

北の暮らし

一般社団法人 北海道消費者協会

札幌市中央区北3条西7丁目 道庁別館西棟 TEL(011)221-4217

<http://www.syouhisya.or.jp/>



- 消費者問題実態調査報告2~3
 テーマはデジタルと物価高騰
 値上げの春
 食品は3千品目以上も4
- 第3回消費生活リーダー研修講座
5
- 2023年度スクーリングを開催 ...5
- 5月は消費者月間5
- 血液汚れの効果的な落とし方
6~7
- 消費生活相談（ウォーターサーバー
 を契約…/アダルトサイトで突然
 登録完了に!？）8



変わる物流と消費者の未来について学んだ消費生活リーダー研修講座=2月22日、道立消費生活センター



協会ホームページ



協会フェイスブック

**会員募集中！申し込みは
お近くの消費者協会へ**

山の動く日来る

「山が動いた」とは、本来、変わるはずがないと思われたものが変化することに使われます。そもそもは歌人の与謝野晶子が、女性の解放をめざし、婦人月刊誌「青鞥（せいとう）」創刊号に寄せた「山の動く日来る」が出典です。「山を動かすのは当事者である」との思いも込められていると聞きます。

実は長年、取り引きの透明化・適正化を求めてきたLPガス問題が是正に向け動き出しました。消費者の粘り強い働きかけが実りそうなことから、歴史的な名言「山の動く日来る」がふさわしいと引用しました。

北海道消費者協会も参加する「LPガス問題を考える会」は2015年に発足しました。LPガス料金は、地域格差や事業者格差が大きいうえ、道内価格が全国平均より2割程度高いことも問題視してきました。

問題は多岐にわたりますが、最大は賃貸集合住宅です。オーナーや建設会社は、経費を抑えるため、ガス事業者にさまざまな負担を求め、事業者は1棟丸ごとの契約につながるため、要求に応じてきました。しかし、給湯器はまだしも、エアコンやドアチャイム、便座システムはいかがなものでしょう。この結果、家賃は安くなってもガス事業者が負担した経費はガス料金に転嫁され、結局、何も知らない消費者が負担してきたのです。

是正を求める声は広がり、経済産業省は昨年からの検討に着手し、今夏にも改正「液石法」が施行の見込みです。主な改正点は①正常な商慣行を超えた利益供与の禁止②ガスと関係ない設備費用の計上禁止③入居希望者へのガス料金提示一など。

一歩前進です。しかし、これは新規契約から。既存契約も早期に適用が必要です。実際に料金がどれほど下がるのか、実効性にも注目しなければなりません。



買い物かご

協会名

デジタル「適応」への支援課題

消費者問題実態調査

北海道消費者協会が年1回実施する消費者問題実態調査の今回のテーマは、前年度と同じ「デジタル」と「物価高騰」にしました。デジタル社会の進展は加速しており、消費者、特に高齢者はどう対応しているか。食品やエネルギーをはじめさまざまな価格が上昇する中、物価高騰はくらしにどのような影響を与えているか。一部は前年と同一設問とし、変化を探りました。

※調査は昨年11～12月に全道64消費者協会の協力を得て実施。調査票配布数678枚、回収数674枚（Web回答77を含む）。会員407人、非会員250人、無回答17人。詳細は各協会に配布し、道協会ホームページにも掲載しています。

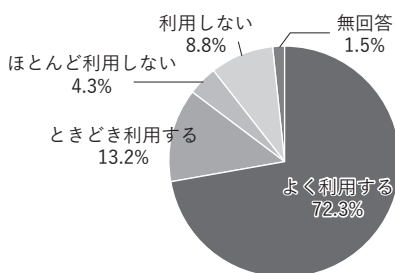
■ デジタル

情報漏洩、詐欺など不安

情報通信技術（ICT）の進展により、デジタルを使いこなせるか否かは、くらしにも影響を及ぼします。デジタル活用の現状を探り、どのような支援が必要かを聞きました。

スマートフォンやタブレット端末（以下、スマホなど）を持っているかの質問には、「もっている」が88.3%、家族のものを含めた利用状況では、「よく利用する」「ときどき利用する」は計85.5%になり、年代別で「よく利用」は、50・60代85.4%、70代59.6%、80・90代でも37.2%と、高齢者への普及がうかがえます。「ほとんど利用しない」「利用しない」と回答した人に理由を聞くと、「自分の生活に

