

(公社) 通販協第 30-19 号
平成 30 年 12 月 21 日

JADMA 会員代表者各位

公益社団法人 日本通信販売協会
会 長 阿部 嘉文

二重価格表示に関する理事会からの要請

これまで当協会は、会員・非会員各社の表示等担当者を対象に景品表示法等に関するセミナーを開催し、また、会員・非会員各社の広告媒体の調査を行うなど、広告表示の適正化について周知徹底してまいりました。これも通販への消費者の信頼をより高めていくことを目指すという協会の基本理念に基づくものであります。

しかしながら、昨今、二重価格表示に関して、景表法上の不当表示に該当するとして、消費者庁より理事社を含めた事業者に対する措置命令が相次いでいます。たとえば、「通常価格〇〇のところ、今だけ〇〇」といった広告を行いつつ、販売実績が足りないあるいはない事例に対し、処分がなされています。

そもそも景表法において、二重価格表示は禁止されてはいません。しかしながら、消費者庁公表の「不当な価格表示についての景品表示法上の考え方」(http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/guideline/pdf/100121premiums_35.pdf) (以下「価格表示ガイドライン」) において、二重価格表示を行う場合には、同一ではない商品の価格を比較対照価格として用いることや、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ことは、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とされています。当協会のガイドラインにおいても、二重価格表示については「明確な根拠に基づく、市価・メーカー希望小売価格・自店旧価格などを明記した場合に限り表示できる」とし、一般消費者の適正な商品選択に資する表示を求めています。

そこで今回、理事会において、消費者庁公表の「価格表示ガイドライン」を遵守し、過去の販売価格を比較対照価格とする二重価格表示を行う場合には「最近相当期間にわたって販売されていた価格」を比較対照価格として用いることなど、法令に従った適正な広告表示を行うことを改めて確認いたしました。また、会員各社におかれましては、従来以上に広告表示の適正化について取り組んでいただくよう強く要請いたします。

なお、当協会としては、多種多様な広告媒体を使用する通販という業態に鑑み、一般消費者や消費者庁の意見もいただきながら、通販の実態に即した「二重価格表示についての考え方」を、来夏をめどにまとめていきたいと考えています。

この件に関するお問い合わせは：

協会事務局： 03-5651-1155 / jadma@jadma.or.jp

三浦・万場（まんば） までお願いいたします。