

# 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/>



## 第61回北海道消費者大会

- 細川幸一さんが基調講演 ……2
- 大会宣言(要旨) ……2
- パネルディスカッション ……3~4
- 物価高騰対策で緊急要請 ……5
- 賛助会員意見交換会 ……5
- JR北海道に意見書提出 ……5
- 第2回代表者会議 ……5
- 瞬間接着剤の使用によるやけどに注意 ……6~7
- 消費生活相談(テレビショッピングの定期購入/有料質問サイトのサブスクリプション) ……8



運賃値上げに対する意見表明をJR北海道に手渡す長島博子会長(右)=10月31日、JR北海道本社



協会ホームページ



協会フェイスブック

## 北風よりも太陽で

10月下旬に物価対策の緊急要請とJR運賃の値上げに対する意見表明を行いました。

地域の消費者協会に賛同を募ったところ、57協会にに応じていただき、いずれも道協会との連名で提出しました。ご協力にあらためて感謝します。

一人ひとりの消費者の力は小さく、はかなく見えますが、まとまると大きな力になります。これからも力を合わせてまいりましょう。要請の詳細は、本誌5ページを参照ください。

「消費者団体の申し入れ」と聞くと、身構える事業者は少なくないでしょう。JR北海道も、そのように見受けられました。もちろん意見表明は厳しい内容を含んでいますが、読んでいただければ分かるように、「北海道観光の一翼を担う大胆な投資」や「分割民営化で想定していない経済環境であり、国にさらなる経営支援を求めるべき」との主張は同社を後押しするものだと思っています。

イソップ寓話の「北風と太陽」を思い出します。私たちは声高に値上げ反対を北風のように唱えるのではなく、さらなる値上げや路線の縮小を招かぬよう、JR自身が知恵と工夫で未来を切り開くように、太陽のような応援をしたいのです。

消費者と事業者は、対立する関係ではなく、消費者市民社会を構成する大切なパートナーです。

「自分だけが正しい」「自分だけ豊かになればいい」という社会は不健全であり、やがて行き詰まるのは目に見えています。

とは言うものの、この「自分だけ」を「自分の国だけ」に置き換えると、まもなく登場する超大国のトップの発言に重なって聞こえるのは、筆者だけでしょうか。



買い物かご

会員募集中！申し込みはお近くの消費者協会へ

協会名

# ポストコロナ社会 消費者力で守る暮らし

## 第61回北海道消費者大会

北海道消費者協会と62地域協会が共催する「第61回北海道消費者大会」が9月20日、札幌市中央区のかでる2・7を会場に開かれました。大会テーマは「ポストコロナ社会の消費者運動～いまと次代を見つめて」。37協会153人を含む計180人が参加し、日本女子大学の細川幸一名誉教授の基調講演と、その後のパネルディスカッションに聞き入りました。

### 基調講演

テーマ：ポストコロナ社会の消費者運動

講師：日本女子大学名誉教授

### 細川 幸一さん

まずは消費者とは何なのか、から考えたいと思います。それは「取引における最終段階の経済主体」で、「リスクを転嫁できない自然人」です。



例えば原料が上がれば生産者は価格を上げて小売業者に売る。小売は消費者にそれを転嫁できますが、消費者はできない。最終的に商品被害やリスクも含めて引き受けることになります。ここが、消費者問題の重要なところ。つまり消費者問題とは消費者の権利侵害の問題です。

強者の事業者と弱者の消費者は対等ではないから問題が起きるわけで、そのために行政は事業者を法律などで規制しますが、それだけでなく、消費者自らが力を付けていけば企業を、行政を動かしていけます。1人1人は小さい存在でも集まることによって大きな存

### シルバーパワー発揮して／高校や大学に消費生活センターを

在となる。それが消費者運動です。

コロナ禍では、ITを利用したコミュニケーション手段が増大した一方で、ITに追いつけない人たちが孤立する問題もでてきました。急速に普及したオンライン会議システムは非常に便利ですけど、時間を共有しても場所は共有できません。場所を共有しない消費者運動ってあるのか、と私は思っています。

その運動が衰退しているのはなぜか。戦後の消費者運動を支えてきたのはほぼ女性、主婦でしたが、女性の社会進出に伴って後継となる担い手不足が深刻になってきました。私は、男性も含め、せっかく高齢者がたくさんいるのだから、逆にもっとシルバーパワーが発揮できる社会でいいのではと思います。

