であることを指摘した。こうした対策にもかかわらず、実際に詐欺的な電話を受けてしまった場合には、できるだけ会話の初期段階で詐欺的電話であることに気づき、電話を切ることが次善の策となる。

わが国における被害者調査をみても、被害を免れた人の約8割が最初の電話で詐欺的要素に気が付き電話を切っているのに対し、被害を受けてしまっ

た人の9割は無警戒なままであった⁴⁴。このことからわかるように、一旦犯人のペースで会話が進行し始めると、そこから抜け出すことが次第に困難化する恐れが強い。

こうした観点から、詐欺的な電話を受けた際の対応原則を優先度の高い順に、以下三項目挙げる（前掲図表13参照）。

原則1：説得的話法の速やかな察知と会話の打ち切り

第一は、電話を受けた際に、犯人が説得的話法を利用していることに気が付いたら、速やかに会話を打切ることである⁴⁵。

加害者が持ちかける詐欺的なシナリオは多様かつ絶えず変化しているが、前章でみたように、その基本的なメカニズムは共通の要素で構成されているものが多い（両者の関係については第5章を参照）。このため、警戒すべき用語や話法のパターンを一旦理解すれば、対応可能な幅が広がり被害抑制に繋がり得る。このことは、米国の実験例でも確認されている（BOX2参照）。

原則2：第三者と相談する機会の確保

第二に、資金の振込みなど、相手の要請に従った行動をとる前に、できるだけ、第三者と相談する機会を設けることである。ただし、こうした行動をとるためには、説得的話法や自尊心（自分が騙されているとは認めたくない）などの影響から、自己努力だけでは限界があるため、周囲の協力が欠かせない。

相談すべき第三者としては、家族、親戚、消費生活センター、警察、弁護士などが挙げられる。また、①振込み・引出し時の金融機関職員等による声掛け運動、②一人暮らし高齢者などに対する民生委員・地域包括支援センターによる支援なども、第三者確保の観点からは極めて有効であり、今後も一層奨励していく必要がある。

原則3：個人情報の秘匿と質問・反論による牽制

第三は、会話が犯人のペースで進行するのを牽制することである。このためには、個人情報の秘匿や、質問や反論の投げかけが有用である。

恐怖喚起・利得勧誘のいずれの場合についても、犯人は、会話を通じて入

⁴⁴ 山形県警参照。特殊詐欺の認知度は、被害の有無にかかわらず、9割程度となっている。

⁴⁵ 米国の調査例でも、会話が長引くほど、被害確率が高まることが報告されている。AARP（2003）参照。

手した個人情報（家族構成、経済状況、年齢構成、趣味等）に応じて会話のシナリオをカスタマイズし、説得効果を高めようとする。このため、会話の中で自分や家族の個人情報を伝えないように心掛ける必要がある。

また、犯人ペースで進行する会話を牽制するためには、会話の途中で話を遮ってでも、相手の素性などを確認する質問をしたり、反論を投げかけたりすることも有効なことが多い。前章でみたように、説得的話法を粘り強く繰り返す犯人も、消費者からの質問を嫌がる傾向があるほか、質問に答えられない場合には、驚くほど簡単に会話を打ち切ってしまう例が多くみられる。

ただし、あまり具体的な反論をしたり、相手の答えを更に問いただそうとしたりすると、自分の個人情報を漏らしてしまう可能性も高まるため、質問の内容やその後の会話には慎重さが求められる（次節参照）。

（対応原則の実践例）

上記のように、詐欺的電話を受けた際には、まずは第一原則に従い、説得的話法を察知したら速やかに会話を打ち切ることが重要である。ただし、実際には、会話が犯人のペースで進行してしまい、やり取りを打ち切る契機をなかなかつかめないケースも考えられる。そこで以下では、犯人側が持ちかける会話の具体的な状況別に、第二・第三の対応原則を実践して、会話を早期に打ち切るための具体例を紹介する（図表 20）。

（図表 20）対応原則の実践例

突然の電話への対応原則……	
① 説得的話法の速やかな察知と会話の打ち切り ② 第三者と相談する機会の確保 ③ 個人情報の秘匿と質問・反論による牽制	
会話状況	対応原則の実践例（末尾の数字は上記原則の番号）
信憑性のアピール	<ul style="list-style-type: none"> 情報の裏付けをとる(当該組織や消費センターへの問い合わせ)(②) 相手方の組織・肩書の詳細を聞く(フルネーム、部署名、会社所在地)(③)
恐怖喚起の提示	<ul style="list-style-type: none"> 犯人が名乗る相手(息子など)に対して、改めて元の電話番号にかけ直す(②) 深みにはまる前に家族だけが知る情報などを質問(③)
利得勧誘の提示	<ul style="list-style-type: none"> 登録業者一覧による確認(②) 個人情報の秘匿(③)
希少性のアピール	<ul style="list-style-type: none"> 即答を求めてきたら、警戒 口止めされても「第三者に相談する」といって電話を切る(②)

