

# 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  
https://www.syouhisya.or.jp/

## 第62回北海道消費者大会

- 柿野成美さんが基調講演……………2
- 大会宣言（要旨）……………2
- パネルディスカッション……3～4
- 第2回代表者会議開催……………5
- リチウムイオン電池の事故に注意  
……………5
- 賛助会員との意見交換会……………5
- 柔軟剤入り洗剤の商品テスト  
……………6～7
- 消費生活相談（トイレの詰まり修理  
／ソフトウェアのサブスク解約）  
……………8



全道各地の協会が集まった第62回北海道消費者大会＝9月2日、かでの2・7



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

## 横断歩道の渡り方

守ろうと思いついやってしまうことがあります。歩行者信号の青が点滅すると、時々、横断歩道の手前からでも駆け出してしまいます。青のチカチカは「渡り始めてはダメ」という警告ですが、「急いで渡れ」の合図とばかりに走ったりします。何か損をするような気持ちに取り付かれてしまうようです。

そんなあせりや弱み、誤解などを利用してウェブ上で消費者をだまし、本来なら望まない選択に誘導するトラブルが増えています。「ダークパターン」と呼ばれています。OECD（経済協力開発機構）のレポートでは、7つのパターンに分類。「緊急性」を装ったパターンでは、カウントダウンを表示して購入をあせらせる手法などが挙げられています。

このほか、契約は簡単なのに解約を困難にする「妨害」、義務ではないのに画面閲覧の前に会員登録をさせようとする「行為の強制」、位置情報提供などの許可をしつこく求めてくる「執拗な繰り返し」といった手法があります。

米連邦取引委員会は、解約を複雑化したダークパターン手法を使ったとして米アマゾン・コムを提訴。今年9月、同社が25億ドル(3,750億円)の和解金を支払うことになりました。登録はすんなりできるのに、解約には5回もクリックが求められるなど複雑化させていたそうです。

右を見て左を見て、もう一度右を見て手を挙げて横断歩道を渡る。デジタルでの取引には、とりわけ冷静さが必要かもしれません。



買い物かご

協会名

## 次代へつなぐ消費者運動 ～未来へバトンを～

北海道消費者協会と60地域協会が共催する「第62回北海道消費者大会」が9月2日、札幌市中央区のかでる2・7を会場に開かれました。大会のテーマは「次代へつなぐ消費者運動～未来へバトンを～」。39協会143人が参加し、法政大学大学院政策創造研究科准教授で公益財団法人消費者教育支援センター理事・首席主任研究員の柿野成美氏の基調講演と、パネルディスカッションが行われました。



### 第62回北海道消費者大会 基調講演

法政大学大学院准教授  
柿野 成美さん



2015年にSDGsがスタートし、中でも目標の12番目「作る責任、使う責任」では、消費者がどう責任を果たしていくのか非常に重要なポイントになります。消費者の責任とされるものは5つあります。①批判的精神を持つ②主張し行動する③社会的弱者への配慮④環境への配慮⑤連帯する責任—です。この責任をいかに果たし、若い世代に伝えていくかがとても重要なことと思います。こうした消費者市民社会を実現していくうえで、具体的に展開されてきたのがエ

「作る責任、使う責任」  
広がるエシカル消費

シカル消費です。

エシカル消費の中でも人権の問題について関心が高まったエピソードがあります。2013年4月、バングラディッシュの縫製工場の崩落事故で千人以上の若い女性が亡くなりました。低賃金で働かされており、その工場の現状をローマ法王は奴隷労働と批判しました。

最近、エシカル消費の関係でアンケート調査を実施したところ、「エシカルじゃないと買わない」という10代が3割近くになっている結果も出ました。

若い世代の意識が明らかに変わってきているし、SDGsが学校教育で大きなテーマとなってきたと思います。皆さんがやってこられた消費者運動を次代につなげていくことで、若い世代とともにますます運動が発展していくものと思っています。

### 大会宣言(要旨)

広く地域につながってきた運動は未来へとつなげなければいけません。食品ロス削減、地産地消、エシカル消費などは、まさに未来を見つめた取り組みです。また、次代を担う人材の育成、人のネットワークも肝心です。今大会では、そうした未来へとつなぐためのヒントが数多くありました。それらを生かしながら、未来へつながる一步を歩みだしましょう。

