

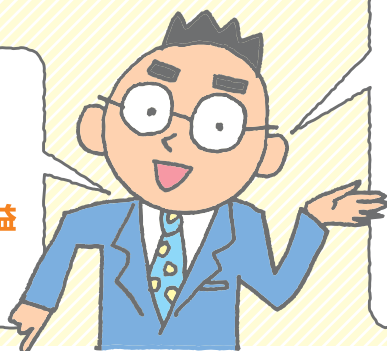
# 景品類の制限及び禁止

景品表示法では、過大な景品類の提供を禁止しています。

景品類とは、

- 目的 ▶ 顧客を誘引する手段として
- 提供方法 ▶ 取引に付随して提供する
- 内容 ▶ 物品や金銭など、**経済上の利益**を指します。

※値引き、アフターサービス等は除きます。



## 経済上の利益

物品及び土地、建物その他の工作物

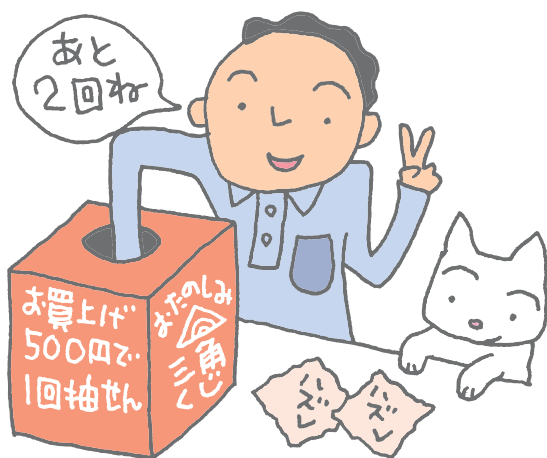
金銭、金券、預金証書、当せん金附証券及び公社債、株券、商品券その他の有価証券

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。)

便益、労務その他の役務

## 一般懸賞

商品・サービスの利用者に対し、くじ等の偶然性、特定行為の優劣等によって景品類を提供することです。



例えば・・・

- 一部の商品にのみ景品類を添付していて、外観上それが判断できない場合
- パズル、クイズ等の回答の正誤により提供
- 競技、遊技等の優劣により提供 など

## 共同懸賞

商品・サービスの利用者に対し、一定の地域や業界の事業者が共同して景品類を提供することです。



例えば・・・

- 中元・歳末セール等の時期に、商店街 (これに準ずるショッピングビル等を含む。)が実施
- 「電気まつり」等、一定の地域(市町村等)の同業者の相当多数が共同で実施
- 一定の地域(市町村等)の小売業者又はサービス業者の相当多数が共同で実施 など

懸賞による取引価額	一般懸賞における景品類の限度額	
	最高額	総額
5,000円未満	取引価額の20倍	懸賞に係る売上予定総額の2%
5,000円以上	10万円	

共同懸賞における景品類の限度額	
最高額	総額
取引価額にかかわらず30万円	懸賞に係る売上予定総額の3%

※ 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や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」に含まれます。

他方、経済的対価を支払って取得すると認められないもの（例：表彰状などのように相手方の名誉を表すもの）は、「経済上の利益」に含まれません。

消費者が景品に惑わされて質の良くないものや割高なものを買わされてしまうことは、消費者にとって不利益になるものです。また、景品による競争がエスカレートすると、事業者は商品・サービスの内容での競争に力を入れなくなり、これがまた消費者の不利益につながっていくという悪循環を生むおそれがあります。

