

### 小売業部会各支部で「正しい表示 店頭キャンペーン」

平成3年度より小売業部会支部活動の中心的事業として実施されてきた「正しい表示 店頭キャンペーン」。小売業部会の各支部が、関係行政や製造業部会の協力を得て、各地区において小売事業者が配布するチラシや当該店舗における店頭表示状況をチェックし、小売業表示規約の普及・啓発や、違反の未然防止を図ることを目的に実施されている。

今年度からは、実施要領が一部変更され、全国共通の調査項目が設けられることとなった。今年度の共通調査項目は、店頭における自店平常（旧）価格との二重価格表示およびチラシで台数限定表示されている商

品の店頭追跡調査の2項目。全支部での店頭キャンペーンが終了した後、全国的傾向、地域的傾向等がまとめられる予定だ。

また、新たな報告事項として、店頭キャンペーンに参加した行政担当者や消費者代表の声も集めることとなった。その内容は本部規約指導委員会に報告され、規約の普及・啓発に活かされる。

平成25年度は、前年度に続き小売業部会46支部の全てで実施される予定。ここでは、最近実施されたなかから、新潟県支部、佐賀県支部の状況を紹介する。

#### <新潟県支部：実施日 10月8日（火）訪問店舗2店（いずれも会員店）>

当日は、小売業部会新潟県支部から宮本規約指導委員長をはじめ6名、行政から新潟県県民生活・環境部の担当官1名、消費者団体から十日町市消費者協会の2名、製造業部会から2名の総勢11名で十日町市内の各店舗を巡回、店頭における不当表示の是正と違反の未然防止の観点から啓発活動を実施した。

今回の調査対象商品は、テレビと冷蔵庫の2商品で、①不当な自店平常（旧）価格との二重価格表示の有無、②チラシ台数限定表示の有無、③チラシ価格表示と店頭価格表示の比較などの確認を行った。

その結果、今年度の全国統一調査項目である第6条（自店平常（旧）価格との二重価格表示）および第8条（台数限定表示）について、問題となる表示はみら

れなかった。なお、一部商品で、店頭表示価格がチラシ表示価格より低いものはみられたものの店頭表示価格がチラシ表示価格より高いものはみられなかった。

調査対象店舗に対して調査後に景品表示法や小売業表示規約のパンフレットを活用して正しい表示についての説明を行い、店舗の責任者に理解を深めてもらった。



#### <佐賀県支部：実施日 10月16日（水）訪問店舗8店（うち会員店6店）>

当日は、小売業部会佐賀県支部から石丸支部長をはじめ3名、行政から佐賀県くらし環境本部の担当2名、製造業部会佐賀県分会から6名、製造業部会九州支部から6名の総勢17名により、各6名2班、5名1班の計3班編成で、佐賀市内と鳥栖市内の各店舗を巡回、家電公取協が運用する小売業表示規約の普及・啓発を主眼に、店頭における不当表示の是正と規約違反の未然防止を図った。

今回の調査対象品目は、テレビ、冷蔵庫および洗濯機の3商品で、①不当な二重価格表示の防止・啓発、②チラシ台数限定品の店頭での扱い・展示状況の確認、③チラシ価格表示と店頭価格表示の比較等についての確認を行った。

調査実施にあたり、石丸支部長より「今年度から一部実施方法が変更されたが、消費者目線でしっかりと啓発活動を行いたい」との挨拶があり、また佐賀県の

藤瀬・松本両担当からは、「消費者にとって正しい表示は大切であり、家電公取協佐賀県支部の皆様には熱心に取り組んでいただき感謝している。行政の立場としては、法を守り、法の執行が職務であり、景品表示法に基づき、有利誤認等消費者に不利にならないよう、慎重に指導していきたい」とのコメントがあった。

調査結果については、問題となる表示はなかったが、佐賀県支部としては今後も本キャンペーンを継続して実施していくことにより、「正しい表示」への理解を深めていきたいとしている。



## 平成 25 年度「正しい表示 店頭キャンペーン」実施計画表

(平成 25 年 10 月末現在)

ブロック	都道府県	実施月日
北海道	北海道	10月 3日
東北	青森	9月13日
	秋田	11月14日
	山形	10月29日
	岩手	10月22日
	宮城	平成26年2月19日
	福島	平成26年2月18日
関東 甲信越	茨城	11月19日
	栃木	平成26年2月 予定
	群馬	11月18日
	千葉	平成26年1月28日
	埼玉	11月20日
	東京	平成26年1月29日
	神奈川	11月27日
	山梨	12月17日
	長野	12月3・4日
東海	新潟	10月 8日
	静岡	10月23日
	愛知	11月 6日
	岐阜	10月24日
北陸	三重	11月 7日
	富山	平成26年2月 7日
	石川	10月17日
	福井	11月21日

