

過大な景品類の提供で、消費者を惑わすことを禁止しています。

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ることを防いでいます。

景品類とは？

顧客を誘引するための手段として、商品・サービスの取引に付随して提供する物品、金銭などのことを指します。

※値引き、アフターサービス等は除きます。

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

目的

物品や金銭など、経済上の利益



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

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

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

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%



過大な景品類の提供で、消費者を惑わすことを禁止しています。

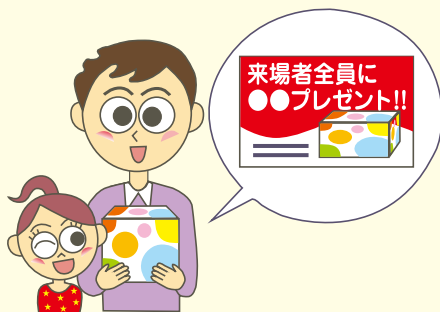
総付景品

懸賞によらず、商品・サービスを買ったり、来店したりした人にもれなく提供される景品類のことです。

例えば…

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

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



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

オープン懸賞(参考)

商品・サービスを買ったり、利用したりすることなく、誰でも応募できる懸賞です。

例えば…

- 新聞・テレビ・雑誌・ウェブサイト等で広く告知し応募させるもので、だれでも応募できるものです。このような企画には、景品規制は適用されません。

オープン懸賞が提供できる金品等の最高額
上限なし

次のような店舗に懸賞への応募用紙を設置すると、オープン懸賞とは認められません。

- 懸賞を実施するメーカーが資本の大半を出資している店舗
- 懸賞を実施するメーカーとフランチャイズ契約をしている店舗
- その店舗への入店者の大部分が懸賞を実施するメーカーの商品の取引相手となる店舗(例:元売業者とガソリンスタンド)



公正競争規約とは、公正な競争と消費者の利益を守るため、各業界が決めた自主的なルールです。

公正競争規約とは?

各業界の事業者又は事業者団体が、誇大な広告表示や過大な景品類の提供を防止し、適正な事業活動を行うために定めた自主的なルールです。各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、定めています。各々が、業界の特徴を反映しており、とくに表示規約は多様な事項を定めています。なお「公正競争規約」は「公正取引協議会」によって運用されています。

例えば…

必要な表示事項を定めています。

- 食品では:はちみつ、レギュラーコーヒー、食用塩などには原材料の原産地、食肉には部位、100g当たりの価格などの表示事項を義務付けなど
- 防虫剤では:使用目的、成分、用途、使用上の注意、保存方法などの表示事項を義務付けなど



特定の用語の使用基準を定めています。

- 不動産広告では:徒歩による所要時間は80mにつき1分で算定など
- 食品では:原材料の大豆に脱脂加工大豆を使用していないしょうゆに限り「丸大豆」の用語を表示可能など

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



店頭に表示される「会員証」の例

