

消費生活用製品の
リコールハンドブック
2010
【手引き】

I はじめに

1 リコールとは

リコールとは、消費生活用製品による事故の発生及び拡大可能性を最小限にするための事業者による対応をいいます。

具体的には、

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

2 なぜリコールを実施するのか

事業者にとって、消費者に安全な製品を供給することは、基本的な責務です。しかし、最近の技術進歩を踏まえた周到な製品安全管理を行っても、製品事故等の発生を完全にゼロにすることは極めて困難です。このため、『製品事故は起こり得る』という前提でリコールに備える準備を行い、事故の発生又は兆候を発見した段階で、迅速かつ的確なリコールを自主的に実施することが必要不可欠です。消費者への人的危害が発生・拡大する可能性があることに気付きながら適切なリコール等の対応をせず、そのために重大な被害を起こしてしまった場合には、行政処分の対象となるだけでなく、損害賠償責任や刑事責任に発展する場合があります。このことは、製造事業者や輸入事業者についてはもちろん、販売・流通事業者、設置・修理事業者等にも当てはまります。

ハンドブック
2 ページ

ハンドブック
4 ページ

3 誰がリコールを実施するのか

(1) 製造事業者又は輸入事業者

製造事業者又は輸入事業者は、製品の設計・製造・加工・組立や輸入行為等を通じて、製品事故の原因を結果的に生ぜしめる者です。このため、消費生活用製品安全法（以下「消安法」といいます。）第38条第1項*1において、製造事業者又は輸入事業者の責務として、危害の発生及び拡大を防止するため必要があると認める場合は、自主的にリコールを実施することが求められています。

(2) 販売事業者又は流通事業者等

販売事業者又は流通事業者等は、製造事業者又は輸入事業者よりも消費者に近い存在であり、リコール製品の所在確認や消費者からの情報がより早く届くことが多いことから、迅速かつ的確なリコールの実施に重要な役割を果たすこととなります。

消安法第38条第2項においても、販売事業者又は流通事業者に対する責務として、リコール実施への協力をすることが明定されています。

*1 消費生活用製品安全法第38条：

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

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

4 リコールの管理体制像

ハンドブックでは、「リコール」を起こさないため又は「リコール」実施時に消費者への被害を最小とするための措置としての「予防措置」について第Ⅱ章に示し、製品事故等の発生後の一連の対応について第Ⅲ章及び第Ⅳ章に示します。

