

北のくらし

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	2～3
デジ活事業報告	4
灯油の価格抑制を求める緊急要請	4
第3回消費生活リーダー研修講座	5
2024年度消費生活スタディ	5
LP ガスが三部料金制に	5
5月は消費者月間	5
食パンの残留農薬	6～7
消費生活相談（新聞の訪問販売／入 れ歯のインターネット通信販売）	8



災害への備えと特殊詐欺の手口について学んだ消費生活リーダー研修講座＝2月21日、北海道立消費生活センターくらしの教室



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

バレルは踊る

原油の量を示す1バレルは約159ℓ。中途半端な数字には由来があります。19世紀にアメリカで油田が発見されたとき、製油所までどう運ぶかが問題になりました。当初はニシンを運ぶ樽が使い回され、以来、原油はバレル（樽）で数えるようになりました。

今、世界では1日1億バレルという途方もない量の原油が掘り出されています。コロナ禍で世界経済が停滞した2020年前半、原油は1バレル60ドルから20ドル台に急落し、主要産油国で構成するOPECプラスは価格維持のため協調減産を始めました。経済が回復した後も減産は続き、現在は80ドル近くの高値です。

簡単な計算をします。コロナ禍直前が1バレル60ドル、1ドル110円として円換算6600円。これが最近の1バレル80ドル、1ドル150円では1万2000円。ざっと2倍近くに跳ね上がっているのです。

その結果、灯油が130円を超える異常事態となり、国に緊急要請を行いました（4面参照）。原油高はあらゆる生産活動のコスト高を招き、昨年12月に緊急要請した米価高騰は背景に原油高もあります。

今回の要請で、価格抑制や弱者支援と並んで産油国への増産要請や為替対策などを求めたのは、火元の原油価格や為替相場の適正化を図らなければ、事態は沈静化しないからです。

中東産油国の事情も分かります。脱炭素化が進めば、原油の需要が減り、国の行く末が危ういと感じているのです。協調減産を緩めるには、そうした国の不安を除かねばなりません。日本であれば砂漠の緑化や海水の淡水化など技術貢献は多々できるはず。地球と未来のためには、某国のような自国優先の利己主義ではなく、仲間の幸せを願う利他の心こそ必要です。



買い物かご

協会名

エシカル消費「知っている」44%

消費者問題実態調査

消費者の意識を探り、次代をとらえた活動につなげるため、北海道消費者協会が毎年実施している消費者問題実態調査。今回は、「エシカル消費」と「物価高騰」を取り上げました。物価については経年的変化を探ろうと3年連続で実施し、エシカル消費は今回が初めてです。

調査は昨年11月から今年1月にかけて全道62地域の消費者協会の協力を得て行い、調査票配布数680枚、回収586枚（うちWeb回答77）。協会会員331人、非会員239人、無回答16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。

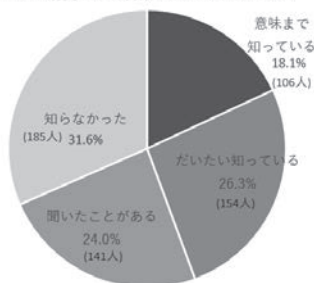
エシカル消費

若い世代への浸透課題

ここ数年、よく耳にするようになった「エシカル消費」という言葉ですが、どこまで浸透しているのか、行動として広がっているのかを探りました。

「エシカル消費という言葉を知っているか」の質問には、「意味まで知っている」（18.1%）、

エシカル消費という言葉を知っていましたか



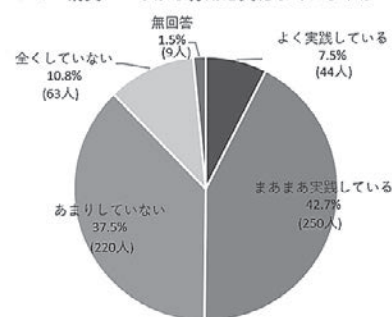
「だいたい知っている」（26.3%）を合わせて44.4%と一定の浸透がうかがえました。「知らなかった」は31.6%。年代別で見ると、10、20代

は「意味まで」「だいたい」を合わせても「知っている」は計18.9%にとどまり、「知らなかった」が48.7%を占めました。また、会員と非会員で比べると、「知っている」は会員57.8%に対し非会員27.6%と差がありました。エシカル消費の拡大に向け、一般消費者、特

