

2025 年度 電気製品認証協議会（SCEA）活動報告

電気製品認証協議会

安全な電気製品の供給を要望する市場からのニーズに応え、事業者における製品安全確保を支援し、流通事業者の方々には安心して電気製品を販売していただき、また消費者の方々には安心してご使用していただくために、民間の第三者認証制度として 1994 年 12 月にスタートした S マーク認証は、製造・輸入事業者をはじめ、経済産業省、学識経験者、流通事業者、消費者団体・流通事業者団体・工業会等関係諸団体の多くの方々にご理解とご支援を賜りながら、今日に至っている。

電気製品認証協議会（SCEA）では、電気用品安全法の対象製品・対象外製品を問わず、事故防止の観点から、S マーク認証製品でのリコールの事実関係調査や S マーク認証基準の検討を実施している。また販売店店舗で販売されている S マーク付き電気製品の店頭普及実態調査、啓発用動画・パンフレットの活用、消費者の S マーク認知度調査、さらに S マーク認証製品の市場買上げ等を実施して、SCEA の活動も一定の社会的評価と定着が見受けられるようになった。

2025 年度は、国内の電気製品の安全性向上に貢献するために、S マーク認証のさらなる普及と持続的な定着を目指して、次の 5 項目を掲げて、より一層の S マーク認証の信頼性向上と普及促進に努めた。Web 会議や SNS 等の積極的活用を行うことで、効率的で実効性の高いやり方を交えて協議会活動を運営している。

1. S マーク認証のさらなる普及と新たな定着に向けた取り組みの検討・実施

業界紙への S マーク記事・広告掲載に加えて、広く一般消費者の方々に S マークを知っていただくために一般紙（産経新聞）へも S マーク記事・広告掲載も実施した。加えて音元出版様のご協力を得て音元出版 web サイト PHILE WEB、Yahoo ニュース及びスマートニュース等に掲載を行った。

S マークの広報活動に協力いただいている業界紙の記者の皆様及び SNS、YouTube の制作会社の関係者には S マーク広報関係者懇談会を主婦会館にて開催し、情報交換を行った。

2. S マーク認証基準の検討、市場買上げ、リコール等の事実関係調査等の実施

最近の事象事例、新製品の出現、技術基準・解釈改正動向、社会的ニーズ等を踏まえて、国際整合性と事故防止の観点から S マーク認証基準を検証（追加基準や運用基準の見直し）するとともに、S マーク認証製品の市場買上げ、またリコール等の事実関係調査を実施することで S マーク認証の信頼性向上に努めるとともに、S マーク優位性の訴求するための調査を実施し、データの活用方法についても検討した。リコールは METI から公表されている情報の電気製品を抽出した結果、2025 年度では 46 件報告されているが、S マーク認証製品は 1 件にとどまっていることで、その発生確率を低く抑えている。さらに、それらの案件で原因を確認し、認証取得者様へ対策実施を指導しており、認証制度の有効性を発揮できていると考える。

事故の多発が報告されているポータブル電源は電気用品安全法の対象外であるため、技術基準での法規制ができない。そこで、製造事業者を中心に「安全要求事項の中間取りまとめ」

が作成された。JIS 化には時間がかかるため、S マークとして先行して 2024 年 6 月に適用基準として制定し運用を開始し、2025 年度で 2 件の S マーク認証を実現した。

3. S マーク付き電気製品の店頭普及実態調査及び各種広報活動の実施

市場での S マーク認証製品の普及状況を把握するために、S マーク付き電気製品の店頭普及実態調査を毎年実施している。2025 年 11 月に流通団体及び各店舗のご協力を得て、S マーク付き電気製品の店頭普及実態調査を実施した。集計結果として、実販中心の従来調査対象の全体平均は 68.7%の店頭普及率となり、残念ながら 70%を割り込んでしまい昨年度と比較して 2 ポイントの減少となった。

ネット通販における調査結果では、価格.com:66.3% ネット通販大手 3 社の平均が 54.3% と上記の従来調査対象と比較して店頭普及率が低いことは同じ傾向であるが、いずれも対前年と比較すると S マーク取得率は 2 ポイント減少している。

国内における物価上昇の影響を受けて S マークを取得されていない低価格帯の海外製品が多く扱われた結果の可能性も考えられる。また、中国を初めとする輸入製品の国内市場への攻勢も増してきており、そのような状況においては、益々消費者が第三者認証を重視する社会潮流を起こしていくことが重要と考える。

また、2022 年度より協議会の中に S マーク広報推進 WG を設置して、特に一般消費者に対する広報活動に力を入れている。2025 年度では具体的に「SNS による S マークの情報発信と拡散」「YouTube：みちよば吉村のまブまブ TV（第 2 弾）」「全国小学校家庭科教育研究会へのアプローチとして都内小学校での出前授業」を実施し、S マークの認知度向上を図った。その成果確認として S マークの認知度調査を Web アンケートにて行い、38.9%との結果が得られ対前年より 2.5 ポイントアップした。消費者が購入時に S マーク製品を選択することで、流通事業者への波及効果を狙うものである。

製品安全セミナーを今年度もオンラインで 2/2～2/13 に開催した。今年度は「S マーク認証制度及び改正製品安全 4 法の解説」をテーマに日本語と中国語で講演を行った。オンラインセミナーも 5 年目となって定着してきた感があり、今年度の視聴者申込件数は 243 名となった。

4. 行政機関や流通事業者等への S マーク認証の活用の要望

消費者保護の観点から電気製品の安全性確保を図るために、電気用品安全法との車の両輪を担う S マーク認証を活用していただくよう、近年販売を伸ばしているネット通販事業者が結成しているオンラインマーケットプレイス協議会（JOMC）とは引き続き関係を築いており、2025 年 12 月 25 日から施行開始された「改正製品安全 4 法」にて電気用品安全法での規制も含めてインターネット取引の課題解決に向けてその実効性が試される。

製品安全面では有効な S マーク普及・活用に向けてさらに訴求していきたい。

5. 国際情勢の把握と対応

我が国が加盟している IECEE・CB 制度（IEC 電気機器安全規格適合性試験制度）の活動状況等を把握し、S マーク認証の適切な運営に努めた。

以 上