

2022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 各地区による店頭表示に関する規約遵守状況調査の実施

◇各地区公取協事務取扱所(4団体支部・支所等)による新車及び中古車の店頭表示に関する規約遵守状況調査を実施

◇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

◇新車及び中古車の新聞・チラシ広告(新車726枚、中古車980枚(収集期間:2022年8月19日から9月24日))を対象に、公取協事務局による規約遵守状況調査を実施

◇不当表示に該当するおそれのあるもの(新車1件)については、公取協事務取扱所を通じて改善を指導(厳重注意)、その他表示もれ等についても、改善を要請

2) 広告表示適正化のための普及活動の実施

① 広告制作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(2022年度の受付件数は約1,130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や新聞協会、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4月及び12月に開催、規約改正(中古車の支払総額の表示)への対応等、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やオンライン形式での開催等、地区における規約普及活動に積極的に協力

- ◇関係団体及び各地区と連携した規約普及を図るため、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)所長(専務理事)等を対象としたブロック会議(対面形式またはオンライン形式)を8月から11月に開催
- ◇各地区における規約普及指導体制の充実を図るため、各地区規約担当者を対象とした研修会(消費者庁担当者による不当な価格表示に関する講演、中古車の販売価格(「支払総額」)に関する規約改正等)を11月に開催

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(「表示管理者」)等を対象とした研修会の開催

① オンラインを活用した規約等に関する研修会の開催

- ◇会員事業者(メーカー、インポーター、ディーラー)の「表示管理者」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、オンライン形式で2月に9日間開催(約1,360人が参加)

② ブロックや地区単位、事業者単位の規約等に関する研修会の開催

- ◇地区(自販連2地区、振興会1地区、中販連12地区)や会員事業者(6社、2団体)の要望に基づき、担当部門やスキル等に応じた研修会を、集合形式又はオンライン形式で開催

2) 広告関係事業者(「広告表示管理者」)を対象とした研修会の開催

① オンラインを活用した規約等に関する研修会の開催

② 地区単位、事業者単位の規約等に関する研修会の開催

- ◇会員事業者対象の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(「広告表示管理者」)を対象とした研修会(「基礎研修」及び「レベルアップ研修」)を開催(1社)、受講者には、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、「広告表示管理者研修 受講証」を発行

3) 「表示管理者」を通じた規約普及活動の推進と表示管理体制充実の促進

- ◇「表示管理者」によ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、各社における規約の普及活動を推進するなど、表示管理体制の充実を促進

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、会員事業者の表示等管理体制を点検するためのセルフチェックをディーラー1,011社、簡易なセルフチェックを専門店1,911社において実施

3. 中古車の販売価格(「支払総額」)の表示に関する規約・規則の改正及び普及活動の実施

1) 規約・規則改正(案)の総会承認と消費者庁及び公取委認定・承認申請

① 規約・規則改正(案)の総会承認と消費者庁及び公取委への認定・承認申請

◇規約・規則改正(案)について、定時総会(昨年6月開催)の承認を得た後、消費者庁及び公取委に認定・承認を申請、3月27日付で認定・承認を得た後、約半年間の移行(周知)期間を設け、2023年10月に施行

<改正(案)のポイント>

- ▶ 中古車の販売価格は、「支払総額」を表示することとし、併せて「車両価格」及び「諸費用の額」を内訳として表示
- ▶ 「定期点検整備実施の有無」の表示について、「整備あり(費用別途)」の表示は廃止し、「整備付き(価格に込み)」又は「整備なし」の表示に変更
- ▶ 「不当な価格表示(表示価格では実際に購入できない)」に対する規約違反措置を厳格化(厳重警告又は違約金、事業者名公表)

② 規則改正(案)の一部修正(案)の理事会承認と消費者庁及び公取委への承認申請

◇規則改正(案)について、表示の適正化を一層徹底(抜け道を防止)するという観点から、その一部を修正する修正(案)について理事会(本年2月開催)の承認を得た後、消費者庁及び公取委に承認を申請、3月27日付で承認を得た

