

建材のリコールハンドブック

社団法人 日本建材産業協会

はじめに

平成7年以降、製造物責任法（PL法）、住宅の品質確保の促進等に関する法律（住宅品質確保法）及び消費者契約法等の消費者保護関連法令が相次いで施行されたこと等により、消費者保護の観点から、企業の社会的責任がこれまで以上に厳しく問われるようになってきた。更に、平成12年、乳製品メーカーの製品による食中毒事故に代表されるように、企業の不祥事が相次いで表面化し、消費者が企業の対応に対して不信感を抱くようになってきた。

企業の社会的責任が求められる中で、昨今、多岐にわたる業界においてリコール件数が増加している。これは、企業自身の危機管理意識の向上に伴い、事故等に関する対応次第によって、企業経営に大きな影響を及ぼすことがより認識されてきたことの現れであると考えられ、今後もこの傾向が続くものと思われる。

このような中で、経済産業省の委託により、平成14年9月 財団法人 製品安全協会から、「消費生活用製品のリコールハンドブック」が発行された。このハンドブックでは、事業者が製品の安全性確保の徹底に努め、何よりもまず製品事故が起こらないようにするのが極めて重要な責務であることに加え、事故等が発生した場合に、その拡大を防止するため、迅速かつ的確にリコール等の対応を実施できるように日頃から取り組むことも事業者の責任であるとしている。

最近、当協会会員企業の中でも、製品不良に伴う無料点検・無料修理に関する社告が新聞やホームページに掲載され、建材業界においてもリコールが決して無縁でないことが明らかになり、生産、流通、消費（使用）形態等、建材特有の事情に配慮したリコールハンドブックを、「消費生活用製品のリコールハンドブック」を参考に作成することとなった。

本書は、安全な製品の開発、設計、製造、供給と共に、事故等が生じた場合の対応において各社に共通すると考えられる事項について整理した。会員団体、会員各社において、消費者保護の観点から、更なる製品安全確保に役立てていただければ幸いである。

末筆になりましたが、本書の作成にあたり、貴重な助言を頂戴した経済産業省製造産業局住宅産業窯業建材課及び関連部署の方々に感謝の意を表します。

平成16年4月
社団法人 日本建材産業協会
品質委員会

目 次

1. 本書の利用にあたって	1
1. 1 本書のねらい	
1. 2 用語解説	
2. リコールの流れ	3
3. 日頃からの取り組み（社内体制の整備）	4
3. 1 安全な製品の開発、設計、製造、供給	
3. 2 事故等の早期発見の仕組みづくり	
3. 3 事故等の拡大防止の仕組みづくり	
4. 事故発生時の情報収集と原因究明	5
4. 1 事実関係の把握と内容の整理	
4. 2 事故の原因究明	
5. リコール要否の検討と決定	6
5. 1 リコール要否の検討	
5. 2 リコール要否の決定	
6. リコール実施の準備	7
6. 1 対策本部の設置	
6. 2 リコール実施計画の作成	
6. 3 社内への伝達	
7. 消費者への告知（社告等）	8
7. 1 社告の記載内容	
7. 2 社告掲載紙の種類	
7. 3 プレス発表（ニュースリリース）	
7. 4 ホームページによる告知	
8. 関係機関等への報告	9
8. 1 官公庁関係への報告	
8. 2 関連業界団体、関連工業会への報告	
8. 3 取引先への報告	
9. リコールの実施とフォローアップ	11
9. 1 進捗状況の評価及び修正	
9. 2 関係行政機関への経過報告	
9. 3 記録の作成、リコール漏れへの対処体制及びフィードバック	
〈参考資料〉	13
1. 「受付票」の参考例	
2. リコール要否判断の参考例	
3. リコール対策本部の参考例	

1. 本書の利用にあたって

1. 1 本書のねらい

本書は、経済産業省の委託により、(財)製品安全協会 (<http://www.sg-mark.org/>) から平成14年9月に発行された「消費生活用製品のリコールハンドブック」を参考に、「消費生活用製品」と「建材製品」の製品特性、流通形態等の違いを加味し、建材メーカーが利用できるハンドブックとして編集したものである。

周知の通り、一般的には建材メーカーと消費者の間に直接契約関係はなく、建材が消費者に引き渡されるまでの間に加工、組立、施工等、それぞれ専門業者による作業が必要であり、各工程で事故の発生要因を想定できるが、本書では建材メーカーの責に起因する事故が発生した場合を検討対象とした。

又、消費者への対応については、必ずしも食品メーカー等が行っている消費者の手元にある製品を回収するというのではなく、流通過程にある製品の回収、建築物等に取り付けてある製品の点検、部品交換、修理等の改修を行うことを念頭に置いて作成した。