景品表示法では、景品類の最高額、総額等を規制することで、一般消費者の利益を保護するとともに、合理的な商品選択を妨げないようにしています。

## 総付景品

懸賞によらず、商品・サービスを利用したり、来店したりした人にもれなく景品類を提供することです。



例えば・・・

- 商品・サービスの購入者全員に提供
- 来店者全員に提供
- 申込み又は入店の先着順に提供 など

次のようなものについては、景品規制は適用されません。

- 商品の販売・使用及びサービスの提供に必要な物品
- 見本及び宣伝用の物品
- 自店・自他共通で使用できる割引券、開店披露や創業記念などで提供される記念品

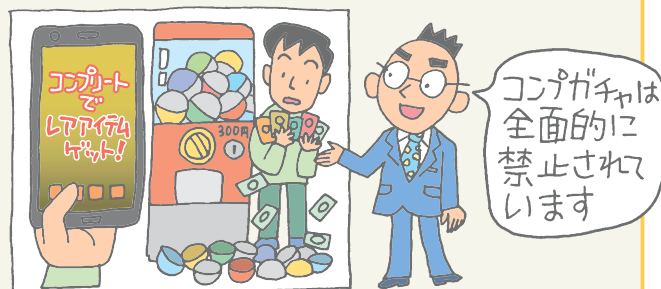
総付景品の限度額	
取引価額	景品類の最高額
1,000円未満	200円
1,000円以上	取引価額の10分の2

## Q コンパガチャは景品表示法上どのように扱われるの？

**A** 一般懸賞や共同懸賞の方法で提供できる景品類の最高額や総額を定めた「懸賞による景品類の提供に関する事項の制限」(昭和52年3月1日公正取引委員会告示第3号)では、「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」(いわゆる「カード合わせ」の方法)を用いた懸賞による景品類の提供を全面的に禁止しています。

これは、その方法自体に欺瞞性が強く、また、射幸心をあおる度合いが著しく強いためです。

携帯電話端末やパソコン端末などを通じてインターネット上で提供されるゲーム(オンラインゲーム)において、ゲームの利用者に対し、有料ガチャ(ここでいう「ガチャ」とは、オンラインゲームの中で、偶然性を利用して、ゲームの利用者に対してアイテム等を供給する仕組みのことを指します。)によって絵柄の付いたアイテム等を販売し、異なる絵柄の特定の組合せを揃えた利用者に対し、特別なアイテム等を提供するもの(いわゆる「コンパガチャ」と呼ばれるもの)は、上記の「カード合わせの方法」に該当し、全面的に禁止されています。



# 事業者が講ずべき景品類の提供及び表示の管理上

## 事業者が講ずべき景品類の提供及び表示の管理上の措置の概要

いわゆる食品表示等問題を受けて、平成26年6月に景品表示法が改正され、同年12月から、事業者は景品類の提供又は表示に関する事項を適正に管理するために必要な体制の整備その他の必要な措置を講じなければならないこととされました。

不当表示等を未然に防止するため、事業者は、その規模や業態、取り扱う商品又はサービスの内容等に応じ、必要かつ適切な範囲で、次ページに示す7つの事項に沿うような具体的な措置を講ずる必要があります。

なお、従来から景品表示法や景品表示法に基づく公正競争規約(19~20ページ)を遵守するために必要な措置を講じている事業者にとっては、新たに、特段の措置を講じることが求められるものではありません。

## 消費者庁による指導・助言・勧告

消費者庁は、事業者が講ずべき措置に関して、その適切かつ有効な実施を図るため必要があると認めるときは、当該事業者に対し、その措置について必要な指導及び助言をすることができます。

また、事業者が正当な理由がなくて講ずべき措置を講じていないと認めるときは、消費者庁は、当該事業者に対し、景品類の提供又は表示の管理上必要な措置を講ずべき旨の勧告をすることができます。さらに、当該事業者が勧告に従わない場合には、その旨を公表することができます。

なお、この場合の「正当な理由」とは、専ら一般消費者の利益の保護の見地から判断され、単に一般消費者の利益の保護とは直接関係しない事業経営上又は取引上の観点だけからみて合理性又は必要性があるに過ぎない場合などは、正当な理由があるとはいえません。

正当な理由がある場合とは、  
例えば、事業者が表示等の  
管理上の措置として表示等の  
根拠となる資料等を保管して  
いたが、災害等の不可抗力  
によってそれらが失われた場合  
などです。



