

平成29年度事業報告について

(平成29年5月1日～平成30年4月30日)

平成29年度においても、引き続き、公益社団法人として、それに相応しい協議会運営の下、公益性の高い諸施策を基本に置き、製造業部会及び小売業部会の両部会が連携しつつ、それぞれの部会固有の事業を効果的・積極的に推進するよう努めた。その推進に当たっては、消費者の視点に立って、公正競争規約本来の目的である、消費者の自主的、合理的な選択に資するとともに、取引の公正化を促進し、もって国民生活の安定と業界の健全な発展に寄与することを目指した。

また、業界全体がより高度な表示等のルールを遵守するようにするため、「景品表示法」などの法令、「公正競争規約」などの自主ルールの啓発活動を実践し関連人材育成の支援を図り、当協議会の円滑かつ適切な運営に努めた。

第1 事業報告の概要

I 規約の厳正かつ適正な運用

1 製造業表示規約の周知徹底・普及促進及び被疑事案の調査・是正指導

会員の規約違反被疑事案に対する措置件数は2件であった（別紙1（1））。

なお、アウトサイダーによる製造業表示に関する景品表示法違反被疑事案申告件数は0件であった。

2 製品業景品規約の周知徹底・普及促進及び被疑事案の調査・是正指導

会員の規約違反被疑事案に対する措置件数は0件であった。

なお、アウトサイダーによる景品類の提供に関する景品表示法違反被疑事案申告件数は1件であった（別紙2（1））。

3 小売業表示規約の周知徹底・普及促進及び被疑事案の調査・是正指導

会員の規約違反被疑事案に対する措置件数は4件であった（別紙1（2））。

なお、アウトサイダーによる小売業表示に関する景品表示法違反被疑事案申告件数は9件であった（別紙2（2））。

4 規約の厳正かつ適正な運用に資する諸施策

(1) 消費者モニター制度の運営

消費者モニター194名（首都圏地区：122名、近畿地区：72名。男性：88名、女性106名。）を対象に、小売業部会本部規約指導委員会、製造業部会広告委員

会が各1回の計2回、それぞれの委員会が関係する事項についてアンケート調査を実施した。調査結果は、それぞれの委員会活動に活用している。

(2) 消費者懇談会の開催

平成30年2月16日、消費者団体4団体及び関係行政庁の参加を得て、第23回消費者懇談会を開催し、家電製品の広告・取扱説明書、チラシ、通販において課題と感じられることをテーマとして、御意見、御要望を聴取した。

(3) メーカー希望小売価格の撤廃情報の周知

不当な二重価格表示の未然防止の観点から、毎月、製造業部会会員各社のメーカー希望小売価格の撤廃情報を当協議会のホームページに掲載し周知に努めた。

(4) 事業活動の広報の推進

当協議会が行う事業内容や活動状況を幅広く紹介するため、次のような活動を行った。

ア 会報「家電公取協ニュース」第142号から第147号までを刊行し、会員、関係団体、関係官庁等への広報活動を行った。

イ シンボルマークによる広報活動については、会員事業者の一層の規約遵守を促し、消費者が安心して商品を選択でき、また会員・非会員を識別できる環境を整備することを目的として、平成29年9月～10月の間、当協議会及び各会員のホームページ、Web広告、SNS等の媒体を広く活用し、「わたしの名前とお仕事を当てよう！キャンペーン」と題するクイズキャンペーンを実施した。同キャンペーンには、目標の3倍以上の37494件の応募があり、多くの方々にホームページやシンボルマークを閲覧いただいた。

なお、シンボルマークの「ただしちゃん」という愛称について特許庁に商標登録の出願を行っていたところ、平成29年7月21日付けで登録が行われた。

ウ 平成30年4月にフェイスブックページを開設し、当協議会の活動状況やわかりやすい規約解説を発信している。

(5) 関係官公庁等との連携

消費者庁、公正取引委員会、経済産業省、都道府県の担当者に消費者懇談会等当協議会が開催する諸会合に出席してもらい、最近の取組みの紹介や当協議会への御意見をいただくとともに、必要に応じて、個別に意見・情報交換等を実施するなど緊密な連携の確保に努めた。

