

信頼されるクルマ販売を推進する

公取協ニュース

No.46 23.3.31 編集・発行 社団法人 自動車公正取引協議会

この度の東北地方太平洋沖地震により被災された皆さま、ならびにそのご家族の皆さまに、心よりのお見舞いを申し上げます。
被災地の一日も早い復興と皆さまのご健康をお祈り申し上げます。

広告表示の一層の適正化を図るための説明会を開催

メーカー、ディーラー、広告代理店等約2,000名が参加

定

期的に実施している新聞、チラシ広告の調査において、実際に見られた規約違反の事例や、会員、広告代理店の方々からの問い合わせの多い事例を基に、表示上の問題点と正しい表示方法等をまとめた、「新車・中古車の広告宣伝を行う際のチェックマニュアル（平成22年度版）」を作成し、同マニュアルに基づく説明会を全国各地で開催しました。

説明会は、12月から1月にかけて全国10ブロック（北海道、東北、関東甲信越、東海、近畿、山陰、山陽、四国、九州）で開催、会員（メーカー、ディーラー）や関係団体、広告代理店等約2,000名が参加しました。

また、中販連関係については、各地区指導環境委員長及び中販連支所事務局責任者を対象とした説明会を、全国7ブロック（北海道、東北、関東甲信越、中部、近畿、中国・四国、九州）で開催しました。

「新車・中古車の広告宣伝を行う際のチェックマニュアル」の必要な方は所属団体又は当協議会までお問い合わせください。頒布価格は各200円です。

〈説明会での主な質問内容と
その回答をご紹介します〉

○新車についてのQ&A

Q1. 台数限定の特別仕様車の追加販売について

台数限定とした特別仕様車について、限定台数を超えて販売することは可能か。不可の場合、一定の期間を空ければ、再度同様の特別仕様車を販売してもよいか。

A1. 台数を限定した場合、いかなる場合も限定台数を超えて販売することはできません。

また、期間を空けたとしても、再度同様の特別仕様車を販売することはできません。仕様・装備、ネーミング等を変え、異なる車として販売することが必要です。

Q2. 期間限定の特別金利キャンペーンについて



〈新車編：全24ページ 中古車編：全26ページ〉

期間限定の特別金利キャンペーン終了後、再度同様のキャンペーンを実施する場合、どの位の期間を空ければ問題ないか。

A2. 一つの目安としては、最低3ヶ月は期間を空ける必要があると考えます。

(これは、メーカーやディーラーの施策が四半期毎であることを勘案し、これ位の期間を空ければ、消費者の理解も得られやすいであろうというものであり、絶対的な根拠があるものではありません。)

○中古車についてのQ&A

Q3. 「決算価格」、「お年玉価格」等の表示について 特価等の安さを強調する文言は一切使用せず、単に「決算価格」、「お年玉価格」と表示することは可能か。

A3. 特価等の文言は使用していなくとも、受け取る側が「価格が著しく安い」と認識するのであれば、中古車という商品の性格上、表示すべきではないと考えます。また、「決算価格」等と表示しながら、通常と変わらない価格であれば、不当表示となります。

○景品についてのQ&A

Q4. 新型車のプレゼント（オープン懸賞）について

新型の発売を記念して、新型車（300万円）を抽選で1台プレゼントするオープン懸賞の企画を実施したいと考えている。管理ユーザーを対象にDMで告知したいと考えているが、問題ないか。

A4. オープン懸賞は、最高額の制限はありませんが、取引に付随しない経済上の利益の提供であることが必要です。したがって、新聞、チラシやホームページの広告で広くオープン懸賞企画を告知したうえで、併せて、管理ユーザーにもDMで告知することは可能ですが、管理ユーザーを対象としたDMのみで告知した場合、過去の取引に付随した提供となり、オープン懸賞とはなりません（一般懸賞となり、提供できる景品の最高額は10万円）。

消費者庁、ガリバーに対して景表法違反で措置命令

テレビCM等の中古車販売の表示、消費者を誤認させるとして

消 費者庁は、平成23年3月28日付で株式会社ガリバーインターナショナル（公取協非会員）が供給する中古車に関する表示について、景品表示法第6条の規定（同法第4条第1項第2号（有利誤認））に基づき、措置命令を行いました。

詳細については、消費者庁ホームページ <http://www.caa.go.jp/> をご覧ください。

<違反事実の概要>

①中古車の買い取り保証付き残価設定ローン（楽のりプラン）を利用した支払条件について、「月々1,900円からクルマが買える」等と月々の支払いのみで中古車が購入できる旨を表示していたが、実際には当該プランで月々の支払額を1,900円に設定した場合、別途、頭金及び年2回のボーナス時に加算される金額を支払う必要があり、また、全ての中古車について当該プランを利用できるものではなかった。

