

JBMIA

製品事故対応マニュアル

(旧リコールガイドライン)

－ 製品安全事故に背を向けない企業姿勢と取り組み －

平成 24 年 4 月改訂

(April, 2012)

一般社団法人 **ビジネス機械・情報システム産業協会**
Japan Business Machine and Information System Industries Association

序文（まえがき）

事業者にとって、製品使用者に安全な製品を提供することは基本的な責務である。しかしながら、現実には周到な製品安全管理を行ったとしても、あるいは近年の技術進歩をもってしても、製品に起因する事故等の発生を完全にゼロにすることは極めて困難である。このため、事業者は事故の発生または事故の発生を予見させる欠陥等の兆候を発見した段階で、事故の発生や拡大の可能性を最小限にする対応を取る必要がある。例えば事業者が自主的に迅速かつ的確なリコールを実施することは、製品使用者の安全を確保し、社会的責任を果たす観点から当然の責務と考えられる。このような責務を果たさず、欠陥や事故の発生を恣意的に隠したり、放置したり、虚偽の公開をするようなことは、製品使用者を危険にさらす行為であり絶対に避けなければならない。

また、人的危害を生じる製品を製品使用者に供給することは、製造物責任法上の責任を問われるだけでなく、刑事上の業務上過失致死罪等の法的な責任が問われる場合がある。加えて、製品使用者への人的危害が拡大する可能性がある場合、拡大防止のための迅速かつ的確なリコール等の対応を実施しないと、行政処分の対象となるだけでなく、損害賠償責任や、刑事責任を問われる場合がある。

事業者が日頃から製品安全管理の徹底に努め、事故等の発生ゼロを目指すことは極めて重要であるが、実際に事故等が発生した場合に、迅速かつ的確なリコールを実施することが、適切な製品安全管理と同様に極めて重要である。

さらに、事業者が迅速かつ的確なリコールを実施し、製品使用者へ、より安全な製品を提供することこそが、リコールについての製品使用者、行政機関等の正しい理解および報道機関の適正かつ公正な評価・報道につながるのである。

事故の発生や拡大の可能性を最小限にするために、事業者は、まず事故が発生しないよう日頃から安全な製品の設計・製造および供給に努めなければならない。そして、事故の発生または事故の発生を予見させる欠陥等の兆候を発見した場合に、慌てることなく、迅速かつ的確なリコールを実行するには、日頃から、リコールを念頭においた取組みを実施しなければならない。

これを実現するために、事業者はリコールの実施に前向きに対応する企業姿勢を社内外に示すと共に、その姿勢を社内で徹底するため、以下のことを念頭において社内体制等を構築する必要がある。

リコールに背を向けない企業姿勢

事故等の情報は、事業者にとってマイナスの情報と受け取られがちであるが、たとえマイナスの情報であっても、目をそむけてはいけないという認識を持つべきである。

経営トップを含めた全社員の意識向上のための教育・研修

迅速かつ的確なリコールの実施には、社内へ円滑に情報を連絡することが必要である。その実現のためには、システムやマニュアルの整備だけでは十分でない。責任をもって事態に対応することが必要であるとの意識を、経営トップを含む全社員に定着・向上させることが必要である。リコールを会社にとって重大な危機ととらえ、リコール対応を危機管理の一貫であるとの認識を共有することが必要である。

経営トップとしての必須の意識

経営トップは以下の意識を持つべきである。

- ★危機管理は経営上の重要事項である。
- ★危機管理には経営トップのリーダーシップが不可欠である。
- ★危機管理の専門家の育成および危機管理のための専門知識集積等の社内体制整備は、経営トップの責務である。

なお、初版の作成にあたっては、社団法人ビジネス機械・情報システム産業協会（旧社団法人日本事務機械工業会、以下当産業協会という）が平成3年1月に発行した「電気用品事故対策マニュアル」の見直しという形を取り、内容は平成14年9月に経済産業省消費経済部製品安全課より発行された「消費生活用製品のリコールハンドブック」を参照しながら、当産業協会扱い製品の特異性を考慮した形となっている。上述の「消費生活用製品のリコールハンドブック」も精読の上活用されるよう期待したい。

改訂第1版では、製品使用者へリコールに関する情報伝達を自社ホームページにより行う場合、製品使用者が容易に確実に必要な告示情報などにアクセスできるよう財団法人家電製品協会発行の「家電製品の回収告知に関するホームページ掲載ガイドライン」に従い、家電製品と共通のアイコン（愛称「お知らせアイコン」）を使用することを推奨した。

改訂第2版では、資料1「電気用品の事故等に係わる報告要領の制定について」を（平成14年3月29日）平成14.01.21商局第3号から（平成17年4月1日）平成17.03.24商局第3号に差し替えた。

改訂第3版では、消費生活用製品安全法対応WGを設置し、経済産業省平成19年3月発行の「製品安全自主行動計画策定のためのガイドライン」及び財団法人家電製品協会発行の「家電製品に係る製品安全に関する自主行動計画」を参照して作成した、「JBMA製品安全に関わる自主行動計画」との整合を行った。これにより改訂第3版は、リコール実施に関連する部分に限定した記述とした。また、経済産業省通達「消費生活用製品等による事項等に関する情報提供の要領について」（平成19年4月9日発行、商局第1号）の発行により旧来の資料1を差し替えて資料2は削除とした。

改訂第4版では、消費生活用製品安全法対応WGを再設置し、経済産業省通達「消費生活用製品等による事項等に関する情報提供及び業界における体制整備の要請について」（平成21年9月1日発行、商局第2号）及び、財団法人家電製品協会発行の「家電製品事故対策マニュアル」（平成23年3月発行）を参照し、「JBMIA製品安全に関わる自主行動計画」及び「JBMIAリコールガイドライン」（第3版）の内容の見直しを行った。

これにより改訂第4版は、リコール実施時の指針とするため、ガイドラインという表題を改め「製品事故対応マニュアル」に変更した。同時に構成の見直しを行い、実務者向けの内容とした。

資料1は、経済産業省通達「消費生活用製品等による事項等に関する情報提供及び業界における体制整備の要請について」（平成21年9月1日発行、商局第2号）に差し替えを行った。

1. 目的

本マニュアルは、製品使用者の生命または身体への危害の拡大防止の観点から、製品の事故発生に伴う製品使用者への危険や損害発生防止の際に、当該製品の点検・修理・回収等の事故対策を迅速、適切かつ効果的に行うための標準的な指針として定めるものである。

本マニュアルにおけるリコール対応の流れを図1に示す。

2. 対象製品

本マニュアルの対象とする製品は、当産業協会が取り扱う国内向けの製品とする。

ただし、その他の製品についても、本マニュアルに準じて適用されることが望ましい。

3. 用語の定義

(1) 事業者

製造事業者、輸入事業者および販売事業者等をいう。

(2) 事故

人的危害を生じた事故および人的危害を生じる蓋然性の高い物的事故をいう。また、事故等と記述している場合の等とは、それらの事故発生の蓋然性が高い欠陥等の兆候をいう。

(3) 拡大

同様の事象が複数発生することをいう。

(4) リコール

製品による事故発生の拡大可能性を最小限にするための事業者による対応であって、具体的には、①流通および販売段階からの回収、ならびに②顧客の保有する製品の交換、改修（部品の交換、修理、適切な者による直接訪問での修理または点検を含む）または引取りを実施することをいう。

