
第3章

景 品 関 係

第三章 景品関係

(一) 一般懸賞・共同懸賞)

○懸賞による景品類の提供に関する事項の制限

(昭和五十二年三月一日)
(公正取引委員会告示第三号)

改正

昭和五十六年六月 六日公正取引委員会告示第一三三号
平成 八年二月一六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（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。

附 則 抄

- 1 この告示は、昭和五十二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付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。

附 則（昭和五十六年公正取引委員会告示第一三三号）

この告示の施行前に終了した取引に付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。

附 則（平成八年公正取引委員会告示第一号）

最終改正 平成九年八月一日公正取引委員会告示第五三三号

- 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付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。

○「懸賞による景品類の提供に關する事項の制限」の運用基準について

(昭和五十二年四月一日)
事務局長通達第四号

改正 昭和六三年一〇月 一日事務局長通達第一二号
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、「懸賞による景品類の提供に關する事項の制限」(昭和五十二年公正取引委員会告示第三号)の運用基準を次のとおり定めたので、これによられたい。

「懸賞による景品類の提供に關する事項の制限」
の運用基準

1 告示第一項第一号の「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、一部のもののみに景品類を添付し、購入の際には相手方がいづ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

2 告示第一項第二号の「特定の行為の優劣又は正誤によつて定める方法」について

これを例示すると、次のとおりである。

(1) 応募の際一般には明らかでない事項(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つて定める方法

(2) キャッチフレーズ、写真、商品の改良の工夫等を募集し、その優劣によつて定める方法

(3) パズル、クイズ等の解答を募集し、その正誤によつて定める方法

(4) ボーリング、魚釣り、○○コンテストその他の競技、演技又は遊技等の優劣によつて定める方法(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關する優劣によつ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つて定めることは、「懸賞」に該当しない(一般消費者に対する景品類の提供に關する事項の制限)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

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。

(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) 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（本運用基準第一項(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（本運用基準第一項(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。）

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（本運用基準第一項(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。）

るか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（本運用基準第一項(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) 同一の取引に附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つても、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つても、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つ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つても、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つて景品類を提供し、同一の抽せん券により更に抽せんを行つて景品類を提供する場合にあつては、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（東京都にあつては、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（東京都にあつては、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 告示第四項第三号の「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 一三一一 清涼飲料製造業、七二三一 理容業、七六六三 ゴルフ場）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つて限定し、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
-
-

○地方公共団体等の行う博覧会又は展覧会における懸賞について
(通知)

(昭和四十八年七月十四日)
(公取指第三二五号)

改正 平成八年二月一六日公取指第一一号

公正取引委員会事務局長通知

標記のことについては、今後、下記によられたい。

記

地方公共団体その他公的機関の主催する博覧会又は展覧会(新聞社がその文化的事業として参加するものを含む。)は、それ自体は公共的性格の強い事業であるが、入場料を徴収し、その入場者に対し景品類を提供する場合は、一般の事業者の私的な経済活動に類似するものとみられる。

しかし、一般の事業者が懸賞付販売をする場合の景品類の最高限度については、共同懸賞の場合であっても、景品類の最高額は三十万円を超えない額、総額は当該懸賞に係る取引の予定総額の百分の三を超えない額と定められているので、上記の博覧会等の主催者が、その入場券の販売に附随して懸賞により景品類を提供する場合には、景品類の最高限度は、最高額、総額とも、共同懸賞の例に準ずるものとする。

○輸入品バザール等における懸賞の取扱いについて(通知)

(昭和六十二年五月二十七日)
(公取指第三九号)

改正 平成八年二月一六日公取指第一一号

公正取引委員会事務局長から〇〇地方事務

所長宛

(原文横書き)

外国製品の輸入拡大を図る必要性が大きい現在の状況において、我が国の消費者にとつて輸入品をより身近なものとし、輸入品についての知識を深める必要性があることを考慮し、公的機関が輸入品バザール等において輸入品についての知識の普及や消費者の関心を高める目的で行う懸賞及び商店街が輸入品の販売促進を目的として行う共同懸賞については、次のように取り扱うこととしたので通知する。

(1) 外国大使館等の公的機関又は輸入促進を目的とする公的機関が、我が国の消費者の嗜好について調査すること、輸入品に関する知識を普及させること、その他外国企業や輸入品について広報を行うことを主たる目的として、期間を限って輸入品バザール等を主催する場合において、当該公的機関が一般消費者に対し懸賞により最高額が千万円を超えない賞品等を提供するこ

とは、独占禁止法上及び景品表示法上差し支えない。ただし、賞品等の提供の相手方が展示商品の購入者に限定される方法を用いるものであつてはならず、また、展示商品の販売業者が賞品等を提供するかのよう一般消費者に誤認される広告をするものであつてはならない。

(2) 景品表示法に基づく「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)は、一の商店街に属する小売業者又はサービスマス業者の相当多数が参加する共同懸賞については、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に行う場合には、懸賞により提供し得る景品類の最高額及び総額の特例を認めているので、これを利用して、この範囲内で輸入品の販売促進を目的とする共同懸賞を行うことが可能である。

○「輸入品バザール等における懸賞の取扱いについて」の考え方 (通知)

(昭和六十一年五月二十七日)
公正取引委員会告示第三号

改正 平成八年二月一六日公正取引第一三三

公正取引委員会事務局取引部景品表示指導課長から〇〇地方事務所長宛

(原文横書き)

「輸入品バザール等における懸賞の取扱いについて」(昭和六十一年五月二十七日公正取引委員会事務局長通知。以下「本通知」という。)の趣旨と独占禁止法及び景品表示法との関係は、次のとおりである。

1 本通知の(1)について

(1) 趣旨

ア 公的機関であつても自ら商品を販売する等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ことになつている(「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)の運用基準について)(昭和五十二年公正取引委員会

事務局長通達) 2(3)参照) ことには変りはないが、自らは輸入品の販売を行わず、外国企業や輸入品について広報を行うことを主たる目的とし、その目的にそつた方法により期間を限つて輸入品バザール等を主催する場合は、公的機関の行為は一般の事業者の私的な経済活動に類似するものとは認められない。

しかし、この催しは、輸入品の販売業者が参加して、輸入品を販売するものであるから、展示商品の販売に関連して過大な賞品等が提供される結果になることは好ましくない。

したがつて、公的機関が賞品等の提供を行う場合であつても、賞品等の提供の相手方を展示商品の購入者に限定したり、展示商品の販売業者が賞品等を自ら提供するかのごとく一般消費者に誤認される広告を行うものであつてはならない。

