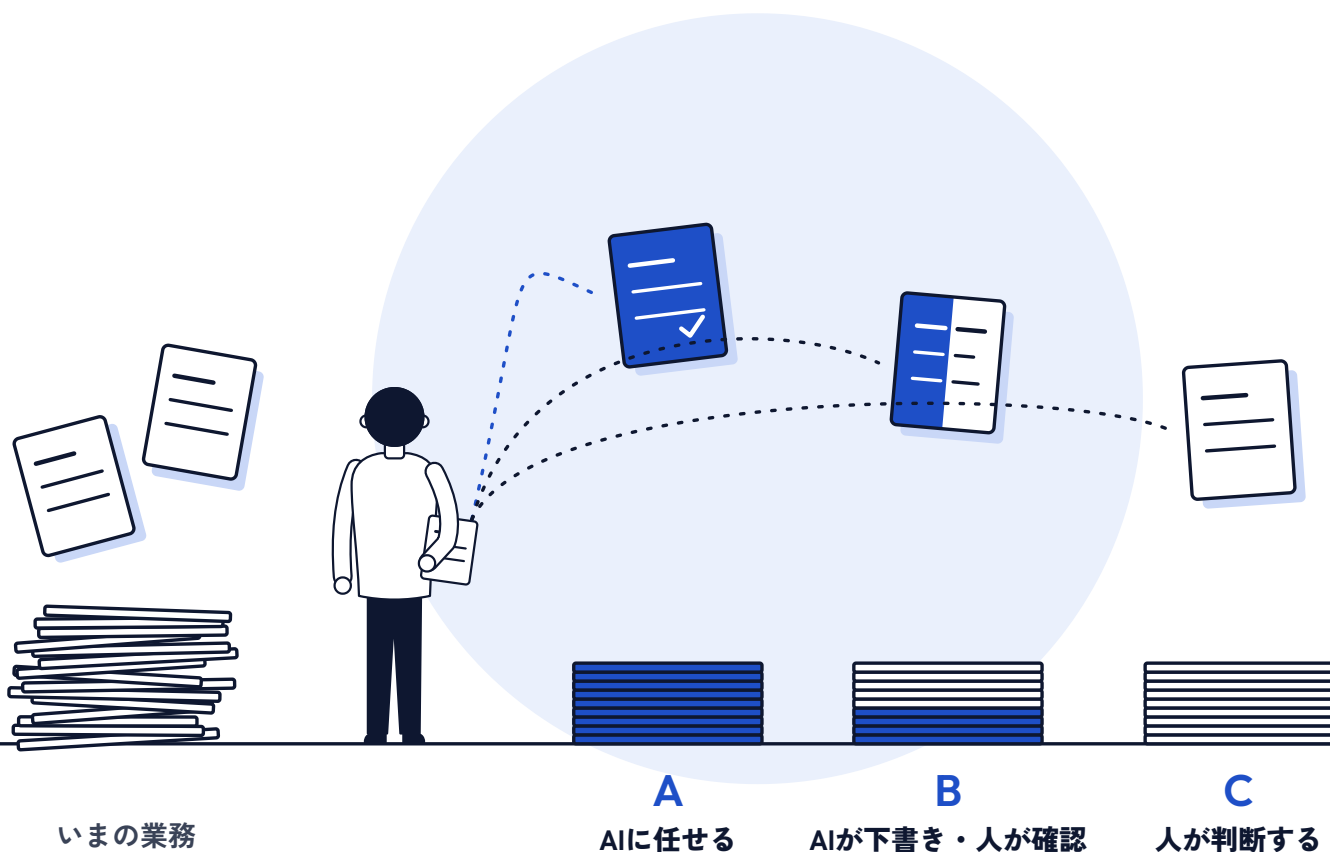


小売・ECでAIに任せられる仕事 任せられない仕事 40選 2026

商品説明・問い合わせ・販促・発注・シフト | 法令の根拠つき仕分け表と入力の早見表

店舗とECの40の仕事を、**任せる・下書きして人が確かめる・人が決める**の3つに、法令の根拠つきで仕分けします。

この資料の対象 店舗とECで消費者に販売する小売の経営者と、店長・EC・CS・販促・商品部の責任者、情報システムの担当者



この資料に入っているもの

1	業務の仕分け表	40業務の区分と理由、確かめる人の記入欄	ページ 18
2	最初の1業務の選び方	5つの基準で候補を並べて比べる記入表	ページ 26
3	入力の早見表	会員情報・購買履歴・映像など17種の可否と条件	ページ 31
4	根拠一覧と専門家の確認事項	区分Cの13業務の法令と推奨、誰に何を聞くか	ページ 32
5	担当者・管理者チェック	公開前と月次の点検にそのまま使う項目	ページ 38

目次

	はじめに	03
01	詰まりやすい業務	05
02	AI活用の全体像	07
03	業務40選	08
04	重点業務5件	21
05	使い方	27
06	情報管理	30
07	人が決める判断と失敗例	32
08	チェックリストと次の一歩	38
	参考文献と出典	41
	発行情報	46

はじめに

店舗とECの仕事のうち、AIにどこまで任せてよいかを、法令の根拠つきで線引きするための資料です。

商品部が仕様書からサイズと原材料を商品マスタに写し、EC担当がモールごとに説明文を直し、CS担当が返品の可否を答え、店長が閉店後にシフトと日報を作る。小売の仕事は、お客様の目に触れる文面と、個人情報と、人の労働時間に毎日触れています。生成AIを使い始めるとき、迷うのは「使えるか」ではなく「どこまで任せてよいか」です。

この資料は、店舗とECの40の業務を、AIに任せやすい仕事、AIが下書きして人が確かめる仕事、人が決める仕事の3つに分け、人が決める仕事には景品表示法・特定商取引法・薬機法・労働基準法・個人情報保護法の根拠を添えました。読み終えたら、自社の業務に印を付けた仕分け表を1枚作れます。

この資料で分かること

- 1 自社の業務を40件の一覧に照らし、A・B・Cの印を付けた仕分け表を作れる
- 2 最初に手を付ける業務を1件か2件選び、確かめる人と残す記録を決められる
- 3 説明文・販促原稿・レビュー依頼・価格表示で、公開前に人が確かめる点を社内ルールに書ける
- 4 外部のAIに入れてよい情報と入れない情報を、会員情報・購買履歴・決済・映像・スタッフ情報の区分で決められる
- 5 個人で今日から使える使い方と、会社として仕組みが要る使い方を分けて進められる

生成AIの導入の現状

事実

常用労働者30人以上の事業所のうち、卸売業、小売業でAIを導入しているのは40%、導入の予定はないとする事業所は51%です（2026年2月1日現在・卸売と小売の合算・事業所が有償契約で導入したもので、従業員個人の独自利用は数えません）。調査産業計では31%で、企業規模が小さいほど導入していない割合が高くなっています。一方、令和8年版情報通信白書の全業種の企業向け調査では、何らかの業務で生成AIを使う企業が86.4%です（生成AIの活用方針の設問で「わからない」と答えた企業を除いた割合）。

事業所としての導入は半分に届かず、従業員が個人で使う分はこの数字に入りません。会社が線引きを決める前に、売場やECの担当者が自分の判断で使い始めている可能性があります。この資料の仕分け表は、その状態を会社の決めごとに変えるための道具です。仕分け表を誰が埋め、誰が最終の区分を決めるかを、まず1人ずつ決めてください。

記述の種類の見分け方

書いてあることの種類は、囲みの札で分けています。「事実」は公的な資料・法令・各社の発表で確かめたことで、数字には時点と対象を添えます。「BoostXの推奨」は理由つきのすすめ方で、自社の事情に合わせて読み替えてください。「会社ごとに判断すること」は誰が決めるかを役割名で示し、「専門家に確認すること」は弁護士・社会保険労務士・税理士・薬事の専門家・所管の窓口に確かめる事項です。この資料は個別の可否を判定しません。

役割ごとの読む順番

表1

読む人	先に読む章	その章で決めること
経営者	全体像・人が決める判断・チェックリスト	区分を決める人と、最初の1業務
店長	業務40選・重点業務5件・チェックリスト	シフト原案と日報の確かめ方
EC・CS・販促の責任者	業務40選・重点業務5件・失敗例	公開前・送信前の確認者
情報システム・管理部門	情報管理・ツールと契約の確認	入れてよい情報と契約の確認項目

店舗とECで、毎日どこが詰まるか

表示・問い合わせ・人手・カスタマーハラスメント・会員情報・税率の6つの詰まりを、現場の場面で確かめます。

起きやすいこと

登録する本人が表現の可否を1人で判断する

...

返信を書く人が返品の可否まで答える

...

シフトの原案と確定を同じ人が同時に行う

...

会員データを個人のAIに入れる

...

先に決めること

表示を管理する担当者と根拠資料の置き場

可否を決める人と、2か所の特約表示の確認

原案と確定の工程を分け、確かめる項目

入れない情報の早見表と、会社のAI

1-1 説明文と販促の表現を、誰が判定しているか

EC担当がモールの管理画面で新商品を登録するとき、化粧品や健康食品の「うるおう」「すっきり」、食品の「国産」「無添加」、販促の「当店通常価格」「売上No.1」が景品表示法や薬機法に触れないかを、登録者が1人で判断している会社があります。そこでは生成AIで作った説明文も、確かめる工程が無いまま公開されます。景品表示法の指針は、表示を管理する担当者（この資料では表示等管理担当者）を事業者が定めることを求めています。

1-2 問い合わせが4つの窓口に分かれている

メール・チャット・モールの管理画面・店舗の電話。返信を書く人が注文番号を別の画面で引き、返品特約を開き、購入日を数えてから答えます。通信販売では、返品特約を広告に表示していなければ、商品を受け取った日から8日以内は申込みの撤回や解除ができます。ECの注文では、広告に加えて、申込みの最終確認画面などにも特約を表示していなければ、特約でこの解除を排除できません。

1-3 パートの比率と、店長に集まる仕事

事実

日本チェーンストア協会の加盟45社（9,693店）では、パート（8時間換算）が374,169人で、従業員477,168人の約78%を占めます（2026年8月・比率は本資料の計算値で、大手チェーンの値です）。2025年の卸売業、小売業の離職者数は1,120.8千人で、医療、福祉に次いで多く、離職率は11.9%です（常用労働者5人以上の事業所・卸売と小売の合算）。