に若い世代への浸透が課題と言えそうです。

エシカル消費につながる行動について関心があるかどうかを尋ねると、「とても関心をもっている」（17.1%）、「まあまあ関心がある」（52.7%）の合計は69.8%となり、行動への関心の高さをうかがわせました。年代別では「とても」「まあまあ」を合わせた「関心がある」は50・60代、70代以上、30・40代が72.4～68.0%だったのに対し、10・20代が43.3%と大きな差があり、目を引きます。

エシカル消費につながる行動を実施していますか

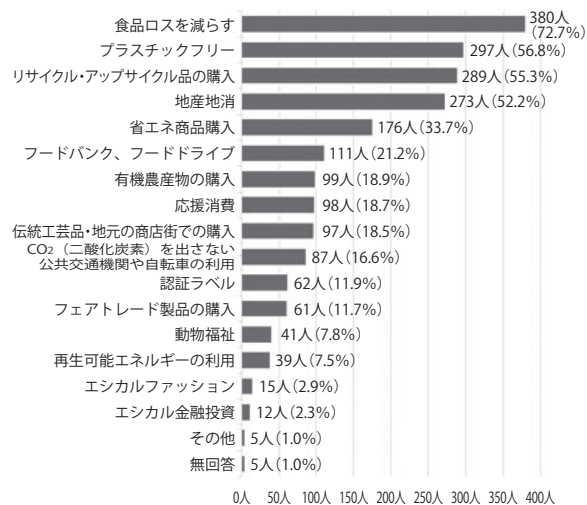


行動とし

て実践しているかとの質問については、「よく実践している」（7.5%）、「まあまあ実践している」（42.7%）は計50.2%。一方、「あまりしていない」（37.5%）、「全くしていない」（10.8%）が計48.3%と拮抗しており、実践の広がりはまだこれからといえそうです。

実践していることを具体的に尋ねると、

エシカル消費につながる行動のうち、実際に行動したり心掛けたりしていること



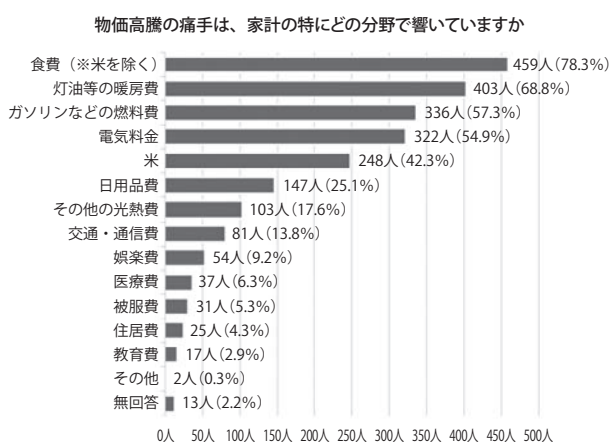
「食品ロスを減らす」（72.7%）が最も多く、「プラスチックフリー」（56.8%）、リサイクル・

アップサイクル品の購入」(55.3%)、「地産地消」(52.2%) が続きました。まずできることから取り組もうという姿勢がうかがえます。

物価高騰

食費、暖房費 負担重く

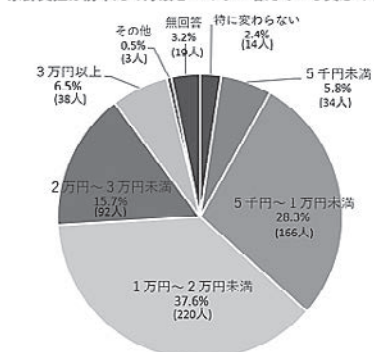
2024年の消費者物価指数は2.5%と3年連続で上昇し、家計消費に占める食費の割合「エンゲル係数」は43年ぶりの高水準となりました。道内の灯油価格（2月）は1ℓ 130円の



大台を超え、最高値を記録しました。物価高が続く中、その痛手や対策を聞きました。

物価高が家計のどの分野で特に負担になっているかを聞くと、「食費（米を除く）」が3年連続で最も多く、「灯油等の暖房費」(68.8%)が続きました。「ガソリンなどの燃料費」(57.3%)、「電気料金」(54.9%)に続いて、今回新たに設けた「米」(42.3%)が挙げられ、

