

わらい

- 最近の悪質商法の事例を学ぶことにより、「契約は慎重に」という基本的な姿勢を養う。
- ひっかけのテクニックから、ひっかかる心理を考察し、自分にもあるその心理を自覚する。
- きっぱり断る勇気も大切であることを確認する。
- あぶない、あやしいと気付くアンテナをもつ。

使い方

- (1) **その1** では、3つの事例を通じて、ひっかけのテクニックを知り、ひっかかる心理を考察する。
商法の名称を覚えることより、「なぜ」という考察を重ねて、対処方法を身につけさせる。
 - ・20才Aさんの場合… 連鎖販売(マルチ商法)の事例である。大学の先輩に「簡単に高収入が得られるバイトがある。話を聞いただけでもいいから」などと誘われ、断るのは気まずいと思ってついていく。業者の巧みなセールストークと先輩の勧めに押され、落ち着いて考えれば売れそうにない商品(就職用DVD)を、消費者金融から借りてまで買ってしまった。「楽に稼ぎたい」という欲にもつけ込まれている。
 - ・20才B子さんの場合… エステのキャッチセールスにキャッチされた事例である。カッコいい男性に「きれいなお肌ですね」と声をかけられたB子さん。容姿には自信もあり、そこをほめられて、つつい喫茶店について行ってしまふ。店にはその男性の仲間がいて、断ると怖い雰囲気。早く解放されたくて高額な契約をしている。
 - ・25才Cさんの場合… 今はやりのインターネットによる通信販売の「雲隠れ」の事例である。ネット販売で欲しかったスニーカーを見つけ、注文。中をよく確かめずに支払って、あとでニセモノと気付いても「雲隠れ」した業者に払い戻しも請求できない。品物を受け取ったらその場で中身をしっかり確認してから代引き支払いをしたり、振り込みをする。前払いを要求する業者には注意する。
- (2) **その2** では、**その1** の事例を使って、きっぱり断る練習をする。
ネット販売の事例は断るというより、どうすればよかったのか、という内容をあげることになる。考えた内容をロールプレイングにすると理解が深まる。「けっこうです」、「いいです」などのあいまいな言葉遣いがあれば注意をする。
- (3) **その3** は、悪質業者の立場からものを考えることにより、悪質商法の理解を深める課題である。
売りつける商品を決め、いつ、誰が、どんな状況の時に、どんなセールストークで、どうアプローチすれば売れるかを班ごとに考えさせる。
- (4) **その4** では、**その3** やその他の悪質商法をもとに、班ごとに、ナレーションや配役を決めてシナリオを作りロールプレイングを行う。
小道具なども準備するとさらに楽しく学習できる。

発展

学習した悪質商法だましの手口やひっかかる心理をもとに、消費者被害を防止する啓発ポスターを作ろう(資料1～資料3)。「啓発」を目的にするので、曖昧な理解では書くことができない。人の心を捉えるキャッチフレーズ、正しい知識などが製作に要求されることにより、さらに理解が深まる。その他、パンフレットの製作では「折りたたみ」の効果を利用することにより、ポスターとはまたひと味違う表現を工夫することができる。被服製作とクロスさせて、「メッセージキルト」作りも効果的である。生徒一人ひとりの「メッセージキルト」をつないで最後にはクラス全員の「啓発タペストリー」を作り上げると迫力満点のものとなる(資料4)。

