

---

毎日放送『ゼニガメ』偽の買取現場への  
「密着コーナー」に関する意見

---

放送倫理検証委員会

委員長	小町谷育子
委員長代行	岸本 葉子
委員長代行	高田 昌幸
委員	井桁 大介
委員	大石 裕
委員	大村 恵実
委員	長嶋 甲兵
委員	西土彰一郎
委員	毛利 透
委員	米倉 律

\*本意見書は2024年9月から2025年3月の放送倫理検証委員会での審議をもとに作成されました。長嶋甲兵委員と西土彰一郎委員は任期満了につき3月末をもって退任しました。

# 目次

I	はじめに	1
II	審議の対象とした番組	1
1	番組の概要	2
2	2023年11月29日の放送（本件放送1）	2
3	2024年5月8日の放送（本件放送2）	3
4	2024年7月17日の放送（本件放送3）	3
III	放送に至る経緯と問題の発覚、その後の対応	4
1	制作の体制と流れ	5
2	取材対象の選定	5
3	本件放送1、2のロケ	6
4	本件放送3のロケ	6
5	プレビュー	7
6	問題の発覚とその後の対応	8
IV	委員会の考察	10
1	「専門家」も加わっていた“偽装”（本件放送1、2）	11
2	不十分だった基本的な事実の確認（本件放送3）	11
3	サービス利用者を会社から紹介されることの落とし穴 （本件放送1～3）	13
V	委員会の判断	14
VI	おわりに	15

## I はじめに

空き家問題が深刻だ。2024年に総務省が発表した「住宅・土地統計調査」によると、全国の空き家の数は過去最多の900万2千戸に上っている（23年10月1日現在）。全国の住戸のおよそ7戸に1戸の割合である。超高齢化社会は多死社会だ。団塊の世代と呼ばれる世代のすべてが後期高齢者となる2025年以降は、毎年150万人が亡くなっていくと推測される。住まない家や大量の物を遺され困惑する人は、ますます増えていくだろう。

「物を捨てるのはたいへん。業者に頼むとお金がかかる。ひょっとしてお宝が埋もれているかもしれないし。遺品整理と買取を一度にしてもらえたら。ついでに家も買い取ってくれればなおのこといいのだけれど...」。視聴者がそんな悩みを抱えていたら思わず身を乗り出してしまいそうな番組が放送された。2024年7月17日に放送された毎日放送の情報バラエティー番組『ゼニガメ』（以下「当番組」という）の密着取材のコーナー（以下「密着コーナー」という）である。家屋の清掃と出張買取を一度に行う業者を取材。ゴミ屋敷同然の空き家で金庫を発見し、中から金の延べ棒が出てきたのだ。業者は当番組に過去2回登場しており、空き家や遺品を買い取る様子が放送された。

3回目の登場となった放送の翌日、毎日放送の視聴者センターに1本の電話が入った。金庫はネットオークションで出品されていたもので、買取業者の自作自演の疑いがあるとの通報だった。毎日放送が調査すると、金庫は当の買取業者が落札していて、さらに調査を進めたところ、過去2回の放送にも、買取業者による“偽装”のあったことが判明した。

視聴者に対して毎日放送は、通報のあった当日の7月18日にローカルニュースで第一報と詫びを伝え、9月18日に放送を再開した当番組内で再度詫びた。BPO放送倫理検証委員会（以下「委員会」という）には7月22日に自主報告が、9月2日と6日に追加報告があった。事実と異なる内容が繰り返し放送されたことを、委員会では重く見て、制作過程に放送倫理違反がなかったかどうかを検証するため、9月の委員会で審議入りを決定した。

## II 審議の対象とした番組

委員会が審議の対象としたのは、買取業者（以下「A社」という）に取材した3回の密着コーナーのうち、事実と異なることが確認された部分である（以下まとめて「本件放送」という）。

## 1 番組の概要

当番組はお金に関する「情報バラエティー番組」である。月1、2回のペースで、関西ローカルで放送されている。時間帯は水曜の午後8時から9時58分（回によっては57分）だ。2022年5月に単発番組としてスタートし、その回を含めて5回が特番として放送され、2024年5月8日放送の回からレギュラー化された。

番組はスタジオと取材VTRとで構成されている。番組タイトルは「ゼニ儲けのからくりをガメつく暴く」ことから来ているという。人気店の繁盛のしくみを解き明かしたり、話題のスポットを出演者が体験調査したりする。その中で密着コーナーは、儲けがあるのか謎の店や、ちょっと変わった目のつけどころでビジネスを展開している業者の仕事の様子をカメラが追う。過去には迷い猫専門の探偵、プロポーズのプランナー、外国人の特別なオーダーに応える旅行会社などが登場している。

## 2 2023年11月29日の放送（本件放送1）

A社が最初に登場したのは、特番としての放送の4回目に当たる2023年11月29日の放送だ。アタッシュケースを提げたA社の社長（以下「A社長」とする）の姿が写り、画面右上のサイドスーパーには「高額査定連発！即日現金払い出張買取に密着 A社 大阪・京都・奈良エリア」と、社名と出張エリアが表示されている。年間4千件以上の依頼、年間売上20億円以上というA社の概要に続き、買取の現場に密着しながら、利益のしくみが説明される。金のアクセサリは、当日の金の相場で買い取って値上がりを待つ、ブランド品は高く売れるルートを選んで再販する、まると買取と称してゴミ屋敷の清掃と買取を一度に行いお宝を発掘する、清掃についてはゴミ処理会社を買収し自社で行ってコストを抑える、などである。

