

2020年9月度 広告作成等に関する相談の受付状況

1. 相談受付件数・相談者の内訳

9 月度の全体の相談受付件数は計 110 件で、前月度と比較すると 34 件増（新車関係 13 件増、中古車関係 19 件増、その他 2 件増）、対前年同月比では 20 件減（新車関係 2 件減、中古車関係 18 件減、その他増減なし）となっています。

相談者の内訳では、「広告代理店」からの問い合わせが全体の約 44%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問い合わせが約 58%（28 件）を占めています。「メーカー系ディーラー」からの問い合わせ（22 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問い合わせが全体の約 45%（50 件）を占めています。

【相談者の内訳・2020年9月】

	新車関係	中古車関係	その他	計
相談者	54	48	8	110
広告代理店	25	20	3	48
メーカー系ディーラー	13	8	1	22
自動車関係団体	1	4	0	5
中古車専門店	0	8	0	8
中古車情報誌社	2	0	0	2
メーカー	5	0	0	5
新聞社	1	1	0	2
テレビ・ラジオ局	2	0	0	2
その他	5	7	4	16

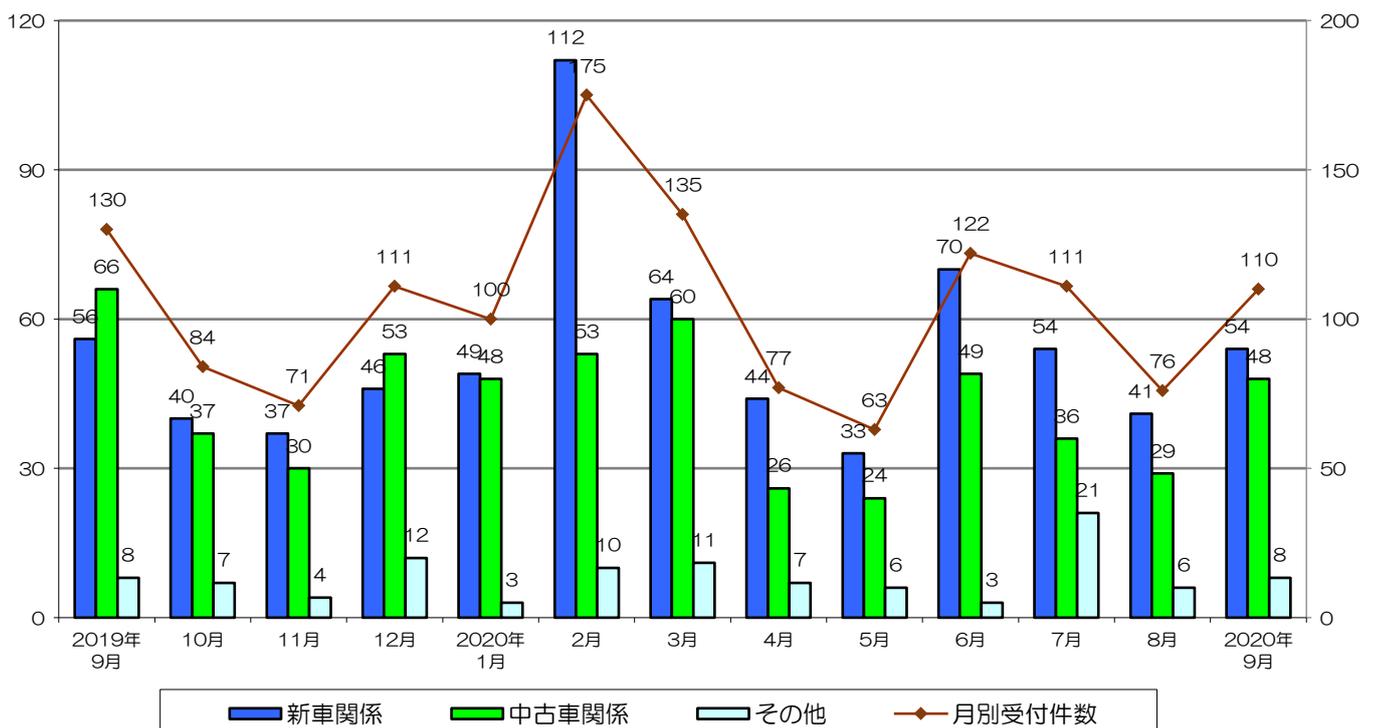


広告代理店からの問い合わせにおける広告主の内訳	
メーカー	0
メーカー系ディーラー	28
中古車専門店	7
その他	13

【相談受付件数の推移・2019年9月～2020年9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』に関する問い合わせが61.9%、『各種制度』に関する問い合わせが9.5%となり、両項目で表示に関する問い合わせの約71%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	42	77.8%	その他相談	2	3.7%
景品関係	10	18.5%	合計	54	100.0%

