

信頼されるクルマ販売を促進する



公取協ニュース

No.42
21.3.30

編集・発行

社団法人 自動車公正取引協議会

〒102-0093 東京都千代田区平河町1丁目9番地3号(京商ビル内)

TEL 03-3265-7975(代表) FAX 03-3265-7978

ホームページ <http://www.aftc.or.jp/>

燃費表示等に関する研修会を開催

会員や広告会社など約1100名が参加

ガ ソリン価格の高騰により、消費者の燃費への関心が高まっていることから、当協議会は、新車の積極的な燃費表示のあり方について検討を行っております。

検討を進めるに当たり、広告における燃費表示の実態を把握するため、新聞、チラシ、テレビ等の広告表示について調査したところ、「表示した燃費通りに走ることができる」また、「燃費の向上に伴い、あたかも表示した通りにガソリン代が削減される」かのように消費者に誤認されるおそれのある広告表示が見受けられました。また、公正取引委員会は、平成20年6月に「見にくい表示に関する実態調査報告書」を公表、この中で自動車の広告における価格や燃費等の表示についても「見にくい」との指摘がなされました。

このため、不当表示未然防止の観点から、実際の広告事例を基に燃費表示を行う場合の「適正な表示」と「問題となる表示」を整理・明確化するとともに、燃費向上に伴うガソリン代の削減等について表示する場合の表示方法についても紹介したマニュアルを作成し、会員事業者への周知を図るための研修会を開催いたしました。

なお、広告等において、積極的な燃費表示を行う場合の「適正な表示」の方法については、消費者や業界等の意見を聴きながら、今後も引き続き検討を行い、考え方をとりまとめていくこととしています。



1. 公取協主催の研修会

- ①全国10ブロック（北海道、東北、関東甲信越、北陸、東海、近畿、山陰、山陽、四国、九州）において、会員ディーラー、広告制作会社、関係団体等を対象に研修会を開催。
- ②東京、名古屋、大阪において、会員メーカー、広告制作会社を対象に研修会を開催。

2. 中央団体、その他の研修会

- ①日本自動車輸入組合（J A I A）関係の会員事業者向けに研修会を開催。
- ②日本新聞協会主催の新聞各紙の広告審査担当者を対象とした会議において説明を行い、適正表示への協力を要請しました。

新車の燃費表示に関する消費者の意見を聴取

Webアンケートおよびグループインタビューを実施

当 協議会では、一般消費者が、新車購入時等に燃費表示をどの程度関心を持ち、意識しているかを探り、新車の燃費向上訴求の活性化・積極化及び適正化のための検討を行う上での参考にすることを目的として、一般消費者対象にWebアンケートおよびグループインタビューを実施しました。

1) Webアンケートの結果（概要）

調査は、調査会社に委託し、過去3年間に新車・中古車を購入し、保有している全国30～50代の男女1,349人を抽出し、実施した。

《調査結果（概要）》

○新車を購入する際、燃費に対してどの程度関心がありますか

- かなり関心がある 47.4%
- 関心がある 45.0%
- それほど関心はない 6.6%
- 関心はない 1.0%

○ふだんカタログや新聞広告等に、車の燃費表示がありますが、これはどのような燃費値だと思いますか

- 自動車メーカー調べによる燃費値 64.6%
- 各自動車販売店調べによる燃費値 4.2%
- 上記以外の民間の機関が調べた燃費値 3.3%
- 国（国土交通省）が認めた燃費値 14.5%
- 特に決まりはない 4.7%
- 全くわからない 8.6%

