

## 景品に関するQ & A（景品類とは） 目次一覧

（注）必ずしもQの番号どおりには並んでいません。また、複数のカテゴリに分類されるものについては重複して記載されています。

番号	設問	
<b>景品類とは</b>		
	<b>概要</b>	
Q1	景品類の定義	景品表示法の「景品類」の定義を教えてください。
<b>顧客誘引性</b>		
Q2	顧客を誘引するための手段の考え方	景品表示法第2条第3項にある「顧客を誘引するための手段として」の考え方を教えてください。
Q3	サプライズ企画の顧客誘引性	当社は有料で入場できる美術館を運営しています。入場5万人目に記念品を提供する企画を実施したいのですが、事前の広告を行わなければ、顧客を誘引するための手段になりませんか。 なお、今まで同様の企画を実施したことはありません。
<b>事業者</b>		
Q4	事業者とは	景品表示法第2条第3項にある「事業者」の考え方を教えてください。
Q5	外国事業者は規制の対象か	外国事業者は景品表示法の規制の対象である事業者に該当しますか。
<b>自己の供給する商品又は役務</b>		
Q6	自己の供給する商品又は役務の取引とは	「自己の供給する商品又は役務の取引」の考え方を教えてください。
Q7	中古品の買取時における物品等の提供	当店は、消費者のお宅を訪問し、不要な古本や古着などの中古品を査定して買い取るサービスを提供しています。当店は、このたび、消費者から中古品を買い取った際に、当店オリジナルのエコバッグを提供したいと考えています。当店は、消費者向けの販売を行っている訳ではないので、このエコバッグは、景品類に該当しないと考えてよいでしょうか。

Q8	雇用契約成立時の金銭等の提供	当社は採用した従業員にお祝い金を提供しています。そのことを求人広告に掲載したいのですが、景品規制は適用されるのでしょうか。
<b>取引付隨性</b>		
Q9	取引付隨性とは	景品表示法第2条第3項にある「取引に付隨」の考え方を教えてください。
Q10	過去に取引をした者を対象に行う企画	当店では「お客様感謝デー」として、昨年1年間に、当店で合計10万円以上購入してくれた顧客を対象に、抽選で景品を提供する企画を実施しようと考えています。この場合、取引の価額を10万円とみてよいでしょうか。 なお、当店で通常販売している商品等のうち最も安いものは100円です。
Q11	クーポン券が表示されたフリーペーパー	当社では、飲食店などの情報を広告形式で掲載し、また、一部の飲食店の広告面に「飲食代金から500円引き」、「飲食代金から○○%引き」、「飲食してくれたお客様にドリンク1杯サービス」等のクーポン券が印刷してあるいわゆる「フリーペーパー」を発行しています。 このフリーペーパーを駅の改札口や繁華街の街頭で配布したいのですが、このフリーペーパーは景品規制の対象となるでしょうか。
Q12	消費者と直接取引を行っていない事業者が提供する景品	当社は事業者Aと共同で景品企画を検討しています。事業者Aの商品の購入者にもれなく景品を提供したいと考えていますが、この企画の告知、景品の受渡しなどは当社が行います。 当社は消費者と直接取引していませんし、取引につながる要素はありませんので、当社が提供する景品は取引に付隨する提供には該当せず、景品規制の対象にはなりませんか。
Q13	プラットフォーム提供者による景品企画	当社はあるサービスについて、事業者と消費者をマッチングするプラットフォームを提供しています。消費者は無料の会員登録のみでこのプラットフォームを利用することができます。 このたび、このプラットフォームに掲載されている事業者とのマッチングが成功し成約に至った消費者に対し、もれなく当社から景品を提供したいと考えています。当社のプラットフォームの利用に当たり、消費者は料金を支払っていませんし、取引につながる要素はありませんので、当社が提供する景品は取引に付隨する提供には該当せず、景品規制の対象にはなりませんか。

