

第3回製品安全ダイアログ

垣根を越えた協力関係の構築と、未来に貢献する製品安全文化の確立

LIXILでは、お客さまに末永く安全に製品をご使用いただくために、当社の製品安全活動について第三者評価を取り入れるなどの取り組みを行っています。今回3回目となる「製品安全ダイアログ」では、安全学、消費生活アドバイザー、また弁護士のお立場で活躍中の有識者の方々をお招きし、当社が行うべき製品安全活動についてご意見をいただきました。



開催概要

日時	2014年 3月 25日	
場所	株式会社 LIXIL WINGビル内 LIXIL 資料館	
社外ステークホルダー	向殿 政男氏	明治大学名誉教授（工学博士）
	古谷 由紀子氏	公益社団法人消費生活アドバイザー・コンサルタント協会常任顧問
	五味 祐子氏	弁護士（国広法律事務所パートナー）
株式会社 LIXIL からの参加者	山中 潤一	ジャパンカンパニー品質保証統括部統括部長
	三好 辰男	ジャパンカンパニー品質保証統括部品質企画部部長
	木原 由起子	技術研究本部 UD戦略グループグループリーダー
	丸児 弥生	マーケット戦略統括部ブランドマネジメント部

※所属・役職名は、ダイアログ開催当時の名称です。

第3回製品安全ダイアログ

第三者評価は自己満足で終わらせない



LIXIL LIXILでは、お客さまに安全に、安心して末永く製品を使っていただくために、製品安全活動として「5つの視点」を独自に定義しています。その5つとは、「製品安全推進体制の構築」「安全な製品供給」「消費者コミュニケーション」「事故発生時の対応」「製品安全文化の構築」です。これらの視点を5段階評価で通信簿化し、私たちの製品安全確保に向けた取り組みや体制について第三者から評価していただいているのですが、まずはこの件からご意見をいただけますでしょうか。

古谷氏 定期的に第三者に見てもらうのは良いことですね。ただ、どのような団体を選ぶかによって評価は結構変わるものです。一般の消費者が見落としがちな点にも気づくことができる消費者団体を入れておくのも一案かと思います。

五味氏 私もとても良い取り組みだと思います。重要なのは、その評価内容をどのように活用するかですね。

向殿氏 第三者評価を参考にしたいなら、より具体的な取り組みについて評価してもらう方がはるかに役立つように思います。それに、自らを振り返るために行うのであれば大変有意義な試みですが、「これだけ良くなった」と安心するようではダメですね。

LIXIL 私たちの取り組みを振り返るにあたって、社内の評価も有効だと思いますか？

向殿氏 社内評価と外部評価にギャップがあると、そこを起点に「なぜだろう？」と自分たちを顧みるので、役に立つと思います。

LIXIL 第三者評価の結果を社内に投げかけて返ってきたものを見直すというやりとりを繰り返す中で、製品安全活動の質を上げていくことですね。

向殿氏 安全は風化しやすいものなので、取り組みは常に検証・改善していかなければなりません。そのためには、内外のさまざまな視点に基づいた評価を通して「足りていること」「不足なこと」を知ることです。

LIXIL 複数の会社が統合してできたLIXILが製品安全への取り組みで留意すべき点はありますか？

五味氏 安全文化の構築について言えば、一部に安全意識の高い部署があっても、社内全体で見るとバラつきがあることも多いと思います。全体のレベルアップのためには、各部署が一方向的に情報を発信するだけではなく、それぞれが考えていることや不明点などを部署を超えて情報共有し、コミュニケーションすることから始めてはいかがでしょうか。

向殿氏 各社異なる伝統、歴史、文化がある中でイメージを統合するには、やはりトップが理念と方針をはっきりさせて皆で大枠を理解することです。その上で各部署のやり方をすり合わせていくことが大切です。

古谷氏 品質基準やルールを高いレベルで統一できるといいですが、統一しきれない場合、どこかが問題を起こせば会社全体の問題になる。異なる文化をもつ企業同士がルールを統一するのは難しいことですが、LIXILさんは実現しつつあると思います。



第3回製品安全ダイアログ

消費者への迅速な情報開示が企業価値の向上につながる

古谷氏 消費者とのコミュニケーションにおいて重要なのは情報開示ですが、一般的に企業は、すべてを把握してから情報を出すという傾向がある。消費者にしてみれば、いち早く情報を出してもらわないと自分の身を守れません。よく企業はリスクマネジメントと言いますが、それは経営のリスクマネジメント。消費者もリスクマネジメントが必要です。「消費者を守るためにどれだけ素早く情報を開示できるか」と発想を転換すれば、情報開示も早くなり、結果的に経営リスクを下げることになるのではないのでしょうか。

