



家電公取協ニュース

発行日 2019年3月25日

「第24回消費者懇談会」を大阪で開催

平成31年2月22日（金）、中央電気倶楽部（大阪市）にて「第24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大阪では2年ぶりの開催となった。

会の冒頭、協議会を代表して中島会長代理（理事 パナソニック㈱常務執行役員）より、「今年はエボックメイキングな年で5月には元号が変わり、10月には消費増税も控えている。平成を振り返ると家電製品は大きく進化した。例えば、テレビはブラウン管から薄型になり、画質も2Kから4Kや有機ELになった。ロボットやIoT、AIが搭載される製品も増えてきた。このように家電製品は大きく進化しているが、基本にあるのはお客様のお役に立ててなんぼということだ。しっかりとルールを守ってビジネスをしていきたいと考えている。本日は、忌憚のないご意見を伺い、今後の運営に役立てていきたい」旨の挨拶があった。

また、松尾専務理事からは、家電公取協の概要、消費者関連活動、最近の活動内容等についての説明が行われた。懇談会は第一部を製造業部会、第二部を小売業部会として二部構成で進められ、活発な意見交換がなされた。

閉会にあたり峯田副会長より、「消費者にとっては安いということが最高の魅力であることは承知しているが、モノの時代からコトの時代に大きな変化が訪れる中で、“まちのでんきやさん”としても肝に銘じてしっかり取り組んでいかないといけない。今後も家電業界に対する叱咤激励をお願いしたい」旨の挨拶があった。

《製造業部会関連》

製造業部会関連では「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」という懇談テーマのもと、以下の貴重なご意見をいただいた。

- ・メルカリやフリマなど消費者同士の取引が多くなり、取扱説明書がなく、ホームページ上で探したい項目をなかなか探せない。検索機能の充実をお願いしたい。
- ・最近「続きはホームページで」というものが多いが、高齢者も多くみんながインターネット環境があるわけではないので、取扱説明書に書いて欲しい。
- ・製品を作る人が取扱説明書を作っていたのでは、その方はわかっている、消費者はわからない。温度差を感じる。
- ・カタログは文字の量が多く、難しいと感じる。特にテレビやオーディオ関連だと言葉も難しい。
- ・細かな注釈や試験方法などは、読まないのでも後半にまとめて表記してもらい、カタログの中には、知りたい情報を載せていただきたい。
- ・カタログを見るとタレントやCMキャラクターが半分を占めている。それにスペースを使うなら文字を大きく、わかりやすい表記にして欲しい。
- ・「よくあるお問い合わせ」の横に、QRコードを付けているとの話があったが、ずっと表示が変わらずに10年後も使えるのか。

当日の出席団体およびご出席者名（順不同）

＜消費者団体＞

公益社団法人 全国消費生活相談員協会	理事 関西支部長	澤村 美賀様
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	西日本支部 副支部長	糸島 節子様
	西日本支部 委員	経堂 洋子様
特定非営利活動法人 関西消費者連合会	消費者相談室長	砂田八寿子様
特定非営利活動法人 消費者支援機構関西	理事・事務局長	元山 鉄朗様

＜行政ご来賓＞

消費者庁 表示対策課	規約担当課長補佐	猪又 健夫様
公正取引委員会事務局 近畿中国四国事務所	取引課長	中井 奨 様
経済産業省 近畿経済産業局 産業部 消費経済課	課長補佐	山中 和広様
大阪府消費生活センター	課長補佐	山田 昇 様

＜家電公取協＞

会長代理（理事）	中島 幸男
副会長	峯田 季志
副会長	金谷 隆平
製造業部会 広告委員会 委員長	鈴木 庸一
製造業部会 表示委員会 委員長	秋月 美紀
製造業部会 景品委員会 委員長	関 昌央
小売業部会 本部規約指導委員会 委員長	北原 國人
小売業部会 本部規約指導委員会 副委員長	高橋 修
専務理事	松尾 勝
事務局長	伊藤 則之

- ・ホームページ上の広告を消費者の申し出を受け訂正する場合は、一般消費者にも訂正告知をしたほうがいい。

このような意見に対し、製造業部会各委員長より回答を行った。

鈴木広告委員長からは、カタログなどの注釈表示については、消費者モニターアンケートを実施し、消費者の皆様が、どのように思っているかを冷静に見て、カタログ作りに活かしていること。また、近接に表示しないとお客様が不信感を持たれることもあるので、バランスをとっていききたいと考えているとの説明があった。

続いて、秋月表示委員長より、家電公取協では取扱説明書について必要表示事項を定めている。また、読みやすさやわかりやすさについては、例えば担当以外の者が取扱説明書を見てチェックしたり、社内コンテストを活用しながら、各社レベルアップの努力をしている。ただ、全部書こうとすると厚くなってしまいうため、皆様のご意見を参考にしながら読みやすさやわかりやすさを向上させていきたいとの説明があった。

