

商店街のイベント事業等における景品表示法の適用について

- 商店街が行う中元セールや歳末セール等のイベント等で配布する景品や記念品については、「景品表示法」の適用を受け、この点について皆様にも、適宜周知を行ってまいりました。
- 「景品表示法」は、**景品や記念品の「総額」や単価の「最高額」を制限**しています。違反の場合、法の規定では国の「措置命令」を経て、これに従わない場合は罰則（罰金・懲役）が科される仕組みとなっています。
- つきましては、以下に「景品表示法」のポイントをまとめておりますので、改めて御確認いただき、商店街のイベントやセール等で記念品や景品の配布を行う場合の経費については、「景品表示法」を踏まえて御対応いただくよう御注意ください。

※ 今回の周知は、景品表示法について改めて周知を図るものであり、都の補助事業の内容を変更するものではありません。

※ なお、東京都の補助事業では、従来から各種法令を順守することを補助の要件としています。このため、景品や記念品を配布する商店街の補助事業で、景品費等の金額（総額や最高額）が「景品表示法」に照らして、明らかに違反していると判断されるような場合には、当該経費のみならず、事業費全体が補助の対象外となる可能性もありますので、十分御注意ください。

景品（懸賞）の制限

- 中元セール・歳末セール等で行う抽選会景品及びスタンプラリーの景品
⇒ ・ 景品表示法上の「懸賞」に該当します。
 - ・ 懸賞は「一般懸賞」と「共同懸賞」に分かれます。
 - ・ 商店街振興組合及びこれに準ずる任意商店会（30 会員以上）は共同懸賞の適用（共同懸賞の方が一般懸賞より規制が緩和されます。）
 - ・ 小規模の任意商店会は一般懸賞の適用

【景品表示法上の「共同懸賞」の規制】

景品類限度額	
最高額	総額
取引価額に関わらず 30 万円	懸賞に係る売上予定総額の 3 %

【景品表示法上の「一般懸賞」の規制】

懸賞に係る取引価額	景品類限度額	
	最高額	総額
5,000 円未満	取引価額の 20 倍	懸賞に係る売上予定総額の 2 %
5,000 円以上	10 万円	

※ 各区市町村におかれましては、2019 年度以降、商店街等のイベント事業等での景品類配布を伴う事業について、商店街等からの申請時に商店街等の属性（会員数）及び景品類限度額のチェックをお願いします。⇒付表を設けて売上予定総額等を記載してもらう予定です（事業内容の変更で実施する場合にも同様に事前チェックをお願いします）。

記念品（総付景品）の制限

- 来街者全員にプレゼントや先着○名にプレゼント。商店街で○円以上購入でプレゼント。
 ⇒ 景品表示法上の「総付景品」に該当します。

【景品表示法上の規制】

取引価格	景品類の最高額	備考
1,000円未満	200円※	購入に無関係の場合はこちらが適用＝200円まで
1,000円以上	取引価額の2/10	

例外： 創業記念等で提供される物品・サービス

- ※ 景品類の価額は、景品類と同じものが市販されている場合は、景品類の提供を受ける者が、それを通常購入するときの価格によることとされています。

景品類と同じものが市販されていない場合は、景品類を提供する者がそれを入手した価格、類似品の市場価格などを勘案して、景品類の提供を受ける者が、それを通常購入することとしたときの価格を算定し、その価格によることとされています。（消費者庁ホームページより）

⇒景品類と同じものが市販されている場合には、仕入価額ではありません。

- ※ 各区市町村におかれましては、2019年度以降、商店街等のイベント事業等での記念品類（総付景品）配布を伴う事業について、商店街等からの申請時に記念品の種類（具体的な製品名）等のチェックをお願いします。⇒付表を設けて配布予定の記念品類等を記載してもらう予定です（事業内容の変更で実施する場合にも同様に事前チェックをお願いします）。

各制限違反の場合の取扱い

景品や記念品を配布する商店街の事業において、景品費等の金額（総額や最高額）が「景品表示法」に照らして、明らかに違反していると判断されるような場合には、当該経費のみならず、事業費全体が補助の対象外となる可能性もありますので、十分、御注意ください。

- ※ 最高額や総額を超えている部分を補助対象外経費にしたとしても、景品購入費及び記念品購入費の補助事業に要する経費が制限違反であることが明らかとなる場合には、事業自体が法令違反となりますので、その場合事業全体の経費が補助対象外となります。

経費区分	総事業費	
	対象経費	対象外経費
周知費用		
会場設営費		
景品購入費		
記念品購入費		
出演料		
その他諸経費		
計		

制限を超えているか否かは総事業費や事業内容（内訳）等で判断

參考資料

景品表示法の罰則

景品表示法に違反する行為が行われている疑いがある場合、国（消費者庁）は、関連資料の収集、事業者への事情聴取などの調査を実施します。国（消費者庁）は、調査の結果、違反行為が認められた場合、事業者に弁明の機会を付与した上で、違反行為の差し止めなど必要に応じた「措置命令」を行います。

《措置命令の内容（例）》

- ・ 違反したことを一般消費者に周知徹底すること
- ・ 再発防止策を講ずること
- ・ その違反行為を将来繰り返さないこと

措置命令に従わない場合には、罰則適用があります。

【「不当景品類及び不当表示防止法」（昭和 37 年法律第 134 号）参考条文】

（景品類の制限及び禁止）

第 4 条 内閣総理大臣は、不当な顧客の誘引を防止し、一般消費者による自主的かつ合理的な選択を確保するため必要があると認めるときは、景品類の価額の最高額若しくは総額、種類若しくは提供の方法その他景品類の提供に関する事項を制限し、又は景品類の提供を禁止することができる。

（措置命令）

第 7 条 内閣総理大臣は、第 4 条の規定による制限若しくは禁止又は第 5 条の規定に違反する行為があるときは、当該事業者に対し、その行為の差し止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命ずることができる。その命令は、当該違反行為が既になくなっている場合においても、次に掲げる者に対し、することができる。

- 1 当該違反行為をした事業者
- 2 当該違反行為をした事業者が法人である場合において、当該法人が合併により消滅したときにおける合併後存続し、又は合併により設立された法人
- 3 当該違反行為をした事業者が法人である場合において、当該法人から分割により当該違反行為に係る事業の全部又は一部を承継した法人
- 4 当該違反行為をした事業者から当該違反行為に係る事業の全部又は一部を譲り受けた事業者

（第 2 項略）

（罰則）

第 36 条 第 7 条第 1 項の規定による命令に違反した者は、2 年以下の懲役又は 300 万円以下の罰金に処する。

- 2 前項の罪を犯した者には、情状により、懲役及び罰金を併科することができる。

景品（記念品含む）に関するQ&A

消費者庁のホームページには、景品に関するQ&Aが掲示されています。以下、商店街事業に関係しそうなQ&Aを抜粋して掲載します。

（Q&Aの番号は、消費者庁のホームページにおける番号です。）

参考：消費者庁ホームページ中「景品に関するQ&A」のページURL

http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/faq/premium/

Q1 景品表示法上の「景品類」の定義を教えてください。

A1 景品表示法上の「景品類」については、同法第2条第3項において、

- ① 顧客を誘引するための手段として
 - ② 事業者が自己の供給する商品又は役務(サービス)の取引(不動産に関する取引を含む。)に付随して
 - ③ 取引の相手方に提供する物品、金銭その他の経済上の利益
- であって、内閣総理大臣が指定するものをいうと定義されています。

内閣総理大臣は、この規定に基づき、「不当景品類及び不当表示防止法第2条の規定により景品類及び表示を指定する件」(昭和37年公正取引委員会告示第3号)において、法第2条第3項と同様に上記①～③のとおり規定した上で、具体的にどのようなものが「景品類」に当たるかを指定しています。

その内容は次のとおりです。

- ・ 物品及び土地、建物その他の工作物
- ・ 金銭、金券、預金証書、当選金付き証票及び公社債、株券、商品券その他の有価証券
- ・ きょう応(映画、演劇、スポーツ、旅行その他の催物等への招待又は優待を含む。)
- ・ 便益、労務その他の役務

ただし、正常な商慣習に照らして値引又はアフターサービスと認められる経済上の利益及び正常な商慣習に照らして当該取引に係る商品又は役務に付随すると認められる経済上の利益は含まないこととされています。

(参照) 別紙1 「不当景品類及び不当表示防止法第2条の規定により景品類及び表示を指定する件」(昭和37年公正取引委員会告示第3号)第1項

Q2 取引の相手方に提供する経済上の利益が「景品類」に該当する場合、景品表示法上どのような規制を受けるのでしょうか。

A2 取引の相手方に提供する経済上の利益が、景品表示法上の「景品類」に該当する場合、提供できる景品類の最高額などが規制されます。具体的な景品類の最高額などについては、景品類提供の方法、すなわち、いわゆる「懸賞」(→Q3及びQ4参照)か、「総付景品」(Q5参照)かによって異なります。

