

**中小家電販売事業者向け
製品安全に関するガイドブック**



**平成 26 年 4 月
全国電機商業組合連合会**

はじめに

1. ガイドブックの目的と位置づけ

近年、経済環境が大きく変化する中であって製品安全の分野においては、製造・輸入事業者に加え、卸・物流・販売・設置といったサプライチェーンを構成する事業者全体で製品安全に自主的に取り組むことが強く求められています。特に消費者に最も近い位置に存在し、製造・輸入事業者とも密接な関係にある流通事業者に期待される役割が高まっています。

本ガイドブックは、平成25年7月に上記の背景を踏まえて経済産業省が公表した「製品安全に関する流通事業者向けガイド（以下「ガイド」という）」及び「製品安全に関する流通事業者向けガイドの解説（以下「ガイドの解説」という）」の内容を参考として、全国電機商業組合連合会（以下「全国電商連」という）が中小家電販売事業者の製品安全の取組をサポートすることを目的に作成・公表するものです。

ガイドには三角形の体系図（次頁の図）が掲載されていますが、本ガイドブックはその三角形の体系図の下に位置する「個別指針（各業界が自主的に策定する製品安全に関する業界指針やガイドライン等）」に該当するものです。

本ガイドブックの作成にあたっては、経済産業省の協力の下で、大学教授、検査・認証機関、事故原因究明機関、消費者代表等の製品安全の専門家をメンバーとする委員会を立ち上げて、その下に中小家電ワーキンググループ（WG）を設置しました。WGには全国電商連の会員企業の代表が参加して検討を重ね、また、会員企業の皆様にはアンケート調査やヒアリング調査にご協力いただき業界の取り組みの実態を把握しました。さらに、ガイドブック作成にあたっては委員会のメンバーの方々から様々な貴重なご意見をいただきました。

中小家電販売事業者におかれては、ガイド及びガイドの解説、そして本ガイドブック及び本ガイドブックの本文を要約した巻末のチェックリストを自社の製品安全に活用していただき、安全・安心な社会の構築に向けた取組を促進させる一助としていただければ幸いです。

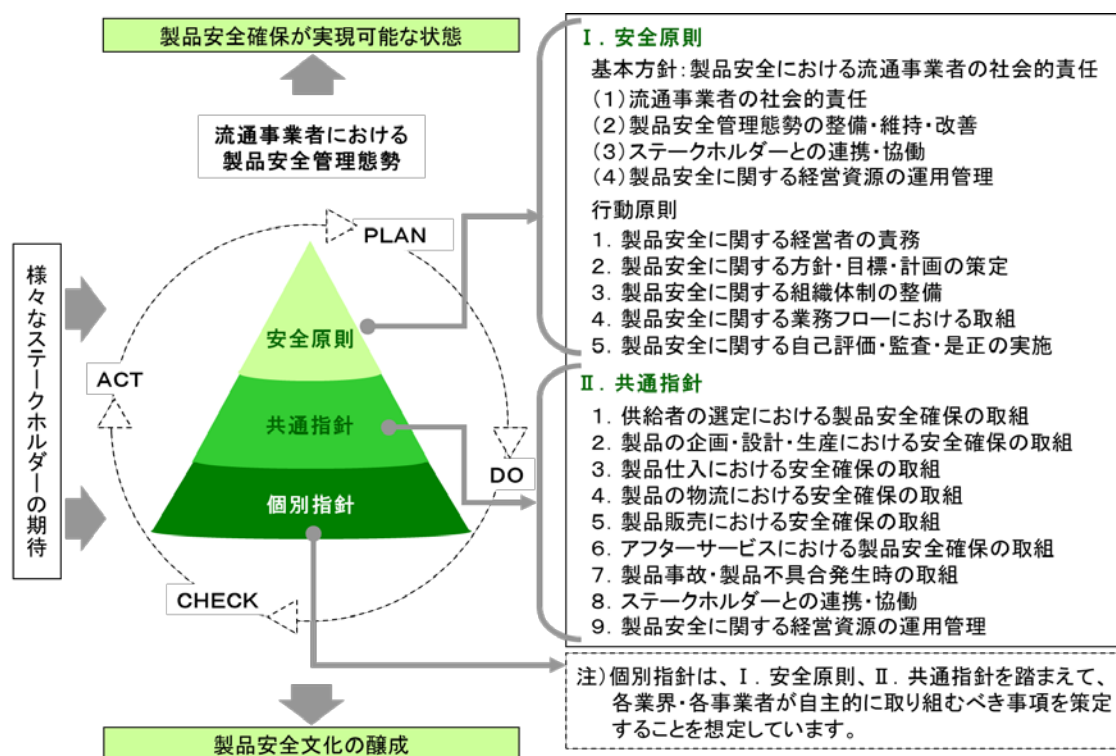
2. ガイドブックが対象とする事業者・製品の範囲

(1) 本ガイドブックが対象として想定する事業者は、全国電商連に所属する中小家電販売事業者ですが、全国電商連に所属していない中小家電販売事業者も参考にできる内容となっています。また、中小家電販売事業者が製品安全の確保に向けた取組を実現していくためには、各都道府県の電機（器）商業（工）組合（以下「都道府県電商組」という）のサポートが重要となります。本ガイドブックでは、全国電商連と中小

家電販売事業者をつなぐ重要な役割を担う都道府県電商組に期待される取組についても言及しています。

(2) 本ガイドブックにおいて取組の対象となる製品の範囲は、消費生活用製品安全法が規定する「消費生活用製品」であり、中小家電販売事業者が取り扱う家電製品を中心に、ガス器具・ガス用品、衣料品、家具、台所用品、育児用品・玩具、介護用品など幅広い製品を対象としています。

(参考) 流通事業者向けガイドの体系図



安全原則…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）」と、基本方針を実現するために全ての流通事業者が実施すべき5つの「行動原則」

共通指針…安全原則を実現するために必要な具体的な製品安全の取組を業務フローのプロセスごとに示したもの

個別指針…ガイド及びガイドの解説を参考に、各業界、各事業者が自主的に策定する製品安全に関する業界指針やガイドライン等

* 「製品安全に関する流通事業者向けガイド」及び「製品安全に関する流通事業者向けガイドの解説」は以下の経済産業省ウェブサイト（製品安全ガイド）から入手できます。

http://www.meti.go.jp/product_safety/producer/ryutsuguide.html

中小家電販売事業者における製品安全の取組の要点

中小家電販売事業者の多くは、特定の国内大手メーカーを主取引先とした販売店であり、地域密着型で顧客と密接に関わることができ、日々の定期点検活動等を通じて顧客情報を把握・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、中小家電販売事業者は、ガイド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、メーカーをはじめ、サプライチェーンを構成する事業者と連携して、販売、アフターサービスを中心に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事の際には、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、中小家電販売事業者は、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、社員が能動的に製品安全に取り組み、製品安全を重んじる社風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」にある項目に沿って製品の安全確保に必要な中小家電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。全国電商連は、本ガイドブックの策定・公表等を通じて中小家電販売事業者の取組を支援していきますが、その他にも、都道府県電商組と連携・協働して製品の安全を確保するための取組を実施して、中小家電販売事業者を強力にサポートしていきます。

中小家電販売事業者は、本ガイドブックに示す取組の要点と重み付けを参考として、製品の安全を確保する取組を促進させることで、顧客の安全を確保するとともに、安全・安心な地域社会の構築に向けて貢献することが重要です。

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。

- ① **特に力を入れて取り組むべき重要な事項（緑字・下線あり）** [◎]
…「重要です」「大切です」
- ② 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」
- ③ 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」
- ④ 取り組むことが望まれる事項 [△]
…「望まれます」「努めます」

業務プロセス	項目	重要度	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	—	6
	2 供給者の評価・選定	○	6
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	—	7
	2 供給者の製品検査工程への関与	—	7
3. 製品仕入	1 納入品の安全確認	—	7
	2 供給者に対する継続的な監査等の実施	—	7
4. 製品物流		○	7
5. 製品販売	1 製品安全情報の消費者への提供	◎	8
	2 販売時における製品の安全確認	◇	10
	3 顧客情報の把握・管理	◎	12
	4 製品の設置・組立	○	14
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	◎	15
	2 消費者情報の整理・共有・活用	○	16
	3 製品の保守・点検・修理等を実施する体制の整備	◇	17
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	○	19
	2 製品リコールへの対応	◎	20
	3 事故原因の究明と再発防止	◎	22
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	◎	23
	2 消費者との連携・協働	○	23
	3 業界団体、外部機関、行政機関等との連携・協働	◇	24
9. 経営資源の運用管理	1 人的資源の運用管理	◎	26
	2 情報資源の運用管理	○	26
	3 物的資源の運用管理	◇	27
	4 金銭的資源の運用管理	◇	27

