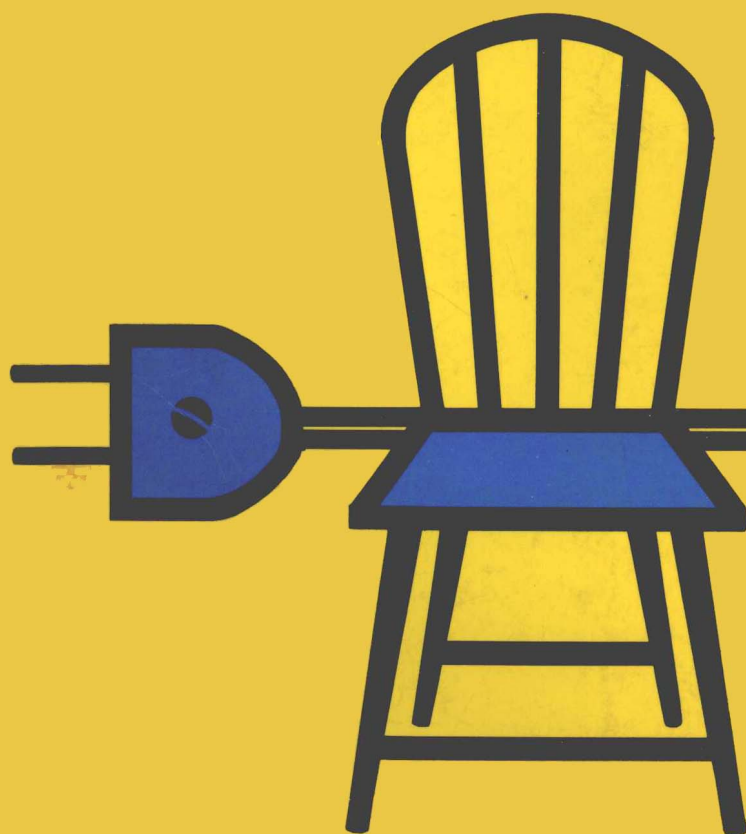


販売員のための商品知識

家庭用品

消費者問題懇話会

梶 敏明 編



- 1 台所用品
- 2 食器
- 3 日用雑貨
- 4 住宅用品
- 5 保健・衛生用品
- 6 電気製品
- 7 ガス・石油器具

- 8 家具
- 9 ベビー・子供用品
- 10 文房具
- 11 レジャー用品

接客・POP広告作成の手引
498
品目を解説

NDC 671

販売員のための商品知識 家庭用品

昭和54年8月20日 新装発行

定価 2,000円

© 編 者 梶 敏 明
発 行 者 小 川 茂 男
発 行 所 株式 誠文堂新光社
会社

東京都千代田区神田錦町1の5
郵便番号 101

電話 東京(292) 1211 (代表)
振替口座 東京 7-6294

商店界・アイデア・フレーン・囲碁・ガーデンライフ
無線と実験・初歩のラジオ・子供の科学・農耕と園芸
愛犬の友・電子展望・天文ガイド

Printed in Japan

印刷 新興印刷製本

落丁・乱丁本はお取替いたします

本書は昭和53年11月、「商店界」の別冊として発行
されたものを、ご好評により新たに書籍として発
行したものです

2363 ——— 3854

販売員のための商品知識

家庭用品

消費者問題懇話会
梶 敏明 編

誠文堂新光社

大量・多種の商品がはん濫する現代社会において、販売業者はとまどいの中にいるといって過言ではない。絶えずつくり出される商品群と多様化する消費者の欲求を調整することは困難な仕事となってきた。そのため消費者からの質問に十分に答えられない販売員が多いという批判の声が挙がっているのもやむを得ない事情はあろう。

しかし、消費の停滞、販売の過当競争という状況の中で、小売店が活路を求めるためには、消費者の欲求にこたえる品揃えと、消費者に対する適切なアプローチ以外にはない。これを可能にするのは、商品知識である。しかし現実の一つ一つ商品を点検、研究するというのは多忙な日常業務の中では大変な作業であろう。また、商品知識を修得する手掛りとなるものが見当たらないというのが現実であろう。本書はその手掛りの本として刊行するものである。

商品知識という考え方にも様々な立場がある。商品を生産する立場のものもあるし、売る立場、買う立場、使う立場などと挙げることができる。本書は本来ならば売る立場で構成すべきかもしれないが、あえて買う立場、使う立場で構成した。その理由は売る立場というのは売り手サイドの都合が前面に出すぎるので、消費者の欲求との間にずれが出るからである。本書は消費者と直接に対面する販売員のための商品知識を主旨としたので、消費者がいかなる観点で商品を選び、購入するか、また家庭に持ち帰ってからどのように使用するかを解説してある。また、これらの知識を消費者にアドバイスすることが真の販売促進となると考えるからである。

