

国民生活研究

KOKUMIN SEIKATSU KENKYU

(Journal of Research on Social and Economic Life)

第 63 卷第 2 号 2023 年 12 月

【特集】 製品安全の動向と課題

[巻頭座談会] 「国民生活研究」特集座談会 ～製品安全への取り組みと今後の課題～

…………… 中川 丈久、持丸 正明、宗林 さおり … 1

[論 文] 製品安全に関する法律の整理と課題 …………… 伊 藤 崇 … 17

[報 告] 我が国における「製品安全誓約」の策定と今後の展望

…………… 三宅 好浩、松井 章房、藤本 和裕 … 40

[報 告] 消費生活相談に寄せられた 1 件の事故情報から特定製品指定に至るまで

—強力な磁力のマグネットセット及び高吸水性樹脂ボールの子どもの誤飲事故—

…………… 小 坂 潤 子 … 67

「国民生活研究」からのご案内

▶▶論文等のWeb公開

当センターホームページで、「国民生活研究」に掲載した論文等を公開（無料）しています。第59巻第2号～最新号が閲覧可能です。どうぞご利用ください。

URL : https://www.kokusen.go.jp/research/data/kk_pdf.html

◆トップページから「ライブラリ」→「調査研究」の『「国民生活研究」掲載論文等の公開について』参照



▶▶図書館への献本

2022年度をもって「国民生活研究」の新刊販売を終了しましたが、今後も大学等の図書館で配架を続けていただけるよう製本し、ご希望の図書館に献本を行います。これまで本誌をご購入いただいた図書館や新たに配架を希望される図書館の方は、下記要領でお申込みください。

対象機関：大学等学校法人の図書館・国公立図書館

※資料交換を含め、すでに毎号送付している大学や研究機関はお申込み不要です。

申込方法：①団体名、②ご担当者名、③住所、④電話番号、⑤団体のHPアドレスを明記の上、FAXでお申込みください。

申込先：FAX 03-3443-6831（宛先：国民生活センター教育研修部上席調査研究員）

問合せ先：TEL 03-3443-9118

▶▶バックナンバーの購入

販売委託先の「全国官報販売協同組合」、「公益社団法人全国消費生活相談員協会」でご購入いただけます。または、お近くの書店で「官報扱い」と指定のうえご注文ください。詳しくはホームページをご覧ください。なお、バックナンバー（第53巻第1号～第62巻第2号）の販売は2024年3月末まで行います。

「国民生活センター出版物のご注文について」

URL : <https://www.kokusen.go.jp/book/data/mousikomi.html>

「国民生活研究」第 63 巻第 2 号 (2023 年 12 月)

【特集】製品安全の動向と課題

[巻頭座談会]

「国民生活研究」特集座談会 ～製品安全への取り組みと今後の課題～

はじめに

消費者問題の中の「製品安全・事故」については、本誌において初めて特集テーマとして取り上げる。昨今、欧州連合における製造物責任指令の改正の動きや、日本における製品安全 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」）の見直しに向けた動きなどがあるところ、「製品安全の動向と課題」について本誌編集委員会を経て特集を組むこととなった。

製品安全については、用語として ISO/IEC ガイド 51 には、安全とは“許容不可能なリスクがないこと”、リスクとは“危害の発生確率及びその危害の程度の組み合わせ”、許容可能なリスクとは“現在の社会の価値観に基づいて、与えられた状況下で、受け入れられるリスクのレベル”と定義されており、今後どのような製品事故が起こり得るのか、その拡大防止、未然防止策のためにはどのような課題があるのかなど、本テーマについて理解をより深めていきたいと考えた。

製品安全に関する取り組みとして、国民生活センターは、1972 年に現在の商品テスト部（危害情報室含む）の前身である試験室を設置して商品テスト業務を開始し、1980 年以降、現在に至るまで商品テスト・研修棟において商品テスト業務を行っている。また、2009 年に消費者庁が設立され、2012 年 10 月には、「消費者事故等」の原因究明、事故の予防及び再発防止を担う専門の調査機関として消費者安全調査委員会が設置された。2022 年 9 月に公表された調査委員会の 10 年間の活動報告書¹⁾においては、両者の更なる連携強化が求められたところでもある。

そこで、両機関の活動に深く関わってきた消費者安全調査委員会委員長 中川丈久氏ⁱ（以下「中川氏」）、消費者安全調査委員会委員長代理 持丸正明氏ⁱⁱ（以下「持丸氏」）、消費者

¹⁾ 「消費者安全調査委員会設立 10 年の活動報告書」消費者安全調査委員会（2022 年 9 月 29 日）
https://www.caa.go.jp/policies/council/csic/meeting_materials_001/assets/csic_cms201_221_005_02.pdf

安全調査委員会委員、前国民生活センター理事 宗林さおり氏ⁱⁱⁱ (以下「宗林氏」) の 3 名の有識者に、両機関の取り組みも踏まえ、消費者問題の中の製品事故の動向と今後の課題について座談会形式にて議論いただき、以下に取りまとめた。本稿が製品安全に関わる読者の業務・活動の一助となれば幸いである。なお、司会は、本誌内部編集委員 松本浩司^{iv} (以下「松本」) が行った。

「国民生活研究」編集委員会

〈座談会テーマ〉

1. 国民生活センター、消費者安全調査委員会の役割、役目とは
2. 製品事故はどのように変わったか
3. 製品安全について、今後どのような課題があるか
4. 国民生活センターと消費者庁、消費者安全調査委員会は今後どのように連携・協力していくべきか



宗林 さおり氏

中川 丈久氏

持丸 正明氏

i ながわたくし (神戸大学大学院法学研究科 教授)

ii もちまるまさあき (産業技術総合研究所人間拡張研究センター 研究センター長)

iii そうりんさおり (岐阜医療科学大学薬学部 教授)

iv まつもとこうじ (国民生活センター教育研修部長)

1. 国民生活センター、消費者安全調査委員会の役割、役目とは

松本：国民生活センター（以下、国セン）と消費者安全調査委員会（以下、調査委）との連携強化が求められているところです。その国センに長く勤務された宗林先生からみた国セン（主に商品テスト部）の役割とはどのように考えられますか。

宗林氏：国センは、消費生活センター²⁾と医療機関³⁾、医師⁴⁾からの事故情報の一報をキャッチするのが早いと思います。また、消費者や事故が起きた当事者との距離が近いので、事故の「手触り感」が分かりやすく、どんな場面でどのように事故が起きたのかといった具体的な状況が入ってくるのも一つの特徴ではないかと思っています。国センは、いろいろなテストを実施していますが、その特徴として、事故が起きた人の使い方も含めて当事者に寄り添って個別のテストをすることだと思っています。さらに、そのあと医療機関や各地の消費生活センター等から、同様の事故情報が入ってきた場合には、拡大性・多発性の見極めもすぐに行い、テストを膨らませていく、注目していくといったことをしています。例えば、旧「茶のしずく石鹸」⁵⁾による小麦アレルギー症状が発生した事案では、医療機関から「原因として考えられるものがこの石鹸しかないが、石鹸によって小麦アレルギー症状が起きることはあり得るか」という一報が入ったことで、その後のテストや注意喚起につながりました。また、「おしゃれ用コンタクトレンズ」⁶⁾について、まだアクセサリのように気軽に眼に入れ友達と交換して使用していた頃に、眼科医から「たくさん眼障害が出ている」といった声が寄せられたことから、注意喚起をした結果、薬事法で管理されることとなり高度管理医療機器に分類されました。このように、寄せられる事故情報の多さとアンテナの高さからテストを行ってアプローチするといった位置付けでやってきたのが国センではないかと思っています。ただ、国センは法律を所管しているわけではないし指導する権限もありません。あくまでも事故に関する情報を公表して、それを見た消費者の商品の選択やあるいは購入するかやめるのかという行動を決められることによって、世の中を変えていくというようなアプローチをするのが国センのやり方だと思います。でも、それを長年行っていると、これは意外に大きな力になるのを実感しています。

松本：次に、中川先生に伺います。昨年、調査委の 10 年の活動報告書について委員長として取りまとめが出ておりますが、この 10 年を振り返り、また調査委発足前の「事故調査機関の在り方に関する検討会」委員を務められた際の議論等を踏まえて、中川先生は調査委

²⁾ PIO-NET（全国消費生活情報ネットワークシステム）<https://www.kokusen.go.jp/pionet/>

³⁾ 医療機関ネットワーク事業 <https://www.kokusen.go.jp/medical-network/index.html>

⁴⁾ 医師からの事故情報受付窓口 https://www.kokusen.go.jp/jiko_uketuke/index.html

⁵⁾ 「小麦由来成分の入った化粧品けんを使ったら、アレルギー症状が出た」国民生活センター（2013 年 4 月 12 日）https://www.kokusen.go.jp/t_box/data/t_box-faq-qa2012_58.html

⁶⁾ 「カラーコンタクトレンズの安全性ーカラコンの使用で目に障害もー」国民生活センター（2014 年 5 月 22 日）https://www.kokusen.go.jp/news/data/n-20140522_1.html

の役割についてどのように捉えていますか。

中川氏：宗林先生がおっしゃったとおり国センはいち早く広く情報を掴み、消費者に寄り添い消費者の観点に立って、できるだけ早く広く事故情報とその防ぎ方を公表するという役目があります。その一方で、権限があるわけではない。国センが公表した事故の対策をすぐにとれる所管官庁があれば、その官庁が何か対策を行うかもしれませんが、動かないこともあります。それから隙間事案ですね、これが一番の問題で、調査委ができた理由でもあります。事案によっては、どこが所管官庁なのかよく分からないので、いくら国センがよい対策を考えても役所としての対応につながらない。そこで調査委は、直接事業者に対する権限は持っていないのですけれども、官庁に対して対策を意見し、そしてそれが適切に行われているのか、フォローアップという形で何年も取組状況を確認します。そういう意味で国センを補完する関係にあるのかなと思っています。国センほど広く取り上げるのではなくて、対策を行うために官庁が動かないといけないような事案に焦点を定めて取り上げて、ときに法整備を含めて「こういうことをやるべし」と意見するのが調査委の役割かなと思っています。その観点から、「10 年の活動報告書」には、もっと国センと調査委が連携して動けるような意識を持ったほうが良いと取りまとめたように思います。

松本：調査委を長く勤められている持丸先生の技術者的な観点から、印象にある調査事案はありますか。

持丸氏：具体的な事例を挙げて申しますと、随分長く調査委の関連の仕事をやっていて、特に私の中で連携も最終的にうまくいったと思う事案の一つは「HIFU (ハイフ)」事案⁷⁾ですね。これは、かなり早い段階で国センから注意喚起をいただいた。調査委が取り上げたのはもっとあとですが、問題の原因もある程度クリアになっていて、調査委でも新たに専門家の先生に協力いただき、追加でいろいろ調べました。結果的に調査委は、これは医療行為に近いことなので、きちんとした資格のようなことも含めて考えるようにという形で、厚生労働省 (以下、厚労省) にちょっと強めの意見書を出すことになりました。「HIFU」について国センから公表された注意情報は、これだけでもけっこう効果があって、我々の調査によるとエステティック業界の主要な団体は「HIFU」の使用を止めたんです。ところが主要な業界団体に入っていない事業者やセルフエステの運業者などでは相変わらず使用していて、事故はなかなか大きく減らないという状況でしたので、調査委が国センの調べたものにさらに調査を重ねて意見しました。

⁷⁾ High Intensity Focused Ultrasound (高密度焦点式超音波)

「エステサロン等での HIFU 機器による施術でトラブル発生！ - 熱傷や神経損傷を生じた事例も -」
国民生活センター (2017 年 3 月 2 日) https://www.kokusen.go.jp/news/data/n-20170302_1.html

「エステサロン等での HIFU (ハイフ) による事故」消費者安全調査委員会 (令和 5 年 3 月 29 日)
https://www.caa.go.jp/policies/council/csic/report/report_022/

もう一つインパクトがあったのは「ネオジム磁石製のマグネットセットによる子どもの誤飲事故」(以下、「ネオジム磁石」)⁸⁾です。これも 2018 年に国センから注意情報が出ており、調査委で取り上げて少し追加で調査をしました。この事故の原因は明らかで、子どもが磁石を飲み込んでお腹の中でくっついてしまうということです。調査委では、国センのテスト結果のうえに専門家による検討を加え、かなり早い段階で、どういう対策をとるのかということについて調整し、結果的には細かく明記はせずに、経済産業省(以下、経産省)に対して「子ども達が不用意に飲み込まないように、手が届かないような形になるように法的規制を含めた対策を講じるべき」というような意見を出しました。別に特定の法律で規制するよう言ったわけではないのですが、ご存じのとおり経産省によって、けっこうしっかりと法規制になりました。何歳以下などと規定しないで、とにかく手の届かないようにするというので、国センが調べて我々が追加したうえで各省庁に意見を出して、省庁も受け止めて世の中が変わっていった、という意味ではよい連携になったかと思っています。

中川氏:「HIFU」と「ネオジム磁石」は、どちらもすでに国センで注意喚起されていた事案です。それに対して調査委がどのような苦労をしたかということ、所管官庁の問題です。今でこそ「HIFU」施術が医行為に当たるから所管官庁は厚労省であると落ち着いていますが、最初はそもそも医療行為かどうか科学的にははっきりしなかった。ある実験によって「これは厚労省の仕事です」と決めることができたので話が動きました。

「ネオジム磁石」は、所管官庁は経産省しかないはずですが、日本では“玩具安全法”といった法律がないので、経産省が抽象的には所管官庁だけれど、具体的に所管している業務ではないというスタンスを取られると、なかなか話が動かない。ですので、所管官庁がどこかを決めて、今は所管業務ではなくても「あなたの所管業務になり得ます」というふうに話を進めるのも調査委の固有の仕事だと思っています。

宗林氏:「HIFU」については、国センから注意情報を出すときに、これはいわゆる医療機器なのか、エステなどでも使われていたので医療機器ではないのか、それとも隙間事案なのかと、公表直前になっても要望先との調整に苦労したと記憶しています。みんな、「HIFU」自体の危険性は分かっているのですが、どこに責任を持って動いてもらうのか、本当にそういう意味では調整が大変でした。ただ、商品やサービスに危険があることが分かってそれを公表すれば、通常、事業者が製造販売を止めたり、消費者の中にも「ああ、危険なんだ」と思ってくれる人がいるので、一定の効果はあります。しかし、注意喚起というのは何年か経つと忘れてしまうんです。年代が変わり、使用する人が変わりますので、いろい

⁸⁾ 「強力な磁石のマグネットボールで誤飲事故が発生—幼児の消化管に穴があき、開腹手術により摘出—」国民生活センター(2018年4月19日) https://www.kokusen.go.jp/news/data/n-20180419_1.html

「ネオジム磁石製のマグネットセットによる子どもの誤飲事故」消費者安全調査委員会(令和4年3月24日) https://www.caa.go.jp/policies/council/csic/report/report_021/

る危ない物は、10 年単位で同じような事故情報が出て来る。そういう意味では、調査委で「HIFU」について「医行為としての施術者の限定」というようなことを意見することができて本当に良かったと思います。

中川氏：こうしてみると、国センと調査委では似ているようでも、だいぶ違う組織ですね。

宗林氏：国センは、個別の相談に寄り添い、相談を解決することが目的なのですが、調査委はそうではなくて多数で公共性のあるものについてきちんと再発防止のために大きな仕組みを作ろうという感じですね。そこはだいぶ違うと思います。

2. 製品事故はどのように変わったか

松本：次に、昔の製品事故と今の製品事故はどのように変わってきているのかについて、お聞きできればと思います。

持丸氏：調査委で取り上げたかどうかは別として、私が、子どもの事故や標準化に関わっている中で感じるのは、ライフスタイルの変化で起きる事故がけっこうあるということです。典型的なところで「シュレッダーの事故」⁹⁾です。シュレッダーに子どもの手が入ってしまい指を切断する事故が起きました。これには最初、「どうしてシュレッダーのあるところに、子どもがいるのか？」と、シュレッダーのメーカーも驚いたと思います。「シュレッダーはオフィスにある物」だったのが、プライバシー保護やホームオフィスなどという話が出て、シュレッダーが家庭内に置かれるように変化した。

次に、窓のブラインド¹⁰⁾も同じですね。これも基本的にオフィスにある類の物でした。一般的なオフィスには子どもはいないので、ブラインドの紐で首を吊る事故は基本的にはなかったのですが、ライフスタイルが変わり、ブラインドが家庭に入って、さらにブラインドのそばにベッドが置かれると、その紐の部分に小さな子どもの首が届く状況になります。結果として、ブラインドの紐で何件も事故が起きてしまいました。対策として、JIS¹¹⁾はブラインドメーカーに改善を求めました。最近では、紐の部分に過重があると切れたり、紐がループ状になっていない物も増えてきました。やはり、このような事故はライフスタイルの変化によるものでしょう。何を言いたいかというと、こういう言い方は適切ではないかもしれませんが、製品事故はなくならないような気がするんです。今まで安全にどこかで使われていた物が、ある場所で、別の目的や別の用途で使われるようになると事故が

⁹⁾ 「紙用シュレッダーによる幼児の指切断事故に関する調査の結果について」経済産業省（平成 18 年 10 月 20 日）https://www.meti.go.jp/shingikai/shokeishin/seihin_anzen/pdf/005_s01_01.pdf

¹⁰⁾ 「死亡事故も！ブラインド等のひもで窒息」国民生活センター（2016 年 8 月 23 日）https://www.kokusen.go.jp/mimamori/kmj_mailmag/kmj-support105.html

¹¹⁾ JIS (Japanese Industrial Standards 日本産業規格)

JIS A4811 「家庭用室内ブラインドに附属するコードの要求事項－子どもの安全性」

起きる。例えば機械式立体駐車場¹²⁾も、もともと業務用として専門のオペレーターが操作していたのが、その仕組みをマンションの駐車場に導入してオペレーターなしで住民が操作するということをはじめたから事故が起きるようになったという経緯があります。このような形の事故は、これから先も出てくるだろうと思っています。先ほど言っていたように、その事故について、まずは国センの情報収集の網に引っかけていただいて、あちこちに情報が入り、その態様が重篤ならば調査委のほうで何か対策を打って、さらに注意喚起だけでは事故がなかなかなくなるのであれば、しっかりエビデンスを固めて関係省庁に意見していくというようなアクションを取らなければいけないのではないかと考えています。

中川氏：今のお話に関連しますが、新しい技術製品というのは、まず軍用で始まってそれが民生品になって、民生品も最初はオフィスに入って、それが気付くと最終的に家庭用に入っていくという流れですね。インターネットもそうです。その結果、使用者の層が変わってくるので、サイクルのどこかで、思わぬ使い方をされ、事故が起きる、放っておくと事故がどんどん増えてくるというのが、ある意味、必然的な事故の起き方のパターンかなと思います。新たな物、便利な物が家庭に入ったり、産業として消費者に提供されたりすることで何か起きる。製品事故と言えるかどうか分かりませんが、生成 AI もまさにそうですね。想定を超えた範囲の様々な人が使うのでいろいろな問題が起きるということです。その意味では、事故の原因というのは、昔から一緒と言えば一緒かもしれません。新しい環境で新しい技術が使われるので思わぬ使い方をして事故が起きるというパターンです。

事故の原因に関連して、もう一つ、最近の調査委の案件をみていると、基本的に原因が分かっているが、その対策を打つのがけっこう大変、というものが増えたような気がします。先ほど持丸先生が挙げられた「HIFU」と「ネオジム磁石」は、まさに原因は分かっているんです。けれども、「対策として誰が何をすればよいか？」となると急に難しくなります。「ネオジム磁石」は、ほとんどが輸入品のため消費者はDPF（取引デジタルプラットフォーム）で購入することが多く、国外の製造者に対策を求めることができません。また、個人輸入の場合、個人の消費者に何とかしろと言ってもこれは無理でしょう。製品の流通を見張るゲートキーパーが誰もいない。そういう場合、対策の打ち方が非常に難しい。国外製造がほとんどで、それを個人が簡単に輸入できてしまうという流通になった結果、事故の原因は分かっているけれど対策が打ちにくくなった。そういう変化はこれからも増えていくのではないだろうかと思います。事故の原因の変化というよりも、むしろ流通の変化によって、対策の打ち方がものすごく難しくなっているのを感じる人が多い、というのが私の意見です。

¹²⁾ 「機械式立体駐車場(二段・多段方式、エレベーター方式)で発生した事故」消費者庁(平成 26 年 7 月 18 日) https://www.caa.go.jp/policies/council/csic/report/report_006/

「Vol. 406 機械式立体駐車場の駐車装置には子どもを近づけないで!」消費者庁(2018 年 6 月 21 日) https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_safety/child/project_001/mail/20180621/

宗林氏：そのほかに、事故を起こした製品が、みな同じ製品なのかどうか確認しづらくなっている物も多くなっています。AさんとBさんがインターネットで購入した商品が、製造者が同じ物かどうかのトレサビリティが取れない、流通が複雑化していることで製造者との関係が見えないという問題があります。また、見かけは同じでも中の部品や回路が全然違うといった物が増えてきて、製品の中を開けてみなければ分からないということがあります。新型コロナウイルス感染症が流行し、いろいろな製品が出てきたのですが、非接触体温計の例では、体温計の外側を作る製造者が同じなので同じように見えても中の構造は全然違う製品だったとかいうことがあり、そういう意味での複雑化という問題があります。そういう物が最近目立つような気がしますし、コロナ禍ではすごく出回りましたね。「こんな物をどうして売っているのか」というレベルの、わけが分からない物、明らかにテストするまでもないような物がインターネット上にたくさん出回っていて、それを追いかけるのが大変でした。

あと一つは、昔からある製品でメーカーの想定しない使い方をされるようになった物による事故です。例えば電子レンジは、電子レンジのメーカー側からすると、食品しか温めてはいけなくしてありますが、今では電子レンジ用のグッズがいろいろと販売されるようになっていきます。過去には、電子レンジで温める湯たんぽを電子レンジの自動運転で温めたら、センサーが中の温かさをうまく認識できず破裂してしまったという苦情がありました。当時これをテストしたときには、電子レンジのドアが開くほどの勢いで破裂したこともありました。だけどグッズ側には「電子レンジ用」と書いてあるわけですよ。その後グッズ側で改善がされているようですが想定外の事故でした。これと似ているところがあると思うのが、自動車の緊急脱出ハンマー¹³⁾ですね。今これだけ日本各地で水害が起きている中で、備えとして持っている人はけっこういると思います。ただ、持っているけれどもちゃんと割れるかどうか試す人はまずいないわけです。でも、たまたま割ろうとしたけど割れなかったという苦情が消費生活センターに寄せられました。そこで国センで情報を集め、ハンマーについては規格も何もなかったので海外の試験機関に試験を依頼したりして、JISも作ったりしました。けれども最近、自動車のドアガラスが強化ガラスではなく、合わせガラスになっている自動車が増えているようです。そうするとハンマーのメーカー側は「窓ガラスを割るために車内に置いておいてください」と説明しているのに、自動車のドアガラスがハンマーで叩いても割れない（貫通しない）合わせガラスになっている。消費者側はハンマーがあれば大丈夫と思っていても、いくら叩いても割れないガラスを採用した自動車が増えてきているんですね。このあたりは、どこがどうやって手を出すのかと思うけれども、そういうガラスを採用した自動車を選ぶ消費者が多くなっている。こういう状況を一気に変えるのは難しいと思います。でも、こうして水害が多発して自動車の中で亡くなる人が毎年何人もいて、緊急脱出ハンマーを普及させているのですけれど自動車メーカーとの根本的すり合わせが必要だという問題です。こういうことが時代ごとに物

¹³⁾ 「自動車用緊急脱出ハンマーによるガラスの破砕 — 万が一の水没事故に備えましょう —」
国民生活センター（令和2年8月20日）https://www.kokusen.go.jp/pdf/n-20200820_1.pdf

は変われど、やはりあるんです。

中川氏：面白いですね。持丸先生がおっしゃったのは、用途が変わってそれによって事故が起きる、ということ。宗林先生がおっしゃったのはビジネス同士でのミスマッチが生じて事故が起きるということですね。ある製品に合わせた後付け製品を作ろうとしたら、電子レンジはそれに対応していないとか、自動車のドアガラスの仕様が変更されていて全然割れないとか、というように製品同士の整合性がない物が売られることによる事故ですね。使用環境ではなく、何でしょうね。事業者同士のミスコミュニケーションから生じるものというか。

持丸氏：製品そのもののアップデートというのが、どうしても顧客の用いる主たる機能に対して価格を訴求できるほうにアップデートしているから、電子レンジに自動ボタンがついたり自動車のドアガラスが合わせガラスになったりするわけですけど、その附属製品というのは、今一番普及している物に対して作っているから、そこに差が起きてしまうということですね。確かに面白いですね。

宗林氏：ミスマッチが起きても、危なくなければいいのですが。ドアが開くほどの勢いで破裂したり、合わせガラスでいざとなったら割れなくて死亡に至ったり、というのは大変なことですよ。本当は、水没しても速やかに脱出できる自動車であるべきだと思いますが、それよりも消費者の好みが入ったり遮音性があったりと機能を重視してしまうようになっているんですよ。

持丸氏：非常に残念なことです。自動車の事故では、圧倒的に交通事故で亡くなる人が多いので、水没の事故対策まで自動車メーカーの認識がなかなか及んでいないのは、そのとおりだと思います。交通事故防止のための自動停止装置など、そちらの機能は進化しているのですけれど。

中川氏：世界には水害がない地域もありますので水没対策までは難しいかもしれません。2006 年のガス湯沸かし器事故¹⁴⁾では、修理方法について、修理業者のところにメーカーの情報が来ていなかったことが一つの原因でした。これと同じではないが、事業者間で意思疎通なく、お互いが、例えば自動車メーカーはハンマーのメーカーのことなど意識していないし、ハンマーのメーカーは一部の自動車をみて、これでうまく割れるのではないか、みたいにやっているというのは、ガス湯沸かし器事故のときのメーカーと修理業者の関係に似ているかなと思います。お互い真面目にやっているのでしょうけど、肝心なところで全然意思の疎通が取れておらず、事故が起きる。

¹⁴⁾ 「平成 17 年 11 月 28 日に東京都内で発生したガス湯沸かし器事故」消費者安全調査委員会（平成 26 年 1 月 24 日）https://www.caa.go.jp/policies/council/csic/report/report_001/

持丸氏：メーカーと修理業者などでは、企業規模が全然違うという問題もあります。例えば電子レンジで食品を加熱する場合、大手の食品メーカーが、スタンディングパウチ食品の調理方法に「電子レンジ〇〇〇W、〇分」と記載するためには相当チェックもしているし、場合によっては電子レンジの主たるメーカーと連携しているかもしれないですね。ところが自動車メーカーとハンマーのメーカーでは相当規模が違って、自動車メーカーも関連情報は関連部品メーカーにみんな出しているわけですけど、多分、緊急脱出ハンマーまでは意識がないのじゃないかな。ただ、これについては生死に関わるので、それでいいのかという問題はあります。

宗林氏：私も、昔はアンダーパスで自動車が水没する事故なんて滅多に起こらないだろうと思っていました。でも最近は、何回も起きているので、これから日本の気候が少しずつ変わっていくとすると、意図せずしてこういうことが起きる場合もあるのではないかなという感じがします。

3. 製品安全について、今後どのような課題があるか

松本：これまでいろいろな問題点についてお話いただきましたけれど、今後どのような課題が残っているのかという視点で、もう少しお話を続けさせてください。「既存不適格」¹⁵⁾の問題や、今後、新しい問題として考えられる AI 製品による事故にどう対応していくのかなど、法的な考え方も、もしかしたら課題としてあるのかもしれない。

