

ジャドマは設立30周年



JADMA NEWS

Japan Direct Marketing Association

特集 産業育成と通販が担うもの

自民党 参議院議員 太田 房江氏 インタビュー



事業者相談 ～転売?大量購入する顧客への対応～

通販110番 ～テレビでの商品説明映像について～

消費税増税に関する経過措置について

9

2013 September

広報誌 第323号

公益社団法人 日本通信販売協会



リレーコラム

【第24回】
「パスワードとの格闘」

ジュピターショップチャンネル株式会社
執行役員 経営企画部長
井田 和幸



「〇のパスワード流出! 最大△△万件」。
昨今、毎日のようにこのようなニュースを目にするようになりました。

私の場合、趣味と実益を兼ねてショップチャンネル以外にも多くの通販をWeb経由で利用しており、また通販以外にもクレジットカード会社や航空会社など、色々なサイトに多くのIDとパスワードを登録しています。それらのパスワードは、おそらくその道のプロ(?)にかかれば一瞬で見破られてしまいそうな単純なものを4~5個使い回しているような、極めて杜撰な有り様でした。そこで、このたび一念発起し、個別のパスワード、それも一般に推奨されているような大文字・小文字・数字のランダム配列で2桁以上のものに変更することにしました。

さすがに手動で管理するのは限界がありますので、クラウドベースで効率的に管理できる便利なサービスを見つけ、それを利用することにしました。そこまでは順調だったのですが、それぞれのサイトにアクセスし、パスワードを一つひとつ変更し、自宅のPCやモバイル端末では自動入力されるように設定する、といった作業を70~80個のパスワードにつ

「文字パスワード」はそろそろ主役交代か?

いて行っていくのは、本当に骨が折れました。中にはパスワードの前にIDを思い出せないものもあり、そのような人のために「好きな映画は?」のようなかつて自分で選択した助け舟を用意してくれている親切なところもありますが、その答えをたびたび間違えるという始末。結局、何日かに分けて夜な夜な格闘し、全てのパスワードを変更するのにかなりの時間を費やしました。

事業者側の人間の一人として、現在利用できるあらゆる仕組みを利用し、お客様の大切な個人情報をお守りするのに最善を尽くすのは当然のことですが、一人の消費者としては現在の文字パスワードという仕組みはそろそろ主役交代の時期なのかなと感じた次第です。

通販業界にとっても必要不可欠な情報セキュリティには、どのような未来が待っているのでしょうか。

『リレーコラム』は、協会関係者が日ごろ感じていることを綴った寄稿を、毎回リレー形式でお届けします。

NEXT! 10月号は株式会社ディノス・セシール 専務取締役 長広勲氏です。

CONTENTS

リレーコラム.....	2	消費税増税に関する経過措置について.....	14
特集:産業育成と通販が担うもの.....	3	私のお気に入り/事務局発!今月の話題.....	15
事業者相談.....	10	JADMAの歩み29年目(平成24年).....	16
通販110番.....	12	新会員紹介/J CAFE/月刊JADMA新聞.....	18
誌面に書かないメディアのホンネ.....	13	事務局だより 他.....	20

産業育成と 通販が

担う もの

自民党 参議院議員
太田 房江氏 インタビュー

JADMA
設立30周年
特別企画



設立30周年を迎えるJADMAはこの一年、業界や協会活動に貢献してこられた方たちに「通販の過去と未来」についてインタビューしている。黎明期を知らぬ会員企業にとつて、経験豊富なパイオニアたちの話は非常に斬新で、新しい「気づき」や様々な視点を提供してくれたが、ひとつ抜けている視点がある。それは、通販業界を育成してきた行政側が、通販の成長をどう見守ってきたかということだ。

そこで、通販業界のひとつの大きな転換期である「特定商取引法」改正の時期、消費経済課長を務め、後に消費担当の大官官房審議官も歴任された太田房江参議院議員に登場いただき、「消費行政の第一人者」として行政側の考える「通販」というものがどのように変化し、これからどうあるべきかを語っていただく。実は通産省を辞めてからの方が「通販」と近しくなったという太田氏。大阪府知事、タレント、経営者、そして国会議員…華やかなキャリアを積んでいく一人の「働く女性」として、「通販」に対する期待や可能性についても聞いてみたい。

消費者行政はどうしても「後追い」になってしまう

——太田さんは通産省時代、消費経済課長をされていたことで、業界とも浅からぬご縁があるわけですが、当時を振り返っていかがでしょうか？

太田 私が消費経済課長になった当時というのは、まだ通産省の政策自体は供給サイドに寄っていました。そのように大企業や商社という「作る側」や「流通させる側」が考えを政策に繋げていくという動きから、消費者の思っていることを繋げていくという理念の下、パイプ役としての消費者行政がツールを作るべきという考えが出始めていました。消費者の目から見て産業・流通・消費はどうあるべきか、どのような社会を築くのが望ましいのか、ということの二つでここになってくれればいいと自身は考えていましたね。そしてその通り、かなり大きく変わってきました。色々と不満もあるでしょうが、非常に大きく産業を変えてきたという事実もある。そういう意味では、私自身も一つの歯車になってこられたんじゃないかなと思います。

——当時は業界的に大きな「特定商取引法」の改正がありました。これはどのよ

消費経済課長時代と特定商取引法

うに捉えていたのでしょうか？

太田 改正時、私は岡山県副知事だったのでいせんでしたが、訪問販売法から特定商取引法に変わった時までの案を練るところまではやりました。特定商取引法というのは、これとこれを規制しますよというのではなく、全体を網で覆って、そしてルールをしっかりと知らしめて、それを守るように誘導していくという要素を含んだ法律で、私としてはできるべくしてできたかと思っています。

「やってみよう」という人が増える消費者行政へ

——それはなぜでしょうか？

太田 当時、他の行政でも感じていたことですが、法律を作っても必ずその網の目を通り抜ける人が現れる。作っても次から次へと、脱法行為や「知らなかった」という色々な問題が生じます。つまり、消費者行政というのは「後追い」なんです。こうなると訪問販売法みたいに、ポジティブリストで規制するのでは間に合わないなと感じていました。ただ、それをどんどん広げていくという一方で、あんまり度が過ぎると、産業の育成という意味からは極めてバランスを失したものに

自民党 参議院議員

太田 房江 おおた ふさえ

広島県呉市生まれ。国鉄マンの父の転勤で愛知へ。愛知県立時習館高等学校卒業。1975年東京大学経済学部卒業。同年 通商産業省（現 経済産業省）入省。住宅産業課長、近畿通商産業局総務企画部長、消費経済課課長等を経て、1997年 岡山県副知事に就任。1999年 通商産業省大臣官房審議官。2000年～2008年 大阪府知事（2期）を務める。2008年～2012年 エア・ウォーター（株）取締役、（株）エア・ウォーター農園代表取締役。2013年7月 参議院議員に当選、現在に至る。

