

磯子区内で実際に寄せられた相談事例をご紹介します

1 インターネット通信販売トラブル(お試しのつもりが定期購入)

数か月前、スマホから「サプリメントが初回お試し特別価格500円」とあったのでお試しだけのつもりで購入したが、その後も定期的に届くようになり、4万円を超える請求書が届いた。

注文した覚えがないので事業者に連絡したところ、特別価格購入の条件として定期購入が必須であり、購入条件が画面に書かれているので解約はできないと言われたが、2回目以降は支払いたくない。

ポイント

通信販売は基本的には、クーリング・オフが適用されません。解約や返品は、事業者の定める利用規約や特約に従うことになります。トラブルにあってしまったら、購入時の画面が「分かりにくい画面表示」だったことを事業者に証明する必要がありますので、定期購入が条件になっていないかなど必ず契約前に画面を隅々まで確認し、スクリーンショットなど画面を保存しておきましょう。

2 点検商法(台風被害等による家屋修理トラブル)

事業者から「家の雨どいが壊れている。台風で壊れたものだと思うるので保険を使えば費用は掛からず修理ができる。」と言われた。

私は風水害の保険には入っていないと伝えたが、「交渉すれば大丈夫」と言い、玄関先で損害保険会社に電話をし、「保険申請及び工事請負契約書」を渡された。不審なのでクーリング・オフしたい。

ポイント

保険金は保険加入者が損害の事実に基づいて申請する事が基本です。損害保険会社や代理店へ連絡する前に、悪質な事業者に勧誘され契約してしまうと、あとになって高額な解約手数料を要求されるなどのトラブルに巻き込まれてしまうことがあります。消費者に十分な説明がないまま契約や着工をせかす事業者などには注意が必要です。

疑問や不安を感じた時は迷わず、横浜市消費生活総合センター☎045-845-6666(祝日・休日および年末年始を除き毎日受付)に相談しましょう。☎188(全国共通の消費者ホットライン)からも、最寄りの消費生活相談窓口をご案内しています。

磯子区消費生活推進員 区全体の活動について

磯子区では、地域の「安全・安心な暮らし」を実現するため、年間を通じて区及び地区でさまざまな活動を行っています。各地区での活動内容は、中身をチェック!

4月 委嘱式(2年に1回)
消費生活推進員としての活動スタート!

11月 得トク生活フェスタ(パネル展)
年間活動の集大成として、学んだ内容を発表します。

2月 広報誌の発行
年間活動をまとめた広報誌を発行します。

随時 講演会・施設見学会の実施
消費者力を高めるため、旬なテーマを設定した講演会や施設見学会を行います(年6回程度)。



◀パネル展でのクイズラリー実施の様子(11月)

民生委員・地域ケアプラザ職員との合同研修の様子(落語)(10・11月)▼

いそご消費生活だより編集委員

- 根岸地区: 坂爪、小林、柳田
- 滝頭・岡村地区: 大湖、佐藤
- 磯子地区: 伊東、長橋
- 屏風ヶ浦・汐見台地区: 岡田、内田
- 杉田地区: 横江、齋藤
- 上笹下地区: 宮崎、角田
- 洋光台地区: 山本、市川

磯子区消費生活推進員の会 いそご消費生活だより編集部 令和3年2月発行
〒235-0016 磯子区磯子3-5-1 磯子区役所地域振興課内 TEL:750-2397 FAX:750-2534



いそご消費生活だより

令和3年2月発行
VOL.42
発行
磯子区消費生活推進員の会
いそご消費生活だより
編集部



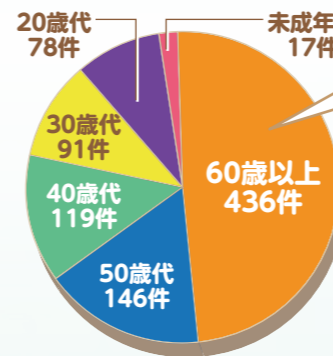
地域から暮らしに役立つ情報を発信!! 消費生活推進員とは...

