

「第28回消費者懇談会」を開催

令和7年2月21日（金）に第28回消費者懇談会を東京・家電公取協会議室で開催した。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、本部主催で年1回、定期的に懇談会を開催し、加えて製造業地方支部においても各地の消費者団体との懇談会を開催している。

会の冒頭、家電公取協を代表して向田会長代理（理事 ソニーコンシューマースールズ㈱代表取締役執行役員社長）より、「家電公取協はメーカーと販売店が連携して正しい表示を行うという共通の目的のもと、業界の自主ルールである公正競争規約を運用している。今後も社会の変化に対応し、消費者の皆様が適正な商品選択ができるよう、活動を推進していく。皆様から忌憚のないご意見をお伺いし、当協議会の活動に役立てていきたい」との挨拶があった。

懇談会は、はじめに内田事務局長より今年度の家電公取協の活動と、支部の消費者懇談会での連携について報告を行った。

続けて第1部を「製品まわりの表示・広告」、第2部を「販売施策の景品・表示」に関する懇談とする2部構成で進め、活発な意見交換がなされた。（具体的な内容については2ページ参照）

最後に峯田副会長より、「それぞれの懇談テーマについて本当に貴重なご意見をいただき感謝申し上げます。これからも家電公取協に対し有意義なご意見を賜りたい」との言葉を以て懇談会は閉会した。



出席者一覧 ※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	井岡 智子 様
一般社団法人 全国消費者団体連絡会	事務局次長	菅原 清明 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	常務理事	河嶋 信子 様

<行政ご来賓>

消費者庁 表示対策課 規約担当	課長補佐	藤平 章 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	駒沢 賢治 様
経済産業省 商務情報政策局 情報産業課	課長補佐	籠 寛之 様
東京都 生活文化スポーツ局 消費生活部 取引指導課	主任	渡邊 圭介 様
東京都 消費生活総合センター 相談課 技術支援担当	課長代理	安藤 未来 様

<家電公取協>

会長代理（理事）	向田 茂樹
副会長 小売業部会長	峯田 季志
製造業部会 表示委員会 委員長	秋月 美紀
製造業部会 広告委員会 委員長代理	田中 裕克
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	加藤 孝廣
専務理事	東出 浩一
事務局長	内田 浩

◎第1部 懇談要旨

第1部では「表示・広告等におけるデジタル媒体の活用について」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頂いた。

- ・紙カタログは情報量はそれほど必要ないかも知れない。ページ数を抑え薄く軽量になると持ち帰りの際にたすかる。
- ・紙カタログのQRコードのリンク先の情報は、非常に整理された説明があり、画像も含まれていて、わかりやすい。
- ・スマートフォンを使用すれば、いつでもどこでも隙間時間を見つけて検索可能な時代になった。デジタルで情報を得ることは、消費者にとって非常に有益だと感じている。
- ・見やすくするためにスマートフォン画面サイズへの配慮や工夫がこれからの課題。縦スクロールのページは見やすい
- ・カタログのスペック表中の※印による小さな文字での注釈は、紙カタログでは小さくて読みづらいが、スマートフォンでは大きく表示できるため、消費者が注意を払いやすくなる。
- ・デジタル化の方向はすすめてもらいたいが、取り残される方が出ないように、すべての消費者が平等に情報入手できるよう、ユニバーサル対応をすすめてほしい。

このようなご意見に対し、家電公取協より次のとおり回答を行った。

田中広告委員長代理

- ・情報のデジタル化については、リアルタイム性や動画の分かりやすさ、簡単な検索機能、タブレットやスマートフォンからのアクセスの容易さを考慮し、情報の充実をすすめていく。
- ・紙面やスマートフォンなどで情報が得られない方へのケアについては、引き続きしっかりと検討を続けていく。また、スマートフォン画面での見やすさの工夫やユニバーサルデザインへの対応についても、情報提供の仕方を工夫していく。併せて情報提供に関するルールについても検討する。

秋月表示委員長

- ・会員会社の情報提供の一例として、店頭ではシニア向けの使い方教室を開催したり、メーカーでは電話相談サービス強化などの取り組みが進められている。あらゆる方に必要な情報が公平に行き渡るよう、様々な方法での情報提供に努める。また、必要な情報を適切なタイミングで得られるよう考慮して取り組んでいく。

