



アメリカ

今年の夏は子どもの水の事故に特に注意を

● CPSC ホームページ

<https://www.cpsc.gov/Newsroom/News-Releases/2022/CPSC-Report-Shows-Fatal-Child-Drownings-Remain-High-Nonfatal-Drowning-Injuries-Spiked-by-17-Percent-in-2021><https://www.poolsafely.gov/parents/safety-tips/><https://www.poolsafely.gov/parents/kids-corner/>

CPSC(消費者製品安全委員会)が公表した水の事故によるけがおよび溺死に関する報告書によると、2017～19年の子ども(15歳未満)のプールやスパでの溺死事故が年平均389件、子どもが水の事故によるけがで病院を受診した件数が2020年の5,800件から2021年には17%増の6,800件に達し、溺死した子どもの73%が5歳未満で、同年代の不慮の事故による死因の第1位であるなど、依然として子どものけがや溺死が非常に多い。CPSCは、2年続いた新型コロナウイルス予防のための制限が緩和され、子どもたちが地域のプールやサマーキャンプに戻る今年の夏は、水の事故への警戒が重要で安全対策を優先するよう家族や周囲に注意を呼び掛けている。

また、2019～21年の水の事故により救急搬送された子どもの8割が5歳未満で、うち73%の事故は

住宅のプールやスパで発生している。また、子どもの溺死の3分の2は自宅や隣人宅のプール等で発生している。CPSCの特設サイト「プールを安全に」では、●子どもたちだけをプールなど水の近くに放置せず、必ず監視役の大人を置く。監視役はスマホの画面を見るなどの注意散漫は厳禁 ●プール等のオーナーは子どもの不意の接近を防ぐためのフェンスやアラームを設置 ●人工呼吸法を習得 ●子どもに泳ぎを教える ●子どもを排水設備の開口部から遠ざける ●排水口を連邦安全基準に適合した蓋ふたで覆う、などの注意点を紹介している。また、子ども向けコーナーではゲーム等を通じて子どもたちが楽しくプールでの安全について学べるようになっている。さらに、家族で誓約書(サイト内に書式)に記入してプールでの安全対策を確認し合うよう勧めている。



オーストラリア

脱炭素認証に対する消費者の意識

● CHOICE ホームページ

<https://www.choice.com.au/shopping/packaging-labelling-and-advertising/advertising/articles/consumer-awareness-growing-around-carbon-credentials>

● オーストラリア国立大学ホームページ

<https://law.anu.edu.au/news-and-events/news/australia%E2%80%99s-carbon-market-fraud-environment>

ここ数年、幅広い分野の企業による「ネットゼロ達成」「カーボンニュートラル」といった目標表明を目にする機会が増えた。CHOICE(オーストラリア消費者協会)が行った調査でもほぼ3割の人が食品業界やエネルギー会社、航空会社のカーボンニュートラルに関する表明を覚えていると回答した。一方、その表明について38%が「信頼できるか確信を持っていない」、26%が「企業側の情報をほぼ信頼しない」と答えている。

企業が電力供給、輸送手段、新技術等で温室効果ガスを排出しないことによりネットゼロになるが、排出されたCO₂を吸収する森林を保護育成することなどで排出を相殺するカーボンオフセット制度を利用する選択肢もある。オーストラリアでは、政府が支援するカーボンニュートラル認証制度に裏打ち

されたACCUs(オーストラリアカーボンクレジットユニット)や非政府系の制度がある。ところが、複数の環境専門家が、実際に発行されたクレジットに見合う排出相殺レベルが実現されているかどうかは不明確であると批判している。もともと伐採不可能な森林を伐採しないことや、既にある森林で木を育てることでクレジットを得る例もある。また、植林されても長く持続するのが難しい場合もある。企業は、あらゆる排出削減の努力の後で最後にオフセットを利用するという道筋に転換すべきであるという。

CHOICEの調査では、消費者の65%が「買い物で自身のカーボンフットプリントを考慮」し、34%が「カーボンニュートラルを表明する企業から購入する可能性が高い」と回答。消費者の高い意識は企業のCO₂削減への追い風になるとCHOICEはいう。



