

家電景品規約のポイント

2014年4月変更

		購入を条件とする場合				購入を条件としない場合	
景品提供の方法	懸賞	種類	取引価額	提供できる最高額	提供できる総額	<ul style="list-style-type: none"> 提供できる最高額は左記の範囲内。 取引価額は原則として200円とする。 従って、提供限度額は 200円×20倍→4,000円以内 	
		一般懸賞	5,000円未満	取引価額の20倍以内	売上げ予定総額の2%以内		
		共同懸賞	5,000円以上	10万円以内	売上げ予定総額の3%以内		
	共同懸賞	取引価額に関係なく	30万円以内	売上げ予定総額の3%以内			
	ベタ付	取引価額	提供できる最高額	<ul style="list-style-type: none"> 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 			
	1,000円未満	200円以内					
	1,000円以上	取引価額の20%以内					
	招待・優待 (旅行・観劇等)	<ul style="list-style-type: none"> 上記、懸賞景品、ベタ付景品の限度額以内。 広告などに、目的地等の旅行の内容、旅行者者名、同行の有無を明確に表示する。 優待の場合は、費用の全額と消費者の負担金額を明瞭に表示する。 					

(取引価額、限度額はいずれも消費税込み)

		重複の事例		提供できる限度	
重複提供	①来場記念品+先着記念品			合算して限度額以内	
	②来場記念品+来場抽選景品	③来場記念品+懸賞景品	各々の限度額以内		
	④来場記念品+ベタ付景品	⑤来場抽選景品+懸賞景品			
	⑥来場抽選景品+ベタ付景品	⑦懸賞景品+ベタ付景品			
	⑧懸賞景品+懸賞景品	⑨ベタ付景品+ベタ付景品	同一の取引の場合⇒合算して限度額内		
⑩メーカー提供+販売店提供	⑪共同懸賞+単独懸賞	別々の取引の場合⇒各々の限度額内			

来場抽選は「購入を条件としない」、懸賞景品・ベタ付景品は「購入を条件とする」場合で示した。同一の取引とは同一の商品または役務の取引を指す。提供条件が金額による場合と、商品に指定した場合であっても、同一の商品に重複して景品が提供された場合には、同一の取引とみなす。

(参考)オープン懸賞	企業イメージやブランド名を印象付けるため、一般消費者を対象に、取引に随しないで行う懸賞広告をいいます。
	提供限度額及び総額の規制はありません
	<実施上の注意点> 以下のような場合があれば取引随となり、オープン懸賞とはならず懸賞景品として規制を受けます。
	①新聞、雑誌、チラシなどに応募条件を掲載しないで、チラシなどに「詳細は店頭で」と告知した場合 ②小売業者が、郵便はがき・インターネットでの応募の他に、私製はがき・応募用紙や応募箱を店頭で設置して応募させる場合 ③当選者の発表を店頭のみで行う場合 等

対象商品	施行規則において10のカテゴリーで規定し、運用基準にて100品目を類例で示しています。									
	①映像・音響機器	②情報・通信機器	③冷凍・冷蔵機器	④調理機器	⑤家事関連機器	⑥理美容・健康機器	⑦空調機器	⑧暖房機器	⑨電球・照明器具	⑩電池

用語の解説	
懸賞景品	クジ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提供される景品類。
ベタ付景品(総付景品)	懸賞によらないで提供される景品類。
景品類の価額(税込)	仕入れ価格ではなく市価を基準として算定し、オリジナル商品の場合は類似品の市価等で算出。
取引価額(税込)	<ul style="list-style-type: none"> 購入を条件とする場合は、メーカーの場合は景品類提供の実施地域における対象商品の実勢販売価格。小売店の場合は自店販売価格。 購入を条件としない場合は原則として200円。なお、特設会場で商品特定を行う場合は、その取り扱い商品の内、最低価額の商品で算定。
共同懸賞	商店街等で行う懸賞付売出し。ただし、系列店会や事業者団体等による売出しは共同懸賞とはならない。
特定の売出し	展示即売会、開店披露、創業記念、中元、年末、年始の売出し。
招待	その招待にかかる基本的な費用(オプション費用等は除く)を全額主催者が負担する場合。
優待	上記、基本的費用の一部を相手方(消費者等)が負担する場合。

景品類の提供に係わる不当表示の禁止	
提供する物品や提供条件等について事実と相違したり、事実を誇張した表現等を行うと、「不当表示」となるおそれがあります。	
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	実際に提供する景品類と異なる絵・写真等を表示したり、実際よりも多い当選本数等を表示したり、景品類の価額を高く表示する等、景品類の提供条件、内容が事実と相違するような場合
②実際には景品類の提供ではない場合など、事実と反して「景品」、「プレゼント」等の表示が「不当表示」となる場合	景品提供にみせかけながら顧客に特別の負担をさせたり、景品提供の期間中に購入する商品の価格を平常の価格より引き上げたり、提供される景品が常態化しているのにことさら「プレゼント」等と強調する等、事実と反するような場合

小売業表示規約のポイント

令和元年11月 変更認定

(赤字部分が変更箇所)



