

平成29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94件で、前月度と比較すると12件増、対前年同月比では98件減（新車関係9件減、中古車関係91件減）となっています。（昨年4月は、規則改正に関連した相談件数が増加したため、前年同月比では大幅な減少となりました。）

相談者の内訳では、「広告代理店」からの問い合わせが多く、全体の約62%を占めており、広告主の内訳としては、メーカーおよびメーカー系ディーラーがそのほとんどを占めています。

【相談者の内訳・平成29年4月】

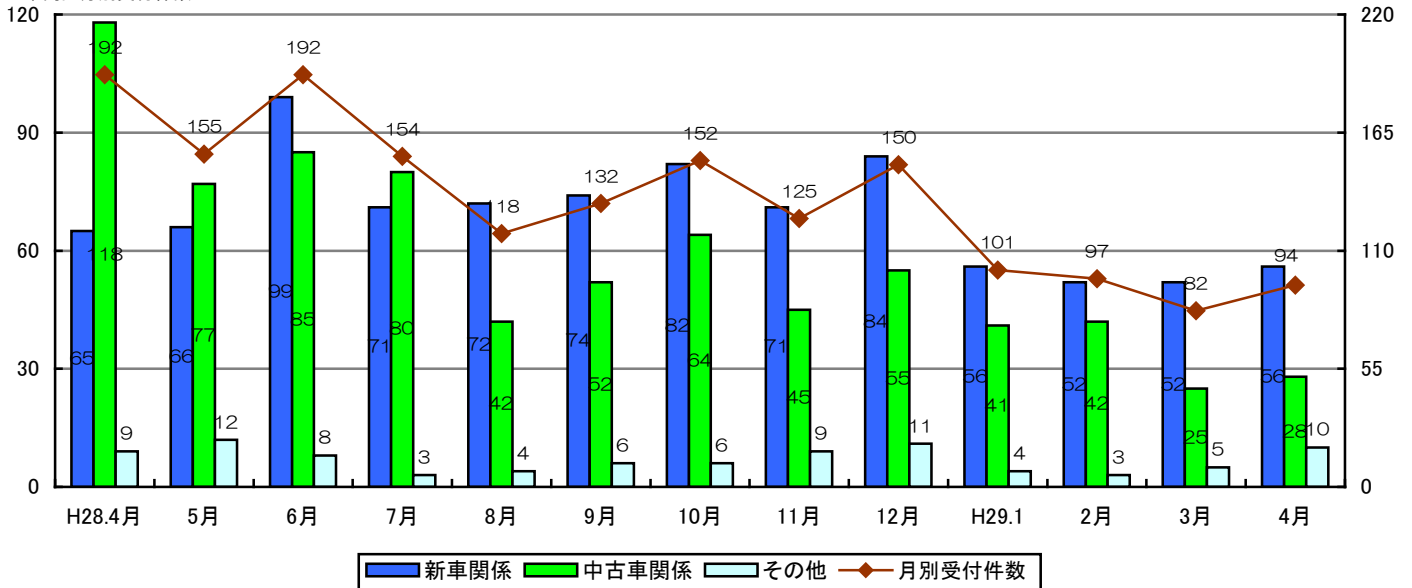
相談者	新車関係	中古車関係	その他	計
相談者	56	28	10	94
広告代理店	41	11	6	58
メーカー系ディーラー	8	3	0	11
自動車関係団体	1	9	3	13
中古車専門店	1	2	0	3
中古車情報誌社	0	0	1	1
メーカー	5	2	0	7
新聞社	0	1	0	1
テレビ・ラジオ局	0	0	0	0
その他	0	0	0	0

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	20
メーカー系ディーラー	33
中古車専門店	5

【相談受付件数の推移・平成28年4月～平成29年4月】

<車両区別別受付件数>

<月別受付件数>



2. 新車関係

新車関係の表示では、『価格表示』『特定事項の表示』に関する問い合わせが多く、全体の約60%を占めています。その中でも、ASV技術等の『安全』に関する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	49	87.5%	その他	2	3.6%
景品関係	5	8.9%	合計	56	100%

