



ドイツ

飼い犬を孤独にしないために

- 商品テスト財団「テスト」2021年11月号 <https://www.test.de/Hund-und-Job-Wenn-Frauchen-das-Homeoffice-verlaesst-5802333-0/>
- 商品テスト財団「テスト」2018年2月号 <https://www.test.de/Hunde-am-Arbeitsplatz-So-vermeiden-Sie-Konflikte-im-Buero-5275029-0/>

2020年春、新型コロナウイルス感染症の第一波がドイツを襲い、在宅勤務や短時間勤務が一気に増えた頃、多くの人が犬を飼うには絶好のチャンスであると考えた。ところが、コロナを契機に飼い主となった人々が直面している問題が、コロナ終息後の飼い犬とのかかわり方である。飼い犬を自宅に残して職場勤務に戻るのか、それとも仕事を減らすのかというジレンマに悩んでいるのだという。

そこで、商品テスト財団が月刊誌『テスト』に解決のヒントを掲載した。これによると、まず、犬を少しずつ訓練したうえで、自宅に残す方法があるという。犬の性質等にもよるが、訓練次第で4～6時間程度なら、飼い主がいなくても過ごせるようになるのだという。しかし、8時間勤務の飼い主には対応できないため、親族や近隣の協力者の手を一時的に

借りるという方法も紹介している。身近に協力者がいない場合は、費用はかかるが、ペット専門の預かりサービスの出番となる。

そして、ドイツならではの解決策が、「オフィス犬」としてのデビューである。飼い犬と一緒に電車やバスに乗り、デパートで買い物することが普通のドイツでは、犬を連れた出勤も珍しいわけではない。しかし、犬が職場にいて従業員へのストレス軽減に役立ち、仕事の効率が上がるとする声がある一方で、犬の存在を好ましく思わない人もいる。そこで、オフィス犬が許されるかどうかは雇用主の判断次第となっている。オフィス犬を許可する場合は、犬をめぐる権利義務関係を書面で明示することが基本となる。犬によるトラブルに備えて、飼い主は賠償責任保険に加入しておくよう、同財団は助言する。



スイス

目に鮮やかなランチのテイクアウトが人気

- ロマンド消費者連盟ホームページ <https://www.frc.ch/le-bowl-un-vrai-repas-complet/>
<https://www.frc.ch/midi-a-la-mode-bowl/>

スイスでは、1回分の食事を深めの器(ボウル)1つに収める料理が注目されており、多数のレシピが公開されている。ベジタリアン向けに野菜や豆腐を使う「ブダボウル」、生魚やアボカドの角切りを使うハワイの「ポケボウル」、日本のちらし寿司など、多様性に富んでいる。色彩豊かで、見栄えがよいのが特徴である。コロナ禍で在宅勤務が増えた頃から、テイクアウト商品の人気も高まっている。

しかし、バランスが取れた食事なのか気になることから、ロマンド消費者連盟(本拠地ローザンヌ)は、大手スーパーチェーン6社で購入した14商品を対象にテストを行った。その結果、総合的に「よい」と評価されたのは1商品のみで、「普通」が9商品、「あまり満足できない」が4商品だった。全般的に、改善の余地ありという結論となった。

例えば、炭水化物の割合が高く、野菜・果物が少ないフムス(ひよこ豆のディップ)、商品名に「サーモン」という言葉が入るのに、サーモン量が非常に少なく、たんぱく質が不足するサラダがあった。また、ご飯の量が多過ぎるサーモン丼、その逆に、ご飯の量が少な過ぎるチキンサラダ丼もあった。

そこで、購入する際は原料表示を確認したうえで、商品によってはチーズ、全粒粉パン等で足りない成分を補充するよう勧める。同連盟は自分で作る方法も紹介する。まず、器にレタス、ルッコラなどの葉野菜を敷き、調理済みの穀物(ご飯、キビ、キヌア等)を入れる。その上に新鮮な季節の野菜、豆腐や魚のマリネ、ゆで卵、調理済みの鶏肉を載せる。生魚は寿司ネタにできるほど新鮮なものを選ぶ。ハーブ、スプラウト、オリーブ油等を加えて出来上がり。