II 公正な取引の推進

独占禁止法、景品表示法等の法令に関する具体的な調査・研究及びセミナーの開催等を通

じて、会員におけるコンプライアンス活動を推進するとともに、関連人材の育成を支援した。

特に、セミナーに関しては、会員の関心の高いテーマを取り上げるとともに、行政をはじめ専門家を講師に招聘し、積極的に開催した。セミナーには営業部門、法務部門も含めた幅広い会員が参加し、コンプライアンス意識の向上に努めた。

また、流通・取引慣行ガイドラインの改正に関しては、パブリックコメント手続において意見具申を行ったほか、セミナーの開催等を通じ内容の理解を深めるとともに、Q&Aの改訂作業を行うなど会員事業者への啓発活動、周知徹底に努めた。

Ⅲ 家電業界の変化に対応した公益社団法人体制下での適正な運営

平成27年度に実施したプロジェクトチームの答申を受け、平成29年度においても、引き続きプロジェクトチーム（課題検討、C Iワーキンググループ）を設置し、事業全般に係わる課題に対応した。具体的には、シンボルマークの普及、事業運営の効率化、業務の標準化を推進するとともに、事業運営上の今後の諸課題についても検討を行った。

また、労働関係法令との整合性を確保するなどの観点から、関係する当協議会の諸規程について見直しを実施し、就業規則等について、所要の変更等を行った。

(1) 事業内容、組織等の見直しと再構築

小売規約関連委員会について、製造業支部が実施する事業に関する本部の支援・連絡調整機能の強化を図る観点から、同委員会を製造業部会運営委員会に統合し、新たな体制を構築することが理事会において承認された。

(2) 会員専用サイトの運用

各会員が活用する多くの情報を効率的かつ効果的に共有し、協議会活動の更なる活性化を図ることを目的として、平成28年8月に運用を開始した「会員専用サイト」について、運用開始後1年を経過した平成29年10月、その利便性をより向上させるための課題等について把握することを目的として、アンケート調査を実施するとともに、その結果を踏まえ、同サイトの利便性向上に向けたリニューアルやシステム変更に着手した。

(3) 各種会議の内製化の推進

利便性の高い事務所ビルに移転したことに伴い、これまで外部の会場を利用し運営していた「理事会」、「小売業部会役員会」、「製造業部会全国支部長会議」、「消費者懇談会」等を事務所ビル会議室にて開催することにより、引き続き、会議の効率的運営と経費削減を推進した。

IV 設立40周年記念事業の準備

40周年記念事業の準備を行うため、40周年プロジェクトを立ち上げ、①設立40周年記念誌の発行、②3規約紹介パンフレットのリニューアル・発刊、③記念式典の開催について検討を行った。

V 会議の開催状況

1 総会

- | | |
|------------------|------------|
| (1) 平成29年度定時社員総会 | 平成29年7月14日 |
| ・平成28年度収支決算の承認 | |
| ・平成29年度会費の承認 | |
| ・理事等の選任 | |

2 理事会

- | | |
|----------------------|------------|
| (1) 平成29年度第1回理事会（書面） | 平成29年6月9日 |
| ・平成28年度事業報告の承認 | |
| ・平成28年度収支決算の承認 | |
| ・平成29年度定時社員総会開催の承認 | |
| (2) 平成29年度第2回理事会 | 平成29年7月14日 |
| ・平成29年度収支予算補訂の承認 | |
| (3) 平成29年度第3回理事会 | 平成29年7月14日 |
| ・会長等の選定 | |
| (4) 平成29年度第4回理事会（書面） | 平成29年10月2日 |
| ・新会員の入会の承認 | |
| (5) 平成29年度第5回理事会 | 平成30年4月12日 |
| ・平成30年度事業計画の承認 | |
| ・平成30年度会費の承認 | |
| ・平成30年度収支予算の承認 | |

3 懇談会

- | | |
|------------------------|------------|
| (1) 第23回消費者懇談会 | 平成30年2月16日 |
| ・参加者：消費者団体4団体（7名）、行政7名 | |
| ・テーマ：製造業部会 | |

