

家電公取協ニュース

発行日 2016年3月31日

「第21回消費者懇談会」が東京で開催される



平成28年2月18日（木）、東海大学校友会館（東京都千代田区）において「第21回消費者懇談会」が開催された。

家電公取協では消費者団体の方々のご出席を得て、幅広いご意見やご要望を頂戴し、適正な事業活動に資するため定期的に懇談会を開催しているが、今回は4団体に出席いただき東京では4年ぶりの開催となった。

会の冒頭、協議会を代表して中村会長代行（理事 日立コンシューマ・マーケティング(株)取締役社長）より、「家電業界は、製品面では省エネ性能の高まりや環境配慮型製品の増加、流通面ではネット販売の進展に伴うリアル店舗との連携等の購買形態・チャネルの多様化等の動きが顕著。このような環境変化の中にあつて、消費者の皆さまに正しい情報をわかりやすくお伝えすることが重要だ。消費者懇談会は、直接消費者の皆様の声を聞くことが出来る大変重要な場であり、忌憚のないご意見を頂戴したい。」旨の挨拶があつた。

また、山本専務理事からは、景品表示法と公正競争規約の関係や、改正景品表示法への対応、小売業表示規約の変更等最近の家電公取協の活動概況についての説明が行われた。懇談会は二部構成ですすめられ、活発な意見交換がなされた。

閉会にあたり北原副会長より、「本日は大変貴重なご意見をいただいた。皆様のご意見は十分に反映していくつもりだ。今後もしろいろのご意見をいただくことを心よりお願い申し上げます。」旨の挨拶があつた。

第一部 製造業部会関連

製造業部会関連では「品質・性能の『表示』について」「高齢者にやさしい『表示』について」という懇談テーマのもと、以下のような貴重なご意見をいただいた。

- ・カタカナの多用やネオンカラーを使用したカタログ表記ではなく、消費者が知りたい情報をわかりやすい言葉や具体的なデータなどで表示してほしい。
- ・限られたスペースでの説明は難しいと思うが、より簡潔に消費者が理解できる表示が求められていると思う。
- ・身体に密着する可能性のあるもの、それによって影響が出るような可能性があるものなど、安全に関する注意を丁寧にカタログ等で表示してほしい。
- ・デメリット表示は、見落としたり気がつかなかったことがたくさんある。必要な情報として提供するのであれば誰もが認識できる形で提供をお願いしたい。
- ・取扱説明書のページが多いので探したい内容がすぐに見つからないことがある。必要な情報がすぐにわかるような、高齢者にもわかりやすい表示をお願いしたい。

また、高齢者でもパソコンを使用する方が大勢いるので、ホームページでサポート情報を確認する、わかりやすくするなどの工夫をお願いしたい。

当日の出席団体およびご出席者名(順不同)

《消費者団体》

一般財団法人 消費科学センター	理事	古川 英子様
	理事	山本 唯子様
公益社団法人 全国消費生活相談員協会	週末電話相談室 室長	鈴木 春代様
	関東支部 副支部長	萩原 規子様
特定非営利活動法人 東京都地域婦人団体連盟	会長	谷茂岡正子様
	理事	飛田恵理子様
公益社団法人 日本消費生活アドバイザー・ コンサルタント・相談員協会	理事	有山 雅子様
	消費者相談室 副室長	大道不二子様

《行政ご来賓》

消費者庁 表示対策課	課長補佐	平澤 徳善様
公正取引委員会 経済取引局 取引部 取引企画課	課長補佐	宮丸 栄介様
経済産業省 商務情報政策局 情報通信機器課	係長	川田 寿人様
東京都生活文化局 消費生活部 取引指導課	課長代理	吉田 優子様

《家電公取協》

会長代行(理事)	中村 晃一郎
副会長(小売業部会長)	北原 國人
副会長	岡嶋 昇一
小売業部会 本部規約指導委員会 委員長	藤川 誠
製造業部会 広告委員会 委員長代理	桑畑 一浩
製造業部会 表示委員会 委員長	関 昌央
製造業部会 景品委員会 委員長	蘇木 茂
専務理事	山木 康孝
事務局長	石和 利彦

