平成 23 年 9 月 2 日
（第 10 回広告 WG）

「付録　景品類の提供に関する留意事項」について

別紙２－１

１.「付録　景品類の提供に関する留意事項」の指針への必要性について

・「付録　景品類の提供に関する留意事項」は、景品表示法及びそのガイドラインの内容を取りまとめたものが主な内容となっております。
これは、景品類の提供に係る表示については、法・ガイドラインで規制されており、協会として自主規制を及ぼす余地が小さいことを理由とします。

・このように、指針における「付録　景品類の提供に関する留意事項」の記載は、景品表示法及びそのガイドラインの内容を取りまとめたものとならざるを得ないと考えられますが、そのような内容であっても「広告等に関する指針」に景品類の提供についての記載があったほうが良いかご意見を教えてください。

【意見・対応案】

	意見
1	「付録　景品類の提供に関する留意事項」については、実務上、参照することが多くございます。特に、「３．取引価額の算定基準について」に記載されている事項は、かなり古い会員通知にて示されたものでもあり、容易には検索できないものですので、指針に掲載されていることが利便性に資することになります。また、「６．株式類の景品類の提供の禁止」は、自主規制としての側面を持つものと考えますが、特定の銘柄の購入や売却に景品を提供する行為は、価格形成への影響の観点から引き続き禁止されるべきと考えますので、当該事項の指針への掲載は必要と考えます。
2	景表法の表示については、金融商品取引業として留意事項としてとりまとめていただいていることから、審査のうえで欠かせないものとなっていますので継続掲載を希望します。
3	付録として残していただきたい。
4	広告審査担当者が、景品表示法及びそのガイドラインを必ずしも熟知しているわけではないため、記載があった方がよいと思われます。
5	あったほうが良い。「広告等の表示及び景品類の提供に関する規則」において景品類の提供に関し規定しており、景表法その他の法令に違反するおそれのある景品類の提供は禁止されています。各協会員の広告審査担当者が審査を行う際などに、都度景表法や関連の告示等を参照し審査を行うよりも指針に参照できる項目があれば大変利便性が良いと考えます。
6	現状、各社の実施している広告の中で、懸賞は、広告手法の一つとして大きな役割を果たしており、実施会社も多くなっています。そうした

	中、ベテランの広告実務者であれば関係諸法令に照らした景品表示法等への対応もできると考えますが、新しい広告実務者には、「広告等に関する指針」に一体として記載した方が実務上は有効活用されると考えます。 また、広告を金融商品取引法の観点から見ることは当然ですが、広告として実務に携わる者には、多面的に広告関連法令を認識する点からも一体記載が望まれます。
7	利便性が高くなることから、景品類の提供についての記載をすることが望ましいと考えます。
8	記載があったほうが良いと考えます。 広告とは別のものではありますが、キャンペーン広告の審査を行なう場合、キャンペーン内容の記載についても審査する可能性があり、指針の中に参考としても組み入れられている方が利用者としては便が良いと考えられるため。
9	当社におきまして、「広告等に関する指針」は多くの部署にて常時活用されている状況であり、昨今、様々に景品類の提供が検討・実施されていることから、「広告等に関する指針」においても景品類の提供についての記載を継続するべきであると考えます。
【対応案】 **これまでどおり、「広告等に関する指針」の付録として「景品類の提供に関する留意事項」を記載する。**	
【検討結果※会議後に追加】 **同上。**	

２.「付録　景品類の提供に関する留意事項」についての意見

・添付ファイルの「付録　景品類の提供に関する留意事項」の修正案につきまして、ご意見があれば、これまでと同様に教えていただきたいと存じます。

修正案に対するご意見につきましては、Ⅱの回答内容にかかわらず頂戴したいと存じます。

１．景品類の定義

	該当箇所	追加・修正の検討事項	検討の趣旨、背景、理由など
1	2ページ (3)「取引に付随して」について ②	また、他の事業者が行う経済上の利益の提供の企画であっても、自己が当該他の事業者に対して協賛、後援等の特定の協力関係にあって共同して経済上の利益を提供していると認められる場合又は他の事業者をして経済上の利益を提供させていると認められる場合もこれに該当するので、会社説明会等で配布される景品等に関しても留意が必要となる。	追記した理由を説明していただきたい。
【対応案】 **「景品類等の指定の告示の運用基準」の「取引に付随して」の項目に記載されている事項であり、協会員が留意すべき事項として追加した。**			

