

# 家電 公取協 ニュース

Home Electric Appliances Fair Trade Conference

Vol. 99

発行日 2009年 1月 1日

## 年 頭 所 感

新年明けましてお目出度うございます。皆様におかれては、良き新年を迎えられたことと存じます。ここに謹んでお慶び申し上げます。

さて、振り返りますと、昨年家電業界は、夏の暑さによる白物家電の販売増や北京オリンピックの開催による薄型テレビの販売増などにより、年度前半の商戦では盛り上がる状況が続いたとみられますが、後半では、世界同時不況ともいえる事態が急速に進展し、需要と価格の低下が顕著になってきたかと思われま。反面、メーカー間、流通事業者間の競争の下、消費者の皆様にも相応のメリットがもたらされたものと思われま。

このような業界の中であって、(社)全国家庭電気製品公正取引協議会(家電公取協)におきましては、一昨年変更しました製造業の表示規約や製造業、小売業共通の景品規約を厳正に粛々と運用致しましたほか、小売業表示規約の変更の検討を鋭意行いまして、去る11月21日にその変更の認定を公正取引委員会に申請致しました。

また、大規模小売業告示・同運用基準の制定や家電ガイドラインの発出などによりまして、公正で自由な取引を推進する環境も一段と整備されてきた中で、家電公取協におきまして、これら告示・ガイドラインの内容に即しまして、いわゆるヘルパー派遣や取引条件の公正化に関して取り組むなど、関係法令の一層の遵守活動を推進してまいりました。

このような経緯を踏まえまして、今年あるいは近い将来の家電公取協の課題などについて二三所感を申し述べさせていただきます。

### (製造業部会について)

製造業部会においては、市場の状況の変化や法規制の進展等に沿うべく、表示規約の見直しを進め、平成19年に変更が実現致しました。大幅な変更でないものの、本年度も引き続き、改正した内容も含めその内容の周知・徹底を図り、新表示規約の趣旨を実現していくことが重要であると考えております。また、昨今、激しい競争下において少しでも他社との差別化を図る等のため、販売する商品について「業界第一」等の訴求をする例が多々みられるところですし、他方、ほとんど初歩的ともいえる違反も依然として散見される所です。世上、「コンプライアンス」の重要性が指摘されていますが、ことさらコンプライアンスの問題を云々するまでもなく、自らを律する姿勢を保持しつつ、既存のルールの見直しなど時代の要請する新たな問題にも取り組んでいく必要があるかと存じます。

### (小売業部会について)

大方の量販小売事業者を会員に迎え、小売業部会の活動の基盤が整い、また永年の懸案でありました小売業表示規約の変更が実現し、いよいよこの1月19日から施行という状況に至っております。まず重要なことは、会員への変更内容の周知徹底であり、新小売業表示規約の普及活動に力点を置いて事業活動を行っていきたいと考えております。

また、変更された部分も含め違反や違反のおそれのある事案に対して厳正かつ効果的に対応するとともに、違反事例などについての情報を会員間で共有し、いわゆるモグラたたきの対応にならないようにすることが肝要かと存じます。

ところで、昨年も相も変わらず、偽りの表示や安全にかかわる消費者問題が陸続として生起し、その対応として消費者庁なる役所により消費者行政が一元化されることが予定されておりますが、消費者庁発足のあかつきには、新たな消費者政策実施体制に適切に対応していく必要があります。また、公益法人改革に伴い、昨年の12月1日以降5年以内に「公益社団法人」か「一般社団法人」のどちらかに移行する必要がありますが、新たな「公益社団法人」となるためには、定款等の諸規定や諸組織の整備を図り、「公益」社団法人たるに相応しい体制にして公益性の認定を受ける必要があります。

幸い、製造業部会において事業の見直しの議論を進めておりますが、家電公取協全体としても、今一度、各関係委員会などにおいて、虚心坦懐に、家電公取協のあるべき姿や目指すミッションについて、議論を深めていきたいと存じます。何事もそうですが、前例や従来の経緯にとらわれている必要はないと考えております。真に必要なかつ効果的な事業を公正に推進するという観点から、会員の皆様の建設的な議論と貢献をお願い致します。

