

平成26年度

事業報告書

一般社団法人 自動車公正取引協議会

【 四 輪 車 関 係 】

平成26年度の四輪車関係事業

1. 規約に基づく適正表示の一層の促進

- 1) 関係団体との連携による普及活動の推進
- 2) 広告表示等の適正化の促進
- 3) 会員のニーズに合わせた研修の実施

2. 不当表示行為の未然防止及び厳正な対処

- 1) 走行距離、修復歴等の不当表示未然防止活動の実施
- 2) 会員及び非会員の不当表示に対する厳正な対処

3. 規則改正（案）の承認申請

- 1) 規則改正（案）の承認申請、燃費及びA S V技術等の表示に関する運用基準（案）の確認手続きの実施

4. 社会・経済環境の変化等を踏まえた表示のあり方の検討

- 1) 次世代自動車の普及等を踏まえた、燃費に関する情報提供のあり方の検討
- 2) 消費税率引上げに伴う価格表示等の対応状況に関する実態把握の実施
- 3) No.1等の表示のあり方の検討
- 4) 修復歴の定義（骨格部位）の見直しに関する検討

5. 中古車の車両状態表示に関する監修及び監査の実施

- 1) 監修基準に基づく監修の実施
- 2) 監修を行った表示（評価）機関に対する監査の実施

6. 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
- 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
- 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

7. 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一般消費者に対するPR活動
- 2) 会員に対する情報提供の充実
- 3) 報道機関への協力

8. 大型車関係事業の推進

- 1) 規約に基づく適正表示の推進
- 2) 独禁法、下請法に関する普及活動の実施

9. 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
- 2) 公正取引に関する法令（独禁法、下請法等）の普及指導

1. 規約に基づく適正表示の一層の促進

1) 関係団体との連携による普及活動の推進

① 店頭表示に関する規約遵守状況調査の実施

《新車関係》

- ◆各地区公取協事務取扱所（自販連支部、軽自動車協会）による店頭表示に関する規約遵守状況調査（年1回の定期調査、ディーラー1,198社が対象）を実施
- ◆公取協事務局による調査を6地区（札幌、神奈川、岐阜、大阪、鳥取、香川）で実施
 - ⇒ 規約遵守率は、ほぼ例年どおり（注文書、価格表の表示は9割以上、展示車の表示は8割以上）

《中古車関係》

- ◆各地区公取協事務取扱所（自販連支部、軽自動車協会、整備振興会、中販連支所）による店頭表示に関する規約遵守状況調査（年1回の定期調査、ディーラー999社、専門店1,671社が対象）を実施
- ◆公取協事務局による調査の実施
 - ・自販連関係 6地区（札幌、神奈川、岐阜、大阪、鳥取、香川）
 - ・JU関係 7地区（北見、青森、茨城、和歌山、広島、長崎、大分）
 - ⇒ 規約遵守率は、ほぼ例年どおり（ディーラー関係で展示車、注文書の表示は9割以上、専門店関係で展示車、注文書の表示は7割～9割程度）

《新車・中古車共通》

- ◆調査結果については報告書を作成、5月以降、公取協事務取扱所を通じて全般的な指導を要請する予定

② 中古車規約の一層の定着化を図るための対応の実施

- ◆JU長野、JU富山において、当該地区の中古車情報誌・広告代理店等を対象とした懇談会を開催、適正表示への協力を要請する等、中古車規約普及推進モデル地区を中心とした中販連各支所における中古車規約の普及活動に積極的に協力

③ 規約普及を図るための研修会の開催

- ◆各地区主催の研修会等に講師を派遣する等、地区における規約普及活動に積極的に協力
 - ・自販連関係 6地区（大阪、愛知、兵庫、長崎、千葉、沖縄）
 - ・JU関係 14地区（岐阜、香川、東京、富山、埼玉、愛知、長野、宮城、島根、福井、青森、神奈川、千葉、鳥取）
- ◆公取協事務取扱所（自販連支部、軽自動車協会、中販連支所、振興会）の規約担当者（事務局職員）を対象とした研修会を11月に東京で開催

2) 広告表示等の適正化の促進

① 広告表示に関する規約遵守状況調査の実施

- ◆公取協事務局による新聞・チラシの広告表示に関する規約遵守状況調査を実施
(全国53地区において8月22日～9月28日に掲載、配布された広告)

