

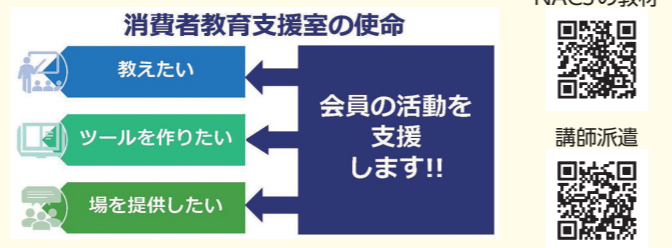
消費者教育支援室が誕生しました!!

担当理事 米山 眞梨子
消費者教育支援室長 遠藤 友美子

NACSでは、1988年の設立当初より、消費者教育・啓発を重要な取組の柱の一つとしています。具体的には、学校での出前授業の他、企業、行政、各種団体の要望にお応えしたプログラム実施に加え、テキストや資料の作成・公表などにも取り組んでいます。これらの活動は、本部と全国7支部のALL NACSによる事業として展開しているものです。

このような活動をさらに推進するため、今年6月に「消費者教育支援室」を設置しました。消費者教育支援室は、これまでの活動を基礎として、組織内を横断的に、NACSの会員が何らかの消費者教育に関わりたい(教えたい、教えるツールを作りたい、教える場を提供したい)と思ったときに、様々な支援ができることを使命とし、時代に応じた内容の消費者教育・啓発事業を進めてまいります。

まだできたばかりの室ですが、消費者教育の機会提供を検討されている学校、企業、行政、各種団体の皆様をはじめ、消費者教育の担い手として活動したい会員にとっての、「消費者教育・啓発に関する拠り所」になることを目指します。



北から南から ~消費生活相談・活動の現場より~

磯山 利英(北海道)

私は大手百貨店の品質管理などを担う企業に勤務し、店舗でお客様からの商品の品質に関する相談対応と解決にあたっています。そして、縁あって今年度から北海道支部の支部長を務めています。当支部は会員が61名と小さい所帯ですが、設立時から顔が見える・知っている仲間づくりに力を入れており、懇親会の平均参加率は約3割と毎回高く、遠方から参加される方もいらっしゃいます。仕事などの枠を超え、誰でもいつでもウエルカムなのが支部の気質?かも知れません。



大人の遠足の1コマ

このような支部を支えているのが、2つある自主研究会活動であり、私はそのうちのアグリ倶楽部に入っています。主に北海道の農業を軸に食を学び、未来を考える研究会ですが、時々研修として見学と称する大人の遠足や、伝統野菜の調理などを実施

し、知識も胃袋も満たされています。先日は農業専門学校に出向き、煉瓦作りのサイロに歴史を感じましたが、それよりも10代の生徒さんたちが作業の手を止め、背筋を伸ばして挨拶してくれたことにちょっと感激。まだまだ捨てたもんじゃないと、日本の明るい未来が見えた気がしました。また、もう1つのICT自主研究会では、高齢者向けスマホ教室などを開催し、町内会との連携による地域に根ざした活動や、オンラインを活用したワークショップに取り組んでいます。

「小さいながらも楽しい我が家」をモットーに、NACS北海道はこれまでの良さを継承しながら、会員の皆さんが新しい何かを見いだせる場所になれたらいいなと、支部を運営しながら思うこの頃です。



住まいの契約トラブルなんでも110番 >>> 実施のご案内 <<<

~屋根工事・給湯器等の訪問販売、トイレのつまり・水漏れの緊急修理、リースバック、賃貸住宅退去などなど~

本年度の「NACSなんでも110番」は、近年問題となっている暮らしのレスキューサービスにかかる高額請求被害の他、地震・風水害の被災地及び、高齢者をターゲットにした悪質な住宅補修工事や給湯器等の訪問販売、リースバックや投資用マンション販売、賃貸住宅の原状回復費用や敷金返還に関する苦情など、消費者の生活の基盤である「住まいの契約トラブル」に関する相談を幅広く受け付けます。

実施後は受け付けた相談内容をもとに関係諸機関に対し、情報提供や提言を行ってまいります。またこれから多くの事例を、今後のNACSでの消費者教育の教材作成や講座の情報としても活用いたします。住まいの契約トラブルに関する消費者の声を、一人でも多く110番にお寄せいただきたく、皆さまのご協力をお願い申し上げます。

- *日時: 2024年10月5日、12日、19日、26日(土) 午前10時~午後4時(大阪相談室)
2024年10月6日、13日、20日、27日(日) 午前10時~午後4時(東京相談室)
*電話: 大阪相談室 06-4790-8110
東京相談室 03-6450-6631 (FAX 03-6450-6591)
*後援: 消費者庁、近畿経済産業局、東京都、大阪府、京都府、奈良県、一般社団法人 全国消費者団体連絡会 (110番実行委員会)



