

事故情報の分析に関する前回までの議論の整理

資料1－1

平成23年4月
消費者委員会事務局

	消費者安全専門調査会で出された意見等
分析体制に関するもの(消費者庁)	・事故情報の調査・分析に関して、消費者庁が主役となって産業振興官庁の対応の不十分さを是正できるような体制づくりを早くやってほしい。 ・事故の分野ごとに消費者庁が専門家のアドバイザリーグループをつくるなど自ら調査・分析する体制を整えるべき。 ・分析官を置いてほしい。データは分析しないと役に立たない。 ・専門分野が細分化している中で、ある程度ゼネラルに分析のできる人材がいるか。 ・事故の分析を国で全部やるのは無理がある。お金を出して民間で調査した方がいい。 ・事故情報を迅速に調査できるのは、製品を設計・製造した企業である。企業にリスクアセスメントのデータを出してもらわない限り、事故を防ぐことは難しい。企業をどのように組み込むかも大事。 ・地方自治体には情報の分析力、蓄積がないので、消費者庁ともっと合議して、消費者庁に分析官、相談窓口を設けて一緒に考えて、通知しないと地方にとっては大きな負担になる。 ・完全に誤使用と言い切れるか。誤使用が多いとやはり製品がおかしいだろうとか安全性とは何かにつながるのか、消費者事故等に該当しなくても将来のために分析することは必要。消費者庁がパンクすると言ったかもしれないが、分析体制をどうするのか、そこで自治体と連携できないかという話になっていく。 ・(誤使用かどうかの判断について)理科系の方ばかりでなく、いろんな方がいて、これはおかしい、これはメーカーが直すべきだという判断をするのが、消費者庁の分析になっていくのでは。 ・消費者庁の体制について、今後の課題が見えてきたところで、現状できること、対応しづらい部分は何か、またスタッフの人材育成的な部分も含めて、時間軸の中で今後どのように体制を強化していくのか、絵を示すべき。またその絵の中で、タスクフォースがどのように関係していくのかも示すべき。 ・解析・分析の仕組みが見える工夫が必要。 ・調査、分析しなければならない案件について、メーカーに細かい質問状を出して、答えを公表していくことによって、メーカーから真剣な対応を引き出すことを考えてみてはどうか。

(第1, 2, 3, 4, 5回の意見は黒字、第6回の意見は青字)
(消費者安全法→消安法、消費生活用製品安全法→製安法で表示)

分析体制に関するもの(地方自治体)	・地方においてこそ技師がいて、商品テスト室の充実をはかることが重要。 ・消費者からの商品テストの希望を第1義的にテストするような機能を充実させてほしい。 ・国民生活センター、NITE、地方の商品テスト機関、事故情報分析タスクフォースのテスト結果の情報をデータベース化してもらい、有効に活用されるようにしてほしい。
--------------------------	--

	消費者安全専門調査会で出された意見等
分析内容、対象に関するもの（誤使用を含む）	・誤使用にすると何も問われず、「その後も注視していきます」という文書で逃げた感じになってしまうが、製品の問題と誤使用のラインがわからない。誤使用をなくして、徹底的に直させるべきで、誤使用というカテゴリで逃げるのはおかしい。 ・ISO、機械安全の国際規格で、予見可能な誤使用は、対策を取らなければならないとある。安全対策をとらないのに、警告表示で、ここは危険とか、取扱説明書でこう使ってはだめと書いて逃げてはいけないと規格で決めてある。つまり、対応がとれるものはとった上で、とれないものは警告表示を行うということである。他方、化粧品、エレベーター、エスカレーターにJIS規格はない。これは縦割り行政の弊害である。 ・構造上、誤使用を誘発するようなケースはたくさんある。 ・もっと国はお金をかけて、人間だけでなく、コンピューター処理をするような大規模なシステムをつくって、膨大なデータから、本当に必要なデータを取ることをしたらどうか。 ・分析のテーマの選び方について、何を取り出して、何を分析するかが問われる。大きなところが抜けないように、一回議論した上でやるべき。 ・1件あるいは2件しか起こっていないものでも大きな問題を含んでいるものは早く見つけて、早く対策を取るべき。 ・窒息、溺死のように事故が多いものについて、調査や対策が取られていない。階段のような家庭内の事故に集中して調査して、不慮の事故を減らすようにしたら、大きな効果があるのでは。 ・国民の安全を考えるような国民安全庁という発想で考えれば、浴室とか階段とかの家庭内の事故に目を向け、投資するところが違ってくるのでは。 ・配線器具とコンセントとの関係は最初に取り組んでもらえると、小さい子のいる家庭では特にいい。 ・国民生活センターが事故情報以外のデータに基づいて、消費者にとって余り好ましくないと思われるものについて、自分たちで発議して、分析を始めるようなことを行っているが、これは本来消費者庁がやるべき仕事では。 ・消費者庁が集めた情報がどのように分析されているか消費者に伝わるような工夫をしてほしい。 ・重大事故について、他の省庁で調査しているものについても消費者目線で消費者庁がチェックするべき。 ・消費者庁が持つべき目線と他の省庁が持っている目線は違う。他の省庁が事故分析をしているからそれでOKとはならない。