<修正(案)のポイント>

- ▶ 表示する価格を明確にするため、「支払総額」には諸費用を含めなければならないこと、及び、諸費用には「検査登録手続き代行費用及び車庫証明手続き代行費用」を含めなければならないことを、条文上も明確化

2) 改正規約等に関する普及活動の実施

① YouTube 動画の配信による「支払総額」の表示に関する消費者PRの実施

◇YouTube に消費者向け PR 動画(「中古車は『支払総額』で比較して購入するのが安心」、「納車準備費用等は支払う必要はありません」)を配信(2022年10月～2023年3月末まで配信、再生回数は30秒動画約123万回、6秒動画約228万回)

② 改正内容や会員から寄せられた問合せ等をまとめたパンフレットの作成と配布

◇改正規約・規則について、改正の理由や改正のポイント、また、会員から寄せられた問合せ等をFAQにまとめ掲載したパンフレット(「中古車の販売価格の表示が『支払総額』に変わります」)を作成、各地区公取協事務取扱所等を通じて会員に配布するとともに、ホームページに同内容等を掲載した「特設ページ」を開設

③ 公取協及び各地区主催の研修会、各地区委員会における周知活動の実施

④ 「支払総額」の表示に対応した、「プライスカード作成システム」の会員専用Webページにおける公開(2023年6月予定)に向け、準備作業を実施

4. 冠水車の表示に関する規約改正及び周知活動の実施

1)規約改正(案)の認定申請

◇規約改正(案)を総会(6月開催)の承認後、消費者庁及び公取委に認定を申請、3月27日付で認定を得た後、4月27日施行

<改正(案)のポイント>

- ▶ 不当表示の禁止規定に「冠水車であるにもかかわらず、虚偽の表示及びその旨を表示しないことにより、冠水車ではないかのように誤認されるおそれのある表示」を追加

◇走行距離・修復歴の不当表示と同等の規約違反措置基準(厳罰規定)を新設

2)改正規約に関する普及活動の実施及び厳正な対処

◇研修会等を通じ、冠水車に関する不当表示未然防止のための普及活動を行うとともに、不当表示が見られた場合は厳正に対処

5. 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の未然防止及び厳正な対処の実施

①「改ざん歴車」や「修復歴車」の表示実態調査の実施

◇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について調査を実施

- ▶ 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3社に対し「厳重警告」及び「違約金」の措置
- ▶ 今年度の調査結果に基づき、会員3社に対し「厳重警告」、併せて「違約金」の措置

②不当表示未然防止活動の実施

◇規約遵守状況調査や研修会を通じ、走行距離や修復歴、販売方法に応じた保証や整備等の表示について周知活動を実施、問題のある表示については改善を指導

◇修復歴車や冠水車に関する不当表示について、注意喚起のためのリーフレットを作成、ホームページに公開するとともに、中古車情報誌・サイト等の協力を得て、事業者(会員・非会員)への周知を実施する予定

2)広告における不当な価格表示及び不適切な販売行為に対する改善指導の実施

①苦情相談の多い事業者の価格表示と販売の実態に関する調査の実施(第2回)

◇当協議会の消費者相談窓口「不当な価格表示や不適切な販売行為」に関する苦情相談が多く寄せられる、大手等(多店舗展開)や未使用車専門店等、中古車専門店17社(昨年度実施した同調査で問題の見られた10社含む)を対象に調査を実施

②不当な価格表示及び不適切な販売行為に対する改善指導の実施

◇上記①の調査の結果、「不当な価格表示(「定期点検整備なしと表示しながら、定期点検整備費用を別途請求、当該費用は除外できないと説明」等)」や「不適切な販売行為(「納車準備費用を計上し、当該費用は除外できないと説明」等)」が見られた事業者に対する改善指導を実施