(5) 事故の発生を予見させる欠陥等の兆候に関する情報

①事故を発生させる蓋然性が高い欠陥に関する情報、および②欠陥か否かは明確に判別できないものの、同様の事故の発生を予見させる情報をいう。

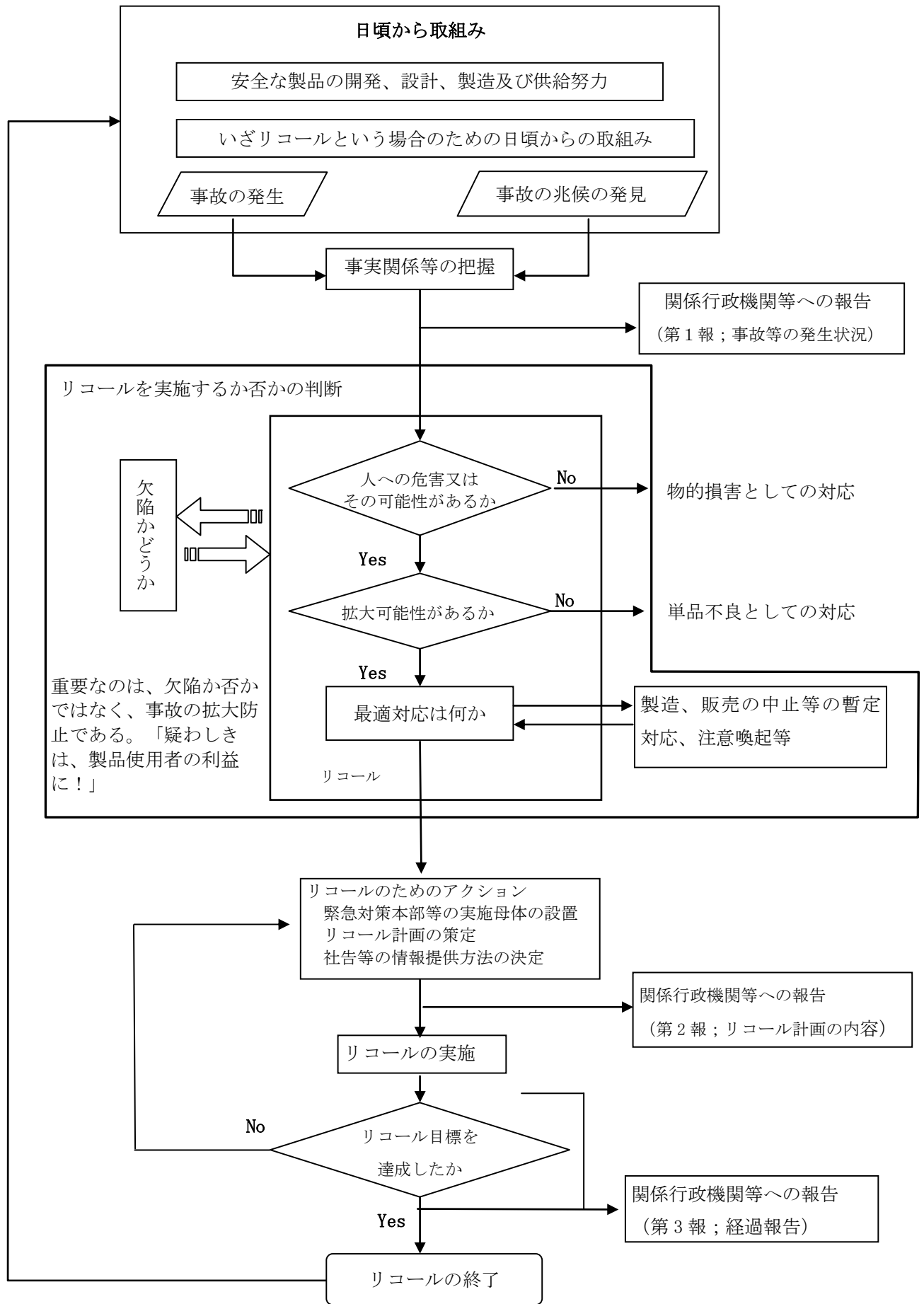


図1：リコール対応の流れ

第1章 製品事故対応

1.1 市場事故情報の収集

製品安全に関する適切な行動を行っていくためには、製品事故等（重大な欠陥、不具合、類似製品の事故）や誤使用等の市場情報を積極的に収集するための体制を整備しておくことが重要です。その際、製品使用者や販売業者などの事業者から見て受付窓口を明確にすることが望まれます。

その体制の構築に際しては、開発、設計、製造、輸入、営業等の自社内の関連部門の実際の経験に基づくアドバイス、及び関連企業や外部の専門家などからのアドバイスも参考とすることが望まれます。

(1) 市場情報の入手方法

1) 市場情報入手先

市場情報の入手先としては以下のようなところがあり、これらの入手先からの情報の収集に努めることが必要です。

- ① 製品使用者
- ② 修理・サービス事業者
- ③ 販売店、設置工事事業者
- ④ 国民生活センター、地方自治体の消費生活センター
- ⑤ 消費者団体及び消費者関連機関
- ⑥ 消防署、警察署
- ⑦ 新聞、テレビなどマスコミ
- ⑧ 経済産業省、独立行政法人製品評価技術基盤機構等の事故情報収集制度
- ⑨ 家電製品 PL センターなど関係業界団体
- ⑩ 製品使用者から情報を入手した OEM 先や部品供給先
- ⑪ 検査機関など

例えば「誤使用の防止や事故発生時の情報収集のための記載文」を作成し、各種のホームページや取扱説明書・カタログ等の書面等に記載すること等により、受付窓口を明確にして製品事故や誤使用等の市場情報を製品使用者から積極的に収集することに努力する必要があります。

2) 市場情報収集の注意点

- ① 社内の内部通報制度などにより、貴重な情報が得られる場合もあるので、通報した従業員を適切に保護することが必要です。
- ② 販売事業者等は、消費生活用製品安全法（以下消安法）第 34 条に基づき、製造・輸入事業者への通知努力義務を負っています。よって、製造・輸入事業者は販売事業者から事故情報の提供があった場合には、当該販売事業者を有益な情報の提供者として取り扱うことが重要です。
- ③ 事故の発生を予見させる欠陥等の兆候に関する情報は、見逃されがちです。しかし、事故を未然に防止し、迅速かつ的確に製品安全に関する適切な行動を行うためには、敏感に反応するべき情報です。事業者は取り扱う製品の特性を考え、どのよ

うな情報に注意すべきかを予め想定しておくことが望まれます。
このような情報としては、例えば、以下のようなものがあります。

- (a) 海外で発生した類似製品の事故情報
- (b) 事故を発生させる蓋然性が高い欠陥に関する情報
- (c) 欠陥か否かは明確に判別できないが、同様の事故の発生が予見される情報

