

景品規制に関する告示等の改正について

平成 8 年 2 月 15 日
公正取引委員会

公正取引委員会は、景品規制の見直し・明確化を図るため、次のとおり関係告示を改廃するとともに、関係する運用基準の改正を行うこととした（告示官報公告及び運用基準通達日は、平成 8 年 2 月 16 日。施行期日は、平成 8 年 4 月 1 日）。

本件は、平成 7 年 3 月 28 日の学識経験者による研究会報告書を踏まえ、平成 7 年 6 月 29 日に改正の骨子を公表するなどの過程を経て、具体的な改正案を示して平成 7 年 12 月 13 日及び 18 日に公聴会を開催して、学識経験者、一般消費者、関係事業者等の意見を聴取し、公正取引委員会として慎重に検討した結果、改正を行うこととしたものである。

1. 主要な改正点

(1) 「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）の一部改正（別紙 1 頁及び 8 頁参照）

次のとおり、上限金額を引き上げるとともに、制限の区分を簡素化する。

区分	改 正 前			改 正 後		
	取引価額	景品類の 最 高 額	景品類の総額 の最高限度	取引価額	景品類の 最 高 額	景品類の総額 の最高限度
一般 懸賞	～ 500 円未満 500 円～ 5 万円 5 万円～ 10 万円 10 万円～	取引価額の 20 倍 1 万円 3 万円 5 万円	売上予 定総額 の 2 %	～ 5 千円未満 5 千円～	取引価額の 20 倍 10 万円	売上予 定総額 の 2 %
共同懸賞	－	20 万円	同 3 %	－	30 万円	同 3 %

（注）懸賞とは、①くじその他偶然性を利用して、又は②特定の行為の優劣や正誤によって定める方法により、景品類の提供の相手方又は提供の価額を定めるものである。

問い合わせ先 公正取引委員会事務局取引部景品表示指導課
電話 03-3581-3375, 3376（直通）

- (2) 「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）の一部改正（別紙4頁及び10頁参照）

次のとおり、上限金額5万円の制限を撤廃する。

改正前		改正後	
取引価額	景品類の最高額	取引価額	景品類の最高額
～1,000円未満	100円	～1,000円未満	100円
1,000円～50万円	取引価額の1/10	1,000円～	取引価額の1/10
50万円～	5万円		

（注）一般消費者に対して懸賞の方法によらないで景品類を提供する場合のものである。総付景品とも称される。

- (3) 「事業者に対する景品類の提供に関する事項の制限」（昭和42年公正取引委員会告示第17号）の廃止（別紙5頁参照）

- (4) 「百貨店業における特定の不公正な取引方法」（昭和29年公正取引委員会告示第7号）の一部改正（別紙7頁及び12頁参照）

第8項を削除する。

（注）これにより、景品提供について、百貨店業者は一般の小売店と同様の取扱いになる。

- (5) オープン懸賞告示における「過大な経済上の利益の提供」の取扱いの変更（別紙27頁参照）

上限金額について、これまでの取扱いを変更し、100万円を1000万円に引き上げる。

（注）取引に付随せずに行うもので、「広告においてくじの方法等による経済上の利益の提供を申し出る場合の不公正な取引方法」（昭和46年公正取引委員会告示第34号）に関するものである。

- (6) 景品規制の対象範囲の縮減・明確化（別紙13頁参照）

ア. 総付景品の規制対象の範囲

次のものは景品規制の対象外となることを明らかにする。

- (ア) 2つ以上の商品を組み合わせて販売されていることが明らかなもの（セット販売）
- (イ) 対価の減額・金銭の割戻し・実質的同一品の付加（それぞれ、複数回の取引を条件とする場合を含む。）
- (ウ) 見本（見本である旨が明確に表示された最小取引単位のものを含む。）
- (エ) 自他共通割引券・金額証

イ. オープン懸賞における応募用紙等の取扱い

メーカーがオープン懸賞を実施する場合、取引先小売店の店舗に応募用紙を設置しても、原則として問題がないこととする。

2. 施行日等

平成8年4月1日から施行する。

なお、業種別告示・公正競争規約（業種別ルール）についても、今回の一般規定の見直し・明確化に引き続いて、改正後の一般規定の内容に即して、できる限り速やかに見直しを図ることとしているが、その間における業種別告示の適用については、従前の取扱いとする等の経過措置を設けている。

< 別 紙 >

目 次

	頁
1. 告示改正関係	
(1) 告示改正条文	1 ~ 7
(2) 告示新旧対照表	8 ~ 12
2. 運用基準改正関係	
(1) 運用基準改正の主な内容	13
(2) 運用基準新旧対照表	14 ~ 27
3. 参考法令（抄）	
(1) 独占禁止法（抄）	28
(2) 景品表示法（抄）	29
(3) 事業者に対する景品類の提供に関する事項の制限	30
(4) オープン懸賞告示	31

懸賞による景品類の提供に関する事項の制限

の一部改正

(平成八年二月十六日
公正取引委員会告示第一号)

