

2020年度事業報告書

《四輪車関係》

1. 規約に基づく適正表示の一層の促進

1) 規約遵守状況調査の実施

①各地区及び公取協事務局による店頭表示に関する規約遵守状況調査の実施

◇公取協事務取扱所（全国の自販連支部、軽自動車協会、整備振興会、中販連支所）による規約遵守状況調査を、会員自ら調査を行うセルフチェック方式で実施

※公取協事務局による調査は中止

◇調査結果報告書を作成、公取協事務取扱所を通じた全般的指導を実施

②公取協事務局による広告表示に関する規約遵守状況調査の実施

◇例年実施の新聞・チラシ広告の調査に代えて、以下のインターネット広告の表示に関する調査を実施

ア. サポカー補助金の表示に関する調査

イ. 割賦販売価格や個人リース料金の表示に関する調査

ウ. 中古車の販売価格の表示と販売実態に関する調査

◇調査の結果、不当表示に該当するおそれのあるもの等については、必要に応じて個別に改善指導を実施

2) 広告表示の適正化のための普及活動の実施

①広告表示等に関する事前相談への積極的な対応及び情報提供の実施

◇広告表示等に関する事前相談に積極的に対応（2020年4月から2021年3月までの受付件数は1,148件）

◇主な相談事例や問題点等について、ホームページや「AFTC INFORMATION」等により、会員に対するリアルタイムな情報提供を実施

②広告関係団体や広告関係事業者等との連携による適正化の促進

◇JAROや広告関係事業者との情報共有等を通じ、連携を強化

◇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月に開催、中古車の支払総額の表示義務付けや冠水車の表示等、表示適正化のための課題について意見交換や適正化のための協力要請を実施

3) 関係団体との連携による規約普及活動の推進

◇地区主催の研修会への講師派遣等、地区における規約普及活動に積極的に協力

※例年実施の公取協事務取扱所の規約担当者（事務局職員）を対象とした研修会は中止

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) 表示管理体制整備のための研修会の開催

①ブロック・地区単位の規約等研修会の開催

◇会員事業者（メーカー、インポーター、ディーラー）及び広告関係事業者を対象とした、規約や広告宣伝に関する研修会（基礎研修及びレベルアップ研修）をオンライン形式（8日間）及び集合形式（6地区）で開催（参加者約1,000名）

②事業者単位の規約等に関する研修会の開催

◇会員事業者の要望に基づき、7社（メーカー、インポーター、ディーラー、専門店）において、担当部門やスキル等に応じた規約や景表法に関する研修会を、オンライン形式を主体に開催

2) 広告関係事業者を対象とした規約等に関する研修会の開催

◇会員事業者の表示管理体制整備の一環として、地区で開催する研修会やオンライン研修会に広告関係事業者の参加を呼び掛けるとともに、広告関係事業者を対象とした事業者単位の研修会を開催（2地区、広告関係賛助会員1社、中古車情報誌賛助会員1社）

◇会員事業者が安心して広告作成を依頼できる目安として、「基礎研修」及び「レベルアップ」研修受講者に対し、それぞれ受講証を発行

3) 表示等管理体制整備のための「表示管理者」の選任

◇社内における表示等のチェックや規約に基づく適正な表示の周知等、表示等管理の際の中心的な役割を担う「表示管理者」を、公取協事務取扱所（自販連支部、軽自動車協会）を通じて会員事業者毎に選任

4) 表示管理体制に関するセルフチェックの実施

◇表示管理者の選任の有無をはじめとした、会員事業者の表示管理体制を点検するためのセルフチェックを実施（ディーラー1,013社で実施、173社で不十分な点が見られた）

3. 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実施、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会員1社に対し「厳重警告」の措置、会員2社及び非会員2社に対する調査を継続

