



家電公取協 第91回消費者モニターアンケート(調査概要)

表示を正しく
家電公取協

モニターの皆様には、「カタログの注釈等について」のアンケートにご協力いただきありがとうございました。アンケート結果の概要をご報告させていただきます。

●注釈の認知とカタログへの記載について

カタログに記載されている以下の注釈について、あなたの考えに一番あてはまるものはどれですか。

注釈に記載された内容を、自分が「知っている」「知らなかった」にかかわらず、「カタログに表記」を希望する意見(イ、エ)が大勢を占めている。

(Q.1~Q.12)

設 問 (注釈例)

Q1.【テレビ】AC電源、アンテナ接続が必要

Q2.【テレビ】インターネットサービスにはプロバイダー契約が必要

Q3.【エアコン】遠隔操作にはアプリケーションのダウンロードが必要

Q4.【エアコン】ダウンロードには別途通信費が必要

Q5.【エアコン】遠隔操作にはスマートフォンの通信費が必要

Q6.【BDレコーダー】無線接続には無線LANルーターが必要

Q7.【BDレコーダー】無線接続は、通信環境で利用できない時がある

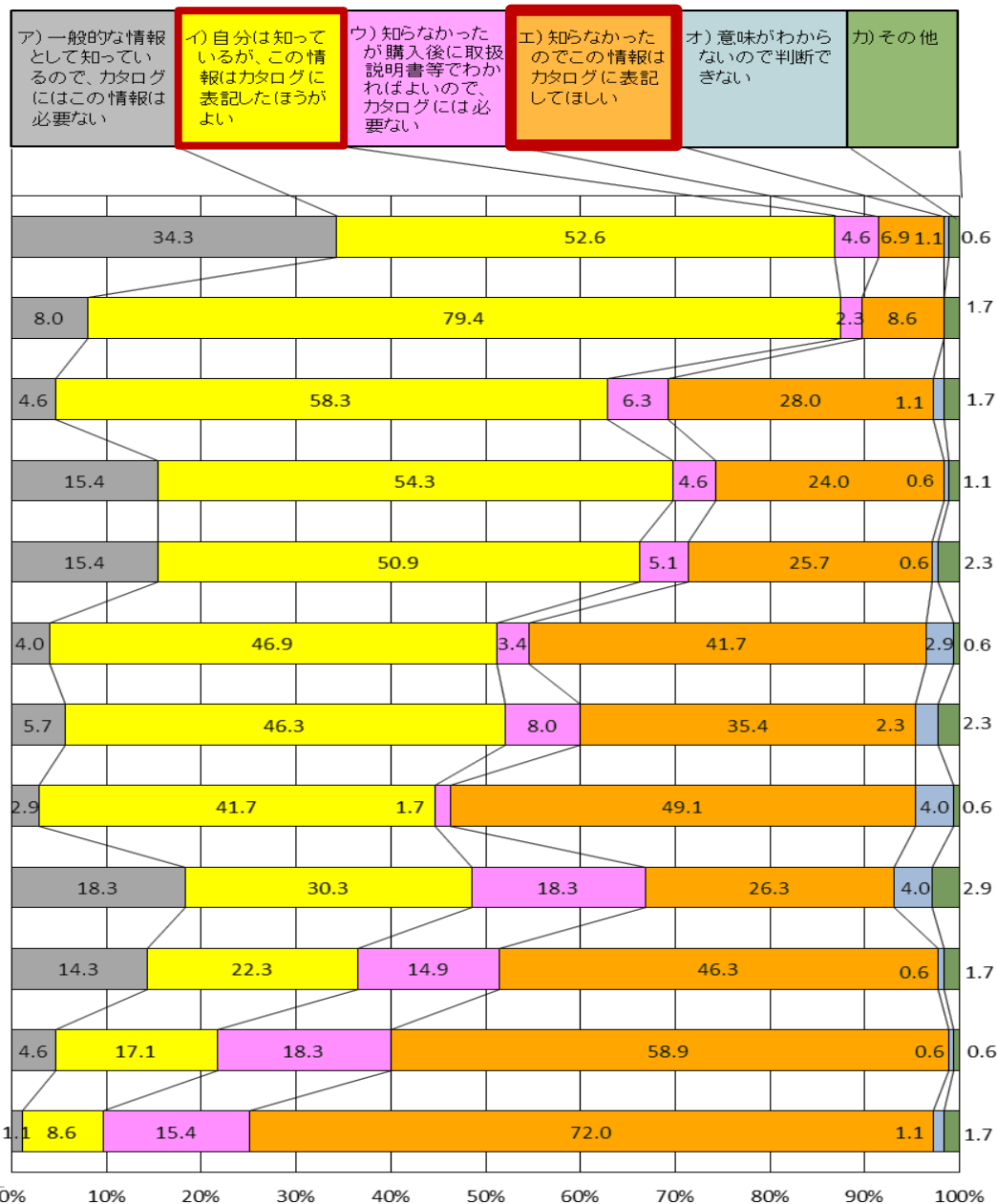
Q8.【4Kテレビ】ひかりTVには、光アクセスサービスと視聴契約が必要

Q9.【デジタルミュージックプレイヤー】大容量SDメモリーカードの読み込みには時間がかかる

Q10.【エアコン】除湿運転中に結露することがある

Q11.【冷蔵庫】急速製氷は、消費電力量が増加する

Q12.【衣類乾燥機】節電コースの運転時間は通常コースより長くなる



カタログに記載されている以下の訴求について、あなたの印象に一番あてはまるものはどれですか。

Q13.【ヘアドライヤー】 「髪の毛がサラサラ。」
※(注釈) 個人の感想です／結果には個人差があります。」

訴求結果を全面的には信じていないが、肯定的意見が7割強を占めている。

ア)自分にも効果があると思うので使ってみたい 4.5%	イ)どの程度効果があるかはわからないが興味がわく 38.3%	ウ)効果の有無はわからないが参考にはなる 33.1%	エ)うさんくさいと思う 21.1%	オ)その他 2.9%
-----------------------------	--------------------------------	----------------------------	-------------------	------------



Q14.【BDレコーダー】 「全自動録画機能なら録画はすべておまかせ。」

初期設定と機能設定をすれば、録画はすべておまかせと理解するものが過半数。