I. 安全原則

【基本方針】

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。

製品安全管理態勢

“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”と定義されます。（「ガイドの解説」P7）

【行動原則】

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。

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。

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。

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。

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。

Ⅱ. 個別指針

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。

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。

中小家電販売事業者の多くは、特定の国内大手メーカーを主取引先とした販売店であるため、「1-1 製品安全要求事項と製品安全基準の策定」及び「1-2 供給者の評価・選定」は必須ではありません。

ただし、上記の主取引先以外の供給者から製品を仕入れる場合には、安全な製品を企画・設計・生産できる供給者であることを確認する必要があります。供給者の評価・選定にあたっては、既存製品の実績や供給者の信頼性、アフターサービスの体制など、様々な視点から供給者の製品安全管理態勢を評価します。中小家電販売事業者が供給者から製品を仕入れる際は、卸事業者を仲介することが一般的ですが、卸事業者を介して入手する情報には偏りがあるので、様々なルートから幅広く情報を収集し、総合的な評価を行うことが重要です。

また、都道府県電商組が傘下の組合員に対して製品を斡旋する場合は、その製品が安全な製品であることを精査する必要があります。

[取組事例]

- 血圧計など薬事法に基づく医療機器を取り扱う場合は、薬事法認証番号を確認し認証品のみ取り扱っている。
- 浄水器や整水器などを取り扱う場合は都道府県電商組が斡旋する製品を取り扱っている。
- 主取引先以外のメーカーの製品を取り扱う場合は、主要取引先が斡旋する製品を取り扱っている。
- インターネットのユーザー評価情報（口コミサイト等）を取扱いの参考にしている。
- 製品事故やリコール、苦情対応などの実績を調べた上で信頼できるメーカーとだけ取引している。
- 相談時の対応や体制、分解図・サービスデータ等のデータ開示など、メーカーのアフターサービスの対応を確認した上で取り扱う製品を判断している。
- 暖房機器やガス機器は、国内の大手供給者の製品以外は取り扱わない。

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。

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。

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。

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。

上記2及び3の項目は、多くの中小家電販売事業者が特定の国内大手メーカーを主取引先とした販売店であるという業態を踏まえれば、中小家電事業者が取り組む必要性はない項目となります。

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。

メーカーから製品を仕入れる「仕入物流」においては、メーカーの責任の下で製品が中小家電販売事業者に配送されますが、中小家電販売事業者から顧客に製品を納品する「販売物流」においては、自社の責任の下で、安全な状態で製品を顧客に届ける必要があります。特に、顧客自身が製品を持ち帰る場合は、安全に製品を持ち帰ることができるよう、運搬上注意すべき事項について適切な説明を行います。

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。

地域密着・顧客密着型の中小家電販売事業者は、製品の販売・サービスを提供する過程で消費者に密接に関わることができます。こうした利点を活かして、製品の販売・納入時の他、販売後の定期的な訪問活動やエアコンなどの季節製品の保守・点検、修理等のアフターサービスなどの機会を捉えて、消費者に製品安全情報を提供することが重要です。具体的には、使用者や使用場所、使用環境を確認した上で、使う人、使う場所に合った製品の購入を勧めるとともに、取扱説明書や製品カタログなどを顧客に見せながら、製品の価格や性能だけでなく、製品を安全に使用する上で必要な注意事項を説明します。また、メーカーや全国電商連・都道府県電商組等から提供される製品安全に関する情報等を消費者に提供します。

製品事故・不具合等は、製造上の欠陥などの製品起因だけでなく、使用者の誤使用や不適切な保守・点検、経年劣化などによっても発生します。このため、特に以下の製品の説明を行う際には、製品の性能や製品を安全に使用する上での注意事項に加えて、誤使用や経年劣化による製品事故の危険性等をわかりやすく説明することが重要です。

- ▶ タコ足配線や埃などにより発煙・発火事故に繋がるおそれがある製品（延長コード、テーブルタップ等）
- ▶ 石油・ガスなどを使用し、火災に繋がるおそれがある製品（石油ストーブ・ファンヒーター、電気ストーブ、ガスファンヒーター等）
- ▶ 一酸化炭素中毒を引き起こすおそれがある製品（ガスこんろ、ガス瞬間湯沸器等）
- ▶ 経年劣化による事故が発生するおそれがある製品（洗濯機、扇風機、エアコン等）
- ▶ 発煙・発火事故など重大製品事故が多い電化製品（エアコン、電気冷蔵庫、電子レンジ等）
- ▶ リコール対象製品等で話題になっている製品に類似する製品
- ▶ LEDランプなど、誤接続・誤使用による事故を引き起こすおそれがある製品 等

顧客に説明する際には、経済産業省、N I T E（独立行政法人製品技術基盤機構）が作成した注意喚起チラシやパンフレット等をウェブサイトから入手して活用するのも一つの方法です。

また、高齢者や障がい者の中には、インターネットに容易にアクセスできないなど、政府やメーカー等が発信する製品安全情報に接する機会が少ない方々もいます。このため、積極的に訪問活動等を行うなど、製品安全情報を直接高齢者等に届ける取組が重要

となります。 高齢者等に製品安全情報を届ける際には、例えば、文字を大きく操作のポイントを記載した簡易説明書やチラシ等を作成するなど、製品の使用方法や注意喚起等をわかりやすく伝える工夫が必要です。

なお、製品の販売・納入の際に、アフターサービスの内容や販売した製品の保守・点検等の時期を説明して、経年劣化事故の未然防止を図る必要があります。

経済産業省ウェブサイト http://www.meti.go.jp/product_safety/

NITEウェブサイト <http://www.jiko.nite.go.jp/>

<注意喚起チラシの例示>



[取組事例]

- 顧客の特性や好みを理解した上で、顧客の要望に添った適正な製品を案内している。
- 使用者の生活実態（使用者の特徴や利用環境）を確認した上で製品に関する情報提供を行っており、特に高齢者の場合は、以下の製品の購入を勧めないようにしている。
 - ・人感センサー付きのエアコン（風が使用者の顔に集中することがあるため）
 - ・セラミックヒータ（製品が転倒しやすい構造のため）
- 取扱説明書やカタログ等の情報のうち、特に製品の機能や安全に関する情報については顧客の理解度に合わせた説明を行っている。
- 製品のメリット・デメリットを説明し、消費者自身が製品を選択できる環境作りに努めている。
- 製品を販売する前の事前説明、販売時の製品確認、販売後のアフターサービスによるフォローといった一連の流れを重要視している。
- 顧客の要望に応じてテレビの操作方法などの簡易取扱説明書を作成している。
- 顧客の能力を考慮して、イラスト入りで顧客専用の取扱説明書を作成している。
- 販売時にエアコンのシーズン前点検や石油・ガス暖房器具のオーバーホールなど点検に関する案内をしている。

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。

工場出荷前の検査に合格した製品であっても、出荷後の輸送方法や保管方法、取り扱い状況によっては、製品の安全性が損なわれている可能性があります。

中小家電販売事業者は、こうした可能性を考慮して、製品を顧客に販売・納入する際に、製品を開梱して製品の外観が毀損していないか確認するとともに、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ことが義務付けられています。（製品安全4法の指定品目及びPSマークの詳細は、「ガイドの解説」P80～82を参照）。

< PSマークの表示例（電気用品安全法の場合） >

特定電気用品の表示例



登録検査機関名

〇〇製造株式会社

入力：100V、13VA、50-60Hz

出力：DC12V 200mA

特定電気用品以外の電気用品の表示例



〇〇製造株式会社

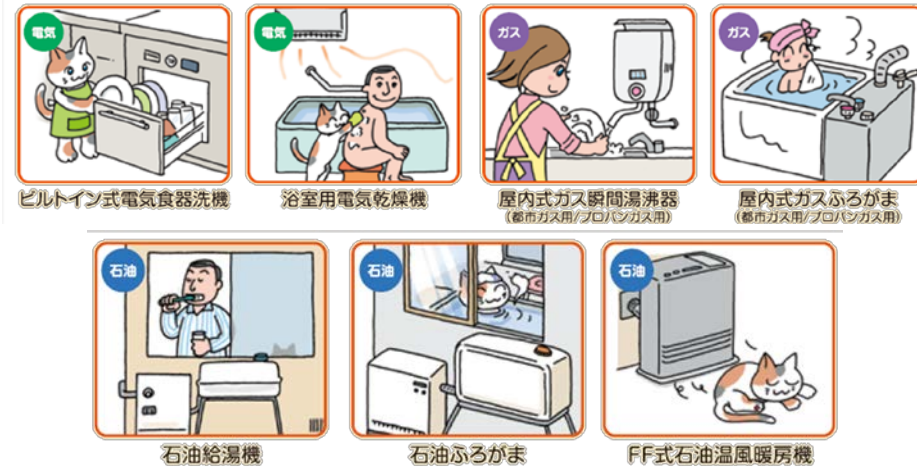
入力：100V、13VA、50-60Hz

[取組事例]