インフォメーション

Z世代の大学生を中心に、大学教員や専門家などが集まり最新の消費者問題をテーマに話し合い、相互理解を深める場として生まれた、Z世代と考えるNACSフォーラム。第3回目は、コーディネーターに龍谷大学法学部のカライスコス・アントニオス教授を迎え、「Z世代と考えるSNSに関わる消費者問題(仮)」をテーマにハイブリット形式で開催されます。日時は2024年12月14日(土) 14:00~17:00です。過去のフォーラムの様子はこちらよりご確認ください。https://note.com/smart18/



編集後記

その活動は、誰かの頑張りで支えられていると噛みしめる日々です。消費者が求める製品安全と、事業活動の両立には何が必要で何が足りないのか。役立つ情報を届ける取り組みについて、皆様のご参加・ご意見をお待ちしています。(山地)
金属アレルギー関連でニッケル規制の在り方に関心があり、EUなどとの安全に関する考え方の違いを実感しています。海外の規格を何でも適用させれば良いとは限りませんが、安全に国境はないと思う今日この頃です。(毛利)

公益社団法人 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会
〒102-0071 東京都千代田区富士見2-4-6 宝5号館2F TEL.03-6434-1125 FAX.03-6434-1161
編集責任者 永沢裕美子 広報委員長 山地理恵

【特集】製品安全 ~インターネット取引~

インターネット取引の拡大への対応 (消安法等の一部を改正する法律の概要)

経済産業省 大臣官房
産業保安・安全グループ 製品安全課長
佐藤 猛行



近年、インターネット取引の拡大に伴い、国内外の事業者がオンラインモール等を通じて国内消費者に製品を販売する機会が増大しているところ、海外事業者がオンラインモールを始めとする取引デジタルプラットフォーム(取引DPF)を利用するなどして国内消費者に直接販売する製品について、製品の安全性に(法的)責任を有するべき国内の製造・輸入事業者が存在しないといった課題等が存在しています。

このような背景を踏まえて、経済産業省では、海外から直接販売される製品の安全確保等を通じ、国内消費者が製品を安全に使用できる環境を整備するため、インターネット取引の拡大への対応のための措置を講じることとし、2024年6月26日に消費生活用製品安全法(消安法)等の一部を改正する法律を公布しました。

制度の詳細は今後検討され、2025年末までに新たな制度を開始する予定としていますが、以下に今回の改正のポイントを示します。(子供用の製品への措置については割愛)

- の選任を求める。
② 取引DPF提供者に対する出品削除要請等の創設
取引DPFにおいて提供される消費生活用製品について、国内消費者に危険が及ぶおそれがあると認められ、かつ、その製品の出品者によってリコール等の必要な措置が講じられることが期待できないときは、取引DPF提供者に対し、当該製品の出品削除を要請できるなどの措置を講ずる。
③ 届出事項の公表制度の創設
届出事業者の氏名や特定製品の型式の区分、国内管理人の氏名等を公表する制度を創設する。
④ 法令等違反行為者の公表制度の創設
法律や法律に基づく命令等に違反する行為を行った者の氏名等について、公表することができる制度を創設する。

(下記URLからも関係情報を参照ください。英語、中国語での概要資料もあります)



https://www.meti.go.jp/policy/consumer/seian/shouan/shouan_ichibu_kaisei.html

- ① 海外事業者の規制対象化(国内管理人の選任)
海外事業者が取引DPFを利用するなどして国内の輸入事業者を介さず国内消費者に直接製品を販売する場合、当該海外事業者を消安法等において届出を行える対象として明確化するとともに、規制の執行を担保すべく、当該海外事業者に対し、国内における責任者(国内管理人)

製品安全は、国による規制だけでなく、消費者や事業者の皆様一人一人による日頃からの取組の積み重ねの上に成り立っております。今後とも製品安全行政への御理解と御協力をよろしくお願い致します。

取引デジタルプラットフォームにおける製品安全に向けた取組み

アマゾンジャパン合同会社 製品安全・品質・コンプライアンス本部
本部長 三浦 賢一氏



近年、インターネット取引の拡大に伴い、オンラインモール等の取引デジタルプラットフォームにおいて、製品の安全性に関する問題が発生しています。そこで、2021年度「製品安全対策優良企業表彰（PSアワード）」のネットモール運営事業者部門で特別賞を受賞されたアマゾンジャパン合同会社で製品安全を担当されている三浦賢一氏に、同社の取組みについてお話を伺いました。