（出所）筆者作成。

▼ 信憑性をアピールしてくるケース

犯人は、持ちかけた詐欺的な話の説得性を高める目的で、電話口で警察や裁判所など公的当局を騙ったり、手続きの案内を装って銀行員や司法書士などと名乗ったりすることがある。相手が公的機関や有名企業、ないしそれらの類似名称などを用いる場合には、第二原則に応じて、一旦電話を切って、当該機関や企業に確認したり、消費生活センターなどに問い合わせたりすることが重要である。

また、第三原則に従って、相手方が名乗る所属組織や肩書の詳細を尋ねることも考えられる。例えば、①名前であれば、フルネームを聞く、②会社組織等であれば、正確な所属部署名や会社住所を質問する、などである。犯人は、情報提供を嫌がる傾向が窺われるほか、聞き手側もこうしたやり取りを通じて違和感を抱くことが警戒行動に繋がる。さらに、受け身的な会話に終始しないという面でも有用である。

▼ 恐怖喚起に直面したケース

オレオレ詐欺などの場合、犯人は恐怖喚起により聞き手を感情の高ぶった状態に持ち込もうとする。また、恐怖喚起の直後にその回避策が提示されることが多く、会話が長引くほど相手のペースに引き込まれる可能性が高まる。このため、こうした段階に至る前に、第二原則に則って電話を一旦切り、改めて元の電話番号にかけ直して試みるのが有用である⁴⁶。

さらに、第三原則に従って、個人情報の秘匿を徹底するほか、犯人の話を遮ってでも、家族だけが知る情報などを相手方に質問するなどの能動的な対応も求められる。

なお、投げかける質問は、なるべく家族のみが知る情報であることが望ましい。オレオレ詐欺の例に即して具体例を挙げると、息子の勤務先、フルネーム、生年月日、家族の愛犬などペット名などである。ただし、前章でみた警察の会話例では、こうした情報の一部を犯人が入手しているケースもみられるので、念のため、複数の異なる質問をすることが望ましい。

▼ 利得勧誘に直面したケース

架空投資勧誘などの利得勧誘ではまず、第二原則に基づき、勧誘業者名を金融庁の登録業者一覧で確認したり、各種の注意喚起資料に目を通したりす

⁴⁶ 電話会話記録をみると、犯人は予め携帯電話の番号が変わったと連絡してきてから、恐怖喚起などのアピールを行うケースが多く、犯人が指定した電話番号にかけ直しても第二原則が十分に生かされないことが多いことに注意が必要である。

ることが重要である。これは、業者の素性を確かめようとして、犯人に会社のホームページや登録番号、会社所在地などを直接尋ねても、予め架空のホームページを開設したり、虚偽の会社関連情報を用意したりしている場合が多くみられるためである。

さらに恐怖喚起と同様に、第三原則に応じて、個人情報秘匿することが重要である。犯人に住所や家族構成、経済状況などを知られてしまうと、勧誘の口実として利用されたり、執拗なアプローチを受けたりする原因にもなり得る。

なお、勧誘業者が持ちかける投資スキームの内容に関して質問を投げかけても会社関連情報と同様に、先方が予め回答を用意している場合が多い。また、高齢者に多いとされるが、相手の申し出に対し、「今は資金がない」、「値段が高すぎる」などと婉曲に断ろうとすると、「一日コーヒー一杯分に過ぎない」、「年金で賄える範囲内」などと再度説得される可能性に注意が必要である。

このため、「関心がない」、「いない」などとはっきりと断る必要があるが、高齢者などは、相手の気持ちを慮る傾向が強いほか、普段使わない言葉は咄嗟の場合にも使えない恐れが強い。このため、セミナーなどでは、断り文句を参加者全員で唱和したり、「ご縁がない」など言いやすい言葉を使うようアドバイスしたりする工夫が行われている。

▼ 希少性をアピールしてくるケース

犯人の最終的な目的が、資金の振り込みなど、電話の受け手に何らかの行動を求めることである以上、信憑性や感情喚起などによる誘導が一巡した後は、その場での決断を促すために、希少性のテクニックが頻繁に使われる。

前章でみたように、恐怖喚起であれば、「3時間以内に資金振り込み」と迫ってきたり、架空投資詐欺の場合であれば、「残り僅か」とか、「申し込める権利はあなただけ」などと畳み掛けてきたりすることが多い。

重ねていうように、被害防止の観点からは、対応原則を活用して、希少性のテクニックが用いられる前段階で詐欺的話法を察知し、会話を遮断することが最も重要である。それでも、犯人から即答を求められた場合には、それまでの会話の内容にかかわらず、警戒を要する。消費センターでは、「今だけ、県外（遠隔地業者）、あなただけ」は悪徳業者を見分ける三大要素と指摘している。