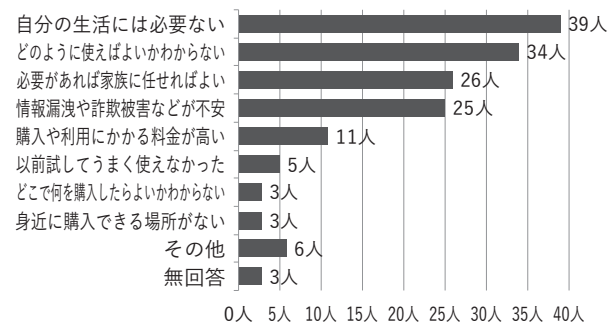
家族のものを含めてスマートフォンやタブレット端末を利用していますか



は必要ない」が最も多く44.3%を占める一方で、「どのように使えばよいかわからない」38.6%、「情報

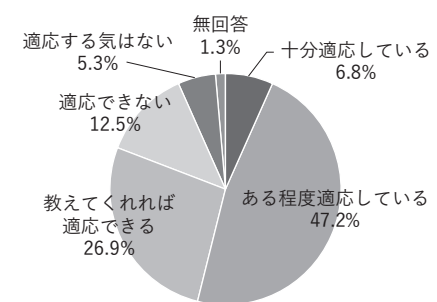
漏洩や詐欺被害などが不安」28.4%など、技術面と心理面に壁があるようです。利用するサービス（複数回答）は、電話、メール、カメラといった基本機能が各70%台で上位を占め、年代別で見ると「FacebookやLINEなどのSNS」は10・20代の100%に対し、70代は12.8%、80・90代が5.1%と利用は低い状況です。

利用しない理由は何ですか



デジタル社会への適応度は、「ある程度適応している」が最も多く47.2%、次いで「教えてくれれば適応できる」が26.9%となりました。「十分適応」と「ある程度適応」は計54.0%になり、昨年の48.3%から5.7ポイント増えました。年代別で「十分適応」と「ある程度適応」の合計は、10・20代の77.8%に対し、70代33.5%、80・90代18.0%と、年代とともに低くなり、高齢者の支援がデジタル普及のカギとなりそうです。

あなたはデジタル社会に適応していると思いますか



求める支援策（複数回答）は、「わかりやすいシステム」が最も多い53.9%で、若い世代を含めて人にやさしいシステムが求められています。年代別では、30代から70代は「わかりやすいシステム」に次いで「教えてくれる支援者」、80・90代は「家族の支援」が多く、

デジタルの普及には身近な支援者が求められているようです。

スマホ講座などへの参加経験は、「ある」が22.8%にとどまりますが、年代別では70代が37.4%と際立ち、80・90代も20.5%と意外に高い水準でした。講座の主催は「消費者協会」が60.4%、次いで「市町村」30.5%、「携帯ショップ」25.3%と続き、協会講座の活用が進んでいました。

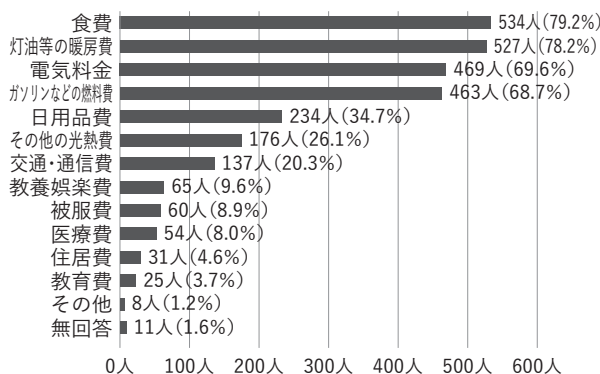
■ 物価高騰

7割が「危機的」状況

2023年の消費者物価指数は全国3.1%、道内3.4%の高い上昇となりました。エネルギー価格が急騰し、電気料金や食品の値上げも相次ぎました。物価高騰の痛手や家計負担の実感、暮らしを守る工夫を聞きました。

物価高騰が、家計のどの分野で痛手か（複数回答）の質問では、「食費」79.2%（前年度72.0%）が最も多く、次いで「灯油等の暖房費」78.2%（66.7%）、「電気料金」69.6%（55.1%）、「ガソリンなどの燃料費」68.7%（49.8%）。上位は昨年と同じでも、割合は軒並み上昇しています。年代別では「暖房費」が10・20代の55.6%に対し、70代以上は83.3%と、年代が上がるほど影響が強くなっていきます。

