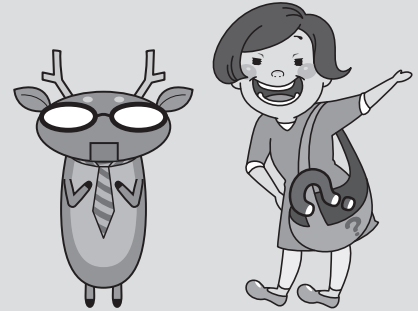


くらしに役立つ生活情報
センターニュース

きらめく

NO. 135 9月号

北海道立 消費生活センター



かしこしか ちえ子さん

北海道消費者教育
PR キャラクター



はぎ
路地裏の萩（札幌市）

主な内容

10月は食品ロス削減月間……………2	除排雪トラブル、ホクネットが申入れ……4
9月は防災月間、早期避難で減災……………3	ネット通販の食品表示にガイドライン……4
木の実類が食物アレルギー第3位に……………3	〈相談事例〉電子タバコの定期購入……………5
親子体験学習講座を開催……………3	〈商品テスト〉白だしの品質……………6、7
電気通信事業法の施行規則改正	若宮さん講演、9月に道消費者大会……………8
電話勧誘時の説明義務を厳格化……………4	10月22日に消費者トラブル110番……………8

〒060-0003

札幌市中央区北3条西7丁目 北海道庁別館西棟

TEL (011)221-0110 FAX (011)221-4210

<https://www.do-syouthi-c.jp/>

「もったいない」を大切に

10月は食品ロス削減月間です

10月は食品ロス削減月間、10月30日は食品ロス削減の日です。2019年に成立した食品ロス削減推進法に合わせ制定されました。まだ食べられるのに捨てられる食品ロスは、農水省によれば国内で年間522万トン（2020年度）にもなります。国民一人当たり1日113g、おにぎり1個分の食べ物を毎日捨てている計算です。一方で世界だけでなく、日本でも毎日の食べ物に困っている人が増えています。限られた食の資源を有効に活用したいですね。

どさんこ愛食食べきり運動も

農水省の統計では、食品ロスは2015年度の646万トンから2割減り、国民の理解は少しずつ広がっていますが、まだ削減の余地があります。食品ロスの半分近くは家庭から出ており、食べ残しや賞味・消費期限切れによる廃棄、過剰除去（野菜の皮を厚くむくなど）が原因に挙げられます。

食品ロスは道内でも34万トン（2018年度）発生していることから、北海道は食品ロス削減推進計画を策定し、2021年度から30年度まで

の10年間で17年度比20%削減を目指しています。その一環として「どさんこ愛食食べきり運動」を展開し、家庭向けでは「家庭5箇条」として次の取り組みを呼びかけています。

- 1) **買いすぎない** お出かけ前に冷蔵庫確認
- 2) **作りすぎない** 残ったらリメイク・冷凍保存
- 3) **むきすぎない** 野菜の茎や皮も有効活用
- 4) **捨てすぎない** 賞味期限を正しく理解
- 5) **「もったいない」「ありがとう」を大切に**
宴会の多い年末・年始に向けては「適量注文で好き嫌いなく完食」「幹事の声がけで食べきりタイムを設定」などを呼びかけています。

広がるフードドライブ

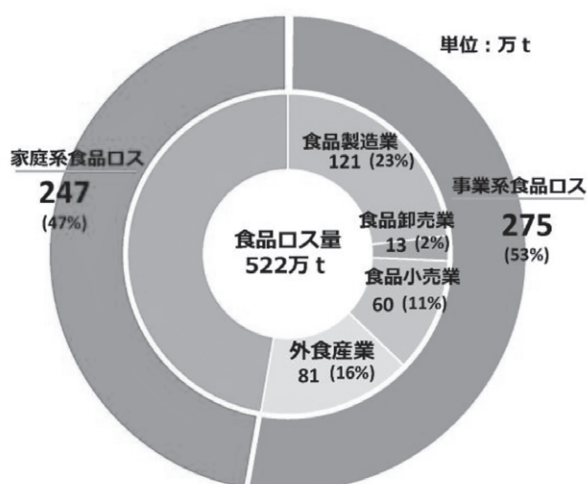
食品を廃棄する前に有効活用しようという取り組みの一つが「フードドライブ」です。家庭で眠る食べものを持ち寄り、地域の福祉団体や子ども食堂などに届ける活動です。消費期限や賞味期限が切れていなく、開封もされていない食品が対象です。

