

## 2025年4月度 広告相談レポート

### 1. 相談受付件数・相談者の内訳

4月の全体の相談受付件数は計80件で、前月と比較すると9件増(新車関係4件減、中古車関係11件増、その他2件増)となっています。また、対前年同月比では11件減(新車関係10件減、中古車関係2件減、その他1件増)となっています。

相談者の内訳は、「広告代理店」「メーカー系ディーラー」からの問い合わせ等が多く、ともに全体の約31%(25件)を占めています。また、「広告代理店」からの相談のうち、広告主が「メーカー系ディーラー」の問い合わせ等(9件)を合わせると、「メーカー系ディーラー」に関連したものが全体の約43%(34件)を占めています。

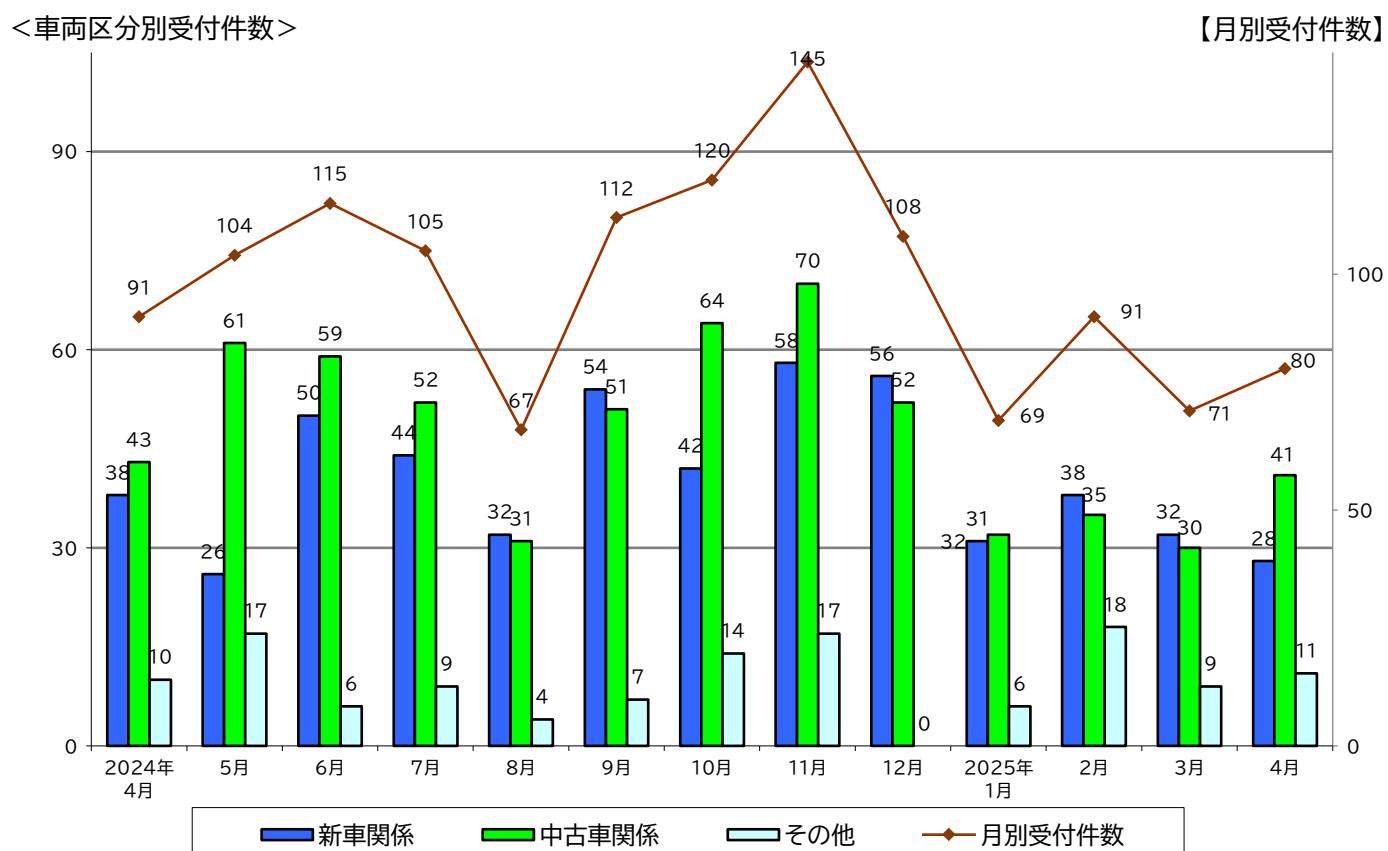
#### 【相談者の内訳・2025年4月】

相談者	新車関係	中古車関係	その他	計
	28	41	11	80
広告代理店	11	10	4	25
メーカー系ディーラー	11	10	4	25
自動車関係団体	1	7	0	8
中古車専業店	2	11	0	13
中古車情報誌社	1	1	0	2
メーカー	2	1	1	4
新聞社	0	0	1	1
テレビ・ラジオ局	0	0	0	0
その他	0	1	1	2



