

第 14 回番組審議議事録

日時：2025 年 7 月 15 日(木)11:00am

場所：於 (株)QVC ジャパン本社会議室/Web 会議システム

出席者：

委員 菅谷 実様、岩浪 剛太様、高芝 利仁様、野村 宗芳様、木下 のぞみ様、
田中 絵麻様（コメント事前提出）

当社側：

代表取締役 石原 収

放送編成本部 斉藤 成洋

経営企画本部 堀 憲輔

オブザーバー：

株式会社 QVC ジャパン Content & Sales Strategy

Schedule Senior Manager 井貝 明子

株式会社 QVC ジャパン Advertising Compliance

Manager 寺尾 勝

株式会社 QVC ジャパン Commerce Programming

Supervisor 稲子谷 秀昭

株式会社 QVC ジャパン Commerce Programming

Program Planner 坂下 展子

株式会社 QVC ジャパン Merchandising

EL/HG Manager 長澤 健太郎

株式会社 QVC ジャパン Merchandising

EL/HG Buyer 宮城島 裕介

株式会社 QVC ジャパン Merchandising

Merchandise Planning Manager 名雲 勇人

株式会社 QVC ジャパン Merchandising

Merchandise Planning Planner 小松本 泰子

本審議会においては、下記番組を審議対象とし、委員より意見がなされた。

(審議対象番組)

キララエアー (Today's Special Value)

- オゾン消臭除菌機能付きタワーファン マーレ

*2025年6月14日(水) 0:00 放送

(番組審議委員意見)

- ✓ 仕組みが分かりにくい商品であるが、専門家のコメント、グラフによる実験結果、スタジオでの実演を組み合わせることで、機能が比較的分かりやすく伝えられていた。
- ✓ 当初は関心を持たずに視聴していたが、番組中盤以降の説明や利用事例によって理解が進み、購入意欲につながったとの声もあった。
- ✓ 利用者の声は共感を得やすく、商品の価値を印象づける点で効果的であった。
- ✓ 価格については、大手家電販売店の Web 平均価格を示すなど、比較の根拠が示されており、フェアな表現との評価があった。
- ✓ オゾンに関しては、注意事項が画面表示されていたものの、口頭説明ではメリットが強調されていた印象があり、安全面についてより丁寧な説明が必要との指摘が複数あった。
- ✓ オゾンの自動停止機能や、停止後の再操作に関する説明が不十分で、商品の本来の安全設計の趣旨が正しく伝わっていない可能性があるとの懸念が示された。
- ✓ グラフに記載された出典元がスタンド等により視認しづらい場面があり、情報の信頼性を高めるためにも改善が望まれる。
- ✓ 空気清浄機としての仕様について、フィルター交換の可否や構造の違いに関する説明が放送内では十分でなく、購入判断に必要な情報が不足していたとの意見があった。
- ✓ 番組冒頭の演出により、除湿器と誤認する可能性があり、商品の本質が理解されるまでに時間がかかったとの指摘があった。
- ✓ 在庫状況や注文案内について、録画視聴時にはリアルタイム情報が混在するため、視聴者に誤解を与えない工夫が必要との意見があった。
- ✓ 「ご注文タイム」という新しい試みについては、息継ぎとして好意的に受け止める意見がある一方、やや祭りのような印象を受けるとの声もあり、受け止め方が分かれた。
- ✓ 全体として、長時間をかけて商品価値を説明するテレビショッピングの特性が活かされた番組でありつつも、安全性や重要事項の伝え方について改善余地があるとの総合的評価であった。

(当社側の説明・回答 要旨)

- ✓ オゾンの安全性については、必要以上の濃度が発生しない設計であるものの、使用環境による影響もあるため、番組内での注意喚起が不足していた点を反省している。
- ✓ 返品・交換表示については、一般的な案内と当該商品の条件が混在し、分かりづらくなっていたため、表示方法の見直しを検討する。
- ✓ フィルターについては、本商品は交換不要の構造であり、その点の説明不足があったことを認識している。
- ✓ 「ご注文タイム」は、新たな視聴者層へのアプローチとして試行しており、今後は反応を検証しつつ改善を進めていく。
- ✓ フリップや出典表示など、細部まで配慮した番組制作体制の強化を図っていきたい。

以上

