

令和7年度 事業概要 令和6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7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6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	32
(3) 専門家による無料相談	32
(4) スキルアップ研修会	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	38
(3) 試買テスト	38
(4) 実習型消費者講座	38
(5) 試買テスト結果報告書	
①減塩食品(福井県消費生活研究会との共同テスト)	39
②携帯トイレ(嶺南消費生活研究会との共同テスト)	59
4 情報提供	
(1) 情報誌の発行	78
(2) 報道機関を利用した情報提供	78
(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	80
(4) パネル・DVD等の貸出し	80
(5) 啓発資料等の作成	80

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

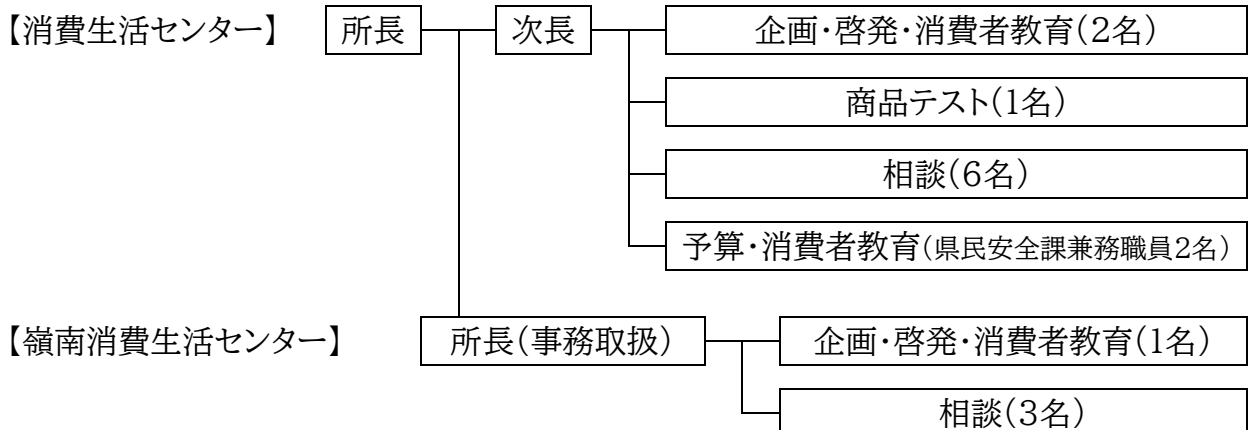
消費生活センターは、県民の消費生活の安定と向上を図る総合的消費者保護対策の拠点として昭和44年10月に設置され、次の業務を行っている。また、平成11年4月には、嶺南地域における拠点として嶺南消費生活センターが設置された。

- (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6名(事務5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7年度事業概要

Ⅱ 令和7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、JR福井駅西口周辺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り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、9月、10月、 11月、12月、2月、 3月の第1火曜 ・5月の第1水曜 ・1月の第2火曜	・4月、5月、7月、 8月、9月、10月、 11月、2月、3月の 第2木曜 ・1月の第3木曜	・坂井市 5月の第3水曜 ・敦賀市 6月、12月の第2木曜 ・大野市 6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水曜	28回
	12回	10回	6回	

②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)。

③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4水曜日掲載

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、Instagram、LINE 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/>

Instagram http://www.instagram.com/syouhi_c_pref.fukui.lg.jp/

LINE <https://lin.ee/99Y55RA>



facebook



Instagram



LINE

(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6年度事業実績

Ⅲ 令和6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付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	18回 延べ2,145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	21回 延べ830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付けられるように出前講座を実施	4回 延べ83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付けられるよう出前講座を実施	6回 延べ309名
ウ. 消費生活セミナー	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	8回 延べ269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
⑤ 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24組織 来場者390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17日	賢い暮らし・安全な生活	福井大学 新入生	オンデマンド	914
5月31日	消費生活について	啓新高校 ファッションデザイン科 1、2年生	啓新高校	66
6月27日	若者に多い消費者トラブル	奥越明成高校 学生	奥越明成高校	27
7月8日、 11日、12日	くらしのなかの危険 (3回実施)	道守高校 1年生	道守高校	43
7月17日	清涼飲料水に含まれる 砂糖の実験	上文殊小学校 4年生	上文殊小学校	15
7月26日	ジュースの砂糖を知ろう	黒河児童クラブ 小学1～4年生	御名コミュニティ センター	33
8月5日	ポケット糖度計 清涼飲料水の糖度測定	森田さくら児童クラブ	森田さくら 児童クラブ	47
8月7日	ジュースに入っている 糖度を知る	まつもと児童クラブ	まつもと 児童クラブ	80
8月9日	ジュースに入っている 糖度を知る	小学1～5年生	くすのき児童館	31
10月17日	SNS、ネットを通した 最近の若者トラブル	啓新高校 2年生	啓新高校	300
12月4日	最近多い消費者トラブル	美方高校家庭科 2年生	美方高校	33
1月31日	SNS、ネットを通した 最近の若者トラブル	啓新高校 3年生	啓新高校	325
2月3日	若者向けの消費者トラブル 最新事例の紹介および 注意喚起	福井歯科専門学校 1年生	福井歯科 専門学校	26
2月10日	若者向けの消費者トラブル 最新事例の紹介および 注意喚起	敦賀市立看護大学 学生	敦賀市立 看護大学	150
2月12日	消費者トラブルの例と その予防	嶺南東特別支援学校 高等部生	嶺南東 特別支援学校	25
2月18日	子どもの安全	坂井高校 2年生	坂井高校	30

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24日	悪質商法の被害にあわないために	健康長寿学級生	足羽公民館	20
4月24日	悪質商法の手口や被害にあわないための対策他	今富老人クラブ	今富コミュニティセンター	65
4月27日	悪質商法の対策	福寿会 (老人クラブ)	鯖江市石田上町公民館	20
5月15日	金銭トラブル(振り込め詐欺等に巻き込まれないように)	藤井健康サロン 女性の会	藤井集落センター	18
6月4日	高齢者に多い 消費者トラブル他	福井市老人クラブ 連合会	福井市企業局庁舎	40
6月15日	詐欺被害訪問販売等	身体障がい者 相談員連絡協議会	社会福祉センター	30
7月23日	食品の塩分測定と消費生活 センターの役割について	清明地区高齢者	清明公民館	30
8月13日	特殊詐欺全般	清明清友会	清明公民館	40
8月27日	私はだまされない！	寺前陽老会員	寺前会館	30
8月29日	消費者被害に関して	高齢者	福井市清水高齢者 福祉センター	20
8月29日	消費生活に関すること	高齢者健康教室 参加者	あっとほーむ いきいき館	30
9月2日	身近な生活の中での 安全対策	福井県婦人福祉 協議会	アオッサ	85
10月4日	最近の消費者トラブルに ついて	南越前町老人 クラブ連合会	南条保健福祉 センター	30
11月12日	最近のトラブル相談事例に ついて	宝寿会連合会	宝永公民館	30
11月28日	みんなで防ごう 消費者トラブル	永平寺町健康長寿 クラブ連合会	あわら温泉 越路	70
12月13日	悪質商法の手口や、被害に 遭わないための対策など	デイケア利用者	福仁会病院 デイケア	25
1月22日	みんなで防ごう 消費者トラブル	福井県シルバー 人材センター連合	織協ビル	61
2月21日	スマホ、ネットの安心安全な 利用について	佐分利地区町民	ふるさと交流 センター	20
2月22日	特殊詐欺の被害に遭わない ためには	東藤島地区 社会福祉協議会	東藤島公民館	76
2月28日	特殊詐欺、フィッシング、 身分詐称(なりすまし)に 気を付けて！	福井市シルバー 人材センター会員	東郷公民館	50
3月24日	悪質商法の手口や被害に あわないための対策	織田婦人福祉 協議会	織田コミュニティ センター	40

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10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13日	JA福井県農産物直売所 「喜ね舎 愛菜館」
	9月18日	JA福井県農産物直売所 「TRETAS(トレタス)」
啓発ちらし設置	9～10月	・アオッサ1階アトリウム ・JA福井県農産物直売所 「TRETAS(トレタス)」 ・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11日～18日	高浜公民館
	9月19日～25日	若狭町パレア若狭
	9月26日～10月1日	美浜町生涯学習センターなびあす
	10月2日～9日	おおい町総合町民センター
	10月17日～23日	若狭図書学習センター
県パネル展 (啓発パネル等の展示)	9月9日～13日	県庁1階県民ホール
	9月13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15日	県立大学小浜キャンパス
	1月28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、 永平寺町、池田町、南越前町、越前町、 美浜町、高浜町、大飯町、若狭町
県パネル展 (啓発パネル等の展示)	2月3日～7日	県庁1階県民ホール
	3月8日～14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」
	1月	特定非営利活動法人 たなんん夢レディオ 「鯖江わいわい情報」
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(JR 福井駅西口)



パネル展(アオッサ)

④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5日	悪質商法など	ウラセ株式会社 新入社員	株式会社 マルサンアイ	4
7月18日	消費生活について	JA福井県 越前たけふ 職員	JA福井県 鯖江中央支店	30
11月17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	30
1月8日	製品事故等	専科教育「火災調査課」 学生	消防学校	19

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18日	消費者トラブル最新情報	福井県消費生活研究会 会員	アオッサ	14
4月20日	最近の相談事例について	県消費生活モニター (一般・大学生)	アオッサ	50
4月21日	消費者トラブルに あわないために	福井県連合婦人会 会員	生活学習館	50
7月19日	ネットトラブル、 クーリング・オフ	障害福祉サービス利用者	ちかつ・やわらぎ	15
3月27日	新社会人向けの内容	県内企業の新入社員	福井商工会議所	130

ウ 消費生活セミナー

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)
(7月26日はアオッサ、11月2日および16日は福井県民生協本部センターで、
配信なし)

講座数：基礎編5回、発展編3回

修了者：7名(発展編の講座を2回以上受講した方に修了証書を授与)

【基礎編】

月日	内容	講師(※敬称略)	人数
7月26日	「楽しく学ぼう！ 環境にやさしいおかたづけレッスン かるたでゲーム&小物ケースを作ろう」	整理収納アドバイザー 大塚 澄枝	14
9月21日	「つつい購入・契約！？ 誰もが陥る行動経済学を大研究」	金融・投資教育コンサルタント ファイナンシャル・プランナー 須原 光生	40
9月28日	「幸せ実感 高めよう！ ウェルビーイングとくらし」	福井県立大学 地域経済研究所 准教授 高野 翔	38
10月5日	「相手は信用できる？ デジタル広告を見抜く力」	公益社団法人 全国消費生活相談員協会 斉藤 千栄美	41
10月19日	「お金の知性を身につけよう！ カギは習慣作り」	ファイナンシャル・プランナー 肥後 知歩	62

【発展編】

月日	内容	講師(※敬称略)	人数
10月26日	「食事と買い物で未来の食を 豊かにしよう！ ふだん使いの SDGs」	ライター&講師 藤田 まみ	44
11月2日	「インターネット疑似体験サイトで 危ないショッピングサイトを見破ろう！」	公益社団法人 日本消費生活アドバイザー・ コンサルタント・相談員協会 (通称NACS) 事業委員会 消費生活アドバイザー 福島 麻子	17
11月16日	「2050カーボンニュートラルゲームを 体験しよう！」	CN ファシリテーター 高井 健史	13

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：2024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268名)

⑤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2024
日時	令和6年5月25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、6階 調理実習室
内容	【ステージ発表】 ・「小学生向け出前講座の充実に向けて」 敦賀市消費者連絡協議会 ・「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 ・「ゆるゆるスマホ教室 ～デジタルは苦手だなんて言わないで～」 福井商業高等学校JRC部 【パネル展示およびクイズラリー】 【体験教室】 ・「越前和紙で小物づくり」 越前市消費者グループ連絡協議会 ・「米袋でバックづくり」 坂井市消費者団体連絡協議会 ・「ティッシュケースで作るお花屋さん」 南越前町消費者グループ連絡協議会 【親子教室】 ・「食品ロスやエシカル消費について楽しく学ぼう！ ～こどもキッチン カレーライス作り」 講師：エクネス株式会社 代表取締役 CEO 平井康之 氏ほか 【講演会】 「悪質商法の被害に遭わないために！ ～デジタル時代に必要な消費者力～」 講師：弁護士 紀藤正樹 氏
参加団体	消費者団体15組織、福井弁護士会、福井県司法書士会、 福井商業高等学校JRC部、坂井高等学校、福井県立大学、エクネス、 ファミリーマート、福井県警察本部、福井県県民安全課、 福井県消費生活センター
来場者数	390名

イ パネル展示

月 日： 令和6年5月13日～17日

会 場： 県庁1階県民ホール



2 消費生活相談

(1)令和6年度消費生活相談の概要

① 概要

○ 相談件数は近年横ばい

令和6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3,306件あり、近年は3,300件前後を推移しています。

<年齢層別の相談件数>

年齢層別では、20歳代以下の若者からの相談は268件で、前年度(284件)より16件減少しました。一方、65歳以上の方からの相談は1,359件で、前年度(1,208件)より増加し、全体の約4割(41.1%)を占めています。

<相談内容の傾向>

相談内容では、トラブルになりやすい商法・手口として定期購入に関する相談が最も多く、次いで SNS、無料商法に関する相談の順となっています。また、点検商法、身分詐称に関する相談については、前年度より大幅な増加となっています。

○ 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330件で、前年度より79件増加し、相談全体の約1割を占めています。

中でも、50歳代以上の相談件数が285件(86.4%)あり、前年度(211件、84.1%)に引き続き大半を占めています。

○ 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手口です。給湯設備や太陽光発電設備の点検に関する相談が多く、令和6年度の相談は118件で、前年度の3倍を超えています。

○ 身分詐称(なりすまし)に関する相談

裁判所などの公的機関や警察官、通信事業者や電力事業者などの身分を騙り、消費者を信用させて金融資産をだまし取ったり、勧誘を行う手口です。

令和6年度の身分詐称に関する相談は133件で、前年度より59件増加しました。(前年度比179.7%)

50歳代以上の相談件数が114件(85.7%)と大半を占めています。

○ 副業サイト(サイドビジネス商法)に関する相談

「すきま時間で簡単に儲かる」などの広告や勧誘がきっかけとなる副業サイト(サイドビジネス商法)に関する相談は64件で、昨年度と同数でした。

副業サイトに関する相談は、若い世代からの相談が多いのが特徴で、20歳代からの相談が27件(42.2%)と最も多く、30歳代までの相談件数が、40件(62.5%)と半分以上を占めています。

② 分析編

ア 相談受付の状況【図①、表①】

- ・ 相談件数は3,306件あり、前年度より35件減少(前年度比99%)
- ・ 内訳は苦情相談2,902件、問合せ等404件

イ 相談者の状況【表②、③、④、⑤】

- ・ 契約当事者の性別では、女性が1,583件(全体の48%)、男性が1,520件(全体の46%)で、前年度とは、男女比が逆転している。
- ・ 契約当事者の年齢層別では、70歳以上が1,067件で最多(全体の32%)、前年度から170件増加。また、若者(29歳以下)が268件(全体の8%)、前年度から16件減少。
- ・ 相談者の居住地域は、福井市が最多で1,491件(全体の45%)、次いで坂井市が332件(全体の10%)
- ・ 相談項目は、「契約・解約」が2,061件(全体の62%)、「販売方法」が1,551件(全体の47%)で、いずれも、全体に占める割合は、前年度と同様。

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517件(全体の16%)、次いで「化粧品」が206件(同6%)、「役務その他」が191件(同6%)、「健康食品」が160件(同5%)。
- ・ 増加率では「空調・冷暖房・給湯機器」75件(前年度比278%)が最も高い。

(イ)販売購入形態別の状況【表⑦、⑧、⑨】

- ・ 無店舗販売では、「通信販売」の相談件数が1,070件で最多(全体の32%)、次いで、「訪問販売」が260件(同8%)、「電話勧誘販売」が208件(同6%)。
- ・ 「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808件で最多(「通信販売」の76%)で、次いで「電子広告」が372件(同29%)。また、「インターネット通販」の月別相談件数では、「60歳代」、「70歳以上」が前年度を上回っている。
- ・ 「店舗購入」の相談件数は587件で、前年度より97件減少した。

(ウ)トラブルになりやすい商法・手口の状況【表⑩】

- ・ 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「定期購入」が330件と最多で、前年度(251件)より79件増加。
- ・ 利殖商法(利殖になることを強調して投資や出資を勧誘する商法)に悪用されている「SNS」が253件で、前年度(221件)より32件増加。
- ・ 「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手口である「点検商法」は118件で、前年度(39件)のおよそ3倍に増加。

(エ)若者の相談状況【表⑪、⑫】

- ・ 20歳代以下の若者の相談件数は268件で、前年度(284件)より16件減少した。
- ・ 17歳以下の相談では、インターネット通販やオンラインゲームに関するものが多くみられる。

(オ)定期購入の相談状況【表⑬】

- ・「お試しのつもりが定期購入だった」との相談は330件で、前年度(251件)より79件増加しており、相談全体の約1割を占める。
- ・ 主な内容は、「解約したいが支払いが必要」「解約したいが電話がつかない」など。
- ・ 契約当事者の年齢層別では、「60歳代」が104件(前年度比153%)、「70歳代以上」が114件(同144%)と、いずれも前年度より大幅に増加しており、「50歳代」以上で相談件数の8割以上(86%)を占める。

(カ)SNSの相談状況【表⑭】

- ・ 利殖商法(利殖になることを強調して投資や出資を勧誘する商法)に悪用されている「SNS」が253件で、前年度(221件)より32件増加。
- ・ 契約当事者の年齢層別では、「20歳代」から「60歳代」までの幅広い年齢層から相談があるが、特に「60歳代」が70件(28%)と4分の1を占める。

(キ)無料商法の相談状況【表⑮】

- ・ 「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の「無料商法」が145件で、前年度(75件)より70件増加。
- ・ 契約当事者の年齢層別では、「70歳代」以上の相談件数(55件)は、前年度(13件)のおよそ4倍に増加している。

(ク)身分詐称の相談状況【表⑯】

- ・ 裁判所などの公的機関や警察官、通信事業者や電力事業者などと身分を騙り、消費者を信用させて金融資産をだまし取ったり、勧誘を行う手口である身分詐称が133件で、前年度(74件)より59件増加(前年度比180%)
- ・ 契約当事者の年齢層別では、「50歳代」以上の相談件数が114件となり、相談件数の約9割(86%)を占める。

(ケ)点検商法の相談状況【表⑰】

- ・ 「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118件となり、前年度(39件)の3倍を超えた。
- ・ 給湯設備や太陽光発電設備の点検に関する相談が多く、契約当事者の年齢層別では、「70歳以上」が80件と、相談件数のおよそ7割(68%)を占めている。

(コ)フィッシングの相談状況【表⑱】

- ・ 電子メールを送り偽のウェブサイトに誘導する「フィッシング」が103件で、前年度(169件)より66件減少。
- ・ 契約当事者の年齢層別では、「50歳代」以上の相談件数が79件と、相談件数の約8割(77%)を占める。

(サ)副業サイトの相談状況【表⑲】

- ・ 内職や副業、「簡単に儲かる」などの勧誘を受ける副業サイトの相談は64件で、前年度と同数。
- ・ 契約当事者の年齢層別では、若い世代からの相談が多いのが特徴で、「20歳代」からの相談が27件(42%)と最も多く、「30歳代」までの相談が40件、全体の約6割(63%)を占める。

(シ)利殖商法の相談状況【表⑳】

- ・「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38件で、前年度(43件)から5件減少。
- ・ 契約当事者の年齢層別では、「50歳代」以上が23件と、半数以上(61%)を占めている。

