

## 出前講座・おもいやり消費授業・ 体験テスト教室を開催しています!

愛媛県消費生活センターでは、各種啓発活動を実施しています。

啓発活動では・・・

### ★若者に対する消費者トラブルの防止

大学生等への啓発活動にも力を入れています。

講座では・・・

### ★相談窓口のご案内

消費者トラブルで困ったときは、ピピッと相談!!県消費生活センターのほか、お住まいの市町に相談窓口があります。

### ★消費生活相談の実態と対処の方法

現在、消費生活センターに寄せられている相談の事例や特徴をお知らせし、その対応策をお伝えしています。

### ★愛媛県社会福祉士会権利擁護啓発劇団「あど坊」の寸劇

実際にあった相談事例をもとにつくった寸劇を上演します。消費者トラブルにあわないために、劇を見ながら楽しく学習します。

### ★体験テスト教室も申込み受付中・・・

着色料・糖度調べ、ビタミンC調べ【NEW】、  
保冷剤を使った芳香剤づくりなど



### ★小中学校では、おもいやり消費授業・・・



(今治市立九和小学校)

「もったいない」の思いやりを大切にしよう。

### ★松山大学で啓発活動を行いました



出前講座ほか各種啓発活動のお問い合わせ・お申込みは、  
愛媛県消費生活センターまで!!

☎089-926-2603

(お申し込みは、原則開催希望日の2か月前までをお願いします。)

## 消費者トラブルで困った時は、一人で悩まず相談しましょう!

### 愛媛県消費生活センター 相談専用電話

相談時間 月・火・木・金 9:00～17:00  
水 9:00～19:00(祝日・年末年始を除く)

☎089-925-3700

### 消費者ホットライン

(お近くの相談窓口につながります)

い や や!  
☎188



発行: 愛媛県県民環境部県民生活局県民生活課  
〒790-8570 松山市一番町四丁目4番地2  
TEL:089-912-2336

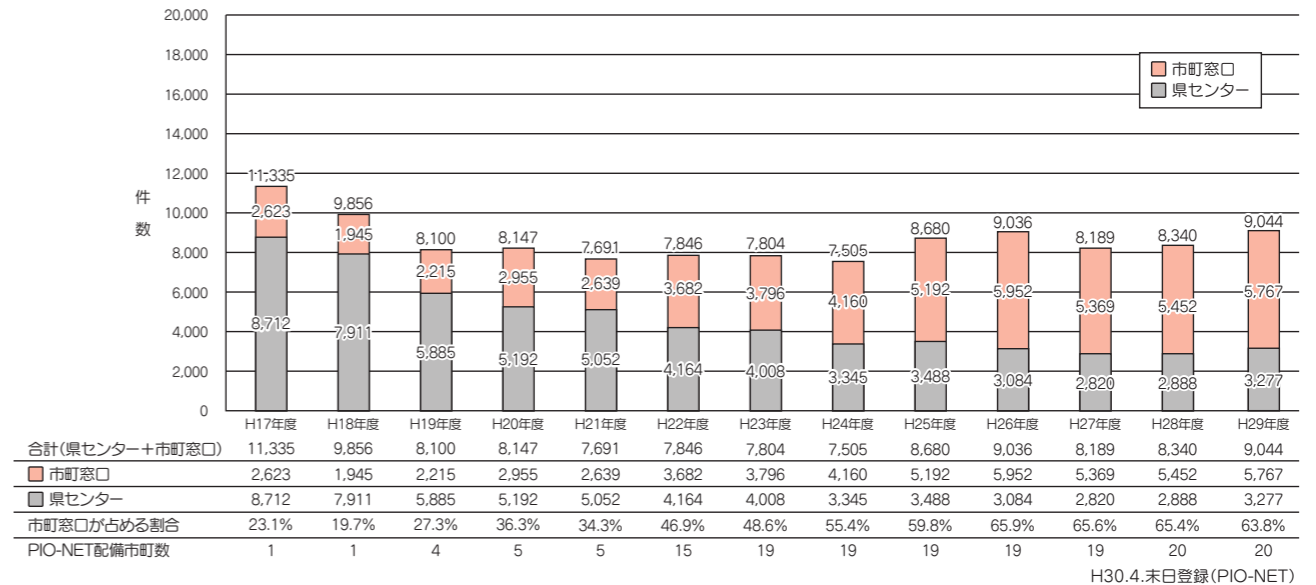
愛媛県消費生活センター  
〒791-8014 松山市山越町450番地  
TEL:089-926-2603