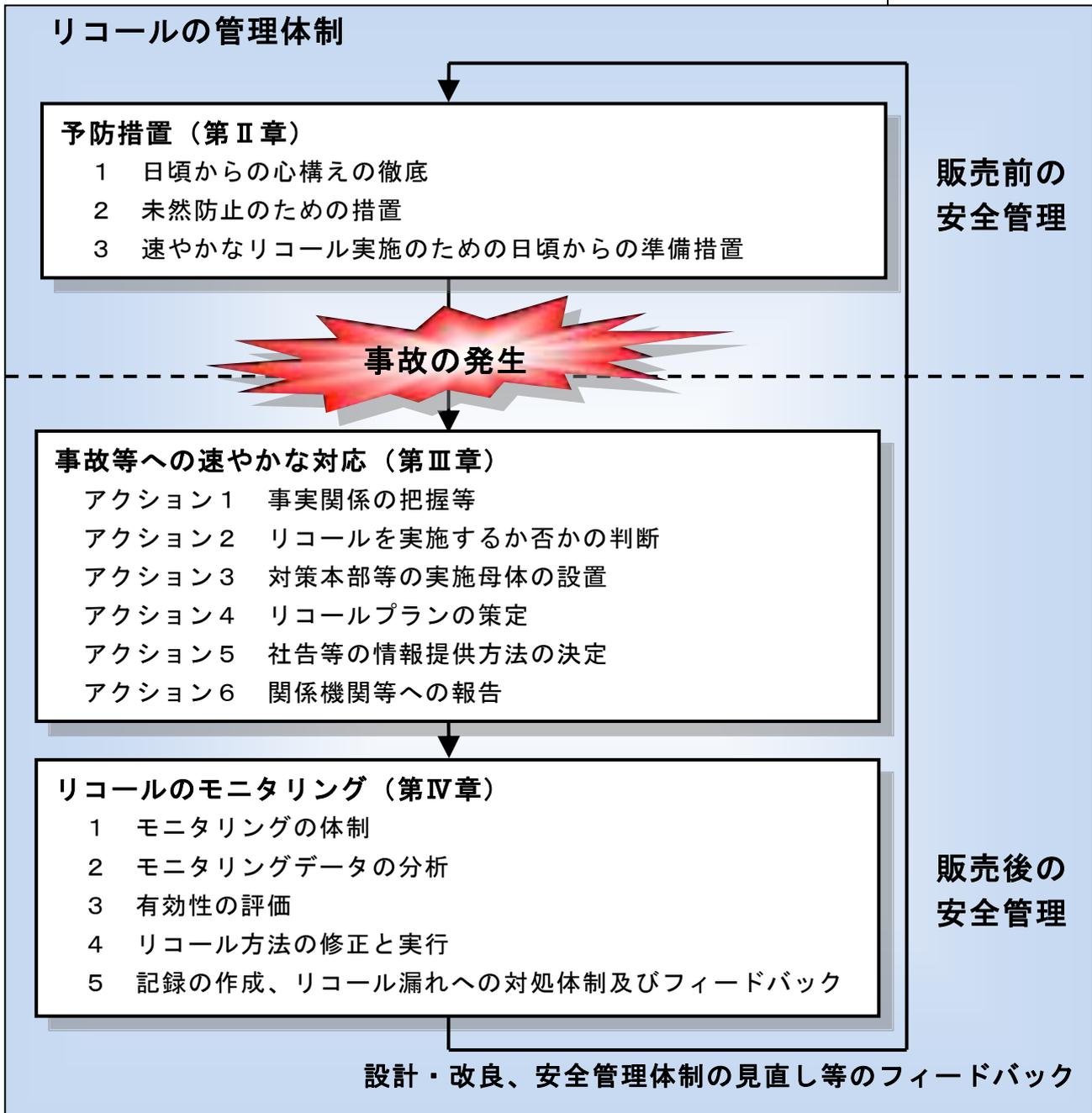


図1 リコールの管理体制像

Ⅱ 予防措置

事業者は、まず事故が発生しないよう日頃から安全な製品の供給に努めなければなりません。この章では、日頃からの取組を含めた予防措置について説明します。

日頃からの取組

基本姿勢：安全な製品の開発、設計、製造及び供給努力

予防措置には、大きく以下の3つのポイントがあります

1. 日頃からの心構えの徹底
 - (1) リコールに背を向けない企業姿勢
 - (2) 経営トップを含む全社員の意識向上のための教育や研修
2. 未然防止のための措置
 - (1) 安全基準、安全規則等の遵守
 - (2) リスクアセスメントの実施
 - (3) 事故・クレーム情報等の収集体制の整備及び製品へのフィードバック
 - (4) 安全な製品使用のための消費者啓発・情報提供
3. 速やかなリコール実施のための日頃からの準備措置
 - (1) 製品の販売経路、追跡情報の把握体制の整備
 - (2) 対応マニュアル等の検討及び整備
 - (3) リコールを円滑にするためのサポート機関への事前相談
 - (4) リコールに要する費用の確認、確保

図2 リコールに対する日頃からの取組

1 日頃からの心構えの徹底

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

(1) リコールに背を向けない企業姿勢

まず経営トップがその意識を持ち、社内外に示すことが重要です。

(2) 経営トップを含む全従業員の意識向上のための教育・研修

①経営トップとしての必須の意識

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

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

②専門的知識及び能力を持った管理職の育成

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

③従業員への危機管理意識の教育・啓発

リコールは、特定の部門のみが考えれば良いとの意識は誤り

です。一人一人の危機管理意識が基盤となって初めて、組織一丸となったリコール体制が確立します。

このような意識を浸透させるためにも、危機管理に関する継続的な社内研修等の社員教育・啓発が重要です。

2 未然防止のための措置

(1) 安全基準、安全規則等の遵守

消費生活用製品安全法等における基準や規則や遵守されるべき国際規格、日本工業規格、業界基準、その他の安全基準・安全規則があった場合、それらを参照し、十分安全設計に配慮することが必要です。

(2) リスクアセスメントの実施

安全な製品の製造、供給には、製品の設計・企画段階、及び製品販売後の段階で繰り返し実行するリスクアセスメントによって、事故の発生可能性や被害を最小限に低減するよう、安全管理を行うことが望まれます。

(3) 事故・クレーム情報等の収集体制の整備及び製品へのフィードバック

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

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

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

(4) 安全な製品使用のための消費者啓発・情報提供

当初想定していなかった誤使用が発生したり、想定されていなかった環境での使用による事故や危険性が発生したりすることがあり

ハンドブック
13 ページ

リスクアセスメントの詳細は「消費生活用製品向けリスクアセスメントのハンドブック」「リスクアセスメント・ハンドブック【実務編】」を参照ください。

事故・クレーム情報等の具体的な情報源について、ハンドブックを参照ください。

ます。これらの場合には、製品側での対策を検討するとともに、製品事故の未然防止のために、危険性、使用上の注意喚起、危険回避のための方法等を伝える啓発・情報提供が必要な場合があります。