ア)コンセント、アンテナ、TVへの接続後は全て機器におまかせ、他には何もしないで良い 7.4%	イ)接続後、機器の初期設定(時刻設定・受信設定等)をした後は全て機器におまかせ 18.3%	ウ)機器の初期設定後に機能を使用するための設定(録画チャンネルの選択等)をした後は全て機器におまかせ 53.1%	エ)機器や機能の設定の他に、随時メンテナンス(録画容量を確保する等)を行えば後は機器におまかせ 20.0%	オ)その他 1.1%
---	---	--	---	------------

Q15.【掃除機】 吸込仕事率(吸い込みの力)が大きい掃除機は消費電力が高くなり電気代も高くなりますが、吸込仕事率を訴求した場合、消費電力の具体的な数値を近傍に記載する必要があると思いますか。

吸込仕事率を訴求した場合は「近傍に消費電力量も記載すべき」が7割以上。

ア)吸込仕事率を大きくすることで電気代が余分にかかることは当然のことなので、吸込仕事率の数値が伝われば消費電力の数値を書く必要はない 10.3%	イ)吸込仕事率を大きくすることで電気代が余分にかかることは購入の為に必要な情報なので近傍に記載するべき 73.1%	ウ)吸込仕事率と消費電力はそれぞれ必要な情報だが、近傍でなく別々に書かれていても問題ない 16.0%
--	---	--



●注釈の記載方法について

効果や数値の訴求において、標準的な測定基準が存在せず、各社が自社独自の測定基準で測定した結果を表示する場合はさまざまな注釈が記載されています。

以下の表示例の赤い点線内の注釈についてどのように感じるかお聞かせください。

Q.16～Q.21

参考図

回答結果は
次ページ

放出されたZ粒子が、花粉・ニオイに強力に効く!



実際の使用空間での実験結果ではありません。
すべての有害物質に対応するわけではありません。
使用環境・お部屋の条件により効果は異なります。

→Q16、17

Q18、19 →

Q20、21 →

●JIS C 9801-3:2015測定基準とは異なります。●設定が「弱」運転の場合、効果は得られません。
※1<スギ花粉>【試験機関】ABC社【プロダクト解析センター】【試験方法】布に付着させたアレル物質をELISA法で測定【抑制の方法】「Z粒子」を放出【対象】花粉(スギ)【試験結果】6時間で97%以上抑制、24時間で99%以上抑制(No.5CC66-105300-223)。※2【試験機関】(一財)ABC学環境整備センター【試験方法】6段階臭気強度表示法により検証【脱臭の方法】「Z粒子」を放出【対象】付着したタバコ臭【試験結果】10分で臭気強度2.4低減。

