

## 平成27年3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

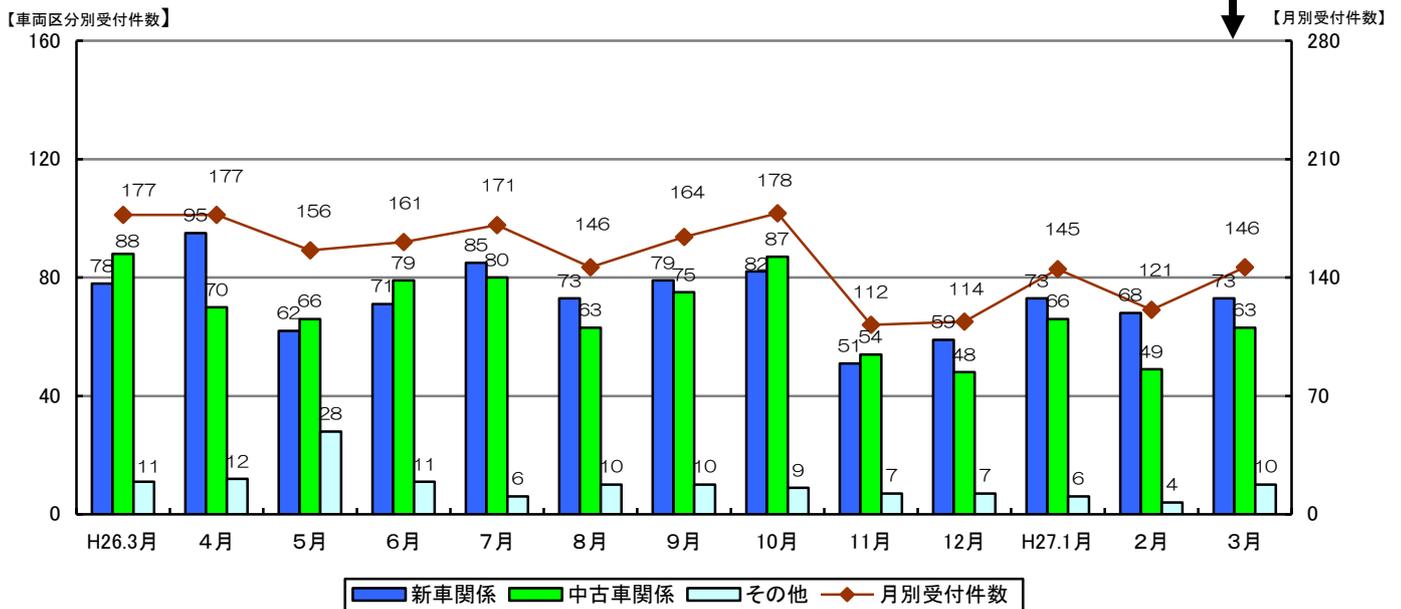
3月度の相談受付件数は計146件で、前月度と比較すると25件増、対前年同月比では、全体の相談受付件数は31件減（新車関係5件減、中古車関係25件減）となっています。その要因としては、2月度と同様に、中古車関係は、前年同月は消費税率引上げに関する問い合わせが多かったことが挙げられます。

相談者の内訳では、「広告代理店」、「メーカー系ディーラー」、「自動車関係団体」からの問い合わせが多く、全体の約71%を占めています。

【相談者の内訳・平成27年3月】

	新車関係	中古車関係	その他	計
相談者	73	63	10	146
広告代理店等	33	18	2	53
メーカー系ディーラー	24	5	1	30
自動車関係団体	6	12	2	20
中古車情報誌社	0	15	1	16
中古車専門店	1	10	1	12
メーカー	5	3	1	9
新聞社	0	0	0	0
テレビ・ラジオ局	2	0	0	2
その他	2	0	2	4

【相談受付件数の推移・平成26年3月～平成27年3月】



## 2. 新車関係

新車の表示では、『価格表示』に関する問い合わせが多く、その内容としては、広告に車両の写真を掲載した場合の販売価格の表示義務に関する問い合わせや、広告掲載車両のグレード等は特定せずに価格帯のみを表示することの可否等であり、また、『広告表現・企画の可否』に関する問い合わせでは、在庫車を販売する場合の表示上の留意点に関する相談等が寄せられました。

