

## 2021年2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

2月度の全体の相談受付件数は計98件で、前月度と比較すると9件増（新車関係1件減、中古車関係16件増、その他6件減）、対前年同月比は77件減（新車関係71件減、中古車関係5件減、その他1件減）となっています。

相談者の内訳は、「広告代理店」からの問い合わせが全体の約38%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62%（23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（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問い合わせが全体の約49%（48件）を占めています。

【相談者の内訳・2021年2月】

	新車関係	中古車関係	その他	計
相談者	41	48	9	98
広告代理店	18	17	2	37
メーカー系ディーラー	11	12	2	25
自動車関係団体	3	5	0	8
中古車専門店	2	8	2	12
中古車情報誌社	2	2	0	4
メーカー	4	3	3	10
新聞社	0	0	0	0
テレビ・ラジオ局	0	0	0	0
その他	1	1	0	2

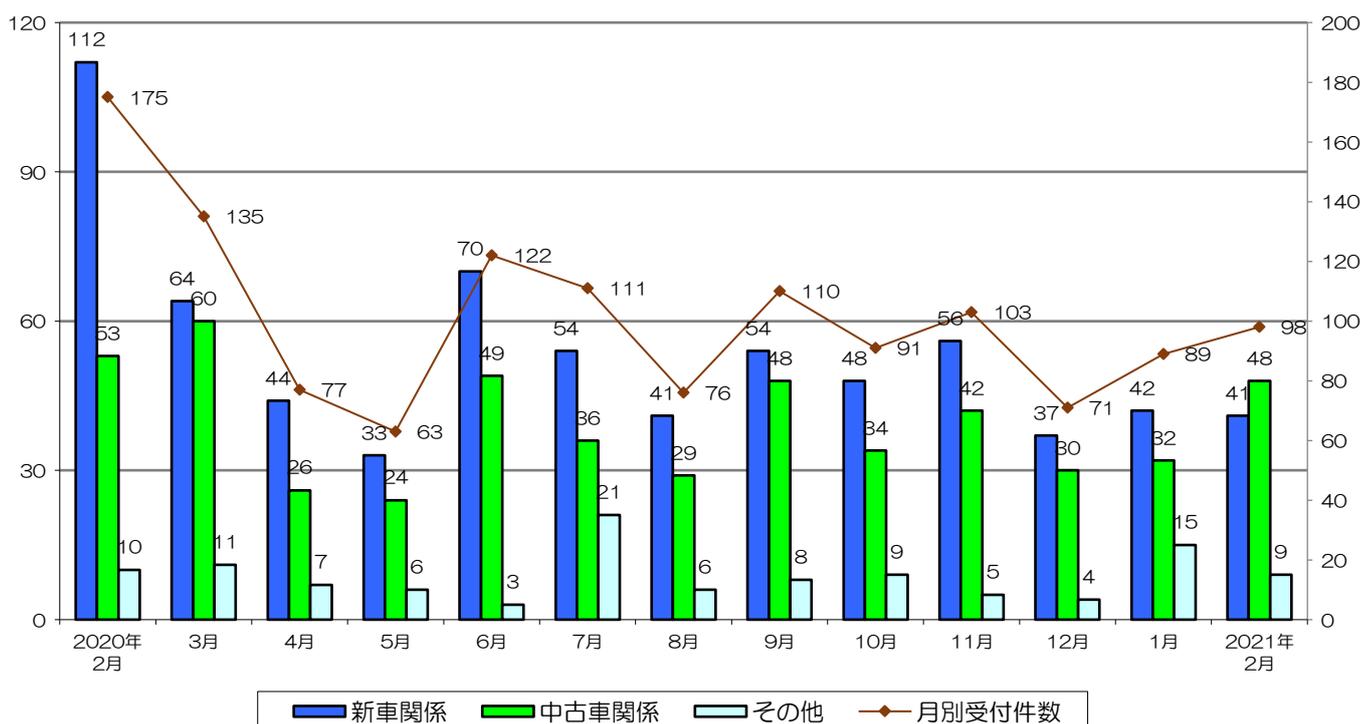


広告代理店からの問い合わせにおける広告主の内訳	
メーカー	3
メーカー系ディーラー	23
中古車専門店	9
その他	2

【相談受付件数の推移・2020年2月～2021年2月】

<車両区分別受付件数>

【月別受付件数】



## 2. 新車関係

新車関係の表示は、『価格表示』に関する問い合わせが40.6%、『特定事項』に関する問い合わせが12.5%となり、両項目で表示に関する問い合わせの約53%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	32	78.0%	景品関係	9	22.0%
			合計	41	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	40.6%	⑤特定事項	4	12.5%
表示方法	3	9.4%	燃費	1	3.1%
付属品・特別仕様	1	3.1%	写真・イラスト	1	3.1%
値引き表示	2	6.3%	特別仕様・限定	2	6.3%
支払い総額	1	3.1%	⑥下取関係	1	3.1%
割賦・リース	6	18.8%	⑦抽象的な問合せ	10	31.3%
②事業者の名称	1	3.1%	広告表現の可否	7	21.9%
③主要諸元	1	3.1%	企画の可否	2	6.3%
④特定用語	1	3.1%	抽象的な問合せ	1	3.1%
新発売等	1	3.1%	⑧その他	1	3.1%
			合計	32	100.0%

