

# 「製品安全に関する流通事業者向けガイド」 の概要とポイント

---

2014年10月

MS&AD

INSURANCE GROUP

株式会社インターリスク総研

# 目次

## はじめに

- ・ガイド策定の経緯
- ・ガイドの体系
  
- ・「製品安全に関する流通事業者向けガイド」のご紹介
  - ・安全原則→基本方針 主文・(1)～(4)＋行動原則1～5
  - ・共通指針→1～9
  
- ・「製品安全に関する流通事業者向けガイド」の活用方法
  - ・製品安全管理態勢の再評価に関する想定事例
  - ・従業員に対する製品安全教育に関する想定事例

# はじめに

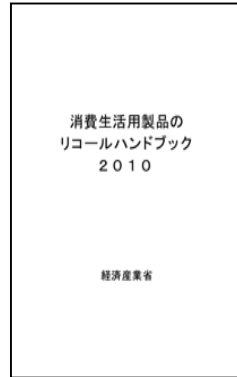
## ～「製品安全に関する流通事業者向けガイド」策定の経緯～

①

製品安全自主行動計画  
策定のためのガイドライン



リコール  
ハンドブック2010



リスクアセスメント  
ハンドブック((第一版)



<2010年度弊社受託事業>

リスクアセスメント  
ハンドブック(実務編)



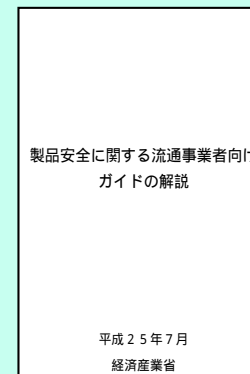
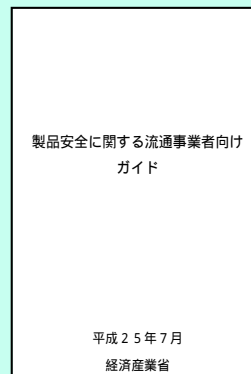
②

<2011年度弊社受託事業>  
製品安全に関する  
事業者ハンドブック



③

<2012年度弊社受託事業>  
製品安全に関する流通事業者向けガイド  
製品安全に関する流通事業者向けガイドの解説

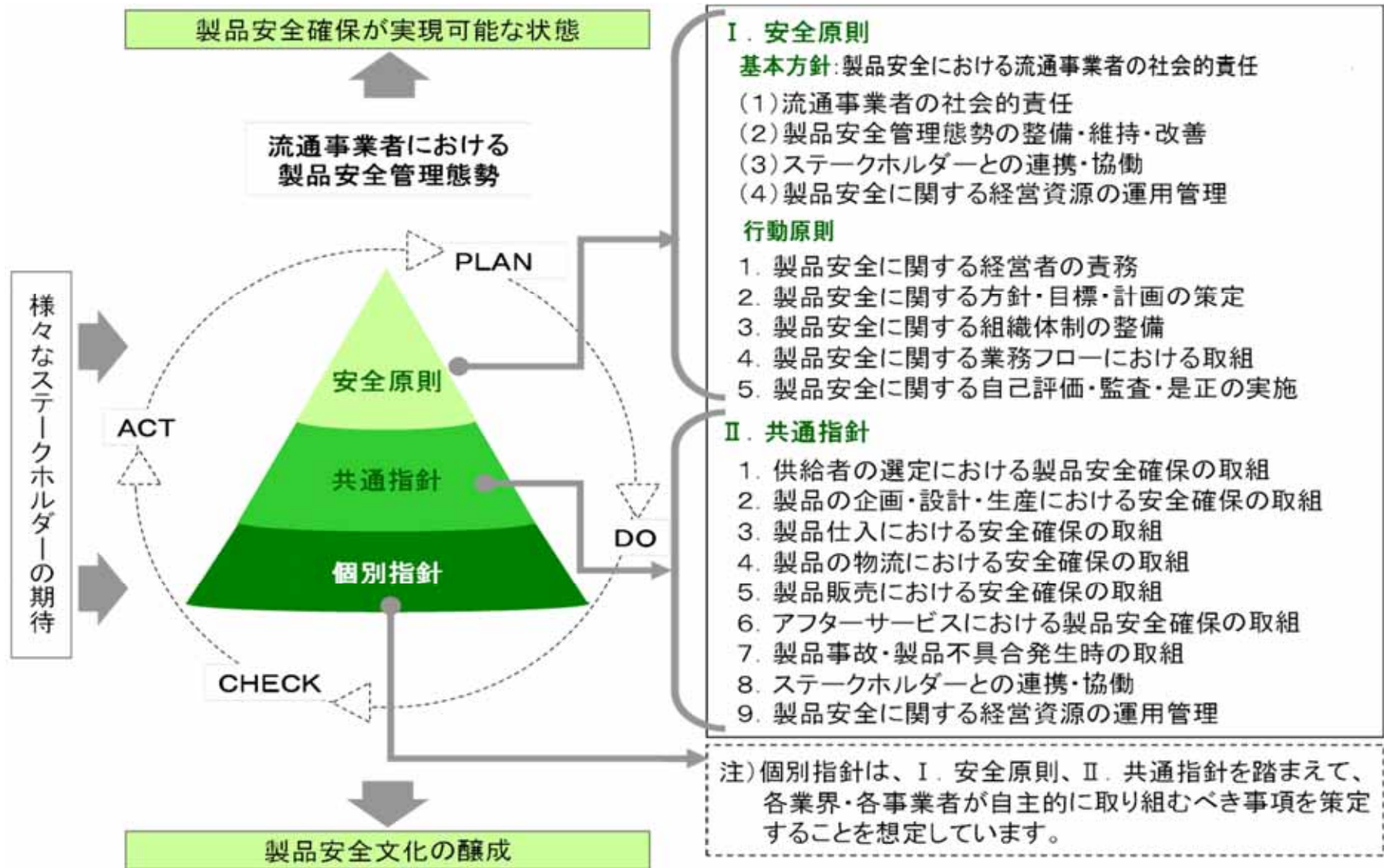


ISO10377－  
「消費者製品安全  
供給者のためのガイドライン」

ISO10393－  
「消費者製品リコール-  
供給者のためのガイドライン」

作成段階で、製品安全に  
関する国際規格である  
上記2規格に準じた内容と  
なるよう配慮

# はじめに ～ガイドの体系～



## 「製品安全に関する流通事業者向けガイド」のご紹介

【本項の構成について】

- 赤字以外の箇所

→「製品安全に関する流通事業者向けガイド」および「ガイドの解説」からの抜粋・引用

- 赤字箇所

→各項目についての解説

# 安全原則【基本方針 主文・(1)】

## 製品安全における流通事業者の社会的責任

流通事業者は、安全・安心な社会を実現するため、消費者重視の経営理念に基づき、製品の安全確保が自らの社会的責任であることを認識した上で、製品安全管理態勢の整備・維持・改善、ステークホルダーとの連携・協働、経営資源の運用管理を行い、製品事故の未然防止・被害の拡大防止に努め、製品安全文化の醸成を図る必要があります。