### 【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	46	63.0%	その他	6	8.2%
景品関係	21	28.8%	合計	73	100%

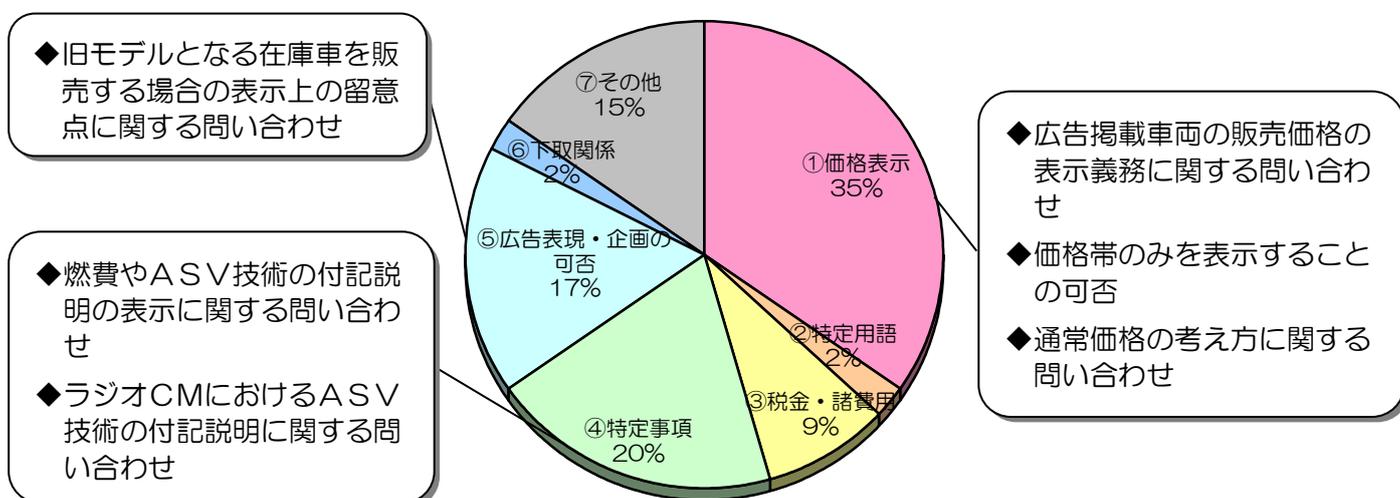
### [表示関係の相談内訳]

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>34.8%</b>	<b>④特定事項</b>	<b>9</b>	<b>19.6%</b>
表示方法	6	13.0%	燃費	3	6.5%
付属品・特別仕様	3	6.5%	安全・環境（ASV技術）	2	4.3%
値引き表示	3	6.5%	写真・イラスト	0	0.0%
支払総額	0	0.0%	特別仕様・限定	0	0.0%
割賦・リース	4	8.7%	その他（ランキング等）	4	8.7%
その他	0	0.0%	<b>⑤広告表現・企画の可否</b>	<b>8</b>	<b>17.4%</b>
<b>②特定用語</b>	<b>1</b>	<b>2.2%</b>	広告表現の可否	6	13.0%
新発売等	1	2.2%	企画の可否	2	4.3%
その他	0	0.0%	抽象的な問い合わせ	0	0.0%
<b>③税金・諸費用</b>	<b>4</b>	<b>8.7%</b>	<b>⑥下取関係</b>	<b>1</b>	<b>2.2%</b>
消費税関係	0	0.0%	<b>⑦その他（サイト料金等）</b>	<b>7</b>	<b>15.2%</b>
その他（軽自動車税等）	4	8.7%	合計	46	100%

### [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）	5	23.8%	オープン懸賞	3	14.3%
一般懸賞（抽選等）	7	33.3%	その他（期間延長）	6	28.6%
			合計	21	100%

### 【表示関係】 主な問い合わせ内容



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

Q. 新型車の発表に合わせてチラシ広告を作成するのですが、車両の写真を掲載する場合は、必ず販売価格を表示しないといけませんか？

A. 規約は、広告に販売価格を表示する場合に必ず表示する事項や表示方法を定めているものであり、広告に価格を表示することを義務付けているものではありません。しかしながら、一般消費者に対する積極的な価格情報の提供という観点から、可能な限り価格を表示するようにして下さい。

Q. モデルチェンジが発表された（発売は1カ月後）ことに伴い、旧モデルとなる現行モデルの在庫車を対象に、「在庫車フェア」を実施しようと考えていますが、チラシ広告を作成する際の留意点等を教えて下さい。

A. 「新モデルであると思って購入した」、「モデルチェンジが行われることを知っていたら買わなかった」等の消費者とのトラブル未然防止の観点から、現行モデル（旧モデルとなる車種）の在庫車である旨や、台数、グレード、色、装備、店舗毎の販売台数等の限定内容を表示して下さい。また、チラシ広告に車両の写真を掲載する場合は、当該在庫車の写真を使用するようにして下さい。

