

消費者視点の企業活動を行うために 法律を学ぶ研修会・勉強会を名古屋と東京で開催

食品表示法をテーマに、東海お客さま相談研修会と合同セミナーを初開催

7月9日、アイリス愛知で、ACAP 中部地区部会と東海お客さま相談研修会の共催により、初のコラボ企画として、「2015ACAP・東海お客さま相談研修会合同セミナー」を開催した。東海お客さま相談研修会は、中部地区の49の企業と特別会員として行政・消費者団体で構成され、消費者対応部門としての情報交換、研さんに努めている。当日は東海お客さま相談研修会より61名、ACAP から21名、行政・消費者団体等より26名の合計108名が参加した。ACAP、東海お客さま相談研修会が互いに活動紹介を行い、その後、消費者庁食品表示企画課の越野昭一課長補佐より、4月1日施行の「新しい食品表示について」と題する講演をいただいた。



新しい食品表示法をテーマに行われた合同セミナー

講演では、食品表示法や食品表示基準の策定の経緯、従来の食品表示からの主な変更点について説明があり、新しい食品の表示に基づく具体的な表示例が紹介されるとともに、出席者から事前に集めた質問に対する回答があった。越野氏は、「行政は消費者に向けて表示で分からないことは事業者積極的に聞いて欲しいと言っている。事業者は行政と連携をしっかりと取って欲しい」と講演を締めくくられた。

文/西日本副支部長 岩井清治(ハウス食品)

改正景品表示法をテーマに、消費者の安全・安心に関わる法律等の勉強会 & 意見交換会を開催

7月10日、明治安田生命「丸の内 MY PLAZA」において、改正景品表示法をテーマに「第2回消費者の安全・安心に関わる法律等の勉強会 & 意見交換会」を開催した。不当表示を防ぐための視点・社内体制作りについて、消費者庁と日本広告審査機構の協力を得て、100名が参加し実施した。

「景品表示法～事業者が講ずべき景品類の提供及び表示の管理上の措置についての指針」と題し、消費者庁表示対策課の関口岳史景品・表示調査官が、指針の基本的な考え方や事業者として必要な措置などについて解説された。特に表示に関する情報の確認と共有が重要であると強調された。

日本広告審査機構審査部の吉田巖氏からは「宣伝・広告に見る消費者視点」について説明があった。「広告宣伝にはある程度の誇張が含まれるが、表示が実際と異なることを知っていたら取引には至らなかったであろうと認められる程度のものが誇大広告である」ととらえ、さまざまな不当表示の広告審査事例が紹介された。

意見交換はパネルディスカッション形式で行われ、「消費者視点での表示と不当



表示を防ぐための社内体制」をテーマに活発に議論した。参加者からは具体的な取り組み状況が質問され、情報の共有化をどう進めるかなどが課題として明確になった。

文/交流活動委員会 中村 渉(個人会員)

第9回 ACAP マインド・アップ講座～女性限定のワークショップを開催～

8月6日、日本財団会議室において ACAP 会員企業のお客さま対応部門で働く女性支援プログラム、「ACAP マインド・アップ講座」を開催した。9回目となる今回は「女性限定のワークショップ」を実施し、28名が参加した。

ワークショップのテーマは「更年期の仕事の乗り越え方」、「子育てと仕事」、「お客様相談部門の仕事」。参加者は希望するテーマのグループに加わり、ファシリテーターを中心に、それぞれが抱えている問題や悩みなどについておよそ2時間半、じっくりと本音で話し合った。一つのグループが6～11名という比較的少人数だったこともあり、参加者全員が発言時間を十分に持て、活発なディスカッションを行うことができた。また、講座後の懇親会では企画委員、ファシリテーターも加わり、ワークショップで交流

できなかった参加者同士が、積極的に交流し、自身のネットワークを広げていた。

参加者アンケートには、「通常の業務



積極的なディスカッションが行われたワークショップ

では得ることのできない体験談や具体的な情報が参考になった」、「業界が違っても根本的な悩みは同じだということが分かり励まされた」、「同じ立場の方との話し合いで、勇気ももらい前向きな気持ちになった」など、多くの方から「大変良かった」という感想が寄せられた。

会員の皆さまには、お客様対応部門で働く女性がマインド・アップ講座に参加することで、モチベーションがアップし、次の一步を踏み出すことができるよう、今後も講座への参加を後押ししていただきたい。

文/企画委員会 五味あゆみ(マナテックジャパン)

