

東京くらしねっと

今月の話題

ポイントプログラムとのかしこいつきあい方

安全シグナル

水を含むと膨らむ物の誤飲で重症事故に!

相談の窓口から

格安スマホを契約したいけれど、注意点はありますか?

TOKYO
景観探訪

都内にある
歴史的建造物を
ご紹介

広園寺 山門

(八王子市)

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

受付
時間

月曜～土曜
9:00～17:00
(祝日・年末年始を除く)

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

☎03-3235-1155

〒162-0823 新宿区神楽河岸1-1 セントラルプラザ16階

●JR・東京メトロ・
都営地下鉄
「飯田橋」駅すぐ

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/>



ポイントプログラムとのかしこいつきあい方

日本経済大学 経営学部
教授 寺地 一浩

コンビニやスーパー、家電量販店をはじめ航空や鉄道、電気料金等…私たちの生活に関わるさまざまな企業が、ポイントプログラム(ポイントカード)に取り組んでいます。ポイントプログラムは、もはや私たちの暮らしに欠かせない存在となっています。

「どのようにポイントがもらえるか」で、時には私たちの行動にまで影響を与えるポイントプログラム。運営する企業と私たち消費者の視点から考えていきましょう。



ポイントプログラムとは

ポイントプログラム(ポイントカード)は、1980年代に米国の航空会社がマイレージプログラムとして導入したことが始まりです。

商品を購入したり、サービスを利用した時に、お店や企業からスタンプを押してもらったり、シールをもらい、貼って貯める紙のポイントプログラムの時代から、財布やカバン等に入れて持ち歩くポイントカードを経て、現在はインターネットショッピングの拡大もあり、スマートフォンやインターネット上で貯められる、ポイントプログラムに発展してきました。

商品購入やサービスを利用した特典として、さまざまな企業がポイントを提供しています。貯めたポイントが、もらった特定の企業でしか使えないものから、共通ポイントと違って、異なる企業でポイントを使えるもの、またインターネット上で貯めたポイントを交換できるものまであり、貯めたポイントの使い勝手も、私たちが使いやすい仕組みになってきています。

企業側のメリットは?

ポイントプログラムを運営する企業は、ポイントを消費者に付与(与える)することにより、どのようなメリットがあるのでしょうか。

第一に、スタンプやシールといった、ポイントプログラム初期の時代から変わらないことですが、消費者との長期間の良好な関係を築けるというメリットです。つまり、顧客を捉えて離さないように固定化を目指す「顧客の囲い込み」と、ポイントを貯めることで、より企業に愛着を持ち、多くのものを買ってもらうことを目指す「優良顧客化」…企業から見た、利益をもたらす優良な顧客を育てることです。

第二に、ポイントプログラムにより、消費者の氏名、性別、年齢などの個人情報や購買情報を収集して消費者を識別し(見分ける)、収集した情報をマーケティングに活用できるメリットです。

例えばポイントプログラムがなければ、企業は取引する消費者の中で、どの消費者が利益をもたらす優良顧客で、どの消費者が利益の少ない特売品だけを買う顧客かを、見分けることができません。

企業は消費者を選別することで、企業に愛着を持って利益をもたらし優良顧客に対応したマーケティングを行うことが可能になり、顧客ロイヤリティ(愛着や忠誠心)を高め、ライバル企業との差別化を図っていくことを目指しています。

● 運営する企業側の課題

現在、ポイントプログラムを運営する多くの企業が、課題に直面しています。それというのも、多くの企業は、同じようなポイントプログラムを運営しており、ポイントを付与するだけでは他社と差別化できないこと、収集した情報をマーケティングに効率的に活用できていないからです。

ポイントをたくさん付与するにはコスト面での限界があり、多くの企業では、消費者に恩恵を提供する手段としてしか、ポイントプログラムを活用しきれない状況です。

ポイントプログラム運用のメリットを活かすには、収集した情報をいかにマーケティングに活用するかが、今後、企業に期待されるどころです。

● 消費者の不思議な行動

私たちは、日々の生活の中で、ポイントプログラムを、どのような存在として捉えているのでしょうか。

これまでの多くの調査では、「ポイントがもらえるかどうか」「どのようにもらえるか」が、私たちの消費行動に影響を与えていると、指摘されています。ポイントに興味を持ち、執着することや、またポイントを貯めることに喜びを感じることは、私たちの多くが経験していることだと思えます。

これらポイントに対する消費者の「不思議な行動」について、その全てが解明されているわけではありませんが、行動経済学に着目して、心理的な影響を受けた2つの「不思議な行動」について読み解いてみましょう。

* 行動経済学とは、伝統的な経済学ではうまく説明できなかった人間の不思議な経済行動等について、人間の心理や行動の癖から傾向を明らかにして経済現象を理解していることとする学問です。

① 貯めることに執着してしまうのは、なぜ?