○燃費表示に使用できる燃費の数値はどこまで認めるべきだと思いますか

- ルール通り「公式テスト値」のみ 29.5%
でよい
- 「自社調べ」による燃費値の表示も 14.8%

認めてよい

- 「ユーザーの走行結果」（実際の使用に近いもの）による燃費の表示も認めてよい 40.4%
- その他 0.8%
- 全くわからない 14.5%

2) グループインタビューの主な内容

調査は、調査会社に委託し、1グループ各6名で、東京都在住の男性1グループ、女性1グループ、群馬県在住の1グループの計3グループを対象に実施した。

《主な内容》

○カタログの燃費値と実燃費は同じだと思うか

- 2～3割程度落ちる（男性）、カタログ燃費値通り走る（女性）、1割程度落ちる（女性）
- 高速道路ではカタログ値どおり、あるいはカタログ値以上でることがある

○「10・15モード燃費」を知っているか

- 知っている 男性11人
- 知らない 男性1人、女性6人（全員）

○「10・15モード燃費」は、どのような燃費だと思うか

- メーカーが（一定の基準に従い）調べたものの

役員の変更 理事2名を補充選任

当協議会では、第83回理事会（書面）を開催、関係団体から変更推せんのある理事の補充選任及び副会長、常任理事の互選を行いました。

- ◎ 新副会長 大慈弥隆人（日本自動車輸入組合 副理事長・専務理事）
- ◎ 新常任理事 宮寄 拓郎（全国軽自動車協会連合会 専務理事）

新車・中古車の新聞、チラシ広告に関する調査を実施

新

車・中古車の広告表示の実態把握を行うことを目的として、平成20年5月から7月にかけて全国で収集した新車・中古車の新聞、チラシ広告を対象に表示状況の調査を実施しました。調査結果の主な内容は以下の通りです。

また、調査の結果、新車広告における広告掲載車と販売価格の不一致（高グレード車の写真を掲載しながら価格は低グレード車の価格のみ表示したもの）や、中古車広告における「自店通常価格」「新車時価格」等を比較対照とした二重価格表示等、不当な価格表示のおそれのある規約違反を行った事業者に対しては個別に注意・指導を行いました。

今後は違反事例等を基に、AFTCインフォメーションやホームページ等を活用して、会員事業者や広告制作会社等に広く周知活動を実施します。

《調査結果の主なポイントと問題点》

＜新車関係＞

	平成20年度		平成19年度	
	件数	割合	件数	割合
調査対象	6,146	100.0%	5,657	100.0%
規約通り	4,249	69.1%	3,550	62.8%
問題有り	1,897	30.9%	2,107	37.2%

◆問題となる主な表示例

- 表示例①** 広告にはオプションを装着した写真を掲載しながら、「オプション代金を含まない価格」のみを表示したもの
- 表示例②** 広告には高グレード車を掲載しながら

ら当該車両の価格は表示せず、販売価格として低グレード車の価格のみを表示したもの

- 表示例③** 広告掲載車の価格は表示しているものの、それよりも低グレード車の価格を大きく目立つように表示したもの
- 表示例④** 燃費値を表示しながら公式テスト値である旨、実際の走行条件等により異なる旨の表示がない、あるいは不明りょうな表示をしたもの

＜中古車関係＞

	ディーラー関係			専門店関係			合計		
	平成20年度	平成19年度	割合	平成20年度	平成19年度	割合	平成20年度	平成19年度	割合
調査対象	1,888	53.1%	57.6%	1,666	46.9%	42.4%	3,554	100.0%	100.0%
規約通り	93	4.9%	0.6%	5	0.3%	0.3%	98	2.8%	0.5%
問題有り	1,795	95.1%	99.4%	1,661	99.7%	99.7%	3,456	97.2%	99.5%
保証の有無	876	46.4%	58.5%	476	28.6%	28.1%	1,352	38.0%	45.6%
定期点検整備実施状況	342	18.1%	3.8%	100	6.0%	2.2%	442	12.4%	3.1%
修復歴の有無	1,234	65.4%	36.2%	928	55.7%	37.7%	2,162	60.8%	36.9%

◆問題となる主な表示例

- 表示例①** 「保証内容」の表示はあるが、広告掲載車の「保証の有無」の表示がないもの
- 表示例②** 「整備を実施する旨」の表示はあるが、実施する整備が「定期点検整備（法定点検）」であることの表示がないもの

- 表示例③** 修復歴が有る車両における「修復歴が有る旨」の表示はあるが、修復歴が無い車両における「修復歴が無い旨」の表示がないもの
- 表示例④** 残価設定ローンの表示において、割賦支払総額及びローン終了時の条件等、割賦販売価格を併記する場合の必要表示事項の表示がないもの

