

製品安全誓約（日本国）

～事業者向けガイダンス～

<目次>

I	はじめに	1 頁
II	背景及び目的	3 頁
III	誓約書	5 頁
IV	定義	8 頁
V	重要業績評価指標（KPI）	11 頁
VI	具体的内容	17 頁
VII	その他	40 頁

策定日：令和 5 年（2023 年）6 月 15 日

最終改訂日：令和 7 年（2025 年）6 月 1 日

所管省庁名：消費者庁

I はじめに

1. この事業者向けガイダンス（以下「ガイダンス」といいます。）は、日本国製品安全誓約¹（以下「誓約」といいます。）に署名するオンラインマーケットプレイス事業者が誓約の内容を理解する際の参照資料として、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、消費者庁及び規制当局が策定するものです。
2. ガイダンスは、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、規制当局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、オンラインマーケットプレイス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²」欄から構成されます。
3. このほか、消費者庁及び規制当局は、法律を所管する省庁としての誓約に係る個別の具体的な取組内容や手続等を担当者向けの手引書として取りまとめた「製品安全誓約（日本国）～所管省庁担当者向け手引き～」（以下「手引書³」）といっています。）を策定し、公表します。

【備考】

ガイダンスに係るオンラインマーケットプレイス事業者からの照会については、誓約第3項目に記載する出品削除要請に関する事項や規制当局が所管する法律の解釈に係る事項を除き、消費者庁（消費者安全課）に対して行います。消費者庁は、照会を受けた場合、その応接結果を規制当局に共有するとともに、

¹ オンラインマーケットプレイス事業者が誓約する対象先としては、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オンラインマーケットプレイスの業務に関する全ての関係者を含みます。

² オンラインマーケットプレイス事業者は、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ります。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ます。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ります。

³ オンラインマーケットプレイス事業者における業務の効率性向上を図る観点から、手引書の内容はガイダンスに再掲します。

必要な場合は規制当局と事前に協議を行います。

Ⅱ 背景及び目的

1. 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（流通総額ともいいます。）は、2021 年は 13 兆 2,865 億円となり、前年と比較して約 1 兆 500 億円増加しています（伸長率 8.61%）⁴。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 億円増加しています（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⁵を示す⁶状況となっています。

2. こうした中、オンラインマーケットプレイスにおける、リコール製品や安全ではない製品がもたらす、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て、例えば、欧州委員会と協働で 2018 年 6 月に、オーストラリア競争・消費者委員会と協働で 2020 年 11 月に、複数のオンラインマーケットプレイス事業者による「製品安全誓約」の署名が行われました。さらに、2021 年 6 月 15 日～17 日に開催された OECD（経済協力開発機構）消費者国際会議において、「製品安全誓約」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（声明）」が公表⁷され、日本を含めた OECD 加盟国は、各国・地域内で同様の誓約を策定することが推奨されています。

3. このため、OECD 消費者政策委員会の副議長を務める消費者庁⁸は、製品安全

⁴ 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 8 月）
<<https://www.meti.go.jp/press/2022/08/20220812005/20220812005-h.pdf>>

⁵ 2021 年に経済産業省が実施したネットパトロール事業の結果を含みます。

⁶ 経済産業省「製品安全行政を巡る動向」（2022 年 3 月 25 日）
<https://www.meti.go.jp/shingikai/shokeishin/seihin_anzen/pdf/019_01_00.pdf>

⁷ 消費者庁「OECD 製品安全誓約の声明」（2021 年 6 月）
<https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/international_affairs/assets/consumer_research_cms209_211119_01.pdf>

⁸ 消費者政策委員会には、各国の消費者政策関係部局が参加し、日本からは消費者庁が参加しています。また、消費者政策委員会は下部作業部会として、製品安全作業部会を設置しており、同部会には消費者庁のほか、経済産業省も参加しています。「製品安全誓約」の検討は同部会において行われています。

分野において、経済産業省を始めとする規制当局と共に、日本国内の主要な複数オンラインマーケットプレイス事業者と連携し、日本においても全 12 項目で構成される誓約⁹を策定したところです。

4. オンラインマーケットプレイス事業者は、誓約に署名することにより、製品安全に係る法的枠組みを越えた自主的な取組を行うこととなり、自らが運営するオンラインマーケットプレイスで取引される製品の安全性を高めることに貢献することとなります。

5. また、オンラインマーケットプレイス事業者による誓約への取組の結果が重要業績評価指標（Key Performance Indicators）（以下「KPI」といいます。）として定期的に報告・公表される枠組みとなっています。

6. オンラインマーケットプレイス事業者は、自らが運営するオンラインマーケットプレイスを通じて取引される製品の安全性を高めるためのイニシアティブを積極的に発揮するとともに、その運営方針を強化することが期待されています。

⁹ OECD が公表した「消費者製品安全に関する理事会勧告」（2020 年 7 月 17 日採択）を踏まえ、誓約の対象となる製品から、食品（food）、医薬品（drugs）及び医療機器（medical devices）を除いています。
<https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/international_affairs/assets/consumer_policy_cms105_201030_02.pdf>

Ⅲ 誓約書

1. 誓約は、オンラインマーケットプレイスで取引される、主として一般の消費者の生活の用に供される製品¹⁰について、その欠陥に起因する火災や一酸化炭素の発生といった生命・身体被害のリスクから消費者を保護することを目的としているものであり、オンラインマーケットプレイス事業者に期待される取組を記載しているものとなります。
2. オンラインマーケットプレイス事業者は、誓約¹¹に署名した場合には、ガイダンスを参照の上、誓約に記載されている各項目について、適切に実施¹²することとなります。
3. オンラインマーケットプレイス事業者は、誓約への署名に当たっては、誓約に記載された各項目全てを実施するための十分な能力を有する必要¹³があるほか、署名後においても、誓約に記載されている各項目を適切に実施するための努力を継続する必要があります。このため、消費者庁及び規制当局は、オンラインマーケットプレイス事業者が署名を希望する場合には、事前に、誓約、ガイダンス及び手引書の内容を説明します。
4. オンラインマーケットプレイス事業者は、誓約¹⁴に署名しようとする場合には、あらかじめ、①運営するオンラインマーケットプレイスのうち、製品安全誓約の対象となる全てのオンラインマーケットプレイス名が分かる資料（様

¹⁰ 消費生活用製品安全法（昭和 48 年法律第 31 号）第 2 条に記載する消費生活用製品等を指しますが、他の法律（ただし、後述する別紙 2 に記載されたものに限り。）で個別に安全に関する規制や基準が設けられ、その規制等の対象となっている製品についても製品安全誓約の対象となります。

¹¹ オンラインマーケットプレイス事業者が署名するか否かは任意です。

¹² 署名した日から起算して概ね 3 か月後までに、誓約に記載されている各項目全てを実施できる必要があります。

¹³ 誓約に記載された各項目全てを実施する十分な能力を有しない者が署名することにより、署名の価値が損なわれることがないよう、オンラインマーケットプレイス事業者は、誓約に記載された各項目全てを実施するために十分な能力を有しているか、事業者内で慎重な検討を行う必要があります。

¹⁴ 誓約のひな形は消費者庁のウェブサイトに掲載します。

式任意)¹⁵、②誓約に記載された各項目全てをどのように実施¹⁶するのか、また、数量的 KPI をどのように算出するのかそのプロセス¹⁷を記載した資料(様式任意)を消費者庁に提出します。オンラインマーケットプレイス事業者は、消費者庁におけるこれらの資料の確認後、署名した誓約の写しを消費者庁に提出します。また、消費者庁は、別紙 1「署名オンラインマーケットプレイス事業者一覧」にオンラインマーケットプレイス事業者名、運営する全てのオンラインマーケットプレイス名、署名日を追記するとともに、その写しや署名したオンラインマーケットプレイス事業者の一覧について、後述する KPI に係る国内全体の状況と併せて、消費者庁のウェブサイトで公表します。

なお、消費者庁のウェブサイト上で別紙 1 に掲載されていないオンラインマーケットプレイス事業者が、自ら運営するオンラインマーケットプレイス等において、誓約に署名している旨や署名を予定している旨等の表示を行うことはできません。

5. オンラインマーケットプレイス事業者は、オンラインマーケットプレイス事業者名や運営するオンラインマーケットプレイス名に変更があった場合、消費者庁に対してその旨が分かる資料(様式任意)を提出するほか、誓約を取りやめた場合、消費者庁に対してその旨を書面(様式任意)で提出します。また、消費者庁及び規制当局は、オンラインマーケットプレイス事業者が誓約の項目を繰り返し達成できない場合には、どのように改善するかを確認すること

¹⁵ 複数の製品安全誓約の対象となるオンラインマーケットプレイスを運営するオンラインマーケットプレイス事業者の場合、その一部のオンラインマーケットプレイスのみを製品安全誓約の対象とすることはできません。

¹⁶ スタッフ教育の実施等の理由により、誓約に署名した日と誓約に記載されている各項目全てを実施できる予定日が異なる場合は、その「予定日」を消費者庁に連絡(様式任意)します。また、署名前にその概要、署名後から予定日までの間にその詳細が分かる資料を提出することとなります。また、その場合、後述する重要業績評価指標(KPI)の対象期間は予定日以降となりますが、規制当局はその間においても、第 3 項目に記載する出品削除要請を始めとする必要な対応を行うこととなります。

¹⁷ オンラインマーケットプレイス事業者が実際に事業者内で用いる実施割合(分子・分母)の算出プロセスを記載することが想定されており、例えば、次の事項を含みます。また、KPI の公表資料作成にも使用しますので、プロセスが変更になった場合には、その旨を消費者庁に連絡します。

なお、プロセスが確立している場合は、KPI の実績提出時のみに記載することも可能です。

第 1 項目関係：後述する別紙 4 のうち必ず参照するサイト名、参照頻度・方法及び製品特定までの工程

第 3 項目関係：販売者が出品削除を行う場合は出品削除を確認するまでの工程及びオンラインマーケットプレイス事業者が設定した製品識別番号の有無

とし、正当な理由なく改善に取り組まないとき¹⁸は、別紙 1 から、オンラインマーケットプレイス事業者名を削除することがあります。

¹⁸ 例えば、改善に取り組むことができない理由が確認できないとき、改善に取り組むことができない理由に合理性が認められないとき等が想定されます。

Ⅳ 定義

1. 誓約及びガイドンスにおいて共通して用いる用語の定義は次のとおりです。

(1) 規制当局

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別紙2「規制当局一覧」¹⁹に記載する省庁をいいます。

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」といいます。）や独立行政法人国民生活センターを始めとする関係機関を含みます。

(2) 誓約の署名者

誓約に署名したオンラインマーケットプレイス事業者をいいます。

なお、ガイドンスにおいて、オンラインマーケットプレイス事業者と記載している場合は、断りのない限り、誓約に署名したオンラインマーケットプレイス事業者をいいます。

(3) リコール製品

生命・身体被害のリスクから消費者を保護する目的により、販売中止、回収、修理又は点検²⁰等が行われている製品²¹をいいます。

なお、包装上の不備、品質上の問題といった消費者の生命身体に係る安全の問題が生じる可能性がないものを除きます。

(4) 安全ではない製品

法令遵守されていない製品²²を始め、規制当局から、消費者の生命・身体

¹⁹ 消費者庁が、オンラインマーケットプレイス事業者に対して、別紙1に記載した旨の通知を行った後、規制当局は誓約第3項目に記載する出品削除要請を行うことができます。

²⁰ リコールには、危険の除去や安全確保の確認等を行う手段の一つに、修理、改修、点検といった方法があります。エアコン（室内機及び室外機）、浴室乾燥機、洗濯機のような消費者による交換、取外し、発送等が困難な設備や機器においてリコールが行われる場合には修理や点検が実施されます。

²¹ 製造事業者や輸入事業者により、リコールが開始されたものの、例えば、その後、当該事業者が倒産・廃業するなどしている場合等も含まれます。

²² 例えば、消費生活用製品安全法、電気用品安全法（昭和36年法律第234号）、ガス事業法（昭和29年法律第51号）、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（昭和42年法律第149号）における、PS（Product Safety）マーク対象品目の製品において、PSマークや届出事業者名等の表示がない、法令で定める正規の表示を行っていない、法令で定める技術基準に適合していない（法令遵守の確認が得られないものを含みます。）製品等をいいます。