執筆陣には5名の消費生活コンサルタントと1名の生活科学研究家を起用し、消費者問題に造詣の深い梶敏明氏に取りまとめをお願いした。また、本書で解説した内容を、いかに現実の販売の場で活用するかを示すためにPOP広告（ショーカード）を作成して、随時掲載した。

本書には、膨大な種類にわたる家庭用品の中から重要度に応じて11分野498品目を解説してある。また日常の便のために約1,300の品目を拾い出し、巻末に索引を掲載した。

なお、本書は、既刊の「食品」に引続き刊行されたもので「衣料・身粧品」を続刊する予定である。これらが完結すれば、高額耐久消費財を除くほぼすべての物品販売の分野を網羅できるはずである。

商店界編集部

〈家庭用品〉

目次

円熟期を迎えた家庭用品

消費者の要求で商品数が増える	8
家庭用品の生産高推移	9
家庭用品業界の今後を占う	10
法規制と制度	12
家庭用品品質表示法 工業標準化法 消費生活用製品安全法 電気用品取締法 ガス事業法 液化石油ガスの保安の確保 及び取引の適正化に関する法律 高圧ガス 取締法 有害物質を含有する家庭用品 の規制に関する法律 計量法 不当景品 類及び不当表示防止法 グッドデザイン 商品選定制度	

〈執筆者紹介〉

梶 敏明（監修）

消費者問題懇話会
商品情報センター常務取締役

笠原正久（POP広告制作）

神奈川県経営指導協会講師
笠原デザイン室主宰

浅井弘子

市川市統計調査協議会委員
市川市地方卸売運営審議会委員
日本消費生活コンサルタント

恩田かね子

世田谷区消費者センター消費生活相談員
日本消費生活コンサルタント

商品知識編

基礎編 素材の種類と特徴

17

金属 陶磁器 プラスチック
ガラス 木材 皮革 漆器
ほーろー メッキ

1 台所用品

31

2 食器

67

3 日用雑貨

76

4 住居用品

96

5 保健衛生用品

112

6 電気製品

125

7 ガス・石油器具

143

8 家具

148

9 ベビー子供用品

154

10 文房具

164

11 レジャー用品

171

〈巻末資料〉

鍋に使われている素材の種類と特徴	188
アルミニウム板物製品の製造工程	189
アルミニウム鋳物鍋の工程	189
スプーン・ナイフの製造工程	189
主な窯場の連絡先	190
主な素材の熱伝導率	191
特産陶磁器の産地	191
陶磁器製飲食器の安全確保について	192
主な紙の種類と特徴	193
木ばしの種類と特徴	194
家具類の表面加工の種類と特徴	195
繊維の種類と特徴	195
電気器具の1日当り消費電力と料金	196
電気製品購入時の注意点	197
接着剤の分類と主な用途	198
一般車の主な仕様・電池の種類と用途	199
封筒の寸法と適合する内容物	200
J I S 規格普通針の種類	200
〈索引〉	201

■装丁 代田 奨 ■トレース 岩井展治
©1978 Seibundo Shinkosha Publishing
Co. Ltd. 無断転載を禁ず

鈴木ヤエ

生活科学研究家
横浜市消費者センター技師
薬剤師

松元紀子

横浜市消費生活相談員
日本消費生活コンサルタント

松田千恵子

生活評論家
京王百貨店消費者相談室コンサルタント
日本消費生活コンサルタント

山本定子

東京都消費者センター相談員
多摩市消費生活相談員
日本消費生活コンサルタント

〈参考文献〉

「プラスチックの実際知織」藤井光雄・垣内弘
(東洋経済新報社)

「プラスチック入門」神奈川県企画調査部(三光
出版社)

「ガラスの科学」クリュチニコフ他(東京図書)

「ガラスの化学」土橋正二(講談社)

「ガラス工学」成瀬省(共立出版)

「陶芸入門」江口澁(文研出版)

「金属材料」臼井太一郎(東京パワー社)

「革手芸」管野英二郎・床次光(北隆館)

「くらしの商品学」(朝日新聞社)

「家庭用品品質表示法の解説」(日本消費者協会)

「調理器具」(真珠書院)

「入門やきものの科学」田賀井秀夫(共立出版)

「不織布および合成皮革」水野淳(地人書館)

「商品大辞典」(東洋経済新報社)

「耐久消費財入門」梶敏明(新時代社)

「買いもの事典」(日本消費者協会)

「買い物のポイント」梶敏明(近代セールス社)

「家庭品ハンドブック」(日本電機工業会)

「日本工業規格」(日本規格協会)

「朝日年鑑・昭和50年～53年」(朝日新聞社)

