

「不当な価格表示についての景品表示法上の考え方」(価格表示指針)からの抜粋

公正取引委員会 平成12年6月30日(一部改定平成18年1月4日)

二重価格表示について、不当表示に該当するおそれがある場合とは

①基本的考え方

- 同一でない商品の価格を比較対照価格に用いて表示を行う場合。
- 比較対照価格に用いる価格について、実際と異なる表示やあいまいな表示を行う場合。

②過去の販売価格等を比較対照価格とする二重価格表示について

- 実際に販売されていた価格よりも高い価格を、「当店通常価格」等「最近相当期間」にわたって販売されていた価格であるとの印象を与えるような名称を付して比較対照価格に用いること。
- 過去において販売されていた価格を、具体的な販売期間を明示しないで、又は実際と異なる販売期間を付して比較対照価格に用いること。
- 販売実績のない商品又はセール直前に販売が開始された商品等、短期間しか販売していない商品の価格を、「当店通常価格」等「最近相当期間」にわたって販売されていた価格である印象を与えるような名称を付して比較対照価格に用いること。
- 販売する商品と同一でない商品の過去の販売価格を比較対照価格に用いること



「最近相当期間」にわたって販売されていた価格か否かの判断基準

一般的には、二重価格表示を行う最近時(セール開始時点からさかのぼる8週間、当該商品が販売されていた期間が8週間未満の場合はその期間)においてその価格で販売された期間がその商品が販売されていた期間の過半を占めているかどうかで判断される。ただし、以下の要件を満たす必要がある。

1. その価格で販売されていた期間が通算して2週間以上であること
2. その価格で販売された最後の日から2週間以上経過していないこと

全国家庭電気製品公正取引協議会(略称:家電公取協)について

家電公取協とは

家電公取協は、消費者庁及び公正取引委員会から認定を受けた3つの公正競争規約「製造業表示規約」「小売業表示規約」「製品業景品規約」の運用を通じて不当な顧客の誘引を防止し、また一般消費者の自主的かつ合理的な商品選択及び事業者間の公正な競争を確保し、正しい商習慣の定着に資するとともに、社会的な信頼に応えることを目的に諸活動を進めています。

家電メーカーと関係団体による製造業部会、全国の電機(器)商業(工)組合と大手量販店等個別加入販売事業者による小売業部会、という2つの部会から構成されており、小売業部会が小売業表示規約の周知徹底及び指導、啓発等を行っています。

小売業部会の活動

小売業部会の活動としては、大型店の店頭表示についての啓発を行う「正しい表示 店頭キャンペーン」を、全都道府県で定期的実施しています。この店頭キャンペーンは、小売業部会の支部が、各都道府県の消費生活担当部署の協力を得て行っているもので、地域によっては行政担当官のほかに消費者代表の方にもご参加いただいております。キャンペーン当日は、実際に店舗を訪問して、正しい表示が行われているかどうか、消費者が誤認するような表示が行われていないかどうか、といった観点から、小売業表示規約や景品表示法の周知徹底を図っています。

また、家電公取協では、消費者モニター制度を運用しており、アンケート調査等を通じて、消費者動向や消費者意識の把握に努めています。

さらに小売業部会では、会員の量販店や、非会員のスーパー、ホームセンターの新聞折り込みチラシを対象としたチラシ調査を、年2回実施しています。会員のチラシに規約上の問題があった場合は注意措置などを行い、また、非会員のチラシに景表法上の問題があれば消費者庁に申告を行うなど、正しい表示の普及啓発に努めています。



正しい表示で 消費者の信頼を獲得

一家庭電気製品小売業における表示に関する公正競争規約

この規約は家庭電気製品小売事業者が、消費者との取引について行う[表示]に関する事項を定めることにより、消費者の自主的な商品選択に資するとともに、不当な顧客誘引を防止し、公正な競争秩序を確保することを目的に運用しています。

小売業表示規約の基本骨子



第3条[チラシ等の必要表示事項]

- (1)品名及び型名 (2)メーカー名または商標名 (3)自店販売価格 (4)住所、店名、電話番号 (5)取引条件の有効期間
- ・付帯据付工事料金(エアコン、電気食器洗い乾燥機等据付工事が必要な家電品) 工事に要する金額及び当該金額に含まれる部品・部材、工事等の範囲、負担の有無
- ・通信契約とのセット販売特典を訴求する場合は条件等の注意事項

