



アメリカ

新大統領就任、消費者の心配は？

●CR ホームページ <http://www.consumerreports.org/consumer-protection/as-trump-takes-office-what-is-top-of-consumers-minds/> ほか

トランプ新政権については発足早々から多方面で混乱が伝えられているが、消費者の立場から新政権に何を期待し、もしくは懸念しているのかを知るために、CR(コンシューマーレポート)は1月上旬に消費者の意識調査を実施し、その結果を就任式前日に公表した。それによると基本的に国民の66%は、政治的志向にかかわらず、新政権が消費者の利益を保護することを「信じていない」ことが明らかになった。

中身を詳しくみると、●オバマケア(医療保険制度改革)の見直しが見直されてきた医療については、今後も良質の医療が受けられると肯定的にとらえる人は64%だが、現実にはその費用を負担できないだろうとする人が55%に上る ●「希望すれば得られる高等教育」に関しては、高騰する授業料や教育ローン返済の厳しさから69%が否定的 ●個人情報の秘匿

性・安全性に関しては65%が守られないと不安視する ●国内の食品の安全性や不要な抗菌剤の使用に関しては、信頼できないが60%に上る ●銀行・証券会社等金融機関の透明性や適正な手数料徴収、消費者の保護に関しても、CFPB(消費者金融保護局)の権限縮小が予想されるため、65%が信頼しない、などの結果が得られた。

CRのテラドCEO兼会長は、「消費者パワーこそがアメリカ国民を1つにしてより良い社会へ導く賢い解決策と強く信じる。消費者の声を丁寧に聞くことが消費者パワーの源である」とし、2017年を通して、調査を展開すると述べた。第1回の今回は、無作為抽出された18歳以上の1,012人への電話アンケートを実施し統計学的処理を経たもので、地理的人口統計学的に国民の意識を如実に表している。



オーストラリア

タイムシェアの契約は慎重に

●CHOICE ホームページ <https://www.choice.com.au/travel/accommodation/hotels/articles/timeshare-schemes>
<https://www.choice.com.au/travel/accommodation/hotels/articles/timeshare-schemes-are-a-life-sentence>
●ASIC ホームページ <http://asic.gov.au/regulatory-resources/find-a-document/consultation-papers/cp-272-remaking-asic-class-orders-on-time-sharing-schemes/> ほか

リゾート施設を手頃な価格で年間数日～数週間利用するタイムシェア会員権は魅力的だが、CHOICE(オーストラリア消費者協会)は、契約トラブルについて注意喚起している。タイムシェアには、特定の施設を共同所有し年間利用日数を分配するタイプと、運営業者(クラブ)の利用ポイントを購入しクラブ所有の複数の施設宿泊や航空運賃に充てるタイプがある。

特に気をつけるべきは後者で、街頭で配るスクラッチカードの当選者としてクラブ開催の豪華な説明会パーティーに低料金または無料で招待。最初に提示した会員権価格(おおよそ12,000～25,000ドル)を即時に値下げし、長時間・強引に勧誘する。その結果、参加者は、口頭説明されなかった年会費(通常200～300ドル)や施設維持費、ポイントの換算規定等が記載された39ページもの説明書(PDS)に目を通す間もな

く、契約。後日契約解除を希望しても業者に連絡が取れず7日間のクーリング・オフ期間が終了。一度契約すると、年会費の支払いは続き、会費は値上げされ、未使用ポイントは一定期間後に消滅する。

1週間のフィジー島滞在(オーシャンビューの部屋と往復の航空運賃等)に12,000ドル相当のポイントを使ったにもかかわらず海が見えないゴキブリだらけの部屋だったとして提訴した例もある。予約は1年前からで45日前からキャンセル料が発生する。さらにコストがかさむからと売却を希望する会員も多いが、払い戻しは一切なくクラブ側へ譲渡手数料を支払ううえに、実際半値でも売却は困難である。

