

平成28年度
事業報告書(案)

平成28年度 事業報告書(案)のポイントについて

< 四 輪 関 係 >

1. 新車・中古車の広告表示における規約遵守率が前年よりも向上
 - ⇒ 新車関係は約7割、中古車は約6割の遵守率（ディーラー関係）
 - ⇒ 不当な価格表示に該当するおそれのある違反を行った6社（新車5社、中古車1社）に対して、嚴重注意の措置を実施
2. 規約マニュアル等に基づく規約の普及活動を実施
 - ⇒ 研修会には約1,300名（ディーラー800名、広告代理店360名、関係団体等140名）が出席
 - ⇒ 併せて、個別事業者からの依頼に基づく研修会も開催
3. 自動運転機能の表示に関する規約運用の考え方を策定
 - ⇒ 自動運転機能について、実際のものより優良であるかのように誤認（過信）させるおそれのある表示を防止するため、考え方をとりまとめ、周知活動を実施
4. 修復歴の不当表示を行った事業者のうち、2社に対し、嚴重警告(事業者名公表)、違約金の措置を実施
5. 会員数は、期首に比べ19社増の13,504社

< 二 輪 関 係 >

1. 国内4銘柄の準規約指導員によるチェック・アドバイス活動を実施
 - ⇒ 新車は4,035店を対象に実施し、規約遵守率は99%超、中古車は4,031店を対象に実施し、遵守率は約97%で、いずれも前年を上回る
2. 「品質評価実施店」の選定とPRの実施
 - ⇒ チェック&アドバイス活動の結果等をもとに、「品質評価実施店」を選定、Youtube 動画等による積極的なPRを実施
3. 会員数は、期首に比べ72社減の5,072社

【 四 輪 車 関 係 】

平成28年度の四輪車関係事業

1. 規約に基づく適正表示の一層の促進
 - 1) 店頭表示の適正化の促進
 - 2) 広告表示の適正化の促進
 - 3) 関係団体との連携による規約普及活動の推進
2. 不当表示行為の未然防止及び厳正な対処
 - 1) 走行距離、修復歴等の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. 会員事業者の表示管理体制整備・充実のための支援活動の実施
 - 1) 会員事業者の表示管理体制整備・充実のための支援活動の実施
 - 2) 都道府県景表法担当部門との連携強化
4. 自動運転機能等の表示や強調表示に対する打消し表示等のあり方の検討
 - 1) 自動運転機能の表示に関する規約運用の考え方の策定
 - 2) 強調表示に対する打消し表示等、明瞭な表示のあり方等の検討
 - 3) 次世代自動車の普及等を踏まえた、燃費等に関する情報提供のあり方の検討
5. 改正規則と燃費及びASV技術に関する規約運用の考え方の普及活動の実施
 - 1) 改正規則の普及活動等の実施
 - 2) 燃費及びASV技術の明瞭な表示に関する規約運用の考え方の普及活動等の実施
 - 3) 中古車の定期点検整備実施状況の表示等に関する考え方の再周知の実施
6. 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
7. 消費者関連事業の推進
 - 1) 消費者トラブルへの適切な対応及び未然防止のための活動
 - 2) 国民生活センター及び消費生活センターとの連携強化
 - 3) 消費者団体及び消費者モニターとの情報交換活動の実施
8. 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
9. 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) 大型車における燃費等に関する情報提供のあり方の検討
 - 3) 独禁法、下請法に関する普及活動の実施
10. その他の事業
 - 1) 関係団体及び地方組織との連携強化活動
 - 2) 公正取引に関する法令（独禁法、下請法等）の普及指導

1. 規約に基づく適正表示の一層の促進

1) 店頭表示の適正化の促進

◆店頭表示に関する規約遵守状況調査の実施

《新車関係》

- ⇒ 各地区公取協事務取扱所（自販連支部、軽自動車協会）による店頭表示に関する規約遵守状況調査（年1回の定期調査）を実施
- ⇒ 公取協事務局による調査を7地区（宮城、群馬、東京、静岡、兵庫、岡山、鹿児島）で実施
- ⇒ 規約遵守率は、ほぼ例年どおり（価格表、注文書の表示は9割以上、展示車の表示は8割以上）

《中古車関係》

- ⇒ 各地区公取協事務取扱所（自販連支部、軽自動車協会、整備振興会、中販連支所）による店頭表示に関する規約遵守状況調査（年1回の定期調査）を実施
- ⇒ 公取協事務局による調査の実施
 - ・自販連関係 7地区（宮城、群馬、東京、静岡、兵庫、岡山、鹿児島）
 - ・JU関係 7地区（帯広、宮城、東京、岐阜、高知、香川、宮崎）
- ⇒ 規約遵守率は、ほぼ例年どおり（ディーラー関係は9割以上、専門店関係は7～9割）