Q14	小売業者が関与しないメーカーの景品企画	<p>当社はメーカーで、小売業者を通じて商品を販売しています。当社が自社のキャンペーン対象商品にくじを付けて販売し、当選者に景品を提供する企画を実施します。このキャンペーン対象商品は、当社が取引のある全ての小売業者に出荷し、消費者に販売します。</p> <p>この企画に小売業者は一切関与していませんが、小売業者が直接消費者にキャンペーン対象商品を販売することになるため、小売業者も景品表示法の適用を受けるのでしょうか。</p>
<b>取引に付随しない懸賞（いわゆるオープン懸賞）</b>		
Q15	無料の会員登録者への景品提供 1	<p>オンラインショッピングサイトにおいて、無料の会員登録をした者を対象に、抽選により景品を提供することを考えています。景品は当選者に郵送します。</p> <p>このような企画は取引に付随する経済上の利益の提供として、一般懸賞の規制の対象となるのでしょうか。</p>
Q16	無料の会員登録者への景品提供 2	<p>当社は情報提供サイトを運営しています。当サイト内で販売行為はありません。当サイトの情報を閲覧するためには、無料の会員登録が必要です。また、更に充実した情報を得るために、一定の料金を支払い有料会員となる必要があります。</p> <p>このたび、当社で、当サイトから誰でも応募できる懸賞企画を実施する予定です。景品は当選者に郵送します。誰でも応募ができるのですが、応募する際には、当サイトの会員登録が必要となります。したがって、もともと会員である方はそのまま応募が可能ですが、会員ではない方は新規に無料又は有料の会員登録をすることになります。</p> <p>本件企画は、有料会員も対象となることから、取引に付随する懸賞企画として、景品規制の対象となりますか。</p>
Q17	無料のアプリダウンロードでの景品提供	<p>当社が提供している無料のアプリをダウンロードしてくれた方を対象に懸賞企画を実施する予定です。告知は当社ホームページとSNSで行い、景品は当選者に郵送します。</p> <p>この企画は景品規制の対象となるのでしょうか。</p>
Q18	SNS での懸賞 1	<p>SNSにおいて当社アカウントをフォローし、「いいね」を押すことで応募ができる懸賞企画を考えています。告知は当社ホームページとSNSで行い、景品は当選者に郵送します。</p> <p>この企画は景品規制の対象となるのでしょうか。</p>
Q19	SNS での懸賞 2	<p>SNSにおいて当社アカウントをフォローし、指定したハッシュタグ（#）を付けて投稿をすることで応募ができる懸賞企画を考えています。投稿の際、当社商品の画像や使用感を併せて投稿してくれた場合には、通常よりも当選確率が2倍となります。当選確率を含めた本件の告知は当社ホームページとSNSで行い、景品は当選者に郵送します。</p> <p>この企画は景品規制の対象となるのでしょうか。</p>

