

表示規制(5)

(有利誤認表示に関する具体的検討)

古川 昌平 Furukawa Shohei 弁護士

2014年4月～2016年3月任期付職員として消費者庁にて勤務。主に景品表示法の課徴金制度に関与。主な著書：『エッセンス景品表示法』(商事法務、2018年)。



第1 概要

第4回で優良誤認表示・有利誤認表示について概説し、第5回では、主に優良誤認表示の事案を用いて打消し表示の考え方と事例を紹介しました。今回は、有利誤認表示に関する具体的な事案を取り上げます。

これまでに消費者庁が有利誤認表示と判断して措置命令を行った事案の多くは、価格表示に関するものです。典型例は、実際の販売価格と当該販売価格よりも高い他の価格(比較対照価格)を併記する二重価格表示の事案です。以下、価格表示を中心に説明します*1。

第2 二重価格表示以外の価格表示

1 基本的な考え方

事業者が特定の商品*2の販売価格を表示する場合、①販売価格 ②販売価格が適用される商品の範囲 ③販売価格が適用される顧客の範囲を明確に示す必要があります。これらについて実際と異なる表示や曖昧な表示を行う場合、一般消費者は、実際よりも販売価格が安いとの誤認を有し、有利誤認表示に該当する可能性があります(価格表示ガイドライン*3第3の1)。

価格表示ガイドラインでは、以下のような表示は有利誤認表示に該当すると示されています。

- ①実際の価格より安い価格を商品の販売価格として表示する場合
- ②通常、他の関連する商品や役務と併せて一体的に販売している商品について、当該関連商品、役務の対価を別途請求するにもかかわらず、その旨を明示しないで、商品(本体)の販売価格のみを表示する場合
- ③表示する販売価格が適用される顧客が限定されているにもかかわらず、その条件を明示しないで、商品の販売価格のみを表示する場合

2 措置命令事案

消費者庁のイオンライフ株式会社(以下、イオンライフ)に対する2017年12月22日付措置命令*4を取り上げます。イオンライフは、「イオンのお葬式」の名称で供給する葬儀サービスのうち、「火葬式」、「1日葬」および「家族葬」と称する3つの葬儀サービスの各役務*5について、新聞紙面広告にて「追加料金不要」と記載したうえで、それぞれ「火葬式198,000円(税込)」、「1日葬348,000円(税込)」および「家族葬498,000円(税込)」と記載していました。当該

*1 有利誤認表示は、「取引条件」について実際よりも著しく有利であると誤認される表示である。「価格」以外であっても、数量、支払条件、取引に付随して提供される景品類、アフターサービスや、商品・役務本体に付属する各種の経済上の利益等に関し実際と異なる表示は有利誤認表示に該当し得る。

*2 商品・役務はいずれも価格表示の対象となるが、後述する価格表示ガイドライン(後掲*3)は、基本的に小売業者が一般消費者に対し商品を提供する場合を前提に記述されており(第1の2(1))、本稿もそれに合わせて「商品」についてのみ示す。

*3 「不当な価格表示についての景品表示法上の考え方」(2000年公正取引委員会)を指す。

*4 https://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_171222_0001.pdf

表示について消費者庁は、あたかも、当該各役務の提供を受ける際、必要な物品や役務を追加・変更する場合でも、記載された価格以外に追加料金が発生しないかのように示す表示であると判断しました。

しかし、実際は、式場等における安置日数が当該役務の各設定日数(「火葬式」および「1日葬」は3日、「家族葬」は4日)を超える場合、「『家族葬』の式場利用料が50,000円(税込)を超える場合」等の事項に該当する場合には追加料金が発生するものであり、有利誤認表示であると判断されました。

なお、イオンライフは、当該役務の提供時、追加料金が発生する事項をパンフレット等に記載し、また、コールセンターで消費者に特約店葬儀社を紹介後も、特約店葬儀社が作成した見積書をチェックし、その内容に利用者が納得しているか確認するなどしていた模様です。ただ、景品表示法においては、一般的に「チラシで、実際の販売価格より安い価格が販売価格として表示されれば、これによって顧客が誘引されるのであり、その後、他の異なる表示物でそれを打ち消したとしても、チラシの表示の不当性がなくなるものではない」とされており(緑本^{*6}93ページ)、この考え方に沿った判断が行われました。



第3 二重価格表示

1 概要

「通常価格8,000円→特価6,500円」や「定価から2,000円引」のように、実際の販売価格と、当該販売価格よりも高い他の価格(比較対照価格)を比較する表示を「二重価格表示」といいます(割引率表示も含まれます)。内容が適正な場合は、一般消費者に有益な情報であり、景品表

示法の問題は生じませんが、比較対照価格の表示が適正でない場合には、有利誤認表示に該当する可能性があります。

二重価格表示は、過去の販売価格を比較対照価格とするものや、メーカー希望小売価格や将来の販売価格を比較対照価格とするものなどもあり、比較対照価格の類型に応じて検討する必要があります。

