

# (参考7-1-1) リコール未対策品の重大製品事故が再発した製品への対応

- リコール中のTDK(株)製加湿器による重大製品事故の発生(平成25年2月)を受け、回収・修理等が行われていない「リコール未対策品」の重大製品事故が再発した製品について、製造・輸入事業者の取組等に関する再点検を実施(平成25年2月)。
- 平成25年4月26日、再点検の結果を踏まえ、平成19年以降、リコール未対策品に重大製品事故が再発した全ての製造・輸入事業者(91社)に対して、製品特性等を踏まえた効果的なリコールに関する追加対策の検討を要請。
- 要請を行った製造・輸入事業者のうち、重大製品事故の発生頻度が高いリコール製品、回収率が向上しない製品等の事業者に対してヒアリング等を行って、追加対策のフォローアップを実施。

## <製品特性等を踏まえた効果的なリコールの取組>

(平成25年4月26日 追加対策の検討を要請)

### (1) 販売ルート等に特徴のある製品

- ① 販売事業者の協力を得た周知、② 消耗品や交換部品等を活用した周知  
【具体例】家電製品
  - ・家電流通が所有している顧客情報の利用(ポイントカード等の顧客情報に基づきダイレクトメールの送付)
  - ・店頭広報(店頭ポップ、店頭チラシ配布)

### (2) 主な使用者層が想定できる製品

- ① 主な使用者層が集まる場所での周知、② 主な使用者層が目にする媒体を活用した周知  
【具体例】乳幼児用製品(玩具、幼児用座席など)
  - ・保護者が多く集まる場所での周知(保育園、幼稚園へのポスター、チラシ配布等)
  - ・子育て中の世代向けの雑誌やウェブサイト等を用いた周知

### (3) 使用地域・場所に偏りのある製品

- ① 主な使用場所の管理者等を通じた周知、② 地域を絞ったきめ細かい周知  
【具体例】ワンルーム賃貸等に設置されている製品(電気こんろなど)
  - ・施設管理者への情報提供依頼(賃貸管理者からの情報に基づき所有者へのダイレクトメール送付、電話連絡)

### (4) 使用時期が限定される製品

- ① 使用開始時期に合わせた告知等  
【具体例】季節製品(エアコン、加湿・除湿器等)
  - ・冷房の使用が本格化する夏前に集中的に周知
  - ・除湿器の使用が本格化する梅雨前に集中的に周知

### (5) その他

- ① 後継機種や類似機種の広告にリコール情報を掲載

## <重大製品事故の発生頻度が高いリコール製品(上位10製品)>

会社名	製品名	重大製品事故件数
(株)ノーリツ	石油給湯器	【80件】
パナソニック(株)	電気こんろ	【44件】
TOTO(株)	石油給湯器	【32件】
(株)長府製作所	石油ふろがま	【30件】
(株)千石	電子レンジ	【26件】
富士工業(株)	電気こんろ	【22件】
日立アプライアンス(株)	電気こんろ	【21件】
小泉成器(株)	電子レンジ	【20件】
アップルジャパン合同会社	携帯型音楽プレーヤー	【20件】
長州産業(株)	石油給湯器	【18件】

※【】の数字は、平成19年以降に発生した重大製品事故件数



追加対策のフォローアップを実施

## <事業者の追加対策の取組事例>

- ① ガス販売事業者の協力を得て設置リストを入手し設置先を確認【ガスバーナー式ふろがま】
- ② 販売、修理事業者に対する情報提供料を増額【石油ふろがま】
- ③ 映像音楽再生管理専用ソフトを活用した告知【携帯型音楽プレーヤー】
- ④ 大手家電販売事業者の顧客リストを活用した周知(DM、電話等)【電気洗濯乾燥機、電気冷蔵庫】

- ⑤ 電力料金のお知らせの裏面に活用した広報の実施【加湿器】