

「おとり広告に関する表示」等の運用基準

(平成 5年 4月 28日 事務局長通達第6号)
変更 平成12年 6月 30日 事務総長通達第8号
変更 平成28年 4月 1日 消費者庁長官決定

「おとり広告に関する表示」(平成5年公正取引委員会告示第17号)等の運用基準を次のとおり定めたので、これによらねたい。

なお、「『おとり広告に関する表示』の運用基準(昭和57年6月10日事務局長通達第3号)」は「おとり広告に関する表示」(平成5年公正取引委員会告示第17号)の施行日をもって廃止する。

「おとり広告に関する表示」等の運用基準

第1 おとり広告規制の趣旨及び運用に当たっての留意事項

- 1 「おとり広告に関する表示」(平成5年公正取引委員会告示第17号。以下「告示」という。)は、広告、ビラ等における取引の申出に係る商品又は役務(以下「広告商品等」という。)が実際には申出どおり購入することができないものであるにもかかわらず、一般消費者がこれを購入できると誤認するおそれがある表示を、不当に顧客を誘引し、公正な競争を阻害するおそれがある不当な表示として規制するものである。

事業者は、広告、ビラ等において広く消費者に対し取引の申出をした広告商品等については、消費者の需要に自らの申出どおり対応することが必要であり、また、何らかの事情により取引に応じることについて制約がある場合には、広告、ビラ等においてその旨を明瞭に表示することが必要である。

- 2 告示の運用に当たっては、以下の点に留意されたい。

- ① 広告、ビラ等において、通常よりも廉価で取引する旨の記載を伴う商品又は役務についての表示であって、告示各号の規定に該当するものに重点を置くこととする。
- ② 違反行為の未然防止を図るため告示の普及・啓発に努めるとともに、違反事件については、引き続き、厳正かつ迅速に対処することとする。
- ③ 関係業界において、公正競争規約等が設定されている場合には、その定めるところを参酌するものとする。

- 3 一般消費者が商品又は役務の品質等の内容、価格等の取引条件について誤認する表示については、それぞれ、不当景品類及び不当表示防止法(以下「景品表示法」という。)第5条第1号、第2号により規制されているところである。通常よりも廉価で取引する旨の記載を伴う商品又は役務についての表示については、景品表示法第5条第1号及び第2号の問題も生じがちであることにかんがみ、景品表示法第5条第1号、第2号の問題となる典型的な表示を例示として第3に掲げたところであり、これらを含めた景品表示法違反行為の未然防止及び違反事件の処理の適正を期されたい。

第2 「おとり広告に関する表示」の運用基準

- 1-(1) 告示第1号の「取引を行うための準備がなされていない場合」について

広告商品等について「取引を行うための準備がなされていない場合」に当たる場合を例示すると以下のとおりである。このような場合において、それが当該事業者の責に帰すべき事由以外によるものと認められ、かつ、広告商品等の取引を申し込んだ顧客に対して、広告、ビラ等において申し出た取引条件で取引する旨を告知するとともに希望する顧客に対しては遅滞なく取引に応じているときには、不当表示には当たらないものとして取り扱う。

- ① 当該店舗において通常は店頭展示販売されている商品について、広告商品が店頭に陳列されていない場合
- ② 引渡しに期間を要する商品について、広告商品については当該店舗における通常の引渡期間よりも長期を要する場合
- ③ 広告、ビラ等に販売数量が表示されている場合であって、その全部又は一部について取引に応じることができない場合
- ④ 広告、ビラ等において写真等により表示した品揃えの全部又は一部について取引に応じることができない場合
- ⑤ 単一の事業者が同一の広告、ビラ等においてその事業者の複数の店舗で販売する旨を申し出る場合であって、当該広告、ビラ等に掲載された店舗の一部に広告商品等を取り扱わない店舗がある場合

1－(2) 告示第1号の「取引に応じることができない場合」について

広告商品等について「取引に応じることができない場合」に当たる場合を例示すると以下のとおりである。

- ① 広告商品等が売却済である場合
- ② 広告商品等が処分を委託されていない他人の所有物である場合

2－(1) 告示第2号の広告商品等の供給量が「著しく限定されている」場合について

供給量が「著しく限定されている」とは、広告商品等の販売数量が予想購買数量の半数にも満たない場合をいう。

この場合において、予想購買数量は、当該店舗において、従来、同様の広告、ビラ等により同一又は類似の商品又は役務について行われた取引の申出に係る購買数量、当該広告商品等の内容、取引条件等を勘案して算定する。

(注) 商品又は役務の供給量が限定されていることにより、当該商品又は役務が著しく優良である、又はその取引条件が著しく有利であることを強調する表示を行っているにもかかわらず、実際には限量を超えて取引に応じる場合には、景品表示法第5条第1号又は第2号の規定に違反するおそれがある。

2－(2) 告示第2号の限定の内容が「明瞭に記載されていない場合」について

販売数量が著しく限定されている場合には、実際の販売数量が当該広告、ビラ等に商品名等を特定した上で明瞭に記載されていなければならないが、販売数量が限定されている旨のみが記載されているだけでは、限定の内容が明瞭に記載されているとはいえない。

例えば、「〇〇メーカー製品3割引」、「〇〇製品5割引から」等と表示した場合において実際には当該割引による販売数量が著しく限定されている商品がある場合には、当該商品を特定して販売数量を明瞭に記載する必要がある。