家計負担は前年比で月額どのくらい増えている実感ですか

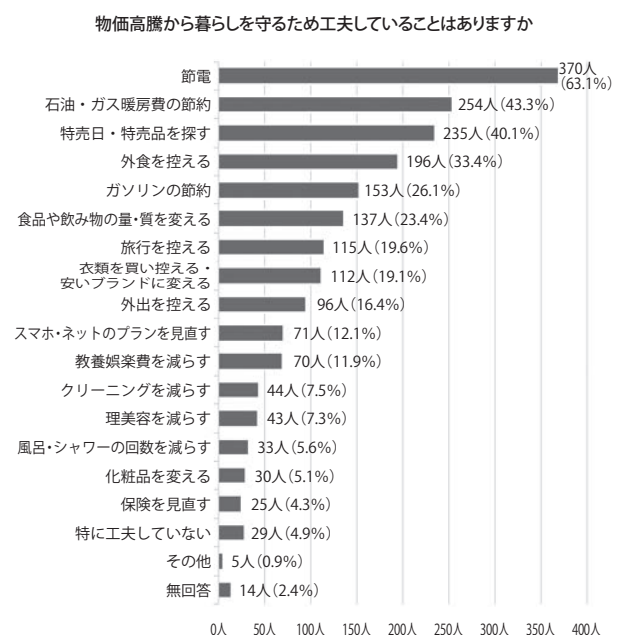


「1万円～2万円未満」(37.6%)。次いで「5千円～1万円未満」(28.3%)、「2万円～3万円未満」(15.7%)、「3万円以上」(6.5%)の

順となりました。1万円以上と回答した人の合計は59.8%と前年の57.7%を上回り、負担感はさらに増しているようです。

物価高騰から暮らしを守るための工夫（複数回答）では、前年までと同様、「節電」が最も多い63.1%。次いで多かったのは、昨年は3番目だった「石油・ガス暖房費の節約（昨年は「灯油の節約）」が43.3%となり、灯油価格高騰が影を落とした格好です。「特売日・特売品を探す」(40.1%)、「外食を控える」(33.4%)、「ガソリンの節約」(26.1%)と続きます。

国や道に望むものは、「ガソリン・灯油などへの価格補助」が64.4%、次いで「食品価格の引き下げ・据え置き」39.6%、「年金引き上げ」33.9%と順位は昨年と同じです。昨年4番目だった「賃金引き上げ」は今年は6



番目の26.1%で、引き上げが一部で進んでいることも垣間見えます。家計の痛み具合は「やがて限界を超える」(41.3%)が最も多く、「限界を超えようとしている」(22.4%)、「限界を超えた」(7.8%)を合わせると、71.5%が厳しい暮らしを強いられています。

道協会は昨年10月に物価対策拡充を、11月には米価対策強化を求める緊急要請を道や国に行ったほか、今年2月には灯油の価格抑制を求める要請を行いました。今回の実態調査を参考に、消費者の切実な声を発信していきます。

スマホ教室で情報格差克服

シニア対象、計271人が学ぶ

シニアの情報格差（デジタル・デバイド）対策として、北海道消費者協会が開催してきたシニア対象のスマホ教室の本年度事業が終了しました。教室では、スマホの基本操作や写真の撮り方、インターネットの使い方、災害情報の検索、健康管理、デジタルリテラシーなど幅広い内容を参加者が一緒に学ぶことができました。

1 回の講座は 2 時間から 4 時間と長時間にわたりましたが、アシスタントがそれぞれに付いてわかりやすく教えることでシニアの人たちもみるみる上達し、スマホの操作方法を覚えていきました。参加者からは、「楽しかった」「また次も開催してほしい」などの声が寄せられました。

本年度は、足寄消費者協会・倶知安消費者協会（消費者教育推進事業 2 回）、中札内村・中札内村消費者協会＝写真上＝、鶴居村・鶴居村消費者協会＝同下＝、大樹町（以上、総



務省デジタル活用支援推進事業 7 回）の協力のもと、合わせて 271 人が参加しました。

来年度も継続してスマホ教室の開催を予定していますので、関心のある協会は道協会のデジタル推進担当にご相談ください。

灯油最高値 1ℓ 131円

抑制求め道と経産局に緊急要請

道協会は 2 月 20 日、北海道知事と北海道経済産業局長に対し、灯油の価格抑制を求める緊急要請を行いました。鈴木洋一郎道経済産業局長への要請では、長島博子会長＝写真左＝が灯油価格緊急要請文を五十嵐岳紀資源・燃料課長に手渡しました。