## 変わる若者の意識 世代を超え共に歩む

### パネルディスカッション

#### ■パネリスト

柿野 成美 法政大学大学院准教授

高橋 優介

ワークショップデザイン describe with 代表

吉野 真由 北海道大学文学部 3 年、  
未来開拓倶楽部部長

安部 益美 室蘭消費者協会会長

長島 博子 北海道消費者協会会長

#### ■コーディネーター

嵯峨 仁朗 北海道消費者協会専務理事



嵯峨 高橋さん、吉野さん、それぞれの取り組みについて紹介をお願いします。

### カードゲームでSDGs 体感

高橋 全国の学校や自治体で研修したり、まちづくりワークショップ、対話の場づくりが仕事で、SDGs、ゼロカーボン、フードロス、自分たちの幸せ＝ウェルビーイングなどについて話しています。例えば、SDGs を体感するカードゲームを使ったりして、自分たちがどう社会につながっていくか。ちょっと分かりづらいことでも、ゲームやワークショップなどでほぐしながら、体感して自分ごとに近づけていくことに取り組んでいます。

### 「食べられるお皿」を開発

吉野 いま取り組んでいるのは食べられるお皿の商品開発です。食品ロスに関係して考え

ているアイデアです。消費者の行動変容のきっかけとなるように。業者の方にも廃棄コストがなくなるというメリットを提示しながら広めているところです。環境問題に興味がない人も、そのお皿を介して関心を持ってもらえたらいいなと。環境問題は、一人一人がいかに行動変容を起こせるかというところに解決の糸口があると思っています。

柿野 いま、お二人の話を聞いていてすごく重要なキーワードがあるなと。それは消費者教育を進めていくために重要な役割として「コーディネーター」の存在です。地域で消費者市民社会を実現していく時に、いろいろな人や資源をつなげていくコーディネーター役の人がとても重要だと。

### 消費者の行動で社会を変える

長島 柿野さんが講演で話されたエシカル消費の発想は、まさに私たちの取り組んできたことの延長線上にあるものです。エシカル消費は地域の活性化を含め、人や社会環境にかかわる課題を消費者の行動で変えていくというものです。その浸透を進めていくことは消費者協会の活動を浸透させ、社会を変えていく機会になるはずです。

嵯峨 安部さん、地域での新たな取り組みについて教えてください。

### 学生とシニアでスマホ教室

安部 一つは食品ロス削減のための「フードドライブの実施」、二つめはデジタルデバイス解消のため、シニアスマホ教室を 4 年前から始めています。特に今年は、若者とコラボする企画ということで、一つは市内の中学生とシニア世代とのスマホを通じた講座、二つ目に室蘭工業大学の学生をアシスタントにしたシニアスマホ教室です。大学生との連携は長年、願ってきたことで、大変うれしい出来事でした。  
(4 面に続く)



**（3 面から続く）****若い人ほど環境問題に関心**

**高橋** 実は、若い人ほど社会や環境に関心があるように思います。昨日行った中学校でも「気になることは何？」と聞くと「気候変動」が多いんです。次が「フードロス」。SNSなどで、今の子供たちは私たちのころには考えられないくらいの情報量があり、気づくことや思うことがあると思います。

**嵯峨** 安部さん、あらためてスマホ講座の効能について詳しくお願いします。

**大人への信頼で育つ地域愛**

**安部** 通常のスマホ教室と違うところは、スマホ操作を学んだ後、シニアと大学生がスマホにかかわる問題とか困りごとを話し合う点です。世代を超えた交流ができ、大変高評価を得ました。参加したシニアのうち 8 人が協会に入会しました。中学校の講座では、ともにデジタル被害を起こさないために学んでいくという内容ですが、理想の姿としては、生徒が信頼できる大人の姿を通じて地域愛を持ち、シニアと若者が声を掛け合う、相談しあえる関係性が築ければと考えています。

**嵯峨** 柿野さん、学校での消費者教育の実情について教えてください。

**消費者協会はコーディネーター**

**柿野** 消費者教育は学習指導要領の中になんかなり充実して入ってきていますが、実態としては学校現場が疲弊していてなかなか入っていない状態です。そこで大切なのはコーディネーターの存在です。室蘭では消費者協会がコーディネーターになっているいい事例を見せていただきました。これからますます消費者協会がコーディネーターとなって学校と地域をつないだり、つながりをつくっていくこ

とが期待されていると感じました。

**嵯峨** コーディネーターとして期待される消費者協会ですが、協会を活性化する方法はありませんか。

**子供や高齢者をつながる活動**

**吉野** 未来開拓倶楽部の関連団体で、学生と地域の子供など他世代とのつながりをつくる活動が動いているんです。学生が授業の空いている時間に買い物への付き添いに行くなどの活動をしていますので、札幌でもいろいろできるかなと思います。逆に学生が高齢者の方の話を聞きたいというニーズもあるはずです。今の問題解決にも通じる活動をしていた方の話をうかがうこともできればと。

