

2019年7月度 広告表示・景品提供等に関する問い合わせ・相談受付状況

1. 相談受付件数・相談者の内訳

7月度の全体の相談受付件数は計177件で、前月度と比較すると55件増（新車関係2件減、中古車関係56件増）、対前年同月比では96件増（新車関係29件増、中古車関係64件増）となりました。

相談者の内訳では、「広告代理店」からの相談が全体の約37%（66件）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57%（38件）を占めています。「メーカー系ディーラー」からの相談（42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45%（80件）を占めています。

【相談者の内訳・2019年7月】

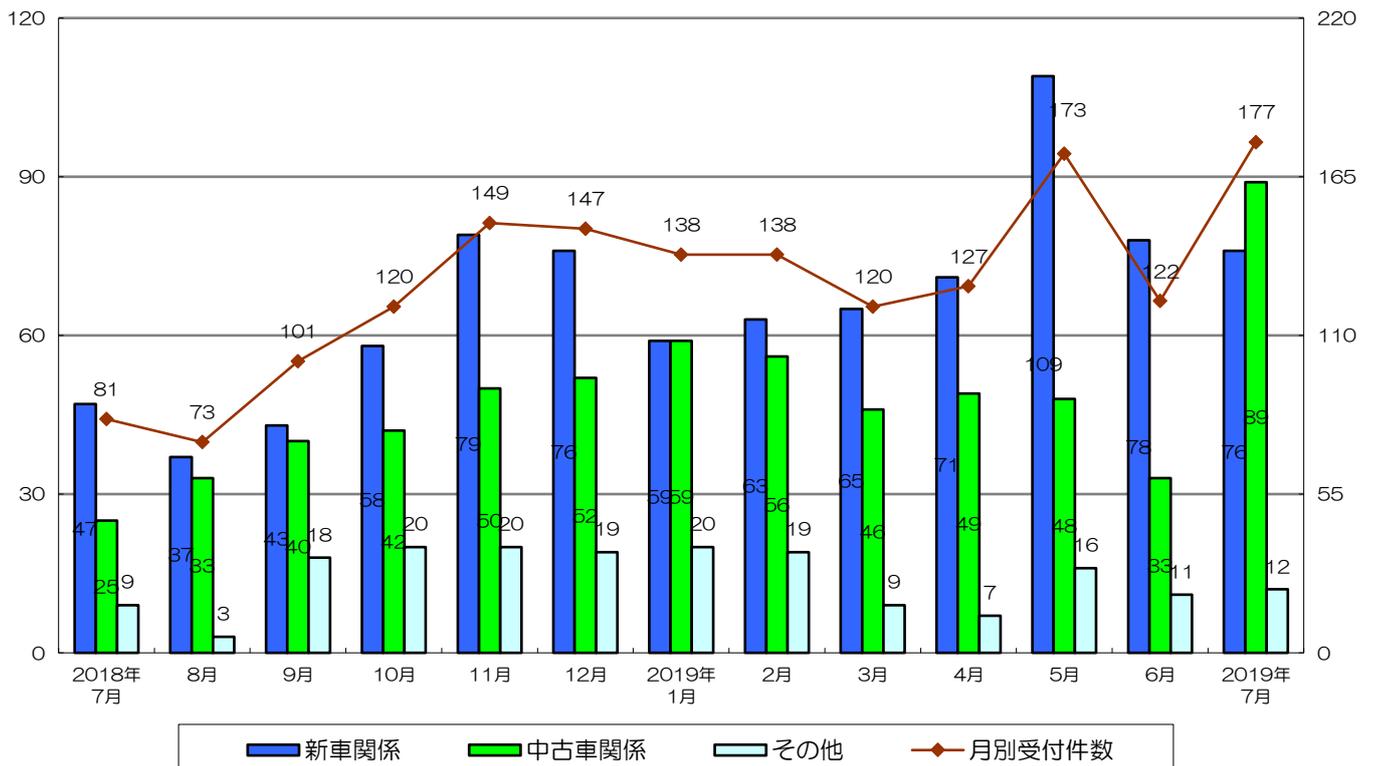
相談者	新車関係	中古車関係	その他	計
相談者	76	89	12	177
広告代理店	32	32	2	66
メーカー系ディーラー	23	15	4	42
自動車関係団体	9	22	0	31
中古車専門店	2	9	0	11
中古車情報誌社	0	6	0	6
メーカー	5	2	1	8
新聞社	0	0	0	0
テレビ・ラジオ局	0	0	0	0
その他	5	3	5	13

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	11
メーカー系ディーラー	38
中古車専門店	16
その他	1