要請文は、道協会が 1972 年から行っている石油製品の価格調査で、今年 2 月、灯油が 1ℓ 131.38 円と調査開始以来の最高値となり、道民の生活が大きな打撃を受けていると指摘。「暖房用灯油は、道民にとって過酷な冬を乗り越える命綱」「冬期の灯油代だけで 5 年前と比べ 4 万円以上の家計負担増となっている」として、①早急な灯油の価格の抑制、②社会的弱者への支援、③産油国への増産要請や為替対策など包括的な価格抑制策－を求めました。

同日、内閣総理大臣、経済産業大臣らに対しても同様の緊急要請書を郵送しました。

道協会は昨年 10 月、総理大臣や道知事らに物価対策の拡充を求める緊急要請を行い、JR 北海道には運賃値上げに対する意見書を提出。12 月、北海道知事と農林水産大臣らに米価高騰対策で緊急要請をしました。

サイバー犯罪対策など学ぶ

第 3 回リーダー研修講座

北海道消費者協会は 2 月 21 日、道立消費生活センターで本年度第 3 回の消費生活リーダー研修講座を開催し、55 人が受講しました。

午前は一般社団法人日本損害保険協会北海道支部事務局長代理の大本修嗣氏が「～災害に備える～自然災害と損害保険」をテーマに講演しました。

午後は「特殊詐欺等の現状と被害防止対策」と題し、北海道警察本部生活安全部生活安全企画課係長の佐久間雄仁氏が講演。息子をかたるオレオレ詐欺の被害が最近再び増加し、「犯人グループの手口は繰り返されるので注意が必要」と呼びかけました。

続いて、「サイバー犯罪の実態と被害に遭わないために」をテーマに講演したのは、北海道警察サイバーセキュリティ対策本部対策・官民連携係長の関俊介氏＝写真＝です。



北海道警察サイバーセキュリティ対策本部対策・官民連携係長の関俊介氏＝写真＝です。

「インターネットを使うということは、サイバー犯罪に遭う可能性があるということなので、セキュリティ対策をしっかりと行う必要がある」と訴えました。

消費生活スタディ 32人修了

道協会は、地域の消費者活動の担い手を育成するために通信講座「消費生活スタディ」を毎年 10 月から 3 月まで実施しており、3 月 7 日には道立消費生活センターで 17 人が参加してスクーリングを行いました。今期は 32 人が修了し、修了生は延べ 3,048 人です。

スクーリングでは、同センター相談支援グループの斎藤清美主査が最新の相談事例を紹介し、「通信販売のトラブルが依然として多い。相談事例は道立消費生活センターのホームページで随時見ていただきたい」と話しま

した。

同センター商品テストグループの小林周平技師は、依頼テストの事例を紹介し、「食品における相談や身近な疑問、気になることがあれば気軽に電話で問い合わせして欲しい」と強調しました。

午後は、猪野亨弁護士が「くらしと契約」をテーマに講義しました＝写真＝。



当事者同士がお互いに義務を負うものであり、簡単に白紙に戻すことができない。契約は拘束」など、わ

かりやすく説明。契約は口頭でも成立するものとし、契約書をよく読んでから判を押すなど注意するよう訴えました。

LPガス、三部料金制に

液化石油ガス法の省令改正により、LPガスは 4 月 2 日から「三部料金制」が徹底されます。請求は基本料金、従量料金、消費設備料金に分けて表示し、エアコン設置など LP ガスと関係ない費用は計上禁止となります。不透明な価格設定が適正化され、割高だった道内の LP ガス料金の引き下げが期待されます。

新規契約からの適用ですが、既存契約も三部料金制に基づく契約更新を求めています。

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。2025 年度の消費者月間統一テーマは「明日の地球を救うため、消費者にできること グリーン志向消費～どのグリーンにする？」です。道協会も啓発活動の一環として、5 月 27 日（火）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。

食パンの残留農薬

～食パンからグリホサートの検出なし～

商品テスト

グリホサートは一般に広く使われている除草剤で、「ラウンドアップ」等の商標名でホームセンター等で販売され入手が比較的容易な農薬ですが、農産物や加工食品からの検出事例もあることから、食品への残留が懸念されています。