また、若い世代に関心をもってもらうため、高校や大学に消費生活センターをつくってはどうかと言っているんです。1週間に1回、相談員がそこで相談を受け続ければそこから活動してみようと思う人が出てくるかもしれません。

消費者問題は今後も尽きることはありません。時代と共に変わっていくので。だから、消費者運動が必要とされない時代はありえないのです。

### 大会宣言(要旨)

消費者を取り巻く課題は、物価や食料問題から脱炭素社会への挑戦まで広範囲にわたります。今大会では、若い人ともつながって次の時代の消費者運動を築く手がかりをいくつか手にしました。各地に持ち帰り、工夫を凝らしながら新たな消費者運動を築いていきましょう。

## 世代を超え、地域でつなげよう活動の輪

パネルディスカッション「いまと次代を見つめて～これからの消費者運動」

### ■パネリスト

細川 幸一さん

草野 竹史・NPO 法人 ezorock 代表理事

佐々木大晴さん 小樽商科大学4年

長島 博子・北海道消費者協会会長

### ■特別ゲスト

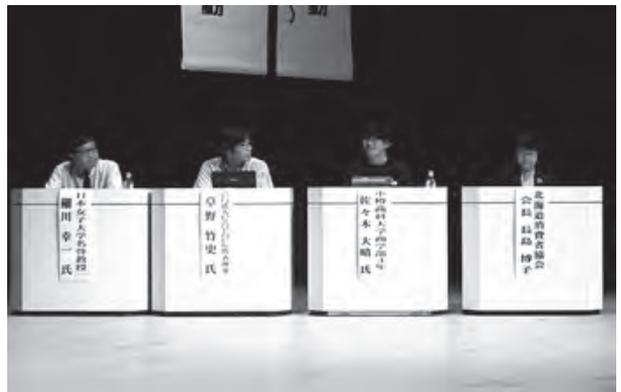
食育アイドル えにわっ娘。

小塚美由記・北海道文教大学准教授

### ■コーディネーター

嵯峨 仁朗・北海道消費者協会常務理事

—————（以下、敬称略）



**嵯峨** 長島会長、コロナ禍が消費者運動に突きつけたものはなんでしょうか。

**長島** 私が所属する北広島消費者協会の40周年を祝う記念式典が7月に行われ、120人を超える方が駆けつけてくれました。同じ思いを持つ人と直接つながる頼もしさ、喜び合えるうれしさを味わうことは、コロナ禍では到底出来なかったことです。小さな願いでも同じ目的で集うことが力の源になると改めて実感しました。この間、オンライン会議などデジタル環境が一気に進み、デジタル格差も生まれました。北海道消費者協会は会員約8千人と全国に誇れる存在ですが、かつてと比べ縮小傾向にあることは直視しなければいけません。ポストコロナの時代、私たちはどんな取り組みをしていくべきか。皆さんと一緒に考えたいと思います。

**嵯峨** 佐々木さんのゼミは、小樽の歴史的建造物の旧嶋谷倉庫を活用してカフェを運営しています。

### 学生と住民でカフェ運営

**佐々木** 嶋谷カフェは、小樽と観光客をつなぐ役割を担えるようにと学生が地域の方たちと力を合わせて活動しています。地域で結束して若手もベテランも関係なく取り組んでゆく経験はとても貴重なものとなりました。

**嵯峨** 草野さんの活動は。

**草野** 会員は約400人で、20代の若者が中心です。始まりは、毎年開かれる野外ロックフェスティバルのごみ問題でした。その後、東日本大震災で福島の子供たちを受け入れたりして、若者が社会に参加していく機会をつかっていく組織になっていきました。この取り組みが現代の青年団だとか、公民館機能に似ていると言われるようになりました。

**嵯峨** 細川さん、二人の活動についてどう思いますか。

**細川** 消費者運動は何が目的かという、消費者を大事にする社会をつかってほしい、消費者の権利と利益を守り、それに貢献する商品を作ってほしいから。運動はそのための手段です。目的のためなら手段は限らなくていいわけです。お二人の話を見ると、企業の中に消費者目線を入れ、いい商品を作ろう、地域を盛り上げようという活動。そういうところに消費者の声を反映させる運動、コミュニティはあるんじゃないかと感じました。

**嵯峨** 佐々木さん、世代間ギャップは感じますか。

**佐々木** やっぱあるな、と。大きな要因として急速に発展したITがあると思います。何でもすぐ調べられて、すごい便利になった。しかし、不便だからこそ、分からないことがあるからこそ若者は年長者を頼るもの。そういう機会が少なくなっていることも原因の一つかなと。また、ハラスメントが意識されるようになり、年長者がアドバ（4面に続く）

