

2022年10月度 広告相談レポート

1. 相談受付件数・相談者の内訳

10月度の全体の相談受付件数は計94件で、前月度と比較すると13件増（新車関係増減なし、中古車関係10件増、その他3件増）、対前年同月比では4件増（新車関係14件増、中古車関係6件減、その他4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33%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%（18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（26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47%（44件）を占めています。

【相談者の内訳・2022年10月】

相談者	新車関係	中古車関係	その他	計
相談者	44	42	8	94
広告代理店	23	4	4	31
メーカー系ディーラー	11	14	1	26
自動車関係団体	2	5	0	7
中古車専門店	1	13	0	14
中古車情報誌社	0	3	0	3
メーカー	3	2	0	5
新聞社	0	0	0	0
テレビ・ラジオ局	0	0	0	0
その他	4	1	3	8

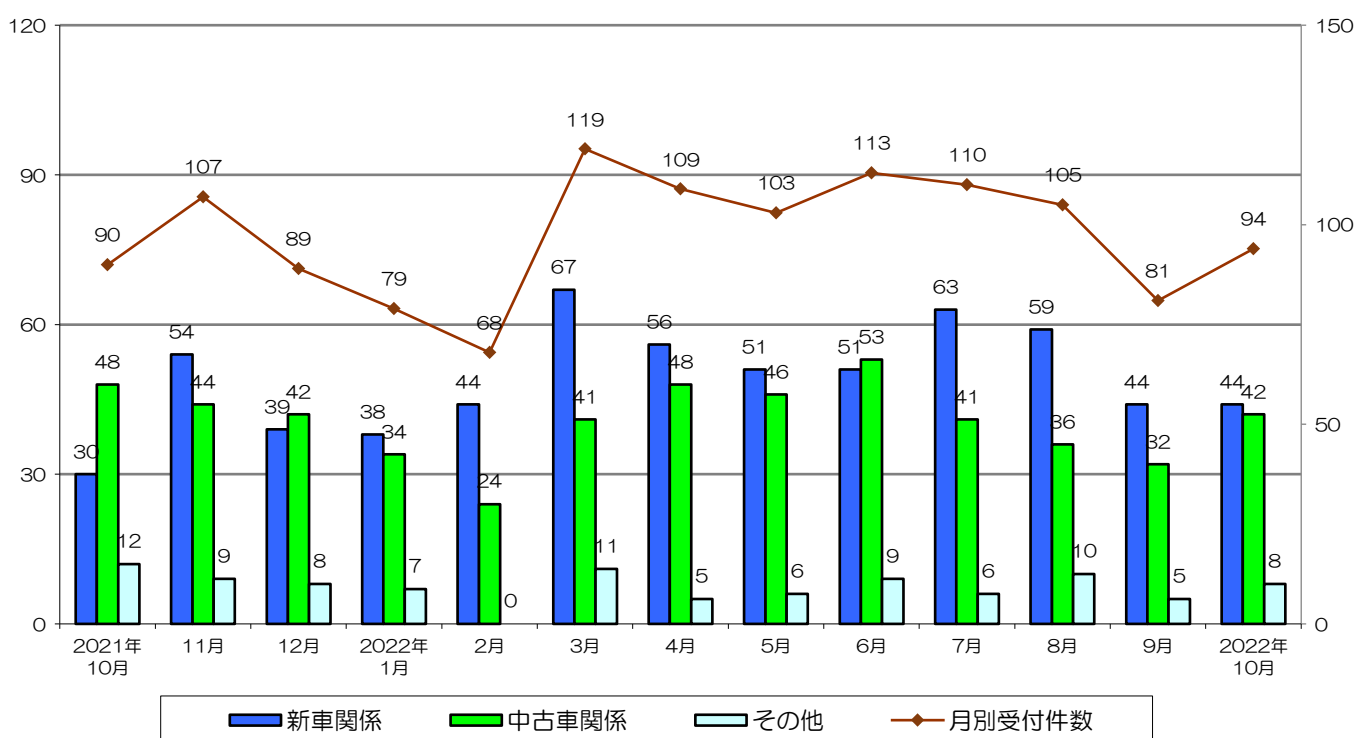


広告代理店からの問い合わせにおける広告主の内訳	
メーカー	5
メーカー系ディーラー	18
中古車専門店	7
その他	1

【相談受付件数の推移・2021年10月～2022年10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55.9%となり、表示に関する問い合わせの半数以上を占めています。

