

規制シート(様式)

(別紙1)

090196201340002

平成28年2月18日

規制の名称	景品類の制限及び禁止	所管府省	消費者庁
根拠法令等	不当景品類及び不当表示防止法(昭和37年法律第134号) 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52年公正取引委員会告示第5号) 景品類の価額の算定基準について(昭和53年公正取引委員会事務局長通達第9号)	担当局課等 及び作成責 任者の役 職・氏名	表示対策課長 真淵博
規制目的	商品及び役務の取引に関連する不当な景品類及び表示による顧客の誘引を防止するため、一般消費者による自主的かつ合理的な選択を阻害するおそれのある行為の制限及び禁止について定めることにより、一般消費者の利益を保護すること。		
規制内容の概要	不当景品類及び不当表示防止法(昭和37年法律第134号。以下「景品表示法」という。)第3条は、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、内閣総理大臣は景品類の価額の最高額等の制限又は景品類の提供の禁止をすることができる旨を定めている。いわゆる総付景品の提供に関する事項の制限については、同条の規定に基づき、「一般消費者に対する景品類の提供に関する事項の制限」(昭和52年公正取引委員会告示第5号)が制定されており、「懸賞・・・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二の金額(当該金額が二百円未満の場合にあつては、二百円)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」と定められている。 そして、景品類の価額の算定方法は、「景品類の価額の算定基準について」(昭和53年公正取引委員会事務局長通達第9号)において、「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」とされている。	関連する予算	-
規制の最近の改廃経緯	-	関連する政策評価結果	-
規制を維持、改革又は新設する理由	景品表示法は、事業者が過大な景品類を提供することにより、不当に顧客を誘引することを規制している。景品類の価額については、景品類の提供に係る取引の価額との対比において、景品類の価額が多額になるほど顧客誘引効果が大きくなること、その算定方法は「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」とされている。景品類の提供を受ける者は景品類の提供に係る取引において消費税込みの金額を支払って商品等を購入することから、景品類の価値(景品類の提供を受ける者が景品類から得たと感ずる利益の程度)も消費税込みの価格が基準となる。したがって、「景品類の価額の算定基準について」における「通常購入するときの価格」とは、消費税込みの価格である。 なお、消費税相当額は、コストとして販売価格に織り込まれて転嫁され、最終的には消費者が負担することが予定されているものの、事業者の企業努力による自由な価格設定が制限されるものではない。	規制の維持、改革又は新設の別	規制の維持
(規制を改革する場合の改革の方向性)	-		
見直し条項	-		
次の見直し時期	-		

規制シート(通知・通達等の委任根拠等)(イメージ)

(別添)

(通知・通達等のID)

(規制シートのID)

<p>通知・通達等の 名称(発信者等 を含む。)</p>	<p>-</p>
<p>通知・通達等への 委任の根拠となる 法令の条項</p>	<p>-</p>
<p>通知・通達等が法 令の委任の範囲 に入る理由</p>	<p>-</p>