3 速やかなリコール実施のための日頃からの準備措置

(1) 製品の販売経路、追跡情報を把握するための体制整備

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

(2) 対応マニュアルの作成

対応マニュアルの検討・作成及び整備の際には、リコールの意義及び取るべき行動を全従業員が共有できるような対応マニュアルを作成するよう心がけることが必要です。

(2) - 1 情報伝達システム及び意思決定体制の整備

事故の発生や事故の発生を予見させる欠陥等の兆候に関する情報があつた場合

- ・ 事故・苦情の受付窓口は誰が行うのか
- ・ 事故・苦情受付カードの形式や、事故・苦情情報の報告経路をどうするのか
- ・ リコールを実施するか否かの意思決定をするまでにどういった手順を踏むのか
- ・ 意思決定後の対策本部等のリコール実施母体の構成メンバーを誰にするのか

等を検討しておき、現実に使用できる対応マニュアル*3 を作成し、それを維持・更新しておくことが重要です。

ハンドブック
17ページ

製品の販売経路、追跡経路を事前に把握するための手段についてハンドブックを参照ください。

(2) - 2 報告等を要する機関等の確認

以下の関係機関等への報告、調整等が要請されます。

- 従業員
- 取引先（販売事業者及び流通事業者等を含む）
- 業界
- ユーザー団体等
- 関係行政機関等
- 弁護士又は法律の専門家
- 保険会社
- マスコミ

(2) - 3 迅速なリコール対応の手順

事前に対応マニュアルを作成・整備し、いざというときに組織的に迅速に対応できるようにしておきます。

- 製品事故、故障、クレーム、関連情報の収集体制
- 製品事故等の情報の定義と判断基準と意思決定
- 報告を要する製品事故の報告先の整備
- 対策本部の設置
- リコールの内容と実施スケジュールの決定
- 公表・事前説明
- 社告等のリコール告知方法の整備
- リコールの進捗状況のモニタリング
- 関連機関との協力体制

(3) リコールを円滑にするためのサポート機関への相談

いざリコールというときに、リコールの的確な実施のために相談にのってくれる専門家が見つかるとは限りません。

日頃から信頼できる専門家の助言を受ける等の準備をしておくことも肝要です。コールセンターも大規模な対応窓口を早急に用意するのは難しい場合もあるため、事前にコールセンター設置のシステムやサービス内容を確認しておくことも有用です。

