

タイヤ 公取協 だより

miniタイヤ公取協だよりです。

今回の特集は、「消費者に分かりやすい価格表示のために一早割・値上げ、二重価格表示」です。

そのPOP、ちょっと待って!

早割・値上げ告知などは、
まず「何と比べてお得?」なのか
を見てみよう



よく気がついたね!
“何と比べて安いのか”
が大事なんだ。

お客様は、
書いてある言葉を
そのまま受け取るから、
POPを貼る前に、
ちゃんと
見直してみよう。

今回の見どころ

- 「通常価格」「値上げ後価格」「今だけお得」は、どこに気をつければいい?
- 早割・値上げ告知で使いやすい言い換えは?
- 最後に、詳しくは確認用QRをチェック!

そもそも「二重価格」って?

現在の販売価格と、それより高い
通常価格などを比べて並べている
表示を「二重価格表示」といいます

ざっくり言うと、

二重価格表示は「販売価格」と
「比べている価格」を並べて、
お得に見せる表示です。

たとえば
「通常価格80,000円のところ、
今だけ59,800円」
のような見せ方です。

販売価格

今だけ
59,800円

比べている価格

通常価格80,000円
メーカー希望小売価格
値上げ後価格

この“比較する価格”に
根拠があるかどうか、
チェックポイントです。

二重価格表示

って聞くと、
すごく法律っぽくて
難しそう…。

言葉は硬いけど、
見るところはシンプル。
「比べている価格は本当に
問題のない価格?」
という話だよ。

たとえば
「通常価格」と書けば、
お客様は
“普段その価格で
売っているんだ”
と思いきやすいよね。

つまり、

安さを強調するほど、
比べている価格の根拠が
大事になるんだね。

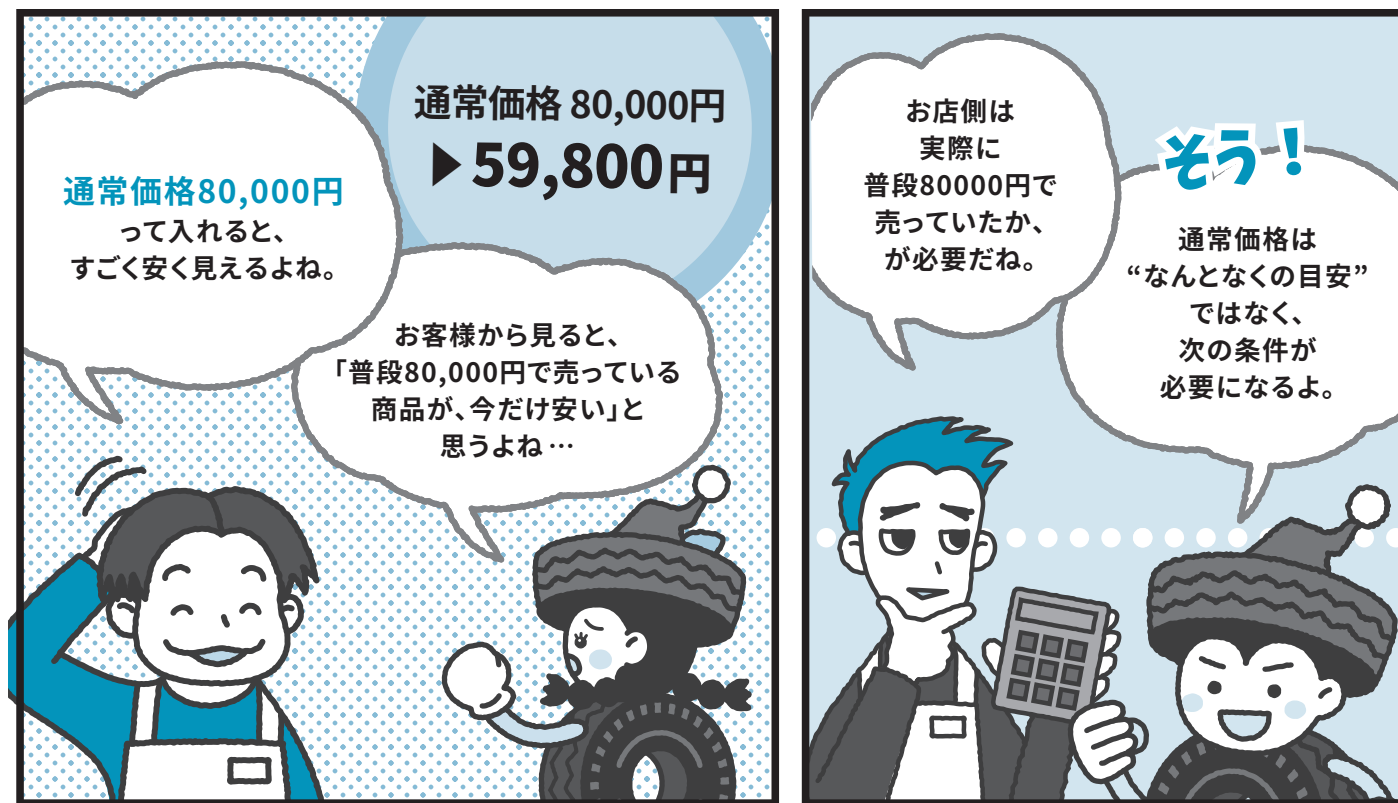


ここ押さえる

- 1 過去の販売価格と比べるなら、同じ商品とその価格で一定期間販売していた実績があるか。
- 2 将来の販売価格と比べるなら、その価格で販売する予定がきちんとあり、それを実行できるか。
- 3 比較する価格があいまい、または根拠が不十分なまま表示しない。

「通常価格」は、強い言葉？

お客様には“いつもの価格”に見えるかもしれませんが



早割と「未来の価格」

値上げ後価格と比べるなら…



続きは本誌で! >>>

事例でさらっと確認

「ツルハドラッグ」の措置事例

「特別価格」と「通常価格」を並べて表示していた事例では、通常価格が実際の通常販売価格のように見える点が問題になりました。

実際には、その通常価格で最近相当期間にわたって販売された実績がない価格だった、という内容です。

タイヤ広告でも「通常価格」を使うなら、同じ商品・同じ条件での販売実績を確認しておきたいところです。

実際に起こった事例を知っておこう！



タイヤ公取協だより No.155のご案内です。

森田先生の知となり山となる話



発売後1年経過商品

公取協だより本誌では、この記事の他に

森田先生の知となり山となる話

まもる君の目／まも子の目

など様々なコンテンツを取り上げています。

会員の方はご覧になってくださいね。

まもる君の目

