



公取協ニュース

No.51
24.12.25

編集・発行

社団法人 自動車公正取引協議会

〒100-0014 東京都千代田区永田町1-11-30 サウスヒル永田町4F

TEL 03-5511-2111(代表) FAX 03-5511-2112

目次

衝突被害軽減ブレーキ等のASV技術 についての表示を行う際の留意点……………	1	特定商取引法が一部改正（訪問購入の追加）されました…………	4
オプション等の購入を条件とした 中古車（登録済未使用車）の販売価格の表示 …	2	二輪車関係ニュース……………	5
消費者相談を踏まえたトラブル防止のための留意点 …	3	兵庫県、福島県において消費生活センター等と 自動車業界団体との懇談会を開催しました…	6
平成 24 年度広報 PR について ……………	3	下請法に関する研修会を開催しました……………	7
規約見直しの検討の状況について……………	4	事務所移転についてのお知らせ……………	7
		あなたのお店の表示は大丈夫ですか？……………	8

衝突被害軽減ブレーキ等のASV技術についての表示を行う際の留意点

最近、先進安全自動車（略称：ASV）に搭載された、衝突被害軽減ブレーキ等のドライバーの安全運転を支援するシステム（以下、「ASV 技術」※という。）に関する広告宣伝が行われていますが、ASV 技術について、消費者の誤解を招くおそれのある表示が見受けられます。

そこで、ASV 技術についての表示を行う際の留意点をまとめましたので、会員各社におかれましては、本趣旨を踏まえた広告宣伝活動を行っていただきますようお願いいたします。

※現在実用化されている技術としては、前方障害物衝突被害軽減制動制御装置（通称名：衝突被害軽減ブレーキ）、車線維持支援装置（通称名：レーンキープアシスト）、定速走行・車間距離制御装置（通称名：ACC）等があります。

表示上の留意点

- 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は、その機能について適切に表示するとともに、その機能が作動する条件又は作動しない条件等がある場合はその条件等（車速、路面、天候、車両重量等）を明瞭に表示すること。
- 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は、どのような状況にあっても衝突事故等を回避できる万能の機能であるかのような誤認を与えることのないよう、「必ず止まる」、「絶対安全」、「どんな状況でも安心」等、断定的な表現は行わないこと。また、広告作成に当たっては、ASV技術は、あくまで安全運転を支援するものであるという趣旨を踏まえ、よそ見運転、わき見運転などの安全運転義務（道路交通法第70条）違反行為を助長するような広告（映像）表現は行わないこと。

公正競争規約の
関連規定

<規約第5条第6号 安全、環境、衛生>

新車の安全、環境、衛生に関する表示を行う場合は、客観的な根拠に基づき、具体的な内容を明りょうに表示すること

<規約第7条第2号>以下の表示をしてはならない

新車の品質、性能その他の内容について虚偽若しくは誇大又はたとえ真実であっても一般消費者に誤認されるおそれのある表示

表示上の留意点を踏まえた表示項目

少なくとも、以下の項目について明瞭に表示して下さい。

※ここでは、衝突被害軽減ブレーキの説明を例に挙げています。

①機能の内容及び機能が作動する条件及び作動しない条件等がある場合はその条件等

<表示の一例>

- ○○システムは、○○km/h以下の状況で前方の車両や障害物と衝突する可能性があると判断した場合に作動し、自動的に停止又は減速することにより衝突回避や衝突被害の軽減を図ります。
- ただし、歩行者や小型の障害物には反応しません。また、路面状態（雨で濡れているなど）や気象等（雨や霧など）の条件によっては停止しない場合やシステムが作動しない場合があります。

②機能の趣旨及びいかなる状況においても自動停止等するものではない旨

<表示の一例>

- ○○システムは、運転者をサポートし、事故被害を軽減することを目的としたシステムであり、認識・制御性能には限界があります。システムだけに頼った運転はせず、安全運転を心がけて下さい。