「民力1978年版」(朝日新聞社)

「世界大百科事典」(平凡社)

円熟期を迎えた 家庭用品

梶 敏明

消費者の要求で商品数が増える

最近の日用品、耐久消費財で気の付くことは、耐久性・安全性が向上した、デザイン・色彩が洗練されてきた、使いやすくなった(便利性)ことである。そして、昭和30年代後半から比較してみても、最も顕著な相違は、商品数が非常に増えたということである。

以上のような変化がなぜ起きたのだろうか。理由として業界(生産者・販売業者)の英知と努力が挙げられるだろう。しかし、それは理由の一部でしかない。大部分の理由は、消費者の消費者意識の向上による商品に対する見方の様変わりからなのである。

昭和30年代後半、高度成長の波の中であって、消費者は理想的消費生活の夢を追いながらも消費哲学不在のための暗中模索の時代であった。

「なぜ買うのか」という非常に素朴な、しかも重大な第1ヒントを無視して商品に飛びつき、買えるということに対しての喜びが主で、その反面、使う楽しみが従属するという変則的な購入の仕方をする消費者が多かった。物が十分に出回り始めたころの売手側の巧みなコマースリズムが効を奏した時代である。

このような時代においては「作れば売れる」のであり、消費者自身の商品選びのための知識も十分でなく、消費生活も右へならえ式の画一的なもので、それだけに家庭環境にマッチした商品作りの努力は必要ではなかったのかも知れない。

それから十余年、消費者の消費生活に対する姿勢は大きく変わった。当然、日用品、耐久消費財に対する要求も変わってくる。

①機能・性能を重視する、②使いやすさへの追求、③安全性に対する要求、④本物志向、⑤合理的な生活に対する要求、⑥家事のレジャー化への追求、⑦美しさに対する追求。以上挙げた要求を満足させてくれる商品を求める消費者が

増えてきたのである。新しい消費者群の台頭である。

業界は、もちろん消費者側のこれらの要求にこたえるための商品を、次々と市場に送り出した。

すなわち、①に対しては、豪華さを誇るコンソールタイプのテレビは減少し、性能本位のテーブルタイプが主流を占めるようになった。②ワンタッチのジャー、電動日曜大工道具、キッチンバサミなど使いやすいものが新製品または改良品として開発されている。③自動消火装置付きの石油ストーブ、ガス漏れ警報器などの開発はもちろんのこと、各商品ごとによって家庭用品品質表示法、消費生活用製品安全法、電気用品取締法の指定品目とされ安全性に努めている。④食器としてのプラスチックは後退し高価なガラス、漆器、金属食器が多く出回るようになってきた。⑤風呂用具の早沸きマット、湯かき棒や、電子レンジなど家事の合理化を助ける商品は増えつつある。⑥インスタント食品に背を向け、料理作りをレジャーとして考える主婦が増えてきたため製菓用具の種類も増え、にんにく絞り器、野菜カッターなどの調理器具が非常に増えた。また、掃除を楽しくする手助けとして手動掃除機、卓上掃除機があり、洗剤についても床用、金属用、ガラス用、浴場用などが各種ある。⑦けばけばしい色彩のものや、ゴテゴテしたデザインのものは姿を消し、シックなもの、素朴なものと変わりつつある。

以上のように消費者の要望が具体的になり、また、各家庭の生活意識が異なり個性化し、お仕着せを拒否してきたところから商品数が異常なまでに増加し、現在に至ったわけである。そして、日用品の今後は便利性、安全性志向はもちろんのこと、遅々としてではあるが高級品化へと移向していくであろう。

家庭用品の生産高推移

あらゆる商品には寿命がある。物によっては出現してからわずか数年で消滅してしまうものもあるが、一方、永久に生き永らえるものもある。

日用品・耐久消費財もその例に漏れないが、日常生活にかかわりの深い単純なものほど寿命は長いといえるだろう。そこで、日用品・耐久消費財について1967年(昭和42年)から1976年(昭和51年)までの10年間で生産高にどんな推移があったかということを、一部商品を例に挙げて見ていくことにしよう(次ページ表参照)。なお、表の数字を見る際、1972年の末にオイルバニックが起き、1973年は最もその影響を受けていた時期であるということに留意されたい。

プラスチック日用雑貨品は10年前から見れば急増といえるが、5年前から見るとむしろ下降気味で、'73年282,610 t に対し'76年は237,749 t である。ガラス製品は10年前から見ると約80%増の259万トンで、今後も微増が予想される。陶磁器は'67年の1,385,000 t から1,809,000 t と増えているが、今後は横ばい、または微増で推移するだろう。次にはろーろ鉄器の伸びは目覚ましく'67年65,988 t が161,884 t と急増しているが、これはろーろのよさを消費者が見直してきたためだろう。金属製家具も10年前から見るとかなり増え'76年では3,745万個となっているが、これは金属が持つ軽快さを若い人たちが評価した結果とみていいだろう。次に石けん、洗剤だが、15年以上前から一部で洗剤反対、石けんを使おうという運動のある中で、家庭用合成洗剤は10年前の476,009 t から678,829 t と生産高が増加している。オイルショックをピークに'75年は減少しているが、'76年になってまた盛り返している。