# の措置 1

事業者が、景品表示法に違反することがないように、景品類の提供及び表示に関する事項を適正に管理するために講ずべき措置

「事業者が講ずべき景品類の提供及び表示の管理上の指針」(以下「指針」といいます。)では具体的な事例も例示されていますが、指針で例示されているもの以外にも不当表示等を防止する措置は存在しますので、事業者がそれぞれの業務内容や社内体制に応じて、必要と考える独自の措置を講じることも重要です。

詳しくは、消費者庁ウェブサイトに掲載されている「事業者が講ずべき景品類の提供及び表示の管理上の措置についての指針」(平成26年11月14日内閣府告示第276号)をご覧ください。  
[http://www.caa.go.jp/representation/pdf/141210premiums\\_3.pdf](http://www.caa.go.jp/representation/pdf/141210premiums_3.pdf)



① 景品表示法の考え方の周知・啓発

② 法令遵守の方針等の明確化

③ 表示等に関する情報の確認

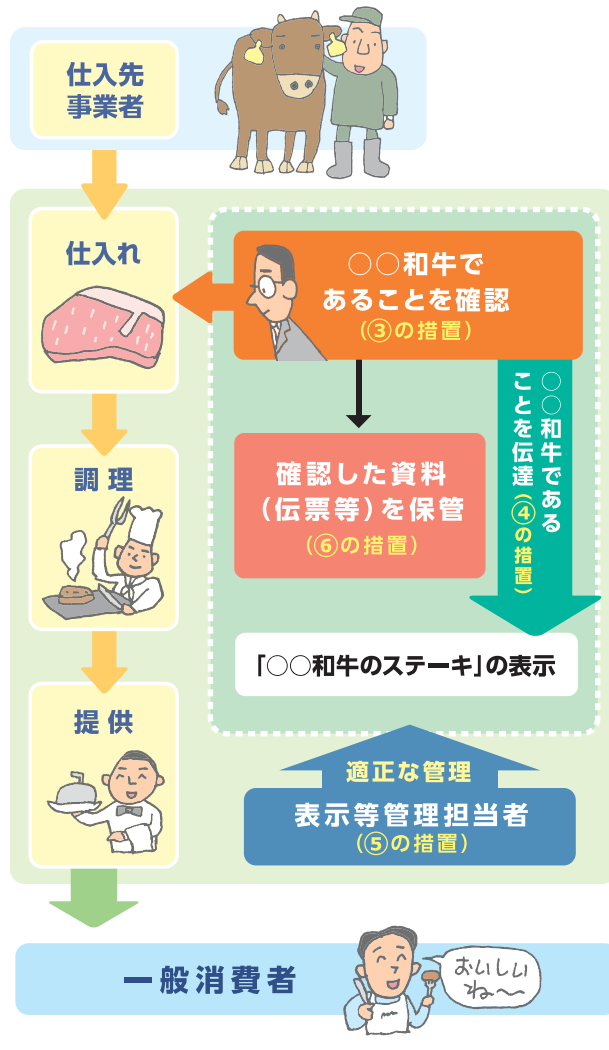
④ 表示等に関する情報の共有

⑤ 表示等を管理するための担当者等(表示等管理担当者)を定めること

⑥ 表示等の根拠となる情報を事後的に確認するために必要な措置を採ること

⑦ 不当な表示等が明らかになった場合における迅速かつ適切な対応

## 「〇〇和牛のステーキ」と表示するレストランの場合



# 事業者が講ずべき景品類の提供及び表示の管理上

## 指針の概要

消費者庁では、事業者が講ずべき景品類の提供及び表示の管理上の措置に関して、その適切かつ有効な実施を図るために指針を定めています。

指針では、事業者が講ずべき措置の事項の基本的な考え方のほか、7つの事項に沿った具体的な事例などを示しています。

事業者の皆さんは、  
「正しい情報を分かりやすく  
消費者に届けること」を  
心掛けて、景品類の提供や  
表示の内容について  
常にチェックするように  
しましょう。



## 1

## 景品表示法の考え方の周知・啓発

景品表示法の考え方について、表示等に関係している役員や従業員にその職務に応じた周知・啓発を行う。

## 商品知識と景品表示法



### 具体例

- 関係従業員等が景品表示法に関する都道府県、事業者団体、消費者団体等が主催する社外講習会等に参加すること。
- 景品表示法に関する勉強会を定期的に開催すること。

