

平成29年度

事業報告書

一般社団法人 自動車公正取引協議会

《四輪車関係》

平成29年度の事業

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. 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

3. 不当表示の未然防止及び厳正な対処

- 1) 走行距離及び修復歴等の不当表示未然防止活動の実施
- 2) 広告における不当表示やおとり広告等の未然防止活動の実施
- 3) 会員及び非会員の不当表示に対する厳正な対処

4. 自動運転機能の表示に関する規約運用の考え方等の普及活動等の実施

- 1) 自動運転機能や運転支援機能の表示に関する規約運用の考え方等の普及活動等の実施
- 2) 中古車の保証や整備の表示や運転支援機能等の表示に関する実態把握の実施

5. 新燃費測定モードの導入に伴う燃費表示のあり方の検討

- 1) 新燃費測定モードの導入に伴う燃費表示のあり方の検討
- 2) 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

6. テレビCM等の広告における映像表現等のあり方の検討

- 1) 日本広告審査機構等や消費者との意見交換の実施
- 2) 関係機関や消費者の意見を踏まえた映像表現等のあり方の検討

7. 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

8. 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の実施
- 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

9. 広報PR活動の実施

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

10. 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) 大型車の燃費や運転支援機能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

11. 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（帯広、青森、千葉、長野、香川、高知、宮崎）で実施

《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（帯広、青森、千葉、長野、香川、高知、宮崎）
 - 【中販連関係】 11地区（福島、埼玉、東京、静岡、福井、岡山、鳥取、徳島、大分、長崎、鹿児島）

《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) 広告表示等の適正化の促進

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25日～9月29日に掲載、配布された広告

《新車関係》1,449枚対象

- ・規約の遵守率は78.3%で、前年の調査結果より約5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6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, 347 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2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5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広告宣伝マニュアルに基づく普及活動の実施

- ・広告宣伝マニュアルに基づく会員事業者や広告関係事業者を対象とした説明会を21地区で、会員事業者の要望に基づき6社で開催
- ・景品表示法や規約の運用状況、「安全運転サポート車の表示を行う際の留意点」、広告表示等に関する問合せ事例等をまとめたテキストを作成、会員ディーラーや広告関係事業者等を対象とした説明会を2月から3月にかけて各ブロックで開催、約1,270名（ディーラー約690名、広告代理店約480名）が出席

2月22日	中部、四国	2月23日	北海道、近畿
3月1日	関東甲信越、山陰	3月2日	東北、山陽
3月8日	北陸、関東甲信越	3月9日	九州

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29年4月から平成30年3月までの受付件数は、1,331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広告関係団体や広告関係事業者等との連携による表示適正化の促進

- ・J U長野及びJ U新潟において、当該地区の中古車情報誌及び広告関係事業者等を対象とした広告宣伝マニュアル等に基づく研修会を開催、また、広告関係事業者賛助会員2社及び中古車情報誌賛助会員3社を対象とした研修会を開催
- ・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27日に開催、規約に基づく適正表示について要請するとともに、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

- 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13日に東京で開催
- 地区主催の研修会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 22地区（長野、神奈川、徳島、千葉、和歌山、岩手、埼玉、函館、北見、山口、大分、高知、島根、栃木、青森、山梨、新潟、群馬、奈良、旭川、沖縄、宮崎）
- J U支所及び地区整備振興会向けの研修会テキストを作成、研修会を開催した他、併せて規約遵守状況調査を実施する等、地区と連携した効率的規約普及活動を実施
 - 中販連関係 18地区（岐阜、東京、鹿児島、長野、新潟、兵庫、福井、宮城、岡山、長崎、高知、徳島、神奈川、千葉、鳥取、帯広、山口、栃木）
 - 振興会関係 5地区（福井、高知、帯広、富山、神奈川（湘南地区））

2. 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

- 各地区並びに会員事業者のニーズに合わせた研修会を実施
- 新たに表示管理体制に関するセルフチェックを導入し、関係団体を通じ会員事業者にチェックの実施を呼び掛け（チェック結果は現在とりまとめ中）
- 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とした「広告表示管理者研修」を実施