広告代理店からの問い合わせ等における広告主の内訳	
メーカー	8
メーカー系ディーラー	9
中古車専業店	5
その他	3

#### 【相談受付件数の推移・2024年4月～2025年4月】



## 2. 新車関係

表示関係については、『価格表示』に関する問い合わせ等が58.3%(7件)を占めており、「割賦・リース」に関する問い合わせ等が寄せられています。また、景品関係については、「総付景品(もれなく)」や「オープン懸賞」に関する問い合わせ等が寄せられています。

### 【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	12	42.9%	その他相談	11	39.3%
景品関係	5	17.9%	合 計	28	100.0%

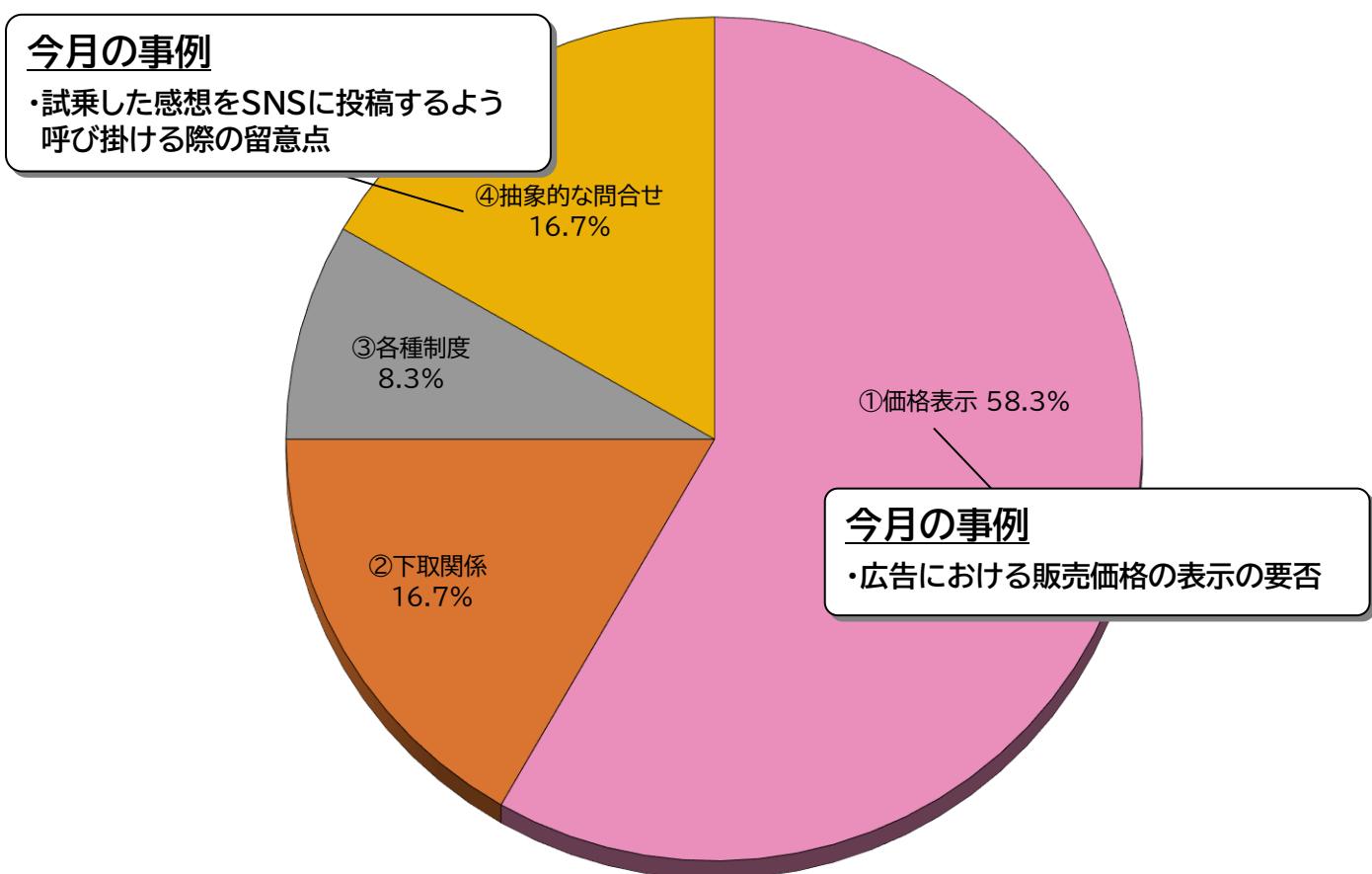
### [表示関係の相談内訳]