ドイツ

やさしいドイツ語による消費者対応には課題も

- ドイツ消費者センター総連盟ホームページ <https://www.verbraucherzentrale.de/leichte-sprache>
- ヘッセン消費者センターホームページ <https://www.verbraucherzentrale-hessen.de/verbraucherzentrale/sie-brauchen-rat-wir-sind-fuer-sie-da-leichte-sprache-60849>
- バーデン=ヴュルテンベルク消費者センターホームページ <https://www.verbraucherzentrale-bawue.de/vertraege-reklamation/widerruf-vertraege-rueckgaengig-machen-70049>

難民・移民を大量に受け入れてきたドイツでは、ドイツ語が不得意な住民に、いかにして正確な情報を伝えるのか苦心している。各地消費者センターも同様で、消費者として知っておくべき情報を、さまざまな言語で発信している。多言語(アラビア語、ダリー語、ティグリニャ語、トルコ語等)に翻訳した消費生活用語集をサイトから自由にダウンロードできるほか、ルーマニア語、ブルガリア語等で電話相談できる窓口を設けるセンターもある。

しかし、すべての外国語への対応は不可能であることに加え、分かりやすい言葉による説明を要するのは、加齢や障がい等の事情がある自国民も同様である。そこで、全国の消費者センターで数年前に導入したのが、「やさしいドイツ語」である*。難解な

言葉や回りくどい表現を避け、大胆に平易化した書き言葉を意味する。短い文章、大きな字体、イラスト・写真の活用等がポイントとなる。例えば、消費者センターの業務案内として、次の説明文が掲載されている。「あなたは何かを買いました。しかし、あなたは満足していません。そんなときは、私たちのところに来てください。そのことについて話しましょう。一緒に解決法をみつけましょう」

ただし、ほとんどの情報が標準ドイツ語で書かれており、相談の際は、ある程度のドイツ語力が必要となる。また、いずれの相談方法(電話、メール、ビデオ通話、来所)も原則として有料である。テーマや所要時間によって異なるが、相談料はおおむね30~160ユーロと安くはない。

* 日本では、出入国在留管理庁と文化庁が「在留支援のためのやさしい日本語ガイドライン」を作成
https://www.moj.go.jp/isa/support/portal/plainjapanese_guideline.html



オーストリア

自分で年齢制限を設けないで

- オーストリア消費者情報協会『消費者』2022年4月号 <https://konsument.at/weiterbildung-im-alter-den-horizont-erweitern/64847>
- ウィーン市ホームページ <https://www.wien.gv.at/bildung/weiterbildung/vhs/index.html>

50歳代半ばになると、このまま現在の仕事を続けるのか、今から別の道に進むべきなのかと思悩む人が多い。グラフィックデザイナーのH氏もそんな一人だった。プログラミングが得意な若い世代が台頭する分野に残るよりも、大好きな庭仕事を本職にできないかと考えた。そこで、一念発起して職業訓練を受け、マイスター資格も取得し、造園家として独立を果たした。これは、オーストリア消費者情報協会の『消費者』に掲載された転職例である。

同協会の持論は、年齢を理由に、職業訓練や大学での学び直しを断念すべきではないということ。高校卒業と大学入学の資格を兼ねるマトウーラがあれば、若い学生と同じように講義、ゼミナール、試験等に参加しながら大学で研究できる。また、マトウーラを取得していなくても、特別コースで学べる大学

が増えているのだという。ザルツブルク大学が10年前に設置したコースがその一例で、55歳以上を対象としている。

地方公共団体が運営する市民大学でも、中高年向けのコース開講が相次いでいるという。市民大学では古くから、外国語、健康、料理、手工芸、文学、ビジネスなど多様な講座が実施されてきた。同協会が注目するのは、ウィーンで開催される「シルバートレーナー養成コース」である。今までの人生で培った経験を若い世代に伝える方法が学べる。講座の組み立て方、プレゼン方法、コミュニケーション手法、多様性とジェンダー配慮など、講師に必要なカリキュラムとなっている。学校での座学・訓練のほか、パソコン等を使った自宅学習や修了論文も課され、本格的に学べる構成になっている。