

不当景品類及び不当表示防止法第7条第2項の規定に基づく「事業者が講ずべき景品類の提供及び表示の管理上の措置についての指針（案）」に対する意見募集の結果について

平成26年11月14日  
消費者庁表示対策課

## 1 意見募集方法の概要

### (1) 意見募集期間

平成26年8月8日（金）から同年9月16日（火）まで

### (2) 告知方法

消費者庁ウェブサイト、電子政府の総合窓口（e-Gov）ウェブサイト

### (3) 意見提出方法

電子メール、FAX、郵送

## 2 意見募集の結果

(1) 意見提出総数：201件（意見提出の方法により、複数の意見内容を含むものもまとめて1件としてカウントしている場合があります。）

（内訳）

事業者	23件
団体	152件
弁護士	20件
個人	6件

(2) 意見の概要及びこれに対する消費者庁の考え方並びに原案からの変更点別添1及び別添2のとおり。

以上

「事業者が講ずべき景品類の提供及び表示の管理上の措置についての指針（案）」に対する御意見の概要及び御意見に対する考え方

原案該当箇所	御意見の概要	御意見に対する考え方
全体	景品表示法は、一般消費者に対する過大な景品提供や誇大な広告表示を対象にしているものなので、もっと消費者の立場に立った分かりやすい表現で本指針を提供していただきたい。（団体）	本指針の対象は事業者ですが、不明確な点は寄せられた御意見等に基づき可能な限り明確化しました。
全体	事業者が一般消費者に情報提供するための守るべきルールを明確にし、誤解を生むことのないよう、業種、業態、事業規模等に応じたきめ細かく分かりやすい方針（解説、具体事例等）を作成する必要があり、事業者を含む関係者のヒアリングを行う等十分な調査・検討を踏まえて作成する必要がある。（団体）	本指針は告示として景品表示法の対象となる全ての事業者の参考となるように作成する必要があることから、業種業態ごとに本指針を書き分けることは適切でないと考えます。また、本指針策定に当たっては事業者からもヒアリング等を行っています。
全体	景品表示法遵守のための内部統制システムについても、その整備及び運用に際して費用と便益との比較衡量が当然に不可欠と考えられ、本指針においてもその旨を明記すべきである。（団体）	第2の2において、事業者の規模や業態、取り扱う商品又は役務の内容等に応じて、必要な措置を講じるということを明確にしています。
全体	本指針の記載内容を理解した。（事業者）	御意見として承ります。
全体	事業者における景品表示法違反行為は、事業者自身が景品表示法の認識不足に起因することも大きい。それに対処するためにも、本指針は、事業者にとって明らかな道筋が立てられ、予見可能性を持って取り組めるものであるとして、本指針が有効に機能することにより、不当表示防止に当たり大きな効果をもたらすものと推定する。事業者には措置を講じることの早期の実現を求め、今後の不当表示をなくすべく、本指針に則り、適切に対処されることを期待する。（団体）	御意見として承ります。
全体	本指針は一律に具体的な措置を事業者に義務付けようとするものである。（団体）	第2の2において、事業者の規模や業態、取り扱う商品又は役務の内容等に応じて、必要な措置を講じるということを明らかに

原案該当箇所	御意見の概要	御意見に対する考え方
		しており、一律に同様の措置を事業者に義務付けるものではありません。
全体	本指針では、景品類の提供及び表示を「表示等」とまとめているため、例えば、別添の3で提供する景品の生産・製造・加工について確認することを求めているかのように読める。本指針について景品類の提供と表示の体系を分けて、景品類の提供に関する事項、表示に関する事項、両者に共通する事項を明確に記述した方がよい。(個人)	本指針では、表示特有の事項は「表示」、景品類の提供及び表示に共通する事項を「表示等」と書き分けています。
全体	本指針において「個人事業主のような小規模事業者」という表現が使用されているが、中小企業も個人事業主と同規模のものもあり、中小企業に対する配慮も必要である。(事業者)	御意見を踏まえ、第4の柱書き(注1)、第4の2、第4の4、第4の5(注3)を次のとおり修正いたしました。  「 <u>個人事業主等の小規模企業者やその他の中小企業者において、その規模等に応じて、</u> 」
全体	「個人事業主のような小規模事業者」とあるが、中小企業基本法に定める定義によるのであれば、特段「個人事業主のような」の表現は必要ないのではないか。(団体)	個人事業主等の小規模企業者についても、大企業と同様の措置を求めているものでない旨を明確にするために記載したものです。
全体	「講ずべき措置」をどの水準まで実施すれば、「注意義務を果たしていること」となるのかなど明確にすべきである。(団体)	具体的に講ずべき措置は事業者ごとに異なるものですので、ある一定の水準を設定することは適切でないと考えます。
全体	業界によって表示等について管理する事項が異なるため、本指針の策定に合わせて、業界別に商品表記等の表示に係る基本ルールも検討していただいた方が管理徹底できると考える。(事業者)	本指針は告示として景品表示法の対象となる全ての事業者の参考となるように作成する必要があることから、業種業態ごとに規定を策定することは適切でないと考えます。  なお、業界別の表示等に係る基準等を示すものとしては公正競争規約の制度がありますので、事業者団体に表示等に係る公正競

原案該当箇所	御意見の概要	御意見に対する考え方
		争規約の有無をお問い合わせいただき、当該公正競争規約を実施することも適切と考えます。
全体	本指針が確定した後、本指針や改正景品表示法の説明会の開催や、相談窓口の設置をしていただきたい。（事業者、団体）	本指針の周知については、消費者庁において説明会を開催するとともに、事業者団体等からの要請に応じて消費者庁職員を講師として派遣してまいります。また、消費者庁は、事業者からの相談にも応じてまいります。
全体	中小企業においては、本指針のみでは、速やかに対応できるような状況にない場合もあるので、中小企業の実行可能性を確保するため、そのまま利用できる措置マニュアルを示していただきたい。（団体）	御意見のようなマニュアルを作成することは各事業者の実情を無視したり、創意工夫を阻害したりするおそれがありますので、消費者庁が作成すべきものではないと考えます。
全体	本指針に基づき過度に硬直的な行政指導が行われ、その結果、事業者の活動が萎縮し、もって消費者の利益が損なわれることにならないように、事業者の実務実態や指針の第2の基本的考え方を十分に踏まえて適切に運用していただきたい。（団体）	御意見として承ります。
全体	「事業者が講ずべき表示等の管理上の措置」が不十分か否かを消費者庁が確認する端緒を明らかにすべきである。（団体）	個々の事案における端緒を明らかにすることはできませんが、端緒としては一般的に事業者、一般消費者等からの情報提供や当庁の職権探知など様々なものが挙げられます。
全体	必要な措置を講じていたかについての立証責任は企業側にあるか、行政側にあるのか。（団体）	事業者が正当な理由なく必要な措置を講じていないことについては、消費者庁が立証責任を負うものと考えます。
全体	景品表示法第8条において「事業者が講ずべき措置に関して、・・・必要があると認めるときは、・・・必要な指導及び助言をすることができる。」とあるが、具体的にどのような事態が生ずれば、指導や助言がなされるのか。（団体）	景品表示法第8条の「指導及び助言」は、「前条第1項の規定に基づき事業者が講ずべき措置に関して、その適切かつ有効な実施を図るため必要があると認めるとき」にできるものであり、例えば、同法第7条第1項に規定する必要な措置を講じていないような場合に行われることが想定されます。

原案該当箇所	御意見の概要	御意見に対する考え方
全体	社内外の調整も含め、本指針に沿った対応をするためには、相応の時間を要するので、1年以上の猶予期間を設けていただきたい。(団体)	景品表示法により不当表示等は現在でも禁止されていることから、既に多くの事業者が本指針に則した不当表示等を防止するための必要な措置を講じていると考えられますので、猶予措置は特段必要ないものと考えます。
全体	事業者の範囲について、個人事業主まで対象にして実効性が上がるのか。(団体)	個人事業主による不当表示等の事案も存在することから、個人事業主も対象にすることにより、不当表示等の防止の実効性は向上すると考えます。
全体	商品開発段階で表示の妥当性を検討したり、表示等管理部門を設置するなどして、消費者に誤認を与えることのないよう表示等の管理上の体制を構築している。(事業者)	御意見として承ります。
第2の1	当業界では海外に拠点を置く事業者も日本市場に参入しているが、本指針の対象が日本国内の事業者に限られると、海外事業者とのコンプライアンスコスト等の差により不良な海外事業者が市場を席卷し、善良な国内事業者が市場から排他されてしまうおそれがあるため、本指針の対象に海外事業者も含めるべきである。(団体)	海外事業者であっても、自己の供給する商品又は役務の取引に附随して日本国内の者に景品類の提供を行う場合や、自己の提供する商品又は役務について、日本国内の一般消費者向けに表示を行う場合には、必要な措置を講じることが求められる事業者に該当します。
第2の1	表示等を行っていない広告媒体等事業者であっても、共同して商品役務を提供していると認められる場合には、景品表示法の適用を受け、景品表示法第7条第1項に基づく必要な措置を講じることが求められると記載されているが、例えば、昨今問題となっている広告媒体事業者等に対しても、共同して商品又は役務を提供していると認められる場合には、表示等の管理上の措置の構築が適用されるものとして、この記載の効果に期待する。(団体)	御意見として承ります。

原案該当箇所	御意見の概要	御意見に対する考え方
第2の1	<p>例えば、他の事業者と共同して広告を行った場合であっても、当該広告の内容や態様等から、自己の提供する商品又は役務と他の事業者の提供する商品又は役務との区別が明確に識別可能であるような場合には、（自己の提供する商品又は役務について景品表示法の適用を受けることは当然であるとしても）当該他の事業者の提供する商品又は役務との関係では、景品表示法の適用を受けず、本指針の適用範囲外となることを明確にしていきたい。（事業者）</p>	<p>御理解のとおりです。</p>
第2の1	<p>「商品又は役務を一般消費者に供給している他の事業者と共同して商品又は役務を一般消費者に供給していると認められる場合」がどこまでを指すのか明確にしてもらいたい。（事業者、団体）</p>	<p>例えば、モール運営事業者と出店事業者が共同キャンペーンを行うなど、商品等の販売を共同して行い、共同で広告を行っている場合などが考えられます。</p>
第2の1	<p>一般消費者に供給する製品を構成する部品等を供給している場合に必要な措置を講じることが不要であるといえるのか不明確なため、明確にすべきである。（団体）</p>	<p>一般消費者に供給する製品を構成する部品等を単に供給するのみで、景品類の提供若しくは自己の供給する商品又は役務について一般消費者向けの表示を行っていない事業者については、必要な措置を講じることが求められるものではありません。</p> <p>もともと、当該事業者が製造業者に対して表示を行う場合において、その表示が一般消費者の目に触れ、直接的に一般消費者に誤認を生じさせ得るときや、製品の部品として用いられていることが製品の購入者に明らかであって製品の表示の作成に関与しているようなときには、当該事業者も一般消費者向けの表示を行っているものとして、必要な措置を講じることが求められます。</p>

原案該当箇所	御意見の概要	御意見に対する考え方
第2の1	「表示等をする事業者」は法人単位で確定されるのか。例えば、親会社（持株会社を含む。）は自ら表示等を行っていない限り対象外であるのか。（団体）	事業者は個人・法人単位で考え、親会社であっても自ら商品又は役務を供給せず、表示等を行っていない場合には、必要な措置を講じることが求められるものではありません。
第2の2	事業者が講ずべき措置は、規模や業態により異なることが指摘されているが、どのように異なってよいのかが必ずしも明確ではないので明らかにしてもらいたい。（団体）	御意見を踏まえ、第2の2に次のとおり追加しました。  「他方、小規模企業者やその他の中小企業者においては、その規模や業態等に応じて、不当表示等を未然に防止するために十分な措置を講じていれば、必ずしも大企業と同等の措置が求められる訳ではない。」
第2の2	必要な措置は、事業者規模による監視監督システム構築の必要性和システム構築に向けることが出来るコスト・人員との兼ね合いの中で決せられる、との基本的なシステム構築の必要性の考え方が提示されるべきである。（弁護士）	第2の2において、事業者の規模や業態、取り扱う商品又は役務の内容等に応じて、必要な措置を講じるということを明確にしていますが、より明確にするため、御意見を踏まえ、第2の2を次のとおり修正しました。  「したがって、各事業者によって、必要な措置の内容は異なることとなるが、事業者の組織が大規模かつ複雑になれば、不当表示等を未然に防止するために、 <u>例えば、表示等に関する情報の共有において、より多くの措置が必要となる場合がある</u> ことに留意しなければならない。 <u>他方、小規模企業者やその他の中小企業者においては、その規模や業態等に応じて、不当表示等を未然に防止するために十分な措置を講じていれば、必ずしも大企業と同等の措置が求められる訳ではない。</u> 」
第2の2	公正取引協議会の会員となっている事業者が講ずべき措置とは何か。（団体）	公正取引協議会の会員であることをもって景品表示法第7条第1項に規定する必要な措置を講じているものと直ちに認められる

