

信頼されるクルマ販売を促進する



# 公取協ニュース

No.43  
21.10.30

編集・発行

社団法人 自動車公正取引協議会

〒102-0093 東京都千代田区平河町1丁目9番地3号(京商ビル内)

TEL 03-3265-7975(代表) FAX 03-3265-7978

ホームページ <http://www.aftc.or.jp/>

## エコカー減税及び購入補助金の表示に関する留意点

新

聞・チラシ広告等において、「エコカー減税・エコカー購入補助金」についてPRする広告が目立つようになっていますが、その仕組みや手続き等が消費者に十分に理解されていない面もあることから、減税や補助金について表示する場合は、適用条件や対象期間等について、下記を参考に表示するようにしてください。なお、詳細につきましては当協議会ホームページ (<http://www.aftc.or.jp/>)、「AFTC INFORMATION」をご覧ください

### ● 広告における具体的な表示例

スカーレット1300 GL (4AT・2WD)

メーカー希望小売価格 **124.4万円** (※1)



今なら  
減税+補助金

自動車取得税減税額 40,000円 ※2  
自動車重量税減税額 28,400円 ※2  
自動車税減税額 (翌年度分) 29,500円 ※3

減税+補助金10万円の場合  
**197,900円 軽減**

+

補助金10万円 ※4

又は

補助金25万円 ※5

減税+補助金25万円の場合  
**347,900円 軽減**

- ※1 価格はメーカー希望小売価格で参考価格です。実際の販売価格は各販売店が独自に定めています。諸費用や税金(消費税を除く)、自動車リサイクル料金、その他登録等に伴う費用は含まれておりません。
- ※2 取得税、重量税の減税は、グレードや装着されるオプションにより減税額が変わる場合や、対象外となる場合があります。
- ※3 翌年度分の自動車税が減税されます。購入時には、減税前の税額を月割りでお支払いいただきます。
- ※4 補助金対象車を2010年3月31日までに登録した場合。
- ※5 上記※4の場合で、登録(届出)から13年超(かつ1年以上使用)の車を廃車して買い換える場合。
- ※ 補助金は、購入者の申請に基づき、審査機関の交付決定後、後日、申請者に直接交付されます。なお、期間内であっても予算がなくなった場合には終了となります。
- ※ 減税、補助金は、適用条件が定められています。詳細についてはスタッフにお尋ね下さい。



(11月掲載予定) ◆MJ マガジン 四国版 ◆月刊くるまる ◆ジャウス ◆カーズーン ◆月刊オートガイド ◆MJ マガジン 長野・山梨版

### ②会員店PRポスターの配布

配布先：会員店、関係団体、消費生活センター  
会員の皆様は、店頭に掲示するなど積極的にPRを行ってください。

### ③関係団体及び会員と連携したPR活動

各地区の協力を得て、地区主催の「中古車フェア」の事前PR広告への会員店ステッカーの掲載、フェア会場内におけるPRポスターの掲示を行っています。

### ④公取協ホームページのリニューアル

四輪と二輪の情報(ページ)を分けるなど、トップページと構成をリニューアルします。ま

〈フェアの事前PR広告の例〉



#### ＜参加ディーラー＞

福島トヨタ自動車(株)/福島トヨペット(株)/トヨタカラー福島(株)  
ネットヨタ福島(株)/ネットヨタ郡山(株)/福島日産自動車(株)  
日産プリンス福島販売(株)/(株)日産サチオ福島/東日本三菱自動車販売(株)  
(株)福島マツダ/(株)ホンダカーズ福島/ホンダカーズ郡山  
福島スバル自動車(株)/福島ダイハツ販売(株)/(株)スズキ自販福島



福島県自動車販売店協会の会員は適正表示で安心の自動車公正取引協議会会員店です。

た、「会員店専用ページ」の活用も引き続き促進していきます。

(URL <http://www.aftc.or.jp/>)