【相談受付件数の推移・2018年7月～2019年7月】

<車両区別受付件数>

【月別受付件数】



2. 新車関係

新車関係の表示では、『抽象的な問合せ』に関する相談が全体の約33%、『価格表示』に関する相談が約28%を占めており、両項目で表示に関する相談の約61%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	67	88.2%	その他相談	3	3.9%
景品関係	6	7.9%	合計	76	100.0%

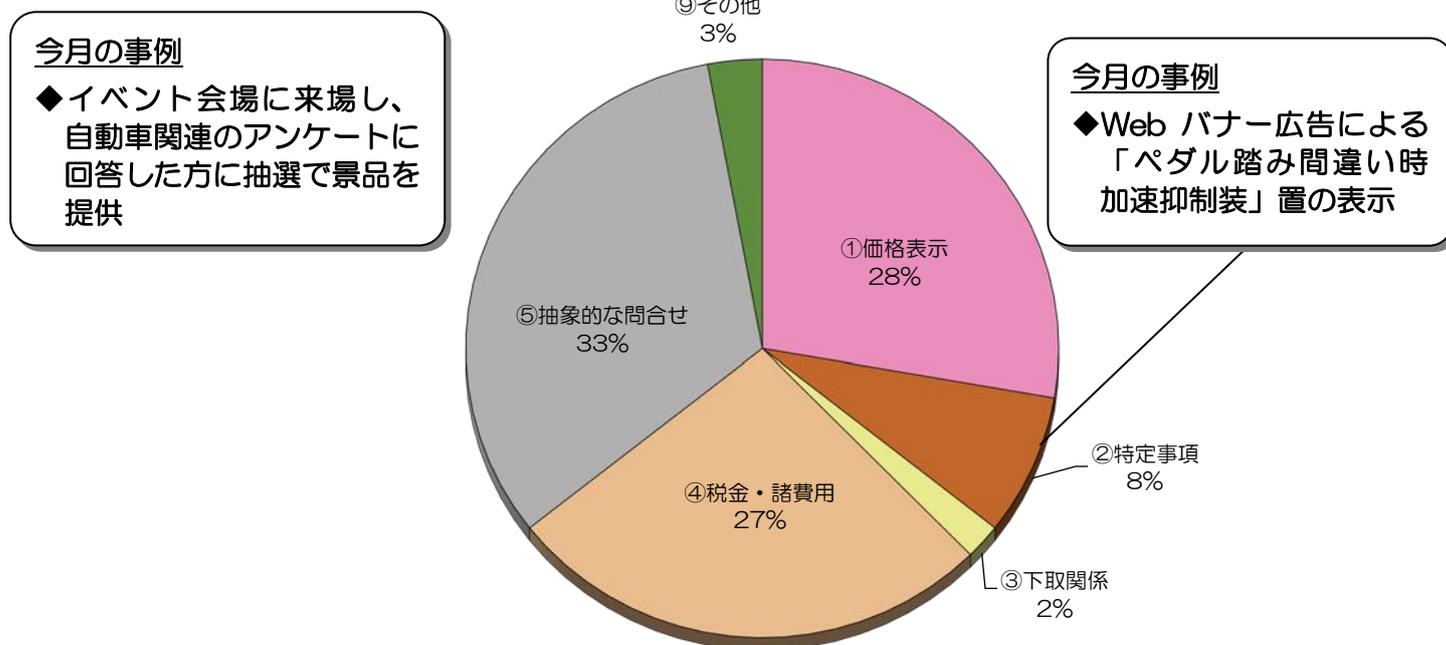
[表示関係の相談内訳]

相談内容	件数	比率	相談内容	件数	比率
①価格表示	19	28.4%	③下取関係	1	1.5%
表示方法	7	10.4%	④税金・諸費用	18	26.9%
値引き表示	3	4.5%	税金	18	26.9%
割賦・リース	7	10.4%	⑤抽象的な問合せ	22	32.8%
その他(価格)	2	3.0%	広告表現の可否	15	22.4%
②特定事項	5	7.5%	企画の可否	3	4.5%
安全・環境	3	4.5%	抽象的な問合せ	4	6.0%
受賞	1	1.5%	⑥その他	2	3.0%
特別仕様・限定	1	1.5%	合計	67	100.0%

[景品関係の内訳]

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	33.3%	一般懸賞(抽選等)	4	66.7%
			合計	6	100.0%

【表示関係】 主な問い合わせの内訳



広告表示・景品提供に関するよくあるお問い合わせにつきましては、[こちら](#)をご覧ください。

〔Web バナー広告による「ペダル踏み間違い時加速抑制装置」の表示〕

Q. 後付けの「ペダル踏み間違い時加速抑制装置」に関する Web バナー広告（大きさは 300×200 ピクセル程度）を作成していますが、表示する際に注意すべきことはありますか？

A. 後付けの「ペダル踏み間違い時加速抑制装置」等の運転支援機能を表示する場合は、当該装置がいかなる状況においても作動して停止等するかのように誤解されることのないよう、バナー広告には、「機能には限界がある旨」、及び「詳細はリンク先ホームページを確認されたい旨」を表示した上で、リンク先のページで運転支援機能に関する説明や注意喚起等（必要表示事項※）を明瞭に表示して下さい。また、その際、バナー広告を 1 回クリックすれば必要表示事項が表示されるようにして下さい。リンク先ページからさらにクリックしないと注意喚起等が確認できなかったり、ページを下までスクロールしないと確認できないような場合は問題となります。