▶ 昨年度の調査結果に基づき注意喚起を実施した7社のうち、今年度の調査で同様の問題がみられた3社に対しては、規約違反の措置を採る等、改善指導を実施する予定

▶ 今年度の調査で問題がみられた7社に対して注意喚起を実施

◇改善指導や注意喚起を行った事業者の改善状況を今後確認するとともに、同調査を継続して実施し、同様の問題が見られた場合や苦情相談が減少しない場合は、規約違反被疑事案として調査及び改善指導(規約違反としての措置及び不適切な販売行為の是正)を実施する予定

③中古車情報ウェブサイト「新車未登録」と表示している車両に関する実態調査と改善指導の実施

◇中古車情報媒体社ウェブサイト「新車未登録」と表示しているにもかかわらず、実際には「中古車」であるなど、当該車両を新車として販売することができない「おとり広告」の疑いのある2社について調査を実施中

◇同サイトにおいて「新車未登録」と表示している車両の実態把握のため、当該掲載車両が多い20社を対象に、実態調査を実施

▶ 調査の結果、「店頭に広告掲載車両がない」、あるいは、「当該車両は販売できない」等、当該車両を販売することができないと回答した15社については、注意喚起を実施する予定

◇調査結果等を踏まえ、中古車情報媒体社に対し、「新車」の掲載方法について、見直しの検討を要請する予定

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(3社)については、とりまとめ次第、消費者庁や都道府県に措置を要請する等、効果的な指導を実施する予定

6. カタログ等における装備品等の表示及び打消し表示のあり方等に関する周知活動の実施

1) メーカー・インポーターに対するアンケートの実施

◇メーカー・インポーター各社のカタログ等における装備品等の表示及び打消し表示の状況、各社における再確認の状況及び表示管理体制に関する実態把握のためのアンケート調査を実施

- ▶ メーカー、インポーター計19社より回答があり、再確認を実施した又は実施中のうち、カタログの装備品等に関する表示で3社、表示管理体制で2社から「問題となるおそれが見られた」との回答あり

2)カタログ等における打消し表示の実態把握

◇ウェブサイト(ウェブカタログ)における打消し表示に関する実態調査を実施(現在調査結果とりまとめ中)、問題となる表示が見られた事業者に対しては、個別に改善指導を実施する予定

- ▶ 20社82車種を対象に、ウェブサイト(ウェブカタログ)の装備品等の表示及び装備品等の打消し表示の実態を調査
- ▶ 実際にはオプションであるにもかかわらず、標準装備であるかのように誤認されるおそれのある表示など、問題となるおそれのある表示が見られた

3)カタログ等における装備品等の表示及び打消し表示のあり方等の周知活動の実施

◇今後、上記アンケートやウェブサイトの実態調査の結果を踏まえ、カタログや広告等における装備品等に関する適切な表示及び打消し表示のあり方等について整理、周知活動を実施する予定

7. 自動運転化技術に関する適正な表示の検討及び普及活動の実施

1)運転支援機能(レベル1、2)及び自動運転機能(レベル3)に関する表示の考え方の周知活動の実施

- ◇研修会等を通じ、「運転支援車(レベル1、2)並びに自動運転車(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」の周知活動を実施
- ◇消費者を対象とした、運転支援機能や自動運転機能に関する理解度、販売時の表示(説明)等の実態把握を目的としたアンケート調査を4月に実施
 - ▶ 当該機能の内容等について、消費者には十分に理解されていない点も見受けられたことから、商談時・納車時のより丁寧な説明や、広告における注意喚起の表示の徹底について研修会等を通じて周知

2)自動運転機能(レベル4以降)に関する表示のあり方の検討

◇自動運転化技術レベル4以降の自動運転車及びその機能について、消費者の誤解や過信を招かないようにするため、テレビCM等における表示(映像表現)のあり方及び注意喚起表示の内容等について、関係機関と連携しながら検討

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

◇会員販売店を対象として実施したアンケート調査結果を踏まえ、中古車販売時における表示や情報提供及びそのための情報収集のあり方等について検討、必要に応じて情報提供を実施