る。当時は、そんな矛盾を感じ始めたところですね。

——規制するだけではなかなか難しいと
いうことでしょうか？

太田 ええ。消費者行政というのは、とにかく規制すればいいんだという考えではなく、どうやって良い取引を伸ばしていくかというものです。そういう意味でのルールメイクはどうあるべきかを、今は一政治家として追及しています。単に厳しく縛るのではなく、「やってみよう」と思う人が増えるような消費者行政でなければいけません。これからもそういう立場で臨みたいですね。実はプロフィールではそこまで触れていませんが、消費経済課長だけではなく、岡山県副知事の後、消費者行政担当審議官も半年間務めているのです。消費者とか生活者というのが、私の軸足の一つにあるということは事実ですし、通産省の中で少しでもそれを浸透させていこうという思いでやってきました。その後、消費者・生活者視点をさらに進め、「おぼちゃん視点」を政治に反映させたいと大阪府知事になるわけです。そういう意味でも、消費者行政のプロなんですよ、私(笑)。

消費者・生活者視点は、 私の軸足の一つです

働く女性が惹かれる

サイズの豊富さと「匿名性」

——太田さんは何か通販は利用されま
すか？

太田 利用されるも何も、今日つけてい
る指輪もそうですし、家にはテレビショッ
ピングで買ったアクセサリだらけです。
正直、担当課長の時よりもお世話になっ
ていきますよ。

——利用されるきっかけは何だったの
でしょうか？

太田 2000年に知事になって8年間務
めましたけど、その間ほとんど外で買い物
できなかったんです。顔も知られている
し、ゆっくり買い物できずスーパーにも行
けない状況でした。そこで利用したのが、
QVCやジュビターショップチャンネルとい
うテレビショッピング。仕事が終わって帰宅
すると、ちょうど12時ぐらいから商品が
安くなる時間があるじゃないですか。そ
れが楽しみです。すごい勢いでやらないとす
ぐに売り切れてしまうので、買った時は
「よしっ！ゲット！」なんてストレス解消に
もなる。ほかにも、カタログハウスの「通販
生活」などもよく利用しました。だから、
みなさんの売り上げにはかなり貢献して



低コストで楽しめて
生活を充実とさせる
ツールを増やすべきです

いますよ。ちょっと消費量が多過ぎたかなと心配になるぐらいで。健康器具なんかもたくさん買いましたよ。残念ながら今はほこりを被っていますけど(笑)。

——「担当課長ではなく、「一人の女性」として通販を利用してどのように感じられましたか？

太田 女性の場合、まずうれしいのがサイズでしょ。昨日も母のところに送ってもらいましたけど、通販の服はサイズの大きいのも揃えてある。17号でも19号でも姿を現すことなく買えるという、良い意味での匿名性が魅力ですよ。デパートに行くとき、ある号数からはちょっと口にできない雰囲気になってくるんですよ(笑)。それに加えて、店員さんにじろじろと顔見られるのも面倒くさいでしょ。ビジネスライクに買えるし、条件はありますが返品できるところも多い。そういう点で、私のように利用している女性は多いと思いますよ。

「私にとって通販は エンターテイメント」

——「ショッピング」を余計なストレスなく楽しめるということですか？

太田 そうですね。やっぱり女性にとつ

産業育成と女性活用、 通販の役割

て、買い物っていうのはストレス解消なんです。仕事の終わりに買い物に行くというのもいいですが、対面販売というのは、やっぱりある種の緊張を伴う面もありますからね。自宅に戻って働く女性から「スイッチが切り替わり、お母さん、妻、あるいは素の「自分」に戻って、緊張をほぐした状態で「買い物」が楽しめる。そういう意味では、通販というのは非常に可能性がある消費だと思えますよ。もちろん、男性にもそういう面はある。だから、私のように買物が自由にできない職業や、ご高齢の方に「買い物」の楽しみを提供する、というのは通信販売の果たす役割だと思いますよ。それを難しく言うと、産業発展のためにどうのこうのって話になるのですが、シンプルに言えば、暮らしを楽しむ要素だと思えます。実際に私はそうでしたから。テレビショッピングを介して、バーゲン会場を手を伸ばして買うという疑似体験をしたおかげでだいぶ救われました。生活の中の唯一の彩というか…私にとって「通販はエンターテインメント」ですかね。

——そういう意味では、安倍政権の成長戦略の中にも含まれる「女性の社会進出」という点でも、通販の果たす役割はありそうですね。

太田 ええ。女性の社会進出というと、す

ぐ子育てとの両立とかになります。それはもちろん重要で、安倍政権でも進めています。供給側ではなく、生活者側の視点に立って、精神的に余裕のある暮らしをしていくツール作りも進めていくべきだと思います。仕事を終えた後のテレビショッピングのように、楽しみ方はいくらでもあ。これだけツールはいっぱい揃っているわけですから、これからの社会を豊かにしていくため、どういう産業をきちつと育成していくのか、安心して利用できるルールメイクをするのかというのは必要でしょう。それが結局、女性の社会進出を手助けするのです。あと、通販に関していえば「低コスト」というのも大きい。プラスαのコストは返品時などの送料ぐらいでしょう。「家事代行」などがいくら「女性の社会進出」に有効といっても、コストの部分でなかなか大変な部分があります。低コストで楽しめて生活を充実させる。そういうツールをもっと増やしていくというのはアベノミクスの中の精神にも入っていますので、国会でそういう仕事もしっかりやっていきたいなと思います。

JADMAマークがあれば

「安心」だと

普及して欲しい

——設立30周年を迎えるJADMAに望むことはありますか？

太田 まず、JADMAマークが付いているから安心だということをもっと消費者に知らしめてもらいたいですね。私も通販を利用してJADMAマークをチェックしていました。JADMAなら安心。そういう団体になつてもらいたいですね。この「安心」というのは豊かな生活を作っていくうえでとても大事なことだと思います。私は消費経済課長時代、「24時間風呂」の回収命令を出した経験もありますが、消費者側が安心して買える商品を提供するのは当たり前なんです。新しい時代を作っていく時、JADMAのように歴史と経験を持った業界団体が、業法をしっかり守っていく業者を育てるとするのは非常に重要だと思っています。JADMAは、正直者が馬鹿を知らない世の中を作るために、しっかり自主規制をしてきた業界団体だと思います。その正直者が良い形で商売ができる、そういう社会にしていきたいため、今まで以上にしっかりとやっていたきたい。ただ、消費者に対す

設立30周年を迎える JADMAへ

る啓発というのは相当しないと定着していかないのも事実です。JADMAというのは、設立当時から非常に良い活動をしてこられた団体だと思いますから、自信を持って消費者行政の中核を担うつもりで頑張っていたきたいと思いますね。

「儲かる通販」になるには 消費者から「逆流」せよ

——通販会社に対して、何かご意見はありますか？

太田 お客様から「逆流」することを考えた方がいいのではと思いますよ。私は大阪府知事の後、5年間民間企業にいて野菜工場に携わっていて、最初は作ったトマトを商社に買ってもらっていたのですが、まったく儲からない。野菜を作っている農家が自分で売ることができないのと同じで、その間で儲けがなくなってしまうからです。生産から販売まで一気通貫しないと儲からない。それを学びましたね。ある外食メーカーのお弁当が、安いのに驚くほど美味しくなったんですけど、それはちゃんと上流(生産)を確保したからだと思っています。そう考えると通販だつて「逆流」してもいいと思います。野菜なら生産を握った方が美味しく安いいものが届けられる。

