

リコール製品・経年劣化製品に対するきめ細かな対応の強化

リコール製品・経年劣化製品について、これまでの画一的な対応に加え、対象に応じてきめ細かな対応を実施する

新規

○ 関係省庁等と連携して、周知対象にあわせてきめ細かにリコール製品や経年劣化製品の情報を提供

新規

○ リコール製品のリスク評価に基づく、行政による重点的なリコール対策を実施

○ 流通事業者の特色を踏まえた製品安全に関する流通事業者向けガイド等の普及

一層の製品安全の確保を図るために

- ◆ 事業者・消費者などのプレイヤー全員の安全意識を向上させる
- ◆ きめ細かくリコール等の製品安全情報を消費者に届ける
- ◆ 製品安全情報を受け取った消費者のアクションを促す

事業者における製品安全意識の一層の向上

製品安全に積極的に取り組む企業・人材を増やし、サプライチェーン全体を通して製品安全意識の一層向上させる

新規

○ 企業において製品安全を担う高度人材を育成する教育プログラムの開発・実証

○ 製品安全に積極的に取り組んでいる企業を表彰する「製品安全対策優良企業表彰」を実施

新規

○ 表彰受賞企業を中心に製品安全文化のプラットフォームとなる「製品安全優良企業コミュニティ」を創設

消費者のアクションを促すための取組の実施

製品事故や安全情報が消費者のアクションのつながるように、消費者の感度、意識を向上させる

新規

○ 消費者に届けられたリコール情報等に対する感度・意識を高めるための消費者教育を推進

新規

○ 住設機器メーカー等の協力を得て、親子に対して、住宅設備で発生する事故の体験型製品安全セミナーを開催

拡充

○ 毎年11月の製品安全総点検週間において、消費者に製品安全情報を周知する取組を強化

リコール情報等の周知に対して「画一的」な対応から「きめ細かな」対応へ

1. 関係省庁等と連携してきめ細かにリコール情報等を周知

- 消費者に対するリコール情報等の周知に関しては、これまで実施してきた一般的な消費者向け周知に加え、年齢・ライフステージ、情報の感応度、場所等に応じてきめ細かな対応を行っていくことが重要。
- こうしたきめ細かな対応を行っていくためには、消費者への各種情報伝達手段を有する関係省庁等との連携を強化。

(1) 介護・福祉施設等

厚生労働省と連携し、都道府県、社会福祉法人、関係事業者団体等を通じて、介護・福祉施設等の施設管理者等に対し、施設の共用部分や居室において使用されている可能性の高いリコール製品、経年劣化製品について、わかり易く確認できるチラシ等を作成・配布するとともに、当該製品の確認を要請。(11月～12月頃を予定)

(2) 高齢者宅

- ① 消費者庁と連携し、都道府県等を通じて消費者センター、社会福祉協議会、民生委員、介護ヘルパー等に対し、高齢者宅で使用されている可能性の高いリコール製品、経年劣化製品について、わかりやすく確認できるチラシを作成・配布。
- ② 全国電機商業組合連合会(電商連)が実施する「高齢者宅無料点検訪問強化月間」活動に合わせて、高齢者にわかりやすいチラシ作成・配布するとともに、高齢者宅で当該製品の確認を要請。また、都道府県等に対して電商連の活動への協力を要請。(9月、平成27年1月を予定)