公取協事務局による中古車の店頭表示状況調査を実施

JU関係の8地区222店を対象に実施

中 古車規約の遵守状況と自動車リサイクル料金に関する表示状況の実態把握を行うことを目的として、JU中販連・中販連支所の協力を得て平成20年10月から11月にかけて全国8地区で店頭における表示状況の調査を実施しました。調査結果の概要は以下の通りです。

中古車関係

◆調査対象地区：8地区222店＝山形、新潟、岐阜、滋賀、岡山、香川、福岡、沖縄

◆調査項目と調査結果の主な概要

①店頭展示車の表示状況（70%以上の実施率の割合）

調査項目	遵守率
保証の有無	77.0%
定期点検整備の実施状況 (整備の有・無の表示)	69.4%
「有」の場合の「済」、「納車時」の表示	90.3%
「納車時」の場合、価格に整備費用を含むか否かの表示	92.8%
価格に整備費用を含まない場合の整備費用の額の表示	92.1%
定期点検整備「無」で要整備箇所がある場合、その旨の表示	60.0%
自動車リサイクル料金の表示	
未預託である旨及び廃棄時にリ料の支払いが必要である旨	12.0%
預託済である旨	
価格に含めず ⇒ リ料相当額と別途必要である旨	66.0%
価格に含める ⇒ 含まれている旨	24.2%

②注文書の表示状況（70%以上の実施率の割合）

調査項目	遵守率
走行距離数の記入	90.2%
保証の有無	65.3%
定期点検整備実施の有無	35.2%

③特定の車両状態の表示（該当車両がある事業者が対象）

調査項目	遵守率
走行距離計が取替られている場合の「走行距離計が取替られている旨及び取替前・後のキロ数」	100.0%
走行距離数に疑義がある場合の「走行距離数に疑義がある旨及び推定できる根拠がある場合の走行距離数、根拠がない場合の不明」	—
走行距離計の改ざんが判明した場合の「走行距離計が改ざんされている旨」	100.0%
修復歴がある場合の「修復歴がある旨とその部位」	64.7%
要整備箇所がある場合の「要整備箇所がある旨のその箇所」	—

④走行距離計交換歴車シール等の貼付状況（該当車両がある事業者が対象）

調査項目	遵守率
走行距離計交換歴車シールの貼付	—
走行距離計改ざん歴車シールの貼付	100.0%

平成20年度規約担当者研修会を開催

各地区公取協取扱事務所や関係団体から162名が出席

各 地区公取協事務取扱所の規約担当者を対象とした研修会を平成20年11月17日(月)、東京千代田区のアルカディア市ヶ谷で開催しました。この研修会は、公取協事務取扱所（自販連支部、軽自動車協会、整備振興会、中販連支所）の規約担当者の方々の規約等に関するスキルアップを目的として毎年開催されているものです。研修会では、全体研修として公正取引委員会事務総局取引部消費者取引課規約指導調整官内野雅美殿より「最近の景品表示行政の動向について」ご講演いただきました。その後、自販連と軽自動車協会、整備振興会、中販連のグループ毎に、平成20年度事業の進捗状況とそれぞれのテーマに沿った研修が行われました。

登録済未使用車の広告における問題点について

最

近、新聞、チラシ、中古車情報誌等の広告において、登録済未使用車の保証や販売価格、登録済未使用車の説明等の表示に問題のあるものが多くみられます。これらの表示については、一部のコンサルタント会社等が成功事例として紹介し、全国的に広まっているというケースもあります。そこで、最近、特に多く見受けられる広告事例について、その問題点と規約上の考え方をまとめましたので、会員各社において同様の広告表示を行うことのないよう、注意して下さい。

《違反事例》 メーカー新車保証に関する表示

スカーレット A 660



- 平成20年12月初度登録
- 検23年12月
- 走行10km

本体価格
79.8万円(税込)

登録済未使用車は当然安心です！
最長5年間、又は10万kmのメーカー保証が適用されますので、安心です。

《商談時》

注文書(契約書)に保証継承を行うための定期点検整備費用(ディーラーで実施)を計上

を継承するための定期点検整備費用」が販売価格に含まれていないにもかかわらず、あたかもメーカー保証が付いている(適用される)かのような表示となっているため、不当表示に該当します。

