

2023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

- ◇ 各地区公取協事務局取扱所(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
 - ▶ 昨年10月1日施行の改正規約(中古車の「支払総額」の表示)の普及状況等の実態把握を目的として、10月以降、訪問調査やセルフチェックを実施
- ◇ 公取協事務局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(訪問調査)を、11地区(自販連関係4地区、中販連関係7地区)で実施
- ◇ 調査結果報告書を作成、公取協事務局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427枚、中古車575枚(収集期間:2023年10月13日から11月18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(昨年度新車726枚、中古車980枚)
- ◇ 不当表示に該当するおそれのあるもの(新車1件、中古車2件)については、公取協事務局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

- ◇ 広告制作等に関する事前相談に積極的に対応
 - ▶ 2024年3月末までの受付件数は1,929件(昨年度1,130件)
 - ▶ 2023年7月以降、相談件数が急増、7月～9月の3ヵ月で776件、うち中古車の「支払総額」に係るものが約500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「支払総額」の表示を定着させるための中古車情報誌賛助会員等との連携強化

◇「支払総額」の表示を定着させるため、中古車情報誌賛助会員との連携を一層強化、中古車広告表示研究会を3月に開催、「支払総額」の表示を定着させるための対応や課題について情報共有、意見交換を実施するとともに、表示適正化のための協力を要請

◇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

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6月から9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「ステマ規制」に関する講演、中古車の販売価格(「支払総額」)に関する改正規約のFAQ等に関する情報共有)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(eラーニングによる動画配信)で2月20日～3月15日に開催(1,231人が受講)

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18地区、振興会2地区、中販連31地区)や会員事業者(12社)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等、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998社において実施

3. 中古車の「支払総額」の表示を定着させるための普及活動の実施

1)「支払総額」の表示への円滑な移行を支援するための活動の実施（施行前）

①会員事業者、広告関係事業者等を対象とした研修会の開催

◇「支払総額」の表示に関するマニュアルを作成、2023年7月から同マニュアルに基づく研修会を開催

- ▶ ブロックや地区、事業者単位で67回(集合形式56回、オンライン形式11回)開催
- ▶ 約3,000人(ディーラー関係1,470人、専門店関係1,360人、広告代理店関係150人)が受講

◇「支払総額」の表示や「諸費用」の考え方等について解説した動画(30分)をホームページに公開(会員・非会員を問わず視聴可能)

②「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」の公開

◇「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」を、会員専用のWebページに公開、プライスボードや同カード変更の負担を軽減

- ▶ ディーラー関係184社、専門店関係約797社が利用登録(2024年3月末現在)

③「中古車の価格が『支払総額』に変わること」の消費者等への周知活動の実施

◇YouTubeのCM動画や公取協ホームページを活用し、消費者に対して「中古車の価格表示が10月から『支払総額』に変わること」を周知するためのPR活動を実施

- ▶ 公取協ホームページに特設ページを開設、アクセス数約23万回(5月～9月末迄)
- ▶ YouTube動画(30秒)を配信、視聴回数約120万回、併せて6秒のバンパー広告を約395万回配信(5月～9月末迄)
- ▶ PRバナーを作成、会員や関係団体等へ活用を促進(9月～)

2)「支払総額」の表示を定着させるための普及活動等の実施（施行後）

①各地区公取協事務取扱所と連携した研修会の開催等の普及活動の実施

◇「支払総額」の表示を定着させるため、地区単位や事業者単位の研修会の開催等、各地区公取協事務取扱所と連携した普及活動を実施

②「公取協会会員店は、『支払総額』の表示で安心であること」のPR活動の実施

- ◇「中古車の価格表示が『支払総額』に変わったこと」及び「会員店は、『支払総額』の表示で安心であること」を店頭でPRするためのポスター及びリーフレットを作成、会員事業者に配布
- ◇YouTube の CM 動画や公取協ホームページを活用し、消費者に対して「中古車の価格表示が『支払総額』に変わったこと」及び「公取協会会員店は、『支払総額』の表示で安心であること」を周知するためのPR活動を実施
 - ▶ 公取協ホームページの特設ページを変更、アクセス数約21万回(10月～3月末迄)
 - ▶ YouTube 動画(30秒)を配信、視聴回数約174万回、併せて6秒のバンパー広告を約356万回配信(10月～3月末迄)
 - ▶ PRバナーを変更、会員や関係団体等へ活用を促進(10月～)
- ◇中古車情報サイト(賛助会員4社のウェブサイト)において、「中古車の価格表示が『支払総額』に変わったこと」及び「『支払総額』の表示が安心であること」について、消費者に対する周知・啓発活動を実施