２．景品類の提供

	該当箇所	追加・修正の検討事項	検討の趣旨、背景、理由など
2	2ページ （1）「総付景品」と「一般懸賞」	オープン懸賞に関する記載を削除または修正する。	現状のオープン懸賞に関する記載内容の場合、オープン懸賞も景品類の提供に該当し、審査が必要と誤解される可能性があると思量します。独占禁止法に基づく告示も廃止されたためオープン懸賞に関する表示を削除する。若しくは表示する場合には規則の景品類の提供には該当しない旨の記載をしたほうが良いと考えます。

【対応案】 **意見の趣旨のとおり修正する。**			
【検討結果※会議後に追加】 **同上。**			
3	3ページ （2）総付景品 ②総付景品により提供できる景品類の価格の制限	（イ）・・・・200円未満の場合　200円　　（ロ）・・・・200円以上の場合　取引価額の10分の2 ↓ （イ）・・・・1,000円未満の場合　200円　　（ロ）・・・・1,000円以上の場合　取引価額の10分の2 他、同趣旨の意見4件	告示では「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っては、二百円）」と記載されており、カッコ書きの「当該金額」は「十分の二の金額」を指していると考えます。
4	3ページ （3）一般懸賞 ②一般懸賞により提供できる景品類の価額の制限	（イ）・・・・10万円以下の場合　取引価額の20倍 （ロ）・・・・10万円を超える場合　10万円 ↓ （イ）・・・・5,000円未満の場合　取引価額の20倍 （ロ）・・・・5,000円以上の場合　10万円 他、同趣旨の意見5件	告示では「取引の価額の二十倍の金額（当該金額が十万円を超える場合にあっては、十万円）」と記載されており、カッコ書きの「当該金額」は「二十倍の金額」を指していると考えます。
【対応案】 **意見の趣旨のとおり修正する。**			
【検討結果※会議後に追加】 **同上。**			

５．キャッシュバックについて

	該当箇所	追加・修正の検討事項	検討の趣旨、背景、理由など
5	5ページ	3行目の「例えば、期間を定めて口座開設を行った場合に口座料の一部を返金するようなケースが～」の「口座料」とは何を指すのか明確にして頂きたい。	取引金額のことを指すのか手数料を指すのかまたは口座入金の金額を指すのか分かり難いため。

【対応案】 **口座料とは口座管理料を意味する。明確化のため、口座料を口座管理料に修正する。**
【検討結果※会議後に追加】 **同上。**

８．その他

	該当箇所	追加・修正の検討事項	検討の趣旨、背景、理由など
6	6 ページ	景品類の提供を行うに当たっては、上記の事項のほか、金商法、景品表示法及び公正取引委員会（平成 21 年 9 月以降は消費者庁所管）の告示その他の関係法令等並びに本協会の「広告等の表示及び景品類の提供に関する規則」及び「懸賞広告等に関するガイドブック」等を遵守して行う必要がある。	「懸賞広告等に関するガイドブック」は平成８年７月のものであり、改訂が必要だと思います。仮に、改訂を行わないとしても、相当の時間が経っていることから、紛失や毀損等のおそれがあるので、会員に再配布することを考えてはいかがでしょうか。
7		「懸賞広告等に関するガイドブック（平成８年６月）」の改訂もご検討いただきたい。	
【対応案】 **指針中の「景品類の提供に関する留意事項」に懸賞ガイドブックの主要な点は盛り込まれているので、懸賞ガイドブックの改訂は行わないこととする。また、指針案 P6 の「懸賞広告等に関するガイドブック」の記載は削除する。**			
【検討結果※会議後に追加】 **・対応案のとおり修正を行うこととなった。併せて、景品提供の受け手となる顧客が金融商品取引法上の特定投資家である場合の景品表示法の適用関係について、記載を追加することとなった。当該適用関係については、事務局より文案を提示のうえ、改めて検討を行うこととなった。**			

