

## 平成30年1月度 広告表示・景品提供等に関する相談受付状況

### 1. 相談受付件数・相談者の内訳

1月度の全体の相談受付件数は計95件で、前月度と比較すると37件減、対前年同月比では6件減（新車関係3件減、中古車関係3件減）となっています。

相談者の内訳では、「広告代理店」からの相談が全体の約45%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相談が約63%（27件）を占めています。「メーカー系ディーラー」からの相談（19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相談が全体の約48%（46件）を占めています。

【相談者の内訳・平成30年1月】

	新車関係	中古車関係	その他	計
相談者	53	38	4	95
広告代理店	31	12	0	43
メーカー系ディーラー	15	4	0	19
自動車関係団体	4	7	1	12
中古車専門店	0	9	0	9
中古車情報誌社	0	4	2	6
メーカー	1	1	0	2
新聞社	2	0	0	2
テレビ・ラジオ局	0	0	0	0
その他	0	1	1	2

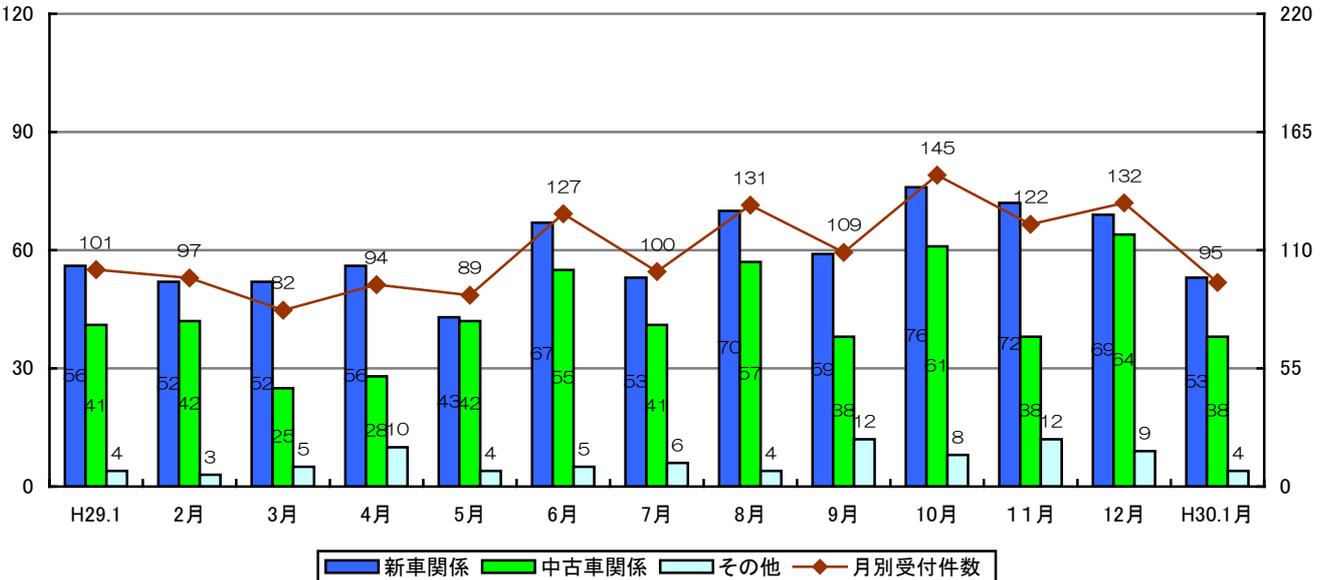
→

広告代理店からの問い合わせにおける広告主の内訳	
メーカー	7
メーカー系ディーラー	27
中古車専門店	9
その他	0

【相談受付件数の推移・平成29年1月～平成30年1月】

<車両区分別受付件数>

【月別受付件数】



## 2. 新車関係

新車関係の表示では、『価格表示』に関する相談が全体の約47%、『特定事項の表示』に関する相談が約42%を占めており、両項目で表示に関する相談の約90%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	38	71.7%	その他	3	5.7%
景品関係	12	22.6%	合計	53	100%