ツールとしての通販じゃなくて、一気通貫する。なければ買収してもらいわけですか。もちろん、責任も大きいですよ。作るということはそれだけ製造物責任などで背負うということです。今までみたいに

顔時記◎エピソード

大胆さは健在、今回もいきなり先を越されました

太田先生には17年前、当時の通商産業省産業政策局消費経済課長に就任間もない頃インタビューした。第一印象はおおらかであり、自らも大陸的、楽天的とおっしゃった。当時のご趣味は音楽鑑賞とお酒。一方、高校2年生まではピアニストになろうと芸大志望、一転して3年生には方向転換。そうした大胆な側面をお持ちだった。それは官僚から大阪府知事になられたことでも納得がいく。今回お会いした時も、いきなり「知事時代は通販にお世話になったわよ」と先を越され、その大胆さは変わっていない。ぜひそのパワーで政治力を発揮され、併せて以前にも増して通販ファンになっていただきたい。

(万場)

「私は売っていただけです」というわけにはいきません。だけど、「儲からない農業」をやった身からするとね、「儲かる通販」ということを考えると、やはり「上流」に行くべきだと思いますよ。

——消費者に近いですから、その声を生産に反映できますしね。

太田 そうなんです。通販業界の場合、消費者と接しているじゃないですか。そこは技術の宝庫であり、苦情ひとつ取ってもすべて売れる「素^{もと}」だと思っんですよ。返品で送り返されてきているものを分析するだけでも違いますよ。何がいけなかったか、というアンケートで丸を付けるところがあるじゃないですか。私もそうですが、あれは結構みんなちゃんと書いていますよ。やっぱり一度買った責任がありますから。例えば、あの欄を今より大きく作ってみれば、詳しく意見を書いてくる人は多いと思いますよ。もちろん、それらは個別企業の宝ですから、そう簡単には他に教えられないでしょうが、横軸的にはそういうノウハウをJADMAが広めていくとか、いろんな可能性はあると思います。

——本日はお忙しいなか、ありがとうございました。

消費者の苦情ひとつ取っても
すべて売れる「素^{もと}」だと
思っんですよ



相談事例①

当社が行っている健康食品の定期購入は、単品購入価格の10%割引で販売している。それに目をつけ、海外に向けて販売するために、大量に購入する顧客があり、食い止めた。

(会員社)

相談事例③

個人名義で通常販売価格より割安な健康茶の定期コースを利用し、購入後通常販売価格にて転売を行い、利益を得ていると思われる企業がある。当社としては、当社以外の販売店で購入された場合、賞味期限等も含めた品質保証の面で懸念があり、当該顧客に対する販売を停止したい。どのような対応方法が考えられるか。

(会員社)

相談事例②

オークションサイトで、当社製造の化粧品類が廉価で販売されている。そこで、当社のホームページ上に「オークション等で転売されているサンプル品や商品は、保管状態や製造時期についての状況が分かりかねるため、トラブルが生じた場合、当社は責任を負いません。転売行為が発覚した際には法的処置を講じた場合もあります」と、お客様及び当社商品の販売者向けに表示している。さらに顧客でもあると思われる出品者に対して、出品を取り止めるように直接申し入れたいが可能か。

(会員社)

相談事例④

当社に顧客として登録のない方から、当社オリジナル製品のヘアトリートメントに関して苦情があった。当該商品は他社では販売されていないはずだが、確認したところ取引のない他店で購入したとのことだった。転売された商品での苦情には、どこまで対応したら良いか？

(会員社)

数回にわたり、拡大損害について取り上げてきましたが、今回は、一部の顧客が特定の商品を大量に購入することから、転売等のおそれがあるとして、当該顧客に今後の販売を躊躇したケースについて取り上げます。



消費者相談室長 八代 修一

助言

企業として転売を制限する
明確な理由があるか否か

相談事例①～③に共通するポイントは、企業として転売を制限する明確な理由の有無である。

まず①については、個人または

は零細事業者が行っているものと推測できるが、当該顧客がメリットを得るからと言って、食い止める明確な理由とはならない。日本は「自由競争社会」であり、購入者の利益の有無に関わらず、販売価格を理由に、販売を制限することは事実上できない。

②のオークションについては、公序良俗に反する商品等でない限り問題はないと考えられ、①と同様、販売を取り止めさせる理由はない。

なお、当該商品が自社の製

造物であれば、製品事故が発生した際には、流通経路によらず、「製造物責任」を負う可能性もある。については、購入者には、真摯に対応することが必要であり、原則として一方的に免責はできない。

ただ、実際に保管上の留意点等があるのであれば、オークションサイトの出品者や顧客に、その旨の注意喚起を行う必要がある。

③についても、考え方は①～②と同様である。

しかし、例えば当該健康茶の賞味期限が短いとの理由で直販のみを行っており、卸販売等については、流通過程が長くなった場合に、品質上の問題が発生する可能性があるために行っていないのであれば、それを正当な理由として、顧客に販売の検討を申し入れることができるとも考えられる。

④についても、②の考え方も同様、当該商品が自社の製造物であれば、流通経路がどうであれ、真摯に対応することが必要である。

相談室長
より

商品の特性を理解してもらい、
相互に良好な関係を築いていくことが
消費者の保護や利益につながる

今回取り上げた類似の相談は多く寄せられます。各企業に共通している点として、「自社製品」に対する誇りと顧客へのロイヤルティの深さを感じます。良い製品をリーズナブルな価格で提供したい、また自社製品の直販だからこそ、製品に関して問題があれば迅速に顧客対応が可能であり、顧客からのホットな意見も収集ができるという企業の熱い思いです。

ただ、廉価に販売されては困る、あるいは元々は消費者を対象としたサービスなのに、それを利用して他企業が利益を得るのは問題であるとの意識で、他企業に販売しないとなると、別の問題に発展する可能性があります。例えば、「転売を認めるが、価格を自社と同一とする」などを条件にして取引を行った場合には、独占禁止法における「不公正な取引方法」として「再販売価格の拘束」に該当する可能性が出て

きます。「再販売価格の拘束」とは、メーカーが指定した価格で販売しない小売業者等に対して、卸価格を高くしたり、出荷を停止したりして、小売業者等に指定した価格を守らせることをいいます。

製造販売者として転売されたくないという気持ちはよく理解できますが、公正かつ自由な競争を妨げる「企業の違反行為」として規制を受ける可能性があることも認識する必要があります。

については、他社による転売が判明し、品質保持その他の理由により好ましくないとの判断であれば、その旨を申し入れたうえで商品の特性を理解してもらい、相互に良好な関係を築いていくことも選択肢のひとつと考えられます。そうしたことが製造物責任や商品・サービスの品質、流通上の問題を含め、消費者の保護や利益につながっていくと考えられます。