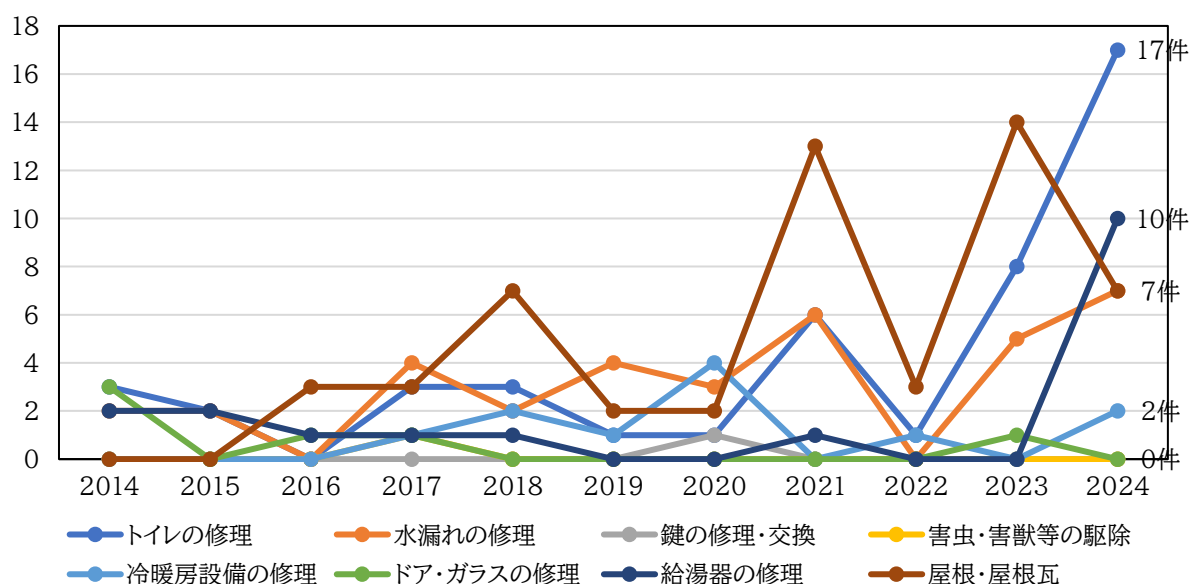
エ 相談対応の状況【表㉑】

- ・ 寄せられた相談のうち、助言が1,825件(55%)、あっせんが531件(16%)(このうち解決は496件(15%))、他の相談窓口等の紹介や情報提供が649件(20%)。

オ その他 [レスキュー商法の疑いのある相談]

トイレ詰まり、水漏れ、害虫・害獣駆除、鍵紛失、車の故障、漏電などの「困った事態」に付け込んで多額のお金を取ろうとする商法を「レスキュー商法」といい、インターネットの広告では「1,000円～」と安価な料金を表示しているが、実際にはその数十倍～数百倍の費用を請求される場合があり、県内でも増加傾向にある。

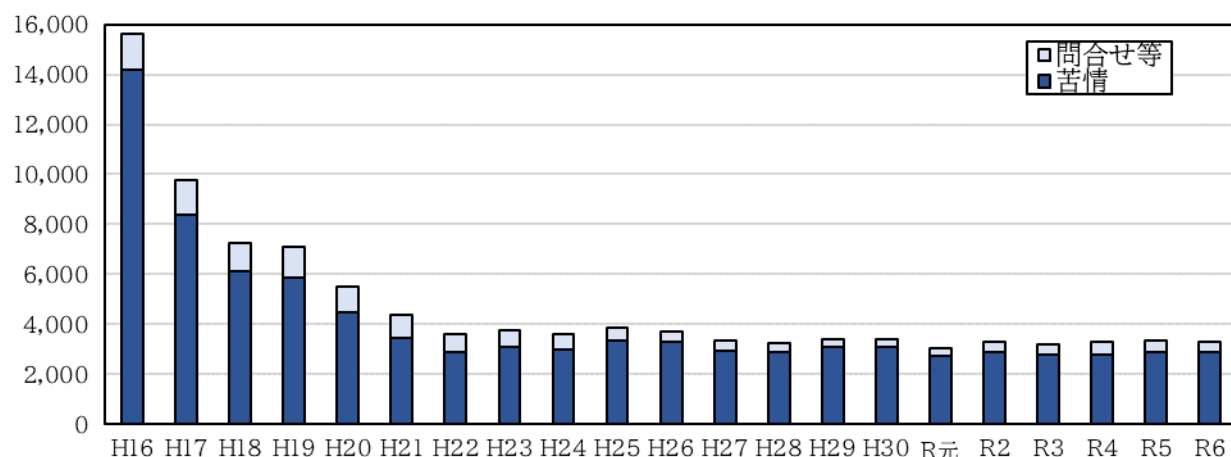
レスキュー商法の疑いのある相談



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6年度	2,902	101.0%	404	86.1%	3,306	99.0%
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%

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6年度	男性	1,437	43.5%	10	66	125	147	281	166	168	472	2
	女性	1,692	51.2%	15	72	138	200	405	204	153	504	1
	団体・不明	177	5.4%	0	0	0	0	0	0	0	0	177
	計	3,306	100.0%	25	138	263	347	686	370	321	976	180
	割合			0.8%	4.2%	8.0%	10.5%	20.8%	11.2%	9.7%	29.5%	5.4%
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%
前年度比		99.0%		131.6%	91.4%	104.4%	80.5%	95.9%	86.9%	94.4%	118.0%	100.0%

※ 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6年度	男性	1,520	46.0%	42	96	129	150	247	159	162	510	25
	女性	1,583	47.9%	32	96	130	147	301	182	130	557	8
	団体・不明	203	6.1%	1	1	0	0	1	1	0	0	199
	計	3,306	100.0%	75	193	259	297	549	342	292	1,067	232
	割合			2.3%	5.8%	7.8%	9.0%	16.6%	10.3%	8.8%	32.3%	7.0%
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%
前年度比		99.0%		96.2%	93.7%	106.1%	80.1%	90.6%	85.3%	93.9%	119.0%	102.2%

※ 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	1,491	45.1%
敦賀市	108	3.3%
小浜市	196	5.9%
大野市	91	2.8%
勝山市	55	1.7%
鯖江市	184	5.6%
あわら市	110	3.3%
越前市	128	3.9%
坂井市	332	10.0%
永平寺町	103	3.1%
池田町	16	0.5%
南越前町	32	1.0%
越前町	59	1.8%
美浜町	40	1.2%
高浜町	53	1.6%
おおい町	56	1.7%
若狭町	95	2.9%
不明・県外	157	4.7%
合 計	3,306	100.0%

表⑤ 相談項目別件数

相談項目	令和6年度		令和5年度	
	件数	割合	件数	割合
契約・解約	2,061	62.3%	2,029	60.7%
販売方法	1,551	46.9%	1,554	46.5%
接客対応	397	12.0%	335	10.0%
品質・機能、 役務品質	354	10.7%	362	10.8%
価格・料金	241	7.3%	242	7.2%
表示・広告	110	3.3%	239	7.2%
安全・衛生	100	3.0%	93	2.8%
法規・基準	70	2.1%	75	2.2%
生活知識	29	0.9%	14	0.4%
買物相談	10	0.3%	15	0.4%
計量・量目	5	0.2%	5	0.1%
施設・設備	2	0.1%	3	0.1%
包装・容器	3	0.1%	3	0.1%
その他	46	1.4%	55	1.6%
全相談件数	3,306		3,341	

※ 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6年度			令和5年度	
	順位	件数	割合	件数	割合
商品一般	1	517	15.6%	482	14.4%
化粧品	2	206	6.2%	178	5.3%
役務その他	3	191	5.8%	189	5.7%
健康食品	4	160	4.8%	99	3.0%
相談その他	5	125	3.8%	165	4.9%
レンタル・リース・貸借	6	110	3.3%	94	2.8%
工事・建築・加工	7	83	2.5%	95	2.8%
空調・冷暖房・給湯機器	8	75	2.3%	27	0.8%
修理・補修	9	75	2.3%	68	2.0%
インターネット通信サービス	10	71	2.1%	70	2.1%
全相談件数		3,306		3,341	

※ 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6年度			令和5年度	
		順位	件数	割合	件数	割合
無店舗販売	通信販売	1	1,070	32.4%	1,114	33.3%
	訪問販売	3	260	7.9%	181	5.4%
	電話勧誘販売	4	208	6.3%	188	5.6%
	訪問購入	5	52	1.6%	36	1.1%
	マルチ販売		26	0.8%	20	0.6%
	その他無店舗		28	0.8%	49	1.5%
無店舗販売計			1,644	49.7%	1,588	47.5%
店舗購入		2	587	17.8%	684	20.5%
不明・他			1,075	32.5%	1,069	32.0%
合計			3,306	100.0%	3,341	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6年度			令和5年度	
	順位	件数	割合	件数	割合
インターネット通販	1	808	75.5%	789	70.8%
電子広告	2	372	34.8%	322	28.9%
SNS・ショートメッセージ	3	231	21.6%	213	19.1%
テレビショッピング	4	30	2.8%	43	3.9%
「通信販売」の相談件数		1,070		1,114	

※ 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

(ウ)トラブルになりやすい商法・手口の状況

表⑩ 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 6年度	令和 5年度	相談内容の商法・手口等
1	定期購入	330	251	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	SNS	253	221	ソーシャルネットワーキングサービス。コミュニティ型ウェブサイト、アプリ。利殖商法(利殖になることを強調して投資や出資を勧誘する商法)に悪用されている。
3	無料商法	145	75	「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	133	74	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	点検商法	118	39	「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
6	フィッシング	103	169	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
7	副業サイト	64	64	「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
8	ネガティブオプション	55	73	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
9	架空請求	39	61	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
10	利殖商法	38	43	「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

(エ)若者の相談状況

表⑪ 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6年度	268	9	66	193	14	10
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⑫ 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6年度	268	51	14	10	22	77	94
前年度比	94.4%	118.6%	73.7%	62.5%	88.0%	97.5%	92.2%
令和5年度	284	43	19	16	25	79	102

(オ)定期購入の相談状況

表⑬ 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6年度	330	7	5	11	21	67	61	43	114	1
構成比	100.0%	2.1%	1.5%	3.3%	6.4%	20.3%	18.5%	13.0%	34.5%	0.3%
令和5年度	251	7	2	4	25	64	32	36	79	2
構成比	100.0%	2.8%	0.8%	1.6%	10.0%	25.5%	12.7%	14.3%	31.5%	0.8%

(カ) SNS の相談状況

表⑭ SNS 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6年度	253	11	32	21	40	46	50	20	29	4
構成比	100.0%	4.3%	12.6%	8.3%	15.8%	18.2%	19.8%	7.9%	11.5%	1.6%
令和5年度	221	9	31	26	45	46	25	17	19	3
構成比	100.0%	4.1%	14.0%	11.8%	20.4%	20.8%	11.3%	7.7%	8.6%	1.4%

(キ) 無料商法の相談状況

表⑮ 無料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6年度	145	4	6	4	10	27	9	5	55	25
構成比	100.0%	2.8%	4.1%	2.8%	6.9%	18.6%	6.2%	3.4%	37.9%	17.2%
令和5年度	75	2	6	3	4	18	7	8	13	14
構成比	100.0%	2.7%	8.0%	4.0%	5.3%	24.0%	9.3%	10.7%	17.3%	18.7%

(ク) 身分詐称の相談状況

表⑯ 身分詐称の年齢層別件数

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6年度	133	2	2	5	6	34	17	15	48	4
構成比	100.0%	1.5%	1.5%	3.8%	4.5%	25.6%	12.8%	11.3%	36.1%	3.0%
令和5年度	74	0	1	4	7	17	7	7	27	4
構成比	100.0%	-	1.4%	5.4%	9.5%	23.0%	9.5%	9.5%	36.5%	5.4%

(ケ)点検商法の相談状況

表⑰ 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6年度	118	0	0	0	2	14	9	8	80	5
構成比	100.0%	-	-	-	1.7%	11.9%	7.6%	6.8%	67.8%	4.2%
令和5年度	39	0	0	1	2	8	2	4	22	0
構成比	100.0%	-	-	2.6%	5.1%	20.5%	5.1%	10.3%	56.4%	-

(コ)フィッシングの相談状況

表⑱ 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6年度	103	2	2	7	10	23	12	11	33	3
構成比	100.0%	1.9%	1.9%	6.8%	9.7%	22.3%	11.7%	10.7%	32.0%	2.9%
令和5年度	169	2	5	12	31	46	24	9	36	4
構成比	100.0%	1.2%	3.0%	7.1%	18.3%	27.2%	14.2%	5.3%	21.3%	2.4%

(サ)副業サイトの相談状況

表⑲ 副業サイトの年齢層別件数

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6年度	64	2	27	11	7	9	2	2	3	1
構成比	100.0%	3.1%	42.2%	17.2%	10.9%	14.1%	3.1%	3.1%	4.7%	1.6%
令和5年度	64	2	19	8	10	12	6	3	1	3
構成比	100.0%	3.1%	29.7%	12.5%	15.6%	18.8%	9.4%	4.7%	1.6%	4.7%

(シ)利殖商法の相談状況

表⑳ 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6年度	38	0	3	8	4	6	7	2	8	0
構成比	100.0%	-	7.9%	21.1%	10.5%	15.8%	18.4%	5.3%	21.1%	-
令和5年度	43	0	6	5	8	8	6	3	7	0
構成比	100.0%	-	14.0%	11.6%	18.6%	18.6%	14.0%	7.0%	16.3%	-

エ 相談対応の状況

表㉑ 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6年度	3,306	1,825	531	496	334	315	301
構成比	100.0%	55.2%	16.1%	15.0%	10.1%	9.5%	9.1%
令和5年度	3,341	1,969	456	394	322	329	265
構成比	100.0%	58.9%	13.6%	11.8%	9.6%	9.8%	7.9%

④ その他相談状況

ア 苦情相談の契約・購入金額

区分	令和6年度	令和5年度	前年度比
1万円 未満	405	425	95.3%
1万円 ～ 5万円 未満	432	412	104.9%
5万円 ～ 10万円 未満	119	121	98.3%
10万円 ～ 50万円 未満	245	273	89.7%
50万円 ～ 100万円 未満	104	77	135.1%
100万円 ～ 500万円 未満	121	148	81.8%
500万円 ～ 1千万円 未満	21	24	87.5%
1千万円 ～ 5千万円 未満	22	33	66.7%
5千万円 ～ 1億円 未満	2	0	-
1億円 以上	2	0	-
合計件数	1,473	1,513	97.4%
合計金額	1,573,196,015	1,259,279,104	124.9%
平均金額	1,068,022	832,306	128.3%

イ 危険・危害等相談件数

	令和6年度	令和5年度	主 な 商 品
食料品	19	9	調理食品、健康食品
保健衛生品	16	12	医薬品、化粧品、理美容器具
住居品	2	5	空調・冷暖房器具、室内装飾品
光熱水品	0	2	ガス・電気・水道
車両・乗り物	1	3	自動車
教養娯楽品	1	1	玩具・遊具、電話機・電話機用品
被服品	0	1	紳士・婦人洋服
土地・建物・設備	1	0	空調・冷暖房・給油設備
修理・補修	0	2	
他の商品	1	0	
役務	10	14	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	51	49	

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6年度			構成比	令和5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	130	38	168		191	
		女	137	44	181		169	
		団体・不明	13	3	16		16	
		計	280	85	365	11.0%	376	97.1%
	電 話	男	1,027	217	1,244		1,435	
		女	1,240	231	1,471		1,359	
		団体・不明	142	15	157		151	
		計	2,409	463	2,872	86.9%	2,945	97.5%
	文 書	男	24	1	25		10	
		女	38	2	40		8	
		団体・不明	3	1	4		2	
		計	65	4	69	2.1%	20	345.0%
	合 計	男	1,181	256	1,437		1,636	
		女	1,415	277	1,692		1,536	
		団体・不明	158	19	177		169	
		計	2,754	552	3,306	100.0%	3,341	99.0%
苦 情	来 訪	男	117	36	153		175	
		女	131	42	173		154	
		団体・不明	12	2	14		13	
		計	260	80	340	11.7%	342	99.4%
	電 話	男	891	181	1,072		1,171	
		女	1,112	197	1,309		1,217	
		団体・不明	112	11	123		122	
		計	2,115	389	2,504	86.3%	2,510	99.8%
	文 書	男	17	1	18		10	
		女	34	2	36		8	
		団体・不明	3	1	4		2	
		計	54	4	58	2.0%	20	290.0%
	合 計	男	1,025	218	1,243		1,356	
		女	1,277	241	1,518		1,379	
		団体・不明	127	14	141		137	
		計	2,429	473	2,902	100.0%	2,872	101.0%
問 合 せ 等	来 訪	男	13	2	15		16	
		女	6	2	8		15	
		団体・不明	1	1	2		3	
		計	20	5	25	6.2%	34	73.5%
	電 話	男	136	36	172		264	
		女	128	34	162		142	
		団体・不明	30	4	34		29	
		計	294	74	368	91.1%	435	84.6%
	文 書	男	7	0	7		0	
		女	4	0	4		0	
		団体・不明	0	0	0		0	
		計	11	0	11	2.7%	0	-
	合 計	男	156	38	194		280	
		女	138	36	174		157	
		団体・不明	31	5	36		32	
		計	325	79	404	100.0%	469	86.1%

(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6年度	3,306	552	2,902	473	404	79
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

(2)事例研究会

	月日	内容	事例 件数	出席者 数
1	5月28日	法令学習 民法 契約の成立と錯誤について	5	18
		事例研究 ① トイレの詰まり修理 ② 排水口の詰まり直し ③ リフォーム契約 ④ 外壁工事 ⑤ 出会い系サイト		
2	7月23日	法令学習 民法 多重債務の処理	3	18
		事例研究 ① リゾート会員権 ② トラクター ③ コーチング講座		
3	9月24日	法令学習 景品表示法の不当表示の基礎知識	5	22
		事例研究 ① トイレ修理 ② 賃貸アパート ③ 食料品 ④ ポータブル電源 ⑤ レンタルサーバー		
4	11月26日	法令学習 クレジットカード決済について	4	23
		事例研究 ① スマートフォン、保護フィルム ② セラミックファンヒーター ③ 多重債務 ④ 電気温水器の配管工事		
5	1月28日	法令学習 レスキュー商法について	3	21
		事例研究 ① オンラインゲーム ② 公共放送受信料 ③ 切り絵の通信講座		
6	2月25日	法令学習 問題商法と消費者関係法規	4	20
		事例研究 ① 多重債務 ② 給湯器交換工事 ③ 医療ダイエット ④ 犬のノミダニ駆除剤		

計 24件 100名

(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2日	①行政書士との契約成立の是非	1	消費生活 センター
2	4月11日	①借金の返済 ②知人からの覚えのない請求 ③債権回収業者からの覚えのない貸付金残高証明 書通知	3	嶺南消費生活 センター