「家電製品の表示に関してカタログ等の宣伝広告、取扱説明書に

において課題と感じられること」

：小売業部会

「チラシや店頭（接客を含む）において課題と感じられること」

「家電製品通販（インターネット、テレビ、新聞）において課題と
感じられること」

(2) セミナー「打消し表示に関する実態調査報告書について」

平成29年12月4日

- ・講師：消費者庁表示対策課 調査官 山崎 敏崇氏
- ・参加者：145名

第2 製造業部会の事業報告

平成29年度、製造業部会においては、各専門委員会がその固有の事業を積極的に推進した。主要な事業活動は、次のとおりである。

I 規約の厳正かつ適正な運用等

1 製造業表示規約の周知徹底・普及促進、被疑事案の調査・是正指導等

- (1) 平成27年度から見直し作業を行ってきた製造業表示規約及び同施行規則について、変更案を取りまとめ、理事会の承認を得た。主な変更点は以下のとおり。
 - ア 製品本体への表示事項を定めている法令の追加（規約第8条）
 - イ 当協議会を設置する目的の明確化（規約第13条（新設））
 - ウ 当協議会が行う事業に関する規定を定款の規定に即したものとするための変更（規約第14条（旧第13条））
 - エ 施行規則に規定されている不当表示の例を規約第4条に規定する不当表示の類型に対応するようにするための変更（規則第7条）
- (2) 会員の規約違反被疑事案2件について、厳正かつ適正な措置を講じ、措置結果については、その概要をホームページに掲載した（別紙1（1））。
- (3) 前提条件、補足事項など訴求内容と密接に関係する事項に関し、これら用語の整理を行うとともに、その表示の在り方について、適正表示の観点から検討を行った。

2 製品業景品規約の周知徹底・普及促進、被疑事案の調査・是正指導等

- (1) 「景品規約遵守体制強化月間」を2回（5～7月、10～12月）実施し、製品業景品規約の遵守の推進を図った。
- (2) 会員の規約違反被疑事案に対する措置件数は0件であった。なお、アウトサイダ

一による景品類の提供に関する景品表示法違反被疑事案1件について、消費者庁に申告を行った（別紙2（1））。

- (3) 製造業表示規約の変更案のうち、製品業景品規約に関しても共通して変更すべき条項について、変更案を取りまとめた。
- (4) イベント開催の景品類該当性及び景品価額算定基準について、消費者庁と意見交換を行うとともに、これを踏まえて考え方の整理を行った。
- (5) これまでに蓄積してきた「景品事例」127件について、更なる活用が図られるよう類似した事例を集約するとともに、分類を分かりやすくする等の再整理を図り、58件にコンパクト化した。また、この作業において、上記（4）記載のイベント開催の景品類該当性等に関する考え方の整理結果を反映させた。
- (6) 「事例集」について、「製造業部会全国支部長会議」などを通じ周知徹底を図ったほか、製造業支部での定期的な勉強会、営業部門も含めた研修会を開催して製品業景品規約の理解度の向上を図った。

3 規約の厳正かつ適正な運用に資する諸施策

- (1) 消費者モニター制度及び消費者懇談会等の活用
 - ア 上記1（3）記載の前提条件、補足事項等に関する検討に資するため、消費者モニター制度を活用し、「カタログ等に記載されている注釈について」をテーマとしたアンケート調査を実施した（平成30年3月）。
 - イ 平成30年2月16日に開催された消費者懇談会において、「家電製品の表示に関して、カタログ等の広告、取扱説明書において課題と感じられること」について、消費者団体4団体から、御意見、御要望を聴取した。
- (2) メーカー希望小売価格の撤廃情報の周知

不当な二重価格表示の未然防止を図る観点から、毎月、製造業部会会員各社の過去1年分の「価格撤廃商品一覧表」を作成し、価格撤廃情報として家電公取協のホームページに掲載し、周知に努めた。
- (3) 製造業部会支部との連携強化

