

電子レンジでの加熱しすぎに注意

県内の消費生活相談窓口には、「電子レンジで根菜を温めたところ、根菜が黒く焦げた。」「電子レンジから温めたコーヒーを取り出したところ、突然コーヒーが噴き上がり、顔にやけどを負った。」「といった電子レンジに関する相談が寄せられています。

1. 電子レンジ加熱の仕組み

電子レンジは、食品にマイクロ波（電波）をあて、食品内部の水分子を振動させ、分子と分子の摩擦熱により食品全体を発熱させる調理器具です。予熱の必要がなく、スピード調理が可能です。一方で目を離れた間に加熱しすぎになりがちです。

2. 電子レンジに関する相談事例

事例1 根菜を電子レンジの「自動あたため」機能で温めたところ発煙し、黒く焦げた。

▶ 水分の少ない根菜を長時間加熱したことで、食材から水分が蒸発し焦げたと考えられます。



事例2 マグカップに入れたコーヒーを、電子レンジの「自動あたため」機能で温めた後、取り出した際に突然コーヒーが噴き上がり、顔にやけどを負った。

▶ コーヒーが100℃になっても泡が出ない状態を保ち、取り出した際の振動で一気に沸騰（突沸）が始まったものと考えられます。



3. 電子レンジを使用する際の注意点

(1) 水分の少ない食材、少量の食材の加熱に注意する。

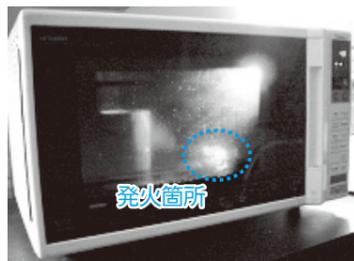
水分が少ない食材や、少量の食材を加熱する場合は、【事例1】のように発煙、発火が生じるおそれがあるため、加熱しすぎないようにしてください。また、少量の場合は「自動あたため」機能が正常に作動しない機種も多くみられます。取扱説明書をご確認ください。

(2) 突沸現象に注意する。

飲み物や液状の食材を加熱する際は、【事例2】のように突沸が生じ、やけどをするおそれがあります。加熱時には十分注意してください。なお、加熱前に食品を十分にかき混ぜると突沸しにくくなります。

(3) その他の注意点

- 庫内の食品カスは加熱時に発火するため、こまめに掃除する。
- 卵、銀杏などの殻や膜のある食材は、破裂するので加熱しない。
- 金属ではない耐熱性のある容器（陶器、プラスチック）で加熱する。



庫内で発火した様子

Aらいふ 兵庫県立消費生活総合センター
 研修広報部 企画研修課
 〒650-0046 神戸市中央区港島中町4-2
 TEL: 078-302-4000
(消費生活相談) 078-303-0999

●消費生活総合センターホームページもご覧ください
<http://www.seiken.server-shared.com/>
 ●Aらいふへのご意見、ご感想はメール、ファックスでも
 E-mail: shohi_sogo@pref.hyogo.lg.jp
 FAX: 078-302-4002

30企②-025A4

No.164

(平成30年10月31日発行)
(2018年)

ひょうご発 生活情報レポート

Aらいふ

YOUR OWN LIFE

このタイトルには生活、暮らしという意味の「life」のほか、生活のA級ライセンス、暮らしのエースを指さすという意味が含まれています。

うそや大げさな表示にご注意を！ ~ご存知ですか？景品表示法~

「景品表示法」とは

景品表示法は、正式には「不当景品類及び不当表示防止法」といい、不当な表示や過大な景品類の提供から消費者の利益を保護するための法律です。

消費者なら、誰もがより良い商品やサービスを求めます。ところが、実際よりも良く見せかける表示が行われたり、豪華すぎる景品が提供されたりすると、それらにつられて、消費者が実際には質の良くない商品やサービスを買ってしまい、不利益を被るおそれがあります。

このようなことにならないように、景品表示法は、商品やサービスの品質、内容、価格等を偽って表示を行うことを厳しく規制し、景品類の最高額等を制限することにより、消費者が、より良い商品やサービスを適正に選べる環境を守っています。

今回は、景品表示法で規制されている「表示」について説明させていただきます。

対象となる「表示」とは

商品等を供給する事業者が、消費者を誘引するために行う広告など「あらゆる表示」を規制対象としています。

〈表示の例〉

●看板、ポスター



●ディスプレイ、見本



●メニュー、チラシ、パンフレット、新聞広告



●口頭による説明



●インターネットの広告



●テレビ、ラジオのCM



●容器、パッケージ、ラベル



禁止されている「不当な表示」とは

「表示」は、消費者が商品・サービスを選ぶ際の重要な判断基準になります。

このため、景品表示法では、消費者の適切な商品・サービスの選択が妨げられないよう、商品・サービスの品質や内容、価格、取引条件等について、実際のもの等よりも著しく優良又は有利であると誤認される表示を「不当表示」として禁止しています。