愛媛県 No.182 平成30年8月号

## 平成29年度の消費生活相談状況がまとまりました!

### 1. 相談件数の年度別推移



PIO-NET(※)に登録された県全体の相談件数は、平成19年度まで減少傾向にありましたが、それ以降は、7,500件～9,000件の間で推移しています。この中で、直近の2年間は、連続して増加しています。

平成29年度は、前年度と比較すると**694件(8.3%)増加**の9,044件となり、**過去10年間で最も多くなっています**。内訳は、県センター3,277件(36.2%)、市町窓口5,767件(63.8%)であり、住民に身近な市町窓口の整備拡充が進み、市町への相談割合が約3分の2を占めています。

※PIO-NET(パイオネット:全国消費生活情報ネットワークシステム)

### 2. 相談の特徴

- ◆年代別では、70歳以上の件数が1,814件(20.1%)と最も多く、60歳代の1,800件(19.9%)と続き、両年代を合わせた60歳以上の相談が全体の**4割**を占めました。
- ◆販売購入形態別で見ると、最も多いのは「通信販売」で31.3%、次いで「店舗購入」の20.7%の順となっています。「通信販売」は全年代層にわたって多く、「電話勧誘販売」、「訪問販売」及び「訪問購入」は高齢の方に多くなっており、「マルチ取引」は20歳代に多いという特徴があります。
- ◆架空請求に関する相談は、平成16年度の5,471件をピークに減少後、近年はやや増加傾向にあり、さらに、平成29年度は2,297件と、前年度に比べ**3倍を超える増加**となりました。特に、50歳以上の女性から架空請求はがきに関する相談が多くみられました。

### 「平成29年度消費生活相談状況」

の詳細については、県消費生活センターホームページに掲載しています。

愛媛県消費生活センター

検索

# 「自分だけは大丈夫」と思っていないませんか？ ～自分や周りの人・財産を守る力を備えましょう～

金融広報アドバイザー 松本 千晴

今年、「消費者保護基本法」が制定されて50年を迎えました。2004年、それまでの消費者保護の重点から消費者と事業者間の情報の質、量及び交渉力の格差を認め、消費者の権利の尊重と自立をうたった「消費者基本法」に改正され、現在の消費者政策の礎となっています。

「特殊詐欺に関する世論調査(※)」では「架空請求を知っている」と回答した人が**78.5%**でした。「自分は被害に遭わないと思う」と回答した人が**39.6%**という結果でした。あらゆる世代で消費者被害が続いている現状を踏まえ、3つの方向から考えてみましょう。

※(出典:「特殊詐欺に関する世論調査(平成29年3月)」(内閣府)  
(<https://surbey.gov-online.go.jp/h28/h28-sagi/index.html>) (2018年7月利用))

## ① 歴史を学んで、今を知ろう

第二次大戦後、女性を中心に起こった消費者運動が社会のうねりとなりました。1960年代、高度成長期は大量生産、大量販売、大量消費が広がり、ヒ素ミルク事件やカネミ油症事件などの生命や身体に深刻な危害を与える消費者被害や商品の表示に関わるニセ牛缶事件などが発生し、多くの対策法がつけられました。

1970年代、強引な訪問販売が問題であったブリタニカ事件で無店舗販売によるトラブルが表面化し、訪問販売法(現在の特定商取引法)にマルチ商法や訪問販売への規制と解約のための民事ルールが整備され、国民生活センターの設立(1970年)や全国の消費生活センター設置につながっていきました。

