

平成25年度

事業報告書 (案)

一般社団法人 自動車公正取引協議会

【 四 輪 車 関 係 】

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. 施行規則改正（案）、運用基準（案）の策定

- 1) 規則改正（案）の策定
- 2) 燃費及びＡＳＶ技術等の表示に関する運用基準（案）の策定

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
- 2) 消費税率引上げに伴う価格表示等に関する検討及び周知活動の実施

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) 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1,243社が対象）を実施
- ◆公取協事務局による調査を5地区（山形、茨城、和歌山、大分、長野）で実施
- ◆規約遵守率は、ほぼ例年どおり（価格表、注文書の表示は9割以上、展示車の表示も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1,111社、専門店1,799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 5地区（山形、茨城、和歌山、大分、長野）
 - ・JU関係 8地区（北見、山形、秋田、千葉、福井、奈良、島根、福岡）
- ◆規約遵守率は、ほぼ例年どおり（ディーラー関係は9割以上、専門店関係も7～9割程度）

《新車・中古車共通》

- ◆調査結果については、報告書にとりまとめ、公取協事務取扱所にフィードバックし、全般的な指導を要請

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新潟において、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 19地区（千葉、山口、帯広、埼玉、佐賀、愛知、群馬、滋賀、青森、宮崎、三重、富山、大阪、兵庫、千葉、和歌山、京都、徳島、高知）
 - ・JU関係 13地区（岡山、岐阜、東京、帯広、埼玉、山形、秋田、長野、宮崎、神奈川、鳥取、高知、新潟）
- ◆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

《新車関係》

- ◆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7月に掲載、配布された広告1,735枚が対象）

⇒ 規約の遵守率は63.4%で、前年の調査結果より8ポイント低下
⇒ 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12社に対しては、公取協事務取扱所を通じて改善指導（厳重注意）を実施

《中古車関係》

- ◆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7月に掲載、配布された広告1,202枚が対象）

⇒ 規約の遵守率はほぼ前年どおり、「定期点検整備実施状況」で約2割など、低調

- ◆中古車情報誌及びウェブサイトにおける表示状況に関する調査を実施（情報誌22誌、ウェブサイト24サイトを対象）

⇒ 中古車情報誌及びウェブサイトに関する調査結果については、報告書に取りまとめ、情報誌賛助会員フィードバックするなど、中古車情報誌、ウェブサイトにおける中古車規約に基づく表示の徹底を引き続き要請

- ◆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開催、消費税率引上げに伴う価格表示方法等について説明、情報誌各社の対応状況等、意見交換を実施

⇒ 各社とも規約に基づき税込価格表示を継続することを確認、また、税率引上げに伴う消費者の誤解を防止するための対応等について情報交換

《新車・中古車共通》

⇒ 新聞・チラシの広告表示に関する調査結果については、報告書として取りまとめる等、公取協事務取扱所にフィードバックし、全般的な指導を要請、併せて系列メーカーにも報告し、表示適正化への協力を要請

② 広告制作に関する問い合わせに対する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表示等に関する問い合わせについて、システムを活用して効率的に対応

⇒ 平成25年4月から平成26年3月までの受付件数は、1,728件

- ◆問い合わせの多い相談内容や問題点等を「AFTC INFORMATION」やホームページを活用して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 広告宣伝マニュアルに基づく規約普及活動の継続実施

- ◆各地区主催の説明会において、平成24年度に作成した広告宣伝マニュアルに基づく普及活動を実施

④ 広告関係事業者等との連携強化

- ◆広告代理店、新聞社、中古車情報誌社などの広告関係事業者に対しては説明会等を通じ、規約遵守のための協力を要請するとともに、問い合わせには積極的かつ適切に対応

3) 会員のニーズに合わせた研修の実施

- ◆メーカー4社、ディーラー1社、中古車専門店1社、広告代理店1社からの要請に基づき、規約や消費者相談対応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（中古車情報誌等における）の表示実態調査を実施
- ◆調査の結果、会員3社、非会員2社については、不当表示が見られたため、会員については当協議会で今後措置を採るとともに、非会員については消費者庁に景品表示法に基づく措置を要請

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、修復歴に関する表示方法について再度周知を要請
- ◆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、情報誌賛助会員にも掲載店への配布について協力を要請

