

2024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
- ◇ 公取協事務局による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、中販連関係6地区で実施したほか、自販連関係2地区で各地区における規約遵守状況調査に同行する等、調査に協力
- ◇ 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・チラシ広告を対象に、公取協事務局による規約遵守状況調査を実施
 - ▶ 収集期間：2024年8月23日から9月28日、新車497枚(昨年度427枚)、中古車581枚(同575枚)を対象
- ◇ 不当表示に該当するおそれのあるもの(新車2件、中古車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

- ◇ 広告制作等に関する事前相談に積極的に対応
 - ▶ 2025年度の受付件数は1,201件(昨年度1,929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の開催(3月31日)等を通じ、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、表示を定着させるための協力を要請

◇JARO、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10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(国民生活センター担当者による「最近の自動車に関連した消費生活相談について」に関する講演、公取協における消費者相談受付状況、中古車の「支払総額」表示の定着化)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

1)会員事業者(「表示管理者」)等を対象とした研修会の開催

①eラーニング(動画配信)による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」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17日～3月14日に開催(1,686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5地区、振興会2地区、中販連14地区)や会員事業者(4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

①eラーニング(動画配信)による規約等に関する研修会の開催

◇会員事業者対象の研修会と併せて、広告関係事業者の「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、オンライン(eラーニングによる動画配信)で2月17日～3月14日に開催、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

②地区単位、事業者単位の規約等に関する研修会の開催

◇地区単位の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2社を対象とした研修会を開催

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
- ◇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985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

1)「支払総額」の表示を定着させるための普及活動等の実施

①各地区公取協事務取扱所と連携した普及活動の実施

- ◇各地区公取協事務取扱所と連携した「支払総額」の表示に関する研修会の開催
- ◇各地区における普及状況の実態や問題点に関する意見交換会等の開催
 - ▶ 各地区中古車部会・委員会や規約担当者研修会において情報共有を実施

②「支払総額」の解説動画やプライスカード作成システムを活用した普及促進

- ◇「支払総額」の表示に関する解説動画(HPに公開)の視聴促進
 - ▶ 動画ダウンロード数10,458回
- ◇「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(HPに公開)の利用促進
 - ▶ ディーラー関係210社、専門店関係874社が利用登録、約5万2千枚作成

③「支払総額」の表示についての消費者に対するPR活動の実施

- ◇「表示された価格で購入できないお店がある」ことの注意喚起と併せ、「中古車購入は支払総額表示で安心の公取協会員店」を店頭でPRするためのポスターを作成、会員事業者に配布予定
- ◇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に特設ページを開設、アクセス数約26万回
 - ▶ YouTube動画(30秒)を配信、視聴回数約328万回、併せて6秒のバンパー広告を約810万回配信
- ◇中古車情報サイト(賛助会員5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
 - ▶ 中古車情報サイトトップページにバナーを掲載(2024年4月～9月)
- ◇中販連と連携し、中古車情報サイトを活用した消費者に対する周知・啓発活動を実施

④「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、消費者からの苦情相談のモニタリング、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て実態を把握

- ▶ 「支払総額で購入できない」等の苦情相談は2023年10月～2025年3月末迄で223件
- ▶ AFTC INFORMATION(「支払総額」で購入できない等の苦情が、引き続き寄せられています!!)を2024年6月に発出したことにより、苦情相談の月平均件数は、2023年10月～2024年7月の16.9件から、2024年8月～2025年3月は6.8件に減少

2) 不当な価格表示に対する監視・指導の強化と厳正な対処

① 苦情相談のモニタリングと販売実態のモニタリングの実施

◇消費者からの苦情相談(「支払総額」で購入できない)のモニタリングに基づき、販売実態のモニタリングを実施

- ▶ 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社に対する第4回の販売実態のモニタリングを実施中

② 苦情相談の多い事業者の表示と販売実態調査の実施

◇中古車の不当な価格表示や不適切な販売行為等、消費者からの苦情相談の多い事業者の表示と販売実態に関する調査を実施中

③ 不当な価格表示に対する厳正な対処

◇上記①、②の調査の結果、不当な価格表示や不適切な販売行為が認められた場合、規約違反措置基準に基づき、「厳重警告」の措置を採るとともに、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) 店頭展示車の表示(プライスボード)に関する規定見直しの検討