イ 賞品等の提供が前記アのようなものであれば、客観的にみて懸賞による直接的な販売促進を目的とするものではなくなるから、公的機関が一般消費者に対し賞品等を提供することは、景品表示法に基づく「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「懸賞制限告示」という。)及び独占禁止

法に基づく「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」(昭和四十六年公正取引委員会告示第三十四号)に抵触しないものとして取り扱つて差し支えない。

(2) 公的機関の範囲等

我が国及び外国の政府機関、我が国及び外国の地方公共団体、日本貿易振興会等輸入促進を事業目的に含む公的機関その他の公的機関をいう。本通知に係る公的機関は、当該催しの主催者であり、特に懸賞の企画について決定権を有し、かつ、懸賞による賞品等の提供の主体でなければならない。

(3) 懸賞により提供する賞品等の最高額

我が国においては、一般の事業者が顧客を誘引する手段として、懸賞により一般消費者に経済上の利益を提供できる最高限度は、いかなる場合においても千万円を超えてはならないものとされているので(「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正な取引方法の指定に関する運用について」(昭和四十六年公正取引委員会事務局長通達第五号)一(三)参照)、輸入品バザール等においてもこの範囲とする。

(4) 注意事項

公的機関が輸入品を自ら販売しないで賞品等の提供を行う場合であつても、賞品等の提供の相手方を実質的に展示商品の購入者に限定する方法を用いる場合、例えば、展示商品の販売会場において応募用紙をレジスターのそばに置く等の方法により購入者を対象に賞品等を提供する場合又は展示商品の販売業者が賞品等を自ら提供するかのように一般消費者に誤認される広告をする場合には、当該販売業者の行為に景品表示法が適用されることもあるので、念のためただし書を設けたものである。

2 本通知の(2)について

本取扱いの趣旨

昭和六十年七月三十日に公表された「市場アクセス改善のためのアクション・プログラムの骨格」の中で「商店街等における輸入品販売促進事業の全国的展開を図る」ことが挙げられていることにもかんがみ、商店街が輸入品の販売促進を目的として、商店街に許容されている共同懸賞を行うことが可能であることを明確にしたものである。その場合、懸賞により提供し得る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である。

主要排除命令

株式会社小野田レジャーに対する件 昭四八(排)第二五号 昭四八、九、二六	「第一回東京オール市場ボーリングフェスティバル」と称し、ボーリングによりいわず「とび賞」と称されるものに該当した者にグアム島招待、その他の景品類を提供	懸賞制限 告示第一項
株式会社小学館に対する件 昭四九(排)第一〇号 昭四九、五、二九	「新春ブライダルお年玉」と称し、週刊紙に綴り込んだ「おみくじ」で大吉と出た部分を切り取り併せて三行詩を応募させ審査し、その優劣によりカラーテレビその他の景品類を提供	懸賞制限 告示第一項
関西服装株式会社に対する件	「店内全品、仮決算在庫一掃」と称し、購入	懸賞制限 告示第一

昭五〇（排）第一 三〇号 昭五〇、一〇、 二一	一品ごとにスピードく じをひかせ購入価額の 九割等の割引きをする という方法により景品 類を提供、また総額に ついても制限をこえる ものである。	第三項
オリエンタル商 事有限会社に対 する件 昭五三（排）第 一二号 昭五三、五、二 九	一般消費者を対象に、 パッティングゲームを 行った者に対し、ゲー ム数のいかんを問わ ず、ホームランの本数 の多い順に、中古自動 車等の景品類を提供	懸賞制限 告示第二 項
株式会社妙香園 に対する件 昭五四（排）第 一号 昭五四、三、二 七	一般消費者を対象に、 茶の購入額五〇〇円ご とに抽せんにより、ビ デオカセット等の景品 類を提供、また期間中 の売上予定総額の一〇 〇分の二を超える景品	懸賞制限 告示第二 項 第三項

株式会社いせや に対する件 昭四六（排）第 一九号 昭四六、三、二 六	「ゴルフボールのつか み取り」と称し、乗用 自動車を提供	類総額の提供
株式会社サンテ レビジョンに対 する件 昭四四（排）第 六六号 昭四四、一二、 二三	「コンパーター予約セ ール」と称し、UHF テレビ受信用コンパ ーター（小売価格二、九 五〇円）を購入した者 の中から抽せんにより カラーテレビ（一七万 円相当）冷蔵庫（五万 八千円相当）洗たく機 （五万三千円相当）を 提供	懸賞制限 告示第一 項
南海塗料株式会 社ほか四名に対	共同して、一般消費者 を対象に、「豪華景品が	懸賞制限 告示第二

III 景品関係

「懸賞による景品類の提供に関する事項の制限」の主要排除命令

二五〇

する件 昭五二（排）第 一六号 昭五二、一一、 一五	あたるお中元大売出 し」と称し、買上額一、 〇〇〇円ごとに抽せん 券一枚を与え、抽せん によりスチール製組立 式物置等の景品類を提 供することを企画、実 施していたが、当委員 会の調査中において、 景品類を一万円以下の ものに變更	ヤマハ株式会社 に対する件 平二（排）第二 号 平二、三、一二	一般消費者を対象に、 スポーツ用品の購入者 に抽選により、海外旅 行招待（二八万円相当） を、また、スポーツ用 品の小売店の従業員を 対象に、販売目標の達 成者に抽選により、音 響製品（二万円相当） 等を提供	呉羽化学工業株	一般消費者を対象に、	懸賞制限

式会社に対する 件 平二（排）第三 号 平二、三、一二	スーパー等の小売業者 ごとに応募期間を設 け、食品包装用ラッ プフィルム等の台所用 品の購入者に抽選に よ、ランドリーワゴン （九、八〇〇円相当） 等を提供	カーポートトウ エンティワン株 式会社に対する 件 平四（排）第三 号 平四、二、二〇	ガソリン一五リットル 以上給油した者に抽選 により、BS内蔵テレ ビ（六万円相当）等を 提供	株式会社アーク	ガソリン又は軽油一五	懸賞制限

に対する件 平五（排）第一〇号 平五、六、一八	リットル以上給油した者に抽選により、グアムベア旅行招待（一〇万円相当）等を提供	告示第二項 第三項
サイサンミサワホーム株式会社に対する件 平五（排）第一号 平五、六、一八	同社と住宅の建築請負契約を行った一般消費者を対象に抽選により、同社のモデルハウスで使用していた三〇〇万円から一〇〇万円相当と称する家具セットを提供また、前記景品類の家具セットの価額については、あたかも三〇〇万円から一〇〇万円相当であるかのように表示しているが、同社が購入した実際の価額は一八四万円から六二万円であり、約三年間使用されたものであるから、当該家具セットの価額が三〇〇万円から一〇〇万円までとは認められなか	懸賞制限 告示第二項 景品表示 法第四条 第二号