持丸氏：AI のような新しい技術が出てきて、例えばコーチングそのものを AI がやる場合に、それに効果がないとか、知識が得られないというような経済的、知識的損失だけではなくて、例えば、スポーツトレーニングで、人ではなくて AI が「負荷をかけて」と言って、言われたとおりに負荷をかけていたら肩を壊してしまったというような話が出てくると、身体危害になってくるわけです。そういうときにどうなるかというのは、新しい問題ですね。ちょっと変なことを申しますが、今は家電製品がネットワークにつながる時代なんです。スマホやコンピュータがウイルスにさらされて情報を抜かれるのと同じことが家電製品にも起き得るんです。そして、スマホやコンピュータでは情報を抜かれることしか起きないのですが、家電製品の場合、電気を入れて勝手に発熱させることができるんですね。ウイルスを侵入させ発熱させた結果、火災になってしまうとか、そういうようなことが起こり得る。これがいわゆる「サイバーフィジカルセキュリティ」と呼ばれる分野なのです

¹⁵⁾ ここでいう「既存不適格」とは、既存の建築物等が新しく制定、改正された法に適合しない状態であることをいう。(建築基準法第 3 条第 2 項：この法律又はこれに基づく命令若しくは条例の規定の施行又は適用の際現に存する建築物若しくはその敷地又は現に建築、修繕若しくは模様替の工事中の建築物若しくはその敷地がこれらの規定に適合せず、又はこれらの規定に適合しない部分を有する場合においては、当該建築物、建築物の敷地又は建築物若しくはその敷地の部分に対しては、当該規定は、適用しない。)

が、そういう意味では、新しい IOT や AI が、だんだん身体や生命に危害を加えるという映画みたいな話になってきていて、まずそれは意識しなければいけないということですね。それに関しては、我々も注意をして見ていきますし、今、学術的あるいは国際的な枠組みの中で、それをどうやって例えばセキュリティを押しえていくか、押しえられているものをどうやって差別化して認証していくかまで、まだ認証という話までいってないですけど、そういう問題があります。

また、AI については、説明責任をどうするか、という議論もありますね。説明責任は、なかなか厄介で、なぜ AI がそういうことを言うのかは AI を作った人にも分からないんです。AI がどこかからその知識を得てきてしまった、ということです。ただ、いずれにしてもその AI を使ったサービスの提供者には何らかの、「私は知らない」とは言えない責任があるでしょう、と。もしくは、何らかの結果の品質管理はできなくても、AI にどんなデータを学習させているのかなどといった、プロセスの品質管理はしなければいけないのではないか、そういうことも含めた議論が出てきています。

また、消費者側にもリテラシー教育をしなければいけないのではないのでしょうか。ただ若干厄介なのは、遠隔になってしまうと本当に AI が言っているのかどうかよく分からないということがあります。AI の裏に人がいるのか、いないのか。チューリングテスト（機械が人間の模倣をして審査員と会話し、審査員が、会話の相手が機械か人間かを判定するテスト）ではないですけども、一般の人にはだんだん相手が機械か人間かが分からなくなってきています。そのようなところは、問題を発見する側と、事前に防ぐ側と、我々みたいにそれに対して次の対策を立てる側と、網羅的にスクラムを組みながらやっていかないと対策が追いつかないかな、という気がしています。

宗林氏：私は既存不適格の話で思うところがあります。今、人と命に係わる問題を追いかけていますが、例えば、介護ベッドの柵でたくさん高齢者が亡くなっていることが分かって、新しい JIS¹⁶⁾が制定されることにはなりましたが、新 JIS になるまでの間、問題を放置していいのかということになり、首が柵に入らないようにスペーサーやベッドの隙間全部を埋めるような物を配ったりしました。相当な件数の事故が起きているので対策を打ちましょうというその前に、間をつなぐものとして、何かやっていかななくてはいけないものもあるのではないかと、思っています。既存不適格の問題は、どこでも起こるのですが、遡及は難しいので、前からある物に対して、少なくとも人が亡くなるような事故が起きかねないような物への対策をぜひとも考えなくては、と思います。それが一点と、高齢者の事故対策については、個別性が強いですが、できることが多くあると思っています。今、デイサービスについて調査したいと思っていますが、サービスが全然均質化されていないので、今後、高齢者が増える中で、デイサービスの事業者が気をつけること以外にも、見守る家族がどこに気をつけなければならないのか、という家庭の中での点検もしないといけないと思っています。高齢者の事故が起きるところはけっこう決まっていて、脚立から

¹⁶⁾ JIS T9254 「在宅用電動介護用ベッド」

の転落・転倒事故などもそうです。元気な高齢者が脚立から落ちたり、風呂で転んで骨折したりしてそのまま寝たきりになって亡くなってしまいます。徐々に健康ながらも年を取っていく、弱っていく、そういう人達に対して少しその流れを止める仕組み、それから製品側や住環境の中で、事故の再発防止をするような仕組みを作っていく方がいいのではないかと思います。

持丸氏：今、その全部ではないですけども、例えば、脚立からの転落・転倒事故の話であるとか、けっこう足腰が弱っているけれど頑張ってしまう高齢者とか、そういうことに対していろいろな予防製品みたいなのが少しずつ出てきていて、キッズデザインの高齢者版みたいなことをやろうとしています。高齢者の暮らしをよくする製品をきちんとチェックして、それを認証して、というようなものです。宗林先生がおっしゃるように、すごく高齢者が増えているわけです。昨日できなかったことができるようになるのが子どもですが、昨日できたことができなくなるのが高齢者です。去年は脚立に乗って柿を取ることができたけど、今年ではできないかもしれない。そこを、ちょっとずつ安全な商品を使ってもらったり、環境を整えてもらったり、場合によってはやめていただいたりということをしていかななくてはいけなくて、本当にすごく大事なことだと思いますね。

宗林氏：人間工学的にある程度分かっているところがありますよね。ひねる力、この高さがあったらこの力までというのには、平均値があったり、男女差があったり、背の高さとの関係だったり、そのような研究もあるので、それにマッチングした製品を作る、使うとか、そのような形で、生活環境を少し変えていけば、事故は多少減るでしょうし、再発防止もできるのではないかと思います。高齢者の事故再発防止、それと同時にやはり、健康で過ごしていけるための生活環境の改善、栄養対策も考える必要がある。なので、健康な高齢者がたくさんいる生活の空間をどのように作っていくか、少し考えていく必要があると思います。

中川氏：転落防止用品、あるいは子ども用の製品もそうですけれども、何とか普及させるためには、結局皆で事故防止の意識を持たないといけない。高齢者の話でも、自分は衰えていく、昨日できたことが今日はできないという意識を我々が持って、そういう製品を選ぶという意識を持たなければいけない。どちらも製品安全の課題として同じですね。どうやって皆の意識を変えるのか、いつもそこにぶつかりますよね。注意喚起とか、認識を持ってくださいということは言うけれども、自分も含めて、そういうことは聞いてもすぐに忘れてしまうのが人間です。自分に都合のいいように、「自分は大丈夫」みたいな感じで捉えるからですね。この課題はずっと続くのでしょけれど、どうやって利用者の側に意識を持ってもらうか。あるいは利用者の周りの人に必ずどうやって伝えるかというのは、毎回毎回、解を求めながら、なかなかいい答えが出てこないですね。

持丸氏：キッズデザインについては、子どもは自分では買わないので、親や祖父母にター

ゲットを絞っています。高齢者も同様だと思っていて、本人は衰えてないと思っ
ているけど、息子・娘の世代からすると、親の衰えは気にかかっているわけ
ですよ。高齢の親のケガは、息子・娘の世代にとってもリスクなんですね。
だからそういう意味では息子・娘の世代がどんどん環境を変えて、少し
でもリスクを下げるほうに投資するとか、安全な製品に入れ替えてもら
うとか、もう少し注意喚起したりして、意識改革をしてもいいかなとい
う気がします。

中川氏：それから、現在の課題として、「ザ・法律」みたいな問題が、調査
委が対策を考えるときには多いと感じますね。既存不適格というのは、絶
対手を出してはいけないもののようによく誤解されているのですが、法
律の世界では理論的には遡及して適用してもいいんです。規制が新しく
なれば、今までの物は全部駄目とするという遡及適用は問題ないんです。
ところがなぜそれをしないかという、遡及適用された人がみんな文句を言
うから。それだけの理由です。「今ある物が使えなくなると大変だ」とい
う批判に対応するのも大変だから、遡及適用をやめておきましょうとい
うだけの話です。既存不適格となっているエレベーター¹⁷⁾の二重ブレーキ
設置の問題についても、結局お金がかかるし、工事期間中、停止する必
要があるので持ち主が納得しないという実態が大きいですね。

持丸氏：リスクという見えないところにどれだけお金を払えるかというこ
とですよ。ベネフィットはすぐ得られるので、見えるんですけどね。

宗林氏：先ほどの自動車の話でも、安全に配慮した物が開発されたとし
ても、皆が合わせガラスのほうを買いたいと言えば、合わせガラスを使う
ようになってしまいます。そうすると、自動車のドアに水圧がかかって開
かないようなときに、すぐにガラスを割れるような緊急脱出ハンマーが
手に届くところに置いてあれば助かるはずなのに、ガラスが割れな
かった、という大変なことになる。

中川氏：この件は、誰がどういう責任を負うのかを変えなければいけ
ないパターンだと思います。今は、自動車メーカーは水没事故の対策を
優先して考えなくてもいいのだけれど、それも考えなさいというふう
に変えていくには、今までは別に考えなくてよかったことを「考えな
さい、それがあなたのビジネスとしての責任だ」という方向にもって
いかなくてはいい。その際は、立法するかどうかは別として、法的には、
あるいはビジネス倫理的には「本来はあなたの責任ですよ」とい
うような説明を加えたほうがいい。そういう非常に大きな問題をも
一緒に整理して、理屈をつけながら、対策を打っていくという案件が、

¹⁷⁾ エレベーターについては、2009 年（平成 21 年）の建築基準法改正により二重ブレーキの設置等
が義務付けられており、法改正以前から設置されているエレベーターでこれらの装置を設置して
いないものは「既存不適格」となる。

「平成 18 年 6 月 3 日に東京都内で発生したエレベーター事故」消費者安全調査委員会（平成 28 年 8
月 30 日）https://www.caa.go.jp/policies/council/csic/report/report_004/

少しずつ増えてきた感じがします。先ほどの AI の話もそうで、本来、単純に考えれば、そのサービスの提供者が悪いに決まっているだろうから、AI 開発者に対して求償すればいい、ということになる。ただ、そう言ってしまうと AI 関連産業の発展が阻害されるという政策的な問題が出てくるので、どうしたらよいかと右往左往している感じですよ。だから、そこをある程度、じゃあ、どういうふうにするのだろうと、さっき持丸先生が説明責任とおっしゃいましたが、どの程度だったら免責するのか、責任は負わせるのだけれども、免責の範囲をそれなりに広げておこうかという、これも法的なデザインの話で、そのあたりを考えながらこの対策を考えていくというですね。私が、「ザ・法律」というのはまさにこういう話で、調査委では意外に法律論が多いなあという感じが、特に最近できています。10 年前に調査委が始まった頃は、もっぱら原因調査、特にエレベーターとか湯沸かし器とかをやっていたときがそうでした。そもそもなぜこんなことが起きたかという原因を調べるのが中心でした。

持丸氏：最近の事故は、最初から原因が「これ」だなと分かっている、調査委では、対策として、誰に何をやらしてもらおうのか、やらしてもらおう根拠をどうセットするのかということで時間がかかることが多いですね。

宗林氏：事故件数と重篤度のバランスもあると思います。美容器具や健康グッズでも事故があって、その事故の原因は明らかだけれども、件数とのバランスで対策を打つ必要性があるかどうか考える必要がある。件数や公共性といったことを調査委の選定基準として加味して優先順位を決めていくのかなと、最近思っていますね。

4. 国民生活センターと消費者庁、消費者安全調査委員会は今後どのように連携・協力していくべきか

松本：今後、国センと調査委と連携協力していくべきというお話もいただいたところですが、それぞれに機関に対する期待、課題についてお聞かせいただけますか。

中川氏：最初のテーマとも関わりますが、国センが最初に事故情報に気付く、そのときに、先ほど宗林先生が「手触り」とおっしゃった。いい言葉だなと思いましたが、この事故は拡大性、多発性があるとか、あるいは件数は少ないけど、潜在性があるとか、「これは問題がありそうだ」という、そういう感覚や見立てを教えてほしいなと思います。製品安全分野ではなくて、消費者取引での話で恐縮ですが、いわゆる詐欺的な投資案件の相談が消費生活センターに入ると、ベテランの消費生活相談員だと「あ、これは」という感じでピンとくるらしい。今まで起きた大問題、社会的問題になっているようなものは、あとからその相談員さんに聞くと「やはりそうなると思っていました」と言われることが割とあるらしい、という話を、消費者委員会のあるワーキング・グループのヒアリングで聞きました。そうすると、どういうタイミングでそういう詐欺的な投資案件に行政が踏み込むか、いか

に早く入っていくかというときに、現場の消費生活相談員の見立てはけっこう重要な情報ではないか、そういったアラートが欲しいという話になったんですね。その製品安全版といえますか、「これはちょっと気をつけてほしい」という、そういう事故情報がどれなのかを早期の段階で教えていただきたいなと思います。私の知る限りでは、今は調査委の事務局でいろいろと気付いて、国センに聞いてというようにしていると思いますが、先に国センから「少し対策を打ったほうがいいかもしれない」といったアラートを出すという形での情報のやり取り、意見交換というものがあってもいいのではないかなと思います。

持丸氏：私からは、調査委は試験機関を持っていないのですが、国センはテスト、試験ができるというところで、一つは調査委からも試験をお願いするというケース、さらにそれに関わっている方々が商品テストや商品の使い方に関して専門的な知見を持っておられるということで、その方々にこれからは臨時委員、専門委員として加わっていただくという形で連携していければということです。

また、もう一つは、私の中で期待というものがありまして、消費者安全への取り組みということは、日本だけがやっているわけではなくて、いろいろな国で事故が起きているんですね。それはアメリカの CPSC (米国消費者製品安全委員会) や、消費者庁もある程度把握していると思うのですが、試験機関同士として、いろいろ連携が取れるようになってくると、国際連携が大事だということもあります。それ以上に、事故の早期発見ができるようになるのではないかと考えています。調査委で報告書を出した「トランポリンパーク」¹⁸⁾もそうですけど、アメリカとか海外ですごく事故件数が伸びている案件があって、似たことが日本でも起きているということがある。そういうふうには、海外で危険な事案が起きていて、日本にもいずれ、ライフスタイルの変化などで上陸してくるだろうというような情報が、少し早く手に入る、そのような連携機能というの、商品テストレイヤー、研究レイヤーというところで、できるといいかなという期待がございます。

宗林氏：国センと消費者庁の連携について、「HIFU」と「ネオジム磁石」の話は、とてもうまくいった例だと思いますけれども、もう一つ、調査委でやって、政策や規則、法律につなげるのがありますが、消費者庁消費者安全課（以下、安全課）との役割分担も少し考えなくてはいけないと思っています。安全課が注意喚起だとか安全に対しての教育啓発を行ったり、「あ、これはもう事故が起きるな」という事案への対応を行ったりしてもいいのではないかと思います。消費者側も注意しなくてはならない事故について安全課が注意喚起をしたり、事業者側も対策したりする、というふうにはやらないと駄目だと思っています。事故の未然防止、再発防止対策ということについて、国センが注意喚起するだけではなく

¹⁸⁾ 「遊戯施設におけるトランポリンでの事故にご注意ください！—骨折や、神経損傷等の重傷例も—」国民生活センター（2020年12月9日）https://www.kokusen.go.jp/news/data/n-20201209_1.html

「トランポリンパーク等での事故」消費者安全調査委員会（令和5年4月20日）https://www.caa.go.jp/policies/council/csic/report/report_020/

て、安全課との役割分担、そして安全課として力を発揮する場面というのもあっていいのではないかなと思います。国センと、調査委、安全課、この3つがそれぞれ同じことをするのではなく、役割分担をしていく。安全課には事故原因が明らかな物の注意喚起や、さらに、省庁間だと調整が随分とスムーズかとも思いますので、そういうこともやってほしいですね。国センだとそこまではできない。調査委では取り上げないけれども、これは知っておいたほうがいいというものについて、安全課が、国センとは違うレベルで機能してほしいと思っているんです。調査委への申出事案の中でも、調査委で公共性を持って広くやっていくものと、安全課が官庁同士の調整でもう少しやっていただくものとに分ける、という連携も大切かなと思っています。安全課としてもっとやっていただくと、調査委で多く案件を取り扱うことができるし、一件にかかる調査期間も短縮できるかもしれません。

中川氏：国センの情報収集と、調査委が官庁に対して対策を打つように押す力と、その次に官庁がちゃんと対策を行うのか、その執行というところについて安全課が調整するということ、そこを分けて、国セン、調査委、安全課が「三本柱」としてそれぞれの機能を果たしながら、お互いがより緊密に連携をしていくことが必要なのだろうと思います。

松本：さて、そろそろ閉会のお時間となりました。本日は3名の先生方による消費者安全、製品安全に関する大変興味深いお話を、活発にご議論をいただきました。本日のご議論が、消費者安全、製品安全に関わる方々の業務の一助となると幸いかと思っております。本日はどうもありがとうございました。また引き続き、よろしくお願いいたします。

「国民生活研究」第 63 巻第 2 号 (2023 年 12 月)

【特集】製品安全の動向と課題

【論 文】

製品安全に関する法律の整理と課題

伊 藤 崇*

IT 技術・AI の進展や直輸入の増加等の社会変動を背景として、製品安全を支える諸制度・諸法令は国内外でそれぞれ課題を抱えている。EU では行政規制の改正が既に行われて製造物責任についても具体的な改定案が公開され、アメリカでも判例法による対応がみられる。日本ではそのような動きを受けて行政規制の見直しの検討が行われているが、製造物責任法についての改正の動きはまだ見られない。製造物責任法については一般不法行為法との異同が問われる事態にも至っており、その意義の再確認を踏まえた法改正の検討が望まれる。

- 第 1 製品安全に関する法律の概観
- 第 2 製品安全 4 法 (特に消費生活用製品安全法)
- 第 3 消費者安全法
- 第 4 製造物責任法
- 第 5 結語

*いとうたかし (東京国際パートナーズ法律事務所 弁護士)

第 1 製品安全に関する法律の概観

製品安全という言葉自体の法的な定義は存在しないが、消費者の身の回りの製品の安全の確保という視点から見た場合、製品安全 4 法、すなわち消費生活用製品安全法、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、ガス事業法、電気用品安全法が製品の製造・流通の各段階において事前・事後の行政規制を設けている。このうち消費生活用製品安全法が主として一般消費者の生活の用に提供される製品（「消費生活用製品」）を規制対象とするが、これに加えて、例えば医薬品等について医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律、自動車等について道路運送車両法など、個々の管掌製品ごとに同製品の安全を図る個別の法令が存在する。その他、平成 21 年に消費者の利益擁護等を任務とする消費者庁が設立されたが、同庁の権能を規律する消費者安全法の中にも製品の安全確保について実務的影響を有する制度が規定されている。

これらの行政規制・制度に加えて、実際に製品に起因して製品事故が発生した場合、私人間での損害賠償を規律する法律として民法（契約法・不法行為法）及びその特別法としての製造物責任法が存在する。

このように、製品安全には様々な公法・私法が関係するが、本稿ではそのうち中心的役割を果たす製品安全 4 法（特に消費生活用製品安全法）、消費者安全法、製造物責任法に着目し、各法律の現状と課題を考察する。

第 2 製品安全 4 法（特に消費生活用製品安全法）

1 概略

製品安全 4 法は消費生活用製品安全法（略称：消安法）、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（略称：液石法）、ガス事業法、電気用品安全法（略称：電安法）の 4 つの製品安全法の総称であり、いずれも経済産業省が所管している。これらの法律に共通する製品安全規制として、製品事故の未然防止・被害拡大防止を目的とする PS マーク制度が存在する。また、本稿の意味における製品安全の視点からは、製品安全 4 法のうち消費生活用製品を管掌する消費生活用製品安全法が中心的役割を果たすことになるが、同法では長期使用製品安全点検制度、製品事故情報報告・公表制度、リコール制度も規定されている。

2 PS マーク制度

（1）概略

PS マークとは、国が定めた流通前の規制を満たす製品に対して表示するマークのことである。製品安全 4 法はそれぞれ危害発生の恐れがある製品を指定し、同製品の製造業者・輸入業者に対して同製品への PS マークの表示を義務付けている。PS マークを表示するためには流通前規制として事業届出義務（消安法 6 条、液石法 41 条、ガス事業法 140 条、電安法 3 条）、技術基準適合義務（消安法 11 条、液石法 46 条、ガス事業法 145 条、電安法 8

条)を満たしている必要がある。この技術基準適合義務については、危害発生の恐れが強弱により、自主検査で足りる製品類型と、それに加えて国に登録した検査機関の適合性検査受検が必要な製品類型とに区別されており、それぞれ表示する PS マークが異なる(消安法 2 条 2 項・3 項、液石法 2 条 7 項・8 項、ガス事業法 137 条 1 項・2 項、電安法 2 条 1 項・2 項)。

PS マーク対象製品について、販売後に技術基準不適合などの違反が判明した場合には、経済産業省は製品の改善ないし販売・出荷停止を命じることができる(消安法 14 条・15 条、液石法 49 条・50 条、ガス事業法 148 条・149 条、電安法 11 条・12 条)。更に、生命身体に対する危害発生及び拡大を防止するため特に必要があれば製品回収も命じることができる(消安法 32 条、液石法 65 条、ガス事業法 157 条、電安法 42 条の 5)。なお、このいわゆるリコール制度は、消安法については PS マーク対象製品に限らず全ての消費生活用製品が対象となるものであり、詳細は後述するが、PS マーク制度と共通する課題についてはここでも言及する。

(2) 課題：直輸入の海外製品に対する対応

ア 経済産業省は、海外事業者にも製品安全 4 法が適用対象となる解釈を示している¹⁾。しかしながら、近時のインターネットモールによる海外事業者と国内消費者の直接取引の増加に伴い、従前の PS マーク制度による規制の実効性が問われる事態が増加している。すなわち、PS マーク制度は製造業者・輸入業者を名宛人とする規制であるが、このような直接取引の場合には輸入業者が存在せず、製造業者も海外であるため国内法規による直接的な規制が困難である。従って、本来は PS マークの対象となるべき海外製品が PS マークを表示せず、あるいは事業届出義務・技術基準適合義務に違反していたとしても、製品の販売・出荷停止や製品回収を命じることが事実上難しいという事態が生じるようになってきている。

これは日本に限らない世界各国共通の課題であり、その解決策の一つとして各国の消費者製品安全当局とオンラインマーケットプレイス事業者²⁾の協働による自主的な消費者保護の取組みが導入されている。これは「製品安全誓約」と呼ばれており、オーストラリア競争・消費者委員会、欧州委員会、韓国公正取引委員会、韓国消費者院等がこのような取り組みを始め、OECD も 2021 年 4 月 30 日に OECD 製品安全誓約の声明を策定したところである³⁾。

日本も従前よりオンラインマーケットプレイス事業者との連携による対応を図ってきたところではあるが、かかる流れを受けて、令和 5 年 6 月 29 日、消費者庁、総務省消防

¹⁾ 「電子商取引及び情報財取引等に関する準則」R2.8 経産省

²⁾ なお、本稿ではインターネットを介した販売・購入の機会を提供する業者という程度の広い意味で“オンラインマーケットプレイス事業者”という表現を用いている。この定義の仕方自体が大きな論点ではあり、後掲の取引デジタルプラットフォーム消費者保護法では異なる用語が用いられているほか、EC 指令改正案ではオンラインプラットフォームプロバイダー(provider of an online platform)という用語が用いられているが、各概念の比較検討は本稿では取り上げていない。

³⁾ 消費者庁翻訳：https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/international_affairs/assets/consumer_research_cms209_211119_01.pdf

庁、経済産業省及び国土交通省といった消費者向け製品の関係省庁とオンラインマーケットプレイス事業者との協働により製品安全誓約が策定された⁴⁾。同日時点で7社が署名しているが、その事業者では、リコール製品や安全基準等を定める法令に違反した製品の出品を削除する取り組み、消費者からリコール製品や安全基準等を定める法令に違反した製品の出品が通知された場合の取り組み、こうした取り組みを実施するための内部管理体制の構築・維持が行われることになっている。同製品安全誓約の対象製品は主に消費生活用製品であるが、消防法の所管する防災物品等、道路運送車両法の所管するチャイルドシート等、他法令の規制対象製品も一部含まれる。

イ 更に、令和5年1月17日より同年6月30日まで開催されていた消費生活用製品の安全確保に向けた検討会⁵⁾（以下「令和5年度検討会」）では、日本で製品を販売しようとする越境供給者に国内代表者又は国内代理人を設置するよう求めることについても検討がなされた。これはEUにおける一連の行政規制と類似する。

すなわち、EUではEU域内で流通する製品の法令順守を確保する目的で、2019年6月に新たな市場監視規則を導入した⁶⁾。同規則では、製品にリスクが存在する場合の市場監視当局への報告業務等の製品安全関連業務を行う主体としてエコノミックオペレーター (Economic Operator) という概念を定義した。このエコノミックオペレーターに含まれる者は、EU域内に設立された製造者、輸入者 (EU域内に製造者がいない場合)、製造者からの委任状を有し製造者に代わって製品安全関連業務を行う認定代理人 (Authorized Representative) であり、これら3者が存在しない場合にはフルフィルメントサービスプロバイダー (製品の所有権は持たず、製品の倉庫保管、包装、宛名書き及び発送業務のうち少なくとも2つを提供する者) も含まれることになる。更に、2023年5月に公布された一般製品安全規則⁷⁾では、EU域外の製造者が製造した製品の越境販売の場合、域内で責任を負うエコノミックオペレーターの名称・連絡先等の表示義務が課され、製造業者が域外の場合の製品事故届出義務もエコノミックオペレーターに課されることとなった。これらの行政規制により、EU域外の製造業者がオンラインマーケットプレイスを介して製品を直販売しようとする場合、認定代理人をEU域内に設置すること等の対応が事実上強制されることとなる⁸⁾。

このような動きを受けて、前掲の令和5年度検討会でも、PSマーク対象製品を販売する越境供給者については国内代表者又は国内代理人を要求し、その表示を求めつつ、この国内代表者又は国内代理人に各種届出や事故報告を行わせリコール実施支援も行わせることが検討されたところである。これはEUの行政規制と類似するが、フルフィルメントサービスプロバイダーが責任主体として意識されていないこと、後述の通りEUで

⁴⁾ https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_safety/product_safety_pledge/

⁵⁾ https://www.meti.go.jp/shingikai/safety_security/consumer_products/pdf/20230630_1.pdf

⁶⁾ Regulation on market surveillance and compliance of product

⁷⁾ General Product Safety Regulation

⁸⁾ なお、アマゾン社はかかる市場監視規則の導入を受けて、同社が月額25ユーロで認定代理人となるサービス (Amazon Responsible Person Service) を開始している。

はエコノミックオペレーターは製造物責任主体ともなりうるどころ、製造物責任の所在とは切り離されて検討されていること、といった点で相違も存するところである。

上記制度の導入による事態改善が期待されるころではあるが、現行法下でも日本において取引を継続してしようとする外国会社は日本における代表者を定めなければならないとされているところ(会社法 817 条 1 項)、それが順守されていないために現在の事態が生じている。また、国内代表者・国内代理人を定めたところで、それが実体を伴わなければならない上記制度で期待される役割を果たすことは期待できない。一例として、製品販売用の日本語表記のホームページを有し日本国内の連絡先住所・電話番号も記載されているが、その役割は単なるコールセンターであり、実際の製品は国外事業者から送られ修補などの事後的対応も国外事業者が実施するという事例が存在する。そのような単なるコールセンターに各種届出や事故報告・リコール実施支援を担う能力があるとは思われないが、これを国内代表者・国内代理人として許容するようであれば、制度の実効性は期待しえない。

