

東京くらしねっと

今月の話題

気をつけましょう!

インターネット社会の情報モラル

読者レポート

日本人と発酵食品

安全シグナル

ライターでの火遊び事故から子供を守りましょう!

相談の窓口から

その屋根工事、本当に必要ですか?

無料点検を口実にした訪問販売に注意!

TOKYO
景観探訪

都内にある
歴史的建造物を
ご紹介

清澄庭園 涼亭

(江東区)

ストーリーはWEBで ▶



東京都消費生活総合センター
相談窓口のご案内

☎03-3235-1155

〒162-0823 新宿区神楽河岸1-1 セントラルプラザ16階

受付
時間

月曜～土曜
9:00～17:00
(祝日・年末年始を除く)

●JR・東京メトロ・
都営地下鉄
「飯田橋」駅すぐ

お近くの消費生活相談
窓口につながります

消費者ホットライン
☎局番なし188

情報
満載

東京の消費生活に関する情報サイト

東京くらしWEB

検索Q

<http://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.jp/>



気をつけましょう！ インターネット社会の 情報モラル

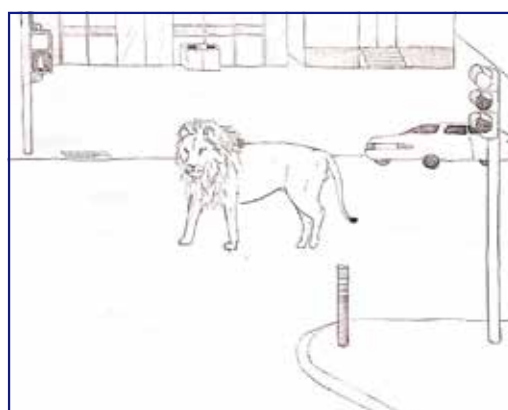
兵庫県立大学環境人間学部
准教授

たけ うち かず お
竹内 和雄

インターネットは便利ですが、
一つ間違えば取り返しのつかない
ことになります。立ち止まって
考える必要があります。



右のイラスト、何かわかりますか？
熊本地震の時に「動物園からライオンが放たれた」とツイッターに投稿し、インターネット上で話題になった写真があります。このイラストは、その写真を学生に模写してもらったものです。後にデマだとわかったのですが、地震で混乱していることに加えてライオンが逃げた…。熊本では大混乱が起きました。



ツイッター投稿写真の模写

大人も情報モラルを！

違います。最終的に投稿者が特定され、逮捕されたのは、なんと成人でした。成人ですから新聞等で氏名、居住地まで報道されました。「悪ふざけでやってしまった」との本人のコメントとともに、一部のテレビでは投稿者の顔写真まで流れたそうです。

情報モラル教育は、これまで主に中学・高校生対象に行われてきました。しかし、これだけ社会全般にインターネットが普及してきた今、大人もこの問題について知識やスキルを身に付けなければならなくなってきました。

最低限必要な 情報モラル

大人がインターネットと向き合うために必要な、最低限の情報モラルをお伝えします。

①お互いに配慮を！

インターネットでのやりとりは、トラブルに発展することが多いです。面と向かって言えないことは、インターネットでは書かないことが重要です。またスマートフォンは写真撮影、アップ（※インターネットに投稿すること）が簡単です。食事会の写真等を皆の承諾を得ずにアップしてトラブルに発

展する例が後を絶ちません。「撮っていい?」「載せていい?」「この写真でいい?」くらいの確認は必要です。

②個人情報の扱いは慎重に!

インターネットに個人情報を書き込むことでトラブルが生じます。ストーリー被害だけでなく、人生を左右するような大きな事件に発展することも珍しくありません。個人情報は極力、書き込まないようにしましょう。

③悪い人があなたを見えています!

残念ながら、インターネットを使う人の中には悪い人もいて、いつもだませそうな人を探しています。そういう人がいる前提で、インターネットでは慎重に振る舞う必要があります。特に他の人の個人情報勝手にアップしてしまう例もあり、慎重な対応が求められます。

動画でのトラブル急増中

最近、多いのが動画でのトラブルです。スマートフォンの性能が良くなり、簡単に動画撮影、アップが可能になりました。そこでのトラブルが多発しています。

まず、個人情報の映り込みです。

写真をアップするのと同じ感覚で動画を撮影してアップする過程で、様々な個人情報映り込んでしまっています。風景や建造物から居住地を特定されたり、名刺が映ってしまい、電話番号が知れ渡ってしまった事例も報告されています。これまでの投稿は写真がメインだったため、確認も容易でしたが、動画となると細部にまで、気をつけなければなりません。最近、この種の映り込みからストーリー被害に遭ったり、外出中と知られて空き巣被害に遭うといった被害が後を絶ちません。

だます側も巧妙に(二次被害に気を付けて!)

