

第19回通常総会開催される

平成22年7月16日(金)、当協議会通常総会が東海大学校友会館(東京都千代田区)にて開催された。片山会長の議事進行により平成21年度事業報告及び収支報告、平成22年度事業計画(案)及び収支予算(案)等についての議案審議が行われ、原案通り承認された。

平成22年度事業計画(全体)

本年度は、次の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・積極的に推進するものとし、その推進に当たっては消費者の視点に立って、規約本来の目的である一般消費者の自主的かつ合理的な商品選択の確保と公正かつ自由な競争の確保に努めることとする。

また、公益法人制度改革によって必要とされる組織、制度及び定款等の検討を進め、「公益社団法人」の認定に向けた具体的検討を図ることとする。

製造業部会の事業計画

I 規約の厳正かつ適正な運用等

1 製造業表示規約の変更及び同規約の周知徹底・普及促進、違反被疑事案の調査・是正指導

- (1) 昨年、景品表示法の目的規定等が改正されたこと、所管が消費者庁となったこと等に対応して、規約の関係規定を変更する。また、規約の目的とするところを一層実現するため、運用基準等の見直しを積極的に推進するとともに必要に応じ、詳細解説や留意点等を作成し、規約の理解促進に努める。
- (2) 規約の遵守状況を確認するとともに、違反被疑事案については迅速に調査を行い、厳正かつ適切な措置を講ずる。
- (3) 違反被疑事案の処理要領の見直しを行うとともに、規則への格上げに着手し、より一層の手續きの適正化及び透明性を図る。
- (4) 広告・表示に係る業界の課題について調査、研究を行い、必要に応じて新たな基準の策定を推進する。
- (5) 消費者関連法令等の動向をフォローし、必要な対応を行う。

2 景品規約の変更及び同規約の周知徹底・普及促進、違反被疑事案の調査、是正指導

- (1) 昨年、景品表示法の目的規定等が改正されたこと、所管が消費者庁となったこと等に対応して、規約の関係規定を変更する。
- (2) 景品規約遵守体制強化月間の実施及び遵守体制の定着化により、違反行為の未然防止を図るとともに、違反被疑事案については迅速に調査を行い、適切な措置を講ずる。
- (3) 事例の研究と事例集の作成を行う。
- (4) 規約の周知徹底のため、研修会を積極的に開催する。
- (5) 規約の運用に当たっては、小売業部会と連携を図る。

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運営と消費者懇談会等の開催
- (2) メーカー希望小売価格表示適正化と撤廃情報周知
- (3) 広報活動の推進等

- (4) 支部との連携強化並びに小売業部会との連携・協力
- (5) 関係官庁及び関係団体との連絡強化等

II 公正な取引の推進

1 公正取引に関する法令の研究、普及

- (1) 独占禁止法・景品表示法等のセミナーを開催し、会員の遵法活動を促進する。
- (2) 独占禁止法や関連する法令について、具体的な調査、研究を行い、会員の遵法活動を促進する。

2 メーカー派遣員

- (1) 独占禁止法の改正に伴い、「メーカー派遣員に関する独占禁止法上の考え方」等を含め、「メーカー派遣員に関する運用の手引き」所収の内容を改定するとともに、メーカー派遣員の識別マークの完全適正着用を推進し、より消費者の適正な商品選択に寄与するものとする。
- (2) 独占禁止法、労働関係法令等を遵守する観点から、メーカー派遣員の質的改善を図るための諸施策を推進する。また、独占禁止法上等の問題となることを未然に防止するための必要な調査、研究を行う。
- (3) 派遣の実態及び識別マーク着用状況等を把握するため、引き続き全国規模の調査及び各種実態調査を推進する。

