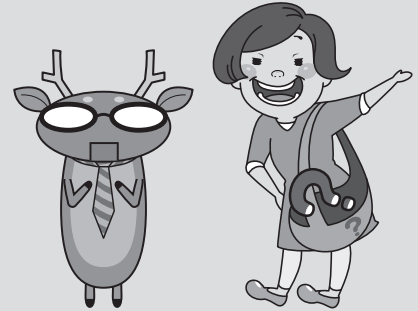


暮らしに役立つ生活情報
センターニュース

北海道立 消費生活センター

きらめく

NO. **138** 3月号



かしこしか ちえ子さん

北海道消費者教育
PR キャラクター



春風にほころぶ桜のつぼみ（札幌・中島公園、昨年）

主な内容

春！ 新生活特集	靈感商法等の被害救済へ新法成立……………4
住宅探しと引っ越しのトラブル……………2	〈相談事例〉 訪販お断りステッカーあるのに 新聞勧誘……………5
「保険で住宅修理」に用心……………2	〈商品テスト〉 真空断熱炭酸ボトルの品質…6、7
マッチングアプリのわな……………3	親子体験学習講座を開催……………8
18歳成年、若者へのアドバイス……………3	消費者教育支援セミナーを開催……………8
ステルスマーケティング規制へ……………4	

〒060-0003

札幌市中央区北3条西7丁目 北海道庁別館西棟

TEL (011)221-0110 FAX (011)221-4210

<https://www.do-syouhi-c.jp/>

入学や就職、転勤など、新しい生活が始まる春。希望で胸が膨らむ一方、生活環境や人間関係の変化の中で、消費者被害や詐欺などに遭わないよう注意が必要です。成年年齢が18歳に引き下げられたことで、親元を離れて一人暮らしをする若者の被害も懸念されます。トラブルを避けるポイントをまとめました。

住宅の賃貸借契約は慎重に

住宅探しと引っ越しは新生活の第一歩ですが、アパートやマンションなどの賃貸借に関するトラブルは後を絶ちません。国民生活センターなどは、トラブルを防ぐポイントを整理して注意喚起しています。

■契約前 書類の内容をよく確認する。特に、禁止事項、修繕に関する事項、退去する際の費用負担に関する事項や特約は必ず確認を。

■入居前 できる限り貸主側と一緒に賃貸物件の現状を確認しておく。入居前からあったキズや汚れ等の写真を撮っておくと、退去時のトラブル防止につながる。

■入居中 タバコのヤニで変色、臭いが付着したり、結露を放置してカビやシミを拡大させたりすると、クロスの張替費用を請求される場合もある。賃貸物件は借りものであり、日頃からきれいに使うことを心がける。

■退去時 退去するとき納得できない費用を請求された場合には、国土交通省が定めている「原状回復をめぐるトラブルとガイドライン」を参考に、貸主側に説明を求め、費用負担について話し合う。また、入居時と同様に、できる限り貸主側と一緒に賃貸物件の現状を確認する。確認した内容をメモに残したり、修繕が必要と思われる箇所の写真を撮ったりして証拠となる記録を残しておく。

引っ越しは見積書をとって

例年3月から5月にかけて、「引っ越しの際に家具に傷がついた」「高額な解約料を請求された」などの相談が多く寄せられること

春！新生活

から、国民生活センターは以下の注意をよびかけています。

- ①引っ越し業者を選ぶ際は複数の業者から見積もりを取り、作業員数や補償等、価格以外の条件についてもよく検討する。
- ②契約時は見積書を受け取るとともに必ず約款を確認し、疑問点があれば事業者に聞く。
- ③梱包用の段ボールの返送料等をめぐりトラブルになることがあるので、契約先が確定する前には受け取らないようする。
- ④引っ越しが完了したらすぐに荷物の状態等を確認し、紛失や損傷がある場合は事業者に速やかに連絡する。

また、全日本トラック協会は、下見や見積もりなどを正しく行うなど引っ越しのルールを守る優良事業者を認定し、「引越安心マーク」を交付しています。事業者選びの参考にしてください。

