

Q : 1 顧客を誘引する手段

観光地の商店会から、その観光地を旅行先としたツアーの参加者へ最終日程表を送付するときに、当該観光地の商店会（土産物店、飲食店）で使用できる割引券を綴ったもの（金額が記載された回数券のようなもの）を同封してほしいと頼まれています（商店会から若干の協力金（最終日程表の送料代程度）がもらえます。）。

この割引券綴りは商店会から預託されるもので、当社には一切の負担がありません。この場合でも、この綴りは当社が提供する景品になり、提供できる割引券の券面金額には景表法上の上限が適用になりますか。

なお、当社は、広告やパンフレットでこの割引券についての表示は一切しません。

A :

原則として規制を受けません。

景品類とは、顧客を誘引するための手段として、方法のいかんを問わず、事業者が、自己の供給する旅行業務に関する取引に付随して相手方に提供する物品、金銭その他の経済上の利益をいいます（規約2条3項）。

ご質問のケースでは、ツアー参加者へ景品を提供することは、取引（＝申込み）の段階では一切の表示をしておらず、最終日程表に同封する方法により行っていることから、「顧客を誘引するための手段」とはなっていません。したがって、原則として景品規制は受けません。

例えば、新規オープンの営業所等で〇〇番目に来店した人に記念品として賞品を提供するという場合も、事前に広告をしない限り、記念品をもらおうとして来店する人はいないことから、顧客を誘引する手段とはみなしません。

ただし、最終日程表に景品を同封することが慣例化しているときや、広告はしなくても旅行契約の際に口頭でその旨を案内すれば、顧客誘引効果が発生するので景品類の提供となり、景品規約の規制を受けます。

【規約第2条第3項関係、運用基準1（1）、（2）、（3）】