問題があったのは、この回の放送でA社を取り上げた約21分間のうち、「密着3日目」に始まる約2分15秒間のVTRだ（以下「本件放送1」という）。A社長がアタッシュケースを手に、ジャケット姿の男性を伴って一戸建ての家を訪ねる。さきに親の遺品の買取に来た家で、迎えた客（以下「依頼人B」という）が「物件も買い取っていただけるとい話をいただいて」と言う。家も買い取ってほしいとの顧客の声に応じて、A社長が数年前に不動産売買の資格を取得したこと、買い取った物件は賃貸にして利益を得るといからくりがナレーションで説明される。A社長が畳の上に並べた600万円の札束に「どうしよう...」と、とまどった笑みを浮かべる依頼人B。サイドスーパーには「不動産もまると買取 現金即日払い A社 大阪・京都・奈良エリア」と表示される。

しかし今回の問題発覚後、番組に登場した依頼人BはA社長の知人で、買取対象の土地建物と無関係の人物であったことが明らかになった。またA社長が伴っていたジャケット姿の男性は大阪司法書士会所属の司法書士で、同じくA社長に依頼された人

物であった。現場となった土地建物は、A社の関連会社の所有物であった。

### 3 2024年5月8日の放送（本件放送2）

2回目の登場はレギュラー化の初回である2024年5月8日の放送だ。お笑い芸人の引越に伴う買取のVTRの後、A社長はスタジオにも登場し、出演者の私物をその場で査定、買取する。持参のアタッシュケースを開けると、3,000万円分の札束が入っていて、現金即払いのリアリティが増す。

問題があったのは、この回の放送でA社を取り上げた約30分間のうち、37歳の男性（以下「依頼人C」という）の依頼による買取に密着した、約15分間のVTRである（以下「本件放送2」という）。密着の現場は、依頼人Cが結婚前まで暮らしていたという一軒家だ。両親の他界後空き家となり、遺品整理をA社に依頼したようだ。

儲けのからくりとしてナレーションで説明されるのが、A社独自の供養のサービスである。僧衣をまとったA社長が仏壇に向かい読経する。A社長は僧侶の資格を持っており、このサービスが大当たりして、A社は遺品整理の件数において5年連続で関西ナンバーワンだという。「雑に扱うのは、ちょっとイヤだったんで」。依頼人Cの口調はしんみりしている。遺品のファミコンテレビには「幼稚園とかかな、くらのときに（父が）やっているのを見てたんで」。自分で整理しようとしたけれど「何か出てくるたびに、これ、この時、着てたね、とか。そういう話になったりとか。進まなくて」。母のへそくりが出てきたときは「ちょっと震えました」。買取額がA社に支払う費用を上回り、依頼人Cは113万5,000円を現金で受け取る。

VTRはそこで終わらなかった。土地建物の買取へ進んだ。「整理はこちらで、買取はこちらで、不動産はまた別のところでっていうのが、ちょっともう正直、わずらわしいことなので。全部一括してお任せできるっていうところの安心感が僕の中では大きかったです」と語る依頼人C。ジャケット姿の男性の立ち合いのもと、畳の上に広げた書類に、男性の指し示すところに従って依頼人Cがサインしていく。A社長は720万円を札束で渡す。サイドスーパには「お宝続出！遺品整理の出張買取に密着！ A社 大阪・京都・奈良エリア」と表示され続けている。

しかし、この依頼人CもA社長から依頼された知人（同じ青年会議所の会員）で、家屋とは無関係の人物であったことが後に明らかになった。また、土地建物の買取に立ち合ったジャケット姿の男性は、本件放送1と同じ司法書士だった。土地建物も本件放送1と同様、A社の関連会社の所有物であった。

### 4 2024年7月17日の放送（本件放送3）

3回目の登場は、レギュラー化して4回目当たる同年7月17日の放送だ。問題があったのは、この回の放送でA社を取り上げた約33分間のうち、約26分半の密

着コーナーである。密着の現場は、傷みの激しい一軒家。家の前で待っていた50代男性（以下「依頼人D」という）は廃墟と知らず相続し、中に入ったこともないまま固定資産税だけ払い続けていること、売却に向けてまずは清掃と買取を依頼したことが、本人の語りとナレーションで説明される。依頼のもうひとつの理由として、金庫があるかもしれないと言われて鍵を預かっているものの、自分で入って探すのは気持ち悪いという説明が付け加わる。

玄関近くまでゴミの溢れ返った1階を、A社長を含め7人のスタッフが清掃し、買い取れる物としてようやく出てきたのは、段ボール箱いっぱいの怪獣のフィギュアだった。金庫は「あるとすれば二階の部屋か、もしくはないか」とA社長がつぶやく。スタッフ総出で二階を探して、そのうちの1人が発見。黒の金庫は塗装の一部が剥げ、大きな傷も付いていた。電話で呼ばれた依頼人Dは、持っていた鍵で扉を開け、中の引き出しを開けて「なんか入ってる。マジ？マジ？ヤバッ、どうしよう」。金の延べ棒がビニールケースに入って現れた。ブランドマークと「1K I L O」「999.9」と重さ、純度を表す数字が刻印されている。

金のアクセサリーの買取同様、A社長はただちにその日の相場をスマホで調べ、1,274万円を提示。「アカン、手、震えてきた」と言う依頼人Dは、A社長が床に置いた札束を「こんなとこ、置かんといて！」と慌てて持ち上げた。サイドスーパーには「廃墟から金庫を発見！A社の買取査定 中から金の延べ棒1,274万円」と表示されている。

しかし、この依頼人DもA社長から依頼されたA社長の知人で、家屋と無関係の人物であり、金庫と金の延べ棒はA社の所有物だったことが、「I はじめに」で述べたとおり後に明らかになった。

