

商品等の表示規格の適正化推進

商品の内容や使用方法を適正に表示し、規格の適正化を図ることは、事業者にとつては販売促進のための有効な手段であり、消費者にとつては、これによって商品に関する情報、知識を求め、唯一の選択の基準となるものであり、まして、両者の相互信頼を築くため非常に大事なものであります。

たとえば、衣料一つを見ても、昔は衣類は、木綿とか絹とか麻とか素性のしれた原料でありました。しかし、いまのように材料の種類が増え、加工技術が進みますと、衣類の生地について消費者が識別力を持つことはとうてい無理であります。

従つて事業者に対し品質、機能、量目などの商品の内容及び製造年月日、製造販売業者の住所、氏名等を適正に表示し、かつ、比較し易いように単位当り価格や販売価格等を見易く表示し、又著しく優良であるかのように誤認を与えたり、客の負担を著しく増大させるような過大、過剰な包装を排除し、さらに品質・規格の改善、計量の適正化、資源利用の適正化、アフターサービスの向上等を図るとともに、消費者の知識や経験不足に乗じて不利益を与えるような取引方

法の禁止などを積極的に推進するよう努めることを定めております。

これらのことが適正に行われるためには、業種ごとに事業者団体で自主的にルールを設けることが有効な手段といえます。お互いに不当表示や過大包装がエスカレートしないようお互いに基準を定め、相互監視によって業界の商業道徳を維持して消費者の信頼確保を期することは大事なことであります。このため条例では、先ず事業者自らの手によって自主基準を制定することを奨励しており、この場合知事に届け出を行い、その指導を受けることを定めております。

しかし、こうした取り組みが難しいものについては、適正な表示・規格を図るため特に必要がある場合、知事が基準を定めて事業者に遵守を求め、遵守しないときは勧告し、勧告に従わないときは、氏名などを公表することができるようにしてあります。

消費者啓発事業の推進

さらに、県は健全な消費生活に必要な知識の普及や情報の提供、教育の充実など、消費者の啓発活動を進めるとともに、商品テストに必要な試験検査機能の整備につとめることとしています。

信販売で購入したが広告で見たものと違うも違う。

消火器を「消防署の方から」ガス洩れ警報器を「防災センターから」衛生用品を「保健所から」来たと言われてつい買わされた。……

このようなことがないよう次の点に御注意下さい。

一、訪問販売（家庭訪問や路上などでの指定商品の販売）

(1) 業者は、訪問販売にあたっては、氏名及び商品の種類を明らかにしなければならぬことになっております。

(2) 業者は、契約にあたり、法律で定められた書面を渡さなければなりません。（現金取引については、家庭訪問の場合のみ渡す義務があります。）

(3) 書面受領の日を含めて四日以内であれば書面（内容証明郵便が確実、発送の日が四日以内であれば有効）によって契約の解除ができます。（現金取引については家庭訪問の場合も含め、この規定は適用されないので、お金の支払は慎重を要します。）

この場合、業者は、違約金の請求はできないことになっております。

二、通信販売
(1) 指定商品については、広告の中に、販売条件についての記載事項を義務づけていますので、購入に当た

消費者苦情処理の促進

まず、苦情処理については、本来日常行われている消費者と事業者の相対交渉による自主解決が基本であり、相互信頼の確保の上から最も望ましいものであります。

しかし、県は自主的に解決できないものについては、相談に応じております。消費生活センターに寄せられた苦情や相談の件数は、毎年増加して来ており、五十一年度は千八百五十二件となり、五年前の四十六年度の約三倍になっております。

苦情相談の内容はますます多岐にわたって来ており、消費者の関心も安定成長経済の移行に伴い徐々に変化をみせていることがうかがわれます。その傾向は、住居品（家具、台所用品等）についての苦情相談が半減し、商品選択の目安となる買物相談も減じていることから消費者の節約又は購買力の低下による買控えかとも思われますが、その半面洗剤、化粧品、自然食品、健康食品の安全、衛生、品質等に関する苦情相談が増え、土地、宅地、自動車の契約についての相談も増加しており、なお、訪問販売についての解約相談があとをたない状態です。

