

ホームセンター事業者向け  
製品安全に関するガイドブック

平成 26 年 4 月

一般社団法人 日本ドゥ・イット・ユアセルフ協会

## 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におい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、一般社団法人日本ドウ・イット・ユアセルフ協会（以下「日本DIY協会」という）がホームセンター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、その下にホームセンターワーキンググループ（WG）を設置しました。WGには日本DIY協会の会員企業の代表が参加して検討を重ね、また、会員企業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組の実態を把握しました。さらに、ガイドブックの作成にあたっては委員会のメンバーに様々な貴重なご意見を頂戴しました。

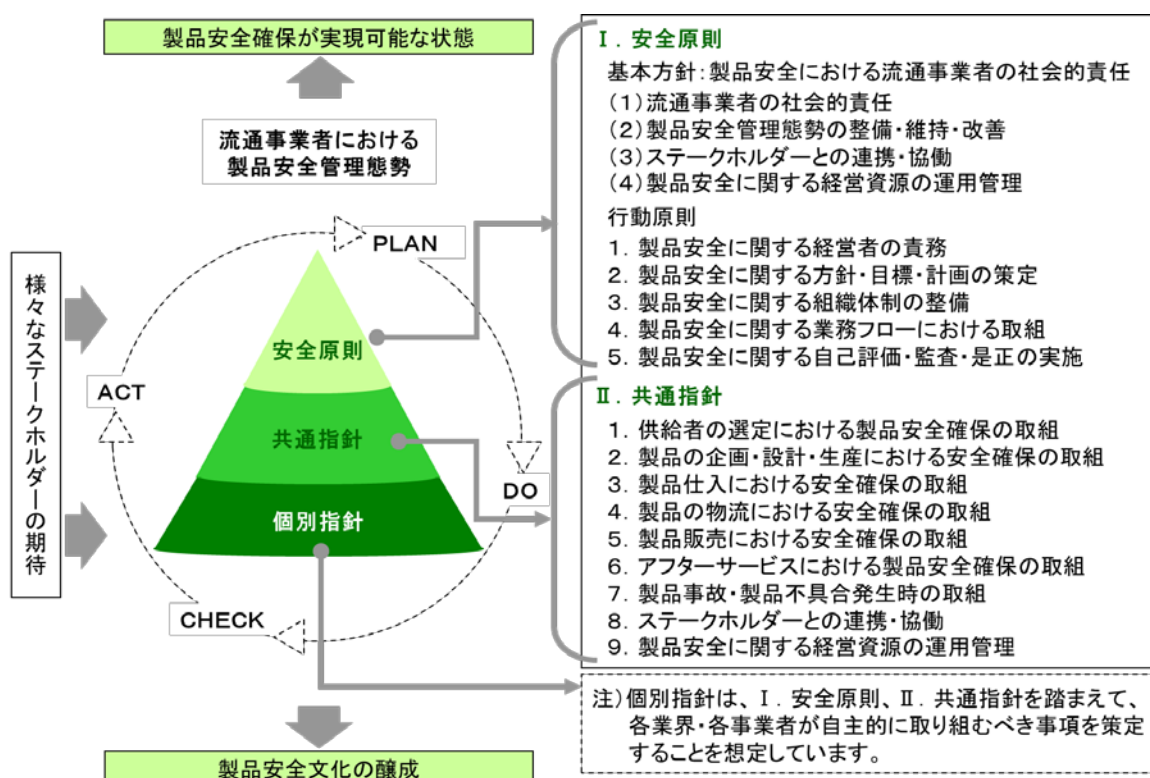
ホームセンター事業者におかれては、ガイド及びガイドの解説、そして本ガイドブックを自社の製品安全に関する取組に活用していただき、安全・安心な社会の構築に向けて取組を促進させる一助としていただければ幸いです。

### 2. ガイドブックの対象とする事業者・製品の範囲

- (1) 本ガイドブックが対象とする事業者は、ホームセンター事業者です。ホームセンター事業者の多くは自ら輸入事業者として海外から製品を調達していますが、本ガイドブックの対象とする取組は、販売事業者としての取組となります。
- (2) 本ガイドブックにおける取組の対象とする製品の範囲は、消費生活用製品安全法に規定される「消費生活用製品」であり、消費者が日常使用する家電製品、ガス器具、燃焼器具、衣料品、靴、家具、台所用品・育児用品・玩具・介護用品等の生活雑貨や

日用品など幅広い製品が対象となります。ホームセンター事業者が取り扱う消費生活用製品以外の食品・サプリメント、医薬品等は、本ガイドブックの対象ではありませんが、安全に関する基本方針や考え方は共通します。本ガイドブックを参考としつつ、消費生活用製品以外の製品の安全確保については、適用される法令や規格、関係する行政機関や業界団体の指針等に従って下さい。

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

### 3. ガイドブックにおける用語の定義

ガイドブックにおける用語の定義は以下のとおりです。

■供給者

製造事業者・輸入事業者・製造委託事業者、商社・問屋・ベンダー等の卸売事業者

■製造・輸入事業者

製造事業者は、自社又は自社グループ内で製品を企画・設計・開発・生産する事業者で、輸入事業者は、海外の製造事業者が生産した製品を輸入する事業者。また、法律上の義務・責務の履行主体を意味する場合もある

■製造事業者等

上記の製造事業者でNB製品を開発・設計・生産する事業者

■製造委託事業者等

流通事業者からPB製品の開発、設計、生産を請け負う事業者

■卸売事業者等

商社・問屋・ベンダー等の卸売事業者（仲介業者）

■NB製品（ナショナルブランド）

国内外の製造事業者が企画・生産した製品又は輸入事業者が海外から輸入した製品を、流通事業者が仕様・商標を維持した状態で調達・販売する形態の製品

■PB製品（プライベートブランド）

流通事業者が製品の企画・設計・開発・生産等のプロセスの一部又は全部に関与し、国内外の製造事業者に生産を委託して自社独自の商標により販売する形態の製品。また、輸入事業者が海外から輸入した製品を調達して自社の商標を付けて販売する形態の製品

## ホームセンター事業者における製品安全の取組の要点

ホームセンター業においては、広大な店舗スペースに、工具や大工道具などのDIY製品をはじめ、家電製品、ガス・燃焼器具、インテリア・家具・収納用品、家庭日用品、カー・アウトドア用品、園芸用品など数万アイテムに及ぶ多種多様な製品を陳列し、海外製品の取り扱いも多い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、ホームセンター事業者は、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、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。

ホームセンター事業者は、上記の基本方針を実現するため、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ホームセンター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ため、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。

ホームセンター事業者と一言でいっても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。ホームセンター事業者は、自社の事業規模と取組の現状等を踏まえつつ、ガイドブックの重み付けを参考に、自社で優先して実施すべき事項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）** [◎]  
…「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」
- 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」「有用です」
- 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」「整備します」
- ④ **取り組むことが望まれる事項** [△]  
…「望まれます」「努めます」「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		◇	◎	20
5. 製品販売	1 製品安全情報の消費者への提供	○		21
	2 販売時における製品の安全確認	◇		22
	3 顧客情報の把握・管理	◇		25
	4 製品の設置・組立	○		26
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	◇		28
	2 消費者情報の整理・共有・活用	◇		28
	3 製品の保守・点検・修理等を実施する体制の整備	◇		30
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	◎	◎	31
	2 製品リコールへの対応	◇	◎	33
	3 事故原因の究明と再発防止	◇	◎	35
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	○		37
	2 消費者との連携・協働	○		37
	3 業界団体、外部機関、行政機関等との連携・協働	◇		38
9. 経営資源の運用管理	1 人的資源の運用管理	◎		39
	2 情報資源の運用管理	◇		40
	3 物的資源の運用管理	◇		40
	4 金銭的資源の運用管理	○		40

## 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。

ホームセンター事業者は、ホームセンターを訪れた消費者に安心して製品を購入していただくため、製品の安全確保に対する自社の基本方針を明確にして、自社のウェブサイト等で公開することが求められています（行動原則の2. 製品安全に関する方針・目標・計画の策定）。そして、消費者に安全な製品を販売するため、自社の製品安全に関する基本方針・目標等を踏まえつつ、製品に求められる特性を検討して自社の「製品安全要求事項」（以下「要求事項」という）を決定し、その要求事項を満たすことを確認するための「製品安全基準」（以下「安全基準」という）を策定することが望まれます。（要求事項・安全基準を策定する必要性については、「ガイドの解説」P25を参照）。

##### 1-1-1 NB製品の要求事項・安全基準の策定

ホームセンター事業者は、DIY製品をはじめ多種多様な製品を取り扱っていますが、全ての製品に要求事項・安全基準を策定して運用することは、必ずしも効果的ではありません。このため、自社が取り扱うNB製品の中から製品事故等のリスクがあると判断した製品・製品群を優先して要求事項・安全基準を策定することが望まれます。策定にあたっては、以下の情報や製品特性を参考にしてリスクレベルの判定を行い、自社における「リスク製品・製品群」を抽出します（抽出したリスク製品は「1-2-1 NB製品の供給者の評価・選定」で評価を行う供給者を選定する際にも活用します）。

[リスク製品・製品群を抽出する際に参考とする情報又は製品特性]

- ✓ 消費者庁及び経済産業省が公表する重大製品事故情報や（独）製品評価技術基盤機構が公表する非重大製品事故情報のうち事故頻度が高い製品
- ✓ （独）国民生活センターが公表する商品テストの結果
- ✓ リコール対象製品に類似の製品
- ✓ 自社が取り扱った製品で不具合・事故が発生した製品
- ✓ 高エネルギー（高電流・電圧、高温、回転部分、重量物等）を有する製品
- ✓ 環境ホルモンやアレルギー物質を含む可能性のある製品
- ✓ 高齢者や子供・乳幼児向けの製品群
- ✓ 製造時に“針”や“釘”等を使用する製品群



- ✓ 購入者が設置・組立を行う製品群
- ✓ 新技術・新機能・新素材等を有する新製品
- ✓ 自社として初めて取り扱う製品
- ✓ 業務用であったものが家庭用として転用・普及した製品
- ✓ 人命を守る製品群（チャイルドシート、防災グッズ、救命胴衣等）
- ✓ 既存製品とは異なるアイデアの製品
- ✓ 製造事業者等の製品安全設計に不明確な点がある製品

抽出したリスク製品・製品群（例：「子供・乳幼児向けの製品群」）に求められる自社の要求事項（例：誤使用によるケガを誘発しない構造のもの等）を決定し、その要求事項を満たすことを確認するための安全基準（例：J I S基準を満足していること、鉛が含有されていないこと、S G制度、S T制度、B L制度<sup>1</sup>などの関係機関の安全認証を取得していること等）を策定します。なお、リスクレベルが高い製品に関しては、自社で取り扱わない方針とするのも一つの方法です。策定した要求事項・安全基準は、調達を検討している製品の評価（1-2-1）やリスクアセスメント（2-1-2）、製品の納入段階での検品（3-1-1）等を行う際に活用します。