《新車・中古車共通》

- ⇒ 調査結果については報告書を作成、5月以降、公取協事務取扱所を通じて全般的な指導を要請

2) 広告表示の適正化の促進

① 広告表示に関する規約遵守状況調査の実施

◆公取協事務局による新聞・チラシの広告表示に関する規約遵守状況調査を実施

- ⇒ 全国53地区において8月26日～9月30日に掲載、配布された広告

《新車関係》 1, 763枚対象

- ⇒ 規約の遵守率は73.4%で、前年の調査結果より約8ポイント改善
- ⇒ 広告掲載車と販売価格の不一致など不当な価格表示に該当するおそれのある違反を行った5社に対しては、公取協事務取扱所を通じて指導を実施（嚴重注意の措置）

《中古車関係》 1, 362枚対象

- ⇒ 規約の遵守率は前年に比べ若干改善されているが、「定期点検整備実施状況」で規約どおりの表示が、ディーラー関係約6割、専門店関係約1割など、低調
- ⇒ 不当な価格表示に該当するおそれのある違反を行った1社に対しては、公取協事務取扱所を通じて指導を実施（厳重注意の措置）

《新車・中古車共通》

- ⇒ 調査結果については報告書を作成、5月以降、公取協事務取扱所を通じて全般的な指導を要請すると共に、表示もれ等については、公取協事務取扱所と連携しながら個別に改善要請を実施

② 広告宣伝を行う際のマニュアルの作成と普及活動の実施

- ◆ 広告の調査結果等を基に広告宣伝マニュアルを作成、規則改正や規約運用の考え方の策定等に伴い、新たに規約マニュアルを作成
- ◆ 作成したマニュアルに基づき、会員事業者や広告代理店等を対象とした研修会を2月17日～3月10日にかけて全国10か所（札幌、仙台、東京、金沢、名古屋、大阪、広島、米子、松山、福岡）で開催、約1,300名（ディーラー約800名、広告代理店約360名）が出席
- ◆ メーカー、インポーター関係及び広告関係事業者賛助会員についても個別に研修会を開催

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実施

- ◆ 会員及び広告関係事業者等からの広告制作や景品提供に関する問合せ等には積極的に対応（平成28年度の受付件数は、1,654件）
- ◆ 月毎の相談件数や主な相談内容、問題点等をFAQにまとめホームページに掲載、また、AFTC INFORMATION等により適宜情報発信するなど、広く情報提供を実施

④ 広告関連団体や広告関係事業者等との連携強化

- ◆ 日本広告審査機構（JARO）や新聞協会等の広告関連団体と表示適正化のための情報共有を行うなど、連携を強化
- ◆ 会員事業者の表示管理体制整備の一環として、広告関係事業者を対象に規約全般や広告表示に関する研修会を実施、会員事業者が安心して広告作成を依頼できる事業者の目安としてもらうため、研修受講者には「広告表示管理者研修受講証」を発行
- ◆ 中古車情報誌賛助会員をメンバーとする中古車広告表示研究会を3月30日に開催し、研修会の開催・受講を呼び掛けるなど、規約に基づく適正表示について引き続き協力を要請するとともに、中古車広告における諸課題等について意見交換を実施

3) 関係団体との連携による規約普及活動の推進

① 関係団体との連携による普及活動の推進

- ◆公取協事務取扱所（自販連支部、軽自動車協会、中販連支所、振興会）の規約担当者（事務局職員）を対象とした研修会を11月21日に東京で開催
- ◆各地区主催の研修会等に講師を派遣する等、地区における規約普及活動に積極的に協力
 - ・自販連関係 15地区（新潟、帯広、埼玉、札幌、旭川、愛知、青森、山梨、東京、徳島、栃木、群馬、宮城、京都、石川）
 - ・JU関係 13地区（岐阜、東京、長野、宮城、香川、高知、福井、兵庫、千葉、神奈川、函館、鳥取、長崎）

② 中古車規約の一層の定着化を図るための対応の実施

- ◆JU長野において、当該地区の中古車情報誌・広告代理店等を対象とした懇談会を開催、適正表示への協力を要請する等、中販連各支所における中古車規約の普及活動に積極的に協力
- ◆中古車規約の遵守意識の向上を図るため、インターネットを活用した若年層及び中古車購入検討層向けのPRを実施、公取協会員店で購入するメリットをPR