Q3 懸賞とは、どのようなものなのでしょうか。

A3 「懸賞」とは、抽選やじゃんけんなどの偶然性、クイズなどへの回答の正誤、作品などの優劣の方法によって景品類の提供の相手方又は提供する景品類の価額を定めることをいい、景品類を提供する「懸賞による景品類の提供に関する事項の制限」（昭和 52 年公正取引委員会告示第 3 号）により提供できる景品類の最高額、総額などが規定されています。「懸賞」のうち、一定の条件の下で複数の事業者が共同して行うものは「共同懸賞」、それ以外の懸賞は「一般懸賞」と呼ばれています。

一般懸賞においては、提供できる景品類の最高額及び総額が定められており、景品類の最高額については、取引の価額が 5,000 円未満の場合は取引の価額の 20 倍まで、5,000 円以上の場合には一律 10 万円までとなります。また、景品類の総額については、懸賞に係る売上予定総額の 2%以内とされており、最高額及び総額両方の制限内で行わなければなりません(下表参照)。

懸賞に係る取引価額	景品類限度額	
	①最高額	②総額
5,000 円未満	取引価額の 20 倍	懸賞に係る売上予定総額の 2 %
5,000 円以上	10 万円	

(参照) 別紙 2 「懸賞による景品類の提供に関する事項の制限」（昭和 52 年公正取引委員会告示第 3 号）第 4 項

Q4 共同懸賞とは、どのようなものなのでしょうか。

A4 複数の事業者が共同して行う懸賞であって、次の要件を満たす場合は、いわゆる「共同懸賞」として実施することができます。

- ① 一定の地域の小売業者又はサービス業者の相当多数が共同して行う場合
- ② 一の商店街に属する小売店又はサービス業者の相当多数が参加して行う場合(ただし、中元、年末などの時期において、年 3 回を限度とし、かつ、年間通算して 70 日の期間内で行う場合に限られます。)
- ③ 一定の地域において一定の種類の実業者の相当多数が共同して行う場合

共同懸賞においては、一般懸賞と同じく、提供できる景品類の最高額及び総額が定められていますが、一般懸賞に比べてその制限額は高く設定されており、景品類の最高額は取引の価額にかかわらず 30 万円、景品類の総額は、懸賞に係る売上予定総額の 3%以内とされています(下表参照)。

景品類限度額	
最高額	総額
取引価額に関わらず 30 万円	懸賞に係る売上予定総額の 3 %

(参照) 別紙 2 「懸賞による景品類の提供に関する事項の制限」（昭和 52 年公正取引委員会告示第 3 号）第 4 項

Q5 「総付(そうづけ)景品」とは、どのようなものなのでしょうか。

A 5 一般消費者に対して「懸賞」によらないで提供する景品類は、一般に「総付(そうづけ)景品」などと呼ばれており(「ベタ付き景品」と呼ばれることもあります。)、具体的には、商品又は役務の購入者や来店者に対してもれなく提供する景品類がこれに当たります。また、商品若しくは役務の購入の申込み順又は来店の先着順により提供する景品類も、原則として総付景品に該当します。

総付景品については、提供できる景品類の最高額が定められており、提供できる景品類の最高額は、取引の価額が1,000円未満の場合は200円まで、1,000円以上の場合は取引の価額の10分の2の金額までとなります(下表参照)。

取引価格	景品類の最高額
1,000円未満	200円
1,000円以上	取引価額の10分の2

(参照) 別紙3 「一般消費者に対する景品類の提供に関する事項の制限」(昭和52年公正取引委員会告示第5号)第1項

Q 7 景品類の価額は、どのように算定すればよいのでしょうか。

A 7 景品類の価額は、景品類と同じものが市販されている場合は、景品類の提供を受ける者が、それを通常購入するときの価格によることとされています。

景品類と同じものが市販されていない場合は、景品類を提供する者がそれを入手した価格、類似品の市場価格などを勘案して、景品類の提供を受ける者が、それを通常購入することとしたときの価格を算定し、その価格によることとされています。

(参照) 別紙4 「景品類の価額の算定基準について」(昭和53年事務局長通達第9号)1(1)

Q 8 非売品を景品として提供しようと考えていますが、類似品も市販されていません。この場合、景品の価額はどのように算定すればよいのでしょうか。

A 8 景品類として提供されるものが非売品であり、類似品も市販されていない場合は、景品類を提供する者がそれを入手した価格、当該景品類の製造コスト、当該景品類を販売することとした場合に想定される利益率などから、景品類の提供を受ける者が、それを通常購入することとしたときの価格を算定し、その価格を景品類の価額とみます。

(参照) 別紙4 「景品類の価額の算定基準について」(昭和53年事務局長通達第9号)1(2)

Q9 景品類の価額は、消費税込みでみるべきなのでしょうか。

A9 景品類の価額は、景品類の提供を受ける者が、それを通常購入するときの価格により算定するとされていることから、景品類の価額は消費税を含んだ金額となります。

(参照) 別紙4 「景品類の価額の算定基準について」(昭和53年事務局長通達第9号)1(1)

Q10 景品として宝くじを提供する場合の景品の価額は、当選金の額を考慮する必要があるのでしょうか。

A10 景品類の価額は、景品類の提供を受ける者が、それを通常購入するときの価格により算定するとされていますので、宝くじを提供する場合の景品類の価額は、当該宝くじの販売価格(例えば、年末ジャンボ宝くじなら1枚300円)であり、当選金の額を考慮する必要はありません。

Q11 景品類の価額の算定に当たり、インターネット上のショッピングサイトでの販売価格を参考にしてもよいのでしょうか。

A11 景品類の価額は、景品類の提供を受ける者が、それを通常購入するときの価格により算定するとされていますので、提供しようとする物品について、ショッピングサイトで購入することが通常といえるのであれば、ショッピングサイトでの販売価格を参考とすることができます。

なお、参考とするショッピングサイトでの価格について、すでに販売が終了していたり、販売の実態がない場合などは、通常購入するときの価格とみることはできません。

Q12 取引の価額は、消費税込みの価格でみるのでしょうか。

A12 取引の価額は、消費税込みの価格となります。

Q14 当店では、購入額の多少にかかわらず商品を購入してくれた顧客を対象に、景品を提供したいと考えています。この場合の取引の価額はどのように算定すればよいでしょうか。

A14 商品・サービスの購入者に対し、購入額の多少にかかわらず景品類を提供する場合の取引の価額は、原則として 100 円となります。ただし、対象となる商品・サービスのうち最低のものが明らかに 100 円を下回っているときは、当該最低のものが取引の価額になります。また、対象となる商品・サービスについて通常行われる取引の価額のうち最低のものが 100 円を超えると認められるときは、当該最低のものを取引の価額とすることができます。

なお、この考え方は、懸賞、総付景品のいずれの方法で景品類を提供する場合でも同様です。

(参照) 別紙 5 「『一般消費者に対する景品類の提供に関する事項の制限』の運用基準について」(昭和 52 年事務局長通達第 6 号)1(2)

Q15 当店では、商品を購入したかどうかにかかわらず来店してくれた顧客に、景品を提供したいと考えています。この場合の取引の価額はどのように算定すればよいでしょうか。

A15 商品・サービスの購入を条件とせずに、店舗への来店者に対して景品類を提供する場合の取引の価額は、原則として 100 円となります。ただし、当該店舗において通常行われる取引の価額のうち最低のものが 100 円を超えると認められるときは、当該最低のものを取引の価額とすることができます。

なお、この考え方は、懸賞、総付景品のいずれの方法で景品類を提供する場合でも同様です。

(参照) 別紙 5 「『一般消費者に対する景品類の提供に関する事項の制限』の運用基準について」(昭和 52 年事務局長通達第 6 号)1(3)

Q21 当店では、期間を限定して、商品 A(1,000 円)を 10 個買ってくれた人を対象に、もれなく 3,000 円のキャッシュバックを行いたいと考えています。この場合、景品規制の対象となるのでしょうか。

A21 キャッシュバックなどの方法により、取引通念上妥当と認められる基準に従い、支払った代金の割戻しを行うことは、値引と認められる経済上の利益に該当し、景品規制の適用対象とはなりません。

ただし、懸賞によりキャッシュバックを行う場合、割り戻した金銭の用途を制限する場合、又は同一の企画において景品類の提供を併せて行う場合は、景品規制の適用対象となります。

(参照) 別紙 6 「景品類等の指定の告示の運用基準について」(昭和 52 年事務局長通達第 7 号)6(3)イ、(4)

Q23 当社では、飲食店などの情報を広告形式で掲載し、また、一部の飲食店の広告面に「飲食代金から500円引き」、「飲食代金から〇〇%引き」、「飲食してくれたお客様にドリンク1杯サービス」等のクーポン券が印刷してあるいわゆる「フリーペーパー」を発行しています。このフリーペーパーを駅の改札口や繁華街の街頭で配布したいのですが、このフリーペーパーは景品表示法上の景品類に該当するのでしょうか。

A23 このようないわゆるフリーペーパーの発行元が景品規制を受けることはありません。ただし、フリーペーパーに掲載されている店舗が、フリーペーパーに印刷されているクーポン券を持参した顧客に対して物品などを提供する場合は、これら店舗と顧客との個々の取引において景品類が提供されるものと認められ、これら店舗が行う景品提供企画に対し、個別に総付景品規制が適用されます(クーポン券が、当該店舗で使用できる割引券である場合は、値引に類する経済上の利益に該当し、景品規制は適用されません。)

