

消費者問題をよむ・しる・かんがえる

ウェブ版

国民生活12

NO.136 (2023)

特集 玩具による子どもの事故を防ぐ

特集1	消費生活用製品の安全確保について －子ども向け製品による事故の防止－	1
特集2	商品テスト業務の紹介と玩具等に関する商品テスト事例	5
特集3	玩具安全基準と玩具安全マーク制度の概要	8
消費者問題アラカルト	ジュエリーの知識 －安心してジュエリーを購入し、楽しむために－	10
フェアトレード －あなたの消費で世界を変える－	フェアトレードの広がり (3)	14
省エネ住宅でも快適に住まう工夫	日本の住まいのこれから	17
美容医療の基礎知識	アンチエイジング	20
海外ニュース	<オーストリア> 缶入りココナッツミルクのビスフェノール A に注意 <イタリア> 緑に囲まれた自転車都市	23
消費者教育実践事例集	だまされない「奈良」つくります －地域と消費生活センターのパイプ役として－	24
気になるこの用語	薬機法と化粧品・薬用化粧品	26
相談情報ピックアップ	中古自動車売却トラブル －強引な勧誘やキャンセル妨害に注意！－	28
暮らしの法律 Q&A	チキン予約後に店が倒産。代金を返金してほしい	29
暮らしの判例	平日夕方の混み合うスーパーマーケットにおいて、レジ前の通路に惣菜売り場でセルフ方式によりパックする方式で販売されているかぼちゃの天ぷらが落ちており、会計をしようとした客がこれを踏み足を滑らせ転倒し負傷した事例における、スーパーマーケット経営会社の責任（責任否定）	30
誌上法学講座	定型約款	35

玩具による 子どもの事故を防ぐ

特集1



消費生活用製品の安全確保について —子ども向け製品による事故の防止—

経済産業省 産業保安グループ 製品安全課

● はじめに

消費者や事業者、自治体の皆様におかれましては、平素より製品安全行政にご理解とご協力をいただき、誠にありがとうございます。

経済産業省製品安全課では、4つの法律「消費生活用製品安全法(消安法)」「電気用品安全法(電安法)」「ガス事業法(ガス事法)」「液化石油ガスの保安の確保及び取引の適正化に関する法律(液石法)」のいわゆる製品安全4法を所管しており、各法において指定する計493品目(2023年10月現在)については、技術基準を満たしていることを示すPSマーク等の表示を求めるとともに、製品事故を未然に防止し、安全な製品を流通させるための法令業務を執行しています。

また、消安法の「重大製品事故の報告・公表制度」では、事故が発生した場合に製造・輸入事業者は認知してから10日以内に消費者庁に報告することが義務付けられており、独立行政法人製品評価技術基盤機構(NITE)と連携しながら年間約1,000件発生している重大製品事故の原因究明や公表を行い、製品事故の再発防止・未然防止につながる取組を進めています。

一方で、消費者の誤使用や不注意による重大製品事故も一定数発生しています。こうした事故を防ぐには、消費者に製品の正しい使い方等をご理解いただくこと、事業者には製品事故防止のための検証や積極的な情報発信等に取り組ん

でいただくことが重要です。経済産業省は、消費者向けの注意喚起はもちろん、事業者の製品安全への取組を企業価値向上の一環として定着いただくため、関連する施策にも注力しています。

例えば、2007年から毎年、製品安全を確保するための社内体制の構築・運営や優秀な取組を行った企業に対して「製品安全対策優良企業(PSアワード)」として表彰を行っています。また、子どもに人気のキャラクターとのコラボレーションや、電器店と協力して製品安全イベントを開催するなどしてファミリー向けの製品安全の啓発も実施しています。

このほか、経済産業省では、メーカーに対して必要なデータを提供することで、操作性を高め、誤使用を防ぐ高齢者対応製品の開発促進や、インターネット市場における製品安全4法^{じゆんしゆ}遵守状況確認のためのネットパトロール、IoT対応製品の安全確保を推進し、安全ガイドラインを策定するなどの取組も行っており、これら取組を通じて、わが国の製品安全を推進しています。

● 消費生活用製品安全法の概要

消安法は、その第1条に規定されているとおり、「消費生活用製品による一般消費者の生命又は身体に対する危害の防止を図る」ことを目的としており、この目的を達成するための手段として、「国による安全性の規制」と「民間事業者の自主的な活動の促進」の2つを掲げています。

これは、技術進歩や品質管理の充実等により民間事業者の能力が向上していることを踏まえ、製品の安全性を確保しつつ、さらに向上してもらうためには、消費生活用製品の安全性を確保するためのルール策定を国の役割としたうえで、具体的な製品の安全性については民間事業者の自主的な活動を通じて確保することが最適であるとの観点から、両者の役割分担を明確にし、これを通じて消費者に対する危害の発生を未然に防止していくことを示したものです。

現在、消安法は、PSCマーク制度のほか、製品事故に関する情報を社会全体で共有し、事業者と国が一体となってその再発を防止する製品事故の報告・公表制度、経年劣化による製品事故を未然に防止する長期使用製品安全点検制度の3つを柱として施策を推進しています。本稿では、2023年6月に消安法での規制対象製品(特定製品)として新たに2品目が追加されたことを踏まえ、PSCマーク制度について説明します。

1. PSCマーク制度

消安法では、主として一般消費者の生活の用に供されるもののうち、特に安全性の見地から規制の必要があるものを「特定製品」として指定し、これらについて国が技術基準を定め、その技術基準に適合していることを示す表示(PSCマーク：PS(Product Safety = 製品安全)C(Consumer = 消費者)マーク)が付されたものでなければ販売してはならないこととしています。

この規制が効力を発揮し、技術基準に適合しない特定製品が販売されることを未然に防止するため、特定製品の製造事業者及び輸入事業者は、国に対し事業を開始する旨等の所要の届出を行い、自主検査の実施とその記録の作成・保存義務を果たし、技術基準に適合することを確認した製品にマークを表示することができることとしています。

また、特定製品のうち安全性の確保が不十分な事業者があると認められるものについては、

「特別特定製品」として指定し、自主検査及び検査記録の作成、保存義務に加えて、主務大臣の登録を受けて検査を実施する者(登録検査機関)の適合性検査により技術基準への適合が確認された場合には、それを示すマークを表示することができることとしています。

なお、技術基準に適合しない特定製品が市場に出回るような場合には、主務大臣が製造事業者等に危害防止命令を発動し、当該製品の回収を図ること等、危害の拡大を防止するために必要な措置をとるべきことを命ずることができます。

2. 特定製品

特定製品は、主として一般消費者の生活の用に供されるもののうち、特に安全性の見地から規制の必要があるもので、構造、材質、使用状況等からみて、一般消費者の生命又は身体に対して特に危害を及ぼすおそれが多いと認められる製品です。これらは、実際の製品事故等を端緒として指定され、適合すべき技術基準が定められています。

例えば、「ライター」については、消安法での規制対象製品に指定される前、子どもによるライターを使った火災事故が多発していたため、社会的な関心の高まりを踏まえ、業界団体や行政が消費者に対する注意喚起に注力した時期がありました。しかし、安価で大量に流通する簡素な構造の使い捨てライターは、基本的な安全性が確保されていなかったため、そのようなライターを出火原因とする火災が多い状況が続きました。こうした状況を受け、2010年12月にライターは特別特定製品に指定され、子どもが簡単に操作できないチャイルドレジスタンス機能の義務化、ノベルティライターの禁止等を内容とする技術基準が設けられました。

現在、特別特定製品として「乳幼児用ベッド」「携帯用レーザー応用装置」「浴槽用温水循環器」「ライター」の4品目が、また、特定製品として「家庭用の圧力なべ及び圧力がま」「乗車用ヘル

メット」「登山用ロープ」「石油給湯機」「石油ふろがま」「石油ストーブ」「磁石製娯楽用品」「吸水性合成樹脂製玩具」の8品目が指定されています。

● マグネットセットと水で膨らむボールの規制について

磁石製娯楽用品(いわゆるマグネットセット: 3~5mmの球体又は立方体型の磁石にめっき処理を施し、数十個以上を1セットとして販売しており、磁石同士を引き合わせ、立方体のかたちを組み立てるなど、パズル感覚で遊ぶ製品)については、2017~2022年に、子どもが複数個の磁石を誤飲し腸壁を挟んで強力な磁石が引き合うことにより開腹手術による摘出が必要となった事故が11件発生しました。また、吸水性合成樹脂製玩具(いわゆる水で膨らむボール: 水に浸して放置することで、元の数倍の大きさに膨潤する現象を子どもが楽しむことを目的に販売している高吸水性の合成樹脂製ボール)については、2021年に乳幼児がこれらの製品を誤飲したため腸内で大きく膨らみ、開腹手術による摘出が必要となった事故が4件発生しました。

当該2品目は、事故が発生する危険性が高く、被害も重大であることから2023年1月30日に消費経済審議会製品安全部会で審議され、特定製品に追加することとなり、同年6月19日、新たな規制が開始されています。

なお、当該2品目は、後述の技術基準を満足する製品のみ製造・輸入することができますが、経過措置期間(2023年12月18日まで)が設けられ、製造・輸入・販売事業者は、PSCマークのない製品でもその間の販売は可能とされました。

1. 磁石製娯楽用品の対象の範囲及び技術基準の内容

磁石製娯楽用品は、磁石と他の磁石とを引き合わせるにより玩具その他の娯楽用品として使用するものであって、これを構成する個々の磁石又は磁石を使用する部品がISO 8124-1

に規定されている「小部品シリンダー」に収まる大きさ以下のものとしています。国際規格に則り、3歳未満の子どもが誤飲するおそれがある大きさの磁石又は磁石を使用する部品を含む製品のみを規制対象としています。なお、規制対象の該非判断にあつては、対象年齢や子ども向け製品か否かは考慮されません。

また、磁石製娯楽用品が満たすべき技術基準としては、注意表示事項に加え、仮に磁石等を誤飲した場合でも、体外に自然排出される水準として、国際整合性等の観点から米国や欧州等の諸外国の規制を参考に、 $50(\text{kG})^2 \cdot \text{mm}^2$ 未満としています。これにより、3歳未満の子どもが複数個の磁石又は磁石を使用する部品を誤飲した場合であっても、体外に自然排出されるため、開腹手術が必要になるといった重大な製品事故リスクが低減されます。注意表示事項については、磁石製娯楽用品の容器包装の表面の見やすい場所に、次の3点を適切に表示する必要があります。

- ①満3歳に満たない乳幼児に使わせない旨
- ②満3歳に満たない乳幼児の手が届かないところに保管する旨
- ③子どもが万が一誤飲した場合には、速やかに医師の指示を受ける旨

なお、当然ながら、規制の端緒となったいわゆるマグネットセットにあつては、規制対象となり、磁力が強力のため、技術基準に適合ができずに販売ができなくなります。

2. 吸水性合成樹脂製玩具の対象の範囲及び技術基準の内容

吸水性合成樹脂製玩具は、水を吸収して膨潤するゲルを使用した合成樹脂を玩具の用に供することを目的に販売されている玩具であつて、水を吸収する前の状態の合成樹脂の部分がISO 8124-1に規定されている小部品シリンダーに収まる大きさ以下のものに限定しています。磁石製娯楽用品と同様、乳幼児が誤飲することで生じる事故発生のリスクをなくするため、吸水前

の状態にあって誤飲するおそれのない製品は規制対象外となっており、対象年齢の表示をもって規制対象から外れるものでもありません。また、知育玩具として販売される製品も規制の対象となります。

技術基準も磁石製娯楽用品と同様に大きく2項目が設定されています。磁石製娯楽用品と同様の注意表示事項のほか、仮に玩具等を誤飲した場合でも体外に自然排出される水準として、国際整合性等の観点から米国や欧州等の諸外国の規制を参考に、吸水することにより、吸水性合成樹脂製玩具の幅、高さ及び長さのいずれもが、50%を超えて膨潤しないことを規定しました。また、50%を超えて膨潤する場合にあっては、膨潤後の合成樹脂の部分が直径20mmの穴を損傷せずに通過できるものは、子どもが誤飲しても腸閉塞等の重大な被害に至るリスクが十分に低い^{へい}ため、技術基準に適合するものと整理しています。

● 今後について

製品安全行政を巡る環境は大きく変化して^{めぐ}おります。2022年に日本国内の消費者向け電子商取引(BtoC-EC)の物販系分野における市場規模が約14兆円となるなど、インターネット取引はますます活発化していますが、インターネットモール等において主に海外から輸入される、又は海外から直接販売される製品について、製品安全4法の技術基準を満たさず、PSマーク等の表示もなく販売されたり、そのような安全ではない製品による重大製品事故が増加したりといった状況にあります。また、子ども用製品については、大人向けの製品以上の安全性が求められますが、海外で製造された、安全性が担保されていない玩具等がインターネットを通じて流入・流通しやすくなっています。

こうした環境変化の中、リコール製品や安全ではない製品がもたらす、生命・身体に及ぼすリスクから消費者を保護することを目的に、2021年

のOECD消費者国際会議において、「製品安全誓約」に求められる主要な取組を示した声明が公表され、日本を含めたOECD加盟国は、各国・地域内で同様の誓約を策定することが推奨されました。経済産業省は、インターネットモール等運営事業者及び消費者庁をはじめとする関係省庁と連携してこの取組を推進し、2023年6月、国内の主要なインターネットモール等運営事業者7社による製品安全誓約の署名が行われました。

製品安全誓約について、経済産業省が所管する法律では製品安全4法の分野が先行して取組の対象となりました。署名したインターネットモール等運営事業者は、リコール製品や技術基準等を定める法令に違反した製品の出品を削除する取組や、その取組を実施するための内部管理体制の構築・維持等を行うこととなり、署名者が運営するインターネットモール等において取引される製品の安全性の更なる向上が図られています。

製品安全誓約という、製品安全に係る法的枠組みによらない、自主的な取組が開始された一方、経済産業省としては、インターネットを通じて取引される製品及び玩具等の子ども用製品について、更なる安全確保を促進するため、2023年1月に「消費生活用製品の安全確保に向けた検討会」を設置し、同年6月までの計6回にわたり、製品安全4法の課題整理及びその対応策に関する検討を行いました。この検討結果を基に政府において更なる検討を進めることとしたところであり、産業構造審議会製品安全小委員会等において規制の在り方について検討を行っています。

経済産業省としては、社会状況の変化に適切に対応しつつ、製品安全を文化として根付かせ、わが国での製品起因による事故や製品の誤使用・不注意による不慮の事故を可能な限り防ぎ、誰もが安心して暮らすことのできる社会を実現するため、皆様の協力をいただきながら、引き続きの製品安全行政の推進に努めてまいります。