(2) 製品事故・誤使用等の市場情報の受付

上記の情報の入手先から製品事故・誤使用等の市場情報を迅速に入手するためには、窓口を明確にし、市場情報の通知を常時受け付ける体制を構築する必要があります。例えば、以下のような体制等で情報を受け付けて情報を収集することが望まれます。

1) 受付時間内の製品事故・誤使用等の市場情報の受付

① 当該製品のお客様窓口の場合

製品事故・誤使用等の市場情報の受付に当たり、受付者は下記の必要事項を的確に聴取する必要があります。

- (a) 製品事故・誤使用等の市場情報の提供者及び被害者の氏名、住所、電話番号（連絡方法）等
- (b) 商品名、品番、製品事故・誤使用等の概要
- (c) 購入先、発生日・時刻、被害の内容・程度等

② 当該製品のお客様窓口以外の場合

各事業所は、当該製品のお客様対応を担当しない商品について、製品事故・誤使用等の市場情報を受け付けた場合は、少なくとも上記①の (a)と (b)の内容を聴取し、すみやかに当該商品のお客様窓口連絡し処理を依頼する必要があります。

※「お客様窓口」とは、対外的に公表している「お客様相談センター」、サービス会社の「コールセンター」、特定商品の相談窓口等の情報収集窓口を総称しています。

2) 受付時間外の製品事故・誤使用等の市場情報の受付

- ① 適宜必要に応じて、会社の休日、お客様対応窓口の受付時間外における製品事故・誤使用等の市場情報を受け付ける窓口を設置します。
- ② 各事業所における事業所管理担当部門が緊急連絡者の設定、緊急連絡マニュアル等を作成し、適切に運用します。
- ③ 各事業所においては、事業所内での緊急連絡網を整備・運用します。
- ④ 全社を統括する品質関係等の部門は、就業時間外における製品事故・誤使用等の市場情報に関する緊急連絡者名簿を整備・管理し、関係部署に配布するとともに適切に運用します。

3) 事業者からの受付

特に、消安法において製造事業者・輸入事業者への通知努力義務が課せられた販売事業者からの通知に対しては、直接に情報収集できる窓口（アフターサービス部門等）を明確にするため、常時機能しているホットラインの設置等の方法・体制の整備を行い、その存在の周知に努力することが望まれます。

(3) 製品の販売経路、追跡情報の把握体制の整備

迅速かつ的確な事故対応の実施には、該当する製品がどのような販売経路をたどって製品使用者の手に渡ったかを、いかにすみやかに把握するかが重要です。製品によっては、製品使用者までの販売経路が完全に把握できない場合もあります。このため、どこまで把握できるかを事前に確認しておくために、以下のような項目等について情報の把握体制の整備に努めることが重要です。

- 1) ロット番号やシリアル番号等による流通・販売経路の追跡方法の整備
- 2) ユーザ登録や顧客台帳等による顧客情報管理
- 3) 販売事業者との間の協力体制

(4) 個人情報の保護

収集した市場情報に含まれる個人情報は、個人情報の保護に関する法律に基づく各社の「個人情報の取り扱いに関する規定」等に従って取り扱い、その目的以外の使用、転用または社外へ開示しないようにする必要があります。

(5) 対応マニュアル等の検討及び整備

製品事故・誤使用等の市場情報を入手した場合に迅速かつ的確に対応するために各種の対応マニュアル等の検討及び整備に努めることが重要です。

(6) 市場情報の集中管理

各種情報入手先から入手した製品事故・誤使用等の市場情報は、一箇所で集中して管理できる品質情報システム等へ登録するようにするなど、迅速かつ的確な対応のために情報を共有できるようにすることが望まれます。

この集中管理を行う部門として、例えば、本社の既存の品質関係部門の中に同様の機能を付加するか、または製品安全に関する「お客様相談室」等を設けることが望まれます。

1.2 社内における情報伝達

(1) 社内に伝達すべき事実関係の調査

まず事実関係を迅速に調査することが必要です。

情報の入手先、発生状況（5W1H を明確に）、被害の状況、製品の関与度合（製品が事故原因である可能性の有無）、公的機関の関与と見解、製品使用者の申出内容等。

特に重要となる情報としては、事故現場の確認と事故に係る製品の状況の把握及び公的機関の見解などがあります。

(2) 社内への情報伝達

発生した事実関係について必要な社内の関係先にすみやかに情報伝達することが重要です。製品安全に関する対策委員会等を開催して関連各部門が情報を共有化するとともに、当面の対応策を至急に検討することも必要となります。

(3) 原因究明段階

- 1) 原因を調査する消防、警察等公的機関に対して適切に情報提供を行うなど、公的機関から要請があった場合、これに協力することが必要です。
- 2) 警察等で原因究明に時間がかかり公的機関の見解が入手できにくい場合がありますので、この場合にはすでに販売して市場にある同等製品をサンプリング調査して市場にある製品の実態を把握することも必要となる場合があります。
- 3) 上記の調査結果を踏まえ、原因を究明し、再発防止策を検討・実施する必要があります。

(4) トップマネジメントへの報告

トップマネジメントへの報告が必要な事故や市場対策が必要な案件については、できるだけ早く社長その他のトップマネジメントへ報告することが重要です。

まず速報を、その後定期的に進捗状況、対応策等について報告することが必要です。併せて、案件の重要度に応じて、対応のレベルを判断する基準を作成することも望まれます。

(5) 情報の共有化と社内横断的体制

製品事故に対する対応は事業所・工場任せにするのではなく、広報、法務、設計、品質、サービス、消費者対応部門等から構成される社内横断的な製品安全に関する対策委員会等の構築など、迅速に情報を入手・分析・共有できるような体制を構築することが望まれます。また、社内の情報伝達を適切に実施するため、社内規程として、お客様対応マニュアル、事故収集と事故報告体制、社告マニュアル、情報開示、製品安全社内基準等に関する社内規程を整備することが必要です。

1.3 製品事故に関する官庁（経済産業省等）への報告

事業者は、事故発生情報を監督官庁等に報告し、協力して事故の未然防止、再発防止に取り組むことが求められます。

報告手順は、以下の通りです。なお、報告をした場合には当産業協会へも報告してください。

(1) 重大製品事故発生の報告

消安法により、重大製品事故の発生を知った場合は、以下の通り、その報告を行う必要があります。（第35条第1項）

1) 報告の対象者

報告の義務は、その製品の製造事業者又は輸入事業者にあります。従って製造事業者及び輸入事業者は、自らが製造又は輸入した製品に関する事故情報を収集できる体制を構築し、事故が発生したときにすみやかにその情報を入手し、報告することが必要となります。