《新車関係》 2, 516枚対象

- ⇒ 規約の遵守率は65.7%で、前年度の調査結果より2ポイント改善
- ⇒ 広告掲載車と販売価格の不一致など不当な価格表示に該当するおそれのある違反を行った20社に対しては、公取協事務取扱所を通じて改善指導（嚴重注意又は警告）を実施

《中古車関係》 1, 570枚対象

- ⇒ 規約の遵守率は前年度に比べて若干の改善が見られるものの、「定期点検整備実施状況」で約3割など、低調
- ⇒ 消費税抜き価格のみの表示や過大な景品提供を行った7社に対しては、公取協事務取扱所を通じて改善指導（嚴重注意）を実施

《新車・中古車共通》

- ◆調査結果については報告書を作成、5月以降、公取協事務取扱所を通じて全般的な指導を要請する予定

② 広告宣伝を行う際のマニュアルの作成と普及活動の実施

- ◆広告の調査結果等を基に、広告宣伝マニュアルを作成し、会員事業者や広告代理店等を対象とした説明会を2月26日～3月13日の間に全国10か所（札幌、仙台、東京、金沢、名古屋、大阪、広島、米子、高松、福岡）で開催、会員事業者等約1,300名が参加

③ 広告関係団体や広告関係事業者等との連携強化

- ◆JARO等の広告関連団体と表示適正化のための情報共有を行うなど、連携を強化
- ◆広告代理店等からの広告制作に関する問合せ等には積極的に対応するとともに、規約遵守のための協力要請
- ◆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25日に開催し、広告宣伝に関するマニュアルに基づく研修や中古車広告における諸課題等について意見交換を実施

④ 広告制作に関する相談への積極的な対応及び情報提供の充実

- ◆会員及び広告関係事業者等からの広告制作に伴う表示内容や景品提供に関する相談に積極的に対応（平成26年度の相談受付件数は1,795件）
- ◆システムを活用して広告相談の内容を分析、よくある相談事例とその回答（FAQ）や問題点等については、ホームページやAFTC INFORMATION等により適宜情報発信するなど、リアルタイムな情報提供を実施

3) 会員のニーズに合わせた研修の実施

- ◆メーカー1社（3回）、ディーラー3社からの要請に基づき、規約や消費者相談対応、下請法等に関する研修会を開催

2. 不当表示行為の未然防止及び厳正な対処

1) 走行距離、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と厳正な対処

- ◆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引き続き実施
- ◆中古車情報誌において「改ざん歴車」を「実走行」として表示、また「修復歴車」を「修復歴なし」と表示しているなどの不当表示については、「厳重警告」、「違約金」の措置をとるなど厳正に対処
 - ⇒ 平成25年度の調査結果に基づき、修復歴の有無に関する不当表示を行った会員3社に対し厳重警告の措置を採るとともに、うち1社には違約金、2社には事業者名の公表の措置

② 走行距離、修復歴等の不当表示未然防止活動の実施

- ◆JU 関係ブロック会議において、走行距離や修復歴に関する適正な表示方法について、会員に対する周知活動の実施を再度要請
- ◆各地区主催の研修会等において、おとり広告や販売価格に関する不当表示未然防止と併せて、会員事業者に対する周知活動を実施
- ◆各地区における規約遵守状況調査において、走行メーター交換歴車及び同改ざん歴車シールの貼付状況を重点項目としてチェック、同シールの貼付を徹底
- ◆不当表示未然防止及び注意喚起を目的としたパンフレットを作成、会員事業者に配布するとともに、情報誌賛助会員を通じた掲載店への配布について協力を要請

2) 会員及び非会員の不当表示に対する厳正な対処

① 調査委託制度を活用した走行距離等の不当表示に対する指導・監視

- ◆JU支所と連携をとり、中古車の走行距離及び修復歴の有無に関する不当表示被疑事案について調査及び指導を実施

② 走行距離、修復歴等の不当表示に対する厳正な対処

- ◆不当表示に対しては、会員は当協議会より指導、非会員については消費者庁に措置を要請する等、効果的な指導を実施
 - ⇒ 走行距離に関する不当表示を行った会員1社、修復歴の有無に関する不当表示を行った会員4社に対し厳重警告の措置を採るとともに、修復歴の不当表示のうち2社には違約金、1社には事業者名の公表の措置
- ◆なお、会員1社、非会員3社が走行距離、修復歴の有無に関する不当表示及びおとり広告等により、消費者庁から景品表示法第6条の規定に基づく措置命令を受けた

