

2026年4月

資料3

内閣府規制改革推進会議  
スタートアップ・イノベーション促進ワーキング・グループ

# 総付規制の見直しの観点

池田・染谷法律事務所  
代表弁護士 染谷 隆明  
弁護士 竹蓋 春香

**IKEDA & SOMEYA**

COMPETITION AND CONSUMER LAW ATTORNEYS

[www.ikedasomeya.com](http://www.ikedasomeya.com)

# 染谷 隆明 | Takaaki Someya



染谷隆明  
弁護士

## 経歴

- 1985年 生まれ
- 2010年 弁護士登録
- 2012年 株式会社カクコム法務部
- 2014年 消費者庁 消費者制度課・課徴金制度検討室 課長補佐
- 2015年 消費者庁 表示対策課 課長補佐
- 2018年 池田・染谷法律事務所 開設  
日本組織内弁護士協会理事（2020年）
- 2021年 参議院・地方創生及び消費者問題に関する特別委員会参考人（取引DPF法）
- 2023年 国民生活センター商品テスト分析・評価委員会専門委員（現任）
- 2024年 日本経済新聞弁護士ランキング（消費者対応分野）第1位に選出
- 2025年 広告AIチェックサービス「Ad-IS」開発

## ・主な取扱い分野

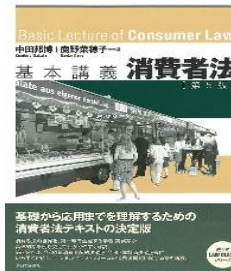
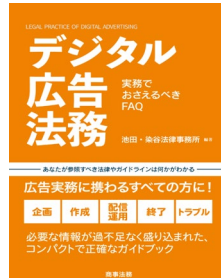
景品表示法/薬機法/広告・キャンペーン/ヘルスケア商品・サービス/ゲーム法務/IT全般/食品/資金決済法等Fintech関連法務を広く取扱う。

## ・消費者庁での経験とマーケティング戦略

消費者庁において、景品表示法に課徴金制度を導入する改正法の立案・企画を行う。

また、消費者庁において、景品表示法の課徴金制度の政府令・ガイドライン作成や調査マニュアル作成の助言を行い、消費者庁の調査実務に通じる。

消費者庁の経験を活かした、広告規制を遵守しつつ利益を最大化する広告戦略や、ユーザの困り込みを有効に行うポイント・キャンペーン戦略などマーケティング助言を最も得意とする。



お問い合わせ E-MAIL. [takaaki.someya@ikedasomeya.com](mailto:takaaki.someya@ikedasomeya.com) | TEL. 050-1745-4000

# 竹 蓋 春 香 | Haruka Takebuta



竹蓋春香  
弁護士

東京法務局訟務部（訟務検事）、総務省行政不服審査会事務局（専門官）に勤務し、行政訴訟や行政に対する不服申立てなど、国を当事者とする争訟に関する業務に携わってまいりました。

東京法務局訟務部では、国の代理人として、各省庁と調整を図りながら、多種多様な分野の訴訟を担当し、総務省行政不服審査会事務局では、行政処分の審査請求に対して、諮問機関として処分の適法性を判断する業務を経験してきました。これまで培ってきた行政争訟の知識や経験を活かし、行政訴訟や不服申立てでの戦略・戦術のご提案を行います。

## 経歴

- 1988年生まれ 千葉県香取市出身
- 2010年 名古屋大学法学部卒業
- 2012年 立教大学法科大学院法務研究科修了
- 2016年 弁護士登録
- 2016年 日本司法支援センター常勤弁護士
- 2020年 東京法務局訟務部
- 2022年 総務省行政不服審査会事務局
- 2024年 池田・染谷法律事務所 入所

