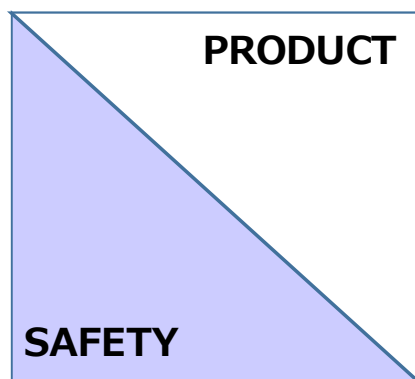


製品安全誓約の策定に関する説明資料

日本版「製品安全誓約」について



PLEDGE (JAPAN)

日時：2023年（令和5年）6月9日（金）

御説明先：取引デジタルプラットフォーム官民協議会
消費者庁：消費者安全課

0. はじめに

- 本日は、消費者庁において、現在策定作業中であり、日本版「製品安全誓約」の概要について、御説明します。
- 「製品安全誓約」に署名したオンラインマーケットプレイス（OM）を運営する事業者は、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が出品されている場合、自主的な出品削除や関係省庁からの要請を踏まえた出品削除を行うとともに、こうした製品の販売阻止や制限を行うための制度の構築・維持を行うこととなります。
- さらに、毎年、重要業績評価指標（KPI）の実施結果を消費者庁に報告することとなり、取組が継続的に実施されているか確認できることとなります。
- 「製品安全誓約」が策定され、署名がなされた際には、可能な限り速やかに、「製品安全誓約」の詳細、参加するオンラインマーケットプレイスを運営する事業者名を、消費者庁ウェブサイト公表する予定です。

1. 日本版「製品安全誓約」とは

- 日本版「製品安全誓約」とは、**OECD（経済協力開発機構）が公表した「製品安全誓約の声明」**（参考1）を踏まえ、**関係省庁とオンラインマーケットプレイス（OM）※1）を運営する事業者**により策定するものです。
- 製品安全誓約は、OM上において出品・販売される、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た、**製品安全に係る法的枠組みを越えた「官民協働の自主的な取組」**※2）です。
- 製品安全誓約の対象は、**大規模インターネットモールのような「BtoC型」のOM**のほか、**オンラインフリーマーケットやインターネットオークションのような「CtoC型」のOM**の両方（参考2）をカバーしています。

※1）オンラインマーケットプレイスは、日本国内において、例えば、モールやオンラインモールとも呼ばれますが、オンラインで製品の取引の「場」を提供している事業者が日本版「製品安全誓約」の対象となることを明確化するため、「オンラインマーケットプレイス（Online Marketplace）」と表しています。

※2）製品安全誓約は、あくまで自主的な取組であり、特定の法律に基づくスキームではありません。

【参考1】製品安全誓約の声明（抄）

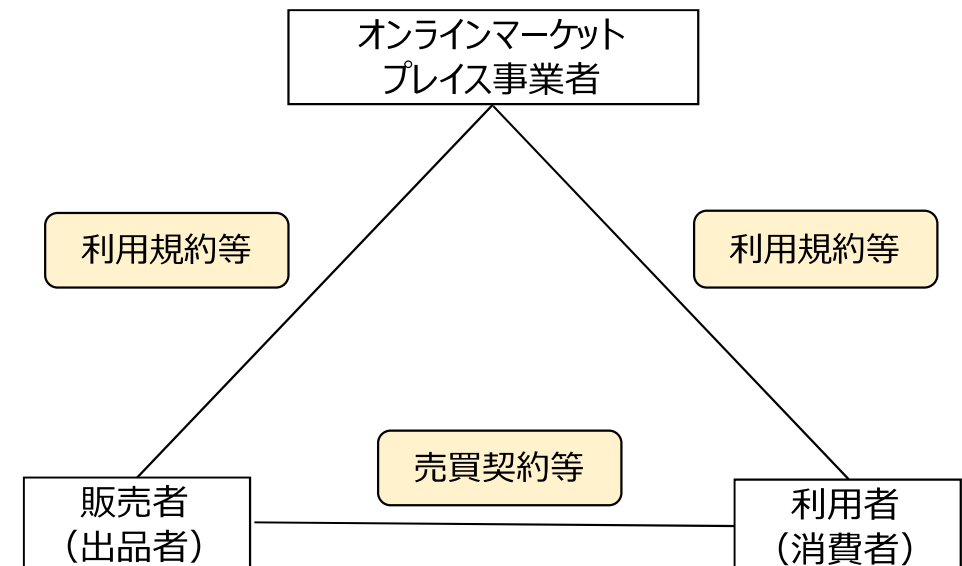
序文

近年、オーストラリア競争・消費者委員会、欧州委員会、韓国公正取引委員会、韓国消費者院を始めとする複数の消費者製品安全当局が、多くのオンライン市場との間で製品安全誓約を締結し、このような市場における安全ではない製品のリスクに対する消費者保護を強化している。

OECD 消費者政策委員会の下部作業部会である OECD 製品安全作業部会（Working Party on Consumer Product Safety: WPCPS）は、国内及び地域レベルでこのような誓約の締結が進むことを奨励し、誓約に盛り込まれる主なコミットメントを特定するため、本声明を作成した。