Q24 当店では、ポイントカードを発行し、商品の購入者に対し、次回以降の買い物の際に支払いの一部に充当できるポイントを提供することを考えているのですが、景品規制は適用されるのでしょうか。

A24 取引通念上妥当と認められる基準に従い、取引の相手方に対し、支払うべき対価を減額すること又は割り戻すことは、値引と認められる経済上の利益に該当し、景品表示法上の景品類には該当しません。

なお、対価の減額又は割り戻しであっても、①懸賞によって減額又は割り戻しの相手方を決定する場合、②減額又は割り戻しをした金銭の用途を限定する場合(例:旅行費用に充当させる場合)、③同一の企画において景品類の提供とを併せて行う場合(例:取引の相手方に金銭又は招待旅行のいずれかを選択させる場合)は、値引とは認められず景品類に該当することとなり、景品規制が適用されます。

本件においては、当該ポイントが支払いの一部のみに充てられるものであれば、値引と認められる経済上の利益に該当することになります。

(参照) 別紙6 「景品類等の指定の告示の運用基準について」(昭和52年事務局長通達第7号)6(3)ア、(4)

Q25 当店では、ポイントカードを発行し、商品の購入者に対し、次回以降の買い物の際に、当店だけでなく他店でも支払いの一部に充当できるポイントを提供することを考えているのですが、景品規制は適用されるのでしょうか。

A25 自己との商品・サービスの取引において値引と認められる経済上の利益を提供する場合は、景品類には該当せず、景品規制は適用されませんが、自店だけでなく他店でも共通して支払いの一部に充当できるポイントを提供することは景品類の提供に該当します。

他方、自店及び他店で共通して使用できる同額の割引を約する証票は、正常な商慣習に照らして適当と認められるものであれば、景品類に該当する場合であっても総付景品規制は適用されないこととされています。本件におけるポイントカードが、自店及び他店で共通して使用できる同額の割引を約する証票と認められる場合には、正常な商慣習に照らして適当と認められる範囲であれば、総付景品規制は適用されません。

(参照) 別紙5 「『一般消費者に対する景品類の提供に関する事項の制限』の運用基準について」(昭和52年事務局長通達第6号)4(2)

Q26 当店では、ポイントカードを発行して、商品の購入者に対しポイントを提供することとし、当該購入者は、ポイントの点数に応じて、①次回以降の買い物の際に値引として使用する、②景品類の提供を受ける、のいずれかを選択することができることとしたいと考えているのですが、この場合、景品規制は適用されるのでしょうか。

A26 取引通念上妥当と認められる基準に従い、取引の相手方に対し、支払うべき対価を減額すること又は割り戻すことは、値引と認められる経済上の利益に該当し、景品表示法上の景品類には該当しません。

ただし、対価の減額又は割り戻しであっても、同一の企画において景品類の提供とを併せて行う場合などは、値引とは認められず景品類に該当することとなります。

しかしながら、景品類に該当するとしても、ポイントカードを①の次回以降の買い物の際に値引として使用する場合は、自己の供給する商品・サービスの取引において用いられる割引を約する証票と認められますので、正常な商慣習に照らして適当と認められる範囲であれば、総付景品規制の適用はされません。

(参照) 別紙6 「景品類等の指定の告示の運用基準について」(昭和52年事務局長通達第7号)6(3)ア、(4)

Q28 当店に来店してくれた顧客に、商品を購入したかどうかにかかわらず、抽選で景品類を提供したいと考えています。この場合、提供できる景品類の最高額及び総額はいくらになるのでしょうか。

A28 商品・サービスの購入を条件とせずに、来店者に対して景品類を提供する場合の取引の価額は原則 100 円となりますので、来店者を対象として行う懸賞(一般懸賞)において提供できる景品類の最高額は 100 円の 20 倍である 2,000 円となります。ただし、当該店舗において通常行われる取引の価額のうち、最低のものが 100 円を超えると認められるときは、当該最低のものを取引の価額とすることができます。

なお、提供できる景品類の総額は、懸賞実施期間中の当該店舗での売上予定総額の 2% 以内ということになります。

(参照) 別紙 7 「『懸賞による景品類の提供に関する事項の制限』の運用基準」(平成 24 年消費者庁長官通達第 1 号)5(1)

別紙 5 「『一般消費者に対する景品類の提供に関する事項の制限』の運用基準について」(昭和 52 年事務局長通達第 6 号)1(3)

Q29 一般懸賞において提供できる景品類の総額は、懸賞に係る売上予定総額の 2% 以内と規定されていますが、結果的に、実際の売上総額が売上予定総額を下回り、景品類の総額が売上総額の 2% を超えてしまった場合、問題となるのでしょうか。

A29 売上予定総額について、合理的に算定したものではないなど根拠のない金額を売上予定総額とすることはできませんが、例えば、前年の同時期の販売実績や同種の懸賞企画を行った際の販売実績などを参考にして、合理的に算定しているのであれば、結果的に、実際の売上総額が売上予定総額を下回り、景品類の総額が売上総額の 2% を超えたとしても、直ちに問題とはなりません。

(参照) 別紙 2 「懸賞による景品類の提供に関する事項の制限」(昭和 52 年公正取引委員会告示第 3 号)第 3 項

別紙 7 「『懸賞による景品類の提供に関する事項の制限』の運用基準」(平成 24 年消費者庁長官通達第 1 号)7

Q31 商品 A(1,000 円)の購入者を対象に、抽選により景品を提供し、1 回目の抽選に外れた人を対象にダブルチャンスとして懸賞を行う場合、提供できる景品の最高額及び総額はどのように算定すればよいでしょうか。

A31 2 回目の懸賞が 1 回目の懸賞に外れた人を対象とし、1 回目の懸賞と 2 回目の懸賞に同時に当選するものではないことから、景品類の最高額については、1 回目の懸賞、2 回目の懸賞共に 2 万円(取引の価額の 20 倍)まで提供が可能です。

また、景品類の総額については、1 回目の懸賞及び 2 回目の懸賞で提供するすべての景品類の価額を合算した金額が、これら懸賞の実施期間中における商品 A の売上予定総額の 2%以内になるようにする必要があります。

(参照) 別紙 7 「『懸賞による景品類の提供に関する事項の制限』の運用基準」(平成 24 年消費者庁長官通達第 1 号)6

Q32 商品 A(3,000 円)を購入してくれたお客様にもれなく景品類 B を提供し、さらに抽選により景品類 C を提供したいのですが、景品の最高額及び総額はどのように算定すればよいでしょうか。

A32 総付景品の提供と懸賞を同時に行う場合は、それぞれの規制の範囲内において景品類を提供することができます。

本件では、総付景品の上限額は 600 円(取引の価額の 10 分の 2)となり、また、一般懸賞については、景品類の最高額は 6 万円(取引の価額の 20 倍)、景品類の総額は、懸賞実施期間中の当該商品の売上予定総額の 2%までとなります。

Q33 当店では、商品を一定額購入したお客様を対象に、抽選で賞品を提供する懸賞を実施しようと考えております。この懸賞においては、抽選に外れたお客様にも残念賞として粗品を提供するつもりですが、粗品の価額を景品の総額に合算する必要はあるのでしょうか。なお、粗品は、当選者には提供しません。

A33 懸賞において、当選しなかった人にも残念賞などとして景品類を提供し、懸賞への参加者すべてがもれなく景品類の提供を受けるとしても、例えば、一等の景品類が高価なものである一方、末等の景品類が安価であるなど、提供される景品類の価額に差が生じるのであれば、残念賞などとして提供される景品類も末等と同様に懸賞により提供される景品類に該当しますので、これら末等などの価額を景品類の総額に合算する必要があります。

(参照) 別紙 2 「懸賞による景品類の提供に関する事項の制限」(昭和 52 年公正取引委員会告示第 3 号)第 1 項

Q36 懸賞において、抽選で当選者を決定する場合、例えば、抽選に第三者を立ち合わせるなど、抽選をどのように行うかについての規制はあるのでしょうか。

A36 景品表示法においては、抽選により当選者を選ぶことは懸賞に該当し、景品規制が適用されますが、抽選をどのように行うかについては規定されていませんので、抽選の手順などは懸賞を実施する者の判断で決定してください。

しかし、例えば、あらかじめ告知した抽選方法とは別の方法で当選者を選定することは、参加者に疑念を抱かせることになるので適切ではないでしょうし、また、実際の当選者数が告知した当選者数に満たないときなどは、取引条件に関する不当表示として景品表示法第5条第2号※違反となるおそれがあります。

※ HP上は「第4条第1項第2号」となっていますが、正しくは上記のとおり。(消費者庁確認済み)

Q37 商店街が行う共同懸賞以外の共同懸賞については、「一定の地域」において行う場合に実施することができるのですが、「一定の地域」とは具体的にはどの程度の範囲をさすのでしょうか。