一方、石けんだが10年前と生産量はほとんど変わらず、'67年の158,063 t に対して'76年では

147,192 t である。

写真フィルムでは10年前から見ると3倍増の70,386,000m²である。これ一つを見ても消費者のレジャー志向をうかがい知ることができる。

文具では商品ごとに極立った推移が見られる。鉛筆が'67年の9,171,000 gross から'76年の6,776,000 gross へ、また、万年筆が同じく、1,495,000 ダースから996,000 ダースへと大きく生産がダウンしたのに対し、ボールペンは'67年290,453,000本が'76年には405,528,000本と、また、マーキングペンが同じく28,627,000 ダースから57,911,000 ダースと生産が大幅に増加している。

これは鉛筆を削る手間、万年筆にインクを補給する手間を消費者が嫌い、手間のかからないボールペンやマーキングペンへ移向したものと考えられる。

玩具では材料別で見ると金属製が10年前から見ると生産が落ち込み、日用雑貨品では横ばい状態のプラスチックが3倍増の42,167,000 ダースとなっている。同じ材料でも商品別によって扱い量が大きく違ってくるという一つの証明である。

耐久消費財のうち家電製品では生活内容の向上で、減るもの、増えるものの商品がはっきり数字の上に現われている。やぐら式電気こたつや扇風機は、FF型強制給排温風機、ルームエアコン、セントラルヒーティングなどの登場で徐々に減少していく。一方、電子レンジは'69年に311,000台だったものが'76年には1,760,000台と6倍増している。

また、電気洗たく機、冷蔵庫、掃除機などはほとんど横ばいだが、これは普及率がそれぞれ98.7%、99.5%、94.9%となり、後は買替え需要だけとなり、このため急増ということは考えられない。

家庭用品の生産高推移(1967~1976年)

	家庭用電気機械						プラスチック日用品 雑貨 (t)	ガラス製品 (1000t)	陶磁器 (1000t)	はーろ 一鉄器 (t)	金属製家具 (1000個)	石けん (t)	家庭用合成洗剤 (t)	写真フィルム (1000m)
	やぐら式電気こたつ (1000個)	扇風機 (1000台)	電気洗たく機 (1000台)	電気冷蔵庫 (1000台)	電気掃除機 (1000台)	電気レンジ (1000台)								
1967年	3,900	5,235	3,117	3,181	2,707	...	150,103	1,404	1,385	65,988	19,519	158,063	476,009	23,273
1968	3,883	7,302	3,700	3,471	3,073	...	174,395	1,813	1,524	82,090	22,310	154,263	516,251	28,104
1969	3,157	6,940	4,182	3,139	3,243	311	190,407	1,899	1,694	92,495	26,822	152,633	575,543	32,410
1970	3,580	6,789	4,349	2,631	3,526	414	212,413	1,907	1,857	115,901	28,750	151,040	626,288	39,505
1971	4,079	6,437	4,149	3,003	3,522	299	228,096	2,113	1,774	123,310	32,627	143,933	647,280	45,152
1972	6,464	6,490	4,201	3,455	3,972	631	267,851	2,341	1,835	139,995	47,604	144,455	703,823	47,683
1973	6,179	5,304	4,298	3,929	4,724	1,161	282,610	2,555	2,072	189,379	47,381	162,868	765,183	56,068
1974	7,781	6,113	4,105	4,313	4,038	1,849	233,373	2,506	2,013	163,478	37,462	157,672	831,411	58,376
1975	5,171	4,323	3,173	3,474	3,661	1,516	218,747	2,089	1,623	147,214	32,120	122,215	591,721	59,755
1976	4,830	4,546	3,919	3,926	4,535	1,760	237,749	2,592	1,809	161,884	37,458	147,192	678,829	70,386

機械統計年報、雑貨統計年報、プラスチック製品年報(いずれも通産省大臣官房調査統計部)より作成

家庭用品業界の今後を占う

高度成長の時代は去り、世界不況下で我が国も景気は停滞ぎみである。円高施風が荒れ、大企業による減量経営も続けられている。こうした中において、消費者はむしろ、本来の消費生活はどうあるべきかということを冷静に考えるようになった。コマーシャルイズムに踊らされず、個性化を発揮し、ゆとりのある生活を求めるようになった。

