

平成28年4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

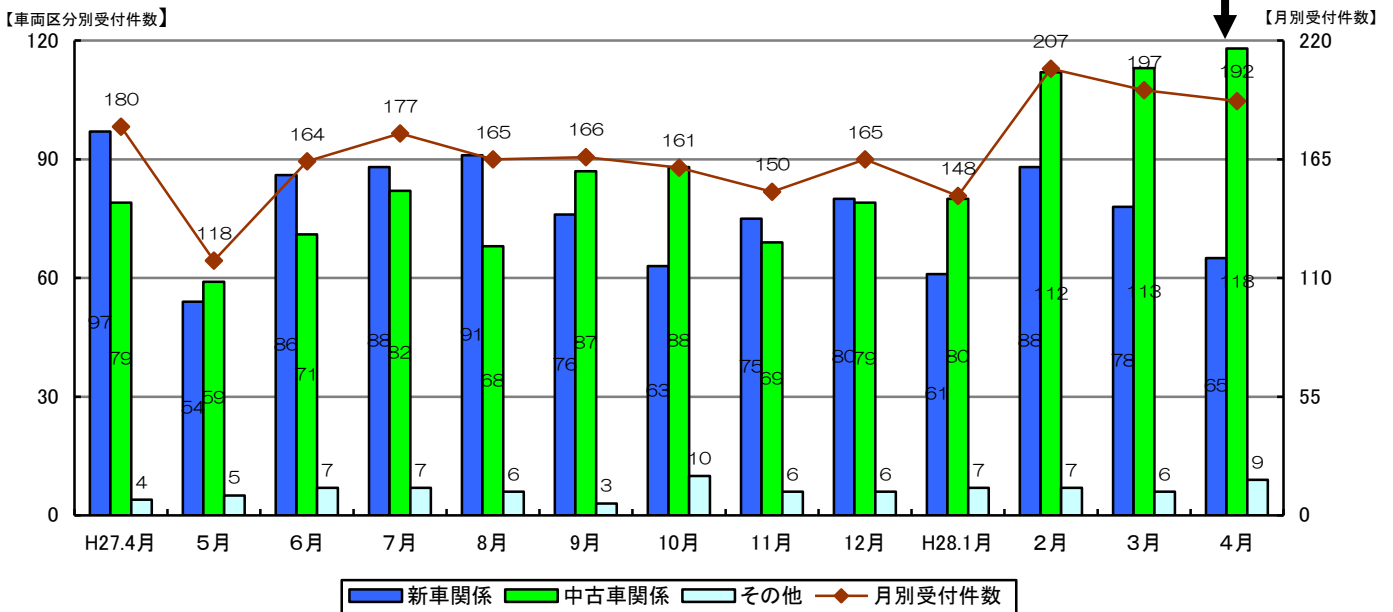
4月度の全体の相談受付件数は計192件で、前月度と比較すると5件減、対前年同月比では12件増（新車関係32件減、中古車関係39件増）となっています。

相談者の内訳では、「広告代理店」、「中古車専門店」からの問い合わせが最も多く、全体の約43%を占めています。

【相談者の内訳・平成28年4月】

	新車関係	中古車関係	その他	計
相談者	65	118	9	192
広告代理店等	26	17	1	44
メーカー系ディーラー	18	13	0	31
自動車関係団体	5	24	3	32
中古車専門店	2	36	0	38
中古車情報誌社	1	12	2	15
メーカー	10	7	1	18
新聞社	2	1	0	3
テレビ・ラジオ局	1	0	0	1
その他	0	8	2	10

【相談受付件数の推移・平成27年4月～平成28年4月】



2. 新車関係

新車関係の表示では、『価格表示』に関する問い合わせが多く、その内容としては、個人リース料金を表示する場合の月々の支払額のみを表示することの可否や、残価設定ローンを表示する場合のローン終了時の条件の表示方法、広告掲載車の価格帯のみを表示することの可否等が寄せられました。また、オープン懸賞による景品提供に関する問い合わせ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	52	80.0%	その他	5	7.7%
景品関係	8	12.3%	合計	65	100%