③システムの詳細については尋ねられたい旨

<表示の一例>

- ○○システムの詳細は、お近くの販売店までお問い合わせください。

※ 上記は表示の一例であり、最低限表示が必要と考えられる内容です。実際に広告を作成される際は、自社のシステムの性能等に合った適切な説明を追加するなどして下さい。

※ カatalog・商談時などにおいては、上記以外の必要な情報について、できる限り詳細に表示・説明して下さい。

オプション等の購入を条件とした中古車（登録済未使用車）の販売価格の表示

最近、新聞やチラシ広告等において、一般的な相場よりも安価な価格を表示した中古車（登録済未使用車）を購入するには高額なオプションパック等を同時に購入することが条件であるにもかかわらず、オプションパック等の費用が販売価格に含まれていないケースが多く見受けられます。これらの表示は、表示した価格のみで購入できるかのように誤認されるおそれのある不当表示に該当します。会員各社においては、同様の広告表示を行うことのないよう、注意して下さい。

問題となる表示例

スカーレット G

登録済み未使用車

- 初度登録：H24.6
- 走行距離：5km
- 車検：H27.6
- カラー：ホワイト
- 修復歴無

問題点

販売価格

59.9万円

問題点

○上記購入時には、オプションパック計20万円がかかります。オプションパック⇒バイザー・マット・ハイブリッドバリアコーティング・3年間オイル交換

拡大表示

○上記購入時には、オプションパック計20万円がかかります。オプションパック⇒バイザー・マット・ハイブリッドバリアコーティング・3年間オイル交換

問題点

車両を購入するためには、オプションパック（20万円）を購入しなければならないにもかかわらず、その費用を販売価格に含まずに、著しく小さな文字で別途費用がかかる旨を表示することにより、あたかも表示している価格のみで車両が購入できるように誤認させるおそれがある。

規約の考え方

「販売価格」を表示する場合は、店頭において車両を引き渡す場合の消費税を含めた現金価格を表示するものとする。（中古車に関する施行規則第6条）

オプションパック（メンテナンスパック）等の購入が、車両購入の条件となっている場合、オプションパック（メンテナンスパック）等の価格を販売価格に含めて表示する必要があります。

消費者相談を踏まえたトラブル防止のための留意点

— 次回車検時の法定費用が含まれた中古車のメンテナンスパック —

当協議会の消費者相談室に、中古車の購入時に契約する「メンテナンスパック」を途中解約した場合の払い戻しに関するトラブルが見受けられ、中には、次回車検時の法定費用（自動車重量税や自賠責保険等）がその中に含まれているのがあります。会員各社においては、トラブル未然防止の観点から、下記の点に注意して下さい。

相談内容

- 車を購入する際、点検やオイル交換等のメンテナンス費用を前払いする「メンテナンスパック」の契約をした。ところが、転居により、そのお店でメンテナンスを受けられなくなったため、前払いしたメンテナンス費用の返還を求めたが、一切返してもらえない。
- 車を購入する際、点検やオイル交換等のメンテナンス費用を前払いする「メンテナンスパック」の契約をした。この中には、次回車検時に支払いが必要な法定費用（重量税、自賠責保険等）も含まれていた。ところが、購入直後に全損事故に遭い、廃車することとなったため、法定費用を含めた「メンテナンスパック」の費用の返還を求めたが、返してもらえない。

考え方

- お客様にメンテナンスパックの内容について十分、説明することが大切です。
 - ・メンテナンスパックの内容（メンテナンス内容、対象期間）、また途中解約した場合のメンテナンス費用の払い戻し（解約金）や、その額に関する規定について、お客様に対して十分に説明すること。
- 次回車検時（例えば2年後）に必要な法定費用をメンテナンスパックに含め、その前払いを消費者に求めることについては、たとえ違法性はないとしても、その必然性もないことから、適当でないと思われます。
 - ・仮に、次回車検時に必要な法定費用を「預かった」場合であっても、そのユーザーからの車検依頼がなければ、法定費用を全額返還することが必要だと考えられます。

平成24年度広報PRについて

平成24年度の広報PR事業は、公取協会員店でクルマを購入することのメリット（会員の優位性）及びトラブル未然防止を消費者に対し積極的にPRしていきます。また、併せて自動車公取協の存在及び事業内容や公正競争規約の認知度アップのためのPR活動も実施していきます。