第3条の2[家電品の必要表示事項]

- ・中古品、店舗展示現品、未使用品等であるときはその旨
- 未使用品の場合は、「消費のために取引されたもので、使用されていないもの」という用語説明

第4条[チラシ等で保証、修理等の表示をする場合の必要表示事項]

- ・保証 対象商品の範囲、保証限度額、保証期間・回数、費用負担有無等
- ・長期保証 メーカー保証と内容が異なるときは、その概要
- ・修理 対象商品の範囲、費用負担有無等
- ・配送 対象商品の範囲、費用負担の有無、地理的範囲等
- ・支払条件 消費者の支払方法、その適用条件等
- ・割賦販売条件 現金販売価格、割賦販売価格、支払期間・回数、実質年率等

第5条[特定用語の使用基準]

- ・最上級を意味する用語…「最高」「最安」等 客観的事実に基づく場合のみ使用可
- ・優位性を意味する用語…「日本一」「ナンバーワン」等 客観的事実に基づく場合のみ使用可
- ・他店に対抗して安くする…「低価格保証」等 条件が付されている場合は近接して分かりやすく明示することを訴求する用語

第6条[二重価格表示の制限]

- ・比較対照価格としてメーカー希望小売価格及び自店平常価格以外の価格を用いることは禁止
- ・比較対照価格として撤廃されたメーカー希望小売価格を用いることは禁止

第7条[不当表示の禁止]

- ・虚偽または誇大な表示や消費者に誤認を与える表示
- ・未使用品であるにもかかわらず、その旨を明示していない表示
- ・「他店圧倒」等の実現が困難と思われる表示
- ・過度な販売を連想させ、不当に顧客を誘引する表示
- ・他事業者を中傷・誹謗する表示

第8条[おとり広告の禁止]

- ・取引の準備がない場合や実際には取引できない場合のその商品又は役務についての表示
- ・供給量が著しく限定されているのに、限定内容の記載がない場合のその商品又は役務についての表示
- ・期間や供給量の限定があるのに限定内容の記載がない場合のその商品又は役務についての表示
- ・合理的理由なく取引の成立を妨げたり、取引する意思のない場合のその商品又は役務についての表示

小売業表示規約の基本骨子



公益社団法人 全国家庭電気製品公正取引協議会 小売業部会

Home Electric Appliances Fair Trade Conference

〒105-0003 東京都港区西新橋2-8-11(7東洋海事ビル10F)

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

URL: https://www.efct.or.jp



啓発パンフレット20/04

公益社団法人 全国家庭電気製品公正取引協議会

表示しなければならない事項

チラシに明瞭に表示しなければならない事項

- 品名及び型名
 - メーカー名又は商標名
 - 自店販売価格
- ※「自店販売価格」に他の文字、記号、斜線等を重ね合わせたものは、明瞭に表示したものにはなりません。
- 事業者の住所・店名・電話番号
 - 取引条件の有効期間(具体的な日時で)
 - 中古品、未使用品等であるときはその旨
 - 未使用品の場合は用語の説明
 - エアコン、食器洗い乾燥機等据付工事が必要な家電品の場合は工事費用(標準工事料金とその料金に含まれる範囲の一括表示例示)

長期保証を訴求する際に表示しなければならない事項

- 自社の保証適用範囲、保証条件等がメーカー保証と異なるときは、その概要
- 保証限度額が経過年数によって変化するときは、その概要
- 有料であるときは、その旨及び一般消費者の負担額(率)

チラシで訴求する場合に表示しなければならない事項

- 保証 保証対象商品の範囲、保証限度額等保証に関する重要事項
- 修理 修理対象商品の範囲、一般消費者の費用負担の有無等修理に関する重要事項
- 配送 配送対象商品の範囲、一般消費者の費用負担の有無等配送に関する重要事項
- 支払条件 一般消費者に費用負担がある場合の支払い手段、適用条件等支払条件に関する重要事項
- 割賦販売条件 割賦販売価格、支払回数、支払期間、金利等割賦販売条件に関する重要事項

通信契約と家電品をセット販売するときにチラシに表示しなければならない事項

- 金銭等の経済上の利益を提供する場合には、当該利益の額のみを表示し、販売価格から当該利益の額を差し引いた後の価格は表示しない
- 経済上の利益の提供に条件が付されている場合には、例えば、「値引き・還元等を受けるには諸々の条件があります。詳しくは係員にお聞きください。」旨、主たる訴求に近接して明示するとともに、一般消費者に丁寧に説明する
- 「通信契約により通信料金等が必要です。」及び「中途解約時には費用が発生します。」旨の記載を主たる訴求に近接して一般消費者が認識できるように明示