2 過去の販売価格を比較対照価格とする二重価格表示

(1) 考え方整理

一般的に、セールでは「通常価格〇〇円」や「セール前価格△△円」のように、比較対照価格として「過去の販売価格」が示されることが多くみられます。表示を見た一般消費者は、セール前の相当期間〇〇円や△△円で販売されており、セール期間中は差額分が値引きされてお得と認識すると考えられます。そのため、比較対照価格に「最近相当期間販売されていた価格」ではない価格が示される場合、基本的に有利誤認表示に該当する可能性があります(価格表示ガイドライン第4の2(1)ア(ア)b)。

「最近相当期間販売されていた価格」は、価格表示ガイドラインで、一般的には次の3要件を満たす価格と整理されています(価格表示ガイドライン第4の2(1)ア(ウ))。

- (a) 比較対照価格での販売合計期間がセールの各時点からさかのぼる8週間(対象商品の販売期間が8週間未満の場合は当該販売期間)のうち過半を占めていること
- (b) 比較対照価格での販売期間が通算2週間以上であること
- (c) 二重価格表示の開始日が、比較対照価

*5 本件で問題になった3つの葬儀サービスの契約当事者は、イオンライフが特約店契約を締結した葬儀サービス提供事業者(特約店葬儀社)と一般消費者であった。もっとも、消費者庁の調査担当官の解説によると、本件では、イオンライフが「イオン」等との商標や「イオンのお葬式」との名称の下、対象葬儀サービスの提供を希望する一般消費者を特約店葬儀社にあっせんし、自ら定めたサービス内容や取引条件により特約店葬儀社に提供させていた。これに加え、特約店葬儀社による当該葬儀サービスの提供に関し、支援、顧客管理、顧客からの問合せ対応等を自ら行っていたこと等から、イオンライフが当該サービスを「供給」していると判断された模様である(並木悠「イオンライフ株式会社に対する措置命令及び課徴金納付命令について」公正取引2020年4月号75ページ)。

*6 大元慎二編著『景品表示法第5版』(商事法務、2017年)。版を通じてブックカバーが鮮やかな緑のため「緑本」と呼ばれることが多く、本連載では第5版を「緑本」と呼ぶ。

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

(c)はセール開始時に満たしていれば足りません。これに対し、(a)は、原則としてセールの各時点で満たす必要があり、長期間実施するといずれ満たさなくなります。ただし、セール期間をあらかじめ明示している場合は、一般消費者に価格の変化の過程が明らかでないため「問題とはならない」とされています(緑本104ページ)。セール期間が記載されている場合には(a)もセール開始時に満たせば足りるとの整理と解されます。これらを簡単にイメージを示すと次図のとおりです(図)。

(2) 2018年10月18日付措置命令

株式会社ジャパネットたかた(以下、ジャパネット)は、対象エアコンを一般消費者に販売するに当たり、例えば、会員カタログにおいて「ジャパネット通常税抜価格79,800円」「2万円値引き」「さらに！会員様限定2,000円値引き」「値引き後価格 会員様特価 57,800円」という表

示をしていました。

ジャパネットは、措置命令後、自社通販サイトで「ジャパネット通常税抜価格」について、「同時期に展開している非会員価格」を意味するものとして記載していた旨の説明を行っています*7。これに対し、消費者庁は「ジャパネット通常税抜価格」を見た一般消費者は、通常、過去の会員に対する販売価格であると認識すると判断しました。実際は、「ジャパネット通常税抜価格」で会員に対し最近相当期間に販売した実績はなく、有利誤認表示だと判断されました。

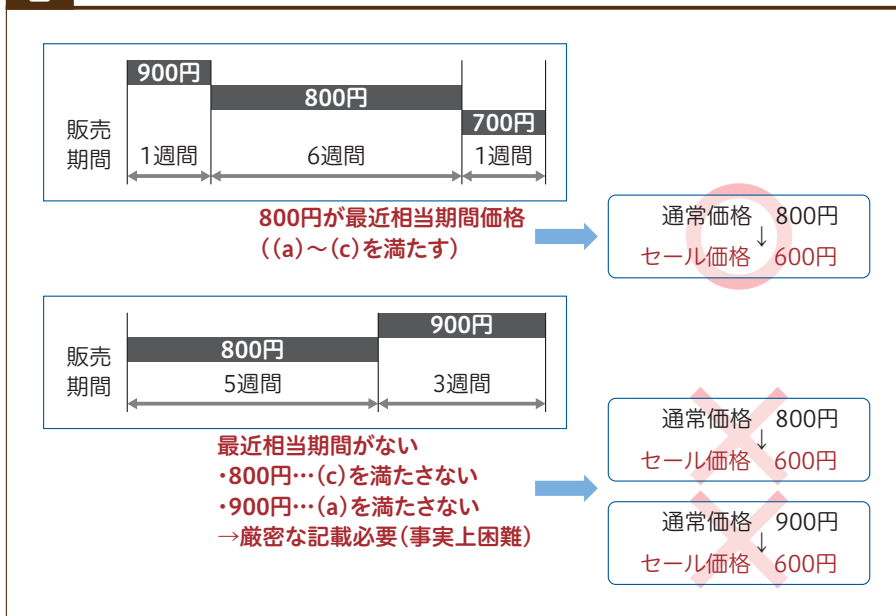
表示内容は、表示全体から一般消費者が通常受ける印象・認識を基礎として判断されます。そのため、常に「通常価格」が過去の販売価格を示すとまではいえないものの、前記の本件カタログの記載からは、会員への値引きが22,000円なのか2,000円のみか判然としません。また、「ジャパネット通常税抜価格」が非会員価格だと明確ではなく、「79,800円」が非会員価格と認識する一般消費者は多くないと思われます。

