

北のくらし

きらめく

北海道立消費生活センター

主な内容

- 年頭にあたって …………… 2
- 消費者フォーラム …………… 3
- 超高齢社会をどう生きるか …… 3
- 狙われる高齢者! …………… 4
- 新聞購読契約トラブル ……… 5
- ノンアルコール飲料の品質 …… 6、7
- 今冬も節電! …………… 8



雪の街角(札幌)

はげしく降る雪の向こうに教会があった。ステンドグラスの赤い色が目立ち、異国に居るように思われた。

(全道展会員 山下 脩馬)

〒060-0003
 札幌市中央区北3条西7丁目道庁別館西棟
 TEL (011)221-0110
 FAX (011)221-4210
<http://www.do-syohi-c.jp/>



道立消費生活センターを騙る投資勧誘などにご注意を!
 ご相談は☎050・7505・0999へ

年頭にあたって

食のブランド化に向けて

北海道知事 高橋 はるみ



新年明けましておめでとうございます。

昨年を振り返りますと、道内では北海道独自の食品機能性表示制度がスタートし、北海道米に続く道産小麦などの食のブランド化に向けた取組が拡大するとともに、アジアを中心に海外から多くの観光客が北海道を訪れるなど、道民の皆様とともに描き、共有してきた夢の実現に向けて、確かな手応えが得られた一年であったと感じています。

を大きく損なうこととなったことは、誠に残念でなりません。

本年は、食や観光をはじめとする産業群の創造など「経済の活性化」、北海道の自然環境を活かす「環境先進地づくり」、人口減少・高齢化を見据えた「安心社会づくり」とともに、消費生活分野では、食品表示の適正化に努め、北海道の大きな魅力である「食」に対する信頼を高められるよう、取り組んで参ります。

本年が北海道の新たな発展にとって重要な一年になると確信しており、経済が活気を取り戻し、誰もが安心していきいきと暮らすことのできる北海道を目指し全力を尽くす決意です。皆様の一層のご理解とご協力をお願い申し上げます。

新しい年が、皆様にとりまして、輝かしい未来に向けて歩みを進める年となりますよう、心からお祈り申し上げます。新年のご挨拶といたします。

学びの場として

当センターのご活用を！

所長 橋本 智子

新年、あけましておめでとうございます。

昨年はJRの事故多発や食材の不適切な表示問題など、くらしの安全・安心を脅かす出来事が相次ぎました。それぞれに対策を講じてもらうのはもちろんですが、私たち消費者自らが知識を蓄え、情報を収集することにより、自衛できることもあります。そのためにぜひ、当センターを学びの場としてご活用ください。



展示コーナー

不適切表示問題で

道が関係団体へ要請

一連のメニュー等の不適切表示問題を受けて道は11月18日、関連する2つの業界団体に対し、竹谷千里環境生活部長から点検や改善を求めめる要請文を手渡しました。

要請を受けたのは、北海道ホテル旅館業連絡協議会の代表幹事を務める日本ホテル協会北海道支部と北海

道百貨店協会。要請文では「メニュー等に事実と異なる表示がないかを速やかに点検し、そのような表示がある場合は、消費者に誤認を与えないよう適切な表示に改めること。さらに原因を究明し、改善を図ること」などを求めています。

後日、同協議会などがホテルや旅館などを対象に、メニュー表示の講習会を札幌市内で開き、消費者庁の担当者から表示のあり方を学びました。

消費者市民社会築くには？

札幌のフォーラムに180人

「平成25年度地方消費者グループ・フォーラム in 北海道」（実行委主催）が12月5日、札幌市内で開かれました。地域で消費者問題に取り組んでいる約180人が集い、パネルディスカッションや取り組み報告などに熱心に耳を傾けました。

