

2025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
- ◇ 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(訪問調査)を、自販連関係2地区、中販連関係5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
- ◇ 現在、調査結果を報告書としてとりまとめ中、とりまとめ次第、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:2025年10月3日から11月8日、新車364枚(前年度497枚)、中古車282枚(同581枚)を対象
- ◇ 現在、調査結果をとりまとめ中、不当表示に該当するおそれのあるもの(新車3件)については、公取協事務局取扱所を通じて改善指導(厳重注意)を実施、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
 - ▶ 2026年3月末までの受付件数は929件(前年度1,201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(2月26日開催)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(公正取引委員会担当者による「下請法の改正のポイント及び最近の違反事例の解説」に関する講演、中古車の「支払総額」表示の定着化、新車及び中古車の適切な販売方法の周知)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・責任者」)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「表示管理者・責任者研修会」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・責任者」を対象とした、規約に基づく店頭や広告等の表示に関する研修会(「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～4月28日に開催(受講申込受付1月26日～4月20日)、1,496人が受講申込(2026年3月末現在)
- ◇研修会の効率的開催及び受講者の利便性向上に資するため、マニュアルを電子化(次年度の研修会開催まで閲覧可能、希望者には冊子のマニュアルを有償頒布)するとともに、会員事業者の人事異動の時期を踏まえ、動画配信を4月末まで継続
- ◇全ての受講者に対し、「表示管理者・責任者研修受講証」(電子受講証)を発行
- ◇研修会の通年開催等については、次年度引き続き検討

②ブロックや地区単位、事業者単位の研修会の開催

- ◇地区(自販連関係11地区、振興会関係1地区、中販連関係9地区)や会員事業者(6社)、関係団体(3回)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) 広告関係事業者を対象とした研修会の開催

① eラーニング(動画配信)による「表示管理者・責任者研修会」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~4月28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、「表示管理者・責任者研修受講証」(電子受講証)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919社において実施

3. 中古車の「支払総額」の表示をより一層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を開催

◇ 各地区における普及状況の実態や問題点に関して適宜情報共有を実施

▶ 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)の視聴を促進

▶ 動画ダウンロード数1,631回(2025年4月~2026年3月末現在)

◇ 「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)を改修し、会員事業者の活用を促進

▶ ディーラー関係219社、専門店関係940社が利用登録、データ登録約5万7千件(2026年3月末現在)

③ 「支払総額」の表示を守らない事業者のトラブル事例を基にした会員店の優良性のPR

◇ 「言葉巧みに『支払総額』以外の費用の支払いを求める等、『支払総額』の表示を守らない事業者に騙されないよう注意を促す」とともに、「公取協会員店は、『支払総額』の表示を守る安心のお店であること」を消費者にPRするための動画を作成し、YouTubeに公開、ホームページ特設ページに誘導するバナー広告を配信

- ▶ 公取協ホームページの特設ページへのアクセス数は約42万回
(2026年3月末現在)
- ▶ YouTube 動画(30秒)を配信、視聴回数約333万回、併せて6秒のバンパー
広告を約510万回配信(2026年3月末現在)
- ◇中古車情報誌・サイト等の協力を得て、これらの内容について消費者に対するPR・
啓発活動を実施
 - ▶ 中古車情報サイト(グーネット、カーセンサーnet)トップページにバナーを掲載
(2025年11月～2026年4月末まで掲載)

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

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による苦情相談の多い事業者に対する監視活動の実施

- ◇消費者からの『「支払総額」で購入できない』等の不当な価格表示に関する苦情相談
をモニタリングすることにより、苦情相談の多い事業者に対する監視活動を実施
 - ▶ 中古車の「支払総額で購入できない」等の苦情相談は、2025年4月～2026年
3月末迄で90件(月平均7.5件)

② 販売実態のモニタリングによる苦情相談の多い事業者の表示と販売実態の把握

- ◇苦情相談のモニタリング結果を踏まえ、中古車の不当な価格表示や不適切な販売
方法等、苦情相談の多い事業者の表示と販売実態を把握するため、販売実態のモニ
タリングを実施
- ◇前年度実施したモニタリング結果に基づき、問題が認められた14社に対し「改善
要請」を実施予定

【前年度実施した販売実態のモニタリングで見られた主な問題点】

※中古車購入の際、商談において、広告等に表示された「支払総額で購入できない」
という苦情相談(2024年8月～2025年3月)が消費者から多く寄せられた、
大手等(多店舗展開)中古車専門店や未使用車専門店等、20社48店舗を対象
に実施