物価高騰の痛手は、家計の特にどの分野で響いていますか

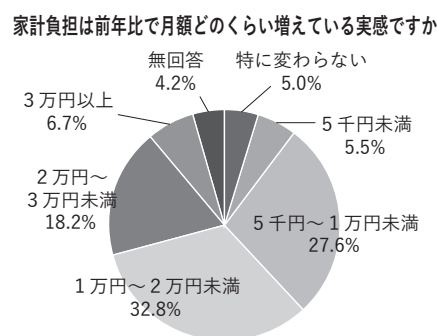


前年比の家計負担の増加を月額で聞きました。「1万円～2万円未満」が32.8%と最も多く、次いで「5千円～1万円未満」27.6%、「2万円～3万円未満」18.2%となり、「1万円以上」は計57.7%。負担感が、より強まっています。年代別では、30・40代の「3万円以上」が14.0%と他の年代に比べて多く、子

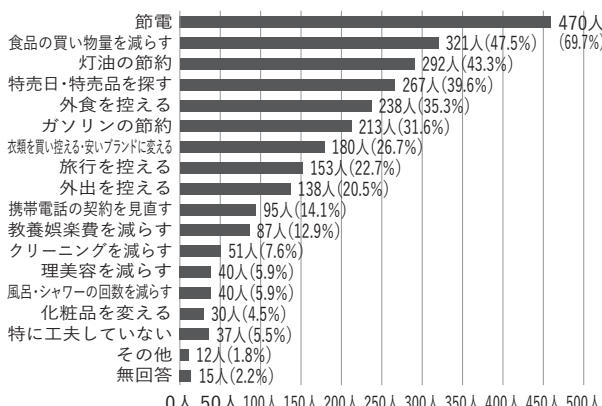
育て世代への負担感がうかがえます。

暮らしを守る工夫（複数回答）は「節電」

が最も多く69.7%、次いで「食品の買い物量を減らす」47.6%、「灯油の節約」43.3%、「特売日・特売品を探す」39.6%で、上位の順位は昨年と同じですが、これも割合は軒並み上昇しました。年代別では「節電」が全年代で1位ですが、10・20代の59.3%に対し70代以上は75.1%と、年代が上がるほど節電意識が高くなります。「食品の買い物量を減らす」「灯油の節約」も同じ傾向ですが、「ガソリンの節約」は若い世代に顕著でした。



物価高騰から暮らしを守るため工夫していることはありますか



くらしの支援として国や道に望むもの（3つまで）は、「ガソリン・灯油などへの補助制度の拡大」が51.2%、次いで「食品価格の引き下げ・据え置き」42.4%、「年金の引き上げ」38.2%、「賃金の引き上げ」31.1%と続き、「消費税の引き下げ」も29.6%ありました。

家計の痛み具合は「やがて限界を超える」が40.4%で最も多く、「限界を超えた」7.0%と「限界を超えようとしている」24.6%を合わせると、72%が危機的状況を迎えています。

北海道消費者協会は、昨年は国や道に物価対策を求めて署名運動を行いました。調査結果でも分かるように、引き続き暮らしを守る対策を求め続けることが大切です。

値上げの春 食品は3千品目以上も

春は、さまざまな商品やサービスが値上がりする季節でもあります。銀行の振込手数料や宅配料金など、くらしにかかわる値上げをまとめてみました。

◆振込手数料 大幅アップ

現金の取扱経費や犯罪対策費が膨らんでいくとして、4月から振込手数料を引き上げる金融機関があります。

北洋銀行は、店頭で自行の口座に振り込む場合、3万円未満220円、3万円以上440円がいずれも880円となり、他行の口座に振り込む場合は3万円未満605円、3万円以上770円が990円となります。

現金自動預払機（ATM）で振り込む際も引き上げられる場合があります。利用の際は確認しましょう。一方で、インターネットを利用したお金のやりとりは手数料が下がることもあり、銀行もデジタル化を加速させているようです。



