

製品安全に関する流通事業者向け ガイド

平成25年7月
経済産業省

序章

1. 目的

本ガイドの目的は、流通事業者の製品安全に関する自主的な取組を促進し、より安全・安心な社会を構築することです。流通事業者は、製品安全関連法令等の遵守に加え、本ガイドを参考に、製品安全に関する自主的な取組を推進することが期待されています。本ガイドにおいて、法令に定めがない部分について遵守義務はありませんが、流通事業者が製品安全における社会的責任を果たすための一助となることを意図しています。

2. 対象とする製品・流通事業者の範囲

- (1) 消費生活用製品の新規完成品を対象としています。
- (2) 消費生活用製品を日本国内で消費者に直接販売している小売事業者を対象としていますが、当該製品を取り扱う卸売事業者も参考にできる内容となっています。また、大手事業者だけでなく中堅・中小事業者も対象としています。

3. ガイドの概要

本ガイドは、「安全原則」と「共通指針」からなり、2～3行の「主文」と、主文の考え方を説明した「基本的な考え方」で構成されています。また、別冊の「ガイドの解説」において、本ガイドの実務的な「解説」と「例示」、流通事業者が実施している具体的な「取組事例」を記載しています。また、本ガイドは、国際規格であるISO10377「製品安全ガイドライン」¹及びISO10393「製品リコールガイドライン」²に準じた内容となっています。

4. ガイドの体系と活用方法

本ガイドは、流通事業者が製品安全に取り組むための手引きとして活用されることを想定しています。本ガイドの体系と安全原則、共通指針、個別指針の関係は、以下のとおりです。

「安全原則」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）」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」を示しています。

「共通指針」は、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てします。共通指針には、ナショナルブランド（以下「NB製品」とする）・ローカルブランド（以下「LB製品」とする）と呼ばれる製品を供給者

¹ ISO10377「消費者製品安全—供給者のためのガイドライン」（「製品安全ガイドライン」と略称）

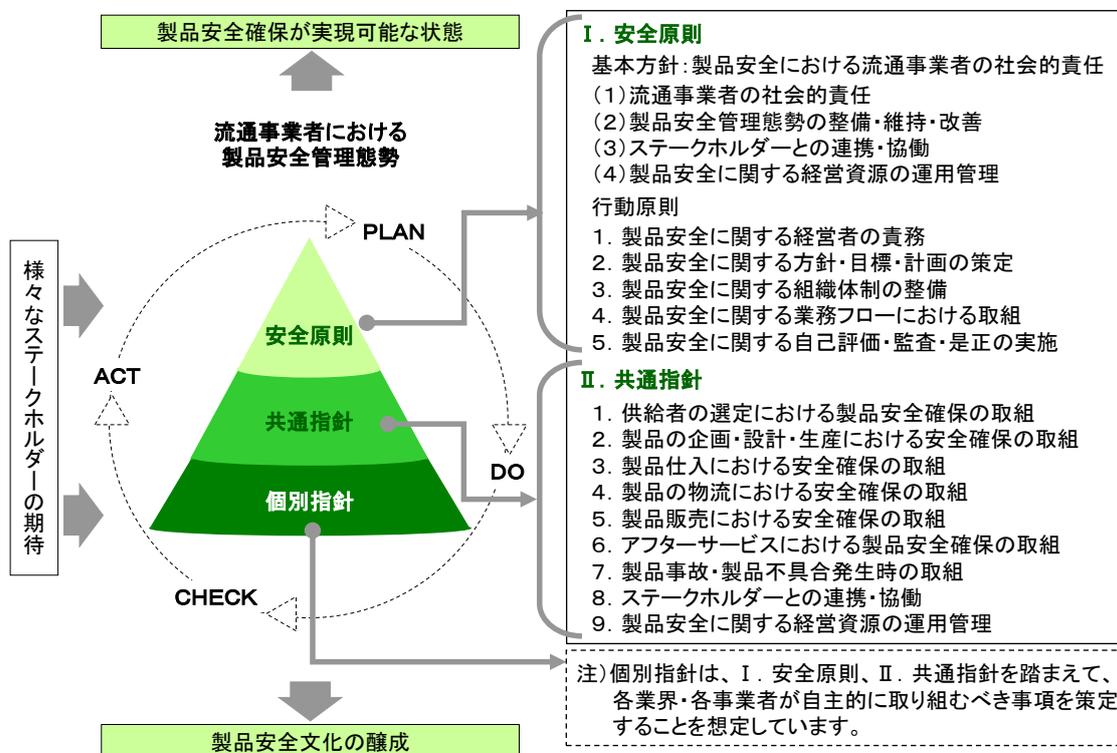
² ISO10393「消費者製品リコール—供給者のためのガイドライン」（「製品リコールガイドライン」と略称）

