

変更案

1 景品類の定義について（規約第2条第3項）

(1) 「顧客を誘引するための手段として」について

- ① 「顧客」とは、特定の事業者と、継続的あるいは反復的に取引の関係を結ぶ者に限らず、取引の相手方となる可能性のある者も含み、それが事業者であるか、消費者であるかを問わない。
- ② 「誘引するための手段」とは、実際に旅行の取引がなされるかどうかに関係なく客観的に誘引行為と認められるものがあれば、この要件に該当する。また、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含まれる。

(2) 「方法のいかんを問わず」について

- ① 自己の名前で景品類を提供する、いわゆる直接的提供のみならず、第三者の名義を使用して提供する、間接的提供も含まれる。
- ② 懸賞により提供する場合のほか、懸賞によらないで提供する場合も含まれる。

(3) 「自己の供給する旅行の取引」について事業者が相手方と直接、旅行の取引をする場合のみならず、他事業者に委託してその相手方と取引をする場合も含まれる。

(4) 「取引に附随して」について

- ① 取引の本来の内容をなすと認められる経済上の利益の提供は「取引に附随」する提供に当たらない。
- ② 旅行と他の商品とが組み合わせられたことにより、別の特徴を持つ一個の商品となっているため、取引の相手方がその一方を無料で提供されたと認識しない場合（例：新婚旅行と現地挙式との組合せ）は「取引に附随」する提供に当たらない。
- ③ 懸賞により提供する場合及び取引の相手方に景品類であると認識されるような方法で提供する場合は、すべて「取引に附随」する提供に当たる。
- ④ 取引を条件としない場合であっても、次の場合は「取引に附随」する提供に当たる。
 - ア 旅行の取引をすることによって、あるいは、自己の店舗に来店することによって、解答が判明し、又は解答が容易になるクイズを広告において出題し、解答者に対し提供する場合。
 - イ 自己の店舗への入店者、あるいは旅行発表会、説明会への入場者に対し提供する場合。

(5) 「物品・金銭その他の経済上の利益」について

- ① 事業者が、そのために特段の出費を要しない物品又は市販されていない物品等であっても、提供を受ける者の側から見て、通常、経済的対価を支払って取得すると認められるものは、「経済上の利益」に含まれる。

② 旅行の取引に附随して、他の商品・サービスを通常の価格よりも安く購入できる利益も「経済上の利益」に含まれる。

③ 割引券その他割引を約する証票の提供は、「経済上の利益」に当たる。

2 「値引き」と認められる経済上の利益について（施行規則第1条第1項、第2項）

(1) 旅行代金の額の減額は景品に当たらない。

(2) 旅行の割賦販売に当たり、利息を無利息とする場合は景品類には当たらない。

(3) 旅行業務取扱料金（手配料金・添乗サービス料金・渡航手続代行料金・相談料金等）又は手配に係る通信費を無料又は値引する場合は、景品類に当たらない。

3 「値引き」と認められない経済上の利益について（施行規則第1条第3項）

(1) 旅行代金の額の減額、割り戻しを行うに当たり、その金銭又は相手方に交付する減額、割り戻しを約する証票等の用途を制限する場合は、「値引き」とは認められない。

(2) 一つの企画の中で、減額（割り戻し、値引き）か景品類の提供か、そのいずれかを相手方に選択させる場合、減額される金銭は、「値引き」とは認められない。

4 「旅行を安全又は円滑に実施するために必要なもの」について（施行規則第2条）

(1) 旅行を安全又は円滑に実施するために必要なものを例示すると、次のとおりである。

① 「手荷物無料宅配付」等であって、その範囲（価格・数量・内容等）が、正常な商慣習に照らして適当と認められるもの。

② 旅行の取引の本来の内容（例えば「食事〇食付」、「添乗員付」、「観光付」、「宿泊付」等）であるものを除き、〇〇付として提供されるものであって、〇〇が旅行代金に含まれている旨が明瞭に表示されているものは景品類に当たらない。この場合の明瞭とは、「〇〇付」表示の直近の箇所に、「〇〇付」表示と同程度の大きさの文字で表示されていることをいう。しかしながら、その範囲（価格・数量・内容等）は、正常な商慣習に照らして適当と認められるものであること。