また、第二原則と関連して、犯人は、電話があったことやその内容について

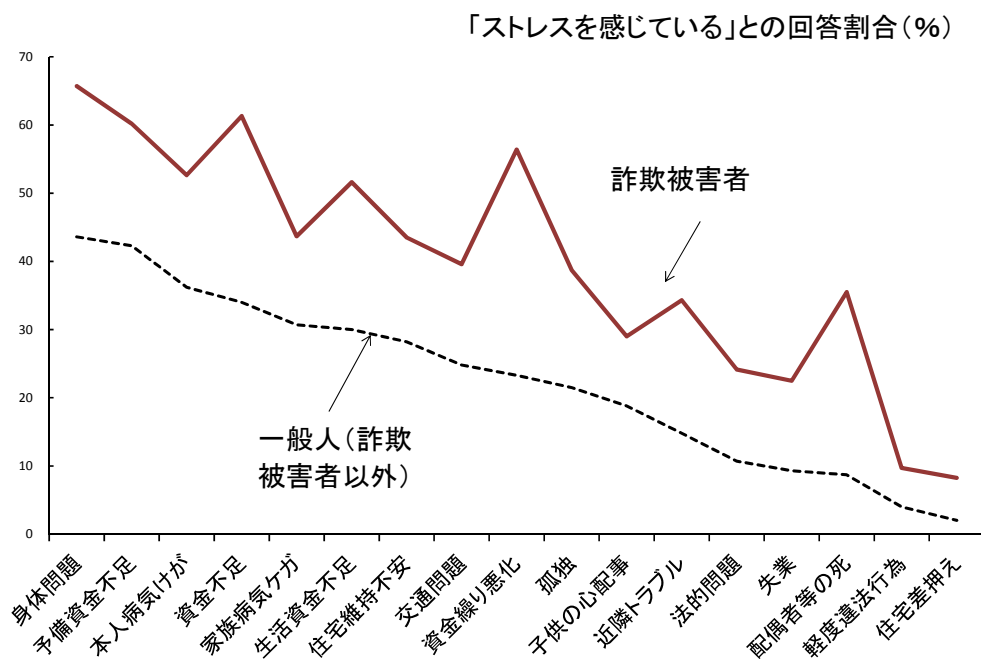
て、家族を含めた第三者に口外しないように、執拗に念を押してくるケースが多くみられる。これは、第三者との相談により、詐欺的な意図が明白になることを恐れるためである。平常心であれば、「あなただけの確実な儲け話」などあるはずがなく、また「息子が交通事故に遭った」など家族の重大事を口止めすること自体が極めて不自然だと気が付くはずである。このため、内容の如何にかかわらず、口外を禁止された場合、即座に「家族など第三者と相談する」といって電話を切る必要がある。

(4)その他心理要因の影響

(ストレス時の対応)

以上、消費者の心理状態に応じた対応策を検討してきたが、米国の詐欺被害調査では、生活上の問題を抱えている場合や、激しい疲労状態にある場合など、高ストレス状態にある消費者は、より詐欺被害に遭いやすいことが判明している（図表 21）。これは、ストレスにより理性的な判断能力が一時的に低下し、「認知的節約」⁴⁷の状態に通常時よりも陥りやすくなることが影響している。

(図表 21) 生活上のストレスと詐欺被害の関係(米国の例)



(出所) NASD Investor Education Foundation (2006)。詐欺被害者の回答割合は、架空投資詐欺と宝くじ詐欺の単純平均。ただし、一方の詐欺タイプだけが統計的に有意な場合には、当該数値を使用。また、上図では、原典が調査した 25 のストレス問題のうち、一般人と詐欺被害者で統計的に有意に差が認められた 17 項目を表示。

⁴⁷ 「認知的節約」については、12 ページの脚注 22 を参照。

米国の調査例をみると、詐欺被害者は、失業や住宅差押え、配偶者等の死など深刻な問題に止まらず、生活資金不足や資金繰り悪化など家計管理に関するトラブルを巡るストレスを感じている割合が、一般的消費者よりも高い。

わが国でも、消費者は家計管理の問題など生活上のトラブルのほか、天災による被害を受けて先行きの不安に襲われている場合など、高ストレス時には、電話などによる勧誘にはより慎重な対応が求められる。また高ストレス状態にあることに本人の自覚が不十分な場合も考えられ、こうした状況下では、周囲のサポートが一層重要である。

(二次被害のリスクとその予防)

英国の被害者調査をみると、一度被害を受けた消費者のうち約3割は、12か月以内に再被害に遭っているという⁴⁸。これは一般的消費者の被害遭遇率の約5倍に相当するレベルである。

こうした現象には、いくつかの要因が関係していると考えられる。すなわち、①詐欺集団の中で過去の被害者リストが共有され、再アプローチすること、②被害者が説得的話法による誘導を自覚せず、資金の振込みを自分自身で下した適切な判断だと誤解したり、逆に失った資金を取り戻そうと焦って、犯人の再度の勧誘を承諾したりする傾向がみられること⁴⁹、③被害者が社会的に孤立し、第三者の助けを簡単に求められないことが多いこと、などである。