2) 都道府県景表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（27年度以降、27道府県庁を訪問）

3. 不当表示の未然防止及び厳正な対処

1) 走行距離及び修復歴等の不当表示未然防止活動の実施

① 走行距離及び修復歴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処

※昨年度の調査結果に基づき、修復歴に関する不当表示を行った1社に対し厳重警告及び違約金の措置を行った

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、走行距離や修復歴、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
- ・各地区における規約遵守状況調査において、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徹底について周知を実施

2) 広告における不当表示やおとり広告等の未然防止活動の実施

- 不当表示や不適切な販売行為を未然に防止するため、問題が認められる事業者に対し、会員・非会員にかかわらず規約に関する研修の受講を促す等、不当表示等の防止活動を実施
- 「全部あげます」と表示しながら、購入車両への取付や取付工賃の負担が必要となる等の条件の表示が不明瞭な広告がみられたことから、「AFTC INFORMATION」を作成、会員事業者に対して周知活動を実施
- 中古車における「販売台数 No. 1」の表示について、民間調査会社による調査結果を根拠としているが、中古車については客観的な公表数値が存在しないことから、今後の表示等のあり方について対応を検討

3) 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

※今年度は、消費者庁が、ガリバーを運営する㈱I DOMが行った保証に関する不当表示に対し、また、長野県と栃木県が、走行距離や修復歴に関する不当表示を行った事業者（各1社）に対し、措置命令を行った

※その他、消費者庁が、タイヤやナビ等のカー用品、車検基本料金に関する不当な二重価格表示を行った事業者3社に対し、措置命令を行った

4. 自動運転機能の表示に関する規約運用の考え方等の普及活動等の実施

1) 自動運転機能や運転支援機能の表示に関する規約運用の考え方等の普及活動等の実施

①自動運転機能や運転支援機能の表示に関する規約運用の考え方等の普及活動の実施

- ・規約運用の考え方に基づく定着化を図るため、メーカー、ディーラー、広告関係事業者を対象とした説明会の開催等を通じ、普及活動を実施
- ・政府による「安全運転サポート車」の普及啓発を踏まえ「安全運転サポート車の表示を行う際の留意点」を作成、「AFTC INFORMATION」を展開する等周知活動を実施

②広告における規約運用の考え方の遵守状況に関する実態把握の実施

- ・メーカーのテレビCM及びディーラーの新聞・チラシ広告（8月末から9月末の1か月間）の運転支援・自動運転機能に関する表示内容について、誤解を招くようなものがないか確認を実施、問題等がみられたため、当該事業者に対し改善指導等を実施

③ディーラーにおける表示（説明）の実態や消費者の理解度等に関する実態把握の実施

○ディーラーにおける表示実態（商談、納車時の説明対応等）の把握

- ・Webアンケートを実施、585名が回答

＜主な意見＞

- ⇒ 商談、納車時の説明で苦慮している要因として、メーカーCMの影響で機能を過大評価している
- ⇒ 営業スタッフが機能に関する知識を得ることや説明してもユーザーに理解してもらえないこと等に苦慮している

- ・ディーラー担当者（責任者）との懇談会を2地区で開催（埼玉、富山）

＜主な意見＞

- ⇒ メーカーCMに対しては、機能の過信を招かないよう、作動には条件がある旨の表示はもっと長くすべき
- ⇒ 今後は中古車販売時の説明等の対応が課題

○消費者の機能に関する理解度や購入時の状況等の把握

- ・Webアンケートを調査会社に委託し、600人（購入経験あり、購入経験なし各300人）を対象に実施（1月31日～2月5日）

<主な内容>

- ⇒ 自動ブレーキ、自動運転の用語は9割以上が認知している一方、機能について正しく理解している人は約半数にとどまる（購入者でも正しく理解している人は約半数）
- ⇒ 購入者のうち約30%が、CMは「言い過ぎている」と回答

○グループインタビューを3月に実施（男女各1グループ（6名ずつ））

<主な内容>

- ⇒ 自動で停止する映像が「自動ブレーキ」のイメージとなっている
- ⇒ 「作動には一定の条件がある」旨の表示は、表示箇所や大きさ、背景によっては認識できない、また、サポートという表現の方が適切、との意見

2) 中古車の保証や整備の表示や運転支援機能等の表示に関する実態把握の実施

①保証や整備の表示に関する実態把握の実施

- ・公取協事務局による調査等を通じ、支払総額表示と併せて、保証や整備実施に関する表示と販売方法との関連についても実態把握を実施、問題がみられた会員に対しては、改善指導等を実施