最後に、両委員長から、今回の貴重なご意見は、委員会で各社に伝え、改善できるところは改善できるよう検討していきたいとの発言があった。

《小売業部会関連》

小売業部会では「消費者の誤認を招かない、選ばれる家電店になるために」の観点より、①「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」②「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」を懇談会テーマとして、以下のような貴重なご意見をいただいた。

- ・「正しい表示 店頭キャンペーン」に参加した際に店頭にあった「他店徹底対抗」の表示はどこのお店と何を対抗しているのか紛らわしい。
- ・「期間限定」と表示されているが、その期間が書いておらず紛らわしい。
- ・テレビ通販などで「30分以内ならいくらで、30分を過ぎると元の値段に戻ります」などといった消費者を言葉でおおるようなことに関して規制してほしい。
- ・お店に行くと、買いたい商品ではない商品を勧められたりしてこちらが求めている答えが返ってこないことがある。
- ・チラシを見て買いに行くと売り切れているケースがある。また、カタログも置いてないことがある。
- ・ただしちゃんはチラシ等にマークを入れたりしているが、それが何で、どういう取り組みをしているのかをPRしないとメリットにならない。
- ・ネット通販は消費者に良いことだけでなく、デメリット表示もしてほしい。

- ・災害時において量販店や地域店には、どんなことをしてもらえるのか教えてほしい。

こうしたご意見を受け、金谷副会長より、通販等におけるあおり販売については非会員の表示と思われるが、会員事業者は規約に準じて表示を行っており、消費者が誤認しないよう心がけているのでご理解いただきたいとの説明があった。また、「期間限定の期間不明」「商品の売り切れ」「カタログが常備されていない」「社員やメーカー説明員の販売時の不適切な対応」といった、販売する側としての接客時にあってはいけないことについてはあるべき姿を社内で徹底するとした。

また、ただしちゃんマークについては今後も一層のPRに努める旨の説明があった。災害時の対応については、金谷副会長からは、昨年の台風や震災の際に社員の安全を確認しながら、店外での商品販売やHPを通じての情報発信をしたこと、峯田副会長からは災害時の対応で地域のお客様から安心安全という点で信頼されている地域店の紹介があった。また北原委員長からは、熊本の震災時に太陽光の電気ニュースを流すなど地域のお客様に喜ばれたお店の紹介があり、地域店もお客様のためになることをしようと提唱しているとの発言があった。

《ご挨拶要旨》

消費者庁表示対策課 猪又課長補佐

消費者庁としては、違反事業者を公表する措置命令の件数が29年度は50件と設立以来最高件数となり、今年度もすでに25件となっております。行為の内容も「十分な根拠のない将来価格を比較対照価格とした不当表示」を措置命令として公表し、また常時同じ価格で売なのに「今だけお得ですよ」といって表示したのも措置命令をしております。

公正競争規約制度の取組みに関しては、家電公取協は他業界の見本となっておりますし、我々が取り組むべき認知度向上という点でも貢献していただいております。

本日の皆様のご意見をお聞きし、消費者目線の見方からするとまだまだ改善点があると思いますので、今後の公正競争規約の見直しや認定の際に参考にしたいと考えております。

経済産業省 近畿経済産業局 消費経済課 山中課長補佐

最近、消費者相談室に、修理を依頼したところ部品が無いという相談が増えています。昔と比較すると商品サイクルも短く、部品管理も大変かと思いますが引き続きご協力をお願いします。

また、最近QRコードを使って決済すると20%還元というキャンペーンがあり、1万円のものが実質8,000円で買えたが、キャンペーン終了後にその商品が8,300円で売られていたというクレームがありました。

10月の消費税増税の景気対策の1つとして、クレジットカードやQRコードなどで決済すると5%のポイント付与が受けられるという施策が行われます。この制度はやや複雑なので内容を十分ご確認の上ご協力をお願いします。

公正取引委員会近畿中国四国事務所 中井取引課長

今回、貴重な機会をいただきまして消費者の立場からの忌憚のないご意見、そして、家電公取協からの真摯なご回答を拝聴しました。闊達な議論を行い改善に取り組むことが今後の業界の発展につながると感じました。

先日、公正取引委員会は「消費者向けeコマースの取引実態に関する調査報告書」を公表しました。市場拡大するeコマースでの独占禁止法上の考え方を示したものです。

デジタル化の進展がめまぐるしく、それらを活用した製品・サービスが今後も登場してきます。そのような新しい製品・サービスにも適切に対応し、引き続き公正競争規約の適正な運用を通じて、健全な競争、さらには消費者利益の確保に努めていただきたいと思います。

大阪府消費生活センター 山田課長補佐

大阪府消費生活センターは、昭和44年設立で今年50周年を迎えました。消費者からの相談を受け付け、解決を図っているほか、商品テストを行う国民生活センター的な機能も有しています。