- 納品時の社内ルールとして「保証書の記入、取扱説明書による説明、納品伝票と領収書の納付、保証書の副票を持ち帰り保管」の項目を挙げて顧客に説明を実施するとともに、アフターサービスのための顧客情報を収集している。
- 販売価格には「製品の選定サポート」「運搬・設置・組立」「使用方法の説明」を含むと考え、販売時に安全な製品の選定、使用方法等を購入者に説明している。

長期使用製品安全点検制度の対象製品（以下の9品目）を取り扱う中小家電販売事業者は、製品に同梱された所有者票の記載事項を所有者に説明をすることを消費生活用製品安全法により義務付けられています。中小家電販売事業者は、これらの製品を設置する際に、所有者に対して制度の説明を行って、所有者票への記入及び投函を促す必要があります。所有者の承諾を得た上で中小家電販売事業者が代行記入を行って所有者票を投函することも可能です。

＜点検制度の対象品目＞

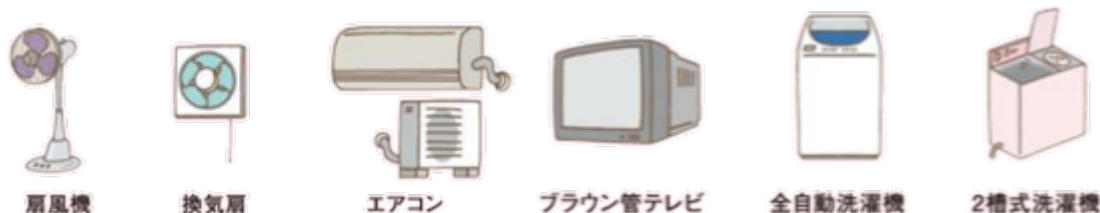


＜製品に同梱されている所有者票の例示＞

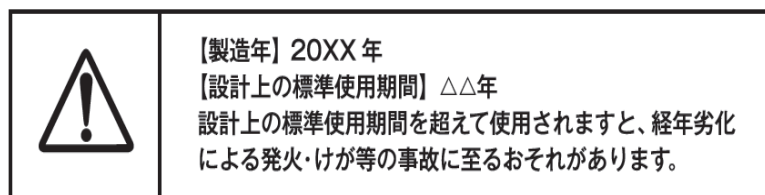
事業者さまからお客さまへの説明	お客様控え	お客さま 記入欄	返信用																																				
<p>注意！ 販売事業者は、以下の内容をお客さまに説明することが消安法（消費生活用製品安全法）により定められています。</p> <p>①この製品は、消安法で指定された製品（特定保守製品）で、経年劣化により危害を及ぼすおそれが多いため、設計標準使用期間が経過したら、所有者は点検期間中に点検を受けるよう努めましょう。</p> <p>②長期使用製品安全点検制度とは、経年劣化による事故を防ぐために、お客さまのご依頼を受けてメーカーが有償点検を行う制度です。</p> <p>③点検時期が来たときにメーカーが連絡を行うための所有者情報を提供(所有者登録)するよう努めましょう。</p> <p>販売事業者は、所有者情報の速やかな提供に協力するよう努めて下さい。 お客さまの了解のうえ、お客さまに代わり所有者登録を代行することもできます。</p> <p>点検の流れ</p> <p>事業者から説明を受けます。 → 所有者票を送ります。 → 点検時期がきたら通知がきます。 → 点検(有償)を依頼します。</p>		<p>もれなくご記入の上、最後に『個人情報保護シール』を貼付して投函してください。</p> <p>※所有者情報は個人情報保護法に基づき管理され、法定点検、リコール等製品安全に関するお知らせをする場合以外には使用いたしません。 ※賃貸物件の場合は、所有者に代わり、管理会社の連絡先の記入でも可。</p> <table border="1"> <tr> <td>フリガナ</td> <td colspan="2"></td> </tr> <tr> <td>所有者氏名</td> <td>(姓)</td> <td>(名)</td> </tr> <tr> <td></td> <td colspan="2">(法人、団体、管理会社名)</td> </tr> <tr> <td>所有者住所</td> <td>〒□□□□-□□□□</td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td>都・道・府・県</td> <td>市</td> </tr> <tr> <td></td> <td>区・郡</td> <td>番地</td> </tr> <tr> <td></td> <td>アパート、マンション名</td> <td>号室</td> </tr> <tr> <td></td> <td>電話番号</td> <td>- -</td> </tr> <tr> <td>製品の設置場所 (所有者の住所と違う場合はご記入下さい。)</td> <td>〒□□□□-□□□□</td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td>都・道・府・県</td> <td>市</td> </tr> <tr> <td></td> <td>区・郡</td> <td>番地</td> </tr> <tr> <td></td> <td>アパート・マンション名</td> <td>号室</td> </tr> </table> <p>この製品の引渡し時に本制度について事業者から説明を受けましたか？ <input type="checkbox"/>はい <input type="checkbox"/>いいえ</p> <p>この所有者票の記入者 <input type="checkbox"/>お客様 <input type="checkbox"/>代行者</p>		フリガナ			所有者氏名	(姓)	(名)		(法人、団体、管理会社名)		所有者住所	〒□□□□-□□□□			都・道・府・県	市		区・郡	番地		アパート、マンション名	号室		電話番号	- -	製品の設置場所 (所有者の住所と違う場合はご記入下さい。)	〒□□□□-□□□□			都・道・府・県	市		区・郡	番地		アパート・マンション名	号室
フリガナ																																							
所有者氏名	(姓)	(名)																																					
	(法人、団体、管理会社名)																																						
所有者住所	〒□□□□-□□□□																																						
	都・道・府・県	市																																					
	区・郡	番地																																					
	アパート、マンション名	号室																																					
	電話番号	- -																																					
製品の設置場所 (所有者の住所と違う場合はご記入下さい。)	〒□□□□-□□□□																																						
	都・道・府・県	市																																					
	区・郡	番地																																					
	アパート・マンション名	号室																																					

長期使用製品安全表示制度では、製造・輸入事業者に扇風機やエアコン等の家電製品（以下の5品目）の機器本体の見やすい箇所に、「製造年」「設計上の標準使用期間」等の表示を義務づけています。これらの製品を取り扱う中小家電販売事業者は、製品に表示が正しく貼付されていることを確認するとともに、消費者に注意喚起を促す必要があります。顧客宅を訪問した際に、経年劣化の兆候がある製品を発見した場合は、点検や新製品への買換えを含めた助言を行います。高齢者宅においては、経年劣化のおそれがある古い製品を使用し続けている可能性が高いので特に注意が必要です。

＜表示制度の対象品目＞



表示サンプル



長期使用製品安全表示・点検制度 http://www.meti.go.jp/product_safety/

[取組事例]

- 長期使用製品安全点検制度の対象製品を販売する際には、納品・設置時に顧客に十分な説明を行い、制度を理解していただいた上で所有者票を記入してもらい早期の投函を促している。

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。

固定客が多い中小家電販売事業者にとって、顧客の氏名・住所・連絡先・購入製品の履歴等の情報を把握・管理することは極めて重要であり、多くの中小家電販売事業者が顧客情報を把握し適切に管理しています。

顧客情報は、顧客宅を定期訪問する際や製品の保守・点検・修理等の際に活用される他、リコール製品の所有者を特定する際にも活用されるため、中小家電販売事業者は、製品の販売・納入時や設置・組立時、製品保証書への記載等の際に顧客情報を把握し、顧客が新たな製品を購入する際や、製品の点検・修理等の際に顧客情報の更新等を行うことが重要です。顧客情報の管理方法には、様々なツールがありますが、自社に適した方法により適切に顧客情報を管理し、紛失・漏洩に留意する必要があります。

顧客自らが率先して個人情報を提供しないことを考慮し、中小家電販売事業者は積極的に顧客情報の収集に努める必要があります。収集する顧客データの内容は、事業者によって異なりますが、以下の項目を参考に顧客情報を収集・管理します。なお、顧客が一人暮らし等の高齢者であった場合は、別居している家族・親族等の緊急連絡先も把握

しておくことが望めます。

<収集・管理するデータの項目例>

- 氏名
- 生年月日
- 性別
- 住所
- 職業
- 連絡先（電話番号）
- 連絡先（メールアドレス）
- 販売製品（メーカー名・製品名・型番等）
- 取引履歴（工事・アフターサービス（修理・部品購入含む））
- 家族構成
- 家の間取りや設置場所
- 製品不具合・事故の内容・対応記録（経緯と結果）