2) 報告の対象となる製品

他の法令によって個別に規制されている製品（自動車、化粧品、医薬品等）を除く消費生活用製品を広く対象としています。

業務・産業用の製品であっても、ホームセンター等で一般消費者が容易に購入できる場合は、対象となります。不明な場合は、消費者庁、経済産業省に相談をしてください。

3) 報告すべき事故の範囲

報告すべき事故の範囲は、以下の重大製品事故です。

- ① 製品使用者の生命又は身体に対する危害が発生した事故のうち、危害が重大であるもの
 - (a) 死亡事故
 - (b) 重傷病事故（治療に要する期間が30日以上を負傷・疾病）又は後遺障害事故
 - (c) 一酸化炭素中毒
- ② 製品が滅失し、又はき損した事故であって、製品使用者の生命又は身体に対する重大な危害が生ずるおそれのあるもの
- ③ 火災（消防が火災として確認したもの）

※製品に起因して生じたものではないことが明らかな事故については、報告の義務はありません。例えば、次のような事件です。

- (a) 故意に人体に危害を加えた場合（自殺等）
- (b) 製品自体は適正に機能しているが、製品外の事故が生じた場合（自転車使用中に自動車が追突してきた場合等）

報告するか判断に迷う場合は、すみやかに消費者庁、経済産業省に相談をし、対応を決定します。

4) 報告の期限及び報告先

消安法では、製造事業者又は輸入事業者は、通報、通知等により、重大製品事故の発生の事実を知ったときから10日以内に、消費者庁に報告する必要があります。

5) 報告の内容

法令で定める様式に従い、その内容を報告する必要があります。

<報告の方法>

- ① 報告の様式は、消安法施行規則第三条の様式第一を使用します。様式は経済産業省のホームページに掲載されています。また、経済産業省通達(平成 21 年 9 月 1 日発行、商局第 2 号)により、同通達別添 1 の参考資料も併せて提出することを要求されています。緊急の場合には、ファックス又は電子メールで一報することも可能です。
- ② 報告の内容は、事故発生日、被害の概要、事故の内容、製品の名称、機種・型式、製造・輸入・販売数及びその時期、事故を認識した契機と日、事故原因、事故への対応。
- ③ 後日、既報告内容への追加あるいは修正等が発生した場合には、報告内容を修正します。

(2) 重大製品事故以外の製品事故発生の報告

消費生活用製品の重大製品事故以外の製品事故については、独立行政法人製品評価技術基盤機構（以下 NITE）に報告します。

(3) 電気用品安全法対象製品の事故報告

消費生活用製品に含まれない電気用品で経済産業省通達(平成 21 年 9 月 1 日発行、商局第 2 号)別添付 3 に列記された製品の製品事故（重大製品事故か否かを問わない）については、NITE が定める書式により最寄りの NITE 本部または支所へすみやかに報告します。

(4) リコール実施の報告

事故の報告だけでなくリコールを実施する場合にも報告が必要です。製品事故の状況に応じて、経済産業省の「消費生活用製品のリコールハンドブック」に基づき、リコールの実施を経済産業省に報告します。

1.4 製品事故の情報分析と対応方針の決定

製品事故情報を入手次第、分析し、迅速に対応方針を決定する必要があります。

そのため、万が一事故が発生した場合に遅滞なく事故の分析、分析結果に基づく対応が行える組織体制を整備しておく必要があります。

※事故対応を一括して行う部門の設置が望ましいが、不可能な場合においては対応推進の取りまとめ部門、分析から対応決定までの各主管部門及び責任分担を含む対応手順を整備し、周知しておくことが必要です。

※自社内での分析に加え、第三者の中立的な分析結果が事故対策に有効な場合や、非常に専門的な分析が必要である等自社での分析が困難な場合には、公的または民間の適切な機関を活用し、対応方針についてのアドバイスを得ることも可能です。

(1) 製品事故の分析

入手した情報に従い、以下の分析を行う必要があります。

1) 事件事実の把握

事故詳細（事故の状況、発生場所の状況、消費者の説明）について可能な限り入手し、状況を把握すると共に、当該製品の過去の事故履歴・修理履歴、同型式モデルの事故履歴・修理履歴等事故原因の推定に有用な情報の入手に努めます。

2) 事故の原因の推定

上記 1) に基づき、事故の発生メカニズムを推論します。

① 事故製品の解析

② 再現検証による事故の原因の推定・確認

3) 事故の重大性の検討

事故の内容及び 2) に基づき推定された事故原因から以下の要素を検討し、事故の重大性を特定します。

① 事故の状況及び想定される危険の大きさ

例：最悪死亡事故にいたる身体の欠損の可能性、火災、発煙で終息、軽い感電

② 拡大被害の可能性

例：「火災事故で、早期発見されていなければ延焼の可能性がある」、「部品不良で不良内容によっては更に危険な状況が考えられる」

③ 事故製品と同一モデル品での同様の事故が発生する可能性

（今後市場で同じ事故が発生する確率）

事故の発生件数、主たる使用環境（場所、製品使用者）、販売台数、残存率

④ 他のモデルでの同様の事故が発生する可能性

同様の設計、事故原因と推定される部品を使用した他のモデルでの事故発生の可能性

⑤ 誤使用の可能性

(a) 製造事業者として想定される範囲内の誤使用か否か

(b) 想定外使用であっても製品使用者が容易に行ってしまう可能性

(c) 使用環境によっては、乳幼児のアクセスによる危害発生の可能性

(d) 安易に警告・注意表示に頼っていないか
(容易な対策で誤操作や誤使用が防止できるにもかかわらず注意表示に頼っていないか)

(2) 製品事故への対応方針の決定

特定された事故の重大性に基づき、次の事項について対応方針を決定し、必要な対応を実施します。

- 1) 事故対策の実施要否の判断
- 2) 対策内容の決定
 - ① 対象製品の範囲の特定
 - ② 回収修理の内容
 - ③ 事故の公表（社告、プレス発表、ホームページ等）
- 3) 関連団体への報告
 - ① 行政機関（消費者庁、経済産業省、NITE 等）
 - ② 関連工業会、業界団体等
 - ③ 販売店等

1.5 製品回収など危害の発生・拡大の防止措置

法令等に基づく製品事故による危害の発生・拡大防止のため、情報分析及び対応方針に基づき、迅速かつ適確に以下に定める措置を講じます。

(1) 製品事故情報の提供

1) 製品使用者への情報提供

※「1.6 製品使用者・販売事業者等に対する製品事故情報の提供」を参照

2) 販売事業者・流通事業者への情報提供

- ① 事故や事故の発生・拡大防止策についての情報を迅速に販売事業者へ提供し消費者へ正確に情報提供を行うよう協力を依頼します。
- ② 製品を保有する製品使用者を特定するため、販売事業者・流通事業者に対し顧客名簿の提出や製品の購入者に個別に通知を行うよう法に基づく協力を要請します。