**高橋** きょうのキーワードになっているコーディネーター、調整役は世の中には必要で、

間違いなく消費者協会はそういう存在です。なにかあったら相談に来てくれるだろうではなく、一歩踏み出していく。学校と消費者協会もつながりはないように思えますが、一歩踏み出していくとつな

がる。ニーズがあるんですよ。つながりたい人たちがいて、そこを取り持ってくれるのが消費者協会だったりすると私は思うんですよ。

**「声かけ」から始まる一歩**

**長島** 消費者協会はコーディネーター役という話が何度か出ました。私が常に心掛けていること、それは昔ながらの「声かけ」です。私は隣の席に座った人にいつでも「あなた、消費者協会に入らない？」って、声を掛けるんです。これは大切にしています。声かけの一つ一つが、いつかは見えるバトンになってつながっていくと私たちは信じて、頑張っていきましょう。

**嵯峨** 皆さま、本日はありがとうございました。



## 泊原発再稼働を考える

### 第 2 回代表者会議開催

今年度第 2 回の消費者運動代表者会議が11月11日、道立消費生活センターくらしの教室で会場とリモートのハイブリッド形式で開かれ、30協会から計47人（会場13人、リモート34人）が参加しました。

学習会では、「泊原子力発電所、再稼働を考える」をテーマに北海道新聞経済部編集委員の宇野澤晋一郎さんが講演しました＝写真＝。



宇野澤さんは、「原発再稼働は電力会社のため。事故が発生した場合、セシウム汚染や風評被害が全道で発生し農産物・海産物に影響を及ぼす」と解説しました。

その後の情報交換では、参加した協会からは「電力会社の社員が来訪し、絶対安全と言われたが私は反対」「道知事に消費者協会から声明を出せるといい」などの意見が出ました。

### リチウムイオン電池事故防ごう

リチウムイオン電池は、モバイルバッテリーやスマートフォン、スマートウォッチのような日常生活で身に付ける製品のほか、電動アシスト自転車やカセットコンロなど多岐にわたって使用されています。

リチウムイオン電池使用製品の取り扱いを誤ると、リチウムイオン電池の破損等により発煙・発熱・破裂・爆発といった事故につながる危険性があり、消費者庁には事故情報が寄せられています。事故を防ぐため使用する

際は取扱説明書をよく読みましょう。

廃棄する際は、各自治体に確認の上①リチウムイオン電池が使用されているかを確認する②リサイクル可能なものは、リサイクルする③廃棄方法を確認して廃棄する④廃棄する前に、なるべく電池を使いきる－などに注意しましょう。

## 人手不足対策テーマに

### 賛助会員との意見交換会

北海道消費者協会は10月17日、賛助会員（39団体）との意見交換会を道立消費生活センターくらしの教室で開催しました。10団体10人が参加しました＝写真＝。

冒頭、長島博子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取り組みや活動、道立消費生活センターの相談状況などを報告しました。



意見交換会は、「人手不足対策」をテーマに行い、各団体が行っている内容を報告してもらいました。多かった意見として、「機械の自動化や生成 AI などの活用」、「定年の引き上げ、育児休暇や介護休暇の取得、昇給などの処遇改善」などがありました。

北海道クリーニング生活衛生同業組合は「人材派遣会社から派遣される外国人労働者をスポット的に活用しているが、コストがかかる」と述べる一方、北海道生活衛生同業組合連合会は、「英語や韓国語などが話せる外国人労働者は、海外からの観光客への対応などにメリットがある」と話しました。また、北海道生活協同組合連合会は、人材派遣会社を介さずに直接、外国人労働者を採用していると報告し、活発な意見交換となりました。



# 柔軟剤入り洗剤

商品テスト

最近、付加価値を付けた洗濯用洗剤が数多く販売され、中には柔軟剤を配合していることをうたう洗剤も販売されています。通常、柔軟剤は洗剤と互いの効果を打ち消し合うため、一緒に使うことはできず、すすぎの際に別に投入する必要があります。柔軟剤入り洗剤はこのような手間がはぶけ、洗浄と同時に柔軟効果や香りの持続を期待させるイメージがあります。そこで、どの程度柔軟効果や香りの強さが認められるのかテストしました。

## テスト品目

- ・柔軟剤配合の表示がある液体洗濯用合成洗剤… 3 銘柄 (No.1 ~ 3)
- ・一般的な液体洗濯用合成洗剤 (参考品)  
… 2 銘柄 (No.4, 5)

