

リコール等の注意喚起周知と消費者の行動を促すための対策案 検討表

(第15回の意見のまとめ)

平成24年8月8日
第16回消費者安全専門調査会

要望する対象先	I 警告認知性の問題 (見てもらう、存在を知ってもらうために)	II リスク認知の問題 (理解してもらうために)	III リスク回避の問題 (行動してもらうために)
行政	・消費者庁から地方自治体へのリコール情報発信		
	・リコール実施初期情報の行政の積極的な取り扱い(新聞社告に頼らない事を明確化する事等)によるリコール実施の促進		
	・リコール情報のリスクの重み付けの実施、分かりやすい表示の制度化により、分かりやすい重要性・リスクの伝達		
	・報道が活用しやすくなるような情報発信の工夫 (NITE・産総研等による動画活用の推進)		
	・リコール情報・注意喚起情報の提供を受ける権利を消費者の権利とすることにより、行政の責務(情報周知徹底)の明確化		
	・数十年経過した商品のリコール対応についてのガイドライン作成		
	・リコール回収における効果的なノウハウのリコールハンドブックへの掲載		
地方自治体	・消費者庁からの情報をHP、広報誌で紹介		
	・閲覧板の活用		
企業	・販売事業者によるリコール回収協力の責務化		・回収のための節度のある消費者へのインセンティブ検討
	・100%回収まで最低限、ホームページでの分かりやすい情報発信の継続		・リコール対応窓口の永続的な設置
	・利用者の層別行動パターンを把握し、先回りすることによる、情報周知		・消費者の行動の阻害要因を取り除くためのインセンティブ検討
	・リコール対象製品の目的外使用内容の研究(観察)による、リスク伝達方法(内容)の工夫		
	・業界団体における効果的なリコール回収ノウハウの情報展開		
報道	・マスコミの協力によるリコール情報・注意喚起の効果的で定期的な報道(行政によるリコール情報の重み付けの活用)		
	・ケーブルTVの活用		
	・新聞社告のコストダウン検討(広告との価格差の縮小)		
消費者	・身の回りのリスクに関心を持つ消費者になるための消費者教育の充実		
	・消費者の中のハブとなる人と情報ネットワーク作り		
			・リコールを認知しても対応しない消費者にどこまで努力・訴求するのかの目安作り
新技術の活用	・ポイントカード、マイナンバー制度の活用による、トレーサビリティの拡大		
	・携帯(スマートフォン)を使った、簡単な製品登録・リコール品の識別のしくみ確立		
	・SNS、フェイスブックの活用による情報発信の多様化		
その他	・消費者団体、NPO法人や生協等のネットワークの活用		

※ 記載内容は第15回消費者安全専門調査会で出された意見(対策案)