

ドイツ

森の中での禁止行為は？

●商品テスト財団『テスト』2019年2月号 <https://www.test.de/Regeln-im-Wald-Was-im-Wald-erlaubt-ist-5428520-0/>

「森の民」と呼ばれるドイツ人の暮らしの中には、いつの時代も森があった。都市化が進んだ現代も、週末になると森の中を散策して過ごす人が多い。このようななか、ドイツで最近、使われるようになった単語が“Shinrin-yoku”（森林浴）である。

商品テスト財団『テスト』誌は、森林浴を日本発祥のトレンドとして取り上げ、森の中で樹木の香りを浴びることにより、リラックス効果や健康効果が期待されると紹介する。しかし、森の中での行動にはルールが伴うことから、同誌は禁止行為について情報提供することとした。

まず、連邦森林法によると、誰でも森に立ち入る権利があり、散歩、ハイキング、ジョギング等を行うことは自由である。一方、テントを張ること、自動車での走行は禁止されている。火災防止のため、3月から10月末にかけての喫煙も禁止される。

また、州法にもよるが、飼い犬にはリードを付けること、乗馬や自転車走行は整備された通路上で行うことが基本である。キノコ、ベリー類、地面に落ちた枝・樹皮等の採取は、個人消費に必要な範囲で行うことが求められる。花を摘む際は根を抜いてはならず、小さな花束にとどめる節度が必要となる。

さらに、クリスマスツリーとして飾った樹木を、検査を経ずに森に移植する行為も禁止される。ドイツの家庭では、毎年クリスマスの時期になると、モミ・トウヒ類を生木で購入する習慣がある。しかし、クリスマス用に市販される樹木は、農場で栽培されたコーカサスモミやコロラドトウヒが主流である。これらの外来種を森に移植すると、生態系に悪影響を及ぼすことから、厳に慎まなければならない。

オーストリア

ダークチョコレートのカドミウム値は大丈夫？

●オーバーエスターライヒ労働者会議所ホームページ https://ooe.arbeiterkammer.at/service/testundpreisvergleiche/tests/Dunkle_Schokolade_Grenzwerte_eingehalten.html
●AGES ホームページ <https://www.ages.at/themen/rueckstaende-kontaminanten/cadmium/>
●欧州委員会規則 488/2014 <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/PDF/?uri=CELEX:32014R0488&from=DE>

カカオ含有量の多いダークチョコレート（高カカオチョコレート）が人気を集め、種類も増えている。ところが、カカオ割合が高いほどカドミウム量も多いという報告がある。カドミウムは土壌等の環境を通して、さまざまな食品に取り込まれる重金属の一種である。多量摂取により、腎臓障害を起こすおそれがあると言われている。そこで、EU（欧州連合）の欧州委員会規則（488/2014）では食品の種類ごとにカドミウムの上限値を定めている。このうち、カカオ・チョコレート類の上限値は2019年1月1日から適用された。これによると、例えばカカオ分30%未満のミルクチョコレートでは0.10mg/kg、カカオ分50%以上のダークチョコレート等では0.80mg/kgが上限とされる。

そこで今回、オーバーエスターライヒ労働者会議

所はダークチョコレート18商品を試買し、AGES（オーストリア保健・食品安全局）にカドミウム量のテストを委託した。テスト品のうち15商品がカカオ分70%以上で、最高は93%だった。

テストの結果、すべての商品がEUの上限値を大きく下回っていた。最も値が高かったのは、カカオ分93%の商品（0.341mg/kg）だが、今回のテスト品を全体的に見ると、カカオ分が多いからといって、必ずしもカドミウムが多いわけでもないことが分かった。

なお、同会議所によると、ベジタリアン、子ども、喫煙者は、カドミウム摂取量が比較的高くなりやすいという。また、ミネラル（特に鉄、カルシウム）が不足しがちな女性のほうが、男性に比べてカドミウムを取り込みやすいとのことである。