②不当表示未然防止活動の実施

◇「修復歴」及び「販売価格（オプションの購入強制）」の不当表示未然防止を目的としたリーフレットを作成、会員に配布する等、周知活動（注意喚起）を実施、併せて、中古車情報誌媒体社に対しても、掲載店への配布（周知）等、協力を要請

2) 広告における不当表示等の未然防止活動の実施

◇「冠水車」の販売が社会問題化しつつある現状を踏まえ、「冠水車」に関する虚偽の表示・説明や不表示は、不当表示に該当することについて、ホームページや関係団体を通じて周知活動（注意喚起）を実施

◇「登録済未使用車専門店」や「39.8万円専門店」等、広告において「専門店」である旨を表示しているにもかかわらず、実際には当該車両が広告掲載の過半数にも満たない等の問題がみられた事業者に対し、改善指導を実施

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、とりまとめ次第、都道府県に措置を要請する等、効果的な指導を実施

4. 自動運転化技術の進展を踏まえた今後の表示のあり方の検討及び適正表示促進のための普及活動の実施

1) 運転支援機能（レベル2まで）の表示に関する規約運用の考え方の周知活動

①研修会等を通じた、会員に対する同規約運用の考え方の周知活動の実施

②「運転支援機能（レベル2）の表示に関する規約運用の考え方」の変更（案）の策定

◇運転支援機能（レベル2まで）と自動運転機能（レベル3以降）の違いを明確にするため、運転支援機能について表示する際は、「運転支援機能である」旨の表示を義務付け

◇「自動（被害軽減）ブレーキ」等「自動」との用語は、新聞やチラシ広告においても使用を禁止し、「被害軽減ブレーキ」、「衝突被害軽減ブレーキ」、「衝突軽減ブレーキ」の用語を使用

2) 自動運転機能（レベル3以降）に関する表示のあり方の検討

①表示のあり方の検討

◇自動運転車及びその機能に関する一般消費者への理解促進を図るとともに、過信や誤認を招くような表示が行われることのないよう、機能の内容に関する説明表示及び作動する条件や作動しない条件等の表示事項や表示方法について検討

②「自動運転車（レベル3）及びその機能の表示に関する規約運用の考え方」の策定

ア. 自動運転車（レベル3）及びその機能の呼称の統一

- ・自動運転車（レベル3）の呼称は「条件付自動運転車（限定領域）」、同機能の呼称は「条件付自動運転機能（限定領域）」とする

イ. 自動運転車（レベル3）及びその機能を表示する場合の表示内容（媒体別規定）

- ・上記の「統一呼称」と併せて「機能の作動範囲」（「高速道路渋滞時」等）を表示（表示例：「高速道路渋滞時条件付自動運転機能」等）
- ・機能の内容に関する説明
- ・機能の作動条件（ODD：運行設計領域）、作動しない条件
- ・「システムによる運転の継続が困難になった場合は、ドライバーが運転操作を引き継ぐ必要がある旨」等

ウ. 表示方法（媒体別規定）

- ・表示方法（表示箇所、文字の大きさ等）については、「運転支援機能の表示に関する規約運用の考え方」と同様とする

3) 中古車の運転支援機能等の今後の表示のあり方の検討及び情報提供の実施

◇消費者の運転支援機能に対する理解は充分でない点が見受けられることから、中古車販売時（商談時や納車時）に説明が必要と考えられる内容等について、研修会で周知活動等を実施

4) サポカー補助金に関する表示への対応

◇サポカー補助金に関する表示調査を実施、報告書を「AFTC INFORMATION」やホームページ等を通じ、情報提供を実施

5) 表示の実態把握及び改善指導の実施

◇上記1)～4)について、テレビCMや広告・店頭表示について、表示状況の実態把握を実施、問題等がみられた場合は改善指導を実施

5. 中古車の「支払総額」の表示義務付けの検討

1) 検討の背景

広告等には安価な車両価格を表示しながら、商談の際には高額な保証や整備、オプション等の購入を強制、又は、言葉巧みに購入させる等、不当な価格表示や不適切な販売行為が増加傾向にあるため、不当な価格表示（不適切な販売行為）及び消費者

