

## 出前講座に「あど坊」がやって来た!

愛媛県消費生活センターの出前講座で、一般社団法人愛媛県社会福祉士会「権利擁護啓発劇あど坊」さんに、楽しく役に立つ寸劇を披露してもらいました。平成29年9月10日愛媛県網膜色素変性症協会(JRPS愛媛)定例会での出前講座では、「電話勧誘」や「点検商法」などの事例を基にした寸劇をアドリブも交え熱演。



また会場のみなさんと一緒に悪質業者撃退のキーワードを復唱。高齢者や障がい者の方々が消費者トラブルにあわないためには、ご家族や周りの方々の見守りが大切だと分かっている、どのような声掛けをしたらよいか。

「あど坊」さんの寸劇がヒントになります。

**★出前講座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!!**

(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。)  
※「消費生活かるた」「消費者啓発ビデオ・DVD」の貸出も行っています。

## こんなハガキ届いていませんか?

最近、架空請求はがきに関する相談が多数寄せられています。国の機関のような機関名を名乗り送られてきます。しかし、何ら思い当たることがない場合は相手にせず、無視してください。

**裁判所からの訴状**は、通常「**特別送達**」という方法で、裁判所から封書で送達されます。



**総合消費料金に関する訴訟最終告知のお知らせ**

この度、ご通知致したのは、貴方の利用されていた契約会社、ないしは運営会社側から契約不履行による民事訴訟として、訴状が提出された事をご通知致します。管理番号(わ)425 裁判取り下げ最終期日を経て訴訟を開始させていただきます。尚、ご連絡なき場合、原告側の主張が全面的に受理され、執行官立ち合いの元、給料差し押さえ及び、動産、不動産物の差し押さえを強制的に履行させていただきますので裁判所執行官による執行証書の交付を承諾していただくようお願い致します。

裁判取り下げなどのご相談につきましては当局にて受け回っておりますので、職員までお問合せ下さい。

尚、書面での通達となりますのでプライバシー保護の為、ご本人様からご連絡いただきますようお願い申し上げます。

**※取り下げ最終期日 平成29年10月10日**

法務省管轄支局 国民訴訟通達管理センター  
東京都千代田区霞が関3丁目1番7号  
取り下げ等のお問合せ窓口 03-4218-2674  
受付時間 9:00~20:00(日、祝日除く)

## 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

## 平成29年度上半期消費生活相談状況がまとまりました!

### 1. 相談件数は、やや増加傾向!

PIO-NETに登録された県全体の相談件数は、平成16年度をピークとして減少し、近年は、8,000~9,000件で横ばい状態にあります。

平成29年度上半期は、4,245件(県センター1,555件、市町窓口2,690件)で、対前年同期(4,187件)と比べ58件(1.4%)の増となっています。

※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. 年代別では、70歳以上が最多!

年代別では、70歳以上が最も多く、次いで60歳代、50歳代となっています。70歳以上は前年同期に比べ減少しているものの、依然として高い値となっています。

### 3. 販売購入形態別では、依然として通信販売の比率が高い!

販売購入形態別で最も多いのは「通信販売」(32.0%)で、その比率は前年に比べ高くなっています。以下「店舗購入」(22.4%)、「電話勧誘販売」(10.5%)、「訪問販売」(7.2%)の順となっています。

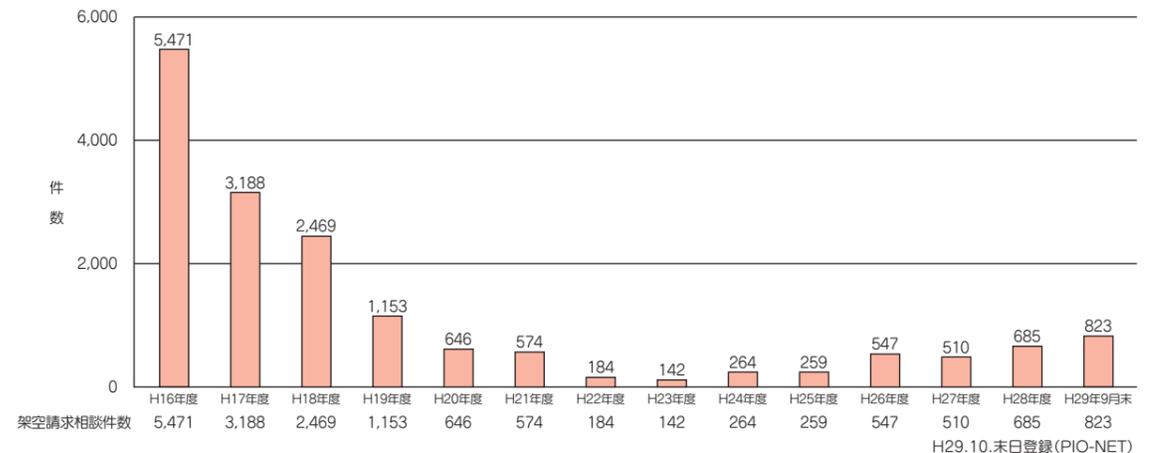
### 4. 商品・役務別では、依然として放送・コンテンツ等が圧倒的に多い!