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の一部を改正する告示を次のように定める。

懸賞による景品類の提供に関する事項の制限の一部を改正する告示(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)の一部を次のように改正する。

第二項を次のように改める。

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つては、十万円)を超えてはならない。

第四項中「二十万円」を「三十万円」に改める。

附 則

1 この告示は、平成八年四月一日から施行する。

2 この告示の施行前に終了した取引に附随して行う景品類の提供については、なお従前の例による。

3 「精麦業における景品類の提供に関する事項の制限」(昭和四十三年公正取引委員会告示第八十九号)第一項、「化粧石けん業における景品類の提供に関する事項の制限」(昭和四十六年公正取引委員会告示第八十二号)第一項、「マーガリン類及びショートニング業における景品類の提供に関する事項の制限」(昭和五十四年公正取引委員会告示第四号)第一項、「マッチ業における景品類の提供に関する事項の制限」(昭和五十四年公正取引委員会告示第五号)第一項、「農業機械業における景品類の提供に関する事項の制限」(昭和五十四年公正取引委員会告示第四十三号)第一項及び第二項、「自動車業における景品類の提供に関する

る事項の制限」(昭和五十四年公正取引委員会告示第四十四号)第一項及び第二項、「酒類業における景品類の提供に関する事項の制限」(昭和五十五年公正取引委員会告示第六号)第一項及び第二項、「家庭用合成洗剤及び家庭用石けん業における景品類の提供に関する事項の制限」(昭和五十八年公正取引委員会告示第十三号)第一項及び第二項、「不動産業における景品類の提供に関する事項の制限」(昭和五十八年公正取引委員会告示第十七号)第一項、「旅行業における景品類の提供に関する事項の制限」(昭和五十九年公正取引委員会告示第三十号)第一項、「アイスクリーム類及び氷菓業における景品類の提供に関する事項の制限」(昭和六十年公正取引委員会告示第一号)第一項及び第二項、「銀行業における景品類の提供に関する事項の制限」(昭和六十一年公正取引委員会告示第一号)第一項、「チョコレート業における景品類の提供に関する事項の制限」(昭和六十三年公正取引委員会告示第十八号)第一項及び第二項、「凍豆腐業における景品類の提供に関する事項の制限」(平成二年公正取引委員会告示第二十五号)第一項及び第二項、「カレー業における景品類の提供に関する事項の制限」(平成二年公正取引委員会告示第二十七号)第一項及び第二項、「写真機業における景品類の提供に関する事項の制限」(平成二年公正取引委員会告示第二十九号)第一項及び第二項、「ビスケット業における景品類の提供に関する事項の制限」(平成二年公正取引委員会告示第三十七号)第一項及び第二項、「チューインガム業における景品類の提供に関する事項の制限」(平成二年公正取引委員会告示第四十号)第一項及び第二項、「トマト加工品業における景品類の提供に関する事項の制限」(平成三年公正取引委員会告示第七号)第一項及び第二項、「即席めん類業における景品類の提供に関する事項の制限」(平成三年公正取引委員会告示第十号)第一項及び第二項、「雑誌業における景品類の提供に関する事項の制限」(平成四年公正取引委員会告示第三号)第一項及び第三項、「家庭電気製品業における景品類の提供に関する事項の制限」(平成四年公正取引委員会告示第五号)第一項及び第二項、「ゴム製履物及び合成樹脂製履物業における景品類の提供に関する事項の制限」(平成四年公正取引委員会告示第十号)第一項及び第二項、「みそ業における景品類の提供に関する

る事項の制限」(平成四年公正取引委員会告示第五十一号)第一項及び第二項、「しょうゆ業における景品類の提供に関する事項の制限」(平成四年公正取引委員会告示第五十三号)第一項及び第二項、「ソース業における景品類の提供に関する事項の制限」(平成四年公正取引委員会告示第五十五号)第一項及び第二項並びに「タイヤ業における景品類の提供に関する事項の制限」(平成五年公正取引委員会告示第五号)第一項及び第二項の規定の適用については、この告示の施行後も、当分の間、なお従前の例による。

一般消費者に対する景品類の提供に関する

事項の制限の一部改正

(平成八年二月十六日
公正取引委員会告示第二号)

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の一部を改正する告示を次のように定める。

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一部を改正する告示

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)の一部を次のように改正する。

第一項を次のように改める。

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一の金額(当該金額が百円未満の場合にあつては、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。

附 則

1 この告示は、平成八年四月一日から施行する。

2 この告示の施行前に終了した取引に附随して行う景品類の提供については、なお従前の例による。

3 「自動車業における景品類の提供に関する事項の制限」(昭和五十四年公正取引委員会告示第四十四号)第一項、「不動産業における景品類の提供に関する事項の制限」(昭和五十八年公正取引委員会告示第十七号)第一項、「旅行業における景品類の提供に関する事項の制限」(昭和五十九年公正取引委員会告示第三十号)第一項、「アイスクリーム類及び氷菓業における景品類の提供に関する事項の制限」(昭和六十年公正取引委員会告示第一号)第一項、「雑誌業における景品類の提供に関する事項の制限」(平成四年公正取引委員会告示第三号)第一項、「ゴム製履物及び合成樹脂製履物業における景品類の提供に関する事項の制限」(平成四年公正取引委員会告示第十号)第一項及び「タイヤ業における景品類の提供に関する事項の制限」(平成五年公正取引委員会告示第五号)第一項の規定の適用については、この告示の施行後も、当分の間、なお従前の例による。