株式会社丸の内カラー現像所に対する件 平五（排）第一六号 平五、一二、二二	カラーフィルム一本の現像及び焼付けを同時に注文した消費者に抽選により、ビデオカメラ（六万九千円相当）等を提供	懸賞制限 告示第二項 第三項
ジャパンエンバ株式会社に対する件 平一一（排）第三号 平一一、三、三〇	ダイレクトメールに同封した応募券により各店舗等において応募した者の中から抽選で、イギリス及びフランスへのベア旅行（二四万六千円相当）等を提供すること並びに各店舗等において商品を購入した者の中から抽選で、ハワイへのベア旅行（一六万円相当）等を提供することをそれぞれ企画し、これらを実施した。	懸賞制限 告示第二項

○商店街の年末売出しについて (要望)

(昭和四十二年十一月二十一日)
公取景第一二三三号

公正取引委員会事務局取引部長から各地区
商工会議所宛

(原文横書き)

年末を控え、各地商店街において懸賞販売が企画されていますが、これが不当景品類及び不当表示防止法に基づく制度にてい触するものも出てくる懸念があるので、別記の趣旨をさん下の商店街組合へ周知徹底方お願いします。

別記

商店街の年末売出しについて

年末の売出しが企画される時期になり、商店街においても福引等の懸賞販売を準備している例が多くみられますが、まだ、法律に基づく制限額をこえて景品類を提供しようとする違法な懸賞販売が行なわれる事例が後を絶っていません。

商店街の行なう共同懸賞(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)第二項の規定)については、最高賞として、とくに

一〇万円までの景品類の提供が許容されていますが、最近この最高賞として、カラーテレビの提供を企画する例が多くなつてきております。カラーテレビはいま小売価格が下りつつあり、しかも一部旧型式のものが一〇万円前後の価額で市販されているという事情から、制限額超過の問題が起りがちであります。

当委員会は、不当景品類及び不当表示防止法第三条の規定に基づく「懸賞による景品類の提供に関する事項の制限」の解釈として、上記の制限額は、景品類を提供する事業者が当該物品を入手した価額とか当該物品が特定の場所あるいは時期に販売された価額などを基準として判定すべきではなく、当該物品を一般消費者が通常購入しうる価額を基準として判定すべきものであるとしています。

カラーテレビの場合では、旧型式のものが限定的に一〇万円以下の価額で販売された事例がある等の理由のみでその型式のものを上記懸賞の景品としうるものではありません。

したがって、カラーテレビを景品として用いようとするときは、当該カラーテレビを一般消費者が通常購入しうる価額が一〇万円以下であることをできるだけ客観的に証明する資料を整えておき、さらに当該懸賞の広告においても、当該カラーテレビの型式とその価額(上記の趣旨の価額)を明示しておくことが望ましいと考えます。

(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)

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)第二条第七項の規定により、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を次のように指定し、昭和四十六年九月一日から施行する。

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

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 キヤッチフレーズ、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
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、化粧用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

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、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)

御売業、小売業	飲食店
金融、保険業	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
運輸通信業	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
サービス業	旅館、洗濯業、理髪・理容業、浴場 業、結婚式場、映画業及び娯楽業（映 画を除く。）

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。

○ 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の指定に関する運用について

（昭和四十六年七月二日）
（事務局長通達第五号）

改正 平成八年二月一六日事務局長通達第一号

独占禁止法第二条第七項の規定に基づき「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」が昭和四十六年七月二日公正取引委員会告示第三十四号により指定され、昭和四十六年九月一日から施行することとなったが、これについての運用基準を下記のとおり定めたので、今後、この基準により適切に処理されたい。

記

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、一〇〇〇万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

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の指定に関する運用について

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。

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、この告示第一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つて、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、芸術家等が行なうものであること。

（電子商取引）

○インターネット上で行われる懸賞企画の取扱いについて

（平成一三年四月二十六日
公正取引委員会）

インターネットホームページ上の商取引サイトを利用した電子商取引が飛躍的に発展している中で、インターネットホームページ上で消費者に対する懸賞企画が広く行われるようになってきている。そこで、公正取引委員会としては、インターネット上で行われる懸賞企画について、今後、次のとおり取り扱うこととした。

1 インターネット上のオープン懸賞について

インターネット上のホームページは、誰に対しても開かれているというその特徴から、いわゆるオープン懸賞（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くじの方法等により特定の者を選び、これに経済上の利益の提供を申し出る企画であって、不当景品類及び不当表示防止法〔昭和三十七年法律第一三四号。以下「景品表示法」という。〕に規定する景品類として同法に基づく規制の対象となるものを除くも

の）の告知及び当該懸賞への応募の受付の手段として利用可能なものであり、既に広く利用されてきている。また、消費者はホームページ内のサイト間を自由に移動することができることから、懸賞サイトが商取引サイト上にあつたり、商取引サイトを見なければ懸賞サイトを見ることができないようなホームページの構造であつたとしても、懸賞に応募しようとする者が商品やサービスを購入することに直ちにつながるものではない。

したがって、ホームページ上で実施される懸賞企画は、当該ホームページの構造が上記のようなものであつたとしても、取引に付随する経済上の利益の提供に該当せず、景品表示法に基づく規制の対象とはならない（いわゆるオープン懸賞として取り扱われる。）（図一―一及び図一―二）。ただし、商取引サイトにおいて商品やサービスを購入しなければ懸賞企画に応募できない場合や、商品又はサービスを購入することにより、ホームページ上の懸賞企画に応募することが可能又は容易になる場合（商品を購入しなければ懸賞に応募するためのクイズの正解やそのヒントが分からない場合等）には、取引付随性が認められることから、景品表示法に基づく規制の対象となる。

図1-1 商取引サイトを経由させようとするもの

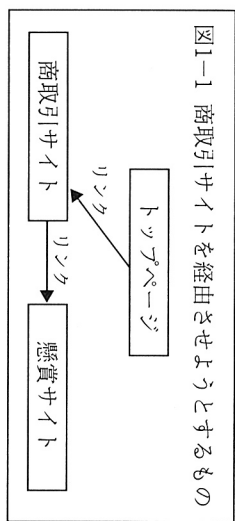
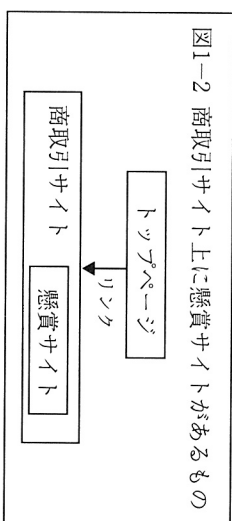