②スペシャルプランとして、限定した期間内であ

れば、残価設定ローン（楽のりプラン）対象の中古車の買い取り保証額を増額する旨を表示していたが、実際には、約560車種中、20車種の中古車のみが対象で、全ての中古車が対象ではなかった。

③保証に関する表示について、「あんしん10年保証」等と全ての中古車について10年の車両保証期間が適用される旨を表示していたが、実際には、同社が設定した条件を満たす中古車のみが10年の車両保証期間の対象で、全ての中古車が対象ではなかった。

平成23年度通常総会開催のお知らせ

当協議会の平成23年度通常総会は、6月8日(水)に東京・港区高輪の品川プリンスホテルにて開催される予定です。

新車、中古車の店頭表示に関する調査を実施

新 車及び中古車の店頭表示に関する規約遵守状況の実態把握を行うことを目的として、関係団体（自販連支部、軽自動車協会、中販連支所、各地区振興会）の協力を得て、平成22年6月から平成23年2月にかけて、全国の会員販売店の店頭表示状況に関する調査を実施しました。調査結果の概要は以下の通りです。

なお、調査結果については報告書としてとりまとめ、関係団体を通じて会員販売店に再度周知するとともに、問題点についての改善指導を要請しています。

《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	1,278社	1,239社	1,261社
規約どおり	91.6%	79.4%	92.4%
表示もれ	8.4%	20.6%	7.6%

◆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
- 価格表、店頭展示車における「リサイクル料金の額」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	93.4%	
定期点検整備の実施状況 (整備の有・無の表示)	86.5%	
「有」の場合の「済」、「納車時」の表示	91.5%	
「納車時」の場合、価格に整備費用を含むか否かの表示	91.8%	
価格に整備費用を含まない場合の整備費用の額の表示	77.8%	
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	77.0%	
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	86.3%
	価格に含める ⇒含まれている旨	72.7%

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	96.3%
保証の有無	90.8%
定期点検整備実施の有無	80.9%

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」	78.3%
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」	78.5%
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」	67.7%
修復歴がある場合の「修復歴がある旨とその部位」	81.1%
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」	61.3%

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	44.8%
走行距離計改ざん歴車シールの貼付	37.4%

新車、中古車の新聞・チラシ広告に関する調査を実施

新 車、中古車の広告表示に関する規約遵守状況の実態把握を行うことを目的として、平成22年7月に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。なお、調査結果については報告書としてとりまとめ、関係団体を通じて会員に周知するとともに、問題点についての改善指導を要請しています。

＜調査結果の主なポイントと問題点＞

＜新車関係＞

調査対象	平成22年度		平成21年度	
	件数	割合	件数	割合
調査対象	1,820	100.0%	4,470	100.0%
規約通り	1,263	69.4%	3,218	72.0%
問題有り	557	30.6%	1,252	28.0%

○主な問題点

- 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

- ◆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。
- ◆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。

まれていない旨を明りょうに表示する必要があります。

- ② 燃費を表示しながら、「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もの

- ◆燃費を表示する場合は、公式テスト値又は公的第三者によるテスト値を表示し、かつ、「同テスト値である旨」をその数値の直近に、かつ明りょうに表示することが必要です。また、表示した数値は、「一定の試験条件での数値であり、実際の数値は走行条件等により異なる旨」の付記説明を燃費表示との関連が明確になるよう、かつ、明りょうに表示することが必要です。
- ◆燃費値と付記説明を離れた場所に表示する場合には、付記説明の視認性を高める（文字を大きくする、色を変える等）とともに、※を付ける等関連を明確にしてください。

＜中古車関係＞

調査対象	ディーラー関係		専門店関係		合計				
	平成22年度	平成21年度	平成22年度	平成21年度	平成22年度	平成21年度			
調査対象	559	48.4%	51.1%	595	51.6%	48.9%	1,154	100.0%	100.0%
規約通り	65	11.6%	5.7%	3	0.5%	0.2%	68	5.9%	3.0%
問題有り	494	88.4%	94.3%	592	99.5%	99.8%	1,086	94.1%	97.0%
保証の有無	292	52.2%	47.8%	214	36.0%	33.9%	506	43.8%	41.0%
定期点検整備実施状況	164	29.3%	18.9%	38	6.4%	10.6%	202	17.5%	14.9%
修復歴の有無	431	77.1%	78.0%	451	75.8%	66.3%	1,846	72.3%	72.3%

○主な問題点

- ① 「保証内容」の表示はあるが、広告掲載車の「保証の有無」が表示されていないもの

- ◆「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）」であることが表示されていないもの

- ◆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。
- ◆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ついて「修復歴が有る旨」の表示はあるが、修復歴が無い車両について「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）

