



家電公取協ニュース

発行日 令和5（2023）年3月24日

3年ぶりとなる「第26回消費者懇談会」を東京で開催

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、適正な事業活動につなげていくため定期的に懇談会を開催している。過去2年はコロナ禍により開催を見送ってきたが、このたび令和5年2月17日（金）、4団体に出席いただき、家電公取協会議室で3年ぶりに開催した。

会の冒頭、家電公取協を代表して居石会長代理（理事 シャープマーケティングジャパン(株)ホームソリューション社副社長）より、「家電公取協はメーカーと販売店が、商品のカタログや広告、店頭表示やチラシなどに正しい表示を行うという共通の目的の下、業界自主ルールである公正競争規約を定め、運用すべく、手を携えて活動している。新型コロナウイルス感染症により日常生活や経済活動が大きな影響を受けたが、社会が変化しても適正な商品選択ができるよう、活動を継続していく。本日はみなさまから忌憚のないご意見をお聴かせいただき、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。

また、東出専務理事より、家電公取協の最近の動き（用語の使用基準の見直し、デジタル化した広告等への対応等）と行政の最近の動き（事業者が講ずべき景品類の提供及び表示の管理上の指針の改訂等）について説明が行われた。

懇談会は第一部が「製品まわりの表示・広告について」、第二部が「販売施策の景品・表示について」をテーマとした二部構成で進められ、活発な意見交換がなされた。

最後に峯田副会長より、直近においては、製造業のみならず小売業も一体となってカーボン・ニュートラルに向けた取組みをしているが、それらも規約に則った活動をする中で、一層の社会貢献をしてまいりたいとの言葉を以て、懇談会は締め切られた。

当日の出席団体およびご出席者名（順不同）

<消費者団体>

主婦連合会	常任幹事・部長	柿本 章子 様
一般財団法人 消費科学センター	企画運営委員・事務局	高橋 裕子 様
一般社団法人 全国消費者団体連絡会	事務局次長	三谷 和央 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	東日本支部 支部長・理事	青木 裕佳子 様

<行政ご来賓>

消費者庁 表示対策課	規約担当課長補佐	山崎 俊範 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	高野 雄二 様
経済産業省 商務情報政策局 情報産業課	課長補佐	村上 敦子 様
東京都 生活文化スポーツ局 消費生活部 取引指導課	課長代理（表示指導担当）	中村 有希 様

<家電公取協>

会長代理（理事）	居石 勘資
副会長	峯田 季志
製造業部会 広告委員会 委員長	川口 秀樹
製造業部会 表示委員会 委員長	近藤 仁嗣
製造業部会 景品委員会 委員長	山下 也司
小売業部会 本部規約指導委員会 副委員長	西谷 貴史
専務理事	東出 浩一
事務局長	内田 浩

◎製造業部会 懇談要旨

製造業部会関連では「カタログ等の広告、取扱説明書についての課題」及び「省エネ技術の向上と省エネ製品の普及促進、取扱説明書等の電子化」というテーマのもと懇談が行われ、以下のような貴重なご意見をいただいた。

- ・取扱説明書の電子化は理解するが、必要なときにすぐ確認できてセットが簡単に行える、高齢層でも理解しやすい「かんたんガイド」は一定期間、紙で残してほしい。また、安全性に関わることは大きく表示してほしい。
- ・電子化はすべてのページを並べて載せるのではなく、トラブルがあったときに目次毎に飛べるような良い点を活用してほしい。
- ・取扱説明書に関する消費者意識調査について、ウェブ調査だけでは、ある年齢以上で違う結果になると思う。
- ・商品買い替えの際、同メーカーのシリーズを希望したときに他社との比較がないので、売れ筋の商品について比較一覧表があれば参考になる。比較の期間は実生活からかけ離れないスパンでのルール化が必要。
- ・景品規約の趣旨について教えてほしい。

このようなご意見に対し、製造業部会各委員長より次のとおり回答を行った。

川口広告委員長

- ・比較においては、する側とされる側で無数の商品があり、現時点で即答は難しい。当委員会メンバーで討論し良い方法を考えたい。特に電気料金の比較は難しく、他社の誹謗中傷にもなりかねないため慎重に検討したい。
- ・実生活に合った年度の比較について、当協議会では一定のルールがあり、各商品の部品保有年数を目安としてその年度で比較することにしている。ただし、その年度が消費者目線で正しいか検討中である。比較の訴求数値については、あくまで目安であることを今後必ず明記しておきたい。