### (1) 流通事業者の社会的責任

〔製品安全における流通事業者の社会的責任の具体的な例示〕

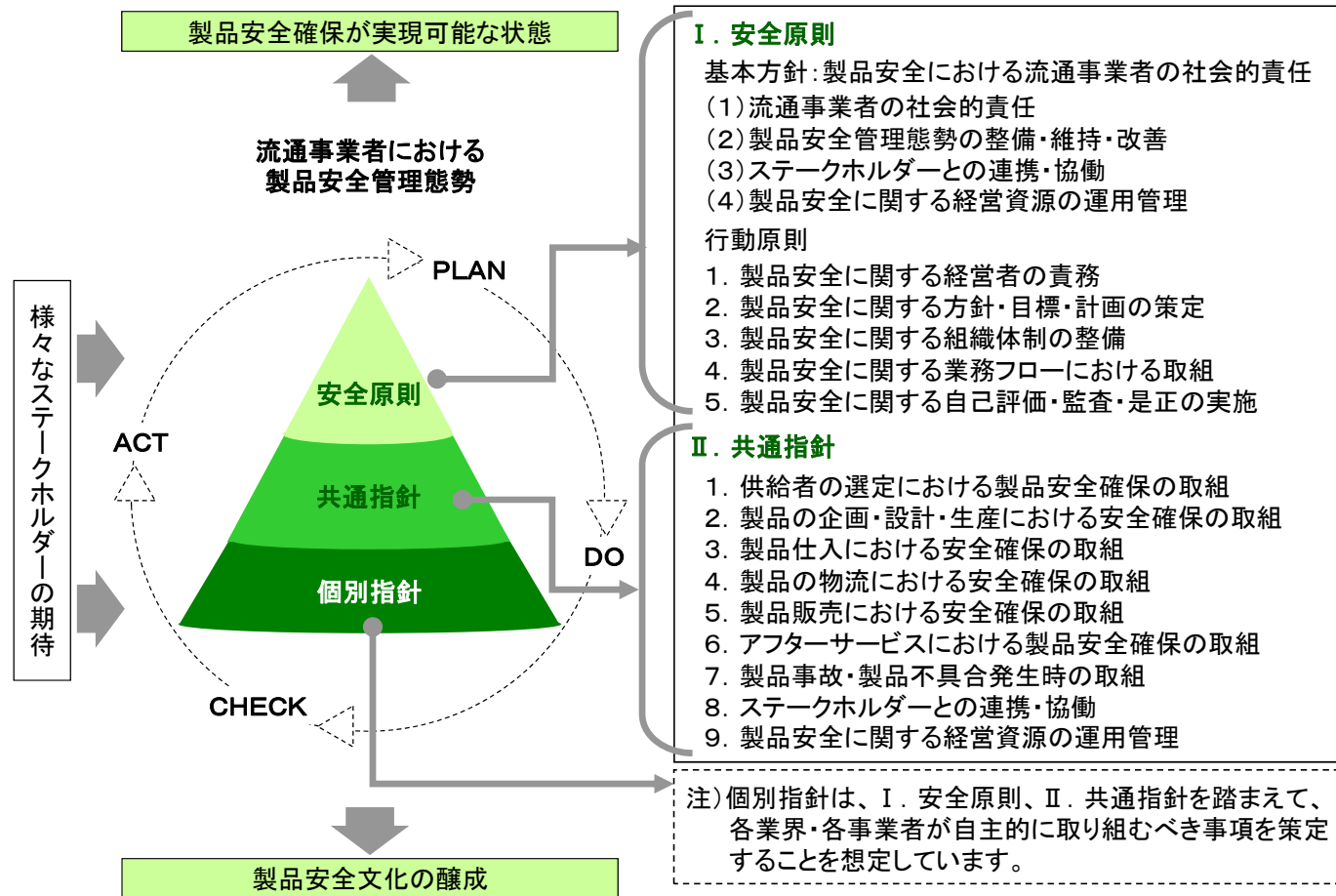
- ✓ 消費者の期待を踏まえて製品の安全確保に努めること
- ✓ 製品安全に関する法令等を遵守した上でさらにリスクの低減を図ること
- ✓ 製品事故等の未然防止に努めること
- ✓ 製品事故等の有事の際に迅速かつ適切に判断・行動して被害の拡大防止を図ること
- ✓ サプライチェーン全体で製品の安全確保に取り組むため、消費者を含むステークホルダーとのコミュニケーションの充実化を図り信頼関係を醸成すること
- ✓ 将来的な社会の安全性や高齢者・障がい者等にも配慮すること
- ✓ 消費者からの問い合わせ・相談・苦情等の解決のために適切な手段を提供すること

# 安全原則【基本方針(2)】

## (2)製品安全管理態勢の整備・維持・改善

### □ 製品安全管理態勢の定義

事業者が製品安全に関する方針・目標・組織体制、仕組み・ルール・基準等を定め、適切な取組・運用管理・啓発等が実施され、製品安全確保が実現可能な状態にあること

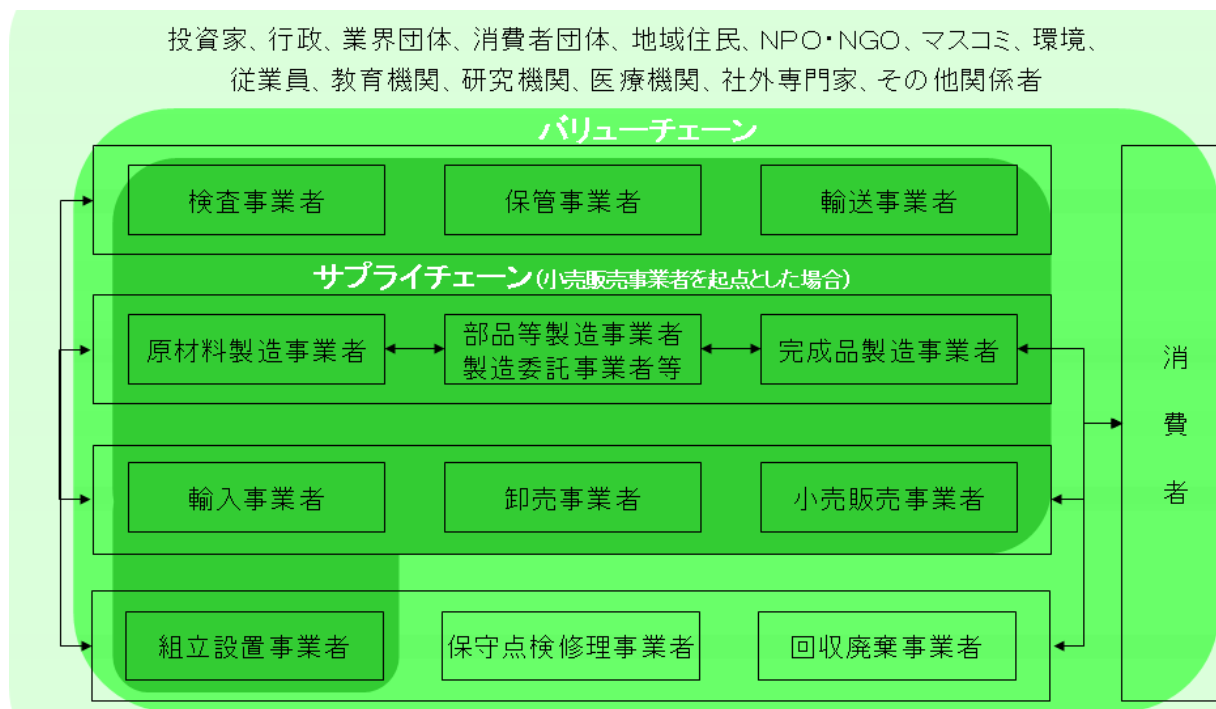


# 安全原則【基本方針(3)・(4)】

## (3)ステークホルダーとの連携・協働

□ 消費者を含むステークホルダー(利害関係者)とのコミュニケーションの強化、信頼関係の構築

図 様々なステークホルダー



## (4) 製品安全に関する経営資源の運用管理

□ 人的資源、情報資源、物的資源、金銭的資源等の経営資源を適時適切に投入



# 安全原則【行動原則1】

## 1. 製品安全に関する経営者の責務

経営者は、安全・安心な社会を実現するという企業の社会的責任を踏まえ、経営者の責務を認識した上で、製品の安全確保に努める必要があります。

[製品安全における経営者の責務の例示]

- ✓ 経営者は、事業活動において最も優先すべき事項の一つが消費者の安全確保であることを認識すること
- ✓ 経営者は、自社の製品安全方針・目標を全従業員に共有させ、能動的に製品安全に取り組むよう統制すること
- ✓ 経営者は、自社の製品安全管理態勢の整備・維持・改善に努め、経営資源の配分を含め、定期的に妥当性を評価すること
- ✓ 経営者は、危機管理対応態勢を整備し、有事の際は自らリーダーシップを発揮して、迅速かつ適切に判断・行動すること
- ✓ 経営者は、全従業員が製品安全を重んじる企業文化・風土を醸成すること

[中小企業経営者の留意点]

