

産業構造審議会

保安・消費生活用製品安全分科会

製品安全小委員会

中間取りまとめ

令和6年2月

目次

はじめに.....	3
第1章 製品安全を巡る現状.....	4
1. 概要.....	4
2. 重大製品事故の状況.....	5
第2章 昨今の環境変化・課題と制度的措置や取組の方向性（案）.....	7
1. 海外事業者からの直接販売等を通じた製品の安全確保のための対応.....	7
（1）環境変化と課題.....	7
①インターネット取引の拡大.....	7
②インターネット取引に対する政府の取組とインターネットモール事業者の協力.....	11
（2）制度的措置と取組の方向性.....	12
①海外から直接販売される製品の安全確保のための措置.....	12
（ア）海外から直接販売をする事業者の位置付け.....	12
（イ）国内において必要な措置をとる者.....	13
②インターネットモール等を通じた製品の安全確保のための措置.....	14
③届出情報の公表に関する措置.....	14
（3）取組を進めるに当たっての留意事項.....	15
2. 玩具などのこども用の製品の安全確保のための対応.....	16
（1）環境変化と課題.....	16
（2）制度的措置と取組の方向性.....	19
①こども用の製品による事故を未然防止するための措置.....	19
②こども用の製品の特徴を踏まえた必要な措置.....	19
③制度導入前に製造・輸入された製品の取扱いに関する措置.....	20
④中古品の取扱いに関する措置.....	20
（3）取組を進めるに当たっての留意事項.....	21
3. その他の措置事項.....	22
おわりに.....	24
委員名簿.....	26

はじめに

製品安全４法（消費生活用製品安全法、電気用品安全法、ガス事業法、液化石油ガスの保安の確保及び取引の適正化に関する法律）は、危害のおそれがある製品等を指定し、製造・輸入事業者に対し、国が定めた技術基準への適合義務等を課しており、消費生活用製品等の安全を確保する観点から重要な制度である。また、2006年の消費生活用製品安全法の改正では、重大製品事故の報告・公表制度が創設されるなどして、より迅速に事故の把握が可能となり、消費生活用製品の安全の確保に大きな役割を果たしてきた。

一方で、昨今、製品安全４法を巡る環境は大きく変化している。例えば、2022年の我が国の電子商取引市場規模（B to C物販系分野）は14兆円に迫るなど、インターネット取引の存在感は一段と高まっている。こうした中、インターネットモール等で販売された、主に海外から輸入された製品において、法令に違反した方式で販売されたり、重大製品事故が生じたりしている。また、こども用の製品については、大人用の製品以上に安全性が求められるが、海外で販売停止となった危険な製品であってもインターネット等を通じて容易に流入する状況となっている。

こうした環境変化を踏まえた製品安全４法を巡る課題を整理するため、経済産業省は、2023年1月に「消費生活用製品の安全確保に向けた検討会」を設置した。同検討会は、同年6月まで6回開催され、製品安全４法の課題の整理及びその対応策に関する検討を行い、その検討結果の取りまとめを行った。

上記内容を踏まえつつ、制度化に当たっての具体的な課題や論点を整理するため、本小委員会（産業構造審議会 保安・消費生活用製品安全分科会 製品安全小委員会）を開催し、さらに審議を深めてきた。本「中間取りまとめ」は、これまでの議論や検討を踏まえ、消費生活用製品の安全確保のための、今後の制度措置及び取組の方向性について一定の取りまとめを行うものである。

第1章 製品安全を巡る現状

1. 概要

消費者を製品事故の危険性から守るための製品安全行政は、製品安全4法による規制や、消費者への情報提供、製品安全対策優良企業表彰（PS アワード）などによるサプライチェーン（製造・輸入事業者、流通事業者、販売事業者、インターネットモール事業者等）全体の自主的取組の支援など、幅広い取組を通じて行われている。

その中でも、製品安全行政の根幹である製品安全4法では、消費生活用製品の市場投入前に、技術基準への適合等を求める「事前規制」と、市場投入後に、事故への対応やリコール等を求めるといった「事後規制」の2つの側面から措置を行っている。

市場投入前の事前規制については、製品安全4法はいずれも共通の構造となっている¹。すなわち、①危害のおそれがある製品等（PS マーク対象製品）について、製造・輸入事業者に対して、国が定める技術基準への適合を義務付け、②製造・輸入事業者は、技術基準への適合を確認した場合にPS マークを付することができ、③販売事業者等は、PS マークの付されていないPS マーク対象製品を販売・陳列できないこととしている。④そのうえで、技術基準への不適合等により消費者への危害が発生・拡大することを防止する必要がある場合等には、主務大臣は製造・輸入事業者に対し、表示の禁止²や危害防止命令³を発動することが可能という内容となっている。

市場投入後の事後規制には、消費生活用製品安全法で規定されており、PS マーク対象製品のみを対象とした事前規制とは異なり、全ての消費生活用製品を対象としていることが大きな特徴といえる。具体的には、①製造・輸入事業者は、死亡や火災等の要件に該当する重大製品事故⁴の発生を知った場合は、内閣総理大臣に報告することが義務付けられ、②販売事業者等が、重大製品事故の発生を知った場合には、製造・輸入事業者に通知する努力義務が課されている。③内閣総理大臣は重大製品事故情報を迅速に公表し、主務大臣は独立行政法人製品評価技術基盤機構（NITE）とともに原因調査を行い、事故の再発防止を図り、④重大製品事故が生じた消費生活用製品等により消費者への危害が発生・拡大することを防止する必要がある場合等には、主務大臣は製造・輸入事業者に対し、危害防止命令⁵を発動することが可能となっている。

¹ 1999年に制定された「通商産業省関係の基準・認証制度等の整理及び合理化に関する法律」により、共通の構造となった。

² 特定製品が技術基準に適合していない場合等において、届出に係る型式の特定製品にPS マークを付することを禁止すること（消費生活用製品安全法第15条）。他の3法にも同趣旨の規定がある。

³ 販売した当該特定製品の回収を図ることその他当該特定製品による一般消費者の生命又は身体に対する危害の発生及び拡大を防止するために必要な措置をとるべきことを命ずること（消費生活用製品安全法第32条）。他の3法にも同趣旨の規定がある。

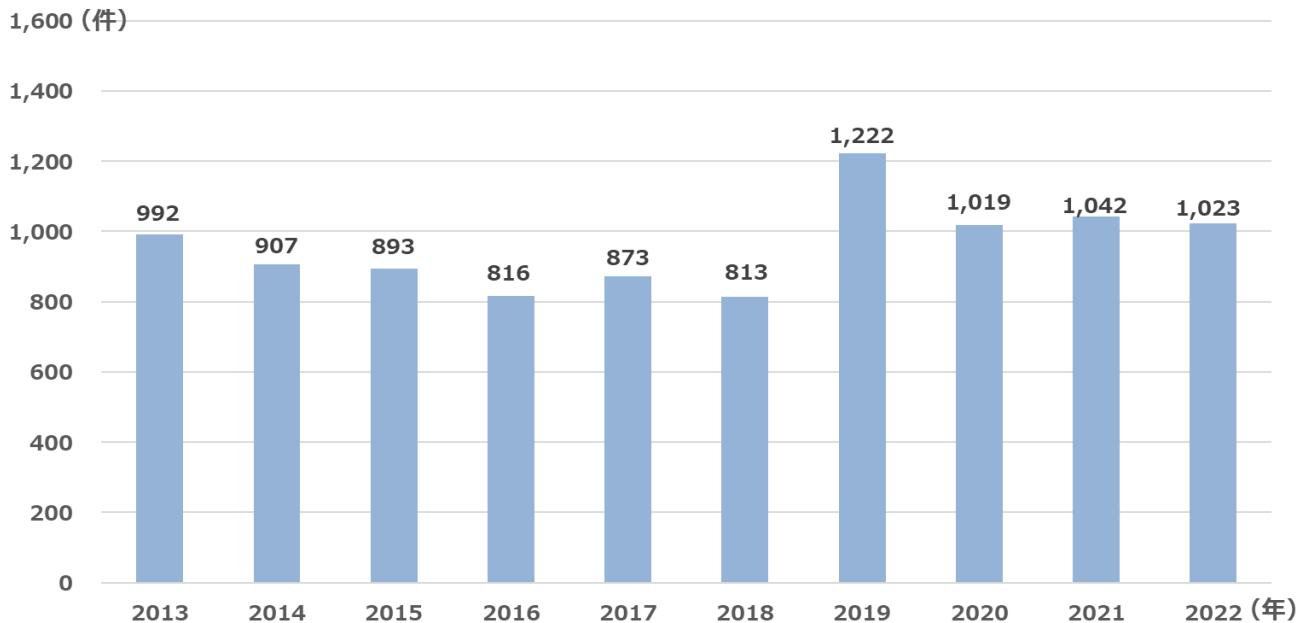
⁴ 火災事故、死亡事故以外にも、重症病事故（治療に要する期間が30日以上を負傷・疾病）、後遺障害事故、一酸化炭素中毒事故も、重大製品事故に含まれる。