製品事故又は製品不良に伴うリコールの要否判断、既施工物件及び販売済み製品の回収、点検、部品交換、修理等の対処方法、消費者への告知方法等は、それぞれの企業が独自に判断するべきものとの考えから、本書では、これらの判断基準を定めたものではなく、各社で判断を行う際に参考となる考え方を示すこととした。

万一、リコール対応が求められる事態が発生したときには、製品事故発生の届け出先、リコール実施の手順等、各社での対応において共通すると考えられる事項について、会員企業が社会的責任を全うするために、適切な対応を行えるよう、本書ではより具体的な内容を記載することに努めた。

1. 2 用語解説

本書の理解をより深め適切に活用していただくため、共通認識が必要と考えられる用語について、本書における定義、考え方等を以下に解説する。

(1) 建材

「建材」というと様々な分野の製品が該当するが、本書ではサッシ、ドア、手摺、クローゼット収納、階段、床材、ユニットバス、システムキッチン、外壁材等、主に戸建て住宅及び集合住宅に使用される製品を検討対象とした。

但し、ユニットバス、システムキッチン等に組み込まれる給湯器、コンロ、レンジ等、別途その製品の安全に関する法律が整備されている設備機器については本書の対象としていない。

(2) リコール

「リコール」とは、建材による事故の発生の拡大可能性を最小限にするための事業者による対応であって、具体的には①流通及び販売段階（代理店、販売店、住宅工事請負業者、住宅メーカー等）からの回収又は改修並びに②既に施工されている製品の回収又は改修をいう。

「回収」とは製品を引き取ることをいう。回収には次の2つの方法がある。

①自主回収

事業者が自らの意思で、市場から製品を回収すること。

※消費生活用製品の中には行政庁への報告義務の対象となる製品がある。建材も製品事故が発生した場合には消費生活用製品と同様の対応を行うことが望ましい。

②回収命令による回収

行政庁からの命令によって回収すること。

※本書で説明する「回収」とは上記のうち「自主回収」を対象とする。

「改修」とは製品を他の場所に置き換えることなく、適切な者による直接訪問での点検、部品の交換、修理等を行うことをいう。

(3) 事故・事故等

「事故」とは、重大な人身事故及びそれにつながる可能性が高い物的事故並びに財物に多大な損害が生じた事故及びそれにつながる可能性が高い事故をいう。

「事故等」とは事故発生の可能性が高い不具合の兆候並びに製品が重大な機能不全にいたる可能性が高い不具合及びその兆候をいう。

(4) 社告

「社告」とは、リコールの対象となる製品の使用者が特定できない場合に、使用者への通知手段の一つとして、企業が新聞に掲載するリコール広告のことをいう。

※一般的に、リコールとは社告を伴うものと考えられがちであるが、リコールの対象となる製品の施工先が特定でき、被害の拡大が防止できる場合には、社告による通知を行わない場合もある。

(5) プレス発表（プレスリリース、ニュースリリース等）

企業等がリコールの実施をマスコミに告知することをいう。通常、企業からマスコミ各社への投函（電子送信等を含む）により行うが、重大な事態の場合には記者会見等を行うこともある。

(6) 独立行政法人 製品評価技術基盤機構（<http://www.nite.go.jp/>）

製品評価技術基盤機構は、工業製品、その他の物資の品質向上、安全性の確保及び取引の円滑化のための技術的な基盤の整備を図ることを目的に設置された。

同機構の業務の一つに、「事故情報収集制度の運営」があり、経済産業省所掌の消費生活用製品を対象に、消費者団体、地方自治体（都道府県、市町村等）、消費生活センター、製造事業者及び流通業界、製品安全協会、一般消費者等の協力を得て、製品事故に関する情報収集を行っている。

同機構では収集した事故情報の内容を調査・分析し、必要な場合には事故原因解明のためのテストを実施している。また、学識経験者等により構成される事故動向等解析専門委員会による審議・評価を経た上で、事故原因、事業者の再発防止策等を含め定期的に公表されている。

