

不当表示の禁止

景品表示法では、事業者が一般消費者に対して行う表示について「商品・サービスの内容についての優良誤認表示」、「価格その他取引条件についての有利誤認表示」、「おとり広告や原産国等について誤認させる表示」の3類型が不当表示として禁止されています。

製品業景品規約においても同法の規定に則して、チラシや店頭、インターネット等で景品類の提供についての告知を行う際における、①提供する景品類の提供数量、品質、価値などの内容や提供条件について一般消費者に誤認されるおそれのある表示と②実際には景品類の提供にはあたらないのに、事実上反して景品類の提供であるとする表示を「不当表示」として禁止しています。

①景品類の提供条件、内容等の表示が「不当表示」となる場合

- ・景品類の数量が限定されているのに全員に提供されるかのような表示を行う場合
- ・実際よりも多い当選本数等が提供されるかのような表示を行う場合
- ・実際に提供する景品類と異なる写真等を使用した表示を行う場合
- ・提供する景品類の価額より高い価額や虚偽の価額の表示を行う場合
- ・景品類の提供を受けるための条件が明瞭に表示されていない場合
- ・景品類の提供が行われる期間について誤認させるおそれのある表示を行う場合



②実際には景品類の提供にはあたらないのに、景品類の提供であるかのような「景品」「プレゼント」「無料」等、事実上反した表記を用いた表示が「不当表示」となる場合

- ・「プレゼント」「無料」等と表示しながら実際には特別な負担が必要な場合
- ・景品類を提供するために購入する商品の価格に景品類のコストを上乗せしている場合
- ・景品類の提供が長期又は頻繁に行われ、事実上セット販売であるのに、ことさら「プレゼント」などの表示を行う場合
- ・景品類として提供される物品と購入する商品がセットで販売されることが商慣習となっているのに「無料」等の表示を行う場合
- ・無料や割引で提供されるのが一般的な物品をことさら「無料」「割引」と表示する場合

全国家庭電気製品公正取引協議会(略称:家電公取協)について

家電公取協は、消費者庁及び公正取引委員会から認定を受けた3つの公正競争規約「製造業表示規約」「小売業表示規約」「製品業景品規約」の運用を通じて不当な顧客の誘引を防止し、また一般消費者の自主的かつ合理的な商品選択及び事業者間の公正な競争を確保し、正しい商習慣の定着に資するとともに、社会的な信頼に応えることを目的に諸活動を進めています。

家電メーカーと関係団体による製造業部会、全国の電機(器)商業(工)組合と大手量販店等個別加入販売事業者による小売業部会、という2つの部会から構成されています。

公益社団法人 全国家庭電気製品公正取引協議会

Home Electric Appliances Fair Trade Conference

〒105-0003 東京都港区西新橋2-8-11(7東洋海事ビル10F)

TEL: (03) 3591-6023 FAX: (03) 3591-6032

URL: <https://www.eftc.or.jp>



啓発/パンフレット23/04



景品ルールを守って 消費者の信頼を獲得

—家庭電気製品業における景品類の提供に関する公正競争規約—

この規約は家庭電気製品のメーカー及び販売店による景品類の提供に際し、最高額の制限等を実施することにより、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ことを目的に家電公取協が運用しています。

景品規制の趣旨

過大な景品付販売はエスカレートしやすく、またその結果、本来行われるべき商品の品質や取引条件などによる競争が歪められ、一般消費者にとっても事業者にとっても不利益もたらされることから、景品表示法及び公正競争規約により、提供する景品類の最高額等が制限されています。

製品業景品規約の基本骨子

第2条第3項【景品類の定義】

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家電品の取引に付随して、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、付属品は含まない。

第3条【一般消費者に対する景品類の提供の制限】

- ①懸賞により提供する景品類にあつては、懸賞制限告示の範囲まで。※懸賞景品のルール参照
- ②懸賞によらないで提供する景品類にあつては、総付制限告示の範囲まで。ただし、特定の売出しにおける来場記念品は施行規則で定める範囲まで。※ベタ付(総付)景品のルール参照

第4条【販売業者に対して行う景品類の提供の制限】

メーカーが、販売業者に懸賞により景品類を提供する場合は、懸賞制限告示の範囲まで。

第5条【景品類の提供に係る不当表示の禁止】

- ①景品類の数量、当選率、総額等の提供内容又は品質、機能、価値等の内容若しくは提供条件等について、一般消費者に誤認されるおそれがある表示をしてはならない。
- ②実際には景品類の提供にはあたらないのに、事実上反して景品類を提供する旨の表示をしてはならない。