②運転支援機能等の表示に関する実態把握の実施

- ・運転支援機能の普及や今後の自動運転機能の普及を踏まえ、同機能を装備した中古車の販売時における店頭や広告における表示（説明）状況等について、公取協事務局による規約遵守状況調査の際にヒアリングにより実態把握を実施
- ・その結果、現状において、商談や納車の際に、運転支援機能等に関する説明を行っていたのは一部の事業者にとどまることを確認

5. 新燃費測定モードの導入に伴う燃費表示のあり方の検討

1) 新燃費測定（WLTC）モードの導入に伴う燃費表示のあり方の検討

○新燃費測定（WLTC）モード導入に伴い、燃費に関する消費者への適正な情報提供と不当表示の未然防止を目的として、広告等に「WLTCモード燃費」を表示する際の表示事項や表示方法、正しい表示例や問題となる表示例をとりまとめ、「AFTC INFORMATION」や研修会等を通じ、周知活動を実施

2) 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

- 電気自動車、プラグインハイブリッド車、燃料電池車等、次世代自動車の普及等を踏まえ、消費者の理解促進を図るための適正な情報提供のあり方について検討
現時点においては、規約に基づき、公式テスト値による表示・情報提供を行うことを確認

6. テレビCM等の広告における映像表現等のあり方の検討

1) 日本広告審査機構等や消費者との意見交換の実施

- 日本広告審査機構（JARO）から講師を招き、同機構に消費者から寄せられた自動車のテレビCMに対する意見等について把握、各社のテレビCM作成の際の参考とした
- 当協議会の消費者モニターに対し、運転支援機能や自動運転機能に関するテレビCMについてのアンケートを実施、現状の意見等を把握

2) 関係機関や消費者の意見を踏まえた映像表現等のあり方の検討

- 現在実施している、運転支援機能等の表示に関するディーラー・消費者へのアンケート調査等の結果を踏まえ、映像表現のあり方等について検討

7. 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

- 引き続き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機関の実施する車両状態表示（評価）制度（システム）の運用状況について、確認のための監査を実施

8. 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の実施

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29年度の相談受付件数は5,869件（平成28年度6,524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、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、会員事業者等に対して情報提供
- ・衝突被害軽減ブレーキの作動テストを自ら行うことの危険性について、ホームページにおいて、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

- ・消費者相談への対応方法等に関する公取協事務取扱所等の相談受付担当者を対象とした研修を実施したほか、同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 消費者相談対応マニュアル（中古車編）の作成

- ・拠点長やお客様相談担当者向けに消費者相談対応マニュアル（中古車編）を現在作成中、今後、関係団体を通じて会員事業者に配布する予定

⑤ 苦情相談件数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事業者に対し販売時の表示状況や販売方法等を現在調査中、今後、改善要請文書を送付する等の対応を検討

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」（計2回）において、講師として消費者相談への対応方法や聴き取りのポイント等について説明するなど、連携を強化
- 地区消費生活センター等からの要請に基づき、相談受付担当者を対象に相談受付状況等に関する情報提供や消費者相談への対応方法等に関する研修を実施（計9回）（大阪府、東京都、秋田県、岩手県、山梨県、愛知県、佐賀県、長野県）
- 消費生活センターとの連携による地区における円滑な相談対応を図るため、消費生活センターと関係団体（中央・地方）との懇談会を開催（岡山、岐阜、大阪）

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

①消費者団体との懇談会の開催

- ・消費者関係団体と自動車関係団体との懇談会を2月27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>

国民生活センター、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、自工会、自販連、中販連、日本二輪車安全普及協会

②消費者モニターへのアンケートの実施

- ・消費者モニター（現在89名）へのアンケートを実施、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について把握

<実施内容>

- ・自動運転機能や運転支援機能等に関するアンケート
- ・中古車の価格や保証・定期点検整備等に関する表示及び消費者向けPR等に関するアンケート
- ・自動車の購入・車検に関するアンケート
- ・燃費の表示に関するアンケート

9. 広報PR活動の実施

1) 規約及び公取協会会員店で購入するメリットのPR活動

①「You Tube 動画」によるPR

- ・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会員店で購入するメリットを一般消費者に対して広くPRするため、中古車に関する問題のある広告や購入の際のトラブル事例を基に、購入前に確認すべきポイントをまとめた動画を You Tube 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（動画再生回数は約27万回）