平成29年10月、「全国支部活動連絡会議」を開催し、関係専門委員会や支部活動に係る諸課題、支部の役割に関する意見交換、取り組み事例の発表を通じて、情報の共有化を図り、支部活動の更なる活性化を図った。

また、平成30年4月、「全国支部長会議」を開催し、新旧支部長会社の責任者から平成29年度の活動状況及び平成30年度の取組み計画等について報告が行われた後、関係専門委員会ごとにその事業方針と課題について説明があり、支部活動のより一層

効果的、効率的な運営の在り方について検討を行った。

(4) 小売業表示規約に関する小売業部会との連携・協力等

ア 都道府県の景品表示法担当者の参加の下、小売業表示規約の啓発と違反の未然防止・再発防止の観点から小売業部会が実施する「正しい表示 店頭キャンペーン」に協力した（沖縄県を含む全国47都道府県で実施）。

イ 小売業部会が実施する小売業表示規約第3条（チラシ等の必要表示事項）、同第4条（チラシ等の家電品の取引条件に係る必要表示事項）、同第5条（特定用語の使用基準）に関する調査事業である本部チラシ調査（平成29年6月、12月）や小売業部会各支部が実施する「支部調査活動強化月間」の実施に協力するなど小売業表示規約に関連する事業に協力した。

ウ 小売業部会が運用する小売業表示規約の一層の普及促進を図るため、小売業支部事務局長会議、小売業部会地区連絡会などへの参加を通じ、小売業表示規約の周知及び景品表示法の普及、啓発活動に協力した。

(5) 関係団体との連携強化

関係工業会からの要請に基づき、(一社)日本電機工業会自主基準「冷蔵庫における最上級及び優位性を意味する用語を使用する場合のクラス分けについて」など5件の自主基準について審議を行い、承認した。

II 公正な取引の推進

1 公正取引に関する法令等の研究

「流通・取引慣行に関する独占禁止法上の指針」の改正を受け、同指針のQ&Aの改訂作業を行った。また、同改正案のパブリックコメント手続において意見具申を行った。

また、セミナーに関しては、会員の関心の高いテーマを取り上げるとともに、行政をはじめ専門家を講師に招聘し、積極的に開催した。セミナーには営業部門、法務部門も含めた幅広い会員が参加し、コンプライアンス意識の向上に努めた。

2 メーカー派遣員

会員各社は、メーカー説明員についての識別マークの完全着用を推進したほか、各社の自主基準の現状把握のため、平成29年7月に東京、広島地区、同年12月に関東地区において、本部委員による自社の派遣説明員の識別マーク着用状況に関する実態調査を実施した。

また、コンプライアンスに則った派遣を行うために、関連法令の研究を行うとともに、セミナー（テーマ：メーカー説明員派遣に関する「2018年問題」）を開催した。

Ⅲ 会議等の開催状況

主な会議等の開催状況は、次のとおりである。

1 運営委員会等

- | | |
|-----------------|-------|
| (1) 運営委員会 | 12回開催 |
| (2) 企画小委員会 | 12回開催 |
| (3) 広報消費者関連小委員会 | 12回開催 |

2 専門委員会

- | | |
|----------------|------|
| (1) 広告委員会 | 9回開催 |
| (2) 表示委員会 | 6回開催 |
| (3) 景品委員会 | 5回開催 |
| (4) ヘルパー委員会 | 5回開催 |
| (5) 小売規約関連委員会 | 5回開催 |
| (6) 取引公正化推進研究会 | 5回開催 |

3 全国支部長会議等

- | | |
|-----------------|---------------------|
| (1) 全国支部活動連絡会議 | 2回開催
平成29年10月20日 |
| (2) 第36回全国支部長会議 | 平成30年4月6日 |

