



う意志がなくても、巧みな話術と強引さに根負けして、断わりきれず契約してしまい、不要な化粧品や山と、何十万円の支払いに泣かされてしまうケースが多く、若いお嬢さん方がかっこのえじきとなります。

**③ホームパーティ商法**

家庭を会場として借り、近所の人を集めてもらって、鍋や健康食品などを売り込む商法で、品物の割には値段がべらぼうに高かったり、例えば、他の鍋は有害だなどと言ったりするので気をつけなければなりません。また、この場合は、会場を提供した人や近所の人への義理でつい買ってしまうこともあります。不要な商品は遠慮なく断るべきでしょう。その他にも、人を一か所に集めて外部と遮断した状態で、熱狂的な雰囲気をつくり上げて商品を買わせる「SF商法」、景品つる「景品商法」、名指して電話や葉書きなどで購入を迫る「エアポイント商法」など。その手口は限りがない程で、私たちはいつも狙われているといっても言い過ぎではありません。特に、経験に乏しい若い人を狙ったり、貴重な老後の生活費をお年寄りから巻き上げてしまいうやり方には強い憤りを感じます。こうした業者には、決して騙されてはならないし、もし不幸にして被害にあった場合にも泣き寝入りせず、消費生活センター等に相談して被害を公にすることが大切だと思います。

す。なお、昭和五十一年には「訪問販売等に関する法律」が制定され、◎契約して四日以内なら無条件で解約ができる「クーリング・オフ制度」が設けられています。（これは必ず書面でその旨を明らかにしなければなりません。）また、未成年者の場合、親の同意のない契約は取消すことができるようになっていきます。しかし、このように、行政でいくら消費者を保護しようとしても、敵もさるもの、巧みに法の隙間をくぐり抜けて、手口を次々に変えていくので、どうしても後追い行政になってしまふのは否めません。結局は、私たち一人ひとりが、①購入意思のないものは、はっきり断る強さを持つこと。②簡単に署名したり、押印したりしないこと。③契約の際は書面をじっくり読んで慎重にすることを心がけるのが一番大切だと思います。

以上、訪問販売を例にとり、私たちの消費生活を考えてみました。それにしても、私たち消費者が、如何に弱い立場にあるかということを感じます。そしてその弱い自分を守るには、常に生活の中に問題意識を持ち、的確な判断を下せるだけの消費知識を身につけることが何より大事ではないでしょうか。そして得た知識を、ちよつと隣りの人に教えてあげるといふ簡単なことから、二人三人とその輪が広がっていき、それがさらに地域的な消費者運動に広がっていくのだと思います。

**知っておこう。クーリング・オフ制度。**

セールスマンの巧みな言葉につられ、商品の売買契約を締結または申込みしてしまった場合でも、一定の期間内であれば、いまま一度頭を冷やして考え直し、契約者が無条件で申込みの撤回または契約の解除ができる制度をクーリング・オフといいます。

- 割賦販売 一定の場所で契約された指定商品に限り、契約日及び申込みを含めて4日以内に書面を通じて撤回の通知を発送すれば、契約は解除できる。但し、商品代金の全額が完了していないことが必要。
- 訪問販売 解除の手続きは割賦販売と同様。ただし、コンドーム、生理用品、防虫剤、化粧品、合成洗剤、履物、壁紙など、一定の商品については、一度でも使用した場合は認められません。
- 通信販売 認められていません。
- 連鎖販売取引（マルチ商法） 契約日から商品の引渡しを受けた日のどちらか遅い方の日から14日以内に、書面で申し出ることで解除できます。



消費生活センターの窓口風景

かしこい消費生活をおくるために



高松 量子さん 消費生活センター

ママさん特派員 福海 清美さん

長びく景気の低迷で、私たち消費者の家計は今年も厳しいものになりそうです。その反面、私たちをとりまく商品は、益々多様化、大量化し、売り手はあの手この手の商法で、固い財布の紐を緩めさせようと迫ってきます。そして、中には、まるで詐欺的な手段で強引に商品の購入を迫る悪質な業者もいたりして油断はできません。特に訪問販売をめぐってのトラブルは後を絶たず、手口の巧妙さと消費者の知識の不足とで、騙されたと気づいても、泣き寝入りするケースが大変多いようです。皆さんの中にも、被害には合わないまでも、購入を迫られたり、知り合いで被害に会った人がいたりという経験はおありでしょう。そこで、具体的には、どんな手口があるのか、被害を防ぐ方法はないのかといったことを、熊本県消費生活センターに行ってみて伺ってきました。

この消費生活センターとは、消費生活についての苦情相談を受けたり、商品選択に必要な知識や、情報資料を提供したり、商品の品質、安全性を調べる商品テストを行ったりするいわば「消費知識の普及」を目的として設けられた県の機関です。このセンターに寄せられる苦情相談は、

気をつけよう訪問販売

年々増加していますが、その中で訪問販売に対する苦情が約三割を占めています。

訪問販売とは、普通のお店以外の場所で、商品販売を行うことを言いますが、問題となる悪質な手口の代表を幾つか挙げてみます。

**①へかたり商法**

「消防署の方から」、「郵便局の方から」など、公的機関を装って、消火器や表札などを売りつけるもの。セールスマンもそれらしい制服を着ており、身分証明書のようなものをチラつかせたりして、こちらに安心感を与えようとします。

私も一度、表札と電話の受話機の臭い消しとやらで、ひっかかりそうになったことがありました。いずれも、「買って下さい。」とは言わずに、「表札は、どこに設置しましょうか?」とか、「受話機はどこですか?」など、ひどく強気に出ています。その毅然とした態度は、感心したくなる程見事で、きっぱり断ると、「えっ、つけないんですか。困るなあ。」などとうそぶくところは、もう立派としか言いようがありません。

**②へキャッチセールス**

最近、繁華街の路上でよく見かけますが、「ちよつとアンケートに答えて。」とか「モデルにならないか。」などと云って、喫茶店、営業所に連れ込み、化粧品などを多量に高い値段で売りつけるものです。最初は、買