「ワンクリック詐欺」をご存じでしょうか。ウェブサイトでメールの「CR」を一度クリックしただけで、サービスへの入会などの契約成立を宣言され、多額の料金の支払いを求められるという詐欺です。「ワンクリックでは契約は成立しないから無視して大丈夫」：学校教育だけでなく、多くの機会に啓発してきたこともあり、最近、被害は減ってきています。

その一方で、支払いを求める詐欺メールが届いて心配になり、対処方法を検索する人もいます。例えば、

左図のような検索結果の場合、皆さんなら、どこに相談しますか?

アダルトサイト 架空請求 検索

①アダルト 架空請求 今すぐ解決
広告 [www.●●相談センター](#)

②アダルト 架空請求 消費センター
広告 [www.●●サポートセンター](#)

③アダルト 請求 迅速対応
広告 [www.xx.jp/](#)

先日、ある会で聞くと、①②③は、同じくらいの評価でした。理由を聞くと「①②の相談センター、消費センターは公的機関で安心」「③は『ド』で、信頼感がある」との声もありました。正解は「すべて疑問符がつく」です。よく見ると、どれも冒頭に【広告】とあります。つまり、これは広告であって、必ずしも公的なものではありません。例えば、一般的に知名度が高いのは「消費生活センター」であって「消費センター」ではありません。また「ド」は日本国内に住所がなければ取得できず、そういう意味では安心ですが、必ずしもこの種の問題への信頼を保障するものではありません。

検索サイトによっては、「広告」が検索結果の上位に来る場合もあり、被害増加の一因になっていると指摘さ

れています。また、こういう広告を出しているところに相談すると、調査費や解決料を請求される場合があります。最近はこのような二次被害が出ています。もちろん、そういう悪質事業者ばかりではありませんが、注意が必要です。

困ったら相談を

だます側は、ますます巧妙な手口を使ってくるので、私たちもしっかりした対策が必要です。まずは、不安にならずに正しい相談窓口を知ることです。

☎188 消費者ホットライン

地方公共団体が設置している最寄りの消費生活センターや消費生活相談窓口などにつながります。

☎#9110 警察相談専用電話

全国どこからでも、その地域を管轄する警察本部などの相談窓口につながります。犯罪に巻き込まれそうな時、頼りになります。

だます側はあの手この手で、私たちを不安にさせます。私たちもまずは知るべきことを、しっかり知る必要があります。

日本人と発酵食品

読者委員 ^{なり}成家 ^や鉄夫 ^{てつ} ^お

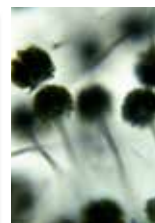


世界に類を見ないほど多くの種類と量の発酵食品をつくってきた日本人。顕微鏡や温度計のない時代から製造法を確立し、家庭での手作りを中心に今日まで受け継がれてきました。私自身、今もヨーグルトやぬか漬けをはじめ、様々な発酵食品を手作りしています。

最近では、発酵食品による健康効果も注目を浴びています。発酵食品の良さとその将来を考えたいと思い、東京農業大学醸造科学科の前橋健二教授にお話を伺いました。



前橋教授(左)と成家委員(右)



こうじ菌
写真:東京農業大学
前橋健二教授提供

日本の発酵食品の特徴

Q 質問者: 成家委員
A 回答者: 前橋教授

Q 発酵とは何でしょうか?

A 発酵とは微生物(菌)の活動によって、物質が変化することです。発酵と腐敗は微生物による同じ現象で、言葉を分けているだけです。食べておいしいものが発酵です。

酢は腐敗に近いのですが、製造方法を管理し、おいしく、良い香りを生み出しているのが、発酵食品です。

Q 日本の発酵食品の特徴とは何でしょうか?