2. 不当表示行為の未然防止及び厳正な対応

1) 走行距離、修復歴等の不当表示未然防止活動の実施

① 改ざん歴車、修復歴車等の不当表示に対する監視の強化

- ◆オークションで落札された「改ざん歴車」や「修復歴車」の販売時の表示実態調査を引き続き実施
- ◆中古車情報誌において「改ざん歴車」を「実走行」として表示、また「修復歴車」を「修復歴なし」と表示しているなどの不当表示については、「厳重警告」、「違約金」の措置を採るなど厳正に対応
 - ⇒ 平成27年度の調査結果に基づき、今年度会員事業者2社に対し、修復歴の有無に関する不当表示で厳重警告及び違約金（事業者名公表）の措置を実施

② 不当表示未然防止活動の実施

- ◆中販連関係ブロック会議において、走行距離、修復歴、おとり広告未然防止について再度周知を要請
- ◆各地区主催の研修会等において、不当表示未然防止について、会員事業者に対する周知活動を実施

- ◆走行メーター交換歴車シール・同改ざん歴車シールの貼付を重点調査項目として各地区における規約遵守状況調査を実施するとともに、同シールの貼付の徹底について周知活動を実施
- ◆リースや軽未使用車販売における不当な広告表示や不適切な販売方法について、AFTC INFORMATION やホームページ等を通じ、会員事業者向け及び消費者向けの注意喚起を実施

2) 会員及び非会員の不当表示に対する厳正な対処

- ◆会員が行った不当表示に対しては当協議会より指導、非会員が行った不当表示2件については消費者庁又は都道府県に措置を要請する等、効果的な指導を実施
- ◆おとり広告に対する措置基準を強化（初回から「嚴重警告」の措置及び悪質なケースは公表）
 - ⇒ 本年度は会員1社に対し、おとり広告で「嚴重警告」の措置を採ると共に、事業者名を公表

3. 会員事業者の表示管理体制整備・充実のための支援活動の実施

1) 会員事業者の表示管理体制整備・充実のための支援活動の実施

- ◆会員事業者のニーズに合わせた研修プログラムを作成、ブロック及び地区並びに事業者単位の研修会等を開催
- ◆会員事業者における表示等の管理体制づくりに関する相談や広告作成等に関する事前相談の活用を積極的に呼びかけるなど、表示等の管理体制整備・充実のためのサポート活動を実施

2) 都道府県景品表示法担当部門との連携強化

- ◆4県の景表法担当部門を訪問し、公取協の活動や規約制度に関する理解促進、地区における状況等、意見交換を実施（これまでに23都道府県庁を訪問）

4. 自動運転機能等の表示や強調表示に対する打消し表示等のあり方の検討

1) 自動運転機能の表示に関する規約運用の考え方の策定

①策定の経緯

- ◆自動運転機能に関するテレビCM対し、消費者からの批判的な意見が日本広告審査機構（JARO）等に多く寄せられる
- ◆米国において自動運転機能使用中の死亡事故が発生、国土交通省及び警察庁は、機能を過信しないよう消費者に注意喚起をするとともに、販売時等に十分説明するよう自工会、輸入組合に要請

②自動運転機能の表示に関する規約運用の考え方の策定

- ◆自動運転機能の現開発段階（レベル2、準自動走行（ドライバー責任）を踏まえ、消費者への適切な情報提供と不当表示未然防止の観点から、自動運転機能の表示に関する規約運用の考え方を策定、周知活動を実施

<規約運用の考え方のポイント>

- ア. 自動運転機能について表示する場合、自動運転機能の限界や注意点（「機能には限界があり、責任を持って安全運転を行う必要がある旨」）の表示を義務付ける
- イ. 完全な自動運転ではない（作動に限界・制限がある）にもかかわらず、完全な自動運転である等、自動運転機能について実際のものより優良であるかのように誤認（過信）させるおそれのある表示・映像表現を不当表示として禁止する

2) 強調表示に対する打消し表示等、明瞭な表示のあり方等の検討

- ◆軽未使用車販売のチラシ広告等において、購入者に特典（景品等）を提供することを強調しながら、実際には提供対象は著しく限定されており、その旨が明瞭に表示されていないもの等、不当表示に該当するおそれのあるものが見受けられることから、強調表示に対する打消し表示の考え方をとりまとめ、AFTC INFORMATION 等で注意喚起を実施

3) 次世代自動車の普及等を踏まえた、燃費等に関する情報提供のあり方の検討

- ◆現状の燃費表示に関する規約運用の考え方と、引き続き必要に応じて燃費情報の提供のあり方についての検討を行うことを確認

5. 改正規則と燃費及びASV技術に関する規約運用の考え方の普及活動の実施

1) 改正規則の普及活動の実施

- ◆規則改正や規約運用の考え方の策定に伴い、新たに作成した規約マニュアルに基づく研修会の開催等を通じ、改正規則の普及活動を実施
- ◆規約遵守状況調査等において、改正規則の普及状況について実態把握を実施、問題がみられた事業者に対しては改善指導等を実施