[取組事例]

- 高齢者の顧客情報を確認する際には、メールアドレスではなく電話番号と緊急連絡先（家族等）を確認している。
- 顧客情報は、「氏名、生年月日、性別、職業、住所、連絡先（電話番号/携帯電話/緊急）、販売製品（メーカー名、製品名、型番等）、過去の販売履歴、家族構成、住居の間取りや製品の設置場所、部品購入やアフターサービスの履歴、製品不具合・事故の内容及び製品不具合・事故への対応の経緯と結果」を管理している。
- 「家電製品愛情点検」などの点検訪問時に顧客情報を顧客との会話などで確認するとともに家族構成なども確認している。
- 製品の設置工事を行う際に「製品に不具合等があった場合に即時に対応するために必要な情報である」という理由を説明して顧客情報を得ている。
- 顧客の基本情報に加え、家の間取りや職業、親戚関係、交友関係などの情報も収集して管理している。
- 製品保証書に副票がある場合は、販売時に保証書を記入してもらい、副票に書かれている情報を管理している。
- 顧客情報は、エリアを区分・整理して管理している。
- リコールに対応できるよう、販売した製品のメーカー、機種名、製造番号等を管理している。
- メーカー保証書がない場合や説明書の裏に保証書が刷り込んである場合は、自社で保証書の控えを保管できないので、自店専用の保証書を発行し、顧客情報を把握・管理している。

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。

製品の適切な設置工事や組立作業が行われなかったことによる製品事故・不具合等が発生している状況を踏まえ、中小家電販売事業者は、製品を安全に使用してもらうために製品の設置工事・組立作業を適切に行う必要があります。

中小家電販売事業者は、製品の納入・設置の際に、製品を開梱して外観が毀損していないこと、製品が使用環境に適していることを確認した上で設置・組立作業を行うとともに、設置・組立後、製品の試運転等を行って安全に使用できることを確認します。

また、適切な設置工事や組立作業を行っても、使用者が誤った使い方をしたり、適切な時期に保守・点検を行わなかったことにより、事故に繋がるケースもあることから、中小家電販売事業者は、使用者に対して安全に使用するための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行う必要があります。

顧客からインターネット通販など他店で購入した製品の設置・組立を依頼された場合は、製品の特性と設置場所を確認し、自社で設置・組立が可能と判断した場合は、作業を実施するにあたっての注意事項(料金の有無や保証の有無等)を顧客に説明した上で、適切に設置・組立を行うとともに、設置・組立後に製品が安全に使用できることを確認します。他方、自社で設置・組立等が困難な製品については、無理に自社で設置・組立等を請け負わずに当該製品のメーカーのサービスセンターや購入店等に相談するようアドバイスします。

[取組事例]

- 製品の納品・設置時に自社で開梱および試運転を行って製品の安全性を確認している
- 製品の納品・設置等は全て自社で行い、施工等の一部を下請け会社に依頼する場合も、必ず社員が立会って、納品から試運転までの作業を見届けた上で顧客に製品を引き渡している。
- 他店から購入した製品の設置組立を依頼された場合は、まず有料で下見を行って請け負い可否を判断する。その結果、自社で対応可能な製品については有料で設置組立を行っている。
- 引っ越しなどで顧客自身が製品を運搬する際には注意事項を説明している。冷蔵庫の横倒し輸送等、誤った取扱いが予想される製品は特に注意を促している。

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。

顧客と密接に関わることができる中小家電販売事業者は、他の業態と比べて顧客からの問い合わせ・相談・苦情、製品事故・不具合等の情報をいち早く入手し、解決までの一連のプロセスに迅速かつ適切に対応をすることができます。こうした中小家電販売事業者の特色を活かして、顧客の問い合わせ等に対応するだけの受身の姿勢ではなく、製品事故・不具合等の兆候をいち早く把握する観点からも、顧客と接する機会をより多く創出して、積極的に情報収集を行うことが重要となります。

中小家電販売事業者が顧客からの要望に対して、適切なアフターサービスを提供できるようにするため、顧客対応の基本方針を明確にして顧客対応マニュアルを作成し、自社のサービススタッフに基本方針等の周知を徹底します。

また、顧客が気軽に相談し易い環境を整えるため、店舗の連絡先(電話番号)に加え、担当のサービススタッフの携帯電話番号を伝えておくなど、いつでも顧客からの連絡に対応できる体制を整えておくことも大切です。何よりも、日々顧客との接点を大切にしてい信頼関係を構築・醸成することが重要です。

なお、都道府県電商組等は、組合活動の一環として、地区の催しなどで消費者の相談を受け付けるブースを設けるなど、消費者からの問い合わせ等に組合全体で対応する機会を設けることが望まれます。

[取組事例]

- 顧客からの問い合わせに対しては、毎回十分な説明を行うとともに、アフターサービスについてもフォローしている。
- 都道府県電商組が支給する「困りごとセンター」ののぼりを月1回店頭に掲げ積極的に相談を受け付けている。
- 県や市が開催する催し物の際に相談窓口を設置して、顧客の相談に応じている。
- 製品の納品後に、製品の取扱状況を確認するため、顧客宅を複数回訪問している。
- 地域の産業祭が実施される際にはブースを設けて、一般消費者の相談を受け付けている。

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。

中小家電販売事業者の強みは、製品に関する様々な情報を顧客と対面して具体的かつ丁寧に伝達できるところにあります。また、顧客の個人情報を入手しやすく、情報の更新も容易です。こうした強みを活かしつつ、顧客から製品に関する問い合わせや苦情・製品事故等の相談を受けた際は、管理している顧客情報と照らし合わせながら情報を整理し、必要に応じて、情報の傾向分析を実施するなど、顧客から収集した情報を製品の改善・向上等に役立てることが大切です。

ただし、中小家電販売事業者が収集できる情報は、対象製品の母数が少ないこともあり、製品事故・不具合等の傾向を把握するまでには至らない場合もあります。このため、顧客から入手した情報を自社だけに留めず、メーカーに提供して製品の改善・向上に協力する必要があります。

また、全国電商連では、都道府県電商組からの情報を収集・分析し、必要に応じて、主取引先である特定の国内大手メーカーの販売網を超えて他メーカー各社に情報を提供したり、製品回収の検討を要請することができます。中小家電販売事業者は、収集した情報を有効に活用してもらうため、都道府県電商組等を通じて全国電商連に情報を積極的に提供します。一方、都道府県電商組は、組合員が情報を提供し易い環境を整えるため、相談窓口を設置するなどの体制を整備することが望まれます。

[取組事例]

- 手書きの修理記録のペーパーを顧客データとリンクさせ、顧客の傾向を社内で把握・共有できるようにしている。
- 従業員全員が顧客との会話のきっかけになるような情報（個人情報除く）をメーリングリストによって共有し、重要な情報は朝礼で紹介している。
- 製品の点検訪問時に入手した情報は、従業員が帰社後すぐに報告書を作成し、社内で情報共有をしている。
- 毎朝の社内ミーティングで顧客の特性や好みを含めた情報を社内で交換している。
- 修理情報の傾向分析を行い、必要に応じて修理データをメーカーや取引先、都道府県電商組に情報提供している。
- エンドユーザーのクレームに基づいてメーカーのサービスステーションに情報を提供している（使用年数、環境、頻度）。
- 都道府県電商組を窓口として、組合員から製品トラブルや商品クレームに関する情報をくみ上げ、組合本部からメーカーやサービス会社に問い合わせをおこなう仕組みを構築し、運用している。また、メーカーと定期的にサービス情報を交換する「サービス懇談会」を開催している。

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。

中小家電販売事業者は、製品の購入者宅を定期的に訪問して製品の保守・点検・修理等のアフターサービスを行うことを通じて、他の業態にはない利便性や安心感を顧客に提供しています。

中小家電販売事業者が保守・点検・修理等を実施する場合、自社のサービススタッフを顧客宅へ派遣することが一般的ですが、顧客宅を訪問したサービススタッフは、対象製品本体の状態を確認するに留まらず、製品の使用状況や使用環境が適切であることを確認し、また、不具合が生じる可能性が高い製品や、経年劣化による事故が懸念される古い製品を発見した場合は、製品の買換えを含めた適切な助言を行います。

サービススタッフが、製品の安全確保に関する適切な作業や助言を実施できるようにするため、社員教育に力を入れるなど、サービススタッフが適切にアフターサービスを実施できる体制を整備する必要があります。

顧客からインターネット通販など他店で購入し、自社で取り扱っていない海外製品等の修理等を依頼された場合は、自社で適切な作業を実施できることを確認し、対応が困難な場合は、無理に自社で対応せずに当該製品のメーカーのサービスセンターや購入店等に相談するようアドバイスします。