## 2

## 法令遵守の方針等の明確化

景品表示法を含む法令遵守の方針や法令遵守のためにとるべき手順等を明確化する。



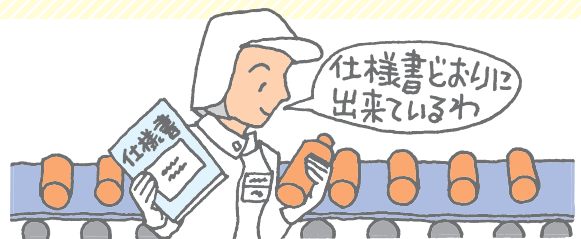
### 具体例

- 法令遵守の方針等を社内規程、行動規範等として定めること。
- 社内規程において、不当表示等が発生した場合に係る連絡体制、具体的な回収等の方法、関係行政機関への報告の手順等を規定すること。

## 3

## 表示等に関する情報の確認

景品類の提供を行う場合には、違法とならない景品類の価額の最高額等を、商品又はサービスの長所や要点を一般消費者に訴求するためにその内容等について積極的に表示を行う場合には、当該表示の根拠となる情報を確認する。



### 具体例

- 生産・製造・加工が仕様書・企画書と整合しているかどうか確認すること。
- 企画・設計・調達・生産・製造・加工の各段階における確認事項を集約し、表示の根拠を確認して、最終的な表示を検証すること。

## の措置 2

事業者が、景品表示法に違反することがないように、景品類の提供及び表示に関する事項を適正に管理するために講ずべき措置

### 4 表示等に関する情報の共有

3で確認した情報を、当該表示等に関する各組織部門が必要に応じて共有し確認できるようにする。



#### 具体例

- 表示等に影響を与え得る商品又はサービスの内容の変更を行う場合、担当部門が速やかに表示等担当部門に当該情報を伝達すること。
- 社内イントラネットや共有電子ファイル等を利用して、関係従業員等が表示等の根拠となる情報を閲覧できるようにしておくこと。

### 5 表示等を管理するための担当者等(表示等管理担当者)を定めること

表示等に関する事項を適正に管理するため、表示等を管理する担当者又は担当部門をあらかじめ定める。



#### 具体例

- 代表者自身が表示等を管理している場合に、その代表者を表示等管理担当者として定め、代表者が表示等の内容を確認すること。
- 商品カテゴリごとに異なる部門が表示等を策定している場合、各部門の長を表示等管理担当者として定め、部門長が表示等の内容を確認すること。

### 6 表示等の根拠となる情報を事後的に確認するために必要な措置を採ること

3で確認した表示等に関する情報を、表示等の対象となる商品又はサービスが一般消費者に供給され得ると合理的に考えられる期間、事後的に確認するために、例えば、資料の保管等必要な措置を採る。

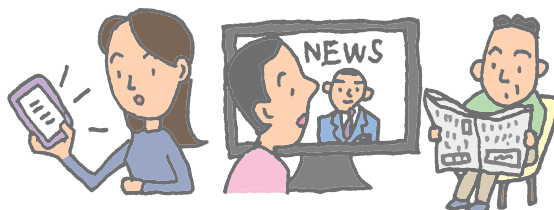


#### 具体例

- 表示等の根拠となる情報を記録し、保存しておくこと。
- 製造業者等に問い合わせれば足りる事項について、製造業者等に問合せができる体制を構築しておくこと。

### 7 不当な表示等が明らかになった場合における迅速かつ適切な対応

特定の商品又はサービスに景品表示法違反又はそのおそれがある事案が発生した場合、事実関係の迅速かつ正確な確認、迅速かつ適正な一般消費者の誤認排除、再発防止に向けた措置を行う。

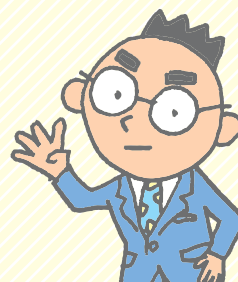


#### 具体例

- 一般消費者に対する誤認を取り除くために必要がある場合には、速やかに一般消費者に対する周知(例えば、新聞、自社ウェブサイト、店頭での貼り紙)及び回収を行うこと。
- 関係従業員等に対して必要な教育・研修等を改めて行うこと。