### 1-1-2 P B製品の要求事項・安全基準の策定

ホームセンター事業者は、P B製品やストアブランド（S B）製品を取り扱うなど、主体的に製品の企画・設計・生産に関与している事業者もあり、今後、P B製品等を取り扱う方針の事業者もいます。P B製品等を取り扱う事業者は、自社の商標を付して製品を消費者に販売するという責任を踏まえ、自社又は製造委託事業者等と共同でP B製品等に係る要求事項と安全基準を策定して製品の安全を主体的に確保することが重要です（要求事項・安全基準の例示は「ガイドの解説」P26を参照）。策定にあたっては、必要に応じて、第三者機関を活用して自社の要求事項・安全基準の適正性を確認します。策定した要求事項・安全基準は、製品の企画・開発・設計段階でのリスクアセスメント（2-1-1）や製品出荷前の検査（2-2-1）、製品の納入段階での検品（3-1-2）等を行う際に活用します。

#### [取組事例]

- J I S規格等がある製品クラスについては、これらの規格を参考に自社基準を策定している。また、業界基準のある製品クラスについても自社基準を作成し、P B・S B製品に適用している。
- J I S規格、S G制度の対象となっている製品については、これらの基準を満たした製品を取り扱うことを原則としている。

<sup>1</sup> S G：（財）製品安全協会が運用する消費生活用製品の安全基準認証制度。S T：日本玩具協会の玩具安全基準認定制度。B L：（財）ベターリビングの優良住宅部品認証制度。

#### [取組事例]

- 自社の現状において、①口に入れる製品、②肌につく製品、③電気製品（電池式の製品含む）のPB化は、お客様に対して責任を果たしきれないという認識があるため、取り扱わないことにしている。また、社内に品質管理の専門部署はないが、お客様に安心して提供できる製品以外は扱わない方針としている。
- PB製品は、ほぼすべての製品カテゴリーにおいて製品安全基準を策定している。
- 製品安全に特化したものではないが、取扱商品に関する以下の方針がある。
  - 電化製品やエンジン等駆動部分のある製品等は高リスク製品として認識し、PB製品では扱わず、卸売事業者経由で実績のある商品を仕入れる。
  - 原則として、多機能製品は取り扱わない。
  - 卸売事業者等から新提案があった場合は事前に見本を精査する。

## 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。**

ホームセンター事業者は、多種多様な製品を取り扱っており、多岐にわたる供給者から製品を調達しています。また、取り扱う製品の特性も、NB製品をはじめ、PB・SB製品や海外からの輸入品など様々です。ホームセンター事業者が安全な製品を調達し、販売するためには、安全な製品を供給できる製造・輸入事業者を選定することが極めて重要となります。

### 1-2-1 NB製品の供給者の評価・選定

NB製品を取り扱う供給者のうち、以下の製造・輸入事業者から製品の調達を検討している場合は、これらの事業者が安全な製品を供給できる製品安全管理態勢にあることを評価する必要があります。

#### [評価を行う製造・輸入事業者]

- ✓ 自社において製品事故等のリスクがあると判断した製品\*（以下「リスク製品」という）を取り扱う製造・輸入事業者
- ✓ これまで自社との取引実績がない製造・輸入事業者
- ✓ 信用力が劣る製造・輸入事業者
- ✓ 直接取引を行う海外の製造事業者（ホームセンター事業者自らが輸入する場合）

\*リスク製品か否かの判断は、1-1-1のリスクレベルの判定を活用します。

製造・輸入事業者の評価を行う際は、以下の視点を踏まえて、「選定基準」と「評価項目」を作成し、製品安全管理態勢全般についての評価を行います。

[供給者を評価する視点の例示]

- ✓ 継続的に信頼・安心した取引が可能な経営状態にあること
- ✓ 供給者の製品安全方針と製品安全に関する企業姿勢
- ✓ 製品安全に関する法令の遵守状況
- ✓ 安全性が確保された製品を、継続的に供給できる体制が整備されていること
- ✓ PL 保険やリコール保険等の付保状況
- ✓ 過去の法令違反や製品事故・リコール等の状況及び是正措置の内容と適正性
- ✓ 製品事故・不具合が発生した場合の体制が整備されていること
- ✓ 製品検査工程や品質管理体制が整備されていること 等

海外からの輸入品に重大製品事故の発生が多く、その割合も年々増加傾向にあることを踏まえ、特に、上記の製造・輸入事業者が取り扱う輸入品の調達を検討している場合は、当該事業者の製品安全管理態勢を厳正に評価する必要があります。また、リスク製品や販売実績がない製品等（以下「リスク製品等」という）」を卸売事業者等を仲介して調達する場合は、卸売事業者等の製品安全に対する企業姿勢や製品事故・不具合発生時の対応等について確認するとともに、これらの事業者を通じて、製造・輸入事業者の製品安全管理態勢に関する情報を入手して確認することが望まれます。

他方で、調達を検討しているリスク製品等に関しては、当該製品の技術基準への適合を証明する書面、SG・ST・BL等の関係機関の安全認証書、品質基準や検査記録等を製造・輸入事業者から入手して、法令の技術基準や民間規格、自社の要求事項・安全基準等を満たしていることを十分に確認する必要があります。また、当該リスク製品等の事故・不具合等の発生状況や、想定される使用者・使用方法・使用環境等を確認し、必要に応じて、製造・輸入事業者からリスクアセスメント報告書等を入手するなどして、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します（「2-1-2 NB製品のリスクアセスメントの実施」を参照）。

ホームセンター事業者が取り扱っている製品には、重大製品事故が多発している製品もあることから、これらの製品の調達を検討している場合は、製品のリスク特性や製品事故の発生要因等を十分に考慮した上で製品を選定する必要があります。

<重大製品事故が多発している製品の例示>

- ✓ 家電製品（エアコン、電気ストーブ、電気冷蔵庫、電子レンジ 等）
- ✓ 燃焼器具（石油ストーブ、ガスこんろ、石油給湯器等）
- ✓ 日用品（自転車・脚立・踏み台・はしご・椅子等）
- ✓ 重大製品事故が多発しているリコール製品と類似の製品 等

#### [取組事例]

- 取引先の選定は、訪問前に会社概要等を取り寄せて事前確認を行った上で、工場や商社の事務所を訪問し、ヒアリングを実施して決定している。取引するか判断に迷った場合は、商品部のトップや課長がヒアリングに同行し、複数の目線から取引先を選定している場合もある。
- 海外企業と直接取引する場合は、原則として実地監査を行った上で取引を開始している。
- 卸売事業者等からの仕入れがメインであるため、選定には留意をしている。その際、経営状態のほか、大手との取引実績や、同種製品における過去の不具合等の問題発生の有無等について確認する。
- 直接輸入はせずに卸売事業者を経由した仕入れ形態としているが、海外の製造事業者と新規に取引を開始する際には、卸売事業者とともに当該事業者の海外工場を視察している。

### 1-2-2 PB製品の製造委託事業者等の評価・選定

PB製品等を委託生産するため、製造委託事業者等の選定を行うホームセンター事業者は、上記 1-2-1 と同様に、製造委託事業者等の製品安全管理態勢を厳正に評価するとともに、「工場調査票」や「工場認定基準」等を作成して、製造委託事業者等の生産工場を調査し、自社の要求する製品が生産できる体制にあることを確認することが重要です（調査項目等の詳細は「ガイドの解説」P30、31 を参照）。生産工場の調査の際には、製造委託事業者等が適切な製品検査工程を構築し、製品検査を実施できる体制にあることを確認する必要があります。（「2-2-1 PB製品の検査工程への関与」を参照）。

製造委託事業者等を選定した後は、製品の企画・設計・生産等への自社の関与の度合いや取り扱うPB製品のリスク特性等を踏まえ、製品安全に関する製造委託事業者等と自社の責任範囲を明確にした上で契約を締結します。また、契約の際には、製品の特性に応じた出荷前の全数検査等の実施や、製品の検査項目・検査方法・判定基準等の設定を契約条件とするなど、製品検査における安全確保の取組に関与するとともに、不良品や不適合品が発生した際の取り決めや契約解除の条件を設定します。

#### [取組事例]

- 供給者の管理態勢を重視し、必ず工場監査を実施している。5S（整理・整頓・清掃・清潔・躰）の状態を基本として、経営者の姿勢、製品安全管理態勢、検査体制等、生産プロセス全体に渡って監査を行い、SABCD基準で評価している。
- PB・SB製品の場合は、供給者を訪問して監査等を実施する場合がある。訪問しない場合であっても、サンプル品をチェックした上で商品化を行う。今後、PB・SB製品を積極的に取り扱う方針だが、ガス器具等、リスクが高い製品はPB・SB化しない方針としている。
- PB製品の製造委託先は、原則として訪問監査を実施して決定する。監査は基本的に商品部が担当するが、自転車等のリスクが高いと思われる製品は、品質保証部も同行している。

**【参考】 重大製品事故が多発している製品の事故の発生要因**

○家電製品で最も事故が多いのは「エアコン」になります。

<主な事故原因>

電源用コネクター端子間のトラッキング、コンデンサーの経年劣化、  
室内機と室外機の中継線が不適切な設置 等

○燃焼器具で最も事故が多いのは「石油ストーブ」になります。

<主な事故原因>

油受け皿からの灯油漏れ、消化せずに給油したことによる引火、  
洗濯物の可燃物が接触、カートリッジタンクの蓋を確実に閉めなかった 等

○生活用品で最も事故が多いのは「自転車」になります。

<主な事故原因>

ペダルの強度不足、フレームパルプの溶接不良、  
メンテナンス不足によるチェーンの外れ、ブレーキの調整不足 等

製品事故等の情報については、経済産業省及びN I T E（製品評価技術基盤機構）等のウェブサイト参照して下さい（「7-1 製品事故・製品不具合への対応」を参照）。

## 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。

#### 2-1-1 PB製品のリスクアセスメントの実施

ホームセンター事業者が取り扱うPB製品に事故・不具合等が発生した場合は、自社の責任を問われ、再発防止の費用を要するだけでなく、社会的な信用度も低下します。このため、製品の設計・開発段階で、製品のリスクを洗い出して許容可能なレベルまでリスクを低減させるリスクアセスメント<sup>2</sup>等を実施することで、製品を市場に投入する前に製品事故の可能性を最小限に低減させることが重要となります。