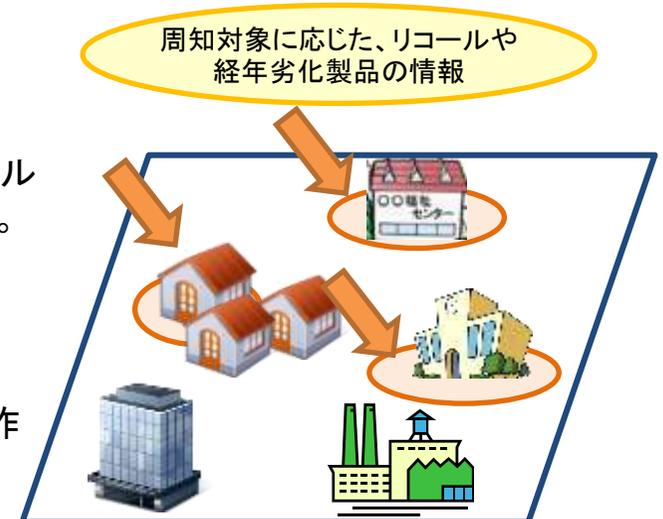


(3) 学校施設

文部科学省と連携し、各学校に対し、校内で使用されている可能性の高いリコール製品、経年劣化製品のチラシを作成・配布するとともに、当該製品の確認を要請。(7月を予定)

(4) 公共施設、事業所

火災予防運動に合わせ、総務省消防庁と連携し、消防機関に対し、公共施設、事業所で使用されている可能性の高いリコール製品、経年劣化製品のチラシを作成・配布し、公共施設等に対する検査等の際に注意喚起を行うことを要請。(11月を予定)



2. リコール製品等のリスク評価を実施

○リコール製品のリスクの大きさに応じた効果的、重点的なリコール対策を政府が実施するための、調査・分析を実施。

- (1) これまではリコール製品等の情報を画一的に消費者に配信していたが、多角的な側面からリコール製品のリスク評価を実施して、リコール製品のリスク特性や製造後の経過年数(廃棄率等)を参考としつつ、**効果的、重点的に行うべきリコール製品の調査・分析を実施。**
- (2) 調査・分析結果に基づき、製品事故のリスクが高い製品をリコールしている**製造・輸入事業者に対して重点的なリコール対応を指導するとともに、消費者にリコール情報を周知。**

これまでに報告のあった約900件のリコール製品を分析
(重大製品事故契機のリコール製品等を調査・分析)

	平成19年度	平成20年度	平成21年度	平成22年度	平成23年度	平成24年度	平成25年度
重大事故契機	52	45	22	18	21	17	17
非重大事故契機	127	120	108	109	92	74	99
計	179	165	130	127	113	91	116



重大製品事故等のリスクの高いリコール製品を抽出



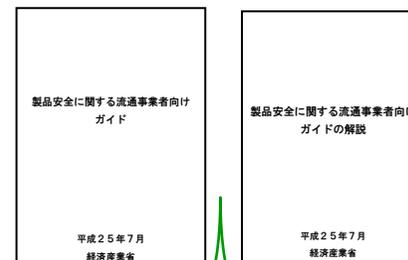
リスクが高い製品をリコールしている事業者に対する指導を徹底。また、消費者にリコール情報を周知

3. 製品安全に関する流通事業者向けガイド等の普及

○流通業界それぞれの特色を踏まえた製品安全に関する指針を作成し、リコール協力を含む流通事業者の製品安全の取組を促進

- (1) 昨年7月に公表した「製品安全に関する流通事業者向けガイド」及び「ガイドの解説」を参考に、流通事業者団体が、それぞれの業界の特色を踏まえた業界別製品安全ガイドブックの作成を支援。
- (2) 本年4月に日本通信販売協会、日本ドゥ・イット・ユアセルフ協会、全国電機商業組合連合会が作成した各業界別の製品安全ガイドブックを公表。
- (3) **本年度は、流通事業者に「ガイド」の普及を図るセミナーを全国で開催するとともに、業界別に作成したガイドブックを会員企業に周知する説明会を開催。**