商品テスト業務の紹介と 玩具等に関する商品テスト事例

国民生活センター 商品テスト部

● 国民生活センターの商品テスト

国民生活センターが実施している商品テストは、大きく分けて2種類あります。

(1) 苦情相談解決のためのテスト

消費者が、使用した商品により事故に遭ったり、表示に疑問を持ったりした場合、最寄りの消費生活センター等に相談できます。当センターでは、消費生活センター等が行う商品に関する苦情相談対応を支援するため、依頼に基づいて「苦情相談解決のためのテスト」を実施しています。その結果は、消費生活センター等のあっせん等に活用されています。

(2) 注意喚起のためのテスト

苦情相談解決のためのテストの結果、当該品のみならず商品群として問題があると考えられる場合や、PIO-NET、医療機関ネットワーク、医師からの事故情報受付窓口(ドクターメール箱)等に寄せられた商品による被害情報を分析し、問題があると考えられる場合は、同種事故の未然防止・拡大防止を目的とした「注意喚起のためのテスト」を実施し、マスコミ等を通じて広く情報提供しています。テストは、取扱説明書や規格、基準にとられない、生活実態に即した方法で行い、商品の問題点を指摘し、事業者、業界団体に改善等を要望するとともに、必要に応じて行政に事業者指導や規格・基準の制定、見直し等を要望しています。

● 玩具や子どもが使用する 商品に関するテスト

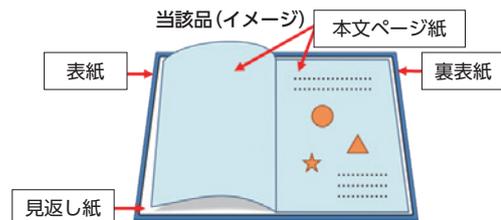
苦情相談解決のためのテスト事例

消費生活センター等からの依頼に基づいて実

施したテスト結果をご紹介します。

(1) ページの縁で乳児が指を切った絵本

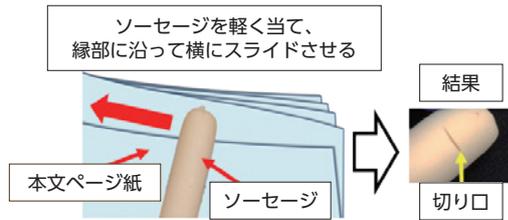
「子ども用教材の絵本の縁で乳児が指を切った。商品に問題がないか調べてほしい」という依頼を受けました。当該品は、絵本4冊セットのうちの1冊でした。相談者によると、9カ月の乳児が一人で絵本の最初の2～4ページをめくった際に、ページの端で右手薬指第一関節あたりに切傷を負ったとのことでした。



テストは、当該品のほか絵本4銘柄を参考品として購入し実施しました。現在のところ、当該品のような絵本の紙の縁部の鋭さについて定められた公的な規格はありません。そのため、日本の玩具安全基準((一社)日本玩具協会のST基準)のST-2016「第5章 5.8 鋭い縁部の試験」及び米国の安全規格(機器の縁の鋭さに対する試験UL1439)を準用し、シャープエッジテストを行いました。その結果、いずれも表紙及び裏表紙の外周、本文ページ紙の縁は“潜在的に危険な縁部”“人体傷害のおそれにつながる鋭い縁部を持っている”とは判断されませんでした。

次に、ソーセージを指に見立てて、縁部によって表面に切り口ができるかのテストを行いました。ソーセージを各紙の縁部に軽く押し当て(0.1～0.2N程度の力)、横にスライドさせました。その結果、いずれも、表紙と裏表紙ではソーセージに切り口はできませんでしたが、本文ページ紙や見返し紙ではわずかな力であって

も容易に切り口ができることが確認されました。



また、表示を調査したところ、当該品には「紙によって指を傷つけることがある」といった取扱い上の注意表示等はありませんでした。一方、参考品には、いずれも表紙もしくは裏表紙に「紙で手や指を傷つけることがあるため注意してください」といった注意表示がありました。

依頼センターがテスト結果を事業者に説明したところ、事業者から「注意書きの記載について、改訂に向けて検討中である」との報告がありました。

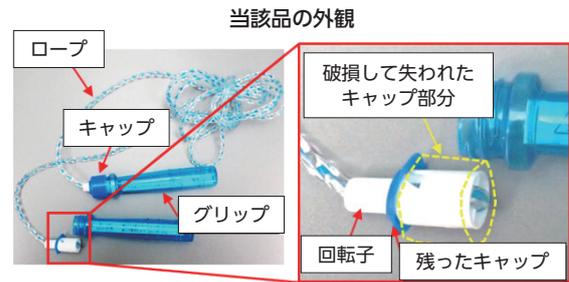
(2) グリップの付け根部分が破損した縄とび

「縄とびを初めて使用したところ、グリップの付け根部分が破断した。商品に問題がないか調べてほしい」という依頼を受けました。

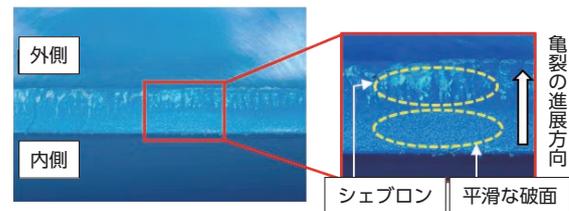
当該品は、グリップに挿入されたロープの端の回転子がグリップから抜けないように取り付けられたキャップのうち一方が破損し、大部分が失われていました。また、破損していないほうのキャップのネジの内径は、グリップのネジの外径よりも小さく、グリップの根元までねじ込むことができませんでした。一方、別途購入した同型品のキャップのネジの内径は、グリップのネジの外径よりもやや大きく、グリップの根元までねじ込むことができました。

次に、破損した当該品のキャップの破断面を観察したところ、キャップの内側には、過大でゆっくりとした力による破壊の際にみられる平滑な破面が、外側には、衝撃的な力によって一気に破壊したときにみられる脆性破壊(ほとんどもう変形を生じないで割れが広がる亀裂)を示すシェブロン(松葉状模様)がみられたことから、破壊の起点は内側にあり、キャップに内側から外側に押し広げられるような応力が掛かるなど

してひび割れが進んだあと、引きちぎられるように一気に破壊が進んだものと考えられました。



当該品のキャップの破断面



このように、当該品の破損していなかったほうのキャップのネジの内径と、グリップのネジの外径の関係から、ロット不良または単品不良の可能性が考えられました。このキャップをグリップに相当程度強くねじ込んだことで初期の亀裂が発生し、最初の使用で一気に破壊した可能性が考えられました。

依頼センターがテスト結果を事業者に説明したところ、事業者から「キャップの成型不良と考えられるので、製造工場に金型の検査を行うよう指示を出した」との回答がありました。

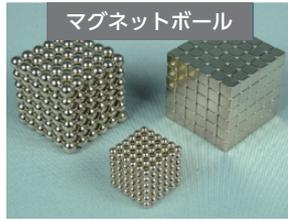
注意喚起のためのテスト事例

(1) 強力な磁力を持つマグネットボールの誤飲事故

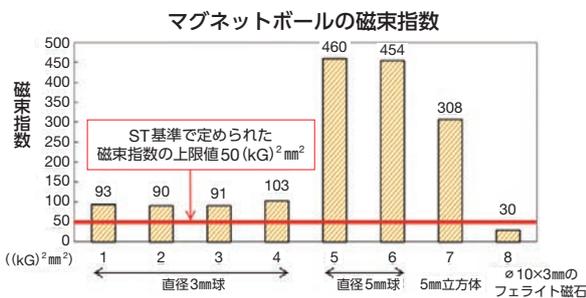
当センターでは、2018年4月、医療機関ネットワーク及びドクターメール箱に寄せられた、強力な磁力を持つネオジム磁石の誤飲事故について、注意喚起を行いました。

事故の起きた商品は、マグネットボール(マグネットセット)と呼ばれる「パズル」や「おもちゃ」「玩具」などとうたって販売されていた球体または立方体の磁石で、3mmや5mmの小さいものであれば200個程度が1セットとなったものが多くみられました。磁力を利用して、複数個をつないで平面的、立体的にいろいろな形状を作って

遊ぶことをうたった商品です。いずれの事例でも複数個の磁石を誤飲しており、胃と腸管壁を隔てて吸着し穿孔(穴があくこと)していたなど重篤なもので、開腹手術や腹腔鏡下手術等で摘出されました。



インターネット通販で販売されていたマグネットボール7銘柄の磁力の強さ(磁束指数)を調べたところ、いずれも(一社)日本玩具協会の基準(ST基準)を超えるものでした。



テスト結果等から、強力な磁力を持つマグネットボールは、子どもの使用を想定した玩具ではないこと、子どもには触れさせないこと、誤飲した可能性がある場合には、すぐに医療機関を受診することを消費者に注意喚起しました。

その後、マグネットボールについては、消費者安全調査委員会と(公社)日本小児科学会が注意喚起、経済産業省から主要なインターネットモール事業者へ注意喚起を要請(2021年11月)、消費者安全調査委員会が報告書を取りまとめ、経済産業大臣に法令による規制の検討を意見具申(2022年3月)という事故の再発防止・拡大防止に向けた取り組みがありました。そのような中、ドクターメール箱に再び事故情報が寄せられたことを受け、2022年9月、当センターでは改めて消費者へ注意喚起するとともに、行政に対して、法令による規制の検討等を要望しました。

(2) 水で膨らむボール状の樹脂製玩具の誤飲事故

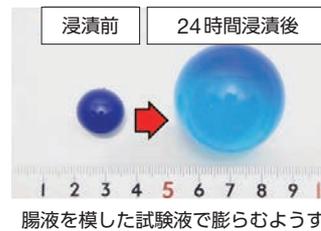
水で膨らむボール状の樹脂製玩具でも重篤な誤飲事故情報が寄せられ、2015年10月、2021年12月、2022年3月に当センターでは注意喚

起を行いました。

事故は、玩具やインテリア用品などとして販売されていたもので起きており、当初1cm程度の大きさのボール状の合成樹脂が、吸水することで4~5cm程度に大きくなるというものです。ほとんどの事例で腸閉塞が疑われ、開腹手術により摘出されました。



テストでは、体内に入ったことを想定して腸液を模した試験液に浸せきしたところ、胃液を模した試験液に浸せきしたときよりも大きく膨らみ、最も大きくなったもので24時間後に直径15mm程度のものが40mm近くになりました。



誤飲した場合には、胃では膨らまず通過し、腸で膨らんで閉塞する可能性が！(最大で直径15mm程度のものが40mm近くに)

テスト結果等を受け、消費者には対象年齢以上であっても、子どもが使用するときは保護者の監督下で行い、子どもが容易に持ち出せない場所に保管する、対象年齢未満の子どもがいる家庭では、水で膨らむ樹脂製品の購入を控える、誤飲した可能性がある場合には、すぐに医療機関を受診するよう注意喚起しました。行政に対しては、玩具として販売することの是非について検討することなどを要望しました。

法による規制の対象に

2023年6月、磁石製娯楽用品及び吸水性合成樹脂製玩具が消費生活用製品安全法の特定製品に指定されました。これにより、当センターがテストを実施した、磁力が強いマグネットボールや吸水して大きく膨らむボール状の樹脂製玩具は技術基準に適合しないため、一定の経過措置が終了する同年12月19日以降は、国内での販売ができなくなります。



玩具安全基準と 玩具安全マーク制度の概要

藤沢 久 Fujisawa Hisashi 一般社団法人日本玩具協会 事務局長

● はじめに

子どもは、遊びからいろいろな経験を得て、成長していきます。その遊びをより楽しく、より豊かにするものが「おもちゃ」です。

おもちゃは、安全で、楽しく、面白く、丈夫で、しかも子どもたちの心身の成長に役立つものでなければなりません。そして、何万種類とあるおもちゃが、安全であることは特に必要なことです。わが国で販売されるおもちゃの安全性を高めるために、日本玩具協会(以下、当協会)は1971(昭和46)年に玩具安全基準(ST基準)を策定するとともに、玩具安全マーク(STマーク)制度を創設しました。このST基準・STマーク制度はわが国のおもちゃの安全確保に大きく貢献してまいりました。

● ST基準とSTマークについて

ST基準は、第1部(機械的・物理的特性)、第2部(可燃安全性)、第3部(化学的安全性)の3部構成となっています。

近年、おもちゃの安全に関するISO規格の開発が進展しています。ST基準についても、第1部、第2部はISO規格に準拠、第3部は食品衛生法の玩具規制を基礎としています。なお、ST基準は14歳未満の子ども向けのおもちゃを対象としています。

このST基準について、中立的な第三者試験機関で検査を受け基準適合が確認された玩具に、消費者にとって安全安心のよりどころとなるSTマークを表示することができます。

当協会は、このSTマーク制度を管理・運営

しています。2023年9月末現在、312社とSTマーク使用許諾契約を締結し、年間約1万2千点のおもちゃについてSTマークの使用を認めています。

● ST基準の概要

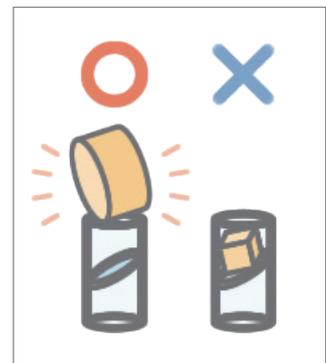
ST基準では、おもちゃを作るときに、安全を確保するために必ず守らなくてはならない試験項目を設定しています。

(1) 機械的および物理的特性の検査

この項目では、おもちゃの形状や強度に関する検査をします。次の2つの検査例を紹介します。

① 小部品試験(誤飲防止)

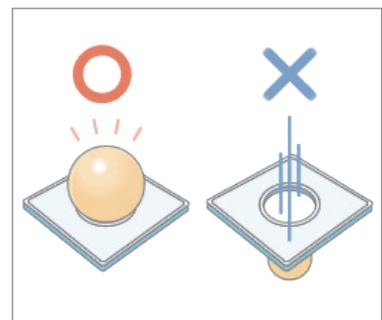
「3歳未満の子供が誤飲する恐れがある小さな部品」でないことを、「斜め円筒」(小部品シリンダー[※])に完全に収まってしまわないかどうかの試験で確認します。



※直径31.7mmの円柱を、斜めに切った形状の円筒

② 小球試験(窒息防止)

「3歳未満の子供が^{のど}喉元を詰まらせる恐れがある球(球形・卵形・楕円形の物体)」でないことを、直径44.5mmのゲージ(小球ゲージ)を自重で通過するかどうかの試験で確認します。