製造委託事業者等との契約を締結し、主体的にPB製品等の企画・設計・生産に関与する事業者は、製品のリスク特性を踏まえ、PB製品の企画・設計・開発段階でのリスクアセスメントや試作品の検査・試験等に関与又は自社で実施して、製品のリスクを社会的に許容できる範囲まで低減させることが重要です。

[企画・設計・開発段階におけるリスクアセスメントの例示]

- ✓ 法令の技術基準やJIS等の規格、自社の安全基準への適合性
- ✓ 他社製品を含む類似製品の事故・不具合等の発生状況と原因究明結果
- ✓ 想定される使用者、使用方法及び使用環境等の妥当性
- ✓ 合理的に予見可能な誤使用の妥当性
- ✓ 設計段階における製品の本質的安全設計によるリスク低減の妥当性
- ✓ 設計段階の保護手段（安全防護）によるリスク低減の妥当性
- ✓ 使用上の安全情報によるリスク低減の妥当性等

なお、製品の設計・開発段階におけるリスクアセスメントに関しては、経済産業省の「消費者生活用製品向けリスクアセスメントのハンドブック」及び「リスクアセスメントハンドブック【実務編】」を参照して下さい。

#### [取組事例]

- PB・SB製品については、商品開発進捗管理システムを導入し、いくつかの関門を通らないと商品化（JANコード取得）できない仕組みを構築している。さらに、品質管理部長の承認も必須としている。

<sup>2</sup> リスクアセスメントとは、誤使用を含む製品の使用者・使用環境・使用状況を想定して予測されるリスク（危険源、危険な状態）を特定・評価し、その対策を製品の設計段階に盛り込むことで、可能性がある製品事故による被害を最小限に低減させる取組です。

#### [取組事例]

- 仕様書の基準を明確化し、PB製品の仕様書の取り交わしをルール化する取組を進めている。SB製品も徐々に仕様書を取り付けている。
- 脚立、台車等の強度が問題となる製品、法令上検査の実施が要求される食器・なべ、ペットフード等の輸入品、自社指定の長靴・かさ、衣料品関係のPB製品については、第三者機関でのテストを実施している。
- 品質管理部門が構想設計段階からデザインレビューに参加し、製品の試作品、サンプル品が準備できた段階で消費者対応部門が参加して安全性及び消費者の使い勝手等の観点から改善提言等を行う。品質管理部門と消費者対応部門には、製品化するにあたって問題があれば、ストップを掛ける権限を付与している。
- PB製品は、全ての製品カテゴリーにおいて、サンプル品を入手して確認をしている。必要に応じて、外部試験機関による強度試験と化学物質試験を実施している。

### 2-1-2 NB製品のリスクアセスメントの実施

効率良く精度の高いリスクアセスメントを実施するため、「1-1-1 NB製品の要求事項と安全基準の策定」の考え方と同様に、自社が取り扱うNB製品の中から製品事故等のリスクがあると判断した製品・製品群を優先してリスクアセスメントを実施します。ホームセンター事業者は、製品調達の検討段階「1-2-1 NB製品の供給者の評価・選定」で、自社の知見、供給者及び周辺から得られる情報等を活用して、以下の例示にある内容を確認して、調達を検討している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します。

#### [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]

- ✓ 法令の技術基準やJIS等の規格、自社の要求事項・安全基準への適合性
- ✓ 当該製品及び同種製品の事故・不具合等の発生状況と是正措置の妥当性
- ✓ 市場での同種製品の事故・不具合等の発生頻度と被害の程度
- ✓ 供給者が想定する製品の使用者・使用方法・使用環境と自社の想定との差異
- ✓ 自社が収集した消費者からの類似製品に関する問い合わせ・苦情等の内容 等

他方、自社においてリスクアセスメントを実施するための知見や資源が十分でない場合は、製造事業者等が実施したリスクアセスメント報告書等の提出を求める、第三者機関に評価を依頼するなどを行って、その結果の妥当性を評価する方法もあります。

#### [取組事例]

- 取扱製品の選定にあたっては、自社の安全基準への適合性及びPSマークの貼付状況をチェックすることに加え、事前にサンプル品を入手し、外部の試験機関等で確認を行っている。
- 製品を採用する前に自社で試験的に製品を使用してみて、使用後に及第点を出せる製品であれば、その後検査機関において基準を満たしていることを確認してから採用している。

## 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。

### 2-2-1 PB製品の検査工程への関与

製造委託事業者等の生産工程における作業ミスや生産設備の不具合等の可能性を排除できないことから、不良品、不適合品等の発生を完全に防ぐことはできません。このため、主体的にPB製品等の企画・設計・生産に関与する事業者は、製造委託事業者等が、不良品、不適合品等が発生した場合の是正措置や流出防止策を講じるなど、適切な製品検査工程を構築していることを確認する必要があります。具体的には、生産工場を調査する段階（「1-2-2 PB製品の製造委託事業者等の評価・選定」）で、製造委託事業者等が適切な製品検査工程（部品原材料の受入検査、生産工程における中間検査、梱包前検査、出荷前検査等）を構築し、自社の要求事項・安全基準を策定している場合はそれに基づいた製品検査を実施できる体制にあることを確認します。調査の結果、製品検査体制に不備がある場合は、検査条件の改善等を要求します。

また、ホームセンター事業者は、委託契約の締結後も、PB製品の安全を確保するため、製造委託事業者等の製品検査に関与することが重要です。製品の納入段階「3-1-2 PB製品の納入段階での安全確認」で検査を実施することもできますが、実務上は、製品の梱包・包装の問題、納品から販売までの時間的制約や保管在庫の制限等によって検査範囲が限られてしまいます。このため、製品出荷前の検査工程に関与してPB製品の安全性を確認することが重要となります。自社で検査に関与することが困難な場合は、外部の検査機関等を活用します。

#### [取組事例]

- 自社検査施設で、製品の設計品質、安全性確認、耐久性試験等を行っている。
- PB製品については自社の検査室で実用試験を実施している。また、アウトドア製品については、屋外ラボで試験を実施し、NB製品との比較試験を行う場合もある。
- 供給者の管理態勢を重視し、必ず工場監査を実施している。5S（整理・整頓・清掃・清潔・躰）の状態を基本として、経営者の姿勢、製品安全管理態勢、検査体制等、生産プロセス全体に渡って監査を行い、SABCD基準で評価している。
- 海外の生産委託工場では、自社の現地検査員が立ち会い全数検査を実施している。国内入荷時には抜き取り検査を実施している。また、週に1度、品質管理担当者と現地駐在員で会議を行って、問題点・改善点等について意見交換を実施している。

### 2-2-2 NB製品の検査工程の確認

NB製品の検査工程における安全確認は、製造事業者等の責任の下で実施されますが、「1-2-1 NB製品の供給者の評価・選定」における供給者の評価にあたっては、製造事業者等の品質基準書や検査マニュアル等の書類を入手して、適正な製品検査工程や品質管理体制にあることを確認した上で供給者を選定します。



## 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。

#### 3-1-1 NB製品の納入段階での安全確認

ホームセンター事業者は、取引契約の際に供給者と合意した仕様書どおりの製品が納入されていることを検品等を実施して確認することが望まれます。製品の梱包・包装の問題、納品から販売までの時間的制約や保管在庫の制限等によって、ホームセンター事業者が取り扱う全ての製品に対して、納入段階で検品等を行うのは実務上困難ですが、リスク製品等や輸入品に関しては、納入段階で目視検品や抜き取り検査等を実施して製品の安全基準等への適合状況や梱包、外観等を確認することが望まれます。

納入段階でリスク製品等の検品等が困難な場合は、製造・輸入事業者から以下の例示にある書面等を入手して製品検査結果の妥当性や法令・規格・自社の要求事項・安全基準等への適合状況を確認します。

[製品検査の結果等を確認するための書面等の例示]

- ✓ 製品に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
- ✓ 製品が自社の要求する仕様や安全基準を満たしていることを確認できる書面
- ✓ 製品検査の結果や検査記録
- ✓ 製品の苦情・不具合・事故等の状況と対策履歴 等

書面等を確認した結果、検査結果に疑問がある場合は、製造・輸入事業者を確認し、不適合品と判断した場合は、直ちに製造・輸入事業者に対して原因を究明し改善を行うよう要求します。また、リスク製品等や輸入品を卸売事業者等を仲介して調達した場合は、それらの事業者を通じて、製造・輸入事業者が適正な検査を実施したことを確認できる書面等を入手することが望まれます。

#### [取組事例]

- 輸入品については、国内の物流センターで検品を実施し、変質やカビなどがいないか確認を行っている。確認を行う対象製品は、過去の経験から決定している。
- 継続的に取引をしている供給者であっても、特に中国等海外メーカーの場合は、通知なしに当初仕様とサイズ、部品、素材等が異なる商品が納入されることがある。そのような先からの納入品については、納入時に抜き取り等により仕様との適合性を確認している。
- 輸入品については入荷時に抜き取り検査を行い、製品に問題があった場合は、現地駐在員に連絡して改善を要求する。

ホームセンター事業者は、以下の例示にある内容を踏まえ、納入された製品やパッケージに適切な表示・警告がなされていることを確認するとともに、製品に同梱されている取扱説明書等の注意事項の記載内容等を確認し、不十分、不適切な記載があれば、製造・輸入事業者に表示や記載内容の修正・追記等を求めます。

[取扱説明書等の確認事項の例示]

- ✓ 表示手段（取扱説明書、梱包、製品本体へのラベル・シール貼付等）の適正性
- ✓ 表示の大きさ、色、位置等の適切さ
- ✓ 法令や規格、業界のガイドラインや慣行への適合性
- ✓ 子供、高齢者、障がい者等に配慮した内容となっているか
- ✓ 表示に剥がれにくい素材を使用しているか、印刷が劣化しにくい品質か 等

[取組事例]

- 表示面の素材や貼付の状態、印刷の品質等により、店舗での商品陳列中に劣化し、表示が不明瞭になるケースがある。このため、表示内容ばかりでなく、表示面の素材や貼付の状態、印刷の品質等も含めた確認を行っている。

### 3-1-2 PB製品の納入段階での安全確認

PB製品は、「2-2-1 PB製品の検査工程への関与」の段階で、一般的に製品出荷前の検査工程で全数検査、ロット検査等が実施されますが、製品出荷前の検査が不十分と判断した製品や再確認が必要な製品等は、納入段階での検品等を実施して製品の法令・規格・自社の要求事項・安全基準等への適合状況を確認する必要があります。自社で検査を実施することが困難な場合は、外部の検査機関等を活用します。

また、PB製品に関する取扱説明書等の注意事項の内容やパッケージの表示内容等については、自社の責任において適正性を十分に確認する必要があります、不十分、不適切な記載があれば、修正・追記等を行う必要があります。

