

2021年7月16日の大会では音響などのトラブルがあり zoom 参加の皆様には聞きにくいとのコメントをいただきました。PL 研究学会の下部組織（一社）PL 対策推進協議会にて大会後直ちに7月19日、20日に参加申込者の皆様に向け、zoom 報告会をご案内し開催しました。参加総数は両日で60名程度でした。

以下のように報告させていただき、ご意見などを伺っています。検査機関の一財) ボーケン品質評価機構様とは JET の桑原様が取り組まれている地方創生 SDGs 安全（製品安全・消費者安全）SDGs 分科会にて製品安全の促進に協力いただけることになりました。

## 7月16日開催 PL 研究学会第7回大会の取りまとめ

### 1. 明治大学名誉教授 向殿政男先生

人間は間違える 機械は壊れる  
その前提で安全を考えよう

### 協調安全(Safety 2.0)

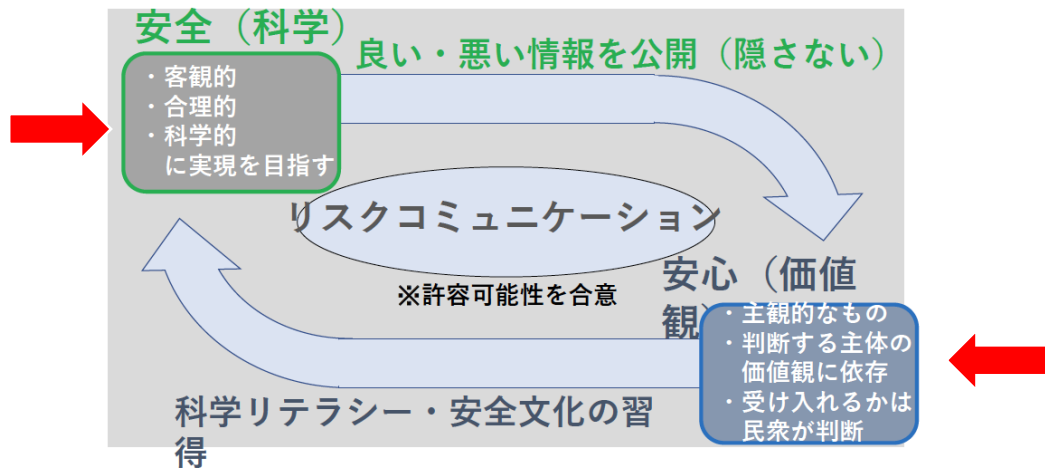
一般社団法人セーフティグローバル推進機構webサイトからの転記



協調安全とは、人・モノ・環境が、情報を共有することで協調して安全を構築する安全の概念です。また、Safety2.0は、情報通信技術（ICT）等を活用し、人・モノ・環境が、情報を共有することで、安全を確保する協調安全の技術的方策です。

人とモノ（機械）の関係において、人の注意力による安全を Safety0.0、人と機械を隔離する安全を Safety1.0、情報の共有による安全を Safety2.0 として、それぞれの違いを左図に示します。

## 安全と安心をつなげるために



© Masao MUKAIDONO

17

## 安全・安心の方程式

\* 情報の公開と透明性が信頼を生む

- ・リスクコミュニケーションの重要性
- ・安全が実現されている+実現している人間・組織を信頼している→

$$\text{安全} \times \text{信頼} = \text{安心} < 1$$

(作る側) (使う側)

© Masao MUKAIDONO

18

## PL研究学会に期待する

- ・大羽宏一会長、渡辺吉明副会長、鈴木和幸委員長始め、PL研究学会関係者と多くの参加者が、
- ・経済産業省製品安全課の協力を得て、
- ・PL問題の研究を通して、
- ・製品安全の技術、制度、消費者心理を含んだ広く、深く、体系的な発展に貢献することを期待したい。

© Masao MUKAIDONO

19

- カバーや安全装置の不備，欠落のまま使わせることも同様
- 人～もの～社会での協調安全、自動車と運転手だけでは安全確保はできない。
- 「ICT が単に機械を動かすだけの手段」ならそれは Safety2.0 ではない。この Safety2.0 を理解していないのが現状
- 人とのみだけでは安全が確保できない、であるから社会と危険情報を共有し、強調安全を達成すること
- そのために ICT/IoT での確実なリスクコミュニケーションが重要である
- このリスクコミュニケーションができていないのでリコールも成功しない

