

セフティマネジメント協会

実践！「わかる取説」の作り方講座開催

セフティマネジメント協会は東京都港区の東京都立産業貿易センター浜松町館で11月25日、実践！「わかる取説」の作り方講座を開催した。講師の山口純治氏は「製品の一部である取説はメーカーの伝えたいことを代弁し、ユーザーの知りたいことを伝える両者のコミュニケーションツール」と指摘した。



出崎氏



山口氏

はじめに出崎氏(佛キヤブテン代表取締役)が「NPOセフティマネジメント協会は、2002年2月内閣府の認証を得て活動を開始し、個人や企業のリスクについて

身近なテーマをとりえて具体的に支援している。特に力を入れている活動がPL対策の支援で、取説の作成について具体的に理解してもらおうのが狙いだ。各企業では取説へ

の積極的対策が顕著だが、取説作成者がPL法を十分理解しているか懸念している。6条からなるPL法にぜひ目を通してほしい。マニュアル作成者も日常生活では各種マニュアルを使って生活しているはず」とあいさつした。

セミナーではスバル・インテリジェント・サービス(佛)営業・企画部の山口純治副部長が次のように講演した。

◇ メーカーにとつての取説の位置付けは①誤使用による事故やPL賠償リスク軽減②問い合わせやクレーム対応コストの低減にある。

微妙な表現に長けており、日本人は分かりやすく正確に伝えるコミュニケーション技術を学んでおらず聞き手や読み手の能力に依存している。取説に求められる姿勢は、正しい情報が記載されており、簡単に見つけられ、それが容易に理解できることだ。

情報は分かりやすく加工して提供するテクニカルライティング技術が必要だ。読み手は商品の専門家ではないので全体(概要)から詳細(応用)へ、重要な事柄から詳細へといった配慮が重要。誤解されないよう冗長でなくシンプルな表現が求められる。

取説作成前に①どんな材料を使って②誰のため③どうして④コストはいくらで⑤どの期間に⑥どんなものを作るか⑦などを明確化すべき。分かりにくい取説は読み手に負担を与え、誤使用による製品事故発生のおそれがある。

注意・警告文は①製品が本質的に持っている危険性②正しい方法で使用した場合の危険性③合理的に見しうる誤用とのときの危険性をユーザーに正しく伝えるのが、メーカーに課せられた義務だ。

取説はコミュニケーションツール