

消費者教育に関する事業者実態調査について

1 調査目的

「消費者教育の推進に関する法律」(H24. 12. 13 施行) に基づき、消費者教育を体系的、効果的に推進するための方策を検討する基礎資料とする。

2 調査方法

本審議会の事業者代表委員の所属機関から紹介していただいた事業者等から直接聴取。

3 調査(予定)事業者

スーパーマーケット、菓子等の製造販売、衣料品の小売販売、葬儀社、旅館・ホテル、介護事業者等の業種の事業者、全 10 事業者程度に対して調査(予定)。

4 調査の進捗

現在 2 事業者(※業種: スーパーマーケット、菓子等の製造販売) について聴き取り済み。今後、消費者教育推進計画の策定と並行して引き続き調査を実施する予定。

5 調査内容

(1) 消費者への対応について

- ・消費者の声を直接的又は間接的に聴く体制があるか。
- ・その声を何かに生かしているか。

(2) 消費者に対する事業者の活動(社会貢献の一環としての消費者教育への協力)

- ・消費者に対して何か行っているか。(例: 業務に関連する商品・サービスに関する一般的な注意喚起や情報提供)
- ・行っている場合、その活動内容はこういったものか。

(3) 従業員に対する消費者教育

- ・従業員に対して消費生活に関する啓発を行っているか。
- ・行っている場合、その対象者、方法、内容等はこういったものか。

6 調査を行った事業者の回答

(1) 消費者への対応について

◆ A 事業者 ◆

- ・お客様の声として、用紙に書いて箱に入れてもらうようにしている。提出された声は、それに対する対応とともに店内に貼り出している。
- ・クレームの声については、社長まで上がる仕組みを取っている。同様の内容が複数回続くと、ただ気をつけなさいだけではなく、気をつけるべき点の教育といった抜本的な対策が必要であることから、そうした仕組みを取っている。

◆ B 事業者 ◆

- ・商品のパッケージにフリーダイヤルの電話番号を載せており、かかってきた電

話は担当の職員が対応している。

- ・クレームや商品に対する意見等については、各部署の責任者へのメールの他、社内報、朝礼により情報共有している。
- ・質問については、同じような内容が重なると、ホームページ上で情報提供している。

(2) 消費者に対する事業者の活動（社会貢献の一環としての消費者教育への協力）

◆ A事業者 ◆

- ・消費者及び従業員を対象に、年2～3回、食の安全安心の内容の研修会を行っている。
- ・10月に開催した研修会の出席者は、消費者10数人を含め30人程度であった。
- ・研修会の開催については、店内（レジ横）に開催年月日等を掲示し予告。

◆ B事業者 ◆

- ・どのような材料でできていて、添加物や合成甘味料は使用していないなど、消費者が商品を選択する際のポイントとなる情報をホームページで提供。

(3) 従業員に対する消費者教育

◆ A事業者 ◆

⇒ (2)の取組は、「従業員に対する消費者教育」でもある。

◆ B事業者 ◆

- ・例えば、賞味期限についてなど、朝礼の中で、従業員に情報提供している。