	月日	内容	事例 件数	会場
3	4月17日	①認知症ケアの民間資格取得用テキストおよび受験の手引きの返品	1	消費生活センター
4	5月9日	①家の新築時に購入した土地の一部が他人名義と判明したことによる当該土地の取得 ②債権回収業者からの覚えのない貸付金残高証明書通知 ③娘が離婚した場合の家・住宅ローンの名義変更手続き ④認知症の母の遺言書の書き方やその有効性	4	嶺南消費生活センター
5	5月21日	①宗教法人からの請求の妥当性 ②排水溝の詰まりの修理作業のクーリング・オフ ③翻訳家講座のクーリング・オフ ④家屋等の修繕工事の代金減額交渉	4	坂井市役所
6	6月4日	①借金の返済 ②副業のため支払った費用の返金 ③賃貸物件の退去時のクリーニング費用 ④20年前に利用していた店舗の未払代金の請求	4	消費生活センター
7	6月13日	①債権回収業者からの覚えのない訴訟等申立予告通知 ②家の新築時に購入した土地の安全性に係る不動産会社との交渉 ③母の借金 ④離婚する場合の慰謝料請求	4	敦賀市役所
8	6月19日	①未成年者取消により返品したカブトムシ200匹の代金返還 ②自動車保険の新車特約使用による保険料増額	2	大野市役所
9	7月2日	①コーチング講座の解約 ②車検時に業者が損傷させた際の修理の範囲	2	消費生活センター
10	7月11日	①娘夫婦によるクレジットカードの不正利用 ②夫の従兄死亡による相続手続き ③パーソナルトレーニングの整体による脚の負傷に対する賠償 ④夫からの離婚申立に対する今後の対応	4	嶺南消費生活センター
11	7月17日	①新築分譲住宅の上下水道負担金の支払い ②コーチング講座の解約 ③認知症の母が契約した電気温水器の代金の支払い義務 ④家の新築時に庭に敷いた防草シートの張替え	4	消費生活センター
12	8月6日	①家の新築工事の仮契約業者からの違約金請求 ②トイレの詰まりの工事のクーリング・オフ ③オンラインの金券買取時の手数料 ④国際郵便で届いた覚えのない小包 ⑤不動産投資ファンド詐欺 ⑥デイサービス利用中の負傷に対する治療費請求	6	消費生活センター

	月日	内容	事例 件数	会場
13	8月8日	①副業サイトのサポートプランの解約 ②民泊を開始した隣家の騒音に対する今後の対応 ③弁護士から届いた覚えのない返金通知	3	嶺南消費生活 センター
14	8月21日	①認知症の母が契約した電気温水器の支払い義務 ②自宅床下の修繕工事代金の支払い ③新築分譲マンションの契約金額の増額 ④ネットワーク機器の保守サービスの解約 ⑤風呂の排水管清掃費用の返金	5	あわら市役所
15	9月12日	①死亡した夫が知人に貸していた金の支払い督促 ②アパートの大家変更による立ち退き要請	2	嶺南消費生活 センター
16	9月18日	①行政処分を受けている不用品買取業者の違法性 ②レンタルサーバー代金の一括請求	2	消費生活 センター
17	10月9日	①車の修理完了後に発見した傷の修理 ②デイサービス利用中の負傷に対する治療費請求 ③廃業済の個人事業主名で契約させられた電子ブ レーカーのリース契約のクーリング・オフ ④相談者が引取り拒否した和解契約書原本のセン ターでの保管	4	消費生活 センター
18	10月10日	①借金の返済 ②国内未承認と判明した薄毛治療薬の解約	2	嶺南消費生活 センター
19	10月15日	①廃業済の個人事業主名で契約させられた電子ブ レーカーのリース契約のクーリング・オフ ②包茎手術による性機能障害の賠償と支払取消	2	勝山市役所
20	11月5日	①木造住宅外壁内へのコウモリ侵入に対する施工 業者の瑕疵担保責任 ②ファイル共有ソフトによる動画違法ダウンロード・ アップデートの過失責任 ③注文住宅の引渡し遅延に対する違約金請求 ④新築マンションの契約解除と手付金返還	4	消費生活 センター
21	11月14日	①家の新築時に購入した土地の一部が他人名義と 判明したことによる当該土地の取得	1	嶺南消費生活 センター
22	11月20日	①新築住宅の施工業者に対する点検費用請求等 ②クリーニングによる浴衣の色落ち等の賠償請求 ③仕入れ販売代理店の契約金の返還	3	消費生活 センター
23	12月3日	①石油給湯器の配管工事の解約 ②下取りに出したスマホの修理費用の返還 ③台所の水漏れ修理工事の代金返還 ④施工不良による外壁工事の修補等請求 ⑤不必要な敷きパッドの契約取消等	5	消費生活 センター
24	12月12日	①スポーツジムの入会日の根拠 ②相続手続き ③モバイル Wi-Fi ルーターの解約 ④未成年者契約の取消の強制力 ⑤クレジットカードの不正利用等	5	敦賀市役所

	月日	内容	事例 件数	会場
25	12月18日	①覚えのないツーショットダイヤル利用料金の請求 ②覚えのない借入金の返済請求 ③ムートンのカバーの購入契約解除	3	消費生活 センター
26	1月14日	①宗教法人の入会金等の立替え払い請求 ②債務整理を依頼した司法書士法人に対する着手金等の妥当性 ③公共放送受信料の返還請求 ④レーザー髭脱毛による負傷に対する賠償請求等 ⑤名義冒用による借金の立証	5	消費生活 センター
27	1月22日	①不正アクセスにより購入されたギフトコードの代金返還 ②暗号資産の投資詐欺 ③施工不良による外壁工事の修補等請求 ④公共放送受信料の返還請求 ⑤賃貸マンションの雨漏りに対する補償	5	消費生活 センター
28	2月4日	①貸金返還の督促等 ②賃借していたマンションの原状回復義務 ③兄の借金 ④消費応援企画の割引チケット購入業者からの覚えのない利用料請求	4	消費生活 センター
29	2月13日	①整体店で購入した回数券の返金請求 ②医療ダイエットの契約内容	2	嶺南消費生活 センター
30	2月19日	①映像配信サービスの不正な契約内容変更 ②中古車の瑕疵担保責任 ③注文した覚えのないDVDの代金請求 ④占い師との電話相談の代金 ⑤多重債務と自己破産	5	大野市役所
31	3月4日	①架空投資詐欺による多額借入 ②注文した覚えのないDVDの代金請求 ③後払い決済の無断使用 ④中古車ローンの高額金利等 ⑤蕎麦店に注文した出前の解除	5	消費生活 センター
32	3月13日	①娘のクレジットカードの借金返済	1	嶺南消費生活 センター
33	3月19日	①相手方の過失による交通事故で破損した車両の修理費用等 ②サブプリメント代金の支払停止抗弁等 ③賃貸マンションの雨漏りに対する補償 ④投資教材費と投資(FX)プラン契約のクーリング・オフ ⑤出前が遅れた場合の無催告解除	5	消費生活 センター

計 125件

イ 法律相談(司法書士)

	月日	内容	事例 件数	会場
1	4月25日	①遺言書の作成、相続 ②共有名義の家の登記手続き ③相続資料の作成 ④生前贈与、相続手続き	4	嶺南消費生活 センター
2	5月23日	①死亡した父名義の不動産の相続登記手続き ②祖父名義の山林の相続登記手続き ③死亡した弟の相続人(母)が認知症である場合 の相続手続き	3	嶺南消費生活 センター
3	6月27日	①自筆証書遺言、遺言保管制度、公正証書遺言 ②曾祖父の弟名義の土地の相続権 ③死亡した義兄(姉の夫)の相続手続き	3	嶺南消費生活 センター
4	7月25日	①父の死亡による相続手続き	1	嶺南消費生活 センター
5	8月22日	①銀行の借入の支払い遅延 ②父の死亡による家・土地の相続 ③外国人女性と結婚して子を設けた後に離婚し た弟が亡くなった場合の相続	3	嶺南消費生活 センター
6	9月26日	—	0	嶺南消費生活 センター
7	10月24日	①夫の死亡による相続・遺産分割の手続き	1	嶺南消費生活 センター
8	11月28日	①自身が亡くなった後の手続き ②娘のクレジットカードの借金返済 ③銀行からの節税対策の勧誘内容	3	嶺南消費生活 センター
9	12月19日	①叔母名義の土地購入に係る売買代金設定	1	嶺南消費生活 センター
10	1月23日	—	0	嶺南消費生活 センター
11	2月27日	—	0	嶺南消費生活 センター
12	3月27日	—	0	嶺南消費生活 センター

計 16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9日	弁護士	2	県消費生活センター
2		司法書士	0	
3	11月16日	弁護士	1	嶺南消費生活センター
4		司法書士	0	

計 3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	4	1	3	8	0	0	0	0	8
5月	12	0	2	14	2	0	0	2	16
6月	19	1	2	22	7	0	0	7	29
7月	19	1	1	21	2	0	0	2	23
8月	16	1	2	19	1	0	1	2	21
9月	14	0	4	18	2	0	0	2	20
10月	17	1	1	19	5	0	0	5	24
11月	6	0	5	11	2	0	1	3	14
12月	6	0	0	6	2	0	1	3	9
1月	9	0	2	11	2	0	0	2	13
2月	12	0	3	15	3	0	1	4	19
3月	16	0	3	19	2	0	3	5	24
計	150	5	28	183	30	0	7	37	220

(4)スキルアップ研修会

月日	内容	講師(※敬称略)	出席者数
7月23日	消費生活相談員のメンタルケア研修 ～不快な気持ちの解消法～	メンタルサポート福井 三浦奈緒子 (看護師、公認心理師、認定心理士)	19
9月24日	配慮が必要な方への 適切な消費生活相談 ～認知症や心の病を抱える方への 支援の在り方について～	公益財団法人松原病院 代表理事 医療法人福井心のクリニック 理事長 松原朗郎(精神科医)	20
11月26日	通信販売やSNSをきっかけとした 消費者トラブルへの相談対応の ポイント	一般社団法人ECネットワーク 理事 原田由里	24
2月25日	通信販売に関する相談対応のポイント ～副業詐欺、詐欺的お試し商法を 中心に～	御池総合法律事務所 弁護士 志部淳之介	21

計 84名

3 商品テスト

(1) 苦情・依頼に伴うテスト

令和6年度は、苦情・依頼に伴うテストを実施しなかった。

(2) 商品やテスト技術等に関する問合せ

令和6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123件あり、昨年度から1件増加した。分類別内訳は、食料品50件、住居品26件、被服品10件、その他37件であった。

(3) 試買テスト

表1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1 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
減塩食品 (福井県消費生活研究会)	19 (9品目)	912	・食品表示法に基づく表示事項 (品名、原材料名など7項目) ・任意の表示内容 (キャッチフレーズなど5項目) ・価格 ・ポケット塩分計による塩分濃度測定 ・研究会会員をモニターとした試食評価
携帯トイレ (嶺南消費生活研究会)	7	826	・外装の表示内容 (セット内容、使用方法など12項目) ・価格 ・袋の寸法および厚み測定、材質分析 ・凝固剤の内容量の計量 ・水道水による吸水テスト ・研究会会員をモニターとした使用評価

(4) 実習型消費者講座

表2のとおり、実習型の消費者講座を1回実施した。

表2 実習型消費者講座の実施結果

月日	内容	対象者	人数
3月21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の紹介 <実習> ・ポケット糖度計による飲み物の糖度測定 ・マイクロスコープによる拡大観察クイズ ・サーモグラフィカメラによる電気ケトルの温度変化観察	ユニバーサルジャパン 協同組合 外国人実習生	19名

(5)試買テスト結果報告書

①減塩食品(福井県消費生活研究会との共同テスト)

ア 背景・目的

厚生労働省による「国民健康・栄養調査(令和元年)」によると、日本人の食塩摂取量の平均値は10.1g/日(男性10.9g/日、女性9.3g/日)であり、目標量※を大きく上回っているうえ、他国と比較しても多い状況が続いている。

このため、市場には、「低塩」「減塩」「塩分カット」などをうたう、いわゆる「減塩食品」と呼ばれる調味料・加工食品が多数出回っている。塩分摂取量を控えるために、それらの表示に惹かれて減塩食品を利用する消費者も多いと考えられる。

今回、減塩食品と、その食品の通常品(「減塩」などをうたっていないもの)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。

※食塩摂取量の目標量について

- ① 厚生労働省が健康増進法に基づいて定める「日本人の食事摂取基準(2020年版)」では、成人男性で7.5g/日未満、成人女性で6.5g/日未満と設定されている。

https://www.mhlw.go.jp/stf/newpage_08517.html

- ② 日本高血圧学会は、高血圧や慢性腎臓病の重症化予防のためには6.0g/日未満を推奨している。

https://www.jpnsh.jp/com_salt.html

イ 対象品

令和6年7月、福井市内の小売店舗で、9品目、計19銘柄の通常品および減塩食品を購入した。

種類	通常品	減塩食品
①ちくわ	1 銘柄	1 銘柄
②ロースハム	1 銘柄	1 銘柄
③生みそ	1 銘柄	1 銘柄
④しょうゆ	1 銘柄	2 銘柄※
⑤インスタントみそ汁	1 銘柄	1 銘柄
⑥だしの素	1 銘柄	1 銘柄
⑦コンソメスープ	1 銘柄	1 銘柄
⑧鶏がらスープ	1 銘柄	1 銘柄
⑨塩こんぶ	1 銘柄	1 銘柄

※ しょうゆは、「塩分25%カット」をうたう商品と「塩分40%カット」をうたう商品の2銘柄があった。

ウ 項目および方法

(ア)表示

食品表示法の食品表示基準に基づいて、表示内容を調査した。あわせて、キャッチフレーズ等についても調査した。

(イ)単価

購入時の税込価格を、栄養成分表示の食品単位あたりの価格に換算した。

(ウ)塩分濃度測定

ポケット塩分計(株式会社アタゴ製 PAL-ES1)を用いて、対象品の塩分濃度を測定した。なお、測定用サンプル液は、ポケット塩分計の取扱説明書の記載に基づいて調製した。

固形物の場合(ちくわ、ロースハム、塩こんぶ)

- ① フードカッター、すりこぎ、すりばち(いずれも研究会会員の私物)を使って、各食品を細かくしながら練る
- ② キッチンスケールで計量しながら、細かく練った食品10gをビーカーに量り取り、水道水90gを加えて全量を100gにする
- ③ プラスチックスプーンで3分間ほどよくかき混ぜる
- ④ 漏斗と濾紙(アドバンテック製 定性濾紙 No.2)で濾過する
- ⑤ 濾液を測定用サンプル液として測定し、その測定値を10倍して、塩分濃度(%)を得る

調味料・ペースト状の場合(しょうゆ、生みそ)

- ① 重量比で10倍希釈となるように、水道水または熱湯で希釈する
- ② 希釈液を測定用サンプル液として測定し、その測定値を10倍して、塩分濃度(%)を得る

飲める濃度の食品の場合

<インスタントみそ汁>

- ① パッケージに表示されている「作り方」のとおり、調味みそと具を器に開けて熱湯160mLを注ぎ、よくかき混ぜる
- ② 汁を測定用サンプル液として測定し、測定値を得る

<だしの素、コンソメスープ、鶏がらスープ>

- ① 各食品のパッケージに表示されている「使用量の目安」をもとに、それぞれ熱湯に溶く
 - ・だしの素 … お湯 300mL に対して小さじ1杯弱(2g)
 - ・コンソメスープ … お湯 300mL に対してキューブ1個
 - ・鶏がらスープ … お湯 300mL に対して小さじ2杯(5g)
- ② 汁を測定用サンプル液として測定し、測定値＝塩分濃度(%)を得る

(エ)相対試食評価

研究会会員8名がモニターとなり、通常品、減塩食品の順に対象品を喫食した時の減塩食品の「香り、塩味、うまみ」の3項目について、「1:通常品よりも薄い・弱い」、「2:通常品と同じくらい」、「3:通常品よりも濃い・強い」の3段階で評価した。

また、3項目を評価した上で、減塩食品の満足度について、「満足:減塩品でも十分である」、「不満:減塩品では物足りない」の2段階で評価した。

エ 結果

(ア)表示(別表1、別表2)

すべての銘柄で、食品表示法の食品表示基準に基づいた適正な表示をしていた。

原材料については、9品目中4品目(ちくわ、インスタントみそ汁、コンソメスープ、塩こんぶ)で、通常品よりも減塩食品の方が「食塩」の原材料に占める割合が小さくなっており、1品目(だしの素)では、減塩食品の原材料に「食塩」が含まれていなかった。また、9品目中4品目(ちくわ、生みそ、だしの素、鶏がらスープ)で、通常品よりも減塩食品の方が食品添加物の種類が多かった。

「塩分〇%カット」など、低減された旨を相対表示する「栄養強調表示」については、9品目中7品目(生みそ、しょうゆ、インスタントみそ汁、だしの素、コンソメスープ、鶏がらスープ、塩こんぶ)は自社の通常品と比較しており、残り2品目(ちくわ、ロースハム)は「日本食品標準成分表」の同品目の食品と比較していた。

栄養成分表示については、9品目中8品目(ちくわ、ロースハム、生みそ、しょうゆ、だしの素、コンソメスープ、鶏がらスープ、塩こんぶ)で、法定6項目に加えて、カリウム・カルシウム・リンのいずれかの項目を表示していた。

(イ)単価(図1、別表3)

栄養成分表示の食品単位あたりの価格は、9品目中2品目(しょうゆ、インスタントみそ汁)のみ、通常品と減塩食品で同一であり、残り7品目(ちくわ、ロースハム、生みそ、だしの素、コンソメスープ、鶏がらスープ、塩こんぶ)は通常品よりも減塩食品の方が割高であった。

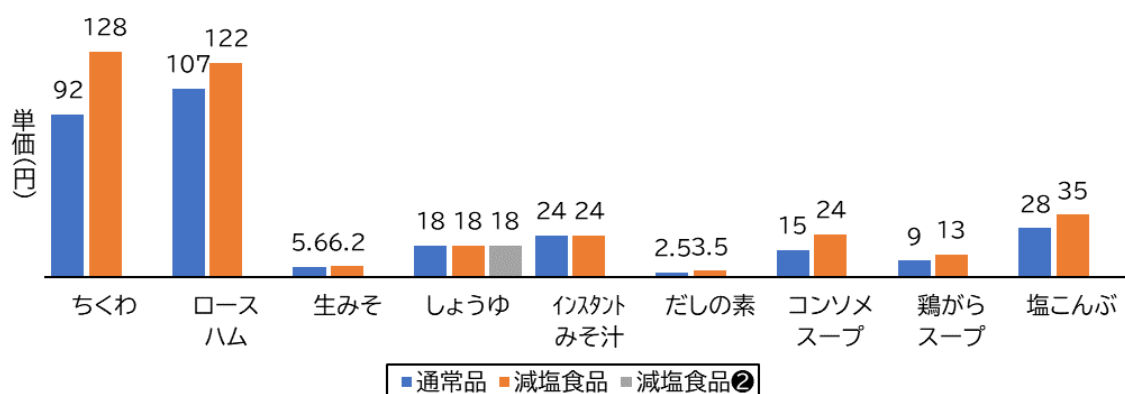


図1 単価調査結果

(ウ)塩分濃度測定(図2、別表4)

今回の調査では、自社の通常品と比較した栄養強調表示をしている7品目(生みそ、しょうゆ、インスタントみそ汁、だしの素、コンソメスープ、鶏がらスープ、塩こんぶ)の減塩食品について、概ね、表示どおりの低減率であることが確認できた。

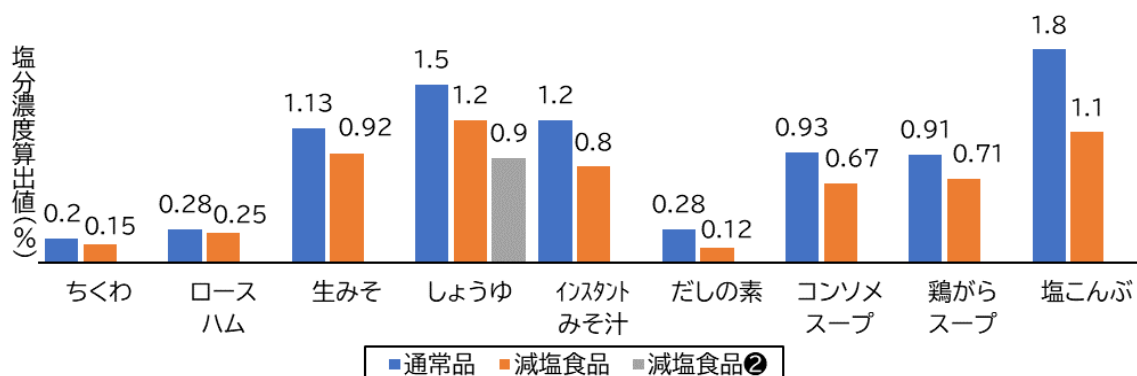
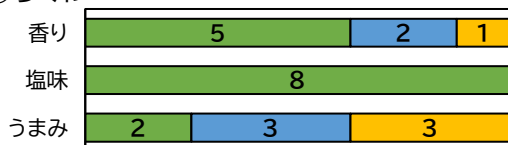