III 消費者庁への対応

IV 公益法人制度改革等への対応

小売業部会の事業計画

I 規約の厳正かつ適正な運用等

1 小売業表示規約及び景品規約の変更並びに同両規約の周知徹底・普及促進、被疑事案の調査・是正指導

- (1) 昨年、景品表示法の目的規定等が改正されたこと、所管が消費者庁となったこと等に対応して、両規約の関係規定を変更する。また、平成21年1月16日に変更の認定を受けた小売業表示規約・施行規則等の周知を図り、一層適切な表示を推進する。
- (2) 規約違反被疑事案については、迅速に調査を行い、厳正かつ適切な措置を講ずる。
- (3) 規約の啓発と違反の未然防止・再発防止を図るため、行政と緊密に連携した「正しい表示店頭キャンペーン」を積極的に展開する。
- (4) 小売業表示規約違反に関する調査事業を実施し、小売業表示規約違反の効果的な実態把握と調査結果に基づく是正活動を推進する。
- (5) 非会員事業者に対し、規約の趣旨遵守への協力要請と加入促進を図る。

2 規約の厳正かつ適正な運用に資する諸施策

- (1) 支部活動の内容の見直し
- (2) 消費者の意見の聴取、広報活動
- (3) 行政との連絡強化等

II 公正な取引の推進

- (1) 独占禁止法、景品表示法等のセミナーを開催し、会員の遵法活動を促進する。
- (2) 独占禁止法や関連する法令について、具体的な調査、研究を行い、会員の遵法活動を促進する。

III 消費者庁への対応

IV 公益法人制度改革等への対応

片山会長の挨拶及びご来賓の方々のご挨拶の要旨を紹介いたします。

家電公取協 片山会長挨拶



当協議会は、先程、第19回通常総会を開催し、滞りなく所定の議案が承認されました。今後は、決議されました事業計画を着実に実行し、当協議会の使命を果たしていく所存でございます。

振り返りますと、昨年9月に消費者庁が設立され、新たな消費者行政がスタート致しました。さらに、

本年3月、「消費者基本計画」が閣議決定され、今後5年間にわたる「消費者政策の基本的方向」が示されました。具体的な施策として、景品表示法の厳正な運用と執行体制の拡充、公正競争規約の積極的な活用を行なうための関係団体等への支援などが盛り込まれました。

こうした行政上の対応の強化の背景に、表示に関する企業の不祥事の多発があり、そうしたなかで、「企業の社会的責任」や「コンプライアンス」が世の中から厳しく問われているのも事実であります。

当協議会におきましても、消費者視点に立脚した、「公正で自由な競争環境」の確保に向けて、的確な対応を図り、消費者の理解と支持が得られるよう努めていくことが求められております。

こうしたなか、私と致しましても会長職の立場において、家電公取協の諸事業が円滑に推進できるよう、微力ながら全力で取組んで参る所存でございます。

ご来賓の関係官庁の皆様、関係団体の皆様、ならびに会員の皆様方におかれましては、本協議会に対し引き続きのご支援・ご協力を賜りますよう、衷心よりお願い申し上げます。

消費者庁 内田長官



昨年7月から内閣府で設立準備室に関わってきて、その時皆様のメンバーでもあるメーカーのカスタマーセンターを見学しました。その際に、大変なお金とマンパワーを使い、お客様のために日曜日でも電話をかけられる等、私どもの消費者ホットラインと比べても、消費庁に先んじた活動を

目の当りにし、感銘した記憶があります。

消費庁の設立目的を思う時、そのひとつとして当時の「食品偽装問題」で明らかになった様に、これまでの市場経済を支えてきた売り手と買い手の信頼関係がかなり壊れてきてしまった状況がありました。

あれほどの有名ブランドをもった企業が起訴されるなど顧客の信頼を裏切る出来事が相次い

で起きた結果、行政への顧客の信頼も大きく揺らいでしまいました。通常、売り手と買い手の信頼関係がうまくいかない時は、恐らく行政が乗り出し、色々な「標準値裁定」をする訳ですが、行政への国民の信頼も相当痛んでいたため信頼回復をすることが出来ませんでした。次に専門家を頼りにしたものの、結局「棚ざらし」にされてしまう状況が続いてしまいました。

そんな中で消費庁がつくられたのは、「もう一度行政への信頼回復に向け、細々とでも良いから、お前たちの手で信頼を取り戻して欲しい」との願いからでありました。

皆様方も大変なご苦労を日々されていて、市場と流通・メーカーとの信頼をつなぎとめる役割など色々な仕事を担っている訳です。

私ども消費庁と使命を同じにしている皆様方と、これからもお互いに知恵を出し合って良い市場経済をつくっていきたいと念願しております。

消費者庁 原審議官



家電公取協におかれましては、家電品の「省エネ」ほか、新しいプラスアルファの機能についての表示に関して、常日頃よりご検討いただいているわけですが、正しい適切な情報を消費者に伝えると同時に、消費者がそうした正しい情報の中で自分のニーズにあった商品を選択できるというこ

