

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11～14回までの意見のまとめ)

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	・経産省:キッズデザイン、厚労省:育児支援関連事業等、関連している部門での連携 ⑪	・NITEから消センへのセミナー・意見交換会の実施 ⑬	・「自分の身は自分で守る」ための消費者啓発活動、消費者教育の実施 ⑪
	・消費者庁子ども安全メールのFaceBook、twitterへの書き込み ⑪	・消費者庁、経産省、厚労省の要求事項をまとめ、消費者教育のためのしくみ作成 ⑬	
	・経産省による販売店との取組協力の強化 ⑫	・消費者が求めている情報の収集・分析・提供 ⑪	
	・経産省、消費者庁のHP等へ持ち物登録による、リコール時のメール配信のしくみ作り ⑫	・消費者庁のリコール一元化サイトの一層の充実 ⑬	・代替品の提供等のインセンティブ策(倒産企業品のリコール対応) ⑪
	・母子健康手帳の情報活用による情報発信 ⑬	・社告掲載する事故概要を示すマークの標準化 ⑭	・消費者にメンテナンスの重要性を訴える活動 ⑭
	・母子健康手帳配布時に安全情報を直接伝達 ⑬		
	・タイムリーな携帯メール配信の活用 ⑬		
	・消費者庁から自治体へ良い事例の情報展開のしくみ作り ⑬		
	・消費者庁による情報周知の協力 ⑭		
地方自治体	・地域の街のボランティア活動との協業 ⑭		
	・町内会、PTA、集会、防犯講習、回覧板等による声掛け ⑪		
	・ケアマネージャー、高齢者施設職員を活用した情報伝達 ⑪		
	・警察や地域の消防団を通じた情報周知活動 ⑫		
	・児童館、学童保育を活用した安全教育の実施 ⑬		
企業	・自治体によるインターネットでの紹介 ⑭		
	・多様な周知方法の併用が求められる ⑪	・社告等の情報を分かりやすくする工夫 ⑫	・回収のための消費者へのインセンティブ検討(回収に応じる消費者へのプラスアルファ) ⑭
	・対象の消費者属性に適した周知ルートの活用(例:対象者層が読む雑誌掲載、販売ルート)⑪	・具体的なリスク(事故概要)情報の提示(事故例の写真・図示) ⑭	・回収のための消費者へのインセンティブ検討(行動阻害要因を取り除くためのインセンティブ) ⑭
	・業界横断的な取り組み ⑫		
	・製品安全協会との連携 ⑭		
報道			
	・影響力が大きいTV・新聞の積極的な活用策 ⑪		
	・リコール社告に対する新聞業界の柔軟な対応(料金体系・一般広告との違い) ⑭		
消費者			
新技術の活用			
その他			・諸外国の有効な事例、指針を参考にする ⑬

※ 記載の後ろの数字は意見(対策案)が出された回を示す。(⑪＝第11回消費者安全専門調査会)