◆宅配料金は2～8%

大手運送会社の宅配料金が4月から値上がりします。労働時間の上限規制が物流分野にも適用されて人件費の上昇が見込まれることに加え、燃料費が高騰し輸送コストが上がっているため、平均2～8%引き上げられます。ヤマト運輸の場合、小型サイズは据え置き、北海道－東京間はサイズ180（縦横高さの合計180センチ以内）が4,130円から4,350円になります。

消費者も物流問題に理解を深めましょう。（5ページ「第3回消費生活リーダー研修講座」参照）

◆紙の料金明細を有料化

公共料金などの利用明細の電子化が進んで

います。北海道電力は、2月から検針票の電子明細化を進め、紙での発行を有料化しました。クレジット払いや口座振替は月110円で請求書を、振り込みは220円で振込用紙を郵送します。北電は紙の使用を削減することで環境負荷を低減するとしています。

デジタル化には、早く正確に届く利点がありますが、見落としや確認漏れの恐れもあります。デジタル対応力を身につけるには、消費者協会などのスマホ講座を活用ください。

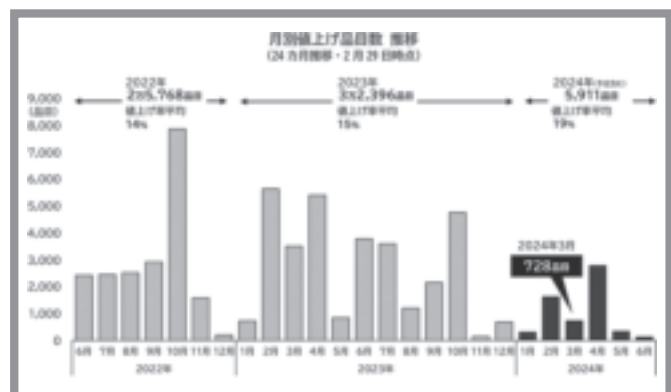


◆加工食品、調味料、酒も

昨年11月からやや落ち着きを見せていた食品価格が4月には再び値上げラッシュになりそうです。帝国データバンクの「食品主要195社価格改定動向調査」によると、4月は加工食品を中心に3千品目を超える大規模な値上げが見込まれています。

1～6月の値上げは、加工食品が3,295品目平均13%、調味料は1,071品目13%、酒類・飲料は790品目25%の予定。

2月は世界的な猛暑でトマトが品薄になり、ケチャップやジュースに波及した「トマトショック」、3月はカカオ豆の不作でチョコレートが値上がりした「ビーンショック」が相次ぎ、加えて人件費や物流費、円安の長期化が背景にあるようです。



帝国データバンク「食品主要195社調査」より

物流と酪農の課題学ぶ

第3回消費生活リーダー研修講座

北海道消費者協会は2月22日、道立消費生活センターで本年度第3回消費生活リーダー研修講座を開催しました。オンライン17人を含む計32人が参加し、消費者にもかわりが深い物流の2024年問題と、酪農の現状について学びました。

午前の講座は、国土交通省物流・自動車局物流政策課の相川高広課長補佐が東京からオンラインで講師を務めました。「2024年問題と消費者～新技術や新制度で変わる物流と消費者の未来～」のテーマで、トラック運転手など物流にかかわる働き方が変わり、今まで通りのサービスが得られなくなると語りました。日本では1日に50億個の荷物が配達され、うち1割が再配達となっているため、配達員の労力を考えて、急がない商品は時間指定などで配送を効率化するように呼びかけました。

また、国は「物流革新緊急パッケージ」を策定し、コンテナの大型化などに取り組み、荷物の規格を標準化することで効率よい物流に変えていくことなどを紹介しました。

午後は、北大大学院農学研究院の清水池義治准教授が「牛乳が飲めなくなる!?～北海道酪農の現状と課題について考える～」と題して講義し、「生乳余り」と「コスト増加」の2つの危機に直面する日本の酪農でも「必ず未来がある」と強調しました＝写真＝。



国民のチーズ消費量は2000年比で42%も上昇しており、毎日、道産の15グラムの「カマンベールチーズ」を2個食べると年間10キログラムのチーズを消費する。生乳をチーズなどに加工することで生乳余りを解消できると話しました。

今後は、食料政策として、すべての人が、いかなる時も十分で安全かつ栄養ある食料を

入手可能である状態を指す「食料民主主義」に転換することが必要と提唱し、消費者には「牛乳・乳製品を消費し、生産現場への理解を深め、食料政策の担い手になっていくことが大切」と訴えました。