私たち消費者のポイントについて

の認識は、心理的な効果が存在して、貯めることに執着する行動に影響していると考えられます。というのも、私たちの多くは、ポイントを企業通貨として重要な価値だと思い、お金(貨幣)の役割の一部を担っていると同認識しています。また同時に、商品やサービスを利用した時の特典・報奨としても認識しています。これらのポイントの価値を検証した研究結果より、お金(貨幣)と違って、ポイントには心理的な効果の一つである賦存効果ふそんこうかが存在することがわかっています。

* 賦存効果とは、損失回避性ふそんこうかがもたらす影響の一つで、同じものであっても、自分が保有しているもの(財産など)は、自分が保有していない場合より、高く評価する傾向のことです。

この効果により、一度自分のものになったものは手放そうとせず、また手放す場合は損失の痛みを感じるようになります。

ポイントを重要な価値だと思い、さらにはお金(貨幣)と同様ではないという認識が、心理的な効果となって、ポイントを手放そうとせず、貯めることに執着する消費行動に影響を与えていると考えられます。

② ワクワクするポイント〇倍?

企業がポイントを付与する時の表現の仕方によって、私たちの行動が心理的に影響を受けることがあります。

例えば、ドラッグストアやスーパー、家電量販店では「ポイント〇倍」のポイント「倍付」のセールと、「ポイント〇%」のポイント「〇%付」のセールがよく行われています。

これらの2つのポイント付与で(経済的にはもらえるポイントはどこも同じ場合)、私たち消費者が買いたいと思う「購買度」を検証した研究結果によると、「ポイント〇倍」の方が「ポイント〇%」に比べ、購買度が高いことがわかっています。

これは消費者の心理的な効果の一つであるフレーミング効果による影響です。

* フレーミング効果とは、同一の内容のものであっても表現の仕方により、消費者の意思決定に様々な影響を及ぼす効果のことです。

経済的には、もらえるポイントは同じでも、消費者は「ポイント〇倍」の方が、「通常ポイント」を基準に何倍かを具体的に思い浮かべ

やすく、購買度が高いと考えられます。

このフレーミング効果は、ポイント付与の表現だけではなく、私たちの消費生活のさまざまな場面で見られる心理的な現象です。

かしこいつきあい方とは！

それでは、時に不思議な行動を取る、私たち消費者のポイントプログラムとのかしこいつきあい方について考えてみましょう。

●多くの種類のポイントを貯めるより、よく利用するポイントを集中して貯めましょう。

*多くのポイントプログラムには優良顧客を対象としたポイントのランクアップやサービス特典があります。集中して貯めることにより、優良顧客として対応されます。

*ポイントをもらっても、ポイント交換ができる単位まで貯まらないケースがあります。集中してポイント残高管理を行うことによりポイント交換漏れを防ぐことができます。

●ポイントセール時の利用や、ポイントプログラムの入会は、いったん立ち止まって考えてから、行動しましょう。

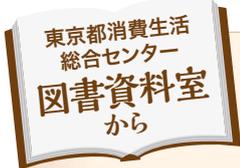
*「ポイント〇倍」や「50ポイントプレゼント」などのポイントセールでは、もらえるポイントを金額換算し、納得（できればポイント交換をイメージ）してから行動しましょう。

*ポイントの盗難事件や、個人情報流出事故も考えられます。むやみにポイントプログラムに入会して個人情報を提供するより、よく利用するポイントプログラムに集約した方が、個人情報の管理面や年会費負担でもメリットがあります。

私たちは、ポイントを貯めることに喜びを感じるなどの心理的な効果があることを認識した上で、いまやくらしの中で欠かせない存在となったポイントプログラムとの、かしこいつきあい方を目指していきましょう。



1月号の今月の話題は「健康寿命を延ばす」についてです。



『ポイントプログラムとのかしこいつきあい方』 に関連する図書・資料を紹介します。

読んでみて！
話題の新作図書より

写真でわかる世界の防犯

小宮 信夫 著 [小学館]

世界92か国の遺跡や街並みを徹底分析した世界初の「防犯写真集」。数々の都市や歴史の遺跡を訪ねて、人々がいかに腐心して「入りにくい場所」「見えやすい場所」という犯罪防止効果の高い居住空間を作っていたかを探っています。