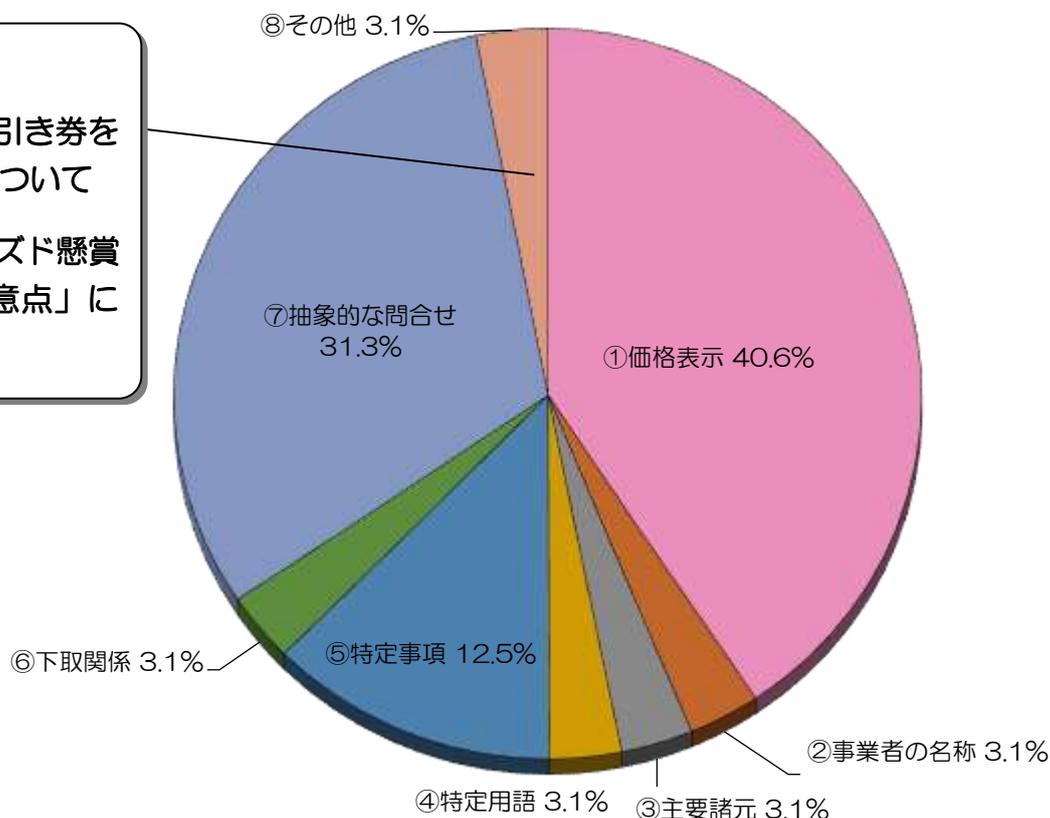
[景品関係の内訳]

相談内容	件数	比率	相談内容	件数	比率
総付景品(もれなく)	6	66.7%	抽象的な問合せ	1	11.1%
オープン懸賞	2	22.2%	合計	9	100.0%

【表示関係】 主な問い合わせの内訳

### 今月の事例

- ・「新車購入時に使える値引き券を抽選で提供すること」について
- ・「オープン懸賞とクローズド懸賞を同時実施する際の留意点」について



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。

【「新車購入時に使える値引き券を抽選で提供すること」について】

Q. ホームページから試乗予約をした人を対象に、新車購入時に車両本体価格からの値引きに使える「30万円値引き券」を抽選で提供する企画を検討しています。企画の告知、応募の受け付け、当選者の発表等はすべてWebサイトで行いますが、オープン懸賞として実施することは可能でしょうか？

