



香港

海外引っ越し業者を選ぶ際は

● HKCC ホームページ https://www.consumer.org.hk/ws_en/news/press/538/overseas-relocation-services.html

家族全員での海外転居は気ぜわしいが、下調べも大切だ。そこで、HKCC(香港消費者委員会)は、香港からロンドンまたはトロントへ引っ越しする際の家財の運送について引っ越し業者を調査した。

通常、運送費用は、ドア・ツー・ドアの運送費、段ボール箱や梱包材、搬出入作業費用などを含む。ロンドンへは200立方フィート(約5.67m³)、トロントへは大型家具を含む500立方フィート(約14.2m³)の荷物を想定し、14社から見積書を取り寄せた。その結果、ロンドンへの運送費用は約28万~70万円、トロントへは約72万~189万円と大差があった。到着日数も、ロンドンへは6週~5カ月、トロントへは5週~3カ月とまちまちであった。

現在は船便の出港日程が混み合っているため、荷物を搬出しても港の保管倉庫に留め置かれることが

多く、その際に多額の追加保管費が発生し得るという。さらに、搬入先でエレベーターで運ぶ費用が発生する、運送トラックが運ぶのは最寄り駐車場まででその後は消費者が自力で運び入れる、などの場合の手配や追加費用も考慮しておく必要があるという。

なお、多くの事業者が見積書発行の際に預り金を請求していた。また、事前通知なしで見積額を変更する、出発日の変更や遅配を自由に決定できるなど、事業者側に有利な契約条件が多かった。

HKCCは、海外引っ越し業者を選ぶ際には ●費用、出発日、到着期間を比較し事業者の評判も調べる ●口約束ではなく契約書面を取得し、不利な条件は除外・変更を交渉するか別業者にする ●出発遅延の場合に保管料が発生しないか、遅延決定後の搬出は可能か等を確認する、などの助言をしている。



アメリカ

2020年の消費者苦情トップ10は?

● CFA ホームページ https://consumerfed.org/press_release/nations-top-10-consumer-complaints/
● CFA 2020年消費者苦情調査報告書 <https://consumerfed.org/wp-content/uploads/2021/07/Top-2020-Consumer-Complaints-Report.pdf>

CFA(アメリカ消費者団体連盟)は、250以上の会員団体の中で州・郡・市の消費者行政機関に前年に寄せられた苦情を集計し年次報告書で苦情トップ10を発表している。今回の調査対象は18州に及ぶ34の機関に寄せられた総数28万件以上で、各機関の仲介によるあっせんや行政処分等で2億6300万ドル以上の被害額を回収できたという。

苦情トップ10は次のとおり。1位:自動車、2位:住宅リフォームや建築、3位:不動産や賃貸、4位:クレジットや負債、5位:サービス、6位:公共料金や公共サービス、7位:小売り、8位:旅行、9位:健康サービスとネット通販が同順位、10位:COVID-19パンデミック/詐欺/家庭用品が同順位。パンデミック関連の苦情はあらゆる分野に及ぶため、現実的な順位はもっと高いはずだとCFAは言う。事実、各機関

に例年どおり「ワースト苦情」「急増した苦情」「新タイプの苦情」を尋ねたところ、いずれも「パンデミック」と回答した。そのため、今回の年次報告書ではパンデミック関連の章を新たに設け、多くの実例を紹介している。明らかになったのは、通常の利用規約の解約や払い戻しの契約条項で今回の異常事態がまったく想定されていなかったことだ。

パンデミックは各機関の活動にも大きく影響した。多くの機関でリモートワークや少人数の輪番体制にするなどの工夫がなされたという。消費者啓発イベントがオンラインで開催されるなど、情報提供や消費者支援はたゆまず継続された。これらは「消費者機関の最大の成果」の章で、パンデミックにあっても消費者問題を解決し、新たな消費者保護規制の導入などに尽力した活動内容として報告されている。

オーストリア

黒く着色された「ブラックオリーブ」が主流

●オーバーエスターライヒ労働者会議所ホームページ

https://ooe.arbeiterkammer.at/service/testsendpreisvergleiche/tests/Geschwaerzte_Oliven-_Hinweise_deutlicher_machen.html

スペイン料理、イタリア料理に欠かせないオリーブの実。未熟なオリーブの実が緑色だが、樹上で日光を浴びながら、紫色、赤茶色と変化していき、完全に熟すると黒くなる。生の実が渋くて食べられないため、塩漬け等の加工をして販売されるが、色が黒いからといって、完熟した実を使っているとは限らない。EU(欧州連合)では、緑色の実を黒く着色して販売することが許容されているため、着色品が多数を占めているのが実情だという。ただし、黒く着色したという事実を、消費者に分かりやすく表示する必要がある。

そこで、オーバーエスターライヒ労働者会議所は、グルコン酸鉄(E579)または乳酸鉄(E585)で黒く着色したという表示のあるオリーブ12商品を対象に、表示の分かりやすさを検証した。

その結果、5商品の表示が分かりやすいと評価された。いずれも、容器の表側に商品名とともに、「黒く着色」と表示されていたからである。逆に、最悪の表示だと判断された1商品は、オーストリアの消費者に大きな誤解を与えるものだった。商品名にも原材料欄にも「ブラックオリーブ」と書かれており、黒く着色したという事実は、トルコ語で表示されていただけだったからである。また、別の1商品には、「黒く着色」とドイツ語で表示されていたが、文字が小さいうえ、商品名と原材料欄に「ブラックオリーブ」と記載されていた点が問題視された。残りの5商品の表示は、文字が小さかったり、容器の裏側にあったりしたため、分かりにくいと指摘された。

同会議所は、完熟した黒いオリーブを買いたい消費者には、有機認証品を選ぶよう助言する。

ドイツ

消費者センターに無料相談が登場

●ヘッセン消費者センター ホームページ <https://www.verbraucherzentrale-hessen.de/beratung-he>

●ドイツ消費者センター総連盟ホームページ <https://www.vzbv.de/verbraucher/beraten-lassen>

ドイツの全16州には、州の名称を冠した消費者センターが設置されている。しかし、消費者センターは州の機関ではなく、公益目的の登記団体である。最大の資金源は州からの助成金で、ドイツ中部に位置するヘッセン消費者センターの場合、収入の約53%(2020年)を占める。残りは連邦(国)・市町村からの助成金、相談料、出版物売り上げ、寄付等で賄っている。

相談を受け付ける分野は、消費者法、金融サービス、健康・介護、食品など幅広く、専門分野ごとに対応者が分かっている。専門教育を受けた消費者相談員のほか、医師や弁護士、実務修習中の司法修習生も相談対応に当たるのが特徴である。同センターにとって資金調達は大きな課題であることから、消費者相談は古くから有料で運営されてきた。来所相

談のみならず、電話相談、メール相談も有料で、自動引き落とし等により相談料を徴収するしくみである。所要時間や内容にもよるが、相談料はおおむね30~160ユーロとされる。

ところが、今般の新型コロナウイルス感染症拡大は、相談のあり方に変化をもたらした。相談窓口を閉鎖した2020年の一時期、無料ホットラインを開設したところ、非常に好評だったことから、同年11月に「初回無料電話相談」を恒常化した。名前のおおむね、無料となるのは初回のみであり、しかも時間は10分に限られる。そこで、時間を要する複雑な案件の場合、有料相談を勧めることになるのだという。また、コロナ禍を契機に、相談のデジタル化も進んでおり、来所相談の代わりに、ビデオ相談を選ぶ消費者が増えているとのことである。