募集開始 第31回 2015年ACAP 消費者問題に関する「わたしの提言」

5月より、2015年度のACAP消費者問題に関する「わたしの提言」の募集を開始した。1985年にスタートした「わたしの提言」は、今年度で31回目を迎える。それぞれの時代に起きた消費者問題や、取り組むべき課題と向き合いながら、これまでも多くの応募者が独自の提言を行い、その解決策や進むべき方向性を示してきた。

「わたしの提言」は、消費生活の当事者である私たち自身が、自立した消費者として“意識”を高めるためにも、大きな役割を担ってきたと考える。

30回目の節目となった2014年度には、新たなステージへの展開を見据え、次のことを行った。

- ①消費者庁、文部科学省(今年度も申請中)から後援をいただいた。
- ②募集・表彰をACAPで実施する消費者関連事業の一つとして行い、表彰式を消費者月間の5月に実施した。これにより提言募集の意義や消費者教育との関連性がより高まり、広く認知された。
- ③応募しやすいように、文字数の制約を緩和した。

応募締切は2016年2月17日。それぞれ立場から積極的にご応募を

創立35周年を迎えるACAPでは、今年度は表のテーマで作品を募集している。応募者は18歳以上の一般と学生を対象とし(グループも可)、締め切りは2016年2月17日(水)。最優秀作には、「内閣府特命担当大臣賞」が授与され、その他の優秀な作品にも賞が与えられる。

今年度も、消費者・事業者・行政それぞれの立場

から、消費者問題に関する提言を自由に行えるように、幅広い角度から、平成27年度消費者月間テーマを含む五つのテーマを決めた。学生など、若い方なら



第30回「わたしの提言」表彰式

ではの独創的な視点での作品にも大いに期待している。

提言募集の詳細は、ACAPホームページに掲載されている。さまざまな方からの応募はもとより、ACAPの会員や会員所属企業の皆さまは、事業者としての視点と消費者としての視点を持っていることから、この二つの視点を活かして、消費者問題に関する「わたしの提言」に、積極的に応募していただきたい。併せて広く周知していただき、裾野を広げ、より多くの提言を集めたいと考えている。また、消費者団体など関係団体の皆さまには、多くの方に「わたしの提言」への応募を呼び掛けていただきたいと思っている。なお、審査の結果、ACAP会員が入賞の場合は、別に定める賞を授与することとしている。

応募テーマ

- ①わたしが考える消費者教育
 - ②減らそう生活のムダ～衣、食、住～
 - ③消費者に対して企業が担うべき役割
 - ④みんなで作ろう！消費者が主役の社会！！
(平成27年度消費者月間テーマ)
 - ⑤自由課題(テーマ自由)
- ※①～⑤より一つを選択

第31回 ACAP消費者問題に関する「わたしの提言」ホームページ URL
<http://www.acap.or.jp/kyoikukikan/2015teigenboshu.html>

文/消費者啓発委員長 谷一暢樹(TOTO)

学校での消費者教育支援として 生産現場を疑似体験で学ぶ「バーチャル工場(施設)見学」サイトを公開

5月28日、ACAPホームページに工場見学が疑似体験できる「ACAPバーチャル工場(施設)見学」サイトを公開した。本サイトは消費者教育の推進に関する基本的な方針を受け、「学校」を対象とした消費者教育支援策として設置したものである。

社会科学の一環として、工場見学は各地で実施されているが、日程を組んだり、訪問企業先との交渉、当日の引率など学校の負担は少なくない。

そこでACAPでは教員支援を目的とし、授業における教材として、インターネットを通じて工場見学が「疑似体験」できるバーチャル工場見学に着目した。バーチャル工場見学であれば、インターネット環境が整っていれば、児童・生徒は教室にいながらにして、原料、機械、工程、そして環境への配慮も含め、“生産ライン”や“人が働いている現場”などを学ぶことができる。

42社77サイトを公開

約600社の企業が集うACAPの特色を活かし、自社ホームページに工場や施設の見学サイトを公開する会員企業を調査し、「ACAPバーチャル工場(施設)見学」



サイトには、延べ42社77サイトをリンク形式で紹介している(8月31日時点)。業種別、製品別に分類し、お子さま自身でも検索しやすくしている。授業のほか、ご家庭でも活用いただき、モノ作りの現場を学ぶことで、子どもたちに新たな発見や気づきが生まれるきっかけとなることを期待している。

会員各社の皆さまに、さらなるサイトの充実にご協力いただき、より学びやすく興味深いサイトを目指したい。

文/消費者啓発委員会 田中真理子(アルソア本社)