3. 規則改正（案）の承認申請

◆支払総額、電気自動車の一充電走行距離数に関する規定等の新設に関する規則改正（案）の消費者庁及び公取委への承認申請、燃費及びASV技術等の表示に関する運用基準（案）の確認手続きを行うための手続きを実施

⇒ 表示連絡会（規則改正案等に関する消費者関連団体からのヒアリング）を3月26日に開催した結果、消費者団体からASV技術の運用基準（案）に関する意見が出されたため、再度検討を行うこととなった

⇒ 規則改正（案）については、今後承認申請を実施する予定

4. 社会・経済環境の変化等を踏まえた表示のあり方の検討

1) 次世代自動車の普及等を踏まえた、燃費に関する情報提供のあり方の検討

◆次世代自動車の燃費性能等について、適正な情報を行うことにより、消費者の理解促進を図るという観点から、「燃料電池車（FCV）の燃費表示に関する当面の取扱い」について検討、新車部会、同委員会の承認、消費者庁への確認を行った後、関係団体等を通じて会員への普及活動を実施

2) 消費税率引上げに伴う価格表示等の対応状況に関する実態把握の実施

◆消費税率引上げに伴う価格表示等への対応状況（税込表示）について、店頭展示車や広告に関する規約遵守状況調査等を通じ、実態把握を実施

⇒ 一部の中古車販売店で税抜表示が見られたが、その他に問題はみられなかった

3) No.1 等の表示のあり方の検討

◆何がNo.1であるのか、どのクラスでNo.1であるのか等が明確でないものも見受けられることから、No.1等の表示を行う際のクラス区分等の明瞭な表示の考え方について検討を行い、考え方を取りまとめた

◆併せて、OEM車の増加等に伴い、同率首位が存在する場合でも、No.1である旨を主張したいとの意見があることから、自社又は他社に同条件のものが存在する旨を明瞭に表示することにより、No.1表示を可能とする方向で検討を行い、規則改正（案）を策定

4) 修復歴の定義（骨格部位）の見直しに関する検討

- ◆車体の構造や形状、材質の変化等に伴い、日査協の修復歴の定義（骨格部位）からラジエターコアサポートが削除されることを受け、中古車規則の修復歴の定義（骨格部位）から、ラジエターコアサポートを削除する内容の規則改正（案）を策定

5. 中古車の車両状態表示に関する監修及び監査の実施

1) 監修基準に基づく監修の実施

- ◆申請のあった車両状態表示（評価）制度（システム）について同基準を満たしているか確認を実施

2) 監修を行った表示（評価）機関に対する監査の実施

- ◆監修を行った4機関の車両状態表示（評価）事業に関する運用状況について確認した

6. 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

① 苦情・相談への適切な対応

- ◆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（平成26年4月から平成27年3月までの相談受付件数は6,103件）※参考：平成25年度受付総件数6,371件

② 相談内容の分析とトラブル対応・未然防止のための情報提供

- ◆受け付けた苦情・相談を基にトラブルの発生原因や問題点等を分析、消費者相談事例研究会等においてトラブルへの対応方法、未然防止策について検討
- ◆トラブルへの適切な対応や未然防止策について、「コンシューマー・レポート」等により、関係団体、会員、消費生活センター等に対して情報提供
- ◆購入の際の留意点やトラブル未然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対して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

③ 消費者相談マニュアル等を活用した研修会の開催

- ◆地区消費生活センター等からの要請に基づき、13地区において、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実施（京都、三重、東京、滋賀、新潟、愛知、北海道、千葉（習志野）、茨城、神奈川、栃木、群馬、宮城）
- ◆各地区公取協事務取扱所等の会議に出席し、相談の受付状況や対応方法に関する研修及び意見交換を実施（自販連埼玉・静岡、JU関東甲信越連絡協議会）

④ お客様相談対応Q&A新車編の作成

- ◆お客様相談対応Q&A新車編（ハンドブック）を作成（5月配布予定）

⑤ 苦情・相談の多い事業者等への対応のあり方の検討

- ◆苦情・相談件数が多い、又は悪質性が高い事業者への対応のあり方について検討

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、連携を強化
- ◆国民生活センター主催の「消費生活相談員研修 専門・事例講座」（東京・岡山の2か所で開催）において、講師として消費者相談への対応方法や聴き取りのポイント等について説明するなど、連携を強化
- ◆消費生活センターとの連携による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（中央・地方）との懇談会を開催（長崎、大阪）