4 セミナー・研修会

(1) セミナー

- | | |
|-------------------------------------|-------------|
| ア 「流通・取引慣行ガイドラインの改正について」 | 平成29年5月23日 |
| 講師：公正取引委員会事務総局 官房参事官 | 佐久間 正哉氏 |
| イ 「メーカー説明員派遣に関する「2018年問題」 | 平成30年1月19日 |
| 講師：東京労働局 需給調整事業部 課長補佐 | 磯 浩之氏 |
| 東京労働局 雇用環境・均等部 指導官 | 村瀬 浩一氏 |
| ウ 「表示セミナー」 | 平成30年2月20日 |
| ① 「取扱説明書におけるイラストの使用等に関する国際的な動向について」 | |
| ② 「ひとにわかりやすく伝えるために」 | |
| 講師：(一財)テクニカルコミュニケーター協会 | 代表理事 山崎 敏正氏 |
| | 理事 中村 哲三氏 |

(2) 研修会・勉強会

- ア 合同研修会 平成29年11月10日
目的：6専門委員会の委員全員を対象とした合同の研修会を開催した。
①「講話」(松尾専務理事)
②「家電は暮らしの玉手箱」
講師：東京電力エナジーパートナー(株) 副部長 中村 剛氏
- イ 広告委員会見学研修会 平成30年3月22日
日立製作所(株) 笠戸事業所
目的：鉄道車両製造の一大拠点である同事業所における省エネ・省資源等環境に配慮した取り組みを見学研修することにより、知見を高めた。
- ウ 取引公正化推進研究会見学研修会 平成30年4月24日
造幣局・国立印刷局
目的：経済活動の基礎である通貨の製造工程・偽造防止技術等について学習した。

第3 小売業部会の事業報告

平成29年度、小売業部会においては、事業計画に基づき、①規約の厳正かつ適正な運用、②公正な取引の推進等の諸施策を中心に活動を行い、製造業部会とも連携しつつ、部会固有の事業を効果的かつ積極的に推進した。

また、平成26年7月に変更された小売業表示規約の見直しを実施するため、平成29年1月、小売業表示規約検討ワーキンググループを設置し、見直しの検討を進めている。

I 規約の厳正かつ適正な運用等

1 小売業表示規約の周知徹底・普及促進、被疑事案の調査・是正指導等

(1) 「正しい表示 店頭キャンペーン」の実施

平成29年度「正しい表示 店頭キャンペーン」を、平成29年7月13日実施の鹿児島県支部から、平成30年2月26日実施の栃木県支部まで、47都道府県で実施した(沖縄県は製造業部会支部が実施)。都道府県の景品表示法担当者、消費者の参加人数については、45都道府県で景品表示法担当者計76名が、また、20都府県で消費者代表計40名が、それぞれ参加し、いずれも過去最多となった。会員対象の全国共通調査項目は、「自店平常(旧)価格との二重価格表示の正当性」、「チラシ価格表示と店頭価格表示の整合性」の2項目で、「『今だけ』等の期間限定表示」についても参考調査を行った。

(2) チラシ表示調査の実施

本部において、小売業表示規約第3条（チラシ等の必要表示事項）、同第4条（チラシ等の家電品の取引条件に係る必要表示事項）及び同第5条（特定用語の使用基準）に関するチラシの表示状況の調査を実施するとともに（平成29年6月、12月）、小売業部会各支部において「支部調査活動強化月間」を実施することを通じて、チラシ等における表示の適正化を推進した。

また、「支部調査活動強化月間」における支部独自調査活動の適正な実施に資するため、近年の違反事例を網羅した「支部独自調査の手引き」を作成し（平成30年2月）、小売業部会会員に配布した。

(3) 小売業表示規約の見直し

小売業表示規約については、前回変更（平成26年7月）から3年が経過し、取引環境や消費者意識が変化していることに加え、消費者モニター研究会、消費者懇談会においても更なる見直しを要望する声があったことから、平成29年1月、小売業表示規約検討ワーキンググループを設置し、同規約の見直し検討作業を開始した。平成29年度においては、6回の会合を開催し検討を行った。平成30年度中の消費者庁及び公正取引委員会への変更申請を目指しさらに検討を進めている。

(4) 違反被疑事案の処理

会員の規約違反被疑事案4件について、厳正かつ適正な措置を講じ、措置結果については、その概要をホームページに掲載した（別紙1（2））。なお、アウトサイダーによる小売業表示に関する景品表示法違反被疑事案9件について、消費者庁に申告を行った（別紙2（2））。