このように、上記制度が実効性を持つのかどうかは、どのような者が国内代表者・国内代理人となりうるのか、それを怠った場合の制裁如何によると思われる。令和 5 年度検討会報告書⁹⁾ 14 頁では、敢えて「一般的に国内代理人は製造物責任を負わないと考えられるため、国内代理人にリコール実施を求めることは難しい」との注記がなされており、行政規制と民事責任を連動させる EU 方式を採用しない意向が示されている。これ自体は製造物責任の責任主体の議論ではあるが、実体を伴う国内代表者・国内代理人の選任という観点からも検討されるべき課題である。

(3) 課題：海外の玩具規制との整合性

前掲の海外製品の直輸入の一場面として、玩具について海外の玩具規制との不整合が問題となる事態が生じている。すなわち、磁石製娯楽用品(マグネットセット)や吸水性合成樹脂製玩具(水で膨らむボール)については、誤飲による重大被害が問題視され海外では規制対象となっていたが、国内では強制規制が存在しなかったため被害が多発しており、2023 年 6 月に PS マーク制度の対象となる特定製品として指定されることでようやく対応がなされた。しかしながら、それ以外の玩具については現在でも誤飲対策等についての強制規制は存在しない。

この点、例えばアメリカでは玩具に関する安全性の任意規格として ASTM F963 が存在するが、これが消費者製品安全改善法(CPSIA)¹⁰⁾の求める安全基準としても引用されており(CPSIA sec. 106, CPSA Sec. 9)、結果として同規格の順守が法的に要請されている。EU でも玩具安全指令(The Toy Safety Directive 2009/48/EC)¹¹⁾による規制がなされており、そこでは玩具は安全性に関する本質的な要求事項(Essential safety requirements)に適合することが求められる(article 10)。すなわち、玩具の物理的特性・機械的特性、

⁹⁾ https://www.meti.go.jp/shingikai/safety_security/consumer_products/pdf/20230630_1.pdf

¹⁰⁾ https://www.cpsc.gov/s3fs-public/pdfs/blk_pdf_cpsia.pdf

¹¹⁾ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=CELEX:32009L0048>

可燃性、化学的特性等について要求事項が定められ、これに適合する玩具についてのみ CE マークが付され EU 内での流通が認められるところ (article 16)、欧州連合官報に掲載された調和のとれた規格 (Harmonized standards) に準拠している玩具は同要求事項に適合していると推定される (article 13)。具体的には、国際規格である EN71 が玩具の安全性について規格化しているが、これを欧州委員会が調和のとれた規格として承認することで、玩具安全指令の要求事項も充足するということになる。このようなスキームにより、玩具が安全規格に適合することが法的にも強制されることになる。

これに対して日本では、化学的特性について乳幼児向けのおもちゃを対象に食品衛生法 68 条で強制規制が存在するのみであり、機械的・物理的特性や可燃性についての強制規制は存在しない。(一社)日本玩具協会による ST マークがこれらについて玩具安全基準を策定し、同基準についての適合性検査に合格した玩具に ST マークの表示を認める取組みを行っているが、これは任意規格であって強制力は存在しない。そのため、前掲のマグネットセットや水で膨らむボールのように、海外では規制対象となっている玩具が日本国内に流入する危険が残存している。このような事態に対応するための一案として、前掲の令和 5 年度検討会では、消費生活用製品について従前の特定製品指定・特別特定製品指定による規制に加え、新たに「こども向け製品」を規制対象製品として加えて技術基準への適合を求め、その技術基準について国際基準との整合を図る構想が提案されている。

3 長期使用製品安全制度

(1) 概略

長期に使用される製品については経年劣化により安全上支障が生じることもある。そのような製品の中には、製品の製造時点での製品安全確保に加えて適切な保守が必要な場合もあるところである。消費生活用製品安全法では、消費生活用製品のうちそのような製品 (特定保守製品) を政令で定めて適切な保守を促進することとしている。具体的には、製品の製造業者・輸入業者の義務として事業の届出義務、設計標準使用期間・点検期間の設定、点検実施義務、保守体制義務、製品の販売事業者の義務として使用者への説明義務、製造業者への所有者情報の提供義務が課されている。それに加え、製品使用の過程で関わる関連事業者の説明義務、製品所有者自身の点検を受ける義務を努力義務として定めている (消安法 2 章の 2)。

なお、類似制度として、点検義務までは要求しないが、消費者等に長期使用時の注意喚起を促す表示を義務付ける制度として長期使用製品安全表示制度が存在する¹²⁾。

(2) 課題：対象製品の範囲と保守の内容

長期使用製品安全制度の対象となる特定保守製品は、当初は 9 品目が指定されていたが対象製品の見直しが行われ、令和 3 年 8 月 1 日以降は石油給湯機と石油ふろがまの 2 品目のみが対象となっている。これは、製品設計上の経年劣化対策が措置された結果、各製品

¹²⁾ https://www.meti.go.jp/policy/consumer/seian/denan/long_term.html

の事故率が大きく低下したためと説明されている¹³⁾。

しかしながら、そうであるとして製品の保守について製品安全上の課題が存在しないわけではない。例えば平成 18 年 6 月 3 日に東京都内で発生したエレベーター戸開走行事故では設計されたシステムを適切に運用（保守管理）するために必要な「情報伝達」「情報に基づく保守管理の遂行」「作業を行う人材の質の確保」の各要素の不備が指摘されている¹⁴⁾。これ自体は消費生活用製品の例ではないが、IT 技術その他の技術の高度化により使用者自身による適切な製品保守が期待できない場合を想定すると同様の課題が生じ得る。

今後、持続可能な開発目標（SDGs）達成に向けて、製品はより耐久性があり、再利用や修理、アップグレードが可能な設計が求められる傾向にあると考えられている¹⁵⁾。そのような製品の全てについて点検義務までは不要であるとしても、製品製造・引渡時点で全ての製品安全確保策を講じうるとも思われない。しかしながら現行の両制度は対象製品の範囲の面でも保守の内容面でもそのような事態に対応しておらず、保守の場面において製品安全規制の空白が存在しているように思われる。

4 情報収集制度

(1) 概略

製造業者・輸入業者には、重大製品事故（製品事故のうち死亡、重傷（治療に要する期間が 30 日以上のもの）、後遺障害、一酸化炭素中毒、あるいは火災発生などの結果を生じた製品事故）について、事故発生を知った日を含め 10 日以内に消費者庁への事故報告義務がある（消安法 3 章）。

同報告を受けて、消費者庁は当該事故情報を記者発表及びウェブサイトで公表し、その後製品評価技術基盤機構による事故調査・原因分析を経てその結果を再度公表することとされている。

(2) 課題：直輸入の海外製品に対する対応

事故報告義務は製造業者・輸入業者を名宛人とするものである。そのため、PS マークにおける課題と同様、近時のインターネットモールによる海外事業者と国内消費者の直接取引の増加に伴い、輸入業者が存在せず製造業者も海外であるため事実上報告主体が存在しないという事態が生じている。

この課題についての対応状況は PS マーク制度の場合と同様であり、製品安全誓約によるオンラインマーケットプレイス事業者との協働による対応に加え、前掲の令和 5 年度検討会では国内代表者又は国内代理人に事故報告を行わせるスキームが検討されているところである。

¹³⁾ 「長期使用製品安全点検制度の見直しについて」 R4. 3. 25 産業保安グループ製品安全課

¹⁴⁾ 消費者安全調査委員会「平成 18 年 6 月 3 日に東京都内で発生したエレベーター事故」報告書 (H28. 8. 30) 72～75 頁

¹⁵⁾ Proposal for a directive of the European Parliament and the Council on Liability for defective products 19 頁(29)

(3) 課題：制度自体の不周知

例えば、歩行型ロータリ除雪機による事故に関して消費者安全調査委員会による調査が行われた際、平成 29 年 11 月から平成 30 年 3 月までの期間に 98 件の事故が把握された。しかしながら、これらの事故情報は事故情報データベースには 3 件登録されているのみであり、製品評価技術基盤機構による製品事故情報には登録がなかったとのことである¹⁶⁾。このような消費者庁が把握する事件数と実際の事件数の乖離はしばしば目にするところである。

この事故情報報告制度は関係諸機関で事故情報の共有がなされず被害が続発したいわゆるパロマガス湯沸器事件等の反省を踏まえて法改正がなされ、平成 19 年 5 月 14 日に施行されたものであるが、製造業者・輸入業者が法文通りの事故情報報告を行っているとは想定しがたい現状にあり、同制度自体の周知徹底が必要と思われる。

5 リコール制度

(1) 概略

製造業者・輸入業者は、消費生活用製品について製品事故が生じた場合には当該事故原因調査を行い、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、当該製品の回収その他危害の発生及び拡大を防止するための措置をとるよう努めなければならないとされている（法 38 条 1 項 いわゆるリコール制度）。当該製品の販売事業者はこの回収等措置義務の主体ではないが、これに協力すべき努力義務が課されている。

(2) 課題：直輸入の海外製品に対する対応

事故報告義務の場合と同様、この回収等措置義務は製造業者・輸入業者を名宛人とするものであるため、近時のインターネットモールによる海外事業者と国内消費者の直接取引の増加に伴い、輸入業者が存在せず製造業者も海外であるため事実上リコール主体が存在しないという事態が生じている。

この課題についての対応状況は PS マーク制度の場合と同様であり、製品安全誓約によるオンラインマーケットプレイス事業者との協働による対応に加え、前掲の令和 5 年度検討会では国内代表者又は国内代理人に日本でのリコール実施の支援を行わせるスキームが検討されているところである。

(3) 課題：リコール進捗度の評価方法

リコールの回収率はリコール実施数/リコール対象数×100 (%) で計算しうるが、この場合、既に関し買い替えや廃棄により対象製品が残存していない場合には永久に回収率が 100% に到達することはない。そのためリコール開始から相応の年数が経過しても同回収率が向上しない事案が頻発し、事業者が消費者からリコール対応の真摯さを疑われかねない事態が生じていた。また、リコール実施率 100% を事業者に要求するのは非現実的として、リコールの進捗状況報告・終了に関する目安が必要であるとの意見があがっていた。

このような事態を避けるためには、消費者の手元に残存する対象製品が経年とともに廃

¹⁶⁾ 消費者安全調査委員会「歩行型ロータリ除雪機による事故」報告書 (R1.5.31) 14 頁

棄等により減少していくことをリコールの進捗度を評価する際に加味する必要があり、経済産業省が発行する消費生活用製品のリコールハンドブック 2019¹⁷⁾においてそのような考え方の提示がなされた。そこではリコール実施率の補正実施率の算出方法として、(リコール実施数+推定廃棄数)/リコール対象数×100 (%) という計算方法が提示されている。また、リコール実施状況の進捗報告の終了時期の基準として、「リコール開始からリコール要因による製品事故が発生していない期間が3年以上経過していること」に加え、①リコール実施率、もしくは市場残存率を反映した補正実施率が90%を超えていること、②リコール実施事業者の努力にも関わらず、リコール実施率が頭打ち状態に達し2年間経過していることのいずれかの条件を満たすこと、という基準が提示された。もっとも、リコールが99%達成できたとしても、残り1%から重大な事故が発生するリスクは常に存在する。そのためリコール実施状況の進捗報告の終了とリコール自体の終了は別概念として、最低限リコール受付窓口やリコール実施のホームページでの掲載は維持するものとし、重大製品事故が再発した場合には報告を再開すべきことも併せて記載された。

第3 消費者安全法

1 概略

消費者安全法は平成21年に成立した消費者庁関連三法¹⁸⁾の一つであり、消費者庁設立の趣旨を法律の形で示すものである。平成17年11月28日発生いわゆるパロマガス湯沸器事故ではそれまでに少なくとも20年間で14件の同種事故が発生していたが、経済産業省・警察その他の関係諸機関で情報共有がなされず被害拡大を招いた¹⁹⁾。また、いわゆるこんにやくゼリーによる窒息死亡事故では平成22年までの間に少なくとも22件の同種事故が発生していたが、食品等による窒息事故を行政上の課題として取り上げて規制を講ずるための制度が存在せず被害拡大を招いた²⁰⁾。消費者安全法はこのような問題意識を背景に、一元的な消費者窓口の設置、情報の一元的集約・分析体制の整備、いわゆるすき間事案への対応、消費者行政の司令塔機能の整備が図られ、更に、事故再発防止に資する事故原因調査の観点から平成24年には消費者安全調査委員会が設立された。消費者安全法で規定された消費者庁の権能はそれぞれ製品安全にも直結しているが、具体的な製品事故対応との関係では事故情報収集制度と消費者安全調査委員会が着目される。

¹⁷⁾ 現在はリコールハンドブック2022が発表されている。

¹⁸⁾ 消費者庁及び消費者委員会設置法、消費者庁及び消費者委員会設置法の施行に伴う関係法律の整備に関する法律、消費者安全法

¹⁹⁾ 消費者安全調査委員会「平成17(2005)年11月28日に東京都内で発生したガス湯沸器事故」評価書(H26.1.24)11頁、48頁

²⁰⁾ 食品SOS対応プロジェクト報告～こんにやく入りゼリーを含む食品等による窒息事故リスクの低減に向けて～(H22.7.16 消費者庁)

2 事故情報収集制度

(1) 概略

消費者安全法 12 条は、製品事故が発生した場合、行政機関の長、都道府県知事、市町村長及び国民生活センターの長に対して当該事故概要等の報告を求めている（但し、その通知義務の存否・内容は重大事故か否か、被害の発生・拡大の恐れがあるか否かで区別がある）。

(2) 課題：情報収集力の強化

同制度は、消費生活用製品安全法の事故情報報告制度と合わせ、消費者庁に情報を一元的に集約させる制度として機能している。ただ、事故情報が行政や企業のみ存するものではなく、特に最近の若者は行政や企業に被害を申し出るよりも SNS でつぶやくことが多いのではないかと指摘もなされているほか、外国語で情報発信する在日外国人からの事故情報の収集についても課題が指摘されているところである。また、前掲の通り、消費生活用製品安全法所定の事故情報報告制度も十分に周知され機能しているとは言いがたい。現時点でも消費者庁は個別法によらない任意の情報収集に努め、事故情報データベース参画機関や医療機関ネットワーク参画機関医師等からの情報収集を行っているところであるが、更なる情報収集力の強化が望まれる。

3 消費者安全調査委員会

(1) 概略

消費者庁設立に当たって、犯罪を捜査し刑事責任を追及する捜査機関とは別に、消費者事故等の原因究明、事故の予防及び再発防止を担う専門の調査機関を新たに設立する必要性が指摘されていた。これに応えるものとして平成 24 年 10 月に消費者安全調査委員会が消費者庁に設置され、他の行政機関等によって調査等が行われている場合にはこれら調査等の結果の評価を行い、必要に応じて意見を述べ、あるいは調査委員会自ら調査を行うこととされた（消費者安全法 5 章）。

(2) 課題

消費者安全調査委員会は令和 4 年に設立 10 年を迎え、同年 9 月 29 日に消費者安全調査委員会設立 10 年の活動報告書を作成、発表した²¹⁾。ここでは、組織モデルを概ね実現してきた一方で、以下の点が課題として指摘されている。

- ① 事故現場へ赴いての現地調査が少ないことから、事故情報に接した際の初動の取り方、機動的な現地調査の実施についてルール化を行い改善すること
- ② 医療機関との連携や SNS 等の分析等を通じた多様な端緒情報の把握を含め、事故情報収集体制の更なる強化を行うこと
- ③ 事故に関係する業界構造が複雑化している場合も多いことから、再発防止策の実効性を高めるため、関係業界、事業者及び機関等との連携や働き掛けを強化すること

²¹⁾ https://www.caa.go.jp/policies/council/csic/meeting_materials_001/assets/csic_cms201_21005_02.pdf

④ 事務局体制の強化を粘り強く実現すること

このうち特に④については、委員 7 名、臨時委員 16 名、専門委員 53 名及び消費者庁消費者安全課に置かれた事故調査室というのが同活動報告書作成時点の人員体制であり、常勤の委員は存在しない。例えばアメリカ合衆国消費者製品安全委員会 (CPSC) の職員数が 510 名・うち常勤が 477 名²²⁾であることと比べると、陣容に大きな差異がある。CPSC は単に事故原因調査だけではなく規格策定なども行う点で消費者安全調査委員会と役割は異なるが、逆にいえば、消費者安全調査委員会の現在の人数規模が活動の限界を画してしまっているともいえる。同報告書では委員が任期制である中での専門的知見の継承が課題として掲げられているが、人数規模自体も課題の一つであることを指摘したい。

第 4 製造物責任法

1 概略

製造物責任法は製造物の欠陥が原因で生命、身体又は財産に損害を被った場合に、被害者が製造業者等に対して損害賠償を求めることができることを定めた法律であり、消費者庁が所管している。この製造物責任は不法行為責任の特則として位置付けられており、不法行為責任が加害者の故意過失の立証を要するのに対して、製造物責任では故意過失の立証は不要であり、代わりに製造物の欠陥の立証が求められている。

製造物責任法理は 1900 年代後半以降アメリカを皮切りに各国で確立され、日本でも主にヨーロッパの 1985 年 EC 指令を参考にしつつ 1994 年に制定された。しかしながら、その後の裁判実務の実情や IT 技術・AI の進展、循環型経済への移行などを背景にヨーロッパでは EC 指令の見直しが提案されるに至り、改正案が令和 4 年 9 月に公表された (Proposal for a DIRECTIVE OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL on liability for defective products.)²³⁾。日本の製造物責任法は民法改正に伴う時効規定の整備以外の改正がないまま約 30 年が経過しようとしているが、そのような社会動向を踏まえ、製造物責任法の内容についての再検討が必要となっている。

2 製造物

(1) 概略

製造物責任法の適用対象となる「製造物」は、製造又は加工された動産と定義されている (法 2 条 1 項)。「製造」とは原材料に手を加えて新たな物品を作り出すこと、「加工」とはその本質は保持させつつ新しい属性ないし価値を付加することと解釈されており、これ

²²⁾ <https://www.eeoc.gov/federal-sector/consumer-product-safety-commission-cpsc-0#:~:text=Consumer%20Product%20Safety%20Commission%20%28CPSC%29%20Permanent%20Workforce%3A%20477,Temporary%20Workforce%3A%2033%20Total%20Workforce%3A%20510.%20Workforce%20Composition.> なお、筆者はかつて CPSC のオフィスを訪ねたことがあるが、壁に長期勤続者を表彰するプレートが掲げられていたのが印象的であった。

²³⁾ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=COM%3A2022%3A495%3AFIN>

により人為的な操作や処理が加えられていない自然産物が製造物責任対象から排除される。また、「動産」との制限は、電気やソフトウェアなどの無体物や不動産を製造物責任対象から排除するものである。

なお、建物やその一部は不動産であって「製造物」ではないが、製造物が製造物の引渡しをした後にその製造物が不動産に付合した場合には、その製造物は独立した動産でなくなったとしても製造物責任法の対象となりうると思われている（東京地判 H25. 4. 19）。この場合には土地工作物責任（民法 717 条）との競合が生じ得ることになる²⁴⁾。

（2）課題：ソフトウェアの取扱い

近時の IT 技術・AI の進展に伴い製品におけるソフトウェアの中核的意義が増しており、その中で、ソフトウェア自体も製造物責任の対象とすべきではないか、との問題意識が生じている。ヨーロッパの EC 指令改正案では、デジタル製造ファイルやソフトウェアを製造物責任の対象たる製造物に含めることが明記されるに至った（article 4 (1)）。もっとも、ソフトウェアとは何かについての定義はなく、例えばフリーかつオープンソースのソフトウェアは適用除外とすべきとの意見が示されている。また、これに伴い諸概念もソフトウェアを対象とする形で変容し、例えば部品は「関連サービス」を含む新概念となり、その関連サービスの定義は「その不在によって製品が 1 つまたは複数の機能を実行できなくなるような方法で製品に組み込まれ、または相互に接続されたデジタルサービス」とされている（article 4 (3)）。

そのような概念変容の一つとして「製造者の管理」（article 4 (5)）という概念が導入されている。これは「製品の製造者が、a) ソフトウェアのアップデート又はアップグレードを含む、第三者によるコンポーネントの統合、相互接続又は供給、又は b) 製品の改変を許可することを意味する。」と定義され、ソフトウェアのアップデート・アップグレードを法的に評価するための概念である（もっとも、この管理の概念自体はソフトウェアに限られない製品一般に通有するものである。）。製品が製造者の管理を離れた時点がいつかというのは欠陥の評価要素として掲げられており（article 6-1）、これが欠陥の評価時点を規律することになると思われる。そして、ソフトウェア特有の規律として、原則は欠陥が製品流通前に存在しなかった場合には免責事由となるが、ソフトウェアの更新やアップグレードがなされていなかった場合には、それが製造者の管理範囲内であれば免責事由とならないと規定されている（article 10-2）。

日本の現行法では、ソフトウェア自体は製造物責任の対象ではないとしてもソフトウェアを組み込んだ製品自体が製造物であるという解釈によりソフトウェアを製造物責任の対象とする余地を残している。しかしながら、現行法は製造物の引渡し時点の欠陥を検討対

²⁴⁾ ただし、土地工作物責任は土地の工作物の設置又は保存に瑕疵があることによって損害が生じた場合に占有者ないし所有者が損害賠償責任を負うものであるが、瑕疵の定義は欠陥と類似し、また、少なくとも所有者については過失を要しない。従って、保存に瑕疵がある場合にも責任が生じる点で、引渡し時の欠陥のみを問題とする製造物責任よりも土地工作物責任の方が適用範囲が広い。従って、当該動産の製造業者の方が建物所有者よりも資力があるなどの事情がない限り、敢えて製造物責任を選択する理由は乏しい。

象とするため、同解釈の下では、ソフトウェアが物理的変更を伴わずにアップデートされた場合には当該アップデートが製造物責任法の対象となる余地がない。そのためソフトウェア自体を製造物として製造物責任法の適用対象とするか否かの検討は日本においても必要となる²⁵⁾。

この点、仮に製造物責任法の適用外となる場合には一般法である民法による規律を考へることになり、アップデート・アップグレードを行う業者との間に契約関係があれば契約責任、それがなければ一般不法行為責任を検討することになる。後述する通り、製造物責任法は一般不法行為法の特別法でありながら、判例実務では一般不法行為法を優先適用する例も散見されるところであり、この論点は、敢えて一般不法行為責任ではなく製造物責任を選択することの意義を考へることに等しい。この点は後述する。

3 製造業者等

(1) 概略

製造物責任の責任主体となる「製造業者」とは、当該製造物を業として製造、加工又は輸入した者と定義されている(法 2 条 3 項 1 号)。ここで輸入業者が責任主体に含まれているのは、国内に危険を持ち込んだこと及び消費者が直接海外の製造業者を訴えることが困難であることを理由とする。その他、外観法理に基づき表示製造業者、実質的製造業者も責任主体とされているが、単なる販売業者は責任主体とされていない。また、いわゆるオンラインマーケットプレイス事業者についても何ら言及はない。

(2) 課題

ア 消費生活用製品安全法における課題と同様、製造物責任法においても直輸入事案への対応は課題となっている。近時増加しているインターネットモールによる海外事業者と国内消費者の直接取引では輸入業者が存在せず、海外の製造業者ないし販売者に対する責任追及しか検討しえない。この点、そもそも海外の製造業者の所在自体が不明という事態も生じていたが、これについては令和 4 年 5 月 1 日に取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益の保護に関する法律(取引デジタルプラットフォーム消費者保護法)が施行され、そこではデジタルプラットフォーム提供者に対して販売者の特定情報の取得等の努力義務が課せられ、それについての情報開示請求権が規定されたことで改善が期待される。しかしながら、それで責任主体が判明したとしても、海外での訴訟提起や強制執行による現実の回収可能性は極めて疑わしい。

このような課題は世界各国に共通するが、これについて EU では市場監視規則や一般製品安全規則で定義されたフルフィルメントサービスプロバイダーの概念を用いて責任主体を拡張する方向での EC 指令改正案が検討されている。ここでは第一順位として製造物やコンポーネントの製造者、製造者が EU 域外に設立されている場合の第二順位と

²⁵⁾ なお、令和 5 年 7 月、消費者庁新未来創造戦略本部国際消費者政策研究センターにて同論点に係るプログレッシブレポートが発表されている。https://www.caa.go.jp/policies/future/icprc/research_009/assets/caa_futurer101_230714_02.pdf

して輸入者及び認定代理人、それらの者も EU 域内に設立されていない場合の第三順位としてフルフィルメントサービスプロバイダー、更にこれらの責任主体が特定できない場合の第四順位として販売者を含めた供給者ないし供給者の外観を伴うオンラインプラットフォームプロバイダーが責任主体として列挙されている。ここで現実の動きを見ると、前掲の通りアマゾン社は市場監視規則の導入を受けて、同社が月額 25 ユーロで認定代理人となるサービス (Amazon Responsible Person Service) を開始している。また、アマゾン社は同社が商品の配送、カスタマーサービス、返品を販売業者に代わって対応するサービスを提供している (Fulfillment by Amazon (FBA) なお、これに対して販売者が自ら同作業を担う形を Fulfillment by Merchant (FBM) と呼ぶ)。すなわち、そのようなサービスを供給するオンラインプラットフォームプロバイダーであれば製造物責任の責任主体となりうるということである。

アメリカでは元々アメリカの製造物責任法理は販売者も責任対象とする点で EU 指令や日本よりも責任範囲が広いところ、更に取引におけるオンラインマーケットプレイス事業者の重要性等に注目して同オンラインマーケットプレイス事業者の責任を判断する判決群が現れ、その動向が注目されているところである。すなわち、まず、オーバードルフ事件はアマゾン社のウェブサイトから犬の伸縮式リードを購入したが犬の散歩中に同リードが壊れ、跳ね返るように戻ってきたリードが顔にあたり左目を失明したという事案である。ここでは同製品はネバダ州の販売者から原告に直接配送がなされた (FBM)。同事例の控訴審において、アマゾン社はペンシルバニア州法の下で “seller”²⁶⁾ に該当するとして、厳格責任としての製造物責任の主体となることが示された²⁷⁾。次に、ボルガー事件²⁸⁾ はアマゾンのウェブサイトからノートパソコン用交換バッテリーを購入したところ同バッテリーが破裂してやけどを負ったという事案である。ここでは同製品はアマゾン社の倉庫から原告の元へ配送がなされた (FBA)。同事例の控訴審において、アマゾン社はカリフォルニア州の判例法理の下で厳格責任としての製造物責任の主体となることが示された。更に、ルーミス事件²⁹⁾ はアマゾン社のウェブサイトからホバーボードを購入して充電していたところ出火したという事案である。ここでは同製品は販売者の手配により原告に直接配送がなされた (FBM)。同事例においても、アマゾン社はカリフォルニア州の判例法理の下で厳格責任としての製造物責任の主体となることが示された。

EC 指令改正案においてフルフィルメントサービスプロバイダーを責任主体とする規定は、オンラインマーケットプレイス事業者の責任主体性という文脈からは、オンラインマーケットプレイス事業者が認定代理人となる場合や流通に関わるいわゆる FBA 事案の場合に同事業者に責任を認める発想に立っていると理解しうる。他方でアメリカの判決群では必ずしもそのような視点が強調されているわけではない。上記各判決において判断の基盤となった過去判例法理は多岐にわたるが、その中で、例えばボルガー事件

²⁶⁾ Restatement 2nd of Torts, § 402A (1965) の文言が引用されている。

²⁷⁾ Oberdorf v. Amazon.com, Inc (930 F.3d 136 (3d Cir. 2019)) 但し、その後再審理となった。

²⁸⁾ Bolger v. Amazon.com, LLC (53 Cal. App. 5th 431, 267 Cal. Rptr. 3d 601 (2020))

²⁹⁾ Loomis v. Amazon.com, LLC (63 Cal. App. 5th 466, 277 Cal. Rptr. 3d 769 (2021))