図1-2 商取引サイト上に懸賞サイトがあるもの

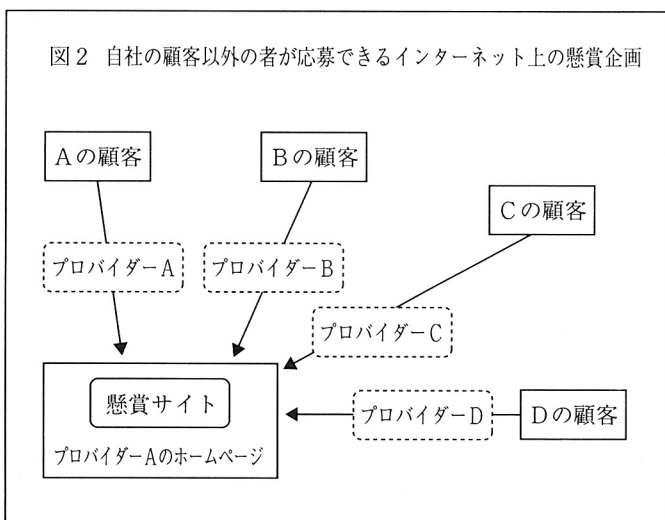


2 インターネットサービスプロバイダー等によるオープン懸賞について

インターネットサービスプロバイダー、電話会社等一般消費者がインターネットに接続するために必要な接続サービスを提供する事業者がインターネット上で行う懸賞企画は、インターネット上のホームページには当該ホームページを開設しているプロバイダー等と契約している者以外の者でもアクセスすることができるという特徴にかんがみ、懸賞企画へ応募できる者

自身が提供する接続サービスの利用者に限定しない限り取引付随性が認められず、景品表示法に基づく規制の対象とはならない（いわゆるオープン懸賞として取り扱われる。）（図11）。

図2 自社の顧客以外の者が応募できるインターネット上の懸賞企画



(総付景品)

○一般消費者に対する景品類の提供に関する事項の制限

(昭和五十二年三月一日
公正取引委員会告示第五号)

改正 平成八年二月一六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っても、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。

附 則（平成八年公正取引委員会告示第二号）

改正 平成九年四月二五日公正取引委員会告示第三七号

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。

○「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

(昭和五十二年四月一日)
事務局長 通達第六号

改正 平成八年二月一六日 事務局長 通達第 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、これによらう。

「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、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。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の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つても、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つても、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に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つ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、試用等によつて知らせ、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一日無料体験。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つて、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券」について

- (1) 「証券」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) 「証券」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つて、同額の割引を約する証券を含む。

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つて、その定めるところを参酌する。

○初売等の一般消費者に対する景品類の提供の取扱いについて (回答)

〔旧仙台藩の地域等で行われているいわゆる「初売」等において提供される景品類の取扱い〕

回答 (昭和五十二年九月二十一日)
(公取指第六九三号)

公正取引委員会事務局取引部長から仙台地方事務所長宛

公仙総第四〇八号昭和五十二年九月九日付けをもつて照会(別添)のあつた標記については、貴見のとおり取り扱つて差し支えありません。

照会 (昭和五十二年九月九日)
(公仙総第四〇八号)
公正取引委員会事務局仙台地方事務所長から取引部宛

(別添)

宮城県、岩手県の一部(旧仙台藩の地域)、青森県黒石市、上北郡七戸町、三戸郡三戸町の地域で行なわれている初売等において一般消費者に対して懸賞によらないで提供する景品類の提供については、次のように取扱つて

よろしいか。

記

1 期日 正月（旧正月を含む）の三日以内（原則として従前どおり）

2 景品類の価額の最高額

(1) 取引価額の十分の二

ただし、五〇〇円以内の価額の景品類を提供する場合は、取引価額の十分の二をこえることとなつても、この限りではない。

(2) 景品類の限度額は五万円とする。

主要排除命令

株式会社フレンズ	株式会社綱島商店に対する件 昭四三（勸） 第二号 昭四三、二、 六	G・Eルーム クリーターの輸入代理店である綱島商店が、	① 新聞広告による 上記申出の撤回 ② 景品提供等の実施の禁止 ③ 消費者への周知	独禁法一九条（旧一般指定六）
	① G・Eルームクレーターの購入者（消費者）に対し、景品としてカラーテレビを提供及び旅行に招待 ② その旨を新聞に広告 ③ その実行に着手している。			
	「祝・毎日新聞創刊			

一般消費

III 景品関係

「一般消費者に対する景品類の提供に関する事項の制限」の主要排除命令

オプフリージアに 対する件 昭五七（排）第五 号 昭五七、三、三〇	一一〇年謝恩ブレゼ ントセール」と称し、 最低三九、五〇〇円 から最高九八〇、〇 〇〇円の商品購入者 に対し、先着順に最 低二四、〇〇〇円か ら最高二八、〇〇〇 円の景品類を提供	者制限告 示第一項
株式会社日本旅行 に対する件 昭五八（排）第四 号 昭五八、三、三一	一般消費者を対象 に、ハワイ旅行（一 人当たり旅行費用二 三八、〇〇〇円及び 二五八、〇〇〇円） の参加者に対し、全 員を島に招待ほか （合計一〇点約六 八、〇〇〇円相当） を提供するとともに 、抽せんで東京及 び那覇間の無料往復 航空券等を提供	懸賞制限 告第二項 一般消費 者制限告 示第一項

国際ロータリー旅 行株式会社に対す る件昭五八（排） 第五号 昭五八、三、三一	一般消費者を対象 に、ハワイ旅行（一 人当たり旅行費用二 二三、〇〇〇円から 二六三、〇〇〇円） の参加者に対し、全 員を島に招待ほかを 提供	一般消費 者制限告 示第一項
--	--	-------------------------------

(業種別告示等)

〈化粧品等〉

○化粧品業界における景品類の提供について(回答)

(昭和五十二年十二月十六日
公取指第九六五号)

公正取引委員会事務局取引部長から日本化粧品工業連合会宛

化粧品工業連合会宛

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(昭和五十二年公正取引委員会告示第五号)第二項第二号にいう「見本」とは、商品の品質、内容等を一般消費者に知らせるために必要な程度のものであつて、取引の有無にかかわらず提供されるもの又は取引に付随して提供される場合も取引額の多寡によらず提供されるものである。