に相当なリスクがあることが具体的な理由²³とともに示された製品、及びオンラインマーケットプレイス事業者が、手引書²⁴等を参考として、安全ではないと自ら判断²⁵した製品をいいます。

(5) 出品

消費者向け取引において、販売者が、販売目的で、オンラインマーケットプレイスに製品に関する情報を掲載することをいいます。

なお、誓約の対象には、個人である販売者²⁶がオンラインマーケットプレイスで製品を販売する場合や競売（インターネットオークション）に掛ける場合を含みます。

(6) 販売者

消費者向け取引において、オンラインマーケットプレイスで製品を販売する者（法人等の事業者に加えて個人も含みます。）をいいます。

なお、競売（インターネットオークション）に掛ける場合は、その「出品者」を「販売者」と読み替えることとします。

2. ガイダンスにおいて共通して用いる用語の定義は次のとおりです。

(1) オンラインマーケットプレイス

インターネット上に公開されたウェブサイトにおいて、情報通信技術やデータを活用し、製品の取引を行う「場」そのものをいい、具体的には、「製品安全誓約コミュニケ（声明）」で示された解釈²⁷によります。

²³ 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。

²⁴ 手引書の内容は、手引書のほか、別紙9「【参考】所管省庁担当者向け手引き（再掲）」にその内容を再掲します。

²⁵ 例えば、PS マークの対象品目の製品において PS マークの表示が付されていないことを確認した場合等が考えられます。

²⁶ 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。

²⁷ OECD 消費者政策委員会の作業部会である製品安全作業部会（The OECD Working Party on Consumer Product Safety）が作成した「OECD 製品安全誓約の声明」（2021年6月）では、オンラインマーケットプレイスについて、「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).」と示しています。また、その範囲について、「When online platforms sell products directly to consumers, they are no longer considered a marketplace but an online retailer in relation to those particular transactions and will generally have particular legal obligations in relation to the safety of those products.」と示しています。

ただし、製品の購入者が消費者となる取引に限るとともに、取引を行う「場」であるオンラインマーケットプレイスの運営事業者が、自ら取引の当事者となる場合を除きます。

なお、誓約の対象となるオンラインマーケットプレイスの取引形態は、消費者向け取引である BtoC 型（Business to Consumer）、消費者間取引である CtoC 型（Consumer to Consumer）となります。

（２）オンラインマーケットプレイス事業者

オンラインマーケットプレイスを運営する事業者をいいます。

V 重要業績評価指標（KPI）

オンラインマーケットプレイス事業者は、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、自らが運営するオンラインマーケットプレイス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ります。また、消費者庁及び規制当局は、こうしたオンラインマーケットプレイス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ます。

こうした目的のため、オンラインマーケットプレイス事業者が誓約を実施する上での KPI を以下のとおり定めます。

1. KPI とは

KPI は数量的 KPI と質的 KPI（活動報告）に大別されます。

（1）数量的 KPI

指標値を定量的に算出します。

① 第 1 項目関係

- ・次に記載しているプロセスにより、オンラインマーケットプレイス事業者が、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²⁸した件数（出品数）：（A）

【プロセス】規制当局等のウェブサイト²⁹に掲載されたリコール製品

²⁸ 規制当局等のウェブサイトに記載された情報に基づき、オンラインマーケットプレイス事業者が出品削除すべき製品を特定した件数をいいます。

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りますが、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ます。

（ア）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」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）オンラインマーケットプレイス事業者が、「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

²⁹ 対象とするウェブサイトは、後述する「VI 具体的内容 第 1 項目 1. 考え方等」に記載しています。また、本項目に相当する規定は、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

や安全ではない製品に関する情報³⁰を参照し、自らが運営するオンラインマーケットプレイス上にこれらの製品が出品されていないか、型番・製造番号、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³¹する。

- ・ 特定した日の翌営業日³²から起算して、2 営業日³³までに出品削除した件数³⁴（出品数）：(B)
- ・ 出品削除の実施割合（％）：(B/A) × 100³⁵

② 第3項目関係

- ・ 規制当局から出品削除要請³⁶を受け、オンラインマーケットプレイス事業者が、リコール製品や安全ではない製品として特定³⁷した件数(出

through monitoring of public recall websites such as RAPEX.」(なお、Product Safety Pledge +においては、「Total number of product listings removed on the basis of information found through monitoring of public recall websites such as Safety Gate, and % of identified products listings removed within 2 working days.」)となっており、日本においても、オンラインマーケットプレイス事業者が規模・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ります。

³⁰ 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ます。

³¹ 販売者が実際のオンラインマーケットプレイス上で販売している製品をいいます。以下、第3項目関係においても同じです。

³² 営業日や営業時間は、例えば、土日祝を除くなど、オンラインマーケットプレイス事業者の就業規則等に基づきます。以下、第3項目関係においても同じです。

³³ 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オンラインマーケットプレイスの場合は、「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します。

なお、この場合、オンラインマーケットプレイス事業者は、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します。

³⁴ オンラインマーケットプレイス事業者が、販売者に対して、該当性確認のため、型番・製造番号、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ます。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ます。

³⁵ 販売ページの URL 単位となります。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オンラインマーケットプレイスでも一つの URL 単位となります。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ります。以下、第3項目関係においても同じです。

³⁶ 出品削除要請に用いる様式は、後述する「Ⅵ 具体的内容 第3項目 3. 規制当局の役割」に記載した様式を使用します。

³⁷ 規制当局からの出品削除要請に基づき、オンラインマーケットプレイス事業者が出品削除すべき製品を特定した件数をいいます。

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りますが、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ます。

(ア) 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」を使用し、出品削除要請

品数) : (A)

- ・ 出品削除要請を受けた日³⁸の翌営業日から起算して、2 営業日目³⁹までに出品削除した件数 (出品数) : (B)
- ・ 出品削除の実施割合 (%) : $(B/A) \times 100^{40}$

(2) 質的 KPI (活動報告)

① 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及び取組結果⁴¹

② 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及び取組結果

(3) 自己評価

オンラインマーケットプレイス事業者は、定期的に KPI の達成状況に関する自己評価を行い、改善点を把握することが期待されます。

2. 提出時期等

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) オンラインマーケットプレイス事業者が、「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

³⁸ 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します。

³⁹ 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オンラインマーケットプレイスの場合は、「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します。なお、この場合、オンラインマーケットプレイス事業者は、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します。

⁴⁰ 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、オンラインマーケットプレイス事業者がその新たな出品削除を行った際には、後述する任意記載事項の対象とすることができます。

⁴¹ 定量的な記載でも定性的な記載でも構いません。以下②も同じです。

(1) 提出時期

オンラインマーケットプレイス事業者は、毎年、1月から12月までの期間⁴²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、翌年2月末までに消費者庁に提出します。

なお、消費者庁において確認が必要と判断する場合は、オンラインマーケットプレイス事業者に対して、数量的KPI（第1項目関係）の算出の適切性を確認⁴³できる資料（様式任意）の提出を求める場合があります。

(2) 記載事項

オンラインマーケットプレイス事業者において、数量的KPIと質的KPIを記載する様式は、別紙3「製品安全誓約に関するKPIの状況について」⁴⁴です。

なお、オンラインマーケットプレイス事業者は、任意で次の算出を行い、別紙3に記載することができます。

① 第1項目関係

(ア) 出品削除する製品について特定した日の翌営業日から起算して、3営業日目以降に出品削除した件数（出品数）を含むその実施割合

(イ) 上記(ア)のほか、オンラインマーケットプレイス事業者の独自の取組として、規制当局等のウェブサイトに掲載される情報以外の情報リソース⁴⁵から、リコール製品や安全ではない製品を特定し、出品削除した件数⁴⁶

② 第3項目関係

(ア) 規制当局から出品削除要請を受けた日の翌営業日から起算して、3営業日目以降に出品削除した件数（出品数）を含むその実施割合

⁴² 誓約への署名時点が1月1日以降であった場合、第1回目の対象期間は、署名日の翌月1日からその年の12月31日までとします。

⁴³ 算出に用いた資料（例えばログ記録等）を保管します。

⁴⁴ 別紙3の各記載項目に対応した任意の様式でも構いません。また、記載に当たり、製品安全誓約の各項目にまたがる取組方針や取組結果がある場合には、どの箇所がどの項目に該当するのか、具体的に明示するなど、可能な限り各項目の実施状況を分かりやすく記載します。

⁴⁵ 販売者からの情報のほか、例えば、製造事業者や輸入事業者からの連携情報により、リコール製品や安全ではない製品の情報を入手している場合が考えられます。

⁴⁶ オンラインマーケットプレイスにおける個別の出品削除に係る件数を公表することはありません。以下第3項目関係(イ)も同じです。

(イ) 上記(ア)のほか、オンラインマーケットプレイス事業者の独自の取組として、規制当局からの出品削除要請を端緒として、出品削除要請の対象となる製品や販売者の出品状況から、リコール製品や安全ではない製品を特定し、出品削除した件数

3. 公表

(1) 公表内容

消費者庁は、オンラインマーケットプレイス事業者から提出された KPI を集計した上で、次のとおり国内全体の状況を取りまとめます。

公表資料の作成に当たり、消費者庁は、規制当局及びオンラインマーケットプレイス事業者と随時協議を行います。

① 数量的 KPI

オンラインマーケットプレイス事業者全体⁴⁷の実施割合（%）及び実施件数（上記 1. (1) ①及び②に記載した A 及び B の件数）

② 質的 KPI（活動報告）

オンラインマーケットプレイス事業者全体に共通する取組に加えて、優れた取組や特色ある取組があればその概要⁴⁸

(2) 公表方法

消費者庁は、KPI のほか、署名された誓約、KPI の算出方法が記載された「ガイダンス⁴⁹」について、消費者庁のウェブサイトや公表物等においてその内容を公表⁵⁰します。

また、規制当局は、消費者庁のウェブサイトのページのリンクを貼ることができるほか、公表した公表物等を使用できることとします。

さらに、消費者庁は、各オンラインマーケットプレイス事業者が自ら KPI の履行状況を公表している場合⁵¹には、消費者庁のウェブサイトにおいて、

⁴⁷ 全体とは BtoC、CtoC を合算したものをいいます。

⁴⁸ 個別のオンラインマーケットプレイス事業者名は公表しません。

⁴⁹ KPI には直接言及していませんが、手引書を始めとする関係資料もウェブサイトや公表物等においてその内容を公表します。

⁵⁰ 消費者庁は、OECD に対しても、公表内容（英語）を説明します。

⁵¹ 各オンラインマーケットプレイス事業者は、可能な限り、誓約への取組状況や誓約の遵守状況を公表することが期待されます。

その履行状況が公表された各オンラインマーケットプレイス事業者のウェブサイトのページのリンクを掲載することとします。

VI 具体的内容

1. 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。

1. 考え方等

オンラインマーケットプレイス事業者は、誓約第2、5及び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、誓約第3項目に記載する対処並びに第4、6、8、10及び11項目に記載する対応・措置を実施します。

【定義】

- ・「規制当局等のウェブサイト」は、別紙4「規制当局等のウェブサイト一覧」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（プレスリリースや注意喚起）を含みます。
- ・「適切に対処する」とは、オンラインマーケットプレイス事業者が、誓約の全項目を適切に実施していることを前提とし、主として、オンラインマーケットプレイス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います。

2. 規制当局の役割

規制当局は、オンラインマーケットプレイス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、協力します。その中で、規制当局は、能動的にオンラインマーケットプレイス事業者に対して、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⁵²にリコール製品や安全ではない製品に関連する情

⁵² 消費者庁「リコール情報サイト」及び経済産業省「リコール情報」にはメールマガジン機能があり、オンラインマーケットプレイス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ます。

報を掲載（プレスリリースや注意喚起⁵³）した場合は速やかに情報共有⁵⁴することなど、オンラインマーケットプレイス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、協力します。

消費者庁は、必要⁵⁵に応じて、別紙4に規制当局等のウェブサイトの追加を行い、オンラインマーケットプレイス事業者に通知するとともに、消費者庁のウェブサイトに掲載します。

3. 参考

オンラインマーケットプレイス事業者は、誓約の趣旨にのっとり、自らが運営するオンラインマーケットプレイス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ます。

また、オンラインマーケットプレイス事業者は、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⁵⁶についても定期的に確認することが期待されます。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る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オンラインマーケットプレイス事業者へ情報提供⁵⁷するなど、オンラインマーケットプレイス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、協力します。