近藤表示委員長

- ・取扱説明書の電子化について、どうすればお客様に受けて入れていただけるのか検討中。テレビのような多機能商品の詳しい説明書はウェブ上で閲覧できて検索方法を工夫した構成となっているものもある。
- ・ウェブでの調査だけでは不十分とのご意見に対し、今後はリアル調査も検討する。ウェブ調査の結果は現在分析中だが、速報値として約70%が利用しているとされ、「紙で必要」が約45%であった。
- ・電子化のメリットは古い機種のもので残すことができると、ワード検索が可能なことである。

山下景品委員長

- ・過大な景品付販売は、消費者が景品に惑わされて質が悪いものや割高なものを買わされてしまい不利益を被ることになる。また、メーカーは本来商品の質を重視して商品開発を行うべきところ過大な景品類を提供することに目が行きがちとなり、そのことによっても結果的に消費者が損害を被ることになる。

◎小売業部会 懇談要旨

小売業部会関連では、「店頭やチラシの表示・景品に関する課題」及び「買い物の相談や商品説明などに関して、販売店に期待されること」というテーマのもと懇談が行われ、以下のような貴重なご意見をいただいた。

- 店頭ではいろいろな価格表示があり、分かりにくいこともある。いろいろ話を伺い、協議会会員店から購入することで安心できる。
- 顧客情報をきちんと管理しているお店はありがたい。購入した商品がリコール対象品になったことを知らせて貰えた。
- チラシ表示で下取り値引きなどが合算されているケースや、逆に工事費などが合算されていない場合がある。分かりやすい表示をお願いしたい。
- 地域店はとても大切。一人暮らしの高齢顧客に対しても日常で気にかけていただき、ある種の見守りをしている。販売に留まらず、消費者に寄り添う対応が求められている。
- 価格に目を奪われがちだが、長い目で見た場合、接客を受けて自分の生活に合う商品を選ぶことが有意義であることに気が付いた。優れた販売員の提案や説明は取扱説明書を10回読むより理解でき、スムーズに使い始められる。

このようなご意見に対し、次のとおり回答を行った。

峯田副会長

- 街の電気店の顧客管理については、リコール等が発生した場合もスピーディーな対応を行い、メーカーにも信頼されている。
- 東京都のLED交換事業に組合の電気店が参加したり、全国では一人暮らしの高齢者世帯に対し安全点検訪問活動を実施したりして社会貢献にも取り組んでいる。街の電気店は社会インフラでもあり、高齢化社会にあって地域に根を下ろした貢献を行っていると感じている。今後も価格だけでは表せない付加価値のある商売を行っていききたい。

西谷本部規約指導委員会副委員長

- チラシ表示や販促策等は、会員会社は規約に準じた内容になっているかを何段階もチェックして、チラシの発行や販促策の展開を行っている。このような点が会員の会社とそうでない会社との大きな差になっていると感じる。
- 接客時のトークについては社員教育に力を入れている。家電製品は生活を豊かにするものであり、提案のための商品知識に磨きをかけている。

来賓ご挨拶

消費者庁 表示対策課 山崎規約担当課長補佐

最近の消費者庁の動きを紹介させていただくと、平成26年の景品表示法改正後、しばらく時間が経過し、その間、デジタル化等の社会情勢の変化もあったことから、本年1月13日に公表された「景品表示法検討会」の報告書及び昨年12月28日に公表された「ステルスマーケティング検討会」の報告書で取りまとめられた提言も踏まえ、現在、法改正に向けての取り組みを進めているところです。

こうした景品表示法の運用とともに、業界の自主ルールである公正競争規約の存在は、消費者の適切な商品選択の環境整備のために必要不可欠なものであり、車の両輪として作用し、引き続き消費者の信頼を得ていくための家電公取協の活動に期待しています。

経済産業省 情報産業課 村上課長補佐

家電店は商品がたくさん並び、何を基準に選ぶか悩むので、わかりやすい表示と商品説明が確認の唯一の手段です。本日は表示や広告にまつわるお話をたくさん伺い、表示・広告の大切さを再認識いたしました。

