

④電気機械関係 D社

1 主なコンプライアンスの取組一覧

- (1) 広告・取扱説明書などにおける表示の社内ガイドラインを作成
- (2) 商品企画、開発、製造、販売の各段階で表示をチェック
- (3) 法務、技術、広告宣伝関係者が集まって広告表示の根拠資料を審査
- (4) 表示の根拠資料の保管状況を点検**
- (5) 表示についてのコンプライアンス研修の定期的な実施と受講の義務づけ**
- (6) クレームをデータベース化し、社員が積極的に製品開発等に活用
- (7) 組織横断的な委員会を設置し、全社的にコンプライアンスを推進

2 取組ピックアップ

(4) 表示の根拠資料の保管状況を点検

表示を作成する段階では商品表示の根拠資料を確実に取得しているが、必要になった際にすぐに参照できる状況にしておくことも大切なので、根拠資料の保有状況についての点検実施を定期化していく。

(5) 表示についてのコンプライアンス研修の定期的な実施と受講の義務づけ

新入社員研修、昇格研修等の際に、表示のコンプライアンスについて講義している。現在は受講が義務になっていない部署についても、受講の義務化、定期化を進めていく。

景品表示法関係の講義では、特に根拠資料の重要性や、No1表示、比較広告作成時の注意に重点を置いている。教材には行政指導の事例を活用している。

3 コンプライアンスの取組の効果等

新しいコンプライアンスの取組を実施する際には、全社横断的に意識を高め、取組内容を浸透させることを目指す。そのため、初期段階でしっかりとした仕組みを作るようにしており、さらに、継続していく中で取組を充実させていくことができている。

近年は、重要なブランドの立ち上げに向けて審査体制を強化した。その体制を他の商品にも適用し、拡大させていっている。