(2)可燃性の検査

子どもが頭部に着ける「かつら」や「お面」、子どもが身に着ける「着せ替えドレス」、子どもが中に入る「おもちゃのテント・家」、子どもが抱っこする「ぬいぐるみ」などについて、燃えやすい材料が使われていないかを検査しています。

(3)化学的特性の検査

おもちゃの材料に有害な物質が使われていないかを調べる検査です。厚生労働省が定める食品衛生法などを基に、鉛などの重金属の検査や、塩化ビニル樹脂の可塑剤(フタル酸)の検査などを行っています。

● STマークの表示方法

STマークは当協会の登録商標です。当協会とSTマーク使用許諾契約を締結し、指定する試験機関にて該当する試験に合格した玩具にSTマークを付けることができます。

当協会は、誰でもどこからでもSTマークの真偽を確認できるよう、「ST検索サイト」を設けウェブサイトに掲載しています。



ST検索サイト <https://www.toys.or.jp/stken/index.html>

ST検索サイトに、商品パッケージのSTマークのSTナンバー(13桁)を入力すると、ST検査の合格情報(商品名、商品問合せ先、合格年月日)が表示されます。

● 注意絵記号

当協会では、1995(平成7)年7月に施行されたPL法に対応するため、詳細な「注意表示ガイドライン」を作成しました。

なお、その際に、おもちゃの使用者である子どもにも注意すべき内容(意図)を伝えやすくす

るために7つの絵記号を開発しました。

絵記号はシンプルな親しみやすさを開発コンセプトとして作成しています。



● 対象年齢の表示

STマーク制度で特に注目すべき特徴は「対象年齢の表示」です。

玩具安全規格は、おもちゃの対象年齢に応じてその年齢に必要な安全措置を規定しています。このため、おもちゃの対象年齢は、子どもの安全に関する重要なメッセージとなっています。

そこで、ST制度では、消費者がおもちゃを購入する前に対象年齢を十分に確認することができるよう、STマーク付きの玩具について、対象年齢の表示箇所を、原則として「包装(パッケージ)」の正面右上に統一するとともに、パッケージの面積に応じて表示するサイズも定めています。この対象年齢の表示ルールは国際的にも例のない、日本独自の取り組みとなっています。

● おわりに

技術の発展・価値観の多様化が進み、従来の範疇にはない、新しいおもちゃが次々と開発されています。

当協会としましては、時代や社会の変化をしっかりと受け止めた玩具安全基準の確立に努め、STマーク制度の確実な実施を推進していきます。



消費者問題 アラカルト

ジュエリーの知識

—安心してジュエリーを購入し、楽しむために—

一般社団法人日本ジュエリー協会

ジュエリーとは

ジュエリーとは宝石と貴金属から成る装身具のことです。宝石だけ、貴金属だけのものもあります。宝石とは美しさ、希少性、耐久性を備えたものをいいます。宝石にはダイヤモンドやルビーのような鉱物起源のもの、真珠や珊瑚などの有機質起源のものがあります。

誕生石が改訂

誕生石^{*1}とは1月から12月までの生まれた月にちなんで定められた宝石です。2021年12月、63年ぶりに日本の誕生石が改訂されました。これにより、日本独自の5石を含む計10石が新たに加わり、日本の誕生石は総計で29石となりました。

鑑別書、鑑定書、販売証明書

ジュエリーを購入すると次のような証明書が

添付される場合があります。

(1) 鑑別書

科学的検査を行ったうえで、その素材の生成起源(天然か否か)を特定したものです。鉱物名、宝石名、その宝石のデータ、処理などの報告書です。(図1)

(2) 鑑定書(グレーディング・レポート)

カットされたダイヤモンドを検査して重量と品質のグレード(等級)を根拠となる測定・検査結果とともに示したものです。ダイヤモンドのルース^{*2}にのみ発行されます。(海外の鑑別会社では一部合成ダイヤモンドにもグレーディング・レポートを発行しています)(図2)

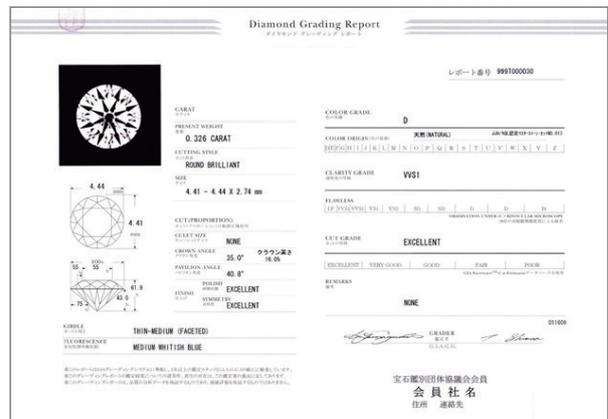
(3) 販売証明書

「その品物を販売しました」ということを販売店が消費者に対し証明する書類です。販売した商品の素材や種類を明示しています。(図3)

図1 鑑別書



図2 鑑定書(グレーディング・レポート)



* 図表はすべて、一般社団法人日本ジュエリー協会提供

*1 一般社団法人日本ジュエリー協会「誕生石」 https://jja.ne.jp/aboutjewellery/aboutjewellery_inner04.html

*2 ジュエリーの枠に石留めされていない宝石のこと。裸石ともいう

図3 販売証明書



注意：(1)～(3)の書類は査定・保証をするものではありません。「ジュエリーを購入したのに、鑑別書がついていなかった」という相談を受けることがあります。鑑別書は販売者が任意で付けるもので、必ず添付されるというものではありません。また、費用はかかりますが、購入者がご自身で鑑別会社に鑑別依頼をすることは可能です。

ジュエリーの取扱いや修理の注意点

(1) 宝石に傷がついた

モース硬度をご存じですか。宝石の硬さを示す指標として天然の鉱物の中から10種類の鉱物を選び1～10までの番号を付けたものです。

硬度9のルビーは最も硬い硬度10のダイヤモンドで傷が付きます。そのため、同じジュエリーボックスで一緒に保管しておく、硬度の低い宝石に傷が付く可能性がありま

表 モース硬度表

硬度	宝石・鉱物名
1	滑石(タルク)
2	石膏(ジブサム)
3	方解石(カルサイト)
4	ほたる石(フルオライト)
5	燐灰石(アパタイト)
6	長石(オーソクレス)
7	水晶・石英(クォーツ)
8	黄玉(トパーズ)
9	コランダム(ルビー・サファイア)
10	ダイヤモンド

(2) 買ったばかりなのに宝石が外れた

ジュエリーはデリケートなものです。重い荷物を持ちたり、ハンドルを強く握ったり、宝石を留める爪の部分に負担がかかると爪が緩み宝石が外れてしまう原因となります。特にデザイ

ン性を重視した華奢なつくりのリングの場合は注意が必要です。

購入してからすぐに、宝石が外れるような場合は、構造上の問題のほかに、使用の仕方の問題がある場合があります。ジュエリーを使用した後は、軟らかいジュエリークロスで拭きながら爪の緩みがないか確認し、少しでも宝石が動いている場合には購入店で石留めを依頼しましょう。

(3) 指輪が変形した

指輪に強い力がかかると変形する場合があります。自転車のブレーキレバーを強く握る、テニスのラケットを強く握るなど、継続して力がかかるのも変形の原因となります。スポーツ等をする場合はリングを外すことをお勧めします。

(4) 真珠のネックレスが切れてばらばらになった

真珠などの珠が連なったネックレスは、糸で組まれているものがあります。その場合、経年劣化で糸が伸びたり切れたりする場合があります。ネックレスの金具を外し、片方をつまんで珠と珠との間に糸が見えるようになったら、あるいは2～3年に1度は購入店で糸替えをすると安心です。

(5) 宝石をすり替えられた

リングのサイズ直しの際に洗浄したら、汚れなどが取れて、ようすが変わって見えるということもあります。修理のためにジュエリーを預ける際には、そのジュエリーの状態(刻印、重さ、長さ、珠の数、傷などの特徴があるか)をお店の人と一緒に確認し、コピーや写真など記録を取ってもらうとよいでしょう。

通信販売で購入する際の注意点

通販で高額ジュエリーを購入される人も増えてきました。実際に着けてみて確認してから購入するわけではないので、トラブルも多いようです。購入の前に、出品者に問い合わせるなど、不安な要素を払拭してから購入しましょう。返品条件などもあらかじめ確認しておくことが大事です。通販の場合、不意打ち性はないため、特定商取引法上のクーリング・オフ制度は

ありませんが、返品に関する特約がない場合は法定返品権(8日)が認められています。注文品が届いたらすぐに中身を確認し、「違う商品が届いていないか」「壊れていないか」などをよく確認しましょう。

ジュエリー売却の際の注意点

「ジュエリーを売却したら思ったより安かった」という人がいます。ジュエリーを売却した時に、購入した時の価格以上となるものは、ほとんどありません。売却時に購入価格を上回るのは貴金属価格の相場が高騰したか、宝石が大変希少価値のあるもので再販ができるものに限られます。

ジュエリーの価格は、他の商材と同様に使用されている宝石や貴金属のような材料費のほかにデザイン料、製造費、販売管理費、営業利益などさまざまな費用が含まれています。ジュエリーを売却するとき、それを買い取る側は再販するときの原価を考え、値段を決めます。他の商材は経年劣化などで再販価格は付かないことがあります。ジュエリーの場合は貴金属や宝石(再販する見込みがある場合)の価格が付く場合があります。また、その際には手数料もかかります。売却の際は、数社に見積もりをもらい、納得したうえで売却しましょう。貴金属の相場は大手地金商のウェブサイトなどが参考になります。

金属アレルギーについて

金属は普通、水に溶けませんが汗や体液(ピアッシングの傷口などから出ます)にはごく微量に溶ける場合があります。これを金属のイオン化といいます。イオン化した金属が身体のタンパク質と作用して本来のタンパク質と違うかたちになるため、身体がこれを拒絶して「かぶれ」「炎症」などを起こして体組織を壊してしまいます。これが金属アレルギーです。金属にはアレルギーを起こしやすい金属と起こしにくい金属がありますが、絶対にアレルギーを起こさないという

金属はありません。不安がある場合には医療機関で検査をして、アレルギー反応を起こす可能性のある金属を避けるようにしてください。

合成ダイヤモンドについて

技術の進歩により近年、大型の単結晶の製造が可能となり、2018年頃から日本でも合成ダイヤモンドの装身具の販売が行われるようになりました。合成ダイヤモンドは人工生産物ですので希少性はありませんが、見た目はほとんど天然のダイヤモンドと変わらないまじりになりました。希少性がないため宝石の範疇には入りません(ただし、鑑別は可能です)が、天然ダイヤモンドと比較して安価であることもあり、今後は装身具の材料として多く流通していくこととされます。

多くの販売者は「ラボグロウンダイヤモンド」(研究所で製造された)という言い方で販売しています。消費者が決して勘違いをすることなく、購入の判断をしていただきたいところです。

紛争鉱物の排除について

まず、ジュエリー業界の紛争ダイヤモンド(Conflict Diamond)に対する取り組みについて紹介します。

1998年頃、NGOの国際人権擁護団体の指摘により、アフリカのいくつかの反乱勢力が、ダイヤモンドの非合法的な取引によって、活動資金を得ていることが表面化しました。反乱勢力が不法に採掘し販売するダイヤモンド原石をいわゆる「紛争ダイヤモンド」といいます。

ダイヤモンド業界はこの問題に対して断固とした姿勢で、人道的義務を認識し、紛争ダイヤモンドを排除するべく、その取引を阻止する運動を行うよう業界全体に働きかけました。その取り組みが「キンバリー・プロセス^{*3}」です。キンバリー・プロセスは、2000年5月に南アフリカのキンバリーで始まりました。

ダイヤモンド原石が輸出される際には、不正に開封できない容器を使用し、そのダイヤモン

ド原石が紛争と関係のない地域から採掘されたものであることを政府が証明する証明書が添付されます。輸出はキンバリー・プロセスの参加国に対してのみ許可されます。つまり、国家間をまたぐダイヤモンド原石の移動にはキンバリー・プロセス証明書が必須です。この取り組みにダイヤモンド生産国が合意し、日本も2003年から参加しています。

次に、金などの貴金属に関する取り組みについてご紹介します。

LBMA(London Bullion Market Association/ロンドン地金市場協会)は1987年に設立された、金と銀の信用を維持するための世界的な団体で、現在24カ国/157社の著名なグローバル企業や組織から構成されています。そしてLBMAから認定を受けている精錬業者は全世界で約70社あり、日本では大手11社が認証を取得しています。

LBMA認証の要求は2つあります。1つはグッドデリバリー認証で、金を精製しフォーナイン(99.99%以上の純度のこと)以上の地金を製造できるか、それをきちんと分析できるか、という能力です。もう1つはOECD(経済協力開発機構)ガイダンスに準拠した責任ある鉱物・原料調達をしているか、ということです。

つまりLBMA認証を有するという事はクリーンな貴金属材料を調達して、クリーンな地金を出荷しているという信頼の証しとなります。LBMAのグッドデリバリー監査は3年に1度、紛争鉱物等調達元に関する監査は毎年あります。

世界の金鉱山の約9割は大・中規模鉱山であり、児童労働も水銀使用もありません。残りの小規模鉱山の一部で非倫理的なことが行われているのは事実ですが、そのような鉱山由来の金が日本に入ることにはまずありません。

このように供給サイドの倫理性を担保したうえで、経済産業省指導の下、一般社団法人日本金地金流通協会の会員各社等が貴金属流通の健全性を確保しております。また当然のことながら、密輸防止やマネーロンダリング防止などの

対応も厳格に行っています。このようなことから日本の金は、ほぼすべてクリーンであるといえます。これはプラチナ、パラジウムについても同様で、LPPM(The London Platinum and Palladium Market/ロンドン・プラチナ・パラジウム市場)という団体が認証を行っています。

安心してジュエリーを購入するには

食品などとは違い、多くの人は日常的にジュエリーを購入することはないでしょう。そのため、ご自身でジュエリーを見極めるということは困難です。信頼のおける販売者から購入するのが安心です。

信頼のおける販売者とは、次のようなことがいえます。

- ・消費者の信頼と満足が得られる商品の供給に努めている
- ・法令や業界の自主基準を順守している
- ・購入者が正しい商品選択ができるように的確な情報提供をする
- ・商品知識、販売知識、苦情・相談対応等の資質の向上に努めている

具体的には、購入される人のニーズをくみ取り、使用する人にとって最適なジュエリーをコーディネートできること、使用に当たっての注意やお手入れについて丁寧に説明できるという販売者が望ましいといえます。

当協会ではジュエリー産業の基盤整備の一環として1997年にジュエリーコーディネーター検定資格制度を創設し、ジュエリー産業の健全な発展と消費者の利益に資することを目的に人材の育成に努めています。ジュエリーの購入の際には複数のお店