(4) リコールに要する費用の確認・確保

予めリコール実施に要する費用を考慮し、リコール保険の利用等も検討しておくことが重要です。

Ⅲ. 事故等への速やかな対応

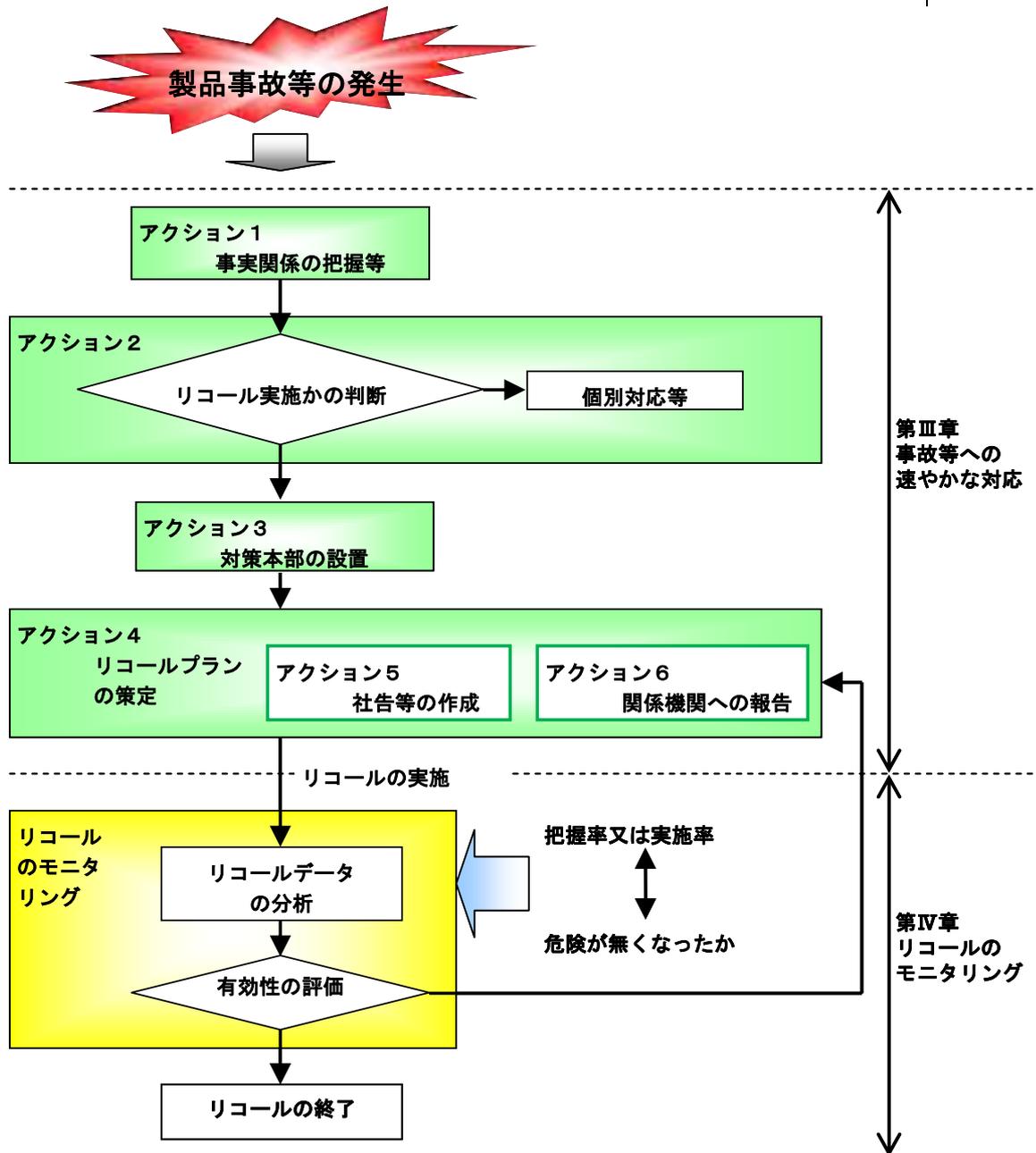


図3 リコールの開始及びその後のモニタリングの流れ

アクション1 事実関係の把握等

(1) 事実関係の把握、内容の整理、行政等への報告

事故の発生又は事故の発生を予見させる欠陥等の兆候を発見した場合、最初のアクションは、まず事実関係を把握、内容の整理等を行うことです。

消費者の安全を第一に考えれば、全ての情報を確認するのを待つのではなく、まず判明している事実関係を整理し、行政機関等への報告を行い、次のアクションへの準備に入ります。

①事実内容の整理、国への報告

まず判明している事実関係を整理し、上司、関係部門に報告します。重大製品事故であれば消安法第35条に基づき、事故の発生を知った日から暦日10日以内に事故内容について国（消費者庁）に報告します。重大製品事故でなければ、独立行政法人製品評価技術基盤機構（NITE）に報告します。

②事故の兆候に関する情報の整理等

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

③製品の販売経路、追跡情報の整理等

リコールについて検討するには、製品の販売経路、追跡情報の整理が必要です。

④周辺情報の把握や整理

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

(2) 原因の究明

事実関係の把握と共に、原因究明のための速やかな対応が必要です。

①原因究明の主体

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

関係行政機関への報告様式等については、ハンドブック 96 ページ以降に詳しい。

②原因究明に要する期間と再発防止策

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

アクション2 リコールを実施するか否かの判断

ハンドブック
30ページ

(1) 意思決定にあたっての判断要素

<被害の質・重大さ>

①人への被害はあるか、人的被害が無くともその可能性があるか
人的被害の有無、大小についてまず判断しなければなりません。その上で被害の拡大可能性についても検討すると共に多発性についても検討が必要です。

②軽微な物的損害への対応

軽微な物損しか生じていなくても、多発可能性や拡大可能性が認められる場合は、リコール対応を検討することが適切です。

<事故（被害）の性格>

③多発・拡大の可能性はあるか

同様の事故が発生する可能性がある場合は、多発・拡大の可能性に対応した情報の共有・共用が必要となります。

④単品不良として個別対応

単品不良と考えられる場合であっても、改修、修理等による被害者への個別対応は必要です。

<事故原因との関係>

⑤製品欠陥かどうか

「欠陥かどうか」は、リコールを実施するか否かを判断するにあたっての必須の判断要素ではなく、リコールを実施したからといって、必ずしも製品に欠陥があるということにはなりません。事故等が製品の欠陥によるものか否かを明確にすることよりも、企業の社会的責任として、まず消費者の安全確保を優先し、事故の再発・拡大防止を図るための迅速な対応を検討する必要があります。