A37 「一定の地域」とは、共同懸賞に参加する店舗又は営業施設の所在する市町村(東京都にあっては特別区又は市町村)の区域又はそれ以上の区域を指します。

なお、市町村よりも狭い範囲の場合は、一律に実施できないというのではなく、実施可能かどうかは、当該地域における競争の実態等を総合的に勘案し個別に判断されます。

(参照) 別紙7 『懸賞による景品類の提供に関する事項の制限』の運用基準(平成24年消費者庁長官通達第1号)8

Q38 「一定の地域」において「小売業者又はサービス業者」又は「一定の種類 of 事業を行う事業者」の「相当多数」が参加して行う懸賞は、共同懸賞として実施できるのですが、この場合の「相当多数」とは、具体的にはどの程度の数なのでしょうか。

A38 「相当多数」とは、共同懸賞の参加者が「一定の地域」における「小売業者又はサービス業者」又は「一定の種類を行う事業者」の過半数であり、かつ、通常、共同懸賞に参加する者の大部分である場合を指します。

なお、複数の事業者が懸賞を行う場合であっても、①共同懸賞への参加資格を売上高等によって限定し、又は特定の事業者団体の加入者、特定の事業者の取引先等に限定する場合、②懸賞の実施に要する経費の負担、宣伝の方法、抽選券の配分などについて一部の者に対し不利な取扱いをし、事実上共同懸賞に参加できないようにする場合は、共同懸賞として実施することはできません。

(参照) 別紙7 『懸賞による景品類の提供に関する事項の制限』の運用基準(平成24年消費者庁長官通達第1号)10

Q39 「一の商店街に属する小売業者又はサービス業者の相当多数」が参加して行う懸賞は、共同懸賞として実施できるとのことですが、この場合の「相当多数」とは、具体的にはどの程度の数なのでしょう。

A39 「一の商店街に属する小売業者又はサービス業者の相当多数が共同して行う」懸賞は、共同懸賞として実施できます。この場合の「相当多数」とは、原則として、小売業者又はサービス業者が 30 店以上であり、かつ、それが通常共同懸賞に参加する者の大部分である場合ということになります。

なお、例えば、地域によっては、商店街の店舗数が 30 未満の場合もあるかと思われませんが、その場合、一律に共同懸賞として実施できないものではなく、地域の実情などを勘案して判断されることとなります。

Q41 近接する複数のショッピングビルが、相互に協力して、一つの共同懸賞を実施することはできるのでしょうか。

A41 「一の商店街に属する小売業者又はサービス業者の相当多数が共同して行う」懸賞は、共同懸賞として実施することができます。具体的には、その商店街に属する小売業者等が 30 店以上で実施するもので、かつ、その参加店舗数が当該商店街において過半数である場合です。この考え方は、いわゆる商店街だけでなく、これに準ずる店舗を有するいわゆるテナントビル、ショッピングビル等においても適用されます。

本件のように、近接する複数のショッピングビルが、相互に協力して一つの懸賞企画を実施する場合は、これらの複数のショッピングビルに入居する小売業者又はサービス業者の合計が 30 店以上であって、かつ、その参加店舗数がこれらショッピングビル内の店舗数の過半数であり、さらに、これらショッピングビルが一の商店街を形成していると認められる場合には、共同懸賞として実施することができます。しかしながら、一の商店街を形成しているとは認められない場合は、一般懸賞として行うこととなります。

なお、複数の事業者が懸賞を行う場合であっても、①共同懸賞への参加資格を売上高等によって限定し、又は特定の事業者団体の加入者、特定の事業者の取引先等に限定する場合、②懸賞の実施に要する経費の負担、宣伝の方法、抽選券の配分等について一部の者に対し不利な取扱いをし、事実上共同懸賞に参加できないようにする場合は、共同懸賞として実施することはできません。

(参照) 別紙 7 「『懸賞による景品類の提供に関する事項の制限』の運用基準」(平成 24 年消費者庁長官通達第 1 号)9、10

Q43 当店は、年末企画として商店街で実施される共同懸賞に参加する予定なのですが、同時期に、当店独自の懸賞を行いたいと考えております。応募は、共同懸賞と当店独自の懸賞ともに、商品を5,000円分以上購入することが条件となります。この場合に提供できる景品類の価額はどのように算定すればよいのでしょうか。

A43 同一の取引により、共同懸賞と一般懸賞の両方に参加することができ、かつ、重複当選を制限していない場合、提供できる景品類の最高額は、それぞれの懸賞で提供する景品類の最高額の合計額が30万円以内(共同懸賞における制限額)であり、かつ、一般懸賞で提供する景品類の最高額が、取引の価額の20倍又は10万円のいずれか低い額である必要があります(本件の場合、共同懸賞で最高25万円の景品類を提供するのであれば、一般懸賞で提供できる景品類の最高額は5万円です。)

また、景品類の総額については、まず、一般懸賞においては、当該一般懸賞実施期間中の当該懸賞に係る売上予定総額の2%以内の景品類が提供でき、また、共同懸賞においては、当該共同懸賞実施期間中の商店街全体の当該懸賞に係る売上予定総額から、一般懸賞を実施する店舗における売上のうち、共同懸賞実施期間中の売上を差し引いた売上予定額の3%以内の景品類を提供することができます。

(参照) 別紙7 「『懸賞による景品類の提供に関する事項の制限』の運用基準」(平成24年消費者庁長官通達第1号)6

Q44 来店してくれたお客様全員に、商品を購入したかどうかにかかわらず、景品を提供したいと考えています。この場合、提供できる景品の最高額はいくらでしょうか。

A44 購入を条件とせずに、来店者にもれなく景品類を提供する場合の取引の価額については、原則として100円とされていることから、提供できる景品類の最高額は、取引の価額の10分の2の金額(当該金額が200円未満の場合は200円)、つまり200円となります。

ただし、店舗において、通常行われる取引の価額のうち最低のものが100円を超えると認められるときは、当該最低のものを取引の価額とすることができ、この場合は当該取引の価額の10分の2若しくは200円のいずれか高い額が上限となります。

(参照) 別紙5 「『一般消費者に対する景品類の提供に関する事項の制限』の運用基準について」(昭和52年事務局長通達第6号)1(3)

Q46 商品の購入者や来店者に対し、先着で景品類を提供することは、懸賞に当たるのでしょうか。それとも総付景品の提供に当たるのでしょうか。

A46 来店又は申し込みの先着順によって景品提供の相手方を定めることは、偶然性や優劣で選ぶことには当たらないことから、懸賞には該当しません。したがって、原則として、商品の購入者や来店者に対し、先着で景品類を提供することは、総付景品の提供に該当します。

しかしながら、例えば、ウェブサイト、電話、ファクシミリ、郵便等による商品等の購入の申込順に商品を提供する場合等に、商品等の購入者が、申込時点において景品類の提供を受けることができるかどうかを知ることができないのであれば、偶然性によって景品類の提供の相手方が決定されることに等しいと考えられますので、この提供の方法は懸賞とみなされることがあります。

(参照) 別紙7 「『懸賞による景品類の提供に関する事項の制限』の運用基準」(平成24年消費者庁長官通達第1号)3

Q47 当店にはお客様用の駐車場がありません。そのため、車で来店したお客様に近隣の時間貸し駐車場を御利用いただき、その駐車料金を当店で負担することとしたいのですが、問題ないでしょうか。

A47 商品の販売若しくは使用のため又はサービスの提供のため必要な物品又はサービスであって、正常な商慣習に照らして適当と認められるものについては、景品類に該当する場合であっても、総付景品規制は適用されません。

本件のように、事業者が車での来店者の駐車料金を負担することは、正常な商慣習に照らして必要なサービスと認められますので、総付景品規制は適用されません。

(参照) 別紙3 「一般消費者に対する景品類の提供に関する事項の制限」(昭和52年公正取引委員会告示第5号)第2項第1号

別紙5 「『一般消費者に対する景品類の提供に関する事項の制限』の運用基準について」(昭和52年事務局長通達第6号)2

Q49 当店で商品を2,000円分以上買ってくれた顧客に対し、次回の買い物の際に当店で使用できる30%割引券を差し上げようと考えていますが、この割引券は景品類に該当するのでしょうか。

A49 自己の供給する商品・サービスの取引において用いられる割引券その他割引を約する証票により対価を減額することは、それが自己との取引に用いられ、取引通念上妥当と認められる基準に従っているものである場合は、「正常な商慣習に照らして値引と認められる経済上の利益」となり、そもそも景品類には該当しません。これは、商品・サービスの購入時に対価を減額する場合だけでなく、次回以降に商品・サービスを購入する際に対価を減額する場合も含み、また、同一の商品だけでなく、別の種類の商品について対価を減額する場合も含みます。

Q50 当店で商品を 2,000 円分以上買ってくれた顧客に対し、次回の買い物の際に当店又は他店で使用できる 500 円分の割引券を差し上げようと考えていますが、この割引券は景品類に該当するのでしょうか。

A50 自己又は他者の供給する商品・サービスの取引において共通して用いられる割引券その他割引を約する証票による割引は、「値引と認められる経済上の利益」には該当せず、景品類に該当します。ただし、この場合において、正常な商慣習に照らして適当と認められるものについては、景品規制は適用されません。したがって、提供する割引券等の価額が、取引の価額の 10 分の 2 の金額を超えていたとしても、正常な商慣習に照らして適当と認められるものであれば問題となりません。なお、「正常な商慣習に照らして適当」であるかどうかについては、例えば、その業界での従来の商慣習であるからとって問題ないということではなく、また、その業界で従来行われてきた商慣習であるか否かにかかわらず、個別に判断されることとなります。