3) 部品の供給元・納入先への情報提供

製品事故の原因が製品を構成する特定部品の欠陥等に起因し、当該特定部品の採用が同様の製品事故を引き起こす可能性が予見される場合は、以下の対応をとります。

① 部品供給元への情報提供

当該特定部品の供給元へ事故情報を迅速に提供し、部品供給元において適切な措置をとるよう依頼します。

② 部品納入先への情報提供

当該特定部品を他メーカーに自ら納入している場合には、当該特定部品の納入先へ事故情報を迅速に提供し、納入先において適切な措置をとるよう協力を依頼します。

4) OEM 事業者、社内関係者への情報提供

① 事故に係る製品の OEM 供給先への情報提供

事故に係る製品を他社に対し OEM 供給している場合には、OEM 供給先に事故情報を迅速に提供し、OEM 供給先において適切な措置をとるよう協力を依頼します。

② 社内関係部門への情報提供

社内の営業部門、サービス部門、ユーザー対応部門、品質管理部門、渉外部門、製造部門、開発・設計部門、関係会社等へ事故情報を迅速に提供し、情報の共有化を図り、各部門において適切な措置を講じます。「1.2 社内における情報伝達」を参照

③ 従業員への情報提供

従業員に対し正確かつ必要な事故情報を迅速に提供し、社外への誤った情報の流出を防ぐ措置を講じることが望まれます。

(2) 製品回収等の実施

製品事故の状況に応じて、製品回収等を実施します。

1.6 製品使用者・販売事業者等に対する製品事故情報の提供

製品事故が発生した場合には、適切な情報開示により、必要な情報を製品使用者、販売事業者等に伝え、事故による危害の拡大の防止に努めなければなりません。

その際、製造・輸入事業者は、情報開示を行うか否か、誰に情報を伝えるのか、開示する情報の内容・範囲、開示の方法等、「だれに、何を、どのように伝えるのか」について迅速に判断する必要があり、予め下記の事項を検討しておく必要があります。

(1) 情報開示の判断基準

製品事故情報の開示の目的は、同種の製品の使用者、及び販売事業者、修理・設置工事事業者等の関係者に注意喚起することにより新たな危害の発生を防ぐことですから、危害拡大の恐れがあり、それを防ぐために必要な場合には必ず事故情報及び危害防止のための対策を公表する必要があります。

なお、情報の開示が必要か否か判断するために、原因究明や危害拡大の可能性の検討に時間を費やしてしまい、その結果危害が拡大してしまうといった事態も想定され、実際に事故が発生してから開示が必要か否かを検討し、適切に判断するのは容易ではありません。そのため、事故情報を開示する場合の判断基準等を予め検討し、「告知判断に関する規程」や「社告マニュアル」等の規程類を定めておく必要があります。

(2) 情報の提供先

製品事故情報の開示の目的は危害の再発の防止ですから、当該製品の使用者に情報を伝えることが最も重要です。さらに、製品使用者と接点がある取引先の販売事業者、修理事業者・設置工事事業者へ通知し、これらの事業者を通じて製品使用者に確実に情報が伝わるよう努めることが重要です。

(3) 開示する情報の内容

開示する情報の内容や範囲は、その製品の性質や事故の内容、また伝える相手を考慮して決めることが重要です。

- ① 見出しは「リコール社告」
- ② 会社名、製品名（商品名）、機種名、モデル名
- ③ 事故の内容（現象、原因、過去の事故の件数及び概要）
- ④ 危険性の有無と発生が予想される危害等の内容（発火、感電、傷害、火傷等）
- ⑤ リコールの内容
- ⑥ リコールの種類、製品または部品の交換、修理、点検、引取り（返金）等
 - (a) 使用の中止の要請
 - (b) 消費者への依頼内容（連絡要請や着払いでの返送依頼）
 - (c) 簡潔な謝辞
- ⑦ 製品の識別方法：名称、型番、シリアル番号、必要に応じて事業者、製造場所
- ⑧ 対象製品の情報：
 - (a) 製品の製造（輸入）期間、販売期間、該当商品の販売台数、対象台数

- (b) 製品の型番、シリアル番号（表示箇所の写真やイラストによる説明）
- (c) その他、製品を限定する情報（販売地域、販路経路等）
- ⑨ 対策の開始時期と未対策品の注意事項（対策が講じられるまでの製品使用者への注意事項）
- ⑩ 連絡先：連絡先名（返送を依頼する場合は送付先名、住所）、電話番号（フリーダイヤル）、連絡可能曜日及び時間帯、ファックス番号、電子メールアドレス、自社ホームページ内のアドレス、連絡可能な問い合わせ事項の明示等
- ⑪ 日付（社告公表日）
- ⑫ 住所（法務所在地または顧客対応窓口）
- ⑬ 個人情報の保護に関する法律に基づく個人情報の取り扱いに関する告知文
- ⑭ その他必要事項

緊急時の迅速な情報開示のため、予め公表資料の形式を定めておく、また必要な情報の入手先を確認しておくなど、平常時より体制を整備しておくことが重要です。

(4) 情報開示の方法

製品事故情報の開示の目的は新たな危害拡大を防ぐことですから、情報開示は、その製品の使用者、管理者等に適切かつ確実に情報が伝わる方法で行われることが重要です。また、販売事業者や修理事業者・設置工事事業者への通知が必要な場合には、すみやかに情報を伝えることができるよう、日頃からそれらの連絡先や連絡ルートを確認しておくなどの体制を整えておくことも必要です。

第2章 製品リコールの対応

2.1 リコールを実施するか否かの判断

事業者は、事故の発生または事故の発生を予見させる欠陥等の兆候を発見した場合、必要に応じて再現実験等の調査を実施し、事実関係を確実に把握し、原因究明を行う必要があります。

更に事実関係を把握後、図2に示す「リコール実施までの状況判断」フローに従い「人への危害」および「拡大可能性」を検討します。

これらの危険が存在することが判明した場合、事故の拡大防止のための「最適対応」を検討し、その結果リコール対応が最善と判断した場合には、当該製品のリコールを実施します。

なお、原因究明に時間を要する、あるいは自社内で原因究明が困難であると予想される場合は、「2.3 リコール計画の策定」にて原因究明のための計画を立案の上進めることとなります。

