

dポイントマーケット  
景品表示法  
(ポイント進呈・商品価格) に関する  
ガイドライン

第1.0版

# 目次

1. この資料について.....	3
2. 本ガイドラインにおける言葉の定義 .....	4
3. 景品表示法とは .....	6
3.1 景品表示法.....	6
3.2 景品類とは.....	6
3.2.1 dPMにおける「景品類」の考え方 .....	7
3.3 景品規制.....	7
3.3.1 総付景品とは.....	7
3.3.2 総付景品の規制 .....	8
3.3.3 取引価額について .....	8
3.3.4 景品規制を受けないケース.....	8
3.4 有利誤認表示について .....	10
3.4.1 二重価格表示のルール（法令） .....	10
3.4.2 期間限定キャンペーンを繰り返して実施する際のdPMにおける考え方 .....	12
4. 独占禁止法とは .....	13
4.1 独占禁止法.....	13
4.1.1 不当廉売の規制 .....	13
5. dPMにおけるdポイント進呈の扱い .....	14
5.1 景品表示法におけるdポイントの考え方 .....	14
5.2 dPMにおけるポイント進呈上限 .....	15
5.3 加盟店サイトで進呈するポイントの景品性確認.....	17
5.3.1 チェックフロー .....	17
5.4 dPM掲載プログラムについて.....	18
5.4.1 取引付随性.....	18
5.4.2 ポイント獲得条件の設定 .....	19
6. 加盟店さまキャンペーン実施時のお願い.....	20
6.1 dPMにおけるポイントアップキャンペーンの種類 .....	20
6.1.1 dPM進呈ポイントのポイントアップについて.....	20
6.1.2 dPM進呈ポイントアップ（報酬率アップ） 画面イメージ .....	21
6.2 キャンペーン・特別価格を実施する際の確認項目 .....	21
6.3 キャンペーン終了時の対応について.....	23
7. お問い合わせ .....	24
8. その他.....	24

## 1. この資料について

- dポイントマーケットに掲載するにあたり、遵守すべき景品表示法・景品規制ルールをまとめたガイドラインです。
- dポイントマーケットは景品表示法「総付景品の提供制限」「有利誤認表示の禁止」および独占禁止法「不当廉売」の規制の対象となります。各法律の詳細は[消費者庁Webサイト](#)でご確認ください。

## 2. 本ガイドラインにおける言葉の定義

種別	表記	詳細
用語説明	dPM	dポイントマーケットの略称
	加盟店	dポイントマーケットに掲載する広告主・出稿主・サイトのこと
	掲載料率	dポイントマーケットに掲載する際に、広告主・出稿主からdポイントマーケットに対してお支払いいただく料金・報酬率のこと
	お客さま	dポイントマーケットや加盟店サイト等をご利用するエンドユーザーのこと
dポイントマーケット（dPM） 経由で進呈するポイント	dPM進呈ポイント	<p>お客さまがdポイントマーケットを経由して加盟店さまサイトで購入等を行った際に、<b>dポイントマーケット</b>から進呈される「dポイント(通常)」を指します。</p> <p>進呈されるポイントは下記3種類があります。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ベースポイント</li> <li>・ショップ特典</li> <li>・期間限定特典</li> </ul> <p>※ポイントアップ（掲載料率アップ）期間は「期間限定特典」のポイントが増加します。</p> <p>本ポイントの「dポイント(通常)」は「景品」扱いとなりますが、一部の掲載プログラムは「取引付随性無し」として「景表法の対象外」となります。</p>
	dポイントマーケット ドコモ主催キャンペーンポイント	<p>dポイントマーケット<b>内においてドコモが実施するキャンペーン</b>によりお客さまに進呈する「dポイント(期間・用途限定)」を指します。</p> <p>本ポイントは「値引き(割引証)」扱いで景表法対象外となります。</p>
	dポイントクラブ ポイント倍率アップ 特典	<p>お客さまがdポイントマーケットを経由して加盟店さまサイトで購入等を行った際に、お客さまの<b>dポイントクラブの会員ランク</b>に応じて進呈する「dポイント(期間・用途限定)」を指します。</p> <p>本ポイントは「値引き(割引証)」扱いで景表法対象外となります。</p>

