

家電公取協ニュース

発行日 令和7（2025）年11月25日

全国で「正しい表示 店頭キャンペーン」がスタート

「正しい表示 店頭キャンペーン」は、小売業部会の各支部が、都道府県行政や消費者団体、製造業部会支部の協力を得て、各地区において家電店が配布するチラシや店頭表示状況をチェックし、小売業表示規約の普及・啓発と違反の未然防止を目的に実施されている。

おもな調査項目は、①店頭における自店平常（旧）価格との二重価格表示、②チラシ価格表示と店頭価格表示の整合性及び③期間限定表示など。量販店の店頭では二重価格表示が減少する一方で、さまざまな期間限定特典の表示が増加しており、実際の運用状況を確認することとしている。なお、一部の支部では店頭での調査活動の代わりに規約研修会を開催する。

本号では、最近実施された中から、新潟県支部の状況を紹介する。

新潟県支部 実施日9月26日（金） 訪問店舗3店（うち非会員1店）

小売業部会新潟県支部から4名、行政からは新潟県総務部県民生活課 消費とくらし安全推進班及び新発田市市民生活課から各1名、新発田市消費者協会より1名、製造業部会関東支部より2名の総勢9名で、非会員店を含む新発田市内の3店舗を訪問した。

対象はテレビと冷蔵庫を中心に今年度の全国共通3項目の調査を実施した。

その結果、①二重価格表示については、一部の商品に翌日からの価格が早くも表示されていた店舗があり、修正を要請した。②チラシ価格表示と店頭価格表示の整合性については、非会員店を含め2店舗がチラシ価格より店頭価格が高く表示されていたため、直ちに修正するよう会員店には小売業部会より、非会員店には行政担当官より要請された。③期間限定表示については、特に問題がなかった。

今回訪問した会員店には小売業部会から、非会員店には行政から、正しい表示の参考にさせていただきたいと小売業表示規約のパンフレットを手渡した。

終了後の報告会では、消費者団体から「細かい指摘をすれば、表示が小さかったり、セール価格、通常価格、分割価格など複数の表示があったりと、改善をお願いしたい点もあるが、全体としてわかりやすい表示がされていた。このような調査を実施していただき、大変参考になった」という意見が寄せられた。



◎令和6年度「正しい表示 店頭キャンペーン」および規約研修会実施状況

令和7年11月現在

都道府県	店頭キャンペーン	規約研修会	都道府県	店頭キャンペーン	規約研修会	都道府県	店頭キャンペーン	規約研修会	都道府県	店頭キャンペーン	規約研修会
北海道	—	オンライン	東京	—	2/19	滋賀	10/27	オンライン	徳島	—	—
青森	11/11	—	神奈川	—	オンライン	京都	11/11	オンライン	高知	—	オンライン
秋田	10/7	—	山梨	12/18	オンライン	奈良	11/7	—	愛媛	—	—
山形	11/13	オンライン	長野	未定	オンライン	和歌山	11/14	—	福岡	11/20	—
岩手	9/16	—	新潟	9/26	—	大阪	—	10/8	佐賀	9/25	—
宮城	—	オンライン	静岡	10/23	オンライン	兵庫	11/11	—	長崎	11/13	オンライン
福島	11/12	—	愛知	—	10/16	鳥取	11/6	—	熊本	10/30	オンライン
茨城	—	10/7	岐阜	10/24	—	島根	11/21	—	大分	未定	—
栃木	—	オンライン	三重	11/11	—	岡山	—	11/12	宮崎	11/19	オンライン
群馬	—	—	富山	—	オンライン	広島	—	12/16	鹿児島	未定	—
千葉	2/26	オンライン	石川	未定	—	山口	10/17	—	沖縄	10/15	—
埼玉	—	10/9	福井	11/18	オンライン	香川	11/17	オンライン	※「オンライン」は統一日程（9/25・26）のオンライン合同研修会への参加		

小売業部会の活動

◎本部規約指導委員会を開催

令和7年11月7日（金）に、地域電器店、量販店双方の委員11名が出席して開催した。

会議では、夏季本部チラシ調査の結果について、期間中に会員量販店が発行したチラシ22枚には特段の違反は見られなかったものの、一部のチラシにおける価格付記の表記について改善を要請したこと及び今年度の店頭キャンペーンの進捗状況などの報告があった。

製造業部会の活動

◎全国支部活動推進会議を開催

10月17日（金）、全国支部活動推進会議を開催し、全国10支部の各支部委員長と本部からは東出専務理事をはじめ各本部委員、各専門委員会の代表らが参加し、支部相互及び支部と本部間における諸課題に対する認識の共有化を図るとともに、行政・消費者団体との関係構築、小売業部会との連携等をテーマとして活発な意見交換を行った。

冒頭、東出専務理事より「今年度は新体制での支部活動ということでご苦労、ご心配もあるかと思う。各支部の足並みを揃えるのが大事だ。本日は、本部と支部とで最近の活動について情報とノウハウを共有していただき、支部活動に活かしていただきたい」旨の挨拶があった。

