



# 公取協ニュース

No.58  
27.5.22

編集・発行

一般社団法人 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

第106回理事会を開催	1～3	二輪車関係ニュース	6
平成27年度事業計画・予算・会費額	1～3	規則改正及び運用基準策定に関する表示連絡会を開催	7
全国の会員店を対象とした店頭表示に関する調査を実施	4	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	7
新車・中古車の新聞、チラシ広告に関する調査を実施	5		

## 第106回理事会を開催

— 平成27年度事業計画書（案）及び予算書（案）等を承認 —

3月19日（木）に日本自動車会館内くるまプラザ会議室において、第106回理事会を開催しました。第1号議案＝公益目的支出計画の実施完了の件、第2号議案＝平成26年度事業の進捗状況（業務執行報告）及び決算見込み報告の件、第3号議案＝自動車の表示に関する公正競争規約の施行規則改正（案）審議の件、第4号議案＝平成27年度事業計画書（案）及び会費額（案）並びに予算書（案）審議の件についてそれぞれ審議し、出席理事全員一致にて承認されました。



## 平成27年度事業計画

### 四輪車関係の主な事業

#### 1. 規約に基づく適正表示の一層の促進

- 1) 店頭表示に関する規約遵守状況調査等による適正化の促進
- 2) 新聞・チラシ広告表示調査の実施と研修会の開催等による適正化の促進

- 3) 広告制作に関する相談等への積極的な対応及び情報提供の充実
- 4) 会員のニーズに合わせた各種研修の実施

#### 2. 不当表示行為の未然防止及び厳正な対処

- 1) 走行距離及び修復歴の表示に関する調査の実施等、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. 改正規則、運用基準の普及活動の実施及び改正規則案の承認申請

- 1) 「支払総額表示」や「電気自動車の燃費表示」等、改正規則の普及活動の実施
- 2) 修復歴の定義に関する規則改正案の策定及び承認申請

### 4. 改正景品表示法への対応

- 1) 改正景表法を踏まえ、今後求められる対応等についての情報提供の実施
- 2) 会員事業者における表示等管理体制確立のための支援活動の実施
- 3) 都道府県景表法担当部門との懇談会開催等、連携強化活動の実施

### 5. 広告等における表示のあり方の検討

- 1) 現状の広告表示等の実態を踏まえた、明瞭な表示のあり方等に関する検討
- 2) 次世代自動車の普及等を踏まえた、燃費等に関する情報提供のあり方の検討

### 6. 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

### 7. 消費者関連事業の推進

- 1) 消費者相談の受付対応及びトラブル未然防止対応の検討並びに情報提供の実施
- 2) 営業スタッフ向けのハンドブック（新車編）に基づく普及活動の実施
- 3) 苦情・相談件数の多い、又は、悪質性の高い事業者への対応の検討
- 4) 国民生活センター及び消費生活センターとの連携強化
- 5) 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

### 8. 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) 会員に対するホームページやメールを活用した情報提供の実施

### 9. 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

### 10. その他の事業

- 1) 関係団体及び地方組織との連携強化
- 2) 公正取引に関する法令（独禁法、下請法等）の普及指導

## 二輪車関係の主な事業

### 1. 関係団体等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) 今後のチェック・アドバイス活動に関する検討
- 3) 「公取協プライスカード作成システム」利用促進による適正表示の促進
- 4) 店頭表示及び広告宣伝に関するハンドブックによる規約の普及活動
- 5) 広告表示の適正化の促進

### 3. 走行距離数の不当表示未然防止のための対応

- 1) 会員店における走行距離数の適正表示の促進
- 2) 不当表示に関する個別事案への対応

### 4. 品質評価の普及促進

- 1) 品質評価者講習会の開催
- 2) ポスター等による、品質評価の PR 活動の実施
- 3) e ラーニング等の導入も視野に入れた、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

