

21 割引販売の表示の基準

■値引き販売

値引き販売の表示は、実売価格に他の価格を比較対象とする、二重価格の形で行われることが多い。しかし、比較対象する基の価格が根拠のないものであれば消費者は偽りの値引きで得をした気分になって購入することになり、そのような二重価格は不当表示である。

■二重価格について（消費者庁の考え方）

消費者庁から「不当な価格表示についての景品表示法上の考え方」(以下「ガイドライン」という。)が示されており、二重価格表示をする商品について次のとおり商品の同一性が重要視されている。

- 商品の同一性は、銘柄、品質、規格等からみて同一とみられるか否かにより判断される
- 食肉など生鮮食品については、一般的には、商品の同一性を判断することが難しいと考えられる。
- 生鮮食品を対象とする二重価格表示については
 1. タイムサービスのように商品の同一性が明らかな場合
 2. 一般の消費者が商品の同一性を判断が出来る場合これ以外は、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おそれがある。

■二重価格表示のできる場合

食肉公正競争規約では値引き販売として二重価格販売できるものは、一般の消費者が当該食肉の同一性を判断することが可能な場合に限るという前提のもとに、次の4つに限定した。

- ①自店通常価格からの値引販売
- ②タイムサービスでの値引販売
- ③一括割引での値引き販売
- ④増量値引での値引き販売

国産豚ばら
しゃぶしゃぶ用
当店通常価格 100g120 円の品
本日限 100g 98 円

特売品 国産牛ももスライス	
個体識別番号 123456789	 (251)1234567895(11)031128(3101)0012
消費期限 22. 5. 1	保存温度 4℃以下
100g 580 円 200g 入り 通常 1160 円の品	980 円



◆不当な価格表示についての景品表示法上の考え方 第4の1(1)▶(P130)

1. 自店通常価格からの値引販売

*「当店通常価格100グラム〇〇円の品、本日〇〇円」

*「当店通常価格の〇〇円割引」

など、価格を比較して値引する場合、この「当店通常価格」が「最近相当期間にわたって販売されていた価格」(以下「**比較対象価格**」という。) でなければならない。(実績のない架空のものであれば、不当表示に該当する。)

(1) 「当店通常価格」が「最近相当期間にわたって販売されていた価格」とは (ガイドラインによる)

①値引販売の表示をしようとする時点からさかのぼること8週間において過半を占める期間に販売されていた価格

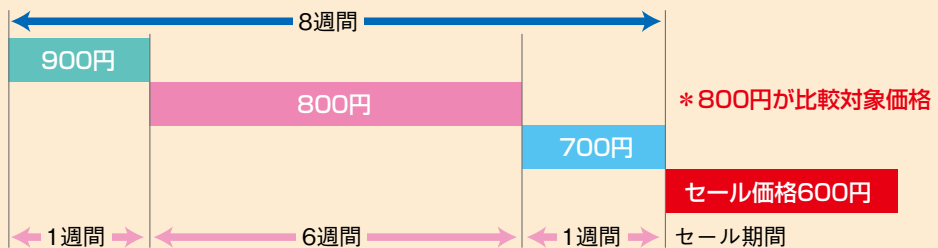
但し、その商品が販売されていた期間が8週間未満の場合には、その期間の過半を占める期間に販売されていた価格