ブロック	都道府県	実施月日
近畿	滋賀	11月13日
	京都	11月19日
	奈良	11月 7日
	和歌山	11月12日
	大阪	11月14日
	兵庫	11月20日
中国	鳥取	10月17日
	島根	10月31日
	岡山	11月13日
	広島	平成26年2月 予定
	山口	11月27日
四国	香川	11月14日
	徳島	11月19日
	高知	11月 7日
	愛媛	11月 6日
九州	福岡	10月 3日
	佐賀	10月16日
	長崎	11月13日
	熊本	平成26年2月19日
	大分	11月 6日
	宮崎	平成26年2月 5日
	鹿児島	7月10日

※製造業部会沖縄支部は、11月12日に実施

### 支部の動き

#### ◎近畿地区の小売業部会と製造業部会が合同研修会を開催

10月29日(火) ホテル阪神(大阪市)において、小売業部会近畿地区連絡会と製造業部会近畿支部が合同で規約研修会を開催した。

冒頭の小売業近畿地区連絡会の香川健二会長(大阪府電機商業組合理事長)および製造業近畿支部の細川哲成支部長(ソニーコンシューマースールズ㈱執行役員常務関西支社長)の挨拶に続き、①家電公取協概要紹介、②景品規約、③小売業表示規約および店頭キャンペーン、④消費税軽減対策特別措置法について本部担当者より説明を行い、おのおの理解を深めた。最後に、小売業近畿地区連絡会の牧野伸彦副会長(京都府電機商業組合理事長)より挨拶があり、研修会を終了した。

今回の合同研修会は、今後の近畿地区における支部活動をより充実・推進していくことを目的に開催されたもので、近畿地区の小売業支部・製造業支部会員など総勢55名が出席した。出席者には、各府県の小売業支部長のほか各商業組合の役員や青年部長、地区内の量販法人など多彩な顔ぶれが含まれている。近畿地区では、引き続き小売業、製造業各支部がそれぞれの支部活動を積極的に推進していくことにしている。



## 製造業部会の動き

### ◎全国支部活動連絡会議を開催

製造業部会は10月25日（金）家電公取協において全国支部活動連絡会議を開催した。全国10支部から正副支部長代理、本部から山木専務理事をはじめ各専門委員会代表および事務局が参加して、支部相互および支部と本部間における諸課題に対する認識の共有化や事業活動の効率化推進をテーマとして意見交換を行なった。

【当日のテーマ】

- 支部活動について（研修会の開催、近畿支部による事例紹介含む事業推進についての意見交換）
- 景品委員会
  - ・景品規約遵守体制強化月間について（第40回結果報告及び第41回実施計画）
  - ・事例集（No.20）の活用による景品規約研修
  - ・景品事例全集CD-ROM作成紹介



- ・製造業部会申し合わせ事項アンケートまとめ報告
- 小売規約関連委員会
  - ・小売業部会の会議開催状況について
  - ・規約変更に伴う啓発ツール等の作成について
- 消費税転嫁対策特別措置法の内容確認について

### ◎表示委員会が見学研修会を開催

表示委員会は10月23日（水）、パシフィコ横浜で開催のディスプレイ展示会「FPD international 2013」の見学研修会を開催し、委員17名が参加した。

次世代フラットパネル・ディスプレイ産業は、近年の3D対応、4K対応を皮切りに、タッチパネル、フレキシブルディスプレイ技術とめまぐるしい技術革新が進んでおり、なお進化と成長を続けている。今年度

も裸眼視聴を可能にした3D8Kディスプレイや広視野角と高コントラストを実現したIPS液晶などの次世代製品が出品されており、とりわけ有機ELは、次世代ディスプレイの中核を担う技術として注目が集まっていた。その有機ELの大型化、フレキシブル化、本格量産化を可能にする研究や様々な最先端の技術を目にすることができ、大変有意義な研修であった。

### ◎「第40回景品規約遵守体制強化月間」の結果まとまる

当協議会では、景品規約遵守状況の実態把握と違反の未然防止及び景品規約の周知徹底を目的に、年2回「強化月間」を実施している。また、全国の製造業部会10支部においてこの趣旨に基づき、チラシ・DM等収集物の実態把握、被疑事案の迅速な処理等を行い、併せて、参考事例を蓄積しての「事例集」による研修会を開催している。

