1. 事業者向け悪質商法のトラブル事例

区分・テーマ	主な勧誘手口・特徴	発生する問題・リスク
無料求人広告	ハローワーク情報等を見た事業者に「3週間無料」と電話勧誘し、申込書に小さく自動更新を記載。	無料期間終了後に高額な有料掲載（20万～40万円）へ移行。解約連絡も難しく、求人効果は乏しい。
SEO/MEO対策	HP等を見た事業者に「検索順位上昇」「集客に必須」とメリットのみを強調して勧誘。	検索順位の保証は困難であり、十分な効果が得られないまま多額の費用支払いのみが継続。
HP作成	HP作成の口実で、説明不十分なまま長期のクレジット・リース契約書類に署名させる。	契約対象がHP本体ではなくCD-ROMやタブレット等機器類。中途解約不可で高額支払いが残る。
予約システム・広告等	「必ず集客・売上増になる」等と効果を断定し、負担感を減らすため分割払いを組ませる。	断定的な説明と異なり確実な効果にはつながらず、長期にわたるクレジット等の支払いが重荷化。
キャッシュバック	「モデル店で利用料は後から戻り実質無料」と説明し、オンライン等で契約させる。	契約書に未記載または厳格な条件があり適用されず、高額な利用料金のみ請求される。
補助金申請・コンサル	中小企業向け補助金の申請代行やSNSコンサルティングを「やらないか」と勧誘。	採択保証がないにもかかわらず、高額なコンサルティング費用だけを支払い続けることになる。
光コラボレーション	大手回線代理店を名乗り「現電話回線が使えなくなる」と不安をあおって回線転用を勧誘。	実際には安くならず高額請求となり、解約手続きも非常に複雑でトラブルに発展する。
自動販売機等	創業直後の個人事業主等を狙い、多機能自販機導入を言葉巧みにリース契約等で勧誘。	売上が想定通り伸びず、毎月のリース料やクレジット代金が経営を大きく圧迫する。
電子ブレーカー等	飛び込み営業で「電気代が大幅節約できる」と勧め、その場で申込させ即日工事を行う。	ブレーカー自体の高額さや耐用年数に対し、実際の節約額が見合わず元が取れない。
ファクタリング（偽装）	売買を装い高金利貸付を行うヤミ金融業者による「偽装ファクタリング」	買戻しの強要や高額手数料の請求により、かえって資金繰りが急速に悪化する。

2. トラブル発生の主な原因

◆即決と確認不足: 申込書や契約書の内容を十分に確認しないまま、その場で署名・押印してしまう。

◆甘い勧誘文句の過信: 「無料・低額」「モデル店・優良事業所モニター」などの言葉や営業担当者の人柄を信じ切ってしまう。

◆営業プロへの警戒不足: 相手が契約締結に慣れた専門的な営業担当者であることを十分に意識できずに対応してしまう。

3. 留意点と対抗策

◆「事業者間取引」と消費者保護: 屋号の記載や事業者名義を理由に「クーリング・オフ不可」と説明されても、契約の目的や実態が一般消費者取引に近い場合は保護法令の適用が検討され得る。

◆リース・クレジット契約の注意点: 高額機器等の導入で提示されるリースやクレジットは中途解約が困難であり、販売業者とのトラブルを理由に支払いを拒むことも原則容易ではない。

◆民法上の意思表示の取消し: 説明内容の重大な誤認（錯誤）、詐欺、強迫による場合は、意思表示を取り消して契約を初めから無効とできる可能性がある。手続き上、書面や内容証明郵便等で明確に伝えることが重要。

◆専門家への早期相談: 安易に連絡や支払いを自己判断で中断せず、契約書・申込書・請求書・録音データ・メール履歴等の証拠を整理した上で、迅速に弁護士等の専門家に相談することが望ましい。