から仕入れて、消費者に販売する流通事業者が取り組むべき事項に加え、自らのブランドでプライベートブランド（以下「PB製品」とする）を展開するなど、主体的に製品の企画・設計・生産に関与する流通事業者が取り組むべき事項も記載しています。当然のことながら、NB製品・LB製品とPB製品では、流通事業者が取り組むべき製品安全の内容は異なり、流通事業者と製品の供給者（製造事業者・輸入事業者・製造委託事業者等）との製品安全に関する責任範囲も異なります。

なお、共通指針は、多種多様な流通事業者の製品安全の取組事例を収集分析し、共通則を抽出したのですが、流通事業者の取組をすべて網羅したものではありません。

「個別指針」は、本ガイドを参考に、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を想定しています。流通事業者は、販売形態・取扱製品の種類、事業規模、ビジネスモデルなどの特性を勘案し、ガイドの安全原則を踏まえた上で、共通指針の中から自社の製品安全の確保に必要な取組を取捨選択・追加して、自社の個別指針を策定することが望まれます。また、各業界団体は、それぞれの業界の特色を踏まえた上で、業界としての製品安全の取組を業界の個別指針として策定し、流通事業者の取組を支援することが望まれます。

図1 ガイドの体系と流通事業者における製品安全管理態勢



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。

(1) 流通事業者の社会的責任

流通事業者は、安全・安心な社会の実現に向けて、流通事業者の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消費者に流通・販売することが求められています。このため、流通事業者は、製品安全に関する法令を遵守し、製品事故の未然防止に努めるとともに、製品事故等が発生した場合には、迅速かつ適切に判断・行動して被害の拡大防止を図る必要があります。

〔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

国際規格となる ISO26000（社会的責任に関する手引き）では、企業の社会的責任が定義されており、製品を取り扱う事業者には、製品安全を実現していく社会的責任があり、製品事故等の有事の際には、迅速かつ適切に行動して被害の拡大防止を図ることが求められています。また、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を強化して信頼関係を構築することが求められています。