- ✓ 製品安全に関する法令を理解して義務・責務を果たすこと。
- ✓ 事業規模や売上高と求められる製品安全レベルは比例しないこと(事業規模等が小さい事業者も、規模が大きい事業者も取り扱う製品のリスクは同じです)。
- ✓ 事業規模が小さく財政基盤が弱い企業ほど、製品事故等の発生時に経営に与えるダメージは大きいこと(取引停止、損害賠償、製品回収費用等による財務的影響は、規模が小さいほど甚大です)。
- ✓ 従業員が少ない場合、特定領域の専門性だけでなく、製品安全の全体像を理解する人材を育成すること。
- ✓ 経営努力や創意工夫により、事業規模が小さいゆえに、機動性・即応性の高い取組が可能であること。

# 安全原則【行動原則2】

## 2. 製品安全に関する方針・目標・計画の策定

流通事業者は、自社の経営理念を踏まえた上で、製品安全方針を定め、製品安全方針を実現するための目標・計画を設定する必要があります。

### (1)製品安全方針の策定

□ 経営者のコミットメント、方針→目標→計画の具体的展開が不可欠

#### [製品安全に関する自主行動計画の事例]

##### 〇〇グループ 製品安全自主行動指針

当社およびグループ各社は、お客様に安全な製品を販売し、安全に稼働する修理・設置工事を実施することにより、安心・安全な社会を構築することが我々の社会的責任であることを深く認識し、当社グループ行動宣言に則り、以下のとおり製品安全に関する自主行動指針を定め、誠実かつ積極的に製品安全の確保に取り組んでまいります。

#### 1. お客様に安心してご使用いただける製品の提供及び修理・設置工事に努めます。

高性能かつ安価な製品の販売を追求するだけでなく、お客様が安心してご使用いただける製品やサービスをご提供することが当社の社会的責任であると深く認識し、快適かつ安全・安心な社会の構築に貢献いたします。

#### 2. 製品事故等の情報を速やかに収集し、お客様にご提供いたします。

製品事故等(欠陥、不具合、類似製品の事故)が発生した場合、お客様、製造事業者、輸入事業者、修理・設置事業者等から積極的に情報を収集し社内共有するとともに、速やかに情報をお客様、製造事業者、輸入事業者、修理・設置事業者等に提供いたします。これにより、被害の拡大を防ぎ、事故再発の防止、原因究明に貢献いたします。

3. 製品事故等の報告体制、製品回収体制を整備いたします。

万が一、ご提供した製品によって、お客様に危害を及ぼすおそれのある事が発覚した場合等、事故の発生及び拡大を阻止するべく、必要があれば自主的に行政等の関連機関にも報告するなど、製造事業者、輸入事業者による迅速かつ的確なリコール(製品回収)等が行われるよう積極的に協力し、お客様の安全確保を最優先に行動いたします。

4. 製品の正しい使い方の周知、啓発に努めます。

製品の誤使用による事故の発生や被害拡大を未然に防止するため、製品の正しい使い方の周知・啓発活動を積極的に推進いたします。

5. リスク管理体制を整備し、製品安全体制の維持・向上を図ります。

製品安全確保のためのリスク管理体制を整備し、製品安全に関する社内外からの情報に迅速かつ的確に対応できる組織体制および従業員教育体制を充実させてまいります。

また、定期的に社内モニタリングを実施するなど、社内体制の維持・向上に努めます。

6. 経営の基本方針に「お客様重視」「製品安全の確保」を掲げ、実行いたします。

これらの基本方針を当社の全従業員に徹底するため、経営の基本方針に「お客様重視」「製品安全の確保」を掲げ、製品安全管理とコンプライアンスの遵守に努めます。

〇〇株式会社  
取締役社長 〇〇 〇〇  
平成〇〇年〇月〇日制定

[家電量販]

## (2)製品安全目標の設定

- 製品安全方針を具現化するための中期・短期の製品安全目標は、自社の現状認識を踏まえ、合理的な根拠に基づく適正なレベルを、可能な限り定量的に設定

### [製品安全目標設定の例示]

- ✓ 当社販売製品による重大製品事故ゼロ件
- ✓ 安全性に関する苦情〇%減
- ✓ 製品群別製品安全調達基準の遵守
- ✓ トレーサビリティの向上(会員登録率〇%増)
- ✓ 社内資格取得者〇%増加
- ✓ 取引先との情報交換会開催年間〇回以上 等

## (3)製品安全取組計画の作成

- 全社的な取組計画を作成し、その計画を各部門・各課、各店舗、各人にブレイクダウンして、個々人が取り組むべき内容を明確化  
各人が計画に従って目標を達成すれば、全社の目標が達成される仕組み

# 安全原則【行動原則3】

## 3. 製品安全に関する組織体制の整備

流通事業者は、組織の役割と権限を明確化し、自社の製品安全に関する組織体制を整備する必要があります。

- 自社の製品安全方針・目標・計画を踏まえ、自社の取組に必要な機能や経営資源を明らかにした上で、製品の安全確保を効率的に推進できる体制の整備
- 組織を横断する意思決定メカニズムが明確となっていることが重要

### [体制整備の例示]

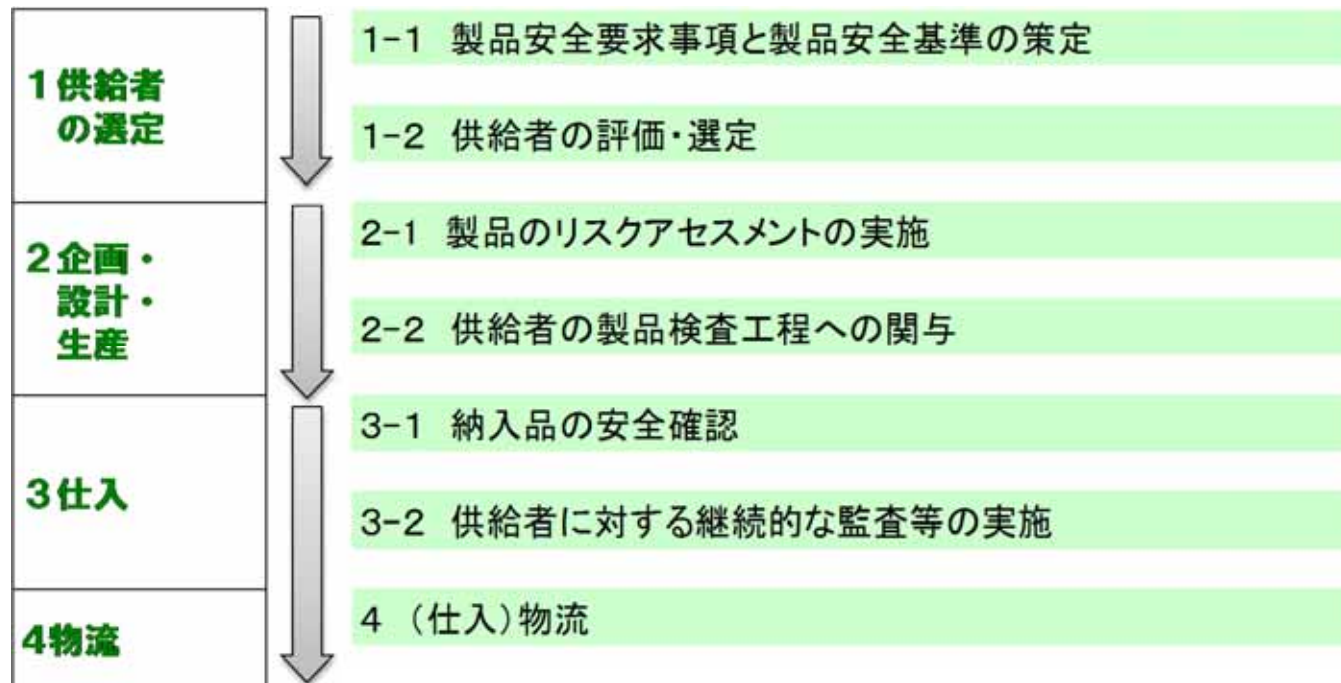
- ✓ 製品安全に関する法令を遵守するための体制整備
- ✓ 製品区分や製品リスク特性に応じた製品安全管理体制の整備
- ✓ 供給者の選定・監査等を行うための体制整備
- ✓ 消費者に製品安全情報を発信するための体制整備
- ✓ 消費者の問い合わせ等に対応するための体制整備
- ✓ 収集した情報を社内外で共有し活用するための体制整備
- ✓ 製品事故・リコール等の発生時に迅速かつ適切に対応できる体制の整備 等

