



美しい暮らし

CONTENTS

くらしのセミナー

商品テストレポート
平成18年度のテスト事例から

トピックス

消費者志向の企業経営セミナー
を開催しました！

トラブルNOW

訪問販売で契約した長期間の新聞購読契約、入院したので解約
できないだろうか？

2007 **3** No.184

くらしのニュース

振り込め詐欺被害249億円

2006年に全国で起きた振り込め詐欺事件は1万8538件、被害総額は約249億8000万円にのぼった。警察庁は被害防止のため、振り込め詐欺に使用された固定電話番号をホームページで公表することを始めた。

大阪府が行政指導

消費期限切れの原材料を使用して、洋菓子を製造・出荷していた不二家泉佐野工場に対し、大阪府は食品衛生法に基づき行政指導を行った。

貯蓄率は8年連続低下

内閣府が発表した2005年度の国民経済計算によると、家計の貯蓄率が統計を取り始めた1955年度以降、過去最低の3.1%となったことがわかった。ピークは1975年度の23.1%。

国連の「気候変動に関する政府間パネル」(IPCC) が温暖化報告

温暖化は人為的温室効果ガスが主な原因とほぼ断定し、今世紀末に最大6.4℃の平均気温の上昇を予測するなどの報告書をまとめた。



くらしのセミナー

商品テストレポート

平成18年度のテスト事例から

大阪府消費生活センターでは府民のみなさんから寄せられる相談・苦情について、その原因を究明するためにテストを行っています。それらの事例の中から最近行ったものを紹介します。

デジタルカメラの液晶割れ

相談内容

突然デジタルカメラの液晶割れが発生した。革製のソフトケースに入れていた。メーカーから「ゆっくり圧力がかかったため液晶が割れた」と回答があったが、力が加わるようなことはしていない。

テスト結果

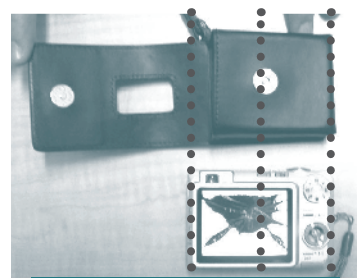
デジタルカメラの液晶面を表にして、革ケースのマグネット突起部に対面するように収納すると、液晶のガラス割れの起始部とマグネット突起部がほぼ一致した。以上のことから液晶ガラス面をマグネット突起部に対面するように革ケースに収納し、マグネット突起部に液晶ガラスの耐圧力を超える何らかの圧力が加わり破損したものと推察された。

アドバイス

液晶は自然に割れるものではないので、この相談品は使用中の事象によって割れたと考えられます。液晶は衝撃に弱いものです。気づかないうちにカバンの中で他のものに押されて液晶が割れることもあります。また、ケースに収納して持ち歩いても、ケースの突起や強い衝撃で液晶割れを起こしたりもします。ケースの突起が、液晶に無理な力がかかるような影響がないかどうか、デジタルカメラの収納・取り出し方法を十分確認しましょう。また、持ち歩き時には衝撃に注意し、適切に取り扱うようにしましょう。



液晶が割れたデジタルカメラ



革ケースと液晶割れ位置

紳士セーターの白化

相談内容

6カ月前に購入した紳士物のセーター（絹50%・麻50% 黒色）をクリーニングに出したところ、袖口の色が抜けて白くなった。品質が悪いのかどうか調べてほしい。

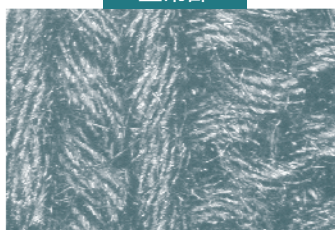
テスト結果

白くなっている(白化)部分が袖口に限られていることから、着用中の摩擦が原因と推測された。電子顕微鏡で観察したところ表面の繊維が細かく裂かれ、毛羽立っていた。この毛羽立ち（フィブリル化）による表面の乱反射が原因で白く見えた。

アドバイス

絹、麻素材の濃色品に、繊維の「フィブリル化」が原因で白化するという事例が知られています。これは絹、麻繊維の特徴で、避けることは難しいもので、特に濃色品はわずかな白化でも目立ちやすくなります。また、湿潤した状態で摩擦すると白化を起こしやすくなります。例えば、黒い絹のスカートにお茶をこぼして、ハンカチでこすりながら拭き取ると、その部分だけ白くなってしまうことがあります。ドライクリーニング前には目立たなかったものが、ドライクリーニング後に目立つ場合もあります。絹、麻だけでなく、テセル、レーヨンも白化を起こしやすい素材です。お気に入りの衣類を長く着用するためにも繊維の特徴、取り扱いの注意などが記載してある下げ札や表示はしっかりチェックしましょう。