③『支払総額』の表示の定着状況に関する実態把握の実施

- ◇「支払総額」の表示の実施状況等について、店頭表示及び広告表示に関する規約遵守状況調査を通じ、実態把握を実施
- ◇消費者からの苦情相談内容のモニタリングを実施、「表示された支払総額で購入できない」という苦情相談が寄せられているため(10月～3月末の苦情相談件数は、会員55件、非会員28件、不明16件)、「AFTC INFORMATION」等により、会員事業者に対する注意喚起を実施

④不当な価格表示に対する監視・指導の強化と厳正な対処

- ◇消費者からの苦情相談の多い事業者に対する調査等を通じ、不当な価格表示に対する監視・指導を強化、不当な価格表示に対しては、改正規約及び規約違反措置基準に基づき、「厳重警告」、悪質な場合は併せて「違約金」、「事業者名公表」の措置を採る等、厳正に対処

3) プライスボードの電子化を踏まえた表示規定見直しの検討

- ◇中古車の「支払総額」表示の実施を機に、展示車の価格等について、プライスボードに替わり、タブレット端末等のデジタル機器を用いた表示が普及しつつあるが、現行規約(施行規則)では、プライスカードの大きさ(A4サイズ以上)や、文字の大きさ(販売価格2.7×2.7センチメートル以上等)が定められている
- ◇これを踏まえ、必要表示事項の文字サイズ等を含め、実態に即した規定とするため、施行規則改正の検討を行うこととし、改正までの間は、以下のようなケースについて、規約上、問題ないものとして取り扱うこととする

- ▶ A4相当以上のデジタル機器(モニターサイズ11インチ以上のタブレット等)を使用し、フロントガラスの内側で外側から見える所に表示されているもの
- ▶ 価格(支払総額)等については、規定どおり(価格は 2.7×2.7 センチメートル以上)の大きさで表示されており、その他の必要表示事項についても、外側から表示内容を認識できるよう、明瞭に表示されているもの

4. 冠水車に関する不当表示の未然防止と厳正な対処

1)冠水車の表示に関する改正規約の普及活動の実施

- ◇冠水車の表示に関する改正規約が2023年4月27日施行
- ◇研修会やホームページ等を通じ、「冠水車に関する虚偽表示や不表示は不当表示であること」や「冠水車は消費者に小売するには適さないこと」を周知する等、冠水車に関する不当表示や消費者トラブルを未然に防止するための普及活動を実施

2)冠水車の表示の監視活動と不当表示に対する厳正な対処

- ◇冠水車の表示に関する監視活動を実施、不当表示が見られた場合は、「厳重警告」、悪質な場合は併せて「違約金」、「事業者名公表」の措置を採る等、厳正に対処

5. 修復歴等の不当表示や不当な価格表示に対する指導強化と厳正な対処

1)走行距離及び修復歴、冠水車等の不当表示の未然防止及び厳正な対処の実施

- ◇オークションで落札された「改ざん歴車」や「修復歴車」、「冠水車」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、会員2社及び非会員2社について調査を継続
 - ▶ 今年度の調査についても、現在並行して実施中
- ◇規約遵守状況調査や研修会を通じ、走行距離や修復歴の表示等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

2)不当な価格表示及び不適切な販売行為に対する監視・指導の強化

- ◇中古車の不当な価格表示及び不適切な販売行為について、消費者からの苦情相談の多い大手等(多店舗展開)や未使用車専門店等、中古車専門店20社(第2回の同調査で問題の見られた12社含む)に対する実態調査(第3回)を実施、不当な価格表示に対しては、改正規約及び規約違反措置基準に基づき、「厳重警告」、悪質な場合は併せて「違約金」、「事業者名公表」の措置を採る等、厳正に対処
 - ▶ 第1回の調査結果に基づき注意喚起を実施した7社のうち、第2回の調査で同様の問題がみられた1社に対して「警告」の措置、3社について調査を継続

- ▶ 第2回の調査結果に基づき、「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6社に対し注意喚起を実施

