

緊急報告!

元祖マルチ業者・ジャパソフ社 倒産と今後の課題

年4回という異例の行政処分

図表「ジャパソフ社」に対する消費者庁の行政処分

①2016.12.16	認定	訪問販売、連鎖販売取引による特商法違反
	処分	3カ月の新規業務取引停止命令（H28年12月17日からH29年3月16日）。改善指示
②2017.03.16	認定	預託法違反（レンタルオーナー制度）
	処分	3カ月の新規業務取引停止命令（同上）。措置命令
③2017.11.17	認定	訪問販売、連鎖販売取引による特商法違反
	処分	9カ月の新規業務取引停止命令（H29年3月17日からH29年12月16日）。改善指示
④2017.12.15	認定	預託法違反（レンタルオーナー制度）
	処分	9カ月の新規業務停止命令（同上）。措置命令
⑤2017.11.17	認定	業務提供誘引販売による特商法違反
	処分	12カ月の新規業務停止命令（H29年11月18日からH30年11月17日）。改善指示
⑥2017.12.15	認定	連鎖販売取引による特商法違反
	処分	12カ月の新規業務停止命令（H29年12月17日からH30年12月16日）。措置命令
	認定	預託法違反
	処分	12カ月の新規業務停止命令（同上）。措置命令

2017年の歳末も押し迫った12月22日。信用情報調査会社の東京商工リサーチから、東京都千代田区に本社を置く、家庭用永久磁石磁気治療器の連鎖販売業および預託等取引業者の「ジャパソフ社」（以下、J社）の社長辞任と本社社屋の売却の情報が流れた。次いで、同月26日にはJ社の事実上の倒産情報が報じられた。負債額は2405億円。J社との契約者総数は、17年7月末時点で

6855人いたという。

J社に対しては、その直前の12月15日、消費者庁が特定商取引法と預託法に違反する行為があるとして、同法に基づき、新規勧誘等12カ月間の業務停止を命じたばかりだった。17年12月17日から18年12月16日までの期間である。

J社が受けた行政処分（図表参照）は、16年12月16日を皮切りに「一部業務停止3カ月」、17年3月16日には「一部業務停止9カ月」が追加され、また、同年11月17日には、さらに12カ月間の「一部業務停止」が命令されている。同一業者が、1年間に4度目の行政処分を受けたという事実は尋常ではない。消費者庁も記者会見で、「これまでに例がない事」と指摘している。

J社をめぐるニュースは続く

これをまるで予期していたかのようには、昨年12月28日、役所は御用納めから正月休暇に入るが、国民生活センターは29日から1月3日までの期間に特設電話を設置し、J社の契約者から緊急相談に、その家族や関係者からの緊急相談に応じることを発表した。1月4日

悪徳商法被害者対策委員会会長
元・信州大学客員教授
堺次夫（さかい・つぎお）

には、その相談件数が273件に達したことを公表した。

事は現在も進行中で、相談はむしろ今後、もっと増大することは間違いない。それとともに、これまで報じられなかった事柄が、次々に明らかになるだろうが、この事態は安愚楽共済牧場事件（2011年12月破産。4000億円の被害）、豊田商事事件（1985年7月破産。2020億円の被害）と並ぶ、最大級の消費者被害事件であり、今後、刑事事件化するこ

悪徳の「集大成商法」を編み出した人物

今回、J社の破綻がいつになるかは断言できないものの、消費者庁の関与は多かれ少なかれ予期していた。なぜなら、J社の取引は到底成立するはずがないから。国会でも17年2月7日、衆議院予算委員会や民進党（当時）の井坂信彦議員の質疑を皮切りに、衆参の関係委員会で民進党、共産党の4議員から、その問題点が再三再四、取り挙げられていた。しかも、16年4月11日の参議院財政金