⑥消費者の誤使用か

消費者の誤使用や不注意による事故の中には、詳細に事故内

リコールを実施するか否かの実際の対応例（8ケース）が、ハンドブック 84ページ以降に掲載されています。

容を分析・検討を行うと、消費者側の責任だけでなく、製品側に問題、改善すべき点が存在し、事業者側の責任を問うべきと判断されるケースもあります。

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

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

⑦設置工事ミスによる事故への対応

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

⑧改造による事故への対応

改造が容易に可能であったのではないかとの認識に立って、消費者への周知を行うと共に、事故再発防止の観点から取り得る対応を検討し、実施する必要があります。

⑨経年劣化の問題

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

(2) 暫定対応の必要性

対処方法を決定しても、直ちにその対応が取れない場合、事故の多発可能性や拡大可能性がある場合は、速やかに暫定対応を実施する必要があります。事故の多発可能性や拡大可能性がある場合は、速やかに暫定対応を実施する必要があります。暫定対応には、製造、流通及び販売の一時停止、社告等による使用の停止の呼びかけ、注意喚起等の情報提供等があります。暫定対応には、製造、流通及び販売の一時停止、社告等による使用の停止の呼びかけ、注意喚起等の情報提供等があります。

アクション3 対策本部等の実施母体の設置

ハンドブック
35 ページ

リコールを実施する場合は、経営トップのもと、各関係部門の長が中心となった対策本部又は同等の実施母体が責任母体となって、具体的なリコールプランの策定、実施等を行うこととなります。

対策本部は、大きく次の取組を行います。

- ①製品事故等の発生後の情報の流れの管理
- ②リコールプランの策定
- ③迅速かつ的確なリコールの実施
- ④リコールの実施状況のモニタリング

被害者への対応、原因究明、欠陥かどうかの検証、製品の改良、新製品開発時の方向性の見直し等の対応も含まれます。

アクション4 リコールプランの策定

ハンドブック
38 ページ

リコールを実施するにあたっての対応方針を決定し、社内外に対する姿勢を明確にするものです。リコールプランの策定にあたっての留意点は以下のとおりです。

- ・確実に消費者に伝わる告知方法を捜す
- ・死亡や、重傷な被害の危険がある場合は、徹底的に周知する方策をとる
- ・関係事業者、関係機関との連携や協力体制を考える
- ・効果が上がらなければ繰り返すか、別の方法を捜す
- ・費用対効果も考慮する
- ・コンサルティングや、コールセンターサービス等のアウトソーシングの活用を考える

<リコールプランの内容>

①目的

事故の未然防止と再発防止を最大目標とします。

②リコールの種類

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

③対象製品

対象製品（品名、型番、ロット番号、シリアル番号等）が何

であり、どこにある製品か（流通、販売店、消費者の手元等）を明確にします。

④具体的な目標

リコール対象数、リコール実施期間等を決定します。

⑤責任母体・社内の実施体制

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

⑥情報提供方法

- ・緊急記者会見を行うか否か、どのような方法でリリースを行うかを決定します。
- ・社告等の情報提供方法（媒体の決定、時期、内容等）を決定します。
- ・流通・販売・設置・修理事業者への説明、協力の依頼について決定します。
- ・進捗状況情報の社内外に対する透明性ある開示方法を決定します。

⑦被害者への対応方針

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

⑧関係機関への報告又は調整

⑨社内への情報伝達

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

⑩原因究明

原因究明の結果、実施状況（実施機関、時間的目標等）、原因が部品供給会社等の関連会社等の製品にある場合は、どこまで掘り下げて究明するか等を決定します。

なお、原因究明の結果が出てからリコール実施の有無を考えるのではなく、リコールは類似事故の発生を防止し、被害の拡大を防止するために実施することを忘れてはいけません。

⑪関係者からの意見聴取

法的な責任の有無を確認すると共に、業界全体への影響、将来的な信用や風評への対応等について、弁護士や製品安全の専門家等に意見を聞き、参考にします。

⑫再発防止対策方法の決定

設計、生産計画の見直し、実施等の計画を明確にします。

⑬リコールのモニタリング体制の明確化

リコール対象数とは、リコール製品の全出荷量から流通及び販売前段階にあるものを除いた数量

リコール実施期間とは、どの方法のリコール対応はいつまで実施し、どれくらいの期間で実施率（回収等の実行が確認された割合）がどれだけ上がるかを確認し、評価するための目安の期間

□流通・販売事業者等への情報提供及び協力の依頼

流通・販売段階の製品の販売の停止や回収には、流通事業者の理解を得る必要があります。また、販売事業者にも同様に製品の販売中止や店頭での製品の回収協力を得る必要があります。さらには、設置・修理事業者の協力が重要となる場合があります。