原案該当箇所	御意見の概要	御意見に対する考え方
		ものではありませんので、必要な措置を講じていない会員事業者にあつては、本指針を参考に不当表示等を防止するための必要な措置を講じる必要があります。
第2の2	業界の実状、取引の実態を踏まえて具体化、明確化した公正競争規約を遵守している限り景品表示法に違反することがないことなどから、本指針において、管理上の措置として公正競争規約の遵守徹底を強調することが重要である。（団体）	御意見を踏まえ、第2の2を次のとおり修正しました。  「なお、従来から景品表示法 <u>や同法第11条第1項に基づく協定又は規約（以下「公正競争規約」という。）</u> を遵守するために必要な措置を講じている事業者にとっては、本指針によって、新たに、特段の措置を講じることが求められるものではない。」
第2の2	「従来から景品表示法を遵守するために必要な措置を講じている事業者にとっては、本指針によって、新たに、特段の措置を講じることが求められるものではない。」の中の必要な措置とは、景品表示法第7条第1項に規定する必要な措置と同義であると解してよいか。（事業者）	御理解のとおりです。
第2の2	事業者が講ずべき表示等の管理上の措置は、形式を整備するだけでなく、その運用面も問題となるため、現実に有効に機能している状態が確保されていなければならない旨を基本的な考え方において明記するべきである。（弁護士）	景品表示法第7条第1項では、必要な措置を「講じなければならぬ」と規定されています。「講じる」とは「考えをめぐらせて行う」ことであり、必要な措置が有効に機能しなければならないことは明確であると考えます。
第2の2	事業者は、行政機関からの不当表示に係る行政処分・行政指導、社内調査、内部通報、外部からの指摘等によって、不当表示のリスクが判明した場合には、速やかにその是正措置、原因究明と再発防止策が検討、実施されるべきものであるため、求められる必要な措置は、不断のシステムの見直しが常に要求されるとい	第4の7において、景品表示法違反又はそのおそれがある事案が発生した場合において、当該事案に係る事実関係を迅速かつ正確に把握すること、再発防止に向けた措置を講じることを求めています。このため、御意見の点を明記せずとも、事業者は、必要に応じて、必要な措置を見直すことが期待されます。

原案該当箇所	御意見の概要	御意見に対する考え方
	う考え方も冒頭に基本的な考え方として明記されるべきである。 (弁護士)	
第2の2	「なお、従来から景品表示法を遵守するために必要な措置を講じている事業者にとっては、本指針によって、新たに、特段の措置を講じることが求められるものではない。」は、本指針の「第4 事業者が講ずべき表示等の管理上の措置の内容」に掲げられているものを既に講じてられていることを指すのか。また、この記載が何を意味しているのかと混乱するおそれがあるため、この記載そのものが不要ではないか。(個人)	多くの事業者が本指針に記載された第4の1から7までの事項に係る具体的な措置を既に講じている現状を踏まえ、措置を既に講じている事業者にとっては、本指針によって、新たに、特段の措置を講じることを求めてないことを明確にしたものです。
第2の2	景品表示法を遵守するための内部統制システムを既に構築しているところ、当該システムが本指針に準拠しない措置であっても、必要な措置を講じていると解釈してよいのか。(団体)	本指針は、事業者が講ずべき必要な措置に関して、適切かつ有効な実施を図るために策定するものであるところ、本指針に記載された措置の内容は、景品表示法を遵守するに当たって、通常、事業者が講じている措置を明らかにしたものです。したがって、本指針に記載された措置と同様の措置を講じていなかったことをもって、景品表示法第7条第1項に規定する必要な措置を講じていないと直ちに認められるものではありません。
第2の2	各業法、業界の自主的な取組やルール等が本指針の趣旨に合致し、これらの自主ルール等に基づき事業者が措置を講じていれば、指針による措置を講じていると理解してよいのか。(団体)	当該自主ルール等が本指針に記載した措置内容に沿ったものであり、かつ、事業者が当該自主ルール等に基づき実効性のある措置を講じているのであれば、特段、新たな措置を講じる必要はありません。
第2の2	「大規模かつ複雑」の示す事業者の規模が明確ではないため、大規模かつ複雑と判断する基準を示すか、基準を示すことが困難な場合には分かりやすいモデルケースの提示を求める。(団体)	事業者は、その規模や業態、取り扱う商品又は役務の内容等に応じて、不当表示等を未然に防止するため、必要な措置を講じなければならないものであり、一義的なモデルケースを設定することは適切でないと考えます。

原案該当箇所	御意見の概要	御意見に対する考え方
第2の2	「より多くの措置が必要となる。」とは、組織の性質・内容に応じて、不当表示等を未然に防止するために実効性のある対応が肝要という趣旨であるとの理解でよいか。（団体）	御理解のとおりです。
第2の2	事業者の組織が大規模かつ複雑になるとより多くの措置が必要とする根拠が明らかでないため、この記載により大規模な事業者に萎縮効果を与えたり、過度な内部統制を課すものであるため、「事業者の組織が大規模かつ複雑になれば、不当表示等を未然に防止するために、より多くの措置が必要となることに留意しなければならない。」を削除されたい。（団体）	御意見を踏まえ、第2の2を次のとおり修正しました。  「したがって、各事業者によって、必要な措置の内容は異なることとなるが、事業者の組織が大規模かつ複雑になれば、不当表示等を未然に防止するために、 <u>例えば、表示等に関する情報の共有において、より多くの措置が必要となる場合がある</u> ことに留意しなければならない。」
第2の3	事業者は、具体的事例を参考に自己に必要と判断される措置を講じていくことと考えるが、第2の3に記載された別添具体的事例に関する注意点があることで、事業者は具体的事例に縛られることなく、予見可能性をもって、主体的に、必要な措置を講じていけるものと考えられるため、第2の3の記載を支持する。（団体）	御意見として承ります。
第2の3	「本指針の中で挙げられた事例は、景品表示法第7条第1項に定められた必要な措置を網羅するものではない。」としているが、この意味するところを明らかにすべきである。（団体）	当該記載は、本指針別添記載の具体的事例以外の方法でも必要な措置を講じていると認められることがある旨を明らかにしたものです。
第2の3	本指針別添の具体的事例に列挙された個々の記載項目が実施されなかったことが、直ちに景品表示法第7条第1項違反と判断されることのないことを確認させていただきたい。（団体、事業者）	本指針別添記載の具体的事例と同じ措置を講じていなかったことをもって、直ちに景品表示法第7条第1項に規定する必要な措置を講じていないと認められるものではありません。

原案該当箇所	御意見の概要	御意見に対する考え方
第3の1	景品表示法第7条第1項の規定も景品表示法遵守のための内部統制システムの構築の基本方針を決定することを義務付けたものと解釈されるべきである。(団体)	景品表示法第7条第1項は、不当表示等を未然に防止するため必要な措置を講じることを事業者に義務付けるものです。
第3の1	「確認した事項を適正に管理するために必要な措置を講じる。」とは、どのような措置かが不明確である。適切に確認されたのであればそれを「管理するための措置」まで事業者を求める必要がないのではないかと。(団体)	「管理するための措置」とは、例えば、確認した情報を表示等に関係する組織部門において必要に応じて共有し確認できるようにすることなどです。表示等に関係する組織部門間において情報共有が行われなかったことが発生原因となり、不当表示が行われている事例があるため、管理するための措置が必要と考えます。
第3の1	景品表示法第7条第1項に規定する必要な措置には、例えば、必要に応じて、社外弁護士等の専門家への相談、監督官庁への照会を実施できる体制を整備することが含まれると考えるが、そのように理解してよいか。(事業者)	不当表示等を未然に防止するための必要な措置として適切なものであれば、景品表示法第7条第1項に規定する必要な措置に含まれ、御意見の措置も必要な措置の1つに含まれると考えます。
第3の1	当業界は、中小企業・零細事業者がほとんどであるため、各社で表示の適正化等に取り組むことが困難である。各社で個別に措置を講じていなくても、事業者団体として共通の通報窓口を設置する、相互監視する等の措置を講じていけば、表示等の管理上の措置を講じていると解釈していただきたい。(団体)	共通の通報窓口を設置し各事業者がそれを利用することなども不当表示等を防止するための1つの手段とは考えられますが、必要な措置としては表示等の根拠となる情報を確認する必要もあり、これは各事業者が個別に対応する必要があるものです。したがって、共通の通報窓口の設置等だけでは必要な措置を講じているとは認められません。
第3の2	「正当な理由」について「専ら一般消費者の利益の保護の見地から判断されるもの」と限定されているが、関連法規の見地を追加し、事業者が関連法規を遵守しているか否かも考慮すべきである。(事業者)	必要な措置は、不当表示等を未然に防止することを目的に講じるものであるため、「正当な理由」についても「専ら一般消費者の利益の保護の見地から判断されるもの」と限定したものです。

原案該当箇所	御意見の概要	御意見に対する考え方
第3の2	<p>「正当な理由」について、「事業経営上又は取引上の観点からみて合理性又は必要性がある」場合が該当しない理由が明確でない。真面目な事業者は、お客様に良い商品、サービスを適正な価格で供給できるように意識して活動している。また、内部統制システムは、必要な措置を講じないことによる一般消費者による自主的かつ合理的な選択を阻害するおそれの大きさと事業経営上又は取引上の観点からみた合理性又は必要性の大きさや、便益と費用を衡量するなどして構築するものである。したがって、「このため、単に通常の意味において正当な理由があると考えられる場合、すなわち事業経営上又は取引上の観点からみて合理的又は必要性があるに過ぎない場合などは、正当な理由があるとはいえない。」とする記述を、削除又は修正すべきである。（個人、団体）</p>	<p>御意見を踏まえ、第3の2を次のとおり修正しました。</p> <p>「2 正当な理由 景品表示法第8条の2第1項に規定する「正当な理由」とは、専ら一般消費者の利益の保護の見地から判断される。単に<u>一般消費者の利益の保護とは直接関係しない</u>事業経営上又は取引上の観点 <u>だけ</u> からみて合理性又は必要性があるに過ぎない場合などは、正当な理由があるとはいえない。 正当な理由がある場合とは、例えば、事業者が表示等の管理上の措置として表示等の根拠となる資料等を保管していたが、災害等の不可抗力によってそれらが失われた場合などである。」</p>
第3の2	<p>確認を行ったが納入業者等の第三者の帰責事由により不当表示がされてしまった場合、「正当な理由」として考慮されるのか。（団体）</p>	<p>直接の仕入先に対する確認や、商品自体の表示の確認など、事業者が当然把握し得る範囲の情報を表示の内容等に応じて適切に確認や管理を行っていれば、景品表示法第7条第1項に規定する必要な措置を講じていないと認められるものではありません。 ただし、そのような場合であっても、景品表示法第4条第1項各号による不当表示については、表示を行う事業者の故意・過失を問わないとされていることから、同法第4条第1項の規定に違反すると判断されることがあり得ます。</p>
第4	<p>例えば、「内部通報制度の整備」や「法令遵守調査室」の設置等具体的事例にその他として記載している措置については、「事業者内部における違法行為の早期発見のためのモニタリングシス</p>	<p>「事業者内部における違法行為の早期発見のためのモニタリングシステムの構築と速やかな伝達ルートの整備等」という記載は小規模企業者等にとって過度な負担となるおそれがあること及び</p>

原案該当箇所	御意見の概要	御意見に対する考え方
	<p>テムの構築と速やかな伝達ルートの整備等」を本指針本文に新たな事項として設けるべきである。（弁護士）</p>	<p>「内部通報制度の整備」や「法令遵守調査室」については法令遵守に関連するものであることから、あえて「事業者内部における違法行為の早期発見のためのモニタリングシステムの構築と速やかな伝達ルートの整備等」を明記する必要まではないと考えます。</p>
<p>第4</p>	<p>ガイドラインである本指針にもかかわらず必須であるかのような規定を盛り込むこと、本来私的自治であるべき事業者の管理体制に政府が指針を策定すること自体がやや踏み込みすぎであることなどから、第4の1から7までの事項が「参考」、「例示」であることを明確にすべきである。（事業者、団体）</p>	<p>第4の1から7までの事項が「参考」、「例示」であることを明確にした場合、第4の1から7までの事項のいずれかを行えば足りるとの認識を事業者に与えてしまうおそれがあります。例えば、3の「表示に関する情報の確認」が不要であると事業者に認識させることすらあり得ます。このような認識を事業者に与えてしまうと、不当表示等を未然に防止することができなくなるため、景品表示法第7条の趣旨を没却することになりかねません。一方、参考として記載した本指針別添記載の具体的事例を全て実施しなければならないとの認識を事業者に与えることも適切でないと考えられますので、御意見を踏まえ、第4の柱書きを次のとおり修正しました。</p> <p>「表示等の管理上の措置として、事業者は、その規模（注1）や業態、取り扱う商品又は役務の内容等に応じ、必要かつ適切な範囲で、次に示す事項に沿うような具体的な措置を講ずる必要がある。」</p>
<p>第4</p>	<p>必要な措置は、事業者の規模のみによって決まるものでないため、事業者の実態を把握した上で、それぞれの事業者に適した内容を検討すべきである。（事業者、団体）</p>	<p>御意見を踏まえ、第4の柱書きを次のとおり修正しました。</p> <p>「表示等の管理上の措置として、事業者は、その規模（注1）や</p>