②公取協会会員店「PRロゴ」によるPR

- ・カタログや広告において会員である旨を訴求するためのツールとして公取協会会員店「PRロゴ」を展開、会員と一体となったPR活動を実施

③関係団体、事務取扱所と連携したPR

- ・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、公取協会会員店マークと適正表示で安心の公取協会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、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

10. 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) 大型車の燃費や運転支援機能等に関する情報提供のあり方の検討

- 大型車における燃費や運転支援機能等に関する情報提供のあり方について検討
⇒ 大型車ディーラーとの懇談会を2地区で開催（京都、秋田）

3) 独禁法、下請法に関する普及活動の実施

- 関係団体及び会員からの要請に基づき独禁法や下請法違反を未然に防止するための研修会を開催するなど、独禁法、下請法に関する普及活動の実施
- 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

1 1. 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

- 関係団体及び会員からの要請に基づき、下請法違反未然防止のための研修会を2地区（静岡、帯広）において開催
- 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30年3月末までに公取協がとった措置件数は以下のとおり

措置区分 \ 対象区分	表示		景品		計
	新車	中古車	新車	中古車	
口頭注意	0	0	0	0	0
文書注意	6 ^{※1}	5 ^{※3}	0	0	11
警 告	1 ^{※2}	1 ^{※4}	0	0	2
嚴重警告	0	1 ^{※5}	0	0	1
違 約 金	0	(1 ^{※6})	0	0	(1)
計	7	7	0	0	14

- ※1 新車の表示に関する文書注意6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
- ※2 新車の表示に関する警告1件は、リースの取引条件に関する不当表示によるものである
- ※3 中古車の表示に関する文書注意5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1件は、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1件は、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1件は、修復歴の有無に関する不当表示で悪質なケースである

2. 規約参加事業者数の現況

○平成30年3月末現在の規約参加事業者数

13,728 社 (期首 13,504社)

○平成29年4月から平成30年3月末現在までの入退会事業者数

入会事業者数 543 社

退会等事業者数 319 社

(+224 社)

《二輪車関係》

平成29年度の事業

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・アドバイス活動の実施

3. 品質評価の普及促進

- 1) 「品質評価実施店」の拡充
- 2) eラーニングによる品質評価講習等のあり方の検討
- 3) 品質評価者講習会の開催

4. 二輪中古車の走行距離表示の適正化の促進

- 1) 二輪中古車の走行距離表示の実態把握と適正化の徹底
- 2) 消費者への周知活動の実施

5. 会員店のPR活動の実施

- 1) 「品質評価実施店」の積極的なPRの実施
- 2) 会員店のPRの実施

6. 会員事業者の表示管理体制整備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

7. 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
- 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公取協事務取扱所長会議の開催

平成29年6月に全国8ブロックの適正表示推進委員会正副委員長及び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し、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30年1月から2月にかけて全国8ブロックで適正表示推進委員会を開催
・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
・品質評価実施店のPR
・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関係団体との普及活動の実施

