

平成30年4月度 広告表示・景品提供等に関する相談受付状況

1. 相談受付件数・相談者の内訳

4月度の全体の相談受付件数は計111件で、前月度と比較すると28件増（新車関係19件増、中古車関係12件増）、対前年同月比では17件増（新車関係増減なし、中古車関係22件増）と、大幅に増加しています。

相談者の内訳では、「広告代理店」からの相談が全体の約46%を占めており、その内、メーカー系ディーラーが広告主となっている広告等に関する相談が約59%（30件）を占めています。「メーカー系ディーラー」からの相談（25件）と合わせると、メーカー系ディーラーの広告等に関する相談が全体の約50%（55件）を占めています。

【相談者の内訳・平成30年4月】

	新車関係	中古車関係	その他	計
相談者	56	50	5	111
広告代理店	28	20	3	51
メーカー系ディーラー	17	8	0	25
自動車関係団体	3	7	2	12
メーカー	6	4	0	10
中古車専門店	0	7	0	7
中古車情報誌社	0	3	0	3
新聞社	0	0	0	0
テレビ・ラジオ局	2	0	0	2
その他	0	1	0	1

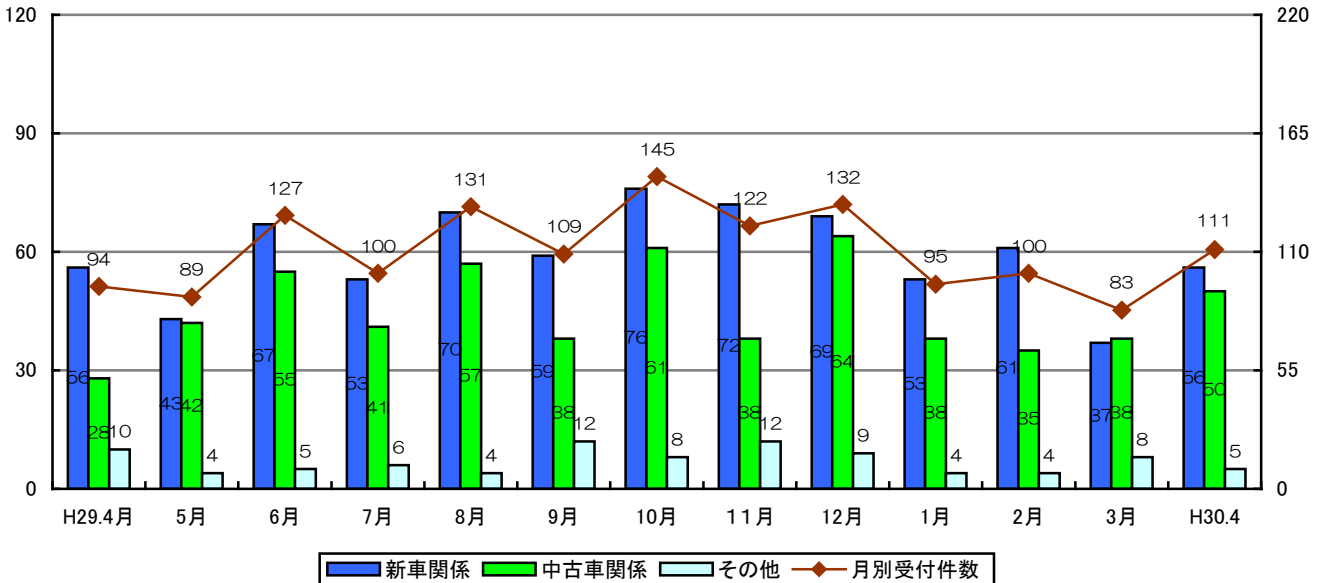
→

広告代理店からの問い合わせにおける広告主の内訳	
メーカー	12
メーカー系ディーラー	30
中古車専門店	9
その他	0

【相談受付件数の推移・平成29年4月～平成30年4月】

<車両区分別受付件数>

【月別受付件数】



2. 新車関係

新車関係の表示では、『価格表示』に関する相談が全体の約43%、『特定事項の表示』に関する相談が約33%を占めており、両項目で表示に関する問い合わせの約76%を占めています。