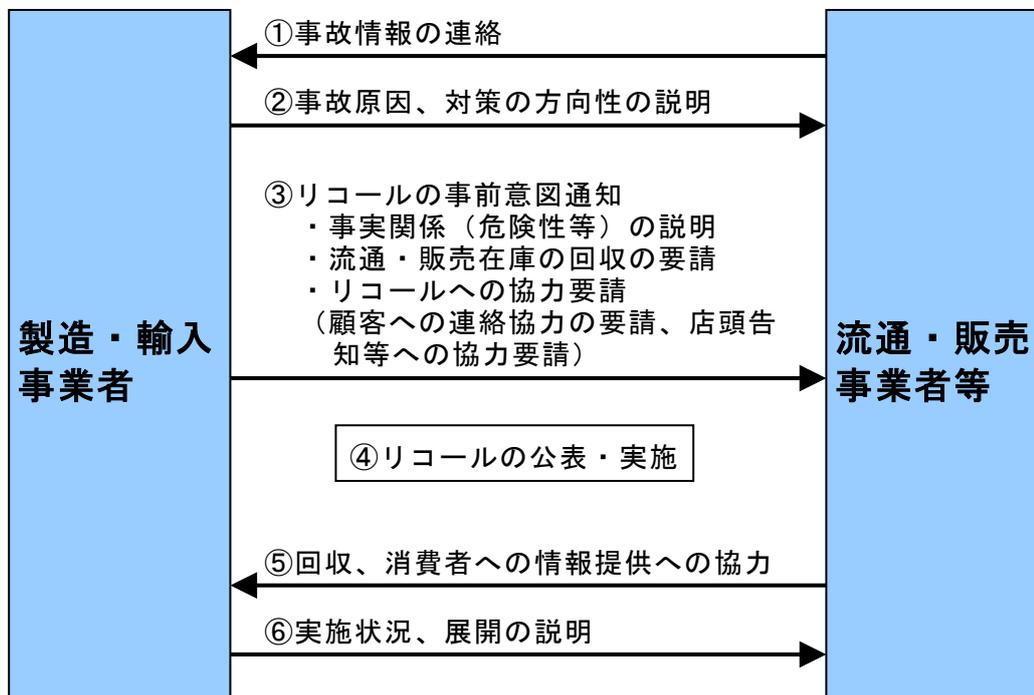


図4 流通・販売事業者等との協力のためのプロセス（イメージ）

アクション5 社告等の情報提供方法の選択情報提供する対象者は誰か

ハンドブック
42 ページ

（1）情報提供する対象者は誰か

購入者か、使用者か、保有者（家主、民宿経営者等）か、使用者の保護者か、使用管理者（器具を管理する学校、保育所、病院や施設等）か等、情報を提供する対象が誰であるかを決定します。

（2）どのような情報提供方法及び媒体を用いたら良いか

消費者に如何に確実にリコールメッセージを伝えるか、最適方法は何かを考え、最も効果的であり、効率的な方法を決定する必要があります。

顧客情報がわかる場合	顧客情報がわからない場合			
ダイレクトメール	報道機関に対する発表	雑誌、リビング誌等	電車内ポスター、駅ポスター	関連機関協力
電話、ファクス	新聞社告・広告	折り込みチラシ	地方等の公共機関の情報紙への掲載の要望	配送、保守・点検・修理事業者への協力依頼
Eメール	ホームページ	総合カタログ	消費者センター等への情報提供とチラシ送付	ネットニュース
直接訪問	公的機関におけるパブリックスペース	配達地域指定郵便等	直接投函	リコール情報の検索サービス
流通事業者・販売業者等を通じたの連絡	民間等のパブリックスペース	テレビCM	店頭告知	その他、IT技術等を使った新しい方法

「社告の基本掲載事項」として、ハンドブック 50 ページを参照ください。また、「新聞社告・広告の例」として、ハンドブック 87 ページ以降も参照ください。

ホームページへの社告についての留意点、実例について、ハンドブック 89 ページ以降に詳しく。

(3) 何を伝えたら良いか

社告等によって消費者に伝えるべき情報（メッセージ）には、以下の全てが網羅されていることが必要です。

- ア 危険性の有無
- イ 消費者に対する注意喚起、危険回避方法
- ウ 該当製品であった場合は、事業者からの回収等の要請に回答し明示された所に連絡するよう要請するメッセージ

