

召回手册概要版

经济产业省
产品安全部产品事故预防室
2024年3月

1. 何谓召回

召回手册P. 4~10

■何谓召回

为了尽可能降低消费品产品事故等发生和扩大的可能性，应采取下述措施。

- ① 停止制造、流通和销售/从流通和销售阶段回收
- ② 向消费者适当提供风险相关信息
- ③ 提醒消费者注意，包括提供必要的使用注意事项等信息，以预防类似产品事故等的发生
- ④ 更换、修复（检查、修理、更换零部件等）或召回消费者持有的产品

■由谁来实施召回

制造商
或
进口商

在认为需要为防止产品事故等的发生和扩大而实施时，**应主动实施召回**。

销售商
或
流通商等

应始终努力收集产品事故信息并适当地提供给消费者。此外，在知道发生了重大产品事故时，**必须努力**将相关情况**通知该产品的制造商或进口商**。

2. 实施召回的流程

■如果发现发生了产品事故等或预见其发生的征兆，应按下述流程进行应对。

召回手册P. 29

行动1 掌握事实关系等

(P. 4)

收集、整理、报告事故/查明事故原因/应对受害者

行动2 判断是否实施召回

(P. 5)

判断是否实施召回（损害的性质与严重程度/事故特性/事故原因）

研究临时对策

行动3 设立对策本部等实施主体

(P. 6)

行动4 制定召回计划

(P. 7)

行动5 选择公司公告等信息提供方法

(P. 8)

行动6 联系相关机构等并请求配合

(P. 9)

持续监测并评估（监控） 召回实施情况

(P. 10)