つては、それをよく確認してから判断して下さい。

(2) 注文をしないのに、一方的に商品を送りつけて来た場合は、もちろん、購入の意志がなければ、支払義務も返送義務も生じません。

そのまま、三か月（業者に引き取りの請求したときは、その日から一か月）経過すると、業者はその商品の返還を請求することはできなくなります。従つてこの期間が経過するまでは商品は使わないで下さい。使うと代金を支払わなければならないことになるようになります。

マルチ商法

（訪問販売等に関する法律）
正式には、マルチ・レベル・マーケティング・システム（多階層販売方式）という名称で個人から個人へと、会員制による販売組織を増殖しながら、商品販売の拡大を図るしくみのものが大部分で、「会員勧誘」と「商品販売」による二重の利益話によって人をひきつけております。

① 「いいサイドビジネスの話があるんだけど、」ととにかく儲けるのだから、話を聞けば判かるよ、〇〇さんは月に〇〇万円も稼いだそうだし、」などの誘いを受けたことはありませんか。
② 大金を投資して加入はしてみたものの話とおりには商品が売れず、借りた

このようなことから、事業者は迅速適切な処理と窓口の整備に努めなければならないように定めております。

消費者と事業者との相対交渉は、消費者が日常行っている方法ではありませんが、消費者の知識の不足や因果関係の究明の困難などのため、苦情の申出が行われにくい等の問題点があります。又、事業者側においても、苦情の受付体制や処理体制が不十分であるなどの問題があり、今後より一層次のような双方の努力が必要とされます。

- (1) 事業者における消費者相談窓口の設置。
- (2) 苦情処理について方法、手続等従業員の教育を図る。
- (3) 苦情内容、処理結果を、企画製造部門に反映し、さらに消費者へ還元させる。
- (4) 小売店とメーカーとの協力による円滑な処理を推進。
- (5) 事業者団体の指導の徹底等。団体は自ら窓口を設置し、関係事業者の指導の徹底を図る。
- (6) 消費者の自覚と自主的な努力。自ら相対交渉によって解決に努め、消費者の権利を行使するよう理解と自覚を高め、消費者団体も協力する。

そして双方の努力によって解決しないものについては県は相談に応じ、必要があるときは、あつせんを行い、それでも解

金の返済に困り夜逃げした人もあります。また、友達を連れてくれば儲かると言われて職場の仲間等を勧誘して見たものの、勧誘された人からうまくいかないと言われ、人間関係を気まずくして会社を辞めた人もいます。

- 訪問販売等に関する法律では連鎖販売取引（マルチ商法）に対し、
- (1) 不当な勧誘を禁止し、
 - (2) 事業の概要や契約の内容を明らかにした書面の交付を義務づけ
 - (3) 十四日間のクーリング・オフ制度（その期間内は、無条件で解約できる。）を設けています。
 - (4) 加入する際には、もう一度よく考えてみて下さい。加入した者が皆儲けているのか？その儲けの源泉は何なのか？結局他人の犠牲のうえに立つ利益ではないか？冷静な判断を忘れないでください。

ネズミ講

ネズミ講と言っても、そのしくみはいろいろありますが一口に言えば、新会員（子孫会員）をネズミ算式に加入させ、何代目かの一定数に達した場合に満額が受領できるしくみとなっております。つまり幾何級数的に会員が順調に増大して行った場合にはじめて講が成立することになっております。この世の中に、うまい話はそうそうあるものはありません。うまい話には必ず落とし穴があります。泣く前に良く考える——「ころばぬ先の杖」が大切です。（消費生活課）

消費生活審議会

県民の消費生活の安定と向上に関する施策を実施するために、学識経験者、消費者代表、事業者代表、及び行政機関の四者による消費生活審議会を設置して、重要な事項を審議するようにしてあります。

うまい話にご用心

ころばぬ先の杖

訪問販売で買った品物が不良品だった。どこへ連絡してよいかわからない。通