



公取協ニュース

No.55
26.4.25

編集・発行

一般社団法人 自動車公正取引協議会

〒100-0014 東京都千代田区永田町1-11-30 サウスヒル永田町4F

TEL 03-5511-2111(代表) FAX 03-5511-2112

目次

第101回理事会を開催	1～3	消費生活センター等との懇談会の開催	6
平成25年度の広告相談受付件数	3	二輪車関係ニュース	7
全国の会員販売店を対象とした店頭表示状況調査を実施	4	公取協会員店のメリットのPRを実施	8
新聞・チラシ広告の表示状況に関する調査を実施	5	お客様にわかりやすい	
キャンセルに関するトラブル相談	6	「消費税込価格」を表示していますか？	8

第101回理事会を開催

— 平成26年度事業計画書（案）及び予算書（案）等を承認 —

3月20日(木)に日本自動車会館内くるまプラザ会議室において、第101回理事会を開催しました。第1号議案＝平成25年度事業の進捗状況（業務執行報告）及び決算見込み報告の件、第2号議案＝自動車の表示に関する公正競争規約の施行規則改正（案）及び運用基準（案）審議の件、第3号議案＝平成26年度事業計画書（案）並びに会費額（案）及び予算書（案）審議の件、第4号議案＝審査委員会委員選任の件、第5号議案＝普通会员の他団体との統合の件についてそれぞれ審議し、出席理事全員一致にて承認されました。



平成26年度事業計画

四輪車関係の主な事業

1. 規約に基づく適正表示の一層の促進

- 1) 店頭表示に関する規約遵守状況調査等、関係団体との連携による普及活動の推進
- 2) 新聞・チラシ広告表示調査の実施と研修会の開催等による適正化の促進
- 3) 広告制作に関する相談への積極的な対応及び情報提供の充実
- 4) 会員のニーズに合わせた各種研修の実施

2. 不当表示行為の未然防止及び厳正な対処

- 1) 走行距離及び修復歴の表示に関する調査の実施等、不当表示未然防止活動の実施
- 2) 会員及び非会員の不当表示に対する厳正な対処

3. 規則改正（案）の承認申請及び改正規則の普及活動の実施

- 1) 「支払総額表示」や「電気自動車燃費表示」等の規則改正案の策定及び承認申請
- 2) 改正規則の普及活動の実施
- 3) 燃費及びASV技術等の表示に関する運用基準（案）の策定及び普及活動の実施

4. 社会・経済環境の変化等を踏まえた表示のあり方の検討

- 1) 次世代自動車の普及等を踏まえた、燃費に関する情報提供のあり方の検討
- 2) 消費税率引上げに伴う価格表示等の対応状況に関する実態把握の実施

5. 中古車の車両状態表示に関する監修及び監査の実施

- 1) 監修基準に基づく監修の実施
- 2) 監修を行った表示（評価）機関に対する監査の実施

6. 消費者関連事業の推進

- 1) 消費者相談の受付対応及びトラブル未然防止対応の検討並びに情報提供の実施
- 2) 消費者相談マニュアル（新車編）に基づく研修会の開催等、普及活動の実施
- 3) 苦情・相談件数の多い、又は、悪質性の高い事業者への対応の検討
- 4) 国民生活センター及び消費生活センターとの連携強化

7. 広報 PR 活動の実施

- 1) 規約及び公取協会員店で購入するメリットの一般消費者に対する PR 活動
- 2) 会員に対する情報提供の充実
- 3) 報道機関への協力

8. 大型車関係事業の推進

- 1) 規約に基づく適正表示の推進
- 2) 独禁法、下請法に関する普及活動の実施

9. その他の事業

- 1) 関係団体及び地方組織との連携強化
- 2) 公正取引に関する法令（独禁法、下請法等）の普及指導

二輪車関係の主な事業

1. 関係団体等との連携による規約の普及促進

- 1) 関係団体との連携による普及活動の促進
- 2) 各地区適正表示推進委員会等との連携による普及活動の促進
- 3) オークションを通じた未入会店の会員化の促進

2. 規約に基づく適正表示の推進

- 1) 準規約指導員等によるチェック・アドバイス活動を通じた店頭表示等の適正化の促進
- 2) 「公取協プライスカード作成システム」利用促進による適正表示の促進
- 3) 規約に対する理解促進を図るための店頭及び広告表示に関するハンドブックの作成
- 4) 消費税率引上げに伴う価格表示等の対応状況に関する把握の実施
- 5) 広告表示の適正化の促進

