



アメリカ

航空機の座席サイズの最低基準制定に向けて

- CR アドボカシー ホームページ <https://advocacy.consumerreports.org/research/consumer-organization-letter-to-dot-and-faa-on-passenger-emergency-evacuation-test/>
- コンシューマー・アフェアーズ ホームページ <https://www.consumeraffairs.com/news/faa-to-test-the-safety-of-airplane-seat-sizes-against-the-growing-girth-of-fliers-100119.html>
- S. コーエン議員 ホームページ <https://cohen.house.gov/media-center/press-releases/congressman-cohen-seeks-representative-demographics-aircraft-evacuation> ほか

航空機の旅は年々窮屈になり乗客の不満が募っているという。1960年以來、アメリカ人の平均体重は約13.5kg増えたにもかかわらず、座席の幅は約4cm縮小して約42cmに、間隔は10cm以上も縮小して79cm前後になったためだ。これに対し、民間航空機の運航や機体の安全管理を担うFAA（連邦航空局）は、「緊急時、90秒以内に機外へ脱出できること」という安全基準は航空会社が実施した実証実験によって証明されているとして、乗客の快適性向上のために座席サイズの最低基準を制定することには否定的であった。しかし、航空会社が作成した資料には若くスリムな被験者が整然とにこやかに避難するようすが撮影されており、航空機旅客権利擁護団体（フライヤーズライツ）等はまったく非現実的で避難

の安全性は確保されていないと批判していた。

2018年、超党派議員提出のSEAT法を含むFAA再認証法（改正法）が成立し、FAAは2019年11月によりやく座席のサイズと間隔の最低基準策定のための実験を行うと発表した。しかし、被験者には高齢者や子ども、障がい者、肥満者などは含まれないと報じられ、SEAT法案提出の議員はFAAに不満を表明。また、CR（コンシューマーレポート）等も、現行の実験では、満席に近い大型旅客機の場合や、通路の手荷物、急増中の感情支援動物*、パニック状況などが考慮されておらず、現実に見合う適切な結果は得られないとして、DOT（運輸省）およびFAAに改善を要望する文書を送付した。

* 精神的な問題を抱える人を支援する動物。



オーストラリア

食品の「健康指数星マーク制度」導入5年

- HSR ホームページ <http://www.healthstarrating.gov.au/internet/healthstarrating/publishing.nsf/Content/home>
- CHOICE ホームページ <https://www.choice.com.au/food-and-drink/nutrition/food-labelling/articles/strengthening-health-star-ratings> ほか

健康指数星マーク（HSR：Health Star Ratings）は、市販の包装済加工食品がどの程度健康的かを星の数（0.5個刻みで最高5個）で表示する制度。2014年OECD調査で、オーストラリアの成人の63%が過体重または肥満とされる状況に対し、政府が国民の肥満防止・健康促進の対策として業界、公衆衛生担当、消費者グループなどと協力して開発、導入した自主表示制度である。成分表記を確認するよりも、星マーク数を見ればより簡単に、迅速に、同じ基準で比較し選択することが可能であるという。技術者および栄養専門家が開発した計算方式で、エネルギー量、リスクのある要素（飽和脂肪酸、塩分、総糖分）と健康的要素（たんぱく質、食物繊維、果物・野菜・ナッツ・豆類）の量の評価を算定して星の数が決められる。

このほど規定が見直され、導入後5年間の成果と今後に向けた改善点や目標を記した最終報告が公表された。その中で、制度はおおむね良好に運用され、多くの消費者が「分かりやすい」「星の数が多い食品を選択するようになった」と評価。また、制度導入後に約8割の商品がより健康的な成分に改善されたという。今後は、糖分や塩分のマイナス評価の強化や低糖・低エネルギー食品の積極的評価など計算方式の改善に加え、現在約3割の表示率を2023年までに7割に引き上げたいとしている。