A 一つには、こうじ菌(学名=アスペルギルス・オリゼー)を使い回し、多様な発酵食品を作り出している点。米にこうじ菌を生やしたものを米こうじといいます。日本の発酵食品製造に、米こうじは欠かせません。こうじは元々中国から渡ってきたものですが、渡来時は麦こうじでした。漢字で「麴」と書きます。そのこうじを日本人は、米中心に活用してきました。

もう一つの特徴は、発酵食品に調味料が多いことです。うま味の強い

動物性食品を食べる食文化があまりなく、油を使い、香辛料で味付けをする調理ではなかったなどの影響で、おいしくする手段が発酵だったのです。質素な料理を発酵調味料で豊かにする...それが今の和食につながっていると思います。

発酵に関わる微生物

- カビ**
 - こうじ菌
 - チーズに使うアオカビなど
- 酵母**
 - 清酒酵母
 - パン酵母
 - しょうゆ酵母など
- 細菌**
 - 乳酸菌
 - 納豆菌
 - 酢酸菌など

発酵食品における日本と海外の違い

Q 日本では発酵といえば、こうじ菌が一番知られていますが、ヨーロッパでは乳酸菌ですか?

A ヨーロッパの酪農国ではいろいろな乳酸菌の種を使って乳発酵食品を作っています。

Q 納豆は腐敗だと言う人がいるように個人でも、また国によっても発酵食品の扱いは様々ですね。

A 海外ではしょうゆを臭いと言う人もいますが、日本では違います。

日本人には匂いのきついチーズも現地の人はおいしいと言って食べますよね。日本では魚食が多いから、いわゆるアンモニア臭、魚臭さにも慣れているといった例はよく見られます。匂いは食経験、味は本能なのです。

こうじ菌の不思議

Q こうじ菌に関して、人に有用なものを選別してきた、いわば家畜化してきたといった話を聞いたことがあります。顕微鏡もない時代に、どうやって遺伝子レベルで、こうじ菌の改良ができたのでしょうか？

A たまたま見つけた菌を大事に受け継いで育ててきたからでしょう。生物学的には同じでも、自然界にいるこうじ菌とは違うものです。長い時間をかけて人に有用なものだけが淘汰され、今も大事に使われています。

Q 日本酒にもこうじ菌や酵母が使われますが、これら微生物が20%位の高いアルコール度数でも生育できるのはなぜですか？

A 日本酒はこうじ菌が作り出す酵素が、原料の米のでんぷんを糖に分解し、酵母が糖をアルコールにす

ることで出来上がります。高いアルコール度数でも生きられる酵母をたまたま見つけて、それを大事に管理して使っています。

また、一度に多量の糖ができたのでは酵母は発酵しきれませんが、酒造りの場合は、米を三回に分けて小出しに糖分を供給しながら酵母に発酵させ、アルコール20%になります。こうした細かい技は日本人ならではのと思っています。

発酵食品が体に良い理由と塩分について

Q 発酵食品は、なぜ体に良いものが多いのですか？

A 天然のものは体に良いはずなのです。医食同源という通り、「健康は食事から」で、薬は病気など非常時だけに使うべきです。微生物の働きで様々な物質が生まれ、その有用性が最大限となっている発酵食品を食することで、文句なく医食同源になるわけです。

この世の生き物は自らに有用な物質を自ら作っており、他の生物はそれを食べる事によって体内に取り込んでいます。発酵食品は微生物の力を借りて有用性を最大限高めており、それを私たちが頂くというわけです。

Q 発酵食品による塩分の摂り過ぎについてはどうお考えですか？

A 塩分については摂取総量の問題です。塩分を気にして味噌汁を薄めるよりも、美味しい塩分濃度を保ち、飲む量を半分にする方がいいのではないのでしょうか。

味噌の発酵に適した塩分濃度は通常10%で、それ以下では、安全に発酵させることができません。しかし、減塩ブームで、塩分低濃度の発酵食品を作らなければならないのは難しいところです。

実は、発酵食品の中には血圧上昇を抑える物質も入っています。やはり総量でしょうね。

発酵食品の今後

Q 私の子供時代、我が家では、自家製のぬか漬けが食卓に並び、甘酒も豆炭こたつで発酵させて作っていました。当時はおそらく、多くの家庭がそのようなだったと思うのですが、約40年で食卓風景は様変わりしました。昔を知っているだけに複雑です。自家製に限らず、発酵食品の現状をどう思われますか？