また、自社で販売した製品の修理等を顧客から依頼された場合であっても、メーカーでなければ対応できない複雑な製品もあるので、修理等が困難な場合は、無理に自社で対応せずにメーカーのサービスセンターに修理を依頼します。その際は、顧客にその旨を丁寧に説明し理解を得ることが大切です。

政府やメーカー等が発信する製品安全情報に接する機会が少ない高齢者や障がい者は、経年劣化事故のおそれがある古い製品や、重大製品事故が発生しているリコール製品を使い続けている可能性があります。全国電商連では、毎年9月に全国規模で高齢者宅を訪問して電気製品の点検を無料で行う等の取組を展開しています。組合員は、この活動に積極的に参加して高齢者宅の製品の安全を確保するとともに、都道府県電商組は地域の核となって取組を促進させることが重要です。

[取組事例]

- 石油ガス暖房器具の点検案内を実施し、顧客の半数の製品の点検を実施している。
- 製品の販売情報を管理し、製品の販売後一ヶ月経過した際にはダイレクトメール（DM）を送付して様子伺いを実施している。また、メーカー保証が切れる前に点検の案内を送付して、顧客宅を訪問している。
- 顧客宅にある電気機器の点検の一環として、エアコン・テレビなどの無料電池交換を一年ごとに実施している。
- 顧客宅への訪問時に、事故を防止するため「コンセント等のトラッキング現象による発火」や「たこ足配線の過熱による発煙」などにおける製品事故の危険性について説明を行っている。
- 顧客宅への訪問時に「電気製品安全点検シート」を持参し、他店で購入した製品を含めて、所有している家電製品の使用状況を確認している。
- 都道府県電商組が実施する「高齢者訪問点検」に参加し、電気製品の使用状態の確認・指導を行うとともに、顧客からの問い合わせに対応している。
- 顧客宅への訪問時に、顧客が所有する製品の使用状況を確認している。室内用の製品を屋外で使用している場合などは、すぐに注意して安全な使用方法を案内している。
- 自社で対応した修理事例などのデータを活用した「安全カード」を使用して、部品番号などから製品の不具合傾向を読み取り、修理に活用している。
- 社内で修理データを共有するとともに、必要に応じてメーカーに不具合情報の報告を行う。メーカーからの回答（情報）を修理・点検などに活用している。
- 製品の不具合情報を入手した際には、インターネットで同種の情報を検索して、その情報を社内で登録し、修理・点検に活用している。

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。

中小家電販売事業者の多くは、特定の国内大手メーカーを主取引先とした販売店であることから、製品事故等が発生した際は、当該メーカーと密接に連携して製品事故等に対処することができます。このため、顧客から製品事故・不具合に関する情報が寄せられた際は、具体的かつ正確な情報（使用環境・使用方法・使用期間等）を聴取し、遅滞なくその製品のメーカーに連絡して、事故被害の拡大防止を図る必要があります。

製品事故が、死亡、重傷、一酸化炭素中毒、火災等といった「重大製品事故」であった場合は、当該製品の製造・輸入事業者¹に速やかに事故の内容について通知する責務があります。また、ヒヤリハットや火災に至らないものの製品の内部で焼損、発煙・発火・異常発熱した物損、軽微なケガや火傷などの「非重大製品事故」についても、可及的速やかに、最寄のN I T E（独立行政法人製品評価技術基盤機構）に報告することを求めています。（詳細は「ガイドの解説」P59～61を参照）。

〔重大製品事故情報〕 消費者庁

<http://www.caa.go.jp/safety/index.html>

〔非重大製品事故情報〕 製品評価技術基盤機構（N I T E）「最新事故情報」

<http://www.nite.go.jp/jiko/sokuho/index20.html>

都道府県電商組は、組合員が入手した製品事故等の情報を収集し、全国電商連に伝達することが望まれます。全国電商連は、製品事故等の情報を集約・分析し、必要に応じて、メーカーに対応を依頼したり、政府機関に報告するなど、製品の改善や再発防止のための取組を実施します。また、主取引先以外のメーカーの製品に関する製品事故・不具合情報を入手した場合に、中小家電販売事業者から直接当該メーカーへ情報を提供することが困難な場合は、都道府県電商組等へ情報を提供し、組合経由で当該メーカーに情報を提供する仕組みを構築することが望まれます。

〔取組事例〕

- 製品不具合の情報は、担当した従業員が報告書を作成し、社内に対応履歴の情報を共有している。
- 個社で対応できない相談や質問等については、電機商業組合を通じメーカーに問い合わせることで、メーカーに迅速に対応してもらっている。

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。

製品リコールにおいて製品の回収・改修等を迅速に行うためには、リコール対象製品を購入した顧客を特定し、その顧客に情報を直接提供することが最も効果的です。この点、中小家電販売事業者は、顧客情報（氏名、住所、電話番号、所有製品の情報等）を日々の活動の中で把握・管理できるという他の業態にはない利点を活かして、製品リコールに対して迅速に対応することが可能です。

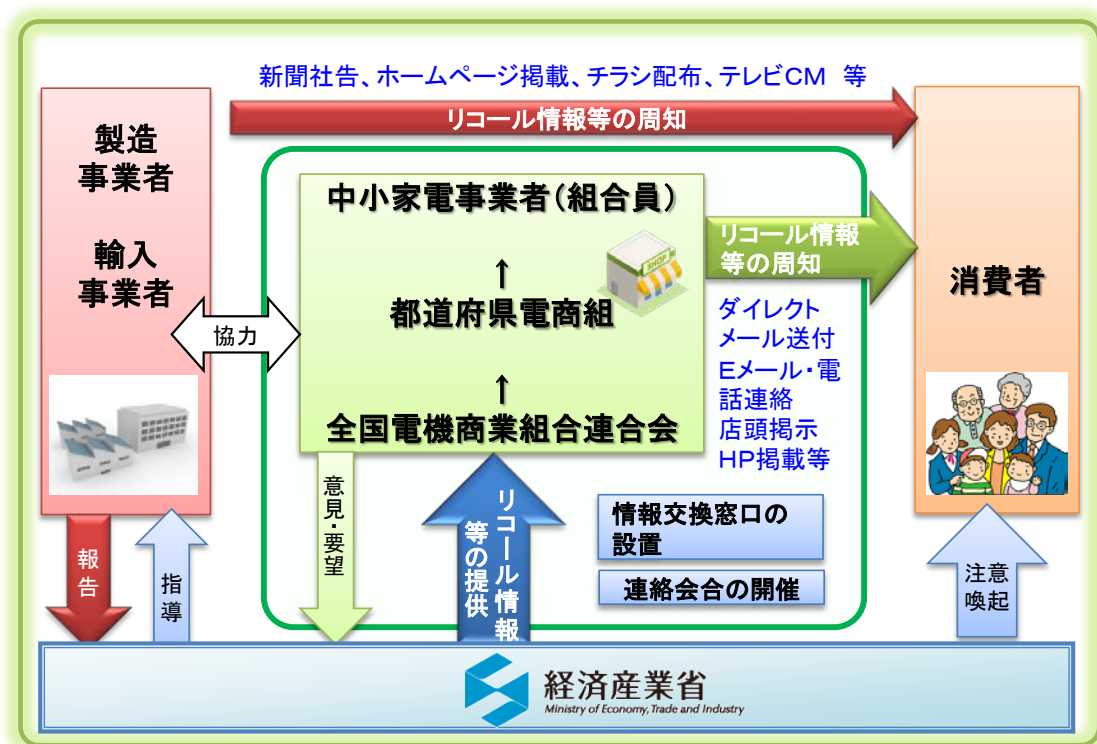
このため、中小家電販売事業者は、製造・輸入事業者が行うリコールに積極的に協力して、顧客情報を活用したリコール対応を行うことが重要です。リコール製品の情報を入手した中小家電販売事業者は、直ちにリコール製品の販売を中止するとともに、自社が保有する顧客情報からリコール製品を購入した所有者を特定して、電話やダイレクトメール（DM）等により、所有者にリコール情報を連絡します。連絡後、対象顧客宅を訪問し、迅速に製品回収・修理等を実施するとともに、メーカーに所有者情報や回収状況を報告します。

リコールに迅速に対応するため、メーカーが作成した対応マニュアルを確認しておくことに加え、リコール対応の手順、情報伝達経路、意思決定等の社内体制を整備する必要があります。例えば、顧客からのリコールの問い合わせに備えて、サービススタッフが適切に対応できる体制の整備や、顧客情報から迅速にリコール所有者を特定する手順等を社内で共有しておきます。

また、メーカーとリコール対象製品の回収状況を共有して、更なる追加対策の検討を行います。リコールの進捗状況を確認した上で、未回収の顧客を識別し、再度、顧客宅の訪問や電話で注意を促すなど、回収率を向上させる取組を実施します。