事業者に対する景品類の提供に関する事項の制限の廃止

(平成八年二月十六日
公正取引委員会告示第三号)

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、事業者に対する景品類の提供に関する事項の制限を廃止する告示を次のように定める。

事業者に対する景品類の提供に関する事項の制限を廃止する告示

事業者に対する景品類の提供に関する事項の制限(昭和四十二年公正取引委員会告示第十七号)は、廃止する。

附 則

- 1 この告示は、平成八年四月一日から施行する。
- 2 この告示の施行前に終了した取引に附随して行う景品類の提供については、なお従前の例による。
- 3 「化粧石けん業における景品類の提供に関する事項の制限」(昭和四十六年公正取引委員会告示第八十二号)第二項、「農業機械業における景品類の提供に関する事項の制限」(昭和五十四年公正取引委員会告示第四十三号)第二項、「自動車業における景品類の提供に関する事項の制限」(昭和五十四年公正取引委員会告示第四十四号)第二項、「酒類業における景品類の提供に関する事項の制限」(昭和五十五年公正取引委員会告示第六号)第二項、「家庭用合成洗剤及び家庭用石けん業における景品類の提供に関する事項の制限」(昭和五十八年公正取引委員会告示第十三号)第二項、「アイスクリーム類及び氷菓業における景品類の提供に関する事項の制限」(昭和六十年公正取引委員会告示第一号)第二項、「チョコレート業における景品類の提供に関する事項の制限」(昭和六十三年公正取引委員会告示第十八号)第二項、「凍豆腐業における景品類の提供に関する事項の制限」(平成二年公正取引委員会告示第二十五号)第二項、「カレー業における景品類の提供に関する事項の制限」(平成二年公正取引委員会告示第二十七号)第二項、「写真機業における景品類の提供に関する事項の制限」(平成二年公正取引委員会

告示第二十九号) 第二項、「ビスケット業における景品類の提供に関する事項の制限」(平成二年公正取引委員会告示第三十七号) 第二項、「チューインガム業における景品類の提供に関する事項の制限」(平成二年公正取引委員会告示第四十号) 第二項、「トマト加工品業における景品類の提供に関する事項の制限」(平成三年公正取引委員会告示第七号) 第二項、「即席めん類業における景品類の提供に関する事項の制限」(平成三年公正取引委員会告示第十号) 第二項、「雑誌業における景品類の提供に関する事項の制限」(平成四年公正取引委員会告示第三号) 第三項、「家庭電気製品業における景品類の提供に関する事項の制限」(平成四年公正取引委員会告示第五号) 第二項、「みそ業における景品類の提供に関する事項の制限」(平成四年公正取引委員会告示第五十一号) 第二項、「しょうゆ業における景品類の提供に関する事項の制限」(平成四年公正取引委員会告示第五十三号) 第二項及び「ソース業における景品類の提供に関する事項の制限」(平成四年公正取引委員会告示第五十五号) 第二項の規定の適用については、旧事業者に対する景品類の提供に関する事項の制限(昭和四十二年公正取引委員会告示第十七号)は、この告示の施行後も、当分の間、なおその効力を有する。

百貨店業における特定の不正な取引方法の一部改正

(平成八年二月十六日
公正取引委員会告示第四号)

私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律(昭和二十二年法律第五十四号)第二条第九項の規定に基づき、百貨店業における特定の不正な取引方法の一部を改正する告示を次のように定める。

百貨店業における特定の不正な取引方法の一部を改正する告示
百貨店業における特定の不正な取引方法(昭和二十九年公正取引委員会告示第七号)の一部を次のように改正する。

第八項を削る。

附 則

- 1 この告示は、平成八年四月一日から施行する。
- 2 この告示の施行前に終了した行為については、なお従前の例による。

改正後	改正前
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	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、次の各号に掲げる場合の区分に応じ、当該各号に掲げる金額を超えてはならない。 一 懸賞に係る取引の価額が五百円未満の場合 取引の価額の二十倍 二 懸賞に係る取引の価額が五百円以上五万円未満の場合 一万円 三 懸賞に係る取引の価額が五万円以上十万円未満の場合 三万円 四 懸賞に係る取引の価額が十万円以上の場合 五万円 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、景品類の最高額は二十万円を超えない額、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

改正後	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、年三回を限度とし、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の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。
改正前	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、年三回を限度とし、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の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。