転売？ 大量購入する顧客への対応



☎事業者相談受付電話番号
顧客対応に関する相談 03(5651)1122
広告表示に関する相談 03(5651)1139
(平日10時～12時/13時～17時)

消費者相談

テレビショッピングでは、実際に商品を使用している状況を、映像で見せる場合があります。商品特性がわかりやすい反面、映像どおりに使用できなかった場合などに、苦情となることがあります。今回はそのような事例を取り上げます。

テレビでの商品説明映像について

相談事例

1

広告どおりの商品でないのに、
返送料負担に納得できない

テ レビショッピングでフライパンを購入した。テレビでは「強火で使える」「金属ヘラを使える」と言っていたのに、商品同梱の説明書には「中火以下で使用してください」「樹脂製が木製のヘラを使用してください」との記載があった。「強火で使える」「金属ヘラも使える」という2点が魅力で購入したので、返品したいと思い会社に連絡した。すると「未使用なので返品は受けるが、返送料は顧客負担になる」と言われた。テレビの商品説明と異なるので、返送料負担は納得できない。(会員)

処理
内容

「イメージ違いの返品のため、返送料は顧客負担」なるも、会社は広告の工夫を

当該社のネットショップで同一商品の広告を確認したところ、「中火以下で使用してください」「調理器具は耐熱性の樹脂やシリコン・木ヘラ等をおすすめいたします。金属製をご使用の際は、角が丸くなめらかなものをご使用ください」と説明書どおりの注意書きがあった。

次に、商品ページ上で見られる動画を再生して確認したところ、比較のための他のフライパンの使用例に、金属ヘラの使用場面や、焦げ付いた場面があった。販売商品については、フランベ(故意にアルコール分を飛ばす方法)して炎が上がっている場面や、卵の炒め物をフォークの側面ですくっている場面があり、動画のみを見た場合には、強火や金属ヘラの使用も問題ないと思っても不思議ではなかった。また、説明書の注意書きの表示はなかった。

そこで、相談室より当該社に、実際のテレビ広告の内容を尋ねた。担当者の話では、「テレビもネットショップも、動画は同じである。『強火や金属ヘラ使用可』とは広告していないので、イメージ違いの返品となり、返送料は負担していただきたい」とのことだった。しかし、「ネットショップには注意事項が書かれているので、テレビの広告にもテロップを入れるなど、工夫してほしい」と伝え、検討してもらうこととなった。

相談者には「こちらでも、テレビと同じ動画を見て確認した。広告全体から『このフライパンなら、強火、金属ヘラ使用可』というイメージを持ったことは理解できるが、『イメージ違いの返品のため、返送料は顧客負担』という会社の対応は変わらなかった」と説明した。「しかし、今後の誤解を避けるために、会社には広告の工夫を依頼した」と話したところ、相談者は返送料負担についてやむなく了承した。

相談事例

2

水を通せば伸びるはずの
ホースが、伸びない

テ レビで、「収納時は5mだが、水を通すと水圧で15mに伸びるホース」を見て、便利そうだと思い、購入した。しかし、届いた商品を実際に使用したところ、水を通すと、いったんは13m位まで伸びたが、その後は蛇口を最大に開けていても、7m位しか伸びなくなった。テレビでは、「放水中に縮んでしまうことがある」という説明はなかった。テレビで見たとおりの商品でなく、使い勝手が悪いので返品したい。会社に電話したが、オペレーターは自分の話を理解せず、「使用後なので返品できない」と言われた。(会員)

処理
内容

「水圧によっては、ホースが縮む」場合も、今後、広告にテロップを入れることを検討

相談室より当該社に、事実確認することとした。担当者の話では「水道の水圧によっては、十分に伸びず、縮んでしまう場合があるようだ。今後、広告に『水圧の関係で使用ホースが縮むことがある』などのテロップを入れることを検討している。相談者の商品は、返品を受け付けます」とのことだった。そこで、相談者には会社の対応を説明して、納得が得られた。

通販
110番
より消費者の視点を考慮し、商品の性能や効果の検証を
効果的な使用条件等は購入前に伝えておくこと

事例の会社はいずれも、商品使用例を映像で紹介していました。映像を見た消費者には、とても魅力的な商品という強い印象が残り、期待値が高くなりました。そのため、商品が届き、自分の期待どおりには使えないとわかり、苦情になりました。

通販会社は、テレビショッピングの映像を作成する際

には、誤解を招くような表現は避けるべきです。消費者の視点や実際の使用状況を考慮し、映像どおりの性能や効果があるのか、検証しておく必要があります。さらに、効果を得るための使用条件などがある場合は、映像の中で説明し、受注時にもオペレーターが説明するなど、購入前に消費者に伝えておくことが大切です。



通販110番相談員
池野 栄津子

誌面に書かないメディアのホンネ

「LINE」を活用すれば
新たな若年層マーケットも

自分としては、通販を扱う時には「良い側面」と「悪い側面」の2つの視点で取材をすすめていますね。

まず、「良い側面」といっことは、市場として明るい未来があるということ。「一般の小売りがなかなか振るわないなかで通販は着々と成長しています。特にネット通販分野ではAmazonや楽天に加えて、6000万ユーザーをもつNTTドコモや、4700万ユーザーをもつ「LINE」も続々と参入して競走が激しくなっています。今やテレビ番組でも深夜は通販番組ばかりです。」「ニコニコ動画だって通販をやっている。今後もメディア機能をもちながら経営が苦しい、新聞社、出版社、映像配信事業、あるいは携帯ゲーム会社などが今以上に通販事業へ力を入れていくのではないかと個人的には見えています。各自の強みを生かしたユニークな販売方法が確立できれば消費者にとってもメリットになるわけですから、書かなくてもいいのではと思いますが、

ただこのような新規参入には、悪い側面もある。新規参入は何も良いものばかりを招くわけではありませんが、悪いことというか、新たなリスクも引き起こすのです。

例えば、今注目しているのは、先頃発表された「LINE」が開発している「マース事業」「LINE MALL」。「LINE」が強みとしている実際の人間関係（リアルグラフ）に基づいて、「いい商品」でも、誰もが売り手と買い手になれる。法人、個人に閉じるものではなく、すぐ出品できる」とのこと。「朝日新聞」は、「仮想商店街に企業などが出展する『楽天市場』と、個人が商品を出す『ヤフーオークション』を合わせたような形になると見られ…」と報じています。つまり、B2Cだけでなく「C2C」も視野に入れていくというわけです。

実際の運用を見てみたいことには何とも言えませんが、もし言葉どおりのことが実現できるのなら、「LINE」の強みを生かして、新しい通販のモデルが生まれるわけですから非常に興味深いです。この「いい商品」「LINE」の「

先日発表されたJADMAの「2012年度売上高調査」でも通販市場は前年比6.3%増の5兆4,100億円規模と順調に成長を続けており、新規参入による競争も激化している。このような状況に対して、メディア側は2つの視点から追っているという。果たしてそれは何なのか。