以　上

改定指針案	現行指針（平成 18 年 10 月版）
付　　録 景品類の提供に関する 留意事項 （削除）	付　　録　Ⅰ 景品類の提供に関する 留意事項 景品類の提供に関する留意事項
１．景品類の定義 （1）景品表示法における定義 「不当景品類及び不当表示防止法」（以下「景品表示法」という。）では、景品類を「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って、内閣総理大臣が指定するものをいう。」と定義している。	１．景品類の定義 （1）景品表示法における定義 「不当景品類及び不当表示防止法」（以下「景品表示法」という。）では、景品類を「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って、公正取引委員会が指定するものをいう。」と定義している。
(2)「顧客を誘引するための手段として」について ①　顧客誘引性の有無は、提供者の主観的意図やその企画の名目のいかんを問わず、客観的に顧客誘引のための手段になっているかどうかによって判断される。 したがって、例えば、親ぼく、儀礼、謝恩等のため又は自己の商品に関する市場調査のアンケート用紙の回収促進のための金品の提供であっても、「顧客を誘引するための手段として」の提供と認められることがある。 ②　新たな顧客の誘引に限らず、取引の継続又は取引量の増大を誘引するための手段も、「顧客を誘引するための手段」に含まれる。	(2)「顧客を誘引するための手段として」について ①　顧客誘引性の有無は、提供者の主観的意図やその企画の名目のいかんを問わず、客観的に顧客誘引のための手段になっているかどうかによって判断される。 したがって、例えば、親睦、儀礼、謝恩等のため又は自己の商品に関する市場調査のアンケート用紙の回収促進のための金品の提供であっても、「顧客を誘引するための手段として」の提供と認められることがある。 ②　新たな顧客の誘引に限らず、取引の継続又は取引量の増大を誘引するための手段も、「顧客を誘引するための手段」に含まれる。
(3)「取引に附随して」について ①　取引を条件として経済上の利益を提供する場合は、「取引に附随」する提供に当たる。ここでいう「取引」とは、有価証券の売買取引その他の取引等に限らず、顧客との間のあらゆる取引が含まれる。 また、「取引」は新規・既存のいずれかを問わないことから、新たに取引を行うことを条件とする場合はもちろん、既に取引を行っている者を対象とする場合も「取引を条件とする」に該当する。 ②　協会員の場合には、来店を条件としただけで、すなわち顧客が店舗内に入っただけで「取引附随性」が発生する。 例えば、店舗内で配付するものは、店舗内に備え置いて持ち帰り自由とするものも含まれ、「取引	(3)「取引に附随して」について ①　取引を条件として経済上の利益を提供する場合は、「取引に附随」する提供に当たる。ここでいう「取引」とは、有価証券の売買取引その他の取引等に限らず、顧客との間のあらゆる取引が含まれる。 また、「取引」は新規・既存のいずれかを問わないことから、新たに取引を行うことを条件とする場合はもちろん、既に取引を行っている者を対象とする場合も「取引を条件とする」に該当する。 ②　協会員の場合には、来店を条件としただけで、すなわち顧客が店舗内に入っただけで「取引附随性」が発生する。 例えば、店舗内で配付するものは、店舗内に備え置いて持ち帰り自由とするものも含まれ、「取引

に附随」する提供に該当する。また、他の事業者が行う経済上の利益の提供の企画であっても、自己が当該他の事業者に対して協賛、後援等の特定の協力関係にあって共同して経済上の利益を提供していると認められる場合又は他の事業者をして経済上の利益を提供させていると認められる場合もこれに該当するので、会社説明会等で配布される景品等に関しても留意が必要となる。