# 安全原則【行動原則4】

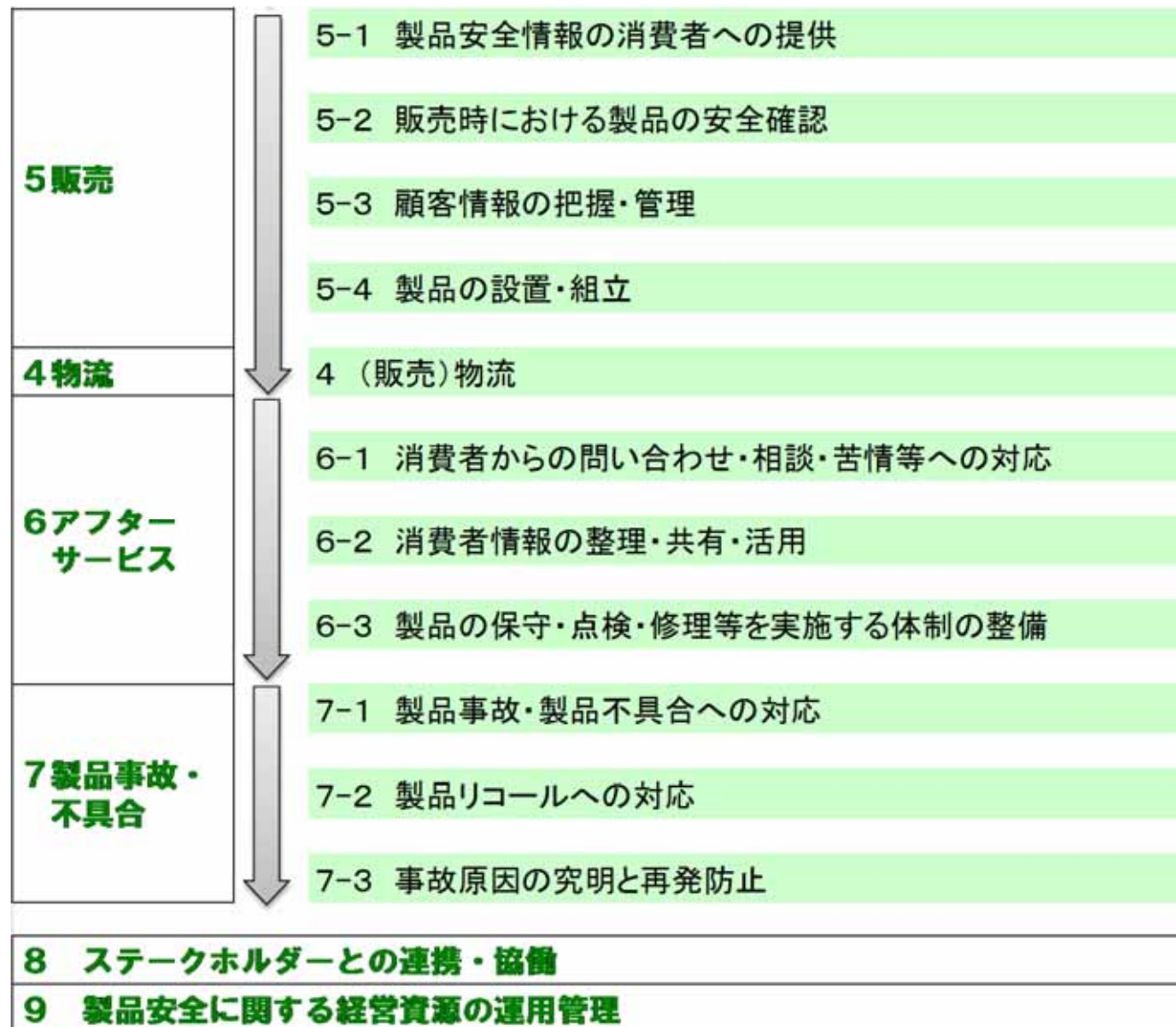
## 4. 製品安全に関する業務フローにおける取組

流通事業者は、業務フローの各プロセスにおける製品安全を確保する取組と役割権限を明確化する必要があります。

- 各プロセスにおいて、製品の安全確保のために重要な管理点を特定し、実施すべき取組と役割権限を明確化
- 製品事故等に備えて、様々なステークホルダーとの連携・協働により、各プロセスにおけるトレーサビリティ(追跡可能性)を高めることが重要









# 安全原則【行動原則5】

## 5. 製品安全に関する自己評価・監査・是正の実施

流通事業者は、製品安全管理態勢に関する自己評価、内部監査を実施し、是正が必要な場合は、遅滞なく是正措置を講じる必要があります。

- 部門ごとに製品安全目標の達成状況、計画の進捗状況、規程類の遵守状況等についての確認を行い、製品安全管理態勢の運用の適切性やパフォーマンスの妥当性に関して評価
- 社外専門家など第三者による監査を実施して、内部監査では把握できない自社の課題や是正事項を発見することも有効

### [監査プログラムの例示]

- 監査の当事者
- ✓ 監査依頼者  
経営トップ、リスク管理担当役員、製品安全・品質担当役員等
- ✓ 監査者(実施者)  
業務監査部門、品質保証部門等、監査能力を有する部署から監査人を選任し、必要に応じて製品安全の知見やノウハウを有する者を補完します。
- ✓ 被監査者  
仕入部門、製品企画開発部門、品質管理部門、販売部門、各店舗等。

## 監査の仕様

### ✓ 監査範囲

自社の製品安全管理態勢全般を監査の範囲とします。

### ✓ 監査基準

方針・目標・計画、規程・規則・手順書・要求事項等を監査基準とし、非監査者へのヒアリングや自己評価の記録等を基に監査を実施します。

### ✓ 監査計画

監査方針や重点監査項目を決定し、監査計画を作成して事前に被監査者に提示します。

# 1. 供給者の選定における製品安全確保の取組

## 1-1 製品安全要求事項と製品安全基準の策定

流通事業者は、自社の製品安全方針・目標等を踏まえ、製品に求められる自社の製品安全要求事項及び製品安全基準を策定します。

- 法令や規格等の遵守のみでは、製品の安全性確保のためには不十分な場合あり
- 自社の製品安全方針・目標を達成するために製品に求められる特性を検討し、自社固有の「製品安全要求事項」を設定
- 調達する製品の評価や製品検査時の適合性を確認するため、①公的基準や業界基準、②製品事故・不具合・故障等の発生状況、③苦情等の内容等を参考にして、自社固有の「製品安全基準」を設定

### [製品安全要求事項を設定している事例](定性的な安全確保の条件)

- 自社で取り扱いの可否を定めた基準を設定している。[テレビ通信販売]
  - ・ 社会倫理・企業倫理に反するような商品
  - ・ 法令に違反している商品
  - ・ 知的所有権などで係争中、又は係争になる恐れのある商品
  - ・ 自社の品質基準を満たしていない商品
  - ・ 販売するに当たり許認可、届出が必要な商品で自社において該当の許認可の取得、届出がなされていない商品 等は取り扱わない。
  
- 商品安全基準 [通信販売]
  - 1 使用素材・原材料まで遡った源流管理に努めます。
  - 2 環境ホルモン、生態系への影響が懸念されるもの、発がん性等の疑いがある物質を制限します。
  - 3 有害な化学物質の使用を制限します。
  - 4 人体に有害な貴金属含有のある素材の使用を制限します。
  - 5 人体にアレルギーを引き起こす恐れのある素材の使用を制限します。
  - 6 ホルムアルデヒドの使用を制限します。
  - 7 窒息等、重大事故を未然に防ぐ、構造設計または商品選定を行います。
  - 8 ケガをしやすい構造・素材の使用を制限します。 等