パネルディスカッションのテーマは「消費者市民社会に向けて〜安心して住み続けるために〜」。

昨年「消費者教育の推進に関する法律」が制定され、本格的に学校でも授業で取り入れられるようになって



貴重な意見が出されたシンポジウム

貴重な意見が出されたシンポジウム
また、企業や事業者の消費者関連担当の立場から、消費者関連専門家会議専務理事の長谷川公彦氏は「消費者教育に貢献できる情報資源に何かあるか、収集、整理していきたい」、大学の教育現場から北海道教育大学教授の鎌田浩子氏は「大学だけではなく、消費生活センターや企業など、

いろいろなところとつながって授業をすることが大切」とそれぞれ意見を述べました。

取り組み報告では、札幌丘珠高校の家庭クラブが発表しました。道立消費生活センターで子どもや高齢者が被害に遭っていることを学習し、啓発グッズ用として紙芝居や絵本を

超高齢社会を どう生きるか セミナーに約70人



「ジェロントロジー」という言葉をご存じですか。「老年学」や「加齢学」と呼ばれる分野で、高齢社会の抱えるさまざまな課題を研究する領域です。平成22年にNPO法人「北海道ジェロントロジー推進協会」（朝倉利光理事長）が設立されました。12月に開催された当センター主催の「くらしのセミナー」で初めてジェ

作成して子ども向けの消費者教室を開催したところ「親にも教えてほしい」と好評を得たとのこと。このことから「共助の力で何かできないか」と考え、消費者トラブル防止のための見守り、声かけをする丘珠コミュニティを形成したい」と報告し、参加者の共感を得ていました。

「くらしのセミナー」で初めてジェロントロジーを取り上げたところ70人を超す受講者が訪れ、関心の高さがうかがえました。写真！！。

講師は朝倉理事長（北大、北海学園大名誉教授）で、テーマは「超高齢未来に向けて〜ジェロントロジーの挑戦〜」。日本は世界に類のないスピードで高齢化が進み、2050年には65歳以上の高齢者が35%以上になると予測されています。朝倉理事長は超高齢社会を生き抜くためには「栄養のバランス、運動、口腔ケア、社会参加や就労支援による生活の質の向上」などを挙げ、そのためには「自立型まちづくり」「首長のリーダーシップ」などの必要性を指摘しました。

狙われる高齢者！

悪質手口知り、未然防止



全体的に消費生活相談の件数が減少しているにもかかわらず、高齢者の被害は被害金額が高額だったり、何度も被害に遭ったりするなど深刻化しています。11月に当センターで開催された「平成25年度第2回消費生活リーダー研修講座」（主催・北海道消費者協会）の中で、道と道警の担当者があらためて注意を呼び掛けました。

健康食品や悪質リフォーム：

平成24年度に道立消費生活センターに寄せられた70歳以上の相談件数は946件で全体の16.7%を占め、年次別では前年度の3位から1位になり、高齢者が被害に遭った割合が増えていることが浮き彫りにされました。

道消費者安全課は、最近、注文していない健康食品を送りつけてきたり、「このままで朽ちて家が倒れる」などと不安をあおって仕事をさせたりする悪質リフォームなどの手口が目立っているとしています。また、判断力の不足や明確な意思表示が困難な人に次々と契約させるなどの事例も多発しているとのこと。

道は高齢者が狙われる心理的傾向として「悪質業者に対しても誠実に対応しようとする」「わからないこともわかっていこうという態度をとる」「だまされたことを家族に知られたくない」などを挙げています。

すでに行政措置は30件

悪質業者に対する行政措置は、25年度はすでに30件のほりです。しかし、行政措置は万全ではなく「被害がでない限り、措置できない」「消費生活センターに相談された事案にのみ対応する事業者がいる」「業務停止処分をしても別法人を設立して、営業を行う」「家族に知られたくないなどの理由から消費者から行政調

査への協力が得られない」などの課題があるとのこと。

利殖勧誘、注意して

一方、道警生活経済課も未公開株や社債、外国通貨など、利殖勧誘事犯に高齢者が狙われていると指摘しています。全国の被害額は平成25年上半年で44億円にのぼり、件数や額は減っていますが、1件当たりの被害者数や金額が大きくなる傾向にあり、油断できない状況です。