リスクアセスメントにおいて国際的な共通概念となっている「スリーステップメソッド（ISO/IEC ガイド 51）」<sup>3</sup>では、リスクを低減させる第3ステップとして“製品の使用上の情報を作成し消費者に伝える”という考え方が示されています。このため、PB製品における取扱説明書の作成は、製品の安全を確保する上で重要な取組となるので、その作成にあたっては、製造委託事業者と協働して内容を十分に精査する必要があります。自社で作成・精査が困難な場合は、外部の機関等を活用します。（リスクアセスメントについては、2-1-1を参照）

<sup>3</sup> スリーステップメソッドは、3つのステップで製品のリスクを低減させる対策であり、製品の設計・開発段階で「本質的な安全設計（ステップ1）」又は「安全防護の設定（ステップ2）」を行い、低減しきれなかったリスクを「使用上の情報を作成（ステップ3）」することでリスクを低減します。なお、ステップ3までの対策を講じても、リスクをゼロにすることはできず残留リスクが残ります。

#### [取組事例]

- PB製品のうち、新製品、シーズンの立ち上がり時や過去のトラブル品などについては、確認する項目を決めておき、海外の生産委託工場や国内の物流センターなどで仕様書通りに納入されているかを抜き取りで検査している。
- 海外の生産委託工場では、自社の現地検査員が立ち会い全数検査を実施している。国内入荷時には抜き取り検査を実施している。また、週に1度、品質管理担当者と現地駐在員で会議を行って、問題点・改善点等について意見交換を実施している。
- PB製品の場合は自社で警告表示等を検討し、製品の見やすいところに注意表示のシールを貼付している。
- 品質管理部門の担当者が、消費者庁とNITEの発表を毎回確認しており、収集した情報を元に以下の取組を実施した。

□ある製造委託事業者がNB製品の警告表示を改善する旨の情報が掲載されていたため、類似製品である自社のPB製品についても併せて対応してもらえるよう要請した。

□大手流通事業者が鍋の蓋に関する警告表示を貼付したという情報から、PB製品の鍋についても警告対応を行い、改善を図った。

## 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。

### 3-2-1 NB製品の供給者に対する継続的な監査等の実施

経済環境の変化や経営方針の変更等により、供給者が取引契約時点の評価を維持できない場合があります。このため、ホームセンター事業者が、以下の製造・輸入事業者と取引契約を締結した場合は、契約後も一定期間、監査やモニタリングを実施して、これらの事業者が安全な製品を継続的に供給できる体制を維持していることを確認します。

また、リスク製品等を卸売事業者等を仲介して調達した場合は、それらの事業者を通じて、製造・輸入事業者の事業の継続性が確保されていることを定期的に確認することが望まれます。

[継続的な監査等を実施する製造・輸入事業者]

- ✓ 自社において製品事故等のリスクがあると判断した製品を取り扱う製造・輸入事業者
- ✓ 過去に自社との取引実績がない製造・輸入事業者
- ✓ 信用力が劣る製造・輸入事業者
- ✓ 直接取引を行う海外の製造事業者

### 3-2-2 PB製品の製造委託事業者等に対する継続的な工場調査等の実施

主体的にPB製品の企画・設計・生産に関与する事業者は、取引契約を締結した製造委託事業者等の生産工場の監査やモニタリング等を実施して、自社の要求するPB製品を継続的に生産できる体制を維持していることを確認することが重要です。

上記いずれの場合も、供給者の取組に是正事項があった場合は、速やかに改善を要求し、改善が不十分であった場合は取引を停止します。また、取引契約後に、不具合率・故障率が高い製品を供給した事業者や、事故品・不良品・不適合品を市場に供給した事業者に対しては、是正措置や改善を強く求め、必要に応じて生産工場の調査を実施します。調査等の結果、製品の安全を確保できないと判断した場合は、契約解除を含めた対応を検討する必要があります。

#### [取組事例]

- PB製品のうち、新製品、シーズンの立ち上がり時や過去のトラブル品（家電、自転車、組み立て家具、湯たんぽ、衣料など）については、確認する項目を決めておき、海外の生産委託工場や国内の物流センターなどで仕様書通りに製造・納入されているかを、製造ラインの確認や抜き取りにより検査している。
- 自転車の製造委託先については、年に2回～3回の頻度で、メーカー出身の社員と品質管理部門の社員が工場監査に赴き、製造・管理状況等の確認をしている。

## 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。

### 4-1 NB製品の運搬プロセスの管理

製品の運搬方法や物流拠点での保管状況、不適切な取り扱い等により、運搬・保管プロセスにおいて製品の安全性が損なわれる可能性があります。多種多様な製品を取り扱うホームセンター事業者が、物流段階において個々の製品の梱包状況や製品本体の状態確認を行うことは実務上困難な場合もあるため、供給者から製品が納入される「仕入物流」においては、供給者との取引契約時に製品の梱包仕様及び適切な輸送手段・輸送経路等を設定して、製品の運搬プロセスにおける安全を確保することが望まれます。一方、販売した製品を消費者に配送する「販売物流」においては、ホームセンター事業者の責任の下で、安全な状態で製品を消費者に届けるため、製品の運搬にあたっての注意事項を委託先の配送事業者等に伝えるなど安全確保に努めます。

消費者から製品の運搬上の問題等に関する苦情（梱包が不十分であったため製品が破損していた等）が寄せられた場合は、その苦情内容を精査し、必要に応じて、製品の運搬プロセスにおける注意事項を供給者・配送事業者に伝えて改善を図るなどの対策を講じます。

### 4-2 PB製品の運搬・保管プロセスの関与

主体的にPB製品等の企画・設計・生産に関与する事業者は、取引契約時に製造委託事業者等との間で製品の物流に関する責任範囲を明確にし、製品特性を考慮した上で、「仕入物流」における物流事業者の選定を含めた適正な製品輸送計画の構築に関与します。また、物流拠点における保管状況を適切に管理するなど、製品の運搬・保管プロセスにおけるPB製品の安全を十分に確保する必要があります。

#### [取組事例]

- 温度管理が必要な製品は輸送手段、保管方法に特に注意して取り扱っている。
- PB製品の保管・運送方法は、ホームセンター側で検討する場合も多い。また、物流にトラブルの原因があった場合は、梱包方法や積み方などを考慮する。
- PB製品の物流で不具合が生じた場合は、メーカーに対して改善要求を行う。NB製品の物流は、原則メーカーの責任となるが、工場渡しの場合は流通事業者側でケアする必要がある。
- 大型家具のPB製品など重量のあるものについては、重量表記とアイコンを付けて、「二人で持つこと。角をぶつけると危険。」などを外箱に記載している。

## 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

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。ホームセンター事業者は、製品の誤使用や不適切な保守等によって生じる事故の可能性を低減させるため、新聞への折込チラシや自社のウェブサイト、店頭ポスター等の販売促進ツールを活用して、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して注意喚起を促す必要があります。また、製品安全情報を発信する際は、高齢者や障がい者等にも配慮し、使用方法や注意喚起等をわかりやすく伝える工夫を行うことが望まれます。

店舗で製品を対面販売するホームセンター業においては、販売担当者やサービスカウンターを担当者が誤った説明をしてしまうと、消費者の誤使用を誘引し事故につながる可能性が高まります。このため、販売担当者等が製品安全情報を適切にアドバイスできるように普段から製品安全に関する正しい知識を習得する機会を提供する必要があります。特に資材関係の機器など専門性が必要な製品については、使用方法や注意事項を十分に説明できる担当者を各店舗に配置する必要があります。ホームセンター事業者の中には、陳列した製品ごとに取扱説明書を脇に置いて、消費者の購入検討時に製品の使用方法、注意事項、アフターサービスの内容等を確認できるようにしている事業者もいます。

#### [取組事例]

- 製品販売時に顧客にリコールや事故情報を伝達できるよう、売場担当者に朝礼昼礼で情報周知を行うとともに、POPに掲示している。
- 接客支援スタッフを主要な販売店に配置してお客様に取扱方法や誤使用防止等の商品説明を行っている。接客支援スタッフが対応できない質問があった場合は、関係部門に問い合わせた上で、説明を行っている。
- 自社のホームページにおいてシュレッダーの正しい使い方や、子供の事故防止等の情報提供を実施している。
- 自社で作成している店頭POPやメディア情報が氾濫し、大事な情報が伝わらない傾向にあるため、まずは「説明書を読んで下さい」との館内アナウンスを流している。
- 木材や石材、建築資材や農業資材及び機器等の専門的な製品は、使用方法等を説明する要員を配置している。
- メーカーの取扱説明書が不明瞭や理解しにくい場合は、売り場にPOPを作成して補足情報を提供している。

#### [取組事例]

- 特に説明が必要な製品については、カテゴリごとの担当者に対し年2回の販売会議、年6回の勉強会（自由参加）を実施するとともに、HOW TOガイドブックの配備やメーカーやDIYアドバイザーによる講習会も実施している。
- 混合栓など交換の際に注意が必要なものがあるため、製品に応じて注意事項を説明している。
- 各店舗の売り場担当者と卸売事業者が参加する担当者会議において、使用方法がわかりにくい製品の説明方法を指導する。また、一部製品については説明用の店頭POPを作成し掲示している。

## 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。**

### 5-2-1 販売時の製品確認

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、物流・販売拠点等での保管や取り扱い状況等によっては、製品の安全性が損なわれている可能性があります。ホームセンター事業者は、こうした可能性を考慮して、店頭で陳列された製品や店内の在庫品等の目視点検や抜き取り検査を行って製品の外観等が毀損していないか確認することが望まれます。また、取り扱う製品の多くは、物流、保管段階で開梱されずに梱包状態で消費者に販売されるので、以下の機会を利用して、製品本体の状態やラベル表示等の適正性、法令の遵守状況等を確認することが望まれます。

[製品本体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を目視点検し、損傷等があった場合は、開梱して製品に異常がないか確認する。
- ✓ 店頭において展示品・試供品として陳列・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、製品に異常がないか確認する。
- ✓ 販売拠点が複数ある場合には、拠点ごとに梱包を解いて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

目視確認等によって製品本体や同梱品に損傷や破損等を発見した場合は、供給者に連絡して原因を調査し、調査の結果、製品の安全性に影響を及ぼすと判断される場合は、供給者等による対策が実施されるまで製品の販売を停止します。



### [取組事例]

- P B製品において過去にケガなどがあったものは、品質保証部において店頭での抜き取り検査を実施し、製品の重みのばらつきやガラス製品が割れないかなどを確認している。
- 担当者が売り場の巡回時に、開封の形跡があり異変が感じられる商品（パーツの一部や取扱説明書がなくなっているなど）がないかを確認し、そのような商品が顧客に購入されることを防ぐようにしている。