Q20	SNS での懸賞 3	<p>SNSにおいて当社アカウントの友達登録をすることで応募ができる懸賞企画を考えています。当選者は景品を受け取るために、当社の店舗に来店してもらう必要があります。</p> <p>この企画は取引に付随するので、一般懸賞の規制の対象になるのでしょうか。</p>
Q21	ホームページから応募できる懸賞 1	<p>当社ホームページから誰でも応募ができる懸賞企画を実施したいと考えています。当選者には、当社の店舗での購入時に使用できる値引券がメールで提供されます。</p> <p>誰でも応募ができますので、取引に付随せず、景品規制の対象とはなりませんか。</p>
Q22	ホームページから応募できる懸賞 2	<p>当社はお菓子メーカーです。このたび、当社の商品 A の発売 10 周年を記念して、懸賞を実施したいと考えています。この懸賞の応募要領等の告知は、ホームページや SNS で行うほか、商品 A のパッケージにも印刷しますが、懸賞への応募に商品 A の購入は必要なく、当社のホームページや SNS から誰でも応募が可能です。</p> <p>このような企画は、取引に付随する経済上の利益の提供として、一般懸賞の規制の対象となるのでしょうか。</p>
Q23	ホームページから応募できる懸賞 3	<p>当社は、自動車の販売を行っている事業者です。自動車の購入に興味を持つ一般消費者を対象に、「カーナビプレゼントキャンペーン」と称して、当社のホームページや新聞広告等で広く告知し、自動車の購入を条件とせず、ホームページ上において応募を受け付け、応募者の中から抽選でカーナビを提供する企画を考えています。</p> <p>この企画の当選者がカーナビの提供を受けるためには、当社から自動車を購入する必要があります。キャンペーンに応募する時点では自動車の購入を条件としていませんので、景品規制の対象とはなりませんか。</p>
Q24	ホームページから応募できる懸賞 4	<p>当社ホームページから誰でも応募ができる懸賞企画を実施したいと考えています。当選者は 2 組で、当選者には当社が所在する地域において人気のあるテーマパークのペアチケットを郵送します。本件企画には、テーマパーク運営事業者は一切関与していません。</p> <p>当選者はこのテーマパークに来園しなければならないため、取引に付随するとして景品規制の対象となりますか。</p>
<b>取引の本来の内容をなすと認められるもの</b>		
Q25	有料くじの賞品	<p>当店で 500 円の有料くじを販売します。くじには、A ~ D 賞の記載があり、購入者はそれぞれの賞に応じた賞品がもらえます。景品規制の対象になるのでしょうか。</p>
Q26	有料会員向けの特典	<p>当社ではある会員サービスを提供しています。このサービスの会員には、無料会員と月会費を支払う有料会員がいます。</p> <p>有料会員には、提携施設を優待価格で使用できる特典が付いているのですが、この特典は、景品規制の対象となるのでしょうか。</p>

Q27	割引券の機能付き物品の販売	<p>当社はこのたび、特定のレストランや小売業者と提携し、レストランや小売業者のロゴマークの入ったキーホルダーを製造・販売したいと考えております。このキーホルダーは、レストランや小売業者の店舗で提示することで、一定の割引を受けることができます。</p> <p>この割引が得られる権利はキーホルダーの取引に付随する景品類に該当し、景品規制の対象となりますか。</p>
Q28	参加費を支払うマラソン大会の賞金	<p>このたび、イベント企画会社である当社が主催して市民向けのマラソン大会を実施することになりました。マラソン大会の参加費は 5,000 円で、上位入賞者には賞金が提供されます。</p> <p>マラソンの記録を競うために大会に参加費を支払って出場し、その結果として賞金が提供される場合にも、景品規制の対象となるのでしょうか。</p>
		<b>セット販売</b>
Q29	セット販売の考え方	<p>単体で販売している商品 A と商品 B を組み合わせて、「商品 A と商品 B をセットで〇〇円」と販売したいと考えているのですが、このような販売方法は景品規制の対象となりますか。</p>
Q30	セット販売か総付景品か	<p>このたび、イベント企画会社である当社が主催して誰でも参加できる有料のイベントを実施することになりました。このイベントの入場チケット代金は 5,000 円で、イベント来場者には必ず T シャツが配布されます。</p> <p>この T シャツは、景品規制の対象となりますか。</p>
		<b>紹介者謝礼</b>
Q31	紹介者への謝礼	いわゆる紹介者キャンペーンとして、新規顧客を紹介してくれた紹介者に提供する謝礼は、景品類に該当しますか。
<b>経済上の利益</b>		
Q32	経済上の利益の考え方	景品表示法第 2 条第 3 項にある「経済上の利益」の考え方を教えてください。
Q33	購入できる権利を提供する場合	<p>当社は小売店です。当社で商品 A を購入した方を対象に、抽選で、商品 B を購入することができる権利を提供します。商品 B は販売数が限定されているのですが、当選者は商品 B を確実に購入することができます。</p> <p>これは、景品規制の対象となりますか。</p>

Q34	利用料を無料とする価格設定	<p>当社で有料の施設を運営しています。この施設内の特定のスペースを利用するには、別途利用料の支払いが必要となります。</p> <p>今後、特定の曜日の施設来場者に対して、この特定スペースを無料で開放したいと考えております。これは、景品規制の対象となるのでしょうか。</p>
-----	---------------	---