なお、平成24年12月に経済産業省と全国電商連との間で、リコール協力体制を構築し、製造・輸入事業者から報告されたリコール情報を、経済産業省から全国電商連経由で組合員に提供する取組を実施しています。全国電商連は、経済産業省から提供されたリコール情報を都道府県電商組に提供するとともに、全国電商連のホームページに最新情報を掲載しています。組合員は、電子メールのアドレス等を都道府県電商組に登録する等、リコール情報が迅速に組合員に伝達できる体制を整備するとともに、定期的に全国電商連のホームページにアクセスして、リコール情報の入手に努める必要があります。また、全国電商連からリコール情報等を受け取った都道府県電商組は、電子メール、FAX、ホームページ掲載、機関紙掲載等により、リコール情報を組合員に確実に提供するよう努める必要があります。

全国電商連と経済産業省とのリコール協力体制のスキーム図



(出所) 経済産業省資料を加工

[取組事例]

- リコール時の作業の標準化を計るため対応手順を定めている。
 - ①メーカーやマスコミ媒体等からリコール情報を確認
 - ②該当する顧客をリストアップ
 - ③電話にて顧客に迅速に連絡
 - ④該当顧客宅を訪問して製品を回収等
 - ⑤メーカーに完了報告書を提出
- リコール情報を店頭が目立つ位置に掲示することにより不特定多数の使用者に注意告知し、早期の回収に努めている。
- 定期的に安全点検リスト表を作成し、自社取扱メーカー以外の製品も含めてチェックを行っている。また顧客との新規取引開始時にも、必ず同様のチェックを実施している。
- メーカーからリコール情報が入った場合、自社の販売データベース（25年分）からお客様情報を抽出し、即日お客様に電話で情報提供を行うとともに、お客様宅を訪問して事故の未然防止に努めている。
- リコール情報が届きにくい組合員のために、都道府県電商組ホームページ内の組合員専用ページや機関紙を通じてリコール情報を提供している。
- リコール発生時は事故の再発を防止する観点から、顧客に同機能製品の貸し出しを行う場合もある。
- メーカーに問い合わせても回答が無い場合はネットでリコール情報などをチェックしている。

【重要】消費生活用製品安全法により、中小家電販売事業者には、重大製品事故の通知の責務やメーカーが行うリコールに協力する責務が定められています。

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。

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。

法第 38 条第 3 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次条第一項の記載による命令（注：経済産業大臣の危害防止命令）を受けてとる措置に協力しなければならない。

[リコール情報] 経済産業省「製品安全ガイド リコール情報」
http://www.meti.go.jp/product_safety/recall/index.html

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。

製品事故・不具合等の原因究明は、メーカーがリコールの是非等を検討する際や、新製品の開発や仕様の見直しなど、製品事故等の再発を防止を図るために重要な取組です。原因究明調査等はメーカーの責任において行うのが一般的ですが、中小家電販売事業者は、消費者により近い位置に存在し、消費者からの情報等が、いち早く届く環境にあることから、顧客から製品事故・不具合等の連絡を受けた場合は、事故等の状況を可能な限り具体的に聴取し、メーカーやNITE等に報告して、メーカーが行う原因究明調査に協力することが重要となります（「7-1 製品事故・製品不具合への対応」を参照）。

また、社内で製品事故やリコール、原因究明調査の結果等の情報の共有を徹底して製品事故の再発防止に努める必要があります。

[取組事例]

- 製品に不具合等が発生し、再発や拡大のおそれがある場合は、メーカーの責任者やサービス会社の責任者と協働で不具合の原因分析を実施して対応策を検討している。

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。

中小家電販売事業者の多くは、特定の国内大手メーカーを主取引先とした販売店であり、当該メーカーとの繋がりが強いため、他の業種と比較してサプライチェーン全体で製品安全確保に向けた取組を行うことが容易です。こうした利点を活かして、中小家電販売事業者は、製品事故の発生を知ったときは、いち早くメーカーに報告し、また、メーカーが行うリコールに迅速に対応することができます。

中小家電販売事業者は、製品事故・リコール等の有事の際には、メーカー等と綿密な連携・協働を図ることで、製品事故の拡大防止に大きく寄与することができるので、有事における依頼事項をメーカーに確認しておくなど、平時からコミュニケーションを図り、信頼関係を構築しておくことが重要です。また、メーカー主催の講習会に積極的に参加して製品安全に関する情報・意見を交換するなど、コミュニケーションの充実を図りメーカーとの信頼関係を醸成する必要があります。他方で、主取引先以外のメーカーとのコミュニケーションが難しい場合は、都道府県電商組等が主催するメーカーとの意見交換会等に積極的に参加して当該メーカーとの交流を深めることが望まれます。

[取組事例]

- 自社が入手した情報をメーカーに提供し、必要に応じてメーカーの担当者が現場に出向いて調査を実施している。
- 同様製品の修理件数が多くなった場合は、その製品のメーカーサービスに依頼し、従業員対象の修理勉強会を実施している。
- 年に2回地域販売店とメーカーサービスと市場対応にかかわる情報交換会を行っている。

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。

中小家電販売事業者は、顧客宅への定期的な訪問活動などを通じ、顧客と密接なコミュニケーションを行うことができるという利点を活かして、消費者に安全情報を提供するとともに、消費者から事故等の情報を収集するといった双方向のコミュニケーションの円滑化に努める必要があります。中小家電販売事業者は、顧客宅への定期的な訪問活動を通じて、顧客の製品の使用環境や使用上の傾向等を把握することができるため、顧

客が製品を使用する際のリスクを見極め、個々の顧客に応じて最適な製品を提案することが可能です。こうした活動を通じて普段から顧客との信頼関係を醸成していれば、有事の際にも顧客から情報を得やすくなるので、平時から信頼感・安心感を与える接客対応を心がけることが重要です。

なお、全国電商連・都道府県電商組では、都道府県ごとに「消費者懇談会」を開催し、消費者等からの意見・要望等をメーカーに提供する取組を実施しています。

[取組事例]

- 毎年、「消費者懇談会」を開催し、各地の消費者団体（消費者）と意見交換を行っている。電機商業組合の取組とともに、製品安全に関する情報を参加者に説明し、消費者への安全教育を実施している。

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。

中小家電販売事業者は、活動範囲が地域に限定され、社員も少人数のところが多いため、自社だけで取り扱う全ての製品事故・不具合等に関する情報を収集・分析したり、行政機関が発信する製品安全に関する法令・制度改正、政策動向等の最新情報を収集・更新することは容易ではありません。

このため、全国電商連や都道府県電商組が発信する製品安全に関する情報を入手する、全国電商連やメーカー、外部機関や政府機関等が開催する製品安全セミナーや講習会、説明会等に積極的に参加して、最新情報を入手するなどの取組が効果的です。一方で、自社が販売した製品で不具合・事故等があった場合は、その情報や経験等を全国電商連・都道府県電商組等に提供して再発防止に協力するなど、製品の安全を確保する取組に積極的に関与することが望まれます。

なお、自社の製品安全に関する取組を客観的に評価してもらい、更なる向上に繋げていくため、経済産業省が主催する「製品安全対策優良企業表彰」に応募するのも一つの方法です。毎年、中小家電販売事業者が経済産業大臣賞等を受賞しており、こうした受賞企業の好取組事例も自社の取組の参考とします。表彰制度の詳細は以下のウェブサイトを参照して下さい。

製品安全対策優良企業表彰制度 <http://www.ps-award.jp/>

[取組事例]

- 月2回発行される「家電ニュース（全国電商連発行）」をチェックしている。
- メーカー・全国電商連から発信される情報を確認する他、自主的に経済産業省・消費者庁・NITEのホームページをチェックしている。
- 地域の社会福祉協議会などに気軽に相談できる「お助け隊」を案内し、ケアマネージャーと共働で顧客の相談に対応している。
- 中小家電販売事業者間で任意のグループを組成し、SNSやフェイスブックなどを活用して、不具合情報の共有を図っている。
- 日本電機工業会管轄支部の事務局長や、家電流通協議会の担当者が地域の「消費者懇談会」に参加し、電気製品の安全な取り扱いについて消費者に説明をしている。

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。

自社の製品安全レベルの向上に向けた取組を推進するためには、製品安全に精通した人材を育成することが不可欠です。中小家電販売事業者の場合、顧客宅をサービススタッフが訪問して対応するため、顧客の要求を正確に聴取して適切に対応できる接客能力やコミュニケーション能力の他、使用者、使用環境等を踏まえて製品リスクを見分ける能力や、安全情報を含む製品に関する知識、エアコン等の設置工事・配線工事や組立作業等を行う技能、電気用品安全法などの家電に関する法令の理解など多様な能力が要求されます。特に近年販売される製品は、IT技術を屈指した高度で複雑な製品が多くなっていることから、保守・点検・修理等のアフターサービスへの対応を充実させるためには、こうした最新の製品に精通した人材を育成する必要があります。