加盟店で進呈するポイント	加盟店さま進呈ポイント	<p>加盟店さまサイトでの購入やキャンペーン等で加盟店さまが進呈する<b>ポイント</b>を指します。</p> <p>本ポイントには下記2種類のポイントに分類されます。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ハウスポイント</li> <li>・共通ポイント</li> </ul>
	ハウスポイント	<p>加盟店さまサイトでの購入やキャンペーン等で加盟店さまが進呈する<b>加盟店さま独自のポイント</b>を指します。</p> <p>ポイントの性質によって「景品類」か否かを判断します。</p>
	共通ポイント	<p>加盟店さまサイトでの購入やキャンペーン等で進呈する<b>他社共通のポイント</b>を指します。</p> <p>ポイントの性質によって「景品類」か否かを判断します。</p>
景品表示法上のポイントの性質	「景品類」扱い	<p>景品表示法上「景品類」に該当するポイントを指します。</p> <p>景品表示法の「景品規制」および独占禁止法「不当廉売」の規制を受けます。</p>
	「値引き(割引証)」扱い	<p>景品表示法上「景品類」に該当しないポイントを指します。</p> <p>景品表示法の「景品規制」は規制対象外となりますが、独占禁止法「不当廉売」の規制を受けます。</p>

## 3. 景品表示法とは

### 3.1 景品表示法

過大景品を提供することで、お客さまが過大景品に惑わされ質の良くないものを買わされてしまうことは、お客さまにとって不利益となります。また、過大景品による競争がエスカレートすると商品・サービスそのものの競争力が低下し、お客さまの不利益につながっていくという悪循環が生じるおそれがあります。

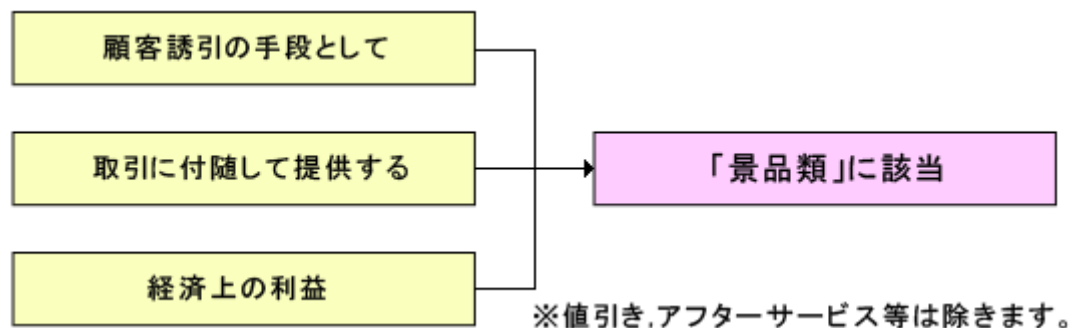
そのため、景品表示法では、景品類の最高額、総額等を規制することで過大景品による不健全な競争を防止しています。

### 3.2 景品類とは

景品表示法上の「景品類」とは、以下を全て満たすものです。

- お客さまを誘引するための手段として、
- 事業者が自己の供給する商品・サービスの取引に付随して提供する
- 物品、金銭その他の経済上の利益

景品類に該当する場合は、景品表示法に基づく景品規制が適用されます。



### 3.2.1 dPMにおける「景品類」の考え方

- お客さまを誘引するための手段
  - dPMに掲載することは、販売促進を目的とするため本項目に該当します。
- 取引付随性
  - 取引（購入やサービス契約など）を条件としてポイントを進呈する場合のほか、直接取引を条件としなくてもお客さまの購入の意思決定に直接結びつく可能性のある形でおこなうものも含まれます。
  - また、将来の取引（購入）を見越したポイントの提供も「取引付随性」があると判断します。
- 経済上の利益
  - 物品・金銭、その他を問わず、お客さまに提供されるものが該当します。
  - ただし、「値引き」「アフターサービス」と認められる経済上の利益は、通常「景品類」とは見なされません。

## 3.3 景品規制

景品表示法に基づく景品規制は以下3つがあり、それぞれ提供できる景品類の限度額が定められています。

- 一般懸賞に関するもの
- 共同懸賞に関するもの
- 総付景品に関するもの

dPMは、お客さまの購買・行動に対して、加盟店さまと共同で“もれなく”dポイントを提供することから、景品表示法の「総付景品」として景品規制を受けます。

### 3.3.1 総付景品とは

お客さまに対して「懸賞」によらずに提供される景品類を「総付景品」として呼びます。

具体的には、商品・サービスの利用者や来店者に対してもれなく提供する金品・ポイントなどが該当します。

### 3.3.2 総付景品の規制

総付景品には提供できる景品類の最高額が定められています。

提供できる景品類の最高額は、景品類の提供に係る取引の価額が1,000円未満の場合は200円まで、1,000円以上の場合は取引の価額の20%の金額までとなります。（表 1 参照）