【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	34	77.3%	景品関係	9	20.5%
その他相談	1	2.3%	合計	43	100.0%

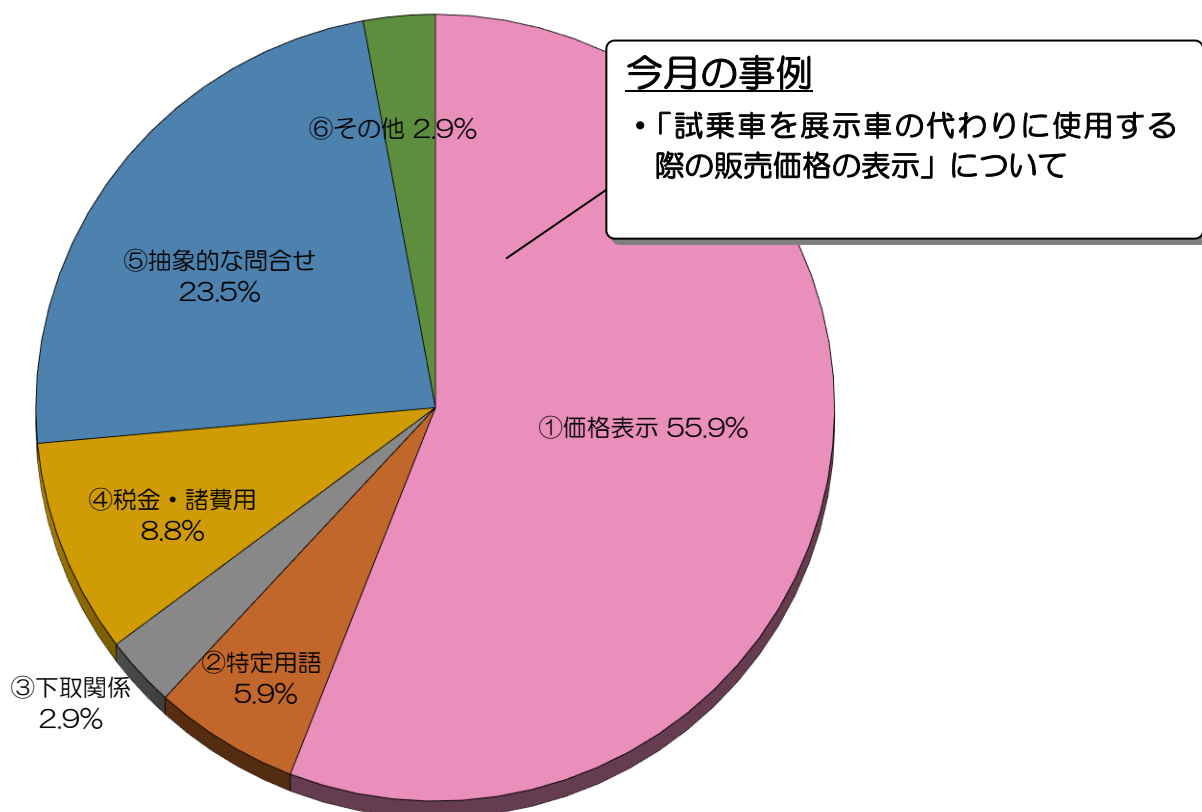
[表示関係の相談内訳]

相談内容	件数	比率	相談内容	件数	比率
①価格表示	19	55.9%	④税金・諸費用	3	8.8%
表示方法	8	23.5%	諸費用	1	2.9%
値引き表示	5	14.7%	その他(税金・諸費用)	2	5.9%
割賦・リース	5	14.7%	⑤抽象的な問合せ	8	23.5%
その他(価格)	1	2.9%	広告表現の可否	5	14.7%
②特定用語	2	5.9%	企画の可否	2	5.9%
最上級	1	2.9%	抽象的な問合せ	1	2.9%
新発売等	1	2.9%	⑥その他	1	2.9%
③下取関係	1	2.9%	合計	34	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)	1	11.1%	オープン懸賞	2	22.2%
一般懸賞(抽選等)	5	55.6%	期間延長	1	11.1%
			合計	9	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]