1980年代の不景気は、豊田商事事件のような資産形成取引における消費者被害を増加させ、消費者金融問題を引き起こしました。

1990年代の規制緩和で商品・サービスの多様化が進み、バブル崩壊という経済の悪化につけこんだ内職商法やエステ、外国語会話教室などの継続的なサービスによるトラブルが急増しました。

2000年代からは、架空請求やオレオレ詐欺が横行し始めたほか、食品偽装の多発、認知症の高齢姉妹に対する住宅リフォームの次々販売の発覚などにより、2009年に情報集約と消費者被害の防止に取り組む司令塔として消費者庁が誕生しました。

2010年代、携帯電話やインターネットの普及で消費者被害の高度化、複雑化、国際化が急速に進む中、2012年に、消費者が消費者被害に遭わないだけでなく、自主的・合理的に行動できるように消費者教育の機会が提供され、消費生活が安定、向上することを目的として、消費者教育推進法が制定されました。これからは、消費生活で「被害に遭わないこと」のみならず、「環境や人、地域への影響」を意識し、行動できる消費者市民をめざすことも求められていきます。

「消費者問題は社会を映す鏡」と言われています。「なぜ、この制度ができたのか」「何があって、今の姿になったのか」ということを知ると消費者問題についての知識が深まるのではないのでしょうか。

## ② 事例を学んで、悪質商法を知ろう

### ① 架空・不当請求詐欺

「消費料金未納のお知らせ」と葉書が届いたが身に覚えがない。葉書に記載の電話番号に問い合わせると訴訟を取り下げるためにお金を払えと言われた。

⇒ **連絡してはいけません!**

### ② 訪問購入

「不用品を買い取る」と訪問してきた業者は不用品には目もくれず、貴金属を強引に買い取っていった。

⇒ **必要のない契約はきっぱりと断る!**

### ③ 個人情報削除をかたる詐欺

「あなたの個人情報が流出している。削除にはシステム処理費用が必要」と公的機関関係者を名乗った人物に、指示されるまま宅配便でお金を送ってしまった。

⇒ **公的機関だからとすぐに信用しない!**

### ④ 通信販売トラブル

「お試し」のつもりで健康食品や化粧品を通信販売で購入したら、実は定期購入が条件だった。連絡をしたが、返品はできないと言われた。

⇒ **購入条件をしっかりと確認!**

### ⑤ 利殖商法

「値上がり確実、必ずもうかる(あるいは過去の被害を取り戻せる)」と電話で勧誘された。

⇒ **うまい話はありません! 二次被害にも注意!**

わかったつもりでいても、不安や恐怖心をあおられたり、急がされたりすることでパニック状態に陥ってしまう場合があります。疑問や不安に思った時は、一人で考えず、**すぐ消費生活センターに相談しまし**ょう。

## ③ 自分から学んで、地域で声をかけ合って、情報感度を高めよう

「私は知っている」「自分だけはだまされない」と思っている悪質商法や詐欺は巧妙に忍び寄ってきます。愛媛県消費生活センターや自治体の窓口にはたくさんの広報物があります。また、地域で開催される悪質商法被害に関する講座にぜひ参加してみてください。相談現場の声や最新の手口、暮らしに役立つ情報を知ることができます。勧誘に対する断り方のコツを聴くことができるかもしれません。日頃から新聞やテレビの情報に興味をもつこと、地域で活動されている多くの人たちと交流することで情報を効果的に集めることができ、消費者(自立)力の向上につながっていきます。

また、自分が『知る』ことで、「普段とちがうな」「困っているな」という地域の人に『気づく』ことができます。そこで「最近、気になることはありませんか」の『声かけ』から消費生活センターに『伝える・繋げる』という問題解決の輪が広がることも大切なしくみです。

### 「一人で判断しないこと」「一人にしないこと(孤独にしないこと)」

一人ひとりの消費者力の向上と地域連携力の活用で「安心・安全な自分たちのまちづくり」を目指していきましょう。