改正後	改正前
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一の金額（当該金額が百円未満の場合にあつては、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	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二号）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、次の各号に掲げる場合の区分に応じ、当該各号に掲げる金額の範囲内であつて、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。 一 景品類の提供に係る取引の価額が千円未満の場合 百円 二 景品類の提供に係る取引の価額が千円以上五十万円未満の場合 五十万円 三 景品類の提供に係る取引の価額が五十万円以上の場合 五十万円 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

改正後	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三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。
改正前	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三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。

改正後	改正前
一七七 (略)	一七七 (略) 八 百貨店業者が、左の各号の一に該当する場合を除き、直接たると間接たるとを問わず、顧客に対して、自己の販売する商品の購入を条件として、自己が経費を負担すると否とを問わず、物品、きょう応（観劇、旅行、宴会等への招待をいう。）、抽せん券、その他これらに類似する経済上の利益の供与または供与の申出（以下「景品付販売」という。）を行うこと。 1 商標および品種が同一である商品について、景品付販売が百貨店業者以外の小売業者一般に広く行われている場合において、それと同一の条件によって行うこと。 2 百貨店業者の店舗の周辺において営業を行っている小売業者の相当多数が一斉に景品付販売を行う場合において、それと実質的に同一の条件によって行うこと。 3 百貨店業者が、直接たると間接たるとを問わず、顧客に、一定の金額を一定の期間積み立てさせて、その積立金をもって自己の販売する商品を購入させることによって、景品付販売（抽せん券付販売を除く。）を行う場合において、当該積立によって当該百貨店業者が受ける利益の範囲内において行うこと。
備考 (略)	備考 (略)

運用基準改正の主な内容

(1) オープン懸賞における応募用紙（景品類指定告示運用基準第4項関係）

オープン懸賞を実施する場合、例えば、メーカーが取引先小売店等の店舗に応募用紙を設置しても、メーカーの「取引に付随」するものではなく、原則として景品類に当たらないこととする。

(2) セット販売（景品類指定告示運用基準第4項関係）

2つ以上の商品を組み合わせて販売（セット販売）されていることが明らかな場合には、原則として景品類に該当しないことを明確化する。ただし、「プレゼント」等と称して提供する場合などは、景品類に該当する。

(3) 値引（景品類指定告示運用基準第6項関係）

景品規制の対象外となる値引について、次のものを含めることとする。

- ・ 自己の供給する商品又は役務の対価の減額（複数回の取引を条件とする場合を含む。）
- ・ 金銭の割戻し・キャッシュバック（複数回の取引を条件とする場合を含む。）
- ・ 実質的に同一と認められる商品の付加（複数回の取引を条件とする場合を含む。）

(4) 取引価額（消費者景品告示運用基準第1項及び懸賞景品告示運用基準第5項関係）

購入額にかかわらず景品提供を行う場合の取引価額の捉え方について、運用の簡素化・明確化を図る観点から、原則として100円とすることとする。

(5) 見本（消費者景品告示運用基準第3項（旧第4項）関係）

総付景品規制の適用除外となる見本について、見本である旨が明確に表示された最小取引単位のものも含まれる等、その範囲の明確化を図る。

(6) 自他共通割引券・金額証（消費者景品告示運用基準第4項（旧第5項）関係）

総付景品規制の適用除外となる割引を約する証票について、次のものを含めるよう拡大することとする。

- ・ 他の事業者の商品購入にも共通して使用できるもので同額の割引を約する割引券
- ・ 金額を示して対価の支払いに充当される金額証（特定の商品の引換えにしか用いられないものは除く。）及び他の事業者の商品購入にも共通して使用できる金額証

(7) オープン懸賞告示における「過大な経済上の利益の提供」の取扱いについて

「過大な経済上の利益の提供」について、これまでの取扱いを変更することとし、その上限額を1000万円とする。

景品類指定告示運用基準 新旧対照表

改正後	改正前
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、親ばく、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、事業者当たる。 (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26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、事業者当たる。 (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ほか、その事業者団体に対しては独占禁止法第8条第1項第5号が適用されることになる（景品表示法第7条第1項参照）。 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	1 同左 2 同左 3 同左

改正後

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炭酸飲料の提供を行う場合）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って共同

改正前

4 「取引に附随して」について

(4) 同左

(5) 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。

ア 商品の容器包装に表示されているクイズの回答者又は商品の容器包装に表示されている文字、模様等を模写した物を提示した者に対し提供する場合

イ 商品を購入することにより、解答が判明し、又は解答が容易になるクイズを新聞広告に出題し、回答者に対し提供する場合

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提供する場合

改正後

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提供する場合（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せら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、バック旅行）

改正前

エ 製造業者が、専ら自己の商品を販売する小売業者の店舗への入店者に対し提供する場合

(6) 同左

(1) 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。

(2) ある取引において二つの物品が提供される場合であっても、次のアからエまでのいずれかに該当するときは、「取引に附随」する提供に当たらない。

(3) 懸賞により提供する場合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提供する場合は、「取引に附随」する提供に当たる。