平成24年度の広報PR事業の内容

1) 地方新聞へのPR広告の掲載

今年度は、北海道、東北3県（青森、秋田、山形）の地方紙にPR広告を掲載

○平成25年2月以降実施予定

2) 自動車情報誌へのPR広告の掲載

カーセンサーやGoo等当協議会の賛助会員が発行する情報誌にPR広告を掲載

○平成25年2月以降実施予定

3) 公取協ホームページの内容の充実 (URL <http://www.aftc.or.jp>)

トップページのデザインやページ構成の見直し等のリニューアルを図り、中古車購入の際のチェックリスト（ポイント）等の内容を充実（マンガ等を活用し、若年層にもわかりやすい形式で作成）していきます。また、引き続き、会員の皆様からのご要望等を反映し、会員向け、消費者向けの情報を充実させていきます。

またホームページの一部を携帯電話／スマートフォンに対応し閲覧できるようにします。



4) 関係団体と連携したPR活動

各地区団体等が主催する「中古車フェア」等の告知広告における公取協会員店のPR告知や、フェア会場におけるPRポスターの掲示にご協力いただくなど、関係団体と連携した会員店PRも行います。

5) フェア告知広告における公取協会員店PR

広告の一部に、公取協会員店マーク（ステッカーやイメージ等）やキャッチコピー（「適正表示で安心の自動車公正取引協議会会員店です。」）を掲載。

＜一般社団法人 自販連栃木県支部の例＞



規約見直しの検討の状況について

(1) 支払総額を表示する場合の規定の新設について検討

中古車においては、購入の際、最低限いくら支払えば購入することができるのかを知りたいという消費者の声があることや、安価な車両価格につられて契約をしたところ、高額な諸費用を請求されたというトラブルが後を絶たないこと、また、中古車情報誌においても、こうしたトラブルを受け、「支払総額」の表示を積極的に推進していきたいとの声が出されたことなどから、当協議会では平成19年より、支払総額を表示する場合の表示方法について、マニュアルの中で考え方を示し、周知を図ってきました。しかしながら、最近においては、本来含めるべきではない費用を含んだ、一般的な支払総額（本来求められているもの）から逸脱した表示も見受けられます。

そこで、今後、適正な「支払総額表示」を周知・推奨していくにあたり、現在規約化されていない「支払総額を表示する場合」について、新たに規定を設け、明確にする方向で検討を進めています。

(2) 入札会、オークションの方法等による販売を行う際の表示の規定の新設について検討

販売店の企画で店舗にて入札会、オークション等を実施する場合の表示方法について、現在は「最低入札価格」等の価格の趣旨を明確に表示するとともに、販売方法を併せて表示するよう回答し、運用で対応しています。今後、表示の際の留意点について規定を設ける方向で検討を進めています。

上記の検討内容については、今後、会員や関係団体の意見等をいただきながら、さらに検討を進めていきます。

特定商取引法が一部改正（訪問購入の追加）されました

— 自動車（二輪を除く）を規制対象外とする政令（案）が公表される —

平成24年8月に、特定商取引に関する法律（以下、「特商法」）に新しく「訪問購入」の規制を盛り込む「特定商取引に関する法律の一部を改正する法律」が成立し、公布されました。特商法とは「訪問販売」、「電話勧誘販売」など、消費者トラブルが生じやすい特定の取引を対象に、トラブル防止のルールを定め、事業者の不正な勧誘行為等を取り締まるものであり、昨今の貴金属等の強引な買取方法による被害が増加傾向にあることから、新たに「訪問購入」の規制が盛り込まれたものです。

今回の改正により、事業者が訪問購入を行った場合、8日以内であれば売主である消費者からクーリング・オフによる契約解除ができるようになるほか、契約締結後であってもクーリング・オフ期間内であれば、売主は物品の引き渡しを拒絶することが可能となります。

また、以下のような規制が事業者側にかかることとなります。

- ・ 電話で出張査定の依頼を受けた場合であっても、査定後、その場で契約締結についての勧誘をしてはならない
- ・ 訪問購入に係る売買契約について、契約の内容を書面に記載して交付しなければならない
- ・ クーリング・オフ期間内に買い取った物品を第三者に引き渡した場合、当該転売に関する情報を消費者に通知しなければならない等