## 5-2-2 製品安全関連4法のP Sマークの確認

家電製品、ガス器具、燃焼機器、生活用品などを取り扱うホームセンター事業者は、取り扱う製品が、①製品安全関連4法<sup>4</sup>に指定されている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、③ **P Sマークが正しく表示されているか、を確認する義務があります。**（製品安全関連4法の指定品目・P Sマーク表示例等は、「ガイドの解説」P80～81を参照）

< P S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	特定電気用品以外の電気用品の表示例
 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	 〇〇製造株式会社 入力：100V、13VA、50-60Hz

## 5-2-3 長期使用製品点検・表示制度における確認

長期使用製品安全点検制度は、消費者自身による点検が難しく、経年劣化による重大事故のおそれが高い製品（以下の9品目）の事故を未然に防止する制度です。これらの製品を販売するホームセンター事業者は、**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があります。**これらの製品は、設置工事が必要となるため、店頭での販売時ではなく、実際に製品を設置する際に説明が行われるのが一般的です。**製品の設置等を他の事業者へ委託等する場合は、その事業者に対し、所有者への説明を行うよう周知を徹底する必要があります<sup>5</sup>。**

<sup>4</sup> PSCマーク（消費生活用製品安全法（10品目）、PSEマーク（電気用品安全法457品目）、PSTGマーク（ガス事業法8品目）及びPSLPGマーク（液化石油ガスの保安の確保及び取引の適性化に関する法律16品目）。詳しくは、経済産業省WEBサイト「製品安全ガイド」を参照して下さい。  
[http://www.meti.go.jp/product\\_safety/](http://www.meti.go.jp/product_safety/)

<sup>5</sup> 詳しくは「長期使用製品安全点検・表示制度ガイドライン（平成24年6月版）」を参照して下さい。  
[http://www.meti.go.jp/product\\_safety/producer/shouan/07kaisei.html](http://www.meti.go.jp/product_safety/producer/shouan/07kaisei.html)

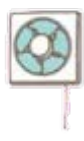




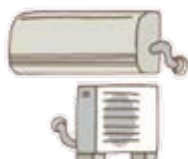
<表示制度の対象製品>



扇風機



換気扇



エアコン



ブラウン管テレビ



全自動洗濯機



2槽式洗濯機

### 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。

ホームセンター事業者の中には、会員カード/ポイントカードを活用した顧客情報の把握に努めているところもありますが、一般的には、製品の販売時に不特定多数の購入者から氏名・住所等の顧客情報を得ることは困難です。しかしながら、顧客の購買情報は、製品事故・不具合、リコール時の連絡等に活用することができるので、ホームセンター事業者は、製品のリスク特性等を踏まえ、顧客情報を効率的に把握・管理するよう努めます。ホームセンター事業者が顧客情報を把握する手段としては、以下の方法が考えられます。

[顧客情報を把握する方法の例示]

- ✓ 会員カード/ポイントカードを活用して把握する方法
- ✓ ウェブサイトからのユーザー・製品登録を活用して把握する方法
- ✓ 購入製品のアンケート調査等により把握する方法
- ✓ 製品保証書の登録制度を活用して把握する方法
- ✓ 製品の配送先から氏名・住所等を把握する方法
- ✓ 製品の点検・修理等を依頼された際に把握する方法

時間の経過とともに販売時に登録した顧客情報の把握が困難となる場合があります。例えば、引っ越し等により住所が変更になる場合があります。また、製品が譲渡・転売されることもあるため、必ずしも製品の購入者が現在の使用者であるとは限りません。このため、顧客情報を更新するための工夫も必要となります。

#### [取組事例]

- 自社の会員カード制度を活用することでリコールの回収率が向上した。
- 会員カードの発行に注力しており、加入率は約 35%。加入者データには、購入商品履歴も含まれるため、リコール対応でも活用している。NBの家電製品リコールを実施した際は、データから購入者を特定してダイレクトメール発送を行い、回収率を高めた。

## 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ます。ホームセンター事業者が取り扱う製品には、設置工事・組立作業が必要な製品も多いことから、設置・組立時の安全を確保する必要があります。

製品を選定する段階で、設置・組立のしやすさや、購入者が安全に設置・組立ができる製品であることを確認します。また、組立説明書や取扱説明書等の記載内容を確認し、内容が不正確であったり、わかりにくい場合は、製造・輸入事業者の説明書の修正・追記等を求めます。一方、P B製品の組立説明書等の記載内容については、自社の責任の下で適正性を確認し、必要に応じて、修正・追記等を行う必要があります。

消費者が製品の購入を検討する販売段階では、設置・組立の方法や難易度が理解できるよう注意事項を店頭や自社のウェブサイト上で提供することが望めます。製品の販売後、設置工事・組立作業を外部に委託する場合は、作業ミスによる事故を低減させるため、委託事業者に対して安全かつ正確に作業を行うよう指示するとともに、使用者の誤使用を防止するための注意事項や、使用期間中の保守・点検方法等に関する説明も行うよう指示します。

自転車のように店頭で組立て、調整を行った上で消費者に販売する形態の製品を取り扱うホームセンター事業者は、製造・輸入事業者から提供されるセットアップマニュアルや点検表等に従って、正確な作業が実施できる作業員と責任者を各店舗に配置して製品の安全確認を行った上で、製品を引き渡す必要があります。また、購入者に製品を引き渡す際に、使用上の注意事項や修理等に関する説明を行います。

### [取組事例]

- 設置・組立作業を行う際は、「工事申込書」で申込みを行い、製品ごとに「施工工事のチェックリスト」又は「カーポート確認事項」で確認事項をチェックし、「工事台帳」に詳細を記録して保管している。
- 顧客から要望があった場合は、自社で製品の組立を行い、組立後、作業員から顧客に対し製品の取り扱いや保守・点検等に関する情報提供を行っている。
- P B製品のごく一部で、パラソル等の組立製品があるため、納入段階の抜き取り検査として社員が実際に組立を行い、不具合のないことを確認している。また、家具についても抜き取りで実際に組立を行い、安全性を確認している。
- 組立製品などの取扱説明書は、可能な限り文字を多用せずイラストで説明する仕様になっている。

#### [取組事例]

- 整備（施工）後に引き渡しを行う製品については、特に十分な説明を行っている。
- 設置工事や施工が必要な商品については、各店舗から施工業者に外注するが、必ず工事完了を顧客自身に確認してもらい、了承の旨を取り付けた確認書面を受領するルールとしている。
- 自転車については、自転車安全整備士の資格を有した社員が販売を担当し、自転車のTSマーク制度の点検整備基準を元に修理・点検を促すとともに、保険についても販売時に説明している。
- 自転車については、店舗で整備するため、空気、ハンドル、ペダルなどチェックリストに基づく安全確認を行った上で購入者に引き渡している。
- 自転車は、NB製品、PB製品に関わらず、チェックリストを使用した動作チェック等を行った上で販売している。また、販売時には購入者からチェックを受けた旨のサインを取り付けている。

## 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。

ホームセンター事業者は、消費者からの問い合わせ・相談・苦情、製品事故・不具合情報の受付から解決までの一連のプロセスに適切に対応するため、問い合わせ等に関する基本方針や具体的な対応の手順を定めるなど、コールセンターやサービスカウンター（お客様相談窓口）等の体制を整備します。また、消費者から入手した情報は、緊急度、重要度に応じて、社内関係者や経営者・役員に迅速、確実に伝達するため、情報の収集から管理・分類・共有・活用までの各担当部門の役割と権限を明確化し、適切な指揮命令系統を整備します。

消費者からの問い合わせ等の情報は、主に自社が販売した製品に関する情報となりますが、消費者以外の事業者や行政機関等からも製品事故・不具合、リコール等に関する情報を収集し、自社の取り扱う製品に該当製品がないか確認するよう努めます。情報の収集にあたっては、製品事故・不具合の発生を予見させる欠陥等の兆候を可能な限り把握する観点から、いわゆるヒヤリハットや他社の類似製品の事故を含め幅広く情報を収集するよう努めます（情報の収集先や収集する情報の内容は「ガイドの解説」P54を参照）。

#### [取組事例]

- お客様対応窓口が顧客からの苦情情報等を収集し社内に展開している。
- お客様からの相談、苦情、事故等の情報は、店舗経由のものとお客様サービスに直接連絡が入る情報があり、お客様サービス室に情報を集約している。
- 消費者からの情報は、全て消費者対応部門に集約される。営業経由の苦情や品質管理部門に入る事故・リスク情報についても消費者対応部門に集約され、一元管理している。

### 6-2 消費者情報の整理・共有・活用

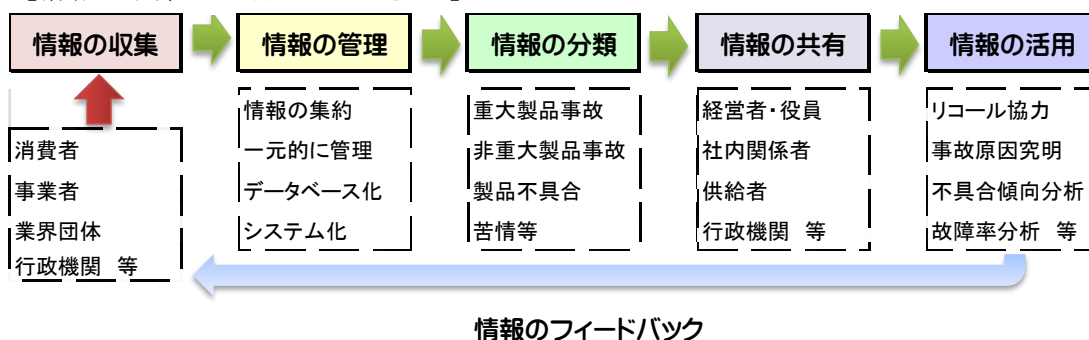
流通事業者は、収集した情報を集約・整理して社内外の関係者と共有し、情報の傾向分析等を実施するなど、製品の改善・向上等に活用します。

ホームセンター業においては、コールセンターの他、各店舗に設置されているサービスカウンターや営業部門、品質管理部門を経由して消費者からの情報が集まります。ホームセンター事業者は、消費者から入手した情報を集約して一元的に管理するとともに、

情報を整理・分類して、緊急度・重要度に応じて社内関係者や経営者・役員に迅速、確実に共有する体制を整備します。情報の分類方法については、①重大製品事故情報（死亡・重傷・一酸化炭素中毒・火災等）、②事故情報（通院不要のケガや火傷等）、③不具合情報（ヒヤリハットを含む人的被害がない物損等）、④問い合わせ・苦情等（製品の使い方や使い勝手等）というように、緊急性の高い情報からリスクに応じて情報を整理・分類する方法が有用です（「ガイドの解説」P55の取組事例を参照）。