(4) ア 二つの物品を組み合わせて販売することが商慣習となっているため、取引の相手方がその一方を無料で提供されたと認識しない場合（例 乗用車とスペアタイヤ）

イ 二つの物品が組み合わせられたことにより別の特徴を持つ一個の商品になっているため、取引の相手方がその一方を無料で提供されたと認識しない場合（例 玩菓）

改正後

(旧ウ及び旧エ 削除)

(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（昭和46年公正取引委員会告示第34号参照）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るもの）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）。

改正前

ウ 両方の物品の価額に大差がなく、いずれが主であり従であるかが取引の相手方に判別できない場合（例 しょう油とサラダ油の詰め合わせ）

エ 両方の物品にそれぞれ販売価格が表示されており、取引の相手方が希望すればいずれか一方でも購入できる場合（例 ゴルフの会員券と別荘）

(7) 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（昭和46年公正取引委員会告示第34号参照）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。

(8) 自己の販売する商品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 例えば、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るもの）は、「経済上の利益」に含まれない。

(2) 商品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 例えば、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）。

改正後

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、次回のお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引しをすること（複数回の取引を条件として割り戻す場合を含む。）（例 「レシート合計金額の〇％割引」、「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 「CD3枚買ったらもう1枚進呈」、「背広1着買ったらスベアズボン無料」、「コーヒー5回飲んだらコーヒー1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1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1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 対価の減額又は割引であっても、懸賞による場合、減額し若しくは割り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

改正前

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) 同左

- (2) 同左

- (3) 次のような場合は、原則として、景品類の提供に当たらない。

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し、又は受け取った代金を割り戻すこと。

- ((4))

ウ ある取引に附随して、他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を提供する場合

- ((3))

イ 取引通念上妥当と認められる基準に従い、ある商品の購入者に対し、同じ対価で、それと同一の商品を付加して提供すること。

- (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 金銭の提供であっても、懸賞による場合、減額し又は割り戻した金銭の使用を制限する場合（例えば、旅行費用に充当させる場合）及び同一の企画に

改正後

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。

改正前

において金銭の提供と景品類の提供とを併せて行う場合（例えば、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、1位のものには金銭を2位以下のものには景品類をそれぞれ提供する場合）

イ ある商品の購入者に対し、同じ対価で、それと同一の商品を付加して提供する場合であっても、懸賞によるとき、同一の企画において同一の商品の付加と景品類の提供とを併せて行うとき（例えば、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、同じ対価で提供するとき。）及び取引通念上景品類であると認識されているとき（例えば、新聞の無代紙）

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) 同左

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) 同左

(3) 同左

消費者景品告示運用基準 新旧対照表

改正後	改正前
1 告示第1項の「景品類の提供に係る取引の価額」について (1) <u>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。</u> (2) <u>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、100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100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」とすることができる。</u> (3) <u>購入を条件とせずに、店舗への入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。</u> (4) <u>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の取引価格を基準とする。</u> (5) <u>同一の取引に附随して2以上の景品類提供が行われる場合については、次による。</u> ア <u>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。</u> イ <u>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。</u>	1 告示第1項の「景品類の提供に係る取引の価額」について (2) <u>購入者を対象とするが、購入額の多少を問わない景品類提供の場合であって、最低の価額の取引が著しく少ないときは、通常行われる取引の価額のうちの最低のものを「取引の価額」とすることができる。</u> (1) <u>購入を条件としないで、店舗への入店者に対して景品類を提供する場合には、その景品類提供に係る対象商品（その店舗で販売されている全商品）の取引の価額のうち最低のものを「取引の価額」とするが、最低のものの取引が著しく少ないときは、通常行われる取引の価額のうちの最低のものを基準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に限定していると認められるときは、その商品の価額を「取引の価額」として取り扱う。</u> (3) <u>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である場合は対象商品の実際の販売価格を、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その通常の小売価格を基準とする。</u> (4) 同左

改正後	改正前
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。 <u>(旧 2 削除)</u> <u>2 告示第2項第1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</u> 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骨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2項第1号に<u>当たる</u>。）。 <u>3 告示第2項第2号の「見本その他宣伝用の物品又はサービス」について</u> (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、<u>適当な限度のものは、原則として、告示第2項第2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。）。</u> (3) <u>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2項第2号に当たる（例 社名入りのカレンダーやメモ帳）。</u>	2 告示第1項の「正常な商慣習に照らして適当と認められる限度」について この判断に当たっては、同項各号に規定する金額を下回る景品類の提供であっても過大であるということが、公正競争規約で定められ、又は取引通念等により確立しているときは、その規約の定め又は取引通念等を参酌する。 <u>3 告示第2項第1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</u> 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骨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2項第1号に<u>適合する</u>。）。 <u>4 告示第2項第2号の「見本その他宣伝用の物品又はサービス」について</u> 見本等の内容、その提供の方法、その必要性の程度、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（例えば、<u>チョコレート</u>の風味を知る程度の少量の見本、<u>歯みがきの小型の現物見本</u>、<u>食品売場の試食品</u>、<u>社名入りカレンダー</u>、<u>化粧品売場におけるマニキュア・サービス</u>等で、<u>適当な限度内のものは、原則として、告示第2項第2号に適合する。</u>）。