やルーミス事件において同事案に厳格責任としての製造物責任を負わせるべきとする政策的考慮としては、(1) アマゾン社が製品の安全性を確保し又は同目的のために製造業者に圧力をかけうる立場であるかどうか、(2) アマゾン社が製品流通網の中で被害者にとって合理的にアクセス可能な唯一の主体であるかどうか、(3) 製品流通網における様々な主体の中でアマゾン社が被害者への被害補償のためにコストを調整しうる立場であるかどうか、といった視点が掲げられている。このような視点から見た当該事案におけるアマゾン社の立場は小売業者のそれと同様である、という発想から結論が導かれているところである。

イ 日本の現行法では、いまのところ直輸入事案への対応策は存在しない。前掲の通り、行政規制については令和 5 年度検討会において PS マーク対象製品を販売する越境供給者については国内代表者又は国内代理人を要求することが検討されたところである。ただ、EU と異なり、この行政規制と製造物責任主体の連動は現時点で議論がなされておらず、むしろ前記の通り、令和 5 年度検討会報告書 14 頁では敢えて「一般的に国内代理人は製造物責任を負わないと考えられるため、国内代理人にリコール実施を求めることは難しい」との注記がなされており、行政規制と民事責任を連動させる EU 方式を採用しない意向が示されている。

この点、製造物責任構成ではないが、オンラインマーケットプレイス事業者に責任追及を試みた例として、バッテリー火災事件(東京地判 R4. 4. 15)が存在する。同案件は、平成 28 年 6 月に被告が運営する電子商取引サイトにおいて原告が充電式モバイルバッテリーを購入したが、平成 29 年 11 月に上記バッテリーが発火し原告に損害が生じたとしてオンラインマーケットプレイス事業者への請求を試みた事案である。法律構成としては、第一次的請求として出店・出品義務違反、保険・補償制度構築義務違反を理由とする債務不履行構成、第二次的請求としてプラットフォーム上で取引される財・サービスについて消費者トラブルにつながる不適切な表示をなくすためのチェック体制を構築する義務違反を理由とする不法行為構成、第三次的請求として販売者が被告であるかのような外観・そのような外観作出についての帰責性・善意無過失を理由とする商法 14 条又は会社法 9 条類推適用が主張された。同案件では本件訴訟提起に先立ち中国所在の製品の製造業者が特定でき、かつ、原告が中国の製造業者と交渉して損害金の大半の回収に成功していたという特殊性が存在した。裁判所はそのことを指摘しつつ、いずれも主張される義務の存在や外観自体を否定して請求を棄却した。

同事案の結論は、上記事案の特殊性に鑑みれば致し方ないところと思われる。もっとも、その後直輸入事案の増加に伴うオンラインマーケットプレイス事業者の役割の重大性が強調されるようになり、取引デジタルプラットフォーム消費者保護法では販売業者の特定情報の取得等の努力義務が課せられるに至った。また製品安全誓約では「規制当局等のウェブサイトから、リコール製品や安全ではない製品に関連する情報を定期的に確認し、これらの製品を特定した場合は適切に対処する」「必要に応じ、出品禁止製品、リコール製品や安全ではない製品の販売を阻止又は制限するための制度を構築・維持する」ことなどが掲げられている。このような状況の変化に鑑みれば、現時点で同種事案

が発生した場合には、事案の内容次第では原告の請求が認容される可能性もあるように思われる。

ウ このように、債務不履行構成ないし不法行為責任によるオンラインマーケットプレイス事業者への責任追及の可能性が不透明ながらもありうる一方で、製造物責任法についてそのような道筋は現時点では想定しがたい。製造物責任法での解決を図るためには責任主体についての法改正を免れることができないが、そのような対応の要否は、敢えて一般不法行為責任ではなく製造物責任を選択することの意義を考えることに等しい。この点は後述する。

4 欠陥

(1) 概略

製造物責任法における欠陥とは、当該製造物の特性、その通常予見される使用形態、その製造業者等が当該製造物を引き渡した時期その他の当該製造物に係る事情を考慮して、当該製造物が通常有すべき安全性を欠いていることと定義されている（法 2 条 2 項）。

この点、アメリカでは、製造物責任法理が確立した 1960 年代当初は「その製品が、使用者もしくは消費者、またはその財産に不合理なほど危険な欠陥を伴う状態にあったとき」として、日本の製造物責任法と同様の単一定義を採用する傾向にあった³⁰⁾。しかしながら、その後の判例法理の進展を経て、欠陥を「製造上の欠陥」「設計上の欠陥」「指示警告上の欠陥」に分類し、「設計上の欠陥」「指示警告上の欠陥」については実質的に過失責任と変わらないものとする理解も現れるに至った³¹⁾。日本ではこのような欠陥三類型論は採用しなかったが、裁判実務においてはしばしば言及されている。

(2) 課題：欠陥立証の困難³²⁾

ア 過失の立証の困難を理由として欠陥責任が採用されたところであるが、その欠陥についても、製品の複雑化・高度化、製造業者と消費者の情報偏在に起因して、立証の困難が指摘されることが多い。この点は立法当初にも懸念されており、欠陥の立証責任の軽減・転換や推定規定の制定が検討対象となったが採用には至らなかった。立法時の衆議院附帯決議・参議院附帯決議では、被害者の立証責任軽減のための中立的な民間検査機関の整備が求められたところであるが、その役割が期待された PL センターのうち実働が確認されるのはごくわずかである³³⁾。

このような欠陥立証の困難は日本のみの課題ではなく、アメリカのディスカバリー制

³⁰⁾ Restatement 2nd of Torts, § 402A (1965)

³¹⁾ Restatement 3rd of Torts: Product Liability (1998)

³²⁾ 欠陥のみならず欠陥と損害発生の因果関係の立証の困難も課題であるが、両者は多くの場合場面が重複するので、本稿では欠陥についてのみ言及している。

³³⁾ 筆者が平成 24 年度に各 PL センターの斡旋等の紛争処理手続申請の受付状況を調べた際、公開資料から確認したのは住宅部品 PL 室が 128 件、自動車製造物責任相談センターが 23 件、家電製品 PL センターが 3 件、消費生活用品 PL センター（現在は相談業務・相対交渉援助業務を終了）が 5 件のみであった。その他の PL センターは HP 上にデータが存在せず、あるいはそもそも HP すら存在しなかった。

度など消費者側に強力な証拠開示手段が存在しない国において深刻である。ヨーロッパもこの問題を認識し、EC 指令改正案では、証拠開示制度、欠陥推定制度の双方について言及がなされている。

すなわち、証拠開示制度については、賠償請求のもっともらしさを裏付けるに十分な事実と証拠を提示した場合、国内裁判所が、被告が自由に入手できる関連証拠の開示を命ずる権限を有することを確保することが要請されている (article 8)。また、欠陥推定についても、以下のように欠陥推定規定が導入されている³⁴⁾。

Article 9-2

次のいずれかに該当する場合、製品の欠陥が推定されるものとする。

- (a) 被告が、第 8 条 1 項に基づき、自己の裁量で関連する証拠を開示する義務を怠った場合
- (b) 請求者が、製品が EU 法または国内法で定められた、発生した損害のリスクから保護するための強制的な安全要件に準拠していないことを証明する場合、または
- (c) 請求者が、その損害が通常の使用中または通常状況下における製品の明らかな故障に起因するものであることを立証する場合

Article 9-4

国内裁判所が、技術的または科学的な複雑さのために、請求者が製品の欠陥、その欠陥と損害との間の因果関係、もしくはその両方の証明に過度の困難に直面していると判断した場合、請求者が十分な関連性のある証拠に基づき次のことを証明した場合に、製品の欠陥、その欠陥と損害との間の因果関係、もしくはその両方が推定されるものとする。

- (a) 製品が損害に寄与していることと、
- (b) 製品に欠陥があった可能性が高いこと、またはその欠陥が損害の原因である可能性が高いこと、あるいはその両方であること。

被告は、過度の困難の存在または第 1 文にいう可能性について争う権利を有する。

イ 日本ではこれらの点について法文上の手当がないのは既述の通りであるが、欠陥推定規定に関する判例法理としては「(製品を) 通常の用法に従って使用していたにも関わらず、身体・財産に被害を及ぼす異常が発生したことを主張・立証することで欠陥の主張立証としては足りるといふべきであり、それ以上に、具体的欠陥等を特定した上で、欠陥を生じた原因、欠陥の科学的機序まで主張立証責任を負うものではない」(携帯電話低温やけど事件 仙台高判 H22. 4. 22) と判示して欠陥の立証責任軽減を図った裁判例が存在する。かかる理解を容れた請求認容例は現在までに一定数存在するが、何らか誤使用を認定されて請求が排斥される例も多い。一般不法行為理論と比した製造物責任法理の認知度の低さ³⁵⁾、既に市場に流通している製品への影響力も考慮してか、裁判所は同判

³⁴⁾ 邦訳は筆者による。なお、EC 指令改正案と同時に公表された AI 責任指令案でもこの証拠開示や因果関係推定について規定があるが、別稿に譲る。

³⁵⁾ 一例として、横浜地判 R3. 9. 17 (控訴) はトラックのエンジン等に不具合が生じた事案であるが、通常使用に基づく欠陥推定について「本件各故障は、本件各リース契約締結後 3 年以上経過して発生

例法理の適用に慎重であるように思われる。

もともと、近時、自動車事故において欠陥推定を認めた判例が相次いで現れた。自動車車輪脱落事件（東京地判 R3. 3. 26）は走行距離約 6 万 km の 7 年使用の普通乗用自動車の右前輪が脱落して走行不能になったという事案であり、ハンドルと車輪間の進行方向を制御するボールジョイントの不具合が問題となったが、上記携帯電話低温やけど事件と同様の判示により欠陥推定を認めた。また、事業用大型貨物自動車エンジン発火積荷全焼事件（大阪高判 R3. 4. 28）は走行距離 110 万 km の 6 年半使用の事業用大型貨物自動車が行進中にエンジンから出火して同車両及び積み荷が全焼したという事案であった。同事例でも「～ エンジンから発生した車両火災である本件事故においては、控訴人らにおいて、控訴人 X 1 社が、本件車両の納車から本件事故の発生までの間、通常予想される形態で本件車両を使用しており、また、その間の本件車両の点検整備にも、本件事故の原因となる程度のオイルの不足・劣化が生じるような不備がなかったことを主張・立証した場合には、本件車両に欠陥があったものと推定され、それ以上に、控訴人らにおいて本件エンジンの中の欠陥の部位やその態様等を特定した上で、事故が発生するに至った科学的機序まで主張立証する必要はないものと解するのが、製造物の欠陥に起因する事故について、被害者の保護を図ろうとした製造物責任法の趣旨・目的に沿うものというべきである。」と判示して、様々前提条件を付しつつも欠陥の存在についての推定を認めた。いずれも製品引渡しから相当の期間が経過して消費者も相応に製品を使用していた事案であり、裁判所の従前の保守的な立場からは欠陥推定を認めることに躊躇もありうる事案であった。いずれも法所定の定期点検を受けていたこと、欠陥該当性が問題となった部品が消費者による改造可能性の乏しいものであったことなどが積極的に評価されたものとも思われるが、同判例法理が拡がりをみせてきた一場面と評価しうる。

ウ 他方で、同判例法理の運用については新たな混乱も見受けられる。キャンピングカータイヤ破裂事件（東京地判 R2. 10. 27）では、欠陥推定とそのあてはめについて次の通り判示がなされた。

「同法における「欠陥」の意義に照らすと、本件購入者が「欠陥」の存在を主張、立証するに当たっては、第一次的には、当該製造物を適正な使用方法で使用していたにもかかわらず、通常予想することのできない事故が発生したことを主張、立証すれば足りると解するのが相当である。」「しかし、本件車両の使用状況は、タイヤ 4 本にいずれもシビアな使用履歴がみられる等車両ないしタイヤに対して相応の負荷を加えるものであったことに加え、キャンピングカーは、車両の容積、質量が大きく、重心も高く、横風による影響が大きいことなどによってタイヤへの負担が大きくなること等も併せて考えれば、本件事故は、本件購入者が本件車両を購入後本件事故発生までこれを使用し続けた結果、本件車両のタイヤが過負荷使用の状態となって発生したものと理解することもできるのであって、仮にこの間における本件購入者の使用方法が適正なものであったと

したものであり、本件車両に欠陥が存するといえるのか疑問がある。」とのみ述べて、簡潔に欠陥推定を否定している。

しても、通常予想することのできない事故であると認めることはできない。」

同判決に先立ちヘリコプターエンジン出力停止事件（東京高裁 H25. 2. 13）では欠陥推定について「被控訴人の「欠陥」の存在についての主張、立証は、本件エンジンを適正な使用方法で使用していたにもかかわらず、通常予想できない事故が発生したことの主張、立証で足り、それ以上に本件エンジンの中の欠陥の部位やその態様等を特定した上で、事故が発生するに至った科学的機序まで主張立証すべき責任を負うものではないと解するのが相当である。」と判示し、結果として欠陥を認定していた。キャンピングカータイヤ破裂事件の欠陥推定に関する判示部分はこれと同様であるが、「通常予想することのできない事故」であったか否かに着目して欠陥推定を否定した点が特異な事例として注目される。この判断枠組みによれば、発生が予見しうる典型的な事故であればあるほど欠陥推定がなしえないという、被害者保護の視点からは許容しがたい結果が生じてしまうことになる。この不都合についてヘリコプターエンジン出力停止事件の担当弁護士に事情を確認したところ「通常予想することのできない事故が発生した」という規範は当事者が主張したものでなく同事件で争点となったものでもないとのことであった。

そのようなものである以上、原告が敢えてヘリコプターエンジン出力停止事件の規範を主張内容に掲げなければ克服される問題であるかもしれないが、いずれにせよ、判例法理としての欠陥推定法理の不安定さを示す一場面と思われる。

（3）課題：ガイド 51 との乖離・過失責任との区別

ア 規格作成者が規格に安全側面を導入するための要求事項及び推奨事項を規定した工業規格として ISO/IEC GUIDE51 があり、Z8051 として日本工業規格化もされている。これはガイド 51 と呼称されており、製造者が製造物を製造する際には、当然にこの内容に従うべきことになる。そのガイド 51 ではリスクアセスメントとリスク低減の反復プロセスが定められており、このリスク低減措置については、いわゆるスリーステップメソッドが採用されている。その内容は、①本質的安全設計、②ガード及び保護装置、③最終使用者のための使用上の情報、という 3 つのリスク低減措置について、①及び②を優先的に採用すべきというものであり、「本質的安全設計方策、ガード又は付加的保護方策を適確に実施せずに、使用上の情報を提供するだけで済ませてはならない」と明示されている。

ところが、裁判実務で欠陥判断を行う場合、このスリーステップメソッドが意識されることはほとんどない。例えば赤外線ドーム両下肢網状皮斑事件（大阪地判 H22. 11. 17）では、「使用者の過剰使用を防止する方法としては、原告主張の方法（＝設計変更）によるほか、取扱説明書等に過剰使用を禁止する旨の警告を表示することなどの方法が考えられるから、サンテドームが、原告の主張のような設計になっていないことをもって・・・設計上の欠陥があるとは認められない。」として、明白にスリーステップメソッドと相反する判示がなされている。理屈としては事前の行為規範と事後的な結果規範の相違ということで説明可能であるかもしれないが、いずれにせよスリーステップメソッドの存在に無自覚な現在の裁判実務は製造段階でのスリーステップメソッド軽視につながり製品安全を欠く結果になりかねないことが憂慮される。

イ もっとも、このようなガイド 51 を欠陥認定に組み込むことには、欠陥責任の本質論との関係で意識すべき点がある。すなわち、欠陥の理念的な評価基準としてはリスク効用基準（効用と危険の程度を比較して、後者が前者を上回る場合に欠陥を認めるもの）と消費者期待基準（合理的な消費者の視点から欠陥の有無を判断するもの）の対立があるところ、日本の単一の欠陥定義は消費者期待基準を採用したものと理解されることが多い。他方でガイド 51 において「安全」とは許容不可能なリスクがないこと、「リスク」とは危害の発生確率及びその危害の度合いの組み合わせと定義されており、これはリスク効用基準の発想そのものである。

消費者期待基準の視点からは、リスク効用基準は過失責任と変わらないという批判がなされている。アメリカの欠陥三類型論は「設計上の欠陥」「指示警告上の欠陥」についてはリスク効用基準を採用し、これについては実質的に過失責任と変わらないという批判を甘受した。これに対して日本の欠陥定義は三類型を法文上採用せず単一定義としたことで、無過失責任の貫徹という立論がなしやすくなっている。そのような日本の欠陥認定においてリスク効用基準に立つガイド 51 をどこまで参照しうるのかは、理論的には慎重な検討を要する事柄である。

5 損害

(1) 概略

製造物責任法において請求し得る損害の範囲については法文上特段の制限がなく、ただし「その損害が当該製造物についてのみ生じたときは、この限りでない。」と規定されている（法 3 条但し書）。この意味は、損害賠償の範囲については一般不法行為と同様に民法第 416 条の規定に従い、通常損害及び予見すべきであった特別損害が賠償の範囲となるが、生命・身体・財産に拡大損害が生じていない場合には製造物責任法の適用外とする、ということとなる。

現行 EC 指令ではもっぱら事業用の目的に使用される財産は製造物責任法における損害賠償の対象とならないため、事業者が製造物責任法を用いて損害賠償請求を行う事態は想定されない。この点は EC 指令改正案でも変更されていない。他方で日本ではそのような制限がなく、請求主体についても「被害者」（法 1 条）とあるのみであるため、事業者が製造物責任を追及することも可能である点に特徴がある。

(2) 課題

日本では事業者も製造物責任を追及しうることは上記の通りであるが、事業用財産の毀損により営業損害のみが生じた場合に、これが拡大損害にあたるのかが法文上は明確ではない。この点、英米法ではこのような損害は純粋経済損害（Pure economic loss）と呼ばれ、アメリカにおいては契約責任との区別の観点から製造物責任法理で請求可能な損害とは理解されないのが通常である。しかしながら、この純粋経済損害という概念は日本には存在せず、かつ、単に当該製造物が使用できないという不便と、種々の経営資源を投資した結果として挙げられたはずの利益が得られなかったという営業損害とは明らかに質が異なる。そのため営業損害のみが生じた場合でも拡大損害が発生した場合として法 3

条但し書は適用がなく、製造物責任法で損害賠償請求が可能と理解するのが素直な解釈であり、実際にも食肉自動解凍装置バリ付着事件（東京高判 H16. 10. 12）は解釈論すら展開せず当然のように営業損害のみの請求を認容しているところである。

もともと、かかる結論は本来消費者保護法であるはずの製造物責任法の性格から素直に導かれるものとは言いがたく、アメリカや現行 EC 指令における結論とも異なる。学説でも反対意見はあり³⁶⁾、条文上も明らかな結論とは言いがたいため実務において常に論点となる可能性があり、法適用の予測可能性が阻害されている。実務的には立法による結論の明確化が望ましい。

6 一般不法行為責任との関係

(1) 概略

製造物責任法は過失の立証の困難に着目して制定された一般不法行為法の特別法であり、本来であれば製造物責任法が一般不法行為法に優先適用されるはずである。しかしながら、判例実務では一般不法行為法を優先適用して結果予見可能性・回避可能性を認定して請求を認容し、製造物責任については言及しない例も散見されるところである。

例えば防音ブースシックハウス症候群り患事件（東京地判 H26. 6. 13）は、プロのドラム演奏者を目指していた原告が、被告が製造、設置した防音ブース内でドラムの練習を続けていたところ、同ブースの建材から放散した揮発性有機化合物（VOC）の影響でシックハウス症候群に罹患し、財産的損害及び精神的損害を被ったなどとして、被告に対し、瑕疵担保責任（旧民法 570 条、634 条）、不法行為（同法 709 条）又は製造物責任法 3 条に基づき損害賠償請求を求めた事案であった。同事案において裁判所は不法行為の成否のみを判断し、製造物責任には一切言及しなかった。

(2) 課題：一般不法行為責任（過失責任）との実質的相違

ア 防音ブースシックハウス症候群り患事件については、防音ブースの動産性に疑念の余地があったため原告側においても敢えて念のため不法行為責任構成を付加したという事情があったようではある。しかしながら、同判決では動産性の検討すらしていないため、いずれにせよ裁判所としては欠陥認定よりも過失の認定のほうが容易であるとして優先的に選択したということになる。

アメリカでは欠陥を「製造上の欠陥」「設計上の欠陥」「指示警告上の欠陥」に分類し、「設計上の欠陥」「指示警告上の欠陥」については実質的に過失責任と変わらないものとする理解も現れるに至っている。そのような見地からも、改めて、日本において過失責任と比較した製造物責任の実務的な優位性を再検討する必要性が高い。

イ 製造物責任と過失責任の理論的な相違を検討すると、過失とは結果予見可能性を前提とした結果回避可能性と理解されるところ、欠陥の認定においてはそのような結果予見可能性は不要であり、その点は開発危険の抗弁において判断されるべきものに止まると

³⁶⁾ これに関する研究として 神田桂「事業者間における製造物責任訴訟」松本恒雄先生還暦記念『民事法の現代的課題』（商事法務 2012）

ということになるはずである。しかしながら、肺がん治療薬死亡等事件（最判 H25. 4. 12）では、指示警告上の欠陥の主張について「上記添付文書の記載が適切かどうかは、上記副作用の内容ないし程度（その発現頻度を含む。）、当該医療用医薬品の効能又は効果から通常想定される処方者ないし使用者の知識及び能力、当該添付文書における副作用に係る記載の形式ないし体裁等の諸般の事情を総合考慮して、上記予見し得る副作用の危険性が上記処方者等に十分明らかにされているといえるか否かという観点から判断すべきものと解するのが相当である。」として、副作用の予見可能性を判断要素に加えているように読める。

同判決については疑問も寄せられているが³⁷⁾、最高裁判決でもあり実務上の影響力は極めて大きい。例えば茶のしずく石鹼事件における東京地判 H30. 6. 22 では、引渡時の科学・技術水準を欠陥の考慮事情とすることに関して、「他方で、引渡時期の科学・技術水準には、引渡時期における欠陥の認識可能性、予見可能性を基礎づける意味も含まれるように思われるが、そのような意味での科学・技術水準を考慮するとすれば、欠陥の判断の中に過失の判断における予見可能性と同様の判断を持ち込むことになりかねないから、欠陥の認識可能性、予見可能性を基礎づける意味での科学・技術水準は、欠陥の判断の考慮事由とならないものというべきである。」として、明示的に欠陥の認識可能性、予見可能性を欠陥の考慮事情から排斥している。しかしながら、他方で原材料についての表示・警告については、同最高裁判決の判旨について「このように提供すべき情報を「予見し得る情報」とするのは、引渡し時に知りえない情報を提供することができないことは当然であり、引渡し時に知り得る情報が提供されていれば不適切とはいえないことによるものと解され、この理は、医薬部外品・化粧品の危険性に係る情報についても当てはまるというべきである。このような考え方に対しては、欠陥の判断に損害の予見可能性の要素を持ち込むものであるとの批判がありうるが、製造物の表示・警告は、製造業者等の作為を問題とする考慮事情であるところ、当該製造業者等の知りえない情報を提供するという作為を要求することは不可能なのであって、そのような不可能な情報提供をしていないことをもって欠陥を肯定する考慮事情としないとしても、予見可能性がないことを積極的に欠陥を否定する事情として考慮するものではないから、何ら製造物責任法の趣旨に反するものではない。」として、原材料についての欠陥該当性を否定している。

予見可能性を不要とする立場からは、「引渡し時に知りえない情報を提供することができないことは当然であり」との指摘は何ら当然ではなく、欠陥該当性の判断段階では引渡し時に必要な情報は予見可能であった前提で判断すれば足りるところである。ただ、最高裁判決である以上は今後も実務への影響は無視しえず、実務上は「結果の予見可能性が不要である」という点を過失責任と比較した製造物責任法理の明確な利点として活用しうるかどうかは予断を許さない。

ウ 理論的な相違とは別の視点として注目されるのは、前掲事業用大型貨物自動車エンジ

³⁷⁾ 潮見佳男「製造物責任再考」(NBL1005 号 1 頁)

ン発火積荷全焼事件（大阪高判 R3. 4. 28）である。同事例は事業用大型貨物自動車が行進中にエンジンから出火して同車両及び積み荷が全焼したという事案であり、控訴人は製造業者 Y1 に対して製造物責任、販売者 Y2 に対して瑕疵担保責任又は債務不履行責任を請求した。ここで、裁判所は前掲の通り欠陥の存在についての推定を認め、結論として欠陥を認定して製造業者 Y1 に対する製造物責任を認めた。他方で、販売業者 Y2 に対する瑕疵担保責任又は債務不履行責任については「これらの請求が認められるためには、控訴人らにおいて、本件車両に隠れた瑕疵があったこと、又は、被控訴人 Y2 社に債務不履行があったことを主張・立証しなければならない。そして、この請求については、製造物責任法の適用はないから、上記 2（1）アの推定は及ばない」「そうであるところ、本件において、本件事故の機序に関する控訴人説を採用することはできず、従って、控訴人らの主張に係るコンロッドの強度不足という瑕疵を推認することはできないというべきである。」として、請求を排斥した。このように、同判決は、不法行為責任との直接の比較ではないが、製造物責任法の趣旨・目的に照らして製造物責任構成において欠陥推定を認め、その他の法律構成において欠陥推定を認めなかったことが結論を左右する大きな意味を持った一例といえることができる。

エ このようにみると、現時点において製造物責任構成を採ることの実務的な意味は、携帯電話低温やけど事件以降の判例法理としての欠陥推定が認められるか否かに拠るところが極めて大きいように思われる。敢えて民法の特別法として製造物責任法が誕生した趣旨に鑑みて、かかる判例法理の適用場面の更なる拡張・運用の安定化が望まれるところである。

第5 結語

かつて消費者行政は産業振興の間接的・派生的テーマにすぎず、製品安全もそのような位置づけであった。平成 6 年に成立した製造物責任法の 1 条が「被害者の保護を図り、もって国民生活の安定向上と国民経済の健全な発展に寄与することを目的とする」として、国民経済の発展が被害者保護から派生する二次的要請にすぎないとしたことは、製品安全の視点からはコペルニクスの転回であった。

その後、事故情報を社会全体で共有するための消費生活用製品安全法の平成 18 年改正、縦割り行政の弊害を打破するための平成 21 年消費者庁設立など、製品安全行政においては一定の前進も見られたところであるが、製造物責任法においては法制定時に危惧されたような訴訟の頻発は起こらず、むしろ一般不法行為との本質的な異同が問い直される事態に至っている。

今、IT 技術・AI の進展や直輸入の増加等の社会変動を背景として、製品安全を支える諸制度はそれぞれ課題を抱えており、それは世界的な傾向でもある。もともと製品は国内外を問わず流通するものでもあり、国外の情勢とも歩調を合わせた対応が望まれる。

「国民生活研究」第 63 巻第 2 号 (2023 年 12 月)

【特集】製品安全の動向と課題

[報 告]

我が国における「製品安全誓約」の策定と今後の展望

三宅 好浩ⁱ、松井 章房ⁱⁱ、藤本 和裕ⁱⁱⁱ

日本版「製品安全誓約」は、経済協力開発機構 (OECD) が公表した「製品安全誓約コミュニケーション (声明)」を踏まえて、消費者庁を始めとする消費者向け製品の安全に関する所管省庁と国内の主要なオンラインマーケットプレイスを運営する事業者との協働により策定したものであり、オンラインマーケットプレイス上において出品・販売されるリコール製品や安全ではない製品が製品火災等の生命・身体に及ぼすリスクから、消費者をこれまで以上に保護することを目的とした、製品安全に係る法的枠組みを超えた「官民協働の自主的な取組」である。

本稿においては、日本版「製品安全誓約」について、策定の背景及び目的、構成及び各項目の内容、効果、加えて今後の展望を解説する。

- 1 章 はじめに
- 2 章 策定の背景及び目的
- 3 章 構成及び各項目の解説
- 4 章 効果
- 5 章 今後の展望

i みやけよしひろ (消費者庁消費者安全課課長補佐 (政策担当))

ii まついあきふさ (農林水産省東北農政局地方参事官 (福島県担当)、前消費者庁消費者安全課企画官)

iii ふじもとかずひろ (ピップ株式会社経営企画室部長、前消費者庁消費者安全課政策調査員)