《問題点》

- メーカー保証が付いている(適用されている)かのように表示しているが、保証を継承するための定期点検整備費用が販売価格に含まれていない。

《考え方》

- 「保証付き」とは、販売業者又は製造業者の保証が販売価格に含まれ、保証書が付いているものをいいます。
- したがって、上記表示は、実際には「メーカー保証

《正しい表示方法等》

- 「保証付き」と表示した場合の保証の内容がメーカー保証である場合は、保証継承のための定期点検整備費用を販売価格に含めて表示すること。
- 上記費用が販売価格に含まれない場合は、「保証なし」と表示すること。(「+1万円で最長5年間、または10万kmのメーカー保証を継承することができます」など、有償で保証を付けることができることを表示することは可)

《違反事例》 過大な景品提供

奇跡の抽選カー！
軽登録済未使用車が39.8万円!!



抽選日
3/8(日)

スカーレット E 660

- 平成20年10月初度登録
- 検23年10月
- 走行10km

本体価格
39.8万円(税込)

安い価格で販売する場合、顧客を誘引するための景品提供と見なされます。

- したがって、通常販売する場合の価格との差額が10万円を超える場合は、過大な景品提供となります。

《問題なく実施する方法等》

- 通常の販売価格との差額が、10万円以内になるように販売価格を設定する。
- 先着順の販売に変更する。
なお、購入希望者が多数であったため、急きょ抽選販売に変更した場合は、取引に応じることのできない中古車についての表示であるとみなされ、「おとり広告」に該当するので注意が必要です。

規約に関するQ&A

公取協で問合せを受けた事例をご紹介しますので、参考にしてください

「特価」等を表示する場合の注意点について

Q. 今度のフェアで新車の在庫車を「特別価格」で販売したいと考えているが「特別価格」は店頭で発表することとしても問題ないか教えてほしい。

〈広告例〉

スカーレット 2.5X



4月18日・19日

スプリングフェア実施中!!

今度の土日は〇〇販売へ!
新車在庫車一掃! 大放出!

特別価格にてご提供!!
価格は店頭にて!!

売り切れの場合ご了承下さい。
詳しくはスタッフまで

の価格を表示して、通常よりも安い根拠を表示する必要があります。したがって、「特別価格は店頭発表」等の表示をすることはできません。

《問題なく実施する方法等》

- 当該新車を通常、販売しようとして表示した価格（車両本体価格）を表示した上で、フェア期間中の特別価格（値引後の価格）を表示すること。

例) スカーレット 2.5X

車両本体価格319.9万円のところ
フェア特別価格290万円

A. 〈回答〉

- 値引額、値引率を表示、又は「特価」等により価格が有利である旨を表示する場合は、値引前と値引後

「二輪中古車品質評価・査定書発行支援システム」のご案内

一 輪中古車の品質評価・品質査定の一層の普及促進を図るため、インターネット上で手軽に品質評価書や品質査定書を発行することができ、オークション流通価格の参照機能など商売に役立つ機能が充実しているシステムとして、会員販売店に広くご利用いただける「二輪中古車品質評価・査定書発行支援システム」の会員販売店に対する普及活動を実施しています。同システムは、①規約に基づいたプライスカード一体型品質評価書・品質査定書の作成・発行機能、②オークション流通価格の参照機能、③国内4メーカー二輪車機種情報の簡単検索、④品質評価・品質査定の際に便利なツールや商売に役立つ情報がダウンロードできる等、便利な機能が満載です。

詳細につきましては、公取協ホームページhttp://www.aftc.or.jp/mc_usr/qity_sys/をご覧ください。

第4回二輪車適正表示推進委員会 全国8ブロックで開催

平成21年3月2日から23日にかけて、第4回適正表示推進委員会(全国8ブロック)を開催しました。同委員会では、二輪車規約の施行から5年が経過したことを契機に、二輪車規約の一層の普及促進を図ることにより、会員店のメリットの明確化と非会員店との差別化を行うとともに、会員店との関係を密接にする体制を構築するため、関係団体・地方組織との一層の連携強化、適正表示推進部会(県単位)の設置等、今後の普及指導体制のあり方について、委員の方々との意見交換を行いました。また、販売の実態に見合った規約の点検・見直しについても意見交換を行いました。

