

# マーシュジャパン

## 製品回収 リスクコンサルティング サービスを試験導入



三木氏



相部氏

### 適切なリコール対策の事前準備が企業存続に

マーシュジャパンは、企業向けの製品回収リスク(リコール)の回避・軽減対策・準備として、リコール発生時の初動対応、原因分析・調査、消費者およびメディア対応、回収製品の在庫管理および廃棄手順までを一貫して支援するグローバル・プロダクトリコール・コンサルティングサービスを試験的に立ち上げる。近年、自動車業界をはじめ、精密機械や電化製品、食品、玩具など、さまざまな分野でリコール問題が発生し、メディアでも多く取り上げられている。事故頻発の背景には、消費者の製品品質に対する意識の高まりに加えて、ベテラン従業員の大規模退職、生産施設のグローバルな展開活動による品質格差などが想定される。以前から一部の保険会社で生産物回収費用保険(リコール保険)が商品化されていたが、一度事故が発生すると当該製品ユニット単位での広範な巨大損害(IIキヤットロス)となるなど、伝統的な保険マーケットとは異なるため、その普及は極めて限定的であるという。同社が提供するリコール対策に特化したコンサルティングサービスを通じて、リコールを想定した体制の基盤を強化することにより、リコール保険の浸透を図ってきたいと考えている。マーシュジャパンの相部卓也シニアバイスプレジデントと三木健一郎バイスプレジデントに、グローバル・プロダクトリコール・コンサルティングサービスについて聞いた。

リコールは以前から発生していたが、1995年に施行された製造物責任法や消費生活用製品安全法(消安法)の度重なる改正で、企業に対する規制は厳格化し、責任が

明確になってきている。合発覚時の企業対応は企業のブランドイメージに大きく影響を及ぼす。また、加速度的なグローバル化により、高度かつ的確な対応が求められ、高額な費用を必要とする。昨今、消費者意識の高まりと同時に、内部告発者保護制度も整備され、内部事実が明るみになるケースもみられる。不具

進めることが不可欠であると考えている。また、加速度的なグローバル化により、高度かつ複雑化する製造工程や、原材料の品質管理の徹底は企業にとって容易なことではない。加えて日本メーカーの販売網は、そのブランド力によって全世界に網羅されて

いることから、リコールに関連する世界各国の法規制・ガイドラインも熟知しておかなければならない。「欧米やアジアでは、既に同サービスを多くの企業が利用し、万全な対策導入を実践している。日系企業向けには、現在は海外市場における販売製品のリスクが主であるが、今後日本国内の各種法改正に伴い、製品品質リスク対策のニーズが増加するだろう。同サービスについて日本における積極的な取り組みを加速させたい」と三木氏は述べる。

「メーカーは、身体傷害や財物損壊発生の可能性が確認されていない段階で製品不具合が発覚した際、膨大な費用を掛けたりリコールの決断に悩む。一方で、即時対応が消費者の企業評価に好影響を与える場合もある。適切な回収プロセスを事前に整備して用意していればスムーズな対応が可能になる」と相部氏は説明する。

同サービスの提供に当たっては、弁護士資格を持つ米国有数のリコール・スペシャリストはじめ経験豊かなスタッフ、各国当局の考え方を理解したグローバルな視野でリコール実施判断を支援する。また平時はもとより、有事の実践的な体制をグローバル・ベースで整備しており、実際のリコール実施時に提供されるサービスは、告知とメディア対応の方法、問い合わせ対応コールセンターやWEB受付窓口の開設、製品回収時の輸送インフラの提供、回収製品を安全に保管するための外部委託倉庫の確保、さらにその廃棄にまで範囲

は及ぶ。「現在の消安法は、消費者が生活に使う製品について身体に対する重大な危害が発生した場合、もしくは製品が滅失または毀損(きそん)し身体に対する重大な危害が発生する恐れがある場合、そのことを知った日から10日以内に経産省へ報告することを義務付けている。また、後、施行が予定されている改正消安法では、特定の製品について消費者への点検時期到来の通知や点検体制の整備などが義務付けられる。法規制への対応目的のみならず、適切なリコール対策の事前準備が、低コスト化と風評リスクの低減を実現し、企業の存続を助ける」(相部氏)。