

日本消費経済新聞
東北大学公共政策大学院プロジェクトB
共同

消費者行政についての アンケート 集計結果報告

(実施期間：2010年10月11日～31日)

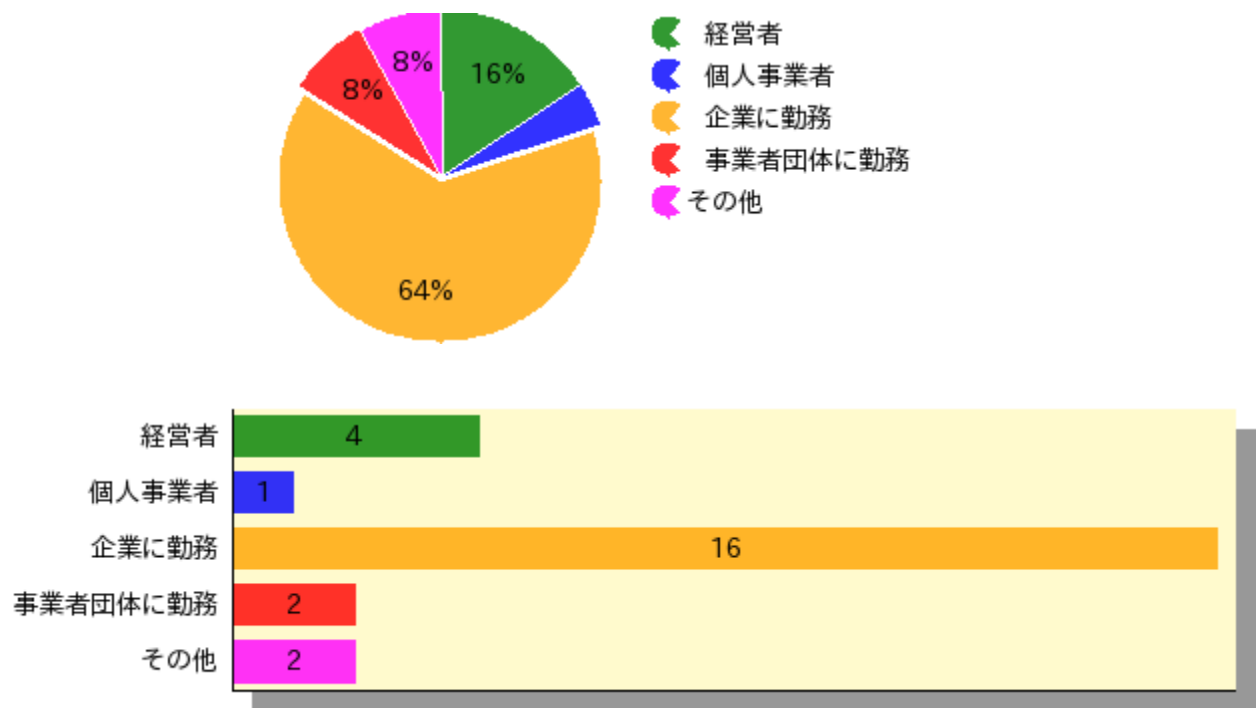
〈対象〉 事業者・事業者団体関係者

回答総数：25名



東北大学公共政策大学院

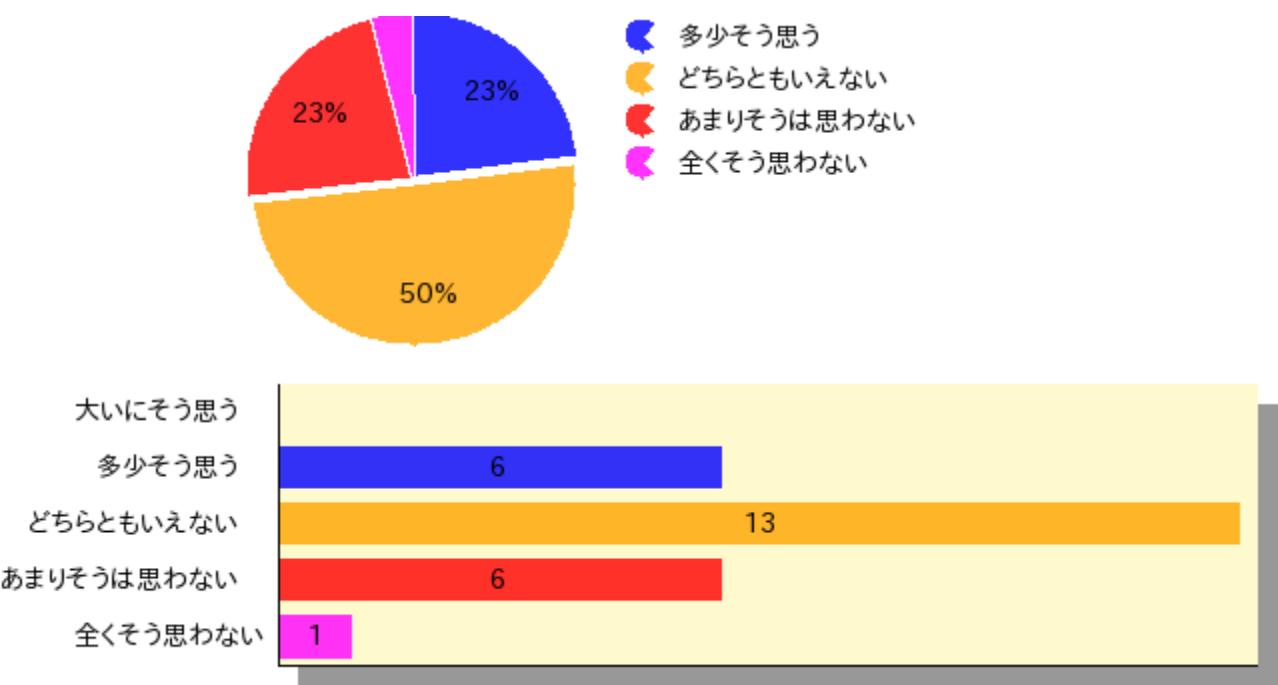
1.所属はどちらですか。



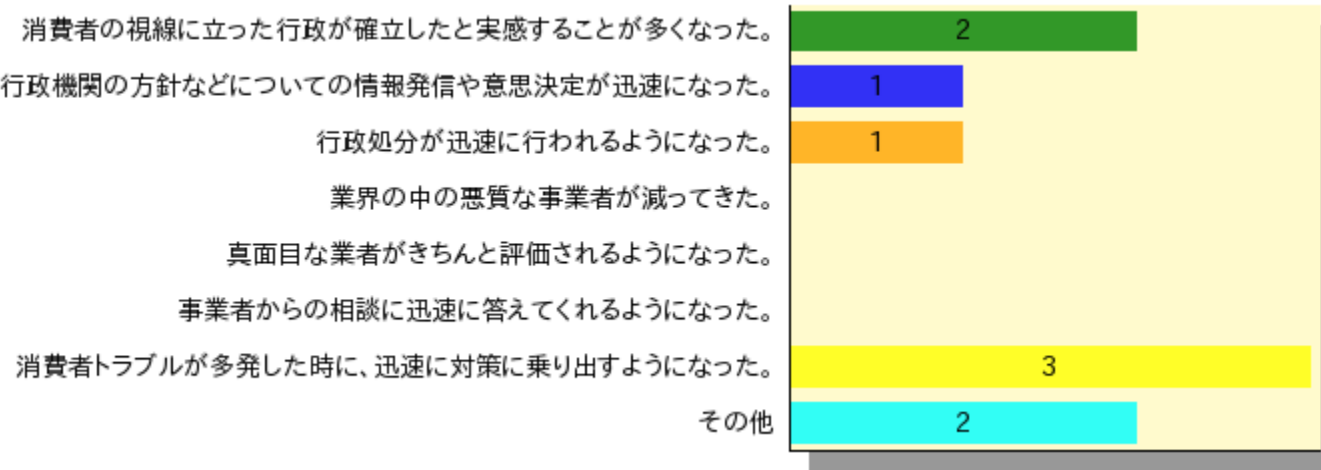
その他回答

財団
商工会議所連合会

2.事業者として、消費者庁創設以前と以後を比較して、消費者行政は望ましい方向に変わったと思いますか。