融委員会が副総理の麻生太郎氏は、共産党の大門実紀史議員の質問に対し、J社の会長について次のように答弁している。

（麻生副大臣）「この人は結構有名な人でしょう。まだ生きていたのかと思つて……。マルチ（商法）が始まった最初の頃から、もう出ていた……。私（筆者）もこの答弁には、思わず笑つてしまつたが、どういう意味の有名人かは言わずもがなである。

J社の商法は消費者庁が第1回の行政処分から明らかにしているが、基本は預託取引、連鎖販売取引つまりマルチ商法であり、訪問販売、業務提供誘引販売が、組み合わされている。これは豊田商事に見られた預託商法を軸にした、マルチ商法とマルチ的だましのテクニクを最大限に応用した、悪徳の「集大成商法」と私は見ている。

なかでも、マルチ商法を抜きにはできない。なぜならば、J社の山口隆祥会長は、わが国における3大元祖マルチ商法業者と言われた「ジェッカーチエン」社の創業者である。その後、「ジャパソフ社」として、これまた被害を多発させ、マスコミをたびたび賑わせてきた人物である。その都度、国会でも問題が指摘されながら、その創業者は一貫して、その絶対的地位にある。群馬県出身で現在75歳である。

43年前に話は遡る

1975年5月13日、衆議院

物価問題等特別委員会は、被害内容が特殊なうえ、被害者数が増加して社会問題になりつつあったマルチ商法問題の集中審議を行った。そこに参考人として呼ばれたのは5人。マスコミでも取り上げられていたマルチ商法3業者「ホリデイマジック社」「APOジャパン社」「ジェッカーチエン社」の代表者である。そして、被害者・消費者側の代表として私(筆者)もそこにいらした。前年の秋に続き2回目の参考人出席であった。もう一人が学識経験者として、当時、東京大学法学部の竹内昭夫教授である。

元祖3大マルチ業者のうちの一人が山口氏である。前出、J社の会長にして、その長女・ひろみ氏が社長(16年12月辞任)である。国会とJ社の因縁はまだ続く。

1985年12月10日。衆議院商工委員会は、またまた問題化したマルチ商法問題で、ジェッカー社の後身であるJ社の社長を参考人として呼んだ。山口氏は会長となり、社長が代わりに出席。竹内昭夫教授と私も出席して意見陳述を行ったのである。この間、ホリデイ社もAPOジャパン社も崩壊したが、J社はその後も逞しく生き続けた。

そして17年の国会では、またまたJ社および山口氏の名が登場する。モリカケ問題の陰に隠れて、国会ではたびたび、衆参の関係委員会ではJ社の商法の問題点について民進党、共産党の4人の議員が

取り上げ、政府を糾した。しかし、マスコミはほとんど報道していない。既に、その時点で被害は高齢者に集中して、被害額は千数百億円に達するのではないかと各議員から指摘されていたことを考慮すると、マスコミはなぜ、大々的に報道しなかったのだろうか。かつてのマルチ商法等、悪徳商法の追及大キャンペーンを知る私はそう感じている。

悪徳商法の原点を垣間見る

J社が行政処分を4回も受けた取引の具体的内容はどのようなものであったのか。

J社の取扱商品は、磁石を埋め込んだネックレス、ペンダント、磁気バンド。それを60万から600万円まで消費者に販売した後、消費者がそれをJ社に預託すると、J社はこれをレンタルし、レンタルユーザーから支払われたレンタル料を預託契約者に供与する。その額は月々0.5%、1年間で6%のレンタル料が得られると称する「レンタルオーナー契約」となっている。自動更新ができる1年の「短期オーナー契約」と、20年の「長期オーナー契約」があり、こちらは中途解約ができない。契約満了時には商品を受け取るか、販売価格で引き取ってもらえる方式。これを訪問販売、マルチ商法(連鎖販売取引)で販売。長期契約の場合、金額に応じて割引があり、契約者が新たな客を連れて行くと預託契約者の資格が上が