ネットニュース編集者。業界紙記者、ビジネス月刊誌記者を経て、IT系ニュースサイトの編集者となる。担当分野はIT企業、通販会社、サービス業など

vol.5 「LINEMALL」の期待と不安

今月のヒアリング対象

「誰もが売り手」が
招くリスクとは

「誰もが売り手」が招くリスクとは。ただ、やはりどんなものにも、悪い側面はあります。ご存じのように、ネット通販のなかには、未だに粗悪な業者も少なくありません。通販といっことは、参入が容易なだけに個々に商取引をしているという高い意識がなければいけない。安易に「誰もが売り手」になってしまうというのは、モラル低下を招き、トラブルを助長する恐れもあります。通販業者ならば、やはり景品表示法や、特定商取引法に抵触しないよう細心の注意を払っていることでしょうか、それでもなかなか違反はなくなりません。そこへ「素人

ザーはコミュニケーションを楽しむため、「スタンプ」を購入するのが当たり前なので、「買う」ということに抵抗がありません。しかも、若年層が多いので、いわゆるクチコミ効果もある。企業アカウントも多いので、「LINE MALL」を活用した若年層マーケットができる、なんて未来も想像できます。

がドカッと押し寄せるわけですから、そのあたりはどうやって線引きをするのか。ネット企業といっことは、グリーの「コンパガチャ問題」のように、気づいてもトラブルが起きて、問題が深刻化してから対策を考えようという「後手」にまわることが多い印象があります。通販の参入でも似たようなことが起きることは十分考えられます。

特に「LINE」は、今年7月に起きた広島府の未成年者による暴行死体遺棄事件で注目されたほか、買春美人局などの出会い系トラブルも報告されていたこともあって、最近ようやく18歳未満のID検索機能が停止されることになりました。メディアは今このあたりに非常に関心があります。他のメディア記者と話をしても、「LINE」と未成年ユーザーや「LINE」と出会い系トラブルなどのテーマで動いているという人はかなり多い。別に揚げ足取りをしているという感覚はありませんが、「LINE MALL」の走り出しをかなり厳し目でチェックする記者は多いのではなからうでしょうか。

平成26年4月1日より、消費税の税率アップが予定されており、通信販売はその特性上、商品の申込みを受けた後、商品お届けまでタイムラグが生じます。今回は、事務局に寄せられるご質問の中でも特に多い「経過措置」について解説します。

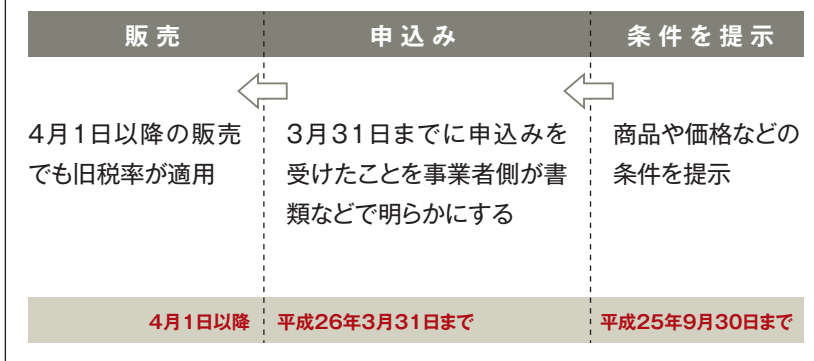
経過措置の考え方

通信販売事業者が、平成25年9月30日までにその販売価格の条件を提示し、又は提示する準備を完了した場合、平成26年3月31日までに申込みを受けて当該提示した条件に従って平成26年4月1日以後に商品を販売する時は、その商品の販売については旧税率が適用されます(下図)。

経過措置が適用される条件

- ①平成25年9月30日までに通信販売を行う商品の内容や価格などの条件を提示する(又は提示する準備を完了する)。
- ②当該条件に基づいて平成26年3月31日までに申込みを受けたこと的事实を、事業者側において書類などにより明らかにしている(事後的に確認できる)。

経過措置により旧税率が適用される場合



(このページは、財務省の回答をもとに構成しています。)

定期購入の扱いは？

通信販売の経過措置の規程である改正令附則第5条第3項では、「通信販売」の意義について「第1項に規定する契約に係る販売を除く」とされており、「この第1項に規定する契約」とは、書籍その他の物品を「不特定かつ多数の者に定期的に継続して供給することを約する契約」のことをいいます。

ここでいう「定期的に継続して供給することを約する契約」とは、「定期的に行われる継続的供給契約であり」、「定期」とは「一定の期間又は期限」をいい、「継続的供給契約」とは「一定の種類の物を一定の代金で引き続いて供給する契約。売買契約の一種。一部の供給(例えば1月分)と代金は個別に対応するが、契約は全体として単一のものであり、前期の不履行を理由に当期の供給について同時履行の抗弁ができない」ともとされています*。健康食品や化粧品などの定期購入は、定期的に行われる継続的契約と考えられます。

定期的に行われる継続的供給契約に該当することを前提とすると、健康食品や化粧品などの定期購入については、改正令附則第5条第1項の予約販売(平成25年

10月1日(指定日)前に契約し、平成26年4月1日(施行日)前に対価を領収している定期的に行われる継続的供給契約)の経過措置の適用の有無を判定することとなります。

予約販売の経過措置は、平成26年4月1日(施行日)前に領収した譲渡対価についての規程ですから、健康食品や化粧品などの定期購入は、「お届けの都度代金を決済し」ということですので、平成26年4月1日(施行日)以降のお届け分についての代金は、平成26年4月1日(施行日)以降に領収されることとなりますので、経過措置の適用はありません。

*出典：有斐閣法律用語辞典

財務省によると、この回答はあくまで一般的な取り扱いということですが、個々の課税関係について質問がある場合は、所轄の税務署までお問い合わせください。このページについてのお問い合わせは、事務局万場までお願いします。

なお、経過措置については左記ホームページをご参照ください。

国税庁消費税率
<http://www.nta.go.jp/shiraberu/ippanjoho/pamph/shohi/kaisei/pdf/2191.pdf>

私のお気に入り
My Favorite

第21回：歴史小説

～史実に基づくリアリティと想像を楽しむ～



株式会社ベルーナ
執行役員
ディスプレイソリューション本部長
森田 篤史



歴史小説を更に楽しくする雑誌や資料の数々

アウトドア・車・登山・スキーなどお気に入りは沢山ありますが、最も私の胸を掻き立てるのは歴史小説です。「時代小説」ではなく「歴史小説」と特筆したのは、それが前者と異なり史実に基づいて書かれており、そのリアリティを楽しめるからであり、特に戦国時代を舞台にした作品に心を惹かれます。

私の歴史小説の楽しみ方としては、別々の作家によって書かれた同時期・同人物の作品を複数読むことです。史実に基づいているとはいえ、史実と史実の間には作家ごとの解釈で埋められており、当然、場面ごとの登場人物の考えや会話などは作家の創作であり、作風はもとよりニュアンス、背景も異なり新たな世界が広がっていきます。また、敵方が主人公の作品を読めば、全く別の視