一方、最近では引っ越し業者の人手不足も加わり、「希望する日に事業者が見つからない」という事態もあります。国土交通省と全日本トラック協会は、今年3月18日から4月2日までを

「特に混雑が予想される期間」として、「できるだけ混雑時期を外した引っ越しを検討してほしい」と「分散引越」への協力を呼びかけています。



「保険で住宅修理」に用心

雪解けとともに増えるのが、大雪などで損傷した住宅の修繕です。しかし、訪問やインターネット広告、SNSなどで「火災保険で修

トラブル防ごう

理できます。被害診断から保険金の請求までお任せを」などと勧誘し、うその理由で保険金を請求する業者とのトラブルが急増しています。多額の手数料をとられたうえ、知らない間に詐欺に加担する恐れがあります。

日本損害保険協会は「保険が使えると勧誘されたら詐欺を疑い、まず自分が加入している保険会社が代理店に相談してほしい」と注意喚起しています。

マッチングアプリのわな

最近、SNSをきっかけに知り合い、交流することが多くなりました。しかし、中には悪意の利用者が紛れ込んでいる可能性があります。マッチングアプリ等で知りあった人から暗号資産などの投資を勧められ、送金したところ連絡が取れなくなるといった相談が多く寄せられています。国民生活センターは、相談内容を分析し、次のチェックリストを作成しました。



■だまされないためのチェックリスト■

■相手の特徴

- ・自称外国人や外国に在住経験がある日本人
- ・不自然な日本語
- ・暗号資産やFXでもうけている
- ・趣味は投資や資産運用
- ・副業で投資をやっている

■連絡の取り方

- ・マッチングアプリから早々にLINEなどのSNSへ変更を提案
- ・まめな連絡

■投資の誘い文句

- ・投資に詳しい家族や親戚（知人）の言うとおりに投資すればもうかるよ

- ・結婚するなら金銭感覚が近い人が良いから、一緒に資産運用しよう
- ・結婚の資金を貯めるために投資しよう
- ・豊かな結婚生活のために投資は重要だよ

ひとりで悩まず相談を

2022年4月1日から成年年齢が引き下げられ、18歳から親の同意がなくても契約ができるようになりました。国民生活センターによると、成年年齢引下げ後の18、19歳の消費者トラブルで多いのが「脱毛エステ」、次いで「出会い系サイト・アプリ」でした（同年10月末時点）。「身に覚えのない商品が届いた」という相談や架空請求のほか、転売ビジネスやアフィリエイト内職、賃貸アパート、アダルト情報サイトに関するトラブルも目立ちます。同センターは、若者の消費者被害防止のため次のようにアドバイスしています。

■若者へのアドバイス■

- ①「お試し価格」や「すぐに儲かる」など、安さや気軽さ、メリットのみが強調された文言や広告の勧誘をうのみにしない。
- ②商品・役務等の内容、契約期間、支払総額をしっかりと確認し、納得したうえで契約する。強引に契約を迫られても、内容に不安があれば断る。「お金がない」と言うと、消費者金融や学生ローンからの借金やクレジットカード払いを勧められる恐れがあり、きっぱり断る。
- ③トラブルに遭っても、特定商取引法の訪問販売・電話勧誘販売・連鎖販売取引・特定継続的役務提供（エステティックや美容医療等）・業務提供誘引販売取引（内職商法やモニター商法等）に該当する契約はクーリング・オフ（無条件での契約解除）できる場合がある。消費者契約法では、「うそを言われた」「帰りたいと告げたのに帰してくれなかった」といった場合、契約を取り消すことができる。
- ④一人で悩まず早めに最寄りの消費生活センター等に相談を。解約する場合には、契約当事者本人から申し出る必要がある。

ステルスマーケティング

景品表示法で規制へ

デジタル化の進展に伴い、インターネット広告市場が拡大しています。中でもSNS（交流サイト）で展開される広告が急増していますが、問題は広告であることを隠して掲載するステルスマーケティング（ステマ）です。消費者庁の有識者検討会は、消費者の自主的かつ合理的な選択を阻害する恐れがあるとして、景品表示法が禁止する「不当な表示」の類型に加えるよう提言しました。これを受けて同庁は、本年度内に同法第5条の告示に新たに指定する予定です。