⁵ 消費生活用製品の回収を図ることその他当該消費生活用製品による一般消費者の生命又は身体に対する重大な危害の発生及び拡大を防止するために必要な措置をとるべきことを命ずること（消費生活用製品安全法第39条第1項）。

2. 重大製品事故の状況

重大製品事故の件数について、直近 10 年間の推移を見ると、2013 年から 2018 年までは重大製品事故の発生件数が減少傾向となっているが、リコール対象製品の自転車の事故が多発した 2019 年に傾向が変わり、直近 3 年は横ばいの傾向である（図 1）。

図 1 重大製品事故の件数の推移



（出典）産業構造審議会 製品安全小委員会（第 10 回）（令和 5 年 3 月 28 日）資料 1（抜粋）

消費生活用製品安全法に基づいて消費者庁から経済産業省製品安全課に通知された重大製品事故（事故の受付日ベース）をもとに経済産業省製品安全課で集計

※消費者庁が事業者から重大製品事故報告を受理した日で計上。

重大製品事故の原因について、2021 年の調査結果を見ると、製品に起因する事故（製品起因事故）の割合は 30.8%、誤使用・不注意⁶及び偶発的事故等⁷（誤使用事故等）の割合は 28.8%とそれぞれ約 3 割となっている（図 2）。製品起因事故については当該製品の製造・輸入事業者によるリコール対応や技術基準の見直し等のルール適用による再発防止策が効果的だが、誤使用事故等については使用者の使い方や使用環境等によるため、一般的に一律な対策がとりにくい。重大製品事故件数の低減には、製品起因事故のみならず、誤使用事故等の件数の低減にも取り組む必要があり、そのためには、消費者に正しい使用方法を周知することが一つの対策である。これに加え、誤使用が起きにくい製品づくりの推進や、こうした製品の消費者への情報提供の充実など、市場を活用した安全確保に取り組んでいくことが求められる。

⁶ 誤使用・不注意とは、消費者が使用目的を知りつつ誤った使い方をしたこと（石油ストーブの上で衣類を乾かす等）、修理や使用中止を勧告されていたにもかかわらず使い続けたことなどが挙げられる。

⁷ 偶発的事故等とは、製品に起因しないか（ただし誤使用と言い切れない）、又は、使用者の感受性に関係すると考えられるものをいう。

図2 重大製品事故の原因と推移

受付年	製品起因	経年劣化	設置・ 修理不良	誤使用・ 不注意	偶発的事故等	原因不明	調査不能	非重大製品 事故等	調査中	合計
2020年	302件	38件	21件	91件	181件	336件	45件	4件	1件	1,019件
	29.6%	3.7%	2.1%	8.9%	17.8%	33.0%	4.4%	0.4%	0.1%	100.0%
2021年	321件	58件	19件	72件	228件	293件	22件	5件	24件	1,042件
	30.8%	5.6%	1.8%	6.9%	21.9%	28.1%	2.1%	0.5%	2.3%	100.0%
2022年	209件	17件	11件	56件	154件	239件	8件	2件	327件	1,023件
	20.4%	1.7%	1.1%	5.5%	15.1%	23.4%	0.8%	0.2%	32.0%	100.0%

（出典）産業構造審議会 製品安全小委員会（第10回）（令和5年3月28日）資料1（抜粋）

経済産業省製品安全課において把握した重大製品事故（重大製品事故の受付日ベース）に基づき製品安全課で作成

※2022年12月末時点の調査結果に基づくものであり、調査の進展を受けて件数に変更が生じる可能性がある。

第2章 昨今の環境変化・課題と制度的措置や取組の方向性（案）

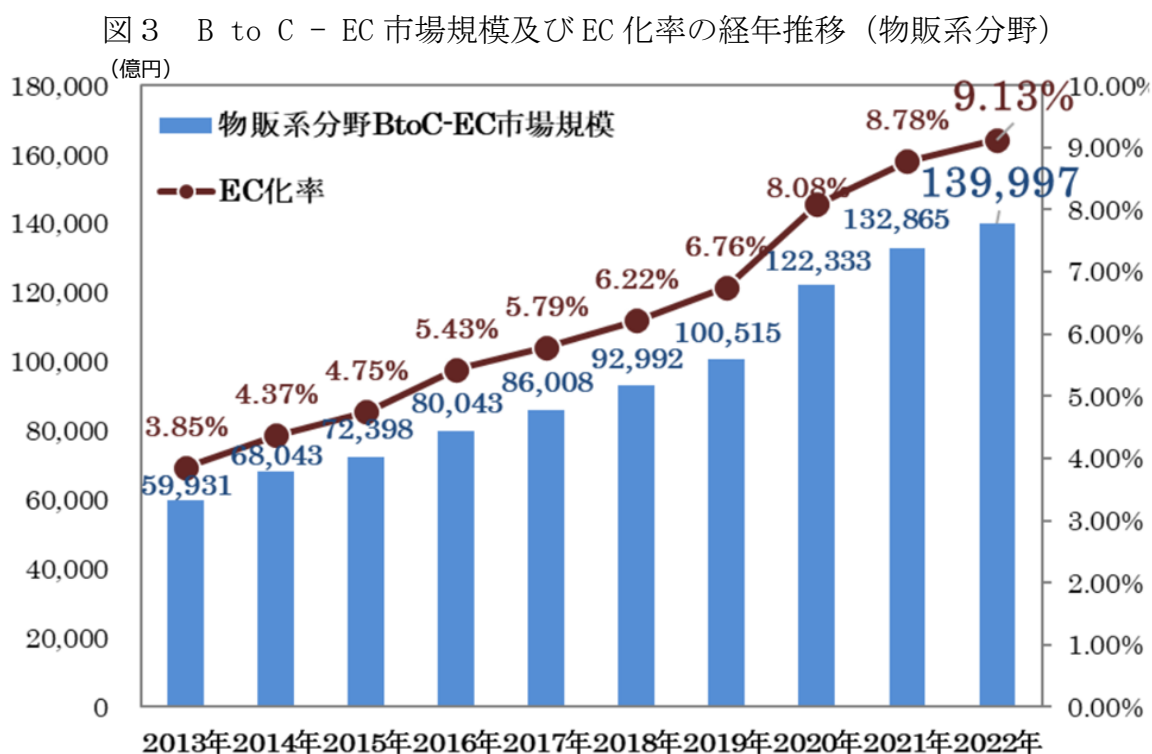
1. 海外事業者からの直接販売等を通じた製品の安全確保のための対応

（1）環境変化と課題

①インターネット取引の拡大

製品安全を巡る最も大きな環境変化は、インターネット取引の拡大によってもたらされていると考えられる。物販系分野の消費者向け電子商取引市場は年々拡大しており、2022年の市場規模は14兆円に迫り、EC化率⁸は9%超となっている（図3）。特に書籍等⁹

（52.16%）や生活家電等¹⁰（42.01%）は、高いEC化率（いずれも2022年時点の割合）となっており（図4）、インターネット取引が消費者の間で十分定着していることがうかがえる。



（出典）経済産業省 令和4年度デジタル取引環境整備事業（電子商取引に関する市場調査）

※市場規模は、公知情報調査、業界団体及び事業者ヒアリング調査に基づく値。

⁸ 電子商取引比率のことをいい、全ての商取引金額（商取引市場規模）に対する、電子商取引市場規模の割合を指す。なお、ここでのEC化率の算出対象は、物販系分野としている。

⁹ 映像・音楽ソフトを含む。

¹⁰ AV機器、PC・周辺機器等を含む。

図4 物販系分野のB to C - EC市場規模

分類		2021 年		2022 年	
		市場規模 (億円) ※下段：前年比	EC 化率	市場規模 (億円) ※下段：前年比	EC 化率
①	食品、飲料、酒類	25,199 (14.10%増)	3.77%	27,505 (9.15%増)	4.16%
②	生活家電、AV 機器、PC・周辺機器等	24,584 (4.66%増)	38.13%	25,528 (3.84%増)	42.01%
③	書籍、映像・音楽ソフト	17,518 (7.88%増)	46.20%	18,222 (4.02%増)	52.16%
④	化粧品、医薬品	8,552 (9.82%増)	7.52%	9,191 (7.48%増)	8.24%
⑤	生活雑貨、家具、インテリア	22,752 (6.71%増)	28.25%	23,541 (3.47%増)	29.59%
⑥	衣類・服装雑貨等	24,279 (9.35%増)	21.15%	25,499 (5.02%増)	21.56%
⑦	自動車、自動二輪車、パーツ等	3,016 (8.33%増)	3.86%	3,183 (5.55%増)	3.98%
⑧	その他	6,964 (8.42%増)	1.96%	7,327 (5.22%増)	1.89%
合計		132,865 (8.61%増)	8.78%	139,997 (5.37 %増)	9.13%