資料

消費者行動を読み解く ー行動経済学の視点からー

国民生活ウェブ版2017年8月号 国民生活センター [館内閲覧]

特集「消費者行動を読み解く」の中で、行動経済学が専門の明治大学教授・友野典男氏が、「暮らしの中の行動経済学」と題し、フィクション（仮想）ではなく、リアル（実像）としての人間観を持つ行動経済学について、わかりやすく考察しています。

図書

「ポイント・会員制サービス」入門 安岡 寛道 著 [東洋経済新報社]

ポイント・会員制サービスをまとめた初めての入門書。Tポイント、Ponta、楽天、フェイスブック、LINE…今伸びている企業は「ポイント・会員制サービス」をどのように活用し尽くしているのか？ そのノウハウ等を紹介しています。

図書

感情と勘定の経済学 友野 典男 著 [潮出版社]

なんでこんな買ったんだろう？ 世の中は、あなたに「反射的に」お金を使わせたがっている！？ あなただけが損をしない方法！賢い消費者になるための「買い物と暮らし」の知恵を行動経済学の第一人者がわかりやすく解説。

図書

感じる経済学 加谷 珪一 著 [SBクリエイティブ]

コンビニでコーヒーが成功して、ドーナツがダメな理由は？ 日本のケータイ料金って高い？ モノの値段は何で決まる？ 身近な例を挙げて、経済を見る時にどこに着目したらよいのかを説明。経済を、頭で考えるのではなく、「感じる」ためのコツを教えてください。

図書資料室利用案内

東京都消費生活総合センター(飯田橋)

新宿区神楽河岸1-1 セントラルプラザ15階
☎03-3235-1179

【利用時間】月～木 9:00～17:00
金 9:00～20:00
土 10:00～17:00

【休 室 日】日曜・祝日・年末年始・蔵書点検期間

東京都多摩消費生活センター(立川)

立川市柴崎町2-15-19
東京都北多摩北部建設事務所3階
☎042-522-5119

【利用時間】月～金 9:00～17:00
【休 室 日】土曜・日曜・祝日・年末年始・蔵書点検期間

●利用方法

閲覧…どなたでも、ご自由に(開架式)
貸出…都内在住・在勤・在学の方対象
(図書5冊、DVDなど3本まで2週間)
身分証明書等の提示により利用者カードを発行します。
※閲覧のみの資料もあり

水を含むと膨らむ物の誤飲で重症事故に!

ペット用のトイレ砂や、観賞用のインテリア用品として販売されている高吸水性樹脂などの誤飲により、体内に入って、水を吸って膨らんだり、くっつくなど形状が変化し、取れなくなるといった乳幼児の事故が発生しています。



こんな事故が起きています!

- ❗ 猫のトイレ用の砂で遊んでいた幼児が、保護者が目を離した際に砂を口に含んでいた。すぐに取り出したが、一部が口の奥に入り、顔色が不良となったため救急車を要請。気管支異物と診断され、気管支鏡で異物を摘出した。
(国民生活センター HP)
- ❗ 嘔吐により医療機関を受診。開腹手術したところ、直径約4cmのボール状の異物を摘出した。異物は、吸水することで膨らむディスプレイ用製品(吸水前直径1~1.5cm)であった。
(国民生活センター HP)
- ❗ 娘がおもちゃのビーズを耳に入れてしまった。ビーズが水を含んで耳の中で膨張し、緊急手術をして取りだした。
(消費者庁 HP)

事故防止のポイント

- ペット用品や高吸水性樹脂製品は乳幼児の手の届かない、見えない所に保管し、事故を防ぎましょう。
- 誤って口に入れるなどして誤飲が疑われる時は、すぐに医療機関を受診しましょう。

[出典] ● ペット用品は小さい子供の生活空間には置かないで! (消費者庁)

HP <http://www.caa.go.jp/kodomo/mail/past/vol/20160324.php>

● 幼児が水で膨らむボール状の樹脂製品を誤飲~十二指腸閉塞、開腹手術により摘出~ (国民生活センター)

HP http://www.kokusen.go.jp/news/data/n-20151001_1.html

[参考] ● 東京くらしWEB 「乳幼児が使う製品による危険」「乳幼児を育てるために使う製品による危険」に関するヒヤリ・ハット調査

HP http://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.jp/anken/hiyarihat/infant_product151029.html

問い合わせ 東京都生活文化局 消費生活部 生活安全課 ☎03-5388-3055

お・知・り・せ・掲・示・板

東京都生計分析調査 ~都民のくらしむきの実態を知るための重要な調査です~

どのような調査なの?