## 店頭表示に関するセルフチェック制度を導入

会員の皆さんの表示は規約通りの表示になっていますか？

**本** 年度よりJU中販連関係会員の方々についても「セルフチェック」(訪問調査の実施前に会員店自らがプライスボード等の表示状況をチェックする方法)を導入することとしました。セルフチェックと訪問調査の二重のチェックを行うことにより、規約遵守の一層の徹底を図り、消費者の信頼を高めることを狙いとしています。セルフチェックの実施要領及び調査票につきましては、当協議会ホームページ(URL <http://www.aftc.or.jp/>)でダウンロード出来ますので、是非実施して下さい。

## 公取協会員専用ホームページをご活用ください!

パスワードを取得すれば、各種ツールをダウンロードできます

**当** 協議会では、会員の方々が必要な情報や各種ツールをいつでも入手できるよう、会員専用ホームページを作成しました。会員の皆さんは、ホームページに登録してパスワードを取得すれば、いつでもアクセスでき、公取協マークの入っている中古車プライスボードやコンディション・ノート、公取協ロゴマークなどをダウンロードし、広告や中古車への表示等に活用することができますので、是非ご活用下さい。

会員専用ホームページにアクセスするためには、パスワードが必要となりますので、入会時に発行している会員ID(会員番号)をご確認の上、パスワード発行手続きをしてください。

詳細については、ホームページをご確認ください。(URL <http://www.aftc.or.jp/>)

# 平成20年度の相談受付件数は5,867件

## 四輪車関係は5,184件で、そのうち中古車の相談が69.2%

**当** 協議会で受付けた平成20年度の相談受付状況がまとまりましたので、主なポイントをご紹介します。

### 1. 相談受付件数・取引形態の内訳

平成20年度に当協議会で受付けた相談受付総件数は5,867件で、前年度の5,424件を443件上回った(8.2%増)。**【表1】**

その内訳は、新車関係が931件(15.9%)、中古車関係が4,016件(68.4%)、その他(下取車、買い取り、整備関係を含む)が920件(15.7%)であった。**【表2】**

**【表1】 相談受付総件数**

	18年度	19年度	20年度
総件数	5,968	5,424	5,867

**【表2】 相談受付の内訳**

内 訳	件 数	比 率
新 車	931	15.9%
中古車	4,016	68.4%
下取車	109	1.9%
買い取り	329	5.6%
整備関係	261	4.4%
その他	221	3.8%
合 計	5,867	100.0%

### 2. 四輪車・二輪車別の相談件数

相談受付件数5,867件のうち、四輪車関係の相談受付件数は5,184件(88.4%)、二輪車関係は570件(9.7%)、その他が113件(1.9%)であった。また、四輪車関係の5,184件のうち、買い物相談等の事前問い合わせは170件(3.3%)、苦情・相談は5,014件(96.7%)、二輪車関係の570件のうち、問い合わせは42件(7.4%)、苦情・相談が528件(92.6%)であった。

#### ① 四輪車関係の内訳

四輪車関係の相談の内訳では、新車関係が839件(16.2%)、中古車関係が3,588件(69.2%)、その他(下取車、買い取り、整備関係を含む)が757件(14.6%)であった。**【表3】**

**【表3】 四輪車関係の内訳**

内 訳	件 数	比 率
新 車	839	16.2%
中古車	3,588	69.2%
下取車	104	2.0%
買い取り	315	6.1%
整備関係	223	4.3%
その他	115	2.2%
合 計	5,184	100.0%

**【表4】 四輪車・新車関係の相談の内訳**

相談内容	件 数	比 率
品質・機能	367	43.7%
契約・取引方法	203	24.2%
キャンセル	177	21.1%
付帯費用	22	2.6%
その他	70	8.4%
合 計	839	100.0%

**【表5】 四輪車・中古車関係の相談の内訳**

相談内容	件 数	比 率
品質・機能	1,728	48.2%
契約・取引方法	715	19.9%
キャンセル	737	20.5%
付帯費用	137	3.8%
その他	274	7.6%
合 計	3,588	100.0%