これまで、色々な場で、また、色々な局面で、二つの「じりつ」すなわち、「自律」と「自立」が家電業界、特に小売業界において重要であると申し上げてきましたが、この二つの「じりつ」をもって、業界としての矜持を保持することが、取りも直さず、これらの課題にこたえることだとも考えております。

厳しい経済環境ではございますが、皆様方のご理解、ご支援をお願いし、また関係部会・委員会等での真摯な取り組みをお願い致します。最後になりましたが、関係の皆様方のご発展を祈念して、年頭の所感と致します。



専務理事 山木 康孝

## 2008 年 家電公取協の動き

1月	・「小売業部会本部規約指導委員会」を開催		
2月	・「製造業表示規約説明会」を東京(2会場)と大阪で開催 ・「小売業部会運営委員会」を開催		
3月	・「小売業部会運営委員会」を開催 ・「小売業部会本部規約指導委員会」を開催 ※「私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律及び不当景品類及び不当表示防止法の一部を改正する法律案」を国会に提出	7月	・「第51回製造業部会理事会」を開催 ・「第17回通常総会」を開催、小売業表示規約の一部変更等を承認 ・「創立30周年記念誌」を刊行 ・「創立30周年記念式典」を開催 ・「全国支部活動連絡会議」を開催 ・「家電景品規約解説書」を改訂 ・「メーカー派遣員識別マーク着用実態全国調査」を実施
4月	・「第26回製造業部会全国支部長会議」を開催 ・「第50回製造業部会理事会」を開催 ・「第15回消費者懇談会」を開催。名古屋での開催は9年ぶり ※「消費者契約法等の一部を改正する法律案」が成立、景品表示法に消費者団体訴訟制度を導入。平成21年4月1日施行	8月	・「家電公取協ニュース」を電子化、メール形式での配信を開始 ・「景品規約研修会」を景品委員会委員を対象に開催
5月	・「第30回景品規約遵守体制強化月間」を実施(5月～7月) ・「小売業部会運営委員会」を開催 ※平成19年度の景品表示法の運用状況を公表 ※平成19年度の独占禁止法違反事件の処理状況を公表	9月	・「小売業部会運営委員会」を開催 ・「小売業部会本部規約指導委員会」を開催 ・「小売業表示規約に関する表示連絡会」を開催、消費者団体等と小売業表示規約の変更案について意見交換を実施
6月	・「第18回小売業部会理事会」、「小売業部会運営委員会」を開催 ・「小売業部会本部規約指導委員会」を開催 ・「景品表示法における消費者団体訴訟制度をテーマとするセミナー」を開催 ※「No.1表示に関する実態調査について」、「見にくい表示に関する実態調査について」を公表	10月	・「第7回製造業部会合同研修会」を開催 ・「第31回景品規約遵守体制強化月間」を実施(10月～12月)
		11月	・「全国支部活動連絡会議」を開催 ・「景品規約研修会」を製造業部会各社の販促企画担当者を対象に東京と大阪で開催 ・「小売業部会運営委員会」を開催 ・小売業表示規約の変更を公正取引委員会に申請
		12月	・「第52回製造業部会理事会」を開催 ・小売業表示規約「全国一斉調査」を実施(11/23～12/6) ・「メーカー派遣員識別マーク着用実態全国調査」を実施

(注) ※印は公正取引委員会の動き

### 製造業部会の動き

#### ◎「家電景品規約」研修会を開催

政府の規制緩和の流れの中、平成18年4月にオープン懸賞告示が廃止され、平成19年3月には総付景品告示の一部改正が行なわれ、その改正に沿って同年8月に、規約の変更を行い、平成20年7月に「家電景品規約解説書」が改訂された。

「家電景品規約解説書」は平成15年以来5年ぶりの改訂であり、この機会に規約の理解を更に深めて頂くため、製造業部会会員各社の販促企画担当者を対象に研修会が開催された。