内田事務局長

- ・「デジタル化」という言葉を使うことで、紙が不要になるとの誤解を招くことがあるが、私たちはデジタル媒体やオンライン情報を新たな情報ツールとして提供しているだけで、急に紙がなくなるわけではないのでご理解いただきたい。

◎第2部 懇談要旨

第2部では「店頭やチラシにおける販売価格や販促等の表示に関する課題」及び「高齢化が進む中で販売店に期待すること」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頂いた。

- ・表示説明に関してネット通販が盛んになっていく中、リアル店舗の店頭表示の重要性も感じている。比較を含めた分かりやすい表示をお願いしたい。
- ・量販店では電球の交換や細かいことは頼みづらい。「まちのでんきやさん」は、高齢者にとって非常に強い味方であり是非高齢者を今後ともサポートしていただきたい。
- ・エアコン購入の際、標準取付け工事価格と「追加料金の内容」を明確に表示してほしい
- ・「送料無料」のような表記も、どこが負担しているのか明確にしていきたい。
- ・下取り販売について、下取り価格が適正な価格かどうか分かりづらい。元値が高くついているのではないか。

このようなご意見に対し、家電公取協より次のとおり回答を行った。

峯田副会長

- ・高齢社会にあって地域電機店のサービス業務が見直されてきている。安心・安全な暮らしを守るために防犯カメラやドアホンも積極的に提案し即日設置している。これらも地域電機店の強みであると考えている。
- ・全国電機商業組合連合会では「デジタル推進よびかけ員」を募集登録しデジタル社会で困っている人をしっかりとサポートできるようにしている。全国で高齢者世帯への安全点検訪問活動の実施により社会貢献にも取り組んでいる。

加藤本部規約指導委員長

- ・（当社では）「送料」表示に関しては消費者庁まとのとおり、物流の2024年問題と「送料無料」表示についてどこが負担するのかを明確にしている。送料は当社が負担するという努力義務の指標はある。
- ・エアコン工事については、小売業表示規約に基づき標準取付け工事の内容を超える場合、別途費用がかかることを店頭やホームページに表示している。
- ・適正な下取価格の基準というものは特に定められていないが、（事業者によっては）値引きという考え方もある。いずれにしても会員各社は下取販売を行う場合はお客様の有利誤認を招かないよう小売業表示規約を遵守している。リサイクル対象商品においては「リサイクル費」をお客様に別途ご負担いただくことになっている。

消費者庁 表示対策課 藤平 規約担当課長補佐

最近の景品表示法の動きとして、昨年10月に改正景品表示法が施行となり、今年度は初めてステルスマーケティング告示に係る措置命令を行いました。また、同告示に関するQ&Aのホームページ掲載等、違反行為が行われないようにするための取組も積極的に行っています。

法律違反に対する厳正な対処や、規約違反に対する措置が適切に行われることと同様、違反行為防止のための取組や一般消費者の自主的かつ合理的な商品選択のためにどの事項をどのような手段で表示するのが最も適切かを探求することも重要だと考えています。

本日のご指摘やご意見を踏まえ、家電公取協におかれましては、適正な表示、消費者にとって分かりやすい表示に向けた取組を一層推進していただくようお願いいたします。

公正取引委員会 取引企画課 駒沢 課長補佐

公正取引委員会の理念は公正かつ自由な競争の実現であり、適切で分かりやすく、必要かつ十分な情報が盛り込まれた表示はその前提となるものです。今回の意見交換の場は表示が研ぎ澄まされていく大変貴重な機会だと思います。

今日、私が感じましたのは、消費者のリテラシーがとても大事だということです。単に、安いから、口コミの評価も高いからということだけで買い物をすることもあります。お得感を抱かせる表示手法には問題があるケースも多いと思います。行政の対応が難しい表示も、消費者の意識を高めることで被害防止につなげられるはず。引き続き、皆様とともに、正しい表示と適正な取引の実現に取り組んでまいります。

経済産業省 情報産業課 籠 課長補佐

本日は家電製品の表示・広告におけるデジタル媒体の活用、そして家電販売における店頭チラシ表示について非常に活発な意見交換がなされました。

日本国内においては、間違いなくデジタル分野が産業の向上に向けて必要になってくると思われ、実際に社会生活のいろいろな場面で、デジタル化が日々進められています。家電製品も今後、デジタル化の恩恵を受けると思いますが、私も含め消費者は家電製品を楽しんで使っていると思います。その意味で、表示・広告についての考え方をどんどん議論していくべきですし、それは社会の役に立ちます。今後も積極的に議論させていただきたいと思ひますし、現実化させていくことも重要だと思ひますので私共も協力していきたいと考えています。