2) 燃費及びASV技術の明瞭な表示に関する規約運用の考え方の普及活動の実施

- ◆規約マニュアル及び広告宣伝マニュアルに基づく説明会の開催等を通じ、普及活動を実施

3) 中古車の定期点検整備実施状況の表示等に関する考え方の再周知の実施

- ◆支払総額を表示する場合の規定等の新設に合わせ、再度、定期点検整備実施状況の表示の考え方（整備費用の扱い）について、中販連関係ブロック会議や各地区説明会等を通じ、再周知を実施
- ◆規約マニュアルにおいても車両価格と整備費用の表示と、販売方法との関連について考え方を明確化

6. 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

- ◆申請のあった車両状態表示（評価）制度（システム）について同基準を満たしているか確認を実施

2) 監修を行った表示（評価）機関に対する監査の実施

- ◆監修を行った5機関の車両状態表示（評価）事業に関する運用状況について、確認のための監査を実施

7. 消費者関連事業の推進

1) 消費者トラブルへの適切な対応及び未然防止のための活動

① 苦情・相談への適切な対応

◆消費者からの苦情・相談を効率的に受け付け、トラブル解決のための適切な助言を行うなど、迅速かつ適切に対応

⇒ 平成28年度の相談受付件数は6,525件（平成27年度6,444件）

② 相談内容の分析とトラブル対応・未然防止のための情報提供

◆受け付けた苦情・相談を基にトラブルの発生原因や問題点等を分析、消費者相談事例研究会等においてトラブルへの対応方法、未然防止策について検討、「コンシューマー・レポート」等により、関係団体、会員、消費生活センター等に対して情報提供

◆ホームページ等において、リースや軽未使用車販売における不当な広告表示や不適切な販売方法について情報提供、購入の際の留意点やトラブル未然防止のための注意点等について、消費者に対する注意喚起を実施

③ 消費者相談マニュアル等を活用した研修会の開催

◆各地区公取協事務取扱所等の相談受付担当者を対象とした、消費者相談への対応方法等に関する研修を実施、同各事務取扱所主催の会議に出席、相談への対応方法に関する研修及び意見交換を実施

④ 苦情・相談の多い事業者等への対応のあり方の検討

◆苦情・相談件数が多い、又は悪質性が高い事業者への今後の対応のあり方について検討

2) 国民生活センター及び消費生活センターとの連携強化

◆国民生活センター及び各地区消費生活センターとの情報交換活動を積極的に実施するなど、連携を強化

◆国民生活センター主催の「消費生活相談員研修 専門・事例講座」（相模原・徳島）に講師として協力、相談対応の方法や聴き取りのポイント等について説明

◆地区消費生活センター等からの要請に基づき、9地区（旭川市、三重県、山梨県、愛知県、茨城県、大阪府、福岡市、群馬県、仙台市）において、相談受付担当者を対象とした、相談受付状況や消費者相談への対応方法等に関する研修を実施

◆消費生活センターとの連携により、地区における円滑な相談対応を図るため、消費生活センター（愛媛）と関係団体（中央・地方）との懇談会を開催

◆福岡市主催の消費者向け研修講座「中古車選び、購入時のポイント、注意点」において、中古車購入の注意点等について講演

3) 消費者団体及び消費者モニターとの情報交換活動の実施

- ◆消費者モニター（現在首都圏在住63名）へのアンケート等の実施、消費者の現状の表示に対する評価や消費者が求める表示等を把握

＜実施内容＞

- ア. 自動運転機能等に関するアンケート
- イ. 新聞・チラシ広告に関するチェックとアンケート
- ウ. 燃費表示、強調表示に対する打消し表示に関するアンケート
- エ. インターネットの表示状況のチェック及び価格表示に関するアンケート

- ◆消費者関係団体と自動車関係団体との懇談会を3月29日に開催、自動車の表示について意見交換を実施

＜出席団体＞

主婦連合会、全国地域婦人団体連絡協議会、消費科学センター、
全国消費生活相談員協会、全国消費者団体連絡会、日本消費者協会、
日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会、消費者庁、
国民生活センター、自工会、自販連、中販連、輸入組合、日本自動車連盟

