



ドイツ、フランス

日本人の不思議な習慣「マスク」に脚光

- 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
<https://www.verbraucherzentrale.de/aktuelle-meldungen/gesundheit-pflege/corona-welchen-schutz-gibt-es-fuer-mund-nase-und-augen-46171>
- フランス国立消費研究所ホームページ
<https://www.60millions-mag.com/2020/05/12/entretenir-un-masque-en-tissu-nos-reponses-vos-questions-17431>

新型コロナウイルス感染症が流行するまで、ヨーロッパの日常生活では、人前で顔を覆うという発想がなく、マスクを着ける習慣が定着しなかった。そこで、「日本人はなぜマスクをするのか？」と大真面目に論じられることもあった。それによると、花粉症対策、風邪の予防、ノーメイクの顔を隠すのに都合というものから、日本人独自の繊細さ・礼儀正しさに由来するという指摘までであった。

先頃、マスクの効用によりやく気づいたヨーロッパでは、国によって公共交通機関やスーパーでマスク着用義務が課されたこともあり、マスクの争奪戦に発展したことは記憶に新しい。そこで、入手困難なら自分で作ろうと考える消費者が増え、サイト上には各国語で、身近な布を使ったマスクの作り方を

紹介する動画があふれるようになった。

ノルトライン・ヴェストファーレン消費者センターのホームページには、手作りの布マスクを使う際の注意点が掲載されている。ドイツではマスク初心者が大多数を占めることから、基本的な使用上の注意が中心である。例えば、他人への感染を防ぐためには、マスクで鼻と口をしっかりと覆うこと、使用の度に洗剤で洗濯し、よく乾燥させることなどである。

また、フランス国立消費研究所のホームページには布マスクの洗濯方法に関するQ&Aが掲載された。同国でもマスクは目新しい生活用品であり、消費者の戸惑いは大きい。そこで、例えば、殺菌・乾燥のためにオーブンや電子レンジで加熱しないよう注意を促すなど、ここでも基本的な情報が中心である。



ドイツ

翻訳アプリを利用する際は誤訳に注意を

- 商品テスト財団「テスト」2020年5月号
<https://www.test.de/uebersetzungs-apps-im-test-die-meisten-tragen-wenig-zur-voelkerverstaendigung-bei-5196502-0/>

新型コロナウイルスの感染拡大を契機に、自宅で過ごす時間が増えた消費者にとって、外国語を学び直すチャンスともいえる。そこで、商品テスト財団は翻訳アプリ15品の比較テストを行った。いずれのアプリも無料で利用できるが、そのうち8品には有料版もある。また、全アプリがテキスト入力のほか、音声入力に対応していた。

翻訳の質をテストするため、休暇旅行でよく使うフレーズをドイツ語から英語、フランス語、イタリア語、スペイン語、トルコ語に訳すとともに、その逆も行った。その結果、誤訳・珍訳が続出したという。例えば、ドイツ語の口語表現で、「さっぱり理解できない」と入力したところ、「私は駅だけを理解している」と見当違いの訳文となったとのことであ

る。これは、イディオム中の単語に引きずられた悪い例とされる。また、外見の似た単語を区別できなかったり、多様な意味を持つ文章を正反対に訳した例もあった。人間が翻訳する際は、その場の状況や文化的背景、経験等を総動員して、最適な訳文を捻出できるが、機械に期待するのは酷なようだ。

もっとも、誤訳は避けられないとしても、同財団は翻訳アプリ自体の利便性は認めている。ただし、不正確な訳文が混乱を招くことから、移民等がドイツ語学習に使うメリットは小さいとする。同財団が数年前に移民向けのドイツ語学習アプリをテストした際も、アプリだけでドイツ語力を身に付けることの難しさを指摘した*。これらのテスト結果は、デジタル化が進んだ現代でも、人間の判断力の重要性を示唆している。

* ウェブ版「国民生活」2016年7月号「海外ニュース」参照 https://warp.da.ndl.go.jp/info:ndl.jp/pid/11436742/www.kokusen.go.jp/wko/pdf/wko-201607_10.pdf



アメリカ

自動車の買い方が変わる？

● CRホームページ <https://www.consumerreports.org/buying-a-car/now-may-be-the-right-time-to-buy-a-new-car/>

新型コロナウイルス感染拡大で人的にも経済的にも多大な影響に見舞われているアメリカだが、CR（コンシューマーレポート）は、自動車を購入したい人には今がチャンスという。

4月の新車販売台数は前年同期の約半数と大幅に減少し、各ディーラーは4カ月分相当の在庫を抱えている。そのため、メーカー希望小売価格より平均10%も安くなり、さらに数千ドルものキャッシュバック、7年間無利子のローン、などさまざまな特典で販売促進している。CRは、消費者自身が事前にネットで各モデルやオプションについて調査し、ローンなどの資金計画も前もって電話やメールで交渉しておくことを勧めている。この方法は、ベテラン販売員の圧力をかわせるだけでなく、ソーシャル・ディスタンスの実践にもかなう。実際にディーラー

に出向くのは試乗と対面で契約書に署名する際のみ、ということも可能だ。

さらに、感染状況などにより外出制限が厳しい地域では、オンライン販売に乗り出すディーラーも増えてきたという。自宅から車を購入する際も最初はやはりネットで調べて希望車種やオプションを検討し、試乗の日時を設定する。現在、多くのディーラーで販売員が同乗しない試乗や自宅への試乗車配送サービスを提供している。ローンの申し込みもオンラインで、署名が必要な契約書も州法の規定によっては郵送で可能な場合もあるという。

最新の価格情報や値引き保証などを提供するCRの自動車購入サービスサイトでも在宅購入プログラムへの登録ディーラーが増加。リモートで書類を作成し、消毒済み車両の自宅配送時に契約完了する。



香港

食用塩からマイクロプラスチック

● HKCCホームページ https://www.consumer.org.hk/ws_en/news/press/522/table-salt.html

HKCC（香港消費者委員会）はこのほど市販の食用塩をテストしたところ、品質や価格に大きな差異があり、また、今回初めてマイクロプラスチックを検出したという。テストしたのは、海塩19、岩塩9、ヨード添加塩4など合計39銘柄。

分析の結果、6割以上の25銘柄から製造過程で除去されるはずの金属などの汚染物質が検出された。中でも岩塩2銘柄（うち1銘柄は最高価格）からは、CODEX基準および中国本土基準や11月に香港で施行される食品異物混入の基準を超える3mg/kgの鉛が検出された。ほかの岩塩からは基準をわずかに超えるヒ素も検出された。燻製塩からは発がん性と遺伝毒性が指摘される多環芳香族炭化水素が検出された。

添加物は、いずれも基準範囲内だが固化防止剤が

33銘柄から検出された。「ミネラル豊富」と表示の銘柄でもいずれもカルシウム、マグネシウム、カリウム等のごく微量。また、ヨード添加塩の1銘柄にはヨードがまったく含まれず、医療目的で摂取が必要な消費者のためにも正しい表示が求められる。

海塩4銘柄からは種々のマイクロプラスチックを検出。人体に及ぼす影響はまだ確定してはいないが、マイクロプラスチックはある種の有害化学物質を吸収し、またその成分を放出するとされる。検出されたマイクロプラスチックが食用塩の原料である海水由来だとすれば、海洋のプラスチック汚染の深刻度を表し、最終的に食物連鎖に取り込まれていることを示すものだとして、消費者にプラスチック製品の利用やゴミを削減する持続可能なライフスタイルを推奨している。