# 「公正競争規約」とは？

公正競争規約は、景品表示法の規定により、事業者又は事業者団体が、消費者庁長官及び公正取引委員会の認定を受けて、表示又は景品類に関する事項について自主的に設定する業界のルールです。



## 消費者庁長官及び公正取引委員会が公正競争規約を認定するための景品表示法上の4つの要件

- 1 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及び事業者間の公正な競争を確保するために適切なものであること。
- 2 一般消費者及び関連事業者の利益を不当に害するおそれがないこと。
- 3 不当に差別的でないこと。
- 4 公正競争規約に参加し、又は公正競争規約から脱退することを不当に制限しないこと。

景品表示法は、不当な表示と過大な景品類の提供を禁止しています。しかしながら、景品表示法は全ての事業分野に適用される法規制であるため、その規定は一般的・抽象的なものにならざるを得ません。

一方、公正競争規約は、事業者又は事業者団体が自らの業界についてルールを設けることができることから、その業界の商品特性や取引の実態に即して、景品表示法だけでなく、他の関係法令による事項も広く取り入れて、的確に、より具体的に、きめ細かく規定することができます。

事業者が公正競争規約を遵守することで、表示等の自主的な改善が促されるほか、コンプライアンスがより一層図られます。したがっ

て、公正競争規約には、一般消費者が適正な商品選択を行うことができるようになるという側面だけでなく、業界全体に対する信頼の向上や公正な競争の確保にもつながるという側面もあり、一般消費者と事業者双方にとって有益なものであるといえます。

また、公正競争規約は、消費者庁長官及び公正取引委員会によって認定されたものであるため、通常はこれを遵守していれば景品表示法に違反することはありません。

なお、公正競争規約の運用は、業界に精通した運用機関（公正取引協議会等）によって行われ、その業界の商品特性や取引の実態に即した的確かつ効果的な規制が行われることが期待されています。

## 設定されている公正競争規約

業種	景品	表示	計
乳製品等	1	6	7
飲料	1	7	8
食卓食品	3	12	15
調味料	3	5	8
菓子類等	3	7	10
酒類	7	7	14
家電・家庭用品等	2	10	12
化粧品等	3	5	8
出版・サービス	5	2	7
自動車等	3	4	7
不動産	1	1	2
医療	4	0	4
金融	1	1	2
計	37	67	104

平成28年3月31日現在

公正競争規約には、表示規約と景品規約があり、業界の特徴を反映して設定されています。

特に、表示規約は多様な事項を定めており、規約の対象となる「商品」や「サービス」、「事業者」、「表示」等の定義のほか、必要表示事項（商品パッケージやチラシ等に必ず記載する事項）や特定事項の表示基準（商品名に冠したり、原材料について強調するため、その商品・サービスや業界に特有な用語等を用いる場合の基準）等について定めています。

例えば、食品に関する表示規約では、必要表示事項として、商品の名称、原材料名、内容量、賞味期限、保存方法、原産国名、製造業者名等を容器・包装に表示することが定められています。

また、特定事項の表示基準の一例として、牛乳の表示規約では、成分の特徴を表す「特濃」、「濃厚」の用語を用いる場合の基準を定めているほか、不動産の表示規約では、駅からの距離を徒歩〇分と記載する場合の基準を定めています。

## 公正マーク・会員証は、安心ショッピングの目じるしです

### 商品に表示される「公正マーク」の例



飲用牛乳



ハム・ソーセージ類



ローヤルゼリー



鶏卵



食用塩



防虫剤



辛子めんたいこ食品



ドレッシング類

### 店頭に表示される「会員証」の例



食肉



スポーツ用品



仏壇



眼鏡



指定自動車教習所



不動産



自動車



# 違反行為に対しては、措置命令と課徴金納付命令

## 事件処理手続の概要

景品表示法に違反する行為が行われている疑いがある場合、消費者庁は、関連資料の収集、事業者への事情聴取などの調査を実施します。消費者庁は、調査の結果、違反行為が認められると、事業者に弁明の機会を付与した上で、違反行為の差止めなど必要に応じた「措置命令」を行います。