【2で「大いにそう思う」「多少そう思う」と回答された方のみ】
3.望ましい方向に変わったと思われた理由はどれですか。
(複数回答可)

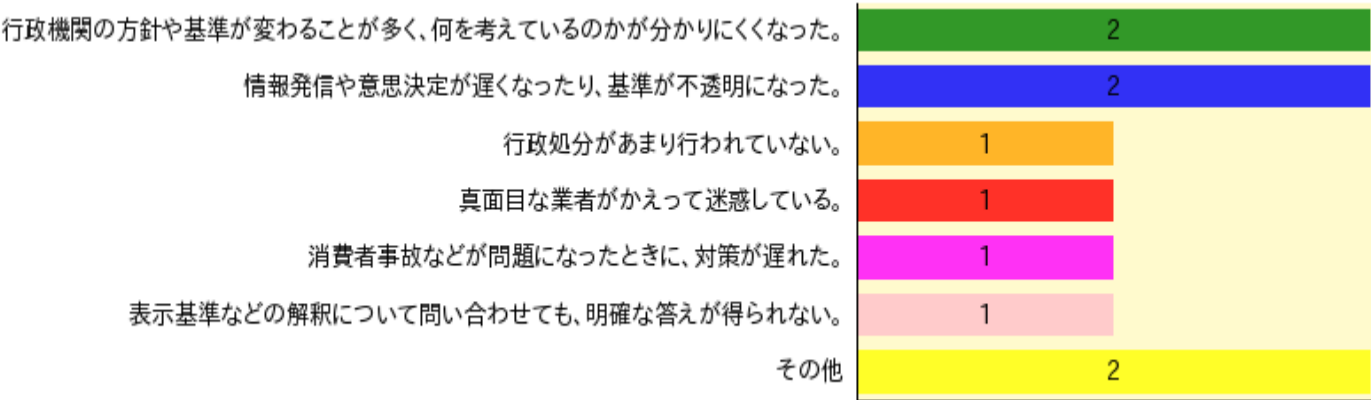


その他回答

- 新聞やニュースでも消費者庁が取り上げられるようになった。
- 消費者庁創設の報道に絡んで、以前よりも消費者問題がマスコミに広く報道されるようになった。
- 消費者目線に立とうという意識が見られる

【2で「あまりそうは思わない」「全くそう思わない」と回答された方のみ】

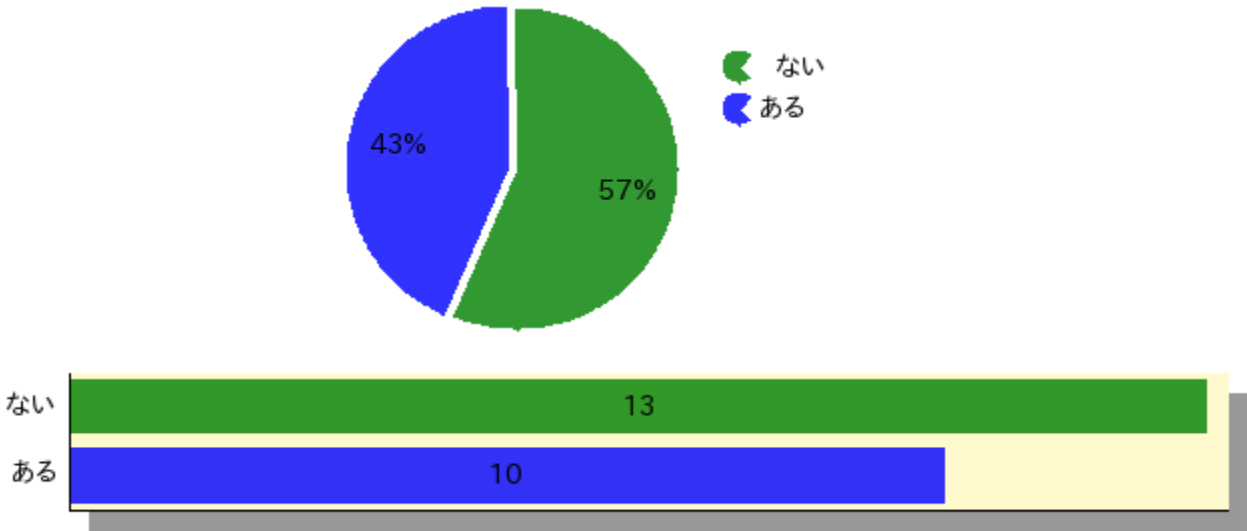
4.望ましい方向に変わったと思われない理由はどれですか。
(複数回答可)