2 支部活動の推進及び製造業部会との連携

- (1) 各支部における定例会、支部規約指導委員会等の活動を積極的に推進した。
- (2) 製造業部会の協力を得て、規約の普及を継続して推進した。
- (3) 製造業部会の支部との連携を密にし、地区連絡会等を開催し、規約運用に関する情報・意見交換を実施した。

3 消費者の意見の聴取

上記1（3）に記載の小売業表示規約の見直し検討作業に資するため、消費者モニター制度等を活用し、「TVショッピング・通販での価格表示について」をテーマとしたアンケート調査を実施した。

また、平成30年2月16日に開催された消費者懇談会において、「チラシや店頭において

課題と感じられること」及び「家電製品通販において課題と感じられること」について、消費者団体4団体から、御意見、御要望を聴取した。

4 関係官公庁との連携強化

諸事業の実施に当たっては、消費者庁、公正取引委員会及び経済産業省との密接な連携を図っており、平成29年度においては、上記1（3）に記載の小売業表示規約見直しの参考とするため、ワーキンググループの会合において、「不当な価格表示についての景品表示法上の考え方」に関する消費者庁の担当官による説明会を開催し、意見交換を行った。

また、支部における「正しい表示 店頭キャンペーン」の推進等においても、都道府県の景品表示法担当部署との連携を密にした。

II 会議、勉強会等の開催状況

主な会議の開催状況は、次のとおりである。

1 小売業部会役員会		平成29年7月14日 平成30年4月12日
2 本部規約指導委員会		平成29年6月7日 平成29年9月14日 平成29年11月17日 平成30年2月8日
3 小売業表示規約検討ワーキンググループ	第5回 第6回 第7回 第8回 第9回 第10回	平成29年5月30日 平成29年6月30日 平成29年8月3日 平成29年9月11日 平成29年10月18日 平成30年4月13日
4 価格表示ガイドライン説明会		平成30年4月13日
講師：消費者庁表示対策課 課長補佐（規約担当）		猪又 健夫氏

以上

(別紙1)

「公正競争規約」違反被疑事案処理の状況 (処理順)

平成29年5月1日から平成30年4月30日までの期間に措置した事案

(1) 「家庭電気製品製造業における表示に関する公正競争規約」関係

No.	事案の内容	抵触条項	措置
1	BDレコーダーのカタログにおける事実と異なる原産国の表示 ※申告	規約第4条(不当表示の禁止)第1号(事実と相違する表示)	「注意」文書 H29-10-19 処理完了
2	空調機器のカタログ等において、試験結果の数値を品質・性能として訴求していた。 ※申告	規約第10条(特定用語の使用基準)第1項	「注意」文書 H30-3-13 処理完了

(2) 「家庭電気製品小売業における表示に関する公正競争規約」関係

No.	事案の内容	抵触条項	措置
1	新聞折込チラシにおいて、下取り特典を訴求するにあたり、「もれなく」と強調表示を行っているにもかかわらず、①打ち消し表示の内容が不明瞭であり、かつ、②打ち消し表示の文字の大きさが強調表示の大きさとのバランスを欠く小さなものであった。 ※移送案件(消費者庁)	規約第7条(不当表示の禁止)第14号	口頭注意 H29-05-31 処理完了
2	ネット通販で、メーカー希望小売価格を比較対照価格とする二重価格表示を行っていたが、そのメーカー希望小売価格はすでに改定されていたものであった。 ※移送案件(消費者庁)	規約第7条(不当表示の禁止)第2号	口頭注意 H29-12-18 処理完了
3	洗濯乾燥機の店頭表示において、洗濯から乾燥までの所要時間を訴求するに当たり、一定条件下での所要時間でありながら、打ち消し表示なしで記載していた。 ※移送案件(都道府県)	規約第7条(不当表示の禁止)第12号	口頭注意 H30-1-16 処理完了
4	通販Webサイトに「日本全国配送無料」と記載していたが、実際には北海道全域、沖縄県全域が対象外であり、日本全国無料とは言い難いものであった。 ※移送事案(消費者庁)	規約第7条(不当表示の禁止)第14号	口頭注意 H30-3-20 処理完了