Q.16～Q.19は、訴求内容の近傍に記載するのがよいと思うものが過半数。

Q.20、Q.21の、試験機関名や具体的な試験方法などは、訴求内容と離れた場所や別ページでもよいとする意見も多い。

Q.16～Q.21

設 問（注釈例）

Q.16「実際の使用空間・環境の試験結果ではない」こと

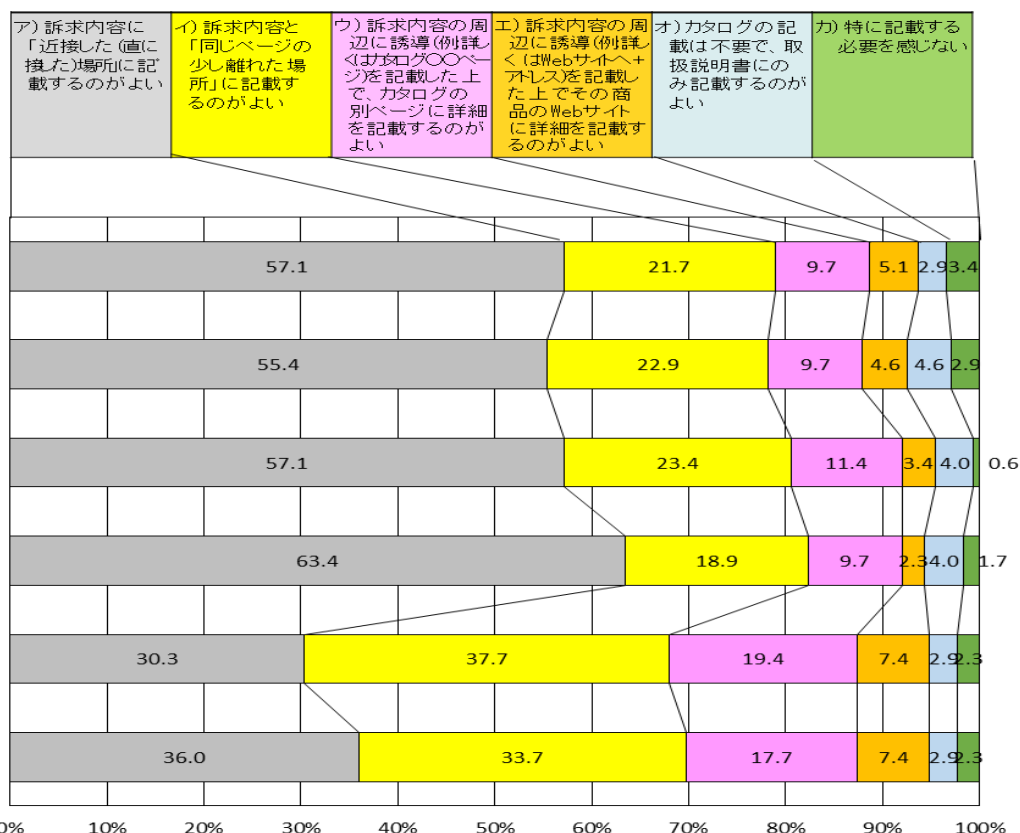
Q.17「使用条件等によって訴求内容と異なる場合がある」こと

Q.18「公的な測定基準でなく、自社独自の基準を用いている」こと

Q.19「訴求内容に対する例外がある」こと

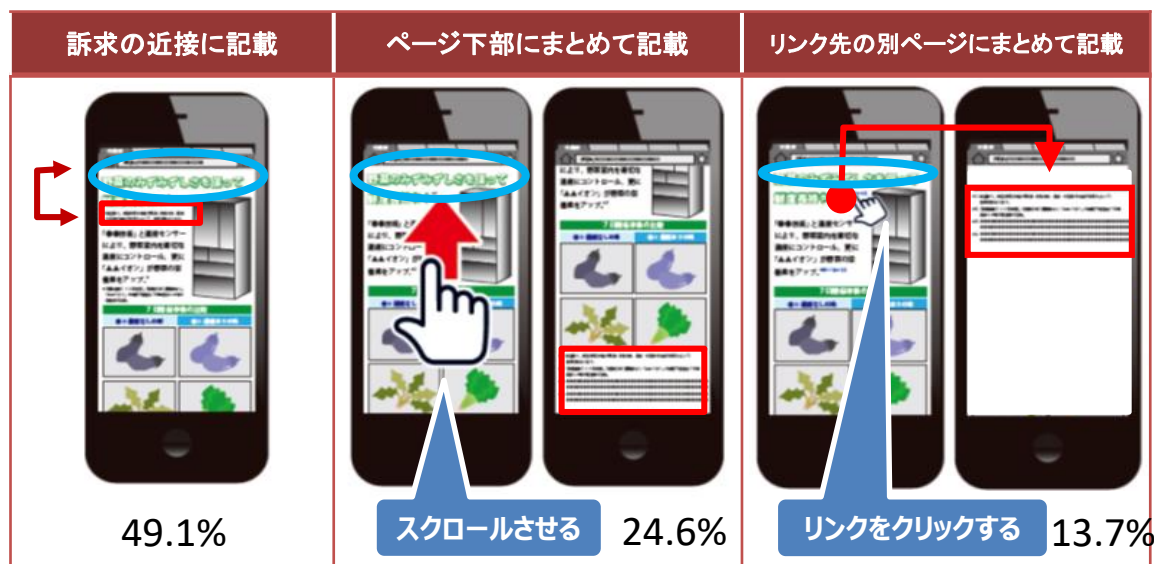
Q.20「試験機関・試験依頼先の名称」

Q.21「試験方法の具体的な内容・試験結果」



Q.22. スマートフォン向けの表示における注釈は、どのように記載したほうが良いかお聞かせください。

参考図



「注釈をそれぞれの訴求の近接に記載」（49.1％）が多く、約半数を占める。次いで「注釈をページ下部にまとめて記載」（24.0％）が比較的多く、「注釈をリンク先の別ページにまとめて記載」（13.7％）は少ない。 ※無回答が12.6％

Q.23 「写真はイメージです」のような注釈を見たことがありますか。

「見たことがある」が9割(90.3%)を占める。

Q.24 「写真はイメージです」との注釈から受ける印象は？

実際とは見え方に「多少差がある」が過半数。「大きく異なることがある」も比較的多い。

ア)写真と実際の製品には見え方に差がない 9.1%	イ)印刷物なので写真映りの都合上、見え方に多少差がある 53.7%	ウ)見え方は実際とは大きく異なることがある 36.0%	エ)注釈の意味がわからない 1.1%
------------------------------	--------------------------------------	--------------------------------	-----------------------

Q.25 上記の注釈の記載方法の印象は？

この注釈で「十分理解できる」が約7割を占める。

ア)注釈がなくともわかるため、「写真はイメージです」の注釈は必要ない 11.4%	イ)「写真はイメージです」の注釈によって十分理解できる 69.1%	ウ)「写真はイメージです」の注釈では十分理解できず、もっと説明を書いてほしい 17.1%	エ)その他 2.3%
---	--------------------------------------	---	---------------

Q.26、27 次の「画像はイメージです」との注釈から受ける印象は？

