

信頼されるクルマ販売を促進する



公取協ニュース

No.44
22.3.30

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/>

複数店舗の中古車を広告掲載する際の留意点について

展示されている店舗名を明示しましょう

最

近、複数の中古車販売店舗を有する販売会社のチラシ広告で、実際には当該店舗に展示されていない他の店舗の中古車についても、当該店舗に展示されているかのように誤認されるおそれのある表示が見受けられます。そこで、複数の店舗に展示されている中古車を新聞・チラシ広告等に表示する場合の留意点をまとめましたので、本主旨を踏まえた広告宣伝活動を行っていただきますようお願いいたします。

基本的な考え方

- 1) 新聞・チラシ広告に店舗名を記載した店舗に展示されている中古車を掲載すること
 - 2) 複数の店舗名を記載した場合は、掲載した中古車が展示されている店舗名を明示すること
- ※詳しくは、ホームページをご覧ください。

なお、広告制作費等の関係から、複数の店舗に展示されている中古車を、その内の一部の店舗名を記載した新聞・チラシ広告に掲載するなど、広告に記載した店舗以外に展示されている中古車を掲載する場合は、当該店舗に展示されている中古車であるかのように誤認されることのないよう、実際に展示されている店舗名を明示すること

【正しい表示例】 ⇒ 複数の店舗名を記載した場合

ニッポン自動車販売なら豊富な在庫車※からお選び頂けます。

<表示のポイント>

広告掲載車両の展示店舗がわかるように表示すること

東京店展示車



20年式 コートリ1.3A
69.9万円

走行0.6万km 検23年3月
シルバー リ済込 保証付
修無 AT フル装備
整済込 車台No098



18年式 ハンゾウ3.0F
150.8万円

走行3.1万km 検24年2月
シルバー AT フル装備
リ済込 保証付 修無
整済込 車台No789

埼玉店展示車



21年式 ヒラカワ1.3C
131.5万円

走行0.7万km 検24年7月
グリーン AT フル装備
リ済込 保証付 修無
整済込 車台No333



19年式 チョーダ3.0A
123.4万円

走行2.8万km 検22年5月
グレー AT フル装備
リ済込 保証付 修無
整済込 車台No827

<表示のポイント>

トラブル未然防止の観点から、「〇月〇日現在の各店舗の展示車で、売約済みとなる場合があるので、詳しくは店舗に尋ねられたい旨」を表示すること

●価格には、保険料、税金(消費税を除く)、登録等に伴う費用等は含まれておりません。

※広告掲載車は、平成22年2月28日現在の各店舗の展示車です。売約済みとなる場合がございますので、詳しくは最寄りの店舗にお尋ね下さい。

ニッポン自動車販売
お問い合わせは
最寄りの販売店まで

東京店
TEL 00-0000-0000
東京都千代田区▲▲▲

埼玉店
TEL 00-0000-0000
埼玉県熊谷市▲▲▲

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21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。

《調査結果の主なポイントと問題点》

<新車関係>

	平成21年度		平成20年度	
	調査対象	100.0%	調査対象	100.0%
規約通り	3,218	72.0%	4,249	69.1%
問題有り	1,252	28.0%	1,897	30.9%

調査の結果、下記①、②の不当な価格表示のおそれのある規約違反（広告掲載車と販売価格の不一致）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。


- ① 広告には高グレード車の写真を掲載しながら、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

- ② 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

また、その他の問題が見受けられた主なものとしては、オプション装着車に関する表示（【表示例1】参照）や、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が目立ちました。

【表示例1】オプション装着車に関する表示

<問題のある表示例>	<正しい表示例>
 <p>PHOTO:20S メーカーオプション装着車</p> <p>ハンゾウ 20S 車両本体価格 2,140,000円</p>	<p>PHOTO:20S</p> <p>ハンゾウ 20S 車両本体価格 2,220,000円 価格にはメーカーオプション（アルミホイール8万円）が含まれています</p>
<p>PHOTO:20S メーカーオプション装着車</p> <p>ハンゾウ 20S 車両本体価格 2,140,000円</p>	<p>PHOTO:20S</p> <p>写真に装着されているメーカーオプション（アルミホイール8万円）は価格に含まれません</p> <p>ハンゾウ 20S 車両本体価格 2,140,000円</p>
<p><問題点></p> <p>◆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」のみを表示している。</p> <p><考え方></p> <p>◆広告掲載車にオプションが装着されている場合は、原則として、オプションを含んだ価格を表示することが必要です。</p> <p>◆止むを得ず、オプションを含まない価格を表示する場合は、装着されているオプションの内容と価格並びに当該オプションの価格は車両の販売価格には含まれていない旨を明りょうに表示する必要があります。</p>	