さらに、オンラインマーケットプレイス事業者は、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うかがえるなど、他のオンラインマーケットプレイス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ます。

⁵³ 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オンラインマーケットプレイス事業者に伝達することがあります。

⁵⁴ 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みます。）等を想定しています。

⁵⁵ 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ます。

⁵⁶ 主なウェブサイトは次のとおりです。

米国（CPSC）<https://www.cpsc.gov/>

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

欧州（EC）<https://ec.europa.eu/safety-gate/#/screen/home>

⁵⁷ 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製品のリコール情報）を確認します。

加えて、オンラインマーケットプレイス事業者は、販売者からの情報のほか、例えば、製造事業者や輸入事業者からの連携情報を始め、リコール製品や安全ではない製品の情報を入手した場合には、適切な対応を行うことが期待されます。

なお、オンラインマーケットプレイス事業者は、こうした様々な情報から、自らが運営するオンラインマーケットプレイス上にリコール製品や安全ではない製品が出品されていないか、定期的に特定作業を行うこととなりますが、その具体的な作業方法については、リスク評価等の実施に基づき、自ら運営するオンラインマーケットプレイスの規模・特性を踏まえ、適切に判断することが期待されます。

2. 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。

1. 考え方等

オンラインマーケットプレイス事業者は、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⁵⁸（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⁵⁹します。また、当該連絡先に変更があった場合も同様とします。

2. 規制当局の役割

消費者庁は、オンラインマーケットプレイス事業者から、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、規制当局に周知します。

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います。

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、オンラインマーケットプレイス事業者に周知します。

3. 参考

オンラインマーケットプレイス事業者は、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ます。

⁵⁸ 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します。

⁵⁹ 消費者庁は、オンラインマーケットプレイス事業者と協議の上、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します。

3. 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。

1. 考え方等

オンラインマーケットプレイス事業者は、規制当局から、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」⁶⁰による出品削除の要請⁶¹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⁶²に、自ら又は出品した販売者を介して、リコール製品や安全ではない製品の出品を削除します。

また、オンラインマーケットプレイス事業者は、出品を削除した場合⁶³、要請を行った規制当局及び消費者庁に対して、速やかに⁶⁴、実施した措置とその結果を別紙5に記載した上で、電子メール等により通知します。

なお、オンラインマーケットプレイス事業者は、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⁶⁵には、要請を行った規制当局

⁶⁰ 「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ります。

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）

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）

別紙5-3：CtoC（CtoCの場合）

⁶¹ 要請は、オンラインマーケットプレイス事業者に対して、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します。

⁶² 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します。また、販売者のみ出品削除できる仕様となっているオンラインマーケットプレイスの場合は、「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します。

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を防止するための措置を実施するものとします。

⁶³ 例えば、販売者のみ出品削除できる仕様となっているオンラインマーケットプレイスにおいて、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します。

⁶⁴ 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ます。

⁶⁵ 例えば、販売者のみ出品削除できる仕様となっているオンラインマーケットプレイスの場合で、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します。

に相談⁶⁶することができます。

【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までの期間をいいます。

2. 規制当局の役割

規制当局は、出品削除要請を行う場合⁶⁷、オンラインマーケットプレイス事業者に対して、対象となる製品の型番・製造番号、オンラインマーケットプレイス上の URL⁶⁸といった製品を特定するための情報、リコール情報等⁶⁹、販売者への照会状況・履歴⁷⁰及び出品削除を必要とする具体的な理由を別紙5に記載し、専用窓口へ通知します。

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（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がある場合は当該番号ごと、これら以外の方法による製品の特定が必要な場合は消費者庁と協議した方法ごと）に通知します。

また、規制当局は、出品削除要請を行う場合、別紙5を消費者庁にも送付します。

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オ

⁶⁶ 規制当局は出品削除要請に当たり、別紙様式5-1、5-2及び5-3の連絡欄に記載します。

⁶⁷ 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、その製品に関係する規制当局間で事前に必要な調整を行います。

⁶⁸ 出品削除要請を行う全ての製品に係る URL の記載を原則としますが、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、あらかじめオンラインマーケットプレイス事業者と調整するものとします。

⁶⁹ 規制当局は、CtoC に対する出品削除要請に当たり、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 のオンラインマーケットプレイスを念頭に、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します。

⁷⁰ オンラインマーケットプレイス事業者は、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います。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みます。）等を指しますが、こうした仲介方法やメール・チャット機能の提供方法はオンラインマーケットプレイス事業者ごとに異なると考えられることから、規制当局は、別紙5-1、5-2及び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、事前にオンラインマーケットプレイス事業者と確認します。また、アカウントを発行する場合、オンラインマーケットプレイス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、オンラインマーケットプレイス事業者に対して、アカウント番号を通知します。

オンラインマーケットプレイス事業者からそれぞれ連絡（別紙５）を受けることにより、一元的な進捗管理⁷¹を行うほか、オンラインマーケットプレイス事業者から提出を受ける、KPI 算出の適切性に係る検証資料とします。また、消費者庁は、月次で、上記Ⅴ 1. (1)②の速報版（主な出品削除製品群の名称を含みます。）を消費者庁のウェブサイトに掲載します。

⁷¹ 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（令和３年法律第 32 号）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います。

4. 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。

1. 考え方等

オンラインマーケットプレイス事業者は、リコール製品や安全ではない製品の出品状況の特定、更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、自らが運営するオンラインマーケットプレイスに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関係す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⁷²で特定するよう努めます。

また、オンラインマーケットプレイス事業者は、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オンラインマーケットプレイスの規約を踏まえつつ、速やかに規制当局に提供（対応）するよう努めます。

さらに、オンラインマーケットプレイス事業者は、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ます。

2. 規制当局の役割

規制当局は、情報提供の要請を行う場合、オンラインマーケットプレイス事業者に対して、要請を必要とする具体的な理由⁷³を説明するとともに、オンラインマーケットプレイス事業者、販売者、当該販売者又は当該製品に関係す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、適切に対応します。

また、規制当局は、オンラインマーケットプレイス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、提供元であるオンラインマーケッ

⁷² 例えば、オンラインマーケットプレイス事業者が販売者に連絡し、説明を求めることが考えられます。

⁷³ 例えば、オンラインマーケットプレイス 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、オンラインマーケットプレイス 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ます。

トプレイス事業者名を秘匿した上で、他のオンラインマーケットプレイス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ます。

さらに、規制当局は、それぞれ策定した手引書に基づき、各要請を行います。

5. 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。

1. 考え方等

オンラインマーケットプレイス事業者は、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・維持します。

また、オンラインマーケットプレイス事業者は、その内部管理体制について、必要に応じて見直しを行います。

2. 規制当局の役割

消費者庁及び規制当局は、オンラインマーケットプレイス事業者が初めて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、誓約の全項目が実施可能かどうか、確認⁷⁴を行う場合があります。

3. 参考

オンラインマーケットプレイス事業者における内部管理体制の構築に当たっては、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ますが、具体的には、オンラインマーケットプレイス事業者が、自ら運営するオンラインマーケットプレイスの規模・特性を踏まえ、適切に判断することが期待されます。

⁷⁴ 確認方法として、例えば、①初めて誓約に署名する場合：項目ごとにどのように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ます。

6. 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。

1. 考え方等

オンラインマーケットプレイス事業者は、ウェブサイト上の消費者が見つけやすい場所に、消費者からの通知手段⁷⁵を設置します。

あわせて、オンラインマーケットプレイス事業者は、通知の受付から措置の実施⁷⁶までの一連の処理プロセスを構築します。

また、オンラインマーケットプレイス事業者は、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います。

オンラインマーケットプレイス事業者は、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⁷⁷であった場合⁷⁸、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います。

【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きます。）をいい、その対象範囲は、オンラインマーケ

⁷⁵ オンラインマーケットプレイス事業者は、消費者からオンラインマーケットプレイス事業者への通知手段の設置後、その内容（URL 等）を消費者庁に連絡します。また、当該通知手段の内容に変更があった場合も同様とします。消費者庁は、オンラインマーケットプレイス事業者から連絡を受けた、消費者からオンラインマーケットプレイス事業者への通知手段を取りまとめ、消費者庁のウェブサイトに掲載します。

⁷⁶ 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ますが、その内容は、オンラインマーケットプレイス事業者の合理的裁量に委ねられます。

⁷⁷ 例えば、①オンラインマーケットプレイスで購入した PS マークのない製品の写真や型番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具体的な型番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ますが、その情報の確認方法や範囲や抽出プロセスはオンラインマーケットプレイス事業者の合理的裁量に委ねられます。

⁷⁸ 通知内容を基にオンラインマーケットプレイス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みます。

ットプレイス事業者が合理的⁷⁹に判断します。

- ・「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）」の設置等をいいます。
- ・「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オンラインマーケットプレイス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までの期間をいいます。

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します。

2. 規制当局の役割

規制当局は、オンラインマーケットプレイス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、当該オンラインマーケットプレイス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ます。

3. 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、更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、オンラインマーケットプレイス事業者が、自ら運営するオンラインマーケットプレイスの規模・特性を踏まえ、適切に構築することが期待されます。
- (2) また、オンラインマーケットプレイス事業者が、例えば、PS 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

⁷⁹ 本項目の対象となる消費者については、オンラインマーケットプレイス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ます。

とおりです。

【消費生活用製品安全法の場合】

オンラインマーケットプレイス事業者は、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（平成 21 年法律第 50 号）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きます。）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ます。あわせて、オンラインマーケットプレイス事業者は、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ます。

○ 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) オンラインマーケットプレイス事業者は、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ます。

7. 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。

1. 考え方等

オンラインマーケットプレイス事業者は、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、リコール及び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します。

2. 規制当局の役割

規制当局は、次のとおり、リコール及び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します。また、オンラインマーケットプレイス事業者から求められた場合には、資料の提供を行います。

(1) リコール製品や安全ではない製品等に関する情報

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

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

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及び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(4)及び(5)のほか、製品安全に関する保険等に関する情報

3. 参考

規制当局が講師を務めるオンラインマーケットプレイスの販売者向け説明会を開催する場合には、オンラインマーケットプレイス事業者は、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ます。

8. 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。

1. 考え方等

オンラインマーケットプレイス事業者は、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みます。）について、合理的な範囲で、消費者に情報提供⁸⁰します。

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します。

（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ます。

【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⁸¹」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・輸入事業者及び販売者）等をいいます。
- ・「規制当局の措置」とは、例えば、命令や注意喚起等をいいます。

2. 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⁸²の場合は、次の情報を想定しています。

【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

⁸⁰ 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、販売者又はオンラインマーケットプレイス事業者が上記【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ります。

⁸¹ 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ります。

⁸² 製品安全 4 法は、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になります。

- (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

3. 参考

オンラインマーケットプレイス事業者は、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ますが、具体的には、オンラインマーケットプレイス事業者が、自ら運営するオンラインマーケットプレイスの規模・特性を踏まえ、適切に対応することが期待されます。

9. 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。

1. 考え方等

オンラインマーケットプレイス事業者は、リコール製品や安全ではない製品の出品の禁止や、オンラインマーケットプレイス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、自ら運営するオンラインマーケットプレイス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」といいます。）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・維持します。

2. 参考

自ら運営するオンラインマーケットプレイス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⁸³の活用や、製品に義務付けられている表示事項⁸⁴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ますが、具体的には、オンラインマーケットプレイス事業者が、自ら運営するオンラインマーケットプレイスの規模・特性を踏まえ、適切に構築・維持することが期待されます。

また、オンラインマーケットプレイス事業者には、可能な限り、規制当局から通知や要請が行われる前に、オンラインマーケットプレイス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ます。

さらに、オンラインマーケットプレイス事業者は、オンラインマーケットプレイスにおける出品禁止製品等の販売後に発生した当該製品による事故について、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、当該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

⁸³ 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います。

⁸⁴ 例えば、電気用品安全法に基づく PSE マークをいいます。

つ着実な回収等の実施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ます。

10. 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。

1. 考え方等

オンラインマーケットプレイス事業者は、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ずるための仕組みを構築します。

【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ような悪質な販売者の特定における規制当局とオンラインマーケットプレイス事業者での情報共有等の協力をいいます。
- ・「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名称で再出品すること、また、オンラインマーケットプレイスの規約に繰り返し違反した販売をすることなどをいいます。

2. 参考

オンラインマーケットプレイス事業者は、規制当局からの要請に至る前に、オンラインマーケットプレイス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ます。