改正後	改正前
<u>(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2項第2号に当たる。</u> <u>4 告示第2項第3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</u> <u>(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。</u> <u>(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。</u> <u>5 公正競争規約との関係について</u> 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。	<u>5 告示第2項第3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</u> <u>(1) 「証票」の提供の方法、関連業種におけるその提供の実態、割引の程度又は方法を勘案し、公正な競争秩序の観点から判断する。</u> <u>(2) 通常の方法で提供するサービス券、謝恩券（割引を約するもの）その他の割引券の提供は、一般の景品類の提供と同様の規制はしないという趣旨である。</u> <u>(3) 他の事業者の供給する商品又は役務についての割引券等並びに自己の供給する商品又は役務及び他の事業者の供給する商品又は役務について共通して用いられる割引券等は、一般の景品類と同様に取り扱う。</u> <u>6 同左</u>

懸賞景品告示運用基準 新旧対照表

改正後	改正前
1 告示第1項第1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) すべ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	1 同左
2 告示第1項第2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 <u>その年の10大ニュース</u>）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。）	2 告示第1項第2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（<u>例えば、その年の10大ニュース</u>）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) 同左 (3) 同左 (4) 同左
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。）。	3 同左

改正後	改正前
4 告示第5項（カード合わせ）について 次のような場合は、告示第5項のカード合わせの方法に当たらない。 (1) 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。） (2) 1点券、2点券、5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わ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1項(4)参照）。これがわ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。） (3) 符票の種類は2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の符票が入っているかがわ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1項(3)参照）。これがわ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2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1項(1)から(4)までは、懸賞に係る取引の場合に準用する。 (2) 同一の取引に附随して2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	4 同左 5 告示第2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1項(1)から(3)までは、懸賞に係る取引の場合に準用する。 (2) 同左

改正後	改正前
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1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、1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3項及び第4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4項第1号及び第3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4項第1号又は第3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。 1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、同種類の商品を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4項第3号に<u>当たる。</u> 9 告示第4項第2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4項第2号の共同懸賞に当たるものとして取り扱う。	6 同左 7 同左 8 告示第4項第1号及び第3号の「一定の地域」について (1) 同左 (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、同種類の商品を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4項第3号の「一定の地域において一定の種類の事業を行う事業者の相当多数」の要件に適合する。 9 同左

改正後	改正前
10 告示第4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「一定の種類の事業を行う事業者」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4項第3号の「一定の種類の事業」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 <u>1311清涼飲料製造業、7231理容業、7663ゴルフ場</u>）は、原則として、「一定の種類の事業」に当たるものとして取り扱うが、これにより難い場合は、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4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 （旧13 削除）	10 同左 11 告示第4項第3号の「一定の種類の事業」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（例えば、<u>1881清涼飲料製造業、4912化粧品小売業、8054ボーリング場</u>）は、原則として、「一定の種類の事業」に当たるものとして取り扱うが、これにより難い場合は、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 同左 13 対事業者景品類提供制限告示との関係について 事業者に対して懸賞により景品類を提供する行為については、「事業者に対する景品類の提供に関する事項の制限」（昭和42年公正取引委員会告示第17号）及び本告示のいずれにも違反してはならない。

オープン懸賞告示運用基準 新旧対照表

改正後	改正前
1 この告示に規定する「正常な商慣習に照らして過大な金銭、物品その他の経済上の利益」については、<u>1000万円を超える額の経済上の利益はこれに該当するものとする。ただし、この範囲内で公正競争規約を締結している業種にあっては、当該公正競争規約の定めるところを参酌する。</u> <u>(旧(1)～旧(3) 削除)</u> 2 次に掲げる要件のすべてに適合する方法により特定の者を選び、これに経済上の利益を提供する旨を申し出ることは、顧客を誘引する手段とは認められないので、この告示第1号ニの規定に該当しないものとして取り扱うこととする。 (1) 高度の知識、技能等を必要とする論文、小説、図案等の精神的労作であって、一般消費者が容易に応募することができないものを募集し、その内容の優劣により特定の者を選ぶものであること。 (2) 提供する経済上の利益は、当該精神的労作に対する対価ないし褒賞として社会的通念上妥当と認められる範囲内のものであること。 (3) 当該精神的労作の内容の優劣の判定は、社会的に信用のある機関、学者、評論家、芸術家等が行うものであること。	1 この告示に規定する「正常な商慣習に照らして過大な金銭、物品その他の経済上の利益」(以下「過大な経済上の利益」という。)については、次により取り扱うこととする。 <u>(1) 当該過大な経済上の利益について、公正競争規約を締結している業種にあっては、当該公正競争規約の定めるところによる。</u> <u>(2) その他の業種にあっては、それぞれの業種における競争秩序等の観点から、個別に認定する。この場合において、当該過大な経済上の利益についての自主的な取りきめがある業種については、当該取りきめについても十分考慮する。</u> <u>(3) 上記(1)または(2)のいずれの場合であっても、100万円を超える額の経済上の利益は、当該過大な経済上の利益に該当するものとする。</u> 2 同左

