



家電公取協ニュース

発行日 2018年11月26日

小売業部会各支部で「正しい表示 店頭キャンペーン」を実施

平成3年度より小売業部会支部活動の中心的事業として実施している「正しい表示 店頭キャンペーン」。小売業部会の各支部が、関係行政や消費者団体、製造業部会の協力を得て、各地区において小売事業者が配布するチラシや当該店舗における店頭表示状況をチェックし、小売業表示規約の普及・啓発や、違反の未然防止を図ることを目的に実施している。

今年度の全国共通調査項目は、店頭における自店平常（旧）価格との二重価格表示、チラシ価格表示と店頭価格表示の整合性調査及び期間限定表示の3項目。期間限定表示については、最近消費者庁や都道府県からの措置命令が増加している類型であり、店頭で具体的な期間の表示がない「期間限定」「今だけ」等の訴求があった場合に、その具体的な期間を確認した結果を報告することとしている。本号では、最近実施されたなかから、青森県支部、高知県支部の状況を紹介する。

《青森県支部》 実施日10月24日（水） 訪問店舗3店（うち会員1店）

当日は、小売業部会青森県支部から船渡支部長、山崎規約指導委員長、飯田事務局長の3名、行政からは青森県環境生活部の三上主事、製造業部会からは4名の総勢8名が参加し、各4名ずつ2班に分かれて、五所川原市内の会員1店舗、非会員2店舗を訪問した。

今回の調査項目は①店頭での自店平常（旧）価格との二重価格表示、②チラシ及び店頭における価格表示の2項目とし、参考調査として、プライスカードの2枚以上の重ね貼りや斜線等の取り消し線についても確認することとした。会員店については更に③「期間限定」等の表示、④シンボルマークの掲示についても確認した。調査対象はテレビ・冷蔵庫・洗濯機・エアコンの4品目とした。

調査の結果、①については、非会員店2店ともに二重価格表示となる比較対照価格の表示があった。また、うち1店では、1商品にメーカー・機種名の違う2枚のプライスが貼られていたケースもあり行政より改善の啓発を行った。会員店ではプライスカードの重ね貼りは多かったが、特に問題は見られなかった。

調査項目以外では、会員店のPOPにおいて消費者にとって紛らわしい表示がみられたため注意と修正をお願いした。②、③については特に問題は見当たらなかった。④についてははっきり掲示されていた。

事前の準備段階で、小売業支部が中心となって、行政や訪問店舗への事前説明を行ったこともあり、各店舗における調査はスムーズに行われた。同支部では、今後も行政のご指導ご協力のもと、正しい表示についての普及・啓発活動を推進していきたいとしている。



《高知県支部》 実施日11月8日（木） 訪問店舗3店（うち会員1店）

当日は、小売業部会高知県支部から岡林支部長、大原規約指導委員長ら3名、行政からは高知県文化生活スポーツ部の明神主幹、消費者団体からは高知県こうち生活協同組合四万十支社の朝比奈理事と岡本理事の2名、製造業部会5名の総勢11名で四万十市内の3店を訪問した。

今回の調査項目は、①自店平常（旧）価格との二重表示価格の有無、②チラシ及び店頭における価格表示の整合、③期間限定表示の具体的な期間確認、の3項目で、調査対象商品は、テレビ、冷蔵庫、エアコンの3品目とした。調査の結果、①に関しては特に問題は見受けられなかったが、②については非会員店でチラシ価格より高い店頭価格のものがあり、是正を要請し対応いただいた。また、チラシ掲載の商品が店頭に表示されていないものがあり、「処分済み」等の掲示対応を依頼した。③については会員店で「期間限定」としながらも未記入のものがあり記載を依頼し即時対応いただいた。

調査終了後、各店店長には小売業表示規約パンフレットと下敷き、家電業界の公正競争規約パンフレットを手渡し、規約に関する正しい表示の実践と徹底を依頼した。調査後の意見交換では、消費者団体から重ね貼りは消費者が簡単にめくられてしまい、元値との価格差が大きいことから価格不信をまねくのでは、等の意見があった。

なお、会員店においては、シンボルマークのポスターの掲示は徹底されていた。



◎平成30年度 正しい表示 店頭キャンペーン実施状況表

都道府県	実施月日	都道府県	実施月日	都道府県	実施月日	都道府県	実施月日
北海道	10月 4日	東京	1月29日	滋賀	11月15日	徳島	11月20日
青森	10月24日	神奈川	11月14日	京都	11月13日	高知	11月 8日
秋田	10月17日	山梨	12月20日	奈良	11月 6日	愛媛	11月 9日
山形	11月 6日	長野	11月21日	和歌山	11月 7日	福岡	10月11日
岩手	9月12日	新潟	11月 1日	大阪	11月14日	佐賀	9月19日
宮城	11月20日	静岡	10月25日	兵庫	11月 8日	長崎	11月 9日
福島	11月22日	愛知	10月 3日	鳥取	10月16日	熊本	2月20日
茨城	2月 8日	岐阜	10月12日	島根	9月11日	大分	11月21日
栃木	11月27日	三重	11月 8日	岡山	11月22日	宮崎	2月 6日
群馬	11月19日	富山	2月 6日	広島	10月22日	鹿児島	7月11日
千葉	1月24日	石川	9月19日	山口	11月20日		
埼玉	11月14日	福井	11月29日	香川	11月 2日		