当センターは他府県と違い法執行も行っております。法執行の三本柱は、景品表示法と特定商取引法、そして大阪府消費者保護条例で、口頭注意や勧告のみならず措置命令の権限も有しています。大阪府保護条例第17条では、不当な取引行為を禁止しており、市町村の消費生活センターに入った苦情についても適時確認し、その情報を端緒として調査に着手しています。当センターの役割に関しまして今後ともご理解・ご協力を宜しくお願いいたします。

小売業部会の活動

◎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14回会合が平成31年2月6日（水）に開催された。同会合に先立って行われた消費者団体との意見交換会で出たご意見等を受けて「打消し表示の文字の大きさに関する規制」の検討等が行われ、規約変更最終案の取りまとめが行われた。

◎本部規約指導委員会を開催

平成31年3月8日（金）に、本部規約指導委員会が開催された。平成30年12月度本部チラシ調査結果、規約違反処理報告（2件）、次年度事業計画（案）、小売業表示規約変更案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30年度店頭キャンペーンの実施結果、第24回消費者懇談会についての報告が行われた。

◎平成30年12月度本部チラシ調査結果まとまる

調査期間 平成30年11月30日（金）～12月16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 32枚
- ②対象品総掲載数 2,068機種（9品目の合計）
- ③違反件数 規約第3条違反 2件
規約第4条違反 1件
規約第5条違反 0件
- ④参考：価格等付記掲載状況 4,988機種中1,072機種（21.5%）

製造業部会の活動

◎「第51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10～12月

○チラシ・DM収集総枚数：1,624枚

○うち景品付枚数：818枚

○景品企画件数：1,992件

企画内容	企画件数	会員の規約違反被疑事案件数
購入ベタ付	770	0
購入抽選	289	0
来場記念品	627	0
来場抽選	276	0
オープン懸賞	30	0
共同懸賞	0	0
合計	1,992	0

◎「第52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：2019年春・夏実施分

②量販店等のチラシ：2019年5～7月のうち、最低2週間

全体の活動

◎「ただしちゃんを探そう」キャンペーン締切迫る

シンボルマーク「ただしちゃん」の写真を、SNS（Instagram、Twitter）上にアップしていただいた一般消費者の中から抽選で商品券をプレゼントする「ただしちゃんを探そう」キャンペーンを2月1日から3月31日まで実施している。

今回のキャンペーンは、家電公取協のシンボルマーク「ただしちゃん」をより多くの一般消費者に知っていただくとともに、「ただしちゃん」を投稿者のフォロワーにも拡散させることが狙い。当協議会のホームページや公式Facebookページのほか、会員各社のホームページでのバナー広告、懸賞サイト、懸賞雑誌などを通じて、告知を行っている。

「ただしちゃん」を撮影してSNSに投稿しよう！

「ただしちゃん」を探そう！
キャンペーン実施中。

— キャンペーン応募期間 —
2019年2月1日 金 ~ 3月31日 日 23:59まで

表示を正しく
家電公取協会

◎平成30年度支部規約研修会実施状況

開催日	支部	出席者数	規約
6月4日	(製)東海	31名	景品
8月7日	(製)北海道	12名	景品
8月23日	(小)北陸3県	95名	小売表示
9月7日	(製)東北	25名	景品
9月14日	(製)九州	14名	景品
11月2日	(製)関東	18名	景品・小売表示

開催日	支部	出席者数	規約
1月17日	(小)北海道	44名	小売表示
1月24日	(製)沖縄	19名	景品
2月1日	(製)東海	16名	景品
2月19日	(製)北陸	46名	景品
2月21日	(製)東海	46名	小売表示
3月19日	(製)中国	21名	小売表示

※（製）は製造業部会、（小）は小売業部会を指す。

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 最近取扱説明書がメーカーホームページからダウンロードできるところが増えてきていて、便利かつメーカーの誠実な姿勢を感じる。購入する際に事前に取扱説明書を読むこともできることから、購入前の検討にも取扱説明書を活用していきたい。（さいたま市 会社員）
- ② 派手な折り込み広告や新聞の一面を使った広告などで、高額な価格を設定しておいて、いかにも値引きによって安くしているかのような価格で販売する手法が横行している。良心的な家電量販店の取り組みの一方で、こうした販売方法で消費者に不利益をもたらしている業者を取り締まらないのは問題だと思う。（さいたま市 専業主婦）
- ③ 昨今ではネットでも誇大広告が多く、消費者がもっとしっかりと知識を持ってその商品の品質を見極める必要があると感じました。どこかで見たことあるけど何だっけ？と感じていたのがただしちゃんのキャラクターでした。LINEスタンプで普及活動をしたり、クイズ番組で取り上げるなどもっと若い世代に適正表示の必要性を知ってほしいと感じました。（座間市 専業主婦）

<編集後記>

2月に消費者懇談会を開催しました。毎回貴重なご意見を頂戴するとともに、家電公取協の活動も深くご理解頂ける大変貴重な機会となっています。家電製品は今年も多くの新製品が発売されると思いますが、消費者の購買方法はどんどん変化して行くことでしょう。人生100年時代、いつの世も安心・安全にお買物ができる世の中でありたいものです。（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