## [製品安全基準を設定している事例](定量的な安全確保の条件)

- 商品品質、安全性の基準等を定めた「品質基準書」、受入検査の合格水準・検査方法・検査項目・検査環境要件等を定めた「受入検査基準」、自社にて取り扱いの可否を定めた「取扱不可商品の基準」等を定めている。[テレビ通信販売]
- 本社の製品安全管理部門において取扱製品の安全要求事項、安全基準、検査基準等を策定している。[家具・インテリア量販]
- SG規格・JIS規格、業界基準等がある品種については準拠した自社の品質基準(582品種)を作成している。[ホームセンター]
- 自社独自の品質基準を策定して製品の納入前検品を実施する。当該基準は、自社の製品事故・トラブルや他社の類似製品の事故等を踏まえ適時見直しを行うとともに、見直し内容の適正性について公的試験機関と意見交換を実施している。[通信販売]
- 調達品の安全基準は、適用される法令・規格の遵守状況を確認するが、法令・規格が存在しない製品については自社基準を設定して供給者に提示する。[百貨店]
- 公的機関の認証を受けていない製品などは、以下の基準を設けている。[家電量販]

電器用品安全法(PSE表示)の確認

電器用品安全法の対象外の製品は、Sマーク・SGマークの表示があるか確認

S・SGマークがない製品で、ヒーター等の発熱・発火の可能性がある商品は、まず、S・SGマークの取得を促し、対応できない場合は、自社の商品検査室で検査を行う。

原則、上記①～③に対応できない製品は取り扱わない。

## 1-2 供給者の評価・選定

流通事業者は、製品の調達にあたって、供給者の製品安全管理態勢を評価し、自社の要求・基準を満たす製品を企画・設計・生産できることを確認します。

□ 流通事業者が安全な製品を調達し販売するためには、安全な製品を企画・設計・生産できる供給者を選定することが極めて重要

- ✓ 継続的に信頼できる取引が可能であること
- ✓ 供給者の製品安全方針と製品安全に対する企業姿勢
- ✓ 製品安全に関する法令の遵守状況
- ✓ 自社の要求・基準を満たす製品を継続的に企画・設計・生産できる体制にあること
- ✓ 適切な製品検査工程を構築していること
- ✓ 製品事故・不具合等の発生時に対応できる体制にあること
- ✓ 供給者の所有する生産設備や作業員など適切な経営資源を確保していること
- ✓ 過去の取引実績、製品事故・リコール等の状況と是正措置の内容 等

□ PB製品等を委託生産するため、供給者(委託生産工場)の選定を行う場合の確認事項

[生産工場の調査における確認事項の例示]

- ✓ 製品の設計図書、仕様書等の管理状況
- ✓ 製品の部品・資材調達の管理状況
- ✓ 生産施設・設備等の管理状況
- ✓ 生産工程管理、品質管理状況
- ✓ 製品検査工程の管理状況
- ✓ 生産・検査等の記録・データの管理状況
- ✓ 不適合品が発生した場合の管理体制
- ✓ 製品のトレーサビリティが確保されているか
- ✓ 工場作業者の技量や教育訓練の状況 等

## 2. 製品の企画・設計・生産における安全確保の取組

### 2-1 製品のリスクアセスメントの実施

流通事業者は、製品の安全が企画・設計・生産段階で確保され、調達する製品のリスクが社会的に許容できる範囲まで低減されていることを確認します。

- リスクアセスメントとは、「意図される使用」のみならず、「合理的に予見される誤使用」を考慮した上で、許容可能な大きさ(規模×頻度)までリスクを低減させるための評価手法

#### [企画・開発・設計段階におけるリスクアセスメントの例示]

- ✓ 法令や規格、自社の製品安全基準への適合性
- ✓ 他社製品を含む過去の類似製品の不具合・事故等の発生状況と原因究明結果
- ✓ 設計段階で確保される製品の本質的安全性の妥当性
- ✓ 想定される使用者、使用方法及び使用環境等の妥当性 等

#### [部品・原材料調達段階、生産段階におけるリスクアセスメントの例示]

- ✓ 部品の精度や原材料の組成のばらつきの許容範囲
- ✓ 生産工程管理と品質管理の妥当性
- ✓ 製品検査項目と検査方法、検査基準の妥当性 等





- 製品の企画・設計・生産に関与しない(関与度が小さい)流通事業者であっても、調達製品のリスクが社会的に許容できる範囲に低減されていることを確認することは大切

[製品調達の検討段階におけるリスクアセスメントの例示]

- ✓ 供給者の過去の同種製品の不具合・事故等の発生状況と是正内容の妥当性
- ✓ 市場での同種製品の不具合・事故発生頻度と被害の程度
- ✓ 法令や規格、自社の製品安全基準への適合性
- ✓ 供給者が想定した製品の使用者、使用方法及び使用環境と自社の想定との差異 等

## 2-2 供給者の製品検査工程への関与

主体的に製品の企画・設計・生産に関与する流通事業者は、供給者の製品検査工程を把握し、必要に応じて検査条件の改善要求や検査への関与を行います。

- 供給者からの納入段階における受入検査を実施するのみならず、必要に応じて供給者の部材等の調達から製品出荷前の製品検査工程に関与して安全性を確認することも有効

### [日本への出荷前に検査を実施している事例]

- 各国に直轄の検品センターを設立し、製品は製造委託先から検品センターに納品され、検品を受けた後に日本に輸出される。検品センターでの検査業務は、実効性のある検査ができるよう現地の第三者機関と連携している。検査基準や検査方法は自社の基準を適用し、検査結果は本社で評価している。

[通信販売]

### 3. 製品仕入における安全確保の取組

#### 3-1 納入品の安全確認

流通事業者は、供給者から納入した製品が自社の要求・基準を満たしていることを、供給者から検査記録・データや書面等を入手して確認します。

- 納入品が、製品発注時に合意した自社の要求や基準を満たしていることを、供給者から検査記録・データ、書面等を入手して確認、製品の特性によっては第三者機関による検査証明書等の提出を要求

#### [納入品の確認事項の例示]

- ✓ 製品が適用される法令や規格に適合していることを確認できる書面
- ✓ 製品が自社の求める仕様や製品安全基準を満たしていることを確認できる書面
- ✓ 製品検査の結果・記録
- ✓ 製品の過去の苦情、不具合、事故等の状況と対策履歴 等

- 必要に応じて製品に同梱される取扱説明書等の注意事項等の内容や、製品本体に貼付されるラベル等の注意表示についても不適切な記載等があれば、表示内容の追加や記載内容の変更等を供給者に要求

#### 3-2 供給者に対する継続的な監査等の実施

流通事業者は、供給者が自社の要求・基準を満たす製品を生産する体制を維持していることを確認するため、継続的に監査等を実施します。

## 4. 製品の物流における安全確保の取組

### 4. 製品の物流における安全確保の取組

流通事業者は、供給者・物流事業者等と連携し、製品安全の確保に必要な運搬・保管のプロセスに関与・管理します。

- 仕入物流においては、供給者との役割を明確にした上で、供給者の製品輸送計画を理解し共有
- 販売物流においては、流通事業者の管理の下、必要に応じて、製品の梱包仕様や輸送手段、輸送経路等における注意事項を供給者や物流事業者に伝え、消費者に納品される製品の安全を確保

[物流プロセスにおいて製品の安全を確保するための留意点]

- ✓ 該当製品の運搬・保管に適用される法令や規制の確認と遵守
- ✓ 製品の特性(可燃・引火性、素材の劣化、保管中の点検・調整の必要性の有無等)
- ✓ 運搬手段、保管場所の環境(温度、湿度、直射日光、塩分、磁気、鉄粉、塵埃、振動・衝撃、気圧、傾斜等)による影響
- ✓ 運搬・保管等の作業者の力量(経験、知識、技能等)
- ✓ 梱包仕様(仕様素材、強度、耐水性、保護・防護材等)

## 5. 製品販売における安全確保の取組

### 5-1 製品安全情報の消費者への提供

流通事業者は製品を販売するにあたって、高齢者や障がい者にも配慮しつつ、様々な媒体を通じて消費者に製品安全情報を提供します。

- 製品の正しい使用方法や注意事項、保証やアフターサービスの内容、製品の不具合発生時の対応などの製品安全情報を消費者に提供することが必要
- 販売形態として製品を手にとり確認する機会を提供できない流通事業者は、自社のウェブサイトや製品カタログ等を通じた製品安全情報の発信が重要