相談を内容別に見ると、新車関係及び中古車関係ともに「品質・機能」に関する内容が最も多く、新車関係が約45%、中古車関係が約50%で、それぞれ相談のほぼ半数を占めている。これに次いで、新車関係では「契約・取引方法」に関する内容が約24%、「キャンセル」が約21%、中古車関係では「キャンセル」が約21%、「契約・取引方法」が約20%という状況である。**【表4、5】**

#### ② 二輪車関係の内訳

二輪車関係の相談の内訳では、新車関係が82件(14.4%)、中古車関係が420件(73.7%)、その他

(下取車、買い取り、整備関係を含む)が68件(12.0%)であった。【表6】

【表6】二輪車相談の内訳

内 訳	件 数	比 率
新 車	82	14.4%
中古車	420	73.7%
下取車	5	0.9%
買い取り	14	2.5%
整備関係	33	5.8%
その他	16	2.8%
合 計	570	100.0%

相談を内容別に見ると、新車関係では「品質・機能」に関する内容が約52%と最も多く、次いで「契約・取引方法」「キャンセル」がそれぞれ約15%という状況である。中古車関係でも「品質・機能」に関する内容が約54%で相談の半数以上を占めている。これに次いで、「契約・取引方法」が約19%、「キャンセル」が約12%という状況である。【表7、8】

相談内容の傾向を見ると、新車関係の「契約・取引方法」に関する内容では、「カタログの説明内容と異なる」というような、表示内容と実物が異なるというケースが見受けられる。また「品質・機能」では、納車直後にトラブルが発生しているケースが約60%を占めており、キャ

ンセルや車両交換の要求に発展しているケースが見受けられる。中古車関係の「品質・機能」では、納車直後にトラブルが発生し、「無償修理に応じてもらえない」「何度直しても直らない」という相談が多く見受けられる。また「契約・取引方法」では、「年式違い」などの相談の他、新車関係と同様、「ABS付きの条件で購入したが実際には付いていなかった」というような、表示内容と実物が異なるという相談も見受けられる。

【表7】二輪車・新車関係の相談の内訳

内 訳	件 数	比 率
品質・機能	43	52.4%
契約・取引方法	13	15.9%
キャンセル	12	14.6%
付帯費用	5	6.1%
その他	9	11.0%
合 計	82	100.0%

【表8】二輪車・中古車関係の相談の内訳

内 訳	件 数	比 率
品質・機能	228	54.3%
契約・取引方法	79	18.8%
キャンセル	52	12.4%
付帯費用	10	2.4%
その他	51	12.1%
合 計	420	100.0%

## 最近の相談事例と対応の考え方

### 相談室に寄せられた事例を基に対応の考え方をご紹介します

#### <新車関係>

【事例】 エコカー購入補助金の申請手数料請求に納得できずトラブルに発展するケース

【対応の考え方】 本人が申請手続きをすることもできることや購入補助金の申請手続きの方法、また申請手数料を頂く場合は、手続きの内容や手数料の内訳等について、十分に説明し、お客様の理解を得ることが大切です

【未然防止のポイント】 お客様に対する上記対応の徹底について、社内において周知を図る

#### <中古車関係>

【事例】 納車直後、要整備箇所の不具合が発生

したが、現状販売を理由に対応してもらえないケース

【対応の考え方】 現状販売（保証無し・定期点検整備無し）で販売したとしても、要整備箇所について展示車への表示や説明を行っていない場合は、売主は「瑕疵担保責任」を負うことになると考えられます

【未然防止のポイント】 販売する車両に要整備箇所がないかどうか十分なチェックを実施し、要整備箇所がある場合には、プライスボードに「要整備箇所 有」と表示するとともに、コンディション・ノートによる表示を行う