こうしたご意見に対し、製造業部会の関係委員会として、桑畑広告委員長代理より、品質・性能等の表示については「自社基準の測定に基づいて訴求を行う場合、どんな試験を行ったかを記載するように心がけている。数値に関しても根拠を表示して誤認を避けるような表示をしている。」「過去との比較を行うときも、文章だけではなく写真等を活用して、具体的にどう変わるかを説明するなど、今後もわかりやすさを追求していきたい。」との説明を行った。

また、関表示委員長より、取扱説明書の記載については「家電品の多機能化により、以前よりも安全性が重視されるようになってきたため、色々なことを想定していかなければいけない。工夫もしているがそれでもまだ見にくいこともある。表示の仕方や、より個人の目的にあった形で探しやすいような工夫を、今後ご理解をいただきながら検討していきたい。」との説明を行った。

最後に、中村会長代行より、シンボルマークについては「どのメーカーが会員で表示の適正化に取り組んでいるかを消費者のみなさんにご承知おきいただくことが大事だと思っている。このような告知がさらに進むように努力していきたい。」との説明を行った。

第二部 小売業部会関連

小売業部会関連では、「家電品購入に当たって、安心して商品選択ができる家電店とは」という懇談テーマのもと、以下のような貴重なご意見をいただいた。

- ・チラシ表示は、アルファベットや横文字が多くよくわからない。表示は、もっとわかりやすく、適度な情報量でお願いしたい。
- ・量販店のチラシは「特価」「先着」等を刺激的に表現するものが多く公正な情報なのか疑問に思う。台数限定商品が出ていることがあるが、本当にその数があるのか疑ってしまう。おとりではないのか。
- ・量販店やインターネット通販における独自の有料の延長保証について、「メーカー保証とは別」ということについて、説明不足ではないかと感じる。
- ・量販店のPOP表示にカタカナ語がいっぱい書かれてあるが、意味がわからず、理解しづらい。
- ・「他店より1円でも高ければ申し出て下さい。」との表示や館内放送をやっているお店もあるが、一般の人はほかの店の価格までいちいち見て回らない。こうした表現は不親切だと思う。
- ・量販店に行くと、若い店員さんがいろいろと早口で説明してくれることがあるが、高齢者はよく聞き取れないし、すぐに理解できないこともあるので、ゆっくりと話してもらいたい。
- ・インターネット通販で「体験談」が載っていて、いいことが書いてあったので、購入したことがあるが、ちょっと違っていた。いいことばかり書かれていたり、星の数が多かったりするが、問題ないのか。

- ・せっかく「シンボルマーク」を作ったのだから、会員店での掲示を徹底してほしい。
- ・信頼して何でも相談できる地域家電店が減少してきていて困っている。なんとか頑張してほしい。

こうしたご意見を受け北原副会長からは、「貴重なご意見に感謝している。表示に対する信用が第一と考えているので、会員店については、シンボルマークをチラシに掲載したり、店頭に掲示してPRし、認識を高めていきたい。」との発言があった。

また、地域家電店へのご意見に関しては「地域家電店の存在に対して評価、応援をいただいで感謝している。今後とも面倒見の良い店を目指して勉強していくので、宜しくお願ひしたい。」と感謝の言葉があった。

岡嶋副会長からは、「高齢化が進み、商品選びが難しくなってきたことについて、量販店店員の親切な接客、応対が足りないというご指摘に対しては、各社に努力を促し、改善していきたい。又、商品の性能比較表示が各社各様で、横文字やカタカナ語が多いという点については、各社共通のわかりやすい表示を研究していきたい。」との発言があった。

規約に関する質問に対して、藤川本部規約指導委員長から、「チラシにおける台数限定表示はおとり広告ではないかのご指摘があったが、規約で、各店舗最低5台は準備することになっている。店独自の有料延長保証については、メーカー保証と異なる場合は、きちんと表示していくことにしている。」等々の回答がなされた。

《ご挨拶要旨》

消費者庁 表示対策課 平澤課長補佐

本日は消費者目線での貴重な意見を伺うことができ、改めて表示の在り方について考えさせられました。

消費者庁は発足7年目となり、消費者行政の舵取り役として、消費者が主役となって、安心して安全で豊かに暮らせることのできる社会を実現するために日々取組んでいます。

一昨年、二度の景品表示法改正があり、今年4月から課徴金制度が導入されます。法律自体は大きく変わりますが、何が不当表示になるかという考え方は、全く変わっておりません。協議会におかれては、引き続き、表示の適正化に貢献して頂くとともに、私どもも協議会の活動を積極的に支援してまいります。今後もこの有意義な会合が開催されますことを期待しています。