3) 会員及び非会員の不当表示に対する厳正な対処

- ◇走行距離や修復歴、冠水車の不当表示及び不当な価格表示に対しては、「嚴重警告」、悪質な場合は併せて「違約金」、「事業者名公表」の措置を採る等、厳正に対処
- ◇非会員の不当表示(2社)に対しては、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予定

6. カタログ等の装備品等の表示及び打消し表示の問題点と適正な表示に関する周知活動の実施

1) ウェブカタログにおける問題点の周知活動の実施

- ◇実際には「標準装備」ではないにもかかわらず、「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等、ウェブサイト(ウェブカタログ)における表示実態調査(2022年度実施)で見られた問題点について、周知活動を実施
- ▶ 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
- ▶ 装備内容を告知するページにおいて、「標準装備」、「主要装備」と表示した際に、(グレードやタイプ等に関係なく)標準で装備されているかのように誤認されるおそれのある表示が、3車種で見られた
- ▶ 装備内容を告知するページにおいて、「標準装備」とは表示していないが、装備されるグレードやオプションである旨等の表示がないため、グレードやタイプに関係なく、無償で装備されるかのように誤認されるおそれのある表示が、53車種で見られた

2) 消費者にわかりやすい適正な表示方法の周知活動の実施

- ◇カタログや広告等における装備品等の表示及び打消し表示について、実態調査結果を踏まえ、消費者にとって分かりやすい、明瞭な表示等、適正な表示方法等を整理し、周知活動を実施

<カタログにおける装備品等の適正な表示方法>

(1)「標準装備」、「主要装備」と表示した上で、装備品等の内容について表示する場合

- ①原則として、全グレード・全タイプに装備されることが必要
- ②殆どのグレードやタイプには標準装備されるが、ごく一部のグレードやタイプに装備されない場合は、そのグレードやタイプ名を、装備品や機能名の近接箇所に、その文字と同等程度の大きさと明瞭に表示すること

- ③別途オプション等を購入(装着)しないと装備されない等の条件がある場合は、それがごく一部のグレードであっても「標準装備」「主要装備」とは表示しないこと
- (2)「標準装備」、「主要装備」とは表示せず、装備品等の内容について表示する場合
- ①グレードやタイプにより装備の有無が異なる場合は、装備される、または、装備されないグレードやタイプが明確に分かるよう、装備品や機能名の近接箇所に、その文字と同等程度の大きさで明瞭に表示すること
- ②当該装備品が有償(オプション)の場合は、その旨を、装備品や機能名の近接箇所に、その文字と同等程度の大きさで明瞭に表示すること
- ③別途オプション等を購入(装着)しないと装備されない等の条件がある場合は、その旨を、装備品や機能名の近接箇所に、その文字と同等程度の大きさで明瞭に表示すること
- (3)上記(1)及び(2)において、グレードやタイプにより装備の有無が異なる装備品等の内容について表示する場合
- グレードやタイプにより装備の有無が異なる装備品等の内容について表示する場合は、装備品や機能の内容等について紹介するページの上部等の目立つ箇所に、装備品や機能名の文字と同等程度の大きさで「装備されるグレード等の詳細は●ページの装備一覧を確認されたい」旨を明瞭に表示すること

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

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

4) 表示の実態把握及び改善指導の実施

◇上記1)及び3)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. 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の活用状況等に関する実態調査の結果を踏まえ、SNS等の媒体特有の問題への対応について検討、表示の考え方等を整理するとともに、必要な対応について周知を実施

- ▶ 文字数の制限がある等の理由で必要な表示項目を全て表示できない場合は、インターネットバナー同様、「詳細はリンク先を確認されたい旨」を表示することにより、リンク先ページで表示することも可とする等、媒体の特性に応じた表示方法を整理・周知を実施

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、国の登録・届出情報の取得等について、関係機関に確認

- ▶ 届出情報を取得するには、会員全て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可能(会員1社毎の同意書面が必要)
- ▶ 所有者コードを利用(コード有→コード無を消費者への販売)するため、割賦販売やリース等の場合は、販売台数に計上されない
- ▶ 取得コストとして年間7,000万円以上、これに加え、データ加工・集計等のシステム構築費やシステム運用コストが必要

