

# 2022年8月度 広告相談レポート

## 1. 相談受付件数・相談者の内訳

8月度の全体の相談受付件数は計 105 件で、前月度と比較すると 5 件減（新車関係 4 件減、中古車関係 5 件減、その他 4 件増）、対前年同月比では 8 件減（新車関係 12 件増、中古車関係 17 件減、その他 3 件減）となっています。

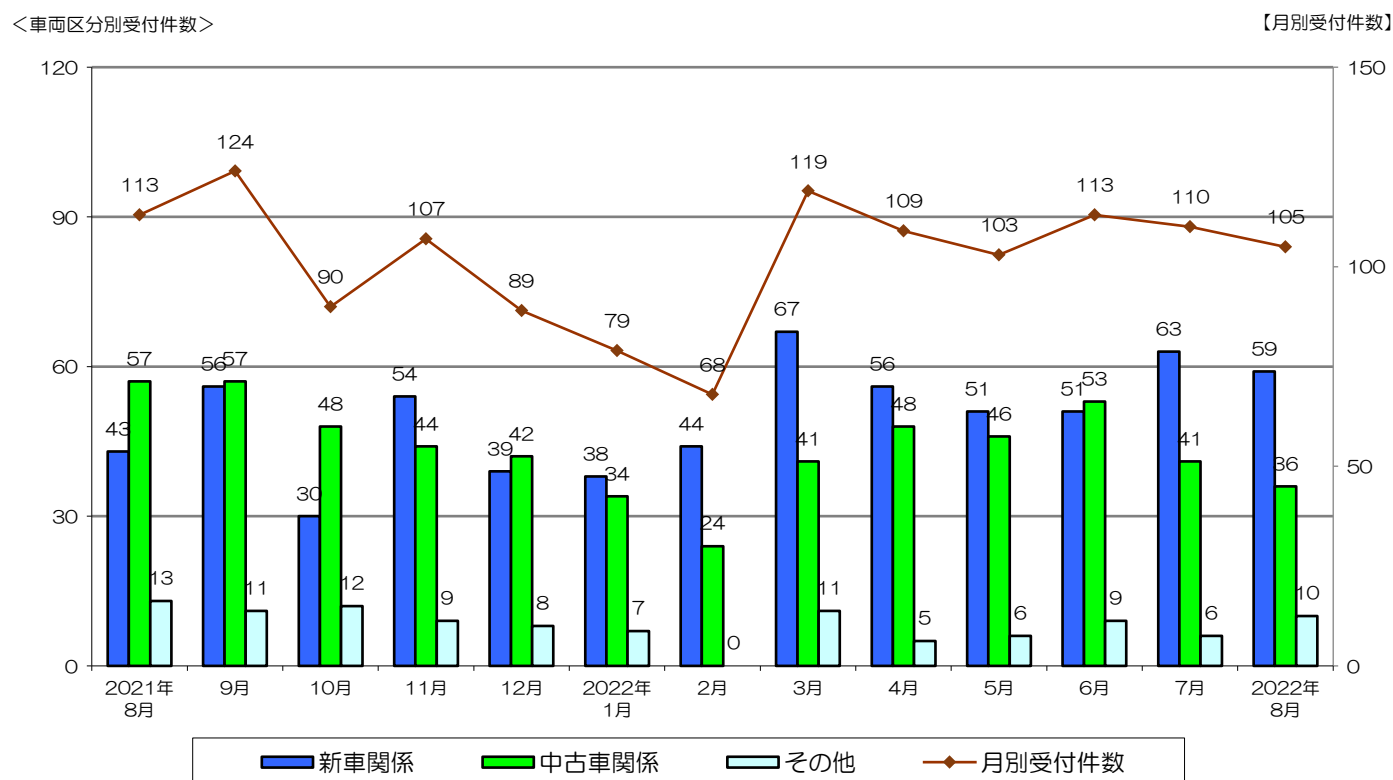
相談者の内訳は、「広告代理店」からの問い合わせが全体の約 39%を占めており、その内、メーカー系ディーラーが広告主となっている広告等に関する問い合わせが約 59%（24 件）を占めています。「メーカー系ディーラー」からの問い合わせ（21 件）と合わせると、メーカー系ディーラーの広告等に関する問い合わせが全体の約 44%（46 件）を占めています。

【相談者の内訳・2022年8月】

相談者	新車関係	中古車関係	その他	計
相談者	59	36	10	105
広告代理店	30	6	5	41
メーカー系ディーラー	13	7	1	21
自動車関係団体	2	5	0	7
中古車専門店	3	10	0	13
中古車情報誌社	2	1	1	4
メーカー	4	3	1	8
新聞社	1	0	0	1
テレビ・ラジオ局	1	0	0	1
その他	3	4	2	9