経済産業省商務情報政策局情報通信機器課 川田係長

昨年の電機業界の業況につきましては、4K対応テレビや洗濯機・冷蔵庫など高付加価値帯の商品が堅調で、売上ベースで一昨年よりは良くなったという状況です。

中村会長代行からもお話がありましたが、HEMS、太陽光、蓄電池、それからIoTといういろいろなものがインターネットにつながる世界が、すぐそこまで来ております。

色々な製品やサービスが次々に出てくると、消費者の方と製造事業者やサービス提供会社との間に、思ってもみないようなトラブルが起きる可能性があります。家電業界においてはこのような懇談会の場がありますので、引き続き消費者の方々と製販ともに意見交換しながら、より良い社会をつくっていかねばと思っております。

公正取引委員会 取引部 取引企画課 宮丸課長補佐

公正取引委員会は、事業者間の公正な競争が確保され、業界が発展していくことを目指しております。

消費者の立場としては、事業者間の競争により、少しでも良い商品を手頃な価格で手に入れたいという思いがあります。一口に、競争といっても色々ありまして、価格競争、サービス競争もそうですが、消費者の方々に対する表示のわかりやすさについても広い意味で競争に含まれるのではないかと考えているところでございます。

公正取引委員会としては、公正競争規約の運用を通じて、消費者利益が確保され、なおかつ、事業者間の公正な競争が一層促進されることにより、家電業界の発展につながれば良いと思っております。

東京都消費生活部取引指導課 吉田課長代理

本日は消費者団体の皆様方より大変活発なご意見をいただきましたが、これは家電製品に限らず他の商品に関しても大変参考になりました。私どもも今後の指導等に活かしていきたいと思っております。

また、行政側が全ての商品、サービスに対して表示のチェック等を行うのは限界があるところですが、家電公取協では業界の自主ルールという形で活発に取組んでいただいております。

東京都としては、今後も協力体制をもちつつ、貴協議会におかれましては、消費者の皆様のご意見を参考に、適正で、より分かりやすい表示に取組んでいただきたいと思います。

小売業部会の動き

◎47都道府県で店頭キャンペーン実施

平成27年7月8日の鹿児島県支部を皮切りに、今年度も全都道府県で行われた「正しい表示 店頭キャンペーン」は、平成28年2月17日実施の茨城県支部、熊本県支部をもって全て終了した。今年度の店頭キャンペーンに参加した行政担当者は46都道府県の67名、同行した消費者代表も18都道府県合計37名にのぼった。2月に実施された茨城県支部、熊本県支部の店頭キャンペーンについて、詳しくお伝えする。

茨城県支部 実施日 2月17日（水） 訪問店舗3店（会員店3店）

当日は、小売業部会茨城県支部の宮田委員をリーダーに、小売業部会2名、行政から茨城県生活環境部生活文化課の小林係長、細谷主事、製造業部会から2名の合計6名にて茨城県筑西市内の会員3店舗を訪問した。

今回の調査項目は、平成27年度全国共通調査項目である①自店平常（旧）価格との二重価格表示の有無、②他の事業者の販売価格との二重価格表示の有無、③チラシ及び店頭における価格表示の整合性及びシンボルマーク掲示の4項目について調査を行った。

調査の結果、調査項目①、③に関しては特に問題となる表示はなかったが、一部の店舗にて、調査項目②の他の事業者の販売価格との二重価格表示を行っており規約に抵触しているのを是正改善を求めた。また、シンボルマークのポスターについては3店舗中2店舗にて掲示がされていた。行政より「従来に比べると表示は分かりやすくなったが、『期間限定プライス』との表示は、具体的期日の表記が望ましい。『ポイント進呈』の表現方法が消費者には分かりにくいのでは」とのご意見をいただいた。訪問店舗各店に、小売業部会より小売業表示規約のパンフレットを手渡し、正しい表示に関する説明をし、各店店長に理解、協力を求めた。

