

リコール情報の周知の推進

現状把握 ・課題設定	インプット (資源)	アクティビティ (活動)	アウトプット (活動目標・実績)	アウトカム (成果目標・実績)	インパクト (国民・社会への影響)
<p>○消費生活用製品安全法に基づき報告のあった重大事故のうち、リコール※の対象となっている製品が原因で発生した事故は1,593件(H20-30)</p> <p>【内訳】</p> <p>H20 195件 H21 172件 H22 175件 H23 194件 H24 146件 H25 151件 H26 160件 H27 113件 H28 110件 H29 100件 H30 77件 ※ 全て暦年</p>	<p>○予算 リコール情報周知の強化のために必要な経費</p> <p>R2年度 約910万円 H31年度 約790万円 H30年度 約1,100万円 H29年度 約940万円</p>	<p>○消費生活に関するリコール情報を行政機関や事業者等のサイトから収集</p> <p>○行政機関や事業者等が各々発信しているリコール情報を「消費者庁リコール情報サイト」の運用により情報提供</p> <p>○消費者及び事業者による利用を促進を図るためのリコール情報サイトを周知</p>	<p>○リコールに関するメールマガジンの配信数</p> <p>○リコール情報サイトにおけるリコール情報の登録数</p> <p>○事業者に向けた周知の実施</p> <p>○リコール情報サイトに情報提供する事業者数</p>	<p>【短期】</p> <p>○リコール情報サイトの認知度が向上</p> <p>○消費者の認知度向上により、リコール情報サイトへのアクセスやメールマガジンの登録が促進</p> <p>○リコール情報サイトへの事業者の関心が高まる</p> <p>↓</p> <p>【中期・長期】</p> <p>○リコールに対する消費者の意識が向上し、手元の製品がリコール対象製品と知った際に、消費者から事業者への連絡、リコール対象製品の回収や交換が促進</p> <p>○事業者が、リコール情報を周知する方法の一つとして、リコール情報サイトを活用</p> <p>○リコール対象製品の回収や交換が進むことにより、消費者事故が減少</p>	<p>○リコール対象製品に起因する消費者事故が減少し、安全・安心な社会の構築</p>

※ 法律に定められたリコールのほか、事業者が自主的に行う製品回収や交換等の措置を含む。