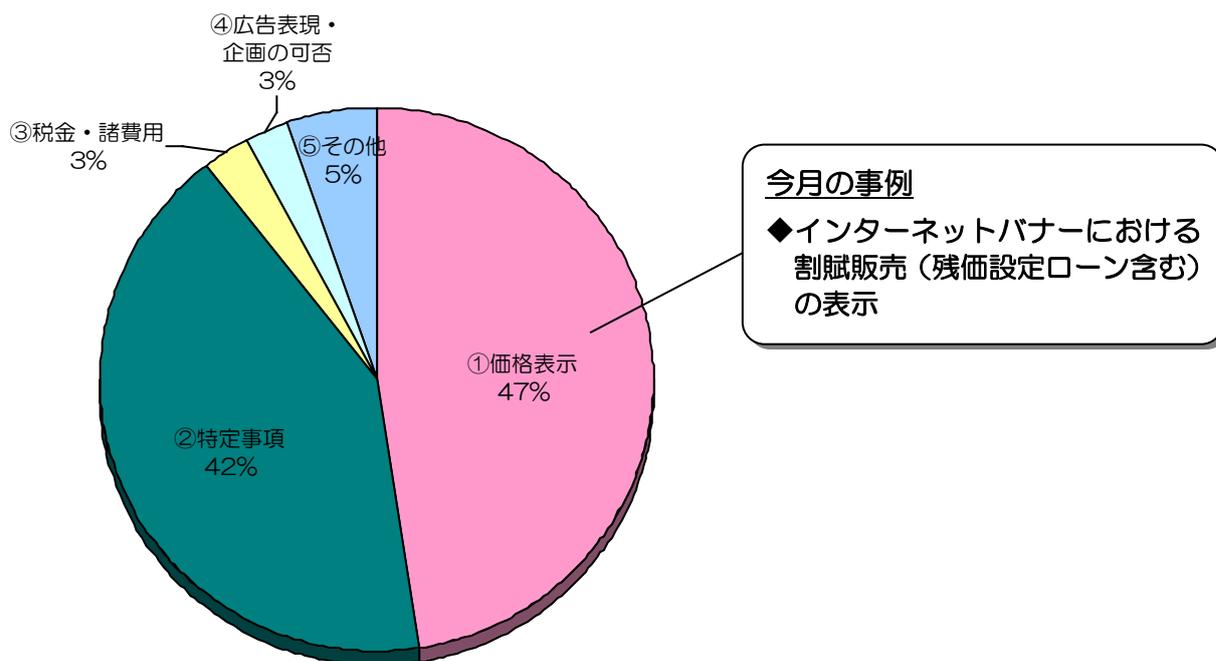
### [表示関係の相談内訳]

相談内容	件数	比率	相談内容	件数	比率
①価格表示	18	47.4%	安全・環境	11	28.9%
表示方法	10	26.3%	特別仕様・限定	3	7.9%
付属品・特別仕様	2	5.3%	③税金・諸費用	1	2.6%
割賦・リース	5	13.2%	税金	1	2.6%
その他	1	2.6%	③広告表現・企画の可否	1	2.6%
②特定事項	16	42.1%	抽象的な問い合わせ	1	2.6%
ランキング	1	2.6%	④その他	2	5.3%
燃費	1	2.6%	合計	38	100%

### [景品関係の相談内訳]

相談内容	件数	比率	相談内容	件数	比率
総付景品（もれなく）	7	58.3%	オープン懸賞	1	8.3%
一般懸賞（抽選等）	4	33.3%	その他（期間延長等）	0	0.0%
			合計	12	100%

### 【表示関係】 相談の内訳



広告表示・景品提供に関するよくある相談につきましては、[こちら](#)をご覧ください。

【今月の事例 [新車関係]

【インターネットバナーにおける割賦販売（残価設定ローン含む）の表示】

Q. 今度、ポータルサイトに自社ローンに関するバナーを掲載するのですが、スペースの関係で全て表示できないことから、「▲▲（車名）〇〇ローン 月々15,000円～ その他の支払条件はこちらをクリック」とのみ表示して、リンク先にその他の割賦販売条件を表示しようと考えていますが、問題ありませんか？

(バナー)

コートリM 残価設定ローンなら  
**月々15,000円～!**  
 ※その他の支払条件はこちらをクリック

(リンク先ページ)

コートリM 

車両本体価格  
2,284,000円

**△△ローンなら 月々15,000円!**  
コートリM2.0(車両本体価格2,284,000円<sup>※</sup>)のお支払例<実質年率4.5%>

額金	●●●●円	月々のお支払額	15,000×60回
初回お支払額	28,300円	ボーナス月の加算額	●●●●●円×10回
		割賦お支払総額	●●●●●●円

※価格には保険料、税金(消費税除く)、自動車リサイクル料金、その他登録等に伴う費用等は含まれておりません。

A. スペースの小さいバナー広告で、車両を特定した上で月々の支払額のみしか表示できない場合は、あたかも当該支払額のみで購入できるかのように誤認されることのないよう、例えば、「その他の支払条件はこちらをクリック」等と必ずリンク先を確認するよう促した上で、リンク先に全ての割賦販売条件が明瞭に表示されていれば問題はないものと考えます。

ただし、リンク先から、さらにクリックしないと割賦販売条件等が見られないようなものや、下までスクロールしないと表示されなかったりする場合は、割賦販売条件を明瞭に表示したことになりません。

【TVCMにおける「△△△（車名）は●●●万円～」との表示】

Q. TVCMの最後（ぶら下がり）に、その車種の価格を「△△△（車名）は●●●万円から」と表示しようと考えていますが、問題ないでしょうか。

(前提) コートリは(低)S→M→L(高)のグレード構成で、Mのメーカー希望小売価格は228万円

コートリ誕生!