そこで過去にグリホサートの検出事例のあった食パンの現状を調べました。

テスト品

・食パン 23銘柄（No.1～23）

テストした農薬

・グリホサート

テスト方法

・高速液体クロマトグラフで測定。

テスト結果

全銘柄からグリホサートは検出されませんでした。

食品衛生法では、食パンの原材料として多く用いられる小麦粉について、グリホサートの残留農薬基準は設定されていません。この場合、ポジティブリスト制度で定められている一律基準値0.01mg/kgが適用されます。



テストした23銘柄

表示

食品表示法に規定される義務表示事項が全銘柄で確認されました。

加工食品の表示では、製品中に最も多く使われている原材料について、「生鮮原材料の場合は産地を、加工原材料の場合は加工地を表示する」というルールがあります。特に食パンでは、原材料の小麦の産地の違いやパッケージに「国産小麦」などと強制的に表示する際に、表示方法が微妙に異なります。（下表）

表示方法①では、小麦の生産地が国産のものと外国産の場合とがあり、原料である小麦

食パンの表示方法

	表示例	表示場所	小麦の生産地	小麦粉の加工地
①	「小麦粉（国内製造）」	原材料表示欄	国産、外国産	国内
②	「小麦粉（小麦（国産）」	原材料表示欄	国産	別途記載 もしくは不明
③	「国産小麦使用」 「北海道産小麦100%使用」	パッケージ等	国産	別途記載 もしくは不明

テスト結果

No.	商品名	テストした農薬 グリホサート (mg/kg)	原料 原産地	パッケージに国産小麦使用等や 割合の記載があるもの	製造者等	内容量	購入価格 (円)	購入場所
1	超熟 北海道	不検出	北海道	北海道産小麦100%	敷島製パン	1斤 6枚	378	イオン札幌 桑園店
2	絹艶	不検出	—	—	日糧製パン	1斤 6枚	235	
3	ボンジョルノ・クラウン	不検出	—	—	日糧製パン	4/5斤 6枚	160	
4	イギリス食パン	不検出	—	—	日糧製パン	0.9斤 5枚	214	生活協同組合 コープさっぽろ 植物園店
5	北海道のもっちり食パン	不検出	北海道	道産小麦の小麦粉、道産米の 米粉を使用。	日糧製パン	1斤 5枚	193	イオン札幌 桑園店
6	麦の香全粒粉入	不検出	—	—	日糧製パン	4/5斤 6枚	149	
7	麦彩	不検出	—	—	日糧製パン	1斤 6枚	96	生活協同組合 コープさっぽろ 植物園店
8	The TAKASUI ライ麦	不検出	—	—	日糧製パン	1/4斤 2枚	149	イオン札幌 桑園店
9	やわらか食パン	不検出	—	—	山崎製パン	1斤 6枚	235	
10	ロイヤルブレッド	不検出	—	—	山崎製パン	1斤 6枚	214	
11	ダブルソフト	不検出	—	—	山崎製パン	1斤 6枚	289	
12	しあわせのもっちり仕込み	不検出	—	—	山崎製パン	1斤 6枚	138	
13	ファミマル Bakery 大地のほほえみ食パン	不検出	—	—	山崎製パン	1斤 5枚	178	ファミリーマート 札幌北6条7丁目店
14	香り豊かなもっちりとした食パン	不検出	—	国産小麦の小麦粉30%使用 (小麦粉に占める割合)	山崎製パン	1斤 6枚	173	ローソン 札幌北6条 西14丁目店
15	WHITE BREAD 味わいの食パン	不検出	—	—	山崎製パン	1斤 6枚	138	
16	本仕込食パン	不検出	—	国産小麦使用 うち、10%が国産小麦です。	ロバパン	1斤 6枚	192	生活協同組合 コープさっぽろ 植物園店
17	毎日の食卓食パン	不検出	—	—	ロバパン	1斤 6枚	106	イオン札幌 桑園店
18	セブンプレミアム 米粉の甘み うるもち食パン	不検出	—	—	ロバパン	1斤 6枚	171	セブンイレブン 札幌北5条店 および 札幌北5条西6店
19	セブンプレミアムゴールド 金の食パン	不検出	—	北海道産小麦の小麦粉 ※手粉は除く	ロバパン	1斤 4枚	321	
20	セブン・ザ・プライス しっとり食パン	不検出	—	—	ロバパン	1斤 6枚	117	
21	玄米食パン	不検出	—	—	札幌バリ	半斤 3枚	127	イオン札幌 桑園店
22	ライ麦食パン	不検出	—	—	札幌バリ	半斤 3枚	127	
23	全粒ブレッド	不検出	北海道	北海道産小麦粉 北海道産小麦全粒粉	京田食品	— 3枚	162	