人が入れ替わるたびに、店長が手順を教え直し、シフトを組み直します。労働時間・休憩・18歳未満の深夜業の確認と原案づくりを、同じ人が同時に行っています。

1-4 カスタマーハラスメント対策が義務になった

2026年10月1日から、カスタマーハラスメント対策は事業主の義務になりました。事業主は、顧客等の言動で労働者の就業環境が害されないよう、相談体制の整備などの措置を講じなければなりません。一方、厚生労働省の指針は、顧客等からの苦情の全てがカスタマーハラスメントに当たるわけではなく、社会通念上許容される範囲の申入れは正当な申入れだとしています。

1-5 会員情報と購買履歴が、個人の判断で外に出る

会員の氏名・住所・購買履歴は、利用目的の範囲内でしか扱えません。外部の生成AIに個人データを含む文を入れるなら、提供事業者がそのデータを機械学習に使わないことなどを十分に確認するよう、個人情報保護委員会が注意喚起しています。2026年7月17日には改正法が公布され、課徴金や顔特徴データ等の規律が入ります（施行日は未定）。

1-6 飲食料品の税率引下げの改正案

政府の改正案では、2027年4月1日から2029年3月31日までの2年間、飲食料品の消費税率が1%に引き下げられます。国税庁の特設サイトは、内容が法案の可決・成立を前提とすると明記しています（2026年10月7日時点で未成立）。成立すれば、値札・チラシ・ECの価格表示を短期間に直す作業が生じると見込まれます。改正案には、夜間の値札の貼り替えに対応できないなどの困難な事情があれば、2027年2月1日から5月31日まで、実際の支払額と誤認させない掲示等を条件に旧税率での総額表示などを認める特例があります。通信販売に基づく販売などは、一定の場合に8%のままとする経過的な取扱いも示されています。

任せる・下書きして確かめる・人が決める、の3区分

区分は業務の難しさではなく、AIの出力が外に出る前に誰の目を通るかで決めます。

BoostXの推奨

A（AIに任せやすい）は、判断を含まない振り分け・集計・一覧化で、誤りが次の工程で人の目に触れるもの。B（AIが下書きして人が確認する）は、お客様や取引先に出る文面・表示・価格と、スタッフの労働条件に関わるシフトのように、外に出る前・確定する前に人の確認が要るもの、または誤りに気づく人が次の工程にいないもの。C（人が判断する）は、法令が事業者・管理担当者・有資格者に課している判断と、安全・雇用・個人情報・価格の決定です。小売はお客様に直接届く仕事が多く、Bが半分近くになります。

2-1 区分を決める3つの問い

- 1 出力は社外（お客様・取引先）に出るか、スタッフの労働条件に関わるか（そうならB以上）
- 2 法令が、その判断を事業者・管理担当者・有資格者に課しているか（課しているならC）
- 3 誤りに気づく人が、次の工程に必ずいるか（いるならA、いなければB）

区分Cは「AIを使わない」ではなく、材料づくりまでをAIに任せ、決定は人が行う工程です。3つの問いに答える人は領域ごとに決めます（商品登録は表示等管理担当者、お客様対応はCS責任者、店舗運営は店長、会員データは情報管理責任者）。



● **A** 8件

AIに任せやすい

手順が決まっていて、結果を見れば正しいかが分かる業務



◐ **B** 19件

AIが下書きして人が確認する

AIが下書きを作り、人が中身を確認してから使う業務



○ **C** 13件

人が判断する

AIは材料の整理まで。結論は人が決める業務

この資料の業務 **40**件の内訳 A **8**件／B **19**件／C **13**件

図1 印の意味と、この資料の40業務の内訳です。

店舗とECの40の仕事を、区分と確認者つきで並べます

01～08 商品登録・EC掲載／09～18 お客様対応／19～24 販促・価格／25～30 在庫・発注／31～36 店舗運営・人／37～40 会員・データ・税

自社に無い業務は飛ばし、名前が違うだけの業務は読み替えてください。「人が確認する項目」は確認者が見る順番のまま書いています。一覧の後に、区分の理由を添え、自社での扱いと確かめる人を書き込む仕分け表を置きました。

