



家電公取協ニュース

発行日 令和2（2020）年3月30日

「第25回消費者懇談会」が名古屋で開催される

当日の出席団体およびご出席者名（順不同）

<消費者団体>

愛知県消費者団体連絡会	幹事	中村 敏子様
愛知県地域婦人団体連絡協議会	会長	河野 ともえ様
愛知消費者協会	会長	吉田 典子様
公益社団法人全国消費生活相談員協会 中部支部	副支部長	稲垣 祐子様
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 中部支部	支部長	星野 不二雄様

<行政ご来賓>

消費者庁 表示対策課	規約担当課長補佐	伊藤 武利様
公正取引委員会事務総局 中部事務所	取引課長	池内 裕司様
経済産業省 中部経済産業局 産業部	消費経済課長	出村 嘉朗様
愛知県 県民文化局 県民生活部 県民生活課	課長補佐	小椋 隆廣様

<家電公取協>

会長代理（理事）	松本 匡
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	朝山 陽介
製造業部会 表示委員会 委員長	石森 彰
製造業部会 景品委員会 委員長	川又 信夫
小売業部会 本部規約指導委員会 委員長	西谷 貴史
小売業部会 本部規約指導委員会 副委員長	牧野 伸彦
専務理事	松尾 勝
事務局長	松本 恭典

令和2年2月21日（金）、ウインクあいち（名古屋市）にて「第25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、幅広くご意見やご要望を頂戴して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5団体に出席いただき名古屋では6年ぶりの開催となった。

会の冒頭、協議会を代表して松本会長代理（理事 三菱電機（株）常務執行役）より、「家電の国内市場は、安定した買替え需要に支えられた白物家電や高付加価値商品へのシフトが進むAV機器を両輪として、さらなる需要拡大が想定されている。さらにはAIやIoT、5Gといった新技術を活用した製品も増えている。インターネット利用者が年々増加し、商品購入が多様化していく環境変化の中では、お客様にわかりやすく正しく情報を伝えることがますます重要になる。シンボルマークに恥じぬよう、家電公取協の使命である『消費者の適正な商品選択と業界の公正な競争の確保』を着実に果たしていきたい。本日はみなさまから忌憚のないご意見をお聞かせいただき、今後の当協議会の活動に役立てていきたい」旨の挨拶があった。

続いて、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。

◎製造業部会 懇談会主旨

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』『スマートフォンの表示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。

- スマートフォンでは小さな文字では読み飛ばしがちなため、重要なことは大きくわかりやすく表示して欲しい。知りたいことが一目で判り、必要に応じ奥の階層で細かい情報を調べられる、といった階層・ステップ別の構成が良いと思う。
- 若い人たちは、様々なWEB情報を使いこなしているが、そうでない人々への配慮も必要。最近は高齢者でもスマートフォンを使う人が増えている。例えば情報に詳しい人とそうでない人とで入口を分けるといった方式にはどうか。
- 全ての人々がWEB情報を使いこなしている訳ではない。カタログをはじめ、基本となる紙媒体はしっかりとわかりやすくして欲しい。
- 重要な情報は他の情報と棲み分けして、「ここにある」とすぐわかるようにして欲しい。
- 消費者相談の際に、WEB上の取扱説明書や音声・画像情報を見ながら行う場合も多く、このような形で情報公開されているのがあるがたい。
- 最近の取扱説明書は分冊化（簡単ガイド⇔本編）が進んでおり良くなっていると思う。
- 家電公取協シンボルマークに関しては、知らない人が多いと思う。もっとPRしても良いのではないか。
- 近所の販売店に行ってシンボルマークを探したが見つからなかった。店内では装飾物等に埋没するので、入口周辺を活用してはどうか。

このようなご意見に対し、製造業部会各委員長、松尾専務理事、松本会長代理より回答を行った。

朝山委員長代理からは、広告委員会として「必要な情報は何か」を絞り込み、適切で十分な情報提供の在り方をさらに検

討していくこと、WEB上の情報提供よりも、まずはカタログ等紙媒体を最優先に、しっかりとわかりやすい情報提供を心掛けていること等を説明した。

次に、石森委員長からは、カタログを中心にいただいたご意見は取扱説明書にも当てはまる面があり、参考にしてわかりやすい取扱説明書作りを進めていくこと、業界横断的な取扱説明書等の協会によるセミナー開催等で会員の啓発に努めていること等を説明した。

松尾専務理事からは、シンボルマークの認知度向上に関し、本日のご意見をベースにさらに検討を加え、最終的には消費者が安心して商品選択をしていただける環境作りを目指し真摯に取り組んでいくとの説明を行った。

最後に、規約とは直接関連のないご意見として、製品の寿命表示や商品選択のポイントと関連した製品開発への意見があったため、松本会長代理より、最近では、例えばAI・IoT化の流れにより、使用者に合った使い方が出来る冷蔵庫も出ていること等を説明の上、本日のご意見は今後の製品開発のヒントにさせていただきたいとの発言があった。