■ 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

◇店頭展示車の表示(プライスボード)について、タブレット端末等の電子機器を用いた表示が普及しつつあることを踏まえ、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の見直し(施行規則の改正)を検討

4. 修復歴等の不当表示の未然防止と厳正な対処

1) 修復歴及び冠水車、走行距離等の不当表示の未然防止の実施

◇規約遵守状況調査や研修会を通じ、修復歴及び冠水車、走行距離等の適正な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指導を実施

2)修復歴等の不当表示に関する監視調査の継続実施と厳正な対処

- ◇オークションで落札された修復歴車や冠水車、改ざん歴車の販売時の表示実態調査を継続して実施
 - ▶ 昨年度まで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「厳重警告」の措置を採る予定、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
- ◇非会員の不当表示に対しては、消費者庁や都道府県に景品表示法に基づく措置を要請
 - ▶ 昨年度の調査結果に基づき、非会員5社(修復歴4件、冠水車2件)について、消費者庁に措置を要請

5.「ステルスマーケティング告示」の施行に伴う規約・規則改正(案)の認定・承認申請及び周知活動

1)規約・規則改正(案)の認定・承認申請

- ◇「ステルスマーケティング」を景品表示法上の不当表示として指定する告示が施行されたことに伴い、同告示に対応した不当表示の禁止規定を新設した規約・規則改正(案)について2024年6月の定時総会で承認を得て、消費者庁及び公取委に認定・承認を申請、2025年3月に認定・承認された(同年4月1日施行)

2)「口コミ」投稿等における不当表示未然防止のための周知活動の実施

- ◇研修会等を通じ、「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」は、優良・有利誤認となるかどうかは問わず、不当表示となること等について周知活動を実施
- ◇中古車情報ウェブサイトにおける「口コミ」投稿の実態調査を実施中、問題となるおそれのある「口コミ」投稿が認められた場合、当該事業者及び同「口コミ」が掲載された中古車情報媒体社に対するヒアリング等を実施、問題発生の原因等を把握するとともに、問題が見られた場合は改善指導を実施
 - ▶ 苦情相談の多い事業者44社(総相談件数1,496件)の134店舗を対象に、中古車情報サイト(グー、カーセンサー)とGoogleの「口コミ」を確認、中古車情報サイト媒体社に対し、不当表示未然防止のための対応等、今後ヒアリングを実施

6. カタログ等の装備品の表示の問題点及び適正表示に関する周知活動

1)ウェブカタログの装備品表示の問題点等に関する周知活動の実施

- ◇研修会等を通じ、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、周知活動を実施

2)消費者にわかりやすい適正な表示の周知活動の実施

- ◇カタログや広告等の装備品等の表示及び打消し表示について、消費者にとって分かりやすい、明瞭な表示等、適正な表示方法に関する周知活動を実施
 - ▶ 国産メーカー及びインポーターを対象とした研修会をオンラインで3回開催、カタログ制作会社の担当者等も含め、約450人が参加
- ◇上記について、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
 - ▶ 実際には標準装備ではないにもかかわらず、標準装備と表示していた会員事業者1社に対し、「警告」の措置

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

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

- ◇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おける留意点の周知活動の実施

- ◇研修会等を通じて、SNS等を活用した広告宣伝における表示の留意点について周知活動を実施するとともに、SNSの表示に関する実態把握を適宜実施

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

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機関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3月末までに実施

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
 - ▶ 2025年3月末までの相談受付件数 5,529件、内四輪車関係5,201件(新車関係1,288件、中古車関係3,147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
- ◇長納期の新車の販売において、
 - ▶ 「オプション装備品やメンテナンスパック、コーティング等の購入」や「任意保険への加入」、「ローンによる購入」
 - ▶ 現金購入の場合であっても、一年間は「所有権を留保」する(販売事業者名義とする)
 - ▶ 「下取車」の入庫等の条件を提示し、同意しない場合は販売しない、または、同意した消費者に優先して販売する等、不適切な販売方法に関する消費者からの苦情相談が2024年4月～10月の間に79件(2023年度79件)寄せられたことを踏まえ、「新車の不適切な販売方法」につ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」に基づく研修会等を自販連関係3地区、中販連関係1地区、会員事業者1社で開催