01

● B

AIが下書きして人が確認する

仕様書から商品マスタへの転記

担当 商品部・EC担当

任せ方

仕様書から登録表の項目を抜き出す

得られる出力

サイズ・容量・原材料・JANの登録表案

主なリスク

誤った元データが売場とECに広がる

渡す情報

仕様書、商品マスタの登録表の項目

人が確認する項目

仕様書との照合、単位、JANの桁

02

● A

AIに任せやすい

商品マスタの表記ゆれ・重複JAN検出

担当 商品部

任せ方

表記ゆれと重複JANを一覧にする

得られる出力

全角半角・単位・色名のゆれと重複の一覧

主なリスク

別商品を同じ商品として統合する

渡す情報

商品マスタ（商品名・色名・単位・JAN）

人が確認する項目

直すかの承認と、直す順番

03

● B

AIが下書きして人が確認する

モール別の説明文の作り直し

担当 EC担当

任せ方

モールの規約に合わせて説明文を直す

得られる出力

モール別の説明文案と削った表現の一覧

主なリスク

禁止語が残り、掲載停止になる

渡す情報

自社ECの説明文、モールの規約と禁止語

人が確認する項目

法定の表示事項、禁止語、価格と送料

04

● B

AIが下書きして人が確認する

自社ECの商品説明文の下書き

担当 EC担当

任せ方

仕様書と過去の説明文から下書きを作る

得られる出力

説明文の下書きと、根拠が要る表現の印

主なリスク

実際より著しく優良と示す表現が公開される

渡す情報

仕様書、過去の説明文、載せてよい表現

人が確認する項目

事実との一致、効能・比較の表現、根拠

05

● B

AIが下書きして人が確認する

効能・最大級の表現への印付け

担当 EC担当

任せ方

効能・最大級・比較の語に印を付ける

得られる出力

印の付いた説明文と、印の理由

主なリスク

印が無い語を問題なしと受け取る

渡す情報

説明文の下書き、印を付ける語の一覧

人が確認する項目

印の漏れ（載せるかは07で決める）

06

● B

AIが下書きして人が確認する

アレルゲン・原材料欄の突き合わせ

担当 商品部・EC担当

任せ方

パッケージ表示とEC掲載欄の差を挙げる

得られる出力

差のある商品と項目の一覧

主なリスク

包装の表示が変わってもEC欄が古いまま残る

渡す情報

パッケージ表示の写し、ECの原材料欄

人が確認する項目

原本での再確認、特定原材料の反映

07

○ C

人が判断する

効能表現を載せるかの決定

担当 表示等管理担当者

任せ方

表現ごとの根拠資料の有無を整理する

得られる出力

表現ごとの根拠資料の有無の表

主なリスク

根拠を出せない表現が優良誤認とみなされる

渡す情報

印の付いた説明文、根拠資料の一覧

人が確認する項目

すべて（載せる・直す・外すを決める）

08

○ C

人が判断する

生成した商品イメージ画像の採否

担当 EC責任者

任せ方

実物との違いを一覧にする

得られる出力

色・形・付属品など実物と違う点の一覧

主なリスク

実物と違う画像が優良誤認や著作権侵害になる

渡す情報

生成画像、実物の写真、掲載の目的

人が確認する項目

すべて（実物との一致、著作物との類似）

09

● A

AIに任せやすい

問い合わせの振り分け

担当 CS担当

任せ方

決めた分類に振り分ける

得られる出力

在庫・配送・返品・使い方・苦情の分類と急ぎの印

主なリスク

苦情を使い方の質問として後回しにする

渡す情報

問い合わせ本文（氏名・連絡先を除く）、分類

人が確認する項目

迷った件と、急ぎの印の付いた件

10

● B

AIが下書きして人が確認する

問い合わせへの返信文の下書き

担当 CS担当

任せ方

本文とFAQから返信文を下書きする

得られる出力

返信文の下書きと確かめる項目

主なリスク

在庫や配送日を断定した文が送られる

渡す情報

問い合わせ本文、FAQ、注文情報の照会結果

人が確認する項目

注文番号・金額・日付、約束になる表現

11

● B

AIが下書きして人が確認する

返品特約の該当条項の抜き出し

担当 CS担当

任せ方

申し出に該当する特約の条項を抜く

得られる出力

該当条項と、購入日からの経過日数

主なリスク

表示が欠けたときの8日の解除を見落とす

渡す情報

返品 of 申し出、購入日、自社の返品特約

人が確認する項目

広告と最終確認画面の特約表示、日数の数え方

12

○ C

人が判断する

返品・返金・例外対応の決定

担当 CS責任者・店長

任せ方

過去の似た対応を並べる

得られる出力

論点と、過去の対応の比較表

主なリスク

比較表をそのまま回答として送る

渡す情報

申し出の経緯、該当条項、過去の対応記録

人が確認する項目

すべて（可否と例外は人が決める）

13

● A

AIに任せやすい

店舗の対応メモの報告票化

担当 店長・CS担当

任せ方

対応メモを報告票の項目に整える

得られる出力

日時・商品・要望・対応を埋めた報告票案

主なリスク

氏名や連絡先をそのまま入れる

渡す情報

対応メモ（氏名・連絡先を除く）、報告票の項目

人が確認する項目

本部に上げる件の選別

14

● B

AIが下書きして人が確認する

FAQの追記案づくり

担当 CS責任者

任せ方

履歴から多い質問と回答案を挙げる

得られる出力

追記する質問の候補と回答案

主なリスク

条件付きの回答を一般化して公開する

渡す情報

問い合わせ履歴（個人情報を除く）、現行FAQ

人が確認する項目

公開する回答、返品特約との整合

15

● B

AIが下書きして人が確認する

苦情の経緯の時系列整理

担当 店長・CS責任者

任せ方

対応記録を時系列の対応記録にする

得られる出力

日時順の経緯と、事実と推測を分けた記録

主なリスク

推測が事実として記録に残る

渡す情報

対応記録、通話メモ、メールのやり取り

人が確認する項目

事実と推測の仕分け、抜けた出来事

16

○ C

人が判断する

カスハラ該当と対応打ち切りの判断

担当 店長・本部

任せ方

言動と経緯を指針の要素ごとに整理する

得られる出力

要素ごとに整理した記録

主なリスク

AIの分類結果を打ち切りの根拠にする

渡す情報

時系列の記録、自社のカスハラ対応方針

人が確認する項目

すべて（該当の判断と打ち切りは人）

17

● B

AIが下書きして人が確認する

ECレビューへの返信文の下書き

担当 EC担当

任せ方

レビュー本文から返信文を下書きする

得られる出力

返信文の下書き

主なリスク

交換や返金を約束する文が公開される

渡す情報

レビュー本文、返信の方針、商品の情報

人が確認する項目

約束になる表現、個人情報、事実と違う説明

18

○ C

人が判断する

レビュー依頼の文面と特典の決定

担当 EC責任者

任せ方

依頼文の候補と論点を整理する

得られる出力

文面の候補と、表示が要る条件の整理

主なリスク

依頼して書かせたレビューが事業者の表示に当たる

渡す情報

依頼の目的、特典の案、運用基準の該当箇所

人が確認する項目

すべて（依頼の有無・特典・表示の方法）

19

● B

AIが下書きして人が確認する

チラシ・メール・SNS原稿の下書き

担当 販促担当

任せ方

企画の要点と商品情報から原稿を書く

得られる出力

媒体ごとの原稿の下書き

主なリスク

有利誤認・優良誤認に当たる表現が入る

渡す情報

企画の要点、商品情報、載せてよい表現

人が確認する項目

価格と期間、比較・効能の表現、根拠

20

● B

AIが下書きして人が確認する

値札・棚札・EC価格の総額表示

担当 売場担当・EC担当

任せ方

商品マスタから税込価格の表示案を作る

得られる出力

値札・棚札・ECの税込価格の一覧

主なリスク

税込の総額表示でない値札が出る

渡す情報

本体価格、税率区分、表示の型

人が確認する項目

税率区分、端数、表示の型

21

○ C

人が判断する

比較対照価格を使えるかの判断

担当 商品部・販促責任者

任せ方

過去8週間の販売価格と期間を並べる

得られる出力

価格ごとの販売期間の一覧

主なリスク

短期間の価格を通常価格と表示する

渡す情報

対象商品の販売価格の履歴（8週間分）

人が確認する項目

すべて（「当店通常価格」の可否）

22

○ C

人が判断する

No.1・最安などの表示の決定

担当 販促責任者

任せ方

根拠の調査の有無と範囲を整理する

得られる出力

文言ごとの根拠の有無と調査の範囲

主なリスク

根拠のないNo.1表示が不当表示になる

渡す情報

表示したい文言、手元の調査資料

人が確認する項目

すべて（使うかと、根拠の十分さ）

23

● B

AIが下書きして人が確認する

配信同意つきの配信リスト抽出

担当 販促担当

任せ方

抽出条件の文を条件式に直す

得られる出力

条件式と、抽出される件数の見込み

主なリスク

承諾のない相手に電子メール広告を送る

渡す情報

抽出条件（同意の有無を含む）、項目名

人が確認する項目

同意の有無の条件、除外の条件

24

● A

AIに任せやすい

キャンペーン実績の突き合わせ集計

担当 販促責任者

任せ方

配信・クーポン・売上を突き合わせる

得られる出力

施策ごとの反応と売上の集計表

主なリスク

期間や商品の範囲がそろわず効果を読み違える

渡す情報

配信実績、クーポン利用、売上の集計

人が確認する項目

継続・中止の判断（集計は確かめる）

25

● B

AIが下書きして人が確認する

定番品の発注数量の案

担当 売場担当・商品部

任せ方

販売実績と天候・催事から数量案を出す

得られる出力

商品ごとの発注数量案と根拠の要約

主なリスク

過去に無い変動を読めず欠品と廃棄が増える

渡す情報

販売実績、在庫、天候・催事の予定

人が確認する項目

数量の確定、過去に無い変動の有無

26

● A

AIに任せやすい

帳簿在庫と棚卸結果の差の抽出

担当 在庫担当・店長

任せ方

差の大きい順に並べる

得られる出力

差のある商品の一覧

主なリスク

読み取りの誤りで合っている商品を差ありとする

渡す情報

帳簿在庫、棚卸結果

人が確認する項目

差の原因、在庫調整の可否

27

● A

AIに任せやすい

店舗在庫とEC在庫の差の検出

担当 EC担当・在庫担当

任せ方

同じ商品コードで在庫を突き合わせる

得られる出力

売り越しのおそれがある商品の一覧

主なリスク

商品コードが合わず、差を見落とす

渡す情報

店舗在庫、EC在庫、商品コードの対応表

人が確認する項目

配分と引当のルール、反映の間隔

28

● B

AIが下書きして人が確認する

回転の遅い在庫の値下げ候補出し

担当 商品部

任せ方

回転の遅い商品を挙げる

得られる出力

値下げ・処分の候補と在庫日数

主なリスク

値下げの表示が価格表示の考え方に触れる

渡す情報

在庫、販売実績、入荷日

人が確認する項目

値下げの可否と幅、比較対照価格の扱い

29

○ C

人が判断する

新商品・季節品の発注と導入カット

担当 商品部・店長

任せ方

似た商品の実績を並べる

得られる出力

参考になる商品の実績の比較表

主なリスク

過去データが乏しい商品でAIの案を採用する

渡す情報

似た商品の販売実績、催事の予定

人が確認する項目

すべて（数量と導入・カット）

30

○ C

人が判断する

表示誤り・リコール品の販売停止

担当 店長・商品部

任せ方

対象商品の在庫と販売先を一覧にする

得られる出力

停止対象の店舗・EC・在庫数の一覧

主なリスク

安全に関わる判断が遅れる

渡す情報

対象商品、在庫、販売の記録

人が確認する項目

すべて（停止の範囲と告知）

31

● B

AIが下書きして人が確認する

シフトの原案づくり

担当 店長

任せ方

希望と必要人数から原案を作る

得られる出力

原案と、埋まらない時間帯の一覧

主なリスク

原案をそのまま確定として掲示する

渡す情報

希望休、契約時間、時間帯ごとの必要人数

人が確認する項目

原案まで（確定は32）

32

○ C

人が判断する

労働時間・休憩を確かめたシフト確定

担当 店長

任せ方

原案の労働時間・休憩・年齢を点検する

得られる出力

1日8時間・週40時間・休憩・深夜の点検表

主なリスク

6時間超の休憩や18歳未満の深夜業の抜け

渡す情報

原案、契約時間、18歳未満の該当者

人が確認する項目

すべて（点検表を見て確定する）

33

● A

AIに任せやすい

閉店後の店舗日報の下書き

担当 店長

任せ方

売上・客数・出来事メモを日報にする

得られる出力

日報の下書き

主なリスク

出来事の重さを要約で軽く見る

渡す情報

売上・客数、出来事メモ（氏名を除く）

人が確認する項目

本部へ上げる問題の選別

34

● B

AIが下書きして人が確認する

本部通達・マニュアルの検索回答

担当 店舗スタッフ・本部

任せ方

通達とマニュアルから該当箇所つきで答える

得られる出力

回答と、根拠になるページ

主なリスク

改定前のマニュアルで答える

渡す情報

本部の通達、業務マニュアルの最新版

人が確認する項目

古い版の参照、法令に関わる手続き

35

● B

AIが下書きして人が確認する

求人原稿の下書き

担当 店長・本部人事

任せ方

募集条件と仕事内容から原稿を書く

得られる出力

求人原稿の下書き

主なリスク

虚偽や誤解を生じさせる表示になる

渡す情報

時給、勤務時間、仕事内容、募集条件

人が確認する項目

条件の数字、誤解を生む表現

36

○ C

人が判断する

採用の可否・評価・時給の決定

担当 店長・本部

任せ方

面接の記録を項目ごとに整理する

得られる出力

項目ごとに整理した記録

主なリスク

整理した記録をそのまま評価として扱う

渡す情報

面接の記録、評価の項目

人が確認する項目

すべて（可否・評価・時給は人）

37

● A

AIに任せやすい

購買履歴の個人を特定しない集計

担当 商品部・販促

任せ方

集計表を商品別・時間帯別にまとめる

得られる出力

商品別・時間帯別の集計表と傾向

主なリスク

個票をそのまま渡す

渡す情報

個票を除いた集計表

人が確認する項目

集計の範囲と期間

38

○ C

人が判断する

会員情報を外部AIに入れるかの決定

担当 情報管理責任者

任せ方

確認項目の一覧を整える

得られる出力

利用目的・委託先の監督・学習利用の確認表

主なリスク

利用目的の範囲外で会員データを扱う

渡す情報

利用目的の記載、契約書、設定項目

人が確認する項目

すべて（契約と設定を見て決める）

39

○ C

人が判断する

防犯カメラ・顔識別の導入の決定

担当 経営者・店舗運営部

任せ方

利用目的と揭示の論点を整理する

得られる出力

利用目的の案と、確かめる法令の論点

主なリスク

改正法の顔特徴データの規律に備えない

渡す情報

導入の目的、設置場所の案

人が確認する項目

すべて（導入の可否と揭示の内容）

40

税率変更案に備えた価格変更対象の抽出

担当 商品部・情報システム

B

AIが下書きして人が確認する

任せ方

飲食料品の対象候補を一覧にする

渡す情報

商品マスタ（税率区分・売場・媒体）

得られる出力

変更対象候補の一覧（値札・チラシ・EC別）

人が確認する項目

税率区分、法案成立後に経過措置と通販の扱い

主なリスク

法案成立前に値札やECの価格を変える

自社の業務の仕分け表

印刷して、線で囲んだ欄に書き込んで使います。

業務	区分	理由	自社では	確かめる人
01 仕様書から商品マスタへの転記	☒ B AIが下書きして人が確認する	売場とECに出る元データ		
02 商品マスタの表記ゆれ・重複JAN検出	☒ A AIに任せやすい	次の工程で人が直す		
03 モール別の説明文の作り直し	☒ B AIが下書きして人が確認する	お客様に出る文面		
04 自社ECの商品説明文の下書き	☒ B AIが下書きして人が確認する	お客様に出る文面		
05 効能・最大級の表現への印付け	☒ B AIが下書きして人が確認する	漏れに気づく人がいない		
06 アレルゲン・原材料欄の突き合わせ	☒ B AIが下書きして人が確認する	お客様に出る表示		
07 効能表現を載せるかの決定	☐ C 人が判断する	景表法・薬機法の判断		
08 生成した商品イメージ画像の採否	☐ C 人が判断する	景表法・著作権の判断		
09 問い合わせの振り分け	☒ A AIに任せやすい	次の工程で人が見る		
10 問い合わせへの返信文の下書き	☒ B AIが下書きして人が確認する	お客様に出る文面		
11 返品特約の該当条項の抜き出し	☒ B AIが下書きして人が確認する	抜けに気づきにくい		

