



イギリス

2018年 欠陥商品の苦情は

● Which? ホームページ <https://www.which.co.uk/news/2019/01/dubious-dog-grumpy-horse-and-pin-filled-wedding-dress-faulty-goods-returns-of-the-year/>
<https://www.which.co.uk/consumer-rights/advice/what-do-i-do-if-i-have-a-faulty-product>

ほか

Which?のウェブサイトには欠陥品の苦情や返品についての情報をまとめたサイトがあり、販売業者に送る手紙の書式なども用意している。

2017年12月1日～2018年11月30日にこのサイトに寄せられた商品は27,400件余りであった。内容は、例えばエンストばかりする180万ポンドの高級SUV、ダイヤモンドが外れた婚約指輪、脚の悪い馬、血統書が偽りだった犬、仮縫いの待ち針が付いたままで結婚式当日に届いたウェディングドレスなどさまざま。

また、Which?がイギリス在住の2,000人を対象にアンケートを実施した結果、37%が購入した商品が届いてみたら欠陥商品だったことがあると回答、26%は購入後6カ月で不具合が生じ、19%はその両方を体験していた。最も欠陥の苦情が多かったのは家電製品で53%、次いで衣料品25%、家具

類9%などだ。85%が返品を試み、そのうち9割以上のケースで希望どおり対応（交換・返金）されている。

イギリスでは店舗やオンラインで購入した商品に欠陥や不具合があった場合、30日以内であれば受け取りを拒否し全額返金される権利が法律によって保証されている。30日を経過しても、6カ月以内であれば、修理や交換を要求できる。6カ月を過ぎても修理等を要求できるが、購入時に既に欠陥があったことを消費者が証明しなければならない。

そのためWhich?では、欠陥商品と分かっただけ早く行動すること、さらに苦情の相手はメーカーではなく販売業者であり、手紙（メールでも）で通知するほうがよいこと、満足な対応や結果が得られない場合はADR（裁判外紛争解決手続）を活用することなどをアドバイスしている。



アメリカ

成人の食物アレルギー調査

● Ann & Robert H.Lurie 小児病院ホームページ <https://www.luriechildrens.org/en/news-stories/one-in-10-adults-in-u.s.-has-food-allergy-but-nearly-one-in-five-think-they-do/>
● JAMA Network Open ホームページ <https://jamanetwork.com/journals/jamanetworkopen/fullarticle/2720064?resultClick=3>

ほか

小児対象の食物アレルギー調査の手法を拡大・活用した小児病院の医師らによる調査で、アメリカ人の成人の10.8%（2600万人超）に食物アレルギーがあるとみられることが分かった。最も多かったのは貝類で約720万人、次いで牛乳の約470万人、落花生約450万人、木の実約300万人など。食物アレルギーがあった人の約51%が重度のアレルギー反応を経験し、約45%に複数の原因食材があった。また、48%は大人になってからアレルギーを発症し、約38%が少なくとも1回はアレルギーで救急搬送されているにもかかわらず、アレルギーがあると思っている人の半数は医師の確定診断を受けておらず、アナフィラキシーショックを緩和するエピネフリンの処方を受けた人は25%以下だった。

一方、実際に食物アレルギーがある人の2倍近い

19%が、自分には食物アレルギーがあると自己申告していた。調査チームの医師は、これらはアレルギーではなく不耐症などの症状で、その原因となる食材を一切摂取しないということは、健康的な食生活の質を損なうと懸念する。

食物アレルギーは医療費の負担も大きく、また患者の健康状態に大きな影響を及ぼす。小児の食物アレルギーは比較的よく知られているが、成人に関してはこれまで公的機関による多種類の食物についての全国的調査は行われてこなかった。小児期に発症する食物アレルギーには自然寛解するものもあるが、成長しても残る場合や、魚介類などは成人してから新たに発症するケースが多いことも明らかになった。若年層の食物アレルギー関連救急搬送の件数は増加しており、さらに詳細な研究が必要であるという。