③ おとり広告や不当な価格表示の未然防止活動の実施

- ◆おとり広告とならないための注意点や、パック付でなければ販売しない中古車の不当な価格表示等の問題点について、規約説明会や公取協ニュース、「AFTC INFORMATION」を通じて周知を実施

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

- ◆「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、会員は当協議会より「厳重警告」、「違約金」の措置をとるなど厳正に対処、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
- ◆なお、平成25年度は、非会員3社（走行距離又は修復歴の有無に関する不当表示）及び会員1社（おとり広告及び修復歴の有無に関する不当表示）が、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. 施行規則改正（案）、運用基準（案）の策定

1) 規則改正（案）の策定

◆規則改正の目的

1. 運用の明確化

⇒ 規約マニュアル等で表示の考え方を示しているものを規則化

2. 販売実態等の変化への対応

⇒ 販売実態等の変化に合わせ、規則を見直し

◆規則改正（案）のポイント

《新車・中古車共通》

1. 支払総額を表示する場合の規定の新設

⇒ 現行新車規則の第6条及び中古車規則の第6条に追加

＜表示のポイント＞

①「支払総額」の名称で販売価格を表示

②内訳として以下を表示

＜新 車＞車両本体の価格及び付属品、特別仕様等の価格を加えた価格の場合、その価格、内容

＜中古車＞店頭で車両を引き渡す際の現金販売価格

③支払総額には保険料、税金、登録等に伴う費用等が含まれている旨の表示

④登録等の時期や地域等、一定の条件下の価格である旨の表示

2. 競り上げ（オークション）や入札の方法により販売を行う際の表示に関する規定の新設

⇒ 現行新車規則に第10条を新設、中古車規則の第6条に追加

＜表示のポイント＞

①車名及び主な仕様区分等車両を特定するための内容の表示（新車のみ）

②競り上げ開始時の価格又は最低入札価格の表示

③価格には保険料、税金、登録等に伴う費用等が含まれている、又は含まれていない旨の表示

④販売数量や販売する際の条件、実施期間、実施方法等に関する表示

《新車》

1. 電気自動車の一充電走行距離等に関する規定の新設

⇒ 現行規則の第18条に追加

＜ポイント＞

電気自動車の「燃料消費率」は、一充電走行距離及び交流電力消費率とする

2. ラジオ広告で燃費を表示する場合、「燃費の数値は一定の試験条件下での数値であり、実際の走行条件等により異なる旨」の表示を省略できる規定の新設
⇒ 現行規則の第18条に追加

2) 燃費及びASV技術の表示に関する運用基準（案）の策定

◆運用基準策定の目的

消費者の誤認防止

⇒ 燃費・ASV技術に関する理解促進と消費者の誤認防止

◆運用基準（案）のポイント

⇒ 規約第5条第4号（燃料消費率）及び第5条第6号（安全）に基づく運用基準

《新車》

1. 燃費や衝突被害軽減ブレーキ等のASV技術について表示する場合の説明表示や打消し表示等の明瞭な表示の基準を策定

＜表示のポイント＞

①表示事項

- ・燃費に関する表示を行う場合

⇒ 公式テスト値である旨及び実際の燃費は走行条件等により異なる旨

- ・ASV技術に関する表示を行う場合

⇒ 機能の内容や作動条件等の説明及び作動しない条件等の打消し表示

②表示方法等

燃費やASV技術に関する表示に近接した箇所に一体として視認、認識できるよう表示（表示箇所、文字の大きさ、表示の省略等の詳細は活字や電波の媒体毎に規定）

2. ASV技術について、その機能や効果を端的に表わすための用語や映像表現等を用いて強調表示する場合の基準を策定

＜表示のポイント＞

「自動で停止」等の用語を使用する場合や映像等で機能や効果を強調する場合

⇒ 打消し表示と併せて、音やマーク等を入れることにより、注意を促す

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

- ◆会員や関係団体等からの意見等を踏まえ、作業部会において、燃費に関する補足的な情報提供のあり方について検討
- ◆検討の結果、燃費を表示する際に使用できる数値は、当面は現行規約どおり「公式テスト値に限る」こととし、補足的な情報提供のあり方については、今後必要に応じて検討することとした

