十四　株式会社東美ほか一名に対する件（違反法条　景表法第三条（懸賞制限告示第一項））

昭和四十六年（判）第二号

審　決

長崎市浜町一番二十二号
被審人　株式会社　東　美
右代表者　代表取締役　佐々木　房男

長崎市浜町一番二十二号
被審人　株式会社　エスマート
右代表者　代表取締役　佐々木　房男

公正取引委員会は、右各被審人らに対する不当景品類及び不当表示防止法（以下「景品表示法」という。）違反事件について、昭和四十七年八月二十六日審判官吉野秀雄が当委員会に提出した別紙審決案を調査し、事件記録に基づき次のとおり審決する。

主　文

被審人らは、今後一年間、景品表示法第三条の規定に基づく「懸賞による景品類の提供に関する事項の制限」備考各号のいずれかの方法により懸賞による景品類の提供を行なうときは、あらかじめ、その旨を当委員会に届け出なければならない。

理　由

本審決の事実、証拠、法令の適用および理由は、別紙審決案と同一であるからこれを引用する。

よって、私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律第五十四条第一項、景品表示法第七条第二項および公正取引委員会の審査及び

審判に関する規則（公正取引委員会規則第五号）第六十九条第一項の規定により、主文のとおり審決する。

昭和四十七年九月二十七日

公正取引委員会

委員長　高橋俊英

委員　有賀美智子

委員　高橋勝好

委員　呉文二

別紙

昭和四十六年（判）第二号

審決案

長崎県長崎市浜町一番二十二号

被審人　株式会社東美

右代表者　代表取締役　佐々木房男

長崎県長崎市浜町一番二十二号

被審人　株式会社エスマート

右代表者　代表取締役　佐々木房男

公正取引委員会は、右被審人らの行為が、不当景品類及び不当表示防止法（昭和三十七年法律第百三十四号。以下「景品表示法」という。）第三条の規定に基づく「懸賞による景品類の提供に関する事項の制限」（昭和三十七年公正取引委員会告示第五号）備考第一項第二号に該当し、同告示第一項の規定に違反するものと認め、昭和四十五年十二月八日景品表示法第六条第一項の規定による命令（昭和四十五

年（排）第四十八号）をしたところ、被審人らから、昭和四十六年一月九日同法第八条第一項の規定に基づき審判手続の開始の請求があったので、同年二月二十五日同条第二項の規定による審判開始決定を行ない、審判開始決定書の謄本を被審人らに送達した。

これに対し、被審人らから、同年三月八日答弁書が提出された。

右景品表示法違反審判事件について、公正取引委員会から、私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律（以下「私的独占禁止法」という。）第五十一条の二および公正取引委員会の審査及び審判に関する規則（以下「規則」という。）第二十六条の規定により、担当審判官に指定された本職は、昭和四十六年三月二十五日および同年四月二十三日の二回にわたり審判を行なった結果、次のような審決をすることが適当であると思料し、規則第六十六条および第六十七条の規定により、本審決案を作成する。

主　文

被審人らは、今後一年間、景品表示法第三条の規定に基づく「懸賞による景品類の提供に関する事項の制限」備考各号のいずれかの方法により懸賞による景品類の提供を行なうときは、あらかじめ、その旨を当委員会に届け出なければならない。

事実および証拠

第一　事　実

一　被審人株式会社東美（以下「東美」という。）は、肩書地に本店を、福岡県福岡市内に一店舗を置き、また、被審人株式会社エスマート（以下「エスマート」という。）は、肩書地に本店を、長崎県長崎市内に七店舗、福岡県大牟田市内に三店舗を置き、それぞれ衣料品、家庭用品、日用雑貨品および食料品の小売業を営む事業者である。

二　被審人らは、共同して一般消費者を対象に、「ホンダ一三〇〇、クーペ七が当る中元大売出し」と称し、昭和四十五年七月十一日から同年八月十三日までを期間とし、東美・エスマートチエーンの店舗数と東美本店に展示しているホンダ一三〇〇　クーペ七の色との解答を求めるクイズを新聞、チラシに広告し、東美本店、エスマート本店およびエスマートの長崎市内の七店舗のうち長崎市万屋町所在の観光通り店を除く六店舗の店内に置いた応募用紙で、または官製ハガキで応募させ、正解者の中から抽せんにより、S東美賞とし

てホンダ一三〇〇　クーペ七（五十四万八千円相当）一本、特賞としてナショナルパナカラーテレビ一九型TH―一二〇DU（十五万五千円相当）一本、一等賞としてエチケットブラシ（五百円相当）五十本、二等賞としてダンデイハンガー（百五十円相当）二百本、三等賞としてナプキン（五十円相当）五百本を提供した。

三　しかるに、当該懸賞に係る最低の取引価額は、森永キャラメルの九円であって、懸賞により提供することができる景品類の価額の最高額は、百八十円である。

よって、前記景品類中、S東美賞、特賞および一等賞の景品類の価額は、右の制限をこえるものである。

第二　証　拠

第一事実の一については、

一　査第一号証の一および二

一　査第二号証の一の供述調書の記載

一　被審人代表者本人佐々木春美（第一回および第二回述記録）の陳述

同二の事実については、

一　査第二号証の一の供述調書の記載

一　査第二号証の三ないし査第十号証

一　査第三号証および査第四号証

同三の事実については、

一　査第二号証の一の供述調書の記載

一　査第八号証の一

を、いずれも総合してこれを認めることができる。

法令の適用および理由

第一　法令の適用

前記事実によれば、被審人らの行為は、それぞれ景品表示法第三条の規定に基づく「懸賞による景品類の提供に関する事項の制限」備考第一項第二号に該当し、同告示第一項の規定に違反するものである。

