

平成23年12月1日
生活文化局

防災・節電商品でも不当な二重価格表示！

—五都県で13事業者の14件の広告表示を合同指導—

東京都、埼玉県、千葉県、神奈川県及び静岡県（五都県広告表示等適正化推進協議会）は、防災・節電商品の広告表示について、安さを強調する二重価格表示※を中心に合同調査を実施し、不当景品類及び不当表示防止法（以下「景品表示法」という。）に違反するおそれのある表示を行っていた13事業者の14件の広告表示（新聞広告5件、ネット広告9件）に対して、平成23年11月30日に、合同で文書により表示の削除・修正等の改善を指導しました。

《調査のねらい》

東日本大震災後、防災・節電をうたうさまざまな商品の販売広告が目立つようになり、中には「通常価格の50%OFF」などと非常に安く買えるかのように表示する広告もあることから、一般消費者を誤認させる不当表示がないかどうかを調査した。

《指導対象とした表示内容例》・・・別紙「表示内容例」参照

①手回し充電式ラジオ

「今だけ51%OFF！」～実はずっと割引価格で販売

期間限定の割引を強調しているが、「今だけ」は3か月間継続して表示 ⇒ 有利誤認のおそれ

②家庭用蓄電池

「当店通常価格198,000円 価格59,800円」～実は当店通常価格での販売実績なし

通常価格に対しての値引きを強調するが、通常価格で販売した実績はない ⇒ 有利誤認のおそれ

《消費者へのアドバイス》

販売価格を実際よりもお買い得にみせかけている広告があることに注意し、「特別価格！」や「今だけ！」をうのみにしないようにしましょう。

他の事業者の広告も比較検討するなど、購入に際しては十分に情報収集を行いましょう。

※ 二重価格表示とは、「当店通常価格」や「メーカー希望小売価格」のような比較対照価格と、それよりも値引きされた実際の販売価格を併記する表示のことです。

(問い合わせ先) 生活文化局消費生活部取引指導課
電話 03-5388-3068

◇ 調査方法等

〈調査対象〉 ①広告期間:平成23年8月1日から10日までの間
②広告媒体:ア 五都県の域内で配布された新聞(計6紙)の広告及び折込広告
イ 検索サイト及びショッピングモールサイト(計5サイト)におけるキーワード検索により、上位に検索されたインターネット通信販売広告

〈調査方法〉 比較対照価格に対して40%以上割引した価格を二重価格表示している広告表示を抽出し、五都県合同で、広告主に対して表示の根拠となる資料の提出を求める等の調査を行った。

◇ 指導対象とした広告表示の内訳

	ラジオ	蓄電池	LED商品	その他	合計
新聞広告	1	1	1	2	5 (有利誤認4・優良誤認2)
ネット広告	3	2	1	3	9 (有利誤認9)
合計	4	3	2	5	14 (有利誤認13・優良誤認2)※

※ 商品数は13。蓄電池の1商品で新聞広告とネット広告の両方を行っていたため、広告件数は14件となる。また、その他の1商品で有利誤認と優良誤認の両方に該当する広告があったため、有利誤認と優良誤認の合計数は広告件数と一致しない。

◇ 関係団体への要望

公益社団法人日本広告審査機構、財団法人新聞広告審査協会等の広告に関係する団体及びインターネット上でショッピングモールを運営する事業者等計8団体に対し、平成23年11月30日、広告表示の適正化についての協力を要望した。

【参考1 五都県での広告表示等適正化の取り組みについて】

広域的・効果的な表示等の適正化を推進するために、埼玉県・千葉県・東京都・神奈川県が、平成17年11月に「四都県広告表示等適正化推進協議会」を設立した。平成19年度からは、静岡県が参加し、「五都県広告表示等適正化推進協議会」として、事例研究や情報交換、違反事業者の調査、指導を行っている。

ーこれまでの主な取り組みー

【ゲルマニウム製アクセサリーの広告についての合同調査指導】

ゲルマニウム製のプレスレット及びネックレスの身体に対する効能・効果をうたった広告表示について合同調査を実施し、景品表示法に違反するおそれのある表示を行っていた16事業者に対して、表示の改善を文書により指導(平成23年3月2日)

【体験談広告の合同調査指導】

体験談・写真等で若返りや美顔を強調した広告について合同調査を実施し、合理的な根拠に基づかない表示や誇大な表示など景品表示法に違反するおそれのある表示を行っていた3事業者に対して、表示の改善を文書により指導(平成22年2月23日)

【参考2 景品表示法で禁止されている不当表示】

- ① 優良誤認(第4条第1項第1号): 内容について、一般消費者に対し、実際のものよりも(又は事実と相違して競争事業者に係るものよりも)著しく優良であると示す表示
- ② 有利誤認(第4条第1項第2号): 取引条件について、実際のものよりも(又は競争事業者に係るものよりも)取引の相手方に著しく有利であると一般消費者に誤認される表示
- ③ その他(第4条第1項第3号): 商品又は役務の取引に関する事項について一般消費者に誤認されるおそれがあるとして内閣総理大臣が指定する表示

別紙

表示内容例

該当条項	商品	表示内容	問題点
景品表示法第4条第1項第2号 (有利誤認)	家庭用蓄電池	当店通常価格：198,000円(税込) 価格：59,800円(税込)	通常販売している価格より安い価格を強調しているが、198,000円で販売した実績はなく、販売価格が安いと誤認を与えるおそれがあった。
	非常用電源バッテリー	希望小売価格9,800円(税込) 特価4,743円(税込4,980円)	メーカー等によりあらかじめ設定・公表されている希望小売価格があると思わせる表示であるが、希望小売価格の根拠は確認できず、特価を強調して販売価格が安いと誤認を与えるおそれがあった。
	ガソリン携行缶	通常価格7,980円 →特別価格2,480円(税込)	通常販売している価格より安い特別価格を強調しているが、7,980円で販売した実績はなく、販売価格が安いと誤認を与えるおそれがあった。
	LED電球	メーカー希望小売価格 1個 4,980円 → 2,980円	メーカー希望小売価格より安い旨を強調しているが、実際はプライベートブランド商品のため、メーカーによりあらかじめ設定・公表されているとはいえない価格であり、販売価格が安いと誤認を与えるおそれがあった。
	手回し充電式ラジオ	今だけ51%OFF!	期間限定の割引を強調しているが、少なくとも3か月間継続して表示されており、期間限定の割引とは認められないものであった。
	冷却ジェル入りマット	本日より5日間限り	5日間のみ販売を強調しているが、その後も断続的にはあるが一定期間販売しており、期間限定販売とは認められないものであった。
景品表示法第4条第1項第1号 (優良誤認)	冷却ジェル入りマット	・ただ敷くだけ！この夏はクーラー要らず！ ・熱帯夜も朝までぐっすり眠れます	冷却効果について根拠が明確でなく、商品の利用による効果を過大に印象付けるおそれがあった。
		体温以下を6時間キープ！	人間による実際の使用実験で得られたデータではなく、冷却効果について過大に印象付けるおそれがあった。

※ 上記は、今回行政指導の対象とした表示内容について、わかりやすく表記し、例示したものである。