

## 第2回製品安全ダイアログ

### 消費者に届き、 行動に結び付く製品安全教育

LIXILでは、ダントツの「LIXIL Quality」を実現するための取り組みの一環として、お客さまに安全かつ安心して製品をお使いいただけるよう消費者教育を推進しています。今回2回目となる「製品安全ダイアログ」では、消費者活動に携わる有識者の皆さんをお招きして、「消費者に届き、行動に結び付く製品安全教育」について、ご意見をいただきました。



### 開催概要

日時	2013年9月18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	古谷 由紀子様	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（NACS）常任顧問
	立山 徳子様	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（NACS）常任顧問
	小笠原 むつみ様	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（NACS）
	田之江 美千代様	杉並くらしの情報プロジェクト代表
株式会社 LIXILからの参加者	山中 悟	CS本部長
	山中 潤一	CS本部 品質保証統括部長
	芦田 亜紀	CSR・環境経営推進部

※ CS（Customer Satisfaction）：お客さま満足、顧客満足

※所属・役職名は、ダイアログ開催当時の名称です。

## 第2回製品安全ダイアログ

### 消費者教育はいつからどのように行すべきか

**LIXIL** 本日は、製品安全に関する知識をさまざまな世代にしっかりと届けるためにはどのような消費者教育を提供していくべきか、ご意見をいただければと思います。まず最初に、LIXILでは次世代ユーザーとなる高校生を対象に、家庭科教諭などと連携して学校で製品安全教育を展開していこうと考えていますが、これについてはどのようなお考えをお持ちでしょうか？

**立山氏** 私ども NACS（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）でも高校生を対象に消費者教育を行っていますが、学校は、特に企業と組む場合、公平性や中立性を保てるのかという懸念がありますから、教材やネットワークをつくるのがかなり大変になるのではないかと思います。



**田之江氏** 高校生の場合、生活者としての基本的な知識を家庭科の授業でちゃんと教えているはずなのに、身に付いているのはほんの一部と感じます。家庭科は主要教科ではないので、「生活空間における安全」についての話を授業にいくら盛り込んでも、ちゃんと届くのかな…という心配はありますね。

**立山氏** LIXILが高校生を想定したのは何か理由があるのでしょうか？

**LIXIL** 中学生は時間がとりづらく、小学生には難しいのではという話があり、比較的時間のとれる高校1、2年生をと考えました。



**田之江氏** 実は消費者教育は小学生くらいが一番良いです。受験を控えた中学生、高校生と違って気持ちに余裕がありますし、習うこと自体が新鮮で、先生のアイデアも生かしやすい。小学生は消防署の見学などですごく面白がって参加しますから、教室での授業に固執せず、校外学習としてショールームなどで「こんな場合に事故になることもあるんだよ」と体感型の展示をすれば、危険な事態が起こり得ることを体で覚えさせることができます。

**小笠原** ワークショップ形式の授業も良いと思います。企業が考える安全をただ教えるのではなく、生徒たちが自分の身を守るためにどうすべきかを考えて、逆に企業に要望を出すところまでやると良いですね。

**田之江** ワークショップだと資料を作ったりして自分の頭で考えるし、コミュニケーションをとるから飽きさせませんね。

### 基本を大切に、住むことをトータルに捉えられるように

**古谷氏** 高校生対象の製品安全教育に取り組む際には、トラブルやリスクヘッジといったことよりも、もう少し大きな視点でやっていただければと思います。高校生の生活に責任を負っているのは親御さんです。そこで、高校生にいくら「こういう使い方は危ないですよ」と伝えても、自分のこととして受け止めてもらえない。教材を作るなら、大人になった時に役立つように「生活空間における安全」についての基本的な考え方がきちんと伝わる内容にしたほうが良いですね。LIXILが作成したということとは関係なく使ってもらえるような教材ができれば、それがCSRになると思います。