日本自動車輸入組合と協力して「規約説明会」を2回開催

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

○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

「品質評価実施店」については、セルフチェック方式、その他の販売店については、店頭でのチェック・アドバイスを実施

《新車関係》 対象4,059店中、3,796店（約94%）において実施
⇒ すべての項目において表示の遵守率は97%以上

《中古車関係》 対象4,059店中、3,791店（約94%）において実施
⇒ 表示項目の遵守率は以下の通り

「車名及び主な仕様区分」約98%、「販売価格」約98%、その他の項目約97%、「車両の品質」約92%

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

①オートバイ組合によるチェック・アドバイス活動の実施

《実施地区》 北海道、宮城、茨城、東京、埼玉、千葉、山梨、岐阜、大阪、岡山、広島、九州

《新車関係》 対象608店中、218店（約36%）において実施

⇒ 表示項目の遵守率は以下の通り

「車名及び主な仕様区分」約98%、「販売価格」約95%、「製造国名」約81%、「保証の有無」約80%

《中古車関係》 対象608店中、218店（約36%）において実施

⇒ 表示項目の遵守率は以下の通り

「車名及び主な仕様区分」約94%、「販売価格」約94%、その他の項目約80%、「定期点検整備実施の有無」及び「修復歴の有無」約62%、「車両の品質」約46%

②輸入組合によるチェック・アドバイス活動の実施

《実施対象》 7社

《新車関係》 対象222店中、166店（約75%）において実施

⇒ 表示項目の遵守率は以下の通り

「車名及び主な仕様区分」、「販売価格」、「製造国名」、「保証の有無」はいずれも98%以上

《中古車関係》 対象222店中、164店（約75%）において実施

⇒ 表示項目の遵守率は以下の通り

「車名及び主な仕様区分」約94%、その他の項目約98%、「定期点検整備実施の有無」及び「修復歴の有無」約96%、「車両の品質」約86%

3) 公取協事務局によるチェック・アドバイス活動の実施

○公取協事務局によるチェック・アドバイス活動の実施

担当販社がない会員店と直接会員に対して、公取協事務局がセルフチェック方式によるチェック・アドバイス活動を実施

《新車関係》 1690店中、143店（約8%）において実施

⇒ 表示項目の遵守率は以下の通り

「車名及び主な仕様区分」約96%、「販売価格」約93%、「製造国名」約94%、「保証の有無」約91%

《中古車関係》 1690店中、143店（約8%）において実施

⇒ 表示項目の遵守率は以下の通り

「車名及び主な仕様区分」及び「販売価格」約95%、その他の項目約94%、「定期点検整備実施の有無」及び「修復歴の有無」約85%、「車両の品質」約80%

3. 品質評価の普及促進

1) 「品質評価実施店」の拡充

- チェック・アドバイス活動において適正表示が確認された会員店について、「品質評価実施店」として選定 ※
 - ※ 選定基準 ①チェック・アドバイス活動結果で「表示もれ」がない
 - ②品質評価者在籍店である
 - ③ディストリビューター、関係団体等の推薦がある
- ・昨年度の「品質評価実施店」への選定店舗数 2,298店
(4銘柄2,157店、AJ32店、JAIA91店、直接会員等18店)
- ・本年度の同実施店選定店舗数 855店
(4銘柄691店、AJ56店、JAIA40店、直接会員等68店)
- ・本年度同実施店選定店を加えた同実施店の総数 3,153店
(4銘柄2,848店、AJ88店、JAIA131店、直接会員等86店)

2) eラーニングによる品質評価講習等のあり方の検討

- 昨年度は更新講習未受講者のみを対象として実施したeラーニングによる品質評価者講習について、本年度はすべての更新対象者が集合講習かeラーニング講習を選択して受講できる方式に変更
- 平成31年度以降の講習会の開催方法について検討、新規及び更新講習を従来の集合講習からeラーニングによる講習に切り替えるほか、公取協新規入会時においてeラーニングによる講習を実施する等、eラーニング講習の活用方法について引き続き検討することとした

3) 品質評価者講習会の開催

①品質評価者講習会の開催

平成29年9月から12月にかけて、全国56会場において品質評価者講習会を日本二普協、AJに委託して開催するとともに、平成30年1月～3月にかけて未受講の更新対象者へのフォロー講習を実施

受講状況は以下の通り

- ・受講者数 1,789名 (新規受講者417名、更新受講者1,372名)
 - 更新対象者の更新率：80.5% (前年度82.2%)
 - 更新対象者の受講種別：集合講習826名、eラーニング546名
- ・品質評価者在籍店 4,619店 (全会員店舗数6,504店)
- ・品質評価者在籍店率(店舗) 71.1% (前年度72.3%)

4. 二輪中古車の走行距離表示の適正化の促進

1) 二輪中古車の走行距離表示の実態把握と適正化の徹底

①オークション、情報誌、販売店における走行距離表示の実態把握の実施

実態把握の実施内容及び結果は以下の通り

- ・オークション及び情報誌における走行距離表示の実態把握
 - ⇒ オークションにおいて「減算車」の出品台数が増加（前年対比で倍増）、「疑義車両」が減少（前年対比で40%減）
 - ⇒ 情報誌及び同Webサイトにおいて「減算車」の掲載台数が全体の4%弱、「疑義車両」が6%強
- ・オークション出品検査時の走行距離表示の実態及び検査状況等に関する実態把握
 - ⇒ 走行距離については管理システム、現車確認の他、走行距離に関する関連資料（車検証等）がある場合はその内容も確認
- ・会員販売店における展示車の走行距離表示及び意識の実態把握
 - ⇒ 走行距離表示のルール切替えや「走行メーター交換記録シール」について認知はあるが、展示車の走行距離表示は切替えが進んでいない
- ・情報誌及び同Webサイトの走行距離表示の実態把握（オークション出品履歴との照合）
 - ⇒ オークションに「減算車」として出品されていた車両が情報誌及び同Webサイトにおいて「実走行」として表示される等、不当表示が213台