自社の業務の仕分け表（前のページからの続き）

業務	区分	理由	自社では	確かめる人
12 返品・返金・例外対応の決定	○ C 人が判断する	特商法の解除の判断		
13 店舗の対応メモの報告票化	● A AIに任せやすい	次の工程で人が選ぶ		
14 FAQの追記案づくり	① B AIが下書きして人が確認する	お客様に出る回答		
15 苦情の経緯の時系列整理	① B AIが下書きして人が確認する	推測が記録に残る		
16 カスハラ該当と対応打ち切りの判断	○ C 人が判断する	労推法の措置の判断		
17 ECレビューへの返信文の下書き	① B AIが下書きして人が確認する	お客様に出る文面		
18 レビュー依頼の文面と特典の決定	○ C 人が判断する	景表法の表示の判断		
19 チラシ・メール・SNS原稿の下書き	① B AIが下書きして人が確認する	お客様に出る原稿		
20 値札・棚札・EC価格の総額表示	① B AIが下書きして人が確認する	お客様に出る価格		
21 比較対照価格を使えるかの判断	○ C 人が判断する	景表法の価格表示の判断		
22 No.1・最安などの表示の決定	○ C 人が判断する	景表法の根拠の判断		
23 配信同意つきの配信リスト抽出	① B AIが下書きして人が確認する	送信の承諾の条件		
24 キャンペーン実績の突き合わせ集計	● A AIに任せやすい	次の工程で人が判断		
25 定番品の発注数量の案	① B AIが下書きして人が確認する	誤りが欠品・廃棄になる		
26 帳簿在庫と棚卸結果の差の抽出	● A AIに任せやすい	次の工程で人が見る		
27 店舗在庫とEC在庫の差の検出	● A AIに任せやすい	次の工程で人が見る		

自社の業務の仕分け表（前のページからの続き）

業務	区分	理由	自社では	確かめる人
28 回転の遅い在庫の値下げ候補出し	☒ B AIが下書きして人が確認する	価格表示に関わる		
29 新商品・季節品の発注と導入カット	☐ C 人が判断する	推奨: 案を検証できない		
30 表示誤り・リコール品の販売停止	☐ C 人が判断する	安全に関わる（食品表示法）		
31 シフトの原案づくり	☒ B AIが下書きして人が確認する	労働条件に関わる		
32 労働時間・休憩を確かめたシフト確定	☐ C 人が判断する	労基法の確認		
33 閉店後の店舗日報の下書き	☒ A AIに任せやすい	次の工程で人が選ぶ		
34 本部通達・マニュアルの検索回答	☒ B AIが下書きして人が確認する	古い版に気づきにくい		
35 求人原稿の下書き	☒ B AIが下書きして人が確認する	社外に出る求人		
36 採用の可否・評価・時給の決定	☐ C 人が判断する	雇用の法令の判断		
37 購買履歴の個人を特定しない集計	☒ A AIに任せやすい	次の工程で人が見る		
38 会員情報を外部AIに入れるかの決定	☐ C 人が判断する	個人情報法の判断		
39 防犯カメラ・顔識別の導入の決定	☐ C 人が判断する	個人情報法の判断		
40 税率変更案に備えた価格変更対象の抽出	☒ B AIが下書きして人が確認する	価格表示に関わる		

この章で決めること: 仕分け表の「自社では」に印を付け、「確かめる人」を役割名で埋めます。空欄が残る業務は、次の章の5件から候補を選びます。

毎日発生する5件を、工程に分けて見ます

件数が多く、表示・返品・個人情報・労働時間の線引きが要り、店舗とECの両方にある5件です。

効果を測る指標は、何を・いつ・誰が数えるかで書いています。削減の数字は各社の発表以外には載せていません。セブン-イレブン・ジャパンは2023年からのAI発注で発注業務の時間を約40%削減したと公表し、イオンリテールは業務マニュアルを学習した従業員向けの「AIアシスタント」を2025年6月から約390店舗で実装すると発表しています（いずれも発表元の値で、読者の店舗での効果を約束するものではありません）。

重点業務の解説 1 商品説明文と掲載文の表示チェック

現在の作業

EC担当が仕様書と過去の説明文を見ながら書き、モールごとに文字数と禁止語に合わせて直し、担当者の判断で公開しています。

AIが担当する処理

仕様書から説明文を下書きし、効能・比較・最大級の語に印を付け、モールごとの文字数と禁止語に合わせた案を作ります。

人が確認する内容

表示等管理担当者が、印の付いた表現ごとに根拠資料の有無を見て、載せる・直す・外すを決め、確認の記録を残します。

詰まりやすい点

効能・比較・最大級の語を載せてよいかを登録者が1人で判断し、根拠資料の置き場が無く後から確かめられません。

使用する入力資料

- メーカーの仕様書、原材料・アレルギーの表示、手元の根拠資料
- 過去の説明文、載せてよい表現の一覧、モールの禁止語

完成物の例

根拠資料の有無が付いた説明文の確定版、モール別の掲載文、表現・根拠資料・確認者を記録した確認票。

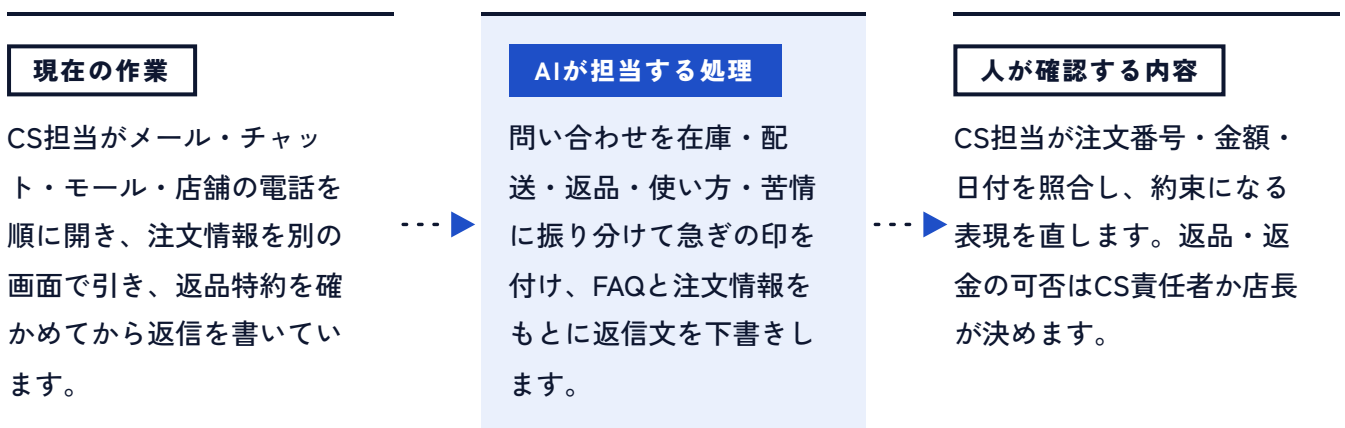
効果を測る指標

EC担当が、1商品の登録時間と公開前に直した表現の数を週ごとに数え、開始前後の4週間を同じ型で比べます。

よくある失敗	「最高」「No.1」「痩せる」が下書きに残ったまま公開され、根拠資料を求められても出せません。
失敗を防ぐ方法	印の付いた表現は根拠資料が無ければ外す、を社内ルールにし、確認の記録を事後に見られる場所に保存します。
個人利用と会社全体利用の違い	個人は下書きと印付けまで。会社は載せてよい表現の一覧を1つにし、化粧品・健康食品・食品は専門家の確認を工程に入れます。

2 重点業務の解説

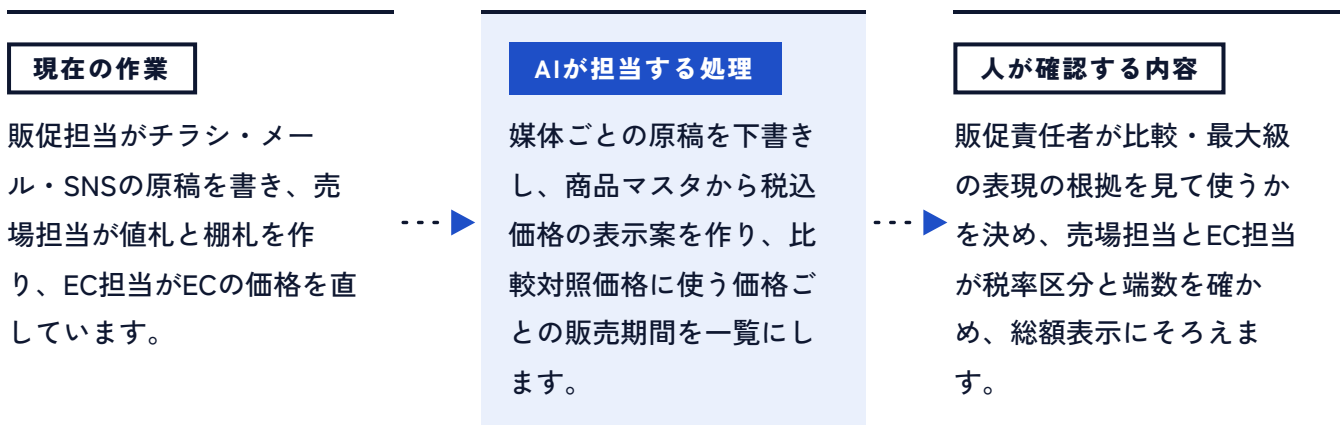
問い合わせの振り分けと返信文の下書き



詰まりやすい点	窓口が分かれて一次対応が遅れ、返品の可否や配送日を返信者が断定し、後から訂正が要る文がお客様に届きます。
使用する入力資料	- 問い合わせ本文（氏名・連絡先を除いたもの）、現行のFAQと返品特約 - 注文情報（社内の仕組みで照会した結果）、広告と最終確認画面の特約の表示
完成物の例	分類と急ぎの印が付いた受付一覧、返信文の下書き、確かめた項目にチェックを入れた送信前の確認欄。
効果を測る指標	CS責任者が、受信から一次返信までの時間と訂正した返信の件数を日ごとに、苦情の分類の見落としを週ごとに数えます。