なお、商談の際には、当該車種はモデルチェンジすることが発表されていることや、当該在庫車は現行モデル（旧モデルとなる車種）の在庫車であることをお客様に説明し、販売して下さい。

Q. 過去に当社で新車を購入したお客様を対象に、「紹介キャンペーン」を行い、ご紹介いただいた方が新車を購入した際には、紹介者に1万円の謝礼を差し上げる企画を考えていますが、問題ありますか？

A. 紹介者を自社で新車を購入したことのあるお客様のみに限定した場合、紹介者に提供する謝礼は景品類として景品表示法の規制を受けることとなります。今回の場合、提供することができる景品類の最高額については、来場者へのベタ付景品（もれなく提供する景品）と同様、最高額6,000円となる（取引価額については、過去の取引額ではなく、今後、来店した場合の取引額となる）ことから、1万円の謝礼を提供することはできません。

なお、紹介者を自社で新車を購入したことのあるお客様のみに限定しない場合は、紹介者に提供する「謝礼」は景品表示法上の景品類には該当しません。

Q. オープン懸賞で新車をプレゼントする企画を考えているのですが、応募資格を「18歳以上で免許取得者」と制限しても、オープン懸賞で実施することはできますか？

A. オープン懸賞は、取引に附随しない方法で行われることが必要となりますが、今回のように、応募資格を「18歳以上で免許取得者」と制限しても、取引に附随するものではないので、オープン懸賞として実施することはできます。

ただし、応募資格を「過去に自社で新車を購入したことのあるお客様」に制限する場合等、応募資格に取引付随性が認められる場合は、オープン懸賞ではなく一般懸賞（最高額10万円）となりますので注意が必要です。

### 3. 中古車関係

中古車の表示では、『広告表現・企画の可否』に関する問い合わせが多く、その内容としては、「登録（届出）済未使用車」という表示の義務に関する問い合わせや、必要表示事項等を表示する場合の文字の大きさの制限に関する相談等であり、また、『価格表示』に関する問い合わせでは、「決算大特価」と表示することの可否等が寄せられました。

#### 【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	44	69.8%	その他	14	22.2%
景品関係	5	7.9%	合計	63	100%

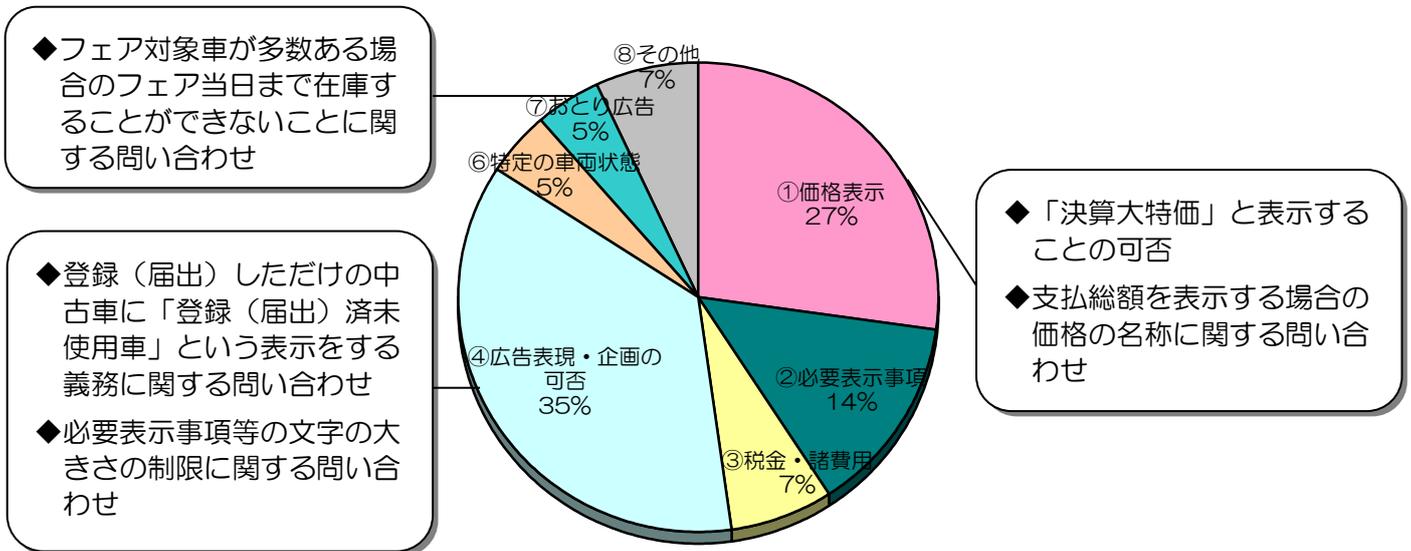
#### [表示関係の相談内訳]