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	4
メーカー系ディーラー	24
中古車専門店	3
その他	10

【相談受付件数の推移・2021年8月～2022年8月】



## 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34.7%、『特定事項』に関する問い合わせが18.4%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	49	83.1%	景品関係	10	16.9%
			合計	59	100.0%

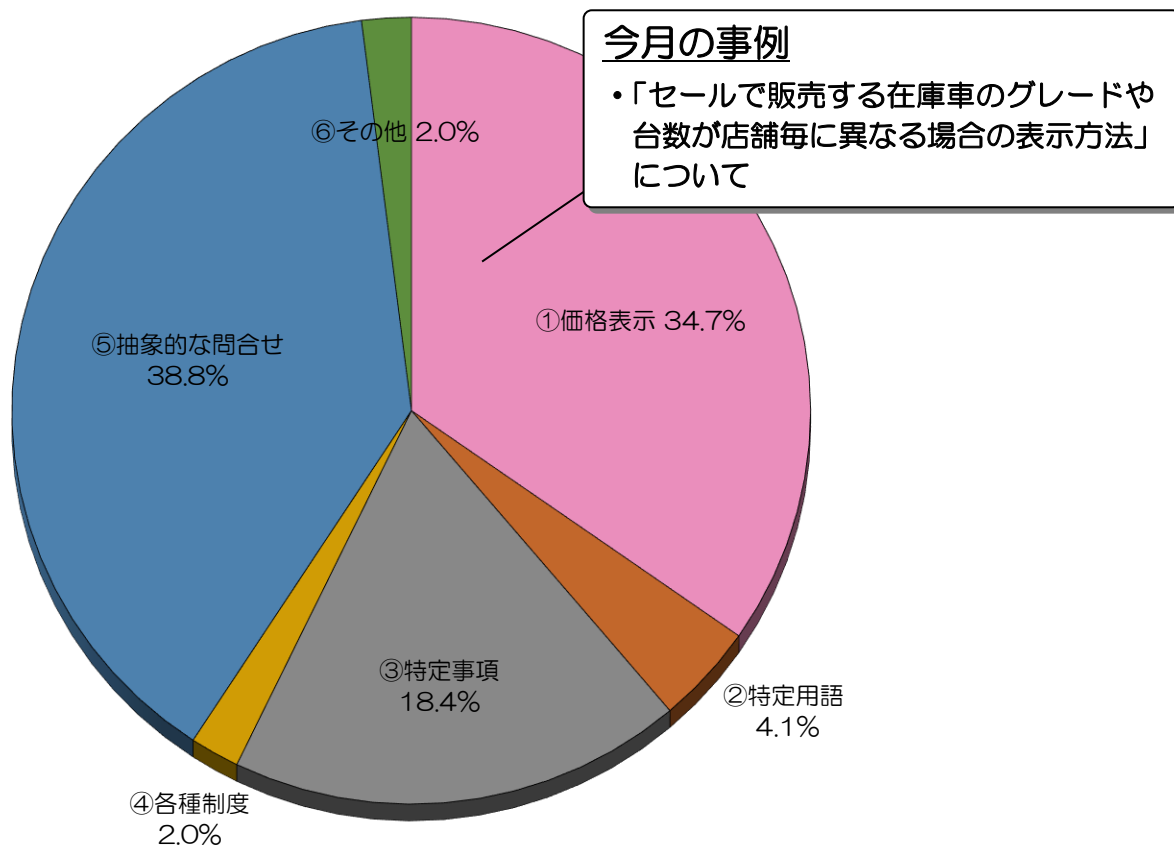
[表示関係の相談内訳]

相談内容	件数	比率	相談内容	件数	比率
①価格表示	17	34.7%	安全・環境	2	4.1%
表示方法	6	12.2%	④各種制度	1	2.0%
値引き表示	2	4.1%	補助金関係	1	2.0%
割賦・リース	9	18.4%	⑤抽象的な問合せ	19	38.8%
②特定用語	2	4.1%	広告表現の可否	13	26.5%
③特定事項	9	18.4%	企画の可否	2	4.1%
ランキング	1	2.0%	抽象的な問合せ	4	8.2%
燃費	5	10.2%	⑥その他	1	2.0%
			合計	49	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%	期間延長	1	10.0%
一般懸賞(抽選等)	1	10.0%	抽象的な問合せ	3	30.0%
オープン懸賞	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。