よくある失敗	広告に特約があることだけを見て返品不可と答え、ECの注文で最終確認画面に表示が無く、法定の解除（受領から8日以内）を拒んでしまいます。
失敗を防ぐ方法	特約が広告と最終確認画面（ECの注文）の両方に表示されているかを先に確かめる項目にし、注文情報の照合と返品可否の判断を人が行ってから送ります。
個人利用と会社全体利用の違い	個人は返信文の下書きまで。会社は受付を1か所にし、注文情報の照会を仕組みでつなぎ、確認者と記録の型を決めます。

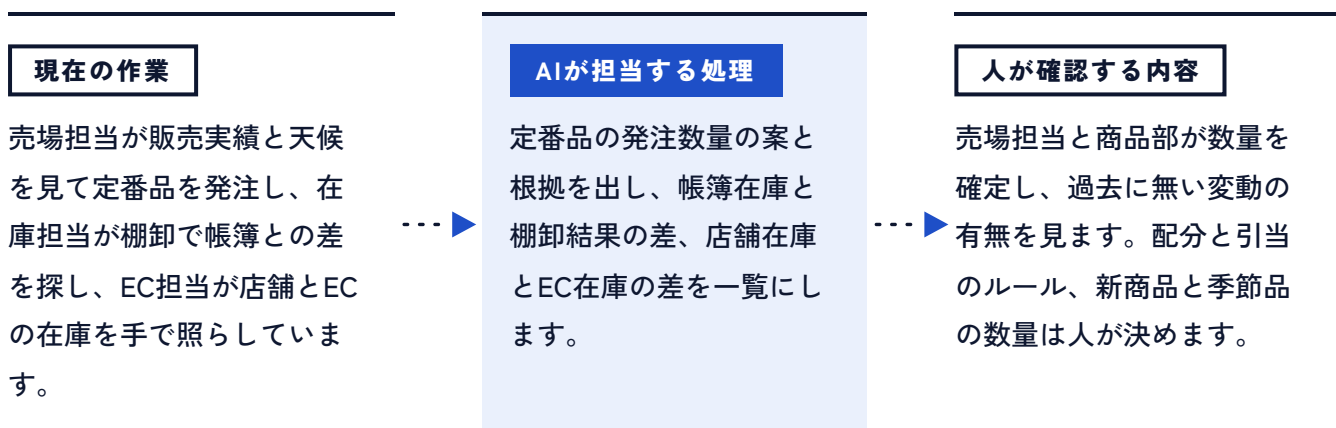
3 重点業務の解説 販促原稿と価格表示



詰まりやすい点	「当店通常価格」「No.1」「最安」の根拠と総額表示の確認が媒体ごとに別の人の手で行われ、基準がそろいません。
使用する入力資料	- 企画の要点と対象商品・期間、商品マスタの本体価格と税率区分 - 対象商品の過去8週間の販売価格の履歴、手元の調査資料
完成物の例	根拠の有無が付いた原稿の確定版、媒体別の税込価格の一覧、比較対照価格の販売期間の表と可否の記録。
効果を測る指標	販促責任者が原稿1本の確定までの時間と外した表現の数を施策ごとに、売場担当が値札の表示誤りを週ごとに数えます。

よくある失敗	短期間しか販売していない価格を通常価格として二重価格を表示し、根拠のない「No.1」を使います。
失敗を防ぐ方法	比較対照価格はセール開始からさかのぼる8週間の販売記録で判断し、根拠資料が無い最大級の表現は使いません。税率変更案は成立まで価格を変えません。
個人利用と会社全体利用の違い	個人は原稿の下書きまで。会社は価格の履歴と根拠資料を1か所に置き、媒体をまたいで同じ確認者が見る工程にします。

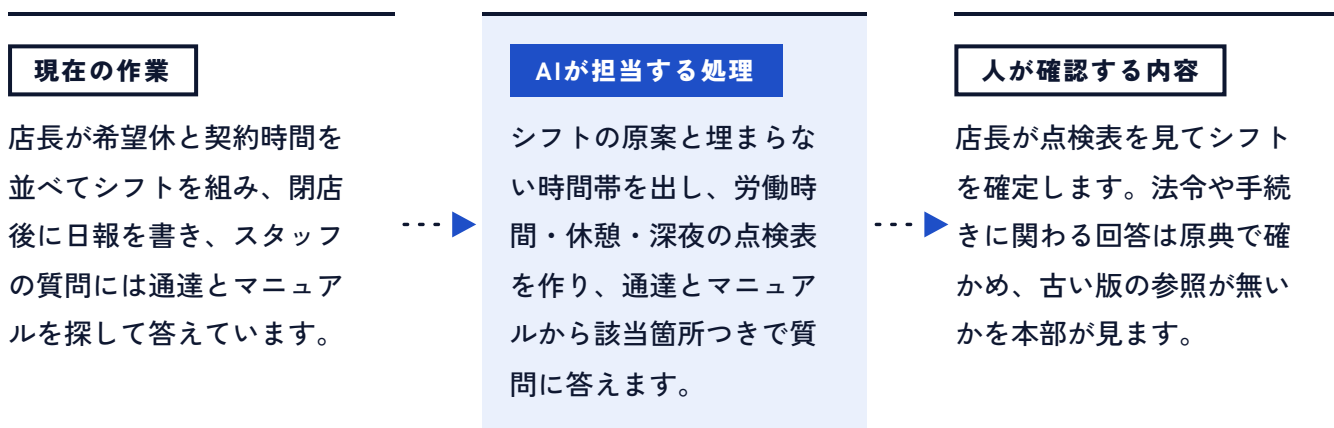
4 重点業務の解説 発注数量の案と在庫差の検出



詰まりやすい点	発注の精度が担当者の経験で変わり、店舗とECの在庫が同じ商品コードで突き合わせられず、売り越しとキャンセルが起きます。
使用する入力資料	- 商品別の販売実績・在庫・入荷日（日次）、天候と催事の予定 - 帳簿在庫と棚卸結果、店舗とEC・モールの商品コードの対応表
完成物の例	商品ごとの発注数量の案と確定値の対比表、差の大きい順に並んだ棚卸差の一覧、売り越しのおそれがある商品の一覧。
効果を測る指標	商品部が、発注1回の時間、案と確定値の差、欠品と値下げ処分の件数を週ごとに数えます。一部のカテゴリで始めて広げます。

よくある失敗	全カテゴリで一斉にAIの案を採用し、催事や天候の急変で欠品と廃棄が同時に増えます。商品コードの不一致で在庫差を見落としします。
失敗を防ぐ方法	カテゴリを絞って案と実売の差を検証し、確定は担当者が残します。先に店舗・EC・モールの商品コードをそろえます。
個人利用と会社全体利用の違い	個人は棚卸差や在庫差の一覧化まで。会社は販売・在庫データを日次でつなぎ、反映の間隔と引当のルールを決めてから発注案に進みます。

5 重点業務の解説 シフト原案と店舗の質問対応



詰まりやすい点	人の入れ替わりが多く、教え直しと質問対応が店長に集中します。原案と労働時間の確認を同時に行い、休憩や深夜業の抜けが起きます。
使用する入力資料	- 希望休・契約時間・時間帯ごとの必要人数、18歳未満のスタッフの一覧 - 本部の通達と業務マニュアルの最新版、売上・客数と出来事メモ
完成物の例	シフトの原案と点検表、確定版。該当ページが付いた回答の記録。本部へ上げる問題を選別した日報。
効果を測る指標	店長がシフト作成の時間と確定後に直した箇所の数を作成のたびに、本部が質問に答えるまでの時間を月ごとに数えます。
よくある失敗	原案をそのまま掲示し、6時間超の休憩や18歳未満の深夜業が抜けます。改定前のマニュアルで答え、免税や返品の手続きを誤ります。

失敗を防ぐ方法 原案と確定の工程を分け、点検表を確かめてから掲示します。マニュアルに版と改定日を書き、回答に根拠ページを付けます。

個人利用と会社全体利用の違い 個人は日報の下書きと手順書の整理まで。会社はマニュアル検索の仕組みに版の管理を入れ、シフトの点検項目を店舗で共通にします。

4-1 最初の1業務の選び方

5件の中から、または仕分け表のBの業務から、頻度が高く、1回の時間が長く、誤りをお客様に届く前に止められ、確認できる人が決まっていて、入力する情報が早見表の「入れてよい」に収まる業務を選びます。空欄の基準がある候補は、埋められるまで始めません。

最初の1業務を選ぶ比較表

印刷して、線で囲んだ欄に書き込んで使います。

基準	候補1	候補2	候補3
頻度（1日・1週の件数）			
1回にかかる時間			
誤りの影響（止められるか）			
確認できる人（役割名）			
入力する情報（早見表の区分）			

個人で今日から始める範囲と、会社で仕組みにする体制

文面の下書き・要約・手順書づくりは個人で始められます。注文・在庫・会員データにつなぐ使い方は、会社の体制を先に決めます。

5-1 個人で安全に使う方法

BoostXの推奨

個人が今日から使える使い方は、文面の下書き・要約・手順書づくりです。注文・在庫・会員データにつなぐ使い方は、委託先の監督や表示管理の体制が前提になるため、会社の仕組みとして進めます。

- 説明文・返信文・販促原稿・求人原稿・日報の下書き（公開・送信の前に確認者が見る）
- 通達・マニュアル・仕様書の要約と、手順書の整理
- 表記ゆれ・重複・差の一覧化（商品マスタ、棚卸差、在庫差）

- 1 会社で決めたAIを、会社のアカウントで使う。個人契約や無料版に社内の資料を入れない
- 2 入れる情報は「情報管理」の早見表に従い、問い合わせ本文は氏名・連絡先・注文番号を消してから渡す
- 3 出力は下書きとして扱い、効能・比較・価格・返品可否・労働時間に関わる出力は根拠を原典で確かめる
- 4 確かめた表現と根拠資料を、後から見られる場所に残す

5-2 会社全体で使う方法

景品表示法は、表示を適正に管理する体制の整備を事業者に義務づけ、管理上の措置の指針は、表示等を管理する担当者を定めることと、確認した表示の根拠を事後に確認できるよう保存することを求めています。AIで作った説明文や販促原稿も、この体制の中で扱います。