東京都 取引指導課 渡邊 表示指導担当主任

東京都消費生活部取引指導課では、景品表示法に基づき事業者に対する指導や処分を行っています。令和5年度の景品表示法の運用実績については措置命令2件、口頭指導259件、電話相談470件でした。最近、SNS広告や動画広告、アフィリエイト広告において違反のおそれのある広告が多い印象です。

都においては、インターネット上の通信販売サイトにおける広告表示の監視事業を行っておりますが、本年度から新たにSNS広告も監視対象に加え、デジタル広告への対応を強化しているところです。

景品表示法は消費者の認識や感覚が判断基準となる法律です。消費者が自主的かつ合理的に商品・サービスを選べる環境を守るため、事業者の皆様との自主的な取組についてはぜひ継続していただきたいと思ひています。

◎令和6年度 合同研修会を開催

日時・会場 令和7年2月4日(火) 14:00~16:45 / 家電公取協会議室(東京都港区)

テーマ ①不当なNo.1表示及びステルスマーケティング告示について [講師] 消費者庁 表示対策課長 高居 良平 氏
②グリーンウォッシュについて [講師] 家電公取協 専務理事 東出 浩一 氏

参加者数 現地聴講20名、ライブ聴講210名(集合聴講多数)、アーカイブ聴講411名

例年、コンプライアンスの向上を基本テーマに開催している、製造業部会の各専門委員会による合同研修会が開催された。

第1のテーマでは、高居課長より、消費者庁が令和6年9月に公表した「No.1表示に関する実態調査報告書」について説明いただいた。またステルスマーケティング告示については、事例に基づき問題とされた箇所や論点について解説いただいたほか、消費者庁ホームページで公開された同告示に関するQ&Aの紹介、事前質問への回答などを説明いただいた。

第2のテーマでは、東出専務理事より、グリーンウォッシュ(企業などがあたかも環境に配慮しているかのよう装いごまかすこと)について説明いただいた。各国及び日本における規制と事例についてそれぞれ説明があり、どのような点に留意する必要があるかを解説いただいた。

いずれのテーマも会員メーカーにとって意義深く、本研修会の内容を参考に、各社においてさらなるコンプライアンスの向上が図られることが期待される。



高居表示対策課長



東出専務理事

ただしちゃんはどこにいる!!



連載 第3回

家電公取協のシンボルマーク「ただしちゃん」は、制定されて10年が経ちました。加盟するメーカー、販売店ではカタログやチラシ、店頭、ホームページなどでシンボルマークを使用して、適正な表示を推進している事業者であることをPRしています。この連載では、それらの会員事業者のPRの取り組みについてご紹介します。

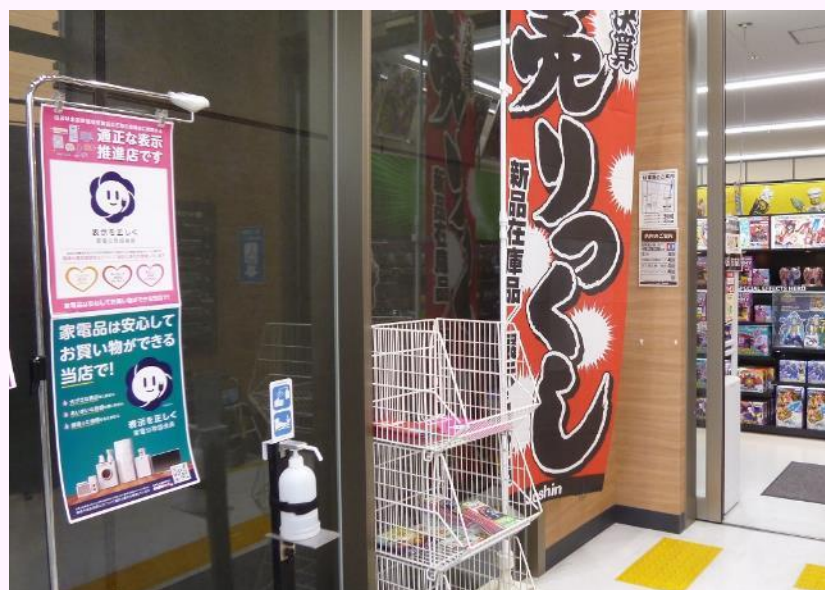
上新電機(株) ジョーシン日本橋店 (大阪市)