8. 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PR活動

- ◆公取協の認知度アップを図ることにより、適正表示で安心の公取協会員店で購入するメリットを一般消費者に広くPRするため、昨年引き続き、中古車を購入する前に確認すべきポイントをまとめた動画をYouTubeに公開、動画再生を誘導するバナー広告を掲載するなどしたPR活動を実施、これまでの動画再生回数は約37万回
- ◆公取協事務取扱所（自販連支部、JU支所等）主催の新車・中古車の合同フェア等の広告において、公取協会員店マークと適正表示で安心の公取協会員である旨の掲示に協力いただくなど、関係団体や事務取扱所と連携した一般消費者に対する会員店PRを実施

2) 会員に対する情報提供の充実

- ◆ホームページをリニューアルし、規約に関する情報や消費者相談に関する情報を順次追加するなど、情報提供を充実
- ◆メールやホームページを活用し、「AFTC INFORMATION」等を通じて規約運用の考え方や広告表示に関する注意点等に関する情報を会員に配信
- ◆公取協の活動内容等を紹介した公取協ニュース（機関紙）を関係団体及び会員向けに発行

3) 報道機関への協力

- ◆公取協の活動状況等について、業界紙・誌の取材等に適宜対応

9. 大型車関係事業の推進

1) 規約に基づく適正表示の推進

- ◆大型車メーカーの広告宣伝担当者に対する研修会を開催

2) 大型車における燃費等に関する情報提供のあり方の検討

- ◆メーカー、ディーラーへのヒアリングを実施するなどして、大型車の実態等を踏まえた燃費等に関する情報提供のあり方について検討

3) 独禁法、下請法に関する普及活動の実施

- ◆独禁法、下請法等に関する普及活動の実施
⇒ 地区公取協事務取扱所主催の大型ディーラー向け研修会に協力
- ◆独禁法、下請法に関する問い合わせや相談に適宜対応するとともに、必要に応じて会員及び公取協事務取扱所に対する情報提供を実施
- ◆自販連京都府支部、福岡県支部大型委員会との懇談会に出席し、地区における独禁法、下請法等の普及活動状況や地区における委員会活動状況等について意見交換を実施

10. その他の事業

1) 関係団体及び地方組織との連携強化活動

- ◆関係団体及び地方組織との連携強化を図るため、公取協事務取扱所長ブロック会議を開催
- ◆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（事務局職員）のスキルアップを目的とした研修会を11月に東京で開催（国土交通省担当者による自動運転機能に関する講演等）

2) 公正取引に関する法令（独禁法、下請法等）の普及指導

- ◆各地区公取協事務取扱所（自販連支部）主催で、下請法に関する研修会に講師を派遣する等積極的に協力（愛知、山梨、栃木、群馬、石川）
- ◆会員の独禁法や下請法違反行為の未然防止を図るため、関係団体や会員からの相談に適切に対応

1. 規約違反に対する措置件数

◆平成28年度に公取協がとった措置件数は以下のとおり

措置区分	表示		景品		計
	新車	中古車	新車	中古車	
口頭注意	1 ^{※1}	0	0	0	1
文書注意	5 ^{※2}	1 ^{※3}	0	0	6
警 告	0	3 ^{※4}	0	0	3
嚴重警告	0	8 ^{※5}	0	0	8 ^{※7}
違 約 金	0	(2 ^{※6})	0	0	(2)
計	6	14	0	0	20

- ※1 新車の表示に関する口頭注意1件は、不当な価格表示のおそれによるものである
- ※2 新車の表示に関する文書注意5件は、広告掲載車と販売価格の不一致等によるものである
- ※3 中古車の表示に関する文書注意1件は、不当な価格表示のおそれによるものである
- ※4 中古車の表示に関する警告3件は、おとり広告、取引条件に関する不当表示によるものである
- ※5 中古車の表示に関する嚴重警告8件は、おとり広告、走行距離に関する不当表示、修復歴の有無に関する不当表示によるものである
- ※6 中古車の表示に関する違約金2件は、修復歴の有無に関する不当表示（嚴重警告）のうち、悪質なケースである
- ※7 なお、中古車の表示に関する嚴重警告8件のうち3件（おとり広告の1件、違約金の2件を含む）は、措置の告知（事業者名の公表）