- ▶ 仕入れ時の運転支援機能搭載の有無並びに動作確認の徹底について、研修会等を通じて周知

4)表示の実態把握及び改善指導の実施

- ◇上記1)について、テレビCM等の広告や店頭における表示の状況に関する実態把握を適宜実施、問題等がみられた場合は改善指導を実施

8. 割賦やリース、サブスク等の表示に関する改正規約・規則の普及活動の実施

1)改正規約・規則の普及活動の実施

- ◇研修会等を通じ、以下のア～エの改正規約・規則(2022年6月施行)の普及活動を実施
 - ア. 割賦販売価格の表示
 - イ. 個人リース料金の表示
 - ウ. サブスク等の料金の表示
 - エ. プラグイン・ハイブリッド車の燃費表示

2)普及状況の実態把握と改善指導の実施

- ◇規約遵守状況調査等で、問題等がみられた場合は改善指導を実施

9. 新たな販売方法・サービス等に対応した表示のあり方の検討

1)SNS等を活用した広告宣伝に関する表示のあり方等の検討及び周知活動の実施

- ◇SNS(Facebook、Instagram、Twitter)を活用した広告宣伝に関する実態調査(SNSの活用状況、広告活用時の表示状況)を実施
 - ▶ メーカー・インポーターは車両紹介(特徴・機能)、ディーラーはキャンペーン・イベント告知、専門店が入庫車・在庫車の紹介にSNSを活用
 - ▶ 一部の事業者において中古車の二重価格表示等、問題となる表示が見られた
- ◇調査結果を踏まえ、媒体の特性等に応じた表示のあり方について検討、必要に応じて表示の考え方等を整理するとともに、周知活動を実施

2)新たな販売方法・サービス等に対応した表示のあり方の検討

- ◇消費者ニーズに対応した新たな販売方法やサービス等に関する実態把握等を実施、表示上の問題の有無や、必要に応じて表示のあり方について検討

3)中古車の客観的根拠に基づく「No.1」等の最上級表示のあり方の検討

◇中古車の販売台数「No.1」と表示する際の客観的根拠となる国の届出情報の取得について、会員事業者の同意が得られることを前提に、会員に限定した情報のみ取得は可能、との回答を得たことから、会員事業者からの同意を得る方法やデータ取得に要するコスト等について今後確認を実施、確認結果を踏まえ、当該表示を希望する事業者に必要な性の有無等を確認

▶ 届出情報を取得するためには、全会員事業者から個別に書面で同意を得る必要があること、また、データ取得に要するコストを踏まえると、届出情報の取得は困難と考えられる

10. 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

◇申請のあった、車両状態評価を行う評価機関1社の車両状態評価制度(システム)について、監修基準を満たしているか確認中、監修基準を満たしている場合は監修を実施

◇監修を受けた車両状態評価機関(7機関)における評価制度(システム)の運用状況について、監査を実施

2)車両状態評価に関する監修制度等についてのPR活動の実施

◇公取協の車両状態評価の「監修制度」及び監修を受けた「評価機関」並びに「評価付き中古車」の信頼性について、ホームページ等を通じて一般消費者に対するPR活動を実施

11. 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(相談受付件数5,171件、内四輪車関係4,785件)

◇受付けた苦情相談を基にトラブルの発生原因や規約(表示上の問題)との関連、販売対応の問題点等を分析、消費者相談事例研究会においてトラブルへの対応や未然防止策について検討

◇購入の際の留意点やトラブル防止のための注意点等について、ホームページ等において消費者に情報提供するとともに、相談が増加しているものや悪質なものについては、同ホームページにおいて注意喚起を実施

②「消費者相談対応マニュアル」、「同ハンドブック」に基づく研修会の開催

◇各地区公取協事務取扱所や会員事業者からの要望に基づき、「消費者相談対応マニュアル」及び「同ハンドブック」に基づく研修会を開催(自販連関係1地区、中販連関係1地区、会員事業者2社)で開催