ただし、特定の商品・サービスと引き換えることにしか用いることのできない証票(例えばドリンク 1 杯無料券、ケーキ 1 個引換券)や、他店でのみ使用できる割引券(例えば飲食店が図書券を提供するような場合)等の場合は、景品規制の適用除外とはなりません。また、自店の割引券を懸賞により提供する場合も、懸賞規制が適用されます。

(参照) 別紙 3 「一般消費者に対する景品類の提供に関する事項の制限」(昭和 52 年公正取引委員会告示第 5 号)第 2 項第 3 号

別紙 5 『「一般消費者に対する景品類の提供に関する事項の制限」の運用基準について』(昭和 52 年事務局長通達第 6 号)4

Q51 当店は、両隣の店舗と共同して、それぞれの店舗で 1,000 円分以上の買い物をしてくれた顧客に対し、それぞれの店舗で使用できる「300 円割引券」又は「30%割引券」のどちらかを提供しようと考えています。割引券については、総付景品規制が適用されないと聞いたことがあるのですが、今回提供する割引券についても同様と考えてよいのでしょうか。

A51 自己の供給する商品・サービスの取引において用いられる割引券その他割引を約する証票であって、正常な商慣習に照らして適当と認められるものについては、景品類に該当する場合であっても総付景品規制は適用されません。

この考え方は、自店と他店共通の割引券についても当てはまりますが、注意が必要なのは、「同額の割引を約する証票」、つまり、「〇〇円割引券」のように、割引金額が一定の場合に限るということであり、「〇〇%割引券」のように、購入金額によって割引金額が異なる場合は、総付景品規制が適用されることとなります。

したがって、本件においては、「30%割引券」については、総付景品規制が適用されますので、提供する場合は、割引金額に上限を設けるなどの対応が必要であり、本件においては、200 円が上限となります。

(参照) 別紙 5 『「一般消費者に対する景品類の提供に関する事項の制限」の運用基準について』(昭和 52 年事務局長通達第 6 号)4(2)

Q52 当店はこのたび新装開店しました。ついては、宣伝のために、来店者に景品を提供したいと考えていますが、この場合、総付景品規制は適用されるのでしょうか。

A52 開店披露、創業記念等の行事に際して提供する物品又はサービスであって、正常な商慣習に照らして適当と認められるものについては、景品類に該当する場合であっても総付景品規制は適用されません。

ただし、店舗改装のために長期間休業していたなど、開店披露と実質的に同視しうるような場合でなければ、総付景品規制の適用除外とはなりません。

(参照) 別紙3 「一般消費者に対する景品類の提供に関する事項の制限」(昭和52年公正取引委員会告示第5号)第2項第4号

Q55 景品類として提供することを禁止されている金品・サービス等がありますか。

A55 景品表示法に基づく景品規制は、景品類の限度額、提供の方法などを規制しているものであり、特定の金品・サービスなどを景品類として提供することを禁止する旨は規定されていません。ただし、景品類として提供するものが、他の法令などにより規制を受けていないかどうかは確認する必要があります。

Q56 キーホルダーのメーカーです。特定のレストランや小売業者と提携し、レストランや小売業者のロゴマークの入ったキーホルダーを製造・販売し、購入した一般消費者が当該キーホルダーをレストランや小売業者の店舗において提示すると、一定の割引が得られるシステムを実施したい。割引が得られる権利はキーホルダーの取引に付随した景品類にあたりますか。

A56 一般消費者が商品を購入後に得られる経済上の利益であっても、正常な商慣習に照らして取引の本来の内容をなすと認められるものは、「取引に付随」する提供に当たらないことから、景品表示法の景品類ではありません。

当該キーホルダーが常に割引券の機能付きで販売されているのであれば、キーホルダー型をした割引券の販売にとらえられ、取引の本来の内容をなすと認められることから、割引が得られる権利は景品類ではありません。

(参照) 別紙6 「景品類等の指定の告示の運用基準について」(昭和52年事務局長通達第7号)第4項第4号

Q59 当店はスーパーですが、商品を合計 3,000 円以上購入してくれた顧客を対象に、抽選で景品を提供したいと考えています。この場合の懸賞に係る取引の売上予定総額は、①当店で商品を合計 3,000 円以上購入する顧客から見込まれる抽選実施期間中の売上予定額、②当店における抽選実施期間中の売上予定額のどちらで算定すればよいでしょうか。

A59 懸賞に係る取引の売上予定総額とは、懸賞販売実施期間中における対象商品の売上予定総額を指します。

本件では、抽選対象を商品を合計 3,000 円以上購入した顧客に限定しているものの、特定の商品を購入した顧客に限定しているわけではないため、懸賞に係る取引については、スーパーで販売されるすべての商品の取引が対象となり得ると考えられますので、本件における懸賞に係る取引の売上予定総額は、②当店における抽選実施期間中の売上予定額とすることができます。

なお、抽選対象を単価 3,000 円以上の商品を購入した顧客とした場合には、特定の商品を購入した顧客に限定することとなり、懸賞販売実施期間中における対象商品は単価 3,000 円以上の商品と考えられますので、この場合の懸賞に係る取引の売上予定総額は、単価 3,000 円以上の商品の売上予定額となります。

(参照) 別紙 7 「『懸賞による景品類の提供に関する事項の制限』の運用基準について」
(昭和 52 年事務局長通達第 4 号) 第 7 項

不当景品類及び不当表示防止法第二条の規定により景品類及び表示を指定する件

(昭和37年 6月30日公正取引委員会告示第 3号)

改正 平成10年12月25日公正取引委員会告示第20号

平成21年 8月28日公正取引委員会告示第13号

不当景品類及び不当表示防止法（昭和三十七年法律第百三十四号）第二条の規定により、景品類及び表示を次のように指定する。

- 1 不当景品類及び不当表示防止法（以下「法」という。）第二条第三項に規定する景品類とは、顧客を誘引するための手段として、方法のいかんを問わず、事業者が自己の供給する商品又は役務の取引に附随して相手方に提供する物品、金銭その他の経済上の利益であつて、次に掲げるものをいう。ただし、正常な商慣習に照らして値引又はアフターサービスと認められる経済上の利益及び正常な商慣習に照らして当該取引に係る商品又は役務に附属すると認められる経済上の利益は、含まない。
 - 一 物品及び土地、建物その他の工作物
 - 二 金銭、金券、預金証書、当せん金附証票及び公社債、株券、商品券その他の有価証券
 - 三 きょう応（映画、演劇、スポーツ、旅行その他の催物等への招待又は優待を含む。）
 - 四 便益、労務その他の役務
- 2 法第二条第四項に規定する表示とは、顧客を誘引するための手段として、事業者が自己の供給する商品又は役務の取引に関する事項について行う広告その他の表示であつて、次に掲げるものをいう。
 - 一 商品、容器又は包装による広告その他の表示及びこれらに添付した物による広告その他の表示
 - 二 見本、チラシ、パンフレット、説明書面その他これらに類似する物による広告その他の表示（ダイレクトメール、ファクシミリ等によるものを含む。）及び口頭による広告その他の表示（電話によるものを含む。）
 - 三 ポスター、看板（プラカード及び建物又は電車、自動車等に記載されたものを含む。）、ネオン・サイン、アドバルーン、その他これらに類似する物による広告及び陳列物又は実演による広告
 - 四 新聞紙、雑誌その他の出版物、放送（有線電気通信設備又は拡声機による放送を含む。）、映写、演劇又は電光による広告
 - 五 情報処理の用に供する機器による広告その他の表示（インターネット、パソコン通信等によるものを含む。）

懸賞による景品類の提供に関する事項の制限

(昭和52年3月1日公正取引委員会告示第3号)
改正 昭和56年6月6日公正取引委員会告示第13号
平成8年2月16日公正取引委員会告示第1号

不当景品類及び不当表示防止法（昭和三十七年法律第百三十四号）第三条の規定に基づき、懸賞による景品類の提供に関する事項の制限（昭和三十七年公正取引委員会告示第五号）の全部を次のように改正する。

懸賞による景品類の提供に関する事項の制限

- 1 この告示において「懸賞」とは、次に掲げる方法によつて景品類の提供の相手方又は提供する景品類の価額を定めることをいう。
 - 一 くじその他偶然性を利用して定める方法
 - 二 特定の行為の優劣又は正誤によつて定める方法
- 2 懸賞により提供する景品類の最高額は、懸賞に係る取引の価額の二十倍の金額（当該金額が十万円を超える場合にあっては、十万円）を超えてはならない。
- 3 懸賞により提供する景品類の総額は、当該懸賞に係る取引の予定総額の百分の二を超えてはならない。
- 4 前二項の規定にかかわらず、次の各号に掲げる場合において、懸賞により景品類を提供するときは、景品類の最高額は三十万円を超えない額、景品類の総額は懸賞に係る取引の予定総額の百分の三を超えない額とすることができる。ただし、他の事業者の参加を不当に制限する場合は、この限りでない。
 - 一 一定の地域における小売業者又はサービス業者の相当多数が共同して行う場合
 - 二 一の商店街に属する小売業者又はサービス業者の相当多数が共同して行う場合。ただし、中元、年末等の時期において、年3回を限度とし、かつ、年間通算して七十日の期間内で行う場合に限る。
 - 三 一定の地域において一定の種類 of 事業を行う事業者の相当多数が共同して行う場合
- 5 前三項の規定にかかわらず、二以上の種類の文字、絵、符号等を表示した符票のうち、異なる種類の符票の特定の組合せを提示させる方法を用いた懸賞による景品類の提供は、してはならない。