- (1) 「支払総額で購入できない」(「不当な価格表示」、「不適切な販売方法」)
 - ア. 「支払総額」に含まれない「定期点検整備」の実施(購入)やパック商品の購入
が中古車の購入条件…2社(2店舗)
 - イ. 管轄運輸支局内(同一都府県内)の登録であるにもかかわらず、「支払総額」
に含まれない「管轄外登録費用」を請求…5社(5店舗)
- (2) 不適切な「諸費用」等の請求
 - ア. 「納車準備費用(室内清掃・洗車の費用)」を「諸費用」として請求…1社

- イ. ETCセットアップ費用を支払総額に含めて表示し、「セットアップは必ず当社で実施する」として、セットアップ費用の支払いを強要…9社(13店舗)
- ウ. 車庫証明手続代行費用を支払総額に含めて表示し、「車庫証明手続は必ず当社で代行する」として、代行費用の支払いを強要…2社(2店舗)
- エ. 県外登録費用を支払総額に含めて表示し、「購入者自身が登録を行う場合も外せない」として、費用の支払いを強要…1社
- オ. オプションの費用を支払総額に含めて表示…1社

(3) その他

- ア. プライスボードの不表示…3社
- イ. プライスボードにおいて、車両価格を支払総額よりも大きく表示…1社

③苦情相談の多い事業者に対する実地(立入り)調査の実施

- ◇「改善要請」に応じない場合や改善が認められない場合、苦情相談の多い事業者の不当な価格表示等について、規約違反被疑事案として実地(立入り)調査を実施
 - ▶ 2022年度のモニタリング結果に基づき「改善要請」を行ったにもかかわらず、その後、改善が認められなかった大手中古車専門店に対し、規約違反(不当な価格表示)が認められたため、「警告」の措置を採るとともに、販売方法等について「改善指導」を実施(改正規則施行前の行為)
 - ▶ 2021年度のモニタリング結果に基づき「警告」の措置を採ったにもかかわらず、2024年度の調査で同様の規約違反(不当な価格表示)の疑いが見られた1社について、規約違反被疑事案として調査継続中

④不当な価格表示に対する厳正な対処

- ◇実地(立入り)調査の結果、不当な価格表示や不適切な販売方法が認められた場合、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(プライスボード)の表示に関する施行規則改正(案)の承認申請及び周知活動の実施

①規則改正(案)の承認申請

- ◇店頭展示車の表示(プライスボード)に関する施行規則改正(案)については、昨年6月の定時総会での承認を得た後、消費者庁への承認申請に向け、同庁と調整を行っていたが、その過程において指摘等があったため、それらを踏まえ、一部修正を行うこととした

②改正規則の周知活動の実施

- ◇研修会や関係団体を通じ、改正規則に関する周知活動を実施

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実施中

▶ 修復歴に関する不当表示の疑いのある会員4社、非会員6社について調査中

◇会員の修復歴や冠水車、走行距離の不当表示に対しては、「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

▶ 前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2社に対し「厳重警告」及び「違約金」の措置

⇒ うち1社は、措置に基づく誓約書の提出及び違約金の支払いを行わないため、規約第20条第2項に基づく措置(違約金200万円の賦課)について審査委員会で審議し、今後、会長決裁を受けた後、当該事業者決定案を通知

◇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

5. ステルスマーケティングに関する改正規約の周知と監視活動

1) ステルスマーケティングに関する改正規約・施行規則の周知活動の実施

◇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

2) 「口コミ」投稿等における監視活動の実施

◇苦情相談の多い事業者について、中古車情報ウェブサイト等の「口コミ」投稿に関する監視活動を実施

▶ 苦情相談の多い事業者について、中古車情報ウェブサイト等における「口コミ」投稿内容に問題等がないか適宜確認を実施

▶ 広告表示研究会(2月26日開催)において、中古車情報サイトにおける規約違反となるおそれのある「口コミ」投稿の有無や、媒体社におけるステルスマーケティング防止策の実施状況等、実態把握を実施

6. カタログ等の装備品の適正な表示に関する周知活動

1)消費者にわかりやすい適正な表示の周知活動の実施

◇研修会等を通じ、カタログにおける装備品等の明瞭な表示等、適正な表示方法に関する周知活動を実施

2)表示の実態把握及び改善指導の実施

◇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、問合せに適宜対応するとともに、必要に応じて実態把握を実施

