

No. 8

二重価格表示のここがポイント —有利誤認表示—

公正取引委員会事務総局近畿中国四国事務所取引課長 寺本一彦（てらもと・かずひこ）

これまで紹介してきた本シリーズも今回が最終回になります。最終回は景品表示法上の不当表示のひとつである有利誤認表示を取り上げます。

有利誤認表示とは、商品やサービスの価格などの取引条件^{※1}について、実際のものや事実に相違して競争事業者のものより著しく有利であると一般消費者に誤認される表示をいいます。簡単に言いますと、「これはとってもお得だ」と思わせておいて、実際にはそうではない表示のことです。例えば、実際には、期間経過後も半額で提供しているにもかかわらず、「今なら半額」とあたかも期間限定で半額で提供するかのよう示す表示などです。

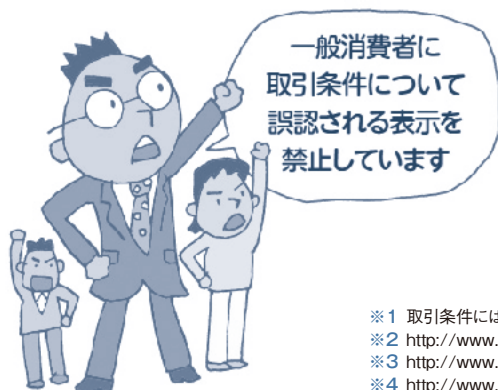
取引条件のうち価格表示は、消費者にとって商品・サービスを選択する上で最も重要な情報の一つです。そのため有利誤認表示のうち価格表示に関するものについては、「不当な価格表示についての景品表示法上の考え方」^{※2}（「価格表示ガイドライン」）が公表されています。有利誤認表示に関する価格表示の代表的なものとして二重価格表示があります。

二重価格表示とは、価格表示ガイドラインでは、「事業者が自己の販売価格に当該販売価格よりも高い他の価格（「比較対照価格」）を併記して表示するもの」とされています。比較対照価格としては、例えば、「メーカー希望小売

格」や「当店通常価格」などがあります。二重価格表示はその内容が適正な場合には、一般消費者の適正な商品選択と事業者間の価格競争の促進に資する面がありますが、比較対照価格について適正な表示が行われていない場合には、不当表示に該当する可能性があります。

これまでに有利誤認表示のうち二重価格表示に関する違反は多く、平成29年度（平成29年4月1日～平成30年1月15日）では、消費者庁が有利誤認表示として措置命令を行った14件のうち9件を不当な二重価格表示が占めています。メーカーが設定していない価格を「メーカー希望小売価格」と称して比較対照価格に用いていたもの〔東京瓦斯(株)に対する措置命令^{※3}〕、販売実績のない価格を「通常検査費用」と称して比較対照価格に用いていたもの〔コスモ石油販売(株)に対する措置命令^{※4}〕などがあります。

「当店通常価格」などの過去の価格を比較対照価格に用いる場合には、「最近相当期間にわたって販売されていた価格」（「最近相当期間価格」）か否かがポイントとなります。価格表示ガイドラインでは、最近相当期間価格と認められるためには、二重価格表示を行うセール開始前の8週間の間において、①当該価格での販売期間が当該商品の販売期間の過半を占めていること、②当該価格での販売期間が2週間未満でないこと、③当該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のこれら3つの要件を満たすことが必要とされています。例えば、過去の販売期間（8週間）のうち、「当店通常価格」で販売されていた期間は当初の2週間だけであり、その後の6週間はこれより低い価格で販売されていたときには、当店通常価格は最近相当期間価格とはいえず、不当表示に該当するおそれがあります。



※1 取引条件には、価格以外に数量や支払条件（手数料）、景品類などがあります。

※2 http://www.caa.go.jp/representation/pdf/100121premiums_35.pdf

※3 http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_170711_0001.pdf

※4 http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_170512_0001.pdf