図2 塩分濃度測定結果

(エ) 相対試食評価(図3、別表5)

モニターの個別評価の票数を項目ごとに集計したところ、2品目(ロースハム、しょうゆ(25%減塩))では通常品よりも減塩食品の方が塩味が濃い・強いとの評価もあったものの、すべての品目で、半数以上のモニターから「減塩食品でも十分である」との評価が得られた。

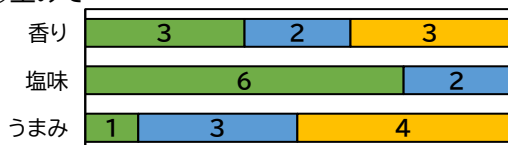
①ちくわ



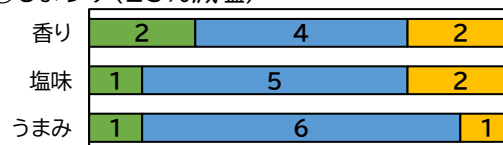
②ロースハム



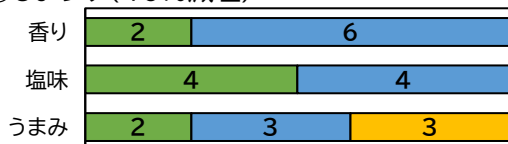
③生みそ



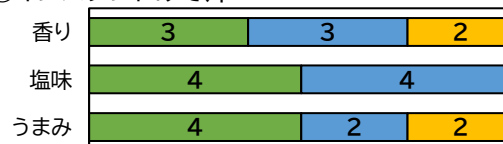
④しょうゆ(25%減塩)



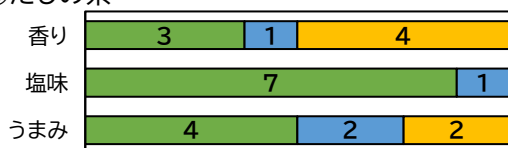
④しょうゆ(40%減塩)



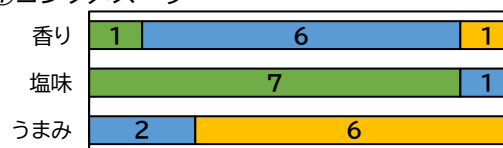
⑤インスタントみそ汁



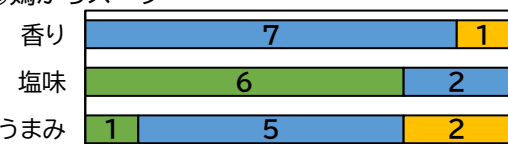
⑥だしの素



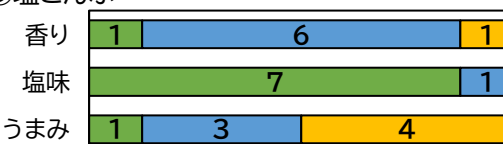
⑦コンソメスープ



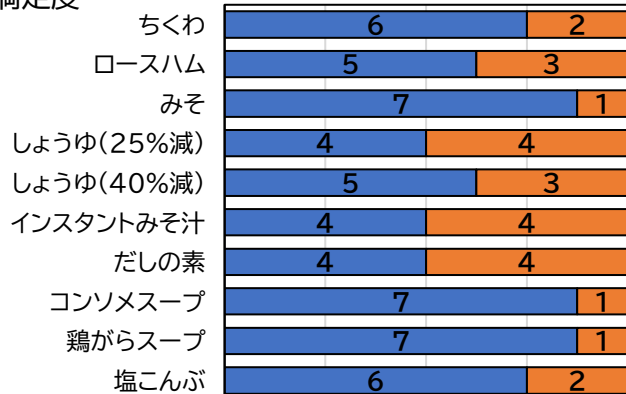
⑧鶏がらスープ



⑨塩こんぶ



満足度



凡例

- 1点(通常品よりも薄い・弱い)
- 2点(通常品と同じくらい)
- 3点(通常品よりも濃い・強い)

- 満足(減塩食品でも十分である)
- 不満(減塩食品では物足りない)

図3 相対試食評価結果(票数の集計)

オ まとめ

- ① すべての銘柄で、食品表示法の食品表示基準に基づいた適正な表示をしていた。
- ② 栄養成分表示の食品単位あたりの価格を算出したところ、9品目中7品目で、減塩食品の方が通常品よりも割高であった。
- ③ 塩分測定により、自社の通常品と比較した栄養強調表示をしている7品目の減塩食品について、概ね、表示どおりの低減率であることが確認できた。
- ④ 研究会会員をモニターとした相対試食評価では、すべての品目で、半数以上のモニターから「減塩食品でも十分である」との評価が得られた。

カ 消費者へのアドバイス

- ① 「塩分〇%カット」など、低減された旨を相対表示する「栄養強調表示」は、比較対象となる食品が銘柄によって異なるため、商品選択時に表示内容をよく確認することが重要である。
- ② 消費者庁の栄養成分表示の活用のための啓発資料「減塩社会への道」には、食塩摂取量を減らすポイントとして以下のとおり記載されている。
 - ・ふだんよく食べる食品からの食塩摂取量を減らす
(麺類のスープを残す、食パンを同じエネルギー量の白飯にする、など)
 - ・調味料からの食塩摂取量を減らす
(食塩量の少ない調味料を選ぶ、食塩量の多い食品の食べる回数を減らす、など)

別表1 表示調査結果(栄養成分表示以外)

①ちくわ

種類	通常品	減塩食品
品名・名称	焼ちくわ(魚肉ねり製品)	焼ちくわ(魚肉ねり製品)
原材料名	魚肉(すけそうだら(アメリカ))、みりん、砂糖、植物油脂、食塩、はもエキス/調味料(アミノ酸等)	魚肉(すけそうだら(アメリカ))、みりん、砂糖、はもエキス、植物油脂、食塩/調味料(無機塩等)、pH 調整剤、炭酸 Ca
内容量	84グラム(3本入り)	84グラム(3本入り)
賞味期限	2024/7/11	2024/7/7
保存方法	要冷蔵(1~10℃)	要冷蔵(1~10℃)
事業者名等	(製造者) A 社 (製造所) A 社 a 工場	(製造者) A 社 (製造所) A 社 a 工場
注意事項等	・開封後は冷蔵庫に入れ、早めにお召し上がりください。 ・商品の黒いはんてんは、原料として使用している魚の皮で、異物ではありません。	・商品の黒いはんてんは、原料として使用している魚の皮で、異物ではありません。 ・開封後は冷蔵庫に入れ、早めにお召し上がりください。
減塩に関するキャッチフレーズ等		(表面) ・減塩 塩分25%カット ※「日本食品標準成分表2020年版(八訂)」 焼き竹輪 食塩相当量比
減塩以外のキャッチフレーズ等	(表面) ・速筋タンパク ・すけそうだら100%(魚肉中) ・でん粉は使っていません ・卵を使っていません ・海のエコラベル MSC 認証 (裏面) ・「速筋タンパク」とは、スケソウダラの俊敏な動きの源となる瞬発力を発揮する「速筋」のタンパク質です。 ・MSC(海洋管理協議会)認証を取得した持続可能な漁業で獲られた水産物です。	(表面) ・すけそうだら100%(魚肉中) ・速筋タンパク ・卵を使っていません ・管理栄養士 96%が推奨 ※(株)ファンデリー調べ (裏面) ・この商品は、A 社独自の技術で完成させた「卵を使わないすり身」を使っています。 ・「速筋タンパク」とは、スケソウダラの俊敏な動きの源となる瞬発力を発揮する「速筋」のタンパク質です。
その他	・そのままお召し上がりいただけます。	・そのままお召し上がりいただけます。

(別表1 表示調査結果(栄養成分表示以外))

②ロースハム

種類	通常品	減塩食品
品名・名称	加熱食肉製品(加熱後包装) ロースハム(スライス)	加熱食肉製品(加熱後包装) ロースハム(スライス)
原材料名	豚ロース肉(輸入又は国産(5%未満))、糖類(水あめ、砂糖)、卵たん白、植物性たん白、食塩、乳たん白、ポークエキス調味料／調味料(有機酸等)、リン酸塩(Na)、増粘多糖類、カゼインNa、酸化防止剤(ビタミンC)、発色剤(亜硝酸Na)、コチニール色素、香辛料抽出物、(一部に卵・乳成分・大豆・豚肉を含む) 原料現在地は一昨年度の使用実績順・割合	豚ロース肉(輸入又は国産(5%未満))、卵たん白、植物性たん白、難消化性デキストリン、食塩、ポークエキス調味料、乳たん白／調味料(無機塩等)、増粘多糖類、リン酸塩(Na)、酸化防止剤(ビタミンC)、クチナシ色素、発色剤(亜硝酸Na)、甘味料(スクラロース、アセスルファムK、香辛料抽出物、(一部に卵・乳成分・大豆・豚肉を含む) 原料現在地は一昨年度の使用実績順・割合
内容量	105g (35g×3)	111g (37g×3)
賞味期限	2024/8/3 (未開封)	2024/7/23 (未開封)
保存方法	10℃以下で保存してください	10℃以下で保存してください
事業者名等	(製造者) B社 b工場	(製造者) B社 b工場
注意事項等	・加熱済みです。そのままでもお召し上がりいただけます。 ・賞味期限は未開封、10℃以下の状態で設定されています。 ・開封後は早めにお召し上がりください。	・加熱済みです。そのままでもお召し上がりいただけます。 ・賞味期限は未開封、10℃以下の状態で設定されています。 ・開封後は早めにお召し上がりください。
減塩に関するキャッチフレーズ等		(個装の表面および裏面) ・糖質は、食品表示基準に基づき100g当たり0.5g未満を0としています。 ・塩分(食塩相当量)は、日本食品標準成分表2015のロースハムとの比較です。 (個装の裏面) ・おいしさはそのままに「糖質0」「塩分30%カット」にしました。豚肉ならではのおいしさで朝ごはんにぴったり、マイルドなロースハムです。
減塩以外のキャッチフレーズ等	(3連パックをまとめるシール面) ・ロースハム、ベーコン市場ブランド売上No.1 ※23年1月～23年12月金額集計(全国) ロースハム・ベーコンカテゴリのナショナルブランド別(㈱ショッパーインサイト real shopper SM データより)	表示なし
その他	・標準入数は目安です。 ・製品は重量で管理しています。	・標準入数は目安です。 ・製品は重量で管理しています。

(別表1 表示調査結果(栄養成分表示以外))

③生みそ

種類	通常品	減塩食品
品名・名称	米みそ(だし入り)	米みそ(だし入り)
原材料名	大豆(アメリカ又はカナダ又はその他) (分別生産流通管理済み)、米、食塩、 かつおエクス、かつおぶし粉末、こんぶ エクス／アルコール、調味料(アミノ酸 等)	大豆(アメリカ又はカナダ又はその他) (分別生産流通管理済み)、米、食塩、か つおエクス、こんぶエクス／アルコー ル、調味料(アミノ酸等)、酸味料
内容量	750g	750g
賞味期限	2024/11/4	24. 11. 30 (開栓前) (西暦下2桁、月、日)
保存方法	開封前は直射日光を避け、常温で保存	開封前は直射日光を避け、常温で保存
事業者名等	(販売者) C社 (製造者) D社	(販売者) C社 (製造者) E社
注意事項等	・開封後要冷蔵 (取り扱い上の注意) ・温度が高くなると開封前でもみその色 が濃くなりますが、品質に問題はありません。 ・冷蔵庫で保管すると、色が濃くなるの を抑えることができます。	・開封後要冷蔵 (取り扱い上の注意) ・温度が高くなると開封前でもみその色 が濃くなりますが、品質に問題はありません。 ・冷蔵庫で保管すると、色が濃くなるこ とを抑えることができます。
減塩に 関する キャッチ フレーズ等		・おいしく減らす塩分20%カット (C社の通常品商品名 比) ・かつおと昆布のだしがきいた、まろや かな味わいの減塩タイプ
減塩以外の キャッチ フレーズ等	・かつおと昆布のだしがきいた、ほどよ い甘みとまろやかな味わいです。	表示なし
その他	・大豆の産地は、一昨年の使用実績順。 原料原産地については、 C社の会員 サ ービスセンターまでお問い合わせくださ い。 ・分別生産流通管理:遺伝子組換えのも のと分けて管理すること	・大豆の産地は、一昨年の使用実績順 ・分別生産流通管理:遺伝子組換えのも のと分けて管理すること

(別表1 表示調査結果(栄養成分表示以外))

④しょうゆ

種類	通常品	減塩食品①(25%減塩)	減塩食品②(40%減塩)
品名・名称	こいくちしょうゆ(本醸造)	こいくちしょうゆ(本醸造)	こいくちしょうゆ(本醸造)
原材料名	脱脂加工大豆(大豆(アメリカ又はカナダ(5%未満)))(分別生産流通管理済み)、小麦、食塩／アルコール	大豆(アメリカ)(分別生産流通管理済み)、小麦、食塩／アルコール	脱脂加工大豆(大豆(アメリカ又はカナダ(5%未満)))(分別生産流通管理済み)、小麦、食塩、醸造酢、大豆(分別生産流通管理済み)、みりん／アルコール、酸味料、ビタミンB1
内容量	200mL	200mL	200mL
賞味期限	2025/10(開栓前)	2025/5(開栓前)	2025/10(開栓前)
保存方法	直射日光を避け常温で保存してください	直射日光を避け常温で保存してください	直射日光を避け常温で保存してください
事業者名等	(販売者) F社	(販売者) F社	(販売者) F社
注意事項等	(開栓後の取扱い) 開栓後は常温で保存し、90日を目安にご使用ください	(開栓後の取扱い) 開栓後は常温で保存し、90日を目安にご使用ください	(開栓後の取扱い) 開栓後は常温で保存し、90日を目安にご使用ください
減塩に関するキャッチフレーズ等		(表面) ・おいしく減塩に 食塩分25%カット (裏面) ・レスソル・ライフ おいしく塩分ひかえよう ・通常のこいくちしょうゆ(食塩17.5%)に比べて、食塩分を25%カットしました(低塩)。	(表面) ・おいしく減塩に 食塩分40%カット (裏面) ・レスソル・ライフ おいしく塩分ひかえよう ・通常のこいくちしょうゆ(食塩17.5%)に比べて、食塩分を40%カットしました。
減塩以外のキャッチフレーズ等	(表面) ・酸化を防ぐやわらか密封ボトル (裏面) ・開けて90日間鮮度を保つ密封ボトル ・ひねらずに開けるワンタッチキャップ 押すと出て、戻すと止まる ・一滴から欲しい分まで	(表面) ・酸化を防ぐやわらか密封ボトル (裏面) ・開けて90日間鮮度を保つ密封ボトル ・ひねらずに開けるワンタッチキャップ 押すと出て、戻すと止まる ・一滴から欲しい分まで	(表面) ・酸化を防ぐやわらか密封ボトル (裏面) ・開けて90日間鮮度を保つ密封ボトル ・ひねらずに開けるワンタッチキャップ 押すと出て、戻すと止まる ・一滴から欲しい分まで
その他	※大豆の産地は、賞味期限の年の3年前から2年間の使用実績。ただし、商品特性から一部使用計画に基づく。 ・鮮度を保つため、内袋に窒素充填をしています。 ・この容器は使い切り容器です。 ・使用後、回収に出すときに洗浄が必要な場合、キャップを右方向にひねってください。 ・賞味期限とは、開栓前のおいしく召し上がれる期限の事です。	・鮮度を保つため、内袋に窒素充填をしています。 ・この容器は使い切り容器です。 ・使用後、回収に出すときに洗浄が必要な場合、キャップを右方向にひねってください。 ・賞味期限とは、開栓前のおいしく召し上がれる期限の事です。	※大豆の産地は、賞味期限の年の3年前から2年間の使用実績。ただし、商品特性から一部使用計画に基づく。 ・鮮度を保つため、内袋に窒素充填をしています。 ・この容器は使い切り容器です。 ・使用後、回収に出すときに洗浄が必要な場合、キャップを右方向にひねってください。 ・賞味期限とは、開栓前のおいしく召し上がれる期限の事です。

(別表1 表示調査結果(栄養成分表示以外))

⑤インスタントみそ汁

種類	通常品	減塩食品
品名・名称	即席みそ汁	即席みそ汁
原材料名	調味みそ(米みそ(国内製造)、食塩、昆布エキス、鰹エキス、鰹節粉、煮干粉、酵母エキス／酒精、調味料(アミノ酸等)、(一部に大豆を含む))、 具(わかめ、ふ、調味顆粒(鰹節粉、デキストリン、煮干粉、食塩)、乾燥ねぎ／調味料(アミノ酸等)、酸化防止剤(ビタミン E)、クエン酸、(一部に小麦を含む))	調味みそ(米みそ(国内製造)、鰹節粉、昆布エキス、鰹エキス、食塩、煮干粉、酵母エキス／酒精、調味料(アミノ酸等)、(一部に大豆を含む))、 具(ふ、わかめ、調味顆粒(鰹節粉、砂糖、デキストリン、食塩、煮干粉)、乾燥ねぎ／調味料(アミノ酸等)、酸化防止剤(ビタミン E)、クエン酸、(一部に小麦を含む))
内容量	181g (調味みそ 16.6g×10袋、具 1.5g×10袋)	151g (調味みそ 14.1g×10袋、具 1g×10袋)
賞味期限	2024/11/28	2024/10/16
保存方法	高温の場所をさけて保存してください	高温の場所をさけて保存してください
事業者名等	(販売者) G社	(販売者) G社
注意事項等	・切り口注意 ※絵表示 ・熱湯によるやけど注意 ※絵表示 ・内袋開封後は保存がききませんので必ず使い切ってください。 ・本商品は常温保存でもおいしく召し上がれますが、冷蔵保存すると風味がより保たれます。	・切り口注意 ※絵表示 ・熱湯によるやけど注意 ※絵表示 ・内袋開封後は保存がききませんので必ず使い切ってください。 ・本商品は常温保存でもおいしく召し上がれますが、冷蔵保存すると風味がより保たれます。
減塩に関するキャッチフレーズ等		(表面) ・塩分25%カット (裏面) ・家族おもいの食卓に G社の通常品商品名 塩分25%カット ・当社みそ汁「 G社の通常品商品名 」と比べ、ナトリウム 25%カット
減塩以外のキャッチフレーズ等	(表面) ・即席生みそタイプみそ汁市場売上 No.1 (※インテージSRI+調べ、即席生みそタイプみそ汁市場 2020年4月～2023年3月累計販売金額) ・だし極める枕崎産鰹節使用 (裏面) ・ 商品名 は、厳選した枕崎産鰹節を使用しています ・上品な香りの本枯節と、味わい豊かな荒節 ・これぞ、極めた鰹だし	(裏面) ・厳選の枕崎産鰹節でだしのうまみをぐっと効かせました
その他	表示なし	表示なし

(別表1 表示調査結果(栄養成分表示以外))