## 主な取扱分野：

国を相手とする争訟（行政事件訴訟法、行政不服審査法）／行政による調査対応  
消費者関連法（景品表示法等）  
独占禁止法／競争法

## 取扱案件（いずれも国側）

- ・ だいにち堂措置命令取消訴訟
- ・ Amazon措置命令取消訴訟
- ・ 年金減額訴訟
- ・ 都市計画認可取消訴訟
- ・ 船舶事故調査に関する情報公開訴訟
- ・ 医師免許取消処分取消訴訟
- ・ 生活保護訴訟
- ・ 水俣病訴訟

TEL. 050-1745-7775 | E-MAIL. [haruka.takebuta@ikedasomeya.com](mailto:haruka.takebuta@ikedasomeya.com)

# 本報告の全体像

## 【過去の議論状況】

従前から総付規制はそのあり方が検討されてきており、その都度見直しを実施  
議論の中には、規制の必要性へ疑義を唱える声もある

## 【物価高・円安・ビジネス環境の変化】

近年の物価高・円安  
事業者側の販売促進活動が多様化し、消費者側の購買態度にも変化

## 【経済分析・執行件数】

総付規制は経済的にはセット販売と同視可能。商品役務の価格に転嫁される  
昭和58年を最後に、総付制限告示違反を理由とする処分は出されていない。

## 【法令遵守コスト】

総付規制の法適用判断は難しい。  
総付規制制定時に比べ、商流、技術が発達したために、さらに複雑化。

## 【外国との比較】

アメリカは元々総付規制がなく、ドイツ・フランスは規制撤廃している。  
台湾は総付規制があるが、取引価額の50%まで経済上の利益の提供が可能。



総付規制の**再点検**をしてはどうか。

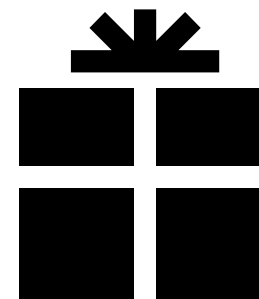
その際、経済分析・執行状況・比較法なども考慮要素。

# 総付規制とは？

景品表示法第4条（景品類の制限及び禁止）



総付制限告示1項



購入者全員にプレゼント！

## 制定当初（昭和52年）

取引価額1000円未満：100円  
取引価額1000円以上：10%  
取引価額50万円以上：5万円

## 平成8年改正

取引価額1000円未満：100円  
取引価額1000円以上：10%

## 現行（平成19年改正）

取引価額1000円未満：200円  
取引価額1000円以上：20%

# 過去の議論状況

## 総付規制の制定当時（昭和52年）

景表法制定時は懸賞規制のみ存在

昭和40年代前半から懸賞によらない景品類の提供が行われるように

過激化した例：ルームクーラーの販促のためにカラーテレビや旅行を提供

→独禁法が禁止している不公正な取引方法として規制

統一かつ効率的な規制のため、総付規制が制定された

## 平成8年改正時（5万円の上限額撤廃）

景品規制の見直し・明確化に関する研究会作成の報告書（平成7年3月公表）

✓「無料のモノ」（景品）をもらうことについての**満足度が小さくなっている。**

✓商品役務の選択に当たっては、**販売方法も含めた多様な判断が行われるようになるなど状況の変化。**

✓従来と比較して、**商品や価格に関する情報は増大。**

✓景品提供の機能・効果も変化してきており、また、**景品による顧客誘引の程度も変化。**

## 平成19年改正時（上限引上げ）

内閣府規制改革・民間開放推進室公表「規制改革・民間開放推進3か年計画」（平成18年3月閣議決定）

✓実態として、取引の対象とされた商品と景品とされた商品を**セットで販売するのと差はなく**、通常の取引よりも景品分だけ消費者にとって有利になるものであること等から、その手法・程度が適当なものである限り、競争にとっては中立的又は促進的に機能すると考えられる。