五味氏 先進的な企業はそのような考え方でですね。消費者が必要とする情報を、適時に開示し、説明することが一番の経営リスク回避策です。情報開示の遅さは企業のダメージを大きくします。「公表が遅い」ことが、経営の法的責任に結び付く時代です。



LIXIL 最初に公表すべき情報は「事故が起きた」という事実だけでもいいのでしょうか？

五味氏 はい。特に重大事故の場合には直ちに公表すべきです。その上で全容説明はこれからであるときちんと伝える。すべてを把握するまで情報を出さないで「遅い」と批判されるわけで、「ここまでは分かっていますが、ここから先はいつまでに調査します」と見通しも含めて公表すれば、消費者も一旦その製品の使用をやめるなど、緊急的に危険を回避することができます。

向殿氏 けが人などの被害者を出さないことが一番大切です。責任の所在や原因の特定は後回しにして、一刻も早く事故発生の事実を伝え、不明なことは不明と伝えること。良い情報も悪い情報も開示しておけば、消費者も注意すべき点が理解できるし、事故を隠蔽しているという批判を避けることができます。私たち安全設計に携わる者から言うと、設計の段階から製品の危険性について情報開示したほうがいい。営業は「売れなくなるからそれは言えない」となりがちですが、危険を知らせることで、消費者も製品安全の一端を担っているということを示す必要がある。「絶対安全」はありえないし、メーカーは全ての危険に対し責任は取れませんから、残りのリスクは消費者に委ねると伝えるべきだと思います。

開発時から事故対策を埋め込んでおく

LIXIL 続いて、製品事故への対応について議論していきたいと思います。

向殿氏 高齢者に起こりがちな温水洗浄便座の低温火傷について言えば、予見可能な誤使用です。今の時代は、座ったらすぐに温度が下がる設計にするなど、メーカー側が対応すべき問題だと思います。子どもの指挟み事故についても、昔は子どもや親の責任でしたが、パッドを入れるなどして指が入りにくくする設計にしたのは良いことですね。「誤使用」の考え方は時代と共に変化していて、国際的には「合理的に予見可能な誤使用」という言葉を使っており、それについてはすでにメーカーが対応すべき領域となっています。

LIXIL 製品ごとに起こりうる事故を想定し、事故対策を開発の中に埋め込まないといけないということですね。

向殿氏 それが安全設計の基本です。高齢化が一層進むことを考えると、年齢を重ねても安全に使えて、けがをしない設計に最初からしておくべきです。若い頃は便座に長時間座っても平気だったけれど、年を取ったら熱くなっていることに気づかないで火傷をしてしまう、だから注意しましょうと言っても…。

古谷氏 年を取るとそこまで気が回りませんよね。



第3回製品安全ダイアログ

向殿氏 指挟みについては、子どもにけがをさせない設計であることは当然ですが、逆に「挟むと痛い」くらいのことは残して構わないと思います。

古谷氏 配慮しすぎると危険を察知する能力が低下しますからね。

向殿氏 実際に使ってみて初めてわかる危険もあるので、開発の段階で実際にユーザーに使用してもらう機会を設けるのも有効だと思います。

五味氏 幼児の頃は隙間に指を入れたり、コンロのスイッチを押してみるなどなんでも押したがりです。消費者の教育や啓発のためにも、幼児がいるお母さんに協力してもらってはどうか。

LIXIL 古い製品への対応についてはいかがですか？

古谷氏 ホームページで情報提供されていますが、消費者が見ているかは疑問です。行政や消費者団体などの協力も得て「見てもらえる広報」にしないといけないし、製品に合わせて広報の場所を選ばないと、安全責任を十分に果たしたとは言えない気がします。

向殿氏 過去の製品への対応は確かに難しいですが、製品をどの家にいつ設置したかという情報はメーカーがきちんと追跡しないとダメ。

LIXIL 製品を誰が売り、誰がどこに付け、誰が使っているのかという未来に向かってのトレーサビリティは、5社統合の基幹システムの中でやろうとしています。

向殿氏 それは非常に重要ですね。修理の有無や経年などが全て把握できる。そのインフラがあればリコールにもすぐに対処できます。

製品安全は皆でつくり上げる時代

古谷氏 自社製品に限らず「低温火傷」などを消費者全体に向けて啓発することも考えてはどうでしょうか。

向殿氏 特に低温火傷や窒息事故は起こりやすいので、メーカーを超えて業界全体で協力することをお勧めします。安全学の一つの常識として、皆が横でつながるべきです。

古谷氏 啓発を水平展開する際に、企業が前面に出るのが難しいのであれば、行政や消費者団体に具体的な情報を提供するという形で支援すればいいと思います。

五味氏 一企業の製品では難しいかもしれませんが、業界として「生活の中にはこんな危険がありますよ」と周知する。また、朝のTV情報番組などで事故事例を扱ってもらえれば、啓発効果は非常に大きいと思います。

