

消費生活用製品安全法に基づくリコールの実効性改善に関する検討会 報告書

令和元年5月29日
経 済 産 業 省

1. 検討会の背景

(1) 我が国の市場に電気・電子機器やガス石油機器等の消費生活用製品を供給する海外事業者の増加や、ICTを活用した流通チャネルの多様化等といった昨今の状況は、消費者に多様な製品選択肢へのアクセス機会を提供する等多大な恩恵をもたらしている。同時に事業者にとっても、インターネット取引の普及は地方や中小・零細事業者にとっての小売ビジネス参入ハードルを下げる等、そのメリットは計り知れない。

(2) その一方で、これに伴って新たな課題も生じている。多様な事業者の参入や、海外からの個人輸入の外観を有するインターネット取引の増大等の結果、消費生活用製品安全法（以下、「消安法」という）等に基づいて行政機関が実施する事故原因調査や、再発防止に向けた実効あるリコールの実施を困難にするような場面も顕在化してきている。また、消費者直販に参入する中小・零細事業者が増加した結果、リコールの必要性が生じた場合にその費用負担に耐えられないケースが出てくるリスクも増していると見られる。さらに、長期間のリコールに関わらず見かけ上の実施率が向上しない事業者からは、より市場実態に即してリコールの進捗状況を評価する手法の必要性が指摘される等の実情もある。

(3) このような状況を踏まえ、「消費生活用製品安全法に基づくリコールの実効性改善に関する検討会」では、学識経験者、産業界、消費者代表、行政関係機関が平成30年11月より5回にわたって議論を重ね、新たな課題に対応するための当面の対応方針を本報告書にとりまとめた。

2. 主な検討事項

(1) より実態に即したリコール進捗度の評価方法について

リコール開始から相応の年数が経過しても、事業者の努力にも関わらず見かけ上の実施率（改修・交換等の対策率、若しくは回収率、進捗率等ともいう）が向上しない事案が少なくなく¹、そうした場合当該事業者は、「真面目にリコールを実施していないのでは」と消費者から誤った評価を受けかねないのが実情。

¹ 消安法に基づいて経済産業省に進捗報告されているリコール事案（平成29年7月時点で1,001件）のうち、リコール開始後4年以上経過しているにも関わらず実施率が60%に達していないものは222件（22%）。そのうち、リコールが10年以上実施されている事

事業者にとってはこのようなブランド毀損を招きかねない事態を回避することは極めて重要であるが、その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る。もとより回収状況等に即した適切な内容のリコール措置を講じていく上でも、事業者は客観的なエビデンスに基づいてリコール進捗度を把握することが要求されており、そうした観点からも市場実態に即した評価方法が必要と言える。

このような観点から、主要な家電製品やガス・石油機器について、経年による市場残存率を計測し、リコール対象品の残存台数に反映させることによって、より実態に近いリコール実施率を評価・推計する手法を検討することとした。

(2) 近年の商取引形態の多様化に伴い顕在化している課題について

近年のインターネット取引の急速な拡大を中心とした流通チャネルの多様化や、これに伴う国内外の多様な製造・輸入事業者の参入の結果、製品起因事故の再発防止措置に責を負うべき事業者²が不明、もしくは国内事業者不在となる場合や、これに伴って行政機関による実効ある原因調査³が困難に直面するケースや、問題のある製品⁴の国内流通状況の把握が困難となるようなケースが生じている⁵。

こうした状況の背景には、消安法の規定、特に事故原因調査の位置付けや事業者が負う責務に関する無理解、無自覚な事業者が潜在的に増加している可能性が指摘されており、さらに日本法の執行の管轄権の及ばない海外の事業者が日本の消費者に直接販売する取引が増加している実態もあると見られる。その結果、重大製品事故が発生しても事故原因の特定をすることが困難となり、仮にそれが必要な場合であっても事業者によるリコールが適切に実施されないという潜在的なリスクが増していると言える。

ビジネスモデルがボーダーレスに日進月歩する中で生じているこのような課題に柔軟に対応するためには、内外の事業者に対して改めて消安法に係るコンプライアンスの徹底を図ることに加えて、特に行政と利用者の多いインターネット・モール事業者各社が緊密な連携体制を敷き、問題のある製品や事業者等に関する情報を迅速に共有し、協力