(3面から続く) イスや日常会話をためらい、過剰に距離を置いてしまうことが世代間ギャップにつながっているのでは。私はカフェを通じて世代間交流の大切さを学ばせていただきました。若者はマンパワーとアイデアを注ぎ、年長者が経験に基づくアドバイスや支援をする世代間交流は必要不可欠と思います。

### 若者との対話 避けないで

**草野** 皆さんは若者とのコミュニケーションの難しさを避けていないでしょうか。何か言ったらパワハラ、セクハラと攻撃されるかも、と意思疎通を断ってしまうんです。怒る時はちゃんと怒った方がいいし、対等で議論することもとても大事だと思います。一方、若い人は地下鉄で高齢者に席を譲ろうとする時、いったん車両を降りて別の車両に乗っちゃう。分かりづらい人たちなんです。双方の溝を埋めるには、お互いが相当積極的にかかわっていかないとはいけません。

**嵯峨** 長島会長の時代とのギャップは？

**長島** 専業主婦が多く、各地で積極的に消費者問題にかかわる人たちが多かった時代です。カリスマ性、リーダーシップのある方が



### ☆大学生が歌と踊り披露☆

パネルディスカッションの中で、北海道文教大学(恵庭)の食育アイドル「えにわっ娘」が特別ゲストで登場。同大の小塚美由記准教授が「食育の普及と地域活性化に」と発案した経緯を説明した後、メンバーの女子学生3人がオリジナル曲「カルテノイドラブ」で歌と踊りを披露、大きな拍手を浴びました。

たくさんいて、そういう人たちにひかれてかわり始めた人が多かったのです。私もそうです。いまは、若者たちに私たちが近づいていかなくてはと思い、学校などで話す機会があれば積極的に出かけています。今すぐでなくても、将来、こういう活動に目を向けてくれるんじゃないかと。

**嵯峨** 消費者運動の可能性について皆さんのお考えを。

**佐々木** 今回の出演依頼を受けた時、消費者協会って何だろうって思いました。で、協会の方から活動を聞き、とても身近な取り組みをしているととらえることができました。実験室ではいろんな商品テストをしていて、結構面白いなど。若い世代の担い手づくりの第一歩として協会の取り組みをSNSなどで発信していくことが重要と思いました。

**草野** 今までとは違った人たちにも参加してもらうことを考える時、一度、消費者協会の名前を変えるとしたらどう変えるかを自由に論議してみてもはどうでしょうか。1周して「もとの名がいい」でもいいんです。その議論の中で変えていいこと、残したいこととかが見えてきたりするのでは。

### 消費者運動の「見える化」を

**長島** 私も消費者運動の「見える化」をどうしたらいいか、いつも考えます。日常の中でできるささやかなボランティア活動が「ちょいボラ」と呼ばれ、かかわる人が増えています。消費者運動はコンシューマーリズムというので、「ちょいコン」「ちょコマ」と呼んで身近に感じて参加してもらうとか。若者だけでなく私たちの世代もまだまだ頑張れるので、協力し合っていきたいですね。

**細川** 日本人には思いやり文化があり、クレマーと思われたくない人が多い。使用ミスかもと考えがちですが、使用ミスを誘発する商品は欠陥なんです。不満を言う社会でいいじゃないか、やっぱりおかしいものはおかしいと声を上げる。そういう声を許容していく社会も必要だと思います。

**嵯峨** ありがとうございます。

## 物価高騰対策の拡充を

### 道と経産局に緊急要請

物価高騰が続く中、北海道消費者協会と道内57の地域協会は10月29日、北海道知事と北海道経済産業局長に対し、物価対策の拡充を求める緊急要請を行いました＝写真＝。



要請では、ガソリン、灯油などに対する補助事業の継続、コメの安定供給と価格抑制、低所得者や年金生活者など社会的弱者への対策強化、食料を求める人々に対して行う食料寄付等の支援の拡充などを訴えました。

また同日、内閣総理大臣に対しても同様の緊急要請書を郵送しました。

## 食育、カスハラなど報告

### 賛助会員と意見交換会

道協会は10月18日、賛助会員（39団体）との意見交換会を開催しました。12団体が参加し、長島会長が北海道消費者大会への協力に感謝を述べ、協会の各担当者が最近の活動、道立消費生活センターの相談状況などを報告しました。

