

## (株)ビックカメラ様ヒアリングでの質問と主な回答

消費者委員会事務局  
ヒアリング実施日：平成24年8月24日

No.	質問	回答
1	・ビックカメラのリコール情報伝達についての具体的な取組（製品リコール時に具体的にどのような対応をしているのか）	・ポイントカードの顧客情報・購入データを使って自社からDMを発送。 転居先不明でDMがとどかないお客様には、後日、ポイントカード使用時にレジに表示され、その時に販売員がお知らせできるようなシステムを整備して、少しでも多くのお客様に伝えるよう工夫している。
2	・流通事業者として製品リコールへの責任の持ち方に対する考え方について	・主にCSRの観点とお買い求めいただいたお客様への安全確保の責任があると考えている。
3	・倒産した製造事業者のリコール製品についてどう考えているか	・購入者へのDM発送の他、自社で販売していた製品については、売り場でのポスター掲示などを適時判断して実施。
4	・ポイントカードを持っていない人に対しての情報提供はどう考えているのか	・売り場でのポスター掲示。ポイントカード使用率は90%程度あり、使用しないお客様は少額商品の場合が多いので、リコール対象となる商品の多くはポイントカードを持つお客様でかなりカバーできていると考える。
5	・リコール製品の販売顧客情報をメーカーが利用する上での阻害要因	・個人情報保護（必要な時はメーカーと覚書を締結）。 ・DMは自社から発信しているが、緊急時は苦情にならないように、メーカーとの連名でメーカーからDM発信することがある。
6	・リコール情報が危険度別にランク分けされた場合、流通事業者として取扱いが変わるか	・現状、DM発信するかどうか社内で判断している。ランク分けは判断材料の一つになるかもしれない。
7	・流通業者として、メーカーとは別に独自にリコール判断をすることはあるのか？ あるとすれば、その判断基準はどのようなものか？ 過去にどのような事例があるか？	・社内規程として製品事故等対応規則策定済み。コールセンター設置基準、ダイレクトメール発送基準あり。 ・これらの社内規程に基づき、危険度合、多発性等を考慮して判断の上、メーカーに申し入れしている。
8	・リコールにかかった費用（顧客への情報提供のための費用、回収した商品の保管・輸送費用など）の負担はどのようにしているのか？ メーカーに全額請求？ 一定の割合で負担？	・DM発送のための切手代程度はメーカーに負担を求めている。 ・商品の保管・輸送はほとんどメーカーが行っている。 ・初期不良等は引き取り、保管、返品手続き、費用負担が別途決められている。

No.	質問	回答
9	<p>・リコール対象商品を販売していたものとしての責任をどのように考えているか？自社で販売していた商品がリコール対象となった場合に、販売者としての責任はあると考えているのか？責任の範囲をどのように考えているのか？「責任のとり方」としてどのような方法が適切と考えているか？</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・リコール対象商品の技術的な検証を事前に行うことは小売店では不可能。</li> <li>・製造事業者、輸入事業者には、製造物責任、メーカー保証責任、消費生活用製品安全法の責任がある。</li> <li>・小売業者は、瑕疵担保責任ではなく、債務不履行責任が問われる。（当社が取り扱う商品のほとんどは不特定物であり、瑕疵担保ではなく、債務不履行。）</li> <li>・自社から購入されたお客様にお知らせする事が重要。また、販売員全員に定期的な研修を行い、売り場での問い合わせにきちんと対応できるようにしている。</li> </ul>
10	<p>・自社で取り扱ったことがない製品であっても、消費者に対してリコール情報を提供することはあるのか？</p>	<p>・経年劣化の製品について注意喚起ポスターの掲示等（例：扇風機）は行っている。</p>
11	<p>・消費者に対して、同種商品での事故事例などの注意喚起をすることはあるのか？</p>	<p>・売り場で使用上の一般的注意喚起ポスターを掲示することはある。</p>
12	<p>・消費者が製品の買い替えをするような場合に、その消費者が現在使っている製品がリコール対象かどうかの確認はしているのか？</p>	<p>・特にしていないが、ポイントカード使用時に発煙・発火・身体の安全に関わるリコールについてはフラッグが立っているので必然的にご案内することになる。</p>
13	<p>・リコール情報の入手先はメーカーに限定されるのか？メーカー以外にどのような情報ルートがあるのか？</p>	<p>・主に仕入メーカー。NITEからの情報提供もある。</p>
14	<p>・リコールになりそうな商品（やばそうな商品）を店頭に並べないようにするための方策はあるのか？（リスク回避策を持っているか？）</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・仕入先へのチェックリスト形式のアンケート実施による状況把握と改善の申し入れ。</li> <li>・定期的な仕入れ先への研修会の実施。</li> <li>・消費者センターからの情報を基に、返品率、返品内容を確認し、店頭から撤去したことあり。</li> </ul>
15	<p>・全国から寄せられる消費者からの苦情情報をリアルタイムで共有化しているのか？商品事故を拡大しないために苦情情報をどのように活用しているか？</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・全店舗の総合カウンターで、過去のリコール情報を取り出して説明・お渡しできるように整備。</li> <li>・店頭での修理受付時に故障の状況を把握して活用。特異事例はNITEへも情報提供している。</li> </ul>
16	<p>・重篤な事故につながる危険性があるような場合に、被害を拡大させないために同業他社間で共同歩調を取るようなことはあるのか？そのようなルールは事前に確認されているのか？</p>	<p>・グループ会社内での情報共有はあるが、同業他社との連携のしくみは特にない。</p>
17	<p>・なぜビックカメラさんはリコールに協力していただけるのか。どこにメリットがあるのか。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・売上増加等の目に見えるようなメリットはない。自社社員のモチベーションUPに結びついている。</li> <li>・企業行動憲章の第1条に規定しており、消費者の安全に配慮することは企業の社会的責任であるとともに、消費者からの信頼を勝ち取ることができるものと信じている。</li> </ul>