#### [店頭POP・ポスター・チラシにより製品安全情報を提供している事例]

- 電動自転車の乗り方や洗濯機、扇風機、エアコン、ペーパーシュレッダー、燃焼器具などについて、危険な使用方法、経年劣化の症状等についてPOPを作成して店頭に掲示している。[家電量販]



### [ネットショップ、映像等により製品安全情報を提供している事例]

- 販売員による製品説明に加えて、主要製品については正しい使用方法を説明したDVD映像を各店で流して消費者に注意喚起を開始している。[家具・インテリア量販]

### [注意喚起のチラシや文書等を製品に同梱する事例]

- 自社又は仕入先が取扱う製品で事故が発生した場合や、他社の類似商品の事故情報で、使用方法によっては危険が生じる製品と判断した場合、注意喚起を促す文書を作成して製品に同梱、または文書を発送している。[通信販売]
- 自社研究所の検査結果により、事故が発生するおそれがある場合は、注意喚起のシールを製品に貼り付けて頂いたり、取扱説明書を変更してもらおう事で、消費者に注意事項が伝わるようメーカーに依頼をしている。[家電量販]

## 5-2 販売時における製品の安全確認

流通事業者は、販売時に製品の安全確認を実施するとともに、法令の対象製品を取り扱う流通事業者は、製品にPSマークが正しく表示されていることを確認する等の義務があります。

### (1)販売時の製品確認

〔製品状態等の確認を行う機会の例示〕

- ✓ 物流拠点や販売拠点の在庫品の梱包状態に異常がないか目視点検し、損傷等があれば開梱して製品の状態を確認する。
- ✓ 店頭において展示品・試供品として使用する製品や、社員研修等に利用するために開梱した製品を使用して状態を確認する。
- ✓ 販売時に製品の購入者の了解を得て、製品を梱包から取り出し、製品の状態を確認する。
- ✓ 販売拠点が複数ある場合には、拠点ごとに確認する製品を割り振り、確認結果を全拠点で情報を共有する。等

## (2)PSマークの確認

□ 以下の3つの観点で確認する必要あり

- ①規制対象品目に該当するか
- ②規制対象品目に該当する場合、「特定特別製品等」であるか「特定特別製品等以外」であるか
- ③PSマークが正しく表示されているか

## (3)長期使用製品点検・表示制度における確認

□ 特定保守製品を販売する流通事業者は、製品を購入者(所有者)に引渡す際に、製品に同梱されている所有者票の記載内容を説明する義務あり

経年劣化による重大事故のおそれが高い特定保守製品

ビルトイン式電気食器洗機、浴室用電気乾燥機、屋内型ガス瞬間湯沸器、  
屋内式ガスふろがま、石油給湯器、石油ふろがま、FF式石油温風暖房機



### 5-3 顧客情報の把握・管理

流通事業者は、リコール等に対応するため、自社の販売形態や製品のリスク特性等を踏まえ、可能な範囲で顧客情報を把握、管理します。

□消費者の安全を確保するための点検案内、製品事故・不具合、リコール時の連絡等に活用

□個人情報保護法の遵守と適切な管理が必要

#### [顧客の購買履歴を把握・管理している事例]

- ポイントカード会員データベース、インターネット販売履歴データベース、法人販売履歴データベース、更には当社の基幹系システムに販売履歴情報を蓄積している。[家電量販]
- 通信販売の特性を活かしてお届け先、お届け商品情報を社内に蓄積・管理し、リコール等の発生時に対応ができる体制を整えている。[通信販売]
- 顧客データには自社で販売した製品情報だけでなく、販売担当者が顧客を訪問した際に情報を入手し、他社で購入した製品の情報も登録している。[中小家電]

## 5-4 製品の設置・組立

流通事業者は、消費者に製品を安全に使用してもらうため、設置・組立作業が必要な製品について、適切に作業を実施できる体制を整備します。

- 作業者は、製品の設置等に加え、使用者に対して製品を安全に使用するために必要な注意事項や使用期間中の保守・点検方法等についての説明を十分に行って、使用者に注意喚起を図ることが大切

### [定期訪問で使用者に説明する事例]

- 製品の納品・設置時に配送スタッフが、製品を安全に使用していただくための操作方法等のポイントを説明している。また、操作方法や注意事項をまとめた簡易取扱説明書を作成して配布している。[中小家電]

### [ウェブサイト上で情報発信している事例]

- 自社のウェブサイトを活用し、組立手順の動画、組立前説明書などの情報を発信している。[家具・インテリア量販]

## 6. アフターサービスにおける製品安全確保の取組

### 6-1 消費者からの問い合わせ・相談・苦情等への対応

流通事業者は、消費者からの製品に関する問い合わせ・相談・苦情、製品事故・不具合等の情報の受付から解決までのプロセスに対応する体制を整備します。

- 製品不具合の兆候を迅速かつ適切に把握する観点から、ヒヤリハット情報や他社の類似製品の事故情報などを幅広く情報を収集することが大切

#### [情報の収集先(情報源)の例示]

- ✓ 自社の顧客対応部署等(相談窓口、販売部門、アフターサービス部門等)
- ✓ 事業者(製造・輸入事業者、卸・物流事業者、設置・組立事業者)
- ✓ 関係業界団体
- ✓ 消費者団体
- ✓ 行政機関等(経済産業省、消費者庁、製品評価技術基盤機構(NITE)、国民生活センター、消費生活センター 等)
- ✓ マスコミ

#### [収集する情報の内容の例示]

- ✓ 消費者からの製品に関する問い合わせや相談・苦情等に関する情報
- ✓ 設置事業者・修理事業者からの製品不具合・修理等の情報
- ✓ 供給者からの製品事故・不具合・リコール等に関する情報
- ✓ 業界団体が発信する会員企業等の情報
- ✓ 行政機関等が発信する重大製品事故・リコール・事故原因究明結果・商品テスト・市場調査等に関する情報
- ✓ 取扱製品に関する顧客満足度・アフターサービス等の市場情報

### [消費者からの問い合わせ等の対応の事例]

- お客様の質問・問合せに対応する通話料無料のテクニカルセンターを設置し、センターには技術スタッフが常駐して商品の機能や操作方法、故障・修理に関する問合せ等に対応するとともに、出張修理サービスを行っている。[通信販売]

### [情報収集の事例]

- 消費者等からの情報は社内システムに入力されて本社に集約される。システムには不具合や事故情報の他、顧客、従業員が経験したヒヤリハット情報も入力される。[家具・インテリア量販]

## 6-2 消費者情報の整理・共有・活用

流通事業者は、収集した情報を集約・整理して社内外の関係者と共有し、情報の傾向分析等を実施するなど、製品の改善・向上等に活用します。

- 収集に携わる関連部門の役割・権限を明確化し、適切な指揮命令系統を整備した上で、情報が経営者を含め社内関係者に迅速に伝達される体制を整備
- 消費者等から収集した情報を分類・整理し、情報の目的・用途・分析評価方法を明確にした上で、社内関係部門に情報を展開して傾向分析や原因分析等を実施
- 供給者に対して消費者情報や自社の分析結果等を提供し、供給者の製品の改善・向上や不具合等の原因分析に協力

[情報の収集から活用までの流れ]



### [情報を社内外で共有している事例]

- 毎日の朝礼で、メーカーから提供される製品不具合・事故・リコールなどの情報を社員に共有している。  
[中小家電]
- 消費者からの問い合わせ内容は全てデータベースに記録・管理し、重大事故につながる可能性のある情報は、直ちに関係者に電子メールやPC掲示板で共有し、リスク評価を行っている。[通信販売]

### [情報を調査、原因分析に活用している事例]

- 顧客から寄せられた苦情等に関して取引先や検査機関に調査を依頼し、その調査結果を社内事故報告書にまとめて顧客に報告している。また、原因調査を実施し、不具合が発生している場合は、販売中止、告知、商品回収等の措置を実施するとともに、メーカーと協力して品質改善を行う。[総合スーパー]

### 6-3 製品の保守・点検・修理等を実施する体制の整備

流通事業者は、製品の安全性を確保するために、必要に応じて、保守・点検・修理等を迅速、適切に実施する体制を整備します。

□ アフターサービスによって得られる情報は製品の改善・向上に有益な情報

#### [製品の修理等における製品安全確保の事例]

- メーカーからの要請があれば、アフターサービス部門(子会社)が購入者に連絡し訪問点検・修理を行う。また、自社の修理履歴データに基づいて製品ごとの故障特性を分析し、製品の改善提案をメーカーに伝えるなどメーカーの製品開発・改良に協力している。[家電量販]