(2) 旅行を安全又は円滑に実施するために必要なものであっても、「プレゼント」、「差し上げます」、「お土産」、「景品」、「特典」等の表現を使用すると景品類とみなされる。また、「付」を使用しても「〇〇プレゼント付」、「〇〇サービス付」等は、景品類とみなされる。

5 景品類の提供とみなす場合について（施行規則第3条）

(1) 「値引き」あるいは「旅行の取引に付属する経済上の利益」は景品類とはみなされないが、これらの利益を提供する場合でも、抽選など懸賞の方法によって、利益

を受けることができる者を特定するときは、景品類の提供に当たる。

- (2) 旅行の広告等において、「〇〇プレゼント」、「〇〇プレゼント付」、「〇〇サービス」、「〇〇サービス付」、「〇〇特典」、「〇〇特典付」、「〇〇土産」、「〇〇土産付」、「無料」、「フリー」、「進呈」といった景品類の提供と認識される表現、あるいは方法で、物品、あるいは役務サービスを提供する場合は、たとえそれらが旅行代金に含まれると表示した場合であっても、すべて景品類の提供に当たる。

ただし、ある商品の購入者に対して同一商品を付加する増量割引等の場合は、「無料」、「フリー」、「進呈」、「サービス」等の表示をしても景品類の提供とはみなさない。

- (3) 「モニター報酬」について

① 「モニター」とは、旅行の全部又は一部の内容・品質に関する事項について、評価・感想をまとめ報告するもので、その仕事の内容が明示されているものをいう。

② 「モニターに対して支払う、その仕事に相応する報酬」とは、

ア. 旅行代金と判然と区別されたもの

イ. 支払いが旅行終了後になされるもの

ウ. モニターの報告は、原稿用紙（400字詰）又はアンケートによるものとし、1枚につき2,000円相当以内のもの

をいう。

③ 前①、②の条件に当たらないものは「名目だけのモニター」になる。

- 6 懸賞の定義について（施行規則第4条）(1) 来店又は申込みの先着順によって景品類を提供することは、「懸賞」には該当しない。

(2) 「くじ、その他偶然性を利用して定める方法」とは、次のような方法をいう。

① 抽選券、抽選器を用いる方法

② レシート等を抽選券として用いる方法

③ 宝さがし、じゃんけん等による方法

(3) 「特定の行為の優劣又は正誤によって定める方法」とは、次のような方法をいう。

① その年の十大ニュースやプロ野球の優勝チームなど、応募の際一般に明らかでない事項について予想を募集し、その回答の優劣又は正誤によって定める方法

② キャッチフレーズ・商品の愛称・写真等を募集し、その優劣によって定める方法

③ パズル・クイズ等の解答を募集し、その正誤によって定める方法

④ ゴルフコンペ・ゲートボール・〇〇コンテストのような競技・演技又は遊戯等の優劣によって定める方法。ただし、セールスコンテスト等、相手方事業者の取引高、その他取引の状況に関する優劣によって定める方法は含まない。

- (4) 二以上の種類の文字・絵・符号等を表示した符票のうち、異なる種類の符票の特定の組合せを提示させる「カード合わせ」については、禁止されている。

7 懸賞により提供する景品類の制限について（規約第3条第1号）

- (1) 懸賞により提供することができる景品類の最高額は、次のとおりである。
- ① 取引価額が5千円未満の場合 取引価額の20倍
 - ② 取引価額が5千円以上の場合 10万円
- (2) 懸賞により提供することができる景品類の総額は、当該懸賞に係る取引予定総額の100分の2を超えてはならない。
- (3) 「取引価額」とは
- ① 事業者が景品付販売を行う対象の旅行の旅行代金の額をいう。
 - ② 対象の旅行が複数存在する場合は、そのうち最も安い旅行の旅行代金の額をいう。
 - ③ 前②に拘らず、来店者を対象とする等、景品付販売の対象の旅行の旅行代金の額を特定することが困難な場合の「取引価額」は、当該店舗において通常販売されている旅行のうち最も安い旅行の旅行代金の額をいう。
- (4) 「取引予定総額」とは、懸賞によって販売しようとする旅行の総販売予定額をいう。