〔「試乗車を展示車の代わりに使用する際の販売価格の表示」について〕

Q. 未登録の展示車を用意することができないため、試乗車を展示車の代わりとして使用しているのですが、試乗車に新車時の販売価格を表示しても問題ないでしょうか？

A. 試乗車と同型、同内容の新車を販売する際の「参考価格」であることが明確にわかるように表示※されていれば、当該試乗車に新車時の販売価格を表示することは問題ないものと考えます。

ただし、「参考価格」として表示する場合であっても、例えば、当該試乗車とは異なるグレードの価格のみを表示することや、当該試乗車に装着されているオプション等を含まない安価な価格のみを表示すると問題となります。

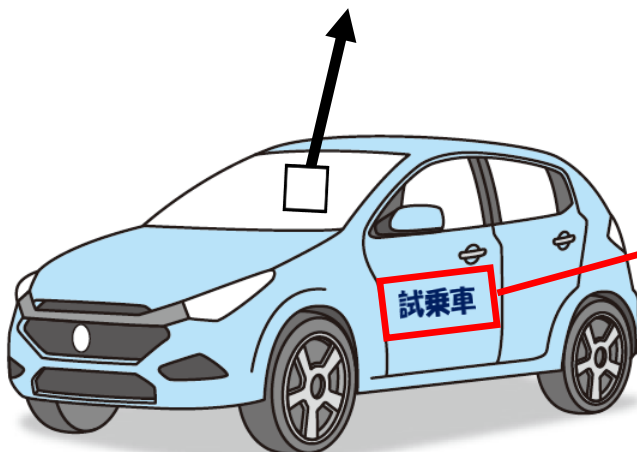
※「参考価格」であることが明確にわかる表示 とは

試乗車のボディ等に「試乗車」、「TEST DRIVE」等と表示する場合や、価格が表示されたスペックシート等に「参考：新車時価格」と表示する場合など、試乗車と同型、同内容の新車の価格であることが明確となっていること

【正しい表示の例】

車名	スカーレット	参考：新車時価格
主な仕様区分	1300cc X 2WD CVT	
車両本体価格	1,420,000 円	
...		

＜スペックシート等＞
新車時の参考価格（試乗車と同型、同内容の新車）である旨を明確に表示



＜試乗車のボディ等＞
「試乗車」、「TEST DRIVE」等、試乗車である旨を明確に表示

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37.5%、『必要表示事項』に関する問い合わせが21.9%となり、両項目で表示に関する問い合わせの約59%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%	その他相談	4	9.8%
景品関係	5	12.2%	合計	41	100.0%

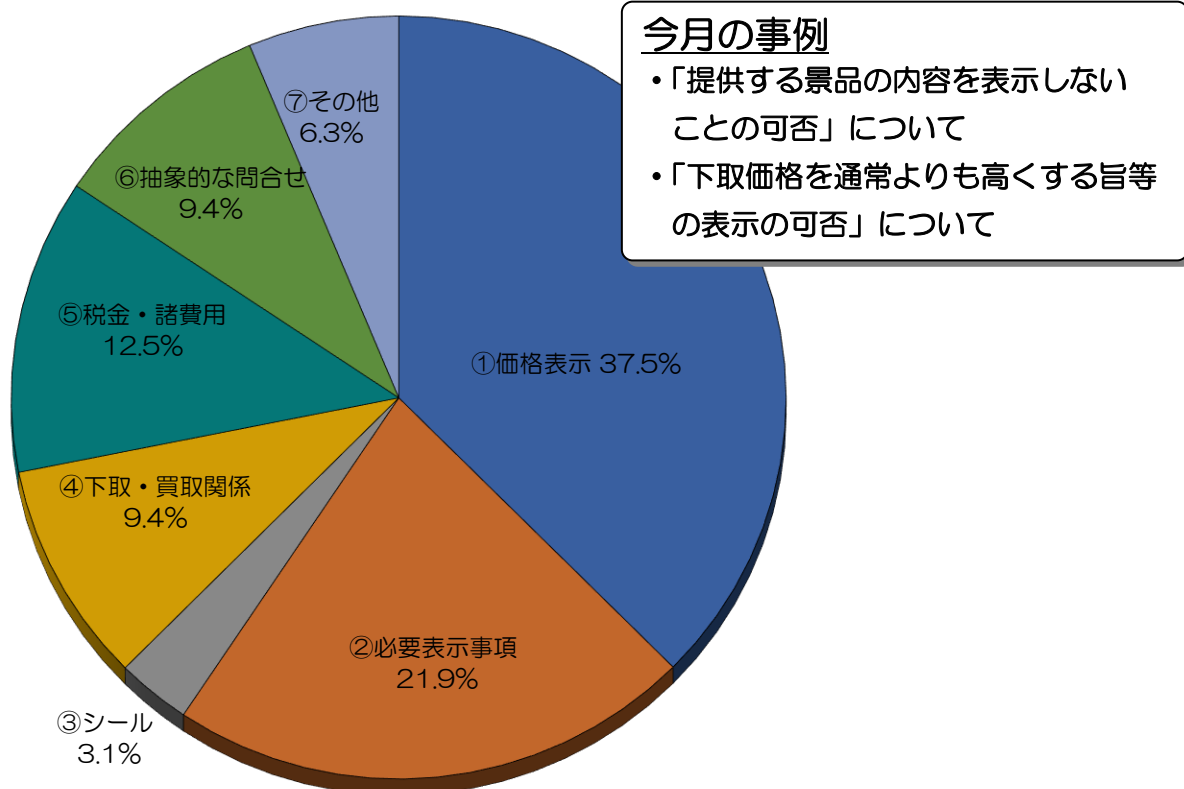
[表示関係の相談内訳]