製品安全に関する流通事業者向けガイド
製品安全に関する流通事業者向けガイドの解説



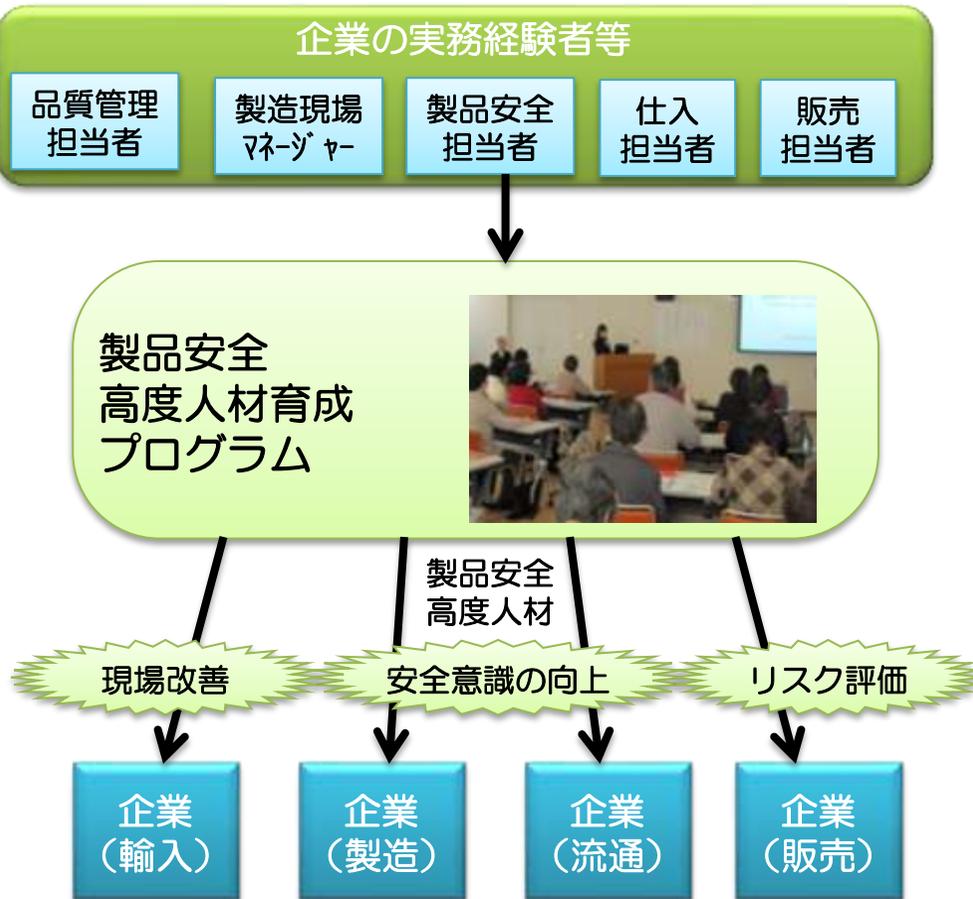
業界別製品安全ガイドブック



事業者における製品安全意識の一層の向上

1. 製品安全高度人材育成プログラムの開発・実証

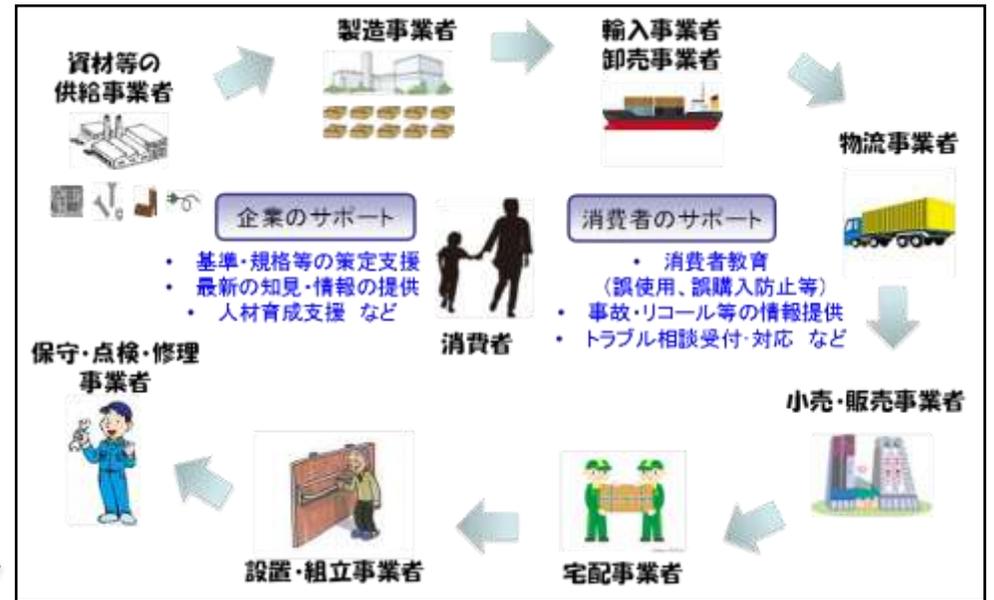
- 企業において製品安全を担う高度人材を育成するプログラムを開発・実証し、製造・輸入事業者から流通・販売事業者まで製品安全対策に精通したスキルを持つ人材を育成