したがつて、たとえ物品に見本という表示があつても次のような方法で提供する場合は、一般的には同号に該当せず、第一項の適用を受ける。

(1) 一定額以上の商品を購入した者にのみ提供する場合

(2) 商品の購入額のランクにより、提供する物品に差異を設ける場合

(3) 複数の物品を詰め合わせることににより、独自の使用価値が生ずると認められる場合

なお、商品の品質、内容等を一般消費者に知らせるために必要な程度のものを、商品にあらかじめ添付するなどにより、当該商品の購入者に提供する場合は、第二項第二号に該当すると考えられる。

2 景品類の価額の算定は、一般消費者が通常購入する場合の価格によるものとする。

市販品のミニチュアが景品類として提供されるときは、原則として、当該市販品の市価に容量比を乗じた額を景品類の価額とする。ただし、容器の品質、形状に著しい差異があるときは、この差異を勘案する。

その他の市販されていない景品類の価額の算定は、類似品の市価を勘案し、一般消費者が通常購入するとしたときの価格による。

〈出版物等〉

○新聞業における景品類の提供に関する事項の制限

(平成十年四月十日)
(公正取引委員会告示第五号)

制定 昭和三十九年一〇月 九日公正取引委員会告示第一五号
全部変更 平成一〇年 四月一〇日公正取引委員会告示第二五号
変更 平成一二年 八月一五日公正取引委員会告示第二九号

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、新聞業における景品類の提供に関する事項の制限(昭和三十九年公正取引委員会告示第十五号)の全部を次のとおり改正する。

新聞業における景品類の提供に関する事項の

制限

1 新聞の発行又は販売を業とする者は、新聞を購読するものに対し、次に掲げる範囲を超えて景品類を提供してはならない。

一 懸賞により提供する景品類にあつては、次に該当する範囲内であつて、新聞業(新聞を発行し、又は販売する事業をいう。以下同じ。)における正常な商慣習に照らして適当と認められる範囲(二に該当す

るものを除く。)

イ 景品類の最高額は、懸賞に係る取引の価額の十倍又は五万円のいずれか低い金額の範囲

ロ 景品類の総額は、懸賞に係る取引の予定総額の千分の七の金額の範囲

二 「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) 第四項各号に該当する場合において、懸賞により提供する景品類にあつては、同項の範囲内の景品類であつて、新聞業における正常な商慣習に照らして適当と認められる範囲

三 懸賞によらないで提供する景品類にあつては、次に掲げる範囲

イ 景品類の提供に係る取引の価額の百分の八又は六か月分の購読料金の百分の八のいずれか低い金額の範囲(ロ又はハに該当するものを除く。)

ロ 自己が発行し、又は販売する新聞に付随して提供する印刷物であつて、新聞に類似するもの又は新聞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

ハ その対象を自己が発行し、又は販売する新聞を購読するものに限定しないで行う催し物等への招待又は優待であつて、新聞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

- 2 新聞の発行を業とする者が、その新聞の編集に関連してアンケート、クイズ等の回答、将来の予想等の募集を行い、その対象を自己の発行する新聞を購読するものに限定しないで懸賞により景品類を提供する場合には、前項の規定にかかわらず、当該景品類の価額の最高額は、三万円を超えない額とすることができる。

備考

この告示において「新聞」とは、邦字で発行される日刊新聞をいう。

附 則

- 1 この告示は、平成十年五月一日から施行する。ただし、第一項第一号の規定は、平成十年九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付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 第一項の規定については、新聞業における景品類の提供の実態等を踏まえ、この告示の施行の日から二年以内に見直しを行うものとする。

附 則（平成十二年公正取引委員会告示第二十九号）

- 1 この告示は、平成十二年九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。

○新聞業における特定の不正な取引方法

(平成十一年七月二十一日)
(公正取引委員会告示第九号)

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、新聞業における特定の不正な取引方法（昭和三十一年公正取引委員会告示第十四号）の全部を次のように改正する。

新聞業における特定の不正な取引方法

1 日刊新聞（以下「新聞」という。）の発行を業とする者（以下「発行業者」という。）が、直接であると間接であるとを問わず、地域又は相手方により、異なる定価を付し、又は定価を割り引いて新聞を販売すること。ただし、学校教育教材用であること、大量一括購読者向けであることその他正当かつ合理的な理由をもってするこれらの行為については、この限りでない。

2 新聞を戸別配達の方法により販売することを業とする者（以下「販売業者」という。）が、直接であると間接であるとを問わず、地域又は相手方により、定価を割り引いて新聞を販売すること。

3 発行業者が、販売業者に対し、正当かつ合理的な理由がないのに、次の各号のいずれかに該当する行為をすることにより、販売業者に不利益を与えること。

一 販売業者が注文した部数を超えて新聞を供給すること（販売業者からの減紙の申出に応じない方法による場合を含む）。

二 販売業者に自己の指示する部数を注文させ、当該部数の新聞を供給すること。

備考

この告示において、「日刊新聞」とは、一定の題号を用い、時事に関する事項を日本語を用いて掲載し、日日発行するものをいう。

附則

この告示は、平成十一年九月一日から施行する。

○「新聞業における特定の不正な取引方法」第四項の「注文部数」の解釈について（回答）

（昭和三十九年六月五日）
（公取取第七五号）

公正取引委員会事務局長から社団法人日本新聞協会新聞公正取引協議委員会委員長宛

「新聞業における特定の不正な取引方法」第四項（現行第三項）の「注文部数」について明確な解釈基準がなかったため、その運用にあたって種々の問題が生じていた。

しかるに今回貴協会において新聞販売店の意向を参しやすくして、その解釈基準を決定し、当委員会に意向を求めてこられたが、当委員会はこれをもつて今後「新聞業における特定の不正な取引方法」第四項（現行第三項）の解釈運用にあたっての参考にするものとする。