再被害防止のためには、一度被害を受けた消費者に対して、説得的話法への警戒方法の学習を促すとともに、家族など周囲の見守りなどのサポートが一層重要となる。

⁴⁸ OFT (2006) 参照。

⁴⁹ 行動経済学では、消費者が既に支払ってしまった費用を取り戻そうとしてリスクの高い行動を選択してしまう背景には、「サunkコスト効果」が影響していると考えられることが多い。なお、消費者詐欺の二次被害と行動経済学の関係については、桜井健夫 (2017) も指摘している。

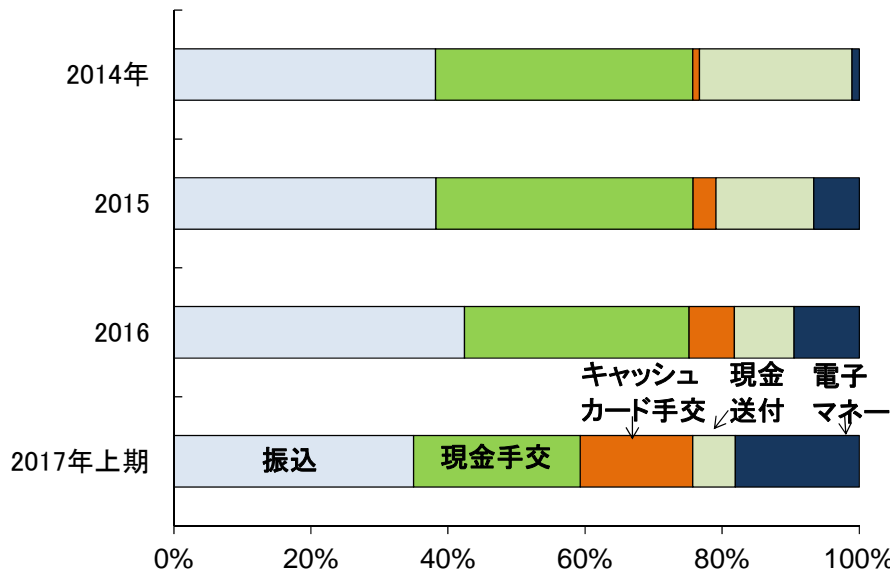
5. 詐欺手法の変化と詐欺予防策との関係

(1) 詐欺手法の変化

前章でも触れたように、消費者詐欺の具体的な手口は、技術的進歩や社会情勢の変化などを敏感に反映し、絶えず変化している。その対象も、被害者を勧誘する口実や、資金決済方法、通信手段など多岐に亘っている。

被害統計にもこうした変化は表れており、例えば、近年の詐欺被害金の授受方法をみると、輸送業者と警察の連携が功を奏した現金送付のシェアが減少する一方、架空請求詐欺の増加を背景とした電子マネー購入や、警察・銀行員などを騙ったキャッシュカード手交の件数の比率が顕著に増加している（図表 22）⁵⁰。

（図表 22）詐欺被害金の交付形態（認知件数ベース）



（出所）警察庁（2017a,b）ほか。認知件数は、既遂のみ。ただし、データ面の制約から、2014年および2015年の電子マネーは、未遂を含んでいる。

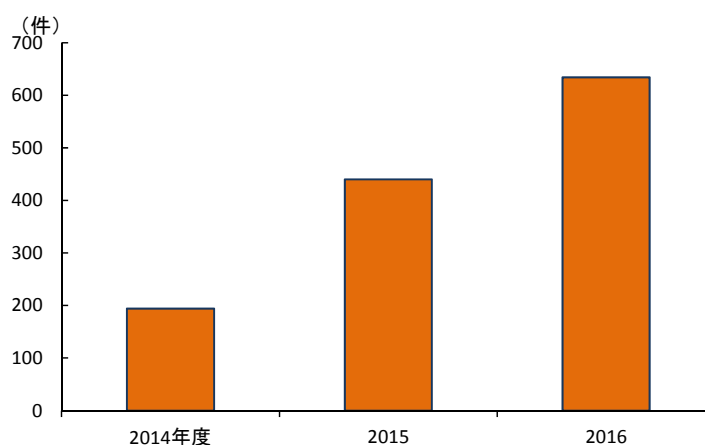
また、本稿執筆時点（2017年7月）では、仮想通貨取引の増加を映じ、これに関連した詐欺被害が増えつつある。国民生活センターに寄せられる相談件数も増加しつつあり、寄せられた相談事例をみると、知人、セミナー、電

⁵⁰ 「現金送付」とは、宅配便を利用して、犯人が指定した宛先に現金を配達させるもの（普通郵便や宅配便で現金を送ることは、郵便法や各事業者の約款で禁止されている）。「電子マネー」とは、架空請求詐欺などで、各種ギフト券などの電子マネーをコンビニエンスストア等で購入させ、ギフト券コードを犯人に送らせるもの。「キャッシュカード手交」とは主に、「被害者の銀行口座が悪用されているため、キャッシュカードを変更する必要がある」などと警察などを騙った電話をかけ、カードや暗証番号を騙し取るもの。

