

<消費者庁設立から半年> (100419 日経)

「消費者の安全・安心を守る目的で消費者庁が2009年9月に設立されてから、半年あまり。同庁の監視機能をもつ消費者委員会が3月末に食品表示部会を開き、遺伝子組み換え食品などについての協議を始めるなど、「表示」のあり方が変わろうとしている」

「現在、食品に記載される「賞味期限」は、おいしく食べられる期限を示す。期限切れでも健康上の問題はないが、消費者は製造年月日が分からないため、食べられる食品を捨てているとの指摘がある」「消費者庁の発足に伴い、日本農林規格（JAS）法など表示に関する法律が各省庁から移管、もしくは共同管轄とされた。…なかでも、原料原産地に関する表示が検討課題に上がっている」「消費者の立場からは、原則として表示の充実が望ましい。一方、企業にとってはコストと効果をとるにかけざるを得ない」「原産地が分かれば本当に安全が担保できるのか。加工品の原料や原産地をすべて開示することが技術的に可能なのか。多大なコストをかけて調査することが消費者のためになるのか」

「価格や品質の不当な表示を防ぐ景品表示法は、…もともと企業間の公正な競争を促すための法律だが、公正取引委員会から消費者庁に移管された」

\*消費者庁所管の主な法律は、食品衛生法、JAS法、景品表示法（以上、表示関連）、貸金業法、消費生活用製品安全法（景品表示法以外は共同管轄または一部移管）

<SIMロック解除 大騒動> (100503 産経)

「総務省が打ち出した携帯電話端末の「SIM(シム)ロック」の解除が波紋を広げている。解除されれば、携帯端末のカードを差し替えるだけで、別の通信会社に移れるようになる」「つい数年前にも総務省が、端末を「ゼロ円」で販売し通信料金に実質的に上乗せして回収する料金制度が「不公平で不透明だ」と“指導”。新料金制度で端末が値上がりし、携帯販売が激減するという「官製不況」が起きたばかり」

「ロック解除は、通信会社のビジネスモデルを崩壊させる。…安い値段で端末を売り、長く使ってもらい通信料金で利益を回収するのが、日本の携帯ビジネスだ。端末だけ売って、すぐにカードを代えられ、他社に移られては、まったくもうからない。▽逆にいえば、端末を他社で買い、乗り換えて通信だけ利用してくれれば、これほどおいしい商売はないということになる」

「携帯大手3社の中で唯一、解除に一定の理解を示しているのが、最大手のNTTドコモだ。▽「ソフトバンクは通信がつながりにくいという“悪評”が消えない。ソフトバンクの人気のiPhoneを買って、最大手という安心感のあるドコモに移り換える」というのが、業界の一致した見立てだ」「通信方式が同じドコモとソフトバンクも、ネット接続の方式が異なるため、iPhoneにドコモのカードを差し込んでも、通話はできるが、ドコモの「iモード」は利用できない。ただ、今年末からは各社共通で採用する新しい通信方式「3.9G」対応の機種が順次発表されるが、普及には時間がかかる」

「業界団体である情報通信ネットワーク産業協会(CIAJ)…すべての通信会社に対応できる端末を開発するには、多額のコストがかかると主張」

「強制解除が現実となれば、狭い国内だけで通じるビジネスモデルに閉じこもり、「ガラパゴス」と揶揄されてきた携帯市場に大きな地殻変動が起きることは間違いなさそうだ」

<ディズニーの夢づくり 来るたびに新発見> (100418 毎日)

「ゲスト(入場者)はここ数年、年2500万人以上で推移している。その9割が、過去に1度以上訪れたリピーターだという。▽絶えず変化し、何度来ても新発見がある—国内テーマパークで独り勝ちを続ける理由だ。年5万人のゲストにアンケートやグループインタビューを行い、好みや来園目的を尋ね、徹底分析…」「…「ハロウィーン」が97年に始まったときは、1日限りの小さな仮装行列だった。…本場の欧米では魔女やゾンビ、がい骨などが登場し、おどろおどろしい。…激論を重ね、化け物たちをミッキーや白雪姫に置き換えて「毒」を抜いた「ディズニー版ハロウィーン」にたどり着いた」