研修会は、景品委員長より「景品規制の概要」と「製造業部会の申し合わせ事項」について説明の後、WG主査より「景品事例研究テキストⅡ」、11月作成の「景品事例集(10)」を基に事例研修が行われ、今回は特に、合展で割引券を提供する時の注意について事例を交えながら詳しい説明が行われた。

【日時・会場・参加人数】

地区	日時	会場	参加人数
大阪	11月21日(金) 13:00～17:00	(社)中央電気倶楽部	57名
東京	11月28日(金) 13:00～17:00	(社)全国家電公取協	64名



#### 【研修内容】

- ※景品規制の概要について
- ※製造業部会の申し合わせ事項について
- ※「景品事例研究テキストⅡ」、「景品事例集(10)」による事例研修
- ※景品規約Q&A
- ※不明りょう表示について

## ◎「全国支部活動連絡会議」を開催

平成20年11月14日(金)家電公取協において製造業部会の「全国支部活動連絡会議」が開催された。小売規約関連委員会から、①小売業部会の動き、②小売業表示規約変更、③規約変更に関わるスケジュール・研修・ツール等について事務局より説明がなされた。

景品委員会から、①第30回景品規約遵守調査結果、②景品規約事例研修、③景品規約Q&Aについて説明がなされた。支部委員から活発に意見が出され、本部委員と共有の理解を深めることができた。

また、山木専務理事から、「家電公取協をめぐる諸問題」として ①製造業部会の動向、②小売業部会の動向、③消費者庁の設置及び景品表示法の改正案等について説明がなされた。

## ◎「第52回製造業部会理事会」を開催

平成20年12月5日(金)家電公取協において「第52回製造業部会理事会」が開催された。内容は以下の通り。

### 1. 各専門委員会の活動状況について

- ・ 広告委員会 表示規約違反被疑事案の処理2件、「スーパー等」の用語の使用についての見解
- ・ 表示委員会 表示規約違反被疑事案の処理2件、工業会の自主基準についての審議結果
- ・ 景品委員会 景品規約違反被疑事案の処理6件、「第30回景品規約遵守体制強化月間」の報告
- ・ 小売規約関連委員会 小売業表示規約変更に伴う普及ツール作成支援
- ・ ヘルパー委員会 「メーカー派遣員識別マーク着用実態全国調査」の実施
- ・ 取引公正化推進研究会 独占禁止法セミナーの実施、違反事例研究

### 2. 平成20年度中間期収支計算書及び平成20年度収支見込について

### 3. 報告事項

- (1) 11月14日開催の「全国支部活動連絡会議」について
- (2) 小売業部会の動きについて

その後、公正取引委員会消費者取引課長 笠原 宏様より「最近の景品表示行政と消費者行政一元化問題」と題して講話を頂いた。



## 小売業部会の動き

## ◎運営委員会を開催

平成20年11月18日(火)家電公取協において、小売業部会運営委員会が開催され、小売業表示規約の変更申請手続、小売業部会会費、消費者懇談会(案)等について審議が行われた。

規約変更の申請手続については、事務局より申請から認定・告示までの想定スケジュールについて説明が行われたほか、新しい規約の解説書やパンフレット等についても作成に着手した旨報告が行われた。

## ◎「正しい表示店頭キャンペーン」を各地で実施

小売業表示規約の普及・啓発と違反の未然防止・再発防止の観点から、チラシや店頭での表示の状況をチェックする「正しい表示店頭キャンペーン」は、製造業部会や行政の協力を得ながら、平成20年度は、これまでに24支部で実施されている。(下図参照)

「正しい表示店頭キャンペーン」実施状況

(平成20年12月現在)

ブロック	都道府県	実施月日
北海道		10月 9日
東北	岩手	11月13日
関東	群馬	11月17日
	埼玉	11月13日
	山梨	10月24日
	長野	12月3,4日
東海	愛知	11月11日
	静岡	10月22日
	三重	10月23日
	岐阜	10月21日
近畿	兵庫	11月20日
	京都	11月11日

ブロック	都道府県	実施月日
近畿	滋賀	11月12日
	大阪	11月17日
	和歌山	11月13日
中国	広島	11月21日
四国	徳島	11月18日
	愛媛	11月12日
	香川	11月13日
九州	福岡	10月 8日
	佐賀	6月 4日
	長崎	11月 5日
	大分	11月19日
	鹿児島	7月 9日