すでに告示案と運用基準案の意見募集を行っており、年内に施行される見込みです。告示案によると、ステマとは「事業者が自己の供給する商品又は役務の取引について行う表示であって、一般消費者が当該表示である

ことを判別することが困難であると認められるもの」としています。

インターネット広告費は2021年度に2兆7千億円を超え、新聞、雑誌、ラジオ、テレビのマスメディア4媒体の広告費総額を上回りました。

拡大するネットの世界で影響力を持つ人々をインフルエンサーと呼びます。消費者庁の検討会がインフルエンサー300人に行った調査では、「ステマを広告主から依頼された経験がある」が41%、うち45%が「すべて、または一部受けた」と回答し、全体の2割近くが実際にステマを発信しています。

著名なインフルエンサーが、企業や広告会社の依頼を隠し「これ、いいよ」と言えば、つい買ってしまうかもしれません。現在の景表法には、広告であることを隠して中立性を装う表示を禁止する規定がありません。欧州連合（EU）やアメリカでは規制があり、ようやく日本でも規制がかけられることとなります。

不当な寄付勧誘禁止

新法施行、取消権も規定

「法人等による寄附の不当な勧誘の防止等に関する法律」が1月5日に施行されました。世界平和統一家庭連合（旧統一教会）による献金勧誘や靈感商法などの問題を受け、被害の防止と救済のための新法です。また、関連する消費者契約法、国民生活センター法が改正されました。

新法は、宗教法人に限らず、個人から法人や団体への寄付が対象です。いわゆるマインドコントロール下にある人への寄付の勧誘を念頭に、「自由な意思を抑圧し、適切な判断をすることが困難な状況に陥ることがないようにする」など「配慮義務」を明記しました。

寄付を勧誘する際に靈感の知見を悪用したり、不安をあおったりして困惑させる行為などを禁止し、違反すると国が勧告や命令を行い、命令に従わない場合は1年以下の拘禁刑

か100万円以下の罰金、または両方が科せられます。

被害救済の仕組みとして、不当な勧誘を受けて寄付した場合は、取消権を使って返金を求めることができます。改正消費者契約法では、靈感商法の契約の取消権を行使できる期間について、契約締結から5年としていた規定を10年に、被害に気づいた時から1年としていたのを3年に、それぞれ延長されました。

また、家族の救済策として民法の特例を設け、子や配偶者が本来受け取るべき養育費などの範囲で寄付を取り消し、返金を求めることができるようにしました。

国民生活センター法改正では、特に必要と認める時は事業者名などを公表できるほか、適格消費者団体への情報提供など、被害の予防・救済の実効性を高めるため、センターの役割強化を盛り込みました。

新法は付則で、施行後2年をめどに見直すことを定めています。

消費生活相談

北海道立消費生活センター相談専用電話
☎ 050-7505-0999

消費者ホットライン ☎188 (「嫌や」泣き寝入り)
※お住まいの市町村など最寄りの消費生活相談窓口をご案内します。

高齢の母が訪問販売で新聞購読を契約…

クーリング・オフの方法は？

Q 80代の母が、7日前に来訪した事業者から新聞購読の勧誘を受けたと、母と同居する姉から連絡があった。玄関には「訪問販売お断りステッカー」を貼っており、姉は断ったが、販売員が「3カ月間のお試しはありますか。自分は一人暮らしなので1件でも契約を取らないと生活が苦しい」などと勧誘を続け、同情した母が購

読契約に応じて、景品として洗濯用洗剤を渡された。しかし母は新聞を読まないため、新聞購読は必要ないのではないかと母と話し合い、解約することにした。クーリング・オフの方法を知りたい。

(50代 男性)



A 訪問販売による契約は特定商取引法で規制されており、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らず、同法で定められた内容を記した契約書面を交付する義務もあります。消費者は書面を受け取った日から8日間はクーリング・オフをすることができます。また、同法や北海道消費生活条例では、断っている人に対して勧誘を継続することや、後日あらためて勧誘をすることは禁止されています。

