



フランス

商品テスト記事が論争を呼び起こすことも

「6000万人の消費者」ウェブサイト <https://www.60millions-mag.com/2024/03/28/les-salades-en-sachet-trop-contaminees-par-les-pesticides-22765>
<https://www.60millions-mag.com/2024/04/04/pesticides-60-millions-ne-raconte-pas-de-salades-22838>

商品の品質や安全性について中立的立場でテストを行い、その結果を掲載する商品テスト誌。フランスでの知名度は高く、買い物の際の手引きとして親しまれている。テスト結果に注目するのはマスコミも同様で、時には思わぬ論争に発展することがある。

例えば、国立消費研究所発行「6000万人の消費者」(2024年4月号)に掲載されたテスト記事が記憶に新しい。サラダ用にカット・洗浄した葉物野菜の袋詰め26商品(サラダ菜13商品、マーシュ13商品)を対象に、残留農薬のテストを行ったものである。時間の節約になるとして消費者に支持されるカット野菜だが、特にサラダ菜とマーシュは、7割近くの世帯が利用する人気商品だという。鮮やかな緑の葉をつけるマーシュは、ヨーロッパで古くから親しまれてきた

野菜。和名はノヂシャで、ドイツではラプンツェルとも呼ばれる*。

テストの結果、21商品から28種類の物質が検出され、その中にはCMR(発がん性、変異原性、生殖毒性)物質の疑いがある8物質も含まれていたという。検出量は規制値の範囲内だったが、複数の物質が相互に及ぼす作用等が未解明であるとして、同誌は注意を呼び掛けた。

同号が発行されると、テレビや新聞等は一斉に、「大多数の袋入りサラダ菜等が農薬で汚染」と報道した。なかには、「検出された全物質の公表がなく、信頼性に欠ける」などと批判を繰り返すメディアも現れ、同誌は「一般消費者向けの雑誌なので、高度に専門的な説明を避けただけ」と反論に追われた。

* ウェブ版「国民生活」2017年5月号「海外ニュース」参照 https://warp.da.ndl.go.jp/info:ndljp/pid/11436742/www.kokusen.go.jp/wko/pdf/wko-201705_09.pdf

オーストリア

消費者情報誌が学校の教材に

消費者情報協会ウェブサイト <https://vki.at/konsument-in-der-schule>
同協会「Konsument(消費者)」ウェブサイト <https://konsument.at/konsument-in-der-schule-zwischenbericht-2024>

若い消費者を啓発するため、消費者情報協会はさまざまな企画を打ち出してきた。生徒を対象とする商品テストのコンテスト(2006年開始)*は現在開催されていないが、同様の目的で2017/2018年度に開始した「学校で“Konsument”誌を」というプロジェクトは続行中である。連邦社会・健康・介護・消費者保護省と連邦教育・科学・研究省が支援している。

このプロジェクトは、10月から翌年6月までを一区切りとして開催される。応募できるのは9~12年生(日本の中学3年生~高校3年生の年齢に相当)のクラス単位で、全国で例年35~37クラス程度が選考される。選ばれたクラスには、期間中の“Konsument”(月刊)が、無償で人数分提供される。生徒は教師とともに、同誌を活用した授業の計画を立て、実行に移

す。同誌のテーマは、食品、健康、情報、余暇、契約、物価、環境等と幅広いことから、同協会はほとんどの教科に活用できると強調する。また、メディア教育機関が作成した教師用教材も定期的に届くしくみである。最高の活用方法と認められたクラスには、1,500ユーロの賞金が授与される。

なお、同協会のウェブサイトには、誰でも自由にダウンロードできる資料も多数掲載されている。授業の例として、商品テストを行うグループ活動等が紹介されている。生徒自身でテスト品やテスト項目、評価方法を決定し、テストを実施する。結果は表・グラフにまとめ、解説文を書いてクラスで発表する。

同協会はこのようなプロジェクトや授業等を通して、実践的な消費者教育をめざしている。

* ウェブ版「国民生活」2016年8月号「海外ニュース」参照 https://warp.da.ndl.go.jp/info:ndljp/pid/11436742/www.kokusen.go.jp/wko/pdf/wko-201608_09.pdf