



暮らしの中の リコール情報



鶴岡 憲一
Tsuruoka Kenichi

元読売新聞東京本社編集委員。元消費者委員会消費者安全専門調査会委員。内閣府の自主リコール対策の検討や経済産業省のリコールハンドブック改訂の議論に参加。

家電製品や化粧品など、私たちの身近にある製品のリコール（回収）情報が新聞やテレビで報道されています。リコールは暮らしに深く関わる情報です。リコールとは何か、どのような場合に行われ、どこで情報を入手できるのかなど、知っておきたいことを紹介します。

私たちが日常的に利用している家電製品や自動車、飲食物などの製品で思いがけないトラブルや身体被害にあうことがあります。最近では、美白化粧品や加湿器のケースが話題になりました。そうしたトラブルや被害の発生・再発を防ぐために行われているのが「リコール」です。問題の製品を企業が回収したり無料で修理するなどの対策ですが、リコール実施中にも被害が発生したり、リコールが遅れるケースも目につきます。そうした被害の拡大を防ぐ工夫も進められてはいるものの、リコール情報を入手できている消費者の比率が下がっているという傾向もあり、消費者の側も必要な情報を積極的に入手することが求められています。

法に基づくリコール

リコールとは何かについては、定義が確定しているわけではありません。ただ、消費者基本法の第11条で、国は「消費生活における安全を確保するため」に、「安全を害するおそれがある商品の事業者による回収の促進」や、そのような「商品及び役務に関する情報の収集及び提供等」を行うべきことが定められています。後述する自主リコールについての内閣府の共通指針^{*1}や、経済産業省（以下、経産省）の「リコールハンドブック2010」にも、そうした内容が示されて

います。

安全を確保するための具体的なリコール方法としては、消費者の手元にある問題製品の回収、修理、交換や被害防止のための注意喚起、流通段階からの撤去のほか、問題製品の廃棄などが挙げられます。ただ、製品の表示誤記など被害に直結しない場合も自主リコールが行われているのが実情で、定義についての議論はまだ続きそうです。

一方、リコールには、法律に定められた被害防止義務として企業が行う法定リコールがあります。法定リコールは、製品の種類ごとに定められた個別法に基づく措置で、担当省庁は製品の種類ごとに異なっています（6ページ参照）。例えば、自動車の欠陥被害は国土交通省所管の道路運送車両法に基づき、厚生労働省所管では医薬品や化粧品、医療機器を対象とする薬事法、また食品や食品添加物などは食品衛生法などの法律に基づいています。問題になった美白化粧品は薬事法の対象になっています。

食品に関しては、食品衛生法など3つの法律で定められていた成分や消費期限などの表示についての規定が、今年6月に公布された食品表示法で一元化され^{*2}、緊急の必要がある場合は食品の回収などを食品関連事業者に命令できることになりました。



経産省所管のリコール関連法では、ガス用品を対象とするガス事業法、電気用品を対象とする電気用品安全法などがありますが、該当する製品の種類が多いのは消費生活用製品安全法（以下、消安法）です。前記の省庁所管の製品以外の「一般消費者の生活の用に供される製品」が対象に含まれます。

消安法のリコール規定としては、対象製品の製造事業者（メーカー）や輸入事業者に対し、事故が起きた場合に**▼原因調査を行う ▼危害の発生や拡大を防ぐ必要がある場合には問題製品を回収するなど努力する ▼長年月の使用で劣化した製品を含む製品事故関連の情報を提供する**、といったことを義務づけています。また、死亡など重大な事故や危害が発生した場合には、リコールなどの危害防止対策を実施するよう製造事業者等に命令できます。

販売事業者に対しても、リコールに協力するよう努力義務を課しています。

一方、消費者庁の設置に伴って制定された消費者安全法にもリコール規定があります。執行役は法を所管する消費者庁が務めます。

同法で防ごうとする「消費者事故等」は、各種製品のほか、さまざまなサービスや企業が利用する工作物、施設に関する場合まで含んでいます。事故が社会問題化したエレベーターや、遊園地のジェットコースターなどでの事故も該当します。被害の範囲も、生命・身体関係のほか、財産被害まで含めるとしています。

消費者安全法によるリコール対策の特徴は、消費者庁が「消費者行政の司令塔」として設置されたことを反映する役割にあります。具体的には、消費者事故の情報を自治体を含む行政機関や国民生活センターから連絡を受けて集約し、その情報に基づいて被害の発生や拡大を防ぐのに役立つ情報を消費者庁が自ら公表したり、自治体や国民生活センターを通じて消費者に提供し注意を喚起するとされています。