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)自動運転化技術の達成レベルに応じた機能内容及び限界等の適切な表示の周知

◇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)自動運転化技術について、消費者の誤解や過信を招かないためのテレビCM等の表示(映像表現)内容に関する検討と指導の実施

◇テレビCM等の実態を把握、消費者の誤解や過信を招かないようにするため、必要に応じて、自動運転化技術のレベルに応じた適切な表示(表現)内容について検討及び指導を実施

- ▶ テレビCMにおいて運転支援機能について告知する際、運転支援機能である旨を表示せず、「自動運転(技術)」との用語を使用した会員事業者1社に対し、「警告」の措置

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

◇広告や店頭の実態を把握、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、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

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活動

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2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
 - ▶ 2026年3月末までの相談受付件数6,050件、内四輪車関係5,658件(新車関係1,302件、中古車関係3,587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、売買の際の留意点やトラブル未然防止のための注意点等を会員事業者及び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
 - ▶ 国民生活センターがカーリースのトラブルについて注意喚起を行ったことについて、会員事業者及び消費者に情報提供を実施

② 消費者相談への適切な対応等に関する研修会の開催

- ◇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、公取協で受付けた消費者相談事例をもとにした適切な対応及びトラブル未然防止のための対応等に関する研修会を、自販連関係6地区、中販連関係1地区、会員事業者3社で開催

2) 国民生活センター及び消費生活センター、消費者団体等との連携強化

- ◇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3回実施、併せて、地区における苦情・相談の状況等について、意見交換を実施

11. 新車及び中古車の適切な販売方法に関する周知活動

1) 不適切な販売方法を未然に防止するための問題点の把握

- ◇「表示」という観点だけでは把握できない販売方法の実態を把握するため、消費者からの苦情相談のモニタリング及び、必要に応じて販売実態のモニタリングを実施
 - ▶ 新車の「抱き合わせ販売」等の苦情相談は、2025年4月～2026年3月末迄で70件(月平均5.8件)
 - ▶ 中古車の「支払総額で購入できない」等の苦情相談は、2025年4月～2026年3月末迄で90件(月平均7.5件)

2) トラブル未然防止のためのリアルタイムな情報発信

- ◇特定の新車の販売と併せて、オプションの購入等をさせていた疑いがあることから、独占禁止法に違反(「抱き合わせ販売」に該当)するおそれがあるとして、公正取引委員会が会員ディーラーに対し「警告」を行ったことを踏まえ、AFTC INFORMATIONにより、会員事業者に対して独占禁止法違反や、消費者の不信を招くおそれのある「不適切な販売」を行うことのないよう、二度目の注意喚起(前回は2024年11月)を実施
- ◇中古車の「支払総額で購入できない」等の苦情相談や販売実態のモニタリング及び規約違反被疑事案の調査結果を踏まえ、AFTC INFORMATIONにより、会員事業者に対して問題点等を周知するなど注意喚起を実施

3) 適切な販売方法に関する周知活動の実施

- ◇規約に基づく適正な表示や消費者相談への対応と併せ、適切な販売方法に関する内容を各マニュアルに反映、研修会等を通じて、会員事業者に対する適切な販売方法に関する周知活動を実施
- ◇消費者を対象とした、上手な自動車の買い方に関する動画を作成・公開する等、消費者の被害やトラブルを未然に防止するための周知活動を実施
 - ▶ 新車関係については動画を作成予定、中古車関係については支払総額に関する会員店PRと併せて実施

12. 広報PR活動

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

- ◇「言葉巧みに『支払総額』以外の費用の支払いを求める等、『支払総額』の表示を守らない事業者に騙されないよう注意を促す」とともに、「公取協会員店は、『支払総額』の表示を守る安心のお店であること」を消費者に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333万回、6秒動画約510万回(2026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配信したほか、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

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自販連京都府支部大型車委員会との懇談会を開催、活動内容を各地区公取協事務取扱所に展開する等、各地区の活動に協力

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6月から10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

- ◇公取委が、独禁法違反(抱き合わせ販売)のおそれ会員事業者1社に対し「警告」、また、下請法違反(不当な経済上の利益の提供要請)で会員事業者4社に対し「勧告」を行うとともに、ディーラー及び車体整備事業者間の取引における下請法違反被疑事件の集中調査の結果、160社に指導を行ったことについて、AFTC INFORMATIONにより注意喚起を実施
- ◇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、整備振興会関係1地区で独禁法に関する研修会、自販連関係5地区で取適法に関する研修を実施する等、普及活動を実施