消費生活センターとの懇談会に参加

各地区の消費生活センターとの懇談会や研修会を通じ、相談対応に関する連携を強化しています

当 協議会では、各地区の消費生活センターとの連携を強化することにより、消費者からの自動車相談に円滑に対応するために、消費生活センターの相談担当者を対象にした研修会や懇談会等において、消費者相談受付状況等の情報提供や、マニュアル等に基づく相談への対応方法に関する研修や意見交換を行っております。去る2月26日に開催された兵庫県立生活科学総合センターにおける業界団体との懇談会の開催内容をご紹介します。

○業界団体との懇談会

「中古自動車に関する相談処理」

主催：兵庫県立生活科学総合センター

(出席者) 兵庫県立生活科学センター相談員
兵庫県内消費生活センター相談員
J U兵庫 玉置指導環境委員長
J U近連協 木村事務局長
公取協 北澤消費者関連G部長

(開催内容) 公取協、中販連、消費生活センターにおける相談への取り組み状況
具体的な相談事例を通じての意見交換

兵庫県内の消費生活センターにも中古車に関する相談は多く入電しているとのことで、その対応には自動車という商品特性から専門的な知識が必要なケースが増えてきているほか、インターネットによる通信販売やオークションといった新しい



取引方法におけるトラブルも増えてきていること等、消費生活センターから相談の実態等をご紹介します。また、業界サイドからはトラブル未然防止のための取り組み状況や相談への対応方法について説明し、これらを基に意見交換を行いました。また、最後にトラブルの拡大防止や早期解決を図るための消費生活センターと業界団体との連携についても確認して閉会しました。

最近の相談事例と対応

会員販売店から公取協消費者相談室に寄せられた事例を基に対処の考え方を紹介します

<新車関係>

【事例】 お客様からメーカーオプションを多数装着した車両の購入申し込みを頂きメーカーに発注したが、後日、お客様からキャンセルの申し出があったというケース。

【消費者への対応の考え方】 注文書裏面約款の「契約の成立時期」に照らし契約の成否を確認。契約が成立前であればキャンセルに応じる必要があり、また、キャンセル料も車庫証明費用等の実費分となります。

【トラブル未然防止のポイント】 お客様に十分ご納得頂いた上で契約することが大切です。また、キャンセルの申し出には契約の成否を確認し、適切に対応することも重要です。

<中古車関係>

【事例】 インターネットによる通信販売で、外装の状態は「良好」と表示・説明して販売したが、実際に納車されたクルマにはキズが多数あるとして、ユーザーからキャンセルの申し出があったというケース。

【消費者への対応の考え方】 外装の状態を「良好」と表示説明したわけですから、キズの程度や外装全体の状態も含め「良好」と判断した根拠について説明し、お客様と話し合いをして頂く必要があります。

【トラブル未然防止のポイント】 本来、中古車は1台1台品質が異なるため、お客様に現車を確認して頂くことがなによりですが、通信販売の場合には現車確認が困難なため、クルマの状態をできる限り詳細にお客様に伝えることが重要です。

公取協会員専用ホームページをご活用下さい!

会員の皆さんは、中古車プライスカードや公取協ロゴマーク、各種の規約関連資料等をダウンロードできます

当 協議会では、会員の皆さんへの積極的な情報提供や日頃の業務の利便性を向上させるため、ホームページを活用した情報提供を行っております。

会員の皆さんは、IDとパスワードで会員専用ホームページにアクセスすれば、公取協マークの入っているコンディション・ノートや中古車プライスカード、公取協ロゴマークなどをダウンロードして、展示車への表示等に活用することができますので、是非ご利用下さい。



現金販売価格用中古車プライスカード



支払総額用中古車プライスカード



コンディション・ノート



公取協会員証



公取協会員店ステッカー

会員専用ホームページにアクセスするためには、パスワードの発行が必要になりますので、入会時に発行している会員ID（会員番号）をご確認の上、パスワード発行手続きをしてください。詳細については、ホームページをご確認下さい（<http://www.aftc.or.jp/>）。

平成21年度通常総会 平成21年 6月10日(水) 開催

当協議会の平成21年度通常総会は、6月10日(水)に東京・大手町の経団連会館国際会議場(2階)にて開催される予定です。