

リコールハンドブック 要約

第Ⅰ章 はじめに

○「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ことを目的に以下の対応をとることをいう。

- 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 類似の製品事故等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

○製造事業者又は輸入事業者は、自主的にリコールを実施することが求められている。

○販売事業者、流通事業者、修理事業者、設置事業者等は、リコールの実施事業者から要請があったときは当該リコール対応に協力することが望まれる。

第Ⅱ章. 日頃から求められる取組

- 経営方針にリコール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こと。
- 経営者自らがリコールに背を向けない姿勢を社内外に示すこと。
- 製品設計段階からリスクアセスメントを行うこと。
- 製品事故等・クレーム情報を積極的に収集する体制を整備すること。
- 製品事故等対応のためのマニュアルをあらかじめ作っておくこと。
- リコールを円滑に行うために、常日頃サポート機関等との関係を構築しておくこと。

第Ⅲ章. 製品事故等への速やかな対応

(1) 事実関係の把握

全ての情報の確認を待つのではなく、判明している情報を整理し、経営者に報告し、国又は製品評価技術基盤機構（NITE）に速やかに報告すること。

(2) リコール実施の判断

消費者の安全・安心の確保を第一に考え対応すること。

(3) リコールの実施

○情報提供方法の決定

消費者の製品使用等の実態に応じて、効果的な媒体・方法を組み合わせて採用すること。

○関係機関への報告

全ての役員・従業員、関係取引先、行政機関等にリコール実施を報告・連絡すること。

第IV章. リコールの実施状況の継続的監視・評価（モニタリング）

（1）進捗状況のフォローアップ

- 定期的に進捗状況の検証を行い、その結果に基づきリコール内容のフォローアップを行うこと。
- 製品事故が起きていないことを前提とし、市場残存率等を利用した自己評価を行うこと。

（2）製品安全体制へのフィードバック

リコール原因を踏まえた製品の改良等、リコール実施の経験を経営や社員教育にフィードバックすること。