トラブル未然防止の観点から、中古車の販売価格として「支払総額」の表示を義務付けることについて検討

2) 会員事業者及び消費者を対象としたWebアンケートの実施

検討に資するため、会員事業者及び消費者を対象とした「支払総額」の表示に関するWebアンケート調査を実施

①公取協「消費者モニター」を対象とした調査

◇約90人を対象に7月に実施

②会員事業者を対象とした調査

◇会員ディーラー、中古車専門店等を対象に11月～12月に実施

◇1,423人（自販連480人、軽自動車協会30人、整備振興会154人、中販連600人、その他159人）が回答

ア. 支払総額を「表示している」が約75%（理由「必要な金額が分かりやすい」等）

支払総額を「表示していない」が約25%（理由「手間」「高くみえる」等）

イ. 今後、「表示した方がよい」が約53%（理由「分かりやすい」等）

「現状のままがよい（車両価格・支払総額のいずれかを表示）」が約41%（理由「現状問題ない」「変更が手間」等）

③消費者を対象とした調査

◇全国18才～79才の男女1,174人（中古車購入検討者585人、購入者589人）を対象に実施

ア. 販売価格の表示で一番分かりやすいのは、「支払総額と車両価格及び諸費用を表示」が約75%、次いで「支払総額と車両価格を表示」が約14%

イ. 支払総額を「必ず表示してほしい」が約63%、「できれば表示してほしい」が約26%

ウ. 中古車情報誌ウェブサイト等で中古車を検索した際、「車両価格と併せて支払総額を表示している販売店で購入したいと思う」が約81%

3) 今後の検討の進め方

◇アンケート調査結果を踏まえ、関係団体（中央・地方）及び会員事業者の意見を聴きながら、引き続き中古車部会、委員会において検討、来年度中には考え方をとりまとめる予定

6. 個人リース料金や割賦販売価格に関する規約・規則改正（案）の策定及び承認申請

消費者が割賦（販売）とリース（賃貸）の違いを理解し、適正な比較ができるようにするため、新車及び中古車の個人リース料金並びに割賦販売価格の表示に関する規約・施行規則改正（案）を策定

1) 個人リース料金の表示に関する規約・施行規則改正（案）のポイント

<施行規則>

①必要表示事項の追加、見直し

- ・「リース支払総額」、「設定残存価額（オープンエンド方式の場合）」、「リース料金に含まれている内容」の表示を追加

②リース終了時の条件の明確化

- ・「賃貸である」旨の表示の追加及びリース契約の内容に応じて表示が必要となる事項（「中途解約ができない場合はその旨」等）を明確化

③省略規定の見直し

- ・時間に制約のあるラジオCM及びスペースが無く表示が困難な広告の場合、「月々の支払額」と「詳しい支払条件等は尋ねられたい」旨以外の表示事項を省略化

<規約>

①新車の不当表示に関する規定の明確化

- ・実際のもものよりも有利であるかのように誤認されるおそれのある「支払額」や「リース契約に関する事項」の表示が不当表示に該当することを明確化

②中古車の不当表示に関する規定の新設

- ・個人リース料金の表示に関する不当表示の規定を新設し、明確化

2) 割賦販売価格の表示に関する規約・施行規則改正（案）のポイント

<施行規則>

◇必要表示事項の明確化

- ・「ローン終了時の条件等（残価設定方式ローン販売の場合）」の表示内容を明確化（「車両返却時に車両状態等により別途追加費用が発生する場合がある」旨等、表示が必要な内容を例示）

<規約>

◇不当表示に関する規定の明確化

- ・実際のもものよりも有利であるかのように誤認されるおそれのある「支払額」や「終了時の条件」の表示が不当表示に該当することを明確化

3) 規約・規則改正の今後のスケジュール

- ◇規約・施行規則改正（案）は、5月開催予定の理事会に上程、承認を得た後、規約改正（案）については総会（6月開催予定）に上程（施行規則の改正は理事会、規約の改正は総会の承認事項）、承認を得た後、消費者庁と公取委への認定（規約）、承認（施行規則）手続きを実施