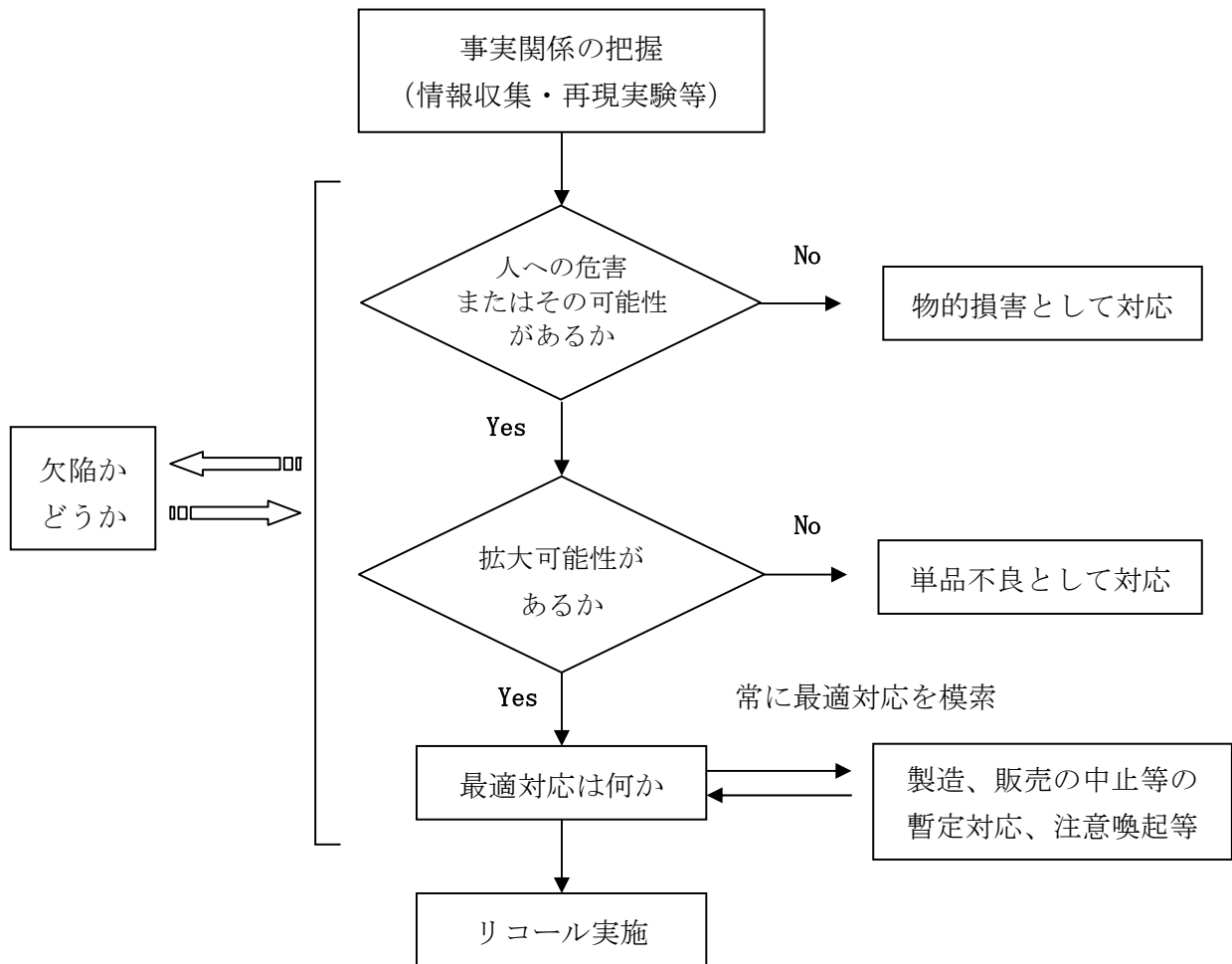


図2：リコール実施までの状況判断

(1) 人への危害またはその可能性

その事故によって、以下に述べるような生命または身体への危害、すなわち人的危害が発生したか、または人的危害が発生する可能性があるかを検討します。

【参考】

人的危害の分類：

人への危害発生の可能性は、重篤度に応じて以下のように分類することができる。

クラス A； 死亡または重大な人への危害発生の可能性はある。

クラス B； 死亡または重大な人への危害発生の可能性は考えられないが、
中度または軽度な人への危害発生の可能性はある。

クラス C； 人への危害発生の可能性は考えられない。

結果が物的損害のみであっても、間接的に人的危害の可能性がある場合は、人への危害がありうると判断しなければなりません。安易に物的損害と判断せず、社内外の関連事故情報等を調査して、人的危害の発生がないことを継続的に確認し続けることが必要です。

(2) 拡大可能性

同様の事故が再度発生することが想定される場合は、拡大可能性があると判断します。

事故の発生が使用者の誤使用や不注意によると考えられる場合であっても、当該製品が誤使用や不注意を誘発する構造であるか、警告表示等は十分かなどの観点から同様の事故が発生する可能性を検討する必要があります。

(3) 最適対応

事故の拡大防止のための迅速かつ的確な対応は、必ずしもリコールとは限らず、①使用方法等に関する注意喚起、②原因が究明されるまでの製造、流通または販売の停止等の暫定対応、等の選択肢も考慮し、製品や事故状況に応じた最も適切な対応方法を決定します。

なお、ここで暫定対応を含むリコール以外の対応を選択した場合であっても、事故の拡大可能性が十分防止できているかを常に評価し、必要に応じて別の対応やリコールの実施を再検討していくことも必要です。

上記(1)～(3)の要素の他に「欠陥かどうか」を常に検討しておくことも必要です。

このとき、事故の発生が一見使用者の誤使用や不注意による（警告表示等に違背して使用した場合も含む）と思える場合であっても、同様の事故が発生するときには、結果的に誤使用や不注意ではなく製品の欠陥と判断されることがあるということに留意する必要があります。

事故原因が究明され対策方法が決定した場合には、関係部署へ適宜情報提供を行い類似事故再発防止に努めるべきです。特に次機種開発時には過去の事故事例を必ず参照し、事故原因と同様な構造や部品などの使用は避ける手段を講じるべきです。

2.2 リコール体制の確立

事業者は、リコールの実施を決定した場合、直ちに社内体制を確立する必要があります。

リコールは全社的な取組みであるため、経営トップのもと、各関係部門の責任者が中心となった対策本部または同等の実施母体を設置し、具体的なリコール計画の策定、実施を行います。

特に製品使用者からの問い合わせには、確実に対応できるように社内組織と対応窓口を明確にしておく必要があります。

2.3 リコール計画の策定

事業者は、迅速かつ的確に事故の拡大を防止するため、以下の内容を含んだリコール計画を策定します。

- (1) 目的：事故の未然防止と拡大防止
- (2) リコールの種類：実施するリコールの種類を決定します。
 - 1) 製品の交換
 - 2) 部品の交換
 - 3) 修理
 - 4) 点検
 - 5) 引取り（返金）
- (3) 具体的な目標：
 - 1) リコール対象数（※1）
 - 2) リコール実施期間（※2）
- (4) 責任母体：
 - 1) 責任者
 - 2) 対応組織と役割分担
- (5) 対象製品：
 - 1) 品名、型番、ロット番号、シリアル番号等
 - 2) 稼動状況（販売台数と市場稼動台数、在庫台数等）
- (6) 情報提供方法：
 - 1) プレス発表実施の有無
 - 2) 社告等の情報提供方法：媒体、時期、内容
 - 3) 社内外に対する進捗状況の透明性確保方法
- (7) 製品使用者への対応：
 - 1) 既に被害が発生している場合
当該被害者の救済方法を含めた対応方針をすみやかに決定します。
 - 2) まだ被害が発生していない場合
被害を予測して被害者への対応方針を検討し、あらかじめ決定しておきます。
- (8) 官公庁・公的機関への報告・協議：「2.5 リコールの報告」参照
- (9) 社内への情報伝達：社員の意識の統一をどう図るかを決定。
 - 1) 関連部門への連絡と主旨の徹底方法