3. 施行規則の一部改正

- 1) 燃料消費率の表示に関する施行規則の改正

4. 会員店であることのメリットの促進活動

- 1) 公取協会員店で購入するメリットの一般消費者に対する PR 活動
- 2) 会員に対する情報提供の充実

5. 品質評価の普及促進

- 1) 品質評価者トレーナー情報交換会の開催
- 2) 品質評価者講習会の開催
- 3) 二輪情報誌の広告による品質評価の普及促進
- 4) 平成 28 年度以降の品質評価者講習会の開催方法及び講習内容の見直しの検討

6. 消費者トラブルへの対応及び未然防止活動

- 1) 消費者からの苦情・相談の受けと対応
- 2) 消費者トラブルへの適切な対応及び未然防止のための対応の検討
- 3) お客様相談対応に関する研修会の開催

平成 26 年度予算

平成26年度の予算は、以下のとおり

収入の部

(単位：円)

勘定科目	予算額
1. 会費収入	250,000,000
2. 入会金収入	1,200,000
3. 事業収入	5,100,000
4. 雑収入	500,000
5. 基本財産取崩収入	10,000,000
当期収入合計	266,800,000

支出の部

(単位：円)

勘定科目	予算額
1. 事業費	226,027,000
2. 管理費	28,755,000
3. 引当預金支出	10,388,000
4. その他の支出	1,630,000
当期支出合計	266,800,000

平成26年度会費額(年額)

平成26年度会費額(年額)は、以下のとおり

1. 普通会員会費(団体会費)(単位:円) 2. 維持会員会費(個別会費) (単位:円)

団体名	会費額
自工会	33,003,000
自販連	4,755,000
全軽自協	2,193,000
輸入組合	432,000
日整連	837,000
中販連	837,000
日本二普協	432,000
オートバイ組合連合会	432,000
合計	42,921,000

ランク	全従業員数	会費額		
		従業員割会費	均等割会費	合計
A	1,000人以上	134,000	6,000	140,000
B	999人~500人	94,000	6,000	100,000
C	499人~300人	64,000	6,000	70,000
D	299人~100人	34,000	6,000	40,000
E	99人~30人	14,000	6,000	20,000
F	30人未満	4,000	6,000	10,000
直接会員 (ただし、30人未満の場合)		4,000	6,000	10,000
中古車専業者及び整備兼業者 二輪小売業者 (ただし、30人未満の場合)			6,000	6,000
メーカー(各社合計分)				33,946,000
二輪車メーカー (各社合計分)				12,000,000

※中古車専業者及び整備業者、二輪小売業者で従業員数が30人以上の場合は、ランク別の会費額を適用する。

3. 賛助会員会費

	団体名	会費額(合計)
① 自動車関係団体	6団体 一般財団法人 日本自動車査定協会、一般社団法人 日本自動車連盟、一般社団法人 日本自動車会議所、一般社団法人 日本オートオークション協議会、一般社団法人 日本二輪車オークション協会、一般社団法人 全国二輪車用品連合会	1,200,000円
② 中古車情報誌及びWebサイト	10社 (株) リクルート マーケティング パートナーズ [カーセンサー]、(株) プロトコーポレーション [Goo]、(株) ファブリカ コミュニケーションズ 他7社	444,000円
③ 広告関係事業者	2社 (株) デルフィス、(株) ホンダコムテック	240,000円
④ 中古車車両状態評価機関	2社 (株) AIS、特定非営利活動法人 日本自動車鑑定協会	240,000円

1,700件以上の広告制作に関する相談が寄せられました

— 平成25年度の広告相談受付件数、前年度に比べ約500件増 —

協議会には、新聞・チラシ広告、テレビCM等の広告やプライスボード、価格表等の表示に関する相談が、会員事業者の他、広告代理店や新聞社、情報誌などの広告関係事業者からも数多く寄せられています。平成25年度は年間1,700件以上の広告相談が寄せられ、平成24年度の約1,200件に比べ、大幅な増加となりました。要因としては、平成26年4月1日からの消費税率の引上げに伴う価格表示方法や価格切り替えのタイミングなど消費税に関連した問い合わせが多く寄せられたことなどが要因と考えられます。

相談受付件数

	平成25年度		平成24年度	
新車関係	871	50.4%	609	50.5%
中古車関係	687	39.8%	481	39.9%
新・中以外	170	9.8%	116	9.6%
合計	1,728	100.0%	1,206	100.0%

