

# 关于《产品安全誓约》（日本国）的总体概述

- 《产品安全誓约》（日本国）既是一项基于以下两点的对策，即①OECD推荐的《产品安全誓约声明》，②环境变化，在网络市场（OM）上，BtoC（商家对顾客）、CtoC（顾客对顾客）的市场规模日益扩大，但是重大产品事故的比例也日趋增加，也是一项消费者厅等消费品相关部门和OM运营商采取的超越产品安全相关法律框架的“官民合作的自主性举措”，也计算关键绩效指标（KPI）。
- 具体而言，这是OM运营商主动或应相关部门的要求宣布（签署）删除召回或不安全产品的一项举措。OM运营商需要建立并维护一套防止再次销售召回或不安全产品的机制，并向相关部门提供面向经销商的说明资料等。
- OM运营商同时采用两种规则，即统一规则（例如删除商品的期限为2个工作日以内）、根据OM的规模和特性制定的自律规则。

## 《产品安全誓约》（日本国）的特色

### （1. 通过签署来确认每个年度的履行情况）

通过关键绩效指标（KPI）跟进每个年度的质量管理

### （2. 扩大并充实以前的举措）

向经销商和卖家提供教育资料

大范围全面删除召回或不安全产品

建立健全包括防止召回产品再次上架、惩罚恶意经销商等措施在内的制度

### （3. 日本独特举措 ※新举措）

在KPI中追加与消费者相关的“实际开展的业务流程”等

消费者厅与相关部门合作分析删除商品的情况

在消费者厅网站上及时发布需要删除的商品信息