

## Q.01 コンプライアンスは法令順守？



「コンプライアンス」って「法令順守」のことですよ。だから、法令さえ守ってればいいんですよね？

次のうち正しいのはどちらでしょうか？

A. 法令を順守していればOK

B. それだけでは不十分



**Point** コンプライアンス (compliance) という言葉は、「法令順守」と訳されています。しかし現在では、法令のみならず、企業の行動憲章や諸規程、社会のルールや慣習などの社会規範までも含めたものの順守を意味すると理解されています。法令違反だけでなく、社会の常識に反する行為であれば、「コンプライアンス違反」ととらえられます。

Answer

B

## Q.02 コンプライアンスが重視される理由



最近、「コンプライアンス」って言葉をよく聞くようになったわね。



各社でコンプライアンスが重視されているんですね。

企業がコンプライアンスを重視するのは、  
なぜでしょうか？

A. 企業の価値を高めるため

B. マスコミからバッシングを受けないため

**Point** コンプライアンスに注目が集まったのは、企業不祥事に対するマスメディア、消費者、投資家などからの強烈な批判がきっかけでした。その真の背景には、リスクを適切に管理することによって、健全で効率的な企業経営を実現して企業価値を高めるという考え方が国際的に広がったことがあげられます。コンプライアンスは、企業の価値を高め、企業とそこで働く個人や家族を守るためのものなのです。

Answer

A

会  
社

職  
場

仕  
事

情  
報

社  
会

## Q.41 独占禁止法は自由競争社会の基本法

独占禁止法について、  
正しいのはどちらでしょうか？

A. 市場を独占する巨大企業のみが対象の法律

B. すべての企業に対して適用されうる法律



**Point** 独占禁止法は、自由競争社会の基本法です。市場経済のメリットは、より安くて優れた商品を目指す自由競争により技術革新や合理化が進み、事業活動や経済社会が活発化して雇用や国民所得の水準が向上するという点にあります。このような市場経済のメリットを損なう反自由競争行為の排除を目的としているのが独占禁止法であり、すべての企業に対して適用されうるものです。

Answer

B

## Q.42 ライバル会社と一斉に値上げ



原材料価格の高騰が止まりませんね。



商品の値上げも検討しないとイケないわね。



苦しいのはライバル会社も同じですよ。一斉に値上げしようともちかけてみたらどうでしょう？

この行動には問題があるのでしょうか？

A. 問題はない

B. 問題がある

**Point** 独占禁止法が禁止している不当な取引制限、いわゆる「カルテル」に該当します。カルテルとは、事業者同士が互いに連絡を取り合って、商品の価格や販売・生産数量、取引の相手方など、本来は各事業者が自主的に決めるべき事柄を、他の事業者と共同して決める行為をいいます。カルテルを行った会社は排除措置命令や課徴金納付命令といった行政処分の対象となります。また、個人には懲役や罰金、会社には罰金が科されます。

Answer

B

会  
社

職  
場

仕  
事

情  
報

社  
会

## Q.81 品質・価格表示の規制は？



それ、靴屋のチラシ？



そうなんです。「全商品 70 %OFF」って、すごいですよね！



あれ？ 小さな字で「20,000 円以上の商品が対象」って書いてあるわよ。

このチラシの価格表示について、  
正しいのはどちらでしょうか？

A. きちんと読めば理解できるので、問題ない

B. 問題となる可能性がある

**Point** 品質や価格等についての情報は、消費者が商品・サービスを選択する際の重要な判断材料です。そのため、品質や価格等の表示について、実際のものや他社のものよりも著しく優良・有利であると消費者に誤認される表示をすることは、適正な選択を阻害するおそれがあるので、景品表示法で禁止されています。「全商品 70 %OFF」と強調して表示し、「20,000 円以上の商品が対象」という条件を著しく小さく表示すると、実際よりも著しく有利であると誤認されるおそれがあり、問題となる可能性があります。

Answer

B

## Q.82 消費者を惑わす表示



このチラシの商品、もっと強烈なキャッチコピーをつけないと売れないよな。よし、「世界一の高速プリンタ」でどうだろう？



本当に世界一なの？



いえ。でも、このくらい書かないと売れないですから。

この行動に問題はあるでしょうか？

A. 表示について合理的な根拠がない場合は、  
問題あり

B. このくらいは問題ない

**Point** チラシ、パンフレット、ダイレクトメール、インターネット等による広告、セールストーク等は、景品表示法による規制の対象です。商品・サービスの品質や効果、性能等について、事実に反して著しく優良とする表示は、禁止されています。虚偽・誇大な表示をして消費者を惑わせ、商品・サービスを販売した会社は、消費者庁から、違反行為の差止め、違反行為によって生じた一般消費者の誤認の排除（新聞への社告掲載等）、再発防止等を命じる措置命令を受けるおそれがあります。

Answer

A

会  
社

職  
場

仕  
事

情  
報

社  
会