

第1分科会 テーマ 悪質商法の研究

悪質商法を研究する活動のねらい

消費者は、様々な「商法」に取り込まれ日常生活を過ごしています。

そして商法には、特に金銭的な被害を被る「悪質なケース」が多々あることが報告されています。

【様々な商法】	
訪問販売	ネガティブ・オプション
電話勧誘販売	キャッチ・アポイントメントセールス
利殖・融資	SF 商法（催眠商法）
次々販売	架空請求・不当請求
インターネット通販	点検商法
無料商法	内職・モニター商法
当選商法	マルチ商法
サクラサイト商法	電話勧誘による資格商法
不用品回収・買取	還付金 etc.



厚木市マスコットキャラクター

あゆ回ちゃん

訪問・巡回
電話、メール
チラシ・パンフレット

消費者

様々な悪質商法
被害に遭遇！

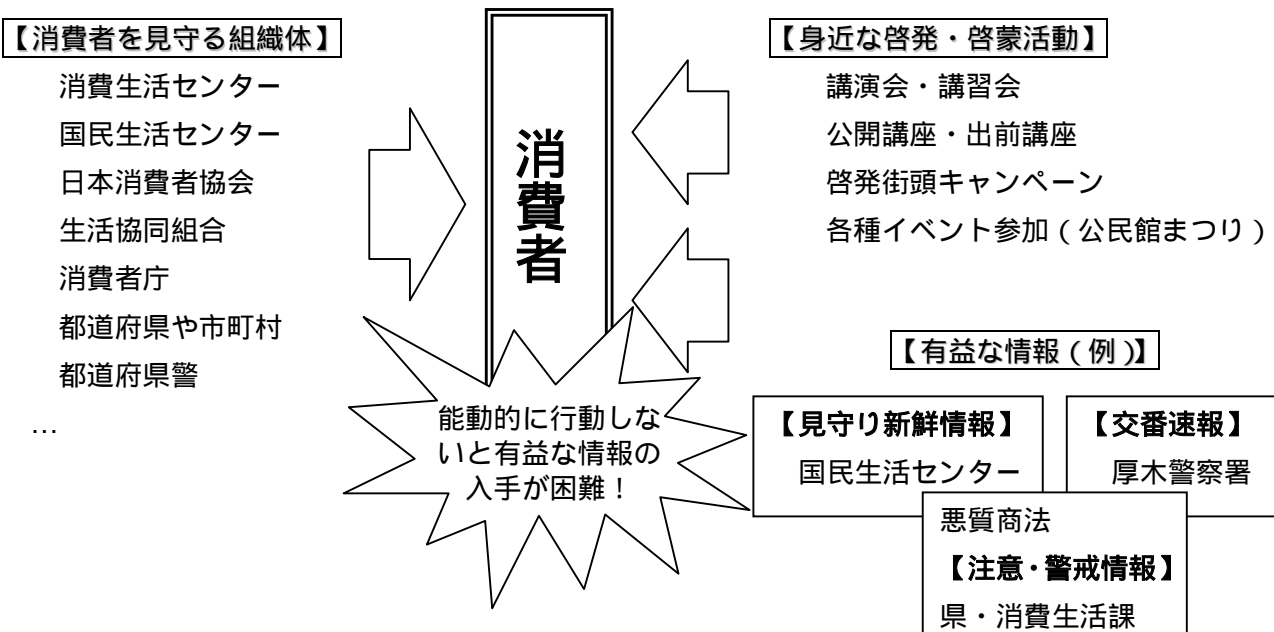
消費者は、悪質商法の被害に遭わない「消費者力」を高めなければなりません。

消費者力とは...

「情報を読み解く力をつけ、商品・サービスを主体的に選択し、トラブル時に対応できるような個人としての力量」

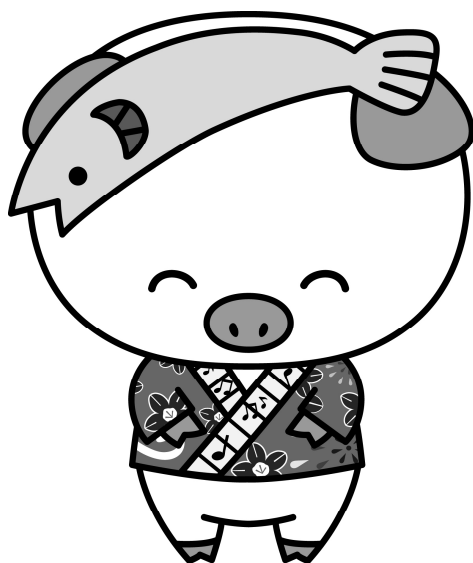
「消費者の地位向上をめざし、消費者視点での意見表明や情報発信を行う集団的な力量」

悪質商法を含めた「消費者保護の活動」を展開・推進する組織は数多くあります。その中で、国・県そして市町村や消費者団体などが活動しています。各組織で情報の収集・整理・保管や情報提供を含めた啓発活動が行われています。



一般消費者が悪質商法に関する情報に接するのは、マスコミ報道（TV や新聞）が大半であり、消費者に有益な情報が有効に活用されているとは言いがたいのが実情です。

日常的で継続的な「一般消費者への啓発の仕組み」を作ることが必要です。



次ページより、消費生活懇話会第1分科会が取り上げた

1. LP ガス訪問勧誘について
（5ページから）
2. 新聞の訪問勧誘について
（17ページから）

2つの悪質商法について研究した資料と、作成配布したチラシになります。