修了生は延べ3,016人に

2023年度消費生活スタディ

当協会は、地域の消費者活動の担い手を育成するため通信講座消費生活スタディを毎年10～3月に実施し、3月8日には15人が参加して道立消費生活センターでスクーリングを開催しました＝写真＝。今期は25人が修了し、修了生は延べ3,016人です。

スクーリングでは、相談支援グループの田中希主査が、最新の相談事例や注意点を紹介し、契約などで不安を感じたら最寄りの消費生活相談窓口相談するよう呼びかけました。商品テストグループの見延明代主幹は、速乾タオルのテスト結果として新品は水につけてから使うと肌荒れ対策になるといった消費者が気を付けるべき点などを解説しました。



午後は、猪野亨弁護士が「暮らしと契約」をテーマに講義し「契約は口頭でも成立し、簡単に破棄はできないので、内容がよくわからないまま契約しない」など、契約の“重み”について分かりやすく説明し、契約は慎重に行うように話しました。

5月は消費者月間です

消費者庁は、毎年5月を「消費者月間」として消費者問題に関する啓発・教育を行っています。2024年度の消費者月間統一テーマは「デジタル時代に求められる消費者力とは」です。

啓発活動の一環として当協会は5月20日（月）に札幌駅前通地下広場（チカホ）北3条交差点広場（西）で関連イベントを開催します。多くの来場をお待ちしています。

血液汚れの効果的な落とし方

商品テスト

繊維製品に付着した血液汚れは、時間がたつと変質し除去しづらくなります。インターネット上では、洗濯用洗剤や漂白剤などを用いた一般的な除去方法のほかに、大根や生姜（しょうが）、台所用洗剤やメイク落としなど、身近なものを用いた方法なども散見されます。最近では、女性特有の健康課題を解決するフェムテック関連商品として、サニタリー用の経血汚れ専用洗剤なども販売されています。しかし、これらの方法が実際にどの程度血液汚れに効果的なのか、詳しい情報は多くありません。そこで、効果的に血液汚れを落とす方法をテストし情報提供します。

テスト方法

血液汚れのついた人工汚染布（※1）を下記の18種類を用い洗濯しました。洗濯前、洗濯後で白度がどの程度上がったかの洗浄率を求めました。同時に、各洗浄液の水素イオン濃度（pH）も測定しました。

1～3は標準使用量の濃度で洗浄力試験機を用いて洗濯、4の血液専用洗剤は使用手順に従って原液を塗布した後に洗濯洗剤で洗濯しました。大根と生姜はすりおろし、アンモニア水は2倍に薄めたもの、その他は原液に人工汚染布を1時間浸け置きした後にすぎ、自然乾燥させ評価しました。

1. 洗剤・石けん（4種類）
2. 衣料用漂白剤（3種類）
3. アルカリ剤（2種類）
4. 血液専用洗剤（2種類）
5. 大根
6. 生姜
7. 食器用洗剤
8. 台所用洗剤
9. アンモニア水
10. オキシドール
11. 化粧落とし（クレンジングオイル）

※1 国際規格等に使用される豚の血液を強固に付着させた人工汚染布（EMPA111）



テスト結果

洗浄液のpHが8以上（※2）のアルカリ性の洗浄率が高い結果となりました。

※2 家庭用品品質表示法ではpH 11.0以上：「アルカリ性」、11.0～8.0：「弱アルカリ性」、8.0～6.0：「中性」、6.0～3.0：「弱酸性」、3.0未満「酸性」と表示することとなっています。