7. 新たな販売方法等に対応した表示のあり方の検討

1) 「割賦販売価格や個人リース料金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

◇「割賦販売や個人リース料金の明瞭な表示に関する規約運用の考え方」について、研修会等を通じた普及活動を実施

2) 新たな販売方法等に対応した表示のあり方の検討

①サブスクリプション等の賃貸料金の表示に関する規約・施行規則の新設

◇「サブスクリプション（以下、「サブスク」という。）」と称する定額制サービスは、割賦販売を含む購入と比較されるサービスであることから、購入との違いを明確にし、消費者に適正な情報を提供するという観点から、新車及び中古車のサブスク料金等を表示する場合の必要な表示事項等について検討

◇カーリースとの法律上の明確な違いはないが、リースとは異なるサービスと位置付けられているケースが多いため、個人リース料金の表示に関する規定とは別に、サブスク料金を表示する場合の必要表示事項及び不当表示に関する規定を新設（規定内容については、個人リース料金の表示に関する規定とほぼ同様）することとし、規約・施行規則改正（案）を策定

②規約・規則改正の今後のスケジュール

◇規約・施行規則改正（案）は、5月開催予定の理事会に上程、承認を得た後、規約改正（案）は総会（6月開催予定）に上程（施行規則の改正は理事会、規約の改正は総会の承認事項）、その後、消費者庁と公取委への認定（規約）、承認（施行規則）手続きを実施

3) 中古車関係における客観的根拠に基づく最上級表示のあり方の検討

◇現在、表示が行われている中古車の「販売台数 No. 1」の根拠について、客観性・正確性が認められるか検討、現状の表示の根拠については、客観性・正確性に欠けることから、当該表示を行っている5社に対し表示を中止するよう指導を実施

◇中古車における「No. 1」等の最上級表示について、事実確認が可能な客観的根拠に基づく表示の可否について、関係部会において検討

- ・中古車販売台数「No. 1」と表示する場合の客観的根拠（台数）は、新車規約同様、国の登録及び届出情報とすることを確認
- ・登録及び届出情報の取得の可否、集計方法については引き続き検討

4) プラグインハイブリッド車の燃費表示等に関する施行規則改正（案）の策定及びWLTCモードに基づく燃費の表示方法への対応について

①プラグインハイブリッド車の燃費表示等に関する施行規則改正（案）の策定

◇電気自動車及びプラグインハイブリッド自動車が省エネ法の対象となり、WLTCモードによる測定（届出）及び燃費表示が義務付けられたことに伴い、燃費表示に関する施行規則改正（案）を策定

- ・プラグインハイブリッド車の「燃料消費率」として表示する国土交通省審査値を明確化
- ・カタログ、店頭展示車（スペックシート）以外の広告宣伝において、国土交通省審査値を全て表示できない場合の省略規定を新設

②プラグインハイブリッド車のWLT Cモード燃費の表示方法等を策定

- ◇ガソリン車、ハイブリッド車を対象に策定した「新燃費測定モード（WLT Cモード）に基づく燃費の表示方法等について（平成 29 年 7 月 14 日新車委員会決定）」を踏まえ、電気自動車及びプラグインハイブリッド自動車の表示方法等を策定

③規則改正の今後のスケジュール

- ◇施行規則改正（案）は、5月開催予定の理事会に上程、承認を得た後、消費者庁と公取委への承認（施行規則）手続きを実施

8. 中古車の車両状態評価に関する監修・監査及びPRの実施

1) 車両状態評価に関する監修基準に基づく監修及び監査の実施

- ◇車両状態評価機関からの申請に基づき、車両状態評価制度（システム）が監修基準を満たしているか審査を行い、監修基準を満たしている場合は監修を実施
- ◇新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、各評価機関が当初予定していた監査の実施が困難な状況となっていることを踏まえ、年度内の定期監査の実施が困難な場合は、次年度まで実施を猶予することとした