②前記の要件を満たす場合にあって、次の場合を除く。

ア. その価格で販売されていた期間が通算して2週間未満の場合

イ. その価格で販売されていた最後の日から2週間以上経過している場合

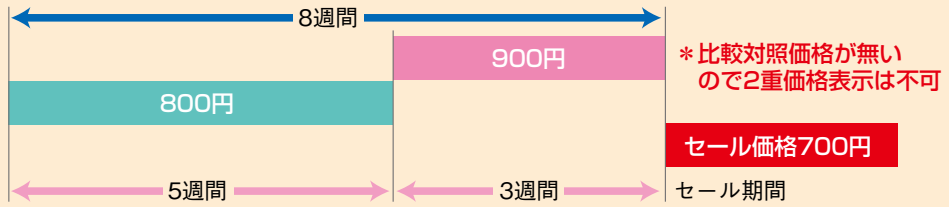
〈事例1〉8週間のうち過半を占める例



800円で販売した期間が、8週間の内過半を占めるので800円を比較対象価格として2重価格表示は可能

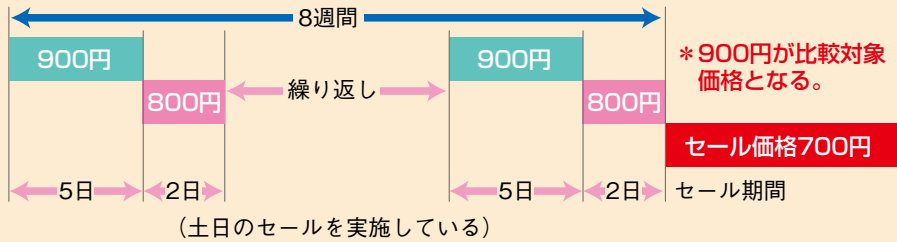


〈事例2〉 8週間のうち過半を占めていない場合、2週間以上前の場合



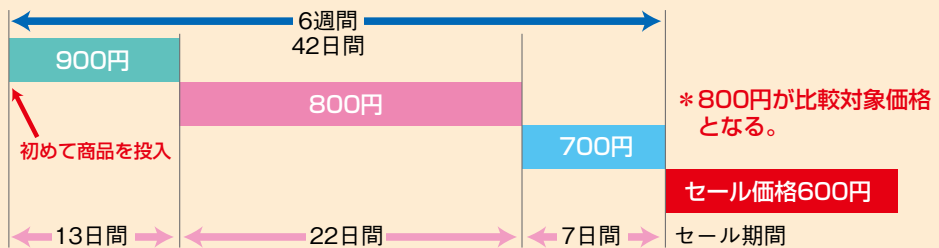
- ① 900円で販売した期間が8週間の過半を占めないため、900円を比較対象とした二重価格表示は出来ない。
- ② 800円で販売した期間は8週間の過半を占めているが、最後に販売した時から2週間以上経過しているため、800円を比較対象価格とした二重価格表示は出来ない

〈事例3〉 断続的に販売価格を変えた場合



900円で販売した期間が、8週間の内過半を占めるので900円を比較対象価格として2重価格表示は可能

〈事例4〉 最近投入した商品で販売期間が8週間未満の場合



800円で販売した期間が6週間の過半を占めるので、800円を比較対象価格とした二重価格表示は可能

〈事例5〉最近投入した商品で販売期間が短い場合



800円で販売した期間が3週間の過半を占めているが、2週間未満なので800円を比較対象価格とした二重価格表示は不可

(2) 「商品の同一性」とは（ガイドライン）

- 自社通常価格との比較は（比較対象価格との比較）は、商品が同じでなければ意味がない。
- 過去に販売した食肉との「同一性」が問われる。
食肉公正競争規約では、同一性の基準を次の5つに置いている。
①食肉の種類 ②部位 ③形態 ④品質 ⑤銘柄
- 一般消費者が商品の同一性を判断することが可能でなければならない
* 上記「種類」「部位」「形態」「品質」「銘柄」の資料を揃えて保管しておくこと。「種類」「部位」「形態」については消費者は同一性の判断が出来る。
また「銘柄」の同一性は伝票等で証明できるが、「品質」については難しい。

(3) 品質の同一性とは

- 品質の同一性の証明をするものがあること
* 客観性の有するもので証明する
仕入（購入）の際に、確認や指定をする
* 自主格付け等任意のものは、客観性がないので排除される
- ① 国産牛肉の場合の同一性の証明
(社) 日本食肉格付け協会による枝肉の格付けが、客観性を有する。
* 牛肉 肉質等級 「5」「4」「3」「2」「1」の5段階
* 豚肉 肉質等級 「極上」「上」「中」「並」「等外」の5段階
- ② 輸入食肉の場合の同一性の証明
米国産、オーストラリア産等についても、規定された格付けがある。
* 米国産 牛肉 「プライム」「チョイス」「セレクト」等

2. タイムサービスでの値引き販売

陳列していた商品を、その日の内に売りさばきたいことから、ある時間帯から「〇〇円引き」「2割引」等のシールを貼ったりして価格を訂正して値引セールを行う場合がある。

このようなタイムサービスについては

- 商品の同一性が明らかなので行って良い
- 但し、基の価格は実際に販売されていた価格でなければならない

〈事例〉

〈POPで説明〉



〈ラベル貼付で表示〉



3. 一括割引での値引き販売

特定の商品群を対象として「表示価格から〇割引」など一括表示して割引するセールをすることは差し支えない。

〈事例〉

〈POPで説明〉



〈POPで説明〉



*適用商品が一部のものに限定されているにもかかわらずその旨を明示しない場合、例えば「精肉全品〇割引」と表示して、実際は特定の商品を除いたり、特売品が除外されてはならない。

4. 増量割引での値引き販売

少量パックと大量パックの間で100g単価のサービス値引をおこなうもの。

〈事例〉

〈小パック〉

〈大パック〉

国産牛肉ももスライス	
賞味期限 22.5.10	保存方法5℃以下
100g 当 200円 内容量 200g	400円
加工者 赤坂物産株式会社 東京都港区赤坂0-00-00	

国産牛肉ももスライス	
賞味期限 22.5.10	保存方法5℃以下
100g 当 180円 内容量 300g	大パック割引 540円
加工者 赤坂物産株式会社 東京都港区赤坂0-00-00	

- * 大小パックが同じ部分肉から作られた商品であること
- * 大小パックを同じ場所に置いて同一商品であることを明確に示すこと
- * 同一商品の増量値引であることを消費者に明確に伝えること
- * 小パックが大パックの価格を安く見せかける意図で販売されていないこと