

第２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１２月２１日（金）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、米田大臣官房審議官（産業保安担当）、
原製品安全課長、大澤製品事故対策室長他

議 事

- １．産業界の残存率算出の取組みと回収率への反映について
 - ・家電製品協会
 - ・日本ガス石油機器工業会
- ２．前回会合のフォローアップ
 - ・消費生活用製品の対象範囲
 - ・リコールを認識していた使用者のリコール対象品事故
 - ・事故品の入手経路の状況
- ３．その他
 - ・製品評価技術基盤機構（NITE）

議事概要

【議題１．産業界の残存率算出の取組みと回収率への反映について】

家電製品協会及び日本ガス石油機器工業会より資料に基づき、市場残存率を加味したリコール実施率の推定手法について説明。主な意見は以下のとおり。

○家電リサイクル時に、自治体や環境省に協力してもらおうと市場残存率の推計の精度が高いものになるのか。

→すでに、協力していただいている自治体がある。家電製品の補正実施率の計算式は回収された廃棄品とのダブルカウントを排除するなどして作成している。

○ＱＲコードをつければいいのか。

→一部のメーカーはすでにＱＲコードをつけている。

○廃棄の定義だが、実際にゴミとして出されたという意味での廃棄なのか。倉庫の中にしまっている分も含まれているのか。

→調査の際は、使われないで保管している分も廃棄したものとしている。それとは別に、リコールの周知に当たっては、使わないでしまわれているものに対して、季節ものならその季節ごとにＳＮＳで周知をしている。公民館や学校の倉庫から出てきた事例も過去あったため、自治体にも呼びかけている。電話帳にも広告を入れたり、新聞の折り込みチラシでも周知はしている。

○推定廃棄率が９９％だからリコールをやめる、というために補正実施率を出すわけではない。市場にどのくらい残存していて、どういう状況なのか、というのをきちんと判断

していただきたい。

- 頑張っているのに低い数字のままという事業者が、きちんと対応しているという評価ができるように、リコールハンドブックの改訂の必要があると考えている。次回以降の会議で書きぶり等は議論する。
- 将来はトレーサビリティが全部できるように I o T を使ってやる方向も考えていく必要がある。
- 我々の目的は、消費者が事故で亡くなることがないことが最終目標で、その一つとしてリコールという制度がある。技術的な面、法律的な面、消費者の役割も協調してやっていかないといけない。リコール制度の残存率をどう計算するか、どう公開するかというのは大事な内容。
- 廃棄された台数を加味した回収率の補正の概念は、自動車産業ではすでに採用している。自動車では一般的に使われている手法である。
- 回収率は消費者的には問題ではないと思っている。使用者にとって、自分のものが対象製品なのかどうか的大事であって、回収率が出たからといってそれが作用するわけではない。HPに情報を載せておくことはたいした費用がかかるものではないと思うので、そこはやめてほしい。

【議題 2. 前回会合のフォローアップ】

事務局及び N I T E より、資料に基づき説明。主な意見は以下のとおり。

- 簡単にものが売れることが原因だということは思わない。そもそも良品でない製品が日本に輸入されてきているのが原因ではないか。
→技術基準に違反しているのであれば対応する。
- 製造から販売までの過程の中で、どういうところに問題があるのかを確認しないと解決はしないのではないかな。もう少し分析して議論した方がいい。
- 事故原因調査ができない理由が制度上の問題なのか、それ以外の問題なのか。
→事故品を海外に持って行かれて調査ができないのが一番問題。消安法で押収というのはできない。制度を変えていかないと難しいかもしれない。罰則を強化することで意味があるのかはわからないが、いずれにしても、お願いして理解を深めると言うのが基本である。
- 最終的にはリコールをお願いしなければならない事案でも、そこに至るまでの調査が十分にできずに原因不明で終わってしまっているという事象が頻発している。次回の検討会では現場の状況を説明し、議論していく予定。
- ネット販売固有の話ではないという意見もあったが、調査が前に進まなくなる事例が増えているのは事実。商売に対するハードルが下がってきていること自体はいいことが、一方で対応のよくない事業者も増えてきている。事業者の信用情報を流通の方々には何らかの形で提供して活用できないかという議論もしてみたい。
- 製品にどんな警告マークをつければ売っていいのか、売るためにどんなマークをつければいいのかという事業者からの問い合わせがある。安全に対する知識がなく、大量に仕入れてさばくためにネットの中にいろいろなショップを立ち上げて売りさばいているという安易な事業者、販売者がいるのではないかな。
- B to C だったものが C to C になってきている。C to C はメーカー的なセンスは全くなくてただ単に売ろうとしている、安全性とか無視しているという傾向がある。
- リコールにもランク付けが必要なのではないかな。回収しないと絶対重大事故につながるものと、誤って使わなければ事故は起きないものなど。
- 燃焼機器は、火災に至れば重大事故に至る。当時は、啓発から始めたが、事故が減っていないため、リコールすべきと判断し、リコールを行った。
- 「リコール」という言葉自体も消費者がわかっていないところがあるのではないかな。レベル分けというのは重要かもしれない。
- 事故品の入手経路については、不明が半数。どこで購入したか覚えていない、購入者が亡くなっているわからないなど。

次回は2019年2月7日（木）に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）