11. 既に出品削除されたり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。
--

1. 考え方等

オンラインマーケットプレイス事業者は、自ら運営するオンラインマーケットプレイスにおいて、出品する販売者に対する規約等を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ります。また、是正済みの製品を除きます。）を阻止できる仕組みを構築します。

2. 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り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、オンラインマーケットプレイス事業者と相互に協力⁸⁵します。

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）⁸⁶やオンラインマーケットプレイス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オンラインマーケットプレイス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、オンラインマーケットプレイス事業者による再出品の阻止に係る仕組みを援助します。

3. 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ますが、具体的には、オンライ

⁸⁵ 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します。

⁸⁶ 規制当局が出品削除要請を行い出品削除された製品が、是正未済のまま、同じ又は異なるオンラインマーケットプレイスに再出品されている可能性がある場合、消費者庁は、該当する規制当局と連携して、運営するオンラインマーケットプレイス事業者に対して確認のための連絡を行うなど必要な対応を行います。

ンマーケットプレイス事業者が、自ら運営するオンラインマーケットプレイスの規模・特性を踏まえ、適切に措置⁸⁷することが期待されます。

⁸⁷ オンラインマーケットプレイス事業者における、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仕組みの構築に当たり、例えば、出品削除した製品を同じ URL から再出品可能なシステム仕様となっている場合や、同じ製品を異なる URL から同時に出品可能なシステム仕様等となっている場合には、その仕組みの実効性確保の観点から、オンラインマーケットプレイス事業者は、出品削除したリコール製品や安全ではない製品の再出品がなされていないか継続的に確認を行うこととなります。

12. 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。

1. 考え方等

オンラインマーケットプレイス事業者は、自ら運営するオンラインマーケットプレイスにおいて、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に継続的に取り組みます。

2. 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ますが、具体的には、オンラインマーケットプレイス事業者が、自ら運営するオンラインマーケットプレイスの規模・特性を踏まえ、適切に検討することが期待されます。

VII その他

1. 消費者庁は、「製品安全誓約コミュニケ（声明）」等を踏まえ、経済産業省を始めとする規制当局やオンラインマーケットプレイス事業者と連携し、ガイダンスを策定します。その場合、オンラインマーケットプレイス事業者において十分な準備期間が確保できるように一定の期間を設定します。
2. 消費者庁は、ガイダンスについて、社会情勢の変化等に伴い必要と認める場合には改訂を行います。その場合、あらかじめ既に署名した全てのオンラインマーケットプレイス事業者や全ての規制当局に対して改訂案を示し、その意見を踏まえるほか、オンラインマーケットプレイス事業者において十分な準備期間が確保できるよう、改訂案の提示から改訂箇所の施行までに一定の期間を設定⁸⁸します。
3. 消費者庁は、ガイダンスを改訂した場合、別紙8「改訂履歴一覧」のとおり、その改訂履歴を記載します。
4. 消費者庁は、ガイダンスの実効性を確保する観点から、必要と認める場合は、署名した全オンラインマーケットプレイス事業者や全ての規制当局が参加する意見交換会⁸⁹を開催します。
5. オンラインマーケットプレイス事業者（署名の有無を問いません。）や製品を所管する関係省庁（規制当局を含みます。）からの照会等に対応するための総合窓口を消費者庁に設けます。
6. このほか、ガイダンスに規定していない事項については、署名した全オンラインマーケットプレイス事業者や規制当局の意見を求めた上で、消費者庁が処理します。

⁸⁸ 消費者庁は、署名した全てのオンラインマーケットプレイス事業者や全ての規制当局に対して当該施行日を連絡します。

⁸⁹ 例えば、規制当局やその所管法律の新規追加の場合等、ガイダンスの記載内容の大幅変更を行う場合を想定しています。

署名オンラインマーケットプレイス事業者一覧

No.	オンラインマーケットプレイス事業者名	運営するオンラインマーケットプレイス名	署名日
1	アマゾンジャパン合同会社	Amazon.co.jp	令和5年6月29日
2	eBay Japan合同会社	Qoo10	令和5年6月29日
3	auコマース & ライフ株式会社	au PAY マーケット	令和5年6月29日
4	株式会社メルカリ	メルカリ メルカリShops	令和5年6月29日
5	株式会社モバオク	モバオク	令和5年6月29日
6	LINEヤフー株式会社	Yahoo!ショッピング Yahoo!オークション Yahoo!フリマ LINEギフト	令和5年6月29日
7	楽天グループ株式会社	楽天市場 楽天ラクマ	令和5年6月29日
8	三井不動産株式会社	Mitsui Shopping Park &mall 三井アウトレットパーク オンライン	令和6年9月20日

(注) 署名日順、署名日が同一であれば50音順となります。

規制当局一覧

No.	省庁名	担当部署名	所管法令	所管する主な製品	電話番号	専用メールアドレス
1	消費者庁	消費者安全課	消費生活用製品安全法	－	03-3507-8800（代表）	g.pledge@caa.go.jp
2	総務省 消防庁	予防課	消防法	検定対象機械器具等、自主表示対象機械器具等、 防災対象物品	03-5253-5111（代表） （内線42445・42472）	fdma-yoboujiko@soumu.go.jp
3-①	厚生労働省	医薬局 医薬品審査管理課 化学物質安全対策室	有害物質を含有する家庭 用品の規制に関する法律	主として一般消費者の生活の用に供される製品	03-5253-1111（代表） （内線2423・2424）	chem-health@mhlw.go.jp
3-②	厚生労働省	医薬局 監視指導・麻薬対策課	麻薬及び向精神薬取締法 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	麻薬及び向精神薬取締法に規定する「麻薬」成分 が混入（疑いを含む。）した製品 医薬品医療機器等法に規定する「指定薬物」成分 が混入（疑いを含む。）した製品 「指定薬物」に速やかに指定する可能性のある成分 が混入（疑いを含む。）した製品	03-5253-1111(代表) （内線2779・2795）	seihinanzen-kannshi-mayaku@mhlw.go.jp
4-①	経済産業省	産業保安グループ 製品安全課	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	消費生活用製品全般（他の法律の所掌に属さない もの全て）	03-3501-1511（代表）	bzl-pledge@meti.go.jp
4-②	経済産業省	産業保安グループ 高圧ガス保安室	高圧ガス保安法	高圧ガス(※)を充填するための容器及び附属品 (※)「高圧ガス」とは、圧縮ガスにおいては1MPa以上の圧力、 液化ガスにおいては0.2MPa以上の圧力となります。詳細について は、経産省HP及び高圧ガス保安法を参照ください。 https://www.meti.go.jp/policy/safety_security/industrial_safety/sangyo/hipregas/kisei/seizou.html	03-3501-1511（代表）	bzl-koatsu-gas@meti.go.jp
5	国土交通省	物流・自動車局 審査・リコール課	道路運送車両法	年少者用補助乗車装置、特定小型原動機付自転 車、一般小型原動機付自転車	03-5253-8111（代表） （内線42354）	hqt-fuguai-jyohou@ki.mlit.go.jp

（注）国家行政組織法（昭和二十三年法律第二十号）第3条第4項の規定に基づく順となります。

製品安全誓約に関するKPIの状況について

対象期間：〇〇〇〇年〇〇月〇〇日 ～ 〇〇月〇〇日

項目	実施内容
第1項目 ※数量的KPI	(A) : 〇件
	(B) : 〇件
	$(B) / (A) \times 100 : \text{〇}\%$ (小数点第2位四捨五入)
	(算出プロセス)
第2項目 ※質的KPI	(専用窓口の設置状況・継続実施分)
	(専用窓口の設置状況・新規実施分)
第3項目 ※数量的KPI	(A) : 〇件
	(B) : 〇件
	$(B) / (A) \times 100 : \text{〇}\%$ (小数点第2位四捨五入)
	(算出プロセス)
第4項目 ※質的KPI	(予定していた取組方針)
	(取組結果・継続実施分)
	(取組結果・新規実施分)
第5項目 ※質的KPI	(予定していた取組方針)
	(取組結果・継続実施分)
	(取組結果・新規実施分)
第6項目 ※質的KPI	(予定していた取組方針)
	(実際に取り組んだ業務フロー・継続実施分)
	(実際に取り組んだ業務フロー・新規実施分)
	(取組結果・継続実施分)
	(取組結果・新規実施分)

製品安全誓約に関するKPIの状況について

第7項目 ※質的KPI	(予定していた取組方針)
	(取組結果・継続実施分)
	(取組結果・新規実施分)
第8項目 ※質的KPI	(予定していた取組方針)
	(取組結果・継続実施分)
	(取組結果・新規実施分)
第9項目 ※質的KPI	(予定していた取組方針)
	(取組結果・継続実施分)
	(取組結果・新規実施分)
第10項目 ※質的KPI	(予定していた取組方針)
	(取組結果・継続実施分)
	(取組結果・新規実施分)
第11項目 ※質的KPI	(予定していた取組方針)
	(取組結果・継続実施分)
	(取組結果・新規実施分)
第12項目 ※質的KPI	(予定していた取組方針)
	(取組結果・継続実施分)
	(取組結果・新規実施分)

【記載要領】

- ・質的KPI（活動報告）については、ガイダンス脚注41記載のとおり、定量的な記載であっても定性的な記載であっても、実施した取組（単独）の結果としての効果が評価できない場合等を除き、取組結果の効果（アウトカム）を可能な限り具体的に把握できるように記載。
- ・上表のうち、「第1項目」欄及び「第3項目」欄は、オンラインマーケットプレイスごとに、手引書ごとの件数の内訳を別途作成（様式任意）※手引書ごとの件数の内訳作成が困難な場合はこの限りではない。
- ・上表のうち、「第1項目」欄及び「第3項目」欄の記載に当たり、製品の出品削除を実施したものの正確な製品の件数を特定できない場合、「（A）や（B）」ではなく、「算出プロセス」にその実績を記載※至急の対応が必要であった場合に限る。
- ・上表のうち、「新規実施分」の取組結果が特にない場合は、「新規実施分」欄の記載不要。
- ・上表のうち、「新規実施分」の取組結果が「継続実施分」の取組の延長に相当する場合は、「継続実施分」欄への記載可。

製品安全誓約に関するKPIの状況について

【任意項目（第1項目）】

第1項目（ア）	(A)：〇件
	(B)：〇件
	$(B) / (A) \times 100$ ：〇%（小数点第2位四捨五入）
第1項目（イ） ※製造事業者や輸入事業者からの連携関係（ガイドランス脚注45参照）	（取組の具体的内容）
	（実施件数）：〇件
第1項目（イ） ※CPSC等からの情報関係（ガイドランス脚注56・57参照）	（取組の具体的内容）
	（実施件数）：〇件
第1項目（イ） ※その他関係	（取組の具体的内容）
	（実施件数）：〇件

【任意項目（第3項目）】

第3項目（ア）	(A)：〇件
	(B)：〇件
	$(B) / (A) \times 100$ ：〇%（小数点第2位四捨五入）
第3項目（イ）	（取組の具体的内容）
	（実施件数）：〇件

【連絡先】

オンラインマーケットプレイス事業者名	
部署名・担当者名	
連絡先電話番号	
連絡先アドレス	

（参考）第1項目の算出の整理に当たり、「別紙3参考資料」（消費者庁への提出は不要）を用いることもできます。

製品安全誓約に関するKPI（第1項目関係）の整理資料について

No.	ウェブサイト等の参照年月日	製品の参照件数	製品の特定年月日	製品の特定件数	出品削除年月日	製品の出品削除件数	製品URL	備考
1	【例】 2023/10/10	1	【例】 2023/10/12	1	【例】 2023/10/13	1	www.●●.▲▲.jp	
2	【例】 2023/11/10	1	【例】 2023/11/12	2	【例】 2023/10/13	2	www.▲●.▲●.jp www.●▲.●▲.jp	色違いの製品を別の販売者が出品
3								
4								
5								
6								
7								
8								
9								
10								
11								
12								
13								
14								
15								
16								
17								
18								
19								
20								

