

## 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。

#### 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っ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三枚買ったならもう一枚進呈」、「背広一着買ったな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。