表2 先に決める4つの体制

決めること	担当	根拠になる決まり
表示等管理担当者	経営者が指名	景品表示法第22条・管理上の措置の指針
根拠資料と確認記録の保存	表示等管理担当者	同指針（事後に確認できる保存）
委託先の監督（AIサービス・運用会社）	情報管理責任者	個人情報保護法第25条
出力の確認者（業務ごと）	各部門の責任者	AI事業者ガイドライン（人間の判断の介在）

会社の仕組みにする順番は次のとおりです。

- 1 使うAIサービスを決め、個人データを機械学習に使わない設定・契約を確かめる
- 2 入力の早見表（次の章）を配り、業務ごとの確認者を仕分け表に書く
- 3 問い合わせ・注文・在庫のデータは、社内の仕組みで照会した結果だけをAIに渡す
- 4 開始前の4週間で、対象業務の時間と件数を測り、開始後に同じ型で測り直す
- 5 月に1度、管理者チェックリストで確認記録と設定を点検する

5-3 ツールと契約を選ぶ確認項目

モールが出店者向けに提供する生成機能も、同じ確認項目で見ます。楽天グループは2024年4月30日の発表で、出店店舗向けの「RMS AIアシスタント」（ベータ版）で、商品説明文の生成や問い合わせ対応用の文章生成などを提供しているとしています。現在の提供内容は同社の案内で確かめてください。自社で契約するAIサービスも、モールの機能も、出力を確かめる人と記録の型は自社で決めます。

表3 契約・設定で確かめる項目

確かめる項目	確かめ方	誰が
入力した内容を機械学習に使わないか	利用規約・管理者設定の該当項目を開いて写しを残す	情報管理責任者
入力内容の保存場所・期間・削除の方法	契約書とデータの取扱いの説明で確かめる	情報管理責任者
個人データを扱うなら委託先の監督ができるか	契約書の委託条項と再委託の範囲	情報管理責任者
会社のアカウントで権限と利用者を管理できるか	管理画面で利用者の追加・停止ができるか	情報システム
誰が何を入れたかの記録が残るか	利用記録の出力と保管の期間	情報システム
根拠ページつきで答えられるか（マニュアル検索）	回答に版と該当箇所が付くか	本部
注文・在庫データとつなぐときの範囲	照会結果だけを渡す構成にできるか	情報システム・EC責任者
出力の確認者と記録の型	仕分け表の「確かめる人」と確認票	各部門の責任者

会社ごとに判断すること

会社ごとに決めること。

- 表示等管理担当者を誰にするか（専任でなくてよく、小規模で代表者が表示等を管理しているなら代表者を定めることもできるとされています）
- 会員データをAIで扱う範囲を、利用目的の記載のどこまでとするか
- 個人契約・無料版の利用を認めるか、会社のアカウントに限るか
- モールの生成機能を使うとき、公開前の確認を自社ECと同じ工程にするか

会員情報・購買履歴・映像・スタッフ情報の扱い

小売が扱う17種の情報を、入れてよい・条件つき・入れないの3つに分けた早見表です。

個人情報扱うときは利用目的をできる限り特定し、本人の同意なく目的の達成に必要な範囲を超えて扱ってはなりません。個人データは法令の例外を除き、本人の同意なく第三者に提供できず、Cookieなどの個人関連情報も、提供先が個人データとして取得すると想定されるときは、本人の同意の確認なしに提供できません。外部のAIサービスに会員データを扱わせるなら、委託先として必要かつ適切な監督が要ります。

6-1 改正個人情報保護法で変わること（未施行）

事実

個人情報保護法等の改正法は2026年7月17日に公布されました。顔特徴データ等の取扱いについて一定事項の周知を義務化し、オプトアウトによる第三者提供を禁止します。重大な違反行為で個人の権利利益が侵害された場合などに、得た利益相当額の課徴金の納付を命じる制度を設け、16歳未満の本人について同意取得や通知の相手を法定代理人とすることなどを定めます。施行期日は原則として公布の日から2年を超えない範囲内で定められ、政令・規則・ガイドラインは検討中です。

店舗の顔識別カメラ、こども向け商品の会員登録やアプリは、施行前から利用目的の掲示と同意の取り方を見直しておく対象です。施行日と規則が決まったら、早見表の該当行を更新します。

この章で決めること: 早見表を自社の情報の名前に直し、「条件つき」の行の条件を誰が確かめるかを決めます。

6-2 入力の早見表

店舗とECで扱う情報の入力の早見表

印刷して、線で囲んだ欄に書き込んで使います。

情報	区分	条件・理由
公開済みの商品説明文・チラシ	● 入れてよい	公開している範囲。根拠資料の保存は別に行う
メーカーの仕様書・原材料表示	● 入れてよい	表示の元データ。確認の記録を残す
本部の通達・業務マニュアル	① 条件つき	会社で決めたAIだけ。版と改定日を付ける
問い合わせ本文	① 条件つき	氏名・連絡先・注文番号を消してから
返品特約・FAQ・規約	● 入れてよい	公開している文書
会員の氏名・住所・電話・メール	○ 入れない	個人データ。会員への対応は社内の仕組みで行う
会員番号・注文番号	○ 入れない	照会は社内の仕組みで行い、結果だけを使う
購買履歴の個票・ポイント履歴	○ 入れない	集計表にしてから
商品別・時間帯別の集計表	● 入れてよい	個人を特定しない形であること
閲覧履歴・Cookieなどの識別子	○ 入れない	外部提供は本人の同意の確認が前提
カード情報・配送先	○ 入れない	入れない
防犯カメラ映像・顔識別のデータ	○ 入れない	改正法で顔特徴データの規律が入る（未施行）
シフト希望・契約時間	① 条件つき	氏名を番号に置き換え、会社のAIだけ
スタッフの評価・健康・カスハラ記録	○ 入れない	個人を特定する形では入れない
販売実績・在庫・棚卸結果	① 条件つき	会社で決めたAIだけ。取引先名は伏せる
商品マスタ（価格・税率区分）	① 条件つき	会社で決めたAIだけ
生成した画像の元になる実物写真	① 条件つき	人物が写るものは入れない

人が決める13の判断と、起きやすい6つの場面

区分Cの13業務の根拠（法令の定めと、指針・BoostXの推奨を分けて）、専門家に確かめる事項、想定例6件です。

7-1 人が決める業務の根拠一覧

法令の欄は、事業者・使用者に課された義務と禁止です。指針・推奨の欄は、法令ではない公的な整理と、この資料のすすめ方（BoostXの推奨）です。法令の欄が「なし」の行は、BoostXの推奨で人が決める区分にしています。

表4 区分Cの業務と根拠（1）表示・価格・お客様対応

業務	決める人	法令の定め	指針・BoostXの推奨
効能表現を載せるかの決定	表示等管理担当者	景品表示法第5条・第7条第2項・第22条、薬機法第66条、健康増進法第65条	管理上の措置の指針、医薬品等適正広告基準
生成した商品イメージ画像の採否	EC責任者	景品表示法第5条第1号	AIと著作権に関する考え方（文化審議会の小委員会の整理）
返品・返金・例外対応の決定	CS責任者・店長	特定商取引法第15条の3・施行規則第44条（ECは広告と最終確認画面に表示）	推奨: 可否と例外は責任者が決め、返信者に任せない
カスハラ該当と対応打ち切りの判断	店長・本部	労働施策総合推進法第33条第1項	カスタマーハラスメント対策の指針
レビュー依頼の文面と特典の決定	EC責任者	景品表示法第5条第3号（ステマ告示）	ステマ告示の運用基準（購入者に依頼したレビュー）
比較対照価格をさせるかの判断	商品部・販促責任者	景品表示法第5条第2号	不当な価格表示についての考え方（8週間）
No.1・最安などの表示の決定	販促責任者	景品表示法第5条・第7条第2項	No.1表示に関する実態調査報告書

表5 区分Cの業務と根拠（2）在庫・店舗運営・人・会員データ

業務	決める人	法令の定め	指針・BoostXの推奨
新商品・季節品の発注と導入カット	商品部・店長	なし	推奨: 過去データが乏しく案を検証できない。AI事業者ガイドライン
表示誤り・リコール品の販売停止	店長・商品部	食品表示法第10条の2（安全に関わる表示の誤りで回収するときの届出）	推奨: 停止の範囲と告知は人が決める
労働時間・休憩を確かめたシフト確定	店長	労働基準法第32条・第34条・第61条	第40条の特例・変形労働時間制は社会保険労務士へ
採用の可否・評価・時給の決定	店長・本部	男女雇用機会均等法第5条・第6条、最低賃金法第4条第1項	AI事業者ガイドライン（公平性）
会員情報を外部AIに入れるかの決定	情報管理責任者	個人情報保護法第17条・第18条・第25条・第27条	個人情報保護委員会の注意喚起
防犯カメラ・顔識別の導入の決定	経営者・店舗運営部	個人情報保護法第17条、改正法の顔特徴データの規律（未施行）	推奨: 施行前から利用目的の掲示を見直す

7-2 専門家に確認する事項

この資料は、個別の表示が違反かどうか、個別のシフトが適法か、個別の会員データの利用が利用目的の範囲内かを判定しません。2024年10月1日施行の改正景品表示法では優良誤認・有利誤認に100万円以下の罰金（直罰）が新設され、第一類医薬品の販売時の情報提供は店舗の薬剤師の業務でAIの回答で置き換えられません。次の相手に、自社の文面・記録・契約を見せて確かめてください。

表6 専門家に確認する事項（誰に何を聞くか）

確かめること	誰に
化粧品・健康食品・医薬品の効能表現と、根拠資料の十分さ	薬事・景品表示法の専門家（弁護士）、都道府県の薬務担当
No.1・比較対照価格・ステマの表示の可否	弁護士、消費者庁・都道府県の景品表示法の窓口
返品特約の文面と、広告・最終確認画面への表示	弁護士、特定商取引法の所管
アレルギー・原材料の表示、経過措置とEC掲載欄の扱い	食品表示の専門家、保健所・都道府県の食品表示担当
シフトの労働時間・休憩・年少者、第40条の特例・変形労働時間制	社会保険労務士、労働基準監督署
カスハラ対応方針と相談体制	社会保険労務士、都道府県労働局
会員データの利用目的・委託契約・改正法への備え	弁護士、個人情報保護委員会の相談窓口
税率変更案の経過措置（通信販売を含む）と総額表示の特例	税理士、国税庁の特設サイト・税務署
生成画像の著作権、採用の判断と賃金の決め方	弁護士（著作権）、社会保険労務士

7-3 失敗例と防止策（すべて想定例）

生成した説明文の効能表現をそのまま公開した場合

失敗例と防止策（想定例）

何が起きるか

健康食品の説明文に「脂肪を減らす」が残ったまま公開され、根拠資料を求められても出せず、優良誤認とみなされる。

なぜ起きるか

効能・最大級の語に印を付ける工程と、表示等管理担当者が根拠資料を見る工程が無く、登録者の判断で公開したため。

...