東京都生計分析調査は、都民のくらしむきの実態を家計収支の面から明らかにすることを目的として、東京都が毎月実施している統計調査です。調査結果は、都行政における各種施策の基礎資料となるほか、民間企業、各種団体等によって、統計資料として幅広く利用されています。

調査にご協力ください!

調査対象となる地域の世帯に、東京都が任命した調査員が伺いますので、回答へのご協力をお願いします。

調査結果が知りたい!

調査の結果は、総務局統計部のホームページでご覧いただけます。

■「都民のくらしむき」(東京都生計分析調査報告)

HP <http://www.toukei.metro.tokyo.jp/seikei/sb-index.htm>



問い合わせ 東京都総務局 統計部社会統計課 家計統計担当 ☎03-5388-2554

東京都
×
若手芸人
×
学生

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!

1月からネット動画で公開します

悪質商法をテーマに若手・学生芸人が作った漫才・コント【池袋サンシャインシティ噴水広場での公開収録(12月2日開催)】を、ネット動画(東京くらしWEB)で公開します。都知事のモノマネ、和服着用でローラーシューズで駆け回るなど、キャラ立ちする芸人が多数登場!「悪質商法」をテーマに、さまざまな切り口からアプローチした珠玉の作がそろいました。収録会場では、面白いと思ったネタにスマートフォンから投票できる仕組みを用意しました。投票結果は、QRコードからご覧いただけます。(動画は1月より開始)ご家族で楽しみながら、悪質商法の手口とその撃退法を学びませんか?



事業の詳細は、
東京くらしWEB上の
バナーからご覧ください。

お笑いで悪いヤツらをぶっとばせ!
ネタ動画公開継続中!

再生回数(トータル)2017年1月~3月は終了し、下記並び順の結果(数字は期間中の再生回数)となりました。
2016年12月3日に池袋サンシャインシティ噴水広場で行われた悪質商法をテーマにした漫才・コントのネタ動画は下記のリンク先より引き続きご覧いただけます。YouTube 東京都チャンネルへリンクします。

1 おはようサンフランシスコ 1,106回

【出会い系サイト】

おはようサンフランシスコ
人気女優からの相手を受けて
いるつむりの斗澤さんに、サ
ラサイトにつまかかっているか
らやめるように説教する羽澤
さん。歌あり、芝居ありの爽快
実ネタを見よう!



2 ハニートラップ 1,009回

▲昨年度のネタ動画一覧ページ



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

「脱毛」や
「しみとり」などの

美容医療契約のクーリング・オフ等が可能になりました

美容医療は、保険適用外の自由診療で行われており、契約額は高額になりやすく、不適切な勧誘や解約をめぐる、多くのトラブルが生じています。

そこで、特定商取引に関する法律(以下、特定商取引法という。)の施行令が改正され、一定の美容医療契約が特定商取引法に定める特定継続的役務提供の対象に追加されました。これにより、平成29年12月1日以降の契約についてはクーリング・オフが可能となり、契約書面を受け取った日から数えて8日間以内であれば、理由の如何を問わず、消費者が事業者に対して書面で通知することにより、契約を解除することができます。

また、中途解約も一定の解約料を支払えば、理由を問わず行うことが可能となりました。

対象となるのは、1か月を超えて継続して行われる美容医療契約のうち、①脱毛、②にきび・しみ・そばかす・ほくろ等の除去、③肌のしわ・たるみ取り、④脂肪の溶解、⑤歯の漂白、等であって、光の照射、薬剤の注射等、主務省令で定める方法によりおこなわれるもので、5万円を超える契約です。



基礎知識

特定商取引に関する法律…訪問販売など、特に消費者トラブルを生じやすい取引を指定して、トラブル防止のルールを定め、事業者による不正な勧誘行為などを取り締まることで、消費者取引の公正を確保するための法律

家庭の不用品(廃棄物)は、ルールに従って処分しましょう!