2) 車両状態評価に関する監修制度についてのPR活動の実施

- ◇ホームページを通じ、公取協の監修制度及び監修を行った表示（評価）機関について、消費者向けのPRを実施

9. 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・相談の受付と、トラブル対応・未然防止のための情報提供の実施

- ◇消費者からの苦情・相談を受け、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（相談受付件数 4, 7 7 9 件、内四輪車関係 4, 3 6 8 件、※ 2 0 2 1 年 3 月 末 現 在）
- ◇受付けた相談内容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、会員事業者等に対する情報提供を実施

②民法改正等に伴う「消費者相談対応マニュアル」、「同ハンドブック」の作成

- ◇改正民法の内容を踏まえ、「消費者相談対応マニュアル」及び「同ハンドブック」を作成

③苦情相談件数の多い事業者等への対応

◇広告等には定期点検整備無しの安価な車両価格を表示しながら、実際には定期点検整備を実施しなければ販売しない、あるいは、高額な有償保証を付けなければ販売しない、また、「業界最高水準の保証」等と表示した保証を付けて販売しながら、不具合が発生しても保証対象外として無償修理に応じない等、不当な価格表示及び不適切な販売行為・対応に関する苦情相談が寄せられている会員事業者1社に対し、広告表示や販売行為・対応等に関する調査を実施、不当な価格表示に対して「警告」の措置を採るとともに、不適切な販売行為・対応について改善指導を実施

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

◇地区消費生活センター等からの要望に基づき、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会を6地区（消費生活センター3地区、中販連関係3地区）で実施

◇消費者相談対応の事例等について消費生活センターとの情報交換活動を実施するなど連携強化を図った

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

◇消費者が求める表示や現状の表示に対する認識、評価等について把握するため、消費者モニター87名に対するアンケートを3回実施

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

◇「公取協会会員店」で購入するメリットを一般消費者に広くPRするため、問題となる中古車の広告事例をもとに公取協会会員店の優良性の訴求や、運転支援機能に対する正しい理解促進を目的とした動画を作成しYouTubeに公開、動画に誘導するバナー広告を配信するなど、PR活動を実施

(動画再生回数は約34万回 ※2021年3月末現在)

2) 会員に対する情報提供の充実

◇「AFTC INFORMATION」のメール配信やホームページへの掲載、公取協ニュース等を通じ、サポカー補助金に関する表示を行う際の留意点や、広告表示に関する注意点等に関する情報を会員に配信

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

◇規約や広告宣伝に関する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オンライン方式で実施

2) 大型車における運転支援機能や燃費等に関する情報提供のあり方の検討

◇大型車ディーラーとの懇談会を開催（京都）、独禁法と併せて、商談・納車時等の運転支援機能や燃費に関する表示（説明）の状況、機能に関するユーザーの理解度等について意見交換を実施

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を実施

◇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

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（自販連支部、中販連支所）の所長（専務理事）会議をオンラインで開催

2) 公正取引に関する法令（独禁法、下請法等）の普及指導

◇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

【参 考】

1. 規約違反に対する措置件数

○ 2021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	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	1 ^{※4}	1
警 告	2 ^{※1}	2 ^{※2}	0	0	4
嚴重警告	0	1 ^{※3}	0	0	1
違 約 金	0	0	0	0	0
計	2	3	0	1	6

※1 最上級表示及び個人リース料金に関する不当表示

※2 取引条件等に関する不当表示等

※3 修復歴の有無に関する不当表示

※4 過大な景品提供

2. 規約参加事業者数の現況

○ 2021年3月末現在の規約参加事業者数

13,887 社 (期首 13,809社)