(注) 各オンラインマーケットプレイス事業者の実情に合わせて項目をご修正ください。

規制当局等のウェブサイト一覧

No.	ウェブサイト名	URL	留意事項
1	消費者庁 「リコール情報サイト（重要なお知らせ一覧）」	https://www.recall.caa.go.jp/result/index.php?screenkbn=02	定期的に確認いただくサイト。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。 【確認方法】 ・重大製品事故の公表（原則、火・金曜日）後、公表された製品が過去にリコールが開始された製品に該当すれば、「重要なお知らせ一覧」の上部に掲載される。 ・該当する製品を押下すると「商品情報詳細」ページが表示され、当該ページに「対応開始日」欄にリコール開始日、「備考」欄に重大製品事故の公表日がそれぞれ表示される。両日付が離れていれば、過去にリコールが開始されたにもかかわらず、重大製品事故が発生した製品に該当する。
2	厚生労働省 「薬物乱用防止に関する情報」	https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/kenkou_iryoku/iyakuhin/yakubuturanyou/index.html	定期的に参照いただくサイト。「麻薬」、「指定薬物」及び「広告禁止物品」が掲載される。 【確認方法】 ・麻薬 当該サイト内にある「薬物関連の法令等」の「麻薬の指定状況」に掲載されている「麻薬及び向精神薬取締法」及び「麻薬、麻薬原料植物、向精神薬、麻薬向精神薬原料等を指定する政令」の両ファイルを参照。 ・指定薬物 当該サイト内にある「危険ドラッグのこと」の「指定薬物名称・構造式一覧」のファイルを参照。 ・広告禁止物品 当該サイト内にある「告示禁止物品」のお知らせのファイルを参照。詳細は、広域禁止物品としての官報告示公布された際に、同じタイミングで上記ページ「薬物乱用防止に関する情報」の「お知らせ」にて「生産及び流通を広域的に規制する必要がある物品14製品を新たに追加する告示をいたしました。現在の告示禁止物品（広域規制製品）は計58製品であり、その包装等は次のとおりです。」等の内容で公表される。
3	経済産業省 「リコール情報」	https://www.meti.go.jp/product_safety/recall/index.html	定期的に参照いただくサイト。消費生活用製品安全法の重大製品事故報告がなされた場合は、赤く色づけがされている。
4	OECD 「The GlobalRecalls portal」	https://globalrecalls.oecd.org/	参考的に確認いただくサイト。経済産業省から提供する海外リコール製品の詳細が掲載される。
5	総務省消防庁 「消費者事故などについて」	https://www.fdma.go.jp/pressrelease/accident/accident001.html	参考的に確認いただくサイト。消防関係製品に関する不具合情報が掲載される。
6	経済産業省 「事故情報の検索（公表ポータルサイト）」	https://hoan-net.meti.go.jp/prweb/PRAuth/public-portal	参考的に確認いただくサイト。最新の事故通知内容が掲載される。※一部製品名の記載あり
7-①	国土交通省 「自動車のリコール・不具合情報」	https://renrakuda.mlit.go.jp/renrakuda/top.html	参考的に確認いただくサイト。自動車のリコール・不具合情報が掲載される。
7-②	国土交通省 「特定小型原動機付自転車の保安基準不適合車両への対応」	https://www.mlit.go.jp/jidosha/jidosha_fr7_000058.html	参考的に確認いただくサイト。市場採取によるサーベイランスにおいて、道路運送車両の保安基準不適合が確認された特定小型原動機付自転車の車種が掲載される。
7-③	国土交通省 「一般小型原動機付自転車の保安基準不適合車両への対応」	https://www.mlit.go.jp/jidosha/jidosha_fr7_000092.html	参考的に確認いただくサイト。市場採取によるサーベイランスにおいて、道路運送車両の保安基準不適合が確認された一般小型原動機付自転車の車種が掲載される。
8	独立行政法人製品評価技術基盤機構 「最新事故情報」	https://www.nite.go.jp/jiko/jikojozhou/information/index.html	参考的に確認いただくサイト。最新の事故通知内容及びN I T E の調査状況が掲載される。※一部製品名の記載あり
9	独立行政法人製品評価技術基盤機構 「リコール情報」	https://www.nite.go.jp/jiko/jikojozhou/recall_new/index4.html	参考的に確認いただくサイト。経済産業省「リコール情報」よりも過去のリコール情報が充実（1989年4月以降分を掲載）している。

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

(製品安全誓約第3項目・OM事業者が独自設定した製品識別番号を使用する場合)

1. 規制当局 → オンラインマーケットプレイス事業者【規制当局が記載】※出品者に伝達可	
削除要請の内容	記載欄
要請日	
OM名	
販売者（販売事業者）名等	
製造事業者、輸入事業者名	
対象製品型番、製品番号	
対象製品名	
OM製品識別番号	
対象製品ページ（URL）	
リコール情報等	
販売者への照会状況・履歴 (注1) 日付、対応及びその結果を明確に記載 (注2) 販売者に照会をしない場合は理由を記載	
出品削除要請の理由	
規制省庁からの「出品再開条件」の指定（有・無）	
「有」の場合はその条件 (注1) OMによる資料確認、規制当局による資料確認の必要性を記載 (注2) 指定する場合は合理的な条件を記載	

2. オンラインマーケットプレイス事業者 → 規制当局【OM事業者が記載】	
削除結果の内容	記載欄
OM管理番号	
受付日	
OM事業者担当部署名・担当者名	
出品削除対応期限	
出品削除実施日	
提示した情報に基づく削除対象製品数 (注) OM事業者が独自設定した「製品識別番号」を使用している場合は当該番号に該当する件数	
提示した情報に基づく削除実施製品数 (注) OM事業者が独自設定した「製品識別番号」を使用している場合は当該番号に該当する件数	
期限超過や対応未済の理由 (注) 該当する場合のみ	
出品削除の対象製品ではなかった場合 (注) 該当する場合のみ	

○連絡欄（規制当局が記載。省庁名、部署名、連絡先電話番号及びメールアドレスは出品者に伝達可。）

依頼No. ※OM名＋連番	
省庁名	
部署名	
担当者名・役職名	
連絡先電話番号	
連絡先メールアドレス (注) 別紙2記載のものを使用	

【記載要領】

- ・本様式は、出品削除を要請する **製品識別番号ごと** に作成
- ・「受付日」欄は、規制当局の情報を基に、該当する製品が特定できた日を記載
- ・本表において、「オンラインマーケットプレイス」を「OM」と記載

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
(製品安全誓約第3項目・OM事業者が独自設定した製品識別番号を使用する場合)

1. 規制当局 → オンラインマーケットプレイス事業者【規制当局が記載】※出品者に伝達可	
削除要請の内容	記載欄
要請日	【例】2023年6月1日（木）
OM名	(注) 複数のOMを運営している場合には該当するOM名を記載
販売者（販売事業者）名等	【例】 〇〇〇〇（販売事業者） □□県□□□□市□□-□□（住所） △△-△△△△-△△△△（電話番号） 〇〇〇〇（業務責任者）
製造事業者、輸入事業者名	【例】〇〇〇〇株式会社（製造事業者）
対象製品型番、製品番号	【例】AB-CDEF-1234
対象製品名	【例】□□□□□
OM製品識別番号	【例】△△△△△
対象製品ページ（URL）	【例】https://〇〇〇.co.jp/〇〇〇〇
リコール情報等	【例】https://△△△.co.jp/△△△△
販売者への照会状況・履歴 (注1) 日付、対応及びその結果を明確に記載 (注2) 販売者に照会をしない場合は理由を記載	【例】 2022年5月10日：PSLPGに係る経済産業省への届出の有無、技術基準に適合することを証明する資料の送付を依頼。 2022年5月20日：二回目の催促を実施。 (注) 2023年6月1日（要請日）時点では未回答
出品削除要請の理由	【例】液石法に基づくPSLPGの対象品目に該当するが、法令で定める技術基準への適合が確認できないため。
規制省庁からの「出品再開条件」の指定（有・無）	有
「有」の場合はその条件 (注1) OMIによる資料確認、規制当局による資料確認の必要性を記載 (注2) 指定する場合は合理的な条件を記載	【例】販売者が規制当局へ連絡し、規制当局が出品再開可の判断をOMに連絡した場合

2. オンラインマーケットプレイス事業者 → 規制当局【OM事業者が記載】	
削除結果の内容	記載欄
OM管理番号	【例】〇〇〇（OM側の管理番号を記載）
受付日	【例】2023年6月1日（木）
OM事業者担当部署名・担当者名	【例】〇〇〇（部署名、担当者名を記載）
出品削除対応期限	【例】2023年6月5日（月）
出品削除実施日	【例】2023年6月2日（金）
提示した情報に基づく削除対象製品数 (注) OM事業者が独自設定した「製品識別番号」を使用している場合は当該番号に該当する件数	【例】〇件
提示した情報に基づく削除実施製品数 (注) OM事業者が独自設定した「製品識別番号」を使用している場合は当該番号に該当する件数	【例】〇件
期限超過や対応未済の理由 (注) 該当する場合のみ	【例】担当者が作業を失念していた。
出品削除の対象製品ではなかった場合 (注) 該当する場合のみ	【例】〇〇〇〇

○連絡欄（規制当局が記載。省庁名、部署名、連絡先電話番号及びメールアドレスは出品者に伝達可。）

依頼No. ※OM名+連番	【例】〇〇〇〇-15
省庁名	【例】〇〇省
部署名	【例】〇〇局〇〇課
担当者名・役職名	【例】〇〇〇〇（△△係長）
連絡先電話番号	【例】〇〇-〇〇〇〇-〇〇〇〇
連絡先メールアドレス (注) 別紙2記載のものを使用	【例】〇〇-〇〇@〇〇.go.jp

【記載要領】

- ・本様式は、出品削除を要請する **製品識別番号ごと** に作成
- ・「受付日」欄は、規制当局の情報を基に、該当する製品が特定できた日を記載
- ・本表において、「オンラインマーケットプレイス」を「OM」と記載

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
(製品安全誓約第3項目・OM事業者が独自設定した製品識別番号を使用しない場合)

1. 規制当局 → オンラインマーケットプレイス事業者【規制当局が記載】※出品者に伝達可	
削除要請の内容	記載欄
要請日	
OM名	
販売者（販売事業者）名等	
製造事業者、輸入事業者名	
対象製品型番、製品番号	
対象製品名	
対象製品ページ（URL）	
リコール情報等	
販売者への照会状況・履歴 (注1) 日付、対応及びその結果を明確に記載 (注2) 販売者に照会をしない場合は理由を記載	
出品削除要請の理由	
規制省庁からの「出品再開条件」の指定（有・無）	
「有」の場合はその条件 (注1) OMによる資料確認、規制当局による資料確認の必要性を記載 (注2) 指定する場合は合理的な条件を記載	

2. オンラインマーケットプレイス事業者 → 規制当局【OM事業者が記載】	
削除結果の内容	記載欄
OM管理番号	
受付日	
OM事業者担当部署名・担当者名	
出品削除対応期限	
出品削除実施日	
提示した情報に基づく削除対象製品数	
提示した情報に基づく削除実施製品数	
期限超過や対応未済の理由（注）該当する場合のみ	
出品削除の対象製品ではなかった場合（注）該当する場合のみ	

○連絡欄（規制当局が記載。省庁名、部署名、連絡先電話番号及びメールアドレスは出品者に伝達可。）

依頼No. ※OM名＋連番	
省庁名	
部署名	
担当者名・役職名	
連絡先電話番号	
連絡先メールアドレス（注）別紙2記載のものを使用	

【記載要領】

- ・本様式は、出品削除を要請する 対象製品ページ（URL） ごとに作成
- ・「受付日」欄は、規制当局の情報を基に、該当する製品が特定できた日を記載
- ・本表において、「オンラインマーケットプレイス」を「OM」と記載

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
(製品安全誓約第3項目・OM事業者が独自設定した製品識別番号を使用しない場合)

1. 規制当局 → オンラインマーケットプレイス事業者【規制当局が記載】※出品者に伝達可	
削除要請の内容	記載欄
要請日	【例】2023年6月1日（木）
OM名	(注) 複数のOMを運営している場合には該当するOM名を記載
販売者（販売事業者）名等	【例】 〇〇〇〇（販売事業者） □□県□□□□市□□-□□（住所） △△-△△△△-△△△△（電話番号） 〇〇〇〇（業務責任者）
製造事業者、輸入事業者名	【例】〇〇〇〇株式会社（製造事業者）
対象製品型番、製品番号	【例】AB-CDEF-1234
対象製品名	【例】□□□□□
対象製品ページ（URL）	【例】https://〇〇〇.co.jp/〇〇〇〇
リコール情報等	【例】https://△△△.co.jp/△△△△
販売者への照会状況・履歴 (注1) 日付、対応及びその結果を明確に記載 (注2) 販売者に照会をしない場合は理由を記載	【例】 2022年5月10日：PSLPGに係る経済産業省への届出の有無、技術基準に適合することを証明する資料の送付を依頼。 2022年5月20日：二回目の催促を実施。 (注) 2023年6月1日（要請日）時点では未回答
出品削除要請の理由	【例】液石法に基づくPSLPGの対象品目に該当するが、法令で定める技術基準への適合が確認できないため。
規制省庁からの「出品再開条件」の指定（有・無）	有
「有」の場合はその条件 (注1) OMによる資料確認、規制当局による資料確認の必要性を記載 (注2) 指定する場合は合理的な条件を記載	【例】販売者が規制当局へ連絡し、規制当局が出品再開可の判断をOMに連絡した場合