(沖縄県は製造業支部が11月7日に実施)

小売業部会の動き

◎平成30年度 小売業部会 役員会・委員会新体制決まる

<役員会>

部会長 金谷隆平 (上新電機(株)代表取締役兼副社長執行役員)

副部会長 峯田季志 (全国電機商業組合連合会会長 山形県電機商業組合理事長)

<敬称略>

職名	氏名	団体名又は会社名及び役職名	職名	氏名	団体名又は会社名及び役職名
役員	牧野伸彦	全国電機商業組合連合会副会長 京都府電機商業組合理事長	役員	小谷野薫	(株)エディオン 取締役専務執行役員
役員	伊藤 茂	全国電機商業組合連合会副会長 愛知県電機商業組合理事長	役員	鈴木一義	(株)ケースホールディングス 専務取締役
役員	尾藤武士	全国電機商業組合連合会副会長 広島県電器商業組合理事長	役員	鍋島賢一	(株)ノジマ 取締役兼執行役
役員	天野一光	全国電機商業組合連合会副会長 山梨県電機商業組合理事長	役員	川村仁志	(株)ビックカメラ 代表取締役副社長
役員	北原國人	全国電機商業組合連合会理事 長野県電機商業組合理事長	役員	藤沢和則	(株)ヨドバシカメラ 副社長

<本部規約指導委員会>

委員長 北原國人 (全国電機商業組合連合会理事 長野県電機商業組合理事長)

副委員長 高橋 修 (株)ケースホールディングス CSR部 部長)

<敬称略>

職名	氏名	団体名又は会社名及び役職名	職名	氏名	団体名又は会社名及び役職名
委員	牧野伸彦	全国電機商業組合連合会副会長 京都府電機商業組合理事長	委員	加藤孝廣	(株)エディオン 法務部 特別顧問
委員	伊藤 茂	全国電機商業組合連合会副会長 愛知県電機商業組合理事長	委員	馬場正臣	(株)ノジマ 販促企画グループ長
委員	天野一光	全国電機商業組合連合会副会長 山梨県電機商業組合理事長	委員	西谷貴史	(株)ビックカメラ 法務部 係長
委員	加藤 博	全国電機商業組合連合会理事 埼玉県電機商業組合理事長	委員	三嶋達也	(株)ヨドバシカメラ 販売本部 副本部長

小売業部会の動き

◎平成30年9月度本部規約指導委員会を開催

平成30年9月20日（木）に開催され、冒頭、委員長等の選任を行い、委員長に北原國人氏（長野県電機商業組合理事長）、副委員長に高橋修氏（ケースホールディングス）が再任された。委員会では、平成30年6月度本部チラシ調査結果、小売業表示規約違反被疑事案処理（口頭注意2件）について審議を行い、いずれも承認された。

◎平成30年11月度本部規約指導委員会を開催

平成30年11月6日（火）に開催され、平成30年12月度本部チラシ調査の概要検討が行われ、チラシ収集期間は11月30日（金）から12月16日（日）まで、調査項目は規約第3条、第4条、第5条及び価格付記等の掲載割合となった。また、前回調査に引き続き、ネット通販画面調査も併せて行うこととした。被疑事案処理は、小売業表示規約、景品規約とも違反がなかったことが報告され、承認された。

◎小売業表示規約検討WGを開催

小売業表示規約の見直しを行っている小売業表示規約検討WGの第12回会合が平成30年10月4日（木）に開催され、二重価格表示や二重価格表示に類似する表示の規制、打消し表示の文字の大きさに関連する検討が行われた。

◎平成30年6月度本部チラシ調査結果まとまる

調査期間	平成30年6月22日（金）～7月8日（日）
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 41枚 ②対象品総掲載数 2,863機種（9品目の合計） ③違反件数 規約第3条違反 0件、規約第4条違反 0件、規約第5条違反 0件 ④参考：価格等付記掲載状況 5,935機種中1,395機種（23.5%）

全体の動き

◎平成30年度シンボルマークキャンペーン締切迫る

当協議会では、シンボルマーク「ただしちゃん」と家電公取協の取り組みを多くの一般消費者に知っていただくためのクイズキャンペーンを10月1日から実施している。

11月30日まで実施しているのは、シンボルマークキャラクターのデザインと家電公取協の活動内容をクイズ形式で出題し、正解した人の中から抽選で商品券等をプレゼントする「ただしちゃん」クイズキャンペーン。家電公取協ホームページのキャンペーンサイトから応募できる。また、同キャンペーン終了後、平成31年2-3月には今年度2回目の一般消費者向け企画として、シンボルマークの写真を撮影しSNSで応募してもらうキャンペーンも計画している。



