

第5回 リコール等に関する研究会 議事要旨

- 1 日 時 平成19年12月11日(火) 18:00~20:03
- 2 場 所 アルカディア市ヶ谷 7階「琴平」
- 3 出席者 (研究会委員) 新美育文座長、角村浩委員、越山健彦委員、佐野真理子委員、
柴田純男委員、瀬尾隆史委員、鶴岡憲一委員、中川丈久委員、
山口成樹委員、山中龍宏委員
(事務局) 西国民生活局長、原嶋消費者企画課長、山崎課長補佐、
土庫政策企画専門官
ACAP 研究所副所長 清水きよみ
(オブザーバー) 独立行政法人製品評価技術基盤機構
生活・福祉技術センター計画課課長 大福敏彦

4 議 題

- (1) アンケート調査結果報告
- (2) ヒアリング調査結果報告
- (3) 課題の検討(論点5、8、9及び10について)
- (4) その他

5 議事概要

(1) (2) アンケート・ヒアリング調査結果報告(速報)

ACAP 研究所より「国内事業者および事業者団体への調査結果」(資料5-1 参考資料5-1、5-2)について報告し、続いて質疑応答が行われた。委員から出た意見等は以下のとおり。

- リコール保険の加入率が3分の1との結果であるが、現実はもっと低いのではないかと。保険会社として引き受けやすい業種とそうではないものがあり、業種による分析結果も丁寧に見ると良いだろう。
- リコール実施を決定する際の判断要素をたずねる設問で、「重大な事故が発生」「被害の拡大可能性」の回答が多く、「法定責任の回避ないし低減」は少ないが、どちらも意味するところは「法的責任の回避」ではないか。他方で、「社会的責任」は高くなっており、解釈が難しい。
- アンケートの「第三者への相談」についての設問では、相談内容のみを尋ね、相談相手に関しての設問はないが、ヒアリングからは、弁護士や業界団体、同業他社に相談したなどの回答がある。

(3) 課題の検討

内閣府から、リコールの分野横断的指針の検討に関して考えうる論点のなかで、「論点5、8、9及び10について(資料5-2)」を説明した。また、論点5に関連して、角村委員から、「社告のあり方(参考資料5-4)」についてご報告いただき、続いて、質疑応答が行われた。委員から出た意見等は以下のとおり。

<論点5と国民生活センター報告について>

- 全国紙等に掲載された社告を、国民生活センターのホームページの「回収・無償修理等のお知らせ」欄に掲載しているが、著作権の問題もあり、事業者に承諾を得る許可をとったところ、協力的な場合が多いものの、掲載拒否が1割ほどあった。
- 国民生活センターのホームページに掲載後は、事業者から、「回収が終わった」「消費者から問い合わせがなかった」から削除して欲しいという削除依頼は多数ある。
- 現状では、「わかりにくい」といわれている新聞社告をそのまま国民生活センターのホームページに掲載しているため、手を加え、わかりやすく加工して掲載して欲しい。そうすれば、新聞記事のみで、社告を出していない事例も取り上げることができるのではないか。
- 国民生活センターのホームページにそのまま転載するのではなく、社告のエッセンスだけ出し、詳しくは(当該事業者の)ホームページに誘導する方法でもよいのではないか。
- 国民生活センターのホームページが今の形になっているのは、社告の加工の仕方が難しいという理由のほかに、加工したものを事業者に掲載許可を取るが必要でくるため、迅速性が損なわれる。新聞に掲載された社告は、その日のうちにホームページに掲載するのが重要な役割であると考えている。
- 大都市圏は全国紙、大都市圏以外では地方紙のシェアが多いとの説明であったが、指針として、「全国紙とあわせて地方紙にも掲載しなさい」という趣旨か、「地域性の強い製品については地方紙に」ということかわかりにくい。「地方では、どの製品も地方紙に掲載するように」という指針にしても良いのではないか。
- 全国紙と比べて、地方紙への社告の掲載数は格段に少ないが、地方居住者や高齢者は地方紙をよく読んでいるようだ。事業者にとって両方に掲載することは経費がかかり難しいかもしれないが、社告には、事故の未然防止や拡大防止という公共的な役割があるので、新聞社の社告価格の低減についても盛り込んで欲しい。

