

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

第一条 第二条の規定により景品類及び表示を指定する件

○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)
改正 平成一〇年一二月二五日公正取引委員会告示第一〇号
平成二一年八月二八日公正取引委員会告示第一三号

改正

不当景品類及び不当表示防止法（昭和三十七年法律第一百三十四号）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隨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、説明書面その他の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。）

附 則（平成一〇年公正取引委員会告示第一〇号）

この告示は、平成十一年二月一日から施行する。

附 則（平成二年公正取引委員会規則第一三号）

この告示は、消費者庁及び消費者委員会設置法（平成二十一年法律第四十八号）の施行の日（平成二十一年九月一日）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

(昭和五十一年四月一日)
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
平成八年二月一六日事務局長通達第二号
平成一八年四月二七日事務総長通達第三号

公正取引委員会の決定に基づき、景品類等の指定の旨

示（昭和三十七年公正取引委員会告示第三号）の適用を準を次のとおり定めたので、これによられたい。

「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、客観的に顧客説得のための手段になつてい
るかどうかによつて判断する。したがつて、例えば、

新しい機器等のため、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

の金品の提供であつても、「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。

「事業者」について

(1) 営利を目的としない協同組合、共済組合等であつても、商品又は役務を供給する事業については、事

立学校法人、宗教法人等であつても、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扱に付隨して不当な景品の提供を企画、実

施させた場合には、その景品類提供を行つた構成事

業者団体に対し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

(1) 「自己の供給する商品又は役務の取引」について、「自己の供給する商品又は役務の取引」には、自

一〇五

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つた場合は、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）の需要者に明らかな場合（例えば、コーラ飲料の原液の供給者が、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 「取引に附隨して」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、「取引に附隨」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、「取引に附隨」する提供に当たる（取引に附隨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ぬ場合、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つても、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。）

工 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抛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、「取引に附隨」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、「取引に附隨」する提供に当たらない（例 宝くじの当せん金、パンコの景品、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つても、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、「取引に附隨」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、「取引に附隨」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 玩具、パック旅行）

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隨するものと認められない場合は、応募者の中になままで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つても、その者に対する提供は、「取引に附隨」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る人に対する謝礼は、「取引に附隨」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、そのための手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

物品等であつても、提供を受ける者の側からみて、通常、経済的対価を支払つ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、経済的対価を支払つ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譽を表すもの）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考する。

(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、取引の相手方に對し、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、取引の相手方に對し、支払った代金について割り戻しをすること（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」、「商品シール〇枚たため送付すれば〇円キヤッショバック」)。

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)「C D三枚買つたらもう

一枚進呈」、「背広一着買つたらスペアズボン無料」、「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」、「ハンバーガーを買つ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あつても、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)又は同一の企画において景品類の提供と併せて行

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。

8 (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考する。

「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考酌する。
- (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、以後これによられたい。

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7百7十三号事務局長通達）」は廃止する。

1 景品類の価額の算定基準

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。

海外旅行への招待又は優待を景品類として提供する

ある商品の購入者に対する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廉売について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廉売について

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附加して提供する場合の不当な表示及び不当廉売について（通知）

（昭和六十三年十月一日）
公正取引委員会事務局取引部長
公取指第八十三号

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對し、同じ対価で、それと同一の商品を附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廉売に該当するので、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附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。

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商品を付加して提供する場合の不当な表示及び不当廉売について

一一一

(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ので、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。

(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ので、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一、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で、正当な理由がない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、その他不適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廉売となる。

○オンラインゲームの「コンプガチャ」と景品表示法の景品規制について

(平成二十四年五月十八日)
消費者庁

一部改定
平成二八年四月一日消費者庁

(原文横書き)

1

はじめに

以下では、「ガチャ」や「コンプガチャ」といった用語を用いながら解説を進めていきますが、これらの用語は、理解しやすいよう、携帯電話ネットワークやインターネット上で提供されるゲーム（以下「オンラインゲーム」といいます。）の中で一般的に使われている用語を代表例として用いているものです。したがって、以下で解説する仕組みと同様の仕組みで、「ガチャ」や「コンプガチャ」とは別の用語を用いるものについても、下記4に記載された考え方は同様に当てはまりますので、御注意ください。