このように、本件放送1～3では、登場した依頼人がいずれも“偽”の人物であった。また、本件放送1、2で紹介された不動産売買の契約は偽装されたもので、立ち会った司法書士への登記申請の委任も偽装であった。

そして、本件放送3で偽の依頼人の家から見つかった金庫と金の延べ棒は、A社側によって“仕込まれた”ものであった。

### Ⅲ 放送に至る経緯と問題の発覚、その後の対応

以上のような、事実と異なる内容を含んだ番組はどのように制作され、放送に至ったのか。また問題はどのように発覚し、どう対応したのか。委員会では本件放送の録画を視聴したほか、毎日放送から提出された報告書（2024年7月22日付、9月2日付、9月6日付、11月29日付）および関連資料の分析、本件放送の制作に関

わった11人から合計約12時間半のヒアリングを実施して、制作の経緯、問題発覚後の対応等について検証した。

## 1 制作の体制と流れ

当番組は毎日放送の局制作である。本件放送を含む3放送回には、チーフプロデューサーをはじめ24人から28人が制作に携わっている。また、チーフプロデューサーとは別にマネジメントプロデューサーが、番組アドバイザーを兼ねて付き、制作の各過程でコンプライアンスの観点から助言する。マネジメントプロデューサーは、同局の番組『東野&吉田のほっとけない人』について、BPOが2022年6月2日に公表した委員長談話を機に設けられた役職である。

番組を実質的に管理するのはプロデューサーと総合演出だ。総合演出の所属する制作会社に、制作の主要部分が委託されている。制作会社からの発注によりディレクターは5人から6人、リサーチャーは4人から6人が動いている体制である。本件放送1～3の取材を担当したのは同一のディレクターだ。

番組会議は週1回行われ、ディレクターは参加することもある。本件放送のディレクターは作業スケジュールの関係で参加せず、会議の決定を受けて始動する流れだった。密着コーナーについては「ネタありき」の考えから、納品の期限を特に定めず発注されていたという。

## 2 取材対象の選定

A社は、清掃と買取が一体となったビジネスモデルのユニークさにリサーチャーが注目し、取材対象の候補となった。10店舗ほどを展開する関西最大級の規模の業者であること、A社長が全国紙や在阪各局の取材実績が多くあること、利用者の悪い口コミや係争案件がないこと、リサーチャーが電話でA社長と話し、企画の趣旨説明をしたところ協力が得られそうなことなどから、2023年10月5日の番組会議で選定された。この時、マネジメントプロデューサーの指示で、プロデューサーらがA社に関する評判や、訴訟や関わった事件がないかなどをインターネットや過去のニュース記事の検索などによって再確認した。また遺産相続の際の相続税の仕組みや、不動産を現金買取することができるのかについても、追加の情報収集・確認をした上で、取材・撮影に向けて動き出した。

選定後はディレクターがA社と直接やりとりを行った。ディレクターは撮影に先立ってA社の事務所にA社長を訪問。その際にA社長が古物商、宅地建物取引業、僧侶の資格を持っていることを聴き取りし、僧侶の資格証については現物を見た上で、画像に収めた。古物商と宅地建物取引業の資格については、プロデューサーが、A社のウェブサイト記載の免許番号が大阪府公安委員会や奈良県に登録されているものと一

致していることを確認した。

これらのプロセスを経た上で、ディレクターは密着できる現場があったら連絡をくれるようA社長に依頼。A社長から来た情報は総合演出に伝え、総合演出が番組会議に諮った結果を受けて動いていた。

### 3 本件放送1、2のロケ

ロケのスタッフはディレクターとカメラマンの2人である。ロケの前にディレクターは、A社長から送られてくる画像で現場のイメージをつかんでいた。ただし現場の下見や、依頼人への事前の連絡等はしていない。取材の対象はA社であることと、現場で何が起きるか分からない密着取材のリアリティを大事にしたい考えからだ。

依頼人にはロケ当日に「出演承諾書」への署名をとる。出演承諾書には「私自身のプロフィールや番組内で述べた事実について虚偽がないこと」「私は番組で取り上げた取材対象企業・店舗の関係者（過去も含む）ではなく、一切の利害関係がないこと」といった記述が含まれる。依頼人は内容を読んで署名し、年齢、日付、電話番号を記した。

本件放送1のロケは2023年10月23日に行われた。A社からの情報では、土地建物買取の現場で、依頼人Bとの価格交渉や契約内容の確認を含めた商談はすでに済んでおり、書類への署名・押印と現金を受け渡すシーンだけなら撮影できるという。そこで当日のロケでは、司法書士の立ち合いのもと、A社長と依頼人Bとの間で行われた権利書の受け渡し、売買契約書への押印、登記申請手続委任状への署名の様子を撮影した。個人情報に配慮してカメラが近くに寄ることはしなかった。

放送が好評で視聴者からのクレームもなかったため、ディレクターは遺品整理の現場にも機会があれば密着したいと、A社長に依頼した。

本件放送2のロケは2024年3月11日である。依頼人Cの、父親についての思い出話の口調、ゲーム機やソフトビニールの人形といった父の遺品に高値が付いたときの表情、そのすべてが自然だった。土地建物の買取では、前回と同じ司法書士の立ち合いのもと、A社長と依頼人Cとの間でなされた書類のやりとり、署名・押印、現金の受け渡しなどの様子を撮影した。時間にして10分くらいと短時間だったが、前回と同じく商談はすでに済んでいるとA社長から聞いており、ディレクターは不自然さを感じなかった。

### 4. 本件放送3のロケ

上記、本件放送2のロケ後の4月8日に、ディレクターは、さらに取材できそうな現場があれば知らせてほしいと、A社長に電話で依頼していた。本件放送3の現場について、A社長からディレクターに連絡が来たのは5月20日である。廃墟状態の家