A 地方のこうじメーカーも発酵食品が消えてしまうのではという危機

感から、塩こうじを復活させています。それらをきっかけに、こうじを始め、甘酒や味噌などの発酵食品に再び注目が集まっています。

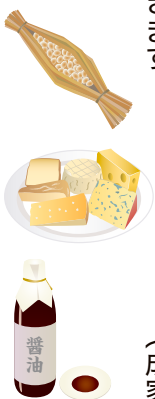
Q 発酵食品は復活しますか？

A すでに復活しています。皆、このまま消してはいけないと気づき始めています。戦後、化学調味料に惹かれ、海外の食事に憧れた時代も終わり、昔の日本の食事を思い出す時代が始まっています。新しい技術により、新しい発酵食品が生まれることもあるでしょう。

おいしさと健康は密接な関係があり、自然のおいしさを感じることは健康であるシグナルなのです。おいしくすれば、より健康になると考えます。食品をどう発酵させれば、よりおいしくなるのかを知りたいです。

インタビューを終えて

自然界に生きるもの全ては自分・子孫のために体に良いものを自ら生成し、人はそれを頂いていることを再認識しました。食事と発酵食品の手作りによる「菌活」を今後も続けていきます。
(成家)



東京都 × 若手芸人 × 学生
公開収録イベント

お笑いで悪いヤツらをぶっとばせ!

悪質商法をテーマにした漫才・コントが大集合!

若者の被害が多い悪質商法をテーマに、若手・学生芸人が漫才・コントを披露します。テレビでもおなじみのお笑いトリオ「パンサー」が司会を務めます。会場には「カモかも」や「としまななまる」などのキャラクターも駆けつけ、ステージを盛り上げます。ネタの合間には、キャンパスラボ所属の女子大学生が、悪質商法の解説に挑戦するなど、バラエティに富んだプログラムです。収録した漫才・コントは、1月から東京動画（東京都公式動画チャンネル）で公開されます。



司会: パンサー

【日時】12月2日(土) 16:00~17:40

【出演】若手・学生芸人約10組を予定

【会場】池袋サンシャインシティ噴水広場

(東池袋駅から徒歩3分、池袋駅東口から徒歩8分)

座席エリア 80席・事前申込制(都内在住または在勤・在学の方)
※定員を超えた場合は抽選。当選者には招待券(ハガキ)発送。

座席エリア外 申し込み不要・当日会場に直接お越しください。
※立ち見により、自由にご観覧いただけます。

【座席エリア申込方法】電話(氏名・郵便番号・住所・電話番号・年代をお伝えください)・電子申請 ※一つの申し込みにつき2名まで

【申込締切】11月16日(木) 受信有効 【後援】豊島区

参加費無料

昨年度のネタ動画は、
こちらからご覧いただけます。



「キャンパスラボ」は各大学のミスキャンパスが、
企業や自治体と一緒にマーケティングから商品
開発・PR&プロモーションまで一貫して考え、
実践する社会課題解決プロジェクトチームです。

キャンパスラボ

<http://www.campuslab.jp>

申込先・
問い合わせ

東京都消費生活総合センター 活動推進課 高齢者見守り・連携担当 ☎03-6228-1331

電子申請 HP http://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.jp/manabитай/tieup/geinin/2017_event.html

スマートフォンの方はこのQRコードからもお申し込みできます。▶



消費者・事業者・行政による 食品ロス削減シンポジウム

消費者、事業者、行政がそれぞれの立場から、食品ロスと環境問題をテーマに
様々な取組を紹介し、持続可能な社会の実現に向けた消費行動について考えます。



【開催日】平成29年11月30日(木) 14:00~16:45 (開場13:30)

参加者募集

第1部	基調講演	テーマ 「食料ロス及び廃棄の現状とその環境への影響」 ● 講師 国際連合食糧農業機関(FAO) 駐日連絡事務所長 ンブリ・チャールズ・ポリコ氏
	講演	テーマ 「食品ロス削減の推進に向けた東京都の取組」 ● 講師 東京都環境局資源循環推進部長 谷上 裕氏
第2部	事例報告	● 国民生活産業・消費者団体連合会(生団連) 総務部マネジャー 中川 大輔氏 ● 日本生活協同組合連合会 環境事業推進部長 板谷 伸彦氏 ● NPO法人 持続可能な社会をつくる元気ネット 事務局長 鬼沢 良子氏
	質疑応答	事前にいただいた質問に対して、登壇者からお答えいただきます。

【会場】東京ウイメンズプラザホール(渋谷区神宮前5-53-67・地下鉄「表参道」駅徒歩7分)