一 独占禁止法関係

○私的独占の禁止及び公正取引の
確保に関する法律

(昭和二十二年四月十四日)
(法律第五十四号)

(目的)

第一条 この法律は、私的独占、不当な取引制限及び不公正な取引方法を禁止し、事業支配力の過度の集中を防止して、結合、協定等の方法による生産、販売、価格、技術等の不当な制限その他一切の事業活動の不当な拘束を排除することにより、公正且つ自由な競争を促進し、事業者の創意を發揮させ、事業活動を盛んにし、雇傭及び国民実所得の水準を高め、以て、一般消費者の利益を確保するとともに、国民経済の民主的で健全な発達を促進することを目的とする。

(定義)

第二条

⑨ この法律において不正な取引方法とは、左の各号の一に該当する行為であつて、公正な競争を阻害するおそれがあるもののうち、公正取引委員会が指定するものをいう。

三 不当に競争者の顧客を自己と取引するように誘引し、又は強制すること。

不当な利
益による
顧客誘引

○不正な取引方法

(昭和五十七年六月十八日)
(公正取引委員会告示第十五号)

9 正常な商慣習に照らして不当な利益をもつて、競争者の顧客を自己と取引するように誘引すること。

二 不当景品類及び不当表示防止法関係

○不当景品類及び不当表示防止法

目的

定義

景品類の
制限及び
禁止

公聴会及
び告示

第一条 この法律は、商品及び役務の取引に関連する不当な景品類及び表示による顧客の誘引を防止するため、私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律（昭和二十二年法律第五十四号）の特例を定めることにより、公正な競争を確保し、もって一般消費者の利益を保護することを目的とする。

第二条 この法律で「景品類」とは、顧客を誘引するための手段として、その方法が直接的であるか間接的であるかを問わず、くじの方法によるかどうかを問わず、事業者が自己の供給する商品又は役務の取引（不動産に関する取引を含む。以下同じ。）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、公正取引委員会が指定するものをいう。

第三条 公正取引委員会は、不当な顧客の誘引を防止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。

第五条 公正取引委員会は、第二条（定義）若しくは前条第三号の規定による指定若しくは第三条（景品類の制限及び禁止）の規定による制限若しくは禁止をし、又はこれらの変更若しくは廃止をしようとするときは、公正取引委員会規則で定めるところにより、公聴会を開き、関係事業者及び一般の意見を求めるものとする。

2 前項に規定する指定並びに制限及び禁止並びにこれらの変更及び廃止は、告示によつて行なうものとする。

○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

（昭和三十七年六月三十日）
公正取引委員会告示第三号）

一 不当景品類及び不当表示防止法（以下「法」という。）第二条第一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、当せん金附証券及び公社債、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

(事業者景品)

○事業者に対する景品類の提供に
関する事項の制限

(昭和四十二年五月二十日)
(公正取引委員会告示第十七号)

1 別表に掲げる商品の生産(加工を含む。以下同じ。)をする事業者(書誌、雑誌その他の著作物にあつては、発行者。以下同じ。)又はこれらの商品を販売する事業者は、その生産若しくは販売に係る商品を買受けて販売し、又はこれらの商品を使用して一般消費者に役務を提供する事業者(以下「相手方事業者」という。)に対し、相手方事業者が新たに当該商品の取引を開始するよう誘引する手段として、又は相手方事業者の当該商品に係る取引高その他取引の状況が自己の定める一定の基準に該当することを条件として、景品類を提供してはならない。ただし、相手方事業者一名につき年十万円をこえない範囲内の景品類であつて、正常な商慣習に照らして適当と認められるものを提供する場合は、この限りでない。

2 前項の規定は、次の各号に掲げる景品類の提供については、適用しない。

- 一 当該商品の販売又は保管のための機器又は施設の供与、広告宣伝のための装置、施設等の供与その他広告宣伝の援助、商品知識又は修理技術の指導その他当該商品の生産又は販売をする事業(以下「当該事業」という。)における正常な商慣習に照らして相手方事業者の当該商品に関する事業活動を助成するため必要と認められる景品類及び見本
- 二 親睦のため慣例として行なう会合に際して提供する景品類であつて、当該事業における正常な商慣習に照らして適当と認められるもの
- 三 慣例として行なう自己の記念行事において提供する景品類であつて、当該事業における正常な商慣習に照らして適当と認められるもの
- 四 資本の拠出、役員の新選等により当該事業者と特別の関係にあり当該事業者と競争関係にある事業者

と取引できない相手方事業者の販売従業員に対し、その販売従業員の当該商品に関する販売実績に基づいて提供する景品類であつて、当該商品と同様の商品を販売する事業者がその販売従業員に対し支給する報償に相当するものとして適当と認められるもの

