

割引販売の表示の基準

30

30

割引販売の表示の基準

▶ 値引販売

値引販売の表示の多くは、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ています。しかし、比較対象とするもと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、このような二重価格は不当表示となります。

▶ 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下記のとおり商品の同一性が重要視されています。(割引(率)額で表示する場合も同様です)

- 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ます。
- 食肉など生鮮食品については、一般的に商品の同一性を判断することが難しいと考えられています。
- 生鮮食品を対象とする二重価格表示については、次の場合に認められています。
 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できる場合

※上記以外は、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ります。

▶ 二重価格表示のできる場合

食肉公正競争規約では値引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、右記の4つに限定しています。

- 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 一括割引での値引販売
- ④ 増量値引での値引販売

国産豚ばら
しゃぶしゃぶ用
当店通常価格 100g120円の品

本日限り 100g **98円**

特売品 国産牛ももスライス

個体識別番号 1234567895	
消費期限 25.5.1	保存温度 4℃以下
100g 当たり 580円 200g 入り 通常 1160 円の品	980円
加工者 赤坂物産株式会社 東京都港区赤坂0-00-00	

 トレラップ

▶【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」

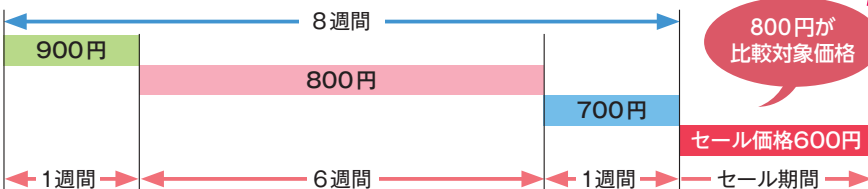
上記のような二重価格または割引(率)額で、価格を比較して値引きする場合、この「当店通常価格」が「最近相当期間にわたって販売されていた価格」(以下"**比較対象価格**"という)でなければなりません。(実績のない架空のものであれば、不当表示に該当します)

① 比較対象価格とは? (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です。
- ②前記の要件を満たす場合にあって、次の場合を除きます。

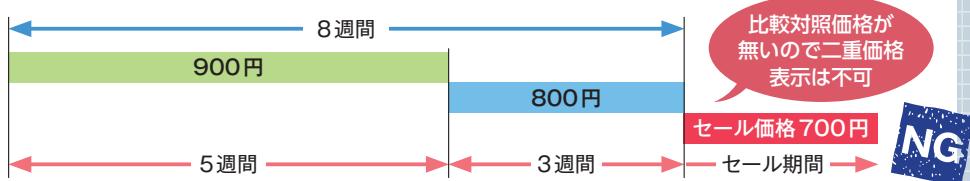
- ア. その価格で販売されていた期間が**通算して2週間未満**の場合
- イ. その価格で販売されていた**最後の日から2週間以上経過**している場合

例1 8週間のうち過半を占める場合



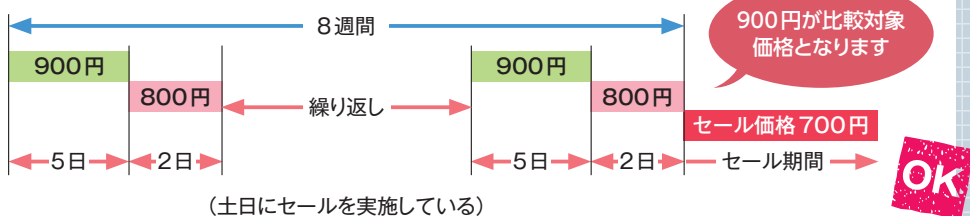
800円で販売した期間が、8週間の内過半を占めるので800円を比較対象価格として二重価格表示は可能です。