重大製品事故については、法に基づき製造・輸入事業者に通知する責務があり（①）、ヒヤリハットを含む非重大製品事故については、NITE（（独）製品評価技術基盤機構）に報告を求めています（②、③）（詳細は「7-1 製品事故・製品不具合への対応」を参照）。また、消費者から収集した問い合わせ・苦情等の情報については、必要に応じて、情報の傾向分析等を実施するとともに、製造・輸入事業者にも情報を提供して製品の改善・向上等に活用してもらうよう努めます（④）。

[情報の収集から活用までの流れ]



#### [取組事例]

- 事故情報は消費者、行政機関からダイレクトに消費者対応部門に伝達され、取引先からは営業経由で品質管理部門に情報が寄せられる。問題を評価した上で、必要に応じて消費者対応部門・品質管理部門、関係部門において緊急会議を開催して対応を決定する。
- 事故情報や苦情は、危害度や発生頻度に応じて5段階に分けて管理している。レベル2以上は経営者に報告するとともに、関連部門で対策を協議する。
- 過去のトラブル情報はデータベースに蓄積・管理し社内で共有している。
- PB・SB製品に関するお客様の苦情は、社内ネットワークを通じて各商品担当が製品の不具合情報を共有するルールとしている。
- 自社販売のPB製品、SB製品に関する不良情報を集めるシステムがあり、店舗において入力された情報を品質管理部門が毎日チェックを行い、対応を回答する。不良品の処分・回収は品質管理部門から指示している。
- 店舗での不具合情報は、「破損不良」「機能不良」等の区分で算出され、自社目標値との評価により、品質管理が不具合品の解析やメーカーへの改善要求を行う。

### 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は、一般的に製品の現状を維持する「保守」、製品の異常の有無を確認する「点検」、製品に不具合が発生した際に使用可能な状態に復元する「修理」等があります。消費者から製品のアフターサービスを依頼された場合に、ホームセンター事業者自らが保守・点検・修理等を行うケースは少なく、外部の事業者に委託するか、製造事業者等に対応してもらうのが一般的です。このため、製造事業者等のサービス部門や外部の修理事業者等を速やかに紹介できるようコールセンターやサービスカウンターの体制を整備します。

ただし、自ら修理等を行う製品（自転車や家電製品等）を取り扱っているホームセンター事業者は、自社でアフターサービスを適切に実施できる体制を整備する必要があります。そして、消費者から製品の修理等を求められた場合は、速やかに製品の修理、交換等を行って製品の安全性を維持・回復するとともに、必要に応じて、修理等の情報を製造事業者等にフィードバックして製品の改善・向上等に活用してもらうよう努めます。

#### [取組事例]

- 自社の修理センターを設置し、輸入品を中心に自社で販売した家電製品の修理に対応している。修理センターには家電メーカーのOBを配置するとともに、一定の部品をストックし、顧客からの要望に対応できるようにしている。なお、自転車の修理については、修理センターではなく、店舗で対応している。
- 家電製品等については自社で修理は行わず、部品交換が中心となるが、付属品についてはストックしておき、顧客からの要望があれば提供できるようにしている。

## 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。

ホームセンター事業者が製品事故・不具合等を認識した場合は、消費者保護を最優先して迅速かつ適切に事故被害の拡大を防止するための行動をとることが重要です。製品事故やリコールに迅速かつ適切対応するためには、経営トップがリーダーシップを発揮して取り組むことが重要であり、平時から能動的に製品安全に取り組む企業文化を醸成するとともに、役職員の危機対応能力の向上を図る、製品事故対応マニュアルを作成するなど、製品事故等の有事に対応できる体制を整備する必要があります。

#### 7-1-1 重大製品事故の製造・輸入事業者への通知

ホームセンター事業者が消費者からの情報等により、「重大製品事故（死亡・重傷・一酸化炭素中毒・火災等）」の発生を知ったときは、消費生活用製品安全法の規定に基づき<sup>6</sup>、該当製品の製造・輸入事業者に通知する責務があります。製造・輸入事業者が重大製品事故の発生を知ったときは、10日以内に消費者庁に報告する義務があります。

自社の取り扱うPB製品等に重大製品事故が発生した場合は、速やかに事故の発生を輸入事業者又は製造委託事業者等に通知して、遅滞なく消費者庁へ報告するよう促すとともに、ホームセンター事業者が主導的に事故の原因究明調査を実施することが重要となります（「7-3-2 PB製品の事故原因究明と再発防止策の実施」を参照）。

#### 7-1-2 非重大製品事故のNITEへの報告

ヒヤリハット情報や火災に至らなかったものの製品内部で焼損・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、最寄りのNITE本部又は支所に報告するよう努めるとともに、該当製品の製造・輸入事業者

に事故の内容を報告します。（報告通知書の様式は、「ガイドの解説」巻末（P83）を参照）

[非重大製品事故報告様式及びNITE本部及び支所の所在]

独立行政法人製品評価技術基盤機構（NITE）「事故情報の報告先一覧」

<http://www.nite.go.jp/jiko/index10.html>

<sup>6</sup> 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。



自社が取り扱うPB製品等に非重大製品事故が発生した場合は、前広にNITEに報告するとともに、軽微な事故であってもホームセンター事業者が主導的に原因を究明して是正措置を講じる必要があります。

### 7-1-3 製品事故・不具合、リコール情報の収集及び消費者への情報提供

ホームセンター事業者は、製品事故等の情報を収集し、自社の顧客だけでなく一般消費者に対して適切に事故等の情報を提供する責務があります<sup>7</sup>。製造・輸入事業者から報告があった重大製品事故は、毎週火曜日、金曜日に消費者庁から公表されており、非重大製品事故情報は、毎週金曜日にNITEから公表されています。また、リコール情報については、経済産業省から公表されています。ホームセンター事業者は、これらの情報を収集して自社の取扱製品に該当製品がないか確認し、該当製品があった場合は、消費者に注意喚起を行います。

〔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（NITE）「最新事故情報」

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

〔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](http://www.meti.go.jp/product_safety/recall/index.html)

#### [取組事例]

- 消費者からの苦情・事故情報については、週1回、関係部署（お客様サービス、品質保証、商品部、店舗部門責任者）が集まって対応方針を協議する。重大製品事故や法令違反は即リコール対応を行うが、それ以外の事案についても協議し、販売停止などの販売方針の変更や、メーカーへの製品の改善要求を行うなど会社としての方針を決定する。議論の内容及び対応方針については、逐次経営トップに報告する。
- 経済産業省、NITE、消費者庁から公表される製品事故・リコール情報を毎日確認している。その上で、自社が取扱製品と類似の製品事故等があれば、関係者で情報を共有し、必要に応じて未然防止の観点から対策を検討・実施する。
- 他社のリコール情報や、製品事故情報を収集し、品質保証部が情報の内容を精査して、関係部門に回覧する。
- 顧客から製品不具合・事故情報を入手した場合は、その都度、メーカーに連絡して対応を相談している。
- 重大事故につながる製品不具合については、店舗チラシ掲載の他にホームページ上に「重要なお知らせ」と題して複数回掲載するなどの対応を行い、消費者への周知方法を工夫している。

<sup>7</sup> 消費生活用製品安全法第34条第1項：消費生活用製品の製造、輸入又は小売販売の事業を行う者は、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。

#### [取組事例]

- 消費社庁、N I T Eの発表を品質保証部が毎回チェックしている。また、経済産業省の試買テスト結果もチェックし、同種製品を取り扱っている場合は、商品部等の関連部署に案内している。また、同テストで問題があった製品については、供給者へ問い合わせを行い、リコール対応の要否など今後の取扱いについて確認している。

## 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。**

### 7-2-1 製造・輸入事業者が行うNB製品のリコールへの協力

消費生活用製品安全法において、販売の事業を行う者は、製造・輸入事業者が実施するリコールに協力する責務が規定されており<sup>8</sup>、ホームセンター事業者には、リコールに適切に対応することが求められています。

製造・輸入事業者や日本D I Y協会等からリコール情報を入手したホームセンター事業者は、自社で販売した製品を確認し、該当するリコール製品があった場合は、直ちに店頭から撤去して販売を中止します。顧客情報を管理している事業者は、顧客情報からリコール製品の所有者を特定し、ダイレクトメール（DM）や電話等により所有者にリコール情報を連絡します。所有者に直接連絡する手段を持たない事業者は、店頭P O Pや新聞の折込チラシ等にリコール情報を掲示するとともに、自社のホームページにリコール情報を告知します。さらに、リコール製品の回収状況を製造・輸入事業者と共有し、更なる追加対策に協力するなどホームセンター事業者と製造・輸入事業者が連携を密にしてリコール回収率の向上を図ります。

なお、平成25年3月に経済産業省と日本D I Y協会との間で、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、経済産業省から日本D I Y協会経由で会員企業に提供する取組を実施しています。

#### [取組事例]

- 店頭告知、ホームページ、チラシにリコール情報を告知するほか、お買い上げ伝票で所有者が判明する場合は、電話で連絡する。
- 自社の会員カード制度を活用することでリコールの回収率が向上した。

<sup>8</sup> 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らうとする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。

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。

#### [取組事例]

- 顧客情報をわずかししか入手して管理していないため、リコールの回収率は低い。このため、複数の告知手段を使用することで、回収率を少しでも改善することを課題としている。チラシへのリコール告知においては、チラシの一番目立つところにリコール情報を掲載するなど工夫している。
- メーカーからリコール情報が正式にリリースされる前であっても、関連情報を収集した場合は売場からリコール該当製品を回収し販売停止する場合もある。
- NB製品のリコール時に、ホームページ上に「重要なお知らせ」として掲載し周知を図った。その際、連絡先にはメーカーから提供を受けた窓口情報を表記した。
- 会員カードの発行に注力しており、加入率は約35%。加入者データには、購入商品履歴も含まれるため、リコール対応でも活用している。NBの家電製品リコールを実施した際は、データから購入者を特定してダイレクトメール発送を行い、回収率を高めた。

### 7-2-2 PB製品等の主導的なリコールの実施

自社が取り扱うPB製品等に事故や不具合が発生し、事故等の原因が製品起因（設計上の欠陥や製造上の欠陥等）の可能性がある場合は、事故被害の拡大を防止する観点から、ホームセンター事業者自身が主導的にリコール対応を行う必要があります。また、自ら輸入した製品に事故や不具合が発生し、リコールを実施する場合は、製品の輸入事業者として責任ある対応を行うことが重要です。さらに、製造・輸入事業者が倒産等により、リコール対応ができない場合は、当該製造・輸入事業者のリコール製品を販売したホームセンター事業者が、製造・輸入事業者に代わって自主的にリコールを実施することが求められています。

