

# 実行の手引き(第4版)

## — 目 次 —

	[ページ]
◆「実行の手引き」第4版発行にあたって	
◆企業行動憲章	
1. 社会的に有用な製品・サービスを安全性や個人情報・顧客情報の保護に 十分配慮して開発、提供し、消費者・顧客の満足と信頼を獲得する。	1～7
1-1 消費者・顧客のニーズを把握し、社会的に有用な製品・サービスを開発、 提供する。	2
1-2 製品・サービスの安全性と品質を確保する。	3
1-3 消費者・顧客に対して、製品・サービスに関する適切な情報を提供する。	5
1-4 消費者・顧客からの問い合わせ等には誠実に対応する。	6
1-5 個人情報・顧客情報を適正に保護する。	7
2. 公正、透明、自由な競争ならびに適正な取引を行う。また、政治、行政 との健全かつ正常な関係を保つ。	8～14
2-1 独占禁止法の遵守につき、社内での徹底を図る。	9
2-2 適正な購買取引方針を確立する。	10
2-3 自社の機密情報を管理し知的財産を保護する。また、他者の知的財産を 尊重する。	11
2-4 法令に従い輸出管理体制を整備する。	12
2-5 不当な利益等の取得を目的とする贈答・接待を行わない。	13
2-6 政治、行政と透明度が高い関係を構築するとともに、政策本位の政治の実現 を支援する。	14
3. 株主はもとより、広く社会とのコミュニケーションを行い、企業情報を積極 的かつ公正に開示する。	15～18
3-1 株主総会やインベスター・リレーションズ(IR)活動を通じて、株主・投資家等と のコミュニケーションを促進する。	16
3-2 ステークホルダーに対して、適時適切に情報を開示する。	17
3-3 広報・広聴活動等を通じて、社会との双方向のコミュニケーションを促進す る。	18
4. 従業員の多様性、人格、個性を尊重するとともに、安全で働きやすい環境 を確保し、ゆとりと豊かさを実現する。	19～25
4-1 多様な人材が個々の能力を十分に発揮できる人事処遇制度を構築する。	20
4-2 雇用における差別を行わず、機会の均等を図る。	21
4-3 安全と健康のため、快適な職場環境を実現する。	22
4-4 従業員の個性を尊重し、従業員のキャリア形成や能力開発を支援する。	23
4-5 従業員と直接あるいは従業員の代表と誠実に対話、協議する。	24
4-6 児童労働、強制労働は認めない。	25

5. 環境問題への取り組みは人類共通の課題であり、企業の存在と活動に 必須の要件であることを認識し、自主的、積極的に行動する。	26～31
5-1 地球温暖化対策や循環型経済社会の構築に取り組む。	28
5-2 事業活動における環境影響を評価し、環境負荷と環境リスクの低減に努める。	29
5-3 環境問題の解決に資する革新的な技術、製品・サービス、ビジネスモデルの 開発に努める。	30
5-4 生物多様性の保全を含めた自然保護活動に取り組む。	31
6. 「良き企業市民」として、積極的に社会貢献活動を行う。	32～38
6-1 自らが取り組むべき社会的な課題について、資源や専門能力を投入し、その 解決に貢献する。	33
6-2 NPO/NGO、地域社会等、課題解決のために必要なパートナーと連携す る。	35
6-3 業界や経済界としての社会貢献活動に参画する。	36
6-4 従業員の自発的な社会参加を支援する。	37
7. 市民社会の秩序や安全に脅威を与える反社会的勢力および団体とは 断固として対決する。	39～42
7-1 反社会的勢力を排除するとの基本方針を明確に打ち出す。	40
7-2 反社会的勢力の威嚇には、警察等と連携して対応する。	41
7-3 業界団体や地域企業と連携し、反社会的勢力の排除に取り組む。	42
8. 国際的な事業活動においては、国際ルールや現地の法律の遵守はもと より、現地の文化や慣習を尊重し、その発展に貢献する経営を行う。	43～49
8-1 国際ルールを踏まえた行動規範と現地の法律の遵守を徹底する。	44
8-2 現地の文化や慣習を尊重し、相互信頼を基盤とした事業活動を推進する。	45
8-3 経営の現地化を進める。	47
8-4 現地取引先における社会的責任への取り組みに関心を持ち、必要に応じて 改善のための支援を行う。	48
8-5 外国公務員に対して、不当な利益等の取得を目的とする贈答・接待を行わな い。	49