特殊指定第四項（現行第三項）の注文部数の解釈（二九・六・五）

一 「注文部数」とは、新聞販売業者が新聞社に注文する部数であつて新聞購読部数（有代）の地区新聞公正取引協議会で定めた予備紙等（有代）を加えたものを

いう。

二 新聞社は、新聞販売業者に対し、その「注文部数」を超えて新聞を供給してはならない。

三 新聞販売業者は、新聞社に対し、「注文部数」を超えて注文しないものとする。

（注）（一）新聞購読部数（有代）とは、戸別配達部数、郵送部数および即売部数をいう。

（二）予備紙等（有代）とは、予備紙のほか月末予約紙、月初おどり紙をいう。

（三）新聞社は、つぎの場合、翌月これを補正する。

（イ）計算書に記載した請求部数の前後に部数異動のあつた場合

（ロ）新聞社と新聞販売業者間の連絡上の手違いのため新聞社が「注文部数」と異なつて新聞を供給した場合

○新聞販売の正常化について（要望）

（昭和五十七年十二月十四日
公取取第八三二一号）

公正取引委員会事務局取引部長から新聞公

正取引協議委員会宛

（原文横書き）

当委員会は、日刊新聞の不当な販売方法については、抜本的な対応策を講じなければ是正できないのではないかとこの観点から、すでに昭和五十六年二月、貴協議委員会に改善案を提示し、貴協議委員会では昭和五十六年三月、一年三か月後の昭和五十七年六月末を期限として、自主的に新聞販売の正常化を行うこととされ、この旨を内外に明らかにしてこられたところである。

当委員会としても現在に至るまでこの正常化の動きを促進するため、所要の措置を講じてきたところであるが、本年七月一日以降、当委員会が七二件に及ぶ警告の措置を採ったことから明らかなように、正常化の期限から六か月に近い期間を経過しても、違反行為は依然として跡を絶たず、これによれば正常化が達成されない状態にあると言わざるを得ない。

いうまでもなく、公正競争規約その他の規程による新聞販売のルールは、日刊新聞は本来紙面の優劣によつて販売を行うものであるとの原則にたつものであるが、販売店、消費者から、拡材、無代紙等による販売が日常化していると指摘されている実情からみると、業界においては上記の原則による販売のルールを遵守するとの考えが欠けているのではないかと思われる。

当職は、本年八月以降も貴協議委員会に対し、正常化のために組織の改正を含む各種の提案を行つてきたが、貴協議委員会は、既往にとらわれず、新聞販売の原則に依拠し、当職の提案を真剣に検討して、不当な販売方法を有効に阻止し、かつ、正常化の実をあげる諸方策を樹立、実施されるよう強く要請するものである。

（メモ）

新聞販売の正常化のために貴協議委員会に提案する事項を列挙すれば下記のとおりであり、これら諸提案について貴協議委員会が、真剣に検討のうえ、その実施期日を含めて速やかに当取引部に回報されることを要望する。

記

1 新聞公正取引協議委員会（以下「新聞公取協」という。）は現在、日本新聞協会の内部組織となつていが、効率的に業務を行うために独立の機関とすること。

- 2 新聞公取協の中央協、地区協、支部協の業務の内容と分担を再検討して各レベルで責任を持つて決定すべき事項を明確にすること。
- 3 下部組織である地区協、支部協の業務について中央協が指揮、監督し、中央協の決定等を遵守しているかどうか結果についての報告を求め、実効を確保すること。
- 4 中央協、地区協、支部協、特に支部協の事務処理体制を強化・充実すること。
- 5 前記2、3の項目の実施が困難な地区協については、独立の協議会とすること。
- 6 地区協のうち管轄地域が広い範囲に亘っているものは、地域の特殊性に適合したものとすること。
- 7 地区協、支部協の運営に当たっては次の事項を行うこと。
 - (1) 規約違反があつた場合は、地区協、支部協で違約金を確実に徴収する等の処理を行い、中央協はこの状況をチェックし、実効を確保する措置をとる。
 - (2) 各会合が、機動的に開催できるように開催手続、議事手続に改訂を加える。
 - (3) 構成メンバーの見直しを行い、新たに販売店主の利益を適正に代表するものをメンバーにする。
- 8 規約に参加することを不当に制限しないようにする

- 9 新聞増減管理センターの機能を明らかにするため当分の間その資料を当委員会に提出すること。
更に、違反を発見した場合、その処理を確実に行い、その結果を当分の間当委員会に報告すること。
- 10 新聞販売の正常化のPRのため、中央協が責任をもつて、正常化に至るまで繰り返し指導実施させるようにし、その結果をチェックすること。
- 11 拡張員については本社登録制または新聞公取協登録制を実施し、本社または新聞公取協の身分証明書を携帯させること。
- 12 ホットラインで話し合われた内容については、新聞公取協に報告し、新聞公取協はその結果をチェックすること。
- 13 中央協は、各地区協、支部協等に対し、完全ノー材、無代紙の撤廃を繰り返し指導し、その完全な実現を行うこと。
- 14 その他

○新聞発行業における不当な景品類の提供について（要望）

（昭和五十八年四月十九日
公取監第二九六号）

公正取引委員会事務局取引部長から日本新

聞協会会長宛

（原文横書き）

当委員会は、貴協会傘下のスポーツ新聞を発行する新聞発行業者が、「○○○プレゼント」等と称して行つた共同企画による景品類の提供について調査したところ、下記の事実が認められた。

かかる行為は、不当景品類及び不当表示防止法第三条の規定に基づく「新聞業における景品類の提供に関する事項の制限」（昭和三十九年公正取引委員会告示第一五号）第一項の規定に違反するおそれが極めて強いものである。

よつて、当委員会は、下記行為を行つた新聞発行業者に対し警告を行い、これを是正するよう指導したが、貴協会におかれても傘下のスポーツ新聞を発行している各社に対し、上記法令に違反することのないよう指導されるよう要望する。

記

スポーツ新聞の購読者を対象とした同新聞紙上に、「新聞休刊日に発行する特別の版に自動車の当たるタイズを掲載する」旨の予告広告を行い、その後予告どおり特別の版にタイズの応募要領を掲載し、これに応募した者を対象に、抽せんにより景品類を提供した。

○新聞販売正常化に関する要望 (要望)

(昭和五十九年九月十八日
公取取第六九九号)

公正取引委員会事務局取引部長から社団法人日本新聞協会宛

(原文横書き)

貴会においては、新聞販売の正常化について鋭意努力されているところですが、当委員会の最近の調査によると、この正常化を達成するためには、下記事項の緊急な実施が必要であると考えられますので、速やかに検討し、実施されるようお願いします。