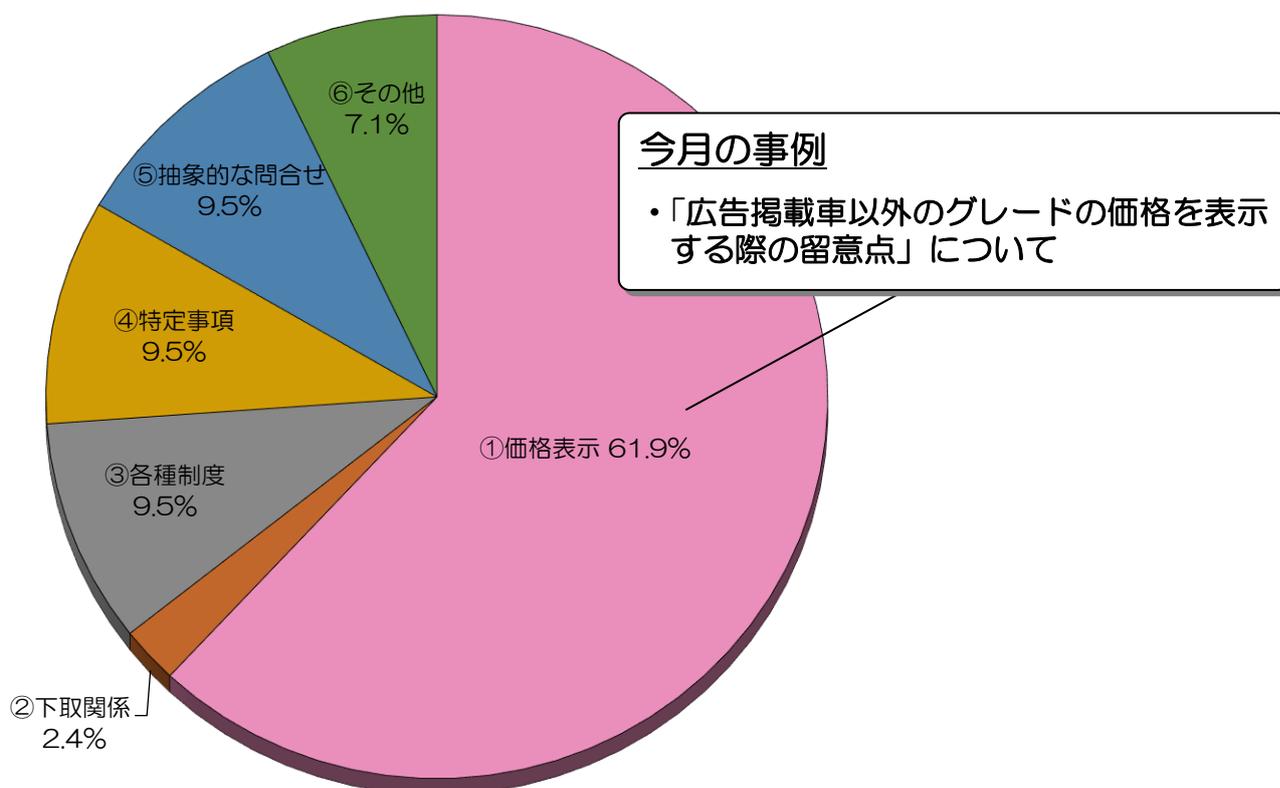
[表示関係の相談内訳]

相談内容	件数	比率	相談内容	件数	比率
①価格表示	26	61.9%	④特定事項	4	9.5%
表示方法	4	9.5%	燃費	2	4.8%
付属品・特別仕様	3	7.1%	安全・環境	1	2.4%
値引き表示	7	16.7%	特別仕様・限定	1	2.4%
割賦・リース	10	23.8%	⑤抽象的な問合せ	4	9.5%
その他（価格）	2	4.8%	広告表現の可否	1	2.4%
②下取関係	1	2.4%	企画の可否	1	2.4%
③各種制度	4	9.5%	抽象的な問合せ	2	4.8%
補助金関係	4	9.5%	⑥その他	3	7.1%
			合計	42	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)	4	40.0%	オープン懸賞	3	30.0%
一般懸賞(抽選等)	2	20.0%	抽象的な問合せ	1	10.0%
			合計	10	100.0%

【表示関係】 主な問い合わせの内訳



広告表示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。

〔「広告掲載車以外のグレードの価格を表示する際の留意点」について〕

Q. チラシ広告において、広告に写真を掲載した車両の価格だけではなく、全てのグレードの価格を表示したいと考えています。留意点等あれば教えてください。

【問題となる広告表示の例】

新型スカーレット発売!