○ 2020年4月から2021年3月までの入退会事業者数

入会等事業者数 350 社

退会等事業者数 272 社

(+78 社)

《二輪車関係》

1. 規約に基づく適正表示の促進

1) 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促進

今年度は、訪問による店頭表示のチェック・アドバイス活動に代えて、販売店自らがチェックを行う、セルフチェック（Google フォームを活用）を実施（Google フォームを利用できない会員店は、書面により実施（報告義務なし））

①国内4銘柄関係によるチェック・アドバイス活動の実施

◇セルフチェックの実施状況は、対象店舗数4,591店中、2,794店（60.9%）において実施、規約遵守率は約76%

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

◇オートバイ組合関係のセルフチェックの実施状況は、対象店舗数557店中、35店（6.3%）において実施、規約遵守率は約83%
輸入組合関係のセルフチェック実施状況は、対象店舗数234店中35店（15.0%）において実施、規約遵守率は約88%

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状況は、対象店舗数1,799店中79店（4.5%）において実施、規約遵守率は約67%
上記の結果、対象店舗数7,181店中2,943店（41.0%）において実施、規約遵守率は約76%

2. 中古二輪車の品質評価（「品質評価実施店」）の定着化

1) 「品質評価実施店」の拡充

◇店頭表示のチェック・アドバイス活動を通じ、適正表示を実施している会員店を「品質評価実施店」に選定、本年度のチェック・アドバイス活動結果に基づく「品質評価実施店」への選定候補店は992店

2) 「品質評価実施店」の積極的なPRの実施

◇「品質評価実施店」の紹介サイトを公取協のホームページに掲載、同サイトへのアクセス数増加を図るため、YouTubeのCM動画配信に加え、情報誌のWebサイトにバナー広告を設置してPRを実施
（YouTubeでの動画視聴回数は約75万回 ※2020年2月～10月）
◇SNS（Facebook、Twitter）を利用して紹介記事やCM動画を投稿するなどPRを開始
◇「品質評価実施店」自らがSNS上に2分程度の動画を投稿する「あなたの街の『品質評価実施店』」お店紹介動画の投稿企画を開始
「安心のポイント」等をPR、公取協ホームページの「あなたの街の『品質評価実施店』」サイトで紹介するなどPRを展開

3) eラーニングによる品質評価者講習の実施

- ◇集合講習を廃止して eラーニングによる講習に一本化して実施、3月末現在、受講者数1,838名(新規385名、更新1,453名)、更新率は79.0%(前年度84.4%)で、在籍店率(店舗)は80.2%(前年度74.7%)
- ◇新規入会時の新規講習受講の必須化について検討、2021年4月から実施

3. 中古二輪車の適正な走行距離表示の周知徹底

1) 第3回二輪車情報誌における走行距離表示に関する実態調査の実施

- ◇オークションにおいて「減算歴車」として落札された車両について、販売時(情報誌)の表示実態に関する第3回目の調査を実施
- ◇調査の結果、全国で41社(計64台)において不当表示が認められ、うち、第2回の調査に続き2回連続で不当表示が認められた4社については「嚴重警告」の措置を実施、第1回の調査から3回連続で不当表示が認められた2社に対し、「嚴重警告」の措置を採るとともに、「違約金」を課した
- ◇調査結果を踏まえ、不当表示の未然防止(再違反防止)のため、今後は会員店の担当販社(国内4銘柄・インポーター)及び所属関係団体と連携して改善指導を行うこととした