15. 次世代自動車の普及等に対応した燃費表示等に関する施行規則改正(案)及び表示基準に関する検討(自工会からの要請に基づく検討)

1) プラグイン燃料電池車(FCV)の「総走行距離数」の表示について

- ◇現在、国交省において、プラグインFCVの試験法として「①一充填走行距離」、「②一充電走行距離」、「③総走行距離数(①+②)」の追加が検討されているが、③は「国土交通省審査値」とはならない予定
- ◇「③総走行距離数」も、国土交通省が定める試験法に基づき測定された数値であり、客観性が担保されていることから、カタログ等(「主要諸元」欄除く)に表示できることとする新車施行規則改正(案)を策定

2) オフサイクルクレジット制度に基づく省燃費効果を表示する場合の表示基準の策定

- ◇現在、国土交通省・経済産業省の合同会議形式で、オフサイクル技術の開発と普及促進を図るため、オフサイクルクレジット制度の導入に向けた検討が行われている
 - ⇒モード試験では反映されない優れた燃費向上技術を搭載することによる燃費改善分を、燃費基準の特例として、達成判定の際に獲得したクレジットをCAFE値(企業別平均燃費基準)に加算する
 - ⇒「オフサイクルクレジット値の表示は任意だが、表示する場合、認定値「L/km」を、内燃機関車の燃費値に用いられる「km/L」等に換算し、自動車ユーザーにとって分かりやすい単位でカタログ等に表示できるようにしたい」との要請があった
 - ※国土交通省審査値を基に、ガソリン代等のランニングコストを算出、当該数値等を表示することは、不当表示に該当するおそれが強いいため、規約の運用において、不可としている
- ◇国土交通省認定値を基に、同省が定める方法により換算した(省燃費効果に関する)数値であることから、客観性は担保されているものと考えられるため、表示できる方向で検討
 - ⇒両省における検討状況を踏まえ、表示する際の表示基準(「表示の根拠」や「表示方法」等)を策定する予定

3) EV等の総電力量について表示する場合の表示基準の策定

- ◇EV、PHVのカタログ(主要諸元含む)等に、総電力量(kWh)が表示されているケースがあるが、当該数値は、道路運送車両法第75条に基づく諸元値ではない
 - ⇒新車施行規則第4条において、「『主要諸元』欄には、原動機等、道路運送車両法第75条の規定に基づき、国土交通大臣の指定を受けたものを使用するものとする。」と規定(主要諸元欄への表示は不可)
- ◇自工会に対し、現状の問題点について指摘するとともに、総電力量の表示が必要か確認したところ、「消費者がEV等の購入を検討する際、総電力量(kWh)の表示は必

要であるため、国際基準で定められている計測法に基づく数値は表示可能とする等、表示する際のルールの整備をお願いしたい」との要請があった

◇輸入組合組合員各社に対しても、同様の確認を行ったところ、「総電力量(kWh)を表示する際のルールの整備は必要」等の意見があった

◇これらを踏まえ、自工会及び輸入組合を通じ、「総電力量(kWh)」は、「主要諸元」欄に表示できないことについて周知する一方、「総電力量(kWh)」は、消費者がEVやPHVの購入を検討する際に必要な情報と考えられることから、表示する際の表示基準(「表示の根拠」や「表示方法」等)を策定する予定

4)重量車EVの一充電走行距離の表示について

◇現在、重量車EVについては、2027年9月までに、全車JH25に基づく電力消費率の測定及び諸元値記載が義務化されるため、各社、JH25の届出準備を進めている

◇一方、一充電走行距離に関しては、現時点では、定速走行(TRIAS99-012-01)の値しか諸元値化されていない

⇒ JH25に基づく試験方法については、自工会と国交省において、2026年6月改正を目指し策定作業中

⇒ 「電力消費率と一充電走行距離が異なるモードに基づく表示となり、消費者の混乱を招くおそれがあることから、施行までの間は、策定中(国交省及び有識者の承認は得られている)のJH25モードによる一充電走行距離試験法に基づく計算値を、カタログ等に表示できるようにしたい」との要請が自工会からあった

◇当該計算値は、JH25ベースの一充電走行距離の試験法が施行された後の諸元値(国土交通省審査値)と同じ国土交通省が定める計算方法に基づく数値であり、客観性は担保されている