正常部



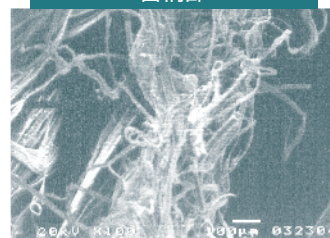
電子顕微鏡写真(100倍)
正常部



苦情部



電子顕微鏡写真(100倍)
苦情部



婦人ブラウスの溶解

相談内容

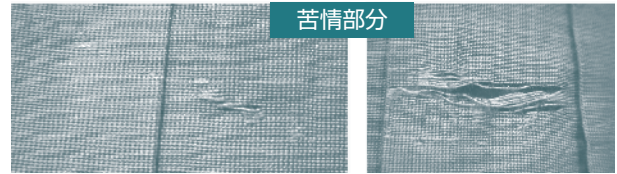
2006年3月に購入したブラウス。素材はレーヨン・ナイロン・絹・麻。家庭で2回ほど浸け置き洗いをし、アイロンを掛けようとしたら、傷や亀裂があった。乱暴な着方はしていない。なぜ亀裂ができたのか納得できないので調べてほしい。

テスト結果

亀裂部分を拡大観察すると、部分的にナイロン糸が溶解している。高温アイロンによる再現試験で、相談品と同様の現象（ナイロン糸の溶解）が再現できた。

アドバイス

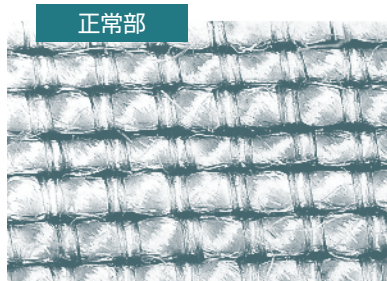
ブラウスの“傷”は、家庭洗濯後のアイロン処理温度が高かったため、ナイロン繊維が溶解・硬化したことが原因です。取り扱い絵表示では、ナイロン繊維は軟化点・溶融点が低いという繊維の性質を考慮し、“低温・当て布”と表示されていました。再現試験の結果、“低温・当て布”処理では苦情品のような溶解・硬化は認められませんでした。洋服に付いている取り扱い絵表示は使用される生地特性やデザインの特性が考慮されています。洗濯方法やアイロン処理方法は、取り扱い絵表示に従って、適切に取り扱うようにしましょう。



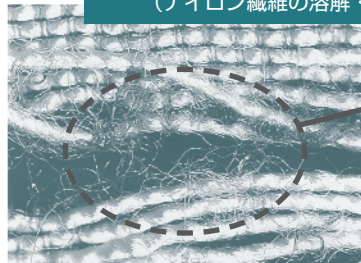
苦情部分



ブラウスにつけられていた表示



正常部



苦情部
(ナイロン繊維の溶解・硬化)

拡大



消費生活相談状況

大阪府消費生活センター

12月もサラ金の利息の過払いなどに関する相談が依然として多く、「フリーローン・サラ金」が1位を占めた。また、携帯電話会社変更に伴う契約・解約の相談が増加したため、「移動電話サービス」の件数の増加が目立った。

商品・役務	受付件数	
	12月	11月
1 フリーローン・サラ金	77	82
2 電話情報提供サービス	58	82
3 商品一般	53	34
4 オンライン情報サービス	45	78
5 賃貸アパート	27	33
6 工事・建築	22	30
7 エステティックサービス	13	11
8 浄水器	12	13
8 生命保険	12	11
8 移動電話サービス	12	8
受付総数	783	896

※12月受付件数上位10位までを掲載しているため、受付総数とは合致しない。

トピックス

消費者志向の企業経営 セミナーを開催しました！

大阪府では、平成18年12月に岸和田・北大阪両商工会議所で消費者志向の企業経営セミナーを行いました。

12月12日(火)に、「消費者に安心される企業経営をめざして～消費者志向の企業経営セミナー」と題し、第1部では、(株)山本芳翠園代表取締役 山本嘉男氏に、有機JASの認証など自社の消費者志向の経営を具体的に話していただき、第2部では山本氏と大阪市立大学大学院教授の惣宇利紀男氏に、消費者志向の経営のためには何が必要か、自主行動基準とは何かについて対談していただきました。

12月14日(木)には「消費者に安心される企業経営をめざして」と題し、第1部で雪印乳業(株)コンプライアンス部の足立晋氏に、雪印の信頼回復の取り組みについて、第2部では惣宇利氏に自主行動基準についてお話しいただきました。

両セミナーを通じて、消費者志向の経営は企業として当然のことではあるが、消費者の信頼を得るためには大変な困難が伴うということが伝わり、改めて消費者志向の経営の重要性や困難さを認識させられるセミナーとなりました。