二重価格表示には制限があります

自店販売価格を他の価格と比較して表示する二重価格表示において、規約ではメーカー希望小売価格と自店平常(旧)価格との比較のみ認めています。

①自店平常価格との二重価格表示では

自店平常(旧)価格とは、最近時において当該価格で販売されていた期間が当該商品が販売されていた期間の過半を占めている場合をいいます(当該価格での販売期間が2週間未満の場合又は当該価格での販売終了から2週間以上経過している場合は該当しません。)

※最近時とは、セール開始時点からさかのぼる8週間、8週間未満の場合は当該期間をいいます。

※次のような価格を自店平常価格とする表示は規約で禁止されています。

- 2週間以上販売していない商品の販売価格
- 2週間以上前に販売を終了した商品の販売価格
- 実際に販売されていた価格より高い価格
- 将来のセールで比較対照価格とするための実績作りとして付した合理的根拠に乏しい又は当該価格での購入者がほとんど存在しないような高い販売価格

②メーカー希望小売価格との二重価格表示では

※次のような表示は規約で禁止されています。

- 撤廃されたメーカー希望小売価格を表示
- 任意の価格をメーカー希望小売価格として表示
- 撤廃前のメーカー希望小売価格を線で消して見えるように表示
- オリジナル商品に付したメーカー希望小売価格の表示
- 異なる商品のメーカー希望小売価格を表示

③その他の価格との二重価格表示では

△△デンキの価格
○○○○円のところ
当店特価
□□□□円

他店価格との比較はダメ!

将来の販売価格との比較はダメ

明日以降の価格
○○○○円のところ
本日限り
□□□□円

※規約では「競争事業者の価格」や「市価」「市場調査価格」、「将来の販売価格」等との二重価格表示を禁止しています。

表示してはならない事項

根拠のない特定の用語は使えません



※客観的事実に基づくことなく、「最高」「最安」「ナンバーワン」等の用語を使用することや、「他店圧倒」等の実現困難な用語を使用することは、消費者の誤認を招くことになるので、規約で禁止しています。

割引率又は割引額の表示、その他の表示では



- 最大割引率が一部にしか適用されないのに商品ごとに表示せず、多くの商品に最大割引率が適用されているかのような表示
- 通常の価格と比べて特に安くなっていないか、一部しか安くなっていないのに全体に価格が安くなっていることを強調した表示
- 一旦価格を引き上げて割引率を強調する表示

実際のものや競争事業者よりも優良又は有利であると一般消費者が誤認する表示を行ってはけません

- 実際の店頭価格よりも安い価格をチラシに表示
- チラシに表示した特典が実際には無い場合や特典の提供について限定条件等が存在するにもかかわらず一般消費者がその内容を正しく認識できないような表示
- 高額な下取り額の提示を可能とするために、合理的根拠に乏しい又は当該価格での購入者がほとんど存在しないような高い販売価格を下取りがない場合の販売価格として用いる表示



おとり広告は禁止されています



- 実際には取引することのできない商品の表示
- 実際には取引する意思のない商品の表示
- 販売数量・期間、販売先に限定があるのに限定内容の記載がない表示

※チラシに表示する商品の準備台数は対象となる店舗ごとに最低でも5台以上必要です。

不当表示には特に注意が必要です

- 虚偽又は誇大な表示
- 過度な廉売を連想させ、不当に顧客を誘引する表示
- 中古品、汚れ物、キズ物等であるにもかかわらず、その旨を明示していない表示
- 未使用品であるにもかかわらず、その旨を明示していない表示
- ※未使用品とは「消費のために取引されたもので、使用されていないもの」をいいます。
- 「期間限定」表示を延長し又は繰り返すことにより、実際は期間が限定されていない表示
- 原産国等を誤認させる表示
- 家電品の内容又は取引条件についての合理的な根拠のない表示
- 訴求内容について限定条件等があるにもかかわらず、一般消費者が当該限定条件等の内容を正しく認識できないような表示(チラシ等においては、訴求する特典等の対象機種が一般消費者に明瞭に認識できるようにしておかなければなりません)