改正法は公布（H24.8.22）後半年以内に施行することとなっており、施行までの間に規制の適用除外となる物品（消費者の利益を損なうおそれがないと認められる物品や流通が著しく害されるおそれがあると認められる物品）及び取引態様（消費者の自宅等で契約を行うことが通例であり、かつ、消費者の利益を損なうおそれがないと認められる取引）を政令で定めることとされており、12月7日に公表された政令（案）によれば、「規制対象となった場合、流通が著しく害されるおそれがあると認められる物品」として、「自動車（二輪を除く）」が揚げられ、適用除外となっております。

法律の概要については以下をご覧ください。

http://www.caa.go.jp/trade/pdf/120815legal_8.pdf

第8回適正表示推進委員会を全国8ブロックで開催します

— 同委員会の開催に先立ち正副委員長会議を開催 —

各地区における会員店への規約の普及方法の検討や情報交換等、会員店との連携を図ることを目的に、『第8回適正表示推進委員会』を平成25年1月から2月にかけて全国8ブロックで開催します。本委員会では、店頭表示に関するチェック、アドバイス活動の結果や品質評価者講習会の受講状況等を基に、各地区における課題や今後の規約普及活動を効果的に展開するための対応策等について検討します。

また、同委員会の開催に先立ち、各地区において規約を普及するに当たっての各地区の課題や規約普及の取り組み等について情報を共有することを目的に、全国8ブロックの同委員会の正副委員長による『適正表示推進委員会正副委員長会議』を12月10日に開催しました。

AFTC モーターサイクルインフォメーション2012年11月号において、適正表示推進委員会及び適正表示推進部会の活動等を紹介しています。(詳細はホームページをご参照ください。)

第4回東京都適正表示推進部会を開催しました

— 部会委員による会員店訪問活動を実施 —

去る11月8日に『第4回東京都適正表示推進部会』を開催しました。同部会では、東京都内の会員店への規約の普及活動の一環として、部会メンバーによる会員店訪問活動を実施することとなりました。

これを受け、11月27日に第1回目として板橋区内の会員店(4店)を、部会メンバーが訪問し、公取協の活動や適正表示の重要性等について紹介し、より一層理解を深めていただくための活動を実施しました。また、「AFTC モーターサイクルインフォメーション2012年11月号」を使用して適正表示推進委員会や同部会の活動について紹介する等、委員会、部会活動への理解促進を図りました。



「店頭表示に関するチェックとアドバイス活動」を実施しました

会員店における規約遵守状況の把握及び規約の理解をより一層深めていただくことを目的に、準規約指導員(ディストリビューターの営業担当者)による「店頭表示に関するチェック・アドバイス活動」を平成24年7月から11月にかけて全国で実施しました。本活動では、全国の会員店を訪問し、プライスカードの表示内容が規約に基づいた内容になっているか、表示内容が前年度から改善されているか等についてチェック・アドバイスを行いました。(チェック結果については、後日ご報告します。)

また、公取協事務局による「店頭表示状況調査」を平成24年9月から11月にかけて全国17地区で実施しました。本調査では、プライスカードの表示内容や契約書等の書面の交付状況等について調査を実施しました。(調査結果については、後日ご報告します。)

兵庫県、福島県において消費生活センター等と自動車業界団体との懇談会を開催しました

消費者からの苦情・相談について、各地の消費生活センター等と自動車業界団体が連携することにより、円滑な相談対応を図るため、兵庫県、福島県において、「消費生活センター等と自動車業界団体との懇談会」を開催しました。

同懇談会では、自動車業界団体より各団体の概要、相談対応、消費者啓発等の取り組みについてを説明。また、消費生活センター等から、自動車に関する相談受付状況、相談対応で苦慮する点、問題点等について説明が行われた後、地区における自動車相談対応に関する、消費生活センター等と自動車業界団体の連携によるトラブルの早期解決、拡大防止のための対応について意見交換が行われました。



懇談会の概要

1. 開催日時	平成24年6月20日(水)／於：兵庫県立健康生活科学研究所 生活科学総合センター 平成24年11月5日(月)／於：福島ビューホテル	
2. 主な出席者	(1) 消費生活センター等	県及び市の消費生活センター（相談室等含む）
	(2) 各県自動車業界団体	自販連支部、軽自動車協会、整備振興会、中販連支所
	(3) 中央団体	自販連、日整連、中販連、自工会、輸入組合、PLセンター、公取協