また、一般的に、JH25の測定値は、定速走行の測定値よりも低い数値となることから、消費者に必要な情報でもありと考えられるため、表示できることとする

⇒ ただし、「主要諸元」欄に表示できない(諸元値ではない)ため、「主要諸元欄」以外で、「参考値」である旨と併せて「JH25による計算方法に基づく自社測定値である」旨を表示すること(具体的な表示方法については、引き続き検討を実施)

16. 中古車の修復歴の骨格部位の名称変更に伴う規則改正

◇車両構造や設計技術の変化により、骨格部位の構成や使用範囲が多様化しており、従来の名称では実際の部位構成を十分に表現できていないことから、日査協の修復歴判断基準において、以下の骨格部位の名称の変更が行われることを踏まえ、中古車施行規則改正(案)を策定

※部位の名称の変更のみで、修復歴の定義が変更されるものではない

【参考】

1. 規約違反に対する措置件数

○2026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	3 ^{※1}	0	0	0	3
警告	1 ^{※2}	1 ^{※3}	0	0	2
嚴重警告	0	3 ^{※4}	0	0	3
違約金	0	2 ^{※5}	0	0	2
計	4	6	0	0	10

※1 写真と価格の不一致(チラシ広告調査)

※2 運転支援機能の表示に関する不当表示

※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

○2026年3月末現在の規約参加事業者数

13,971 社 (期首 13,973社)

○2025年4月から2026年3月までの入退会事業者数

入会等事業者数 334 社

退会等事業者数 336 社

(-2 社)

《二輪車関係》

1. 規約の一層の定着化を図るための普及活動の実施

1) 会員専用ページを活用した普及活動

① 会員専用ページを活用したセルフチェックの実施

◇ 会員専用ページを活用したセルフチェックを通じ、効率的で効果的な規約普及を実施(実施期間:2025年10月8日から2026年3月31日)

◇ 1月以降、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銘柄並びに関係団体と連携した普及活動の実施

◇ セルフチェックの実施状況等について国内4銘柄並びに関係団体と情報共有し、効率的なフォロー活動を実施

③ 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

◇ セルフチェックの実施状況に関する確認の精度を上げるため、セルフチェック実施時にプライスカードの写真を送信することとして実施、1,810店(45.1%)から写真の送信があり、現在表示内容等について確認中

◇ より多くの会員店がセルフチェックを実施できるよう、その目的や実施方法等を動画にまとめて、会員専用ページ等から閲覧できるよう公開

④ 会員専用ページを活用した、より効果的で効率的な規約の普及方法の検討

◇ セルフチェック実施済の会員店に対し、会員専用ページを活用して、会員店自らがセルフチェック実施済であることをPRするためのツールを配布

◇ 上記活動を実施した結果、国内4銘柄関係は、対象店舗数 4,408 店中、3,398 店(77.1%)においてセルフチェックを実施、規約の遵守率は 99.2%(前年度は実施率78.1%、規約遵守率99.4%)

◇ オートバイ組合関係は、対象店舗数 624 店中、385 店(61.7%)においてセルフチェックを実施、規約の遵守率は 98.4%(前年度は実施率59.8%、規約遵守率98.7%)

◇ 輸入組合関係は、対象店舗数 165 中、128 店(77.6%)においてセルフチェックを実施、規約の遵守率は 100.0%(前年度は実施率73.9%、規約遵守率 99.3%)

◇ 公取協関係は、対象店舗数 1,615 店中、1,126 店(69.7%)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68.2%、規約遵守率99.0%)

◇ 上記の結果、対象店舗数 6,812 店中、5,037 店(73.9%)においてセルフチェックを実施、規約の遵守率は 99.1%(前年度は実施率74.0%、規約遵守率99.3%)

2)規約アドバイザー制度を活用した普及活動

①規約アドバイザーによる訪問活動の実施

- ◇規約アドバイザーによる会員店訪問活動により、表示内容や品質評価者講習受講について、会員店に直接アドバイスを行う等、きめ細やかな規約の普及活動を実施
- ◇本年度はオートバイ組合関係4地区(大阪、東京、栃木、千葉)45店において訪問活動を実施

②規約アドバイザーによる規約普及活動の充実

- ◇オートバイ組合関係については、訪問活動実施地区の拡充について調整し、実施可能な地区から順次実施する予定(神奈川、茨城、埼玉は5月以降に実施予定)
- ◇国内4銘柄関係については、関東及び中四国地区について規約アドバイザーの選任(4銘柄OB)を調整、5月以降に順次実施する予定