LIXIL 消費者団体と一緒に情報提供を行うことも有効でしょうか？

古谷氏 今の時代、メーカーも消費者と協力しないと安全を保てないし、全国各地にネットワークを持つ団体と組むのは大変有効だと思います。また、それが消費者団体の認識を変えることにも役立ちます。

第3回製品安全ダイアログ



向殿氏 「皆で安全をつくる時代だから、メーカーもユーザーも消費者団体も一緒に取り組みましょう」という安全文化を、LIXILさんにつくっていただけるとありがたいですね。

LIXIL 最後に一言ずつお願いできますでしょうか。

五味氏 コンプライアンス視点でリスク管理や情報伝達の面から企業の支援をしていますが、今日の話は共通項が多いと思いました。安全はLIXILブランドの核となるものですので、取り組みの質をより高めていくことがブランド価値の向上につながると考えています。前向きな取り組みを勉強させていただき、ありがとうございました。

向殿氏 LIXILが世界のトップになるためには世界に通用する安全の理念を明確にして、業界を引っ張っていくという意識が必要ですし、それを実行する素質は十分にあると思いました。製品安全活動の「5つの視点」も大切ですが、現場には事故防止につながる具体例がたくさんある。それを拾い上げ、共通の意識・理念にして全ての部署に適用することで、LIXILが日本のトップ、そして世界の製品安全理念のトップになるよう大いに期待しています。

古谷氏 ダイアログを通して、製品安全の取り組みのアイデアがたくさん湧いてきて、私自身も大変勉強になりました。LIXILには、このダイアログを起点の一つでも実践へとつなげていただきたいですし、できることはいつでも協力させていただきたいと考えています。

LIXIL ありがとうございます。当社の理念である「世界中のすべての人びとの住生活の未来に貢献する」を実現するため、グローバルリーダーでありメーカーであるLIXILが率先して製品安全についていろいろ取り組んでいきたいと思います。例えば、文字ばかりでわかりにくかった表示方法を見直して、誰が見てもわかりやすいアイコン表示を開発して世界標準にすることなどから始めたいと思っています。安全に関しては業界の垣根を超えて、行政や民間団体の方とも一致団結して進めてまいりますので、これからもよろしくお願いいたします。本日はどうもありがとうございました。



Safe Lifestyle Gallery 見学の様子

第3回製品安全ダイアログ

Profile

向殿 政男 Masao Mukaidono

明治大学名誉教授（工学博士）、明治大学理工学部情報科学科教授、明治大学校友会会長。経済産業省製品安全部会長、国土交通省昇降機等事故調査部会長などを務める。研究分野は、社会システム工学・安全システム、情報学、安全学、論理学など広範囲にわたる。

＜主な著書＞「ファジィ論理」（日刊工業新聞社）、「安全学入門～安全の確立から安心へ～」（研究者）

古谷 由紀子 Yukiko Furuya

公益社団法人 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会（NACS）常任顧問。1988年経済産業大臣認定消費生活アドバイザー、98年日本リスクマネジャー&コンサルタント協会認定シニアリスクコンサルタント取得。01年公益社団法人 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会 東日本支部・事業委員長、04～12年理事を経て現在に至る。経済産業省 ISO/SR国内対応委員会委員、内閣府「社会的責任に関する円卓会議」運営委員のほか、CSRやコンプライアンスの分野を中心に活動。

＜主な論文＞「消費者から見たリコール情報」、「消費者参加型経営への提案」、「信頼確保に消費者の参画と評価のプロセス導入を」

五味 祐子 Yuuko Gomi

1999年 弁護士登録（第二東京弁護士会）、国広総合法律事務所パートナー。03年1月～5月 内閣府委託、主婦連合会主催、消費者重視経営の評価基準委員会委員、04年6月～05年3月 全国社会福祉施設経営者協議会 経営対策委員会 福祉マネジメントのあり方検討ワーキンググループ専門委員、11年1月～12年5月 海上保安庁 情報流出再発防止対策検討委員、13年4月～原子力規制委員会 原子力施設安全情報申告調査委員、13年7月～海上保安庁 情報セキュリティ・アドバイザー、13年9月～内閣府大臣官房総務課法令遵守対応室法令参与。

＜主な著書＞「食品企業の不祥事防止のためのコンプライアンス～消費者視点に基づく日常的リスク管理と危機管理」「なぜ企業不祥事は、なくなるのか」（日本経済新聞出版社・共著 05年）