点から同じ作品を楽しむこともできます。

更に楽しむ工夫としては、各地の史跡や城址、資料館を訪ねたり、歴史に関する雑誌や資料を読み漁ったりした上で、登場する武将がどのような鎧兜や陣羽織、武具を身に着けていたのか？ 舞台となる城はどのような構造でその周辺の地形はどんなだったのか？ を小説の場面場面で想像しながら読み返すことです。

家族旅行に行っても、必ず史跡巡りを行程に盛り込むので、子どもからは「これじゃあ旅行じゃなくて社会の勉強だよ」と文句を言われますが、いつの日か日本中の城、史跡巡りをしながらリアルタイムで小説を読みたいと思っています。それにより小説は、より鮮明な時代絵巻に変わることでしょう。

このコーナーでは協会関係者が自分のお気に入りを紹介していきます。今回は東海テレビ事業株式会社の松下泰弘さんです。

事務局発！

今月の
話題

Vol.21
登録情報のご確認を



宮崎 浩一

ご案内には重要な情報も。確実にご案内が届くようご協力ください

JADMAから届く郵便物の宛先が古いままになっていませんか？協会HPに掲載されている住所、リンク先は正しいURLでしょうか？ これらの情報は、ご入会の際にご提出いただいた入会申込書の内容が反映されています。ご入会后、事務所やHPの移転があったタイミングで、変更のご連絡がないと登録情報が古いままになっていることがあります。恐れ入りますが、今一度ご確認をお願いいたします。もし、登録内容に変更や修正がありましたら、お手数ですが事務局：宮崎までご連絡ください。なお、協会からの各種ご案内は「協会担当者」としてご登録いただいている方宛にお送りしていますので、協会担当者様のご異動などに伴う変更につきましても、併せてご連絡をお願いします。協会担当者様宛のご案内には重要な情報が含まれる場合もあります。確実にご案内を届けられるよう、今後も登録情報の更新にご協力をお願いいたします。



事務局の様子

通販業界は前年に東日本大震災がありながら、その痛手から素早く回復し順調に売上は伸びた。この年は何とんでも4月1日、明治以来の公益法人制度の大改革によって、JADMAはこれまでの社団法人ではなく、新たな制度のもとに「公益社団法人」として再スタートしたことである。このことにより、JADMAはこれまでも公益的活動が中心であったが、さらに積極的に公益的な活動を行っていくこととなった。6月には、公益社団となって第一回目(通算29回)の定時総会において、佐々木新会長(QVCジャパン代表取締役社長)を選出、まさしく新たなスタートを切った。



第29回定時総会において、新会長に佐々木迅氏が就任した

る。そうした新たな動きに呼応するように、日中韓通販サミットを開催することになった。これまで中国電子商会(CECC)がJADMA、韓国オンラインショッピング協会(KOLSA)の事務局代表を中国に招いて開催していたが、この年からは3カ国持ち回りで開催することになったものである。共通名称もアジア・ダイレクトマーケティング・ビジョン(アジア通販サミット)とした。第1回目を7月に韓国・ソウルで開催、日本からも44名が参加、スピーカーとしてはジャパネットたかたの高田社長ら豪華な顔触れで、大会を盛り上げた。10月8日には、JADMAとしての東日本大震災被災地支援の一環として、ハワイからやってきた古典フラの一行と共に宮城県女川町を訪問。佐々木会長始め環境・社会貢献委員会のメンバーと共に地元の方々やとれ合い、須田町長を筆頭に町役場や漁業、水産加工関係者と意見交換し、今後も継続して支援活動を行うことになった。

平成24年12月の会員数

正会員◎522社
賛助会員◎184社
合計◎706社

徹底した内容に

返品制度の実態報告を行った。我々はどうしてもこうした問題に対しては、クーリングオフの対象となる業態、商品・役務が拡張されていくのか、といった問題意識をもってしまいが、消費者撤回権と呼ばれるものの中でも、騙されたとか脅されたといった理由もなく、無条件で契約を解消できる権利をいかなる場合に消費者に与えるかについては、その正当化根拠や効果(商品の減価の補償負担のような問題)に関して精緻・困難な議論が必要なのが学会での各発表からはうかがえた。(大岡)

世の中の動き

- 2月 中央防波堤外側埋立地と若洲を繋ぐ「東京ゲートブリッジ」が開通
- 4月 お台場に「ダイバーシティ東京」が開業
- 4月 渋谷駅東口に駅直結の複合商業施設「渋谷ヒカリエ」が開業
- 5月 「東京スカイツリータウン」が開業
- 7月 レバ刺しの提供が食品衛生法により禁止
- 7月 日本航空系の格安航空会社(LCC)「ジェットスター・ジャパン」が初就航
- 7月 ロンドン五輪開幕(～8月12日)。日本は史上最多38個のメダルを獲得
- 8月 日本にタクシーが登場して100年
- 8月 消費増税法案が参院で決・成立(段階的に引き上げ)
- 9月 「iPhone5」発売。従来に比べ、さらに薄型・軽量化を実現
- 9月 レスリングの吉田沙保里選手が世界選手権で優勝、世界大会13連覇達成
- 10月 2007年から始まった東京駅丸の内駅舎復元工事が竣工し、全面開業
- 10月 iPS細胞開発で京都大学教授の山中伸弥氏がノーベル賞生理学・医学賞を受賞
- 10月 石原慎太郎氏が東京都知事辞職を発表
- 11月 女優・森光子さんが死去(享年92歳)
- 12月 中央自動車道笹子トンネル上り線で天井板崩落事故(9人死亡)
- 12月 衆議院議員総選挙で自民党が与党に返り咲く
東京都知事選挙で猪瀬直樹氏が大差で初当選



東京ゲートブリッジ



東京駅丸の内駅舎

ヒット商品

- 【ヒット商品】東京スカイツリー、LINE、国内線LCC、マルちゃん正麺、フィットカットカーブ、JINS PC、おさわり探偵 なめこ栽培キット、キリンメッツ コーラ、街コン、黒ビール系飲料、塩麹
- 【ファッション】シャベットカラー、レザー、ネイティブ柄、ダンガリーシャツ、黒縁メガネ、シワ加工
- 【日本レコード大賞】『真夏のSounds good!』(AKB48)
- 【ベストセラー・話題本】『聞く力』『置かれた場所で咲きなさい』『舟を編む』『大往生したけりゃ医療とかかわるな』
- 第146回芥川賞: 円城塔『道化師の蝶』、田中慎弥『共喰い』
- 第147回芥川賞: 鹿島田真希『冥土めぐり』
- 第146回直木賞: 葉室麟『蝸ノ記』
- 第147回直木賞: 辻村深月『鍵のない夢を見る』
- 【流行語】ワイルドだろお、iPS細胞、維新、LCC、終活、第3極、近いうちに……、手ぶらで帰らせるわけにはいかない、東京ソラマチ、爆弾低気圧
- 【この年】韓国の李明博大統領の竹島上陸(8月)や、尖閣諸島国有化を巡り中国本土でデモ隊が暴徒化する(9月)など、領土問題が激化。京都大学教授の山中伸弥氏が25年ぶり2人目のノーベル賞生理学・医学賞を受賞(10月)。アマゾン・ジャパンが電子書籍リーダー「Kindle」シリーズ国内向けモデルの予約開始を発表(10月)。