〔「セールで販売する在庫車のグレードや台数が店舗毎に異なる場合の表示方法」について〕

Q. 「スカーレットの在庫車一掃セール」を3店舗で行う予定ですが、各店舗で販売するグレードや台数が異なり、かつ、在庫する店舗でしか販売することができません。この場合、チラシ広告には、グレード毎の販売台数の合計を表示すればよいでしょうか？

【問題となる広告表示の例】

<前提>各店舗で販売するスカーレットのグレードや台数が限定されている

**スカーレット 在庫車一掃セール！ 8/1~8/13**  
**赤坂店、千代田店、平河町店に今すぐGO！**




<p>限定5台！</p>  <p>スカーレット 1.3X (ボディカラー：ブルー)</p> <p>車両本体価格150万円のところ <b>特別価格125万円</b></p>	<p>限定3台！</p>  <p>スカーレット 1.3G (ボディカラー：ブルー)</p> <p>車両本体価格165万円のところ <b>特別価格145万円</b></p>	<p>限定8台！</p>  <p>スカーレット 1.3X (ボディカラー：ブルー)</p> <p>車両本体価格180万円のところ <b>特別価格155万円</b></p>
--	--	--

●保険料、税金(消費税除く)、自動車リサイクル料金、登録等に伴う費用等は別途申し受けます。

A. 実際には、各店舗で販売するグレードや台数が限定されており、かつ、在庫する店舗でしか販売することができないにもかかわらず、上記の表示例には、各店舗で販売するグレードや台数に関する表示がないことから、どの店舗でもそれぞれの在庫車を購入できると誤認されるおそれがあり、規約第9条第2号で禁止している、「取引の申出に係る新車の供給量が著しく限定されているにもかかわらず、その限定の内容が明瞭に記載されていない場合のその新車についての表示」に該当します。したがって、各店舗で販売するグレードや台数を明瞭に表示してください。

【正しい広告表示の例】

**スカーレット 在庫車一掃セール！ 8/1~8/13**  
**赤坂店、千代田店、平河町店に今すぐGO！**

<p>赤坂店3台 千代田店2台</p>	<p>赤坂店2台 平河町店1台</p>	<p>千代田店5台 平河町店3台</p>
 <p>スカーレット 1.3X (ボディカラー：ブルー)</p> <p>車両本体価格150万円のところ <b>特別価格125万円</b></p>	 <p>スカーレット 1.3G (ボディカラー：ブルー)</p> <p>車両本体価格165万円のところ <b>特別価格145万円</b></p>	 <p>スカーレット 1.3X (ボディカラー：ブルー)</p> <p>車両本体価格180万円のところ <b>特別価格155万円</b></p>

●保険料、税金(消費税除く)、自動車リサイクル料金、登録等に伴う費用等は別途申し受けます。

**各店舗で販売する在庫車の  
グレードや販売台数を明瞭に表示**

### 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26.9%、『必要表示事項』に関する問い合わせが15.4%となり、両項目で表示に関する問い合わせの約42%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	26	72.2%	その他相談	6	16.7%
景品関係	4	11.1%	合計	36	100.0%

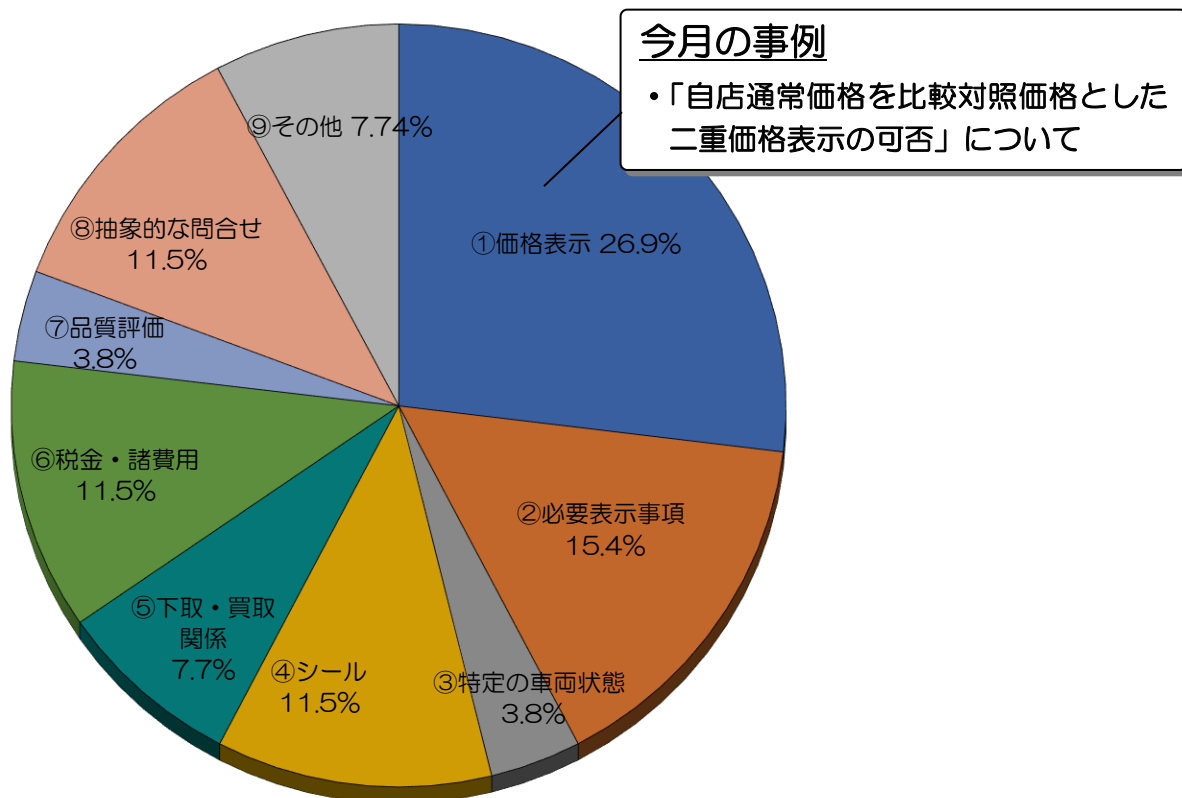
[表示関係の相談内訳]