一般消費者に対する景品類の提供に関する事項の制限

(昭和52年 3月 1日公正取引委員会告示第5号)
改正 平成 8年 2月 16日公正取引委員会告示第2号
平成19年 3月 7日公正取引委員会告示第9号
平成28年 4月 1日内閣府告示第123号

不当景品類及び不当表示防止法（昭和三十七年法律第百三十四号）第三条の規定に基づき、一般消費者に対する景品類の提供に関する事項の制限を次のように定め、昭和五十二年四月一日から施行する。

一般消費者に対する景品類の提供に関する事項の制限

- 1 一般消費者に対して懸賞（「懸賞による景品類の提供に関する事項の制限」（昭和五十二年公正取引委員会告示第三号）第一項に規定する懸賞をいう。）によらないで提供する景品類の価額は、景品類の提供に係る取引の価額の十分の二の金額（当該金額が二百円未満の場合にあつては、二百円）の範囲内であつて、正常な商慣習に照らして適当と認められる限度を超えてはならない。
- 2 次に掲げる経済上の利益については、景品類に該当する場合であつても、前項の規定を適用しない。
 - 一 商品の販売若しくは使用のため又は役務の提供のため必要な物品又はサービスであつて、正常な商慣習に照らして適当と認められるもの
 - 二 見本その他宣伝用の物品又はサービスであつて、正常な商慣習に照らして適当と認められるもの
 - 三 自己の供給する商品又は役務の取引において用いられる割引券その他割引を約する証票であつて、正常な商慣習に照らして適当と認められるもの
 - 四 開店披露、創業記念等の行事に際して提供する物品又はサービスであつて、正常な商慣習に照らして適当と認められるもの

備考

不当景品類及び不当表示防止法第四条の規定に基づく特定の種類の事業における景品類の提供に関する事項の制限の告示で定める事項については、当該告示の定めるところによる。

景品類の価額の算定基準について

(昭和53年11月30日事務局長通達第9号)

公正取引委員会の決定に基づき、景品類の価額の算定基準を次のとおり定めたので、以後これによらるたい。

なお、「景品類の価額の算定基準および商店街における共同懸賞について(昭和47年12月19日公取監第773号事務局長通達)」は廃止する。

景品類の価額の算定基準

- 1 景品類の価額の算定は、次による。
 - (1) 景品類と同じものが市販されている場合は、景品類の提供を受ける者が、それを通常購入するときの価格による。
 - (2) 景品類と同じものが市販されていない場合は、景品類を提供する者がそれを入手した価格、類似品の市価等を勘案して、景品類の提供を受ける者が、それを通常購入することとしたときの価格を算定し、その価格による。
- 2 海外旅行への招待又は優待を景品類として提供する場合の価額の算定も1によるが、具体的には次による。
 - (1) その旅行が、あらかじめ旅行地、日数、宿泊施設、観光サービス等を一定して旅行業者がパンフレット、チラシ等を用いて一般に販売しているもの(以下「セット旅行」という。)である場合又はその旅行がセット旅行ではないが、それと同一内容のセット旅行が他にある場合は、そのセット旅行の価格による。
 - (2) その旅行がセット旅行ではなく、かつ、その旅行と同一内容のセット旅行が他にない場合は、その旅行を提供する者がそれを入手した価格、類似内容のセット旅行の価格等を勘案して、景品類の提供を受ける者が、それを通常購入することとしたときの価格を算定し、その価格による。

「一般消費者に対する景品類の提供に関する事項の制限」の運用基準について

(昭和52年4月1日事務局長通達第6号)
改正 平成8年2月16日事務局長通達第1号

公正取引委員会の決定に基づき、「一般消費者に対する景品類の提供に関する事項の制限」(昭和五十二年公正取引委員会告示第五号)の運用基準を次のとおり定めたので、これによらるたい。

「一般消費者に対する景品類の提供に関する事項の制限」の運用基準

1 告示第一項の「景品類の提供に係る取引の価額」について

- (1) 購入者を対象とし、購入額に応じて景品類を提供する場合は、当該購入額を「取引の価額」とする。
- (2) 購入者を対象とするが購入額の多少を問わないで景品類を提供する場合の「取引の価額」は、原則として、百円とする。ただし、当該景品類提供の対象商品又は役務の取引の価額のうちの最低のものが明らかに百円を下回っていると認められるときは、当該最低のものを「取引の価額」とすることとし、当該景品類提供の対象商品又は役務について通常行われる取引の価額のうちの最低のものが百円を超えると認められるときは、当該最低のものを「取引の価額」とすることができる。
- (3) 購入を条件とせずに、店舗への来店者に対して景品類を提供する場合の「取引の価額」は、原則として、百円とする。ただし、当該店舗において通常行われる取引の価額のうち最低のものが百円を超えると認められるときは、当該最低のものを「取引の価額」とすることができる。この場合において、特定の種類の商品又は役務についてダイレクトメールを送り、それに応じて来店した顧客に対して景品類を提供する等の方法によるため、景品類提供に係る対象商品をその特定の種類の商品又は役務に限定していると認められるときはその商品又は役務の価額を「取引の価額」として取り扱う。
- (4) 景品類の限度額の算定に係る「取引の価額」は、景品類の提供者が小売業者又はサービス業者である場合は対象商品又は役務の実際の取引価格を、製造業者又は卸売業者である場合は景品類提供の実施地域における対象商品又は役務の通常取引価格を基準とする。
- (5) 同一の取引に附随して二以上の景品類提供が行われる場合については、次による。
 - ア 同一の事業者が行う場合は、別々の企画によるときであっても、これらを合算した額の景品類を提供したことになる。
 - イ 他の事業者と共同して行う場合は、別々の企画によるときであっても、共同した事業者が、それぞれ、これらを合算した額の景品類を提供したことになる。
 - ウ 他の事業者と共同しないで景品類を追加した場合は、追加した事業者が、これらを合算した額の景品類を提供したことになる。

2 告示第二項第一号の「商品の販売若しくは使用のため又は役務の提供のため必要な物品又はサービス」について

当該物品又はサービスの特徴、その必要性の程度、当該物品又はサービスが通常別に対価を支払って購入されるものであるか否か、関連業種におけるその物品又はサービスの提供の実態等を勘案

し、公正な競争秩序の観点から判断する（例えば、重量家具の配送、講習の教材、交通の不便な場所にある旅館の送迎サービス、ポータブルラジオの電池、劇場内で配布する筋書等を書いたパンフレット等で、適当な限度内のものは、原則として、告示第二項第一号に当たる。）。

3 告示第二項第二号の「見本その他宣伝用の物品又はサービス」について

(1) 見本等の内容、その提供の方法、その必要性の限度、関連業種における見本等の提供の実態等を勘案し、公正な競争秩序の観点から判断する。

(2) 自己の供給する商品又は役務について、その内容、特徴、風味、品質等を試食、試用等によって知らせ、購買を促すために提供する物品又はサービスで、適当な限度のものは、原則として、告示第二項第二号に当たる（例 食品や日用品の小型の見本・試供品、食品売場の試食品、化粧品売場におけるメイクアップサービス、スポーツスクールの日無料体験。商品又は役務そのものを提供する場合には、最小取引単位のものであって、試食、試用等のためのものである旨が明確に表示されていなければならない。）。

(3) 事業者名を広告するために提供する物品又はサービスで、適当な限度のものは、原則として、告示第二項第二号に当たる（例 社名入りのカレンダーやメモ帳）。

(4) 他の事業者の依頼を受けてその事業者が供給する見本その他宣伝用の物品又はサービスを配布するものである場合も、原則として、告示第二項第二号に当たる。

4 告示第二項第三号の「自己の供給する商品又は役務の取引において用いられる割引券その他割引を約する証票」について

(1) 「証票」の提供方法、割引の程度又は方法、関連業種における割引の実態等を勘案し、公正な競争秩序の観点から判断する。

(2) 「証票」には、金額を示して取引の対価の支払いに充当される金額証（特定の商品又は役務と引き換えることにしか用いることのできないものを除く。）並びに自己の供給する商品又は役務の取引及び他の事業者の供給する商品又は役務の取引において共通して用いられるものであって、同額の割引を約する証票を含む。

5 公正競争規約との関係について

本告示で規定する景品類の提供に関する事項について、本告示及び運用基準の範囲内で公正競争規約が設定された場合には、本告示の運用に当たって、その定めるところを参酌する。

景品類等の指定の告示の運用基準について

(昭和52年 4月 1日事務局長通達第 7号)