原案該当箇所	御意見の概要	御意見に対する考え方
		業態、取り扱う商品又は役務の内容等に応じ、必要かつ適切な範囲で、次に示す事項に沿うような具体的な措置を講ずる必要がある。」
第4	事業者は、「必要かつ適切な範囲」で具体的な措置を講ずる必要があるとされるが、その範囲が抽象的であり、事業者側だけに判断と責任を負わせることになるため、規模に応じた具体的な措置の指針を示すべきである。(個人)	具体的な措置は、事業者の規模のみならず、業態、取り扱う商品又は役務の内容等に応じて異なってくるため、本指針別添記載の具体的な事例を参考にしつつ、事業者自らが適切なものを設定すべきものであり、本指針において、規模に応じた措置を定めることは、事業者の創意工夫を奪うことになり、適切でないと考えます。 なお、講ずべき具体的な措置等について御不明な点があれば、消費者庁の担当課に相談してください。
第4の1	表示等に関わる者として、正社員、派遣社員、契約社員、アルバイト等の雇用形態・経験・知識が異なり、当該者の役割も異なっている。このため、景品表示法の周知・啓発の対象となる「関係従業員等」や「一般消費者に対する表示を行うことが想定される者」の範囲を明確にすべきである。(団体)	事業者ごとに表示等に関わる者が異なるところ、本指針において、一律に範囲を定めることは、かえって本来周知・啓発の対象とすべき者が周知・啓発の対象から漏れてしまうおそれがあるため、適切でないと考えます。
第4の1	関係従業員等に対し周知・啓発すべき内容は、当該者の役割に応じて相違するものと考えられるところ、本指針は、一律の対応を求めるものではなく、それぞれの役割に応じた周知・啓発が行われている場合、必要な措置を講じているとの理解でよいか。(団体)	御理解のとおりです。この点を明確にするため、第4の1を次のとおり修正しました。  「事業者は、不当表示等の防止のため、 <u>景品表示法の考え方について、表示等に関係している役員及び従業員（注2）（以下「関係従業員等」という。）にその職務に応じた周知・啓発を行うこと。</u> 」

原案該当箇所	御意見の概要	御意見に対する考え方
第4の1	関係従業員等に景品表示法を周知・啓発することとされているところ、今回の改正を踏まえ、事業者側に正しい理解を促す分かりやすい資料や表示作成部門の教育に資するパンフレット等の提供をお願いする。(団体)	今回の改正を踏まえた景品表示法の普及啓発についても積極的努めてまいります。
第4の2	「事業者は、不当表示等の防止のため、景品表示法を含む法令遵守の方針や法令遵守のためにとるべき手順等を明確化すること」について、実態に即して「不当表示等の防止のため」は削除されたい。(団体)	御意見を踏まえ、第4の2に次のとおり追加しました。  「なお、本事項は、必ずしも不当表示等を防止する目的に特化した法令遵守の方針等を、一般的な法令遵守の方針等とは別に明確化することを求めるものではない。」
第4の2	「方針」の内容が不明確で分かりづらいため明確な表現にすべきである。(団体、弁護士)	法令遵守の方針等は事業者ごとに異なるため、本指針において、明確化すべき法令遵守の方針等を一律に定めることにより、新たに法令遵守の方針等を明確化する必要があるとの誤った認識を事業者に与えるおそれがあるため、適切でないと考えます。
第4の2	中小・小規模事業者は、大手企業と異なり法務部等が無く、法令遵守の方針等を独自に作成することが難しい事業者が多いため、モデル方針などを用意し簡便に対応できるようにしていただきたい。(事業者)	御意見として承ります。
第4の3	「積極的に」の文言の意味が不明瞭、又は、確認の対象が限定的に過ぎることから、具体的に記載したり、「積極的に」を削除したりすべきである。(団体、弁護士)	「表示」とは、顧客を誘引するための手段として、事業者が自己の供給する商品等の内容等に関する事項について行う広告その他の表示(景品表示法第2条第4項)であり、顧客を誘引するための手段として行う広告等の根拠となる情報を確認することが求められます。

原案該当箇所	御意見の概要	御意見に対する考え方
第4の3	<p>「例えば、小売業者が商品の内容等について積極的に表示を行う場合には、直接の仕入れ先に対する確認や、商品自体の表示の確認など、事業者が当然把握し得る範囲の情報を表示の内容等に応じて適切に確認することは通常求められる」について、確認の方法及び程度、遵守すべき確認手続きの程度を明らかにされたい。(団体)</p>	<p>事業者ごとに取り扱う商品又は役務の内容、表示の内容等が異なるため、本指針において、確認の方法や、程度、手続き等を一律に定めることにより、かえって事業者が確認すべきことを確認しない、必要のないことまで確認するといった事態が生じるおそれがあるため、適切でないと考えます。</p>
第4の3	<p>表示等の根拠となる情報が確認されたといえるかどうかは、表示等の内容、その検証の容易性、当該事業者が払った注意の内容・方法等によって個別具体的に判断されることとなるがあるが、その判断の際に最低限必要とされる基準について、例示だけでなく、具体的に列挙していただきたい。(団体)</p>	<p>事業者ごとに表示等の内容、検証の容易性、注意の内容・方法等が異なるため、本指針において、判断の基準を一律に定めることにより、かえって事業者が確認すべきことを確認しない、必要のないことまで確認するといった事態が生じるおそれがあるため、適切でないと考えます。</p>
第4の3	<p>感覚的・主観的な表示、修辭的な表示は対象外とする等、現実的に対応可能なもののみを対象表示とすべきである。(事業者)</p>	<p>御意見のような表示についても、他の商品との比較や使用者の感想等を表示の根拠とすることなどが考えられ、必ずしも対象外とすることは適切でないと考えます。</p>
第4の3	<p>消費者は表示が真実であることを信じて誘引されるものであることを事業者が深く認識するためにも、本項で示す「確認」を求める本項を支持する。</p> <p>ただし、全ての場合について商品の鑑定・検査等を行うことまでは求めないとあるが、どの場合において商品の流通過程を遡って調査を行い、商品の鑑定・検査が必要となるかの説明を求める。(団体)</p>	<p>例えば、小売業者が直接の仕入先から確認できた情報や商品パッケージから得られる情報以外の内容を表示しようとする場合には、メーカーに問い合わせたり、鑑定・検査をしたりして表示の根拠となる情報を確認する必要が生じます。</p>
第4の3	<p>表示等を行った当時に確認できた資料が、その後技術の向上により誤りであったことが判明した場合でも、「表示等に関する情報を確認していた」と認めていただきたい。(団体)</p>	<p>本指針では、表示等を行う際には、事業者が当然把握し得る範囲の情報を確認することを求めています。このため、表示等を行う時点での技術により確認した情報に基づき表示等を行えば、必</p>

原案該当箇所	御意見の概要	御意見に対する考え方
		<p>要な措置を講じていると認められます。ただし、その後技術の向上により根拠資料が誤っていることが判明した場合には、新たな根拠資料に基づき表示等を行う必要があります。</p>
第4の3	<p>本指針では、小売業においては、「直接の仕入れ先に対する確認」及び「商品自体の表示の確認」、かつ「商品を提供する段階における情報の確認のみで足りる」とするが、過去の景品表示法の運用では、原産国について、納品伝票や商品明細を信じて表示をした小売業者も、不当表示の責任を問う事例が存在したこととの関係をどのように説明するのか。（団体）</p>	<p>本指針は、景品表示法第7条第1項に規定する必要な措置に関して、有効かつ適切な実施を図るために定めるものであり、一方、商品の原産国に関する不当表示は、同法第4条第1項第3号による指定告示により一般消費者に誤認されるおそれのある表示として指定されているものであるため、適用される条文が異なります。このため、納品伝票や商品明細を適切に確認したにもかかわらず、結果的に不当な表示を行った場合には、同法第7条第1項に規定する必要な措置を講じているものと認められるとしても、同法第4条第1項第3号による指定告示により指定される不当表示については、表示を行う事業者の故意・過失を問わないとされていることから、同法第4条第1項の規定に違反すると判断されることがあり得ます。</p>
第4の3	<p>「複数の段階における情報の確認を組み合わせる実施することが必要となる場合がある」とするが、このような措置を講じることが必要となる業種、業態を飲食業以外にも明らかにすべきである。（団体）</p>	<p>複数の段階における情報の確認を組み合わせる実施することが必要となる場合は事業者自らが規模や業態等によって判断可能と考えます。</p>
第4の3	<p>企画・設計・調達・製造と各段階で様々な確認を行うことになれば、工業製品の場合、海外で企画・設計しているものが多く、海外現地法人や海外の部品調達先を巻き込んで、このような確認をするのは容易でない場合がある。（団体）</p>	<p>不当表示等の防止のためには表示等に関する各段階において情報共有が必要であり、表示等に関する限り海外現地法人であっても確認が必要と考えます。</p>

原案該当箇所	御意見の概要	御意見に対する考え方
第4の3	根拠となる情報を確認すべき対象となる表示の内容について、明確に例示していただきたい。(団体)	自己の供給する商品又は役務の品質、規格その他の内容、価格その他の取引条件、その他の長所や要点等です。
第4の3	「表示等に関する情報の確認」についても、個人事業主のような小規模事業者への配慮が必要であることから、例えば、「事業者の業態等に応じて、」に「規模」という言葉を加え、「事業者等の業態や規模に応じて、」としていただきたい。(団体)	御指摘の部分は業態による相違を主に説明する部分ですので、事業者の規模に応じて記載することは適切でないと考えます。
第4の4	これまで不当表示等の事案は、情報の共有が希薄であることや複数の者による確認が行われていないことで発生する場合が散見されたため、事業者に対し、その規模に応じて各組織部門が情報を共有化する仕組みの構築を求めている本指針を支持する。(団体)	御意見として承ります。
第4の4	共有すべき情報は、当該者の役割に応じて相違するものと考えられるところ、本指針は、一律の対応を求めるものではなく、それぞれの役割に応じた情報の共有が行われている場合、事業者としての必要な措置を講じているとの理解でよいか。(団体)	御理解のとおりです。この点を明確にするため、第4の4を次のとおり修正しました。  「事業者は、その規模等に応じ、前記3のとおり確認した情報を、当該表示等に関する各組織部門が不当表示等を防止する上で必要に応じて共有し確認できるようにすること。」
第4の5	中小企業にとっては個別に表示等管理担当者を置くためには、新たに人材を雇用する必要が生じ、物理的・予算的に困難で、現実的ではない。(事業者)	表示等管理担当者は、専任の担当者又は担当部門である必要はないことから、必ずしも新たに人材を雇用する必要が生じるものではないと考えます。そのことを明らかにするために第4の5に次のとおり追加しました。  「(注4) 表示等管理担当者は、必ずしも専任の担当者又は担当部門である必要はなく、例えば、一般的な法令遵守等の担当者又

原案該当箇所	御意見の概要	御意見に対する考え方
		<p>は担当部門がその業務の一環として表示等の管理を行うことが可能な場合には、それらの担当者又は担当部門を表示等管理担当者に指定することで足りる。」</p>
第4の5	表示等管理担当者の果たすべき役割が不明確である。(団体)	<p>表示等管理担当者の果たすべき役割は、表示等に関する事項を適正に管理することであり、その具体的な職務は、表示の根拠となる情報を自ら確認する、表示作成者が表示を適切に作成しているか監督するなど事業者ごとに異なるものと考えます。また、表示媒体を基準に担当者を定めるか、商品を基準に担当者を定めるかなどは規模や業態等に応じて事業者ごとに異なるものと考えます。</p>
第4の5	<p>例えば、グループ会社内で商品の製造と販売を別会社で行っているような場合、商品に関する表示は製造会社において決定しており、販売会社はそれに従うような場合があるが、この場合は、販売会社に表示等管理担当者を置く必要はないか。(団体)</p>	<p>当該販売会社が、一般消費者に対するセールストークを含む一般消費者向けの表示を行っているならば、表示等管理担当者を定める必要があります。</p>
第4の5	<p>表示等管理担当者についても、基本的な考え方によれば、規模や業態により異なることになるが、表示等管理担当者の設置の仕方がどうあるべきかについては、表示や景品類の企画を企業内のどの組織のどの部署で決定しているのかによって、表示等管理担当者の設置組織や人数が異なるという理解でよいか。(団体)</p>	御理解のとおりです。
第4の5	<p>表示等管理担当者を定める条件に、営業部門、表示広告等作成部門等と重複しないことなどの条件が追加されるべきである。(弁護士)</p>	<p>事業者ごとに、その業態、組織等が異なるため、本指針において、営業部門等の兼任を禁止する条件を付すことは、かえって事業者が表示等を適正に管理するに当たって最も適切な者を表示等管理担当者に定めることを阻害してしまうおそれがあるため、適切でないと考えます。</p>