今回被疑事案件数は0件（前年同期0件）であった。

【結果概要】

- 期間：平成25年5～7月
- チラシ・DM収集総枚数：6,589（前年 5,925）
- うち景品付枚数：1,858（ // 2,302）
- 景品企画件数：4,995（ // 5,401）

企画内容	企画件数	被疑事案件数		
		会員	非会員	合計
購入ベタ付	2,706	0	0	0
購入抽選	1,080	0	0	0
来場記念品	850	0	0	0
来場抽選	355	0	0	0
オープン懸賞	3	0	0	0
共同懸賞	1	0	0	0
合計	4,995	0	0	0

### ◎「第41回景品規約遵守体制強化月間」決定

調査対象	調査期間
①メーカー・販売会社企画のDM	平成25年秋・冬合展
②量販店等のチラシ	平成25年10～12月の内、最低1ヶ月間

消費税転嫁対策特別措置法が、10月1日より施行されました。当ニュースでは前号より同法について特集として連載しています。2回目は4つの特別措置のうち、一般消費者と関わりの深い「第3 価格の表示に関する特別措置」の具体例等について、9月10日に公表されたガイドラインをもとにお知らせいたします（平成25年10月1日以降、表示価格が税込価格であると誤認されないための措置を講じた場合に限り、税込価格を表示しないことが可能）。

### 【総額表示義務の特例措置】

#### ◇誤認防止措置についての基本的な考え方

総額表示義務の特例の適用を受けるために必要となる誤認防止措置としての表示は、消費者が商品等を選択する際に、明瞭に認識できる方法で行う必要がある。

値札の貼り替え等を行う移行期間等において、店内等の一部の商品等について税抜価格のみの表示や旧税率に基づく税込価格等の表示を行わざるを得ない場合には、店内等のどの商品等の価格が税抜価格のみの表示や旧税率に基づく税込価格等の表示になっているのかを明らかにする必要がある。

#### ◇誤認防止措置に該当する表示の具体例

##### (1) 税抜価格のみを表示する場合

①個々の値札、チラシ、看板、ポスター、商品カタログ、インターネットのウェブページ等において税抜価格であることを明示する例

〇〇〇円（税抜価格）

〇〇〇円（税別）

〇〇〇円（本体価格）

〇〇〇円＋税

〇〇〇円＋消費税

②店内における掲示、チラシ等における表示により一括して税抜価格であることを明示する例

個々の値札等又は個別の商品価格の部分には、「〇〇〇円」と税抜価格のみを表示し、別途、消費者が商品等を選択する際に目につきやすい場所に、明瞭に以下のような表示を行うことが考えられる。

当店（本チラシ）の価格は全て税抜表示となっています。

##### (2) 旧税率に基づく税込価格等で価格表示されている場合

①新税率の適用後においても一時的に旧税率に基づく税込価格の表示が残る場合の表示例

個々の値札等においては、「〇〇〇円」と旧税率に基づく税込価格を表示し、別途、消費者が商品等を選択する際に目につきやすい場所に、明瞭に以下のような表示を行うことが考えられる。なお、どの商品等の価格が旧税率の表示となっているかを明らかにする必要があります。

旧税率（5%）に基づく税込価格を表示している商品については、レジにてあらためて新税率（8%）に基づき精算させていただきます。

②新税率の適用前から新税率に基づく税込価格の表示を行う場合の表示例

個々の値札等においては、「〇〇〇円」と新税率に基づく税込価格を表示し、別途、消費者が商品等を選択する際に目につきやすい場所に、明瞭に以下のような表示を行うことが考えられる。なお、どの商品等の価格が新税率の表示となっているかを明らかにする必要があります。

既に新税率（8%）に基づく税込価格を表示している商品については、3月31日まではレジにて5%の税率により精算させていただきます。

### 【総額表示義務の特例に係る景品表示法の適用除外】

#### ◇税込価格が明瞭に表示されているか否かの考え方

税込価格と税抜価格を併記する場合において、景品表示法で禁止される表示に該当するのは、表示されている税抜価格を税込価格であると一般消費者が誤認する場合である。

したがって、表示媒体における表示全体からみて、税込価格が一般消費者にとって見やすく、かつ、税抜価格が税込価格であると一般消費者に誤認されることがないように表示されていれば、税込価格が明瞭に表示されているといえる。