○洗剤・せっけん

粉末合成洗剤、洗濯用粉石けんは洗浄率が高かったのに対し、液体合成洗剤、中性洗剤の洗浄率は低い結果でした。

○衣料用漂白剤

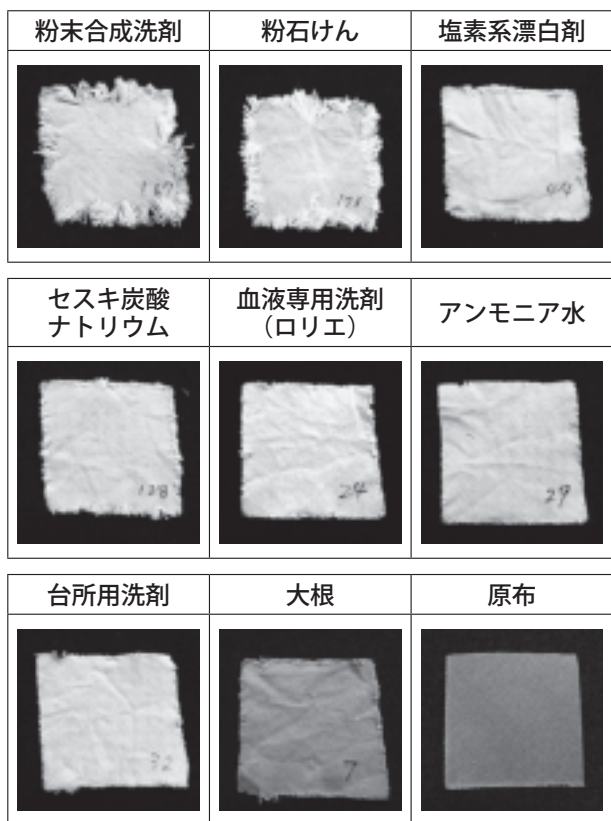
塩素系漂白剤は洗浄率が90%以上、酸素系粉末漂白剤は70%以上で高い結果でした。事前洗いをしない場合、酸素系漂白剤は洗浄率が下がりました。これは血液汚れをそのまま漂白剤で処理すると、血液に含まれる成分（たんぱく質、鉄分等）が漂白剤の酸化作用で変質し、取れづらくなるためです。洗浄率が低かった酸素系液体漂白剤は洗濯用洗剤と併用したところ、洗浄率が上がりました。

○アルカリ剤

セスキ炭酸ナトリウムは洗浄率が80%以上と高い結果でした。重曹は70%でした。

○血液専用洗剤

2銘柄いずれも90%以上と高い洗浄率でした。



○その他

大根が生姜よりも若干洗浄率が高い結果でしたが、洗浄率は40%程度でした。

台所用洗剤、アンモニア水はpHが11以上のアルカリ性で、洗浄率も80%以上と高い結果でした。食器用洗剤、化粧落とし用のク

レンジングオイルのpHは中性、オキシドールは弱酸性で、洗浄率も低い結果でした。

消費者へのアドバイス

- ・血液汚れの除去には、pH10前後のアルカリ性が効果的なことがわかりました。家庭にあるものとしては粉末合成洗剤、洗濯用粉石けん、酸素系粉末漂白剤、塩素系漂白剤、セスキ炭酸ナトリウム、重曹、アルカリ性の台所用洗剤、アンモニア水などが効果的です。
- ・酸素系漂白剤を使用する場合、血液汚れをそのまま漂白剤で処理すると血液に含まれる成分（たんぱく質、鉄分等）が漂白剤の酸化作用で変質し、取れづらくなります。必ず事前に、水かぬるま湯で血液を洗ってから漂白剤で処理するようにしましょう。
- ・酸素系液体漂白剤は、洗濯洗剤と併用することで洗浄率が上がります。漂白剤を血液汚れに直接塗布し、その後洗剤液で洗いましょう。
- ・血液のたんぱく質は、40℃以上の熱がかかると凝固し取れづらくなります。必ず水か30℃以下のぬるま湯で処理するようにしましょう。