主要電気・ガス器具普及率(53年3月)(%)

	全世帯	勤労者	個人営業など
ガス湯沸器	73.1	74.1	74.8
石油ストーブ	91.3	90.9	89.4
電気やぐらこたつ	93.2	93.4	90.5
ルームエアコン	30.0	32.0	38.0
セントラルヒーティング	2.8	2.3	5.5
温風ヒーター	9.6	10.0	10.9
扇風機	95.2	95.2	94.4
電子レンジ	27.0	25.6	33.3
電気冷蔵庫	99.5	99.6	98.8
電気洗たく機	98.7	99.1	97.3
電気掃除機	94.9	95.5	94.1
ふとん乾燥機	6.2	6.0	8.2
白黒テレビ	29.6	29.0	31.0
カラーテレビ	97.8	98.1	96.5
VTR	1.3	1.1	2.2
ステレオ	56.7	55.7	53.6
テーブルコーダ	59.6	61.3	56.1

経済企画庁「消費動向調査」より作成

レジャーにしても、見るレジャーから参加するレジャーに変わりつつある。ちなみに、'65年に販売された釣り道具は97億円で、'75年では712億円となっている。

同じように登山用品は18億円が73億円の、子供自転車においては10億円が170億円と急上昇している。

一方、訪問時代を迎え、食器類の高価な物が求められるようになり、同時に住居用小物類にも気を配るようになった。また、料理作りのレジャー化により、調理用器具、小物類も特殊なものが好まれ始めている。

日用品、耐久消費財が昔と比べ大量に家庭に迎入れられた背景に、住宅事情があることを見逃すことができない。'58年に1戸当たりの室数が3.6室であったものが、'75年では4.3室と増え、1人当たりの畳数も同じく4.3畳から7.3畳と大きく広がっている。住居空間が増えれば増えるほど日用品は購入されやすくなるのは当然のことで、特に大型の家電製品は空間スペースによって支配される。

住宅については公団住宅の例でも分かるように年々大型化されていくので、関連生活用品の需要の見通しは明るい。

なお、関係業種の商店数、従業員数、年間販

鉛筆	万年筆	シャープペンシル	ボールペン	マーキングペン	玩具(1000ダース)	
(1000ダース)	(1000ダース)	(1000本)	(1000本)	(1000ダース)	金属製	プラスチック製
9,171	1,495	...	290,453	28,627	17,289	13,037
8,881	1,424	...	378,920	32,112	18,203	13,547
9,236	1,476	19,899	331,418	34,370	17,754	13,445
8,698	1,292	23,578	340,147	37,619	14,065	16,205
7,997	1,008	28,217	360,811	41,428	13,699	16,726
8,546	1,233	26,497	377,295	51,163	12,287	28,006
8,849	1,299	29,997	415,887	59,435	13,690	42,024
7,331	1,201	34,029	399,756	48,499	13,106	28,344
5,768	893	31,311	276,110	40,895	11,955	33,994
6,776	996	36,266	405,528	57,911	13,766	42,167

売額を見ると金物・荒物店は'70年に39,372店あったものが、'76年には37,337店と減少している。同様に従業者数でもわずかであるが減少している。一方、陶磁器、ガラス店では6,930店から9,023店と大幅に増えている。そして、金物・荒物・陶磁器、家庭用機械器具のいずれも商品数と従業者数の比率を'70年と'76年で見ると、'76年の方が従業員が減っている。この業界にも省力化の波が押し寄せてきたということがよく分かる。

商店数・従業員数・年間販売額

(単位 金額 億円)

業 種	1970年		
	商店数	常時従業者数	年間販売額
家具、建具、じゅう器	155,640	562,821	25,398
家具、建具、畳	51,495	156,715	5,697
金物、荒物	39,372	97,838	3,456
陶磁器、ガラス器	6,930	21,877	747
家庭用機械器具	56,586	281,173	15,299
その他	1,257	5,218	199
燃料	55,426	270,363	16,900
書籍、文房具	56,305	320,114	6,787
業 種	1976年		
	商店数	常時従業者数	年間販売額
家具、建具、じゅう器	175,414	608,574	55,674
家具、建具、畳	60,002	197,481	16,377
金物、荒物	37,337	96,126	7,272
陶磁器、ガラス器	9,023	27,249	1,929
家庭用機械器具	67,803	283,105	29,720
その他	1,249	4,613	377
燃料	68,407	324,009	53,853
書籍、文房具	67,350	404,605	18,779

商業統計速報（通産省大臣官房調査統計部より作成）

新婚家庭に最低限必要な台所用用品

(来客用は含まず)