案が約1/4(50件)を占める。経済産業省製品事故対策室が実施率30%に達しない事業者58社96件を対象に、平成30年2～3月にアンケート調査を実施したところ、実施率が上がらない理由として「既に関換えや廃棄により対象製品が残存していないこと」を挙げた事業者が過半を占めている。

² 消費生活用製品の製造又は輸入を行う事業者は、製品事故が生じた際の原因調査を行い、必要に応じてリコールを含む再発防止措置をとる責任を負い、販売事業者はこれに協力する責任を負う(消安法第38条1項、2項)。

³ 消安法第36条4項の規定に基づき、独立行政法人製品評価技術基盤機構(NITE)は重大製品事故の発生を契機とした製品の安全性に関する技術上の調査を行っている。また、消防法第31条、32条1項の規定に基づき、所轄の消防当局は関係事業者等の協力を得て火災原因等の調査を実施している。一般に事故原因に係る製品起因性を特定するためには、メーカー等の協力を得て設計・生産に係るデータの入手や同等品による再現性の検証作業等が必要となることから、製造・輸入事業者が不明の場合、あるいは国内に該当事業者が不在の場合には、これらの行政機関による原因調査は困難に直面することとなる。

⁴ ネット取引等の場合、リコール対象品と実質的に同一の製品が異なったブランド名や型式名で販売される場合があり、その事実を当該販売事業者が無自覚(善意)の場合も少なくない。

⁵ 平成26年度以降、消安法に基づく重大製品事故に占める原因不明・調査不能比率は、増加基調が続いている(同29年度時点で27.49%を占める)。

要請や必要に応じた警告や出品停止等、機動的な対応を可能にする仕組みの構築が求められている。検討会ではこのような問題意識の下に議論を行った。

(3) 中小・零細事業者にとってのリコール保険活用の必要性について

製品の回収や交換といったリコールの実施に係る費用負担は中小・零細企業にとっては極めて重いものであり、事業者のリコールの決断を躊躇させている側面があることは否めない⁶。仮にリコール実施中の事業者が費用負担に耐えられず倒産・廃業を余儀なくされる場合⁷、問題のある製品が未対策のまま消費者によって使用され続けることとなりかねない。そうした事態を回避するためには、事業者のリコール費用を填補するセーフティネットの存在が重要となるものの、食品等一部の分野を除けば、中小・零細企業への普及は進んでいないとされる。

中小・零細企業のリコール保険問題は、消安法改正による重大製品事故報告・公表制度が創設された平成19年度当時からの懸案であるが、インターネット販売の普及等に伴いより多くの中小・零細事業者が消費者向け直接販売を行うようになった近年も、その多くはリコール保険を活用していないとの指摘もあり、消費者にとっての潜在的なリスクが増大している可能性がある⁸。こうした問題意識の下、中小・零細事業者によるリコール保険活用を促進していく方策についても検討を行った。

3. 検討会での検討の経過について

(1) より実態に即したリコール進捗度の評価方法について

経済産業省が平成30年に実施したリコール実施中事業者へのアンケート調査では、消安法に基づく現在のリコール制度に係る運用上の課題として、経年に伴う対象製品の残存率の低下によるリコール実施率の伸び悩み⁹や、経済産業省への進捗報告の頻度や終了に関する目安が欲しいといった声が多く寄せられている。こうした事業者の声に対して本検討会における議論では、

○法令に基づく登録制度のある自動車の場合と異なり、対象が広範囲に及ぶ消費生活用製品の全てについて、消費者の手元に残存する台数を正確に把握することは困難。ただし、廃車された台数を便宜的にリコール対策済みと見なして実施率に加算する道路運送車両法の考え方¹⁰は、消安法でも参考になるのではないかと。

⁶ 消安法に基づく経済産業省へのリコールの届出事業者のほぼ全てが、リコール保険の利用者である。

⁷ 平成18年以降、9件の事案について、リコール実施中の中小事業者が倒産している（製品事故対策室調べ）。

⁸ 製品起因の重大製品事故の1/4が中小企業事案であり（平成29年度）、リコールの実施率は相対的に低い。

⁹ 特に販売終了後一定の期間を経てリコールが開始されたような場合、リコール開始時点で既に相当数が消費者により廃棄され市場残存台数は減少しているために、総販売台数を対象に算出するリコール進捗率は総じて低迷する傾向が見られる。

¹⁰ 「リコールの届出等に関する取扱要領について」第5号様式（平成6年12月1日付自審第1530号、（社）日本自動車工業会会長ほか宛、運輸省自動車交通局長名依命通達）