2. 規約参加事業者数の現況

◆平成29年3月末現在の規約参加事業者数

13,504 社（期首 13,485社）

◆平成28年4月から平成29年3月末現在までの入退会事業者数

入会事業者数 334 社

退会等事業者数 315 社

（+19 社）

【 二 輪 車 関 係 】

平成28年度の二輪車関係事業

1. 関係団体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
2. 店頭表示のチェック・アドバイス活動を通じた適正表示の推進
 - 1) 国内4銘柄の準規約指導員によるチェック・アドバイス活動の実施
 - 2) オートバイ組合及び輸入組合によるチェック・アドバイス活動の実施
 - 3) 公取協事務局によるチェック・アドバイス活動（セルフチェック）の実施
3. チェック・アドバイス活動に基づく品質評価実施店PRの実施
 - 1) 適正表示を実施している会員店を「品質評価実施店」として選定
 - 2) YouTube 及び公取協ホームページにおいて「品質評価実施店」をPR
 - 3) 店頭におけるPR
 - 4) モーターサイクルショーにおいて「品質評価実施店」をPR
4. 中古二輪車の走行距離表示の適正化を図るための対応策の実施
 - 1) 中古二輪車の走行距離表示の適正化に関する特別対策部会においてとりまとめた対応策の実施
5. 品質評価の普及促進
 - 1) 品質評価トレーナー講習会の開催
 - 2) 品質評価者講習会の開催
 - 3) 第三者機関が実施する品質評価の監修の実施
6. 会員店のPR活動の実施
 - 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
7. 改正景品表示法への対応
 - 1) 改正景表法を踏まえ、今後求められる対応等についての情報提供の実施
 - 2) 会員事業者の表示管理体制確立のための支援活動の実施
 - 3) 都道府県景表法担当部門との懇談会の開催等、連携強化活動の実施
8. 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

1. 関係団体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

- ◆関係団体と連携して、二輪車委員会（1回）、総務部会（1回）、広報・普及指導部会（3回）を開催、規約普及活動等について検討

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

① 適正表示推進委員会正副委員長及び各地区公取協事務取扱所長会議の開催

- ◆平成28年6月に全国8ブロックの適正表示推進委員会の正副委員長及び各地区公取協事務取扱所長による会議を開催、規約普及の取り組み等について意見交換、問題意識や情報を共有

② 適正表示推進委員会の開催

- ◆平成29年1月から2月にかけて全国8ブロックで第12回適正表示推進委員会を開催し、ア) 準規約指導員による店頭表示等のチェック・アドバイス活動の結果報告、イ) 品質評価実施店のPR、ウ) 品質評価者講習会の開催結果とEラーニングの導入等について検討・意見交換を実施

③ 適正表示推進部会等の地区活動の実施

- ◆各地区の関係団体と協力して「規約説明会」を3会場で開催（AJ 青森2会場、宮城二普協）

2. 店頭表示のチェック・アドバイス活動を通じた適正表示の推進

1) 国内4銘柄の準規約指導員によるチェック・アドバイス活動の実施

- ◆店頭における適正な表示の一層の定着化を図るため、国内4銘柄の準規約指導員によるチェック・アドバイス活動を7月～10月に実施
「品質評価実施店」の選定との関連で、全店を訪問してチェック・アドバイス活動を実施
- ◆国内4銘柄の準規約指導員によるチェック・アドバイス活動の結果は、以下の通り
《新車関係》 4,035店を対象にチェックを実施
⇒すべての項目において、表示の遵守率は99%を超え、前年を上回った

《中古車関係》 4,031店を対象にチェックを実施

⇒「車名及び主な仕様区分」の表示の遵守率は約97%、「販売価格」の表示の遵守率は約99%、その他の項目の表示の遵守率は約98%~97%で、前年を上回った

⇒「車両の品質」の表示の遵守率は約96%で、前年を上回った

2) オートバイ組合及び輸入組合によるチェック・アドバイス活動の実施

◆国内4銘柄の準規約指導員によるチェック・アドバイス活動の対象外の会員店で、これまで同活動を実施していなかった会員店への対応として、本年度よりオートバイ組合及び輸入組合（インポーター）の準規約指導員による傘下会員に対するチェック・アドバイス活動を実施

ア) オートバイ組合によるチェック・アドバイス活動の結果は、以下の通り

《実施地区》 北海道、青森、茨城、埼玉、千葉、愛知、大阪、広島、福岡、沖縄

《新車関係》 181店を対象にチェックを実施

⇒「車名及び主な仕様区分」の表示の遵守率は約96%、「販売価格」の表示の遵守率は約87%、

「製造国名」の表示の遵守率は約86%、「保証の有無」の表示の遵守率は約77%

《中古車関係》 180店を対象にチェックを実施

⇒「車名及び主な仕様区分」の表示の遵守率は約90%、「販売価格」の表示の遵守率は約84%、その他の項目の表示の遵守率は約82%~72%で、「定期点検整備実施の有無」「修復歴の有無」の表示の遵守率は約61%~56%

⇒「車両の品質」の表示の遵守率は約44%

イ) 輸入組合によるチェック・アドバイス活動の結果は、以下の通り

《実施インポーター》 7社

《新車関係》 174店を対象にチェックを実施

⇒「車名及び主な仕様区分」の表示の遵守率は約98%、「販売価格」の表示の遵守率は約95%、「製造国名」の表示の遵守率は約97%、「保証の有無」の表示の遵守率は約96%