フライパン	1	はし	2
中華なべ	1	スープざら	2
深なべ	1	大ざら	2
ミルクパン	1	中ざら	2
片手なべ	2	小ざら	2
ケトル	1	小鉢	2
なべ敷き	2	どんぶり	2
包丁(牛刀とベティナイフ)	2	深鉢	1
まな板	1	急須	1
洗いおけ	1	湯飲み茶わん	2
水切りかご	1	モーニングカップ	2
流しコーナー	1	コップ	2
ごみ容器	1	タンブラーグラス	2
スポンジ	1	コーヒー・紅茶セット	1
たわし	1	ミルクポット	1
たわし入れ	1	シュガーポット	1
ざる(大・中・小)	3	スプーン	2
ボール(大・中・小)	3	フォーク	2
しゃもじ	1	ナイフ	2
玉じゃくし	1	ティスプーン	2
フライ返し	1	バターナイフ	1
菜ばし	2	塩こしょう卓上セット	1
あわ立て	1	徳利と盃セット	1
おろし金	1	サラダボール	1
ふきん	12	茶わんむし	2
ふきん掛け	1	バターケース	1
茶こし	1		
油こし	1	室内ほうき	1
せん抜き・かん切り	1	屋外ほうき	1
はかり	1	くずかご	1
計量カップ・スプーン	1	スリッパ	2
調味料入れ容器	4	靴べら	1
むし器	1	洋服ハンガー	10
すき焼なべ	1	洋服ブラシ	1
土なべ	1	灰ざら	1
すり鉢・すりこぎ棒	1	花びん	1
粉ふるい	1	裁縫箱	1
穴じゃくし	1	アイロン台	1
揚げもの用バット	1	霧吹き	1
皮むき器	1	たおる	6
柄つきたわし	1	たおる掛け	1
買物かご	1	洗面器	1
盆(大・小)	2	石けん入れ	1
茶筒	1	スポンジ	1
まほうびん	1	歯ぶらし	2
電気釜	1	ピンチ	12
トースター	1	洗濯ローブ	1
アイロン	1	ポリバケツ	1
ごはん茶わん	2	救急箱セット	1
汁わん	2		

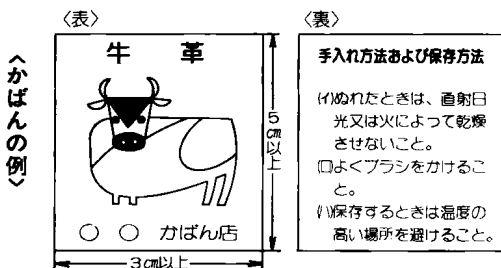
法規制と制度

家庭用品品質表示法

家庭用品の品質に関する表示の適正化を図ることによって、消費者の利益を保護することを目的として昭和37年に制定された法律である。この法律による対象商品は通常生活のために使用する雑貨工業品、合成樹脂加工品、電気機械器具、繊維製品などであって、購入のとき品質識別の困難性が高く、品質識別の必要性が特に強い商品で、家庭用品品質表示法施行令で指定された商品である。

対象品目として指定された商品には統一した表示事項や表示方法が定められている。

合成樹脂加工品の場合は①原料樹脂名、②耐熱温度、③使用区分、④耐冷温度、⑤容量、⑥加工方法、⑦取扱上の注意を表示。雑貨工業品



電気掃除機の例

品名および形名	〇〇電気掃除機 4型
吸込仕事率	80W
真空気量	580水柱mm
風量	0.85m³/毎分
コードの長さ	5m
重量	6kg
使用上の注意	1. 電源はできるだけコンセントを使用して下さい。 2. 取じん袋のはこりは早めに掃除して下さい。 3. 水を吸わせないで下さい。
表示者	〇〇電器株式会社

表示のワクの面積は平方25センチ以上

の場合は①品名、②成分、③容量、④用途、⑤重量、⑥正味量、⑦寸法、⑧材料の種類、⑨使用上の注意などが表示される。

本法の特徴は材質が表示で分かることと、使用上の注意、保存法、手入れ法などが表示されていることで、昭和53年1月現在、96品目が対象

商品として指定されている。

指定品目の対象になった商品に表示をしなかった場合、通産大臣は表示するよう指示ができ、それに従わない場合、会社名などを公表し世間の批判を仰ぐという公表の制度もある。

工業標準化法

鉱工業品を製造、使用する場合の技術的事項（形状、寸法、品質、検査方法）などを全国的に同じ規格で統一することによって、生産能率の向上、取引の公正化、消費の合理化を図ろうという目的で制定された法律で、この法律によって日本工業規格（JIS＝ジス）を作り、普及することと、JISマーク表示制度を実施している。