これを踏まえると、過去の販売価格を示さないことが明らかな例外的な場面を除き、「通常価格」が示されている場合は、前記3要件を満たす価格か検討することになるでしょう。

3 希望小売価格を比較対照価格とする二重価格表示

商品を製造するメーカー等の小売業者以外の者が、自己の供給する商品について参考価格(希望小売価格)を設定し、その価格を比較対照価格として二重価格表示を行う場合には、次の2点が

図 「最近相当期間販売されていた価格」のイメージ



出典：沖縄県版景品表示法ハンドブック「景品表示法、知っていますか？ 事例でみる景品表示法」(2015年3月作成)16ページを基に筆者作成

*7 「消費者庁の措置命令についてのご報告とお詫び」と題するページ(<https://www.japanet.co.jp/shopping/support/info25.html>)

必要です。

- ①希望小売価格が、メーカー等(小売業者以外の者)により小売業者の価格設定の参考となるものとして設定されたこと
- ②あらかじめ、新聞広告、カタログ、商品本体への印字等により公表されていること

前記①を満たすには、メーカー等が小売業者から独立した立場で希望小売価格を設定していることが必要であり、小売業者の意向を受けて希望小売価格を高め設定しているような場合は、①を満たしません。

また、前記②を満たすには、広く一般消費者に示されていることが必要であり、偶然一部の消費者の目に触れることがあるだけでは不十分です。また、商品本体に印字されている場合であっても、それが希望小売価格を示したものと一般消費者に認識されない場合は、②の要件を満たさないと考えられます。

例えば、比較対照価格について「希望小売価格」「メーカー希望小売価格」「メーカー価格」「ⓧ」「定価」等の記載をする場合に、当該価格について自ら任意に設定した、あらかじめ広く公表されていない、仕入先が個々の小売店向けに設定したもの等の事情があるときには、前記①または②を満たさず、有利誤認表示に該当すると判断されるでしょう。それだけでなく、最初はメーカー希望小売価格が設定されていたものの、後に撤廃されていたことに気づかず「メーカー希望小売価格」を表示する場合も、有利誤認表示と判断されます。

2020年6月24日、消費者庁は、株式会社サンドラッグに対し、同社が対象商品について「メーカー希望小売価格」と販売価格を併記していたものの、実際にはメーカー希望小売価格が

設定されていなかったことを理由に措置命令を行いました^{*8}。同日付けの同社リリース^{*9}では、過去存在したメーカー希望小売価格(定価)が廃止されたことに気づかずそのまま掲載した旨説明されていますが、そのような場合でも措置命令は行われます。

4 将来の販売価格を比較対照価格とする二重価格表示

販売当初の段階における需要喚起等を目的として、将来の時点における販売価格を比較対照価格とする二重価格表示(新発売当初の「お試し価格」の表示等)をする場合は、表示された将来の販売価格に十分な根拠があることが必要です。

仮に、将来の販売価格を示す場合に、それが実際に販売することのない価格であるときや、当該価格での販売がごく短期間に過ぎないときなどは、根拠があるとは認められず、有利誤認表示に該当すると考えられます(価格表示ガイドライン第4の2(1)イ)。価格表示ガイドラインでは、将来の価格として表示された価格での販売が確かな場合を除き、将来の販売価格を用いた二重価格表示を行うことは適切でないとされています。

価格表示ガイドラインは2000年に制定されたものですが、ネット通販やテレビ通販の大幅な普及等に伴い、価格表示の方法・実態等が多様化しています。消費者庁は、このような状況等を踏まえ、将来の販売価格を比較対照価格として用いた二重価格表示等に関する対応方針について考え方を整理するため、学識経験者と消費者庁による意見交換会^{*10}を開催しています。第1回の議事要旨^{*11}を確認する限り、抜本的な方針転換には至らないと思われるものの、考え方や実例の具体化・拡充等が期待できますので、今後の動向には注意が必要です。

*8 https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_200623_01.pdf

*9 <https://www.sundrug.co.jp/news/消費者庁の措置命令に基づくお知らせ.pdf>

*10 「将来の販売価格を比較対照価格として用いた二重価格表示等に関する意見交換会」
https://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/meeting_materials/review_meeting_002/

*11 https://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/meeting_materials/assets/review_meeting_002_0008.pdf