◇上記を踏まえ、現状取得可能な情報(登録車の現金販売のみ)について、費用負担も含めて事業者のニーズを確認

4) 「ステルスマーケティング告示」の施行に伴う不当表示未然防止活動及び規約・規則改正(案)の策定

◇「事業者の表示であるにもかかわらず、事業者の表示であることが判別困難な表示」(令和5年内閣府告示第19号)が制定(2023年10月施行)され、いわゆるステルスマーケティングが不当表示として景表法で規制されることとなった

◇中古車情報ウェブサイトの「口コミ」において、やらせ投稿の疑いのあるものが見られることから、会員事業者等に対し、「ステマ規制」に関する運用基準の内容に関する周知活動を実施、中古車情報媒体社に対し、「口コミ」の不当表示未然防止のための対応策の実施を要請

- ◇「口コミ」等の内容が優良・有利誤認に当たるかどうかを問わず、「事業者の表示であるにもかかわらず、事業者の表示であることが判別困難な表示」を不当表示として禁止する規定を新設する規約・規則改正(案)を策定

9. 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

10. 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等、迅速かつ適切に対応
 - ▶ 2024年3月末までの相談受付件数5,295件、内四輪車関係4,950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、ホームページ等において、購入の際の留意点やトラブル防止のための注意点等を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、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」に基づく研修会等を開催(自販連関係1地区、中販連関係2地区、整備振興会関係1地区、会員事業者2社)

③ 苦情相談件数が多い事業者に対する監視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のうち、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1社について「警告」の措置、1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採るとともに、販売対応についても改善指導を実施予定

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

- ◇国民生活センターからの要請に基づき、消費者に対する中古車の売却(買取)トラブルに関する注意喚起を実施
- ◇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8回実施

3)消費者団体等との情報交換活動の実施

- ◇公取協連合会主催の消費者団体との意見交換会へ出席、改正規約(中古車の「支払総額」の表示)に関する情報交換活動を実施

11. 広報PR活動の実施

1)「支払総額」の表示で安心の公取協会員店の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、消費者に向けた「支払総額」の表示の必要性や重要性、諸費用の考え方の周知・啓発を目的としたPR活動を実施
 - ▶「公取協会員店は、『支払総額』の表示で安心であること」等、会員店の優良性をPRする動画を作成し YouTube に公開、ホームページに誘導するバナー広告を配信
 - ▶再生回数は30秒動画約294万回、6秒動画約751万回(2024年3月末現在)

2)会員に対する情報提供の充実

- ◇メールを活用した「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の情報を会員に配信、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)を発行

12. 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を2地区で開催
- ◇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2地区で開催(自販連青森県支部、京都府支部の大型バス・トラック委員会)する等、各地区の活動に協力

13. 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6月から9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禁法」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、同マニュアルに基づく研修会を2地区で開催する等、普及活動を実施

【参 考】

1. 規約違反に対する措置件数

○2024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	1 ^{※1}	2 ^{※2}	0	0	3
警 告	0	1 ^{※3}	0	0	1
嚴重警告	0	3 ^{※4}	0	0	3
違 約 金	0	3 ^{※5}	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 二重価格表示(チラシ広告調査)

※3 不当な価格表示(苦情相談件数の多い事業者、措置基準改正前)

※4 修復歴に関する不当表示

※5 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

○2024年3月末現在の規約参加事業者数

13,952 社 (期首 13,946社)

○2023年4月から2024年3月までの入退会事業者数

入会等事業者数 321 社

退会等事業者数 315 社

(+6 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

① 会員専用ページを活用したセルフチェックを実施

◇ 会員専用ページを活用して会員店自らセルフチェックを実施(実施期間:2023年11月6日から12月末日)

◇ 2024年1月より各方面によるフォロー活動を実施してセルフチェック活動の実施を徹底

② 国内4銘柄の担当によるフォロー活動の実施

◇ セルフチェック実施期間後にフォロー活動を実施した結果、対象店舗数 4,269店中、3,767店(88.2%)においてセルフチェックを実施、規約の遵守率は98.7%(前年度は実施率94.1%、規約遵守率98.1%)

③ オートバイ組合及び輸入組合によるフォロー活動の実施

◇ オートバイ組合関係は、対象店舗数599店中、412店(68.8%)においてセルフチェックを実施、規約の遵守率は98.8%(前年度は実施率49.0%、規約遵守率97.6%)