表示を正しく
家電公取協

◎新たな消費者モニター体制がスタート

家電公取協では、公正競争規約の適正な運用に資するため、消費者モニター制度を設けているが、従前の消費者モニター体制となって4年が経過したことから、今般、インターネットを活用して幅広い公募を行い、796名の応募者の中から200名を採用した。

なお、新たな消費者モニター体制においては、アンケートの配付・回収や集計の効率化を図るため、従来の郵送方式からWeb方式によるアンケートに変更する。

◀新モニターの構成▶

	首都圏	近畿圏	合計
女性	67名	36名	103名
男性	62名	35名	97名
合計	129名	71名	200名

製造業部会の動き

◎全国支部活動連絡会議を開催

製造業部会は平成30年10月19日（金）、家電公取協において全国支部活動連絡会議を開催した。全国10支部から各支部長代理、本部から松尾勝専務理事をはじめ各専門委員会の代表が参加し、支部相互及び支部と本部間における諸課題に対する認識の共有化を図るとともに、事業活動の効率化推進を主なテーマとして活発な意見交換を行った。今回は、より深掘りでの議論を行うため、支部側・本部側とも出席者数を絞り込んでの開催となった。



冒頭、松尾専務理事より「一般消費者が安心して商品選択できるためには、行政と家電公取協のような規約運用機関、消費者団体の連携が不可欠だ。各支部において事業計画に消費者団体との連携に言及しているケースが少ないので、その必要性、重要性を改めて意識してほしい」旨の挨拶があった。

【当日のテーマ】（順不同）

○協議会・本部委員会報告

○各支部活動報告

- ・平成30年度事業計画に対する前半の活動まとめ
- ・同 後半の活動ポイントについて
- ・取組み項目における課題、工夫、要望等

○ディスカッション

- ・景品規約遵守体制強化月間における集計方法について
- ・正しい表示 店頭キャンペーンへの支援について（公共交通機関の利用、行政・消費者団体等の参加推進）
- ・行政との連携強化について

◎「流通・取引慣行ガイドラインQ&A」に関する説明会を開催

	開催日時	会場	参加人数
大阪会場	平成30年 8月29日(水) 14:00~16:00	中央電気倶楽部（大阪市）	84名
東京会場	平成30年10月11日(木) 13:30~16:00	TKPガーデンシティ 渋谷 （東京都）	158名
講師（2会場共通） 取引公正化推進研究会 荻野晃弘委員、小笠原慶紀委員			



▲東京会場にも多数の参加者が集まった。

取引公正化推進研究会では、垂直的制限行為（主にメーカーが取引先である小売事業者等の販売価格や取扱商品、販売地域、取引先等を制限するもの）について独占禁止法違反に該当するか否かの判断基準として公正取引委員会より示されている「流通・取引慣行ガイドライン」について、理解の一助となるようQ&Aを作成している。同ガイドラインが平成27年から29年にかけて立て続けに改正されたことに対応し、Q&Aも内容を改訂してきたが、今般、ガイドラインの趣旨を解説・周知する目的で説明会を開催した。

説明会には、会員企業の営業部門、管理（スタッフ）部門、法務・コンプライアンス部門、渉外部門等から多数参加があり、講師からも丁寧かつ具体的な事例に即した解説があった。参加者からは「とても分かりやすかった」「実践的で参考になった」との声が多数寄せられた。

◎「第50回景品規約遵守体制強化月間」の結果まとまる

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、参考事例を抽出・蓄積しての「事例集」による研修会を開催している。

今回、会員の規約違反被疑事案、非会員の景品表示法違反被疑事案の行政への情報提供はいずれも0件であった。

【結果概要】

○期間：平成30年5～7月 ○チラシ・DM収集総枚数：2,105枚

○うち景品付枚数 1,314枚 ○景品企画件数 1,489件

◎「第51回景品規約遵守体制強化月間」を実施

【調査対象・調査期間】

①合展及び統一個展のDM：平成30年秋・冬実施分

②量販店等のチラシ：平成30年10～12月のうち、最低2週間

企画内容	企画件数	会員の規約違反被疑事案件数
購入バタ付	695	0
購入抽選	244	0
来場記念品	371	0
来場抽選	178	0
オープン懸賞	1	0
共同懸賞	0	0
合計	1,489	0

<編集後記>

シンボルマーク「ただしちゃん」の認知度UPを目的としたキャンペーンも、今年で3年目となりました。認知度は着実に向上していると思いますが、もっともっと多くの方々に知って頂くために、引き続きWebやチラシ・カタログへの掲載、ポスターやステッカーなどを活用した露出度UPのご協力をよろしく願いいたします。

(H・Y)

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：伊藤則之