防ぎ方

印の付いた表現は根拠資料が無ければ外す。化粧品・健康食品は専門家の確認を工程に入れ、確認の記録を保存する。

購入者に依頼して書かせたレビューに表示が無い場合

失敗例と防止策（想定例）

何が起きるか

クーポンを条件にレビューを依頼し、AIで依頼文を量産した結果、依頼で書かれたレビューが事業者の表示に当たり、ステマ規制の対象になる。

なぜ起きるか

依頼の有無と特典、表示の方法をEC責任者が決める前に、担当者が依頼文の下書きをそのまま送ったため。

...

防ぎ方

依頼の可否と特典はEC責任者が決める。依頼して書かれたレビューは「広告」「PR」などで事業者の表示だと分かる形にする。

短期間の価格を「当店通常価格」として二重価格を表示した場合

失敗例と防止策（想定例）

何が起きるか

2週間だけ販売した価格を通常価格として「30%オフ」を表示し、有利誤認として指摘を受ける。

なぜ起きるか

比較対照価格を使えるかを過去8週間の販売記録で確かめる工程が無く、AIの原稿に入った価格をそのまま載せたため。

...

防ぎ方

セール開始からさかのぼる8週間の販売価格と期間を一覧にし、販促責任者が可否を決めてから原稿に入れる。

アレルギー欄の更新が漏れた場合

失敗例と防止策（想定例）

何が起きるか

メーカーがカシューナッツ（2026年4月1日に特定原材料へ追加・2年間の経過措置あり）を表示した包装に切り替えたのに、ECの原材料・アレルギー欄が古い包装のまま残り、商品の表示と食い違う。

なぜ起きるか

包装の切り替えの連絡を受けても原本との突き合わせを行わず、過去の説明文を元にAIで下書きした欄をそのまま使ったため。

...

防ぎ方

包装が変わったらEC欄を原本と突き合わせ、差の解消と最終確認は人が行う。表示の義務の範囲と経過措置の扱いは、食品表示の専門家か保健所に確かめる。

会員の購買履歴を個人のAIに入れた場合

失敗例と防止策（想定例）

何が起きるか

販促担当が会員の氏名入りの購買履歴を個人契約のAIに入れて集計し、利用目的の範囲外の扱いと委託先の監督の欠如が問題になる。 --- ►

なぜ起きるか

入れない情報の早見表と会社で使うAIが決まっておらず、個人の判断で始めたため。

防ぎ方

購買履歴は個人を特定しない集計表にしてから渡す。会員データを扱うAIは、機械学習に使わない設定と契約を確かめたものに限る。

シフトの原案をそのまま掲示した場合

失敗例と防止策（想定例）

何が起きるか

7時間の勤務に休憩が入っていない日と、高校生の22時以降の閉店作業が原案に残ったまま掲示され、労働基準法の休憩と年少者の深夜業に触れる。 --- ►

なぜ起きるか

原案づくりと確定の工程を分けず、労働時間・休憩・年齢の点検表を見ずに掲示したため。

防ぎ方

原案の後に点検表を通し、店長が確かめてから掲示する。変形労働時間制などの例外は社労士に確かめる。

担当者は公開前に、管理者は月に1度確かめます

担当者が公開・送信の直前に見る項目と、管理者が月次で点検する項目、続きを進めるための2つの案内です。

8-1 担当者チェックリスト

公開前・送信前の担当者チェックリスト

- ☐ 会社で決めたAIを、会社のアカウントで使った
 - ☐ 問い合わせ本文から氏名・連絡先・注文番号を消してから渡した
 - ☐ 会員情報・購買履歴の個票・カード情報・映像を入れていない
 - ☐ 説明文の効能・比較・最大級の語に印を付け、根拠資料の有無を確かめた
 - ☐ アレルゲン・原材料欄をパッケージ表示の原本と突き合わせた
 - ☐ モールの文字数・必須項目・禁止語に合わせた
 - ☐ 価格は税込の総額表示で、税率区分と端数を確かめた
 - ☐ 「当店通常価格」は過去8週間の販売記録で可否を確かめた
 - ☐ 返信文の注文番号・金額・日付を照合し、約束になる表現を直した
 - ☐ 返品可否は、広告と最終確認画面の特約表示を見てCS責任者か店長が決めた
 - ☐ 発注数量は案を見て担当者が確定し、過去に無い変動を確かめた
 - ☐ シフトは点検表で労働時間・休憩・18歳未満の深夜業を確かめた
 - ☐ マニュアルの回答は版と該当ページを確かめた
 - ☐ 確かめた表現と根拠資料を、決めた場所に記録した
-

8-2 管理者チェックリスト

月次の管理者チェックリスト

-
- ☐ 表示等管理担当者を定め、名前と役割を社内に知っている
 - ☐ 確認した表示の根拠資料と確認記録が、事後に見られる場所にある
 - ☐ 使うAIサービスの学習利用・保存・削除の設定を、写しで確かめた
 - ☐ 会員データを扱うAIは、委託先として契約で監督できる
 - ☐ 入力の早見表を配り、条件付きの行の確認者が決まっている
 - ☐ 仕分け表の「確かめる人」が、全業務で役割名で埋まっている
 - ☐ 業務ごとの時間と件数を、開始前と同じ型で測り直した
 - ☐ 公開後に直した説明文・販促原稿の件数と理由を集めた
 - ☐ 返品可否の誤回答と、訂正した返信の件数を集めた
 - ☐ 欠品と値下げ処分の件数を、発注案の採用カテゴリごとに見た
 - ☐ シフトの点検表で見つかった抜けの件数を店舗ごとに集めた
 - ☐ カスハラ対応の相談窓口と対応方針を、スタッフに知っている
 - ☐ 改正個人情報保護法の施行日と規則の決定を、月に1度確かめた
 - ☐ 飲食料品の税率変更案の法案の状況を、月に1度確かめた
 - ☐ 個人契約・無料版のAIの利用がないか、聞き取りで確かめた
-

8-3 セキュリティ版ホワイトペーパーの案内

この資料の早見表は、店舗とECで扱う情報の入り口を決めるものです。AIサービスの安全性の確認、無料版・個人契約・法人契約・APIの違い、アカウント・権限・ログ、従業員向け利用ルールのひな形、誤入力したときの初動は、業種を問わない内容としてセキュリティ版「生成AIに入れていい情報・だめな情報 2026」にまとめています。

▶ 生成AIに入れていい情報・だめな情報 2026 を受け取る

入力してよい情報の分類表、AIサービスと契約の確認表、従業員向け利用ルールのひな形、誤入力したときの初動の手順を1冊にまとめた資料です。

セキュリティ版を受け取る



8-4 自社業務の無料整理の案内

埋めた仕分け表と比較表があれば、無料相談の場で最初の1業務と確かめる人、残す記録を決めるところまで進めます。相談のあとは、下書きと確認手順の型づくり（AI顧問）、問い合わせから返信までの仕組み化（AIエージェント開発）、会員データの範囲とデータ整備（AIコンサルティング）、発注・在庫の部門横断の支援（FDE型AI伴走支援）、店長・EC・CSの研修（生成AI研修）、内製した仕組みの本番前の確認（AI開発セキュリティ顧問）を案内します。

▶ 仕分け表をもとに、最初の1業務を一緒に決めます

まず貴社の状況をお伺いし、そのうえで貴社の課題に当てはめて、どう解決していくかをご提案します。オンラインで最大45分です。

無料相談を予約する



参考文献と出典

この資料で確かめた資料です。法令は e-Gov 法令検索の現行版を参照し、日付の欄に最終改正の施行日を書きました。各社の発表は、発表した内容として扱い、読者の店舗での効果を約束するものではありません。

1 厚生労働省 労働経済動向調査（令和8年2月）の概況

版 令和8年2月調査 公開 2026年3月 閲覧 2026年10月7日 関連する章 はじめに

<https://www.mhlw.go.jp/toukei/itiran/roudou/koyou/keizai/2602/dl/7roudoukeizaidouko.pdf>

2 厚生労働省 令和7（2025）年雇用動向調査結果の概況

版 令和7年 公開 2026年8月 閲覧 2026年10月7日 関連する章 詰まりやすい業務

<https://www.mhlw.go.jp/toukei/itiran/roudou/koyou/doukou/26-2/dl/gaikyou.pdf>

3 日本チェーンストア協会 チェーンストア販売統計（月報）令和8年8月度速報

版 令和8年8月度速報 公開 2026年9月 閲覧 2026年10月7日 関連する章 詰まりやすい業務

https://www.jcsa.gr.jp/public/statistics2026_08.html

4 総務省 令和8年版 情報通信白書 生成AIの業務利用状況

版 令和8年版 公開 2026年7月 閲覧 2026年10月7日 関連する章 はじめに

<https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/r08/html/nd121130.html>