③　取引附随性が発生するか否かは、提供者の主観的意図ではなく、提供を受ける相手方が一般的にそのように感じるか否かによって判断される。

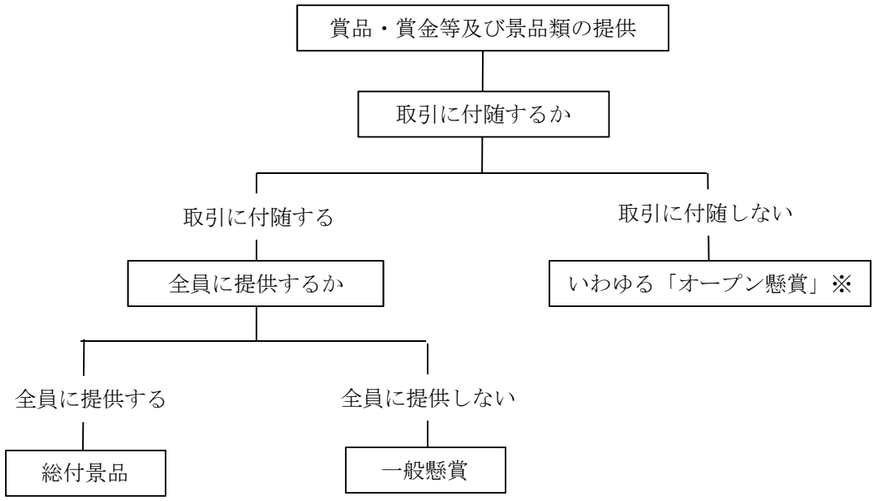
２．景品類の提供

(1)「総付景品」と「一般懸賞」

景品表示法その他関係告示等では、事業者が景品類の提供を行う場合について、正常な商慣習の範囲内において、懸賞（くじ等）によらず、「取引に附随」して顧客全員に対して提供する場合を「総付景品」と、また、「取引に附随」して、懸賞により、一定の条件を満たした者に限定して提供する場合（つまり「懸賞」により景品類の提供の相手方又は景品類の価額を定める場合）を「一般懸賞」と定義している。

