

消費者の安全・安心の確保に向けた
総合的な取組の推進について（意見）

平成21年7月30日

国民生活審議会

リコール促進の共通指針

－消費者の視点から望まれる迅速・的確なリコールのあり方－

技術の複雑化・高度化や、人口高齢化、市場のグローバル化といった環境変化を背景として、潜在的なリコールの対象品のリスクを消費者が把握することは一層難しくなっており、対象品に関する情報を豊富に保有し得る事業者等による適切なリコールの重要性が増している。

こうしたことから、「消費者・生活者を主役とした行政への転換に向けて（工程表）」¹においては、「自主リコールを促進するため、リコールの意思決定等についての分野横断的共通指針の策定について具体的に検討を進める（20年度中）」こととされたところである。

本指針は、消費者の視点から望まれるリコールのあり方として、リコールの開始決定や方法の選択等に関する目安や手順、留意点等について定め、事業者をはじめ、事業者団体、消費者、行政その他関係者の参考に供することをもち、迅速・的確なリコールの促進を図ることを目的とするものである。

1. 基本的な考え方

消費者の視点から望まれるリコールは、基本的につぎのような考え方に立つものとする。

1. 本指針は、製品、食品、施設・設備の各分野に共通して参考されるものとする。
2. リコールの方法としては、消費者の安全・安心の確保につながる取組を幅広くとらえる。
3. 事業者は、消費者の安全・安心に係る情報について適切な収集・分析・評価を行い、その評価に基づいて、適切なリコールを実施する。
4. 事業者は、リコールに関する情報を正確にわかりやすく消費者に伝える。
5. リコール開始を決定した事業者と関係する事業者（製造・輸入事業者、流通・販売事業者、点検・修理事業者、部品・原材料供給事業者、設置・施工・管理事業者等）は、適切な連携・協力を図る。

¹ 平成20年7月25日消費者政策会議了承

II. 定義

この指針で用いる主な用語の定義は、以下のとおりである。

1. 安全

安全とは、消費者の生命又は身体に被害が生ずる危険性が、許容可能な水準までに抑えられていることをいう。

2. リコール

リコールとは、消費者による消費、使用又は利用される対象品が安全性を欠く場合において、その対象品が流通後ないしは消費者に提供された後に、消費者に生ずる影響を最小限とするために必要となる是正措置をいう。

3. リコールの対象品

リコールの対象品とは、消費者が消費、使用又は利用の対象となる物品（事業者がその事業として供給する食品や製品、その事業のために利用に供する製品、施設・設備等をいう。）であって、その安全性を欠くものをいう。

4. リコールの方法

リコールの方法とは、リコールの対象品による影響を最小限とするために必要となる是正措置の内容をいう。その具体的な内容としては、対象品の危険性に関する消費者への情報提供のほか、消費者から対象品を引き取り（代金返還）、あるいは交換すること、耐久財や設置・施工を伴う対象品の点検・修理・部品交換を行うこと、流通・販売段階から対象品を収去することなどがあげられる。

5. リコールの情報提供

リコールの情報提供には、直接伝達と広報がある。直接伝達とは、対象品を購入した特定の消費者に直接に情報提供することをいう。広報とは、新聞やホームページへの社告の掲載、マスメディアを通じた発信、その他様々な媒体によって、一般の消費者を対象として幅広く情報提供することをいう。

6. モニタリング

モニタリングとは、事業者自らが、リコールの進捗状況を把握することをいう。

III. リコールを開始する

1. 開始の意思決定

(1) 開始の判断基準

- ・事業者は、消費者の安全・安心に係る情報の適切な収集・分析・評価につとめる。そのうえで、安全性を欠く対象品によって消費者被害が生じたこと、あるいは生ずるおそれがあることを認めた場合、リコールの開始を決定する。
- ・リコールの開始の判断は、被害の大きさ、被害の性格（多発性、単品不良など）

被害発生の原因（製品に起因する、消費者の使い方に起因するなど）に応じて、迅速・的確に行う。

- ・具体的な目安としては、つぎのものがある。

クラスⅠ・・・死亡、重篤、ないし不可逆的な被害の発生、もしくはそのおそれがある場合、特に速やかに開始の判断を行う。

クラスⅡ・・・軽度、治癒可能な被害の発生、もしくはそのおそれがある場合、拡大可能性、多発性、特異性などの要素をも勘案して、速やかに開始の判断を行う。

○被害発生のおそれは極めて小さいと考えられる場合であっても、消費者の安心確保の観点から必要と判断される場合、情報提供を中心とした対応をとることが望ましい。

○乳幼児、妊婦、胎児、高齢者、障害者が被害者である場合、一般的に自ら被害を食い止めあるいは最小化する能力が十分でないこと、傷害の程度が重症となる傾向があることなどから、通常より危険度を高く評価する。