⑥だしの素

種類	通常品	減塩食品
品名・名称	風味調味料(かつお)	風味調味料(かつお)
原材料名	食塩(国内製造)、砂糖類(砂糖、乳糖)、風味原料(かつおぶし粉末、かつおエキス)、酵母エキス、酵母エキス発酵調味料/調味料(アミノ酸等)	砂糖類(乳糖(アメリカ製造)、砂糖)、風味原料(かつおぶし粉末、かつおエキス)、酵母エキス、小麦たん白発酵調味料、酵母エキス発酵調味料/調味料(アミノ酸等)、酸味料、グルタミン酸カルシウム、ポリグルタミン酸
内容量	120g (顆粒 60g袋×2)	100g (顆粒50g袋×2)
賞味期限	2025/10 (常温未開封)	2025/9 (常温未開封)
保存方法	直射日光を避け、常温で保存してください。	直射日光を避け、常温で保存してください。
事業者名等	(販売者) <u>H社</u> (製造者) <u>H社 h①工場</u>	(販売者) <u>H社</u> (製造者) <u>H社 h①工場</u>
注意事項等	(開封後の保存上の注意) ・湿気を避ける ※絵表示 ・できるだけ密封 ※絵表示 ・常温で保管してください	(開封後の保存上の注意) ・湿気を避ける ※絵表示 ・できるだけ密封 ※絵表示 ・常温で保管してください
減塩に関するキャッチフレーズ等		(表面) ・おいしい減塩 塩分60%カット ※「 <u>H社の通常品商品名</u> 」比、食塩相当量 ・豊かなだしの味わいでおいしく減塩 ・第2回 JSH 減塩食品アワード金賞受賞(2016年) ※本アワードは特定非営利活動法人・日本高血圧学会の減塩委員会が「減塩化の推進に優れた成果を挙げた製品」を審査・認定するものです。 (裏面) ・「Smart Salt(スマ塩)」が提案する、うま味やだしを効かせる簡単・手軽な「おいしい減塩」をあなたも始めませんか?
減塩以外のキャッチフレーズ等	(表面) ・削りたての香り ・おいしさ決める3種のかつお節 (裏面) ・「 <u>商品名</u> 」は、かつお節が違う。	(裏面) ・かつお節をたっぷり使った豊かな香りとうま味が特長のおだしです。
その他	・酵母エキス発酵調味料は、コクを増すために使っており、酵母エキスを発酵させて作った調味料です。 ・ポリグルタミン酸は納豆のネバの成分で、まろやかな味にするために使用しています。 ・この製品は、 <u>h①工場</u> または <u>h②工場</u> で中身(顆粒)を製造し、 <u>h①工場</u> で充填包装しています。 ・賞味期限とは、直射日光を避け、常温未開封で保存された際の、おいしくお召し上がりいただける期限です。	・小麦たん白発酵調味料と酵母エキス発酵調味料は、コクを増すために使っており、小麦たん白と酵母エキスをそれぞれ発酵させて作った調味料です。 ・ポリグルタミン酸は納豆のネバの成分で、まろやかな味にするために使用しています。 ・この製品は、 <u>h②工場</u> で中身(顆粒)を製造し、 <u>h①工場</u> で充填包装しています。 ・賞味期限とは、直射日光を避け、常温未開封で保存された際の、おいしくお召し上がりいただける期限です。

(別表1 表示調査結果(栄養成分表示以外))

⑦コンソメスープ

種類	通常品	減塩食品
品名・名称	乾燥スープ(コンソメ)	乾燥スープ(コンソメ)
原材料名	食塩(国内製造)、乳糖、砂糖、食用加工油脂、野菜・肉エキス(はくさいエキス、チキンエキス、酵母エキス発酵調味料、ビーフエキス、食用油脂)、香辛料、野菜エキス、しょうゆ、果糖、酵母エキス/調味料(アミノ酸等)、加工でん粉、酸味料、(一部に小麦・乳成分・牛肉・大豆・鶏肉を含む)	乳糖(アメリカ製造)、食塩、食用加工油脂、砂糖、野菜・肉エキス(はくさいエキス、ビーフエキス、チキンエキス)、香辛料、野菜エキス、酵母エキス、しょうゆ、果糖/調味料(無機塩等)、酸味料、ポリグルタミン酸、(一部に小麦・乳成分・牛肉・大豆・鶏肉を含む)
内容量	111.3g ≪固形1個でスープ2人分(300mL)≫ 固形 21 個入	79.5g ≪固形1個でスープ2人分(300mL)≫ 固形 15 個入
賞味期限	2025/9 (常温未開封)	2025/10 (常温未開封)
保存方法	常温にて保存	常温にて保存
事業者名等	(販売者) H社 (製造者) I社	(販売者) H社 (製造者) I社
注意事項等	(開封後の保存上の注意) ・湿気を避ける ※絵表示 ・できるだけ密封 ※絵表示 ・夏場は冷蔵庫で保存してください	(開封後の保存上の注意) ・湿気を避ける ※絵表示 ・できるだけ密封 ※絵表示 ・夏場は冷蔵庫で保存してください
減塩に関するキャッチフレーズ等		(表面) ・おいしい減塩 ・塩分40%カット ※「 H社の通常品商品名 」比、食塩相当量 ・第4回 JSH 減塩食品アワード金賞受賞(2018年) ※本アワードは特定非営利活動法人・日本高血圧学会の減塩委員会が「減塩化の推進に優れた成果を挙げた製品」を審査・認定するものです。 (裏面) ・「Smart Salt(スマ塩)」が提案する、うま味やだしを効かせる簡単・手軽な「おいしい減塩」をあなたも始めませんか？
減塩以外のキャッチフレーズ等	(表面) ・お肉と香味野菜のコクがギュッ (裏面) ・コンソメでメニュー広がるおうちごはんをラクラクおいしく！	(表面) ・お肉と香味野菜のコクがギュッ
その他	※ビーフエキスは牛の肉の部分のみを使っています。 ※酵母エキス発酵調味料は、コク味を増すために使っています。	・ポリグルタミン酸は納豆のネバの成分で、まろやかな味にするために使用しています。 ・ビーフエキスは牛の肉の部分のみを使っています。

(別表1 表示調査結果(栄養成分表示以外))

⑧鶏がらスープ

種類	通常品	減塩食品
品名・名称	中華だし(調味料)	中華だし(調味料)
原材料名	食塩(国内製造)、デキストリン、チキンエキス、鶏油、野菜エキス、チキンエキス調味料、酵母エキス、こしょう、肉風味調味パウダー／調味料(アミノ酸等)、pH調整剤、乳化剤	食塩(国内製造)、乳糖、チキンエキス、デキストリン、砂糖、たん白加水分解物、食用油脂、こしょう、肉風味調味パウダー、野菜エキス、酵母エキス／調味料(アミノ酸等)、pH調整剤、酸味料、グルタミン酸カルシウム、ポリグルタミン酸
内容量	110g (顆粒)	40g (顆粒)
賞味期限	2025/10 (常温未開封)	2025/9 (常温未開封)
保存方法	直射日光を避け、常温で保存してください。	直射日光を避け、常温で保存してください。
事業者名等	(販売者) H社 (製造者) H社 h①工場	(販売者) H社 (製造者) H社 h①工場
注意事項等	・開封後はジッパーを閉じて保存してください。 (開封後の保存上の注意) ・湿気を避ける ※絵表示 ・できるだけ密封 ※絵表示 ・夏場は冷蔵庫での保存がおすすめです。	(開封後の保存上の注意) ・湿気を避ける ※絵表示 ・できるだけ密封 ※絵表示 ・夏場は冷蔵庫での保存がおすすめです。
減塩に関する キャッチ フレーズ等		(表面) ・おいしい減塩 ・塩分40%カット ※H社の通常品商品名」比、食塩相当量 ・第3回JSH減塩食品アワード金賞受賞(2017年) ※本アワードは特定非営利活動法人・日本高血圧学会の減塩委員会が「減塩化の推進に優れた成果を挙げた製品」を審査・認定するものです。 (裏面) ・「Smart Salt(スマ塩)」が提案する、うま味やだしを効かせる簡単・手軽な「おいしい減塩」をあなたも始めませんか？
減塩以外の キャッチ フレーズ等	(表面) ・鶏の深いコク！ ・保存に便利なジッパー付き ・大容量顆粒 110g (裏面) ・鶏肉とがらを丸ごとじっくり煮出した、本格鶏がらスープの素！ ・固まりにくいさらさら顆粒	(表面) ・鶏の深いコク！
その他	・デキストリンは、顆粒にして使いやすくするために使用しており、とうもろこしなどのでん粉から作られています。 ・賞味期限とは、直射日光を避け、常温未開封で保存された際の、おいしくお召し上がりいただける期限です。	・ポリグルタミン酸は納豆のネバの成分で、まろやかな味にするために使用しています。 ・デキストリンは、顆粒にして使いやすくするために使用しており、とうもろこしなどのでん粉から作られています。 ・賞味期限とは、直射日光を避け、常温未開封で保存された際の、おいしくお召し上がりいただける期限です。

(別表1 表示調査結果(栄養成分表示以外))

⑨塩こんぶ

種類	通常品	減塩食品
品名・名称	塩こんぶ(つくだに)	塩こんぶ(つくだに)
原材料名	昆布、しょうゆ、たんぱく加水分解物、砂糖、 昆布エキス、食塩／調味料(アミノ酸等)、 (一部に小麦・大豆を含む) 原料原産地名:国産(昆布)	昆布、たんぱく加水分解物、還元水あめ、し ょうゆ、砂糖、昆布エキス、食塩／調味料(ア ミノ酸等)、(一部に小麦・大豆を含む) 原料原産地名:国産(昆布)
内容量	46g	27g
賞味期限	2025/3 (開栓前)	2025/2 (開栓前)
保存方法	高温多湿を避け、常温で保存	高温多湿を避け、常温で保存
事業者名等	(製造者) J社 (製造所) J社 j工場	(製造者) J社 (製造所) J社 j工場
注意事項等	(使用上の注意) ・開封後は袋に封(チャック)をして保存し、 お早目にお召しあがりください。 ※製品の結露による湿気防止のため冷蔵庫 での保存は避け、常温で保存してください。 ・切り口や袋のはしで手を切らないようにご 注意ください。	(使用上の注意) ・開封後は袋に封(チャック)をして保存し、 お早目にお召しあがりください。 ※製品の結露による湿気防止のため冷蔵庫 での保存は避け、常温で保存してください。 ・切り口や袋のはしで手を切らないようにご 注意ください。
減塩に 関する キャッチ フレーズ等		(表面) ・塩分ひかえめ25%カット 当社塩こんぶ比 (裏面) ・「商品名」は従来の「J社の通常品商品名」 のおいしさそのままに、塩分を25%カットし ました。ごはん・お茶漬け・おにぎりはもちろ ん、いろいろなお料理に美味しく幅広くお使い いただけます。 ・管理栄養士98%推奨 ※株式会社ファンデリー調べ
減塩以外の キャッチ フレーズ等	(表面) ・熱中症予防声かけプロジェクト～ひと涼み しよう～ J社は熱中症予防声かけプロジェ クトに賛同しています。 ・素材の味わい 北海道産昆布100%使用 (裏面) ・『味つけこれだけ！抜群のおいしさ！』 厳 選北海道産昆布をこだわり醤油でやわらか く炊きあげました。うま味たっぷり、簡単に味 がきまります。	(表面) ・北海道産昆布100%使用
その他	表示なし	表示なし

別表2 表示調査結果(栄養成分表示)

①ちくわ

種類	通常品	減塩食品
食品単位	1食2本(56g)あたり	1食2本(56g)あたり
エネルギー(kcal)	65	60
たんぱく質(g)	6.8	7.3
脂質(g)	2.0	0.7
炭水化物(g)	5.1	6.0
食塩相当量(g)	1.5	0.7
その他項目	表示なし	カリウム 304mg カルシウム 73mg
備考	表示なし	表示なし

②ロースハム

種類	通常品	減塩食品
食品単位	1パック(35g)あたり	1パック(37g)あたり
エネルギー(kcal)	41	29～54
たんぱく質(g)	6.0	7.1
脂質(g)	1.1	0.6～2.8
炭水化物(g)	1.8	0.4～0.9 〔糖 質 0〕 〔食物繊維 0.5～0.8〕
食塩相当量(g)	1.0	0.5
その他項目	表示なし	カリウム 352mg
備考	推定値	当社調べ

③生みそ

種類	通常品	減塩食品
食品単位	大さじ1杯18gあたり	大さじ1杯18gあたり
エネルギー(kcal)	31	31
たんぱく質(g)	2.0	1.9
脂質(g)	1.0	1.0
炭水化物(g)	3.4	3.5
食塩相当量(g)	2.0	1.5
その他項目	表示なし	カリウム 122mg
備考	C社関連商品検査センター作成	C社関連商品検査センター作成

(別表2 表示調査結果(栄養成分表示))

④しょうゆ

種類	通常品	減塩食品①(25%減塩)	減塩食品②(40%減塩)
食品単位	大さじ1杯(15mL)あたり	大さじ1杯(15mL)あたり	大さじ1杯(15mL)あたり
エネルギー(kcal)	15	14	15
たんぱく質(g)	1.6	1.3	1.3
脂質(g)	0	0	0
炭水化物(g)	1.9 〔糖 質 1.8〕 〔食物繊維 0.1〕	1.7 〔糖 質 1.7〕 〔食物繊維 0.0〕	2.0 〔糖 質 1.9〕 〔食物繊維 0.1〕
食塩相当量(g)	2.4	1.9	1.4
その他項目	表示なし	表示なし	カリウム35mg リン25mg
備考	表示なし	表示なし	表示なし

⑤インスタントみそ汁

種類	通常品	減塩食品
食品単位	1食(18.1g)あたり	1食(15.1g)あたり
エネルギー(kcal)	29	28
たんぱく質(g)	2.4	2.1
脂質(g)	0.7	0.6
炭水化物(g)	3.1	3.6
食塩相当量(g)	2.0	1.3
その他項目	表示なし	表示なし
備考	推定値	表示なし

⑥だしの素

種類	通常品	減塩食品
食品単位	みそ汁1杯分(1g)あたり	みそ汁1杯分(1g)あたり
エネルギー(kcal)	2.4	3.2
たんぱく質(g)	0.27	0.33
脂質(g)	0~0.01	0~0.02
炭水化物(g)	0.30	0.45
食塩相当量(g)	0.40	0.14
その他項目	表示なし	カリウム41mg
備考	表示なし	この製品には、カリウムが含まれています。

(別表2 表示調査結果(栄養成分表示))

⑦コンソメスープ

種類	通常品	減塩食品
食品単位	固形 1 個(5.3g)あたり	固形 1 個(5.3g)あたり
エネルギー(kcal)	12	14
たんぱく質(g)	0.38	0.50
脂質(g)	0.24	0.19
炭水化物(g)	2.2	2.6
食塩相当量(g)	2.5	1.33
その他項目	表示なし	カリウム 366mg
備考	表示なし	表示なし

⑧鶏がらスープ

種類	通常品	減塩食品
食品単位	スープ 1 杯分(2.5g)あたり	スープ 1 杯分(2.5g)あたり
エネルギー(kcal)	5.0	6.4
たんぱく質(g)	0.34	0.35
脂質(g)	0.05	0.04
炭水化物(g)	0.79	1.2
食塩相当量(g)	1.2	0.67
その他項目	表示なし	カリウム 157mg
備考	表示なし	表示なし

⑨塩こんぶ

種類	通常品		減塩食品	
食品単位	100gあたり	1食分(6g)あたり	100gあたり	1食分(6g)あたり
エネルギー(kcal)	230	14	266	16
たんぱく質(g)	24.6	1.5	22.8	1.4
脂質(g)	1.4	0.1	0.5	0.03
炭水化物(g)	34.7	2.1	47.2	2.9
糖質(g)	24.8	1.5	37.8	2.3
食物繊維(g)	9.9	0.6	9.4	0.6
食塩相当量(g)	22.5	1.3	15.4	0.9
その他項目	カリウム 857mg カルシウム 220mg	カリウム 51mg カルシウム 13mg	カリウム 552mg カルシウム 179mg	カリウム 33mg カルシウム 11mg
備考	表示なし	表示なし	表示なし	表示なし

別表3 単価調査結果

品目	種類	税込 価格 (円)	内容量	単価 (円)	単価の単位※
ちくわ	通常品	138	84g (3本入り)	92.0	1食(2本)あたり
	減塩 食品	192	84g (3本入り)	128.0	1食(2本)あたり
ロースハム	通常品	321	105g (35g×3パック)	107.0	1パック(35g) あたり
	減塩 食品	365	111g (37g×3パック)	121.7	1パック(37g) あたり
生みそ	通常品	235	750g	5.6	大さじ1杯(18g) あたり
	減塩 食品	257	750g	6.2	大さじ1杯(18g) あたり
しょうゆ	通常品	235	200mL	17.6	大さじ1杯(15mL) あたり
(25%減塩)	減塩 食品①	235	200mL	17.6	大さじ1杯(15mL) あたり
(40%減塩)	減塩 食品②	235	200mL	17.6	大さじ1杯(15mL) あたり
インスタント みそ汁	通常品	235	181g (調味みそ 16.6g×10袋、 具 1.5g×10袋)	23.5	1食(18.1g)あたり
	減塩 食品	235	151g (調味みそ 14.1g×10袋、 具 1g×10袋)	23.5	1食(15.1g)あたり
だしの素	通常品	300	120g (顆粒 60g 袋×2)	2.5	みそ汁1杯分(1g) あたり
	減塩 食品	354	100g (顆粒 50g 袋×2)	3.5	みそ汁1杯分(1g) あたり
コンソメ スープ	通常品	322	111.3g (固形 21 個入)	15.3	固形 1 個あたり
	減塩 食品	365	79.5g (固形 15 個入)	24.3	固形 1 個あたり
鶏がら スープ	通常品	408	110g (顆粒)	9.3	スープ1杯分(2.5g) あたり
	減塩 食品	203	40g (顆粒)	12.7	スープ1杯分(2.5g) あたり
塩こんぶ	通常品	213	46g	27.8	1食分(6g)あたり
	減塩 食品	159	27g	35.3	1食分(6g)あたり

※栄養成分表示の食品単位に準ずる

別表4 塩分濃度測定

食品	種類	測定値(%)				塩分濃度 算出値 (%)	備考
		1回目	2回目	3回目	平均		
ちくわ	通常品	0.20	0.20	0.20	0.20	2.0	塩分濃度は 測定値の10倍
	減塩 食品	0.15	0.15	0.15	0.15	1.5	
ハム	通常品	0.28	0.28	0.28	0.28	2.8	塩分濃度は 測定値の10倍
	減塩 食品	0.25	0.25	0.25	0.25	2.5	
みそ	通常品	1.1	1.2	1.1	1.13	11.3	塩分濃度は 測定値の10倍
	減塩 食品	0.92	0.91	0.93	0.92	9.2	
しょうゆ	通常品	1.5	1.5	1.5	1.5	15	塩分濃度は 測定値の10倍
(25%減塩)	減塩 食品①	1.2	1.2	1.2	1.2	12	
(40%減塩)	減塩 食品②	0.88	0.88	0.88	0.88	8.8	
インスタント みそ汁	通常品	1.20	1.20	1.20	1.20	1.20	塩分濃度は 測定値と同じ
	減塩 食品	0.81	0.81	0.81	0.81	0.81	
だしの素	通常品	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	塩分濃度は 測定値と同じ
	減塩 食品	0.12	0.12	0.12	0.12	0.12	
コンソメ スープ	通常品	0.91	0.94	0.94	0.93	0.93	塩分濃度は 測定値と同じ
	減塩 食品	0.67	0.67	0.67	0.67	0.67	
鶏がら スープ	通常品	0.92	0.91	0.91	0.91	0.91	塩分濃度は 測定値と同じ
	減塩 食品	0.71	0.71	0.71	0.71	0.71	
塩こんぶ	通常品	1.80	1.80	1.80	1.80	18	塩分濃度は 測定値の10倍
	減塩 食品	1.10	1.10	1.10	1.10	11	