改正 昭和63年10月 1日事務局長通達第11号

平成 8年 2月16日事務局長通達第 1号

平成18年 4月27日事務総長通達第 4号

平成26年12月 1日消費者庁長官決定

景品類等の指定の告示（昭和三十七年公正取引委員会告示第三号）の運用基準を次のとおり定めたので、これによらるたい。

景品類等の指定の告示の運用基準

1 「顧客を誘引するための手段として」について

- (1) 提供者の主観的意図やその企画の名目のいかんを問わず、客観的に顧客誘引のための手段になっているかどうかによって判断する。したがって、例えば、親ぼく、儀礼、謝恩等のため、自己の供給する商品の容器の回収促進のため又は自己の供給する商品に関する市場調査のアンケート用紙の回収促進のための金品の提供であっても、「顧客を誘引するための手段として」の提供と認められることがある。
- (2) 新たな顧客の誘引に限らず、取引の継続又は取引量の増大を誘引するための手段も、「顧客を誘引するための手段」に含まれる。

2 「事業者」について

- (1) 営利を目的としない協同組合、共済組合等であっても、商品又は役務を供給する事業については、事業者にあたる。
- (2) 学校法人、宗教法人等であっても、収益事業（私立学校法第二十六条等に定める収益事業をいう。）を行う場合は、その収益事業については、事業者にあたる。
- (3) 学校法人、宗教法人等又は地方公共団体その他の公的機関等が一般の事業者の私的な経済活動に類似する事業を行う場合は、その事業については、一般の事業者準じて扱う。
- (4) 事業者団体が構成事業者の供給する商品又は役務の取引に附随して不当な景品類の提供を企画し、実施させた場合には、その景品類提供を行った構成事業者に対して景品表示法が適用される。

3 「自己の供給する商品又は役務の取引」について

- (1) 「自己の供給する商品又は役務の取引」には、自己が製造し、又は販売する商品についての、最終需要者に至るまでのすべての流通段階における取引が含まれる。
- (2) 販売のほか、賃貸、交換等も、「取引」に含まれる。
- (3) 銀行と預金者との関係、クレジット会社とカードを利用する消費者との関係等も、「取引」に含まれる。
- (4) 自己が商品等の供給を受ける取引（例えば、古本の買入れ）は、「取引」に含まれない。
- (5) 商品（甲）を原材料として製造された商品（乙）の取引は、商品（甲）がその製造工程において変質し、商品（甲）と商品（乙）とが別種の商品と認められるようになった場合は、商品（甲）

の供給業者にとって、「自己の供給する商品の取引」に当たらない。

ただし、商品（乙）の原材料として商品（甲）の用いられていることが、商品（乙）の需要者に明らかである場合（例えば、コーラ飲料の原液の供給業者が、その原液を使用したびん詰コーラ飲料について景品類の提供を行う場合）は、商品（乙）の取引は、商品（甲）の供給業者にとっても、「自己の供給する商品の取引」に当たる。

4 「取引に附随して」について

- (1) 取引を条件として他の経済上の利益を提供する場合は、「取引に附随」する提供に当たる。
- (2) 取引を条件としない場合であっても、経済上の利益の提供が、次のように取引の相手方を主たる対象として行われるときは、「取引に附随」する提供に当たる（取引に附随しない提供方法を併用していても同様である。）。

ア 商品の容器包装に経済上の利益を提供する企画の内容を告知している場合（例 商品の容器包装にクイズを出題する等応募の内容を記載している場合）

イ 商品又は役務を購入することにより、経済上の利益の提供を受けることが可能又は容易になる場合（例 商品を購入しなければ解答やそのヒントが分からない場合、商品のラベルの模様を模写させる等のクイズを新聞広告に出題し、回答者に対して提供する場合）

ウ 小売業者又はサービス業者が、自己の店舗への入店者に対し経済上の利益を提供する場合（他の事業者が行う経済上の利益の提供の企画であっても、自己が当該他の事業者に対して協賛、後援等の特定の協力関係にあつて共同して経済上の利益を提供していると認められる場合又は他の事業者をして経済上の利益を提供させていると認められる場合もこれに当たる。）

エ 次のような自己と特定の関連がある小売業者又はサービス業者の店舗への入店者に対し提供する場合

- ① 自己が資本の過半を拠出している小売業者又はサービス業者
- ② 自己とフランチャイズ契約を締結しているフランチャイジー
- ③ その小売業者又はサービス業者の店舗への入店者の大部分が、自己の供給する商品又は役務の取引の相手方であると認められる場合（例 元売業者と系列ガソリンスタンド）

- (3) 取引の勧誘に際して、相手方に、金品、招待券等を供与するような場合は、「取引に附随」する提供に当たる。
- (4) 正常な商慣習に照らして取引の本来の内容をなすと認められる経済上の利益の提供は、「取引に附随」する提供に当たらない（例宝くじの当せん金、パチンコの景品、喫茶店のコーヒーに添えられる砂糖・クリーム）。
- (5) ある取引において二つ以上の商品又は役務が提供される場合であっても、次のアからウまでのいずれかに該当するときは、原則として、「取引に附随」する提供に当たらない。ただし、懸賞により提供する場合（例 「〇〇が当たる」）及び取引の相手方に景品類であると認識されるような仕方で提供するような場合（例 「〇〇プレゼント」、「××を買えば〇〇が付いてくる」、「〇〇無料」）は、「取引に附随」する提供に当たる。

ア 商品又は役務を二つ以上組み合わせて販売していることが明らかな場合（例 「ハンバーガーとドリンクをセットで〇〇円」、「ゴルフのクラブ、バッグ等の用品一式で〇〇円」、美容院の「カット（シャンプー、ブロー付き）〇〇円」、しょう油とサラダ油の詰め合わせ）

イ 商品又は役務を二つ以上組み合わせて販売することが商慣習となっている場合（例 乗用車とスペアタイヤ）

ウ 商品又は役務が二つ以上組み合わされたことにより独自の機能、効用を持つ一つの商品又は役務になっている場合（例 玩菓、パック旅行）

- (6) 広告において一般消費者に対し経済上の利益の提供を申し出る企画が取引に附随するものと認められない場合は、応募者の中にたまたま当該事業者の供給する商品又は役務の購入者が含まれるときであっても、その者に対する提供は、「取引に附随」する提供に当たらない。
- (7) 自己の供給する商品又は役務の購入者を紹介してくれた人に対する謝礼は、「取引に附随」する提供に当たらない（紹介者を当該商品又は役務の購入者に限定する場合を除く。）。
- 5 「物品、金銭その他の経済上の利益」について
- (1) 事業者が、そのための特段の出費を要しないで提供できる物品等であっても、又は市販されていない物品等であっても、提供を受ける者の側からみて、通常、経済的対価を支払って取得すると認められるものは、「経済上の利益」に含まれる。ただし、経済的対価を支払って取得すると認められないもの（例 表彰状、表彰盾、表彰バッジ、トロフィー等のように相手方の名誉を表すもの）は、「経済上の利益」に含まれない。
- (2) 商品又は役務を通常の価格よりも安く購入できる利益も、「経済上の利益」に含まれる。
- (3) 取引の相手方に提供する経済上の利益であっても、仕事の報酬等と認められる金品の提供は、景品類の提供に当たらない（例 企業がその商品の購入者の中から応募したモニターに対して支払うその仕事に相応する報酬）。
- 6 「正常な商慣習に照らして値引と認められる経済上の利益」について
- (1) 値引と認められる経済上の利益」に当たるか否かについては、当該取引の内容、その経済上の利益の内容及び提供の方法等を勘案し、公正な競争秩序の観点から判断する。
- (2) これに関し、公正競争規約が設定されている業種については、当該公正競争規約の定めるところを参酌する。
- (3) 次のような場合は、原則として、「正常な商慣習に照らして値引と認められる経済上の利益」に当たる。
- ア 取引通念上妥当と認められる基準に従い、取引の相手方に対し、支払うべき対価を減額すること（複数回の取引を条件として対価を減額する場合を含む。）（例 「×個以上買う方には、〇〇円引き」、「背広を買う方には、その場でコート〇〇%引き」、「×××円お買上げごとに、次回の買物で〇〇円の割引」、「×回御利用していただいたら、次回〇〇円割引」）。
- イ 取引通念上妥当と認められる基準に従い、取引の相手方に対し、支払った代金について割戻しをすること（複数回の取引を条件として割戻す場合を含む。）（例「レシート合計金額の〇%割戻し」、「商品シール〇枚ためて送付すれば〇〇円キャッシュバック」）。
- ウ 取引通念上妥当と認められる基準に従い、ある商品又は役務の購入者に対し、同じ対価で、それと同一の商品又は役務を付加して提供すること（実質的に同一の商品又は役務を付加して提供する場合及び複数回の取引を条件として付加して提供する場合を含む（例 「CD三枚買ったらもう一枚進呈」、「背広一着買ったらスベアズボン無料」、「コーヒー五回飲んだらコーヒー一杯無料券をサービス」、「クリーニングスタンプ〇〇個でワイシャツ一枚分をサービス」、「当社便〇〇マイル搭乗の方に××行航空券進呈」））。ただし、「コーヒー〇回飲んだらジュース一杯無料券をサービス」、「ハンバーガーを買ったらフライドポテト無料」等の場合は実質的な同一商品又は役務の付加には当たらない。
- (4) 次のような場合は、「値引と認められる経済上の利益」に当たらない。
- ア 対価の減額又は割戻しであっても、懸賞による場合、減額し若しくは割戻した金銭の用途を制限する場合（例 旅行費用に充当させる場合）又は同一の企画において景品類の提供とを併せて行う場合（例 取引の相手方に金銭又は招待旅行のいずれかを選択させる場合）
- イ ある商品又は役務の購入者に対し、同じ対価で、それと同一の商品又は役務を付加して提供