映像車両：コートリM

コートリは  
 メーカー希望小売価格  
**198万円から**

A. 映像に使用している車両が、その車種の中で一番低いグレードのものであれば問題ありませんが、ご質問のケースでは、表示した価格より高いグレードの車両を使用しているため、あたかも、映像で使用している車両が表示した価格で購入できるかのように誤認されるおそれがありますので、問題となります。したがって、映像で使用したグレードの価格を明瞭に表示した上で、価格帯の表示については、参考として表示するようにして下さい。

### 3. 中古車関係

中古車関係の表示では、『価格表示』に関する相談が全体の約46%、『必要表示事項の表示』に関する相談が10%を占めており、両項目で表示に関する相談の約56%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	28	73.7%	その他	6	15.8%
景品関係	4	10.5%	合計	38	100%

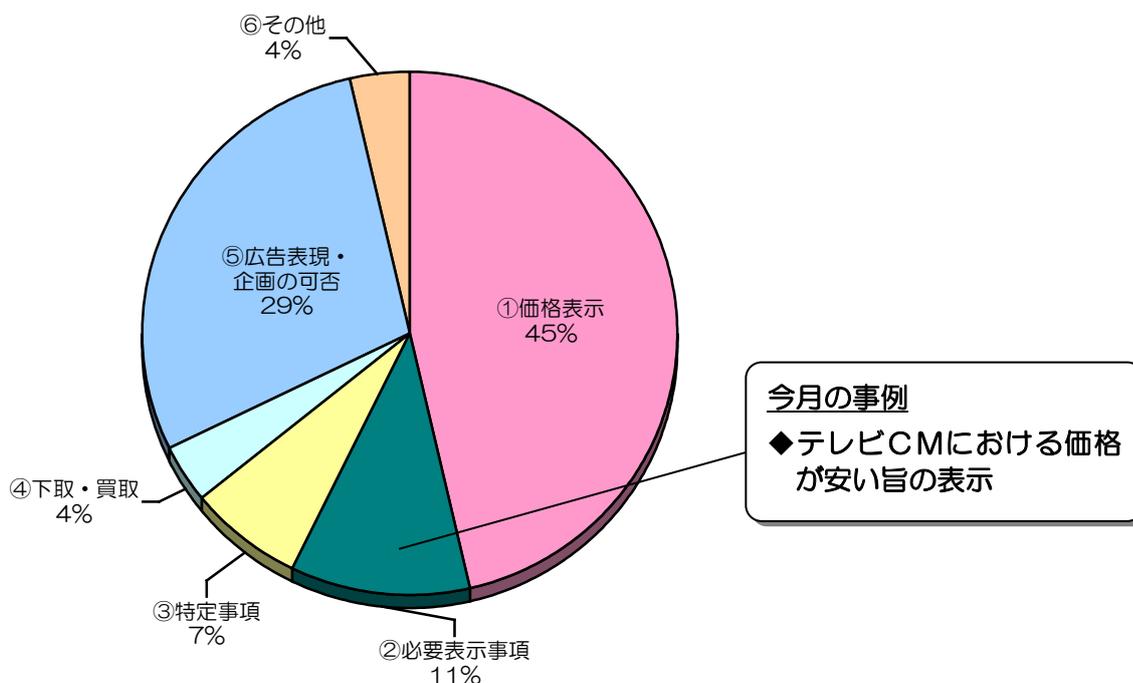
#### [表示関係の相談内訳]

相談内容	件数	比率	相談内容	件数	比率
①価格表示	13	46.4%	定期点検整備実施の有無	1	3.6%
表示方法	3	10.7%	③特定事項	2	7.1%
値引表示	2	7.1%	安全・環境	2	7.1%
支払総額	2	7.1%	④下取・買取	1	3.6%
割賦・リース	6	21.4%	⑤広告表現・企画の可否	8	28.6%
②必要表示事項	3	10.7%	広告表現の可否	6	21.4%
使用区分	1	3.6%	抽象的な問合せ	2	7.1%
車検証の有効期限	1	3.6%	⑥その他	1	3.6%
			合計	28	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	75.0%	オープン懸賞	0	0.0%
一般懸賞（抽選等）	1	25.0%	その他	0	0.0%
			合計	4	100%

#### 【表示関係】 主な問い合わせの内訳



広告表示・景品提供に関するよくある相談につきましては、[こちら](#)をご覧ください。

〔テレビCMにおける価格が安い旨の表示〕

Q. 今度開催するフェアの目玉として用意した中古車について、テレビCMにおいて、「超特価●●万円」、「フェア超特価車をご用意」と表示しようと考えていますが、問題ありますか。



A. 「超特価」、「激安」、「爆安」等の著しく安いという印象を与える用語は、その中古車の価格が実際のものより著しく安いと誤認されるおそれがあるため、表示することはできません。

そもそも中古車については、以下①～③のような特性のある商品であることから、価格の安さを訴求する場合の根拠となる同一の商品についての比較対象価格（「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）」）の客観性が証明しにくい商品です。

- 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（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
- 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商品である（新車と中古車は同一商品とは言えない）

したがって、テレビCM、チラシ広告等の媒体を問わず、「超特価」、「激安」、「爆安」等の著しく安いという印象を与える用語は、販売価格が実際のものよりも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、表示することはできません。

なお、「値引きされている」旨や「キャッシュバックする」等の現金割り戻しを行う旨の表示も、同様に行わないようにして下さい。