◇中古車の「支払総額」の表示に関する規約改正を踏まえ「消費者相談対応マニュアル」及び「同ハンドブック」を改訂予定

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社について販売実態に関する調査を実施、規約違反が認められたため「警告」の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

◇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5回実施

3)消費者団体等との情報交換活動の実施

◇国民生活センターと新車の不適切な販売方法やリースに関する苦情相談について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消費者に対する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「公取協会員店は『支払総額』の表示で安心であること」等、消費者に対して「支払総額」を表示している会員店の優良品性をPRするための動画を作成し、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328万回、6秒動画約810万回

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自販連関係で開催する等、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10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会員事業者1社で開催したほか、自販連関係4地区で下請法に関する研修を実施する等、普及活動を実施

【参 考】

1. 規約違反に対する措置件数

○2025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	2※1	1※3	0	0	3
警 告	1※2	0	0	0	1
嚴重警告	0	0	0	0	0
違 約 金	0	0	0	0	0
計	3	1	0	0	4

※1 不当な価格表示及び写真と価格の不一致(いずれもチラシ広告調査)

※2 カタログの装備品に関する不当表示

※3 不当な価格表示(チラシ広告調査)

2. 規約参加事業者数の現況

○2025年3月末現在の規約参加事業者数

13,973 社 (期首 13,952社)

○2024年4月から2025年3月までの入退会事業者数

入会等事業者数 340 社

退会等事業者数 319 社

(+21 社)

《二輪車関係》

1. 会員専用ページを活用した規約の普及活動

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:2024年10月24日から2025年3月31日まで実施)

◇ 2025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 4,571 店中、3,570 店(78.1%)においてセルフチェックを実施、規約の遵守率は 99.4%(前年度は実施率88.2%、規約遵守率98.7%)

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 627 店中、375 店(59.8%)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68.8%、規約遵守率98.8%)

輸入組合関係は、対象店舗数 203 店中、150 店(73.9%)においてセルフチェックを実施、規約の遵守率は 99.3%(前年度は実施率78.5%、規約遵守率98.2%)

④ 公取協によるフォロー活動の実施(所属団体はあるが担当販社のない会員店及び直接入会の会員店)

◇ 対象店舗数 1,621 店中、1,106 店(68.2%)においてセルフチェックを実施、規約の遵守率は 99.0%(前年度は実施率79.7%、規約遵守率74.6%)

上記の結果、対象店舗数 7,022 店中、5,201 店(74.0%)においてセルフチェックを実施、規約の遵守率は 99.3%(前年度は実施率84.1%、規約遵守率93.0%)

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にプライスカードの画像も送信して公取協が確認できるシステムの構築等、より精度の高いセルフチェックの実施方法について引き続き検討

◇ 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」のマークが表示できるようにする等、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について引き続き検討

◇ セルフチェックを実施した際にプライスカードに「表示もれ」があった場合、「表示もれ」を修正することで適正表示を実施する流れを会員専用ページ上で周知したが、一部で「表示もれ」が残ったまま終了しているケースが見受けられたため、一連の流れを動画にまとめてわかりやすく周知する等の対応を、今後、実施する予定

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効果的で効率的な規約普及を行うため、会員専用ページの利用を促進

- ◇会員専用ページやダイレクトメールを活用した情報発信を実施、情報提供を充実
- ◇会員専用ページの便利な機能等を引き続き会員に周知
- ◇公取協のホームページ(スマートフォン版)を改修し、スマートフォンから、利用登録やセルフチェック実施、品質評価講習受講を可能にする等、会員店の利便性を向上

②より効果的で効率的な普及活動の検討と実施

- ◇会員専用ページを活用した規約の普及活動を充実させるため、セルフチェック未実施店や品質評価者更新講習の未受講者には、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進
- ◇公取協コールセンターから、未実施店に対する電話によるフォロー活動を実施
- ◇国内4銘柄については、店舗毎の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、実施状況や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6,895店中、5,276店で76.5%(前年度は65.7%)

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
- ◇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から、電話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1,769名(新規801名、更新968名)、更新率は86.1%
(前年度は受講者数2,083名 新規597名、更新1,486名 更新率88.8%)