JADMAの動き

- 4月 公益社団法人へ移行
- 6月 第1回定時総会(通算29回)において、佐々木 迅氏を第12代会長に選出
- 7月 アジア通販サミット(於:韓国・ソウル)へ日本から44名が参加
- 8月 2011年度の通販市場規模が5兆円を突破と発表
- 9月 広告適正化委員会を設置
- 10月 宮城県女川町において第1回被災地支援活動を実施
- 11月 「TSUHAN2011」を開催
- 11月 食品三法一元化について、消費者庁へパブコメを提出
- 12月 北海道フード特区について、北海道経済連合会へ要望書を提出



韓国・ソウルで行われたアジア通販サミットには、約300名が参加した



第1回被災地支援活動にて

Keyword Check

【中国電子商会、韓国オンラインショッピング協会】

中国電子商会(CECC)は1988年設立。中国情報産業部傘下の最も大きな組織である。会員企業は5,100社、日本の電子工業会に相当する団体。通販関係はこの組織の通販工作委員会(テレビ通販36社、ネット通販30社)が担当。2011年の中国ネット通販売上は、新華社通信によると7,800億元(約12兆5,000億円)。

韓国オンラインショッピング協会(KOLSA)は1999年に、韓国ホームショッピング(現GSショップ)と三九ホームショッピング(現CJホームショッピング)などテレビ通販とカタログ通販の会社が韓国通信販売協会を設立、その後ネット通販などが急成長したため、2005年に韓国オンラインショッピング協会に改称した。会員数約60社。2011年の韓国オンラインショッピング市場は39兆4,000億ウォン(約3兆6,000億円)。

ジャドマは設立30周年

JADMAの歩み

平成24年 29年目

社 団、財団の規定は明治時代の民法により定められ、関係省庁の認可、許可を受け設立されていた。しかし、今回の大改革によって関係省庁の関与を廃し、全国的組織の場合は内閣総理大臣、地方組織の場合は地方自治体に申請し設立できることとなった。また、種別としてそれぞれ公益と一般を設け、活動内容などによって区分されている。JADMAは、その設立の趣旨であり基本理念である消費者保護と業界の健全な発展に寄与するという基本精神にのっとり、前年9月に内閣府公益認定委員会に対し申請書類を提出していた。この年、3月21日に認定があり、4月1日に新生・公益社団法人として登記を行い、再スタートすることになった。6月の記念すべき第一回定時総会(通算第29回)において佐々木新会長を選出し、新たな制度のもとに、活動を開始した。佐々木会長は設立の基本理念を柱に、より積極的な公益的活動を展開していく旨を宣言した。

一方、3月31日にはアナログ放送が約60年の幕を閉じ、全てデジタル放送に切り替わり放送分野での大転換が行われた。また、情報端末も携帯からスマートフォン、タブレットなどが大きく伸びており、それらをうまく活用すれば通販業界の可能性は高まるばかりとなってきた。通信販売会社だけでなく、異業種による通信販売会社のM&Aも盛んに行われるようになり、業界再編の流れも出てきた。一時の中国進出ブームは衰えたが、ベトナム、タイなどアジア各国に対しては進出意欲を示す会社があり、一部は試験的にテレビショッピングを行うなど今後の動向には目が離せない状況であ

回顧メモ

特定商取引法改正が行われた年。より消費者保護を

2

012年は特定商取引法の改正があった。改正の内容自体は貴金属等の「訪問購入」規制導入であり、通販関連のものではなかったが、国会審議の過程で消費者庁原案が修正され、より消費者保護を徹底した内容になった点については我々も注意すべきだろう。この改正原案策定のための消費者庁の研究会の中核の学者達が、「消費者撤回権」をテーマに学会を開催したのもこの年だった。JADMAから万場常務理事も参加し、通販業界における

はじめまして! 株式会社シャボン玉本舗です



健康な体ときれいな水を守る。

シャボン玉おけん



本社

人にも環境にもやさしい無添加石けんを

我が社の特徴

主力製品が合成洗剤だった1971年、国鉄(現 JR)から「機関車を洗う無添加の粉石けんを作ってほしい」という依頼がありました。当時、皮膚湿疹に悩んでいた先代社長は試作品で肌のやさしさを実感。「人にも環境にもやさしい無添加石けんを」と1974年に無添加石けんの製造販売に切り替え、翌年、「シャボン玉石けん」が誕生しました。



定番の「シャボン玉浴用」

職人が1週間から10日間かけてじっくり炊き上げた無添加石けん。天然油脂が本来もつ保湿成分を含んでいるので、洗いがりの肌はつっぱらず、敏感肌の子どもから大人まで、家族みんなで使用できます。



会社概要

■社名 / 株式会社シャボン玉本舗
■住所 / 〒808-0195 福岡県北九州市若松区南二島2-23-1

■TEL / 093-791-4800 ■FAX / 093-791-9990
■入会年月日 / 2012年11月16日
■ホームページ / www.shabon.com

■代表者 / 代表取締役社長 森田隼人
■設立年月日 / 1975年5月
■資本金 / 8,620万円

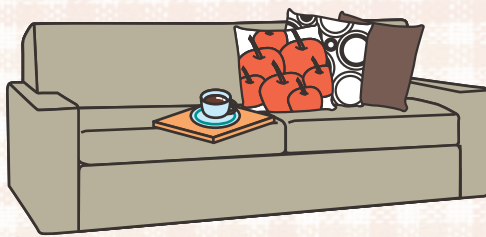
投稿コーナー J CAFÉ

思わず胸が熱くなった「誠意」

我家には座布団が溢れています。母が古くなった寝具を捨てられず、昔の綿は質が良いからと、その都度打ち直して座布団を作ってしまったのです。数えましたら、何と30枚もありました。母に了解を得て、ほとんどは近隣の老人ホームに寄付させていたのですが、数枚は残したいという母の気持ちもあり、ソファのクッションとして使用することにしました。

ところが、困ったことに純和風柄の座布団とソファのデザインが、奇妙にアンマッチなのです。そこで「座布団にカバーを掛けよう!」と、あちこち市中のお店を探し回ったのですが、適当なものが見つかりません。ネットは「60cm×60cm」というサイズでした。しかも、座布団用カバーは、やはり和風柄が多く、シックな洋風柄が少ないのです。そこで、ネット通販を探してみると…、ありました! 素敵なモノトーン、しかも、1枚が860円という安さです。

① 古い布団がおしゃれなクッションに!
最初からクッションを買うよりも愛着がわきそうです。



した。そして、請求明細書を見ると、送料が予定よりも安くなっています。「安い商品なので高い送料をご負担いただくのが申し訳なく、メール便にてお届けいたしました」との説明がありました。思わず胸が熱くなりました。小さな会社が誠心誠意、心を込めて頑張っています。心から応援したくなりました。世の中、こんな会社ばかりなら、苦情なんか起こらないのになあ。