## テスト方法

### ○柔軟性及び香りの強さ

事前洗濯を20回繰り返し、ごわつかせたフェイスタオルを7枚用意。テスト品で洗濯処理したものと、柔軟剤 (No.6 とする) で処理したタオル、ごわつかせたままのタオル計7枚を10名のモニターに評価してもらいました。

柔軟性を5段階 (3 : ごわつかせたままの元のタオルより非常に柔らかい、2 : かなり柔らかい、1 : やや柔らかい、0 : 同等、-1 : 元のタオルのほうが柔らかい)、香りの強さは3段階 (2 : 強く香りが残っている、1 : 弱く香りが残っている、0 : 香りが残っていない) で評価してもらい、その評価平均を求めました。

### ○経済性

洗濯 (30L) 1 回当たりにかかる費用を一般的な洗剤に柔軟剤 (5.8円) を合わせて使用した際の費用を算出し、比較しました。



## テスト結果

### ○柔軟性 (グラフ1 参照)

柔軟剤入り洗剤の評価平均は、No.1 が0.8と最も高く、モニター10人中8人が元のタオルより「やや柔らかい」と回答しました。No.2 は評価平均0.1、No.3 は0.3で、元のタオルと「同等」と回答した人数が最も多く半数の5名でした。

一般的な洗剤のNo.4 は評価平均0.6で、10人中6人が「やや柔らかい」と回答しましたが、No.5 は評価平均-0.7と低く、10人中7人が「元のタオルのほうが柔らかい」と回答しました。

一方、柔軟剤処理をしたNo.6 は評価平均2.5と最も高く、モニター全員が「かなり柔らかい」、又は「非常に柔らかい」と回答しました。以上の結果から、柔軟剤入り洗剤の柔軟性は銘柄により若干差があるものの、一般的な洗剤とはさほど差がなく、柔軟剤と比較したところ、圧倒的な差があり、柔軟性の効果はあまり期待できないと考えられました。

### ○香りの強さ (グラフ2 参照)

柔軟剤入り洗剤の評価平均は、No.1 が1.6でモニター10人中7人が「香りが強く残っている」と回答しました。No.3 は評価平均1.0で、「香りが弱く残っている」と回答したのが8人でした。No.2 は0.3と低く10人中7人が「香



りが残っていない」と回答しました。

一般的な洗剤のNo. 4、5 の評定平均はいずれも0.1で、10人中 9 人が「香りが残っていない」と回答しました。

一方、柔軟剤処理をしたNo. 6 は評定平均1.7と最も高く、モニター全員が「香りが強く残っている（7人）」、又は「香りが弱く残っている（3人）」と回答し、「香りが残っていない」と回答したモニターはいませんでした。以上の結果から、柔軟剤入り洗剤の香りの強さは銘柄により若干差があるものの、一番低い銘柄でも一般的な洗剤より評価が高く、柔軟剤と同等の銘柄もありました。

○経済性

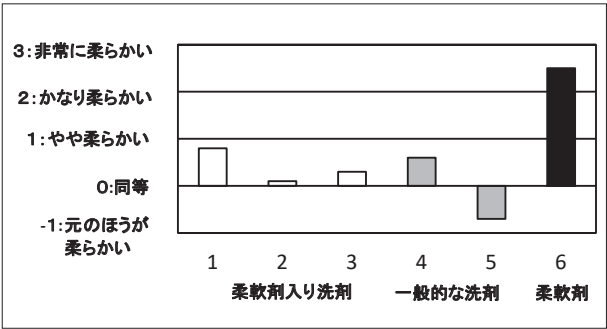
洗濯 1 回当たりにかかる費用について柔軟剤入り洗剤は12.2（No. 2）～17.3円（No. 1）、

平均14.7円でした。一般的な洗剤に柔軟剤を合わせた費用は17.4円（No. 5）、21.8円（No. 4）、平均19.6円であり、比較すると柔軟剤入り洗剤の約1.3倍でした。

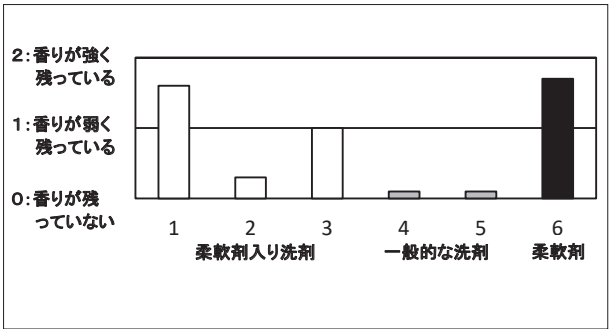
消費者へのアドバイス

テストの結果、柔軟剤入り洗剤は香りの持続性や、経済性に関して効果的ですが、柔軟性に関しては柔軟剤を単品で使用するより効果は劣る結果となりました。

家事の短縮や収納スペースを圧迫しないなどのメリットもあるため、時短や費用をおさえたい人には向いているでしょう。また、いずれの銘柄も柔軟剤との併用も可能となっているため、使用目的に応じて使うとよいでしょう。