# 物価高・円安・ビジネス環境の変化

## 近年の急激な物価高

エネルギー価格の高騰による価格上昇

## 為替の円安傾向\*

平成19年（前回改正時）は1ドル121.34円

令和8年は1ドル153.8円

\*出典：日本銀行「主要時系列統計データ表」 いずれも当該年の1月末時点



総付の上限額：取引の価額が1000円未満の場合は一律200円  
これまでは200円に収まっていたのに、今では収まらない例が

## 事業者側の販売促進活動の多様化

近年見られる販促活動として…

**送料込み、ダイナミックプライシング、フリーミアム**

## 消費者側の購買態度の変化

インターネット、SNSの発達で消費者が情報を入力する機会が増加

商品購入に当たって考慮する事項が多様化

エシカル消費（人・社会・環境への配慮）、フェアトレード

# 経済的合理性・執行件数

A 値引 (Discount)	B セット販売 (Set Sale)	C 総付景品 (Premium)
 <p>洗濯洗剤 (500円) × 3本 = 1,000円 (本来1,500円)</p> <p>消費者の利益: 500円お得</p> <p><b>【適法】</b></p>	 <p>洗濯洗剤 (500円) × 2本 + 柔軟剤 (500円) × 1本 = 1,000円</p> <p>消費者の利益: 500円お得</p> <p><b>【適法】</b></p>	 <p>洗濯洗剤 (500円) × 2本 + 缶バッジ (500円) × 1個 = 1,000円</p> <p>消費者の利益: 500円お得</p> <p><b>【違法 (200円 上限超過)】</b></p>

- ✓ 消費者が得る経済的利益はいずれも500円
- ✓ 総付景品の本質はセット販売と変わらない
- ✓ 昭和58年の株式会社日本旅行に対する排除命令を最後に総付制限告示違反を理由とする処分は見当たらない。消費者庁は処分を出したことがない。

# 法令遵守コスト

## 「景品類」該当性

- ✓ 値引、アフターサービス、セット販売、紹介者謝礼、仕事の報酬などは非該当
- ✓ ポイント、マイル、電子マネーなど判断に迷う類型も

## キャンペーン管理

同一商品・役務に対して同時並行で複数のキャンペーンを展開することも。メーカーがキャンペーン実施する場合には小売事業者にも指導。

## 総付規制適用除外

必要な物品・サービス、見本、自他共通割引券、開店披露は景品類には該当するが適用除外

- ✓ 総付規制のルールが複雑
  - ✓ 昭和52年と比較して、商流が階層化・複雑化
  - ✓ 電子マネーのような当時にはなかった経済上の利益も出現
- 法令遵守コストが上昇
- 提供できる上限額があがれば検討コストも減る

# 新経済連盟会員企業からの声

有料イベントにおける全員配布型のサンプル提供が形式的に総付景品と評価され得るため、萎縮的対応を取らざるを得ない。物品購入中心の取引モデルを前提とした規制。

NFTをはじめとする唯一性のあるデジタルアイテム（オリジナルアイテムや一点もの）は特に景品価格の算定が困難。

この制度は突拍子もない景品で粗悪品が売れることを防止するためのものだと思っているので、法令の趣旨を踏まえて上限を上げたとしても問題ないのでは。

暗号資産は決済手段そのものであり、そもそも「景品類」として整理すべきであるのか疑問。

色々なキャンペーンでポイントが重なってしまう。その時に、「これは重なって20%を超えては駄目ですよ」など、そのような調整を都度しており本当に手間。

# 外国との比較

国・地域	総付規制の状況	詳細
アメリカ	無	総付規制に相当するものではなく、不公正・欺瞞的な行為又は慣行を禁止している（FTC法5条(a)(1)）
ドイツ	平成13年（2001年）に廃止	EU電子商取引指令をドイツ国内に適合させるため
フランス	平成20年（2008年）に完全廃止	EUの不公正な取引慣行指令との矛盾を解消するため
台湾	有	商品役務の価格が100台湾ドル以上：50% 100台湾ドル未満：50台湾ドル
日本	有	取引価額1000円以上：20% 取引価額1000円未満：200円

① 先進国では総付規制がない

② 台湾と比較しても日本は厳しい規制

**IKEDA & SOMEYA**

COMPETITION AND CONSUMER LAW ATTORNEYS

[www.ikedasomeya.com](http://www.ikedasomeya.com)