する場合であっても、懸賞による場合又は同一の企画において景品類の提供とを併せて行う場合（例 A商品の購入者に対し、A商品又はB商品のいずれかを選択させてこれを付加して提供する場合）

- 7 「正常な商慣習に照らしてアフターサービスと認められる経済上の利益」について
 - (1) この「アフターサービスと認められる経済上の利益」に当たるか否かについては、当該商品又は役務の特徴、そのサービスの内容、必要性、当該取引の約定の内容等を勘案し、公正な競争秩序の観点から判断する。
 - (2) これに関し、公正競争規約が設定されている業種については、当該公正競争規約の定めるところを参酌する。
- 8 「正常な商慣習に照らして当該取引に係る商品又は役務に附属すると認められる経済上の利益」について
 - (1) この「商品又は役務に附属すると認められる経済上の利益」に当たるか否かについては、当該商品又は役務の特徴、その経済上の利益の内容等を勘案し、公正な競争秩序の観点から判断する。
 - (2) これに関し、公正競争規約が設定されている業種については、当該公正競争規約の定めるところを参酌する。
 - (3) 商品の内容物の保護又は品質の保全に必要な限度内の容器包装は、景品類に当たらない。

「懸賞による景品類の提供に関する事項の制限」の運用基準

平成24年6月28日
消費者庁長官通達第1号

- 1 「懸賞による景品類の提供に関する事項の制限」（昭和五十二年公正取引委員会告示第三号。以下「告示」という。）第一項第一号の「くじその他偶然性を利用して定める方法」についてこれを例示すると、次のとおりである。
 - (1) 抽せん券を用いる方法
 - (2) レシート、商品の容器包装等を抽せん券として用いる方法
 - (3) 商品のうち、一部のものにのみ景品類を添付し、購入の際には相手方がいずれに添付されているかを判別できないようにしておく方法
 - (4) 全ての商品に景品類を添付するが、その価額に差等があり、購入の際には相手方がその価額を判別できないようにしておく方法
 - (5) いわゆる宝探し、じゃんけん等による方法
- 2 告示第一項第二号の「特定の行為の優劣又は正誤によって定める方法」についてこれを例示すると、次のとおりである。
 - (1) 応募の際一般に明らかでない事項（例 その年の十大ニュース）について予想を募集し、その回答の優劣又は正誤によって定める方法
 - (2) キャッチフレーズ、写真、商品の改良の工夫等を募集し、その優劣によって定める方法
 - (3) パズル、クイズ等の解答を募集し、その正誤によって定める方法
 - (4) ボーリング、魚釣り、〇〇コンテストその他の競技、演技又は遊技等の優劣によって定める方法（ただし、セールスコンテスト、陳列コンテスト等相手方事業者の取引高その他取引の状況に関する優劣によって定める方法は含まれない。）
- 3 先着順について
来店又は申込みの先着順によって定めることは、「懸賞」に該当しない（「一般消費者に対する景品類の提供に関する事項の制限」その他の告示の規制を受けることがある。）。
- 4 告示第五項（カード合わせ）について
 - (1) 次のような場合は、告示第五項のカード合わせの方法に当たる。

携帯電話端末やパソコン端末などを通じてインターネット上で提供されるゲームの中で、ゲームの利用者に対し、ゲーム上で使用することができるアイテム等を、偶然性を利用して提供するアイテム等の種類が決まる方法によって有料で提供する場合であって、特定の二以上の異なる種類のアイテム等を揃えた利用者に対し、例えばゲーム上で敵と戦うキャラクターや、プレイヤーの分身となるキャラクター（いわゆる「アバター」と呼ばれるもの）が仮想空間上で住む部屋を飾るためのアイテムなど、ゲーム上で使用することができるアイテム等その他の経済上の利益を提供するとき。
 - (2) 次のような場合は、告示第五項のカード合わせの方法に当たらない。

ア 異なる種類の符票の特定の組合せの提示を求めるが、取引の相手方が商品を購入する際の選択によりその組合せを完成できる場合（カード合わせ以外の懸賞にも当たらないが、「一般消費者に対する景品類の提供に関する事項の制限」その他の告示の規制を受けることがある。）

イ 一点券、二点券、五点券というように、異なる点数の表示されている符票を与え、合計が一定の点数に達すると、点数に応じて景品類を提供する場合（カード合わせには当たらないが、購入の際には、何点の券が入っているかが分からないようになっている場合は、懸賞の方法に当たる（本運用基準第一項(4)参照）。これが分かるようになっている場合は、「一般消費者に対する景品類の提供に関する事項の制限」その他の告示の規制を受けることがある。）

ウ 符票の種類は二以上であるが、異種類の符票の組合せではなく、同種類の符票を一定個数提示すれば景品類を提供する場合（カード合わせには当たらないが、購入の際にはいずれの種類符票が入っているかが分からないようになっている場合は、懸賞の方法に当たる（本運用基準第一項(3)参照）。これが分かるようになっている場合は、「一般消費者に対する景品類の提供に関する事項の制限」その他の告示の規制を受けることがある。）

5 告示第二項の「懸賞に係る取引の価額」について

(1) 「一般消費者に対する景品類の提供に関する事項の制限」の運用基準第一項(1)から(4)までは、懸賞に係る取引の場合に準用する。

(2) 同一の取引に付随して二以上の懸賞による景品類提供が行われる場合については、次による。

ア 同一の事業者が行う場合は、別々の企画によるときであっても、これらを合算した額の景品類を提供したことになる。

イ 他の事業者と共同して行う場合は、別々の企画によるときであっても、それぞれ、共同した事業者がこれらの額を合算した額の景品類を提供したことになる。

ウ 他の事業者と共同しないで、その懸賞の当選者に対して更に懸賞によって景品類を追加した場合は、追加した事業者がこれらを合算した額の景品類を提供したことになる。

6 懸賞により提供する景品類の限度について

懸賞に係る一の取引について、同一の企画で数回の景品類獲得の機会を与える場合であっても、その取引について定められている制限額を超えて景品類を提供してはならない（例えば、一枚の抽せん券により抽せんを行って景品類を提供し、同一の抽せん券により更に抽せんを行って景品類を提供する場合にあっては、これらを合算した額が制限額を超えてはならない。）。

7 告示第三項及び第四項の「懸賞に係る取引の予定総額」について

懸賞販売実施期間中における対象商品の売上予定総額とする。

8 告示第四項第一号及び第三号の「一定の地域」について

(1) 小売業者又はサービス業者の行う告示第四項第一号又は第三号の共同懸賞については、その店舗又は営業施設の所在する市町村（東京都にあっては、特別区又は市町村）の区域を「一定の地域」として取り扱う。

一の市町村（東京都にあっては、特別区又は市町村）の区域よりも狭い地域における小売業者又はサービス業者の相当多数が共同する場合には、その業種及びその地域における競争の状況等を勘案して判断する。

(2) 小売業者及びサービス業者以外の事業者の行う共同懸賞については、同種類の商品とその懸賞販売の実施地域において供給している事業者の相当多数が参加する場合は、告示第四項第三号に当たる。

9 告示第四項第二号の共同懸賞について

商店街振興組合法の規定に基づき設立された商店街振興組合が主催して行う懸賞は、第四項第二号の共同懸賞に当たるものとして取り扱う。

10 告示第四項の「相当多数」について

共同懸賞の参加者がその地域における「小売業者又はサービス業者」又は「一定の種類の実業を

行う事業者」の過半数であり、かつ、通常共同懸賞に参加する者の大部分である場合は、「相当多数」に当たるものとして取り扱う。

11 告示第四項第三号の「一定の種類 of 事業」について

日本標準産業分類の細分類として掲げられている種類の事業（例 一〇一一 清涼飲料、七八二一 理容業、八〇四三 ゴルフ場）は、原則として、「一定の種類 of 事業」に当たるものとして取り扱うが、これにより難しい場合は、当該業種及び関連業種における競争の状況等を勘案して判断する。

12 共同懸賞への参加の不当な制限について

次のような場合は、告示第四項ただし書の規定により、同項の規定による懸賞販売を行うことができない。

- (1) 共同懸賞への参加資格を売上高等によって限定し、又は特定の事業者団体の加入者、特定の事業者の取引先等に限定する場合
- (2) 懸賞の実施に要する経費の負担、宣伝の方法、抽せん券の配分等について一部の者に対し不利な取扱いをし、實際上共同懸賞に参加できないようにする場合

附 則（平成 24 年 6 月 28 日消表対第 261 号）

この通達は、平成 24 年 7 月 1 日から施行する。