表1 取引価額における景品類の提供

取引価額（税込）	景品の最高額（税込）
取引価額1,000円以下	200円
取引価額1,000円以上	取引価額の20%

### 3.3.3 取引価額について

dPM経由後の加盟店さまサイトでの購入金額が「取引価額」にあたります。

一部、サブスクリプションサービスの場合は、お客さまの一般的な利用金額を「取引価額」とすることも可能ですが、その場合は判断根拠となるデータが必要となります。

- ケースA) 平均利用金額を用いるケース
  - 「平均月間利用金額 × 平均利用月数」
- ケースB) 最低利用期間や解約料が設定されているケース
  - 「最低料金 × 最低利用期間」あるいは「最低料金 + 解約料」

### 3.3.4 景品規制を受けないケース

以下の取引では「景品類」に該当せず、景品表示法の規制対象外となります。

- 値引き  
取引の対価に関する問題であり、景品類に該当しません。
  - 景品表示法の適用を受けない値引き
    - 正常な商慣習の範囲内で、支払うべき対価を減額
    - 正常な商慣習の範囲内で、支払った代金を割り戻す（キャッシュバック）  
（例）最新端末を購入でもれなく5,000円キャッシュバック

※ただし、値引きであっても以下のようなケースは景品表示法の適用対象となります



- 懸賞（抽選）により対価の減額または割り戻し  
（例）お客さまによって値引額が異なるケース
- 正常な商慣習を超えて対価の減額または割り戻し  
（例）3万円の商品に対して2万円の値引きを行い、値引きによって原価割れが生じるケース

○ 付属品

当該商品やサービスの特徴などを総合的にみて、お客さまによる自主的かつ合理的な選択の確保の観点から判断します。

端末販売において端末の保護や品質保全に必要な限度内での容器・包装は景品類に該当しません。

### 3.4 有利誤認表示について

商品・サービスの取引条件について実際よりも有利であると偽って宣伝したり、競争事業者が販売する商品・サービスよりも特に安いわけでもないのに、あたかも著しく安いかのように偽って宣伝する行為が有利誤認表示に該当します。

dPMで特別価格やポイントアップ（報酬率アップ）などのキャンペーンを実施する場合には、二重価格表示、キャンペーン期間表示について、有利誤認表示に該当しないか確認が必要です。

#### 3.4.1 二重価格表示のルール（法令）

二重価格表示は「最新端末が通常価格58,800円のところ50,400円」のように、実売価格「50,400円」と、実売価格よりも高い他の価格（以下、「比較対照価格」）「通常価格58,800円」を二重に併記した価格を指します。

