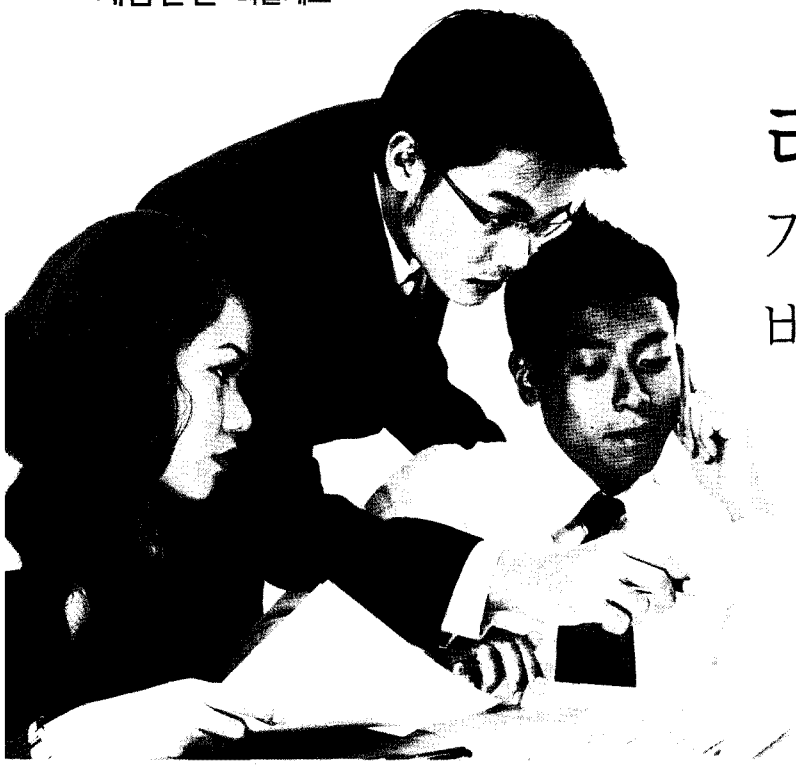

리콜 모니터링
기업의 미래를 바꾼다!

리콜은 반드시 리콜플랜대로 진행되는 것은 아니다. 따라서 리콜이 어느 정도 유효하게 진행되고 있는가를 파악하기 위해서 리콜 모니터링이 필요하다. 이러한 모니터링을 적절히 수행함으로써 실시 중인 리콜방법의 타당성을 평가할 수 있고, 소비자에 대한 제품사고 피해가능성을 저감하도록 리콜방법을 개선할 수 있다. 이러한 리콜 모니터링 활동이 리콜 실시 사업자 및 관계자의 신뢰회복과 향후 충실한 제품안전관리체제와 결부되어 있다.

모니터링 체제

모니터링 체제에서 중요한 것은 소비자로부터의 정보를 어떠한 체제로 모니터링 하는가이다. 모니터링의 대상은 소비자로부터의 정보에 의한 부분이 크지만 리콜제품에 관한 소비자로부터의 연락은 반드시 전용 콜센터만으로 한정되지 않는다. 소비자센터, 고객상담창구, 영업부문, 유통 · 판매점, 각종 PL센터, 배송 · 수리 등 관련 사업자, 리콜정보 전문 웹사이트, 해엉기관 등 다양한 채널을 통하여 소비자정보를 모니터링 할 수 있다.

또한 리콜체제 자체의 모니터링이 중요하다. 리콜의 고지는 통상 복수의 방법을 동시에 또는 순차적으로 사용하는데, 복수의 고지를 동시에 행하는 경우에는 콜센터가 수용할 수 있는 허용량을 충분히 확보할 필요가 있다. 어떤 방법의 고지인가, 어느 지역에 대한 고지인가 등에 따라 고지방법 · 루트별로 소비자로부터의 연락상황을 전체적으로 빠짐없이 관리하는 모니터링 체제를 구축하는 것이 중요하다. 고객정보를 부분적으로밖에 소급할 수 없는

경우는 처음에는 전국적인 사고(社告)를 하고, 초기 반응상황을 먼저 모니터링하여, 그 상황을 보면서 다음의 대응을 어느 시점에서 할 것인가를 생각하는 것도 유용하다. 그리고 연락을 취한 소비자로부터의 회수 등 리콜 진척상황의 모니터링이 필요하다. 소비자로부터의 연락이 아무리 많아도 회수, 수리 등의 구체적인 제품대응이 진행되지 않으면 애써 연락한 소비자가 위험을 인지하고 더 이상 그 제품을 사용하지 않거나 여전히 위험에 노출된 상태에 놓이게 된다. 따라서 회수율(리콜실시율)을 높이는 것이 리콜의 중요한 과제라 할 수 있다.