2 「ガチャ」とは？

ここでいう「ガチャ」とは、オンラインゲームの中で、オンラインゲームのプレイヤー（以下「消費者」といいます）に対してゲーム中で用いるキャラクター

やアイテム（以下「アイテム等」といいます。）を供給する仕組みのことです。駄菓子屋の店頭などに設置されることが多い「ガチャガチャ」とあるとか「ガチャポン」などと呼ばれる自動販売機（以下「ガチャガチャ」といいます。）になぞらえて「ガチャ」と呼ばれることがあります。

「ガチャガチャ」では、消費者が「ガチャガチャ」に硬貨を投入した後にダイヤルを回転させると、「ガチャガチャ」にあらかじめ蓄えられたカプセル入りの玩具などが一つ提供される、という販売形態をとることが一般的です。そのとき、「ガチャガチャ」に蓄えられた多くのカプセル入り玩具のうちどの玩具が消費者に供給されるかは偶然に支配されており、消費者がどの玩具を購入するかを自由に選択することはできません。

「ガチャ」も、「ガチャガチャ」と同じような仕組みによって、オンラインゲーム上で用いるアイテム等を消費者に供給します。つまり、消費者は、「ガチャ」を通じて入手するアイテム等を自由に選択することはできず、どのアイテム等を入手できるかは、消費者からみれば、偶然に支配されています。

なお、「ガチャ」は、無料で行うものと、有料で行うものがあります（以下後者を「有料のガチャ」といいます。）。

3

「コンプガチャ」とは?

「コンプガチャ」は、「完成させる」とか「完了する」といった意味を持つ「コンプリート（complete）」という英単語と「ガチャ」の語を組み合わせた造語です。

「コンプガチャ」は、一般的には「ガチャ」によって、例えば、特定の数種類のアイテム等を全部揃える（「コンプリート」する、又は「コンプ」する）と、オンラインゲーム上で使用することができる別のアイテム等を新たに入手できるという仕組みです。この別のアイテム等は、その希少性から、「レアアイテム」などと呼ばれたりします。

上記2のとおり、「ガチャ」でどのアイテム等を入手できるかは偶然に支配されていますから、特定の数種類のアイテム等を全部揃えるためには、「ガチャ」を何度も行わなければならないことが一般的です。

4 景品表示法上の問題点

(1) 景品規制の概要について

ア 景品表示法上の「景品類」の定義について（注1）
 景品表示法上の「景品類」については、同法第二条第三項において、次のように定義されています。

第一条

3

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。）に付隨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、内閣総理大臣が指定するものをいう。

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二条の規定により景品類及び表示を指定する件」（昭和三七年公正取引委員会告示第三号。以下「景品類指定告示」といいます。）（注2）第一項において、次のように「景品類」に当たるものを指定しています。

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。

(略) (注3)

- 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

イ

懸賞による景品類の提供に関する制限について
景品表示法第四条は、次のように規定しています。

第四条 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。

内閣総理大臣は、この規定に基づき、「懸賞による景品類の提供に関する事項の制限」（昭和五十二年公正取引委員会告示第三号。以下「懸賞景品制限告示」といいます。）（注4）を定めています。

「懸賞」とは、抽選やじゃんけんなどの偶然性、作品などの優劣、クイズなどへの回答の正誤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ます（懸賞景品制限告示第一項）。懸賞による景品類の提供は、原則として、景品類の最高額や総額によつて制限されていますが、例外として、二二以上の種類の文字、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、景品類の最高額や総額にかかわらず、提供自体が禁止されています（懸賞景品制限告示第五項）。この方法は「カード合わせ」と呼ばれます（「組合わせ」、「字合わせ」と呼べることもあります）。

このような方法による景品類の提供が全面禁止されているのは、その方法自体に欺瞞性が強く、また、子ども向けの商品に用いられることが多く、子どもの射幸心をあおる度合いが著しく強いためです。

(2) 「コンプガチャ」に関する景品表示法上の考え方
ア 景品表示法上の考え方

「コンプガチャ」は、異なる種類の符票の特定の組合せを提示させる方法に該当し、懸賞品制限告示第五項で禁止される景品類の提供行為に当たる場合があります。

イ 解説

(ア) 有料のガチャ自体への景品規制の適用について

一般消費者は、事業者への金銭の支払いと引き換えに有料のガチャを行い、アイテム等何らかの経済上の利益の提供を受けています。つまり、有料のガチャによって一般消費者が得ている経済上の利益は、一般消費者と事業者間の取引の対象そのものであるといえます。言い換えれば、有料のガチャによる経済上の利益は、事業者が有料のガチャとは別の取引を誘引するため、当該取引に付随させて、一般消費者に提供しているものではありません（景品類指定告示第一項。前記4(1)ア参照）。