③苦情相談件数が多い事業者の販売実態に関する調査及び改善指導の実施

◇苦情相談件数が多い、または、悪質性が高いと判断される事業者について、不当な価格表示及び不適切な販売行為・対応に関する問題がみられた会員事業者2社について、販売実態に関する調査を実施中、規約違反が認められた場合は措置をとるとともに、販売対応についても改善指導を実施する予定

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強化を図るとともに、各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との懇談会を1地区で開催

◇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7地区で実施

3)消費者団体等との情報交換活動の実施

◇消費者関連団体との懇談会を開催し、情報交換活動を実施

◇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、必要に応じて消費者を対象としたアンケートを実施

12. 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活動の実施

◇中古車の価格表示に関連した問題のある広告やトラブル事例を基に、「支払総額」の表示の必要性・重要性、諸費用の考え方の周知・啓発及び「中古車購入は適正表示で安心の公取協会員店で」をキャッチコピーとした、会員店の優良性をPRする動画を作成し YouTube に公開、動画に誘導するバナー広告を掲載する等のPR活動を実施

▶ 再生回数は30秒動画約123万回、6秒動画約228万回

2)会員に対する情報提供の充実

◇「AFTC INFORMATION」等を通じ、中古車の販売価格(「支払総額」)の表示に関する規約改正や、リース・サブスク等の広告表示に関する注意点等の情報を配信、公取協の活動内容や各種情報を掲載した「公取協ニュース」(機関紙)を2回発行

13. 大型車関係事業の推進

1)規約に基づく適正表示の推進

- ◇大型車関係の会員事業者や広告関係事業者を対象に、規約や広告宣伝に関するマニュアル等に基づく研修会を開催

2)独禁法、下請法に関する普及活動の実施

- ◇大型車の実態等を踏まえた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、メーカー、ディーラーへのヒアリングを継続して実施しながら検討
- ◇独禁法、下請法の運用状況等を踏まえ、マニュアルに基づく研修会や情報提供等を実施
- ◇独禁法・下請法の普及状況等に関する地区大型車委員会との懇談会を開催(自販連京都大型バス・トラック委員会)、活動内容を各地区公取協事務取扱所に展開するなど、各地区の活動に協力
- ◇関係団体や公取協事務取扱所(自販連支部、軽自動車協会、整備振興会、中販連支所)の役職員を対象とした、「事業者団体活動と独占禁止法」に関するマニュアルに基づく研修会を、オンライン形式で12月に3日間開催(165名が出席)

14. 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

- ◇関係団体及び各地区との連携強化を図るため、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)所長(専務理事)を対象としたブロック会議(対面形式またはオンライン形式)を8月から11月に開催
- ◇公取協事務取扱所の規約担当者を対象とした研修会(オンライン形式)を11月に開催

2)公正取引に関する法令(独禁法、下請法等)の普及指導

- ◇会員における独占禁止法や下請法違反行為の未然防止を図るため、「事業者団体活動と独占禁止法」に関するマニュアル及び下請法マニュアルの活用を促進
- ◇公取協事務取扱所の役職員を対象とした、「事業者団体活動と独占禁止法」に関する研修会(オンライン形式)を12月に開催

【参 考】

1. 規約違反に対する措置件数

○2022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 \ 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	1 ^{※1}	0	0	0	1
警 告	0	2 ^{※2}	0	0	2
嚴重警告	0	4 ^{※3}	0	0	4
違 約 金	0	3 ^{※4}	0	0	3
計	1	9	0	0	10

※1 写真と価格の不一致(チラシ広告調査)

※2 不当な価格表示(苦情相談件数の多い事業者)

※3 修復歴に関する不当表示、おとり広告

※4 修復歴に関する不当表示のうち、特に悪質なもの
(「違約金」の3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

○2023年3月末現在の規約参加事業者数

13,946 社 (期首 13,917社)