その他回答

- 分かりにくい。
- 化粧品会社に従事しているが、消費者行政の進歩が反映されているとは思えない。

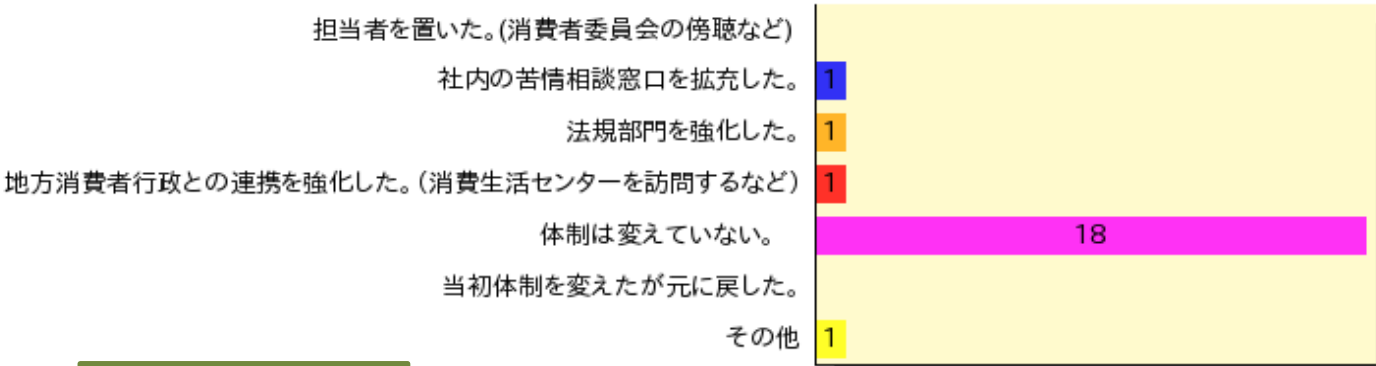
5.消費者庁設立後の政策に限らず、現在まで行政が行った消費者政策で、良かったと思うものはありますか。



「ある」の具体例

事故情報等の公開
消費生活センターのあっせん事業
不動産小口化投資特定事業法
クーリングオフなど
事故情報の公開
特商法の指定商品・役務制廃止
土産品連盟との関係強くなった
いろいろ
おれおれさぎ
製品の事故情報公開促進など

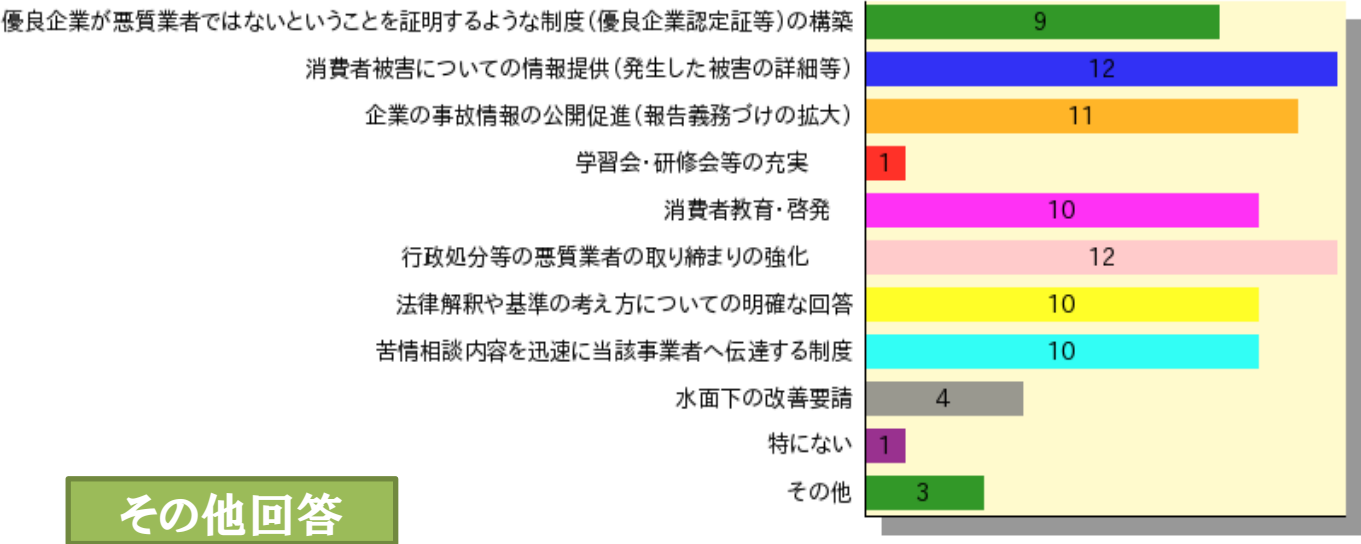
6.消費者庁の創設に伴い、何か対策を取りましたか。
(複数回答可)