②「二輪中古車の走行距離表示の適正化に関する特別対策部会」の開催

実態把握の結果を踏まえ、特別対策部会を開催、会員店における走行距離表示の適正化を徹底するための対応策について検討、以下のような対応策の実施を決定

実施する対応策は以下の通り

- ・情報誌及び同Webサイトにおける走行距離表示の実態把握において問題のみられた車両を広告掲載した販売店124社に対し、書面による注意喚起を実施
- ・中古バイクの走行距離適正表示キャンペーンの実施による周知の徹底
- ・情報誌における走行距離の不当表示に関する調査及び指導の実施
- ・オークション出品時の減算車シールの貼付の必須化について、オークション協会に要請

2) 消費者への周知活動の実施

- 二輪中古車の適正な走行距離表示について消費者に周知するため、PRのためのポスターを作成し、会員店の店頭においてPRを実施したほか、各方面と協力してPRを実施

5. 会員店のPR活動の実施

1) 「品質評価実施店」の積極的なPRの実施

①公取協ホームページにおける「品質評価実施店」のPRの実施

- ・公取協ホームページに「品質評価実施店」のPRページ（ランディングページ）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て同実施店のPRを実施
- ・「品質評価実施店」のPR動画をYouTube動画の視聴前のCM動画として流し、公取協ホームページに誘導、PR動画は4月～9月までの半年間実施、視聴回数は約24万回、ホームページへのアクセス回数は6,397回

②店頭におけるPRの実施

来店者に安心の「品質評価実施店」である旨を店頭でPRするため、「品質評価実施店ステッカー」（実施店全店舗に配布）、「品質評価実施店のぼり旗」、「品質評価実施車両ステッカー」を作成、同実施店に配布

③その他のPRの実施

- ・「品質査定」及び「品質評価」の紹介動画を作成、公取協をはじめ同実施店のホームページ等においてPRツールとして使用するとともに、各種イベント等においても使用してPR
- ・「品質評価実施店」専用プライスカード及び品質評価書作成システムを作成

2) 「公取協会員店」のPRの実施

- 「公取協会員店」のPR動画をYouTube動画の視聴前のCM動画として流すとともに、公取協ホームページに誘導、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

6. 会員事業者の表示管理体制整備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のための支援活動の実施

- 品質評価者講習会の開催、二輪車表示ハンドブックに基づく普及活動の実施
- 会員事業者における表示の管理体制づくりに関する相談や店頭表示、広告作成等に関する事前相談の積極的活用を呼びかけるなど、表示等の管理体制整備のためのサポート活動を実施
- 「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

2) 都道府県景表法担当部門との連携強化

- 都道府県の景表法担当部門との懇談会の開催や情報交換の実施等、公取協の活動や規約制度に関する理解促進活動を実施

3) 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. 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

- 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、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 395件（平成28年度 445件）

新車関係	47件（11.9%）
中古車関係	251件（63.5%）

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30年3月末まで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	
口頭注意	0	0	0	0	0
文書注意	0	0	0	0	0
警 告	2*	0	0	0	2
嚴重警告	0	0	0	0	0
違 約 金	0	0	0	0	0
計	2	0	0	0	2

※ 新車の表示に関する警告2件は、取引条件に関する不当表示によるものである

2. 規約参加事業者数の現況

○平成30年3月末日現在の規約参加事業者数

5,017社 (期首 5,072社)

○平成29年4月から平成30年3月までの入退会事業者数

入会事業者数 53社

退会等事業者数 108社

(-55社)

《四輪・二輪合計》

○平成30年3月末日現在の規約参加事業者数

18,745社 (期首 18,576社)

○平成29年4月から平成30年3月までの入退会事業者数

入会事業者数 596社

退会等事業者数 427社

(+169社)