(2) 留意事項

- ・リコールの開始に当たっては、以下のような点にも留意する。

一被害発生、もしくはそのおそれがある場合で、その原因を特定できない場合
対象品のいずれの部分に原因があるか特定できない場合、対象品と被害発生
の間に因果関係がある蓋然性が高いものの確定できない場合などであっても、
被害の大きさ、頻度などを踏まえたうえで、適切な方法を選択しながら、リ
コールの開始を判断する。特に、危険性が高い（クラスⅠ）と判断される場
合には、消費者の安全の確保を最優先し、迅速に是正措置をとるようにつと
める。

一消費者の消費・使用・利用方法に起因するとみられる場合

事業者の想定しない消費・使用・利用方法によって被害が生じたと考えられ
る場合であっても、被害の大きさや頻度を踏まえたうえで、事業者はリコー
ルを実施するほか、対象品の構造の変更や、警告表示を改訂してより具体的
な注意情報を提供するなどの改善措置をとり、被害発生の変因の除去につと
める。

一経年劣化

経年劣化によって事故が発生したと考えられる場合には、被害の大きさや頻
度を踏まえたうえで、事業者は、消費者に危険性を知らせるとともに、危険
性の程度に応じた是正措置をとる。

2. 複数の事業者間の関係

(1) 開始の判断主体

- ・複数の事業者が関係している場合、基本的には、食品・製品分野においては最終品製造・輸入事業者が、施設・設備分野においては管理事業者が、リコールの開始の判断を行う。
- ・ただし、OEM（相手先商標製品供給）製品やPB（プライベート・ブランド）製品については、生産・取引の実態等を踏まえたうえで、販売・流通事業者や製造・輸入事業者がリコールの開始の判断を行う。
- ・輸入品の場合、国内の輸入事業者が第一義的にリコールの開始の判断を行う。
- ・被害に係る責任は、対象品が安全性を欠く状態をつくりだした事業者にある。一方で、関係する事業者は、責任の所在が明確になっていない段階であっても、消費者の安全の確保を優先させ、迅速・的確に開始を決定する。

(2) 事業者間の連携・協力

- ・製造・輸入事業者がリコールの開始を決定した場合、対象品を消費者に供給し又は利用に供するなど、対象品の流通や利用に関わる事業者は、消費者の安全の確保に必要な範囲において連携・協力につとめる。
- ・部品・原材料供給事業者がリコールの開始を決定した場合、最終品製造事業者は、消費者の安全の確保に必要な範囲において連携・協力につとめる。
- ・施設・設備の管理事業者がリコールの開始を決定した場合、対象品の製造・輸入事業者、設置・施工事業者や点検・修理事業者は、消費者の安全の確保に必要な範囲において連携・協力につとめる。
- ・輸入事業者がリコール開始を決定した場合、海外の製造事業者の内国法人は、社会的責任の観点から連携・協力につとめる。
- ・対象品の安全性に関する認定・認証機関等が行った認定・認証自体に瑕疵がある場合、認定・認証機関等はリコール実施に協力する必要がある。

3. 実施体制

(1) 実施体制の構築

- ・リコールの開始を決定した場合には、経営責任者の判断の下、製造開発部門、営業部門、消費者対応部門、品質管理部門、広報部門等が密接に連携して取り組むため、速やかに実施の体制を整える。

(2) 日頃からの準備

- ・事業者は、リコールが必要となる場合に備えて、日頃の事業活動のなかで準備しておくことが望ましい。
- ・具体的には、つぎのような準備が望ましい。
ーリコールの開始決定、モニタリングから終了までの一連のリコールの手順を

文書化し、社内で共有する。

- －製造開発部門、営業部門、消費者対応部門等が各々有する事故情報やヒヤリハット情報を集約し、重要な情報は経営責任者に迅速に伝わる仕組みをつくる。
- －日頃から、事業者団体や専門家等に相談し、意見を求めるルート作りにつとめる。
- －リコール実施の際に必要な調整機能を担うリコール担当役員をあらかじめ選任しておく。