このとき、過去の販売価格である「比較対照価格」が「最近相当期間にわたって販売されていた価格」（以下、「最近相当期間価格」）でなければなりません。

※dPMに掲載するショップ・プログラム情報や、キャンペーンLP・バナーなどのクリエイティブを作成する場合には、本条件をご留意ください。

##### ○ 最近相当期間価格と認められる要件

###### 要件①

当該商品の販売期間（二重価格の表示を行う時点から過去8週間、対象商品が販売されてから8週間未満の場合は当該期間）の過半を占めていること

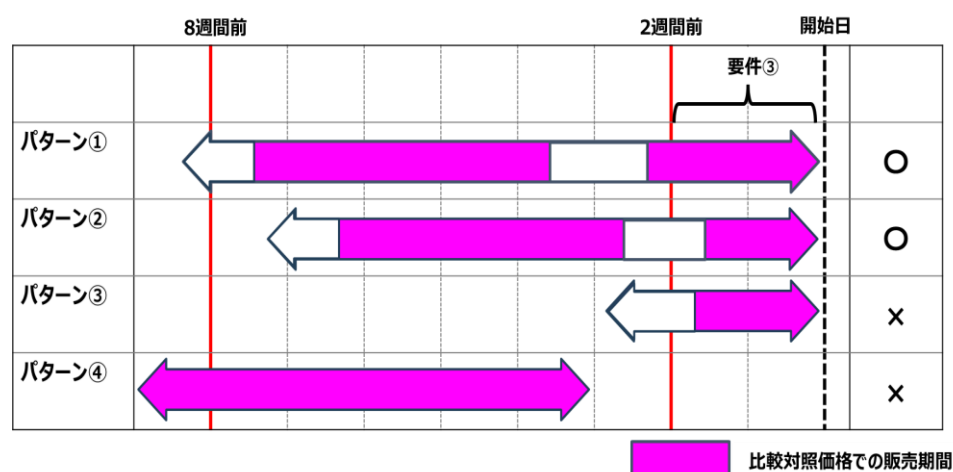
###### 要件②

その価格での販売期間が2週間未満でないこと

###### 要件③

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こと

図1 最近相当期間価格の考え方



パターン①：最近相当期間価格と認められる（OK）

- ・当該商品の販売が過去8週間以上あり比較対照価格での販売がその過半を占める（要件①、②：○）
- ・比較対照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（要件③：○）

パターン②：最近相当期間価格と認められる（OK）

- ・当該商品の販売が過去8週間未満だが比較対照価格での販売がその過半を占める（要件①：○）
- ・比較対照価格での販売が2週間以上ある（要件②：○）
- ・比較対照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（要件③：○）

パターン③：最近相当期間価格と認められない（NG）

- ・比較対照価格での販売が2週間以上ない（要件②：×）

パターン④：最近相当期間価格と認められない（NG）

- ・比較対照価格で販売された最後の日から2週間以上経過している（要件③：×）

### 3.4.2 期間限定キャンペーンを繰り返して実施する際のdPMにおける考え方

「〇月〇日まで」、「今だけ」、「今なら」、「●●キャンペーン」といった期間を限定したキャンペーンにもかかわらず、期間経過後も同一・同種のキャンペーンを継続すること、また適切な期間をおくことなく実施したり、恒常的に実施することはできません。

キャンペーン実施時には、以下条件を全て満たす必要があります。

要件①：直前のキャンペーン終了日の翌日から起算して1か月以上経過していること

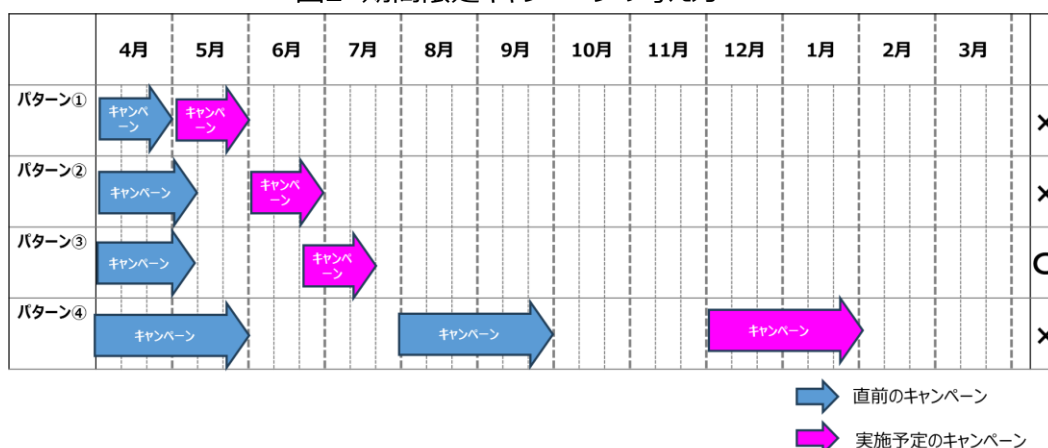
（1か月が4週間以下のときは4週間超）

要件②：当該直前のキャンペーン期間と同一の期間経過していること

（当該期間が6か月を超える場合は6か月）が経過

要件③：キャンペーンの累積実施期間が当該年度の過半とならないこと

図2 期間限定キャンペーンの考え方



パターン①：NG

- ・直前のキャンペーン終了日の翌日から1か月経過していない（要件①：×）

パターン②：NG

- ・直前のキャンペーン終了日の翌日から直前のキャンペーンと同一期間が経過していない（要件②：×）

パターン③：OK

- ・直前のキャンペーン終了日の翌日から1か月経過している（要件①：○）
- ・直前のキャンペーン終了日の翌日から直前のキャンペーンと同一の期間がaa経過している（要件②：○）
- ・キャンペーンの累積実施期間が当該年度の過半とならない（要件③：○）