なお、「取引に附随」しないで景品類の提供を行う方法としては、いわゆる「オープン懸賞」がある。

これらを図示すると、以下のとおりである。



※いわゆる「オープン懸賞」については、平成 18 年 4 月に規制が撤廃されたため、現在では、景品表示法の景品規制は適用されない。

に附随」する提供に該当する。

③　取引附随性が発生するか否かは、提供者の主観的意図ではなく、提供を受ける相手方が一般的にそのように感じるか否かによって判断される。

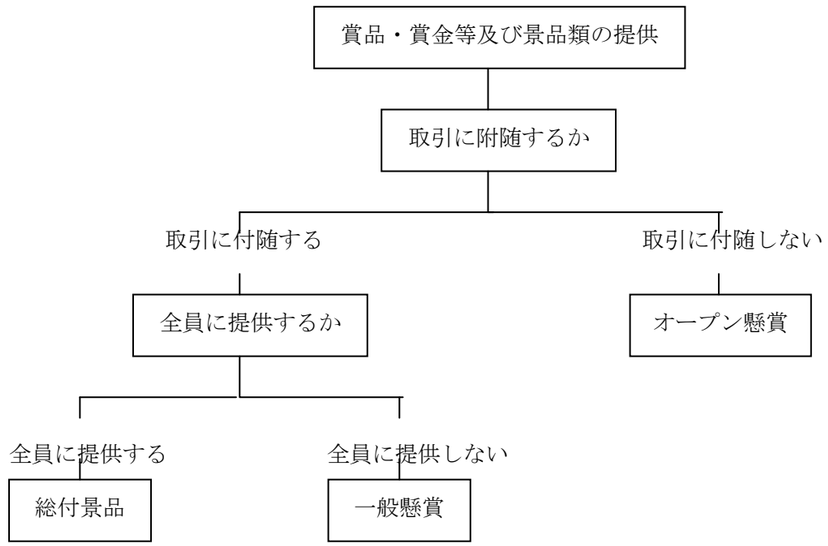
２．景品類の提供

(1)「総付景品」と「一般懸賞」

景品表示法その他関係告示等では、事業者が景品類の提供を行う場合について、正常な商慣習の範囲内において、懸賞（くじ等）によらず、「取引に附随」して顧客全員に対して提供する場合を「総付景品」と、また、「取引に附随」して、懸賞により、一定の条件を満たした者に限定して提供する場合（つまり「懸賞」により景品類の提供の相手方又は景品類の価額を定める場合）を「一般懸賞」と定義している。

この他に、「取引に附随」しないで景品類の提供を行う方法として、景品表示法ではなく独占禁止法に基づく公正取引委員会の告示において制限を受ける「オープン懸賞」がある。

これらを図示すると、以下のとおりである。



(2) 総付景品

① 総付景品の定義

総付景品とは、正常な商慣習の範囲内において、懸賞によらず、「取引に附随」して顧客全員に対し景品類を提供することをいう。例えば、

(ｲ) 来店又は取引をした者全員に景品類を提供する場合

(ﾛ) 来店又は申込みの先着順に景品類を提供する場合

などが該当する。

② 総付景品により提供できる景品類の価額の制限

総付景品により提供できる景品類の価額の上限は、「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、平成１９年改正）第１項において、以下のとおり制限を受ける。

(ｲ) 景品類の提供に係る取引の価額が 1,000 円未満の場合　　200 円

(ﾛ) 景品類の提供に係る取引の価額が 1,000 円以上の場合　　取引価額の 10 分の 2

なお、総付景品により提供する景品の総額の制限は設けられていない。

③ 総付景品に該当しない場合

総付景品により顧客に対して提供する景品類は、原則として、上記の範囲内で行うこととなっているが、上記告示の第２項では、例外規定として、次の場合であって、正常な商慣習に照らして適当と認められるものについては、上記の制限を行わないとしている。

(ｲ) 商品の販売若しくは使用のため又は役務の提供のため必要な物品又はサービス

(ﾛ) 見本その他宣伝用の物品又はサービス

(ﾊ) 自己の供給する商品又は役務の取引において用いられる割引券その他割引を約する証票

(ﾆ) 開店披露、創業記念等の行事に際して提供する物品又はサービス

(3) 一般懸賞

① 一般懸賞の定義

「取引に附随」して、懸賞により、一定の条件を満たした者に限定して提供する場合（つまり「懸賞」により景品類の提供の相手方又は景品類の価額を定める場合）をいう。

ここでいう「懸賞」とは、くじその他偶然性を利用して定める方法及び特定の行為の優劣又は正誤によって定める方法とがある。

なお、偶然性を利用して定める方法には、来店又は申込みの先着順は含まれない（「総付景品」に含まれる。）。

② 一般懸賞により提供できる景品類の価額の制限

一般懸賞により提供できる景品類の価額の上限は、「懸賞によ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３号）第２項において、以下のとおり制限を受ける。

(ｲ) 懸賞に係る取引の価額が 5,000 円未満の場合　　取引価額の 20 倍

(ﾛ) 懸賞に係る取引の価額が 5,000 円以上の場合　　10 万円

また、懸賞により提供する景品類の総額は、当該懸賞に係る取引の予想総額の 100 分の２を超えて

(2) 総付景品

① 総付景品の定義

総付景品とは、正常な商慣習の範囲内において、懸賞によらず、「取引に附随」して顧客全員に対し景品類を提供することをいう。例えば、

(ｲ) 来店又は取引をした者全員に景品類を提供する場合

(ﾛ) 来店又は申込みの先着順に景品類を提供する場合

などが該当する。

② 総付景品により提供できる景品類の価額の制限

総付景品により提供できる景品類の価額の上限は、「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）第１項において、以下のとおり制限を受ける。