で、中に金庫があるかもしれないと依頼人Dから聞いているという。ディレクターから報告を受けた総合演出が、5月23日の番組会議で提案。本件のロケが決定した。

6月5日のロケ当日の朝、現場の家の前に一番乗りしたのはロケスタッフだった。次いでA社長が到着した。小型の固定カメラの位置を決めるため、A社長が依頼人Dから預かってきたという鍵で入ると、中は真っ暗で足の踏み場もないほど物が散乱していた。突然提灯が飛んできてA社長が悲鳴を上げ、提灯を吊してあるワイヤーをA社長が引っかけたとわかったときは、A社長も入るのは初めてなのだと言ったロケスタッフは感じた。遅れてA社の清掃スタッフと依頼人Dが到着した。

午前中は一階の清掃に終始した。ロケスタッフは自らも腐った畳を踏み抜きながら、汗を流して作業するA社長に密着した。カメラは常にA社長の姿をとらえており、音声もA社長に装着したピンマイクで拾っていた。固定カメラは一階奥の天井付近に設置し、定点撮影もしていた。後に確認したところ、そのいずれにも金庫を運び込む動きや指示は入っていない。ただし二階へ上る階段は、固定カメラの死角だった。

昼休憩のときに、ディレクターは午後の撮影に備えて、午前中は手つかずの二階を下見したいとA社長に申し出て、2人で二階へ上がってみた。A社長が、階段を上がってすぐの納戸に金庫を発見した。カメラの回っているところで金庫発見のシーンを撮りたいと考えたディレクターは、A社長に金庫に手をふれず、金庫があったと清掃スタッフに伝えずに、午後の作業を始めるよう依頼した。

金庫から金の延べ棒が現れたとき、ディレクターは奇跡が起きたと感じたという。A社長がスマホで調べたその日の相場を示すと、依頼人Dは興奮し、混乱した状態が10分か15分ほど続いた後、買取へ進んだ。しかし、A社長が1,000万円を超える札束をその場で出したことに、ディレクターは不自然さをおぼえなかった。A社長が日頃から多額の現金を持ち歩いていることは、これまでの密着取材などで知っていたからである。

## 5 プレビュー

本件放送1～3のプレビューは、各3回ずつ行っている。プレビューには、プロデューサー、総合演出、ディレクターらが参加。またプレビュー後には、VTRの仮編集データをマネジメントプロデューサー、プロデューサーに送り、それぞれがデータチェックも行った。

本件放送1のプレビューでは、プロデューサーと総合演出から、事前のリサーチ段階では土地・家屋の売却価格の交渉が行われるという話だったが、そのシーンがないのはなぜかと質問が出され、ディレクターは「A社長が依頼人Bに撮影の内諾を得る際に、価格についても同意が得られて、ロケの際には司法書士の立ち合いのもとでの契約だけが撮影できた」と説明した。またA社が買い取った家のその後についての質

問に対し、ディレクターが、賃貸・転売のためにA社が「管理物件」の看板を掲げる場面も撮影できていると説明し、その場面もVTRに入れることになった。また600万円の現金を受け取った依頼者のリアクションが生々しいので、そのシーンはカットを割らず1カットで見せる編集にすることなどが決まった。

本件放送2のプレビューでは、物置の中が片付いていて、買取の対象となる遺品だけが置いてあるように見えることに対して、総合演出から違和感があるとの指摘があったが、ディレクターは、ロケスタッフが並べたのではなく現場のありのままを撮影していると説明した。買い取られたファミコンテレビについては、総合演出がインターネットで相場を調べて買取額の妥当性を確認した。また依頼人の母親のヘソクリと思われる100万円が出てきた場面では、A社長が見つけた瞬間にすぐに封筒を依頼人Cに手渡して依頼人Cが封を開けていることもあり、マネジメントプロデューサーはそこに不自然さは感じなかった。

本件放送3のプレビューでは、家の古さに比して金の延べ棒が新しいように見えたが、金庫の中に、それも引き出しの奥にしまわれていたものだし、ケースで保護されているし、そもそも金は劣化しないのだろうと考えて問題視しなかった。マネジメントプロデューサーは、普段から時系列の入れ替えやストーリーに合わせたかのような不自然な編集がないかを中心に厳しくチェックしていたが、そうした箇所は見当たらなかった。3回のいずれも、依頼人たちのリアクションが自然なことと、“顔出し”で出演していることに信ぴょう性を感じたと、プレビューに参加したプロデューサーや総合演出らは述べている。

なお、本件放送3のプレビューでは、この顔出しが議論になった。大金を手にした依頼人Dにはさまざまなリスクが想定されるため、プロデューサーは、マスクングをかけて依頼人Dの顔を隠すよう指示、いったんはマスクングを施して編集した。これに対して総合演出は「VTRの信ぴょう性が薄れてしまうからマスクングを外したい」とプロデューサーに相談した。プロデューサーは、マスクングを外すことには基本的に否定的だったが「依頼人Dに十分にリスクを説明して承諾をもらってほしい」と指示した。ディレクターは、顔出しのリスクについてA社長を通じて依頼人に伝え、A社長から「依頼人Dから顔出しOKの承諾が取れた」との連絡があったため、最終的にマスクングは外した。

## 6 問題の発覚とその後の対応

本件放送3の翌日の2024年7月18日の午後1時頃、毎日放送視聴者センターに入った電話は、A社とは別の買取業者を名乗る人物からであった。制作局とコンプライアンス局でただちに調べたところ、廃墟から出てきた金庫と塗装の剥がれと傷の一致するものが、同年5月21日にオークションサイトで落札されていた。つまり、

