

消費生活用製品のリコールハンドブック

2007

経 済 産 業 省

消費生活用製品の

リコールハンドブックの発行にあたり



近年、石油温風暖房機やガス瞬間湯沸器等、私たちの生活に使用される製品による事故が相次いでおり、製品安全に対する関心がこれまでになく高まっています。国民一人一人が安全に、安心して暮らせる社会を構築することは、国の最も重要な責務です。

経済産業省では製品安全対策を最重要課題として積極的に取り組んでいます。

本年5月からは改正消費生活用製品安全法が施行され、製品事故情報の報告・公表制度がスタートしました。これにより、重大な製品事故が発生した際、メーカーや輸入事業者に対し国への事故情報報告が義務付けられました。国としては、報告を受けた事故情報を迅速に消費者等へ周知してまいります。さらに今秋には、製品の経年劣化による事故への対策強化のため、メーカーや輸入事業者に対し、消費者への点検通知や消費者からの点検要請の応諾を義務付ける法改正など、さらなる製品の安全確保のための取組を強化しているところです。

事業者の方々には、こうした法律に基づく義務を着実に果たしていただくことはもとより、危害の再発防止のための迅速なリコールの実施や、消費者への適切な注意喚起・情報提供等、積極的かつ的確な対応が求められています。

消費者の安全・安心を確保するためには、何よりも製品事故が起こらないようにすることが事業者にとって重要な責務であることは言うまでもありませんが、他方で、製品事故等が発生した際の対応が極めて重要です。実際に事故が起きた場合に、迅速かつ適切な対応を取っていただくため、事業者の方々の指針となる「消費生活用製品のリコールハンドブック」を、この度策定しました。

事業者の方々に本ハンドブックを十分に御活用いただき、「製品安全文化」がより一層社会に根付くことを心より期待いたします。

経済産業大臣

甘利 明

消費生活用製品のリコールハンドブック

目 次

リコールハンドブック要約	1
I はじめに	3
1 本ハンドブックの目的	3
2 なぜリコールを実施するのか	5
3 誰がリコールを実施するのか	6
4 リコールの全体の流れ	8
II 日頃からの取り組み	9
1 日頃からの心構えの徹底	9
（1）リコールに背を向けない企業姿勢	10
（2）経営トップを含む全従業員の意識向上のための教育・研修	11
2 事故・クレーム情報等の収集体制の整備	13
3 製品の販売経路、追跡情報の把握体制の整備	15
4 対応マニュアル等の検討・作成及び整備	16
5 リコールに要する費用の確認、確保	19
III 事故等への速やかな対応	20
アクション1 事実関係の把握等	20
アクション2 リコールを実施するか否かの判断	25
アクション3 対策本部等の実施母体の設置	30
アクション4 リコールプランの策定	32
アクション5 社告等の情報提供方法の決定	35
アクション6 関係機関等への報告	40
IV リコールのフォローアップ	44
フォローアップ1 進捗状況の評価及び修正	44
フォローアップ2 関係行政機関等への経過報告	46
フォローアップ3 記録の作成、リコール漏れへの 対応体制及びフィードバック	47
参考1 リコールの実施か否かの対応例	48
参考2-1 社告の例	52
参考2-2 インターネットによるホームページ社告等	55
参考3 関係行政機関等への報告	61
参考4 関係法令（抜粋）	83
参考5 株式会社 優が輸入・販売した 電気ストーブ（ハロゲンヒーター）について	90
委員名簿	92

リコールハンドブック 要約

1. 日頃からの取り組み

- 経営方針にリコールを含む製品安全確保を経営上の重要課題として明示すること。
- 経営トップがリコールに背を向けない姿勢を社内外に示すこと。
- 製品事故等の情報やリコール実施の事実を消費者に公表すること。
- リコールのためのマニュアルをあらかじめ作っておくこと。
- 幅広い情報源から事故・クレーム情報を積極的に収集する体制を整備すること。

2. 事故等への速やかな対応

(1) 事実関係の把握

すべての情報の確認を待つのではなく、判明している情報を整理し、経営トップに報告し、国又はNITEに速やかに報告すること。

(2) リコール実施の判断

欠陥かどうかは必須の判断要素ではなく、消費者の利益を第一にと考え対応すること。

(3) リコールの実施

○情報提供方法の決定

情報提供すべき対象者に特定できない者が含まれていることを忘れずに、効果的な媒体を複数採用すること。

○関係機関への報告

従業員、関係取引先、行政機関等にリコール実施を報告すること。

3. リコールのフォローアップ

(1) 進捗状況の評価と修正

- 定期的な検証とその結果に基づくリコール内容の修正をすること。
- 長期に亘るフォローアップ体制を維持すること。

(2) 行政機関への経過報告

リコールの進捗状況について、行政機関に定期的に報告すること。

(3) 製品安全体制へのフィードバック

リコール原因を踏まえた製品の改良やリコール実施の経験を経営方針や社員教育見直しへのフィードバックに活かすこと。

(参考) 平成19年5月14日施行の改正消費生活用製品安全法は、製品事故の報告等について以下のように定めている。

消費生活用製品安全法第34条(事業者の責務)：

消費生活用製品の製造、輸入又は小売販売(一般消費者に対する販売をいう。以下この条において同じ)の事業を行う者は、その製造、輸入又は小売販売に係る消費生活用製品について生じた製品事故に関する情報を収集し、当該情報を一般消費者に対し適切に提供するよう努めなければならない。

- 2 消費生活用製品の小売販売、修理又は設置工事の事業を行う者は、その小売販売、修理又は設置工事に係る消費生活用製品について重大製品事故が生じたことを知つたときは、その旨を当該消費生活用製品の製造又は輸入の事業を行う者に通知するよう努めなければならない。

消費生活用製品安全法第38条(事業者の責務)：

消費生活用製品の製造又は輸入の事業を行う者は、その製造又は輸入に係る消費生活用製品について製品事故が生じた場合には、当該製品事故が発生した原因に関する調査を行い、危害の発生及び拡大を防止するため必要があると認めるときは、当該消費生活用製品の回収その他の危害の発生及び拡大を防止するための措置をとるよう努めなければならない。

- 2 消費生活用製品の販売の事業を行う者は、製造又は輸入の事業を行う者がとろうとする前項の回収その他の危害の発生及び拡大を防止するための措置に協力するよう努めなければならない。
- 3 消費生活用製品の販売の事業を行う者は、製造又は輸入の事業を行う者が次条第一項の規定による命令を受けてとる措置に協力しなければならない。

I はじめに

1. 本ハンドブックの目的

この消費生活用製品^{*1}のリコールハンドブック（以下「本ハンドブック」といいます。）は、消費者の生命や身体への危害拡大の防止を第一に考え、リコール対応の在り方について示すものです。具体的には、製造事業者、輸入事業者、流通事業者、販売事業者（以下、「事業者」といいます。）が、

- ①リコールに対して、日頃からどのように取り組むべきか
- ②製品事故等^{*2}が確認された場合、いかに迅速かつ的確にリコールを実施するか
- ③リコールのフォローアップをいかに実施して実効性を高めるか

についての基本的な考え方や手順を示すことを目的としています。

また、本ハンドブックにおいて「リコール」とは、広義にとらえ消費生活用製品による事故の発生及び拡大の可能性を最小限にするための事業者による対応をいいます。

具体的には、

- ①消費者に対するリスクについての適切な情報提供
- ②類似事故未然防止のために必要な使用上の注意等の情報提供を含む消費者への注意喚起
- ③流通及び販売段階からの回収
- ④消費者の保有する製品の交換、改修（点検、修理、部品の交換等）又は引取り

を実施することをいいます。

^{*1} 消費生活用製品とは、一般消費者の生活の用に供される製品をいい、他法令で個別に安全規制が設けられている自動車、医薬品、食品等が除かれています。詳細は、消費生活用製品安全法第2条を参照。

^{*2} 製品事故等とは、消費生活用製品の使用に伴い、人的危害を生じた事故及び人的危害を生じるおそれの高い物的事故をいいます。なお、「事故等」と記述している場合の「等」とは、これらの製品事故発生に結びつくおそれがある製品欠陥や不具合をいいます。

なお、消費生活用製品安全法（以下、「消安法」といいます。）第38条^{*3}においても、製造事業者又は輸入事業者によるリコール実施への努力義務や、販売事業者による製造事業者又は輸入事業者のリコールへの協力努力義務等が規定されています。本ハンドブックは、これらの努力義務を具体的に果たす場合に採るべき行動を示すということも念頭に置いています。

また、本ハンドブックは法的責任を免れるためになされるべきことは何か、といった観点から作成されたものではありません。本ハンドブックは、安全に直接関係のない品質や性能に関する不具合等を直接の対象とはしていませんが、このような場合についてはリコールの必要がないというわけではありません。安全に直接関係のない不具合等が生じた場合であっても、個別に対応することが必要であり、また、その多発や拡大の可能性があると判断される時などには、事業者によるリコールや情報提供等の積極的な取組が強く求められます。

そのような場合にも、本ハンドブックの関連個所を参考に事業者の方々が適切な対応を採ることが期待されます。

^{*3} 消費生活用製品安全法第38条：

消費生活用製品の製造又は輸入の事業を行う者は、その製造又は輸入に係る消費生活用製品について製品事故が生じた場合には、当該製品事故が発生した原因に関する調査を行い、危害の発生及び拡大を防止するため必要があると認めるときは、当該消費生活用製品の回収その他の危害の発生及び拡大を防止するための措置をとるよう努めなければならない。

2 消費生活用製品の販売の事業を行う者は、製造又は輸入の事業を行う者がとろうとする前項の回収その他の危害の発生及び拡大を防止するための措置に協力するよう努めなければならない。

3 消費生活用製品の販売の事業を行う者は、製造又は輸入の事業を行う者が次条第一項の規定による命令を受けてとる措置に協力しなければならない。

2. なぜリコールを実施するのか

事業者にとって、消費者に安全な製品を供給することは、基本的な責務です。しかし、最近の技術進歩を踏まえた周到な製品安全管理を行っても、製品事故等の発生を完全にゼロにすることは極めて困難です。このため、『製品事故は起こり得る』という前提でリコールに備え、事故の発生又は兆候を発見した段階で、迅速かつ的確なリコールを自主的に実施することが必要不可欠です。欠陥等の兆候や事故の発生を恣意的でないにせよ隠匿する結果となったり、虚偽の情報を公開したりすることは、消費者を危険にさらす行為となり、社会的に許されません。また、消費者への人的危害や物的損害が多発する可能性がある場合、再発防止のための迅速かつ的確なリコール等の対応を実施しない場合には、行政処分の対象となるだけでなく、損害賠償責任や刑事責任に発展する場合があります。

迅速かつ的確にリコールを実施する事業者が、消費者をはじめ、社会全体から高く評価されることとなります。

3. 誰がリコールを実施するのか

(1) 製造事業者又は輸入事業者

製造事業者又は輸入事業者は、我が国の市場に最初に製品を投入する事業者です。また、製品の設計・製造・加工・組立や輸入行為等を通じて、製品事故の原因を結果的に生ぜしめる者です。このため、消安法第38条第1項^{*1}においても、製造事業者又は輸入事業者の責務として、危害の発生及び拡大を防止するため必要があると認める場合は、自主的にリコールを実施することが求められています。

なお、OEM生産（相手先ブランドによる生産）の場合は、生産の委託契約の中にリコールの実施主体を明記しておくことが重要です。ただし、実施主体側が倒産や破産状態にあり、リコールの実施が不能である場合には、契約時の条件に拘わらず、もう一方がリコールの実施主体となることが求められます。

また、部品事業者に外注した部品の不具合が原因で事故が発生した場合であっても、リコールは最終製品について実施されるべきであり、リコールを実施する事業者は、原則として完成品の製造事業者です。

(2) 販売事業者又は流通事業者

販売事業者又は流通事業者は、製造事業者又は輸入事業者よりも消費者に近い存在であり、リコール製品の所在確認や消費者からの情報がより早く届くことが多いことから、迅速かつ的確なリコールの実施に重要な役割を果たすことになります。このため、販売事業者又は流通事業者は、状況を的確にとらえ、製造事業者又は輸入事業者任せだけではなく、自らの判断の下、積極的にリコールを行うことが重要です。特に、製造事業者又は輸入事業者が倒産又は破産状態にあり、実質的にリコール実施者となり得ない場合には、販売事業者又は流通事業者がリコールを実施することが必要になります。

なお、消安法第34条第2項^{*2}にも規定されているように、重大製品事故の発生を知

^{*1} 消費生活用製品安全法第38条第1項：

消費生活用製品の製造又は輸入の事業を行う者は、その製造又は輸入に係る消費生活用製品について製品事故が生じた場合には、当該製品事故が発生した原因に関する調査を行い、危害の発生及び拡大を防止するため必要があると認めるときは、当該消費生活用製品の回収その他の危害の発生及び拡大を防止するための措置をとるよう努めなければならない。

^{*2} 消費生活用製品安全法第34条第2項：

消費生活用製品の小売販売、修理又は設置工事の事業を行う者は、その小売販売、修理又は設置工事に係る消費生活用製品について重大製品事故が生じたことを知ったときは、その旨を当該消費生活用製品の製造又は輸入の事業を行う者に通知するよう努めなければならない。

ったときは、その旨を当該製品の製造事業者又は輸入事業者へ通知するよう努めなければなりません。なお、経済産業省では、報告義務の課せられていない事故についても、「消費生活用製品等による事故等に関する情報提供の要請について」（平成19・04・09商局第1号）^{*1}によって関係各機関が消費生活用製品に係る事故情報を得た場合、独立行政法人製品評価技術基盤機構へ通知するよう協力を依頼しています。^{*1}

また、リコールの実施事業者からの要請があったときは製品所在に関する情報提供やリコールポスターの掲示など、積極的に協力する責務があります。さらに、消安法第38条第2項、第3項^{*2}においても、販売事業者又は流通事業者に対する責務として、リコール実施への協力をすることが明定されています。

★販売事業者、流通事業者による積極的な対応の例

電気ストーブの例^{*3}

輸入事業者が輸入した電気ストーブで、部品不良により発火事故が4件発生したが、当該輸入事業者は負債を抱え廃業状態であり、製品回収等が望めない状況にあった。この状況に対応して、販売事業者3社が自社で販売した当該電気ストーブについて当該輸入事業者に代わり、特売チラシに回収する旨を広告し、自主的に製品回収を行うこととなった。

(3) 部品・原材料製造事業者の位置付け

部品の不具合が原因で完成品のリコールが必要になったとしても、通常は完成品の製造事業者がリコールを行うことになります。

部品・原材料製造事業者は、完成品製造事業者が実施するリコールに係る、諸費用の分担等につき、必要に応じ対応することが求められます^{*4}が、消費者に対して責任をもって対応すべきは、部品に原因がある場合でも、完成品製造事業者だと考えるべきです。

^{*1} 「消費生活用製品等による事故等に関する情報提供の要請について」（P62）を参照してください。

^{*2} 消費生活用製品安全法第38条第2項、第3項：

2 消費生活用製品の販売の事業を行う者は、製造又は輸入の事業を行う者がとらうとする前項の回収その他の危害の発生及び拡大を防止するための措置に協力するよう努めなければならない。

3 消費生活用製品の販売の事業を行う者は、製造又は輸入の事業を行う者が次条第一項の規定による命令を受けてとる措置に協力しなければならない。（次条は、危害防止命令の条文）

^{*3} 参考5に、当時の経済産業省報道発表を掲載しています。

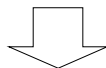
^{*4} 部品も製造物責任法上の「製造物」（同法第2条第1項：この法律において「製造物」とは、製造又は加工された動産をいう。）である以上、部品・原材料製造事業者が製造物責任を負う可能性も無いわけではありません。しかし、消費者の手に渡る物として製品を完成させた完成品の製造事業者こそが、経営面でも技術面等でも全体的知見を有し、完成品の市場への供給を最もコントロールしやすい立場にあるわけですから、リコールについての第一次的責任主体となるべきです。

4. リコールの全体の流れ

リコールに関する主な流れを示します。詳細については、Ⅱ～Ⅳの各章を参照してください。

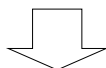
(1) 日頃からの取り組み (第Ⅱ章)

日頃から積極的にリコールに取り組む姿勢を社内に徹底し、社外にも明確に示しておくなど、日頃からの取り組みが必要です。



(2) 事故等への速やかな対応 (第Ⅲ章)

事故の発生や事故の発生を予見させる欠陥や不具合の兆候を発見した場合は、まず判明している事実関係を整理し、国への報告などの対応を迅速にとります。また、「疑わしきは消費者の利益に」と考え、「欠陥かどうか」の判断を待つことなく、リコールへの対応をとります。



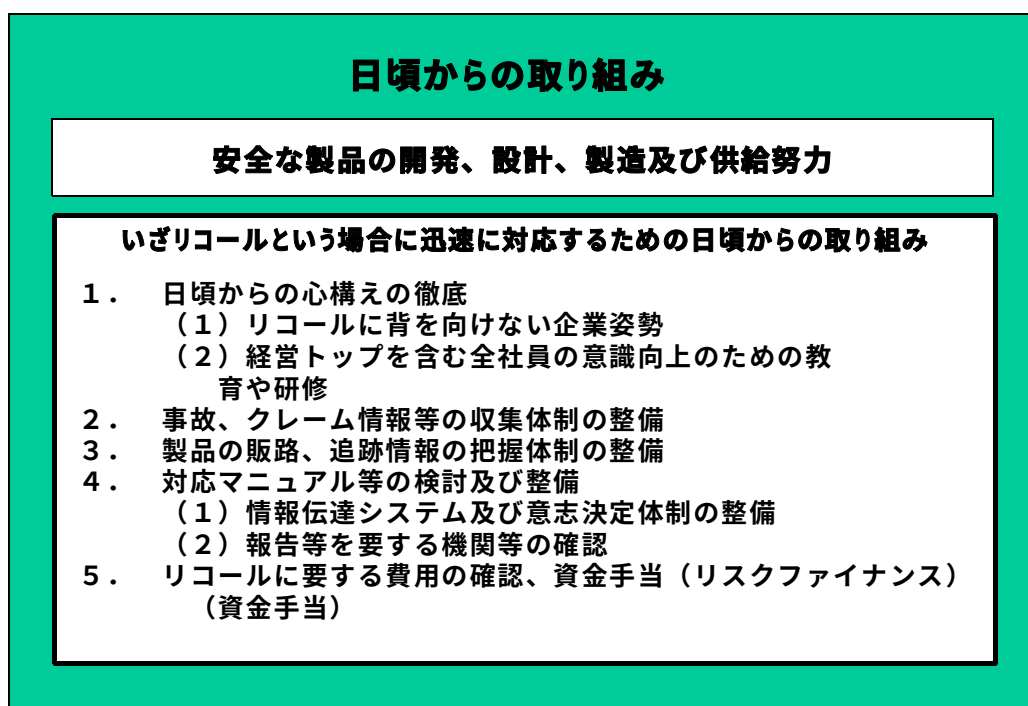
(3) リコールのフォローアップ (第Ⅳ章)

一定の期間ごとにリコール率を検証して、その進捗が芳しくない場合は、リコール加速化のための措置を追加することが必要です。

II 日頃からの取り組み

事業者は、まず事故が発生しないよう日頃から安全な製品の供給に努めなければなりません。また、消費者の視点で安全を確認する努力が不可欠です。そして、事故の発生又は事故を予見させる兆候を発見した場合、慌てることなく、迅速かつ的確なリコールを実施するには、日頃からの取り組みが大切です。

この章ではいざリコールという場合に迅速対応するための日頃からの取り組みについて示します。



1. 日頃からの心構えの徹底

事業者は、日頃から事故の発生をゼロにする努力が必要です。しかし、いかに周到的な製品安全管理を行っていても、事故の発生をゼロにすることは極めて困難です。

このため、日頃からリコールに積極的に取り組む姿勢を社内に徹底し、社外にも明確に示しておく必要があります。また、事業者は消費者等からもたらされる製品事故等に関する情報から目を背けず、経営トップが迅速かつ幅広く事故情報を把握することが重要です。

なお、平成18年5月に施行された新しい会社法では、取締役会を設置している大企業に対して、内部統制システムを構築するための基本方針を取締役会で決議し、事業報告においてその内容を開示することが義務付けられています。事業者がリコー

ル実施に関する企業姿勢を社内外に示し、その姿勢を社内で徹底していく際には、こうした会社法の定めにも留意する必要があります。また、中小企業においては、こうした会社法に基づく規定は適用されないものの、その規定の主旨を理解して、可能な範囲で内部統制システムを構築することが必要であると考えられます。

(1) リコールに背を向けない企業姿勢

リコールに背を向けない企業姿勢は、まず経営トップが持ち、社内外に示すことが重要です。

事故等の情報は、事業者にとってマイナスの情報と受け取られがちですが、たとえマイナスと受け取られる情報であっても、目を背けてはいけないという認識を持つべきです。確かに、製品事故等の情報は、事業者にとって短期的にはマイナスの評価に結びつきまじょうが、事業者がこうした製品事故等にどのように対応したかによって、事業者に対する最終的な社会的評価は著しく違ってきます。

