

令和6年度 事業概要
令和5年度 事業実績

福井県消費生活センター
福井県嶺南消費生活センター

目 次

I センターの概要

1 センターの設置目的・業務	1
2 沿革	1
3 組織・職員数	1
4 施設概要	2

II 令和6年度事業概要

1 消費者教育	3
2 消費生活相談	4
3 商品テスト	5
4 情報提供	6

III 令和5年度事業実績

1 消費者教育	
(1) 消費生活教育に関する事業の開催状況	7
(2) 消費生活教育に関する事業の開催内容	8
2 消費生活相談	
(1) 相談の概要	15
(2) 事例研究会	31
(3) 専門家による無料相談	32
(4) スキルアップ研修会	36
(5) 悪質商法等関係機関連絡会議	37
(6) 市町相談業務支援	37
3 商品テスト	
(1) 苦情・依頼に伴うテスト	38
(2) 商品やテスト技術等に関する問合せ	39
(3) 試買テスト	40
(4) 実習型消費者講座	40
(5) 試買テスト結果報告書	
①台所用合成洗剤(福井県消費生活研究会との共同テスト)	41
②包装米飯(パックご飯)(嶺南消費生活研究会との共同テスト)	52
4 情報提供	
(1) 情報誌の発行	64
(2) 報道機関を利用した情報提供	64
(3) インターネット、メールマガジン等を利用した情報提供	66
(4) パネル・DVD等の貸出し	66
(5) 啓発資料等の作成	66

I センターの概要

I センターの概要

1 センターの設置目的・業務

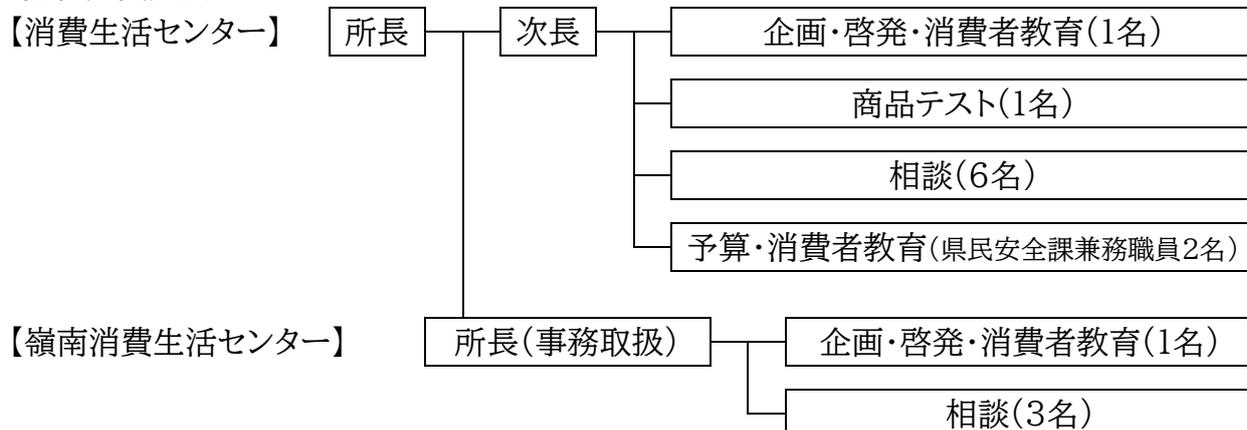
消費生活センターは、県民の消費生活の安定と向上を図る総合的消費者保護対策の拠点として昭和44年10月に設置され、次の業務を行っている。また、平成11年4月には、嶺南地域における拠点として嶺南消費生活センターが設置された。

- (1) 消費生活に関する相談業務
- (2) 消費生活に関する情報提供等の企画・啓発業務、消費者教育に関する業務
- (3) 商品テストに関する業務
- (4) 市町消費生活相談業務の支援に関する業務
- (5) その他消費生活の安定および向上を図るための業務

2 沿革

昭和44年10月	福井県生活科学センターを開設(福井県民会館1階)
昭和56年4月	地域相談室を7か所設置(各農業改良普及所内) 消費者ルームを設置
平成4年4月	生活科学センターが「かい」となる 高志相談室をセンターに吸収
平成7年10月	生活科学センターの施設を拡充(福井県民会館1・2階) 消費生活情報ルーム、研修室を設置
平成9年10月	生活科学センターの施設を拡充(福井県民会館2階) 相談室、あっせん室を設置
平成10年4月	地域相談室が農業改良普及センターから県民相談室へ移る
平成11年4月	生活科学センターの名称を消費生活センターに変更 若狭相談室を廃止し、嶺南消費生活センターを小浜市に開設(つばき回廊業務棟3階)
平成17年4月	個人情報苦情相談窓口の開設 5か所の相談室(坂井・奥越・南越・丹生・敦賀)を廃止し、相談員を派遣
平成19年4月	消費生活センターを移転(手寄地区市街地再開発ビル「AOSSA」7階)
平成24年4月	消費生活センターが「附置」となる
令和元年10月	消費生活センターが開設50周年を迎える
令和3年10月	オンライン相談を開設
令和6年8月	メール相談を開始

3 組織・職員数



職員数：職員5名(事務4名、技術1名)、兼務職員2名(県民安全課2名)、消費生活相談員9名

4 施設概要

(1)福井県消費生活センター

所在地等	〒910-0858 福井市手寄1丁目4-1 AOSSA(アオッサ)7階 電話:0776-22-1102 FAX:0776-22-8190
開館時間	8:30 ~ 17:15 年末年始・祝日は休館
相談受付	9:00 ~ 17:00
配置図	

(2)福井県嶺南消費生活センター

所在地等	〒917-0069 小浜市小浜白鬚112番地 白鬚業務棟3階 電話:0770-52-7830 FAX:0770-52-7831
開館時間	8:30 ~ 17:15 年末年始・祝日および第3日曜日は休館
相談受付	9:00 ~ 17:00
配置図	

Ⅱ 令和6年度事業概要

II 令和6年度事業概要

1 消費者教育

(1) 学校における消費者教育支援事業

青少年の早い時期から消費者としての基礎的な知識を身に付けるため、小学生向けの体験教室や、中・高・大学・専門学校生を対象とした出前講座を開催し、自立した消費者の育成を目指す。

①小学生向け

- ・食品テスト教室等の出前講座
- ・簡易テストに必要な器具の貸出し

②中・高・大・専門学校学生向け

- ・通信販売におけるトラブルや情報通信や悪質商法等をテーマとした出前講座

(2) 高齢消費者被害未然防止事業

高齢者を狙った訪問販売など悪質商法被害が全国的に後を絶たないことから、高齢者の消費者被害の未然防止を図るために高齢者を対象にした出前講座を実施する。

(3) 「くらしの安心」情報発信事業

新たな手口の悪質商法や家庭での製品事故など、身近な危険を消費者が回避できるよう、パネル展示、新聞・ラジオでの啓発など悪質商法被害防止キャンペーンを実施する。

①高齢者の消費者被害未然防止キャンペーン 9～10月

②若者に対する悪質商法被害防止共同キャンペーン 1～3月

(4) 消費生活講座開催事業

勤労世代や子育て世代が限られた時間の中で効果的に学習するため、職場内の消費者教育を推進するとともに、出前講座やセミナーを開催し、自ら進んで合理的に行動できる消費者の育成を目指す。

①職場内消費者教育応援員の養成(出前講座)

②地域における消費生活教室(出前講座)

③消費生活セミナー(委託事業)

- ・消費者被害を未然に防止し、消費者が自ら進んで合理的に消費行動ができるようになるため、世代に応じた消費者教育を行い、適切な消費行動に結び付ける実践的能力の育成を目指す。また、次世代の消費者団体を担う、消費生活に関する知識の習得と消費者教育の担い手となる人材の育成を目指す。

④通信セミナー(委託事業)

- ・家庭にしながら消費生活に必要な基礎知識の学習を行い、消費者意識を高めるための講座

(5)消費者月間啓発強化事業

「消費者月間」である5月を、悪質商法をはじめとする消費生活全般に関する知識の啓発強化期間と位置づけ、消費者総合フォーラム・交流展や消費生活に関する街頭啓発、パネル展を開催する。

①消費者総合フォーラム・交流展

・消費者団体が中心となって、県民が安全・安心で豊かな未来づくりに向けて自ら考え行動できるように、消費生活に関する学習の機会を提供する。

②街頭啓発、パネル展

・消費者月間に関する呼びかけおよび関連行事の周知のため、JA福井県農産物直売所「喜ね舎 愛菜館」にて街頭啓発を行う。

・消費者トラブル防止のため、消費者月間統一テーマに応じたパネル展示を県庁ホールにて行う。

2 消費生活相談

(1)相談

①生活知識や買物等の問合せに応じる。

②悪質商法など契約のトラブル、商品苦情等の相談に応じ、これらの苦情の処理あっせんを行う。

③事業者の個人情報取扱いに関する消費者のための苦情相談窓口を設置する。

④相談者の利便性向上のため、メールでの相談受付を開始。

(2)事例研究会

県・市町の相談窓口担当者が効果的な相談対応を行うために、弁護士の助言指導のもと、相談事例について2か月に1回研究する。

(3)専門家による無料相談窓口の開設

①相談窓口(面談)の開設

法律分野について、消費者が直接専門家に相談できる無料相談窓口を開設する。

分野 (専門家)	県センター	嶺南センター	市町	合計
法律 (弁護士)	・4月、6月、7月、8月、 11月、12月、2月、3月の 第1火曜 ・1月の第2火曜 ・10月の第2水曜 ・4月、7月、9月、11月、 12月、3月の第3水曜 ・1月の第4水曜	・4月、5月、7月、 8月、9月、10月、 11月、2月、3月の 第2木曜	・坂井市 5月の第3火曜 ・敦賀市 6月、12月の第2木曜 ・大野市 6月、2月の第3水曜 ・あわら市 8月の第3水曜 ・勝山市 10月の第3火曜	33回
	17回	9回	7回	

②特別相談窓口(面談)の開設

分野 (専門家)	福井大学 (福井市)	多田記念大野有終会館 (大野市)	敦賀市立看護大学 (敦賀市)	合計
法律 (弁護士)	5月29日	9月15日	1月(調整中)	3回

③多重債務者の相談窓口(面談)の開設

多重債務者を対象にした弁護士、司法書士による無料相談会を開催する(11月頃)。

④電話相談窓口の開設

法律、建築、インターネットの3分野について、県・市町の相談窓口担当者が電話で相談や問合せができる窓口を開設する(通年)。

(4)スキルアップ研修会

県・市町の相談窓口担当者が専門知識の向上を図るために、外部から講師を招いて研修会を実施する。

(5)市町相談窓口等への業務支援

市町の相談窓口を訪問、または県センターにおいて、相談対応の基本・解決方法やPIO-NETによる相談カードの入力方法・情報の検索方法等について指導・助言を行う。

(6)全国消費生活情報ネットワークシステム(PIO-NET)の活用

PIO-NETシステムを活用して全国の相談情報の検索等を行い、よりスピーディーで適切な相談処理に資する。また、情報収集や提供により、被害の未然防止を図る。

(7)消費生活相談窓口のネットワーク化

県と市町の相談窓口のネットワーク化と高いレベルでの相談業務の均一化を図るために、毎月1回情報交換を行う(Web会議を併用)。

3 商品テスト

(1)苦情および依頼テスト

商品に関する苦情相談の処理にあたっての苦情品の原因究明、および消費者からの依頼により品質、機能、安全性等についてテストを行う。

(2)試買テスト

市販されている商品を購入し、表示や品質等の調査・テストを行い、消費者にその結果を商品選択の資料として情報提供する。また、問題点については企業および関係機関に対し改善を求める。

(3)実習型消費者講座

学校の生徒等を対象に、消費生活に役立つ実験を行う“実習”と、消費者トラブルを防ぐための知識を学ぶ“ミニ講義”を組み合わせた実習型消費者講座を行う。

(4)商品研究の指導、助言

消費者団体等が実施する商品研究の指導、助言を行う。

(5)簡易テスト機器の貸出し

消費者教育の推進や消費者団体の活動の促進および育成を図るため、簡易テスト機器の貸出しを行う。

4 情報提供

(1)情報紙の発行

消費者トラブル防止のための相談事例や製品事故、商品テストなどを紹介する情報紙を県民安全課と共同で発行する。

「ふくいの消費生活」年 5 回発行 延 100,000 部

(2)報道機関を利用した情報提供

新聞、テレビ、ラジオ等を利用して、消費者へ情報を提供する。

福井新聞	「教えて！ 相談員さん」	毎月第 3 火曜日掲載
朝日新聞	「くらし 110 番」	隔週金曜日掲載
中日新聞	「暮らしワンポイント」	4週に1回水曜日掲載
県民福井	「暮らしワンポイント」	4週に1回火曜日掲載
FBCラジオ	「ふくいチャレンジ通信」	毎月第 1・3 水曜日(祝日除く)

その他テレビ、新聞等に随時情報提供

(3)インターネット、メールマガジン等を利用した情報提供

福井県のホームページ、フェイスブックおよび「eマガふくい」により、センターの最新の情報を提供する。

ホームページアドレス <http://www.pref.fukui.lg.jp/doc/shohic/>
フェイスブックアドレス <https://www.facebook.com/pref.fukui.cac/>

(4)パネル・DVD等の貸出し

消費生活に関する展示パネルやDVD等の貸出しを行う。

(5)啓発資料等の作成

悪質商法被害防止対策リーフレット等を適宜作成し、講座等啓発時に配布する。

(6)展示・配布

消費生活に関する知識を周知する展示物、配布物により、消費者への情報提供を行う。

(7)図書等の閲覧

消費生活に関する図書・資料およびDVD等を備え、消費生活に関する学習や情報収集の場を提供する。

Ⅲ 令和5年度事業実績

Ⅲ 令和5年度事業実績

1 消費者教育

(1)消費生活教育に関する事業の開催状況

事業名	内容	開催状況
① 学校における消費者教育支援事業	青少年の早い時期から消費者としての基礎的な知識を身に着けて自立した消費者となることを目指し、小・中・高・大学生を対象とした出前講座を開催	17回 延べ2,236名
② 高齢者消費者被害未然防止事業	高齢者を狙った訪問販売などの悪質商法が後を絶たないことから被害の未然防止を図るため、高齢者対象にした出前講座を実施	9回 延べ205名
③ 「くらしの安心」情報発信事業	新たな手口の悪質商法や製品事故など、身近な危険を消費者が回避するために、悪質商法被害防止キャンペーンを実施	—
④ 消費者教育担い手養成事業	消費生活講座や通信セミナーを受講した消費者教育に関心のある方等を対象に、消費者教育の担い手を育成するため10回連続の「くらしの基本セミナー」を実施	10講座 42名
⑤ 消費生活講座開催事業	勤労世代や子育て世代が限られた時間の中で効果的に学習するために、職場での出前講座や在宅で学習できる通信セミナーなどを実施	—
ア. 職場内消費者教育	職場で消費生活に関する知識を身に着けられるよう出前講座を実施	6回 延べ196名
イ. 地域における消費者教育	地域で消費生活に関する知識を身に着けられるよう出前講座を実施	11回 延べ256名
ウ. くらしの講座	消費生活に関する知識の習得した主体的に行動できる消費者の育成をめざし、子育て世代、勤労世代など世代に応じた講座を開催	4回 延べ210名
エ. 消費生活通信セミナー	家庭にしながら消費生活に必要な基礎知識の学習を行い、消費者意識を高めるために通信セミナーを開催	受講者 280名
⑥ 消費者月間啓発強化事業	県民が安全・安心で豊かな未来づくりに向けて自ら考え行動できるように、「消費者月間」である5月に消費者総合フォーラム・交流展や街頭啓発、パネル展を開催	フォーラム 参加団体21組織 来場者220名

(2)消費生活教育に関する事業の開催内容

①学校における消費者教育支援事業(出前講座)

月日	内容	対象者	場所	人数
4月24日 ～28日	賢い暮らし・安全な生活 (5回実施)	福井大学 新入生	オンデマンド	716
4月28日	悪質商法被害防止	仁愛高校 生徒	仁愛高校	1,037
5月19日	賢い暮らし・安全な生活	福井大学 新入生	オンデマンド	179
6月22日	若者に多い消費者トラブル	奥越明成高校 生徒 (消費生活モニター)	奥越明成高校	26
6月27日	身近なところに 危険がいっぱい。 消費者としての責任と対策	AOIKE高等学校 生徒	AOIKE高等学校	20
7月10日	清涼飲料水の砂糖の実験	春山小学校 4年生	春山小学校	53
7月26日	清涼飲料水の糖度測定	森田さくら子ども園 児童	福井市 森田さくら子ども園	42
8月1日	清涼飲料水の糖度調べ	あわら市金津東 子どもクラブ児童	金津東子ども園	33
8月2日	清涼飲料水の糖度調べ	あわら市本庄 こどもクラブ児童	本庄小学校	38
8月7日	清涼飲料水の糖度調べ	あわら市伊井 こどもクラブ児童	伊井公民館	31
11月8日	最近の事例から見る 消費者トラブル	若狭高校 定時制2年生	若狭高校	9
12月11日	最近の消費者トラブル	美方高校 家庭科2年生	美方高校	29
2月6日	若者に多い消費者トラブル	福井歯科専門学校 1年生	福井歯科専門学校	23

②高齢者消費者被害未然防止事業(出前講座)

月日	内容	対象者	場所	人数
4月4日	悪質商法にあわない 賢いシニア	鯖江地区老人クラブ 連合会 鯖江地区高齢者	鯖江市鯖江公民館	30
5月15日	悪質商法の 手口と対策	永平寺町末政 いきいきサロン	永平寺町末政農村 開発センター	15
5月26日	高齢者消費者被害の 現状と対策について	福井市よろず茶屋参加者	称念寺	10
6月29日	訪問販売等の 消費者トラブル	坂井市安島あすなろ会	安島ふれあい センター	35
7月8日	最近の消費者トラブル	あわら市清王地区民	あわら市清王 集落センター	30
7月18日	みんなの安心 消費生活	あわら市北潟サロンうらら	あわら市北潟東 集落センター	25

月日	内容	対象者	場所	人数
7月28日	悪質商法に遭わないための心構え	あわら市向ヶ丘区民	あわら市向ヶ丘区民会館	20
10月4日	高齢者を対象とした消費者トラブル予防について	坂井市春江為国高齢者サロン	為国ふれあい会館	20
11月21日	高齢者の消費者トラブル予防について	白寿会	南越前町(今庄町)昭和会館	20