原案該当箇所	御意見の概要	御意見に対する考え方
第4の5	全ての事業者が（1）から（4）までの条件を満たす「表示等管理担当者」を設置するのは困難と考えられるため、条件を緩和できないか。（団体）	本指針では、表示等管理担当者の実効性を担保するための条件として最低限のものを定めています。いずれの条件が欠ける場合においても表示等管理担当者が表示等に関する事項を適正に管理することができないおそれがあります。
第4の5（1）、（2）	（1）の「監視・監督権限」、（2）の「複数存在する場合の権限・所掌」については、具体的な表示の場面や方法が多様である中で画一的・硬直的な権限や所掌を定めることは組織のあり方や機能の実態を反映しておらず、かえって表示等の適正な管理に支障をきたすおそれがあるので、事業者の自治を尊重すべきである。（団体）	監視・監督権限等は、事業者が表示等管理担当者に付与するものですので、事業者ごとに、各事業者の組織の在り方や機能の実態に即して、表示等管理担当者が表示等を適正に管理するために必要な権限等を付与するのであれば、直ちに問題となるものではありません。
第4の5（1）、（2）	「表示等管理担当者が自社の表示等に関して監視・監督権限を有していること。」に関して、表示等管理担当者が不当表示と判断した際に、これを是正する権限まで有していることが実効性確保のために必要と考えるが、「監視・監督権限」は是正権限まで含む概念か。（団体）	御理解のとおりです。
第4の5（3）	「表示等管理担当者となる者が景品表示法の研修会に参加するなど、景品表示法に関する一定の知識の習得に努めていること。」について、「景品表示法の研修会」はどのようなものを指すのか、明らかにされたい。（団体）	景品表示法の研修会とは、事業者団体、都道府県等が主催する景品表示法の研修会を想定しています。ただし、景品表示法に関する一定の知識の習得に努める方法としては、景品表示法の研修会への参加に限られるのではなく、自主的な勉強会に参加する、景品表示法に関する書籍や消費者庁のウェブサイトに掲載されている景品表示法に関する各種情報により自主的に知識の習得に努めるといった方法もあると考えます。このことを明確にするため、第4の5（3）を次のとおり修正しました。

原案該当箇所	御意見の概要	御意見に対する考え方
		<p>「（３）表示等管理担当者となる者が、<u>例えば</u>、景品表示法の研修を受けるなど、景品表示法に関する一定の知識の習得に努めていること。」</p>
第４の５（４）	<p>「表示等管理担当者を社内において周知する方法が確立していること。」の社内における周知範囲を明らかにされたい。（団体）</p>	<p>表示等管理担当者の周知は、最低限、当該表示等に関係する役員及び従業員に対して行う必要があると考えます。例えば、支社ごとに表示が行われ、表示等管理担当者が定められている場合、ある支社の表示等管理担当者が誰であるかを、別の支社の従業員に対して周知しなくとも、直ちに問題となるものではありません。</p>
第４の６	<p>原材料に関する資料、成分根拠など膨大な情報を確認し、その情報を共有するばかりでなく、その資料（書面等）を保管することをあらゆる商品で行うとすると、膨大な情報量になり保管場所など大きな負担となるのではないか。（団体）</p>	<p>表示等の根拠となる情報を事後的に確認するための措置として資料を保管する場合、保管する資料等はあくまで表示等を行うに当たって根拠として確認したものに限られます。また、資料の保管方法は、紙媒体による方法に限られるものでなく、電子媒体による方法であっても、直ちに問題となるものではありません。</p>
第４の６	<p>景品表示法第４条第２項の規定に基づく合理的根拠資料の提出期限が１５日以内とされているため、「表示等の根拠となる情報を事後的に確認するために必要な措置を採ること」を「事後的に確認・証明」としてはどうか。（弁護士）</p>	<p>「表示等の根拠となる情報を事後的に確認するために必要な措置を採ること」は、必ずしも景品表示法第４条第２項に定める合理的根拠資料の提出に備えることのみを目的としているものではなく、例えば、一般消費者からの問合せへの対応等に備えることも、その目的としています。このため、「事後的に確認・証明」との記載は、本措置を講じることを事業者に求める目的と異なるものと考えられ、また、本措置の目的を超える過度な負担を強いるものと事業者認識されるおそれがあると考えられますので適切でないと考えます。</p>

原案該当箇所	御意見の概要	御意見に対する考え方
第4の6	<p>「一般消費者に供給され得ると合理的に考えられる期間」としているが、販売後の流通期間や消費者が購入後、利用する期間も考慮されるべきであるので、「一般消費者に供給・流通・利用され得る」としてはどうか。（弁護士）</p>	<p>一般消費者による自主的かつ合理的な選択を阻害するおそれのある表示等を禁止することにより、一般消費者の利益を保護するとの景品表示法の目的に照らせば、表示等に関する情報を事後的に確認できるようにする期間は、一般消費者に供給され得ると合理的に考えられる期間に限ることが適切であると考えます。表示等に関する情報の保存期間に「利用され得る期間」をも含むとすると、例えば、商品の利用され得る期間が数十年と長期に渡るような場合、事後的に確認できる期間が当該期間となり、事業者に過度な負担を強いることとなるおそれがあるため、適切でないと考えます。</p>
第4の6	<p>当社が製造販売する物品の中には、50年、100年と利用できるものがある。このため、「一般消費者に供給され得ると合理的に考えられる期間」は、当該商品が存在し得る期間（100年）ともいえる。</p> <p>しかし、資料の保存期間を100年とすることは物理上困難である。したがって、本指針に記載される措置を講ずることが義務なのであれば、中小企業でも対応可能な措置内容に修正すべきである。（事業者）</p>	<p>本指針別添の具体的事例において、合理的と考えられる資料の保存期間を例示しています。例えば、商品の流通期間等に応じた期間を資料の保存期間として設定するのであれば、直ちに問題となるものではありません。</p>
第4の6	<p>当業界が扱う商品・サービスは半永久的に受け継がれたりする非常に寿命が長い商品である。このため、「一般消費者に供給され得ると合理的に考えられる期間」は永久ともいえる。</p> <p>しかし、資料の保存期間を永久とすることは物理上困難であるため、当業界の自主ルールとしては、これまでの商取引事情、消費者からの問合せ実績等を踏まえ資料の保存期間を「3年間」と</p>	<p>本指針では、資料の保存期間の例として、商品の流通期間等に応じた期間を示しています。資料の保管期間の「3年間」が流通期間等に応じて定められた期間であるならば、直ちに問題となるものではありません。</p>

原案該当箇所	御意見の概要	御意見に対する考え方
	<p>している。資料を3年間保存することによって、「表示等の根拠となる情報を事後的に確認するために必要な措置」を講じているものと認めていただきたい。(団体)</p>	
第4の7	<p>景品表示法違反の「おそれ」がある段階で一般消費者に周知させることは事業者にとって過度な負担となることから、「景品表示法違反又はそのおそれがある事案が発生した場合」の「そのおそれがある事案」について、削除するか、「合理的な疑い」等に修正されたい。(事業者、団体)</p>	<p>景品表示法違反のおそれがある事案が発生した場合においては、まず、(1)の「当該事案に係る事実関係を迅速かつ正確に確認すること。」が必要です。この結果、景品表示法違反の事実がないと確認できれば、当然ながら一般消費者の誤認排除を行う必要はありません。したがって、「おそれがある事案」が発生した場合であっても本措置を講じる必要があり、また、景品表示法違反の事実がないと確認できた場合には一般消費者に周知する措置を講じる必要はありませんから、事業者にとって過度な負担を強いるものでないと考えます。</p>
第4の7	<p>過大な景品が提供された場合、一般消費者が不当に誘引されることはあっても取引条件や商品等の品質等について誤認することがないため、一般消費者に対する誤認排除は不要と考えられるが、景品表示法第3条違反においても一般消費者への誤認排除が必要なのか明らかにされたい。(団体)</p>	<p>不当な景品類の提供は、不当に顧客を誘引し、一般消費者の自主的かつ合理的な選択を阻害するものであることから、過大な景品類を提供した旨を周知することが必要です。</p>
第4の7	<p>「不当な表示等が明らかになった場合における迅速な対応」について、業界団体を通じ関係官庁と連携し迅速な対応がとれるようするため、未加入企業に対し業界団体への加入を義務付ける必要がある。(団体)</p>	<p>本指針に事業者団体への参加を義務付けることを定めることは適切でないと考えます。</p>
第4の7	<p>不当表示等が発生した場合、消費者庁の調査等を待つことなく、事業者は、自発的に当該行為を取りやめ、積極的に一般消費者の誤認を排除することが重要なため、これを円滑に行われるよ</p>	<p>御意見として承ります。</p>

原案該当箇所	御意見の概要	御意見に対する考え方
	うに、消費者庁への相談の仕組み、自発的な誤認排除措置が十分な場合には措置命令を免除・軽減するなどのシステムの構築を消費者庁として表明することが望ましい。(団体)	
第4の7(2)	(2)に不当表示等による一般消費者の誤認排除と(3)に再発防止に向けた措置が記載されているが、ここに被害者救済が記載されていない理由は何か。(団体)	従前の措置命令の内容にならったものです。事業者の自主的な被害者救済の取組を否定するものではありません。
第4の7(3)	「(3)再発防止に向けた措置を講じること。」の内容が、イメージしやすいように、「(3)再発防止に向けた措置(原因究明とこれに基づくシステム改善、責任者の社内処分、内部における再度の周知徹底等)を講じること。」などとしてはどうか。(弁護士)	事業者が講じるべき再発防止に向けた措置の内容は、違反事業者の規模や業態、取り扱う商品又は役務の内容、行われた不当表示等の内容・態様等により異なるものであって、責任者の社内処分等の措置を講じることが求められるかのように例示することは、事業者の自主的判断を阻害するおそれがあり、適切でないと考えます。
第4の7	本指針の「事後の対処に当たり、不当表示等を単に是正するだけでは、既に不当に誘引された一般消費者の誤認がなくなったことにはならず、景品表示法違反があった事実を一般消費者に認知させるなどの措置が求められる場合がある」とされているが、具体的な基準を明示されたい。また、一般消費者に認知させる措置を具体的に説明されたい。(団体)	<p>不当表示等があった商品又は役務を実際に供給した場合には、一般消費者に認知させるなどの措置が求められます。</p> <p>また、一般消費者に認知させるための具体的な措置については、御意見を踏まえ、本指針別添の7を次のとおり修正しました。</p> <p>「・一般消費者に対する誤認を取り除くために必要がある場合には、速やかに一般消費者に対する周知(例えば、<u>新聞、自社ウェブサイト、店頭での貼り紙</u>)及び回収を行うこと。」</p>

原案該当箇所	御意見の概要	御意見に対する考え方
別添全体	<p>本指針別添の一部の具体的事例、例えば、社内資格制度の創設（別添の1）、広告審査会の開催（別添の1）、社内イントラネットや申請・承認システム等の利用（別添の4）、表示等の根拠となる情報の記録・保管（別添の6）、関係行政機関や公正取引協議会への事前問合せ（別添の8）等は、一般的な組織運営の在り方や実務実態等に全く即しておらず、例示とはいえ不適切であるため、削除していただきたい。（団体）</p>	<p>本指針別添記載の具体的事例は、事業者が講ずべき措置を実行しやすくするための例示であり、具体的に行う措置は、事業者の規模や業態、取り扱う商品又は役務の内容等に応じて個別に異なり得ると考えています。また、具体的事例は事業者と同様の措置の実施を義務付けるものではありません。さらに、具体的事例は、事業者からのヒアリング等に基づくものであり、実際に実施している事業者もあることから、不適切なものではないと考えます。これらを明確にするため、本指針別添の冒頭に次のとおり追加しました。</p> <p>「別添に記載された具体的事例は、事業者へのヒアリング等に基づき参考として記載するものであり、各事業者が講じる具体的な措置は、その規模や業態、取り扱う商品又は役務の内容等に応じ、各事業者において個別具体的に判断されるべきものである。」</p>
別添全体	<p>本指針及び別添の具体的事例は、特定の業界を念頭に置いたものと感じられ、他の業界には馴染まない事例も多い。一部の業界に特化した汎用性のない事例はその旨を明記されたい。（団体）</p>	<p>特定の業界を念頭に記載した具体的事例は多くありませんが、特定の業界に特化した具体的事例については、例えば、「賞味期限・・・が定められている場合」などのように「賞味期限」と明記するなど、食品業界であることを明らかにしています。</p> <p>なお、具体的事例は、事業者が必要な措置を講じるに当たって参考とするために示しているものであり、参考とする際には、特定の業界に特化しているか否かでなく、自社に適用できるかといった観点により事業者の創意によって措置を講じることが望まれます。</p>