をまわり、ご自身が納得でき、なおかつジュエリーコーディネーターの在籍しているお店での購入をお勧めします。

図4

ジュエリーコーディネーター3級認定バッジ





フェアトレードの広がり(3)

渡辺 龍也 Watanabe Tatsuya 東京経済大学 名誉教授

日本放送協会(NHK)、国際機関、国際協力NGO等を経て、2000年より東京経済大学教員。主な著書に「フェアトレード学」(新評論、2010年)、「フェアトレードタウン」(新評論、2018年)がある

弱い立場に置かれた人々が直面する課題の解決に役立つ取り組みとしてフェアトレードが注目を集め、評価されるにしたがって、新たなフェアトレードやそれに類似したさまざまな仕組みが生まれ、広がってきました。「フェアトレードの広がり」パート3の今回は、そうした仕組みの数々をご紹介します。

オーガニックからフェアトレードへ

2000年代に入ってフェアトレード市場が急拡大を始めると、オーガニック(有機)認証を行ってきた団体が続々とフェアトレードに参入してきました。スイスを拠点にオーガニック認証を行ってきた市場エコロジー研究所は、2006年に同国のビオ財団とともに「フェア・フォー・ライフ」という名のフェアトレード認証を始めました。翌2007年にはフランスのオーガニック認証団体であるエコサートが「エコサート・フェアトレード」という認証制度をスタートさせました。ドイツではオーガニック認証団体のナトゥアラントが2005年に社会基準を追加し、2010年から「ナトゥアラント・フェア」という名のフェアトレード認証を始めました。

このようにオーガニック認証団体が次々とフェアトレードに参入したのには大きく2つの理由がありました。1つは年率20~40%の勢いで急成長するフェアトレード市場に“ビジネスチャンス”を見いだしたことです。もう1つは1980年代後半からオーガニックブームに入っていた欧州では既に市場が飽和状態にな

り、有機農産物の価格が下がって苦境に陥った生産者に公正な価格や取引を保証する必要性が出てきたことです。ちょうどこの頃フェアトレードの側も環境への配慮を強化するためにオーガニック認証を得よう推奨し始めていて、これ以降フェアトレードとオーガニックの“ダブル認証”を取得する生産者が増えていきました。

途上国発のフェアトレード

2006年にSPP(Small Producers' Symbol : 小規模生産者のシンボル)という名のフェアトレード認証システムが登場しました。この仕組みを作ったのは中南米の小規模フェアトレード生産者連合組織CLACでした。コーヒーやバナナ、蜂蜜などを生産する独立心の強い生産者たちは欧米主導のフェアトレードに不満を持っていました。欧米の価値観に立って厳格さを追求した基準が複雑・煩雑だったり、中南米の社会や文化にそぐわない部分があったり、基準作りや組織運営に参画できなかつたり、認証料が小規模生産者には高すぎたりしていたからです。

そこでCLACは、地域の小規模生産者の実情に即した基準と認証の仕組みを作り、独自のSPPラベルを考案して認証産品を先進諸国に売り込み始めたのです。CLACは国際フェアトレードラベル機構(FI)の構成メンバーで、FI内には新たな仕組み・ラベルを作ることに反対の声もありました。しかし、フェアトレードラベルは小規模生産者のためにこそあるべきだと考えるCLACは企業の参入を積極的に推し進めるFIに批判的で、小規模生産者主導、途上国主導の

フェアトレードの仕組みを作ったのです。

フェアトレードに準ずる 仕組みの誕生

先のSPPのような小規模生産者に寄り添った仕組みができる一方で、企業寄りの仕組みも現れました。1997年創設の「ウツ」がその1つで、創設を主導したのはフェアトレードラベルの立ち上げに中心的な役割を果たしたオランダのNGOでした。新たな仕組みを作った理由は、最低価格以上での買い取りなどを求めるフェアトレードラベルは企業にとって敷居が高く、ラベルの普及が進まないというものでした。そこで、最低価格の支払いや前払い、長期的な取引を求めないなど基準を緩やかにして、企業が受け入れやすい仕組みを作ったのです。

アメリカの環境NGO「レインフォレスト・アライアンス」は、1990年に環境保護を重視した持続可能な農産物の認証を始めていましたが、2005年から生産者や労働者に対する基準を強化してフェアトレード的な認証システムへと発展させました。このシステムも最低価格を設けず、認証料の支払いも求めないなど、企業にとって“魅力的”な仕組みとなっています。

性格が似通ったウツとレインフォレスト・アライアンスは2018年に合併しました。“高品質な商品を効率的に生産できれば収入を増やせる”という発想に立つ両者は、小規模な生産者よりも大規模な農園への技術支援に力を入れています。そうした企業寄りの仕組みは「フェアトレード・ライト(Lite)」と呼ばれています。Liteは低カロリーや低アルコール濃度の飲食物品であることを示す言葉で、フェアトレードとしては低基準という意味でそう呼ばれているのです。それらは次に説明するエシカルトレードに近いと言えるでしょう。

エシカルトレード(倫理的貿易)

フェアトレードほど厳格な基準を設けずに生

産者、労働者、地域社会などに配慮した貿易を推進するのがエシカルトレードです。その代表的ないし先進的な例が1998年にイギリスで創設された「エシカル・トレーディング・イニシアチブ(ETI)」です。ETIは、利潤の追求を最優先する企業への批判が高まるなか、社会や環境に配慮した貿易の実践、推進に前向きな企業と市民社会組織(労働組合、NGO、フェアトレード団体)が協働して立ち上げた仕組みで、イギリス政府も資金面から後押ししています。

ETIは、労働者の権利を擁護する国際労働機関(ILO)条約をベースに企業が守るべき規範を定め、参加企業にその順守を求めています。参加企業は順守状況を毎年報告し、その内容を市民社会組織がチェックします(時には供給元の途上国の現地を調査)。市民社会組織の役割は規範を守らなかった企業を批判することよりも、改善に向けた助言、提案を企業に対して行うことにあります。

貿易をエシカルなものにするためにさまざまなステークホルダー(利害関係者：企業、市民社会組織、政府)が協働するマルチステークホルダー方式の取り組みは北欧諸国(ノルウェー、デンマーク、スウェーデン)にも広がっています。

特定分野のフェアトレード

フェアトレードが十分ないしまったく対応できていなかった分野でもフェアトレード的な仕組みが生まれました。その1つが後にノーベル平和賞を受賞するカイラシュ・サティヤルティ氏が1994年に創設した「グッドウィーブ(Good Weave 旧名ラグマーク)」です。南アジアの国々では絨毯が子どもたちの手で作られていました。学校にも通えず、暗い部屋に閉じ込められて一日中奴隷のように働かされている子どもたち。そうした児童労働や強制労働なしで作られた絨毯を認証して消費者に提供するのがグッドウィーブです。今日では絨毯だけでなく、レンガや衣料品、装飾品なども対象にしています。

私たちが使う携帯電話には、タングステンや tantalum といった「紛争鉱物」が使われています。紛争鉱物とは、アフリカなどの紛争地で武装勢力が武器調達などのための資金源として児童労働や強制労働を使って採掘している希少鉱物のことを言います。そうした人権問題や環境破壊問題を引き起こしている紛争鉱物を使わない携帯電話が、2013年にオランダで生まれた「フェアフォン(Fairphone)」です。フェアフォンはリサイクル素材を多く使うとともに、使用者自身で部品が交換できるサステナブルな製品でもあります。

日本では、違法ないし非持続的な伐採で森林が減少している問題を解決しようと、環境NGOが持続的な方法で伐採、生産された木材の利用を企業や政府に呼びかける「フェアウッドキャンペーン」を2003年に始めました。

国内フェアトレード

本連載の第1回で、フェアトレードは究極的には世界中の周縁化された人々を対象としていて、既に先進国内でもフェアトレードが始まっているとお伝えしました。先進国では小売業や製造業で寡占化が進んで買い手市場となり、国内の農家、酪農家、漁師といった生産者や労働者が“^{たた}買い叩き”にあって厳しい状況に追い込まれています。

アメリカでは老舗のフェアトレード団体が農家、農場労働者、企業などと「国内フェアトレード協会(DFTA)」を設立し、公正な価格、直接的・長期的な取引、労働者や先住民族の権利尊重など16の原則を順守して取引するよう企業に働きかけています。オーガニック団体や労働組合が立ち上げた「農業正義プロジェクト」は、DFTAの原則を参考に、搾取されてきた農場労働者の団結権・団体交渉権の保障や生活賃金の支払い、有機農業の実践などを求める「食料正義認証」という名の認証システムとラベルを創設しました。

フランスでは、国内農家への最低価格や割増

金の支払いを求める「バイオパルティネール・フィアーブル」や「アグリ・エティーク」といった認証・ラベルシステムが生まれています。

イタリアでは世界有数のフェアトレード団体CTMが、国内の困窮する零細農家やマフィアと闘う生産者を支援する「ソリダレ・イタリアーノ」という名の国内フェアトレードを実践しています。

日本にはフェアトレードと銘打った仕組みはありませんが、生協が行ってきた「産直運動」が国内フェアトレードに当たるとも言えます。

国内フェアトレードは新興途上国でも始まっています。メキシコでは、小規模生産者やNGOが「コメルシオ・フスト・メヒコ」を組織して独自の認証とラベルをスタートさせました。国内フェアトレード推進のための流通小売会社も設立されて、認証コーヒーを販売したり、カフェチェーンを展開したりしています。

インドでは、欧州連合とイギリスのフェアトレード団体の後押しを得て小規模および少数民族の生産者や職人を支援する団体が生まれ、「ショップ・フォー・チェンジ」という名の国内フェアトレードを推進しています。

南北間のフェアトレードは先進国の景気や為替レートの変動などの影響を受けやすいため、途上国内にフェアトレード市場を広げることは零細な生産者や労働者の生活を安定的に向上させるうえで重要な意味を持っています。

以上のように、1990年代後半から新たなフェアトレードやフェアトレードに準じた仕組みが雨後の筍のように誕生し、広がりを見せています。さらに近年は、生産者や労働者に配慮したエシカルビジネスないし社会的企業も花盛りで、その中にはフェアトレードに近いものも見受けられます。このように社会や環境に配慮した貿易、取引が先進国、途上国を問わず拡大していることにフェアトレードは相当の貢献をしてきたといつてよいでしょう。



省エネ住宅でも 快適に住もう工夫

日本の住まいのこれから

竹内 昌義 Takeuchi Masayoshi

東北芸術工科大学デザイン工学部 建築・環境デザイン学科教授、建築家

(株)みかんぐみ共同代表、(株)エネルギーまちづくり社代表取締役、(一社)パッシブハウスジャパン理事。国土交通省「脱炭素社会に向けた住宅・建築物の省エネ対策等のあり方検討会」委員

日本の住まいのこれから

さて、本連載の私の話も今回が最後ですので、日本の住まいの今後について書いていきたいと思えます。これから、日本は2050年に向けて脱炭素を進めていかななくてはなりません。脱炭素と住宅はどういう関係にあるのか少し説明が必要です。日本は2020年に当時の菅総理大臣の所信表明演説で「2050年の脱炭素社会の実現」をめざすと宣言しました。脱炭素社会は、元々のエネルギー(1次エネルギー)で、二酸化炭素を出す化石燃料などを使わないということです。2021年度の日本の電源構成をみると73%近くを化石燃料などで賄っていて、再生可能エネルギーの割合は20%程度しかありません。それを100%再生可能エネルギーにすることですから、そう簡単な話ではないのです。ヨーロッパでは再生可能エネルギーの電源構成がデンマークが84%、ドイツが45%を超えていますから、無理な話ではないと思えます。地球温暖化が進むなか、154カ国・1地域(2021年11月時点)が2050年などの期限を区切ってカーボンニュートラル(炭素の排出を全体で実質ゼロにすること)をめざす宣言をするなど、脱炭素に向けて取り組んでいます。現時点で、日本は2011年の東日本大震災の影響などもあり遅れていますが、先進国である以上何とか追いつかなくてはなりません。日本の住まいのこれからは、このことを抜きには考えられないので、どうしなくてはいけないか、あるいは今までの何を引き継いでいけるのか考えていきたいと思います。

木造の家

日本の住まいは主に木材で作られています。木材は生長するときに二酸化炭素を吸収しますので、脱炭素社会にふさわしい材料です。一方、鉄筋コンクリート造のセメント、鉄骨造の鉄などはその材料自体を作る際に大量の二酸化炭素が排出されます。木で作るということは、とてもよいことなのです。

そして、太陽の日射を活かし、冬には日射を取り入れ、夏には日射を避けるようにして、できるだけエアコンなどの機械に頼らないようにして、省エネルギー化を進める必要があります。ここで役立つのは庇ひさしです。庇は夏の高い高度からの日射が室内に入ってこないようにし、冬の低い高度からの日射に対しては室内に取り込めるように作用します。また、日本は温暖湿潤な気候なので、湿気とどうつき合うかがとても重要な要素です。風通しをよくして、春と秋の中間期を快適に過ごせるようにする必要があります。窓をできるだけ大きく取り、大きく開放して、新鮮な風を通せるように設計することが必要です。一方、最近では温暖化が進み、日本の気候が熱帯化しているといわれています。近年のような暑過ぎる夏には、通風だけではなく、適切なエアコンの使用も必要となります。

ここまでは、本連載第1回、第3回でも詳しく触れてきましたが、古くからいられていることなので、日本の常識としてご存じの人も多いかもしれません。

次に、新しい省エネルギーや創エネルギーの

考え方も説明していきましょう。これからは、さらに省エネルギーと創エネルギーを進めて、日本全体で現在使っているエネルギーを半分程度に抑えつつ、その分をできるだけ多くの再生可能エネルギーで賄う必要があるのです。

適切な断熱で省エネルギー

省エネルギーに関しては本連載第2回で詳しく触れましたが、2022年に、2025年から新築住宅の断熱等級(断熱等性能等級)4以上へ義務化されることが決まりました。現在はその準備期間になっています。実は80%を超える新築戸建住宅が、既にこのレベルで建てられています。そして、この基準(断熱等級4)は2030年までにさらに等級5へ引き上げられることになっています。

これまで、先進国G7の中で基準が義務化されていないのは日本だけだったので、最初の一步としてまずは評価してよいと思います。ただ、このレベル(断熱等級4、5)の省エネルギーでは冬季の朝における家の中の温度や建物の中の温度の格差が大きく、ヒートショックなどによる健康被害などに対して改善の余地があります。日本の大部分を占める東京を含む6地域において、等級4の断熱性能は屋根にグラスウール20cm、壁と床にグラスウール10cm、窓をアルミサッシペアガラスにすることで実現できます。このサッシをアルミ樹脂複合サッシにすると等級5まで、あるいはこのサッシを樹脂サッシにすると等級6までの性能向上がみられます。断熱住宅はエアコンなどの機械と違い、長く使っても壊れることはないかわりに、適切に施工することが求められています。