9. 経営トップは、本憲章の精神の実現が自らの役割であることを認識し、率先垂範の上、社内に徹底するとともに、グループ企業や取引先に周知させる。また、社内外の声を常時把握し、実効ある社内体制の整備を行うとともに、企業倫理の徹底を図る。	50～56
9-1 経営トップは、リーダーシップを最大限発揮し、経営理念や行動規範の明確化、社内への徹底等にあたる。	51
9-2 経営トップは、経営理念や行動規範の基本姿勢を社外に表明し、具体的取り組みについて情報開示する。	52
9-3 全社的な取り組み体制を整備する。	53
9-4 通常の指揮命令系統から独立した企業倫理ヘルプライン(相談窓口)を整備する。	54
9-5 企業倫理・企業行動規範に関する教育・研修を実施、充実する。	55
9-6 企業倫理・企業行動規範の浸透・定着状況をチェック、評価する。	56
10. 本憲章に反するような事態が発生したときには、経営トップ自らが問題解決にあたる姿勢を内外に明らかにし、原因究明、再発防止に努める。また、社会への迅速かつ的確な情報の公開と説明責任を遂行し、権限と責任を明確にした上、自らを含めて厳正な処分を行う。	57～60
10-1 経営トップは常日頃から、危機管理の視点に立って、緊急事態の発生を未然に防止するための社内体制を整備する。	58
10-2 万一緊急事態が発生した場合には、経営トップ自らの指揮の下、速やかに事実調査、原因究明を行い、企業としての責任ある適切な対応方針・施策を打ち出す。	59
10-3 社会に対して経営トップ自ら、事実関係、対応方針、再発防止策等について明確な説明を迅速に行う。	60
◆不祥事を起した会員に対する日本経団連としての対応および措置 日本経団連は、不祥事を起こした企業に対して、自己責任に基づく申し出を基に措置を決定して実施し、改善策とその実施状況の報告を要請する。	61～62
◆日本経団連の企業倫理・企業行動へのこれまでの取り組み	63



# 企業行動憲章

## 【序 文】

日本経団連は、すべての企業や個人が高い倫理観のもと自由に創造性を発揮できる経済社会の構築に全力をあげて取り組んできた。その一環として1991年に「企業行動憲章」を制定し、1996年には憲章改定に合わせて「実行の手引き」を作成した。2002年の再改定時には、企業に対して社内体制整備と運用強化を要請するなど、経営トップのイニシアチブによる自主的な取り組みを促してきた。

そうした中で、近年、市民社会の成熟化に伴い、商品の選別や企業の評価に際して「企業の社会的責任(CSR: Corporate Social Responsibility)」への取り組みに注目する人々が増えている。また、グローバル化の進展に伴い、児童労働・強制労働を含む人権問題や貧困問題などに対して世界的に関心が高まっており、企業に対しても一層の取り組みが期待されている。さらに、情報化社会における個人情報や顧客情報の適正な保護、少子高齢化に伴う多様な働き手の確保など、新たな課題も生まれている。企業は、こうした変化を先取りして、ステークホルダーとの対話を重ねつつ社会的責任を果たすことにより、社会における存在意義を高めていかねばならない。

これまで日本企業は、従業員の潜在能力を引き出し企業の発展に結びつけるため、きめ細かい従業員教育や社内研修、労使協調に努めてきた。また、地域社会の発展への寄与、社会貢献活動や環境保全への積極的取り組みなど、企業の社会的責任の遂行に努力してきた。

社会的責任を果たすにあたっては、その情報発信、コミュニケーション手法などを含め、企業の主体性が最大限に発揮される必要があり、自主的かつ多様な取り組みによって進められるべきである。その際、法令遵守が社会的責任の基本であることを再認識する必要がある。そこで、今般、日本経団連は、会員企業の自主的取り組みをさらに推進するため、企業行動憲章を改定した。

会員企業は、優れた製品・サービスを、倫理的側面に十分配慮して創出することで、引き続き社会の発展に貢献する。そして、企業と社会の発展が密接に関係していることを再認識した上で、経済、環境、社会の側面を総合的に捉えて事業活動を展開し、持続可能な社会の創造に資する。そのため、会員企業は、次に定める企業行動憲章の精神を尊重し、自主的に実践していくことを申し合わせる。

## 企業行動憲章

### — 社会の信頼と共感を得るために —

(社)日本経済団体連合会

1991年 9月14日 「経団連企業行動憲章」制定  
1996年12月17日 同憲章改定  
2002年10月15日 「企業行動憲章」へ改定  
2004年 5月18日 同 憲章改定