모니터링 데이터 분석

모니터링을 통해서 어떤 고지방법이 얼마나 소비자에 대한 정보제공에 효과가 있는지, 회수나 수리 등의 대응이 얼마나 신속하고 유효하게 실시되고 있는지 등의 정보가 축적된다. 또한 소비자로부터의 연락상황과 리콜실시 상황을 데이터로서 분석해 둘 필요가 있다. 모니터링 데이터를 분석하는 것은 실행 중인 리콜의 타당성과 유효성을 객관적으로 평가하기 위한 것이다. 특히 제품사용자에게 얼마나 빠짐없이 정보가 전달되고 있는가를 파악하고 그 누락에 대한 대응을 어떻게 할 것인가 하는 점의 검토와 관계가 있다.

모니터링 데이터를 분석할 때에는 다음 사항에 유의하여야 한다. 즉 ①어떤 고지방법이 얼마나 유효한가, ②사고(社告) 등 개별고지방법에 문제는 없는가, ③회수 등의 리콜실시방법에 문재는 없는가, ④제품이용자 정보를 리콜에 활용 등을 들 수 있다.

리콜실시상황의 평가

리콜실시 상황의 평가는 리콜을 어떤 방법으로 언제까지 할 것인가를 평가하고 판단하는 것이다. 유의할 점은 다음과 같다. 즉 ①리콜실시 중에 상시로 각각의 고지방법의 이행상황을 파악하면서 그러한 고지방법 자체의 실효성을 평가하는 상시 실효성 평가와 ②실시하고 있는 모든 고지방법을 종합적으로 평가하여 더 이상 파악율과 실시율의 올라가지 않는 단계까지 온 상태

에서 향후 어떠한 대응을 할 것인가를 판단하기 위해서 행하는 일정 주기 실효성 평가를 들 수 있다.

상시 실효성 평가의 판단으로는 개별 고지방법의 타당성, 고지정보의 타당성, 상담창구의 타당성, 점검방법 및 수리방법의 타당성, 진척상황의 타당성 등을 들 수 있다. 상시 실효성 평가는 실시하고 있는 고지방법으로는 더 이상 소비자로부터 연락이 오지 않는 상태에 이르렀는지를 판단하는 것이다. 일정 주기 실효성 평가에서는 평가의 타이밍이 문제된다. 이것은 채용할 수 있는 모든 대응을 다하여도 더 이상 파악율 또는 실시율이 올라가지 않는 상태까지 도달한 단계가 고려대상이 된다. 그러나 이 상태가 통상 리콜종료로 이어지는 것이 아님에 유의해야 한다. 이 단계에서 중요한 것은 제품사고발생이 없어졌는지 혹은 사고 가능성(위험)이 없어졌는지이다. 파악율 또는 실시율이 일정수준 이상 올라가지 않는다 해도 사고가 계속 발생하거나 위험이 사라지지 않는다면 리콜을 계속하지 않으면 안 된다고 판단하게 된다. 따라서 리콜을 계속하기로 판단하면 이번에는 고지 누락 가능성이 있는 소비자에게 어떤 방법으로 고지할 것인가, 대상제품을 어떠한 방법으로 탐색할 것인가를 고려해야 한다.

파악율과 회수율은 리콜의 계속여부에 중요한 판단요건이지만 절대조건은 아니다. 절대조건은 사고 가능성(위험)이 없어졌는가 하는 점이다. 특히 중대한 인적 피해가 발생할 가능성이 있는 리콜인 경우에는 이 점이 더욱 중요하다.