◎小売業部会 懇談要旨

小売業部会では「『チラシや店頭（接客を含む）において課題と感ぜられること（わかりにくいこと、表示内容が実際と違うことなど）』『家電製品通販において課題と感ぜられること（表示上の問題点とルールの厳格化の必要性など）』」を懇談テーマとした。ご意見の一部を紹介する。

- 製品の良い部分ばかりを強調し、「今だけ」と買替えをおおる広告がTVで目立つが、性能や価値、安全性など必要な情報が欠けている。
- 昨年9月の増税前に、某店でテレビを期間限定特価で販売していたが、増税後の11月も1月も同じ価格だった。景表法上、問題はないのか。
- チラシに「取付工事費は別途」と小さい文字で書いてあるが、目安の費用がわからない。また、製品価格の安さばかりに目が行き、それ以外の情報がわかりにくい。
- 店毎に色々なポイント還元があり複雑だ。ガイドラインはあるのか。
- 通販等で高額な下取りの訴求があるが、長期間使用され製品価値もなくなったようなものまで下取りするのだろうか。単純に値引きということではないのか。
- たくさんのおまけ付きで販売している店があるが、おまけにルールはあるのか。
- 規約は会員のルールとのことだが、非会員の表示への対応はどのように考えているのか。

以上のご意見を受け、金谷副会長、西谷委員長、松尾専務理事より次のとおり回答があった。 /

- 会員は規約に基づきわかりやすい表示に努めている。ただしちゃんマークのお店で安心して買い物をしてほしい。
- 「今だけお得」と表示しているながら増税後も同じ価格というのは、事実と反しているということになり、景表法上問題となるおそれがある。
- エアコン設置工事費について、店頭では入念に状況を確認し、わかりやすい見積書を作成している。
- ポイント還元率については、各社の営業施策なので一律にガイドラインで規制されているわけではない。
- 一般論として、壊れていても6万円を下取りして、10万円の商品が4万円となるのであれば、普通は4万円が販売価格とみられる。ご指摘のような下取り値引きの場合は、下取り後の価格が販売価格であるのご理解いただければよいのではないかと考えている。
- 購入者全員に提供するおまけは景品規約のルールで、購入額の20%以内、抽選は購入額の20倍以内かつ最高10万円、総売上額の2%以内と規定している。
- 非会員に対して規約を適用することはできないが、我々がきちんと規約を守り、また一般消費者も業界の商慣行となっていると認識頂ける状況になれば、私見ではあるが、消費者庁が景表法を運用するときに、このような事情も勘案、参酌されるのではないかと考えている。

最後に、牧野副委員長から関係省庁、業界、消費者が一体となつての規約の普及啓発について、峯田副会長から地域店の「高齢社会のサポート」や「省エネ製品普及による環境問題への取組み」について話があった。

来賓ご挨拶

消費者庁 表示対策課 伊藤課長補佐

公正競争規約は、基本的には参画する事業者に適用されるものですが、参画していない事業者は何をやってもいいというわけではなく、消費者庁では、問題のある表示を行っている事業者に対し景品表示法に則つて措置命令を出しています。消費者のための正しい表示をしていくという意味で、多くの事業者が仲間になっていただき、家電公取協で取り組まれていくのが良いのではないかと思います。

家電公取協では、業界の動向や取引の実態に応じて規約を適宜見直していただくなど、日頃からしっかり取り組んでいただいておりますが、本日の皆様からのご意見を参考にさせていただき、今後も消費者にとってよりわかりやすい表示に取り組んでいただきたいと思います。

経済産業省中部経済産業局 出村課長

私どもの所管は、主に通信販売等を規制する特定商取引法、クレジット会社等を所管する割賦販売法などです。

最近の消費経済の環境では、若者の高齢者に対する詐欺等を危惧しており、また少額決済もできるキャッシュレスも意識して頂ければと思います。

私どもに寄せられる相談は全国で7千件強、その7~8割が契約関係です。製品関連は7%ほどですが、サービス対応の件が多いです。

通販については、商品情報・契約解除事項・連絡先等の表示は特商法・ガイドラインの規程もあり、消費者にわかりやすい表示をお願いします。

本日のご意見等をお聞きして、規約・製品安全等を推進するには、消費者・事業者・行政の一体化が重要だということ再認識しました。

公正取引委員会事務総局 池内課長

公正取引委員会は、昨年10月に「デジタルプラットフォーム取引慣行等に関する実態調査報告書」、また、昨年12月に、「デジタル・プラットフォーム事業者と個人情報等を提供する消費者との取引における優越的地位の濫用に関する独占禁止法上の考え方」を公表しました。