※テストでは0.01mg /kg 以下を不検出とした。

を国内で小麦粉に加工した場合、「国内製造」と表示されます。②の場合は、小麦は国産のものを使用しているため、実際の表示では「小麦粉（小麦（国産））」等と表示します。①と②の表示方法はどちらでもよいので「小麦粉（小麦（国産））」と表示できる場合でも「小麦粉(国内製造)」と表示する場合があります。

③は商品の魅力を表すための任意表示であり、商品のパッケージ等に表示できます。「国産小麦使用」等と表示する場合は、小麦粉全体のうち、どれくらいの割合で国産小麦の小麦粉を使用しているかについて、併せて表示するように求められ、その使用割合はパッケ

ージに記載されています＝表示例＝。また、食パンに100%の割合で国産小麦の小麦粉を使用している場合は、パッケージの100%表示を省略することができます。

〇〇の食パン

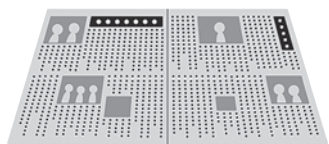
White Bread 6 Slices

国産小麦の小麦粉を〇〇%使用

パッケージ表示例

訪問販売お断りステッカーを貼っていたのに 新聞購読を勧誘されて契約してしまった…

問 昨日、「新聞屋です」と訪問があり、購読中の新聞店と思いドアを開けると、別の新聞店だった。米やたわし、フリーザーパックを手渡されて6カ月間の購読の勧誘を受けた。たくさんの景品をもらい断り切れなくなり、1年後から購読を開始する契約をして、契約書面をもらった。しかし、他紙も購読中で月額1万円を超えるのは経済的な負担が大きい。契約書面の裏面にはクーリング・オフの記載があるが、可能だろうか。玄関には訪問販売お断りのステッカーを貼っている。（50代 男性）



答 訪問販売による契約は、特定商取引法で規制されていて、事業者は勧誘に先立ち事業者名や販売目的を告げなければなりません。法律で定められた事項を記載した契約書面を交付する義務もあり、消費者は書面を受け取ってから8日間はクーリング・オ

消費生活相談

フをすることができます。

また、北海道消費生活条例では、「訪問販売お断りステッカー」を貼ることは勧誘拒絶の意思表示とみなして、ステッカーを貼っている家に訪問して勧誘を行うことは、不当な取引方法として禁止しています。なお、新聞公正競争規約により、景品類の提供価格は、6か月分の購読料の8%までなどの上限が設けられています。

相談者が新聞店にクーリング・オフをしようと電話をしたところ、他社の購読を休止するよう言われたとのことでした。当センターから新聞店にクーリング・オフ妨害ではないかと連絡すると、「クーリング・オフの連絡ではなかったと認識している。この電話で受け付ける。景品は後日取りに行く」と、一方的に主張して切電されました。相談者には、念のためクーリング・オフ通知を発信するよう伝えて相談を終了しました。

ネット広告を見てシリコン入れ歯を購入 届いたものは入れ歯として使えない…

問 先日、シリコンの入れ歯がネット広告に出ていたので販売サイトから注文した。代引きで代金8千円を支払い、商品を開封したところ、広告のような入れ歯のイメージではなく、とても使用できるものではなかった。届いた際の送り状には販売サイトとは違う名称の返品センターと電話番号が記載されていたので何度も電話をしたが、つながらない。注文時の販売サイトは見つからず、事業者名や住所、電話番号は分からないが、返品したい。（70代 男性）

答 インターネット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、会社の名称、所在地、連絡を取ることができる電話番号を表示するよう定められています。相談者には、正確な会社情報の記載がなかった場合には、悪質な販売サイトの可能性があることを説明しました。



送り状にある返品センターは、販売店の返品や返金手続きの代行を行っている事業者と考えられます。電話がつながり話し合いにより返品できる可能性もあるため、日時を変えて連絡してみるよう伝えました。

トラブルに遭ったら、最寄りの消費生活相談窓口にご相談しましょう。

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