なお、会員事業者や広告制作会社に広く周知を行い、広告表示の適正化を図るために、上記のような調査結果に基づく違反事例や、広告表示に関して日頃から問い合わせの多い内容等を踏まえたFAQを作成し、ホームページに掲載しました。

URL：http://www.aftc.or.jp/am_faq/

<中古車関係>

	ディーラー関係			専門店関係			合計		
	平成21年度	平成20年度	平成21年度	平成20年度	平成21年度	平成20年度			
調査対象	1,304	51.1%	53.1%	1,250	48.9%	46.9%	2,554	100.0%	100.0%
規約通り	74	5.7%	4.9%	3	0.2%	0.3%	77	3.0%	2.8%
問題有り	1,230	94.3%	95.1%	1,247	99.8%	99.7%	2,477	97.0%	97.2%
保証の有無	623	47.8%	46.4%	424	33.9%	28.6%	1,047	41.0%	38.0%
定期点検整備実施状況	247	18.9%	18.1%	133	10.6%	6.0%	380	14.9%	12.4%
修復歴の有無	1,017	78.0%	65.4%	829	66.3%	55.7%	1,846	72.3%	60.8%

調査の結果、「新車時価格」等を比較対照とした二重価格表示（【表示例2】参照）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。

また、その他、問題がみられた主なものは下記のとおりです。

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

◆「保証の内容」だけでなく、広告に掲載した全ての車両について「保証つき」、「保証なし」のいずれかを表示する必要があります。（「全車保証つき」等の一括表示も可能）

◆また、「保証つき」と表示する場合は、保証に要する費用（保証を付けるための保証料や整備費用）は販売価格に含めて表示しなければなりません。

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

◆実施する整備の内容が定期点検整備であることがわかる用語を使用してください。

◆また、「定期点検整備あり」と表示した場合、以下の項目について表示が必要となります。


- 点検整備の実施時期（「済」または「納車時」）
- 整備費用が販売価格に含まれているかいないか
- 整備費用が販売価格に含まれていない場合、別途必要な整備費用の額

◆なお、整備の内容が納車整備等の軽整備の場合、「定期点検整備あり」と表示することはできません。

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

◆広告掲載した全ての車両について修復歴の「あり」、「なし」のいずれかを必ず表示する必要があります。（「全車修復歴なし」等の一括表示も可能）

【表示例2】「新車価格」を比較対照とした二重価格表示

<p>21年式 スカーレット 1.0E</p>  <p>走行0.6万km 検23年3月 シルバー AT フル装備 リ済込 保証付 修無 整済込 車台No098</p>	<p>新車価格 1,050,000円</p> <p>新車と比べ 10万円の差額 95万円</p>	<p><問題点> 新車価格を比較対照価格として二重価格表示を行い、併せてその差額を表示することで、当該中古車が実際のものより著しく安いかのように表示している。</p> <p><考え方> ◆中古車は、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ことから、新車価格等を比較対照価格に用いた二重価格表示は、一般消費者に販売価格が著しく安いかのような誤認を与える不当表示に該当します。</p>
--	---	---

全国の会員店を対象とした店頭表示状況調査を実施

新

車規約及び中古車規約の遵守状況の実態把握を行うことを目的として、関係団体（自販連・自販連支部、軽自協・軽自協支部、JU中販連・中販連支所、日整連・各地区振興会）の協力を得て、平成21年6月から12月にかけて全国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。

また、調査結果につきましては報告書としてとりまとめ、関係団体を通じて再度周知・指導を要請したほか、今後も引き続き、会員事業者に周知活動を実施します。

《調査結果の主なポイント》

＜新車関係＞

	価格表	店頭展示車	注文書
調査対象社数	1,261社	1,256社	1,259社
規約どおり	91.5%	85.0%	92.7%
表示もれ	8.5%	15.0%	7.3%