A社長からディレクターに本件放送3のロケの現場に金庫があるかもしれないと連絡した翌日に、金庫が落札されたことになる。通報のあったその日、プロデューサーがA社長に急ぎ聴き取りをすると、金庫は確かにA社のアカウントで落札されているが、依頼人Dの家にあった経緯は不明と説明。ディレクターへの聴き取りではこれらの経緯については全く知らないということだった。依頼人Dも同日のプロデューサーの電話に対し、取材で話したことに間違いないと答え、A社長にはぬか喜びさせられた上を買取金を返せと言われ、ふざけているのかという思いだと、強い言葉で憤りを示した。

視聴者に対しては同日の午後9時に、毎日放送のインターネットニュースサイトで記事を配信。午後11時54分のローカルニュースで、事実と異なる内容の放送があったこととその内容を、お詫びとともに知らせている。

その後の調査は、コンプライアンス局法務部が詳細に行うこととなり、制作スタッフからはロケに関する番組会議の記録、メールやLINEのやりとりの記録、ディレクターについてはスマートフォンの通話記録も提供を求め、ロケ当日の撮影素材、約9時間分と照合しつつ確認した。

不動産登記を確認すると、本件放送の依頼人は3人とも、現場の土地建物とは無関係であることその他、依頼人CはA社長と同じ青年会議所に所属することもわかった。聴き取りを重ねていたA社長は8月7日になって、ようやく不動産売買と登記手続委任の偽装および金庫と金の延べ棒の“仕込み”を認め、口頭で謝罪した。聴き取りに対し、取材時と同じ回答を続けていた依頼人B、依頼人Cも、A社長が虚偽を認めるに至って回答を翻し、A社長から依頼されたと述べた。依頼人Dは、7月18日にプロデューサーが電話で聴き取りをした後は、電話に出なくなった。司法書士は聴き取りに対し「テレビ用にデモンストレーションとしてやった」「テレビの内情もテレビの倫理観もわからないので、いろいろ含めてこれがテレビなのかと思った」と答えている。

なお、A社が登場した3回の放送のうち、本件放送の3人の偽の依頼人以外の買取は事実であることを、委員会は聴き取りで確認した。

8月22日に当番組の制作スタッフら約30人と制作局幹部が集まって、再発防止に向けて議論した。とりまとめた再発防止策の主な点は、次のとおりだ。

- ①取材意識の改革と確認。悪意の取材対象者の交じるリスクを意識する。取材対象者が企業のサービスの利用者である場合は、番組主導で選定することが原則である。例外的に企業から紹介を受ける際は、最大限の注意を払う。
- ②「出演承諾書」の取得を徹底する。
- ③やむを得ず企業から紹介を受けて利用者を取材するときは、企業の関係者ではな

いことを記載した「確認書」を企業と交わす。

- ④ロケディレクターはチェックシートを用いて、確認漏れを防ぐ。チェックする項目は①～③の他、企業に紹介を受けた利用者と、放送までの間に直接連絡を取ること、企業の関係者でないことや実名・顔出しについて再確認をすることを含む。
- ⑤密着取材の制作スケジュールに余裕を持つ。事前に下見や取材対象者とのコミュニケーションにつとめ、それができない取材では、ロケからプレビューまでに余裕を持たせ、コミュニケーションや入念な確認ができるようにする。
- ⑥特にリスクの予想される取材対象には「ファクトチェック」の意識を強く持つ。不動産取引については可能な限り登記を確認する。

毎日放送は9月4日に調査結果と再発防止策を発表し、9月18日、番組内で事実と異なる内容を放送したことを視聴者に改めて詫びて、放送を再開した。調査を尽くしたこと、“偽装”や“仕込み”に制作スタッフの関与が認められなかったこと、再発防止策をとりまとめたことから再スタートしたという。

なお毎日放送は、司法書士の所属する大阪司法書士会に対し、取材時の司法書士の行為は司法書士法および司法書士の倫理に抵触するのではないかと、コンプライアンス局から申し入れた。同会の回答は、同会に懲戒する機能はなく、個別の案件には答えられないというものだった。

一方、A社長に対して法的な訴えを起こしてはいない。制作現場には訴えるべきではないかという声もあったが、事実と異なる放送をしたことの責めを負う放送局が一買取業者を訴えることは、放送局として取るべき手段ではないだろうと、制作局とコンプライアンス局とで判断したという。

## IV 委員会の考察

『ゼニガメ』は「情報バラエティー番組」である。バラエティーの要素もあるとはいえ、言うまでもなく視聴者は、そこで扱われている情報が事実であることを前提に番組を視聴している。

本件放送は、事実と異なる内容を一度ならず三度にわたって放送したものであり、視聴者の信用を大きく裏切ることになった。また、当事者である毎日放送のみならず、他局を含めて数多く制作・放送されている情報バラエティー番組全般への信用をも棄損しかねない問題でもある。

なぜこうしたことが起きてしまったのか、事実と異なる内容を放送することを未然に防ぐことはできなかったのか、制作プロセスのどこかで問題に気づくチャンスはなかったのか。以下では、いくつかの角度から考察する。ポイントとなるのは、取り上

げる情報・事実について必要な確認作業をしていたか、確認のための努力を怠っていないかという点である。

## 1 「専門家」も加わっていた“偽装”（本件放送1、2）

本件放送1、2では、A社が買取った土地建物の所有権が、ロケの前にすでにA社の関連会社へ移転していた。撮影当日にロケスタッフの目の前で行われ、撮影もされた権利書の受け渡し、売買契約書への実印の押印、登記申請手続委任状への署名は、すべて偽装されたものであった。ディレクターは、それらの書類に個人情報に記載されていることに配慮し、近寄って凝視したり、記載内容を逐一確認したりするといったことはしていないものの、一連のプロセスを目の前で見えており、撮影素材のなかにも書類の一部は写っていた。