別表5 通常品に対する相対試食評価結果

品目	項目	個別評価								票数		
		①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	1点	2点	3点
ちくわ	香り	1	1	1	1	1	2	3	2	5	2	1
	塩味	1	1	1	1	1	1	1	1	8	0	0
	うまみ	3	3	2	1	1	2	3	2	2	3	3
ロースハム	香り	1	1	2	2	1	2	3	2	3	4	1
	塩味	1	1	2	2	3	2	1	3	3	3	2
	うまみ	3	3	2	2	1	2	1	2	2	4	2
生みそ	香り	3	2	3	1	1	2	1	3	3	2	3
	塩味	1	2	1	1	1	1	2	1	6	2	0
	うまみ	3	2	3	2	1	2	3	3	1	3	4
しょうゆ (25%減塩)	香り	2	2	2	1	1	2	3	3	2	4	2
	塩味	2	2	1	2	2	2	3	3	1	5	2
	うまみ	3	2	2	2	2	2	1	2	1	6	1
しょうゆ (40%減塩)	香り	2	2	2	1	1	2	2	2	2	6	0
	塩味	2	1	1	1	2	1	2	2	4	4	0
	うまみ	3	3	2	1	3	2	1	2	2	3	3
インスタント みそ汁	香り	3	2	1	1	1	2	3	2	3	3	2
	塩味	1	2	2	2	1	1	1	2	4	4	0
	うまみ	3	1	1	1	1	2	3	2	4	2	2
ほんだし	香り	3	1	3	1	3	1	2	3	3	1	4
	塩味	1	1	2	1	1	1	1	1	7	1	0
	うまみ	3	1	3	1	1	1	2	2	4	2	2
コンソメスープ	香り	2	2	2	2	1	2	2	3	1	6	1
	塩味	1	1	1	1	1	1	1	2	7	1	0
	うまみ	3	3	2	3	2	3	3	3	0	2	6
鶏がらスープ	香り	2	2	2	2	2	2	2	3	0	7	1
	塩味	1	1	1	1	1	2	1	2	6	2	0
	うまみ	3	2	1	2	2	2	2	3	1	5	2
塩こんぶ	香り	2	2	2	1	3	2	2	2	1	6	1
	塩味	1	1	1	2	1	1	1	1	7	1	0
	うまみ	3	2	2	1	3	2	3	3	1	3	4

品目	個別評価								票数	
	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	満足	不満
ちくわ	満足	満足	満足	満足	不満	満足	不満	満足	6	2
ロースハム	満足	満足	満足	満足	不満	満足	不満	不満	5	3
生みそ	満足	満足	満足	満足	不満	満足	満足	満足	7	1
しょうゆ(25%減塩)	満足	不満	不満	満足	満足	満足	不満	不満	4	4
しょうゆ(40%減塩)	満足	不満	不満	不満	満足	満足	満足	満足	5	3
インスタントみそ汁	満足	不満	不満	不満	不満	満足	満足	満足	4	4
だしの素	満足	満足	満足	不満	不満	不満	不満	満足	4	4
コンソメスープ	満足	満足	満足	満足	不満	満足	満足	満足	7	1
鶏がらスープ	満足	満足	不満	満足	満足	満足	満足	満足	7	1
塩こんぶ	満足	満足	満足	不満	満足	満足	満足	不満	6	2

香り、塩味、うまみ 1点(標準品よりも薄い・弱い) 2点(標準品と同じくらい) 3点(標準品よりも濃い・強い)	満足度 満足(減塩品でも十分) 不満(減塩品では物足りない)
--	--------------------------------------

②携帯トイレ(嶺南消費生活研究会との共同テスト)

ア 背景・目的

令和6年は、元日の能登半島地震をはじめ、各地で強い地震が発生したほか、8月には「南海トラフ地震臨時情報」が発表された。また、大雨や台風などの自然災害も各地で発生しているため、防災意識を高め、日ごろから災害に備えておくことが重要である。

そこで、今回、防災用品の一つである「携帯トイレ」※の表示内容、価格差、使い勝手などについて、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。

※ 内閣府の「避難所におけるトイレの確保・管理ガイドライン(平成28年4月)」では、「災害用トイレ(災害時に使用することを目的とするトイレ)」のうち携帯トイレの概要・特徴として「既存の洋式便器につけて使用する便袋タイプ。吸水シートや凝固剤で水分を安定化させる」と記載されている。

https://www.bousai.go.jp/taisaku/hinanjo/pdf/1604hinanjo_toilet_guideline.pdf

イ 対象品

令和6年7月、小浜市、おおい町および若狭町内の小売店舗で、計7銘柄の携帯トイレを購入した。

なお、今回は、携帯トイレのうち凝固剤がセット内容に含まれるものを対象とした。



図1 テスト対象品

ウ 項目および方法

(ア)セット内容

対象品のセット内容(袋・凝固剤の数量)を確認した。

(イ)表示

携帯トイレの表示に関する法令上の規定は無く、業界団体による基準等も無いため、対象品の実際の表示内容を見比べて調査した。

(ウ)単価

セット数と購入時の税抜価格から、1セット(1回使用分)あたりの価格を算出した。

(エ)袋の寸法測定

1銘柄につき袋3枚を机上に平置きした状態で、1枚ずつ横方向(開口部)および縦方向(向かって左側に開口部を置いた時の上部)の長さをメジャーで測定し、測定値の平均値をそれぞれ算出した。

(オ)袋の厚み測定

デジタル測厚器(大栄科学精器製作所製 FS-60DS)を使用し、1銘柄につき袋3枚の開口部付近の厚さについて片面1回ずつ計6回測定し、平均値を算出した。

(カ)袋の材質分析

赤外分光光度計 FT-IR(島津製作所製 IRprestige-21)を使用し、袋の材質を分析した。

(キ)凝固剤の内容量の計量

電子天秤(メトラー・トレド製 MS-3002S)を使用し、凝固剤の内容量について1銘柄あたり3回分(3個)ずつ計量して、平均値を算出した。

(ク)凝固剤の吸水性テスト

2銘柄に、1回分(1個)の凝固剤で「約600ccの尿を吸収する」旨の表示があったため、これを参考にして、以下の手順で吸水性テストを実施した。

(手順)

- ① メスシリンダーで水道水 600mL を計量し、1L ビーカーに入れる。
- ② 1回分(1個)の凝固剤を、ビーカー内の水面全体にまんべんなく振りかける。
- ③ しばらく静置して、固まった様子を観察(デジカメで撮影)する。

(ケ)使用評価

研究会会員9名がモニターとなり、以下の手順で各家庭にて実体験し、「取付けのしやすさ、凝固剤を入れた後の固まりやすさ、取外し(始末)のしやすさ、袋の口を結んだあとの臭いの漏れ(1日後、2日後、3日後)」の6項目について「よい、ふつう、わるい」の3段階で評価した。

(手順)

- ① 家庭用ゴミ袋1枚を、トイレの便座に取付ける。
※対象品の汚物用の袋の底が、便器内の水で濡れるのを防ぐため。
- ② ①で取付けた家庭用ゴミ袋の上から、各銘柄に表示された方法で、汚物用の袋1枚を取付ける。
- ③ 排尿する。
※使用したトイレトーパーは、汚物用の袋の中に入れない。
- ④ 各銘柄に表示された方法で、1回分(1個)の凝固剤を尿に振りかける。
- ⑤ 尿が固まったら、各銘柄に表示された方法で、汚物用の袋を取り外して口を結ぶ。
なお、別の袋がセット内容に含まれる銘柄の場合は、さらにその袋に入れる。
- ⑥ 口を結んだ袋を自宅内の任意の場所で保管し、1日後、2日後、3日後の臭いの漏れを確認する。

(評価項目と評価段階)

・取付けのしやすさ

よ い : 楽に(すぐに)取り付けできる
ふつう : よい、わるいのどちらでもない
わるい : 手間がかかる

・凝固剤を振りかけた後の固まりやすさ

よ い : すぐに固まる
ふつう : 固まるのに少し時間がかかる
わるい : 固まるのにとても時間がかかる(固まらない)

・取外し(始末)のしやすさ

よ い : 楽に(すぐに)取り外し、始末できる
ふつう : よい、わるいのどちらでもない
わるい : 手間がかかる

・袋の口を結んだあとの臭いの漏れ(1日後、2日後、3日後)

よ い : 臭いがしない
ふつう : 臭いがするが、気にならない程度
わるい : 臭いがして、気になる

エ 結果

(ア)セット内容(別表1-1、別表1-2)

4銘柄(No.2、3、4、7)は5回分、1銘柄(No.5)は10回分、2銘柄(No.1、6)は30回分であった。

1銘柄(No.4)のみ、凝固剤5個に対して汚物用の袋(名称:汚物袋)は6枚と、1枚多く入っていたが、残りの6銘柄は、凝固剤と汚物用の袋(名称:畜便袋または汚物袋あるいは排便袋)が同数ずつ入っていた。

また、2銘柄(No.2、3)は、汚物用の袋のほかに、寸法や色の異なる別の袋(名称:処理袋または持ち運び袋)が入っていた。

3銘柄(No.3、5、6)は、イラスト付きの使用方法が汚物用の袋にも印刷されており、このうち1銘柄(No.3)は、3か国語(日本語、英語、中国語)で印刷されていた。

(イ)表示(別表2-1~2-7)

①袋に関すること(寸法、厚み、材質など)

寸法は4銘柄(No.1、2、3、5)、厚みは3銘柄(No.1、3、5)、材質は5銘柄(No.1、2、3、5、6)で表示があった。

「汚物用の袋は、一般的なレジ袋の約3倍の厚さ」である旨(No.3)や、「袋の耐冷温度が-30℃」である旨(No.5)を表示しているものがあったほか、1銘柄(No.3)のみ、「(汚物用の袋の)底シールがU字型のため中央に汚物が溜まりやすく、凝固剤で処理しやすくなっている」旨の表示があった。

②凝固剤に関すること(内容量、成分など)

内容量は3銘柄(No.4、5、6)、成分は5銘柄(No.1、2、3、4、6)で表示があった。

なお、「食添用殺菌剤を混合」(No.1、3)、「消臭効果のある凝固剤」(No.2)、「優れた抗菌作用による消臭効果」(No.7)である旨を特長(特徴)として表示しているものもあった。

また、2銘柄(No.5、6)は、凝固剤の袋に「1袋で約600ccの尿を吸収する」旨の表示があった。

③使用方法

すべての銘柄で、イラスト付きの使用方法的表示があった。

なお、1銘柄(No.4)のみ、使用方法内の注意書きとして「凝固剤をふりかける前にトイレトーパーを袋内に入れてしまうと、トイレトーパーが水分を吸ってしまい、凝固性能が弱くなる場合がある」、「大便、嘔吐物、ティッシュ等が多くて固まりが弱い場合はコップ1杯の水やお茶等を入れる」旨の表示があった。

④注意事項

すべての銘柄で「直射日光、高温、多湿の場所は避けて保管する」旨の表示があった。

また、6銘柄(No.1、2、3、4、5、6)で「尿に異常がある場合や、薬の服用状況によっては固まりにくい」旨の表示があった。

この他、多くの銘柄で「凝固剤は食べられない」、「子供やペットの手の届かない所に保管する」、「本来の用途以外に使わない」、「トイレに直接凝固剤を入れない」、「説明を事前によく読み、使用中はパッケージを保管しておく」などの表示があった。

⑤廃棄処分方法

すべての銘柄で、「使用方法」または「注意事項」として廃棄処分方法的表示があった。

5銘柄(No.1、3、5、6、7)は「各自治体または避難所等が示す方法に従って」処分するよう表示し、残りの2銘柄は「不燃ゴミとして」(No.2)または「可燃ゴミとして袋ごと」処分するようそれぞれ表示していた。

⑥製造年月日、使用期限

1銘柄(No.4)のみ、凝固剤の製造年月日は「2024年4月20日」で、使用期限は「未開封の状態で製造日から10年間」との表示があった。

残りの6銘柄には製造年月日の表示はなかったが、2銘柄(No.5、6)では「凝固剤は開封しない限り使用可能」との表示があった。

⑦特長(特徴)、キャッチフレーズ等

すべての銘柄で、「使用方法」または「注意事項」として廃棄処分方法的表示があった。

5銘柄(No.1、3、5、6、7)は「各自治体または避難所等が示す方法に従って」処分するよう表示し、残りの2銘柄は「不燃ゴミとして」(No.2)または「可燃ゴミとして袋ごと」処分するようそれぞれ表示していた。

(ウ)単価(図2、別表3)

単価(1セット(1回使用分)あたりの価格)は99～176円と、約1.8倍の価格差があった。セット数が多い銘柄は安価(セット数の少ない銘柄は高価)な傾向があったが、別の袋(処理袋または持ち運び袋)の有無や、袋の厚み、凝固剤の容量、使用評価結果などとの関連性はいずれも見出せなかった。

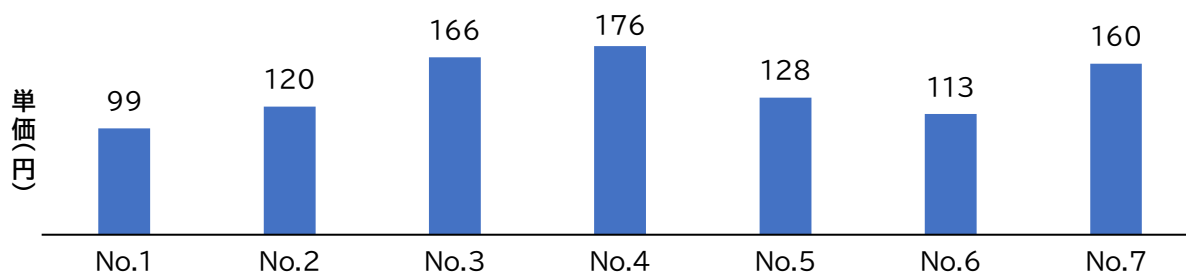


図2 単価調査結果

(エ)袋の寸法(図3、別表4-1)

汚物用の袋については、横 653～686mm、縦 494～540mm と、銘柄による差が小さく、すべての銘柄で横長の形状であった。

また、別の袋がセット内容に含まれている2銘柄(No.2、3)については、No.2(処理袋)は横 180mm、縦 450mm と細長い形状であるのに対し、No.3(持ち運び袋)は横 305mm、縦 404mm であり、「持ち手」となる穴が上部に開いた形状であった。

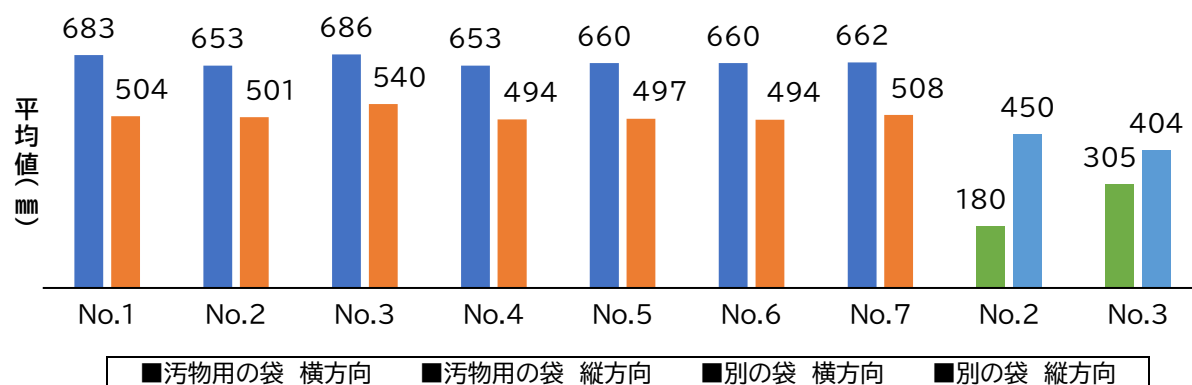


図3 袋の寸法測定結果

(オ)袋の厚み(図4、別表4-2)

汚物用の袋の厚みは 0.03～0.08mm と、2倍以上の差があった。また、厚み表示のある2銘柄(No.3、5)は、概ね表示どおりの厚みであると分かった。

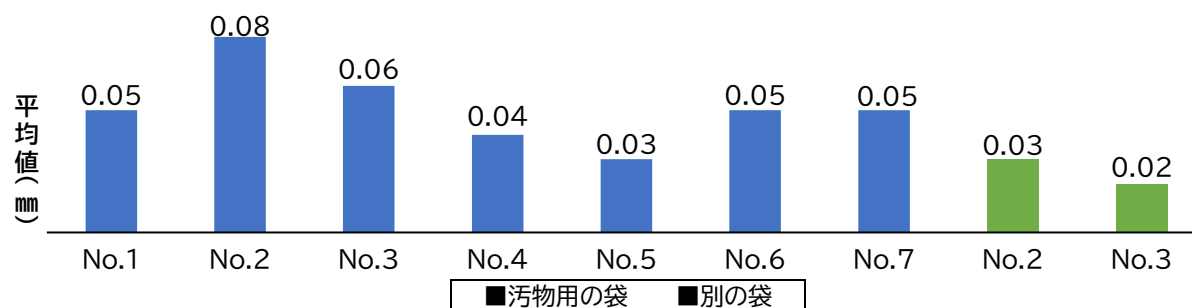


図4 袋の厚み測定結果

(カ)袋の材質分析(図5)

測定して得られた赤外スペクトルをライブラリデータと照合した結果、すべての銘柄のすべての袋がポリエチレン製だと推定された。

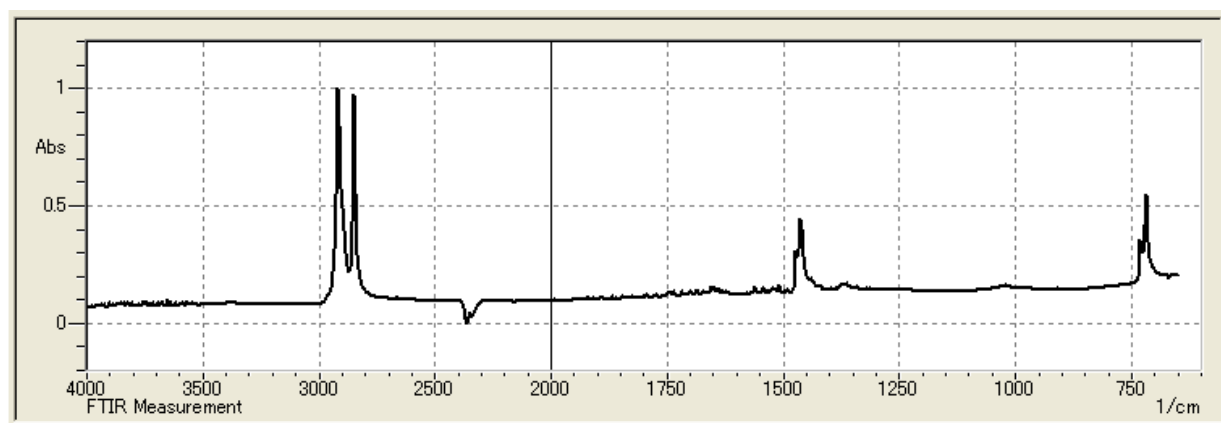


図5 赤外スペクトル画像の一例(対象品 No.1 の場合)

(キ)凝固剤の内容量の計量(図6、別表5)

凝固剤の内容量は 7.3～12.6g と、約1.7倍の差があった。また、内容量の表示のある3銘柄(No.4、5、6)は、概ね表示どおりの量であると分かった。

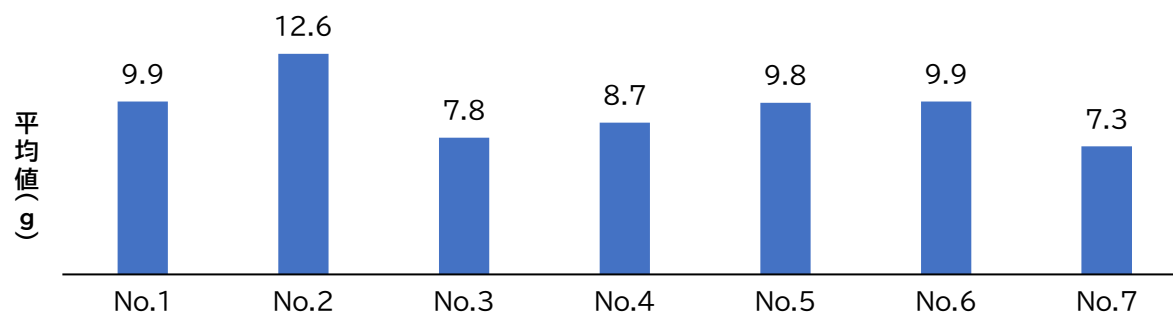


図6 凝固剤の内容量の計量結果

(ク)凝固剤の吸水性テスト(図7)