【相談受付状況】

相談内容	件数	比率	相談内容	件数	比率
表示関係	48	85.7%	その他	0	0.0%
景品関係	8	14.3%	合計	56	100%

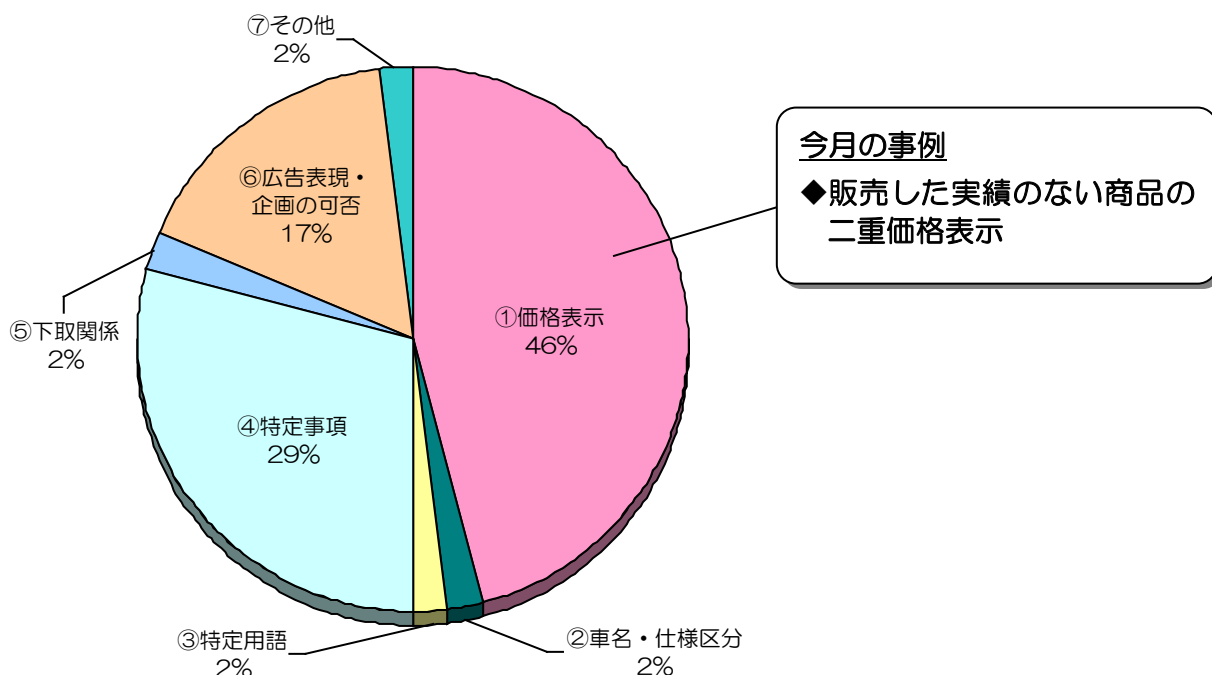
[表示関係の相談内訳]

相談内容	件数	比率	相談内容	件数	比率
①価格表示	22	45.8%	④特定事項	14	29.2%
表示方法	6	12.5%	燃費	5	10.4%
付属品・特別仕様	3	6.3%	安全・環境	8	16.7%
値引表示	1	2.1%	特別仕様・限定	1	2.1%
支払総額	1	2.1%	⑤下取関係	1	2.1%
割賦・リース	10	20.8%	⑥広告表現・企画の可否	8	16.7%
その他（価格）	1	2.1%	広告表現の可否	5	10.4%
②車名・仕様区分	1	2.1%	企画の可否	2	4.2%
③特定用語	1	2.1%	抽象的な問い合わせ	1	2.1%
新発売等	1	2.1%	⑦その他	1	2.1%
			合計	48	100%