原案該当箇所	御意見の概要	御意見に対する考え方
別添の1	「景品表示法の周知・啓発の例」については、概ね妥当な内容と考える。(弁護士)	御意見として承ります。
別添の1	「景表法の考え方の周知」というよりは、事業者の代表者自らが、不当表示等の違法行為を絶対に行わない旨を折りに触れて真摯に宣言することが有効と考える。また、消費者団体による研修会に参加させることが、消費者側との感覚のずれを是正する方法として有効と考えられる。同じ意味合いにおいて、事業者団体や公正取引協議会等を通じて表示ガイドラインを策定している場合には、その内容の決定や改正に当たり、消費者団体等と密な意見交換を行って適正な表示ルールの検討を行うことが有用と考えられる。(弁護士)	御意見を踏まえ、本指針別添の1を次のとおり修正しました。 「・関係従業員等が景品表示法に関する都道府県、事業者団体、消費者団体等が主催する社外講習会等に参加すること。」
別添の1	景品表示法の周知・啓発の例では、周知・啓発の内容が「景品表示法の考え方」とするのみで不明瞭であり、現場で対応できないので、周知すべき内容を明確にすべきである。(団体)	景品表示法の周知・啓発の内容は、事業者の取り扱う商品又は役務等に応じて事業者ごとに異なります。また、同じ事業者内でも周知・啓発する関係従業員等の職務に応じて異なります。このため、本指針において、周知・啓発の内容を一律に定めることは、関係従業員等に周知が十分に行われない事態や、事業者に過度な負担を強いるおそれがあるため、適切でないと考えます。
別添の1	景品表示法の周知啓発について、本指針別添記載の具体的事例全体を通して、通常事業者が行うコンプライアンスの活動の一環の中で景品表示法について留意すべき事項を列挙しているのか、景品表示法だけに特化した取組を求めているのか不明確である。(団体)	事業者が行うコンプライアンスの活動の一環の中で景品表示法について周知することも、景品表示法だけに特化した取組にすることも景品表示法の考え方の周知・啓発の措置として認められると考えます。
別添の2	「法令遵守の方針等の明確化の例」について、概ね妥当な内容と考える。(弁護士)	御意見として承ります。

原案該当箇所	御意見の概要	御意見に対する考え方
別添の2	「法令違反があった場合に、役員に対しても厳正に対処する方針及び対処の内容を役員規程に定めること。」について、対処として解任や報酬の減額以外に想定しているものがあれば具体化すべきである。(団体)	違反事業者の役員に対する対処内容を具体的に示すことは、事業者の自由を阻害するおそれがあるため、適切でないと考えます。
別添の2	法令違反があった場合に、役員に対する厳正な対処方針のみでなく、一般従業員も処分の対象となることを具体的事例に明記することが必要である。(弁護士)	御意見を参考に、本指針別添の2に次の事例を追加しました。 「・法令違反があった場合に、懲戒処分の対象となる旨を就業規則その他の社内規則等において明記すること。」
別添の3	「表示等に関する情報の確認の例」については、「企画・設計段階」、「調査段階」、「生産・製造・加工段階」、「提供段階」のいずれについても支持する。(弁護士)	御意見として承ります。
別添の3	具体的事例に記載された例示の工程どおりに分割できない場合であっても、例えば、表示審査部門、商品開発部門、販売促進部門などの複数の関係部門において、表示等に関する情報を確認・共有する体制を整備していれば、本指針によって、必ずしも新たな措置を講じることが求められるものではないとの理解でよいか。(団体)	御理解のとおりです。
別添の3 (1)、(4)	過去の不当表示等事案等について情報源が記載されていないので当該事案等が取得できない。(団体)	過去の不当表示等事案等については、消費者庁のウェブサイトに掲載しています。 <a href="http://www.caa.go.jp/representation/index.html">http://www.caa.go.jp/representation/index.html</a>
別添の4	「表示等に関する情報の共有の例」を支持する。(弁護士)	御意見として承ります。
別添の4	「生産・製造・加工の過程が表示に影響を与える可能性があり(食肉への脂の注入等)・・・」の例示は、極めて限定的である。	「食肉への脂の注入等」は、あくまで「生産・製造・加工の過程が表示に影響を与える可能性」がある場合の典型例として示しているものです。

原案該当箇所	御意見の概要	御意見に対する考え方
	り、この事例の意図が十分に伝わらないため、不適當である。(事業者)	
別添の4	小売業においては「企画・設計・調達・生産・製造・加工・営業等の各部門」が分離して存在しないこと、また、表示の関係従業員とは現場で陳列等を行う従業員等を含むこと等から、表示等に関する情報の共有の例も全般的に小売業の実務にはなじまない。(団体)	小売業であっても、例えば、商品調達部門、チラシ製作部門、店頭販売部門等が分離されている場合もあり、本指針別添の情報共有の具体例が小売業になじまないものではないとは考えます。
別添の5①	「店舗ごとに表示等を策定している場合において店長を表示等管理担当者として定め、店長が表示等の内容を確認すること。」とあるが、必ずしも店長がその任務に当たっているわけではなく、規模や業態に応じて担当部門や担当者にそれぞれ役割が任されているので、一般的な組織運営や実務に照らした事例に修正願いたい。(団体)	御意見を踏まえ、本指針別添の5①に次の事例を追加しました。  「・売り場ごとに表示等を策定している場合において、売り場責任者を表示等管理担当者として定め、その者が表示等の内容を確認すること。」
別添の5②	「営業部門の長」については、表示等管理担当者とは、人選、職制として明確に分離されていることが望ましい。(弁護士)	事業者の規模等により、営業部門の長を表示等管理担当者としてせざるを得ない場合もあるため、表示等管理担当者と営業部門の長を明確に分離することまで求めることは、事業者に過度な負担を強いるおそれがあるため、適切でないと考えます。
別添の5②	「社内資格制度」、「禁止される表示等の内容、表示等を行う際の手順等を定めたマニュアル」と記載されているが、これらについては作成の手順・基準を明記すべきである。(団体)	当該記載は、あくまでも具体例を示しているものであり、個々の事業者の実情に応じてその内容を定めるべきものと考えます。
別添の5(注1)	本指針別添の5(注1)で、「十分でない例」が示されているが、十分でない例を掲げることに違和感があり、内容的にも会社法との関係で無理がある。(団体)	御意見を踏まえ、次の例を削除しました。  「(注1) 表示等管理担当者を指名する場合として十分でない例 ・ 表示等管理担当者としてされている者に実体のない場合(実際

原案該当箇所	御意見の概要	御意見に対する考え方
		<p>には表示等の管理を行っていない場合等)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>表示等管理担当者とされている者の権限が十分でない場合 (当該表示等が違法であるとする判断を他の者が覆すことができる場合等)」</li> </ul>
別添の6	<p>「表示等の根拠となる情報を記録し、保存しておくこと。」だけでは不十分であり、速やかに確認できるように、商品等の型番、仕入れ時期、商品ロット等により、記録の整理、分別管理やデータベース管理が行われていなければならない。(弁護士)</p>	<p>不当表示等の防止のためには情報を記録し保存することが重要なのであって、情報の保存方法までを一律に定めることは適当でないと考えます。御指摘のような情報の保存方法も1つの手段と考えますが、情報の保存方法については個々の事業者の実情に応じて行うべきものと考えます。</p>
別添の6 (注2)	<p>「(注2) 表示等の根拠となる情報についての資料の例」として、「原材料調達時の伝票」や「帳簿」が挙げられているが、事業者は「原材料調達時の伝票」や「帳簿」に、例えば、原材料の原産地やブランド食材の正式な呼称を記録するという認識を持っていないため、表示等の根拠となる情報を記録することは、事業者に多大な負担を強いるのではないか。(団体)</p>	<p>「原材料調達時の伝票」や「帳簿」を表示等の根拠とするかは事業者の判断であり、必ず「原材料調達時の伝票」や「帳簿」に原材料の原産地等の記載を求めるものではありませんので、事業者に過度な負担を強いるものではないと考えます。表示等を行う事業者は、根拠に沿った表示等を行うことが重要です。</p>
別添の6 (注2)	<p>本指針別添の6 (注2) の「景品類の購入伝票」は、景品類の根拠となる景品類の提供を受ける者が通常購入する際の価格と一致しないのではないか。(団体)</p>	<p>例えば、事業者が市販されている商品を小売店から購入した上で、当該商品を景品類として提供する場合には、「景品類の購入伝票」に記録されている価格は、景品類の提供を受ける者が通常購入するときの価格と一致するものと考えられます。</p> <p>また、景品類と同じものが市販されていない場合は、景品類を提供する者がそれを入手した価格、類似品の市価等を勘案して、景品類の提供を受ける者が、それを通常購入することとしたときの価格を算定し、その価格を景品類の価額とすることとしています(「景品類の価額の算定基準について」(昭和53年11月3</p>

原案該当箇所	御意見の概要	御意見に対する考え方
		<p>0日事務局長通達第9号)第1項(2))。そのため、景品類と同じものが市販されていない場合であっても、「景品類の購入伝票」は、景品類の価額の算定に当たって勘案される「景品類を提供する者がそれを入手した価格」の根拠となる資料として、適切に保存することが必要です。</p>
<p>別添の6(注3)</p>	<p>本指針の本文では「表示等の対象となる商品又は役務が一般消費者に供給され得ると合理的と考えられる期間」と記載されているのに対し、「(注3)合理的と考えられる資料の保存期間の例」として、「即時に消費される場合又は消費期限が定められている場合、3か月」としている点について根拠を説明されたい。(団体)</p>	<p>米トレーサビリティ制度を参考にして「即時に消費される場合又は消費期限が定められている場合」における資料の保存期間の例を「3か月」と示しました。同制度では、消費期限が付された商品については3か月の記録の保存期間が定められています。米トレーサビリティ制度の対象は、米穀・米飯類・米加工食品等ですが、米穀・米飯類・米加工食品等以外の消費期限が定められている食品を供給する事業者にとっても参考となるものと考えています。</p>
<p>別添の6(注3)</p>	<p>(注3)で示された保存期間の例は限定的であり、例えば賞味期限や保証期間等が定められていない商品の場合、景品あるいは一時的に行った広告の場合、資料をどの程度保存すれば合理的であると判断されるのかが不明確である。(団体)</p>	<p>御指摘のような場合であっても、商品の流通期間等を参考に保存期間を検討できると考えられます。</p>
<p>別添の7(2)</p>	<p>本指針別添の7(2)に「速やかに一般消費者に対する周知及び回収を行うこと。」とあるが、回収が不要な場合もあるので、「回収」を削除されたい。(団体)</p>	<p>本指針別添記載の具体的事例は、事業者が必要な措置を講じるに当たって参考とするために示しているものですので、あらゆる場合において具体的事例と同様の措置を講じることが求められるものではありません。一般消費者の誤認を取り除くために表示物等の回収までを行わなくとも必要な措置を講じているものと認められる場合もあり得ると考えます。</p>

原案該当箇所	御意見の概要	御意見に対する考え方
別添の 7 (2)	「速やかに一般消費者に対する周知及び回収を行うこと。」とされているが、周知方法を明確化されたい。(団体)	御意見を踏まえ、本指針別添の 7 (2) を次のとおり修正しました。  「・一般消費者に対する誤認を取り除くために必要がある場合には、速やかに一般消費者に対する周知（例えば、 <u>新聞、自社ウェブサイト、店頭での張り紙</u> ）及び回収を行うこと。」
別添の 7 (3)	「関係従業員等に対して必要な教育・研修等を改めて行うこと」のみでは不十分であり、「関係従業員等に対して、懲戒等の厳正な社内処分を課すること」や、原因究明が困難な場合においては第三者を交えた調査委員会の設営等を検討すべきである。(弁護士)	本指針別添記載の具体的事例については「本指針の中で挙げられた事例は、景品表示法第 7 条第 1 項に定められた必要な措置を網羅するものではない。」ことを明らかにしており、不当表示等を未然に防止するための必要な措置として適切なものであれば、本指針別添に記載していない措置を事業者の判断で講じることは問題ありません。なお、措置を講じるに当たっては、他法令に抵触することがないように御注意ください。
別添の 7 (3)	業界全体への恒久的な再発防止指導は誰が行うのか。(団体)	本指針は個別の事業者を対象とするものであり、業界に対して直接再発防止等を行うことは現時点では想定していません。
別添の 7 (4)	例示する「法令遵守調査室」の具体的な組織や役割をどのように想定しているのか。(個人)	法令遵守調査室とは、法律に関する相当の知識を有した者による法令遵守に係る専門的な組織であり、法令違反が疑われる行為の通報窓口、同行為に対する調査、同行為に対する措置の検討等を行う部署を想定しています。
別添の 7 (4)	「法令遵守調査室」ではなく、「社外の第三者が所管する委員会等」の設置に修正されたい。(団体)	御意見を踏まえ、本指針別添の 7 (4) を次のとおり修正しました。  「・第三者が所掌する法令遵守調査室 <u>や第三者委員会</u> を設置すること。」

原案該当箇所	御意見の概要	御意見に対する考え方
別添の 7 (4)	法令遵守の下での従業員の当該行為について不利益な取扱いを行わないことは既に組織の一般原則として理解されており、景品表示法に限定されず、例示の必要はない。(団体)	法令遵守の下での従業員の当該行為について不利益な取扱いを行わないことは不当表示防止の早期発見等にも資するもので、景品表示法に限るものではなくても、例示することに意味はあると考えます。
別添の 7 (4)	就業規則その他の職務規律を定めた文書では、遵法精神全体に係る内容を大まかに記載することはできるが、多くの法律の個々の対応を記載することは不可能である。(団体)	御意見を踏まえ、第 4 の 2 に次のとおり追加しました。  「なお、本事項は、必ずしも不当表示等を防止する目的に特化した法令遵守の方針等を、一般的な法令遵守の方針等とは別に明確化することを求めるものではない。」