テスト結果 洗浄率（%）及び洗浄液のpH

分類・種類		商品名	メーカー	使用量	洗浄率（%）	pH
洗剤・石けん	洗濯用粉末合成洗剤	ビーズ	花王(株)	4.2g/L	96.5	10.9
	洗濯用液体合成洗剤	アタック ZERO	花王(株)	0.33ml/L	32.9	7.8
	洗濯用中性洗剤	エマール	花王(株)	2.5ml/L	35.1	7.7
	洗濯用粉石けん	無添加衣類のせっけん	ミヨシ石鹸(株)	1.25g/L	73.1	10.2
衣料用漂白剤	酸素系粉末漂白剤	ワイドハイターPRO	花王(株)	5g/L	70.0 [45.9]	10.9
	酸素系液体漂白剤	ワイドハイターEX パワー	花王(株)	10ml/L	33.6 [8.8]	7.7
	酸素系液体漂白剤＋洗濯用液体合成洗剤	ワイドハイターEX パワー＋アタック ZERO	花王(株)	10ml＋0.33ml/L	66.1	7.8
	塩素系漂白剤	ハイター	花王(株)	10ml/L	96.4	11.0
リカ	セスキ炭酸ナトリウム	激落ちくんのセスキ	レックケミカル(株)	10g/L	86.0	10.1
	重曹	激落ちくんの重曹	レックケミカル(株)	10g/L	70.0	8.5
血液専用洗剤	原液	ロリエ 経血おりもの用 ランジェリー泡洗剤	花王(株)	原液	93.7	11.0
	原液	サラサーティ ランジェリー用洗剤 経血・おりもの用	小林製薬(株)	原液	96.7	10.0
その他	大根おろし			15g	40.4	5.0
	生姜おろし			15g	34.4	4.4
	食器用洗剤	キュキュット	花王(株)	原液	23.1	6.2
	台所用洗剤	キッチンマジックリン	花王(株)	原液	85.7	11.4
	アンモニア水	虫さされ用薬日本薬局方アンモニア水	健栄製薬(株)	20ml/水道水20ml	81.4	12.6
	オキシドール	外用殺菌消毒薬日本薬局方オキシドール	健栄製薬(株)	原液	27.7	3.1
	クレンジングオイル	ソフティモスピーディクレンジングオイル	(株)コーセー	原液	21.8	6.9

■ 洗浄率70%以上、pH8以上、〔 〕 事前洗いをしなかった場合

商業施設でウォーターサーバーを契約… レンタルだと思ったら購入プランだった

問 2週間前、商業施設の仮設ブースに設置されていた風船に子どもが引かれて立ち寄ると、「このウォーターサーバーは水がおいしい。今日は特別に安い金額で案内する。今なら水のカートリッジが10年分無料で、動画配信サービスも1カ月無料になる」と勧誘を受けて、お得だと思って契約した。後日、サーバーと無料のカートリッジが送られてきたが、自分が思っていた水の味と違うこともあり、返品を希望したら、「サーバーを購入するプランを契約しているので、サーバー代金20万円は支払うことになる」と言われた。契約時に購入と説明された認識はなく、レンタルだと思っていたので、解約したい。（20代 女性）



答 北海道消費生活条例では、重要事項を消費者に説明せず勧誘を行った場合は、不当な取引方法として禁止されている「重

消費生活相談

要事項の不告知」に該当する可能性があります。

契約書面を確認したところ、サーバーはレンタルではなく購入プランで、6年間の分割払いとの記載がありました。このため、センターから事業者に連絡を取ると、勧誘した代理店に当時の状況を確認するとのことでした。後日、センターに連絡があり、「代理店の対応に問題はなく、返品はできない」との主張でした。再度センターから事業者の問題点を指摘したところ、「契約時に誤解を与える勧誘をしていたので、2回目以降の分割払いの請求を取り下げる」との提案があり、相談者がこれに応じてサーバーを回収してもらい、相談を終了しました。

サーバーのレンタル料が無料の場合でも水の定期購入は有料となり、契約期間内に解約すると解約料が発生することもあるので、注意しましょう。

アダルトサイトで突然登録完了に?! 高額料金を支払う必要はある?

問 昨日、アダルトサイトを見ようとしたところ、突然登録完了となり、キャンセルの場合は24時間以内にメールをするようにとの表示が出た。慌てて指定のアドレスにメールを送信すると、電話をするよう返信があり、指示通りに電話をした。名前や住所等の個人情報と携帯電話番号を聞かれたため答えてしまった。さらに「44万円をいったん支払ってほしい。後日、手数料220円を差し引いて返金する」と言われたが、支払わなければならないか。（20代 男性）

答 相談者はアダルトサイトを有料で利用することには同意していないため、



サイト側と利用者側双方の意思の合致がなく、民法により契約は成立していないと考えられます。また、契約内容を確認できる画面がないなど、事業者が申し込み内容を確認できる措置を講じていない場合には、電子消費者契約法により、

錯誤による取り消しを主張できます。いずれにしても、料金を支払う必要はないと考えられますので、今後は事業者は一切連絡を取らず、無視するよう助言しました。個人情報を教えたことで不審な電話や書面等が届くような場合には、再度相談するよう伝えました。

困ったときには一人で悩まず、速やかに最寄りの消費生活相談窓口にご相談を。

北海道立消費生活センター
相談専用電話

一人で悩むより…

☎ 050-7505-0999