輸入組合関係は、対象店舗数 209店中、164店(78.5%)においてセルフチェックを実施、規約の遵守率は98.2%(前年度は実施率63.7%、規約遵守率98.2%)

④ 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フォロー活動の実施

◇ 対象店舗数 1,681店中、1,340店(79.7%)においてセルフチェックを実施、規約の遵守率は74.6%(前年度は実施率63.6%、規約遵守率93.5%)

上記の結果、対象店舗数 6,758店中、5,683店(84.1%)においてセルフチェックを実施、規約の遵守率は93.0%(前年度は実施率73.9%、規約遵守率98.1%)

⑤ セルフチェック活動を通じた適正表示の実施を、より一層徹底するための検討

◇ セルフチェック実施時のチェックミス等により、プライスカードに「表示もれ」が残ったままにならないよう、チェック実施に併せてプライスカードの画像も送信して公取協が確認できる仕組みなど、会員専用ページを活用した、より精度の高いセルフチェックの実施方法について検討

◇ セルフチェック実施のインセンティブとして、会員店検索画面や店頭において「セルフチェック実施済」のマークが確認できるようにすることで、セルフチェック実施の促進と適正表示の徹底を図る方法を検討

2) 会員専用ページ利用促進による規約の普及活動の定着化

① 会員専用ページの利用促進による効果的な普及活動の実施

◇ プライスカード作成システム等、便利な機能を会員に紹介して会員専用ページの利用促進を図り、会員専用ページを利用した効果的で効率的な規約普及を実施

② 会員専用ページを利用したセルフチェックの実施促進

◇ セルフチェック未実施店には、会員専用ページに登録済のアドレスにメールを繰り返し送信して実施を促すとともに、会員専用ページ未登録の会員店には、利用登録の際、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け実施を促進

◇ 公取協コールセンターによる未実施店に対する電話によるフォローについて、対象会員を拡大して実施

◇ 国内4銘柄については、セルフチェックの実施状況について随時情報共有しながらフォロー活動を実施

◇ オートバイ組合関係については、事務取扱所長連絡会議(オンライン)を2回開催、フォローの実施方法等について確認した上で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6,758店中、4,442店で65.7%(前年度は67.1%)

2) 品質評価者講習の実施

◇ 会員専用ページにログインして申し込みと受講を行う、eラーニングによる品質評価者講習が定着化

◇ 国内4銘柄及びインポーター、関係団体と受講状況を共有、各方面によるフォロー活動を実施

◇ 未受講者に対してメールを繰り返し送信するとともに、公取協コールセンターによるフォロー活動を実施

◇ eラーニングによる品質評価者講習を実施、受講者数2,083名(新規597名、更新1,486名)、更新率は88.8%(前年度は87.3%)

3) 「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
2023年4月から2024年3月までのYouTubeでの動画視聴回数は約304万回(前年度約195万回)

- ◇上記動画に加え、「バイクの購入は安心の品質評価実施店で」と題した6秒程度のバンパー広告を配信して、効果的なPRを実施する予定

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6回実態調査を2023年12月から2024年1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3,776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WEBサイトは調査対象外とした）
- ◇調査の結果、会員店、非会員ともに走行距離の不当表示は見られなかった

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、公取協ホームページや会員専用ページ、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
- ◇YouTube への CM 動画や6秒程度のバンパー広告により、「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適宜、実施して情報共有した

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) 「年式」等の表示に関する改正規約の普及活動の実施

- ◇「年式」等の表示に関する改正規約が2023年6月9日に施行
 - ◇会員専用ページ等を通じ、改正規約・規則の内容に関する普及活動を実施
- <改正規約のポイント>
- (1)「年式」の表示項目を「初度登録(届出)年」に変更
 - (2)「使用歴」として、「自家用」、「レンタルバイク」等の使用歴を表示
 - (3)電動バイクの「燃費」として、「一充電走行距離」を表示

2) 改正規約に基づく表示状況に関する実態把握の実施

- ◇プライスカードにおいて、改正規約に基づく表示が行われているか実態把握を実施
- ◇店頭表示のセルフチェック活動における規約遵守率は93.0%

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)冠水車の表示に関する改正規約の普及活動の実施

◇「冠水車」の表示に関する改正規約が2023年6月9日に施行

◇会員専用ページ等を通じ、「冠水車に関する虚偽表示や不表示は不当表示であること」や「冠水車は消費者に小売するには適さないこと」を周知する等、冠水車に関する不当表示や消費者トラブルを未然に防止するための普及活動を実施