2. オンラインマーケットプレイス事業者 → 規制当局【OM事業者が記載】	
削除結果の内容	記載欄
OM管理番号	【例】〇〇〇（OM側の管理番号を記載）
受付日	【例】2023年6月1日（木）
OM事業者担当部署名・担当者名	【例】〇〇〇（部署名、担当者名を記載）
出品削除対応期限	【例】2023年6月5日（月）
出品削除実施日	【例】2023年6月2日（金）
提示した情報に基づく削除対象製品数	【例】〇件
提示した情報に基づく削除実施製品数	【例】〇件
期限超過や対応未済の理由（注）該当する場合のみ	【例】担当者が作業を失念していた。
出品削除の対象製品ではなかった場合（注）該当する場合のみ	【例】〇〇〇〇

○連絡欄（規制当局が記載。省庁名、部署名、連絡先電話番号及びメールアドレスは出品者に伝達可。）

依頼No. ※OM名＋連番	【例】〇〇〇〇-15
省庁名	【例】〇〇省
部署名	【例】〇〇局〇〇課
担当者名・役職名	【例】〇〇〇〇（△△係長）
連絡先電話番号	【例】〇〇-〇〇〇〇-〇〇〇〇
連絡先メールアドレス（注）別紙2記載のものを使用	【例】〇〇-〇〇@〇〇.go.jp

【記載要領】

- ・本様式は、出品削除を要請する対象製品ページ（URL）ごとに作成
- ・「受付日」欄は、規制当局の情報を基に、該当する製品が特定できた日を記載
- ・本表において、「オンラインマーケットプレイス」を「OM」と記載

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
(製品安全誓約第3項目・CtoCの場合)

1. 規制当局 → オンラインマーケットプレイス事業者【規制当局が記載】※出品者に伝達可	
削除要請の内容	記載欄
要請日	
OM名	
出品者名・出品者URL	
製造事業者、輸入事業者名（注）不明な場合はブランド名	
対象製品型番、製品番号	
対象製品名（注）OM製品識別番号があれば記載	
対象製品ページ（URL）	
リコール情報等	
出品者への照会状況・履歴 （注1）OMの機能上照会が可能な場合に記載 （注2）（可能な場合は）日付、対応及びその結果を明確に記載 （注3）コメント欄を全ての者が見ることができる場合、記載ぶりに留意 （注4）販売者に照会をしない場合は理由を記載	
出品者の状況（外観）（注）事業者と個人の別を記載	
出品削除要請の理由 （注1）出品者が事業者と判断した場合はその理由を記載 （注2）削除理由として「安全性についての重大リスク」「法令違反」等を記載	
規制省庁からの「出品再開条件」の指定（有・無）	
「有」の場合はその条件 （注1）OMによる資料確認、規制当局による資料確認の必要性を記載 （注2）指定する場合は合理的な条件を記載	

2. オンラインマーケットプレイス事業者 → 規制当局【OM事業者が記載】	
削除結果の内容	記載欄
OM管理番号	
受付日	
OM事業者担当部署名・担当者名	
出品削除対応期限	
出品削除実施日	
提示した情報に基づく削除対象製品数	
提示した情報に基づく削除実施製品数	
期限超過や対応未済の理由（注）該当する場合のみ	
出品削除の対象製品ではなかった場合（注）該当する場合のみ	

○連絡欄（規制当局が記載。省庁名、部署名、連絡先電話番号及びメールアドレスは出品者に伝達可。）

依頼No. ※OM名＋連番	
省庁名	
部署名	
担当者名・役職名	
連絡先電話番号	
連絡先メールアドレス（注）別紙2記載のものを使用	

【記載要領】

- ・本様式は、出品削除を要請する 対象製品ページ（URL） ごとに作成
- ・「受付日」欄は、規制当局の情報を基に、該当する製品が特定できた日を記載
- ・本表において、「オンラインマーケットプレイス」を「OM」と記載

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

(製品安全誓約第3項目・CtoCの場合)

1. 規制当局 → オンラインマーケットプレイス事業者【規制当局が記載】※出品者に伝達可	
削除要請の内容	記載欄
要請日	【例】2023年6月1日（木）
OM名	（注）複数のOMを運営している場合には該当するOM名を記載
出品者名・出品者URL	【例】〇〇〇〇（出品者名） 【例】https://〇〇〇.co.jp/〇〇〇〇（出品者URL） （注）その他、出品者のページに関連情報があれば簡記する。
製造事業者、輸入事業者名（注）不明な場合はブランド名	【例】〇〇〇〇株式会社（製造事業者）
対象製品型番、製品番号	【例】AB-CDEF-1234
対象製品名（注）OM製品識別番号があれば記載	【例】□□□□□（△△△△△）
対象製品ページ（URL）	【例】https://〇〇〇.co.jp/〇〇〇〇
リコール情報等	【例】https://△△△.co.jp/△△△△
出品者への照会状況・履歴 （注1）OMの機能上照会が可能な場合に記載 （注2）（可能な場合は）日付、対応及びその結果を明確に記載 （注3）コメント欄を全ての者が見ることができる場合、記載ぶりに留意 （注4）販売者に照会をしない場合は理由を記載	【例】 2022年5月20日：照会「電圧やプラグは日本仕様でしょうか」 2022年5月22日：回答「3ピンのプラグですが、アース線を部品で塞ぎ使用可能です」 2022年5月23日：照会「PSEマークはありますか」 （注）2023年6月1日（要請日）時点では未回答
出品者の状況（外観）（注）事業者と個人の別を記載	事業者
出品削除要請の理由 （注1）出品者が事業者と判断した場合はその理由を記載 （注2）削除理由として「安全性についての重大リスク」「法令違反」等を記載	【事業者と判断した例】幅広く同一の製品を多数出品している状況から、事業者と判断 【削除理由の例】電気用品安全法に基づくPSEの対象品目に該当するが、法令で定める技術基準への適合が確認できないため。
規制省庁からの「出品再開条件」の指定（有・無）	有
「有」の場合はその条件 （注1）OMによる資料確認、規制当局による資料確認の必要性を記載 （注2）指定する場合は合理的な条件を記載	【例】販売者が規制当局へ連絡し、規制当局が出品再開可の判断をOMに連絡した場合

2. オンラインマーケットプレイス事業者 → 規制当局【OM事業者が記載】	
削除結果の内容	記載欄
OM管理番号	【例】〇〇〇（OM側の管理番号を記載）
受付日	【例】2023年6月1日（木）
OM事業者担当部署名・担当者名	【例】〇〇〇（部署名、担当者名を記載）
出品削除対応期限	【例】2023年6月5日（月）
出品削除実施日	【例】2023年6月2日（金）
提示した情報に基づく削除対象製品数	【例】〇件
提示した情報に基づく削除実施製品数	【例】〇件
期限超過や対応未済の理由（注）該当する場合のみ	【例】担当者が作業を失念していた。
出品削除の対象製品ではなかった場合（注）該当する場合のみ	【例】〇〇〇〇

○連絡欄（規制当局が記載。省庁名、部署名、連絡先電話番号及びメールアドレスは出品者に伝達可。）

依頼No. ※OM名＋連番	【例】〇〇〇〇－15
省庁名	【例】〇〇省
部署名	【例】〇〇局〇〇課
担当者名・役職名	【例】〇〇〇〇（△△係長）
連絡先電話番号	【例】〇〇－〇〇〇〇－〇〇〇〇
連絡先メールアドレス（注）別紙2記載のものを使用	【例】〇〇－〇〇@〇〇.go.jp

【記載要領】

- ・本様式は、出品削除を要請する対象製品ページ（URL）ごとに作成
- ・「受付日」欄は、規制当局の情報を基に、該当する製品が特定できた日を記載
- ・本表において、「オンラインマーケットプレイス」を「OM」と記載

製品安全制度に関する情報一覧

No.	ウェブサイト名	URL
1-①	<消費者庁ウェブサイト> 消費生活用製品安全法（重大製品事故情報報告・公表制度）	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_safety/centralization_of_accident_information/index.html#product_safety_law
1-②	<消費者庁ウェブサイト> 「デジタルプラットフォームとの上手な付き合い方」	https://www.caa.go.jp/notice/assets/future_caa_cms201_210420_02.pdf
1-③	<消費者庁ウェブサイト> ご存じですか？ 重大製品事故報告制度(チラシ)(英語版)	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_safety/product_safety_pledge/assets/consumer_safety_cms205_230829_01.pdf
2-①	<総務省消防庁ウェブサイト> 「検定制度について」	https://www.fdma.go.jp/mission/prevention/post-15.html
2-②	<総務省消防庁ウェブサイト> 「自主表示制度について」	https://www.fdma.go.jp/mission/prevention/post-16.html
2-③	<総務省消防庁ウェブサイト> 「防火の知識と実際（防災普及用資料）」	https://www.fdma.go.jp/relocation/html/life/yobou_contents/fire_retardant/pdf/bouen_01.pdf
3-1	<厚生労働省ウェブサイト> 「家庭用品の安全対策」	http://www.nihs.go.jp/mhlw/chemical/katei/kateiindex.html
3-2	厚生労働省 「薬物乱用防止に関する情報」	https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/kenkou_iryuu/iyakuhin/yakubuturanyou/index.html
4-1-①	<経済産業省ウェブサイト> 「製品安全ガイド」－「事業者のみなさまへ」	https://www.meti.go.jp/product_safety/producer/index.html
4-1-②	<経済産業省ウェブサイト> 「製造・輸入事業者ガイド」（電気用品安全法）	https://www.meti.go.jp/policy/consumer/seian/denan/pse_guide.html
4-1-③	<経済産業省ウェブサイト> 「法令業務実施ガイド」（消費生活用製品安全法）	https://www.meti.go.jp/policy/consumer/seian/shouan/notification.html
4-1-④	<経済産業省ウェブサイト> 「「事業届」に関する説明資料」（ガス事業法）	https://www.meti.go.jp/policy/consumer/seian/gasji/notification.html
4-1-⑤	<経済産業省ウェブサイト> 「「事業届」に関する説明資料」（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）	https://www.meti.go.jp/policy/consumer/seian/ekiseki/notification.html
4-1-⑥	<経済産業省ウェブサイト> 「長期使用製品安全点検制度」	https://www.meti.go.jp/product_safety/producer/shouan/07_tyouki.html
4-1-⑦	<経済産業省ウェブサイト> 「製品安全ガイド」－「インターネット取引における製品の安全性確保について」	https://www.meti.go.jp/product_safety/consumer/system/06.html
4-1-⑧	<経済産業省ウェブサイト（英語）> [Warning for Those Who Sell Products via the Internet]	https://www.meti.go.jp/english/policy/economy/consumer/pdf/warning.pdf
4-2	<経済産業省ウェブサイト> 高圧ガスに関する規制について（容器等に関する規制）	https://www.meti.go.jp/policy/safety_security/industrial_safety/sangyo/hipregas/kisei/youki.html
5-①	<国土交通省ウェブサイト> 「特定小型原動機付自転車について」	https://www.mlit.go.jp/jidosha/jidosha_fr7_000058.html
5-②	<国土交通省ウェブサイト> 「一般原動機付自転車について」	https://www.mlit.go.jp/jidosha/jidosha_fr7_000092.html