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。

相談者にはクーリング・オフ通知の書き方について説明し、コピーを取った上で配達記録付きの郵便等で通知するよう助言をしました。また、当センターから事業者に連絡して、勧誘の問題点とクーリング・オフをする旨を伝えたところ、「クーリング・オフとして処理をする。今後の勧誘は控えることにする。景品として渡した洗濯用洗剤は返品しなくても良い。」とのことでした。相談者には、事業者の回答と、引き続き玄関付近に「訪問販

売お断りステッカー」を貼っておくよう伝えて相談を終了しました。

なお、新聞公正取引協議会と日本新聞協会が策定した「新聞購読契約に関するガイドライン」では、認知症などで判断力が不足している方が契約したときや「威迫や不実告知など、不適切な勧誘」などにより契約した場合のほか、購読が困難になる病気など考慮すべき事情がある場合は、解約に応じるべきとしています。

クーリング・オフは電子メールなどでも可能に

特定商取引法が改正され、2022年6月1日からクーリング・オフは書面だけでなく、電子メール、FAX、ウェブフォーム等の電磁的記録による通知も行えるようになりました。契約書に具体的な通知方法が記載されている場合は、それらを参照した上での通知となります。送信メールやウェブフォームのスクリーンショットを証拠として保存しておきましょう。

トラブルに遭ったら、速やかに最寄りの消費生活相談窓口にご相談を。



炭酸ボトル(真空断熱)の品質

商品
テスト

エコの観点や経済的などの理由からマイボトルの需要が増えています。特に真空断熱の水筒はスポーツドリンクが入れられるものや軽量化されたもの、キャップ部の改良により洗浄パーツが少なく洗やすいものなど特長のある製品が販売されています。なかでも最近では炭酸飲料が入れられる水筒を国内メーカーが発売したことに注目が集まっています。そこで炭酸ボトルの保冷効果や炭酸を入れた際の性能や安全性などをテストし、消費者へ情報を提供します。

テスト品目

炭酸を入れられる旨の記載がある真空断熱構造のステンレスボトル 5 銘柄（写真1）



写真1



写真2
試験に使用した
強炭酸水

テスト方法

温度試験では室温が 20 ± 2 ℃の無風に近い部屋に2時間以上開栓をして放置したボトルに、栓を取り付けたときの栓の最下端部まで水もしくは湯、炭酸水を入れて試験を実施しました。また炭酸水の試験はcoop強炭酸水 Strong Sparkling（写真2）を使用しました。

○**炭酸保持** 約2℃の炭酸水を入れて栓をし、6時間放置した場合と、6時間経過後に上下逆さにすることを10回繰り返した場合の炭酸水の状態を調べました。

○**保冷効力** 日本産業規格（JIS）が定めた「まほうびん」の規定により、水の温度が4℃に

なったときに栓をして6時間放置し、その間の内部の中央付近の内容水の温度変化を測定しました。

○**保温効力** JIS 規定により、湯の温度が95℃になったときに栓をして6時間放置し、その間の内部の中央付近の内容水の温度変化を測定しました。

※ No.1、2は保冷専用ですが、参考までに保温効力もテストしました。

○**安全性 炭酸ガス漏れ試験** 炭酸水を封入直後と上下逆さを10回繰り返した後、キャップ部を水に浸し炭酸ガスの漏れがないかを調べました。同時にキャップの開けづらさ等がないかを調べました。

○**表示** 家庭用品品質表示法に則った表示（品名、実容量、保温効力、保冷効力、材料の種類、使用上の注意、表示者名等）がされているか調べました。

○**モニターテスト** 20代から60代の男女4名に、約2℃の炭酸水を入れ、そのまま栓をし6時間放置した場合の炭酸水及び6時間後にボトルの上下逆さを10回繰り返した場合の炭酸水を実際に飲んでもらい、開封直後と比較して炭酸が感じられる度合いを5段階評価するモニターテストを実施しました。

6時間後も炭酸を感じる

テスト結果

<炭酸保持>

封入直後の炭酸と比較して6時間後の炭酸は多少の減少はありましたが、十分に泡が発生していました。6時間後に上下逆さを10回繰り返した場合、No.3は小さい泡が発生している程度でしたが、それ以外の銘柄は十分に泡が発生していました。