とが大切と考えております。

消費者庁としましては、一般消費者の利益を保護することが基本的な目的でありますので、「表示の適正化」が大変重要と考えておりますし、「表示の適正化」があってはじめて、公正な競争が確保されていくと思っております。

昨年9月に「景品表示法」が消費者庁に移管になり、一般消費者の保護をはかることになったわ

けですが、公正取引委員会の場合は、「市場の番人」ということで、公正な競争の確保をもって法律上の中立的な判断を求められる立場でありましたが、消費者庁としては、一般消費者としての立場に立って、見ていくことが重要で、常に消費者の目線で、「この表示には何が足りないのか」という見方をしていきたいと考えております。

家電公取協の皆様におかれましては、従来からの「表示の適正化」に関する活動を引き続き実施していただくことが消費者行政にとって重要な役割と思っておりますので、今後の活動の強化に期待しております。

また、今年3月の「消費者基本計画」で今後5年間の消費者行政の171項目の指針が示されましたが、その中でも、「消費者庁として、業界の自主基準を積極的に応援していく」ということが明確化されました。皆様家電公取協の活動とともに「表示の適正化推進」というテーマについて一緒に歩んで行きたいと考えておりますので、今後ともご協力を宜しくお願い申し上げます。

経済産業省情報通信機器課 吉本課長



最近の家電関係の政策について紹介しますが、まず最大のトピックである家電エコポイント制度については、6月末時点で約2,500億円分のポイント発行となっており、経済政策の大きな成功例と言えます。3~4月の制度切換え時には、皆様のご協力により大きな混乱も無く移行出来た事に感

謝しています。テレビは、地デジ対策の面でも端末の普及計画に対して予定の数字を上回る好成績となっています。エアコンと冷蔵庫についても、昨年は冷夏の影響で今ひとつでしたが、今年は暑い夏となりそうで期待しています。

長期的な政策としては、6月の経済成長戦略の工程表において、ヒートポンプ給湯器やLED照明等省エネ製品の普及といった文言が記載されておりますが、その前提として、明確で公正な取引と消費者に判りやすい表示の確立が重要です。LED照明は性能表示が統一されていない為、輸入品を中心にわかりにくい表示がありますが、行政としては日本の良いものを評価していただける様な国際基準の策定を進めており、また業界団体についてもガイドライン作成による判りやすいメ리트表示に取り組んでいただいています。今後も更に、太陽光発電やオール電化など消費者にとって不可欠なものが増えていき、消費者目線の公正で判りやすい表示や取引が一層重要となります。家電公取協の役割に期待が集まりますので、是非とも着実な事業運営をお願いしたいと思います。

経済産業省情報通信機器課 木口課長補佐



経済成長戦略の工程表の中でも、グリーンイノベーションとして、省エネ家電の普及ということが示され、家電製品の省エネルギーには非常に大きな期待が寄せられています。家電製品は、すでに相当の省エネ化が進んでいますので、これからは消費者の方々に、ライフスタイルに応じた適切

な買い替えをしていただくとか、使い方に工夫をいただくためにも、適正な表示や適切なアドバイスを行い、正しく使っていただくことが、重要になってくるのではないかと考えております。

もう一つは、昨年の消費行動調査のアンケート結果において、消費者は必ずしも価格の安さを重視せず、安心・安全な製品、付加価値の高いサービスには、お金を払ってでも受けたいという内容がありました。また、あるメーカーの方からは、「消費者の期待を取り入れるのは当然であり、我々が求めるのは消費者の期待を超える商品を作ること」という言葉を頂き、深い印象が残りました。

今年の春から設置した産業構造審議会消費経済部会の報告書ももうすぐ取り纏められ、公表もされる予定になっております。こうした企業と政府が一体となって、競争力の強化をはかり経済成長につなげていくということが重要であると考えており、その際ベースになるのは、公正な表示であり、公正な取引の確立であると思っております。家電公取協の皆様には一層充実した活動をお願いしたいと思います。