すなわち、発生した製品事故等に対しては、消費者の安全・安心を第一に考えた行動を実行することにより、消費者の信頼を早く回復することが重要です。事業者は、製品事故等の発生や製品事故等を予見させる兆候に関する社内外からの情報を真摯に受け止め、これを速やかに周知するとともに、事実関係等を分析・把握し、誠実かつ前向きに対応することが不可欠です。

特に、消費者への情報周知においては、初期段階から全ての情報を開示する方が、その場で都合の悪い情報を秘匿しつつ、真実を小出しにすることに比べれば、消費者からの信頼は結果的に早く回復されるのが通常です。

<リコールと製造物責任 (PL責任) >

リコールを行うことでPL責任を認めたことにはなりませんし、リコールを行わないからといってPL責任が問われないということもありません。

製品の不具合情報を隠蔽し、リコールを行わなかったことが明らかになると大きな社会的ダメージを受けます。

また、リコールを行っているが、敢えて消費者に周知せず、行政機関にも報告しない場合も同様です。

社会的なダメージが甚大になることを考えれば、経営判断としてPL裁判との関連性とは独立して、早急に情報公表とリコールの実施を行うことが必要です。

まずは、事実を公表して消費者にリスクを開示することが重要です。

(2) 経営トップを含む全従業員の意識向上のための教育・研修

製品事故等を重大な危機として捉え、迅速かつ正確な対応を取っていくためには、システムやマニュアルの整備だけの問題ではなく、経営トップを含む全従業員の危機管理に対する意識の定着・向上に努める必要があります。また、社内の円滑な情報の流れが不可欠です。

① 経営トップとして必須の意識

リコールには、経営トップのリーダーシップが不可欠です。具体的には、以下のような取り組みが求められます。

- ① 経営方針等に、リコール体制を含む製品安全確保を経営上の重要課題として明示する。
- ② 社内のリコール体制整備・維持を推進するための実行計画を年度計画の中に入れる。
- ③ 社内に対しては、挨拶、講話、会議、懇談などの機会に、リコール体制を含む製品安全確保の重要性を自分の言葉で訴える。
- ④ 対外的にリコールについての基本方針、社内体制を説明する。
- ⑤ 組織内のコミュニケーションに気を配り、内部通報制度を機能させる。
- ⑥ リコールを含む製品安全を重視する企業文化を定着させる。

必要な情報が経営トップに届くようになっており、経営トップがリコール実施の意志を明確に表明することについて経営トップとして常に意識して会社経営に当たることが必要です。

例えば、製品事故情報、クレーム情報を統計的に処理した情報やリコールの進捗状況等について定期的に取り締役会で提示し、消費者の安全確保を図るための議論をすること、などが求められます。

その際に、経営トップが全ての個別情報にいつでもアクセスできるようにしておく、現場の緊張感を保つ効果があります。

② 専門的知識及び能力を持った管理職の育成

事故の発生を予見させる欠陥等の兆候に関する社内外からの情報に対し、迅速に反応するため、専門的知識・分析能力を有すると共に、高い意識を持った管理職を育成すべきです。

リコール体制の整備は、業務管理、人事管理、計数管理などとともに重要な管理事項です。また、リコールに関する部署内の啓発は管理職に課せられた基本課題の一つです。

③ 従業員への危機管理意識の教育・啓発

リコールは、特定の部門のみが考えればいいとの意識は誤りです。一人一人の危機管理意識が基礎となって初めて、組織一丸となったリコール体制が確立します。企画設計部門、生産管理部門、営業部門、お客様対応部門等それぞれに集まる情報は様々です。職務のいかんを問わず、アウトソーシング先や委託先を含めた全従業員が危機管理意識を持ち、自らも消費者の視点を常に持ち続けることによって、多くの情報が集まるようになり、適切なリコールに有効に活用される知識や判断が生まれます。

従業員は消費者でもあり、そうした視点からの情報を組織として適切に収集することも有益です。

このような意識を浸透させるためには継続的な社内研修などの社員教育が求められます。

2. 事故・クレーム情報等の収集体制の整備

円滑なリコールの実施のためには、事故の発生や事故の発生を予見させる欠陥等の兆候に関する情報を適切に収集するための体制を整備することが重要です。

体制整備に当たっては、開発、設計、製造、輸入、営業等の自社内の関連部門や、関連企業、外部の専門家などからのアドバイスが参考になります。

具体的な情報源としては、以下が挙げられます。

- ① 社内のお客様相談室
- ② 修理・サービス部門
- ③ 販売事業者、設置工事事業者
- ④ 国民生活センター、地方自治体の各消費者センター
- ⑤ 消防署、警察署
- ⑥ マスコミ
- ⑦ 経済産業省、独立行政法人製品評価技術基盤機構の事故情報収集制度
- ⑧ 関係業界団体（工業会など）
- ⑨ 消費者団体

この他、従業員からの日々の報告、自主検査、内部監査、各種の立入検査等からも情報が得られます。

また、社内の内部告発により、貴重な情報が得られる場合もあることに留意し、その内容の如何にかかわらず、匿名内部告発従業員をきちんと保護することも必要です。社外の弁護士を受付窓口を選任しておくといった方法も企業で採用され始めています。

小売、修理、設置事業者等は、それぞれ自らが扱う商品の安全性について民事上の法的責任を負担するばかりでなく、重大製品事故を知ったときには、消安法第34条第2項^{*1}に基づき、製造事業者や輸入事業者にそのことを通知する努力義務があります。したがって、製造事業者や輸入事業者は、販売事業者等から事故情報の提供があった場合は、有益な情報を提供してくれたとして評価すべきであり、忌避すべきマイナス情報を持ってきたとして万が一にもその後のビジネスで当該販売事業者等を差別的に取扱うなどあってはなりません。

^{*1} 消費生活用製品安全法第34条第2項：

消費生活用製品の小売販売、修理又は設置工事の事業を行う者は、その小売販売、修理又は設置工事に係る消費生活用製品について重大製品事故が生じたことを知ったときは、その旨を当該消費生活用製品の製造又は輸入の事業を行う者に通知するよう努めなければならない。

情報の円滑な社内連絡体制（どこに、どのような情報を、いつ報告するか）や、対処方法の決定体制も必要です。事故の多発や拡大の可能性があれば、早急に経営トップの判断を仰がねばなりません。

また、得られた情報を基に執った対応について、情報提供者等にフィードバックすることも重要です。

「事故の発生を予見させる欠陥等の兆候に関する情報」の例としては、以下が挙げられます。

- ① 事故を発生させる蓋然性が高い欠陥に関する情報
- ② 欠陥か否かは明確に判別できないものの同様の事故の発生を予見させる情報
- ③ 海外で発生した類似製品の事故情報

これらの情報を見逃さず、事故を未然に防止し、迅速かつ的確にリコールを実施するためには、敏感に反応するべきです。取り扱う製品の特性を考え、どのような情報に注意すべきかを予め想定しておくことが有用です。

3. 製品の販売経路、追跡情報の把握体制の整備

迅速かつ的確なリコールの実施には、該当する製品がどのような販売経路をたどって消費者の手に渡ったか、又、そのほかの事業者例えば修理事業者等が関与していないか等を、速やかに把握することが重要です。

製品によっては、最終消費者までの販売経路が完全に把握できない場合もありますが、どこまで把握できるかを事前に確認しておく必要があります。そのためには、以下が重要です。

- ① ロット番号やシリアル番号による流通・販売経路の追跡方法の整備
- ② ユーザー登録や顧客台帳等による顧客情報管理
- ③ 消安法第38条第2項^{*1}でリコール事業者への協力努力義務が課せられている販売事業者や流通事業者が、製造事業者や輸入事業者のリコール実施時に連携や協力を速やかに行うことの出来る日頃からの信頼関係作り 等

ユーザー登録の目的が、リコールや安全情報等の情報提供のためなのか、品質保証登録のためなのか、保全や点検先としての登録のためなのか、継続的な商品情報の提供やサービスの供与のためなのか等を消費者に対して明確に示すことも、消費者の理解を得るために重要です。

また、近年のITの進歩を背景として、消費者からの情報のフィードバック方法も、電子メールを始めとして、日夜進歩し、選択肢が増えています。将来的には、ICタグの活用により、トレーサビリティを向上させ、製品の販売経路等を常時把握できる様な体制整備も業界団体ベースで構築されることが望まれます。最も有用なユーザー登録の方法を常に模索し続けることが重要です。

個人情報保護にも配慮して、顧客情報の収集、管理、リコール等への活用を図るべきです。法律に規定されている事業者としての責務を適切に果たしていくためにも、顧客情報を適切に掌握・管理し、消費者の安全・安心の確保のために活用することが望まれます。

^{*1} 消費生活用製品安全法第38条第2項：

消費生活用製品の販売の事業を行う者は、製造又は輸入の事業を行う者がとろうとする前項の回収その他の危害の発生及び拡大の防止するための措置に協力するよう努めなければならない。

4. 対応マニュアル等の検討・作成及び整備

事故の発生や事故の発生を予見させる欠陥等の兆候を発見した後の対応を迅速かつ的確に実行するためには、マニュアルの検討・作成及び整備が必要です。

マニュアルの検討・作成及び整備の際には、経営トップを始め、リコールに関する全部門が参画すべきです。リコールの意義^{*1}を全従業員が共有できるようなマニュアルを作成するよう心がけることが必要です。

マニュアルに必要な基本事項は、次の2点です。

- ① 情報伝達システム及び意思決定体制の整備
- ② 報告等を要する機関等の確認

(1) 情報伝達システム及び意思決定体制の整備

事故の発生や事故の発生を予見させる欠陥等の兆候に関する情報があった場合^{*2}

- ① 事故・苦情の受付窓口は誰が行うのか
- ② 事故・苦情受付カードの整備や、事故・苦情情報の報告経路をどうするのか
- ③ リコールを実施するか否かの意思決定をするまでにどういった手順を踏むのか
- ④ 意思決定後の対策本部等のリコール実施母体はどのようなメンバー構成にするのか

等を検討しておき、現実使用できるマニュアル^{*3}を作成し、そのマニュアルを維持・更新しておくことが重要です。

(2) 報告等を要する機関等への確認

リコール実施時には、まず消費者への情報伝達が最優先であり、目標を達成するまでは、必要な情報を発信し続ける必要があります。加えて、事故等の発生時を含め、以下の関係機関等への報告、調整等が必要です。

これら関係機関等について、報告の時期や問い合わせ先等を確認しておくことも重要です。どの機関等へ報告、調整すべきかは、製品や業態等により異なりますので、予め確認しておくことも必要です。

^{*1} 「I はじめに 2 なぜリコールを実施するのか」(P5)を参照してください。

^{*2} 例えば、同種のクレーム情報が2回発生した場合などのように、リコール検討手順に入る目安を明確にしておくことも重要です。

^{*3} JIS Q 10002：2005（品質マネジメント—顧客満足—組織における苦情対応のための指針）が参考になります。この規格は通常時の苦情対応でも利用されるものです。

従業員

従業員は、最大の協力者であり理解者です。

従業員が必要な情報を共有することにより、無用な混乱や不安を回避し、誤った情報の流出を防ぐことができます。

業 界

ここでいう「業界」とは、業界団体や関連企業が運営又は加盟している関連団体をいいます。

事故の内容によっては、業界として再発防止のための自主基準を作成したり、既存基準等を改正したり、誤使用や不注意の要因がある場合は同様の事故防止のためのキャンペーンの実施を検討する等の対応が望まれる場合があります。

他の事業者も使用する共用部品や共用材料に起因する事故であれば複数の事業者によるリコールの実施が考えられます。

複数事業者が関連するのであれば、業界全体の問題として、業界による再発防止対策が実施されることが望ましいため、業界団体等と情報を共有する必要があります。

また、該当製品が認証取得関連製品である場合は、認証基準への影響もあり得るため、関係認証機関への連絡も必要です。

取引先 (販売事業者及び流通事業者を含む)

特に、消費者への情報伝達のために、該当製品に関連した販売事業者や流通事業者への情報提供及び協力要請が必要不可欠です。また、委託などにより製品の修理やメンテナンスサービスを行っている修理事業者やメンテナンス事業者への連絡も必要です。

ユーザー団体等

製品によっては、関連ユーザー団体や使用者への情報提供等を行っている団体があります。

例えば、スポーツ用品であれば、競技団体や競技の振興団体等があります。

事故等の発生時及びリコールの実施決定時にはこれらの団体に速やかに連絡し、協力要請等を行うことが必要になります。

関係行政機関等

各関係行政機関等は、事故やリコール等の情報を収集及び提供し、また必要な措置を講じることにより、事故の未然防止、再発防止に取り組み、国民の安全を確保することに努めています。

消費者への安全な製品の供給に社会的責務を有する事業者としては、各地の消費生活センターや関係行政機関等へ報告を行い^{*1}、協力して事故の未然防止、再発防止に取り組んでいく必要があります。

(「参考3 関係行政機関等への報告」(P61) を参照してください。)

弁護士又は法律の専門家

法的責任の判断が必要になる場合もあることから、速やかに事実関係を連絡し、相談することが望めます。また、事故関連情報を提供した消費者団体にも報告することが必要です。

保険会社

保険に加入している場合、事故発生時(リコール中の事故やリコール漏れによる事故を含む)には、迅速な被害者の救済のために、生産物賠償責任保険の円滑な適用が望めます。

そのため、自社が加入している生産物賠償責任保険の内容、適用の範囲、実際の事故対応窓口等を確認し、必要に応じて保険会社と相談しながら体制整備を行うことが望めます。

マスコミ

新聞、テレビ等のマスコミへの対応は、迅速かつ的確にリコールを実施するために重要です。

これには記者会見における対応を含みます。

^{*1} 重大製品事故の場合、製造・輸入事業者は国への報告義務がかかっています。(消安法第35条第1項：消費生活用製品の製造又は輸入の事業を行う者は、その製造又は輸入に係る消費生活用製品について重大製品事故が生じたことを知ったときは、当該消費生活用製品の名称及び型式、事故の内容並びに当該消費生活用製品を製造し、又は輸入した数量及び販売した数量を主務大臣に報告しなければならない。) また、重大事故以外の事故や販売事業者等には、任意の制度ではありますが、独立行政法人製品評価技術基盤機構(NITE)に事故報告をしていただくことが求められます。(NITEの所在地は別添2 (P68) を参照してください。)

5. リコールに要する費用の確認、確保

リコールには多額の費用がかかります。予めリコール実施に要する費用を考慮し、リコール保険（リコールを行う際の社告・広告等の費用について適用されるもの。全ての損保会社にあるとは限らないので注意してください。）の利用なども検討しておくことが重要です。

リコール実施に要する費用（例）

- | |
|--|
| <ul style="list-style-type: none">① 原因究明費用② 修理用部品、代替え品等の製作費用③ 情報提供のための費用④ 情報収集のための費用（消費者からのアクセスのために用意するフリーダイヤル費用等）⑤ 回収、交換、改修、代替品貸与のための費用（回収品の一時保管の費用を含む）⑥ 臨時対応のための人件費⑦ 弁護士費用⑧ 販売の停止期間中の経費 |
|--|

上記に加え、被害者への賠償等の費用、販売事業者に対する損失補償等の費用、リコール後の自社信用回復のための活動費用、設計や製造方法の改良や変更に伴う経費等が必要になる場合があります。

III. 事故等への速やかな対応

アクション1 事実関係の把握等

製造・輸入事業者向け

(1) 事実関係の把握、内容の整理、行政等への報告

事故の発生又は事故の発生を予見させる欠陥等の兆候を発見した場合、最初のアクションとして、まず事実関係を把握し、内容の整理等を行うべきです。これらは下記に示す4つの事項に整理できます。

- ① 事故内容の整理、国への報告
- ② 事故の兆候に関する情報の整理等
- ③ 製品の販売経路、追跡情報の把握と整理
- ④ 周辺情報の把握と整理

消費者の安全を第一に考えれば、多くの場合、緊急を要するものであり、全ての情報を確認するのを待つのではなく、まず判明している事実関係を整理し、上司、関連部門へ報告、法律に基づく主務大臣への事故内容の報告、又は、事故情報収集制度等に基づく関係行政機関等への報告を行い、次のアクションへの準備に入ります。

① 事故内容の整理、国への報告

事故の発生時には、同様の事故の多発や拡大可能性を検討するために、事故の内容、状況の整理が必要です。この場合、全ての情報を確認するのを待つのではなく、まず判明している事実関係を整理し、上司、関係部門に報告します。重大製品事故であれば消安法第35条^{*1}に基づき、事故の発生を知った日から暦日10日以内^{*2}に事故内容について国に報告します。

重大製品事故でなければ、独立行政法人製品評価技術基盤機構 (NITE)^{*3}に報告します。

^{*1} 消費生活用製品安全法第35条第1項：

消費生活用製品の製造又は輸入の事業を行う者は、その製造又は輸入に係る消費生活用製品について重大製品事故が生じたことを知ったときは、当該消費生活用製品の名称及び型式、事故の内容並びに当該消費生活用製品を製造し、又は輸入した数量及び販売した数量を主務大臣に報告しなければならない。

^{*2} 消費生活用製品安全法第35条第2項により、主務省令で定めている期限は10日

^{*3} 独立行政法人製品評価技術基盤機構 (NITE) の担当部署については、別添2 (P68) を参照してください。

事故の内容・状況の整理

- i 事故内容の確認
 - ・ 情報の入手元
 - ・ 発生状況（いつ、どこで、だれが、なにを、どうした、なぜ）
 - ・ 消費者からの事故及び苦情申合せ内容に基づき、製品側からの検証
 - ・ 申し出製品の製造及び検査工程での異常発生の有無の調整
 - ・ 現時点における被害の状況及び被害者への対処状況
 - ・ 関連する問い合わせ、クレームの状況
- ii 法律に基づき事故内容を主務大臣に報告
 - ・ 報告義務の課せられた重大製品事故（死亡、重傷病事故、後遺障害事故、一酸化炭素中毒、火災）であるか確認
 - ・ 報告内容（事故発生日、被害の概要、事故内容、事故への対応、製品の名称、機種・型式、製造・輸入・販売数、事故発生を知った日）について速やかに確認
 - ・ 事故の発生を知った日から10日以内に報告
- iii 重大製品事故以外の場合は、NITEに報告
 - ・ 事故につながる可能性のある不具合情報も含めて、NITEに報告
- iv 過去の同様事故及びクレーム情報（内容、件数等）の整理
- v 事故の多発可能性や拡大可能性の検討
- vi 原因の推測
- vii 関連事業者の状況等の確認
 - ・ 流通又は販売事業者への対応状況
 - ・ 部品納入業者等の関係企業における対応状況
- viii 関係当事者間の責任分担関係の確認・検討
- ix 賠償措置の対応の確認
 - ・ PL保険の適用の有無
- x 原因究明の実施体制の検討
- xi 法的な責任等の確認
 - ・ 製造物責任法・民法上の責任の有無
 - ・ 警察、消防等による事情聴取の有無
 - ・ 行政機関等への報告義務の有無

② 事故の兆候に関する情報の整理等

社内外から事故の発生を予見させる欠陥等の兆候に関する情報が得られた場合には、その情報の整理及び結果の予測を行う必要があります。

重大製品事故が発生する可能性があり、緊急を要する情報の場合には、全ての情報を確認するのを待つのではなく、まず判明している事実関係を整理し、経営トップ、関係部門等に報告する必要があります。

事故の発生を予見させる欠陥等の兆候に関する情報の整理及び結果の予測

- i 情報の入手元の確認
- ii NITEに対する報告を提出
- iii 過去の同様情報及びクレーム情報（内容、件数等）の整理
- iv 予測される事故内容の検討
 - ・内容、重大度
 - ・対象者
 - ・多発可能性や拡大可能性
- v 原因の推測
- vi 関連事業者への影響等の予測
 - ・流通又は販売事業者への対応
 - ・部品納入業者等の関係企業における対応
- vii 関係当事者間の責任分担関係の検討
- viii 賠償措置の対応の確認
 - ・PL保険の適用の有無
- ix 原因究明の実施体制の検討
- x 法的な責任等の予測
 - ・製造物責任法上の責任の有無
 - ・警察、消防等による事情聴取の有無
 - ・行政機関等への報告義務の有無

③ 製品の販売経路、追跡情報の整理等

リコールについて検討するには、製品の販売経路、追跡情報の整理が必要です。

「Ⅱ 日頃からの取組み 3. 製品の販売経路、追跡情報の把握体制の整備」(P15)に示す体制を整備しておくことで、円滑に必要な情報を把握できます。

製品の販売経路、追跡情報の整理

i	製品の特 定
	・製品名、型番、ロット番号、シリアル番号等
	・設計、製造又は販売の時期
	・販売経路
ii	消費者又は出荷先の特 定
iii	流通及び販売数量の確 認
	・市場における流通量
	・社内在庫量
	・生産計画段階の予定数量

