

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）

第1 はじめに

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、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。

第2 基本的な考え方

1 必要な措置が求められる事業者

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。

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、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しなければならない。

2 事業者が講ずべき措置の規模や業態等による相違

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、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ことに留意しなければならない。他方、小規模企業者やその他の中小企業者においても、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。

なお、従来から景品表示法や景品表示法第 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。）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。

3 別添記載の具体的事例についての注意点

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目的に参考として示したものであり、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項の規定に基づく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。

第3 用語の説明

1 必要な措置

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、それが違法となら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と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。

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ものであって、単に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だけ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。

第4 事業者が講ずべき表示等の管理上の措置の内容

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。

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。

(注1) 例えば、後記5に関して、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も、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。

1 景品表示法の考え方の周知・啓発

事業者は、不当表示等の防止のため、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。

なお、周知・啓発を行うに当たっては、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ことを十分理解する必要がある。

(注2) 表示等の内容を決定する又は管理する役員及び従業員のほか、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。

2 法令遵守の方針等の明確化

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。

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。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も、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従業員間で共有することで足りることもある。

3 表示等に関する情報の確認

事業者は、

- (1) 景品類を提供しようとする場合、違法とされない景品類の価額の最高額・総額・種類・提供の方法等を、
- (2) とりわけ、商品又は役務の長所や要点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。

この「確認」がな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。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商品の鑑定・検査等を行うことまでを求められるものではない。

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必要がある場合があることに留意する必要がある。

4 表示等に関する情報の共有

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。

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。

なお、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も、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。

5 表示等を管理するための担当者等を定めること

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）。

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。

- (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。
- (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。
- (3) 表示等管理担当者となる者が、例えば、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。

(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。

なお、仮に、景品表示法に違反する事実が認められた場合、景品表示法第8条の2第1項の規定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その対象となるものではない。

(注3) 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も、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。

(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。

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

事業者は、前記3のとおり確認した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、例えば、資料の保管等必要な措置を採ること。

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

事業者は、特定の商品又は役務に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。

(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。

(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。

(3) 再発防止に向けた措置を講じること。

なお、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解する必要がある。

以上