CHOICEは2016年11月、勧誘の規制やクーリング・オフ期間延長等タイムシェア業界の規制強化をASIC(オーストラリア証券投資委員会)に要請した。



イタリア

山間部で活躍する移動消費者センター

- 南チロル消費者センター ホームページ <https://www.consumer.bz.it/de/verbrauchermobil-der-aktuelle-kalender>
<https://b4.consumer.bz.it/8v8d98780.html>
- 南チロル消費者センター『年次報告書2015』 <http://b4.verbraucherzentrale.it/download/11v22872d106488.pdf>

イタリア北部の風光明媚な山岳地帯に位置する南チロル州(トレンティーノ・アルト・アディジェ州)。かつてオーストリア領に属していたことから、今なお、オーストリア風の文化・習慣が色濃く残る地域である。国際列車が停車する州都ボルツァーノは、同州の交通の要であり、南チロル消費者センターの本部がある。州内の主な町村にも同センターの支所が設けられており、電話や来所による相談を受け付けている。しかし、鉄道の通らない小さな村では、移動消費者センターが活躍する。資料を満載したキャンピングカーに、経験豊富な相談員が二人一組で乗り込み、険しい山道を走るという「動く消費者センター」である。

毎月の時刻表は、同センターのホームページで公表される。定期的に訪れる常連地のほか、消費者教

育週間など、村のイベントの機会に要請されて訪問する場所もある。車内で相談を受けた相談員は、その場で情報提供・助言等の初期対応を行うとともに、専門的対応を要する場合は、「固定」消費者センターでの専門相談につなげるしくみである。移動消費者センターで特に多い相談は、通信、住居・エネルギー、保険、銀行関連だという。

1カ所での滞在は2時間だけだが、簡易テストも行っている。車に積んだ機材を使い、消費者が持参したサングラスのUVカット率をテストしたり(夏季のみ)、携帯電話機の電磁波を測定する。1998年に導入した初代キャンピングカーは2015年に勤めを終え、現在は2代目が奔走している。



ドイツ

責任を持ってペットを飼うために

- BMEL ホームページ http://www.bmel.de/DE/Tier/Tierwohl/_texte/Haustierberater-Haustiercheck.html
<https://www.haustier-berater.de/>
<https://www.bmel-durchblicker.de/>

ドイツの公共交通機関や商業施設では、飼い主と一緒に行動する犬の姿が目立つ。しかし、同国で最も多く飼われているペットは犬ではなく、猫だという。犬のほうが少ないのは、犬税や賠償責任保険等により、コストがかかることが一因とされる。犬に限らず、ペットを飼うには時間とお金が必要だが、家庭に動物がいることで子どもの教育に好影響をもたらすとして、前向きにとらえる親が多い。その一方で、途中で飼えなくなり、動物保護施設(Tierheim)に収容される動物も少なくない。

そこで、BMEL(連邦食糧・農業省)は、各家庭に合った動物を慎重に選択し、無思慮な飼育を防止するためのポータルサイトを開設した。同サイトでは、ペットの飼育には責任が伴うことを強調し、休暇旅行と一緒に連れて行けるのか、預け先を確保できる

のかも含めて熟慮するよう勧める。また、動物ごとの飼い方や性格を知ってもらうため、猫、犬、ウサギ、マウス、鳥、魚等の情報を掲載している。

ペットを飼いたい子ども向けのサイトも開設した。質問に回答することで、自分にふさわしい動物が分かる。例えば、「動物と何をしたいの?」という質問に対しては、「観察したい」「遊びたい」「なでたい」等の回答群が用意されており、該当する回答を選ぶしくみである。自分に合う動物として、「犬」という判定を引き出すためには、ペットに費やす時間・お金に余裕があり、家には大抵、家族の誰かがいると回答する必要がある。しかも、狩猟犬は愛玩犬に比べると長い散歩を要するため、より時間を割けないと飼育は難しいという。