したがつて、有料のガチャによつて一般消費

者が何らかの経済上の利益の提供を受けたとしても、それは景品表示法上の景品類には該当せず、景品表示法の景品規制は及びません。

(イ) 「コンプガチャ」で提供されるアイテム等の景品類該当性について

有料のガチャを通じてアイテム等を提供しているオンラインゲームの場合、「コンプガチャ」によって提供されるアイテム等は、有料のガチャで得られた異なる種類の複数のアイテム等を購入することを条件にして提供されるものであり、これは有料のガチャによつてアイテム等を購入することを条件として当該アイテム等とは別のアイテム等を提供するものですから、「コンプガチャ」で提供されるアイテム等は、有料のガチャという取引に顧客を誘引するための手段として、当該取引に付随して提供されるものに当たります。

つぎに、「コンプガチャ」で提供されるアイテム等は、オンラインゲーム上で敵と戦うキャラクターであつたり、プレーヤーの分身となるキャラクター（いわゆる「アバター」と呼ばれるものです）が仮想空間上で住む部屋を飾るためのアイテムであつたりと、様々ですが、いず

れにしても、それによつて消費者が、オンラインゲーム上で敵と戦うとか仮想空間上の部屋を飾るといった何らかの便益等の提供を受けることができるものであることから、「便益、労務その他の役務」（前記4(1)ア参照）に当たります。

また、「コンプガチャ」で提供されるアイテム等は、その獲得に相当の費用をかけるといった消費者の実態からみて、提供を受ける者の側から見て、金銭を支払ってでも手に入れるだけの意味があるものとなつていると認められるので、「通常、経済的対価を支払つて取得すると認められるもの」として、「経済上の利益」（前記4(1)ア参照）に当たります（注5）。

以上をまとめると、消費者が行う有料のガチャは、オンラインゲームを提供する事業者と消費者との、オンラインゲーム上のアイテム等に関する取引と認められるところ、有料のガチャを通じて特定の数種類のアイテム等を全部揃えることができた消費者に提供されるアイテム等は、有料のガチャという取引に消費者を誘引するための手段として、当該取引に付随して提供される経済上の利益であつて、「便益、労務その他の役務」に当たるもの、すなわち、景品表示

法第一条第三項の「景品類」に該当します。

(ウ) 「コンプガチャ」によるアイテム等提供行為の懸賞景品制限告示第五項該当性について
数種類のアイテム等は、互いに種類が異なるものですから、端末の画面上に表されるそれぞれのアイテム等を示す図柄はそのアイテム等を他の種類のアイテム等と区別する印であり、こうした端末の画面上に表されるアイテム等を示す図柄も、懸賞景品制限告示第五項にいう「符票」に該当します（注6）。

したがつて、上記のような形で、オンラインゲームの中で有料のガチャを通じて特定の数種類のアイテム等を全部揃えることができた消費者に対して別のアイテム等を提供することは、懸賞景品制限告示第五項にいう「……二以上の文字、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」に該当し、同項の規定によつて禁止されます。

(注1) 「景品類に関するQ&A」 Q-1 参照。

<http://www.caa.go.jp/representation/keihyo/Qa/keihinqa.html#Q1>

(注2) http://www.caa.go.jp/representation/pdf/100121premiums_6.pdf

(注3) たゞ一、正常な商慣習に照へしと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へしと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、令状などあるべき事項。

(注4) http://www.caa.go.jp/representation/pdf/100121premiums_8.pdf

(注5) 景品類等の指定の指示の運用基準について
(昭和五二年公正取引委員会事務局長通達第七号) ⑮(一)
http://www.caa.go.jp/representation/pdf/100121premiums_20.pdf

(注6) 懸賞景品制限告示第五項じふ「符票」は、昭和三七年の同告示制定当初から、紙片に限ひなことわればやめたものだ。懸賞景品制限告示第五項が「二以上の種類の文字、絵、符号等を表示した符票」であるから、「符票」とは、文字、絵、符号等によつてあるものを他のものと区別する何かの印を指すものといえます。