企業は、公正な競争を通じて利潤を追求するという経済的主体であると同時に、広く社会にとって有用な存在でなければならない。そのため企業は、次の10原則に基づき、国の内外を問わず、人権を尊重し、関係法令、国際ルールおよびその精神を遵守するとともに、社会的良識をもって、持続可能な社会の創造に向けて自主的に行動する。

1. 社会的に有用な製品・サービスを安全性や個人情報・顧客情報の保護に十分配慮して開発、提供し、消費者・顧客の満足と信頼を獲得する。
2. 公正、透明、自由な競争ならびに適正な取引を行う。また、政治、行政との健全かつ正常な関係を保つ。
3. 株主はもとより、広く社会とのコミュニケーションを行い、企業情報を積極的かつ公正に開示する。
4. 従業員の多様性、人格、個性を尊重するとともに、安全で働きやすい環境を確保し、ゆとりと豊かさを実現する。
5. 環境問題への取り組みは人類共通の課題であり、企業の存在と活動に必須の要件であることを認識し、自主的、積極的に行動する。
6. 「良き企業市民」として、積極的に社会貢献活動を行う。
7. 市民社会の秩序や安全に脅威を与える反社会的勢力および団体とは断固として対決する。
8. 国際的な事業活動においては、国際ルールや現地の法律の遵守はもとより、現地の文化や慣習を尊重し、その発展に貢献する経営を行う。
9. 経営トップは、本憲章の精神の実現が自らの役割であることを認識し、率先垂範の上、社内に徹底するとともに、グループ企業や取引先に周知させる。また、社内外の声を常時把握し、実効ある社内体制の整備を行うとともに、企業倫理の徹底を図る。
10. 本憲章に反するような事態が発生したときには、経営トップ自らが問題解決にあたる姿勢を内外に明らかにし、原因究明、再発防止に努める。また、社会への迅速かつ的確な情報の公開と説明責任を遂行し、権限と責任を明確にした上、自らを含めて厳正な処分を行う。

以上





1. 社会的に有用な製品・サービスを安全性や個人情報・顧客情報の保護に  
十分配慮して開発、提供し、消費者・顧客の満足と信頼を獲得する。

《背景》

(1) 社会的に有用な製品・サービスの開発、提供の拡大

消費者・顧客のニーズは多様化、複雑化、高度化している。企業は、製品・サービスの開発、提供に際して、このようなニーズに応えていかなければならない。同時に、社会的な観点から製品・サービスの有用性を判断し開発、提供することも重要になっている。たとえば、障害の有無に関わらず誰もが利用しやすいアクセシビリティの向上やユニバーサルデザインの実現、省エネルギー、省資源、環境保全を同時に達成する地球に優しい技術・製品の開発など、技術革新や新事業領域の開拓を通じて社会的課題の解決につながるような製品・サービス、さらには生活スタイルを提案していくことが、企業に求められるようになってきている。

(2) 安全性確保の重要性の高まり

企業が、製品の安全性に関する欠陥により消費者・顧客からの信頼を失う事象は後を絶たない。一方、1995年7月より製造物責任法（通称PL法）が施行され、製品の安全性に関する欠陥により発生した損害について、被害者はメーカー側の過失を証明しなくても事故原因と欠陥との間に因果関係を証明すれば、企業側に賠償を求めることが可能になった。企業としては、PL法の趣旨の徹底はもとより、安全性を最重要視し、製品開発・提供の大前提として位置づける風土の醸成、体制の整備を図る必要がある。

(3) 消費者・顧客の視点に立った契約と情報提供の必要性の高まり

近年、消費者政策において、消費者を「保護される者」として受動的に捉えるのではなく、市場に参画し、積極的に自らの利益を確保するよう行動する「自立した主体」として位置づけられるようになってきた。また、2001年4月に施行された消費者契約法では、不適切な情報提供や勧誘による契約の取消し、消費者利益を不当に害する契約条項の無効性を定めている。企業が、消費者に必要な情報を提供することは、ますます重要になってきている。

(4) 適切な個人情報管理の必要性と法制化

IT(情報技術)の進展に伴い、情報の流通量が膨大になる中、企業による適切な情報管理が一層求められるようになってきている。特に、企業が、その活動全般を通じて、個人情報を適切に管理することは、企業の信頼構築の基本である。