1 章 はじめに

日本版「製品安全誓約」(以下、単に「製品安全誓約」という。)は、経済協力開発機構(以下「OECD」という。)が 2021 年に公表した「製品安全誓約コミュニケ(声明)」¹⁾を踏まえて、消費者庁を始めとする消費者向け製品の所管省庁²⁾と国内の主要な BtoC³⁾・CtoC⁴⁾での取引の場を提供するオンラインマーケットプレイス(Online Marketplace。以下「OM」という。)⁵⁾を運営する事業者(以下「OM 運営事業者」という。)との協働により策定したものであり、OM 上において出品・販売されるリコール製品や安全ではない製品⁶⁾が製品火災等の生命・身体に及ぼすリスクから、消費者をこれまで以上に保護することを目的とした、製品安全に係る法的枠組みを超えた「官民協働の自主的な取組」である。

また、OM 運営事業者が誓約する対象としては、消費者(利用者)、出品する販売者、出品する製品の製造事業者や輸入事業者、さらには行政機関といった OM の業務に関する全ての関係者を含むものである。

日本においては、2023 年 6 月 29 日、消費者庁及び経済産業省が開催した「日本国製品安全誓約署名式」において、国内の主要な OM 運営事業者 7 社が、河野太郎内閣府特命担当大臣(当時)及び長峯誠経済産業大臣政務官(当時)の御臨席を得て、新たに策定された製品安全誓約に署名を行ったところである。

これにより、国際的には、後述する重要業績評価指標(以下「KPI」という。)の設定を伴う製品安全誓約として、欧州委員会(European Commission。以下「EC」という。)、オーストラリア競争・消費者委員会(Australian Competition and Consumer Commission。以下「ACCC」という。)に続く 3 例目の取組が開始された。

本稿では、製品安全誓約の策定作業に携わった筆者が、策定の経緯及びその内容について、消費者庁ウェブサイトの専用ページ⁷⁾に掲載されている製品安全誓約に関する公表資料を再整理した上で解説する。なお、本稿中の意見にわたる部分については、あくまで筆

¹⁾ 消費者庁「OECD 製品安全誓約の声明」(2021 年)

<https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/international_affairs/assets/consumer_research_cms209_211119_01.pdf>

²⁾ OM 運営事業者 7 社が署名した 2023 年 6 月 29 日時点では、消費者庁のほか、総務省消防庁、経済産業省及び国土交通省をいう。

³⁾ Business to Consumer の略であり、事業者と消費者の間の取引のことをいう。

⁴⁾ Consumer to Consumer の略であり、消費者と消費者の間の取引のことをいう。

⁵⁾ OM は、日本国内において、モールやオンラインモールとも呼ばれるが、オンラインで製品の取引の「場」を提供している事業者が製品安全誓約の対象となることを明確化するため、また、取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益の保護に関する法律で規定している「取引デジタルプラットフォーム」の対象にはアプリも含まれること等を踏まえ「オンラインマーケットプレイス」と表している。

⁶⁾ 後述するとおり、例えば、PS マーク対象品目の製品で、法令で定める正規の表示を行っていない製品をいうが、その内容は、所管省庁が具体的に定めることとなる。

⁷⁾ 消費者庁ウェブサイト「製品安全誓約(日本国)」に係る資料を一括して掲載している。

<https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_safety/product_safety_pledge/>

者の私見であり、消費者庁その他関係機関の公式の見解ではないこと、また、本稿で紹介している製品安全誓約に関する公表資料は 2023 年 6 月 29 日時点のものであることをあらかじめお断りさせていただく。

2 章 策定の背景及び目的

1. 日本国内における電子商取引の動向

経済産業省の調査⁸⁾によると、日本国内の消費者向け電子商取引 (BtoC-EC) の物販系分野における市場規模 (流通総額ともいう。) は、2021 年は 13 兆 2,865 億円となり、前年と比較して約 1 兆 500 億円増加している (伸長率 8.61%)。また、個人間電子商取引 (CtoC-EC) の市場規模は、2021 年は 2 兆 2,121 億円となり、前年と比較して 2,535 億円増加している (伸長率 12.90%)。他方、インターネットを通じた関係法令に抵触する違反品の販売やインターネット通販で購入した製品による重大製品事故の割合も近年において増加傾向を示す状況⁹⁾となっている。

2. Product Safety Pledge に関する国際的な動向

他の国・地域における Product Safety Pledge¹⁰⁾ の状況をみると、EC との協働で 2018 年 6 月¹¹⁾、ACCC との協働で 2020 年 11 月¹²⁾、韓国公正取引委員会 (Korea Fair Trade Commission) ・韓国消費者院 (Korea Consumer Agency) との協働で 2021 年 4 月¹³⁾、それぞれの国・地域においてサービスを提供している複数の OM 運営事業者により策定・署名が行われた。さらに、2021 年 6 月に開催された OECD 消費者国際会議において、製品安全誓約 (Product Safety Pledge) に求められる主要な取組 (コミットメント) を示した「製品安全誓約コミュニケーション (声明)」が公表され、日本を含めた OECD 加盟国は、各国・地域内で同様の誓約 (Pledge) を策定することが推奨された。

こうした中、EC や ACCC における KPI の達成状況をみると、Product Safety Pledge に

⁸⁾ 経済産業省「令和 3 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) (2022 年) <<https://www.meti.go.jp/press/2022/08/20220812005/20220812005-h.pdf>>

⁹⁾ 経済産業省「製品安全行政を巡る動向」(2022 年 3 月) <https://www.meti.go.jp/shingikai/shokeishin/seihin_anzen/pdf/019_01_00.pdf>

¹⁰⁾ 本稿では、他の国や地域で策定された製品安全誓約を示す場合、「Product Safety Pledge」という。

¹¹⁾ EC「Product Safety Pledge」(2018 年 6 月)

<https://commission.europa.eu/business-economy-euro/product-safety-and-requirements/product-safety/product-safety-pledge_en>

¹²⁾ ACCC「Australian Product Safety Pledge」(2020 年 11 月)

<<https://www.productsafety.gov.au/product-safety-laws/compliance/australian-product-safety-pledge>>

¹³⁾ KFTC・KCA「Product Safety Pledge Is Signed With Five Online Marketplace Operators, Including Naver and Gmarket」(2021 年 4 月)

<<https://www.ciss.go.kr/english/selectBbsNttView.do?key=594&bbsNo=169&nttNo=42612&searchCtgr=&searchCnd=all&searchKrdw=&pageIndex=1&pageUnit=10&integrDeptCode=>>>

よるリコール製品や安全ではない製品の購入に係る未然防止対策についていずれも実績¹⁴⁾が上がっている状況にある。

3. まとめ

OM 上において販売 (出品) される、リコール製品や安全ではない製品が消費者の生命・身体に及ぼすリスク (製品火災等) から消費者をこれまで以上に保護することは、海外のみならず日本においても共通した喫緊の課題である。このため、消費者庁は、消費者庁設置法第 4 条第 3 号において、「消費者の利益の擁護及び増進を図る上で必要な環境の整備に関する基本的な政策の企画及び立案並びに推進に関すること。」が所掌事務として規定されていることを踏まえ、製品安全誓約の取組を消費者庁が中心となって推進することとし、消費者安全課内に専門チームを立ち上げて、日本において製品安全誓約をどのように策定すべきか検討を進めた。

その結果、日本における製品安全誓約の取組の在り方について、

- ・ 一般の消費者の生活の用に供される製品は、消費生活用製品に関する一般法である消費生活用製品安全法により幅広くカバーされているものの、他の法律によって個別に安全に関する規制や基準が設けられている製品もあることから、それらの規制等の対象となっている『製品』についても幅広く製品安全誓約の対象にできるようにすること
- ・ 消費者庁は、消費者行政の「司令塔機能」を有するものの、製品安全に関する各法令の執行権限はそれぞれ所管省庁が有し、かつ専門的知見を有していることから、製品安全に関する『省庁』について幅広く製品安全誓約の所管省庁にできるようにすること
- ・ OECD「製品安全誓約コミュニケ (声明)」を踏まえて¹⁵⁾、BtoC、CtoC 両方の『OM 運営事業者』について幅広く製品安全誓約に参加できるようにすることを原則とした。

また、製品安全誓約の記載内容について、

- ・ 全ての OM 運営事業者に対して共通して構築・維持すべき規律と、各 OM 運営事業者が自ら構築・維持すべき規律を両立すること
- ・ 品質を継続的に確保することができるよう、EC や ACCC と同様に KPI を取り入れる

¹⁴⁾ EC「1st PROGRESS REPORT ON THE IMPLEMENTATION OF THE PRODUCT SAFETY PLEDGE」(2019 年 7 月)
<https://commission.europa.eu/system/files/2019-07/product_safety_pledge_-_1st_progress_report.pdf>

ACCC「Australian Product Safety Pledge Annual Report 2021」(2021 年 11 月)
<<https://www.productsafety.gov.au/about-us/publications/australian-product-safety-pledge-annual-report-2021>>

¹⁵⁾ 消費者庁「OECD 製品安全誓約の声明」(2021 年)の原著(英文)である OECD「Communique on Product Safety Pledges」では、「In the context of WPCPS work, ‘online marketplace’ refers generally to a type of online platform that facilitates e-commerce transactions between third party sellers and consumers (B2C) and/or between consumers (C2C).」と規定されている。

など、各項目について国際的に確立しているスキームに準拠すること
・ その上で、日本独自の取組として消費者保護をより重視すること
を原則とした。

さらに、製品安全誓約の意見集約プロセスについて、

- ・ 製品安全誓約の策定に係る検討開始時点において、OM 運営事業者の団体でも製品安全に係る統一的なルールの設定等の取組がこれまでに行われていないことから、消費者庁が原案を策定し、所管省庁と協議した後、OM 運営事業者の意見を求めること
 - ・ OM 運営事業者の製品安全誓約に対するコミットメントを可能な限り高める観点から、各 OM 運営事業者に個別に原案を提示し協議すること
- を原則とした。

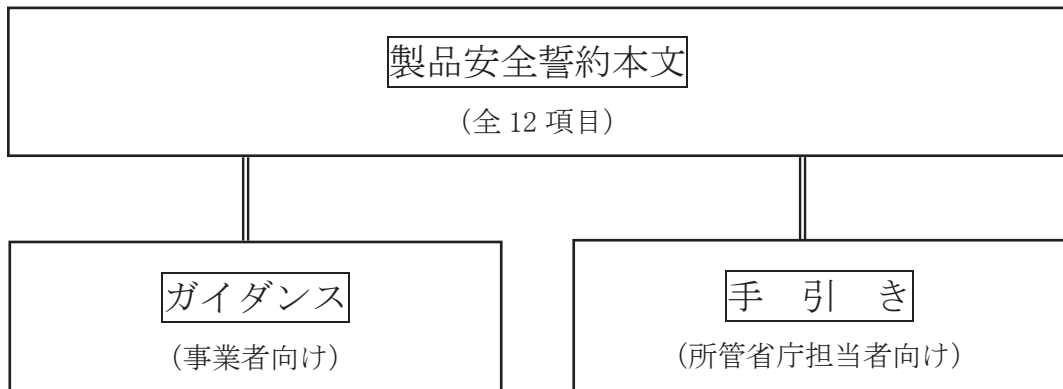
その結果、汎用性が高く、かつ、EC や ACCC で実施している Product Safety Pledge の共通的なスキームを満たしつつ、幅広い製品、省庁及び OM 運営事業者を網羅することができる製品安全誓約の関係資料を策定することができ、その結果、製品安全誓約の取組開始時から多数の OM 運営事業者が参加することとなったものである。

3章 構成及び各項目の解説

1. 製品安全誓約及び関係資料の構成

製品安全誓約は、OM 運営事業者や所管省庁が製品安全誓約を円滑に実施する観点から、全 12 項目で構成される「本文」に加えて、OM 運営事業者が製品安全誓約の内容を理解する際の参照資料となる「事業者向けガイダンス」（以下「ガイダンス」という。）や所管省庁による「安全ではない製品」等に関する考え方、具体的な取組内容及び手続を取りまとめた「所管省庁担当者向け手引き」（以下「手引き」という。）を策定¹⁶⁾し、消費者庁ウェブサイトに掲載している。

（参考）製品安全誓約の構成



¹⁶⁾ 署名日である 2023 年 6 月 29 日では、3 種類の手引きが策定されている。

2. 製品安全誓約に参加できる OM

製品安全誓約は、製品安全誓約に記載された全 12 項目を実施するための十分な能力を有する OM 運営事業者であれば、大規模インターネットモールのような BtoC 型の OM、オンラインフリーマーケットやインターネットオークションのような CtoC 型の OM の両方を対象としている。

ここで、CtoC 型の OM では、売主等が事業者と判断されなければ、消費者保護のための法律や規定の適用がなされないため、民法上の契約に関する問題として処理せざるを得なかったところである¹⁷⁾が、販売者が個人¹⁸⁾であっても、個人からリコール製品が出品されることが想定されることを踏まえて、出品削除の対象¹⁹⁾としていることが製品安全に係る法的枠組みを超えた「官民協働の自主的な取組」である製品安全誓約のストロングポイントの一つである。

製品安全誓約の全 12 項目を実施するための十分な能力²⁰⁾を有する OM 運営事業者が参加を希望する場合、あらかじめ、製品安全誓約に記載された全 12 項目の実施方法が記載された資料を消費者庁に提出するとともに、消費者庁の確認を経て、OM 運営事業者の代表者が製品安全誓約に署名した後、消費者庁に対して、署名した製品安全誓約書の写しを提出することとなる。消費者庁は、消費者庁ウェブサイト²¹⁾に署名した製品安全誓約書の写し、運営する全ての OM 名、署名した OM 運営事業者の一覧等の情報を掲載する。

製品安全誓約は、EC や ACCC と比較²¹⁾して、開始時点から 7 社という多くの OM 運営事業者が署名し、自主的な取組が幅広く開始されている。

¹⁷⁾ 高木篤夫「個人間取引にかかわる法規制」国民生活 No120 (2022 年 8 月)

<https://www.kokusen.go.jp/wko/pdf/wko-202208_02.pdf>

¹⁸⁾ 消費者庁「消費者法の現状を検証し将来の在り方を考える有識者懇談会における議論の整理」

(2023 年)においても、「いわゆる CtoC 取引それ自体は消費者法で規律すべきものとは考え難いが、デジタル技術の進展によりオンライン上における CtoC 取引が飛躍的に拡大していることを踏まえると、かかる状況を創出しているプラットフォーム自体による規律やプラットフォームに対する規律によって、オンライン上の CtoC 取引の売り手となる「消費者」と買い手となる「消費者」双方の保護と取引の適正を確保すべきと考えられる。」とされている。

¹⁹⁾ ガイダンス上、「CtoC における主な出品削除の対象は、営利の意思をもって反復継続して取引を行う者が販売する場合のほか、個人が販売する場合でも、リコール製品や安全ではない製品に該当するときは、消費者保護の観点から製品安全誓約の対象となることに留意が必要です。」と規定している。

²⁰⁾ 製品安全誓約への参加に当たっては、自己資本規制比率を始めとする財務規制といった参加制限はない。

²¹⁾ EC は AliExpress、Amazon、eBay、Rakuten France の 4 社、ACCC は AliExpress、Amazon Australia、Catch.com.au、eBay Australia の 4 社で開始している。

(参考) 製品安全誓約の署名先 (OM 運営事業者) 及び運営 OM 一覧 (2023 年 6 月 29 日時点)

※あいうえお順

署名先 (OM 運営事業者)	運営している OM
アマゾンジャパン合同会社	Amazon. co. jp
eBay Japan 合同会社	Qoo10
au コマース&ライフ株式会社	au PAY マーケット
株式会社メルカリ	メルカリ、メルカリ Shops
株式会社モバオク	モバオク
ヤフー株式会社	Yahoo!ショッピング、ヤフオク!、PayPay フリマ
楽天グループ株式会社	楽天市場、楽天ラクマ

3. 製品安全誓約に参加できる省庁・製品

一般の消費者の生活の用に供される製品を所管し、法律ごとに策定が必要な手引きを策定した省庁が製品安全誓約に参加することができる。

製品安全誓約は、開始時点から 4 省庁が手引きを策定しており、OM 運営事業者による自主的な取組に幅広く対応している。

(参考) 製品安全誓約の対象となる所管省庁・主な製品一覧

<製品安全 4 法²²⁾関係 (経済産業省) >

1. 消費生活用製品安全法に基づく特定製品 乳幼児用ベッド、石油ストーブ等のいわゆる PSC マークの表示が必要な製品
2. 電気用品安全法に基づく電気用品 リチウムイオン蓄電池 (モバイルバッテリー含む)、直流電源装置 (AC アダプター) 等のいわゆる PSE マークの表示が必要な製品
3. ガス事業法に基づくガス用品 ガス瞬間湯沸器、ガスこんろ等のいわゆる PSTG マークの表示が必要な製品
4. 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に基づく液化石油ガス器具等 液化石油ガスこんろ、液化石油ガス用瞬間湯沸等のいわゆる PSLPG マークの表示が必要な製品

²²⁾ 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をいう。

<消防法（総務省消防庁）>

1. 防災物品

カーテン、布製ブラインド、じゅうたん等（防災性能を有するものとして販売される製品に限る。）

2. 検定対象機械器具等

消火器、住宅用火災警報器等

3. 自主表示対象機械器具等

エアゾール式簡易消火具等

<道路運送車両法（国土交通省）>

1. 年少者用補助乗車装置

チャイルドシート

2. 特定小型原動機付自転車

電動キックボード等

4. 製品安全誓約の本文の構成

製品安全誓約の本文は、OM 運営事業者が署名を行うものであり、全 12 項目で構成されている。EC や ACCC が策定した製品安全誓約と内容に大きな違いはない。

なお、本文の内容や解説は次の「5. ガイドランスの構成」において詳述する。

5. ガイドランスの構成

ガイドランスは、署名する OM 運営事業者が製品安全誓約の内容を理解する際の参照資料として、製品安全誓約に記載された 12 項目の具体的な内容を説明するものであり、消費者庁が所管省庁と連携して策定するものである。また、改訂時には、署名した OM 運営事業者の意見を踏まえることとしている。

以下、全 12 項目の内容²³⁾を詳述する。

(1) 各項目の解説

ガイドランスは、製品安全誓約に記載された 12 項目の考え方や趣旨、使用された用語の定義を説明する「考え方等」欄、製品安全誓約の取組に参加している省庁（以下「規制当局」²⁴⁾と

²³⁾ 本稿「5. ガイドランスの構成」で記載している、ガイドランス別紙の内容は本稿では割愛しているため、消費者庁ウェブサイトを参照いただきたい。

²⁴⁾ 製品安全誓約及びガイドランスにおいて、「消費者庁のほか、誓約の対象となる製品に関する法律の所管省庁としてガイドランス別紙 2「規制当局一覧」に記載する省庁を「規制当局」と定義している。このため、「5. ガイドランスの構成」においては、規制当局と称することとする。また、「規制当局等」には、規制当局のほか、独立行政法人製品評価技術基盤機構（以下「NITE」という。）や国民生活センターを始めとする関係機関を含む。

いう。)における共通の役割を説明する「規制当局の役割」欄のほか、OM 運営事業者が実施する取組の参考やベストプラクティスとなり得る事例等を記載する「参考」²⁵⁾欄から構成される。

なお、OM 運営事業者は、グローバルに多様な製品を取り扱う事業者から、国内でかつ限定的に製品を取り扱う事業者まで、その規模や特性が多岐にわたるため、OM 運営事業者の規模・特性を踏まえて各項目が実施されることとなる。

第 1 項目

規制当局等のウェブサイトから、リコール製品や安全ではない製品に関連する情報を定期的に確認し、これらの製品を特定した場合は適切に対処する。

< 考え方等 >

OM 運営事業者は、製品安全誓約第 2、5、9 項目に記載する体制を構築した上で、リコール製品や安全ではない製品を特定した場合は、第 3 項目に記載する対処、第 4、6、8、10 及び 11 項目に記載する対応・措置を実施する。

【定義】

- ・「規制当局等のウェブサイト」とは、ガイダンス別紙 4「規制当局等のウェブサイト一覧」に記載されたウェブサイトに加え、規制当局等が適宜行うリコール製品や安全ではない製品に関連する情報の掲載（プレスリリースや注意喚起）を含む。
- ・「適切に対処する」とは、主として、OM 運営事業者が特定したリコール製品や安全ではない製品について、適切に出品削除をすることを始めとする消費者による新たな購入を防止するための措置や消費者に対する適切な注意喚起を行うことをいうが、その前提として、OM 運営事業者は、製品安全誓約の全項目を適切に実施する。

< 規制当局の役割 >

規制当局は、OM 運営事業者がリコール製品や安全ではない製品を特定した際に適切に対処できるよう協力する。その中で、規制当局は、能動的に OM 運営事業者に対して、例えば、特に注意を要すべきリコール製品や安全ではない製品について情報提供すること、ウェブサイト²⁶⁾にリコール製品や安全ではない製品に関連する情報を掲載（プレスリリー

²⁵⁾ OM 運営事業者は、グローバルに多様な製品を取り扱う事業者から、国内でかつ限定的に製品を取り扱う事業者まで、その規模や特性が多岐にわたる。こうした特徴を踏まえ、「参考」では、取組を検討するに当たり、参考やベストプラクティスとなり得る着眼点や事例等を記載している。以下、ガイダンスにおける「規模・特性」とはこうした考え方に基づくものとなる。

²⁶⁾ 消費者庁「リコール情報サイト」、経済産業省「リコール情報」にはメールマガジン機能があり、OM 運営事業者の判断により、例えば、そのメールの開封日を参照日とすることもできる。

スや注意喚起)²⁷⁾した場合は速やかに情報共有²⁸⁾することなど、OM 運営事業者がリコール製品や安全ではない製品に対する適切な対応を効率的に行うことができるよう協力する。

消費者庁は、必要²⁹⁾に応じて、ガイダンス別紙 4 に追加を行い、OM 運営事業者に通知するとともに、消費者庁ウェブサイトにも当該情報を掲載する。

<参考>

OM 運営事業者は、製品安全誓約の趣旨に則り、自らが運営する OM で取引される製品の安全性を高めるための取組を自律的かつ継続的に実施していくことが期待される。

また、OM 運営事業者は、ガイダンス別紙 4 のほか、米国消費者製品安全委員会 (CPSC) を始めとする国や地域の製品安全を所管する規制当局等のウェブサイト³⁰⁾についても定期的に確認することが期待される。その中で、規制当局は、例えば、このようなウェブサイトから特に注意を要すべきリコール製品や安全ではない製品について能動的に OM 運営事業者に情報提供³¹⁾するなど、OM 運営事業者が安全ではない製品に対する適切な対応を効率的に行うことができるよう協力していく。

さらに、OM 運営事業者は、出品削除した製品のうち、例えば、出品削除件数が急激に増加している状況が伺えるなど、他の OM 運営事業者への情報共有が必要と自ら判断した場合には、消費者庁及び規制当局に情報提供することが期待される。

第 2 項目

規制当局からリコール製品や安全ではない製品に関連する情報の通知又は出品削除要請ができるよう、専用の窓口を提供する。

<考え方等>

OM 運営事業者は、消費者庁及び規制当局との専用の窓口を設置し、その連絡先³²⁾（担当部署名、担当者名、電話番号、メールアドレス等）を消費者庁に連絡³³⁾する。また、変

²⁷⁾ 消費者の生命・身体上のリスクが高いなど、特に注意が必要な場合はその旨を OM 運営事業者に伝達することがある。

²⁸⁾ 例えば、消費生活用製品安全法に基づく重大製品事故を契機としたリコール製品（重大製品事故に関する調査の過程で判明した事由に基づきリコールを行った製品を含む。）等を想定している。

²⁹⁾ 例えば、新たに製品安全誓約の所管省庁が加わる場合等を想定している。

³⁰⁾ 主なウェブサイトは次のとおり。

米国 (CPSC) <<https://www.cpsc.gov/>>

豪州 (ACCC) <<https://www.productsafety.gov.au/>>

欧州 (EC) <<https://joinup.ec.europa.eu/collection/rapex/>>

³¹⁾ 規制当局が提供する海外リコール情報（例えば、NITE が経済産業省に提供した、日本で販売されている可能性のある海外リコール情報）を確認する。

³²⁾ 連絡するメールアドレス等には、例えば、担当部署で共有可能なもの及びウェブフォームを含むこととする。

³³⁾ 消費者庁は、OM 運営事業者と協議の上、至急の連絡が可能であるという前提で、連絡先として登録すべき事項について柔軟に対応する。

更があった場合も同様とする。

<規制当局の役割>

消費者庁は、OM 運営事業者から、専用の窓口の連絡先について連絡を受けた場合は、遅滞なく、規制当局に周知する。

消費者庁から周知を受けた規制当局は、当該窓口に対して、直接、それぞれの所管する各法律の対象となる製品に関するリコール製品や安全ではない製品に関する情報の通知や出品削除要請を行う。

また、消費者庁は、規制当局における連絡先（担当部署名、担当者名、電話番号、メールアドレス等）を取りまとめ、OM 運営事業者に周知する。

<参考>

OM 運営事業者は、専用の窓口の連絡先の役職員を複数任命するなど、規制当局からの連絡を着実に受け付けることができるよう留意することが期待される。

第 3 項目

規制当局から出品削除要請を受けてから 2 営業日以内に、要請を受けたリコール製品や安全ではない製品の出品を削除する。また、規制当局に対して、実施した措置とその結果を通知する。

<考え方等>

OM 運営事業者は、規制当局から、ガイダンス別紙 5 「オンラインマーケットプレイス事業者に対する出品削除要請」³⁴⁾による出品削除の要請³⁵⁾について、専用窓口（第 2 項目記載。以下同じ。）に通知されてから 2 営業日以内³⁶⁾に、自ら又は出品した販売者を介して、

³⁴⁾ 「オンラインマーケットプレイス事業者に対する出品削除要請」については、次のとおり、使用する様式が異なる。

ガイダンス別紙 5-1 : BtoC (オンラインマーケットプレイス事業者が独自設定した製品識別番号の使用有の場合)

ガイダンス別紙 5-2 : BtoC (オンラインマーケットプレイス事業者が独自設定した製品識別番号の使用無の場合)

ガイダンス別紙 5-3 : CtoC (CtoC の場合)

³⁵⁾ 要請は、OM 運営事業者に対して、規制当局が削除対象の特定に必要な情報を電子メール等の方法で送付した時点で有効なものとする。

³⁶⁾ 出品削除要請を受けた後、記載内容が不十分であり製品の特定ができない場合を始め、再度規制当局への確認が必要な場合は、その確認ができた日の翌営業日から起算することとする。また、販売者のみ出品削除できる仕様となっている OM の場合は、「出品削除要請を受けてから 2 営業日以内」を「出品削除要請を受け、販売者に当該要請内容を伝達し、当該販売者が当該要請内容を認識し、出品削除する製品を特定した日の翌営業日から起算して 2 営業日以内」と読み替えることとする。なお、販売者との連絡・調整のため出品削除までに時間を要する場合には、消費者保護の観点から、例えば、出品削除がなされるまでの間、該当する製品の検索をできなくするなどの消費者による新たな購入

リコール製品や安全ではない製品の出品を削除する。

また、OM 運営事業者は、出品を削除した場合³⁷⁾、要請を行った規制当局及び消費者庁に対して、速やかに³⁸⁾、実施した措置とその結果をガイダンス別紙 5 に記載した上で、電子メール等により通知する。

なお、OM 運営事業者は、規制当局から出品削除の要請を受けた場合、消費者保護の観点から、可能な限り早期の削除に努めることとするほか、2 営業日以内の対応が困難な場合³⁹⁾には、要請を行った規制当局に相談⁴⁰⁾することができる。