●大そうじ・引越等で生じた家庭の不用品(廃棄物)を処分する時は、お住まいの自治体(区市町村)に早めに相談し、ルールに従って処分をしましょう。

都内における家庭の不用品(廃棄物)の収集・処分は、原則として区市町村が行います。

家電4品目(エアコン、テレビ、洗濯機、冷蔵庫・冷凍庫)は小売店が回収します。

家庭用パソコンはメーカーが、回収することになっています。

●民間の不用品回収業者に頼んでしまい、高額な請求を受けた場合は、東京都消費生活総合センター又は居住地・勤務先近くの消費生活センターに相談しましょう。

消費者ホットライン ☎局番なし188 …お近くの消費生活相談窓口につながります。

講座案内 受講無料

- 対象は都内在住または在勤、在学（高校生以上）の方
- 応募者多数の場合は抽選 ●当日の参加申し込み不可
- 定員に満たない場合は締切日以降も受付



実験実習講座

講座内容	講師	消費生活総合センター(飯田橋)	多摩消費生活センター(立川)
発見! 豆腐のヒミツ ～かんたんに豆腐を作ってみよう～ 豆腐はさまざまな料理に使われている身近な食品です。豆腐の種類や特徴などについて、豆乳が固まる実験などを通じて学習してみましょう。	東京都消費生活総合センター 技術担当職員	1月19日(金) 定員 13:30～16:00 32名 申込締切 1月6日(土) 消印有効	1月30日(火) 定員 13:30～16:00 16名 申込締切 1月16日(火) 消印有効
デジタルカメラ 基本の「き」 ～画質は何で決まるの? カタログの見方がわかる!～ デジタルカメラを購入するとき何を基準に決めていますか? デジタルカメラの仕組みから画質を決めるポイントなどについて学習します。 (撮影技術、個別のカメラの設定については取り扱いません。)	東京都消費生活総合センター 技術担当職員	2月27日(火) 定員 13:30～16:00 32名 申込締切 2月13日(火) 消印有効	2月16日(金) 定員 13:30～16:00 16名 申込締切 2月3日(土) 消印有効

食育講座

講座内容	講師	多摩消費生活センター(立川)のみで開催します
アブラを使わないヘルシーなパンを焼いてみよう Part.2 ～全粒粉を使ってヘルシー・アップ!～ 前回大好評だったヘルシーなパンシリーズの第2弾。国産の小麦粉にこだわり、全粒粉も使ってベーグルを焼きます。(調理の待ち時間に、小麦農家についての話なども予定)	シルク・パートナーズ シップ代表/ パン教室「エイシ」講師 みよ 毎川益世氏	平成30年 ① 1月17日(水) 定員 15名 ② 1月18日(木) 10:00～13:00 (両日とも同じ内容) 申込締切 平成29年 12月25日(月) 消印有効

託児あり
 ※託児(6ヶ月以上就学前の乳幼児)を希望する場合は、必要事項に加え、乳幼児の名前と年齢を記入してください。

申込方法 <1講座につき、ひとり1枚の往復はがきのみ有効>
 往復はがきに必要事項(往信面に①講座名 ②会場 ③開催日 ④郵便番号・住所 ⑤氏名・ふりがな ⑥電話番号・FAX、返信面にはあて先)をご記入のうえ、受講希望会場の申込先へ。

飯田橋会場への申込先・問い合わせ 東京都消費生活総合センター 実験講座担当 ☎03-3235-1157 〒162-0823 新宿区神楽河岸1-1 セントラルプラザ16階

立川会場への申込先・問い合わせ 東京都多摩消費生活センター 実験講座または食育講座担当 ☎042-522-5119 〒190-0023 立川市柴崎町2-15-19 東京都北多摩北部建設事務所3階

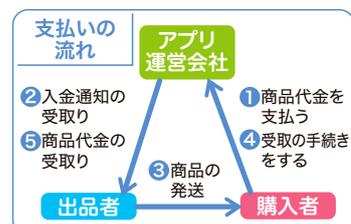
情報 PickUp

フリマアプリのトラブル



フリマアプリとは、オンライン上でフリーマーケットのように物品の売買ができるアプリのことです。スマホひとつですぐに売買できるので、若い人を中心に利用する人が広がっています。利用者が増える一方、出品者側では「購入者が受け取りの手続きをしないので商品代金が受け取れない」、購入者側では「商品説明にないキズがあるので返品したい」などのトラブルが起きています。

- フリマアプリを利用する場合、代金のやりとりは個人間ではなく、アプリ運営会社を通して行われることが多いようです。
 - フリマアプリとは、商品を売買する場を提供するサービスです。商品の売買契約は出品者と購入者との間に直接成立し、アプリ運営会社は売買契約の当事者にはなりません。
- 大手フリマアプリの規約では、商品等でトラブルが起きたら当事者間で解決する(アプリ運営会社は責任を負わない)と定めています。何かあったら自己責任という、リスクを伴う取引ということを認識してサービスを利用する必要があります。また、消費生活センターも、個人間取引で起きたトラブルは相談の対象外となっているので注意しましょう。