2. 製品安全対策優良企業表彰制度

- 製品安全に積極的に取り組んでいる企業を表彰する「製品安全対策優良企業表彰制度」は、本年度で8回目を迎える。これまでに64企業・団体が受賞。

サプライチェーン全体で製品安全を確保するため、昨年度から製造・輸入事業者、小売販売事業者に限らず、社会の製品安全文化の定着に寄与している企業や団体を特別賞として表彰。



経済産業大臣賞を3回以上受賞した企業に「製品安全対策ゴールド企業マーク」の使用を認める。

サプライチェーンを構成する事業者全体で製品安全に取り組む体制を整備

3. 製品安全優良企業コミュニティ(仮称)の創設

○ 「製品安全優良企業コミュニティ」を創設し、更なる製品安全の取り組みの向上と製品安全文化の醸成を図る

- (1) 製品安全優良企業コミュニティは、政府が促進しているサプライチェーン全体で製品安全に取り組む体制の構築に向けた先駆けとして、製造・販売の業種・業態の枠や大企業・中小企業の垣根を超えた受賞企業間での異業種交流の場を提供。
- (2) 受賞企業と審査委員等の製品安全の専門家、経済産業省・NITE等との交流を通じて、更なる製品安全の取り組みの向上と製品安全文化の醸成を図る。



消費者のアクションを促すための取組

○消費者に届けられたリコール製品や経年劣化製品に関する情報が、消費者の製品回収や買い替え等のアクションにつながるよう、消費者の製品事故に対する感度・意識を向上させるための消費者教育を推進する。

1. 子供向け製品安全教育の推進

社会情勢を理解でき、好奇心旺盛な小学校高学年を対象として製品安全に関する副読本を作成するとともに、製品安全の体験学習プランを作成する。

例えば、自宅や祖父母宅においてリコール製品、PSマーク表示製品等の探索等を通じて、リコールやPSマークの理解を深め、また、企業を訪問して児童自ら企業の製品安全の取組を取材する体験を通じて、多くの人々が製品の安全確保に関わっていることの理解を深める。なお、体験学習を企画するにあたっては、児童の保護者(父母、祖父母等)も巻き込んで学習できるよう工夫し、体験学習を通じて保護者の製品安全意識の向上も図るものとする。



中学生向け製品安全ワークブック
(平成21年度)

2. 消費者向け製品安全教育の推進

住設機器メーカー等の協力を得て、4歳前後の子供とその親に対して、住宅展示場やショールームにおいて、住宅設備内で発生する事故に関する体験型製品安全セミナーを開催する。

また、引き続き、地婦連の協力を得て、製品事故・リコール情報や安全な製品の使用方法等について周知する消費者向け製品安全セミナーを全国で開催。(平成25年度までの開催実績は、97回、延べ約2万人がセミナーに参加)

3. 消費者のアクションを促すための取組

毎年11月に製品安全の重要性を周知する「製品安全総点検週間」において、製品安全を促す大型ポスターを東京メトロ、羽田空港、私鉄等の首都圏に掲示。本年度は、全国の主要都市及び販売店の協力を得つつ、店頭でポスターを展示して、一般の消費者に製品安全の重要性を周知。

また、インターネットテレビやラジオ、モバイル端末等の様々な媒体を通じて、製品安全情報を提供し、消費者への注意喚起を実施。