道内で先駆的に取り組んだのは釧路消費者協会です。2016年に年2回、23.5kgを集めた活動は、わずか3年で年30回、100kgを集めるまで賛同の輪が広がりました。

SDGs（持続可能な開発目標）が注目される中、家庭からの食品ロス削減の取り組みとして広がり、全道の消費者協会では富良野、北広島、室蘭、北見、士別など13協会に広がっています。



食品ロス削減月間ポスター



農水省「食品ロスの現状」（2020年）から

巨大地震 どう減災

避難場所確認や備蓄品点検を

巨大地震で道内では最大14万9千人の死者が出ることを7月に北海道が公表しました。しかし早期避難で7割以上減らす効果も指摘されました。9月は防災月間です。避難場所の確認や防災備蓄品の点検をお忘れなく。

道の被害想定によれば、日本海溝を震源とするマグニチュード9の巨大地震が起きた場合、津波は釧路町26.5m、えりも町26.0mなどになり、建物の倒壊も予想されます。

あらかじめ地元のハザードマップで地震や津波、洪水などの被害程度や避難場所を確認し、速やかな避難を心がけましょう。冬に被災すると低体温症の危険もあります。保温性のある衣類の備蓄にも気配りを。

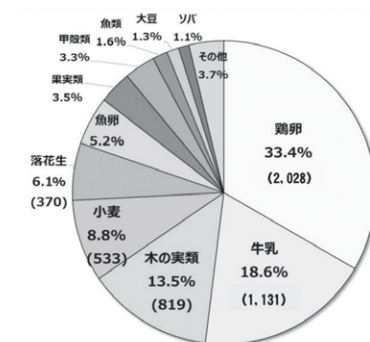
災害テーマにくらしのセミナー

10月5日（水）の第5回くらしのセミナーは「災害に備えること～白糠町の取り組みから学ぶ～」と題し、同町地域防災課職員が講義します。同町は、道の想定で16.5mの津波が見込まれ、災害の怖さをより身近に感じられるよう実際の町内の映像をCG化した迫真の防災啓発用シミュレーション動画を制作し、どう身を守るか考える手段にしています。

セミナーは午後1時から3時まで。申し込みは9月20日から。受講無料。定員は会場40人、オンライン100人。問い合わせは教育啓発グループ（☎011-221-0110）へ。

木の実類、食物アレルギー3位に

消費者庁の食物アレルギー全国実態調査で木の実類が原因物質の第3位になりました。①鶏卵33.4% ②牛乳18.6% ③木の実類13.5%—となり、3年前の前回調査で3位だった小麦8.8%を逆転しました。木の実類の56%を占めるのがクルミで、次いでカシューナッツ、マカダミアナッツなど。クルミ単独でも7.6%、原因物質の第4位となり



即時型食物アレルギーの原因食物

2020年には6,677例が報告されました。年齢別で、木の実類は1・2歳群の3位、3～6歳群の1位、7～17歳群の2位となり、いずれも前回調査より大幅に増えています。

これを受け、同庁はクルミの食物アレルギー表示を現在の「推奨」から「義務」に格上げする方針を決め、年度内を目標に食品表示基準の改正を消費者委員会食品表示部会に諮問する予定。