【定義】

- ・「2 営業日以内」とは、出品削除に必要な情報が示された要請を受けた日の翌営業日から起算して、2 営業日目の営業時間内をいう。

<規制当局の役割>

規制当局は、出品削除要請を行う場合⁴¹⁾、OM 運営事業者に対して、対象となる製品の型式・製造番号、OM 上の URL⁴²⁾といった製品を特定するための情報、リコール情報等⁴³⁾、販売者への照会状況・履歴⁴⁴⁾及び出品削除を必要とする具体的な理由をガイダンス別紙 5

を防止するための措置を実施するものとする。

³⁷⁾ 例えば、販売者のみ出品削除できる仕様となっている OM において、販売者への出品削除要請の内容伝達後、出品削除の対象ではなかったことが判明した場合等は、出品削除要請を行った規制当局の判断により、KPI の算出対象から除くこととする。

³⁸⁾ 例えば、出品削除の期限超過や対応未済が生じた際にその理由の確認に時間を要するなど、速やかな通知ができない場合には、まずは記載可能な範囲のみ通知した上で、その後に修正版を通知するといった対応が考えられる。

³⁹⁾ 例えば、販売者のみ出品削除できる仕様となっている OM の場合で、出品削除する製品の特定後において、販売者が合理的な理由なく出品削除しない場合が該当する。

⁴⁰⁾ 規制当局は出品削除要請に当たり、ガイダンス別紙様式 5-1、5-2、5-3 の連絡欄を記載する。

⁴¹⁾ 同一の製品に複数の法律が関係している場合等においては、その製品に係る規制当局間で事前に必要な調整を行う。

⁴²⁾ 出品削除要請を行う全ての製品に係る URL の記載を原則とするが、例えば、販売者自体に問題があるような事例といった、規制当局による製品に係る URL の記載が困難な事情がある場合、あらかじめ OM 運営事業者と調整するものとする。

⁴³⁾ 規制当局は、CtoC に対する出品削除要請に当たり、ガイダンス別紙 5-3 の「リコール情報等」欄において、製造事業者や輸入事業者が公表したリコールに関する情報を記載することにより、特に、消費者が販売者となる CtoC の OM を念頭に、消費者に対して販売しているリコール製品に対する対処方法を適切に理解してもらうことを目的として、リコール製品への該当性、リコールを行った製造事業者や輸入事業者の相談窓口や製品安全情報について情報提供するよう配慮する。

⁴⁴⁾ OM 運営事業者は、規制当局が販売者に対する照会作業を行うために必要な協力を行う。必要な協力とは、規制当局と販売者との間における連絡の仲介、メール・チャット機能の提供（当該機能を使用するためにアカウント登録が必要な場合には規制当局に対するアカウントの無料発行を含む。）等を指すが、こうした仲介方法やメール・チャット機能の提供方法は OM 運営事業者ごとに異なることから、規制当局は、ガイダンス別紙 5-1、5-2、5-3 の作成に当たり、こうした照会作業をどのように行うのか、事前に OM 運営事業者と確認する。また、アカウントを発行する場合、OM 運営事業者がなりすまし等を識別できるようにする観点から、規制当局は、OM 運営事業者に対して、アカウント番号を通知する。

に記載し、専用窓口へ通知する。なお、通知に当たっては、記載内容を十分精査するほか、URL ごと (OM 運営事業者が独自設定した製品識別番号がある場合は当該番号ごと) に通知する。

また、規制当局は、出品削除要請を行う場合、ガイダンス別紙 5 を消費者庁にも送付する。

消費者庁は、出品削除要請時には規制当局から、出品削除結果通知時には OM 運営事業者からそれぞれ連絡 (ガイダンス別紙 5) を受けることにより、一元的な進捗管理⁴⁵⁾を行うほか、OM 運営事業者から提出を受ける KPI の実績について、その算出の適切性に係る検証資料とする。また、消費者庁は、月次で、後述する KPI の速報版 (主な出品削除製品群の名称を含む。) を消費者庁ウェブサイトに掲載する。

第 4 項目

規制当局から情報提供の要請があった場合には、リコール製品や安全ではない製品のサプライチェーンを合理的な範囲で特定し対応する。

<考え方等>

OM 運営事業者は、リコール製品や安全ではない製品の出品状況の特定、さらにはこうした製品の出品削除に向けて、規制当局からの要請に基づき、自らが運営する OM においてリコール製品や安全ではない製品を出品している販売者、当該販売者又は当該製品に係る製造事業者や輸入事業者を始めとする、リコール製品や安全ではない製品に関連するサプライチェーンに関する情報 (具体的な事業者名やその連絡先) を合理的に可能な範囲⁴⁶⁾で特定するよう努める。

また、OM 運営事業者は、特定したサプライチェーンに関する情報について、個人情報の保護に関する法律を始めとする関係法令や自らが運営する OM の規約を踏まえつつ、速やかに規制当局へ提供 (対応) するよう努める。

さらに、OM 運営事業者は、規制当局から、後述する照会等が行われた場合も速やかに対応するよう努める。

<規制当局の役割>

規制当局は、情報提供の要請を行う場合、OM 運営事業者に対して、要請を必要とする具体的な理由⁴⁷⁾を説明するとともに、OM 運営事業者、販売者、当該販売者又は当該製品に係る製造事業者や輸入事業者から照会や相談があった場合には、適切に対応する。

⁴⁵⁾ 取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益の保護に関する法律第 4 条に基づく出品削除要請との調整が必要となる場合には、消費者庁 (消費者安全課) において必要な調整を行う。

⁴⁶⁾ 例えば、OM 運営事業者が販売者に連絡し、説明を求めることが考えられる。

⁴⁷⁾ 例えば、OM A・B において、安全ではない製品を販売する販売者 Z の存在が認められた場合、OM C・D・E においても、販売者 Z が安全ではない製品を出品していないか照会する場合等が想定される。

また、規制当局は、OM 運営事業者から提供を受けたサプライチェーンに関する情報について、提供元である OM 運営事業者名を秘匿した上で、他の OM 運営事業者に対する照会、情報共有及び第 3 項目に記載している出品削除要請に活用することにより、消費者被害の未然防止に役立てる。

さらに、規制当局は、それぞれ策定した手引きに基づき、各要請を行う。

第 5 項目

規制当局からの情報提供の要請に係る対応及びリコール製品や安全ではない製品の出品削除を実施するための内部管理体制を構築・維持する。

<考え方等>

OM 運営事業者は、規制当局から情報提供の要請を受けた場合の対応、リコール製品や安全ではない製品の出品削除を適切に実施するため、責任者や担当者の任命・配置を始めとする内部管理体制を構築・維持する。

また、OM 運営事業者は、その内部管理体制について、必要に応じて見直しを行う。

<規制当局の役割>

消費者庁及び規制当局は、OM 運営事業者が初めて製品安全誓約に署名を行う場合や大幅に内部管理体制を見直す場合には、製品安全誓約の全項目が実施可能かどうか、確認⁴⁸⁾を行う場合がある。

<参考>

OM 運営事業者における内部管理体制の構築に当たっては、製品安全誓約の各項目を適切に実施するための手順書（具体的には、リコール製品や安全ではない製品を特定するための手続、調査方法、参照すべき情報、リスク評価・基準等が具体的に盛り込まれたもの）の作成、研修の実施等が考えられるが、具体的には、OM 運営事業者が、自ら運営する OM の規模・特性を踏まえ、適切に判断することが期待される。

第 6 項目

誓約の署名者に対して、リコール製品や安全ではない製品が出品されていることを消費者が直接通知できる手段を提供する。通知があった場合は、署名者が構築した処理プロセスに基づき、5 営業日以内に適切な対応を行う。

⁴⁸⁾ 確認方法として、例えば、①初めて製品安全誓約に署名する場合：項目ごとにどのように製品安全誓約を実施するのか、②大幅に内部管理体制を見直す場合：著しい体制の縮小を予定しているのであれば、これまでと同等の機能をどのように発揮するのか確認すること等が想定される。

<考え方等>

OM 運営事業者は、ウェブサイト上の消費者がを見つけやすい場所に、消費者からの通知手段を設置する。

あわせて、OM 運営事業者は、通知の受付から措置の実施⁴⁹⁾までの一連の処理プロセスを構築する。

また、OM 運営事業者は、構築した処理プロセスについて、必要に応じて見直しを行う。

OM 運営事業者は、消費者からの通知がリコール製品や安全ではない製品に該当することが合理的かつ具体的に示された内容⁵⁰⁾であった場合⁵¹⁾、当該内容を認識した日から起算して 5 営業日以内にどのような措置を実施するか評価するという対応を行うとともに、当該評価に基づく措置を速やかに行う。

【定義】

- ・「消費者」とは、個人（ただし、商業、工業、金融業その他の事業を行う場合におけるものを除く。）をいい、その対象範囲は、OM 運営事業者が合理的⁵²⁾に判断する。
- ・「直接通知できる手段」とは、例えば、「通知用の電子メールアドレス」の設定、「通知用のフォーム（サイト）」の設置等をいう。
- ・「5 営業日以内」とは、①消費者からの通知がリコール製品や安全ではない製品に該当することが合理的かつ具体的に示された内容であった場合は、通知を受け付けた日の翌営業日から、②消費者からの通知内容を基に OM 運営事業者が事後に確認した結果、リコール製品や安全ではない製品に該当していた場合は、当該確認を行った日の翌営業日から、それぞれ起算して、5 営業日目の営業時間内をいう。なお、出品削除すべきリコール製品や安全ではない製品への該当性について規制当局に照会している場合は、当該期間を除いて算出する。

<規制当局の役割>

規制当局は、OM 運営事業者がリコール製品や安全ではない製品が出品されている旨の通知を消費者から受けた場合、その該当性を含め、当該 OM 運営事業者からの出品削除すべきリコール製品や安全ではない製品への該当性についての照会や相談に応じる。

⁴⁹⁾ 措置には、出品削除のほか、通知した消費者、販売者及び規制当局への連絡を行うことが想定されるが、その内容は、OM 運営事業者の合理的裁量に委ねられる。

⁵⁰⁾ 例えば、①OM で購入した PS マークのない製品の写真や型式が記載された取扱説明書が添付された通知を受けた場合、②具体的な型式が記載された製品について火災発生の通知を受け、その証拠写真を追加入手したところ、PS マークのない製品であることが判明した場合等が想定されるが、その情報の確認方法や範囲や抽出プロセスは OM 運営事業者の合理的裁量に委ねられる。

⁵¹⁾ 通知内容を基に OM 運営事業者が調査を実施した結果、リコール製品や安全ではない製品に該当することを確認した場合を含む。

⁵²⁾ 本項目の対象となる消費者については、OM 運営事業者からの円滑な連絡・照会を可能とするため、特定の利用者（ユーザーアカウント保持者）に限定することもできる。

<参考>

- ① 消費者から通知があった場合における、通知の受付から評価、さらには措置の実施といった一連の処理プロセスについては、OM 運営事業者が、自ら運営する OM の規模・特性を踏まえ、適切に構築することが期待される。
- ② また、OM 運営事業者が、例えば、PS (Product Safety) マークの欠落等の明らかな法令違反が認められる安全ではない製品の出品削除に加えて、こうした製品を他の消費者が使用することによる消費者の生命・身体に関する被害の未然防止を目的として取り組むことが期待される事項は次のとおり。

【消費生活用製品安全法の場合】

OM 運営事業者は、規制当局に照会した結果、消費者から通知された製品について、消費者安全法第 12 条第 1 項に規定する消費者事故等が複数発生している、又は増加傾向を示していることが規制当局において確認された場合、販売者（ただし、個人である場合を除く。）に対して、消費生活用製品安全法第 34 条の責務（販売者による製造事業者・輸入事業者に対する重大製品事故情報の通知）を遂行できるよう、合理的な範囲で情報提供を行うことが期待される。あわせて、OM 運営事業者は、規制当局に対し、合理的な範囲で事故情報等の連絡を行うことが期待される。

（参考条文：消費生活用製品安全法）

第 34 条 消費生活用製品の製造、輸入又は小売販売の事業を行う者は、その製造、輸入又は小売販売に係る消費生活用製品について生じた製品事故に関する情報を収集し、当該情報を一般消費者に対し適切に提供するよう努めなければならない。

2 消費生活用製品の小売販売、修理又は設置工事の事業を行う者は、その小売販売、修理又は設置工事に係る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ときは、その旨を当該消費生活用製品の製造又は輸入の事業を行う者に通知するよう努めなければならない。

- ③ OM 運営事業者は、リコール製品や安全ではない製品の使用による消費者の生命・身体に関する被害の未然防止を目的とした体制整備を行うほか、こうした消費者被害が発生した場合の対応として、例えば、ヘルプデスクやトラブルシューティング (Q&A) の提供によるサポート機能を充実させること等により、消費者から見て、消費者被害への対応を進めやすくするための環境を整備することが期待される。

第 7 項目

販売者が日本の製品安全関連法令を遵守する措置を実施するため、販売者に対して、規制当局等が提供する製品安全に関連する情報を共有するなど、法令に係る知識を習得できる合理的な機会を提供する。

<考え方等>

OM 運営事業者は、販売者が日本における製品安全関連法令を遵守するための措置を適切に実施するために、リコール、製品安全に係る関係法令やその照会窓口を始めとする規

制当局等が提供する情報を共有する。

<規制当局の役割>

規制当局は、次のとおり、リコール、製品安全に係る関係法令や法令照会窓口に関する情報のほか、製品事故の再発・拡大防止及び消費者被害の救済などの観点から事業者が活用すべき保険や賠償制度に関する情報を提供する。また、OM 運営事業者から求められた場合には、資料の提供を行う。

① リコール製品に関する情報

ガイダンス別紙 4 「規制当局等のウェブサイト一覧」

② 製品安全制度に関する情報

ガイダンス別紙 6 「製品安全制度に関する情報一覧」

③ 法令照会窓口に関する情報

ガイダンス別紙 7 「法令照会に関する規制当局の窓口一覧」

④ 製品事故の再発・拡大防止及び消費者被害の救済において、事業者の資金面や運営体制面などの問題からリコールの実施や継続ができない事態、被害を受けた消費者を迅速に救済できない事態を回避する保険に関する情報

(ア) 生産物回収費用保険 (リコール保険)

(イ) 生産物賠償責任保険 (PL 保険)

⑤ 消費者被害の救済及び製品の安全性確保において、第三者機関による製品の安全基準適合検査が実施され、製品事故が製品の欠陥によるものと判断された場合に被害者へ治療費等を賠償する制度に関する情報

(ア) 一般社団法人日本玩具協会の玩具安全基準に基づく ST マークに関する情報

(イ) 一般財団法人製品安全協会の製品の安全性に関する認定基準に基づく SG マークに関する情報

⑥ 上記④⑤のほか、製品安全に関する保険等に関する情報

<参考>

規制当局が講師を務める OM の販売者向け説明会を開催する場合には、OM 運営事業者は、説明会の案内や販売者の参加促進等について、規制当局と相互に協力し合うことが期待される。

第 8 項目

規制当局や販売者と協力し、リコール製品や安全ではない製品に関連する各事業者や規制当局の措置について、消費者に情報提供する。

<考え方等>

OM 運営事業者は、製品が消費者に及ぼすリスクを取り除くために、規制当局や販売者

と協力しながら、販売者、製造事業者及び輸入事業者を始めとする関係する各事業者の措置の取組状況（該当する製品情報を含む。）について、合理的な範囲で、消費者に情報提供⁵³⁾する。

なお、過去に同一・同種の製品を購入した消費者に対しても同様に、可能な限り、ウェブサイトでの公表や電子メール等により情報提供する。

（注）例えば、リコール中の製造事業者が倒産し、製造事業者がリコールの周知を行うことができない場合に規制当局や販売者と協力して消費者に情報提供を行うなどのケースを想定している。

【定義】

- ・「販売者、製造事業者及び輸入事業者を始めとする関係する各事業者の措置」⁵⁴⁾とは、例えば、製品のリコール（製造事業者・輸入事業者）、製品の出品停止（販売者）、返品・返金対応（製造事業者・輸入事業者）、製品の正しい使用方法に関する情報提供（製造事業者・輸入事業者、販売者）等をいう。
- ・「規制当局の措置」とは、例えば、命令や注意喚起等をいう。

<規制当局の役割>

規制当局が消費者に提供する情報として、例えば、製品安全 4 法の場合は、次の情報を想定している。

【製品安全 4 法の場合】

- ① 消費生活用製品や PS マークの対象品目に係るリコールの情報
- ② 消費生活用製品安全法第 39 条に基づく危害防止命令を受けた事業者の対応に関する情報
- ③ 各事業者の組織する団体等が行う事故防止のための正しい使用方法に関する注意喚起
- ④ 消費生活用製品安全法第 2 条に規定する特定保守製品の点検に関する情報

<参考>

OM 運営事業者は、例えば、消費者から、購入した製品におけるリコール実施の有無に関する相談を受けた場合に、関係する規制当局等のウェブサイトを紹介するなどの対応を行うことなどが期待されるが、具体的には、OM 運営事業者が、自ら運営する OM の規模・特性を踏まえ、適切に対応することが期待される。

第 9 項目

必要に応じ、出品禁止製品、リコール製品や安全ではない製品の販売を阻止又は制限するための制度を構築・維持する。

⁵³⁾ 消費者への情報提供は、既に当該製品に関連する製造事業者、輸入事業者、販売者又は OM 運営事業者が上記【定義】に記載した措置を始めとする何らかの措置を実施している場合に限る。

⁵⁴⁾ 一般的な一義的に対応する者を記載しており、個別のケースでは実施主体が異なる場合がある。

<考え方等>

OM 運営事業者は、リコール製品や安全ではない製品の出品の禁止や、OM 運営事業者による出品削除を可能とする規約を整備するとともに、自ら運営する OM が定める出品禁止製品、リコール製品又は安全ではない製品（以下、本項目において、「出品禁止製品等」という。）の出品を阻止又は制限するための出品審査（出品前審査や出品後審査）を行うための制度を構築・維持する。

<参考>

自ら運営する OM が定める出品禁止製品等の出品を阻止又は制限するための出品審査（出品前審査や出品後審査）を行うための制度とは、例えば、フィルタリング機能⁵⁵⁾の活用や、製品に義務付けられている表示事項⁵⁶⁾が出品物において遵守されていることを確認することなどが想定されるが、具体的には、OM 運営事業者が、自ら運営する OM の規模・特性を踏まえ、適切に構築・維持することが期待される。

また、OM 運営事業者には、可能な限り、規制当局から通知や要請が行われる前に、OM 運営事業者が自ら出品禁止製品等に対する適切な対応を図るための制度を構築・維持することが期待される。

さらに、OM 運営事業者は、OM における出品禁止製品等の販売後に発生した製品事故について、規制当局の依頼・要請を受け、製造事業者、輸入事業者又は販売者における、製品事故が発生した製品の返品・返金等の対応やリコール製品の円滑かつ着実な回収等を進めることができるよう、必要な支援を行うことが期待される。

第 10 項目

規制当局と協力し、リコール製品や安全ではない製品の販売を意図的に繰り返すなどをする悪質な販売者に対して、適切な措置を講ずる。

<考え方等>

OM 運営事業者は、出品する販売者に対する規約等にあらかじめ定めることにより、適切な理由なくリコール製品や安全ではない製品の出品を意図的に繰り返すような悪質な販売者に対して、警告、出品停止、アカウントの閉鎖等の措置を講じるための仕組みを構築する。

【定義】

- ・「規制当局と協力」とは、例えば、リコール製品や安全ではない製品の出品を意図的に繰り返すなどの悪質な販売者の特定における規制当局と OM 運営事業者の情報共有等での協力をいう。
- ・「販売を意図的に繰り返す」とは、例えば、一度出品削除した製品を同じ名称や異なる

⁵⁵⁾ 品目名や製品名等を対象にしたキーワードを用いた検出による審査や確認等をいう。

⁵⁶⁾ 例えば、電気用品安全法に基づく PSE マークをいう。

名称で再出品すること、また、OM の規約に繰り返し違反することなどをいう。

<参考>

OM 運営事業者は、規制当局からの要請に至る前に、OM 運営事業者自らによるリコール製品や安全ではない製品の出品削除を行うことが期待される。

第 11 項目

既に出品削除されたリコール製品や安全ではない製品の再出品を阻止するための適切な措置を講ずる。

<考え方等>

OM 運営事業者は、自ら運営する OM において、出品する販売者に対する規約等にあらかじめ定めることにより、リコール製品や安全ではない製品に該当することを理由として出品削除した製品の再出品（上記理由に基づき既に一度は出品削除の措置が採られた製品に限る。また、是正済みの製品を除く。）を阻止できる仕組みを構築する。

<規制当局の役割>

規制当局は、所管する法令諸規則の執行等を通じて、既に出品削除されたリコール製品や安全ではない製品の再出品を阻止できる効果的な仕組みの構築について、OM 運営事業者と相互に協力⁵⁷⁾し合う。

また、消費者庁は、規制当局による出品削除要請の状況（第 3 項目）や OM 運営事業者からの情報提供の状況（第 1 項目）を定期的に分析し、規制当局に対して、例えば、出品削除の件数が多い製品が OM 上で出品されていないか定期的な確認を促すことにより、OM 運営事業者による再出品の阻止に係る仕組みの遂行を援助する。

<参考>

再出品の阻止としては、例えば、出品削除の対象となっている製品リストを随時更新することにより、既に出品削除の対象となっている製品を別の販売者が出品することを阻止することなどが考えられるが、具体的には、OM 運営事業者が、自ら運営する OM の規模・特性を踏まえ、適切に措置することが期待される。

第 12 項目

リコール製品や安全ではない製品の検出や出品削除の水準が向上するための新技術やイノベーションの活用を積極的に検討する。

⁵⁷⁾ 消費者庁「リコール情報サイト（重要なお知らせ一覧）」には、過去にリコールが開始された製品であっても、直近で重大製品事故が発生すればリストの上部に掲載されるため、第 1 項目の取組は、本項目の遂行にも貢献する。

<考え方等>

OM 運営事業者は、自ら運営する OM において、リコール製品や安全ではない製品の検出や出品削除が円滑かつ効率的に実施できるよう、新技術やイノベーションの活用継続的に取り組む。

<参考>

新技術やイノベーションの活用としては、例えば、AI（人工知能）や消費者からの苦情データの傾向分析により、今後発生する可能性のあるリコール製品や安全ではない製品の自動検出・出品削除が実施できるよう、自らその可能性を追求することなどが考えられるが、具体的には、OM 運営事業者が、自ら運営する OM の規模・特性を踏まえ、適切に検討することが期待される。

(2) KPIの解説

OM 運営事業者は、KPI を測定することにより、自らが実施した取組結果や有効性を把握・分析することができることとなり、自らが運営する OM で取引される製品の安全性を更に高めることができるようになる。また、OM 運営事業者は、毎年、1 月から 12 月までの期間を対象として算出・記載した KPI の実績について、集計・取りまとめの上、翌 2 月末までに消費者庁に提出することとなっており、消費者庁及び規制当局は、こうした OM 運営事業者が実施した取組結果や有効性を共有することにより、製品安全誓約における全体のパフォーマンスを確認することができることとなる。また、署名した OM 運営事業者全体の状況については、消費者庁ウェブサイトにおいて公表する。

なお、KPI は、数量的 KPI と質的 KPI（活動報告）に大別される。

数量的 KPI（指標値を定量的に算出するもの）

<第 1 項目関係>

- ・次に記載しているプロセスにより、OM 運営事業者が、リコール製品や安全ではない製品に該当し出品削除すべき対象の製品として特定⁵⁸⁾した件数（出品数）：(A)
【プロセス】規制当局等のウェブサイト⁵⁹⁾に掲載されたリコール製品や安全ではな

⁵⁸⁾ 規制当局等のウェブサイトに記載された情報に基づき、OM 運営事業者が出品削除すべき製品を特定した件数をいう。なお、「特定した製品自体の件数」と「特定した製品の出品件数」は同一となる場合もあるが、例えば、次のような場合には、「特定した製品の出品件数」が「特定した製品自体の件数」を上回ることも考えられる。

(ア) OM 運営事業者が、独自設定した「製品識別番号」を使用しており、出品削除の対象となる製品を複数の販売者が出品していることが判明する場合

(イ) OM 運営事業者が、「製品識別番号」以外の方法（例えば、出品削除要請の対象となる製品の色違いやサイズ違いを始め、出品削除すべき具体的な理由が出品削除要請の対象製品と共通すると考えられる製品を特定した場合）により、出品削除の対象となる製品を複数の販売者が出品していることが判明する場合

⁵⁹⁾ 対象とするウェブサイトは、前述の第 1 項目の<考え方等>に記載している。また、本項目に相

い製品に関する情報⁶⁰⁾を参照し、自らが運営する OM 上にこれらの製品が出品されていないか、型番・ロット等との照合や生命・身体へのリスク確認を行い、出品削除する製品について特定⁶¹⁾する。

- ・特定した日の翌営業日⁶²⁾から起算して、2 営業日⁶³⁾までに出品削除した件数⁶⁴⁾ (出品数) : (B)
- ・その実施割合 (%) : (B/A) ⁶⁵⁾

＜第 3 項目関係＞

- ・規制当局から出品削除要請⁶⁶⁾を受け、OM 運営事業者が、リコール製品や安全ではない製品として特定⁶⁷⁾した件数 (出品数) : (A)

当する規定は、豪州では、「Percentage of listings removed within two business days as a result of consulting a variety of information sources such as the Product Safety Australia website.」、欧州では、「% of identified products listings removed within 2 working days found through monitoring of public recall websites such as RAPEX.」となっており、日本においても、OM 運営事業者が規模・特性を踏まえて、ウェブサイト等の参照先範囲を決めることとなる。

⁶⁰⁾ 確認・特定作業の実施に当たっては、消費者の生命・身体に相当なリスクを及ぼすかを考慮し、例えば、消費生活用製品安全法の場合、「重大製品事故 (死亡事故や重傷病事故等が発生しているもの)」が発生しているリコール製品や安全ではない製品を優先して確認・特定することが推奨される。

⁶¹⁾ 販売者が実際の OM 上で販売している製品をいう。以下、第 3 項目関係においても同じ。

⁶²⁾ 営業日や営業時間は、例えば、土日祝を除くなど、OM 運営事業者の就業規則等に基づく。以下、第 3 項目関係においても同じ。

⁶³⁾ 出品削除を行うに当たり、販売者自身が出品削除を行う仕様や規約等が設けられている OM の場合は、「出品削除する製品を特定し、販売者に当該要請内容を伝達し、当該販売者が当該要請内容を認識し、出品削除する製品を特定した日の翌営業日から起算して、2 営業日まで」と読み替えることとする。なお、この場合、OM 運営事業者は、消費者保護の観点から、例えば、出品削除要請の対象となっている製品を購入しようとする消費者が、該当する製品を検索できないようにするなど、消費者による新たな購入を防止するための措置を実施するものとする。

⁶⁴⁾ OM 運営事業者が、販売者に対して、該当性確認のため、型番・ロット等の照会を行ったことを契機として、販売者が自発的に出品削除するような場合も想定される。その場合には、結果として、照会を行った製品がリコール製品や安全ではない製品に該当した可能性があるとして判断し出品削除した件数に含めることができる。

⁶⁵⁾ 販売ページの URL 単位となる。また、一つの販売者が同一 URL で複数の色違いやサイズを出品する場合がある OM でも一つの URL 単位となる。ただし、同一の販売ページの URL に複数の販売者が出品している場合は、販売ページの URL 単位に出品者数を乗じた単位となる。以下、第 3 項目関係においても同じ。

⁶⁶⁾ 出品削除要請に用いる様式は、前述の第 3 項目＜規制当局の役割＞に記載した様式を使用する。

⁶⁷⁾ 規制当局からの出品削除要請に基づき、OM 運営事業者が出品削除すべき製品を特定した件数をいう。なお、「出品削除要請の件数」と「特定した件数」は同一となる場合もあるが、例えば、次のような場合には、「特定した件数」が「出品削除要請の件数」を上回ることも考えられる。