【対象】都内在住・在勤・在学の方 【定員】250名 【参加費】無料

【申込方法】電話・FAX(氏名(ふりがな)・年代・電話・FAX番号・所属団体等(1.都民 2.消費者団体 3.事業者 4.行政機関)・食品ロス削減に関する質問内容)・電子申請

【申込締切】平成29年11月20日(月) 但し、定員に満たない場合は締切日以降も受け付けます。

(共催:東京都/国民生活産業・消費者団体連合会(生団連)/日本生活協同組合連合会 後援:国際連合食糧農業機関(FAO)駐日連絡事務所)

申込先・
問い合わせ

東京都消費生活総合センター 活動推進課 協働連携事業担当

☎03-3235-4167 FAX 03-3235-1229

電子申請 HP <http://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.jp/manabитай/koza/center/koza171130.html>



スマートフォン



携帯

東京くらしねっと 平成30年度 編集企画委員募集

“くらしに役立つ都民のための消費生活情報誌” 東京くらしねっとは、皆様の意見をもとに紙面づくりをしています。テーマの企画提案・読者レポートの執筆をしてみませんか？

【職務内容】 ①編集企画会議に出席し、「東京くらしねっと」の記事内容について企画・提案する。(年6回)
②読者の立場・視点から、取材に基づき「読者レポート」を執筆する。(年1回)

【募集人数】 若干名 【任 期】 平成30年2月から1年間

【謝 礼】 会議への出席および取材・執筆について謝礼をお支払いします。

【応募資格】 ①都内に在住または在勤・在学し、平日日中の会議に出席できる方
②メールでの連絡、原稿受け渡しが可能の方
(原稿等の受け渡しは、電子データで行います。) ※ただし、公務員を除く。

【応募方法】 下記の項目を記入のうえ、郵送またはメールでご応募ください。

①作文『私が「東京くらしねっと」で取り上げてみたい企画・テーマ』400字程度
②住所 ③氏名(ふりがな) ④年齢 ⑤性別 ⑥職業 ⑦電話番号 ⑧メールアドレス

【応募締切】 平成29年11月30日(木) 消印・受信有効

【その他】 選考結果は平成30年1月15日(月)までに応募者全員に通知します。
応募書類は返却いたしません。なお、個人情報については選考の目的以外に使用しません。



メールでのご応募大歓迎!

問い合わせ・応募先

東京都消費生活総合センター活動推進課「東京くらしねっと」編集部
〒162-0823 東京都新宿区神楽河岸1-1 セントラルプラザ16階
☎03-3235-1157 メールアドレス S0000585@section.metro.tokyo.jp

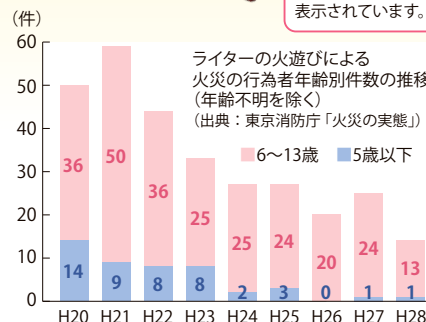
安全
シグナル

ライターでの火遊び事故から子供を守りましょう!

消費生活用製品安全法の改正により、平成23年9月27日以降、使い捨てライターは、幼い子供が簡単に操作できないようにするチャイルドレジスタンス(CR)機能を備えていないものは販売が禁止されています。
販売規制以降、東京消防庁管内における、ライターの火遊びによる火災のうち5歳以下の子供による件数は減少していますが、今でも規制前に販売された旧型使い捨てライターが家庭に保管されていることがあり、子供のライターでの火遊びから火災が起きる危険はなくなっていない。



CR機能を備えた使い捨てライターにはPSCマークが表示されています。



ライターでの火遊び事故を防ぐために

- 子供の手の届くところに、ライターを置かない。
- 子供にライターを触らせない、点火させない。
- ライターの火遊びを見たら、すぐに注意してやめさせる。
- 理解できる年齢になったら、子供に火の怖さを教える。
- CR機能を備えていない旧型使い捨てライターは処分する。

ガスが残っている旧型使い捨てライターは、必ずガスを抜いてから、お住まいの自治体のルールに従って廃棄しましょう。ガスを残したまま廃棄すると、清掃車の火災事故の原因となるなど、大変危険です。