(出典) 経済産業省 令和4年度デジタル取引環境整備事業（電子商取引に関する市場調査）

インターネット取引が極めて身近になっている反面、それに伴い関連するトラブルも多く生じている状況がうかがえる。具体的には、製品安全分野に限らないものの、全国の消費者から消費生活センター等が受け付けた消費生活相談の総件数（2022年度約89.6万件）に関して、販売方法・手口別で見た場合、「インターネット通販」（同約22.0万件）が最多で、全体の約25%を占めるという結果が示されている（図5）。また、インターネット取引の拡大により消費者に利便性がもたらされている反面、例えば重大製品事故に占めるインターネット取引で販売された製品による事故の割合は年々増加する傾向が見受けられる¹¹（図6）など、製品安全に関する課題も浮き彫りになってきている。

¹¹ 重大製品事故の中で多いのは、モバイルバッテリーや電気掃除機用バッテリーなど、バッテリー関係の製品となっている。

図5 販売方法・手口別にみた相談の特徴（2022年度、上位10位）

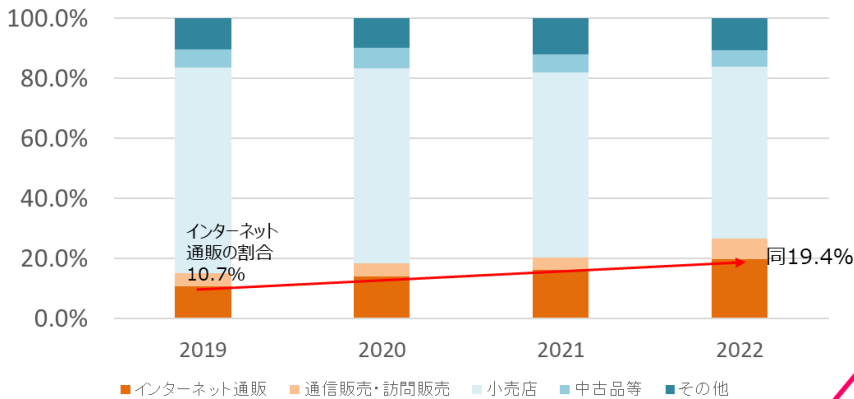
順位	販売方法・手口	件数	男女別の傾向		平均年齢	契約当事者の年代等(%)	平均契約購入金額(円) 平均販売金額(円)	主な商品・役務等 (括弧内の数値は各項目の件数に占める割合(%))
		(2021年度)	性別	件数		契約当事者の職業等(%)		
1	インターネット通販	219,741 (187,980)	男性 女性	87,844 126,541	50.4	20歳未満(4.6)、20歳代(8.8)、30歳代(10.2)、40歳代(16.9)、50歳代(21.9)、60歳代(17.4)、70歳以上(13.5)、無回答(未入力)(6.8) 給与生活者(49.8)、自営・自由業(5.8)、家事従事者(11.6)、学生(5.6)、無職(17.8)、企業等(0.6)、不明・無回答(未入力)(8.7)	175,012 118,032	①化粧品(25.4)、②健康食品(6.9)、③紳士・婦人洋服(5.0)、④商品一般(4.5)、⑤アダルト情報(3.6)
2	定期購入	101,740 (61,729)	男性 女性	27,606 73,031	57.5	20歳未満(3.6)、20歳代(2.6)、30歳代(4.7)、40歳代(13.9)、50歳代(24.4)、60歳代(23.0)、70歳以上(22.9)、無回答(未入力)(4.8) 給与生活者(44.2)、自営・自由業(5.2)、家事従事者(16.0)、学生(3.8)、無職(23.3)、企業等(0.0)、不明・無回答(未入力)(7.5)	16,296 3,507	①化粧品(68.4)、②健康食品(20.5)、③医薬品類(2.1)、④タバコ用品(2.1)、⑤飲料(1.5)
3	家庭訪問販売	45,969 (52,176)	男性 女性	20,548 23,951	64.3	20歳未満(0.7)、20歳代(6.7)、30歳代(6.1)、40歳代(7.7)、50歳代(9.8)、60歳代(13.0)、70歳以上(46.6)、無回答(未入力)(9.4) 給与生活者(27.6)、自営・自由業(4.7)、家事従事者(14.3)、学生(1.7)、無職(41.7)、企業等(0.9)、不明・無回答(未入力)(9.1)	1,248,018 447,539	①屋根工事(12.3)、②修理サービス(9.8)、③新聞(7.1)、④電気(5.4)、⑤インターネット接続回線(4.8)
4	電話勧誘販売	36,966 (38,856)	男性 女性	14,886 18,897	59.6	20歳未満(0.8)、20歳代(9.8)、30歳代(6.3)、40歳代(8.0)、50歳代(12.4)、60歳代(14.8)、70歳以上(34.3)、無回答(未入力)(13.7) 給与生活者(31.1)、自営・自由業(7.4)、家事従事者(12.8)、学生(2.1)、無職(31.4)、企業等(6.5)、不明・無回答(未入力)(8.7)	625,280 318,869	①インターネット接続回線(13.5)、②他の役務サービス(9.3)、③魚介類全般(7.6)、④商品一般(5.9)、⑤電気(5.2)
5	かたり商法(身分詐称)	21,546 (20,903)	男性 女性	9,151 11,200	63.8	20歳未満(0.6)、20歳代(3.0)、30歳代(3.8)、40歳代(6.9)、50歳代(13.0)、60歳代(23.0)、70歳以上(37.8)、無回答(未入力)(11.7) 給与生活者(27.9)、自営・自由業(5.4)、家事従事者(15.7)、学生(1.1)、無職(34.4)、企業等(2.1)、不明・無回答(未入力)(13.3)	482,566 230,118	①商品一般(32.4)、②社会保険(15.0)、③他の行政サービス(6.3)、④他の役務サービス(4.6)、⑤インターネット接続回線(3.8)
6	代引配達	21,361 (20,536)	男性 女性	8,071 12,804	54.4	20歳未満(2.9)、20歳代(6.0)、30歳代(9.7)、40歳代(17.0)、50歳代(20.8)、60歳代(15.8)、70歳以上(20.6)、無回答(未入力)(7.3) 給与生活者(48.5)、自営・自由業(5.4)、家事従事者(13.3)、学生(3.5)、無職(20.6)、企業等(0.3)、不明・無回答(未入力)(8.5)	27,067 13,182	①かばん(10.8)、②紳士・婦人洋服(9.5)、③魚介類全般(8.3)、④時計・時計付属品(7.6)、⑤健康食品(6.4)
7	偽サイト	18,364 (15,488)	男性 女性	7,540 10,348	46.0	20歳未満(1.9)、20歳代(11.6)、30歳代(16.8)、40歳代(24.2)、50歳代(22.1)、60歳代(11.7)、70歳以上(5.4)、無回答(未入力)(6.2) 給与生活者(61.8)、自営・自由業(5.9)、家事従事者(10.9)、学生(3.4)、無職(9.9)、企業等(0.8)、不明・無回答(未入力)(7.7)	57,036 52,538	①家具類(9.1)、②商品一般(8.4)、③紳士・婦人洋服(7.9)、④かばん(7.9)、⑤時計・時計付属品(6.3)
8	無料商法	16,632 (16,711)	男性 女性	6,148 8,695	52.4	20歳未満(4.1)、20歳代(11.9)、30歳代(8.3)、40歳代(11.3)、50歳代(14.6)、60歳代(13.8)、70歳以上(21.4)、無回答(未入力)(14.7) 給与生活者(37.4)、自営・自由業(5.7)、家事従事者(10.9)、学生(6.3)、無職(23.8)、企業等(9.5)、不明・無回答(未入力)(6.6)	347,410 117,914	①化粧品(11.7)、②広告代理サービス(7.4)、③アダルト情報(5.6)、④他の役務サービス(4.7)、⑤折とうサービス(4.3)
9	フィッシング	14,317 (12,200)	男性 女性	6,437 6,816	58.4	20歳未満(1.0)、20歳代(4.2)、30歳代(6.2)、40歳代(11.5)、50歳代(18.9)、60歳代(19.6)、70歳以上(26.0)、無回答(未入力)(12.6) 給与生活者(39.6)、自営・自由業(4.7)、家事従事者(11.3)、学生(1.6)、無職(27.6)、企業等(1.3)、不明・無回答(未入力)(13.9)	121,458 39,813	①商品一般(67.1)、②他の行政サービス(3.3)、③移動通信サービス(3.3)、④その他金融関連サービス(2.8)、⑤複合サービス会員(1.1)
10	サイドビジネス商法	13,793 (15,473)	男性 女性	5,017 8,582	36.0	20歳未満(4.3)、20歳代(43.2)、30歳代(14.0)、40歳代(12.2)、50歳代(11.8)、60歳代(5.7)、70歳以上(4.4)、無回答(未入力)(4.5) 給与生活者(59.3)、自営・自由業(5.7)、家事従事者(6.7)、学生(10.0)、無職(12.6)、企業等(0.2)、不明・無回答(未入力)(5.5)	824,540 608,608	①内職・副業その他(31.9)、②他の役務サービス(9.7)、③娯楽等情報配信サービスその他(7.6)、④金融コンサルティング(6.1)、⑤出会い系サイト・アプリ(6.1)