製品等の重大事故が発生したときは、他省庁

が所管する個別法に定められた対策と重複しない範囲で、関係事業者に対し、必要な点検、修理、改造や、安全な使い方の表示、サービス提供方法の改善などの対策を実施するよう勧告したり命令することもできます。

また、「司令塔」の象徴的な役割として、他省庁が管轄する個別法で被害の発生や拡大を防ぐために定められた対策を、スピーディーに実行する必要がある、と消費者庁が判断したときは、その所管省庁に対して必要な措置を速やかに実施するよう促したり、実施状況について報告するよう求めることもできます。

国際規格化された自主リコール基準

法定リコールと自主リコールをみると、例えば消安法に基づいて危害防止命令が出されたのは、旧松下電器産業製の石油温風機やパロマ製のガス湯沸かし器の事故に続き、2013年2月に長崎市内のグループホームで5人が死亡したTDK製加湿器による火災を含めて3製品についてだけで、リコールの多くは、事業者の自主的な判断で実施されているのが実態です。

自主リコールのあり方は、内閣府の共通指針が、製品や食品のほか施設、設備まで広い範囲を対象に、製造、輸入、販売、点検・修理、施設の設置・施工・管理に関係するさまざまな事業者に当てはまるものとしてまとめています。

また、「リコールハンドブック」は消費生活用製品を対象にしていますが、後述のとおり、多くのリコール情報の周知方法や、参考になるリコール実施例を紹介しています。

このようなリコール対策は、経済のグローバル化に伴って、各国の製品が互いに輸出入され利用される量が増えてきたことを背景に、各国共通の課題として浮上り、各国ばらばらでなく、共通の基準に従って行われる必要があるという機運が盛り上がってきました。

そこで、基準の標準化に向けた検討が日本など関係各国参加の下に進められた結果、2013



年4月に、ISO10377（製品安全ガイドライン）と、リコールの実施に必要な事項などをまとめたISO10393（製品リコールガイドライン）という、消費生活用製品を対象にした国際標準規格が発行されました。日本の「リコールハンドブック」の考え方も反映された内容です。

経産省は、製品安全対策についてはISO10377に関する検討をも踏まえ、昨年6月に「製品安全に関する事業者ハンドブック」をまとめました。消費生活用製品の製造、輸入、販売業者に推奨するリコール対策も紹介しています。

また、2つの国際新規格を踏まえて経産省が本年7月にまとめた「製品安全に関する流通事業者向けガイド」も消費生活用製品を扱う小売、卸売事業者を対象に策定されたものです。

近年は、販売事業者が自社ブランドでの、いわゆるプライベートブランド（PB）製品の開発・製造に乗り出すケースも目立っています。このガイドでは、PB製品のリコール対策には、そうした販売事業者が主導的に原因究明を含めて対応する必要性をも指摘しています。

リコール情報の伝達・入手ルート

各事業者がリコールに踏み切っても、情報が消費者に適切に伝えられ、消費者の目に留まらなければリコールの効果は上がりません。現状では、事業者がリコールに踏み切ったのに同種の事故が再発するケースがみられます。内閣府消費者委員会の消費者安全専門調査会が2012年4月から2013年1月まで取り組んだ主なテーマは、そのような事故の拡大防止策でした。

実際、リコールを開始し実施しているのに起きた事故件数は順調に減っているとはいえない状況が続いています（表）。現に、TDK製加湿器の場合は、該当機種で発火、発煙などの事故が起きたため、1999年からリコール（回収）を始めていたのに、販売台数のうち約26%の5,500台余りが回収されない間に悲惨な火

災が起きてしまったという経緯があります。リコール開始後、長崎の火災発生までに発火、発煙、焼け焦げなどの事故が46件も起きていたのです。これでは、リコール情報の周知対策を十分に実施していたとはいえないでしょう。

そのケースを含め、さまざまなリコール情報を消費者に伝えるツールやルートは多様化してきていますが、その活用については消費者側の意識も問われます。消費者が危険製品の回収情報を入手できているかについての政府の調査結果では、程度の差はあれ「できていると思う」人は、2006年に計66.1%^{*3}、だったのに、2012年には43.5%^{*4}に下がったという状況があるからです。

