

**今月の納税**  
**村県民税(二期)**  
 (納期限は八月三十一日)  
 (お忘れなく)

**作業停電(8月)**

問い合わせは東北電力  
 巻営業所(☎2161)へ  
 ▶20日(火)午前9時～正午＝富岡全域  
 ▶29日(木)午前9時～正午＝湯上・横曾根・新谷全域

**暮らしの健康**

新・シリーズ(5)  
**文責 / 保健婦**

地区	年次	受診率 (%)
全地区	58年	63.6%
	59	61.2%
	60	62.5%
間瀬1区	58	77.6%
	59	75.9%
間瀬7区	60	77.3%
	金池・石瀬・岩室	58
横曾根・栄・久保田		59
	猿ヶ瀬・南谷内	60
橋本・北野・夏井		58
	西中・白鳥・西長島	59
横曾根・西船越・新谷		60
	油島・高畑	58
原・津雲田・富岡		59
	高橋・和納1区～2区	60
和納9区～12区		58
	和納3区	59
和納8区		60

**おめでた**

(敬称略)  
 氏名 前住所 新住所  
 後藤 聡 橋本町5  
 (桜井) 真由美 間5  
 岩井 洋行 新和東8  
 (河合) みつ子 村8  
 本田 秀一 湯和吉9  
 (小島) 照美 田9  
 佐藤 正夫 和吉9  
 (梨本) 由加利 下村  
 小日向 富士子 田

**うぶこえ**

氏名 誕生月日 保護者 住所  
 高橋 英介 6・9 賢二 和12  
 大岡 健太郎 6・15 政道 金池  
 中野 雅史 6・16 武雄 間2

**おめでた / おくやみ** 60年7月 20日まで

氏名 年齢 死亡日 世帯主 住所  
 一弘子 6・19 泰造 岩室  
 泰征 6・23 春夫 和6  
 野部 6・25 昌秋 石瀬  
 阿部 6・26 正次 岩室  
 渡辺 7・7 文次 和12  
 皆川 7・10 栄一 和10  
 田村 7・12 昭一 栄  
 光井 7・15 富二 夏井  
 岩富 津美太  
 竹内 涼

**おくやみ**

氏名 年齢 死亡日 世帯主 住所  
 後藤由治郎 90 6・26 徳栄 橋本  
 立島ミチ子 61 6・28 …… 間1  
 水沢スミエ 56 6・28 忠雄 間6  
 本田 三郎 73 7・18 勝 和6  
 木村マツ子 69 7・19 要 間2

**健康づくり**  
**総合検診の結果について**

六月五日から十一日まで実施された「総合検診」の結果についてお知らせします。

■地区別にみた受診率の推移 (図1参照)  
 あなたの部落の受診率はいかがですか?  
 村全体の受診率は六二・五割でした。検診対象者の十人中、四人は未受診という結果です。未受診の方は、どこかで健康の確認をしたのでしょうか。まだという方は、ぜひ機会をつくって自分の健康状態を確認してください。

■検診結果について (図2参照)  
 全受診者の半数が精密検査を必要としています。その中の四割が、成人病あるいは成人予備軍(日常生活などを考えないと成人病になる恐れのある人)を指摘されました。  
 総合検診を受診された人は、

対象 2,442人

① 昭和58年～60年の検診受診率(地区別)

異常なし (44%)
精密検査 (56%)
異常なし (6%)
要注意者 (32%)
要医療者 (62%)

自分がどの部分にランクされたか、再確認してみてください。特に要注意・要治療を指摘された人は、自分の生活について、もう一度見直し、病気の悪化予防に努めてください。

**消費者 質問箱**

相談は役場商工観光課 (☎24111・内線131) が県消費生活センター (☎025224196) へ。

離れていきますので、トラブルの解決も困難になりがちです。苦情や相談で多いのは▼商品の破損、故障▼カタログ・広告とは違う▼商品がなかなか届かない、などです。

**相談**

〈ケース①〉 新聞広告をみて藤製の家具を購入したが、焼け焦げがあり品質がよくないので返品したい。クーリングオフはできるだろうか。

〈ケース②〉 テレビ・ショッピングで美容機械を購入した。使用一か月で故障したので交換したが、また一か月で故障した。〈ケース③〉 懸賞応募の新聞広告をみて、応募に必要な雑誌代と入会金を郵便振替で払い込んだが、雑誌が届かない。

**回答**

通信販売の場合には、現物をみないで、限られたスペースでの広告を唯一の「情報」として商品を購入します。このため、広告の記載事項が不正確だったり不十分だったりすると、あとでトラブルの原因になります。また、販売業者と購入者が遠く

**通信販売**

**広告が唯一の情報源**

売と違い、法律ではクーリングオフ制度が定められていません。しかし、業者が〇日以内は返品、返金に応じます”などという

主的に定めている例が多く、その旨は広告に記載されています。ケース①の場合は、業者の決めた期間内でしたので返品できました。ケース②の場合は、交換品も欠陥品でしたので、業者が定めたクーリングオフ期間は過ぎていましたが、商品購入という目的が達せられない理由で返品できました。ケース③の場合は、予想をはるかに超える応募があり、発送がおくれたということでした。代金前払方式の通信販売では業者は、商品の発送に時間がかかる場合、申込者に対して「その申し込みの承諾の有無」「代金を受領した旨」「商品の引き渡し時期」などを書面で通知しなければならぬことになっています。通知がない場合は、業者に確かめてみましょう。

また、広告の中に「請求によりカタログを送る」とある場合は、主要な表示の一部が省略されていることがありますので、カタログを見たらうやうや注文するなど注意が必要です。通信販売では、広告を唯一の情報として商品を購入するため、実際に送られた商品が、イメージと異なることも考えられます。利用する際は①本当に必要なものか ②広告をよくみる(不明な点は電話などで確かめる) ③返品できるかどうかを確かめる ④商品引き渡しの時期、代金支払いの時期、および方法を確かめておくことが必要でしょう。

**できればカタログを 取り寄せる**



崖崩れが発生 間瀬

先月21日昼、間瀬本村の通称石山(旧間瀬石切り場)が突然崩れた。同山の中腹から約1万立方分の岩石が崩れ落ち、大きいものは100ト近くも――。22日、現地対策本部(地区公民館内)を設置して対応(30日解散)、現在二次災害防止のため、復旧の本工事に取掛かっています。

**水掛け論**



夏の水辺で、子供たちが互いに水を掛け合う遊び「水掛け合」は、始まるとなかなか終わりそうもありません。ところで「二人とも譲らないから、とうとう水掛け論になってしまった」といいますが、「水掛け論」は「水掛け合」のように果てしない議論のこと。いつまでも解決しそうな議論を意味します。

「水掛け論」はまた、狂言の「水掛け盤」のような水争いからきた言葉ともいわれています。田に引く用水についての争いは「水論」とも呼ばれますが、狂言「水掛け盤」は、日照りつづきの夏に、自分の田のほうへ水を引き合つた盤と鬮が口論のあけく、農具で泥水を掛け合いついにはつかみ合いのけんかになるといふストーリーです。

「鬮の顔へ、このように水を掛く」といふことがあるものか「それがしも、負くることではない」と、双方譲りません。最後は鬮に妻が加勢し、鬮を負かしてしまいました。「水掛け論」が親子同士の泥仕合に発展したというわけです。