### 5. 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

### 6. 改正景品表示法への対応

- 1) 改正景表法を踏まえ、今後求められる対応等についての情報提供の実施
- 2) 会員事業者における表示等管理体制確立のための支援活動の実施
- 3) 都道府県景表法担当部門との懇談会開催等、連携強化活動の実施

### 7. 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

## 平成27年度予算

平成27年度の予算は、以下のとおり

## 収入の部

(単位：円)

勘定科目	予算額
1. 会費収入	249,790,000
2. 入会金収入	1,200,000
3. 事業収入	6,600,000
4. 雑収入	300,000
5. 違約金、預金取崩収入	4,500,000
当期収入合計	262,390,000

## 支出の部

(単位：円)

勘定科目	予算額
1. 事業費	221,836,000
2. 管理費	28,310,000
3. 引当預金支出	10,504,000
4. その他の支出	1,740,000
当期支出合計	262,390,000

## 平成27年度会費額（年額）

平成27年度会費額（年額）は、以下のとおり（団体会費、個別会費ともに前年同額）

## 1. 普通会員会費（団体会費）(単位：円)

団体名	会費額
自工会	33,003,000
自販連	4,755,000
全軽自協	2,193,000
輸入組合	432,000
日整連	837,000
中販連	837,000
日本二普協	432,000
オートバイ組合連合会	432,000
合計	42,921,000

## 2. 維持会員会費（個別会費）

(単位：円)

ランク	全従業員数	会費額		
		従業員割会費	均等割会費	合計
A	1,000人以上	134,000	6,000	140,000
B	999人～500人	94,000	6,000	100,000
C	499人～300人	64,000	6,000	70,000
D	299人～100人	34,000	6,000	40,000
E	99人～30人	14,000	6,000	20,000
F	30人未満	4,000	6,000	10,000
直接会員 (ただし、30人未満の場合)		4,000	6,000	10,000
中古車専業者及び整備業者 二輪小売業者 (ただし、30人未満の場合)			6,000	6,000
メーカー（各社合計分）				33,946,000
二輪車メーカー (各社合計分)				12,000,000

※中古車専業者及び整備業者、二輪小売業者で従業員数が30人以上の場合は、ランク別の会費額を適用する。

## 3. 賛助会員会費

	団体名	会費額（合計）
① 自動車関係団体	6団体 一般財団法人 日本自動車査定協会、 一般社団法人 日本自動車連盟、 一般社団法人 日本自動車会議所、 一般社団法人 日本オートオークション協議会、 一般社団法人 日本二輪車オークション協会、 一般社団法人 全国二輪車用品連合会	1,200,000円
② 中古車情報誌及びWebサイト	10社 (株)リクルート マーケティング パートナーズ [カーセンサー]、 (株)プロトコーポレーション [Go]、 (株)ファブリカ コミュニケーションズ 他7社	444,000円
③ 広告関係事業者	2社 (株)デルフィス、(株)ホンダコムテック	240,000円
④ 中古車車両状態評価機関	2社 (株)オートモビル・インスペクション・システム、 特定非営利活動法人日本自動車鑑定協会	240,000円

## 全国の会員店を対象とした店頭表示に関する調査を実施

全国の会員販売店の店頭における新車、中古車の表示に関する規約遵守状況の実態把握を行うことを目的として、関係団体（自販連支部、軽自動車協会、中販連支所、整備振興会）の協力を得て、規約遵守状況調査を実施しました。調査結果の概要は以下のとおりです。

調査結果につきましては報告書としてとりまとめ、関係団体を通じて再度周知・指導を要請したほか、今後も引き続き、周知活動を実施します。

### 調査結果

<新車関係>	店頭展示車		価格表		注文書	
	平成26年度	平成25年度	平成26年度	平成25年度	平成26年度	平成25年度
調査対象社数	1,158社	1,200社	1,187社	1,242社	1,198社	1,243社
規約どおり	85.5%	84.2%	93.6%	91.9%	95.2%	96.1%
表示もれ	14.5%	15.8%	6.4%	8.1%	4.8%	3.9%

