

第27回消費者安全に関する専門調査会における議論の整理

平成29年3月
消費者委員会事務局

項目	番号	意見等
情報発信	1	(子ども安全メールについて) どこまで周知されているのかという評価は大事と思う。登録件数が子ども全体の数からすると少ないと思うので、周知が進むような方法を考える必要があるのではないか。
	2	昨今、ターゲティング広告が行われていると思うが、事故情報に関する注意喚起についても特定の層にターゲットを合わせて情報発信をする必要があるのではないか。新聞に載せるとか関係機関の会議で紙を配るといった方法ではなかなか伝わらないのではないか。
	3	情報を得る手段として、新聞、ネットニュース等多様なチャンネルがあるので、どういうチャンネルから情報を得ているのか分析して、効果の高そうなところから周知をすれば効果が上がるのではないか。
	4	事故情報に関する周知がどのくらい届いているか、調査をすると良いのではないか。
	5	(消費者庁が行っている事故情報に関する定期公表へのアクセス数について) アクセス数を分析することによって、例えばアクセス数が多かったのがどういう理由なのか分かるのと情報発信の評価や促進につなげるための情報として有効なのではないか。アクセス数も分析していただきたい。
	6	消費者庁が記者発表した事故について、発表後、原因が次第に明らかになっていくというものもあると思うが、そういう場合、同じ事象については、事故の分析や原因究明の状態の変化を踏まえた記者発表をすることが重要ではないか。
注意喚起	1	ニュースリリースを出すだけでなく、例えば、すぐに事業者が印刷して利用できるポスターなども行政側で準備すればより効果的に伝わるのではないか。
	2	子どもの事故に関しては子ども番組の直後に、高齢者事故については高齢者の見る番組の直後に行わないとあまり効果が上がらないのではないか。
	3	消費者庁のほか、国民生活センター、経済産業省、製品評価技術基盤機構でも行っているのだから、全体的にどのような取組が行われているのか幅広く見た方が良いのではないか。

項目	番号	意見等
事故情報に関する分析の試行	1	専門委員がそれぞれ独立して行った研究成果を出し合う機会を設けていただきたい。
	2	専門委員がお互いに非公式な場で意見交換をする場を設けないと、研究がなかなか進まないのではないかと。
	3	事務局に10名程度のワークショップを開催していただき、事故情報に関する情報伝達がどのようにすればうまくいくのか参加者に種出しをしていただき、まとめていきたい。
海外	1	(「資料2-4 OECDの国際啓発キャンペーン」で取り上げられている「ブラインド等窓カバーのひもの安全性に関する国際啓発キャンペーン」について) (こうした製品に関する) 家庭での注意喚起も大切だが、こういうものを販売しないなどの国際ルールが入ると良いのではないかと。
	2	海外で起こっていることは日本でも必ず起きる可能性がある。ブラインドに関しても国際的に取組が進められているものは日本でも後々必ず取り組むことが必要が出てくるので、(海外との) 情報交換は非常に大事かと思う。
	3	各国法制度、環境等が異なるので、他の国が取り組んだから自国も同じように取り組むというほど簡単でないことは分かるが、事故やインシデントの情報共有はもう少し進んでも良いのではないかと印象がある。
	4	外国での事故に対して、日本でも同じようなことが起きていないか、また日本でリコールする必要はないかなどについて、ネットワーク良く動ける体制を希望したい。
その他	—	事故情報データバンクの中には事故の発生状況、原因等が書いてあり、また、消費者庁のニュースリリースの文書の中には、予防方法や事故に遭った人が具体的に何をしたら良いかという情報も含まれている。これらの情報を統合するといった取組はどうか。また、ニュースリリースに該当する事故と事故情報データバンクシステムのリンクの設定があれば有用ではないかと。