2005年4月1日の「個人情報の保護に関する法律」の全面施行に向け、2004年4月に「個人情報の保護に関する基本方針」が閣議決定された。また、各省庁においても所管業界の実情に合わせたガイドライン等の策定・見直し作業を進めているところであり、企業においても個人情報管理に関する体制整備が急務である。

1-1 消費者・顧客のニーズを把握し、社会的に有用な製品・サービスを  
開発、提供する。

《基本的な心構え・姿勢》

事業活動を通じて、消費者の生活向上や顧客の課題解決に寄与することは、企業存立の基盤である。多様化するニーズを正しく把握し、安全性と品質を追求し、社会にとって有益な製品・サービスを開発・提供することで消費者・顧客の満足と信頼を獲得できる。

新技術、新製品の開発力を維持するため、創造力豊かな人材の育成や自由に物の言える企業風土の醸成に努める。また、広く国際社会を視野に入れ、各国の法規を遵守するとともに、社会、文化等の理解を深める。

《具体的なアクション・プランの例》

(1) ニーズを把握し有効活用する制度・仕組みを整備する。

消費者・顧客のニーズを把握するため、モニタリング制度などを導入し、社内の開発・設計部門、企画担当部門等にフィードバックする仕組みを整備する。

- ①「お客様相談窓口」の設置
- ②消費者モニターや顧客アンケートの実施
- ③提案制度の充実
- ④開発部門、販売部門、「お客様相談窓口」等の連携強化

(2) 起業家育成のための社内制度を整備する。

社会的に有用な製品の開発には、新しい感覚を持ったベンチャー的発想の企業内起業家を育成することが必要であり、そのために各種社内制度を整備する。

- ①企業内公募制度などの活用
- ②ベンチャー企業への従業員の出向制度
- ③異業種間交流の促進

《関連資料》

「21世紀型の消費者政策の在り方について」2003年 国民生活審議会消費者政策部会

## 1-2 製品・サービスの安全性と品質を確保する。

### 〈基本的な心構え・姿勢〉

消費者・顧客の支持と信頼を獲得し、それを維持するためには、提供する製品・サービスについて、安全性および消費者・顧客に受け入れられる品質の確保に万全を期する。PL法の趣旨の徹底はもとより、安全性を最重視する企業の姿勢を自主的に構築していく。また、消費者・顧客からの声を品質と安全性の向上につなげていく体制を整備する。

### 〈具体的アクション・プランの例〉

#### (1) 製品・サービスの品質保証体制を確立する。

消費者・顧客に対して保証する品質を堅持するため、経営トップが自らの責任に基づき、開発から販売、消費にいたる全てのプロセスにおいて、守るべき基準・手順を明確に定め、確実に実行し、効果的にチェックし、必要に応じて是正措置をとる、いわゆるPDCAサイクルをまわす仕組みを構築する。

- ①品質方針の策定とそれを具現化する指針となる品質規格の設定
- ②関連法令および自社規定の遵守、関連団体等の設定するガイドライン等への準拠
- ③研究・開発スタッフに対する品質・安全性に関する研修の実施
- ④品質アセスメントのための独立部門の設置および実施
- ⑤品質監査の実施

#### (2) 安全性に十分配慮して製品・サービスを開発、提供する。

製品・サービスの研究、開発段階、さらには流通段階においても安全性を最大限追求する。

- ①製品・サービスの研究、開発段階での安全性への一段の配慮
- ②安全性向上のための技術研究、開発の一層の促進
- ③安全性チェックのための独立部門の設置
- ④新製品・サービス開発への創意と安全性の確保との調和

#### (3) 製品・サービスに不具合が発見された場合には、その情報を速やかに経営トップに報告し、事実関係を消費者・顧客に伝え、迅速な対応をとる。

- ①製品・サービスの不具合対応に関する社内基準の整備・充実
- ②法律や社内基準に沿ったリコール等の実施

#### (4) 事故、トラブル事例に関するデータを蓄積し、活用する。

その時点での科学的知見によっても、避け難い製品上の瑕疵が生ずる可能性はある。事故、トラブル事例に関するデータを蓄積し、それを再発防止に役立てる仕組みや体制を整備する。

- ①事故、トラブル事例の開発・企画担当者へのフィードバック体制の確立
- ②事故、トラブル事例に関する研究会などの実施

(5) 各国の安全基準に適合した製品・サービスを提供する。

世界各国の安全基準、PL法等は必ずしも同一ではなく、それぞれの歴史・文化等により異なるため、それぞれの国の安全基準に適合した製品・サービスの安全性と品質の確保に努める。