（出所）消費者庁「OECD 製品安全誓約の声明」

【参考2】オンラインマーケットプレイスの基本的な概念図

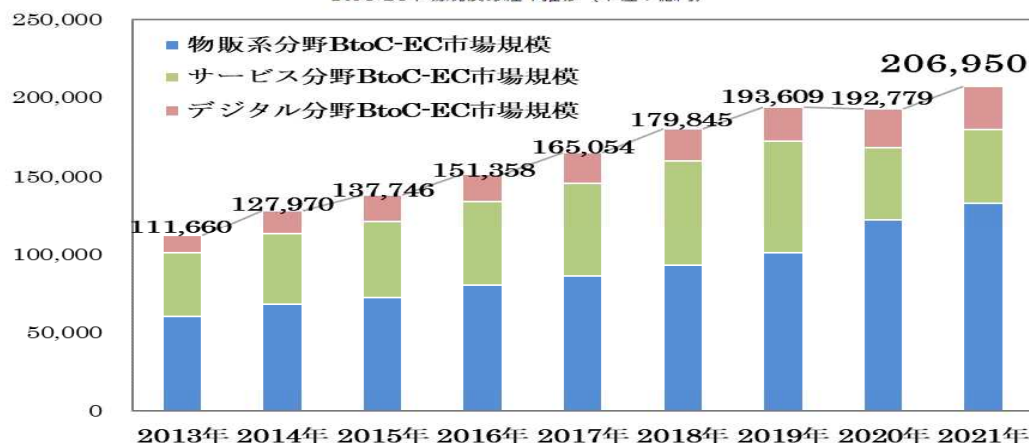


2. 日本版「製品安全誓約」をスタートする背景

- 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%）。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%）（参考3）。
- 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を示す状況（参考4）となっています。

【参考3】BtoC市場、CtoC市場の動向

BtoC-EC市場規模の経年推移（単位：億円）



CtoC-EC推定市場規模

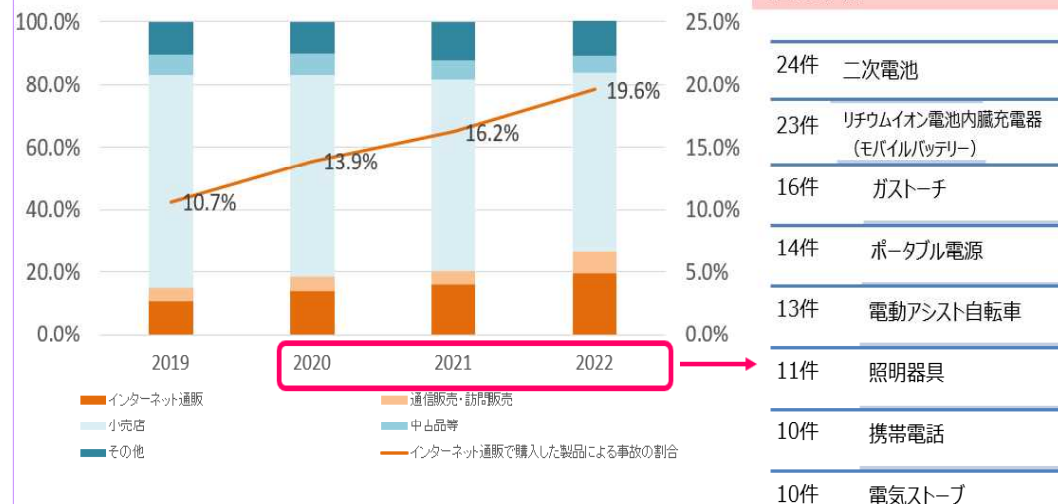
	2019年	2020年	2021年	伸び率 (2021年)
CtoC-EC	1兆7,407億円	1兆9,586億円	2兆2,121億円	12.90%

（出所）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）

【参考4】インターネット通販購入製品の重大製品事故

重大製品事故の製品入手経路

※重大製品事故報告のうち、入手先が判明している事故を分類しており、製品の入手先不明の事故については除外してある。



（出所）経済産業省「製品安全行政を巡る動向」（2023年3月28日）

3. 日本版「製品安全誓約」の構成

- **製品安全誓約（本文）は、全12項目** （参考5） **で構成**されます。
- このほか、OM運営事業者が製品安全誓約の内容を理解する際の参照資料となる「事業者向けガイダンス」、消費者向け製品を所管する省庁による「安全ではない製品」等に関する考え方、具体的な取組内容や手続を取りまとめた「担当者向け手引き」により構成されており、官民協働で製品安全誓約を実施することとなります。

【参考5】製品安全誓約（第1～6項目）

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。
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。
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。
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。
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。
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。

【参考5】製品安全誓約（第7～12項目）

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。
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。
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。
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。
11. 既に出品削除された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適切な措置を講ずる。
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を向上させ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。

※現在最終調整中の案であり、今後記載内容の変更もあり得ます。