



やっぱり見守りが大事、こんな経験ありませんか？ 高齢者を狙った悪質商法

高齢者は「**お金**」「**健康**」「**孤独**」の3つの大きな不安を持っていると言われています。悪質事業者はこの3つの不安につけ込み大切な財産を狙ってきます。あなたにもこんな経験はありませんか？

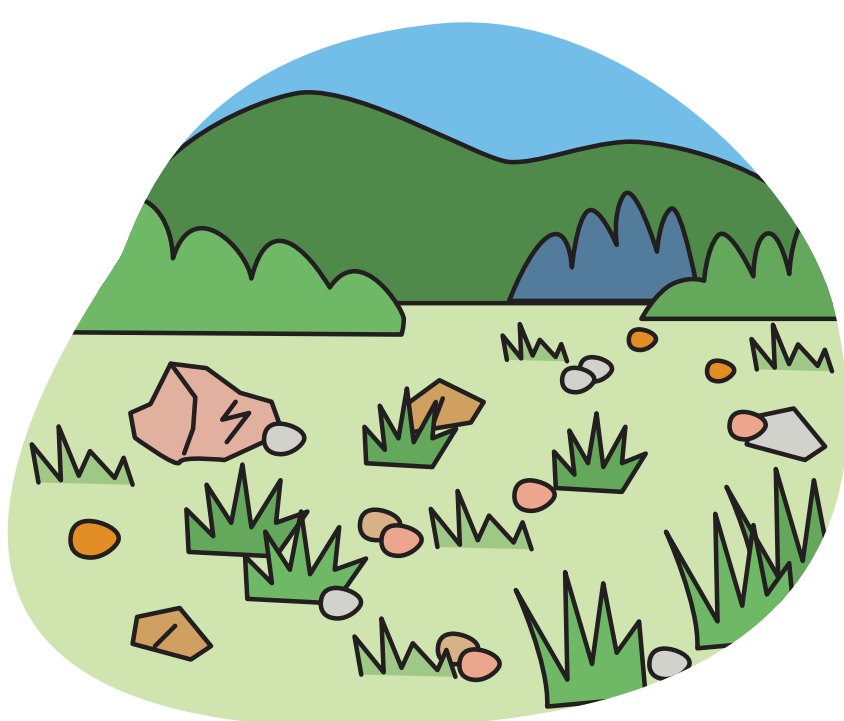
利殖商法 (劇場型勧誘)



A社から社債に関するパンフレットが送られてきた。後日、B社が「A社の社債を代わりに買ってくれたら2倍で買い戻す」と言われ、A社の社債を買い、代金を支払った。B社に電話をしたところ、B社の電話は使われていなかったことで、はじめてだまされたことに気がついた。このように複数の人が登場し、勧誘する手口を「劇場型勧誘」と言います。あなたにも「絶対に儲かる!」「値上がり確実!」などと勧誘された経験はありませんか?簡単に儲かる話や自分で理解できない商品には手を出さず、きっぱり断りましょう。

例えば **ファンド型投資商品** **公社債** **未公開株** など

原野商法 (二次被害)



過去に原野商法の被害にあった人の「土地の処分について何とかしたい!」という心理につけ込み、「測量・整地などをすれば高く売れる」「広告をすれば売れる」「売れやすい土地と交換する」などと言って、「測量・整地」「広告」などの契約を結ばせます。事業者は、登記簿などを見て様々な情報を持っており、電話や訪問により勧誘してきます。事業者の言うことを鵜呑みにせず、契約前に土地の状況について調べ、慎重に判断しましょう。

例えば **土地購入・交換** **測量・整地工事** **広告費** など

ほめあげ商法



「あなたの作品は素晴らしい!」「高名な評論家が賞賛しています。」などとほめあげ、新聞、雑誌や展覧会などに掲載や出展を勧め、高額な掲載料・出展料を請求してきます。「作品を褒められるとうれしい!」という心理につけ込み、言葉巧みに契約を迫ってきますが、冷静に対応し、契約の意思がなければ、きっぱりと断りましょう。

例えば **短歌・俳句** **絵画・書道** **写真** など

高齢者は加齢や疾病等により判断能力が低下している場合があります。また、消費者は被害にあったことに気付かなかつたり、気がついて家族に隠したりして泣き寝入りをしている場合があります。高齢者の消費者被害の未然・拡大防止のために、家族や地域、ホームヘルパーなど周囲の人々の見守りやちょっとした気づき大切です。

困ったときには、最寄りの消費生活センターへ

東京都消費生活総合センター[相談専用電話] 03(3235)1155

高齢者被害110番 03(3235)3366

高齢消費者見守りホットライン 03(3235)1334