

景品に関するQ & A（一般懸賞について） 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	
一般懸賞について		
	概要	
Q85	懸賞とは	懸賞とは、どのようなものなのでしょうか。
Q86	一般懸賞の景品規制の概要	一般懸賞の場合の景品規制を教えてください。
	一般懸賞の規制の考え方	
Q87	懸賞の抽選方法	懸賞において、抽選で当選者を決定する場合、例えば、抽選に第三者を立ち会わせるなど、抽選をどのように行うかについての規制はあるのでしょうか。
Q88	来店者への懸賞による景品類の提供	当店に来店してくれた顧客に、商品を購入したかどうかにかかわらず、抽選で景品類を提供したいと考えています。この場合、提供できる景品類の最高額及び総額はいくらになるのでしょうか。
Q89	景品類の価額に差がある場合	当店では、来店してくれた顧客にもれなく景品を提供したいと考えています。景品類の価額に差がある3つの景品を用意しますが、顧客はこれを選べません。 もれなく景品を提供するので総付景品に該当しますか。
Q28	参加費を支払うマラソン大会の賞金	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。 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。
Q45	抽選で値引券を提供する場合	当店では、一定期間に500円以上購入した者を対象に、次回以降当店で使用できる値引券を抽選で提供したいと考えています。自身の店舗で使用できる値引券は景品類ではないので、景品規制の対象とはなりませんか。

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>
Q90	懸賞に係る売上予定総額の算定方法	<p>当店はスーパーです。当店でキャンペーン期間中に 1 回の取引で 3,000 円以上購入してくれた顧客を対象に、抽選で景品を提供したいと考えています。</p> <p>この場合の懸賞に係る売上予定総額は、どのように算定すればよいでしょうか。</p>
Q91	懸賞に係る売上予定総額の算定の考え方	<p>一般懸賞において提供できる景品類の総額は、懸賞に係る売上予定総額の 2 % 以内とされていますが、結果的に、実際の売上総額が売上予定総額を下回り、景品類の総額が売上総額の 2 % を超えてしまった場合、問題となるのでしょうか。</p>
Q92	残念賞を提供する場合の景品類の総額	<p>当店では、一定額の購入者を対象に、抽選で景品を提供する懸賞企画を実施する予定です。この懸賞では、抽選に外れた者に対し、残念賞として粗品を提供するつもりです。</p> <p>この場合、粗品の価額を景品類の総額に合算する必要はあるのでしょうか。</p>
Q93	同時期に複数の懸賞を行う場合の景品類の限度額	<p>当店では、商品 A の購入者を対象として懸賞を行い、また、同時期に、商品 B の購入者を対象とした懸賞も実施する予定です。2 つの懸賞を同時期に行う場合、提供できる景品類の最高額及び総額はどのように算定すればよいでしょうか。</p>
Q94	複数回の懸賞による景品類の提供の考え方	<p>商品 A (1,000 円) の購入者を対象として懸賞を行い、1 回目の懸賞に外れた者を対象にダブルチャンスとして 2 回目の懸賞を行う場合、提供できる景品類の最高額及び総額はどのように算定すればよいでしょうか。</p>
Q95-1	メーカーと小売店が同時期に実施する懸賞企画の考え方 (同一取引か)	<p>メーカーが、商品 A (1,000 円) の購入者を対象に抽選により景品を提供するキャンペーンを実施し、同時期に、小売店が、メーカーが行う懸賞とは別に、商品 A を必ず含んで、1 回の取引で 1,500 円以上購入した者を対象に抽選により景品を提供するキャンペーンを実施する場合、同一の取引に付随して 2 つの景品類の提供が行われていることになるのでしょうか。</p>
Q95-2	メーカーと小売店が同時期に実施する懸賞企画の考え方 (景品類の限度額)	<p>メーカーが、商品 A (1,000 円) の購入者を対象に抽選により景品を提供するキャンペーンを実施し、同時期に、小売店が、メーカーが行う懸賞とは別に、商品 A を必ず含んで、1 回の取引で 1,500 円以上購入した者を対象に抽選により景品を提供するキャンペーンを実施する場合、提供できる景品の最高額及び総額はどのように算定すればよいでしょうか。</p> <p>なお、メーカーと小売店のキャンペーンは、重複当選を制限していません。</p>
Q96	総付景品の提供と一般懸賞を同時に実施する場合	<p>商品 A (3,000 円) の購入者に、もれなく景品 B を提供し、さらに抽選により景品 C を提供したいのですが、景品類の最高額及び総額はどのように算定すればよいでしょうか。</p>

Q97	共同懸賞と一般懸賞を同時に実施する場合	<p>当店は、年末企画として商店街で実施される共同懸賞に参加する予定なのですが、同時期に同期間、当店独自の懸賞を行いたいと考えています。</p> <p>応募は、共同懸賞と当店独自の懸賞ともに、期間内に商品を合計で 5,000 円以上（レシート合算で 5,000 円以上）購入することが条件となります。この場合に当店と商店街それぞれで提供できる景品類の価額はどのように算定すればよいのでしょうか。</p> <p>なお、商店街の共同懸賞と当店の懸賞は、重複当選を制限していません。</p>
取引に付随しない懸賞（いわゆるオープン懸賞）		
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は、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になるのでしょうか。</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になるのでしょうか。</p>

Q19	SNS での懸賞 2	<p>S N S 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 S N S 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になるのでしょうか。</p>
Q20	SNS での懸賞 3	<p>S N S 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、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。</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。懸賞の参加に当たり、商品 A の購入は条件となっておらず、当社のホームページや S N S から応募が可能です。この懸賞の応募要領等の告知は、ホームページや S N S で行うほか、商品 A のパッケージにも印刷します。</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>
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、自社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。</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。</p>