この席で、物価高騰と消費者との連携について北海道養豚生産者協会は「施設畜産は豚の餌代や電気代などの燃料費がかかる」と物価高騰の厳しさを指摘した上で、食育を通じて北海道ポークを消費者に知ってもらいたいと述べました。

北海道生活協同組合連合会は、カスタマーハラスメントに関連して「配達ドライバーに対するクレームが多い。録音するか記録するなどして少しずつマニュアル化している」と報告しました。

## 運賃値上げ「家計に打撃」

### JR北海道に意見書提出

JR北海道は来年4月からの運賃値上げを国土交通相に申請、10月29日に申請通り認可されました。北海道消費者協会と道内57の地域協会は「家計へのさらなる打撃になる」などと意見表明を行いました。

JR北海道の値上げは、平均7.6%のアップとなり、定期券は平均18.9%の引き上げとなります。同社の値上げは2019年10月以来、5年半ぶりとなります。

長島博子会長らは10月31日、JR北海道本社を訪れ、意見表明書を総合企画部室長らに手渡しました。意見は、①値上げの経営改善効果には疑問がある②採算が合わないローカル線廃止の推進は許されない③観光資源発掘など大胆な経営努力を④経営安定基金の増額などさらなる経営支援策を国にも求めるべきだ—の4点です。

応対した同社側は「利用者の負担感は重要視しており、十二分に配慮していく」などと説明。予定通り値上げをする方針を改めて示しました。長島会長は「値上げの増収効果には疑問があり、さらなる値上げを見越しているのであれば論外」などと強調しました。

## 「鉄路の未来」を考える

### 第2回代表者会議で学習会

今年度第2回消費者運動代表者会議が11月1日、道立消費生活センターくらしの教室で開かれ、33協会から計59人（会場12人、リモート47人）が参加しました。

学習会では、北海道新聞特別編集委員兼解説委員の鈴木徹さんが「鉄路の未来と北海道」と題して講演しました。

JR北海道は平均7.6%の運賃値上げを実施する方針を示していますが、鈴木さんはJR北海道の構造的問題として、発足当初に設けられた「経営安定基金」の運用益が想定より少なくなったことを解説。こうした構造的課題について、当初の経営の制度設計をした国も責任を持つべきと指摘しました。

# 瞬間接着剤の使用によるやけどに注意



「つけ爪用接着剤にも使用されています」

国民生活センターのテスト（抜粋）

つけ爪やモノを短時間で接着させるために用いられる瞬間接着剤（以下、それぞれ「つけ爪用接着剤」「モノ用接着剤」とします）の主成分には、一般的にシアノアクリレート系の物質が使用されています。これは、空气中や接着面の水分と反応して硬化する際に反応熱が発生します。特に、ティッシュペーパーや布などに染みこんで表面積が拡大すると、化学反応が急激に進み大きな反応熱が発生することがあり、その部分に触れるとやけどをするおそれがあります。PIO-NET（全国消費生活情報ネットワークシステム）には、2019年度以降に瞬間接着剤によりやけど等をしたという危害情報が7件寄せられています。また、2024年5月には、大阪府において、子どもにつけ爪用接着剤がかかりやけどをしたという事故も報道されています。瞬間接着剤を使用する際の注意点について、国民生活センターが行ったテスト結果を踏まえて紹介します。

## 事事故例

●店舗で購入したつけ爪用瞬間接着剤を親指の爪につけたところ、手のひら側に垂れ、

ティッシュペーパーで拭き取ったところ、やけどをした。皮ふ科を受診したところⅡ度の熱傷で1カ月以上の通院を要すると診断を受けた。商品の使用方法を熟読したが、使い方によってはやけどを起こすなどの表示はなかった。

●瞬間接着剤を使用した際に少しこぼれてしまったので、近くにあったティッシュペーパーで拭いたところ火がついたように熱くなり、手からはがしたところ、指がえぐれてしまった。

## テスト結果

### ○再現テスト

瞬間接着剤をティッシュペーパーや衣類に付着させた場合の温度変化を調べました。

・モノ用接着剤、つけ爪用接着剤のいずれも、液状で粘度が低いものでは、染みこみやすいティッシュペーパーやデニムのような衣類に付着させると直ちに染みこんで発熱する傾向がみられ、中には十数秒で最高170℃近くまで温度が上昇した組み合わせもありました（表、写真1）。一方で、粘度が高いタイプで素材に染みこみにくいもので