前記2つのハンドブックに掲げられた周知方法は、●記者発表をきっかけにした新聞、テレビ、ラジオの報道 ●新聞、雑誌等の広告 ●関係企業のホームページ ●ダイレクトメール ●消費者庁、国民生活センター、（独）製品評価技術基盤機構（NITE）、自治体などのウェブサイト ●企業からの電話、メール、ファクス ●販売店などでのポスター掲示 ●企業側の直接訪問 ●自治体の広報誌、などです。

それぞれの周知方法にはプラス面とマイナス面があり、リコールの段階や実施企業のコスト負担能力などに応じて採用されていますが、可能な限り多彩な方法を使って消費者に情報を伝え、消費者もそれを利用することが求められます。

例えば、TDKが今年2月に実施した加湿器の再リコールでは、記者発表のほか新聞47紙での再社告掲載、新聞折り込みチラシ配布、販売店での店頭告知、自社ホームページでの告知強化に加え、加湿器を利用している可能性のあるグループホームなどに確かめて回収に努めるなど、

年 度	2007	2008	2009	2010	2011
重大製品事故報告件数総計	1,190	1,412	1,172	1,141	1,169

表 リコール未対策品による重大製品事故の発生状況

〔消費者安全専門調査会報告書〕2013年1月より



多様な方法を採用しています。

それらの方法のうち、どれが消費者の目に比較的留まりやすいかをうかがわせたのは、消費者委員会が2012年11月にまとめたアンケート調査結果(図)です。それによれば、回収が行われていることを知ったきっかけで特に目立ったのは、個々の消費者に情報を直接伝えるケースです。ダイレクトメール、電話や電子メールを利用する方法で、製造事業者からの連絡が計26.3%、販売店によるものは17%で合計43.3%に達しました。

製造事業者からの直接連絡は、製品登録*5で購入者を把握できている場合などに可能になりますが、登録は任意であるほか、すべての製品が登録対象というわけではありません。そのため製造事業者は購入者が登録したくなるようなサービスを提供するなどして登録する購入者を増やす必要があります。

販売事業者からの連絡が増えてきたのは、ポイントカードの利用が普及するなどして個々の消費者を把握しやすくなってきたことが背景にあるのでしょう。

一方で、新聞の社告も32.4%と多く、ニュース報道も新聞記事が14.2%とテレビ・ラジオ等

8.9%の合計で23.1%に上り、記者発表が情報を消費者に届けるうえで有効であることが裏づけられたかたちです。ただ、新聞の社告の場合は新聞を購読している消費者世帯が減ってきていることで、社告を読める消費者が減る流れになっているという問題もあります。

また、最近の社告は写真や絵図で問題箇所を示したり、文字の大きさも工夫するよう推奨するJIS規格にならったものが増えていますが、危険性の説明が不足したり、小さな文字で読みにくい社告も目につきます。そうした表現の面では、新聞社側が社告の内容を決める広告代理店に、JIS規格を手本として理解しやすい表現にするよう働きかけることも求められます。

そのほか、インターネットを利用したウェブサイトでの情報提供は、社告よりコスト負担が軽いうえ、長い期間、情報も多く伝えられるのが長所です。ただ、インターネットは、利用者が自発的に情報を検索しようとしなければ空しく流されているだけ、という面もあります。

関係事業者は、それら周知方法の長短の特徴を踏まえて各種方法を可能な限り多彩に組み合わせることにより、情報の周知率とともに回収率を早く高める必要があります。

Q3-2 回収を行っていることをどのようにして知りましたか?それぞれについてあてはまるものをお選びください。

【複数回答可】[燃焼器具以外の家電製品] (n=247)