我が国はこれから人口減少社会を迎えます。商品・サービスの形態も単なる販売から、シェアエコノミーへと徐々に多様化するかも知れません。経済産業省でも循環経済への取り組みを進めています。変化の兆しを的確に読み取り、新たなマーケットへと舵を切ることが今の家電業界には求められているようにも思います。

家電公取協の本日の取り組みは消費者行政はもとより、産業政策にとっても大変重要だと考えています。

公正取引委員会 取引企画課 高野課長補佐

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的として独占禁止法を運用しています。

一般消費者の立場としては、事業者間競争が促進されることで、より良い商品を手頃な価格で購入したいという思いがあるかと思います。一口に競争といっても、価格競争、サービス競争、品質競争などいろいろな競争がありますが、表示についての競争もここに含まれるのではないかと考えています。

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、かつ事業者間の公正な競争が一層促進されることによって、家電業界がますます発展されることを祈念しています。

東京都 取引指導課 中村課長代理

東京都が設置している不当表示に関する通報サイトには、令和3年度で209件の情報提供がありました。家電品関係のものはほとんどない印象でした。

これも家電業界として公正競争規約を定め、消費者の方のご意見もいただきながら運用されてきた結果であると思います。本日の懇談会についても、永年開催されてきたことによる消費者団体の方々との信頼関係が見受けられ、こうした機会を設定されてきた家電公取協に対し感謝申し上げます。

また、「ただしちゃん」マークは、非常に親しみやすく、「表示を正しく」「ちゃんと」行うことを意味するという点で、とても良いシンボルマークであると思います。

小売業部会の活動

◎令和5年2月度本部規約指導委員会を開催

2月15日（水）に本部規約指導委員会が開催され、①令和4年12月度本部チラシ調査の結果報告（会員、非会員のチラシを対象。会員については違反なし）、②令和4年度店頭キャンペーン中間報告、③令和5年度委員会事業計画などについて審議が行われ、いずれも承認された。また、前回委員会以降は小売業表示規約違反がなかったこと等が報告され、了承された。

◎令和4年度「正しい表示 店頭キャンペーン」の中間報告

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」は、令和4年度は2月末までに37道府県（製造業部会の支部が担当する沖縄県を含む）で実施された。令和元年度まで全都道府県支部で実施していたが、コロナ禍により多くの支部で中止を余儀なくされていた。今年度は3月にも4都県で実施が予定されている。

このキャンペーンは、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、各地区で小売事業者が配布するチラシの記載や店舗における店頭表示の状況を確認して、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。また、34道府県から担当官や消費者団体の参加をいただき、「行政が行う調査とは違った手法で表示の確認をしており大変参考になった。」（愛知県庁担当官）などの意見が寄せられた。

製造業部会の活動

◎令和4年度 主な支部活動の実施結果まとまる

家電公取協製造業部会の各支部では、景品規約をはじめとする3規約の周知・普及を目的に様々な事業（①景品企画に関する「DMの分析・チェック」の実施、②「景品規約研修会」の開催、③表示規約・景品規約をテーマとする「消費者懇談会」の開催）を推進している。各支部活動における令和4年度の実施状況は次のとおりであった。

① DMの分析・チェック実施状況

- 期間：令和4年年末商戦期
- 調査対象件数：110件
- 景品企画件数：201件
- ※景品規約違反被疑事案は0件であった。

企画内容	企画件数
購入抽選	32
来場抽選	25
購入ベタ	49
来場記念品	95
オープン懸賞	0
合計	201

② 景品規約研修会開催状況

日時	支部	方式	参加者数
令和4年8月23日（火）	東海	オンライン	83名
令和4年8月23日（火）	中国・四国	集合	6名
令和4年12月7日（水）	東海	集合	5名
令和5年1月13日（金）	東海・北陸	集合	10名
令和5年1月17日（火）	北海道	集合	6名
令和5年1月19日（木）	中国・四国	集合	17名
令和5年1月20日（金）	中国・四国	集合	6名
令和5年2月3日（金）	関東	集合	13名