消費生活センター等から寄せられた主な意見

- ・新車の不具合がいつまでも直らないという相談が多い。販売店レベルで原因がわからないことがあるので、メーカーとしても、きちんと対応してほしい。
- ・中古車のキャンセルや高額なキャンセル料についてのトラブルが多い。標準約款の使用を徹底すべきではないか。
- ・買取りに関する相談が多い。買取りの相談に対応するような業界団体はないのか。

自動車業界団体からの説明

- ・新車の不具合については、原因を特定することが最優先であり、メーカーとしても販売店と不具合情報を共有している。車は定期的なメンテナンスが不可欠であることから、その作業を行っている販売店が対応することが有効であると考えられる。
- ・会員に対しては、自販連や中販連のモデル注文書の標準約款の採用を推奨するとともに、研修会等を通じ契約の成立時期やキャンセル料の考え方の徹底を行っている。
- ・相談に対応するような買取り業界の団体はない。自動車業界としては、センター等と協力しながらユーザーへの注意喚起等を行っていくことが必要と考えている。

自動車業界として必要な対応

1. 新車の不具合に関するトラブルについて

不具合の原因とともに、対応方法について、お客様に十分に説明する。症状が確認できない場合には、お客様の協力のもと、発生時の状況を再現する等して症状を確認するための努力をするよう、営業スタッフへの教育を徹底する。

2. キャンセルに関するトラブルについて

合理性を欠く損害金の請求については法的に認められないことを周知する。標準約款の普及・促進について、一層の努力をすること。

3. 団体に未加入の事業者への対応について

未加入事業者への入会促進活動を実施するとともに、会員店で購入することのメリットをPRする。

下請法に関する研修会を開催しました

自 動車の製造や販売に携わる業者は、部品などの取付や修理、点検・整備をはじめとする様々な業務を、自ら行うだけでなく他の事業者へ委託している場合が少なくないことから、会員の皆様を対象に自動車販売・整備業界における下請法違反の未然防止を目的とした研修会を平成24年11月から12月にかけて全国7ブロックで開催しました。研修会で出された質問をまとめましたので参考にして下さい。また、資料を希望される方については、当協議会までご連絡ください。

URL http://www.aftc.or.jp/pdf/Schedule_H2411.pdf

よくある質問

役務提供委託

- Q 車の購入者のほとんどから車庫証明の申請手続を頼まれるが、手数料を取るものの自分では申請手続をやらず行政書士に申請手続を委託している。これは下請取引になるか。
- A 車の購入者に単に行政書士を紹介するだけでなく、手数料を取って車庫証明の申請手続を請け負っていることから、業として車庫証明の申請手続という役務を提供する事業者となります。
さらにその役務を行政書士に委託していることから、行政書士との間は、役務提供委託の下請取引になります。自らに当該役務を行う能力がなくても、当該役務を請け負ってそれを他の事業者へ委託していれば、役務提供委託の下請取引になります。

書面の交付義務

- Q 自動車の整備・修理を下請事業者へ委託すると、車体を点検し分解してみないとどこをどう整備・修理しているのかわからないと言われ、整備・修理が終わった後で下請代金の額を決めることがあるが、これも問題になるか。
- A 整備・修理が終わった後で下請代金の額を決めると、実際にかかった費用を反映しない低い額を親事業者が下請事業者に一方向的に押し付けることになりかねないので、発注内容や下請代金の額は、原則として発注時に定められている必要があります。
しかし、自動車の整備・修理の場合、発注時に発注内容や下請代金の額が定められない場合もあると考えられます。発注時に発注内容や下請代金の額が定められない正当な理由がある場合は、発注内容や下請代金の額を記載しないで当初書面を発注時に下請事業者へ交付し、発注内容や下請代金の具体的な金額が確定した後、直ちにその内容を記載した補充書面を下請事業者へ交付するという方法を採用することができます。
なお、発注時の当初書面には、発注内容や下請代金の額を定められない理由と定めることができる予定期日を記載する必要があります。