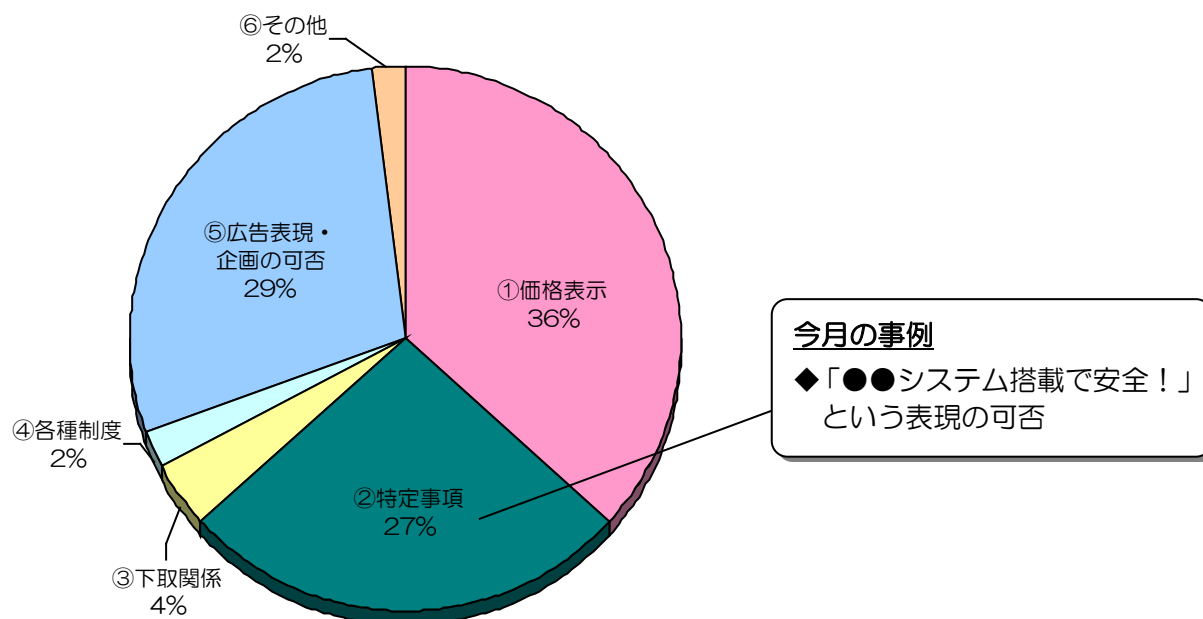
[表示関係の相談内訳]

相談内容	件数	比率	相談内容	件数	比率
①価格表示	18	36.7%	安全・環境	6	12.2%
表示方法	4	8.2%	特別仕様・限定	2	4.1%
付属品・特別仕様	4	8.2%	③下取関係	2	4.1%
値引き表示	3	6.1%	④各種制度	1	2.0%
支払総額	1	2.0%	免・減税関係	1	2.0%
割賦・リース	5	10.2%	⑤広告表現・企画の可否	14	28.6%
その他	1	2.0%	広告表現の可否	11	22.4%
②特定事項	13	26.5%	企画の可否	1	2.0%
ランキング	2	4.1%	抽象的な問い合わせ	2	4.1%
燃費	3	6.1%	⑥その他（契約関係等）	1	2.0%
			合計	49	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）	2	40.0%	オープン懸賞	1	20.0%
一般懸賞（抽選等）	0	0.0%	その他（期間延長等）	2	40.0%
			合計	5	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お問い合わせにつきましては、[こちら](#)をご覧ください。

〔「●●システム搭載で安全！」という表示の可否〕

Q. ●●システム（衝突被害軽減ブレーキ等の先進安全技術）について、「●●システム搭載で安全！」という表現を使用しようと考えていますが、問題ないでしょうか。

スカーレットは、●●システム搭載だから安全！

A. 先進安全技術（以下、「ASV技術」という）については、「安全性の向上を図るため、先進技術を利用してドライバーの安全運転を支援（サポート）することを目的として開発された機能」であり、完璧・完全なものではなく、作動には一定の条件があり、作動しない場合もあることから、「●●システム搭載で安全！」との表現は、「いかなる場合もその機能が作動し、衝突等の事故を回避することができる」機能であるかのように誤認されるおそれがあるため、使用することはできません。

公取協では、ASV技術の基本理念を踏まえ、「ドライバーの安全運転を支援（サポート）するものである」旨の表現とすること、また、ASV技術について表示した場合は、その性能・機能に関する説明及び作動条件等を明瞭に表示すること等を定めています。

（詳細は、「ASV技術の明瞭な表示に関する規約運用の考え方」をご覧ください。）

（正しい表示の一例）

ASV技術の趣旨を踏まえ、「サポート（支援）する機能である」旨を表現し、併せて当該技術の性能・機能に関する説明及び作動条件（作動する条件及び作動しない条件等）を明瞭に表示した例

「サポートする機能である」旨を表現

スカーレットは、●●システム搭載だから
ドライバーの安全運転をサポート！

※●●システムは、〇〇km/h以下で前方の車両や障害物と衝突する可能性がある場合に作動し、自動的に停止又は減速することにより衝突回避・被害軽減を図ります。歩行者や小型の障害物には反応しません。路面状態や気象条件等によってはシステムが作動しない場合があります。システムだけに頼った運転はせず、安全運転を心がけて下さい。詳細は、Web又は店頭でご確認下さい。

システムの性能・機能に関する説明及び作動条件

3. 中古車関係

中古車関係の表示では、『価格表示』に関する問い合わせが多く、全体の約50%を占めています。「その他」の問い合わせでは、広告内にプレゼント対象車と対象でない車が混在している場合の表示方法についての問い合わせが寄せられました。

【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	19	67.9%	その他	8	28.6%
景品関係	1	3.6%	合計	28	100%