④ 周辺情報の把握や整理

事故の多発・拡大可能性等について、自社内だけでは明確に判断できない場合がありうるため、周辺情報の把握や整理が必要になります。

周辺情報の把握や整理

i	意見を聞くべき専門家の検討
ii	内外の関連技術情報の確認及び把握
iii	同様の事故等の確認（他の企業、他の業界の状況）

(2) 原因究明

事実関係の把握とともに、原因究明のための速やかな対応が必要です。

留意すべき点は次のとおりです。

① 原因究明の主体

まず最初に、何が事故等の原因であるかを、把握された事実関係から検討し、原因究明に努めます。

自社内での実施が困難な場合、製品の種類や事故の状況に応じ、公的又は民間

の適切な原因究明機関^{*1}を利用します。

国産品の場合は、原則として、製品として完成させた製造事業者（アセンブリメーカー）が原因究明の責任者として実施すべきです。しかし、個別の部品の品質管理問題や材料特性が事故原因に関わることが多いため、部品の製造事業者（パーツメーカー）からの協力は非常に重要です。連携を図りながら原因究明を進めることが必要です。場合によっては原因究明の主体が部品製造事業者へ移る場合もあり得るでしょう。

生産委託（OEM）製品の場合は、生産委託契約の中で原因究明の実施主体を明確にしておくことで、原因究明の実施主体や責任主体の決定に混乱を生じさせずに原因究明を進めることができます。契約に無い場合は、生産委託の内容により両社が協議して実施主体が決まることになると思われますが、いずれにしろ原因究明の際には両者の協力体制は欠かせません。

輸入品の場合は、国内では原則として輸入事業者が原因究明の責任者となります。

② 原因究明に要する期間と再発防止策

原因究明に時間を要することが予め予想される場合は、判明している事実関係をもとに事故の再発防止策を実施する等、必要な対応を行う必要があります。

原因が完全に特定されるまで、事故の再発防止策を何も実施しないと、行政処分だけでなく、その後再発した損害についての民事上の損害賠償責任、あるいは新たに発生した事故についての刑事責任（業務上過失致死傷罪など）を問われる場合があります。

事業者の対応について批判的に報道され、社会的信用を失ってしまう場合もあります。

^{*1} 原因究明機関の選定に当たっては、「原因究明機関ネットワーク総覧（平成17年12月 独立行政法人製品評価技術基盤機構発行）」が利用できます。この総覧は、製品関連事故の原因究明依頼があった場合に、依頼者の費用負担のもとで原因究明を実施することが可能である各種機関を、事故内容や原因究明試験内容に応じて適切に紹介・斡旋することを目的として作成されたものです。（ネットワーク参加機関に関する問い合わせ先：独立行政法人製品評価技術基盤機構本部及び支所一覧（P68）へお問い合わせください。）

アクション2 リコールを実施するか否かの判断

直ちにリコールを実施するか、暫定対応だけでもまず実施すべきか等の意思決定が必要となります。意思決定は、経営トップが行うことが重要です。

(1) 意思決定にあたっての判断要素

意思決定にあたっての判断要素を類型化して示せば、以下のとおりです。

被害の質・重大さ	①人への被害の有無・可能性	②軽微な物損
事故(被害)の性格	③多発・拡大可能性	④単品不良
事故原因との関係	⑤製品欠陥 ⑥消費者の誤使用 ⑦改造による事故 ⑧設置工事ミス ⑨経年劣化	

以上の各要素についての判断要素については、それぞれ以下のとおりです。

<被害の質・重大さ>

① 人への被害はあるか、人的被害が無くともその可能性があるか

人的被害の有無、大小についてまず判断しなければなりません。その上で被害の拡大可能性についても検討するとともに多発性についても検討が必要です。

また、結果が物的損害のみであっても、間接的に人的被害の可能性がある場合は、人への被害がありうると判断しなければなりません。

② 軽微な物的損害への対応

本ハンドブック「I はじめに 2. 本ハンドブックの目的(P3)」にも示すとおり、人的被害がない又はその可能性がない場合、あるいは安全に直接関係のない品質や性能に関する不具合等を本ハンドブックの直接の対象とはしてはいませんが、個別対応は必要です。

一方、多発可能性や拡大可能性があるると判断される場合等には、事業者によるリコールや消費者への情報提供等の積極的な取組みが社会的に強く求められます。

したがって、そのような場合には軽微な物損しか生じていなくても、多発可能性や拡大可能性が認められる場合は、本ハンドブックに沿ったリコールを行うことが適切です。

<事故(被害)の性格>

③ 多発・拡大の可能性があるか

同様の事故が発生する可能性がある場合(明らかに単品不良と断定できない場合)は、多発・拡大の可能性があると判断します。

多発・拡大の可能性は、以下のように分類することができます。それぞれの場合に対応した情報の共有・共用が必要となります。

同型番製品での 多発・拡大の可能性	同一型番の製品での同様の事故発生があり得る場合です。
別型番の製品での 多発・拡大の可能性	事故の原因が、他の型番の製品にも使用されている共通部品や共通材料に起因する場合、又は共通の設計や共通の工程に起因する場合は、同様の事故が自社内別型番の製品でも発生する可能性があります。
他社の製品を含んだ 多発・拡大の可能性	事故の原因が、他社も使用する共用部品や共用材料に起因する場合、又は共通の設計や共通の工程で製造した中間部品等に起因する場合は、同様の事故が複数の事業者間の製品でも発生する可能性があります。

④ 単品不良として個別対応

人への被害又は人への被害の可能性はあるが、多発可能性がなく、単品不良と考えられる場合であっても、改修、修理等による被害者への個別対応は必要です。本ハンドブックの基礎にある安全重視の姿勢や関係個所を参考にしてください。

<事故原因との関係>

⑤ 製品欠陥かどうか

「欠陥かどうか」は、リコールを実施するか否かを判断するに当たっての必須の判断要素ではなく、また、リコールを実施したからといって、必ずしも製品に欠陥があるということにはなりません。重要なのは「疑わしきは消費者の利益に！」と考え、対応することです。

このような観点から、リコールを実施するか否かの判断をする時点においては、事故等が製品の欠陥によるものか否かを明確にすることよりも、企業の社会的責任として、

まず消費者の安全確保を優先し、事故の再発・拡大防止を図るための迅速な対応を検討する必要があります。^{*1}

⑥ 消費者の誤使用か

事故の原因が、事業者が想定したそのもの本来の用途、用法とは異なった使用方法によるものであった場合などでも、注意が必要です。過去には、消費者の誤使用や不注意による事故と一方的に判断し、本来必要とされる事故原因の分析や製品の改善等の再発防止措置が検討されずに放置されるケースが見受けられました。

しかし、これらの中には、詳細に事故内容を分析・検討を行うと、消費者側の責任だけでなく、製品側にも問題、改善すべき点が存在し、事業者側の責任を問うべきと判断されるケースもあります。

したがって、誤使用等や不注意による事故を防止するためにも、誤使用や不注意により発生した事故のすべてが、消費者の責任であるとの判断をせず、以下の様な観点から同様の事故が発生する可能性について検討する必要があります。

- ①製品が誤使用や不注意による事故を発生しやすい構造であるか
- ②予想される誤使用に対する防止措置が設計上十分に講じられている
- ③警告表示等の注意事項等^{*2}は十分か

特に判断能力に乏しい幼児やお年寄りの使用では、「誤使用」や「不注意」という一般的な概念が通用しない場合があります。

なお、消費者の明らかな誤使用が原因と判明した場合にはリコールを行う必要は少なくなるものの、そのような誤使用の実例が発生してしまったことに鑑み、事故の拡大防止のため、他の消費者に対して使用上の注意喚起を行うことを検討すべきです。また、そうした実例の収集・分析が設計上の改善につながることもありますから、誤使用情報も幅広く集積されたうえ検討されるべきです。

⑦ 設置工事ミスによる事故への対応

設置工事等においてミスが発生し、製品事故に繋がった場合であっても、設置工事事業者のみの問題として片付けないで、製造事業者・輸入事業者として、工事ミスが起

^{*1} 消安法(第2条第4項)が「製品事故」を「消費生活用製品の欠陥によつて生じたものでないことが明らかな事故以外のもの」と定義し、これについて事業者はその情報の収集や消費者への情報提供を求めている(消安法第34条第1項)のも、こうした要請に基づくものです。

^{*2} 警告表示は、製品設計において最善を尽くした上でなお回避できないリスクが存在することを消費者に知らせるものであるべきです。したがって、製品設計の段階でコスト削減等の理由から安全配慮をあえてせず、その代替策として警告表示を強化するといった対応は許されません。

きやすい製品構造や設置マニュアルになっていないか、ミスに対する警告が十分かを
確認するとともに、特定のミスが集中して起こる場合には、設置工事事業者だけでなく、製造事業者・輸入事業者自らも、周知、改修の必要がないかなど、事故の再発防止の観点から取りうる対応を検討し、実施する必要があります。

⑧ 改造による事故への対応

また、改造で製品事故につながった場合であっても、改造事業者のみの問題として片付けることは適切ではありません。

そもそもその改造が容易に可能であったのではないかとの認識に立って、消費者への周知を行うとともに、事故再発防止の観点から取り得る対応を検討し、実施する必要があります。合理的に予見される改造に対しては、改造に対する禁止を警告する等の対応が要請されるでしょうし、製品の開発・設計時に改造防止設計^{*1}を講じないと、欠陥品と扱われる場合もあります。

⑨ 経年劣化の問題

経年劣化が原因であっても、製品には問題ないとするのではなく、事故情報を真摯に受け取り、迅速に対応することが必要です。

製造・輸入する製品について、経年劣化しても事故が生じない設計、経年変化したら何らかの警告が出るような設計などが求められます。

(2) 暫定対応の必要性

状況によっては、対処方法を決定しても、直ちにその対応が取れない場合^{*2}があります。しかし、消費者の安全確保という基本に立ち戻って考えると、事故の多発可能性や拡大可能性がある場合は、速やかに暫定対応を実施する必要があります。暫定対応には、製造、流通及び販売の一時停止、社告等による使用の停止の呼びかけ、注意喚起等の情報提供等があります。

その際、製品安全の専門的第三者機関である独立行政法人製品評価技術基盤機構等や経済産業省に相談することもお勧めします。

^{*1} 例えば、事故に繋がるような危険な改造をしようとすると、製品自体が破損し、使用できなくなってしまう構造を採用することも、改造防止設計の一つです。

^{*2} 例えば、設置工事を伴う製品の場合であって、事故の再発防止のためには、重要部品の交換が必要であるものの、当該部品の交換用部品の入手に時間がかかるなどの場合。

注意喚起を行う場合、使用者が特定されている場合は、ダイレクトメールが効果的ですが、特定されていない使用者が少しでも存在する場合は、ダイレクトメールだけでなく、広く注意喚起を図る手段としての社告や新聞広告、ちらし折り込み、TVコマーシャル内のテロップの投入などを併用することが必要となります。

また、他社製品にも共通する事例がある場合においては、広く業界として誤使用防止のための安全キャンペーンを実施し、消費者へ注意喚起を行うことが適切です。

アクション3 対策本部等の実施母体の設置

リコールは、全社的な取組みです。実施を決定したら、経営トップのもと、各関係部門の長が中心となった対策本部又は同等の実施母体を設置し、具体的なリコールプランの策定、実施を行うことになります。対策本部又は同等の実施母体は、リコールプランを策定するとともに、実際にリコールを実施するための責任母体となります。対策本部又は同等の実施母体は、組織によっては、日頃から品質保証上等の観点で危機管理の取組みを行っている組織が前身である場合や、役員会、取締役会、経営トップのもとで臨時に組織されるグループである場合もあります。

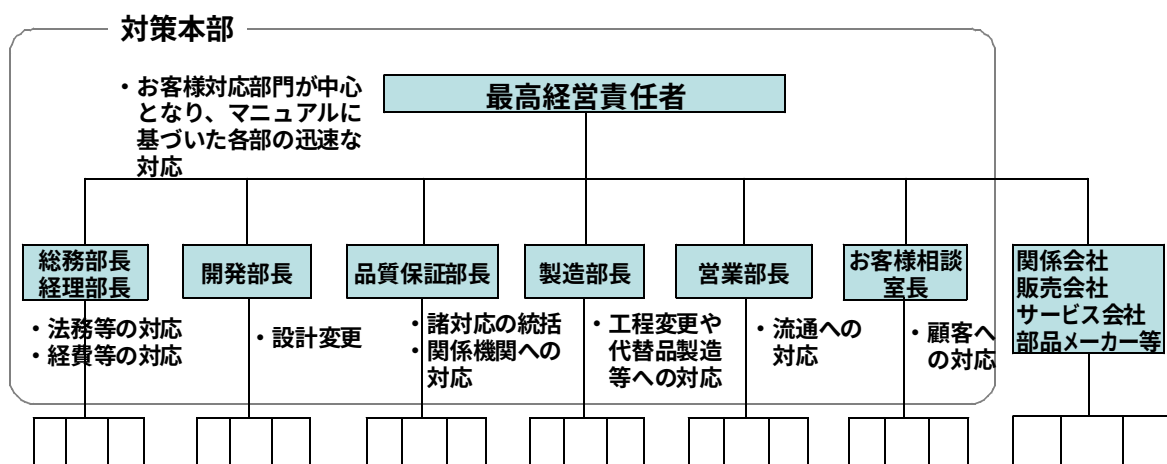


図5 対策本部を設置する製造事業者の場合（イメージ）

（大企業のように組織として対策本部を設置した場合）

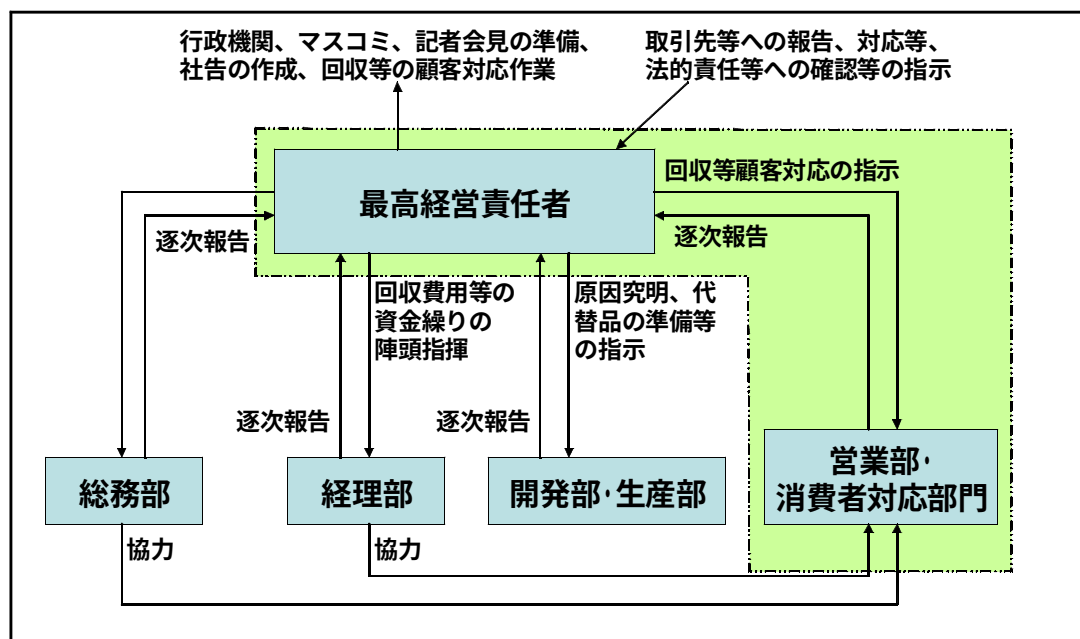


図6 対策本部を設置しない製造事業者の場合（イメージ）

（中小企業のように最高経営責任者が全てを統括しながら実施した場合）

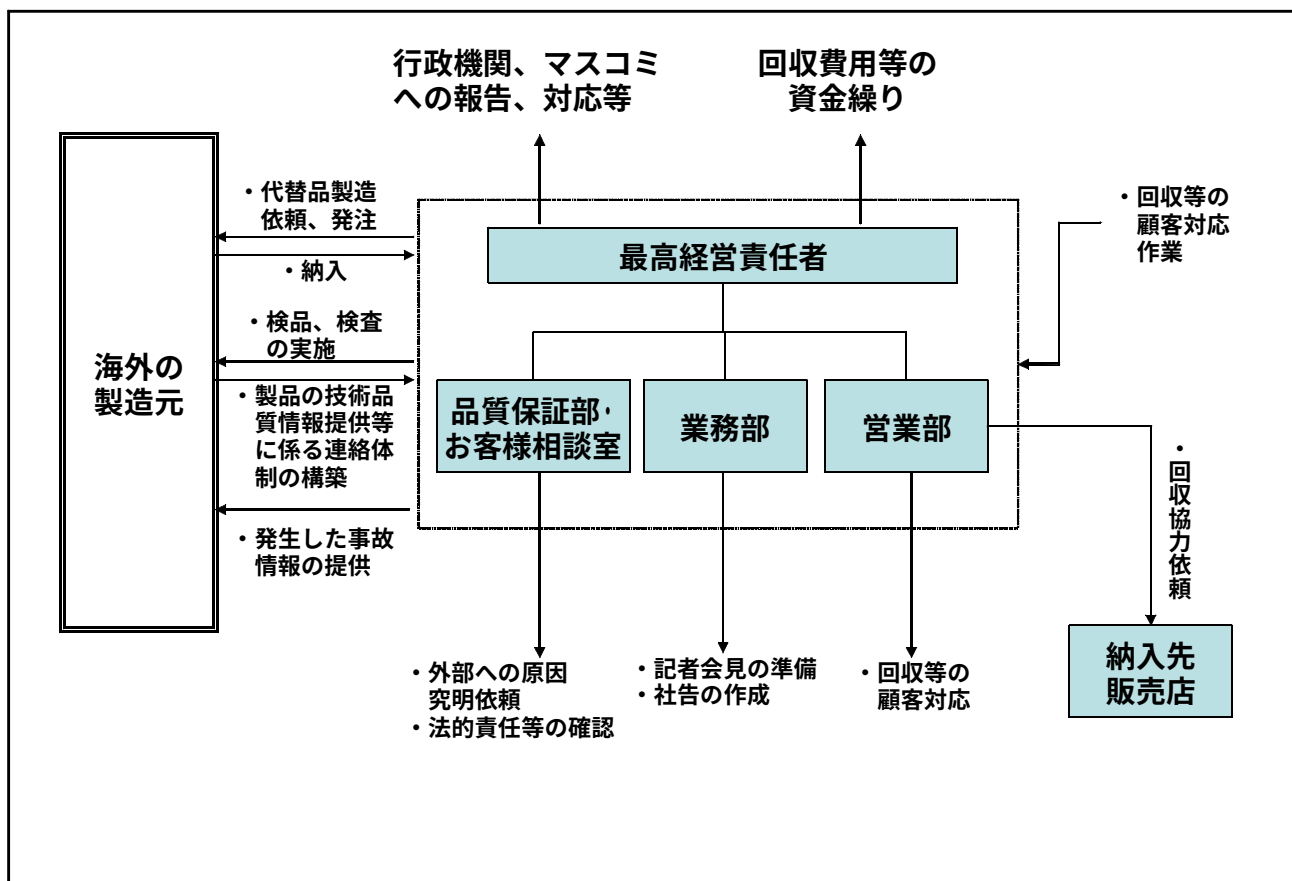


図7．輸入事業者の場合（イメージ）

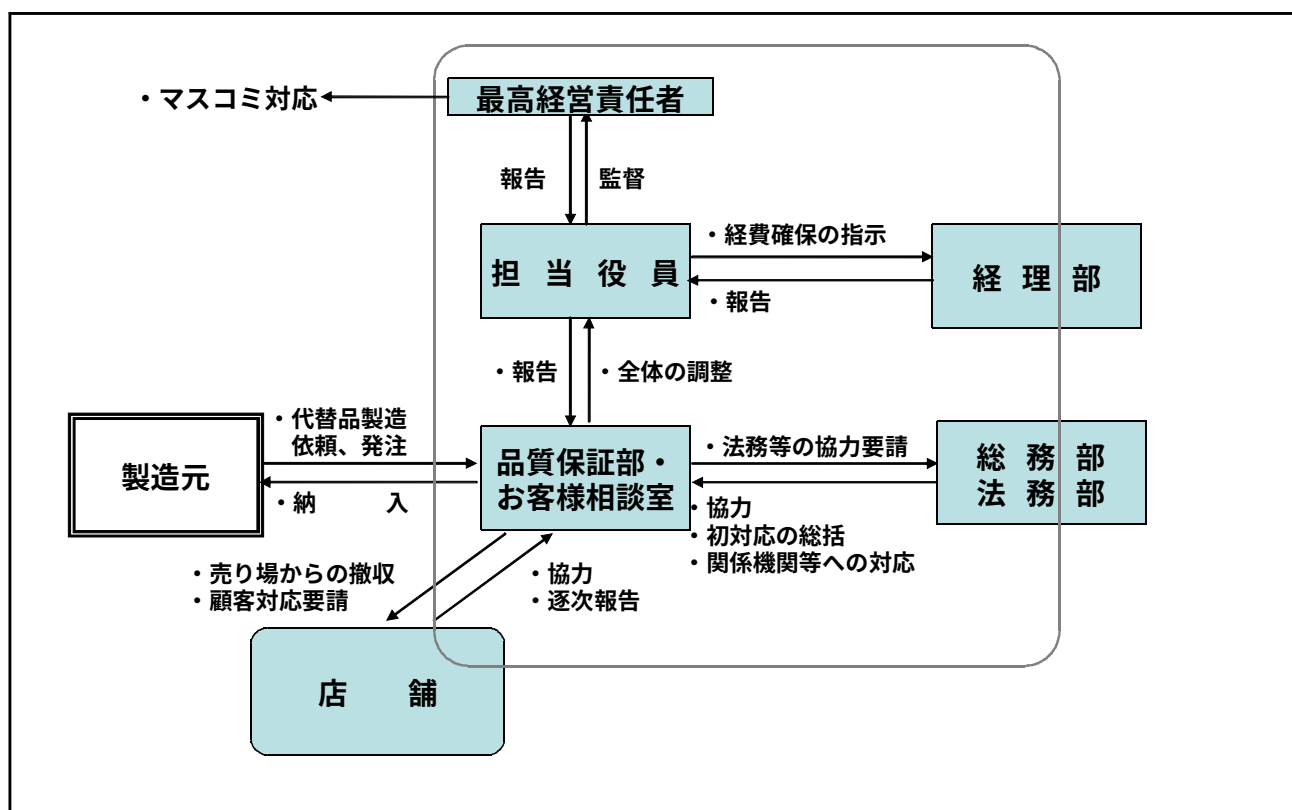


図8．流通事業者の場合（イメージ）
（自社ブランド製品の場合）

アクション4 リコールプランの策定

迅速かつ的確に事故の拡大を防止するため、具体的なリコールプランを策定します。このプランは、リコールを実施するにあたっての対応方針を決定し、社内外に対する姿勢を明確にするものです。