道警は検挙や取り締まりに全力を挙げますが、被害の未然防止や

新聞購読契約の

ガイドライン作成

日本新聞協会と新聞公正取引協議会は、読者から解約の申し出があった場合の対応の指針となる「新聞購読契約に関するガイドライン」をまとめました。新聞公正競争規約や特定商取引法などを順守しつつ、ガイドラインを設けることで読者とのトラブルを防ぐこととしています。

新聞購読の長期契約をめぐる高齢者からのトラブル（事例は5ページ

拡大防止策として、いち早く犯罪利用口座を凍結したり、犯罪に使われた携帯電話のレンタル契約の解約を要請したりすることなどを強力に推進しています。

道警は、悪質業者対策として「悪質業者はう・そ・つ・き」①うまい話は信用しない、②相談する、③つられて返事をしない、④きっぱり断るをキーワードに注意喚起しています。仮にお金をだましとられてしまった場合でも、あきらめずに警察や相談機関に連絡するよう呼び掛けています。

参照）が目立つとして、独立行政法人国民生活センターから改善要望が出されています。

ガイドラインでは「公正競争規約の上限を超える景品を提供していた場合、解約に当たって景品の返還を求めてはならない」「相手の判断力不足、購読が困難になる病気・入院・転居などは解約に応じるべき場合」など8項目を挙げています。今後、ガイドラインに基づいた実効性のある運用が求められます。

減らない新聞トラブル

2年先の購読契約に問題あり！

Q 一人暮らしの79歳の母宅の郵便受けに「来月から新聞が入ります」とお知らせが入っていたので販売店に問い合わせたところ、2年ほど前に契約し、半年間の契約だという。母は入院しており、契約したこともよく覚えていないというので、販売店に認知症の症状も出ていることなど事情を説明し、解約を求めた。販売店からは、すでに米6キロタオルを景品として渡っていて、解約はできないと言われ、困っている。どうしたらよいか。

(50代 女性)



相談専用電話

050-7505-0999

A 訪問販売で新聞の契約をした場合、特定商取引法の規制を受けますが、契約書面を受け取っており、クーリング・オフ期間も過ぎていたので一方的な解約は難しく、解約するには事業者との交渉が必要です。

当センターで販売店と交渉し、当事者の病気による解約は合理的な理

不要なら「ギョッぱり」断って！

新聞の訪問販売に関する相談はなかなか減りません。特に次のことに注意しましょう。

● **不用意にドアを開けない**
「引越しのあいさつです」など、新聞の勧誘であることを告げずに販売員が訪ねてくるケースがあります。訪問者が誰なのかを確認してから対応し、購読の意思がなければドアを開けないことです。また、勧誘を受けても、販売員の「いつでも解約で



由であることや、認知症の高齢者に2年も先の契約をさせていること、さらに景品についても、新聞契約に伴う景品は6カ月分の購読料の8%以下に制限されており、これらに違

反する不当景品の提供を行っていることなどの問題点を指摘したところ、解約になり、景品を返して解決しました。

このように何年か先に購読が始まる契約をさせ、契約者が購読期間中に入院などの理由で解約を申し出て中途解約を認めなかったり、解約料を請求されたりするなど、トラブルになることがあります。中には10年以上先まで契約をしていたケースもあります。独立行政法人国民生活センターは、問題点を指摘して業界団体に対応を求めています。

きる」などのセールストークだけを信用してすぐ契約せず、不要なら断りましょう。

● **契約期間などの確認を**
契約書にサインする際は、購読開始時期と購読期間を確認し、終了まで購読できるかを慎重に考え、書面の内容もよく確認し、契約書の控えはとっておきましょう。