パターン④：NG

- ・キャンペーンの累積実施期間が当該年度の過半となる（要件③：×）

## 4. 独占禁止法とは

### 4.1 独占禁止法

公正かつ自由な競争を維持・促進し、事業者が自主的な判断で自由に活動できることを目的としています。

#### 4.1.1 不当廉売の規制

正当な理由がないのに、商品または役務をその供給に要する費用を著しく下回る対価で継続して供給することで、他の事業者の事業活動を困難にさせるおそれがあるものについて規制されています。

## 5. dPMにおけるdポイント進呈の扱い

### 5.1 景品表示法におけるdポイントの考え方

#### ○ dポイント(通常)

ドコモが提供する商品やサービス、dポイント加盟店での購入代金などの充当に加えて、「ポイント交換プログラム」の利用により、他社の提供する商品やサービスへの交換が可能です。

そのため、dポイント(通常)は景品表示法における「景品類」扱いと位置づけ、景品表示法の規制対象とします。

- dPM進呈ポイント（「ベースポイント」「ショップ特典」「期間限定特典」）

#### ○ dポイント(期間・用途限定)

ドコモが提供する商品やサービス、dポイント加盟店での購入代金に充当可能ですが、他社の提供する商品やサービスへの交換ができません。

そのため、dポイント(期間・用途限定)は「割引証」扱いと位置づけ、景品表示法の規制対象外とします。

- dポイントマーケット ドコモ主催キャンペーンポイント
- dポイントクラブ ポイント倍率アップ特典

## 5.2 dPMにおけるポイント進呈上限

- dPMは加盟店さまサイトでの取引額を「取引価額」とし、景品表示法「総付景品」および独占禁止法「不当廉売」の規制に準拠したポイント進呈を行います。
- 加盟店さまサイトで進呈されるポイントが景品表示法上「景品類」扱いとなる場合は、dPM進呈ポイントと加盟店さま進呈ポイントを合算した上で景品表示法の規制に準拠したポイント進呈を行います。
  - dPM進呈ポイント
    - dポイントマーケット 進呈ポイント「ベースポイント」「ショップ特典」「期間限定特典」
  - 加盟店さま進呈ポイント（画像ではショップポイント）
    - ハウスポイント
    - 共通ポイント
- 画面イメージ

図3 画面イメージ



表2 ポイント種別

	ポイント種別	ポイント進呈元
a	dポイントマーケット 進呈ポイント	ドコモ
b	dポイントマーケット ドコモ主催キャンペーンポイント	
c	dポイントクラブ ポイント倍率アップ特典	
d	ハウスポイント	加盟店
e	共通ポイント	

表3 加盟店さま進呈ポイントの扱いによる考え方

加盟店さま 進呈ポイントの扱い	景品表示法上における進呈上限	不当廉売の考え方
景品扱い	「 $20\% \geq a + (d \text{ or } e)$ 」 の合算が20%以下であること	「販売価格- $(a+b+c+\{d \text{ or } e\})$ 」 が、 市場売価よりも著しく低くないか
景品扱い（dPM非掲載）	「 $20\% \geq a$ 」 の合算が20%以下であること	
景品扱いではない		