《中古車関係》 172店を対象にチェックを実施

⇒「車名及び主な仕様区分」の表示の遵守率は約87%、その他の項目の表示の遵守率は約95%~92%、「定期点検整備実施の有無」「修復歴の有無」の表示の遵守率は約88%

⇒「車両の品質」の表示の遵守率は約74%

3) 公取協事務局によるチェック・アドバイス活動（セルフチェック）の実施

- ◆国内4銘柄との取引がなく関係団体等にも加入していない会員店（直接会員）及び国内4銘柄と取引はあるが担当銘柄がない会員店（「品質評価実施店」選定との関連から品質評価者が在籍する会員店）に対して、公取協事務局がセルフチェック方式により同活動を実施中
- ◆公取協事務局によるチェック・アドバイス活動の結果は、以下の通り
《実施対象店舗数》 725店
《実施方法》
⇒「品質評価実施店」への参加の案内を郵送、同実施店への選定を希望する会員店には、セルフチェック方式でチェックを実施するとともに、適正表示を実施している証として自社のプライスカード等の写真データの送付と適正表示の確約書を提出してもらうことで対応
《申請店舗数》 20店

3. チェック・アドバイス活動に基づく品質評価実施店PRの実施

1) 適正表示を実施している会員店を「品質評価実施店」として選定

- ◆本年度のチェック・アドバイス活動において適正表示を実施している会員店について、公取協会員店のアピールポイントである中古二輪車の品質評価を実施している「品質評価実施店」として選定、積極的にPR等をして会員店の活動を支援
《選定基準》
ア. チェック・アドバイス活動結果で表示もれがないこと※
イ. 品質評価者在籍店であること
ウ. ディストリビューター、関係団体の推薦
※直接会員についてはセルフチェックにより確認、併せて店頭及び展示状況等の写真データ及びプライスカードのコピー、確約書の提出により確認
【「品質評価実施店」への選定店舗数】 2,333店
4 販社関係2,192店、AJ 関係31店、JAIA 関係93店、直接会員等17店

2) YouTube 及び公取協ホームページにおいて「品質評価実施店」をPR

- ◆YouTube のCM動画による「品質評価実施店」のPR
バイク検索歴等のあるバイク興味層に絞ってCMに流すことにより効果的にPR
- ◆公取協ホームページに「品質評価実施店」のPRページを作成、PRページ上で全国の「品質評価実施店」の検索、検索結果から同実施店の自店ホームページにリンクさせることにより「品質評価実施店」をPR

3) 店頭におけるPR

- ◆品質評価実施店である旨をPRできるよう、店頭PRツールを作成してPR

4) モーターサイクルショーにおいて「品質評価実施店」をPR

- ◆第33回大阪モーターサイクルショー及び第44回東京モーターサイクルショーの公取協ブースにおいて「品質評価実施店」のPR動画を放映、パンフレットを配布して同実施店のPRを実施

4. 中古二輪車の走行距離表示の適正化を図るための 対応策の実施

1) 中古二輪車の走行距離表示の適正化に関する特別対策部会においてとり まとめた対応策の実施

- ◆中古二輪車の走行距離表示の適正化のための対応策のポイント
 - ア. 規約とオークション及び情報誌における走行距離の表示方法を統一すること
 - イ. メーターを交換した車両を「メーター交換歴車」として正しく流通させるために「走行メーター交換記録シール」を作成し、貼付を徹底すること
 - ウ. メーターが改ざんされている旨の例示に「減算車」を加えて表示を徹底させること

◆会員店への周知活動の実施

- ⇒ 平成28年6月より会員販売店への周知活動を開始
- ⇒ 各方面からそれぞれパンフレットやポスター等のツールで会員への周知を徹底

◆オークション、情報誌において10月1日に一斉に切り替えを実施

◆第6回特別対策部会を開催（平成28年12月）

- ⇒ 表示切り替え後の状況や問題点の有無等について確認したところ、現状では大きな問題はない、引き続き状況を注視することになった
- ⇒ 今後の課題としては、走行距離の表示について、消費者に対してPR（情報誌・店頭ポスター等）をする必要があるとの意見があり、今後検討することとなった

5. 品質評価の普及促進

1) 品質評価トレーナー講習会の開催

- ◆品質評価者講習会の講習内容の変更に伴い、講習会の講師を務めるトレーナーを対象にした講習会を平成28年9月から10月にかけて全国8ブロックにおいて開催、合計116名が参加