内、消費税に関する相談件数

	平成25年度
新車関係	207
中古車関係	122
新・中以外	10
合計	309

全国の会員店を対象とした店頭表示状況調査を実施

全国の会員販売店の店頭における新車、中古車の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、整備振興会)の協力を得て、規約遵守状況調査を実施しました。調査結果の概要は以下のとおりです。

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、周知活動を実施します。



調査結果

新車関係	店頭展示車		価格表		注文書	
	平成25年度	平成24年度	平成25年度	平成24年度	平成25年度	平成24年度
調査対象社数	1,200社	1,203社	1,242社	1,223社	1,243社	1,228社
規約どおり	84.2%	84.2%	91.9%	93.1%	96.1%	94.1%
表示もれ	15.8%	15.8%	8.1%	6.9%	3.9%	5.9%

- ◆主な表示もれ
- ・店頭展示車、価格表、注文書いずれの調査でも付属品の「単品価格」や「合計価格」、「リサイクル料金の額」の表示もれ
 - ・店頭展示車、価格表における「リサイクル料金が別途である旨」の表示もれ
 - ・店頭展示車における「割賦販売価格」を併記した場合の必要表示事項及び「燃費値」を表示した場合の付記説明の表示もれ

中古車関係

①店頭展示車の表示状況

調査項目	ディーラー関係		専門店関係	
	平成25年度	平成24年度	平成25年度	平成24年度
保証の有無	99.7%	99.8%	89.8%	89.1%
定期点検整備の実施状況(整備の有・無の表示)	99.2%	99.2%	78.2%	79.2%
「有」の場合の「済」、「納車時」の表示	98.9%	98.8%	84.1%	83.8%
「納車時」の場合、価格に整備費用を含むか否かの表示	98.9%	98.1%	84.6%	88.0%
価格に整備費用を含まない場合の整備費用の額の表示	94.8%	89.6%	78.6%	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	92.7%	96.7%	69.4%	68.9%
リサイクル料金の表示	98.2%	97.9%	74.9%	72.3%

②注文書の表示状況

走行距離数の記入	98.4%	98.9%	95.4%	95.4%
保証の有無	96.4%	97.7%	85.5%	85.8%
定期点検整備実施の有無	93.9%	94.2%	76.0%	74.9%

③特定の車両状態の表示(該当車両がある事業者が対象)

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%	92.0%	94.5%	97.0%
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」	100.0%	100.0%	100.0%	92.4%
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%		94.3%	92.5%
修復歴がある場合の「修復歴がある旨とその部位」	91.7%	82.1%	78.2%	80.2%
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」	100.0%	90.9%	63.7%	67.5%

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)

走行距離計交換歴車シールの貼付	81.8%	75.0%	64.9%	72.9%
走行距離計改ざん歴車シールの貼付	100.0%		56.3%	64.8%

- ◆主な表示もれ
- ・店頭展示車における「割賦販売価格を併記した場合の必要表示事項」及び「リサイクル料金」の表示もれ
 - ・注文書における「定期点検整備実施状況」の表示もれ
 - ・コンディションノート等による特定の車両状態の表示もれ

新車・中古車の新聞、チラシ広告に関する調査を実施

新車・中古車の広告における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25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調査を実施しました。広告の表示については、店頭に表示に比べ、規約の遵守率が低い状況となっています。後記の調査結果の問題点及びポイントを参考に、規約に基づく表示の実施をお願いします。

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、表示状況調査及び規約の周知活動を実施します。

調査結果

(単位：件)

新車関係	平成25年度		平成24年度	
	調査対象	1,735	100.0%	1,864
規約どおり	1,100	63.4%	1,332	71.5%
問題有り	635	36.6%	532	28.5%

<主な問題点と表示のポイント>

- 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
- ③ 広告掲載車の価格を表示せず、価格帯のみを表示したもの
- ④ オプション付の写真を掲載しながら、オプション代金を含まない価格を表示したもの

ポイント 写真を掲載した車両の販売価格を明瞭に表示すること

(単位：件)

中古車関係	ディーラー関係		専門店関係		合計				
	平成25年度	平成24年度	平成25年度	平成24年度	平成25年度	平成24年度			
調査対象	618	51.4%	53.1%	584	48.6%	46.9%	1,202	100.0%	100.0%
規約どおり	49	7.9%	8.0%	2	0.3%	0.0%	51	4.2%	4.2%
問題有り	569	92.1%	92.0%	582	99.7%	100.0%	1,151	96.8%	96.8%
保証の有無	277	44.8%	49.8%	241	41.3%	33.2%	518	43.1%	42.0%
定期点検整備実施状況	135	21.8%	27.0%	26	4.5%	5.5%	161	13.4%	16.9%
修復歴の有無	532	86.1%	59.6%	440	75.3%	59.0%	972	80.9%	59.4%