トラブル NOW

訪問販売で契約した長期間の新聞購読契約、入院したので解約できないだろうか？



相談概要

74歳の父が入院したので、新聞販売店に新聞購読契約の解約を申し出たら、4年間の契約になっており、2カ月前にも現在の契約期間終了後から4年間購読する契約を結んでいると言われた。訪問販売で契約し、景品として小型テレビと、1年間の購読無料サービスを受けたようだ。契約書を探したが見当たらず、契約日もわからない。解約できないだろうか。

経緯・結果

契約書を受領していなければクーリング・オフできるが、契約者に確認できない状況であった。そこで、販売店に契約書の控えを請求して契約内容を確認し、高齢者に過大な景品で勧誘し、あまりに長期間の契約や何年も先に購読が始まる契約をさせることは問題があるとして、解約交渉をするよう助言した。その後、景品のテレビを返還し、無料期間に購読した新聞代の一部を支払って解約したと、相談者から報告があった。

解説

新聞の訪問販売は特定商取引法の規制を受け、契約書面を受け取ってから8日間クーリング・オフ（無条件解約）ができます。また、新聞の景品類の提供は公正競争規約で6カ月分の購読料の8%が上限とされています。しかし、規制を超える高額な景品等を提供され、長期間の契約や何年も前から購読が始まる契約をして、クーリング・オフ期間後解約を申し出ると、高額な解約料を請求されたという相談が後を絶ちません。特に、無料購読期間終了直後に解約を申し出ると、販売店とトラブルになることが多いようです。解約については販売店と話し合うこととなりますが、景品等は購読料を支払った期間に応じて返還するのがよいでしょう。転居や入院など状況が変わり、新聞購読を継続できなくなることもあるので、景品につられて長期間の購読や何年も前から購読する契約は避け、不要ならきっぱりと断りましょう。また、購読期間を定めない契約をすると、いつでも解約できますので、販売店に申し出てもよいでしょう。

お知らせ Information

リニューアルする消費生活情報誌の愛称を募集します！

大阪府では、平成3年10月から大阪府暮らしの情報誌「美しい暮らし」を、また、大阪市では、平成元年5月から生活情報誌「エル」(名称の由来は、Living(リビング=生活)、Life(ライフ=暮らし)の頭文字)を毎月1日に発行し、消費生活相談事例やクーリング・オフの方法などの暮らしに役立つ情報を発信してきました。

このたび、大阪府が発行してきた「美しい暮らし」と大阪府が発行してきた「エル」の発行を本年4月で終了し、情報発信力の強化と配布先の拡大による効果的・効率的な情報提供をするため、5月から消費生活に関する情報誌を新たに共同で発行することになりました。

そこで、府民の皆様から親しんでいたできるように「新たに発行する消費生活情報誌」の愛称を次のとおり募集します。

応募期間 3月1日(木)～3月15日(木) (※当日必着)

応募資格 大阪府に在住、在勤、在学の方

応募方法 消費生活情報誌の「愛称」と「その選んだ理由」、「住所」、「氏名(ふりがな)」、「連絡先」を明記し、FAXまたは郵送などでご応募ください。
※提供いただいた個人情報、本事業以外には使用しません。

選定方法 新しい愛称は大阪府・大阪市消費者啓発企画委員会で選考、決定します。同一の愛称が複数の場合は、抽選により採用者(1名)を決定し、「大阪センチュリー交響楽団第121回定期演奏会ペア招待券」と「OSAKA海遊きっぷ(大阪市内版)のペアチケット」(※海遊館と市営地下鉄1日乗車券のセット)を贈呈します。また、応募者全員の中から、抽選で10名に「ひたくり防止カバー」を贈呈します。

発表 4月上旬に大阪府および大阪市のホームページ等で発表し、採用者に通知します。

その他 ①自作かつ未発表のものに限ります。
②応募はひとり何点でも構いません。
③採用された愛称に関する一切の権利は大阪府・大阪府に帰属します。
④応募された愛称に関するお問い合わせ、返却には応じません。

応募・問い合わせ先

大阪府消費生活センター

〒540-6591 大阪市中央区大手前1-7-31 OMMビル1階

TEL 06-6945-0711 FAX 06-6945-0822

Eメール shohiseikatsu-center@sbox.pref.osaka.lg.jp

ホームページ「消費生活事典」

<http://www.pref.osaka.jp/shouhi/>

消費生活相談 ☎06-6945-0999 (月～金)9:00～17:00

消費者問題の専門家団体が実施する週末相談(年末年始除く10:00～16:00)

■土曜日/06-4790-8110 (社)日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会

■日曜日/06-6203-7684・06-6203-7650 (社)全国消費生活相談員協会

※お間違えないよう、番号をよくご確認ください。