

景品表示法の規制ポイントと 社内体制の整備・運用、違反時の対応

～近時の改正と課徴金制度の導入を見据えて～

- 日 時■ 2014年 10月7日(火) 13:30～17:00
 ■会 場■ 企業研究会セミナールーム(東京・麹町) TEL 03-5215-3512
 ■講 師■ きっかわ法律事務所 弁護士 那須 秀一 氏(元・公取委審査専門官〔任期付職員〕)

【講師紹介】2004年京都大学法学部卒業。2005年弁護士登録。2005年～2007年、長島・大野・常松法律事務所にて執務。2007年に、きっかわ法律事務所に移籍し、企業法務、各種訴訟案件に取り組むとともに、同事務所の独禁法専門チームの一員として、下請法、景品表示法を含め、多数の独禁法案件を取り扱っている。2011年～2013年には、任期付職員として、公正取引委員会にて執務した経験を持つ。独禁法・下請法の運用及び執行を熟知する数少ない弁護士の一人である。主な著書・論文に「再販売価格拘束—日本における規制強化と各国の動向」(別冊ビジネス法務 改正独禁法の実務対応)中央経済社刊、「下請企業の契約実務」(共著) 中央経済社刊などがある。

◆ 開催にあたって

平成25年に発生した有名ホテルや飲食店、百貨店や酒蔵メーカーの食品偽装表示問題を受けて、景品表示法の規制強化が叫ばれています。その中で、平成26年度通常国会において景品表示法の改正案が成立し、さらに、課徴金制度の導入を盛り込んだ景品表示法の改正案が近いうちに国会に提出されることが予想されています。過去、ホテルや小売業に限らず、家電メーカーやネット関連企業などにおいても景品表示法の違反が指摘され社会的に大きなダメージを受けてきましたが、課徴金制度の導入により、景品表示法違反によるダメージはより大きなものとなることが予想されます。

本セミナーでは景品表示法の規制概要を解説したうえで、近時の改正と将来の課徴金制度の導入を踏まえ、景品表示法に違反しないための未然防止体制の構築、内部調査により違反が発覚した場合、行政による調査対象となった場合等に企業側が取り得る対応について解説します。

また、景品表示法に導入が予定される課徴金制度についての現時点の議論状況について解説します。

≪プログラムは裏面をご覧ください≫

●受講料●1名(税込み、資料代含む)

正会員	32,400円	本体価格 30,000円
一般	35,640円	本体価格 33,000円

●申込書に所定事項ご記入の上、下記担当者あてにFAXいただくか、当会ホームページからお申し込みください。後日(開催日1週間～10日前までに)受講票・請求書をお送り致します。

●申込書をFAXにてご送信いただく際は、FAX番号をお間違えないようご注意ください。

●会員企業のご確認、その他セミナーに関するご不明な点につきましては、当会ホームページより〔TOP〕→〔公開セミナー〕→〔よくあるご質問〕をご参照下さい。

●お申込み後のキャンセルは原則としてお受けいたしかねますので、お申込者をご出席できない場合には、代理の方のご出席をお願い申し上げます。

●最少催行人数に満たない場合は、中止とさせていただきます。

一般社団法人企業研究会

担当：倉島 E-mail: kurashima@bri.or.jp

〒102-0083

東京都千代田区麹町5-7-2 麹町31MTビル2F

TEL 03-5215-3515 FAX 03-5215-0951

一般社団法人企業研究会 セミナー事務局宛 FAX 03-5215-0951

*当会ホームページ(<http://www.bri.or.jp>)からもお申し込みいただけます。

*FAXでご送信いただく際は、FAX番号をお間違えないようご注意ください。

141519-0303	※	2014.10.7
[申込書] 景品表示法の規制ポイントと社内体制の整備・運用、違反時の対応		
会社名	フリガナ	
住所	〒	
ご氏名	フリガナ	所属 役職
TEL	FAX	
E-mail		

*お客様の個人情報は、本研究会に関する確認・連絡、および当会主催のご案内をお送りする際に利用させていただきます。

景品表示法の規制ポイントと 社内体制の整備・運用、違反時の対応 ～近時の改正と課徴金制度の導入を見据えて～

10月7日(火)

● プログラム ●

13:30

1. 景品表示法による規制の概要
 - 1) 景品表示法とは
 - ・ 景品表示法の目的・概要
 - ・ 「不当表示」と「過大な景品類の提供」を禁止
 - 2) 事例で学ぶ違反の内容
 - ・ 表示主体は小売業者か、それともメーカー・卸売業者か？
 - ・ 優良誤認・有利誤認表示の具体例
(優良性の判断基準、比較広告、二重価格表示等)
2. 違反行為が発覚した場合の対応
 - 1) 景品表示法違反被疑事件の調査のプロセスと企業の対応
 - ・ 消費者庁、都道府県による調査
 - ・ 行政指導ではどういったことが要求されるか
 - 2) 不実証広告規制の概要と求められる企業の対応
 - ・ 「合理的な根拠を示す資料」とは
 - ・ 表示の裏付け資料の重要性及び求められる合理性の判断基準
 - 3) 消費者庁による措置命令を受けた場合の企業の対応
 - ・ 措置命令とは
 - ・ 措置命令により求められる措置とその対応方法
 - ・ 不服申し立て(異議申立てまたは取消訴訟)を行う場合の対応
 - 4) 課徴金制度導入の動向
 - ・ 消費者委員会における課徴金導入に関する議論内容、答申内容
 - ・ 今後の議論の方向性
3. 社内体制の整備・運用、調査体制の構築
 - 1) 違反を未然に防止する社内体制の構築
 - 2) 違反発覚時における内部調査等の社内体制の構築
4. 景品表示法違反が生じた場合の役員責任について

17:00