商品・役務別の相談件数では、デジタルコンテンツを含む「放送・コンテンツ等」が20.1%となっており、2位の「商品一般」の約2倍で圧倒的に多くなっています。

### 5. 相談の特徴では、架空請求の相談件数が増加!

今年度上半期の顕著な特徴として、架空請求の相談件数が増加していることが挙げられます。9月末で、すでに前年度の年間総件数(685件)の20.1%増の823件となっています。

県もホームページや新聞等で注意を呼びかけています。県民の皆さんも、身に覚えのない請求は無視するなど十分にご注意ください。 **※4面に架空はがき掲載!**

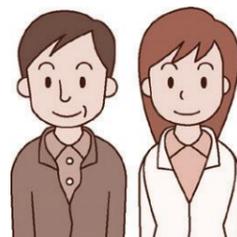


「平成29年度上半期消費生活相談状況」については、県消費生活センターホームページに掲載しています。

愛媛県消費生活センター [検索](#)

# 賢い消費者になろう

金融広報アドバイザー  
石塚 斐子



今も昔も、消費者に賢さが求められています。今なぜ「賢い消費者」が求められているか考えてみましょう。

経済の発展により私たちの生活は、モノやサービスがあふれ、物質的に豊かで大変便利になった一方で、地球温暖化や資源・エネルギー問題、都市公害などの環境問題を引き起こすことになりました。また、現代社会は高度で複雑になり、契約やカード、電子マネーに関する不十分な理解から消費者問題が多発し、法的対応は進みましたが、欠陥商品による身体被害、悪質商法による財産被害等の消費者問題は後を絶ちません。より良い社会、持続可能な社会を実現するために、消費者が考え、行動しなければなりません。今、私たちの生き方が問われているのです。

このような現代社会の中で消費者に求められていることはどのようなことでしょうか、私たち消費者はどのような行動をすればよいのでしょうか。

1番目に「環境にやさしい暮らし」について考え、行動しましょう。

## ①モノを購入する前に考えること

→買い物をすることは商品や企業への投票であること。

環境を大切にする消費者＝「グリーンコンシューマー」になりましょう。最後に買い物10原則を載せておきます。

## ②使用する時によく考えること

→モノ造りに使われた資源やエネルギー、人の労力、できあがったモノの命を大切に使い切ること。

モノや金銭の価値を知り、有効に活用しましょう。

## ③捨てる時、ちょっと待って

→できるだけゴミにしないこと。

分ければ資源、3R(リデュース、リユース、リサイクル)のことを考えましょう。面倒なことも習慣に! 「地球規模で考え、行動は身近なことから」。これが環境にやさしい行動へのキーワードです。



2番目に「経済に強い消費者」になりましょう。

金融や経済、契約、カードに関する基礎知識を持ちましょう。経済社会の仕組みや価値観の多様化、複雑化等を勉強して個人の暮らしを常にチェックし、お金を上手に使える消費者になりましょう。

3番目に「自立した消費者」になりましょう。

消費者問題は主に個人や家庭から生まれるものです。女性も男性もともに、主体的に判断・行動し、自己責任のとれる消費者市民として充実した暮らしをしましょう。



個人の消費行動は、経済や企業の活動に影響を与えます。考える消費者(社会全体のことを考えて行動できる人)になりましょう。

自明のことですが「人間は一人では生きられません」。周りの人々とお互いの個性を尊重し合ってコミュニケーションを重ね、地域社会の一員として私益・共益・公益のために行動できる消費者市民力をつけて自立した賢い消費者になりましょう。

## グリーンコンシューマーの買い物10原則

- ① 必要なものを必要な量だけ選ぶ。
- ② 使い捨て商品ではなく、長く使えるものを選ぶ。
- ③ 容器や包装のないものを最優先し、次に最小限のもの、容器は再使用できるものを選ぶ。
- ④ 作るとき、買うとき、捨てる時、資源と消費の少ないものを選ぶ。
- ⑤ 化学物質による環境汚染と健康への影響の少ないものを選ぶ。
- ⑥ 自然と生物多様性を損なわないものを選ぶ。
- ⑦ 近くで生産・製造されたものを選ぶ。
- ⑧ 作る人に公正な分配が保証されているものを選ぶ。
- ⑨ リサイクルされているもの、リサイクルシステムのあるものを選ぶ。
- ⑩ 環境問題に取り組み、環境情報を公開しているメーカーや店を選ぶ。



イラスト:消費者庁イラスト集より

## pipiのなるほどルーム 体験テスト実施中!!

食べ物の着色料検査、糖度検査、塩分検査、バスボム作りなどの体験ができます。

参加対象者は、**小学4年生以上**です。

1回の実施人数は、**5～10人**です。

申込書は、**県ホームページの消費生活センター消費者情報プラザ**からダウンロードしてください。

必要事項を記入して、**体験希望日の1か月前まで**にメール又はFAXでお申込みください。



体験テストのお申込み・お問い合わせ先

愛媛県消費生活センター

TEL:089-926-2603

FAX:089-946-5539

E-mail:seikatu-center@pref.ehime.lg.jp