分析召回数据

评估有效性

召回结束

及时处理
产品事故等

监控召回
实施情况

3. 实施召回的行动

行动1（掌握事实关系等）

召回手册P. 30～40

↳ 作为判断是否实施召回的前提，需要正确掌握事实关系并查明原因。

整理产品事故等的内容并向国家报告

整理事实关系，如果是重大产品事故，则在10天内向消费者厅报告（[详情](#)）。

- ◆死亡事故 ◆重症事故 ◆火灾
- ◆后遗症事故 ◆一氧化碳中毒事故

即使不是重大产品事故，也请向NITE报告（[事故信息报告系统](#)）。

掌握并整理产品的溯源性

需要整理下述有助于掌握事实关系的信息。

- 识别产品（批次、销售路径等）
- 确定发货目的地与销售途径
- 确定流通量和销量
- 识别消费者

整理产品事故等的征兆相关信息等

如果从公司内外获得发生产品事故等的征兆相关信息，则需要整理相关信息并预测结果。

因为即使未达到重大产品事故的程度，但如果多次发生同类产品事故等，也需要采取整改措施。

掌握并整理周边信息

不只是公司内部，还需要掌握并整理周边信息，包括

- 研究应征求意见的专家
- 确认并掌握公司内外的相关技术信息
- 确认同类产品事故等（其他企业、其他行业的情况）等。

查明原因

根据收集到的信息，从设计原因、制造原因、使用信息提供不足等方面查明原因。

详情请查看《[企业用产品安全相关手册](#)》第109页及之后的内容。

应对受害者

如果因产品事故等发生了损害，则应对受害者是最优先事项之一。

对于受害者的道义责任范围需根据是否存在法律责任及其程度来做出判断。

在实施上述事项后，判断是否实施召回（至行动2）



4. 实施召回的行动

行动2（判断是否实施召回）

召回手册P. 41~50

经营层需要做出决策，是立即实施召回还是暂且实施临时对策。

决策过程中的判断因素

○损害的性质与严重程度

· 人身损害的有无/可能性 ↔ · 轻微的物质损害

○事故（损害）的特性

· 多发/扩大的可能性 ↔ · 单件次品

○与事故原因的关系

· 是否产品缺陷
· 是否消费者的错误使用
· 是否修理或安装施工错误

· 是否改造导致的事故
· 是否老化

实施召回时

即使要实施召回，有时也无法立即采取相关对策。因此，还需要暂停制造等临时对策。

不实施召回时

即使不需要召回，也需要监控市场信息、以及在情况发生变化时重新研究是否实施召回。

实施召回时，设立对策本部等实施主体（至行动3）

5. 实施召回的行动

行动3（设立对策本部等实施主体）

召回手册P. 51~53

召回是全公司性的举措，需要由实施主体负责应对。

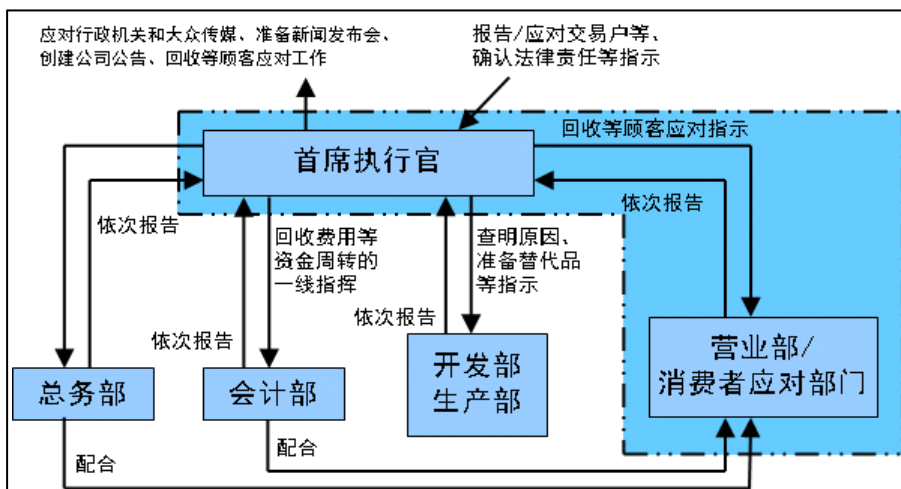
对策本部的举措

①制定召回计划

②及时准确地实施召回

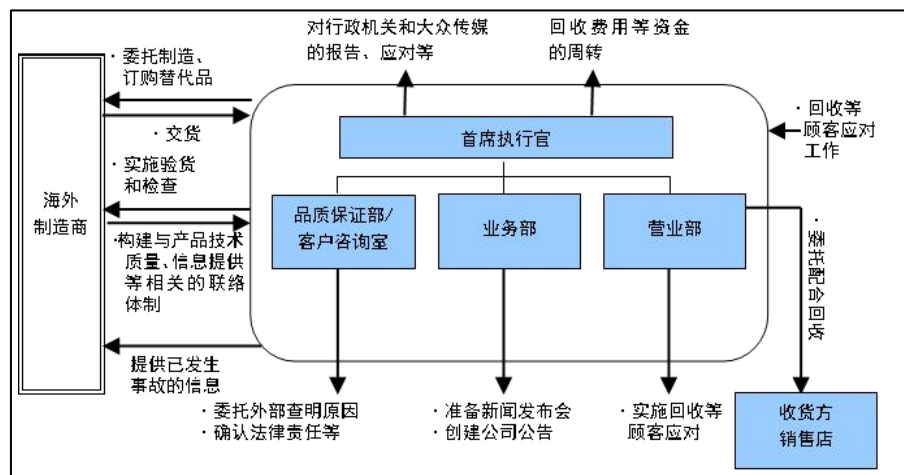
③监控召回实施情况

制造商的情况



不设立对策本部的制造商的情况（示意图）
（中小企业类全部由经营负责人管理实施的情况）

进口商的情况



进口商的情况（示意图）

设立实施主体，制定召回计划（至行动4）

6. 实施召回的行动

行动4（制定召回计划）

召回手册P. 54~59

制定具体的召回计划，以便能及时准确地防止事故扩大。藉此，可以适当地进行监控（确认进展、验证效果）和有效地重审活动。

何谓召回计划…即实施召回时的应对方针，明确面对公司内外的态度

研究召回方法

研究①停止制造、流通和销售/从流通和销售阶段回收②向消费者适当提供风险相关信息③提醒消费者注意，包括提供必要的使用注意事项等信息，以预防类似事故的发生④更换、修复（检查、修理、更换零部件等）或召回消费者持有的产品。

确定
对象召回数量
和目标人群

- 原则上，最好将需召回产品的总发货量（更严格的话，则为从总发货量中减去处于流通和售前阶段之产品的数量）设定为对象召回数量。
- 在可确认的范围内确认在市场中流通的对象产品的溯源性，包括自己公司持有的产品持有者信息或销售商提供的购买者信息等，最终确定消费者或发货目的地。

设定召回实施率目标
并研究评估标准

设定目标并研究评估标准，包括实施召回时采用的各种方法（一般是同时采用多种方法或者在采用时规定时间差）的实施期限、以及在多长的期限内达到何种程度的实施率（已确定回收等的数量在对象数量中的占比）。

委托销售商和流通商等提供
信息并予以配合

停止销售或回收销售/流通阶段的产品需要得到销售商和流通商的理解，同时，停止销售产品和从商店回收产品时也同样需要得到这些企业的配合。而且，有时修理商和安装商的配合也很重要。