2) 品質評価者講習会の開催

①講習会（集合講習）の開催

平成28年9月から12月にかけて、全国75会場において品質評価者講習会を日本二普協、AJに委託して開催

《受講状況》

- ・受講者数 3,047名（新規受講者564名、更新受講者2,483名）
更新対象者の更新率 82.2%（前年度59.5%）
- ・品質評価者在籍店 4,761店（全会員店舗数6,585店）
- ・品質評価者在籍店率（店舗）72.3%（前年度70.8%）

②Eラーニングによる講習

- ⇒ 更新講習受講の最終機会としてEラーニングを導入、更新対象者の受講を徹底
- ・対 象：講習会（集合講習）を受講できなかった更新対象者（495名）
 - ・講習内容：講習会の動画をEラーニングに使用、動画による講習となり、3つのセクションから構成、各セクション終了時には効果測定テストを実施
 - ・受講料：システム利用料等を含む6,000円（集合講習は3,000円）
 - ・実施時期：平成29年1月から3月末日まで
- 〈受講状況〉 受講完了者 156名

2) 第三者機関が実施する品質評価の監修の実施

- ◆会員店の品質評価者以外の第三者機関が実施する品質評価について、監修の申請があったもののうち公取協の品質評価基準等を満たしたものについて監修を行い、公取協の品質評価と同等のものとして取り扱うことにより、品質評価の普及を促進

【監修を行った事業者及び品質評価名】

- ・株式会社カークレド 「GooBike 鑑定」（平成29年2月に監修） 1社

6. 会員店のPR活動の実施

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

- ◆適正表示で安心の公取協会員店で購入するメリットをPR（新車・中古車関連）
YouTubeのCM動画による「公取協会員店」のPR
 - ア. 公取協会員店のPR動画を作成、YouTubeにおいて動画視聴前のCMにPR動画を流して会員店で購入するメリットをPR
 - イ. 対象をバイク検索歴等のあるバイク興味層に絞ってCMに流すことにより効果的にPR
- ※平成29年1月～3月に実施

2) 会員に対する情報提供の充実

- ◆「AFTCモーターサイクルインフォメーション」により、適正表示のための情報や公取協の活動内容等に関する情報提供を実施

7. 改正景品表示法への対応

1) 改正景表法を踏まえ、今後求められる対応等についての情報提供の実施

- ◆改正景表法（事業者の表示の管理体制の確立、不当表示に対する課徴金制度の導入等）を踏まえ、会員事業者が求められる対応等について、「AFTCモーターサイクルインフォメーション」や公取協ホームページ及び品質評価者講習会や適正表示推進委員会において情報提供

2) 会員事業者の表示管理体制確立のための支援活動の実施

- ◆適正表示推進委員会において支援活動について説明するとともに、二輪車表示ハンドブックに基づく講習会等による各地区会員への支援活動の展開について協力を要請

3) 都道府県景表法担当部門との懇談会の開催等、連携強化活動の実施

- ◆4県の景表法担当部門を訪問し、公取協の活動や規約制度に関する理解促進、地区における状況等、意見交換を実施（これまでに23都道府県庁を訪問）

8. 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・相談の受け付けと対応

- ◆消費者相談窓口において、二輪車に関する消費者からの苦情・相談を効率的に受け付け、トラブル解決のための適切なアドバイス等の対応を実施

⇒ 二輪車関係相談受付件数445件（平成27年度 471件）

- ・新車関係 73件（16.4%）
- ・中古車関係 291件（65.4%）

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

- ◆二輪車消費者相談事例研究会を定例的に開催し、公取協及びメーカー、販売店で受け付けた苦情・相談の発生原因や問題点を分析、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方法等について検討

1. 規約違反に対する措置件数

◆平成28年度に公取協がとった措置件数は以下のとおり

措置基準	対象区分		表示		景品		計
	新車	中古車	新車	中古車	新車	中古車	
口頭注意	0	0	0	0	0	0	0
文書注意	0	0	0	0	0	0	0
警 告	0	0	0	0	0	0	0
嚴重警告	0	0	0	0	0	0	0
違 約 金	0	0	0	0	0	0	0
計	0	0	0	0	0	0	0

2. 規約参加事業者数の現況

◆平成29年3月末日現在の規約参加事業者数
5,072社 (期首 5,144社)

◆平成28年4月から平成29年3月までの入退会事業者数

入会事業者数	60社
退会等事業者数	132社
	(-72社)

《四輪・二輪合計》

◆平成29年3月末日現在の規約参加事業者数
18,576社 (期首 18,629社)

◆平成28年4月から平成29年3月までの入退会事業者数

入会事業者数	394社
退会等事業者数	447社
	(-53社)