○2022年4月から2023年3月までの入退会事業者数

入会等事業者数 301 社

退会等事業者数 272 社

(+29 社)

《二輪車関係》

1. 規約に基づく適正表示の一層の促進

1) 店頭表示のセルフチェック活動を通じた適正表示の促進

本年度より会員専用ページを利用し、会員がより簡単にセルフチェックを実施できるよう対応

当初の予定より開始時期が遅れたため、期限を延長して実施を促進

①国内4銘柄担当の会員店

◇対象店舗数4,373店中、3,459店(79.1%)においてセルフチェックを実施、規約の遵守率は約98.1%(前年度実施率94.1%、同規約遵守率95.2%)

②オートバイ組合及び輸入組合担当の会員店

◇オートバイ組合関係は、対象店舗数637店中、272店(42.7%)においてセルフチェックを実施、規約の遵守率は約98.5%(前年度実施率49.0%、同規約遵守率97.6%)

輸入組合関係は、対象店舗数217店中、102店(47.0%)においてセルフチェックを実施、規約の遵守率は約98.0%(前年度実施率63.7%、同規約遵守率98.2%)

③所属団体はあるが担当販社のない会員店及び所属団体のない会員店

◇対象店舗数1,648店中、539店(32.7%)においてセルフチェックを実施、規約の遵守率は約97.8%(前年度実施率63.6%、同規約遵守率93.5%)

上記の結果、対象店舗数6,875店中4,372店(63.6%)においてセルフチェックを実施、規約の遵守率は約98.1%(前年度実施率82.3%、同規約遵守率95.0%)

2) セルフチェック実施を促進するための方策の検討・実施

◇会員専用ページを活用したセルフチェック未実施店に対するフォローの実施

- ▶ 会員専用ページに登録のメールアドレスに公取協からDMを送信
- ▶ 会員専用ページに未登録の会員店には、利用登録の際、そのまま続けてセルフチェックの実施に誘導するリンク先を同ページ上に設置して実施を促進
- ▶ 公取協コールセンターからの電話によるフォローについて、これまで公取協が担当した会員店に加え、各方面と調整の上、フォローが必要な会員店まで拡大して対応

◇国内4銘柄やインポーター、各地区オートバイ組合によるフォロー活動を実施

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

◇店頭表示のセルフチェックの実施徹底や新規入会講習の実施、品質評価者更新講習受講促進の実施により、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「品質評価実施店」は、対象店6,879店中、4,616店で67.1%(前年度52.5%)

2)「品質評価実施店」の積極的なPRの実施

◇「品質評価実施店」に関するPR動画をYouTubeやSNSへ配信する等PRを実施
2022年4月から11月までのYouTubeでの動画視聴回数は約195万回(前年度約169万回)

◇情報誌ウェブサイトと連携した「品質評価実施店」のPR方法について検討、引き続き実施に向けて検討することとした

3)eラーニングによる品質評価者講習の実施

本年度より会員専用ページを利用し、会員がより簡単に受講申込みができるよう対応を行ったが、開始時期が遅れたため、期限を延長する等して対応することで受講率の向上を図る予定

◇eラーニングによる品質評価者講習を実施、受講者数2,786名(新規449名、更新2,198名)、更新率は66.1%(前年度79.0%)

◇公取協コールセンターから電話によるフォロー活動を実施

▶ これまで公取協が担当した会員店に加え、各方面と調整の上、フォローが必要な会員店まで拡大して対応

◇国内4銘柄やインポーター、各地区オートバイ組合によるフォロー活動を実施

3. 中古二輪車の適正な走行距離表示の周知徹底

1)走行距離表示に関する実態調査の実施

◇二輪情報誌及びウェブサイトにおける走行距離表示に関する第5回実態調査を、2022年11月から2023年2月にかけて実施

◇調査対象媒体は全国の情報誌及びウェブサイトの3社、調査対象台数は2,669台(日本二輪車オークション協会の走行距離確認サービスを利用している情報誌及びウェブサイトは調査対象外とした)