表示を正しく
家電公取協

小売業表示規約は、一般消費者の自主的な商品選択に資するとともに、不当な顧客の誘引を防止し、公正な競争秩序を確保することを目的として、家電小売事業者が行う表示について「表示しなければならない事項」「表示してはならない事項」を定めています。表示とは「チラシ、パンフレットなどの広告」「ポスター、看板、垂れ幕などによる広告」「新聞紙、雑誌その他の出版物又は放送による広告」「電話、インターネットなどによる広告」のほか、家電品を販売する目的のために行われる広告表示が対象となりますのでご注意ください。

表示しなければならない事項	事項	規約	表示基準
	チラシ等の必要表示事項	3条	<ul style="list-style-type: none"> 事業者の住所、名称、電話番号、取引条件の有効期間 品名、型名、製造事業者名又は商標名、自店販売価格（チラシ掲載の家電商品ごとに表示） セット販売では単体販売の如何を問わず総額のみが表示が可能 通信契約と家電品をセットで販売するとき <ol style="list-style-type: none"> ①同時加入の特典額のみを表示することとし、特典額を引いた販売価格（相当額）は表示しない ②「値引を受けるには条件がある旨」「通信料金等がかかる旨」「中途解約時に費用が発生する旨」を明示する エアコン、食器洗い乾燥機等据付工事が必要な家電品は、工事費用（標準工事料金とその料金に含まれる範囲）
	家電品の必要表示事項	3条の2	<ul style="list-style-type: none"> 中古品、店舗展示現品、未使用品などである時はその旨表示し、未使用品の場合は「消費のために取引されたもので、使用されていないもの」という説明も表示する
	チラシ等の家電品の保証、修理等の取引条件に係る必要表示事項	4条	<ul style="list-style-type: none"> 保証 対象商品範囲、限度額・回数・期間・免責事項、費用負担の有無 「長期保証」を訴求する場合は <ol style="list-style-type: none"> ①メーカー保証と内容が異なるときは、その概要 ②保証限度額が経年で変化するとき、その概要 ③有料であるときは、その旨及び負担額（率） 修理 対象商品範囲、費用負担の有無 配送 対象商品範囲、費用負担の有無、地理的範囲 支払条件 費用負担がある場合の支払手段及びその適用条件など 割賦販売条件 販売価格、支払回数、期間、金利などの実質年率など

表示してはならない事項	事項	規約	表示基準	
	特定用語の使用基準	5条	最上級を意味する用語	「最高」、「最安」などの用語は、客観的事実に基づくもの以外使用することができない
			優位性を意味する用語	「世界一」、「日本一」、「第一位」、「ナンバーワン」などの用語は、客観的事実に基づくもの以外使用できない
			10パーセントを超える割引率や割引額、またはポイント提供を訴求する場合は、適用される家電品の製造事業者名、型名を記載して行う	
			割引率や割引額、またはポイント提供を幅表示する場合は、その最大値がチラシ掲載家電品総数の10パーセント程度以上でなければならない	
他店に対抗して安くする旨表示する場合で、何らかの条件があるときは、主たる訴求事項に近接して、かつ、消費者に分かりやすい用語で明示する				

表示してはならない事項	事項	規約	表示基準（7条、8条については禁止事項）	
	一重価格表示の制限	6条	自店販売価格を他の価格と比較対照して表示する時、守る事項	<ul style="list-style-type: none"> 比較対照価格としてメーカー希望小売価格（標準価格）及び自店平常（旧）価格以外の価格を用いてはならない 「自店平常（旧）価格」は、「最近相当期間」にわたって販売されていた価格で、その価格が、セール開始から遡る8週間の過半、その商品が販売されていた期間が8週間未満の場合はその期間の過半を占めていたかどうかで判断される。但し、その価格で販売された期間が2週間以上あり、かつその価格で販売された最後の日から2週間以上経過していない必要がある。ただし、既に実施することが決定されているセールで比較対照価格とするための実績作りとして、合理的根拠に乏しい又は当該価格での購入者がほとんど存在しないと認められる高い販売価格を付して販売していた場合は、「販売されていた」とは認められない。
			虚偽又は誇大な表示	「チラシ等の必要表示事項」「チラシ等の家電品の保証、修理等の取引条件に係る必要表示事項」などで虚偽又は誇大な表示
			打消し表示	打消し表示は、文字の大きさ、位置などに留意し、一般消費者が正しく認識できるものでなければならない。チラシ等においては、打消し表示に加えアイコン等で対象商品が特定できるようにする。
	不当表示の禁止	7条	過度の廉売	<ul style="list-style-type: none"> 「激安」、「投げ売り」、「大出血超特価」など、事実と反して過度の廉売を連想させる表現 合理的根拠に乏しい又は当該価格での購入者がほとんど存在しない価格を「下取りなし価格」として設定している下取りセール 任意に設定した価格や平常の価格を根拠なく引き上げて設定した価格を用いて、高率・高額な値引きやポイント提供を訴求する表示
			その他事実と異なる自店の有利さを強調して一般消費者に誤認を与えるおそれのある表示	<ul style="list-style-type: none"> 中古品、キズ物など、商品価値が減少しているにもかかわらず、その旨を明示していない表示 実際には期間が限定されていない「期間限定」等の表示 「他店圧倒」等の表現が困難と思われる表示 実際のもとの異なる家電品の絵、写真、映像などを使用した表示 他店又は他店の販売する家電品を中傷又は誹謗する表示
	おとり広告の禁止	8条	内容又は取引条件についての合理的な根拠がなく、一般消費者に誤認されるおそれがある表示	

(作成:令和2年10月)