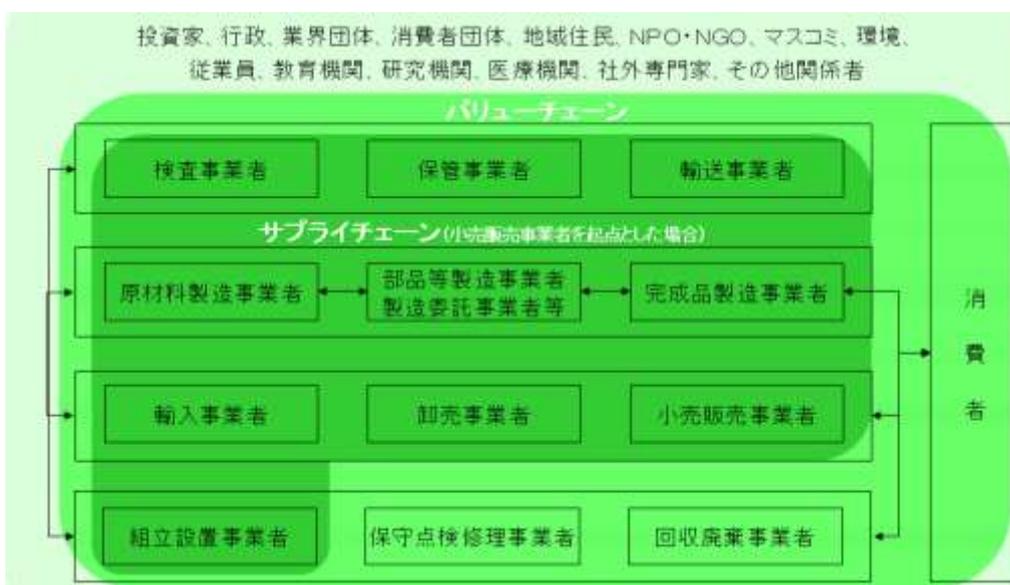
(2) 製品安全管理態勢の整備・維持・改善

製品安全管理態勢は、“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、図1（P3）のとおり、「安全原則」における行動原則と「共通指針」を内包した概念です。流通事業者は、様々なステークホルダーの期待に配慮しつつ、製品安全管理態勢を整備・維持し、PDCA（PLAN-DO-CHECK-ACT）サイクルの運用により継続的な改善を図り、製品安全文化を醸成して製品の安全確保に努める必要があります。

(3) ステークホルダーとの連携・協働

流通事業者は、様々なステークホルダーの期待と役割を認識し、サプライチェーン全体で製品安全の確保に取り組むため、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必要があります。

図2 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

経営資源とは、流通事業者が製品安全の実現に向けた取組を実施するために不可欠なもので、人的資源、情報資源、物的資源、金銭的資源等をいいます。流通事業者は、製品の安全を確保するため経営資源を適時適切に投入する必要があります。

【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。

[基本的な考え方]

流通事業者が製品安全を実現するためには、ステークホルダーとの連携・協働、経営資源の適切な運用管理、製品安全方針・目標・計画の策定、製品安全を確保するための組織体制の整備など、経営全般にわたる様々な意思決定が求められます。

経営者は、リーダーシップを発揮し、全役職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です。また、経営資源の配分を含め、自社の製品安全管理態勢を整備・維持・改善し、製品事故・リコール等の有事の際には、迅速かつ適切な判断を行う必要があります。

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。

[基本的な考え方]

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（製品安全に関する自主行動計画等）を定めて明文化し、社内外に宣言するとともに、全役職員に製品安全方針の周知徹底を図るなど、積極的に製品安全の確保に取り組む必要があります。また、製品安全方針を具現化するため、可能な限り定量的な目標を設定し、目標達成のための具体的な取組計画を策定して進捗状況を適切に管理します。

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。

[基本的な考え方]

流通事業者は、自社の製品安全方針・目標・計画を実現するため、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。業種、事業規模、ビジネスモデル等により、あるべき組織体制は異なりますが、本社レベルで製品安全の取組を推進するため、製品安全の取組を統括する組織を設けるなど、効果的・効率的に組織体制を整備することが望まれます。また、外部環境や内部環境の変化を踏まえ、常に組織のあり方を検証し、見直していく必要があります。

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。

[基本的な考え方]

流通事業者は、製品供給者の選定から、製品の企画・設計・製造、仕入、物流、販売、アフターサービスに至る業務フローの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します。

また、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です。トレーサビリティの確保は、不具合製品の市場への流出を未然に防ぐ効果があるとともに、製品事故の被害拡大の防止に有用です。

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。

[基本的な考え方]

流通事業者は、定期的に自己評価や内部監査を実施して、自社の製品安全活動の効果や改善点を検証します。自己評価及び内部監査にあたっては、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って、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を実施します。

評価・監査の結果、是正事項が発見された場合は、早期に是正措置を講じます。さらに、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な方法です。

Ⅱ. 共通指針

共通指針は、製品の安全確保に必要な流通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。

業務フローの各プロセスにおける製品安全の取組

1 供給者の選定	1-1 製品安全要求事項と製品安全基準の策定
	1-2 供給者の評価・選定
2 企画・設計・生産	2-1 製品のリスクアセスメントの実施
	2-2 供給者の製品検査工程への関与
3 仕入	3-1 納入品の安全確認
	3-2 供給者に対する継続的な監査等の実施
4 物流	4 (仕入) 物流
5 販売	5-1 製品安全情報の消費者への提供
	5-2 販売時における製品の安全確認
	5-3 顧客情報の把握・管理
	5-4 製品の設置・組立
4 物流	4 (販売) 物流
6 アフターサービス	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
	6-3 製品の保守・点検・修理等を実施する体制の整備
7 製品事故・不具合	7-1 製品事故・製品不具合への対応
	7-2 製品リコールへの対応
	7-3 事故原因の究明と再発防止
8 ステークホルダーとの連携・協働	
9 製品安全に関する経営資源の運用管理	