相談内容	件数	比率	相談内容	件数	比率
①価格表示	12	37.5%	必要表示事項全般	2	6.3%
表示方法	3	9.4%	③シール	1	3.1%
付属品・特別仕様	1	3.1%	④下取・買取関係	3	9.4%
支払い総額	6	18.8%	⑤税金・諸費用	4	12.5%
割賦・リース	2	6.3%	諸費用	4	12.5%
②必要表示事項	7	21.9%	⑥抽象的な問合せ	3	9.4%
走行距離数	1	3.1%	広告表現の可否	2	6.3%
整備実施状況	2	6.3%	抽象的な問合せ	1	3.1%
修復歴の有無	1	3.1%	⑦その他	2	6.3%
塗色	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)	1	20.0%	オープン懸賞	1	20.0%
一般懸賞(抽選等)	2	40.0%	抽象的な問合せ	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。

〔「提供する景品の内容を表示しないことの可否」について〕

Q. 中古車をご成約いただいた方に、景品としてカーナビを提供するキャンペーンを実施する予定です。チラシ広告で告知する際、お客様に「どのような景品がもらえるのか」期待していただけるよう、景品が何かは表示せず、『豪華景品をご用意』とだけ表示しても問題ないでしょうか？

A. 一般消費者から見た「豪華賞品」の受け止め方も様々ですので、消費者への適切な情報提供、また、トラブル未然防止の観点から、提供する景品の内容（例：〇〇製カーナビ、型番〇〇）を明瞭に表示してください。

〔「下取価格を通常よりも高くする旨等の表示の可否」について〕

Q. 当店では「乗り換えキャンペーン」として、期間中に中古車をご成約いただき、現在お乗りの車を下取に出していただいた方に、「下取価格 10 万円アップキャンペーン」、「査定 0 円の車でも下取最低保証 10 万円！買替えは今がお得！」などと表示したいのですが、問題ないでしょうか？

A. 下取車の価格は、年式や品質、車検残存期間等により 1 台毎に異なり、またその評価も販売店毎、スタッフ毎に異なり、絶対的、不変的なものではありません。

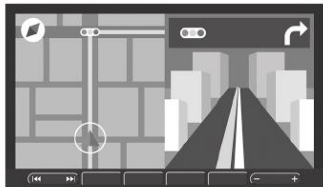
このため、消費者にとっては実際に表示どおりのことが行われているかどうかを判断することが、非常に難しいといえます。

また、表示どおりのことが行われな（「下取価格が通常に比べ 10 万円アップしていない」、「本来 10 万円以上価値のある下取車の価格が最低保証の 10 万円に抑えられてしまい、お得でない」）場合は不当表示となります。

したがって、下取価格を通常よりも高くする旨や下取価格の最低保証に関する表示は、消費者の不信を招くおそれがあり、不当表示未然防止の観点からも慎む必要があります。

なお、下取車があることを条件に、お客様に対し、適正な下取価格を提示した上で、景品類を提供する企画は実施可能です。

【正しい広告表示の例】

<p>下取車キャンペーン実施中！！</p> <p>期間中、車両価格80万円以上の中古車をご成約いただき、かつ、現在お乗りの車を当社に下取りに出していただいたお客様にもれなく、●●製ナビを差し上げます。 詳しくはスタッフまでお問い合わせください。</p>	<p>12月28日まで</p>  <p>●●製ナビ（型番△△△）</p>
---	---