グラフ1:柔軟性



グラフ2:香りの強さ

テスト結果

No.		商品名	表示者名	品名	正味量 (g)	購入価格 (円)	テスト結果		
							柔軟性 (平均)	香りの強さ (平均)	経済性 (洗濯 1 回当たりの費用:円)
1	柔軟剤入り洗剤	ニュービーズ ローズ& マグノリアの香り	花王株式会社	洗濯用合成洗剤	690	398	0.8	1.6	17.3
2		香りつづく トップ スウィートハーモニー	ライオン株式会社		850	416	0.1	0.3	12.2
3		ボールド 抗菌+アロマ	P&Gジャパン合同会社		640	348	0.3	1.0	14.5
4	一般的な洗剤	アタック 抗菌EX	花王株式会社		750	398	0.6	0.1	21.8 (柔軟剤5.8円含む)
5		トップ クリアリキッド	ライオン株式会社		900	416	-0.7	0.1	17.4 (柔軟剤5.8円含む)
6	柔軟剤	ハミング	花王株式会社	柔軟剤	510	298	2.5	1.7	-

## ネット検索しトイレの詰まり修理を依頼 格安なはずが高額代金を請求された

**問** 昨日、自宅のトイレが詰まり、修理事業者をインターネットで検索すると、「2 千円～」と表示しているサイトがあった。電話で問い合わせると、「最低 6 千円から」と言われたので、その程度の代金であればよいと思い、来訪を依頼した。すぐに事業者が来て、圧力ポンプ作業や高圧洗浄等の内訳が書かれた見積書を渡されたが、総額 21 万円に上っていた。問い合わせた時よりも高額だったが、詰まりが解消するならと思い承諾した。詰まりの原因が、プラスチック部品だと指摘されたが、トイレに落としたことはなく不信感を持った。詰まりは解消したものの、電話で言われた金額とはかけ離れているので、納得できない。（80代 男性）

**答** 広告に表示された金額や電話で説明された金額と、契約した金額が大きく異なる場合には、自宅に事業者の来訪を依頼した場合であっても、特定商取引法の訪問販売に該当すると考えられます。この場合、事

## 消費生活相談

業者は同法で定められた内容を記載した書面を交付する義務があり、消費者は書面を受け取った日から 8 日間以内であればクーリング・オフをすることができます。

クーリング・オフ通知を送るよう相談者に助言して、当センターから事業者に連絡を取りました。事業者は、「下請けに依頼した作業代金として 6 万円を支払ってほしい。」と主張しましたが、クーリング・オフの場合には無条件解約になることを説明したところ、請求を取り下げ、相談を終了しました。



トイレの故障や水漏れ、鍵の紛失、害虫の駆除など、日常生活でのトラブルに事業者が対処する「暮らしのレスキューサービス」において、高額な代金を請求されたとの相談が寄せられています。想定していなかった高額な代金を請求された場合には作業を断り、他社から見積もりを取り、比較検討しましょう。

## 亡夫が設定した PC ソフトのサブスク アカウントが分からず解約できない…

**問** 数年前、家電量販店でパソコンのソフトウェアを選びクレジットカードで決済したが、夫がソフトウェアのサブスクリプション（サブスク）のアカウント設定を行っていた。夫が亡くなり、昨年、サブスクを解約しようと、ソフトウェア販売事業者に電話したが、アカウントが分からず解約できなかった。毎年同じ月にサブスクの引き落としがあり、今年も同じ月に代金を引き落とされた。解約方法を知りたい。（60代 女性）



**答** センターからソフトウェア販売業者に連絡を取ると、「クレジットカードから契約を特定して解約できるかもしれない」とのことで、クレジットカード番号を伝えたところ、契約が特定でき、解約となりました。また、クレジット会社を通じて請求が取り消されて、返金されたことを確認し、相談を終了しました。

故人がネットに保有している資産のデータやサブスクを契約していた場合のアカウント等はデジタル遺品と呼ばれています。遺族が解約したくても手がかりがなく、手続きに困るケースがあります。万が一に備えて、サービス名、ID、パスワードを整理するなど、事前に対策をしておきましょう。

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