経済産業省はこれらの評価結果に基づき、必要な場合には製造事業者等に対して所要の行政上の措置を行っている。

建材においても製品事故が発生した場合には、「事故情報収集制度」に則って製品評価技術基盤機構に報告することが望ましい。

(7) 取引先

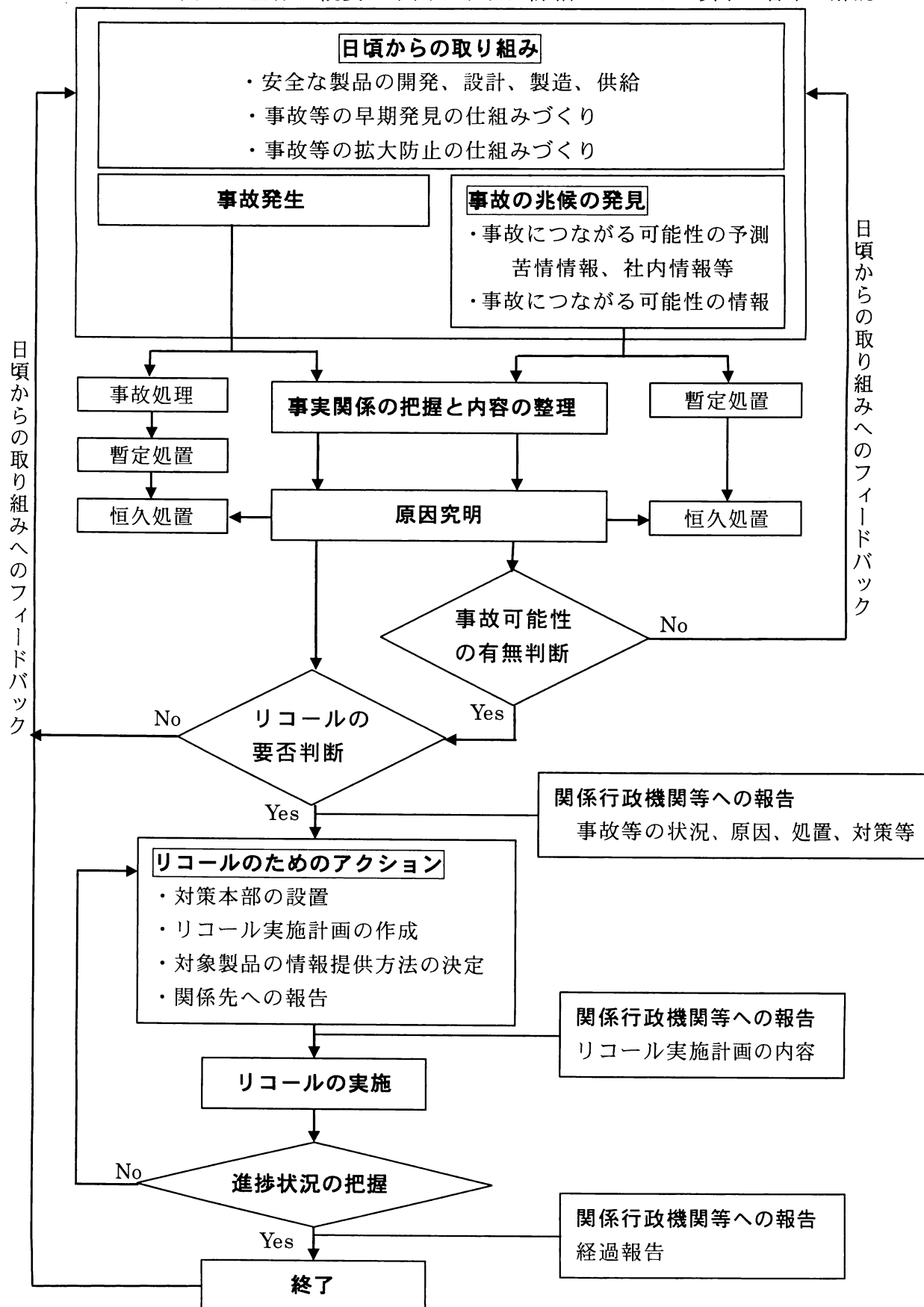
「取引先」には、直接取引を行っている自社製品の取扱い事業者だけでなく、製品が消費者に引き渡されるまでの流通過程で関与する事業者も含む。