り、割引率も上がるというシステムだということである。

一番の売れ筋は短期オーナーの100万円のネックレスで、月々ならば5千円で1年なら6万円になる。現在、100万円を銀行で1年間定期預金を組めば利息は0.01%、たったの百円である。しかも地方税を20%引かれて手取りは80円。それから見れば、何という魅力的な話であろうか! 消費者庁が16年12月、最初の行政処分に至った内容等を見ると、消費者からの相談件数は14年以降、16年11月10日までに401件。契約者は80代37%、70代36%、60代9%であり、4分の3が女性で平均契約金額は1700万円という。

この方式はどこかで聞いたような話だ。その通り! 「金現物」を売りにしながら、現物を売るわけではなく、高金利を謳い、何の担保・保証力もない1枚の紙で現金を集め、最後は破綻した「豊田商事事件」。そして、「和牛のオーナー」になると、子牛販売で高配当が得られると称したものの、やはり契約者数に見合う牛は存在しなかった「安愚楽共済牧場事件」の「ペーパー商法」現物まがい取引と同じだ。30年以上、悪徳商法はなんら変わらず存在している。

破綻必死! 問われる行政責任

消費者庁の最初の行政処分も、「契約者に販売、会社が預託をし

た保有商品数が「大幅に不足」していることを認定。15年9月末現在、J社が預託を受けた商品数は2万2441個。レンタルユーザーへの貸出数は2749個。12.2%に過ぎない。在庫はわずか95個だということだ。J社はその事実を預託契約者に明らかにせず「故意に事実を告げなかった」とや「虚偽記載書面を顧客に交付した」と等が処分理由になったのである。

J社の商法は、分類すると訪問販売、預託商法、マルチ商法(連鎖販売取引)の組み合わせ型である。国会で再三この問題を取り上げ、質疑した各議員が最も懸念していたものは、J社が顧客に、例えば100万円のネックレスを販売したものを預かり、それをレンタルに回して、レンタル料を年6%配当すると言うものの、レンタル先がない状態で、どのように利益を捻出できるのか。結局、その配当は客が支払ったネックレス代金から、あるいは次なる顧客から得た代金から、その一部を回しているだけに過ぎず、結局、破綻必至ではないかという点だ。そうなった場合は、この時点で被害総額は千数百億円以上とも言われ、それは安愚楽牧場の4200億円、豊田商事の2020億円に次ぐ、大型事件になつてしまうということである。

もし、この商品が全く存在せず、レンタル話など架空であつて、単に金融機関として認可されていない



ものが、元金を保証して、不特定多数の人々から、現金を集金するだけの話であれば、これは即、出資法第2条にいう「預かり金の禁止規定」に該当し、刑事罰に問われる可能性が大である。では、レンタルはごく一部で、出資法の適用を逃れるために、形だけ整えている場合はどうなるのか？ いずれにせよ、17年2～5月の段階で、この対策のボールは消費者庁にあり、消費者庁にその責任が存在すると、国会で質疑した国会議員各氏が思っていたはずである。

的を射た国会質疑

消費者庁の調査が始まり、14年9月、10月に行政指導を行う。それでも相談件数が減少しないので15年5月、調査が再開され、同年9月に立入検査を実施。1回目の処分が下ったのが16年12月と繋がるのだが、当初の行政指導が甘すぎたのではないか、立入検査が遅すぎたのではないか、はたまた検査から処分までの時間が掛かり過ぎたのではないか、しかも2回になったのはなぜか等が各議員から指摘され、消費者庁のあり方を追及したのであった。

そこに登場するのが、このJ社の調査を行った消費者庁の元課長補佐X氏の存在だ。なんと、このX氏は15年4月にJ社の顧問に（現在は退職）天下りした。この件については16年3月24日、内閣府再就職等監視委員会が「在職中、利害関係企業への求職があった」と違反認定している。しかもX氏は「あと2年で定年退職するので……」