リコールプランの内容

①目的

事故の未然防止と再発防止を最大目標とします。

②リコールの種類

実施するリコールの種類(回収、交換、改修(部品の交換、修理、適切な者による直接訪問での修理又は点検を含む)、引取り)を決定します。

③対象製品

対象製品(品名、型番、ロット番号、シリアル番号等)が何であり、どこにある製品か(流通、販売店、消費者のもと等)を明確にします。

④具体的な目標

リコール対象数、リコール実施期間等を決定します。

⑤責任母体

誰が責任者であり、どのような組織が対策本部又は同等の作業グループとなるか、またどのような活動を行うかを決定します。

⑥情報提供方法

- (1) 緊急記者会見を行うか否かを決定します。
- (2) 社告等の情報提供方法(媒体の決定、時期、内容等)を決定します。
- (3) 進捗状況情報の社内外に対する透明性ある開示方法を決定します。

⑦被害者への対応方針

- (1) 既に被害が発生している場合には、当該被害者への救済方法を含めた対応方針及び対応方法を速やかに決定します。
- (2) まだ被害は発生していない場合には、被害を予測して、被害者への対応方針及び対応方法を検討します。

⑧関係機関への報告又は調整

⑨社内への情報伝達

従業員全体が製品事故対応に関して共通の認識が持てるような情報伝達方法を決定します。

⑩原因究明

原因究明の結果、実施状況(実施機関、時間的目標等)、原因が部品供給

会社等の関連会社等の製品にある場合は、どこまで掘り下げて究明するか等を決定します。

⑪関係者からの意見聴取

法的な責任の有無を確認するとともに、業界全体への影響、将来的な信用や風評への対応等について、弁護士等の専門家に意見を聞き、前向きに対応していく姿勢を明確にします。

⑫再発防止対策方法の決定

設計、生産計画の見直し、実施等の計画を明確にします。

⑬リコール実施状況の評価及び見直し体制の明確化

(1) リコールの種類

リコールの種類は、

①流通及び販売段階からの回収（売り場からの撤収）

②消費者の保有する製品の交換、改修（部品の交換、修理、適切な者による直接訪問での修理又は点検を含む）又は引取り

③製造、流通及び販売の停止

④点検による安全確認 等に分けられます。

①～④を行うに当たり、消費者への注意喚起や情報提供を適切に行うことも必要です。

また、他社も使用する共用部品や共用材料に関するものであれば、自社だけの問題とはせず、関連会社へ連絡し、リコールの種類を決定する必要があります。

暫定対応やリコールに関連する対応の場合の例としては、

①設計、製造又は販売方法の変更

②関係部品や材料の納入ルートの変更

などがあります。

(2) リコール対象数の設定

リコール製品の対象数の設定にあたっては、事故が発生する可能性を限りなくゼロに近づけることを念頭に置いて設定する必要があります。

したがって、基本的には、リコール製品の全出荷量がリコール対象数として設定されることが望まれます。

(3) リコール実施期間

消費者を特定できず、出荷量が大量の場合は、どれだけ長いリコール実施期間を定めても、消費者が保有すると考えられる製品全てに対応するのは不可能な場合が多くあります。

リコール対応ができなかった製品（リコール漏れ）がある場合は、継続してリコール対応が可能な窓口体制を維持し、ホームページ等で情報を発信し続ける必要があります。

アクション5 社告等の情報提供方法の決定

以下の事項に留意して社告等の情報提供方法を決定します。情報提供方法の決定に当たって考慮すべき要因は、

- ①情報提供すべき対象は誰か
- ②どのような方法及び媒体を用いるか
- ③個別に配慮すべき事項はないか
- ④報道発表をどのように行うか 等です。

(1) 情報提供の対象者は誰か

情報を提供すべき対象が誰であるかを決定します。

(例) 購入者か、使用者か、保有者(家主、民宿経営者等)か、使用者の保護者か、使用管理者(器具を管理する学校、保育所、病院や施設等)か。

(2) どのような方法及び媒体を用いるか

情報提供を効果的に行う方法は「どう売ったか、どう売る宣伝をしたか」を再考することによってヒントが得られる場合があります。

① 情報提供すべき対象者がすべて特定できて到達可能な場合

ア ダイレクトメール

イ 電話、ファクス

ウ Eメール

エ 直接訪問

オ 流通事業者・販売業者等を通じたの連絡

流通事業者・販売業者等には、以下があります。

- ・直接的な製品供給事業者（販売店、専門配送会社など）
- ・レンタル事業者
- ・通信販売事業者
- ・専門修理・保全事業者

② 情報提供すべき対象者に特定できない者が含まれる場合

一般消費者へ製品を販売している場合には、100%の情報提供すべき対象者を特定できる可能性は低く、販売時に設置工事等を行っている場合でも間に入った流通事業者や販売事業者が倒産等で消失し、対象者の把握が途絶する可能性があります。情報提供対象者が100%でない限り情報を提供しなければならない対象者として特定できていない者が確実に残っていることを忘れてはなりません。

製品や業種に応じて、以下を参考に最適な情報提供媒体を決定することが望まれます。この時、一つだけを行うのではなく、効果的な媒体を複数採用することをお奨めします。

ア 報道機関に対する発表

情報提供活動として、リコール内容を報道用資料として報道機関に配布し、記事化をするよう求めます。

イ 新聞社告・広告

新聞社告の場合、限られたスペースに極力明確かつ簡潔にリコールの実施内容を表記しなければなりません。したがって、冗長な「お詫び」の表現を優先するよりも、限られたスペースでいかに有効に情報提供するかを考慮すべきです。

新聞には次のようなものがあります。

- ・全国紙 ・ブロック紙 ・地方紙 ・製品特性に応じた業界紙
- ・該当ユーザのみに配付される情報紙

その他、競技団体による選手や関係者向けの情報紙、登録ユーザ向けの製品情報やバージョン情報等が掲載されている情報紙があります。(P52 参考2-1 社告・公告の例を参照してください。)

ウ ホームページ

一般的に自社もしくは販売事業者のウェブサイトを利用して社告を掲載しますが、その場合トップページにわかりやすい形で長期間(リコール対象製品にもよりますが、最低36か月以上)社告のページへのリンクなどを掲載するようにします。(消費者が社告の掲載後すぐにホームページを見てくれるとは限りません。)

また、より多くの消費者にアクセスしてもらうためには、様々な手段を講じる必要があります。(P55 参考2-2 インターネットによるホームページ社告等 を参照してください。)

い。例えば、業界団体の共通アイコンを用いるなどの工夫をします。)

ホームページに掲載する際には、検索性を高め、注意／危険／警告などの危険度レベルに応じた情報提供が行われることが必要と考えます。

エ 公的機関におけるパブリックスペース

・公的な機関の掲示板等

自治体、消費生活センター、保健所等に協力を依頼し、掲示板や広報紙等の公的な施設や設備を利用します。

・公的な機関のウェブサイト

経済産業省の「製品安全ガイドーリコール情報」

http://www.meti.go.jp/product_safety/recall/index.html

独立行政法人製品評価技術基盤機構の「製品安全・事故情報」

<http://www.jiko.nite.go.jp/>

独立行政法人国民生活センターの「商品テスト」

<http://www.kokusen.go.jp/topics/test.html>

独立行政法人国民生活センターの「回収・無償修理等のお知らせ」

<http://www.kokusen.go.jp/recall/recall.html>

財団法人製品安全協会の「SG製品のリコール情報」

<http://www.sg-mark.org/recall/recall-index.htm>

東京都の「東京くらしWEB」

<http://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.jp/>

東京都の「くらしの安全情報サイト」

<http://www.anzen.metro.tokyo.jp/>

等の、社告等の関連情報を掲載している行政機関等の公的機関に連絡し、そのホームページを利用します。

※ ISO 3864 JIS S 0101 「消費者用警告図記号」^{*1}

^{*1} 日常生活で使用する消費者用製品、その取扱説明書などに用いる図記号のうち、人体への危害及び財物への損害を未然に防止するため、禁止、注意、指示事項などを消費者へ視覚的に伝える警告図記号を規定している。

オ 民間等のパブリックスペース

- ・販売店での情報提供

営業部門等が原稿を用意し、量販店、小売店等に対し、直接協力を依頼してチラシ配布や掲示等を実施します。

- ・ニュースサイト、ポータルサイトなどのインターネット上の仮想パブリックスペース

広くニュースを扱うホームページ、検索用のホームページ、特定の製品ユーザが共有するホームページ、Web上の百貨店的な役割のホームページ等をホームページの提供元やプロバイダ等に協力依頼をして利用します。

カ 雑誌、リビング誌、折り込みチラシ等

キ 総合カタログ

作成元に協力依頼をし、通信販売用のカタログ、学校等に配付される総合卸業者によるカタログに掲載します。

(3) 考慮すべき事項

- ①専門機関、助言機関等と必要に応じ、密接に連絡をとりながら対応します。

専門機関、助言機関等の例

行政機関、業界団体、関係PLセンター、広報の専門アドバイス機関、法律事務所、保険会社等

- ②高齢者を考慮した大きめの文字やわかり易い表現方法を用います。
- ③宣伝と誤解されない体裁とします。
- ④情報提供は1回行えば良いというのではなく、目標を達成するまで、継続的に実施し続けます。
- ⑤情報提供について、目標を達成するための最適方法を模索し続けます。

(4) 何を伝えるか

社告を掲載する際の基本事項は次のとおりです。これは使用者等の情報提供の対象者を特定できないリコールを実施するために新聞に掲載する場合の例です。

具体的には、「参考2-1 社告の例 新聞広告のチェックリスト」(P54)を参考にして作成することが望まれます。

社告の基本事項

① 会社名－製品－リコールの種類

② リコールに至る経緯と危険性の有無

- ・生じる危険の種類・性質（欠落、発熱・発火、感電など）、生じる被害の程度（人体への影響、重大性など）

③ リコールの内容

- ・リコールの種類

例．引取り（返金）、（部品の）交換、修理、点検等

※「回収」という表現だけでは、「交換」か「引取り（返金）」かが不明確であり、適切ではありません。

- ・使用の中止
- ・消費者への依頼内容

例．ご連絡ください。

販売店までお持ちください。

送付先まで料金着払いにてご返送ください。

- ・簡潔な謝辞

例．ご迷惑（＋ご不便、ご心配など）をおかけしましたことを深くお詫び申し上げます。

④ 製品の識別方法

- ・名称、型番、シリアル番号（ロット番号）
- ・製品の型番及びシリアル番号（ロット番号）がどこに、どのように表示されているか（イラストや写真による説明）
- ・その他、製品を限定する情報

例．製造又は輸入時期、販売期間、地域性を含む販路等

⑤ 連絡先

- ・連絡先名（返送を依頼する場合は送付先名、住所）
- ・電話番号（フリーダイヤルが基本）
- ・連絡可能曜日及び時間帯
- ・その他必要な連絡又は問い合わせ先、方法等

例．電話番号、ファクス番号、メールアドレス、ホームページアドレス

⑥ 日 付

⑦ 住 所

⑧ 会社名

アクション6 関係機関等への報告

リコール実施時には、まず被害者や被害の可能性がある消費者への情報伝達を最優先し、目標が達成されるまでは必要な情報を発信し続ける必要があります。

加えて、リコールプランの内容を報告し、協力を要請すべき関係機関等があります。これらへの報告は順不同であり、どの機関等に報告、調整すべきかは製品、業態等によって異なります。

(1) 従業員

従業員が必要な情報を共有することにより、無用な混乱や不安を回避し、誤った情報の流出を防ぐことができます。

従業員へのリコールプランの内容の伝達は、少なくとも対外的な報告の前に実施すべきです。

(2) 取引先（販売事業者及び流通事業者を含む）

特に、消費者への情報伝達のために、該当製品に関連した販売事業者及び流通事業者への情報提供及び協力要請が必要不可欠です。

リコール実施後の信頼回復、取引きの再開ができるよう、リコールの原因、リコールの実施状況、結果、改善内容などを正しく連絡し、理解を得る姿勢が重要です。

(3) 業界

ここでいう「業界」とは、業界団体や、業界で運営又は加盟している関連団体をいいます。

事故の内容によっては、業界として再発防止のための自主基準を作成したり、既存基準等を改正したり、誤使用や不注意の要因がある場合は同様の事故防止のためのキャンペーンの実施を検討する等の対応が望まれる場合があります。

他の事業者も使用する共用部品や共用材料に起因する事故であれば複数の事業者によるリコールの実施が考えられます。

複数事業者が関連するのであれば、業界全体の問題として、業界としての再発防止策が実施されることが望ましいため、業界団体等と情報を共有する必要があります。

また、該当製品が認証取得関連製品である場合は、認証基準への影響もあり得るため、関係認証機関への報告も必要です。

(4) ユーザー団体等

製品によっては、関連ユーザー団体や使用者への情報提供等を行っている団体があります。

例えば、スポーツ用品であれば、競技団体や競技の振興団体などがあります。

事故等の発生時及びリコールの実施決定時にはこれらの団体に速やかに連絡し、協力要請等を行うことが必要になります。

また、消費者団体への情報提供も必要です。

(5) 関係行政機関等

各関係行政機関等は、事故やリコール等の情報を収集及び提供し、また必要な措置を講じることにより、事故の未然防止、再発防止に取り組み、国民の安全を確保することに努めています。

消費者への安全な製品の供給に社会的責務を有する事業者としては、各地の消費生活センターや関係行政機関等へリコールプラン等の報告を行い、協力して事故の未然防止、再発防止に取り組んで行く必要があります。^{*1}

(6) 弁護士又は法律の専門家

法的責任の判断が必要になる場合もあることから、速やかに事実関係を連絡し、相談することが望まれます。

(7) 保険会社

保険に加入している場合、事故発生時（リコール中の事故やリコール漏れによる事故を含む）には、迅速な被害者の救済のために、生産物賠償責任保険の円滑な適用が望まれます。

そのため、保険会社と密接に情報交換を行って、自社が加入している生産物賠償責任保険の内容、適用の範囲、実際の事故対応窓口等を把握しておき、早い段階で連絡することが肝要です。

また、実際に被害者がいたとしても適切にリコールを実施しなかった場合や再発防止のための工程、製品改良等を行わない場合、保険金が支払われない場合があるため、事故の情報を入手した後の対応は、迅速かつ適切に行う必要があります。

保険金が支払われない例としては、被害者が出ることが十分予測できるのに、その

^{*1} 「参考3 関係行政機関等への報告 第2報：リコールプランの内容」(P80)を参照してください。

事実を隠匿したり、リコールや注意喚起を恣意的に実施しなかった場合などの悪質な背信行為があった場合です。

(8) マスコミ

新聞、テレビ等のマスコミへの対応は、迅速かつ的確にリコールを実施するために重要です。

これには記者会見における対応を含みます。

記者会見は、リコール問題に対する企業姿勢の社会への表明の場であり、広く社会の理解を得るためにも、重要なコミュニケーションの場となるものです。

また情報提供活動として、リコール内容に準じた報道用資料をマスコミ各社に配布し、記事化を求めることも有用です。

緊急記者会見における基本姿勢等

①緊急記者会見の位置づけ

- ・一刻も早い消費者への危害防止のための注意喚起です。
- ・被害者への陳謝及び信頼関係の維持・回復のための機会です。
- ・実施する又は実施中のリコールに関する事実の公表であり、安全重視の企業姿勢の社会への表明です。
- ・実施する又は実施中のリコールについて、社会の理解を得、協力を得るためのコミュニケーションです。
- ・リコール実施の責任所在の表明です。
- ・不正確な情報の伝播、誤解及び憶測による報道を防止する機会でもあります。
- ・社告の代用ではありません。

②実施上の注意点

- ・事実を伝えます。情報を隠匿しません。
- ・早急に実施します(リコール実施決定後1～2日以内)。
- ・表明内容は、必ず経営トップの責任で作成します。
- ・消費者、報道機関等の目から見て誤解を与えない内容とします。
- ・緊急記者会見の案内をファックス等で報道機関に連絡する場合は、目的(どのような製品のどのようなリコールか)、日程、場所、報告者、問い合わせ先を書きます。

③必要な内容

③-1 謝罪表明

- ・どのような危害を発生させたかをまず最初に表明し、謝罪します。

③-2 事故の内容(現象と原因)

- ・判明している事実があれば、その事実関係を正確に報告します。
- ・早急に原因が究明されない場合であっても、取組みの事実関係を報告します。

③-3 対応状況の説明

- ・リコールの種類、リコール対象数、リコール実施期間などを報告します。
- ・消費者や使用者に対する情報提供(社告等)の方法や実施状況、被害者への対応状況を報告します。

③-4 再発防止策

- ・同様の事故を発生させない具体的な対策を報告します。

③-5 責任表明

- ・状況に応じて弁護士等の法律の専門家と打合せを行い、どこまでを表明するかについて確認しておきます。

IV リコールのフォローアップ

リコールは、必ずしも目標どおりに進むわけではありません。

逐次その方法等を見直し、常に最善の策となるよう評価、修正する必要があります。

また、リコールの経験は、経営自体、製品安全管理体制などを根本的に見直し、改善していくための貴重な基礎資料となります。

そのため、この経験を確実に将来に活かせるよう、組織として確実にフォローアップできる体制を持つ必要があります。

フォローアップ1 進捗状況の評価及び修正

リコールの進捗状況を逐次フォローアップし、それを評価して、次に必要となる追加的な措置について、定期的に検証することが必要です。

一定の期間が経過した後でもリコール率が上がらない場合は、リコールを開始する際に行った周知方法についての見直しなどが必要となります。例えば、新聞社告を出したが、リコール率が上がらない場合、地域の広報誌や新聞折り込みなど新たな周知方法が必要です。

電気コンロの例

ワンルームマンション等に設置された小形キッチンユニット用電気コンロによる火災事故が多発したことから、関係工業会が中心となって製品の改修を開始した。しかし、その後も火災事故が多発したことから、マンションの使用者に注意喚起すると共に、管理人、オーナーに製品改修する活動への協力要請を再度新聞掲載し、広く呼びかけた。

リコール開始後における事故情報も大変重要です。リコールが行われずに残っていた製品に係る事故なのか、あるいは改修後の製品に係る事故なのか、分析することが必要です。

もし、改修後の製品に事故が発生しているのであれば、リコールの内容自体の見直しが必要となります。

浴室乾燥機の例

温水式浴室暖房乾燥機で中継線の不具合から火災事故が発生したため、市場品について中継線を交換する改修を実施していた。その後、改修を行った

製品から火災事故が発生し、改修作業で別の中継線が発熱部分に接する作業を行ったことが原因であったことから、二次改修として耐熱性被覆材を追加する作業を行った。しかし、上記の2種類の改修作業を実施した製品から再び火災事故が発生し、原因調査の結果、電装基盤上の部品不具合が原因であったことが判明し、電装基板の交換を行う三次改修を実施することとなった。

不特定多数に広く行き渡った製品について、最後の1台までリコールすることは現実的にかなり困難であるものの、消費者の生命・身体や財産に大きなリスクが残り続ける、ということを見ると、リコールのフォローアップ体制については長期にわたり、これを維持していくことが求められます。こうしたフォローアップの状況については、関係行政機関・ビジネス上の関係者・消費者に対して、定期的に報告、あるいは情報開示をしていくことが求められます。

石油給湯器の例

石油給湯機による油漏れにより、発火・焼損事故が発生したことから、製造メーカーはリコールを開始し、無償改修を行ってきた。しかし、リコール開始後も未改修品について事故が継続して発生したため、リコール開始4年後に再度の新聞社告を行った。

重要なことは、リコール対応の進捗状況を評価し必要に応じ随時修正を行うということです。

(1) 適切な評価体制の整備

設定したリコールプラン通りにリコールが履行されているか否かを評価する体制を整備しておきます。特に、設定した目標とする実施率と、実施期間との関係を明瞭にしておき、進捗状況との関係を評価します。