**LIXIL** 教材に入りたい具体的な話としてリフォームがあります。リフォームはメンテナンスという意味だけでなく、次世代のために家の価値を高めることでもあるということを伝えたい。昔は30年で建て替えていた家を、リフォームすることで、さらに長期間持たせることができます。バリアフリーや断熱性の向上など快適性と安全性を高めるという利点もあります。海外には、家のリフォームを繰り返して200～300年も建て替えないという国もあります。そんな文化を日本にも根付かせられたいと思っています。



## 第2回製品安全ダイアログ

**古谷氏** 住むということを長いスパンでトータルに考えられるのでとても良いと思います。

**LIXIL** よく社内で「リフォームして親の家を大事にしたら、親も大事にする」と話しています。日本では子どもが独立すると新しい家を建てるから、親子関係が断ち切られてしまう。家が長持ちして親の家に住むと思えば、子どもも親を大事にするのではないかというのが、リフォームの考えの根本にあります。

**LIXIL** 製品安全の情報発信拠点として、LIXIL WINGビル（東京都江東区）内の「LIXIL資料館」（※1）に、製品安全に関連した Safe Lifestyle Gallery（※2 以下：ギャラリー）を新設します。主に対象としているのは販売店様や工務店様、インテリアコーディネーター様など弊社のビジネスパートナー様です。ビジネスパートナー様の製品安全に対する意識向上を図ることで、ビジネスパートナー様からお客さまに製品安全情報を提供してもらおうという狙いがあります。



**立山氏** LIXILは直接消費者と接する機会はあまりありませんものね。

**LIXIL** そうなんです。取扱説明書はお客さまにはなかなか全部は読んでいただけません。そこで取扱説明書を渡す側が製品安全について深く理解し、お客さまに伝えていく必要があります。このギャラリーでは例えば、シャワートイレや電気コンロの焼損、洗面化粧台の鏡落下など、長期使用によって発生し得る製品事故の再現展示をしています。展示を通じて、安全な製品の使用方法や製品には寿命があることをお客さまに伝えることの重要性を理解していただくという趣旨です。

**古谷氏** ギャラリーにもっと人が来るような仕掛けも必要ではないかと思います。例えば学生の校外学習として活用してもらうとか、ターゲットをあまり狭めずに、この場の活用方法を考えたいですね。

**立山氏** ホームページや冊子で紹介してしまうと差し障りのある事例も、ギャラリーならさりげなく見せられるというメリットもありますね。見て、触って、感覚的に理解してもらえますからね。

## 企業の垣根を越えて製品安全知識の充実を

**LIXIL** 皆さまから見て販売店様・工務店様について何か望むことはありますか？

**古谷氏** 基本的に消費者と接するのは販売店様なので、販売店様からきちんと情報を伝えてもらえるのが一番望ましいですが、販売店様には同じサイドに立っていただいて、このギャラリーで製品安全について理解を深めていただきたいですね。

**立山氏** 販売店様から見ればLIXILの製品はワン・オブ・ゼムで、そこだけに思い入れはないと思います。だからLIXILの商品について詳細に説明してもらうことは期待しにくいところがありますよね。その意味でもパンフレットなどの啓発ツールやギャラリーでの働きかけが大切だと思います。

**田之江氏** 最近、家のトイレをLIXILに交換したのですが、施工してくれた方がメンテナンスで注意すべき点を丁寧に説明してくれて感激しました。ところが教わったことを取扱説明書で確認すると「加工を痛めるからこのようなスポンジを使ってはダメ」と書いてあり、実際に使えるスポンジや洗剤を探すのに何軒もお店を回りました。せっかくよい製品でも、消費者に難しい要求をしているように感じました。

**小笠原氏** 田之江さんは掃除道具のことに気付いたからよかったですが、気付かなかった人は間違った手入れで製品を傷めることになってしまいます。こういうケースは結構耳にしますので、消費者と接する販売店様・工務店様の方が十分な商品知識を得てそれを伝えることで、すべての消費者が長く安全に製品を使用できるようになることが大切だと思います。