- 5年、10年に及ぶ真摯なリコールにも関わらず、実施率が長期低迷する事業者は、永遠に報われることがない。
- (前述の意見に対し) 消費者もそんなことまでメーカーに求めている訳ではない。そのリソースを他の消費者対策に使うべき。
- 家電やガス石油機器については、業界団体ベース¹¹で主要な品目毎に、定期的な消費者アンケート調査を実施し、経年による市場残存率の変化を計測、試算する取組みを進めている、事業者がリコールの進捗度を自己評価する際には、既に廃棄された台数も勘案すべきであり、こうした残存率も考慮に入れる必要がある。
- リコール実施率が向上しない理由として、リコール対象品であることを認識しつつも、使い続ける人が少なくないことも挙げられるのでは。「自分だけは大丈夫、事故に遭わないだろう」との心理があるのではないか。
- (前述の意見に対し) メーカーとしては「自社製品が危険だ」とはハッキリ言いにくい気持ちは理解するが、消費者に対してもっと直接的にリコール品の危険性を伝えるべき。

等の意見がなされた。

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の指摘があった一方で、たとえリコールが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あるので、100%処置が確認できるまでは、メーカー側としてはリコールを続けざるを得ない(終了しない)と考えている旨の意見もあった。

(2) 近年の商取引形態の多様化に伴い顕在化している課題について

検討会ではまず流通を代表して、家電量販店及びインターネット・モール事業者の視点から、消費者用製品のリコールに係る現状と課題について説明を受けた。家電量販店、インターネット・モール事業者ともに顧客ごとの商品購入履歴は管理しており、リコール情報は該当者に対してダイレクトメール又は電子メールによって通知される等、リコール対策を進めていく上で必要な製品の一次トレーサビリティは、比較的確保されていることが確認された。

その上で、近年の新たな課題への現実的な対応のあり方について検討が行われたところ、主な意見は以下のとおり。

- インターネット上、リコール対策品と未対策品の外観上の識別が困難な場合がある。
- インターネット・モールの場合、同一の製品が多くの出産者によって販売され得る特性上、転売や再販、並行輸入を行う事業者がリコール未対策品を出品してしまうケースが少なくない。こうした緊要性の高い事案について、インターネット・モール事業者側が行政と連携してモニタリングする取組みは既に行っているところ。

¹¹ 一般社団法人日本ガス石油機器工業会、一般社団法人家電製品協会

- 仮に製品事故が多発している場合であっても、行政による調査の結果原因不明と結論される場合が少なくないように思うが、如何なる状況になれば出品停止を判断すれば良いのか、インターネット・モール側で判断することは難しい。
- 仮に外観が類似していてもブランドや型式が異なっている場合、リコール対象品と同一なのかは出品者自身も（市場で調達して販売する事業者の場合等）承知していない場合が多い。そうした製品が事故を起こした場合、誰が責任を負うのか。出品者の過失責任を問えるのか。
- インターネット・モールにおける出品者の多くは、真面目な事業者である。仮に（事故原因調査に協力しない等）問題のある出品者が確認された場合には、「消安法（第38条1項）違反のおそれのある事業者」として、行政からインターネット・モール運営側に通知してはどうか。これを受けてインターネット・モール側では、国内法のコンプライアンスに係る出品者規約違反の疑義を問うことができるのではないのか。
- 一概にリコールと言っても、様々なレベルのものがある。危険度に応じたレベル分けはできないのか。消費者庁のリコール情報サイトを見てもそうした識別は不可能。
- 販売の自粛要請なのか、事故発生に関する単なる情報提供なのか、行政からの連絡もしばしば曖昧な場合がある。事業者に適切な対応を委ねられても判断に困るので、リーガルな根拠を明示しつつ明確な要請をして欲しい。