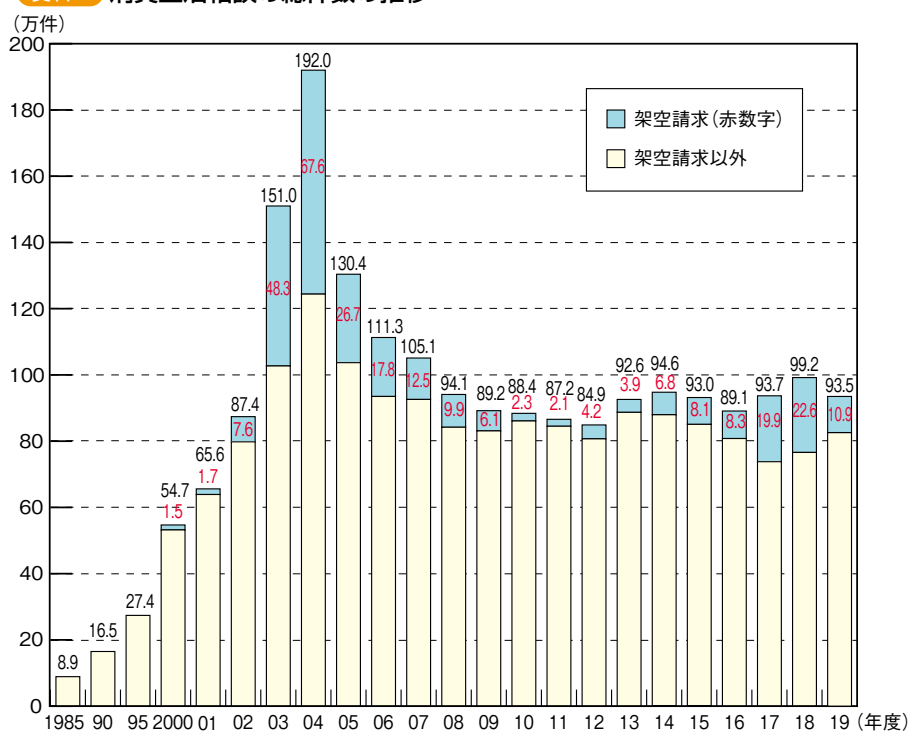
参考資料

資料1 消費者からの相談が多い販売方法や手口

販売方法・手口	説明
インターネット通販	オンラインショッピングなど、インターネット等のネットワークを利用して行われる取引。ここでは、出会い系サイトなどの有料サイト等のサービスも含めてインターネット通販としている。
家庭訪問	販売業者が消費者宅を訪問し、商品やサービスを販売する方法。
電話勧誘販売	販売業者が消費者に電話をかけ、または特定のやり方で電話をかけさせ、その電話における勧誘により、郵便等で契約を締結する販売方法のこと。
かたり商法(身分詐称)	販売業者が有名企業や、市役所・消費生活センターなどの公的機関の職員、またはその関係者であるかのように思わせて商品やサービスを契約させる商法。
無料商法	「無料サービス」「無料招待」「無料体験」「無料で閲覧」など「無料」であることを強調して勧誘し、最終的に商品やサービスを契約させる商法。
サイドビジネス商法	「内職・副業(サイドビジネス)になる」「脱サラできる」などをセールストークに何らかの契約をさせる商法。
ワンクリック請求	パソコンやスマートフォンでアダルトサイトなどにアクセスしたところ、いきなり「登録ありがとうございます」などと表示され、高額な料金を請求されるという商法。
マルチ取引	商品・サービスを契約して、次は自分が買い手を探し、買い手が増えるごとにマージンが入る取引形態。買い手が次にその販売組織の売り手となり、組織が拡大していく。
利殖商法	「値上がり確実」「必ずもうかる」など、利殖になることを強調して、未公開株、ファンドなどへの投資や出資を勧誘する商法。
点検商法	「点検に来た」「無料で点検する」などと言って消費者宅に訪し、「水質に問題がある」「布団にダニがいる」など、事実と異なることを言って商品やサービスを販売する商法。
ネガティブ・オプション(送りつけ商法)	契約を結んでいないのに商品を勝手に送ってきて、受け取ったことで、支払い義務があると消費者に勘違いさせて代金を支払わせようとする商法。
販売目的隠匿	商品やサービスの販売であることを意図的に隠して消費者に近づき、不意打ち的に契約させようとする販売方法(アポイントメントセールスは含まれていない)。
紹介販売	商品やサービスを購入した人に、知人など他の人を紹介させることによって販売を拡大するシステム。
訪問購入	購入業者が、消費者の自宅等、営業所等以外の場所において、売買契約の申し込みを受け、または売買契約を締結して物品等を購入する方法。
次々販売	一人の消費者に次から次へと契約させる商法。同じ商品または異なる複数の商品を次々に契約させるケースや、複数の業者が次々に契約させるケースなどがある。
当選商法	「当選した」「あなただけが選ばれた」などと特別な有利性を強調して消費者に近づき、商品やサービスを販売する商法。
アポイントメントセールス	「抽選に当たったので景品を取りに来て」「特別なモニターに選ばれた」などと販売目的を明らかにしないで、または著しく有利な条件で取引できると言って、電話や郵便等で喫茶店や事務所等へ呼び出し、契約しないと帰れない状況にするなどして商品やサービスを契約させる商法。
景品付販売	「契約すれば景品を付ける」など、景品を付けることを販売勧誘の手段にしている商法。
被害にあった人を勧誘(二次被害)	一度被害にあった人を再び勧誘し、二次的な被害を与えること。三次・四次被害の相談や、二次被害にあう前の勧誘されただけの相談も含む。
クレ・サラ強要商法	売買契約の際に無理やりサラ金等から借金をさせたりクレジット契約を組ませたりする商法。

出所：国民生活センター「PIO-NETにみる2020年度の消費生活相談の概要」より作成

資料2 消費生活相談の総件数の推移



出所：国民生活センター「消費生活年報2020」

(注) 架空請求の件数は2000年度以降集計。

資料3 啓発ポスター(生徒作品)



資料4 啓発タペストリー(生徒作品)