JISマーク表示制度はJISに該当する製品に許可を受けた業者がJIS該当品であることを証明するJISマークを付ける制度である。現在、JIS規格は日用品、電気製品、化学製品、建築材料、繊維製品など約7,700規格があり、JISマークの表示の対象として指定されているものは約1,100品目で、そのうち消費者用石油ストーブ、くつ、トイレットペーパー、ほ乳びん、魔法びん、ピアノ、自転車、電子レンジ、合成洗剤などの消費財は約260品目である。



消費生活用製品安全法

消費生活用製品によって消費者の生命、または身体に対する危害の発生の防止を図るため、特定製品の製造、販売を規制すると共に、消費生活用製品の安全性の確保について民間の自主的な活動を促進するための措置を講じることによって、消費者の利益を保護することを目的として昭和48年6月に制定された法律である。

この法律の内容は大きく分けて国による安全

性の規制「特定製品の指定」と民間の自主的努力の促進「製品安全協会の設立」の二つの部分から構成されている。

これは安全性から見て問題のあるものを「特定製品」として国が指定し、これらについて国が安全基準を定め、その安全基準に適合した旨の表示（SG マーク）を付けたものでなければ販売してはいけないというもので、検査の実務は製品安全協会が行なうことになっている。

この認定基準は、学識経験者、消費者、関係官庁の担当者たちが決定するもので、もし、このマークの付いているものを使用し、身体に損傷を受けたときは、事故の実情や製品の欠陥の有無について調査し、問題があった場合、損害賠償することになっている。

現在、この法律によって特定製品となっているのは乳母車、歩行器、幼児用3輪車、ビーチパラソル、乳幼児用ベッド、二段ベッド、住宅用スプリングマットレス、かん切り、ショッピングカート、プラスチック浴そうふたなど30種（昭和53年8月現在）である。

電気用品取締法

昭和36年11月に制定された法律で、電気用品の製造、販売などを規制することによって、粗悪な電気用品による危険及び障害の発生を防止することを目的としている。したがって、家電製品の性能、効用のよさを認めるというものでなく、あくまでも、危険防止を目的としたものである。

本法によって規制を受ける電気用品は、一般家庭、商店などで使用される電



甲種電気用品のマーク



乙種電気用品のマーク



気器具のうちから、個別に政令で指定されることになっているが、実際には一般家庭で使用されるほとんどの電気器具が指定されている。

電気用品には、構造または使用方法その他の使用状況からみて、特に危険の発生する恐れが多いと考えられるものを甲種電気用品（405品目）、それ以外のものを乙種電気用品（72品目）としている。

本法によって、電気用品は指定試験機関で検査され、安全性が確かめられた場合、マークを付けることができ、検査を受けない場合、または検査を受けて不合格になった場合はこのマークを付けることはできない。なお、このマークのない商品を販売してはいけないことはいうまでもない。

ガス事業法

都市ガス用の器具については、本法によって安全性の確保のため、検定に合格したものでなければ販売できないことになっている。合格したものにはTG マークを貼布する。現在、規制の対象になっているものは、ガス瞬間湯沸器、ガスストーブ、ガス圧力がま、圧力なべである。



液化石油ガスの保安の確保及び取引の適正化に関する法律

LP ガスの取扱いによる事故を防ぐと共に、LP ガスの取引を適正に行なうことによって消費者を保護することを目的として昭和43年3月に施行された。

本法に、LP ガスの小売業者を「許可制」とし、許可を受けた業者はLP ガスの販売契約を結んだときはLP ガスを使用するときの諸注意を書いた書面を渡し、また、家庭内外の消費設備を調査しなければならないことになっている。また、LP ガス器具のうち政



令で指定されているものは、指定検査機関の検定に合格したものでなければ販売してはいけないことになっている。指定商品には液化石油ガスこんろ、ふろがま、ふろバーナー、ストーブ、圧力なべ、圧力がまなどがある。

高圧ガス取締法

ヘアスプレー、殺虫剤などエアゾール製品が多く出回っているが、液化ガスなどを充てんする容器の安全を確保するための法律で、容器の製造段階からくず化されるまでを安全性確保の立場から細かく規制している。

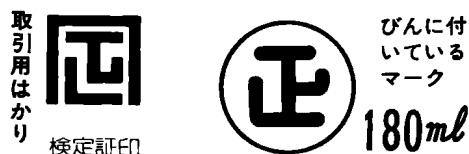
有害物質を含有する家庭用品の 規制に関する法律

医薬品、食品のほか、毒劇物を含有する家庭用品、乳幼児が接触するおもちゃ、飲食器、台所用洗剤などについて薬事法、食品衛生法、毒物及び劇物取締法によって規制を行なっている。しかし、皮膚障害、頭痛、皮膚を通して体内に吸収された化学物質の慢性毒性が潜在化して、将来、がん、奇形などが発現する可能性があるかも知れないということを考えて、家具、繊維製品などの一般家庭用品のすべてを対象とした衛生規制を行なう本法が昭和49年10月から施行された。