[景品関係の相談内訳]

相談内容	件数	比率	相談内容	件数	比率
総付景品（もれなく）	0	0.0%	オープン懸賞	4	50.0%
一般懸賞（抽選等）	3	37.5%	その他（抽象的な問い合わせ）	1	12.5%
			合計	8	100%

【表示関係】 相談の内訳




広告表示・景品提供に関するよくある相談につきましては、[こちら](#)をご覧ください。

〔販売した実績のない商品の二重価格表示〕

Q. 今回、ご成約者に5万円でナビをご提供するキャンペーンを行うにあたり、当社では販売したことのない1年前に発売されたナビを20台仕入れました。メーカー希望小売価格はオープン価格ですが、インターネットで調べると、他店では同じナビを20万円で販売していたことから、「ナビゲーションを15万円引き」、「販売価格20万円のところ新車ご成約で特別価格5万円」と告知しようと考えていますが、問題ないでしょうか。

新車ご成約キャンペーン！
ナビゲーションを15万円引き！

×月×日までに新車をご成約の方を対象に、
20万円のナビを5万円でご提供いたします。



販売価格
20万円のところ

新車ご成約特別価格
5万円でご提供！


●●●社製 △△ナビ

A. お問い合わせにある「販売価格20万円」は、貴社で実際に販売した実績のない価格であることから、そのような価格を「販売価格」としてセール価格に併記した場合、「販売価格」と称する価格は、貴社が通常販売している価格であり、「新車ご成約特別価格」と称する実際の販売価格（5万円）が通常販売している価格に比べて著しく安いと誤認されるおそれのある不当表示に該当するため、問題となります。

したがって、実際の価格に販売した実績のない価格を併記した二重価格表示は行わないようにして下さい。

新車ご成約キャンペーン！
ナビゲーションを5万円でご提供！

×月×日までに新車をご成約の方を対象に、
●●●社製△△ナビを5万円でご提供いたします。



3. 中古車関係

中古車関係の表示では、『価格表示』に関する相談が全体の約37%、『必要表示事項の表示』に関する相談が20%を占めており、両項目で表示に関する相談の約57%を占めています。

【相談受付状況】

相談内容	件数	比率	相談内容	件数	比率
表示関係	43	86.0%	その他	5	10.0%
景品関係	2	4.0%	合計	50	100%

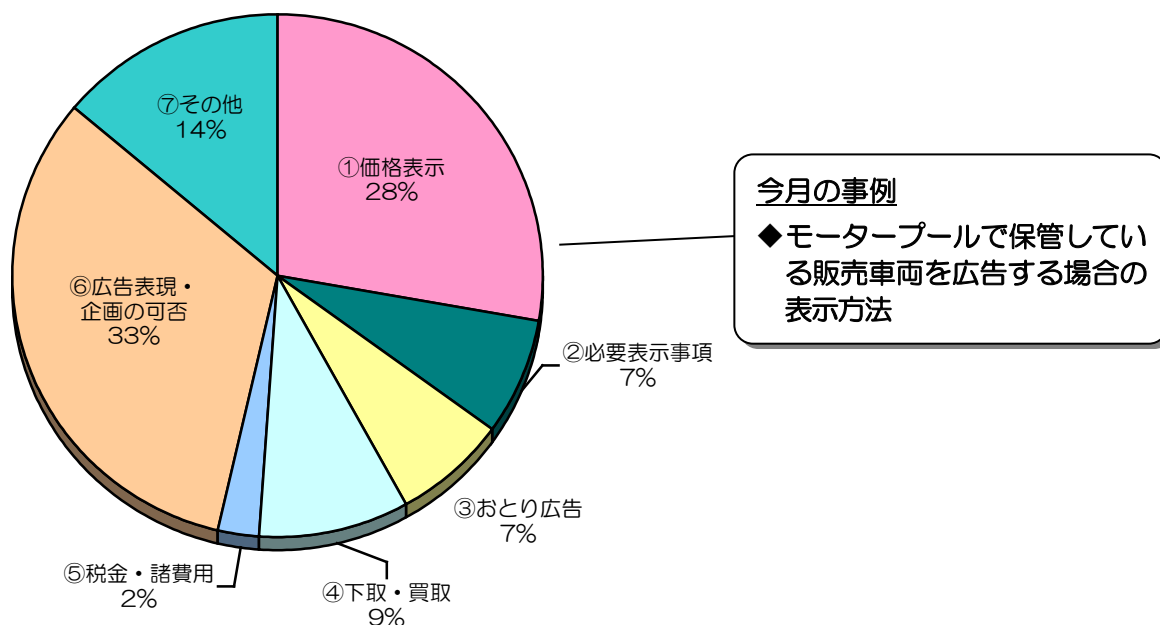
[表示関係の相談内訳]