研究用于实施召回的
经营资源

明确实现已决定实施方法所需的经营资源内容，并估计应采购的资源的质量和数量。在采购和投入经营资源时，分清是自主生产还是外部生产很重要。从人力资源、物力资源、财力资源、信息资源等角度进行研究。

制定召回计划，选择信息提供方法（至行动5）



7. 实施召回的行动

行动5（选择公司公告等信息提供方法）

召回手册P. 60~73

思考如何确保以最佳方法有效且高效地将召回信息告知消费者。

向谁提供信息？

购买者/使用者/持有者（户主、民宿经营者等）/使用者的监护人/使用管理者（管理器具的学校、托儿所、医院等）/产品购买途径（销售店的种类和形态等）。

应告知什么内容？

请告知召回对象产品或对象产品群、销售期间/实施召回的原委/危害内容/发生危害时的危害程度/对消费者的提醒事项、避免危险的方法/目标人群（使用者）与召回实施主体沟通的方法。

应使用何种信息提供方法或哪种媒体？

- 知道顾客信息时：通过电子邮件/电话/直邮广告/直接上门/销售商或流通商等进行联系。
- 不知道顾客信息时：向报道机构公布/在报纸上发布公司公告或广告/在网站上刊登/利用公共机构或民间等的公共空间。

什么事项需单独考虑？

必要时，请在与专业机构和咨询机构等保持联系的同时实施召回。



选择信息提供方法，与相关机构合作（至行动6）



8. 实施召回的行动

行动6（联系相关机构并请求配合）

召回手册P. 74~78

召回需要持续发布必要信息并与相关机构合作，直到目标达成。

所有高管员工

通过信息共享，可以避免不必要的混乱和焦虑，防止错误信息外流。

交易户 （包括销售商、流通商等）

为了向消费者传达信息，必须请求与该产品相关的销售商、流通商、安装商、修理商等提供信息并给予配合。

行业

作为行业，有时最好采取制定防止再次发生的自主标准、修改现有标准等应对。

用户协会等

发生事故等时、以及决定实施召回时，及时联系这些组织并请求其给予配合等。

相关行政机关等

需要向各地的消费生活中心和相关行政机关等报告召回计划等，并开展合作，努力防止事故的发生和再次发生。

律师或法律专家

因为有时需要判断法律责任，所以最好及时告知事实关系并进行协商。

保险公司

发生产品事故等时，为了及时救助受害者和妥善实施召回以防止损害的发生和扩大，需要有效地应用保险。

大众媒体

应对报纸、电视等大众媒体对于及时、准确地实施召回来说非常重要。

9. 实施召回后的监控

召回手册P. 79~110

■ 实施监控的原因

召回未必会按照制定的召回计划推进。因此，为了掌握召回在多大程度上起到有效作用，需要持续监测并评估（监控）召回实施情况。通过合理地实施监控，可以评估正在实施的召回方法的妥当性，还可以改进召回方法，以降低产品事故对消费者造成损害的可能性。

监控体制

- 构建来自各种途径的信息的共享体制。
- 进行召回体制本身的监控和召回进展情况的监控。

召回数据的分析

- 确认何种通知方法（信息提供方法）起到了多大的有效作用。
- 确认各种通知方法、回收等召回实施方法有没有问题。

召回实施情况的评估

- 评估持续有效性。
- 评估召回进展已达顶点等时的有效性。

召回方法的跟进

- 进行与召回通知相关的跟进。
- 实施并持续监控调整后的召回方法。

记录的创建、召回遗漏的处理及已获得信息的反馈

- 创建记录。
- 对召回遗漏进行处理。
- 对获得的信息进行反馈。

防止发生与再次发生的措施

- 根据PDCA循环，将监控中获得的经验和知识用来防止今后的发生和再次发生。

召回结束

- 如果消费者手中的产品均已得到掌握，回收率达到100%，则召回结束。

（参考）何谓重大产品事故

召回手册P. 11～28

■需要报告的“重大产品事故”

整理产品事故等的内容并向国家报告

- 死亡事故
- 重症事故（治疗所需时间至少30天的负伤或疾病）
- 后遗症事故
- 一氧化碳中毒事故

消费品丢失或损坏的事故中 有可能对普通消费者的生命或身体造成危害的事故

- 火灾（消防部门认定为火灾的事故）

制造商或进口商在发生与自己制造或进口的消费品有关的重大产品事故时，必须在包括知道当天在内的**10天内**通过电子邮件或在网站中输入向消费者厅报告。

■重大产品事故的发生情况

2019年频发发生实施召回的汽车产品事故，自那以来，事故数量持续超过1,000件。

重大产品事故的发生情况（件数）