計量法

計量の基準を定め、適正な計量の実施を確保し、もって経済の発展と消費者保護のために施行された法律で、商取引または証明用に使用されるはかり、ガスメーター、水道メーターなどは検定を受けなければならない。なお、本法によって、販売店の取引用のはかりは検査されることになっている。

また、酒、しょうゆなどのびんの大部分には



容量を表わす表示とマークが付けられている。

不当景品類及び不当表示防止法

商品やサービスを販売する際、過大な景品を付けたり、虚偽誇大な表示をして、消費者の適正な商品選択が阻害されることを防止し、公正な競争を確保し、消費者の利益を保護することを目的に、景品類の制限及び禁止、不当な表示の禁止、排除命令や公正競争規約制度などについて規定している法律である。

〈公正競争規約〉本法10条の規定に基づき業界が公正取引委員会の認定を受け不当な顧客の誘引を防止し、公正な競争をするために締結する自主的な協定（規約）である。

◇景品関係例

化粧石けん業＝〔対一般消費者景品制限〕①懸賞告示の範囲内、②見本、③小売価額の5%以内。〔対販売業者景品制限〕①事業者に対する景品制限告示の範囲内。

◇表示関係例

防虫剤＝〔必要表示事項〕①商品名、②主原料の名称、③内容量、④製造業者又は販売業者の氏名及び名称。〔表示基準〕重量表示を行なう場合の基準。〔不当表示の禁止〕①ナフタリンを主原料にしている商品について障脳等を主原料としているかのように誤認される恐れのある表示、②薬剤の効能と比較する表示、③公認された規格に適合する原料を使用している商品について、その商品が公認された規格に適合するかのように誤認される恐れのある表示、④賞、認定等について誤認される恐れのある表示。

グッドデザイン商品選定制度

通産省ではデザインと品質が優れた商品を選定し、グッドデザイン商品として推奨する制度を設けている。

対象品目は陶磁器、ガラス器、洋食器、文房具、レジャー用品、電気器具などで、選定された商品にはグッドデザインマークを付けることができる。

凡 例

●本編では日常家庭内で使われる商品を、その使用目的によって11分野に分類して解説した。台所用品として調理器具、調理用小物、台所用洗い器具など121品目、食器類は陶磁器、漆、ガラス、金属など24品目、日用雑貨として風呂、洗たく、掃除に使われる日用雑貨78品目、インテリア、日用大工などの住居用品51品目、保健衛生用品34品目、電気製品35品目、ガス・石油器具7品目、家具類16品目、ベビー子供用品43品目、文房具類28品目、レジャー用品61品目など498品目について解説した。なお、家庭用品でも高額耐久消費財に属するピアノ、ステレオ、婚礼家具などは特殊なものとして品目から除外してある。

●各項目は、素材または成分、種類、選び方、使い方・手入法を主な柱として解説した。

●家庭用品はその性質上、各種の認定マークが設定されているので、それぞれ次の記号により商品名の後に表記した。㊦マークは政府が決めた品質基準について審査を通った工業規格品、㊧マークは消費者に危険を与える恐れのある日用品について特定製品に指定し国で安全基準を定め、その検査に合格したものに表示が義務づけられるもので、Sマーク、SGマークの二つが含まれる。㊨マークは家庭用品品質表示法に基づいて繊維製品、合成樹脂加工品、電気機械器具、雑貨製品についてそれぞれ表示内容、表示方法が定められている商品、㊩は国家検定を受けた商品、㊪は防災加工を施された商品であることを示している。なお、㊦マークと㊨マークは商品に適用されているものは取り上げ、その製造素材に適用されているものは除外してある。また、列記してある素材により作られた商品全部が適用されているとは限らない。煮込み鍋を例にとると、アルミ製は適用されているが、はーろー製は適用されていないなどである。

●用字用語は、原則として当用漢字音訓表に準拠した。ただし、特殊なものに関しては判読しやすいように漢字を用い（ ）内に平かなで読みを表記した。

〔例〕鍋（なべ）、皿（さら）

ただし、平かなにすると判読しにくい用語には、当用漢字音訓外でもルビを振って漢字を使用したものもある。

〔例〕孟宗竹、錫

●当用漢字外ではあるが、日常生活に密着したものは、ルビを振らずに使用した。

〔例〕漬（つけ）、刷毛（はけ）、把手（とって）

同様に日常生活に密着しており、日常かなで使用されているもので本文に頻出する用語には漢字を併記しないものもある。

〔例〕しょうゆ（醤油）、ふた（蓋）

●図表中に示される素材名、成分名は特殊用語が多いので、それらは原名のまま用いたものがほとんどである。

〔例〕溝付合板、矽酸