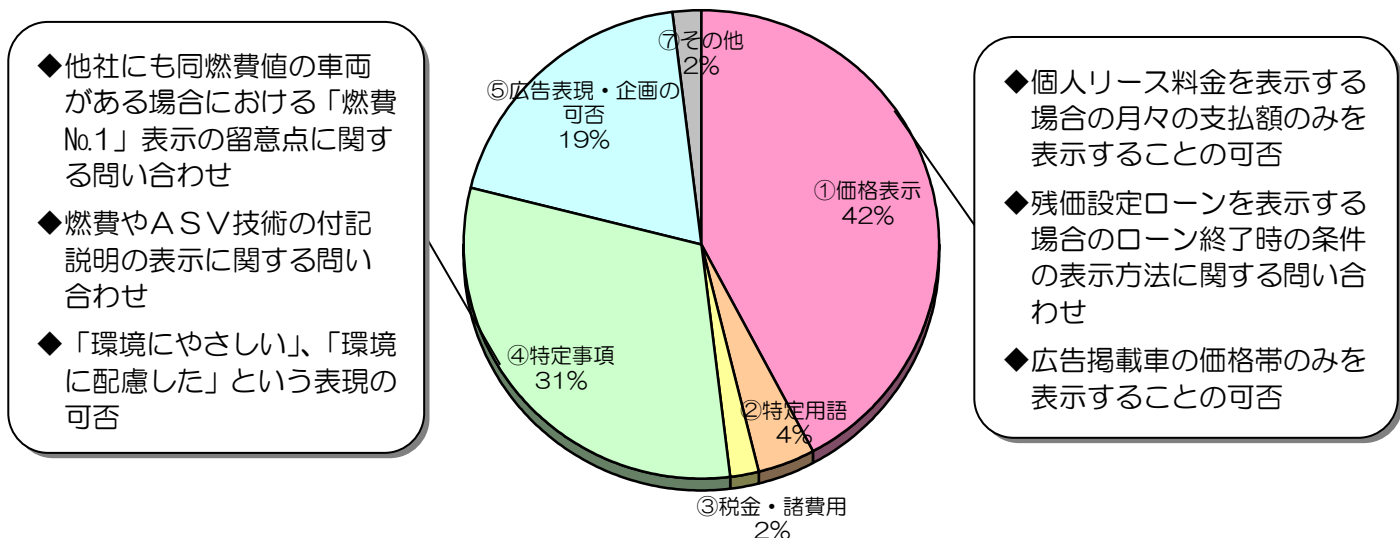
【表示関係の相談内訳】

相談内容	件数	比率	相談内容	件数	比率
①価格表示	22	42.3%	④特定事項	16	30.8%
表示方法	6	11.5%	燃費	4	7.7%
付属品・特別仕様	2	3.8%	安全・環境（ASV技術）	6	11.5%
値引き表示	2	3.8%	写真・イラスト	1	1.9%
支払総額	1	1.9%	特別仕様・限定	0	0.0%
割賦・リース	11	21.2%	その他（ランキング）	5	9.6%
その他	0	0.0%	⑤広告表現・企画の可否	10	19.2%
②特定用語	2	3.8%	広告表現の可否	3	5.8%
新発売等	1	1.9%	企画の可否	4	7.7%
その他（最上級）	1	1.9%	抽象的な問い合わせ	3	5.8%
③税金・諸費用	1	1.9%	⑥下取関係	0	0.0%
税金	1	1.9%	⑦その他（リサイクル料金）	1	1.9%
諸費用・その他	0	0.0%	合計	52	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）	1	12.5%	オープン懸賞	5	62.5%
一般懸賞（抽選等）	1	12.5%	その他（抽象的な問合せ）	1	12.5%
			合計	8	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。

4月の事例 [新車関係]

Q. チラシ広告に新型車の発売を告知するにあたり、この車種の全グレードの写真を並べて掲載するのですが、各車両のグレードや販売価格等は表示せず、車名と価格帯のみを表示したいのですが、問題ないですか？

問い合わせのあった広告例



A. 車両の写真と併せて販売価格を表示する場合、グレードやミッションタイプなど当該車両を特定するための項目を表示した上で、販売価格を明瞭に表示する必要があります。したがって、当該車種の車名と価格帯のみを表示することはできません。

なお、当該車種の価格帯については、上記の表示を行った上で、参考として表示して下さい。

正しい表示例



Q. 新車をプレゼントするオープン懸賞を実施する際に、応募資格を県内在住で20歳以上の普通免許保有者に限定したいのですが、応募資格を限定するとオープン懸賞として実施することはできなくなりますか？

A. オープン懸賞とは、商品の購入や来店など取引に附随せず、広く一般消費者を対象として懸賞の方法により景品等を提供することをいいます。応募資格を「県内在住」や「20歳以上の普通免許保有者」と限定しても、それらには取引付随性は認められないことから、問題とはなりません。

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」や「自社の管理顧客」に限定するなど、応募資格に取引付随性が認められる場合は、オープン懸賞とはならないため、一般懸賞（最高額10万円）の範囲内で実施することが必要となりますので注意が必要です。

Q. G・W 期間中に来店したお子様を対象としたイベントの参加賞としてお菓子やおもちゃ等を用意する予定なのですが、告知する際にお楽しみ感を出すため、何をプレゼントするかは表示せずに『参加者全員に豪華賞品をプレゼント！』と表示したいのですが、問題ないですか？

A. お楽しみ感を出すためとのことですが、『豪華賞品』の受け止め方は人それぞれであり、過大な期待を抱かせることになる可能性がありますので、消費者トラブル未然防止の観点から、どのような賞品をプレゼントするのか、その内容はできる限り具体的に表示すべきと考えます。

3. 中古車関係

中古車関係の表示では、「支払総額」に関連して、「保証の有無」や「定期点検整備実施状況」の表示方法、納車整備費用等の「諸費用」に関する考え方等の問い合わせが多く寄せられました。