□ 点検や修理等のサービスの際に、訪問時に製品本体の状態を確認するだけでなく、製品の使用状況等も確認し、適切な助言を実施

#### [定期訪問時に点検、注意喚起等を行う事例]

- 販売後に、営業担当者が定期的に購入者宅を訪問した際に、製品の点検とともに使用方法をチェックし、危険な使い方をしている場合や長期的に使用されている製品について注意を促している(例:石油ファンヒーター、洗濯物、タコ足配線、10年以上前の扇風機等)。[中小家電]

## 7. 製品事故・製品不具合発生時の取組

### 7-1 製品事故・製品不具合への対応

流通事業者は、法的責務及び社会的責任を踏まえた上で、製品事故・不具合を認識した際は、被害の拡大防止に必要な対応を迅速かつ適切に実施します。

#### □ 製品事故・製品不具合発生時の対応

- ・自社の顧客だけでなく一般消費者に対し製品事故の情報を収集し提供するよう努める  
必要あり(消安法34条1項)
- ・重大製品事故の発生を知ったときは、その旨を該当製品の製造事業者又は輸入事業者  
に通知する努力義務あり(消安法34条2項)
- ・非重大製品事故の発生を知った日から可及的速やかに(目安として10日以内に)、  
最寄りのNITE本部又は支所に報告することが求められている(経産省通達)

#### □ 経営者によるリーダーシップが重要

#### [製品事故・不具合発生時の対応事例]

- 事故情報受付時の対応マニュアルを作成し全ての接客部門でマニュアルの運用を徹底している。事故情報を受け付けた場合は、その日のうちに特設メンバーに報告し方針を協議する。重大製品事故情報については、緊急レポートラインにより社長、経営幹部を含む対策メンバーに共有する。緊急連絡網は、夜間・土日祝日も例外なく対応できる体制を整備している。製品不具合が発生した場合は該当製品の出荷配送を停止し、改善策実施後に出荷を再開する・B類似商品も含めお客様からの不具合情報データベースから、R-mapや高齢者、乳幼児の場合の危険度を加味し、販売継続の可否や販売したお客様への対応について判断をしている。[通信販売]



## 7-2 製品リコールへの対応

流通事業者は、製品リコールに積極的に協力するなど、消費者の被害の拡大を防止するよう努める必要があります。

- 製造又は輸入事業者である供給者が実施するリコール等に積極的に協力する責務あり（消安法38条2項、3項）
- 事前にリコール対応の手順、情報伝達経路、意思決定等の体制について、対応マニュアルを作成して社内に周知するなど、リコールを想定した社内体制を整備し、迅速かつ適切なリコール対応の実現を図ることが重要

### <流通事業者に期待されるリコール対応>

- リコール製品の店頭からの撤去、販売中止
- 顧客情報等を活用したリコール情報の当該製品の所有者への連絡（直接連絡できない場合、リコール情報の店頭掲示等による注意喚起）
- 緊急回収が必要な場合、リコール製品の販売数量、在庫数量、顧客情報、修理履歴等の情報を、個人情報に係る守秘義務契約を交わした上で供給者に提供 等

### 7-3 事故原因の究明と再発防止

流通事業者は、事故情報等を供給者に提供するなど、供給者の原因究明等に協力し、事故被害の拡大防止・再発防止に努めます。

- 流通事業者は、供給者から原因究明の結果等についての提供を求め、自らも原因究明結果の妥当性を検証し、供給者の原因究明が不十分と判断した場合は、供給者に対してリコール対応を含む再発防止策の再検討を要請

[供給者等への提供が期待される情報等の例示]

- ✓ 製品事故・製品不具合が発生した製品の情報、事故現品
- ✓ 製品事故・製品不具合の発生状況
- ✓ 被害を受けた顧客に関する情報(ただし、個人情報保護の観点から、顧客本人の同意が前提となる)
- ✓ 同種製品におけるこれまでの製品事故・製品不具合情報のほか、苦情・クレームの受付状況(件数、内容、顧客属性等) 等

[供給者の原因究明結果の妥当性を検証する際の留意点]

(事故原因の検証・分析)

- ✓ 必要十分な情報・データ\*に基づいて事故原因の検証・分析が実施されているか。
  - \* 事故現品、事故発生時の状況、再現試験の結果、設計・製造段階でのリスクアセスメントのレビュー結果等

(再発防止策の検討・実施)

- ✓ 事故原因の検証・分析に基づき、具体的な再発防止策(リコール実施を含む)の検討が行われているか。
- ✓ 過去の事故事例を踏まえた再発防止策が確実に実施されているか。
- ✓ 類似製品についてもリスク分析を実施し、必要に応じた再発防止策を検討・実施されているか。

(情報共有・フィードバック)

- ✓ 原因究明結果や再発防止策に関する報告は、迅速かつ適切な内容となっているか。
- ✓ 顧客対応(事故状況や再発防止策などの情報提供・説明等)に協力的であるか。

## 8. ステークホルダーとの連携・協働

### 8-1 製造・輸入事業者、設置・修理事業者等との連携・協働

流通事業者は、製造・輸入事業者、設置・修理事業者等とのコミュニケーションの充実化を図り、信頼関係を醸成して連携・協働する必要があります。

### 8-2 消費者との連携・協働

流通事業者は、消費者とのコミュニケーションの充実化を図り、信頼関係を醸成して連携・協働する必要があります。

### 8-3 業界団体、外部機関、行政機関等との連携・協働

流通事業者は、業界団体や外部機関等を活用し、また、行政機関等と連携して、効果的に製品の安全確保に取り組む必要があります。

## 9. 製品安全に関する経営資源の運用管理

### 9-1 人的資源の運用管理

流通事業者は、人材の育成等を実施して人材価値の向上を図るとともに、社外人材を有効に活用して自社の製品安全の向上に努めます。

〔業種別の人材モデルと教育手法の例示〕

教育対象	求められる要件(人材モデル)	教育手法
製品安全管理 担当者	製品安全に精通し、法令、政策等を含む製品安全の全体像を理解している	<ul style="list-style-type: none"> <li>○業界団体・メーカー主催の勉強会、セミナー等への参加</li> <li>○専門家や政府機関職員など外部講師の勉強会等への参加</li> </ul>
仕入担当者	製品の調達時における製品の安全性、リスクを見分ける能力や供給者の製品安全管理態勢を見分ける知識・能力を備えている	<ul style="list-style-type: none"> <li>○業界団体・メーカー主催の勉強会、セミナー等への参加</li> <li>○外部講師の招聘</li> <li>○社内研修の実施</li> <li>○製品安全に関するマニュアルの付与</li> </ul>
販売担当者	製品の販売時に消費者に対し製品安全に関する情報を適切に説明できる	<ul style="list-style-type: none"> <li>○社内研修の実施</li> <li>○製品安全に関するマニュアルの付与</li> <li>○関係する資格の取得</li> </ul>
設置・組立等の担当者	取扱説明書に沿って正しい設置・組立作業ができる 消費者に対して正しい使用方法を説明できる	<ul style="list-style-type: none"> <li>○メーカーの講習会等へ参加</li> <li>○社内研修の実施</li> <li>○製品安全に関するマニュアルの付与</li> <li>○関係する資格の取得</li> </ul>