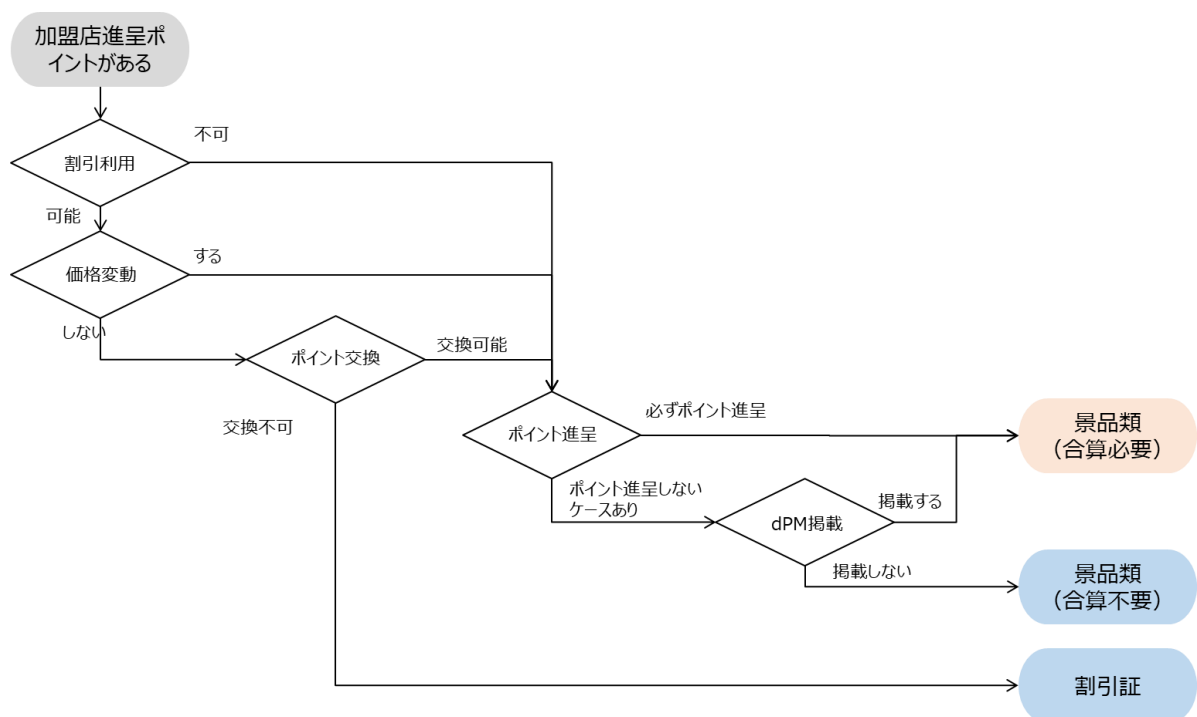


## 5.3 加盟店サイトで進呈するポイントの景品性確認

加盟店さま進呈ポイントが「景品類」に該当するか以下のフローで「景品類」に該当するかご確認をお願いいたします。

※「景品類」に該当する場合においても、一部条件によってdPM進呈ポイントの合算が不要となるケースがあります。

### 5.3.1 チェックフロー



## 5.4 dPM掲載プログラムについて

dPMに掲載いただく「プログラム情報」によって、取引条件（最低購入金額）の設定およびポイントの進呈上限が異なります。dPM事務局にて上限内に収まるように修正させていただきますので、ご了承ください。

### ○ プログラム情報入稿フォーム

- ポイント獲得方法の転記要否
- ポイント獲得方法テキスト
- ポイント獲得方法（その他）
- ポイント獲得条件(最低購入金額・最低利用期間)

表4 dPM掲載プログラムによるポイント進呈上限

プログラム情報			dPM進呈ポイントへの影響		
dPM ポイント進呈種別	取引 付随性	最低 購入金額	景表法	景表法における ポイント進呈上限	不当廉売における ポイント進呈上限
定率	あり	－	対象	取引価額の20%以内	「販売価格から”dPMと加盟店 でのポイント付与の合算値”を引 いた値」が市場売価よりも著しく 低くないか
定額 ※購入を伴う	あり	設定あり		200pt以内	
		設定なし			
定額 ※購入を伴わない	なし	－	対象外	上限なし	

※加盟店さま進呈ポイントが「景品類」の場合のポイント進呈上限は表3を参照

### 5.4.1 取引付随性

定額かつ購入を伴わないプログラムは、「取引付随性無し」として、進呈ポイントの扱いが「景品類」ではなく景表法の対象外となる場合があります。

「取引付随性」の有無はプログラム情報を入稿内容によりdPM事務局にて判断いたします。

＜例：取引に付随しないプログラム例＞

- 無料会員登録（有料サービスの無料期間を除く）
- アンケート回答のみ
- 公式ウェブサイトやSNSのフォロー、「いいね！」等の行動
- 中古車やブランド品等の買取の申し込み

## 5.4.2 ポイント獲得条件の設定

定額かつ購入を伴うプログラムは、プログラム情報入稿時に記載いただく「ポイント獲得条件(最低購入金額・最低利用期間)の20%以内」あるいは200ptのいずれか大きい方を上限として、掲載額（成果報酬額）の範囲内でdPM事務局にて進呈ポイント数を算出しポイント進呈します。

※上限を変更するにはポイント獲得条件を変更する必要があります。

※加盟店さま進呈ポイントの種別によりdPM進呈ポイントの上限が異なるため、「[5.3章](#)」をご参照ください。

### ○ プログラム情報入稿フォーム

#### ● ポイント獲得条件(最低購入金額・最低利用期間)

＜ポイント獲得条件(最低購入金額・最低利用期間)による進呈上限の例＞

- ポイント獲得条件(最低購入金額・最低利用期間)「5,000円」で入稿
  - 進呈上限 1,000pt (5,000円 × 20%)
- ポイント獲得条件(最低購入金額・最低利用期間)「なし」で入稿
  - 進呈上限 200pt