評価は、対策本部等の実施母体が行う場合もありますが、社内の実施母体ではなく、外部の監査者が進捗状況を客観的に評価した方が、適切な指示ができる場合もあります。

(2) 計画変更

リコールの進捗状況の評価によって、逐次最適な対応方法の検討及び修正を行います。

リコールプランどおりに進まない場合は、繰り返し社告等の情報提供を行ったり、リコールプランを再考する必要があります。

フォローアップ2 関係行政機関等への経過報告

提出されたリコールプランに基づく実施状況（実施率）、事故の追加発生の有無、リコールプランの修正状況等を、関係行政機関等と調整の上、定期的（例えば1ヶ月毎）に報告します。

リコールを終了する場合、その判断についても報告します。

リコールの終了判断については、リコール実施率の状況を評価し、設定した実施期間を考慮しながら判断することになりますが、事業者においては、事故の発生する可能性が限りなくゼロに近いと合理的に説明できることが必要です。

フォローアップ3 記録の作成、リコール漏れへの対処体制 及びフィードバック

(1) 記録の作成

同様な事故等の発生がないよう、事故等の発生原因を確認し、確実に改善に結びつける必要があることから、事故等の発生からの経緯を記録しておくことが重要です。

(2) リコール漏れへの対処体制

使用者等の情報提供の対象者が特定できないリコールの場合、リコール実施率を100%とすることは非常に困難であり、リコール漏れが残ることがあります。

リコール実施期間が終了した場合であっても、リコール漏れがある場合は、事故の再発防止のためにホームページ等による継続的な情報の発信、窓口における対応可能体制の維持を必ず行わなければなりません。

(3) フィードバック

リコールの実施で得られた経験は、製品安全管理体制やリコールを実施するか否かの判断基準の見直しに非常に有用な情報です。

見直しが必要と考えられる場合は、速やかに再検討し、改善し、同様の事故が発生した場合の基礎とすべきです。

また、リコールを実施することとなった原因が、基本的な企業姿勢や、経営者や従業員の倫理面の問題である場合もあります。

そのような場合は、二度と同様の問題が発生しないように企業理念、経営方針を見直し、経営者や従業員の意識変革のための教育、啓発に関する根本的、具体的な対応を社内外へ示し、実施されるべきです。さらに、同様のリコールが、親会社、関連会社、子会社、別事業部で繰り返し発生する場合があります。

真に経験を生かすのであれば、関係する親会社、関連会社、子会社、別事業部等へフィードバックし、フィードバックされた情報を業務に確実に反映させることが必要不可欠です。

(参考1) リコールの実施か否かの対応例

アクション2の「リコールを実施するか否か」の意思決定において、最重要要素は「人への被害か又は可能性があるか」、「多発可能性があるか」及び「最適対応は何か」の3つであることを示しました。

ここでは、最適対応として、リコールを実施したケースを8例紹介します。

(注) 下記事例はあくまで、本マニュアルのために取り上げた参考例であり、現実にあったケースを正確に記述したものではありません。また、各ケースの例は、リコールの実施か否かの意思決定をするに当たっての具体的、定量的な判断基準を意図するものではありません。

リコールを実施したケース(8例)

リコールを実施したケース 1

〔人への被害の可能性あり(死亡被害)、多発及び拡大可能性あり〕

〔製品〕	石油温風暖房機
〔問題の発見〕	給気エアホースの経年劣化等により不完全燃焼が生じ、1年間で5件の一酸化炭素中毒事故が発生。
〔リコールの判断〕	給気エアホースの材質が劣化を起こしやすいものであったこと、また、ホースの取り付けがストレスを生じさせ易い設計になっていたこと等を欠陥と判断し、製品の回収及び点検・改修リコールを実施。

リコールを実施したケース 2

〔人への被害の可能性あり(死亡被害)、多発及び拡大可能性あり〕

〔製品〕	ガス瞬間湯沸器
〔問題の発見〕	電源プラグがコンセントから外れた状態でも使用できるよう不正改造されたことにより、不完全燃焼による一酸化炭素中毒事故が21年間に28件発生。
〔リコールの判断〕	不正改造された製品に限らず、安全装置を構成するコントロールボックス内においてハンダ割れが生じ、かつ、その部分について不正改造を容易に行い得る構造を欠陥と判断、製品の回収を実施。

リコールを実施したケース 3

[人への被害の可能性あり(重傷被害)、多発及び拡大可能性あり]

【製 品】	電気冷蔵庫
【問題の発見】	冷蔵庫内で食品汁がこぼれ、冷蔵庫下部に取り付けられた霜取りヒーターのコネクター部に流れ込み、端子間スパークして発熱・発火し、居間及び天井を焼損する事故が5件発生。
【リコールの判断】	冷蔵庫内でこぼれた液体が電装品であるコネクター部に流れ込む、という設計上の問題があったため、液体の浸入を防止する改修リコールを実施。

リコールを実施したケース 4

[人への被害の可能性あり(重傷被害)、多発及び拡大可能性あり]

【製 品】	洗濯乾燥機
【問題の発見】	ヒーターリード線の閉端子接続部に洗剤液が浸入し、銅線が腐食し、作動中の振動により半断線状態となり、ショートして発熱・発煙する事故が7件発生した。
【リコールの判断】	洗剤液が浸入した原因は、リード線を包む編成ガラス繊維を伝わった洗剤液が毛細管現象により接続部に浸入したことが判明。部材の選定に問題があったと判断しリコールを決定。ヒーターリード線をテフロン線に変えたハーネス部組品に交換。

注) 使用者の不注意、誤使用によると判断されるものであっても、製品事故の経験を活かし、そのような不注意・誤使用が生じないような製品設計を次に行うことが、製造事業者等の責務です。

リコールを実施したケース 5

[人への被害あり(重傷被害)、多発可能性あり]

【製 品】	エンジン草刈機
【問題の発見】	草刈作業が終了し、次の場所に移動しようとした時に両手ハンドルを離してしまい、その瞬間に肩掛けバックルが

	突然はずれ、本体が地面にバウンドし、回転した刃物が太ももに当たって負傷する人的事故が1件発生。
【リコール の判断】	製品の詳細な調査結果から、バックルの内部に金型が老朽化したためにバリが発生し、それを除去する際に角部を削りすぎたため、爪の引っかかり部分が少なくなり、想定外のバックル外れが生じることが判明。同様の人的事故が発生する可能性があるため、リコール（部品の交換）を実施。

リコールを実施したケース 6

【人への被害あり(重傷被害)、多発可能性あり】

【製 品】	キャリングホルダー（楽器用）
【問題の発見】	児童が授業中、キャリングホルダーに鍵盤を載せ、移動のため鍵盤を起こした状態で保持したところ、体のバランスを崩して鍵盤部分が前に倒れた。その際、とっさにホルダー部分を掴んでしまったため、ジョイント部分に児童が小指を挟み込み、指先を損傷する人的事故が1件発生。
【リコール の判断】	製品の詳細な調査結果から、ジョイント部分の金具がむき出しになっている箇所があり、そこに指を挟むと負傷する可能性があることが判明。 同様の人的事故が発生する可能性があるため、リコール（部品の交換）を実施。

リコールを実施したケース 7

【人への被害の可能性あり(重傷被害)、多発可能性あり】

【製 品】	子守帯
【問題の発見】	生地強度不足により、非常に軽い力で生地が裂けるとのクレームが販売店に1件入り、在庫品を確認したところ同様の不良が58枚発見された。
【リコール の判断】	製品の詳細な調査結果から、特定の色の製品のみ染料の成分に問題があり、生地が劣化し、強度不足になる可能性があることが判明。 幼児が転落する等の人的事故が発生する可能性があるため、リコール（交換）を実施。

リコールを実施したケース 8

[人への被害の可能性あり(軽傷被害)、多発可能性あり]

【製 品】	液化石油ガス用ガス栓(フレキガス栓)
【問題の発見】	風呂場に設置した亜鉛ダイカスト製のガス栓からガスが漏れ、密閉式風呂釜の火が引火し爆発、爆風により火傷を負う人的被害事故が1件発生。 また、当該ガス栓に関し、同社はこれまでに127件のガス漏れクレームを受けていたことが判明。
【リコール の判断】	製品の詳細な調査結果から、風呂場など湿気の多い場所での使用により、ガス栓内部に水入りによる腐食が発生し、ガス漏れが生じるおそれがあることが判明。 通常はマイコンメータにより、ガス爆発に至る前に微少なガス漏れがキャッチされるものの、同製品は風呂場や業務用厨房に多く設置されており、同様のガス漏れを生じる可能性が高いことからリコール(耐湿性のあるボール弁タイプのガス栓への交換)を実施。

(参考2-1) 社告・広告の例

＜社告・広告のポイント＞

社告・広告は、限られたスペースで必要なポイントをいかに効率的にまとめるかが重要です。

- ① 何を知らせるのか(目的) …… 製品の回収、部品交換など
- ② 誰に知らせるのか(対象者) …… 製品購入者など
- ③ 何が起きたのか(事実関係) …… 欠落、発熱などの不具合など
- ④ どういうことが起きるのか(人体への影響、重大性など)
…… 発火による火災、破裂による火傷など
- ⑤ どういう対応をするのか(具体的な行動)
…… 交換返金、部品交換など
- ⑥ どうしてそうなったのか(原因、できれば記述)
…… 製造過程での異物混入など
- ⑦ これからどうするのか(改善のための取組み)
…… 品質管理の強化など
- ⑧ お詫び

＜望ましい社告・広告の例＞

望ましい社告とは社告のポイントを確実に伝達することが期待できる内容や体裁となっていることが要件となります。

電話窓口（24時間受付）
0120-XXXXXX
（フリーダイヤル：無料）

お問い合わせ先

対象製品 電気掃除機「クリーンクル」

対象機種：SZK-001T

確認方法：
製品本体を裏返ししますと、
本体の下部にシールで
機種名と製造年月が表示されてい
ます。

製造年月が
96年4～10月期
97年4～10月期
97年11～3月期
となっているものが対象です。



平素は、当社製品をご愛用いただきまして、有難うございます。
さて、左記の製品につきましては、通常の使用におきましても
十年を超えた段階で、一部製品の経年変化により、モーター
部分から、発火・発煙する現象が確認されました。
つきましては、左記の製品をご使用中のお客様
におかれましては、
①直ちに使用を中止し、
②先の電話窓口にご連絡をください。
当社にて無料で製品を回収・点検修理を行います。
大変お手数をお掛け致しますが、よろしくお願い申し上げます。
平成十八年十月一日 仮想電機株式会社

謹告

仮想電機株式会社よりお詫びとお知らせ
当社の電気掃除機を回収・点検修理します

- 52 -

<ポイントの具体的標記について>

- ・題名を、会社名 ⇒ 製品名 ⇒ リコール種類 の順に記載します。
- ・危険性の有無、リコールの種類、使用の中止、消費者の依頼内容を簡潔にします。
- ・イラスト又は写真で型番等の表記箇所を明示します。
- ・連絡可能曜日や時間帯を表記します。
- ・「謹告」「リコール種類」を「文字の大きさ」「白黒反転」により強調表示します。
- ・冗長なお詫び文章（謝辞）は控え、確実に伝達すべき「対象製品の写真」や「識別方法」「問い合わせ先」の説明に表示面積を多く割り当てます。
- ・社告会社が行うことと、消費者への依頼内容を簡潔に箇条書きにします。
- ・消費者への依頼内容の詳細は、電話窓口での相談の際に任せて、簡潔にします。
- ・フリーダイヤル及び実際の「回収・点検修理」については「無料」か「有料」である旨をきちんと記載します。

新聞社告の大きさ

製品特性や件数にもよりますが、一般的に目に止まりやすく見やすい標準的新闻社告は以下の大きさ（実物大）となります。

『12cm×2段(7cm)』

〇〇社の湯沸かし器「△△A H-50」
ロット番号(000059999)
リコール対象数.. 1500個

蓋部が加熱し、火傷をする恐れが生じました。
左記に該当する製品交換を実施します。直ちにご使用を中止し、ご連絡下さい。社員証明書を保持した係員が交換に伺います。
お客様には、心よりお詫び申し上げます。

記

型番とロット番号は左図の取っ手部にシールで表示してあります。
この製品は、主として平成〇〇年に関東甲信越のデパート、スーパーで販売されたものです。

型番の表示箇所



連絡先
〇〇株式会社 〇〇製品回収センター
フリーダイヤル 0120-□□□□
(受付は、土日祝日を問わず9時～5時まで)
詳細は、先のインターネットで参照できます。
<http://www.〇〇〇〇.co.jp/>
平成〇〇年〇〇月××日
東京都中央区日本橋XX-〇〇-□□
〇〇株式会社

新聞社告のチェックリスト

新聞社告のチェックリスト

評価項目	評価基準	評価	備考
大きさ	12cm×2段以上か		
I タイトル	会社名ー製品ーリコールの種類		
II 危険性の有無	記載の有無・簡潔性		
III リコールの内容			
・リコールの種類	記載の有無・簡潔性		※
・使用の中止	記載の有無・簡潔性		
・消費者への依頼内容	記載の有無・簡潔性		
IV 製品の識別方法			
・名称、型番、ロット番号等	記載の有無		
・型番等の表示個所	記載の有無・わかりやすさ		
・イラスト又は写真	有無・わかりやすさ		
・他の製品情報	記載の有無		
V 連絡先			
・連絡先名	記載の有無		
・電話番号	記載の有無・フリーダイヤルか		
・連絡可能時間帯	記載の有無		
・他の照会先・照会方法	記載の有無		
VI 日付	記載の有無		
VII 対象数	記載の有無		
VIII 住所	記載の有無		
IX 会社名	記載の有無		

評価については、

◎大変良い、○良い、△あまり良くない、×良くないとする。

※ リコールの種類を記入：交換、改修（部品の交換、修理、適切な者による直接訪問での修理又は点検を含む。）又は引取り、注意喚起等

1. ホームページ (HP) による社告の特徴

(1) 費用が低額。ただし、能動的周知ではない。

HPやWWWは、費用は安価となりますが、基本的に新聞社告やチラシ、テレビコマーシャルとは異なり能動的に情報を伝達しようとするものではなく、消費者側からアクセスを期待して周知されるものです。

(2) 「紙面の大きさ」「放送時間」「配布枚数」といった量による制限を受けません。

スペースや時間等に制限されないため、新聞社告やテレビCM社告などに掲載・放送することができないリコールに関する詳細な情報も、無理なく掲載することが可能です。

(3) 伝達内容の修正が行いやすく、適時適切な内容を伝えることが可能です。混乱の恐れも。

HPの特性の1つとして「表示内容を簡単に修正変更できる」ということがあります。それは大きな利点ですが、社告HPの様な危険情報に類するものは、内容の頻繁な変更が「情報が不確定のままに公開した。」として、消費者に対して信頼性を低下させ、混乱させることとなりますので、更新や変更には十分な検討が必要となります。

2. 「見ってもらう」ための手段

HPは、能動的に情報伝達を行うことはないため、(常に情報を参照されるのを待っている状態です。図書館の本のように、人がやってきて見ようとしなければならない。) HPを見ってもらうための手段が必要になります。

(1) 新聞社告等からHPへ

HPへ誘導する手段として、新聞社告等の紙メディアは有効です。新聞社告は、掲載スペースに限度があり、社告内容を詳細に掲載することができません。

そのため、新聞等では最低限に情報を絞り、残りの情報はHP掲載により補足する、という方法が取られています。

ただし、社告用HPのURL (アドレス) をパソコンでキーボード入力しなければならない手間から、難色を示す利用者がいることも否めません。

(2) テレビコマーシャル等からHPへ

HPへ誘導する手段として、テレビ・ラジオ等の電波メディアの利用が考えられます。

しかし、一般的にHPのURLは文字数が多いことから、テロップ等を使用した場合でも、CM中にURLの掲載を行って社告HPを見ってもらう方法には困難が伴います。

(3) 電子メールからHPへ

電子メールは、HPへ誘導する手段としては最も簡単な手段です。現在の電子メールのソフトウェアは、メール中のURLを自動的に検知し、社告HPの表示まで行う機能を持っているものが多く出回っている上、単なる文字表示だけでなくHPと同じ画面表示ができるものもあります。

しかし、電子メールを使用する場合は、会社はあらかじめ消費者のメールアドレスを知っていることが前提となりますが、個人情報保護意識の高まりから、会社が消費者のメールアドレスを知るためには、まず顧客の同意を得られることが必要とされ、一方でメールアドレスなどの顧客情報の流出を防止する対策に迫られます。さらに、提供するメールの内容もスパム等の不要メールと間違えられないよう十分に注意する必要があります。

(4) その他のHPへの誘導手段

上記のように、一番現実的な誘導手法は紙メディアによるURL掲載ですが、この際に問題となるのが、実際にブラウザでURLを手で入力する手間です。

通常、URLはウェブサイトのコンテンツ管理により長くなる傾向にあり、長くなるに従って、消費者はキーボード入力をしなくなります。ひどい場合は、消費者自身がURLの意味や入力方法を知らないケースがあります。

このため、更なる誘導の為の工夫が必要となります。

① 会社サイトのトップHPを直接使用

各会社サイトのトップHPは、URLの長さが一番短く、またGoogleやyahoo等の有名検索エンジンに登録されている確率も一番高く、消費者に限らず一般に利用しやすくなっています。よって、一時的に会社サイトのトップHPを直接社告HPとすることにより、最もアクセスしやすい形で社告HPを公開することは有効です。なお、トップHPに社告を掲載することにより、社告の告知に積極的な姿勢も表現でき、望ましいといえます。

なお、通常の通り社告HPで告知する場合であっても、トップページには社告HPへの直接リンクや案内のバナーなどが必要となります。

② QRコード(二次元バーコード) 利用による、携帯電話経由でのアドレス掲載

現在、駅用ポスター、一部雑誌等で利用されているQRコードは、情報提供サイトのアドレスを携帯電話に認識させて、携帯電話のブラウザからアクセスを行ってもらうことを目的としています。携帯電話では文字入力が面倒であるため、デジタルカメラ機能付きの電話機にバーコードリーダ機能を取り入れて、キーボード入力等の作業を省いています。

ただし、携帯電話からのアクセスを想定した社告HP作成を行う必要があります。

③ バナー広告等

俗にバナー広告と呼ばれている、広告用の画像リンク(バナーという。画像をクリックすると広告用のHPへ飛ぶリンクが設定されている)をポータルサイト(多くの情報が集約されたHP。情報数が多い為、大体はカテゴリごとに情報を分類している。代表はyahooなど)や有名な検索エンジン(Googleなど)に掲示する広告です。

また、HP検索エンジンなどが、特定キーワードによる検索が行われると、検索結果表示のトップや広告欄に広告用HPへのリンクを掲載するものがあります。

HP社告の例

望ましい社告HPの例

この例は、パソコン画面において、社告HPの最初の一画面の内に表示すべき部分です。

仮想電機株式会社 Kaso denki electric co.,Ltd.