また、製品事故の事故原因調査を実施している、(独)製品評価技術基盤機構と総務省消防庁から、調査に係る実務上の問題として、以下のような指摘がなされた。

- 輸入事業者の中には、取り扱う製品についての知見がなく、設計図や仕様書、生産工程上の情報等を把握していない等、当事者能力のない事業者も少なくない。そうした場合、海外の製造事業者からの情報入手を輸入事業者に依頼しているが、連絡が途絶えたり協力してもらえない場合がままある。
- 出品者が輸入事業者に該当しない販売事業者の場合、事故品の入手先、製造事業者等に関する情報を販売事業者に質問することになるが、やはり連絡が途絶えたり協力してもらえない場合がある。
- 繰り返し事故が起きている製品の事故品を輸入事業者がその都度、原因調査と称して海外の本社や工場に送ってしまい、日本国内での調査が不可能になる場合も少なくない。結果的に海外に本社がある製品の場合、リコールになりにくい実情がある。
- 消費者自身がネット販売等を通じて“個人輸入”する場合も今や珍しくないところ¹²、そうした製品が重大事故を起こした場合、消安法に基づく消費者庁への報告や原因調査、再発防止等に係る履行責任を負う事業者は国内に存在しないことになる。事故調査のためにはまず海外の出品者に（独立行政法人製品評価技術基盤機構や消防当

¹² 一部の大手インターネット・モールでは既に海外の出品者が日本の輸入事業者を介さずに日本の消費者に直接販売する形態が一般的になっており、そうした場合日本の消費者は必ずしもそれを意識することなく、“個人輸入”を行っている。

局等から) 情報提供依頼をせざるを得ないが、連絡手段は電子メールだけという場合もある。そうした場合、インターネット・モール側からも出品者に働きかけをしてもられないか。

その他、出品者に対するリコール関係法令に関する周知徹底が重要なのは勿論だが、消費者側も製品選択の際に価格だけではなく、製品の安全性や事業者の信頼性といった側面ももっと考慮すべきであり、まだまだ啓発が必要との指摘もあった。

(3) 中小・零細事業者にとってのリコール保険活用の必要性について

インターネット・モールの出品者として事業を展開する中小・零細企業の相当数が、商工3団体の非会員であると考えられるところ、1) そうした企業が現実的なコストで活用可能なリコール保険商品は市場で提供されているか、2) そうした保険商品が今後提供されていく上での課題は何かについて、経済産業省が損害保険業界各社を対象に実施したアンケート調査結果¹³も踏まえつつ、検討会において損害保険会社数社からヒアリングを行ったところ、主に以下の意見があった。

- 商工3団体の会員か否かに関わらず、消費生活用製品分野の中小・零細企業のリコール保険活用は進んでおらず、商工3団体の生産物賠償責任(PL)保険リコール特約制度¹⁴の加入者も主に食品、自動車OEM部品関係の事業者。
- 消費生活用製品を輸入販売している多くの中小・零細企業は、リコールリスクを自身の問題として実感していないため、保険に加入していない可能性がある。
- 全般にリコールの長期化で、保険金支払い額は増加する傾向がある。
- 取り扱う製品カテゴリーによってリコールリスクは大きく異なるが、製品事故やリコールに関するデータが少ないため、どうしても保険料は高額になりがち。大企業の場合、損保各社が個別の加入者ごとにリコールリスクを勘案してカスタムメイドで補償額や保険料を作り込んでいる。
- 適切な保険料設定のためには事故発生リスクの適切な評価が可能か、そのためのデータを入手可能か否かがポイントになるのでは。

総じて、保険会社にとってリコール保険はリスクの高い商品となっており、特に中小・零細企業の場合、事業内容や製品設計等に係るリスク評価上必要なデータの保険会社への開示に躊躇する場合が少なくないこと、保険会社も小規模の金額のリコール保険の場合カスタムメイドは難しく、簡素な審査手続とせざるを得ないこと、その結果保険料が割高になってしまっている等の実情が確認された。

¹³ 経済産業省では平成30年11～12月、一般社団法人日本損害保険協会の主要会員企業を対象にアンケート調査を実施。その結果12社から回答が得られたところ、リコール保険を販売している企業は7社。1) 管轄の行政庁へのリコールの届出、2) リコール実施に係る社告の実施、3) 管轄の行政庁からのリコール命令のいずれかを保険金支払い要件とするタイプが主流。

¹⁴ 日本商工会議所、全国商工会連合会、全国中小企業団体中央会では、共同で傘下会員中小企業向けの保険制度(PL保険におけるリコール特約)を有している。

中小・零細企業向けに現実的なコストのリコール保険商品が提供されていくためには、引き続き次のような検討が必要ではないかとの意見があった。

- 中小・零細企業向けリコール保険のニーズの確認。
- 中小・零細企業によるリコールリスクの評価に資するようなデータ、統計の整備。
- 中小・零細企業向けリコール保険に求められる内容の調査。
- 保険料を安価に抑えるためのアイデアの検討。一案としては、たとえば保険金支払期間の短縮化、保険金支払要件の厳格化、インターネット・モール出品者向け団体保険としての可能性等々。
- 中小・零細企業のリコールリスクに関する危機意識の喚起。
- 中小・零細企業によるリコールを阻害する要因の調査。