<主な問題点と表示のポイント>

- 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

ポイント 保証の有無（保証つき・なし）を表示すること（「全車保証つき」等の一括表示も可能）

- 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

ポイント 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すること

- ③ 修復歴が有る車両については「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は「修復歴が無い旨」の表示がないもの

ポイント 全ての車両について修復歴の有無を表示すること（「全車修復歴なし」等の一括表示も可能）

新車、中古車の広告表示のポイントについてはFAQを作成しておりますので、ご参照ください。
URL：<http://www.aftc.or.jp/am/kiyaku/faq.html>

キャンセルに関するトラブル相談が増加しています

最近、「車の購入契約をキャンセルしたいが、できないと言われた」、「車の購入契約をキャンセルしたら高額なキャンセル料を請求された」等の消費者からの相談が増加しています。公取協相談室に寄せられている主な相談事例とその対応方法、トラブル未然防止のポイントについてお知らせします。

問題点及び対応の考え方

事例1	キャンセルできないと言われた 現金で新車を契約し、注文書を取り交わした。しかし、翌日に購入を考え直し、販売店にキャンセルを申し出たが、販売店からメーカーに発注済みのためキャンセルはできないと言われた。注文書には自販連監修と書かれていた。
対応の考え方	自販連監修の注文書標準約款では、現金で購入の場合、契約成立時期は「①登録 ②改造・架装・修理 ③引き渡し、のうちいずれか早い日」となっています。今回のケースでは、①～③のいずれにも該当しないと考えられますので、契約は成立しておらず、「メーカー発注済み」かどうかにかかわらず、販売店はキャンセルの申し出に応じることが必要となります。
事例2	高額なキャンセル料を請求された 100万円の中古車を現金で契約し、注文書を取り交わしたが、後日事情によりキャンセルするため、販売店に申し出たところ、「登録済みであるため契約は成立している。キャンセル料として20万円を請求する」と言われた。注文書には中販連監修と書かれていた。
対応の考え方	中販連監修の注文書標準約款に定められる契約の成立時期は、事例1の自販連と同様となっています。今回のケースでは登録が済んでいることから、契約は成立しています。したがって、キャンセル料などについて話し合いをし、合意を得る必要があります（合意解除）。しかしながら、20万円のキャンセル料については「合理的な額」でなければなりません。キャンセル料について、合理性を欠く場合は、その条項は無効となると考えられます。

トラブル未然防止のポイント	契約成立前	<ul style="list-style-type: none"> ■キャンセルの申し出があった場合は、契約成立前であるので、速やかに応じる ■キャンセル料として請求できるのは、実損金に限られます
	契約成立時	■注文書裏面約款の契約の成立時期について十分に説明し、確認の上で署名・捺印していただく
	契約成立後	<ul style="list-style-type: none"> ■キャンセルの申し出があった場合、お客様に契約成立後である旨を説明。キャンセルに応じるか社内で検討し、その結果をお客様に連絡 ■キャンセルに応じる場合は、請求できるのは合理性のある範囲に限られます

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

— 平成25年度は札幌地区、青森県において開催 —

消費者からの苦情・相談について、各地区の消費生活センター等と自動車業界団体が連携することにより、円滑な相談対応を図るため、札幌地区、青森県において「消費生活センター等と自動車業界団体との懇談会」を開催しました。

同懇談会では、自動車業界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。また、消費生活センター等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が行われました。

詳細についてはホームページをご参照下さい▶ http://www.aftc.or.jp/am/aftc_report/index.html

消費生活センター等から寄せられた主な意見

- ・新車の相談については、納車後間もなく発生した不具合の場合でも、なぜ車両交換できないのか、修理対応では納得できないという相談が多い。販売店は、車両交換ではなく、なぜ修理対応となるのか、その理由をきちんと説明するようにしてほしい。
- ・新車、中古車ともに、キャンセルに関する相談も多い。中には契約成立前であるにもかかわらず、根拠のないキャンセル料を要求してくる販売店もある。契約成立時期についてもスタッフに徹底すべきだ。
- ・どこの業界団体にも属さない事業者に対する相談が目立つ。そのような事業者はセンターの話も聞かないことも多く対応に苦慮している。業界団体としても、加入は強制できないにしても、非会員事業者の団体加入の促進についてお願いしたい。