◇調査の結果、会員店における走行距離の不当表示は見られなかった

ただし、非会員2社、合計5台において「減算歴車」を実走行距離として表示する等の不当表示が認められたため、追加調査を実施するとともに、結果をとりまとめ次第、消費者庁や都道府県に措置を要請

2) 走行距離の適正な表示に関する周知徹底とPR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、AFTCモーターサイクルインフォメーションにより、会員店に対して適正な走行距離の表示に関する周知活動を実施予定
- ◇消費者に対しては、「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YouTube動画の配信等により、PRを実施予定

3) 二輪情報誌との連携による適正な走行距離表示の促進

- ◇二輪情報誌と走行距離表示の適正化のための諸課題等に関する意見交換を実施

4. 「年式」等の表示に関する規約・規則の改正及び普及活動の実施

1) 規約・規則改正(案)の認定・承認申請と普及活動の実施

- ◇規約・規則改正(案)を総会(6月開催)の承認後、消費者庁及び公取委に認定・承認を申請、4月27日付で消費者庁・公取委の認定・承認を得た後、5月末頃に施行予定
- <改正(案)のポイント>
- ▶ 「年式」の表示は、「初度登録(届出)年」に変更
 - ▶ 「使用歴」として、「自家用」、「レンタルバイク」等を表示
 - ▶ 電動バイクの「燃費」として、「一充電走行距離」を表示

5. 冠水車の表示に関する規約の改正及び周知活動の実施

1) 規約改正(案)の認定申請

- ◇規約改正(案)を総会(6月開催)の承認後、消費者庁及び公取委に認定を申請、4月27日付で認定を得た後、5月末頃に施行予定
- <改正(案)のポイント>
- ▶ 不当表示の禁止規定に「冠水車であるにもかかわらず、虚偽の表示及びその旨を表示しないことにより、冠水車ではないかのように誤認されるおそれのある表示」を追加
- ◇走行距離・修復歴の不当表示と同等の規約違反措置基準(厳罰規定)を新設

2) 改正規約に関する普及活動の実施及び厳正な対処

- ◇品質評価者講習等を通じ、冠水車に関する不当表示未然防止のための普及活動を行うとともに、不当表示が見られた場合は厳正に対処

6. カタログ等における装備品等の表示及び打消し表示のあり方等に関する周知活動の実施

1)メーカー・インポーターに対するアンケートの実施

- ◇メーカー・インポーター各社のカタログ等における装備品等の表示及び打消し表示の状況、各社における再確認の状況及び表示管理体制に関する実態把握のためのアンケート調査を実施
 - ▶ メーカー、インポーター計12社より回答があり、再確認を実施した又は実施中のうち、カタログの装備品等に関する表示、表示管理体制ともに「問題となるおそれが見られた」との回答はなかった

2)カタログ等における打消し表示の実態把握

- ◇ウェブサイト(ウェブカタログ)における打消し表示に関する実態調査を実施(現在調査結果とりまとめ中)、問題となる表示が見られた事業者に対しては、個別に改善指導を実施する予定
 - ▶ 12社36車種を対象に、ウェブサイト(ウェブカタログ)の装備品等の表示及び装備品等の打消し表示の実態を調査
 - ▶ 「写真の車両は実際のものとは仕様が異なる場合がある」旨の表示や「アクセサリー装着車」としながら、その内容が明示されていないケースが見られた

3)カタログ等における装備品等の表示及び打消し表示のあり方等の周知活動の実施

- ◇今回のウェブサイトの実態調査の結果における問題点等を基に、カタログ等における装備品等に関する適切な表示及び打消し表示のあり方等について検討し、周知活動を実施する予定