③「くらしの安心」情報発信事業

ア 高齢者の消費者被害未然防止キャンペーン(9~10月)

内容	月日	場所等
街頭啓発	9月12日	おばまショッピングセンター および Aコープ小浜店
	9月15日	JA福井県農産物直売所「喜ね舎 愛菜館」
啓発ちらし設置	9~10月	・アオッサ1階アトリウム ・福井市にぎわい交流施設ハピテラス ・JA福井県農産物直売所「喜ね舎 愛菜館」 ・おばまショッピングセンター および Aコープ小浜店
県・市町合同パネル展 (啓発パネル等の展示)	9月13日~20日	若狭図書学習センター
	9月21日~28日	美浜町生涯学習センターなびあす
	10月4日~11日	若狭町パレア若狭
	10月12日~18日	おおい町総合町民センター
	10月19日~26日	高浜公民館
県パネル展 (啓発パネル等の展示)	9月11日~15日	県庁1階県民ホール
	9月14日~20日	JA福井県農産物直売所「喜ね舎 愛菜館」
ラジオでの啓発	9~10月	FBCラジオ「チャレンジ通信」
新聞での啓発	9~10月	福井新聞、朝日新聞、中日新聞、日刊県民福井
電話相談 「高齢者トラブル110番」	9~10月	—

イ 若者に対する悪質商法被害防止共同キャンペーン(1～3月)

内容	月日	場所等
街頭啓発	1月17日	県立大学小浜キャンパス
	1月30日	JR福井駅西口
啓発リーフレットの配布	1～3月	・新成人、高校卒業予定者、大学生、 専修学校生、各種学校生に配布 ・ショッピングセンター、自動車学校等 で消費者に配布
県・市町合同パネル展 (啓発パネル等の展示)	1～3月	福井市、小浜市、鯖江市、坂井市、 越前町、美浜町、高浜町、大飯町、 若狭町等
県パネル展 (啓発パネル等の展示)	2月5日～9日	県庁1階県民ホール
	3月2日～7日	アオッサ1階アトリウム
ラジオでの啓発	1月～3月	FBCラジオ「チャレンジ通信」
	2月	敦賀FM放送「だまされたらあかん」
新聞での啓発	1～3月	福井新聞、朝日新聞、 中日新聞、日刊県民福井
電話相談 「若者トラブル110番」	1～3月	—



街頭啓発(福井駅西口)



パネル展(美浜町)



パネル展(高浜町)



パネル展(アオッサ)

④消費者教育担い手養成事業

名 称：くらしの基本セミナー

委託先：(公社)ふくい・くらしの研究所

会 場：福井県民生協本部センター

方 式：現地およびZoomによるオンライン配信の同時開催(ハイブリッド形式)
(9月15日はアオッサ、10月27日は福井県消費生活センターで、配信なし)

受講者：42名(うち修了者22名)

月日	内容	講師(※敬称略)	人数
9月8日	開講式 オリエンテーション	挨拶:県消費生活センター所長 進行:(公社)ふくい・くらしの研究所	31
	「エンカル消費のすすめ」 私たちの行動が未来をつくる できることから始めよう	福井県防災安全部 県民安全課 消費・生活グループ 主査 新田直哉	
9月15日	「もったいないを見直すレシピ」 余った食材あるもので 無駄にしない使い切り	天谷調理製菓専門学校 管理栄養士 吉田明日香	21
9月22日	「持続可能な食生活のカギ」 次世代につなぐ食について 考えてみませんか?	(公社)日本消費生活アドバイザー・ コンサルタント・相談員協会(NACS) 消費生活アドバイザー 中村智恵美	28
9月29日	「物価高に負けない家計管理」 本格的な物価高の到来 新しい家計管理法にチャレンジ	家計の見直し相談センター 代表 藤川太	24
10月6日	「コロナ禍の住まいの見直し」 自分らしく快適に過ごすには? 毎日が楽しくなる空間づくり	ライフオーガナイザー シニア生活環境オーガナイザー よしだゆかり	23
10月20日	「明日に備える防災の心得」 気象情報の読み取り方 リアルタイムの情報を知る	株式会社村田気象予報士事務所 代表取締役 村田光広	24
10月27日	「商品テストを体験しよう」 センターの役割について学ぼう 食品の塩分濃度測定&塩のとり方	福井県消費生活センター 消費生活相談員 坪川和子 研究員 井藤有美 消費生活アドバイザー 玉村七重	26
11月10日	「温暖化防止に繋がる工夫」 家庭におけるムリ・ムダ・ムラの ない省エネ&ゴミの減量につ いて考えよう	香川県地球温暖化防止活動推進員 うちエコ診断士 福家由佳	27
11月24日	「いまどきのネットトラブル」 上手にネットと付き合いおう トラブル事例と対処法	福井県金融広報アドバイザー 中嶋 恵美	28
12月1日	「まとめ・消費者市民社会」 私たちが創る消費者市民社会 ～考え、判断し、行動する～	福井大学 教育地域科学部 名誉教授 荒井紀子	20
	閉講式	挨拶:県消費生活センター所長 進行:(公社)ふくい・くらしの研究所	



9月8日 開講式



10月27日「商品テストを体験しよう」

⑤消費生活講座開催事業

ア 職場内消費者教育(出前講座)

月日	内容	対象者	場所	人数
4月6日	悪質商法について	ウラセ株式会社 新入社員	(オンライン)	5
6月 29～30日	最近の事例から見る 消費者問題	小浜市コミュニティー センター職員	小浜市役所	40
7月7日	令和5年度相談状況と 生命保険に関する相談事例	生命保険協会	織協ビル	15
11月26日	洗濯物の受取・保管及び 引き渡しについて	クリーニング師研修 受講者	自治会館	18
3月27日	最近の消費者トラブルと トラブルの防ぎ方	県内企業 今春入社予定者	福井商工会議所 ビル	118

イ 地域における消費者教育(出前講座)

月日	内容	対象者	場所	人数
4月15日	県内の消費者トラブル	県消費生活モニター	アオッサ	40
4月19日	消費者トラブル 最新情報	福井市消費者グループ連絡 協議会	アオッサ	20
4月20日	最近の消費者トラブル	民生委員、児童委員	あわら市 中央公民館	63
5月2日	高齢者に多い 消費者トラブル	池田町高齢者モニター	池田町シルバー センター	22
5月18日	県内の消費者トラブル 事例について	小浜市くらしのアドバイザー・ 消費生活モニター	小浜市文化会館	20
5月27日	身近なものの 拡大観察	一般 (消費者フォーラム参加者)	アオッサ	6
7月26日	高齢者に多い 消費者トラブル	モニター (老人クラブ連合会女性部)	織田コミュニティー センター	10
9月29日	インターネットトラブル	福仁会病院デイケア	福仁会病院	15
11月6日	県内の各種 消費者トラブルの 実例・傾向について	消費生活モニター	アオッサ	13

月日	内容	対象者	場所	人数
11月9日	県内の各種 消費者トラブルの 実例・傾向について	消費生活モニター	若狭図書学習 センター	7
12月5日	高齢者に多い 消費者トラブル	消費生活モニター (池田町老人クラブ連合会)	池田町シルバー センター	40

ウ くらしの講座

委託先：(公社)ふくい・くらしの研究所

会場：福井県民生協本部センター

方式：現地およびZoomによるオンライン配信の同時開催(ハイブリッド形式)
(7月22日は配信なし)

月日	内容	講師(※敬称略)	人数
7月22日	「楽しく学ぼうSDGs♪ ～SDGsカードゲーム & みつろうラップ作り～」	2030SDGs 公認ファシリテーター 高井健史 合同会社 NaviPen 代表 前田和代	22
9月30日	「物価高に負けない家計管理」	家計の見直し相談センター 代表 藤川太	46
11月4日	「知っておきたい！ 新たな遺伝子組換え表示制度」	至学館大学健康科学部 名誉教授 小塚諭	56
11月18日	「落語で学ぶ 消費者トラブルあれこれ」	はやおき亭貞九郎	86



9月30日
「物価高に負けない家計管理」



11月18日
「落語で学ぶ消費者トラブルあれこれ」

エ 消費生活通信セミナー

委託先：(公社)ふくい・くらしの研究所

学習期間：9～11月

テキスト：2023年版くらしの豆知識(国民生活センター編集・発行)

学習方法：演習問題、スクーリングまたはレポート

受講者：280名(うち修了者252名)

⑥消費者月間啓発強化事業

ア 消費者総合フォーラム・交流展

名称	いきいき消費者フォーラム in2023
日時	令和5年5月27日(土) 11:00~15:30
場所	アオッサ 8階県民ホール・アトリウム、1階アトリウム
内容	<p>【ステージ発表】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・時代劇「悪質商法にだまされんぞ！」 高年齢者啓発劇団「くらしの一座」&勝山市しょうだんれん ・「海ごみの多さに嫌気がして、脱プラスチック活動を始めました！」 福井商業高等学校JRC部 ・「サステナブルな農業からサステナブルな未来構築へ ～絶滅危惧種の保全活動とSDGs活動を通して～」 坂井高等学校 <p>【パネル展示およびクイズラリー】</p> <p>【体験教室】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「簡単！ハギレがおしゃれなブローチに ～あなただけのアクセサリづくり～」 小浜市消費者協議会 ・「帯地でコースターを作ろう」 坂井市消費者団体連絡協議会 ・「牛乳パックで織物ランチョンマット」 南越前町消費者グループ連絡協議会 <p>【生活科学実験室】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「身近なものの拡大観察」 福井県消費生活センター <p>【講演会】</p> <p>「消費者市民社会の実現！ ～“人のつながり”がよりよい地域をつくる～」 講師：(一社)消費者市民社会をつくる会 代表理事 阿南 久 氏</p>
参加団体	消費者団体15組織、福井弁護士会、福井商業高等学校JRC部、坂井高等学校、セブン-イレブン・ジャパン、ファミリーマート、福井県県民安全課、福井県消費生活センター
来場者数	220名

イ パネル展示

月 日： 令和5年5月10日～19日

会 場： 県庁1階県民ホール



2 消費生活相談

(1) 令和5年度消費生活相談の概要

① 概要

○ 相談件数が前年度より増加

令和5年度に福井県消費生活センターに寄せられた消費生活相談は3,341件あり、前年度から54件増加しました(前年度比101.6%)。

年齢層では、60歳代以上が全体の5割近く(48.2%)を占めています。

近年の相談件数は、3千件から4千件の間を推移しています。

○ 18歳、19歳の相談状況

改正民法施行(令和4年4月)に伴い成年年齢が18歳に引き下げられました。

令和5年度における18・19歳の相談件数は35件で前年度より7件増加しました。

○ 定期購入に関する相談

「お試しのつもりが定期購入だった」など、定期購入に関する相談は251件で、前年度より40件減少しました。

「50歳代」以上の相談件数が211件(84.1%)あり、前年度(227件、78%)に引き続き大半を占めています。

○ フィッシングに関する相談

実在する企業を装って電子メールを送って偽のウェブサイトへ誘導する「フィッシング」に関する相談は169件で、前年度より41件増加しました。

「50歳代」以上の相談件数が115件(68%)と大半を占めています。

○ 副業(サイドビジネス商法)に関する相談

内職や副業、「簡単に儲かる」などの勧誘を受けるサイドビジネス商法の相談は64件で、前年度より16件増加しました。

「20歳代」が19件あり、30.0%を占めています。

○ 利殖商法に関する相談

「値上がり確実」「必ず儲かる」などと強調し、投資や出資を勧誘する「利殖商法」に関する相談は43件で、前年度より30件増加しました。

「50歳代」以上が24件と、半数以上(55.8%)を占めています。

○ 点検商法に関する相談

「点検に来た」と来訪し、「工事しないと危険」などと不安をあおり、商品やサービスを契約させる「点検商法」に関する相談は39件で、前年度より33件増加しました。

「70歳以上」が22件と、半数以上(56.4%)を占めています。

② 分析編

ア 相談受付の状況【図①、表①】

- ・ 相談件数は3,341件あり、前年度より54件増加(前年度比101.6%)
- ・ 内訳は苦情相談2,872件、問合せ等469件

イ 相談者の状況【表②、③、④、⑤】

- ・ 契約当事者の性別では、男性が1,707件(全体の51%)、女性が1,445件(全体の43%)
- ・ 契約当事者の年齢層では、70歳以上が897件で最多(全体の27%)、前年度から59件増加。また、若者(29歳以下)が284件(全体の9%)、前年度から17件減少。
- ・ 相談者の居住地域は、福井市が最多で1,537件(全体の46%)、次いで坂井市が308件(全体の9%)
- ・ 相談項目は、「契約・解約」が2,029件(全体の61%)、「販売方法」が1,554件(全体の47%)

ウ 相談の傾向

(ア)商品・役務(サービス)別の状況【表⑥】

- ・ 最も多い相談が「商品一般」で482件(全体の14%)、次いで「役務その他」が189件(同6%)、次いで「化粧品」が178件(同5%)。
- ・ 増加率では「自動車」(前年度比136%)が最も高い。

(イ)販売購入形態別の状況【表⑦、⑧、⑨、⑩】

- ・ 「通信販売」の相談件数は1,114件で最多(全体の33%)。
- ・ 無店舗販売では、「電話勧誘販売」が187件(同6%)、「訪問販売」が181件(同5%)と続いている。
- ・ 通信販売のうち、スマートホンなどを利用して商品を購入する「インターネット通販」が789件で最多(「通信販売」の71%)で、次いで「電子広告」が322件(「通信販売」の29%)と続いている。
- ・ 「インターネット通販」の月別相談件数では、夏から秋の期間で前年度を上回り、毎月70件程度の相談がある。
- ・ 「店舗購入」の相談件数は684件で、前年度より6件減少した。

(ウ)トラブルになりやすい商法・手口の状況【表⑪】

- ・ 「定期購入」が251件と最多で、前年度(291件)より40件減少。令和4年6月に改正特定商取引法施行の効果もあると考えられる。
- ・ 電子メールを送り偽のウェブサイトへ誘導する「フィッシング」が169件で、前年度(128件)より41件増加。
- ・ 「内職・副業(サイドビジネス)になる」「簡単にもうかる」等をセールストークにした「サイドビジネス商法」が64件で、前年度(48件)より16件増加。

(エ)若者の相談状況【表⑫、⑬、⑭】

- ・ 20歳代以下の若者の相談件数は284件で、前年度(301件)より17件減少したが、20歳代の相談件数は206件で、前年度に引き続き200件を超えた。
- ・ 令和4年4月に施行した成年年齢引下げの対象となる18歳・19歳の相談件数は35件で、前年度(28件)より7件増加。

(オ)定期購入の相談状況【表⑮、⑯】

- ・「お試しのつもりが定期購入だった」との相談は251件で、前年度(291件)に引き続き多数の相談があるが、大幅に減少。
- ・主な内容は、「解約したいが電話が繋がらない」、「解約料が高額だった」など。
- ・契約当事者の年齢別では、「60歳代」が68件、「70歳代以上」が79件と、いずれも前年度より減少しているが、「50歳代」は64件と増加しており、「50歳代」以上で相談件数の8割以上(84.1%)を占める。

(カ)フィッシングの相談状況【表⑰、⑱】

- ・電子メールを送り偽のウェブサイトへ誘導する「フィッシング」が169件で、前年度(128件)より41件増加。
- ・契約当事者の年齢別では、「20歳代」「30歳代」が減少している一方で、「40歳代」以上のすべての年代で相談件数が増加し、「50歳代」以上の相談件数が115件となり、相談件数の7割近く(68.0%)を占める。

(キ)副業(サイドビジネス商法)の相談状況【表⑲、⑳】

- ・内職や副業、「簡単に儲かる」などの勧誘を受けるサイドビジネス商法の相談は64件で、前年度(48件)より16件増加。
- ・契約当事者の年齢別では、「20歳代」から「60歳代」で増加しており、特に「20歳代」が多く(19件)全体の30%

(ク)利殖商法の相談状況【表㉑、㉒】

- ・「値上がり確実」「必ず儲かる」などと強調し、投資や出資を勧誘する利殖商法の相談は43件で、前年度(13件)から30件増加。
- ・契約当事者の年齢別では、「50歳代」以上が24件と、半数以上(55.8%)を占めている。

(ケ)点検商法の相談状況【表㉓、㉔】

- ・「点検に来た」と来訪し「工事しないと危険」などと不安をあおり商品やサービスを契約させる点検商法の相談は39件となり、前年度(6件)の6倍以上。
- ・契約当事者の年齢別では、「70歳以上」が22件と、半数以上(56.4%)を占めている。

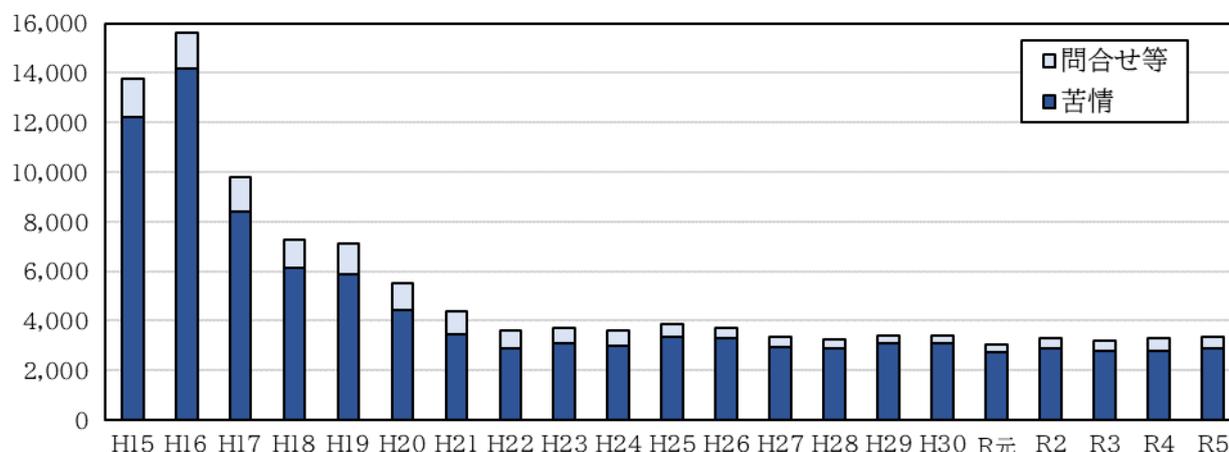
エ 相談対応の状況【表㉕】

- ・寄せられた相談のうち、助言が1,969件、あっせんが456件(このうち解決は394件)、他の相談窓口等の紹介や情報提供が651件。

③ 統計編

ア 相談受付の状況

図① 年度別相談件数の推移



表① 年度別相談件数

年度	苦情		問合せ等		合計	
	件数	前年度比	件数	前年度比	件数	前年度比
令和5年度	2,872	103.3%	469	92.7%	3,341	101.6%
令和4年度	2,781	100.5%	506	119.6%	3,287	103.1%
令和3年度	2,766	95.0%	423	111.0%	3,189	96.9%
令和2年度	2,911	106.6%	381	117.6%	3,292	107.7%
令和元年度	2,732	88.8%	324	105.9%	3,056	90.4%
平成30年度	3,076	99.1%	306	96.2%	3,382	98.9%
平成29年度	3,103	108.1%	318	89.3%	3,421	106.0%
平成28年度	2,870	97.8%	356	88.3%	3,226	96.6%
平成27年度	2,935	88.9%	403	97.6%	3,338	89.9%
平成26年度	3,300	98.6%	413	82.9%	3,713	96.6%
平成25年度	3,347	112.1%	498	81.5%	3,845	106.9%
平成24年度	2,985	96.5%	611	94.4%	3,596	96.2%
平成23年度	3,092	107.6%	647	88.8%	3,739	103.8%
平成22年度	2,873	83.7%	729	78.4%	3,602	82.6%
平成21年度	3,432	77.0%	930	88.2%	4,362	79.2%
平成20年度	4,455	75.7%	1,054	86.7%	5,509	77.6%
平成19年度	5,886	96.3%	1,216	105.6%	7,102	97.8%
平成18年度	6,111	72.8%	1,152	83.4%	7,263	74.2%
平成17年度	8,400	59.3%	1,382	94.3%	9,782	62.6%
平成16年度	14,163	116.0%	1,466	93.7%	15,629	113.4%
平成15年度	12,212	206.0%	1,565	79.4%	13,777	174.5%