● **高額な景品は受け取らない**
新聞の公正競争規約では、新聞契

約に伴う景品には上限があり、取引の価格の8%、または6カ月分の購読料の8%のいずれか低い金額(通常、最高で2000円程度)となっています。しかし、この額を超えるテレビや掃除機などを渡されることもあります。契約者が規約の範囲を超える景品を受け取っても罰則はありませんが、解約の際に景品はトラブルの原因になりますので、ご注意ください。

トラブルに遭ったら最寄りの消費生活センターへ。

アルコール分は不検出、合成甘味料は基準値内 ～ノンアルコール飲料の品質～

最近、ノンアルコール飲料を飲む人が増えており、スーパーや飲食店などで見かける機会が多くなっています。そこで、ノンアルコール飲料のアルコール分や合成甘味料などを調べました。

テスト品目

- ノンアルコール飲料 20銘柄
- アルコール飲料（参考品）4銘柄
（ビール1、発泡酒2、チューハイ1）

テスト結果

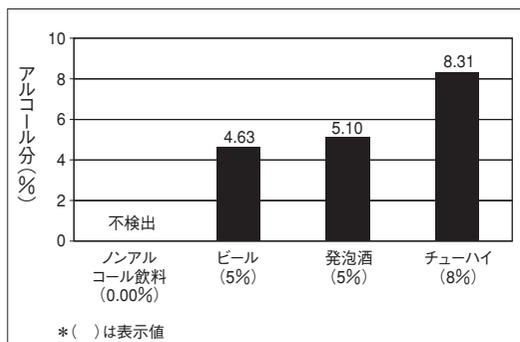
○アルコール分

ノンアルコール飲料でアルコール分は不検出でした（0.005%未満を不検出）。参考品は、ビールが4.63%、発泡酒（2銘柄の平均）が5.10%、チューハイが8.31%でした。

○糖類

糖類（果糖、ブドウ糖、ショ糖、麦芽糖の合計）は最低値がNo.6とNo.7の0.02g/100ml、最高値がNo.19の28.00g/100ml、平均が3.40g/100mlで銘柄により差がありました。

糖類を含まない旨の強調表示を行う際は飲料で0.5g/100ml未満とされています。糖類ゼロと表示があった銘柄（No.9、10、13、14、16、20）は0.22～0.40g/100mlで上記を満たし



ていました。

○合成甘味料

アセスルファムカリウムは表示があった12銘柄から検出され、最低値はNo.1とNo.6の0.02g/kg、最高値はNo.20の0.26g/kg、平均は0.13g/kgでした。いずれの銘柄も基準値（0.50g/kg以下）を満たしていました。

アスパルテームの表示があったNo.14から0.04g/kg検出されました。なお、アスパルテームの使用基準はありません。

スクラロースは表示があった6銘柄から検出され、最低値はNo.20の0.02g/kg、最高値はNo.13の0.07g/kg、平均は0.05g/kgでした。基準値（0.40g/kg以下）を満たしていました。

○熱量（カロリー）の目安

糖類をもとにエネルギー換算を行い熱量の目安としました。最低値がNo.6、7の0.1kcal/100ml、最高値がNo.19の112.0kcal/100ml、平均が13.6kcal/100mlでした。

飲料の熱量を含まない旨と低減の強調表示は、カロリーゼロが5kcal/100ml未満、カロリーオフが20kcal/100ml以下とされています。カロリーゼロの表示があった銘柄（No.1、6、7、8、9、10、13、14、16、20）は0.1～1.6kcal/100ml、カロリーオフの表示があった銘柄（No.2、4、5、12、15）は3.6～15.5kcal/100mlで上記を満たしていました。