下請代金の支払遅延

- Q 支払期日になって下請事業者が請求書を送ってこない場合、すぐ督促して請求書を出させれば支払いが1日2日遅れても違反にならないか。
- A 下請事業者が請求書を送ってこないからという理由であっても、支払が遅れると下請法に違反します。このため、あらかじめ下請事業者が請求額を集計し通知するための十分な期間を確保するとともに、下請事業者からの請求が遅れるような場合には、速やかに請求するよう督促するなどの対応が望まれます。
なお、金融機関の休業日による支払いの順延が認められるのは、順延する期間が2日間以内である場合であって、あらかじめ下請事業者との間で書面で合意しているときです。

事務所移転についてのお知らせ

当協議会は平成24年9月に、事務所を移転しました。移転に伴い、住所、電話番号が変更されているので、ご注意願います。

移 転 先

〒100-0014
東京都千代田区永田町1-11-30 サウスヒル永田町4F
＜電話番号・FAX番号＞
・四輪関係 TEL 03-5511-2111
FAX 03-5511-2112
・二輪関係 TEL 03-5511-2113
FAX 03-5511-2114
・消費者相談窓口 TEL 03-5511-2115



あなたのお店の表示は大丈夫ですか？

適正表示は「安心と信頼」のお店づくりの第一歩

走行距離数や修復歴の有無はもちろんのこと、「保証の有無」や「定期点検整備実施の有無」などは、消費者が中古車を選ぶ際の重要な判断基準です。自動車公正競争規約は、消費者の「安心と信頼」を得るために、販売店が守るべき基本的な表示について定めたルールです。皆さんのお店の表示が規約どおりの正しい表示になっているか、この機会に確認して適正表示に努めてください。

また、当協議会ホームページにおいて、プライスポート等の表示状況を確認できるセルフチェック用の調査票等をダウンロードできますので、併せてご利用ください。



URL http://www.aftc.or.jp/download/chosa/2012/chosa2010_ju_1.doc

セルフチェックのポイント

<p>1 保証の有無</p>	<p>保証に要する費用が販売価格に含まれている場合は「保証つき」と表示すること。それ以外の場合(有償保証)は「保証なし」と表示すること。 ※「保証つき」と表示する場合、「保証内容」、「保証期間又は保証走行距離」も表示。</p>
<p>2 定期点検整備の実施の有無</p>	<p>定期点検整備(法定点検整備:指定・認証整備工場の発行する記録簿が交付されるもの)を実施する場合は、「整備あり」と表示すること。それ以外の場合は、「整備なし」と表示すること。 ※「整備あり」と表示した上で、整備費用が販売価格に含まれない場合は、「整備費用の額」を表示すること。 なお、「保証付」と表示した場合の保証が、定期点検整備の実施を条件としている場合、整備費用は販売価格に含めて表示すること。</p>
<p>3 走行距離数の表示</p>	<p>1) 実走行距離数の車両の場合は、走行距離計に示されたキロ数を表示すること。 2) 走行距離数に疑義がある車両の場合は、「?」の記号と推定できる根拠がある場合は推定キロ数、推定できる根拠がない場合は「不明」と表示すること。 3) 走行距離計の改ざんが判明した車両の場合は、「改ざんされている旨」を表示すること。 4) 走行距離計が交換されている車両の場合は、「走行距離計が交換されている旨」及び「交換前・交換後のキロ数」を表示すること。 例:改ざん歴車の表示 オークション仕入れ時 走行17,857km* ⇒ 小売り時 表示方法 ○走行距離:「改ざん歴車」 ×走行距離:18km ×走行距離:走行不明</p>
<p>4 修復歴の表示</p>	<p>車体の骨格に当たる部位の修正及び交換歴がある場合「有」、その他の場合は「無」と表示すること。 ※「修復歴有」と表示した場合、「コンディションノート等」で「修復部位」を明瞭に表示すること。</p>

会員事業者の社内研修等に講師を派遣します。ご利用ください!

例えば、新入社員向けに、あるいは初めて新車の販売促進(広告宣伝)の担当になった人に、また初めて中古車の担当者になった人向けに、新車、中古車の規約のポイントや最近の消費者相談の動向やトラブル未然防止のために販売店として必要な対応についての研修会など、具体的な事例を使いながら解説します。

詳細は公取協事務局までお問い合わせ下さい。