自動車業界団体からの説明

- ・新車の不具合については、修理による対応により、他の新車と比べて遜色のない状態に回復させることができること、及び、車両交換をする場合、登録に伴う費用（保険料、税金、登録諸費用等）の負担をどうするか等の問題が発生するため、修理により対応するのが原則である。これらのことを、販売店が説明できるよう、引き続き普及活動を行っていく旨を説明。
- ・キャンセル料については、自販連や中販連でモデル注文書の標準約款を推奨しており、この中で「損害金（通常生じる額に限る）」としている。合理性を欠く損害金の請求は、権利の濫用に当たると考えており、この約款の使用と内容の周知について、今後も引き続き取り組んでいく旨を説明。
- ・業界団体としては、会員店で購入するメリットをより明確にするための活動（会員店PR活動等）を行っている、また、今後も、アウトサイダーに対して入会促進を強化していく旨を説明。

店頭表示に関するチェック・アドバイス活動を実施

— 全国の会員販売店 4,141 店を訪問 —

会員販売店に対する規約普及、表示状況の実態把握を行うため、準規約指導員（ディストリビューターの営業担当者）並びに地区オートバイ組合にご協力いただき、本年度も全国の会員販売店4,141店を対象に「店頭表示に関するチェック・アドバイス活動」を9月から2月にかけて全国で実施しました。調査結果の概要は以下のとおりです。

自動車公正取引協議会の会員である旨等の表示状況

	表示率	
	平成25年度	平成24年度
1. 会員店ステッカー	92.6%	90.4%
2. 品質評価者在籍店ステッカー	89.6%	86.8%

- ・「会員店ステッカー」は約93%、「品質評価者在籍店ステッカー」は約90%の会員店が表示していました。

新車の表示状況

	表示率	
	平成25年度	平成24年度
1. 車名・主な仕様区分	92.6%	91.4%
2. 販売価格・価格付記	93.0%	91.7%
3. 製造国名(国産除く)	84.7%	83.1%
4. 保証の有無	82.9%	80.0%

- ・昨年度の表示状況と比べ、全体的に改善が見られたが、「3. 製造国名」、「4. 保証の有無」については、他の2項目と比べ、表示率が若干劣っています。

中古車の表示状況

	表示率	
	平成25年度	平成24年度
1. 車名・主な仕様区分	85.8%	82.9%
2. 販売価格・価格付記	88.7%	85.8%
3. 製造国名(国産除く)	70.1%	65.4%
4. 保証の有無	71.2%	67.1%
5. 年式(原付除く)	81.1%	80.6%
6. 走行距離数	83.4%	82.5%
7. 車検証の有効期限	79.3%	79.5%
8. 定期点検整備実施状況	69.9%	66.5%
9. メインフレームの修正・交換歴の有無	70.5%	67.2%
10. 品質評価書の表示	63.8%	56.7%

- ・昨年度の表示状況と比べ、ほぼ横ばいか、+1~7ポイントの改善が見られました。
- ・「品質評価書の表示は、約57%の会員店が表示しており、昨年度の表示状況と比べ、店舗数では+7.7ポイントと大幅な改善が見られました。

プライスカードの表示内容の改善を要請

— 3年続けての表示もれが認められた販売店が対象 —

チェック・アドバイス活動では、準規約指導員がプライスカードの表示状況を確認し、表示もれ等がある場合には、その場で改善方法等についてアドバイスするなどしていますが、今回は一層の規約に対する理解促進を図るため、平成23年度から25年度の3回のチェック・アドバイス活動において同じ項目の表示もれが改善されていない会員店に対して、公取協より直接文書を送付した上で、表示の改善を要請し、改善の状況を書面で報告していただくこととしました。

なお、本年度も継続して準規約指導員等によるチェック・アドバイス活動を行い、表示状況や改善状況を確認しますので、引き続き適正表示にご協力をお願いします。

第41回東京モーターサイクルショーにおいて、会員店PRを実施

3月28日(金)～30日(日)に開催された、第41回東京モーターサイクルショーにおいて、「公取協会会員店なら安心です」「会員店はお客様に分かりやすい消費税込価格を表示しています」をキーワードとして、公取協ブースにおいてPRポスターを掲示するとともに、国内4版社にもご協力いただき、来場者にPRパンフレットを配布し、来場者に対して会員店PRを行いました。