(8) 消費者

「消費者」とは、施主、入居者等製品の使用者をいう。

2. リコールの流れ

リコールに関する全体の概要を下図に示す。詳細については以下の各章で解説した。



3. 日頃からの取り組み（社内体制の整備）

製品の安全確保のためには、安全な製品を供給することと共に、製品事故が発生した場合を想定して、被害を最小限に押さえるための準備が必要である。

建材メーカーとして日常業務の中で行うべき取り組みを以下に例示する。

3. 1 安全な製品の開発、設計、製造、供給

（1）安全な製品の開発、設計、製造及び供給への取り組み

開発、設計、製造において各種基準を遵守すると共に、各社が採用している基準がその時点の社会の要求に合致しているかどうか、随時検討することも必要である。

（2）建築物に取り付けられた状態におけるロットの特定方法の検討

現状、建材では竣工後のロットの特定が困難な製品があるが、新技術の採用等により消費者の入居後であっても簡易にロットを特定できる方法の検討が必要である。

（3）適切な組立、取付、設置等のための取扱業者への情報の整備

組立説明書、施工要領書等、取扱業者向け説明書により、建築物に取り付けられた状態で製品の品質、安全の確保に努める必要がある。

（4）誤使用防止及び適切なメンテナンスのための使用者への情報の整備

以下のような製品に関する適切な情報を消費者に提供することに努めなければならない。

中古住宅、アパート等で入居者が変わった場合にも、対象となる消費者に適切な情報を提供できるよう配慮することが望ましい。

- ・製品表示ラベル
- ・「取扱説明書」、「住まいのしおり」、「建材を正しく安全にお使いいただくために」等、消費者向け説明書

3. 2 事故等の早期発見の仕組みづくり

（1）事故、クレーム情報等の収集体制の整備

情報をもれなく迅速に収集するため、各地で発生するクレーム及び事故に関する情報を集約する仕組みが必要である。

（2）事故、クレーム情報等の社内報告ルール of 整備

集約された事故、クレーム情報について、経営層、関連部署へ報告することにより、企業としてより適切な対応が可能となる。

3. 3 事故等の拡大防止の仕組みづくり

（1）流通経路に応じた顧客リストの整備

製品の取付け先を特定するために直接の取引先から更に先の納入先、最終消費者まで把握しておくことが望ましい。

（2）リコール体制の整備

万一、リコール対応が必要になったときのために、リコール要否の決裁者、主管部署、告知体制、アフターフォロー等、実施項目及び役割分担を決めておく。

（3）リコール対応マニュアルの検討、整備

リコールを確実にスムーズに実施するために、それぞれの役割分担に応じたマニュアルを準備しておくことが望ましい。

4. 事故発生時の情報収集と原因究明

事故の発生又は事故につながる兆候を発見した場合には、状況を正確に把握し原因究明を行い、速やかな対応と事故の拡大防止を図らなければならない。

以下に事故発生時の情報収集と原因究明のポイントを例示する。

4. 1 事実関係の把握と内容の整理

(1) 事故内容の確認

事故の報告を受ける際に正確な内容の把握が不可欠である。以下のような項目を網羅した「受付票」(参考資料1参照)などを用意しておく。

- ・情報の入手元
- ・発生状況(5W1H等、できるだけ具体的に)
- ・現時点における被害の状況及び被害者への対処状況
- ・関連する問合せ、クレームの状況

(2) 過去の同様事故およびクレーム情報(内容、件数等)の確認

事故が発生した場合は、同一製品だけでなく同様の構造、同様の部品を採用している製品についても確認する必要がある。

(3) 事故拡大可能性の評価

事故の拡大防止のために、重大事故への拡大可能性の有無を検討すると共に、件数が増加する可能性の有無の両面から検討する必要がある。

4. 2 事故の原因究明

(1) 原因究明の方法と担当者の決定

建材で事故が発生した場合、原因を特定することが困難な場合があるため、原因究明の方法と担当者の選定が重要である。

(2) 原因の特定

事故が拡大するおそれがあるかどうかは事故の原因が大きく影響する。以下のような様々な可能性を検討し、原因の特定を行わなければならない。

- ・設計に起因
- ・製造に起因
- ・加工・組立に起因
- ・施工に起因
- ・情報不足に起因
- ・誤使用・不注意に起因
- ・複合起因
- ・天災、不可抗力 等

5. リコール要否の検討と決定

リコールを実施するか否かの意思決定は経営トップ層が行うべきであるが、意思決定のための判断材料を関連部署で準備する。

5. 1 リコール要否の検討

(1) 緊急会議

緊急会議を開催して、リコール要否を審議する。緊急会議の主管部署及び関係部署を前もって決めておく。

(2) リコール要否の判断

消費者の安全確保を最優先し、「人への危害又はその可能性があるか」、「拡大の可能性があるか」を判定する。そのため、事故の原因を究明すると共に、事故の拡大防止のための最適な対応を検討して、リコールの要否を判断する。(参考資料2 参照)

社会通念上不適切な製品選択、組立、施工に起因する事故の場合は、建材メーカー主体のリコールの対象とはならない。

〈施工に対する考え方の参考例〉

事故等の原因	施工要領書の有無	施工不備の原因	要否判断例
施工（取付） 不備により生じた製品の 不具合に起因。	業界では常識的な施工方法であり、施工要領書が必要ない。	施工者のミスにより不具合が発生した場合。	リコール不要 （被害拡大の可能性が少ない）。
	当該製品特有の施工方法で、建材メーカーが施工要領書を作成し、それをもとに教育をしている。	施工者が施工要領書通りに施工せず、施工者のミスにより不具合が発生した場合。	リコール不要 （被害拡大の可能性が少ない）。
		施工要領書に不備があり、不具合が発生した場合。	リコールの対象となり得る（被害拡大の可能性が有る）。