## 中古車の保証に関する表示の留意点

**最** 近、中古車の保証に関する消費者からの相談が公取協に入ってきており、その内容を見ると、規約に基づく表示方法を販売店側が理解していないケースも見受けられます。

そこで、「保証付き」と表示する際の留意点についてまとめましたので、お客様に誤認を与えることの無いよう、規約に基づく表示を徹底してください。

### 相談内容

「保証付き」、「保証が付いているので安心です」などと表示しながら、実際に店頭に行くと、「保証を付けるためには当社が定める整備（有料）を実施することが必要」と言われた

### 問題点

「保証付き」、または保証が付いているかのように表示しながら、保証を付けるために必要な整備費用を別途請求している

### 保証に関する表示の留意点

● 「保証付き」、「保証が付いて安心」等、保証

が付いている旨を表示する場合は、販売価格には保証に要する費用（保証を付けるために必要な保証料や点検整備費用など）を含めて表示すること

※保証を付けるためには別途費用が必要であるにもかかわらず、「保証付き」と表示した場合は、不当表示となります

- 「保証なし」と表示した上で、別途有償で保証を付けられる旨を表示することは可能ですが、保証に要する費用の額も表示することが必要です

## 消費生活センター相談員に対する研修会を開催

**当** 協議会では、自動車に関する消費者からの苦情・相談への円滑な対応を図るため、各地区消費生活センターとの連携強化活動を実施しております。その一環として、公取協における相談受付状況や自動車の苦情・相談への対応方法について、相談員に対する研修会を開催しています。本年度はこれまでのところ、鳥取県消費生活センター、山梨県県民生活センター、水戸市消費生活センター、栃木県消費生活センターの4地区において開催しています。



## 消費者庁発足に伴い、主務官庁が変更

**平** 成21年9月1日に「消費者庁」が発足し、景品表示法が公正取引委員会から消費者庁に移管されました。これに伴い、主務官庁が公正取引委員会から消費者庁に変わりました。なお、自動車公正競争規約（表示規約及び景品規約）は、公正取引委員会と消費者庁の共同認定となりました。

## 「改ざん車」の販売時の表示実態調査を実施

オークションで「改ざん車」を仕入れ、販売する場合は、規約に基づき表示して下さい

**走** 行メーター管理システムのデータ充実や車検証への走行距離の記載、また、平成17年4月の「N A K 参加会場における新走行距離記載方法」の実施により各オークション場において「改ざん車※」の流通時には「\*」マークが付されるようになったこと、などにより、走行距離の不当表示は減少傾向にあります。

しかしながら、中古車情報誌の表示を見ると、「改ざん車」と表示されるケースがほとんど見当たらないため、当協議会では、オークションで「改ざん車」として落札された車両の中古車情報誌における掲載時点の表示状況調査を、昨年度に引き続き実施しました。その結果、「改ざん車」について、「改ざん車」と表示せず、走行距離数のみを表示、また「走行不明」と表示した会員13社に対して指導を行うとともに、走行距離数のみを表示した非会員1社について、公正取引委員会に措置を要請し、指導が行われました。

※「改ざん車」とは、走行メーター管理システムや定期点検整備記録簿、保証書等の帳票類により、走行距離数の逆転が判明した車両

＜規約に基づく「改ざん車」の正しい表示方法＞

- ① プライスボード、広告、コンディションノートにおける表示
  - ⇒ 走行距離計に示されたキロ数は記載せず、「改ざん車」、「改ざん歴車」等改ざんされている旨がわかるよう表示して下さい
  - ※改ざん車の走行距離について、「走行不明」と表示することも「不当表示」に該当します
- ② 「走行距離計改ざん歴車シール」の貼付
  - ⇒ 必要事項を記入した公取協作成の「走行距離計改ざん歴車シール」を貼付してください

### 〈注意点〉

今回の調査では、オークションの出品票には「メーターが交換されている」旨の記載はあるものの、交換の事実を証明する定期点検整備記録簿がないために「改ざん車」として流通している車両の走行距離について、出品票記載の交換前後のそれぞれの走行距離数を合算して表示したケースも見られました。