相談内容	件数	比率	相談内容	件数	比率
①価格表示	12	27.3%	③税金・諸費用	3	6.8%
表示方法	2	4.5%	消費税関係	2	4.5%
値引き表示	1	2.3%	その他（自動車税）	1	2.3%
支払総額	5	11.4%	④広告表現・企画の可否	16	36.4%
割賦・リース	3	6.8%	広告表現の可否	10	22.7%
その他	1	2.3%	企画の可否	2	4.5%
②必要表示事項	6	13.6%	抽象的な問い合わせ	4	9.1%
走行距離数	2	4.5%	⑤下取・買取関係	0	0.0%
保証の有無	0	0.0%	⑥特定の車両状態	2	4.5%
定期点検整備実施状況	0	0.0%	⑦おとり広告	2	4.5%
その他（修復歴の有無等）	4	9.1%	⑧その他（燃費等）	3	6.8%
合計	44	100%			

#### [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%	オープン懸賞	0	0.0%
一般懸賞（抽選等）	2	40.0%	その他	0	0.0%
合計	5	100%			

#### 【表示関係】 主な問い合わせ内容



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

Q. 登録（届出）しただけの中古車には、必ず『登録（届出）済未使用車』と表示しなくてはならないのですか？

A. 登録（届出）しただけの中古車に対して、必ず『登録（届出）済未使用車』である旨を表示する必要はありません。

初度登録（届出）された車両で、かつ、使用または運行に供されていない中古車について、『登録（届出）済未使用車』と表示する場合は、その旨（初度登録（届出）され、使用または運行に供されていない車両である旨）の付記を明瞭に表示して下さい。

なお、試乗車や代車として使用された車両や、例えば走行距離数が100kmを超えるなど、使用または運行に供されたと考えられる車両については、『登録（届出）済未使用車』と表示することはできません。

[「登録（届出）済未使用車」を広告掲載する際の留意点についてはこちらをご参照下さい](#)]

Q. チラシ広告に可能な限り多くの在庫車を掲載しようとすると、保証の有無や修復歴の有無等の必要表示事項の文字が小さくなりますが、ルール上、文字の大きさの制限はありますか？

A. 規約上、文字の大きさに制限はありませんが、必要表示事項は、消費者に対して車両毎に異なる中古車の品質等を伝えるため、最低限表示しなければならない内容ですから、可能な限り大きな文字（例えば8ポイント以上）で表示して下さい。また、文字の読みやすさは、単に、文字一つ一つの大きさのみによって決まるものではないため、文字間余白や行間余白、背景の色との対照性等にも留意して表示して下さい。

Q. 決算期の販売促進を図るため、チラシ広告に「決算大特価」と表示することはできますか？

A. 中古車は、その商品特性から、価格が「安い」という客観的な根拠を示すことが難しい商品です。したがって、「大特価」、「超激安」等の安いという印象を与える用語を用い、実際のものよりも有利であるかのように誤認されるおそれのある表示をすることはできません。

なお、「●万円引き」等値引きされている旨も表示することはできません。

[「中古車の値引き表示についてはこちらをご参照下さい](#)]

Q. 3/14・15・16に実施するフェアの対象となる予定の中古車50台をチラシ広告に掲載しようと考えているのですが、既に店頭展览展示しているため、50台全てをフェア開始日まで売り止めしておくことはできません。そのため、注釈に『3月4日現在の在庫状況です。売り切れの際はご容赦下さい。』と表示しておけば、フェア開始日前に売約済みになったとしても問題ないですか？

A. フェア対象車（フェア期間に販売することを申し出ている中古車）は、フェア当日に販売できない場合、おとり広告となります。そのため、フェア当日に販売できるようにしておく必要があります。

ただし、日付等を特定したフェアの対象車としてではなく、通常の在庫車として広告掲載する場合は、フェア対象車であるとの誤解を招くことのないよう表示するとともに、「当該車両は、●月◆日現在の在庫のため売約済みとなる場合がある」旨を明瞭に表示して下さい。

[「おとり広告を未然に防止するための注意点についてはこちらをご参照下さい](#)]