(3) 必要情報の準備

意思決定に備えて、以下のような情報を準備しておく。

- ・ 事故原因の特定と改善策
- ・ 対象製品（品名、型番、ロット番号、販売地域・時期等）と状態（流通段階、施工済み等）、並びに対象数量
- ・ 対処方法（点検、改修、交換等）
- ・ 対策品の準備状況（供給可能日、数量等）
- ・ リコール実施時期、実施体制、対応策、スケジュール、費用

5. 2 リコール要否の決定

- ・ リコール要否の決裁者を前もって決めておく。
- ・ リコール要否の判断に基づき、社会的影響度、リスクマネジメント等を勘案し、リコールの要否を決定する。

6. リコール実施の準備

リコール実施を決定した後、迅速かつ的確にリコール対応を進めるためのポイントを以下に例示する。

6. 1 対策本部の設置

リコール実施に当たっては社内外に対し、緊急準備体制を敷き役割分担を決めておくことが重要である。(参考資料3参照)

6. 2 リコール実施計画の作成

リコール実施計画を作成するために必要な事項を以下に例示する。

- ・対象製品（品名、型番、ロット番号等）と状態（流通段階、販売段階、消費者が保有か等）を確認する。
- ・出荷済み製品の数量を確認し、具体的な目標（リコール対象数、実施期間等）を決定する。
- ・交換、改修等出荷済み製品の処理方法を決定する。
交換、改修等処理のための人員を確保し、修理治具の作成、修理マニュアル、Q & A、処理記録表等を準備する。
- ・対策品の対応スケジュール（設計、試作、確認、生産、供給）等を基にして、告知時期を決定する。
- ・告知後の電話受付人員、フリーダイヤル回線、配置スペース等を確保し、対応マニュアル、Q & A、対応記録表等を準備する。
- ・社告、ホームページ告知、マスコミ対応、取引先への告知（協力依頼含む）等、情報提供方法を決定する。
- ・リコールに要する費用の試算を行い、発生費用の処理ルールを検討する。

6. 3 社内への伝達

社告などの対外的告知の前に社内告知を行う。これによって、混乱や誤情報の流出を回避すると共に、取引先との接点である営業部署の対応や協力を要請する。

社内告知の時期については、営業前線から各取引先へ迅速に周知できることに配慮するだけでなく、社内・業界の混乱を避けるために情報の漏洩のみならず、インサイダー取引に関する影響等にも配慮して決定する。

社内告知項目の参考例を以下に示す。

- ・不具合又は事故の発生と原因
- ・新聞社告に至った経緯
- ・新聞掲載日と掲載紙
- ・対象製品の詳細
- ・対策品への切り替え（型番変更、仕様変更の概要、出荷可能日等）
- ・営業部署への依頼（既に施工されている製品及び流通在庫品への対応と連絡方法）
- ・特約店、販売店、工務店等の得意先へのダイレクトメールの内容
- ・社外窓口と社内窓口
- ・Q & A

7. 消費者への告知（社告等）

対象製品の取扱業者等を通して製品の施工先の特定ができる場合、販売ルートを通して消費者に告知を行うことが可能だが、取扱業者等を通して施工先が特定できない場合は社告等の手段で消費者に告知する。社告を行う場合の参考事項を以下に示す。

7. 1 社告の記載内容

- ①会社名、製品、リコールの種類（点検・修理・部品交換等）
- ②事故の内容（原因と現象、事故による危険性）
- ③対策処置の内容
- ④対策が講じられる迄の間、消費者に注意していただく事項、及び当該製品に対して取るべき処置
- ⑤会社名、製品名、機種名、必要があれば製造番号
- ⑥対象品の確認方法（全体の外観及び製品名、品種、製造番号の表示場所が明示されたイラスト又は写真）、製造又は販売時期、販売地域
- ⑦処置を受ける場合の申し出窓口とフリーダイヤル
- ⑧個人情報保護に関する企業姿勢
- ⑨その他必要事項

※消費者の注目を引く見出しとしては「謹告」、「お詫びとお願い」等がある。

※消費者に分かりやすい内容とするため、12cm×2段以上のスペースを確保することが望ましい。

7. 2 社告掲載紙の種類

- ①全国紙5紙（朝日・毎日・読売・日経・産経）
- ②ブロック紙（中日、東京、西日本等）
- ③地方紙（各県1紙）

7. 3 プレス発表（ニュースリリース）

社告を実施する際には、通常、プレス発表によってマスコミに公表する。このプレス発表を行う時期としては、切迫した危険のおそれがある場合は、欠陥が判明次第、直ちに行われるものとし、これ以外については対策処置の部品の確保など諸準備をできるだけ早く実施し、準備が整い次第、直ちに行うこととする。発表内容は基本的に「7. 1 社告の記載内容」と同様でよい。

