

第1回製品安全ダイアログ

LIXILの取り組みと消費者教育

LIXILでは「製品安全活動」への取り組みを強化しており、各カンパニーそれぞれで進めてきた製品安全活動をさらに進め、世界トップレベルの水準に引き上げるための土台づくりを行っています。今回は有識者の先生方をお招きし、LIXILの製品安全の取り組みと、これからの消費者教育についてご意見をいただきました。左側から水流聡子様、松本恒雄様、古谷由紀子様



開催概要

日時	2013年1月9日	
場所	株式会社 LIXIL ショールーム東京	
社外ステークホルダー	松本 恒雄様	一橋大学大学院教授
	水流 聡子様	東京大学特任教授
	古谷 由紀子様	公益社団法人消費生活アドバイザー・コンサルタント協会常任顧問
株式会社 LIXIL からの参加者	二瓶 亮	シックスシグマ本部長
	山中 潤一	シックスシグマ本部 品質保証統括部長
	三好 辰男	シックスシグマ本部 品質保証統括部 品質企画部長

※所属・役職名は、ダイアログ開催当時の名称です。

第1回製品安全ダイアログ

製品安全活動の課題はお客さまへの情報発信

水流氏 私は3年くらい前に経産省関連の仕事で「製品劣化」の問題を取り上げました。日本ではものを捨てずに長年使うことが美德とされている中で、メンテナンスなしに使い続ける危険性を伝えたいです。結構多くの人から反響があったんですが、御社では「経年劣化」という概念、現象、危険性などをどう伝えていこうとお考えですか。

LIXIL 住宅に使われている設備に関しては、お客さまは「劣化する」という概念をあまりお持ちではないんです。しかし特に電気部分に関しては劣化するということがありますから、それをどう伝えていくかというのがこれからの我々の取り組みの課題だと思っています。

松本氏 消費者にどう情報提供していくか……なかなか難しい問題ですね。メーカー側はホームページに情報を載せました、という自己満足的な段階から次の段階にいかないといけないと思います。

LIXIL その通りですね。ホームページに掲載しただけでは関心のある方にしか見ていただけませんからね。



情報を受け取る消費者の力量を考える



水流氏 企業側が出した情報を受け取る消費者の力量も必要になってきますよね。消費者の中に力量的に難しい人がいた場合に、消費者間でカバーできる仕組みをつくらないといけないと思います。そういう意味では、この先超高齢化社会になった時に、企業と消費者の間に1人挟むことが必要だと思うんです。高齢者を見る人を社会的に準備するというような……。

LIXIL なるほど。消費者教育については、我々が持っている情報をどう消費者に届けるかという視点で考えており、消費者の力量がどうかというのは、確かに今はまだ考えが至っていないですね。届けたはいいいけど分からないと言われてしまうかも。

古谷氏 加えて、情報の内容や出し方などの見直しも大切だと思います。今、企業や消費者団体からすごい数の消費者教育に関する情報が出ているので、適切な情報を整理した状態で出さない限り、埋もれてしまって、肝心なことはちっとも届かないということになりかねません。ですから、自分たちが出している情報や出し方が適切なのかも含めて大きく見直さない限り、効果的な消費者教育はできないかなとは思っています。

松本氏 確かに情報の海の中で我々はあっぴあっぴしていますからね。必要最小限の情報が必要な時にきちんと消費者側で引き出せるような仕組みが必要でしょうね。例えば、製品番号を入れると必要な情報がバツと出てくるような業界で統一のサイトなんかがあるといいですよ。

水流氏 それはいい案ですよ。ただ、同じ業界だと、お互いに競合なので、なかなか難しいかもしれませんが。その中でも“競争の中の協働”という部分があるはずですから、LIXILさんのようなところがうまく旗振りをしていただき、製品安全に関する情報を消費者に届ける仕組みをつくっていただければと思います。