グレード	車両本体価格
1.0X(2WD CVT)	¥1,800,000*
1.0G(2WD CVT)	¥2,100,000*
1.3X(2WD CVT)	¥2,300,000*
1.3G(2WD CVT)	¥2,500,000*

※価格には保険料、税金（消費税を除く）、自動車リサイクル料金、その他登録等に伴う費用等は含まれておりません。

【問題点】
 どれが広告掲載車両の価格か明瞭に表示されていない

A. 広告に写真を掲載した車両の価格だけでなく、複数のグレードの価格を表示する場合は、広告掲載車の価格を特定して明瞭に表示してください。その上で、他のグレードの価格や当該車種の価格帯は「参考として表示*」してください。

※「参考として表示」とは、広告掲載車の販売価格の表示と文字の大きさを同等以下にするとともに、配色等にも注意するなど、広告掲載車両の販売価格より目立たないように表示すること

【正しい広告表示の例】

新型スカーレット発売!



グレード	車両本体価格
1.0X(2WD CVT)	¥1,800,000*
1.0G(2WD CVT)	¥2,100,000*
1.3X(2WD CVT)	¥2,300,000*
1.3G(2WD CVT)	¥2,500,000*

※価格には保険料、税金（消費税を除く）、自動車リサイクル料金、その他登録等に伴う費用等は含まれておりません。

【表示のポイント】
 ①例えば、広告掲載車のグレードと価格の直近にマークを入れ、グレード名と価格の文字を他より大きくする、太字にする、下線を付けるなど、どれが広告掲載車の価格であるのかを明瞭に表示

【表示のポイント】
 ②広告掲載車の価格を明瞭に表示した上で、他のグレードの価格や価格帯を参考として表示

3. 中古車関係

中古車関係の表示では、『価格表示』に関する問い合わせが36.1%、『必要表示事項』に関する問い合わせが25.0%となり、両項目で表示に関する問い合わせの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	36	75.0%	その他相談	6	12.5%
景品関係	6	12.5%	合計	48	100.0%

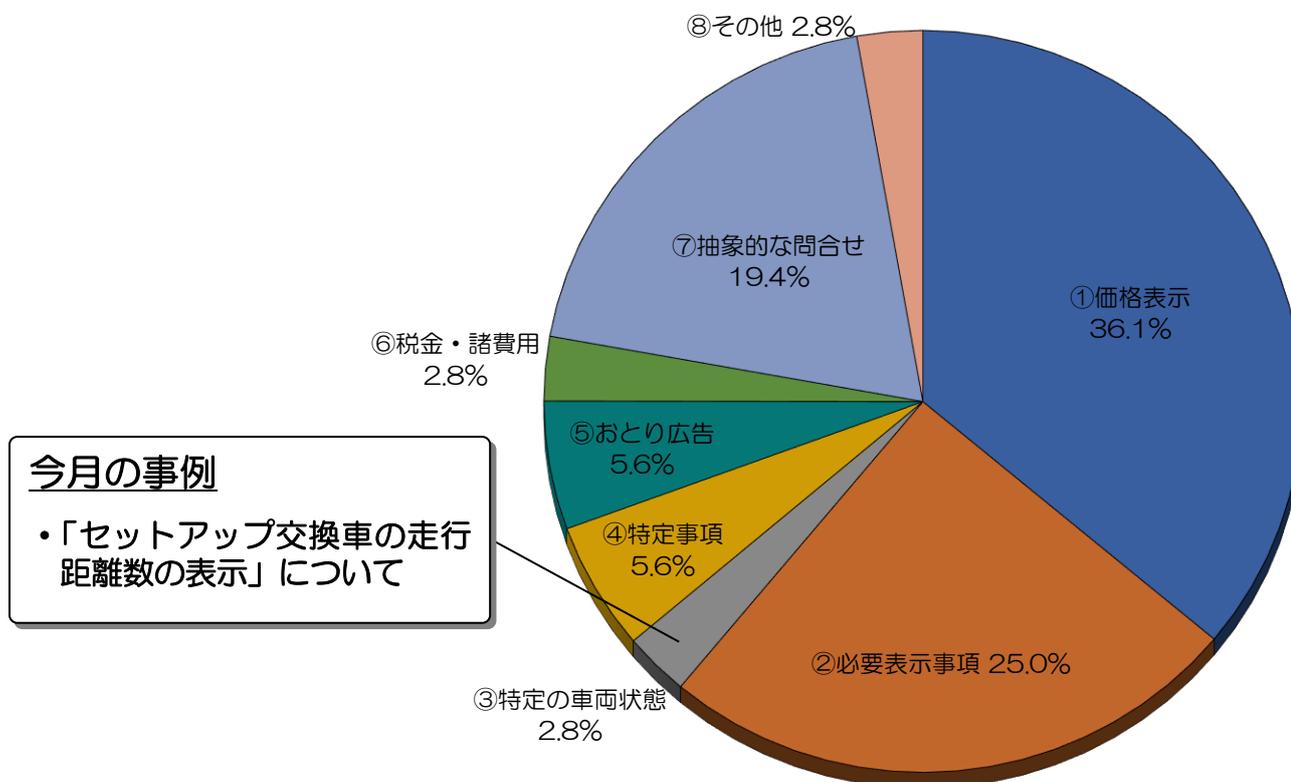
[表示関係の相談内訳]