その他回答

わからない	5
-------	---

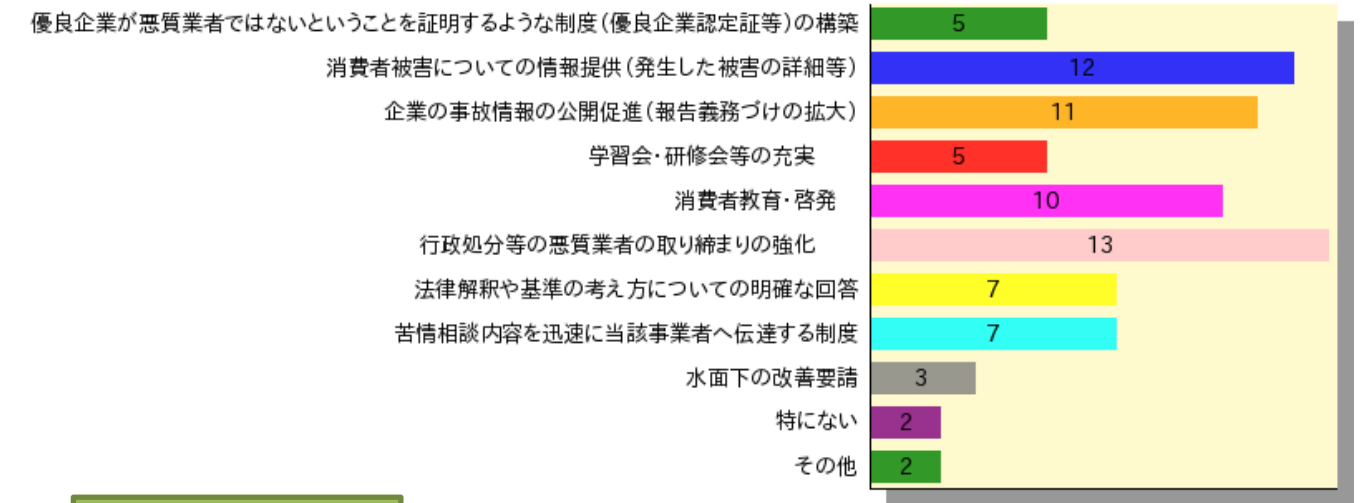
7.今後国の行政に対して、どのような取り組みを期待しますか。
(複数回答可)



その他回答

- 迅速な法整備(金融被害者救済法等)
- 相談窓口、相談員の強化(現状の担当者の大半は当方の事業者から見れば素人でむしろ害になっている。)
- 誤使用防止
- 悪質業者を消費者が見分けられるようにする取り組みを望む

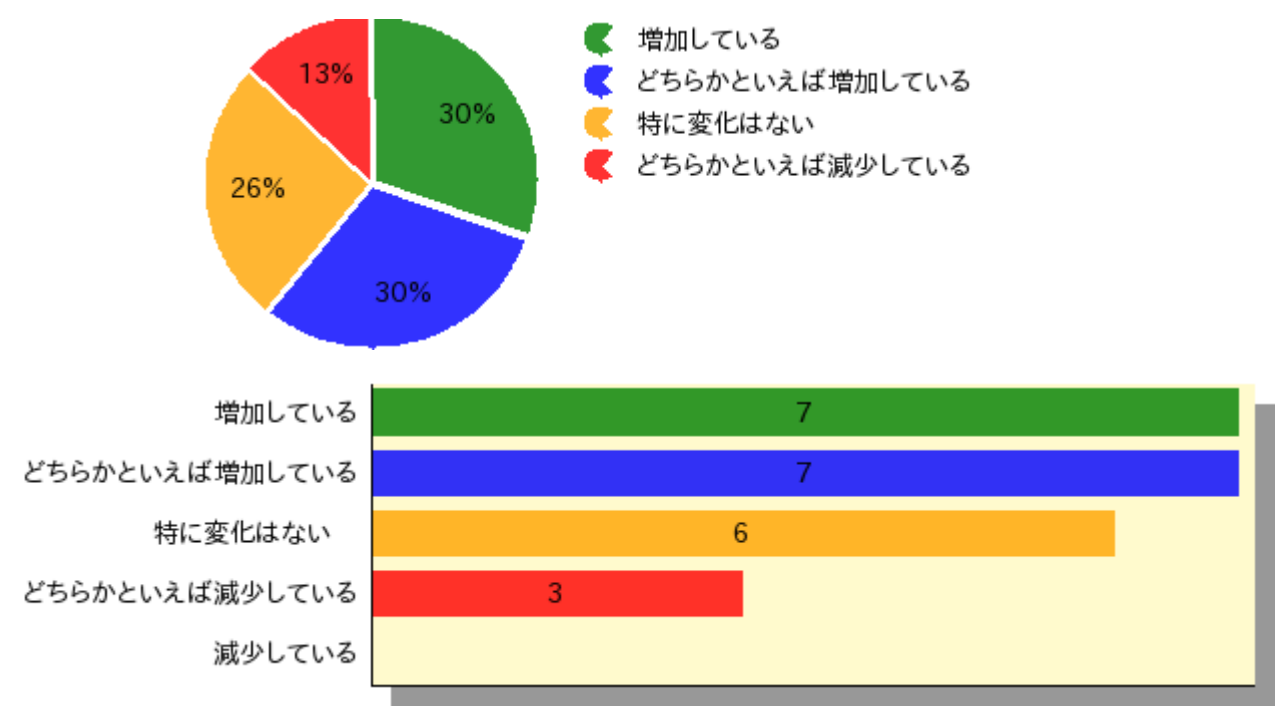
8.今後地方の行政に対して、どのような取り組みを期待しますか。
(複数回答可)