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

◆消費者モニター（現在首都圏在住37名）へのアンケート等の実施

＜消費者モニターにお願いした事項＞

- ①新聞・チラシ広告に関するチェックとアンケート
- ②インターネット上の表示に関するチェックとアンケート
- ③燃費表示、価格表示、TVCM等に関するアンケート
- ④中古車情報誌の表示に関するアンケート

◆消費者モニターとの情報交換活動を通じ、現状の表示に対する消費者サイドの評価等の把握

⇒ 消費者サイドの現状の表示に対する評価、消費者が求める表示等を把握

◆消費者関連団体との懇談会の開催

⇒ 消費者関係団体と自動車関係団体との懇談会を3月26日に開催、自動車の表示について意見交換

（出席団体）

国民生活センター、主婦連合会、消費科学センター、全国消費生活相談員協会、全国消費者団体連絡会、日本消費者協会、消費者庁、自工会、自販連、中販連、輸入組合、日本自動車連盟

7. 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一般消費者に対するPR活動

① 会員店PRポスターの配布

◆「適正な表示のお店で、安心のクルマ選び。私たちは、公取協会員店です。」をキャッチフレーズとしたポスターを作成、関係団体等を通じて会員店に配布

②会員店ステッカーの作成・配布

◆「公取協会員店ステッカー」を作成、関係団体等を通じて会員店に配布

③中古車情報誌Webサイトへのバナー・記事広告の掲載

◆1月中旬からカーセンサー、Net及びGoo-netのトップページにバナー広告、バナー広告のリンク先に「上手な中古車購入・トラブル未然防止のポイント」をまとめた記事広告を掲載

③ 地方紙における会員店 PR の実施

- ◆ 2月～3月に、鳥取県、島根県、広島県、岡山県、山口県の地方紙（日本海新聞、山陰中央新報、中国新聞、山陽新聞、山口新聞）に、会員店ポスターと同様、「適正な表示のお店で、安心のクルマ選び。私たちは、公取協会員店です。」をキャッチフレーズとしたPR広告を各紙2回掲載

2) 会員に対する情報提供の充実

- ◆ 規約に関する情報や消費者相談に関する情報を順次追加するなど、ホームページの会員専用ページにおける情報提供を充実
- ◆ メールやホームページを活用し、「AFTC INFORMATION」等を通じて規約運用の考え方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
- ◆ 公取協の活動内容等を紹介した公取協ニュース（機関紙）を関係団体及び会員向けに発行

3) 報道機関への協力

- ◆ 公取協の活動状況等について、業界紙・誌の取材等に適宜対応

8. 大型車関係事業の推進

1) 規約に基づく適正表示の推進

- ◆ 大型車メーカーを対象とした広告宣伝マニュアル等に基づく説明会を3月27日に開催

2) 独禁法、下請法に関する普及活動の実施

- ◆ 独禁法、下請法等に関する普及活動の実施
⇒ 地区公取協事務取扱所主催の大型ディーラー向け研修会に協力
- ◆ 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
- ◆ 自販連京都府支部大型委員会との懇談会を開催し、地区における独禁法、下請法等の普及活動状況や地区における委員会活動状況等について意見交換を実施

9. 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、公取協事務取扱所長ブロック会議を開催
- ◆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）の規約担当者（事務局職員）のスキルアップを目的とした研修会を11月に東京で開催（消費者庁担当官による改正景表法のポイントについての講演等）

2) 公正取引に関する法令（独禁法、下請法等）の普及指導

- ◆下請法に関する理解促進を図ることを目的とした研修会を全国9ブロックで開催、会員事業者等約900名が参加
- ◆各地区公取協事務取扱所（自販連支部）主催の独禁法、下請法に関する研修会に講師を派遣する等積極的に協力
⇒ 大阪、石川、栃木、千葉
- ◆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

1. 規約違反に対する措置件数

◆平成26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	17 ^{※1}	5 ^{※3}	0	2 ^{※7}	24
警 告	5 ^{※2}	5 ^{※4}	0	0	10
嚴重警告	0	8 ^{※5}	0	0	8
違 約 金	0	3 ^{※6}	0	0	3
計	22	21	0	2	45