等と自ら求めたという。

消費者庁はその天下りの事実を15年9月の立入検査時に知ったということ、国会答弁で明らかにしているが、X氏がJ社の調査担当時期だったのは14年4月から15年3月末だ。国会で追及をした国会議員各氏が行政姿勢を疑うのは、当然のことである。

16年12月と翌17年3月、2回にわたり新規勧誘とい

う一部業務停止処分を消費者庁から受けたJ社は、その後どうしたのか？ じつはそれ以後も、新規顧客勧誘を継続していたことが、5月24日の参議院消費者問題特別委員会において、共産党の大門実紀史議員が内部告発を得て、その実情を明らかにし、消費者庁の対応を糾した。

それによると、J社が5月16日に勧誘対象の高齢者を含み、千人規模の大イベントを都内のホテルで開催したこと。その場で山口会長が「3月の売上げが30億、4月は35億5千万、そして5月が、その日現在で25億円」と発言。なぜ業務停止中でありながら、売り上げが伸びているのか！ これが嘘であれば、重要事項の不告知で不実告知になる等と指摘。他にも中堅幹部が「J社の装着型磁気治療器で、腰が痛い、膝が痛いというのが治る」と言っているが、これも「商品の効能に関する不実告知にあたる」。また、別の中堅幹部は「高齢者が毎月収入を得られるよう仕事を提供すると言っている。これは今までどおり、預託取引をやっているということではないか」と核心を突いた質疑に、消費者庁の川口康裕消費者庁次長は「一般論だが、仮にジャパンライフ社にその事実があれば、業務停止命令違反になる」と答弁した。

大門議員は「消費者庁はもう完全になめられている。刑事告発を念頭に入れて厳正な対処を考

える段階ではないか」と、さらに迫る。これに対し、松本純国務大臣は「本件のような全国的な広がりのある重大事案について、厳正に対処することにより消費者被害の防止を図ることは大変重要。同社の処分への対応状況等を含め事実を一つ一つ丁寧に確認した上で、違反行為があれば厳正に対処する……」と答弁した。

なぜできなかった？ 刑事告発

J社にすると、2回目の行政処分を受けた後、当初のレンタルオーナー契約とは異なる「業務提供誘引販売契約」を顧客と結び、購入した商品を周囲に宣伝したという理由で、年6%の活動費を支払う方式にしたので、「違反行為ではない」と言いたいのであろう。周囲から見れば、呼び方が変わるだけで、これまでと同一の手法であるが、さすがに、消費者庁も看過できない。17年11月17日、これが3回目の行政処分として、この取引も特商法上の業務提供誘引販売であり、商品の営業が目的であるにもかかわらず、「エステやマッサージができる」と高齢者を店に誘うなどをしてきたこと。また、J社が債務超過状態になっていることを故意に告げなかったり、解約妨害したりしたことを違法と認定し、業務提供誘引販売取引についても1年間の新規業務停止等の処分に繋がったのである。

では、J社はどうしたか。名古屋で結成された「ジャパンライフ被害対策中部弁護団」には、新たな資金集め手法として「リース債権販売」を始めたという情報が寄せられたとかで、何の事はない。これもまた契約金額の年6%が配当されるという点では、これまでと同一である。その上で迎えたのが、最初と2回目の業務停止期限となる17年12月16日。その1日前に消費者庁は、今の営業形態では、これ以上、新たな営業をさせない断固とした姿勢を見せたことになる。もちろん、これにより破綻は近づく結果、新たな被害は出ないことになる。

これは至極当然のことながら、長年、この会社と経営者をウオッチしてきた筆者としては、それでも物足りない。それは消費者庁が、この業者およびその経営者の体質を詳細に分析していなかったのではなか、ということである。

J社の場合、初期の対応遅れが、被害拡大に繋がっていないか。あるいは4度にわたる行政処分だが、会社側のその後を見れば、体質は明らかではないか。少なくとも、早期に特商法違反、預託法違反容疑で、刑事告発すべきではなかったかと考えるのは、私だけではないであろう。今回の事実上の倒産で、1件落着にはならないことは当然で、刑事事件としては詐欺罪容疑を視野に入れた捜査が進むことを強く望みたい。