2) 消費税率引上げに伴う価格表示方法等に関する検討及び周知活動の実施

- ◆消費税率引上げに伴う今後の価格表示方法について、関係団体の意見等を聴取しながら検討、今後も「消費税込価格」を表示することとした
- ◆「AFTC INFORMATION」（3回発行）や「消費税率引上げに伴う価格表示方法等の対応の手引」を作成し、消費税込価格の表示方法や広告表示等を行う際の留意点、消費税率引上げ前後の消費税率に関する誤認を防止するための対応等について、メールでの配信やホームページを通じた情報提供、手引を配布するなどして、会員への周知活動を実施
- ◆広告制作に関する相談のうち、消費税に関するものは、平成25年10月から平成26年3月までの間に317件（平成25年度相談受付件数の約18%）
- ◆公取協事務取扱所から要請のあった7地区（鳥取、高知、徳島、岡山、大阪、兵庫、旭川）において会員事業者向け説明会を実施

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し、平成25年9月2日付で「特定非営利活動法人日本自動車鑑定協会」の鑑定に関するシステムを新たに監修

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3機関の実施する車両状態表示（評価）制度（システム）の運用状況について確認

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25年4月から平成26年3月までの相談受付件数は6,371件） ※参考：平成25年度受付総件数5,791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方法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、15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（大阪（2回）、東京、石川、神奈川（2回）、兵庫、鳥取、宮城、福岡、群馬、和歌山、埼玉、愛知、広島）
- ◆各地区公取協事務取扱所等主催の会議に出席し、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、旭川地区自動車関係団体）

④ 消費者相談対応マニュアル新車編の作成

- ◆消費者相談対応マニュアル新車編を作成中、完成次第、研修会等を実施予定

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」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（新潟、札幌、青森）

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30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
- ②新聞・チラシ広告に関するチェックとアンケート
- ③中古車情報誌の表示に関するアンケート
- ④燃費表示、価格表示、TVCM等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

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

（出席予定団体）

国民生活センター、主婦連合会、全国地域婦人団体連絡協議会、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、日本二輪車普及安全協会、全国オートバイ協同組合連合会

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 地方紙における会員店PRの実施

- ◆3月に、新潟県、長野県、富山県、石川県、福井県の地方紙（新潟日報、信濃毎日新聞、北日本新聞、北國新聞、福井新聞）に、「会員店はわかりやすい消費税込価格を表示している」旨のPR広告を各紙2から3回掲載

② 中古車情報誌における会員店PRの実施

- ◆中古車を購入する際のポイントや注意点に関する記事広告を、2月以降、以下の情報誌に掲載（カーセンサー（北海道版、東北版、関東版、北陸・甲信越版、静岡版、東海版、関西版、中国版、四国版、福岡・佐賀版、中・南九州版）、Goo（北海道版、東北版、北関東版、甲信越版、首都圏版、静岡版、北陸版、東海版、関西版、中国版、四国版、九州版、中・南九州版、沖縄版）、MJ マガジン（四国）、月刊オートガイド（茨城））
- ◆会員店は適正表示で安心である旨や、ホームページで会員店が検索できる旨等のPRを実施（月刊くるまる（新潟）、カーゾーン（岐阜））

③ 初めて中古車を購入する若年層を対象としたPR活動の実施

- ◆初めて中古車を購入する方（高校生や大学生等）向けに、中古車の上手な買い方、選び方を紹介したパンフレットを作成、4月以降職業高校や自動車教習所等に配布

④ 関係団体及び会員と連携したPR活動の実施

- ◆各地区公取協事務取扱所の協力を得て、地区主催の新車・中古車のフェアの事前PR広告への会員ステッカーの掲載やフェア会場内におけるPRポスターの掲示を実施

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) 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（自販連富山、石川）
- ◆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

- ◆公取協事務取扱所（関係4団体、53地区）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（JARO担当者による講演等）
- ◆公取協事務取扱所長会議（自販連・全軽自協関係）を7月から9月に全国9地区で開催
- ◆公取協事務取扱所（JU支所）所長及び地区指導環境委員長を対象としたブロック会議を6月から9月に全国7地区で開催

2) 公正取引に関する法令（独禁法、下請法等）の普及指導

- ◆各地区公取協事務取扱所主催の独禁法、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
⇒ 自販連埼玉、群馬
- ◆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25年度2月までに公取協がとった措置件数は以下のとおり

対象区分 措置区分	表示		景品		計
	新車	中古車	新車	中古車	
口頭注意	1	1	0	0	2
文書注意	12 ^{※1}	0	0	0	12
警 告	1 ^{※2}	4 ^{※3}	0	0	5
嚴重警告	0	0	0	0	0
違 約 金	0	0	0	0	0
計	14	5	0	0	19

