

## 不当表示が招く経営リスクとガバナンス対応

### ～改正景品表示法の立案担当者が語る実務ノウハウ～

不当表示は、小売業者だけでなくメーカーや卸売業者によるものであっても、また、それがミス（不注意）により生じたものであっても、景品表示法違反とされ、平成28年4月には課徴金制度もスタートいたしました。また、不正競争防止法違反として刑事罰の対象となることもあり得ます。

さらに、平成25年秋に社会問題化したメニュー表示問題や、近時の燃費データ不正問題などに見られるように、昨今、表示どおりの商品が供給されていないことに対する消費者の視線はかつてないほど厳しく、それは、景品表示法の問題にとどまらず、企業の信用やブランドを大きく低下させ、企業の存続をも揺るがす極めて重大な経営リスクとなっています。

これまでの不当表示事案の典型は、広告等の作成段階において、あえて虚偽の記載をしたり、虚偽ではなくとも過度な誇張をしたというものでした。しかし、最近では、それに限らず、表示の根拠となる情報の確認が不十分であった場合や、製造・開発部門が表示と適合しない商品を供給した場合など、広告部門にとどまらない原因によって不当表示を招いてしまう事案が目立ってきています。不当表示は、製造・開発部門を含む全社的に取り組まなければならない問題となっているのです。

本セミナーでは、どのような行為が不当表示として問題となるのか、また、不当表示によるリスクについて最新の傾向を踏まえて解説するとともに、不当表示を発生させないために各企業が事前にとっておくべき予防策や有事における迅速かつ信頼回復のための対応策について実務的観点から具体的に解説・ディスカッションをいたします。

#### ○ セミナー前半

- |  |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"><li>①不当表示規制の最新動向と課徴金を含むリスク</li><li>②不当表示を防ぐコーポレートガバナンス</li></ul> |
|--|

セミナーの前半では、課徴金制度を導入した改正景品表示法の立案および施行準備に関与した当事務所の古川昌平（本年3月末まで消費者庁勤務）が、表示の根拠となる情報の確認が十分でなかったり、製造・開発部門の問題によって不当表示を生じさせてしまったりしたというミス（不注意）が原因の事例を中心として、実際の不当表示規制の最新動向を紹介しつつ、課徴金を含め、不当表示によって生じ得るリスクについて解説いたします。

その上で、企業価値向上のためのコーポレートガバナンスに精通し、多くの

企業へのリーガルアドバイスをを行っている当事務所の関口智弘が、上場企業の第三者委員会・役員責任調査委員会による調査や海外子会社の不祥事対応などに数多く携わった経験を踏まえ、不当表示を防ぐコーポレートガバナンスのポイントや、有事の場合に企業がどのように対処していくべきかについて具体的に解説いたします。

○ セミナー後半

パネルディスカッション～実例で考える不当表示への実務対応～

セミナーの後半では、前半で講演致しました弁護士2名に加え、景品表示法を含め表示・広告に関する法的問題に詳しい弁護士3名(長澤哲也、植村幸也、石井崇)と、景品表示法が消費者庁に移管される前に公正取引委員会において長きにわたり表示行政を担当した当事務所のアドバイザー鵜瀬恵子も参加したパネルディスカッションを行います。そこでは、いくつかの仮想の具体的事例を題材とし、どのような表示が不当表示となるのか、どのような原因で不当表示が発生してしまうのか、また不当表示を防止するために企業はどのような対策を事前に行うべきか等について、討議いたします。