（注）国家行政組織法（昭和二十三年法律第二十号）第3条第4項の規定に基づく順となります。

法令照会に関する規制当局の窓口一覧

No.	省庁名	担当部署名	問い合わせ内容	電話番号	専用メールアドレス
1	消費者庁	消費者安全課	消費生活用製品安全法に関すること（重大製品事故報告の受付）	03-3507-8800 （代表）	g.seihinanzen@caa.go.jp
2	総務省 消防庁	予防課	検定対象機械器具等、自主表示対象機械器具等、防災対象物品に関すること	03-5253-5111（代表） （内線42445・42472）	fdma-yoboujiko@soumu.go.jp
3-1	厚生労働省	医薬局 医薬品審査管理課 化学物質安全対策室	「有害物質を含有する家庭用品の規制に関する法律」に関すること	03-5253-1111 （内線2423・2424）	chem-health@mhlw.go.jp
3-2	厚生労働省	医薬局 監視指導・麻薬対策課	「麻薬及び向精神薬取締法」及び「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」に関すること	03-5253-1111（代表） （内線2779・2795）	seihinanzen-kannshi-mayaku@mhlw.go.jp
4-1-①	経済産業省	産業保安グループ製品安全課	電気用品安全法に関すること	03-3501-1511 （代表）	bzl-meti-psd@meti.go.jp
4-1-②	経済産業省	産業保安グループ製品安全課	消費生活用製品安全法（石油機器以外）に関すること/家庭用品品質表示法に関すること	03-3501-1511 （代表）	bzl-psc@meti.go.jp
4-1-③	経済産業省	産業保安グループ製品安全課	ガス事業法（ガス機器）に関すること/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（液化石油ガス器具等）に関すること/消費生活用製品安全法（石油機器）に関すること	03-3501-1511 （代表）	bzl-psd-gas@meti.go.jp
4-1-④	経済産業省	産業保安グループ製品安全課	リコールに関すること/長期使用製品安全点検制度に関すること/製品事故に関すること	03-3501-1511 （代表）	bzl-seihin-zen@meti.go.jp
4-1-⑤	経済産業省	産業保安グループ製品安全課	その他製品安全に関すること	03-3501-1511 （代表）	bzl-meti-ps-website@meti.go.jp
4-2	経済産業省	産業保安グループ高圧ガス保安室	高圧ガスを充填するための容器及び附属品に関すること	03-3501-1706	bzl-koatsu-gas@meti.go.jp
5	国土交通省	物流・自動車局 審査・リコール課	年少者用補助乗車装置、特定小型原動機付自転車、一般小型原動機付自転車の安全に関すること	03-5253-8111 （内線42354）	hqt-fuguai-jyuhou@ki.mlit.go.jp

（注）国家行政組織法（昭和二十三年法律第二十号）第3条第4項の規定に基づく順となります。

改訂履歴一覧

日付	頁	改訂箇所	改訂内容
2023.6.15	-	-	新規策定
2023.10.1	別紙2、6、7等	組織名称の変更等所要の改訂	組織名変更等に伴う改訂
2023.12.25 (2024.1.1施行)	別紙1、2、4、6、7等	厚生労働省（有害物質を含有する家庭用品の規制に関する法律）の追加等所要の改訂	所管省庁担当者向け手引きの追加等に伴う改訂
2024.2.16 (2024.2.16施行)	別紙4	参照先ウェブサイトの追加による改訂	参照先ウェブサイトの追加に伴う改訂
2024.3.26 (2024.4.1施行)	本文、別紙5-1～5-3、7	再出品阻止の取組等所要の改訂	再出品阻止の取組の追加等に伴う改訂
2024.7.5 (2024.8.1施行)	本文、別紙3	消費者からの通知手段の取組等所要の改訂	消費者からの通知手段の取組の追加等に伴う改訂
2024.12.12 (2024.12.12施行)	別紙2、4、6、7、9	厚生労働省（「麻薬及び向精神薬取締法」及び「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」）の追加等所要の改訂	所管省庁担当者向け手引きの追加等に伴う改訂
2025.6.1 (2025.6.1施行)	別紙1、2、4、6、7、9	国土交通省（道路運送車両法）の所管する主な製品の追加等所要の改訂	所管省庁担当者向け手引きの改訂等に伴う改訂

【参考】所管省庁担当者向け手引き (安全ではない製品の該当性及び第4項目関係再掲)

○安全ではない製品の該当性

法律名	記載内容（再掲）
・ 消防法 【所管省庁】 総務省消防庁	所管省庁は、製品安全誓約（日本国）事業者向けガイダンス「Ⅳ 定義」に記載している「安全ではない製品」の該当性について、消防法では、法令順守されていない事実が確認された製品であって、以下に掲げる適合性が確認できない製品を想定しています。 ○（1）から（4）に示す法令で定める表示がない製品または紛らわしい表示が付されている製品 ○技術基準に適合していない製品 （1）消防法施行規則 別表第3【検定対象機械器具等】 ・ 消火器、火災報知設備の感知器又は発信機、中継器、受信機、金属製避難はしご ・ 緩降機 ・ 消火器用消火薬剤、泡消火薬剤 ・ 閉鎖型スプリンクラーヘッド ・ 流水検知装置、一斉開放弁、住宅用防災警報器 （2）消防法施行規則 別表第4【自主表示対象機械器具等】 ・ 動力消防ポンプ ・ 消防用ホース ・ 消防用吸管 ・ 結合金具 ・ エアゾール式簡易消火具、漏電火災警報器の変流器又は受信機 （3）消防法第8条の3第3項に定める指定表示【JISマーク】 ・ 日本産業規格L4404に適合するじゅうたんであって防災対象物品の材料に使用されるものに付される表示（日本産業規格L4404の難燃性の表示） ・ 日本産業規格L4405に適合するタフテッドカーベットであって防災対象物品の材料に使用されるものに付される表示（日本産業規格L4405の難燃性の表示） ・ 日本産業規格L4406に適合するタイルカーベットであって防災対象物品の材料に使用されるものに付される表示（日本産業規格L4406の難燃性の表示） ・ 日本産業規格A5705に適合するビニル系床材（置敷きビニル床タイル及び薄型置敷きビニル床タイルに限る）であって防災対象物品の材料に使用されるものに付される表示（産業標準化法第30条第1項の表示） 備考 ・ 「JISマーク」と「難燃」が表示されます。 ・ 旧JISマークは引き続き指定表示としての効力を有しています。 ・ ビニル系床材については、「JISマーク」と「難燃」の位置関係の表示例が規定されていないため、他と違う位置関係で表示される場合もあります。 （4）消防法施行規則 別表第1の2の2【防災物品】 ①布製のブラインド、展示用の合板、どん帳その他これに類する舞台において使用する大道具用の合板及び工事用シート並びにこれらの材料 ②じゅうたん等及びその材料 ③①及び②に掲げる防災物品以外の防災物品 ア. 消防庁長官が定める防災性能に係る耐洗濯性能の基準に適合するもの （ア）水洗い洗濯及びドライクリーニングについて基準に適合するもの （イ）水洗い洗濯について基準に適合するもの （ウ）ドライクリーニングについて基準に適合するもの イ. アに掲げるものの以外のもの 備考 ・ 様式の色彩は、地を白地、文字のうち「防災」にあっては赤色、「消防庁登録番号」及び「登録確認機関名」にあっては黒色、その他のものにあっては緑色、横線を黒色とする。 ・ 登録確認機関の確認を受けていない場合又は登録確認機関の確認を受けたが当該登録確認機関の名称を記載しない場合は、「登録確認機関名」に代えて「防災性能について自己確認した者の名称」とする。

【参考】所管省庁担当者向け手引き
(安全ではない製品の該当性及び第4項目関係再掲)

○安全ではない製品の該当性

法律名	記載内容（再掲）
・有害物質を含有する家庭用品の規制に関する法律 【所管省】 厚生労働省	所管省は、事業者向けガイダンスの「Ⅳ 定義」に記載している「（４）安全ではない製品」の該当性については、以下の場合を想定しています。 (1) 厚生労働省又は地方自治体による検査で、基準違反の事実が確認された製品 (2) 有害物質を含有する家庭用品の規制に関する法律第6条第1項又は第2項に基づき、製品の回収等の措置が命じられた製品 (3) (1)又は(2)に該当するにもかかわらず、例えば、以下の理由に該当するため、その是正（法令遵守や製品回収（リコール）の実施や継続）が困難な製品 ① 製造事業者、輸入事業者又は販売者が国内に不存在（海外所在） ② 国内に存在していた製造事業者、輸入事業者又は販売者が倒産

【参考】所管省庁担当者向け手引き (安全ではない製品の該当性及び第４項目関係再掲)

○安全ではない製品の該当性

法律名	記載内容（再掲）
・麻薬及び向精神薬取締法 ・医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保に関する法律 【所管省】 厚生労働省	所管省は、「事業者向けガイダンスⅣ 定義」に記載している「安全ではない製品」の該当性について、オンラインマーケットプレイス上において、次に掲げる製品のうち、例えば、グミやクッキー等の菓子類を模した物、電子タバコ等に用いられるリキッド、植物片、紙片等に混入した状態で販売されているような製品を想定しています。 １．麻薬及び向精神薬取締法に規定する「麻薬」成分が混入（疑いを含む。）した製品 本所管省では、濫用のおそれ及び有害作用がある物で麻薬として指定する必要がある成分を発見した場合、麻薬、麻薬原料植物、向精神薬、麻薬向精神薬原料等を指定する政令（平成２年政令第238号。以下「指定政令」といいます。）において「麻薬」として指定し、流通等を規制しています。 【安全ではない製品】 例えば、次のような製品を想定しています。 ・本所管省が公布する指定政令に定められている麻薬の名称が記載されている製品（「通称名」（例：ADB-BUTINACA）により麻薬が記載されている製品を含む。） ※指定政令の一部を改正する政令の公布から施行までに一定期間を設けているのは、既に所持している購入者が地方厚生局麻薬取締部等に任意提出し、廃棄するための期間であり、そのような製品を販売する業者が売り切るための期間ではないことから、保健衛生上の危害を防止するため、オンラインマーケットプレイス上から公布後直ちに削除する必要がある。 ２．医薬品医療機器等法に規定する「指定薬物」に係る製品 (1) 医薬品医療機器等法に規定する「指定薬物」に係る製品成分が混入（疑いを含む。）した製品 本所管省では、中枢神経系への作用を有する蓋然性が高く、人の身体に使用された場合に保健衛生上の危害が発生するおそれのあるものを発見した場合、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第二条第十五項に規定する指定薬物及び同法第七十六条の四に規定する医療等の用途を定める省令（平成19年厚生労働省令第14号。以下「省令」といいます。）において「指定薬物」として指定し、流通等を規制しています。 【安全ではない製品】 例えば、次のような製品を想定しています。 ・本所管省が公布する指定省令に定められている指定薬物の名称が記載されている製品（「通称名」（例：HHCH）により指定薬物が記載されている製品を含む。） ※指定省令の一部を改正する省令の公布から施行までに一定期間を設けているのは、既に所持している購入者が地方厚生局麻薬取締部等に任意提出し、廃棄するための期間であり、そのような製品を販売する業者が売り切るための期間ではないことから、保健衛生上の危害を防止するため、オンラインマーケットプレイス上から公布後直ちに削除する必要がある。 (2) 医薬品医療機器等法に規定する「指定薬物」に速やかに指定する可能性のある成分が混入（疑いを含む。）した製品 ①広域禁止物品として官報告示公示前の製品 本所管省は、指定薬物と同等以上の精神毒性を有する蓋然性が高い製品を発見した場合、当該製品を販売等する者に対して、当該製品が指定薬物に該当するか否かの検査を命じるとともに、検査結果が得られるまでの間、当該製品の販売等の停止を命じることとなります。 また、販売等の停止命令の対象とした製品のうち、例えば、広い範囲で販売等されているなど、生産や流通を広域的に規制する必要があると認める製品について、当該製品と名称、形状及び包装からみて、同一のものと認められる製品を官報で告示することにより、当該製品の販売等を禁止することとなります。 【安全ではない製品】 この段階では、例えば、次のような製品を想定しています。 ・摂取したことによる健康被害が生じており、本所管省において、販売者に対して、立入検査や検査命令をかける予定の製品 ・本所管省において、販売者に対して、検査命令等を命じた製品 ・広域禁止物品として官報告示を実施する予定の製品 ②広域禁止物品として官報告示公示後の製品 【安全ではない製品】 この段階では、例えば、次のような製品を想定しています。 ・広域禁止物品として官報告示により公示した製品

【参考】所管省庁担当者向け手引き
(安全ではない製品の該当性及び第4項目関係再掲)