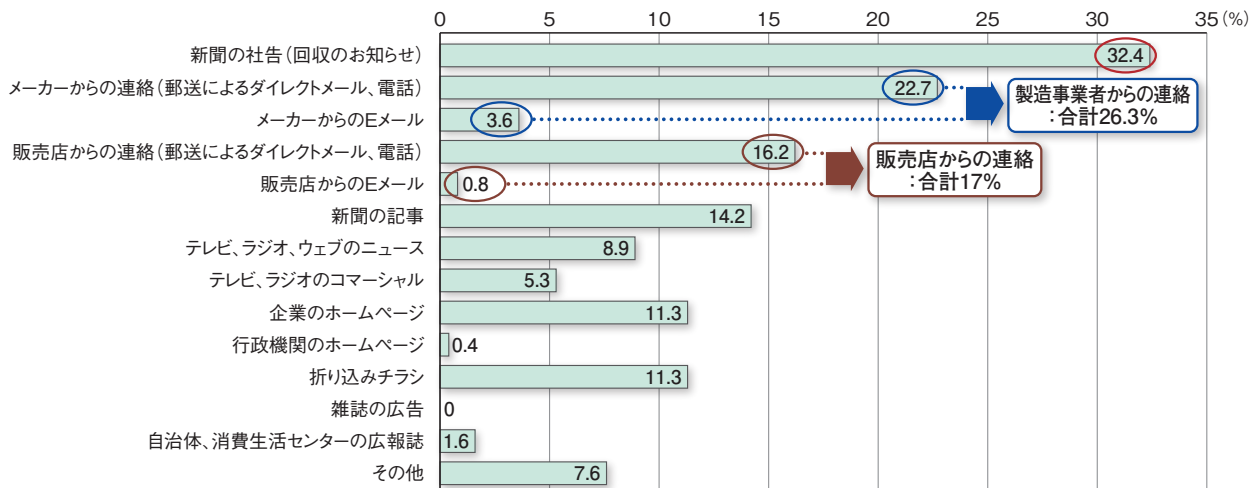
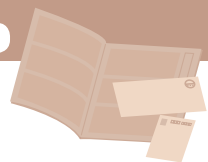


図 「製品回収・リコールに関する消費者アンケート調査」結果

〔消費者安全専門調査会報告書〕2013年1月より作成



消費者にも必要な 情報取得のための努力

さまざまなツールによるリコール情報を得るよう、消費者も努めて回収に協力すれば、自身の安全を守ることに繋がります。例えば、購入した家電製品などについて面倒がらずに製造業者にユーザー登録の連絡をしておけば、事業者側から直接情報を受けられるようになるはずで

す。消費者がリコール情報を直接連絡してもらえ

るシステムは消費者庁にもあります。情報提供を求めて登録を申し出た消費者のパソコンや携帯電話などにメールで伝える方式で、全般のリコール情報だけでなく、高齢者と子ども向けに必要な情報を仕分けて届けるしくみもあります。

消費者がリコール情報を自力で得るには、ウェブサイトの利用も有益です。例えば消費者庁では、ホームページに火災発生など重要なケースや高齢者・子ども向け商品リコールを仕分けて紹介し、国民生活センターも商品分類別や新着順で情報を提供しており、消費者が必要な情報を探しやすい工夫を行っています。

もし、消費者が使っている製品でトラブルや事故が起きたとき、リコールの対象になっているかどうかを知りたいときには、それらウェブサイト

に示されている情報が参考になるでしょう。消費生活相談員にも、同様な目的で役立つはずで

す。リコール対象になっていない製品でのトラブルや事故で、リコールの対象になってもおかし

くないケースもあり得ます。自身が経験したのと同じような事故、トラブルがほかでも起きていないかどうかを知るのに参考情報を得られやすいのが、消費者庁と国民生活センターが連携して運営している「事故情報データベース」です。関係各省や自治体、消費生活センター、(独)製品評価技術基盤機構(NITE)など、各機関が入手した極めて多くの事故情報が掲載

されています。

ただ、インターネットを利用していないなど、いわゆる情報弱者と呼ばれる人々もいます。それらの人たちにもリコール情報が届けられる可能性がある一例に、全戸配布される自治体の広報誌があります。実際に関係情報を広報誌で紹介した自治体も出てきていますが、さらに多くの自治体が広報誌に消費者コーナーや健康・安全コーナーを設けて、重大被害につながりかねないなど緊急性が高いリコール情報を掲載するなど是非活用していただきたい周知方法です。

また情報弱者対策として、マンションや公共集合住宅の管理人さんに、特に一人暮らしのお年寄り宅などに、メーカーが配布したポスターや消費生活センターのチラシなどで紹介されるリコール情報の伝達役を務めていただくことも情報周知率を上げることとなります。

他方、行政の役割として、消費者委員会が2013年2月に関係省庁に行った建議で特に注目されるのは、消費者の属性に応じた情報周知の工夫や、消費者庁が事故情報を一元的にさまざまな省庁、機関、業界から集めるルートを使い、逆の流れでリコール情報を伝える活用方法

です。

例えば、自転車のリヤチャイルドシート事故でリコールを行ったメーカーは、子ども向け製品ということで、関係省庁の協力も取りつけて幼稚園や保育園にポスターを配布し、回収への協力を呼びかけて効果があったとのこと