このため、中小家電販売事業者は、自社のサービススタッフを積極的にメーカーや全国電商連・都道府県電商組、政府機関等が行う講習会やセミナー等に参加させる、財団法人家電製品協会が実施している家電製品アドバイザー・家電製品エンジニアなどの民間資格や、電気工事士等の公的資格の取得を奨励するとともに、製品安全に関する社内研修を充実させることが重要です。

[取組事例]

- 担当社員に「石油機器技術管理士」「家電アドバイザー」「家電エンジニア」等の資格取得やメーカー主催の技術講習会への積極的参加を促している。
- 社員を安全点検研修会に参加させている。また、参加実績を技能給に反映させている。
- 業務に必要な資格を取得した社員に対して研修費用の一部を負担している。
- 業務に必要な資格を取得した社員に祝い金を出している。

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。

製品安全に関する情報は、法令や技術に関する情報、消費者やメーカー、行政機関・都道府県電商組等から収集する外部情報、社内で蓄積し保有する情報など様々な情報があります。中小家電販売事業者は、情報の特性に応じて、これらの情報を適切に管理する必要があります。また、収集した情報の傾向分析等を実施するとともに、メーカー・

都道府県電商組等と情報を共有して、製品の改善・向上等に協力するなど、情報を有効に活用します。情報の適切な管理・活用により、製品安全の確保と業務の効率化を同時に実現することが可能となります。

[取組事例]

- 新聞や業界紙で常に製品情報をチェックしている。
- N I T Eの公表している事故情報等関連の情報動画を録画し、従業員の教育に活用している。従業員は、顧客訪問時に安全な使用状態であるか、情報を活用して確認し、必要に応じて使い方を指導している。

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。

製品の法令等の基準適合確認はメーカーの責任において実施されるため、中小家電販売事業者が自社で高度な検査分析機器等の設備を所有して製品検査等を行う必要はありません。ただし、中小家電販売事業者が製品検査等が必要となる場合は、メーカーや第三者機関、全国電商連・都道府県電商組等の外部機関の物的資源を有効に活用します。

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。

中小家電販売事業者は、製品の安全を確保するために必要な経営資源（人的資源、物的資源、情報資源等）を確保するため、金銭的資源を適時適切に投入するとともに、製品事故・不具合発生時における資金需要等に備えて金銭的資源を確保します。

また、リコールなどでは、基本的に製造事業者が費用負担をしますが、当座の費用や、顧客対応上自社が負担するケースも考えられます。そのため、有事の際の資金需要に備えて金銭的資源を確保します。

中小家電販売事業者の製品安全業務フロー図

1-2. 系列外の供給者から製品を調達する際の評価・選定

事故の未然防止（製品事故等を低減させる取組）

5-1. 製品安全情報（製品の正しい使用方法や注意事項等）の顧客への提供
 使用者の誤使用、不適切な保守・点検、経年劣化による製品事故・不具合等の低減

5-2. 製品販売時の安全確認（製品安全関連4法のPSマーク表示、製品の目視確認等）
 不適合製品（技術基準違反）や欠陥品による製品事故・不具合等の低減

5-3. 顧客情報の把握・管理（定期訪問、リコール対応等に活用）
 顧客情報（氏名・住所・メールアドレス・販売製品等）を把握し適切に管理

4. 販売物流における安全確保（適切な輸送手段等の確保）
 顧客宅に安全な製品を届けるための運搬における安全を確保

5-4. 製品の設置・組立時の適切な作業の実施、保守・点検時期のお知らせ等
 不適切な設置工事・組立作業による製品事故・不具合等の低減

6-3. 製品の保守・点検・修理等のアフターサービスの適切な実施
 適切な保守・点検・修理等が実施されなかったことによる製品事故・不具合等の低減

製品事故等の情報収集

6-1. 顧客からの情報提供
 （問い合わせ、相談、苦情、製品事故・不具合情報、修理情報 等）
 メーカー・電商連・政府機関等の発信情報

6-2. 情報の収集
 顧客宅の定期訪問 | 保守・点検・修理時 | 顧客からの電話連絡 | メーカーからの連絡

情報の集約・一元管理

製品事故等の対応

情報の整理・分類

① 重大製品事故 (死亡・重傷・火災等)	② 製品事故 (軽微なケガ・火傷等)	③ 製品不具合 (発熱・発火等の物損)	④ 問い合わせ・苦情等 (使い方・使い勝手等)
-------------------------	-----------------------	------------------------	----------------------------

7-1. 情報の共有（社内）

【通知責務】
 メーカー | メーカー、地域電商組等への報告

【報告義務】 消費者庁 | 【報告】 非重大製品事故(②③)のNITEへの報告 | 製品の改善・向上等

【公表】 経済産業省 | 【公表】

【調査】 経済産業省 | 【調査】

7-3. メーカー等が行う製品事故等の原因究明調査に協力
 【製品起因のおそれがある場合】

事故被害の拡大防止 | 事故の再発防止
 【製品起因が判明した場合】

7-2. メーカーが行う製品リコールに協力 | 顧客への注意喚起・情報提供
 顧客情報を活用したリコール製品所有者への連絡、顧客宅を訪問しての製品回収 等

製品安全に関する取組チェックリスト

このチェックリストは、本文に記載された文章を要約し、中小家電事業者が取り組むべき内容と取組の重要性についてリスト形式としたものです。本チェックリストは、本文の記載内容を網羅的に確認したり、現状における自社の製品安全の取組状況を確認するなど活用されることを想定しています。

◎…特に力を入れて取り組むべき重要な事項

○…力を入れて取り組むべき事項

◇…取り組むべき一般的な事項

△…取り組むことが望まれる事項

1. 供給者の選定における製品安全確保の取組

1-2 供給者の評価・選定

- 主取引先以外の供給者から製品を仕入れる場合は、安全な製品を企画・設計・生産できる供給者であることを確認している。
- ◎ 供給者の評価・選定にあたって、幅広く情報を収集し、総合的な評価を行っている。

4. 製品の物流における安全確保の取組

- 販売物流において自社の責任のもと製品の安全を確保している。

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

- ◎ 製品の販売・納入時の他、アフターサービス等の機会を捉えて、製品を安全に使用する上で必要な注意事項などの製品安全情報を消費者に提供している。
- ◎ 誤使用や経年劣化による製品事故の危険性等をわかりやすく説明している。
- ◎ 高齢者や障がい者等には直接製品安全情報を提供している。
- 製品の販売・納入の際にアフターサービスの内容や保守・点検等の時期を説明している。

5-2 販売時における製品の安全確認

- ◇ 製品を開梱して製品の外観が毀損していないか確認している。
- ◎ 製品にPSマークが正しく表示されていることを確認している（法的義務）。
- ◎ 長期使用製品安全点検制度の対象製品を取り扱っている場合は、当該制度の説明をし、所有者票への記入及び投函を促している（法的義務）。
- 長期使用製品安全表示制度の対象製品の表示が正しく貼付されていることを

確認し、消費者に注意喚起を実施している。

- ◇ 顧客宅を訪問した際に、経年劣化の兆候がある製品を発見した場合は、修理や買い替え等を促している。
- 古い製品を使用し続けている可能性が高い高齢者宅の場合は、特に注意を促している。

5-3 顧客情報の把握・管理

- ◎ 顧客情報を適切な方法で把握・管理している。
- 積極的に顧客情報の収集に努めている。
- △ 顧客が一人暮らし等の高齢者であった場合は、別居している家族・親族等の緊急連絡先を把握している。

5-4 製品の設置・組立

- 製品の適切な設置工事・組立作業を行っている。
- ◇ 設置・組立作業を行う際に、使用環境が適しているか確認し、設置・組立後は、試運転等を行って安全に使用できるか確認している。
- 製品の設置・組立の際に使用期間中の保守・点検等について説明を行っている。
- ◇ 顧客から他店で購入した製品の設置・組立を依頼された場合、自社で適切な設置・組立作業が可能であることを確認してから請け負っている。

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

- ◎ 顧客と接する機会をより多く創出し、積極的な情報収集を行っている。
- ◎ 顧客対応のための基本方針、マニュアル等の規程類や社内体制を整備し、社員に周知徹底している。
- ◎ いつでも顧客からの連絡に対応できる体制を整備し、日々顧客との接点を大切にして信頼関係を構築・醸成している。
- △ 都道府県電商組は組合全体で消費者が問い合わせ等ができるような機会の設定を行っている。