話などを通じ、「仮想通貨は必ず値上がりする」などの勧誘を受けて資金を提供したが、思うように売却ができず、トラブルに巻き込まれたと知る例が多い（図表 23）。

金融庁や国民生活センターは、こうした詐欺被害の増加に対する注意喚起を行っており、取引を始める前に、①仮想通貨交換業の登録業者であることの確認、②仮想通貨の価格は上下に変動するため、値上がりする保証はないことへの理解、③仮想通貨の種類は多様で、取引上のリスクもまちまちであるため、勧誘された仮想通貨の特性や契約内容が理解できない場合には、契約を断ったり、消費生活センターなどに相談したりすること、などを呼びかけている⁵¹。

（図表 23）仮想通貨の購入トラブル等に関する相談件数



（出所）国民生活センター（2017a）。

さらに、仮想通貨は架空請求詐欺の新たな支払い手段としても利用されている⁵²。すなわち、犯人は、自分の仮想通貨購入用の口座に被害金を入金させ、入金確認後、資金を直ちに仮想通貨に交換し、別口座に送金してしまう。このため、被害者は、詐欺被害に気が付いても資金を取り戻すことが困難となる。

（2）詐欺手法の変化と心理要因の関係

前節でみたように、具体的な詐欺手法は、技術的進歩や社会情勢の変化な

⁵¹ 金融庁（2017）、国民生活センター（2017a）参照。2017年4月の改正資金決済法等の施行により、金融庁・財務局の登録を受けた業者のみが、国内で仮想通貨交換サービスを提供できることとなった。

⁵² 国民生活センター（2017b）参照。

どを敏感に反映し、絶えず変化している。このため、関連省庁や国民生活センターなどが提供する最新の被害・相談事例が広く認知されることが重要であることは言うまでもない。

また、こうした最新事例の認知と前章でみた被害者心理要因面への対応は、詐欺被害防止において、車の両輪のような関係にある。このことを具体的にみるため、第2章のケーススタディの一環として行った、キーワード分析の考え方に即して説明する。

すなわち、同分析では、詐欺被害の過程で用いられるキーワードを、①説得的話法、②具体的投資先、③資金授受方法、④電話偽装関係、の四種類に整理した。この分類に従えば、仮想通貨を架空投資の対象として用いる場合には、「具体的投資先」に新たなキーワードが加わったものと扱うことができる。同様に、加害者が被害金を受け取るための新たな決済手段として仮想通貨を利用する場合には、「資金授受方法」に新たな項目が追加されたと見做すことが可能である。

この間、こうした新たな手口を用いた詐欺被害においても、残る分類項目である「説得的話法」や「電話偽装関係」に属するキーワードは同じように使用される可能性が高い。このため、被害拡大防止の観点からは、①「具体的投資」や「資金授受方法」など社会情勢変化の影響を受けやすい項目については、最新の情報を参照すると同時に、②「説得的話法」や「電話偽装関係」といった、そうした影響を受けにくい部分については、前章でみた対応策を着実に実践していくことが望ましい⁵³。

⁵³ 子安・西村編（2007）や群馬県警察（2016）でも、同様の捉え方をしており、加害者は、仮想通貨などその時々で話題となる社会事象を利用する反面、脅しや解決策の提示、考える時間を与えない、利益や特別感の演出など、基本的な手口は変わらないことを指摘している。

6. おわりに

本稿では、わが国でかねてより問題となっている消費者を対象とした詐欺について、実際の被害に基づくケーススタディを行い、心理状況に即した具体的な詐欺予防策を検討した。

第5章でも指摘したように、消費者詐欺被害に至る過程においては、被害者心理の変化以外にも、資金決済方法や通信手段、社会情勢の変化など、複雑な要素が影響を及ぼしている。ただし、詐欺被害策の実効性を高めていくためには、被害者心理面の影響や、関連する行動経済学的な知見などを活用すべき点が多々ある。

最後に、わが国を中心に、今後、被害者心理を中心とした消費者詐欺被害の分析や防止策の検討を進めていく上での課題を以下三点、挙げる。

- ① 本稿第2章でみたように、米英では心理面を含む多様な詐欺被害者調査が実施されており、調査結果は、被害予防策にも反映されつつある。この点、わが国についても、心理面を含む消費者被害調査の充実など、関連データの蓄積が望まれる。
- ② 本稿第3章では、国内で発生した詐欺被害の事例について詳しく分析し、加害者の心理操作の手口や被害者の心理変化などを考察した。英米では、こうしたテキスト分析を含む詐欺被害に関する事例研究が進展しており、わが国でも詐欺被害防止策を検討する上で、こうしたアプローチの活用が望まれる。
- ③ 本稿第4章では、事例研究の結果を踏まえた、具体的な詐欺被害予防策を検討した。詐欺被害予防策に限らず、行動経済学の知見を消費者行動の改善に繋げていくためには、理論研究と実証・実践面との橋渡し機能が極めて重要である。この点、わが国のみならず、米英においても発展途上といえるが、今後こうした役割の重要性が高まっていくと思われる。