8 共同懸賞について（規約第3条第1号）

- (1) 前記7（1）及び（2）に拘らず、次に掲げる場合において、懸賞により景品類を提供するときは、景品類の最高額は30万円を超えない額、景品類の総額は当該懸賞に係る取引予定総額の100分の3を超えない額とすることができる。
- ① 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
 - ② 一の商店街に属す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
ただし、中元、年末等の時期において、年3回を限度とし、かつ、年間通算して70日の期間内で行う場合に限る。
 - ③ 一定の地域において、旅行業等の事業を行う者の相当多数が共同して行う場合
- (2) 「一定の地域」とは、小売業者又はサービス業者の店舗又は営業施設の所在する市町村（東京都にあっては、特別区又は市町村）の区域をいう。
- (3) 「商店街」とは、小売業者又はサービス業者が30店以上近接しているものをいう。
- (4) 「相当多数」とは、共同懸賞の参加者がその地域における「小売業者又はサービス業者」又は「旅行業等の事業を行う者」の過半数であり、かつ、通常共同懸賞に参加する者の大部分である場合をいう。

9 懸賞によらないで提供する景品類の制限について（規約第3条第2号）

- (1) 懸賞によらないで提供することができる景品類の最高額は、取引価額の10分の2

とする。

- (2) 「懸賞によらないで提供する」とは、旅行の申込者・参加者にもれなく提供することの他、来店・先着順を基準に提供する方法をいう。
- (3) 「取引価額」は、前記7(3)による。
- (4) 旅行の取引に附随して他の旅行の取引において用いられる旅行券(特定の旅行との引換券を除く)、割引券その他割引を約する証票であって、正常な商慣習に照らして適当と認められるものは、(1)の規定を適用しない。

10 景品類の価額の算定等について(施行規則第5条)

- ① 景品類と同じものが市販されている場合は、景品類の提供を受ける者が、それを通常購入するときの価格による。
- ② 景品類と同じものが市販されていない場合は、景品類を提供するものがそれを入手した価格、類似品の市価等を勘案して、景品類の提供を受ける者が、それを通常購入することとしたときの価格を算定し、その価格による。
- ③ 「共同して提供する」とは、事業者自身が景品類の価額の負担の有無に拘らず、他者と共同して景品類を提供することをいう。

また、他者が独自に提供する景品類については、事業者が提供する景品類には合算しないが、他者の景品類の提供の利益の享受が自己と取引した者に限られる場合、あるいは、自己が提供していると認識される様な表現・方法によって提供される場合は合算する。

- ④ 一の取引において、「懸賞により提供する場合」と「懸賞によらないで提供する場合」との景品類の価額は合算しないが、同一の提供方法で重複して提供する場合、景品類の価額は合算する。
- ⑤ 旅行の発表会等への来場者又は営業所への来店者に対し、取引を条件としないで景品類を提供し、さらに取引を条件として景品類を提供する場合の景品類の価額は、それぞれの制限額の範囲内とする。

ただし、単一の旅行商品の発表会等であって、来場者のほぼ全員が当該商品の申込みを行うことが予想される場合の景品類の価額は、取引を条件として提供する景品類の制限額の範囲内とする。

11 旅行の発表会等における景品類の提供

の制限について(施行規則第6条)

(1) 旅行の発表会等における取引価額について

- ① 単一の旅行を対象とする発表会・説明会においては、当該旅行の旅行代金の額
- ② 「ヨーロッパ旅行のタベ」、「ハネムーンフェア」等複数の旅行を対象とする発表会・説明会においては、発表・説明する旅行又はパンフレット記載の旅行のうち、

最も安い旅行の旅行代金の額

- (2) 「教養セミナー」、「文化講座」等の文化的行事を目的とするものであって、その会場において旅行を発表しない場合、あるいは旅行のパンフレット等を配布しない場合には、来場者に対して提供する物品等は、景品類に該当しない。

附 則

この運用基準の変更は、規約の変更について公正取引委員会及び消費者庁長官の認定の告示があった日から施行する。