相談内容	件数	比率	相談内容	件数	比率
①価格表示	7	26.9%	④シール	3	11.5%
表示方法	1	3.8%	⑤下取・買取関係	2	7.7%
値引き表示	1	3.8%	⑥税金・諸費用	3	11.5%
支払い総額	1	3.8%	諸費用	3	11.5%
割賦・リース	4	15.4%	⑦品質評価	1	3.8%
②必要表示事項	4	15.4%	⑧抽象的な問合せ	3	11.5%
車名・仕様区分	3	11.5%	広告表現の可否	2	7.7%
必要表示事項全般	1	3.8%	企画の可否	1	3.8%
③特定の車両状態	1	3.8%	⑨その他	2	7.7%
			合計	26	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	2	50.0%	抽象的な問合せ	2	50.0%
			合計	4	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。

〔「自店通常価格を比較対照価格とした二重価格表示の可否」について〕

Q. 中古車のフェアを告知するチラシ広告を作成していますが、車両の安さを訴求するため、「当店通常価格90万円がなんと！フェア価格63.8万円」と、現在表示している当店通常価格を比較対照価格とした二重価格表示（値引き表示）を考えています。問題ないでしょうか？

【問題となる広告表示の例】

コートリ1.5M

当店通常価格：**90万円がなんと！**

**フェア価格 63.8万円**



■初度登録：2020年  
■走行距離：12,000km  
■検 2023年12月  
⋮  
⋮  
⋮

A. 自己の販売価格に当該販売価格より高い他の価格（これを「比較対照価格」といいます）を併記して表示する二重価格表示は、「同一の商品」について行われる等、その内容が適切な場合には、一般消費者の適正な価格選択と事業者間の価格競争の促進に資する面があります。

しかしながら、中古車は、車両の品質劣化や車検残及び自賠責保険・自動車税（種別割）の未経過分の減少等により経済価値が下落するなど、時間の経過とともに商品の同一性が失われていく商品です。

「過去の販売価格（自店通常価格等）」など、「同一ではない商品」の価格を比較対照価格に用いた二重価格表示を行った場合、その価格差には、時間の経過による商品の品質や経済価値の減少等による違いも反映されているため、表示された価格差のみにより販売価格の安さを評価することが難しく、その結果、消費者に販売価格が実際のものより著しく安いとの誤認を与える不当表示となるおそれがあります。

したがって、自店通常価格を比較対照価格に用いた二重価格表示はできません。

＜中古車の二重価格表示についての考え方＞

二重価格表示は、一般的には「過去の販売価格」、「市価や特定の競争事業者の販売価格」、「希望小売価格（新車時価格）」を比較対照価格に用いて表示が行われますが、中古車については、以下のような商品特性から、「同一の商品」についての価格比較が困難であることから、不当な二重価格表示に該当するおそれがあります。

① 「過去の販売価格」を比較対照価格とする場合

車両の品質劣化や車検残及び自賠責保険・自動車税（種別割）の未経過分の減少等により経済価値が下落（値落ち）するなど、時間の経過とともに商品の同一性が失われていく商品である

② 「競争事業者の販売価格」を比較対照価格とする場合

車名や年式、走行距離等が同じであっても、使用状況等により一台毎に品質が異なる商品であり、同一の商品の市価や特定の競争事業者の販売価格を算定することが困難な商品である

③ 「希望小売価格（新車時価格）」を比較対照価格とする場合

中古車は一旦登録され、また、使用に供された商品であり、新車とは品質や経済価値が異なる商品である