

第1回消費生活用製品安全法に基づく
リコールの実効性改善に関する検討会
議事要旨

日 時 平成30年11月27日(火) 10:00～12:00
場 所 経済産業省別館3階310各省庁共用会議室

出席者

(委員)

向殿座長、大河内委員、尾身委員、片岡委員、金谷委員、源内委員、小柳委員、
土田委員、遠山委員、町田委員、三浦委員、三上委員、渡辺委員

(オブザーバ) 消費者庁、消防庁

(事務局) 経済産業省

福島大臣官房技術・総括審議官、原製品安全課長、大澤製品事故対策室長他

議 事

1. リコールの現状と課題について
 - ・経済産業省製品事故対策室
 - ・製品評価技術基盤機構(NITE)
2. 製造事業者の視点から見たリコールの現状と課題
 - ・日本ガス石油機器工業会
 - ・家電製品協会
3. 流通事業者の視点から見たリコールに関する課題
 - ・大手家電流通協会
 - ・アマゾンジャパン合同会社
 - ・ヤフー株式会社
 - ・楽天株式会社

議事概要

冒頭事務局より、本検討会は原則非公開としつつ、検討会の趣旨(資料1)及び各回の議事概要は経済産業省ウェブサイトで公表する旨説明。

【議題1. リコールの現状と課題について】

事務局及びNITEより資料に基づき、行政サイドの問題意識を説明。特に意見なし。

【議題2. 製造事業者の視点から見たリコールの現状と課題】

尾身委員及び町田委員より、資料に基づき説明。主な意見は以下のとおり。

- 製品安全対策優良企業表彰制度における表彰企業のように、頑張る企業は頑張っている一方、リコールに関しては知らぬ存ぜぬを貫き通す企業も現状にはあり、差があるのは事実。
- 既に廃棄され残存しないリコール対象製品を探すことに労力を費やすのではなく、少しでも事故を減らす製品を作ることに注力することが重要。100%回収を求めるのは非現実的。
- 消費者側も認識しなくてはならない。単身者と高齢者が増えている。今使えればいい、安ければいいと思って買い、自分が使っている製品にリコールが出ているかにも無関心な若者もいる。
- 真面目にやっている企業が損する制度はダメ。報われる制度に変えていく必要あり。
- 妥当な評価方法が検討できるのであれば、製品の市場残存率を考慮したリコール回収率の計算式を見直すのは良いこと。

- 説明の中でリコールを認識したのに使い続けている人が日本は多いということだったが、なぜリコール対象とわかって使い続けるのか。
- アンケート結果から察する限り、他国に比べ日本が少し高いのは、製品が使えなくなると困るから。他に、製品が使用できているから、事故が起きる確率が低いと思ったからなど、自分は大丈夫だろうと思いついて使っている回答が多い。
- 日本の文化で、私は大丈夫という傾向がある。今動いているから大丈夫、リコールがかかっているけど、必ず事故が起きることでもない、と思っている。これを直さないといけない。
- リコール情報の発信の仕方にも、もう少し工夫が必要ではないか。
- N I T Eは、毎月報道機関に向け、例えば家電製品の出火場面などの動画を提供しており、報道機関も報道されるようになった。リコールの実施に当たっては、より具体的な危険を直裁に消費者に伝えることが重要。
- 日本ではSNSでリコール情報の認知媒体に接触する割合が低いとの説明があったが、そもそもリコール情報自体を認知する割合が低いのか、それともSNSを通じたリコール情報の認知が低いということか。
- 調査ではSNSでリコール情報が拡散されている結果を期待していたが、日本ではそうした使われ方は少なかった。
- メーカー等がリコール情報の伝達に必要な顧客情報だが、そもそも消費者によるユーザ登録はどれくらいなされているのか。
- 会員サイトを設けている企業は多いが、個人情報の問題や家電製品のコモディティ化などにより、登録率は低いと伺っている。
- 消費者側では、未だにリコール制度の存在やその内容の理解が進んでいない実態もある。自治体と協力して子育て中のお母さんや一人暮らしのお年寄りにリコールについて伝えるような取り組みも効果的。
- リコール開始直後と、回収がある程度進み事故もなく3年間経過した時点とでは、当然リコールの内容も変わってくる。そのため、リコールの進捗状況を適正に評価する方法の議論が必要。
- リコール製品で重大事故に遭った消費者は、リコールを知っていたのか知らなかったのかの解析もしたい。
- 可能であれば次回までに調べたい。

【議題3. 流通事業者の視点から見たリコールに関する課題】

金谷委員、渡辺委員、小柳委員、片岡委員よりそれぞれ説明、主な意見は次のとおり。

- 燃焼機器系はガス配管や水道管など、専門の有資格者や技術者が接続する必要がある製品もあるが、ネット販売で入手した製品を消費者が設置した場合のガス漏れ事故等が起きている。勿論ネット販売固有の問題ではないが、設置工事が必要な製品で有資格者が介在しない売買では事故リスクが高くなっている。
- ネット販売は実店舗より購入した消費者に情報を届けやすいなど、ネット販売特有のメリットもある。ただし、メールアドレスが変更されれば追跡は不可能。
- 大手家電流通協会の資料については、これから製品安全に取り組まれるいい例が含まれているので、むしろ公開していただきたい。
- コンセンサスが得られれば、産業界のリコール実施のための取り組みをまとめて公表する可能性も検討したい。
- 消費生活用製品安全法の対象製品の範囲わかり難い。明示が欲しい。
- 流通チャネルの多様化が消費者製品安全に如何なる影響を及ぼしているのか。例えばN I T Eの事故情報データベースで、消費者の購入経路まで把握できるようにすべきでは。

今回は12月21日（金）10時より開催する旨確認して終了。

（お問い合わせ先）

産業保安グループ 製品事故対策室（担当：橋爪、山中）

電話：03-3501-1707（直通）