すべての銘柄で、600mLの水道水が固まることを確認した。また、ビーカーをある程度斜めに傾けても、凝固物の変動しないことも確認できた。



図7 凝固剤の吸水性テスト結果(左から順に No.1～7)

(ケ)使用評価(図8、別表6)

モニターの個別評価の票数をそれぞれ項目ごとに集計したところ、取付け・取外し(始末)のしやすさについては、汚物用の袋の構造が特殊な銘柄や、凝固剤の袋を手で破りにくい銘柄などで評価が低い傾向であった。

固まりやすさについては評価にばらつきがあり、傾向を見出すことはできなかったが、臭いの漏れについては、6銘柄で「よい(3日後でも臭いがしない)」という評価が過半数を占めていた。なお、臭いの漏れの使用評価結果と、袋の厚み測定結果に関連性は見出せなかった。

オ まとめ

- ① 携帯トイレの表示に関する法令上の規程は無く、業界団体による基準等も無いため、銘柄ごとに表示内容・表示方法が異なっていた。
- ② 1セット(1回使用分)あたりの価格は 99～176 円で、約1.8倍の価格差があった。
- ③ 凝固剤の内容量は銘柄ごとに異なっていたが、今回の調査では、全銘柄で600mLの水道水を固める性能があることを確認できた。
- ④ モニターによる使用評価では、汚物用の袋の構造が特殊な銘柄や、凝固剤の袋が破れにくい銘柄などで、「取付け・取外しのしやすさ」について評価が低い傾向であった。

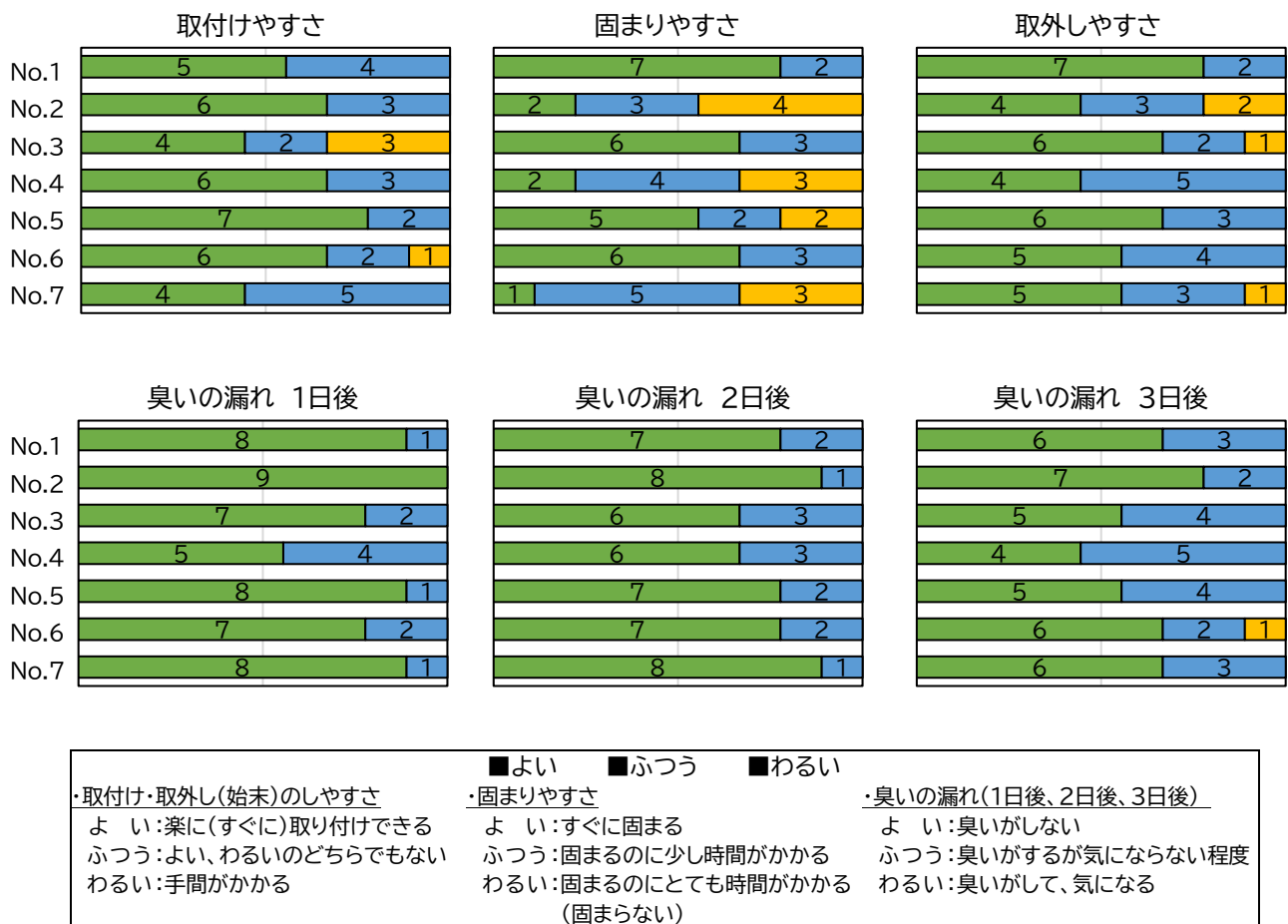


図8 使用評価結果

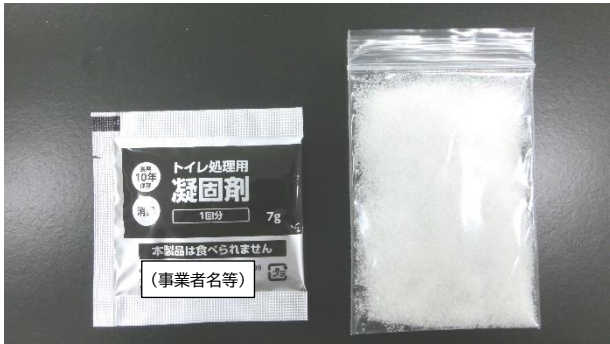
カ 消費者へのアドバイス

- ① 銘柄ごとに表示内容・表示方法が異なるため、商品選択時に、セット内容(袋や凝固剤の数量)、使用方法、注意事項などをよく確認することが重要である。
- ② いざという時に冷静に対応できるようになるためにも、携帯トイレに限らず、防災用品を購入したら、実際に使用・体験してみることが望ましい。

別表1-1 対象品のセット内容(全体)

No.1	No.2
 便凝固雑菌剤、畜便袋(各30)	 凝固剤、汚物袋、処理袋(各5)
No.3	No.4
 便凝固剤、畜便袋、持ち運び袋(各5)	 凝固剤(5個)、汚物袋(6枚)
No.5	No.6
 凝固剤、汚物袋(各10)	 凝固剤、汚物袋(各30)
No.7	
 凝固剤、排便袋(各5)	

別表1-2 対象品のセット内容(凝固剤の中身)

No.1	No.2
	
No.3	No.4
	
No.5	No.6
	
No.7	
	

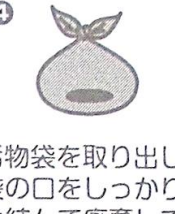
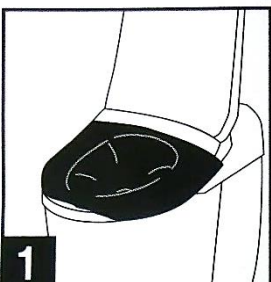
別表2-1 表示調査結果(セット内容、サイズ・寸法、成分・素材・材質)

No.	セット内容	サイズ・寸法	成分・素材・材質
1	畜便袋、便凝固殺菌剤 各30	< 畜便袋 > W680×H500mm 厚み 0.03mm	便凝固殺菌剤： 高分子吸水樹脂、 食添用殺菌剤、 消臭剤 畜便袋： ポリエチレン
2	汚物袋 5枚 処理袋 5枚 凝固剤 5個	汚物袋：約ヨコ65×タテ50cm 処理袋：約ヨコ18×タテ45cm	汚物袋・処理袋： ポリエチレン 凝固剤： 高分子ポリマー、 消臭剤、 ウッドパウダー
3	便凝固剤(殺菌剤入) 5包 畜便袋 5枚 持ち運び袋 5枚	畜便袋：W680×H540mm (ヒモ部40mm含む) 厚さ 0.05mm	便凝固剤(殺菌剤入)： 高分子吸水樹脂、 食添用殺菌剤 畜便袋、持ち運び袋： ポリエチレン
4	凝固剤(7g) 5袋 汚物袋 6枚	表示なし	表示なし
5	汚物袋 10枚 凝固剤 10個	(汚物袋) 縦 500mm 横 650mm 厚さ 0.025mm	(汚物袋) 原料樹脂： ポリエチレン 耐冷温度： -30 度
6	凝固剤 30個 汚物袋 30枚	表示なし	汚物袋： ポリエチレン 凝固剤： 高分子ポリマー
7	凝固剤 5袋 排便袋 5袋	表示なし	表示なし

別表2-2 表示調査結果(使用方法)

No.	使用方法
1	■使用方法 ① 洋式トイレやポータブルトイレに蓄便袋(黒色の袋)をかぶせ固定する。 (トイレが無い場合はバケツ・箱などの代用品へかぶせる) ② 用を足した後、便凝固殺菌剤を振りかけ便・尿をジェル状に固める。 ③ 袋をはずし空気を適度に抜き、開口部を結んで閉じる。 ④ 各避難所・自治体の指示に従い処分する。
2	ご使用方法 ① ② ③ ④ 汚物袋の口を外側に少し折り、便座をのせ、しっかり便器と便座の内側に挟みます。と汚物袋を固定させます。 ポータブルトイレの場合はバケツと便座の内側に挟みます。 使用後、汚物の上に全体に行き渡るように凝固剤をふりかけます。 ※1回につき凝固剤1個使用 汚物袋を取り出し、袋の口をしっかりと結び、処理袋に入れて廃棄してください。
3	使用方法 ① 蓄便袋上部のヒモをミシン目に添って切り取る。 ② 切り取ったヒモを穴部に通しヒモの中央で軽く結び固定する。 ③ ヒモが前になるようにして便器(洋式トイレや簡易トイレ)にかぶせる。 ④ 用を足した後、便凝固剤をまんべんなく振りかける。 ⑤ 袋を便器から取り外し、ヒモで開口部をしっかりと結ぶ。 ⑥ 持ち運び袋(白い袋)へ入れて処分する。処分方法は各地方自治体の条例、避難所等の指示に従う。
4	使いかた 1 便座を上げ、便器カバー用として便器に汚物袋を1枚かぶせます。 2 排泄用袋として便座の上に汚物袋をもう1枚かぶせます。 3 排泄後、凝固剤(1回分)をふりかけます。 ※凝固剤をふりかける前に、トイレトペーパーを入れてしまうと、水分を吸ってしまい固まりが弱くなる場合があります。 ※大便、嘔吐物、ティッシュ等が多くて固まりが弱い場合は、コップ1杯の水やお茶等を入れてください。 4 排泄用袋を取り出し、開口部を結び、可燃ごみとして廃棄します。

別表2-2(つづき) 表示調査結果(使用方法)

No.	使用方法
5	ご使用方法  ① 便器と便座の間に汚物袋をはさんでください。  ② 便座をのせてしっかり固定してください。  ③ 使用後は、汚物の上にまんべんなく凝固剤をふりかけてください。(1回に凝固剤1個を目安に使用してください。)  ④ 汚物袋を取り出し、袋の口をしっかりと結んで廃棄してください。結ぶことで、イヤな臭いが、もれにくくなります。
6	ご使用方法  ① 便器と便座の間に汚物袋をはさんでください。  ② 便座をのせてしっかり固定してください。  ③ 使用後は、汚物の上にまんべんなく凝固剤をふりかけてください。  ④ 汚物袋を取り出し、袋の口をしっかりと結んで廃棄してください。結ぶことで、イヤな臭いが、もれにくくなります。 ※ 1回に凝固剤1個を目安に使用してください。  市販のバケツに汚物袋をかぶせても使用できます。
7	携帯トイレの使い方  ① 既存トイレ等に排便袋をセットします。  ② 凝固剤 用を足した後、凝固剤をふりかけると固まります。  ③ 排便袋を取り出し、袋の口を結びます。  ④ 可燃ゴミとして袋ごと処分してください。

別表2-3 表示調査結果(注意事項)

No.	注意事項
1	(注意) ・畜便袋は尖ったものに接触させないで下さい。 ・便凝固殺菌剤は食べられません。 ・尿に異常のある場合は固まりにくい場合があります。 ・高温・多湿の場所では保管しないで下さい。 ・処分は各地方自治体の条例に従って下さい。
2	※汚物袋は厚手仕様となっておりますが、破れる場合がありますので、ご使用前後にとがったものなどに触れないようにご注意ください。 (△使用上のご注意) 正しく安全にご使用いただくために、必ず事前にお読みください。また、使用中は大切に保管してください。 ・汚物袋・処理袋は鋭利なものに触れないようにしてください。 ・凝固剤は洋式便器の中に直接投入しないでください。トイレが詰まる原因となります。 ・汚物袋は、1回のご使用ごとにお取り替えください。 ・尿に異常のある時や、常用されているお薬によっては固まらない場合があります。 ・お子様やペットなどが製品で遊んだりすると、誤って袋をかぶり窒息するおそれがありますので、必ず手の届かない所に保管してください。 ・火気に注意し、高温・直射日光のあたる所を避けて保管してください。 ・本来の用途以外に使用しないでください。 ・ご使用後は、不燃ゴミとして廃棄してください。
3	(注意) ・便凝固剤は食べられません。 ・畜便袋は尖ったものに接触させないで下さい。 ・服用している薬の種類や尿の個人差により固まりにくい場合があります。 ・湿気のある場所、直射日光の当たる場所での保管は避けて下さい。 ・野外で使用した場合、持ち運び袋に入れて持ち帰り、便、尿はトイレに流して下さい。 ・処分方法は各地方自治体の条例、避難所等の指示に従って下さい。
4	△使用上のご注意 ・用途(災害等非常時用排泄物処理セット)以外の目的には使用しないでください。 ・本製品は食べられません。 ・万が一誤飲してしまった場合は、口の中に残っているものはすぐに取り出し、喉に詰まっている場合は速やかに医師の診断を受けてください。すでに飲み込んでしまった場合は、消化されずそのまま排泄されます。 ・お子さまの手の届かない所に保管してください。 ・目に入った場合は、すぐに水で洗い流した後、速やかに医師に相談してください。 ・排泄物の量によっては固まりにくい場合がありますので、凝固剤を追加でご使用ください。 ・保管する際は、直射日光の当たらない湿気の少ない場所に置いてください。

別表2-3(つづき) 表示調査結果(注意事項)

No.	注意事項
5	△注意 ・大便・小便にも使用できますが凝固剤は水分を固めるものであり、大便を固めることはできません。尿の量等によっては固まりにくい場合があります。その際には凝固剤を追加してご使用ください。 ・凝固剤は開封しない限り使用可能です。 ・凝固剤は便器の中に入れないでください。つまる原因になります。 ・廃棄はお住まいの地域の処理方法に従ってください。 ・汚物袋は幼児や子供にとって窒息などの危険性が伴いますので、手の届かない所に保管してください。 ・火のそばや高温になる場所には置かないでください。 ・本来の用途以外には使用しないでください。 (汚物袋の取扱い上の注意) ・火のそばに置かないでください。
6	(外箱には表示なし。説明書きの紙が同封) ・大便、小便にも使用できますが凝固剤は水分を固めるものであり、大便を固めることはできません。尿の量等によっては固まりにくい場合があります。その際には凝固剤を追加してご使用ください。 ・凝固剤は開封しない限り使用可能です。 ・凝固剤は便器の中に入れないでください。つまる原因になります。 ・廃棄はお住まいの地域の処理方法に従ってください。 ・汚物袋は幼児や子供にとって窒息などの危険性が伴いますので、手の届かない所に保管してください。 ・火のそばや高温になる場所には置かないでください。 ・本来の用途以外には使用しないでください。
7	(使用上のご注意) ・お子さまの手の届かないところに保管してください。 ・本品は食べられませんので、口に入れないでください。 ・直射日光が当たる場所、高温多湿の所での保管は避けてください。 (目に入った場合) ・直ちに清浄な水で15分間以上洗眼(まぶたの裏までよく洗う)した後、速やかに医師の処置を受ける。 (飲み込んだ場合) ・水で口の中を洗浄し、コップ1～2杯の水または牛乳を飲む。直ちに医師の処置を受ける。無理に吐いてはいけません。

別表2-4 表示調査結果(特長(特徴))

No.	特長(特徴)
1	(安心) ・便、尿をゼリー状に固め臭いを包みます。 ・畜便袋は有害煙の出にくい素材を使用しております。 ・畜便袋は中が透けにくい色になっています。 ・便凝固剤は、食添用殺菌剤を混合しています。 ・便凝固殺菌剤1個で大人1回分の便・尿を凝固します。 (簡単) ・使用後の便の処理、便器の掃除が簡単です。 (便利) ・災害時(断水)に屋内のトイレが使い便利です。 ・野外活動など色々な事に使え、とても便利です。
2	・水が使えなくても簡易トイレがすぐできる！ ・消臭効果のある凝固剤で気になるニオイもシャットアウト！ ・厚めの汚物袋だからモレない！ ・処理袋付きでどこでも安心！ ・ポータブルトイレのバケツのお手入れがラクで衛生的！ ・洋式トイレがなくても、バケツでも OK！
3	(安心) ・便、尿をゼリー状に固め、臭いを包みます。 ・災害時(断水)に屋内のトイレが使い便利です。 ・便凝固殺菌剤1個で大人 1 回分の便・尿を凝固します。食添用殺菌剤を混合しています。 ・畜便袋は中が透けにくい色で有害煙の出にくい素材を使用しております。 (簡単) ・厚さ0.05mmの強度のある袋のため安心です。(一般的なレジ袋の約3倍の厚さです。) ・ヒモを切り取って使用するため、口を結ぶのが簡単、便利です。 ・底シールがU字型のため中央に汚物が溜まりやすく、凝固剤で処理しやすくなっています。 (便利) ・使用方法を袋に印刷(日本語・英語・中国語)、わかりやすく表示しています。 ・大きく横広の袋のため、屋外活動・生ごみ処理他いろいろな事に使えます。
4	表示なし
5	・断水時の便器に汚物袋をかぶせるだけで、用を足すことができます。
6	(外箱) ・断水時、ご家庭の洋式便器やバケツにご使用いただけます。 ・凝固剤は開封しない限り使用可能です (中の紙) ・断水時の便器に汚物袋をかぶせるだけで、用を足すことができます。 ・別の商品名①、別の商品名② のスペアとして使用できます。
7	・この商品は災害・緊急時用に開発された水がなくても使用できるトイレ処理セットです。 (携帯トイレの特長) 1 汚物を素早く固めて臭いも閉じ込める ・水分を吸収して汚物を素早く固めます。 ・凝固剤の優れた抗菌作用により消臭効果を発揮します。 2 安全で安心な優れた凝固剤を使用 (試験結果) 1 時間後 → 生菌数ほぼ0 24時間後 → 生菌数ほぼ0 3 処理後は、袋ごと可燃ゴミとして処分可能 ・各自治体の条例に従ってください。

別表2-5 表示調査結果(製造日・使用期限、事業者名等)