※1 新車の表示に関する文書注意12件は、広告掲載写真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1件は、性能等に関する不当表示によるものである

※3 中古車の表示に関する警告4件は、販売価格に関する不当表示、保証内容に関する不当表示等によるものである

2. 規約参加事業者の現況

◆平成26年3月末日現在の規約参加事業者

13,486社（期首 13,595 社）

◆平成25年度入退会事業者数 入会事業者数 247 社

退会等事業者数 356 社

（－109社）

【 二 輪 車 関 係 】

1. 関係団体との連携強化による普及活動の促進

- 1) 関係団体との連携強化による普及活動の実施
- 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実施

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) 広告表示の適正化の促進
- 4) 消費税率引上げに伴う価格表示方法等に関する検討及び周知活動の実施

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

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) 品質評価者講習会の講習内容の見直し
- 2) 品質評価者トレーナー講習会の開催
- 3) 品質評価者講習会の開催
- 4) 二輪情報誌の記事広告を利用した普及促進

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. 関係団体との連携強化による普及活動の促進

1) 関係団体との連携強化による普及活動の実施

- ◆関係団体と連携して、二輪車委員会（1回）、総務部会（1回）、広報部会（1回）、普及指導部会（1回）を開催、その後、広報部会と普及指導部会を統合して広報・普及指導部会を開催（1回）、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実施

①第2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25年12月から26年2月にかけて全国8ブロックで第9回適正表示推進委員会を開催し、
 - ア. 準規約指導員及び公取協事務局による店頭チェック・アドバイス活動結果に基づく各地区の問題点の整理と対応
 - イ. 品質評価者講習会の受講結果に基づく意見交換及び今後の対応
 - ウ. 適正表示推進部会の活動の実施及び各地区におけるお客様相談対応研修会の開催
 - エ. 消費税率の引上げに伴う価格表示方法等の対応
- 等について意見交換を実施

③適正表示推進部会等の活動の実施

- ◆平成26年2月に広島県適正表示推進部会を開催、消費税率の引上げに伴う価格表示方法等の対応と、来年度の品質評価者講習会の受講促進を図るための開催方法や講習方法の充実について意見交換を実施
- ◆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「消費税率引上げに伴う価格表示の方法に関する研修会」を開催（9地区）
- ◆各地区の関係団体と協力して「お客様相談対応研修会」を開催（5地区）

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

- ◆本年で4年目になる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4,023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
- ◆平成23年度から25年度の3回のチェックで同じ項目の表示もれが認められた会員店に対して文書による改善指導を実施、平成26年4月末までに表示を改善し、5月上旬までに改善報告書を提出するよう要請

なお、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3,931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9割強、「製造国名（輸入車）」、「保証の有無」の表示の遵守率は8割強で、前年より若干向上

《中古車関係》 中古車を展示していた3,922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9割弱、その他の項目の表示の遵守率は6割強～7割強で、前年より若干向上

⇒ 「車両の品質」の表示の遵守率は6割弱で、前年（5割弱）より向上

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、全国6地区118店において店頭表示等に関するチェック・アドバイス活動を実施
- ◆公取協事務局と同事務取扱所、適正表示推進委員会委員の合同で実施

なお、チェック結果は以下のとおり

《新車関係》 101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9割強、「販売価格」の表示の遵守率は8割強、「製造国名（輸入車）」の表示の遵守率は約8割、「保証の有無」の表示の遵守率は7割強

《中古車関係》 111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7割強、その他の項目の表示の遵守率は5割強～7割弱

⇒ 「車両の品質」の表示の遵守率は約4割

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

3) 広告表示の適正化の促進

- ◆二輪車広告表示研究会を開催し、規約に基づく適正表示の実施及び消費税率引上げに伴う価格表示方法等について意見交換を行い、広告表示の適正化を促進

4) 消費税率引上げに伴う価格表示方法等に関する検討及び周知活動の実施

- ◆消費税率引上げに伴う価格表示方法等について、関係団体等の意見を聴きながら検討、今後の価格表示の対応方法（今後も消費税込価格を表示）をとりまとめた
- ◆「AFTC INFORMATION」や「消費税率引上げに伴う価格表示方法等の対応の手引」等を作成して会員に送付するとともに、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研修会を開催するなど、消費税率について、消費者の誤解を招かないための表示上の対応について、周知活動を実施