同支部では今後とも、小売業表示規約の普及、シンボルマークの認知普及活動を進めていきたいとしている。



熊本県支部 実施日 2月17日（水） 訪問店舗5店（会員店4店・非会員店1店）

当日は、小売業部会熊本県支部から本田支部長をはじめ6名（商組青年部会3名含む）、行政からは熊本県環境生活部県民生活局消費生活課1名、製造業部会4名、総勢11名が参加し熊本市・玉名市地区の各店舗を巡回、規約の普及促進と違反の未然防止の観点から啓発活動を実施した。

今回の対象品目は3品目（テレビ・冷蔵庫・洗濯機）とし、調査項目は①自店平常（旧）価格との二重価格表示の有無、②他事業者価格との二重価格表示の有無、③チラシ価格表示と店頭価格表示の整合性、等を重点に確認を行った。

その結果、①については該当の表示は見られなかったもののプライスカードの重ね貼りが見受けられたため、啓発を行った。②については会員1店でテレビの表示に規約違反があり是正を要請した。③については適正表示が行われていた。

各店舗調査終了後、行政も加わり各店舗責任者に対し景品表示法ガイドブック・小売業表示規約のパンフレットにて、規約遵守を要請した。



◎本部規約指導委員会を開催

平成28年2月23日（火）に家電公取協で本部規約指導委員会が開催された。平成27年12月度本部チラシ調査結果の報告、規約違反被疑事案処理について審議が行われ、いずれも原案通り承認された。また、平成28年2月18日に東京で開催された第21回消費者懇談会での懇談内容、第1回～3回の消費者モニター研究会の進捗状況について報告があった。

小売業部会の動き

◎平成27年12月度本部チラシ調査結果まとまる

調査期間	平成27年12月5日（土）～12月19日（土）		
調査項目	規約第3条（メーカー名、型名、自店販売価格、標準工事料金の表示） 規約第4条（保証、修理、配送等の表示） 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） その他（価格等付記の掲載割合）（参考）		
対象品目	カラーテレビ、レコーダー、デジカメ、ビデオカメラ、冷蔵庫、電子レンジ、洗濯機、掃除機、エアコン（9品目）		
結果概要	①チラシ収集枚数	45枚	
	②対象品総掲載数	4,535機種（9品目の合計）	
	③違反件数	規約3条違反 0件 規約4条違反 0件 規約5条違反 0件	
	④参考：価格等付記掲載状況	8,079機種中1,713機種（21.2%）	

製造業部会の動き

◎景品委員会セミナー及び規約研修会を実施

日 時 平成28年1月29日（金）14:00～16:40
会 場 ForumS+汐留
テ ー マ 今後の景品企画のトレンドについて
講 師 内海産業株式会社
取締役執行役員営業推進部長 御園郁雄氏
参加人数 65名

※景品企画をはじめ、販促策や集客策のソリューションを提供する内海産業（株）の御園取締役を招いてセミナーを実施。同時に景品規約の研修会を実施。

◎景品規制に関する勉強会を実施

日 時 平成28年3月14日（月）15:15～17:00
会 場 家電公取協 会議室
講 師 消費者庁表示対策課課長補佐 星 知矩氏
参加人数 22名

※消費者庁表示対策課から星課長補佐をお招きして実施。判断の難しい事例の考え方や事前質問への回答等、今後の景品規約の運用の参考となった。



◎会員の入会

書面による理事会にて次のとおり入会が承認された。

入 会 日立ジョンソンコントロールズ空調株（製造業部会）（平成28年1月1日付）

※これにより製造業部会の会員数は30社8団体となる。

◎「第45回景品規約遵守体制強化月間」結果

当協議会では、景品規約遵守状況の実態把握と違反の未然防止及び景品規約の周知徹底を目的に、年2回「強化月間」を実施している。また、全国の製造業部会10支部においてこの趣旨に基づき、チラシ・DM等収集物の実態把握、被疑事案の迅速な処理等を行い、併せて、参考事例を蓄積しての「事例集」による研修会を開催している。今回、会員・非会員ともに被疑事案件数は0件（前年同期0件）であった。

【結果概要】

○期間：平成27年10～12月
○チラシ・DM収集総枚数：3,530枚（前年同期2,488枚）
○うち景品付枚数 1,246枚（ // 1,184枚）
○景品企画件数 : 2,971件（ // 3,207件）
※第43回より収集方法を一部見直している。