西日本最大規模の電気街として有名な大阪の日本橋(にっぽんばし)筋商店街は「でんでんタウン」の愛称で親しまれています。そのでんでんタウンの中核ともいえるのが2022年に開業したジョーシン日本橋店。

一般的な家電製品だけでなく、高級オーディオや組立PCパーツ、ゲームソフト、音楽ソフトまでコアな品ぞろえが特徴です。

7階建てで最上階フロアにはイベントスペースも備え、声優のトーク、ゲーム体験、ミニコンサート、お笑いライブ、プログラミング体験、eスポーツのファンミーティング、演歌の歌謡ショーなど、様々なイベントが開催されています。

正面の入口で2枚のポスターのただしちゃんがお客様をお迎えしています。



ジョーシン日本橋店 店舗情報

<https://store.ioshin.co.jp/detail/1901/>

◎各支部が消費者懇談会を開催

<九州支部>

開催日 令和7年2月7日（金）／会場 リファレンスはかた近代ビル（福岡市）

ご出席者 消費者団体 適格消費者団体NPO法人 消費者支援機構福岡（CSOふくおか）（1名）

日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会(NACS)九州支部（2名）

行政 公正取引委員会九州事務所（1名）、佐賀県県民環境部くらしの安全安心課（2名）

消費者団体の直近の活動事例報告を通じ、競争政策と消費者保護政策の両立への思いを聴講。そののち、質疑懇談では、店頭で電熱製品の省エネ表示が改善され二重価格表示も問題がないこと、ネットと店舗で長期保証が異なる企業があり分かりにくいこと（非会員）等の意見を頂いた。

<北陸支部>

開催日 令和7年2月17日（月）／会場 ボルファートとやま（富山市）

ご出席者 消費者団体 富山県生活協同組合連合会（3名）、富山県生活協同組合（6名）、とやま生協組織ネットワーク部（1名）、富山県消費者協会（1名）、富山婦人会（1名）

行政 富山県生活環境部県民生活くらし安全班（1名）、富山県消費生活センター（1名）、富山市消費生活センター（1名）

家電公取協の組織、公正競争規約、本部および支部活動の概略を説明の後、表示や製品の安全な使用等に関して質疑応答を行い、日頃、問い合わせの多い質問についても、北陸支部より説明・共有を図った。

<沖縄支部>

開催日 令和7年2月19日（水）／会場 P's SQUARE（浦添市）

ご出席者 消費生活センター 那覇市市民文化部市民安全課（1名）、うるま市市民生活部市民協働生活課（1名）、宜野湾市市民経済部生活安全課（2名）、沖縄市市民部市民生活課（1名）

行政 沖縄県子ども生活福祉部暮らし安全課（1名）

事前質問を中心に同センターで受ける消費者相談の動向について懇談。家電品の表示として税抜価格表示、おとり広告の疑いのある事例、店頭POPの掛け違い事例、年末年始の大幅割引セールなどについて質疑懇談を行った。また他業態における相談についても情報共有させていただいた。

<関東支部>

開催日 令和7年2月19日（水）／会場 山梨県中小企業会館（甲府市）

ご出席者 消費者団体 山梨県生活学校連絡会（4名）、山梨県生活研究G（3名）、山梨県婦人連合会（1名）

行政 山梨県環境エネルギー政策課（1名）、県民生活安全課（1名）、同県民生活センター（1名）

家電公取協の組織、公正競争規約、本部および支部活動の概略を説明の後、家電品購入の際の参考情報について意見懇談を実施、地元の地域電器店や家電量販店を通じて、商品の情報や修理・メンテナンスを受ける良好な関係にあることなどを伺えた。

<編集後記>

先日、父の喜寿を家族で祝いました。日本は約5人に1人が75歳以上の「超高齢社会」に突入。言うなれば“活字世代”です。一方、新社会人を迎える若者は、生まれた時から日常がデジタル化された“デジタルネイティブ世代”と称されます。人生100年時代。急速に進むデジタル化に対応しつつも、すべての世代に分かりやすい表示の必要性を感じます。（M・I）

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