Home > お知らせ > 緊急のお知らせ > 電気掃除機 (SZK-001T) の回収・点検修理のお知らせ

電気掃除機 (SZK-001T) の 回収・点検修理を行います

平素は、当社製品をご利用頂きまして誠に有難うございます。
当社の右の製品 (電気掃除機) につきましては、通常の使用におきましても、十年を超えた段階で、一部製品の経年変化により、モーター部分から、発火・発煙する現象が確認されました。

当該製品をお持ちのお客様は直ちに使用を中止し、専用コールセンターまでご連絡ください。

お客様にはご迷惑お掛けして誠に申し訳ございません。

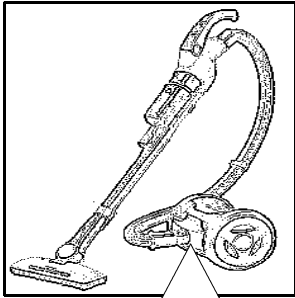
専用コールセンター電話番号 (24時間)
0120-123-XXXX

対象製品の確認方法

本体裏のラベルの下部分にある、
製造年月 をご確認ください。
以下のものが対象です。
'96年 4～10月期
'97年 4～10月期

本来裏ラベル例

製品写真 (SZK-001T型)



家庭用電気掃除機 (ゴミパック式) 型式: SZK-001T型

家庭用品品質表示法に基づく表示
吸い込み仕事率 : 360W
重量 : 5.7kg

使用上の注意
電源プラグはコンセントにしっかり差してお使いください。
収納の際は、火の近くやホコリの多い場所、屋外に置かないでください。
本体に水を掛けしないでください。湿った水はよく拭き取ってください。
ゴミが多く溜まると吸い込みが悪くなりますので、その場合は、ゴミパックをお取り替えてください。
モーターから異常がしたり、煙などが出た場合は直ちに使用を中止しサービスセンターへご連絡ください。

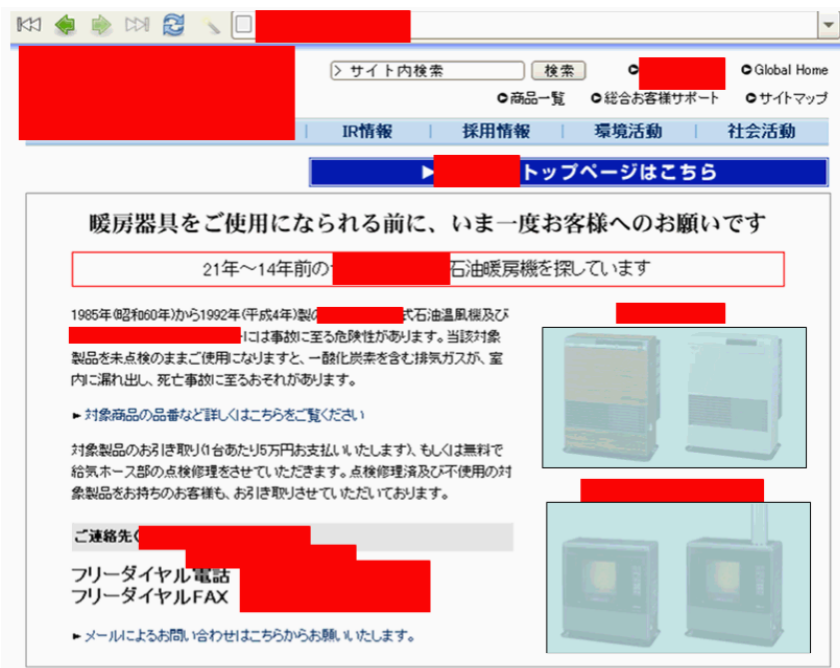
製造番号: AL-123-9610001-234
製造年月: 96年 4～10月期

通常、HPには表示の大きさ制限はありませんが、社告を行う場合の「よく使われる」パソコン画面の大きさを考慮して、社告HPのページ作成等を行う必要があります。

<ポイント>

- ・最初の1画面において、社告に必須である項目を簡潔にすべて記載します。
- ・HPではカラー化には特に制限がありません。「消費者への依頼」「連絡先電話番号」「対象製品の識別方法」は、カラー化し、目立ちやすく、分かりやすい表示を行いましょう。
- ・動画コンテンツは使わないようにします。動画コンテンツはダウンロードが遅くなる上に、宣伝用途が主ですから、リコールの社告に使用すると消費者に「不真面目」な印象を与えてしまいます。
- ・会社のトップHPからのリンク順序を掲載します。

望ましい社告会社のトップHPの例



- ※ 社告HPへのリンクがトップHPの最初の画面内に、強調表示で掲載します。
- ※ リンク表示の部分に、「回収」という直接的な言葉を入れます。

望ましくない社告会社のトップHPの例



- ※ トップページから社告HPへの直接リンクが無い場合があります。
「トップHP」⇒「お知らせ」⇒「お詫びとお知らせ」⇒「社告HP」へのリンクから「お詫びとお知らせ」にきちんと誘導する必要があります。
- ※ このケースの場合特殊なコンテンツ上でリンク先を設定しているため、googleやyahoo等の検索エンジンから検索できません。

リコールのお知らせが見やすい位置に用いられている例



仮想電機株式会社 Kaso Denki electric co.,Ltd.

Home カテゴリ検索 検索

！緊急のお知らせ 電気掃除機(SZK-001T)の回収・点検修理を行います

仮想電機の "コンテンツポリライフ" サポートコンセプト

日常の便利さを、もっとスムーズに。
仮想電機が提唱する「コンテンツポリライフ」
新しいコンセプトで設計された数々の製品で、もっとスムーズな日常を。 [もっと詳しく](#)

■製品情報 ■法人のお客様 ■技術開発情報 ■株主・投資家の皆様(IRコーナー) ■仮想電機の取り組み ■リンク

新製品情報 New

10/1:
電気炊飯器 SH-530

9/14:
寝室ライト "In-Shade"
空気清浄機 "Clean-Stage"

9/2:
石油床暖房 "レクト オンドル"
コンパクトデジタルカメラ
"Cosmic AJ-640"

過去の製品情報は [こちら](#)

新着情報 一覧はこちら

10/20: 緊急のお知らせ 電気掃除機(SZK-001T)の回収・点検修理を行います。

10/15: コンパクトデジタルカメラAシリーズ写真コンテストの結果発表について
10/11: 室内暖房新シリーズを "SlowLife Conference 2006" (11/2~4)で発表します。
9/29: 第1四半期の業績及び、第三者割当株による増資計画について (IRのコーナー)
9/25: 当社中国重慶第2工場の稼働及び生産力強化について
9/24: ノートパソコン"Wistena IT"の秋バージョン製品に新色追加(Violet, Brown) 通販限定!

製品情報 パソコンのダイレクトShop "LR"はこちら

○生活家電	○情報家電	○その他
・季節家電	・PC、ノートPC	・業務用照明機器
・キッチン家電	・液晶プラズマテレビ	・工作器具
・アメニティ家電	・DVDプレイヤー	・その他
・照明製品	・携帯電話	

- ※ 社告HP (要約版) を会社のトップHPとして最優先で表示します。
消費者の安全を第一に考えているという企業の姿勢を表現するようにします。

リコールのお知らせが見にくい位置に用いられている例

仮想電機株式会社 Kaso Denki electric co.,Ltd.

Home カテゴリ検索 検索

仮想電機の "コンテンツポリライフ" サポートコンセプト

日常の便利さを、もっとスムーズに。
仮想電機が提唱する「コンテンツポリライフ」
新しいコンセプトで設計された数々の製品で、もっとスムーズな日常を。 [もっと詳しく](#)

■製品情報 ■法人のお客様 ■技術開発情報 ■株主・投資家の皆様(IRコーナー) ■仮想電機の取り組み ■リンク

新製品情報 New

10/1:
電気炊飯器 "ライズライズ"

9/14:
寝室ライト "on Stella"
空気清浄機 "Clean Stage"

9/2:
石油床暖房 "レクト オンドル"
コンパクトデジタルカメラ
"Cosmic AJ-640"

過去の製品情報は [こちら](#)

新着情報 一覧はこちら

10/15: コンパクトデジタルカメラAシリーズ写真コンテストの結果発表について
10/11: 室内暖房新シリーズを "SlowLife Conference 2006" (11/2~4)で発表します。
9/29: 第1四半期の業績及び、第三者割当株による増資計画について (IRのコーナー)
9/25: 当社中国重慶第2工場の稼働及び生産力強化について
9/24: ノートパソコン"Wistena IT"の秋バージョン製品に新色追加(Violet, Brown) 通販限定!

製品情報 パソコンのダイレクトShop "LR"はこちら

○生活家電	○情報家電	○その他
・季節家電	・PC、ノートPC	・業務用照明機器
・キッチン家電	・液晶プラズマテレビ	・工作器具
・アメニティ家電	・DVDプレイヤー	・その他
・照明製品	・携帯電話	・商品回収のお知らせ



- ※ 「商品回収に関するお詫びとお知らせ」の場所が判りにくい場合があります。トップHP上では分かりやすい表示にする必要があります。

(参考3) 関係行政機関等への報告

各関係行政機関等は、事故やリコール等の情報を収集及び提供し、また必要な措置を講じることにより、事故の未然防止、再発防止に取り組み、国民の安全を確保することに努めています。

消費者への安全な製品の供給に一義的な責務を有する事業者としては関係行政機関等へ以下の報告を行い、協力して、事故の未然防止、再発防止に取り組んでいく必要があります。

第1報:事故等の発生状況

第2報:リコールプランの内容

第3報:経過報告

第1報:事故等の発生状況

消費生活用製品安全法に基づく報告義務がある重大製品事故(死亡、一酸化炭素中毒、継続的機能喪失、身体欠損、重傷、火災)が発生した場合、事故の発生を知った日より10日以内に事故内容について経済産業省に報告を行います。報告を怠りますと、体制整備命令が発動され、更に命令に従わない場合は罰則がかかります。

報告義務の課せられていない事故の発生及び事故を生じる蓋然性の高い欠陥の発生が確認された場合においても、関係機関等へ速やかに報告する必要があります(社内調整等にかかる時間を考慮しても、遅くとも10日以内の報告が望ましい)。

経済産業省では、報告義務の課せられていない事故についても、「消費生活用製品等による事故等に関する情報提供の要請について」(平成19・04・09商局第1号)によって関係各機関が消費生活用製品に係る事故情報を得た場合、独立行政法人製品評価技術基盤機構へ通知するよう協力を依頼しています。^{*1}

該当通達、報告(通知)様式等をご参照ください。

^{*1} 「消費生活用製品等による事故等に関する情報提供の要請について」(P62)を参照してください。

経 済 産 業 省

平成 19・04・09 商局第 1 号
平成 19 年 4 月 9 日

関係業界団体、地方自治体首長、消費者センター あて

経済産業省大臣官房商務流通審議官 松井 英生

消費生活用製品等による事故等に関する情報提供の要請について

本年 5 月 14 日から消費生活用製品安全法（昭和 48 年法律第 31 号、以下「消安法」という。）に基づく消費生活用製品の重大製品事故の報告・公表制度が施行されることに伴い、これまでの独立行政法人製品評価技術基盤機構（以下「nite」という。）における事故情報収集制度、電気用品に関する事故報告制度及びリコール報告制度等について、下記のとおり全般的な見直しを図り、製品事故情報及びリコール情報の効果的な収集と公表、さらには、製品事故の再発防止に努めていきたいと考えております。

つきましては、こうした趣旨を御理解の上、関係各位の広範な御協力及び御対応をお願いいたしたく、消費生活用製品等の製造・輸入事業者団体及び販売事業者団体、消費者団体、並びに地方公共団体等関係機関に対して御連絡いたしますとともに、各団体におかれましては会員各位に対し、地方公共団体におかれましては出先機関等に対し、それぞれ周知いただきますよう、よろしくお願い申し上げます。

なお、本件については、消安法の施行日である 5 月 14 日から適用されます。

記

1. 消安法に基づく経済産業大臣への報告について

消安法第 35 条に基づく製造事業者又は輸入事業者の報告においては、同法施行規則第 3 条に規定する様式第一の報告書を提出するほか、別添 1 の参考資料も併せて経済産業省製品安全課製品事故対策室へ提出してください（連絡先は別添 2 を参照。）。

2. 非重大製品事故の事故報告について（「nite 事故情報収集制度」について）

消安法に基づく報告義務の対象となっていない消費生活用製品に関する事故情報については、nite の事故情報収集制度により重点的に収集します。具体的には、以下のとお

りです。

(1) 報告の対象

- ①経済産業省の所掌に属する消費生活用製品の使用に伴い生じた製品事故のうち重大製品事故に該当しないもの（以下「非重大製品事故」という。）
- ②経済産業省の所掌に属する消費生活用製品の使用に伴い生じた重大製品事故（ただし、製造事業者又は輸入事業者以外の者からの報告に限る。）
- ③経済産業省の所掌に属する消費生活用製品に関する製品事故につながるおそれのある製品の欠陥・不具合等

(2) 報告方法及び報告先

製造事業者、輸入事業者、販売事業者、リース事業者、設置工事事業者、修理事業者、関係団体、地方公共団体（消費生活センター等を含む。）、消費者等は、nite が定める様式に基づき、最寄りの nite 本部又は支所へ速やかに報告していただくようお願いいたします（なお、nite が定める様式は添付資料を参照。また、nite 本部及び支所一覧は別添 2 を参照。以下同様。）。

- (3) なお、従前の事故情報収集制度を定めた「消費生活用製品の欠陥等による事故情報収集に関する協力依頼について」（平成 16・11・10 商局第 2 号から第 9 号）は廃止します。

3. 業務用電気用品の事故報告について

電気用品安全法（昭和 36 年法律第 234 号）第 2 条に規定する電気用品であって、消安法第 2 条第 1 項に規定する消費生活用製品に当たらないもの（以下「業務用電気用品」といい、別添 3 に列記したものを指す。）の使用に伴い生じた事故（消安法第 2 条第 5 項に規定する重大製品事故か否かを問わない。）が発生したことを知った場合には、当該業務用電気用品の製造事業者又は輸入事業者は、nite が定める様式に基づき、最寄りの nite 本部又は支所へ速やかに報告していただくようお願いいたします。

なお、「電気用品の事故等に係る報告要領について」（平成 17 年 4 月 1 日付け平成 17・03・24 商局第 3 号）は廃止します。

4. 調整器等の液化石油ガス器具等の事故報告について

液化石油ガスの保安の確保及び取引の適正化に関する法律（昭和 42 年法律第 149 号）第 2 条第 7 項に規定する液化石油ガス器具等における①調整器、②液化石油ガス用継手金具付高圧ホース、③液化石油ガス用継手金具付低圧ホース、及び④液化石油ガス用耐震自動ガス遮断器のうち、液化石油ガス販売事業者が所有するもの（以下「業務用 LP ガス器具」という。）については、消安法第 2 条第 1 項に規定する消費生活用製品に

当たりません。

このため、業務用 LP ガス器具における事故報告（消安法第 2 条第 5 項に規定する重大製品事故か否かを問わない。）について、業務用 LP ガス器具の製造事業者又は輸入事業者は、nite が定める様式に基づき、最寄りの nite 本部又は支所へ速やかに報告していただくようお願いします。

5. 消費生活用製品、業務用電気用品及び業務用 LP ガス器具のリコール情報について

製造事業者、輸入事業者又は販売事業者等が、消費生活用製品、業務用電気用品及び業務用 LP ガス器具でリコールを実施する場合には、別添 4 及び別添 5 に基づき経済産業省製品安全課製品事故対策室へ報告していただくようお願いします。

以上

事故情報の報告先一覧

1. 消安法第2条第1項に規定する消費生活用製品

	製造事業者又は輸入事業者	消費者、販売事業者*、設置工事事業者*、修理事業者*、関係団体、地方公共団体（消費生活センター等を含む。）等
重大製品事故	（消安法に基づく国への報告義務）	N I T E
非重大製品事故	N I T E	N I T E

（注）なお、販売事業者、設置工事事業者、修理事業者については、消安法第34条第2項に基づき、重大製品事故が生じたことを知ったときは、その旨を製造事業者又は輸入事業者に通知するよう努めなければならない。

2. 業務用電気用品及び業務用 LP ガス器具

	製造事業者又は輸入事業者
重大製品事故	N I T E
非重大製品事故	N I T E

(注) ※印の欄には記入しないこと。

参 考 資 料

※ 管 理 番 号	
※ 受 付 年 月 日	年 月 日

① 被 害 者	フリガナ		性別	1.男	2.女
	(姓)	(名)		● (年齢: 歳)	
	(住所)				
	(電話番号)				
	購入先企業名 ()				
② 人 的 被 害 内 容	1.死亡 2.負傷又は疾病 (治療に要する期間が30日以上のもの) 3.負傷又は疾病 (治療に要する期間が30日未満のもの)				
③ 人 的 被 害 区 分	1.骨折 2.打撲 3.裂傷 4.擦過傷 5.火傷 6.皮膚障害 7.視覚障害 8.聴覚又は平衡機能障害 9.嗅覚機能の障害 10.音声機能、言語機能又はそしゃく機能の障害 11.肢体不自由 12.循環器機能の障害 13.呼吸器機能の障害 14.消化器機能の障害 15.泌尿器の機能の障害 16.一酸化炭素による中毒 17.一酸化炭素以外の中毒 () 18.窒息 19.感電 20.その他 ()				
④ 治 癒 状 況	1.完治 2.治療中 3.不明 4.全治 (日間・内入院 日間・通院 日間)				
●⑤ 被 害 者 の 要 望	1.被害金額の弁償 2.製品の交換 3.修理・点検 4.引取り (代金返済) 5.慰謝料 6.調査・原因究明 7.謝罪 (他の要望なし) 8.その他 () 9.要望なし				
	(内容)				
●⑥ 被 害 者 へ の 措 置	1.被害金額の支払 2.製品交換 3.部品交換 4.修理・点検 5.部品提供 6.引取り (代金返済) 7.慰謝料の支払 8.事故原因等の説明 9.見舞金の支払 10.特に措置しない 11.被害者と交渉中 12.係争中 (裁判等) 13.謝罪 14.その他 ()				
	前項 2.~5.において	1.有償 2.無償	被害者の反応		1.納得 2.納得しない
	(内容)				
	(提示金額: 円)		(支払金額: 円)		

(注) 被害者が複数存在する場合には、被害者ごとに記入すること。

⑦ 事故製品の所有者	フリガナ					
	(姓)：	(名)：				
	(住所)		(電話番号)			
⑧ 製品の購入等年月 日及び入手先	年	月	日購入	製品の使用期間	年	ヶ月使用
	1.デパート 2.スーパーマーケット 3.一般商店 4.専門店 5.量販店 6.ホームセンター 7.通信販売 8.中古品販売店 9.共済組織等 10.製造事業者 11.輸入事業者 12.その他() 13.不明					
⑨ 貼付されている マーク等の名称			取扱説明書の有無 1.有 2.無 3.不明 保証書添付の有無 1.有 2.無 3.不明 保証書の有効期限 購入日・製造日より	年 月		

- (備考)
- この用紙の大きさは、日本工業規格 A4 とすること。
 - 本資料は、報告書（施行規則第 3 条様式第一）の情報を補完するためのものであり、報告は任意である。
 - 報告の際は、適宜、製品事故に関する写真、図等を添付すること。
 - 上記①の太線で囲まれた欄に情報を記載する場合は、当該情報を上記②～⑥の欄の情報と併せて国に提供することを、被害者本人に同意を得る必要がある（ただし、上記①の太線で囲まれた欄に情報を記載しない場合は、同意は不要。）。
 - 上記⑦の太線で囲まれた欄に情報を記載する場合は、当該情報を上記⑧の欄の情報と併せて国に提供することを、事故製品の所有者本人に同意を得る必要がある（ただし、上記⑦の太線で囲まれた欄に情報を記載しない場合は、同意は不要。）。
 - 上記①及び⑦の太線で囲まれた欄（住所については町村以下の部分に限る。）及び●印の項目に係る記載内容は、行政機関の保有する情報の公開に関する法律（平成 11 年法律第 42 号）に基づく開示請求があった場合においても原則不開示とするが、既に公表されているものについては開示される。

経済産業省製品安全課製品事故対策室

郵便番号	住 所	電 話	F A X
100-8912	東京都千代田区霞が関1-3-1	03-3501-1707	03-3501-6201
E-mailによる通知先		seihin-anzen@meti.go.jp	

独立行政法人製品評価技術基盤機構本部及び支所一覧

所名	郵便 番号	住 所	電 話	F A X
事故情報専用フリーダイヤルファックス (大阪本部に設置)				0120-23-2529 逃がさん 事故追求
E-mailによる通知先			jiko@nite.go.jp	
本 部	大 阪	540-0008 大阪府大阪市中央区大手前4-1-67 大阪合同庁舎第2号館別館	06-6942-1114	06-6946-7280
	東 京	151-0066 東京都渋谷区西原2-49-10	03-3481-1820	03-3481-1934
北 海 道 支 所	060-0808	北海道札幌市北区北八条西2-1-1 札幌第一合同庁舎	011-709-2324	011-709-2326
東 北 支 所	983-0833	宮城県仙台市宮城野区東仙台4-5-18	022-256-6423	022-256-6434
北 関 東 支 所	376-0042	群馬県桐生市堤町3-7-4	0277-22-5471	0277-43-5063
中 部 支 所	460-0001	愛知県名古屋市中区三の丸2-5-1 名古屋合同庁舎第2号館	052-951-1931	052-951-3902
北 陸 支 所	920-0024	石川県金沢市西念3-4-1 金沢駅西合同庁舎	076-231-0435	076-231-0449
中 国 支 所	730-0012	広島県広島市中区上八丁堀6-30 広島合同庁舎第3号館	082-211-0411	082-221-5223
四 国 支 所	760-0023	香川県高松市町寿町1-3-2 高松第一生命ビルディング5F	087-851-3961	087-851-3963
九 州 支 所	815-0032	福岡県福岡市南区塩原2-1-28	092-551-1315	092-551-1329

業務用電気用品の一覧

特定電気用品 ゴム絶縁電線 ケーブル(ゴム系のもの/導体の公称断面積が22mm ² 以下) 単心ゴムコード より合わせゴムコード 袋打ちゴムコード 丸打ちゴムコード その他のゴムコード キャブタイヤコード(ゴム系のもの) ゴムキャブタイヤケーブル ビニルキャブタイヤケーブル(ゴム系のもの) 合成樹脂絶縁電線 ケーブル(合成樹脂のもの/導体の公称断面積が22mm ² 以下) 単心ビニルコード 単心ポリエチレンコード より合わせビニルコード 袋打ちビニルコード 丸打ちビニルコード その他のビニルコード その他のポリエチレンコード キャブタイヤコード(合成樹脂のもの) 金糸コード ビニルキャブタイヤケーブル(合成樹脂系のもの) 温度ヒューズ つめ付ヒューズ 管形ヒューズ その他の包装ヒューズ タンブラースイッチ 中間スイッチ ロータリースイッチ 押しボタンスイッチ プルスイッチ ペンダントスイッチ 街灯スイッチ 光電式自動点滅器 その他の点滅器 箱開閉器 フロートスイッチ 圧力スイッチ 配線用遮断器 漏電遮断器 カットアウト ランプレセプタクル セパラブルプラグボディ 蛍光灯用ソケット 蛍光灯用スターターソケット	分岐ソケット キーレスソケット 防水ソケット キーソケット プルソケット ボタンソケット その他のソケット ねじ込みローゼット 引掛けローゼット その他のローゼット ジョイントボックス アンペア制用電流制限器 定額制用電流制限器 蛍光灯用安定器 水銀灯用安定器その他の高圧放電灯用安定器 オゾン発生器用安定器 スチームバス用電熱器 サウナバス用電熱器 自動販売機(電熱装置、冷却装置、放電灯又は液体収納装置を有するものに限り、乗車券用のものを除く。) 電気乗物 電気浴器用電源装置
---	--