偽装を見抜けなかったのはなぜか。そこに司法書士が同席していたことの意味は大きいであろう。司法書士は「登記、供託、訴訟その他の法律事務」を行う国家資格者である（司法書士法第1条）。司法書士が登記申請を代理する場合には、不動産登記法令に基づき、登記申請者が登記名義人本人であることを、運転免許証等の身分証明書により確認しなければならない。つまり、本件放送1および2では、依頼人Bおよび依頼人Cが買取対象の土地建物の所有者本人であることや不動産の権利関係の確認は、不動産登記の専門家である司法書士の立会いにより、いわば担保されたことになるのである。その司法書士同席のもとで行われた売買契約の事実性について、制作スタッフらは全く疑うことがなかった。

ただし、この契約が本当に行われたものかどうかを確認する方法がなかったわけではない。不動産登記の確認である。土地建物の所有者を法務局の登記簿や登記情報提供サービスで確認すれば、契約の時点ですでに土地建物がA社の関連会社のものになっているなど、不自然な点に気づけたはずである。

しかしスタッフらは、不動産登記の確認をしなかった。プロデューサーのあいだでは、毎日放送が過去に起こした問題のことも念頭にあった。2011年1月12日に放送した情報バラエティー番組『イチハチ』で、ニューヨークの不動産の所有者として紹介した人物が、実際には所有者ではなかったことが判明して放送倫理違反となった事案である（委員会決定第12号）。本件では、司法書士の立会いのもと、スタッフの目の前で依頼人に署名・押印させたと聞き、自身も映像で確認したため、さらに登記情報を確認するまでの必要性を感じなかったと、プロデューサーの1人は述べている。

## 2 不十分だった基本的な事実の確認（本件放送3）

本件放送3では、廃墟のような家の中から金庫とその中に入っていた金の延べ棒が

「発見」されたが、実際にはこの金庫と金の延べ棒は、A社側によって“仕込まれた”ものであった。なぜ、この“仕込み”を見抜けなかったのか。

調査のパートで記したとおり（7ページ）、本件放送3のロケの現場で、金庫がA社長によって発見されたのは、昼休憩のときだった。金庫は二階の階段近くの納戸で発見された。カメラマンは朝からA社長に張り付いて撮影していたうえ、A社長にはワイヤレスマイクを装着して、その音声を常時モニターしていた。従って、清掃作業が行われていた午前中に、A社長自らが金庫を運んだり、清掃スタッフの誰かに口頭で指示したりすれば、カメラマンが高い確率で気づくであろう状況だった。

前後の状況からして、金庫はロケスタッフの到着よりも前に何者かによって運び入れられていたか、もしくは当日の午前の作業中、清掃スタッフのうちの誰かによって、カメラマンの持つカメラと固定カメラの死角を通して運ばれたかの、どちらかだと推測される。いずれにせよ、当日、A社長より先に現場に到着し、日中はA社長に密着していたロケスタッフらが察知することのないまま、金庫は仕込まれていたのである。

しかし、それがいかに巧妙な仕込みだったとしても、発見された金庫とその中から出てきた金の延べ棒が「本物」なのか、本当にその家に住んでいた親族の「遺品」なのかなど、基本的な事実確認は行う必要があったはずである。

依頼人Dは土地家屋について、6年前に相続したものと説明していた。しかし相続した後、なぜ6年も放置していたのか、依頼人は金庫の鍵をなぜ、いつから持っていたのか、また土地家屋が本当に相続したものだとしても、相続後に新たに発見された高額な遺産（金の延べ棒）は土地建物とは別の財産であるから、他の遺族への相談なしにすぐに売却することに問題はないのかといった点について、ディレクターは十分な確認をしていない。

その理由として、金庫と金の延べ棒が出てきたことで、現場がある種の興奮状態となり、番組スタッフもその雰囲気呑まれて冷静さを失っていたことが挙げられる。ディレクターは、そのとき「ツキすぎている、神が降りてきた」と感じたという。そして、A社長によるその他の買取の現場では、本人確認書類や領収書などのやりとりが行われているかを確認していたが、この時には興奮のあまり失念している。別のスタッフは「“A社長劇場”に放り込まれてしまった」と当時を振り返っている。後から冷静に考えれば「話が出来すぎ」であるにもかかわらず、興奮状態ゆえに現場の状況に疑問や違和感を覚えることがなく、事実確認がおろそかにされたのである。

200万円を超える金の売買は、マネーローンダリングの防止のために、公的証明書等による本人確認、取引目的の確認、職業の確認が必要とされる取引類型で、インターネットでこうした法規制の情報は簡単に得ることができる。撮影後、いったん冷静になった時点で調べていれば、A社長による金の延べ棒の買取に疑問を抱くこともできたはずである。

以上の確認作業を行っていただければ、A社長が「遺品整理作業で高額の遺品が出てくることは珍しくない」などと言い、依頼人もつじつま合わせの嘘をつき続けたとしても、何らかの不審な点が出てきて仕込みに気づくことができた可能性がある。

### 3 サービス利用者を会社から紹介されることの落とし穴（本件放送1～3）

本件放送1～3では、親族の遺品整理・買取や、相続した不動産の買取をA社に依頼した3人が登場した。しかし3人はいずれも“偽者”であった。A社長の知人であり、A社長から頼まれて依頼人に成りすまし、演技をしていたのである。依頼人が偽者であることを見抜けなかったのはなぜか。