なお、検討の結果について報告をお願いします。

記

1 支部協事務局の強化充実

(1) 支部協事務局職員の複数化を直ちに達成すること。

(2) 部数調査及び違反調査は支部協事務局が行うことを原則とし、今後とも所要の体制整備を図ること。

(3) 支部協事務局職員の研修を定期的に実施すること。

2 部数調査の効果的な実施

(1) 部数調査を実施していない支部協は、直ちにこれ

を実施すること。特に緊急実施区域については月一回以上実施すること。

(2) 効果的な部数調査を実施するため、

① 販売店に関係帳簿を必ず備え付けさせること。

② 原則として抜き打ち調査により実施する等の措置を講ずること。

3 支部協による違反処理の実施

(1) 関係販売店間や関係発行社間のみによる違反処理は直ちに中止し、支部協においてこれを行うこと。

(2) 支部協事務局は、進んで販売店調査及び購読者調査を実施して、違反の潜在化を防止すること。

4 違約金の徴収

(1) 違反行為がある場合は規則に基づいて違約金を課すとともに、これを確実に徴収すること。

5 職業拡張員による景品類の提供防止対策の強化等

(1) 職業拡張員による景品類の提供防止するため、規約の改正を含め抜本的な対策を講ずること。この対策については、あらかじめ当委員会事務局と協議の上決定すること。

6 規約及び規則(通達を含む。)の改正及び解釈の統一

(1) 改正

例① 支部協事務局長の権限を強化・拡充する規定を設けること。

- a 独自に部数調査、販売店調査、購読者調査を実施して違反行為を積極的に探知できる権限の付与
- b その他事務局長の権限に関する規定の整備
- ② 部数調査に必要な帳簿の備え付け義務に関する規定を設けること。
- ③ 部数調査に必要な帳簿の改ざん等不正行為に対する制裁措置に関する規定を設けること。
- ④ 違反行為に対する違約金の賦課を強化する規定を設けること。
 - a すべての違反行為に対する違約金の賦課及び賦課の強化
 - b 累犯に対する違約金の賦課の強化
- ⑤ 違約金の使途に関する規定を設けること。
- (2) 解釈の統一
 - 例① 違反行為の認定要件の明確化を図ること。
 - ② その他規約及び規則の解釈等についての相談事例集を作成すること。
- 7 違反行為の防止

違反行為を防止するため、定期的に購読者に対するPRの実施及び販売店に対する説示会の実施を図ること。
- 8 友の会等の方式による購読者に対する景品類の提供の規制を検討すること。

○雑誌業における景品類の提供に関する事項の制限

(平成四年二月十二日)
公正取引委員会告示第三号

制定 昭和五十二年 三月 一日公正取引委員会告示第四号
全部変更 平成 四年 二月 二日公正取引委員会告示第三号
変更 平成 八年 二月 一〇日公正取引委員会告示第三十四号

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、雑誌業におけ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四号)の全部を次のように変更する。

雑誌業における景品類の提供に関する事項の制限

- 1 雑誌の発行を業とする者は、一般消費者に対し、次に掲げる範囲を超えて景品類を提供してはならない。
 - 一 懸賞により提供する景品類にあつては、「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)」の範囲
 - 二 懸賞によらないで提供する景品類にあつては、「一般消費者に対する景品類の提供に関する事項の制限」(昭和五十二年公正取引委員会告示第五号)の範囲

三 編集に関連し、かつ、雑誌と一体として利用する

教材その他これに類似する物品であつて、雑誌の発行をする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範囲

- 2 雑誌に募集の内容を掲載して、その雑誌の編集に関連するアンケート、バズル等の回答、将来の予想、学力テスト、感想文、写真等の募集を行い、懸賞により景品類を提供する場合には、前項の規定にかかわらず、当該景品類の価額の最高額は、三万円を超えない額とすることができる。

附 則

- 1 この告示は、平成四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。

附 則（平成八年公正取引委員会告示第三四号）

- 1 この告示は、平成八年十二月十日から施行する。
- 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 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（平成八年公正取引委員会告示第一号）の一部を次のように改正する。

附則第三項中、「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」を削る。

- 4 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（平成八年公正取引委員会告示第二号）の一部を次のように改正する。

附則第三項中、「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」を削る。

- 5 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（平成八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。

附則第三項中、「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」を削る。

○教科書業における特定の不正な取引方法

(昭和三十一年十二月二十日
公正取引委員会告示第五号)

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）第二条第七項の規定により、特定の事業分野における特定の不正な取引方法を次のように指定する。

教科書業における特定の不正な取引方法

一 小学校、中学校、高等学校及びこれらに準ずる学校において使用する教科書（以下「教科書」という。）の発行または販売を業とする者が、直接であると間接であると問わず、教科書を使用するものまたは教科書の選択に関与するもの（以下「使用者または選択関係者」という。）に対し、自己または特定の者の発行する教科書の使用または選択を勧誘する手段として、金銭、物品、きょう応その他これらに類似する経済上の利益を供与し、または供与することを申し出ること。

教科書の発行を業とする者が、直接であると間接であると問わず、教科書の使用者または選択関係者に

対し、教科書以外の書籍雑誌、教材、教具等の販売に関し、金銭、物品、きょう応その他これらに類似する経済上の利益を供与し、または供与することを申し出て、これらのものに、その発行する教科書の使用または選択を勧誘すること。

二 教科書の発行を業とする者が、直接であると間接であると問わず、教科書の販売を業とする者に対し、使用者または選択関係者が自己の発行する教科書を使用し、または選択するよう勧誘させるため、金銭、物品、きょう応その他これらに類似する経済上の利益を供与し、または供与することを申し出ること。

三 教科書の発行を業とする者が、直接であると間接であると問わず、他の教科書の発行を業とする者またはその発行する教科書の中傷し、ひぼうし、その他不正な手段をもつて、他の者の発行する教科書の使用または選択を妨害すること。

○教科書業界における白表紙献本
について（回答）

（昭和四十年十一月二十九日
公取取第三三三、四号）

公正取引委員会事務局長から行政管理庁行政
監察局長宛

当委員会は、従来から報酬等が付されている白表紙献本は、原則として教科書業の特殊指定第一項に該当するという解釈をとってきました。しかるに教科書業界の競争の実情をみると、白表紙献本についても同時に報酬等が付されている場合のほかに報酬が付されていない場合があつて、後者の単に白表紙の献本だけの場合には、これが果して直ちに経済上の利益として特殊指定第一項に該当することになるかについては法解釈上疑問があると思われまふ。（後略）

△不動産▽

○不動産業における一般消費者に
対する景品類の提供に関する事
項の制限

（平成九年四月二十五日
公正取引委員会告示第三十七号）

制定 昭和五八年一〇月二五日公正取引委員会告示第一七号
全部変更 平成 九年 四月二五日公正取引委員会告示第三七号

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）の全部を
次のとおり変更する。

不動産業におけ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

不動産の売買、交換若しくは賃貸又は不動産の売買、
交換若しくは賃貸の代理若しくは媒介を業とする者は、
一般消費者に対し、次に掲げる範囲を超えて景品類を提
供してはならない。