A. 試乗予約をした人を対象とした場合、取引に付随していることから、「懸賞による景品類の提供（クローズド懸賞）」とみなされ、提供できる景品類の最高額は10万円となります。

したがって、「30万円値引き券」の提供は過大な景品提供となりますので、次のいずれかの対応が必要です。

①値引き券の額を10万円以内とする

②試乗予約や見積書の依頼等を行った方だけではなく、一般消費者の方を対象に新聞や雑誌、Webサイト等で広く告知を行い、官製ハガキやWebサイトでのみ応募を受け付けるなど、企画の告知から、応募、抽選、当選者の発表、当選者への景品の引き渡し（値引き券の提供）まで、一切取引に付随することなく実施する

【「オープン懸賞とクローズド懸賞を同時実施する際の留意点」について】

Q. 当社が創業10周年を迎えることから、一般消費者を対象に30万円相当の大型テレビを抽選で提供するオープン懸賞と、来場者を対象に抽選で10万円相当のカーナビを提供するクローズド懸賞を同時に実施することを検討しています。告知の際、A賞「大型テレビ」、B賞「カーナビ」のように「同一の企画」として告知し、実施しても問題ないでしょうか？

A. 10万円以上の景品を抽選で提供する場合は、オープン懸賞として実施する必要があり、企画の告知から当選者への景品の引き渡しまで、一切取引に付随することなく実施しなければなりません。

仮に、30万円相当の大型テレビと10万円相当のカーナビを提供する企画を明確に区分せず、来場者を対象とした「同一の企画」であるかのように告知した場合、企画全体が取引に付随した「クローズド懸賞」とみなされ、過大な景品提供となります。

したがって、オープン懸賞とクローズド懸賞を同時に実施する際は、

①広告等には、オープン懸賞とクローズド懸賞それぞれの企画を明確に区分して表示する

②クローズド懸賞は来場者が対象である旨、オープン懸賞は広く一般消費者が対象で、Webや官製ハガキ等の取引に付随しない方法でのみ応募を受け付ける旨を明確に表示する

等の対応を行ってください。

### 3. 中古車関係

中古車関係の表示は、『価格表示』に関する問い合わせが39.0%、『必要表示事項』に関する問い合わせが26.8%となり、両項目で表示に関する問い合わせの約66%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	41	85.4%	その他相談	2	4.2%
景品関係	5	10.4%	<b>合計</b>	<b>48</b>	<b>100.0%</b>

[表示関係の相談内訳]

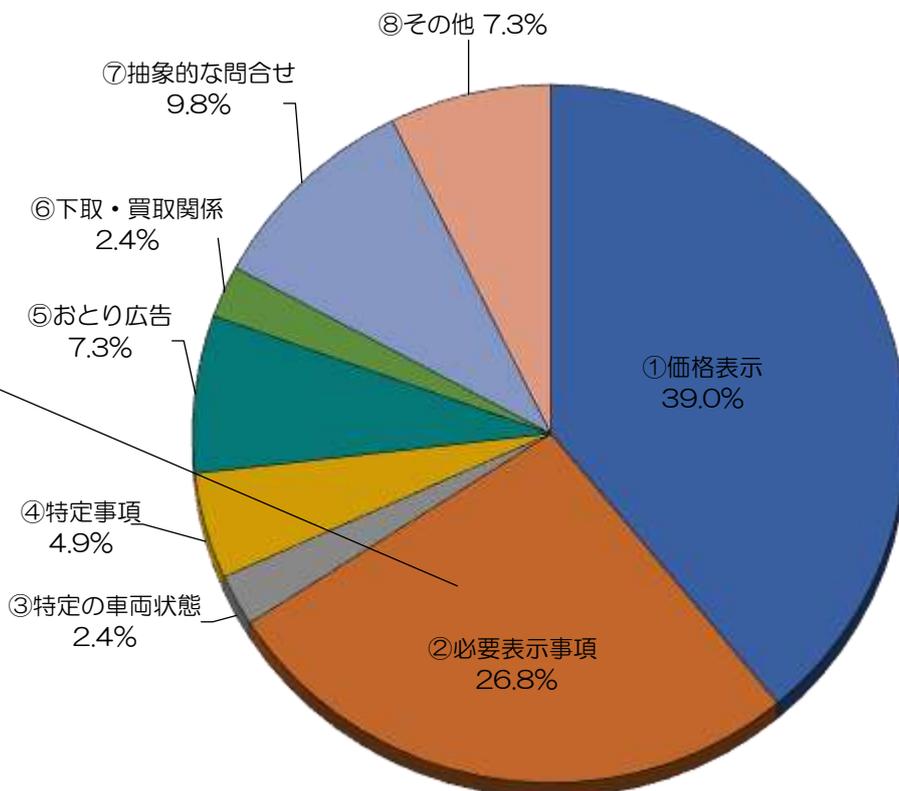
相談内容	件数	比率	相談内容	件数	比率
<b>①価格表示</b>	<b>16</b>	<b>39.0%</b>	<b>③特定の車両状態</b>	<b>1</b>	<b>2.4%</b>
表示方法	2	4.9%	<b>④特定事項</b>	<b>2</b>	<b>4.9%</b>
付属品・特別仕様	2	4.9%	写真・イラスト	2	4.9%
値引き表示	6	14.6%	<b>⑤おとり広告</b>	<b>3</b>	<b>7.3%</b>
支払い総額	5	12.2%	<b>⑥下取・買取関係</b>	<b>1</b>	<b>2.4%</b>
割賦・リース	1	2.4%	<b>⑦抽象的な問合せ</b>	<b>4</b>	<b>9.8%</b>
<b>②必要表示事項</b>	<b>11</b>	<b>26.8%</b>	広告表現の可否	1	2.4%
走行距離数	1	2.4%	企画の可否	2	4.9%
車検証の有効期限	2	4.9%	抽象的な問合せ	1	2.4%
整備実施状況	2	4.9%	<b>⑧その他</b>	<b>3</b>	<b>7.3%</b>
修復歴の有無	1	2.4%	<b>合計</b>	<b>41</b>	<b>100.0%</b>
車台番号	1	2.4%			
必要表示事項全般	4	9.8%			