【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	88	74.6%	その他	25	21.2%
景品関係	5	4.2%	合計	118	100%

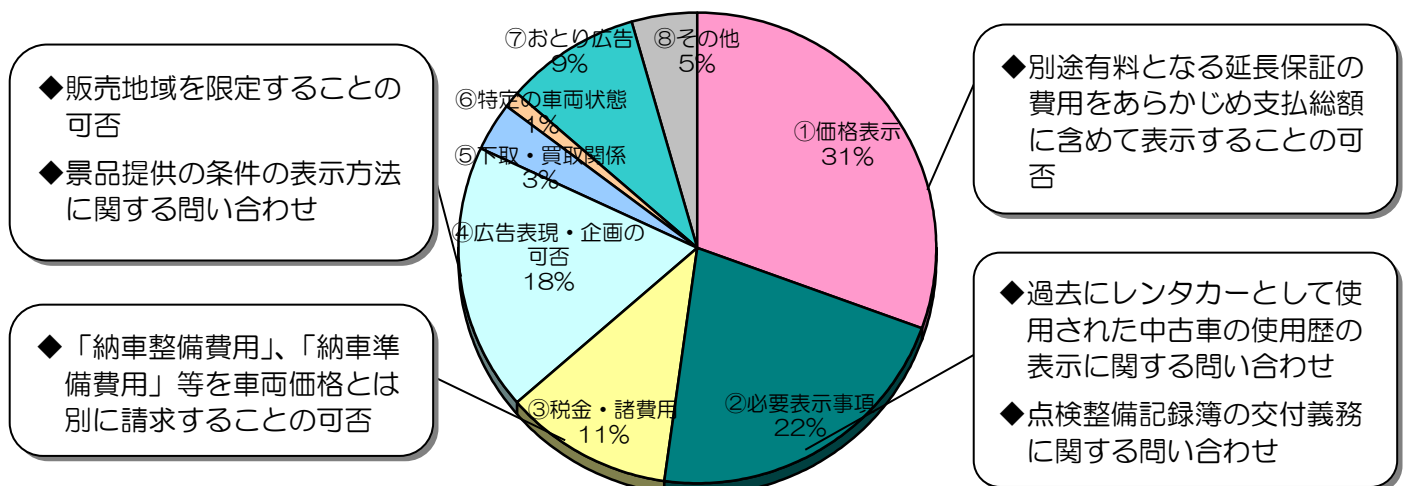
[表示関係の相談内訳]

相談内容	件数	比率	相談内容	件数	比率
①価格表示	27	30.7%	③税金・諸費用	10	11.4%
表示方法	7	8.0%	税金	1	1.1%
値引き表示	5	5.7%	諸費用・その他	9	10.2%
支払総額	11	12.5%	④広告表現・企画の可否	16	18.2%
割賦・リース	1	1.1%	広告表現の可否	10	11.4%
その他	3	3.4%	企画の可否	3	3.4%
②必要表示事項	19	21.6%	抽象的な問い合わせ	3	3.4%
走行距離数	1	1.1%	⑤下取・買取関係	3	3.0%
保証の有無	3	3.4%	⑥特定の車両状態	1	0.0%
定期点検整備実施状況	6	6.8%	⑦おとり広告	8	9.1%
その他（必要表示事項全般）	9	10.2%	⑧その他（燃費等）	4	4.5%
			合計	88	98%

[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%	オープン懸賞	0	0.0%
一般懸賞（抽選等）	3	60.0%	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。

4月の事例 [中古車関係]

Q. 当店では、中古車を購入されたお客様に有料の延長保証をお勧めするのですが、ほとんどのお客様に延長保証を付けていただいていることから、あらかじめ支払総額に含めて表示したいのですが、問題ないですか？

A. 支払総額とは、中古車を購入する際に必要な全ての費用を含めた価格のことをいいます。一方、相談にある延長保証費用は、お客様の要望により別途申し受ける費用であり、中古車購入時に必要となる費用ではありません。また、あらかじめ支払総額に含めて表示することにより、必ず延長保証を付けなければならないものと消費者に誤認を与えるおそれもあることから、当該延長保証費用は、支払総額に含めて表示することはできません。

なお、延長保証費用を含まない支払総額を表示した上で、参考として「延長保証を含んだプラン」等を表示することは問題ありません。

[\[中古車の支払総額の表示や諸費用の考え方はこちらをご参照下さい\]](#)

Q. レンタカーとして使用されていた中古車をチラシ広告に掲載する場合、「レンタカー」と表示しないといけませんか？

A. 規約上、広告において使用歴の表示（自家用、営業用、レンタカー、その他の別）を省略することはできませんが、省略することができるのは「自家用として使用されていた場合のみ」で、それ以外の場合は省略することはできません。したがって、過去に一度でもレンタカーとして使用されていた場合、使用歴には『レンタカー』と表示して下さい。

[\[使用歴（自家用、営業用、レンタカー、その他の別）の表示方法についてはこちらをご参照下さい\]](#)