このようなケースも「改ざん車」として表示する必要があります。

## 平成21年度「二輪品質評価者講習会」を開催

「品質評価者在籍店」を一般消費者にPR

**規** 約に基づく二輪中古車の品質評価・品質査定の実施促進を図るため、平成21年11月から、全国8ブロックにおいて、会員店を対象とした「二輪品質評価者講習会」を開催します。本講習会では、消費者の信頼を高めるための品質評価や品質査定の重要性や具体的な評価方法、規約に基づく二輪中古車の表示等について、品質評価（品質査定）マニュアルに基づき説明します。

また、品質評価者講習会を受講した会員店には「品質評価者在籍店ステッカー」を配布し、二輪車情報誌において、ステッカーのあるお店は「品質評価者在籍店」である旨のPRを実施するとともに、公取協ホームページの「会員店検索」画面において、「品質評価者在籍店」にマークを表示する等、一般消費者に対するPRを実施します。

## 規約に関するQ&A

### 実際にあった違反事例と規約上の考え方をご紹介します

#### オープン懸賞を実施する際の応募方法について

##### (事例の内容)

オープン懸賞として、新車等が当たるキャンペーンを企画し、メーカーのホームページやディーラーのチラシで告知。広く一般消費者が対象となるようにメインの応募方法としてはパソコンや携帯電話による応募という方法をとったが、パソコンや携帯電話が苦手な方でも気軽に応募できるように、系列販売店に応募用紙を設置し、店頭でも応募を受付けるようにした。

##### (考え方)

オープン懸賞は、取引に付随しない方法で行われることが必要です。取引に付随しないとは、「商品等の購入を条件としない」ことその他、「顧客を自己の店舗へ誘引するような方法をとらない」ことも含みます。

本企画は、応募方法としてパソコン、携帯電話の他に店頭の応募用紙で応募を受け付けていることから、来場者に対する抽選による景品提供（クローズド懸賞）であり、オープン懸賞とはいえ、提供できる景品類の最高額は10万円となります。したがって、提供した景品類（新車）は、過大な景品類に該当します。

##### (今後の注意点)

オープン懸賞の場合、店頭で応募を受けることはできません。官製ハガキやパソコン、携帯電話等での応募との併用もできません。

#### キャンペーンの実施期間延長について

##### (事例の内容)

「7月末までの期間限定」で特定車種が通常よりも低金利で購入できるキャンペーンを展開したが、このキャンペーンが好評であったため、期間を「10月末まで延長」して実施することとし、その旨を広告に表示し実施した。

##### (考え方)

自動車（新車）は、高額商品であり、頻繁に購入する商品ではないことから、商談から成約にいたるまで消費者は十分に時間をかけて検討を行います。そのような中、「7月末までの期間限定」との表示を見た消費者は、当該期間中に成約しなければ、通常の金利に比べて有利な特別金利のローンを利用して購入できないものと認識すると思われます。また、販売店の営業スタッフも、その期間限定の特別金利であることをことさら強調し、期間中の成約を強く勧めているのが一般的です。

このような状況を踏まえると、特別金利の実施期間を延長することは、7月末までの期間中に限り特別な金利が適用されると思い成約した消費者にとっては、「期間限定」との表示は事実と異なる内容となり、不当表示（有利誤認）に該当するおそれがあります。

##### (今後の注意点)

この例の他にも、「限定特価」、「販売期間限定」、「台数限定」等と表示するようなケースも多く見受けられます。これらの場合においても、原則としてその表示通りに実施することが必要です。

## 下請法の資料を作成しました

**自** 動車業界において下請法違反となるケースも見られることから、下請法に関する理解を深めていただくため、資料（「自動車販売・整備業界と下請法」）を作成しました。1部300円で頒布しておりますので、ご活用下さい。