表：最高温度一覧

[°C]

分類	粘度	ティッシュペーパー	デニム (綿100%)	Tシャツ (ポリエステル100%)	パーカー (ナイロン100%)
モノ用接着剤	低いもの	140~154	97~166	37	36~37
	高いもの	37~38	37	37~38	37~38
つけ爪用接着剤	低いもの	167	165	67	37
	高いもの	31~75	36~70	36~37	36~37

※70℃以上の組み合わせに下線を付しました。

※「最新の熱傷臨床—その理論と実際—」元東京女子医科大学教授平山峻、杏林大学教授島崎修次編集 克誠堂出版、P23によれば「70℃以上の温度では、表皮の温度が平衡に達すると、その時点で細胞傷害が確認される」とあります。「平衡に達する」とは同じ温度になることです。

※このテスト結果は、テストのために購入した商品のみに関するものです。本テストにおいて発熱がみられなかった組み合わせが発熱しないことを保証するものではありません。

写真1：粘度が低い接着剤で発熱する様子（左は外観、右は熱画像装置）

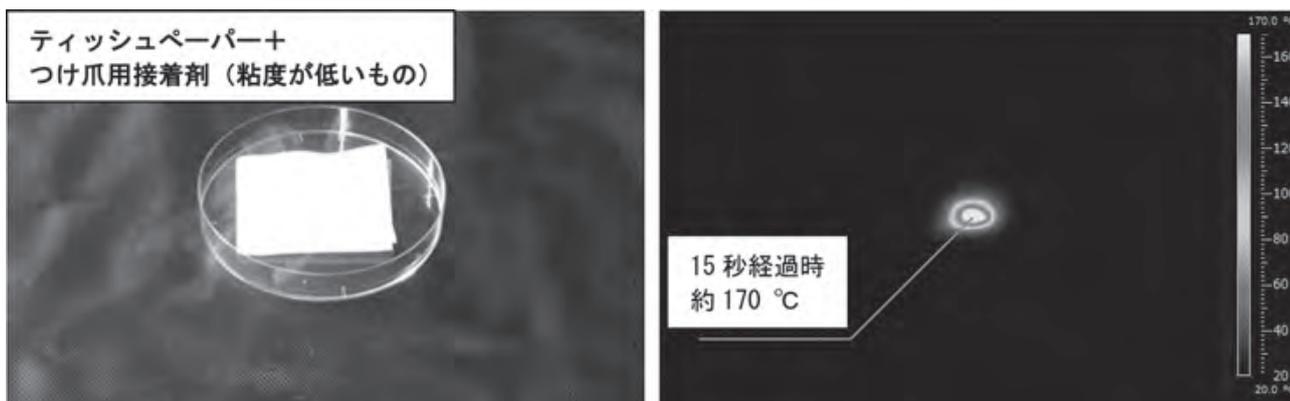
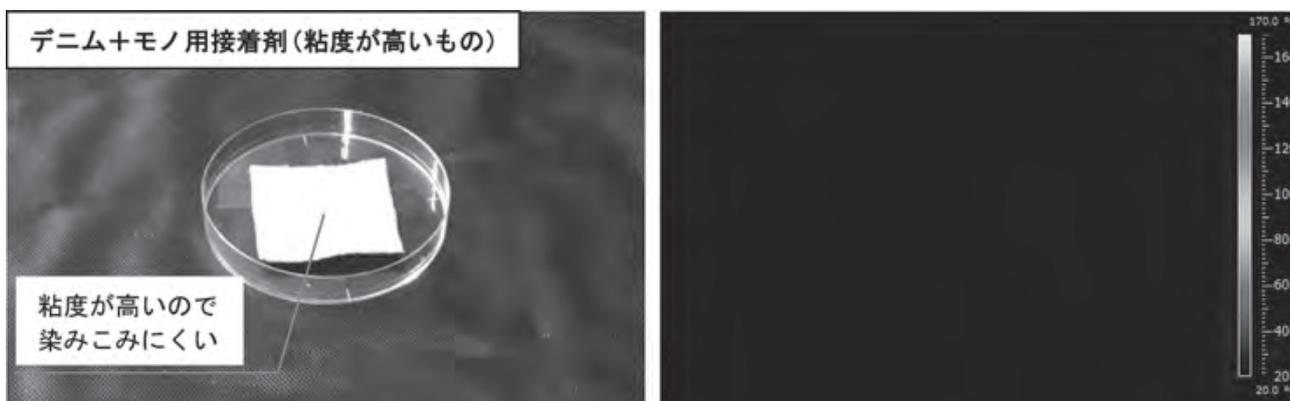