IV. リコールを徹底する

1. 方法の最適化

(1) 方法の選択

- ・リコールの方法には、対象品の危険性に関する消費者への情報提供のほか、消費者から対象品を引き取る（代金返還）あるいは交換すること、対象品の点検・修理・部品交換を行うこと、流通・販売段階から対象品を収去することなどがある。方法の選択は、危険性の程度や拡大可能性、被害発生の原因などに応じて適切に行われる必要がある。

- ・具体的な目安としては、つぎのものがある。

クラスⅠ・・・消費者に危険性を緊急に知らせ、使用の中止や廃棄を呼びかけるとともに、消費者の手元からの引き取り・交換を行うほか、耐久財や設置・施工された対象品については緊急の点検・修理・部品交換を行い、危険性の除去を行う。この場合、緊急点検等は、事業者が訪問して行う。

クラスⅡ・・・消費者に危険性の程度や正しい使い方などについて情報提供するとともに、流通・販売段階から対象品を収去し、必要に応じて点検・修理・部品交換を行う。

(2) リコール実施計画の作成・実施

- ・事業者は、選択した方法を計画的に実施するため、必要に応じて専門家の意見もととりいれながら、リコール実施計画を作成し、それに沿ってリコールを実施する。
- ・実施計画においては、経営責任者の関与をはじめとして、責任主体・役割分担の明確化を図るとともに、方法の選択、計画上の目標（リコール対象数やリコール実施期間など）やモニタリングの進め方などについて記載し、これによって進捗状況を経時的に管理する。

2. リコールの情報提供

(1) 情報提供のあり方

- ・リコールの情報提供においては、消費者や対象品の特性、情報提供の内容等に
応じて、多様な媒体の特徴を踏まえつつ、それらを適切に選択して組み合わせ、
情報提供の内容を具体的かつわかりやすく伝える。
- ・特に、対象品が新奇性、複雑性を有する場合には、より正確でわかりやすい情
報提供を行うことが望ましい。
- ・情報提供の内容には、緊急性・重大性が高いもの（消費・使用の中止、廃棄を
求めるものなど）、中程度のもの（消費・使用上の注意を呼びかけるものなど）、
低いもの（リコール対象品と類似性があるため、参考情報として提供するもの
など）があり、消費者被害の状況や消費者や対象品の特性を踏まえながら、適
切な情報提供を行う。

(2) 直接伝達

- ・顧客リストなどに基づいて、事業者が特定の消費者に対して直接にリコールの
情報を伝達する方法は、有効性が高い。緊急性・重大性が高い場合には、特に
積極的に活用する。個人情報保護制度に則しながら²、関係する事業者が保有す
る顧客リストを連携・協力して活用することが望ましい。

(3) 新聞社告

- ・新聞社告は、相当程度普及・定着している情報提供の手段であることから、わ
かりやすくする工夫、努力のうえ、これを積極的に活用する。
- ・具体的には、つぎのような工夫がある。
 - －文字の大きさ、対象品・危険部位・型式表記のイラスト・写真、対象品の
見分け方（特定方法）、危険性の有無と程度、事故防止のため消費者に緊急
に求める行動、問い合わせ先などを、わかりやすく記載する。
 - －リコール社告に関する規格（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）³について、消費生活用製品以外の分野において
も参照する。
- ・社告欄以外にも、必要に応じて気づきやすい折込チラシ形式を採用する。

(4) その他

² 個人情報の保護に関する法律第16条第1項は、「個人情報取扱事業者は、あらかじめ本人の同意を得ないで、特定された利用目的の達成に必要な範囲を超えて、個人情報を取り扱ってはならない」、同第3項は、「人の生命、身体又は財産の保護のために必要がある場合であって、本人の同意を得ることが困難であるとき」（第2号）、第1項の規定は適用しない旨、定めている。

³ 同規格は（平成20年6月20日日本工業標準調査会）は、消費者に対してリコール情報を適切に知らせるために、リコール社告においては、適切なタイトル、危険性、消費者がとるべき対応策、消費者への要請等を記載すべきことを定めている。

- ・ホームページによる情報提供は、積極的にインターネットを利用して情報を得ようとしている消費者への伝達に限られることに留意する一方、常時更新され得ること、危険性についての技術的な説明や原因究明の経過などの詳細な情報提供に向いていることなどの特徴を活かした利用が望ましい。
- ・マスメディアの利用は多額の費用を要することになるため、リコール保険制度の整備、普及の促進など、関係者による環境整備の取組が必要である。