2) 中古二輪車の走行距離表示に関する継続的な監視の実施

- ◇二輪情報誌における走行距離表示に関する実態調査結果を踏まえ、二輪情報誌及び同Webサイトに掲載された走行距離表示を継続的に監視

3) 走行距離の適正な表示に関するキャンペーンの実施

- ◇YouTubeへの動画掲載やCM動画の配信等により、「中古バイクの走行距離の適正な表示及び会員店は適正表示を実施している」旨のPRを実施

4. 規約運用に関する普及活動の実施

1) 会員に対する普及活動の実施

- ◇適正表示の推進及び消費者トラブルの未然防止を目的として、以下の内容について表示方法を明確化
 - <明確化した内容>
 - ・「年式」については、「初度登録(届出)年」を表示
 - ・品質評価基準表における「メインフレーム」について、「フレーム・ハンドルストッパー・シートレール」に細分化
 - ・電動バイクの「燃費」を表示する場合には、「一充電走行距離」を表示
 - ・レンタルもしているバイクを販売する際には、「レンタルバイクとして使用している」旨を表示
- ◇表示方法を解説した資料を作成、会員に配布するなど、普及活動を実施

5. eラーニングシステムを活用した会員店とのコミュニケーションの充実の検討

1) eメールによる情報提供の実施

◇公取協から会員店へ「モーターサイクルインフォメーション」や各種案内をeメールで送信する等、eメールを活用した情報提供を実施、会員のメールアドレスの取得や更新の徹底等については引き続き対応を検討・実施

2) eラーニングシステムを活用した会員とのコミュニケーションの実施

◇eラーニングシステムの申し込み方法の簡便化等、利便性を向上して品質評価者講習を実施

◇店頭表示のチェック・アドバイス活動に代えて実施したセルフチェックでは、新たに Google フォームを活用して実施、チェック実施の他、アンケートを盛り込むことで会員店からの意見等を聴取

◇適正表示推進委員会は、書面とオンラインの併用による開催とし、委員からの意見集約の際には Google フォームも活用

3) 会員専用ページの利用促進を図るためのシステム改修の検討

◇ホームページの会員専用ページについて、情報の一元化や内容の充実を図り、会員店がより利用しやすくなるための改修について検討

◇本年度は、会員管理システムをはじめとした各システムの一元化や会員への情報提供として必要なコンテンツ等について検討し、次年度の改修・運用開始に向けた準備作業を実施

6. 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のための支援活動の実施

◇品質評価者講習会を開催し、規約の普及活動を実施

◇国内銘柄販社営業担当者に対する準規約指導員研修を実施（1社、出席者8名）
した他、関係団体主催の規約研修会（1回、出席者約50名）、会員販売店社員向け規約勉強会（1社、出席者12名）に出席

◇店頭表示や広告作成等に関する事前相談の受け付けを積極的に行う等、サポート活動を実施

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・相談の受け付けと対応

- ◇消費者からの苦情・相談を受け付け、トラブル解決のための適切なアドバイスを行うなど、迅速かつ適切に対応（相談受付件数4,779件、内二輪車関係323件
※2021年3月末現在）

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研究

- ◇消費者相談事例研究会を開催し、相談事例を基にトラブルの発生原因や問題点を分析、トラブルへの適切な対応及び未然防止策等について検討

【参 考】

1. 規約違反に対する措置件数

○2021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

対象区分 措置区分	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	1※ ¹	0	0	0	1
警 告	0	1※ ²	0	0	1
嚴重警告	0	6※ ³	0	0	6
違 約 金	0	2※ ⁴	0	0	2
計	1	9	0	0	10

※1 特定事項の表示基準違反（最高速度等）

※2 走行距離に関する不当表示（虚偽表示）

※3 走行距離に関する不当表示（過少表示）

※4 走行距離に関する不当表示のうち、再違反となるもの
（「違約金」の2件は「嚴重警告」の措置と併せて課したもの）

2. 規約参加事業者数の現況

○2021年3月末日現在の規約参加事業者数

5,672社（期首 5,717社）

○2020年4月から2021年3月までの入退会事業者数

入会事業者数 43社

退会等事業者数 88社

（ -45社）

《四輪・二輪合計》

○2021年3月末日現在の規約参加事業者数

19,559社（期首 19,526社）

○2020年4月から2021年3月までの入退会事業者数

入会事業者数 393社

退会等事業者数 360社

（ +33社）