アウトサイダー（非会員）に関する「景品表示法」違反被疑事案の行政申告状況（申告順）

平成29年5月1日から平成30年4月30日までの期間に消費者庁に申告した事案

(1) 景品表示法第4条関係

No.	事案の内容	抵触条項	申告日	申告後の動き
1	自社のカード会員を対象とする懸賞企画を実施し、1等として10万円分のギフト商品券を提供しているが、対象商品の中に5,000円未満の販売価格の商品が含まれており、過大な景品類の提供である。	景品表示法第4条 (景品類の制限及び禁止) 懸賞制限告示第2項	H30-3-1	受領

(2) 景品表示法第5条関係

No.	事案の内容	抵触条項	申告日	申告後の動き
1	店頭での価格表示において、正確ではない「競争事業者の販売価格」を比較対照価格とする二重価格表示を行っている。	景品表示法第5条第2号 (有利誤認)	H29-05-24	受領
2	ネット通販表示で、A社の衣類乾燥除湿機を販売するにあたり、市場実勢価格を大幅に上回る「将来の販売価格」を比較対照価格とする二重価格表示を行っているが、A社によると、当該商品を継続的に供給する契約を結んでおらず、比較対照価格に十分な根拠がない。	景品表示法第5条第2号 (有利誤認)	H29-6-15	受領
3	通信販売チラシで、冷感まくらカバーを販売するにあたり、「4枚目以降は3,980円となりますが、特別価格390円」「お一人様 3枚まで」などと表示し、あたかも、本来は3,980円であるものを390円で販売しているかのように訴求している。また、4枚購入しても、1枚390円であった。	景品表示法第5条第2号 (有利誤認)	H29-9-22	受領
4	ネット通販表示で、過去に将来の販売価格を比較対照とした二重価格表示を行った商品について、当該「将来の販売価格」よりも大幅に安い価格でのセールを訴求している。	景品表示法第5条第2号 (有利誤認)	H29-9-22	受領
5	ネット通販表示で、炊飯器とフライパンセットとのセット販売を訴求するにあたり、トップ画面で「1万円下取り」と訴求していながら、10スクロール以上離れた箇所に「下取り手数料540円(税込)」との打消し表示を行っている。 また、セットを構成するフライパンセットの販売価格(税別10,000円)は、このセット販売セールに合わせて引き上げた疑いがある。さらに、同サイトで当該フライパンセットの「美品」を税別5,980円で販売しているが、中古品である疑いがある。	景品表示法第5条第2号 (有利誤認)	H29-9-22	受領

6	通販チラシでエアコンを販売するにあたり、「通常12,000円相当の工事費が今なら込み!」と訴求しているが、この金額は、虚偽又は不当に引き上げられた金額である疑いがある。また、「下取り品の取外し無料」と大きく記載しているが、その直下に掲載した商品は下取り品の取外しが有料である疑いがある。	景品表示法第5条第2号 (有利誤認)	H29-10-5	受領
7	通販チラシで健康調理オーブンを販売するにあたり、具体的な数値を以って脱油性能、減塩性能を訴求していたが、その数値は他の機種(上位機種、最新機種)の試験結果である疑いがある。	景品表示法第5条第1号(優良誤認)	H29-11-22	受領
8	新聞折込チラシでエアコンのセールを訴求する際、「通常12,000円の標準取付工事費込みでお得!」と表示しているが、セール後の通常期も標準取付工事費は6,000円である。	景品表示法第5条第2号 (有利誤認)	H30-2-16	受領
9	新聞広告で自社オリジナル企画のB社製コードレス掃除機を通信販売するにあたり、通常価格との二重価格表示を行っていたが、過去に同機種を販売していた実績がなく、不当な二重価格表示である疑いがある。また、同掃除機を「B社コードレス掃除機上位クラス」と訴求していたが、同機種のベースとなったB社モデルは、B社ラインアップで最下位の機種であった。	景品表示法第5条第1号(優良誤認)及び第2号 (有利誤認)	H30-3-26	受領

以上