- ※1 新車の表示に関する注意17件は、広告掲載車と販売価格の不一致等によるものである
- ※2 新車の表示に関する警告5件は、価格が有利である旨を記載した場合の販売価格の不表示、広告掲載車と販売価格の不一致（再違反）等によるものである
- ※3 中古車の表示に関する注意5件は、消費税抜価格のみの表示等によるものである
- ※4 中古車の表示に関する警告5件は、おとり広告、販売価格に関する不当表示、走行距離に関する虚偽表示等によるものである
- ※5 中古車の表示に関する嚴重警告8件は、走行距離に関する不当表示、修復歴の有無に関する不当表示によるものである
- ※6 中古車の表示に関する違約金3件は、修復歴の有無に関する不当表示（嚴重警告）のうち、悪質なケースである
- ※7 中古車の景品に関する注意2件は、懸賞による過大な景品提供によるものである

2. 規約参加事業者の現況

◆平成27年3月末日現在の規約参加事業者

13,498社（期首 13,486社）

◆平成26年4月から平成27年3月までの入退会事業者数

入会事業者数 323社

退会等事業者数 311社

(+ 12社)

【 二 輪 車 関 係 】

平成26年度の二輪車関係事業

1. 関係団体との連携による規約の普及促進

- 1) 関係団体との連携による普及活動の促進
- 2) 各地区適正表示推進委員会等との連携による普及活動の促進
- 3) オークションを通じた未入会店の会員化の促進

2. 規約に基づく適正表示の推進

- 1) 準規約指導員等によるチェック・アドバイス活動を通じた店頭表示等の適正化の促進
- 2) 「公取協プライスカード作成システム」の利用促進による適正表示の促進
- 3) 店頭表示及び広告宣伝のハンドブックの作成
- 4) 消費税率引上げに伴う価格表示等の対応状況の把握
- 5) 広告表示の適正化の促進

3. 施行規則の一部改正

- 1) 燃料消費率の表示に関する施行規則の改正

4. 会員店であることのメリットの促進活動

- 1) 公取協会員店で購入するメリットの一般消費者に対するPR活動
- 2) 会員に対する情報提供の充実

5. 品質評価の普及促進

- 1) 品質評価者トレーナー情報交換会の開催
- 2) 品質評価者講習会の開催
- 3) 二輪情報誌の記事広告を利用した普及促進
- 4) 品質評価者講習会の開催方法及び講習内容の見直しの検討

6. 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
- 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
- 3) お客様相談対応に関する研修会の開催

1. 関係団体との連携による規約の普及促進

1) 関係団体との連携による普及活動の促進

- ◆関係団体と連携して、二輪車委員会（1回）、総務部会（1回）、広報・普及指導部会（3回）を開催、規約普及活動等について検討

2) 各地区適正表示推進委員会等との連携による普及活動の促進

①第3回適正表示推進委員会正副委員長会議の開催

- ◆全国8ブロックの適正表示推進委員会に先駆けて各ブロックの正副委員長による会議を開催、各地区の課題や規約普及の取り組み等について意見交換、問題意識や情報を共有

②適正表示推進委員会の開催

- ◆平成27年1月から2月にかけて全国8ブロックで第10回適正表示推進委員会を開催し、
 - ア. 準規約指導員による店頭表示等のチェック・アドバイス活動の結果報告と今後の活動のあり方
 - イ. 走行距離数の表示の問題点と表示適正化のための今後の対応
 - ウ. 品質評価者講習会の開催状況と今後の開催方法
 - エ. 二輪車表示ハンドブックに基づく規約普及活動の展開等について検討・意見交換を実施

③適正表示推進部会等の地区活動の実施

- ◆平成26年7月に広島県適正表示推進部会を開催、品質評価者講習会の受講促進策として現車を用いた講習会の開催について検討
- ◆各地区の適正表示推進委員会及び同部会並びに関係団体等と協力して「二輪車表示ハンドブックに基づく規約説明会」を5会場で開催（北海道、宮城、東京、広島、輸入組合）