No.	質問	回答
18	・輸入事業者になる場合、海外の生産事業者の選定をどのような基準に基づいて行うか。	<ul style="list-style-type: none"> <li>・対象製品が無いため今のところその準備も無い。</li> <li>・輸入事業者とともに現地の工場を視察するとともに、消費生活用製品安全法の概要を説明し、原材料の段階からの品質管理を求めたことがあった。</li> </ul>
19	・購入者情報をメーカーに提供し、メーカーが直接購入者とリコール折衝することについてどう考えるか。	<ul style="list-style-type: none"> <li>・メーカー発信のDMは、メーカーとの連名が基本。具体的な回収の対応をメーカーが行っているが、メーカーからの情報のフィードバックがなく、対応状況が掌握できていない。メーカーと情報のフィードバックのシステムを構築する必要がある。</li> </ul>
20	・ビックカメラは一定の修理ネットワークを構築しているか。そのネットワークをリコールに活用するか。活用する場合、費用負担の在り方はどうなっているか。	<ul style="list-style-type: none"> <li>・リコール品を自社の修理ネットワークで修理することはない。店頭での商品交換の例は少ない。</li> </ul>
21	・取扱商品は、どのように選択されるのか？即ち、責任を持ってお客様に勧められる商品のみを、取り扱われるポリシーなのか？それとも、利益を取れる商品優先で取り扱われるのか？ビックカメラさんだけではなく、他の流通業者さんは、どうなのか？（ご存知の範囲で）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・お客様にとって安全な製品を提供するというポリシー。他社がどこまで対応しているかは不明だが、同レベルで実施しているところはないと思う。</li> </ul>
22	・消費者の特性をどのように考えておられるのか？「安ければ、よい」という価格志向が、全てとを考えておられるのか？これも、ビックカメラさんだけではなく、他の流通業者さんは、どうなのか？（ご存知の範囲で）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・安価な商品でも安全は確保する。</li> </ul>
23	・リコール促進対策として、メーカーに求められて協力してきた手法あるいは貴社独自に考案実施してきた内容には、どのようなものがありますか	<ul style="list-style-type: none"> <li>・リコールに慣れていないメーカーや仕入れ先から、どう対応すべきか相談され、アドバイスすることがある。</li> <li>・ビックカメラ主催で仕入れ先を集めて、製品安全に関する研修会を定期的実施している。</li> </ul>
24	・欠陥製品事故等では、リコールとなったときには、ケースバイケースながら民事的に流通責任を問われる場合が生じる可能性もありますが、社会的責任を含めて責任の負い方についてどうお考えですか。＝リコール情報の周知作業の一部担当、消費者が回収に応じた費用の一部負担またはメーカーが行うべき負担の代行、消費者の回収対応を促すためのインセンティブ設定(商品購入ポイント優遇措置など)など	<ul style="list-style-type: none"> <li>・自社で販売した製品については、販売した責任として、DM送付などの対応を自社で行っている。(回収を促すためのインセンティブ設定はない)</li> <li>・欠陥製品事故等で、リコールとなったときに民事的に流通責任を問われる場合が生じる可能性があるのはどのような場合でしょうか。(欠陥商品と知って販売しない限り基本的には流通責任は問われないのではないのでしょうか。欠陥商品かどうか確認、検証する術を持っていません。)</li> </ul>
25	・ネットショップの顧客についてのリコール情報伝達は、特別な取組みはあるか。	<ul style="list-style-type: none"> <li>・店頭販売と特に違いはない。</li> </ul>
26	・リコールの回収状況を常にメーカーと共有する体制はあるか。	<ul style="list-style-type: none"> <li>メーカーとの回収情報までは共有していないが、定期的な研修会を通じて、製品安全ポリシーの共有を実施している。</li> <li>構築する必要があると考えています。</li> </ul>
27	・リコール情報を蓄積するデータベースを構築されているか。	<ul style="list-style-type: none"> <li>・データベース化し、全店舗の総合カウンター等で取り出してお客様にお渡しする事が可能。</li> </ul>