オーストリア

屋台のホットドリンクの糖分に注意

● VKI ホームページ <https://www.konsument.at/cs/Satellite?pagename=Konsument/MagazinArtikel/Detail&cid=318909468884>
<https://vki.at/vki-gluehwein-als-heisses-zuckergetraenk>

オーストリアの冬に欠かせないホットドリンクといえば、プンシュ (Punsch) とグリューワイン (Glühwein) だろう。どちらもシナモン、クローブ、オレンジピール等のスパイスや砂糖を加えて温めたアルコール飲料だが、プンシュは蒸留酒、グリューワインは赤ワインをベースとする。屋台の甘い香りに誘われて、一晩で2~3杯飲む人も少なくない。VKI (オーストリア消費者情報協会) ではスタッフを対象に、どちらのドリンクを選ぶのかアンケートを取ったところ、グリューワイン派が多数を占めた。プンシュは甘過ぎるからだという。

そこで、「甘さ控えめ」のはずのグリューワインは、本当に糖分が少ないのかテストすることとした。シュテファン大聖堂前、市庁舎前、シェーンブルン宮殿前など、ウィーン市内の主要クリスマス市

の屋台14カ所の商品を対象とした。

その結果、砂糖類は1ℓ当たり平均80g含まれており、マグカップ1杯 (約0.5ℓ) では角砂糖5.5個分に相当するという。中には1ℓ当たり111.4g (マグカップ1杯で角砂糖7個分) の商品もあり、コーラ飲料 (106g/ℓ) やエナジードリンク (104g/ℓ) よりも砂糖類が多かった。WHO (世界保健機関) は砂糖等の摂取量を1日摂取カロリーの10%までと推奨しており、平均的な成人では砂糖50gに相当するという。これは、屋台のグリューワインを1~2杯飲めば超える値である。

そこで同協会は、グリューワインを手作りすることで砂糖の摂取量を減らせると助言する。赤ワインに市販のスパイスミックス (ティーバッグ状等) と砂糖を入れて、温めるだけである。



フランス

マカロンの鮮やかな色の正体は？

● UFC "QUE CHOISIR" 2019年1月号 <https://www.quechoisir.org/comparatif-macarons-framboise-n61666/>
<https://www.quechoisir.org/comparatif-macarons-pistache-n61686/>

● DGCCRF ホームページ <https://www.economie.gouv.fr/dgccrf/macarons-ronde-des-couleurs>

ピンク、薄紫、黄緑、黄、オレンジと色鮮やかで、丸い形状が愛らしいマカロンは、砂糖、卵白、アーモンド粉末を主な原料とする焼き菓子である。価格は高めで、贈り物として購入する消費者が多い。UFC-QUE CHOISIR (フランス消費者連盟) は、マカロン計16商品 (ラズベリー風味8、ピスタチオ風味8) を対象に、砂糖の量、着色料の種類・量等をテストした。

その結果、砂糖の量は商品100g当たり45~60gとかなり多く、原料の半分程度を占めていることが分かった。また、色の正体は、野菜の色素、昆虫からの抽出物、化学物質など多様だった。

まず、ラズベリー風味品の赤色は、ビーツの色素 (4商品)、カイガラムシから抽出されるコチニール色素 (3商品) 等に由来していた。同連盟はビーツの色素を高く評価する一方で、コチニールはあま

り推奨できないとしており、許容量を超えた1商品は大きく減点された。

また、ピスタチオ風味品の黄緑色は、クルクミンや銅クロロフィル類等に由来するものが多く、評価は比較的高かった。しかし、タートラジンおよびパテントブルーVを含む1商品と、キノリンイエローが微量に検出された1商品には厳しい点数が付いた。タートラジンはアゾ系タール色素で、同連盟は使用を避けるべきとする。キノリンイエローはマカロンへの使用が禁止されている。

なお、DGCCRF (経済・財務省競争・消費・詐欺防止総局) もマカロンの着色料について苦言を呈する。2017~2018年の調査によると、禁止された着色料や許容量を超えた着色料の検出が目立ったという。