2)冠水車の表示の監視活動と不当表示に対する厳正な対処

◇冠水車に関する不当表示が見られた場合は、「厳重警告」、悪質な場合は併せて「違約金」、「事業者名公表」の措置を採るなど、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)ウェブカタログの実態調査における問題点の検証と適正な表示方法の検討

◇「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「アクセサリ装着車」と表示しながら、その内容が明示されていないケースなど、ウェブサイト(ウェブカタログ)における表示実態調査で見られた問題点について検証、適正な表示方法について検討

<カタログにおける装備品等の適正な表示方法>

(1)「(一部)仕様が異なる場合がある」旨の表示について

○「写真に掲載のモデルと現行モデルとの仕様が(一部)異なる(場合がある)」「写真のモデルと日本仕様とが(一部)異なる(場合がある)」等の場合は、異なる仕様の内容について把握するとともに、その内容を記載すること(止むを得ず、カタログに記載できない場合は、それについて記載した用紙を差し込む等の対応を行うこと)

(2)「写真にはオプションを装着している場合がある」旨の表示について

○「広告掲載車には、オプションが装着されている」等の場合は、装着されているオプションの内容等について表示すること

(3)「標準装備」「主要装備」等の表示について

○「標準装備」「主要装備」と表示、または、表示せずに装備品等の内容について表示する際の考え方については、四輪車関係で策定した「カタログの装備品等の明瞭な表示等、適正な表示方法」を参考に、二輪車版を策定し、周知活動等を実施予定

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体制等に関する検討

1)規約の一層の定着化を図るための普及活動の実施

- ◇会員専用ページの利用登録を促進して店頭表示のセルフチェック活動の実施を促進、規約の一層の定着化を図った
- ◇会員専用ページの利用登録状況は6,758店中、6,153店(91.0%)

2)今後の規約指導体制等に関する検討

- ◇規約の普及活動を充実させるための指導体制(規約アドバイザーによる会員店訪問活動の実施)等について検討

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おける必要な対応等の周知活動の実施

- ◇SNSの活用状況等に関する実態調査の結果を踏まえ、SNS等媒体特有の問題への対応について検討、表示の考え方等を整理するとともに、必要な対応について、今後周知を実施する予定
 - ▶ 文字数の制限がある等の理由で必要表示項目を全て表示できない場合は、インターネットバナー同様、「詳細はリンク先を確認されたい旨」を表示することにより、リンク先ページで表示することも可とする等、媒体の特性に応じた表示方法を整理して周知

2)「ステルスマーケティング告示」の施行に伴う不当表示未然防止活動及び規約・規則改正(案)の策定

- ◇「事業者の表示であるにもかかわらず、事業者の表示であることが判別困難な表示」(令和5年内閣府告示第19号)が制定(2023年10月施行)され、いわゆるステルスマーケティングが不当表示として景表法で規制されることとなった
- ◇中古車情報ウェブサイトの「口コミ」において、やらせ投稿の疑いのあるものが見られることから、会員事業者等に対し、「ステマ規制」に関する運用基準の内容に関する周知活動を実施、中古車情報媒体社に対し、「口コミ」の不当表示未然防止のための対応策の実施を要請
- ◇「口コミ」等の内容が優良・有利誤認に当たるかどうかを問わず、「事業者の表示であるにもかかわらず、事業者の表示であることが判別困難な表示」を不当表示として禁止する規定を新設する規約改正(案)を策定

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等、迅速かつ適切に対応

▶ 2024年3月末までの相談受付件数5,295件、内二輪車関係310件

【参 考】

1. 規約違反に対する措置件数

○2024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	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

○2024年3月末現在の規約参加事業者数

5,290 社（期首 5,455 社）

○2023年4月から2024年3月までの入退会事業者数

入会等事業者数 112 社

退会等事業者数 277 社

（ -165 社）

《四輪・二輪合計》

○2024年3月末現在の規約参加事業者数

19,242 社（期首 19,401 社）

○2023年4月から2024年3月までの入退会事業者数

入会等事業者数 433 社

退会等事業者数 592 社

（ -159 社）