オーストラリア

今年のションキー賞は？

● CHOICEホームページ <https://www.choice.com.au/shonky-awards>

CHOICE(オーストラリア消費者協会)は毎年、前年中に消費者に多大な損害を与えた製品やサービスを提供した企業などにションキー賞を授与している。2021年の受賞は次の5件。

● **幼児向けゼリー菓子**：「本物の果実で作った」と表示されたイチゴ味のゼリー菓子が実際は100g中68.8gが糖分と判明。メーカーは使用したリンゴ果汁由来の果糖で砂糖は無添加だと主張するが、リンゴをそのまま食べるほうが健康的で安価。

● **羽無し扇風機**：国内大手のオンラインショッピングサイトで販売され、CHOICEの商品テスト史上最低の評価を受けた風量不足の扇風機。コピー製品が商品名を変えて、ほかのサイトに多数登場。

● **家庭用生ごみ処理機**：生ごみを乾燥・粉砕・冷却し無臭の小片にして環境にやさしいというが、重く

てかさばる、騒音が激しい、そのうえ約500オーストラリアドル(約4万円)と高価。さらに電気代、部品交換など5年間で総額2,000オーストラリアドル(16万円)以上にもなる堆肥^{たいひ}バケツ、と酷評。

● **航空旅客のカスタマーヘルプセンター**：国内の大手航空各社が共同で設立した無料の相談センター。2020年はコロナ禍で航空便のキャンセルが頻発し「返金が遅い」「返金は無くフライトクレジット*だった」など苦情が激増。苦情を加盟する航空会社に伝え、返答を求めるだけの伝言サービスだと批判。

● **BNPL(後払い決済サービス)の事業者**：BNPLは事前の与信審査が不要、という法の抜け穴を悪用し利用限度額を30,000オーストラリアドル(約240万円)とする事業者。過剰債務を招く危険性がある。

* キャンセル等で未使用の航空券の価値を将来利用できるようにするしくみ



アメリカ

テレマティクス保険を選ぶ際は

● CRホームページ <https://www.consumerreports.org/car-insurance/how-car-insurance-telematics-discounts-really-work-a1549580662/>

テレマティクス保険とは、自動車に搭載した端末かスマホのアプリで保険会社が得た運転実績や運転行動のデータに応じて保険料を算定する自動車保険商品である。走行距離が短い、危険運転をしないなどの場合は保険料が最大40%も安くなるため、アメリカでは自動車保険加入者の16%がこの保険を選び、34%が加入を検討中とのこと。しかし、保険料算定の詳細などが不明で消費者には比較が難しいとして、CR(コンシューマーレポート)が大手10社の公式サイトや問い合わせによって調査した。

10社で多く使われる要件は ●急ブレーキの回数(10社) ●運転時刻(9社) ●運転中の携帯電話使用(6社) ●走行距離(6社)であった。CRは、危険な運転行動を避けるよう心がけることに加え、毎日長距離運転で通勤する人や夜勤の多い人は、そのよう

な要件の無い保険を選ぶなど各人の生活様式に即した商品を選ぶとよいと助言している。一方、急ブレーキの基準が厳しいため、保険料割引の要件違反を回避するために黄色信号を加速して通過するとかえって危険な点や、運転時刻の要件は深夜労働者に対して不当である点を指摘し、さらなる透明性と説明責任を求める要望書をCFA(アメリカ消費者団体連盟)と連名で保険会社各社に送付した。

CRは、テレマティクス保険が危険な運転を避ける運転行動を基準としていることは、最近のドライバーの信用情報や教育レベル、役職まで加味して保険料が決められる傾向に鑑みて正しい方向への一歩であるかもしれないとしながらも、保険料の節約と引き換えに、かなりのプライバシーを保険会社に渡すことが不快なら勧めないとしている。