相談内容	件数	比率	相談内容	件数	比率
①価格表示	12	27.9%	③おとり広告	3	7.0%
表示方法	1	2.3%	④下取・買取関係	4	9.3%
付属品・特別仕様	1	2.3%	⑤税金・諸費用	1	2.3%
支払総額	4	9.3%	税金	1	2.3%
割賦・リース	4	9.3%	⑥広告表現・企画の可否	14	32.6%
その他（価格）	2	4.7%	広告表現の可否	10	23.3%
②必要表示事項	3	7.0%	企画の可否	2	4.7%
車台番号	2	4.7%	抽象的な問合せ	2	4.7%
必要表示事項全般	1	2.3%	⑦その他	6	14.0%
			合計	43	100%

[景品関係の相談内訳]

相談内容	件数	比率	相談内容	件数	比率
総付景品（もれなく）	2	100.0%	オープン懸賞	0	0.0%
一般懸賞（抽選等）	0	0.0%	その他	0	0.0%
			合計	2	100%

【表示関係】 相談の内訳







広告表示・景品提供に関するよくある相談につきましては、[こちら](#)をご覧ください。

〔モータープールで保管している販売車両を広告する場合の表示方法〕

Q. 展示場に入りきらないため、一部の販売車両（整備済）をモータープールで保管しています。当社の在庫車であることは間違いのないため、展示場にある車両と同様にチラシ広告に掲載したいのですが、掲載する際の留意点があったら教えてください。

A. チラシ広告に掲載された中古車は、販売店の店舗（展示場）にあり、同店舗（展示場）に行けば、現車を確認することができるかと消費者は認識するものと考えられます。そのため、展示場に入りきらないため店舗（展示場）ではなく、モータープールで管理している中古車を広告に掲載する場合は、消費者トラブル未然防止の観点から、広告において、モータープールで管理している車両を特定した上で、「当該車両は当社のモータープールにあるため、現車確認を希望される方は事前にご連絡いただきたい」旨等を明瞭に表示して下さい。

【正しい表示例】 マークにより車両を特定し、マークの説明を明瞭に表示している例

			
20年式 コートリ 1.3A	18年式 ハンゾウ 3.0F	17年式 AFT-C2.5T	21年式 ヒラカワ 1.3C
69.9万円	150.8万円	109.7万円	131.5万円
走行0.6万km 検23年3月 シルバー AT フル装備 リ済込 保証付 修無 整済込 車台No.098	走行3.1万km 検24年2月 シルバー AT フル装備 リ済込 保証付 修無 整済込 車台No.789	走行5.5万km 検22年11月 ゴールド AT フル装備 リ済込 保証付 修無 整済込 車台No.777	走行0.7万km 検24年7月 グリーン AT フル装備 リ済込 保証付 修無 整済込 車台No.333
●価格には、保険料、税金（消費税を除く）、登録等に伴う費用等は含まれておりません。			
<div style="display: flex; align-items: center;"> <div style="border: 1px solid black; border-radius: 15px; padding: 2px 10px; margin-right: 10px;">別保管車両</div> <div> <p>当該車両はモータープールにて保管しております。 現車確認を希望される方は事前にご連絡下さい。</p> </div> </div>			