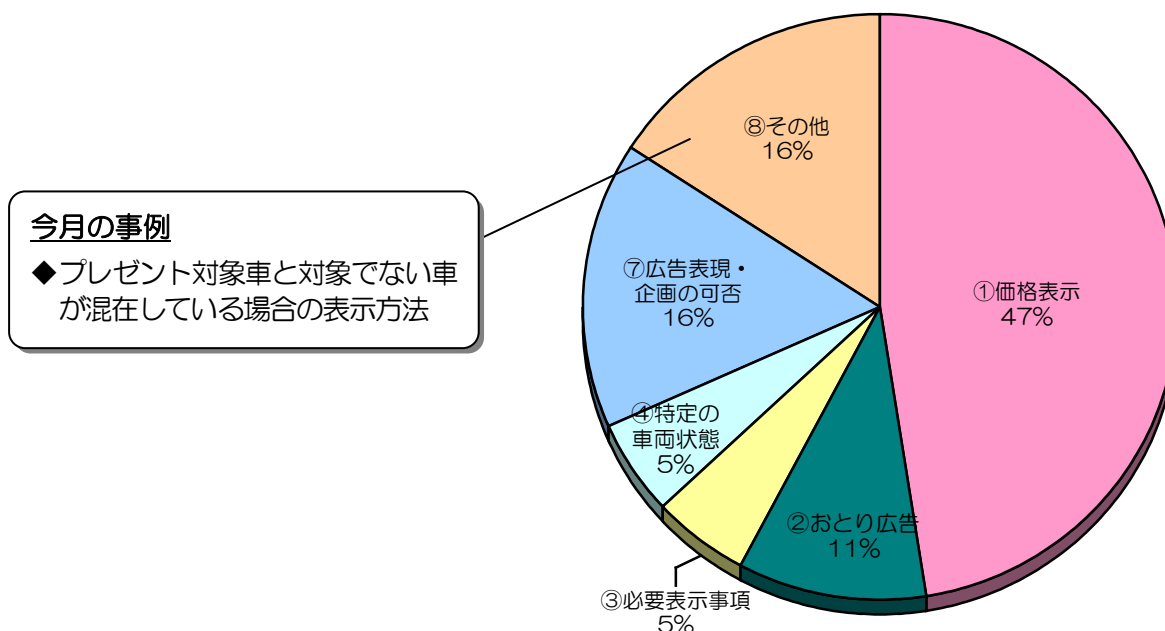
[表示関係の相談内訳]

相談内容	件数	比率	相談内容	件数	比率
①価格表示	9	47.4%	③必要表示事項	1	5.3%
表示方法	2	10.5%	必要表示事項全般	1	5.3%
付属品・特別仕様	1	5.3%	④特定の車両状態	1	5.3%
値引き表示	3	15.8%	⑤広告表現・企画の可否	3	15.8%
支払い総額	1	5.3%	広告表現の可否	3	15.8%
割賦・リース	2	10.5%	⑥その他	3	15.8%
②おとり広告	2	10.5%	合計	19	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）	0	-	オープン懸賞	0	-
一般懸賞（抽選等）	1	100.0%	その他	0	-
			合計	1	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お問い合わせにつきましては、[こちら](#)をご覧ください。

〔プレゼントの対象と対象でない中古車が混在している場合の表示方法〕

Q. チラシ広告において、フェア期間中に、広告掲載車の一部を成約された方にナビをプレゼントする企画を告知します。ナビの価格は提供できる景品類の上限額を超えていないことは確認しましたが、その他、注意点があれば教えてください。

A. ご質問のケースでは、プレゼントの対象となる車が広告掲載車の一部に限定されていることから、広告掲載車全てがプレゼントの対象であるかのように誤認されることのないよう、次の注意点を踏まえ、プレゼントの対象と対象でない車が明確に分かるように表示する必要があります。

(プレゼントの対象と対象でない車を広告の同一紙面に掲載する場合の注意点)

①プレゼントの対象や適用条件等を表示していない、または、表示していたとしても、「(景品を)プレゼントする」旨等の強調表示から離れた場所に著しく小さい文字で表示するなど、プレゼントの対象や適用条件等の表示が不明瞭にならないよう、当該強調表示の近接した箇所に、キャッチコピー等で明瞭に表示※すること。

※強調表示した文字と著しく異なる大きさ・バランス・視認性を配慮して表示すること(例えば、強調表示の1/3以上、12ポイントの大きさ)

②プレゼントの対象や適用条件等の表示は、打消し表示を行わずに済むよう、その内容や対象が一目で分かるように明確に表示※すること。

※対象と対象外のを枠で区切る、表裏で分けて表示する、対象のものにマーク等を付ける等、明確に表示すること

(正しい表示の一例) 対象や適用条件を明瞭に表示した上で、プレゼント対象車をマークにより明確に表示した例
前提 ⇒ 100万円以上の広告掲載車購入でナビをプレゼント

プレゼントの提供対象となる条件を強調表示の近接した箇所にキャッチコピーとして表示

4/29~30の2日間、100万円以上の広告掲載車ご成約の方に

カーナビプレゼント!

ナビ対象車

このマークが目印

ナビ対象車

ナビ対象車

ナビ対象車

…100.8万円…

…111.8万円…

…79.8万円…

…89.8万円…

…100.8万円…

対象車をマークにより明確に表示