

スタートアップ・イノベーション促進WG 御説明資料

令和8年4月13日

消費者庁表示対策課



消費者ホットライン188
イメージキャラクター イヤヤン

総付景品の規制

○総付景品規制の概要

総付景品とは、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。過大な総付景品の提供を禁止している(趣旨等は次頁参照)。



(例)

- 商品・サービスの購入者全員に提供
ガソリンスタントで給油した場合、ティッシュを全員にプレゼントする。



- 来店者全員に提供
スーパーに来店した全員にジュースをプレゼントする。

ただし、次のようなもの等には景品規制は適用されない。

- 商品の販売・使用及びサービスの提供に必要な物品(例えば、重量家具の配送、講習の教材)
- 見本その他宣伝用の物品(例えば、食品売場の試食品、社名入りのカレンダー)

総付景品規制の趣旨や限度額

○規制趣旨

消費者が過大な景品に惑わされ、質の良くないものや割高なものなどを買ってしまうおそれ

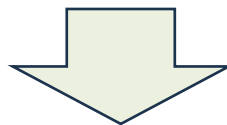
例えば、**事業者が**、商品等の購入者全員に豪華な景品をプレゼントする場合

→ **消費者は**、商品の内容等よりも景品に魅力 ⇒ 質に見合わない価格の商品等を購入

→ **事業者が**、豪華な景品の競い合い

商品の内容等の創意工夫を行わなくなる

⇒ 質に見合わない価格の商品等が市場に多く出回り、**消費者が**、良質で適正な価格の商品等を選択することが困難になるおそれ



総付景品をはじめ過大な景品提供には規制が必要

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

総付景品規制の導入や過去の最高額の引上げ

昭和52年(1977年) 総付景品告示の制定

平成19年(2007年) 総付景品告示の改正(最高額の引上げ)

【改正の背景】

景品とセット販売や値引きの区別がなくなりつつあるなど、消費者の商品選択を取り巻く状況の変化等を踏まえて改正

【改正内容(最高額を2倍に引上げ)】

- ①1000円未満: 100円→200円
- ②1000円以上: 取引価額の10分の1→10分の2

【公聴会や意見募集における主な意見】

- ・ 景品は市場競争の促進効果があり、10分の2の根拠はないと考えるが、改正賛成【学識経験者】
- ・ 緩和により、今後メリハリがあり、客視点の景品提供ができるので、改正賛成【事業者団体】
- ・ 中小小売店への影響、景品で催事会場に誘う悪徳商法への懸念もある一方、改正が消費者利益の確保を中心に据えるなら、消費者の豊かな生活の手段として、改正に消極的賛成【消費者団体】
- ・ 消費者の商品本体の選択を狂わせ、競争が有効に働かず、結果として消費者利益が損なわれるおそれがある【消費者団体、事業者団体、事業者】
- ・ 景品競争は大企業と比較して中小企業にとって不利であり、事業者間格差が広がる【消費者団体、事業者団体、事業者】
- ・ 消費者の適正な商品選択を阻害する可能性が高く、子供向け商品は特に影響が大きい【消費者団体、事業者】

消費者庁における総付景品規制に係る取組

消費者庁では、総付景品規制等に係る取組として、①これから行う景品企画の事前相談、②ウェブサイトでのQ&Aの公表、③法執行を行っている。

①事前相談対応

消費者庁では、景品表示法違反行為の未然防止の観点から、事業者がこれから行う総付景品の提供方法等について、多くの事前相談に応じている。

②Q&Aの公表

消費者庁のウェブサイトにおいて、事業者が景品企画を立案する場合に参考となるよう、総付景品のQ&A(概要、規制の考え方や適用除外(26問))等を公表している。

③最近の法執行

違反被疑事件の調査を行っており、過去5年間の総付景品規制の事件処理状況は以下のとおりである。

措置種別	令和3年度		令和4年度		令和5年度		令和6年度		令和7年度	
	措置命令	指導	措置命令	指導	措置命令	指導	措置命令等	指導	措置命令等	指導
処理件数	0	6	0	4	0	2	0	0	0	3

參考資料

参照条文

不当景品類及び不当表示防止法（昭和三十七年法律第百三十四号）（抄）

（目的）

第一条 この法律は、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を目的とする。

（定義）

第二条
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、内閣総理大臣が指定するものをいう。

（景品類の制限及び禁止）

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。

（景品類の制限及び禁止並びに不当な表示の禁止に係る指定に関する公聴会等及び告示）

第六条 内閣総理大臣は、第四条の規定による制限若しくは禁止若しくは前条第三号の規定による指定をし、又はこれらの変更若しくは廃止をしようとするときは、内閣府令で定めるところにより、公聴会を開き、関係事業者及び一般の意見を求めるとともに、消費者委員会の意見を聴かなければならない。

2 前項に規定する制限及び禁止並びに指定並びにこれらの変更及び廃止は、告示によつて行うものとする。7

参照条文

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公正取引委員会告示第三号）（抄）

不当景品類及び不当表示防止法（昭和三十七年法律第百三十四号）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。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

参照条文

一般消費者に対する景品類の提供に関する事項の制限（昭和五十二年三月一日公正取引委員会告示第5号）（抄）

不当景品類及び不当表示防止法（昭和三十七年法律第百三十四号）第三条（※現行第四条）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を次のように定め、昭和五十二年四月一日から施行する。

一般消費者に対する景品類の提供に関する事項の制限

1 一般消費者に対して懸賞（「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）第一項に規定する懸賞をいう。）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。