製品の企画・設計・生産への関与の度合いや、製品のリスク特性は、流通事業者によって様々です。このため、流通事業者は、自社の取扱製品・販売形態・事業規模等を勘案し、共通指針の中から取り組むべき事項を取捨選択・追加して自主的に取り組むべき事項を定める必要があります。

また、製品の供給者（製造事業者・輸入事業者・製造委託事業者等）との役割と権限を明確にするため、取り扱う製品ごとにリスク評価を行い、リスクに応じて、企画・設計・生産段階における安全性確認の関与の方針を決定しておくことが重要です。

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。

[基本的な考え方]

流通事業者は、自社の製品安全方針・目標を実現するために製品に求められる特性を検討し、それを製品安全要求事項として決定します。また、製品安全要求事項が満たされていることを評価するために、製品安全基準を設定します。

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。

[基本的な考え方]

流通事業者は製品を調達する際、供給者に自社の製品安全要求事項及び製品安全基準等を提示し、供給者が自社の要求・基準等を満たす製品を実現するための製品安全管理態勢を整えていることを確認します。供給者の評価にあたっては、選定条件を設定し、供給者の製品安全に関する企業姿勢や法令の遵守状況等、製品安全管理態勢全般を調査します。また、調達を検討している製品が自社の基準や法令等の要求を満たしていることを、供給者から関係資料等を入手して確認します。

主体的に企画・設計・生産に関与する流通事業者は、工場調査票や工場認定基準等を作成して、供給者の生産工場の各工程等を調査し、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します。

供給者選定後は、取引契約等に加えて、製品安全に関する供給者と流通事業者の責任範囲を明確にするための契約の締結が望まれます。取引先に自社の製品安全方針等の理解、遵守を徹底させるため、製品安全に関する覚書等を締結するのも一つの方法です。

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。

[基本的な考え方]

取り扱う製品に事故・不具合等が発生した場合は、供給者はもとより、流通事業者も責任を負い、再発防止等の是正措置に費用を要し社会的な信用度も低下します。こうした損失を抑えるためにも、製品の企画から仕入段階においてリスクアセスメント等を実施して、製品事故・不具合等を未然に防止することが重要となります。

主体的に製品の企画・設計・生産に関与する流通事業者は、製品の企画・設計・開発段階でリスクアセスメントや試作品の検査・試験等に関与して、製品の安全性を確認します。製品の企画等に関与しない（関与の度合いが小さい）流通事業者にあっても、自社の知見、供給者及び周辺情報等を活用して、調達す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することが大切です。

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。

[基本的な考え方]

主体的に製品の企画・設計・生産に関与する流通事業者は、不適合品が発生した場合の是正措置や流出防止策を講じるなど、供給者が適切な製品検査工程を構築していることを確認します。供給者の製品検査工程を把握した上で、必要に応じて、検査条件の改善要求や製品検査への関与を行います。

製品検査の結果、不適合品が発見された場合は、供給者に対して原因を究明し改善を行うよう要求します。検査等に自社で対応できない場合は、外部の検査機関等を活用します。また、検査結果等の書類は、製品事故等の発生に備え一定期間保存します。

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。

[基本的な考え方]

流通事業者は、供給者から納品された製品（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

確認します。また、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することも考慮します。

供給者から提出された書面等を確認した結果、自社の要求、基準を満たしていない場合は、供給者に確認し、必要に応じて現品のサンプル検査等を実施します。自社で検査等ができない場合は、外部の検査機関等を活用します。不適合品と判断した場合は直ちにそれを排除し、供給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、必要に応じて、製品の取扱説明書の注意事項やパッケージの表示内容等の適正性を確認し、不十分、不適切な記載があれば、供給者に記載内容の改善を求めます。

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。

[基本的な考え方]