◆主な表示もれ

- 価格表、店頭展示車、注文書のいずれの場合も

車両本体の価格に付属品、特別仕様等の価格を加えた合計金額を表示した場合の、「付属品単品名」、「付属品単品価格」、「合計価格」の表示もれ

- 注文書における「下取車明細欄の査定価格」、「支払条件欄の下取価格」の表示もれ

＜中古車関係＞

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	94.2%	
定期点検整備の実施状況 (整備の有・無の表示)	88.5%	
「有」の場合の「済」、「納車時」の表示	90.4%	
「納車時」の場合、価格に整備費用を含むか否かの表示	90.8%	
価格に整備費用を含まない場合の整備費用の額の表示	77.4%	
定期点検整備「無」で要整備箇所がある場合、その旨の表示	69.9%	
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	80.8%	
預託済みの場合で	価格に含めず ⇒リ料相当額と別途必要である旨	87.2%
	価格に含める ⇒含まれている旨	71.4%

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	97.9%
保証の有無	93.9%
定期点検整備実施の有無	84.3%

③特定の車両状態の表示 (該当車両がある場合)

調査項目	遵守率
走行距離計が取替られている場合の「取替られている旨及び取替前・後のキロ数」	80.8%
走行距離数に疑義がある場合の「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」	72.0%
走行距離計の改ざんが判明した場合の「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」	72.3%
要整備箇所がある場合の「要整備箇所がある旨とその箇所」	63.0%

④走行距離計交換歴車シール等の貼付状況

(該当車両がある場合)

調査項目	遵守率
走行距離計交換歴車シールの貼付	59.8%
走行距離計改ざん歴車シールの貼付	54.8%

平成22年度通常総会 平成22年6月16日(水)開催

当協議会の平成22年度通常総会は、6月16日(水)に東京・千代田区紀尾井町のグランドプリンスホテル赤坂にて開催する予定です。

下請法に関する研修会を開催

会員事業者など約1,000名が出席

近 年、自動車販売事業者が下請法違反で公正取引委員会から措置を受けるなど、自動車業界において下請法違反となるケースも見受けられることから、下請法に関する理解を深めていただくための研修会を開催しました。

研修会は、平成21年10月から12月に全国9ブロック（北海道、東北、関東甲信越、北陸、東海、近畿、中国、四国、九州）で開催し、会員事業者や関係団体、メーカー担当者等、約1,000名が参加しました。



本研修会で使用した資料をご希望の際は、各地区事務取扱所及び公取協までお問い合わせ下さい。

公取協ホームページのご紹介

広告の作成や消費者トラブルの未然防止等にお役立て下さい

当 協議会では、規約のチェックポイント、AFTC コンシューマーレポート、過去に発行した公取協ニュースやAFTC INFORMATIONなどをホームページ上でご覧いただけます。広告の作成や消費者とのトラブル未然防止等にぜひお役立てください。

以下にホームページに掲載している一部を紹介します。

■FAQ（広告表示に関するよくある質問）

URL：http://www.aftc.or.jp/am_faq/

広告表示に関する日頃から問い合わせの多い内容や、違反事例等を踏まえたFAQを作成し、ホームページに掲載しております。

■AFTCコンシューマー・レポート

URL：http://www.aftc.or.jp/aftc_report

日頃、当協議会の消費者相談窓口にて受付けた相談内容を分析し、問題点や未然防止策等を取りまとめ、ホームページに掲載しております。

- Vol.20 「富山県消費生活センターと自動車業界団体との懇談会」の開催内容
- Vol.19 平成20年度の消費者関連事業への取り組み内容

■資料・発行物

URL：<http://www.aftc.or.jp/press/index.html>

公取協ニュースや、AFTC INFORMATION等、過去に発行した資料をホームページに掲載しております。

- 公取協ニュース
- AFTC INFORMATION
- ポスター・パンフレット
- チェックポイント
- 規約関係資料

平成21年度消費者関連団体との懇談会を開催

当 協議会は3月3日(水)に消費者関連団体との懇談会を開催しました。本懇談会では当協議会の消費者関連事業への取り組み等についてご意見をいただき、今後の事業の進め方に反映させることを目的に毎年開催しているものです。本年度は下記団体からご出席をいただき、意見交換を行いました。また当日は、消費者庁の担当官と自工会、自販連、中販連、NMCA日本二輪車協会、全国オートバイ協同組合、日本オートオークション協議会の関係団体からもご出席いただきました。

◆消費者関連団体からの出席者

国民生活センター／日本消費者協会／消費科学連合会／日本自動車連盟（JAF）

◆懇談会で出された主な意見

- 消費生活センター相談員との連携については、消費者からの苦情・相談への円滑な対応を図るため、今後も積極的に活動してほしい。
- 公取協で受けた相談内容や対応方法などは、トラブルの未然防止のためにも、より積極的に情報提供してほしい。
- エコカー減税・補助金の表示などは、キャッチ