高齢被害者の対策が急務だ

J社との契約者の8割が70歳以上だという。最高契約額は5億円。1億円以上、支払った高齢者も結構いるようだ。15年4月から17年12月5日までに全国の消費生活センターへの相談は515件で平均1860万円という。年齢から考慮すると、全財産を投じたケースもあるだろうから、心理面を含めた、細やかな対応を全国の相談機関にお願いしたい。この種の事件があると、「救ってあげる」と言いつつ、さらにだますという手口がこれまで多々あった。その注意喚起も必要だ。

被害救済については、1月20日、全国の弁護士有志が「全国ジャパンライフ被害弁護団連絡会」を結成した。ここは破産手続きしかないだろうから、弁護士の出番となる。破産宣告が裁判所から出されれば、残存財産は裁判所の管理下に置かれるので、破産申し立てはとにかく急ぐ必要がある。

最後に

私は今回、国会の追及とマスコミの対応にも一言、どうしても触れたい。

かつて私がマスコミの協力を得て、数々の悪徳商法の追及をやってきたことを自負するからである。「被害実態を世に明らかにする」その一点だけで、いかに多くの記事やユ二

スになったことか。国会では主として野党に、政府追及の形で、やはり被害実態を表に出してきた。ある時、政府側委員が、「こうして質問していたら、多く国民に、情報を知っていただけることに感謝します」と言われたことがあり、それをよく覚えてる。

いま国会では野党の質問時間を減らすという動きがあり、これを私は懸念している。国会が質疑をする、政府の対策を糾すということは立法府全体の責務ではないか。与党も大いに質問すべきである。質問の時間を削るより、なお増やせばよいではないか。その問題が重要ならば、集中審議があつてもよいし、議員立法もできるのが、国権の最高機関たる立法府であるのだから。

最後はマスコミの対応である。モリカケ問題に限らず、映像によるマスコミ報道は強烈であり、これでもかという感じで情報が流される。よつてテレビでは、どの局の番組も午前と午後の番組は違いがなく、時には順番まで一緒である。まさに「池に落ちた犬は皆で叩け」といわんばかりである。しかし、そうした報道が続くということは、他のテーマがおざなりになるということがある。報道時間は決まっているし、新聞も紙面には限りがあるから、ややこしいテーマは後回しになりがちだ。

刑事事件になると、初めて活字になることも多い。また、業者名を掲載することは難しいのは分かる

が、それを伏せてでも書くという姿勢がそもそもなくなってきたのではないかと。そして、行政処分などはマスコミが書き、報道してこそ、行政目的が達せられることが多い。その結果、昨今の行政処分、とりわけ今回のような消費者被害事件は、処分件数が増加したこともあり、珍しいことではなくなつた。とすると、時には記事にもならないくらいに目につかない。

J社報道の場合、大手マスコミの記事が実に少なかったと私は思っている。少なくとも、消費者問題専門紙は16年時点から、社名を挙げて何回も記事にしていた。そうした事実がありながら、大手マスコミによる、行政処分を契機にした調査報道が見られなかった。国会質問時も書けるタイミングがあつたはずだ。それは私自身がかつて、マルチ商法問題の実態と対策を国會議員に再三再四陳情し、何人も国會議員がこれを受け、国会で政府の対策を糾し、マスコミ各社もそれをたびたび報道してくれた事実があるからだ。

かつてのような調査報道や大キャンペーンは、なぜ少なくなつてしまったのか。いくつか理由はあるだろうが、またの機会に持論と対策を述べたい。加えてJ社の問題について、消費者庁はじめ、マスコミも含め、どのタイミングで、どの誰が、あるいは組織のどこが、何をすべきだったのか、被害者の救済対策とともに検証すべきであると考えている。