※進呈額を増加させるために、dPM事務局より「ポイント獲得条件(最低購入金額・最低利用期間)」の変更を求める場合がございます。

※ポイント獲得条件(最低購入金額・最低利用期間)の確認が出来ない場合には進呈上限を200ptとさせていただきます。

※ポイント獲得条件(最低購入金額・最低利用期間)に記載いただいた内容でポイント進呈上限を算出します。

※「ポイント獲得条件(最低購入金額・最低利用期間)」は、各期間の対象ユーザ全員が承認あるいは否認となるまで掲載します。

※成果承認作業時には「ポイント獲得条件(最低購入金額・最低利用期間)」を達成している取引のみ承認してください。

※上記の進呈上限とあわせて掲載額(成果報酬額)の範囲内での進呈となります。

## 6. 加盟店さまキャンペーン実施時のお願い

dPMサイト内でポイントアップキャンペーンや特別価格を掲載する場合、本ガイドラインの記載のルールに準拠する必要があります。

本ガイドラインに準拠していない場合、dPM事務局から確認・修正のお願いをさせていただく可能性がありますので予めご了承ください。

キャンペーン実施にあたりご不明な点などありましたら加盟店さま専用お問い合わせフォームにてdPM事務局へお問い合わせください。

### 6.1 dPMにおけるポイントアップキャンペーンの種類

dPMでは加盟店さま主催で下記2つの方法でキャンペーンの実施・訴求が可能です。

なお、本ガイドライン記載のルールに準拠した上で、同時に実施することも可能です。

- dPM進呈ポイントのアップ
- 加盟店さまサイトで進呈する加盟店さま進呈ポイントのアップ（有償広告等）

#### 6.1.1 dPM進呈ポイントのポイントアップについて

dPM内で加盟店さま主催のポイントアップを実施する場合、ご利用のASP事業者さまへご連携いただき、ポイントアップの各種条件（報酬アップ分含む変更後の掲載料率、実施期間など）を設定してください。

各種条件が変更となる場合はすみやかにご利用のASP事業者さまへご連携をお願いいたします。dPM事務局にて設定頂いた内容を確認させていただきます。

なお、報酬率をアップする分は全て（100%）お客さまへ還元となりますが、dPMへ掲載するプログラム情報により、お客さまへ還元できる条件が異なりますので、ご注意ください。

- dPMへ掲載するプログラムが「販売商品区分」が「物販」かつ「定率」還元となる場合、進呈ポイントは取引価額の20%以内とする必要があります。（参照：[5.4章](#)）

本条件に該当する場合は、dPM進呈ポイントと加盟店さま進呈ポイント（景品類の場合）の合算値が取引価額の20%以内とし、その範囲内でポイントアップ（報酬率アップ）した分を最大100%お客さまへ還元します。（参照：[5.2章](#)）

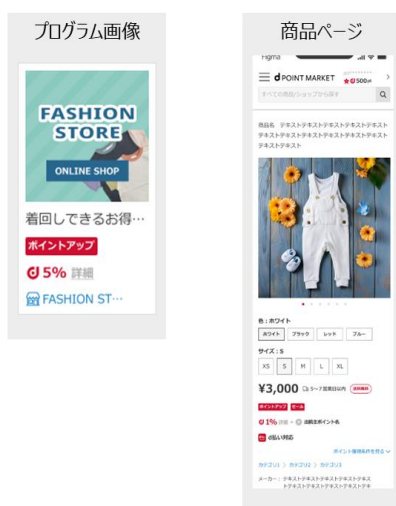
## 6.1.2 dPM進呈ポイントアップ（報酬率アップ） 画面イメージ

「dPM進呈ポイント」をアップする場合は、「ポイントアップ」表記を行うことで、特集枠に掲載される等、dPMサイト内での露出を増やすことができます。

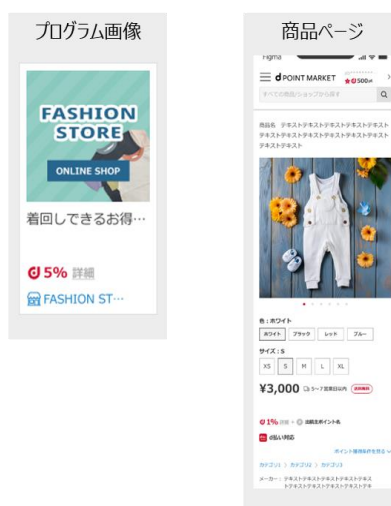
ただし、「ポイントアップ」表記の有無はdPM事務局側で判断させていただきます。

- ポイントアップ表示あり  
トップページやプログラム・商品ページ等で「ポイントアップ」と表示されます。  
期間限定キャンペーンに該当するため、[3.4.2章](#)に準拠している場合のみ表示可能です。
- ポイントアップ表示なし  
通常時と変わらず、ポイント進呈率・額のみ変更されます。