言語処理による情報検索(連想検索)について	・連想検索は思いっくまに言葉を入れてOR検索をするもの。連想検索でうまく探せるのはメジャーなシナリオで、近寄ったものがたくさんあったときにどれが一番近いのかを見るときには連想検索は非常に効果的。 ・事故情報をキーワードではなく、生のままで入れて検索できれば使いやすい。一番有効利用できる方法は、類似の案件、事故がどれだけ起こっているかを瞬時に検索できること。 ・消費者庁で似たような情報はいっぱいあるが、分析できるような状況になっていないので、その前の段階で消費者庁の分析の担当の人が使うことを考えている。 ・連想検索は消費者庁が分析するためのツールとして使えるのでは。誤使用となっているかもしれないが、みんなが失敗しているということで、これは何か対策をしなければいけないということを見つけるツールとして使えるのでは。 ・過去の失敗例を調べ、対策をとったものでなければ、日本では売れない。そういう使い方はできないか。 ・連想検索で探した類似例の対応策が参考になる。(例:ハイブリッドカーと地下鉄のベアリングの腐食) ・消費者庁のデータベースは対策が書いていない。したがって、類似例を探すまでで、その次に業者が何をするかには役立たない。 ・類似例を抽出したことを何のために生かすかということが一番大事。データベースに解決策や対応策を入れることが最も重要だが、ものすごい労力が必要だと思う。 ・対策まで組み合わせて、この原因でこうなっているに違いないというところまで分析すると、恐らく企業の営業秘密に係る部分が出てきて、企業が情報を出さないというスタンスになりかねない。アグレッシブな企業がアクセスしてきて自分たちで開発努力せずにいいものを作ろうとして、一番競争力を持つことになり、どこかで情報提供に歯止めがかかるような気がする。 ・消費者庁としては、起こった現象の分析を工夫して、これに問題ありやなしやとか、前例ありやなしやとかいうところからスタートするのがよい。どこまで深堀していけるかは次のステップで議論する方がよい。 ・連想検索は、どのキーワードを使っていいのかだけで疲れてしまうので、被害者の人が言ってきたものをただ入れればよいというようなシステム。 ・同じ製品でも違う言葉で書くような人たちがあった場合、連想検索の方が当たりやすい。キーワード検索でいろいろな言葉が使われるとなかなか当たらない。 ・まず言葉で検索をするけれど、その後、写真とか図で同じものかどうかを確認すればうまくいくのでは。
------------------------------	--

	・言葉がヒットしないとかなかなか見つからない場合に、よく間違える類義語辞典があれば、非常にうまくいく。 ・データベースというか検索システムをある程度オープンにするときには、使い方、評価能力の問題が付いて回ることを公表し、出てきたものに疑義があったら必ず問い合わせてくださいというシステムを付けておかないとうまく回らないと思う。 ・事故情報をどう使うかというのは、現在は仕事に関係のある人が使っている。消費者の安全に関係している企業や相談員の人たちが使い勝手がいいものになっていればいい。国民が使い勝手がいいようにと考える必要はないだろう。 ・利用者によって、必要な情報や使い方は異なってくる。相談センターの方が消費者から相談を受けたときにどんな指示を出せば一番消費者に安心してもらえるか、メーカーはそれを見てどういうふうに行動をとらなければならないのか、消費者庁は、メーカーがきちっと動かないときに、行政として指示が必要になってくることもあり得るような気がする。 ・事故情報データバンクは消費者にいち早く事故情報を伝えること、あるいは消費者がどんな事故情報を確認したいか、例えば、今ある商品を購入しようとしているときに、その購入商品が過去にどういう事故例があるかということを知りたいときに使うような使い方がいい。 ・相談を受けた人とか、被害を受けた人が何かこれに近いものがあるかと調べることに使えるといい。 ・消費者は自分が事故に遭ったとき、あるいはヒヤリハットという状態に陥ったときに、同種の事故がないかを見たいという気持ちになる。そのときにデータベースを検索し、事故例やその分析、メーカーの対応を知ることができれば、自分の情報もちちゃんと通知しようとなる。こういう消費者自身の行動を引き出すことができ、情報の集積にもつながる。 ・一般の家庭の方とかでも、本当はうちでもこんなことがありましたというような普段だと言えないけれども、ここだったら書けるみたいな情報も入っていたりするといい。
--	---