また、断熱性能が優れた家(等級6程度)は、1つの住宅(床面積100㎡程度)にエアコンを1階に1台、2階に1台と家全体でエアコンが2台ですむようになります。家全体が快適になり、エアコンの台数も少なくてすみ、使うエネル

ギーが減るので、大きなメリットがあります。

ここまでは新築の話です。既に建っている住宅も断熱を見直し、できるだけ断熱改修する必要があります。既に建っている家で最も熱が逃げやすいのは窓。その窓に内窓をつけることが有効です。現在、国は国土交通省、経済産業省、環境省が合同で「先進的窓リノベ事業」や「こどもエコすまい支援事業」などの「内窓補助金」の制度を創設して、補助を行っています。2024年度も継続される見込みですので、利用を検討するとよいでしょう。これらの補助金は賃貸住宅の所有者も利用できますので、賃貸住宅にお住まいの人は大家さんに相談してみましょう。断熱窓は室内の温熱環境を著しく改善しますし、音に対しての静粛性が増します。

太陽光発電で創エネルギー

脱炭素社会に向かっている現在、住宅は家庭で使うエネルギーを自ら作り出すことが求められています(本連載第5回参照)。太陽光発電は固定価格買取制度によって、導入の費用に比例して余剰電力を買い取ることで普及してきました。日本全体の再生可能エネルギーの導入比率は20%程度とまだまだ低いですが、元々あった水力発電の比率が7.5%程度であることからすると、毎年太陽光発電の導入が増えることで、およそ年率1%ずつ、その率を伸ばしています。しかし、今回示された2030年の再生可能エネルギーの目標は36~38%とされており、現在のペースをはるかに上回るレベルで増やしていく必要があります。

新築・増築の建築物を対象とする再生可能エネルギーの導入に関しては、京都府及び京都市では建築士に対して建築主への説明義務が条例で定められ、東京都に続き川崎市でも2024年から義務化されることが決まっています。一方、国は2021年に、2030年において新築戸建住宅の60%に太陽光発電が設置されていること

をめざすと言及しています。

太陽光発電パネルを5kW程度つけると年間5,000kWh程度の電気量が得られますので、一般的な家庭で使う量を発電できます。発電する時間の多くは在宅率の低くなりがちな昼間なので、自家消費率は30%程度となります。この発電した電気をできるだけ有効に使うには、エコキュートなどのヒートポンプ式電気給湯器を使うことで、自家消費率を高めることができます。蓄電池も年々低価格化が進んできていますが、導入するにはまだ高価であるという印象です。

新築はゼロ・エネルギー

これらの省エネルギーと創エネルギーを組み合わせ、新築の住宅エネルギーはほぼゼロに近づけることができます。また、自宅で発電した電気をお得に使うには、自家消費率を上げていく工夫が必要です。そのうえ、その電気を住宅間でお互いに融通できるようになると、それぞれの蓄電池は小さくても、連携して電気の供給ができるようになります。このような技術は発展途上ですが、少なくとも省エネルギーと創エネルギーでゼロに近づけることは、現在の技術でカバーできるでしょう。

太陽光発電の普及がさらに進み、低廉化が進めばよいのです。導入するには費用がかかりますが、そのかかり増し費用に関して、金融機関のローンの枠の拡大や助成金などの行政施策などが必要となってきます。既に、一部金融機関ではZEHに対して金利の優遇などのローンを用意しています。

リノベーションの可能性

さて、新築に関してはさまざまな補助金などがあり、省エネが進んでいますが、既に建っている建物は状態がさまざまであることを理由に進められていません。しかし、省エネ化のメリットが理解されることで、既存住宅に対しての太

陽光発電の搭載も進んでいくと考えられます。度々、太陽光発電の寿命や廃棄の問題が取り沙汰されますが、寿命は20年から30年ほど。リサイクルの規制も検討されつつあります。一般の人が抱く心配は、海外資本などのメガソーラー事業者が無責任な開発などをして、その後破たんして放置したなどの情報が広まったのことと思いますが、信頼できる工務店などを通して工事をするをお勧めします。

集合住宅の可能性

現在、日本では多くの人が集合住宅(いわゆるアパートやマンション)に住んでいます。「集まって住む」ことは省エネルギーにとって、戸建てをそれぞれ断熱するより簡単に全体の断熱ができるようになります。また、集合住宅は南向きに建てられることが多いため、その窓を高性能な断熱のものに変えたり、内窓を付けたりすることで、より少ないエネルギーで暮らすことができるようになります。平均的な日本の住宅の断熱レベルは決して高くありません。しかし、ひと工夫することによって思ったより快適に生活することができます。

簡単なDIYでできる断熱改修

家が寒い原因の1つは隙間風です。これを何とか防ぎましょう。また、内窓の改修までするのも大変で、それほど予算がかけられない場合、プラ段(プラスチック段ボール)やポリカーボネートのような断熱性能のある材料を使って、簡易に内窓を作ることができます。このようにして、さまざまなかたちで私たちの暮らしを改良することができます。この工夫については、本連載第4回で詳しくお話ししましたので、参考にしてぜひ試してみてください。



次回(最終回)は、省エネ住宅を建てる際に活用できる支援制度について詳しく解説します。

アンチエイジング



鈴木 芳郎 Suzuki Yoshiro 医師 公益社団法人日本美容医療協会 副理事長

アンチエイジングとは老化に抗^{あらが}うということを意味しますが、美容医療の中にはこのような役割を果たす施術がたくさん存在しています。その中には、老化による機能低下を改善するもの(眼瞼下垂^{がんけん}修正術など)もありますが、多くは見た目の老化現象を改善させて若かった頃の状態を取り戻す治療です。

例えば、人の顔は老化によってたるみが出てきたり、シワが目立ってきたり、シミができてきたりするわけですが、これらを改善する目的で行われる、たるみ取り治療、シワ取り治療、シミ取り治療などが美容医療によるアンチエイジング治療といえます。

代表的な治療を紹介しながら、それらの治療を受ける際の注意点などにも触れていきたいと思えます。

フェイスリフト手術

まず顔のたるみ治療として代表的なものに、フェイスリフト手術というものがあります。文字どおりフェイス(顔)をリフトする(引き上げる)手術です。顔や首の皮膚のたるみを改善するアンチエイジング治療の1つで、100年以上も前から行われてきたとされています。年齢とともに、皮膚の弾力が失われ、シワやたるみが現れるので、これらを軽減することを目的として行われています。

●施術方法

耳のまわりを切開して余分な皮膚を取り除き、残る皮膚を引き上げて再配置することを基本にしますが、そのやり方にはさまざまな方法

があります。それぞれのやり方によって結果としての若返り効果に差が出ますが、一般的には顔のたるみが軽減され、より引き締まり、若々しい外見を取り戻すことができます。

●注意点、リスク

顔の皮膚を切って行う手術ですので、術後には当然、傷跡が残ります。ほとんど目立たないような状態にはなりますが、体質によって、あるいは切開の場所、縫合の仕方によってもその結果に差が出ることはあります。

さらに、手術後は痛みと腫れなどが一定期間続き、いわゆる、ダウンタイム(回復までの期間)がある程度必要ということになります。また、まれにはありますが、術後に一時的な顔面神経の麻痺^{まひ}症状を発症する人もいます。

糸リフト手術

——糸による引き上げ法

糸リフト(スレッドリフト)手術は、フェイスリフト手術の1つですが、比較的簡単に受けられ、ダウンタイムも短く、それなりに顔のたるみ改善ができるアンチエイジング治療の1つとして近年注目されています。

●施術方法

切開を行わずに特殊な糸を皮膚の下の適切な位置に挿入し、引っ掛かりを利用して引き上げることで、顔や首のたるみを効果的にリフトアップすることができます。処置時間も短く、1時間程度で終了することが多いです。従来のフェイスリフト手術に比べて短時間ででき、ダウンタイムが短く、傷跡がほとんど残らないことな

どがメリットとして挙げられます。

●注意点、リスク

比較的簡単にできる手術であり、重大な副作用は少ないですが、糸の挿入部位の腫れ、痛み、あざなどの一時的な副作用が発生する可能性があります。また、効果は一時的で、通常1年くらいで再度施術が必要となる場合が多いとされています。通常の皮膚切除を行うほどの効果は期待できません。

長期的で劇的な若返り効果を求める場合は、通常のフェイスリフトを選択するべきでしょう。

また、糸リフトの効果を長引かせるためには、定期的なメンテナンスが必要となります。糸リフト手術を検討する場合は、その効果、期間、コストなどを十分に理解したうえで、専門の医師と相談することが重要です。

吸収系による治療

この治療も糸リフト手術に含まれるものの1つで、肌のリフトアップや引き締めを図る非手術的なアンチエイジング治療方法です。

●施術方法

ショートスレッドやショッピングスレッドと呼ばれる、棘とげの付いていない細い吸収糸を皮下に挿入します。糸は時間とともに体内で自然に吸収されますが、その際にコラーゲンの生成を促進し、皮膚のハリや弾力を改善します。

●注意点、リスク

糸の挿入部位において腫れ、赤み、痛みなどが発生することもあります。一定の期間後に糸は体内で吸収されますが、その後もコラーゲン生成の効果は続きます。ただし、持続する期間や効果には個人差があります。治療後は強い摩擦やマッサージを避けることが推奨されます。料金は、クリニックや施術範囲、使用する糸の種類によって異なります。どのような効果を求めているのか、どの範囲で糸を入れるのかなど、事前に十分な相談をすることが重要です。

ボトックス(ボツリヌス)注射

ボツリヌス注射は、顔のアンチエイジング治療として非常に人気のある方法です。

●施術方法

ボツリヌストキシンという神経伝達物質の分泌を阻害する成分を顔に注射することで、表情ジワなどを軽減させる治療法です。主に顔の横シワ(笑顔ジワや眼のまわりのシワ)、額の横シワなどを対象とします。注射を受けると、筋肉の動きが抑制され、シワの形成を防ぐことができます。結果として、肌が滑らかになり若々しい印象を与えることができます。

●注意点、リスク

ボツリヌス注射は一般的に安全ですが、リスクとして、軽度な腫れや内出血、注射部位の違和感が生じることがあります。まれに筋肉の弱体化やアレルギー反応が起こることもあるため、医師とリスクについて十分に話し合しましょう。

注射後の効果は一般的に数カ月から半年程度持続しますが、定期的なメンテナンスが必要となりますのであらかじめこの点も考慮に入れておいてください。

ヒアルロン酸の注入

ヒアルロン酸注入治療も非常に簡単に受けられるアンチエイジング治療として非常に人気の高い非手術的治療法です。

●施術方法

ヒアルロン酸は、私たちの身体にもともと存在する天然の物質です。皮膚のシワやたるみ、くぼみにヒアルロン酸を注入して補填ほてんし、ボリュームを与えることで若々しい顔つきを取り戻します。唇や頬へのボリューム補正、鼻の形状変更など、さまざまな部位の治療に使用されます。

●注意点、リスク

注入材の中では、使用の歴史が比較的長く、

非常に安全とされていますが、まれにアレルギー反応が起こることがありますので、そのことを事前に知ったうえで施術を受ける必要があります。もしアレルギー反応が起きた場合には、その症状に合わせて治療を受けなければなりません。また、その他の副作用として注入部位の腫れ、赤み、青たん(青あざ、皮下出血)や痛みが発生することがあります。ただし、これらは通常、数日以内に自然と改善されます。量や場所を誤って注入すると、不自然な外見になったり、最悪の場合は失明、組織壊死^{えし}などの重篤な合併症を発症する可能性もあります。

料金はクリニックや施術範囲によって異なるため、事前に確認し、予算内での治療を検討しましょう。また、ヒアルロン酸は体内で時間とともに吸収されるため、維持するには定期的な再注入が必要となることも知っておくべきでしょう。

顔面の脂肪注入

脂肪注入治療は、患者自身の脂肪を採取し、それを顔などの望む部位に注入することで、ボリュームを増やすか、シワやくぼみを改善する治療法です。自身の脂肪を使用するため、ほかの注入材料と比較して拒絶反応のリスクが低いといわれています。

●注意点、リスク

注入部位の腫れ、青たん、感染などが考えられます。注入された脂肪は時間とともに吸収されますが、その吸収の程度は、吸引した脂肪の状態、入れる場所の血流状態などによって変わってきます。そのため、定期的な再注入が必要となる場合もあります。

施術を受ける際の注意点

①まずは医師選びが重要

フェイスリフト手術や糸リフト手術は非常に難易度の高い手術ですので、経験が豊富で、技

術的にも優れた専門医の資格を持つ医師を選んでください。また、簡単に手術を決めるのではなく、納得するまでカウンセリングを受けることが大切です。そのために複数の医師のカウンセリングを受けることもよいと思います。その中から、納得のいく説明をしてくれ、良好なコミュニケーションが取れる医師を選ぶことをお勧めします。

②リスクを理解する

術後の傷跡、感染、その他の合併症などのリスクを十分に理解し、手術のメリットとデメリットを天秤^{てんびん}にかけて、自分にとってメリットのほうが明らかに多いと思えないようであれば、施術を受けるべきではありません。

③過度の期待は禁物

施術のできる内容には限度があり、完璧な外見が約束されるものではありません。現実的な結果を期待しましょう。

④アフターケアの重要性を理解する

アフターケアの重要性を理解して実践することが大切です。特にフェイスリフトは手術後の十分な回復期間が必要で、特定のケアや制限事項を守ることで、最適な結果と安全性が確保されます。

最後に

美容医療で扱われているアンチエイジング治療について説明しましたが、すべての治療に共通していえることは、その治療を受けてみたいと思ったら、治療を受ける前に、自分の目的や期待する効果を明確にし、治療のメリット・デメリットやリスクを十分に理解したうえで、施術を受けるかどうかを判断することが大切だということです。そのうえで、その治療を得意とする医師を探し、その医師のもとで十分なカウンセリングを受け、納得して治療を受けるようにしましょう。



オーストリア

缶入りココナッツミルクのビスフェノールAに注意

- VKI「消費者」2023年9月号 <https://konsument.at/kokosmilch-test>
- ドイツ商品テスト財団ウェブサイト <https://www.test.de/Kokosmilch-im-Test-Chlorat-schmaelert-den-Genuss-5568205-0/>