- ここに気を付けよう
- 個人間取引はリスクを伴うことが多い取引だと認識した上で利用する
 - 取引相手や商品等について十分に情報を収集し、取引は慎重に行う
 - 利用規約をよく読んで、ルールとマナーを守って利用する

(東京くらしWEB「とらぶるの芽 No.50」より)

相談の窓口から

“格安スマホ”を契約したいけれど、注意点はありますか？



Q A社のスマートフォンを使っていますが、通信料金が高いので、別の通信会社の契約に乗り換えようと思います。いわゆる格安スマホ会社※1の料金プランは、A社の料金プランと比較して、どの会社も“格安”で魅力的ですが、トラブル事例や契約する時の注意点などを教えてください。

A 以下のような相談が、寄せられています。

【トラブル事例】

事例1：今まで使っていたスマートフォン端末では、格安スマホ会社のSIMカード※2が利用できなかった。

事例2：設定方法や使い方を質問したいが、問合せ先が電話窓口しかなく、電話もつながらなかった。

事例3：キャリアメール※3がないため、キャリアメール以外受信拒否にしている知人にメールが送れなくなってしまった。

事例4：修理期間中の代替機の貸し出しがなかった。

事例5：SIMカード配送日に都合があって受け取れず、端末が使えないのに、基本料金を請求されてしまった。

【注意点】

格安スマホ会社の契約は、電気通信事業法の初期契約解除制度※4の対象外のため、契約してすぐに解約を求めても解除料が発生する場合があります。よく調べてから契約することが大切です。

- ① 使用中のスマートフォン端末が引き続き使えるのか、格安スマホ会社等に確認しましょう。
- ② 格安スマホ会社のサイトやパンフレットでサービス内容を調べ、自分の利用状況にあった会社とプランを選択しましょう。
- ③ 格安スマホ会社の利用開始手続きや設定方法、利用開始日を事前にしっかり確認しましょう。

契約内容等について不安に思うことや、トラブルになった場合は最寄りの消費生活センターに相談してください。

※1 格安スマホ会社

通信回線を保有している大手通信事業者(MNO)から無線通信インフラを借り受けて、音声通信やデータ通信のサービスを提供する通信事業者(MVNO)のこと。

※2 SIMカード

スマートフォン等の通信端末を使って通信するために必要なカードのこと。SIMカードにはそれぞれに固有のID番号が割り振られていて、それを端末に装着して初めて通話や通信ができる。

※3 キャリアメール

通信事業者が自社ドメインで提供する電子メールのサービスのこと。一般的には、NTTドコモの「docomo.ne.jp」、KDDI (au) の「ezweb.ne.jp」、ソフトバンクモバイルの「softbank.ne.jp」の3種類を指す場合が多い。

※4 初期契約解除制度

契約書面の受領日を初日とする8日間が経過するまでは、利用者の都合のみにより通信契約を解除できる制度のこと。

相談窓口のご案内… ☎03-3235-1155

フレッシュ市場

キンメダイ



鮮やかな赤色が目を引くキンメダイは、12月から2月に脂が乗った旬を迎えます。漢字で金目「鯛」と書きますが、マダイが水深50m～200mの浅い海に生息するのに対して、キンメダイは水深200m～800mに生息する深海魚で、生物学上も別の分類に属しています。しかし、文字どおり形が鯛に似ていて目が金色に見えるため、この名前がつけられました。

美味しいキンメダイの見分け方は、①目に透明感がある、②うろこがきれいに残っていて傷が少ない、③全体

に色鮮やかで、腹を触ってみたときに固さが感じられる、の3つがポイントです。キンメダイは加熱調理しても硬くならない肉質から、煮つけ・焼き物に合いますが、くせのない上品な甘みが味わえるため、お刺身などの生食もおすすめてです。

青果・花きで日本一の取扱規模を誇る大田市場は、キンメダイをはじめ水産物も取り扱っており、さまざまな魚が市場から街の小売店等に出荷され、みなさまの食卓にも届けられています。ぜひこの機会に、キンメダイの旬の味をご堪能ください。

資料提供：東京都中央卸売市場 大田市場



「イチチーノ」

市場のことをもっと知ってもらうため生まれた「イチチーノ」。市場大好きイチチーノの家族が「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](#)