経済環境の変化や経営方針の変更等により、供給者が契約時点の評価基準を維持できない場合があります。このため、流通事業者は、供給者との売買契約の締結以降も、定期的に監査を実施して、供給者の製品安全管理態勢が維持されていることを確認します。

主体的に製品の企画・設計・生産に関与する流通事業者は、定期的に生産工場の監査等を実施して自社の要求する製品を生産する体制が維持されていることを確認します。

監査等の結果、供給者の取組に是正事項があった場合は改善を要求し、改善が不十分であった場合は取引を停止します。また、製品の安全を確保できないと判断した場合は取引の解除を含めた対応を検討します。

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。

[基本的な考え方]

工場出荷前の検査に合格した製品は、流通事業者の倉庫又は販売拠点等に搬送され、最終的にその状態を維持したまま消費者に販売・納品されることが望まれます。製品の物流プロセスにおける安全確保は、供給者から流通事業者に製品が納入される「仕入物流」と、流通事業者が消費者に製品を納品する「販売物流」の二つの流れを考慮する必要があります。

仕入物流においては、特に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するとともに、製品の運搬・保管のプロセスに関与して製品の安全を確保することが望まれます。また、販売物流においては、流通事業者の管理の下、販売した製品が安全性を維持した状態で消費者の手に届くよう、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します。

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。

[基本的な考え方]

消費者が製品の購入を検討する際は、カタログやインターネット等の広告・宣伝、店頭のポスターや展示品等に関心を示します。流通事業者は、これらの販売促進ツールを有効に活用して、自社のウェブサイト、店頭POP・ポスター・チラシ、製品カタログや情報誌等において、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ます。

また、店頭販売においては、販売担当者が製品の適切な使用方法や保守方法等に関する情報を消費者に直接伝えて、誤使用や経年劣化による製品事故の未然防止を図ります。

取扱説明書は、製品に梱包されているため、消費者が購入を検討する段階で安全性に関する情報を確認できないことがあります。このため、店頭に取扱説明書を準備する、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などの工夫が必要です。

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。

[基本的な考え方]

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、販売拠点等での保管方法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。こうした可能性を考慮して、流通事業者は、店頭で陳列された製品や店内の在庫品等の抜き取り検査を行って製品の外観が毀損していないか等を確認します。

製品安全関連4法の規制対象品目を販売又は販売の目的で陳列する流通事業者は、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義務があります³。また、長期使用製品安全点検制度の対象製品（9品目）を取り扱う流通事業者は、製品を購入者に引渡す際に、製品に同梱された所有者票の記載事項を所有者に説明する義務があります。長期使用製品安全表示制度の対象製品（5品目）については、法的義務はありませんが、

³ 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）。

設計上の標準使用期間等の注意表示が行われていることを確認します。

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。

[基本的な考え方]

顧客の購買情報は、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することができます。流通事業者は、製品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効率的に把握・管理します。

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。

[基本的な考え方]

流通事業者は、消費者が製品を安全に使用するため、製品を設置又は組み立てる作業（以下「設置等作業」という）が必要な製品について、適切な作業を実施できる体制を整備します。設置等の作業を行う者は、作業終了後、製品が正しく作動することを確認した上で、製品を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います。また、消費者が自ら設置等を行う製品については、作業上の注意事項等を説明書等により正確に消費者に伝えて作業時の安全を確保します。

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。

[基本的な考え方]

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・不具合情報等の受付から解決までの一連のプロセスに迅速かつ適切に対応するため、対応部門の役割と権限を明確にするとともに、ISO10002（苦情対応マネジメントシステム）を参照するなどして、消費者からの問い合わせ等に適切に対応できる体制を整備します。

また、製品事故・不具合等に関する情報を、迅速かつ適切に収集する体制を整備します。製品不具合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情報や他社の類似製品の事故など幅広く情報を収集することが大切です。

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。

[基本的な考え方]

流通事業者は、消費者等から収集した情報を製品の安全性の改善・向上等につなげることが大切です。収集した情報を有効に活用するため、情報を分類・整理して、目的に合わせて使用できるように管理者を定めて一元的に管理するとともに、目的・用途・分析評価方法を明確にして社内の関係部門と情報を共有し、傾向分析等を実施します。また、収集した情報や分析結果を供給者等に提供して、製品の改善・向上に役立てます。