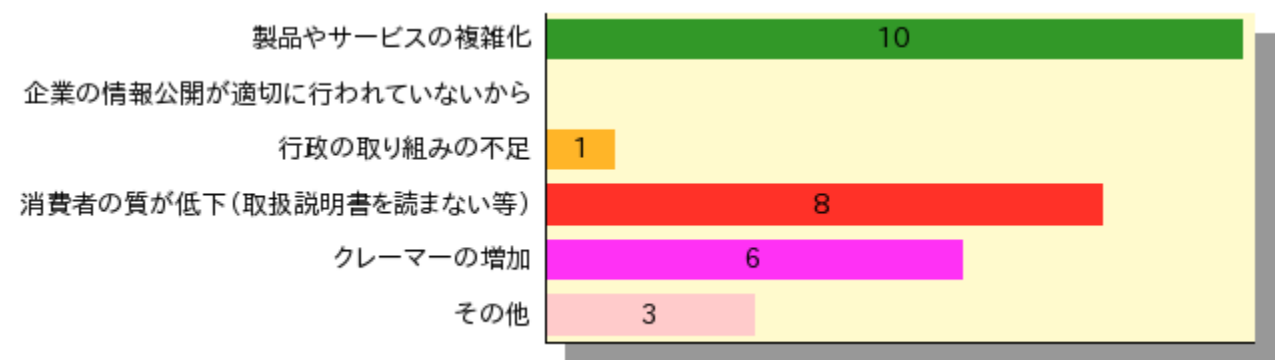
その他回答

- 地方消費者行政法の等の法整備
- 実務に長けた相談員の採用(育成しては間に合わない)
- 悪質加害企業の公開

9.10年ほど前と比較して、消費者からの苦情件数はどのような傾向にありますか。



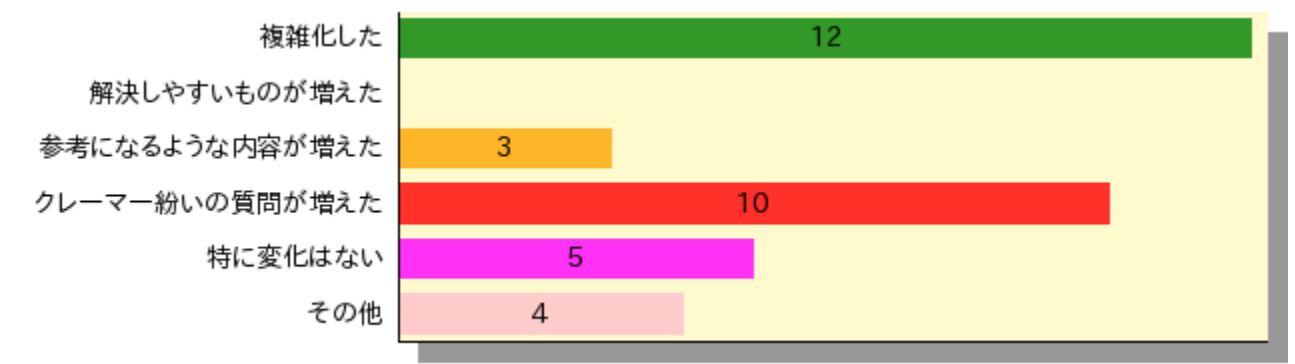
【9で「増加している」「どちらかといえば増加している」と回答された方のみ】
10.苦情件数が増加している要因はどのようなものだと思いますか。(複数回答可)



その他回答

- 消費者の意識の向上
- わからない
- アクセスの容易性、公開性のアップ

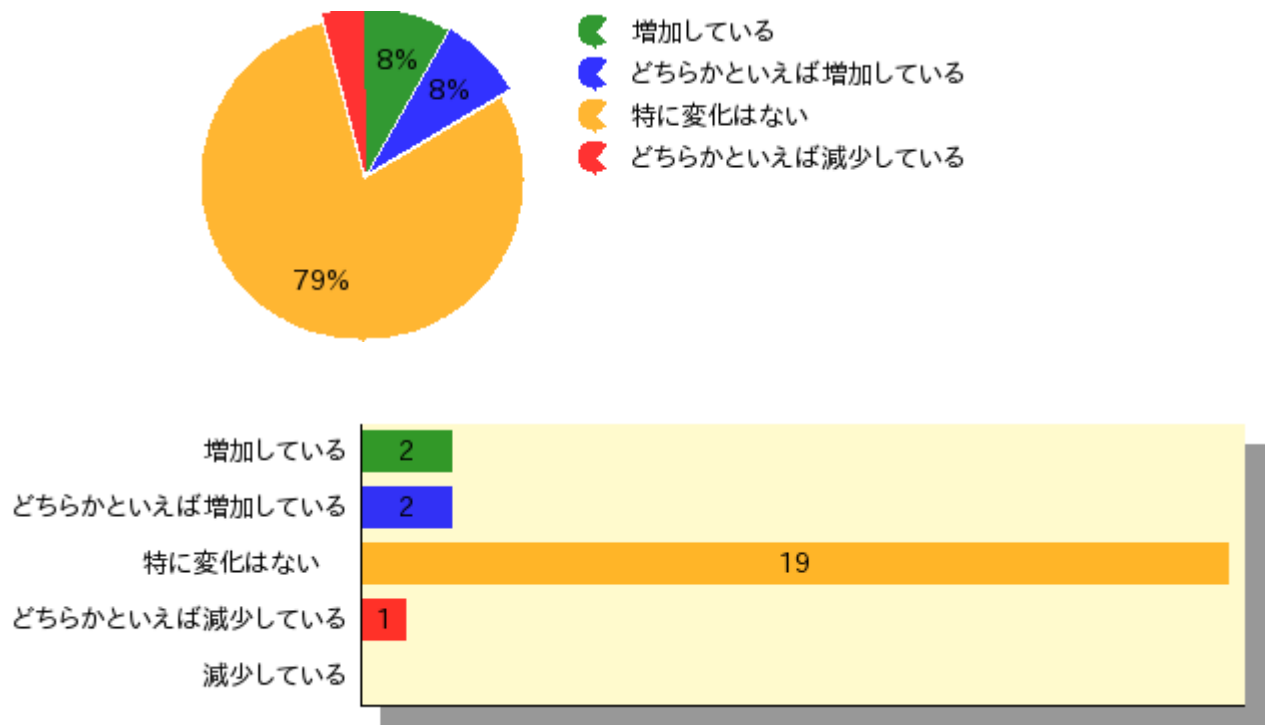
11.10年ほど前と比較して、消費者からの苦情内容はどのように変わりましたか。(複数回答可)