## 2. 経済産業省 製品安全課事故対策室 関根 友里様

p1

消費者庁での一元管理：分断していた情報が連結し判明する事に注目

- 業務用製品：
- 大型で保守体制ができています
- 労働環境が整備され労災や教育が行き届いている法律上の労働者が対象
- 誰でも買ってしまうものはここに入らない～一人親方（農家）
- 中古機械も同様、リスクが高くなるほどに対応ができなくなる（輸出されたらもはや打つ手がない～エアバック事件は最たるもの）
- メーカーの保証期間が過ぎ高額な保守を嫌い勝手に修理、中古部品が簡単に手に入る～誰の責任？海外ではどうなっているのか？

p6 2018 年に大きく変わったことに注目

p18 非重大事故～情報取得方法～あくまでも事業者の善意に頼る～信頼性はいかなるものか。

消費者庁には 4 月、経産省には今回「改正食品衛生法のように自主回収の届け出義務化」を提言済み。

p24 残存率の問題（回収を放置したことの顛末）

- 2018 年 1 月に当時の和田課長に「出しっぱなしの収束の見えないリコールの対応の問題についてデジタルツールの詳細を説明し「発見を市場に依存するならそのためのツールが必要であり、消費者市場での対象性品の利用に製造販売した事業者が最大限取り組み未然防止・再発防止に論理的、技術的に説明できる具体的な方法で行い、その上でどうしても回収できないものの残存率などを決めないと、事業者の性善説に依存したデータは信頼性に欠ける」と伝えている。この事で [2018.4.4 産業構造審議会の公表 PDF](#) で 2 例が提示されている。
- 企業が自社内で解決できるとしてきた自主回収の失敗を国に報告するのか、海外の例えば CPSC などのように強権力を行使できないから今のようになっている。

- 業界団体は一般事業者になり中でのこれまでの取り組みの PDCA が進んでいないように思う。よって残存率を調査する方法、対象者などはどのように調べているのかは未確認。
- **コロナ社**が今年の PSE を受賞しているも **600 万台以上**のリコール対象品が市場に放置され回収はほぼしていない。時間が経過したからできない、という理由はどこから出てきたのか、**今後火災原因調査を行い因果関係が判明するとパロマの二の舞は十分ある**。誰が被害者に責任を負うのか、アスベストと同様国も責任を追及される可能性はある。

市場において不良品の発見を消費者に求めるならそれを簡単に瞬時に正確にできるデジタルツールなどを利用しないと、今も住宅部品点検での「点検詐欺」という新たな問題を起こし、事故の再発防止もできないことは明らか。

- リコールハンドブック 2019 で取り組んだことが失敗している。業界団体内でもすでに安全委員会、PL センターは機能していない。
- 戦後の復興のように護送船団で同じことを行う時代ではなく事業者が独自で最新の取り組みを進んで行うことと産業構造審議会でも取りまとめている。

**p. 27** 国のリコール情報の告知「twitter フォロワーは 3490」、ほぼゼロに等しい。実際の製品所有者利用者に届かない情報は役に立たない。どのように対象製品のユーザーに使用中止を伝えるのか、これがリコールの本質であり、成功すれば未然防止・再発防止が実現、できなければ被害拡大が続く。

パロマのことはおそらく忘れられ一発 2 錠の自転車も宝焼酎のリコールも知らない人が多い！

**p28** リコールや違反を繰り返す企業：再発防止の意味を履き違えている（体制整備ができていない）～宝酒造も自転車メーカーも三菱も同じ。ブリジストン自転車の記事、宝酒造の「謹告・web サイト」で明らか。

- 事象を川上からみる (PS) ～社内で改善が終われば良い～行政の表彰、検査証明書、PSA など
- 事象を川下からみる (PL 対策) ～製品事故対策室、消費者庁～表示・表記・消費者対応～被害者救済  
消費者庁の消費者安全法は製品安全には全く機能しておらず、PL 法の抑止効果も機能しなくなった。

社内品質不良の是正と事故未然防止再発防止の決定的な相違を理解させることが必要

p31

PSA は大事だがこれは単に製品安全の入り口、特に機械系などでは労災（厚労省）の思考が未だ支配しておりその影響は家電や燃焼機機械器具の業界でも同様である。流通小売ではすでに EC と一般通販、大手小売などの M&A などの影響で製品安全対策は上部となっているようである。出口は消費者市場での事故を如何になくすのか～被害者を出さない～設計技術基準に基づいた PS ではこのことを確認できず、正規に所定の検査を受けたものも多く事故となっていることに注目。

