

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

前回(第16回)までの意見のまとめ

平成24年9月18日
第17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		
	・消費者庁から地方自治体へのリコール情報発信、周知の協力要請 ⑮ ⑯		
	・リコール開始情報の行政の積極的な取扱い(新聞社告に頼らない事を明確化する等)によるリコールの促進 ⑮		
	・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 ⑮		
	・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) ⑮		
	・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 ⑮		
	・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 ⑮		

・リコール推進法やリコール基本法の制定による情報の徹底周知・回収促進の推進 ⑮

・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 ⑮

※ 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)

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)
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、高齢者施設職員等による情報伝達 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		
	・自治体によるインターネットでの紹介 ⑭		
	・消費者庁からの情報をHP、広報誌で紹介 ⑮		
	・回覧板の活用 ⑮		
	・セーフコミュニティ等のコミュニティ活動のしくみに乗せることによる情報周知と住民の意識向上 ⑯		
企業	・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 ⑭ (回収に応じる消費者へのプラスアルファ)
	・対象の消費者属性に適した周知ルート (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 ⑭ (事故例の写真・図示)	・回収のための消費者へのインセンティブ検討 ⑭ (行動阻害要因を取り除くためのインセンティブ)
	・業界横断的な取り組み ⑫		
	・製品安全協会との連携 ⑭		
	・販売事業者によるリコール回収協力の責務化 ⑮		・リコール受付窓口の継続的な設置 ⑮
	・ホームページでの分かりやすい情報発信の継続 ⑮		
	・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 ⑮		
	・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 ⑮		
	・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 ⑮		
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 ⑭⑮ (料金体系・一般広告との違い)		
	・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) ⑮		
	・ケーブルTVの活用 ⑮		

※ 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)

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)
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 ⑮		
	・消費者の中のハブとなる人と情報ネットワーク作り ⑮		
			・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 ⑮
	・消費者意識の向上を目指したセーフコミュニティ活動等の自治会を通じた住民参加の活動推進 ⑯		
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 ⑮		
	・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 ⑮		
	・SNS、フェイスブックの活用による情報発信の多様化 ⑮		
その他	・諸外国の有効な事例、指針を参考にする ⑬		
	・消費者団体、NPO法人や生協等のネットワークの活用 ⑮		

※ 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)