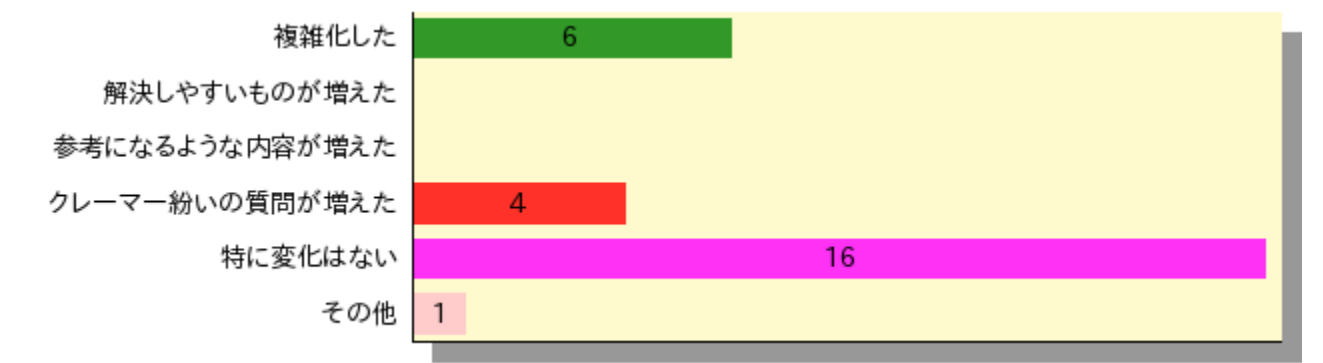
その他回答

- ものが安いので品質クレームが増えた
- 生活に関するものが増加
- お礼の言葉が減った
- 個人情報保護法に関わる苦情がふえた

12.消費者庁が設立された昨年9月以前と比較して、消費者からの苦情件数はどのような傾向にありますか。



13.消費者庁設立以前と比較して、消費者からの苦情内容はどのように変わりましたか。(複数回答可)