前述のように、本件放送1～3の撮影現場では撮影開始前に、ディレクターは依頼人から出演承諾書への署名をとっている。出演承諾書には「私自身のプロフィールや番組内で述べた事実について虚偽がないこと」「私は番組で取り上げた取材対象企業・店舗の関係者（過去も含む）ではなく、一切の利害関係がないこと」を記してある。しかし実際には、当該依頼人のプロフィールも、また彼らが番組内で述べたことも、事実とは全く異なっていた。取材対象企業であるA社のA社長の知人であることも告げてはいない。偽の依頼人たちは、何食わぬ顔でこの出演承諾書に署名している。

3人の偽の依頼人は、撮影においても巧妙な演技をしている。彼らは、清掃・遺品整理をA社に依頼した理由を「最初はやっぱり頑張ったんですけど…自分たちでやろうと思って。何か出てくるたびに、これ、この時、着てたね、とか。そういう話になったりとか。進まなくて」などと神妙に語ったり、出てきた遺品をめぐる家族のエピソードを思い出深そうに語ったりしている。また遺品について高額の買取額が提示されると「一人でやってたらゴミと思って捨てててと思う」などと心情を吐露したり、不動産の売買ではA社長から差し出された多額の現金を前に、驚いたり喜んだり戸惑ったりする様子を見せている。

現場にいたディレクター、カメラマンはもちろん、プレビューに参加していたプロデューサー、総合演出らの誰もが、3人の依頼人のトークやリアクション、所作はどれもごく自然でリアルなものであると感じた。そして、それがよもや演技であるとは想像すらしなかった。

また、依頼人はいずれも“顔出しOK”であった。顔出しでの放送では、その人物（＝偽の依頼人）のことを知る第三者に視聴されることで偽者であると露見する可能性が高くなる。例えば、本件放送2の依頼人Cは、A社長と同じ青年会議所の会員だったから、もしこの青年会議所のほかの会員が番組を見れば、この依頼人Cが偽者であることがすぐに露見するだろう。そうしたリスクを押して顔出しをOKした理由は不明だが、いずれにせよ、偽の依頼人らは本件放送に堂々と顔出しで出演していたの

である。

以上のように、出演承諾書に署名した、言動が自然でリアルであった、顔出しOKであったなどの理由で、番組スタッフらは依頼人が偽者であると疑うことはなかった。この点については、過去にも、出演承諾書を取得していても、あるいは顔出しOKであっても、出演者が偽者であったという事例は複数あり、委員会ではそのたびに注意喚起を行ってきた（委員会決定第34号、第38号）。本件放送も過去の事例と同様に捉えるべきなのだろうか。まず、A社長、依頼人、司法書士らが結託して行った本件放送1および2の偽装は巧妙で手が込んでおり、先に述べたとおり、不動産登記の名義人本人であることを確認する義務がある国家資格者の司法書士が関わっていた。そのなかでさらに踏み込んで事前確認をする必要があると考えて、偽者であることを見抜くのは、容易ではなかったと思われる。一方、これと比較して、本件放送3の依頼人は何ら本人であることの担保がないのであるから、番組スタッフ自らがより慎重に確認をすべきであったといえよう。

今回の事案ではもう一つ述べておきたい。本件放送1～3に登場した3人の依頼人が、いずれもA社長から紹介された人物だったという点だ。サービスの利用者を番組側で探すことが困難な場合もあり得る。本件放送もそうしたケースに該当するとも言えるかもしれない。しかし、ある会社のサービスについて取材をするとき、そのサービスの利用者まで当該の会社から紹介を受ける場合には、通常以上に慎重な事実確認が必要となるはずだ。何らかの利害関係を持つ人物や、“サクラ”のような人物を紹介されるリスクがあるためである。

番組スタッフは今回、密着取材のリアリティを重視するという演出上の意図から、紹介された依頼人への事前連絡や現場の下見などを行っていない。顔出しの可否についての事後の連絡も、すべてA社長を介して行っている。番組スタッフにとって、本件放送の取材対象者はあくまでA社長であり、依頼人らは密着取材のなかに登場する脇役的存在だという認識があったのかもしれない。しかし、少なくとも事後の連絡を直接依頼人らに行っていれば、何か不審な点、疑問点などが出てきた可能性がある。本件放送は、サービスを提供する会社の利害関係者やサクラが入り込むリスクに対して、あまりにも無防備だったと言わざるを得ない。

## V 委員会の判断

日本民間放送連盟が定めた「放送基準」では、「報道活動は市民の知る権利へ奉仕するものであり、事実に基づき、公正でなければならない」とされている（31）。そして、この基準については、「ドキュメンタリーや情報番組、スポーツ番組などにおいても事実に依拠する場合には、虚偽や捏造が許されないことはもちろん、過剰な演出な

どにならないように注意する」とされている（民放連放送基準解説書）。

また、毎日放送は、自ら定めた「放送基準」において「事実を正確かつ迅速に伝え、個性的で創造性豊かで、安心して見られる番組を発信」するため、「情報の根拠を明確にし、正確性を追求する」としている。

本件放送の内容はこれらの基準に反している。そして事実と異なる内容を三度に渡って放送したことによって、視聴者の信頼を大きく裏切ることとなった。

ただし、本件放送1、2と、本件放送3とでは、問題が生じた理由・背景が少し異なっている。

本件放送1、2では、偽装された不動産売買契約と登記手続委任の現場に、登記業務の専門家である司法書士が同席していたという事情がある。司法書士が同席していることは、売買当事者としての依頼人の本人確認や不動産の権利関係の確認が適正に行われていることが担保されていることを意味する。「IV 委員会の考察」においても指摘したとおり、撮影後に不動産登記を確認すれば偽装を見抜けたとはいえ、国家資格者である司法書士の信用を考えれば、目の前で行われた不動産取引の事実性を疑わず、結果的に偽装を見抜けなかったとしても止むを得ない面がある。そして、A社長から紹介された依頼人であったことについても、上記の司法書士の関与を踏まえれば、さらなる確認まで必要だったとは言い難い。

