

平成31年度第2回表示・広告調査結果「東京都消費生活調査員調査」

1 調査のテーマ

「消費税率引き上げに伴う表示の調査」

2 調査の目的

令和元年10月1日から、消費税率8%から10%へ引き上げられた。消費税転嫁対策特別措置法では、あたかも消費者が消費税を負担していない、又は、軽減されているかのような誤認を消費者に与えないようにするため、事業者が消費税分を値引きする等の宣伝や広告を行うことを禁止している。また、事実反して、消費税率引き上げ前に消費者に対して、駆け込み購入をあおる行為も禁止している。消費税率引き上げに伴う表示で、消費税の転嫁を阻害する表示や消費者の誤認を招く表示などについて調査を実施した。

3 調査対象

商品又は役務（サービス）について、チラシ、フリーペーパー、パンフレット、新聞、雑誌等の表示媒体を調査対象とした。

4 調査期間

令和元年9月25日（水曜日）から同年10月9日（水曜日）まで

5 調査方法

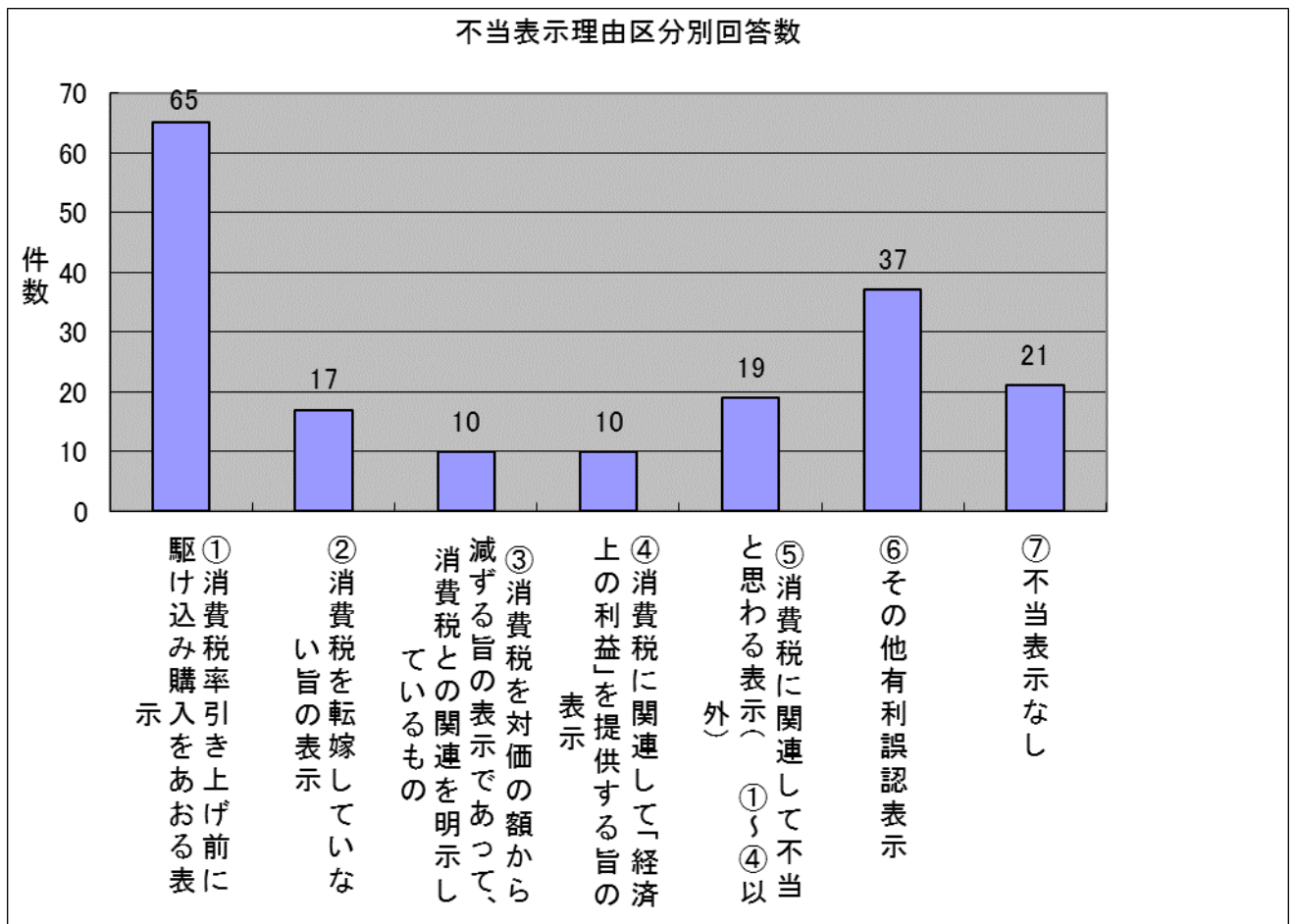
上記3の各種表示媒体を入手し、消費税率引き上げに伴う表示で消費者の誤認を招くおそれのある表示等について、調査票に回答する方法で調査を実施した。対象となる表示が見つからない場合は、消費税と関連がなくとも、各種表示媒体上のセールやキャンペーンに関して、価格などの取引条件を有利にみせかける「有利誤認」のおそれのある表示の調査を実施した。

6 調査規模

調査員数	調査票回収数	回収率	不当表示ありの報告	不当表示なしの報告
195名	179件	91.8%*	158件	21件

*対象調査員数/調査票を回収した調査員数

7 回答の内訳（不当表示理由区分別）



8 調査員からの報告を基にした指導

調査員から「不当表示あり」として報告された表示158件のうち、消費税転嫁阻害表示として禁止されている表示を行っていた5事業者、また、景品表示法第5条第2号（有利誤認）に抵触するおそれのある表示を行っていた2事業者に対して、表示の改善等を指導した。

9 指導対象とした広告・表示の例

(消費税転嫁阻害に関する禁止される表示)

- ・「〇〇は全品税込価格据え置き！」と表示し、表示内容から消費税を転嫁していないおそれのある表示であった。
- ・「売り出し期間10月も〇〇商品に限り消費税8%しか頂きません」と表示し、消費者に消費税を転嫁していない旨の表示であった。
- ・「〇〇会員様限定10月消費税還元キャンペーン」と表示し、消費税を対価の額から減ずる旨の表示であった。
- ・「9月30日までに、〇〇お申込みの方に限り、増税分2%を当社負担させていただきます。」と表示し、取引の相手方(消費者)に消費税を転嫁していない旨の表示であった。

→あたかも、消費者が消費税を負担していないかのように誤認させるおそれのある表示(「消費税転嫁阻害表示」として禁止される表示であるため、事業者に対して改善指導を行った。

(有利誤認のおそれのある表示)

- ・「〇〇の無料体験」について、「今回は無料です。通常は、〇時間〇〇円をいただいています。」と表示していたが、今回だけ特別の無料体験ではなく、長期間継続しているおそれがあった。
- ・「〇〇クラブは〇月〇〇日まで入会登録料、通常5,000円が ¥0」と表示していたが、キャンペーンを長期間継続し、入会登録料の実績(5,000円)のないおそれのある二重価格表示であった。

→「今回は無料」「通常〇〇円が△△円」等、価格を安くみせかけるなど取引条件を著しく有利にみせかける「有利誤認」のおそれのある表示であるため、事業者に対して改善指導を行った。