2-(3) 複数の店舗で販売する旨を申し出る場合について

単一の事業者が同一の広告、ビラ等においてその事業者の複数の店舗で販売する旨を申し出る場合においては、原則として、各店舗毎の販売数量が明記されている必要がある。広告スペース等の事情により、各店舗毎の販売数量を明記することが困難な場合には、当該広告、ビラ等に記載された全店舗での総販売数量に併せて、店舗により販売数量が異なる旨及び全店舗のうち最も販売数量が少ない店舗における販売数量の表示が必要である。

また、高額な耐久財等について全店舗における販売数量が一括管理されており、全店舗における総販売数量に達するまではいずれの店舗においても取引する場合には、その旨の表示がなされていなければならない。

なお、いずれの場合においても、広告した商品又は役務の取引を行わない店舗がある場合には、その店舗名が記載されている必要があり、記載されていない場合には、当該店舗において広告商品等について取引を行うための準備がなされていない場合（告示第1号）に当たる。

3 告示第3号の限定の内容が「明瞭に記載されていない場合」について

供給期間、供給の相手方又は顧客一人当たりの供給量の限定については、実際の販売日、販売時間等の販売期間、販売の相手方又は顧客一人当たりの販売数量が当該広告、ビラ等に明瞭に記載されていなければならない、これらについて限定されている旨のみが記載されているだけでは、限定の内容が明瞭に記載されているとはいえない。

4-(1) 告示第4号の広告商品等の「取引の成立を妨げる行為が行われる場合」について

広告商品等の「取引の成立を妨げる行為が行われる場合」に当たる場合を例示すると以下のとおりである。このような場合には、結果として広告商品等の取引に応じることがあったとしても、告示第4号に該当する。

- ① 広告商品を顧客に対して見せない、又は広告、ビラ等に表示した役務の内容を顧客に説明することを拒む場合
- ② 広告商品等に関する難点をことさら指摘する場合
- ③ 広告商品等の取引を事実上拒否する場合
- ④ 広告商品等の購入を希望する顧客に対し当該商品等に替えて他の商品等の購入を推奨する場合において、顧客が推奨された他の商品等を購入する意思がないと表明したにもかかわらず、重ねて推奨する場合
- ⑤ 広告商品等の取引に応じたことにより販売員等が不利益な取扱いを受けることとされている事情の下において他の商品を推奨する場合

4-(2) 告示第4号の「合理的理由」について

未成年者に酒類を販売しない等広告商品等を販売しないことについて合理的な理由があるときには告示第4号には該当しない。

第3 広告、ビラ等の表示が景品表示法第5条第1号、第2号の問題となる場合

- 1 広告、ビラ等に表示された商品又は役務の内容について、例えば、以下のような場合は、実際のものよりも著しく優良であると示すものであり、景品表示法第5条第1号の規定に違反する。

- ① 実際に販売される商品が、キズ物、ハンパ物、中古品等であるにもかかわらず、その旨の表示がない場合
 - ② 新型の商品であるかのように表示されているにもかかわらず、実際に販売される商品が旧型品である場合
 - ③ 実際に販売される商品が特売用のものであり通常販売品と内容が異なるにもかかわらず、通常販売品であるかのように表示されている場合
- 2 広告、ビラ等に表示された商品又は役務の取引条件について、例えば、以下のような場合は、実際のものよりも著しく有利であると誤認されるものであり、景品表示法第5条第2号の規定に違反する
- ① 実際には値引き除外品又は値引率のより小さい商品があるにもかかわらず、その旨の明瞭な記載がなく、「全店3割引」、「全商品3割引」、「〇〇メーカー製品3割引」等と表示されている場合
 - ② 実際の販売価格が自店通常価格と変わらないにもかかわらず、自店通常価格より廉価で販売するかのように表示されている場合
 - ③ 広告商品等の購入に際し、広告、ビラ等に表示された価格に加え、通常は費用を請求されない配送料、加工料等の付帯費用、容器・包装料、手数料等の支払を要するにもかかわらず、その内容が明瞭に記載されていない場合
 - ④ 「閉店」、「倒産」等特売を行う特別の理由又は「直輸入」、「直取引」等特に安い価格で販売することが可能となる理由が表示され、これらの理由により特に安い価格で販売するかのように表示しているにもかかわらず、実際には自店通常価格で販売を行っている場合
 - ⑤ 二重価格表示（割引率の表示を含む。）において以下のような表示が行われている場合（「不当な価格表示についての景品表示法上の考え方」（平成12年6月30日公表）参照）
 - a 比較対照価格として、実際の市価よりも高い価格が市価として用いられている場合
 - b 比較対照価格として、架空の、又は既に撤廃されたメーカー希望小売価格が用いられている場合
 - c 比較対照価格として、実際の自店旧価格（又は自店通常価格）よりも高い価格が自店旧価格（又は自店通常価格）として用いられている場合
 - d 自店旧価格（又は自店通常価格）がないときに、比較対照価格として任意の価格が自店旧価格（又は自店通常価格）として用いられている場合
 - ⑥ 消費税、容器料等込みで設定されているメーカー希望小売価格等を比較対照価格とする二重価格表示において、当該店舗における販売価格が消費税、容器料等抜きで記載されている場合