CHOICE（オーストラリア消費者協会）の調査では、消費者は星マークがないと宣伝やメーカーのイメージに流されやすいことが判明。CHOICEは今回の最終報告に対し、添加糖分のマイナス評価強化と表示の義務化を強く要望している。



文/岸 葉子 Kishi Yoko



ドイツ、フランス

多言語が交錯する国境地帯の消費者センターで

●ヨーロッパ消費者センター ホームページ <https://www.cec-zev.eu/de/startseite/>
<https://www.cec-zev.eu/fr/accueil/>

ドイツ南西部の山岳地帯「黒い森」近くを流れるライン川は、フランスとの国境線の役割も担っている。バーデン＝ヴュルテンベルク州の小さな町ケールからライン川を越えると、そこはアルザス地方(フランス)のストラスブールである。現在はEUの拠点として知られる都市だが、戦争の度に国境線が変更され、両国間を揺れ動いた過去がある。そこで、住民の多くはフランス語とドイツ語を話し、方言アルザス語も残る多言語地帯となっている*¹。

この地域では、橋を渡って簡単に対岸の国を訪問できる。そこで、ケールに設置されたのが「2つの国に1つの住所」というキャッチフレーズで運営する両国共同のヨーロッパ消費者センターである。同セ

ンターはECC-Net(ヨーロッパ消費者センターネットワーク)の傘下であり、運営に必要な資金は、欧州委員会と各国が共同出資している。他のセンターはEU加盟国のほか、アイスランド、ノルウェーにあり、商品・サービスにかかわる越境取引の消費者トラブル等について、設置国の言葉で相談できる*²。

このなかで、ドイツ・フランス国境地帯の共同センターは独特である。通常の相談業務にとどまらず、互いの国の生活情報を対岸の消費者に発信することで、国境を越える就学・就労等を推進している。2019年から3年間は、障がい者対策の強化期間でもある。重度障がい者が両国間を移動したり、対岸に滞在する際の利便性改善をめざすという。

* 1 オーストリアとイタリア国境の多言語地帯については、ウェブ版「国民生活」2019年6月号「海外ニュース」参照。
http://www.kokusen.go.jp/wko/pdf/wko-201906_09.pdf

* 2 日本には国民生活センター越境消費者センター(CCJ)がある。 <https://www.ccj.kokusen.go.jp/>



オーストリア

国民的スナックの具材としては不適切な商品も

●VKI「消費者」2019年11月号 <https://www.konsument.at/test-toastschinken112019>

スライスしたハムとチーズをパンに挟み、ホットサンド用グリルで焼いたハム・チーズ・トースト(Schinken-Käse-Toast)は、オーストリアの国民的スナックといえるだろう。献立に困ったときのお手軽メニューとして、またカフェの軽食としても広く親しまれている。ケチャップを添えるのが特徴である。VKI(オーストリア消費者情報協会)では以前、読者の家庭でハム・チーズ・トーストを作るとき、どのようなハムを使うのか調査したことがある。それによると、大多数の読者が「トースト用ハム」(Toastschinken)を挙げたという。パンに挟みやすいように、薄くスライスして包装されたもので、商品名にも「トースト用ハム」という言葉が入っている。

そこで、同協会はスーパーでトースト用ハム10

商品を購入し、表示どおりの条件に従って保管したうえで、塩分、衛生面、味等をテストすることにした。まず、塩分テストで分かったことは、包装上の表示よりも、実際の塩分が高いことである。100g当たりの塩分を測定したところ、8商品が表示よりも高く、中には表示では2.0gなのに、実測値は2.91gという商品もあったという。

また、賞味期限の最終日に、専門家が外観・におい・味等を確認したところ、1商品で異様な臭い・味がしたという。同じ日に行った衛生状態のテストでは、この商品を含む計4商品が細菌に汚染されていたとのことである。そこで同協会は、賞味期限ぎりぎりまで保管せずに、購入後は早めに食べるよう助言する。なお、食味テストは一般消費者にも依頼したが、専門家と比べて評価が厳しかったという。