です。各種の介護用品で重大事故が起きたときは、介護施設も関係行政庁への報告が義務化されていますが、逆に、メーカーが決断したリコールの情報を、関係行政庁から各地の介護施設やヘルパーを通じて要介護者に伝えることで、周知率が高まるといったパターンも期待できるでしょう。

このように、消費者を含む官民が連携・協力を強めていけば、製品事故、トラブルを減らせる可能性も高まるはずで



- * 1 「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」2009年3月公表
- * 2 食品衛生法、JAS法及び健康増進法の食品の表示に関する規定を統合して食品の表示を一元化した。

- * 3 「製品の回収措置に関する情報の利用状況についての研究」2006年7月内閣府国民生活局より
- * 4 「製品回収・リコールに関する消費者アンケート調査」2012年10月消費者委員会より
- * 5 購入時に製品番号等を登録すると、サポートやサービスが受けられる。

リコール情報を提供している公的機関の主なウェブサイト一覧

公的機関名	URL	対象商品と特徴
消費者庁	消費者庁リコール情報サイト http://www.recall.go.jp/index.php	消費者安全法に基づく <ul style="list-style-type: none"> ● 重要なお知らせで重大事故が発生しているリコール製品を最新のものから10件表示 ● 新規登録情報を最新のものから5件表示 ● リコール情報検索 製品の種類、あるいはキーワードによる検索 高齢者・子ども向け商品などを別にまとめる ● リコールメールサービス 登録することにより更新される情報を配信
経済産業省	製品安全ガイド http://www.meti.go.jp/product_safety/recall/index.html	消費生活用製品安全法に基づく <ul style="list-style-type: none"> ● 燃焼器具、電気製品、乳幼児用品など、11種類のリコール製品別情報を表示 ● 全リコール製品別情報 リコール実施日の新しい順に一覧表示
厚生労働省	医薬品等回収関連情報 http://www.mhlw.go.jp/seisakunitsuite/bunya/kenkou_iryuu/iyakuhin/kaisyuu/index.html	薬事法に基づく <ul style="list-style-type: none"> ● (独)医薬品医療機器総合機構 (PMDA) 「医薬品等の回収に関する情報」リンク、年度別、クラス別 (危険性の程度別にⅠ～Ⅲ) に分類
	食品衛生法に違反する食品の回収情報 http://www.mhlw.go.jp/seisakunitsuite/bunya/kenkou_iryuu/shokuhin/kaisyuu/index.html	食品衛生法に基づく <ul style="list-style-type: none"> ● 厚生労働省や都道府県等が公表した食品衛生法違反食品等の回収情報 ● 輸入食品の回収事例 検疫所におけるモニタリング検査で違反となった食品等の回収情報を掲載
国土交通省	自動車のリコール・不具合情報 http://www.mlit.go.jp/jidosha/carinf/rcl/index.html	道路運送車両法に基づく <ul style="list-style-type: none"> ● 自動車の不具合による事故・火災情報を掲載 ● リコール情報検索 自動車名、型式などを入力して検索
消防庁	平成24年1月～12月中の製品火災に関する調査結果 http://www.fdma.go.jp/neuter/topics/houdou/h25/2506/250625_1houdou/01_houdoushiryou.pdf	自動車等、電気用品および燃焼機器にかかわる火災のうち、「製品の不具合により発生したと判断される火災」および「原因を特定できない火災」の製品情報の調査結果、事業者名、製品名等公表
東京消防庁	安心安全リコール社告 http://www.tfd.metro.tokyo.jp/hp-cyousaka/seihin/index.html	東京消防庁管内で発生した火災のうち、リコール、社告品等に起因したものについて年度別に公表
(独)製品評価技術基盤機構 (NITE)	最近の社告・リコール http://www.nite.go.jp/jiko/index4.html	<ul style="list-style-type: none"> ● 新着順に一覧で表示、重大製品事故契機のリコールは赤字で記載 ● メール配信サービス製品安全情報マガジン (PSマガジン) によって毎月第2・4火曜日に配信
(独)国民生活センター	回収・無償修理等の情報 http://www.kokusen.go.jp/recall/recall.html	<ul style="list-style-type: none"> ● リコール情報を中心に事業者が消費者に向けて自主的に新聞等に掲載した情報を掲載、新聞掲載日順、商品別分類に一覧で表示 ● メールマガジン「おすすめフレッシュ便」内で新着情報を当日中にお知らせ

国民生活センター 広報室 作成 2013年9月現在