<保冷効力（4℃、6時間後）>

4.9（No.2）～6.0℃（No.1）で、JISの温度

及び各メーカー表示値を満たしていました。

<保温効力（95℃、6時間後）>

77.7（No.1）～84.1℃（No.4）は、JISの温度規定を満たし、メーカー表示のあるもの（No.3～5）はその表示値を満たしていました。

<安全性 炭酸ガス漏れ試験>

すべての銘柄で炭酸ガスの漏れはありませんでした。また振った場合でもキャップが開けづらくなるようなことはなく、静かに開けることで炭酸ガスが抜けキャップが飛ぶ、内容物が噴き出る一などはありませんでした。

<表示>

No.1～3、5は家庭用品品質表示法に則った表示がなされていました。No.4は、表示が「製品ごとに消費者の見やすい箇所に分かりやすく記載されていなければならない」のに、保温効力等がホームページのみに記載され、また表示者名が「氏名又は名称」及び「住所又は電話番号」を付記しなければならないのにメールアドレスのみとなっていたため、消費者庁表示対策課へ情報提供するとともに輸入業者に連絡しました。なお、輸入業者からはラベル等を添付し対応するとの回答を得ました。

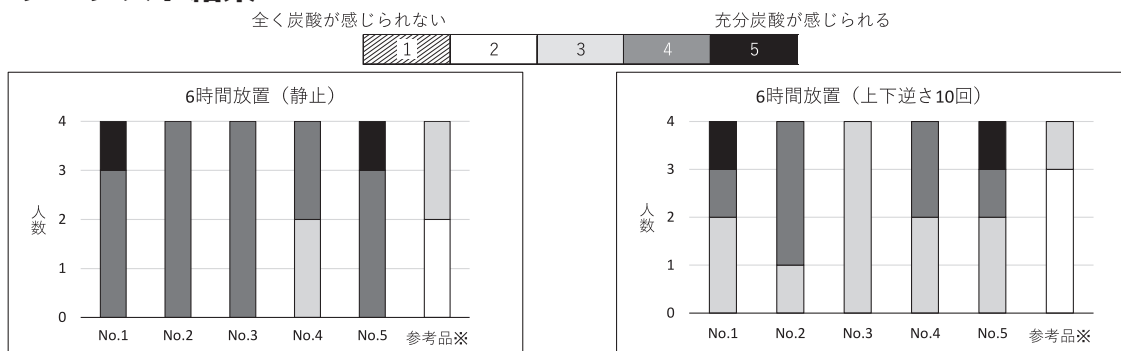
<モニターテスト>

静止状態で6時間放置した場合、及び6時間後に上下逆さを10回繰り返した場合において、全員がすべての銘柄で炭酸を感じられた（5段階評価の3以上）と回答しました。

消費者へのアドバイス

- 炭酸飲料を入れた場合は内圧が上がるので栓はゆっくり開けましょう。
- 炭酸飲料を入れた場合はキャップの開け閉めが多いほど、内容量が少なくなるほど炭酸は抜けやすくなります。
- 炭酸飲料を入れた場合は横にしない旨の注意書きがあるものがほとんどでした。持ち運びには注意しましょう。
- 炭酸飲料を入れられる水筒の中には保冷専用のものがあります。熱い飲料を入れたい場合は水筒を使い分けましょう。
- 炭酸飲料を水筒に入れたい場合は炭酸飲料が入れられることを確認して購入しましょう。市販の水筒の大半は炭酸飲料不可となっています。