相談内容	件数	比率	相談内容	件数	比率
①価格表示	7	58.3%	③各種制度	1	8.3%
表示方法	2	16.7%	免・減税関係	1	8.3%
値引き表示	2	16.7%	④抽象的な問合せ	2	16.7%
割賦・リース	3	25.0%	広告表現の可否	1	8.3%
②下取関係	2	16.7%	企画の可否	1	8.3%
			合 計	12	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	40.0%	期間延長	1	20.0%
オープン懸賞	2	40.0%	合 計	5	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。

## 今月の事例 [新車関係]

### [試乗した感想をSNSに投稿するよう呼び掛ける際の留意点]

Q. 当社では、消費者の口コミ投稿により新車の認知度の向上を図ることを目的として、試乗したお客様に「運転した際の操作性や静粛性、車内の広さ、装備品、乗り心地等の感想をSNSに投稿してください」と呼び掛けることを検討しているのですが、問題ないでしょうか？

A. 今回の企画は、試乗したお客様に対してSNSに感想を投稿することを呼び掛けているだけで、好意的な投稿を呼びかけるものではなく、販売店は投稿内容には関与していないため、事業者の表示には当たらず、問題とはなりません。

一方、販売店が投稿内容の決定に関与している場合、その投稿内容は事業者の表示としてステルスマーケティング告示の規制の対象となります。例えば、試乗したお客様に、室内の静粛性が優れていることや空間の広いこと等、良いと思うところのみの投稿を依頼した場合や、特定のインフルエンサーに新車を無償提供して、乗り心地等の感想をSNSに投稿するよう依頼し、当該インフルエンサーが販売店の方針や内容に沿った投稿を行う等、客観的な状況に基づき、投稿者の自主的な意思による投稿内容とは認められない場合、その投稿内容は事業者の表示となるため、「広告」、「宣伝」、「プロモーション」、「PR」、「●●社から提供を受けて投稿している」等、事業者の表示であることを明瞭に表示していない場合は、不当表示に該当します。

#### 【注意!!】

●事業者の広告である（事業者が表示内容の決定に関与していると認められる）にもかかわらず、一般消費者が事業者の広告であることを判別することが困難である（広告であることがわからない）表示は、ステルスマーケティングとして、その内容が優良・有利誤認に当たるかどうかを問わず、不当表示に該当します。

■ステルスマーケティングを不当表示として禁止した改正規約・同施行規則に関しては、[こちら](#)をご覧ください。

### [広告における販売価格の表示の要否]

Q. 新型車の発売を告知する際、広告に販売価格は表示せず、新型車の写真のみを掲載したいのですが、車両の写真を掲載した場合、販売価格は必ず表示をしなければいけませんか？

A. 広告への販売価格の表示については、規約第3条第4項において、「商品広告において、値引額、値引率、「特価」等により価格が有利である旨を表示する場合には、その根拠となる販売価格を表示すること」が定められていますが、これに該当しない場合、販売価格を表示することは定められていません。

したがって、広告に車両の写真を掲載した場合、必ず販売価格を表示しなければならないものではありませんが、消費者に対する積極的な価格情報の提供の観点から、可能な限り販売価格を表示するようにしてください。