その後、内田局長の進行で本部からの活動報告と情報共有・ディスカッションが行われた。テーマ等は下記のとおり。

当日のスケジュールとテーマ等

（１）本部活動報告

- ・各専門委員会の活動
- ・小売業部会関連
- ・支部運営実務関連

（新しい会員専用サイトについて）

（２）各支部活動報告

（３）意見交換

- ・消費者懇談会のテーマについて
- ・小売業部会との連携について
- ・その他

◎景品規約オンライン研修会を開催

【基本ルール編】日 時 令和7年10月9日（木）10：00～12：00

申込数 ライブ視聴 377回線 アーカイブ視聴 462回線

【事例解説編】日 時 令和7年10月23日（木）15：30～17：00

申込数 ライブ視聴 324回線 アーカイブ視聴 507回線

昨年に続き本部主催の景品規約オンライン研修会を開催した。

基本ルール編では、景品類の定義、取引価額と景品価額、懸賞景品ルール、ベタ付景品ルール、重複提供、インターネットを利用した景品提供、告知における不当表示等について説明を行った。また、消費者庁が令和7年4月に公表した「買取サービスに関する実態調査報告書」を踏まえ、買取サービスに付随して提供される経済上の利益についても解説した。

また、事例解説編では店舗で行われる企画、インターネットを利用して行われる企画など13事例について紹介、事例ごとに実務上留意する必要があるポイントについて解説を行った。

参加者アンケートでは「よく理解できた」「だいたい理解できた」とのご意見を多数頂いた。

ただしちゃんはどこにいる!!

連載 第6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。

ユアーズ アサノ（三重県鈴鹿市）

F1レースが開かれるサーキットがある鈴鹿市は、自動車や化学製品の大工場が並ぶ工業都市です。ユアーズアサノはこの街で創業63年。

社長の浅野文夫さんは、三重県電器商業組合の理事長として、地域電器店のみならず県下の大型量販店にも声をかけ、省エネ製品の普及啓発に率先して取り組まれてきました。

今年からは、全国電機商業組合連合会の副会長に就任し、また家電公取協でも小売業部会の本部規約指導委員長として活躍されています。

浅野社長の横に飾られている額（上写真）は、童謡「春の小川」をイメージした奥様の作品。笑顔のただしちゃんと一緒にお客様をお迎えしています。



▲浅野文夫社長

ユアーズアサノ 店舗情報

<https://ps-hp.jpn.panasonic.com/ps/search/12403090>



掲示していますか？ ステッカーやポスター

適正な表示推進店



表示を正しく
家電公取協会

◀ステッカー
B5サイズ

ポスター▶
B2サイズ



製造業部会の活動

◎関東支部が消費者懇談会を開催

開催日 令和7年10月24日（金）14：00－16：30

ご出席者 消費者団体 NPO法人消費者支援かながわ、主婦連合会、横浜みなみ生活クラブ生協
全3団体 計10名

行政 神奈川県くらし安全部消費生活課 2名

テーマ ①事前配布の合展・個展チラシについて（事前アンケート）

- ・価格表記が何種類もあり（会場価格、店頭価格等）、価格が適正なのかわからない。
 - ・工事費や設置費用がわかりにくい。最終の支払い段階で、あれこれ追加費用を求められることが多い気がする。
 - ・エアコンの「標準」取付工事費のパイプ長では戸建住宅には足りないので「標準」とは言えないのではないか。
- ②家電品購入時に参考にしている情報について（販売チャネル・情報入手方法）
- ・購入前にネットで情報入手、下調べをする。量販店で実物を見て販売員に説明を聞き、対応が良ければ購入する。
 - ・家電品を購入する際、何を選んで良いのかわからないことが多く、相談先や相談窓口の充実を望む。通販や一部量販はアフターサポートが不安。地域電器店は家中の家電を把握・提案してくれたのに、店数が減っており残念。

◎四国支部が消費者懇談会を開催

開催日 令和7年10月28日（木）13：30－15：30

ご出席者 消費者団体 （一社）香川県婦人団体連絡協議会 5名

行政 香川県危機管理総局くらし安全安心課 2名

テーマ ①店頭やチラシにおける表示や販促についての意見

- ・チラシに価格の表示がなかったり、設置について必要な付属品・付帯サービスの表示がなかったりして、購入後に追加費用が発生してしまうのは改善すべき。
- ・チラシに多くの商品が掲載されておりわかりにくい。年代別のPRもしてほしい。
- ・店頭で、各社製品の省エネ性について知りたい場合、仕組みはあるか。
- ・消費税込表示が原則だと思うが、量販店ごとに表示の仕方がまちまちなので統一してほしい。

②デジタル情報についての意見

- ・デジタル情報は、便利になりすぎて上手く活用できないことがある。
- ・説明を聞き、デジタル情報には家でゆっくり比較できたり、サイズ確認できるメリットがあるとわかった。

＜編集後記＞ 今号では「正しい表示 店頭キャンペーン」を特集しました。消費者が安心して商品を選べるよう、業界全体で価格表示の透明性向上に取り組んでいます。物価高騰で信頼性が一層求められる中、誤解や不安を防ぐための研修やルール of 徹底を引き続き進めてまいります。寒さが厳しくなる季節、体調管理に気をつけてお過ごしください。（K.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