(ア) OM 運営事業者が、独自設定した「製品識別番号」を使用し、出品削除要請に基づき製品の特定を行った結果、出品削除要請の対象となる製品を複数の販売者が出品していることが判明する場合

(イ) OM 運営事業者が、「製品識別番号」以外の方法 (例えば、出品削除要請の対象となる製品の色違いやサイズ違いを始め、出品削除すべき具体的な理由が出品削除要請の対象製品と共通すると考えられる製品を特定した場合) により、出品削除要請に基づき特定を行った結果、出品削除要請の対象となる製品を複数の販売者が出品していることが判明する場合

- ・ 出品削除要請を受けた日⁶⁸⁾の翌営業日から起算して、2 営業日目⁶⁹⁾までに出品削除した件数 (出品数) : (B)
- ・ その実施割合 (%) : (B/A) ⁷⁰⁾

質的 KPI (活動報告)

<第 6 項目関係>

- ・ 署名者が構築した処理プロセスに基づき、リコール製品や安全ではない製品に該当することが合理的かつ具体的に示された消費者からの通知について出品削除等を含む適切な対応を取っていることについて、署名者の予定していた取組方針、実際に取り組んだ業務フロー、取組結果⁷¹⁾

<第 1、第 3 及び第 6 項目関係以外>

- ・ 第 1、第 3 項目及び第 6 項目以外の項目については、署名者の予定していた取組方針、取組結果

6. 所管省庁担当者向け手引きの構成

(1) 策定の目的

手引きは、OM 運営事業者が製品安全誓約に取り組むに当たり、所管省庁の個別の考え方、具体的な取組内容及び手続等を所管省庁の担当者向けの手引書として取りまとめたものである。また、OM 運営事業者と所管省庁の認識が異なる事態を防止するため、手引きの全文を消費者庁ウェブサイトに公表している。

2023 年 6 月 29 日時点で、経済産業省及び消費者庁が策定した「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」版、総務省消防庁が策定した「消防法」版、国土交通省が策定した「道路運送車両法」版に係る手引きが策定されている。

手引きの記載項目は大別すると 2 点であり、1 点目は「安全ではない製品」の考え方、2 点目は「リコール製品や安全ではない製品のサプライチェーンに係る情報提供」の内容

⁶⁸⁾ 出品削除要請を受けた後、記載内容が不十分であり製品の特定ができない場合を始め、再度規制当局への確認が必要な場合は、その確認ができた日の翌営業日から起算することとする。

⁶⁹⁾ 出品削除を行うに当たり、販売者自身が出品削除を行う仕様や規約等が設けられている OM の場合は、「出品削除要請を受け、販売者に当該要請内容を伝達し、当該販売者が当該要請内容を認識し、出品削除する製品を特定した日の翌営業日から起算して、2 営業日まで」と読み替えることとする。なお、この場合、OM 運営事業者は、消費者保護の観点から、例えば、出品削除要請の対象となっている製品を購入しようとする消費者が、該当する製品を検索できないようにするなど、消費者による新たな購入を防止するための措置を実施するものとする。

⁷⁰⁾ 出品削除の対象となる製品の特定作業完了時点から出品削除作業の実施までの間に、出品削除の対象となる製品と同一の製品を出品する販売者が新たに確認された場合において、OM 運営事業者がその新たな出品削除を行った際には、消費者庁に提出する実績報告において任意記載事項の対象とすることができる。

⁷¹⁾ 定量的な記載でも定性的な記載でも構わない。以下第 1、第 3 及び第 6 項目関係以外においても同じ。

である。

(2) 「安全ではない製品」の考え方

製品安全誓約では、OM 運営事業者が、リコール製品や安全ではない製品について、自ら又は所管省庁からの要請を受けて出品削除を行うこととなる。

ここで、「安全ではない製品」とは、ガイドダンス上、「法令遵守されていない製品を始め、規制当局から、消費者の生命・身体に相当なリスクがあることが具体的な理由とともに示された製品、及び OM 運営事業者が、手引書等を参考として、安全ではないと自ら判断した製品」と規定している。そして、「具体的な理由」については、「例えば、法令で定める規格や基準に適合していないことから、製品の安全性が確認されていないこと等をいいますが、手引書において法律ごとに具体的に所管省庁の考え方を示します。」と規定していることから、所管省庁は、手引きにおいて、あらかじめ、安全ではない製品の考え方を OM 運営事業者に対して示す必要がある。

製品安全 4 法版における「安全ではない製品」に関する考え方の例を取り上げると、例えば、PS マークや届出事業者名が虚偽である製品等をいうが、この他にも、「消費生活用製品安全法第 2 条第 6 項及び同法施行令第 5 条に規定する重大製品事故が製造事業者・輸入事業者から報告されていないものの、消費者安全法第 12 条第 1 項に規定する重大事故等の通知等により、消費者事故等が複数発生している、又は一定期間において増加傾向を示していることが認められている製品」等も対象としているなど、PS マーク対象品目の製品以外にも幅広い状況を想定したものとしている。

(3) リコール製品や安全ではない製品のサプライチェーンに係る情報提供

製品安全誓約第 4 項目では、OM 運営事業者が、所管省庁の要請を受け、リコール製品や安全ではない製品のサプライチェーンを合理的な範囲で特定し対応することとなるが、要請を行うに当たっての考え方を OM 運営事業者に対してあらかじめ示す必要がある。

製品安全 4 法版を取り上げると、例えば、販売者を通じて、「製品安全 4 法の義務履行者である製造事業者又は輸入事業者⁷²⁾を特定した上で、法令違反に該当する状況、事故の発生状況及びリコール等に関する連絡等を行うよう依頼すること」を想定している。

4章 効果

例えば、署名した OM 運営事業者は、リコール製品や安全ではない製品について、OM 運営事業者自らによる規制当局等のウェブサイトの定期的な確認、規制当局からの要請に基づく出品削除を行うとともに、消費者から通知があった場合、あらかじめ自ら定めた処理プロセスに基づき適切な対応を行うこととなる。

⁷²⁾ 製造事業者及び輸入事業者は、重大製品事故の発生を知ったときは、消費生活用製品安全法第 35 条第 1 項に基づき、消費者庁に対し、重大製品事故に係る報告義務を負うこととなる。

また、OM 運営事業者は、①悪質な販売者に対するアカウント停止を含めた適切な措置、②規約への明示等によるリコール製品や安全ではない製品の再出品を阻止するための適切な措置を実施するなど必要な体制整備を行うこととなる。

その上で、規制当局は、①リコール製品や安全ではない製品の販売者に関する情報等を OM 運営事業者に提供する、②OM 運営事業者に対して販売者向けの説明資料（（一社）日本玩具協会の ST マークや（一財）製品安全協会の SG マークに関する情報等）を提供するなど、製品安全誓約が効果的に機能するために官民協働で製品安全誓約を実施することとなる。

こうした取組により、署名した OM 運営事業者が運営する OM では安全な製品が販売され、消費者の安全性の更なる向上が図られることとなる。

日本で実施する製品安全誓約は、EC や ACCC で実施している製品安全誓約の共通的なスキームを満たしている。さらに、日本独自の対応として、例えば、消費者対応について、「実際に取り組んだ業務フロー」等を KPI において毎年報告することとなっているなど、消費者保護をより重視した内容を盛り込んでいる。

（参考）日本における製品安全誓約の効果（まとめ）

<署名による、毎年度の履行確認>

重要業績評価指標（KPI）による毎年度フォローアップによる品質管理<新規>

<これまでの取組の拡大・充実>

出品する販売者に対する教育資料の提供<拡大・充実>

リコール製品や安全ではない製品の広い範囲で網羅的な出品削除<拡大・充実>

リコール製品の再出品や悪質販売者への措置を含めた体制整備<拡大・充実>

<日本独自の取組 ※新規の取組>

KPI に消費者対応に係る「実際に取り組んだ業務フロー」等を追加<日本独自>

所管省庁と連携した消費者庁による出品削除の状況分析<日本独自>

出品削除要請による出品削除の速報を消費者庁ウェブサイトに掲載<日本独自>

5章 今後の展望

製品安全誓約は、消費者向け製品の製造事業者、輸入事業者及び販売事業者に対する製品安全に係る様々な法的枠組みを超え、オンライン上で販売者に対して製品を販売するための場所（すなわち OM）を提供している OM 運営事業者が所管省庁と協働して実施する自主的なソフトローの取組であり、いわば、「消費者向け製品の安全に関する複数の法律におけるソフトローとしての共通プラットフォーム」の性質を有している。

このため、所管省庁や OM 運営事業者が新たに製品安全誓約の取組に参加することは一定の手順を経ることで可能となる。

具体的には、所管省庁については、ガイドンスに記載されている役割を理解した上で、既に署名している OM 運営事業者の意見を踏まえ、「所管省庁担当者向け手引き」において『「安全ではない製品」の考え方』や「リコール製品や安全ではない製品のサプライチェーンに係る情報提供」について整理することにより可能となる。また、現在参加している所管省庁が、「ガイドンス」や「所管省庁担当者向け手引き」を今後改正する場合も同様である。OM 運営事業者については、ガイドンスに記載されている役割を理解した上で、消費者庁に対して、どのように自らの取組を実施していくのか、そのプロセスについて整理し、消費者庁の確認を得ることにより可能となる。

また、製品安全誓約が共通プラットフォームとして機能することにより、参加する複数の所管省庁と OM 運営事業者との協働により、OM 上で検知した製品安全に係る新たな課題に対して、その解決スキームを機動的に構築することができるほか、出品削除要請等の手順が複数の所管省庁と OM 運営事業者との間で標準化されることにより、関係者間での手続の透明化や事務の効率化といったメリットが生じることも期待できる。

さらに、所管省庁と OM 運営事業者で実効性を伴うよう製品安全誓約の各項目を実施することは、新たな所管省庁や新たな OM 運営事業者の増加を促すこととなる。ハードローとなる製品安全の所管省庁や法律の増加、署名する OM 運営事業者の増加により、カバーできる製品・OM が増加し、より消費者安全に資することとなる。このため、今後、製品安全誓約に参加する所管省庁や法律、OM 運営事業者が増加していくことが望まれる。

「2章 策定の背景及び目的」で述べたように、消費者向け及び個人間の電子商取引は年々増加しており、既に多くの消費者に利用されている。自宅に居ながら全国の販売者が出品・販売する多種多様な製品を手軽に購入できることは、実店舗における製品購入と比較して利便性が高く、今後も消費者による OM の利用の拡大が見込まれる。また、販売者にとっても、実店舗による直接販売と比較して、OM 上での販売は開始が容易であり、かつ、低コストで多数の消費者にアプローチできることから、競争やイノベーションの促進を通じて消費者に対してさらなる利益をもたらすことも期待できる。

他方、OM は、自らが販売者となって製品を調達し、消費者と直接取引（販売）を行っている量販店型 EC サイトと比較すると、OM と消費者との間に出品する販売者が挟まる分だけ、購入された製品のロット等の詳細の把握や購入後のフォローが課題となる。取り扱う製品に内在する安全上のリスクに関する知識、安全を確保するための規則や制度に対

する理解、製品の安全性に対する配慮や規範意識が十分ではない販売者が増えて製品に係る事故が増加することとなると、消費者の利益が損なわれることとなるほか、OM 運営事業者としても OM のレピュテーションリスクの増加に直結することとなる。

日本における製品安全誓約の取組は開始されたばかりであるが、製品安全誓約は、製品安全の確保に責任を有する所管省庁とビジネスの健全な発展を望む OM 運営事業者の双方にとって大きなメリットのある取組である。製品安全誓約の着実な運用を通じて知見の蓄積や対象の拡大、運用方法の改善が図ることが可能となり、官民における製品安全の取組が今後も進展していくことが期待される。

「国民生活研究」第 63 巻第 2 号 (2023 年 12 月)

【特集】製品安全の動向と課題

〔報告〕

消費生活相談に寄せられた 1 件の事故情報から 特定製品指定に至るまで

—強力な磁力のマグネットセット及び高吸水性樹脂ボールの子どもの誤飲事故—

小坂潤子*

国民生活センター商品テスト部では、PIO-NET や医療機関、医師から事故情報を収集して、商品によって生じた被害に関する情報を分析し、事故の未然防止・拡大防止のためのテストを実施し広く情報提供を行っている。その中で、強力な磁力のマグネットセット及び高吸水性樹脂ボールの子どもの誤飲事故の情報を得て、重篤な症状に至る商品が子どもの身の回りにあったという事実を認識し、注意喚起を行った。2022 年 3 月 24 日、消費者安全調査委員会は「ネオジム磁石製のマグネットセットによる子どもの誤飲事故」の調査報告書を取りまとめて公表し、経済産業省に法規制の意見具申を行った。なお、その間にも、事故は発生していた。

2023 年 6 月 19 日、消費生活用製品安全法施行令の一部を改正する政令が施行され、同法の特定製品に新たに磁石製娯楽用品と吸水性合成樹脂製玩具を指定し、技術基準に適合しない製品の販売を規制するに至った。同年 12 月 19 日以降、この規制により、技術基準を満たした PSC マーク付きの磁石製娯楽用品及び吸水性合成樹脂製玩具以外は市場で販売ができなくなった。この 2 つの事案は、国民生活センターに寄せられた 1 件の事故情報から、商品テスト等を実施し注意喚起を行い、法規制に至ったものである。

事故情報の収集の重要性と、その法規制に至った経緯等を報告するとともに、子育ての担い手は、時代とともに変化し多様化しており、事故の再発防止、未然防止のために、子育ての担い手だけではなく事業者も含め、社会全体に届くよう、繰り返し注意喚起を継続することの重要性について報告する。

*こさかじゅんこ (独立行政法人国民生活センター商品テスト部、消費生活専門相談員)

1. はじめに
2. 事故情報の収集
3. 情報収集から公表まで等
4. 行政等の動き及び注意喚起の重要性
5. おわりに

1. はじめに

国民生活センター商品テスト部では、消費生活センター等が行う商品に関する苦情相談処理を支援するため、依頼に基づいて商品テストを実施して結果を報告し、テストを依頼したセンターは、その商品テスト結果報告書をあっせん等に活用している。また、テストを実施した当該商品のみならず、その商品群として問題が考えられる商品や、PIO-NET、医療機関ネットワーク等に報告されている商品の被害情報を分析し、事故の未然防止・拡大防止のためのテストを実施し広く情報を提供している。商品テストでは、取扱説明書や規格、基準だけにとらわれない、生活実態に即したテストを実施することで、商品の問題点を指摘している。また、事故情報を収集し商品やサービスによる危害・危険情報を分析・調査し、消費者に情報提供も行っている。

本稿は、消費生活相談に寄せられた事故情報から特定製品指定に至った事例があり報告するものである。

強力な磁力のマグネットセット（以下、「マグネットセット」という。）及び水で膨らむボール状の樹脂製品・玩具（以下、「高吸水性樹脂ボール」という。）の子どもの誤飲事故については国民生活センターの注意喚起から、各関係機関の取組を経て、2023 年 6 月 19 日、消費生活用製品安全法施行令の一部を改正する政令が施行され、同法の特定製品に新たに磁石製娯楽用品と吸水性合成樹脂製玩具として指定され、技術基準に適合しない製品の販売が規制されるに至った。

筆者は、事故情報の第一報を受け、被害者、その家族、関係者、担当医師等から直接、事故の状況、身体の様子、治療内容等の聞き取りなどを担当している。本稿では、1 件だけの救済に終わらず、事故情報が社会全体の財産となる対応が重要と考え商品テスト部で行っている日々の事故情報収集の取組から、商品テストの実施や調査結果を踏まえた注意喚起の情報提供に至るまでの経緯について報告するとともに、事故情報の収集、注意喚起の重要性を報告したい。

なお、本稿中の意見にわたる部分については、あくまで筆者の個人的見解であり、所属する組織その他関係機関の公式の見解でないことをあらかじめお断りしておく。

2. 事故情報の収集

(1) 事故情報の収集方法

国民生活センター商品テスト部では、消費生活センターからの依頼を受けて実施した商品テスト結果の情報のほかに、PIO-NET¹⁾情報の主に危害・危険情報、医療機関ネットワーク事業²⁾、医師からの事故情報受付窓口（以下、「ドクターメール箱」という。）³⁾等の情報を日々チェックしている。また、報道等のあった商品・サービス等に関わるような事故情報についても常にアンテナを立て広く情報収集を行っている。なお、PIO-NET の消費生活上の相談情報が寄せられる「危害情報」とは、商品・役務・設備に関連して、身体にけが、病気等の疾病（危害）を受けたという情報であり、「危険情報」とは、危害を受けたわけではないが、そのおそれがある情報である。

医療機関等からの事故情報収集は、消費者（患者）が事故にあい医師の診察した結果も踏まえた情報を早期に把握し、事故の再発・拡大防止に向けた消費者への注意喚起、製品改善の働きかけ等に活用するため、医療機関ネットワーク、ドクターメール箱を実施している。医療機関や医師からの情報の特徴として、正確な診療情報が得られることや消費生活相談窓口を通じて収集される PIO-NET 情報には寄せられにくい情報も幅広く収集できることが挙げられる。例えば、乳幼児が加熱式たばこのスティックを誤飲してしまった、保護者が抱っこひもで子どもを抱っこして自転車で走行中に転倒してけがを負った、調理中にスライサーで手指を切った、脚立に上り庭木の剪定していたところ転倒して骨折してしまったなど使用上の問題を含むような事故情報も収集されている。

(2) 事故情報への取組

商品テスト部の担当者は収集した事故情報を日々チェックし、その内容によっては、実際に商品を購入し、事故情報にある使用方法を体験するなども行っている。最近ではインターネット通販によって購入する例も多いことから、実際に購入したサイトや関連するサイトも調査している。さらに、商品テスト部の衣食住・乗り物等、消費生活に関する幅広い商品に関する技術的、専門的な知見の強みを活かし調査、分析を行っている。

¹⁾ 1984 年から PIO-NET（全国消費生活情報ネットワークシステム Practical Living Information Online Network System）を通じて、全国の消費生活センター等に寄せられた消費生活相談情報を収集し、その内容を分析したうえで国民・消費者への注意喚起などに活用している。2022 年度の相談件数は、89.6 万件となっている。その「危害・危険情報」は、2022 年度は、約 1.5 万件であり 1.7% 程度となっている。

²⁾ 医療機関ネットワーク事業は、消費生活において生命または身体に被害が生じた事故情報を、事業に参画する医療機関から収集し、同種・類似事故の再発・拡大防止を図ることを目的として、2010 年 12 月から運用が開始された、消費者庁と国民生活センターの共同事業である。

³⁾ 消費生活における食品等の摂取、製品・施設・役務の利用等によって消費者の生命または身体に生じた被害に関する事故情報を、医師から直接収集するため、ホームページ上に開設している。消費者が事故に遭って医師の診察した結果も踏まえた情報を早期に把握し、事故の再発・拡大防止に向けた検討・取組（消費者への注意喚起、製品改善の働きかけ等）に活用することを目的としている。

また、消費生活相談窓口への内容確認や、情報提供もとの医療機関、医師へのヒアリングを行う場合もあり、個人情報の取り扱いに留意しつつ、けがや治療の状況、診療情報、担当医の見解を得ることもある。事故の関係者等の協力・承諾等が得られた場合には、商品テスト部の技術業務を担当する職員とともに、実際の事故現場に赴き事故に至った経緯など詳細な情報を収集することがある。なお、協力・承諾を得られない場合も少なくはない。

事故情報の収集にあたっては、協力・承諾等を得られた相談者、医師等から基本的には下記の事項を聞き取るように心がけている。

- ①製造者及び販売者、銘柄名など商品を特定する情報
- ②事故発生日と被害の程度
- ③重大事故に当たる場合は消費者庁への報告内容
- ④商品の使用状況と状態
- ⑤商品の所在(例：相談者保管、受付センター保管、事業者が調査のため保管等)
- ⑥商品テスト実施にあたり必要な商品の情報 等

3. 情報収集から公表まで等

マグネットセット及び高吸水性樹脂ボールの子どもの誤飲事故は、医師から第一報を受け、その後、保護者の協力・承諾を得て、事故の現場調査を行い、商品テストを実施し、注意喚起を行った事故情報収集の好取組例となった。

(1) 事故情報の聞き取りの重要性

①マグネットセット

2018年1月、ドクターメール箱と医療機関ネットワークに、幼児が複数個のマグネットセットを誤飲し、消化管が穿孔(穴があくこと)し開腹手術等したとの事故情報が2件続けて寄せられた。いずれもマグネットセットを複数個誤飲したもので、磁石同士が引き合っただけで消化管内に腸壁を挟んでとどまり、腸壁を穿孔していたものを開腹手術等により摘出したというものであった。

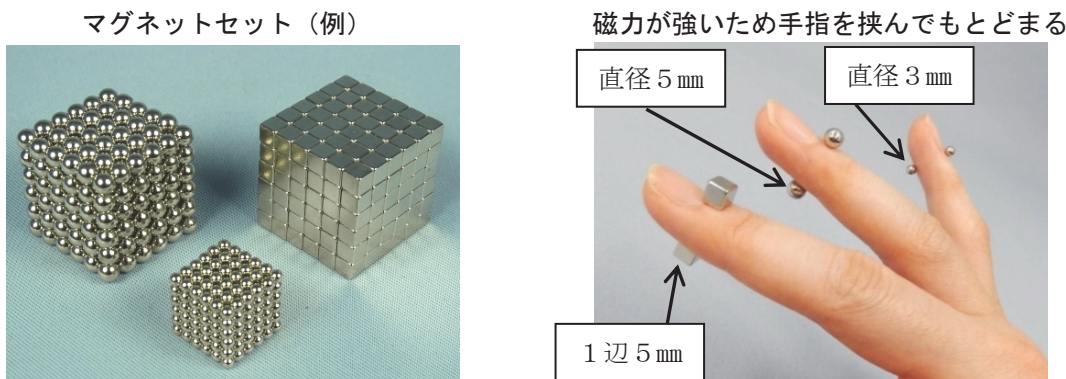


写真1. 強力な磁石をうたったマグネットセット (参考)

医師からの情報に触れ、直ぐに詳細な情報を得る必要があると判断し、保護者に話を伺う機会を得ることができた。その結果、当初症状があり近医を受診したものの、症状の改善がみられず、原因が分からないため、小児外科対応可能な医療機関を受診して、マグネットセットを複数個誤飲していることが判明し開腹手術に至ったことが分かった。また、保護者から、「住居内を改めてくまなく調べたところ、磁力が強力であるがゆえに、家具の隙間など思わぬところに残っているマグネットを発見した」との話聞くことができた。保護者が気が付かない子どもの身の回りにある危険のひとつであると考え、より詳細な調査、注意喚起の必要性をその場で強く感じた聞き取りであった。

さらに、医療機関からのエックス線写真の提供、医師の説明を受けて、誤飲して体内でとどまっているマグネットの状況を詳細に理解することができ、マグネットを複数個誤飲することの危険を認識した。

国民生活センター公表資料の事例 (2018 年 4 月 19 日) ⁴⁾

【事例 1】

クリスマスプレゼントとしてインターネットで 2 種類の磁石商品を購入。マグネットセット (直径 3 mm) を 5 個誤飲したところを保護者が気づいて受診。レントゲンで消化管内に 5 個連なっていることを確認し経過観察とした。翌日も磁石は移動しておらず、紹介先の病院で内視鏡検査を実施したが、胃内になく経過観察とした。その翌日もやはり移動がなく手術を実施した。磁石は 2 個が胃壁から、3 個が空腸から壁を穿通していた。摘出し空腸穿孔部を縫合した。(事故発生年月: 2017 年 12 月 3 歳・男児)

【事例 2】

友人の幼児が遊んでいたのを見て患児が欲しかったため 4 カ月前に買い与えた。その後、患児が磁石を口の中に入れていたことがあったため、保護者は手の届かないところに保管していた。嘔吐を繰り返したのでかかりつけ医を受診すると胃腸炎の疑いで薬を処方された。しかし、その翌日も嘔吐が続いたため、紹介状を書いてもらい他院を受診し、レントゲン検査で腸内に異物が見つかった。その後当院で開腹手術を行ったところ、小腸内の 3 カ所にあった磁石が磁力で引き合い、小腸を結着し、圧迫壊死(えし)を起こして穿通しており、直径 3 mm の磁石計 37 個を摘出した。(受診年月: 2018 年 1 月 1 歳 9 カ月・女児) (写真 2)



写真 2 腹部エックス線写真

(※写真は医療機関より提供)

⁴⁾ 独立行政法人国民生活センター「強力な磁石のマグネットボールで誤飲事故が発生—幼児の消化管に穴があき、開腹手術により摘出—」(2018 年 4 月 19 日公表)

https://www.kokusen.go.jp/pdf/n-20180419_1.pdf

国民生活センター公表資料の事例 (2022 年 9 月 14 日 : 公表)⁵⁾

【事例 3】

2022 年 6 月 29 日、2 歳の女兒が、自宅で 5 歳のきょうだいとマグネットセットで遊んでいて磁石を複数個誤飲した。無症状だったが救急要請した。受診した医療機関のレントゲン検査で胃内に磁石が 7 個つながった状態で認められた。腸管移動中に腸管穿孔のリスクがあったため、全身麻酔下、内視鏡を用いてマグネット鉗子で摘出した。当該品は直径 5 mm で、対象年齢が 6 歳以上のものである。5 歳のきょうだいが欲しかったため、同年 6 月 22 日～23 日頃にインターネットショッピングモールで購入し、普段は患児の手が届かないところに保管していた。なお、患児の保護者は、同年 6 月 24 日に公表されていた経済産業省の注意喚起をはじめ、マグネットセット誤飲に係る注意喚起を知らなかったとのことである。(写真 3)



写真 3 腹部エックス線写真

(※写真は医療機関より提供)

②高吸水性樹脂ボール

2015 年 6 月、高吸水性樹脂ボールの事故が発生し医療機関ネットワークに寄せられ、直ぐに情報元に接触した。近医では嘔吐の原因が分からず、小児外科対応病院を受診し、開腹手術の結果、誤飲した異物による十二指腸閉塞（へいそく）であることが判明したという事故であることが分かった。

異物は、直径 1～1.5 cm のボール状のものが、水を含むと約 4 cm に膨らむ高吸水性樹脂でいわゆるインテリア雑貨品であった。

高吸水性樹脂は、水と接触することによって吸水し、自重の 100～1,000 倍の水を吸収でき、吸水することでゲル状になる性質があり、一度吸水すると圧力をかけても水が戻りにくい特徴がある。一般消費者向け商品としては、高吸水性樹脂、吸水性樹脂、アクリルポリマー、吸水性ポリマーなどと表示され、吸水・保水させるタイプとして、紙おむつや生理用品などの衛生用品、着色した観賞用のインテリア用品などがある。また、吸水・ゲル化した状態で販売されているタイプとして、有効成分を添加した芳香剤・消臭剤や虫よけ用品、栄養成分を添加した園芸用品などで見られた。

誤飲してから何時間、何日経ているのかは不明で、近くにいた保護者が、いつ誤飲したのか気が付かず、家庭内にあった雑貨品でこのような重篤な症状が発生することに、注意

⁵⁾ 独立行政法人国民生活センター「強力な磁力を持つネオジム磁石製のマグネットセットの誤飲事故が再発！」(2022 年 9 月 14 日公表) https://www.kokusen.go.jp/pdf/n-20220914_2.pdf

喚起等の必要を直感した記憶がある。医師へのヒアリング調査等も行い、「エックス線写真にも写らず開腹手術で高吸水性樹脂ボールを発見し、十二指腸閉塞の原因となっていた」という事実から、誤飲の危険性を社会全体に伝える必要があると考えた。