## パブリックコメント手続からの変更点（新旧対照表）

修正後	修正前
<p>事業者が講ずべき景品類の提供及び表示の管理上の措置についての指針</p> <p>第1 はじめに</p> <p>本指針は、不当景品類及び不当表示防止法（昭和37年法律第134号。以下「景品表示法」という。）第7条第1項に規定する事業者が景品表示法で規制される不当な景品類及び表示による顧客の誘引を防止するために講ずべき措置に関して、<u>同条第2項の規定に基づき事業者が適切かつ有効な実施を図るために必要な事項について定めるものである。</u></p> <p>第2 基本的な考え方</p> <p>1 必要な措置が求められる事業者</p> <p>景品表示法第7条第1項は、それぞれの事業者内部において、景品表示法第3条の規定に基づく告示に違反する景品類の提供及び景品表示法第4条に違反する表示（以下「不当表示等」という。）を未然に防止するために必要な措置を講じることを求めるものである。すなわち、景品類の提供若しくは自己の供給する商品又は役務についての一般消費者向けの表示（以下「表示等」という。）をする事業者に対して必要な措置を講じることを求めるものであり、例えば、当該事業者と取引関係はあるが、表示等を行っていない事業者に対して措置を求めるものではない。</p> <p>なお、自己の供給する商品又は役務について一般消費者に対する表示を行っていない事業者（広告媒体事業者等）であっても、例えば、当該事業者が、商品又は役務を一般消費者に供給している他の事業者と共同して商品又は役務を一般消費者に供給していると認められる場合は、景品表示法の適用を受けることから、<u>このような場合には、景品表示法第7条第1項の規定に基づき必要な措置を講じることが求められることに留意</u></p>	<p>事業者が講ずべき景品類の提供及び表示の管理上の措置についての指針 <u>(案)</u></p> <p>第1 はじめに</p> <p>本指針は、不当景品類及び不当表示防止法（昭和37年法律第134号。以下「景品表示法」という。）第7条第1項の規定に基づき、事業者が景品表示法で規制される不当な景品類及び表示による顧客の誘引を防止するために講ずべき措置に関して、<u>その適切かつ有効な実施を図るために必要な事項について定めるものである。</u></p> <p>第2 基本的な考え方</p> <p>1 必要な措置が求められる事業者</p> <p>景品表示法第7条第1項は、それぞれの事業者内部において、景品表示法第3条に違反する景品類の提供及び第4条に違反する表示（以下「不当表示等」という。）を未然に防止するために必要な措置を講じることを求めるものである。すなわち、景品類の提供若しくは自己の供給する商品又は役務についての一般消費者向けの表示（以下「表示等」という。）をする事業者に対して必要な措置を講じることを求めるものであり、例えば、当該事業者と取引関係はあるが、表示等を行っていない事業者に対して措置を求めるものではない。</p> <p>なお、自己の供給する商品又は役務について一般消費者に対する表示等を行っていない事業者（広告媒体事業者等）であっても、例えば、当該事業者が、商品又は役務を一般消費者に供給している他の事業者と共同して商品又は役務を一般消費者に供給していると認められる場合は、景品表示法の適用を受けることから、景品表示法第7条第1項に基づき必要な措置を講じることが求められることに留意しなければならない。</p>

修正後	修正前
<p>しなければならない。</p> <p>2 事業者が講ずべき措置の規模や業態等による相違</p> <p>景品表示法の対象となる事業者は、その規模や業態、取り扱う商品又は役務の内容等が様々である。各事業者は、その規模や業態、取り扱う商品又は役務の内容等に応じて、不当表示等を未然に防止するために必要な措置を講じることとなる。したがって、各事業者によって、必要な措置の内容は異なることとなるが、事業者の組織が大規模かつ複雑になれば、不当表示等を未然に防止するために、<u>例えば、表示等に関する情報の共有において、より多くの措置が必要となる場合がある</u>ことに留意しなければならない。<u>他方、小規模企業者やその他の中小企業者においては、その規模や業態等に応じて、不当表示等を未然に防止するために十分な措置を講じていれば、必ずしも大企業と同等の措置が求められる訳ではない。</u></p> <p>なお、従来から景品表示法 <u>や景品表示法第11条第1項の規定に基づく協定又は規約（以下「公正競争規約」という。）</u>を遵守するために必要な措置を講じている事業者にとっては、本指針によって、新たに、特段の措置を講じることが求められるものではない。</p> <p>3 別添記載の具体的事例についての注意点</p> <p>本指針において、別添に記載した事例は、事業者の理解を助けることを <u>目的に参考として</u> 示したものであり、当該事例と同じ措置ではなくても、不当表示等を未然に防止するための必要な措置として適切なものであれば、景品表示法第7条第1項の規定に基づく措置を講じていると判断されることとなる。また、本指針の中で挙げられた事例は、景品表示法第7条第1項 <u>の規定に基づく</u> 必要な措置を網羅するものではないことに留意しなければならない。</p> <p>第3 用語の説明</p>	<p>2 事業者が講ずべき措置の規模や業態等による相違</p> <p>景品表示法の対象となる事業者は、その規模や業態、取り扱う商品又は役務の内容等が様々である。各事業者は、その規模や業態、取り扱う商品又は役務の内容等に応じて、不当表示等を未然に防止するために必要な措置を講じることとなる。したがって、各事業者によって、必要な措置の内容は異なることとなるが、事業者の組織が大規模かつ複雑になれば、不当表示等を未然に防止するために、より多くの措置が必要となることに留意しなければならない。</p> <p>なお、従来から景品表示法を遵守するために必要な措置を講じている事業者にとっては、本指針によって、新たに、特段の措置を講じることが求められるものではない。</p> <p>3 別添記載の具体的事例についての注意点</p> <p>本指針において、別添に記載した事例は、事業者の理解を助けることを <u>目的として</u> 示したものであり、当該事例と同じ措置ではなくても、不当表示等を未然に防止するための必要な措置として適切なものであれば、景品表示法第7条第1項の規定に基づく措置を講じていると判断されることとなる。また、本指針の中で挙げられた事例は、景品表示法第7条第1項 <u>に定められた</u> 必要な措置を網羅するものではないことに留意しなければならない。</p> <p>第3 用語の説明</p>

修正後	修正前
<p>1 必要な措置</p> <p>景品表示法第7条第1項に規定する「必要な措置」とは、事業者が景品表示法を遵守するために必要な措置を包括的に表現したものであり、「景品類の価額の最高額、総額その他の景品類の提供に関する事項及び商品又は役務の品質、規格その他の内容に係る表示に関する事項を適正に管理するために必要な体制の整備」は事業者が講ずべき「必要な措置」の一例である。必要な措置とは、例えば、景品類の提供について、それが違法とされないかどうかを判断する上で必要な事項を確認することや、商品又は役務の提供について実際のもの又は事実に相違して当該事業者と同種若しくは類似の商品若しくは役務を供給している他の事業者に係るものよりも著しく優良又は有利であると示す表示等に当たらないかどうかを確認することのほか、確認した事項を適正に管理するための措置を講じることである。</p> <p>2 正当な理由</p> <p>景品表示法第8条の2第1項に規定する「正当な理由」とは、専ら一般消費者の利益の保護の見地から判断されるものであって、単に <u>一般消費者の利益の保護とは直接関係しない事業経営上又は取引上の観点</u> <u>だけ</u> からみて合理性又は必要性があるに過ぎない場合などは、正当な理由があるとはいえない。</p> <p>正当な理由がある場合とは、例えば、事業者が表示等の管理上の措置として表示等の根拠となる資料等を保管していたが、災害等の不可抗力によってそれらが失われた場合などである。</p> <p>第4 事業者が講ずべき表示等の管理上の措置の内容</p> <p>表示等の管理上の措置として、事業者は、その規模 <u>(注1)</u> や業態、取り扱う商品又は役務の内</p>	<p>1 必要な措置</p> <p>景品表示法第7条第1項に規定する「必要な措置」とは、事業者が景品表示法を遵守するために必要な措置を包括的に表現したものであり、「景品類の価額の最高額、総額その他の景品類の提供に関する事項及び商品又は役務の品質、規格その他の内容に係る表示に関する事項を適正に管理するために必要な体制の整備」は事業者が講ずべき「必要な措置」の一例である。必要な措置とは、例えば、景品類の提供について、それが違法とされないかどうかを判断する上で必要な事項を確認することや、商品又は役務の提供について実際のもの又は事実に相違して当該事業者と同種若しくは類似の商品若しくは役務を供給している他の事業者に係るものよりも著しく優良又は有利であると示す表示等に当たらないかどうかを確認することのほか、確認した事項を適正に管理する<u>ために必要な措置</u>を講じることである。</p> <p>2 正当な理由</p> <p>景品表示法第8条の2第1項に規定する「正当な理由」とは、専ら一般消費者の利益の保護の見地から判断されるものであって、<u>必要な措置を講じないことが一般消費者による自主的かつ合理的な選択を阻害するおそれがないことをいう。</u></p> <p><u>このため、単に通常の意味において正当な理由があると考えられる場合、すなわち事業経営上又は取引上の観点からみて合理性又は必要性があるに過ぎない場合などは、正当な理由があるとはいえない。</u></p> <p>正当な理由がある場合とは、例えば、事業者が表示等の管理上の措置として表示等の根拠となる資料等を保管していたが、災害等の不可抗力によってそれらが失われた場合などである。</p> <p>第4 事業者が講ずべき表示等の管理上の措置の内容</p> <p>表示等の管理上の措置として、事業者は、その規模 <u>に応じ(注1)</u>、<u>必要かつ適切な範囲で、次</u></p>

修正後	修正前
<p><u>容等に応じ、必要かつ適切な範囲で、次に示す事項に沿うような具体的な措置を講ずる必要がある。</u></p> <p>なお、本指針で例示されているもの以外にも不当表示等を防止する措置は存在するところ、事業者がそれぞれの業務内容や社内体制に応じて、必要と考える独自の措置を講じることも重要である。</p> <p>(注1) 例えば、後記5に関して、<u>個人事業主等の小規模企業者やその他の中小企業者においては、その規模等に応じて、代表者が表示等を管理している場合には、代表者をその担当者と定めることも可能である。</u></p> <p>1 景品表示法 <u>の考え方</u> の周知・啓発</p> <p>事業者は、不当表示等の防止のため、<u>景品表示法の考え方について、表示等に関係している役員及び従業員(注2)(以下「関係従業員等」という。)にその職務に応じた周知・啓発を行うこと。</u></p> <p>なお、周知・啓発を <u>行う</u> に当たっては、例えば、一般消費者にとって、表示等が商品又は役務を購入するかどうかを判断する重要な要素となること、その商品又は役務について <u>最も多くの情報・知識を有している事業者が正しい表示を行うことが、一般消費者の利益を保護することになるばかりか、最終的にはその事業者や業界全体の利益となる</u> ことを十分理解する必要がある。</p> <p>(注2) 表示等の内容を <u>決定する又は管理する役員及び従業員</u> のほか、決定された表示内容に基づき一般消費者に対する表示(商品説明、セールストーク等)を行うことが想定される者を含む。</p> <p>2 法令遵守の方針等の明確化</p> <p>事業者は、不当表示等の防止のため、景品表示法を含む法令遵守の方針や法令遵守のためにとるべき手順等を明確化すること。</p> <p>なお、本事項は、<u>必ずしも不当表示等を防止する目的に特化した法令遵守の方針等を、一般的な</u></p>	<p><u>の1から7までの事項を実行するための具体的な措置を講ずる必要がある。</u></p> <p>なお、本指針で例示されているもの以外にも不当表示等を防止する措置は存在するところ、事業者がそれぞれの業務内容や社内体制に応じて、必要と考える独自の措置を講じることも重要である。</p> <p>(注1) 例えば、後記5に関して、<u>個人事業主のような小規模事業者で、代表者が表示等を管理している場合には、代表者をその担当者と定めることも可能である。</u></p> <p>1 景品表示法の周知・啓発</p> <p>事業者は、不当表示等の防止のため、表示等に関係している役員及び従業員(注2)(以下「関係従業員等」という。)に <u>景品表示法を周知・啓発すること。</u></p> <p>なお、周知・啓発を <u>する</u> に当たっては、例えば、一般消費者にとって、表示等が商品又は役務を購入するかどうかを判断する重要な要素となること、その商品又は役務について <u>最も情報・知識を有している事業者が正しい表示を行わなければ、一般消費者の利益が損なわれるばかりか、正しい表示を行っている他の事業者の不利益にもつながる</u> ことを十分理解する必要がある。</p> <p>(注2) 表示内容の <u>決定に関与する者</u> のほか、決定された表示内容に基づき一般消費者に対する表示(商品説明、セールストーク等)を行うことが想定される者を含む。</p> <p>2 法令遵守の方針等の明確化</p> <p>事業者は、不当表示等の防止のため、景品表示法を含む法令遵守の方針や法令遵守のためにとるべき手順等を明確化すること。</p>