親子体験講座でお小遣いゲーム

道立消費生活センターは、親子体験学習講座「お金のかしい使い方～こづかいゲームにチャレンジしてみよう～」を8月8日に開催し、7組17人の親子が参加しました。



北海道金融広報委員会の金融広報アドバイザー横井規子さんが講師を務めました。お小遣いや出金予定を設定し、本やゲームなど欲しいものを計画的に購入する「こづかいゲーム」では、必要な出費に備えて計画的なお金の使い方を考えました＝写真＝。

横井さんは「使えるお金には限りがあり、本当に必要か考えてから買い物を。目に見える形でお金を管理しましょう」と呼びかけました。同じ内容で9月4日にも開催します。

電話勧誘の説明義務を厳格化

電気通信事業法施行規則改正

電気通信事業法施行規則の改正で、電話勧誘における説明の厳格化など消費者保護ルールが強化され、7月1日に施行されました。

インターネットや携帯電話などの電気通信サービスは、急速な普及に伴い、苦情が増加し規制が強化されてきました。今回は「光回線の料金が安くなると言われて契約したのに高くなった」「勝手にオプションがつけられていた」「解約しようとしたら高額な違約金を請求された」といった苦情に対し、次の3点で消費者保護を強化しました。

①電話勧誘の際に利用者が電話などでの説明を自ら希望した場合を除き、書面交付しての説明を義務化②電話オペレーターの十分な配置やウェブ解約などで遅滞なく解約できるようにすることを義務化③解約に伴う違約金上限を月額利用料相当までに制限します。

詳細は総務省ホームページを参照ください。
https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/joho_tsusin/d_syohi/shohi.htm

除排雪契約は慎重に

冬期に自宅の除排雪を民間事業者へ委託する住民が増える中、トラブルも目立つようになりました。昨年末から今春にかけ、大雪に見舞われた札幌などで「一括前払いなのに契約通りに排雪に来ない」「電話がつながらない」といった苦情が相次ぎました。

特定適格消費者団体の消費者支援ネット北海道（ホクネット）は、苦情が多かった札幌市内の7社に対し、作業回数が契約回数に満たない場合、返金を希望する住民に未履行分の費用を返還するよう申し入れました。

除排雪のトラブルを避けるには、①契約内容をよく確認②契約書や領収書を保管③除排雪日を記録などの注意が必要です。

ネット通販の食品表示ガイドブック

消費者庁は6月、インターネット販売にお

ける食品表示のガイドブックを公表しました。食品表示法では、表示は容器包装にしか適用されず、ネット通販では商品が届くまで確認できないため情報提供の基本方針を示したものです。ただし法的拘束力はありません。

期限情報では「賞味期限まで到着日から○日以上」といった期限残表示が望ましいとしますが、配送までの時間差や、製造日が異なる複数の商品がある場合は対応が難しく、「賞味期限：製造日から○日」といった期間表示や「当社が定めた日数以上の期限残の商品に限り出荷」といった表示を推奨します。

保存方法は、冷凍、冷蔵、常温の違いをマークやイラストで掲載すること、商品の大きさは「想像より小さい」「宅配ボックスに入らない」といった苦情を避けるため重量や寸法の表示の検討を求めています。このほか、食物アレルギーや原材料、産地などの表示も分かりやすい情報提供を求めています。

カルチャーナイトで動画配信

札幌市内の施設を夜間開放する「カルチャーナイト2022」が7月22日に開催され、当センターは動画で参加しました。

「行ってみよう！北海道立消費生活センター」と題した動画（11分37秒）＝写真＝は他の80施設とともに公式チャンネル（YouTube）で8月5日まで配信されました。



動画は、1階展示ホールから始まり、商品テスト室、2階の消費生

活相談室、くらしの教室・広場を巡る構成です。展示ホールでは食品ロスを減らす工夫を伝え、テスト室では軟エックス線装置や電子顕微鏡などを紹介。「契約が成立するのはいつか」といったクイズをはさみ、幅広い年代が楽しめる内容としました。