Q1. 日本では2000年からサービスを提供されていますが、貴社のミッションやビジネスモデルについて簡単にご紹介いただけますか。

当社はミッションである「地球上で最もお客様を大切にすること」を目指して2000年、日本でのサービスを開始しました。当時は東京に事務所を1拠点構え、本のみをオンラインで販売開始していましたが、その後、お客様のニーズに応えられるように商品カテゴリーやサービスを拡大してきました。「Amazonでお買い物をすると、期待通りに真正で安全な商品が手に入る」、そうお客様に信頼していただけるよう、ロボティクスやAI、そしてデータセンターを活用した最先端の物流ネットワークを構築するなど、お客様に最も素晴らしい体験を提供できるよう努めています。

Q2. ECモールには国境がありません。国内の安全性規格を満たさない製品、海外で販売停止となった危険な製品でも容易に流入する状況となっていますが、貴社ではネット取引の安全性や信頼性確保のためにどのような対策を講じておられますか。

製品安全部を設置し、安全リスクや関連法令に基づいた特定商品カテゴリーの出品規制や文書審査等を行うとともに、機械学習などの最先端ツールの活用や行政機関との連携等を実施しています。また、専門調査チームや自動巡回システムが365日、サイトを継続的にモニタリングし、国内外を含めた不安全商品の取締りの強化を主導しています。

お客様へは「Amazonあんしんメール」を配信し、安全使用に関する啓発を推進しています。これは、製品評価技術基盤機構（以下、NITE）や海上保安庁等の外部機関と連携し、購入された商品の安全な使用方法や注意に関する情報を配信するものです。毎年約5000万通を配信しています。今年1月の能登半

島地震では、復旧時における発電機等の安全使用に係る注意事項を地震発生から短時間で配信しましたが、日本における先駆的取組みとして海外でも注目をいただいています。

当社は国内・海外からの製品を問わず、安全にショッピングを楽しんでいただける環境を目指しており、PSアワードにおいてこうした取組みを評価いただけたことは非常に有難いと考えております。

Q3. 近年、インターネット通販で購入した輸入製品による重大事故の割合は増加傾向にあります。ECモールの運営者として、製品の安全性をどのようにパトロールしているのでしょうか。

前述の出品規制やあんしんメール等の活動に加え、お客様の製品事故・懸念情報の広範な収集を進めています。お客様から安全性に関する懸念をご連絡いただいた場合、メーカーや出品者と協力した原因調査、波及範囲の特定を行っています。また再発防止策として、必要に応じた商品回収などの対応を実施しています。さらに、お客様からのカスタマーサービスへのご連絡だけでなく、商品レビューや返品傾向についても監視を行い、懸念を発見した場合は調査を行っています。

Q4. 膨大な数に及ぶ製品を扱いつつ、貴社の製品安全文化やリスク情報を、メーカー、出品業者、政府機関で共有するのは極めて難しいと思います。この点について、ECモールとしてどのような取組みをされているのでしょうか。

安全懸念情報などを入手した場合、専門チームがその重大度に応じてメーカーや出品者と情報を共有し、協力しながら原因究明や再発防止を進めています。また、事故傾向が高まっているカテゴリーにおいては、社外機関とも連携し、審査の強化に加え、関連する出品者・メーカーに対して教育メールの配信やセミナーの開催等を行っています。2022年より毎年11月をAmazon Product Safety Monthと位置づけ、経済産業省の製品安全月間と連動した社内外への多様なイベントを開催しております。また、海外事業者に対しては、製品安全4法に関するセミナーを実施し、経済産業省よりご登壇いただいています。

一方で、NITEとは2018年に製品安全に係る活動の協力協定を締結し、当社で捕捉した製品事故・懸念情報を共有し、月例会議にて連携した対策の立案を進めています。

特にECモールとして、多様なリスク情報を消費者から収集し、各事業者・行政機関へと展開しつつ、あんしんメール等により事業者や行政機関の持つリスク情報を消費者へ展開しています。このように双方向の情報ハブとしての機能に対して期待が高まっていると考えており、今後もこの機能拡大に努めていきたいと考えています。



2021年度には経済産業省 製品安全対策優良企業表彰(ネットモール部門)を受賞しました

Q5. 日本国製品安全誓約には、「安全でない製品」という言葉がたびたび登場しますが、どのような判断基準で定義されているのでしょうか。また、「安全でない製品」を感知するためにどのような取組みをされているのでしょうか。