6-2 消費者情報の整理・共有・活用

- 製品事故、製品不具合等の情報や傾向を収集し、製品の改善・向上に向けた提案をメーカーに行っている。
- ◇ 製品事故、製品不具合の情報や傾向を収集し、都道府県電商組に提供している。
- △ 都道府県電商組は組合員が情報提供し易い環境を整備している。

6-3 製品の保守・点検・修理等を実施する体制の整備

- ◇ 顧客宅を訪問した際に、製品本体の状態のみならず、使用状況、使用環境が適切であることを確認している。
- ◇ 顧客宅を訪問した際に、不具合や経年劣化による事故が懸念される製品を発見した場合は、製品の買い替えを含めた適切な助言を行っている。
- サービススタッフが適切な作業、助言等を行えるよう社員教育に力を入れるなど、適切なアフターサービスを実施するための体制を整備している。
- ◇ 顧客が他店で購入した製品の保守・点検・修理等を依頼された場合は、自社で点検等が可能であるか確認してから請け負っている。
- ◎ 全国電商連が毎年9月に全国規模で実施する高齢者宅の電気製品点検のための訪問活動に参画している。
- ◎ 都道府県電商組は上記取組を地域の核となって促進している。

7. 製品事故・製品不具合発生時の取組

7-1 製品事故・不具合時への対応

- 顧客からの製品事故・不具合に関する情報が寄せられた際には、具体的かつ正確な情報を聴取し、遅滞なくその製品のメーカーに連絡している。
- 重大製品事故の発生を知ったときは、該当製品の製造事業者又は輸入事業者に報告している（法的責務）。
- ◇ 非重大製品事故の発生を知ったときは、最寄りのN I T Eに報告している。
- △ 都道府県電商組は組合員から入手した製品事故等の情報を全国電商連に伝達している。
- △ 都道府県電商組において、個々の事業者では対応困難な主取引先以外のメーカーに対する製品事故・不具合に関する情報提供を行える体制を整備している。

7-2 製品リコールへの対応

- ◎ 製造・輸入事業者が実施するリコールに積極的に協力している（法的責務）。
- ◎ リコール製品の情報を入手した場合は、直ちにリコール製品の販売を中止するとともに、リコール製品を購入した所有者を特定して電話やダイレクトメール（DM）等によりリコール情報を連絡している。
- ◎ リコール製品の対象顧客宅を訪問し、迅速に製品回収・修理等を実施している。
- リコール対応を想定した社内体制、対応マニュアル等を整備、確認している。
- ◇ リコールの進捗状況を確認した上で、未回収の顧客を識別し、再度、顧客宅の訪問や電話で注意を促すなど、回収率を向上させる取組を実施している。
- 定期的に全国電商連のホームページにアクセスしてリコール情報を入手している。

- 都道府県電商組は全国電商連から発信されるリコール情報を組合員に提供している。

7-3 事故原因の究明と再発防止

- ◎ 消費者から製品事故・不具合等の状況を可能な限り具体的に聴取し、メーカーやN I T E等に報告して、事故の原因究明、是正措置の実施に協力している。

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

- ◎ 製品事故・リコール等の有事の際に、メーカー等と綿密な連携・協働を図るために、平時からコミュニケーションの充実を図り、信頼関係を構築している。
- △ 主取引先以外のメーカーとのコミュニケーションを図るため、都道府県電商組等が主催するメーカーや消費者との意見交換会等に参加している。

8-2 消費者との連携・協働

- 消費者に安全情報を提供し、また、消費者から事故等の情報を収集するといった双方向のコミュニケーションを円滑に行えるようにしている。
- ◎ 有事の際に顧客からの情報を収集しやすい状況を整えるために、平時から信頼感・安心感を与える接客対応を心がけている。

8-3 業界団体、外部機関、行政機関等との連携・協働

- ◇ 全国電商連、都道府県電商組が発信する製品安全に関する情報の収集、業界団体が主催する勉強会やセミナーへの参加など業界団体を積極的に活用している。
- △ 自社が販売した製品で不具合・事故等があった場合は、その情報や経験等を全国電商連や都道府県電商組に提供している。

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

- ◎ 講習会等への参加、資格取得の奨励、製品安全に関する社内研修の充実など、人材育成を行っている。

9-2 情報資源の運用管理

- 特性に応じて製品安全に関する情報を適切に管理し、メーカーや都道府県電商組等に製品安全に関する情報を共有し、有効に活用している。

9-3 物的資源の運用管理

- ◇ 必要に応じて外部の物的資源を活用している。

9-4 金銭的資源の運用管理

- ◇ 人的資源、情報資源、物的資源を確保するため、金銭的資源を適時適切に投入するとともに、有事における資金需要に備えて、金銭的資源を確保している。

流通事業者による製品安全への取組に係る検討委員会

1. 委員（五十音順）

大河内 美保	主婦連合会	参与
北原 國人	全国電機商業組合連合会	会長
杉浦 好之	独立行政法人製品評価技術基盤機構	製品安全センター 所長
高杉 和徳	製品安全コンサルタント	
	日科技連 R-Map 実践研究会第4研究分科会	主査
東郷 洋一	一般財団法人製品安全協会	専務理事
細矢 佑二	一般社団法人日本ドゥ・イット・ユアセルフ協会	専務理事
万場 徹	公益社団法人日本通信販売協会	常務理事 事務局長
三浦 佳子	消費生活コンサルタント	
三上 喜貴	長岡技術科学大学 システム安全系	教授
若井 博雄	一般財団法人日本規格協会	標準部 担当部長

2. 経済産業省

岡部 忠久	経済産業省	商務流通保安グループ	製品安全課	課長
守田 伴弘	経済産業省	商務流通保安グループ	製品安全課	課長補佐（総括担当）
小西 恵子	経済産業省	商務流通保安グループ	製品安全課	調査係長

3. 株式会社インターリスク総研

田村 直義	株式会社インターリスク総研	コンサルティング第一部		
		CSR・法務第一グループ長	上席コンサルタント	
井上 知己	株式会社インターリスク総研	コンサルティング第一部		
		CSR・法務第一グループ	マネジャー・上席コンサルタント	
佐藤 崇	株式会社インターリスク総研	コンサルティング第一部		
		CSR・法務第二グループ	主任コンサルタント	
井上 泰	株式会社インターリスク総研	コンサルティング第一部		
		CSR・法務第二グループ	上席テクニカルアドバイザー	
小山 視希二	株式会社インターリスク総研	コンサルティング第一部		
		CSR・法務第一グループ	上席テクニカルアドバイザー	
蛭子 さやか	株式会社インターリスク総研	コンサルティング第一部		
		CSR・法務第一グループ	アソシエイト	

中小家電販売業WG

1. WGメンバー

- 北原 國人 全国電機商業組合連合会 会長 兼 長野県電機商業組合 理事長
株式会社キタノヤ電器
- 石丸 利汪 全国電機商業組合連合会 本部長 兼 佐賀県電機商業組合 理事長
有限会社イシマル電器
- 高畑 俊一 全国電機商業組合連合会 理事 兼 兵庫県電機商業組合 理事長
びーんず株式会社 (パナびーんずたかはた)
- 海野 晋 山形県電機商業組合 理事
株式会社カイノ電器
- 佐藤 英雄 千葉県電機商業組合 千葉副ブロック長
有限会社協和電気商会
- 山本 順三 広島県電器商業組合 副理事長
株式会社TOP (トップヤマモト)
- 福田 喬則 東京都電機商業組合
株式会社京王電業社
- 安藤 修二 愛知県電機商業組合
株式会社安藤電器商会 (アンドーデンキ)

2. 事務局

- 齋藤 光雄 全国電機商業組合連合会 事務局長

3. 経済産業省

- 守田 伴弘 経済産業省 商務流通保安グループ 製品安全課 課長補佐 (総括担当)
- 小西 恵子 経済産業省 商務流通保安グループ 製品安全課 調査係長

4. 株式会社インターリスク総研

- 井上 知己 株式会社インターリスク総研 コンサルティング第一部
CSR・法務第一グループ マネジャー・上席コンサルタント
- 佐藤 崇 株式会社インターリスク総研 コンサルティング第一部
CSR・法務第二グループ 主任コンサルタント
- 井上 泰 株式会社インターリスク総研 コンサルティング第一部
CSR・法務第二グループ 上席テクニカルアドバイザー
- 小山 視希二 株式会社インターリスク総研 コンサルティング第一部
CSR・法務第一グループ 上席テクニカルアドバイザー
- 蛸子 さやか 株式会社インターリスク総研 コンサルティング第一部
CSR・法務第一グループ アソシエイト

本ガイドブックの作成にご協力いただいた政府機関等

経済産業省

株式会社インターリスク総研