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



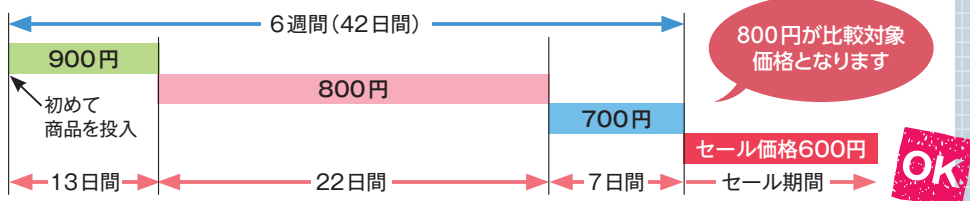
- ①800円で販売した期間が8週間の過半を占めないため、800円を比較対象とした二重価格表示はできません。
- ②900円で販売した期間は8週間の過半を占めていますが、最後に販売した時から2週間以上経過しているため、900円を比較対象価格とした二重価格表示はできません。

例3 断続的に販売価格を変えた場合



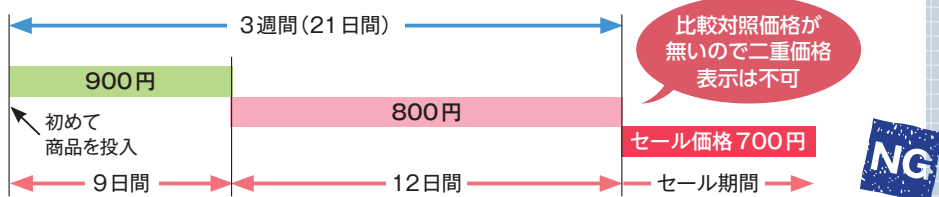
900円で販売した期間が、8週間の内過半を占めるので900円を比較対象価格として二重価格表示は可能です。

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です。

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ますが、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できません。

② 「商品の同一性」とは？ (ガイドライン)

- 自店通常価格(比較対象価格)との比較は、商品が同じでなければ意味がありません。
- 過去に販売した食肉との「同一性」が問われます。食肉公正競争規約では、同一性の基準を下記の5つに置いています。

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りません。
*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できます。また「銘柄」の同一性は伝票などで証明できますが、「品質」については困難です。

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します。仕入(購入)の際に、確認や指定をします。
*自主格付けなど任意のものは、客観性がありません。

①国産牛肉の場合の同一性の証明

(公社)日本食肉格付協会による枝肉の格付けが、客観性を有します。

- *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、オーストラリア産などについても、規定された格付けがあります。
- *米国産 牛肉 「プライム」「チョイス」「セレクト」 など

▶【2】タイムサービスでの値引販売

陳列していた商品を、その日の内に売りさばきたいために、ある時間帯から「〇〇円引き」「2割引き」などのシールを貼り価格を訂正して値引セールを行う場合があります。

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うことができます。
- 但し、もとの価格は実際に販売されていた価格でなければなりません。

(事例：次ページ上段参照)

事例

<POPで説明>

毎日6時より
タイムサービス

精肉全品 **2割引**

<ラベル貼付で表示>

国産牛ももすざり **100円引き**

個体識別番号 1234567895
消費期限 25.5.1 保存温度 4℃以下

100g当たり 490円
内容量 200g **980**

0 210506 309808 200g お値段(円)

加工者 株式会社赤坂センター
東京都港区赤坂0-0-0 トレーラップ

▶ [3] 一括割引での値引|販売

全商品または、特定の商品群を対象として「表示価格から○割引」など一括表示して割引きするセールをすることは差し支えありません。

事例

<POPで説明>

毎週金曜日 **特売**

近江牛 **1割引**

全品

毎月29日は**特売!!**

精肉全品 **2割引**

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○割引」と表示して、実際は特定の商品を除外したり、特売品が除外されてはなりません。

▶ [4] 増量割引での値引|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することは差し支えありません。

事例

<小パック>

国産牛肉ももスライス	
個体識別番号 1234567895	
消費期限 25.5.10	保存温度 4℃以下
100g 当たり 200円	400円
内容量 200g	
加工者 赤坂物産株式会社 東京都港区赤坂0-00-00	
トレーラップ	

<大パック>

国産牛肉ももスライス	
個体識別番号 1234567895	
消費期限 25.5.10	保存温度 4℃以下
100g 当たり 180円	大パック割引 540円
内容量 300g	
加工者 赤坂物産株式会社 東京都港区赤坂0-00-00	
トレーラップ	

- ① 大小パックが同じ部分肉から作られた商品であること。
- ② 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。
- ③ 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。
- ④ 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。