行政当局が安全でないと判断した製品や、製品事故・懸念が報告された製品はもちろん、前述の分析等の結果から一定のリスク基準を上回る製品については、事故等が未発生であっても「安全でない製品」として調査、販売停止等の対象としています。また、お客様から製品事故が報告された場合に即時販売停止を行える仕組みや、過去の製品事故情報をはじめとしたさまざまなデータを機械学習等により分析し、早期に不安全製品を予測・検知する仕組みを構築しており、先駆的取組みとして2021年度のPSアワードにおいても評価いただきました。その他、日々配信されるAmazonあんしんメール等に記載されているアンケート調査を通じて、従来取得が難しかった潜在的懸念（ヒヤリ・ハット）についても、消費者の皆様の声を基に早期検知する仕組みを導入しています。

Q6. 消費者庁のリコール情報サイトには、毎月のように多くのリコール情報が掲載されていますが、消費者は、各種メディア媒体で報じられる情報でしか知ることはできません。ECモールはこの情報をどのように活用し、消費者に伝えているのでしょうか。

製造・輸入事業者との連携や行政機関の製品リコール情報サイトに対する自動巡回などにより、新たなリコール情報に対して即座に対応できる仕組みを構築しています。特にお客様の購買履歴を確認できるECサイトとしての強みを活かし、過去にリコール該当商品を購入したお客様に対してピンポイントでリコール情報の伝達を行っています。また、海外リコール情報サイトも巡回対象として、各国Amazonと翻訳や情報補完における協力を行うことで、リコール発生国に関係なく対応が行える体制を構築しています。

さらに、今年7月には「リコールと商品の安全性に関するお知らせ」というページを開設し、お客様の過去購入履歴において該当する可能性があるリコール情報を確認できる仕組みを導入しています。

Q7. 製品安全に関して、欧米と日本の規制の違いはあるのでしょうか。あるとすれば、どういう点で、どういうことに起因するのでしょうか。

はい、各国では、一般的に歴史的、文化的、経済的な背景に基づいて法体系や関連規制、またお客様の製品に求められる期待値は異なっており、電化製品、医薬品・医療機器、食品など各カテゴリーに対して、当社では日本の規制やお客様の期待値に応じた方針・施策を推進しています。

特に子ども用の玩具に関する安全基準については、今回の法改正が実現するまでは、国内に強制規格等がなかったことで、ECモール等では日本では審査基準の設定が難しかったという例が挙げられます。

Q8. さまざまなECモールがありますが、その違いや、消費者がECモールを選択する上で、製品安全の観点から着目すべき点があるなら、教えてください。

越境を含め、多様な製品が多様な経路で流通する現在、ECモールは今後も安全な製品・情報の流通において重要な役割を果たすべきであると考えています。様々なECモールがありますが、同じ製品であっても、モールによっては、価格だけではなく、安全に関する取組（事前審査の実施、販売後における対応など）が異なります。消費者の皆様には、そ

うした違いがあることについてご理解いただき、ご自身に合ったモールを選択いただくことが重要であると考えます。各モールの取組についてはオンラインマーケットプレイス協議会などのウェブサイト等でご覧いただくことが可能ですし、製品安全誓約への署名やPSアワード等の受賞歴の有無なども参考にさせていただくと良いと考えます。



Q9. 消費者が製品を安全に利用するために、取引（購入）する前、そして使用中に気をつけるべきポイントを教えてください。

各ECモールで取扱製品や安全に関する取組は多岐にわたります。そのため、消費者の皆様には、製品安全を意識した購買や利用をお願いしたいと思います。例えば、購入前後で製品の安全使用に関する情報を確認する（取扱説明書、あんしんメール等）といった点についてご注意いただくとより安全・安心にショッピングをお楽しみいただくと考えています。

製品安全文化の構築には、お客様の声の力が欠かせません。当社ではお客様の声を基に日々製品安全の取組みを発展させており、懸念情報のご提供やアンケート調査へのご協力など、引き続きご意見をいただければ幸いです。当社の活動は製品安全の取組み（あんしんポータル：<https://www.amazon.co.jp/Anshin>）からご確認ください。



インタビュー後記

欲しいものがあるとき、インターネット上のECモールで探して注文すれば数日以内に届く、そんな便利な時代となりました。私たち消費者は、品物を手に取って確認しなくても安全な製品を当然に手にできていると思っていますが、こうした「当然」は、製品安全の専門チームがAIなどの最新技術を駆使して日夜行なうパトロールによって支えられているのですね！

どんなに時代が進んでも「安全ではない製品」が混入する可能性がゼロになることはありません。身体や生命への危険につながる重大な製品事故を防ぐためには、どんな小さなヒヤリハットや気づきでも消費者が伝えやすい、円滑なコミュニケーションを築いていく努力を重ねていただくことを期待しています。（担当：永沢）