※社告と新聞記事が同時に翌日の朝刊に載るよう、午後4時迄にプレス発表の手続きをすませる。

7. 4 ホームページによる告知

社告の内容を自社のホームページに掲載することが望ましい。

※建材製品の場合、社告を行っても消費者が建築物に取付けられた状態の製品について、メーカー名及び対象製品を特定できない場合がある。このような場合は、事故の拡大防止の観点からより効果的な方法を検討し、告知を行わなければならない。

8. 関係機関等への報告

リコール実施にあたってはリコールの種類により、必要に応じて関係機関に対し、事前報告、実施の通知、協力をお願い、経過報告等を行う。

特に社告を行う場合には、事前に関係機関へ連絡しなければならない。リコールをスムーズに進めるためには、対象製品を所轄する官公庁への報告の他、対象製品の当該工業会や同業他社、取扱業者等得意先への適切な情報提供が必要である。

8. 1 官公庁関係への報告

社会全体の安全を確保するために、当該製品及び企業を所轄する官公庁へ報告を行い、対応について指導を仰ぐ必要がある。

(1) 報告先の例

- ・製品評価技術基盤機構
- ・経済産業省原局（製造産業局住宅産業窯業建材課等）
- ・地方経済産業局
- ・国土交通省
- ・本社所在地の県庁及び市役所

(2) 報告内容の例

- ・関係官公庁への事故報告書（経済産業省所定様式、またはそれを準用）
- ・経緯（社告に至った理由、事故歴等）
- ・リコール実施推進体制・リコール実施方法（点検、修理、回収等）
- ・対象機種限定（他機種の安全性等）
- ・再現試験報告書
- ・プレス発表文
- ・「社告」文の原稿
- ・販売店向け市場対応案（案内状、お詫びとお願い、ポスター、ちらし等）

※官公庁への報告にあたっては、後に報告を求められた時、何%回収したのかを明らかにするため、リコールを行おうとする製品出荷数量を正確に報告する。

8. 2 関連業界団体、関連工業会への報告

関連業界団体、関連工業会に報告し、事故情報を共有することにより、類似製品に対して水平展開を行い、事故の拡大防止を図る必要がある。

(1) 報告先の例

※報告先は対象製品に関連する団体、工業会である。

参考例を次に示す。

- ・（社）日本建材産業協会 P L センター
- ・（財）ベターリビング
- ・（財）住宅リフォーム・紛争処理支援センター
- ・（社）リビングアメニティー協会
- ・（社）日本住宅設備システム協会
- ・（社）日本サッシ協会
- ・キッチン・バス工業会
- ・日本エクステリア工業会

(2) 報告内容の例

- ・プレス発表文
- ・社告文

8. 3 取引先への報告

お詫びと共に事故の詳細を報告し、リコール実施率向上のため施工先の特定と処置について協力を依頼する。

(1) 報告・依頼先の例

- ・販売店、代理店
- ・工務店、施工店
- ・ハウスメーカー
- ・ゼネコン、デベロッパー

(2) 報告・依頼内容の例

- ・リコール対象製品
- ・リコールの原因と対策内容
- ・対策品の出荷情報（時期、型番、品番等）
- ・点検、改修への協力依頼
- ・流通在庫品の確認と連絡依頼
- ・問合せ・点検改修の窓口と関連ホームページ

9. リコールの実施とフォローアップ

9. 1 進捗状況の評価及び修正

(1) 評価体制の整備

リコール実施計画通りにリコールが履行されているか否かを評価する体制を整備しておく。特に、リコール実施率と実施期間との関係を明瞭にしておく。

(2) 計画の修正と速やかな実施

リコールの進捗状況によって、逐次最適な対応方法を検討し、実施率の向上に有効な手段を講じる。

9. 2 関係行政機関への経過報告

実施状況（実施率）、事故の追加発生の有無、リコール実施計画の修正状況等を、関係行政機関等と調整の上、定期的に報告する。

リコールの終了判断は、目標実施率の達成と共に、事故が発生する危険性が限りなくゼロに近いと説明できることが必要である。

9. 3 記録の作成、リコール漏れへの対処体制及びフィードバック

(1) 記録の作成

同様な事故等の再発防止のために、事故等の発生からの経緯を記録しておく。

(2) リコール漏れへの対処体制

リコール漏れがある場合は、リコール実施期間が終了しても、ホームページによる継続的な情報の発信、窓口等の対応可能体制を維持する必要がある。

(3) フィードバック

リコールの経験から得られた知見を、「3. 日頃からの取り組み」（安全な製品の開発、設計、製造、供給、事故等の早期発見の仕組みづくり、並びに事故等の拡大防止の仕組みづくり）に反映させて、見直すことが有効である。