- 1 苦情とは、
消費者が、事業者に対して、その商品やサービスについて、安全性・品質・表示・販売方法・契約・価格等に不満や苦感情感をもち、その解決を求めている場合をいいます。
- 2 問合せ等とは、
生活知識等の問合せや要望で、苦情が発生していないものをいいます。

イ 相談受付の状況

表② 相談者の性別・年齢層別件数

年度	区分	合計	割合	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60~64歳	65~69歳	70歳以上	団体・不明
令和5年度	男性	1,636	49.0%	5	80	124	203	319	243	217	437	8
	女性	1,536	46.0%	14	71	128	228	396	183	123	390	3
	団体・不明	169	5.1%	0	0	0	0	0	0	0	0	169
	計	3,341	100.0%	19	151	252	431	715	426	340	827	180
	割合			0.6%	4.5%	7.5%	12.9%	21.4%	12.8%	10.2%	24.8%	5.4%
令和4年度	男性	1,595	48.5%	9	79	141	216	340	235	174	396	5
	女性	1,536	46.7%	12	83	128	241	366	183	126	391	6
	団体・不明	156	4.7%	0	0	0	0	0	0	0	0	156
	計	3,287	100.0%	21	162	269	457	706	418	300	787	167
	割合			0.6%	4.9%	8.2%	13.9%	21.5%	12.7%	9.1%	23.9%	5.1%
前年度比	101.6%		90.5%	93.2%	93.7%	94.3%	101.3%	101.9%	113.3%	105.1%	107.8%	

※ 相談者とは、センターに相談された方を指します。

表③ 契約当事者の性別・年齢層別件数

年度	区分	合計	割合	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60~64歳	65~69歳	70歳以上	団体・不明
令和5年度	男性	1,707	51.1%	43	108	126	180	296	239	202	485	28
	女性	1,445	43.3%	35	98	118	191	310	162	109	412	10
	団体・不明	189	5.7%	0	0	0	0	0	0	0	0	189
	計	3,341	100.0%	78	206	244	371	606	401	311	897	227
	割合			2.3%	6.2%	7.3%	11.1%	18.1%	12.0%	9.3%	26.8%	6.8%
令和4年度	男性	1,664	50.6%	43	106	154	215	298	219	173	432	24
	女性	1,446	44.0%	37	113	116	183	304	160	115	404	14
	団体・不明	177	5.4%	2	0	1	0	1	0	0	2	171
	計	3,287	100.0%	82	219	271	398	603	379	288	838	209
	割合			2.5%	6.7%	8.2%	12.1%	18.3%	11.5%	8.8%	25.5%	6.4%
前年度比	101.6%		95.1%	94.1%	90.0%	93.2%	100.5%	105.8%	108.0%	107.0%	108.6%	

※ 契約当事者とは、センターに相談されたトラブルの当事者を指します。

表④ 相談者の居住市町別件数

市町名	件数	割合
福井市	1,537	46.0%
敦賀市	117	3.5%
小浜市	230	6.9%
大野市	89	2.7%
勝山市	47	1.4%
鯖江市	196	5.9%
あわら市	110	3.3%
越前市	144	4.3%
坂井市	308	9.2%
永平寺町	107	3.2%
池田町	6	0.2%
南越前町	39	1.2%
越前町	88	2.6%
美浜町	26	0.8%
高浜町	66	2.0%
おおい町	54	1.6%
若狭町	100	3.0%
不明・県外	77	2.3%
合計	3,341	100.0%

表⑤ 相談項目別件数

相談項目	令和5年度		令和4年度	
	件数	割合	件数	割合
契約・解約	2,029	60.7%	1,930	58.7%
販売方法	1,554	46.5%	1,169	35.6%
接客対応	335	10.0%	298	9.1%
品質・機能、 役務品質	362	10.8%	261	7.9%
価格・料金	242	7.2%	219	6.7%
表示・広告	239	7.2%	106	3.2%
安全・衛生	93	2.8%	87	2.6%
法規・基準	75	2.2%	54	1.6%
生活知識	14	0.4%	18	0.5%
買物相談	15	0.4%	16	0.5%
計量・量目	5	0.1%	6	0.2%
施設・設備	3	0.1%	5	0.2%
包装・容器	3	0.1%	4	0.1%
その他	55	1.6%	83	2.5%
全相談件数	3,341		3,287	

※ 相談内容によっては、複数の「相談項目」に該当するものがあり、その場合それぞれに計上しています。割合は、全相談件数に占める割合です。

ウ 相談の傾向
 (ア)商品・役務(サービス)別の状況

表⑥ 商品・役務(サービス)別相談件数(主なもの)

商品・役務(サービス)	令和5年度			令和4年度	
	順位	件数	割合	件数	割合
商品一般	1	482	14.4%	525	16.0%
役務その他	2	189	5.7%	154	4.7%
化粧品	3	178	5.3%	227	6.9%
相談その他	4	165	4.9%	134	4.1%
健康食品	5	99	3.0%	94	2.9%
他の教養・娯楽	6	98	2.9%	110	3.3%
工事・建築・加工	7	95	2.8%	73	2.2%
レンタル・リース・貸借	8	94	2.8%	96	2.9%
自動車	9	91	2.7%	67	2.0%
娯楽等情報配信サービス	10	77	2.3%	84	2.6%
全相談件数		3,341		3,287	

※ 割合は、全相談件数に占める割合です。

表⑦ 販売購入形態別相談件数

販売購入形態		令和5年度			令和4年度	
		順位	件数	割合	件数	割合
無店舗販売	通信販売	1	1,114	33.3%	1,108	33.7%
	電話勧誘販売	3	187	5.6%	193	5.9%
	訪問販売	4	181	5.4%	149	4.5%
	マルチ販売		21	0.6%	32	1.0%
	訪問購入	5	36	1.1%	39	1.2%
	その他無店舗		49	1.5%	29	0.9%
無店舗販売計			1,588	47.5%	1,550	47.2%
店舗購入		2	684	20.5%	690	21.0%
不明・他			1,069	32.0%	1,047	31.9%
合計			3,341	100.0%	3,287	100.0%

※ マルチ販売とは、自ら商品を購入し、商品の買い手を探し、買い手が増えるごとにマージンが入る販売方法です。

(イ)販売購入形態別の状況

表⑧ 販売購入形態の通信販売の内訳

	令和5年度			令和4年度	
	順位	件数	割合	件数	割合
インターネット通販	1	789	70.8%	809	73.0%
電子広告	2	322	28.9%	318	28.7%
SNS・ショートメッセージ	3	213	19.1%	205	18.5%
テレビショッピング	4	43	3.9%	56	5.1%
「通信販売」の相談件数		1,114		1,108	

※ SNSとは、「ソーシャル・ネットワーキング・サービス」の略称です。

※ ショートメッセージとは、携帯電話の電話番号を使ってメッセージがやりとりできるサービスです。

※ 相談内容によっては、複数の項目に該当するものがあり、その場合はそれぞれに計上しています。割合は全相談件数に占める割合です。

表⑨ インターネット通販の月別件数(契約当事者)

年度	計	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
令和5年度	789	68	46	72	65	76	79	49	82	65	67	59	61
前年度比	97.5%	100.0%	64.8%	124.1%	127.5%	110.1%	131.7%	79.0%	105.1%	98.5%	89.3%	79.7%	79.2%
令和4年度	809	68	71	58	51	69	60	62	78	66	75	74	77

表⑩ インターネット通販の年齢層件数(契約当事者)

年度	計	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60~64歳	65~69歳	70歳以上	団体・不明
令和5年度	789	45	60	75	121	179	82	79	121	27
前年度比	97.5%	81.8%	101.7%	96.2%	95.3%	88.6%	93.2%	123.4%	103.4%	142.1%
令和4年度	809	55	59	78	127	202	88	64	117	19

(ウ)トラブルになりやすい商法・手口の状況

表⑪ トラブルになりやすい商法・手口別相談件数

順位	商法・手口	令和5年度	令和4年度	相談内容の商法・手口等
1	定期購入	251	291	販売サイト等で「1回目90%OFF」「初回実質0円(送料のみ)」など通常価格より低価格で購入できることを広告する一方で、定期購入が条件となっている手口
2	フィッシング	169	128	銀行等の実在する企業を装って電子メールを送り、その企業のウェブサイトに見せかけて作成した偽のウェブサイトを受信者を誘導し、そこにクレジットカード番号、インターネット上で個人を識別するためのID・パスワード等を入力させて不正に入手する手口
3	無料商法	75	85	「無料サービス」など「無料」であることを強調して申し込ませ、高額な代金を請求する商法
4	身分詐称	74	114	裁判所など公的機関や通販会社や電話会社など大手企業と身分を偽って消費者を信用させて勧誘を行う手口
5	ネガティブオプション	73	72	商品を勝手に送りつけ、商品を受領したことで支払義務があると勘違いさせて代金を支払わせようとする手口
6	サイドビジネス商法	64	48	「内職・副業(サイドビジネス)になる」、「簡単に儲かる」等をセールストークにした商法
7	架空請求	61	63	訴訟最終告知などのハガキや未納料金のメールを送るなどして、消費者から電話を掛けさせ、身の覚えのない高額な費用を請求する手口
8	利殖商法	43	13	「値上がり確実」、「必ず儲かる」など利殖になることを強調し、投資や出資を勧誘する商法
9	点検商法	39	6	「点検に来た」と来訪し「工事しないと危険」などと事実と異なることを言って商品やサービスを契約させる手口
10	当選商法	30	37	「宝くじに当選した」とメールを送り、当選金を受け取るために必要と説明して何度も費用を請求する商法

(エ)若者の相談状況

表⑫ 若者(20歳代以下)の年度別相談件数

年度	計	10歳未満	10歳代	20歳代	18歳	19歳
令和5年度	284	6	72	206	19	16
令和4年度	301	2	80	219	11	17
令和3年度	270	4	75	191	17	19
令和2年度	335	5	84	246	19	17
令和元年度	280	2	82	196	24	20

表⑬ 若者の月別件数(契約当事者)

年度	計	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
令和5年度	284	36	20	25	21	30	21	23	22	21	22	21	22
前年度比	94.4%	156.5%	76.9%	113.6%	67.7%	136.4%	70.0%	100.0%	91.7%	84.0%	95.7%	91.3%	75.9%
令和4年度	301	23	26	22	31	22	30	23	24	25	23	23	29

表⑭ 若者の年齢層別件数(契約当事者)

年度	計	17歳以下	18歳	19歳	20歳	21~24歳	25~29歳
令和5年度	284	43	19	16	25	79	102
前年度比	94.4%	79.6%	172.7%	94.1%	80.6%	76.7%	120.0%
令和4年度	301	54	11	17	31	103	85

(オ)定期購入の相談状況

表⑮ 定期購入の年齢層別件数

年度	計	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60~64歳	65~69歳	70歳以上	団体・不明
令和5年度	251	7	2	4	25	64	32	36	79	2
前年度比	86.3%	36.8%	28.6%	44.4%	89.3%	104.9%	69.6%	102.9%	92.9%	200.0%
令和4年度	291	19	7	9	28	61	46	35	85	1

表⑯ 定期購入の月別件数

年度	計	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
令和5年度	251	26	16	17	22	16	16	15	36	21	25	21	20
前年度比	86.3%	100.0%	55.2%	85.0%	110.0%	88.9%	114.3%	115.4%	171.4%	75.0%	67.6%	56.8%	71.4%
令和4年度	291	26	29	20	20	18	14	13	21	28	37	37	28

(カ)フィッシングの相談状況

表⑰ フィッシングの年齢層別件数

年度	計	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60~64歳	65~69歳	70歳以上	団体・不明
令和5年度	169	2	5	12	31	46	24	9	36	4
前年度比	132.0%	200.0%	55.6%	66.7%	163.2%	191.7%	218.2%	112.5%	102.9%	133.3%
令和4年度	128	1	9	18	19	24	11	8	35	3

表⑱ フィッシングの月別件数

年度	計	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
令和5年度	169	20	20	24	20	14	8	9	15	7	8	10	14
前年度比	132.0%	200.0%	222.2%	480.0%	222.2%	116.7%	42.1%	100.0%	150.0%	70.0%	88.9%	62.5%	140.0%
令和4年度	128	10	9	5	9	12	19	9	10	10	9	16	10

(キ)副業(サイドビジネス商法)の相談状況

表⑱ 副業(サイドビジネス商法)の年齢層別件数

年度	計	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60~64歳	65~69歳	70歳以上	団体・不明
令和5年度	64	2	19	8	10	12	6	3	1	3
前年度比	133.3%	100.0%	126.7%	200.0%	333.3%	133.3%	300.0%	75.0%	12.5%	300.0%
令和4年度	48	2	15	4	3	9	2	4	8	1

表⑳ 副業(サイドビジネス商法)の月別件数

年度	計	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
令和5年度	64	5	4	5	11	6	3	3	9	4	4	5	5
前年度比	133.3%	250.0%	100.0%	166.7%	220.0%	600.0%	150.0%	150.0%	100.0%	100.0%	66.7%	71.4%	166.7%
令和4年度	48	2	4	3	5	1	2	2	9	4	6	7	3

(ク)利殖商法の相談状況

表㉑ 利殖商法の年齢層別件数

年度	計	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60~64歳	65~69歳	70歳以上	団体・不明
令和5年度	43	0	6	5	8	8	6	3	7	0
前年度比	330.8%	-	200.0%	-	200.0%	200.0%	-	150.0%	-	-
令和4年度	13	0	3	0	4	4	0	2	0	0

表㉒ 利殖商法の月別件数

年度	計	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
令和5年度	43	1	4	2	7	3	5	2	4	5	4	5	1
前年度比	330.8%	100.0%	-	200.0%	175.0%	300.0%	-	100.0%	133.3%	-	-	500.0%	-
令和4年度	13	1	0	1	4	1	0	2	3	0	0	1	0

(ケ)点検商法の相談状況

表②③ 点検商法の年齢層別件数

年度	計	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60~64歳	65~69歳	70歳以上	団体・不明
令和5年度	39	0	0	1	2	8	2	4	22	0
前年度比	650.0%	-	-	-	-	400.0%	200.0%	-	733.3%	-
令和4年度	6	0	0	0	0	2	1	0	3	0

表②④ 点検商法の月別件数

年度	計	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
令和5年度	39	0	3	0	8	6	10	2	4	1	0	3	2
前年度比	650.0%	-	150.0%	-	400.0%	-	-	-	-	-	-	150.0%	-
令和4年度	6	0	2	0	2	0	0	0	0	0	0	2	0

エ 相談対応の状況

表②⑤ 処理結果別件数

年度	計	助言 (自主交渉)	あっせん		他の 相談窓口 など紹介	情報提供	処理不要 ・ その他※
				うち解決			
令和5年度	3,341	1,969	456	394	322	329	265
前年度比	101.6%	104.5%	94.8%	90.8%	116.7%	85.5%	101.9%
令和4年度	3,287	1,885	481	434	276	385	260

④ その他相談状況

ア 苦情相談の契約・購入金額

区分	令和5年度	令和4年度	前年度比
1万円 未満	425	376	113.0%
1万円 ～ 5万円 未満	412	406	101.5%
5万円 ～ 10万円 未満	121	87	139.1%
10万円 ～ 50万円 未満	273	226	120.8%
50万円 ～ 100万円 未満	77	76	101.3%
100万円 ～ 500万円 未満	148	102	145.1%
500万円 ～ 1千万円 未満	24	8	300.0%
1千万円 ～ 5千万円 未満	33	19	173.7%
5千万円 ～ 1億円 未満	0	2	-
1億円 以上	0	1	-
合計件数	1,513	1,302	116.2%
合計金額	1,259,279,104	969,519,036	129.9%
平均金額	832,306	744,638	111.8%

イ 危険・危害等相談件数

	令和5年度	令和4年度	主な商品
食料品	9	9	調理食品、健康食品
保健衛生品	12	16	医薬品、化粧品、理美容器具
住居品	5	4	空調・冷暖房器具、室内装飾品
光熱水品	2	0	ガス・電気・水道
車両・乗り物	3	0	自動車
教養娯楽品	1	0	玩具・遊具、電話機・電話機用品
被服品	1	2	紳士・婦人洋服
土地・建物・設備	0	1	空調・冷暖房・給油設備
修理・補修	2	0	
工事・建築・加工	0	1	住宅
役務	14	9	レンタル・リース・賃貸、運輸・通信サービス、 教養・娯楽サービス、保健福祉サービス
合計	49	42	