◎平成22年度新任役員一覧

	氏名	所属会員及び役職名
理事	枝 窪 弘 雄	キヤノン株式会社 電子映像事業部長
理事	桑 野 新	三洋電機コンシューマエレクトロニクス株式会社 取締役家電事業部副事業部長
理事	山 崎 一 彦	パイオニアマーケティング株式会社 代表取締役社長
理事	中 村 晃一郎	日立コンシューマ・マーケティング株式会社 取締役社長
理事	小須田 恒 直	株式会社富士通ゼネラル 取締役 経営執行役常務
理事	堀 田 謙 一	三菱重工空調システム株式会社 取締役社長
理事	寺 崎 悦 男	株式会社コジマ 代表取締役社長
理事	小 野 浩 司	株式会社ベスト電器 代表取締役社長
監事	吉 澤 秀 之	茨城県電機商工組合 理事長

全国家電公取協会会長表彰

小売業部会正副支部長として通算 5 年以上にわたり、協議会の発展に尽力し、功績が顕著であったとして、下記の 7 氏が受賞した。

支部	役職	氏名
福島県	支部長	村越 良男 様
群馬県	副支部長	井上 三男 様
東京都	支部長	関山 一郎 様
東京都	副支部長	小林 義雄 様
長野県	副支部長	塚田 富夫 様
滋賀県	支部長	北田 勲 様
京都府	支部長	牧野 伸彦 様

会員の入会・退会について

第 19 回通常総会に先立って開催された理事会において、以下の入会・退会が承認された。これにより会員数は、製造業部会は正会員 26 社及び特別会員 9 団体、小売業部会は全国電機商業組合連合会傘下の 46 組合及び個別加入法人 13 社となる。

(平成 22 年 7 月 16 日現在)

入会 ネスレネスプレッソ(株) (製造業部会)

退会 (株)ソフマップ、(株)デンコードー (小売業部会) ※

(※) 2 社とも所属企業集団内の位置付け変更により退会(実質的に会員企業であることに変わりはない)

製造業部会の動き

◎「第 57 回製造業部会理事会」を開催

平成 22 年 7 月 2 日(金)家電公取協において製造業部会理事会が開催され、総会付議事項を中心に審議が行われた。

議案は、①平成 21 年度事業報告(案)・収支決算(案)に関する件、②平成 22 年度会費(案)に関する件、③平成 22 年度事業計画(案)・収支予算(案)に関する件、④役員選任に関する件、⑤3 規約の一部変更に関する件、⑥公益社団法人移行に関する件、⑦会員の入退会に関する件で、いずれも承認された。このほか、小売業部会の動き等についての報告等が行われた。

理事会終了後、山木専務理事より「最近の独占禁止法及び景品表示法の運用状況について」と題して講話が行われた。

◎平成 22 年度専門委員会新委員長決まる

委員会	新委員長	会社名
広告委員会	川口 光男	日立アプライアンス(株)
表示委員会	人見 俊禎	ソニーカスタマーサービス(株)
景品委員会	成井 功夫	ソニーマーケティング(株)
小売規約関連委員会	鈴木 衛	日立コンシューマ・マーケティング(株)
ヘルパー委員会 (委員長) 山木専務理事	(副委員長) 渋谷 和宏 (副委員長) 川口 道夫	シャープエレクトロニクス マーケティング(株) JVC・ケンウッド・ ホールディングス(株)
取引公正化推進研究会	(主 査) 田久保和好	シャープ(株)

小売業部会の動き

◎「第 20 回小売業部会理事会」を開催

平成 22 年 7 月 1 日(木)家電公取協において小売業部会理事会が開催され、総会付議事項を中心に審議が行われた。

議案は、①平成 21 年度事業報告(案)及び収支決算(案)に関する件、②平成 22 年度会費(案)に関する件、③平成 22 年度事業計画(案)及び収支予算(案)に関する件、④役員・監事の選任に関する件、⑤小売業表示規約及び景品規約の変更に関する件、⑥公益社団法人移行に関する件、⑦会員の入会・退会に関する件で、いずれも承認された。