磯子区の消費生活推進員は、自治会・町内会から推薦され横浜市から委嘱を受けた71人の仲間が活動を行っています(委嘱期間は令和1・2年度の2年間)。

研修等で消費生活に関する正しい知識とトラブル時に対応できる「消費者力」を身に付け、「悪質商法」被害未然防止のため、地域に広げる取り組みを行っています。

こんなにも狙われている!? データで見る磯子区の現状(令和元年度)参考:消費生活相談の動向2020

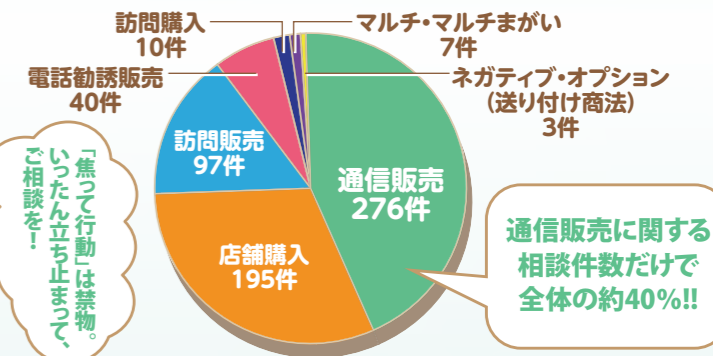
年代別相談件数



高齢者の相談が急増!!

60歳以上の相談件数だけで、全体の約50%!!

販売購入形態別件数



「焦って行動は禁物。いったん立ち止まってご相談を!」

通信販売に関する相談件数だけで全体の約40%!!

その手にのるな! 日ごろから悪質商法を撃退する心構えを!

1 予定にない訪問者を家に入れな!

ドアを開ける前に身分と要件を確認。不要な訪問者は家に入れずに対応しましょう。

3 セールスの電話は「いりません」とはっきり断って切る

あいまいな返事は禁物。常に留守電話設定にしておく方法も有効です。

5 「うますぎる話」は疑ってかかる

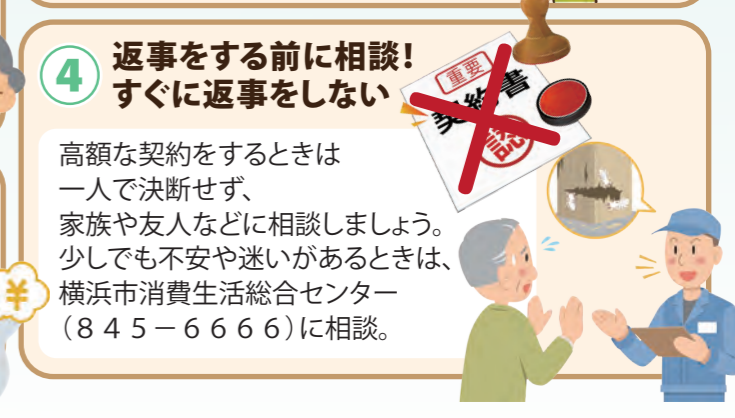
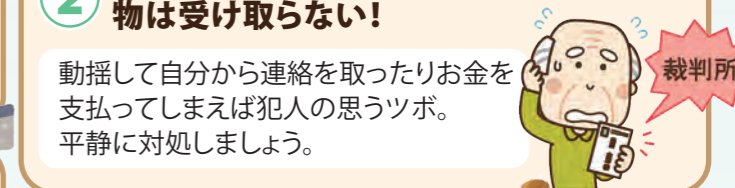
「絶対にもうかる」「高値で買い取る」など、「うますぎる話」を出されたら、まずは詐欺を疑いましょう。

2 身に覚えのないお金は支払わない、物は受け取らない!

動揺して自分から連絡を取ったりお金を支払ってしまえば犯人の思うツボ。冷静に対処しましょう。

4 返事をする前に相談! すぐに返事をしない

高額な契約をするときは一人で決断せず、家族や友人などに相談しましょう。少しでも不安や迷いがあるときは、横浜市消費生活総合センター(845-6666)に相談。





各地区消費生活推進員の活動紹介

～ 令和2年度の活動の一部を紹介します～

今年度は感染が少し治まっていた秋口に、感染予防に努めながら2つの行事に取り組みました。

1つ目は、10月8日に滝頭コミュニティハウスにて地区副代表を講師にマスクケースを作成しました。食卓用ビニールシートを両面テープで貼り合わせアルコールで消毒することで、繰り返し使える衛生的でオシャレなケースができました。針や糸を使わないので、小さなお子様から高齢者まで安全に楽しく作成することができます。