以 上

参考文献⁵⁴

- 愛知県警察（2014）「振り込め詐欺の実録音声」、愛知県警察ホームページ
- 秋山学（2013）「だまされる心理からみる高齢者トラブル」『国民生活』2013年8月
- 依田高典（2016）『「ココロ」の経済学—行動経済学から読み解く人間の不思議』、ちくま新書、筑摩書房
- 依田・田中・伊藤（2017）『スマートグリッド・エコノミクス—フィールド実験・行動経済学・ビッグデータが拓くエビデンス政策』、依田高典、田中誠、伊藤公一朗著、有斐閣
- 今井芳昭（2010）『影響力—その効果と威力』、光文社新書、光文社
- 川西諭（2016）『行動経済学入門』、幻冬舎
- 京丹後警察署（2015）「特殊詐欺キーワード集」、京都府警察ホームページ
- 金融広報中央委員会（2012a）「行動経済学の金融教育への応用の重要性」
——（2012b）「金融力調査」
——（2013）「行動経済学の金融教育への応用による消費者の学習促進と行動改善」
——（2016）「金融リテラシー調査」
- 金融庁（2017）「『仮想通貨』に関する新しい制度が開始されます—改正資金決済法等の施行—」
- 群馬県警察（2016）「振り込め詐欺対策速報」
- 警察庁（2017a）「平成28年の特殊詐欺認知・検挙状況等について」
——（2017b）「平成29年上半期における特殊詐欺認知・検挙状況等について」
——（2017c）「特殊詐欺の認知・検挙状況等について（平成29年1～8月）」
- 国民生活センター（2017a）「知人からの勧誘、セミナーでの勧誘による仮想通貨の購入トラブルにご注意」、報道発表資料、2017年3月30日

⁵⁴ BOXの参考文献を含む。

—— (2017b) 「コンビニ払いを指示する架空請求にご注意！第2弾：新たな手口として仮想通貨購入用の口座が詐欺業者に利用されています」、報道発表資料、2017年6月29日

子安増生・西村和雄編 (2007) 『経済心理学のすすめ』、有斐閣

桜井健夫 (2017) 「行動経済学を使って考える消費者トラブル」『国民生活』2017年8月

静岡県警察 (2015) 「見たい！聞きたい！これがだましの手口！！」、静岡県警察ホームページ

消費者庁 (2010) 「高齢者の消費者トラブル—見守りガイドブック」

—— (2017) 『消費者白書 平成29年版』、2017年6月

杉本徹雄編 (2012) 『新・消費者理解のための心理学』、杉本徹雄編著、竹村和久、棚橋菊夫、秋山学、杉谷陽子、前田洋光、永野光朗、牧野圭子著、福村出版

千葉県警察 (2015) 「実際にあった『電話 de 詐欺』の電話音声」、千葉県警察ホームページ

東京都消費生活センター「心理でチェック あなたの消費生活にひそむトラブル診断」、東京暮らしWEB

内閣府 (2008) 『国民生活白書 平成20年版』

—— (2017) 「特殊詐欺に関する世論調査」

長崎県警察「犯人からの電話（実際の音声）」、長崎県警察ホームページ

西田公昭 (2009) 『だましの手口』、PHP新書、PHP研究所

広島県警察 (2014) 「なりすまし詐欺被害者の手記」、広島県警察ホームページ

廣谷章雄・山地修 (2011) 『現代型民事紛争に関する実証的研究—現代型契約紛争(1) 消費者紛争』、法曹会

松井剛・西川英彦編著 (2016) 『1からの消費者行動』、碩学舎

山形県警察「特殊詐欺に遭った方と被害に遭わなかった方に聞きました」山形県

- AARP (2003) “Off the Hook: Reducing Participation in Telemarketing Fraud”
- Cialdini Robert B. (2009) “Influence: Science and Practice,” 5th Edition, Pearson Education, Inc. (社会行動研究会訳 (2014) 『影響力の武器 (第三版) —なぜ、人は動かされるのか』、誠信書房)
- European Commission (EC) (2016) “Behavioural Insights Applied to Policy—European Report 2016,” Joana Sousa Lourenco, Emanuele Ciriolo, Sara Rafael Almeida, Xavier Troussard
- Financial Fraud Research Center (FFRC) (2012) “Scams, Schemes & Swindles—A Review of Consumer Financial Fraud Research,” Martha Deevy, Shoshana Lucich and Michaela Beals
- (2013) “The Scope of the Problem—An Overview of Fraud Prevalence Measurement,” Martha Deevy, Michaela Beals
- “Introduction to Research” FFRC ホームページ
- FINRA Investor Education Foundation (2013) “Financial Fraud and Fraud Susceptibility in the United States: Research Report from a 2012 National Survey,” September 2013
- (2016) “Financial Capability in the United States 2016”
- Federal Trade Commission (FTC)、米国連邦取引委員会ホームページ
- (2016) “Consumer Sentinel Network Data Book for January–December 2015,” February 2016
- Halpern David (2015) “Inside the Nudge Unit—How Small Changes Can Make a Big Difference,” Penguin Random House UK
- International Mass-marketing Fraud Working Group (IMMFWG) (2010) “Mass-marketing Fraud: A Threat Assessment,”
- Knutson B. & Samanez-Larkin G. (2014) “Individual Differences in Susceptibility to Investment Fraud,” FINRA Investment Education Foundation, April 2014
- Lunn Pete (2014) “Regulatory Policy and Behavioural Economics,” OECD Publishing,