景品類とは

□景品類の3要件とは

- ①顧客誘引の手段として、②取引に付随して提供する、③経済上の利益を指し、すべて満たすと景品類に該当します。

□「顧客誘引の手段」とは

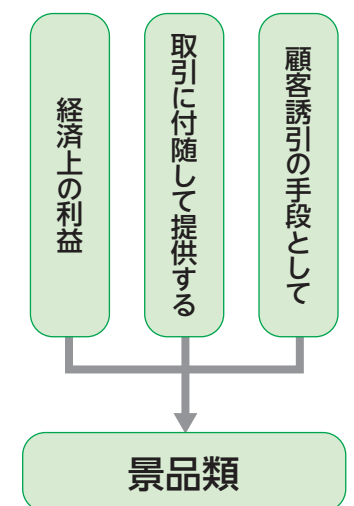
顧客に対して景品企画の告知を行うこと。

□「取引に付随して提供する」とは

- ①取引を条件に景品類を提供すること。
- ②取引に結びつく可能性のある形(来場等)で景品類を提供すること。

□「経済上の利益」とは

通常、対価を支払って取得する物品、金銭・金券、供応、便益等のこと。



公益社団法人 全国家庭電気製品公正取引協議会

懸賞景品のルール

懸賞景品とは「くじその他偶然性を利用して定める方法」もしくは「特定の行為の優劣又は正誤によって定める方法」によって提供される景品類のことです。

(すべて消費税込み)

	条 件	提供限度額	提供限度総額
一般懸賞	購入を条件としない	4,000円以内	売上予定総額の2%以内
	購入を条件とする	取引価額の20倍以内 かつ10万円以内	
共同懸賞※	取引価額に関係なく	30万円以内	売上予定総額の3%以内

※共同懸賞とは、相当多数の事業者が共同して行う懸賞企画です。

懸賞とは

次の方法で景品提供の相手方や景品価額を定めることを懸賞といいます。

①くじその他偶然性を利用して定める方法

- ・抽選による方法
- ・じゃんけん、サイコロ転がし、つかみどり、詰め放題などによる方法
- ・すべての商品に景品を添付するが、景品価額に差があり、購入するまでその内容が分からないようにしておく方法
- ・一部の商品にのみ景品を添付するが、購入するまでどの商品に景品が添付されているか分からないようにしておく方法

②特定の行為の優劣または正誤によって定める方法

- ・パズルやクイズの正誤によって定める方法
- ・作品、競技の優劣によって定める方法



懸賞景品にはルールがあります

懸賞景品における注意事項

①売上予定総額は、懸賞企画の期間中に予定される対象商品の総売上額です。景品類を多く提供するために根拠のない過大な売上予定総額を設定することはできません。

②空くじなしの場合、提供する景品類の価額に差がないのであれば、ベタ付景品として取り扱われます。

③懸賞景品は、抽選や特定行為の結果により景品類を提供することから、提供条件が複雑になりやすいため、告知の際には参加条件や当選本数、当選確率、景品類の内容について明瞭に表示し、一般消費者に誤認を与えないようにする必要があります。



景品類を多く提供するために、根拠のない過大な金額を売上予定総額とすることはできません

ベタ付(総付)景品のルール

ベタ付景品とは、懸賞によらないで提供される景品類のことです。

購入を条件とする成約記念品だけでなく、購入を条件としない来場・来店記念品もこれにあたります。

また、来店又は申込みの「先着順」によって景品を提供する場合もベタ付景品となります。

なお、ベタ付景品には総額規制はありません。

(すべて消費税込み)

条 件	取引価額	提供限度額
購入を条件とする	1,000円未満	200円以内
	1,000円以上	取引価額の20%以内

条 件		提供限度額
購入を条件としない (来場記念品)	あらかじめ招待者を定めて 行う特定の売出し※	1,000円以内
	それ以外の特定の売出し※	500円以内
	特定の売出し以外	200円以内

※「特定の売出し」とは、展示即売会、開店披露、創業記念、中元、年末、年始の売出しを指します。



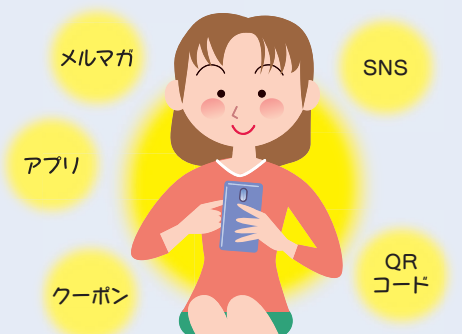
成約記念品は取引価額の20%まで

インターネットを利用した景品企画

インターネット(無料のメールマガジン、アプリ、SNS等)を利用して行われる景品企画は、基本的に景品類に該当しません。ただし、次の場合は取引に付随するため景品規制の対象となります。

①ホームページ上で実施する懸賞企画で、商取引サイトにおいて商品を購入することにより懸賞に応募することが可能又は容易になる場合

②ホームページにアクセスすることによってもれなく又は抽選で提供される景品類であって、その景品類の引渡しが行われる場合



商品を購入したり、店舗に行くことを条件としないものは、景品規制を受けません

いわゆるオープン懸賞

オープン懸賞とは、企業イメージやブランド名を一般消費者に印象づけるため、取引に付随しないで行う懸賞広告をいい、提供限度額及び総額規制はありません。

オープン懸賞として実施するためには、次のように取引に付随しないようにする必要があります。

- ・マスコミ広告、自社ウェブサイト等ですべての応募条件を記載する。
- ・原則として郵便はがき、インターネットで応募させる。
- ・当選者の発表を行う場合はとマスコミ、インターネット上で行う。
- ・当選者への賞品の引渡しを店頭で行わない。