### 3. 中古車関係

表示関係については、『価格表示』に関する問い合わせ等が41.9%(13件)を占めており、新車関係と同様に「割賦・リース」に関する問い合わせ等が寄せられています。

#### 【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	31	75.6%	その他相談	5	12.2%
景品関係	5	12.2%	合 計	41	100.0%

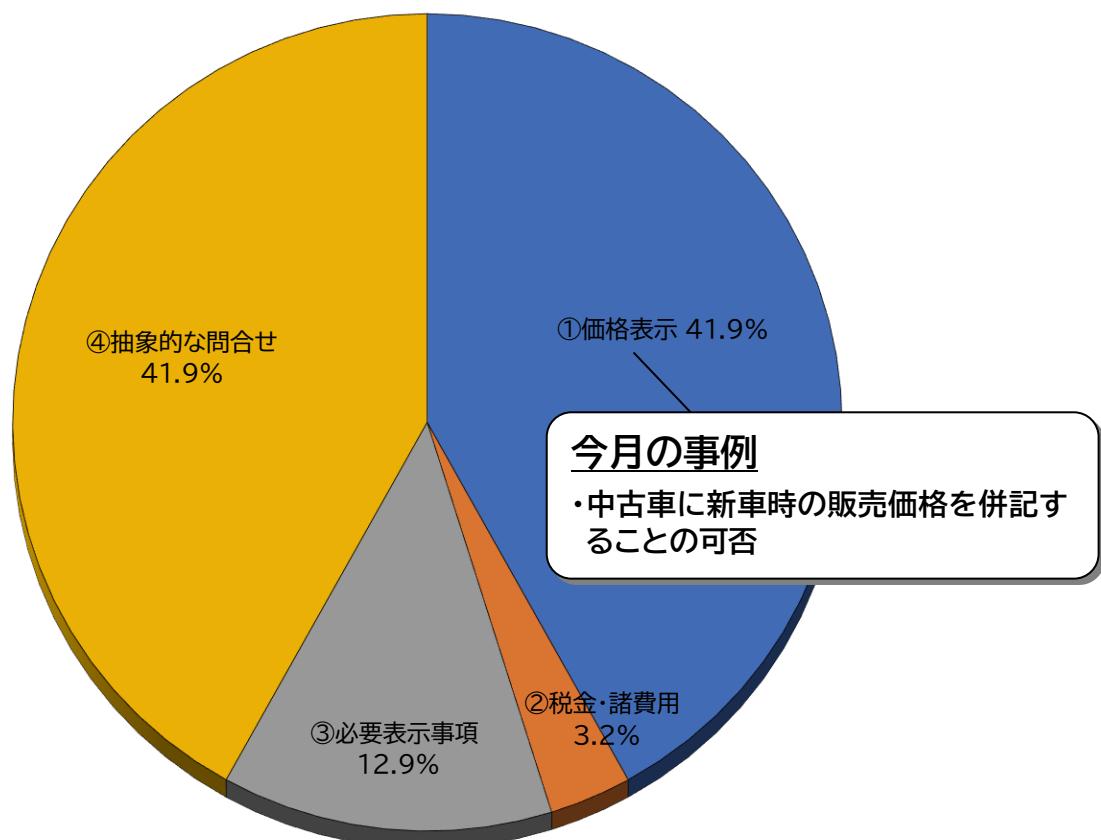
#### [表示関係の相談内訳]

相談内容	件数	比率	相談内容	件数	比率
①価格表示	13	41.9%	③必要表示事項	4	12.9%
表示方法	4	12.9%	使用区分	1	3.2%
値引き表示	1	3.2%	車検証の有効期限	1	3.2%
支払い総額	3	9.7%	必要表示事項全般	2	6.5%
割賦・リース	4	12.9%	④抽象的な問合せ	13	41.9%
その他(価格)	1	3.2%	広告表現の可否	7	22.6%
②税金・諸費用	1	3.2%	企画の可否	2	6.5%
諸費用	1	3.2%	抽象的な問合せ	4	12.9%
			合 計	31	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)	3	60.0%	期間延長	1	20.0%
一般懸賞(抽選等)	1	20.0%	合 計	5	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。

## 今月の事例 [中古車関係]

### [中古車に新車時の販売価格を併記することの可否]

Q. 販売価格の安さを訴求するため、中古車の支払総額と併せて、参考として新車時の販売価格を表示してもよいですか？

#### 【問題となる広告表示の例】



### スカーレット1.3X

**新車時販売価格180万円**

支払総額 **127万円**  
(車両価格120万円 諸費用7万円)

■1年間走行無制限の部分保証付 ■定期点検整備付  
■初度登録2022年 ■走行8.5万km ■修復歴なし ■車検2027年2月  
■シルバー ■車台番号025 ■..... ■..... ■.....

※ 支払総額には、保険料、税金(法定費用含む。)、登録等に伴う費用(検査登録手続代行費用、車庫証明手続代行費用)、リサイクル預託金相当額等、購入時に最低限必要なすべての費用が含まれております。

※ 支払総額は、●月現在、県内登録(届出)で店頭納車の場合の価格です。  
お客様の要望に基づくオプション等の費用は別途申し受けます。

A. 中古車は、一旦登録され、又、使用に供された商品であり、新車と中古車は品質や経済価値が異なる、同一とは言えない商品です。

同一とは言え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るため、行わないでください。

#### <中古車における二重価格表示の考え方>

- ◆二重価格表示とは、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ものをいい、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、「同一ではない商品の価格」を比較対照価格に用いる場合や、「実際とは異なる」又は「曖昧な」表示が行われる場合は、一般消費者に販売価格が安いとの誤認を与える不当表示に該当するおそれがあります。
- ◆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、中古車は、以下のような特性のある商品であることから、二重価格表示にはなじまない商品であると言えます。
  - ① 車両の品質劣化や車検残及び自賠責・自動車税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あること
  - ② 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、同一の商品に関する市価や特定の競争事業者の販売価格を算定することは困難であること
  - ③ 一旦登録され、又、使用に供された商品であり、新車と中古車は品質や経済価値が異なる、同一とは言えない商品であること