

景品表示法（確約手続等）表示リスク点検チェックリスト 2026

対象：人材紹介／登録支援機関／受入企業の人事・広報・Web担当

更新日：2026-05-24

根拠：消費者庁（景品表示法ページ、政令第191号、確約手続の運用基準、確約府令 等）

この資料は一般的な情報提供です。個別事案は事情により判断が変わるため、必要に応じて専門家へ確認してく

【最重要ポイント（先に結論）】

- 1) 「言い切り表現」より「根拠のある表現」を優先（根拠が無ければ書かない）
- 2) 根拠資料（データ定義・期間・母数・スクショ等）を“表示とセットで保存”
- 3) 導入事例・口コミ・広告配信（代理店/アフィリエイト含む）を“運用で管理”

1. 施行日と対象の確認（一次情報）

- [] 確約手続等を導入する改正の施行日（2024-10-01）を把握している
- [] 社内で「景品表示法（優良誤認・有利誤認等）」の基本用語を統一している
- [] 「誰が表示の最終責任者か」（Web/広報/営業/法務/外注）を明確化した

注意（個別確認が必要）

- 確約手続の適用可否・手続の進み方は事案の事情により判断されます

2. LP/広告の表示チェック（優良誤認・有利誤認になりやすい箇所）

A. 実績・成功率・比較

- [] 「採用成功率〇%」「定着率〇%」の定義（母数/期間/除外条件）を明記できる
- [] 「最短〇日」「平均〇日」の集計方法（起点/終点）を説明できる
- [] 「業界No.1」「最安値」等の比較表示は、客観的な根拠（調査条件）を保存している

B. 料金・条件

- [] 「追加費用なし」「定額」等の例外条件（対象外のケース）を明示している
- [] 返金・解約・キャンセル条件を、見つけやすい位置に表示している
- [] “初期費用〇円”などの表現は、実態（発生する費用/条件）と整合している

3. 導入事例・口コミ・PR（見せ方と運用）

- [] 導入事例は、業種・規模・地域・職種など条件差が分かるよう注記している
- [] 口コミは、事実確認（いつ・誰が・どの発言を確認したか）の記録を残している
- [] PR/広告であることの表示（広告/PR等）が、画面サイズでも明瞭に見える
- [] 代理店・外注・アフィリエイト等に対し、表示ルール（禁止表現/注記）を共有している
- [] 不適切表示の発見～修正までの連絡ルートを整備している（担当者・SLA）

4. 根拠資料（証跡）パックの作り方（“後で出せる”状態にする）

「表示1つにつき、根拠資料1セット」を原則にします。

- [] 表示文言（現行）と、根拠資料の対応関係（どれが根拠か）を紐付けている
- [] データ（GA/CRM/案件管理等）の抽出条件を残している（期間・フィルタ・定義）
- [] 根拠資料の保存先が組織で共有されている（個人PC依存を無くす）
- [] 表示を更新したら、根拠資料も更新し、古い表現が残らないよう棚卸しする

推奨：社内の“公開前チェック”フロー

- 1) 作成（営業/広報/制作）
- 2) 根拠資料添付（数値・比較・事例）
- 3) 承認（責任者）
- 4) 公開
- 5) 定期棚卸し（四半期/半期）

参照（一次情報）

- 消費者庁：景品表示法 https://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_label
- 政令第191号 https://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/assets/representation_cms216_240529_02.pdf
- 運用基準 https://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/guideline/assets/representation_cms216_240418_04.pdf
- 確約府令 https://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/assets/representation_cms216_240418_10.pdf