不当表示には大きく分けて3つの種類があります。

優良誤認表示

簡単にいうと、「この商品・サービスは、とっても良い品質（規格、内容）だ！」と消費者に思わせておいて、実際にはそうではない表示のことです。

合理的な根拠がない効果・性能の表示は、優良誤認表示とみなされます。

具体例

○「走行距離3万km」であるかのような表示をしているが、実は走行距離10万kmの中古車だった。

○「食事制限なく痩せられる」かのような表示をしているダイエット食品が、実は合理的な根拠（痩身効果）のないものだった。



有利誤認表示

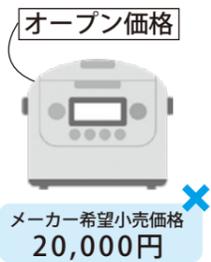
簡単にいうと、「この商品・サービスは、とってもお得な価格（取引条件）だ！」と消費者に思わせておいて、実際にはそうではない表示のことです。

根拠がない比較対象価格を表示する等の不当な二重価格表示は、有利誤認表示の一つとして禁止されています。

具体例

○「自社が最も安い」かのような表示をしている携帯電話通信料金が、実は自社に不利となる他社の割引サービスを除外して比較した料金だった。

○ メーカー希望小売価格20,000円と表示しているが、実は、その価格は設定されていない価格（オープン価格）だった。



その他 誤認されるおそれのある表示

内閣総理大臣が特に指定（告示）して、禁止されている表示。

- ① 無果汁の清涼飲料水等についての表示
- ② 商品の原産国に関する不当な表示
- ③ 消費者信用の融資費用(実質年率が明瞭に記載されていない場合)に関する不当な表示
- ④ 不動産のおとり広告に関する表示
- ⑤ おとり広告に関する表示
- ⑥ 有料老人ホームに関する不当な表示

※おとり広告とは、広告掲載の商品が用意されていない等、実際の取引と相違がある広告をいう。

具体例

○ チラシに販売物件として掲載されている住宅が、そもそも存在しなかったり、既に売却済みであった。

○ 有料老人ホームの説明書等に、入居後、居室の住み替えがあるにもかかわらず、そのことが明瞭に記載されていなかった。

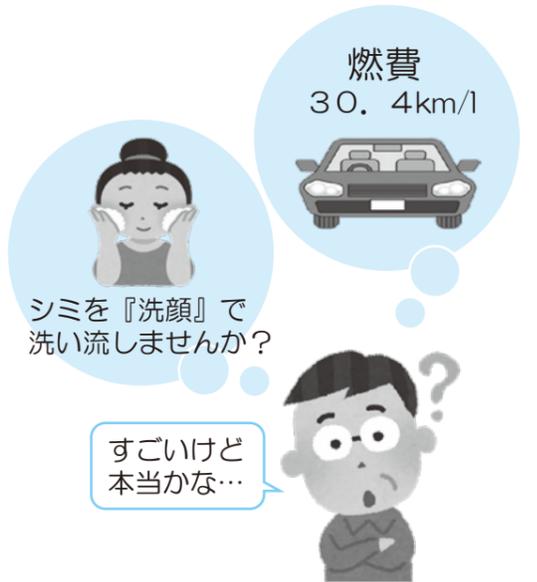


景品表示法の基本的な考え方

○景品表示法は、表示に使用される用語の定義を定めたり、表示を義務付ける法律ではありません。

○景品表示法に違反するかどうかは、表示上の特定の文言だけではなく、その表示全体から消費者が受ける印象・認識を基準に、個別事案ごとに総合的に判断されます。

○「著しく」優良又は有利であると誤認される表示とは、社会一般に許容される誇張の限度を超えて、一般消費者による商品・役務の選択に影響を与える場合を指します。



違反を行った場合、どうなりますか

景品表示法に違反する行為が行われている疑いがある場合、消費者庁及び都道府県知事は、事業者への事情聴取などの調査を実施し、調査の結果、違反行為が認められた場合には、その事業者に対し、必要に応じた「措置命令」を行います。

措置命令の内容(例)

- 違反したことを一般消費者に周知徹底すること(新聞・ホームページでの公示等)
- 再発防止策の実施(マニュアルの作成や研修の実施等)
- その違反行為を将来繰り返さないこと

また、違反の事実が認められない場合であっても、消費者に誤認を与えるおそれのある表示がみられた場合は、表示の改善を求める「指導」を行います。

違反行為の中でも、優良誤認表示又は有利誤認表示を行った事業者に対して、消費者庁は、金銭的な不利益を課す「課徴金納付命令」を行いますが、一般消費者の被害回復を促進する観点からは、返金による課徴金額の減額措置が設けられています。

※詳しくは [事例でわかる景品表示法](#) [検索](#)

気になるとき、困ったときは **迷わず電話を!**

●消費者ホットライン●
(お近くの消費生活相談窓口につながります)

局番なし

188
い や や