3) オークションを通じた未入会店の会員化の促進

- ◆オークション各社に未入会店の入会促進への協力を要請

2. 規約に基づく適正表示の推進

1) 準規約指導員等によるチェック・アドバイス活動を通じた店頭表示等の適正化の促進

①準規約指導員によるチェック・アドバイス活動の実施

- ◆前年度のチェックにおいて過去3回連続で同じ項目の表示もれが認められた750店に対して文書による改善指導を実施。改善報告のない会員店（415店 55.3%）に対しては再度、準規約指導員によるフォロー活動を実施した結果、737店（98.3%）より改善報告があった
- ◆平成26年度の準規約指導員等による店頭表示等のチェック・アドバイス活動を全国約3,900店を対象に実施し、店頭における表示状況を確認して適宜アドバイスする等、規約に基づく適正表示の推進及び情報提供を実施
- ◆表示の遵守率については新車、中古車とも9割以上と、前年度を大幅に上回った
チェック結果は下記のとおり
 - 《新車関係》 新車を展示していた3,907店を対象にチェックを実施
 - ⇒ 「車名及び主な仕様区分」、「販売価格」の表示の遵守率は約99%、「製造国名（輸入車）」と「保証の有無」の表示の遵守率は約97%で、前年より大幅に向上
 - 《中古車関係》 中古車を展示していた3,902店を対象にチェックを実施
 - ⇒ 「車名及び主な仕様区分」の表示の遵守率は約93%、「販売価格」の表示の遵守率は約98%、その他の項目の表示の遵守率は約93%～95%で、前年より大幅に向上
 - ⇒ 「車両の品質」の表示の遵守率は約92%で、前年より大幅に向上
- ◆3回連続で表示もれが認められた会員店750店のうち、今回のチェックで改善されずに4回連続の表示もれとなった会員店に対しては、措置基準に基づく指導を実施する予定
- ◆本年度のチェックにおいて新たに3回連続で同じ項目の表示もれが認められた会員店が58店。前年度と同様に文書による改善指導を実施する予定

②公取協事務局及び関係団体によるチェック・アドバイス活動の実施

- ◆準規約指導員によるチェック・アドバイス活動でカバーできていない会員店の中からオートバイ組合の会員店を中心にチェック・アドバイス活動を実施
- ◆本年度は公取協事務局と京都オートバイ組合との合同で実施
チェック結果は以下のとおり

《新車関係》 8店を対象にチェックを実施

⇒ 「車名及び主な仕様区分」と「販売価格」の表示の遵守率は約88%、「製造国名（輸入車）」と「保証の有無」の表示の遵守率は約67%

《中古車関係》 8店を対象にチェックを実施

⇒ 「車名及び主な仕様区分」、「販売価格」の表示の遵守率は約88%、その他の項目の表示の遵守率は約75%～100%

⇒ 「車両の品質」の表示の遵守率は約38%

2) 「公取協プライスカード作成システム」の利用促進による適正表示の促進

- ◆会員店における適正表示の徹底を図るため、チェック・アドバイス活動や品質評価者講習会等を通じて「公取協プライスカード作成システム」の利用促進を図り、適正表示を促進
- ◆同システムについて、プライスカードのカラーやデザイン、記載方法等の自由度を増すための改修を実施、利便性を向上

3) 店頭表示及び広告宣伝のハンドブックの作成

- ◆展示車のプライスカードや広告における適正な表示方法をわかりやすく解説した「二輪車表示ハンドブック」を作成、説明会等を通じて適正表示を推進

4) 消費税率引上げに伴う価格表示等の対応状況の把握

- ◆消費税率引上げに伴う価格表示等の対応状況について、店頭展示に関するチェックアドバイス活動において状況を確認するとともに対応できていない会員店にはアドバイスを実施

5) 広告表示の適正化の促進

- ◆走行距離数に関する不当表示の未然防止をテーマに二輪車広告表示研究会を開催、今回は二輪オークション各社及び用品連合会にも参加していただき、二輪業界内で広く意見交換を実施
- ◆オークション及び情報誌（同 Web）における走行距離数の表示方法と規約に基づく表示方法の相違点について意見交換を実施

3. 施行規則の一部改正

1) 燃料消費率の表示に関する施行規則の改正

①改正規則の承認申請と施行

- ◆燃料消費率の表示について、定地走行燃費値に加え、新たな排ガス測定基準である「WMTC モード」に基づく燃費値を表示について施行規則改正案を策定、消費者庁に改正案を提出し平成27年2月に認定、施行