[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	40.0%	抽象的な問合せ	3	60.0%
			<b>合計</b>	<b>5</b>	<b>100.0%</b>

【表示関係】 主な問い合わせの内訳

**今月の事例**  
 ・「必要表示事項をマーク化して表示する場合の留意点」について



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。

【「必要表示事項をマーク化して表示する場合の留意点」について】

Q. 新聞広告で中古車フェアの告知を行いたいと考えています。同じ紙面に中古車を複数台掲載する場合、1台あたりの表示スペースが小さくなるため、以下のように、「保付」、「整納込」などマーク化して表示したいと考えています。留意する点を教えてください。

【問題となる広告表示の例（マークの説明がない）】

 <p><b>97万円</b>                  スカーレット1.5S                  初度登録 2014年                  グリーン                  2021年9月                  30千キロ <b>733</b>                  保付 修無 整納込</p>	 <p><b>79万円</b>                  チョーダ 1.2S                  初度登録 2011年                  ブルー                  検 2023年6月                  50千キロ <b>455</b>                  保付 修無 整納込</p>	 <p><b>51万円</b>                  コートリ 1.2M                  初度登録 2008年                  ネイビー                  検 2022年4月                  80千キロ <b>333</b>                  保付 修有 整納込</p>	 <p><b>48万円</b>                  スモールA                  初度届出 2008年                  レッド                  検 2021年4月                  60千キロ <b>248</b>                  保付 修無 整納込</p>	 <p><b>65万円</b>                  ナガータC                  初度登録 2008年                  グリーン                  検切れ                  80千キロ <b>356</b>                  保付 修有 整納込</p>
--	--	---	---	---

※保険料、税金（消費税除く）、登録等に伴う費用は別途申し受けます。  
 ……

A. 必要表示事項をマーク化して表示する場合は、以下の点に留意してください。

<留意点>

- ①同じページ内にマークに関する説明を付記するなど、マークの示す意味が正しくわかるように表示すること
- ②「修復歴の有無」や「保証の有無」など、「有」か「無」の表示が必要なものについては「有」のものだけにマークを表示するのではなく、「有（修有、保付）」か「無（修無、保無）」のいずれかがわかるように表示すること

【正しい広告表示の例】

 <p><b>97万円</b>                  スカーレット1.5S                  初度登録 2014年                  グリーン                  2021年9月                  30千キロ <b>733</b>                  保付 修無 整納込</p>	 <p><b>79万円</b>                  チョーダ 1.2S                  初度登録 2011年                  ブルー                  検 2023年6月                  50千キロ <b>455</b>                  保付 修無 整納込</p>	<p>【マークの説明について】</p> <p>●保証の有・無                  保付 保証付き（3ヶ月3,000km（部分保証）） 保無 保証なし</p> <p>●修復歴の有・無                  修有 修復歴あり 修無 修復歴なし</p> <p>●定期点検整備実施状況                  整済 定期点検整備実施済み。価格に整備費用が含まれています。                  整納込 定期点検整備を納車時まで実施。価格に整備費用が含まれています。</p> <p>●自動車リサイクル料金                  済別 リサイクル料金は預託済ですが、価格に含まれていないため別途必要となります。</p> <p>●車台番号                  999 写真右下の3桁の数字は車台番号（下3桁）となります</p>
--	--	---

※保険料、税金（消費税除く）、登録等に伴う費用は別途申し受けます。  
 ……