●テスト品一覧と結果

No.	商品名	製造者・販売者・輸入者	内容量	アルコール分 (%)	糖類 (g/100ml)	合成甘味料 (g/kg)			熱量の目安 (kcal/100ml)	価格 (円/1缶)
						アセスルファムカリウム	アスパルテーム	スクラロース		
1	サントリー オールフリー	サントリー酒類(株)	350ml	ND	0.16	0.02	ND	ND	0.6	115
2	アサヒ ドライゼロ	アサヒビール株式会社	350ml	ND	0.91	ND	ND	ND	3.6	115
3	サッポロ プレミアムアルコールフリー	サッポロビール株式会社	350ml	ND	2.30	ND	ND	ND	9.2	115
4	麒麟フリー	麒麟麦酒株式会社	350ml	ND	1.43	ND	ND	ND	5.7	115
5	麒麟 休む日のAlc.0.00%	麒麟麦酒株式会社	350ml	ND	2.06	ND	ND	ND	8.2	118
6	オエノン ビールテイストアルコールフリー	合同酒精株式会社	350ml	ND	0.02	0.02	ND	ND	0.1	123
7	トップバリュ バリアリアル	イオン株式会社	350ml	ND	0.02	0.03	ND	ND	0.1	81
8	シジシー ゼロクリア	株式会社シジシージャパン	350ml	ND	0.23	0.04	ND	ND	0.9	80
9	サントリー のんある気分 チューハイテイスト 地中海 グレープフルーツ	サントリー酒類(株)	350ml	ND	0.25	0.12	ND	0.04	1.0	105
10	サッポロ すっきり果実のZERO ノンアルコールチューハイ グレープフルーツ	サッポロビール株式会社	350ml	ND	0.40	0.17	ND	0.03	1.6	105
11	麒麟 ゼロハイ ノンアルコールチューハイ グレープフルーツ	麒麟麦酒株式会社	350ml	ND	5.80	ND	ND	ND	23.2	105
12	サンガリア チューハイテイスト グレープフルーツ	株式会社日本サンガリア ペパレッジカンパニー	350g	ND	3.65	0.03	ND	ND	14.6	68
13	サントリー のんある気分 ノンアルコールカクテル カシスオレンジテイスト	サントリー酒類(株)	350ml	ND	0.29	0.25	ND	0.07	1.2	105
14	アサヒ ゼロカク ノンアルコールカクテル カシスオレンジテイスト	アサヒビール株式会社	350ml	ND	0.28	0.22	0.04	0.06	1.1	105
15	サンガリア カクテルテイスト カシスオレンジ	株式会社日本サンガリア ペパレッジカンパニー	350g	ND	3.87	0.17	ND	ND	15.5	68
16	トップバリュ ノンアルコールカクテル カシスオレンジテイスト	イオン株式会社	350ml	ND	0.31	0.17	ND	0.05	1.2	88
17	チョーヤ 酔わない! ウメッシュノンアルコール	チョーヤ梅酒株式会社	350ml	ND	9.10	ND	ND	ND	36.4	128
18	トップバリュ ノンアルコール 梅酒ソーダテイスト	イオン株式会社	350ml	ND	8.76	ND	ND	ND	35.0	88
19	サントリー まるで梅酒な ノンアルコール	サントリー酒類(株)	280ml	ND	28.00	ND	ND	ND	112.0	178
20	サントリー のんある気分 ワインテイストすっきりロゼ	サントリー酒類(株)	350ml	ND	0.22	0.26	ND	0.02	0.9	105

ND:不検出 価格は購入価格(6缶セットの商品は1缶あたりを算出)

表示

全銘柄で食品衛生法、JAS法の加工食品品質表示基準、健康増進法に従って適正に表示されていました。

また、酒類の広告・宣伝及び酒類容器の表示に関する自主基準（ノンアルコール飲料関係）に沿って、「アルコール度数0.00%」と「20歳以上を対象としている旨」の表示がなされていました。

購入価格

1缶あたりの価格は、最低値がNo.12、15の68円、最高値はNo.19の178円、平均は106円で銘柄により差がありました。参考品は、ビールが197円、発泡酒（2銘柄の平均）が104円、チューハイが105円でした。