平成22年度臨時総会を開催

特定目的事業基金の新設等が承認される

当 協議会では、3月9日(水)にグランドプリンスホテル赤坂において、平成22年度臨時総会を開催、政府系公益法人の抜本的改革に向けた取り組みに関連して、公正取引委員会、消費者庁から要請のあった事項（①公益事業比率を50%以上とすること、②内部留保率を30%以下とすること）への対応(案)及び同対応を実施するための平成22年度修正予算(案)、並びに平成23年度の予算編成方針の審議、公益法人制度改革への対応についての審議が行われました。

①への対応については、平成23年度以降に実施予定の事業を平成22年度に前倒して実施すること及び管理費と事業費の配賦の見直しを実施すること、②については、広報PR、消費者相談の各目的事業基金を新設すること等が承認されました。また、併せて、これらを実施するための平成22年度修正予算案、平成23年度の予算編成方針についても承認されました。公益法人制度改革への対応については、公益社団法人認定に向けての課題が報告され、今後は、一般社団法人への移行も視野に入れて検討を行うことが承認されました。



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

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「消費生活センター等と自動車業界団体との懇談会」を長野県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や相談対応、消費者啓発等の取り組みについて説明、各地区消費生活センターからは自動車に関する相談受付状況、相談対応で苦慮する点等について説明いただいた後、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、拡大防止を図る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>

平成22年12月21日(火) 於：松本東急イン
(出席者) 長野県長野消費生活センター、長野県松本消費生活センター、長野県上田消費生活センター、長野市消費生活センター

※長野県自動車関連団体（自販連支部、軽自動車協会、整備振興会、中販連支所）

※中央団体（自工会、自販連、日整連、中販連、輸入組合、自動車PLセンター）

<消費生活センターからの主な意見、要望>

当日は消費生活センターから以下のような意見、

要望がありました。

○業界団体非加盟店を中心に、契約の成立時期について「署名・捺印で契約成立」としているものがある。また、解約に関して高額な違約金を請求するなどのトラブルがある。非会員に対しても業界の標準約款を使うよう指導してほしい。

○説明不足によるトラブル、特に、解約に関する説明不足を訴える相談が多いように感じられる。解約料や申込金の意味や返金の可否など、解約条件の説明について、いっそう丁寧に行われるよう望みたい。

公取協や規約に関する消費者の認知度調査を実施

中 古車情報誌への広告掲載やPRポスターの配布など、消費者に対する公取協会員のPRの実施に併せて、平成23年11月から1月までの間、ホームページで公取協や規約についての消費者の認知度等に関するアンケートを実施しました。その結果、総回答数は383件、うち約8割が男性の回答者で、特に40代の回答者が多く見られています。

アンケートの主な内容については以下の通り。

○本サイトへアクセスされた理由をお選び下さい。

1. アンケートに協力するため 32.5%
2. 自動車の買い方について調べるため 15.9%
3. 公正取引協議会について調べるため 12.5%

○本サイトをどちらでお知りになりましたか。

1. 情報誌のPR広告を見て 27.5%
2. キーワード検索をしてヒットした 23.3%
3. ホームページを見て 18.1%

○自動車公取協をご存知でしたか。

1. 全く知らなかった 38.8%
2. 名前を聞いたことがあるが、事業内容は知らなかった 30.3%
3. 事業内容の概要も含めて知っていた 18.5%
4. 看板やステッカーを見たことがあるが事業内容は知らなかった 12.4%

○自動車公正競争規約をご存知でしたか。

1. 全く知らなかった 56.2%
2. 名前を聞いたことがある程度 32.0%
3. 概要を知っていた 11.8%

○自動車公取協の会員証をご存知でしたか。

1. 見たことはない 44.4%
2. 見たことがある 34.3%
3. 覚えていない 21.3%

○自動車公取協のステッカーをご存知でしたか。

1. 見たことはない 41.0%
2. 見たことがある 38.2%
3. 覚えていない 20.8%

○会員店検索システムをどのように活用されますか。

1. 買おうとしているお店が会員店かどうかは一応の目安になる 45.5%
2. 買おうとしているお店が会員店かどうかを是非検索してから買うと思う 34.3%
3. 買おうとしているお店が会員店かどうかはあまり気にしない 20.2%

○クルマ・バイクを購入されるときに何を参考にされますか。

1. メーカーのホームページ 19.7%
2. ディーラー（店頭） 19.4%
3. 車専門誌 17.2%

○クルマ・バイクを購入されるときに何を重視されますか。

1. 価格 17.3%
2. デザイン 14.9%
3. 自動車の大きさ、排気量 10.7%

会員ディーラーの要請に基づき規約に関する研修会を開催

当協議会では、2月7日、日産プリンス広島(株)の要請を受け、同社中古車部の社内研修の一環として、プライスボードや広告への表示方法等の中古車規約のポイントや、最近の消費者相談の傾向と対応方法、トラブル未然防止のための対応等について研修会を開催しました。研修会