この判断に当たっては、基本的に、①税込価格表示の文字の大きさ、②文字間余白、行間余白、③背景の色との対照性の各要素が総合的に勘案される。

#### ◇税込価格と税抜価格を併記する場合の具体例

<明瞭に表示されているといえる例>

9,800円（税込10,584円）

9,800円（税込10,584円）

9,800円（税込10,584円）

9,800円（税込10,584円）

<明瞭に表示されていない例>

(1) 税込価格表示の文字の大きさに問題がある

9,800円 (税込10,584円)

(2) 文字間余白、行間余白に問題がある例

9,800円 (税込10,584円)

(3) 背景の色との対照性に問題がある例

9,800円 (税込10,584円)

## ◎「消費税転嫁対策特別措置法に関するセミナー」を開催

開催日：平成25年9月20日（金）14：00～16：00

会場：ラーニングスクエア新橋（東京都港区）

講師：公正取引委員会事務総局 取引部取引企画課長 山田 弘氏

消費者庁 表示対策課長 片桐 一幸氏

財務省 主税局税制第二課係長 三浦 佑樹氏

参加人数：144名（製造業部会102名、小売業部会42名）

消費税は、平成26年4月1日に8%、平成27年10月1日に10%にそれぞれ引き上げられる予定となっているが、消費税の円滑かつ適正な転嫁を確保することを目的とした「消費税転嫁対策特別措置法」が平成25年10月1日に施行され、それに先立ち9月10日には同法のガイドラインが示されるなど準備が進んでいる。

同法の内容は、家電公取協が運用する公正競争規約とも関わりが深く、また、公正な取引を推進する上で重要なものであることから、会員企業が同法および同法のガイドラインの理解を深めることを目的に、関連省庁より担当官を招いてセミナーを開催した。

セミナーでは、同法により講じられる特別措置（消費税の転嫁拒否等の行為の是正、消費税の転嫁を阻害する表示の是正等4つ）について、講師より詳細な解説があったほか、事前に寄せられた質問についても回答いただいた。

会員企業の間では、今回のセミナーを契機として、カタログやチラシ、店頭における表示手法について本格的な検討が始まるものと思われる、法の趣旨に則した表示や取引が確立されることが期待されている。



### わたしの意見

当協議会では、登録された消費者モニターの方への定期的なアンケートを実施しています。その際に寄せられたご意見を「消費者の生の声」として掲載します。

- ①エアコンの広告チラシで、2台、3台まとめ買いであれば「2台目から〇〇%引き」と表示されているが、横に「但し、当店指定製品のみ」と小さく書かれている。その指定製品はチラシを見る中には記載されておらず、店舗に行かなければわからなかった。（西東京市 自営業）
- ②A店のチラシの中で、エアコンの買い替えを促す表示があった。「エアコンを買い替えるだけで10年間で約170,300円電気代が安くなる!!」の宣伝コピーはちょっと信じがたい。2002年と現在のモデルの比較をしているが、エアコン自体の大きさ・クラスもわからないので、「これって本当?」と疑いたくなる。また、10年間で約170,300円と大げさな表示にしていると思う。1年間で17,030円でもいいと思う。（大阪市 会社員）
- ③最近の家電のチラシは商品の値段や付加価値がストレートじゃないのでわかりにくい。表示値段は他社より少し高くても、ポイント還元で実は他社より安かったとか、5年保証と書いてあって、いいなと思ったら〇カード利用に限るとか、とにかく小さい字をしっかりと読まないとお得なのかどうか判断できない。（芦屋市 主婦）
- ④今まで意識して見ていなかったからかもしれませんが、冷蔵庫、テレビ、エアコンなどの電気屋さん（量販店を含む）のチラシに、サイズが記入されているのを目にします。購入の時にとっても参考になり、便利だと思います。ただ、文字がかなり小さく、見落としてしまいそうなものから、比較的わかりやすいものまでさまざまなので、一定以上の大きさに書いてほしいと思いました。（姫路市 会社員）

### <編集後記>

最近、一流ホテルや大手百貨店での偽装表示が相次いでいます。一般消費者をあざむく、許しがたい事件です。一方、家電業界では家電公取協小売業各支部が毎年全国で実施する「正しい表示 店頭キャンペーン」が定着していることもあり、購入の最終決定の場ともなる家電店店頭での表示に一定の秩序が保たれています。

組織を通じた地道な活動で問題は未然に防げるという、良い事例だとあらためて思いました。（H、H）

### 公益社団法人 全国家庭電気製品公正取引協議会

〒105-0001 東京都港区虎ノ門1-19-9  
(虎の門TBLビルディング2階)

TEL (03) 3591-6023 FAX (03) 3591-6032

<http://www.eftc.or.jp>

編集・発行人：樋口純一