写真2：粘度が高い接着剤で発熱しない様子（左は外観、右は熱画像装置）



は、ティッシュペーパーや衣類に付着させても明らかな発熱は確認できませんでした（写真2）。また、瞬間接着剤を弾いて染みこまない素材の衣類（ナイロン）に付着させた場合には、粘度が低いものでも明らかな発熱は確認できませんでした。

- ・瞬間接着剤は、すぐに硬化するため、発熱時には、接着部分を容易にはがすことができませんでした。

### ○表示の調査

- ・つけ爪用接着剤には、発熱に関する注意表示がみられない銘柄もありました。
- ・つけ爪用接着剤は家庭用品品質表示法の対象外ですが、同法で定める項目が全て表示されていると考えられたのは6銘柄中1銘柄でした。

### 消費者へのアドバイス

- 瞬間接着剤はティッシュペーパーや衣類などの染みこみやすい繊維質のものに染みこむと短時間で発熱し、やけどをする場合がありますので注意しましょう。
- 使用中に誤って付着させた場合の対処方法を覚えておきましょう（写真3）。
- 使用前には商品の表示や取扱説明書を読み、ポリエチレン手袋を装着して扱きましょう。  
※詳細は国民生活センターのホームページを参照ください。

写真3：誤って付着させた場合の対処方法



★衣類に付着させたら、大量の水をかけましょう



★手指を接着させたら、ぬるま湯でもみましょ

## 二次元コードからシャンプーを注文 解約手続きができない…

**問** 昨日、テレビショッピングで初回が安いシャンプーを注文しようと思い、テレビ画面に表示されていた注文用の二次元コードをスマートフォンで読み込んだ。スマートフォンに表示されたチャット画面に従って、名前、住所、クレジットカード番号を入力して注文した。その後、よく考えると要らないと思い、事業者は何度も電話してようやくつながったが「解約の場合はマイページからの手続きになる」と音声ガイダンスが流れ、解約手続きに関するURLがSMSで届いた。しかし、アドレスとパスワードを登録していなかったため、マイページにログインできなかった。音声ガイダンスでは契約が4回購入コースになっているようなことを案内されたが、定期購入契約とは分からなかった。解約方法を知りたい。 (50代 女性)

**答** テレビショッピングなどの通信販売は、特定商取引法で広告規制があり、

## パソコンのOS 事業者に相談したはずが 有料質問サイトだった

**問** 3カ月前、パソコンのメールが使えなくなり、家電量販店に相談したところ、パソコンのOS 事業者にお問い合わせるように言われた。ネットで問い合わせ窓口を探してチャットで相談し、リモートサポートでメールの不具合は解消された。相談料500円はクレジットカード番号を入力して決済した。ところが翌月から毎月4千円を請求されていたことが分かり不審に思ったので、クレジットカードを利用停止にした。返金してもらえるか。 (80代 男性)



## 消費生活相談

事業者は商品の送料、支払時期や方法、商品の引き渡し時期、解約・返品可否や解約の条件（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になります。

当センターから事業者に電話をして、相談者が何度も電話をしたがつながらず解約手続きが分かりにくいこと、定期購入と把握できなかったことを指摘して初回分からの解約を主張したところ応じたため、相談を終了しました。

テレビショッピングは商品の印象や安さの強調に気を取られがちですが、契約内容や解約条件、定期購入である場合は、その旨や回数などの重要な情報が画面に表示されています。表示時間が限られているので、見逃さないように注意しましょう。

**答** 相談者が利用した相談窓口は、パソコンのOS 事業者ではなく、海外の質問サイトと分かりました。質問サイトの利用規約には、トライアル期間中の料金が500円で、その後は解約しなければ継続会員となり、毎月4千円課金されること、決済日から30日以内の申し出であれば返金するとの記載がありました。当センターから事業者にお問い合わせると、「30日以内の決済分のみ返金し、解約する」との回答があり、相談者が納得したため相談を終了しました。

相談者は、継続会員になるサブスクリプションと気付かずに契約していました。多くはお試し期間中に解約しなければ、継続プランに移行して通常料金が発生します。契約した事業者名や利用規約等はよく確認しましょう。

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…

TEL 050-7505-0999