消費生活相談

北海道立消費生活センター相談専用電話

☎ 050-7505-0999

消費者ホットライン ☎ 188 ^{いやや いや}（「嫌や」泣き寝入り）
 ※お住まいの市町村など最寄りの消費生活相談窓口をご案内します。

お試しのつもりで購入したのに…

定期購入だった電子タバコ

Q 2週間前にインターネット広告を見て、「お試し価格980円」の電子タバコを注文し、商品が届いた後にコンビニ後払いで代金を支払った。先日、「2回目の商品を発送する、代金は11,000円」とのメールが届き、定期購入契約であることがわかった。販売店に電話をして解約を申し

出たが、「商品を発送したので2回目までは購入してもらう、3回目以降の解約手続きはしておく」と言われた。広告には定期購入であることが表示されていなかったと思うので納得できない。2回目から解約したい。（40代 男性）



A インターネットなどを利用して商品を購入する通信販売は、特定商取引法で広告規制があり、事業者は商品の価格や送料、支払時期や方法、商品の引き渡し時期、解約・返品可否や可能な場合の条件（返品特約）などを表示する義務があります。

解約や返品に関しては原則、返品特約などの表示に従うこととなりますが、表示に問題があるような場合は、契約の取消しなどを求めて事業者と話し合うこととなります。

当センターで、販売サイトの広告を確認したところ、トップ画面に商品の画像と初回980円であることが大きく、目立つような字で表示されていましたが、定期購入に関する説明はページの下の方に表示されていて、わかりづらいと思われました。

センターから事業者に連絡し、定期購入であることや支払総額の表示がわかりづらいことなどを伝えて交渉したところ、「申込画面等にも定期購入であることをわかりやすく表示しているはずだが、消費者の申し出をふま



えて、今回に限り2回目からの解約に応じる、商品の発送は中止する」とのことでした。

「詐欺的な定期購入商法」の規制が強化されました

今年6月1日に改正特定商取引法が施行され、事業者には販売サイトの「最終確認画面」で、数量や回数、販売価格や支払総額、支払い時期や方法、商品の引き渡しやサービスの提供時期、契約の解除に関することなどを消費者が簡単に確認できる表示をすることが義務付けられました。

定期購入契約の場合は、各回の数量や価格だけでなく、総分量や支払総額、解約期限がある場合はその旨もわかりやすく表示する必要があります。

事業者がこれらの表示をしていなかったり、消費者を誤認させるような表示をしていたりした場合には、消費者は申し込みの取消しができる可能性があります。

通信販売を利用する際には、定期購入が条件になっていないか、支払い総額や商品の引き渡し時期の表示があるか、解約や返品ができるか、利用規約の内容に問題はないかなどをよく確認し、広告や最終確認画面をスクリーンショットなどで保存しておきましょう。

トラブルに遭ったら、速やかに最寄りの消費生活相談窓口に連絡を。

白だしの品質

**商品
テスト**

最近、商品名に白だしと記載された、従来のめんつゆよりも色が薄く透明な液体調味料が販売されています。めん類のつゆに利用するだけではなく、液体で色が薄く簡単にだしとして利用できるため、だし巻き卵や茶わん蒸しなどで利用する機会も増えてきています。そこで市販されている白だしの塩分、糖類、うま味成分をテストしてみました。

テスト品

○ **白だし 10銘柄 (No. 1～10)**
(商品名に白だしと表記のあるもの)

○ **参考品 手造り混合だし**
(昆布とかつお削り節)

テスト結果

テストした白だしは全て希釈して使用するタイプでした。そのため白だしを希釈して塩分、糖類、うま味成分をテストしました。

白だしの希釈

うどん（めん）かけつゆの場合、白だし1に対して水7が5銘柄（No. 1、4、5、9、10）、白だし1に対して水9が5銘柄（No. 2、3、6～8）でした。

参考品の作成方法

水500mlに対して昆布10g、かつお削り節10g（水に対して2%）。昆布を5cmに切り、水500mlに30分間室温で浸し、その後30分かけて沸騰。昆布を取り出した後、水50mlとかつお削り節を加え1分間加熱、その後火を止め3分間放置し、ザルにキッチンペーパーを敷き濾（こ）して作成しました。出来上がった混合だしの量は350mlでした。混合だしは3つ作成しテストしました。



