

番号	原案該当箇所	意見の要約	考え方
1	第1、2	本条の趣旨からすれば、「お客様には8%の消費税をご負担いただきますが、当店では、本体価格を値引きし、消費税増税分を据え置いています。」という表示は、消費者に対して消費税の負担について誤認を生じないので、禁止される表示に該当しないという理解でよいか。(匿名)	御指摘のような表示は、消費税分を値引く宣伝、広告に当たりますので、本条の規定により禁止される表示に該当します。
2	第2、2	事業者向けのカatalogやパンフレットの記載等も本条の対象となるとのことだが、「注文書」、「申込書」、「契約書」は対象に含まれるか。例えば、注文書等に「消費税増税分は当社が負担します。」との記載があった場合は、禁止される表示に該当するか。(団体)	本条における「表示」には、事業者間取引における表示も含まれますので、「注文書」、「申込書」、「契約書」であっても、「消費税増税分は当社が負担します。」との記載がある場合には、本条の規定により禁止される表示に該当します。
3	第3、1(2)	例えば、「税率引上げ対策、20%還元セール」のように、消費税相当額を超える額を減ずる旨の表示は禁止される表示に該当するか。(個人)	御指摘のような表示は、消費税に相当する額の全部を減ずる旨の表示であって消費税との関連を明示しているものといえますので、本条第2号の規定により禁止される表示に該当します。
4	第3、1(3)	「消費税相当分、商品を増量します。」という表示は本条で禁止されない表示に該当すると思われるので、禁止されない表示の具体例として明記されたい。(個人)	御指摘の表示は、本条第3号の規定により禁止される表示に該当します。
5	第3、2(1)	「(4月1日以降も) 価格据え置き」「お値段そのまま」という表示は禁止される表示に該当しないという理解でよいか。(事業者)	「消費税」といった文言を含まない表現については、宣伝や広告の表示全体からみて消費税を意味することが客観的に明らかでない限り、禁止される表示には該当しません。御指摘のような表現については、通常、本条で禁止される表示には該当しないものと考えられます。
6	第3、2(2)、	ポイントサービスにおける「3%ポイント還元」「8%ポイン	御指摘を踏まえ、第3の2(2)及び(3)を次のとおり修正しま

番号	原案該当箇所	意見の要約	考え方
	(3)	ト進呈」という表示は本条で禁止されない表示に該当すると思われるので、禁止されない表示の具体例として明記されたい。(事業者)	した。 (2) たまたま消費税率の引上げ幅と一致するだけの「3%値下げ」、「3%還元」、「3%ポイント還元」 (3) たまたま消費税率と一致するだけの「10%値下げ」、「8%還元セール」、「8%ポイント進呈」
7	第3、2(2)、(3)	たまたま消費税率の引上げ幅と一致する「3%値下げ」、「3%還元」といった表示について、消費税分を値引きする趣旨であるという場合もあると思われるが、事業者の値下げ幅の決定が「たまたま」なのか「意図的」なのかをどのように判断するのか。 また、消費者にとっては、消費税率の引上げ時期に消費税率の引上げ幅と同じ値引率にすることは、消費税分の値引きと認識するのではないか。(団体、弁護士)	本条は、消費税分を値引きする等の宣伝や広告を禁止するものですので、当該表示が本条により禁止される表示に該当するか否かの判断においては、事業者の主観的意図を問うものではありません。 また、「消費税」といった文言を含まない表現については、宣伝や広告の表示全体からみて消費税を意味することが客観的に明らかな場合でなければ、禁止される表示には該当しません。
8	(参考)3(3) (注8)	「(参考)」では、「実際には、その小売業者が過去の販売価格等より消費税率の引上げ幅又は消費税率と一致する率の値引きをしていないにもかかわらず、これらの率を値引きしているかのような「3%値引き」、「8%値引き」等の表示」が景品表示法上問題となるおそれがあるとしている。しかし、平成26年3月31日まで105円で販売していた商品については、消費者は「仮に3月31日までの消費税率が8%であったならば108円で販売されていたであろう。」と認識するはずであるから、平成26年4月1日以降に105円で販売する場合において、「3%値引き」と表示することは、景品表示法上	消費税率の引上げの直後においても、「3%値引き」との表示をした場合、消費税率引上げ後の税込価格から3%値引きされている旨を明瞭に表示していない限り、消費者は最近相当期間にわたって販売されていた税込価格から3%値引きされていると認識し得ることから、景品表示法上の有利誤認表示に該当するおそれがあります。 なお、最近相当期間にわたって販売されていた価格についての考え方については、ガイドライン別添「不当な価格表示についての景品表示法上の考え方」の第4の2(1)ア(イ)及び(ウ)を御参照ください。

番号	原案該当箇所	意見の要約	考え方
		の有利誤認表示には該当しないと考えるべきである。もっとも、消費税率の引上げから半年以上経過した後に「3%値引き」と表示するとすれば、平成26年4月1日以降の税込価格から3%値引きされていると消費者は認識するおそれがあるため、「3%値引き」という表示が許される期間をガイドラインにおいて示すべきである。(弁護士)	
9	その他	事業者が、消費税率の引上げ分について、消費者に転嫁せず、納入業者に対する買ったたきで対応するのを防止するという本条の趣旨を踏まえた厳格な対応を取られたい。(団体)	本条の趣旨を踏まえ、消費税の転嫁を阻害する表示については、政府一丸となって監視・取締りを行います。
10	その他	消費税率の引上げ時においては、特に個人消費の活性化を図り需要の創造に取り組むことが重要である。今回のガイドラインが市場経済の基本である自由な取引を過度に規制する方向で運用がされないよう求める。(団体、個人)	本ガイドラインにおいて、本条は事業者の企業努力による価格設定を制限するものではなく、また、本条に該当しない限り、安売り、特売、セール等の宣伝や広告を禁止するものではない旨を明確にしていますが、御懸念されるような事態が生じないよう努めます。
11	その他	事業者、消費者の双方に対し、誤解や混乱が生じないよう、政府の広報活動などを通じて、丁寧な説明が行われるよう求める。(個人)	御懸念のような事態が生じないよう広報活動に努めます。
12	その他	今回のガイドライン案は、「禁止される具体的表示例」が分かりやすく具体的に示されており、禁止対象となる表示が事業者にとっても消費者にとっても分かりやすく示されている。(団体、個人)	今後も広報活動を通じて法運用の透明性を確保するとともに事業者の予見可能性を高めることに努めます。

※ 御意見については、概要のみ掲載しています。

※ 寄せられた御意見のうち、主なものについて回答いたしました。

※ 一人から、複数の御意見が提出されている場合は、内容により分割して記載しています。