### 措置命令の内容 (例)

- 違反したことを一般消費者に周知徹底すること
- 再発防止策を講ずること
- その違反行為を将来繰り返さないこと

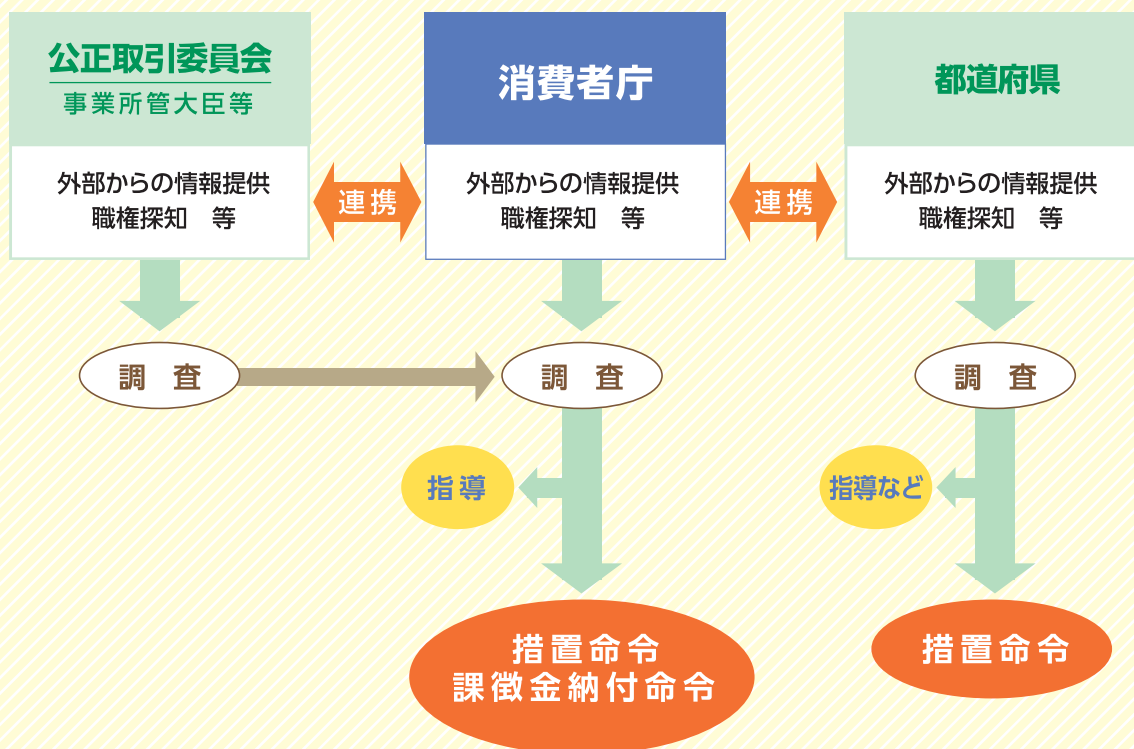
また、消費者庁は、違反行為の中でも、課徴金対象行為（右ページをご参照ください。）をした事業者に対しては、事業者に弁明の機会を付与した上で、金銭的な不利益を課す「課徴金納付命令」を行います。

課徴金納付命令の意義や基本的な要件についての考え方についての詳しい説明は、消費者庁ウェブサイトに掲載されている「不当景品類及び不当表示防止法第8条（課徴金納付命令の基本的要件）に関する考え方」（平成28年1月29日消費者庁）をご覧ください。

[http://www.caa.go.jp/representation/pdf/160208premiums\\_3.pdf](http://www.caa.go.jp/representation/pdf/160208premiums_3.pdf)