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の受講促進により、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6,812店中、4,891店で71.8%(前年度は76.5%)

2)品質評価者講習の実施

- ◇2025年度は、3年で一巡する講習の更新期に当たるため、更新講習の内容を刷新して品質評価者講習を実施
- ◇会員専用ページにログインすれば、スムーズに品質評価者講習が受講できることを引き続き会員に周知
- ◇国内4銘柄並びに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するとともに、メールの送信や公取協コールセンターによるフォロー活動も実施
- ◇eラーニングによる品質評価者講習を実施、受講者数3,168名(新規271名、更新2,897名)、更新率は95.0%(前年度は受講者数1,769名 新規801名、更新968名 更新率86.1%)

3)「品質評価実施店」の積極的なPRの実施

- ◇「品質評価実施店」に関するバンパー広告(6秒)を新たに作成し、PR動画(30秒)と併せてYouTubeやSNSへ配信する等PRを実施、2025年4月から2026年3月末までのYouTubeでの30秒動画視聴回数は約153万回(前年度約264万回)、バンパー広告の視聴回数は約928万回

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8回実態調査を2026年1月から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 3,031 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情報交換を適宜実施するとともに、意見交換会を4月に実施

4. ステルスマーケティングに関する改正規約の周知と監視活動

1) ステルスマーケティングに関する改正規約・施行規則の周知活動の実施

◇会員専用ページやモーターサイクルインフォメーション、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

2) 「口コミ」投稿等における監視活動の実施

◇中古車情報ウェブサイト等の「口コミ」投稿に関する監視活動を適宜実施

◇二輪情報誌との意見交換会において、媒体社におけるステルスマーケティング防止策の実施状況等、実態把握を実施予定

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の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や研修会を通じて周知活動を実施

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

6. 公取協会員店に対する消費者の信頼を一層高めるための普及活動等のあり方に関する検討

1)消費者が公取協会員店に求める「安心と信頼」に関する検討

①公取協会員店ならではの「安心や信頼」、「優良性」に関する検討

◇これまでに実施した規約普及活動や広報PR活動が、消費者が求める会員店の「安心や信頼」につながっているか、また、公取協会員店ならではの優良性が消費者に訴求できているか等について、会員販売店や関係団体等との意見交換会(東京・大阪)を開催

2)今後の普及活動等のあり方に関する検討

◇次年度も引き続き、意見交換会を開催し、上記1)について検討を行うとともに、会員販売店におけるプライスカードの表示や品質評価の実施状況等の実態を踏まえ、今後の規約及び普及活動のあり方等について検討

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や研修会を通じて周知活動を実施

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

- ▶ 2025年度の相談受付件数6,050件、内二輪車関係366件
(前年度は相談受付件数5,529件、内二輪車関係303件)

9.「新基準原付」等に関する表示基準の策定及び周知活動の実施

1)「新基準原付」等に関する表示基準の策定及び周知活動の実施

- ◇2025年4月1日から、第一種原動機付自転車(原付一種)に新たな区分として「新基準原付」が追加されたことにともない、「新基準原付」と「原付二種」について、総排気量は同じであっても、最高出力が制限されていることや運転免許区分、また、交通ルールが異なること等について消費者に適正な情報提供を行う必要があることから、「新基準原付」と「原付二種」の違いを明確にして広告・展示等するための表示方法(表示基準)を策定
- ◇同表示基準については、会員専用ページやモーターサイクルインフォメーション、ホームページ、業界紙等を活用し、周知活動を実施

2)「新基準原付」に関する PR 動画の作成及び消費者への周知活動の実施

- ◇「新基準原付と原付二種の違い」や「会員店は、新基準原付の最高出力や免許区分をわかりやすく表示している」旨を消費者にPRするための30秒と6秒の動画を作成し、2026年4月より YouTube に配信開始

【参 考】

1. 規約違反に対する措置件数

○2026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

○2026年3月末現在の規約参加事業者数

5,359 社 (期首 5,539 社)

○2025年4月から2026年3月までの入退会事業者数

入会等事業者数 24 社

退会等事業者数 204 社

(-180 社)

《四輪・二輪合計》

○2026年3月末現在の規約参加事業者数

19,330 社 (期首 19,512社)

○2025年4月から2026年3月までの入退会事業者数

入会等事業者数 358 社

退会等事業者数 540 社

(-182 社)