- (齋藤長行訳 (2016) 『行動公共政策—行動経済学の洞察を活用した新たな政策設計』、明石書店)
- NASD Investor Education Foundation (2006) “Investor Fraud Study Final Report” May 12, 2006
- OECD (2005) “Examining Consumer Policy—A Report on Consumer Information Campaigns concerning Scams” OECD Digital Economy Papers, No. 103, OECD Publishing
- (2015) “Behavioural Insights and New Approaches to Policy Design—The Views from the Field,” January 2015
- (2017) “Behavioural Insights and Public Policy: Lessons from Around the World,” OECD Publishing
- Office of Fair Trading (OFT) (2006) “Research on Impact of Mass Marketed Scams—A Summary of Research into the Impact of Scams on UK Consumers,” December 2006
- (2009) “Psychology of Scams: Provoking and Committing Errors of Judgment,” May 2009
- Social and Behavioral Sciences Team (SBST) (2015) “Social and Behavioral Sciences Team 2015 Annual Report,” Executive Office of the President, National Science and Technology Council
- (2016) “Social and Behavioural Sciences Team 2016 Annual Report,” Executive Office of the President, National Science and Technology Council, September 2016
- Shadel Doug (2012) “Outsmarting the Scam Artists: How to Protect Yourself from the Most Clever Cons,” John Wiley & Sons, Inc.
- Solomon Michael R. (2013) “Consumer Behavior,” 10th Edition, Pearson Education Inc.
(松井剛監訳 (2015) 『ソロモン 消費者行動理論』、丸善出版)
- White House (2015) “Executive Order—Using Behavioral Science Insights to Better Serve the American People,” 2015年9月

【BOX 1】 欧米における行動経済学の応用に向けた体制整備

本文第 1 章で述べたように、欧米を中心に行動経済学の応用に向けた体制整備が進みつつある。

(行動経済学の応用に向けた体制整備)

まず、欧州では、英国政府が 2010 年に政策への応用を目的とした行動洞察チーム (BIT) を設け、他国に先駆けて実践的な研究を数多く手がけている¹。その後、ドイツ、オランダ、フランス、デンマークなどの各国でも同様の研究組織が立ちあげられたほか、2014 年には欧州委員会 (EC) の下部組織である共同研究センター内に予測・行動洞察班 (FBIU) が設けられた²。

一方、米国では 2014 年に大統領行政府の国家科学技術会議 (NSTC) の下に、行動経済学の専門家や連邦政府機関代表者などから構成される社会・行動科学チーム (SBST) が発足したほか、翌年には大統領令が発出され、連邦政府機関の政策立案時に SBST の協力の下、行動経済学などから得られた知見を政策に盛り込むことが求められるようになった。

これに加え、OECD や世界銀行など国際機関においても、行動経済学の規制監督分野・開発政策などへの応用のほか、世界各国で実践されている事例収集と、国際コンファレンスや各種報告書の公表などを通じた情報共有を推進している³。

このように、行動経済学の応用に関する関心が高まっている背景として、①「行動バイアス」(合理的行動からの規則的な逸脱)に関する理解や実証データの蓄積が進みつつあること、②米国のサブプライム・ローン問題にみられるように、経済合理性だけでは十分に説明がつかない経済事象がしばしば発生していること、などが挙げられる⁴。

(米国 SBST の活動事例)

SBST は発足初年度の活動目標を、行動経済学の応用が連邦政府活動や米国消費者にとって有益であることを立証することに置いた⁵。具体的には、①連邦政府職員向け確定拠出年金 (TSP) の加入比率の向上、②低所得者層の大学進学率の引上げ、③歳出経費の節減・歳入増加、などの目標を設定し、こ

¹ Halpern (2015) 参照。「行動洞察チーム」の正式名称は、“Behavioural Insights Team”。なお、2014 年に組織変更が行われている。