なお、被審人らは、それぞれ店内に置いた応募用紙による応募方法と官製ハガキによる応募方法とを併用しているが、このことは、前記告示備考第二項の規定により、本件に前記告示備考第一項第二号の規定を適用することを妨げるものではない。

第二　被審人らの主張に対する判断

一　被審人らの主張の要旨

前記告示備考第一項第二号は、事業者と顧客との間に取引がある場合を前提とした懸賞を規制の対象としているものである。

ところで、本件懸賞に際し、店内に応募用紙を置いたのは、一般大衆のために応募上の便宜を図ったものであり、来店者は取引の有無にかかわらず自由に応募することができるのであるから、本件懸賞はなんら事業者と顧客との間に取引がある場合を前提とするものではなく、前記同号に該当するいわれは全くない。

かりに、前記同号の懸賞には事業者と顧客との間に取引の蓋然性がある場合の懸賞が含まれるとしても、本件が右の場合にあたらないことは、来店者のうち商品を購入した者が全体の三分の一に過ぎず、その他は見廻りもしくはひやかし客であるところから見て明らかである。

二　当委員会の判断

(一)　前記告示備考第一項第二号の懸賞は、昭和四十四年の改正前においては、事業者と顧客との間に取引があったと認められる場合を前提として、商品もしくはこれに添付した物または商品もしくは役務の取引があったことを証する物を抽せん券として用いる方法を規制の対象としていたものであるが、その後右の規制を免れるため、形式的に商品もしくは役務の取引があったことを証する物を抽

せん券として用いていないが、実際には当該懸賞の応募方法が商品の購入と結びついていると認められる事例が発生するに至った。

当委員会としても景品規制行政の立場から、右のごとき懸賞付販売を規制する必要を認め、昭和四十四年同号の改正を行ない、あらたに商品に表示されている文字、模様等を模写した物、商品に表示されているアンケートの質問事項についての回答を記載した物その他これらに類する物、すなわち、直接的に取引があったことを証する物とは認め難いが、その物を提示できる者は取引があったであろうと認められる物を抽せん券として用いる方法を同号の懸賞に含めることとしたものである。

以上のとおりであるから、同号の懸賞には、事業者と顧客との間に取引があったと認められる場合を前提とした懸賞のほか、当該店舗における取引の状況などから見て、通常事業者と顧客との間に取引があったと推認される場合を前提とした懸賞も含まれるものと解するのが相当である。

したがって、同号に掲げる懸賞が事業者と顧客との間に取引がある場合のみを前提とするものであるとの主張は採用することができず、また右の主張を前提として本件懸賞が同号に該当しないとの主張は失当といわざるを得ない。

次に、被審人らは来店者のうち商品を購入した顧客は全体の三分の一に過ぎず、その他は見廻りもしくはひやかし客であるから、大半の顧客は取引の蓋然性がないと主張するが、一般に店舗に出入りする者が取引の蓋然性を有するかどうかは、当該店舗の態様、販売する商品の種類および販売の仕方等取引をめぐる各般の事情を総合して判断すべきものと思料する。

このような観点から、(ア) 本件における各店舗がいずれもスーパー方式をとる小売店であり、その販売する商品は食料品をはじめ一般消費者が日常使用する家庭用品または衣料品等が主体であること、(イ) 被審人らが本件企画を「ホンダ一三〇〇 クーペ七が当る中元大売出し」と称し、豊富な優良品を安値で販売する旨を新聞、チラシ等に繰返し広告している事実に徴すれば、本件懸賞は明らかに右中元大売出し期間中における販売促進のための顧客誘引手段となっていること、(ウ) 被審人代表者佐々木春美は、本件審判に際して「私どもの経験によれば、通常買物をする場合、一人だけで買物をするのは食料品売場における主婦層に見られる現象であって、その他のいわゆる買廻り品的要素の物、例えば衣料品または家庭用品の売場においては親兄弟または知人等が連れ立っている

場合が多い。」旨を陳述しているところから、被審人らが見廻りもしくはひやかし客と見ている者の中には実質的に買物客と一体とみなすべき者が介在していることは明らかであること、等を考え合わせると、被審人らの店舗に出入りする者の大半が取引の蓋然性がないといちがいに断定することはできないものと思料する。したがって、この点に関する被審人らの主張は採用することができない。

(二) しかしながら、被審人らとしても本件懸賞を企画するにあたって、景品表示法に違反するか否かについて相当の注意と努力を払っていることは本件証拠に照らして明らかなところであり、また、前記告示備考第一項第二号の規定が難解であるという被審人らの主張については首肯し得る点もなしとしない事情等を考慮のうえ、本件違反行為に対する措置を命ずるものである。

よって、私的独占禁止法第五十四条第一項および景品表示法第七条第二項の規定により主文のとおりの措置を命ずるものである。

昭和四十七年八月二十六日

公正取引委員会事務局

審判官　吉野秀雄