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(30秒)をYouTubeやSNSへ配信する等PRを実施、2024年4月から2025年1月末までのYouTubeでの動画視聴回数は約226万回(前年度約304万回)
- ◇新たに「品質評価実施店」に関するPR動画(30秒)を作成し、2月より配信開始
2月から3月末までの動画視聴回数は約38万回
- ◇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」と題したバンパー広告(6秒)を作成、2月より配信、効果的なPRを実施
2月から3月末までの視聴回数は約94万回

3. 走行距離等の不当表示の未然防止と厳正な対処

1)走行距離及び冠水車等の不当表示の未然防止の実施

- ◇会員専用ページ等を通じ、走行距離及び冠水車等の適正な表示について周知活動を実施

2)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7回実態調査を2024年9月から2024年10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3,348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

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.「ステルスマーケティング告示」の施行に伴う規約・規則改正(案)の認定・承認申請及び周知活動

1)規約・規則改正(案)の認定・承認申請

- ◇「ステルスマーケティング」を景品表示法上の不当表示として指定する告示が施行されたことに伴い、同告示に対応した不当表示の禁止規定を新設した規約・規則改正(案)について2024年6月の定時総会で承認を得て、消費者庁及び公取委に認定・承認を申請、2025年3月に認定・承認された(同年4月1日施行)

2)「口コミ」投稿等における不当表示未然防止のための周知活動の実施

- ◇会員専用ページ等を通じ、優良・有利誤認となるかどうかは問わず、「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」は不当表示となること等について周知活動を実施
- ◇中古車情報ウェブサイトにおける「口コミ」投稿の実態調査を実施中、問題となるおそれのある「口コミ」投稿が認められた場合、同「口コミ」が掲載された中古車情報媒体社に対するヒアリング等を実施、問題発生の原因等を把握するとともに、今後の対応を検討

5. カタログ等の装備品の表示の問題点及び適正表示に関する周知活動

1)ウェブカタログの装備品表示の問題点等に関する周知活動の実施

- ◇「写真の車両は実際のものと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」と表示しながら、その内容が明示されていない等、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、モーターサイクルインフォメーションによる周知活動を実施

2)消費者にわかりやすい適正な表示の周知活動の実施

- ◇カタログや広告等の装備品等の表示及び打消し表示について、消費者にとって分かりやすい、明瞭な表示等、適正な表示方法に関する研修会を、メーカー及びインポーター等を対象に開催予定

6. 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)今後の規約普及活動や指導体制等に関する検討、実施

- ◇会員専用ページを活用した規約の普及活動を充実させるための方策について検討
- ◇店頭表示に関するセルフチェック未実施の会員店や品質評価者講習未受講の会員店へのセルフチェック実施、品質評価者講習受講を促進するため、規約アドバイザー制度を新設して会員店の訪問活動を実施
本年度は規約アドバイザー5名体制で4地区(千葉、名古屋、大阪、兵庫)36店において訪問活動を実施
- ◇国内4銘柄や関係団体等と連携して効果的な普及活動を実施
- ◇会員専用ページを活用して、会員店自らが規約普及活動の実施状況をPRするためのツール作成を可能にする等、会員店がメリットと感じられる方策について、引き続き検討
- ◇会員専用ページの利用登録状況は7,022店中、6,499店(92.6%)

7. 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留意点の周知活動の実施

◇SNS等を活用した広告宣伝において「必要表示事項の表示もれ」や「不当な価格表示のおそれのある表示」が見受けられたため、SNS等を活用した広告宣伝における表示の留意点について、モーターサイクルインフォメーションによる周知活動を実施

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

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年度の相談受付件数5,529件、内二輪車関係303件（前年度は相談受付件数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

○2025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	1※1	0	0	0	1
嚴重警告	0	0	0	0	0
違 約 金	0	0	0	0	0
計	1	0	0	0	1

※1 製造国名に関する不当表示

2. 規約参加事業者数の現況

○2025年3月末現在の規約参加事業者数

5,539 社（期首 5,290 社）

○2024年4月から2025年3月末までの入退会事業者数

入会等事業者数 472 社

退会等事業者数 223 社

（ +249 社）

《四輪・二輪合計》

○2025年3月末現在の規約参加事業者数

19,512 社（期首 19,242社）

○2024年4月から2025年3月までの入退会事業者数

入会等事業者数 812 社

退会等事業者数 542 社

（ +270 社）