ウ 消費生活センターと嶺南消費生活センターの相談受付状況

(ア)相談窓口・方法・男女別件数

項目			令和5年度			構成比	令和4年度	前年度比
			消費生活センター	嶺南消費生活センター	合計			
合計	来訪	男	137	54	191		184	
		女	129	40	169		149	
		団体・不明	10	6	16		11	
		計	276	100	376	11.3%	344	109.3%
	電話	男	1,203	232	1,435		1,410	
		女	1,144	215	1,359		1,377	
		団体・不明	132	19	151		143	
		計	2,479	466	2,945	88.1%	2,930	100.5%
	文書	男	10	0	10		1	
		女	8	0	8		10	
		団体・不明	2	0	2		2	
		計	20	0	20	0.6%	13	153.8%
	合計	男	1,350	286	1,636		1,595	
女		1,281	255	1,536		1,536		
団体・不明		144	25	169		156		
計		2,775	566	3,341	100.0%	3,287	101.6%	
苦情	来訪	男	126	49	175		159	
		女	117	37	154		136	
		団体・不明	7	6	13		9	
		計	250	92	342	11.9%	304	112.5%
	電話	男	981	190	1,171		1,146	
		女	1,023	194	1,217		1,213	
		団体・不明	111	11	122		106	
		計	2,115	395	2,510	87.4%	2,465	101.8%
	文書	男	10	0	10		1	
		女	8	0	8		9	
		団体・不明	2	0	2		2	
		計	20	0	20	0.7%	12	166.7%
	合計	男	1,117	239	1,356		1,306	
女		1,148	231	1,379		1,358		
団体・不明		120	17	137		117		
計		2,385	487	2,872	100.0%	2,781	103.3%	
問合せ等	来訪	男	11	5	16		25	
		女	12	3	15		13	
		団体・不明	3	0	3		2	
		計	26	8	34	7.2%	40	85.0%
	電話	男	222	42	264		264	
		女	121	21	142		164	
		団体・不明	21	8	29		37	
		計	364	71	435	92.8%	465	93.5%
	文書	男	0	0	0		0	
		女	0	0	0		1	
		団体・不明	0	0	0		0	
		計	0	0	0	-	1	-
	合計	男	233	47	280		289	
女		133	24	157		178		
団体・不明		24	8	32		39		
計		390	79	469	100.0%	506	92.7%	

(イ)相談件数の推移

	合計		苦情		問合せ等	
		うち嶺南		うち嶺南		うち嶺南
令和5年度	3,341	566	2,872	487	469	79
令和4年度	3,287	594	2,781	534	506	60
令和3年度	3,189	567	2,769	503	420	64
令和2年度	3,292	567	2,911	510	381	57
令和元年度	3,056	492	2,732	445	324	47
平成30年度	3,382	506	3,076	449	306	57
平成29年度	3,421	500	3,103	459	318	41
平成28年度	3,226	459	2,870	400	356	59
平成27年度	3,338	470	2,935	406	403	64
平成26年度	3,713	590	3,300	531	413	59
平成25年度	3,845	654	3,347	572	498	82
平成24年度	3,596	645	2,985	491	611	154
平成23年度	3,739	671	3,092	539	647	132
平成22年度	3,602	601	2,873	473	729	128
平成21年度	4,362	602	3,432	529	930	73
平成20年度	5,509	788	4,455	714	1,054	74
平成19年度	7,102	993	5,886	878	1,216	115
平成18年度	7,263	1,096	6,111	947	1,152	149
平成17年度	9,782	1,587	8,400	1,368	1,382	219
平成16年度	15,629	2,035	14,163	1,783	1,466	252
平成15年度	13,777	1,782	12,212	1,482	1,565	300

(2)事例研究会

	月日	内容	事例 件数	出席者 数
1	5月23日	法令学習 民法①(錯誤) 事例研究 ① 借金 ② アナログ戻しサポートサービス ③ 屋根と外壁の塗装工事 ④ コミュニケーション・ロボット ⑤ ダイエット食品	5	15
2	7月25日	法令学習 民法②(消滅時効) 事例研究 ① 借金 ② 配置薬 ③ 複合サービス会員	3	17
3	9月26日	法令学習 消費者契約法①(第9条) 事例研究 ① ダイエット紅茶 ② 結婚式場 ③ 探偵事務所	3	16
4	11月28日	法令学習 消費者契約法②(第4条) 事例研究 ① 物販に関する動画コンテンツ ② 外壁工事・訪問販売	2	22
5	1月23日	法令学習 特定商取引法①(クーリング・オフ) 事例研究 ① 副業サイト ② 台所の水漏れ修理 ③ 不用品回収	3	17
6	2月27日	法令学習 特定商取引法②(第12条の6・第13条) 事例研究 ① 化粧水の定期購入 ② 副業サイトの電子書面	2	17

計 18件 104名



開催風景(9月26日)



開催風景(11月28日)

(3) 専門家による無料相談

① 窓口(面談)相談

ア 法律相談(弁護士)

	月日	内容	事例 件数	会場
1	4月4日	①車下取り時のナンバープレート返却 ②車検時の部品自費購入 ③退塾後の月謝・施設利用料 ④コミュニケーション・ロボット購入(その1) ⑤コミュニケーション・ロボット購入(その2)	5	消費生活 センター
2	4月13日	①葬儀費用の返還とマンション管理費の請求 ②スマホの不正利用 ③鉄筋がないブロック塀の建替え工事	3	嶺南消費生活 センター
3	4月19日	①サウナ設備の納品 ②出会い系サイト上の手続き料 ③副業サイト上の契約料 ④コミュニケーション・ロボット購入	4	消費生活 センター
4	5月10日	①屋根工事後の雨漏り(その1) ②軽トラックのネット広告の誤記 ③電動カート注文キャンセル後の申込金返還	3	消費生活 センター
5	5月11日	①屋根工事後の雨漏り(その2) ②債権回収業者からの借金残債通知 ③FX取引の解約	3	嶺南消費生活 センター
6	5月16日	①リフォーム業者の工事の施工不良 ②測量・境界調査依頼の取消 ③書面不備によるクーリング・オフ期間の不起算 ④国際結婚紹介業者の対応	4	坂井市役所
7	6月6日	①雨樋修理不十分による費用返還等 ②ブリーチに係る慰謝料請求 ③身に覚えのない請求	3	消費生活 センター
8	6月8日	①駐車場のポールの撤去 ②届いた不注文のサプリの支払 ③修復歴無の虚偽説明で購入した事故車	3	敦賀市役所
9	6月21日	①ライブ配信によるカード購入(その1) ②ライブ配信によるカード購入(その2) ③ロマンス詐欺 ④工務店設置による照明器具の故障	4	大野市役所
10	7月4日	①収入サイトの被害に係る和解契約書2通の整合性等 ②FX取引に係る詐欺 ③副業に係るクーリング・オフ	3	消費生活 センター
11	7月13日	①外壁塗装工事の損害賠償請求 ②購入した中古車の保証期間 ③訪問購入で買い取られた物のクーリング・オフ ④訪問販売で高額購入した電気温水器の減額	4	嶺南消費生活 センター

	月日	内容	事例 件数	会場
12	7月19日	①調査依頼に係るクーリング・オフ ②スマホ購入・通電後の返品 ③亡夫の自動車ローンの請求 ④亡父の預貯金着服の取戻 ⑤建築請負契約後のトタン屋根の処置	5	消費生活 センター
13	8月1日	①リフォーム工事見積書の拘束力 ②ベッド購入後のアレルギー反応による返品 ③購入した外車の修理未解決による解約	3	消費生活 センター
14	8月10日	①不動産投資の出資契約解約 ②副業解約	2	嶺南消費生活 センター
15	8月16日	①副業詐欺(その1) ②副業詐欺(その2) ③転職支援サイトのコース解約	3	あわら市役所
16	9月5日	①アパート退去時の1か月分家賃支払と畳表替え 費用負担 ②新聞購読契約名義人死亡後の新聞代支払 ③投資教室申込のクーリング・オフ ④スイミングスクールの級の自動申請取得に伴う 登録料支払 ⑤インターネットカウンセラー養成講座の返金	5	消費生活 センター
17	9月14日	①キャッシングの過払金 ②韓国の暗号資産の購入	2	嶺南消費生活 センター
18	9月20日	①雨漏り修理後の保険会社への支払請求 ②マンション退去時の床修理費用の支払請求	2	消費生活 センター
19	10月4日	①雨樋修理契約の解約 ②高額な屋根工事代金と杜撰な工事 ③購入したカラーコンタクトレンズに対する苦情対 応 ④建売住宅の解約違約金 ⑤サービス付賃貸住宅入居の分かりづらい契約 書	5	消費生活 センター
20	10月12日	①債権回収会社の信用 ②夫との喧嘩で生じた怪我に係る夫の両親への 治療費請求	2	嶺南消費生活 センター
21	10月17日	①カーナビの仕様変更依頼後の不具合 ②FPの資格取得契約申込の取消	2	勝山市役所
22	11月7日	①アパート入居契約締結の取消と全額返金 ②リフォーム契約解約に係る解約料の支払 ③睡眠導入剤売買契約の無効 ④Web 勉強会上の教育教材購入契約	4	消費生活 センター
23	11月9日	①建造物侵入と威力業務妨害等 ②飲み屋からの杜撰な請求 ③賽銭泥棒の被害弁償	3	嶺南消費生活 センター

	月日	内容	事例 件数	会場
24	11月15日	①借入金の最終返済 ②光コラボの解約 ③副業詐欺 ④借入金支払催告に係る消滅時効援用 ⑤FX取引詐欺	5	消費生活 センター
25	12月5日	①新築工事に係る契約内容 ②副業詐欺(その1) ③副業詐欺(その2)	3	消費生活 センター
26	12月14日	①布団等購入後の返金請求等 ②副業に係るクーリング・オフ	2	敦賀市役所
27	12月20日	①賃貸住宅退去時の畳表替え費用の支払請求 ②神社のぼり旗のクリーニング代支払返還 ③ワンピースのクリーニングに係る損害賠償請求	3	消費生活 センター
28	1月9日	①カード会社への返金請求等 ②プリンター代金支払の返還 ③株式投資詐欺 ④海外積立投資の申込	4	消費生活 センター
29	1月11日	①不動産投資出資後の分配金	1	嶺南消費生活 センター
30	1月17日	①水漏れ修理依頼に係るクーリング・オフ ②美容整形外科の施術に係る損害賠償請求(その1) ③注文していない冷凍食品の代金支払 ④車のオプション契約の解約	4	消費生活 センター
31	2月6日	①美容整形外科の施術に係る損害賠償請求(その2) ②購入した温水洗浄便器の不具合 ③詐欺サイト上のズボン購入の取消	3	消費生活 センター
32	2月8日	①違法な金利の貸金業者への返済 ②不動産会社委託のガレージ貸借に係る入金の滞り	2	嶺南消費生活 センター
33	2月21日	①亡配偶者名義の教育ローンの支払請求 ②購入した温水洗浄便器の不具合 ③後払いサービス・消費者金融の悪用に係る損害賠償請求 ④国際ロマンス詐欺の損害回復を依頼した弁護士に対する支払費用の返金	4	勝山市役所
34	3月5日	①部分ウィッグ売買に係るクーリング・オフ時のお買い上げ明細書の返還 ②不用品回収の訪問販売に係るクーリング・オフ等 ③杜撰な雨樋工事・車庫解体工事	3	消費生活 センター
35	3月14日	①不動産投資と固定資産税支払い	1	嶺南消費生活 センター
36	3月21日	①契約締結できなかった借家の仲介業者 ②美容整形外科の施術不良	2	消費生活 センター

計 114件

イ 法律相談(司法書士)

	月日	内容	事例 件数	会場
1	4月27日	①相続手続	1	嶺南消費生活センター
2	5月25日	①シロアリ駆除依頼 ②債権差押命令 ③破産債権届出に関する知らせ	3	嶺南消費生活センター
3	6月22日	①カット不手際	1	嶺南消費生活センター
4	7月27日	—	0	嶺南消費生活センター
5	8月24日	①不動産相続登記手続	1	嶺南消費生活センター
6	9月28日	—	0	嶺南消費生活センター
7	10月26日	①不動産所有権移転登記	1	嶺南消費生活センター
8	11月30日	—	0	嶺南消費生活センター
9	12月20日	①工事代金二重払の返金	1	嶺南消費生活センター
10	1月25日	①養女になった子が結婚した場合の財産名義等	1	嶺南消費生活センター
11	2月22日	—	0	嶺南消費生活センター
12	3月28日	①土地名義変更 ②土地建物の固定資産税と建物解体 ③山の相続 ④不動産の固定資産税	4	嶺南消費生活センター

計 13件

②多重債務者の窓口(面談)相談

	月日	専門家	事例 件数	会場
1	11月6日	弁護士	4	敦賀市役所
2	11月11日	弁護士	0	県消費生活センター
3		司法書士	0	
4		司法書士	1	坂井地域交流センター いねす
5	11月13日	弁護士	1	福井市消費者センター
6	11月18日	弁護士	1	嶺南消費生活センター
7		司法書士	1	
8	11月21日	弁護士	1	大野市消費者相談センター
9	11月22日	弁護士	2	鯖江市役所
10		弁護士	1	小浜市役所
11	11月30日	司法書士	1	あわら市消費者センター
12	12月1日	司法書士	1	勝山市役所

計 14件

③電話相談

(単位:件)

月	消費生活センター (嶺北地域市町含む)				嶺南消費生活センター (嶺南地域市町含む)				合計
	法律	建築	インター ネット	計	法律	建築	インター ネット	計	
4月	7	0	3	10	4	1	0	5	15
5月	15	0	1	16	5	0	0	5	21
6月	8	0	3	11	6	0	0	6	17
7月	20	0	4	24	5	0	1	6	30
8月	17	1	3	21	6	0	4	10	31
9月	13	0	1	14	1	0	0	1	15
10月	14	0	1	15	3	0	0	3	18
11月	16	0	1	17	6	0	1	7	24
12月	3	1	1	5	4	1	1	6	11
1月	8	0	2	10	2	0	0	2	12
2月	12	0	3	15	4	0	0	4	19
3月	12	0	3	15	1	0	1	2	17
計	145	2	26	173	47	2	8	57	230

(4)スキルアップ研修会

月日	内容	講師(※敬称略)	出席者数
6月27日	バウンダリー(境界線)を活かした「要求の強い相談者」への組織としての対応方法	AIDERS 代表 山崎正徳	22
8月22日	障がい者への適切な消費生活相談 障がい者も消費者の一人であるという意識	消費生活アドバイザー 竹田幸代	25
11月7日	消費生活相談のDX化① ～業務効率化や働き方の改善～	(同)KUコンサルティング 代表 高橋邦夫	21
2月27日	消費生活相談のDX化② ～Teams による端末操作～	パソコン教室ウォンツ! 福井本校 主任インストラクター 山口渚	24

計 92名



開催風景(8月)



開催風景(2月)

(5)悪質商法等を未然防止のための関係機関情報交換会

月日	内容	構成機関	出席者数
5月9日	①県センターの被害情報・相談状況報告 ②県センターにおけるトラブル情報の啓発報告 ③関係機関の被害情報報告 ④意見交換	県、県警、市町、 福井弁護士会、 県司法書士会、 法テラスふくい	18
8月25日			23
12月15日			23
3月5日			11

(6)市町相談業務支援

月日	内容	依頼市町(場所)
4月24日	消費生活相談カードの作成助言	小浜市(嶺南消費生活センター)
5月15日	出前講座の視察・実施上の助言	坂井市(末政農村開発センター)
6月14日	消費生活相談カードの作成助言	小浜市(嶺南消費生活センター)
8月4日	消費生活相談カードの作成助言	越前市(越前市消費者センター)
8月7日	消費生活相談カードの作成助言	越前市(越前市消費者センター)
8月9日	消費生活相談カードの作成助言	越前市(越前市消費者センター)
8月17日	消費生活相談カードの作成助言	越前市(越前市消費者センター)
9月4日	消費生活相談カードの作成助言	小浜市(嶺南消費生活センター)
11月2日	消費生活相談カードの作成助言	小浜市(嶺南消費生活センター)
12月5日	消費生活相談カードの作成助言	小浜市(嶺南消費生活センター)
12月22日	消費生活相談カードの作成助言	小浜市(嶺南消費生活センター)
1月26日	消費生活相談カードの作成助言	小浜市(嶺南消費生活センター)

3 商品テスト

(1) 苦情・依頼に伴うテスト

表1および表2のとおり、令和5年度の受付件数は2件(検体数6件、テスト数6件)で、その内容別内訳は、いずれも品質機能に関するものであった。

表1 苦情・依頼に伴うテスト内訳

分類	令和5年度				令和4年度			
	受付件数		検体数	テスト数	受付件数		検体数	テスト数
	件	%			件	%		
食料品	0	-	0	0	0	-	0	0
住居品	0	-	0	0	2	66.7	2	11
光熱水品	1	50	4	3	0	-	0	0
被服品	0	-	0	0	0	-	0	0
保健衛生品	1	50	2	3	1	33.3	1	2
教養娯楽品	0	-	0	0	0	-	0	0
車両・乗物	0	-	0	0	0	-	0	0
土地・建物・設備	0	-	0	0	0	-	0	0
合計	2	100	6	6	3	100	3	13

表2 テストの内容別内訳

分類	件数	内 訳			
		安全衛生		品質機能	
		数	品目	数	品目
食料品	0	0		0	
住居品	1	0		1	・乾電池
光熱水品	0	0		0	
被服品	0	0		0	
保健衛生品	1	0		1	・部分かつら
教養娯楽品	0	0		0	
車両・乗物	0	0		0	
土地・建物・設備	0	0		0	
合計	3	0		3	

※下線のある品目は、メーカーに調査依頼(1件)

<苦情・依頼に伴うテスト事例>

住居品

No.	商品名	相談内容	テスト結果
1	乾電池	<p>8月末に単一乾電池4本パックを購入し、懐中電灯に4本とも入れておいた。</p> <p>9月初旬に、別の機器で使用するため懐中電灯から乾電池を取り出したところ、表面のフィルムが剥がれて底に粉状の物質が付着していた。</p> <p>センターからメーカーに苦情を伝えてほしい。なお、結果報告や、交換・返品返金を求めるつもりはない。</p>	<p>当センターで目視観察および軟X線非破壊検査装置による内部透過観察を実施したが、異常の原因特定には至らなかった。</p> <p>メーカーに問合せたところ「調査可能」との見解であったため、苦情品を送付した。</p> <p>後日、メーカーから「苦情品は、4本中1本が充電されたことが原因で液漏れが発生していることが分かった。しかし、充電された原因は特定できなかった」との結果報告書の送付があった。</p>