リコールを開始するにあたっては、「リコール開始の報告書」「リコール進捗状況の報告書」を経済産業省に提出する必要があります（様式は「ガイドの解説」の巻末（P84、P85）を参照）。なお、リコール対応にあたっては、リコールの手順や情報の伝達経路、意思決定等の社内体制を整備してマニュアル化しておくことが望まれます。

[リコールハンドブック 2010] 経済産業省ウェブサイト「製品安全ガイド」

[http://www.meti.go.jp/product\\_safety/producer/recalltorikumi.html](http://www.meti.go.jp/product_safety/producer/recalltorikumi.html)

#### [取組事例]

- PB・SB製品に関するリコール情報は、新聞社告、ホームページ掲載、店頭告知、チラシへの掲載など様々な手段を用いて、顧客に伝達している。今後は、各店舗においてリコールチラシを配布することも検討している。
- リコールへの対応手順をマニュアル化し、メーカーからのリコールの連絡が入った場合は、自社の取扱状況を確認し、店舗にリコール対応を周知徹底している。
- 自社で販売した海外メーカーの製品に重大な技術基準違反が発覚したが、製品を輸入した事業者が行方不明となったため、輸入事業者に代わって自主リコールを実施した。新聞の折込チラシへのリコール情報の掲載、レジカウンターでの手配りチラシの配布、回収率が低い地域における町内会の回覧板を活用した周知等を実施して製品の回収を行っている。

## 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。

### 7-3-1 NB製品の事故原因究明等への協力

製品事故・不具合等の原因究明は、リコールの是非等を検討する際や、安全な製品の開発・製品仕様の見直しなど、製品事故等の再発を防止するために重要な取組となります。製品事故・不具合等の原因究明や対策は、製造・輸入事業者が主体となっていくのが一般的ですが、ホームセンター事業者は、消費者に近い位置に存在し、消費者からの情報が、いち早く届く環境にあることから、製品事故・不具合等の情報を把握することができます。この情報を活用して、製品事故・不具合等の発生頻度や件数、危害の程度等の傾向を分析し、その結果等を製造・輸入事業者を提供して製品の改善・向上等に活用してもらうなど、再発防止に努めます。

自社で傾向分析等を行わない場合であっても、消費者から製品事故・不具合等の連絡があった場合は、事故等の状況を可能な限り具体的に聴取し、可及的速やかに製造・輸入事業者やN I T E等に報告して、製造・輸入事業者が行う原因究明調査に協力します（「7-1 製品事故・不具合事故への対応」を参照）。原因究明の結果を受け、製造・輸入事業者が行う是正措置の内容については、自らもその妥当性を検証し、措置内容が不十分と判断した場合は、製造・輸入事業者に再検討を要請することが望まれます。

[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（使用者・使用環境・使用状況等）
- ✓ 被害を受けた顧客に関する情報（個人情報保護の観点から本人の同意が前提）
- ✓ 自社の同種製品における製品事故・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

### 7-3-2 PB製品の事故原因究明と再発防止策の実施

自社が取り扱うPB製品等に製品事故・不具合等が発生した場合や、事故を予見させる欠陥等の兆候を発見した場合は、主導的に原因究明調査及び是正措置を実施して、被害の拡大防止・再発防止に努めることが重要です。

原因究明調査の結果、製品に起因する事故と判明し、その時点でリコールを実施していない場合は、可及的速やかにリコールを実施して事故被害の拡大防止を図ります。また、製造委託事業者等に対して製品の改善等の是正措置を行うよう指導するとともに、必要に応じて、生産工場の調査を実施し、製造委託事業者等に改善が見られない場合は、契約解除を検討します。さらに、自社の要求事項・安全基準やリスクアセスメントの内

### 容の見直しを行うなど、再発防止に努めることが重要です。

なお、消費者庁に報告された重大製品事故及びN I T Eに報告された非重大製品事故については、すべての事故の原因究明調査が実施され、その調査結果が公表されているので参考とします。

#### [取組事例]

- 週1回、関係部門が集まり重要事案への対応方針を協議している。その中で、再発防止の観点からの取組（取扱説明書の見直し、製品改善のメーカーへの要求、POPによるお客様への注意喚起等）を検討・実施している。
- P B製品の事故発生品については、J I S・S G規格等に適合していた製品であっても社内基準の見直しを行い、要求レベル（耐久性等）を引き上げる場合もある。
- 自社で販売した製品が故障等し、顧客から求められた場合には、修理センターで製品を分解し故障等の原因分析を行った上で、顧客にフィードバックすることもある。

## 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。

多種多様な製品を取り扱うホームセンター事業者は、製品調達手段も多岐にわたり、製品によっては、製造・輸入事業者とホームセンター事業者の間に複数の事業者（卸売、商社、問屋、ベンダー等）が仲介する場合があります。このため、製品の安全確保を製造者責任と販売者責任という二つの側面のみで捉えることはできず、サプライチェーンを構成する事業者全体で製品の安全を確保することが重要となります。

ホームセンター事業者は、重大製品事故の製造・輸入事業者への通知の責務や、製造・輸入事業者が行うリコールに協力する責務がありますが、こうした有事の際には、サプライチェーンを構成する事業者と綿密な連携・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ます。このため、有事における依頼事項を製造・輸入業者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必要があります。また、定期的に連絡会や勉強会を開催する機会を設けて、製品安全に関する情報交換、意見交換を行うなど、コミュニケーションの充実を図り信頼関係を醸成します。

なお、ホームセンター事業者は、製品の企画・設計・生産等への関与の度合いや取り扱う製品のリスク特性等を踏まえ、サプライチェーンを構成する事業者と取引契約を締結する際に、それぞれの位置付けと役割を確認し、製品安全に関する責任範囲を明確にしておくことが望まれます。

### 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。

製品事故の情報を含め、製品に関する安全情報を消費者に提供する取組は、事故の未然防止・拡大防止に効果的であり、消費者に対して説明責任を果たす観点からも重要です。このため、ホームセンター事業者は、製品の販売時において消費者に製品安全情報を提供する（「5-1 製品安全情報の消費者への提供」参照）とともに、製品事故・不具合、リコールの際には、消費者に対し適切に情報提供を行う必要があります（「7-1 製品事故・製品不具合への対応」参照）。情報提供にあたっては、消費者が理解し易い内容と方法で情報を提供するよう努めます。

一方、消費者からの製品に関する問い合わせ・苦情等は、製品事故の拡大防止、再発防止に貴重な情報となります。ホームセンター事業者は、コールセンターやサービスカウンター等の受付窓口を明確にし、受付の手段も、店頭、電話、電子メール、ウェブサイトなど多様化して、消費者が連絡しやすい環境を整えて積極的に情報を収集するよう努めます（「6-1 消費者からの問い合わせ・相談・苦情等への対応」、「6-2 消費者情報の整理・共有・活用」参照）。特に製品事故・不具合等の情報収集にあたっては、製造・輸入事業者やN I T E等が行う原因究明調査等に役立つかたちで情報を得るため、事故等の状況を可能な限り具体的に聴取します（「7-3 事故原因の究明と再発防止」参照）。

### **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。**

ホームセンター事業者が取り扱う製品は多岐にわたることから、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、必ずしも効果的ではありません。日本D I Y協会は、リコール情報等の製品安全に関する情報を会員企業に発信し、製品事故防止のための消費者啓発を行うなど、業界共通の課題解決に向けた横断的な取組を実施しています。ホームセンター事業者は、日本D I Y協会が発信する製品安全に関する情報を入手して、自社の製品安全の取組に活用するとともに、日本D I Y協会や外部機関、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。

また、自社が販売した製品に不具合や事故等が発生し、リコール対応や原因究明調査等を実施した経験を持つ事業者は、リコール・事故等の対応状況を業界団体等に提供して再発防止に役立てるなど、製品の安全を確保する取組に積極的に関与します。

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。表彰制度の詳細について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]ウェブサイト <http://www.ps-award.jp/>

## 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、各分野において製品安全に精通した人材を育成することが不可欠です。多種多様な製品を取り扱うホームセンター業においては、製品調達の窓口となる仕入担当者（バイヤー）の役割が極めて重要であり、製品の調達時に製品リスク等を見分ける能力を向上させるための人材育成を強化する必要があります。また、ホームセンター業は、専門的な知識が必要となる製品や取り扱いに注意を要する製品などを対面で販売し、サービスカウンターを各店舗に設置しているところも多いことから、店舗を統括する店長・次長、販売担当スタッフ、サービスカウンターの担当者の安全情報を含む製品に関する知識の向上を図ります。自転車等の修理等を担当する者の技能、技術的知識の向上を図ることも大切です。さらに、品質管理部門等において、関連法令や政府の施策を含む製品安全全般に精通する人材を育成する必要があります。

こうした人材を育成するため、日本DIY協会や製造事業者、政府機関等が実施するセミナーや勉強会に積極的に参加させるとともに、DIYアドバイザー等の資格取得の奨励や製品安全に関する社内研修を充実させることが重要となります。

#### [取組事例]

- 年に6回、社内勉強会を自主参加形式で休日に開催している。部門を超え、参加者にはパート職員も含まれる。各製品のリスク特性の習得を目標として、体験しながら知識を習得することを重視している。(例：社員に製品を使用させ、自分の失敗した体験から顧客に説明する際に強調するポイントを認識させる等)
- 全社員が参加する商品展示会を定期的に開催して、PB・SB製品についてバイヤーが製品説明を実施している。具体的な事故事例や実践を重視しており、社員に実際に製品を使用してもらう等の取組を実施している。また、過去にリコールを行ったPB製品を保管・展示して、バイヤー等の安全教育に活用している。
- 取引先の選定や製品を採用する際に、商品部・バイヤーの権限が大きいため、バイヤーに対する安全教育を重視している。製品事故を起こしたバイヤーに対しては、品質保証部より製品安全規制等に関する再教育を実施する。また、お客様対応力を強化するため、店舗社員の教育や自己啓発を重視し、商品研修を半年に1回実施するほか、DIYアドバイザー等の資格取得を推奨している。
- 営業の主任クラスには、消費者対応部門のメンバーが集合教育を行って、法令上の製品事故報告やリコール対応等の製品安全について周知している。また、接客支援スタッフによるお客様説明、接客支援スタッフを通じたお客様情報の収集は非常に重要であり、接客支援スタッフの教育（決起集会、新人研修、勉強会の定期開催等）も重視している。



#### [取組事例]

- 各店舗の売り場担当者を集めて、商品分野ごとにバイヤーが商品内容や使い方等に関する説明会を実施して、店舗担当者の説明力・対応力の向上に努めている。
- 主要店舗には修理センターを設置しており、年1回センターの担当者に対して、メーカー派遣講師による技術講習を実施している。実施製品は、電動工具、暖房器具、刈払機、高圧洗浄機。この取組により、お客様から商品の詳細や技術に関わる照会が入った場合にも、十分な説明が実施できる体制をとっている。