² EC (2016) 参照。「予測・行動洞察班」の正式名称は、“Foresight and Behavioural Insight Unit”。

³ Lunn (2014)、OECD (2015)、同 (2017) 参照。

⁴ OECD (2017) 参照。

⁵ SBST (2015)、同 (2016) 参照。

れらを達成することにより、連邦政府内の意識改革に成功した。

翌 2016 年度には上記大統領令が発出されたことを受け、活動目標を国民生活の向上や政策コスト節減へと転換した。具体的な課題として、①行動経済学の応用分野の拡大、②応用方法の多様化、③政策効果の定量的な測定・評価の拡充、の 3 点を挙げた。各課題を簡単に説明すると、次の通りである。

まず、行動経済学の応用分野に関しては、初年度分に加え、①健康保険未加入者への支援など医療問題、②省エネ促進など環境問題、③求職者支援を主体とした雇用対策、など連邦政府にとって政策優先順位が高い課題が追加され、合計 8 分野に広がった（図表 BOX1）。

（図表：BOX1）米国 SBST が設定した行動経済学の応用対象分野

1	老後資金形成促進策(年金加入促進など)
2	低所得者層支援策
3	大学進学促進策(適切な学生ローン利用を含む)
4	環境問題への対応策(節電促進など)
5	治安・犯罪対策(住民主体の治安対策など)
6	求職者支援策
7	健康保険加入促進策
8	政府歳出削減策

（出所）SBST（2016）に基づき筆者作成。

次に、応用方法の多様化については、初年度には、消費者への情報提供方法の改善に主眼が置かれていたが、翌年度には、政策の運営方法や関連する制度設計の見直しなど、新たなアプローチが採用された。

例えば、連邦政府職員向けの確定拠出年金（TSP）の加入率向上策の経緯をみると、当初、制度加入促進に向けた広報活動に止まっていたが、その後、年金未加入者が異動する際に制度加入の意思を再確認する制度が導入されたほか、2018 年度から自動加入制度の適用拡大が予定されるなど、多様なアプローチが展開されつつある。

最後に、効果測定の問題に関しては、無作為比較対照実験（RCT）の導入により、定量的な効果測定や費用対効果に基づく評価を実施している⁶。

⁶ Randomized Controlled Trials の略。依田（2016）などを参照。

【BOX 2】 米国における説得的話法の学習効果例

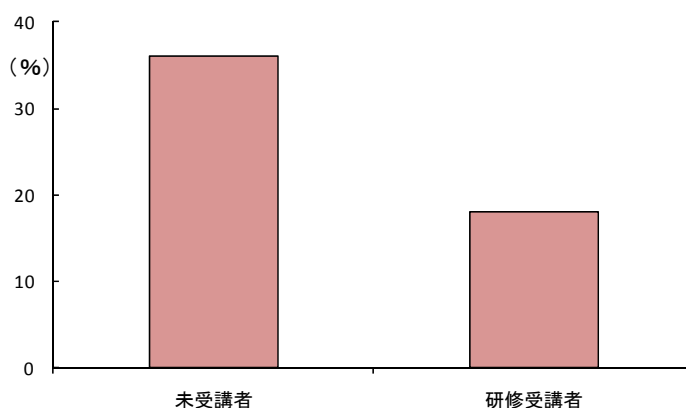
本コラムでは、説得的話法の基本メカニズムを理解することが、詐欺脆弱性の改善に繋がる可能性があることについて、米国の実証例を紹介する¹。

実証研究は二段階に分かれており、まず、第一段階では、一般的消費者を対象としたセミナーを実施する。その内容は、①説得的話法の具体的な手法を、テレビコマーシャルなど商業的な利用と詐欺的話法の録音の双方を用いて説明した後、②テレビ通販番組を題材に、そこで用いられている説得的話法を受講者に指摘させる、という 90 分間のプログラムで構成されている。

第二段階では、受講 3 日後に主催者側から受講生に対して、模擬的な架空投資の勧誘電話をかけ、勧誘への反応具合を調査する。なお、模擬勧誘者には数年に亘り実際に詐欺的手法を用いて勧誘を行っていた元犯人を起用している。また、受講効果を正確に評価するため、セミナー受講希望者のうち、電話を受けた時点では未受講のままであった消費者グループにも同様の勧誘電話を行っている。

その結果、電話による模擬的な勧誘に応じた割合は、セミナー受講生が、未受講生の約半分にまで低下している（図表 BOX2）。このことは、消費者は、説得的話法の基本を理解することで、勧誘を断ったり、電話を切ったりするといった対応行動がとり易くなることを示唆している。

（図表 BOX 2） 説得的コミュニケーションに関するセミナー受講の効果



（出所）Shadel (2012)。説得的コミュニケーションの実例説明を主体とした 90 分間のセミナーの受講生 (117 名) と未受講生 (158 名) に対し、セミナー終了 3 日後に電話で架空の投資話をもちかけ、説得に応じた被験者の割合。

¹ Shadel (2012) 参照。なお、同セミナー (“Outsmarting Investment Fraud”) は、FINRA 投資教育財団と全米最大の高齢者組織 (NGO) である AARP が共同で開催したもの。