消費者へのアドバイス

• ノンアルコール飲料からはアルコール分は検出されませんでした。しかし、ノンアルコール飲料は、味わいを酒類に似せて20歳以上の成人の飲用を想定しています。

• 食品衛生法では、乳酸菌飲料、乳及び乳製品を除くアルコール分1%未満の飲料は清涼飲料水としています。ノンアルコール飲料もこれに該当します。

• 「糖類ゼロ」、「カロリーゼロ」、「カロリーオフ」など糖類やカロリーを含まない旨や低減の強調表示がされている商品もあるので、糖類やカロリーの気になる人は表示をチェックして購入しましょう。

「食の安全」に 約200人!



札幌会場での簡易実験コーナー

釧路、旭川、札幌、函館の4力所で10月から12月にかけて開催した「食の安全安心キャンペーン」(主催・道、受託・北海道消費者協会)に、計約200人の道民が訪れ、盛況でした。多彩な講師を迎えそのセミナー「放射能と食品を考える」は、参加者から質問が飛び交い、大変有意義なものとなりました。糖度や着色料に関する簡易実験コーナーにも多くの人々が立ち寄りました。

冬の節電にチャレンジ!!

冬は、暖房や加湿器の稼働で電力消費が増える季節です。節電を心がけて、冬は省エネのチャンスです。省エネのポイントは、暖房・加湿器の稼働時間、室温の管理、断熱材の活用などです。省エネのポイントを詳しく解説しています。

省エネのポイントは、暖房・加湿器の稼働時間、室温の管理、断熱材の活用などです。省エネのポイントを詳しく解説しています。

今冬も節電! パネル貸し出し中

政府は北海道電力管内に対して、3月7日までの平日、午後4時から9時まで(12月30日から1月3日を除く)、2010年度比6%以上の節電を要請しています。同管内の数

見学しませんか

当センターには食品の成分や商品の性能などを調べる商品テスト室や、その結果を分かりやすく紹介した展示ホールがあり、随時、見学を受け付けています。見学のほかにも消費生活講座や衣・食の簡易実験などにも対応できますので、研修等にご活

値目標設定は、昨冬の7%以上に引き続き2年連続です。当センターでは節電の啓発パネルを作成し写真、貸し出し中です。教育啓発グループまでお問い合わせください。

くらしの豆知識 2014

ネット社会を生きる

※ポイントとくらべて
※よくわかる図解
※疑問・トラブルを解決
※くらしの豆知識を
※くらしの豆知識を

※ネットライフ、どう生きるか
※消費者のための正しい関係
※消費者の権利
※豊かなくらし
※こんな場合は、どうすれば?

読者生活センター

発売中!!
「くらしの豆知識」
独立行政法人国民生活センターは「くらしの豆知識2014」を写真

用ください。利用は無料、2名以上は要予約。講座の内容等については相談に応じます。問い合わせ、申し込みは教育啓発グループへ。
また、消費生活にかかわるDVD上映や展示ホール、テスト室見学からなるフリー見学会(申し込み不要)も月に1回、午後1時半から開催しています。
日程とDVDの上映作品は、1月15日(水)「健康と薬の正しい関係」(日本OTC医薬品協会)、2月5日(水)「明日のためのクレジット活用」(東京都消費生活総合センター)を予定しています。

を制作、書店などで発売中です。14年版は「ネット社会を生きる」と題して、無料通話アプリやオンラインゲーム、ネットショッピング、ネットバンキングなどを利用する際の注意点を特集しています。ほかにも契約や衣食住の知識などを「コンパクトにまとめています。B6判、264頁、500円。

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・2221・0110
FAX 011・2221・4210
相談専用電話 050・7505・0999

当センターは(一社)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。

一般書店で入手できない場合は、北海道官報販売所(札幌市中央区大通西11丁目、大通パークビル1階)011・231・0975へ。

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。
<http://www.do-syouchi-c.jp/>

本紙の記事を転載する場合はセンターまでご連絡ください。