

冷凍食品の不当な割引表示について2事業者に改善を指示 ～景品表示法に基づく調査結果～

東京都は、自社の販売する冷凍食品の価格について、不当な割引表示を行っていた小売業者2社に対し、不当景品類及び不当表示防止法（以下「景品表示法」という。）第4条第1項第2号（有利誤認）に違反する表示であるとして、同法第7条の規定に基づき、本日、表示の改善を指示しました。

冷凍食品の価格については、実態のない「希望小売価格」等の比較対照価格を用いて、販売価格が実際以上にお得であると誤認を与えるおそれのある割引表示が、多数の小売業者の表示において見受けられました。そのため、平成25年4月25日、消費者庁及び関東・東海地域の都県が、業界団体等を通じて、各事業者の自主的な表示の適正化を要望しました。その後も、都は近隣県と連携し、継続して小売業者の表示状況を注視してきましたが、今回の2事業者については、自社店舗における表示内容を十分に管理できていませんでした。

1 事業者の概要

- (1) 株式会社ドン・キホーテ
代表取締役：安田 隆夫
所在地：東京都目黒区青葉台二丁目19番10号
- (2) 株式会社サンドラッグ
代表取締役：赤尾 主哉
所在地：東京都府中市若松町一丁目38番地の1



2 違反事実の概要

- (1) 対象商品：自社の販売する冷凍食品
- (2) 媒体：自社店舗における店頭表示（少なくとも平成25年6月～8月時点において、当該2事業者ともに複数店舗で表示）
- (3) 不当表示の内容（⇒ 詳細は別紙を参照）

① 株式会社ドン・キホーテの不当表示例

「メーカー希望小売価格557円の商品（税込）73%OFF 税込 ¥ 150」等

② 株式会社サンドラッグの不当表示例

「お買得品」、「希望小売価格 税抜570円 税込346円」等

⇒ 自社店舗の一部において、販売する冷凍食品について、あたかも製造業者等により設定され、あらかじめ消費者に公表されている「希望小売価格」に比べて、安く購入できるかのように表示していたが、実際には、表示時点において、当該商品のメーカーが「希望小売価格」を設定していないものがあった。（有利誤認）

3 改善指示の内容

- (1) 「有利誤認」に該当する表示について、これらが消費者に誤認を与えるものであった旨を公示すること
- (2) 「有利誤認」に該当する表示について、速やかに修正するとともに、今後、同様の不当表示が行われることを防止するために必要な措置を講じ、役員及び従業員に周知すること
- (3) 今後、一般消費者に誤認されるおそれのある表示を行わないこと
- (4) 指示の内容に対する改善措置について、平成26年2月5日までに文書で報告すること

4 業界団体への要望

日本チェーンドラッグストア協会等の業界団体に対して、本日、以下の要望を行った。

- (1) 指示の事実を関係事業者に周知するなどして、景品表示法及び関係法令の遵守を図ること
- (2) 団体としてより一層、関係事業者の広告・表示適正化の促進を図ること

【参考】

◎ 「希望小売価格」とは

製造業者等により設定されて、新聞広告、カタログ、商品本体への印字等により、あらかじめ消費者にも公表されている価格です。

※ 価格表示を行う際の注意点等については、合わせて、下記をご参照ください。

平成25年4月25日付報道発表資料：「冷凍食品の価格表示の適正化を業界団体に要望」
<http://www.metro.tokyo.jp/INET/OSHIRASE/2013/04/20n4p200.htm>

消費者庁HP：「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/representation/keihyo/nijukikaku.html>

○ 景品表示法で禁止されている不当表示

・ 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

・ 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

・ その他（第4条第1項第3号）

上記の他、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内閣総理大臣が指定する表示

○ 都道府県知事の指示（第7条）

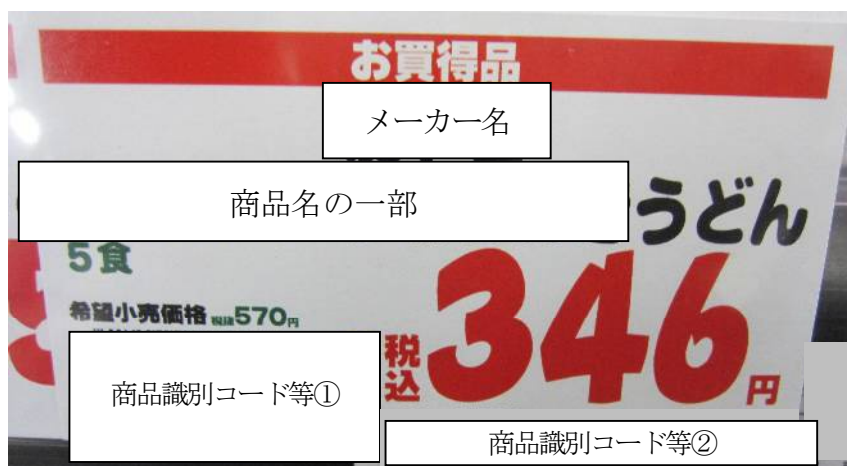
都道府県知事は、（中略）第4条第1項の規定に違反する行為があると認めるときは、当該事業者に対し、その行為の取りやめ若しくはその行為が再び行われることを防止するために必要な事項又はこれらの実施に関連する公示その他必要な事項を指示することができる。その指示は、当該違反行為が既になくなっている場合においても、することができる。

表示の問題点

- ① 株式会社ドン・キホーテの不当表示例（都内ドン・キホーテにて撮影）



- ② 株式会社サンドラッグの不当表示例（都内サンドラッグにて撮影）



※ 上記例は、いずれも平成25年8月時点の表示

- 表示時点において、当該冷凍食品のメーカーは「希望小売価格」を設定していなかったが、小売業者側が事実関係を十分に確認することなく、あたかも製造業者等により設定され、あらかじめ消費者に公表されている「希望小売価格」に比べて、安く購入できるかのように表示。（有利誤認）
- 株式会社ドン・キホーテ及び株式会社サンドラッグは、いずれも自社店舗におけるPOP、プライスカード等の店頭表示の内容を十分に管理できていなかった。