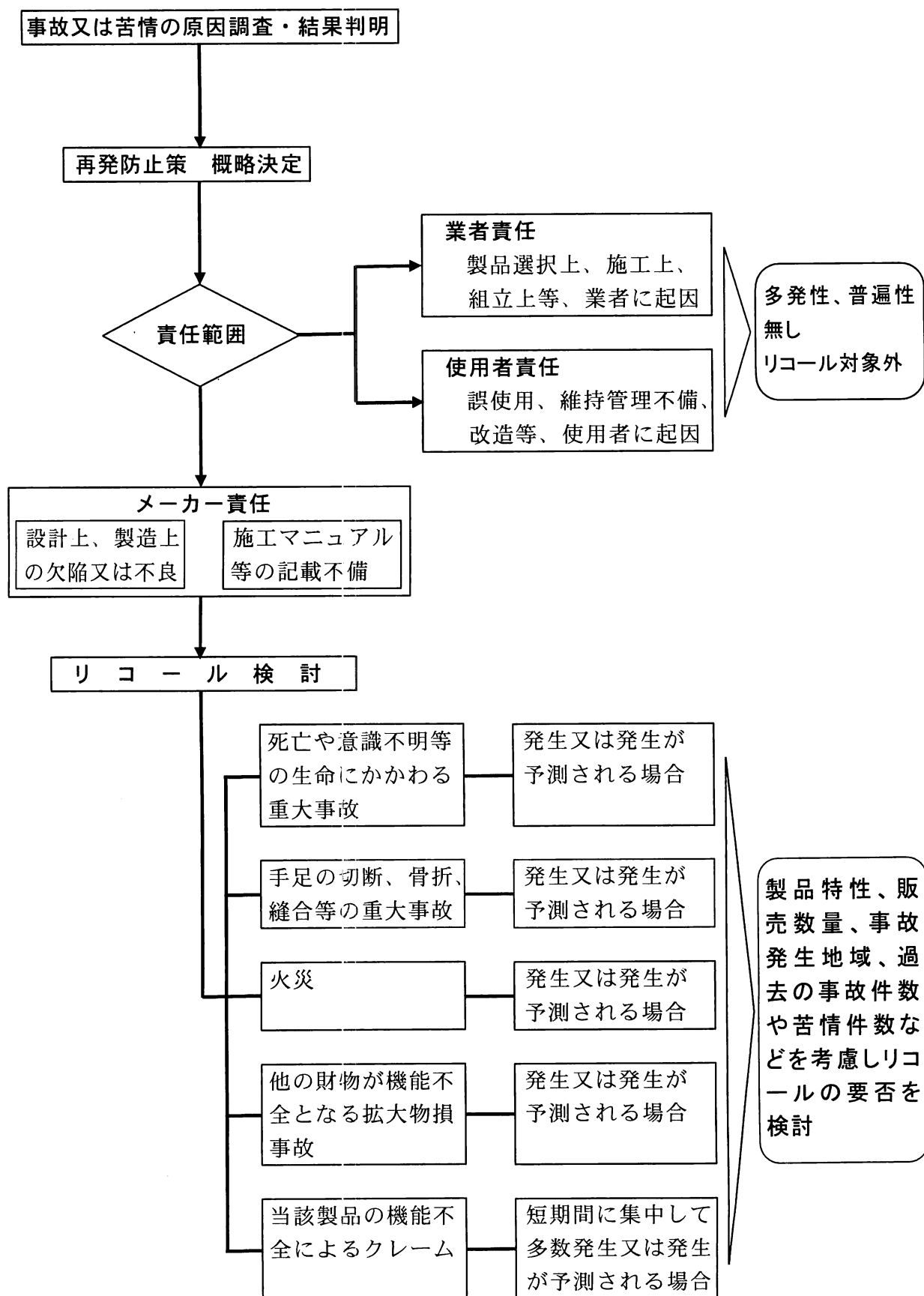
〈参考資料〉

1. 「受付票」の参考例
2. リコール要否判断の参考例
3. リコール対策本部の参考例

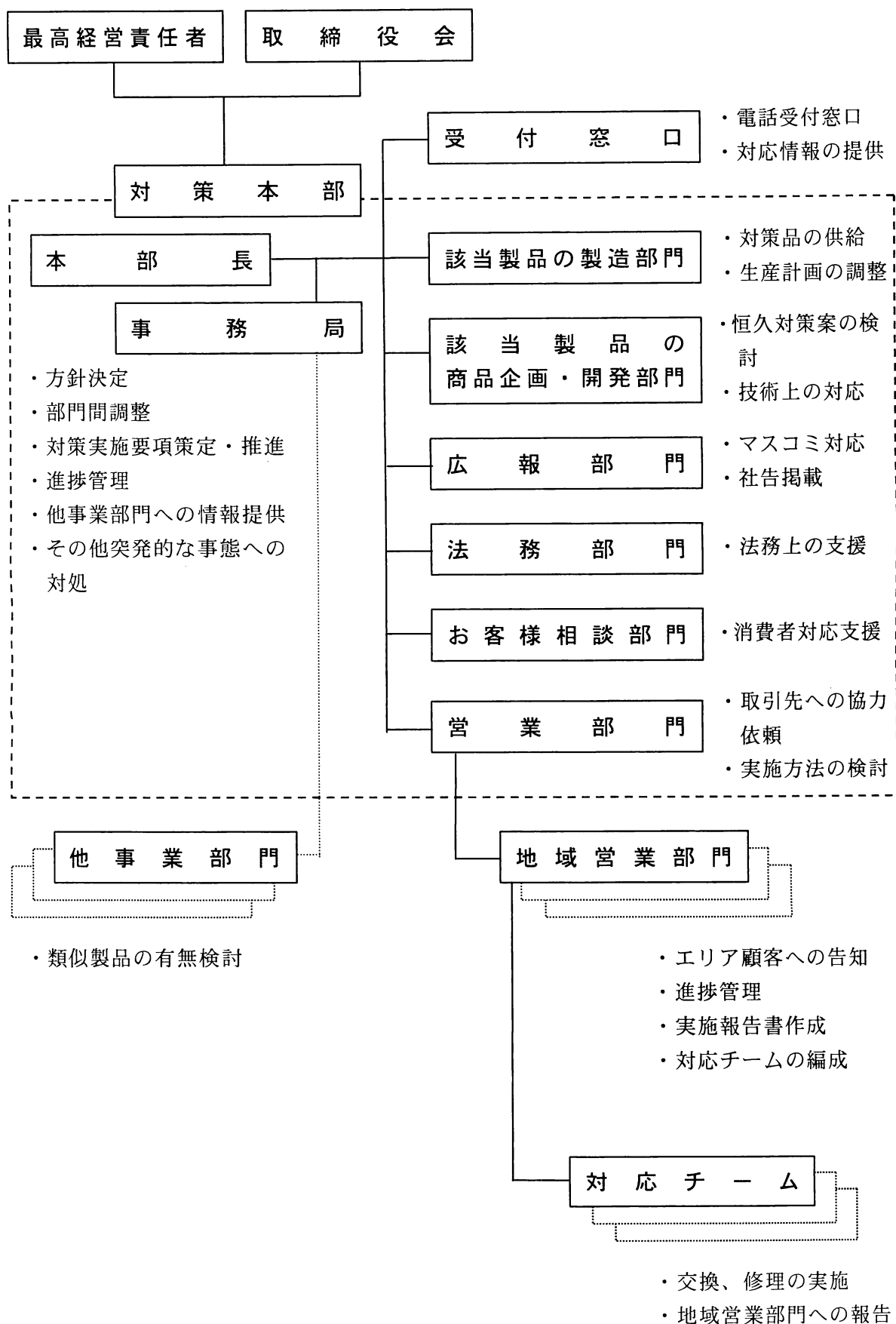
1. 「受付票」の参考例

			受付番号		
受付年月時間				担当者	
受付方法		1. 電話 2. 手紙 3. 来社 4. その他 ()			
申し出の種類		1. 問合せ 2. 修理依頼 3. 部品請求 4. 商品クレーム 5. 事故			
申 出 者		氏名 電話番号 住所 (ビル名、部屋番号)			
被 害 者		氏名 電話番号 住所 (ビル名、部屋番号)			
申 し 出 内 容	発生年月時間				
	発生場所				
	製品名		型式等		
	引渡し年月				
	建 築 業 者		名称 住所 電話番号		
	損 害 の 程 度 (身体・製品)				
	そ の 他				
処 理 経 過					
処 理	依 頼 先				
	依 頼 年 月 日				
	依 頼 内 容				
処 理	結 果				
	所 見				
お客様へ処理内容		1. 説明 2. 点検 3. 修理 4. その他 ()			
お客様へ回答方法		1. 電話 2. 手紙 3. 訪問			
お客様へ回答年月日					
社 内 的 対 応					
決 済					

2. リコール要否判断の参考例



3. リコール対策本部の参考例



建材のリコールハンドブック

平成16年6月

発行 社団法人 日本建材産業協会

〒103-0007

東京都中央区日本橋浜町2-17-8 浜町花長ビル

TEL 03-5640-0901

FAX 03-5640-0905

<http://www.jkiss.or.jp>
