

- 產品安全承諾(日本國)是①針對OECD所建議的「產品安全承諾宣言」、②隨著線上市場交易平台(OM)上進行的BtoC(實體商品交易)、及CtoC交易的市場規模增長，但同時重大產品事故的比例也呈現上升趨勢這一環境變化，所作出的回應。它由消費者廳等以消費者為對象產品的相關部門，與OM營運事業者合作，超越產品安全法律架構下的「官民合作自發性行動」，並會計算出關鍵績效指標(KPI)。
- 具體而言，OM營運事業者會自發或應相關部門的要求，宣佈(簽署)對於召回產品或將不安全產品下架等處理。OM營運事業者需要建立並維護防止召回產品等重新上架的機制，而相關部門則需要向銷售商提供說明資料。
- OM營運事業者的規範，包括統一規範(例如：下架期限在2個工作日內)，和根據OM的規模及特性，自主制定的規範這兩個層面。

產品安全承諾(日本國)的特色

(1.通過簽署每年核實履行情況)

通過關鍵績效指標(KPI)每年度跟進質量管理(新措施)

(2.擴充並加強到目前為止的內容)

向銷售商和出品者提供教育資料(擴充並加強)

對於召回的產品或不安全的產品，廣泛全面地下架(擴充並加強)

相關制度的建設，包括對召回產品重新上架，或針對惡意銷售商所採取的措施等(擴充並加強)

(3.日本獨有的行動 ※新措施)

在KPI針對消費者的內容中，新增「實際執行的業務流程」等等(日本獨有)

與相關部門合作，由消費者廳分析下架情況(日本獨有)

將應下架要求，將進行中的下架情況，迅速在消費者廳網站公佈(日本獨有)