## 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、消費者や供給者、行政機関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。ホームセンター事業者は、情報の特性に応じて、これらの情報を適切に管理します。また、収集した情報の傾向分析等を実施するとともに、供給者と情報を共有して、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。

## 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。**

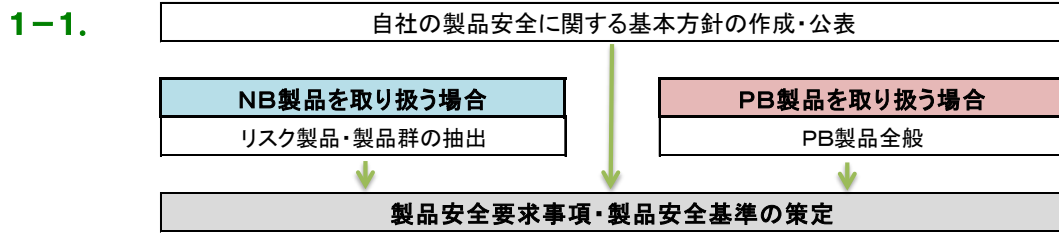
ホームセンター事業者は、製品の安全確保に必要な検査設備・機器、分析装置、情報管理システム、物流管理システム等の物的資源を適時適切に投入します。ただし、物的資源の投入には金銭的資源が必要となることから、物的資源の投入を自社にとって必要不可欠なものに集中し、外部の物的資源を活用するという視点も重要です。

## 9-4 金銭的資源の運用管理

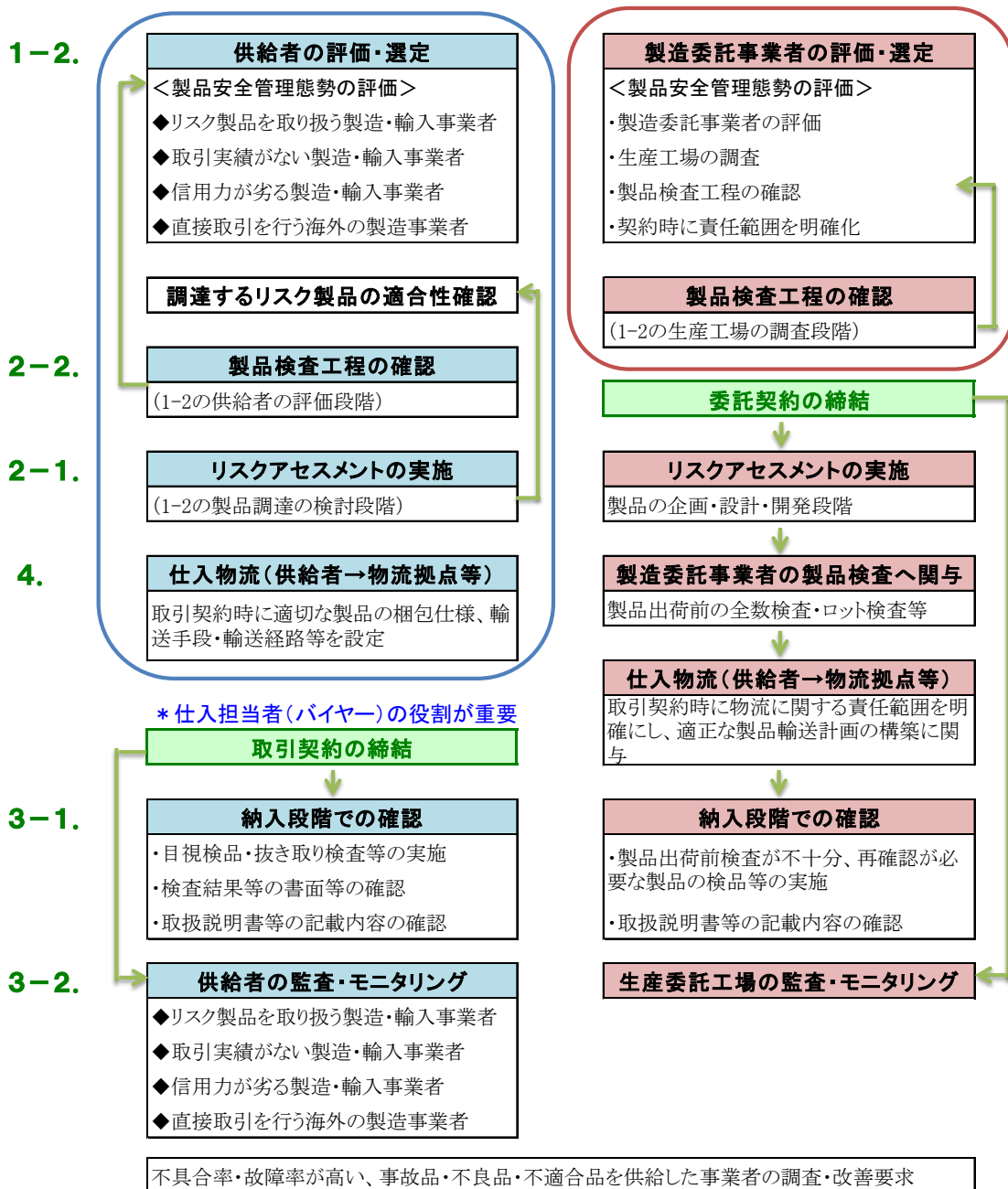
**流通事業者は、製品安全の確保に必要な経営資源を確保するため、金銭的資源を適時適切に投入します。**

ホームセンター事業者は、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必要があります。また、自ら製品を輸入するホームセンター事業者や、主体的にPB製品等の企画・設計・生産に関与するホームセンター事業者は、主導的なリコール対応を行う必要があるため、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する必要があります。リコール対応に備えて、リコール保険への加入等も検討に値します。

## ホームセンター事業者の製品安全業務フロー図



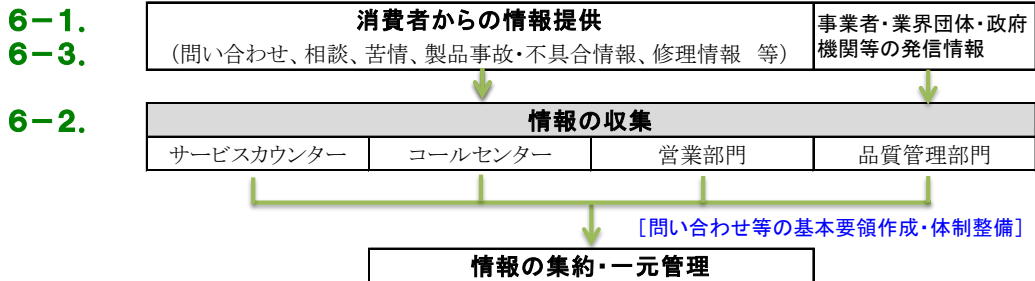
### 供給者の選定から製品の納入段階において製品リスクを低減させる取組



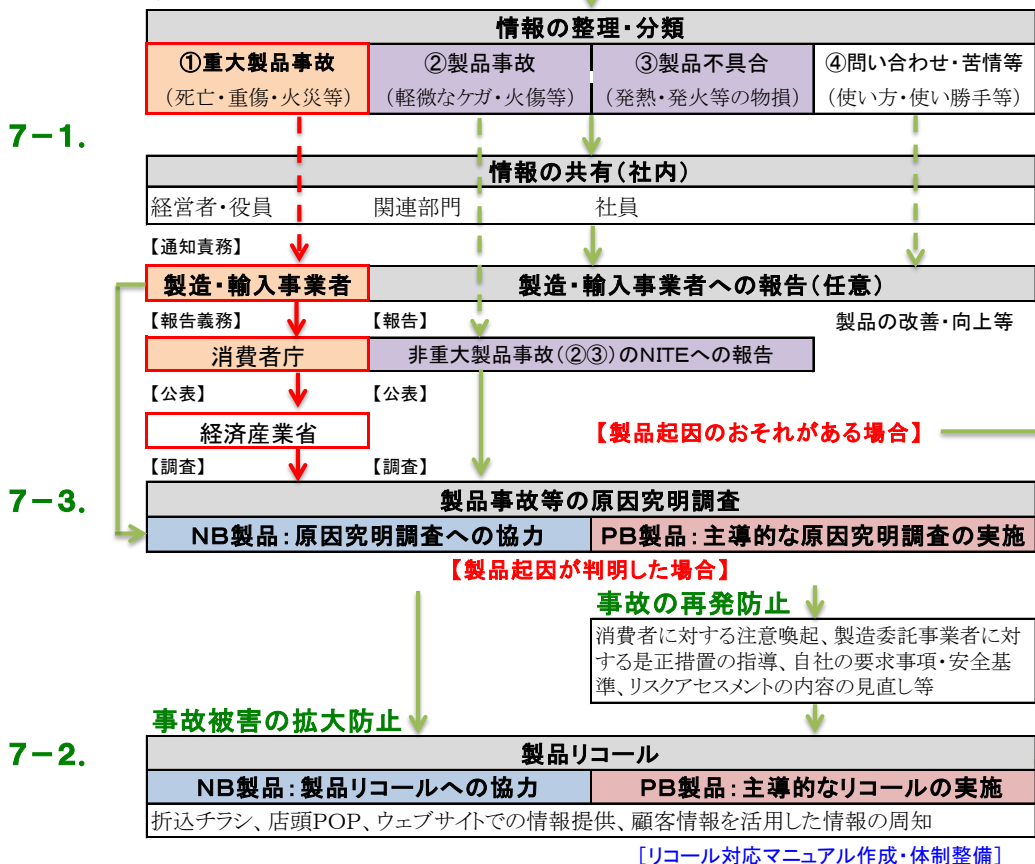
販売時に製品事故等を低減させる取組

- 5-1. **製品安全情報(製品の正しい使用方法や注意事項等)の消費者への提供**  
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(リコール対応等に活用)**
- 4. **販売物流における安全確保(適切な輸送経路・輸送手段の確保)**  
消費者に安全な製品を届ける運搬プロセス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

製品事故等の情報収集



製品事故等への対応



## 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	

## ホームセンター業WG

### 1. WGメンバー（五十音順）

- 大西 二郎 アイリスオーヤマ株式会社  
品質管理部 マネージャー
- 榊枝 守 コーナン商事株式会社  
取締役・上席執行役員カスタマーサポート部長（兼）品質保証室長
- 高土 真俊 株式会社山新 商品部 バイヤー
- 村田 秀樹 株式会社カインズ 品質保証部 品質検査グループ グループマネージャー

### 2. 事務局

- 丸澤 寛頼 一般社団法人日本ドウ・イット・ユアセルフ協会 事務局

### 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）

### 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 マネージャー・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