리콜방법의 수정과 실행

리콜의 실효성 평가 결과 리콜을 계속하기로 한 경우, 고지방법 등의 리콜방법이 타당한지를 검토해야 한다. 새로운 리콜 고지방법의 결정과 사내 리콜체제의 변경 · 유지가 필요하다. 특히 새로운 리콜 고지방법을 결정하기 위해서는 모니터링 경과와 분석결과를 고려하여 실효성 있는 리콜이 될 수 있는 방법을 채용한다.

실시 중인 리콜 고지방법의 변경 · 수정에는 현재 방법의 보완과 새로운 방법의 결정이 있다. 현재 방법의 보완 시 고려해야 하는 것은 모니터링 결과 어떤 고지방법이 보다 효과적으로 소비자로부터의 반응이 높았는지를 확인하는 것이다. 보다 효과적인 방법이 있으면 그 방법을 사용하여 계속한다. 신문사고(社告)도 전국규모신문에서 지방신문으로 바꾸기도 하고, 기재방법도 보다 인지하기 쉬운 표기방법을 사용하도록 한다. 고객정보를 알고 있는 경우에도 한 두 번의 DM(Direct Mail)으로는 소비자가

응하지 않은 경우가 있으므로 반복해서 연락할 필요가 있다. 직접 전화를 걸거나 DM도 광고와 구별되도록 명확하게 "리콜"이라고 기재하는 등 보다 인지하기 쉬운 표현으로 바꾸도록 한다.

리콜체제에 관해서도 변경할 수 있다. 모니터링 데이터를 분석하는 것으로 소비자로부터의 연락이 반드시 콜센터만이 아니라 E-mail이나 상설고객상담센터 등으로 들어오는 경우에는 그러한 창구를 보완하기도 하고, 소비자와 의 채널을 충실히 할 필요가 있다. 이러한 현재방법의 보완으로도 여전히 소비자의 수중에 리콜제품이 남아있는 경우에는 현재방법과는 다른 새로운 방법을 사용하여야 한다. 그동안 연락을 해온 소비자의 모니터링 정보로부터 어떤 사람들 또는 어떤 지역에 아직 리콜제품을 사용하고 잇을 가능성이 있는지, 어떤 사용층과 소유층에게 연락이 닿지 않았는지를 분석하여 대책을 강구할 필요가 있다. 이를 통해 기존의 방법으로는 누락된 소비자층에 대한 연락과 확인할 수 없는 제품의 소재를 탐색할 수 있다.

기록작성, 리콜누락의 대한 대처 및 피드백

동일한 사고가 발생하지 않도록 사고 등의 발생원인을 확인하고, 확실히 개선되도록 할 필요가 있으므로 사고발생과 그 경위를 기록해두는 것이 중요하다. 사용자 등 정보제공 대상자를 특정할 수 없는 리콜인 경우, 리콜실시율을 100%로 하는 것은 매우 곤란하고, 리콜 누락이 발생할 수밖에 없다. 이러한 리콜누락이 있는 경우에는 사고의 재발방지를 위해서 홈페이지에 의한 계속적인 정보제공, 창구에서의 대응체제를 반드시 유지해야 한다.

리콜을 실시해서 얻은 경험은 향후 제품안전 관리체제와 리콜실시 여부 결정시의 판단기준 개정에 매우 유용한 정보가 된다. 개정이 필요하다고 판단되는 경우는 신속하게 재검토하여 개선하고 동일한 사고가 발생한 경우의 기초로 해야 한다. 또한 리콜을 실시하게 된 원인이 기본적인 기업자세와 경영자, 종업원의 윤리적인 문제인 경우도 있다. 그러한 경우에는 재차 동일한 문제가 발생하지 않도록 기업이념, 경영방침을 변경하고, 경영자와 종업원의 의식개혁을 위한 교육, 계발에 관한 근본적이고 구체적인 대응을 사내외에 제시하고, 실시해야 한다. 나아가 동일한 리콜이 모기업, 자회사, 관련회사, 다른 사업본부에서 반복하여 발생하는 경우도 있다. 이 경우 리콜을 실시하여 취득한 정보를 피드백하여 피드백된 정보를 업무에 확실하게 반영하는 것이 필수적이다.