7. 規約の一層の定着化を図るための普及活動の実施及び今後の規約指導體制等に関する検討

1)会員専用ページを活用した規約普及活動の実施

- ◇会員専用ページの利用登録を昨年8月に開始
- ◇現在、会員専用ページ未登録店に対して、国内4銘柄やインポーター、各地区オートバイ組合によるフォロー活動を実施するとともに、公取協から電話によるフォロー活動をこれまで公取協が担当した会員店に加え、各方面と調整の上、フォローが必要な会員店まで拡大する等して登録を促進
- ◇会員専用ページの利用登録状況は6,875店中、5,261店(76.5%)
- ◇今後、会員専用ページの新機能として準備中のプライスカード作成システムについて、早期の利用開始に向けて準備を進めるとともに、会員専用ページやDMを活用した 情報提供を実施する予定

2) 今後の規約普及活動や指導体制等に関する検討、実施

① 会員専用ページを活用した、規約の普及活動(セルフチェックの実施、品質評価者講習会の受講、不当表示の未然防止等)のあり方について検討

◇ 会員専用ページを利用して、セルフチェック活動及び品質評価者講習を実施

② 所属団体はあるが担当販社のない会員店及び所属団体のない会員店へのセルフチェックの実施や品質評価者講習の受講促進のための指導体制等について検討

◇ より一層の受講促進を図るため、所属団体はあるが担当販社のない会員店について、再度、担当販社の見直しを行うとともに、担当販社がない会員店については公取協から直接連絡することで対応

③ 国内4銘柄や関係団体等と連携した、より効果的な普及活動の検討、実施

◇ 会員専用ページへの登録状況をはじめ、セルフチェック実施状況や品質評価者講習の受講状況について、国内4銘柄や関係団体等と情報共有しながらフォロー活動を実施する等、効果的な普及活動を実施

3) 二輪車販売業界を取り巻く環境の変化等を踏まえた、規約普及指導体制の検討

◇ 適正表示正副委員長及び公取協事務取扱所長会議をオンラインで開催、今後の規約普及の進め方等について意見交換を実施した

◇ 二輪車販売業界を取り巻く環境の変化等を踏まえ、今後は、会員専用ページを積極的に活用した規約普及活動を行うとともに、効果的で効率的な規約普及指導体制等について引き続き検討を行うこととした

8. 新たな販売方法・サービス等に対応した表示のあり方の検討

1) SNS等を活用した広告宣伝に関する表示のあり方等の検討及び周知活動の実施

◇ SNS(Facebook、Instagram、Twitter)を活用した広告宣伝に関する実態調査(SNSの活用状況、広告活用時の表示状況)を実施

▶ メーカー・インポーターは車両紹介(特徴・機能)、キャンペーン・イベント告知、販売店は在庫車・在庫車の紹介にSNSを活用

◇ 調査結果を踏まえ、媒体の特性等に応じた表示のあり方について検討、必要に応じて表示の考え方等を整理するとともに、周知活動を実施

9. 消費者トラブルへの対応及び未然防止活動の実施

1)消費者からの苦情・相談の受付と対応

◇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(相談受付件数は5,171件、うち二輪車関係329件)

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

◇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等について検討

◇当協議会の消費者相談室に寄せられる相談事例を基に、対応の考え方や適切な対応、トラブル未然防止のポイント等について、モーターサイクルインフォメーションや会員専用ページ等を通じて情報提供を行う予定

【参 考】

1. 規約違反に対する措置件数

○2022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 \ 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	0	0	0	0	0
嚴重警告	0	0	0	0	0
違 約 金	0	0	0	0	0
計	0	0	0	0	0

2. 規約参加事業者数の現況

○2023年3月末現在の規約参加事業者数

5,455 社 (期首 5,577 社)

○2022年4月から2023年3月までの入退会事業者数

入会等事業者数 45 社

退会等事業者数 167 社

(-122 社)

《四輪・二輪合計》

○2023年3月末現在の規約参加事業者数

19,401 社 (期首 19,494 社)

○2022年4月から2023年3月までの入退会事業者数

入会等事業者数 346 社

退会等事業者数 439 社

(-93 社)