第1回製品安全ダイアログ

LIXIL 大きな事故が起きて、それが業界全体の問題ということで行政的な縛りが出てくると協働しやすいのですが、通常の状態ですとやはり競争の方が先に立ってしまうというのは確かにありますね。

古谷氏 日本の企業は、全体的に自分たちが責任を持ってやらなくてはという意識が強いですね。もちろんそれはそれでいいことなのですが、やっぱりそれだけではとても実現できませんので、消費者や行政をうまく巻き込みつつ、一緒になって製品安全を実現してほしいなと思います。幅広い選択肢の中で、御社だからできる御社ならではの取り組みがあると思います。



LIXILに期待すること



松本氏 今回の議論は、製品が安全性を欠く場合にどうするかといったような話为中心でしたが、他方で、高齢者にとって安全な住宅とはどういうものかといった観点でみると、同じ安全といっても違います。後ろ向きの安全だけではなく、前向きの安全についても今後 LIXIL さんにはどんどん取り組んでいってほしいですし、それによって住み方についての新しい提案というか、新しい価値の創造といった方向にも進んでいただきたいと思います。

古谷氏 企業側から正しいと思って出した情報が消費者の視点から見たら違うかもしれない、当然だと思っていたことは当然じゃないかもしれない、という視点は忘れないでほしいと思います。そのような視点を持ちつつさまざまなステークホルダーとこのような対話をして、よりよい方向性を見つけていただくといいのではないかと思います。そういう意味でもう少し消費者団体などの第三者をうまく使っていただきたいと思います。

水流氏 日本をすべてショールーム化してしまっ、日本がなぜこんなに安全・安心なのかというところを海外に見せられたらいいなと思っています。観光の合間にショールームも見てもらおうということができればいいですね。日本は島国ですから余計ショールーム化しやすいというもありますし。安全を実現している製品とその取り扱いをセットで見てもいい、セットで輸出する体制ができれば。そのためにはやはり業界のトップランナーである

LIXIL さんに頑張っていただきたいと思います。

LIXIL ありがとうございます。ご意見を頂戴し、やはり LIXIL らしい、LIXIL だからできる、トップランナーとしての役割というのが我々に課された責任なのかなと非常に強く感じました。本日のご意見を参考にこれからの活動を進めていきたいと思っています。またいろいろご意見をいただくことがあると思います。本日はありがとうございました。

第1回製品安全ダイアログ

Profile

松本 恒雄 Tsuneo Matsumoto

一橋大学大学院 法学研究科教授。

京都大学助手、広島大学助教授、大阪市立大学助教授を経て、1991年一橋大学法学部教授、1999年一橋大学大学院法学研究科教授。専門は民法・消費者法・コンピュータ法。現在、内閣府消費者委員会委員長のほかに、産業構造審議会割賦販売分科会長・消費経済部会長、東京都消費生活対策審議会会長、経済産業省 ISO/SR国内委員会委員長などを務める。

水流 聡子 Satoko Tsuru

東京大学大学院工学系研究科化学システム工学専攻 特任教授。

1985年広島大学医学部医学科助手、1992年学位取得（広島大学医学部博士）、1996年広島大学医学部保健学科助教授、2003年東京大学大学院工学系研究科助教授を経て現在に至る。主な研究分野は、医療社会システム工学、構造化知識工学、品質管理工学、製品安全。消費者にいかに関係情報を伝えるかなど、消費者教育に関する研究に取り組んでいる。

古谷 由紀子 Yukiko Fuyuya

公益社団法人 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会 常任顧問

1988年経済産業大臣認定消費生活アドバイザー、1998年日本リスクマネジャー&コンサルタント協会認定シニアリスクコンサルタント取得。2001年公益社団法人 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会 東日本支部・事業委員長、04～12年理事を経て現在に至る。経済産業省 ISO/SR国内対応委員会委員、内閣府「社会的責任に関する円卓会議」運営委員のほか、CSRやコンプライアンスの分野を中心に活動。