R-Map分析手法(注1)を用いた製品事故のリスクアセスメントについて

- ・事故調査の優先度、順番を判断する際に役立つ面がある。
- ・被害の定量的な表現に関して、部品の共通化などから欠陥による事故が発生した場合にかなり早い速度で事故が多発する可能性があるので、発生頻度の期間は年ベースでなく、月ベースにした方がいいのではないか。
- ・事故調査の優先度を決める考え方の一つとして、社会的影響の大きさをはかる判断として、定性的な表現の部分で、被害拡大範囲の広さという考え方を盛り込んでどうか。
- ・分析の優先度基準についてリスクが低くても多発性あるいは発生の期間が非常に短期間かつ発生の地域が広いとか、そういう要素も考えて分析の優先度を判断する必要がある。
- ・人がない、金がないという中でどのような優先順位を付けるかというときに、消費者庁にマトリックスのようなものをつくってどれだけ優先順位が高いのかを考えてもらいたい。一つの軸は被害の重篤さと件数で、もう1つの軸はヒトとカネがどれくらいかかるのかというもの。
- ・一つの企業で、重点投資をどこにするかということを検討するときには、マーケットの大きさ・重要度の軸と、自分たちの持っている力の軸でマトリックスをつくり、どの位置にあるからどういう戦略をとろうとか、あるいはこの分野はやめる方がいいとかを考える。
- ・消費生活用製品について、 10^{-8} を基本とする考え方について、科学工業(10^{-5})、医療機器(10^{-6})、自動車(10^{-7})、家電(10^{-8})、重要保安部品(10^{-8})と違うレベルで基準を設けているのはどういう考え方によるのか。
- ・ 10^{-8} は安全目標と関連している。この根拠がはっきりしていないといけない。本質的には消費者との間の合意が必要。
- ・実際は致命的だと思われる確率が低くてもリコールに走る。リコールすべきかどうかというのは、事業者がこのリスクとは関係なく、社会的にどう見られるのかをプラスして考えなければいけない。
- ・何か事故が起きたときにうちの会社はリコールしなかったらもう経営危機になる、世の中にたたかれてしまうというような指標が一つできたらいい。
- ・R-Map以外のところの社会的というところをどう数値化したり、消費者に見せるようにするかが課題。
- ・R-Mapは、保険会社が出してきて、発生頻度もしくは確率とひどさ、この2つからリスクを考えていけば、合理的な対策はとれるという考え方。

(注1) 調査分析の効率化の観点から、限られた職員や機器のリソースを活用するため、「R-map手法」によって、各案件をリスクの高いものから低いものまでクラス分け(リスク評価)し、リスクの高いものを優先して分析したり、すぐに調査の済むリスクの低いものを優先したり、整理、調整する過程で活用される。R-Map分析手法を情報解析の一つの手法として、第6回消費者安全専門調査会でNITEより紹介。

- ・致命的なリスクがあるところは、何らかの対策を考え、そこからリスクが下るにしたがって社会コストの関係でどうするか、国民に明示して使うべき。
- ・安全を実現する上で、一番やってはいけないことは安全を確率で語ること。危険源がどこにあるのかをまず探すこと、危険源のリスクを評価することが一番実直なやり方で、それに対してどういう対策をとるかである。
- ・致命的なところでは発生頻度が低くても対策をとるべきだという考えもある。単純にこのR-Mapを使うところに危険性がある。
- ・リスク評価は社会が変われば変わっていかないといけない。消費者の心理も変わっていくので、消費者の合意を得られるようなR-Mapをつくらないといけない。
- ・企業はR-Mapを使い、企業の論理でリスクの大小とは違う判断をしている。消費者目線で、消費者の論理をR-Mapに乗せて、消費者はこう考えるというものをもう一つ作って見たらよいのではないか。例えば同じ数字であっても将来のある子どもに被害が起きるものについてもう少し慎重に考えたいとか、そういう選択というのは消費者としてあり得る。
- ・シュレッターの事故のように、子どもが使わないと思っていたのに意外と近づいたりすることがあった。そういったものをどういうふうに(R-Mapに)反映するか考えてほしい。
- ・R-Mapを商品別に考えないといけない。
- ・国として、あるいはNITEとして考えるべき社会が受け入れる限度とはなにか、人々が怒るかどうかということなのか、しかし、人々が怒るということは、結局企業のレピュテーション(評判)の話ではないか。
- ・リコールというだけで、あれは危ないと走ってしまっているのではないか。これはキャンセルすべきではないか。国がやるところは、本当に危ないところではないか。
- ・R-Mapを消費者への注意喚起とか情報提供に使うことは考えられないか。
- ・相談で受けた事故情報についてNITEにテスト依頼しているが、その後はフィードバックはほとんどない。R-Mapで優先順位付けをしているのであればこの案件はこういうところにあるのでこれぐらいの順番で調査ができるというようなフィードバックをしてほしい。
- ・消費者事故の情報収集制度が事故を100%カバーできているか。
- ・情報解析にR-Mapを使うにしても、事故発生件数というのが影響してくる。その意味で、確実に日本の社会で発生している事故の状況を反映することが大事で、一番問題なのは消費者からの事故情報が上がっていないこと。そこを埋めるため、事故が発生して治療のために病院に行ったとか、救急車が出動したという情報を病院や消防署などから確実に集めないと、本当の意味での発生状況というのは把握できない。
- ・消費者安全法の通知要件について、当面は運用として、その他事故情報を寄せてもらうことになったが、そのことは消費者庁の説明資料に反映されているか。また、要件の見直しをそこに書くべき。