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。

[基本的な考え方]

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」、製品に付与される「保証制度」等がありますが、流通事業者は、適用される法令・制度、製品特性、業界の慣行等を踏まえ、必要に応じて、アフターサービスを適切に実施する体制を整備します。これらのアフターサービスを通じて得られる製品に関する情報は、製品の改善・向上に有益な情報となります。

消費者が保証制度等により、不具合が発生した製品の修理等を求めた場合は、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、修理等の情報を供給者にフィードバックして製品の改善・向上等に協力します。

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。

[基本的な考え方]

流通事業者は、製品事故・不具合等を認識した場合は、リコール協力を含む対応を迅速かつ適切に実施して、被害の拡大防止に努める必要があります。製品事故・不具合への対応には、経営者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、製品事故等に対応する社内体制を整備する必要があります。

また、流通事業者の法的責務としては、消費生活用製品において生じた製品事故に関

する情報を収集し、一般消費者に対し適切に情報を提供できるよう努めるとともに、死亡・重傷・火災等の重大製品事故が生じたことを知ったときは、該当製品の製造又は輸入事業者へ通知するよう努めなければなりません(消費生活製品安全法第34条)。また、非重大製品事故の発生を知ったときは、独立行政法人 製品評価技術基盤機構 (NITE) に報告することが求められています⁴。

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。

[基本的な考え方]

流通事業者は、消費者により近い位置に存在し、消費者からの情報がいち早く届くことが多いことから、リコール等の対応に重要な役割を果たすことが期待されています。このため、流通事業者は、製造又は輸入事業者が実施するリコール等に対して、積極的に協力する責務があります(消安法第38条第2項、第3項)。流通事業者は、迅速かつ適切なリコールを実施するため、リコール対応を想定した体制を整備します。

〈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・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

特に、製品の企画・設計・製造に主体的に関与している流通事業者の場合は、自社が扱う製品の事故や事故を予見させる欠陥等の兆候を発見した際は、流通事業者自身による主導的なリコール対応が求められる場合があります。リコールを実施する場合には、事前に経済産業省に相談するとともに、リコールに関する開始の報告や進捗状況の報告を行う必要があります⁴。

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。

[基本的な考え方]

流通事業者は、事故被害の拡大・再発防止を図るため、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、供給者や原因究

⁴ 経済産業省通達「消費生活用製品等による事故等に関する情報提供及び業界における体制整備の要請について(平成21年9月1日)」及び「消費生活製品等による事故等に関する情報提供の要請について(平成23年3月4日)」

明機関等に報告して、原因究明、是正措置の実施等に協力します。供給者の原因究明や是正措置が不十分な場合は、必要に応じて、供給者に追加の対応を求めます。また、自社のウェブサイトや店頭等において、製品事故等の情報や原因究明の結果等を消費者に提供して注意喚起を促します。

一方、製品の企画・設計・生産に流通事業者が主体的に関与している場合は、流通事業者が主導的に製品事故・不具合等の原因究明及び是正措置を迅速かつ適切に実施し、被害の拡大防止・再発防止に努める必要があります。

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。

[基本的な考え方]

流通事業者は、製造・輸入事業者から安全な製品を調達して販売するとともに、販売した製品に不具合や事故等が発生した場合は、製造・輸入事業者との協働が求められます。特に重大製品事故が発生した場合は、製造・輸入事業者への報告や、製造・輸入事業者が行うリコールへの協力が求められます。また、製品の設置・組立や点検・修理等を委託する事業者等も重要なステークホルダーとなります。これらの事業者とのコミュニケーションの充実化を図り、信頼関係を醸成した上で、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。

[基本的な考え方]

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ことは、事故の未然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。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必要があります。

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。流通事業者は、問い合わせ等の窓口の明確化、受付手段の多様化を図るなど、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します。

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。

[基本的な考え方]