2つ目は、10月15日に岡村ハイムの「岡村中部自治会ふれあいサロン」にて高齢者が詐欺に合わないよう紙芝居を使って「悪質商法被害未然防止講座」を実施しました。参加者の皆さんにとっても喜んでいただき、大変励みになりました。定期的に開催して高齢者の方の意識を高め、被害にあわない地域を目指します。

滝頭・岡村地区

根岸地区

今年度はコロナウイルス感染症拡大の影響で、毎月の定例会を7月から始めました。

10月6日に根岸ケアプラザにて、消費生活応援隊の方々を講師としてお招きし、ひまわり会の26名の方々に出前講座「悪質商法について」を行いました。

また、27日にソフトタウン参番館の集会所でも38名の参加者で「悪質商法被害未然防止講座」を行い、どちらも皆さん真剣に聞いておりました。最近のコロナに関連したマスクの送りつけ商法などもある事を知り大変勉強になったとのことで、有意義なひと時を過ごすことができました。

JR大船駅にある「鎌倉ハム 富岡商会 本社工場」の製造工程を見学しました。当工場によると、ハム、ソーセージ、ベーコンには食品添加物が入っています。

- ①亜硝酸ナトリウムは岩塩から抽出したもので菌の活動をおさえ、本来の肉の赤みを引き出して固定する、それと、独特の風味をつける効果
- ②リン酸塩は弾力のあるなめらかな触感を保つ
- ③ソルビン酸は自然の木の実に入っていて、カビや細菌から食品を守る。このように、添加物はより安全においしく食べるものとの事でした。

屏風ヶ浦・汐見台地区

今期はコロナの影響で、人と交わることを控えなければいけないという状況下にあります。それでも詐欺被害は後を絶ちません。消費者被害を未然に防ぐためには被害の実態を知り、それを地域で共有するためにこれからはリモートを利用しての話し合いが効果的になると考えます。

洋光台地区では、9月洋光台地域ケアプラザ通信(秋号)に「キャッシュカードを取られる詐欺に注意!」を掲載。銀行員や警察官がキャッシュカードを回収することはありません。

11月「消費者被害・社会参加について」地域ケアプラザと消費生活推進員による合同アンケートを実施。この結果を地域で共有することで、なかなか減らない消費者トラブルを少しでも未然防止できればと思います。

洋光台地区



磯子地区

★パネル展に向けての準備作業

★地区の町内会、自治会の掲示板に「困った時の連絡先」を掲示

パネルはすすむ**地球温暖化**です。

地球温暖化・・・⇒気候変動

感じる・・・⇒見える化

令和2年は、いままでに経験したことのない風水害が起きました。海水温が4℃上昇すると気候変動につながるそうです。気候変動は社会を根底から変えつつあります。人類の未来は私たちにかかっています。

一人ひとりが身近にできることに取り組み、**地球温暖化の原因である二酸化炭素(CO₂)**を減らせるかに挑戦しましょう!!

杉田地区

私たち杉田地区では、身近な所で起きている悪質商法被害についてのパネル作成、消費生活総合センター相談員三田村さんをお招きしての出前講座を行いました。

昨今増加している巣ごもり消費において、健康食品や基礎化粧品の定期購入に関する相談が倍増しています。解約が複雑でスマホ操作に慣れていない高齢者には難しいこともあります。

利用規約、契約情報をしっかりと確認し、不安な時はまわりや消費生活総合センターへ相談をすることも大切です。

上笹下地区

令和2年度は、新型コロナウイルスの感染拡大により、我々消費生活推進員の活動が、制約された状況です。この様な状況下では、我々に課せられた消費生活に関する知識、情報の地域への啓発活動について、その活動内容を考え直すチャンスであったと考えれば、良いのではないのでしょうか?

各地区で行われている活動を勉強したり、独自の手法を考え直す事も大切かと思えます。未だ収束の見通しがつかないコロナ禍で、今後も3密を避けながら、少なくとも月1度の定例会は開き、令和3年度の啓発活動を計画したいと考えています。

写真は先日のビデオ撮りの様子と、パネル展のクイズラリーに使用したものです。