約6割が、見えない「熱線が内部を飛び交う」様子をイメージ表現と理解。

ア)熱線が飛び交う様子が画像のとおり赤く見える 9.1%	イ)目には見えないが画像のとおり熱線が内部を飛び交う 58.3%	ウ)目に見えない上に、熱線も画像では実際よりも大げさに表現 27.4%	エ)注釈の意味が分らない 3.4%
---------------------------------	-------------------------------------	--	----------------------

大多数(76.6%)が、注釈によりイメージ画像の意図は十分理解。

ア)注釈がなくともわかるため、「画像はイメージです」の注釈は必要ない 8.0%	イ)「画像はイメージです」の注釈によって十分理解できる 76.6%	ウ)「画像はイメージです」の注釈では十分理解できず、もっと説明を 13.1%	エ)その他 2.3%
--	--------------------------------------	---	---------------



※画像はイメージです。

Q.28、29 次の「画面はハメコミ合成です」との注釈から受ける印象は？

実際とは見え方に「多少差がある」が過半数。「大きく異なることがある」も4割弱ある。

ア)写真と実際の製品には差がない 3.4%	イ)印刷物なので写真映りの都合上、見え方に多少差がある 55.4%	ウ)実際とは大きく異なることがある 37.7%	エ)注釈の意味がわからない 3.4%
--------------------------	--------------------------------------	----------------------------	-----------------------

約7割が、「画面はハメコミ合成です」の注釈で訴求意図を十分理解。

ア)注釈がなくともわかるため、「画面はハメコミ合成です」の注釈は必要ない 12.0%	イ)「画面はハメコミ合成です」の注釈によって十分理解できる 70.9%	ウ)「画面はハメコミ合成です」の注釈では十分理解できず、もっと説明を書いてほしい 15.4%	エ)その他 1.7%
---	--	---	---------------



※画面はハメコミ合成です。

Q.30 店頭POP等での注釈のつけ方は？

8割弱は、詳しい注釈内容は「カタログで確認」するように誘導する方(B図)がよいと考えている。

Q30 参考図 A

※訴求内容の注釈を全て記載



22.3%

Q30 参考図 B

※訴求内容の注釈はカタログを見るように誘導



77.1%

無回答0.6%