塩分

1.11（No. 1）～1.34%（No. 3）、平均1.24%で銘柄により大きな差はありませんでした。

糖類（果糖、ぶどう糖、しょ糖、麦芽糖）

100mlあたり248（No. 7）～913mg（No. 5）、平均660mgでした。含まれていた糖類は銘柄により違いがあり、しょ糖が3銘柄（No. 1、3、6）、ぶどう糖としょ糖が2銘柄（No. 4、7）、果糖とぶどう糖としょ糖が3銘柄（No. 2、5、10）、ぶどう糖としょ糖と麦芽糖が1銘柄（No. 8）、果糖とぶどう糖としょ糖と麦芽糖が1銘柄（No. 9）でした。参考品からは糖類は検出されませんでした。

うま味成分（グルタミン酸、イノシン酸）

グルタミン酸はアミノ酸の一つで昆布や野菜などに、イノシン酸は核酸の一つでかつお節など魚や肉類に多く含まれています。全銘柄にグルタミン酸、イノシン酸が含まれていました。グルタミン酸は100mlあたり17.0（No. 6）～395.6mg（No. 1）、平均219.8mg、参考品36.5mgでした。原材料欄の添加物に調味料（アミノ酸等）の表示がない2銘柄（No. 2と6）は低い値でした。イノシン酸は100mlあたり4.7（No. 2）～21.7mg（No. 8）、平均11.1mg、参考品12.3mgでした。

テスト結果

No.	商品名	製造者等	テスト結果								内容 量 (ml)	購入 価格 (円)	100ml あたりの 単位 価格 (円)
			塩分 (%)	糖類 (mg/100ml)					うま味成分 (mg/100ml)				
				果糖	ぶど う糖	しょ 糖	麦芽 糖	合計	グル タミ ン酸	イノ シン 酸			
1	旨みひろがる香り白だし	キッコーマン食品(株)	1.11	ND	ND	829	ND	829	395.6	16.3	500	257	51
2	いつでも新鮮料理人直伝 極み白だし	キッコーマン食品(株)	1.17	69	87	739	ND	895	24.1	4.7	450	321	71
3	プロが使う味 白だし	(株)ミツカン	1.34	ND	ND	417	ND	417	239.8	9.3	500	257	51
4	割烹白だし	ヤマキ(株)	1.12	ND	91	305	ND	396	284.6	8.0	500	257	51
5	昆布つゆ 白だし	ヤマサ醤油(株)	1.33	185	136	591	ND	913	209.4	10.7	500	286	57
6	白だしゴールド	(株)にんべん	1.26	ND	ND	766	ND	766	17.0	17.1	500	429	85
7	創味の白だし	(株)創味食品	1.26	ND	186	62	ND	248	212.8	9.3	500	429	85
8	あごだし入り白だし	(株)久原醤油	1.30	ND	126	300	90	516	356.6	21.7	500	537	107
9	TOPVALU かつお風味香る白だし	イオン(株)	1.21	132	214	231	129	706	232.6	5.8	500	213	42
10	SEVEN&i PREMIUM 白だし	ヤマサ醤油(株)	1.29	288	205	419	ND	911	225.2	8.2	500	235	47
平均			1.24					660	219.8	11.1			65
参考品 手造り混合だし			0.25	ND	ND	ND	ND	ND	36.5	12.3			