コピーだけ目立たせる傾向が強いので、消費者が正確に理解できる表示をしてほしい。

- インターネットオークション等のトラブルは、相手が見えないこともあり解決が難しいので、行政と一体となって積極的に取り組んでほしい。

消費者モニターとの情報交換活動を実施

自動車の広告表示に対する意見を聴きました

当 協議会では、自動車に関する広告等の表示について、一般消費者がどのような疑問や関心を持っているか、規約で規定している内容についてどのような見方をしているかなど、生の声を聞き、これを規約運用に反映することを目的として、首都圏にお住まいの方を対象に消費者モニター活動を実施しています。本年度に実施した内容から主な意見をご紹介します。

新聞・チラシ広告の表示に関する意見

- 自動車の写真の下にグレードの違う値段が複数あり、どちらが写真の価格なのかわからない
- 広告のキャッチコピーとして「エコカー減税」と大きく記載されているが、その広告に掲載されている全ての車がエコカー減税の対象車であるかのような誤解を受けてしまう

インターネットの表示に関する意見

- 保証付きで販売しているのは安心感があるが、実際の保証の詳細や費用がわからない
- インターネットオークションでは、落札金額以外に保証内容や諸経費（移送費や整備費など）や支払い方法など、きちんと記載して欲しい

- インターネットオークションでは、詳しい修復歴が載っている中古車もあれば、修復歴ありと書かれたのみの中古車もあり、表示の統一が重要だと感じた

中古車情報誌の表示に関する意見

- 全般的に文字が小さく見づらい
- 価格がASKになっているのは不満で、きちんと価格を表示すべきだと思う
- 複数画像による自動車の情報の紹介は、中古車の購入を検討する際に役立つ
- 情報誌の認定車が大きく取り上げられているが、その認定の仕組みがよく分からない

消費生活センター等と自動車業界団体との懇談会を開催

公 取協では、全国の消費生活センターと連携した消費者からの苦情・相談への円滑な対応を図るため、消費生活センターとの懇談会や同相談員を対象とした研修会の開催等の連携強化活動を実施していますが、その一環として「消費生活センター等と自動車業界団体との懇談会」を富山県、山梨県、新潟県の3地区において開催しました。

同懇談会では、自動車関係団体より各団体の概要、相談対応、消費者啓発等の取り組みについて説明し、各地区消費生活センターから自動車に関する相談受付状況、相談対応で苦慮する点、問題点等についてご説明頂いた後、地区における自動車相談対応に関する消費生活センターと自動車業界団体の連携によるトラブルの早期解決、拡大防止のための対応について意見交換を行いました。

懇談会の概要

○富山県

平成21年12月14日(月) 於：富山県県民共生センター
(出席者) 富山県消費生活センター、富山県自動車関係団体、中央団体
⇒懇談会の内容については公取協ホームページの「コンシューマー・レポートvol.20」参照

○山梨県

平成22年3月5日(金) 於：甲府ホテル
(出席者) 山梨県県民生活センター、山梨県自動車関係団体、中央団体

○新潟県

平成22年3月11日(木)
於：新潟県トラック総合会館



(出席者) 新潟県消費生活センター、新潟市消費生活センター、長岡市消費生活センター、新潟県自動車関係団体、中央団体

※各地区の自動車関係団体(自販連支部、全軽自協事務取扱所、整備振興会、中販連支所)

※中央団体(自販連、日整連、中販連、輸入組合、自動車PLセンター、自工会※富山、山梨)

最近の相談事例と対応

最近、ネットオークションで中古車を購入するケースでトラブルが見受けられます。最近、受付けた相談事例をご紹介します。

- ①中古車を落札(出品者は販売店)。納車後、クルマをチェックしたところ、エアコンが正常に作動しなかった。販売店に連絡を入れたが現状販売なので責任は無いと言われた。
- ②中古車を落札(出品者は販売店)。販売店にクルマを引き取りに行くと、事前の説明表示にはなかった大きな傷を見つけた。無償修理を要求したが応じないため、ネットオークションに苦情を申し出たが、当事者間で解決するようと言うだけで何も対応してもらえない。
- ③走行距離18,000kmのクルマを落札(出品者は販売店)。ところが入金前に販売店に連絡したところ、クルマ