特定電気用品以外の電気用品 ケーブル(ゴム系のもの/導体の公称断面積が22mm²を超えるもの) 電気温床線(ゴム系のもの) 蛍光灯電線 ネオン電線 ケーブル(合成樹脂系のもの/導体の公称断面積が22mm²を超えるもの) 電気温床線(合成樹脂系のもの) 金属製の電線管 一種金属製可撓電線管 二種金属製可撓電線管 その他の金属製可撓電線管 金属製のフロアダクト 一種金属製線樋 二種金属製線樋 金属製のカップリング 金属製のノーマルバンド 金属製のエルボー 金属製のティ 金属製のクロス 金属製のキャップ 金属製のコネクター 金属製のボックス金属製のブッシング その他の電線管類又は可撓電線管の金属製の附属品 ケーブル配線用スイッチボックス(金属製) 合成樹脂製電線管 合成樹脂製可撓管 CD管 合成樹脂製等のカップリング 合成樹脂製等のノーマルバンド 合成樹脂製等のエルボー 合成樹脂製等のコネクター 合成樹脂製等のボックス 合成樹脂製等のブッシング 合成樹脂製等のキャップ その他の電線管類又は可撓電線管の合成樹脂製等の附属品 ケーブル配線用スイッチボックス(合成樹脂製) 筒形ヒューズ 栓形ヒューズ リモートコントロールリレー カットアウトスイッチ カバー付ナイフスイッチ 分電盤ユニットスイッチ 電磁開閉器 ライティングダクト ライティングダクト用のカップリング ライティングダクト用のエルボー ライティングダクト用のティ ライティングダクト用のクロス ライティングダクト用のフィードインボックス ライティングダクト用のエンドキャップ ライティングダクト用のプラグ ライティングダクト用のアダプター	燃焼機器用変圧器 ナトリウム灯用安定器 殺菌灯用安定器 反発始動誘導電動機 分相始動誘導電動機 コンデンサー始動誘導電動機 コンデンサー誘導電動機 整流子電動機 くま取りコイル誘導電動機 その他の单相電動機 かご形三相誘導電動機 電気ソーセージ焼き器 電気茶沸器 電気酒かん器 電気湯せん器 毛髪加湿器 タオル蒸し器 電気消毒器(電熱装置) 電気育苗器 電気ふ卵器 電気育すう器 ベルトコンベア 電気製氷機 電動脱穀機 電動もみすり機 電動わら打機 電動縄ない機 選卵機 洗卵機 昆布加工機 するめ加工機 電気製めん機 電気肉ひき機 電気肉切り機 電気パン切り機 電気かつお節削機 電気氷削機 電気洗米機 野菜洗浄機 ほうじ茶機 包装機械 おしぼり包装機 荷造機械 自動印画定着器 自動印画水洗機 事務用印刷機 あて名印刷機 タイムレコーダー タイムスタンプ 帳票分類機 コレーター 番号機 硬貨計数機 紙幣計数機 ラベルタグ機械
---	--

その他のライティングダクトの附属品及びライティング ダクト用接続器 表示器用変圧器 ネオン変圧器 洗濯物仕上機械 洗濯物折畳み機械 おしぼり巻機 自動販売機（乗車券用のものを除く。） 両替機 理髪いす 電気黒板ふきクリーナー 電気床磨き機 電気靴磨き機 サイレン 電気金切り盤 電気みぞ切り機 電気角のみ機 電気チューブクリーナー 電気タッパー 広告灯 検卵器 電子式金銭登録機 ジュークボックス 高周波ウェルダー アーク溶接機 電気さく用電源装置	
---	--

（注１）上記の中には消費生活用製品の一部として組み込まれる部品も含む。

（注２）今後、一般消費者の使用状況や製品の販路等を踏まえ、上記に分類されるものを消費生活用製品に変更する場合もある。

年 月 日

製品リコール開始の報告書

経済産業省商務情報政策局製品安全課長 殿

事業者名：

報告者の役職及び氏名：

下記の製品について、リコール（点検・修理・回収等）を行うこととしましたので、報告します。

記

1. 製品名（品名（ブランド名）を含む。）
2. 機種、型番、製造番号
3. 製造期間（輸入期間、販売期間）、製造台数（輸入台数、販売台数）、対象台数
4. リコールに至る経緯
5. リコールの対策内容（具体的に記載すること。）
6. 対策開始予定年月日
7. 当該製品使用者及び販売者に対する周知方法
8. 記者発表等の有無
9. 本件の連絡先

年 月 日

製品リコール進捗状況の報告書

経済産業省商務情報政策局製品安全課長 殿

事業者名：

報告者の役職及び氏名：

年 月 日に製品リコール開始の報告書を提出しましたが、その後の当該製品のリコール（点検・修理・回収等）の進捗状況を下記のとおり報告します。

記

1. 製品名（品名（ブランド名）を含む。）
2. 機種、型番、製造番号
3. 対象台数、対策開始日
4. リコールの対策済台数（ 年 月 日現在）
5. 進捗率
6. その他（リコール実施方策等）
7. 本件の連絡先

添付資料

(nite 様式-1)

(注) ※印の欄には記入しないでください。

取扱注意

報告書

(製造事業者、輸入事業者用)

※ 管 理 番 号	
※ 受 付 年 月 日	年 月 日

製 品 名			品名（ブランド名）		
			機種・型式等	(生産国名：)	
事故発生年月日	年 月 日		午前・午後	時 頃	
火 災 の 有 無	1.有 2.無	一酸化炭素中毒の有無	1.有 2.無	製品被害の有無	1.有 2.無 (全損・一部破損・不明)
人 的 被 害 区 分	①死亡（ ）名				
	②負傷又は疾病（治療に要する期間が30日以上のもの）（ ）名 (以下の後遺障害が発生した場合は、該当する障害の延べ人数を記入すること。) 1.視覚障害（ ）名 2.聴覚又は平衡機能の障害（ ）名 3.嗅覚の障害（ ）名 4.音声機能、言語機能又はそしゃく機能の障害（ ）名 5.肢体不自由（ ）名 6.循環器機能の障害（ ）名 7.呼吸器機能の障害（ ）名 8.消化器機能の障害（ ）名 9.泌尿器機能の障害（ ）名				
	③負傷又は疾病（治療に要する期間が30日未満のもの）（ ）名 (以下の後遺障害が発生した場合は、該当する障害の延べ人数を記入すること。) 1.視覚障害（ ）名 2.聴覚又は平衡機能の障害（ ）名 3.嗅覚の障害（ ）名 4.音声機能、言語機能又はそしゃく機能の障害（ ）名 5.肢体不自由（ ）名 6.循環器機能の障害（ ）名 7.呼吸器機能の障害（ ）名 8.消化器機能の障害（ ）名 9.泌尿器機能の障害（ ）名				
	④人的被害なし				
事 故 内 容	①事実関係（詳細を記述してください。）				
	・ 同一機種による類似事故の発生件数： 件（本件を除く） ・ 当該製品の周辺への被害拡大の有無：1.あり（その概要 ） 2.なし ・ リコール実績の有無：1.あり（ 年 月 ） 2.なし				
	②事故発生の原因 1.設計不良 2.製造不良 3.使用部品又は材料の不良 4.経年劣化 5.表示の不備 6.取扱説明書の不備 7.据付・工事の不良 8.その他（ ） (以下、詳細を記述してください。)				
	③事故に係る再発防止の措置 1.製造の中止 2.輸入の中止 3.販売の中止 4.製品の改良 5.製造工程の改善 6.品質管理の強化 7.製品の回収 8.製品の点検・修理 9.消費者に注意喚起 10.表示の改善 11.取扱説明書の改善 12.特に措置しない 13.その他（ ） (以下、今後販売する製品及び既販品に係る再発防止措置について、詳細を記述してください。)				

	④当該事故原因を調査した機関等の名称及び連絡先 (名 称) (連絡先)
	⑤事故品を保管している機関等の名称及び連絡先 (名 称) (連絡先)
事故を認識した 契 機 と 日	(認識した契機)
	(認識した年月日) 年 月 日 午前・午後 時頃
事故発生場所	● (住所)
	(具体的場所)
当該型式品の 製造時期及び数量	(時期): 年 月 日 から 年 月 日まで
	(数量):
当該型式品の 輸入時期及び数量	(時期): 年 月 日 から 年 月 日まで
	(数量):
当該型式品の 販売時期及び数量	(時期): 年 月 日 から 年 月 日まで
製造・輸入事業者の 名称及び所在地	(数量):
製造・輸入事業者の 名称及び所在地	(名称):
	(報告者の業種) 1.製造事業者 2.輸入事業者
	(届出の有無) 1.あり(根拠となる法律名:) 2.なし
	(所在地):
	(電話番号):
製造・輸入事業者の 名称及び所在地	(担当部署):
	(担当部署電話番号):
	● (担当者役職):
	● (担当者氏名):
所属の業界団体名 及び同所在地	(名称)
	(住所):
	(電話番号):

(備考) この用紙の大きさは、日本工業規格 A4 とすること。

(注) ・●印の項目に係る記載は、独立行政法人等の保有する情報の公開に関する法律（平成13年法律第140号）に基づく開示請求があった場合においても原則不開示としますが、既に公表されているものについては開示されます。

(nite 様式-1) 補足資料

① 被害者	フリガナ		性別	1.男	2.女
	(姓)	(名)		● (年齢: 歳)	
	(住所)		(電話番号)		
購入先企業名 ()					
② 人的被害区分	1.骨折 2.打撲 3.裂傷 4.擦過傷 5.火傷 6.皮膚障害 7.視覚障害 8.聴覚又は平衡機能障害 9.嗅覚機能の障害 10.音声機能、言語機能又はそしゃく機能の障害 11.肢体不自由 12.循環器機能の障害 13.呼吸器機能の障害 14.消化器機能の障害 15.泌尿器の機能の障害 16.一酸化炭素中毒 17.一酸化炭素以外の中毒 () 18.窒息 19.感電 20.その他 ()				
③ 治癒状況	1.完治 2.治療中 3.不明 全治 (日間・内入院 日間・通院 日間)				
●④ 被害者の要望	1.被害金額の弁償 2.製品の交換 3.修理・点検 4.引取り(代金返済) 5.慰謝料 6.調査・原因究明 7.謝罪(他の要望なし) 8.その他 () 9.要望なし				
	(内容)				
●⑤ 被害者への措置	1.被害金額の支払 2.製品交換 3.部品交換 4.修理・点検 5.部品提供 6.引取り(代金返済) 7.慰謝料の支払 8.事故原因等の説明 9.見舞金の支払 10.特に措置しない 11.被害者と交渉中 12.係争中(裁判等) 13.謝罪 14.その他 ()				
	前項 2.～5.において	1.有償 2.無償	被害者の反応		1.納得 2.納得しない
	(内容)				
(提示金額: 円) (支払金額: 円)					

(注) ①～⑤については、被害者が複数存在する場合には、被害者ごとに記入してください。

⑥ 事故製品の所有者	フリガナ		
	(姓):	(名):	
	(住所)		(電話番号)
⑦ 製品の購入等年月日及び入手先	年 月 日購入	製品の使用期間	年 ヶ月使用
1.デパート 2.スーパーマーケット 3.一般商店 4.専門店 5.量販店 6.ホームセンター 7.通信販売 8.中古品販売店 9.共済組織等 10.製造事業者 11.輸入事業者 12.その他 () 13.不明			
⑧ 貼付されているマーク等の名称	取扱説明書の有無 1.有 2.無 3.不明		
	保証書添付の有無 1.有 2.無 3.不明		
	保証書の有効期限 購入日・製造日より 年 月		

(備考) この用紙の大きさは、日本工業規格 A4 とすること。

(注) ・報告の際は、適宜、製品事故に関する写真、図等を添付してください。

- ・上記①の太線で囲まれた欄に情報を記載する場合は、当該情報を②～⑤の欄の情報と併せて nite に提供することを、被害者本人に同意を得る必要があります(ただし、太線で囲まれた欄に情報を記載しない場合は、同意は不要です。)
- ・上記⑥の太線で囲まれた欄に情報を記載する場合は、当該情報を⑦の欄の情報と併せて nite に提供することを、事故製品の所有者本人に同意を得る必要があります(ただし、太線で囲まれた欄に情報を記載しない場合は、同意は不要です。)
- ・上記①、⑥の太線で囲まれた欄(住所については町村以下の部分に限る。)及び●印の項目に係る記載は、独立行政法人等の保有する情報の公開に関する法律(平成13年法律第140号)に基づく開示請求があった場合においても原則不開示としますが、既に公表されているものについては開示されます。

(nite 様式-2)

通 知 書

(注) ※印の欄には記入しないでください。

取扱注意

(販売事業者、リース事業者、設置工事事業者、修理事業者、関係団体、地方公共団体(消費生活センター等を含む。)用)

※ 管 理 番 号	
※ 受 付 年 月 日	年 月 日

製 品 名 品名(ブランド名)			
機種・型式等			生産国名:
製品に付されている表示又はマーク			取扱説明書の有無 有 ・ 無
事故発生年月日	年 月 日 午前・午後 時 頃		
事 故 発 生 場 所	● (住所) (具体的な場所)		
被 害 者	●氏 名: 性別: 男 ・ 女 ●年齢: 才		
火 災 の 有 無	1.有 2.無	一 酸 化 炭 素 中 毒 の 有 無	1.有 2.無
人 的 被 害 の 概 要	1.死亡()名 2.負傷又は疾病(全治30日以上のもの)()名 3.その他軽傷又は疾患(病院治療()名・家庭内治療()名)		
	1.骨折 2.打撲 3.裂傷 4.擦過傷 5.火傷 6.皮膚障害 7.視覚障害 8.聴覚又は平衡機能障害 9.嗅覚機能の障害 10.音声機能、言語機能又はそしゃく機能の障害 11.肢体不自由 12.循環器機能の障害 13.呼吸器機能の障害 14.消化器機能の障害 15.泌尿器の機能の障害 16.一酸化炭素以外の中毒() 17.窒息 18.感電 19.その他()		
	□人的被害なし		
人 的 被 害 以 外 の 被 害 状 況	1.製品破損の有無 有 ・ 無 2.当該製品の周辺への被害拡大の有無 有(その内容) ・ 無		
製 品 の 購 入 及び使用状況	購入年月日: 年 月 日 使用期間: 年 ヶ月(日) 購 入 先:		
事 故 内 容	(詳細を記述してください。別紙に記載していただいても結構です。)		
事 故 原 因 (貴所における所見)			
●被害者の要望	1.被害金額の弁償 2.製品交換 3.修理・点検 4.引き取り(代金返済) 5.慰謝料 6.調査・原因究明 7.謝罪(他になし) 8.その他()		
製 造 事 業 者 等 の 名 称 及 び 所 在 地	(名称): (業種) 1.製造事業者 2.輸入事業者 3.発売元 4.その他		
	(所在地): (電話番号): ●(担当者氏名):		
通 知 書 作 成 者	(名称・機関名) (氏名) e-mail:		
	(住所) (電話番号): (FAX):		

事故品の提供及び 事故品の解体 についての確認	事故品提供について（事故品をn i t eに提供していただけますか。）→ 可 ・ 否 事故品返却について（提供いただける場合は、返却する必要がありますか。）→ 要 ・ 否 事故品解体について（試験によって解体してもよろしいですか。）→ 可 ・ 否
-------------------------------	---

（備考）この用紙の大きさは、日本工業規格 A4 とすること。

（注）・通知に当たっては、原則として本様式によりますが、他の様式でも上記項目が網羅されていれば、本通知書に替えることができます。また、●印の項目の記載（住所については町村以下の部分に限る。）は、独立行政法人等の保有する情報の公開に関する法律（平成 1 3 年法律第 1 4 0 号）に基づく開示請求があった場合においても原則不開示としますが、既に公表されているものについては開示されます。

(nite 様式-3)

nite への製品事故連絡票
(消費者用)

取扱注意

製 品 名		メーカー名	
品 名 (ブランド名)		機種・型式等	(生産国名)
事故発生年月日	年 月 日	午前・午後	時頃
事 故 発 生 場 所	● (住所) (具体的場所)		
● 事 故 通 報 者	氏 名 : 電話番号 : e-mail : 被害者との関係 : 被害者の性別 : 男 ・ 女 被害者の年齢 : 才		
火 災 の 有 無	1.有 2.無	一 酸 化 炭 素 中 毒 の 有 無	1.有 2.無
人 的 被 害 の 概 要	1.死亡 () 名 2.負傷又は疾病 (全治 30 日以上のもの) () 名 3. その他軽傷又は疾患 (病院治療 () 名・家庭内治療 () 名) 1.骨折 2.打撲 3.裂傷 4.擦過傷 5.火傷 6.皮膚障害 7.視覚障害 8.聴覚又は平衡機能障害 9.嗅覚機能の障害 10.音声機能、言語機能又はそしゃく機能の障害 11.肢体不自由 12.循環器機能の障害 13.呼吸器機能の障害 14.消化器機能の障害 15.泌尿器の機能の障害 16.一酸化炭素以外の中毒 () 17.窒息 18.感電 19.その他 () ☐ 人的被害なし		
人 的 被 害 以 外 の 被 害 状 況	1.製品破損の有無 有 ・ 無 2.当該製品の周辺への被害拡大の有無 有 (その内容) ・ 無		
製品の購入時期 及び使用状況	購入年月日 : 年 月 日 使用期間 : 年 ヶ月 (日) 購 入 先 :		
事 故 内 容	(詳細を記述してください。書ききれない場合は別紙に記載いただいても結構です。)		

(備考) この用紙の大きさは、日本工業規格 A4 とすること。

(注) ・ 提供いただいた個人情報、事故調査以外の目的に使用しません。なお、●印の項目の記載 (住所については町村以下の部分に限る。) は、独立行政法人等の保有する情報の公開に関する法律 (平成 13 年法律第 140 号) に基づく開示請求があった場合においても原則不開示としますが、既に公表されているものについては開示されます。

・ 当連絡は、事故の再発・未然防止に役立てるため調査結果をホームページで公表しております。調査結果はホームページを御覧ください。

・ 本事故情報収集制度は、事故に遭われた方々の個別救済制度ではありません。

★御連絡は、次のフリーダイヤルファクシミリを御利用ください。： 0 1 2 0 - 2 3 - 2 5 2 9

第2報:リコールプランの内容

リコールの実施を決定し、リコールプランを策定した段階（公表前）において、その内容を、関係行政機関等に報告する必要があります。

<関係行政機関等一覧>

経済産業省	各物資所管課 及び法律による規制がある物資の場合は法令所管課
	商務情報政策局製品安全課
	その他関係課、各経済産業局関係課
その他関係省庁	
各自治体（リコール対象地域を考慮）	
その他関係機関	独立行政法人製品評価技術基盤機構

<報告事項>

(1) リコール対象製品について

- ・リコール対象製品（機種名、型式、商品カタログ等）
- ・生産期間
- ・販売期間
- ・リコール対象製品数（出荷先毎）

(2) 事故の発生状況について

- ・事故の発生件数
- ・事故の内容（発生日、発生状況、被害状況）
- ・事故の原因

(3) 再発防止対策について

① 市場流通品の対応

- ・リコールの具体的な内容（回収、交換、修理、点検等）及び修理、点検の場合はその詳細な作業内容
- ・具体的なリコール目標（リコール対象数、リコール実施期間等）

- ②在庫品の対応
- ③今後の事故等未然防止対策

(4) 公表方法について

- ・公表の媒体（新聞、HP、ダイレクトメール等）、掲載日及び掲載内容

第3報:経過報告

リコールの実施状況については、関係行政機関等と調整の上、定期的（例えば1か月毎）に報告する。報告の頻度については、危害の重篤度に応じて柔軟な対応をする必要があります。

リコールの実施に伴い、リコール実施率が向上せず、リコール実施期間等が目標どおりに運ばない場合もあります。事業者は、消費者への対応方法、情報提供方法（対象や回数）、リコール対象数等のリコールプランを逐次見直し、最善の方法を模索する努力が必要です。見直しの結果、リコールプランの変更があった場合はその内容を関係行政機関等に報告し、また、リコールの終了の判断等も報告する必要があります。

リコールの終了判断については、リコール実施率の状況を評価し、設定したリコール実施期間を考慮しながら判断することとなりますが、事業者においては、事故の発生する可能性はないと説明できることが必要です。

<報告事項>

(1)リコール実施状況について

下記の例にならって、リコール実施率（C）を明示する。

【例】

リコール対象数※	リコール実施数	リコール実施率（％）
A	B	$C = B / A \times 100$

※「リコール対象数」とは、該当製品の全出荷量から流通及び販売前の段階にあるものを除き、製品のライフサイクルを考慮したうえで消費者が保有すると考えられる数量を基本と

すべきである。

しかし、消費者が保有すると考えられる数量が確定できない場合は、事業者において、正確に把握することができる数量を用いる。

(2)現在のリコールに関する問題点について

(3)リコール実施率向上のための今後の具体的方策について

(4)リコール後の事故発生の有無（「有」の場合は事故の内容も記載）

(参考4) 関係法令(抜粋)