保健衛生品

No.	商品名	相談内容	テスト結果
1	部分かつら	<p>チラシを見て、ウィッグの展示試着・即売会に行った。</p> <p>チラシ掲載品を試着したら人工毛でツヤ感が強くて不自然に感じたので、「もっと自然に見えるものがないか」と相談したら、人毛100%の別のウィッグを勧められた。</p> <p>試着して納得した上で購入したが、自宅に戻って自然光のもとで付けてみたら、やはりツヤ感が強くて不自然に感じた。本当に人毛かどうか調べてほしい。</p>	<p>苦情品と、相談者自身の毛髪数本の提供を受けたため、デジタルマイクロスコープおよび卓上走査型電子顕微鏡による拡大観察を実施し、比較した。</p> <p>その結果、いずれも、毛の表面にいわゆる「キューティクル」と呼ばれるうろこ状の構造が見られ、両者の外観は近いものであった。</p> <p>相談者に結果を伝えたところ、納得された。</p>

(2)商品やテスト技術等に関する問合せ

令和5年度は、市町を含む相談員等からの商品やテスト技術等に関する問合せが128件あり、昨年度から21件減少した。分類別内訳は、食料品37件、住居品24件、被服品11件、その他56件であった。

(3) 試買テスト

表3のとおり、消費者団体と共同で2品目の試買テストを実施した。

表3 試買テストの内訳

品目 (共同実施者)	検体数	テスト数	テスト項目
台所用合成洗剤 (福井県消費生活研究会)	7	147	<ul style="list-style-type: none"> ・家庭用品品質表示法に基づく表示事項 (品名、成分など8項目) ・任意の表示事項 ・価格 ・速乾性テスト ・すすぎ性テスト ・洗浄力テスト ・原液のpH測定
包装米飯(パックご飯) (嶺南消費生活研究会)	17	2,891	<ul style="list-style-type: none"> ・食品表示法に基づく表示事項 (品名、原材料名など7項目) ・任意の表示事項 ・価格 ・試食評価

(4) 実習型消費者講座

表4のとおり、実習型の消費者講座を2回実施した。

表4 実習型消費者講座の実施結果

月日	内容	対象者	人数
10月27日	<ミニ講義> ・消費生活センターの役割 ・最近多い消費者トラブル事例 <実習> ・ポケット塩分計によるインスタント食品の 塩分測定	令和5年度 くらしの基本セミナー 受講者	24
1月22日	<ミニ講義> ・消費生活センターの役割 ・最近多い消費者トラブル事例 <実習> ・マイクロスコープによる身の回りのものの 拡大観察 ・サーモグラフィカメラによる温度変化観察	坂井市消費者団体 連絡協議会 会員	22

(5)試買テスト結果報告書

①台所用合成洗剤(福井県消費生活研究会との共同テスト)

ア 背景・目的

台所用合成洗剤は、発売された1950年代当初、食器を洗うことよりも、回虫の卵や残留農薬の除去のために野菜・果物を洗うことが主用途であった。

その後、野菜・果物洗いのニーズは減少し、2000年代以降は、食器洗いに使用するスポンジなどの除菌性能を訴求した商品や、すすぎ性などの向上により家事の時間短縮や節水に繋がる旨を訴求した商品が増えている。

今回、台所用合成洗剤の性能(速乾性、すすぎ性、洗浄力)などについて、福井県消費生活研究会(以下、「研究会」という。)と共同で比較調査したため、その結果を情報提供する。

イ 対象品

令和5年7月、福井市内の小売店舗で、主要なメーカー5社(A～E社)の台所用合成洗剤から計7銘柄を購入した。



図1 テスト対象品

ウ 項目および方法

(ア)表示

家庭用品品質表示法 雑貨工業品品質表示規程(以下、「規程」という。)の「合成洗剤」に基づいて、表示内容を調べた。合成洗剤の定義は表1のとおりで、品名、成分、液性、用途、正味量、使用量の目安、使用上の注意、表示した者の氏名または名称および住所または電話番号の表示が義務付けられている。

また、定められた試験で測定した結果、1.0ppm以上塩素ガスを発生するものについては、「まぜるな 危険」、「酸性タイプ」、「塩素系の製品と一緒に使う(混ぜる)と有害な塩素ガスが出て危険である旨」といった特別注意事項の表示が義務付けられている。

表1 合成洗剤の定義

用語	定義
合成洗剤	界面活性剤又は界面活性剤及び洗浄補助剤その他の添加剤から成り、その主たる洗浄の作用が純石けん分以外の界面活性剤の界面活性作用によるもの。
洗濯用合成洗剤	合成洗剤のうち、洗濯用に供されるもの。純石けん分以外の界面活性剤の含有重量が界面活性剤の総含有重量の30%を超えるものに限る。
台所用合成洗剤	合成洗剤のうち、台所用に供されるもの。純石けん分以外の界面活性剤の含有重量が界面活性剤の総含有重量の40%を超えるものに限る。

(家庭用品品質表示法 雑貨工業品品質表示規程より)

(イ)単価

表示されていた「正味量(mL)」を税込価格で除算し、1mLあたりの価格を算出した。

(ウ)性能

台所用合成洗剤の性能試験は、JIS 規格で方法を規定されているものがある。しかし、専用の試験機器が必要であることなどから、今回は、家庭での実際の使用に近い方法で比較調査することとした。

研究会会員がモニターとなり、直径 180mm の時計皿(ソーダ石灰ガラス製の透明な平皿状の実験器具)を被洗浄物として、速乾性(水切れのよさ)、すすぎ性(泡切れのよさ)、洗浄力(汚れ落ちのよさ)の3項目を比較した。

なお、各項目の実施前に時計皿の前処理を行った。また、同一条件で泡立てた食器用スポンジを使用した。

<時計皿の前処理方法>

- 1) 超音波洗浄機(シャープ製 UT-604 および UC602B)を使って、超音波洗浄機用洗浄剤(シャープマニファクチャリングシステム製 M-251L)を 1%含有する水溶液中に時計皿を完全に浸し、10分間処理した。
- 2) 時計皿を取り出して、流水でよくすすいだ。
- 3) 送風定温乾燥機(アドバンテック製 DRM620DB)を 90℃に設定して、時計皿を完全に乾燥させた。

<食器用スポンジの泡立て方法>

- 1) 食器用スポンジ(スギ薬局製 エスセレクト 隅々まで洗えるネットクリーナー。以下、単に「スポンジ」という。)をトレーにのせ、水 40mL をかけ、含ませた。
- 2) 対象品 1mL をスポンジにつけた。
- 3) スポンジを片手に持って10回もみ、泡立てた。

① 速乾性(水切れのよさ)

以下の方法で、1銘柄につき3回(モニター3名、その都度スポンジを交換)の実験を行い、洗浄前後の重量差の平均を算出した。

- 1) 時計皿の重量を電子天秤(メトラー・トレド製 MS3002S)で測定・記録した。
- 2) 泡立てたスポンジで、円を描くように時計皿の両面を5回ずつこすった。
- 3) 水道水 1L を時計皿の両面にかけて、泡を流した。
- 4) 時計皿に残った水気を切らないように注意しながら、机上のミニパネルスタンドに時計皿を立てかけると同時にストップウォッチで計測を始めた。(図2参照)
- 5) 2分後、付着した水分を落とさないよう注意しながら、時計皿の重量を電子天秤で測定・記録した。



図2 泡を流した後の時計皿をミニパネルスタンドに立てかけた様子

② すすぎ性(泡切れのよさ)

以下の方法で、1銘柄につき3回(モニター3名、その都度スポンジを交換)の実験を行い、計測時間の平均を算出した。

- 1) 泡立てたスポンジで、円を描くように時計皿の両面を5回ずつこすった。
- 2) 流水(流量約9.3秒/L)ですすぎ始めてから、モニターが「すすぎが完了した」と感じて終了するまでの時間をストップウォッチで計測した。

③ 洗浄力(汚れ落ちのよさ)

以下の方法で、1銘柄につき3回(モニター3名、その都度スポンジを交換)の実験を行ったあと、時計皿表面の状態について、5名(モニター3名含む)が「1点(汚れが残っている)～5点(よく汚れが落ちている)」の5段階で目視評価し、3回の目視評価点数の合計を評点とした。

- 1) レトルトカレー(江崎グリコ製 カレー職人ビーフカレー中辛)をオーブンレンジ(パナソニック製 NE-M264)のレンジ機能(600W、1分40秒)であたためた後、ザルで具材をこした。
- 2) カレーをボウルで湯煎して保温しながら、10mL(小さじ2杯分)を時計皿の表面に塗り付けた。
- 3) 時計皿を机上に並べて2時間放置し、塗り付けたカレーを乾かした。
- 4) 泡立てたスポンジの短辺を使って、時計皿の真ん中を一方向(上から下)にこすった。
(図3参照)



図3 カレーを塗り付けた時計皿をスポンジでこすった時の様子

エ 結果

(ア)表示(別表1、別表2)

対象品の表示内容等は別表1および別表2のとおりである。いずれも規程に基づいた適正な表示をしていた。

7銘柄中1銘柄(No.1)のみ、用途として「野菜・果物^{*}・食器・調理用具用」と表示しており、成分は界面活性剤のみ^{*}を含有していた。これに対し、残りの6銘柄(No.2～7)は「食器・調理用具・シンク用」や「スポンジなどの除菌」を用途として表示しており、安定化剤や除菌剤などの界面活性剤以外の成分も含有していた。

また、液性は6銘柄(No.1～5および7)で中性^{*}、残り1銘柄(No.6)のみ弱酸性であり、pHメーター(HORIBA製 F-52S)を用いて液性を測定したところ、いずれも表示どおりであることが確認できた。

法定事項以外の注意事項としては、すべての銘柄に「荒れ性の方や長時間使用の場合、原液をスポンジに含ませて使う時は炊事用手袋を着用する」、「水でうすめた液を長時間放置すると変質することがあるため使用の都度うすめて使う」、「認知症の方などの誤飲を防ぐため置き場所に注意する」などの表示があり、消費者からの問合せに対応しているものと考えられた。

※食品衛生法において「洗浄剤であって野菜若しくは果実又は飲食器の洗浄の用に供されるもの」と定義される洗浄剤に該当する場合は、成分規格や使用基準について同法の適用を受ける。

(イ)単価(図4、別表3)

1 mLあたりの価格は図4および別表3のとおりである。範囲は0.58~0.96円で、1.6倍以上の価格差があった。容器の形状に特長のある銘柄で単価が高い傾向があったものの、界面活性剤の種類・総含有率、性能調査結果などとの相関は見出せなかった。

なお、2銘柄(No.1、7)は使用量の目安として「水1Lに対して2.5mL(0.75mL)」と表示しており、この希釈率を考慮すると単価はそれぞれ約0.0024円、0.0004円となる。

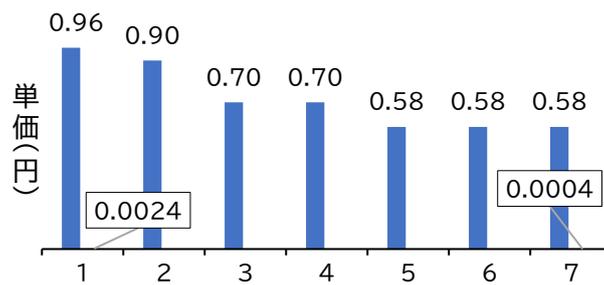


図4 単価調査結果

(ウ)性能(図5~7、別表4~6)

速乾性、すすぎ性、洗浄力についての調査結果はそれぞれ図5~7および別表4~6のとおりである。いずれの項目も銘柄による顕著な差は無かったが、今回の調査では、速乾性が高い銘柄はすすぎ性もよい傾向があった。また、界面活性剤の総含有率が高い銘柄は洗浄力が高い傾向があった。界面活性剤の総含有率は「成分」の欄に数値(%)が表示されているため、商品選択時に表示内容を確認することが望ましい。

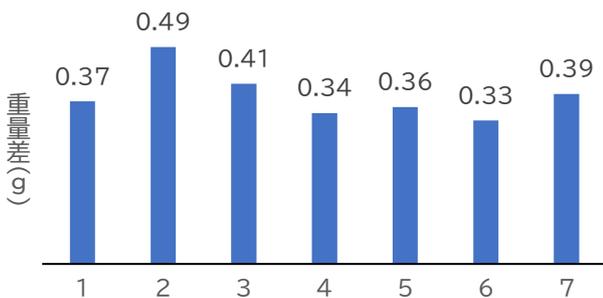


図5 速乾性調査結果
(洗浄前後の時計皿の重量差)

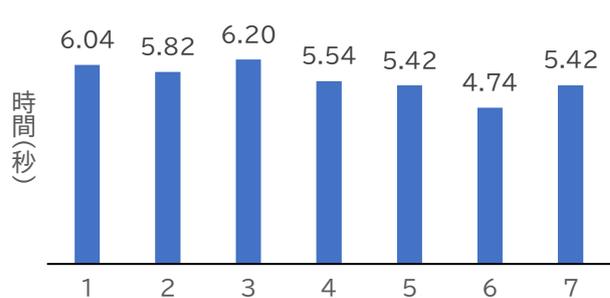


図6 すすぎ性調査結果
(すすぎ完了に要した時間)

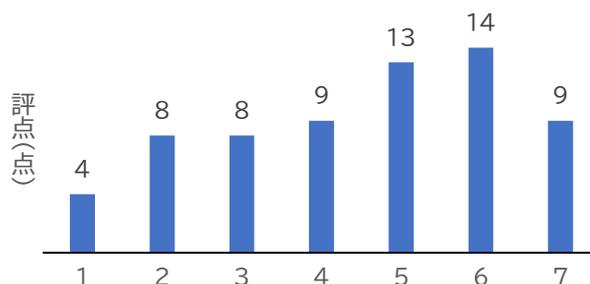


図7 洗浄力評価結果

オ まとめ

- ① 今回調査した7銘柄はすべて、規定に基づいた適正な表示をしていた。
- ② 1mLあたりの価格は0.58~0.96円で、1.6倍以上の価格差があった。容器の形状に特長のある銘柄で単価が高い傾向があったものの、界面活性剤の種類・総含有率、性能調査結果などとの相関は見出せなかった。
- ③ 性能(速乾性、すすぎ性、洗浄力)は、銘柄による顕著な差は無かったが、速乾性が高い銘柄はすすぎ性もよい傾向があった。また、界面活性剤の総含有率が高い銘柄は洗浄力が高い傾向があった。

カ 消費者へのアドバイス

- ① 界面活性剤の総含有率は「成分」の欄に数値(%)が表示されているため、商品選択時に容器の表示内容を確認することが望ましい。
- ② 日本石鹼洗剤工業会(石鹼や洗剤などのメーカーと、それらの原料となる油脂製品のメーカーで構成される業界団体。以下、「団体」と言う。)およびメーカー各社は、「台所用合成洗剤を食器洗い乾燥機に使用すると、泡立ちすぎて機械が故障する恐れがあるため、食器洗い乾燥機には専用の洗剤を使用しなければならない」と注意喚起している。
- ③ 団体は、「食器洗いのコツ」などについてウェブサイト以下のように紹介している。
 - ・食卓から下げるときは、汚れを広げないように、汚れた食器は重ねない。
 - ・食べ残しや油汚れは紙などであらかじめ拭き取り、生ゴミとして捨てる。
 - ・汚れの少ない食器から、また、汚れのついていない裏側から、先に洗う。
 - ・食器を一通り洗ってから、まとめてすすぐ。
 - ・蛇口の水は鉛筆くらいの細さにして、蛇口のすぐ下にすすぐ食器を置き、流水を無駄なく利用する。
 - ・すぐに洗わない時は、汚れが乾かないように「水またはぬるま湯+洗剤」に食器をつけておくか、汚れに直接スプレーするタイプの洗剤を利用する。

(参考) 日本石鹼洗剤工業会ウェブサイト

・「暮らしのクリーンノート ④ 上手に節水しながら食器を洗うコツ」

https://jsda.org/w/04_yakud/cleannote04.html

・「暮らしのクリーンノート ⑳ むだなく心地よく これからの家事スタイル

<1> 食器洗いは洗剤選びと前処理が大事」

https://jsda.org/w/04_yakud/cleannote28.html

別表1 表示調査結果(法定事項)その1

No.	品名	成分	液性	用途	正味量
1	台所用 合成洗剤	界面活性剤(16%、アルキルエーテル硫酸エステルナトリウム、脂肪酸アルカノールアミド)	中性	野菜・果物・食器・調理用具用	500mL
2	台所用 合成洗剤	界面活性剤(30%アルキルエーテル硫酸エステルナトリウム、ポリオキシエチレンアルキルエーテル、アルキルグリコシド、アルキルアミンオキシド)、安定化剤、粘度調整剤	中性	食器・調理用具、(除菌)スポンジ	290mL
3	台所用 合成洗剤	界面活性剤(29% アルキルアミンオキシド、アルキルエーテル硫酸エステルナトリウム、ポリオキシエチレンアルキルエーテル、アルキルスルホン酸ナトリウム)、安定化剤、酵素	中性	食器・調理用具・シンク用、スポンジの除菌	220mL
4	台所用 合成洗剤	界面活性剤(23% アルキルアミンオキシド、アルキルエーテル硫酸エステルナトリウム、ポリオキシエチレンアルキルエーテル)、除菌剤、pH 調整剤、安定化剤	中性	食器・調理用具・シンク用、プラスチック製まな板・スポンジ・ふきんの除菌	220mL
5	台所用 合成洗剤	界面活性剤(32%、アルキルヒドロキシスルホベタイン、高級アルコール系(陰イオン))、安定化剤、除菌剤	中性	食器・調理用具用、スポンジ・プラスチック製まな板(除菌)	240mL
6	台所用 合成洗剤	界面活性剤(32%、アルキルヒドロキシスルホベタイン、高級アルコール系(陰イオン))、安定化剤、除菌剤	弱酸性	食器・調理用具用、スポンジ・プラスチック製まな板(除菌)	240mL
7	台所用 合成洗剤	界面活性剤(23%、アルキルエーテル硫酸エステルナトリウム、アルキルアミンオキシド、ポリオキシアルキレングリコール)、安定化剤、除菌剤	中性	食器・調理用具用、スポンジの除菌	240mL