○安全ではない製品の該当性

法律名	記載内容（再掲）
・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（※4法律を総称して、「製品安全4法」） 【所管省庁】 消費生活用製品安全法：経済産業省、農林水産省及び消費者庁共管 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：経済産業省所管	所管省庁は、製品安全誓約（日本国）事業者向けガイダンス「Ⅳ 定義」に記載している「安全ではない製品」の該当性について、製品安全4法では、例えば以下の場合を想定しています。 (1) 法令遵守されていない事実が確認された製品であり、例えば、以下に該当する製品 ① PSマークや届出事業者名が虚偽である製品 ② 技術基準に適合していない製品 ア．製品安全4法（共通） （ア）PSマークの表示が付されていないPSマークの対象品目 （イ）経済産業省が法令で定めた技術基準等に適合していないと判断されたPSマークの対象品目（届出事業者名の表示がないものも含む。） イ．消費生活用製品安全法 製品への表示等に不備が認められた特定保守製品 ③ PSマークの対象となる品目の製品であるものの、例えば、海外仕様のままの状態で個人輸入された製品等、日本国内での使用を前提としていない状態であり、製品の安全性が確認されていない製品 (2) 消費生活用製品安全法第2条第5項に規定する事象（製品事故）や同法第2条第6項及び同法施行令第5条に規定する事象（重大製品事故）が複数発生している、又は増加傾向を示しているなど、消費者の生命身体に係る安全上の問題が生じているにもかかわらず、例えば、以下の理由に該当するため、その是正（法令遵守やリコールの実施や継続）が困難な製品 ① 製造事業者、輸入事業者又は販売者が国内に不存在（海外所在） ② 国内に存在していた製造事業者、輸入事業者又は販売者が倒産 (3) この他、消費者の生命身体に係る安全上の問題が生じる可能性がある、例えば、以下の事例のような製品 ① 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、又は増加傾向を示していることが認められている製品 ② 海外の規制担当当局等よりリコールが発表されている製品と同一の製品、同種の製品（例えば、色違いや個数違いが考えられる。）、同規格・設計・仕様の製品（例えば、リコール事由となった事故原因に係る製品の仕様や動作の機構が当該リコール製品と同様のものなど、当該リコール製品と同様のリスクを内包する製品が考えられる。）で、国内のオンラインマーケットプレイスにおいて出品されている製品（既に対策済みの製品を除く。）

【参考】所管省庁担当者向け手引き (安全ではない製品の該当性及び第4項目関係再掲)

○安全ではない製品の該当性

法律名	記載内容（再掲）																
・ 高圧ガス保安法 【所管省】 経済産業省	所管省は、「事業者向けガイダンスⅣ 定義」に記載している「安全ではない製品」の該当性については、高圧ガス保安法に基づく必要な検査・刻印・届出等を行うことなく、日本国内で高圧ガスを充填するための容器（附属品）の譲渡・引渡しや当該容器への高圧ガスの充填を行うものを想定しています。 具体的に高圧ガス保安法で関係する規定は以下のとおりで、これらを遵守していないものが「安全ではない製品」となります。 （1）容器への充填に当たり、一定圧力を超える高圧ガスを繰り返し充填する場合は、都道府県知事への届出や技術基準の遵守が必要です。（高圧ガス保安法第5条第2項、第12条） また、移充填用ポンプ等の関連機材の仕様によっては、都道府県知事の許可が必要となる場合があります。（高圧ガス保安法第5条第1項、第11条） （2）容器（附属品）を製造又は輸入した者は、容器検査（附属品検査）に合格し、刻印等のある容器（附属品）でなければ、譲渡・引渡しをすることが原則的にできません。（高圧ガス保安法第44条第1項、第49条の2第1項） （3）高圧ガスを国内で充填しようとする場合には、その容器は、以下に該当する必要があります。（高圧ガス保安法第48条第1項） ○刻印及び表示の例 ・ 容器検査・容器再検査に合格した刻印等がなされていること ・ ガス種に応じた塗色や氏名・住所等の表示がされていること ・ 附属品検査及び附属品再検査に合格した附属品が装置されていること 等 ・ 検査実施者の名称の符号 ・ 容器製造業者 ・ 高圧ガスの種類 ・ 容器の記号及び番号 ・ 内容積 ・ 容器の質量 ・ 容器検査合格年月 ・ 耐圧試験における圧力 ・ 最高充填圧力 ※詳細は、容器保安規則第8条（刻印等の方式）を参照 ○表示の例（主な表示項目） ・ 容器の外面に、ガス種に応じた塗色を表面積の二分の一以上行う <table><tr><td>高圧ガスの種類</td><td>塗色の区分</td></tr><tr><td>酸素ガス</td><td>黒色</td></tr><tr><td>水素ガス</td><td>赤色</td></tr><tr><td>液化炭酸ガス</td><td>緑色</td></tr><tr><td>液化アンモニア</td><td>白色</td></tr><tr><td>液化塩素</td><td>黄色</td></tr><tr><td>アセチレンガス</td><td>褐色</td></tr><tr><td>その他の種類の高圧ガス</td><td>ねずみ色</td></tr></table> ・ 容器の外面に、高圧ガスの名称及び高圧ガスの性質を示す文字（可燃性ガスにあっては「燃」、毒性ガスにあっては「毒」の表示）を明示 ・ 容器の外面に容器の所有者の氏名又は名称、住所及び電話番号を明示	高圧ガスの種類	塗色の区分	酸素ガス	黒色	水素ガス	赤色	液化炭酸ガス	緑色	液化アンモニア	白色	液化塩素	黄色	アセチレンガス	褐色	その他の種類の高圧ガス	ねずみ色
高圧ガスの種類	塗色の区分																
酸素ガス	黒色																
水素ガス	赤色																
液化炭酸ガス	緑色																
液化アンモニア	白色																
液化塩素	黄色																
アセチレンガス	褐色																
その他の種類の高圧ガス	ねずみ色																

【参考】所管省庁担当者向け手引き
(安全ではない製品の該当性及び第4項目関係再掲)

○安全ではない製品の該当性

法律名	記載内容（再掲）
・道路運送車両法 【所管省】 国土交通省	所管省は、製品安全誓約（日本国）事業者向けガイダンス「Ⅳ 定義」に記載している「安全ではない製品」について、道路運送車両法では、法令遵守されていない事実が確認された製品であって、保安基準への適合性が確認できない以下に該当する製品を想定しています。 (1) 保安基準第22条の5に定める「年少者用補助乗車装置」（チャイルドシート）であって、Eマークの表示又は保安基準への適合性を証明する書類の添付のいずれもない製品 (2) 保安基準第1条第1項第13号の5に定める「一般原動機付自転車」のうち、道路運送車両の保安基準の細目を定める告示（平成14年国土交通省告示第619号）第2条第1項第2号の2に定める「一般小型原動機付自転車」（ペダル付き電動バイク等）、及び保安基準第1条第1項第13号の6に定める「特定小型原動機付自転車」（電動キックボード等）であって、以下①若しくは②の表示又は保安基準への適合性を証明する書面の添付のいずれもない製品 ① 特定小型原動機付自転車等の性能等確認制度に関するガイドラインの別紙9に定めるシール 備考 （ア）文字の書体はゴシックとし、大きさは原則8ポイント（日本産業規格Z8305に規定するポイントをいう。）以上とする。 （イ）寸法の単位は、「ミリメートル」とする。 （ウ）「認定機関名称」は、性能等確認実施機関ごとに指定された名称とする。 （エ）特定小型原動機付自転車のシールの様式は、様式1又は様式2（使用過程車にシールを貼付する場合にあっては、様式3又は様式4）のいずれかを用いるものとする。 （オ）一般小型原動機付自転車のシールの様式は、様式5又は様式6（使用過程車にシールを貼付する場合にあっては、様式7又は様式8）のいずれかを用いるものとする。 ② 道路運送車両法施行規則（昭和26年運輸省令第74号）第16号様式に定める型式認定番号標 備考 （ア）型式認定番号標は、金属製とする。 （イ）特定小型原動機付自転車は緑色とし、一般小型原動機付自転車は黄色とする。

【参考】所管省庁担当者向け手引き (安全ではない製品の該当性及び第4項目関係再掲)

○第4項目関係

法律名	記載内容（再掲）
・消防法 【所管省庁】 総務省消防庁	所管省庁は、OM事業者に対して情報提供の要請を行う場合、要請を必要とする具体的な理由を説明すると共に、OM事業者、販売者、当該販売者又は当該製品に関係す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、適切に対応します。 また、本所管省庁は、OM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事業者名を秘匿した上で、他のOM事業者に対する照会、情報共有及び出品削除要請（第3項目）に活用することにより、消費者被害の未然防止に役立てます。 さらに、他のOM事業者にも、例えば、以下に記載した事項について情報共有の依頼を行うことを想定しています。 (1) 販売者に対して、消防法の義務履行者である製造事業者又は輸入事業者を特定した上で、法令違反に該当する状況、事故の発生状況及び安全ではない製品等に関する連絡等を行うこと。 (2) 販売者に対して、製造事業者、輸入事業者又は本所管省庁が提供する製品に係る注意喚起情報を始め、消費者の安全を確保する上で必要となる情報に関する連絡等を行うこと。 (3) 「安全ではない製品」と同一の製品、同種の製品又は同規格・設計・仕様の製品を販売している、他の販売者を本所管省庁が特定した場合、当該販売者に対して、法令違反に該当する状況、事故の発生状況等に関する連絡等を行うこと。
・有害物質を含有する家庭用品の規制に関する法律 【所管省】 厚生労働省	所管省は、有害物質を含有する家庭用品の規制に関する法律（以下「家庭用品規制法」という。）においては、以下に記載した事項について、オンラインマーケットプレイス事業者に対して対応を要請することを想定しています。 (1) 販売者に対して、家庭用品規制法の義務履行者である製造事業者又は輸入事業者を特定した上で、安全ではない製品等に関する連絡等を行うよう依頼すること。 (2) 販売者に対して、製造事業者、輸入事業者又は本所管省が提供する製品に係る注意喚起情報を始め、消費者の安全を確保する上で必要となる情報に関する連絡等を行うこと。 (3) 本手引きⅡ 1.（3）に該当する場合、オンラインマーケットプレイス事業者自ら消費者に対して連絡等を行うこと。 (4) 安全ではない製品と同一の製品、同種の製品又は同規格・設計・仕様の製品を販売している、他の販売者を本所管省が特定した場合、当該販売者に対して、法令違反に該当するおそれがある状況、事故の発生状況等に関する連絡等を行うこと。
・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 （※4法律を総称して、「製品安全4法」） 【所管省庁】 消費生活用製品安全法：経済産業省、農林水産省及び消費者庁共管 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：経済産業省所管	所管省庁は、製品安全4法においては、例えば、以下に記載した事項について、オンラインマーケットプレイス事業者に対して対応を要請することを想定しています。 (1) 販売者に対して、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。 (2) 販売者に対して、製造事業者、輸入事業者又は本所管省庁が提供する製品に係る注意喚起情報を始め、消費者の安全を確保する上で必要となる情報に関する連絡等を行うこと。 (3) 上表「○安全ではない製品の該当性（2）」に該当する場合、オンラインマーケットプレイス事業者自ら消費者に対して連絡等を行うこと。 (4) リコール製品や安全ではない製品と同一の製品、同種の製品又は同規格・設計・仕様の製品を販売している、他の販売者を本所管省庁が特定した場合、当該販売者に対して、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こと。 【根拠法令（販売者の努力義務）】 ○消費生活用製品安全法 第34条第2項 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。 ○消費生活用製品安全法 第38条第2項 消費生活用製品の販売の事業を行う者は、製造又は輸入の事業を行う者がとろうとする前項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に協力するよう努めなければならない。
・道路運送車両法 【所管省】 国土交通省	所管省は、道路運送車両法においては、例えば、以下に記載した事項について、オンラインマーケットプレイス事業者に対して対応を要請することを想定しています。 (1) 販売者に対して、道路運送車両法の義務履行者である製造事業者又は輸入事業者を特定した上で、法令違反に該当するおそれのある状況に関する連絡等を行うよう依頼すること。 (2) 販売者に対して、製造事業者、輸入事業者又は本所管省が提供する製品に係る注意喚起情報を始め、消費者の安全を確保する上で必要となる情報に関する連絡等を行うこと。 (3) 安全ではない製品と同一の製品、同種の製品又は同規格・設計・仕様の製品を販売している、他の販売者を本所管省が特定した場合、当該販売者に対して、法令違反に該当するおそれのある状況に関する連絡等を行うこと。