4. 今後の対応策

(1) より実態に即したリコール進捗度の評価方法について

リコール・ハンドブック、経済産業省ウェブサイト（製品安全ガイド）等によって、速やかに以下の方針を明確にする。

①残存率のリコール実施率への反映

- ・他法令の例でも見られるとおり、既に廃棄され市場に存在しない台数は、リコール進捗度を自己評価する際に便宜的に対策済みと見なしても差し支えないと考えられる。そのため、リコール実施事業者は、消安法に基づく経済産業省へのリコール実施状況の進捗報告において、従来どおりの計算方法によるリコール実施率に併せて、推定廃棄台数をリコール対策済み台数に加算した補正実施率を参考値として記載することができるものとする。ただし、自動車のような登録制度のない消安法対象物品の場合、廃棄台数を算出するためには公正で信頼性の確保された方法で計測された市場残存率データを用いる必要がある。そのため、リコール実施事業者自身によるものではなく、業界団体が品目別残存率モデルを定期的に策定・公表し、リコール実施事業者がそのモデルから試算される残存台数（もしくは廃棄台数）の推計を以て、リコール実施率に反映することが望ましい¹⁵。先行的に取り組みが進んでいる、一般財団法人家電製品協会、一般社団法人日本ガス石油機器工業会の取組みをリコール・ハンドブックにおいて紹介しつつ、以下の残存率を反映した実施率の計算式を新たに掲載することとする。

$$\text{補正実施率} = (\text{リコール実施数} + \text{推定廃棄数}) / \text{リコール対象数} \times 100$$

②定期的なリコール進捗報告の頻度見直し／終了手続きの明確化

- ・リコール実施事業者による経済産業省へのリコール進捗報告の頻度や終期等について

¹⁵ 公正性・信頼性が確保される限りにおいて、業界団体が策定・公表するもの以外の品目別残存率モデルを活用することも可能。

は、消安法上明確にされておらず、事業者によってバラツキが生じる等、行政手続としての公平性と予見性向上を図る必要がある。そのため、次のように考え方を明確化することとする。まず報告の頻度については、リコール開始後1年目は3か月毎、2年目以降は6か月毎の報告を基本とする。また、リコール同事象の事故が3年間発生していないことを前提に、

- 1) リコール実施率、若しくは補正実施率が90%を超えていること、又は
- 2) 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、

のいずれかを満たす場合、リコールの進捗状況についての「自己評価報告書」を作成し経済産業省から承認を受けることを以て、報告終了とする。「自己評価報告書」には、進捗報告の終了がリコールの終了を意味するわけではなく、進捗報告終了後もリコール受付窓口、リコール実施に係るウェブサイトでの掲載を引き続き維持すること、事故が再発したときは報告も再開することも記載を要することとする。

(なお、製品寿命の短いたとえば低価格な雑貨や日用品の場合等のように、リコール実施期間も相対的に短期間で済むケースも考えられること、想定される製品事故の重篤度も個別事案によって大きく異なることから、報告の頻度や終了基準は必要に応じて柔軟に考えることとする。)

(2) 近年の商取引形態の多様化に伴い顕在化している課題について

①消安法に基づく事業者責任やリコール手続の周知徹底

経済産業省は、関連する業界団体等を通じて内外の事業者に対する周知徹底を強化することとする。併せて、リコール・ハンドブックが大部になっていることにも鑑み、製品事故が発生した場合の消安法で求められる輸入・販売・製造事業者の責任や事故原因調査への協力の必要性、リコールの実施に係る行政手続等を、コンパクトに要約し(英語・中国語版も用意)、詳細な「良くある質問集(FAQ)」とともに経済産業省のウェブサイトに掲載し、SNS(「こちら製品事故対策室」)等を用いて周知を図る¹⁶。インターネット・モール事業者は、これらコンテンツを出品者規約やガイダンス等において適宜活用することが期待される。

②事故原因調査への事業者の協力について

インターネット・モールで販売された製品の事故について、独立行政法人製品評価技術基盤機構や消防当局による事故原因調査に正当な理由なく協力しない、連絡がとれない等、当該製品の出品者である輸入・製造事業者に特に問題が認められる場合には、必