東南アジア風の料理やデザートに風味を添える食材として、オーストリアのスーパーにも並ぶココナッツミルク。成熟したココヤシの果肉を原料とする植物性食品である。EU規則では「ミルク」という用語の使用が乳・乳製品を原料とする食品に限定されているが、「ココナッツミルク」は例外的に許容されている。「大豆ミルク(豆乳)」や「アーモンドミルク」の名称が禁止されているのと対照的といえる。VKI(オーストリア消費者情報協会)は、このようなココナッツミルク計13商品(缶入り10、紙パック入り3。うち有機製品5)を対象に、成分・組成や有害物質について調査した。

その結果、ココナッツの割合は商品によって42～94%と、大きな差があることが分かった。ま

た、この調査では、ラベル表示された栄養スコア(Nutri-Score)と加工度スコア(NOVA-Score)も確認している。摂取し過ぎると健康によくない飽和脂肪酸を多く含むココナッツミルクは、栄養スコアの評価が全体的に低くなる*。一方、加工度スコアでは、ココヤシの果肉と水のみから作られた4商品(すべて有機製品)の評価が高くなった。

容器の素材によって結果に差が出たのが、ビスフェノールAの検出テストである。缶入りの全商品から、健康に悪影響を及ぼす同物質が検出された一方で、紙パック入り商品からはまったく検出されなかったという。同物質は缶の内側のコーティングに使われるためである。特に濃度が高い1商品には落第点が付き、これを受けて事業者が製品回収を行った。

* ウェブ版「国民生活」2021年12月号「海外ニュース」参照 https://www.kokusen.go.jp/wko/pdf/wko-202112_08.pdf



イタリア

緑に囲まれた自転車都市

- ボルツァーノ市ウェブサイト <https://opencity.gemeinde.bozen.it/Themen/Mobilitaet/Fahrradstadt-Bozen>

環境にも健康にもやさしい乗り物として認知されている自転車。オーストリア国境と接する山岳地帯に「自転車都市」を名乗る自治体がある。トレンティーノ＝アルト・アディジェ州のボルツァーノ市である。人口は10万人余りで、かつて属していたオーストリアの文化が色濃く残る。この街で目を引くのが、至る所に張りめぐらされた自転車道である。

このような環境で毎年秋に開催される「自転車の日」は、老若男女が参加する人気イベントとなっている。自動車進入禁止となった市内を、自転車や徒歩で散策できる。2023年9月に開催された第27回自転車の日には、自転車ツアーのほか、無料開放された市立美術館等でガイドツアーも行われた。

同市における自転車の利用促進の歴史は古く、最初の自転車道の建設は1980年代で、その後、自転

車道を徐々に増やすとともに、分かりやすい自転車用標識を設置したという。手頃な料金で利用できる電動アシスト自転車のレンタルサービスや、タイヤの空気を入れるための無料ポンプステーションも導入した。また、自転車の故障を未然にキャッチし事故を防ぐための取り組みとして、毎年春と秋の数日間、広場に張られたテントで自家用自転車の無料点検・修理を行っている。さらに、警察官が行う小学校4・5年生対象の自転車安全教育は長年続いている。多言語が交錯する地域特性から、授業はイタリア語とドイツ語で行われ、児童の理解を助けている。

このような対策が功を奏し、市内の自転車利用率(2020年)は年間平均26%と高い水準を示す。2002年の17.5%から増加したが、数年後には34%に高めるのが目標だという。



だまされない「奈良」つくります —地域と消費生活センターのパイプ役として—

くらしの安全・安心サポーター 檀原 ざ・ひめみこ

2022年、消費者庁 消費者支援功労者表彰 ベスト消費者サポーター章を受章

奈良県(以下、県)では消費者被害の早期発見・未然防止のために地域と消費生活センターをつなぐパイプ役となる「くらしの安全・安心サポーター」を毎年養成し、現在100人余りが登録されています。その中で^{かしはら}檀原市(以下、市)を中心に活動しているのが「ざ・ひめみこ」(以下、当団体)です。団体名は「国の始まりのみやこのひめ(姫)とみこ(皇子)による唯一(THE)の演者の集団(座)」に由来し、2011年4月に発足し、“だまされない「奈良」つくります”をスローガンに活動を展開しています。2023年11月現在の会員数は市内外合わせて17名です。寸劇などで構成する“依頼待ち”の「出前講座」(以下、講座)とワークショップ形式で自主的に学ぶ“^{らくがく}攻め”の「楽学クラブ」の二本柱で活動しています。これまでの活動実績は約270回、受講者は延べ24,600人余りとなっています。

「出前講座」の具体的な内容

講座は、県・市や当団体のウェブサイトなどで活動内容の紹介および派遣依頼を募集します。依頼があると当団体内で調整し、対応可能な会員が5名そろえば受諾します。講座担当者

写真1 講座のようす



は依頼者との打ち合わせを実施し、内容の詳細を決定します。実施結果は県・市へ報告します。

講座の内容は次のとおりです(写真1)。

① 始めの挨拶

まず私たちの活動の目的と最近の消費者被害の状況について話します。

② 寸劇

新喜劇風に、笑って楽しんでもらうようになっています。どうしてだまされてしまうのか、どうして詐欺がなくなるのかの状況を理解してもらうために行います。依頼者の要望に応じ、取り上げるテーマも幅広く、架空請求、SF商法、訪問販売・訪問購入、点検商法、ネット通販トラブルなど、新聞記事も参考にして会員が台本を作ります。最近は、葬儀費用を考える寸劇「こんなんじゃ死ぬに死ねません」を行いました。

③ 「お断り」体験等

電話勧誘や訪問販売の断り体験等も行います。「知らん電話や、出んどこ！」など声を出して参加してもらう工夫をしています。

④ クイズ

まず契約あるいはクーリング・オフの講義を10分ほどかけて行った後、理解できたか確認のために行います。コント仕立てしたクイズで受講者にどちらが正解かを聞きます。正解を話すと、受講者から「あー、そうやったん！」という声を聞くこともあります。

⑤ 替え歌

「うさぎとかめ」「桃太郎」等をベースにした消費者トラブル防止の替え歌を皆で歌います。

⑥終わりの挨拶

防犯電話機購入費の補助や発信者番号通知サービスの高齢者無償化など、地域に応じた情報を伝えながら、誰でも被害にあう可能性を訴え、対策も確認して終わります。

「楽学クラブ」の具体的な内容

「楽学クラブ」は、受講者同士の体験共有や自由な意見を出し合い、コミュニケーションを深めるサロン形式の学びの場が必要であるということで、市と協働で2015年5月から奇数月の第3火曜日に市消費生活センターが所在する「かしはらナビプラザ」で実施しています。テーマを仮決定後、講師の選出、依頼を行い、実施の3カ月前までに内容を決定します。案内の“ちらし”も作成するなどして、市報、市のウェブサイト等で周知し、事前予約制で受講者を募集します。実施結果を市へ報告し、定例会で実施結果の検証と次回の実施内容を検討します。講師は消費生活相談員、弁護士、医師、防災士などでテーマも多種多様にわたっています。

実施方法は受講者を4～6人程度にグループ分けし、当団体の会員を各グループの司会、進行、発表役として配置します。講師の講義の後、受講者同士で体験や意見を自由に出し合います(写真2)。その後、グループごとに発表し合い、講師の指導や助言を受けます。結果は地域に持ち帰り、見守り・啓発に生かしてもらうことにしています。受講者だけでなく当団体の会員にも学習の場、新たな気づきの場になっています。

写真2 グループで体験や意見を自由に出し合う



2023年11月まで47回実施、受講者は延べ約1,400人に上っています。現在は新型コロナの影響で講義と質疑応答のみ実施しています。

活動に当たって工夫している点

活動では、会員それぞれ得意不得意があるので適材適所で個性を発揮してもらうようにし、互いにたたえ合うことを大切にしています。

そして、講座等の有無にかかわらず毎月第4月曜日を定例会とし、打ち合わせや学習会、寸劇等の検討をします。

また、多様な人材の参画を期待して、それぞれの人脈で勧誘したり、講座でも会員募集をします。2023年は新会員のおかげでクラウドによる打ち合わせ記録、寸劇台本、進行表、活動予定等の共有ができるようになりました。

受講者からの感想

実施報告書では「笑いもあって楽しんで勉強になった」「寸劇、電話対応体験、クーリング・オフクイズと役立つ内容でした」などうれしい感想をいただいています。なかでも一番うれしいのは「出前講座に触れて意識が変わった！自分も何かできるなら」と、一緒に活動したいという人が出てくれることです。県のくらしの安全・安心サポーター養成講座を受けていただくことを条件に加入していただいています。

今後の展開

先日、警察庁の特殊詐欺の啓発動画を許可を得てダウンロードしました。設立から13年、会員それぞれの状況の変化で寸劇の人数を確保できない場合もあり、そういう時に使わせてもらおうかとも考えています。消費生活は幅広く、SDGsについても何かできたらと考えています。これからも学び・伝え・つながる地域をつくるために、さまざまな活動を展開し続ける優しくて強い集団でありたいです。

佐藤 佳一 Sato Keiichi 日本化粧品工業会 理事・規制部長

日本化粧品工業会 Japan Cosmetic Industry Associationは、化粧品などの製造業者、製造販売業者の約1,400社が加盟している団体。化粧品産業の健全な発展のため活動している

薬機法と 化粧品・薬用化粧品

化粧品の分類

皆さんが日常使われる化粧品というものには、化粧水などの「皮膚用化粧品」や口紅やファンデーションなどの「仕上用化粧品」、さらにシャンプーなどの「頭髪用化粧品」などさまざまな製品があります。さらにいわゆる「薬用化粧品」のような「医薬部外品」もあります。

化粧品メーカーは、化粧品をお客様に届けるため、その開発段階、製造段階、流通段階といろいろなステージで、遵守しなければいけない規制をクリアしています。これらの規制を規定する重要な法律が「薬機法」です。

薬機法の目的と内容

一般の方にはなじみの薄い法律かもしれませんが、「薬機法」という法律があります。正式な名称は「医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律」といい、「医薬品医療機器等法」や「薬機法」と略されています。この法律の目的の1つは医薬品、医薬部外品、化粧品、医療機器及び再生医療等製品の品質、有効性及び安全性の確保と、これらの使用による保健衛生上の危害の発生や拡大の防止のための規制を行うことです。

2014年11月までは「薬事法」という名称で親しまれてきましたが、医療機器の進化、iPS細胞等を使った再生医療への期待を背景に、医療機器に関する事項の充実、再生医療等製品に関する規制の整備等が盛り込まれ、薬事法から現

回は化粧品のパッケージに記載されている事項に関して用語解説しました。今回は「薬機法」という法律に焦点を絞って、その周辺の用語を解説していきたいと思います。

在の薬機法に法律名が変更されました。

●化粧品に関する規定

薬機法は合計18章で構成されていますが、特に化粧品に関連する章は、第1章の「総則」、第4章の「医薬品、医薬部外品及び化粧品の製造販売業及び製造業」、第10章の「医薬品等の広告」、第11章の「医薬品等の安全対策」の部分です。

第1章の「総則」では「化粧品」や「医薬部外品」等の定義などが規定されています。第4章の「医薬品、医薬部外品及び化粧品の製造販売業及び製造業」では化粧品等を製造して販売するために必要な許可とその要件が詳しく規定されています。第10章の「医薬品等の広告」では、広告をする者の基本として、虚偽や誇大な広告を出してはいけない旨の規定があります。第11章の「医薬品等の安全対策」では、化粧品等に関しては、①危害の防止 ②副作用等の報告 ③回収の報告等が規定されています。そのほかの章でも有意義な部分が各所にありますので、一度通読されることをお勧めします。

化粧品とは

前回でも紹介しましたが、薬機法には化粧品の定義が次のように規定されています(2条3項)。

人の身体を清潔にし、美化し、魅力を増し、容貌を変え、又は皮膚若しくは毛髪を健やかに保つために、身体に塗擦、散布その他これらに類似する方法で使用されることが目的とされている物で、人体に対する作用が緩和なものをいう

2020年に化粧品に該当するかどうか話題になった「ジェルネイル」ですが、直接、爪に塗布するベースジェルは化粧品に該当し、直接爪に塗布しないカラージェルやトップジェルは、化粧品の定義に適合していないため化粧品に該当しない、との行政判断がされています。

医薬部外品とは

「医薬部外品」とは、誤解をおそれず一言でいうと「医薬品」と「化粧品」の中間のものです。化粧品との違いは、「有効成分」が配合されていて、承認を得た効果効能をうたえることです。「医薬品」との違いは、薬機法にも規定されていますが、その効果が「人体に対する作用が緩和なもの」であることです。

薬機法には、化粧品同様「医薬部外品」の定義・範囲が規定されています。その概要は、「薬機法で定めたもの」と「厚生労働大臣が指定するもの」の2つがあるということです。

薬機法で定めたものには、「あせも、ただれ等の防止」の効果のあるものや「脱毛の防止、育毛又は除毛」効果のあるものなどとともに、「殺虫剤」なども含まれます。

厚生労働大臣が指定するものには、「医薬品」から「医薬部外品」に変更されたビタミン剤なども含まれます。化粧品関連では「染毛剤」「パーマ剤」「浴用剤」や、「薬用化粧品」も含まれます。

薬用化粧品とは

各化粧品事業者(以下、各社)の商品や広告等で「薬用化粧品」という言葉を見る機会が多いと思いますが、薬機法ではその明確な定義がありません。厚生労働大臣が医薬部外品の指定をした告示には「医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律2条3項に規定する使用目的のほかに、にきび、肌荒れ、かぶれ、しもやけ等の防止又は皮膚若しくは^{こう}

腔の殺菌消毒に使用されることも併せて目的とされている物」も指定されており、これが薬用化粧品と認識されています。

薬用化粧品の大きな特徴は、前記告示に規定のとおり、化粧品の効能効果に、配合されている「有効成分」による効能効果がプラスされていることです。しかし、そのほかの医薬部外品同様、人体に対する作用が緩和であることが必要です。

薬用化粧品のカテゴリーですが、シャンプー、化粧水、日やけ止めなど8種類に分類*されていて、それぞれの種類で訴求できる一般的な効能効果が規定されています。最近の広告で訴求されている効能効果で多いのは、①メラニンの生成を抑え、しみ・そばかすを防ぐ ②しわの改善などです。このほかにも、各社が商品差別化のため、医薬部外品として新しい効能効果のある有効成分の研究を重ねています。

化粧品基準について

最後に、日本の化粧品で使用される原料に関する規制について説明します。

化粧品を作るに当たって、各社は自らの責任でいろいろな原料を使用しますが、その使用原料は厚生労働省が定める「化粧品基準」を遵守していることが必要になります。この「化粧品基準」では、総則に「化粧品の原料は、それに含有される不純物等も含め、感染のおそれがある物を含む等その使用によって保健衛生上の危険を生じるおそれがある物であってはならない」と基本的事項が規定されています。さらに、化粧品に配合してはいけない成分や最大配合量が決められた成分などが明記されています。