別表1 表示調査結果(法定事項)その2

No.	使用量の目安※1	使用上の注意※2						表示者名
		①	②	③	④	⑤	⑥	
1	水1L に対して2.5mL(料理用小さじ1杯は約5mL)	○	○	○	—	○	○	A社
2	ぬれたスポンジに適量(1~3mL程度)を出して使用。お皿や汚れの量、種類によって調整(小さじ1杯は約5mL)。過度な汚れは紙等で拭き取ってから洗剤を使用。	○	—	—	○	○	○	B社
3	水(40mL程度)を含んだスポンジ等に洗剤を適量(1~2mL)とり、軽く泡立ててご使用ください(料理用小さじ1杯は約5mL)	○	—	—	○	○	○	C社
4	水(40mL程度)を含んだスポンジ等に洗剤を適量(1~2mL)とり、軽く泡立ててご使用ください(料理用小さじ1杯は約5mL)	○	—	—	○	○	○	C社
5	ぬれたスポンジ等に適量(1~2mL)とり、軽く泡立てて使用する。(料理用小さじ1杯は約5mL)	○	—	—	○	○	○	D社
6	ぬれたスポンジ等に適量(1~2mL)とり、軽く泡立てて使用する。(料理用小さじ1杯は約5mL)	○	—	—	○	○	○	D社
7	水1L に対して0.75mL(料理用小さじ1杯は約5mL)	○	—	—	○	○	○	E社

※1 除菌、つけおき、ウイルス除去に関することは除く

※2 ①子どもの手が届く所に置かない旨

②野菜及び果物を5分間以上浸けたままにしない旨

③流水を用いてすすぐ場合には、野菜及び果物は30秒以上、食器及び調理用具は5秒間以上すすぎ、ため水を用いてすすぐ場合には、ため水を替えて2回以上すすぐ旨

④流水を用いて食器又は調理用具をすすぐ場合には、5秒間以上すすぎ、ため水を用いてすすぐ場合には、ため水を替えて1回以上すすぐ旨

⑤用途外に使用しない旨

⑥万一飲み込んだり、目に入ったりした場合には、応急処置を行い、医師に相談する旨

別表2 表示調査結果(任意事項)その1

No.	使用上の注意等(法定事項以外)
1	<ul style="list-style-type: none"> ・低温で白濁することがあっても、性能には問題ありません。常温に置くと元に戻ります。 ・水でうすめた液を長時間放置すると変質することがあります。ご使用のつどうすめてお使いください。 ・必ず使用前に使用上の注意と使用方法をお読みください。 ・荒れ性の方や長時間使用する時、また原液をスポンジに含ませて使用する時は、炊事用手袋を着用し、使用後は手をよく水で洗い、クリームなどで肌の手入れをする。 ・認知症の方などの誤飲を防ぐため、置き場所に注意する。 ・極端に高温または低温の場所、直射日光のあたる場所には保管しない。
2	<ul style="list-style-type: none"> ・必ずジョイを使用して下さい。他社製品では液もれすることがあります。 ・認知症の方等の誤飲を防ぐ為、置き場所に注意する。 ・使用後は水で手をよく洗い、お肌のお手入れを。 ・荒れ性の方や長時間使用時、原液をスポンジ等に含ませ使う時は炊事用手袋を使う。 ・薄めた液を長時間おくと変質する事がある。 ・使用前にシールをはがす。 ・飲み物ではありません。 ・中の洗剤が少なくなったら、つめかえ時です
3	<ul style="list-style-type: none"> ・必ずご使用前に表示をお読みください。 ・飲み物ではありません。 ・認知症の方などの誤飲に注意する。 ・使用後は手を水でよく洗う。 ・荒れ性の方や長時間使用の場合、また原液をスポンジに含ませて使うときは炊事用手袋を使う。 ・うすめた液を長時間置くと変質することがあるので、使用のつどうすめて使う。 ・使いきってから、つめかえてください。
4	<ul style="list-style-type: none"> ・必ずご使用前に表示をお読みください。 ・飲み物ではありません。 ・認知症の方などの誤飲に注意する。 ・使用後は手を水でよく洗う。 ・荒れ性の方や長時間使用の場合、また原液をスポンジに含ませて使うときは炊事用手袋を使う。 ・うすめた液を長時間置くと変質することがあるので、使用のつどうすめて使う。 ・使いきってから、つめかえてください。 ・設備が酵素配合洗剤と共用のため、微量の酵素が検出されることがあります。
5	<ul style="list-style-type: none"> ・飲み物ではありません。 ・使用上の注意をよく読んでお使いください。 ・認知症の方などの誤飲に注意する。 ・うすめた液を長時間置くと変質することがあるので、使用のつどうすめて使う。 ・使用後は手をよく水で洗う。 ・荒れ性の方や長時間使用する場合、また原液をスポンジに含ませて使用する時は炊事用手袋を使う。
6	<ul style="list-style-type: none"> ・飲み物ではありません。 ・使用上の注意をよく読んでお使いください。 ・電気ポットのクエン酸洗浄には使えない。 ・認知症の方などの誤飲に注意する。 ・うすめた液を長時間置くと変質することがあるので、使用のつどうすめて使う。 ・使用後は手をよく水で洗う。 ・荒れ性の方や長時間使用する場合、また原液をスポンジに含ませて使用する時は炊事用手袋を使う。
7	<ul style="list-style-type: none"> ・飲み物ではありません。 ・ご使用前必ず表示をお読みください。 ・認知症の方などの誤飲に注意する。 ・うすめた液を長時間置くと変質することがあるので、使用のつどうすめて使う。 ・使用後は手をよく水で洗い、クリームなどでお手入れを。 ・荒れ性の方や長時間使用する場合、また原液をスポンジに含ませて使用するときは炊事用手袋を使う。

別表2 表示調査結果(任意事項)その2

No.	キャッチフレーズ(主なものを抜粋)
1	<ul style="list-style-type: none"> ・6年連続 手肌にやさしいNo.1(2021年12月食器用洗剤に関するインターネットアンケート) ・皮膚科医100人が評価、98%の医師推奨(2022年7月 Ask Doctors 調べ) ・手肌をいたわりながら、力強い洗浄効果を発揮して、すばやく地球に還ります。
2	<ul style="list-style-type: none"> ・メチャ楽 逆さボトル ・親指で軽くキュッ! フタの開閉無し、逆さで使える、液モレなし ・時短すすぎ+強力洗浄
3	<ul style="list-style-type: none"> ・つけおきでゴシゴシ0(ゼロ)※へ ※軽い力で落とせること ・カレー鍋もスルン ・油よごれもこびりつきも強力分解 つけおき酵素分解 ・こびりつき汚れは、酵素でつけおき分解! ・油汚れがサラサラ落ちる
4	<ul style="list-style-type: none"> ・除菌(まな板・スポンジ・ふきん)&速乾(食器や調理器具) Wの清潔※ ※スポンジなどに対する除菌効果と、食器を洗った後の水切れの速さによる速乾効果のこと ・油汚れがサラサラ落ちる
5	<ul style="list-style-type: none"> ・長持ち泡がパツ! キュッと実感 ・長持ち泡がすすいだ瞬間一気にパツ!
6	<ul style="list-style-type: none"> ・除菌(まな板・スポンジ)、消臭、除渋(茶渋・コーヒー渋)、くすみ落とし、ウイルス除去 ・長持ち泡がすすいだ瞬間一気にパツ!
7	<ul style="list-style-type: none"> ・頼れる洗浄力 ・手肌にやさしい ・油汚れにいちばん強い※ ※<input type="checkbox"/>社食器用洗剤での比較 ・洗浄力と手肌へのやさしさ、両立にこだわりました ・ギトギト油汚れにも ・植物由来の洗浄成分使用

別表3 単価調査結果

No.	正味量	税込価格	1mLあたりの価格※
1	500 mL	481 円	0.96 円 (0.0024 円)
2	290 mL	261 円	0.90 円 —
3	220 mL	154 円	0.70 円 —
4	220 mL	154 円	0.70 円 —
5	240 mL	140 円	0.58 円 —
6	240 mL	140 円	0.58 円 —
7	240 mL	140 円	0.58 円 (0.0004 円)

※かつこ内は、使用量の目安(希釈率)を考慮した場合の価格

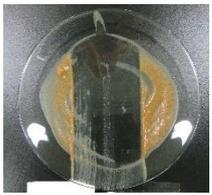
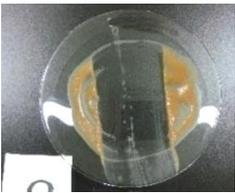
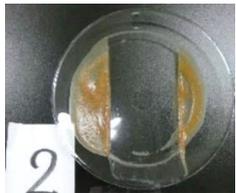
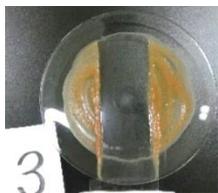
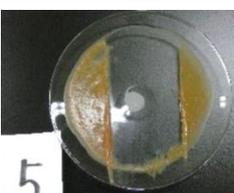
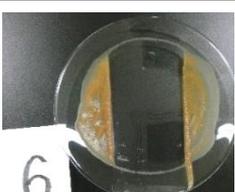
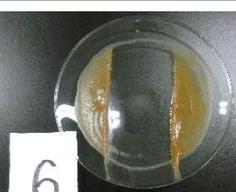
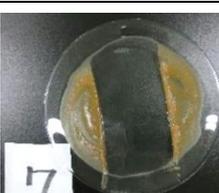
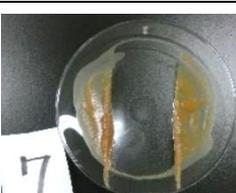
別表4 速乾性調査結果

No.		時計皿の重量(g)			
		1回目	2回目	3回目	平均
1	洗浄前	108.87	105.84	103.80	
	洗浄後	109.18	106.37	104.07	
	差	0.31	0.53	0.27	0.37
2	洗浄前	110.91	107.16	103.56	
	洗浄後	111.68	107.48	103.95	
	差	0.77	0.32	0.39	0.49
3	洗浄前	109.04	103.32	102.97	
	洗浄後	109.42	103.70	103.44	
	差	0.38	0.38	0.47	0.41
4	洗浄前	108.94	104.68	102.47	
	洗浄後	109.34	104.96	102.82	
	差	0.40	0.28	0.35	0.34
5	洗浄前	105.72	104.48	106.25	
	洗浄後	106.19	104.86	106.47	
	差	0.47	0.38	0.22	0.36
6	洗浄前	110.91	108.88	108.51	
	洗浄後	111.22	109.16	108.90	
	差	0.31	0.28	0.39	0.33
7	洗浄前	104.60	102.29	104.09	
	洗浄後	104.91	102.69	104.54	
	差	0.31	0.40	0.45	0.39

別表5 すすぎ性調査結果

No.	すすぎにかかった時間(秒)			
	1回目	2回目	3回目	平均
1	5.50	6.29	6.33	6.04
2	5.99	5.36	6.12	5.82
3	6.11	6.29	6.19	6.20
4	4.97	5.37	6.28	5.54
5	5.21	5.86	5.18	5.42
6	4.60	4.03	5.59	4.74
7	5.12	4.41	6.73	5.42

別表6 洗浄力調査結果

No.	スポンジでこすった後の時計皿の状態(写真)およびその個別評価※			評点 (合計)
	1回目(A)	2回目(B)	3回目(C)	
1	 1点	 2点	 1点	4点
2	 3点	 4点	 1点	8点
3	 4点	 3点	 1点	8点
4	 3点	 3点	 3点	9点
5	 5点	 4点	 4点	13点
6	 5点	 5点	 4点	14点
7	 3点	 3点	 3点	9点

※ 1点(汚れが残っている)~5点(汚れがよく落ちている)の5段階による目視評価

②包装米飯(パックご飯)(嶺南消費生活研究会との共同テスト)

ア 背景・目的

通称「パックご飯」と呼ばれる包装米飯は、手軽にご飯を食べられる便利な加工食品である。災害時の保存食や非常食という印象が根強いが、(公社)米穀安定供給確保支援機構によるインターネットアンケート調査(2022年4月実施)^{※1}では「1週間に1回以上購入する」との回答割合の合計が15.3%となるなど、近年は日常食として利用する人も増えている。

また、農林水産省が発表した令和4年度食品産業動態調査^{※2}によると、包装米飯(「無菌包装米飯^{※3}」および「レトルト米飯^{※3}」の合計)の2022年の年間生産量は24万トンを超え、2010年と比べると倍増している。

今回、包装米飯の味の違いなどについて嶺南消費生活研究会(以下、「研究会」という。)と共同で比較調査したため、その結果を情報提供する。

※1 「パックご飯」の購入状況について—「パックご飯」に関する調査結果の概要—
https://www.komenet.jp/pdf/chousa-rep_R04-1.pdf

※2 令和4年度年報(全体版)
https://www.maff.go.jp/j/zyukyu/jki/j_doutai/doutai_top.html

※3 (一社)全国包装米飯協会によると、表1に示すとおり、包装米飯は製造工程によって「無菌包装米飯」または「レトルト米飯」に分類される。
(参考) <https://www.p-rice.net/beihan/>

表1 包装米飯の分類

種類	製法
無菌包装米飯	短時間高温加熱殺菌、超圧力殺菌などの方法でお米を無菌化処理してから炊飯し、無菌化状態のクリーンルーム内で密封包装したもの
レトルト米飯	気密性のある容器に入れて炊飯したご飯を、加圧加熱殺菌したもの

イ 対象品

包装米飯のうち白米を対象として、令和5年6月、小浜市、高浜町、おおい町および若狭町内の小売店舗で16銘柄を購入した。

なお、レトルト米飯に該当する白米は店頭にて取り扱いがなかったため、表示調査の参考として赤飯1銘柄を購入した。



図1 テスト対象品

ウ 項目および方法

(ア)表示

食品表示法の食品表示基準(以下、「基準」という。)に基づき、表示内容を調べた。

包装米飯は加工食品に該当し、名称、原材料名、添加物、原料原産地名、内容量、賞味期限、保存の方法、製造者等の氏名または名称および住所、製造所等の所在地、栄養成分の量および熱量の表示が義務付けられている。

また、レトルト米飯の場合は、個別的義務表示(例えば「気密性容器に密封し加圧加熱殺菌」など、食品を気密性のある容器包装に入れ、密封した後、加圧加熱殺菌した旨を示す文言の表示)も義務付けられている。

(イ)単価

入数と税抜価格から、1パック(1食)あたりの価格を算出した。

(ウ)試食評価

(一財)日本穀物検定協会が実施している「米の食味試験(官能試験)」^{※1} の評価項目を参考に、「外観、香り、味、粘り、硬さ」^{※2} の5項目について、研究会会員14名をモニターとして試食評価することとした。

白飯16銘柄について、容器に表示されている食べ方(温め方)のとおり、オーブンレンジ(パナソニック製 NE-BS607)のレンジ機能(600W)で加熱したあと、全体をしゃもじでほぐして皿に小分けしたものをモニターが試食し、各自の嗜好で「好ましい・普通・好ましくない」の3段階で評価した。

個人評価の票数について、「好ましい=3点、普通=2点、好ましくない=1点」として項目ごとに100点満点に換算することで、評点(500点満点)を算出した。

※1 日本穀物検定協会では、専門パネルにより供試品と同協会が定めた基準米について比較調査する相対法により米の食味試験(官能試験)を実施している。

(参考) <https://www.kokken.or.jp/test01.html>

※2 試食評価にあたり、香川県農業生産流通課による「お米のおいしさ」に関する下記の説明を参考にした。

外観 ご飯の粒が揃っていて艶があるかどうか。

香り ご飯特有の匂いがするかどうか。

味 ご飯を噛み締めていくときに感じる甘味やうま味。

粘り ご飯を噛んだあと上下の歯を開く時のくっつき具合。

硬さ 口に含んで噛んだ時の歯ごたえ。

(参考)

<https://www.pref.kagawa.lg.jp/seiryu/kome-mugi/okome/oisisa.html>

エ 結果

(ア)表示(別表1、別表2、別表3-1~3-4、図2)

対象品の表示内容等は別表1、別表2および別表3-1~3-4のとおりである。いずれも基準に基づいた適正な表示をしていた。

17銘柄中9銘柄(No.2~4、6、9~11、13、17)は原材料に米のみを使用しており、残りの8銘柄(No.1、5、7~8、12、14~16)はpH調整剤や酸味料などの添加物を含んでいた。

また、購入日から賞味期限までの日数を算出したところ、図2のとおり163~345日(5か月以上~11か月以上)であったことから、包装米飯を備蓄する場合は5か月程度を目安に賞味期限の確認や入替えを行うのが望ましいと考えられた。なお、賞味期限までの日数の長さ、添加物の有無との関連性は見出せなかった。

法定事項以外の注意事項としては、「フタ(フィルム)や容器(トレー)に傷が付くとカビが生えるため注意する」、「外気との温度差で容器内に水滴がつくことがあるが、品質・衛生上の問題はない」などの表示があり、消費者からの問合せに対応しているものと考えられた。

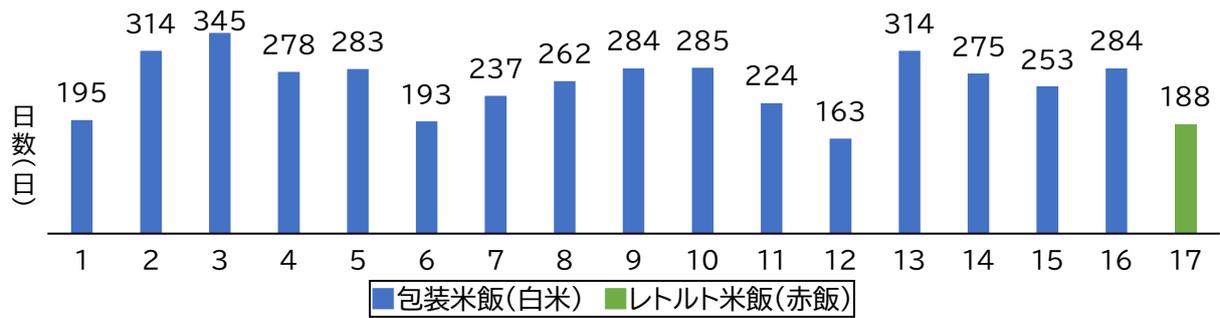


図2 購入日から賞味期限までの日数

(イ) 単価(図3、別表4)

1パック(1食)あたりの価格は図3および別表4のとおりである。包装米飯(白米)の単価は70~143円であり、2倍以上の価格差があった。しかし、内容量(g)、入数、使用されている米のブランド、賞味期限までの日数の長さ、試食評価結果など、いずれとの関連性も見出せなかった。