企画内容	企画件数	被疑事案件数		
		会員	非会員	合計
購入バタ付	1,165	0	0	0
購入抽選	540	0	0	0
来場記念品	906	0	0	0
来場抽選	324	0	0	0
オープン懸賞	36	0	0	0
共同懸賞	0	0	0	0
合計	2,971	0	0	0

◎「第46回景品規約遵守体制強化月間」決定

【調査対象・調査期間】

- ①平成28年 春・夏合展及び統一個展のDM
- ②量販店等のチラシ：平成28年5～7月の内、最低1ヶ月間

◎「不当景品類及び不当表示防止法施行規則」及び「不当景品類及び不当表示防止法第8条（課徴金納付命令の基本的要件）に関する考え方」の成案公表される

不当表示を行った事業者に課徴金を課す制度が平成28年4月1日より景品表示法に導入されるのに先立ち、消費者庁は、1月29日付で「不当景品類及び不当表示防止法施行規則」及び「不当景品類及び不当表示防止法第8条（課徴金納付命令の基本的要件）に関する考え方」（課徴金ガイドライン）を公表した。

施行規則では、課徴金対象行為に該当する事実の報告方法や返金措置計画の認定申請の手續等が定められている。また、ガイドラインでは、課徴金額の算定方法や課徴金の対象とならない「相当の注意を怠った者でない」と認められる」場合の要件等についての考え方等が示されている。

◎改正景品表示法セミナーを開催(家電公取協主催)

日 時 平成28年3月16日（水）14:00～16:00
会 場 TKP田町カンファレンスセンター
講 師 消費者庁表示対策課課長補佐 染谷 隆明氏
参加人数 139名

景品表示法における不当表示のうち優良誤認・有利誤認表示を対象とした課徴金制度が本年4月1日から導入されることから、消費者庁表示対策課の染谷課長補佐を招き、制度の詳細についてのセミナーを開催した。

セミナーでは、先に公表された課徴金ガイドラインの内容を中心に、不当表示規制の原則等について事例を交えた解説があり、大変有意義なものとなった。講師からは「公正競争規約に参加している事業者が、その規約に沿った表示など、優良・有利誤認表示に該当しない表示をした場合には、課徴金納付命令が出されることはない」旨の説明もあり、家電公取協の存在の重要性を再認識した。



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先日、家電量販店でテレビを購入した際、チラシ上では「どんな古いテレビでも下取りします」旨の文言があり、店舗に行って交渉したら、「購入されるTVは、下取り対象外です」と言われた。何だか損した気分で購入した。「当社指定機種」の意味がよく分かりません。しっかりと「機種」を明記するべきだと思いました。
(越谷市 会社員)
- ②新聞一面を使ったA社のカーナビの広告ですが、メーカー希望小売価格が明記されているにもかかわらず、メーカー名も型番も分かりませんので、価格が適正かどうか確かめることができません。このような新聞広告はよく見かけますが、メーカー名と型番が記載されていない場合がほとんどです。製造物の責任がどこにあるか分からないのは問題ではないかと思います。
(さいたま市 専業主婦)
- ③B店のチラシへの意見ですが、ここまで来ると見る気もしなくなる。ポイント進呈、買取キャンペーン、まとめ買いでポイントアップ、下取りキャンペーン、有償・無償の長期保証などの文字が踊り、結局いくら払うか？ が全く分からない。商品価格の下には更に値引きすると書いてあるし、それぞれの詳しい内容は店頭で店員に聞け、とある。これほど分かりづらいチラシになってしまったのかと情けなくなる。もっと分かりやすく、いくらで買えるのかを明示してほしい。チラシの表示問題はどんどん大きくなっていると思う。
(春日部市 男性)

<編集後記>

2月18日開催の消費者懇談会では、高齢化社会に向けた家電店に対する期待の声が数多く寄せられました。また、『表示を正しく』の当協議会のシンボルマークに対しては、より認知度を高める必要性の声をいただきました。シンボルマーク認知のための普及活動を通して、より多くの方々に当協議会の活動に対して理解を深めていただきたいと思います。
(H.W)

公益社団法人
全国家庭電気製品公正取引協議会

〒105-0003 東京都港区西新橋2丁目8番11号
7東洋海事ビル10階

TEL:03-3591-6023 FAX:03-3591-6032

<https://www.eftc.or.jp/>

編集・発行人：石和利彦