

# ちょっと待ってその広告

広告やチラシは商品・サービスの販売促進の手段として効果的ですが、  
表現が大げさすぎるとクレームが発生したり、  
信用低下・景品表示法※1 違反につながりかねません。  
今回は「実はこれ、不当表示なんです」という事例をご紹介します。

## 【ご注意】 その1 実態のない通常価格との比較で お得感を強調

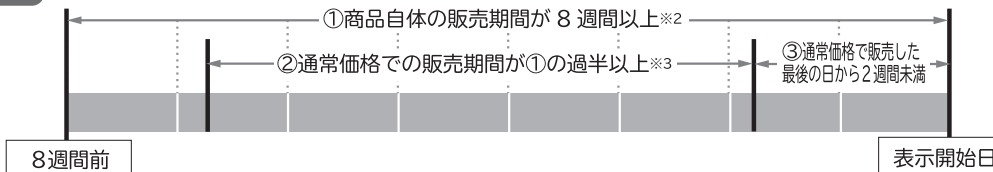
通常価格での販売実績が無かったり、あったとしても販売期間が短く、  
かつ直近の期間において販売実績が無い場合は通常価格として比較の  
対象にするのは適切ではありません。実態のない価格との比較により、  
とてもお得であるかのように思わせる表示は  
景品表示法で禁止されています。



当店通常価格  
2,980 円の品  
**1,980円!**

これで  
解決!

①～③の要件を満たしているか  
チェックしましょう (消費者庁：価格表示ガイドラインを元に作成)



こんな  
ケースも

これ、確か  
オープン価格の  
商品よね

メーカー小売希望価格  
〇〇円のところ  
大幅値引き△△円

メーカー小売希望価格〇〇円より  
**4割引き!!**

オープン価格・自社製造等の理由により、第三者がつけた  
価格でない商品にもかかわらず、自社で独自につけた値段  
を「メーカー小売希望価格」として比較の対象にするのは  
不当な表示となります。(自社製品でも不当表示となるのは、実際の販売  
価格を安価に見せかけるために、ことさら高額な設定をすることが可能なためです)

## 【ご注意】 その2 絶え間ない期間限定・ 今だけキャンペーン

「好評につき延長！」がダメというわけではありませんが、  
何回も何回も絶え間なく繰り返すのは考えものです。  
とある法律事務所はこのケースで国から景品表示法による  
処分を、また、弁護士会から業務停止命令を受けました。



※1 一般消費者に、商品・サービスの品質や価格について、実際よりも著しく優良・有利と誤認される表示(不当表示)を禁止する法律。不当品類及び不当表示防止法  
※2 販売期間が8週間未満の場合は、「商品自体の販売期間」に読みかえる。  
※3 断続的に販売されていた場合は複数の期間をひとまとまりとして見る。なお、ガイドラインの要件を満たす場合であっても、販売期間が  
通算2週間未満の場合は通常価格とはいえない。