昨今、新たなビジネスモデルも盛んになってきております。家電公取協には、引き続き公正競争規約の適正な運用を通じて、新たなサービスなどにも適切に対応していただき、消費者の利益の確保に努めていただければと思っております。また、公正取引委員会としても、相談、情報提供などを受け付けており、消費者庁へ迅速に報告させていただいておりますので、ご活用いただければと思います。

愛知県 県民生活課 小椋課長補佐

本県では、消費生活総合センターを設置して消費生活のトラブルに関する相談を受け付けています。家電製品に関する相談は件数としては少ないですが、製品が故障したときの対応に関する相談がときどき寄せられます。

寄せられる相談の中には、消費者側の誤解によるものと考えられる相談も多くあります。そのような誤解が生じた原因を考えると、店頭やカタログの表示から受ける印象により消費者が高い期待を持ったためではないかと思われる。そのときの表示がわかりやすければ、そのような誤解はそもそも生じないと思います。

引き続き表示の適正化等を図り、安全で安心できる消費生活の確保に努めて参りますので、よろしく願いいたします。

小売業部会の活動

◎小売業表示規約変更説明会を各地で開催

令和元年12月3日に施行された小売業表示規約変更についての説明会が、全国各地で開催されている。地区連絡会単位での説明会は、昨年未までに開催された東北地区、北陸地区に続き、1月以降は北海道地区（1月8日、参加人数44人）、九州地区（1月20日、20人）、関東・甲信越地区（2月7日、46人＝写真）、四国地区（2月13日、12人）、中国地区（2月17日、15人）で実施。このほか、個別加入法人向け説明会や製造業部会向け説明会も開催されている。説明会は、①公正競争規約について（景品表示法との関係、規約制度の概要など）、②規約、施行規則、運用基準の変更点の説明及び事例写真を用いた小売業表示規約の内容解説の二部形式で、説明会用に作成された解説資料に基づき、詳細に説明された。各会場とも、今回の変更の主眼である二重価格表示関連や打消し表示関連について活発な質疑応答が行われた。



◎本部規約指導委員会を開催

令和2年3月度の本部規約指導委員会は、新型コロナウイルスの感染拡大防止のため、書面により審議が行われた。小売業表示規約におけるネット通販画面の取扱い（案）、店頭キャンペーン実施要領変更案、令和元年12月度本部チラシ調査結果（案）（別掲）、規約解説書等改訂案、次年度事業計画（案）について審議が行われ、原案どおり承認された。また、規約違反処理報告（1件）、令和元年度店頭キャンペーンの実施結果、規約変更説明会実施状況、第25回消費者懇談会、消費者庁への景表法違反被疑事案申告についての報告が行われた。

◎令和元年12月度本部チラシ調査結果まとまる

調査期間 令和元年11月29日（金）～12月14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 31枚

②対象品総掲載数 2,094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 4,419機種中630機種（14.3%）

◎会員の入会

令和元年度第5回理事会にて次のとおり入会が承認された。（入会日は令和2年2月1日）

入会 ハイアールジャパンセールス(株)（製造業部会）

※これにより製造業部会の会員数は正会員38社・特別会員8団体となる。

製造業部会の活動

◎「第53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：令和元年10～12月
- チラシ・DM収集総枚数：1,228枚
- うち景品付枚数：692枚
- 景品企画件数：1,793件

企画内容	企画件数	会員の規約違反被疑事案件数
購入ペタ付	722	0
購入抽選	283	0
来場記念品	565	0
来場抽選	206	0
オープン懸賞	17	0
共同懸賞	0	0
合計	1,793	0

◎令和元年度支部景品規約研修会実施状況

令和元年度の支部における景品規約研修会は、右記の4支部で実施した。

参加者は支部委員のみでなく、広く各社の販促責任者、担当者等の出席があった。

なお、一部の支部では、他の規約や消費税率の引上げに伴うQ&Aについての説明も併せて実施している。

開催日	支部	出席者数
9月6日(金)	(製造)東海	28名
1月23日(木)	(製造)九州	5名
1月24日(金)	(製造)沖縄	22名
2月17日(月)	(小売)三重県	37名

全体の活動

◎「ただしちゃんを探そう!2020」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!2020」キャンペーンを2月1日から3月31日まで実施しています。

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です。当協議会のホームページや公式Facebookページのほか、SNS広告、会員各社のホームページでのバナー広告、懸賞サイトなどを通じて告知を行っています。

「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!2020」

キャンペーン実施中。

— キャンペーン応募期間 —

2020年2月1日(土)～3月31日(火) 23:59まで

表示を正しく
家電公取協会

<編集後記>

名古屋で6年ぶりに開催された消費者懇談会。消費者団体の皆さんから、日頃の身の周りの表示や広告、景品等について貴重なご意見を頂いたが、その中で「ただしちゃん」については「チラシ等で見かけるが何のマークなのかはわからない」というご意見を頂き、改めて今後もシンボルマークの認知度向上の取り組みを続けていく必要性を強く感じさせていただいた(N.C)

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：松本 恭典