受賞者の裏側の顔をよく見る必要がある。

p32

ポスターやチラシ、ポスティングはがきの効果について：

国の製品安全セミナーのことは私も含めこのことを話題にしている事業者を聞いたことがない。大手の場合はいつも同じ人が書類を持ち帰ることを目的としている。今回の大会でも事前に資料配布しなかったのはこの無駄な流れを遮断したいという思いである。製品安全に資するための情報は実際に欠陥品などを自動認識が進んでいる流通小売で販売を阻止し、それでも漏れたものを中古市場も含め市場で発見してもらえないことしか手立てはない。「COVID-19 の PCR 検査の促進を広報をテレビ、マスメディア、ネットニュース」などで進めるというように、具体的な発見手立てを示さないと効果はない。ポスターなどはその広報の一環であるがこれもデジタルオンデマンドを勧めなければ効果は期待できない。

p33

「事故の未然防止・再発防止」は「歯を磨きましょう」とは全く異なる。

本質的な安全対策は事故未然防止・再発防止を進めることである。

3. JET の桑原 崇さんは経営者に向けた SDGs と製品安全～内閣府地域創生 SDGs での活動に参加いただきたい。9 月から具体的な分科会の動きがあるので、逐一報告するので国にも協力いただきたい。
4. 電気通信大学の鈴木先生は経営者に向けた品質保証、信頼性について経営者の賢い選択を皆様に発表いただきました。特に製品リコール研究部会の活動としての製品リコール検討委員会にも製品安全課もご参加いただきご意見をいただきたいと思えます。開催が決定しましたらご案内させていただきます。一般事業者は傍聴にとして参加でき、zoom でも数十社が参加します。



## 5. PL 対策と SDGs

事故や災害情報同様安全に関わる情報は；

- その被害を受ける可能性のある人に直ちに確実に伝え理解させ行動させること
- 印刷して配達している間に事故は起きてしまう！

ブリジストン自転車もニトリも数回テレビで形式的に 15 秒程度数回放映し自社のサイトに書いて「伝えたフリ」である。宝酒造に至っては見たことがない。

宝酒造の web サイトからは市場での事故再発防止の体制整備の不備、経営意識の低さなどが多く露呈している。

こういう状態では SDGs 以前に CSR 調達にも失敗している。効果の確認できない膨大な印刷物は環境負荷に大きく影響し今は必要なものはデータで送り画面で表示したり印刷が必要な場合はその分だけプリントで出力するオンデマンドになっている。経費も手間暇もデジタル化に向けて欲しい。

「注意喚起」に依存した社会を「事故未然防止・再発防止」の取り組みを推進するために専門団体として(社) PL 対策推進協議会を 2019 年に設立、2005 年から NPO 法人日本テクニカルデザイナーズ協会(JTDNA)にて培った消費者基本法の第 2 条「消費者と事業者の定義」と第 5 条「事業者の責務」を全うするための取り組みを「PL 対策」としています。PL 法対策では見えてこない多くの SDGs の取り組みが具体的に進められます。

ネット社会になり、商品情報もネットで画像として探すことができます。試買の前に疑わしきものを探し出し、特定するために購入し規制を直ちに行うことが重要です。表示欠陥は単に技術基準違反だけでなくパッケージ、説明書などの景品表示法や特定商取引法などの違反も伴うことが多いと思われます。

違反は厳しく取り締まり正しい取り組みをしている事業者を具体的な方法で支援することで中古市場でも安全を確保できる日本製品として、本来の Made in Japan ブランドを取り戻すことがこの製品安全の取り組みにて実現します。

海外に出てしまったものはタカタのエアバックのように取り返しのつかない事態になり、日本の安全神話を崩壊させることも証明されています。

もはや会社のパソコンでしかできないこと、システムは本当にデータベースなのか、データベースとはシステム連携が行えることであり一般市場に出てしまったものをグローバル対応は GS1 ルールにて行われています。これらも製品安全に極めて重要ですので継続して伝えて参ります。

16 日の情報は全て経営者に向けたこと

**賢い経営と賢い消費者**

以上