- ①事業対象となる各国における製品安全に関わる法制度（特に安全規格類、製品事故時の被害者救済を目的とする法）の十分なフォロー体制の整備
- ②製造業においては、品質管理部門、海外事業部門、法務部門との密接な連携体制の確立

1-3 消費者・顧客に対して、製品・サービスに関する適切な情報を提供する。

《基本的心構え・姿勢》

消費者・顧客が合理的に製品・サービスを選択できるように、景品表示法その他の法令に従って適切な表示を行うことはもとより、必要な情報を適切な方法で提供する。また、製品・サービスの利用にあたって予測される危険性についても適切な説明を行う。

《具体的アクション・プランの例》

(1) 製品・サービスについて適正な表示をする。

消費者・顧客の信頼を得るためには、製品・サービスの内容や取扱い等について必要な表示を行う。

(2) わかりやすい説明に努める。

購入した製品の正しい使い方やサービス内容が消費者・顧客に理解されなければ、無用のトラブルや予想せぬ事故を引き起こしかねない。製品の取扱いやサービスの説明は、わかりやすく読みやすいものとする。その際には、障害者や高齢者に配慮するとともに、ビジュアル世代の増加も視野に入れる。

①ビジュアルな情報等で視覚に訴える説明書の作成

②製品・サービスを販売する際の危険性も含めた適切な説明

(3) 安全で正しい使用法を伝える。

製品の安全で正しい使い方とともに、危険な取扱いに対する「注意」「警告」「危険」の表示も充実する。

《関連資料》

「21世紀型の消費者政策の在り方について」2003年 国民生活審議会消費者政策部会

「企業及び事業者団体の消費者契約法施行にあたっての対応状況等について～消費者契約法の施行準備等に関するアンケート」の集計結果～」2001年 経団連

1-4 消費者・顧客からの問い合わせ等には誠実に対応する。

《基本的な心構え・姿勢》

消費者・顧客のニーズや苦情に対する窓口での対応は、顧客の製品・サービスだけでなく、企業に対する満足や信頼を左右する。苦情は丁寧な対応でその多くが解決するといわれる。顧客に適切な対応ができるよう、従業員への教育を実施する。アフター・サービスや顧客サポートにおいても誠実な対応を心がける。特に事故やトラブルが発生した場合には迅速かつ誠意を持って対応する。

《具体的アクション・プランの例》

(1) 消費者・顧客のニーズ、苦情に関する窓口を整備する。

消費者・顧客のニーズや苦情に対する窓口の整備を図り、消費者・顧客が気軽に問い合わせできる仕組みを作る。

- ①「お客様相談窓口」の設置
- ②ホームページへの相談コーナーの設置

(2) 顧客への対応に関する教育を実施する。

苦情は丁寧な対応でその多くが解決するとも言われており、きめ細かく適切に対応できる従業員を育成する教育を実施する。

- ①顧客への対応に関する教育、研修制度の実施
- ②応答マニュアルの整備

(3) アフター・サービス、顧客サポート体制を充実する。

新しいニーズの把握だけではなく、提供済みの製品・サービスについてもフォローアップ体制の整備、充実を図る。

- ①サービス・マニュアルの充実
- ②サービス・ネットワークの整備充実
- ③顧客サポート体制の整備充実

## 1-5 個人情報・顧客情報を適正に保護する。

### 《基本的な心構え・姿勢》

事業活動を行う上で、取り扱う情報を適切に管理することは企業の信頼構築の基本である。企業は高度情報化社会における情報管理の重要性を認識し、その収集、利用、保管、廃棄の全てのプロセスにおいて細心の注意を払う必要がある。

特に個人情報・顧客情報については、「個人情報の保護に関する法律」などの関連法令、各省庁や業界団体の策定するガイドライン等に基づいて、個人情報・顧客情報の取扱いに関する方針を自主的に定め、それらの管理を徹底しなければならない。

### 《具体的アクション・プランの例》

- (1) 個人情報・顧客情報について、登録時の手続、情報の取扱い、訂正・登録抹消等に関するプライバシー・ポリシーの策定と公表
- (2) プライバシー・ポリシーの実効性確保のための社内体制（セキュリティーの確保等）の整備
- (3) 個人情報・顧客情報の保護に関する教育研修の実施