¹⁶ 日本法の執行の管轄権の及ばない海外の事業者(日本国内の輸入事業者を介さず日本の消費者に直接販売する事業者)についても、消費者への製品販売に伴う道義的責任を踏まえ、製品事故が発生した場合にお消安法の趣旨に照らして、自主的に原因調査や必要に応じてのリコール対応を実施することを要請していく。併せて、このような事案が今後増加する可能性も念頭に、製品事故情報の共有やリコールに係る国際的な協力関係の構築を引き続き図っていく。法的な論点としては、消安法における関連規定の域外適用の是非も今後の検討課題。

要に応じて経済産業省から当該インターネット・モール事業者に対し、当該出品者に関し消安法（第38条1項）¹⁷違反のおそれがある事業者として通知する。これを踏まえ、インターネット・モール事業者は、当該出品者に係る必要な措置を検討、実施することが期待される。

③行政と関係産業界との緊密な情報共有と連携強化

経済産業省は、個別リコール事案の公表に際して、重大製品事故契機のリコールか否か、当該製品の商品（JAN）コード、未対策品の外観上の見分け方等の参考情報を併せて公表することとし、併せてこのようなリコール情報の電子メールによる配信や汎用性の高い電子媒体によるダウンロード提供を行い、インターネット・モール事業者をはじめ広く産業界や消費者団体、メディア等の活用に供する。さらに、重大製品事故契機のリコール事案については、毎年度、とりまとめて公表することとする。

④緊急対応が必要なリコール事案について

重篤な事故の発生リスクがある等の緊急に周知が必要なリコール事案については、経済産業省及び独立行政法人製品評価技術基盤機構は、必要に応じリコール実施事業者の協力を得つつ、動画等を用いて、未対策品の危険性がより明確、具体的に消費者に伝わるよう注意喚起を図ることとする。経済産業省がリコール対象品と同一品のおそれがある製品の出品や流通を確認した場合は、インターネット・モールや量販店等の流通関係者に広く周知を図るとともに、SNS等で消費者にも注意喚起を実施する。

(3) 中小・零細事業者にとってのリコール保険活用必要性について

経済産業省は当面、インターネット・モールや損害保険等の関係業界と協力し、ネット販売された製品の事故やリコールの実例、保険未加入の場合の経営に及ぼす影響等、中小・零細企業のリコールリスクに関する調査や周知啓蒙活動を継続的に行うこととする。併せて、低コストでかつ中小・零細企業によるリコールの促進に資するようリコール保険実現の可能性等について、引き続き産業界と協力し必要なデータ収集を含む検討作業に取り組むこととする。

¹⁷ 消費生活用製品安全法第38条1項 消費生活用製品の製造又は輸入の事業を行う者は、その製造又は輸入に係る消費生活用製品について製品事故が生じた場合には、当該製品事故が発生した原因に関する調査を行い、危害の発生及び拡大を防止するための必要があると認めるときは、当該消費生活用製品の回収その他の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。

(別紙)

消費生活用製品安全法に基づく
リコールの実効性改善に関する検討会
委員名簿（五十音順）

(座長)

向殿 政男 明治大学顧問

(委員)

大河内 美保 主婦連合会 監査
尾身 健二 一般社団法人日本ガス石油機器工業会管理Gマネージャー
片岡 康子 楽天株式会社渉外室消費者政策課シニアマネージャー
金谷 隆平 大手家電流通協会会長（上新電機株式会社代表取締役副社長）
源内 哲之 独立行政法人製品評価技術基盤機構製品安全センター次長
小柳 輝 ヤフー株式会社政策企画本部ネットセーフティ企画室室長
土田 宗一郎 三井住友海上火災保険株式会社新種保険部費用保険チーム長
遠山 聡 専修大学法学部教授
町田 隆 一般財団法人家電製品協会消費者部長
三浦 佳子 消費生活コンサルタント
三上 喜貴 長岡科学技術大学副学長
渡辺 弘美 アマゾンジャパン合同会社渉外本部本部長

(オブザーバ)

A I G損害保険株式会社
損害保険ジャパン日本興亜株式会社
一般社団法人日本損害保険協会
消費者庁（消費者安全課）
消防庁（予防課）

(事務局)

福島 洋 経済産業省大臣官房技術総括・保安審議官
経済産業省産業保安グループ製品安全課製品事故対策室