●モニターテスト結果



※参考品は開封後冷蔵庫にて6時間放置したペットボトル（写真2）

●テスト結果

No.	商品名（型式）	メーカー等	6時間後の温度（℃）		質量（g）	満水量（mL）			水漏れ	湯漏れ	炭酸漏れ	購入価格（円）
			保冷効力	保温効力		実測	表示	誤差（%）				
1	保冷炭酸飲料ボトル（FJK750）	サーモス株式会社	6.0	77.7	297	759	750	1.1	なし	なし	なし	3,860
2	真空断熱炭酸ボトル（MTA-T080）	タイガー魔法瓶株式会社	4.9	80.5	375	797	800	-0.4	なし	なし	なし	6,500
3	真空断熱ボトル（DWF-20419）	RevoMax Innovations LLC	5.1	80.2	337	613	592	3.4	なし	なし	なし	5,500
4	真空断熱 携帯用ステンレスボトル（FLSK 750）	FLSK	5.0	84.1	428	758	750	1.1	なし	なし	なし	5,690
5	ステンレスボトル（3844005）	ダイヤモンド株式会社	5.3	79.9	322	500	500	0.0	なし	なし	なし	4,180

ゲームでSDGsを体感

親子体験学習講座

道立消費生活センターは1月16日、SDGs（持続可能な開発目標）をテーマに親子体験学習講座を開き、小学生と保護者の3組6人が参加しました＝写真＝。



「SDGs de 地方創生」公認ファシリテーターの高橋優介さんを講師に、「SDGsってなに？ みんなといっしょにカードゲームで体感！」と題して学びました。まずSDGsの説明があり、①マイクロプラスチックを人はどれくらい摂取しているか②水道水を安全に飲む国の数は一といったクイズを通し環境問題への理解を深めました。ちなみに答えは①毎週クレジットカード1枚分以上（多くは体外排出）②9カ国一といわれています。

カードゲームでは、「大いなる富」「環境保護の闘士」など、それぞれ違うゴールカードを渡され、目標達成のために「野生動物の保

護」「国際貿易の推進」「水を大切にした農業」などに取り組みました。一人ひとりが「国」となり、「各国」と協力して経済、環境、社会の変動を見ながら、より良い地球をめざしました。参加者は「できることからやってみようと思った」などと目を輝かせていました。

消費者教育の実践学ぶ

小中高校の教員らを対象にした消費者教育支援セミナーを1月12日に道立消費生活センターで開催しました。北海道消費者協会、北海道教育委員会、北海道金融広報委員会と当センターが主催し、会場10人、オンライン20人の計30人が参加しました。

セミナーは3つの講演からなり、大阪教育大学家政教育講座の鈴木真由子教授は「18歳成年をみすえた消費者教育の展開」と題し、成年年齢の引き下げに伴う消費者教育の実践例や教材などを紹介しました。山形大学学術研究院の加納寛子准教授は「DX時代に必要な教育とは～若年者層が陥りやすい悪質商法の被害の現状や被害未然防止策～」と題し、子どもたちの実態をデータで可視化しました。

消費者教育支援センターの庄司佳子主任研究員は「持続可能な社会の創り手を育む消費者教育」と題して講演。学校教育における消費者教育の重要性を強調し、さまざまな教材を紹介しました。引き続き、会場参加者とともにワークショップを行い、授業の目的や目標、どんな教材を使うかをそれぞれ考え、グループ内で共有し発表しました。

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 011-221-0110

FAX 011-221-4210

相談専用電話 050-7505-0999

（相談受付時間：平日／午前9時～午後4時30分）

当センターは一般社団法人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。

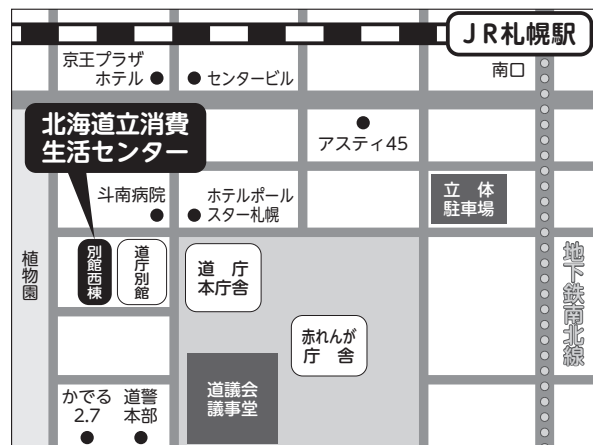
ホームページのご案内

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。
<https://www.do-syohi-c.jp/>



北海道立消費生活センター

検索



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。