には、同社の中古車部から約30名が出席しました。

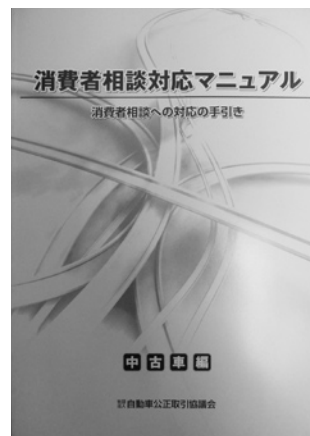
当協議会では、会員各社の社内研修の一環として、新車、中古車の規約や消費者相談、独禁法や下請法についての研修を実施する場合、資料の提供や講師の派遣等協力いたしますので、お問い合わせ下さい。

消費者相談対応マニュアル中古車編の改訂版を作成

「買取り」 関連の相談事例を追加

消 費者とのトラブルが発生した際の適切な対応と早期解決に重点を置いて、消費者相談対応マニュアル〈中古車編〉の改訂版を作成しました。改訂版は、会員販売店や消費生活センター等の相談担当者が、関連法規に則った適切な対応を行うための「関連法規の解説」や「トラブル発生時の対応のポイント」、公取協の相談窓口で最近寄せられた「代表的な事例」を新たに追加しています。

公取協の相談窓口には、毎年約6,000件に上る消費者からの苦情・相談が寄せられます。この内、約4,000件は中古車に関するもので、「品質」に関するものや、「契約・取引方法」に関するものが多くを占めています。また、最近では、「買取り契約締結後に、代金の減額を要求された」等の「買取り」に関する相談が増加傾向にあります。



（H23年2月改訂版）全81ページ。新車編（H19年改定）も継続して頒布しております。

理事3名を補充選任、新常任理事2名を互選

第90回理事会を開催（平成23年2月8日、書面開催）し、関係団体から変更推せんのある理事の補充選任及び常任理事の互選を行いました。

- ◎新理事：今井 高志（自販連常任理事 ㈱日産サテオ弘前 取締役社長）
三浦 潔（全軽自協副会長 秋田三菱自動車販売㈱ 取締役社長）
吉澤 裕（全軽自協副会長 埼玉スバル自動車㈱ 取締役社長）
- ◎新常任理事：櫻井 誠己（自販連副会長 島根日産自動車㈱ 取締役社長）
石山 稔（全軽自協副会長 宮城ホンダ販売㈱ 取締役社長）

公取協会員店専用ページをご活用ください！

パスワードを取得すれば、各種ツールをダウンロードできます

当 協議会では、会員の皆さんが必要な情報や各種ツールをいつでも入手できるよう、会員店専用ページを作成しています。会員の皆さんは、ホームページに登録してパスワードを取得すれば、いつでもアクセスでき、公取協マークの入っている中古車プライスカードやコンディション・ノート等をプリント・アウトし、中古車への表示等に活用することができますので、是非ご活用ください。

会員専用ホームページにアクセスするためには、パスワードが必要となりますので、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ください。（<http://www.aftc.or.jp/>）

平成22年度「品質評価者講習会」を全国71会場で開催

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22年9月から12月にかけて、全国71会場において「二輪品質評価者講習会」を開催、3,087名（新規568名、更新2,519名）が受講しました。

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、マニュアルに基づき説明を実施しました。

なお、本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、二輪車情報誌（4月発売予定）等において、「品質評価者在籍店」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、同在籍店にはマークを付ける等、一般消費者に対するPRを実施します。

「公取協会員店」及び「品質評価者在籍店」のPRを実施

適正表示で安心の「公取協会員店」で購入するメリット及び「品質評価者在籍店」を一般消費者に周知するためのPRを二輪車情報誌（4月から5月発売予定）等において実施します。



会員店PRデザイン



品質評価者在籍店PRデザイン

「店頭表示に関するチェックとアドバイス活動」を実施

全国の会員販売店3,428店に訪問

会 員販売店に対する規約の普及を図るため、準規約指導員（ディストリビューターの営業担当者）等の方々にご協力いただき、「店頭表示に関するチェックとアドバイス活動」を7月から10月にかけて全国で実施しました。

本活動は、前記指導員の方々がお店を訪問し、店頭展示車や広告の表示について、チェックとアドバイスを行ったもので、全国の会員販売

店3,428店（新車3,210店、中古車2,760店）が対象となりました。（チェック結果については、ホームページをご参照下さい。）

二輪車適正表示推進部会を4地区において開催

平成22年10月から平成23年2月にかけて、東京、大阪、広島、山梨の4地区において二輪車適正表示推進部会を開催、各地区における会員店に

対する規約普及や情報提供等の活動の実施、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。