



アメリカ

【CPSC ホームページ】
<http://www.cpsc.gov/en/Newsroom/News-Releases/2015/October-is-Window-Covering-Safety-Month/>
ほか

窓カバー製品のひもの危険性を注意喚起

家庭内事故の中でも、ブラインドやカーテンなどといった窓カバー製品のひもによる乳幼児の窒息事故は長年にわたり減少することがない。CPSC (アメリカ消費者製品安全委員会) の調査では、1996～2012年に窓カバー製品のひもが原因で死亡した乳幼児は184人。死亡には至らなかった事故も100件以上あり、なかには乳幼児の脳に重篤な障害を残したケースもあった。

CPSCおよびWCSC (Window Covering Safety Council) *1の見解は「このような痛ましい事故を防ぐ唯一の方法は、乳幼児のいる家庭や保育施設では、すべての窓カバー製品をひものないタイプに変えるか、乳幼児がひもに近づけないようにすること」と、一致している。両団体は10月を「窓カバー製品安全月間」と定め、乳幼児の保護者や保育者に窓カバー

製品のひもの危険性を認識してもらうために、窓の近くによじ登れるような家具類やベビーベッドなどを置かないこと、乳幼児の手の届く高さにはひもを露出させず短めにしておくことなど、事故防止のためのアドバイスと点検の呼びかけを行った。またWCSCでは、ひも付き窓カバー製品の改良部品の無償配布も実施した。

この窓カバー製品のひもの危険性については、CFA (アメリカ消費者団体連盟) やCU (アメリカ消費者同盟) 等9団体が既に指摘していて、2013年5月には「製造・輸入・販売業者による自主規制ではなく、国による規制を導入すべき」との嘆願書*2を連名で出すなど、警鐘を鳴らしている。

*1 窓カバー製品の安全性向上に取り組む製造・輸入・販売業者の団体。
*2 <http://www.cpsc.gov/Global/Regulations-Laws-and-Standards/Petitions/WindowCoveringPetition.pdf>



香港

【HKCC ホームページ】
http://www.consumer.org.hk/website/ws_en/news/press_releases/p45601.html

価格の食い違いによるトラブルを調査

スーパーの商品棚に並ぶ値下げ品が、レジで精算したときには安くなっていなかったということがよくある。HKCC (香港消費者委員会) は、スーパー5店舗において値下げ品計252点を実際に購入し、値下げ表示された価格が正確に精算されているか調査した (調査期間は2014年6～7月、計21回実施)。

その結果によると、調査回数の約6割に当たる12回の買い物において、計18点の値下げ品の価格に食い違いがみられた。しかもそのうちの12点が、値下げどころか、元の価格の約4～90%も高い値段で精算されていた。これは消費者にとっては経済的な損失であるだけでなく、消費者の「知らされる権利、選ぶ権利」の侵害にほかならない。

またHKCCでは、価格の食い違いについて苦情を申し出た消費者への店側の対応に関しても調査した。

たいていの場合、その場で消費者が申し出れば直ちに返金され、商品棚の値札も訂正されたが、時間が経つと「証拠がない」とされ、難しいようであった。

このような価格のトラブルについてオーストラリアやカナダなど多くの国では、法令や企業の自主的なルールなどが定められている。香港においても、公平な買い物の保証と消費者の信頼を得るため、事業者と同様の規制が導入されるべきとしている。

また、スーパーなどでよく見られる、値札に表示された元の価格の数字を線で消して値下げ価格を併記し販売する手法についても、その品物が一定の期間、元の価格で店頭販売されていなかった場合は、TDO (商品説明条例) 違反の可能性があるという。HKCCでは、大々的な値下げ広告がされていても、慎重に検討するよう消費者に呼びかけている。

フランス

BBクリームとCCクリームをテスト

【UFC「QUE CHOISIR」2014年10月号】
<http://test-comparatif.quechoisir.org/bb-creme-167843/>

フランスでもようやくBBクリームが定着してきた。BBとは“blemish (傷) balm (香油)”の略。1960年代にドイツの医療現場で考案され、1980年代に韓国で一般向け化粧品として改良された。現在のBBクリームは、短時間で肌の欠点をカバーしながらスキンケアができることとされる。また最近では、スキンケアをより重視し、薄付きメイクに仕上がるというCCクリームも登場した(CCとは“color covering”の略)。そこで、UFC (フランス消費者同盟)はBBクリーム14商品、CCクリーム2商品について保湿効果、使用性(カバー力、塗りやすさなど)、有害物質の有無、紫外線防止効果などをテストした。

その結果、保湿効果やカバー力が高く、有害物質を含まない1商品が最高点を獲得した。紫外線防止効果は欠いていたが、「フランスの気候では不要で

あり、紫外線はむしろビタミンD合成に有用」と評価され、小麦色の肌を好むフランス女性と、美白を求めるアジア女性との差が浮き彫りとなった。また、アレルギー誘発香料を含み、成分表示は読みにくいものの、手頃な価格の1商品が「価格の割に良品」と評価された。

一方、高麗人参など韓国のハーブが配合された1商品には、「買わないで」と最低の評価が下された。その理由として、保湿効果が不十分であり、内分泌かく乱物質(シクロペンタシロキサソ、メトキシけい皮エチルヘキシル)やアレルギー誘発香料を含むこと、さらに価格が高いことなどが指摘された。

なお今回のテストでは、一部メーカーのBBクリームとCCクリームは類似しており、違いが際立たないということが判明した。



EU(欧州連合)

話題の食材「チアシード」とは?

中南米で伝統的に食されてきた「チアシード」。美容と健康によいとして、北米やオーストラリアでも人気となっている。チアシードはシソ科サルビア属の一年草・チアの種子で、水分を含むと食物繊維の影響で約10倍に膨張し、ゼリー状となる。そのほか、オメガ3脂肪酸、ミネラルなども豊富に含まれるという。無味無臭のため、プディング、スムージー、サラダ、パン、ケーキなど、さまざまな料理や食材に利用されている。

ヨーロッパでは2009年10月に初めて、パン製品へのチアシード使用が上限5%で認められた。同地域ではチアシードを食べる習慣がなかったため、EU域外の企業が「新規食品」としてヨーロッパ市場への導入を申請し、認可されたものである。現在では、チアシード使用対象が広がり、パン・菓子類、朝食

【EU新規食品規則】
http://europa.eu/legislation_summaries/consumers/consumer_safety/l21119_de.htm
 【欧州委員会決定(2009/827/EG)】
<http://www.bfr.bund.de/cm/343/chiasamen.pdf>
 【欧州委員会施行決定(2013/50/EU)】
<http://www.bfr.bund.de/cm/343/durchfuehrungsbeschluss-der-kommission-erweiterung-der-verwendungszwecke-von-chiasamen-salvia-hispanica.pdf>

シリアル、フルーツ・ナッツ・種子ミックスに10%まで認められている。また、チアシードを包装して販売する場合は、「1日摂取量は15gを超えてはならない」との表示が必要となった。これは、EUがチアシードについて長期間にわたる調査研究を行っていないため、アレルギー発症など、健康への影響が懸念されることを理由とする。また、EUではチアシードに健康強調表示は認められていない。

なお、ドイツの消費者センターは「チアシードには食物繊維やオメガ3脂肪酸が豊富なのは確かだが、^{あまに}亜麻仁(亜麻の種子)やナッツ類など、価格が手頃で味もよい代替食品がある」と助言している*。

* ノルトライン・ヴェストファーレン消費者センター ホームページ
<http://www.vz-nrw.de/chia>