5 セブン-イレブン・ジャパン サステナビリティレポート「店内作業効率化の取り組み」

日付の記載なし 閲覧 2026年10月7日 関連する章 重点業務5件

<https://sustainability.sej.co.jp/action/000107/>

6 楽天グループ 「楽天市場」、AIを活用した店舗運営の効率化や生産性向上を推進・支援

公開 2024年4月30日 閲覧 2026年10月7日 関連する章 使い方

https://corp.rakuten.co.jp/news/press/2024/0430_01.html

7 イオンリテール株式会社 次世代型「従業員マニュアル」 生成AIを活用した「AIアシスタント」を実装

公開 2025年5月15日 閲覧 2026年10月7日 関連する章 重点業務5件

https://www.aeonretail.jp/pdf/250515R_1.pdf

-
- 8** e-Gov法令検索（消費者庁所管） 不当景品類及び不当表示防止法（第5条・第7条第2項・第22条第1項）
版 現行 施行 2026年5月21日 閲覧 2026年10月7日
関連する章 業務40選・使い方・人が決める判断と失敗例
<https://laws.e-gov.go.jp/law/337AC0000000134>
-
- 9** 消費者庁（内閣府告示） 事業者が講ずべき景品類の提供及び表示の管理上の措置についての指針
版 改正 令和6年4月18日 内閣府告示第92号 公開 2024年4月18日 閲覧 2026年10月7日 関連する章 使い方
https://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/public_notice/assets/representation_cms216_240418_01.pdf
-
- 10** 消費者庁 表示対策課 【令和6年10月1日施行】改正景品表示法の概要
公開 2024年9月 閲覧 2026年10月7日 関連する章 人が決める判断と失敗例
https://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/movie_explanation/assets/representation_cms216_240917_02.pdf
-
- 11** 消費者庁 ステルスマーケティングに関する特設ページ
日付の記載なし 閲覧 2026年10月7日 関連する章 人が決める判断と失敗例
https://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/stealth_marketing/
-
- 12** 消費者庁（長官決定） 「一般消費者が事業者の表示であることを判別することが困難である表示」の運用基準
版 令和5年3月28日 公開 2023年3月28日 閲覧 2026年10月7日
関連する章 業務40選・人が決める判断と失敗例
https://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/guideline/assets/representation_cms216_230328_03.pdf
-
- 13** 消費者庁 不当な価格表示についての景品表示法上の考え方
版 改定 平成28年4月1日 改訂 2016年4月1日 閲覧 2026年10月7日
関連する章 業務40選・人が決める判断と失敗例
https://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/guideline/pdf/100121premiums_35.pdf
-
- 14** 消費者庁 No.1表示に関する実態調査報告書の公表について
公開 2024年9月26日 閲覧 2026年10月7日 関連する章 業務40選・人が決める判断と失敗例
https://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/survey/assets/representation_cms216_240926_01.pdf
-

15 e-Gov法令検索（消費者庁所管） 特定商取引に関する法律（第11条・第12条の3・第12条の6・第15条の3）

版 現行 施行 2026年8月12日 閲覧 2026年10月7日

関連する章 詰まりやすい業務・業務40選・人が決める判断と失敗例

<https://laws.e-gov.go.jp/law/351AC0000000057>

16 e-Gov法令検索（消費者庁所管） 特定商取引に関する法律施行規則（第44条）

版 現行 施行 2026年5月21日 閲覧 2026年10月7日

関連する章 詰まりやすい業務・人が決める判断と失敗例

<https://laws.e-gov.go.jp/law/351M50000400089>

17 消費者庁 通信販売の申込み段階における表示についてのガイドライン

日付の記載なし 閲覧 2026年10月7日 関連する章 人が決める判断と失敗例

https://www.no-trouble.caa.go.jp/pdf/20241119la02_09.pdf

18 e-Gov法令検索（厚生労働省所管） 医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律（第36条の10・第66条）

版 現行 施行 2026年5月21日 閲覧 2026年10月7日 関連する章 人が決める判断と失敗例

<https://laws.e-gov.go.jp/law/335AC0000000145>

19 厚生労働省 医薬・生活衛生局長通知 医薬品等適正広告基準の改正について（薬生発0929第4号）

版 平成29年9月29日 公開 2017年9月29日 閲覧 2026年10月7日 関連する章 人が決める判断と失敗例

<https://www.mhlw.go.jp/file/06-Seisakujouhou-11120000-iyakushokuhinkyoku/0000179264.pdf>

20 e-Gov法令検索（消費者庁・厚生労働省所管） 健康増進法 第65条第1項

版 現行 施行 2025年12月12日 閲覧 2026年10月7日 関連する章 人が決める判断と失敗例

<https://laws.e-gov.go.jp/law/414AC0000000103>

21 消費者庁 食品表示課 食物アレルギー表示に関する情報

日付の記載なし 閲覧 2026年10月7日 関連する章 業務40選・人が決める判断と失敗例

https://www.caa.go.jp/policies/policy/food_labeling/food_sanitation/allergy/

22 消費者庁 食品表示課 アレルゲンを含む食品に関する表示について（令和8年4月1日事務連絡）

公開 2026年4月1日 閲覧 2026年10月7日 関連する章 人が決める判断と失敗例

https://www.caa.go.jp/policies/policy/food_labeling/food_sanitation/allergy/assets/food_labeling_cms204_260401_03.pdf

23 e-Gov法令検索（消費者庁所管） **食品表示法（第10条の2）**

版 現行 施行 2025年6月1日 閲覧 2026年10月7日 関連する章 人が決める判断と失敗例

<https://laws.e-gov.go.jp/law/425AC0000000070>

24 国税庁 タックスアンサー No.6902「総額表示」の義務付け

版 令和8年4月1日現在法令等 日付の記載なし 閲覧 2026年10月7日 関連する章 業務40選

<https://www.nta.go.jp/taxes/shiraberu/taxanswer/shohi/6902.htm>

25 国税庁・財務省 リーフレット「飲食料品に係る2年間の消費税率引下げについて」

版 令和8年9月 公開 2026年9月 閲覧 2026年10月7日 関連する章 詰まりやすい業務

https://www.nta.go.jp/taxes/shiraberu/zeimokubetsu/shohi/keigenzeiritsu/pdf/0026008-127_leaflet.pdf

26 国税庁 消費税率引下げ特設サイト

更新 2026年10月6日 閲覧 2026年10月7日 関連する章 詰まりやすい業務

<https://www.nta.go.jp/taxes/shiraberu/zeimokubetsu/shohi/keigenzeiritsu/zeiritsuhekisage.htm>

27 e-Gov法令検索（個人情報保護委員会所管） **個人情報の保護に関する法律（第17条・第18条・第25条・第27条・第31条）**

版 現行 施行 2026年10月1日 閲覧 2026年10月7日 関連する章 使い方・情報管理

<https://laws.e-gov.go.jp/law/415AC0000000057>

28 個人情報保護委員会 生成AIサービスの利用に関する注意喚起等

公開 2023年6月2日 閲覧 2026年10月7日 関連する章 詰まりやすい業務・人が決める判断と失敗例

https://www.ppc.go.jp/files/pdf/230602_alert_generative_AI_service.pdf

29 個人情報保護委員会 令和8年改正個人情報保護法について

更新 2026年10月1日 閲覧 2026年10月7日 関連する章 詰まりやすい業務・情報管理

<https://www.ppc.go.jp/personalinfo/legal/r8kaiseihogohou/>

30 個人情報保護委員会事務局 個人情報保護法等の一部を改正する法律について

版 令和8年7月 公開 2026年7月 閲覧 2026年10月7日 関連する章 詰まりやすい業務・情報管理

https://www.ppc.go.jp/files/pdf/260717_kaiseihounitsuite.pdf

31 総務省・経済産業省 AI事業者ガイドライン（第1.2版）本編

版 第1.2版 公開 2026年3月31日 閲覧 2026年10月7日 関連する章 使い方・人が決める判断と失敗例

https://www.soumu.go.jp/main_content/001064279.pdf

-
- 32** 文化審議会著作権分科会法制度小委員会 AIと著作権に関する考え方について
版 令和6年3月15日 公開 2024年3月15日 閲覧 2026年10月7日 関連する章 人が決める判断と失敗例
https://www.bunka.go.jp/seisaku/bunkashingikai/chosakuken/pdf/94037901_01.pdf
-
- 33** e-Gov法令検索（厚生労働省所管） 労働基準法（第32条・第34条・第40条・第61条）
版 現行 施行 2026年7月17日 閲覧 2026年10月7日 関連する章 業務40選・人が決める判断と失敗例
<https://laws.e-gov.go.jp/law/322AC0000000049>
-
- 34** e-Gov法令検索（厚生労働省所管） 職業安定法 第5条の4
版 現行 施行 2026年4月1日 閲覧 2026年10月7日 関連する章 業務40選
<https://laws.e-gov.go.jp/law/322AC00000000141>
-
- 35** e-Gov法令検索（厚生労働省所管） 男女雇用機会均等法（第5条・第6条）
版 現行 施行 2026年10月1日 閲覧 2026年10月7日 関連する章 人が決める判断と失敗例
<https://laws.e-gov.go.jp/law/347AC00000000113>
-
- 36** e-Gov法令検索（厚生労働省所管） 最低賃金法（第4条）
版 現行 施行 2025年6月1日 閲覧 2026年10月7日 関連する章 人が決める判断と失敗例
<https://laws.e-gov.go.jp/law/334AC00000000137>
-
- 37** 厚生労働省・都道府県労働局 事業主が講ずべきハラスメント対策パンフレット
版 令和8年7月作成 パンフレットNo.22 公開 2026年7月 閲覧 2026年10月7日
関連する章 詰まりやすい業務
<https://www.mhlw.go.jp/content/11900000/001338359.pdf>
-
- 38** e-Gov法令検索（厚生労働省所管） 労働施策総合推進法 第33条第1項
版 現行 施行 2026年10月1日 閲覧 2026年10月7日
関連する章 詰まりやすい業務・人が決める判断と失敗例
<https://laws.e-gov.go.jp/law/341AC00000000132>
-
- 39** 厚生労働省（告示） 顧客等の言動に起因する問題に関して雇用管理上講ずべき措置等についての指針
版 令和8年厚生労働省告示第51号 公開 2026年2月 閲覧 2026年10月7日
関連する章 詰まりやすい業務・人が決める判断と失敗例
<https://www.mhlw.go.jp/content/001662625.pdf>
-

発行情報



発行元	株式会社BoostX
所在地	〒812-0011 福岡県福岡市博多区博多駅前二丁目17-1 博多プレステージ 本館1F・2F
Web	boostx-inc.com
執筆・監修	株式会社BoostX
版番号	第1.0版
発行日	2026年10月7日
最終確認日	2026年10月7日
適用範囲	店舗とECで消費者に販売する小売の会社が、生成AIを商品登録・お客様対応・販促・在庫発注・店舗運営・会員データの業務に使うときの仕分けと確認の手順に適用します。卸売・取引先との受発注は扱いません。個別の表示・シフト・会員データの利用の可否は判定しません。
この資料の扱い	社内での共有と印刷は自由です。社外へ配るときは、株式会社BoostXへご連絡ください。
更新方針	景品表示法・特定商取引法・薬機法・労働基準法・個人情報保護法とその指針が変わったとき、飲食料品の税率に関する法案が成立したとき、改正個人情報保護法の施行日が決まったとき、および半年ごとに見直します。
誤りや更新情報の連絡先	株式会社BoostX お問い合わせ窓口（Webサイトのお問い合わせフォーム）