(4) 個別に配慮する事項はないか

高齢者を配慮した大きめの文字やわかり易い表現方法を用いる、宣伝と誤解されない体裁とする、等

(1) 従業員

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

(2) 取引先（販売事業者・流通事業者等を含む）

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

(3) 業界

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

(4) ユーザー団体等

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

(5) 関係行政機関等

事業者は、各地の消費生活センターや関係行政機関等へリコールプラン等の報告を行い、協力して事故の未然防止、再発防止に取り組んで行く必要があります。

(6) 弁護士又は法律の専門家

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

(7) 保険会社

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

(8) マスコミ

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

Ⅳ リコールのモニタリング

リコールがどの程度有効に機能しているかを把握するためのリコールのモニタリングが必要になります。このモニタリングを適正に行うことで、実施中のリコール方法の妥当性が評価でき、消費者への製品事故被害の可能性を低減化するように、リコール方法を改善することが可能になります。

1 モニタリングの体制

(1) 消費者からの情報をどのような体制でモニタリングするか

消費者からの様々な種類の情報を総合的・機能的に集約できる体制でなければいけません。

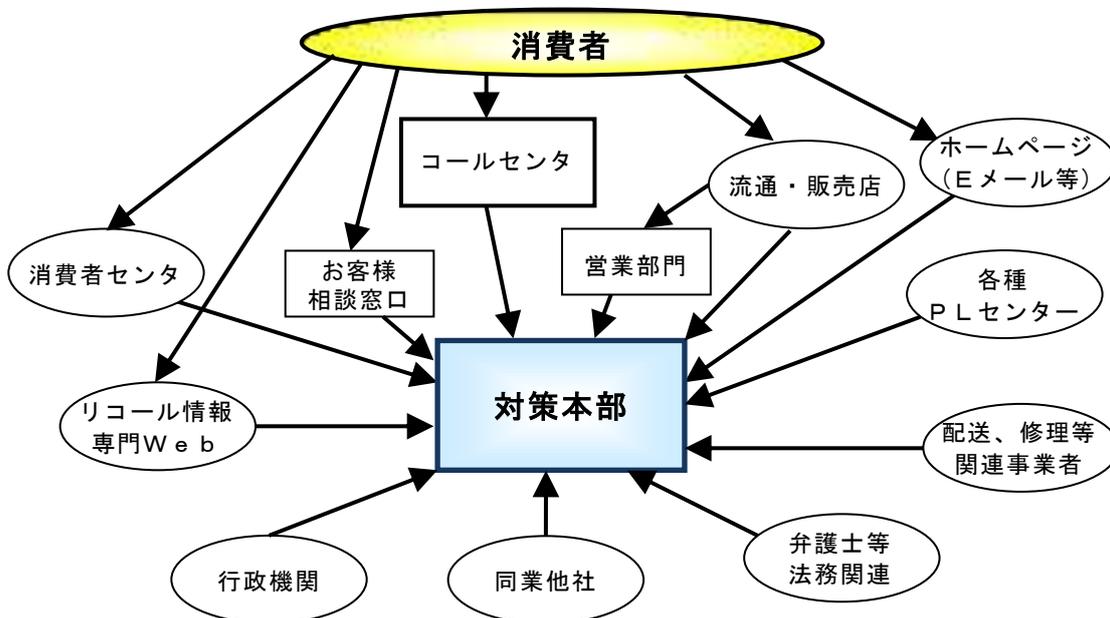


図5 モニタリング情報は、コールセンターからだけとは限らない

(2) リコール体制自体のモニタリング

どの方法の告知か、どの地域への告知か等による告知方法・ルート別の消費者からの連絡状況を、全体的にもれなく管理するモニタリング体制を築くことが重要です。

(3) 連絡のあった消費者からの回収等、リコールの進み具合のモニタリング

消費者からの連絡を元に、次に回収率（実施率）を向上させることが、リコールの重要な課題となります。

リコールのモニタリングは、①消費者からの連絡がどれくらいあったか（対象製品の把握率）をモニタリングすると同時に、②連絡をくれた消費者に対する回収等（リコールの実施率）の進捗を常にフォローする体制でなければなりません。

2. モニタリングデータの分析

実行中のリコールの妥当性や有効性を客観的に評価するために行います。

(1) どの告知方法（情報提供方法）がどれだけ有効に機能しているか

限られた経費の中で効率的に実行できる告知方法（情報提供方法）を採用せざるをえないのが実情です。そこで、どの告知方法が最も効率的に機能しているかを検証しながらリコールを実施していくことになります。