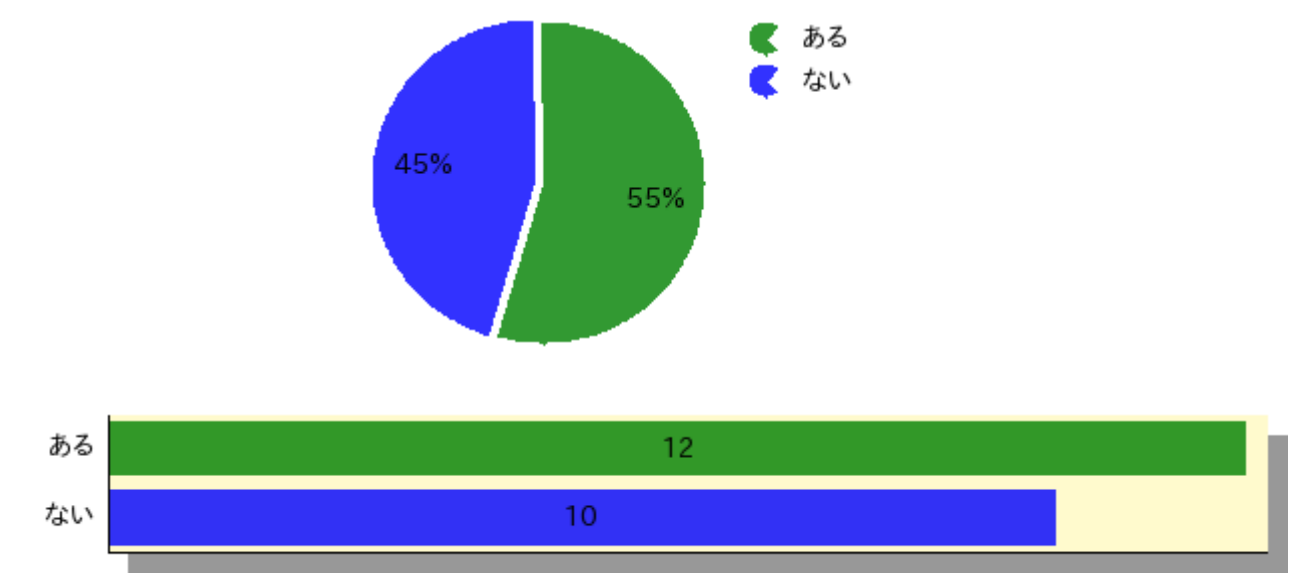


その他回答

わからない

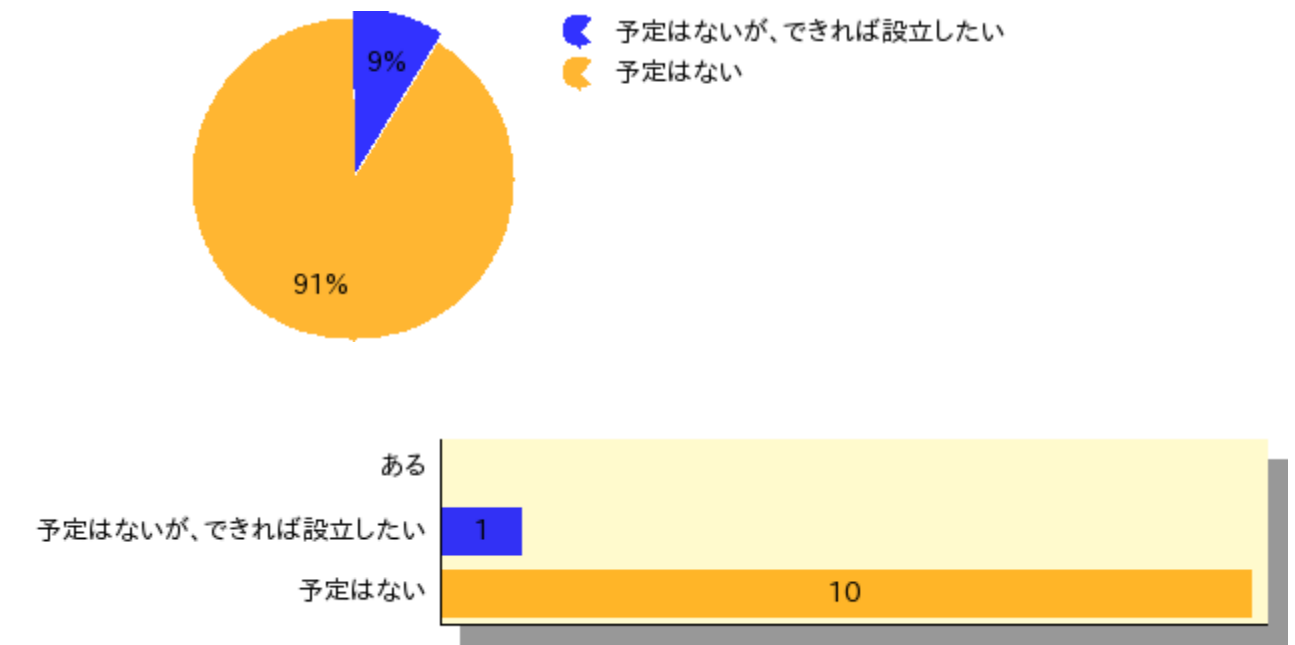
【経営者、企業に勤務されている方のみ】

14.あなたの企業には、消費者からの苦情対応を専門とした部署がありますか。



【14.で「ない」と回答された方のみ】

15.今後このような部署を設立する予定はありますか。



16.消費者からの苦情が発生したとき、どのような対応を行っていますか、もしくは行う予定ですか。

私どものアパレル業界の苦情は、クリーニングに対する苦情が多いのでそれについての具体的な対応方法は以下の通りです。

1. まず客先言う事を聞く
2. 手元にある苦情のあった製品と類似品、同等品を良く調べる
3. 問題があった場合は対処方法、なかった場合はその旨を報告書にして客に報告する。
4. 問題があった場合は詫び状を書き、同等品を提示する。この場合、不具合の大部分はクリーニングミスによる場合なので、正しいクリーニング方法を伝える。
5. このほか生地の変色などの場合があり、その際はメーカーに問い合わせるか「(財)綿研(メンケン)」当に相談し科学的な物性を調査し原因を確認する事もまれにあります。

◇当社は不動産管理が主体なので、一般ユーザは賃貸住宅の入居差が大部分です。基本は現場に行き直接確認し、即問題解決に当たります。対外解決できない問題はなく、1週間ほどで全て解決します。専門家が適切に対応すれば解決できない問題は99%ない筈です。

広報が確認しており、対応している。

苦情の内容を正確に捉え、的確に対応する。

直接消費者と関係する立場にない。関係企業が直面した場合は対処を指導することになる。

苦情のききとり、現場訪問、対応の専任担当者を配置、苦情対応案件の情報の共有化などを行っている。

電話による相談を受け付け、重要な問題は各営業所で共有。

会社で決められた手順に則り、公平な対応をしている

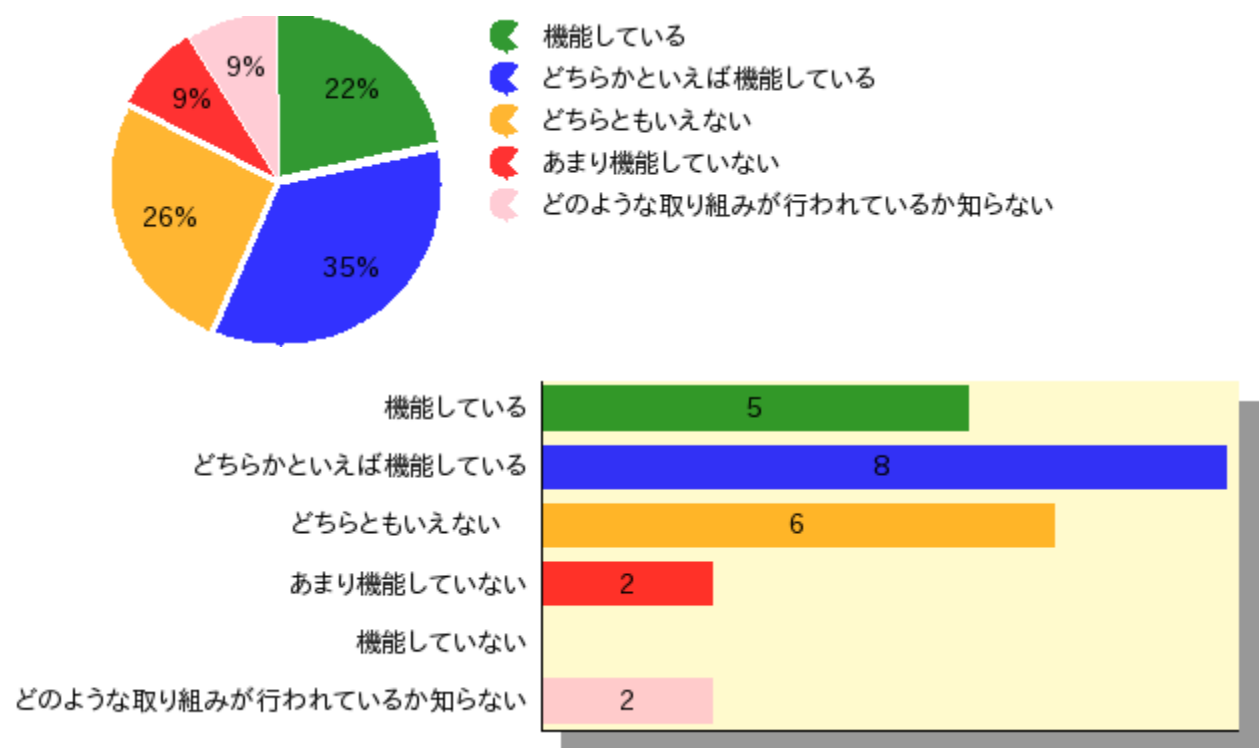
コンプライアンスを重視するよう、上司からの指導助言を行う。また、クレームにはなるべく迅速に対応できるよう社内の体制を整えるよう努力している。クレーム内容は多岐にわたり、ささいなこと(言葉遣い、接客態度なども)で苦情になる場合もあるが、企業としての基本、約束事を守る姿勢を顧客に示すよう互いに心がけている。