イギリス

年齢制限 TVCM はどれくらい見られている？

● ASA ホームページ <https://www.asa.org.uk/news/report-reveals-exposure-of-children-to-age-restricted-tv-ads-is-falling.html>

ほか

イギリスにおける広告規制は、まず広告規範（以下、コード）の制定や改正を自主規制機関であるCAP（広告慣行委員会）およびBCAP（放送広告慣行委員会）が行い、広告の正確性等の監視や苦情処理をASA（広告基準機構）が担っている。そして、政府独立規制機関のOFCOM（放送通信庁）が最終的な執行権限を持つ、というしくみだ。コードは誇大広告や人種差別など倫理的に不適切な表現などを規制するが、特に影響を受けやすい子どもの感性を保護するため、放送時間帯およびCMを入れる箇所やその内容（アルコールやギャンブルのCM出演者の年齢や文言など）を制限している。

ASAはこのほど、アルコール、ギャンブル、HFSS（脂質・塩分・糖分などの多い）食品・飲料のCMに子どもたちがどのくらい曝^{さら}されたか最新の調査レポートを発表した。それによると、子ども

^{おおむ}（概ね17歳以下。ただしアルコール、ギャンブルに関しては18歳以下）は週平均161.2本のCMを視聴し、そのうちアルコール商品が1本、ギャンブル関連が2.8本、HFSS食品・飲料のCMは9.6本であった。

今回のレポートでは全般的にTV視聴が減少していることが明らかになったが、これがメディアに接する習慣がネットに移行したためであるかは検証を要するとしている。今後も現在の制限基準の有効性とCMの表現のバランスの論議をさらに周知していくよう努めるとしている。

2018年、ASAはオンライン広告規制強化に向け新たな5カ年戦略を発表した。現在、年齢制限オンライン広告に子どもたちがどのくらい曝^{さら}されているか、情報・データを収集しており、2019年中に年間レポートを公表する予定である。



アメリカ

e シガレットのさまざまな危険性

● FDA ホームページ <https://www.fda.gov/tobaccoproducts/labeling/productingredientscomponents/ucm539362.htm>
● FEMA 合衆国消防局ホームページ https://www.usfa.fema.gov/downloads/pdf/publications/electronic_cigarettes.pdf
● Consumer Affairs ホームページ <https://www.consumeraffairs.com/news/vape-pen-explosion-leads-to-death-of-texas-man-020619.html>

ほか

eシガレット（電子タバコ）は、さまざまな風味のニコチンを含むリキッドを加熱してその蒸気を吸引するもので、従来のタバコより安全で健康的というイメージなどから流行している。

しかし、CDC（疾病予防管理センター）は従来のタバコよりは少ないものの、依然として健康への影響は否定できないとする。青少年の間でも、フルーツやミント等の風味が好まれ使用が広がっており、CDCの調査では、若年層のタバコ（eシガレット含む）の使用者数が38%も増え、高校生の4人に1人、中学生でも14人に1人に上ったという。FDA（食品医薬品局）などは、これがタバコ喫煙への入り口となると懸念を表明、FDA長官も販売禁止を含む強硬手段も検討すると述べている。

さらに2019年1月、リキッドを加熱する電池が顔面近くで爆発し、若い男性が死亡した。

FEMA（連邦緊急事態管理庁）合衆国消防局によると、2009～2016年にeシガレットの爆発、火災が195件報告され、負傷者は133人（うち38人が重体）に上った。また、NEISS（全国製品傷害電子サーベイランスシステム）の2015～2017年のデータを精査した大学チームは、爆発により推計2,035件の傷害事故があったとしている。

eシガレットは手元やポケットなど身体にごく近い位置にあるため、発火・爆発するとその被害は甚大・致命的で、消防局はリチウムイオン電池を使用したeシガレットを禁止すべきと主張する。FDAでは、安全に使用するため、●安全基準を満たす機器を使う●電池は小銭や鍵などの金属製品と接触しないよう保管する●機器を一晩中充電しないなどの正しい使用法をアドバイスして注意喚起するとともに、事故の際は報告するよう呼び掛けている。