

第 2 章

景品類及び表示の指定関係

第二章 景品類及び表示の 指定関係

○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)

改正 平成一〇年二月二五日公正取引委員会告示第二〇号

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、当せん金附証票及び公社債、株券、商品券その他の有価証券

三 きよう応（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 法第二条第二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

II 景品類及び表示の指定関係

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

一三〇

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。）

附 則（平成一〇年公正取引委員会告示第二〇号）

この告示は、平成一一年二月一日から施行する。

○景品類等の指定の告示の運用基準について

(昭和五十二年四月一日)
事務局長通達第七号

変更 昭和六三年一〇月 一日事務局長通達第一号
変更 平成 八年 二月一六日事務局長通達第一号

公正取引委員会の決定に基づき、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つて判断する。したがつて、例えば、親ほく、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商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、事業者に当たる。

- (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、一般の事業者に準じて扱う。

- (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八条第一項第五号が適用されることになる(景品表示法第七条第一項参照)。

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）の供給業者にとつて、「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）の供給業者にとつても、「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 「○○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 「○○プレゼント」、「××を買えば○○が付いてくる」、「○○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○○円」、「ゴルフのクラブ、バッグ等の用品一式で○○円」、美容院の「カット（シャンプー、ブロー付き）○○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つている場合（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つている場合（例 玩菓、バック旅行）

(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（昭和四十六年公正取引委員会告示第三十四号参照）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つても、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」に当たるとする。

- 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戻しをすること（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％割戻し

し、「商品シール〇枚ためて送付すれば〇〇円キヤッシュバック」。

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つても、懸賞による場合、減額し若しくは割戻した金銭の使途を制限する場合（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つても、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。

○景品類の価額の算定基準について

(昭和五十三年十一月三十日)
事務局 長 通 達 第九号

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、以後これによらねたい。

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（昭和四十七年十二月十九日公取監第七百七十三号事務局長通達）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

II

景品類及び表示の指定関係

ある商品の購入者に対し同一の表示及び不当販売について

ある商品の購入者に対し同一の商品を付加して提供する場合の不当な

二三七

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。

○ある商品の購入者に対し同一の商品を付加して提供する場合の不当な表示及び不当販売について（通知）

（昭和六十三年十月一日）
（公取指第八十三号）

公正取引委員会事務局取引部長

景品類等の指定の告示の運用基準の変更（昭和六十三年事務局長通達第十一号）により、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は、原則として、景品類の提供に当たらない旨明らかにしたところであるが、次のような場合は、不当な表示又は不当販売に該当するので、念のため通知する。

記

1 ある商品の購入者に対し、それと同一の商品を付加して提供する際に、次のような表示をした場合は、不当な表示に該当する。

(1) ある商品を複数まとめて販売する場合において、販売する数量を従来より減らしたにもかかわらず、従来の販売価格を付し、減らした部分を無料で提供する旨の表示をすること。

(例、通常の販売価格四個一、〇〇〇円のA商品を、三個と一個に分け、「A商品三個一、〇〇〇円でお買い上げの方にA商品もう一個プレゼント」と表示した場合は、プレゼントされたA商品は実際には無料でないで、不当な表示となる。)

(2) 販売する商品の価格を通常の販売価格より高く設定して、「同一の商品」を無料で提供する旨の表示をすること。

(例、通常の販売価格一、〇〇〇円のA商品を「一、五〇〇円のA商品一個お買い上げの方にA商品もう一個プレゼント」と表示した場合は、プレゼントされたA商品は実際には無料でないで、不当な表示となる。)

(3) 販売する商品の品質を低下させたり、販売する商品の量、大きさを減らしたにもかかわらず、以前と同じ価格を設定して、「同一の商品」を無料で提供する旨の表示をすること。

(例、通常一キログラム入り、〇〇〇円で販売しているA商品の容量を五〇〇グラムに減らし、「一、〇〇〇円のA商品(五〇〇グラム) 一個お買い上げの方にA商品もう一個プレゼント」と表示した場合は、プレゼントされたA商品は実際には無料でないで、不当な表示となる。)

2 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の不当な

のにその供給に要する費用を著しく下回る対価で継続して供給し、その他不当に低い対価で供給し、他の事業者の事業活動を困難にさせるおそれがあるときは、独占禁止法で規定している不公正な取引方法の不当販売となる。