3. モニタリング

(1) モニタリングの実施

- ・事業者は、リコールを開始した後、適時モニタリングを実施する。
- ・モニタリングにおいては、実施計画上の目標に向けた進捗状況のほか、リコール開始後の事故発生の状況、消費者への情報の浸透度などを把握する。
- ・モニタリングの結果に基づいて、リコールの方法の選択は適切か、実施体制は必要十分かなどについて検討を行い、必要に応じて実施計画の見直しを行う。

(2) 回収率等

- ・事業者がモニタリングに際して、回収率、実施率ないし捕捉率などの数値を用いており、消費者に向けて情報提供をするときには、その前提や算定方法を明確に示し、消費者等に誤解を与えないように配慮する。特に、流通・販売段階からの収去と、消費者の手元からの引き取りを混同しないように留意する。

V. 関係者間の連携・協力

1. 事業者団体

(1) 事業者への協力・支援

- ・事業者団体は、リコールの開始の判断や実施について会員事業者の相談に応じ、情報提供や助言などを行うことが望ましい。特に、中小事業者が、一事業者のみでリコールの開始の判断や有効な情報提供を行うことが難しい場合におけるサポートは重要である。

(2) 類似品の安全性に関する情報収集・提供

- ・事業者団体は、日頃から事業分野の物品の安全性に関わる情報を収集・分析し、団体内での共有に取り組むほか、消費者に対する情報提供に取り組むことが望ましい。こうした取組は、特に、リコール対象品の類似品の安全性への不安を解消するために有効である。

2. 消費者団体

(1) 消費者への情報提供

- ・消費者団体は、事業者・事業者団体からリコールに関する情報を得て、対象品の危険性その他の情報を収集し、消費者へのわかりやすい情報提供に協力することが望ましい。

(2) 連携・協力の拡大

- ・消費者団体は、事業者や事業者団体と連携・協力し、また、海外の消費者団体と連携・協力してリコールに関する情報を収集し、消費者へ情報提供するなどの活動の強化・拡大が期待される。

VI. リコールを終了する

1. 終了の意思決定

(1) 実施計画上のリコールの終了

- ・事業者は、実施計画上の目標達成（リコール対象数の達成、リコール実施期間の経過など）を目安として、リコール開始後に事故が発生していないことを確認のうえ、社内の実施体制を解除する（実施計画上のリコールの終了）。

(2) 終了後のフォロー

- ・実施計画上のリコールを終了する場合においても、100%の回収率を達成した場合を除いては、リコールの必要性が完全に解消されたとはいえないと認識する必要がある。それゆえ、対象品が市場や家庭に残っているとみられるときは、引き続き、消費者からの問い合わせに対応するなどのフォローをする体制をとることが望ましい。

2. 検証

(1) 検証の実施

- ・事業者は、リコール終了後、その検証を行う。リコールの検証は、リコールに関する知見を社内にストックし、消費者の安全・安心の確保に備える体制を強化、効率化するために必要である。

(2) 検証の方法

- ・リコールの検証に当たっては、以下のような項目について検証を行う。
 - －事故情報の収集・分析は適切だったか
 - －リコール開始の意思決定はスムーズに行われたか
 - －実施体制は十分だったか、経営責任者の関与は必要十分だったか
 - －方法の選択は適切だったか、より効果的な方法はなかったか
 - －実施計画上の目標達成に向けた取組は迅速に進められたか、関係者との連携

協力は適切に行われたか

—消費者への対応において問題やトラブルはなかったか、情報提供は適切だったか

—終了及び終了後のフォローは適切だったか

- ・ 検証は、社内の実施体制の責任において行うほか、必要に応じて、外部の専門家からの意見を求め、また、消費者に対するアンケートを実施するなどにより、客観化することが望ましい。

VII. その他

- ・ 本指針を参考に、未整備な分野については、対象分野ごとの特性に応じた指針を、官民の協働により作成する。また、既に指針が整備されている分野でも、本指針を参考に必要に応じ改訂等の措置がとられることが望ましい。
- ・ 冒頭に述べたとおり、望ましいリコールのあり方は、技術、経済社会のあり様や、消費者、事業者の意識などによって変化する。そうした変化を勘案しながら、本指針は、適時適切に改訂される必要がある。
- ・ 本指針は、消費者の生命・身体への被害を最小化する観点から、リコールを扱う。ただし、生命・身体への被害に関わらない場合において、本指針を参考にリコールに準じた適正な取組が促進されることを期待するものである。