ガスを抜く時は下記の情報等を参考に、正しい方法で行ってください。

■一般社団法人日本喫煙具協会 ライターの正しい捨て方について
HP http://www.jsaca.or.jp/knowledge_7.html

一般社団法人日本喫煙具協会が、以下に開催されるイベントで、ガスの残っている使い捨てライターを回収し、CR機能を備えたライターと交換します。ご家庭にガスの残った旧型使い捨てライターがある方は、お持ちください。 ※詳しくは、協会HPニュース&リリース参照。

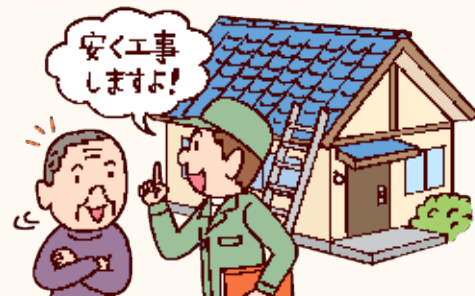
日時 平成29年11月11日(土) 場所 東京スカイツリータウン ソラマチ5F イベントスペース634

問い合わせ 東京都生活文化局 消費生活部 生活安全課 ☎03-5388-3082

相談の窓口から

その屋根工事、本当に必要ですか？ 無料点検を口実にした訪問販売に注意！

Q 2日前、突然、工事業者が訪問し、「近所で屋根工事中に、お宅の瓦が割れているのが見えた。無料で点検してあげる。」と言い、はしごで屋根に上りました。降りてくると、「瓦を押さえる針金が切れているので、このまま放置すると雨漏りがする。地震が起きると隣家に瓦が飛散して大変なことになる。今なら安く工事ができる。」と屋根瓦の葺き替え工事を勧められました。隣家に迷惑をかけたくないと思い、その場で契約しましたが、翌日、近所で同じセールストークで勧誘された家があったことがわかりました。本当は必要のない工事だったと思うので、解約したいです。



A 無料点検などを口実に訪問し、「工事をしないと雨漏りがする」「地震で瓦が飛散して大変なことになる」などと説明し、消費者に不安を与えて屋根工事の契約を迫る事業者がいます。特に屋根は消費者が直接状況を確認することは難しいため、つい勧められるままに契約してしまいがちです。

突然訪問してきた事業者の説明はうのみにせず、信頼できる建築業者に、まず見てもらいましょう。住宅の改修は状況が一つひとつ異なる建物の手直しであるため、工事の必要性や施工方法、価格の妥当性を見極めには、十分な検討が必要です。「今なら安くできる」と言って契約を急がせる事業者もありますが、複数の事業者から見積りを取り、価格や工事内容を比較して、本当に安いのか、内容は適切か確認しましょう。

今回の事例では、見積書と契約書の内訳が「屋根瓦の葺き替え工事一式」という記載のみで、部材ごとの価格は記載されていませんでした。見積りを取る際は、工事の項目や部材ごとに価格が記載されている詳細なものを要求しましょう。建物の状況や補修箇所について、図面等を提出してもらおうと、判断材料の一つになります。詳細な見積書等を出せないような業者との契約は避けた方がよいでしょう。

訪問販売で契約した場合には、契約書が交付されてから8日間はクーリングオフが可能です。

困ったときには、最寄りの消費生活センターに相談してください。

相談窓口のご案内… ☎03-3235-1155



春に咲くイメージが強いチューリップですが、秋も深まる11月頃から切り花が市場に出荷され、お花屋さんの店先に並び始めます。日本では新潟県と富山県が主な生産地ですが、各地で盛んに品種改良されていることもあり、時にはオランダなどの外国からも球根を輸入して栽培します。品種により花の色・形などの特徴や開花時期が異なるため、ぜひ好みのチューリップを探してみたいかがでしょうか。またチューリップは

温度に敏感な花で、1日の中でも時間によって咲き方の変化を楽しむことができます。暖かい場所に置くと早く散ってしまうため、ご自宅に飾るときは涼しい場所に置くことをおすすめします。また、水を毎日取り替えるにより長持ちします。

葛西市場では、11月19日(日)に葛西市場まつりを開催します。当日はチューリップを含めた様々な花の販売や、オランダの花のPR展示を実施します。この機会に、ぜひ足をお運びください。

資料提供：東京都中央卸売市場 葛西市場 東京フラワーポート(株)



イッチーノの奥さん「ヤサチーノ」

市場のことをもっと知ってもらうため生まれた「イッチーノ」。市場大好きイッチーノの家族が「東京のいちば」の魅力を伝えていきます！

詳しくは「東京都中央卸売市場」検索