(出典) 令和5年8月9日 独立行政法人国民生活センター「2022年度 全国の消費生活相談の状況」表12 抜粋

図6 インターネット取引で販売された製品による事故の割合

重大製品事故の製品入手経路

※重大製品事故報告のうち、入手先が判明している事故を分類したもの（製品の入手先不明の事故については除外）。



	2019年	2020年	2021年	2022年
インターネット通販	73	78	76	103
通信販売・訪問販売	31	25	19	37
小売店	468	364	289	301
中古品等	43	38	28	28
その他	70	55	56	61
不明	537	459	574	493
計	1,222	1,019	1,042	1,023

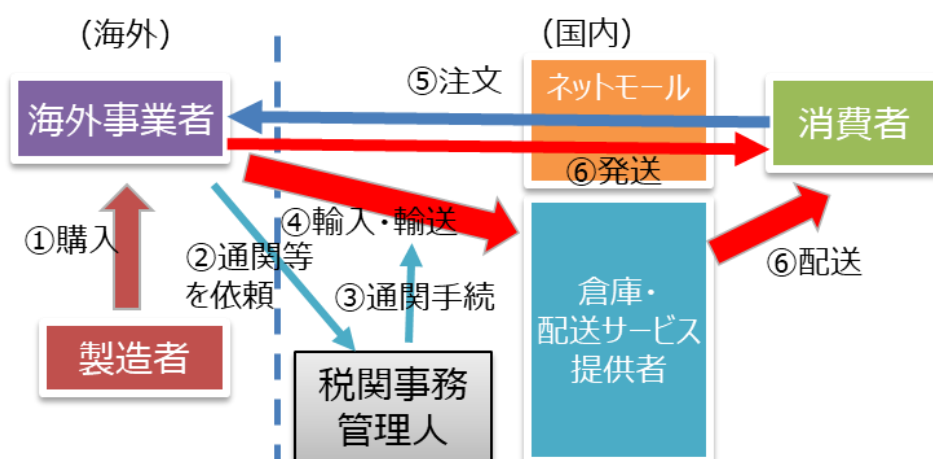
2020年～2022年の合計：257件。
このうち以下の上位8品目で半数近く
(121件：47%)を占める。

- 24件 二次電池
- 23件 リチウムイオン電池内蔵充電器
(モバイルバッテリー)
- 16件 ガストーチ
- 14件 ポータブル電源
- 13件 電動アシスト自転車
- 11件 照明器具
- 10件 携帯電話
- 10件 電気ストーブ

(出典) 消費生活用製品安全法に基づいて消費者庁から経済産業省製品安全課に通知された重大製品事故
(事故の受付日ベース)をもとに製品安全課で集計
※各年の12月末時点の調査結果に基づいて集計したもの。

このような状況は、昨今、インターネットモール等を通じ、特に海外事業者が国内の輸入事業者を介さずに、直接国内の消費者に対して消費生活用製品を販売する機会（図7）が増大していることに一因があるのではないかと考えられる。こうした流通形態においては、製品安全4法上の義務を果たすべき製造・輸入事業者¹²が国内に存在しないため、国内の事業者であれば履行されるべき義務が履行されず、また、事故が生じた製品の回収等が行われないことにより、国内の消費者の生命又は身体の安全の確保が困難となる事態が生じつつある。

図7 海外事業者から国内の消費者への直接販売時の流れ（例示・概略図）



※インターネットモール事業者が、倉庫・配送サービスをフルフィルメントサービスとして提供する場合もある。

こうした流通形態は、日本に限らず、世界中で行われているため、同様の課題は諸外国でも生じていると考えられる。現に、EU では、既存の一般製品安全指令（GPSD）に代わる新たな一般製品安全規則（GPSR）が2021年6月に提案され、欧州議会及び欧州理事会での了承を経て2023年5月23日に公布、同年6月12日に施行¹³された。これにより、インターネットモール事業者に対して、製品安全に関する義務が新たに課されることとなる。このようなEUの動きも参考にしつつ、我が国における対応についても検討していくことが必要である。

電子商取引の市場規模は今後も堅調に推移する見通しであることから、インターネットで取引される製品が安全なものであることはより重要性を増していくと考えられ、安全な製品の流通する市場環境が整った中で電子商取引市場が成長していくことが必要といえる。

¹² 製品安全4法は、国内の製造・輸入事業者に技術基準への適合等を課しているが、これは、製品の我が国市場への第一次的供給者としての位置付けを踏まえたものである。

¹³ ただし、18か月の移行期間が設けられている（2024年12月13日から適用開始）。

②インターネット取引に対する政府の取組とインターネットモール事業者の協力

経済産業省では、PS マーク対象製品のインターネットでの販売状況について、その実態を把握しつつ、インターネットモール事業者と協力体制を構築し、インターネットで販売される違反品対策に取り組んでいる。具体的には、2017 年 9 月から定期的に連絡会合を開催して情報交換を進めるとともに、2020 年 7 月には、違反や事故が多い 3 つの製品¹⁴について、インターネットモール事業者に対して、不適合品でないことを出品時に確認すること（出品前確認）を求めた。

また、2020 年 11 月からは、主にインターネットモール上で販売される製品を市場監視する目的で、経済産業省が、出品者（販売事業者）に対して法令遵守状況を確認するネットパトロール事業¹⁵を開始している。2021 年度に実施されたネットパトロール事業では、インターネット上で取引されている PS マーク対象製品で、表示義務違反が疑われる製品の出品者に対して電子メールでの照会をした結果、PS マーク等の表示について、違反が確認されたものは 82 件、違反の疑いがあったもの¹⁶は 81 件判明し、合計 163 件が出品削除された（図 8）。電子メールアドレスが分からず、経済産業省が直接連絡を取ることができない出品者が多く存在した上に、同照会に対して回答があった出品者の約半数が違反又はその疑いがあることが分かった。直接連絡を取ることができない出品者のほとんどは海外事業者であり、海外事業者による出品については、法令遵守状況を照会するだけでも大きな課題があることが確認された。これらの課題を踏まえて、経済産業省において、インターネット取引市場を監視し、着実に執行業務を遂行していく取組を引き続き充実・強化していくことが必要である。

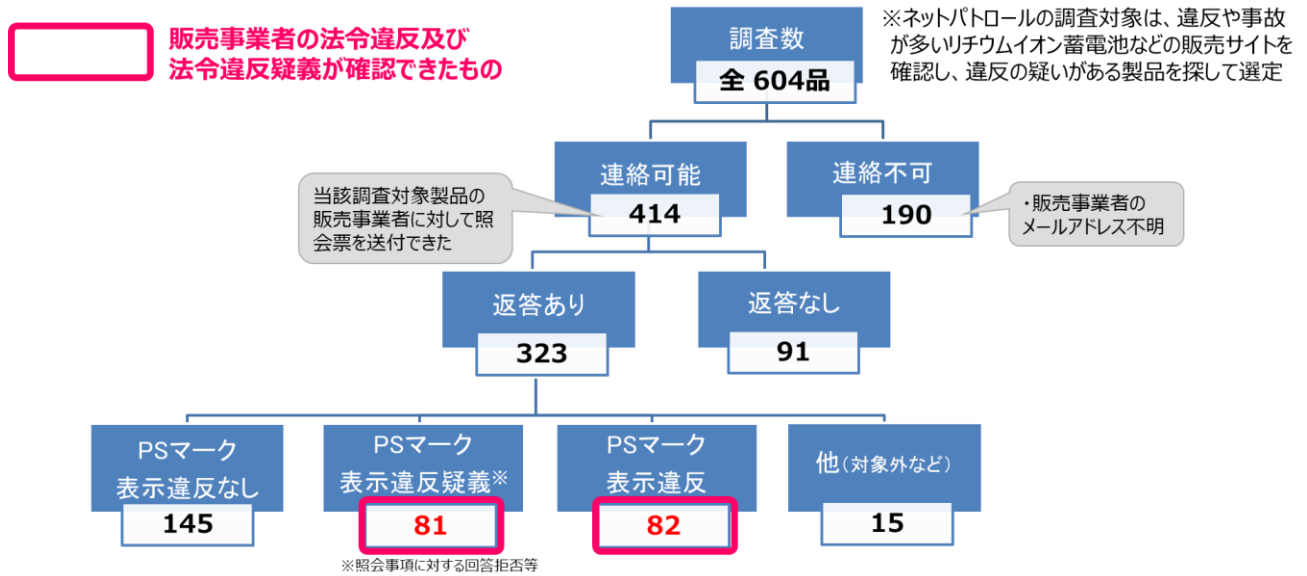
なお、インターネット上での取引ではなく、実店舗における PS マーク対象製品の流通実態を把握するため、製品安全 4 法での執行業務の一環で、地方自治体による実店舗への立入検査が継続的に行われている。2021 年度の地方自治体による販売事業者への立入検査として約 6,000 件行われたうち、そこで判明した PS マーク等の表示義務違反は 4 件であった。調査や立入検査の実施方法、執行部署の違い等もあり、ネットパトロール事業と地方自治体による立入検査の結果（違反事業者の件数）を単純に比較することはできないものの、インターネット取引は違反品が売られやすい環境にあるのではないかと考えられる。