修正後	修正前
<p><u>法令遵守の方針等とは別に明確化することを求めるものではない。また、例えば、個人事業主等の小規模企業者やその他の中小企業者においては、その規模等に応じて、社内規程等を明文化しなくても法令遵守の方針等を個々の従業員(従業員を雇用していない代表者一人の事業者にあつては当該代表者)が認識</u>することで足りることもある。</p> <p>3 表示等に関する情報の確認</p> <p>事業者は、</p> <p>(1) 景品類を提供しようとする場合、違法とならない景品類の価額の最高額・総額・種類・提供の方法等を、</p> <p>(2) とりわけ、商品又は役務の <u>長所や要点</u> を一般消費者に訴求するために、その内容等について積極的に表示を行う場合には、当該表示の根拠となる情報を確認すること。</p> <p>この「確認」がなされたといえるかどうかは、<u>表示等</u>の内容、その検証の容易性、当該事業者が払った注意の内容・方法等によって個別具体的に判断されることとなる。例えば、小売業者が商品の内容等について積極的に表示を行う場合には、直接の仕入れ先に対する確認や、商品自体の表示の確認など、事業者が当然把握し得る範囲の情報を表示の内容等に応じて適切に確認することは通常求められるが、全ての場合について、<u>商品の流通過程を遡って調査を行うことや商品の鑑定・検査等を行うこと</u>までを求められるものではない。</p> <p>なお、事業者の業態等に応じて、例えば、小売業のように商品を提供する段階における情報の確認のみで足りる場合や、飲食業のように、提供する料理を企画する段階、その材料を調達する段階、加工（製造）する段階及び実際に提供する段階に至るまでの複数の段階における情報の確認を組み合わせる実施することが必要となる場合があることに留意する必要がある。</p>	<p>例えば、個人事業主 <u>のような小規模事業者においては、社内規程等を明文化しなくても法令遵守の方針等を従業員間で共有</u> することで足りることもある。</p> <p>3 表示等に関する情報の確認</p> <p>事業者は、</p> <p>(1) 景品類を提供しようとする場合、違法とならない景品類の価額の最高額・総額・種類・提供の方法等を、</p> <p>(2) とりわけ、商品又は役務の <u>セールスポイント</u> を一般消費者に訴求するために、その内容等について積極的に表示を行う場合には、当該表示の根拠となる情報を確認すること。</p> <p>この「確認」がなされたといえるかどうかは、<u>提供しようとする景品類及び表示</u>の内容、その検証の容易性、当該事業者が払った注意の内容・方法等によって個別具体的に判断されることとなる。例えば、小売業者が商品の内容等について積極的に表示を行う場合には、直接の仕入れ先に対する確認や、商品自体の表示の確認など、事業者が当然把握し得る範囲の情報を表示の内容等に応じて適切に確認することは通常求められるが、全ての場合について商品の流通過程を遡って調査を行うことや、<u>商品の鑑定・検査等を行うこと</u>までを求められるものではない。</p> <p>なお、事業者の業態等に応じて、例えば、小売業のように商品を提供する段階における情報の確認のみで足りる場合や、飲食業のように、提供する料理を企画する段階、その材料を調達する段階、加工（製造）する段階及び実際に提供する段階に至るまでの複数の段階における情報の確認を組み合わせる実施することが必要となる場合があることに留意する必要がある。</p>

修正後	修正前
<p>4 表示等に関する情報の共有</p> <p>事業者は、その規模等に応じ、前記3のとおり確認した情報を、<u>当該表示等に係る各組織部門が不当表示等を防止する上で必要に応じて共有し確認できるように</u> すること。</p> <p>不当表示等は、企画・調達・生産・製造・加工を行う部門と実際に表示等を行う営業・広報部門等との間における情報共有が希薄であることや、複数の者による確認が行われていないこと等により発生する場合がある。このため、情報の共有を行うに当たっては、このような原因や背景を十分に踏まえた対応を行うことが重要である。</p> <p>なお、<u>個人事業主等の小規模企業者やその他の中小企業者</u>においては、その規模等に応じて、代表者が表示等を管理している場合には、代表者が表示等に関する情報を把握していることで足りる。</p> <p>5 表示等を管理するための担当者等を定めること</p> <p>事業者は、表示等に関する事項を適正に管理するため、表示等を管理する担当者又は担当部門（以下「表示等管理担当者」という。）をあらかじめ定めること（注3及び4）。</p> <p>表示等管理担当者を定めるに際しては、以下の事項を満たすこと。</p> <p>(1) 表示等管理担当者が自社の表示等に関して監視・監督権限を有していること。</p> <p>(2) 表示等管理担当者が複数存在する場合、それぞれの権限又は所掌が明確であること。</p> <p>(3) 表示等管理担当者となる者が、<u>例えば、景品表示法の研修を受ける</u> など、景品表示法に関する一定の知識の習得に努めていること。</p> <p>(4) 表示等管理担当者を社内において周知する方法が確立していること。</p> <p>なお、仮に、景品表示法に違反する事実が認められた場合、<u>景品表示法第8条の2第1項の規定</u>に基づく勧告等の対象となるのは、あくまで事業</p>	<p>4 表示等に関する情報の共有</p> <p>事業者は、その規模に応じ、前記3で確認した情報を <u>各組織部門において共有する仕組みを構築</u> すること。</p> <p>不当表示等は、企画・調達・生産・製造・加工を行う部門と実際に表示等を行う営業・広報部門等との間における情報共有が希薄であることや、複数の者による確認が行われていないこと等により発生する場合がある。このため、情報の共有を行うに当たっては、このような原因や背景を十分に踏まえた対応を行うことが重要である。</p> <p>なお、個人事業主 <u>のような小規模事業者</u>で、代表者が表示等を管理している場合には、代表者が表示等に関する情報を把握していることで足りる。</p> <p>5 表示等を管理するための担当者等を定めること</p> <p>事業者は、表示等に関する事項を適正に管理するため、表示等を管理する担当者又は担当部門（以下「表示等管理担当者」という。）をあらかじめ定めること。</p> <p>表示等管理担当者を定めるに際しては、以下の事項を満たすこと。</p> <p>(1) 表示等管理担当者が自社の表示等に関して監視・監督権限を有していること（注3）。</p> <p>(2) 表示等管理担当者が複数存在する場合、それぞれの権限又は所掌が明確であること。</p> <p>(3) 表示等管理担当者となる者が <u>景品表示法の研修会に参加する</u> など、景品表示法に関する一定の知識の習得に努めていること。</p> <p>(4) 表示等管理担当者を社内において周知する方法が確立していること。</p> <p>なお、仮に、景品表示法に違反する事実が認められた場合、<u>同法</u>に基づく勧告等の対象となるのは、あくまで事業者であり、表示等管理担当者が</p>

修正後	修正前
<p>者であり、表示等管理担当者がその対象となるものではない。</p> <p>(注3) <u>例えば、個人事業主等の小規模企業者やその他の中小企業者においては、その規模等に応じて、代表者が表示等を管理している場合には、代表者をその担当者と定めることも可能である。</u></p> <p>(注4) <u>表示等管理担当者は、必ずしも専任の担当者又は担当部門である必要はなく、例えば、一般的な法令遵守等の担当者又は担当部門がその業務の一環として表示等の管理を行うことが可能な場合には、それらの担当者又は担当部門を表示等管理担当者に指定することで足りる。</u></p>	<p>その対象となるものではない。</p> <p>(注3) <u>例えば、個人事業主のような小規模事業者で、代表者が表示等を管理している場合には、代表者をその担当者と定めることも可能である。</u></p>
<p>6 表示等の根拠となる情報を事後的に確認するために必要な措置を採ること</p> <p>事業者は、<u>前記3のとおり確認した</u>表示等に関する情報を、表示等の対象となる商品又は役務が一般消費者に供給され得ると合理的に考えられる期間、事後的に確認するために、<u>例えば、資料の保管等</u>必要な措置を採ること。</p>	<p>6 表示等の根拠となる情報を事後的に確認するために必要な措置を採ること</p> <p>事業者は、<u>前記3で確認された</u>表示等に関する情報を、表示等の対象となる商品又は役務が一般消費者に供給され得ると合理的に考えられる期間、事後的に確認するために資料の保管等必要な措置を採ること。</p>
<p>7 不当な表示等が明らかになった場合における迅速かつ適切な対応</p> <p>事業者は、<u>特定の商品又は役務に</u>景品表示法違反又はそのおそれがある事案が発生した場合、その事案に対処するため、次の措置を講じること。</p> <p>(1) 当該事案に係る事実関係を迅速かつ正確に確認すること。</p> <p>(2) 前記(1)における事実確認に即して、不当表示等による一般消費者の誤認排除を迅速かつ適正に行うこと。</p> <p>(3) 再発防止に向けた措置を講じること。</p> <p>なお、<u>不当表示等による一般消費者の誤認の排除に当たっては、不当表示等を単に是正するだけでは、既に不当に誘引された一般消費者の誤認がなくなったことにはならず、当該商品又は役務に不当表示等</u>があった事実を一般消費者に認知</p>	<p>7 不当な表示等が明らかになった場合における迅速かつ適切な対応</p> <p>事業者は、景品表示法違反又はそのおそれがある事案が発生した場合、その事案に対処するため、次の措置を講じること。</p> <p>(1) 当該事案に係る事実関係を迅速かつ正確に確認すること。</p> <p>(2) 前記(1)における事実確認に即して、不当表示等による一般消費者の誤認排除を迅速かつ適正に行うこと。</p> <p>(3) 再発防止に向けた措置を講じること。</p> <p>なお、<u>事後の対処に当たり、不当表示等を単に是正するだけでは、既に不当に誘引された一般消費者の誤認がなくなったことにはならず、景品表示法違反</u>があった事実を一般消費者に認知させるなどの措置が求められる場合があることを理</p>

修正後	修正前
<p>させるなどの措置が求められる場合があることを理解する必要がある。</p>	<p>解する必要がある。</p> <p style="text-align: right;">以上</p>
<p>別添</p>	<p style="text-align: right;"><span style="border: 1px solid black; padding: 2px;">別添</span></p>
<p>事業者が講ずべき表示等の管理上の措置の具体的事例</p>	<p>事業者が講ずべき表示等の管理上の措置の具体的事例 <u>(案)</u></p>
<p><u>別添に記載された具体的事例は、事業者へのヒアリング等に基づき参考として記載するものであり、各事業者が講じる具体的な措置は、その規模や業態、取り扱う商品又は役務の内容等に応じ、各事業者において個別具体的に判断されるべきものである。</u></p>	
<p>1 景品表示法の <u>考え方</u>の周知・啓発の例</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 朝礼・終礼において、関係従業員等に対し、表示等に関する社内外からの問合せに備えるため、景品表示法の考え方を周知すること。</li> <li>・ 適時、関係従業員等に対し、表示等に関する社内外からの問合せに備えるため、<u>景品表示法の考え方</u>をメール等によって配信し、周知・啓発すること。</li> <li>・ 社内報、社内メールマガジン、社内ポータルサイト等において、景品表示法を含む法令の遵守に係る事業者の方針、景品表示法を含む自社に関わる法令の内容、自社の取り扱っている商品・役務と類似する景品表示法の違反事例等を掲載し、周知・啓発すること。</li> <li>・ <u>関係従業員等が景品表示法に関する 都道府県、事業者団体、消費者団体等が主催する 社外講習会等に参加すること。</u></li> <li>・ 関係従業員等に対し、景品表示法に関して一定の知識等を獲得することができるよう構成した社内の教育・研修等を行うこと。</li> <li>・ 景品表示法に関する勉強会を定期的に開催すること。</li> <li>・ 調達・生産・製造・加工部門と、営業部門との間での商品知識及び景品表示法上の理解に関する</li> </ul>	<p>1 景品表示法の周知・啓発の例</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 朝礼・終礼において、関係従業員等に対し、表示等に関する社内外からの問合せに備えるため、景品表示法の考え方を周知すること。</li> <li>・ 適時、関係従業員等に対し、表示等に関する社内外からの問合せに備えるため、<u>景品表示法の考え方</u>をメール等によって配信し、周知・啓発すること。</li> <li>・ 社内報、社内メールマガジン、社内ポータルサイト等において、景品表示法を含む法令の遵守に係る事業者の方針、景品表示法を含む自社に関わる法令の内容、自社の取り扱っている商品・役務と類似する景品表示法の違反事例等を掲載し、周知・啓発すること。</li> <li>・ <u>関係従業員等を景品表示法に関する 都道府県・事業者団体主催の 社外講習会等に参加 させる</u> こと。</li> <li>・ 関係従業員等に対し、景品表示法に関して一定の知識等を獲得することができるよう構成した社内の教育・研修等を行うこと。</li> <li>・ 景品表示法に関する勉強会を定期的に開催すること。</li> <li>・ 調達・生産・製造・加工部門と、営業部門との間での商品知識及び景品表示法上の理解に関する</li> </ul>