国民生活センター公表資料の事例 (2015 年 10 月 1 日 : 公表)⁶⁾

【事例 4】

2015 年 6 月、嘔吐（おうと）が始まり翌日に近所の病院を受診したが症状が改善されないため、当該医療機関を紹介され受診した。開腹手術した結果、誤飲した異物による十二指腸閉塞（へいそく）であることがわかり、直径約 4 cm のボール状の異物を摘出した。患児の保護者から提供された事故同型品を確認したところ、異物は、吸水することで膨潤するディスプレイ用製品であり、吸水前は直径 1 ～ 1.5 cm 程度、吸水するとゼリー状に膨らむものであった。(2 歳・女兒・重症) (写真 4、5)



写真 4 手術で摘出された異物（左）
同型品（右下）

写真 5 同型品

写真 4 は、当該医療機関から提供された摘出物、写真 5 は、患児の保護者から提供された同型品である。この摘出物は、当該医療機関から提供された写真等から見て、高吸水性樹脂製品と考えられた。

その後、2021 年 12 月に公表した事件事例は、2021 年 6 月から 12 月の約 6 カ月間にドクターメール箱に寄せられ、また、2022 年 3 月 24 日の公表では、先の公表時期のタイミングとほぼ同時期の 2021 年 12 月に事故が発生し医療機関ネットワークに寄せられたものである。いずれも高吸水性樹脂製品を“玩具”として販売していたものによる事故であり、再度の注意喚起の必要性を考えた事故である。

⁶⁾ 独立行政法人国民生活センター「幼児が水で膨らむボール状の樹脂製品を誤飲—十二指腸閉塞、開腹手術により摘出—」(2015 年 10 月 1 日公表) https://www.kokusen.go.jp/pdf/n=20151001_1.pdf

国民生活センター公表資料の事例 (2021 年 12 月 23 日 : 公表)⁷⁾

【事例 5】

生後 11 カ月の患児が自宅の庭で上の子と遊んでいたとき、水で膨らむボール状の樹脂製玩具 (以下、「当該品」とする。) を食べていた可能性があった。その夜から嘔吐があり、嘔吐物の中に当該品の一部があった。すぐに病院を受診し、腹部CT検査を受けたところ腸閉塞が認められたため、当該品による腸閉塞を疑い、開腹での手術を行った。小腸内に当該品が直径 30mm 大に拡張し、通過障害を起こしていた。当該品は腸の外から押すと腸管を移動したため、下行結腸⁸⁾まで押し込んだところ、手術後に便とともに排出された。

(事故発生年月 : 2021 年 6 月 11 カ月・男児)

(写真 6)

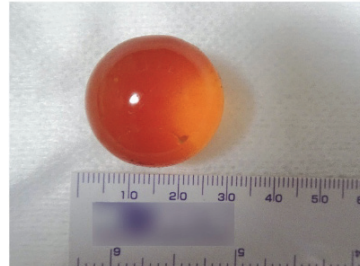


写真 6 排出された当該品の外観

【事例 6】

生後 9 カ月の患児に発熱や咳が繰り返し出る症状が現れ、翌日から嘔吐症状と食欲低下があり、翌々日、咳が治らず、入院した。その翌日、腹部レントゲンで腸管が広がっている様子がみられたこと、腹部のCT検査やMRIで小腸先端に異常がみられたこと、また、同部位での閉塞が疑われたことから、同日、転院搬送され、緊急手術を行い小腸内の異物を摘出した。摘出された異物は 4 cm×2.5cm 大の鶏卵型の樹脂製の物質であった。(事故発生年月 : 2021 年 9 月 9 カ月・男児)

【事例 7】

1 歳の患児が自宅で上の子と水で膨らむボール状の樹脂製玩具と一緒に遊んだ 1～2 時間後から嘔吐があり、救急外来を受診したが、誤飲は判明しなかった。その後、近くの医療機関に通院していたが、症状発生から 4 日経過しても嘔吐症状が続いていた。新たに腹部の膨満が生じたことから、再度救急外来を受診したところ、腸閉塞の診断を受けて入院した。超音波検査により複数の膨張したボールが腸管内に確認され、誤飲から 5 日後に転院搬送され、同日、開腹手術を行い、腸管内の異物を摘出した。(事故発生年月 : 2021 年 12 月 1 歳・男児)

⁷⁾ 独立行政法人国民生活センター「乳幼児による水で膨らむボール状の樹脂製玩具の誤飲にご注意！」(2021 年 12 月 23 日公表) https://www.kokusen.go.jp/pdf/n-20211223_2.pdf

⁸⁾ 大腸のうち上腹部から下腹へと続いている部分で、その後は S 字結腸、直腸、肛門と続く。

国民生活センター公表資料の事例 (2022 年 3 月 24 日 : 公表)⁹⁾

【事例 8】

浴室に保管していた水で膨らむボール状の樹脂製玩具を、患児がいつの間にか持ち出して遊んでおり、誤飲した可能性があった。その 2 日後に嘔吐の症状が現れたため、診療所を受診し、胃腸炎と診断されたが、その後も嘔吐と腹痛が持続したため、当院を受診した。腹部 CT により腸閉塞と診断されたが、原因は不明で、他院での開腹手術の結果、回腸¹⁰⁾に異物と疑われる塊が触知された。異物は腸の外からの圧迫により結腸¹¹⁾まで誘導することができ、腸液の流出も確認できたため、腸切開は行わなかった。異物は術後 3 日目に排出された。排出された異物は崩れていたが、排出された量から 1 個分と考えられた。(事故発生年月 : 2021 年 12 月 4 歳・男児)

(2) 商品テスト (技術的なアプローチ、調査)

マグネットセット及び高吸水性樹脂ボールの事故情報の関係者等からのヒアリング等情報をもとに、これらの商品を購入し、表示等の調査や大きさや物性、材質等について、規格、基準だけにとらわれない、消費者・生活者の目線に立った生活実態に即したテストを実施した。

① マグネットセット

多くのマグネットセットがインターネット通販サイトで扱われていることから、事故品と形状が類似していた商品及び、インターネット通信販売の大手ショッピングモールにおける検索で上位に表示されたもの¹²⁾を参考に、関係者等からのヒアリング結果をもとに事故品を販売していたサイトを含めた合計 32 サイトの表示を調査した。その結果、大半の販売サイトに玩具を連想させる「パズル」や「知育玩具」等の表示があり、32 の販売サイト中 30 サイトには子どもの誤飲等に関する注意表示がなかった。

表示の調査対象として選んだ販売サイトで販売されていたマグネットセットのうち、事故品と大きさや形状の類似していた 7 銘柄をテストした結果、次のことが分かった。

- ・ マグネットセットの個々の形状、大きさは、直径 3mm、5mm の球体や 1 辺 5mm の立方体であり、ST 基準の飲み込み、窒息の危険性を判定する直径約 30mm の小部品円筒に十分入る大きさで、複数個同時に誤飲する可能性があるほど小さいものであった。
- ・ ホワイトボード等に用いられる酸化鉄を主成分とするフェライト磁石の参考品と比較して、2 個を近付けたとき、マグネットセットは、距離が遠くても引き寄せられるも

⁹⁾ 独立行政法人国民生活センター「乳幼児による水で膨らむボール状の樹脂製玩具の誤飲にご注意! (続報)」(2022 年 3 月 24 日公表) https://www.kokusen.go.jp/pdf/n-20220324_1.pdf

¹⁰⁾ 小腸の一部で、回盲部を経て大腸(盲腸)につながる部分。

¹¹⁾ 大腸の一部で、盲腸から続き、直腸、肛門へと続く。

¹²⁾ 検索日は、2018 年 3 月 6 日。

のであった。また、マグネットセットが大きい場合や複数個連なった場合は引き離すのに必要な力は大きくなり、誤飲した場合には、腸壁を挟んでつながる、腸壁を挟んでとどまる危険性が高まるものと考えられた。

- ・ 各銘柄の磁束指数はいずれの銘柄もST基準で定められた磁束指数の上限値 50 (kG)²mm よりも大きい値であった。
- ・ パッケージには製造者名はなく、誤飲などの警告表示も取扱説明書もなかった。

②高吸水性樹脂ボール

2015 年 10 月 1 日公表に際しては、材質や調査やパッケージ等の誤飲に関する表示パッケージや取扱説明書の表示、さらに浸水させたときの膨らむ様子を調査し次のことが分かった。

- ・ 同型品及び市販品 4 銘柄の材質をフーリエ変換赤外分光光度計 (FT-IR) により調べた結果、いずれもポリアクリル酸ナトリウムと考えられた。
- ・ 市販品 4 銘柄のパッケージや取扱説明書には、“食べ物ではない” “口にしない” 旨の表示があったが、万が一誤飲した場合に消化管がつまることがある旨の記載は 1 銘柄のみで、他の 3 銘柄には具体的な危険性の記載はなかった。また、当該 1 銘柄には、医師に相談する際には当該説明書を持参する旨の記載もあった。
- ・ 同型品及び参考品を体内の胃液や腸液を想定した模擬液に浸けて膨らむ様子を見たところ、いずれも胃液を想定した模擬液では大きな変化は見られず、腸液を想定した模擬液では、徐々に膨らむ傾向が見られた。

2022 年 3 月 24 日公表⁹⁾に際しては、体内での膨らみ具合を推定した調査では、腸液を想定した模擬液に浸漬したところ、胃液を想定した模擬液に浸漬したときよりも大きく膨らみ、最も大きくなったものでは直径 15mm 程度のものが 40mm 近くなることが分かった。

(3) 消費者へのアドバイス

マグネットセットと高吸水性樹脂ボールの両事案とも、テスト結果及び医師からの助言を踏まえて、2つの商品は誤飲すると大変危険なため、子どもに与えないようにして、手の届かない、見えないところに保管し、誤飲を防ぎ、万が一誤飲した疑いがあるときは直ちに医療機関を受診するように消費者へのアドバイスとして、注意喚起を行っている。

(4) 事業者等への要望など

①マグネットセット

マグネットセットを複数個誤飲し、開腹手術により摘出したという重篤な事故が発生しているため、事業者には、子ども向けの玩具として販売しないとともに、対象年齢や警告内容などを販売サイトや商品のパッケージ等に明確に記載するよう要望した。

本件は、事業者・事業者団体を特定できていないことから、インターネットショッピングモール運営事業者に、このような商品が子ども向けの玩具として販売されないよう、出品者の指導及び適切な管理の協力を要請した。これは、国民生活センター商品テスト部の新たな取組としてインターネットショッピングモール運営事業者へ協力依頼を求めた最初の事案となった。

②高吸水性樹脂ボール

2015 年 10 月 1 日公表では、高吸水性樹脂を誤飲した場合の危険性について、商品パッケージや取扱説明書等に記載することを事業者に要望した。

2022 年 3 月 24 日公表⁹⁾では、事業者に、水で膨らむ樹脂製品を玩具として販売しないことや、事故が発生したものにあっては、販売したものの回収を検討すること、万一、小さな子どもが誤飲した場合でも、腸閉塞等の重篤な事故にならないよう、商品設計等を見直すこと、子どもによる事故を未然に防止するため、誤飲した場合、窒息や腸閉塞等の重篤な事故に至るリスクがあることが購入前の消費者に伝わるよう、大きな文字で注意表示を行うよう要望した。

また、インターネットショッピングモール運営事業者には、消費者及び出品者に対し、水で膨らむ樹脂製品を誤飲した場合、窒息や腸閉塞等の重篤な事故に至るリスクがあることについて、注意喚起するよう協力を依頼した。

2021 年 12 月 23 日公表に際し、高吸水性樹脂ボールの輸入・販売元の事業者は、2022 年 3 月 23 日より当該品の自主回収の告知を行っている。

(5) 行政への要望

①マグネットセット

消費者庁と経済産業省に、子どもが飲み込める大きさで一定以上の磁力をもつ磁石を有して玩具として使用されるおそれのある商品について、消費者に対する事故のリスク等の継続的な周知、及び事故の防止に向けた事業者に対する指導とともに、事故情報を収集し、必要に応じてさらなる検討を実施するよう要望した。

2015 年 4 月、経済産業省は、主要なインターネットモール事業者に注意喚起を要請した。

後述する消費者安全調査委員会からの報告書・意見具申(2022 年 3 月 24 日)、経済産業省からの「ネオジム磁石製のマグネットセットによる子どもの誤飲事故の防止について(注意喚起及び協力要請)」(2022 年 6 月 24 日)の公表後、2022 年 9 月 14 日の公表では、ドクターメール箱に事故情報が寄せられ、消費者安全調査委員会の意見にある「法令による規制の検討」等を要望し、また、事故情報の収集体制の強化に努めるとともに、消費者に誤飲の危険性を効果的に伝える注意喚起や啓発を継続的に行うことを要望した。

②高吸水性樹脂ボール

2022 年 3 月 24 日公表⁹⁾では、消費者庁と経済産業省に、水で膨らむ樹脂製玩具による誤飲事故の再発防止のため、玩具として販売することの是非について検討すること、事故の防止のため、誤飲等のリスクを消費者へ定期的、継続的に注意喚起するよう要望した。

4. 行政等の動き及び注意喚起の重要性

(1) 消費者安全調査委員会からの報告書・意見具申等

消費者安全調査委員会は、幼児がマグネットセットを複数個誤飲する事故の危険性について、2018 年 4 月に国民生活センターから注意喚起がされており、また、消費者庁、公益社団法人日本小児科学会等からもマグネットセットや磁石の誤飲事故に関する注意喚起はされているが、その後も同種の事故が発生していることなど鑑み、事故等原因調査の申出を受け調査を開始した(2021 年 6 月)。

2022 年 3 月 24 日に事故等原因調査報告書¹³⁾が取りまとめられた。同報告書は、本件の事故等原因として、製品の特性、消費者の回避可能性、マグネットセットの規制を踏まえ、マグネットセットを誤飲すると死亡に至る危険性があり、子どものマグネットセットの誤飲を防止することは困難であるにもかかわらず、マグネットセットの製造、販売及び輸入等を規制する法令が日本にないことであるとしている。

同報告書において、消費者安全法第 33 条の規定に基づく意見を経済産業大臣と消費者庁長官へ発出し、経済産業大臣へは法令による規制とインターネットモール事業者への協力の求め、消費者庁長官へは、事故情報の収集体制の強化と消費者への周知を具申した¹⁴⁾。

(2) 注意喚起の重要性

国民生活センターをはじめ様々な機関が、マグネットセット及び高吸水性樹脂ボールに関する注意喚起を繰り返し実施している。

しかしながら、事故調査のなかで保護者から、マグネットセット誤飲に係る注意喚起を知らなかったとの声が聞かれた。各機関が繰り返し注意喚起を行っているが、事故の再発を防げないことを現場で感じている。

¹³⁾ 消費者安全調査委員会「消費者安全法第 23 条第 1 項の規定に基づく事故等原因調査報告書 ネットボール磁石製のマグネットセットによる子どもの誤飲事故」(2022 年 3 月 24 日公表) https://www.caa.go.jp/policies/council/csic/report/report_021/assets/csic_cms101_220324_02.pdf

¹⁴⁾ 消費者安全調査委員会「消費者安全法第 33 条の規定に基づく意見」(消安委第 29 号 2022 年 3 月 24 日) https://www.caa.go.jp/policies/council/csic/report/report_021/assets/csic_cms101_220324_03.pdf

①マグネットセット

国民生活センター商品テスト部から、2018 年 4 月 19 日、2022 年 9 月 14 日に注意喚起を行っている。

2021 年 11 月 25 日、消費者安全調査委員会と公益社団法人小児科学会は連名で「マグネットボール、キューブ 誤飲すると非常に危険！小さな子に触らせない！」を公表した。

2022 年 3 月 24 日、消費者安全調査委員会報告書が取りまとめられ、経済産業大臣、消費者庁長官に対し意見具申が行われた。

同日、消費者庁は「『磁石』や『吸水樹脂ボール』の誤飲に注意！一飲み込んだ後、開腹手術を要する事故が発生」を公表し、注意喚起を行っている。

同年 6 月 24 日、経済産業省は、同調査委員会の意見を受けて「ネオジム磁石製のマグネットセットによる子どもの誤飲事故の防止について（注意喚起及び協力要請）」を公表し、マグネットセットの購入者への注意喚起に加え、インターネットモール上でマグネットセットを販売する事業者の対策について呼びかけるとともに、主要なインターネットモール運営事業者への協力を要請した¹⁵⁾。

公益社団法人日本小児科学会こどもの生活環境改善委員会は、「医療現場では毎日、傷害を受けた子どもたちの診療を行っています。小児科医は、『こんな事故が起こるのか』とびっくりする事例に遭遇していますが、それらは単発で症例報告されることもほとんどありません。その情報がないため予防策にはつながらず、漫然と同じ傷害が起こっています。重症度が高い傷害を繰り返さないためには、発生状況を詳細に記録することが不可欠です」として「Injury Alert（傷害速報）」を報告し、磁石の事故も報告している¹⁶⁾。

2017 年 11 月 14 日、東京都は「小さな子供が磁石を誤飲する事故が発生しています！磁石の安全な使用に関する調査を実施しました」を公表している¹⁷⁾。

②高吸水性樹脂ボール

国民生活センター商品テスト部から、2015 年 10 月 1 日、2021 年 12 月 23 日、2022 年 3 月 24 日に注意喚起を行っている。

消費者庁から、「子ども安全メール from 消費者庁 Vol. 576 水で膨らむボール状の樹脂製玩具の誤飲に気を付けましょう！」が配信されている。

¹⁵⁾ 経済産業省「ネオジム磁石製のマグネットセットによる子どもの誤飲事故の防止について（注意喚起及び協力要請）」<https://www.meti.go.jp/press/2022/06/20220624003/20220624003.html>

¹⁶⁾ 日本小児科学会こどもの生活環境改善委員会 Injury Alert（傷害速報）「No. 57 複数個の磁石の誤飲」「No. 66 磁石と鉄球の誤飲による小腸穿孔例」<https://www.jpeds.or.jp/modules/injuryalert/>

¹⁷⁾ 東京都生活文化局「小さな子供が磁石を誤飲する事故が発生しています！磁石の安全な使用に関する調査を実施しました」（2017 年 11 月 14 日公表）

https://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.lg.jp/anzen/test/magnet_press.html

(3) マグネットセット及び高吸水性樹脂ボールの特定製品指定について

2023 年 1 月 27 日、経済産業大臣は、磁石製娯楽用品及び吸水性合成樹脂製玩具を特定製品に指定するにあたり、消費経済審議会に消費生活用製品安全法施行令の改正について諮問した¹⁸⁾¹⁹⁾。

同省は、政令改正の必要性について下記の点を指摘している²⁰⁾。

- ・ 磁石製娯楽用品（マグネットセット）については、諸外国においても、各種公的規格を引用する形で、その磁力や大きさ等について法規制が課されて、製造等が制限されている。
- ・ 他方で我が国においては、法的な安全規制が存在せず、近年事故が発生している現状。
- ・ このため、基本的な安全性の確保による事故防止の観点から、消費者への注意喚起のみならず、法に基づき政令で特定製品に指定することによって、販売規制を実施し、安全対策をより強固なものとする必要がある。
- ・ 吸水性合成樹脂製玩具（水で膨らむボール）についても、諸外国においても、子どもの誤飲事故につながる危険な製品として、法規制が課されて流通が制限されている。
- ・ 他方で我が国においては、法的な安全規制が存在せず、近年事故が発生している現状。重大製品事故が発生した製品はリコールしているが、同様の製品が販売される可能性がある。
- ・ このため、基本的な安全性の確保による事故防止の観点から、消費者への注意喚起のみならず、法に基づき政令で特定製品に指定することによって、販売規制を実施し、安全対策をより強固なものとする必要がある。

同年 6 月 19 日、同法施行令の一部を改正する政令が施行され、同法の特定製品に新たに磁石製娯楽用品と吸水性合成樹脂製玩具を指定し、技術基準に適合しない製品の販売を規

¹⁸⁾ 消費生活用製品安全法

第二条 この法律において「消費生活用製品」とは、主として一般消費者の生活の用に供される製品（別表に掲げるものを除く。）をいう。

2 この法律において「特定製品」とは、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。

第四条 特定製品の製造、輸入又は販売の事業を行う者は、第十三条の規定により表示が付されているものでなければ、特定製品を販売し、又は販売の目的で陳列してはならない。

¹⁹⁾ 経済産業省「消費生活用製品安全法の特定製品の指定について（諮問）」(20230120 保第 6 号 令和 5 年 1 月 27 日) https://www.meti.go.jp/shingikai/shokeishin/seihin_anzen/pdf/020_03_00.pdf、消費経済審議会 製品安全部会 2023 年 1 月 30 日 https://www.meti.go.jp/shingikai/shokeishin/seihin_anzen/020.html

²⁰⁾ 経済産業省産業保安グループ製品安全課「磁石製娯楽用品及び吸水性合成樹脂製玩具の特定製品への指定について」(2023 年 1 月 30 日)

https://www.meti.go.jp/shingikai/shokeishin/seihin_anzen/pdf/020_04_00.pdf

制した²¹⁾。

この規制により、12 月 19 日以降は、技術基準²²⁾を満たした PSC マーク (PSC) 付きの磁石製娯楽用品と吸水性合成樹脂製玩具以外は市場で販売ができなくなる。

なお、経過措置期間中 (6 月 19 日から 12 月 18 日) は、技術基準に合致しない PSC マークの表示がない製品も販売されている。

5. おわりに

国民生活センター商品テスト部では、PIO-NET、医療機関ネットワーク、ドクターメール箱等で収集した商品やサービスによる事故情報を分析・調査し情報を提供している。

マグネットセット及び高吸水性樹脂ボールの誤飲事故は重篤な事故報告となっていた。筆者は、本件も含め、事故情報の第一報を受け、被害者、その家族、関係者、担当医師等から直接、事故の状況、身体の様子、治療内容等の聞き取りなどを担当している。マグネットセット及び高吸水性樹脂ボールの誤飲事故はともに、医師から身体に対する危険性を指摘された事故である。しかしながら、玩具や雑貨品等として子どもの身近なところにあ

²¹⁾ 消費生活用製品安全法施行令の一部を改正する政令

https://www.meti.go.jp/policy/consumer/seian/shouan/contents/20230519_kaisei_seirei.pdf

²²⁾ 磁石製娯楽用品 技術基準

1. 磁石製娯楽用品を構成する個々の磁石及び磁石を使用する部品の磁束指数 (磁束密度の二乗と磁極の表面積との積をいう。) のいずれもが、50 平方キロガウス平方ミリメートル未満であること。

2 (1) 届出事業者の氏名又は名称が磁石製娯楽用品の容器包装の表面の見やすい箇所に容易に消えない方法により表示されていること。ただし、届出事業者の氏名又は名称は、経済産業大臣の承認を受けた略称若しくは記号又は経済産業大臣に届け出た登録商標をもつて代えることができる。

(2) 次に掲げる注意事項その他安全に使用する上で必要となる使用上の注意事項が磁石製娯楽用品の容器包装の表面の見やすい箇所に容易に消えない方法により適切に表示されていること。

① 満三歳に満たない乳幼児に使わせない旨

② 満三歳に満たない乳幼児の手が届かないところに保管する旨

③ 子どもが万が一誤飲した場合には、速やかに医師の指示を受ける旨

吸水性合成樹脂製玩具 技術基準

1. 吸水することにより、吸水性合成樹脂製玩具の幅、高さ及び長さのいずれもが、50 パーセントを超えて膨潤しないこと。ただし、当該膨潤した吸水性合成樹脂製玩具を直径 20 ミリメートルの穴の上に置き、接触面が半球形の直径 10 ミリメートルの棒を用いて当該接触面に対し垂直方向に 20 ニュートンを超えるまで徐々に当該玩具に力を加えたときに、いかなる場合においても当該玩具が損傷せずに当該穴を通過するものにあつては、この限りでない。

2 (1) 届出事業者の氏名又は名称が吸水性合成樹脂製玩具の容器包装の表面の見やすい箇所に容易に消えない方法により表示されていること。ただし、届出事業者の氏名又は名称は、経済産業大臣の承認を受けた略称若しくは記号又は経済産業大臣に届け出た登録商標をもつて代えることができる。

(2) 次に掲げる注意事項その他安全に使用する上で必要となる使用上の注意事項が吸水性合成樹脂製玩具の容器包装の表面の見やすい箇所に容易に消えない方法により適切に表示されていること。

① 満三歳に満たない乳幼児に使わせない旨

② 満三歳に満たない乳幼児の手が届かないところに保管する旨

③ 子どもが万が一誤飲した場合には、速やかに医師の指示を受ける旨

ったことは、大きな驚きであった。

高吸水性樹脂ボールの事故発生から約 8 年、マグネットセットの事故発生からは約 5 年半の時を経て、両製品が特定製品に指定となり、改めて、1 件の事故情報の重要性を認識している。

また、各機関が繰り返し注意喚起を行っているが、事故の再発を防げないことを現場で感じている。子育ての担い手は、時代とともに変化し多様化している²³⁾。そのため、事故の再発防止、未然防止のために、子育ての担い手だけではなく事業者も含め、社会全体に届くよう、繰り返し注意喚起を継続することは重要である。

「こんろのグリルでの子どものやけどに注意—使用後でもグリル窓は高温です—」²⁴⁾を公表した際には、専門家から「24 時間 365 日子どもから目を離さないようにと常に緊張するより、事故を予防するために少くくは目を離しても大丈夫という製品選び・環境作りを行いましょう。これらは保護者の努力だけでできることではなく、企業や行政を含めた社会全体で取り組む必要があると考えます」とのアドバイスを寄せて頂いた。

1 件 1 件の事故情報、相談は、消費者被害の未然防止・拡大防止、製品改良等のための共有情報として重要な役割を持っている。1 件だけの救済に終わらず、事故情報が社会全体の財産となる対応が重要である²⁵⁾。

新しい製品、例えばカラーコンタクトレンズ、洗濯用パック型液体洗剤、加熱式たばこ等々は、市場に出回るようになるとまもなく、消費生活相談窓口には事故情報や相談、問い合わせが寄せられる。また、従来からある慣れ親しんだ製品であっても、事故情報が寄せられることがある。このように日々寄せられる消費者・生活者の声を捉えていくことが「消費者問題・暮らしの問題に取り組む中核的な実施機関として、消費者・生活者、事業者、行政を『たしかな情報』でつなぎ、公正・健全な社会と安全・安心な生活を実現します」という国民生活センターの使命の達成につながると考える。

²³⁾ 内閣府「令和 4 年版 少子化社会対策白書」<https://warp.da.ndl.go.jp/info:ndljp/pid/12772297/www8.cao.go.jp/shoushi/shoushika/whitepaper/index.html>

²⁴⁾ 国民生活センター「こんろのグリルでの子どものやけどに注意—使用後でもグリル窓は高温です—」(2017 年 9 月 21 日公表) https://www.kokusen.go.jp/pdf/n-20170921_1.pdf

²⁵⁾ 国民生活センター商品テスト部「製品事故への対応—苦情処理テストを依頼するに当たって—」(国民生活 2015 年 6 月)

「国民生活研究」への投稿について

本誌は論文、調査報告等の投稿を受け付けています。投稿をご希望の方は、「国民生活研究」編集委員会（電話：03-3443-9118）にお問い合わせください。投稿要領等は、国民生活センターホームページに掲載しています。

(<https://www.kokusen.go.jp/research/pdf/post.pdf>)

「国民生活研究」編集委員会 委員名簿

外部編集委員（氏名五十音順）

井内 正敏	帝京大学経済学部教授
カライスコス アントニオス	龍谷大学法学部教授
城内 明	摂南大学法学部教授
後藤 卷則	早稲田大学名誉教授
丸山 千賀子	金城学院大学生活環境学部教授

独立行政法人国民生活センター編集委員

教育研修部 担当理事
教育研修部長（上席調査研究員事務取扱）
教育研修部 上席調査研究員担当職員

「国民生活研究」第63巻第2号 2023年12月31日発行

編 集	独立行政法人国民生活センター教育研修部 「国民生活研究」編集委員会
発 行	独立行政法人国民生活センター 東京都港区高輪3-13-22 TEL (03) 3443-9118 (教育研修部)
印 刷	前田印刷株式会社 東京都新宿区水道町2-13 TEL (03) 3269-6690