¹⁴ リチウムイオン蓄電池、携帯用レーザー応用装置（レーザーポインター）及びカートリッジガスコンロの 3 品目。2022 年 10 月に乗車用ヘルメット（バイク用）を追加し、現在は 4 品目について対応を求めている。

¹⁵ インターネットモールで販売されている製品において製品安全 4 法で規定されている適切な表示（PS マーク等）がなされているか等の実態をインターネットモール事業者の協力を得て調査する事業。

¹⁶ 照会事項に対する回答拒否等がなされ、表示義務違反が明確に確認できなかったケース。

図8 2021年度ネットパトロール事業の結果



(出典) 産業構造審議会 製品安全小委員会 (第10回) (令和5年3月28日) 資料1 (抜粋、一部加工)

こうした中、我が国でも2023年6月にインターネットモール事業者が署名した製品安全誓約（プレッジ）に基づき、インターネットモールに出品された製品の安全性の確保に向けて、当該事業者による新たな自主的取組を進める枠組みが整った。製品安全誓約においては、個別法令を所管する規制当局が、当該法令に違反する製品等の出品削除をインターネットモール事業者に要請し、2日以内に削除すること等が取組の柱となっており、当該事業者の取組状況についても国が確認する仕組みとなっている。製品安全誓約に基づく取組には、複数の関係省庁及び大手インターネットモール事業者が関与しており、インターネット取引市場における製品安全の促進に向けて、大きな効果を発揮することが期待される。

（２）制度的措置と取組の方向性

①海外から直接販売される製品の安全確保のための措置

（ア）海外から直接販売をする事業者の位置付け

上記（１）①のとおり、インターネットモール等を通じ、海外事業者が国内の輸入事業者を介さずに直接国内の消費者に消費生活用製品を販売する機会が増大しているところ、このような流通形態は、現行の製品安全４法においては想定されていなかったものと考えられる。

一方で、改めて流通形態を確認すると、図9のとおり、当該直接販売をする者は、現行の製造・輸入事業者と同様に、製品の我が国市場への第一次的供給者として捉えることができる。このため、これらの事業者について、現行の製造・輸入事業者と同様に、規制対象となることを明確化することが必要である。

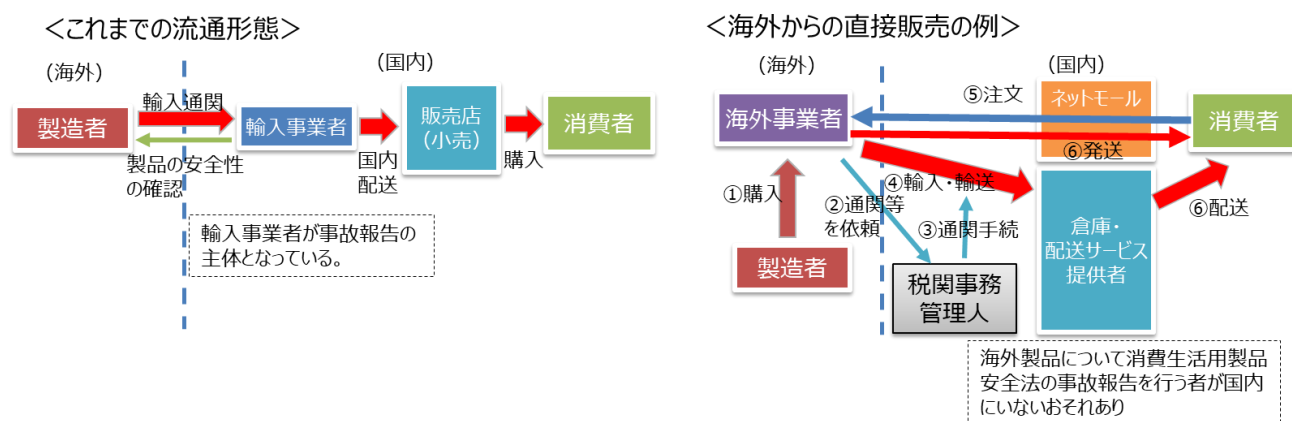
具体的には、

- ・事前規制に係る措置として、PSマーク対象製品を海外から直接販売する際には、（現行

の製造・輸入事業者と同様に) 当該事業者において、届出を可能とするとともに、技術基準への適合を求め、技術基準へ適合した場合には PS マークを付することができることとし、PS マークのあるものでなければ販売できないこと

- ・事後規制に係る措置として、重大製品事故の国への報告等を求めること
- とすることで、製品の安全確保を図る措置を講じていくことが適切である。

図9 製品安全4法で関係する事業者の概略図



（イ）国内において必要な措置をとる者

一方で、これらの海外事業者は、地理的に遠隔な場所（海外）にいることもあり、法の執行に当たっての課題も想定される。また、当該事業者が販売等する製品に何らかの問題があった場合に直接対応することが困難であることも想定される。このため、国内外の事例（図10）も参考として、当該事業者に対し、当該事業者に代わって国内で必要な対応をとる者を選任させることで、当該事業者が果たすべき義務の履行を担保することが必要である。

具体的には、海外から PS マーク対象製品の直接販売を行う事業者が、製品安全4法に基づく届出を行う際、消費者の生命又は身体に対する危害の発生及び拡大を防止するために必要な措置をとらせるための者（以下「国内管理人」という。）の選任を求めることが適切である。具体的には、国内管理人の選任を求めるとともに、当該国内管理人の氏名・住所等を届け出させることが必要と考えられる。その際、日本国内に住所を有すること等国内管理人に求める条件や責務についても併せて検討を行うことも必要である。

図 10 国内管理人の選任が制度化されている例

農薬取締法

(外国製造農薬の登録)

第三十四条 外国において本邦に輸出される農薬を製造し、又は加工してこれを販売する事業を営む者は、当該農薬について、農林水産大臣の登録を受けることができる。

2 前項の登録を受けようとする者は、本邦内において品質の不良な農薬の流通の防止に必要な措置をとらせるための者を、本邦内に住所を有する者（外国法人で本邦内に事務所を有するものの当該事務所の代表者を含む。）のうちから、当該登録の申請の際選任しなければならない。

3 第一項の登録を受けた者（以下「登録外国製造業者」という。）は、前項の規定により選任した者（以下「国内管理人」という。）を変更したときは、その変更の日から一月以内に、その理由を付してその旨を農林水産大臣に届け出なければならない。

②インターネットモール等を通じた製品の安全確保のための措置

現行の製品安全4法では、インターネットモール事業者は、自身が製造・輸入事業者や販売事業者に該当しない場合は規制対象とはなっていない。もっとも、上記（1）②のとおり、自主的な取組である製品安全誓約に基づく取組が開始され、出品された製品の安全性の確保に向けた取組が強化されている。実際に、2023年11月には、同年10月の実績として、製品安全誓約に基づいて29件の出品削除がなされた旨が消費者庁から公表されるなど、その取組が進められている。

こうした自主的な取組を最大限尊重しつつ、製品安全誓約に基づく取組を行っていない事業者にも対応できるよう、消費者の安全確保の観点や、当該製造・輸入事業者等に対する措置を補完する観点から、インターネットモール事業者に対し、危険な製品の出品削除の要請等を措置することが適切である。

具体的には、

- ・国内の消費者に提供される消費生活用製品について、消費者の生命又は身体に危害が発生するおそれがあると認められ、
- ・かつ、その製造・輸入事業等に対して、販売の一時停止等を求める命令を発出したとしても適切な対応がとられないこと又はそもそも当該事業者と連絡がつかないこと等の理由により、現に当該事業者によって必要な措置が講じられることを期待できないとき

には、インターネットモール事業者に対し、当該製造・輸入事業者等による当該消費生活用製品の販売に係る当該インターネットモールの利用の停止等を要請できるようにすることなどが考えられ、製造・輸入事業者等に対する措置を補完させることが必要である。

③届出情報の公表に関する措置

インターネット取引の普及等を背景に、国内外において様々な製品が様々な流通形態を通じて従前よりも容易かつ大量に取引されており、また、取引の迅速性が重視されるようになっていることから、製造・輸入事業者が必要な届出を行っているかどうかを迅

速かつ簡便に確認するニーズがインターネットモール事業者のほか当該製品を取り扱う事業者や消費者の間で高まっている。

今般新たに規制の対象として位置付ける海外から直接販売する事業者を始めとして、インターネットモール等を通じて国内の消費者に販売する事業者において、必要な届出等を行うことなく特定製品を出品する可能性が相応にあるところ、インターネットモール事業者においては、当該製品の製造・輸入事業者の届出情報（国内管理人に係る情報も含む）を確認し、届出の事実が確認できない場合等においては当該製品の出品を認めないといったことが期待される。また、事故防止の観点からは、消費者自身が届出情報を確認し、場合によってはその購入を避けるといったことも期待される。