※必要表示事項

- ①機能の性能や機能の内容に関する説明
- ②機能が作動する条件や作動しない条件の表示
- ③機能についての注意喚起の表示

＜③の注意喚起の表示例＞

本機能はドライバーの運転支援を目的としているため、機能には限界があり、路面や天候等の状況によっては、作動しない場合があります。機能を過信せず安全運転を行って下さい。

●正しい表示例

バナー広告

お乗りのスカーレットに取付可能！
後付けペダル踏み間違い時
加速抑制装置 登場！ 

機能には限界があります。詳しくはこちらをクリック！

リンク先ページ

※必要表示事項等の
機能の詳細を表示

〔イベント会場に来場し、自動車関連のアンケートに回答した方に抽選で景品を提供〕

Q. 新車を展示したイベント会場（展示のみで、試乗や商談はしない）に来場し、自動車に関連したアンケートに回答いただいた方を対象に、抽選で 5 万円相当の景品（旅行）をプレゼントしたいのですが、可能でしょうか？

なお、会場への入場料は 600 円で、ディーラーのチラシでこの企画の告知を行う予定です。

A. 今回のケースの場合は、入場料の 600 円が取引価額となり、取引価額が 5,000 円未満の場合は、取引価額の 20 倍が景品類の最高額となりますので、600 円の 20 倍の「12,000 円」が提供することのできる景品の最高額となります。したがって、5 万円相当の景品を提供した場合、過大な景品提供となりますので、提供できる最高額の範囲内のものに変更するなどして下さい。

また、景品類の総額は取引予定総額（懸賞企画実施中の総入場者予定数×600 円）の 2%以内にする必要があります。

3. 中古車関係

中古車関係の表示では、『必要表示事項』に関する相談が全体の約38%、『価格表示』に関する相談が約21%を占めており、両項目で表示に関する相談の約59%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	76	85.4%	その他相談	10	11.2%
景品関係	3	3.4%	合計	89	100.0%

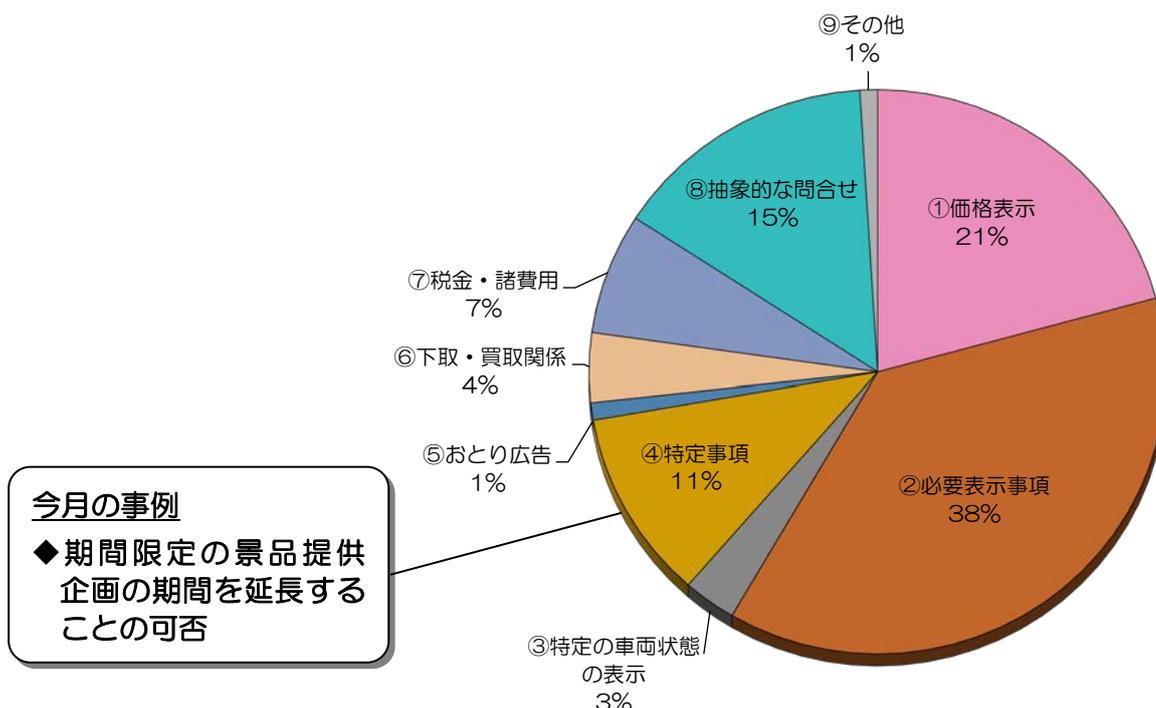
[表示関係の相談内訳]