はメーター交換車で実走行は11万kmだと言われた。それならばキャンセルしたいと申し出たところ、ネット上の車の基本情報欄で「走行距離の状態：わからない」と記載してあったのだから気がつかない方が悪いと言われた。

- ④中古車を落札(出品者は販売店)。ところが、代金を振り込んだのにクルマが届かない。

【問題点】

- ネット上におけるクルマの品質等の情報が、実際の品質と異なる(品質が悪い)ケースが見受けられる点。
- 納車当初より不具合があるにもかかわらず、出品者(販売店)が対応しない点。
- 本来、出品者は消費者であるはずが、消費者を装った事業者、あるいは最初から事業者(販売店)を名乗っているケースが見受けられる点。

「AFTC コンシューマー・レポート」のご案内

公取協では、消費者と企業のよりよい信頼関係を築くために消費者相談窓口を設置して、消費者からの相談等に適切なアドバイスを行うなどして対応しております。また、受付けた相談につきましては、相談内容を分析し、問題点や未然防止策等を「AFTC コンシューマー・レポート」にとりまとめ、当協議会のホームページに掲載してご紹介いたします。「AFTC コンシューマー・レポート」はこちらのURLからご覧頂けます。 http://www.aftc.or.jp/aftc_report

平成21年度「二輪品質評価者講習会」を全国8ブロックで開催

「品質評価者在籍店」の一般消費者向けPRも実施します

規

約に基づく二輪中古車の品質評価・品質査定の実施促進を図るため、平成21年11月から12月にかけて、全国8ブロック、19会場において、会員店を対象とした「二輪品質評価者講習会」を開催しました。本講習会では、トラブルを未然に防止し消費者の信頼を高めるための品質評価や品質査定の重要性や具体的な評価方法、規約に基づく二輪中古車の表示等について、品質評価（品質査定）マニュアルに基づき説明し、約330名が受講しました。

品質評価者講習会を受講した会員店には「品質評価者在籍店ステッカー」を配布し、二輪車情報誌（5月発売号）等において、「ステッカーのあるお店は『品質評価者在籍店』である」旨のPRを実施するとともに、公取協ホームページの「会員店検索」画面において、『品質評価者在籍店』にマークを表示する等、一般消費者に対するPRを実施します。

なお、「二輪品質評価者」資格の有効期限は3年間ですので、平成19年度に受講した方は平成22年度に開催する「二輪品質評価者講習会」を受講し、更新する必要があります。

二輪車適正表示推進部会情報交換会を開催

当

協議会は、適正表示推進委員会委員が各地区会員店に対し、規約の普及、情報提供、会員店の意見集約等を円滑に行えるようにするため、また、各委員の地区における活動体制作りのため、二輪車適正表示推進部会の設置を進めています。

平成22年1月から2月にかけて、東京都、大阪府、広島県において、二輪車適正表示推進部会の設置に向けた情報交換会を開催しました。同情報交換会では、会員店に対する規約普及活動及び情報提供、会員店の意見集約等の活動ができる体制作り等、今後の普及指導のあり方について、会員店の方々との意見交換を行いました。

二輪車会員店のPRを実施

『バイク選びは「適正表示」で安心の公取協会員店で』を一般消費者にPR

一

輪車情報誌（全国14誌）及び業界紙・誌において、「適正表示」で安心の公取協会員店で購入することのメリットを一般消費者にPRしていきます。

【実施するPRの内容】

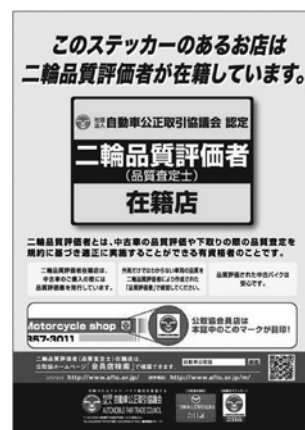
- ◆公取協会員店ステッカーが貼付してあるお店は、規約に基づく適正表示を行っているので安心してバイクを購入できること
- ◆バイクを選ぶ際は、まず信頼できるお店を選ぶことが重要であること
- ◆公取協会員店は、公取協ホームページ「会員店検索」で確認ができること

【実施情報誌】（各誌3月発売号～5月発売号のうち1回を掲載）

バイクマン（北海道）、Gooバイク（東北、北関東、首都圏、東海、関西、中国、九州）、バイクプロス（関東、中・四国、九州）、バイクガイド（中部）、MJバイクマガジン（中・四国）、クロスドットネット（沖縄）



会員店PR



在籍店PR