安全な製品の流通を通じて、消費者の利益を保護するためには、上記のような製品を取り扱う事業者や消費者が自発的かつ迅速に届出情報を活用できるよう届出情報を公表し、製品の安全性を確認できる環境を整備することで、流通の初期段階で安全でない製品の国内流通を防ぐことを可能とすることが望ましい。

（３）取組を進めるに当たっての留意事項

現行の製品安全４法の執行に際しても、海外からの輸入品やインターネット販売等を通じた製品について、技術基準や表示義務の違反事例が見受けられている（図 11）。新たな流通形態への制度的措置の検討と併せ、現行法における課題に対しては、引き続き適切に対処していくことが求められる。

図 11 電気用品安全法での試買テスト結果の概要（違反事例の件数）

分類	代表的な電気用品	品目数	機種数	うち不適合品目数	うち技術基準不適合の機種数	うちPSE表示不適合の機種数
特定電気用品	直流電源装置 その他の家庭機器用変圧器 電気温水器	3品目	12機種 [うち、輸入機種数9]	2品目	5機種 [うち、輸入機種数3] (41.7%)	2機種 [うち、輸入機種数1] (16.7%)
特定電気用品以外の電気用品	電気ストーブ、 空気清浄機、 LED電灯器具、 電子レンジ、 リチウムイオン蓄電池（モバイルバッテリー等）等	57品目※	164機種 [うち、輸入機種数146] ※	41品目	84機種 [うち、輸入機種数76] (51.2%)	15機種 [うち、輸入機種数11] (9.1%)
合 計		60品目	176機種 [うち、輸入機種数155]	43品目	89機種 [うち、輸入機種数79] (50.6%)	17機種 [うち、輸入機種数12] (9.7%)

※モバイルバッテリー20機種を含む。

注：（ ）内は、各分類における試買機種数全体に対する技術基準不適合機種の割合を示す。

（出典）令和３年度実施 製品安全４法の試買テスト結果（令和５年９月）

こうした、違反事例や事故への対応に際しては、具体的な製品を踏まえた対応が必要であり、引き続き、国と民間事業者の連携が必要不可欠である。

なお、海外からの輸入品について一定数の違反事例が見受けられていることに鑑みると、今後検討する新たな制度的措置における対応も含め、国の制度や（制度を踏まえた）安全確保のために必要な対応について、関係事業者等の協力も得ながら、海外事業者に対して丁寧に発信等を行っていくことが必要である。

2. 玩具などのこども用の製品の安全確保のための対応

（1）環境変化と課題

消費者安全調査委員会の報告書「玩具による乳幼児の気道閉塞事故」（平成 29 年 11 月 20 日）によると、公益社団法人日本小児科学会の公表によれば、2008 年 3 月から 2017 年 9 月までの約 10 年間で 7 件の気道閉塞事故（うち死亡事故 3 件）が報告されている。

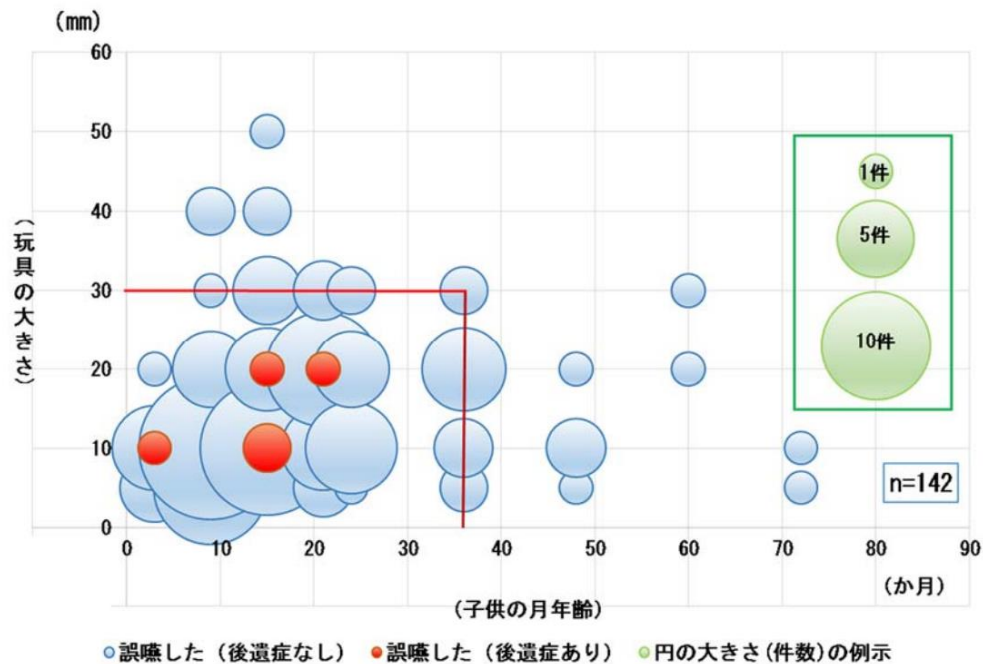
同報告書のアンケート調査において、保護者が玩具によるこどもの誤嚥事故の経験があると回答した約 300 名のケースを見ると、その誤嚥事故の 8 割以上が 3 歳未満で、約 30mm 以下の玩具及び部品を誤嚥している傾向が示されている（図 12 及び図 13）。

図 12 アンケート調査結果（「後遺症がある」又は「死亡した」との回答事例）

事件事例	月年齢	玩具の種類	玩具の形状	玩具の大きさ	誤嚥したときの子供の様子
死亡	覚えていない	食べ物の形をした玩具	平べったい	6～10mm	一人で遊んでいた。 顔色に変化。 むせるなど、呼吸がしづらい様子だった。
後遺症あり	6 か月未満	ビー玉・おはじき	球形・立方体	6～10mm	年上の兄姉と遊んでいた。 むせるなど、呼吸がしづらい様子だった。 気分が悪そうであった。泣き出した。
後遺症あり	6 か月～1 歳未満	ブロック・積み木	平べったい	21～30mm	保護者等の大人と遊んでいた。 むせるなど、呼吸がしづらい様子だった。
後遺症あり	1 歳～1 歳 6 か月未満	ビー玉・おはじき	球形・立方体	11～20mm	一人で遊んでいた。 気分が悪そうだった。
後遺症あり	1 歳～1 歳 6 か月未満	おもちゃの弾丸	球形・立方体	6～10mm	年上の兄姉と遊んでいた。 泣き出した。
後遺症あり	1 歳～1 歳 6 か月未満	ままごと玩具	円柱・直方体	11～20mm	年上の兄姉と遊んでいた。 顔色に変化。気分が悪そうだった。 むせるなど、呼吸がしづらい様子だった。
後遺症あり	1 歳～1 歳 6 か月未満	おもちゃの弾丸	球形・立方体	6～10mm	年上の兄姉と遊んでいた。 むせるなど、呼吸がしづらい様子だった。
後遺症あり	2 歳	玩具から外れた電池	平べったい	21～30mm	同じ年頃の兄弟姉妹や友達と遊んでいた。 むせるなど呼吸がしづらい様子だった。 気分が悪そうだった。
後遺症あり	2 歳	小さなボール	球形・立方体	11～20mm	一人で遊んでいた。 むせるなど、呼吸がしづらい様子だった。 出血した。

（出典）消費者安全調査委員会 報告書「玩具による乳幼児の気道閉塞事故」（平成 29 年 11 月 20 日）

図 13 アンケート調査結果（こどもの月年齢／玩具の大きさ／後遺症の有無の関係）



（出典）消費者安全調査委員会 報告書「玩具による乳幼児の気道閉塞事故」（平成 29 年 11 月 20 日）

同報告書では、経済産業省に対して「経済産業省は、玩具関連事業者に対して以下に示す取組を行うよう求めるなどして、安全な玩具の設計、製造及び販売につながるよう努めるべきである。（ア）3 歳未満を対象とした玩具のうち、球形、半球形又は楕円体等の球に類する形状の物については、「小部品」の試験に加えて「小球」の試験を実施するなど様々な試験方法を併用し、対象年齢を考慮すれば不要と考えられる場合であっても、小部品に分解されることも想定した設計を行い、万一、玩具がのど（咽頭・喉頭）に入っても、気道が閉塞され、窒息しない工夫として、可能な限り大きな穴を多方向に開けるなど、更なる安全性向上の検討を行うこと。」等の意見が出されている。

こうしたこどもが被害にあう重大製品事故件数を如何に低減していくかが、こどもの安全を確保するための重要な課題である。一方で、近年、マグネットセットや水で膨らむボールといった製品を、乳幼児が誤飲する事故が発生した。このため、2023 年 5 月、これらの製品を消費生活用製品安全法の特定期製品¹⁷に指定し、技術基準に適合しないものの販売を規制することとした。しかし、これらの製品は日本で問題になる前から、欧米では事前規制の対象になっていたものである。

このような中、上記 2 つの製品を除く玩具などの多種多様なこども用の製品については、規制対象となっていない。特に玩具については、多くの諸外国で事前規制の対象として販売が規制されているにもかかわらず（図 14）、日本では、誤飲等の物理的安全性につ