- 2) 一般社員への連絡方法（必要に応じて派遣社員含む）
- (10) 原因究明：
- 1) 原因究明の結果、実施状況（実施機関、時間的目標等）、原因が部品供給会社等の関連会社製品にある場合、どこまで掘り下げて原因を究明するか決定、等
 - 2) 自社内での実施が困難な場合、製品の種類や事故の状況に応じ、公共又は民間の適切な原因究明機関*を積極的に利用し、原因究明に努めることが望ましいです。
- * 原因究明機関の選定に当たっては、「原因究明機関ネットワーク総覧（NITE 発行）」が利用できます。
- (11) 関係者からの意見聴取：
- 1) 法的な責任の有無の確認
 - 2) 将来的な信用や風評への対応方法等
- (12) 対策および再発防止策の決定：設計・生産計画の見直し、実施等の計画決定
- (13) リコール実施状況の確認・評価および見直し方法

※1：リコール対象数

リコール対象数の設定にあたっては、事故が発生する可能性を限りなくゼロに近づけることを念頭におく必要があります。

具体的には、全出荷数から流通段階（倉庫品）および販売段階（店頭品）にある製品を除き、製品のライフサイクル（製品寿命）を考慮した上で、製品使用者が保有すると考えられる製品数を「リコール対象数」として設定します。

リコール対象数＝全出荷数－（流通段階数＋販売段階数＋寿命の尽きた製品数）

※2：リコール実施期間

リコール実施期間は、社告等の情報提供方法に応じ設定し、さらにリコール実施率の状況の評価しながら、通知方法の最善策の模索および実施を続ける期間とします。

なお、製品使用者を特定できず、出荷量が大量な製品の場合は、どれだけ長いリコール期間を定めてもリコール対象数全てに対応することは不可能な場合が多いです。

ついては、リコール対応ができなかった製品がある場合は、継続してホームページ等で情報発信し、リコール対応が可能な窓口体制を維持することが望ましいです。

2.4 販売会社等への事故対策協力要請

製品使用者へのリコールに関する情報伝達のためには、対象製品を供給した販売会社、販売店および OEM 先等（以下「販売会社等」と表記）への情報提供および協力要請が必要不可欠です。

事業者は、事故対策の実施に先立ち、対象製品を供給した販売会社等に対して、事故対策の実施についての連絡を行うとともに、対策の実施についての協力を依頼します。

(1) 事故対策内容の連絡

事故および対策処置の内容、対策開始時期等を連絡し、協力を依頼します。

(2) 社告説明文書の連絡

新聞紙面での社告により製品使用者への告知を行う場合は、社告内容および掲載先新聞名等を連絡し、協力を依頼します。

(3) 対策処置の連絡および依頼

販売会社等で対策処置を実施する場合は、以下の項目について連絡・調整の上、対応を依頼します。

- 1) 対策処置方法（製品交換、修理、点検、引取り）
- 2) 修理、点検に関する作業手順（図解入り）の説明および対応要員の確保と教育
- 3) 顧客からの受付窓口（フリーダイヤル）の設置および対応要員の確保と教育
- 4) 事故対策部品の送付
- 5) 事故対策状況の報告

(4) 顧客名簿の作成および連絡依頼

製品および消耗品等の販売履歴や製品の修理サービス履歴が整備され製品使用者が特定できる場合は、顧客名簿の作成を依頼します。

また、事故対策開始後すみやかに、顧客名簿に基づき、ダイレクトメール、電話、ファックス、電子メール、直接訪問等による連絡等を行うよう依頼します。

2.5 リコールの報告

(1) 関係行政機関等への報告

事業者は、リコールを決定した場合、リコールを実施する前にリコール計画等を報告します。

書式、報告先は、経済産業省の「消費生活用製品のリコールハンドブック」に基づきます。

(2) 当産業協会への報告

必要に応じ当産業協会にもすみやかに報告してください。

(3) その他の団体等への報告・連絡

製品使用者への対応を適切に行うため、取引先（流通・販売事業者、修理・設置工事事業者含む）への情報提供を行い、協力を要請します。また、製品によっては、関連ユーザ団体や製品使用者への情報提供を行っている場合があるため、協力要請することも有効です。さらに、法的責任判断および被害者救済のために、弁護士および保険会社等へも連絡することが望ましいです。

(4) 社員への情報提供

無用な不安や混乱を回避し、誤った情報の流出を防ぐために、社員と情報を共有する必要があります。

2.6 製品使用者への通知方法・手段（公表連絡と確認）

重大な事故・不具合事項に対しては、まず製品使用者への正確かつ迅速な情報伝達が最優先であり、目的達成するまで情報媒体を通して、継続的に必要な情報を発信し続ける必要があります。

また、その情報を提供すべき対象者は誰か、どのような方法を用いるか、を決定することが重要です。

(1) 製品使用者を確実に特定追跡できる製品

一部の製品には保守点検契約等により顧客名簿が作成され、製品の所在が特定される場合があります。顧客に対して直接的なサービス連絡対応ができます。

その具体的な方法例として、ダイレクトメール、電話、ファックス、電子メール、直接訪問、流通・販売事業者を通じての直接連絡等があります。

なお、流通・販売事業者等を通じて情報を提供する場合、一般的には時間がかかるため、重大事態発生時には、その緊急性を考慮して情報提供方法に特別な配慮を要します。

(2) 製品使用者を確実に特定できない製品

最適な情報提供媒体を決定し、事故の重大性や緊急性によって複数の通知方法から効果的な方法を選択し、または組み合わせて、適宜に通知を図ります。

ただし、ユーザ登録（はがき、ホームページ等による）された製品使用者においては、前項に従い連絡します。

不特定多数の製品使用者に対しては、以下のような方法があります。

1) 新聞社告：

新聞社告を実施する場合、限られたスペース内に明確かつ簡潔に内容を表記します。また、極力目につく位置で広告と混同しない配慮を行い、通常は全国紙面を利用します。社告の作成は JIS S 0104「消費生活用製品のリコール社告の記載項目及び作成方法」を参照してください。

2) 雑誌、リビング誌、折り込みチラシ等

- 3) 総合カタログや通信販売用カタログ、学校等に配布される資料
- 4) 自社のホームページ掲載やインターネット展開（注参照）
- 5) 公的機関等の Web サイト（パブリックスペース）

【参考】

消費者庁の「安全」ホームページアドレス：

<http://www.caa.go.jp/safety/index.html>

NITEの事故関連ホームページアドレス：

<http://www.jiko.nite.go.jp>

- 6) 民間等のパブリックスペース：
販売店での情報提供（量販店・小売店頭へのポスター掲示、チラシの配布等）
- 7) TV放映の利用、他機関（消費者センター、消費者団体、消防機関等）への掲載依頼

注：ホームページへの掲載にあたっては、製品使用者が容易に確実に必要な告知情報などにアクセスできるよう一般財団法人 家電製品協会発行の「家電製品の回収告知に関するホームページ掲載ガイドライン」に従い、家電製品と共通のアイコン（愛称「お知らせアイコン」）を使用し、その表示位置、補助表示等についても、できるだけ共通とすることを推奨します。