詳細な内容を伺い、商品交換と調査回答。

17.消費者の安心・安全を守るため、あなたの企業、所属団体ではどのような取り組みを行っていますか。

メーカーではないので特にないが、しいて言えば個人情報保護の徹底。
1. 素材感で繊維検査法のデータで基準以下のデータを使わなければならない場合がある。(引っ張り力、耐摩擦力等を物性を数値化した)その生地 の品質調査基準値は例えば4以上を使うと決められている場合でも、手触り感 などがデザイン上、感覚上良い場合に洋服生地として使う場合がある。その 様な際には「製品に関する注意事項」の表示表製品につけ、取り扱い注意を 明示する。又洋品店の店員に販売する際に注意するよう、手配書をつける。 2. 縫い針混入、ほつれ、糸くず処理などの基本的な検査は、工程の中で徹 底的になくす品質管理を行いつついます。
◇常にその道のトップ企業、誠意のある会社との協力関係を築いておき、 問題が生じないような仕事を行っております。おきてしまったらおしまい、起 きない工夫を毎日の業務の中で取り入れており、不具合を起こす人、会社は ある傾向にありますので、その様な兆候を見たら排除することを第一に心 がけております。
特に規定などは設けていないが、仕入れ担当者などが日頃より心がけてい る。
フェイルセーフを基本とする他、警告ワッペン等の整備。
特になし
団体内での機関誌、講演等による啓蒙活動、倫理委員会による処分
回答しない
土産品連盟の事務局を持っているが、土産品については、2年ごとの審査 を行っている。
アフターフォロー。
製品のリスク評価を行い、安全の確保に努めている。 消費者に情報を公開し、信頼を確保するように努め安心して使用いただける ように努力している。
コンプライアンスの遵守を互いに心がける。また、個人情報保護法にのっと り、顧客からの信頼を築いてもらえるよう努力している。この点は、正社員、 パートを問わず、一人一人が企業の顔である事を意識することで、達成でき るようになると、個人的には考えている。
検品工程でのチェック強化 より安全な成分の研究

18.あなたの属する業界の事業者団体による安心安全のための取り組みは、機能していると思いますか。



【18で「機能している」「どちらかと言えば機能している」と回答された方のみ】

19.機能していると思う取り組みをご紹介ください。

秘密保持

繊維新聞などの業界新聞に頻繁に注意喚起案内が出ており、業界としての取り組みは以前からきめ細かに行われていると思います。

◇当方の関わる関係業界は(1)不動産管理業界と、(2)建設機械関係業界です。(1)不動産管理業界は「どちらかと言えば機能し始めた」になり、(2)建設機械関係は「機能している」になります。業界一つだけという会社ばかりでないで、設問の思慮が不足しております。日本の事業社の実態を事前に良く見る必要もありますので、付記しておきます。

(1)不動産関係は銀行業界同様、不具合の総合デパートの様相を呈しているで、日々泥棒との競争をしているような関係は長い間続きました。今日でも業界の内容は殆ど変わりませんが、当社の長年の経験から、付き合い会社、担当者の選定し、或いは自社で対応することで解決を図っています。不動産管理については平成6年か不動産特定事業法の制定を働きかけて平成12年に法制化を見ましたが、実際にほぼ当方等が働きかけた内容に法整備されたのは本年6月からで、現実の問題が発生してから15年以上経過してようやく機能し始めたのがこの業界です。それが実情です。

(2)建設機械業界:これは日本建設機械化協会、建設荷役協会と言う国土交通省の外郭団体があります。日本建設機械化協会は半世紀以上前から活動し、今日の消費者問題のようなものはほぼ生じないような進んだ団体になっています。その意味で業界全体が世界に進出して活躍しており、役所に守られた運輸省関係機関は問題が多発しており、業界によって相当差があります。この様な事実を良くジャーナリスト、研究機関は調査してきめ細かな消費者への啓蒙活動が必要です。その意味でこの様な事業者へのアンケート調査は必要であり、評価できるものです。

安全に対する、業界としてのガイドラインを設けている。

企業を指導する立場にあるので、行動原則に掲げ、機関誌に毎月安心安全の記事を載せて喚起している。

メーカーを横断し、安全のための業界共通の啓発広告を発信している。

運送業界であるので、社員が地域で行う交通安全教室や、マスコミを通して、エコ問題にも取り組んでいる点をアピールしていること、など。

20.事業者団体には今後どのような取り組みを行ってほしいと思いますか。

原料の産地、農法等詳細公開
1. 事故が起きた場合、出来るだけ頻繁に、業界紙などで連絡願いたい。生地などの物性については見た目では分からないので 2. 生地メーカー、生地屋に対して、生地固有の不具合の起きそうな特性がある生地等については、生地の小売販売に至るまでその特性を知らせるような対応を徹底するよう願いたい。
(1)不動産管理会社業界:頭を丸めるくらいの体質改善をしないとまともになりません。国土交通省のこの関係部門も同様に、まだ開発途上国並みの倫理観しか持っていないのが実情です。倫理観がないという状態かもしれません。 (2)建設機械関係業界:この業界での仕事が当社の主業務であり、その中で業界改革を進めてきました。今はその業界の指導者育成と海外での技術指導を進めているほど、充実した安全や安心についての改善経験があり、これからもその姿勢で進めて欲しいと思います。しかし実際は海外生産を過半数を占めるようになり、国内ではその内容の全貌がなかなか見えにくくなってきました。その面の工夫が新しい課題です。
安全は勿論、社会への貢献なくして事業の存続はないということを徹底する。
現在の取り組みを継続して世の企業を常に引っ張っていく。
自社だけが良ければ良しとせず、消費者にとって統一されているほうが安全上や使用での利便性などのメリットが高いものは統一し、公共制(共通制)と独自性とのバランスのとれたモノ・サービスづくり。
製造事業者の企業努力を公開して、安心を得るように努める。
消費者は製品や、サービス内容についての情報公開を求めている、と考える。
成分表示の指針策定