¹⁷ 消費生活用製品のうち、構造、材質、使用状況等からみて一般消費者の生命又は身体に対して特に危害を及ぼすおそれが多いと認められる製品で政令で定めるものをいう（消費生活用製品安全法第 2 条第 2 項）。

いては規制がない。この部分については、一般社団法人日本玩具協会が運用する ST マーク制度を中心とした取組によって、長らく、その安全性が確保されてきたところである。

一方で、これらの制度は、民間の自主的取組であり、ST マークを取得していない製品も一定程度存在する（市場における ST マークの普及率は 6 ～ 7 割程度といわれている¹⁸）。こうした ST マークを取得していない製品については、誤飲等の物理的安全性の確認がされているか判別が難しい。すなわち、諸外国で物理的な安全性に係る技術基準等を満たさない（安全ではない）製品として販売停止になった玩具があったとしても、それが日本に流入することを規制当局として阻止できないのが現状である。

図 14 玩具が安全規制の対象となっている主な国・地域

地域	国
欧州	EU、イギリス
アジア	中国、韓国、台湾、タイ、シンガポール、マレーシア、インド
オセアニア	オーストラリア、ニュージーランド
北米・南米	アメリカ、カナダ、メキシコ、アルゼンチン、ブラジル、ウルグアイ、チリ
中東	サウジアラビア、バーレーン、カタール、クウェート、UAE、オマーン、イエメン
ユーラシア	ロシア、ベラルーシ、カザフスタン、キルギスタン、タジキスタン

（出典）令和 4 年度産業保安等技術基準策定調査研究等事業（製品安全政策の在り方に関する調査事業）調査報告書

また、玩具以外のこども用の製品についても、事前規制が存在しないことにより、事故の未然防止対策が不十分なものとなっている。例えば、幼児用自転車では、JIS（日本産業規格）に適合しない製品が販売され、こどもが指を切断する等の事故が発生している。ほかにも、ベビーカーなど、EU や米国で規制対象となっているこども用の製品については、国際的な規格に適合することが必要ではないかと考えられる。

このような課題に対処するためには、玩具などのこども用の製品の事故を未然に防止する観点から、こども用の製品の安全規制を推し進めていく必要がある。諸外国における規制動向を踏まえると、日本における玩具などのこども用の製品の安全を確保するためには、日本におけるこども用の製品の安全上求められる基準が諸外国の基準と整合することが求められる。また、誤飲などが起きやすく通常の製品よりも配慮が必要である玩具などは、マグネットセットや水で膨らむボールのように事故が起こってから規制対象にするのではなく、諸外国同様に事故が起こる前に規制対象とすることが、国内の製品安全の確保に向けた実効性を高める観点から重要と考えられる。

¹⁸ 第 3 回消費生活用製品の安全確保に向けた検討会（令和 5 年 2 月 20 日） 議事概要

（２）制度的措置と取組の方向性

①こども用の製品による事故を未然防止するための措置

近年、海外事業者が国内の消費者に直接製品を販売する機会が増大している。玩具を始めとするこども用の製品については、上記（１）のとおり、多くの国で事前規制が導入されているが、日本では特定製品に指定されている一部の製品を除いて、事前規制がないことから、諸外国で技術基準に適合しないとして販売が禁止された製品であっても、国内での流通を防止することができない状況にある。現に、欧州における違反品が日本で購入が可能といった実態も明らかになっているところである。

こうした状況は、我が国のこどもを守れない危機的状況であるとの指摘があることも踏まえれば、こども用の製品について、事前規制の対象とする必要がある。その際、

- ・対象製品の製造・輸入事業者を把握する観点から届出を求めるとともに、
- ・当該事業者には安全の観点からの規格・基準（技術基準）への適合を求め、
- ・規格・基準に適合している場合には、その旨を示すマークを付することができることとし、
- ・マークのあるものでなければ販売できないこととすることで、

こどもの安全確保を図っていくことが必要である。

また、今後規制対象とするこども用の製品は、以下の考え方の下で検討を進めていくことが適切である。

- ・玩具については、事故の様態等も含む避けるべきリスク等を踏まえ、低年齢層が対象の玩具をまずは対象にすることから検討をしてはどうか。
- ・玩具以外については、ベビーカーや抱っこひもといった海外で規制対象となっている、ないしは、製品事故の発生状況等を踏まえて、安全性の確保が特に必要と認識されている製品を対象としてはどうか。

②こども用の製品の特徴を踏まえた必要な措置

こども用の製品は、保護者等の監督の下、自身では使用上の注意を理解できない使用者（こども）が正しい方法で用いることで、その安全性が確保される側面がある。このことを踏まえれば、こども用の製品については、（特定製品同様に）一定水準の技術基準への適合を求めるとともに、その製品の正しい使用方法（対象年齢及び使用上の注意）が保護者等の監督者に理解される必要がある。

このため、規制対象となるこども用の製品については、

- ・技術基準への適合を確認する義務の履行を求め、その履行を示す旨のマークを付すこと
- ・対象年齢とそれに応じて定まる警告表示を表示する義務の履行を求め、その履行を示す旨のマークを付すこと

の両方ができることとし、これら２つのマークが付されていなければ対象製品を販売してはならないこととすることが必要ではないかと考えられる。

その際、明らかに「こども向け」の製品であるにもかかわらず、偽った対象年齢を設定して販売するといったことが起きることがないように、製品の実態を踏まえた制度運用が必要である。

③制度導入前に製造・輸入された製品の取扱いに関する措置

特に玩具における流通実態を踏まえると、こども用の製品について制度導入以降であっても、市場には多くの制度導入以前に製造・輸入された製品の在庫（店頭在庫・流通在庫）が存在していることが想定される。また、現状の古い玩具の流通実態を踏まえると、「アンティーク」に近い概念として、古い玩具が市場や消費者から一定の評価を受け販売されていくといったことも想定される。

こうした特有の流通実態を踏まえると、制度導入以降であっても、制度導入前に製造・輸入されたこども用の製品については各種措置の対象外とする方向で検討を進めることが適切である。

なお、その場合であっても、現行の民間における安全確保の取組でもある、ST マークや SG マークなどの表示が製品に付されていることも想定される。こうした民間における製品の安全確保の取組について発信等を行うことで、制度の導入前に製造・輸入された製品についても消費者の安全な製品の選択に資するようになっていくことが重要である。

④中古品の取扱いに関する措置

玩具については、実店舗でもインターネット上でも中古品市場やアンティーク市場がかねてから存在し¹⁹、一定の経済規模として国内外でビジネスとして広く認識され、成立している。政府においても、これまで 3R としてのリユースやサーキュラーエコノミー等を推進しており、昨今ではリユースの具体策として、シェアリング、サブスクリプション等のサービス化、リペア・メンテナンス、二次流通仲介等の製品の適切な長期利用を促進する「リコマース（Re-commerce）」のビジネスを育成するための施策の検討も進められている

²⁰。

こうした潮流は、近年の国際情勢を踏まえた対策としての側面もある。例えば、欧州では、2022 年 3 月に欧州委員会が、ウクライナ情勢なども踏まえ、「持続可能な製品を規準とし、欧州の資源独立性を高めるための新提案」という、エネルギーや資源依存から脱却し、外的影響に対してより強靱な循環経済への移行に向けた取組強化策を打ち出した際、その主目的の一つに、「メンテナンスやリユース、リサイクル、改装、修理、中古品販売市

¹⁹ 令和 3 年度リユース市場規模調査報告書 図表 40 リユース市場規模（国内の消費財における販売額）の商品別市場規模（2020 年）（令和 4 年 9 月 環境省環境再生・資源循環局総務課リサイクル推進室）

²⁰ 新たな循環型社会形成推進基本計画の策定のための具体的な指針 2. 動静脈連携によるライフサイクル全体での徹底的な資源循環（一部引用）（令和 5 年 10 月 17 日 中央環境審議会 循環型社会部会）

場の活性化による雇用創出」を掲げ²¹、リユース市場の活性化へのニーズ・期待の高まりを反映した施策を提唱している。

このような昨今の国内外の環境配慮への流れ等を踏まえ、製品を長く使うことで環境への負荷を低減していくことは国際的なトレンドとして認識されつつあり、こうした大局的な動向も念頭において、中古品市場への対応を図っていくことが必要だと考えられる。

もっとも、こども用の製品は、例えば、「ミニカー」等、製品本体が小さく、本体にマーク等を付すことが物理的に困難であることや、インクやシール等によって付されるマークでは、こどもが舐め、体内に有害な影響を及ぼすおそれがある等の理由から、その性質上、製品本体にマークを付すことが困難なものもあることが想定される。こうした製品は、製品本体ではなく容器包装にマークを付すことが想定され、中古品市場では当該容器包装がないことも往々にしてありうることから、現行の特定製品とは異なり、マークを確認できない事態が生じるおそれが高い。

こうしたことも踏まえ、こども用の製品のうち、マークを確認することができず、技術基準への適合や警告表示が確認されていない中古品についても、安全に資することを前提とした上で、販売ができるような措置を講ずることが必要である。その際、消費者に対しては製品の劣化等も踏まえた一定の注意喚起を図ること、消費者自身にも当該中古品の取扱いについて意識をもって対応してもらえよう取り組むこと、また、販売に際しては安全確保のための体制がとられていること、などを求めることが適切である。

