

①電子機器関係 A社

1 主なコンプライアンスの取組一覧

- (1) 表示に使う用語のコンパクトなルールを作成
- (2) キャンペーン景品の限度額を判定する Excel シートを作成
- (3) 開発、生産、営業（宣伝、販売）、サービス、修理の各段階で表示をチェック
- (4) 広告、販促物、ホームページなどの表示を定期的に確認
- (5) 苦情内容を分析して表示や商品の改善に活用
- (6) コンプライアンス担当や専門分野の担当が営業所を巡回してコンプライアンス研修を実施
- (7) 公正取引協議会から情報を収集して活用

2 取組ピックアップ

(1) 表示に使う用語のコンパクトなルールを作成

法律や業界団体のルールは量も多く、社員全員が理解するのは難しいと考え、まずは表示作成時に「用語」が適正になるように、社内によく使用する用語に関する表示のルール「表示に関する特定用語使用基準」を作成した。全国家庭電気製品公正取引協議会の「特定用語の使用基準」を基に、4ページ程度の一覧表形式にまとめたものである。分かりやすさと取り組みやすさを重視して、見やすく、コンパクトな作りになっているため、社員誰もがすぐに確認できる。

(3) 開発、生産、営業（宣伝、販売）、サービス、修理までの各段階で表示をチェック

従来、表示は営業部門のみが担当していたが、品目ごとに開発～生産～営業活動（宣伝、販売）～サービス～修理の各段階で、この商品に関わる全担当者が表示に問題がないかチェックするようにした。

3 コンプライアンスの取組の効果等

初めに用語のルールを定着させたことで、その後のさまざまな取組を導入しやすくなった。

かつて営業部門のみが表示を担当していた頃に比べると、現在は部門の垣根を越えて「法律をきっちり守りつつ、商品の良さを正しく伝えていこう。」という認識が全社的に共有されるようになった。以前はコンプライアンス担当が表示の変更を他部門に申し入れても相当の抵抗を受けたが、現在ではあらゆる部門が自主的に判断して、表示に注意を払うようになっている。