(ｲ) 景品類の提供に係る取引の価額が 1,000 円未満の場合　　100 円

(ﾛ) 景品類の提供に係る取引の価額が 1,000 円以上の場合　　取引価額の 10 分の 1

なお、総付景品により提供する景品の総額の制限は設けられていない。

③ 総付景品に該当しない場合

総付景品により顧客に対して提供する景品類は、原則として、上記の範囲内で行うこととなっているが、上記告示の第２項では、例外規定として、次の場合であって、正常な商慣習に照らして適当と認められるものについては、上記の制限を行わないとしている。

(ｲ) 商品の販売若しくは使用のため又は役務の提供のため必要な物品又はサービス

(ﾛ) 見本その他宣伝用の物品又はサービス

(ﾊ) 自己の供給する商品又は役務の取引において用いられる割引券その他割引を約する証票

(ﾆ) 開店披露、創業記念等の行事に際して提供する物品又はサービス

(3) 一般懸賞

① 一般懸賞の定義

「取引に附随」して、懸賞により、一定の条件を満たした者に限定して提供する場合（つまり「懸賞」により景品類の提供の相手方又は景品類の価額を定める場合）をいう。

ここでいう「懸賞」とは、くじその他偶然性を利用して定める方法及び特定の行為の優劣又は正誤によって定める方法とがある。

なお、偶然性を利用して定める方法には、来店又は申込みの先着順は含まれない（「総付景品」に含まれる。）。

② 一般懸賞により提供できる景品類の価額の制限

一般懸賞により提供できる景品類の価額の上限は、「懸賞によ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３号）第２項において、以下のとおり制限を受ける。