なお、リユース業界においては、中古品の安全確保に関する自主的な動きもあるところ、こうした動きに対し、製造・輸入事業者における取組への必要な協力や、消費者自身に求められる対応についての理解が進むことで、安全な中古品市場の健全な発展に資することが期待される。

（３）取組を進めるに当たっての留意事項

玩具を含む多くのこども用の製品については、これまで長らく、民間の任意のマーク（ST マーク、SG マーク）によって、その安全性が確保されてきた。こうしたこれまでの取組については、十分に尊重するとともに、これらの民間の任意のマークと今般措置する国による制度が共に機能し、社会全体としてこどもの安全を確保することができるよう、取組を進めていくことが必要である。

例えば、ST マークについては、物理的安全性及び化学的安全性についてカバーしていることや、2年の更新制度があること、今般検討している対象年齢や使用上の注意事項を既に取り入れていること、国際規格と整合した形で安全性に関する基準が設定されていることなど、その重要性は今後も変わることはない。国による取組についても、流通している製品の実態等を踏まえ、国際的な基準も意識してこどもの安全を確保していく観点から、継続した

²¹ 戦略的イノベーション創造プログラム（SIP）第3期課題 「サーキュラーエコノミーシステムの構築」 第2回推進委員会（令和5年7月25日） 資料4-1 成長志向型の資源自律経済戦略（経済産業省 産業技術環境局 資源循環経済課）より引用

検討が進められる必要がある。なお、玩具の化学的安全性については、食品衛生法等の規制により安全性を確保しているところ、引き続き、関係省庁における規制に基づいて安全性が確保されることが重要である。

また、SG マークについても、ベビーカーや抱っこひも以外にも、すべり台や幼児用三輪車などを既に対象としており、こども用の製品の安全確保のための役割を果たしてきた。

今後、国による技術基準が導入された場合でも、一般的に技術基準は安全の確保を前提とした最低限の要求であるため、引き続き、より安全面が考慮されたこれらの民間の任意のマークの意義や趣旨が国内外の事業者や消費者に対して正確に伝わり、消費者の安全な製品の選択に資するよう、必要な発信等を行っていくことが求められる。

3. その他の措置事項

現行法では、内閣総理大臣は、消費生活用製品について重大製品事故が生じたことを知った場合において、消費者の生命又は身体に対する重大な危害の発生及び拡大を防止するため必要があると認めるときは、当該重大製品事故に係る情報を公表するものとされている（消費生活用製品安全法第 36 条第 1 項）。また、公表に際し、消費生活用製品の安全性に関する調査を行う必要があると認めるときは、主務大臣と共同してこれを行うものとされており、さらに、主務大臣は、必要があると認めるときは、独立行政法人製品評価技術基盤機構（NITE）に、消費生活用製品の安全性に関する技術上の調査を行わせることができることとされているところであり（同条第 4 項）、実務上は、大半の案件において NITE が原因究明調査を行っている。

今般、海外から国内の消費者に直接製品を販売する事業者を製品安全 4 法の規制対象とするに当たり、当該事業者の製品で事故が生じた場合においても、迅速に調査を行うことが必要であるところ、製品の仕様等は事故報告を行う者ではない者（例：製造事業者）に直接確認しなければ不明であることも多く、製品仕様等の確認に長期間を要し、迅速な対応が困難となることも想定される。

こうした事態を回避するためには、製品の製造を行う工場の名称や所在地等に係る情報をあらかじめ把握しておくことが重要であるが、現在、当該情報は、製品安全 4 法のそれぞれの法律に基づき、経済産業大臣に届け出られており、NITE は、消費生活用製品安全法上の調査のために、当該情報を活用することはできない。このため、NITE に消費生活用製品の安全性に関する技術上の調査を行わせる場合に、NITE に対して、当該調査に必要な範囲内において、当該調査に必要な情報を提供することができることとすることが必要である。

また、製品の仕様・設計や製造管理等について委託等を行う企業側が決定し、実際に製造する工場側では仕様・設計の詳細等を把握していないケースがあることも想定される。こうしたケースにおいては、規制当局が画一的に工場の所在地等の情報を届け出ることを求め、各事業者の工場を把握するよりも、製品の仕様・設計等の詳細を把握する企業側に対して各種の確認を速やかに行うことができる状態であることを把握しておく方が、事故

等への対応としてより実効的である場合が多いことから、こうした実態も踏まえた措置を講ずることも求められる。

おわりに

製品安全4法が現在の形になって以降、技術の進展やこれに伴う取引形態の変化、グローバル化の進展等により、法律の制定当時は想定し得なかった様々な課題が現出している。本小委員会では、現出している課題への具体的な措置・対応に加え、今後出てくる課題に対しても機動的に対処していくことが必要である、といった指摘もあった。国において、こうした環境変化や課題を踏まえ、制度面の検討を絶え間なく進めていくことは、特に消費生活用製品安全法の目的である「一般消費者の生命又は身体に対する危害の防止」を図るために必要である。

一方で、製品安全の確保といった目的の達成のためには、国による取組のみならず、事業者や消費者を含む「製品」に係る多様なプレーヤーが、それぞれの役割・立場に応じた取組を進めることで、事故の未然防止や再発防止を図っていくことも必要である。特に、今般の小委員会での議論では、環境変化に迅速に対応していくための取組として、規制・制度的措置のみでなく、民間事業者の製品安全確保に向けた自主的な取組の有効性が改めて多く示された。

一例を挙げると、インターネット取引上での製品安全を確保するためのインターネットモール事業者による自主的な取組である製品安全誓約や、これまで国による規制が入っていなかったこども用の製品における民間の任意マーク（STマーク・SGマーク）を通じた安全確保の取組、そして、委員会での議論では、中古品事業者における取組の検討や製品安全を意識したデザイン開発などについても言及があった。特にSTマーク・SGマークについては、どちらも安全基準・製品認証・事故賠償を一体的に担う安全認証制度であり、民間における自主的な努力を具体化したものとして発足してから、今日で半世紀が経過し、広く認識されたものとなっている。こうした長年にわたる業界による自主的取組や関係者の努力の積み重ねによって、こどもの安全と消費者からの信頼が確保され、中古品を含めビジネス環境も構築されてきた系譜がある。

これらの取組は世界に誇れるものであり、これまでの取組を生かした上で、昨今直面している新たな課題に向き合うことが適切なアプローチである旨は、委員からも度々意見が表明されていた。国においても、このような我が国特有の状況等を踏まえ、民間と連携して対応することが重要と考えられる。

また、委員からは、消費者の理解の増進や消費者教育の重要性・必要性についても指摘があった。製品事故の約3割が誤使用事故等として発生している現状や、インターネット取引等により、今後もより容易に製品の入手がしやすくなることを踏まえると、消費者一人一人が製品の購入や使用に際しては、安全性をより意識していくことも重要である。国や事業者はこうした消費者の行動を促すことができるよう、必要な情報提供等に努めるとともに、事業者の製品安全の取組が市場において価値として認識され、それが更なる取組を促すといった好循環を生み出していくことが求められる。

1973年に消費生活用製品安全法が制定されてから50年が経過し、我が国を取り巻く環境は大きく変化をしてきた。しかしながら「一般消費者の生命又は身体に対する危害の防

止」という法目的は、法制定当時と変わるものではない。国・事業者・消費者の製品安全に係る取組を進め、相互理解が深化し、市場での評価や価値につなげていくことで、我が国に製品安全文化の定着を図っていくことが求められる。

産業構造審議会 保安・消費生活用製品安全分科会 製品安全小委員会
委員名簿

(敬称略・五十音順)

(委員長)	三上	喜貴	開志専門職大学 副学長兼情報学部長
(委員)	神山	久美	山梨大学大学院総合研究部教育学域 教授
	釘宮	悦子	消費生活アドバイザー
	熊田	亜紀子	東京大学大学院工学系研究科 教授
	倉貫	浩一	読売新聞東京本社 論説委員
	坂本	有芳	鳴門教育大学大学院学校教育研究科 教授
	水流	聡子	東京大学大学院工学系研究科 特任教授
	西田	佳史	東京工業大学工学院機械系 教授
	野々内	さとみ	全国女性団体連絡協議会 理事
	藤野	珠枝	主婦連合会 住宅部
	古田	英雄	独立行政法人製品評価技術基盤機構 理事
	安好	寿也	特定非営利活動法人キッズデザイン協議会 専務理事
	遊間	和子	株式会社国際社会経済研究所調査研究部 主幹研究員

(オブザーバー)

一般社団法人大手家電流通協会
オンラインマーケットプレイス協議会
一般財団法人家電製品協会
一般財団法人製品安全協会
全国中小企業団体中央会
一般社団法人日本ガス石油機器工業会
一般社団法人日本玩具協会
日本チェーンストア協会
一般社団法人日本リユース機構
一般社団法人日本リユース業協会