・ND：不検出（糖類40mg/100ml未満）。購入価格は税込み。単位価格は少数点以下を切り捨て、平均は少数第1位を四捨五入。

表 示

食品表示基準の加工食品で必要となる名称、原材料名、添加物、内容量、賞味期限、保存方法、製造者等、栄養成分の表示は全銘柄にありました。全銘柄に使用方法として料理名と白だしをどの程度薄めるかについての記載がありました。保存方法は常温で保存できる旨の表示がありました。開封後の取り扱いについては常温が1銘柄（No.2）、その他は冷蔵でした。

100mlあたりの単位価格

最小42円（No.9）、最大107円（No.8）、平均65円でした。最小と最大で2.5倍の差がありました。

消費者へのアドバイス

手造り混合だしと同様に白だしにはうま味成分が含まれていました。そのため、うま味を料理に簡単に加えることができるとされます。また塩分や糖分も含まれていました。商品の使用方法には、うどん（かけつゆ）、お吸い物、煮物、おでん、鍋もの、だし巻き卵、茶わん蒸し、炊き込みご飯など料理名と白だしの薄め方について記載がありました。表示を参考にして料理に使用すると良いでしょう。

開封前は常温で保存できる旨の表示がありましたが、開封後の取扱いは常温と要冷蔵の商品がありました。表示を確認しましょう。

9月9日に北海道消費者大会

若宮正子さんが基調講演

道内の消費者が集う第59回北海道消費者大会（主催・北海道消費者協会）が9月9日（金）午前10時15分から、札幌市中央区のかでる2・7で開催されます。

大会テーマは「ひとに優しいデジタル改革とは～誰ひとり取り残さないために～」とし、87歳のデジタルクリエイター若宮正子さんが、高齢者にも優しいデジタル改革について基調講演します。

引き続き、デジタル化に取り組む北海道の担当者や地域協会、識者が参加し、デジタル社会の到来が避けて通れないなら、どう適応し活用していくかについて討論します。

一般参加は事前申込が必要です。問い合わせは、北海道消費者協会総務・組織連携グループ（☎011-221-4217）へ。

11月9日 くらしのセミナー

第6回くらしのセミナーを11月9日（水）に当センターで開催します。中央大学文学部の有賀敦紀教授が「だまされない消費者になるための心理学～ポジティブティバイアス～」と題し講義します。

時間は午後1時から3時まで。申し込みは10月24日から。受講無料。定員は会場40人、オンライン100人。

ライブ配信するほか、アーカイブ配信を実施します。アーカイブ配信は11月9日午後7時～10日午前9時と、11日午前9時～14日午前9時。問い合わせは教育啓発グループ（☎011-221-0110）へ。

10月22日 消費者トラブル110番

当センターと札幌弁護士会は10月22日(土)に特別相談「消費者トラブル110番」を実施します。

消費生活に関するトラブルについて、相談を受け付けます。詳細は決まり次第、センターのホームページでお知らせします。

展示室を開放しています

当センターは、国の新型コロナウイルス対応方針の変更に伴い、感染防止対策を講じた上で展示室を開放しています。来館者には、人との距離が2メートルを確保できない場合はマスク着用か、会話をしないようお願いいたします。

展示室は、入り口で手指消毒のうえ、密集対策として設けた順路に沿って進行ください。展示物には手を触れないようお願いします。

施設見学は1グループ10人までとし、超える場合は事前に相談ください。問い合わせは教育啓発グループ（☎011-221-0110）へ。

HPのURLを変更

センター・ホームページ（HP）の改修に伴い、URL を下記に変更しました。

<https://www.do-syouhi-c.jp/>

北海道立消費生活センター

札幌市中央区北3西7 北海道庁別館西棟

TEL 011-221-0110

FAX 011-221-4210

相談専用電話 050-7505-0999

(相談受付時間:平日/午前9時～午後4時30分)

当センターは一般社団法人北海道消費者協会が指定管理者として業務を行っています。

ホームページのご案内

当センターのホームページでは、悪質商法の最新事例や製品事故情報、商品テストの結果などを紹介しています。ご活用ください。
<https://www.do-syouhi-c.jp/>

北海道立消費生活センター



検索