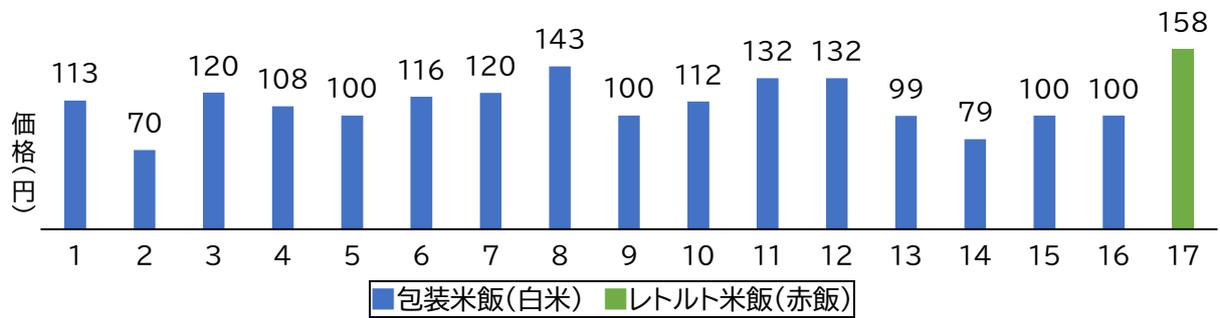


図3 1パック(1食)あたりの価格

(ウ) 試食評価(図4、別表5)

白米16銘柄について試食評価を実施した結果は図4および別表5のとおりである。モニター14名の個人評価の票数から算出した評点は171~339点(約2倍差)となり、評価が割れた。概ね、酸味料などの添加物を含む銘柄で評点が低い傾向があったものの、使用されている米のブランド、賞味期限までの日数の長さ、栄養成分など、いずれとの関連性も見出せなかった。

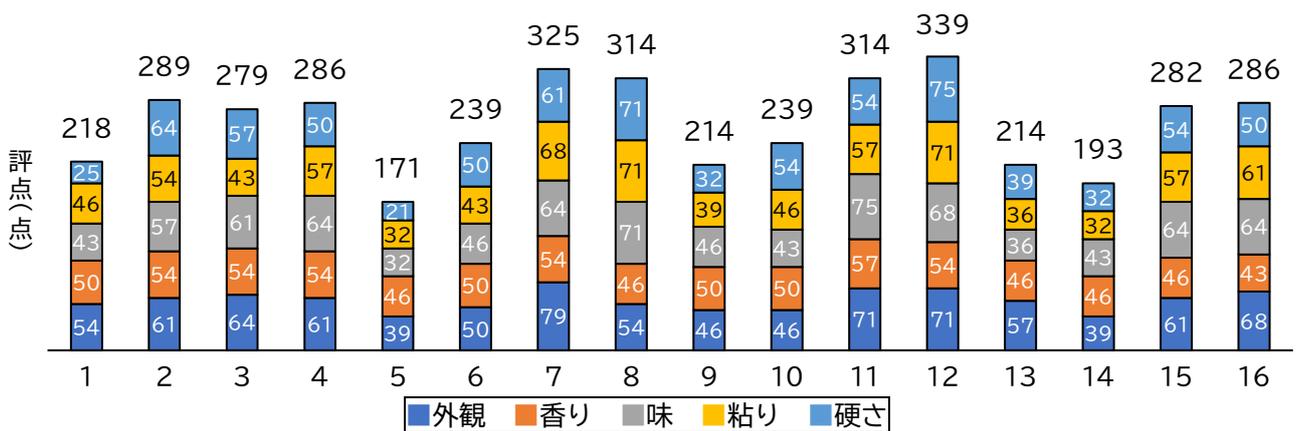


図4 試食評価結果

オ まとめ

- ① 今回調査した17銘柄はすべて、基準に基づいた適正な表示をしていた。
- ② 白米16銘柄の1パック(1食)あたりの価格は70~143円で、2倍以上の価格差があった。しかし、内容量(g)、入数、使用されている米のブランド、賞味期限までの日数の長さ、試食評価結果など、いずれとの関連性も見出せなかった。

- ③ 白米16銘柄の試食評価の評点は171～339点と評価が割れた。概ね、酸味料などの添加物を含む銘柄で評点が低い傾向があったものの、使用されている米のブランド、賞味期限までの日数の長さ、栄養成分など、いずれとの関連性も見出せなかった。

カ 消費者へのアドバイス

- ① 加熱していない包装米飯は消化しにくい状態のご飯であるため、電子レンジ、湯せん、その他の方法により、必ず加熱してから食べなければならない。また、加熱後の包装米飯は炊いたご飯と同じ状態であるため、なるべくすぐに食べきる必要がある。

- ② 各メーカーは、「災害時等に包装米飯を温める方法」についてウェブサイトでは以下のような手法を紹介している。

・カセットコンロで鍋にお湯※を沸かし、トレーのまま、または、中身(ご飯)を耐熱袋に移して口を閉じたものをお湯※に浮かべて、鍋のフタをせずに加熱する。

・フライパンに中身(ご飯)と 50 mL の飲料水(トレーの約 1/3 杯分)を入れ、カセットコンロの弱火で加熱する。

・中身(ご飯)をチャック付きの耐熱袋に移し、袋の中の空気を抜いてチャックをしっかりと閉めたものを、熱湯※の入った保温ポットにしばらく入れておく。

・防災グッズ(加熱袋と発熱剤)と水※を利用し、トレーのまま温める。

※飲料水でなくても可。ただし、ご飯に触れないよう注意が必要。

※各メーカーウェブサイト

- ・東洋ライス株式会社 「パックご飯の調理方法～災害時に使える方法も～」

https://www.toyo-rice.jp/packedrice_cooking/

- ・テーブルマーク株式会社 「もしもの時にもパックごはん」

<https://www.tablemark.co.jp/rice/packgohan/moshimo/index.html>

- ③ 災害時等で加熱自体が困難な状況を想定する場合には、賞味期限が年単位であるアルファ化米やフリーズドライごはんなどを選択するのも一つの方法である(表2参照)。

表2 包装米飯、アルファ化米、フリーズドライごはんの特徴

種類	包装米飯	アルファ化米	フリーズドライごはん
製法	殺菌した米を炊いて無菌包装する、または、気密性のある容器に入れて炊いたご飯を加圧加熱殺菌する	炊いたご飯を熱風で急速乾燥する	炊いたご飯を凍結し、真空状態で乾燥する
賞味期限	6～12か月程度	3～5年程度	5～8年程度
食べ方	電子レンジ、湯せんなどにより必ず加熱が必要	お湯で15分程度、または、水で1時間程度置く(加熱は不要)	お湯または水で数分置く(加熱は不要)

(参考)

- ・尾西食品株式会社 「アルファ米を知っていますか？」

<https://www.onisifoods.co.jp/about/>

- ・株式会社永谷園フーズ 「フリーズドライ製法」

https://www.nagatanien-foods.co.jp/business/freeze_dry/

別表1 表示調査結果(法定事項)

No.	名称	原材料名	内容量	賞味期限	保存方法	製造者等
1	包装米飯 (白飯)	うるち米(国産)／ pH調整剤	600g (200g×3個)	2024.1.2	直射日光を避け常温 で保存してください。	(製造者) A社 (製造所) B社
2	包装米飯 (白飯)	うるち米(新潟県 産)	480g (120g×4個)	2024.4 (外装未開封)	直射日光、高温・多湿 の場所を避けて常温 で保存	(製造者) C社 (製造所) D社
3	包装米飯 (白飯)	うるち米(国内産)	1 kg (200g×5食)	2024.5	直射日光・高温・多湿 をさけて常温で保存	(製造者) E社
4	包装米飯 (白飯)	うるち米(国産)	900g (180g×5)	2024.3.25	高温多湿やにの 強い場所、直射日光を さけ常温で保存	(販売者) F社 (製造所) G社
5	包装米飯 (白飯)	うるち米(国内産) ／酸味料	900g (180g×5食)	2024.3.30	直射日光を避け常温 で保存してください	(製造者) H社 (製造所) I社
6	包装米飯 (白飯)	うるち米(国産)	160g×3	2023.12	直射日光をさけて常温 で保存	(販売者) J社 (製造者) K社
7	包装米飯 (白飯)	うるち米(新潟県 魚沼産)／酸味料	600g (150g×2食×2個)	2024.2.13	直射日光を避け常温 で保存してください	(製造者) H社 (製造所) L社
8	包装米飯 (白飯)	うるち米(新潟県 産)／酸味料	540g (180g×3食)	2024.3.9	直射日光を避け常温 で保存してください	(製造者) H社 (製造所) L社
9	包装米飯 (白飯)	うるち米(新潟県 産コシヒカリ)	900g (180g×5個)	2024.3	直射日光を避けて常 温で保存	(製造者) C社 (製造所) D社
10	包装米飯 (白飯)	うるち米(山形県)	1 kg (200g×5個)	2024.4.1	直射日光を避け、常温 で保存してください。	(販売者) M社 (製造者) G社
11	包装米飯 (白飯)	うるち米(福井県 産)	200g (3食パック)	2024.1	直射日光をさけ、常温 で保存してください。	(製造者) K社
12	包装米飯 (白飯)	うるち米(福井県 産)／乳酸	180g (3個パック)	2023.12.1	直射日光をさけ常温 保存	(販売者) N社 (製造所) O社
13	包装米飯 (白飯)	うるち米(国内産)	300g (3食パック)	2024.4	直射日光をさけ、常温 で保存してください。	(製造者) K社
14	包装米飯 (白飯)	うるち米(国内産) ／酸味料	200g (10食パック)	2024.3.22	直射日光・高温多湿を 避け常温で保存	(販売者) P社 (製造所) Q社
15	包装米飯 (白飯)	うるち米(山形県 産)／酸味料	600g (150g×2食×2個)	2024.2.29	直射日光を避け常温 で保存してください	(製造者) H社 (製造所) L社
16	包装米飯 (白飯)	うるち米(北海道 産)／酸味料	600g (150g×2食×2個)	2024.3.31	直射日光を避け常温 で保存してください	(製造者) H社 (製造所) L社
17	レトルト 包装米飯 (赤飯)	もち米(米国産)、 小豆、食塩	160g	2023.12.26	高温多湿やにの 強い場所、直射日光を さけ常温で保存	(販売者) F社 (製造所) G社

別表2 栄養成分表示調査結果(法定事項)

No.	食品単位	エネルギー (kcal)	たんぱく質 (g)	脂質 (g)	炭水化物 (g)	食塩相当量 (g)	備考
1	100g	128	2.0	0.2	29.7	0.02	推定値
2	120g (100g)	173 (144)	2.0 (1.7)	0.4 (0.3)	40.6 (33.8)	0 (0)	
3	200g (100g)	294 (147)	4.2 (2.1)	0.0 (0.0)	67.8 (33.9)	0 (0)	
4	180g (100g)	251 (139)	4.3 (2.4)	0.7 (0.4)	56.9 (31.6)	0.02 (0.01)	この表示値は、目安 です。
5	180g (100g)	258 (143)	3.8 (2.1)	0.7 (0.4)	59.0 (32.8)	0.0 (0.0)	推定値
6	160g (100g)	221 (138)	3.7 (2.3)	0.5 (0.3)	50.9 (31.8)	0 (0)	炭水化物のうち、 糖質 49.9g 食物繊維 1.0g
7	150g (100g)	225 (150)	3.0 (2.0)	0.6 (0.4)	51.8 (34.5)	0.0 (0.0)	推定値
8	180g (100g)	277 (154)	4.5 (2.5)	0.7 (0.4)	63.2 (35.1)	0.0 (0.0)	推定値
9	180g (100g)	253 (141)	3.2 (1.8)	0.5 (0.3)	58.9 (32.7)	0 (0)	推定値
10	200g (100g)	290 (145)	4.2 (2.1)	0.8 (0.4)	65.6 (32.8)	0 (0)	
11	200g (100g)	276 (138)	4.0 (2.0)	0.6 (0.3)	63.8 (31.9)	0.0 (0.0)	この表示値は、目安 です。
12	180g (100g)	259 (144)	3.4 (1.9)	0.3 (0.2)	60.6 (33.7)	0.0 (0.0)	推定値
13	300g (100g)	432 (144)	7.2 (2.4)	1.2 (0.4)	98.7 (32.9)	0.0 (0.0)	この表示値は、目安 です。
14	200g (100g)	313 (157)	5.0 (2.5)	0.6 (0.3)	74.6 (37.3)	0 (0)	推定値
15	150g (100g)	221 (147)	3.0 (2.0)	0.6 (0.4)	50.9 (33.9)	0.0 (0.0)	推定値
16	150g (100g)	218 (145)	3.9 (2.6)	0.6 (0.4)	49.5 (33.0)	0.0 (0.0)	推定値
17	160g (100g)	314 (196)	7.0 (4.4)	1.0 (0.6)	69.2 (43.3)	0.5 (0.3)	この表示値は、目安 です。

※ カッコ内は、表示値を100gあたりの数値に換算したもの

別表3-1 表示調査結果(任意事項)

No.	注意事項
1	<p>(使用上の注意)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・電子レンジで加熱してください。オーブントースターでは、調理できません。 ・フィルムが剥がれやキズにより密封性が損なわれると、カビの原因となりますので取扱いにご注意ください。 ・調理後やけど注意 ※図記号 <p>(容器の切りはなし方)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・手を切らないようご注意ください。
2	<p>(ご注意)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・加熱後は熱いので、やけどに十分ご注意ください。 ・賞味期限は外装未開封の状態での品質が保たれる期間です。外装開封後は冷暗所にて保管して、お早めにお召し上がりください。 ・商品に傷がつきますとカビの生える原因となりますので、ご注意ください。 ・においの強いものと一緒になるとにおい移りすることがありますので、においの強いものを避けて保存してください。 ・脱酸素剤は食べられませんので、開封後は捨ててください。また、電子レンジに入れないでください。 ・個包装の内側に水滴がつくことがあります。品質上、衛生上の問題はありません。 ・移り香注意 ※図記号
3	<p>(ご注意)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・加熱直後は熱いので、やけどにご注意ください。 ・オーブントースターでは調理できません。 ・包装内に水滴が発生する事がありますが、品質上問題ありません。 ・ふたフィルムに傷がつきますとカビが生えますのでご注意ください。
4	<p>(注意事項)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・調理後は熱くなっていますので、電子レンジ又は熱湯から取り出す際やフィルム(ふた)をはがす際にはやけどにご注意ください。 ・電子レンジ及びお湯以外では加熱しないでください。 ・ふた・容器に傷がつきますとカビが生えますのでご注意ください。 ・加熱してお召し上がりください。 ・移り香注意 ※図記号
5	<ul style="list-style-type: none"> ・酸味料由来の臭いを感じるがありますが、品質には問題ありません。 ・フタ、トレーに傷がつきますとカビが生えますのでご注意ください。 ・気温の変化により、水滴がつくことがあります。 ・外袋に開いている穴は、破裂を防ぐための空気穴です。
6	<p>(ご注意)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・加熱後は熱くなっていますので、やけどにご注意ください。 ・オーブントースターでは調理できません。 ・ふたフィルムに傷がつきますとカビが生えますのでご注意ください。 ・フィルム内の水滴は品質上問題ありません。 ・ご飯粒に有色点が見える場合がありますが、お米の一部であり金芽米の特徴ですのでご安心ください。
7	<ul style="list-style-type: none"> ・調理後の容器や中身は熱くなっておりますので、やけどにご注意ください。 ・酸味料由来の臭いを感じるがありますが、品質には問題ありません。 ・フタ、トレーに傷がつきますとカビが生えますのでご注意ください。 ・気温の変化により、水滴がつくことがあります。 ・外袋に開いている穴は、破裂を防ぐための空気穴です。
8	<ul style="list-style-type: none"> ・調理後の容器や中身は熱くなっておりますので、やけどにご注意ください。 ・酸味料由来の臭いを感じるがありますが、品質には問題ありません。 ・フタ、トレーに傷がつきますとカビが生えますのでご注意ください。 ・気温の変化により、水滴がつくことがあります。 ・外袋に開いている穴は、破裂を防ぐための空気穴です。
9	<ul style="list-style-type: none"> ・外気との温度差で個包装の内側に水滴がつくことがあります。品質上、衛生上の問題はありません。 ・外装に開いている穴は、袋の破裂を防止するためのものです。 ・加熱調理後は熱いので、やけどにご注意ください。

No.	注意事項
10	<ul style="list-style-type: none"> ・調理後は熱くなっていますので、電子レンジおよび熱湯から取り出す際や、ふたをはがす際はやけどにご注意ください。 ・電子レンジおよび熱湯以外の方法では加熱しないでください。 ・ふた・容器に傷がつきますとカビが生えますのでご注意ください。(お願い) ・個包装開封後は、一度にお召し上がりください。
11	<ul style="list-style-type: none"> ・中の商品を傷つけないようにお開け下さい(カビの原因になります) ・開封後はなるべくお早目にお召し上がりください。 ・加熱後は熱いのでやけどにご注意ください。 ・電子レンジと湯せん以外では加熱しないでください。 ・フタ・トレーに傷がつきますとカビが生えますのでご注意ください。 ・フィルム内の水滴は品質上問題ありません。
12	<ul style="list-style-type: none"> ・加熱直後は熱いのでお気をつけください。
13	<ul style="list-style-type: none"> ・中の商品を傷つけないようにお開け下さい(カビの原因になります) ・開封後はなるべくお早目にお召し上がりください。 ・加熱後は熱いのでやけどにご注意ください。 ・電子レンジと湯せん以外では加熱しないでください。 ・フタ・トレーに傷がつきますとカビが生えますのでご注意ください。 ・フィルム内の水滴は品質上問題ありません。
14	<ul style="list-style-type: none"> ・賞味期限は未開封での期限です。 ・開封後はお早めにお召し上がりください。 ・酸味料由来のにおいを感じることがありますが、品質には問題ありません。 ・ふた、トレーに傷がつきますとカビが生えますのでご注意ください。
15	<ul style="list-style-type: none"> ・調理後の容器や中身は熱くなっておりまして、やけどにご注意ください。 ・酸味料由来の臭いを感じることがありますが、品質には問題ありません。 ・フタ、トレーに傷がつきますとカビが生えますのでご注意ください。 ・気温の変化により、水滴がつくことがあります。 ・外袋に開いている穴は、破裂を防ぐための空気穴です。
16	<ul style="list-style-type: none"> ・調理後の容器や中身は熱くなっておりまして、やけどにご注意ください。 ・酸味料由来の臭いを感じることがありますが、品質には問題ありません。 ・フタ、トレーに傷がつきますとカビが生えますのでご注意ください。 ・気温の変化により、水滴がつくことがあります。 ・外袋に開いている穴は、破裂を防ぐための空気穴です。
17	<p>(注意事項)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・調理後は熱くなっていますので、電子レンジ又は熱湯から取り出す際やフィルム(ふた)をはがす際にはやけどにご注意ください。 ・電子レンジ及びお湯以外では加熱しないでください。 ・ふた・容器に傷がつきますとカビが生えますのでご注意ください。 ・加熱してお召し上がりください。