- CMの何割かは社告のためにスペースを用意しておくというような総量規制も考えられるのではないか。販売のためには、お金をかけて広告宣伝をするが、(製品回収の)社告のためにはお金を出し惜しむのはおかしい。
- 若年層の新聞離れや、複数の新聞をとる家庭が減っているという実態からすると、新聞社に社告の価格低減を望むのは難しいのではないか。また、新聞離れの中で、広く周知するためには、新聞社告に頼るだけでなく、インターネット等も兼ね合わせたメディアミックスが必要である。
- 新聞は、ニュース面と同時に「社告」が意図しなくても目に入るが、インターネットは意図してアクセスする必要がある、両方兼ね備えた方策が望まれる。
- 国民生活センターの社告情報は、もう少し権限を持ってやれるようにすると良いのではないか。
- 新聞の購読率が下がってきているとはいえ、インターネットを見ない人も多数いる。高齢者やインターネットに弱い層にも、リコール情報をどのように伝えていくか、社告のあり方として検討する必要がある。
- 社告はある意味で公益的な情報の転送なので、放送分野の再送信と同じく、著作権料が取れないという仕組みができてよいのではないか。
- 行政的な機関が推進するという形になれば、地方自治体の広報誌などの利用も考えられるだろう。
- 自治体の広報誌が、消防と連携してリコール情報を掲載している例があるが、広報誌は各家庭に配られるため、高齢者向けの情報としてもよい取り組みである。
- 企業は、社告を出すことによって経費がかかる一方、クレーム等の増加のリスクもあり、本音は出したくないのではないか。大企業でも、報道記事になっていても社告を出していない例もあり、国民生活センターのホームページにも掲載されない。出さない企業には法的な強制力を持たせて社告を出させる仕組みも必要ではないか。
- ホームページには、新聞記事をもとに回収情報の事実を書き、同時に、「社告は出していない」「掲載拒否」などを公表したらどうか。
- 全国紙とあわせ地方紙まで出すような企業は、実施体制が整い、モニタリングも行っている資金力のある事業者が行うリコールの社告である。一方、リコールの実施

としてとにかく社告だけは出した、というレベルもあり、社告の内実までは消費者には伝わらない。

- 「社告掲載」の媒体ではなく、「告知」の媒体の検討が必要である。アメリカでは、「うちの会社はリコールします」というリリースが最優先で、新聞の社告には重きを置いていない。メディアや公的機関がリリースを見て、必要なものは取り上げるという仕組みである。
- 自社の新聞広告の中に、宣伝もあれば注意表示もあるといったアメリカの例を参考にし、「広告を出すなら、その中に社告を入れなさい」というのは良い方法かもしれない。
- 購入者が特定できる場合に、「一般的な社告は不要とも考えられるが…注意喚起のための社告も必要と思われる」との文言は、転売や購入者以外が使用していることも考え、「不要とはいえない。なぜならば…」と理由を記載するべきではないか。
- 経産省でリコール社告のJIS規格化の検討が12月から始まり、来年4～5月には制定される動きがあるので、その内容を当研究会の報告に反映できないか。
- リコール社告の規格化については、同じ目的のものが二本立てで走るのはロスが大きいので、生かせるような方向で検討をしたらよいだろう。

<論点9について>

- 国際的に見ると、ISOで検討しているSR（社会的責任）規格の中にリコールに関する部分があり、COPOLCOではリコールの国際標準化の検討を進めている。
- ISOやCOPOLCOのような国際規格に、日本発のものを入れる努力をしたほうが良いのではないか。そのほうが日本企業は動きやすくなる。

<その他>

- アンケート結果では、「リコールを決定する判断基準は社会的責任」との回答が多かったが、実態としては、そもそもリコールをしなかったり、社告の掲載拒否をする企業もある。そういった事業者へのヒアリングも必要ではないか。
- 確かに中小企業などでは、リコール社告の転載拒否のような例も多く、そういった事業者にどのような政策や制度を作れるかが問題となるだろう。
- 悪いところをけなすのではなく、よい事業者をほめて引っ張っていく。できていないところに対しては、支援するシステムや制度を作り、全体としてのレベルを上

げるといふ考え方が必要ではないか。

- 事業者の広報姿勢として、(マスコミ対策や情報管理を)うまくスルーしたら良いというのではなく、隠蔽体質をなくし、きちんと伝えることが正しいということ盛り込んだほうがよい。

以上

<配布資料>

- 資料5-1 「国内事業者および事業者団体への調査実施概要」
- 資料5-2 「論点5, 8, 9及び10について」
- 資料5-3 第4回 リコール等に関する研究会 議事要旨(案)

<参考資料>

- 参考資料5-1 「リコールと社告に関するアンケート調査(速報)」
- 参考資料5-2 「アンケート調査における自由回答及びヒアリング調査結果より(速報)」

その他

※ 本議事要旨は、議事内容を事務局の責任で取りまとめたものです。

※ 本議事要旨は暫定版のため、今後、修正があり得ます。

[問い合わせ先]

内閣府国民生活局消費者企画課

T E L : 03-3581-9095