### ポイントアップ中表記あり



### ポイントアップ中表記なし



## 6.2 キャンペーン・特別価格を実施する際の確認項目

加盟店さまキャンペーンにおいて、dPM進呈ポイントまたは加盟店さま進呈ポイントのポイントアップや特別価格の提供を実施する場合、以下の内容について必ずご確認のうえ、対応をお願いいたします。

- 景品規制に該当しないか（ポイントの進呈上限）  
加盟店さま進呈ポイントが「景品類」扱いとなる場合、dPM進呈ポイントと合算し、取引価額の20%以内とする必要があります。（参照：[5章](#)）
- 有利誤認表示に該当しないか  
二重価格表記（価格・進呈ポイント）、期間限定キャンペーンを繰り返し実施することで有利誤認表示に該当していないか確認が必要です。（参照：[3.4章](#)）

内容によってはdPM事務局から確認・修正のお願いをさせていただく可能性がありますので、キャンペーン実施前にご確認をお願いします

表5 キャンペーン実施時の確認項目

dPM進呈ポイント のポイントアップ	加盟店さま進呈ポイント のポイントアップ	キャンペーン実施時の確認項目					
		ポイント進呈上限 (20%ルール)		二重価格表示 ※画像・説明文による訴求		繰り返し	
		dPMサイト内 表記	加盟店さまサ イト表記	dPMサイト内 表記	加盟店さまサ イト表記	dPMサイト内 表記	加盟店さまサ イト表記
あり (ポイントアップ表示あり)	あり dPM内でキャンペーン掲載する	対象	対象	対象	対象	対象	対象
	あり dPM内でキャンペーン掲載なし	対象	対象	対象	対象外	対象	対象外
	なし	対象	対象	対象	対象外	対象	対象外
あり (ポイントアップ表示なし)	あり dPM内でキャンペーン掲載する	対象	対象	対象	対象	対象	対象
	あり dPM内でキャンペーン掲載なし	対象	対象	対象	対象外	対象外	対象外
	なし	対象	対象	対象	対象外	対象外	対象外
なし	あり dPM内でキャンペーン掲載する	対象	対象	対象外	対象	対象外	対象
	あり dPM内でキャンペーン掲載なし	対象	対象	対象外	対象外	対象外	対象外
	なし	対象	対象	対象外	対象外	対象外	対象外

## 6.3 キャンペーン終了時の対応について

事前に告知していた期間より早くキャンペーンを終了する場合や、告知無くキャンペーンを終了することが無いようにご注意ください。

※dPMサイト内でポイントアップキャンペーンについて期間表記がないものは本ルールには該当しません

## 7. お問い合わせ

本資料についてご不明な点がございましたら以下のフォームにてお問い合わせください。

加盟店さま専用お問い合わせフォーム

[https://share.hsforms.com/1RFsBue7BQkeD\\_Zv4A6m58Aqai2d](https://share.hsforms.com/1RFsBue7BQkeD_Zv4A6m58Aqai2d)

## 8. その他

本ドキュメントに記載されない以下項目についても、貴社法務担当とご相談の上、遵守いただきますようお願いいたします。

- 景品表示法「有利・優良誤認の禁止」等
- 薬機法等

販売に必要な免許と関連法

1. 通信販売酒類小売業免許：酒税法、日本酒業法、食品衛生法
2. 高度管理医療機器等販売業許可：医療機器等法、医療機器販売業に関する省令
3. 管理医療機器販売業届出：医療機器等法、医療機器販売業に関する省令
4. 医薬品販売業許可：医薬品医療機器法、医薬品販売業に関する省令
5. 動物用医薬品販売業許可：動物用医薬品等の品質管理に関する法律、動物用医薬品販売業に関する省令
6. 古物商許可：古物営業法、古物営業に関する省令