No.	製造日・使用期限	事業者名等
1	表示なし	A 社(製造販売元)
2	表示なし	B 社(販売元)
3	表示なし	A 社(製造販売元)
4	2024年4月20日 ※使用期限は未開封の状態で製造日から10年間です。	C 社
5	表示なし	D 社
6	表示なし	D 社(発売元)
7	表示なし	E 社(販売元)

別表2-6 表示調査結果(キャッチフレーズ等、その他)

No.	キャッチフレーズ等(抜粋)	その他
1	・非常時の必需品 災害・断水時に！ ・便・尿を素早く固め臭いを防ぐ！	・このパッケージは保管し、使用前によく読んでお使い下さい。 ・日本製
2	・水がなくてもトイレができる！ ・すばやく固めてニオイをとじ込める！ ・お手入れカンタン！ 簡易トイレ	・日本製
3	・災害・断水時に！ ・災害時の体験から生まれた畜便袋！ ・水がなくても使える！	・このパッケージは保管し、使用前によく読んでお使い下さい。 ・使用方法を3か国語で印刷(日本語、英語、中国語) ・便凝固剤と持ち運び袋は日本製、畜便袋は中国製(日本国内の衛生管理の行き届いた工場で検品し製品化しています)
4	・断水時にもすぐ使える ・緊急時やアウトドアでも ・固めて可燃ごみで簡単処理 ・10年長期保存可能	・このたびはお買い上げいただきありがとうございます。この取扱説明書をよくお読みになり、正しくお使いください。 ・また、本書はお使いになる方がいつでも見ることができるよう大切に保管してください。 ※商品の仕様は予告なく変更することがあります。 ・中国製
5	・非常時の必需品！ ・バケツが簡易トイレになります	※商品の品質には万全を期していますが、万一不備な点がありましたら、消費者サービス課までご連絡ください。 ・日本製
6	・これさえあればバケツがトイレに早変り	・30回分セットしています ・日本製
7	・もしもの時にすぐ使える ・抗菌、消臭、大小兼用	・日本製

別表2-7 凝固剤の袋の表示調査結果

No.	注意事項
1	・DO NOT EAT(食べられません) ・(内容物)高分子吸収樹脂
2	・子供の手の届かない所においてください。 ・食べ物ではありません。
3	・DO NOT EAT(食べられません) ・(内容物)高分子吸収樹脂
4	・トイレ処理用凝固剤 1回分 7g ・長期 10 年保存、消臭 ・本製品は食べられません ・販売元 C 社 ・MADE IN CHINA ・材質:高吸収ポリマー ・製造年月日:2024/4/20
5	・凝固剤 10g 入 ・1袋で約 600cc の尿を吸収します。 ・(使用上の注意)尿の量等によっては固まりにくい場合があります。その際には凝固剤を追加してご使用ください。 ・追加でお求めの場合は、 D 社 の「 別の商品名③ 」をお買い求めください。
6	・凝固剤 10g 入 ・1袋で約 600cc の尿を吸収します。 ・(使用上の注意)尿の量等によっては固まりにくい場合があります。その際には凝固剤を追加してご使用ください。 ・追加でお求めの場合は、 D 社 の「 別の商品名③ 」をお買い求めください。
7	・トイレ処理用凝固剤 ・食べられません！ ・トイレに直接流さないでください。 ・他の用途には使用しないでください。

別表3 単価(1セットあたりの価格)調査結果

No.	セット数 【A】	税抜価格(円) 【B】	単価(円) 【B÷A】
1	30	2,980	99
2	5	598	120
3	5	828	166
4	5	880	176
5	10	1,280	128
6	30	3,380	113
7	5	798	160

別表4-1 袋の寸法測定結果

No.	表示内容	試料①		試料②		試料③		平均値	
		横	縦	横	縦	横	縦	横	縦
1	W680mm×H500mm	683	504	684	503	683	505	683	504
2	(汚物袋) 約ヨコ 65×タテ 50cm	651	501	656	501	652	502	653	501
	(処理袋) 約ヨコ 18×タテ 45cm	180	450	181	450	180	450	180	450
3	(畜便袋) W680mm×H540mm※	688	539	685	540	685	540	686	540
	(持ち運び袋)表示なし	305	404	305	404	305	404	305	404
4	表示なし	648	495	656	494	655	494	653	494
5	縦 500mm、横 650mm	660	496	660	497	660	498	660	497
6	表示なし	661	494	660	495	660	493	660	494
7	表示なし	663	509	661	508	662	506	662	508

※ H はヒモ部40mm を含む

(単位:mm)

別表4-2 袋の厚み測定結果

No.	表示内容	試料①		試料②		試料③		平均値
		1 回目	2 回目	1 回目	2 回目	1 回目	2 回目	
1	表示なし	0.06	0.05	0.04	0.05	0.05	0.04	0.05
2	(汚物袋) 表示なし	0.08	0.07	0.08	0.07	0.08	0.08	0.08
	(処理袋) 表示なし	0.02	0.03	0.03	0.03	0.02	0.02	0.03
3	(畜便袋) 0.05mm	0.06	0.06	0.07	0.07	0.06	0.06	0.06
	(持ち運び袋)表示なし	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02
4	表示なし	0.05	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04
5	0.025mm	0.03	0.03	0.03	0.03	0.03	0.02	0.03
6	表示なし	0.06	0.05	0.04	0.06	0.04	0.05	0.05
7	表示なし	0.05	0.05	0.06	0.06	0.05	0.05	0.05

(単位:mm)

別表5 凝固剤の内容量の計量結果

No.	表示内容 (外装)	表示内容 (凝固剤の袋)	試料①	試料②	試料③	平均値
1	表示なし	表示なし	10.0	9.9	9.8	9.9
2	表示なし	表示なし	12.7	12.7	12.5	12.6
3	表示なし	表示なし	7.8	7.7	8.0	7.8
4	7 g	7 g	8.9	8.6	8.6	8.7
5	表示なし	10 g	10.0	9.8	9.7	9.8
6	表示なし	10 g	9.8	9.8	10.1	9.9
7	表示なし	表示なし	7.4	7.3	7.3	7.3

(単位:g)

別表6 使用評価結果

No.	項目	モニター個別評価									票数		
		A	B	C	D	E	F	G	H	M	よい	ふつう	わるい
1	取付けやすさ	ふつう	よい	ふつう	よい	よい	よい	ふつう	よい	ふつう	5	4	0
	固まりやすさ	よい	よい	ふつう	ふつう	よい	よい	よい	よい	よい	7	2	0
	取外しやすさ	ふつう	よい	ふつう	よい	よい	よい	よい	よい	よい	7	2	0
	臭いの漏れ(1日後)	よい	よい	よい	よい	よい	よい	よい	ふつう	よい	8	1	0
	臭いの漏れ(2日後)	よい	よい	よい	よい	ふつう	よい	よい	ふつう	よい	7	2	0
	臭いの漏れ(3日後)	よい	よい	よい	よい	ふつう	よい	ふつう	ふつう	よい	6	3	0
2	取付けやすさ	ふつう	ふつう	ふつう	よい	よい	よい	よい	よい	よい	6	3	0
	固まりやすさ	わるい	ふつう	わるい	ふつう	よい	よい	ふつう	わるい	わるい	2	3	4
	取外しやすさ	ふつう	よい	ふつう	わるい	よい	よい	ふつう	わるい	よい	4	3	2
	臭いの漏れ(1日後)	よい	よい	よい	よい	よい	よい	よい	よい	よい	9	0	0
	臭いの漏れ(2日後)	よい	よい	よい	よい	ふつう	よい	よい	よい	よい	8	1	0
	臭いの漏れ(3日後)	よい	よい	よい	ふつう	ふつう	よい	よい	よい	よい	7	2	0
3	取付けやすさ	わるい	わるい	ふつう	わるい	よい	よい	よい	ふつう	よい	4	2	3
	固まりやすさ	よい	よい	よい	ふつう	よい	よい	ふつう	ふつう	よい	6	3	0
	取外しやすさ	ふつう	よい	ふつう	わるい	よい	よい	よい	よい	よい	6	2	1
	臭いの漏れ(1日後)	よい	よい	よい	よい	よい	よい	よい	ふつう	ふつう	7	2	0
	臭いの漏れ(2日後)	よい	よい	よい	よい	ふつう	よい	よい	ふつう	ふつう	6	3	0
	臭いの漏れ(3日後)	よい	よい	よい	ふつう	ふつう	よい	よい	ふつう	ふつう	5	4	0
4	取付けやすさ	ふつう	よい	ふつう	よい	よい	よい	よい	よい	ふつう	6	3	0
	固まりやすさ	わるい	よい	わるい	ふつう	ふつう	よい	ふつう	わるい	ふつう	2	4	3
	取外しやすさ	ふつう	よい	ふつう	ふつう	よい	よい	ふつう	よい	ふつう	4	5	0
	臭いの漏れ(1日後)	よい	よい	ふつう	ふつう	よい	よい	よい	ふつう	ふつう	5	4	0
	臭いの漏れ(2日後)	よい	よい	よい	ふつう	よい	よい	よい	ふつう	ふつう	6	3	0
	臭いの漏れ(3日後)	よい	よい	よい	ふつう	ふつう	よい	ふつう	ふつう	ふつう	4	5	0
5	取付けやすさ	ふつう	よい	ふつう	よい	よい	よい	よい	よい	よい	7	2	0
	固まりやすさ	わるい	よい	よい	よい	よい	よい	ふつう	わるい	ふつう	5	2	2
	取外しやすさ	ふつう	よい	ふつう	よい	よい	よい	ふつう	よい	よい	6	3	0
	臭いの漏れ(1日後)	よい	よい	よい	よい	よい	よい	よい	よい	ふつう	8	1	0
	臭いの漏れ(2日後)	よい	よい	よい	よい	よい	よい	よい	ふつう	ふつう	7	2	0
	臭いの漏れ(3日後)	よい	よい	よい	よい	ふつう	よい	ふつう	ふつう	ふつう	5	4	0
6	取付けやすさ	ふつう	よい	ふつう	わるい	よい	よい	よい	よい	よい	6	2	1
	固まりやすさ	よい	よい	よい	ふつう	よい	よい	よい	ふつう	ふつう	6	3	0
	取外しやすさ	ふつう	よい	ふつう	ふつう	よい	よい	ふつう	よい	よい	5	4	0
	臭いの漏れ(1日後)	よい	よい	よい	よい	よい	よい	よい	ふつう	ふつう	7	2	0
	臭いの漏れ(2日後)	よい	よい	よい	よい	よい	よい	よい	ふつう	ふつう	7	2	0
	臭いの漏れ(3日後)	よい	よい	よい	よい	ふつう	よい	よい	わるい	ふつう	6	2	1
7	取付けやすさ	ふつう	よい	ふつう	ふつう	よい	よい	ふつう	よい	ふつう	4	5	0
	固まりやすさ	ふつう	ふつう	わるい	わるい	ふつう	よい	ふつう	ふつう	わるい	1	5	3
	取外しやすさ	わるい	よい	ふつう	よい	よい	よい	ふつう	よい	ふつう	5	3	1
	臭いの漏れ(1日後)	よい	よい	よい	よい	よい	よい	よい	よい	ふつう	8	1	0
	臭いの漏れ(2日後)	よい	よい	よい	よい	よい	よい	よい	よい	ふつう	8	1	0
	臭いの漏れ(3日後)	よい	よい	よい	ふつう	ふつう	よい	よい	よい	ふつう	6	3	0

4 情報提供

(1)情報誌の発行

「ふくいの消費生活」の発行 年5回 延べ 100,000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16日	定期購入契約 ～納品書しっかり確認～
2	5月21日	トイレの修理トラブル ～不安感じたら断って～
3	6月18日	フィッシング詐欺 ～安易にアクセスしないで～
4	7月23日	子どものオンラインゲーム課金 ～購入・支払いの制限して～
5	8月20日	偽の通販サイト ～特徴知って被害防止を～
6	9月17日	訪問購入トラブル ～むやみに貴金属見せない～
7	10月22日	点検商法 ～説明 うのみにしないで～
8	11月19日	テレビショッピング ～返品条件、購入前に確認～
9	12月17日	サブスクの契約トラブル ～解約しないと自動更新～
10	1月21日	通い放題 脱毛エステ ～解約の返金条件 確認を～
11	2月18日	SNS の副業広告 ～「簡単に稼げる」詐欺かも～
12	3月18日	SNS 投資詐欺 ～「必ずもうかる」は危険～

イ 朝日新聞「くらし110番」

	月日	テーマ
1	4月21日	架空請求 ～身に覚えがない電話 無視を～
2	4月25日	ネットの割引クーポン ～契約内容 最終画面で要確認～
3	5月3日	遺族への支払い請求 ～情報開示求め法律相談を～
4	5月17日	クリーニングトラブル ～衣類の状態 事前に把握を～
5	6月7日	フリマのトラブル ～受け取り評価は商品確認後に～
6	6月21日	パソコンサポート詐欺 ～警告音消し 不審な電話は出ない～
7	7月5日	海外旅行サイトトラブル ～多くは返金不可 契約条件の確認を～
8	7月19日	子どものスマホ課金 ～「制限機能」で保護者が管理～
9	8月2日	電力契約の切り替え ～個人情報 安易に教えないで～
10	8月23日	ウォーターサーバー契約～ 期間や解約条件 よく確認～
11	8月30日	中古車の購入 ～販売店で違う 契約成立時期～

	月日	テーマ
12	9月12日	太陽光パネルの点検商法 ～突然の訪問 きっぱり断って～
13	9月20日	訪問購入トラブル ～業者の電話 安易に承諾しない～
14	10月26日	テレビショッピングトラブル ～注文時に返品条件の確認を～
15	10月30日	電話勧誘販売のトラブル ～認知症の高齢者 見守り必要～
16	11月1日	無料バスツアーで販売勧誘 ～雰囲気流されず よく考えて～
17	11月15日	クレジットのリボ払い ～長い支払期間 手数料多く～
18	11月29日	不用品回収で高額請求 ～「広告と違う」作業前に確認を～
19	12月6日	チケット転売サイト ～譲渡禁止など規約の確認を～
20	12月20日	身に覚えのない商品 ～開封しても支払い義務なし～
21	1月7日	マルチ商法の解約 ～「クーリングオフ」過ぎても可～
22	1月17日	賃貸住宅契約の前に ～退去時の原状回復 確認を～
23	1月31日	ネットで大幅値下げ ～怪しい業者から買わない～
24	3月4日	エステ契約 ～来店でもクーリングオフ可～
25	3月7日	サブスク ～アプリ削除では解約できず～
26	3月24日	SNS で投資話 ～「暗号資産」詐欺的な勧誘も～

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3日	水回り修理で高額請求 ～作業前に内容、金額確認を～
2	5月1日	暗号資産勧誘トラブル ～SNS きっかけ投資に注意～
3	5月29日	サブスク契約トラブル ～自動で有料プラン移行 注意～
4	6月26日	定期購入トラブル ～解約に備え契約条件確認を～
5	7月31日	偽サイト被害が多発 ～「大幅値引き」の文言注意～
6	8月28日	フィッシングメール ～「2段階認証」など対策を～
7	9月25日	点検商法 ～不安あおり購入勧める～
8	10月30日	訪問購入 ～突然の勧誘は違法～
9	11月27日	通信販売の返品 ～注文時に条件確認を～
10	12月25日	電話勧誘販売に注意 ～違和感あれば受け取り拒否～
11	1月29日	賃貸住宅のトラブル ～原状回復の費用 話し合いを～
12	2月26日	副業サイトに注意 ～クーリングオフして解約を～
13	3月26日	エステの契約 ～有償期間・回数を確認～

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3日	水回りの修理の高額請求
2	4月17日	詐欺的な投資
3	5月1日	定期購入のトラブル
4	5月15日	消費者月間、消費者フォーラム
5	6月19日	令和5年度 消費生活相談の概要
6	7月3日	フリマのトラブル
7	7月17日	夏の子どもの事故
8	8月7日	商品テスト結果
9	8月21日	サポート詐欺
10	9月4日	高齢者トラブル 訪問購入
11	9月18日	高齢者トラブル 点検商法
12	10月2日	高齢者トラブル テレビショッピング
13	10月16日	高齢者トラブル 電話勧誘販売
14	11月6日	リボ払い、多重債務
15	11月20日	製品事故
16	12月4日	不用品の処分のトラブル
17	1月15日	若者トラブル オンラインゲーム
18	1月29日	若者トラブル 賃貸住宅
19	2月5日	若者トラブル ネット通販
20	2月19日	若者トラブル 副業サイト
21	3月5日	若者トラブル マルチ
22	3月19日	若者トラブル エステ

(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

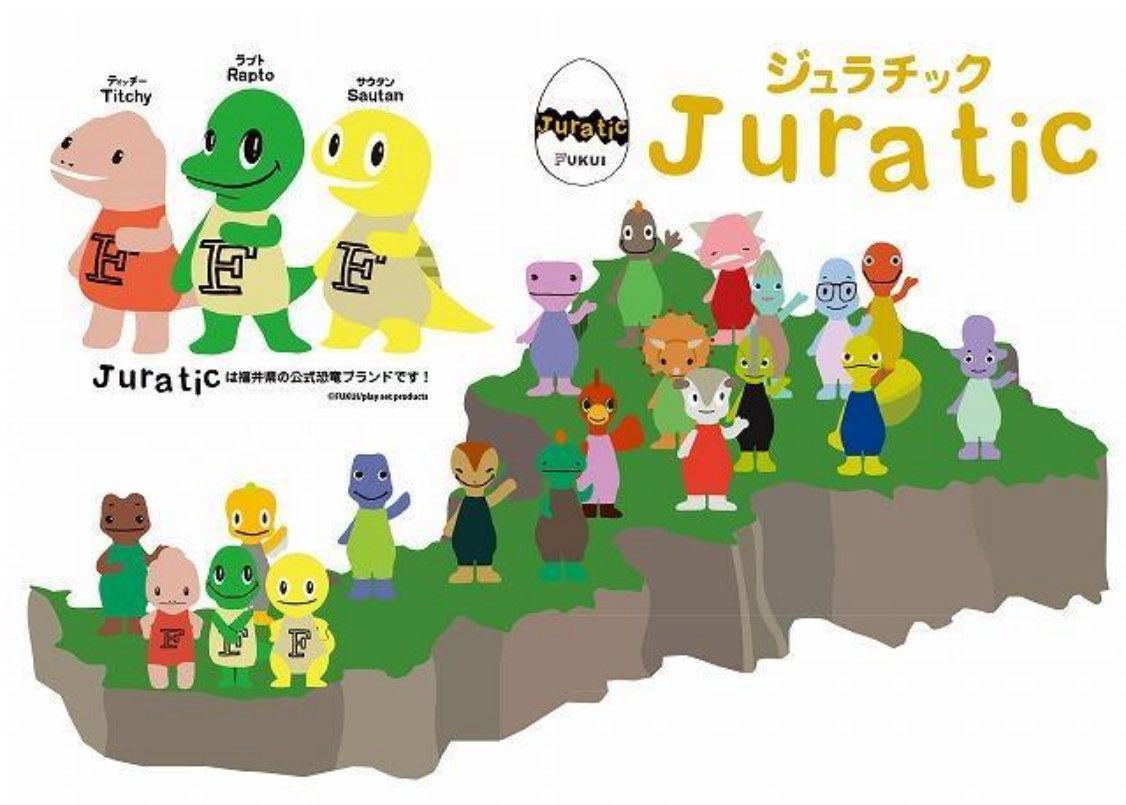
- ・県ホームページ 57回
- ・SNS 51回
- ・メールマガジン 51回

(4)パネル・DVD 等の貸し出し

- ・DVD 0回
- ・テスト機器 4回(糖度計)

(5)啓発資料等の作成

- ・若者向け啓発リーフレット
「おいしい話に気がつけて！若者に多い消費者トラブル」 20,000部



令和7年度 事業概要 令和6年度 事業実績

令和7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