(ｲ) 懸賞に係る取引の価額が 5,000 円未満の場合　　取引価額の 20 倍

(ﾛ) 懸賞に係る取引の価額が 5,000 円以上の場合　　10 万円

また、懸賞により提供する景品類の総額は、当該懸賞に係る取引の予想総額の 100 分の２を超え

はならないとされている。 なお、前記にかかわらず、一定の地域における小売業者又はサービス業者の相当多数が共同して行う場合等には、景品類の総額は予定総額の 100 分の３を超えない額、最高額は 30 万円を超えない額とすることができる。	てはならないとされている。
３．取引価額の算定基準について 景品表示法及び関係告示では、総付景品及び一般懸賞により提供する景品類の価額については、景品を提供する取引の「取引価額」に応じて提供できる額に差を設けている。 金融商品取引業における「取引価額」は、対象となる取引の違いに応じて、次のとおりとなる。 なお、ここでいう取引とは、売買取引に限らず、保護預りなどの付随業務において、その対価を受け取る場合も含む。 （1）委託取引以外の取引に係る取引価額は、すべて受渡代金とする。 （例）①　募集又は売出しによる株式、債券又は投資信託（ＭＲＦを含む。）の取引 ②　既発債券の相対取引 （2）株式、債券等の委託取引に係る取引価額は、委託手数料とする。 （注）委託取引又は委託取引以外のいずれにおいても、各種口座管理料を受渡代金又は委託手数料に加えて取引価額とすることができる。	**３．取引価額の算定基準について** 景品表示法及び関係告示では、総付景品及び一般懸賞により提供する景品類の価額については、景品を提供する取引の「取引価額」に応じて提供できる額に差を設けている。 証券業における「取引価額」は、対象となる取引の違いに応じて、次のとおりとなる。 なお、ここでいう取引とは、売買取引に限らず、保護預りなどの付随業務において、その対価を受け取る場合も含む。 （1）委託取引以外の取引に係る取引価額は、すべて受渡代金とする。 （例）①　募集又は売出しによる株式、債券又は投資信託（ＭＲＦを含む。）の取引 ②　既発債券の相対取引 （2）株式、債券等の委託取引に係る取引価額は、委託手数料とする。 （注）委託取引又は委託取引以外のいずれにおいても、各種口座管理料を受渡代金又は委託手数料に加えて取引価額とすることができる。
４．景品類の提供に関する広告等について **（1）媒体、期間** 景品類を提供する旨の広告等は、原則として、媒体、期間を問わず自由にできる。	**４．景品類の提供に関する広告等について** **（1）媒体、期間** 景品類を提供する旨の広告等は、原則として、媒体、期間を問わず自由にできる。
（2）取引等を条件として景品類を提供する場合について ①　景品類を提供する旨の広告等は、「広告等の表示及び景品類の提供に関する規則」の対象となる。したがって、一定の種類・金額・回数の取引を条件とする場合又は一定の期間を経過した後でなければ提供しない等景品類の提供に条件を付す場合には、その条件をすべて明瞭に表示しなければならない。また、条件となる商品や取引の性格についても同規則及び本指針等に基づき適正に表示しなければならない。 ②　広告スペース等の事情により条件を表示できない場合には、「詳しくは店頭で」等と表示し、店頭にすべての条件を明瞭に表示したポスターを掲出することにより条件の表示に代えることができる。 ただし、一定の取引が条件となっているにもかかわらず、「お取引をいただいた方に差し上げます。詳しくは店頭で」と表示した場合は、いかなる取引（金額）であっても景品類を提供すると誤認され、不当表示となるおそれがある。	**（2）取引等を条件として景品類を提供する場合について** ①　景品類を提供する旨の広告等は、「広告等及び景品類の提供に関する規則」（公正慣習規則第７号）の対象となる。したがって、一定の種類・金額・回数の取引を条件とする場合又は一定の期間を経過した後でなければ提供しない等景品類の提供に条件を付す場合には、その条件をすべて明瞭に表示しなければならない。また、条件となる商品や取引の性格についても同規則及び本指針等に基づき適正に表示しなければならない。 ②　広告スペース等の事情により条件を表示できない場合には、「詳しくは店頭で」等と表示し、店頭にすべての条件を明瞭に表示したポスターを掲出することにより条件の表示に代えることができる。 ただし、一定の取引が条件となっているにもかかわらず、「お取引をいただいた方に差し上げます。詳しくは店頭で」と表示した場合は、いかなる取引（金額）であっても景品類を提供すると誤認され、不当表示となるおそれがある。
（3）提供する景品類を特定する場合について 提供する景品類を名称、写真等によって特定する場合であって、その個数に限りがあり、代替品を用意しないときは「数に限りがある」等と表示し、代替品を用意するときは「品切れの場合は他の景品を	**（3）提供する景品類を特定する場合について** 提供する景品類を名称、写真等によって特定する場合であって、その個数に限りがあり、代替品を用意しないときは「数に限りがある」等と表示し、代替品を用意するときは「品切れの場合は他の景品を