このほか、措置等諮問会議の委員の選任を行った。

◎平成 22 年 3 月度チラシ調査結果まとまる

調査期間	平成 22 年 3 月 12 日～3 月 26 日
調査項目	①規約第 3 条(型名、メーカー名、自店販売価格の表示) ②規約第 4 条(保証、修理、配送、割賦販売条件の表示) ③規約第 5 条(幅表示における最大割引率等の適用商品の表示)
結果概要	①チラシ収集枚数 49 枚 ②対象品総掲載数 4,500 機種(9 品目) ③違反件数 3 条違反 3 件 4 条違反及び 5 条違反 0 件

◎「消費者モニター テーマ別研究会」報告会を開催

小売業部会では、家電量販店のチラシと店頭での表示について、消費者の意見を参考にするため、本年1月より7名のモニターにのべ6回の会合を開催いただき、量販法人のチラシの閲覧や実際に店頭に出向いて実態を確認するなどして様々な角度から、印象とあわせ意見をいただいた。その最終会合が7月1日に開催され、研究報告書の発表があった。

「家電量販店のチラシ表示と店頭表示について」 (抜粋)

チラシを見て感じたこと、望むこと

【価格表記】

規約で「自店販売価格に他の文字、記号、斜線などを重ねてはいけない」となり、確かに以前に比べて価格表記はすっきり見やすくなった。ただし、実売価格がはっきりしない点は何ら変わっていない。

チラシにはズバリ価格の商品のみ載せてほしい。厳選された日替わり商品や目玉商品がズバリ価格で掲載されているチラシは見ていて楽しいし、お店が「今この商品をこの値段で売りたい！」というまっすぐな姿勢が伝わる。

【セット販売価格】

生活家電品セットの中に、ブロードバンド関連商品が無いのに、「ブロードバンド加入特価」が書かれているのはおかしいのではないかと。

【付帯工事料金の表示】

オール電化のセット販売の工事費については規約の対象外だが、標準工事費についての説明が必要だと思う。例えば標準取付料金の下に「別途追加料金が発生する場合があります」との表示があるが、工事の内容がわからず、料金も高額なので、追加料金も高額になるのではないかと感じてしまう。

新しい商品が次々と発売され、規約が実際の商取引に追いつかない場合が今後多くなると思う。規約対象外の商品であっても、付帯据付工事費用が発生する場合は規約内容に沿って表示をしてほしい。

【高割引率】

チラシに掲載商品に、あえて「店頭表示価格より10%以上現金値引き」と入れる事に違和感を覚える。チラシと店頭では価格が違うといわれているようで、チラシの意義にも疑問を抱く。

【指定商品】

チラシには「指定商品に限る」という注が多数見られる。「指定商品」と表示することに規約上の取り決めはないが、消費者にとって「指定商品」という表現はわかりにくい。

店頭表示を見て感じたこと、望むこと

【プライスカード】

エアコンの展示商品に4枚の値札が横一列に並べて貼ってあった。さらに「機能一覧表」、「10年保証つき」、「今月のおすすめです!」、「エコポイント〇点」、「エアコンクリーニングのすすめ」等の貼り紙があり、本体自体が見えない状態だった。エアコンは本体の大きさやデザインが購入時に大きなポイントになるが、それがわからなくなるほど値札やその他の貼り紙を貼るのは、製品を販売する基本的な姿勢に欠けていると思う。

【期間の表示】

好ましい事例として、価格を下げた商品には「商品入れ替えのため値下げしました」と赤字での表示があり、さらに“3月7日までの価格46,800円 → 3月8日から39,800円”のように表示され、しかも送料、収集料、リサイクル料までも表示があった。地味ではあるが、表示がしっかりしていれば店に対する信頼感も増すと実感した。

【アウトレット】

単に「アウトレット商品」(訳あり商品?)というだけでは曖昧であって、具体的にどのような「訳」があるのかわからない。実際に店頭で飾られていた展示品、何らかの理由でキズがついた商品、モデルチェンジで新しい製品が出た商品、製造が終了した商品等、いろいろな理由でアウトレット品になるものと思われるが、その理由も明記してほしい。