その際、消費者からの連絡が、どの告知方法に呼応したものをモニタリングするという作業が必要です。

(2) 社告等の個々の告知方法（情報提供方法）に問題はないか

新聞社告、ホームページ、ダイレクトメール等、それぞれの告知方法が適切に消費者に受け取られているか、モニタリングをしながら評価していく作業が大切になります。

(3) 回収等のリコール実施方法に問題はないか

リコールの実施方法自体に対する苦情や指摘を円滑なリコールの実施のために真摯に受け止め、製品の返却方法を変更したり、コールセンターの窓口を増やしたり、専門の修理・点検者を迅速に派遣できるような体制への変更が必要です。

(4) 製品の利用者情報の分析をリコールに活かす

リコールのモニタリングを行うことによって、進捗度を分析するデータだけではなく、利用者情報を推測するための分析データも集まります。連絡をくれる消費者の特性（性別、年齢層、地域、誰が利用し誰が連絡してくれるか等）、利用状況、危険性の拡大可能性（ヒヤリハット）等、今後のリコール方法の検討に役立つ情報が多く含まれているからです。

3 リコール実施状況の評価

(1) 常時行う有効性の評価

「常時行う有効性の評価」とは、リコールの実施中、常に各告知方法の履行状況を把握しながら、それらの告知方法自体の有効性を評価することです。必要に応じて告知方法・ルートや社告の記載内容等を補正・変更しながら、より広く消費者に情報提供するための活動です。

「常時行う有効性の評価」の有用性が発揮される一つの場面は、実施している告知方法ではもうそれ以上消費者からの連絡が来なくなった状態で行われるものです。そのタイミングを早めに見極め、次の対応につながる新しいリコール方法を考えます。

常時行う有効性の評価の判断要素には以下のものがあります。

- 個々の告知方法の妥当性
- 告知情報の妥当性
- 相談窓口の妥当性
- 点検方法や修理方法等の妥当性
- 進捗状況の妥当性

(2) 一定の節目で行う有効性の評価

「一定の節目で行う有効性の評価」とは、実施している全ての告知を総合的に評価し、もうそれ以上把握率や実施率が上がらない段階まで来たところで、今後どのような対応をするかを判断するにあって行われる有効性の評価です。ここでは、今後の対応についての全体的な方向性の評価・判断が問題となります。

「一定の節目での有効性の評価」を行うタイミングとして、採用できるあらゆる対応を行い尽くしても、もうそれ以上把握率又は実施率が上がらない状態まできた段階が一つ考えられます。しかし、ここでは、通常リコール終了とはまだ結びつかないことに注意する必要があります。この段階で重要なのは、製品事故の発生が無くなったか、あるいは、事故の可能性（危険）がなくなったかどうかです。

なお、一定の把握率が達成され、又は一定の回収率が得られ、製品事故もしばらく起きていない状態になったとしても、完全終了を宣言できない場合は、フォロー体制を継続すべきです。

4. リコール方法の修正と実行

有効性の評価の結果、継続してリコールを実施していくことになった場合、告知方法等のリコールの方法が今まで通りの方法でよいかどうかも見直さなければなりません。

(1) リコールの修正方法

①現状方法の補完

それまで実施してきた告知方法では、もう消費者からの連絡が限界かと思ったとしても、その告知方法を見直すことで、漏れがない、又はより消費者に認知してもらいやすくすることができる場合があります。

この場合、考慮すべきは、リコールのモニタリングの結果、どの方法がより効果的で消費者からの反応が高いかを見極めることであり、より効果的な方法があれば、その方法を取り入れて継続する等の方策を考えるということです。

②新しい方法の決定

現状のリコール方法の補完等も含めた周知対応をやり尽くした段階で、まだ消費者の手元に対象製品が残っていて、製品事故の可能性がなくなっていない場合は、今までとは異なる別の告知方法やリコール方法を考える必要があります。

(2) 修正された方法の実行と継続的なモニタリング

リコールを継続していくことを決め、新たな告知方法やリコール方法を決定したら、それらのモニタリングも必要になり、また、その新しいリコールに応じた社内や関係機関等との協力関係をフォローする体制も築く必要があります。

ハンドブック
66 ページ

リコール方法の修正と実行の参考例としてハンドブック 68 ページ以降を参照ください。

5 記録の作成、リコール漏れへの対処及び得られた情報のフィードバック

(1) 記録の作成

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

(2) リコール漏れへの対処

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

(3) 得られた情報のフィードバック

リコールの実施で得られた経験は、製品安全管理体制やリコールを実施するか否かの判断基準の見直しに非常に有用な情報です。真に経験を生かすのであれば、関係する親会社、関連会社、子会社、別事業部等へフィードバックし、フィードバックされた情報を業務に確実に反映させることが必要不可欠です。

お問い合わせ先

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

Web http://www.meti.go.jp/product_safety/