

消費者安全専門調査会 取りまとめに向けての考え方（案）

平成 24 年 10 月 15 日

消費者委員会事務局

問題意識（狙い）

事故情報を見ていると製品回収（リコール）されているにもかかわらず、使用を続け事故に至るケースが、報告されているものだけでも年間 100 件を超えている。これらの事故は確実に防ぎたい。

リコール情報を確実に消費者の手元に届け、消費者を行動させるために、さらに方策として考えられることはないか検討を深めた。リコール情報が消費者の手元に確実に届くようになれば、他の情報についても同様に応用できる。

1. これまでの検討の経緯

- 経済産業省における検討・・・「リコール・ハンドブック」に結実
- 国民生活局における検討・・・リコールの促進にかかわる共通指針に結実

2. 現在のリコールの周知をめぐる体制

- リコール（製品回収）は、企業における自主判断が起点。届け出などの規定はない。
- 企業のHP、記事・報道、リコール社告など企業の取り組み
 - 行政、関係機関などによる情報提供
 - ・・・消費者庁リコール情報サイト、メール配信の例等

3. 専門調査会の検討結果

専門調査会では、消費者がリコール情報に接したときを「認知」「理解」「行動」の 3 パターンに分け、行政、企業、報道、消費者が何をなすべきかを考えた。

具体的には、毎回まとめている対策案の表からアイデアを抽出する。

4. 各省庁への提言

①事故情報収集ルートを活用

- ・消費者庁が司令塔機能を発揮し、関係各省庁・地方の関係各所に情報を発信する。
（既にあるしくみの活用）

②販売者の責務の明確化

- ・消費生活用製品安全法：法律改正により流通事業者の責務にリコール情報の顧客・事業者への伝達の責務を追加すれば、販売事業者からの情報伝達の向上が見込める。
- ・リコールガイドラインの作成。

③自治体の意識づけ

- ・地方自治体・消費生活センターのルートを利用した、情報提供の拡大、成功事例情報の提供、地方の消防組織、警察組織の情報伝達網の活用

④消費者のリコール・危険認知能力の向上

- ・注意喚起、リコール情報の危険度ランク付け等の情報提供の工夫。
- ・消費者教育における、危険認知能力の向上

⑤ICT（インターネット）の活用

- ・消費者庁のリコール一元化サイトの充実とサイトの継続的 PR によるリコール情報の総合窓口化を目指す。
- ・製品登録サイト等によるリコール対象製品を自動的にお知らせするしくみの提案

⑥リコール基本法、促進法制定の要望

- ・リコールに対する行政、製造事業者、流通・販売事業者、消費者の責務役割の明確化

5. 製造事業者、消費者、報道関係への提案

- 対策案の表からアイデアを抽出し、報告書へ記載