このうち、福岡県支部では福岡県新社会推進部生活安全課から2名ご参加頂き、10月8日に福岡市など2地区9店舗で実施された。また、長崎県支部でも長崎県県民生活部県民安全課からご参加頂き、11月5日に長崎市など3地区9店舗で実施された。

## 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。

①A店のチラシで最近見たのですが、エアコンの広告部分の所に「CO<sub>2</sub>排出量とランニングコストのグラフ」が載っていました。エアコン暖房をアピールする意味で載っていたのは分かりますが、とても見やすく分かりやすいグラフでした。商品の安さやポイントサービスなどを所狭しと書いてあるチラシに比べて、その商品を勧める理由がわかるチラシでとても良いと思いました。

家電品のチラシも商品だけを目いっぱい載せるのではなく、「こういう理由でこの商品がいい」というのを書いてもらえると、見る側・選ぶ側も分かりやすく、納得して購入できるのではないのでしょうか。

(横浜市 主婦)

②最近量販店のチラシが多少見やすくなったと感じています。価格についても「ご相談下さい」とはなっているものの、以前の×だらけのものより見やすさはあると思います。中でもB店のチラシは大きく変化し、とても見やすくなり好感が持てます。(色合いや商品の大きさ・並べ方等)大袈裟なキャッチコピーやイメージキャラクターのタレントの写真を、小さくしたことで他店と差をつけ、商品を見やすくしようと努力しているのが感じられます。

(さいたま市 主婦)

③パソコンを購入した際、5年の長期保証もポイントでOKとの説明を受けたので保証をつけたが、後でポイントと現金では保証内容が違う事を知り変更してもらったことがある。そのことに気づき変更できたから良かったが、きちんと契約時に説明して欲しかった。

(さいたま市 主婦)

④リサイクル料や配送料、保険料などの表示と金額を明確にして欲しいと思います。店によって割引やサービスも違いますが、小さく書かれていることが多く分かりにくいので。

(板橋区 アルバイト)

⑤宣伝には、景品、プレゼントとたくさん記載されていますが、自分の欲しい家電を安く買える方が、余計な物をもらうよりも良いと思います。

景品などの宣伝品分が、価格に上乗せされているのではないかと感じてしまいます。仕事でリサイクルショップにかかわっているのですが、景品がたくさん不要品としてやってきます。必要ない景品をもらってしまうことが多いのでは。

(柏市 パート)

⑥夏にCMや広告で「即日、翌日配達」という文字が大きく目立っていました。ただクーラーは数日かかるようです。私が店に行った時はお盆だったので、業者のお盆休みと重なり1週間かかると言われました。家電は何でもすぐ届いたり工事してもらえるとというイメージの宣伝になっているような気がします。何が即日、翌日配達で何が違うのかということをもっとアピールしておいて欲しいと思いました。(川崎市 主婦)

⑦チラシに表示されている「ポイント」について、最近、付与されるポイントが「〇〇%以上」という曖昧なものが多くなっている。さらに「エコポイント」がついたり「選べる特典つき」など複雑化している。他店との比較をしにくくさせるためではないかと思っている。もっとわかりやすくしてほしい。(大阪市 女性)

### <編集後記>

新年おめでとうございます。初詣は毎年、公取協の近くの愛宕神社へ行きます。神社正面の男坂の石段 86 段を、振り返らないで休まずに一気に登ることにしていますが、はたして今年の体力は。登ったことのない方はぜひ挑戦してみたいかがでしょうか。但しお屠蘇気分での男坂は危険です。本年も公取協ニュースをどうぞ宜しくお願い申し上げます。(T, K)

### 社団法人 全国家庭電気製品公正取引協議会

〒105-0001 東京都港区虎ノ門1-19-9

(虎ノ門TBLビルディング2階)

TEL (03) 3591-6023 FAX (03) 3591-6032

<http://www.eftc.or.jp>

編集・発行人：坂井厚介