## 景品表示法違反の事件処理手続

※「課徴金納付命令」までの処理手続については右ページをご覧ください。



# が行われます。

## 課徴金制度の概要

### 課徴金対象行為

課徴金対象行為は、商品・サービスの取引について、優良誤認表示又は有利誤認表示をする行為です。

なお、課徴金納付命令との関係でも、不実証広告規制(7~8ページ)が導入されています。措置命令に関する不実証広告規制は、優良誤認表示であると「みなす」というものですが、課徴金納付命令に関する不実証広告規制は「推定する」というものであり、その点で異なります。ただし、課徴金納付命令に関する不実証広告規制における「合理的な根拠」の判断基準等は、措置命令に関するものと同様です。

### 課徴金額の算定方法

課徴金対象行為に係る商品・サービスの「売上額」に3%を乗じた金額が課徴金額となります。

### 課徴金の納付を命じられない場合

事業者が課徴金対象行為をした場合であっても、その事業者が表示の根拠となる情報を確認するなど、正常な商慣習に照らし必要とされる注意をしていたため「相当の注意を怠った者でない」と認められるときや、課徴金額が150万円未満(事業者が課徴金対象行為をした商品・サービスの「売上額」が5000万円未満)であるときは、事業者は課徴金の納付を命じられません。

### 課徴金対象行為に該当する事実の報告による課徴金額の減額

課徴金対象行為に該当する事実を自主的に消費者庁長官に報告した事業者について、所定の要件を満たす場合には、課徴金額の2分の1が減額されます。

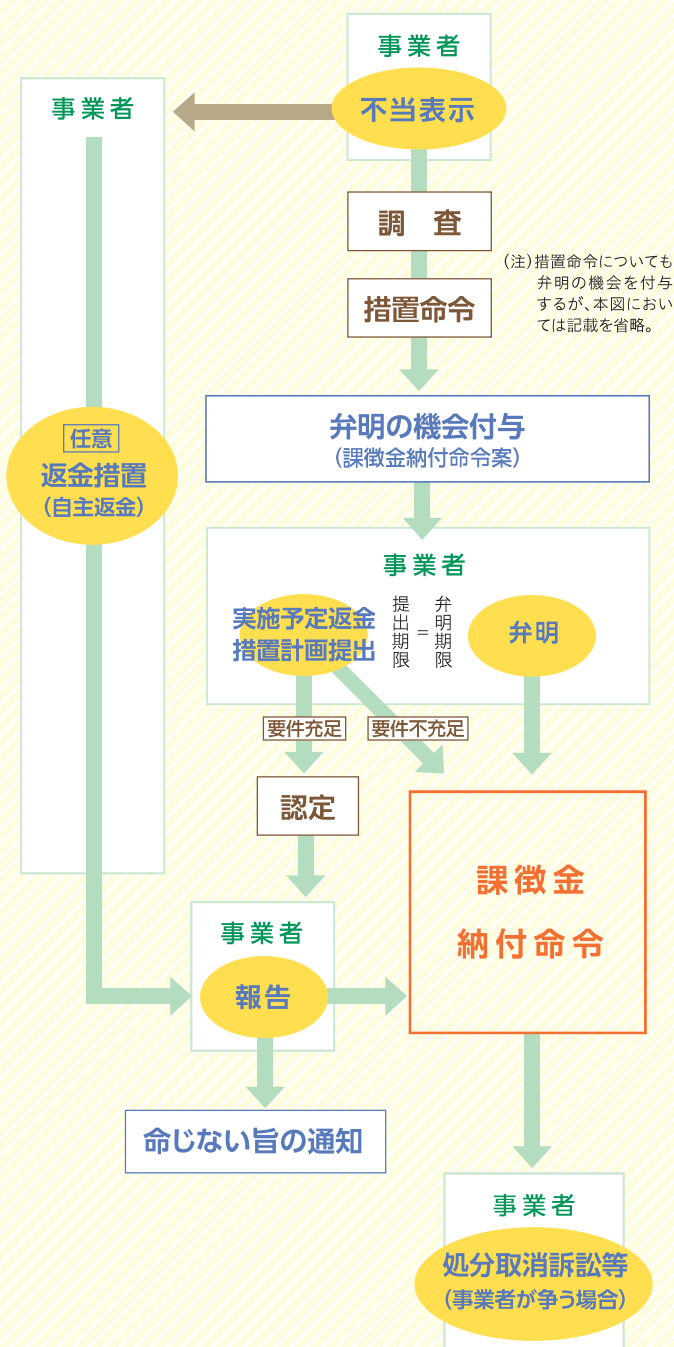
### 返金措置の実施による課徴金額の減額等

事業者が、返金措置の実施に関する計画を作成し、消費者庁長官の認定を受ける等、所定の手続に従って消費者に対して返金措置(※)を行った場合には、消費者庁は、返金相当額を課徴金額から減額するか、返金相当額が課徴金額以上の場合にはその納付を命じません。

※「返金措置」とは、課徴金の対象となる期間に事業者が課徴金対象行為をした商品・サービスの取引をしたことが特定される一般消費者から申出があった場合に、その申出をした一般消費者の購入額に3%を乗じた額以上の金銭を交付するものです。

## 課徴金納付命令までの基本的な手続の流れ(イメージ)

(注)措置命令及び課徴金納付命令に関する要件を満たすと認められる事案であることが前提。



## 事業者がこれから行う企画の事前相談

### ■ 消費者庁表示対策課 指導係 …………… TEL.03-3507-8800(代)

〒100-8958 東京都千代田区霞が関 3-1-1 中央合同庁舎第4号館

※既に実施されている企画の当否に関するご相談はお受け致しかねます。

**ご相談いただく前に、まずはパンフレットや  
消費者庁ウェブサイトの景品表示法ページの内容をよくご覧ください。**

消費者庁ウェブサイト 景品表示法ページ