各社は、化粧品基準をクリアするのは当たり前ですが、お客様に安心して使用してもらえよう、さらにそれぞれの原料の安全性を担保して、品質・有用性・安全性を確保した化粧品を作り、市場に出しています。

* ①シャンプー②リンス③化粧水④クリーム、乳液、ハンドクリーム、化粧用油⑤ひげそり用剤⑥日やけ止め剤⑦パック⑧薬用石けん(洗顔料を含む)

第 53 回

中古自動車売却トラブル — 強引な勧誘やキャンセル妨害に注意! —

相談事例

自動車の買い取りを希望しており、査定額を知るために3社に自宅訪問を依頼した。午前に来た事業者から、査定額として約300万円が提示された。「午後に来る2社の査定額も聞いてから決めたい」と伝えたところ、非常に強引な態度で居座られ、契約するまで帰らないようすだったので、やむなくタブレットに署名して契約した。午後の2社の査定額は午前の事業者よりも高かったため、午前の事業者に断る電話をしたところ、「解約はできない。どうしても解約するのであれば、店に来て免許証を出してもらおう」と言われ、その後も20回近く電話がかかってきた。強引に勧誘され、やむなく契約したのに店でしか解約できないのか。
(20歳代、男性)

中古自動車(以下、車)の売却トラブルに関する相談では、「契約・解約」に関するものが全体の9割弱を占めています。

●問題点

車の売却については、一生のうちに何回もあることではない消費者と、知識や契約の流れを熟知している事業者とでは、情報量と交渉力に大きな差があり、消費者は売却手続きや車の適正な売却相場の情報が乏しいまま、事業者と交渉することになります。

そのような状況で、事業者が強引に勧誘し消費者に考える時間を十分に与えずに契約を迫る事例や、なかには高額なキャンセル料の設定等により解約しにくくするなどの事例も見られますので、次の点に注意してください。

●アドバイス

(1) その場では契約しないようにしましょう

査定場で事業者から契約をせかされても、その場で契約せず、売却の意思がなければきつ

ぱりと断りましょう。

なお、車の売却は、事業者が訪問した際の勧誘による契約であっても、特定商取引法におけるクーリング・オフの対象外です。

(2) 事前に契約書をよく確認しましょう

いったん契約をすると、原則として契約書の内容に拘束されますので、契約を締結する前にしっかり内容を確認しましょう。

特にキャンセル料に関しては、金額とともに、どの時点から発生するのかなどについても理解したうえで契約することが重要です。

(3) 困ったときは、最寄りの消費生活センター等や業界団体の相談窓口にご相談してください

不安に思った場合やトラブルになった場合には、一人で悩まず最寄りの消費生活センター等^{*1}に相談しましょう。

車買い取り事業者の団体である一般社団法人日本自動車購入協会(JPUC)には、車の売却に関する専門の消費者相談窓口^{*2}が設置されており、同様に相談することができます。

*1 消費者ホットライン「188(いやや!)」番(最寄りの消費生活センター等を案内する全国共通の電話番号)

*2 JPUC車売却消費者相談室(電話番号:0120-93-4595、受付時間:9:00~17:00[土日祝定休])

参考:国民生活センター「増加する中古自動車の売却トラブルー強引な勧誘やキャンセル妨害もー」(2023年3月22日公表)
https://www.kokusen.go.jp/news/data/n-20230322_1.html



チキン予約後に店が倒産。 代金を返金してほしい

相談者の気持ち

近所の唐揚げ専門店でクリスマス用チキンを予約し代金を前払いしました。後日「閉店」の貼り紙があったので、記載されていた番号に電話したところ「店は破産手続に入った」と言われました。チェーン店だったので本社にも電話しましたが「フランチャイズ店なので対応できない」と言われました。前払いした代金を返金してほしい。



小島 直樹 Kojima Naoki 弁護士

第二東京弁護士会・消費者問題特別委員会に所属。一級建築士。通商産業省(現経済産業省)などの勤務経験を生かし、消費者被害救済のほか、高齢者や中小企業の法律問題など広く取り組む



チェーン店でクリスマス用チキンの予約をしたということなので、契約した相手はチェーンの本部なのか、その店なのかが問題になります。もし、各個店が本部の代理人として注文を受けていたのであれば、相談者は本部に対してチキンの注文を履行することを直接請求できます(本部はチキンを提供できますので、返金は請求できません)。しかし、本件のようにフランチャイズ契約に基づき、その店が独自の裁量で注文を受けていた場合、破産手続を開始した店に、何が請求できるかという問題になります。

破産というのは、破産手続に入った時点で破産者の資産と負債を固定して、資産を債権者に(債権の額に応じて)平等に分配して清算する手続です。

その店は相談者から代金の前払いを受けていながら破産手続に入っているため、相談者はその店に対してチキンの代金額だけの債権を有している債権者ということになり、原則どおりであれば、その店の資産の全部を全債務に平等に割り振るので、通常、債権者はわずかな金額の分配を受けることになります。また、破産手続が開始されると個々の債権者に債務の弁済(支

払いや商品を引き渡すこと)をすることは禁止されますので、相談者は前払いした代金の返済を受けることはできません。

以上が原則どおりの破産手続のあらましですが、実際には、原則どおりに進むことはあまりありません。

まず、経営者としては事業を継続したいと考えるのが通常ですので、何とか事業を継続するために破産から民事再生手続に移行しようとする場合があります。その場合、債権者の承諾を受けて、そのまま注文を履行することで事業再生の手掛かりにすることが考えられます。

また、事業再生の見通しが立たず、破産するしかない場合でも、少額の債権者が多数存在すると円滑な破産手続の支障になるため、少額の債務については、民事再生手続の場合と同様に、注文を履行するか全額を返済し、債権者から抜けるように提案される場合もあります。

いずれの場合でも、債権者としての扱いを受けるためには、届出をしておかないとなりません。そこで、破産手続開始と同時に、裁判所が選任する破産管財人に債権の届出をし、その後も破産管財人と連絡を絶やさないことが重要です。破産管財人が誰かは裁判所に問い合わせれば分かります。

的空いているレジ台を目指すなどしてレジ前通路を歩行する利用客も相当数いたと考えられるから、レジ前通路の床面に物が落下していた場合、転倒事故が発生するおそれは大きかった。「上記事情に鑑みると、本件店舗を運営するYとしては、利用客に対する信義則に基づく安全管理上の義務として、本件事故発生時のように、本件店舗が混み合い、相当数の利用客がレジ前通路を歩行することが予想される時間帯については、Yの従業員によるレジ周辺の安全確認を強化、徹底して、レジ前通路の床面に物が落下した状況が生じないようにすべき義務を負っていた」。「本件事故発生時、Yの従業員がレジ周辺の安全確認を行っていた形跡はなく、Yは、上記義務を尽くしておらず、これにより、レジ前通路の床面に天ぷらが落下した状況を発生、継続させ、本件事故を生じさせたのであるから、Yには信義則上の安全管理義務違反があり、不法行為責任が成立するというべきである」(5割過失相殺)。

3. Yの控訴及びXの附帯控訴及びその後の経緯

Yが控訴し、Y敗訴部分を取消し、Xの請求を棄却する旨の判決を求め、他方、Xは附帯控訴をし、約142万円及びこれに対する事故時から支払済みまでの遅延損害金の支払を求めた。本判決は、次の理由により、原判決中、Y敗訴部分を取消し、Xの請求を棄却し、また、Xの附帯控訴を棄却する。その後、Xが上告するが、上告は却下、不受理となって、本判決は確定している。

理由(Xの請求認容)

1. 争点の確認(安全配慮義務違反)

「本件天ぷらがレジ前通路に落ちた状況及びこれが放置された状況については、これを現認

した者がおらず、不明であるが、本件事故現場は会計前の商品を持った利用客が通るレジ前通路であること、本件店舗の従業員が同現場付近に本件天ぷらを落とすことは通常考えられないことから、本件天ぷらを落としたのは、本件店舗の従業員ではなく利用客であると認められる。また、同現場は、利用客からは見通しのよい場所であること、本件天ぷらは、縦横それぞれ13cm、10cm程度と比較的大きく、利用客が目視するだけでなく、足に触れたり、カートに当たったりする等して発見しやすい物であることが認められるが、利用客からレジ内の従業員等に落下物があるとの申告、苦情等はなかったことからすると、本件天ぷらは、本件事故に近接する時点で落ちたものである可能性が高く、少なくとも長時間放置されていたものとは認められない」。「よって、争点としては、利用客が本件事故現場(レジ前通路)付近に落とした本件天ぷらを短時間放置させたことが、Yの安全配慮義務違反といえるかという点に集約される」。

2. レジ付近の通路という場所的な事情

「そこで検討するに、前記認定のとおり、消費者庁が店舗内の転倒事故に関して発出した文書によると、店舗内の床滑りによる転倒事故は、雨天時や水を使う場所の床濡れによるものが大半を占めており、落下物が原因となる場合も、青果物売場において野菜くず等を踏みつけたときに滑ることが想定されているものの、レジ付近の通路は落下物による転倒事故が発生しやすい場所としては挙げられていない。これは、青果物売場においては、野菜くず等の落下物が比較的多いことに加え、利用客も商品を選別するのに注意が集中し、足下の注意が疎かになりやすいことによるものであると考えられるのに対し、レジ付近の通路においては、この両方の要因とも想定し難いからであると考えられるのであって、合理的な区別であると認められる。前

記認定の本件店舗におけるかぼちやの天ぷら等の惣菜の販売方法からすれば、惣菜売場においても、青果物売場と同様に落下物が比較的に多くなる可能性はあるが、これは飽くまでも売場付近での話であり、レジ付近の通路とは区別して考える必要がある。本件店舗の店長であった証人Aの証言及び陳述書によっても、同人の知る限り、これまで他の店舗も含めレジ付近で落下物による転倒事故が発生したことはなかったことが認められる。「他方、レジ前通路を通行する利用客からは同通路は見通しがよく、同通路に商品等の落下物があったとしても目に付きやすく、店舗内が混み合っている時間帯でも足下の落下物を回避することは特に困難なことではないと認められる」。

3. 従業員側の事情

A. レジ打ち従業員

「レジ内の従業員にとって、レジ前通路の床は、レジ台等の死角となるため視認することができない部分があり、仮にその視認可能な範囲に落下物があったとしても、店舗内が混み合う時間帯には、レジ台の前に会計待ちの利用客が並んでおり、レジ内の従業員がレジ打ちの作業に従事しながら当該落下物を速やかに発見してこれを取り除くことは困難であった」。

B. 時間帯、品出し等作業の従業員、天ぷらの落下物としての可能性

「レジ付近の売場における品出し等の作業は、店舗内が混み合う時間帯は利用客の妨げとなるため通常行われておらず、その担当の従業員もレジ付近にはいなかったことが認められるものの、レジ前通路に本件天ぷらのような商品を利用客が落とすことは通常想定し難い」。

4. 店舗Y側の義務

以上から、「Yにおいて、顧客に対する安全配

慮義務として、あらかじめレジ前通路付近において落下物による転倒事故が生じる危険性を想定して、従業員においてレジ前通路の状況を目視により確認させたり、従業員を巡回させたりするなどの安全確認のための特段の措置を講じるべき法的義務があったとは認められない。「したがって、利用客が本件事故現場(レジ前通路)付近に落とした本件天ぷらを短時間放置させたことにつき、Yにおいて安全配慮義務違反があったということはできず、Xに対して不法行為責任又は債務不履行責任を負うものではないと解するのが相当である」。

5. 土地工作物責任

「また、同様に、本件店舗の設置、管理に瑕疵があることによって本件事故が発生したと認めることはできないのであり、YにおいてXに対して土地工作物責任を負うものではないと解するのが相当である」。

6. 結論

「よって、Xの本件請求は、その余の点について判断するまでもなく理由がないから、全部棄却すべきところ、これと異なり同請求を一部認容した原判決は失当であり、Yの本件控訴は理由があるから、これに基づき原判決中Yの敗訴部分を取消した上、同部分に係るXの請求を棄却し、Xの本件附帯控訴は、理由がないから棄却する」。



1. スーパーらの客に対する安全配慮義務

スーパー、コンビニ、デパート等の一般消費者に開放された店舗の経営者が、買物客に対して、その自損、他損事故が生じないようにする安全配慮義務を負うことは、本判決も否定するところではない。商品販売等のために一般に消

費者(利用者)に店舗等を開放する以上は、積極的に客の身体の安全に配慮することが求められるからである。この義務は信義則上の義務とされるが、その違反は不法行為責任を導くに過ぎない。

2. これまでの判例

A. 床が濡れていた事例

これまでスーパー等での客の転倒事故についての裁判例はいくつかあり、請求を認めない判決が多い。請求が認められている事例も、例外なく過失相殺がされている。

参考判例①～④、⑦及び⑩は、床が濡れていて客が転倒した事例であり、**参考判例③**は特に床材が滑りやすいものであったことが考慮されて店舗の責任が認められている。**参考判例②**はコンビニで従業員が床の水拭きをしていて客がレジに来たので、から拭きをしないままにした事例であり、客の靴底がすり減っていたために滑ったとして責任を否定したが、**参考判例③**はその控訴審判決でありそのような客が来ることも見越して安全を配慮すべきであるとして、責任を認め過失相殺で調整した。**参考判例⑩**はスーパーの野菜売り場で、サニーレタスを水に戻してから販売し、そのためレタスから滴り落ちた水で床が濡れ、客がこれで滑って転倒した事例で店の責任が認められている。

B. 他の客が商品等をこぼした事例

他方、**参考判例⑥**は、スーパー内のアイスクリーム専門店の特売日に、アイスクリームを購入した客がそれを床に落とし、これに気がつかない客がカートを押して足で滑らせて転倒した事例で、スーパー(アイスクリーム店ではない)の責任を認めている。特売日で客がアイスクリームを落とすことが予見でき、特に監視員を巡回させる必要性があったと認めている。定期的に巡回をさせる義務なので、巡回させて

いれば巡回の直後に事故があっても、結果回避義務に違反はないことになる。**参考判例①**は大蔵省(当時)の職員食堂で、客が味噌汁を床にこぼし、他の客がトレイに食事を載せて移動中それにより滑って転んだ事例で、繁忙期であり、しかもセルフサービス式の安価な食堂であることから責任が否定されている。