本件放送1、2については放送倫理違反があったとまでは言えない、というのが委員会の判断である。

他方で、本件放送3では、取材内容についての基本的な事実の確認がおろそかにされていた。発見された金庫や金の延べ棒が本物なのかどうか、A社長と依頼人のあいだで交わされた契約が実際に行われたものなのかどうかなどについて、基本的な情報の確認が行われていなかった。またサービス利用者（依頼人）を、当該サービスを提供する会社の社長（A社長）から紹介されていたにもかかわらず、そのことが持つリスクに対する意識が低く、依頼人が偽者であることを見抜くことができなかった。常に成果のある取材ができる幸運はそうそうないはずだ。同じ会社（A社）への密着取材が2回続けて好評だった上での3回目の取材であったからこそ、それまで以上に慎重に取材・撮影が行われるべきところ、金の延べ棒や依頼人に関する基本的な事実確認などの取材が不十分だったと言わざるを得ない。

本件放送3については放送倫理違反があったと委員会は判断する。

## VI おわりに

事実と異なる内容を3回にわたって放送してしまった本件放送は、取材対象者による巧妙で周到な“偽装”や“仕込み”に起因している。しかし、それらを見抜くこと

ができなかった番組側は、自分たちを取材対象者に騙されて利用されてしまった「被害者」だと認識すべきではない。事実と異なる内容の放送をしたことによる被害者はあくまでも視聴者である。

最後に、本件放送から放送業界が教訓とすべきことについて、3つの点を挙げておきたい。

第一は、現代のテレビ視聴者にとってのニュース、情報とは何かという点についてである。近年のテレビ番組においては、放送法（第5条、第106条）の定める「教養」「教育」「報道」「娯楽」といった番組ジャンルの境界線は限りなく曖昧になっている。そして、娯楽要素を多く含んだ報道番組、教養的な性格の強い娯楽番組など、多様な番組が放送されている。こうした“番組のオフジャンル化”が進んだ結果、視聴者は、どのようなジャンルに位置づけられる番組からも、様々なニュースや情報を受け取るようになってきている。そうした変化に、当の現場の制作者らの意識はどのくらい追いついているだろうか。

本件放送が扱った内容は、全国的に深刻化する空き家問題、その背景にある少子高齢化や遺産相続といった現代日本の切実な社会的問題と深くつながるものであった。そしてそれだけに、視聴者の強い関心の対象となるものであった。どのようなジャンルの番組であっても、扱うテーマによっては人々の強い情報ニーズに応える役割・責任を負うこと、そして視聴者に大きな影響を及ぼし得るということについての自覚と認識が、制作現場のあいだでより広く共有されていくべきであろう。

第二は、取材対象者を含む世間のテレビに対する認識に関わる問題である。問題発覚後に、毎日放送が行ったヒアリングにおいて、A社長は偽装や仕込みをした理由について「期待に応じてあげたい、大変なんやろうと」と語ったという。また協力した司法書士は「テレビ用にデモンストレーションとしてやった」「いろいろ含めてこれがテレビなのかと思った」と話している。これらの発言からは、テレビというものは「とにかく数字（視聴率）が獲ればよくて、情報の事実性などは二の次なのだろう」という認識が透けてみえる。取材対象者側にこうした認識があるとなれば、本件放送のような問題が発生するリスクは決して消えることはないだろう。

テレビ制作者側は、常に高い倫理観を持って仕事をすることは当然として、それだけでなく取材対象者など外部に向けて、自分たちの仕事に対する姿勢、数字のために偽装や仕込みに加担することなどあり得ないと、日頃からの言動や姿勢で示すことが求められている。言い換えれば、取材に協力してもらった関係であったとしても、取材対象者とは常に一定の距離感や緊張関係を保ちながら、裏付けは十分に行うと示すことが必要である。そうした努力が本件放送のような問題の発生を未然に防ぐことにつながるのではないか。

第三に、本件放送では、番組のコンセプトそれ自体のうちに、今回のような偽装や

仕込みを招くようなある種の危うさがあったことにも注意を喚起したい。当番組のコンセプトは「ゼニ儲けのからくりでガメつく迫るお金情報バラエティー」「今話題の繁盛店や、行列ができる激安店を徹底調査」するというものであった。お金や儲けの仕組みにこだわる番組のユニークさは、視聴者にとっても興味深く、情報として有益である場合も少なくないだろう。

しかし他方で、斬新なサービスやビジネスモデルを売りにする会社や店にとっては、テレビで紹介されれば、それだけで大きな宣伝効果が期待できる。なかには、自社の広告・宣伝が無料でできる格好の場として番組を利用するために、多少強引な手段を講じたり嘘をついたりしてでも、取材してもらおうと考える会社や店が出てきたとしても不思議はない。

特定の会社や店のサービスや業態に焦点を当てて紹介するような番組は、当番組以外にも、現在の放送業界では数多く存在する。そうした番組においても同種の問題が発生する恐れはないか、再点検が必要であると思われる。

いったん放送を休止していた当番組は、2024年9月から放送を再開している。毎日放送が策定した一連の再発防止策を確実に実行しながら、失った視聴者の信頼を再び取り戻すことができるか、視聴者にとって有益な情報を提供する「情報バラエティー番組」として視聴者の支持を得られるか、今後を注視していきたい。