業界団体は、製品安全に関する情報を収集して会員企業に発信し、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支援しています。流通事業者は、業界団体が発信する情報を入手する等、自社の製品安全に活用します。特に経営資源に制約のある中小企業にとっては、業界団体の活用が重要となります。また、流通事業者は、行政機関が発信する製品安全に関する法令・制度改正、政策動向の最新情報を収集するとともに、製品事故発生等の有事の際には、供給者ととともに行政機関等と連携して対応する必要があります。

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。

[基本的な考え方]

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の育成が不可欠です。特に仕入担当者の製品リスクを見分ける能力や、販売担当者の製品安全に関する知識、設置・組立等を行う作業者の技能の向上を図る必要があります。また、製品安全の知見を有した外部人材を採用することも検討します。

人材の配置に際しては、製品安全の経験やノウハウを有する人材を配置するという質的側面と、必要な人員を確保するという量的側面を考慮します。人材の活用には、製品安全目標・計画に個人の業績評価を連動させるなどの取組が効果的です。また、社外人材を活用して、自社の取組を強化することが有益な手段となります。

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。

[基本的な考え方]

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。流通事業者は、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、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。

[基本的な考え方]

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。

[基本的な考え方]

流通事業者は、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。

用語の定義

安全

受容できないリスクがないこと。[ISO10377：2013]

消費者

資産、製品又はサービスを私的な目的で購入又は使用する、一般社会の個々のメンバー。[ISO10377：2013]

ステークホルダー (stakeholder)

組織の何らかの決定又は活動に利害関係をもつ個人又はグループ [ISO26000：2010]

サプライチェーン (supply chain)

組織に対して製品又はサービスを提供する一連の活動又は関係者 [ISO26000：2010]
製品の設計、製造、輸入、供給及び販売のネットワーク [ISO10377：2013]

トレーサビリティ (traceability)

製品又は部品を消費者へのサプライチェーンの特定の段階に追跡できること、また、履歴、適用、所在をさかのぼって追跡できること [ISO10377：2013]

欠陥

当該製造物の特性、その通常予見される使用形態、その製造事業者が当該製造物を引き渡した時期その他の当該製造物に係る事情を考慮して、当該製造物が通常有すべき安全性を欠いていること [製造物責任法 第二条 第二項]

リスク (risk)

危険の発生確率及びその危害の程度の組合せ [ISO10377：2013]

リスクアセスメント (risk assessment)

リスクの分析及びリスクの評価からなるすべてのプロセス [ISO/IEC Guide 51: 1999]

製品リコール

製品に関する消費者の健康と安全の問題に対処するために、製造後にとられるあらゆる是正措置のこと [ISO10377：2013]

是正措置

危害の潜在性を除去し、リスクを削減するためのあらゆる活動 [ISO10377：2013]

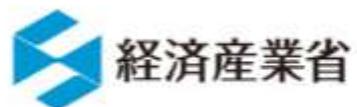
流通事業者による製品安全への取組に係る検討委員会 委員名簿

本ガイドは、経済産業省の委託事業 平成24年度 商取引適正化・製品安全に係る事業（製品安全への取組に関する調査研究）における「流通事業者による製品安全への取組に係る検討委員会」において取りまとめられました。

（委員）

小豆澤 幸照	日本百貨店協会 常務理事
大河内 美保	主婦連合会 参与
加藤 敏	大手家電流通懇談会 事務局
加藤 弘貴	財団法人 流通経済研究所 専務理事
北原 國人	全国電機商業組合連合会 会長
北原 一	株式会社 イトーヨーカ堂 QC室 衣料・住居担当総括マネジャー
清水 きよみ	公益社団法人消費者関連専門家会議 事務局長
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
長田 三紀	全国地域婦人団体連絡協議会 事務局次長
中村 真輔	日本生活協同組合連合会 通販本部 通販事業管理部 品管1グループ
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
向殿 政男	明治大学 理工学部 情報科学科 教授
村田 秀樹	株式会社カインズ 品質管理部 メーカー開発サポートグループ グループマネジャー
山本 修	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
若井 博雄	一般財団法人 日本規格協会 普及事業本部 担当部長

（五十音順、敬称略）



【問い合わせ先】

経済産業省 商務流通保安グループ 製品安全課

〒100-8901

東京都千代田区霞が関1丁目3番1号

TEL 03-3501-4707

FAX 03-3501-6201