【付帯条件】

店頭では、紙面の都合上チラシに詳しく載せられなかった様々な付帯条件について消費者にわかりやすく伝えることが大切。小さな文字で書かれたチラシでは理解しにくい、価格以外の表示、例えば配送区域、ブロードバンド加入システム、長期保証などの細かい説明を店頭ではっきりと目立つように表示し、マイナスの情報も含めて消費者に必要な情報を分かりやすく提供する姿勢があつてこそ、消費者は店を信頼し、安心して買い物ができるようになるのではないかと。



わたしの意見

当協議会では、登録された消費者モニターの方への定期的なアンケートを実施しています。その際に寄せられたご意見を「消費者の生の声」として掲載します。

- ①家電量販店が新規オープンする日、必ず別の量販店が「オープン対抗セール、オープン店のチラシよりさらに安くします」といったチラシを新聞に入れてくる。知り合いがそのチラシを持っていったところ、「その製品は対象外です」といわれたとのこと。
メーカーだけでなく店側も、他店との比較はそろそろやめたらどうか。価格などだけでなく、誠実な製品作り、誠実な接客などで勝負して、「No.1」ではなく「オンリー1」を目指してほしい。（八千代市 主婦）
- ②家電品の宣伝広告やチラシは一時期に比較するとずいぶん良くなっていると思う。これは家電以外の、たとえば不動産の広告にもいえそうだが、各業界の公取協の活動がこうした結果をもたらしたものと思う。
広告や表示について、いろいろなことを消費者が知っていれば、家電でもより生活に適合した購入が可能になるというメリットもあるのだから、そうした“知る機会”を増やしてもらいたいと考える。（千葉市 男性）
- ③モニターを経験させていただいた期間に少しずつではあるけれどチラシが見やすくなったことはとても嬉しく思います（例えば価格の×印がなくなった。無料保証内容の表示等）。ただし消費者から見て、「価格は係員にご相談下さい」といった表示、通常の価格より目立つ「ブロードバンド新規同時加入価格の表示」など、まだまだおかしいと思うところは多々ありますので、今後更なる改善に期待します。（さいたま市 主婦）
- ④「先着5台限り」の広告ですが、この広告の店舗数は7店でした。各店舗に最低5台はあるものだと思ってしまいます。以前に先着で割安の商品を買いに行った時に、一番に店に入ったにもかかわらず「売り切れ」と言われた苦い記憶があります。もし広告に載っていた7店のうちで先着5台だとすればトラブルが起きると思います。各店舗ごとに数に限りがあるならば「各店舗」の一言をチラシの片隅にでも入れてもらえるとうれしいです。（寝屋川市 主婦）
- ⑤パソコンの購入を検討しており、チラシで「価格は店員と相談」となっていた。相談といったら交渉上手な人の値引きが大きくなり、私のように下手な人は値引きがあまりできず損をするといった印象が強く、あまり良い感じがしない。チラシの価格ははっきりと表示してほしいものです。（堺市 主婦）
- ⑥洗濯機を販売店のインターネットの広告で「人気、シェアNo.1」に惹かれて買ったが、何に対してNo.1か確認すればよかった。○人家族に便利／どの位の部屋に使いやすい／メリット・デメリットなど、どういう家族／家／使い方だとこれが便利という基準があるといいと思います。（名古屋市 主婦）

お知らせ

◎ホームページをリニューアルしました

平成22年7月1日をもってホームページをリニューアル致しました。新しいホームページでは、構成やデザインを一新し、見やすさや使いやすさの向上を図っています。家電公取協では、今後も皆様に幅広くご活用いただけるホームページをめざしてまいりますので、よろしくお願い申し上げます。

なお、ホームページから、「家電公取協ニュース」のメール配信登録ができます。ぜひご利用ください。



<編集後記>

「暑い夏」は家電業界にとってはありがたいことが多いのですが、これまではひと夏に数日だった猛暑日や熱帯夜がこう毎日続くと、地球温暖化どころか、熱中化に向っているのではと思ってしまう。本号から新しく編集を担当いたします。引き続きよろしくお願ひいたします。（M.A）

社団法人 全国家庭電気製品公正取引協議会

〒105-0001 東京都港区虎ノ門1-19-9
(虎ノ門TBLビルディング2階)
TEL (03) 3591-6023 FAX (03) 3591-6032
http://www.eftc.or.jp
編集・発行人：真柄秀敏