一 懸賞により提供する景品類にあつては、「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）の範囲

二 懸賞によらないで提供する景品類にあつては、景
品類の提供に係る取引の価額の十分の一又は百万円

のいずれか低い金額の範囲

備考

この告示で「不動産」とは、土地及び建物をいう。

附 則

- 1 この告示は、平成九年四月二十五日から施行する。
- 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 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（平成八年公正取引委員会告示第一号）の一部を次のように改正する。
附則第三項中「、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」を削る。
- 4 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（平成八年公正取引委員会告示第二号）の一部を次のように改正する。
附則第三項を削る。

〈その他〉

○医療用医薬品業、医療機器業及び衛生検査所業における景品類の提供に関する事項の制限

（平成九年八月十一日）
公正取引委員会告示第五十四号

制定 昭和五十九年 九月一日公正取引委員会告示第二五号
全部変更 平成 三年一月二一日公正取引委員会告示第一号
全部変更 平成 九年 八月一日公正取引委員会告示第五十四号
変更 平成一〇年 一月一六日公正取引委員会告示第一八号
変更 平成一二年 三月三一日公正取引委員会告示第八号
変更 平成一七年 三月二九日公正取引委員会告示第四号
変更 平成一八年 三月三一日公正取引委員会告示第六号

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、衛生検査所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三十一号）の全部を次のとおり変更する。

医療用医薬品業、医療機器業及び衛生検査所業における景品類の提供に関する事項の制限

医療用医薬品の製造又は販売を業とする者、医療機器の製造又は販売を業とする者及び衛生検査を行うことを業とする者は、医療機関等に対し、医療用医薬品、医療機器又は衛生検査の取引を不当に誘引する手段として、

医療用医薬品若しくは医療機器の使用又は衛生検査の利用のために必要な物品又はサービスその他正常な商慣習に照らして適当と認められる範囲を超えて景品類を提供してはならない。

備考

1 この告示で「医療用医薬品」とは、薬事法（昭和三十五年法律第四百十五号）第二条第一項に規定する医薬品であって、医療機関等において医療のために使用されるものをいう。

2 この告示で「医療機器」とは、薬事法第二条第四項に規定する医療機器であって、医療機関等において医療のために使用されるものをいう。

3 この告示で「衛生検査」とは、人体から排出され、又は採取された検体について臨床検査技師等に関する法律（昭和三十三年法律第七十六号）第二条に規定する検査を行うことをいう。

4 この告示で「医療機関等」とは、医療法（昭和二十三年法律第二百五号）第一条の五に規定する病院及び診療所、介護保険法（平成九年法律第二百二十三号）第七条第二十二項に規定する介護老人保健施設、薬事法第二条第十一項に規定する薬局その他医療を行うもの及び衛生検査を委託するもの（これらの役員、医療担当者その他従業員を含む。）をいう。

附 則

1 この告示は、平成九年十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。

附 則（平成一〇年公正取引委員会告示第一八号）

1 この告示は、平成十一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。

附 則（平成一二年公正取引委員会告示第八号）

この告示は、平成十二年四月一日から施行する。

附 則（平成一七年公正取引委員会告示第四号）

この告示は、平成十七年四月一日から施行する。

附 則（平成一八年公正取引委員会告示第六号）

この告示は、平成十八年四月一日から施行する。

主要排除命令

安藤電気工業株式会社に対する件 昭四六(排)第二号 昭四六、一、一四	「ドカンと一発ボーナス差し上げます」と称し、スピードくじにより白黒テレビ等を、抽せんにより香港旅行招待を、カラーテレビ購入者全員に扇風機を提供	懸賞制限告示第一項 カラーテレビ業景品制限告示第一項
有限会社中川電気商会ほか三十九名に対する件 昭四八(排)第二七号 昭四八、九、二六	共同して、「東芝会創立二十周年記念特別大創業祭」と称し、抽せんによりカラーテレビその他の景品類を提供、カラーテレビ、ルームクーラー購入者全員に灰皿、温度計を提供	懸賞制限告示第一項 カラーテレビ業景品制限告示第一項

本庄食品株式会社に対する件 昭五〇(排)第一号 昭五〇、二、二六	即席めん類の販売に關し、「自家ブランド発売三周年記念」と称し、卸売業者を台湾旅行に招待	即席めん類業景品制限告示第二項
株式会社共同通信社に対する件 昭五三(排)第四号 昭五三、四、六	購読者を対象に、雑誌「F M f a n」に募集の内容を掲載し、とじ込みの応募用紙に、編集に關連するアンケートの回答等を記入させて応募させ、抽せんにより、オープンリール式テーブデッキ等の景品類を提供	雑誌業景品制限告示第二項
北見シグナス商事株式会社に対する件 昭五三(排)第八	一般消費者を対象に、システムコンポーションステレオの購入者に一三型カラーテレビ	一般消費者制限告示第一項 カラーテ

業種別景品制限告示の主要排除命令

号 昭五三、四、二 一	を、一六型以上のカラーテレビの購入者に清酒一級一・ハリットル等を提供、また、前記景品類の提供と同時に、北見二条商店街等所在の小売業者と共同して、商品の購入三、〇〇〇円ごとに抽せん券一枚を与え、抽せんにより、現金一〇万円ほかの景品類を提供	第三条 新聞業景品制限告 示第一項
中日新聞鳴海専売所こと福井薫勝に対する件 昭六一（排）第一号 昭六一、三、三	新聞を購読するものに 対し、景品類（無代紙） を提供	第三条 新聞業景品制限告 示
朝日新聞大野城販売有限会社に対する件	新聞の購読者に対し、 オープン電子レンジ、 留守番機能付電話、食	第三条 新聞業景品制限告

[illegible]

号	朝日新聞熊本販売株式会社に対する件 同第二号 読売新聞サービスセンター北熊本こと前田誠司に対する件 同第三号 西日本新聞エリアセンター子銅・清水こと三重野喬に対する件 同第四号 平一〇、一、三〇		
朝日新聞サービスアンカー湯浅こと佐藤均に対する件	新聞の購読者に対し、新聞業景品制限告示による制限額を大幅に超える価額の商品券等を	第三条 新聞業景品制限告示	

平一二(排)第二号	提供	
産経新聞湯浅専売所こと新家雅文に対する件 同第三号 毎日新聞湯浅販売所こと平田博己に対する件 同第四号 読売新聞IC湯浅こと池邊正晴に対する件 同第五号 平一二、三、一五		