## 9-2 情報資源の運用管理

流通事業者は、製品安全に関する情報の入手に努め、社内外の関係者と情報を共有するとともに、適切に情報を管理して自社の製品安全活動に活用します。

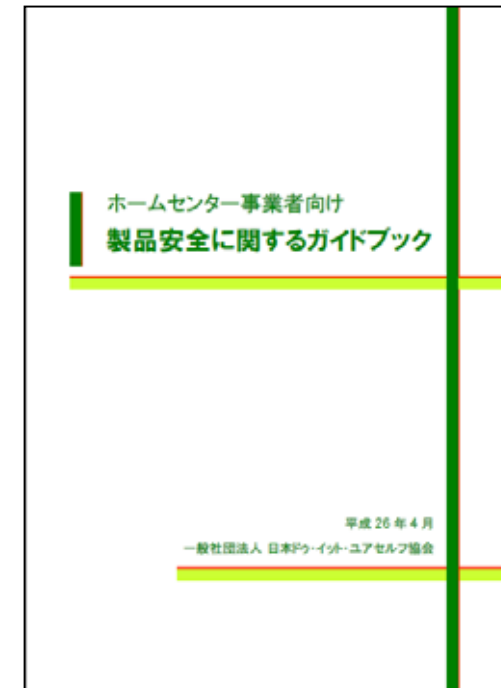
## 9-3 物的資源の運用管理

流通事業者は、製品安全の確保に必要な物的資源を適時適切に投入します。また、必要に応じて、外部の物的資源を活用します。

## 9-4 金銭的資源の運用管理

流通事業者は、製品安全の確保に必要な経営資源を確保するため、金銭的資源を適時適切に投入します。

# 業界別個別指針の概説



# 「通信販売業における製品安全に関するガイドブック」概説

## 通信販売事業者における製品安全の取組の要点

通信販売業においては、時間や地域に限定されることなく日本全国をマーケットとして、海外製品を含めた多種多様な製品をウェブサイト・テレビ・カタログ等の媒体を通じて消費者に販売しており、販売した製品や顧客情報を確実に把握・管理できるという**業界の特色を踏まえ、製品の安全を確保する取組を促進させる必要があります。**

ガイドの「安全原則」には、全ての流通事業者が製品の安全を確保する上で認識すべき基本方針（製品安全における流通事業者の社会的責任）が示されていますが、通信販売事業者は、この基本方針が示すとおり、**安全・安心な社会の実現に向けて、社会的責任を十分に認識した上で、安全性が確保された製品を調達し、消費者に販売することが求められています。**

具体的には、製品安全に関する法令を遵守することに加え、製造・輸入事業者をはじめ、サプライチェーンを構成する事業者と連携して、供給者の選定から仕入、販売、アフターサービスまでの業務プロセス全般を通じて自主的取組を促進し、製品事故の未然防止を図る必要があります。また、製品事故やリコール等の有る際には、消費者保護を最優先に迅速かつ適切に判断・行動して、被害の拡大防止・再発防止に努める必要があります。

上記の基本方針を実現するため、通信販売事業者は、**安全原則にある5つの「行動原則」を踏まえて取組を実施する必要があります。**行動原則においては、特に経営者がリーダーシップを発揮し、全社員が能動的に製品安全に取り組むよう統制を図り、製品安全を重んじる企業文化、風土を醸成することが重要となります（行動原則の詳細は、「ガイドの解説」P9～P22を参照）。

**本ガイドブックでは、ガイドの「共通指針」の項目に沿って製品の安全確保に必要な通信販売事業者の取組の要点を業務プロセスごとに示しています。**ガイドブックには、ナショナルブランド（NB）製品を取り扱う事業者が取り組むべき事項に加え、プライベートブランド（PB）製品を展開している事業者もあることから、PB製品を取り扱う事業者が取り組むべき事項も記載しています。**NB製品とPB製品では、取り組むべき内容は異なり、製品の供給者との責任範囲も異なることに留意する必要があります。**

通信販売事業者と一言でいっても、取り扱う製品の種類やリスク特性、通信販売の形態、事業規模等は様々ですが、事業規模が小さいことを理由に製品安全の取組をおろそかにすることはできません。通信販売事業者は、**自社のビジネスモデルや事業規模等を踏まえつつ、ガイドブックの取組の重み付けを参考に、自社が優先して実施すべき項目を明確にした上で製品の安全確保に取り組むことが重要です。**

## ガイドブックにおける取組事項の重み付け

ガイドブックに記載した各種取組については、以下のとおり重み付けを行っています。重み付けについては、自社の取組の実態を踏まえつつ、適宜参考として下さい。

【凡例】各種取組事項には、以下の文言が使用されています。

**特に力を入れて取り組むべき重要な事項（緑字・下線あり）** [ ]

...「極めて重要です」「重要です」「厳正に」「十分に」「主導的に」「主体的に」  
力を入れて取り組むべき事項（下線あり） [ ]

...「必要です」「必要があります」「有用です」

取り組むべき一般的な事項 [ ]

...「確認します」「確保します」「実施します」「整備します」

取り組むことが望まれる事項 [ ]

...「望まれます」「努めます」「一つの方法です」

業務プロセス	項目	NB製品	PB製品	頁数
1. 供給者の選定	1 製品安全要求事項と製品安全基準の策定	○	○	7
	2 供給者の評価・選定	○	○	9
2. 製品の企画・設計・生産	1 製品のリスクアセスメントの実施	◇	○	13
	2 供給者の製品検査工程への関与	◇	○	15
3. 製品仕入	1 納入品の安全確認	△	○	16
	2 供給者に対する継続的な監査等の実施	◇	○	18
4. 製品物流	1 製品の設置・組立	○	○	19
5. 製品販売	1 製品安全情報の消費者への提供		○	20
	2 販売時における製品の安全確認		—	21
	3 顧客情報の把握・管理		○	23
	4 製品の設置・組立		○	24
6. アフターサービス	1 消費者からの問い合わせ・相談・苦情等への対応	◇	○	25
	2 消費者情報の整理・共有・活用		○	26
	3 製品の保守・点検・修理等を実施する体制の整備	◇	○	28
7. 製品事故・製品不具合発生時	1 製品事故・製品不具合への対応	○	○	29
	2 製品リコールへの対応	○	○	31
	3 事故原因の究明と再発防止	○	○	33
8. ステークホルダーとの連携・協働	1 製造・輸入事業者、設置・修理事業者等との連携・協働		○	35
	2 消費者との連携・協働		○	36
	3 業界団体、外部機関、行政機関等との連携・協働		○	36
9. 経営資源の運用管理	1 人的資源の運用管理		○	38
	2 情報資源の運用管理		◇	38
	3 物的資源の運用管理		◇	39
	4 金銭的資源の運用管理		◇	39

「通信販売業における製品安全に関するガイドブック」より引用





## ・活用方法

# 活用方法

## (1) 製品安全管理態勢の再評価に関する想定事例

### ① 製品安全管理態勢がほぼ十分に整備されている事業者における活用案

「ガイドの解説」の内容をもとに現状再点検(現状を◎○△×で4段階評価)を行い、要改善事項に関する取組計画を検討する。

### ② 製品安全に関する取組レベルが判然としない事業者における活用案

経営層、管理職層、実務担当者それぞれ複数名を選定し、巻末のチェックリストに基づき別々に評価した結果を集計分析する。

特に評価にバラツキがあった項目については回答者にヒアリングをした上で、意見交換会を開催し、今後の取組課題の抽出と優先順位付けを行う。

### ③ 製品安全に関する各種取組が十分ではない事業者における活用案

関係各部門の実務責任者によりガイド及びガイドの解説を通読した上で、各部門における製品安全に関する業務実態を棚卸して、現状評価を行う。現状評価結果について製品安全委員会にて報告と審議を行い、課題を共有する。社外専門家の助言も参考にして課題の具体的な解決手法を検討した上で、中期的な取組計画を策定する。

# 活用方法

## (2) 従業員に対する製品安全教育に関する想定事例

### ① 関連社員向け社内研修会での活用案

自社および他社の事例を参考として、製品事故発生、リコールの実施に至る想定シナリオ(時系列での個別具体的な事実説明・記録文書等)をケーススタディとして用意した上で、グループディスカッション形式でガイドの解説を参照して当該シナリオにおける問題点、自社における類似事象発生防止のための方策について議論及び発表を行う。

### ② バイヤー向け社内研修会での活用案

バイヤー教育の一環として製品安全に関する研修を設け、ガイドの解説の該当箇所を引用して留意点の解説を行う。

**MS&AD**

## MS&ADインシュアランスグループ

### 株式会社 インターリスク総研

事業リスクマネジメント部

CSR・法務グループ

佐藤 崇

〒101-0063 東京都千代田区神田淡路町2-105 ワテラスアネックス

Tel: 03-5296-8912 / Fax: 03-5296-8941

<http://www.irric.co.jp/>