[http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair\\_labeling/](http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/)

ご相談の内容によっては、回答までに相当期間を要することがあります。

実施直前にご相談いただいても回答できない場合がありますので、時間的余裕をもってご相談ください。

## 景品表示法違反に関する情報提供

### ■ 消費者庁表示対策課(情報管理担当) TEL.03-3507-8800(代)

〒100-8958 東京都千代田区霞が関 3-1-1 中央合同庁舎第4号館

オンライン又は郵送にて受け付けております。詳しくは受付窓口ページをご覧ください。

(<http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/contact/>)

以下の公正取引委員会事務局地方事務所等においても受け付けております。

### ■ 公正取引委員会事務局 地方事務所等

#### ● 北海道事務所取引課 …………… TEL.011-231-6300

〒060-0042 札幌市中央区大通西12丁目 札幌第3合同庁舎

#### ● 東北事務所取引課 …………… TEL.022-225-7096

〒980-0014 仙台市青葉区本町3-2-23 仙台第2合同庁舎

#### ● 中部事務所取引課 …………… TEL.052-961-9423

〒460-0001 名古屋市中区三の丸2-5-1 名古屋合同庁舎第2号館

#### ● 近畿中国四国事務所取引課 …………… TEL.06-6941-2175

〒540-0008 大阪市中央区大手前4-1-76 大阪合同庁舎第4号館

#### ● 中国支所取引課 …………… TEL.082-228-1501

〒730-0012 広島市中区上八丁堀6-30 広島合同庁舎第4号館

#### ● 四国支所取引課 …………… TEL.087-834-1441

〒760-0068 高松市松島町 1-17-33 高松第2地方合同庁舎

#### ● 九州事務所取引課 …………… TEL.092-431-6031

〒812-0013 福岡市博多区博多駅東2-10-7 福岡第2合同庁舎別館

#### ● 内閣府沖縄総合事務局総務部公正取引室 TEL.098-866-0031

〒900-0006 那覇市おもろまち2-1-1 那覇第2地方合同庁舎2号館

ご提供いただいた景品表示法違反に関する情報については、関係行政機関で活用させていただきますが、調査の有無を含めて個別にご回答はいたしておりませんので、あらかじめご了承ください。

都道府県の景品表示法主管課でも

事業者からのご相談や景品表示法違反に関する情報提供を受け付けています。

## 消費者庁

<http://www.caa.go.jp>