

# 懸賞における注意点

企業・事業者向け

## 景品類の該当条件

以下の3つの条件をすべて満たした場合、景品表示法で規制される「景品類」に該当します。

- ・顧客を誘引する手段として用いられること
- ・商品やサービスの取引に付随して提供されること。(取付付随性)
- ・物品、金銭、その他の経済上の利益であること

※値引きやアフターサービスなどは景品類に含まれません。

出典:消費者庁「景品規制の原因」

## 景品類の種類と上限金額

### 一般懸賞

取引額	限度額
5千円未満	取引額の20倍
5千円以上	10万円
懸賞総額は売上予定額の2%	

偶発性や特定行為による景品提供



### 共同懸賞

取引額	限度額
価格に関わらず	30万円
懸賞総額は売上予定額の3%	

複数の企業や事業者が共同で行う



### 総付懸賞

取引額	限度額
千円未満	200円
千円以上	取引額の20%

商品やサービスを購入した全員  
や来店者等に景品提供



顧客を呼び込むためにプレゼントを配ることは景品表示法において、「景品類」として規制されているため、多くの企業で実施されているプレゼント企画の大半は、景品表示法の規制対象になります。

- ・商品の購入やサービスの利用を必要とせず誰でも自由に参加できるオープン懸賞は規制対象外です。

EX: 雑誌やWEBサイトなどに掲載されているプレゼントキャンペーン 等

- ・商品の購入やサービスの利用が必要なクローズド懸賞は規制対象です。

EX: 商品購入時に必ずもらえるポイント

ペットボトル飲料のキャップ裏に当選番号が書かれているキャンペーン 等