## 第2回製品安全ダイアログ

**LIXIL** ギャラリーに来ていただく以上、火災などのレアなケースの展示も大切ですが、普段製品を使用する上での困りごとへの対応方法もきちんとお伝えしないと、来ていただく意味がないと思っています。

**小笠原氏** 工務店様も、資料館で知識を仕入れてメリットデメリットを含めて消費者に教えることで信頼を得られれば、「ぜひこの工務店様にお願いしたい」という話になると思います。



### LIXILに期待すること

**LIXIL** 最後にLIXILに対するご要望やご期待をお聞かせいただけますか？

**田之江氏** 製品情報、安全情報をもっと消費者に認識されるよう身近なところから取り組んでいただいて、一番大切な「安全・安心」について業界を代表して伝えていってくださることを期待しています。

**古谷氏** 今は消費者教育推進法にも企業における消費者教育の取り組みを推進する動きがありますし、例えば私が関わっている「社会的責任に関する円卓会議」では、企業と消費者団体の協働が非常に望まれていて、それは最終的には消費者の利益や安全につながり、企業の利益にも貢献することになるという認識に基づいています。CSRの一環としても、消費者教育はぜひ進めていっていただきたいと思います。

**立山氏** 住宅総合メーカーだけあって、高い目標を掲げていらっしゃることに感激しました。今後も業界をリードしていかれることを期待しています。

**小笠原氏** 消費者教育は売り上げに直結しないので後回しになりがちのところ、LIXILは積極的に取り組んでいるところが素晴らしいと思いますし、今後の展開も楽しみにしています。今回ショールームで素敵な製品をたくさん拝見しましたが、「〇年たったらご連絡ください」などといった案内を加えるだけでも、将来的な製品安全に寄与していくと思うので、ぜひ取り組んでいただけたらと思います。

**LIXIL** 今回のダイアログでは、テーマでもある「消費者に届き、行動に結び付く製品安全教育」を作り上げていくこと、根気よくお客さまにアプローチを続け、お客さまの安全意識を育てていくことが私ども企業の責任だということを強く感じました。また、皆さまのお話を伺って、私たちが「企業の立場」で考えていることに改めて気付かされました。もっとお客さまに近い視点から情報を発信していくという姿勢が大切であると思いました。本日は貴重なご意見をお聞かせいただき、ありがとうございました。





## 第2回製品安全ダイアログ

---

### Profile

#### 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（NACS）常任顧問。

サステナビリティ消費者会議（CCFS）代表、1988年経済産業大臣認定消費生活アドバイザー、1998年日本リスクマネージャー&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。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。

#### 立山 徳子 Noriko Tateyama

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（NACS）常任顧問。

経産省標準調査会建築技術専門委員会委員も務める。「消費生活アドバイザー受験合格対策（丸善出版）」の著者。消費生活アドバイザー資格取得講座を大学、企業等で歴任。

#### 小笠原 むつみ Mutsumi Ogasawara

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（NACS）所属。

NACSでは、住宅製品における企業の消費者志向に関わる活動を実施。消費生活センターにも勤務し、製品、サービス、住宅の製品事故などについての相談を受け付けている。サステナビリティ消費者会議（CCFS）所属。

#### 田之江 美千代 Michiyo Tanoe

杉並くらしの情報プロジェクト代表。

杉並くらしの情報プロジェクトとは、くらしに関する様々な情報から消費者問題まで、ユニバーサルデザインの視点で、情報の発信、調査・研究、消費者教育、ライフスタイルの提案などを行う消費者グループ。

---

※1 窓、ドア、内装部品や外装建材から、キッチン、浴室、トイレなど水回りまで、日本の住生活の変遷をたどりながら、企業史を振り返る大年表や合併前の各社の企業姿勢や思想、発展の歴史を実物の製品を交えながら紹介している。

※2 [「Safe Lifestyle Gallery」についてのニュースレターはこちら](#)