千葉県・S・Y (男性)

会員数

正会員 / 506社
賛助会員 / 192社
合計 / 698社
(平成25年9月9日現在)

千趣会、ニッセンの物流センターを訪問 ～物流見学会

9月5日～6日にかけて、物流委員会主催の見学会が開催され、30名超が参加した。

初日は千趣会中部商品センターを見学した。当センターではアパレル、グッズ、アクセサリなど、大型・一部中型を除くほとんどの商品を扱い、年間12万アイテムの商品を全国に発送している。近年は変化対応型のフリーロケーションシステムを採用しているとのことであった。

2日目はニッセン福井ロジスティクスセンターを見学した。北陸道金津インターのすぐ近くにある当センターは、約9万3000㎡の保管スペースを有し、アパレル商品(衣類・小型ハード等)の荷受け・保管・出荷を行っている。

物流委員会では事業計画の柱の一つとして毎年各社の物流センターを見学し、情報交換を行っている。今後も継続して見学会を実施していく予定。



物流見学会 参加メンバー

●消費者委員会を開催

8月23日に、今年度2回目となる消費者委員会を都内で開催し、37社56名が参加した。

委員会では、消費者相談室長の八代から、8月に発行した『通販110番報告書』の説明を行った。会員の扱う商品で最も相談が多かったのは「婦人衣料品」で、苦情は70件あった。複数集計による内容は、「サイズ」に係るも

のが29件だった。不良品であるとの訴えも多く、中には糸のほつれによる不良でさえ良品の範囲であるとしてトラブルとなり、最終的に「取引停止」を条件に返品を認めた事業者もあった。

その後、今年度のテーマである督促のスキームについて、ディノス・セシール、ユーキャン、ファンケルから事例発表があり、意見交換を行った。

JADMA設立30周年記念講演会&パーティ開催のご案内(会員限定)

1983年10月11日の設立から、今年で満30年を迎えます。30周年の節目に、記念講演会、座談会ならびに記念パーティを開催いたしますので、ご出席のほどお願い申し上げます。

日時 10月11日(金)14時30分より

場所 パレスホテル東京4階 山吹の間

会費 1名2,000円 (正会員は1社5名まで
賛助会員は1社3名まで)

次第

記念講演会 14:30～15:30

「私が思う通信販売の未来とは」

ジャパネットたかた 代表取締役 高田 明氏

記念座談会 15:40～16:40

「通販とJADMAの来し方、行く末」(仮)

コーディネーター：明治大学大学院教授 上原 征彦氏(第10代JADMA会長)

パネリスト：カタログハウス 代表取締役社長 斎藤 駿氏(第5代JADMA会長)

ファンケル 代表取締役会長 池森 賢二氏(第7代JADMA会長)

QVCジャパン 代表取締役社長 佐々木 迅氏(現JADMA会長)

記念パーティ 17:00～18:30

今月のひとコマ

JADMAがある日本橋小舟町界限では、7～8月にかけて夏の風物詩である盆踊り大会が行われ、事務局スタッフ数名で2カ所に参加してきました。

1回目は事務局のすぐ裏にある堀留町の公園に参加しました。規模は小さいながらも、みんなが真剣に盆踊りをしていて、負けじと汗をかきかき踊りました。

2回目は浜町の盆踊り大会に参加。なんでも輪が七重にも八重にもなるということで様子を見てみると、あれよあれよという間に輪が膨れ上がります。そして「ダンシングヒーロー」がかかると参加者たちは大喜び！紛れて一緒に楽しく踊りました。



浜町の盆踊り大会

成長著しい通信販売 ~2012年度 通信販売市場調査結果より~

JADMAでは8月27日に2012年度の通信販売市場の推計を発表させて頂きましたが、それによると売上高は前年度に比べて6.3%増加して5兆4,100億円となりました。詳細の調査結果は後日の公開となりますが、今回は売上高のみについて少し解説させて頂きます。

表のごとく、2000年代の日本の小売市場はほとんど伸びていません。この要因としては日本全体の成熟化が大きく影響しています。簡単に言うと、モノをどんどん購入していた成長の時代から消費を適切に行う意識が強くなったこと、高齢化社会への変化があるようにも思います。ただ、消費が横ばいなこととは決して悲観的なことではありません。永遠に成長し続けることはなく、ごく自然なことと捉えた

ほうがよいでしょう。

さて、他の小売業態の変化と通信販売を比較してみると、2000年代において高い成長率を持続したことが目立っています。特に百貨店の売上高の減少は象徴的で、かつて「小売の王様」と言われた百貨店と通信販売の売上高は、ここ数年で逆転するものと見られています。反面、コンビニエンスストアの売上高がここ2年間で約1兆3千億円伸びていることが目立っています。高齢化社会を迎えて宅配サービスの必要性は高くなっており、通信販売の新しいビジネスモデルも他の小売業態との組み合わせから考えられます。今後は通信販売を手法として考えて、新たな顧客価値を創造することが求められるでしょう。

理事・主幹研究員 柿尾 正之

■ 小売市場に占める業態別シェアの推移

	2002年		2012年	
	売上高(億円)	シェア	売上高(億円)	シェア
小売業	1,322,800	100.0%	1,375,850	100.0%
通販業	26,300	2.0%	54,100	3.9%
百貨店	93,652	7.1%	66,389	4.8%
スーパーマーケット	126,677	9.6%	129,527	9.4%
コンビニエンスストア	69,798	5.3%	94,772	6.9%

※通信販売の数値:日本通信販売協会調べ ※通信販売以外の数値:「平成24年版商業販売統計年報」を基に作成

JADMA NEWS

事務局 だより



JADMAではいろいろなセミナーを行っています。法律関係等のジャンルは別として、すべての会員社が興味のあるテーマを考えることは非常に難しいことです。JADMA会員の中でも、取扱い商品、母体となっている業種・業態、主たる媒体、主要顧客層によってそれぞれの関心事は異なり、全会員社が満足するテーマのセミナーを行うことはたやすくはありません。先行き不安の時代に行うセミナーのテーマは、企画者がしっかりと会員社のニーズを捉えていないと、結果として集客ができません。実際、「もう少し来ていただいてもおかしくない」と思うこともしばしばです。協会の性格上、セミナーで収益を上げること自体を目的とはしていませんが、やはり来ていただけた人数が、そのセミナーが成功したかどうか

かの評価となります。今から10数年前、ネット通販黎明期に楽天の三木谷氏をはじめ4名の方にご登壇いただいたセミナーは200名近い方でふくれ上がり、ある会員社の元社長は「このセミナーをきっかけに、ネット通販に取り組み始めたんだよ」と今でも懐かしそうに語られます。そんな影響力のあるセミナーを企画していきたいものです。

理事・主幹研究員
柿尾 正之



物流、調査の各委員会と、単品通販部会、研修・セミナー関連を担当。日本ダイレクトマーケティング学会の理事・事務局長も兼任。