- (3) 製品使用者への通知時に考慮すべき内容
 - 1) 高齢者を考慮した文字の大きさや分かり易い表現方法
 - 2) 宣伝と誤解されない体裁
 - 3) 情報提供は1回行えば良いのでは無く、目標達成まで継続的に実施
 - 4) 情報提供は多様化している現状に合わせて、最適な方法を模索
 - 5) 当該関係官庁、専門機関等と必要に応じて相談

2.7 製品使用者への通知内容

製品使用者への通知内容は、簡潔かつ正確な方法で何を伝えるかを考慮して必要な事項を選択します。

- 1) 会社名、製品名（商品名）、機種名、モデル名
- 2) 事故の内容（現象、原因、過去の事故の件数および概要）
- 3) 危険性の有無と発生が予想される危害等の内容（例えば、発火、感電、傷害、火傷等）
- 4) リコールの内容：
 - ① 種類；製品または部品の交換、修理、点検、引取り（返金）
 - ② 使用の中止
 - ③ 製品使用者への依頼内容（連絡要請や着払いでの返送依頼）
 - ④ 簡潔な謝辞

- 5) 製品の識別方法：名称、型番、シリアル番号、必要に応じて事業者、製造場所
- 6) 対象製品の情報：
 - ① 製品の製造（輸入）期間、販売期間、該当商品の販売台数、対象台数
 - ② 製品の型番、シリアル番号（表示箇所の写真やイラストによる説明）
 - ③ その他、製品を限定する情報（販売地域、販路経路等）
- 7) 対策の開始時期と未対策品の注意事項（対策が講じられるまでの使用者への注意事項）
- 8) 連絡先：連絡先名（返送を依頼する場合は送付先名、住所）、電話番号（フリーダイヤル）、連絡可能曜日および時間帯、ファックス番号、電子メールアドレス、自社ホームページ内のアドレス、連絡可能な問い合わせ事項の明示等
- 9) 日付（社告公表日）
- 10) 住所（法務所在地または顧客対応窓口）
- 11) 会社名（クレーム送付先または顧客対応窓口）

2.8 事故対策の公表

事業者は、製品使用者を確実に特定できない製品の場合は、適切かつ効果的な事故対応を行うために、事故対策内容を原則としてプレス発表等により公表する必要があります。

公表の時期は、切迫した危害等の恐れが少ない場合には、円滑な対策を実施するため、対策措置の部品確保等の諸準備をできるだけ早く実施し、準備が整い次第直ちに行うものとします。切迫した危害等の恐れがある場合は、直ちに公表を行うものとし、公表内容を当産業協会にも連絡するものとします。

公表内容は「2.7 製品使用者への通知内容」と同等の内容とします。

【参考】

プレス発表における企業姿勢

- (1) プレス発表の位置づけは、製品使用者への危害防止の注意喚起、被害の最小化、および事実公表とする。
- (2) 実施上の注意点は、情報を隠匿しない、早急に実施、経営トップの意志と責任の明示、および誤解解消である。
- (3) 必要な内容は、謝罪内容、事故の内容、対応状況、再発防止策の説明、および責任表明を明確に報告することである。

2.9 進捗状況の評価および修正（フォローアップ）

(1) 適切な評価体制の整備

設定したリコール計画どおりにリコールが履行されているか否かを評価する体制を整備しておきます。特に、リコール実施率と実施期間との関係を明確にしておき、進捗状況进行评估します。

評価は、対策本部等の実施母体が行う場合もありますが、社内の実施母体とは別の監視者が進捗状況を客観的に評価したほうが、適切な指示ができる場合があります。

(2) 計画変更への対応

リコールの進捗状況によって、逐次最適な対応方法の検討および修正を行います。リコール計画どおりに進まない場合、「2.6 製品使用者への通知方法・手段」を再度検討する等、徹底を期する対応策を講じます。

2.10 事故対策状況の報告

事業者は、リコール計画の報告を行った関係行政機関に対して、事故対策状況の報告を行うと共に、必要に応じて当産業協会にも報告します。

報告する頻度については、リコール計画の報告後 1 ヶ月経過する毎に行うことを基本としますが、報告先が報告頻度についての特別の指示を行った場合には、それに従います。

2.11 事故に関する一般社団法人ビジネス機械・情報システム産業協会の対応

事故に関して、当産業協会は消費者団体等の関係機関からの照会に応じます。

他社製品にも共通する事例がある場合は、当産業協会として安全キャンペーン等の実施を検討し、関係各社へ注意を喚起します。

安全小委員会 消費生活用製品安全法対応 WG 委員名簿
(初版～第3版作成メンバー)

(敬称略)

主 査	竹牟禮 昭示	東芝テック(株)
副主査	三又 勇治	富士ゼロックス(株)
副主査	黒崎 英二	(株)リコー
委 員	菌田 寛文	富士ゼロックス(株)
〃	木島 敏雄	オリンパス(株)
〃	安田 智子	キヤノン(株)
〃	柴田 祐一	日本アイ・ビー・エム(株)
〃	沢野 謙二	セイコーエプソン(株)
〃	石井 明	(株)リコー
〃	伊藤 真由子	(株)リコー
〃	小宮 光幸	富士フイルム(株)
〃	村沢 賢二	カシオ計算機(株)
〃	金子 浩	カシオ計算機(株)
〃	石木 章	コニカミノルタビジネステクノロジーズ(株)
〃	五野 克昭	コニカミノルタビジネステクノロジーズ(株)
〃	木戸 敏裕	ブラザー工業(株)
〃	豊島 正行	ブラザー工業(株)
事務局	林 清輝	(社)ビジネス機械・情報システム産業協会
〃	漆田 茂雄	(社)ビジネス機械・情報システム産業協会

安全小委員会 消費生活用製品安全法対応 WG 委員名簿
(第4版作成メンバー)
(平成23年11月18日～)

(敬称略)

主査	上條 啓	セイコーエプソン(株)
委員	斉藤 貴	コニカミノルタビジネステクノロジーズ(株)
〃	小宮 光幸	富士フイルム(株)
〃	山崎 剛	キヤノン(株)
〃	松本 良男	カシオ計算機(株)
〃	伊藤 真由子	(株)リコー
〃	松本 達幸	日本アイ・ビー・エム(株)
〃	浅井 浩一	ブラザー工業(株)
〃	三又 勇治	富士ゼロックス(株)
〃	竹牟禮 昭示	(株)エークリエイト
事務局	林 清輝	一般社団法人 ビジネス機械・情報システム産業協会
〃	水野 重徳	一般社団法人 ビジネス機械・情報システム産業協会

JBMIA

製品事故対応マニュアル

(旧リコールガイドライン)

- 製品安全事故に背を向けない企業姿勢と取り組み -

平成 15 年 4 月	制定
平成 16 年 12 月	改訂第 1 版
平成 17 年 5 月	改訂第 2 版
平成 19 年 4 月	改訂第 3 版
平成 24 年 4 月	改訂第 4 版

発行：一般社団法人 ビジネス機械・情報システム産業協会
〒105-0003 東京都港区西新橋 3-25-33 NP 御成門ビル
Tel 03-5472-1101(代表)