4. 会員であることのメリットの促進活動

1) 公取協会員店で購入するメリットの一般消費者に対するPR活動

- ◆二輪情報誌のウェブサイト上において、「いいバイク選びするなら『いいお店選び』」をキャッチコピーとするバナー広告を掲載、公取協ホームページに誘導して適正表示で安心の公取協会員店で購入するメリットを一般消費者に広くPR
- ◆会員店のホームページに上記バナーと同デザインのバナーの貼付、店頭にはバナーと同デザインのステッカーを貼付することにより「適正表示で安心の公取協会員店で購入するメリット」について、公取協と会員店が一体となって効果的に消費者に対する会員店PRを実施
- ◆第42回東京モーターサイクルショーの公取協ブースにおいて、「公取協会員店は適正表示で安心である旨」及び「お客様に分かりやすい消費税込価格を表示している旨」のポスターを掲示して会員店PRを行うとともに、同ブースにおいて会員店をPRするためのパンフレットを来場者に配布

2) 会員に対する情報提供の充実

- ◆「AFTCモーターサイクルインフォメーション」により、適正表示のための情報や公取協の活動内容等に関する情報提供を実施

5. 品質評価の普及促進

1) 品質評価者トレーナー情報交換会の開催

- ◆品質評価者トレーナーのスキルアップとトレーナー間の情報交換を目的に開催、東日本（東京）31名、西日本（大阪）24名が参加

2) 品質評価者講習会の開催

- ◆平成26年9月から12月にかけて、全国56会場において品質評価者講習会を日本二普協、AJに委託して開催
- ◆講習会を受講できなかった会員を対象としたフォロー講習会を6会場※において開催し、更新対象者及び未在籍店の受講を促進（北海道、関東2会場、近畿、広島、鳥取）
 - ⇒ 受講状況（全62会場）
 - ・受講者数 1,810名（新規受講者654名、更新受講者1,156名）
更新対象者の更新率 70.9%（前年度77.6%）
 - ・有資格者数 6,193名 3,739社
品質評価者在籍店率（法人） 71.9%（前年度71.4%）

3) 二輪情報誌の記事広告を利用した普及促進

- ◆「『品質評価書』つきの中古バイクなら安心である旨」等を内容とした、品質評価の普及促進を目的とした広告を二輪情報誌に掲載して一般消費者に広くPR

4) 品質評価者講習会の開催方法及び講習内容の見直しの検討

- ◆平成25年度からの講習会27年度で一巡（3年）することを踏まえ、28年度以降の講習会の開催方法や講習内容の見直しに着手
- ◆更新対象者の受講負担の軽減や受講促進のための方策等について、各方面の意見を基に検討
- ◆今後、広報・普及指導部会にワーキングスタッフ会議を設置して検討

6. 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

◆消費者相談窓口において、二輪車に関する消費者からの苦情・相談を効率的に受け付け、トラブル解決のための適切なアドバイス等の対応を実施

⇒ 二輪車関係相談受付件数560件（平成25年度 558件）

・新車関係 86件（15.4%）

・中古車関係 371件（66.3%）

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

◆二輪車消費者相談事例研究会を定例的に開催し、公取協及びメーカー、販売店で受け付けた苦情・相談の発生原因や問題点を分析、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方法等について検討

3) お客様相談対応に関する研修会を開催

◆お客様とのトラブルへの適切な対応方法及び未然防止のための規約に基づく表示の重要性について解説した「お客様相談対応 Q&A」に基づく研修会を地区の要請により開催、会員販売店への周知活動を実施

1. 規約違反に対する措置件数

◆平成26年度に公取協がとった措置件数は以下のとおり

対象区分 措置基準	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	3 ^{※1}	0	0	3
嚴重警告	0	3 ^{※2}	0	0	3
違 約 金	0	3 ^{※3}	0	0	3
計	0	9	0	0	9

※1、2、3 中古車の走行距離数の表示に関するもので、いずれも同一の3社によるもの

2. 規約参加事業者の現況

◆平成27年3月末日現在の規約参加事業者
5,200社（期首 5,253 社）

◆平成26年4月から平成27年3月までの入退会事業者数

入会事業者数 61 社

退会等事業者数 114 社

（－ 53 社）

《四輪・二輪合計》

◆平成27年3月末日現在の規約参加事業者
18,698社（期首 18,739 社）

◆平成26年4月から平成27年3月までの入退会事業者数

入会事業者数 384 社

退会等事業者数 425 社

（－41 社）