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施行規則改正案の策定

- ◆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することができるようにしてほしい旨の自工会からの要請を受け、施行規則の見直しについて検討、施行規則改正案を策定

②改正規則の承認申請と施行

- ◆昨年の二輪車委員会、理事会に改正案を上程（総会には報告）して承認後、消費者庁に改正案を提出、承認申請に向けて同庁と調整中

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を要請するとともに、バナーと同デザインのステッカーを送付して店頭への貼付を要請、「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た消費者に対する会員店PRを実施
- ◆第41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、同ブース及び国内4販社にご協力いただき、販社のブースにおいて、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
- ◆消費税率引上げに伴う価格表示の方法等について、公取協ホームページにおいて随時、情報提供を実施するとともに、「消費税率引上げに伴う価格表示方法等の対応の手引」及び「公取協会員店は消費者に分かりやすい消費税込価格を表示している」旨の店頭PRポスターを作成、全会員に配布して情報提供を実施

5. 品質評価の普及促進

1) 品質評価者講習会の講習内容の見直し

- ◆昨年度で前回の講習内容見直しから一巡（3か年）したため、本年度以降の新たな3年間の開催方法及び講習内容等について検討を実施
- ◆検討を行うに当たり、普及指導部会の委員を中心に関係団体から推薦されたメンバーによる品質評価者講習会検討ワーキングスタッフ会議を設置して検討
- ◆ワーキングスタッフ会議において作成した「講習内容見直し案」を基に、各地区適正表示推進委員会において幅広く意見を聴取

- ◆各地区の意見を踏まえワーキングスタッフ会議において最終案を検討、普及指導部会・二輪車委員会において承認を得た

【開催方法及び開催内容】

従来通り、新規受講者と更新対象者を同一の講習内容で同時に講習を実施

⇒品質評価への理解と評価実施促進を図るための内容とした

①トピックス

⇒最近の話題を提供（本年は「走行距離の不当表示について」）

②品質評価・品質査定実施の意義について

⇒品質評価・品質査定を実施するメリットについて説明

③品質評価・品質査定の実施方法について

⇒受講者が実際に品質評価書等を作成しながら講習

④効果測定試験

2) 品質評価者トレーナー講習会の開催

- ◆講習内容変更に伴い、ベテラントレーナーと新規トレーナーを対象に講習会を全国8ブロックで開催、ベテラン57名、新規69名、合計126名が参加
- ◆講習会に併せてベテラントレーナーと新規トレーナーとの情報交換会を行い、講習会の進め方やポイント等について情報を共有

3) 品質評価者講習会の開催

- ◆平成25年9月から12月にかけて、全国72会場において品質評価者講習会を日本二普協（旧 NMCA）、AJに委託して開催

【平成25年度受講者数】

3,175名（新規受講者552名、更新受講者2,623名）

- ◆講習会開催により品質評価（品質査定）の一層の普及促進を図り、会員店全店舗の品質評価者在籍店化を促進

【平成26年3月末日の有資格者数】

6,284名

3,783社（品質評価者在籍店率72.0%（前年度68.8%））

4) 二輪情報誌の記事広告を利用した普及促進

- ◆二輪情報誌及び同 WEB サイトに品質評価に関するPR記事を掲載、講習会への受講促進及び会員店における品質評価の実施を促進

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558件（平成24年度 568件）
・新車関係 100件（16.4%）
・中古車関係 359件（69.4%）

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（山口、東京、香川、広島、山陰）

1. 規約違反に対する措置件数

◆平成25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	1	0	1
文書注意	0	0	0	0	0
警 告	0	0	0	0	0
嚴重警告	0	1※1	0	0	1
違 約 金	0	0	0	0	0
計	0	1	1	0	2

※1 中古車の表示に関する嚴重警告1件は、走行距離数に関する不当表示によるもの

2. 規約参加事業者の現況

◆平成26年3月末日現在の規約参加事業者

5,253社（期首 5,319 社）

◆平成25年度入退会事業者数

入会事業者数 43 社

退会等事業者数 109 社

（－ 66 社）

《四輪・二輪合計》

◆平成26年3月末日現在の規約参加事業者

18,739社（期首 18,914 社）

◆平成25年度入退会事業者数

入会事業者数 290 社

退会等事業者数 465 社

（－175 社）