もって代えていただく場合があります。」等と表示することが望ましい。	もって代えていただく場合があります。」等と表示することが望ましい。
(4) 先着順に提供する場合について ① 来店又は申込みの先着順によって提供することは一般懸賞とはならないため、「来店（又は取引）をした方先着○名に提供する」といった広告等を行うこともできる。 ② 郵送による申込みの先着順とする場合は、結果的に一般懸賞となる場合があるので注意する必要がある。 例えば、郵送により取引を申し込んだ者先着 1,000 名に提供するという企画の場合、同日に 1,200 通の申込みが到着すれば先着順位を確定することができないので、結果的に抽選（一般懸賞）となる。ただし、この場合においても、景品類の数を当初予定より増やし、同日到着分にすべて景品類を提供すれば、総付景品となる。	**(4) 先着順に提供する場合について** ① 来店又は申込みの先着順によって提供することは一般懸賞とはならないため、「来店（又は取引）をした方先着○名に提供する」といった広告等を行うこともできる。 ② 郵送による申込みの先着順とする場合は、結果的に一般懸賞となる場合があるので注意する必要がある。 例えば、郵送により取引を申し込んだ者先着 1,000 名に提供するという企画の場合、同日に 1,200 通の申込みが到着すれば先着順位を確定することができないので、結果的に抽選（一般懸賞）となる。ただし、この場合においても、景品類の数を当初予定より増やし、同日到着分にすべて景品類を提供すれば、総付景品となる。
(5) 粗品進呈券等 粗品進呈券等をチラシ等に印刷し、これを持参した者に景品類を提供する旨の広告等も上記に準じて行うことができる。ただし、これを新聞（折り込みチラシを含む。）又は雑誌に掲載する場合は「クーポン広告」になるため、新聞業又は雑誌業の公正競争規約の定めるところによる必要がある。	**(5) 粗品進呈券等** 粗品進呈券等をチラシ等に印刷し、これを持参した者に景品類を提供する旨の広告等も上記に準じて行うことができる。ただし、これを新聞（折り込みチラシを含む。）又は雑誌に掲載する場合は「クーポン広告」になるため、新聞業又は雑誌業の公正競争規約の定めるところによる必要がある。
５．キャッシュバックについて いわゆるキャッシュバックとは、支払った代金の割戻しを行うことを指し、取引通念上妥当と認められる基準に従って行われる場合は、値引と認められる経済上の利益に該当し，景品規制の適用対象とはならない。 例えば、期間を定めて口座開設を行った場合に口座管理料の一部を返金するようなケースがこれに該当し、この場合は景品規制の適用対象とはならない。ただし、懸賞によりキャッシュバックを行う場合や、割り戻した金銭の使途を制限する場合、あるいは同一の企画において景品類の提供を併せて行う場合には景品規制の対象となる。 したがって、キャッシュバックに関する表示を行う場合は、次の点への留意が必要と考えられる。 ・「キャッシュバック」という表示は適当か（景品として行うのであれば、「現金（図書カード等）プレゼント)」等の表示とする） ※キャッシュバックは支払った代金の割戻しであるので、取引代金を上回る金額の提供はありえないことに留意が必要 ・景品規制の対象となる場合、特に同一の企画において景品類の提供を併せて行う場合には、景品類の価額の制限に注意する	（新設）
６．株式等の景品類の提供の禁止 特定かつ少数の銘柄について景品類を提供することは、強い誘引効果を持つと考えられることから、価	**５．株式等の景品類の提供の禁止** 特定かつ少数の銘柄について景品類を提供することは、強い誘引効果を持つと考えられることから、価

格形成に与える影響は大きくなることが予想され、既に流通市場において売買されているエクイティもの（株式、新株予約権付社債等）及び上場不動産投資証券については、時価発行公募増資等の募集又は売出しの場合を除き、特定の銘柄の取引と関連させた景品類等の提供を行うべきでないと考えられる。	格形成に与える影響は大きくなることが予想され、既に流通市場において売買されているエクイティもの（株式、新株予約権付社債等）及び上場不動産投資証券については、時価発行公募増資等の募集又は売出しの場合を除き、特定の銘柄の取引と関連させた景品類等の提供を行うべきでないと考えられる。
７．金商法上の禁止行為 金商法において禁止されている「損失補てん」、「特別の利益提供」及び「虚偽又は誤解を生ぜしめる表示」等の禁止行為に該当する又は該当するおそれのある景品類の提供を行ってはならない。	**６．証取法上の禁止行為** 証取法において禁止されている「損失補てん」、「特別の利益提供」及び「虚偽又は誤解を生ぜしめる表示」等の禁止行為に該当する又は該当するおそれのある景品類の提供を行ってはならない。
８．その他 景品類の提供を行うに当たっては、上記の事項のほか、金商法、景品表示法及び公正取引委員会（平成21年９月以降は消費者庁所管）の告示その他の関係法令等並びに本協会の「広告等の表示及び景品類の提供に関する規則」等を遵守して行う必要がある。	**７．その他** 景品類の提供を行うに当たっては、上記の事項のほか、証取法、景品表示法及び公正取引委員会の告示その他の関係法令等並びに本協会の「広告等及び景品類の提供に関する規則」及び「懸賞広告等に関するガイドブック」等を遵守して行う必要がある。