一般消費者に対する被害の拡大・再発防止をはかるため、製造・輸入事業者に重大事故の報告義務、流通・販売事業者に協力義務を定めた該当条文と回収等の必要な措置を行うこと及びそれに関する罰則を定めた法令の該当条文は次のとおりです。

消費生活用製品安全法(抜粋)

(定義)

第二条

1～3 略

4 この法律において「製品事故」とは、消費生活用製品の使用に伴い生じた事故のうち、次のいずれかに該当するものであつて、消費生活用製品の欠陥によつて生じたものでないことが明らかな事故以外のもの（他の法律の規定によつて危害の発生及び拡大を防止することが出来ると認められる事故として政令で定めるものを除く。）をいう。

一 一般消費者の生命又は身体に対する危害が発生した事故

二 消費生活用製品が滅失し、又はき損した事故であつて、一般消費者の生命又は身体に対する危害が発生するおそれのあるもの

5 この法律において「重大製品事故」とは、製品事故のうち、発生し、又は発生のおそれがある危害が重大であるものとして、当該危害の内容又は事故の態様に関し政令で定める要件に該当するものをいう。

第三十二条 主務大臣は、次の各号に掲げる事由により一般消費者の生命又は身体について危害が発生するおそれがあると認める場合において、当該危害の発生及び拡大を防止するため特に必要があると認めるときは、当該各号に規定する者に対し、販売した当該特定製品の回収を図ることその他当該特定製品による一般消費者の生命又は身体に対する危害の発生及び拡大を防止するために必要な措置をとるべきことを命ずることができる。

一 特定製品の製造、輸入又は販売の事業を行う者が第四条第一項の規定に違反して特定製品を販売したこと。

二 届出事業者がその届出に係る型式の特定製品で技術基準に適合しないものを製造し、輸入し、又は販売したこと（第十一条第一項ただし書の規定の適用を受けて製造し、又は輸入した場合を除く。）。

(事業者の責務)

第三十四条 消費生活用製品の製造、輸入又は小売販売（一般消費者に対する販売をいう。以下この条において同じ。）の事業を行う者は、その製造、輸入又は小売販売に係る消費生活用製品について生じた製品事故に関する情報を収集し、当該情報を一般消費者に対し適切に提供するよう努めなければならない。

2 消費生活用製品の小売販売、修理又は設置工事の事業を行う者は、その小売販売、修理又は設置工事に係る消費生活用製品について重大製品事故が生じたことを知つたときは、その旨を当該消費生活用製品の製造又は輸入の事業を行う者に通知するよう努めなければならない。

(主務大臣への報告等)

第三十五条 消費生活用製品の製造又は輸入の事業を行う者は、その製造又は輸入に係る消費生活用製品について重大製品事故が生じたことを知つたときは、当該消費生活用製品の名称及び型式、事故の内容並びに当該消費生活用製品を製造し、又は輸入した数量及び販売した数量を主務大臣に報告しなければならない。

2 前項の規定による報告の期限及び様式は、主務省令で定める。

3 略

(体制整備命令)

第三十七条 主務大臣は、消費生活用製品の製造又は輸入の事業を行う者が第三十五条第一項の規定に違反して報告を怠り、又は虚偽の報告をした場合において、その製造又は輸入に係る消費生活用製品の安全性を確保するため必要があると認めるときは、当該消費生活用製品の製造又は輸入の事業を行う者に対し、その製造又は輸入に係る消費生活用製品について生じた重大製品事故に関する情報を収集し、かつ、これを適切に管理し、及び提供するために必要な体制の整備を命ずることができる。

(事業者の責務)

第三十八条 消費生活用製品の製造又は輸入の事業を行う者は、その製造又は輸入に係る消費生活用製品について製品事故が生じた場合には、当該製品事故が発生した原因に関する調査を行い、危害の発生及び拡大を防止するため必要があると認めるときは、当該消費生活用製品の回収その他の危害の発生及び拡大を防止するための措置をとるよう努めなければならない。

2 消費生活用製品の販売の事業を行う者は、製造又は輸入の事業を行う者がとろうとする前項の回収その他の危害の発生及び拡大を防止するため措置に協力するよう努めなければならない。

3 消費生活用製品の販売の事業を行う者は、製造又は輸入の事業を行う者が次条第一項の規定による命令を受けてとる措置に協力しなければならない。

(危害防止命令)

第三十九条 主務大臣は、消費生活用製品の欠陥により、重大製品事故が生じた場合その他一般消費者の生命又は身体について重大な危害が発生し、又は発生する急迫した危険がある場合において、当該危害の発生及び拡大を防止するため特に必要があると認めるときは、第三十二条の規定又は政令で定める他の法律の規定に基づき必要な措置をとるべきことを命ずることができる場合を除き、必要な限度において、当該消費生活用製品の製造又は輸入の事業を行う者に対し、その製造又は輸入に係る当該消費生活用製品の回収を図ることその他当該消費生活用製品による一般消費者の生命又は身体に対する重大な危害の発生及び拡大を防止するために必要な措置をとるべきことを命ずることができる。

2 略

(主務大臣に対する申出)

第五十二条 何人も、消費生活用製品による一般消費者の生命又は身体に対する危害の発生を防止するために必要な措置がとられていないため一般消費者の生命又は身体について危害が発生するおそれがあると認めるときは、主務大臣に対し、その旨を申し出て、適当な措置をとるべきことを求めることができる。

2 略

第五章 罰則

第五十八条 次の各号のいずれかに該当する者は、一年以下の懲役若しくは百万円以下の罰金に処し、又はこれを併科する。

一～三 略

四 第三十二条又は第三十九条第一項の規定による命令に違反した者

五 第三十七条の規定による命令に違反した者

第六十条 法人の代表者又は法人若しくは人の代理人、使用人その他の従業者が、その法人又は人の業務に関し、次の各号に掲げる規定の違反行為をしたときは、行為者を罰するほか、その法人に対して当該各号に定める罰金刑を、その人に対して各本条の罰金刑を科する。

一 第五十八条第二号又は第四号 一億円以下の罰金刑

二 第五十八条第一号、第三号若しくは第五号又は前条 各本条の罰金刑

消安法第35条第2項の政令で定める様式(消安法施行令第3条様式第一)

(注) ※印の欄には記入しないこと。

報 告 書

※ 管 理 番 号	
※ 受 付 年 月 日	年 月 日

製 品 名			品名(ブランド名)		
			機種・型式等	(生産国名:)	
事故発生年月日	年 月 日 午前・午後 時頃				
火 災 の 有 無	1.有 2.無	一酸化炭素中毒の有無	1.有 2.無	製品被害の有無	1.有 2.無
人 的 被 害 区 分	①死亡()名				
	②負傷又は疾病(治療に要する期間が30日以上のもの)()名 (以下の後遺障害が発生した場合は、該当する障害の延べ人数を記入すること。) 1.視覚障害()名 2.聴覚又は平衡機能の障害()名 3.嗅覚の障害()名 4.音声機能、言語機能又はそしゃく機能の障害()名 5.肢体不自由()名 6.循環器機能の障害()名 7.呼吸器機能の障害()名 8.消化器機能の障害()名 9.泌尿器機能の障害()名				
	③負傷又は疾病(治療に要する期間が30日未満のもの)()名 (以下の後遺障害が発生した場合は、該当する障害の延べ人数を記入すること。) 1.視覚障害()名 2.聴覚又は平衡機能の障害()名 3.嗅覚の障害()名 4.音声機能、言語機能又はそしゃく機能の障害()名 5.肢体不自由()名 6.循環器機能の障害()名 7.呼吸器機能の障害()名 8.消化器機能の障害()名 9.泌尿器機能の障害()名				
	④人的被害なし				
事 故 内 容	①事実関係				
	同一機種による類似事故の発生件数: 件(本件を除く。)				
	②事故発生の原因 1.設計不良 2.製造不良 3.使用部品又は材料の不良 4.経年劣化 5.表示の不備 6.取扱説明書の不備 7.据付・工事の不良 8.その他() (以下、詳細を記述すること。) 				
	③事故に係る再発防止の措置 1.製造の中止 2.輸入の中止 3.販売の中止 4.製品の改良 5.製造工程の改善 6.品質管理の強化 7.製品の回収 8.製品の点検・修理 9.消費者に注意喚起 10.表示の改善 11.取扱説明書の改善 12.特に措置しない 13.その他() (以下、今後販売する製品及び既販品に係る再発防止措置について、詳細を記述すること。) 				
	④当該事故原因を調査した機関等の名称及び連絡先 (名称): (連絡先):				
	⑤事故品を保管している機関等の名称及び連絡先 (名称): (連絡先):				

事故を認識した契機と日	(認識した契機)：
	(認識した年月日) 年 月 日 午前・午後 時頃
事故発生場所	● (住所)：
	(具体的場所)：

☆当該機種・型式等の製品に関する製造時期及び数量	(時期)： 年 月 日 から 年 月 日まで
	(数量)：
☆当該機種・型式等の製品に関する輸入時期及び数量	(時期)： 年 月 日 から 年 月 日まで
	(数量)：
☆当該機種・型式等の製品に関する販売時期及び数量	(時期)： 年 月 日 から 年 月 日まで
	(数量)：

行政機関の保有する情報の公開に関する法律（平成11年法律第42号）に基づく本報告書の開示請求があった際、☆印の項目に係る記載内容を開示することについて特段の支障がある場合は、以下の□を黒く塗りつぶすこと。

☐ 行政機関の保有する情報の公開に関する法律に基づく開示請求があった際、☆印の項目に係る記載内容を開示することについて特段の支障がある。

製造・輸入事業者の名称及び所在地	(名称)：
	(報告者の業種) 1.製造事業者 2.輸入事業者
	(届出の有無) 1.有（根拠となる法律名：) 2.無
	(所在地)：
	(電話番号)：
所属の業界団体名及び同所在地	(担当部署)：
	(担当部署電話番号)：
	● (担当者役職)：
	● (担当者氏名)：
	(名称)：
所属の業界団体名及び同所在地	(所在地)：
	(電話番号)：

(備考) 1 この用紙の大きさは、日本工業規格A4とすること。

2 ●印の項目に係る記載内容（事故発生場所（住所）については、町村以下の部分に限る。）については、行政機関の保有する情報の公開に関する法律に基づく開示請求があった場合においても原則不開示とするが、法人役員の役職及び氏名その他既に公表されているものについては開示される。

液化石油ガスの保安の確保及び取引の適正化に関する法律 (抜粋)

(災害防止命令)

第六十五条 経済産業大臣は、次の各号に掲げる事由により一般消費者等の生命又は身体について液化石油ガスによる災害が発生するおそれがあると認める場合において、当該災害の拡大を防止するため特に必要があると認めるときは、当該各号に規定する者に対し、その販売し、又は製造した当該液化石油ガス器具等の回収を図ることその他当該液化石油ガス器具等による一般消費者等の生命又は身体についての災害の拡大を防止するため必要な措置をとるべきことを命ずることができる。

- 一 液化石油ガス器具等の製造、輸入又は販売の事業を行う者が第三十九条第一項の規定に違反して液化石油ガス器具等を販売したこと。
- 二 届出事業者がその届出に係る型式の液化石油ガス器具等で第四十六条第一項の経済産業省令で定める技術上の基準に適合しないものを製造し、輸入し、又は販売したこと（第四十六条第一項ただし書の規定の適用を受けて製造し、又は輸入した場合を除く。）。

第七章 罰則

第九十六条 次の各号の一に該当する者は、一年以下の懲役若しくは百万円以下の罰金に処し、又はこれを併科する。

一～三 略

四 第六十五条の規定による命令に違反した者

第百三条 法人の代表者又は法人若しくは人の代理人、使用人その他の従業員が、その法人又は人の業務に関し、次の各号に掲げる規定の違反行為をしたときは、行為者を罰するほか、その法人に対して当該各号に定める罰金刑をその人に対して各本条の罰金刑を科する。

一 第九十六条第二号又は第四号 一億円以下の罰金刑

二 略

ガス事業法 (抜粋)

(災害防止命令)

第三十九条の十八 経済産業大臣は、次の各号に掲げる事由により一般消費者等の生命又は身体についてガスによる災害が発生するおそれがあると認める場合において、当該災害の拡大を防止するため特に必要があると認めるときは、当該各号に規定する者に対し、その販売し、又は製造した当該ガス用品の回収を図ることその他当該ガス用品による一般消費者等の生命又は身体についての災害の拡大を防止するため必要な措置をとるべきことを命ずることができる。

- 一 ガス用品の製造、輸入又は販売の事業を行う者が第三十九条の三第一項の規定に違反してガス用品を販売したこと。
- 二 届出事業者がその届出に係る型式のガス用品で第三十九条の十第一項の経済産業省令で定める技術上の基準に適合しないものを製造し、輸入し、又は販売したこと（同項ただし書の規定の適用を受けて製造し、又は輸入した場合を除く。）

第五十六条の二 次の各号の一に該当する者は、一年以下の懲役若しくは百万円以下の罰金に処し、又はこれを併科する。

一～四 略

五 第三十九条の十八の規定による命令に違反した者

第六十条 法人の代表者又は法人若しくは人の代理人、使用人その他の従業者が、その法人又は人の業務に関し、次の各号に掲げる規定の違反行為をしたときは、行為者を罰するほか、その法人に対して当該各号に定める罰金刑を、その人に対して、各本条の罰金刑を科する。

- 一 第五十六条の二（第四号及び第五号に係る部分に限る。） 一億円以下の罰金刑

電気用品安全法 (抜粋)

(危険等防止命令)

第四十二条の五 経済産業大臣は、次の各号に掲げる事由により危険又は障害が発生するおそれがあると認める場合において、当該危険又は障害の拡大を防止するため特に必要があると認めるときは、当該各号に規定する者に対し、販売した当該電気用品の回収を図ることその他当該電気用品による危険及び障害の拡大を防止するために必要な措置をとるべきことを命ずることができる。

- 一 電気用品の製造、輸入又は販売の事業を行う者が第二十七条第一項の規定に違反して電気用品を販売したこと。
- 二 届出事業者がその届出に係る型式の電気用品で技術基準に適合しないものを製造し、輸入し、又は販売したこと（第八条第一項ただし書の規定の適用を受けて製造し、又は輸入した場合を除く。）。

第7章 罰則

第五十七条 次の各号の一に該当する者は、一年以下の懲役若しくは百万円以下の罰金に処し、又はこれを併科する。

一～五 略

六 第四十二条の五の規定による命令に違反した者

第五十九条 法人の代表者又は法人若しくは人の代理人、使用人その他の従業者が、その法人又は人の業務に関し、次の各号に掲げる規定の違反行為をしたときは、行為者を罰するほか、その法人に対して当該各号に定める罰金刑を、その人に対して各本条の罰金刑を科する。

一 第五十七条（第二号及び第六号に係る部分に限る。） 一億円以下の罰金刑

二 略

(参考5) 株式会社 優が輸入・販売した電気ストーブ (ハロゲンヒーター) について

News Release

経済産業省
Ministry of Economy,
Trade and Industry
METI

平成18年12月22日

経 済 産 業 省

中部経済産業局同時発表

(株)優が輸入・販売した電気ストーブ (ハロゲンヒーター) について (第2報)
[販売事業者による製品回収]

経済産業省は、「株式会社優が輸入・販売した電気ストーブ (ハロゲンヒーター) に係る注意喚起について」を12月15日 (金) に発表しました。

この発表を受けて、当該電気ストーブを販売した販売店から、自主的に当該電気ストーブを回収する旨の申し出がありましたので、回収方法等を公表するものです。

1. 事案の概要

- (1) 株式会社優が平成14年9月から平成14年12月に輸入・販売した電気ストーブ (ハロゲンヒーター、韓国・SELLATECH (セラテック) 製、機種名: パラエナジーYH-8000 (B)、輸入・販売台数: 約2万台 (愛知県を中心に販売)) において、発火事故が4件発生しているが、輸入事業者である株式会社優は、負債を抱えて、廃業状態であり、製品の回収等は望めない状況にあります。
- (2) このため、下記販売事業者が販売した製品に限り販売事業者が、輸入事業者に代わり製品の回収を行うものです。
下記の販売店で当該電気ストーブを購入された方は、それぞれのお問い合わせ先にご相談下さい。

2. 各販売店のお問い合わせ先 (50音順)

株式会社ギガス 0120-775-011

(販売店舗名: ギガス)

(現在の店舗名: ケーズデンキ)

株式会社バロー 0120-418-628

(販売店舗名: フジヤホームセンター)

(現在の店舗名: ホームセンターバロー)

株式会社ホームエクスポ 0120-39-0004

(販売店舗名: サカキヤホームセンター、ホームエクスポ)

(現在の店舗名: ホームエクスポ)

3. 消費者の方々への再度の注意喚起

経済産業省は、上記電気ストーブを御使用の消費者の皆様におかれては、発火事故の発生の危険性が否定できないことから、直ちに当該製品の御使用を中止して頂きますよう重ねて呼びかけるものです。

[本件に関する問い合わせ先]

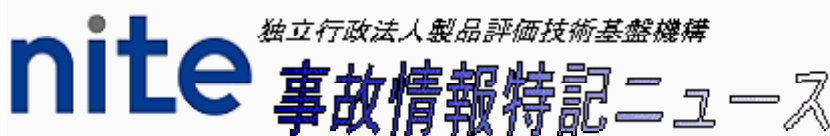
経済産業省商務情報政策局消費経済部製品安全課

担当者: 角井、本屋 電話: 03-3501-4707 (直通)

経済産業省中部経済産業局産業部消費経済課製品安全室

担当者: 壁谷、佐藤 電話: 052-951-0576 (直通)

(参考5) 株式会社 優が輸入・販売した電気ストーブ (ハロゲンヒーター) について



18-7

No. 76
2006. 12. 22
<http://www.jiko.nite.go.jp/>

【販売事業者による製品回収】

独立行政法人製品評価技術基盤機構は、株式会社優(ゆう) (岐阜県岐阜市) が輸入・販売した電気ストーブ (ハロゲンヒーター) の事故についての注意喚起を12月15日 (金) に発表しました。

その後、当該事業者が負債を抱えている等の理由で消費者対応ができないことから、下記販売事業者が販売した製品に限り、当該販売事業者が自主的に当該電気ストーブを回収することになりましたのでお知らせします。

※下記の販売店でご購入された製品をお持ちの方は、それぞれのお問い合わせ先にご相談ください。

1. 対象製品

商品名: ハロゲンヒーター
型式: パラエナジー YH-8000 (B)
生産国: 韓国
輸入事業者: 株式会社優
販売期間: 平成14年9月～12月頃



2. 自主回収を行う販売店及びお問い合わせ先 (50音順)

株式会社ギガス 0120-775-011
(販売店舗名: ギガス、現在の店舗名: ケーズデンキ)

株式会社バロー 0120-418-628
(販売店舗名: フジヤホームセンター、現在の店舗名: ホームセンターバロー)

株式会社ホームエキスポ 0120-39-0004
(販売店舗名: サカキヤホームセンター、ホームエキスポ、現在の店舗名: ホームエキスポ)

3. 消費者の方々への再度の注意喚起

上記電気ストーブを御使用の方は、発火事故の発生危険性が否定できないことから、直ちに当該製品の御使用を中止してください。

<本ニュースの問い合わせ先>

独立行政法人製品評価技術基盤機構 生活・福祉技術センター
製品安全企画課 TEL 06-6942-1113
製品安全技術課 TEL 06-6942-1114

リコールハンドブック改訂委員会 委員名簿

(敬称略・委員：五十音順)

	氏 名	所 属
委 員 長	廣 瀬 久 和	東京大学大学院法学政治学研究科 教授
委 員	新 井 克	株式会社損保ジャパン・リスクマネジメント リスクエンジニアリング事業部 PLグループ部長
委 員	石 川 純 子	社団法人消費者関連専門家会議 事務局長
委 員	犬 飼 康 夫	社団法人全国中小貿易業連盟 常務理事
委 員	大 内 孝 典	全国電機商業組合連合会 常務理事
委 員	大河内 美保	主婦連合会 副会長
委 員	長見 萬里野	財団法人日本消費者協会 参与
委 員	櫻 橋 晴 雄	社団法人日本ガス石油機器工業会 専務理事
委 員	佐 藤 岩 雄	東京都生活文化局消費生活部 生活安全課長
委 員	鈴 木 善 統	日本チェーンストア協会 専務理事
委 員	瀬 戸 実	全国中小企業団体中央会 業務推進室長
委 員	高 巖	麗澤大学国際経済学部 教授
委 員	沼 尻 禎 二	財団法人家電製品協会 消費者部長
委 員	堀 井 良 一	独立行政法人製品評価技術基盤機構 生活・福祉技術センター 次長
委 員	若 井 博 雄	財団法人製品安全協会 専務理事

問い合わせ先

経済産業省 商務情報政策局 製品安全課

〒100-8901 東京都千代田区霞が関一丁目3番1号

TEL 03-3501-4707

FAX 03-3501-6201

e-mail seihin-anzen@meti-go.jp

＊本資料は、以下のURLから入手できますのでご自由にご活用ください。

http://www.meti.go.jp/product_safety/recall/handbook.pdf