修正後	修正前
<p>る相互研修を行い、認識の共有化を図ること。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>社内資格制度を設け、景品表示法等の表示関連法令について一定の知識を有すると認められた者でなければ、表示等 <u>の作成や決定</u> をすることができないこととすること。</li> <li>適正表示等のための定例的な広告審査会（複数部署が参加して表示等を相互に批評する会合）を開催すること。</li> </ul> <p>2 法令遵守の方針等の明確化の例</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>法令遵守の方針等を社内規程、行動規範等として定めること。</li> <li>パンフレット、ウェブサイト、メールマガジン等の広報資料等に法令遵守に係る事業者の方針を記載すること。</li> <li>法令違反があった場合に、役員に対しても厳正に対処する方針及び対処の内容を役員規程に定めること。</li> <li><u>法令違反があった場合に、懲戒処分の対象となる旨を就業規則その他の社内規則等において明記すること。</u></li> <li>禁止される表示等の内容、表示等を行う際の手順等を定めたマニュアルを作成すること。</li> <li>社内規程において、不当表示等が発生した場合に係る連絡体制、具体的な回収等の方法、関係行政機関への報告の手順等を規定すること。</li> </ul> <p>3 表示等に関する情報の確認の例</p> <p>(1) 企画・設計段階における確認等</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>企画・設計段階で特定の表示等を行うことを想定している場合には、当該表示等が実現可能か（例えば、原材料の安定供給が可能か、取引の予定総額が実現可能か）検討すること。</li> <li><u>景品表示法の各種運用基準、過去の不当表示等事案の先例等</u> を参考にして、どのような景品類の提供や表示が可能なのか、又は当該表示等をするためにはどのような根拠が必要なのか検討すること。</li> </ul>	<p>る相互研修を行い、認識の共有化を図ること。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>社内資格制度を設け、景品表示法等の表示関連法令について一定の知識を有すると認められた者でなければ、表示 <u>等を作成することや、表示等の決定</u> をすることができないこととすること。</li> <li>適正表示等のための定例的な広告審査会（複数部署が参加して表示等を相互に批評する会合）を開催すること。</li> </ul> <p>2 法令遵守の方針等の明確化の例</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>法令遵守の方針等を社内規程、行動規範等として定めること。</li> <li>パンフレット、ウェブサイト、メールマガジン等の広報資料等に <u>法律</u> 遵守に係る事業者の方針を記載すること。</li> <li>法令違反があった場合に、役員に対しても厳正に対処する方針及び対処の内容を役員規程に定めること。</li> <li>禁止される表示等の内容、表示等を行う際の手順等を定めたマニュアルを作成すること。</li> <li>社内規程において、不当表示等が発生した場合に係る連絡体制、具体的な回収等の方法、関係行政機関への報告の手順等を規定すること。</li> </ul> <p>3 表示等に関する情報の確認の例</p> <p>(1) 企画・設計段階における確認等</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>企画・設計段階で特定の表示等を行うことを想定している場合には、当該表示等が実現可能か（例えば、原材料の安定供給が可能か、取引の予定総額が実現可能か）検討すること。</li> <li><u>過去の不当表示等事案の例</u> を参考にして、どのような景品類の提供や表示が可能なのか、又は当該表示等をするためにはどのような根拠が必要なのか検討すること。</li> </ul>

修正後	修正前
<ul style="list-style-type: none"> <li>最終的な商品・役務についてどのような表示が可能なのか、又は当該表示をするためにはどのような根拠が必要なのか検討すること。</li> <li>企画・設計段階で特定の表示を行うことを想定している場合には、どのような仕様であれば当該表示が可能か検討すること。</li> <li>景品類を提供しようとする場合、商品・役務の販売価格や売上総額を試算し、景品関係の告示等に照らし、違法とならない景品類の価額の最高額・総額・種類・提供の方法等を確認すること。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>最終的な商品・役務についてどのような表示が可能なのか、又は当該表示をするためにはどのような根拠が必要なのか検討すること。</li> <li>企画・設計段階で特定の表示を行うことを想定している場合には、どのような仕様であれば当該表示が可能か検討すること。</li> <li>景品類を提供しようとする場合、商品・役務の販売価格や売上総額を試算し、景品関係の告示等に照らし、違法とならない景品類の価額の最高額・総額・種類・提供の方法等を確認すること。</li> </ul>
(2) 調達段階における確認等 (略)	(2) 調達段階における確認等 (略)
(3) 生産・製造・加工段階における確認等 (略)	(3) 生産・製造・加工段階における確認等 (略)
(4) 提供段階における確認等 (略)	(4) 提供段階における確認等 (略)
4 表示等に関する情報の共有の例 (略)	4 表示等に関する情報の共有の例 (略)
5 表示等を管理するための担当者等を定めることの例	5 表示等を管理するための担当者等を定めることの例
<p>① <u>担当者又は担当部門を指定し、その者が表示等の内容を確認する例</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>代表者自身が表示等を管理している場合に、その代表者を表示等管理担当者として定め、代表者が表示等の内容を確認すること。</li> <li>既存の品質管理部門・法務部門・コンプライアンス部門を表示等管理部門として定め、当該部門において表示等の内容を確認すること。</li> <li>店舗ごとに表示等を策定している場合において、店長を表示等管理担当者として定め、店長が表示等の内容を確認すること。</li> <li><u>売り場ごとに表示等を策定している場合において、売り場責任者を表示等管理担当者として定め、その者が表示等の内容を確認すること。</u></li> </ul>	<p>① <u>担当者又は担当部門を指定し、その者が表示等内容を確認すること。</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>代表者自身が表示等を管理している場合に、その代表者を表示等管理担当者として定め、代表者が表示等の内容を確認すること。</li> <li>既存の品質管理部門・法務部門・コンプライアンス部門を表示等管理部門として定め、当該部門において表示等の内容を確認すること。</li> <li>店舗ごとに表示等を策定している場合において、店長を表示等管理担当者として定め、店長が表示等の内容を確認すること。</li> </ul>
② <u>表示等の内容や商品カテゴリごとに表示等を</u>	② <u>表示等内容や商品カテゴリごとに表示等を確</u>

修正後	修正前
<p>確認する者を指定し、その者が表示等の内容を確認する例</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>商品カテゴリごとに異なる部門が表示等を策定している場合、各部門の長を表示等管理担当者として定め、部門長が <u>表示等の内容</u> を確認すること。</li> <li>チラシ等の販売促進に関する表示等については営業部門の長を表示等管理担当者として定め、商品ラベルに関する表示等については品質管理部門の長を表示等管理担当者として定め、それぞれが担当する <u>表示等の内容</u> を確認すること。</li> <li>社内資格制度を設け、表示等管理担当者となるためには、景品表示法等の表示等関連法令についての試験に合格することを要件とすること。</li> </ul>	<p>認する者を指定し、その者が表示等内容を確認すること。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>商品カテゴリごとに異なる部門が表示等を策定している場合、各部門の長を表示等管理担当者として定め、部門長が <u>表示等内容</u> を確認すること。</li> <li>チラシ等の販売促進に関する表示等については営業部門の長を表示等管理担当者として定め、商品ラベルに関する表示等については品質管理部門の長を表示等管理担当者として定め、それぞれが担当する <u>表示等内容</u> を確認すること。</li> <li>社内資格制度を設け、表示等管理担当者となるためには、景品表示法等の表示等関連法令についての試験に合格することを要件とすること。</li> </ul> <p><u>(注1) 表示等管理担当者を指名する場合として十分でない例</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><u>表示等管理担当者としてされている者に実体のない場合 (実際には表示等の管理を行っていない場合等)</u></li> <li><u>表示等管理担当者としてされている者の権限が十分でない場合 (当該表示等が違法であるとする判断を他の者が覆すことができる場合等)</u></li> </ul>
<p>6 表示等の根拠となる情報を事後的に確認するために必要な措置を採ることの例</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>表示等の根拠となる情報を記録し、保存しておくこと (注1及び2)。</li> <li>製造業者等に問い合わせれば足りる事項について、製造業者等に問合せができる体制を構築しておくこと。</li> <li>調達先業者との間で、品質・規格・原産地等に変更があった場合には、その旨の伝達を行うことをあらかじめ申し合わせておくこと。</li> <li>トレーサビリティ制度に基づく情報により原産地等を確認できる場合には、同制度を利用して原産地等を確認できるようにしておくこと。</li> </ul>	<p>6 表示等の根拠となる情報を事後的に確認するために必要な措置を採ることの例</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>表示等の根拠となる情報を記録し、保存しておくこと。(注2及び3)</li> <li>製造業者等に問い合わせれば足りる事項について、製造業者等に問合せできる体制を構築しておくこと。</li> <li>調達先業者との間で、品質・規格・原産地等に変更があった場合には、その旨の伝達を行うことをあらかじめ申し合わせておくこと。</li> <li>トレーサビリティ制度に基づく情報により原産地等を確認できる場合には、同制度を利用して原産地等を確認できるようにすること。</li> </ul>

修正後	修正前
<p>(注1) 表示等の根拠となる情報についての資料の例 (略)</p> <p>(注2) 合理的と考えられる資料の保存期間の例</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 即時に消費される場合又は消費期限が定められている場合 <u>には販売を開始した日から3か月の期間</u></li> <li>・ <u>賞味期限、保証期間、流通期間、耐用年数等に応じて定められた期間</u></li> <li>・ 他法令に基づく保存期間が定められている場合(法人税法、所得税法、米穀等の取引等に係る情報の記録及び産地情報の伝達に関する法律(米トレサ法)等) <u>の当該期間</u></li> </ul>	<p>(注2) 表示等の根拠となる情報についての資料の例 (略)</p> <p>(注3) 合理的と考えられる資料の保存期間の例</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 即時に消費される場合又は消費期限が定められている場合、<u>3か月</u></li> <li>・ <u>賞味期限が定められている場合、それに応じた期間</u></li> <li>・ <u>商品の保証期間が定められている場合、それに応じた期間</u></li> <li>・ <u>商品の流通期間や耐用年数が想定されている場合、それに応じた期間</u></li> <li>・ 他法令に基づく保存期間が定められている場合(法人税法、所得税法、米穀等の取引等に係る情報の記録及び産地情報の伝達に関する法律(米トレサ法)等)、<u>当該期間</u></li> </ul>
<p>7 不当な表示等が明らかになった場合における迅速かつ適切な対応の例</p> <p>(1) 事実関係を迅速かつ正確に確認する例 (略)</p> <p>(2) 不当表示等による一般消費者の誤認排除を迅速かつ適正に行う例</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 速やかに当該違反を是正すること。</li> <li>・ 一般消費者に対する誤認を取り除くために必要がある場合には、速やかに一般消費者に対する周知 <u>(例えば、新聞、自社ウェブサイト、店頭での貼り紙)</u> 及び回収を行うこと。</li> <li>・ 当該事案に係る事実関係を関係行政機関へ速やかに報告すること。</li> </ul> <p>(3) 再発防止に向けた措置の例 (略)</p> <p>(4) その他 <u>の例</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 内部通報制度を整備し、内部通報窓口担当者が適切に対応すること。</li> <li>・ 第三者が所掌する法令遵守調査室 <u>や第三者委員会</u> を設置すること。</li> </ul>	<p>7 不当表示等が明らかになった場合における迅速かつ適切な対応の例</p> <p>(1) 事実関係を迅速かつ正確に確認する例 (略)</p> <p>(2) 不当表示等による一般消費者の誤認排除を迅速かつ適正に行う例</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 速やかに当該違反を是正すること。</li> <li>・ 一般消費者に対する誤認を取り除くために必要がある場合には、速やかに一般消費者に対する周知及び回収を行うこと。</li> <li>・ 当該事案に係る事実関係を関係行政機関へ速やかに報告すること。</li> </ul> <p>(3) 再発防止に向けた措置の例 (略)</p> <p>(4) その他</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 内部通報制度を整備し、内部通報窓口担当者が適切に対応すること。</li> <li>・ <u>社外に</u> 第三者が所掌する法令遵守調査室を設置すること。</li> </ul>

修正後	修正前
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 就業規則その他の職務規律を定めた文書において、関係従業員等が景品表示法違反に関し、情報を提供したこと又は事実関係の確認に協力したこと等を理由として、不利益な扱いを行ってはならない旨を定め、従業員に周知すること。</li> </ul> <p>8 前記1から7まで以外の措置の例</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 景品表示法違反の未然防止又は被害の拡大の防止の観点から、速やかに景品表示法違反を発見する監視体制の整備及び関係従業員等が報復のおそれなく報告できる報告体制を設け、実施すること。</li> <li>・ 表示等が適正かどうかの検討に際し、疑義のある事項について関係行政機関や公正取引協議会に事前に問い合わせること。</li> <li>・ 表示等が適正かどうかの検討に際し、当該業界の自主ルール又は公正競争規約を参考にすること。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 就業規則その他の職務規律を定めた文書において、関係従業員等が景品表示法違反に関し、情報を提供したこと又は事実関係の確認に協力したこと等を理由として、不利益な扱いを行ってはならない旨を定め、従業員に周知すること。</li> </ul> <p>8 前記1から7まで以外の措置の例</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ <u>事業者は</u>、景品表示法違反の未然防止又は被害の拡大の防止の観点から、速やかに景品表示法違反を発見する監視体制の整備及び関係従業員等が報復のおそれなく報告できる報告体制を設け、実施すること。</li> <li>・ <u>事業者は</u>、表示等が適正かどうかの検討に際し、疑義のある事項について関係行政機関や公正取引協議会に事前に問い合わせること。</li> <li>・ <u>事業者は</u>、表示等が適正かどうかの検討に際し、当該業界の自主ルール又は公正競争規約を参考にすること。</li> </ul>