別表3-2 表示調査結果(任意事項)

No.	電子レンジでの食べ方(温め方)
1	<ul style="list-style-type: none"> ・白い線の上までフィルム(ふた)をはがし、加熱してください。 ・電子レンジ(500W・600W)で加熱の目安:1パックの場合は1分、2パックの場合は2分 ・オート不可
2	<p>電子レンジ(500W、600W)で加熱する場合</p> <ol style="list-style-type: none"> ①シール(フタ)を少しはがしてください。 ②電子レンジで1分加熱してください。 ③お茶碗やお皿に移し替えてお召し上がりください。 <ul style="list-style-type: none"> ・加熱時間は目安です。商品の保管温度や機種、ワット数によって多少異なります。 ・移し替えて加熱する場合はお茶碗やお皿に移し替え、ラップをして1分加熱してください。 ・加熱後のごはんが固い場合は、10秒ずつ加熱を追加してください。 ・加熱しすぎると焦げの発生やごはんが固くなる場合がありますのでご注意ください。 ・加熱後、ごはん全体を混ぜていただくとよりふっくら美味しく召し上がれます。

No.	電子レンジでの食べ方(温め方)
3	・点線までフィルムをはがす 500W・600W は2分、1000W は1分30秒
4	・あけ口から黄帯のところまでフィルム(ふた)をはがし、加熱してください。 <加熱の目安>500W、600W 2分間 ・加熱時間は機種やワット数により多少異なりますのでご注意ください。
5	(1食分)①トレーのフタを点線まであけます。 ②電子レンジで温めます。500W・600W→約2、1000W→約1分30秒 ・機種等により多少異なります。やけどに注意!
6	・電子レンジで加熱する際は点線までフィルムをはがしてください。 ・電子レンジでの加熱目安時間 500W 2分、600W 1分40秒、800W 1分20秒
7	①2つ折りになるように強く複数回折り曲げます。 ②「切りはなし線」より2つに切りはなしします。 ※手を切らないようにご注意ください。 ③トレーのフタを「あけ口」より点線まであけます。 ※1食のみお召し上がりになる際は片方のフタのみあけます。 ④電子レンジであたためます。やけどに注意! 500W、600W→約1分30秒(1食)、約3分(2食) 1000W→約1分(1食)、約2分(2食) (機種等により多少異なります)
8	①トレーのフタを点線まであけます。 ②電子レンジで温めます。やけどに注意! 500~600W→約2、1000W→約1分30秒(商品の温度や機種等により多少異なります)
9	・500~600W で2分間加熱してお召し上がり下さい。 ・トレーのフタを点線まであけて温めて下さい。 ・電子レンジで調理する時は脱酸素剤を取り出さずそのまま点線までフタをはがして下さい。
10	・ここ(ふたに書かれた赤色の線)までフィルムをはがす ・500~600W 約2分(2個の場合は約4分加熱)
11	(電子レンジで加熱する場合の加熱時間の目安) ・500W・600W は2分、700W は1分40秒、1000W は1分20秒、業務用 1500W は40秒 ・電子レンジで加熱する場合は点線部まで(フィルムを)あけてください。
12	・電子レンジ(500W)の場合は点線のところまでシールをはがし、2分間加熱してください。(機種により過熱状態は異なります)
13	(電子レンジで加熱する場合の加熱時間の目安) ・500W・600Wは3分10秒、700Wは2分40秒、1000Wは1分50秒、業務用1500Wは1分10秒 ・電子レンジで加熱する際は点線までフィルムをはがしてください。
14	・電子レンジで調理される場合は、加熱前に点線まで(ふたを)あけてください。 ・500W・600W レンジで約2分加熱してください。
15	①2つ折りになるように強く複数回折り曲げます。 ②「切りはなし線」より2つに切りはなしします。 ※手を切らないようにご注意ください。 ③トレーのフタを「あけ口」より点線まであけます。 ※1食のみお召し上がりになる際は片方のフタのみあけます。 ④電子レンジであたためます。やけどに注意! 500W、600W→約1分30秒(1食)、約3分(2食) 1000W→約1分(1食)、約2分(2食)(機種等により多少異なります)
16	①2つ折りになるように強く複数回折り曲げます。 ②「切りはなし線」より2つに切りはなしします。 ※手を切らないようにご注意ください。 ③トレーのフタを「あけ口」より点線まであけます。 ※1食のみお召し上がりになる際は片方のフタのみあけます。 ④電子レンジであたためます。やけどに注意! 500W、600W→約1分30秒(1食)、約3分(2食) 1000W→約1分(1食)、約2分(2食)(機種等により多少異なります)
17	・あけ口から黒帯のところまでフィルム(ふた)をはがし、加熱してください。 ・500W・600W 約2分 ※加熱時間は機種やワット数により多少異なりますのでご注意ください。

別表3-3 表示調査結果(任意事項)

No.	湯せん・熱湯での食べ方(温め方)
1	・沸騰したお湯の中にフィルムをはがさず、この面(フィルム)を上にして入れ、鍋のふたをしないで加熱してください。(加熱時間)15分
2	・シール(フタ)をはがさずに熱湯に入れて10分間加熱してください。
3	・フィルムをはがさずこの面(フィルム)を上にして、鍋のふたをせずに15分以上加熱
4	・沸騰させたお湯の中にフィルム(ふた)をはがさず底面を下にして入れ、鍋のふたをせずに約15分間加熱してください。 ※2個以上をお湯で加熱する場合、重ねた状態で加熱すると破裂する場合があります。
5	(2食分) ・フタをはがさず、天面を上にしてお湯に浮かべ、鍋にフタをせず約14分加熱してください。 ・商品は重ねないでください。
6	・熱湯の場合は十分なお湯の中にフィルムをはがさず、この面(フィルム)を上にして鍋のふたをせずに約14分加熱してください。
7	・フタをはがさず、天面を上にして鍋で約24分加熱します。 ※調理中は鍋にフタをしないでください。
8	(1食分) ・フタをはがさず、天面を上にしてお湯に浮かべ、鍋にフタをせず約14分加熱してください。 ・商品は重ねないでください。
9	・シール(フタ)をはがさずにシール(フタ)面を上にして、鍋にふたをしないで15分間加熱して下さい。
10	・フィルムをはがさずこの面を上にして、鍋のふたをせず沸とうしたお湯で約15分加熱。 ・2個以上を加熱するときは、破袋する場合がありますので重ねて加熱しないでください。
11	(湯せんで加熱する場合の加熱時間の目安) ・フィルムをはがさず15分
12	・熱湯の場合は十分なお湯の中にフィルムをはがさず、この面を上にして鍋のふたをせずに15分間加熱してください。 ※2個以上を湯せんで加熱する場合、重ねた状態で加熱すると破袋する場合があります。
13	(湯せんで加熱する場合の加熱時間の目安) ・フィルムをはがさず30分以上
14	・熱湯で温める場合は、シールをはがさず、商品を重ねずこの面を上にして入れ、鍋のフタをせずに約14分加熱してください。
15	・フタをはがさず、天面を上にして鍋で約24分加熱します。 ※調理中は鍋にフタをしないでください。
16	・フタをはがさず、天面を上にして鍋で約24分加熱します。 ※調理中は鍋にフタをしないでください。
17	・沸騰させたお湯の中にフィルム(ふた)をはがさず底面を下にして入れ、鍋のふたをせずに約15分間加熱してください。 ※2個以上をお湯で加熱する場合、重ねた状態で加熱すると破袋する場合があります。

別表3-4 表示調査結果(任意事項)

No.	キャッチフレーズ等(抜粋)
1	・便利な小分けパック
2	・新潟県産コシヒカリ ・高圧製法でふっくらおいしい ・電子レンジでカンタン!
3	・厚釜炊き ・新潟県産コシヒカリ ・厳選したお米を厚釜を使い昔ながらの炊き方でふっくらと仕上げました。
4	・酸味料不使用 ・炊きたての味がいつでもすぐに ・国産米使用

No.	キャッチフレーズ等(抜粋)
5	・二段階加熱製法 ・魚沼の水で炊き上げました。 ・テーブルマークはパックごはん市場シェア No.1※ ※マクロミル QPR 調べ(2021年3月～2022年2月(全国)QPR をもとに独自集計(購入パック数をバラ食数換算)、「レトルトパウチ製品」は除く)
6	・糖質 15%オフ※ 1食(160g)あたり ※日本食品標準成分表 2015年版(七訂)『水稻めし』/精白米/うるち米比較 ・食品添加物不使用
7	・二段階加熱製法
8	・二段階加熱製法 ・JAPAN FOOD SELECTION 2022年11月グランプリ受賞 ・銘柄米ブレンド(新之助 15%、つきあかり 40%、みずほの輝き 45%(米に占める割合)) ・新潟のおいしい水で炊き上げました。
9	・新潟県産コシヒカリ 100% ・酸味料不使用
10	・国産素材 ・山形県産はえぬき 100%使用 ・昔ながらのお釜炊きの原理を応用した加圧炊飯製法でふっくらと炊き上げました。
11	・福井県産コシヒカリ 100% ・本品は酸味料を使用しておりません
12	(記載なし)
13	・北アルプスの名水で炊き上げました ・添加物不使用
14	・国内産
15	・二段階加熱製法 ・しっかりとした粒感と噛み応え
16	・二段階加熱製法 ・甘みが強くもちりやわらか
17	・小豆の味わいとほのかな塩味、もちもちとした食感の赤飯です。 ・着色料不使用

別表4 単価調査結果

No.	入数(パック)	税抜価格(円)	1パックあたりの価格(円)
1	3	338	113
2	4	278	70
3	5	598	120
4	5	538	108
5	5	498	100
6	3	348	116
7	4	478	120
8	3	428	143
9	5	498	100
10	5	559	112
11	3	397	132
12	3	397	132
13	3	298	99
14	10	789	79
15	4	398	100
16	4	398	100
17	1	158	158

別表5-1 試食評価結果(個人評価の票数)

No.	外観			香り			味			粘り			硬さ		
	好ましい	普通	好ましくない												
1	3	9	2	0	14	0	0	12	2	4	5	5	0	7	7
2	3	11	0	1	13	0	4	8	2	3	9	2	6	6	2
3	5	8	1	2	11	1	3	11	0	3	6	5	4	8	2
4	4	9	1	1	13	0	6	6	2	4	8	2	1	12	1
5	3	5	6	1	11	2	1	7	6	2	5	7	0	6	8
6	4	6	4	1	12	1	1	11	2	2	8	4	3	8	3
7	9	4	1	1	13	0	5	8	1	5	9	0	3	11	0
8	3	9	2	1	11	2	7	6	1	8	4	2	8	4	2
9	2	9	3	0	14	0	0	13	1	1	9	4	0	9	5
10	2	9	3	1	12	1	0	12	2	1	11	2	3	9	2
11	6	8	0	2	12	0	7	7	0	5	6	3	4	7	3
12	6	8	0	2	11	1	6	7	1	6	8	0	7	7	0
13	3	10	1	0	13	1	0	10	4	1	8	5	1	9	4
14	0	11	3	1	11	2	2	8	4	0	9	5	0	9	5
15	4	9	1	0	13	1	5	8	1	3	10	1	3	9	2
16	5	9	0	0	12	2	5	8	1	5	7	2	4	6	4

別表5-2 試食評価結果(評点)

No.	外観	香り	味	粘り	硬さ	合計
1	54	50	43	46	25	218
2	61	54	57	54	64	289
3	64	54	61	43	57	279
4	61	54	64	57	50	286
5	39	46	32	32	21	171
6	50	50	46	43	50	239
7	79	54	64	68	61	325
8	54	46	71	71	71	314
9	46	50	46	39	32	214
10	46	50	43	46	54	239
11	71	57	75	57	54	314
12	71	54	68	71	75	339
13	57	46	36	36	39	214
14	39	46	43	32	32	193
15	61	46	64	57	54	282
16	68	43	64	61	50	286

4 情報提供

(1)情報誌の発行

「ふくいの消費生活」の発行 年6回 延べ 120,000部

(2)報道機関を利用した情報提供

①新聞

ア 福井新聞「教えて！相談員さん」

	月日	テーマ
1	4月18日	オンラインゲーム課金～ルール、利用制限で防止～
2	5月16日	クーリングオフ ～メール、SNS通知も可～
3	6月20日	ウイルス対策ソフト ～自動更新でトラブルも～
4	7月18日	布団打ち直しの訪問販売 ～ドア開ける前に用件確認を～
5	8月15日	ネット通販での定期購入 ～契約前に規約の確認を～
6	9月19日	点検商法 ～複数業者から見積もりを～
7	10月17日	増える訪問購入トラブル ～むやみに貴金属見せない～
8	11月21日	情報商材 ～「稼げる」信用しないで～
9	12月19日	フィッシング詐欺 ～カード会社にすぐ連絡～
10	1月16日	賃貸住宅の原状回復費 ～国交省がガイドライン～
11	2月20日	災害につけ込んだ悪質商法 ～被災地以外、高齢者も注意～
12	3月19日	SNSトラブル ～送った情報悪用の恐れも～

イ 朝日新聞「くらし110番」

	月日	テーマ
1	4月7日	消費生活センターの仕事 ～商品テスト・講座・情報提供も～
2	4月21日	中古車購入のトラブル ～使用歴・整備状況など確認を～
3	5月7日	若者狙うマルチ商法 ～簡単にもうかる話はない～
4	5月19日	契約書の電子化 ～クーリング・オフも可能 必ず保存を～
5	6月2日	副業に高額サポート料 ～元取れず借金に はっきり断って～
6	6月16日	エアコン事故 ～ほこりや異音・異臭…火災の恐れも～
7	6月30日	フィッシングメール ～「URL 付き」は開かず 直接HPに～
8	7月7日	お試し注文が定期購入 ～解約まで根気よく 証拠も残して～
9	7月22日	昨年度の消費生活相談 ～定期購入104件増 60歳以上が半数～
10	8月4日	クーリング・オフ ～契約解除の通知 メールなどもOK～
11	8月18日	SNSでの副業勧誘 ～「簡単に高収入」信用せず断って～

	月日	テーマ
12	9月1日	訪問購入 強引買い取り ～「貴金属見せて」見せずに断って～
13	9月19日	屋根などの点検・修繕 ～複数見積もり 信頼できる業者に～
14	9月29日	偽のショートメッセージ ～荷物預かりの連絡 まず疑って～
15	10月6日	「サブスク」のトラブル ～申し込む前 契約条件確認を～
16	10月20日	PCのサポート詐欺 ～「ウイルス感染」偽画面に注意～
17	11月6日	詐欺サイトで商品購入 ～代引き配達 支払う前にキャンセルを～
18	11月22日	ステルスマーケティング ～口コミ 安易に信じないで～
19	12月1日	IP電話への移行 ～回線工事は不要 勧誘に注意～
20	12月15日	水回り修理の高額請求 ～ネット広告 うのみにしないで～
21	12月29日	暗号資産のトラブル ～SNSで投資話 安易に乗らない～
22	1月19日	子どものゲーム課金 ～家族でルール決め クレカ管理を～
23	2月4日	入居後のトラブル ～必ず内見 契約内容よく確認して～
24	2月16日	原状回復のトラブル ～入居時 傷や汚れ記録して～
25	3月4日	副業サイト ～個人情報 絶対に伝えないで～
26	3月20日	スマホの遠隔操作 ～「もうかる」うのみは危険
27	3月29日	エステの長期契約

ウ 中日新聞「暮らしワンポイント」（日刊県民福井にも掲載）

	月日	テーマ
1	4月26日	悪質な定期購入 ～解約連絡の記録を保存～
2	5月24日	フィッシングメール ～開かない、アクセスしない～
3	6月21日	マルチ商法の手口 ～SNS通じた誘い増える～
4	7月19日	訪問販売、電話勧誘販売 ～契約書 電子書面可能に～
5	8月9日	ネット通販のトラブル ～事業者名など必ず確認～
6	9月6日	訪問購入のトラブル ～1人で対応しないで～
7	10月18日	副業サイトに注意 ～簡単にもうかる話はない～
8	11月8日	点検商法に注意 ～複数業者から見積もりを～
9	12月6日	電話勧誘販売に注意 ～おかしいと感じたら断る～
10	1月17日	偽サイトに注意 ～返品や返金は困難～
11	2月7日	震災便乗の悪質商法 ～「屋根の無料点検」注意～
12	3月6日	ネット上の広告に注意 ～情報安易に信用しないで～

②ラジオ

FBC 福井ラジオ「ふくいチャレンジ通信」

	月日	テーマ
1	4月5日	開運商法
2	4月19日	成人年齢の引き下げ
3	5月17日	いきいき消費者フォーラム in2023
4	6月7日	クーリング・オフ制度書面電子化
5	6月21日	令和4年度消費生活相談受付情報
6	7月5日	テレビショッピング
7	7月19日	サブスクリプションサービス
8	8月2日	子どもの事故
9	8月16日	試買テスト結果
10	9月6日	高齢者のトラブル 点検商法
11	9月20日	高齢者のトラブル フィッシング詐欺
12	10月4日	高齢者のトラブル 定期購入
13	10月18日	高齢者のトラブル 訪問購入
14	11月1日	多重債務
15	11月15日	通信販売とステマ規制
16	12月6日	年末年始に向けて注意したいこと
17	12月20日	物価について
18	1月17日	若者トラブル 賃貸住宅トラブル
19	2月7日	震災に便乗した悪質商法
20	2月21日	若者トラブル 副業サイト
21	3月6日	若者トラブル エステのトラブル

(3)インターネット、メールマガジン等を利用した情報提供

- ・県ホームページ 58回
- ・SNS 52回
- ・メールマガジン 55回

(4)パネル・DVD等の貸し出し

- ・DVD 1回(1本)
- ・テスト機器 3回(糖度計)
- ・その他 1回(のぼり)

(5)啓発資料等の作成

- ・若者向けリーフレット
「おいしい話に気をつけて！若者に多い消費者トラブル」 22,000部



令和6年度 事業概要
令和5年度 事業実績

令和6年9月発行

編集・発行 福井県消費生活センター

〒910-0858

福井市手寄1丁目4番1号 AOSSA 7階

電話 0776-22-1102

FAX 0776-22-8190