相談内容	件数	比率	相談内容	件数	比率
①価格表示	13	36.1%	③特定の車両状態	1	2.8%
表示方法	2	5.6%	④特定事項	2	5.6%
値引き表示	5	13.9%	写真・イラスト	1	2.8%
支払い総額	3	8.3%	最上級	1	2.8%
割賦・リース	2	5.6%	⑤おとり広告	2	5.6%
その他(価格)	1	2.8%	⑥税金・諸費用	1	2.8%
②必要表示事項	9	25.0%	税金	1	2.8%
使用区分	1	2.8%	⑦抽象的な問合せ	7	19.4%
車検証の有効期限	3	8.3%	広告表現の可否	1	2.8%
整備実施状況	1	2.8%	抽象的な問合せ	6	16.7%
必要表示事項全般	4	11.1%	⑧その他	1	2.8%
			合計	36	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)	4	66.7%	一般懸賞(抽選等)	2	33.3%
			合計	6	100.0%

【表示関係】 主な問い合わせの内訳



広告表示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。

「セットアップ交換車の走行距離数の表示」について

Q. 走行距離計のセットアップ交換（車両が記録している交換時の走行距離を引き継いで表示する仕様の走行距離計への交換）を行いました。当該車両を販売する際の走行距離数の表示方法について教えてください。

A. 規約及び同施行規則では、「走行距離計が交換されている車両」については、「走行距離計が交換されている」及び「交換前・交換後の走行距離数」を表示することが定められており、セットアップ交換の場合も、同様の表示をすることになります。

交換後の走行距離数については、プライスボード、広告、注文書には「交換後の走行距離数」を表示することになるため、「0km」と表示しますが、交換歴車シール、コンディション・ノートには「交換時点の走行距離計の表示値」を表示することになるため、セットアップ交換の場合は、新品メーターに交換した場合も「0km」ではなく、「引き継がれた走行距離数（交換後に走行距離計に表示されている走行距離数）」を表示してください。

【正しい広告表示の例】（前提：走行2万キロの車両に、新品の走行距離計をセットアップ交換した場合）

プライスボード、広告、注文書の表示

- ① 走行距離計が交換されている旨
- ② 交換前・交換後の走行距離数

★交換後の走行距離数は、「交換後に何キロ走行したか」を表示することになるため、新品メーターに交換した場合は「0km」と表示

※②を表示した上で合算の走行距離数を表示することも可能
 ※注文書には、上記の表示と併せて「販売時点の走行距離計の表示値」を表示すること

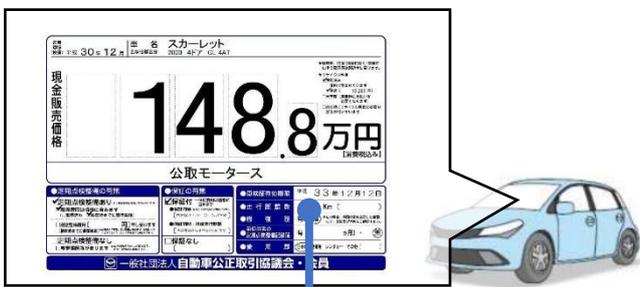
交換歴車シール、コンディション・ノートの表示

- ① 走行距離計が交換されている旨
- ② 交換時点の交換前・交換後の走行距離計の表示値

★セットアップ交換の際は、新品メーターに交換した場合も、交換後の走行距離計の表示値は「0km」ではなく、「引き継がれた走行距離数（交換後に走行距離計に表示されている走行距離数、今回は2万km）」を表示すること

※交換時点の走行距離計の表示値であることを明確にすること

◆ プライスボード



● 走行距離数

メーター交換歴車 [交換前 2.0万 km 交換後 0km]

◆ 走行距離計交換歴車シール



◆ コンディション・ノート