別表

食料品	衣料品	身のまわり品	家庭用品	医薬品、化粧品等
肉製品、酪農製品、調味料、砂糖、菓子類、冷凍食品、清涼飲料、和洋酒その他の製造食品及び飲料	下着、寝着、洋服、婦人子供服、ワイシャツ、和服、靴下、足袋、帽子、手袋その他の衣服及び家庭用反物	ハンカチ、えり飾り(ネクタイ、マフラー、ショール、ストール等)、ズボン吊り、靴下止、フームバンド、衣服用ベルト、ハンドバック及び袋物、かさ、つえ、和装用身のまわり品、扇子、うちわ、はきもの、身辺細貨品、装身用細貨品、時計バンド、眼鏡、かばん、裁縫用小物用具、化粧品用小物用具その他の身のまわり品	家庭用繊維製品(床敷物、寝具、クッション、カーテン、テーブル掛け、タオル等)、家具、台所用品、食卓用品、家庭用シン、家庭用暖房器具、家庭用調理器具、家庭用衛生設備用品、家庭用電気器具その他の家庭用装置及び家庭用器具	医薬品、衛生材料、簡易治療器、衛生用品、衛生紙、化粧品、歯みがき、石けん及び家庭用化学製品

書籍、雑誌、レコード等	乗用自動車、自転車等	雑貨
新聞、雑誌、書籍、地図、図表、書画、楽譜、レコード及び録音テープ	乗用自動車、二輪自動車、自転車、乗用自動車用タイヤ及びチューブ、二輪自動車用タイヤ及びチューブ並びに自転車用タイヤ及びチューブ	文具、紙製品、事務用具、絵画用品、家庭用計量器、時計、一般用光学機械器具、写真感光材料、欧文タイプライター、小型消火器、利器、鋸、家庭用工具、子供用車輪、楽器、宗教用具、自動車用石油製品、家庭用燃料並びに家庭用燃糸及び紡績糸

(オープン懸賞)

○ 広告においてくじの方法等による経済上の利益の提供を申し出る場合の不正な取引方法

(昭和四十六年七月二日)
(公正取引委員会告示第三十四号)

別表(一)に掲げる商品の生産(新聞、書籍、雑誌、レコード及び録音テープにあつては、発行)をする事業者若しくはこれらの商品の販売をする事業者又は別表(二)に掲げる事業を営む者が、顧客を誘引する手段として、広告において、一般消費者に対し、次に掲げる方法により特定の者を選び、これに正常な商慣習に照らして過大な金銭、物品その他の経済上の利益(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)第二条に規定する景品類に該当するものを除く。)を提供する旨を申し出ること。

一 次の行為をすることを求め、くじの方法又はその内容の正誤若しくは優劣により選ぶこと。

イ 当該事業者の定める様式により氏名、住所、職業等を回答すること。

ロ 応募の際一般には明らかでない事実についての予想若しくは推測の募集に応ずること。

ハ 趣味、娯楽、教養等に関する問題の解答の募集に応ずること。

ニ キャッチフレーズ、商品名、感想文等の募集に応ずること。

ホ 演技その他特定の行為をすること。

二 当該事業者の定める一定の基準に該当することを条件として選ぶこと。

別表(一)

食料品	衣料品	身のまわり品	家庭用品	医薬品、化粧品等	書籍、雑誌、レコード等	乗用自動車、自転車等	雑貨
肉製品、酪農製品、調味料、砂糖、菓子類、冷凍食品、清涼飲料、酒類その他の製造食品及び飲料	下着、洋服、ワイシャツ、靴下、帽子その他の衣服	ハンカチ、えり飾り、ハンドバック、かさ、はきもの、眼鏡、化粧品小物用具その他の身のまわり品	家庭用繊維製品、家具、台所用品、食卓用品、ミシン、暖房器具、家庭用衛生設備用品、家庭用電気器具その他の家庭用器具	医薬品、医薬部外品、医療機械器具、化粧品、歯みがき、石けん及び家庭用化学製品	新聞、雑誌、書籍、レコード及び録音テープ	乗用自動車、二輪自動車、自転車、自動車用タイヤ	文具、紙製品、事務用具、家庭用計量器、時計、一般用光学機械器具、写真感光材料、娯楽用具、玩具、運動競技用品、楽器、自動車用石油製品及び家庭用燃料

別表(二)

卸売業、小売業	金融、保険業	不動産業	運輸通信業	サービス業
飲食店	銀行・信託業、農林水産金融業、中小商工・庶民・住宅金融業、証券業、商品取引業、保険業	不動産賃貸業(貸家業を除く)、貸家業、建売業・土地売買業及び不動産代理業・仲介業	民営鉄道業、民営旅客自動車運送業、水運業、航空運輸業及び旅行あつせん業	旅館、洗滌業、理髪・美容業、浴場業、結婚式場、映写業及び娯楽業(映写業を除く。)

備考 別表(二)に掲げる業種の分類は、日本標準産業分類による。