

Amazon スマイル SALE における

販売事業者様作成の発信に関するガイドライン

はじめに

販売事業者様による Amazon スマイル SALE に関する告知について

2025 年 8 月 22 日午後 12 時に、Amazon スマイル SALE の開催日時発表を Amazon.co.jp にて行います。

Amazon.co.jp での開催日時発表をご自身でご確認いただき、それ以降は販売事業者様からも Amazon スマイル SALE に関する言及・発信が可能となります。下記ガイドラインを厳守のうえ、販売事業者様からも積極的に Amazon スマイル SALE に関する告知を実施して頂ければ幸いです。

一般的なガイドライン

1.情報発信について

販売事業者様は、Amazon スマイル SALE の開催日時発表後、法令及びガイドラインを遵守いただける場合に限ってオンライン・オフライン問わず、Amazon のセールイベントに関し
て言及・発信していただくことができます（例えば、プレスリリース、Facebook、X 等の
公式 SNS 等）。また、バナーを作成し、Amazon サイトへ遷移いただくことも可能です。
ただし、下記の情報に関しては、いかなる場合も販売事業者様が言及・発信することを禁止
させていただきます。

1. 開催日時発表時より前のタイミングにおける Amazon のセールイベントに関するあらゆる言及・発信
2. 開催日時発表時より前のタイミングにおけるセール対象商品に関する言及・発信
3. Amazon が配信する Amazon スマイル SALE 対象商品を紹介するプレスリリースに掲載の対象商品について、Amazon による配信前のタイミングにおける言及・発信（なお、Amazon による配信以降は、言及・発信いただいて構いません。）

2.レビュー対象となる各マテリアルの定義とレビューワーについて

販売事業者様において、言及・発信いただく際に、レビュー対象となる各マテリアルの定義とレビューワーは以下のとおりです。

○ **プレスリリース**：企業や組織が主に報道機関に向けて配信する公式文書を指し、販売事業者様が主体となって発表するものを意味します。

→Amazon のセール担当営業、Amazon PR によるレビューが必要です。

○ **ソーシャル投稿**：企業の公式 SNS(Facebook、Instagram、X 等)からの投稿を指し、販売事業者様が主体となって発表するものを意味します。

→Amazon のセール担当営業によるレビューが必要です。

○ **バナー広告**：インターネット上の広告枠に画像あるいは動画が表示される形式の広告を指し、販売事業者様が主体となって配信するものを意味します。

→Amazon のセール担当営業によるレビューが必要です。

○ **インフルエンサー**：SNS(Instagram、X、YouTube 等)の SNS でトレンド情報や PR を発信・投稿し世間に対して購買意欲を促進させるなどの影響力を持つ人・団体を意味します。販売事業者様が広告主となり、サービスや商品を推奨するコンテンツを制作・投稿する場合を指します。

→Amazon のセール担当営業によるレビューが必要です。

※担当者がいない販売事業者様は、Amazon 又は Amazon のセールイベントに関する発信を禁止します。

※ガイドライン末尾のチェックリストを参照のうえデータを作成いただき、必ず担当者までレビューの依頼をお送りください。

※PRのレビューには3-5 日程度かかりますので、ご検討の場合はお早目に担当者へご連絡ください。

※なお、販売事業者様によって発信された Amazon スマイル SALE に関連するすべての情報に関する表示上の責任、およびそれに起因するいかなる損失や損害、賠償要求に対しては、販売事業者様が責任を負うものとし、Amazon はその責任を一切負わないものとします。

3.通常のAmazonブランディングガイドライン

通常のAmazonブランディングガイドラインに関しても下記リンクをご確認のうえ、厳守をお願いいたします。

[Amazonの商標ガイドライン](#)

4.価格表示に関するガイドライン

販売事業者様において、セール商品のセール価格に言及頂くことは可能です。ただし、必ず以下の点にご留意ください。

- ・ 価格の設定及び表示については、適用のある法令及びAmazonのポリシーにしたがってください。
- ・ 例えば、販売事業者様が、参考価格を用いてセール価格の割引率を記載しようとする場合、その参考価格がいつのどのような価格であるのかを、併せて正確に明示して頂く必要があります。参考価格については[比較対照価格に関するAmazonのポリシー](#)をご参照ください。
- ・ セール当日の実際の商品詳細ページに記載されるAmazon.co.jpにおける比較対照価格は、「[Amazon の表示価格について](#)」に従った表示がなされます。
- ・ また、セール出品条件に抵触する等、何らかの理由で、予告なく該当商品がセール対象とならない場合があります。
- ・ 販売事業者様においてプレスリリースをご検討の場合、セール価格を直前で修正する可能性がある場合、又は、セール価格に変動の可能性がある場合は、具体的なセール価格の記載は禁止とします（販売事業者様のプレスリリース記載の価格と実際のセール価格の齟齬が生じることを防ぐため。）。
- ・ 販売事業者様におけるセール価格の公表によって生じたトラブルについては、Amazonでは責任を負いかねます。

■チェックリスト（作成時にご確認ください）

☐ 販売事業者様からのプレスリリース発信は、Amazonのセール担当営業・Amazon PR チームによる事前のレビューを行っており、Amazon スマイルSALE開催日発表後に予定されていますか。

☐ 販売事業者様からのインフルエンサーおよびソーシャル投稿、バナー広告その他の言及・発信は、Amazonのセール担当営業による事前のレビューを行っており、Amazon スマイルSALEの開催日発表後に予定されていますか。

☐ Amazon スマイルSALEの名称はブランディングガイドラインに従っていますか。

☐ Amazon スマイルSALEのロゴを使用していないですか。

☐ Amazon スマイルSALEに言及する場合、Amazon スマイルSALEの日付は正しいですか。

☐ 販売事業者様が、セール価格や割引率に関する言及をする場合、適用のある法令及びAmazonのポリシーを遵守した内容となっていますか。

☐ 販売事業者様が広告主として実施するインフルエンサーコンテンツに関して、インフルエンサーコンテンツの内容が実際の商品・サービスの品質・価格等が実際よりも著しく優良・有利であると誤認させるものになっていないですか。

☐ 販売事業者様が広告主として実施するインフルエンサーコンテンツに関して、販売事業者様が言及・発信の内容の決定に関与していることが不明瞭で分からないもの（広告であることを隠したいいわゆるステルスマーケティングは景品表示法違反とされる場合があります。）について、「広告」や「PR」といった表示が付されていますか。※消費者庁発表の景品表示法 (https://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/) のサイトを必ずご確認ください。

☐ 「Amazon」や「Amazon.co.jp」といったテキストのみの記載の場合でも、商標に関するクレジットの記載が必要となります。「※Amazon および Amazon.co.jp は、Amazon.com, Inc.またはその関連会社の商標です。」というクレジットがプレスリリースの末尾等に入っていますか。