③ 消費者懇談会開催状況

日時	支部	方式	参加団体数	行政陪席
令和4年11月7日（月）	北陸	集合	6団体7名	石川県庁
令和5年1月20日（金）	沖縄	集合	2団体2名	沖縄県庁及び3市
令和5年2月20日（月）	九州	集合	2団体4名	公取委九州事務所
令和5年2月22日（水）	北海道	集合	3団体5名	公取委北海道事務所 北海道庁
令和5年3月6日（月）	近畿	集合	1団体16名	大阪府八尾市

◎消費者庁が「景品表示法検討会報告書」を公表

近年のデジタル化の進展やインターネット通販の市場の拡大に伴い、インターネットによる広告表示が主流となるなど社会状況が大きく変わってきていることを踏まえ、令和4年3月より検討を続けてきた消費者庁の景品表示法検討会が令和5年1月13日に報告書を公表した。

報告書では早期に対応すべき課題10項目等についてそれぞれ提言がなされた。概略は次のとおりである。

【早期に対応すべき課題】

事業者の自主的な取組の促進	・独占禁止法を参照した確約手続を導入することで不当表示事案の早期是正を図るべき
課徴金制度における返金措置の促進	・返金措置において電子マネー等の金銭以外の支払手段による返金も可能とすべき
違反行為に対する抑止力の強化	<ul style="list-style-type: none"> ・抑止力を高めるため、独占禁止法や金融商品取引法を参照して、繰り返し違反行為を行う事業者に対して割増算定率を適用すべき。また、違反事業者が資料を提出しない事態に対応するため、独占禁止法を参照して、課徴金対象行為に係る売上額等を合理的な方法により推計できるとする規定を整備すべき ・法人を隠れ蓑としながら、実質的には自然人が不当表示を行っている場合に、当該自然人を「事業者」として認定して措置命令・課徴金納付命令の対象とするなど、運用上の工夫をすべき ・不当表示の差止や再発防止策を命ずることを超えて、業務そのものの停止等を命ずることは困難と考えられるが、措置命令の内容については、違反行為の未然防止の観点から事案に応じて工夫すべき
刑事罰の活用	・表示と実際に乖離があることを認識しつつ、これを認容して違反を行うという悪質な事業者に対応できるよう、特定商取引法など他法令の表示規制における行政措置と罰則規定の関係なども参照しつつ、直罰規定導入を検討すべき
国際化への対応	・特定商取引法を参照しつつ、課徴金納付命令だけでなく、措置命令について送達規定等を整備すべき。また、同様に特定商取引法を参照しつつ、外国当局に対する情報提供に係る規定を整備すべき
買取りサービスに係る考え方の整理	・買取りサービスが「自己の供給する（商品又は）役務の取引」として規制可能であることを明確化するため、運用基準の記載を見直す必要がある
適格消費者団体との連携	・特定商取引法等に関する書類の提供の運用状況等を少なくとも1年程度みた上で、近い将来に消費者裁判手続特例法第91条において景品表示法に基づく処分に関して消費者庁が作成した書類も提供することができることとすべきか検討すべき
法執行における他の制度との連携	・「事業者」を対象とする景品表示法と販売業者等の役員・使用人に対して業務禁止命令を行うことも可能である特定商取引法の両法律を適切かつ有効に執行していくべき
都道府県との連携	・消費者庁において会議・研修や、個別事案での担当者への相談対応に積極的に取り組むことにより、都道府県との連携を深めていくべき
不実証広告に関する民事訴訟における立証責任等	・適格消費者団体が、景品表示法の差止請求権を適切に行使できるよう、消費者契約法と同様に、事業者の営業秘密等に配慮しつつ、事業者に表示根拠の開示を要請できることとすべき

このほか、中長期的に対応すべき課題として、課徴金の対象の拡大、デジタルの表示の保存義務、供給要件（「自己の供給する商品又は役務」）を満たさない者への規制対象の拡大、ダークパターンが挙げられた。

<編集後記>

3月13日からマスクの着用は個人の判断に委ねられました。個人の判断が尊重され、本人の意思に反してマスクの着脱を強いることがないように求められています。リスクの許容度は人それぞれです。マスクを付けている人、マスクを外している人が、お互いの行動を尊重しあいながら日々を過ごしたいものです。（M.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：内田 浩