



【第46回】 弁護士 村上 友紀

京都大学法学部、大阪市立大学法科大学院を卒業し、2012年に弁護士登録。2017年より弁護士法人イノベティアに所属し、2018年米国デューク大学に客員研究員として留学。主に企業をクライアントとし、訴訟、交渉、相談、各種契約書・規程の作成・レビュー等に携わっている。

二重価格表示と景品表示法

該小売事業者が、会員カタログにおいて、「通常税抜価格 七九八〇〇円」と表示し、それを打ち消した上で、「値引き後価格 会員様特価 五七八〇〇円」と記載するなどして、「通常税抜価格」と称する価格は、当該事業者において通常販売している価格であって、「値引き後価格」と称する実際の販売価格が通常販売している価格と比べて安いかのように表示していました。ところが、実際は、「通常税抜価格」と称する価格は、最近相当期間にわたって販売された実績のない価格であったことから、このような二重価格の表示は、景品表示法第五条第二号で禁止される有利誤認表示であるとして、消費者庁より課徴金納付命令という制裁を受けたものです。

価格表示規制概要

不当な価格表示は、景品表示法（正式名称は「不当景品類及び不当表示防止法」といいます。）により禁止されています。景品表示法は、商品やサービスの品質、内容、価格等を偽った表示を規制するとともに、過大な景品類の提供を防ぐことにより、一般消費者がより良い商品やサービスを自主的かつ合理的に選択できる環境を保護しています。不当な価格表示に関しては、同法第五条第二号で、事業者が、商品・サービスの価格その他の取引条件について、（一）実際より

販売価格の表示 （価格表示ガイドライン 第三）

販売価格を表示する際は、販売価格、当該価格が適用される商品・サービスの範囲、当該価格が適用される顧客の条件について正確に表示する必要があります。これらが不正確だと、販売価格が実際と異なって安いと印象を一般消費者に与え、商品やサービスの選択に影響を及ぼします。単に実際の販売価格よりも安い価格を表示する場合はもちろん、冒頭で紹介した事例で用いられたような二重価格の表示も、販売価格の安さを強調するために用いられた他の高

はじめに

今回課徴金納付命令を受けた事例では、当

今回のご相談

昨年末、テレビショッピングなどで著名な小売事業者が、価格の表示に関して、消費者庁から五〇〇〇万円超の課徴金納付命令を受けたと聞きました。弊社も小売業を営んでいますが、価格の表示について、どのような点に気を付けたらよいでしょうか。

いい価格（「比較対照価格」）の内容について適正な表示が行われない場合には、一般消費者に販売価格が安いとの誤認を与えるおそれがあることから、不当表示に該当すると考えられています。

二重価格表示と有利誤認 （価格表示ガイドライン 第四）

どのような二重価格表示が不当表示（有利誤認表示）に該当するのか、類型ごとに見ていきましょう。

（一）同一では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
この場合は、商品の品質等が異なることから、二重価格表示で示された価格差のみをもって販売価格の安さを評価することが難しく、一般消費者に販売価格が安いとの誤認を与え、不当表示に該当すると考えられます。

（二）さまざまな比較対照価格
過去の販売価格を比較対照価格とする場合
冒頭の事例はこの類型ですが、販売価格を引き下げた場合に、過去の販売価格を比較対照価格とする二重価格表示が行われることがあります。

この類型では、同一の商品について「最近相当期間にわたって販売されていた価格」（後述）を比較対照価格に用いるときは、不当表示に該当しません。他方、「最近相当期間にわたって販売されていた価格」とはいえない価格を比較対照価格に用いるときは、当該価格がいつの時点でもどの程度の期間販売されていた価格であるか等その内容を正確に表示しない限り、一般消費者に販売価格が安いとの誤認を与え、不当表示に該当すると考えられます。

そして、一般的には、セール開始時点からさかのぼる八週間において、比較対照価格で販売されていた期間が、商品が販売されていた期間の過半を占めているときには、「最近相当期間にわたって販売されていた価格」に当たると考えられています。つまり、過去の販売価格での販売期間について正確な表示をせずに「当店通常価格」などと過去の販売価格と比較して安さを強調する二重価格表示を行う場合には、セール開始時点からさかのぼる八週間のうち、四週間を超える期間で当該過去の販売価格にて販売されていなければならないということです。

場合

イ 将来の販売価格を比較対照価格とする場合
昨年一二月、消費者庁から、「将来の販売価格を比較対照価格とする二重価格表示に対する執行方針」が公表され、その中で、将来の販売価格を比較対照価格とする二重価格表示は、将来に販売することが確かな場合（需給状況等が変化しても販売することとしている場合など）以外、基本的に言うべきではないとの見解が示されました。また、そもそも、将来、実際に販売することのない価格やごく短期間のみ販売価格を比較対照価格に用いるときは、不当表示に該当すると考えられます。

ウ タイムサービスを行う場合

生鮮食料品等の売れ残り回避のために価格の引下げを行うような場合に、当初の価格を比較対照価格とする二重価格表示が行われることがあります。通常は、不当表示に該当するおそれはないと考えられます。エ 希望小売価格を比較対照価格とする場合
製造業者等により設定され、あらかじめ

おわりに

二重価格表示については、従来の価格表示ガイドラインとこれを補完する「将来の販売価格を比較対照価格とする二重価格表示に対する執行方針」において、不当表示に該当する具体例を挙げながら、消費者庁が景品表示法を適用する際の考慮事項を明らかにしています。小売事業者としては、これらを踏まえ、適正な価格表示に努めることが望まれます。

このコーナーは、飯島歩氏、藤田知美氏、町野静氏、村上友紀氏、溝上武尊氏、アザマト・シャキロフ氏、平野潤氏、三品明生氏、上田亮祐氏、増田昂治氏、秦野真衣氏、中村洸介氏、神田雄氏が交代で執筆します。