(PRパンフレット)



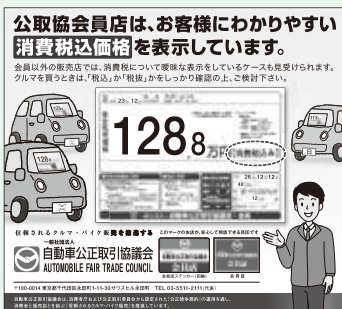
公取協会員店のメリットのPRを実施

当協議会では消費者向け PR 事業の一環として、「会員店は、お客様にわかりやすい消費税込価格を表示している旨」について地方新聞(下記対象地区)に平成26年2月から3月にかけて掲載した他、中古車情報誌において、消費者に対し、中古車購入の際のトラブル未然防止のポイントを周知するとともに公取協会員店でクルマを購入することのメリット(優位性)を積極的にPRしました。

①新聞へのPR広告の掲載 (サイズはいずれも半五段)

新潟／新潟日報、
長野／信濃毎日新聞、
富山／北日本新聞、
石川／北國新聞、
福井／福井新聞

〈新聞広告原稿〉



②中古車情報誌へのトラブル未然防止のポイントに関する広告の掲載

- Car Sensor (カーセンサー) …… 全国11版
 - Goo (グー) …………… 全国15版
- ※掲載内容については当協議会のホームページをご覧ください。



③初めてクルマを購入する方向けのリーフレットを作成、職業高校等に配布



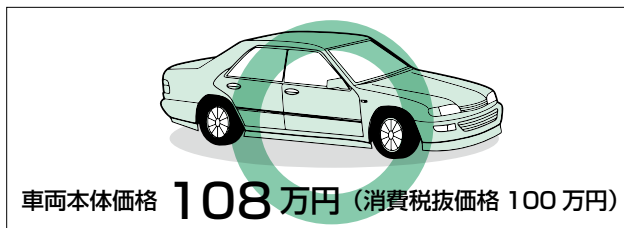
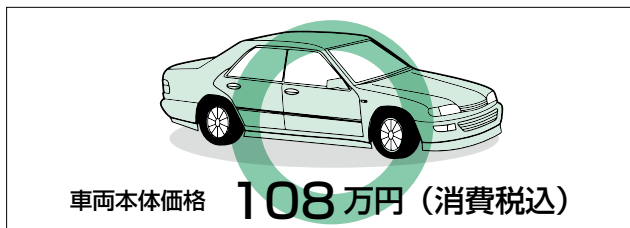
中古車を選ぶ際の留意点やチェックポイント、また、消費者トラブル事例を基に、中古車購入の際に知っておくべき知識等をまとめた「上手な中古車の選び方・買い方!」を作成し、商業、工業高校や自動車教習所、消費生活センター等に配布しました。

当該リーフレットをご希望の場合は、無償にて配布いたします(送料は実費負担となります)ので、当協議会までご連絡下さい。

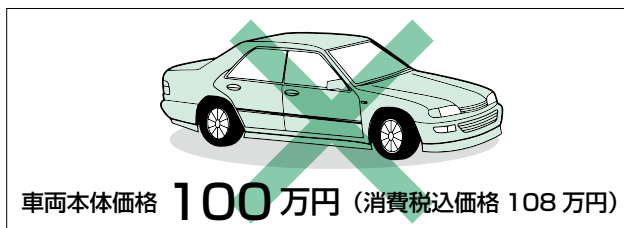
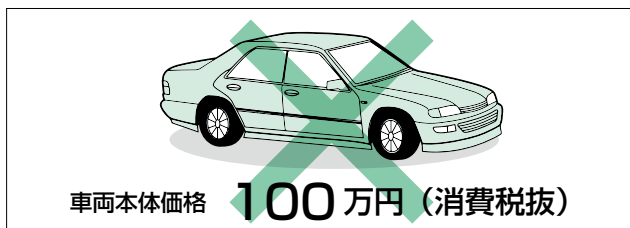
お客様にわかりやすい「消費税込価格」を表示していますか?

前回の公取協ニュースでお知らせしたとおり、消費税率引上げ後も引き続きお客様にわかりやすい「消費税込価格」を明瞭に表示してください。

規約に基づく正しい表示例 (消費税率 8%時に販売店が新車の価格表示をする場合)



規約上問題となる表示例 (消費税率 8%時に販売店が新車の価格表示をする場合)



消費税率引上げに伴う価格表示等の対応方法については、当協議会のホームページをご確認下さい