C. 過失法理との関係

民法709条の「過失」には、結果の予見可能性、結果回避義務の成立、その違反が認められることが必要になる。予見可能性は、危険の程度、頻度などとの相関で判断され、これは結果回避義務も同様である。非常に危険な場合には(例えば、油の瓶が落ちて割れて、油が床にこぼれている等)、注意義務は高まるが、かといって、油売り場に店員を常時張り付けるまでの義務はない。そのような事故があった場合にはより迅速かつ厳格な対処が求められるといった程度である。普通はそこまでの危険性は認められず、店員の巡回や品出しなどの際に落下物に気をつけるという程度の結果回避義務にとどまる。また、予見可能性は客側にも注意義務をもたらすことになり、請求が認められても必ず過失相殺がされるのはこのような事情がある。こうして、場所、時間帯、落下物の危険性の程度等、総合的に判断して店舗側の結果回避義務またその違反が検討されるべきものであり、統一的な基準といったものは考えられない。

3. 本判決の検討

A. 第1審判決との比較

本事例は第1審と控訴審とで判断が分かれた。第1審判決は、本件通路に落下物がないか確認する義務があるのに、Yの従業員がレジ周辺の安全確認を行っていなかったとして義務違反を認め、不法行為責任(709条か715条1項かは不明)を認めた。これに対して、本判決は、夕方

の混み合う時間帯であること、惣菜売り場ではなくレジ前で天ぷらが落ちていることは通常は想定できない、レジからは死角になる、客がレジ前に並んでいるので従業員を巡回させるのは客の邪魔になるなどから、原則としてそのような状況での落下物の確認をすべき義務を否定した。したがって、その時間帯かつレジ前については、客が自己の責任で落下物について注意をすべきことになる。

B. 過失判断についての検討

コロナ禍で惣菜売り場の状況が変わったが、従前の売り方を前提に検討する。本判決はレジ前通路に惣菜の天ぷらが落ちていることは通常「想定」できないとしたが、これが予見可能性を否定するのであれば、結果回避義務またその違反を論じるまでもない。客から落下物の指摘があり予見可能になったのに対処しなかった場合が問題になるに過ぎない。また、客から指摘が入っても、レジ打ち作業の最中であり、店内アナウンスで従業員に確認を求めるしかなく、その間(短期間)に転倒事故が生じても義務違反とはいえない。仮に抽象的に非常に低いものの予見可能性があると考えたとしても、客が容易に気づく、混み合った時間帯ということから、レジ内従業員による目視も従業員の巡回も義務づけられないものとした。混み合った時間帯でなければ、レジ内の従業員による見える限りでの目視は必要ということになりそうである。

C. 本判決の先例としての価値

参考判例とは事例の差があり、事案ごとに考える必要がある。本判例は本件とは異なり、惣菜売り場そのものに落下物がある事例には当てはまらない。この場合には、より可能性が高くなり、それに応じて結果回避義務も高められる。それでも、絶対的な義務ではなく、相当な注意をすべき義務に過ぎない。品出しなどを兼ねて

ある程度定期的に落下物がないか巡回をする必要があり、巡回義務を尽くしていれば、直前の巡回から短期間に事故が生じた場合には、落とした客が従業員に告げていたなどの事情がない限り、義務違反はないことになる。なお、天ぷらを落とした客の責任は、店にすぐに連絡せず放置したならば、このような事故が生じることが予見可能なので、不法行為責任を負う可能性が高い。

このように、店舗内での客の転倒事故の事例も千差万別であり、事例により結論が変わってくる。本判決は事例判決に過ぎず一般化できないものであり、本判決の射程が及ぶ類似事案の先例として参考とされるべきである。

参考判例 (★は消費者敗訴・☆は消費者勝訴)

- ①東京高等裁判所昭和63年9月28日判決(『判例時報』1294号37ページ〈職員食堂・豚汁〉)★
- ②大阪地方裁判所平成12年10月31日判決(『判例時報』1764号67ページ〈コンビニ第1審判決・床の水拭き〉)★
- ③大阪高等裁判所平成13年7月31日(『判例時報』1764号64ページ〈②のコンビニ控訴審判決〉)☆
- ④名古屋地方裁判所岡崎支部平成22年12月22日判決(『判例時報』2113号119ページ〈スーパー・雨の日〉)★
- ⑤福岡地方裁判所小倉支部平成23年11月28日判決(未公開〈衣料品店・雨の日〉)☆(65%過失相殺)
- ⑥岡山地方裁判所平成25年3月14日判決(『判例時報』2196号99ページ〈スーパー・アイス〉)☆(2割過失相殺)
- ⑦名古屋地方裁判所平成25年11月29日判決(『判例時報』2210号84ページ〈コンビニ・雪の日〉)★
- ⑧東京高等裁判所平成26年3月13日判決(LEX/DB〈銀行ATM・足拭きマット〉)☆(4割過失相殺)
- ⑨東京地方裁判所令和2年12月8日判決(裁判所ウェブサイト〈本判決原審判決〉)☆(5割過失相殺)
- ⑩東京地方裁判所令和3年7月28日判決(LEX/DB〈スーパー・水にぬらしたレタスからしたたった水〉)☆(2割過失相殺)

これだけは押さえておきたい
改正民法(債権法)



定型約款

上田 孝治 Ueda Koji 弁護士

日弁連消費者問題対策委員会幹事、国民生活センター客員講師、兵庫県弁護士会住宅紛争審査会紛争処理委員、兵庫県消費者教育推進計画検討会委員、芦屋市都市計画審議会委員などを務める

定型約款に対する新たな規制

現代では、^{さまざま}様々な取引において、細かな取引条件などを定めた「約款」が用いられることがあります。約款を利用した取引については、取引の相手方が約款に定められている細かな内容についての具体的な認識がないことが多いにもかかわらず、なぜ、その内容に拘束されるのかといった問題がありました。そこで、改正民法では約款に関する規律が新たに設けられました。

具体的には、約款のうち、①定型取引において、②契約の内容とすることを目的として特定の者により準備された条項の総体である「定型約款」が民法の規制対象となっています。ここでいう、「定型取引」とは、不特定多数の者を相手方として行う取引であって、その内容の全部又は一部が画一的であることが双方にとって合理的なものとされています(548条の2第1項)。

したがって、例えば雇用契約のような相手方の個性に着目してなされる取引については、「不特定多数の者を相手方として行う取引」ではありませんので、定型約款にはなりません。

また、定型約款は、特定の者によって「準備」されればよく、「作成」される必要はありませんので、事業者が、業界団体のひな形をそのまま利用するような場合も、定型約款に当たる可能性があります。

定型約款の契約内容への組入れ

定型約款で定められた個別の条項について、それが契約内容として組み入れられ、合意した

とみなされる場合(みなし合意)が、民法で2つ定められています。

1つ目は、定型約款を契約の内容とする合意をしたとき(548条の2第1項1号)で、売買などの定型取引に関する合意に加えて、約款の利用に関する合意がある場合です。約款に関する合意は、約款が存在しており、これを利用するという点についての抽象的な認識があればよく、個別の条項の内容についての認識までは必要ありません。具体的には、「当社が作成する約款が適用されます」という合意をした場合や、ネット取引において「利用規約に同意する」にチェックを入れたような場合がこれに当たります。

2つ目は、定型約款を準備した者が、あらかじめ定型約款を契約の内容とする旨を相手方に表示していたとき(548条の2第1項2号)で、定型取引に関する合意に加えて、約款に関する表示がある場合です。ここで「表示」というのは、取引を実際に行おうとする際に、定型約款を契約の内容とする旨が個別に示されていることであり、定型約款の内容そのものを表示する必要はありません。具体的には、ネット取引において、定型約款を契約締結画面までの間に同一の画面上で認識できる状態に置くような場合や、対面取引において、その取引が行われる場所で定型約款を契約の内容とする旨の表示をするような場合です。これに対して、単に定型約款を準備した者のウェブサイトにおいて約款が公表されているというだけでは、ここでいう表示があったとはいえません。

なお、これらとは別に、特別法による例外と

して、「公表」による定型約款の組入れというものもあります。これは、個別に「表示」することすら困難である取引のうち、取引自体の公共性が高く、定型約款を契約の内容とする必要性が高いもので、例えば、鉄道営業法18条の2で定められている旅客鉄道事業に係る旅客運送の取引の特例があります。これによれば、相手方への個別の表示がなくても、定型約款を準備した者があらかじめその定型約款を契約の内容とする旨を一般に向けて「公表」(自社ウェブサイトへの掲載など)することによって、当事者が定型約款の個別の条項について合意したものとみなされます。

定型約款に関する条項の組入れ制限

定型約款に関しては、①相手方の権利を制限したり義務を加重する条項で、②定型取引の態様・実情並びに取引上の社会通念に照らして、信義則に反して相手方の利益を一方的に害すると認められるものは、合意をしなかったものとみなすという条項の組入れ制限規定があります(548条の2第2項)。

この組入れ制限規定は、①条項の内容の不当性、②条項の不意打ち性という2つの視点から考えて、みなし合意の対象から外すというかたちで契約内容への組入れを制限するものです。したがって、いわゆる不当条項や不意打ち条項のいずれかに該当すれば、組入れ制限によって条項の効力が否定される可能性がありますし、内容の不当性と不意打ち性の両方の問題点がある条項について、総合的に判断して条項の効力が否定される可能性もあります。

この規定においては、定型取引の態様・実情並びに取引上の社会通念に照らしての判断が必要とされていますが、具体的には、①条項が設けられた理由や背景、条項を設ける必要性の程度、②同種取引などと比べたときに相手方にとってどの程度予測し難い内容となっているか、個別の条項の内容を相手方がどの程度認識

して取引したのか、③その条項がもたらす相手方の不利益の内容・程度、④当該取引における相手方の一般的な属性(その分野の関係者に限られるのか、広く消費者なのか)などが考慮要素となります。

なお、消費者契約法10条では不当条項規制が定められていますが、これは、①消費者契約に限定されていること、②みなし合意からの除外ではなく、条項の無効であること、③不意打ち性ではなく、内容の不当性判断が中心となることといった点で定型約款に関する民法の規制とは異なります。もっとも、条項の効力を否定するという点では両者は共通ですし、要件的に重なり合う部分もありますので、いずれの要件も満たす場合には、消費者はどちらを主張しても構わないとされています。

定型約款の内容の表示

1. 表示すべき時期・内容

定型約款を準備した者は、契約をする前又は契約後相当の期間内に相手方から請求があった場合には、遅滞なく、相当な方法でその定型約款の内容を示さなければなりません(548条の3第1項)。

ここで、表示義務が発生することになる契約後の「相当の期間」とは、約款を利用した取引における紛争について定型約款が関係してくることからすれば、一般的な消滅時効期間を踏まえて、おおむね、最終の取引の時から5年程度と考えられています。

そして、相手方から請求があった場合に、定型約款の内容を相当な方法で表示しなければなりません。相当な方法としては、例えば、定型約款の電子データをメールで送付したり、定型約款が掲載されているウェブサイトのURLを伝えるといったものが考えられます。もっとも、「インターネットの閲覧ができない」と言っている人に対して、単に「ホームページに掲載してあります」と伝えるだけでは相当な方法とはい

えないと考えられます。

また、定型約款の変更が行われているケースにおいては、基本的には表示請求時点のもの、つまり最新の内容を表示する必要があります。もっとも、既取引が終了した相手方からの表示請求の場合は、その相手方に適用された最終の内容を表示する必要があります。

なお、定型約款を準備した者が、既に定型約款を記載した書面を交付したり、電磁的記録を提供していたときは、改めて表示をする必要はありません(548条の3第1項ただし書き)。

2. 定型約款の表示拒否があった場合

定型約款を準備した者が、契約をする前になされた表示請求を拒んだときは、一時的な通信障害が発生したなどの正当事由がある場合を除き、定型約款は契約内容への組入れは認められません(548条の3第2項)。

他方で、契約をした後になされた表示請求に対する拒否については特に規定はありませんので、拒否された相手方としては、一般的なルールに基づいて、表示の強制的な履行を裁判所に請求したり、債務不履行による損害賠償を請求することになります。

定型約款の変更

定型約款については、法令の改正などの状況の変化に伴って約款を変更する必要があることがあります。他方で、既に成立している契約内容の変更には原則として相手方の同意が必要ですが、約款の変更について、すべての当事者から個別に同意を得ることは現実的に難しい面もあります。そこで、民法は、個別の同意なしに、定型約款の内容を変更できる場合を2つ定めています。

1つ目は、相手方に有利な変更の場合です。これは、①変更が、相手方の一般の利益に適合すること(548条の4第1項1号)、②手続として、変更の効力発生時期を定め、かつ、定型約款を変更する旨及び変更後の定型約款の内容並びに

その効力発生時期をインターネットの利用その他の適切な方法により周知する(同条2項)ことによつて、変更が認められる場合です。

2つ目は、相手方に有利とはいえない変更の場合です。これは、①変更が契約をした目的に反せず、合理的なものであること(548条の4第1項2号)、②手続として、効力発生時期を定め、かつ、定型約款を変更する旨及び変更後の定型約款の内容並びにその効力発生時期を適切な方法により周知する(同条2項)ことによつて変更が認められる場合で、この場合は、効力発生時期までに周知を完了していなければ、変更の効力は生じないとされています(同条3項)。

2つ目の相手方に有利とはいえない変更については、変更の合理性が要件とされ、具体的な考慮事情としては、①変更の必要性(法令の変更、経済情勢の変動など)、②変更後の内容の相当性(過剰になっていないか、ほかの方法がないかなど)、③定型約款の変更をすることがある旨の定めの有無・内容(元々の定型約款に変更することがある旨を定める具体的な条項があれば、変更の合理性が認められやすくなる)、④その他の変更に係る事情(変更を望まない相手方への解除権の付与、猶予期間といった不利益を軽減する措置の有無・内容など)があります。

また、変更手続における周知に関しては、例えば、ウェブサイトへの掲載による周知であれば、掲載後直ちに周知が完了したとはいえ、ある程度の掲載期間が必要と考えられます。そして、相手方に有利とはいえない変更については、効力発生時期までに周知が完了していなければ、再度、効力発生時期を定めて周知を行うことが必要になります。

なお、定型約款の変更の場合、変更要件を充たしていれば、変更は合理的なものと考えられることから、前述の定型約款に関する条項の組入れ制限規定の適用は除外されています(548条の4第4項)。

啓発用リーフレットのお知らせ

若者向けの啓発用リーフレットの改訂版を作成しました。
ウェブサイトに掲載しておりますので、
ぜひ印刷してご活用ください！

過去の啓発用リーフレットのバックナンバーも
掲載しております。あわせてご活用ください。

●啓発用リーフレット バックナンバー

<https://www.kokusen.go.jp/wko/data/bn-yattem.html>