2. 公正、透明、自由な競争ならびに適正な取引を行う。また、政治、行政との健全かつ正常な関係を保つ。

《背景》

(1) 公正かつ自由な競争を促進するための独占禁止法の重要性の高まり

「独占禁止法」は、公正かつ自由な競争の促進を通じて消費者利益を保護し、国民経済の健全な発展を確保することを目的としている。政府規制の撤廃・緩和が進み、市場における自由競争の徹底と企業活動の規律強化がますます求められる中で、独占禁止法の重要性は一層増大している。

(2) 公共入札をめぐる諸問題の発生

公共入札に関わる談合事件は厳しく糾弾されている。公正取引委員会は、1994年に入札談合の防止の観点から「公共的な入札に係る事業者及び事業者団体の活動に関する独占禁止法上の指針」を公表している。一方、現行の公共入札制度には、発注側独占の下でその硬直性に由来する問題が存在することも否定できない。こうした観点から、2002年7月には「入札談合等関与行為の排除及び防止に関する法律（官製談合防止法）」が成立したところであり、さらなる追加措置が期待されている。

(3) 健全かつ正常な行政との関係の構築

流通、取引慣行だけでなく、政治、経済、行政間の関係についても透明性を高めることが、国内のみならず海外からも要請されている。

政治・行政との関わりについては、もたれ合いや癒着と取られるような行動があってはならない。これまでの通例や慣行について見直すべきは見直し、透明度の高い関係を保ちつつ、その中で、民から政・官への積極的な意見表明を行うことが求められている。そのような活動を通じて、政治、行政との健全かつ正常な関係が構築されることになろう。

行政指導と独占禁止法との関係については、公正取引委員会より「行政指導に関する独占禁止法上の考え方」が示されており、この中で「事業者または事業者団体の行為については、たとえそれが行政機関の行政指導により誘発されたものであっても、独占禁止法の適用が妨げられるものではない」ことが明示されている。

なお、事業者団体活動における独占禁止法上の問題については、公正取引委員会が「事業者団体の活動に関する独占禁止法上の指針」を公表している。また、2000年5月の独禁法改正により、事業者団体の独禁法違反が審決で確定した場合には、民事訴訟において、被害者は、当該事業者団体の過失を立証することなく、損害賠償を請求できることとなった。個々の企業のみでなく各事業者団体においても、透明な活動を行うことが求められている。

(4) 知的財産の保護と尊重

自らの知的財産（特許権や著作権などの知的財産権および機密情報）の保護は、わが国の製造業・コンテンツ産業の国際競争力を高めるうえで重要な要素である。あわせて、第三者の知的財産を尊重することは、開発者のインセンティブを確保して産業の健全な発展を促すうえで、極めて重要である。



## 2-1 独占禁止法の遵守につき、社内での徹底を図る。

### 《基本的心構え・姿勢》

「独占禁止法」は自由経済の基本法であり、企業はその遵守なくして、いかなる事業も行えないことを再認識する。また、企業活動のグローバル化、経済のボーダレス化が進展する中で、諸外国の競争法も遵守する。企業トップ自らによる基本方針の表明などを通じ、独占禁止法遵守に関わる社員の意識を高めるとともに、違反行為が行われないようチェックする内部体制を構築する。

### 《具体的アクション・プランの例》

#### (1) 独占禁止法遵守マニュアルを作成して展開する。

企業トップによる独占禁止法遵守の基本方針の表明、独占禁止法の規定に関する概要説明、独占禁止法違反を起こさないよう注意すべき点等の内容を盛り込んだ独占禁止法遵守マニュアルを作成し、社内での展開・徹底を図る。

- ①説明会・講習会の開催、従業員への教育研修等を通じて、独占禁止法遵守マニュアルを社内の関係部門に周知徹底させ、独占禁止法違反行為の発生防止を図る。
- ②役員・従業員が業務を行うに際し独占禁止法上、問題があるのではないかと疑問を感じたときに直接相談ができる窓口の整備、独占禁止法遵守に関する内部監査計画の立案、実施等を行う。
- ③事業者団体は、事業者団体ガイドラインに基づき、行政機関からの委託業務等の実施に際して、差別的な取扱い等の違反行為を行わない。

### 《関連資料》

「特集：21世紀の競争政策を考える」『経済Trend』2004年3月号 日本経団連  
『独占禁止法ガイド』2004年 公正取引委員会事務総局 編著 公正取引協会  
『独占禁止法コンプライアンス・プログラムの手引（新版）』2003年  
公正取引協会