相談内容	件数	比率	相談内容	件数	比率
①価格表示	16	21.1%	④特定事項	8	10.5%
表示方法	7	9.2%	写真・イラスト	2	2.6%
付属品・特別仕様	1	1.3%	完全・完璧	2	2.6%
値引き表示	4	5.3%	品質	4	5.3%
支払い総額	2	2.6%	⑤おとり広告	1	1.3%
割賦・リース	2	2.6%	⑥下取・買取関係	3	3.9%
②必要表示事項	29	38.2%	⑦税金・諸費用	5	6.6%
走行距離数	1	1.3%	税金	5	6.6%
車検証の有効期限	3	3.9%	⑧抽象的な問合せ	11	14.5%
保証の有無	2	2.6%	広告表現の可否	8	10.5%
整備実施状況	5	6.6%	企画の可否	1	1.3%
車台番号	1	1.3%	抽象的な問合せ	2	2.6%
必要表示事項全般	17	22.4%	⑨その他	1	1.3%
③特定の車両状態	2	2.6%	合計	76	100.0%

[景品関係の内訳]

相談内容	件数	比率	相談内容	件数	比率
総付景品(もれなく)	1	33.3%	一般懸賞(抽選等)	2	66.7%
			合計	3	100.0%

【表示関係】 主な問い合わせの内訳



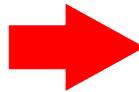
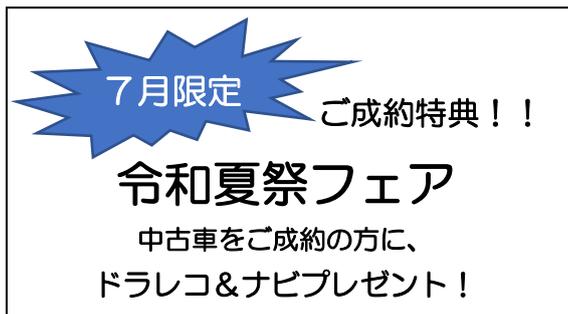
広告表示・景品提供に関するよくあるお問い合わせにつきましては、[こちら](#)をご覧ください。

今月の事例 [中古車関係]

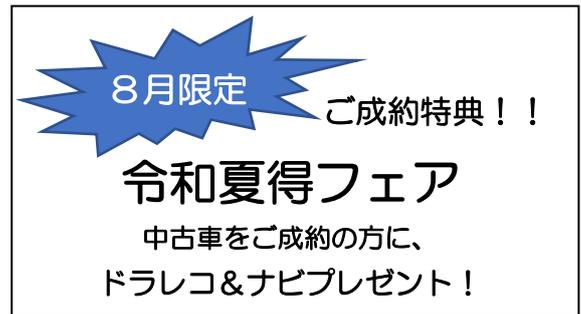
〔期間限定の景品提供企画の期間を延長することの可否〕

Q. 当社では、7月中に中古車を購入された方を対象に、チラシ広告において「令和 夏祭 フェア 7月限定のご成約特典」として、ドライブレコーダーとナビをセットでプレゼントする企画を告知、実施しています。当該企画が好評のため、8月に配布する予定のチラシ広告には、フェアの名称のみを変えて、「令和 夏得 フェア 8月限定のご成約特典」として、同一内容の企画を告知、実施しようと考えていますが、問題ないでしょうか？

<7月配布のチラシ広告>



<8月配布予定のチラシ広告>



A. 「7月限定 令和 夏祭 フェア ご成約特典！！」と表示して実施した企画の内容を変えず、フェアの名称のみ変更して8月も実施した場合、同一内容の企画を継続したこととなり、その結果、「7月限定」との表示が、7月中に中古車を購入した場合に限り、ドライブレコーダーとナビがプレゼントされるかのように一般消費者に誤認される不当表示（有利誤認表示）に該当し、問題となります。

したがって、当該企画は、表示したとおり7月で終了することが必要です。

フェアの期間を限定して景品提供等を実施し、当該フェア期間終了後に、期間を空けずに別のフェアを開催する場合は、単にフェアの名称を変更するだけではなく、期間限定との表示が事実と異なることのないよう、提供する景品を全く別のものにする、あるいは、景品提供ではなく、例えば低金利キャンペーンとする等、実施する内容を異なるものにする必要があります。