- ◆主な表示もれ
- ・店頭展示車、価格表、注文書いずれの調査でも付属品の「単品価格」や「合計価格」、「リサイクル料金の額」の表示もれ
  - ・店頭展示車、価格表における「リサイクル料金が別途である旨」、「割賦販売価格」及び「燃費値」を表示した場合の表示もれ
  - ・注文書における「下取車明細欄の査定価格」、「車両本体価格」の表示もれ

### <中古車関係>

#### ①店頭展示車の表示状況（規約どおりの数値）

調査項目	ディーラー関係		専門店関係	
	平成26年度	平成25年度	平成26年度	平成25年度
保証の有無	99.6%	99.7%	89.4%	89.8%
定期点検整備の実施状況（整備の有・無の表示）	99.6%	99.2%	78.9%	78.2%
「有」の場合の「済」、「納車時」の表示	98.3%	98.9%	85.3%	84.1%
「納車時」の場合、価格に整備費用を含むか否かの表示	99.0%	98.9%	86.1%	84.6%
価格に整備費用を含まない場合の整備費用の額の表示	97.3%	94.8%	78.5%	78.6%
定期点検整備「無」で要整備箇所がある場合、その旨の表示	96.7%	92.7%	61.1%	69.4%
リサイクル料金の表示	98.9%	98.2%	76.9%	74.9%

#### ②注文書の表示状況

走行距離数	98.8%	98.4%	96.6%	95.4%
保証の有無	97.0%	96.4%	88.6%	85.5%
定期点検整備実施の有無	92.8%	93.9%	74.8%	76.0%

#### ③特定の車両状態の表示（該当車両がある事業者が対象）

走行距離計が取替られている場合の「走行距離計が取替られている旨及び取替前・後のキロ数」	94.7%	100.0%	96.0%	94.5%
走行距離数に疑義がある場合の「走行距離数に疑義がある旨及び推定できる根拠がある場合の走行距離数、根拠がない場合の不明」		100.0%	85.9%	100.0%
走行距離計の改ざんが判明した場合の「走行距離計が改ざんされている旨」		100.0%	98.2%	94.3%
修復歴がある場合の「修復歴がある旨とその部位」	84.3%	91.7%	72.3%	78.2%
要整備箇所がある場合の「要整備箇所がある旨のその箇所」	100.0%	100.0%	73.5%	63.7%

#### ④走行距離計交換歴車シール等の貼付状況（該当車両がある事業者が対象）

走行距離計交換歴車シールの貼付	72.2%	81.8%	73.3%	64.9%
走行距離計改ざん歴車シールの貼付		100.0%	00.0%	56.3%

（□は対象車両なし）

- ◆主な表示もれ
- ・店頭展示車、注文書における「定期点検整備実施状況」の表示もれ
  - ・コンディションノート等による特定の車両状態の表示もれ
  - ・「割賦販売価格を併記した場合の必要表示事項」、「支払総額を表示した場合の表示項目」の表示もれ

# 新車・中古車の新聞、チラシ広告に関する調査を実施

**新**車・中古車の広告における表示に関する規約遵守状況の実態把握を行うことを目的として、平成26年8月22日～9月28日に全国で収集した新車・中古車の新聞、チラシ広告を対象に調査を実施しました。広告の表示については、店頭に表示に比べ、規約の遵守率が非常に低い状況となっています。後記の調査結果の問題点及びポイントを参考に、規約に基づく表示の実施をお願いします。調査結果の主な内容は以下のとおりです。

調査結果につきましては報告書としてとりまとめ、関係団体を通じて再度周知・指導を要請したほか、今後も引き続き、周知活動を実施します。

## 調査結果

### <新車関係>

	平成26年度		平成25年度	
	調査対象	規約どおり	調査対象	規約どおり
調査対象	2,516	100.0%	1,735	100.0%
規約どおり	1,654	65.7%	1,100	63.4%
問題有り	862	34.3%	635	36.6%

### <主な問題点と表示のポイント>

- ① 広告には高グレード車の写真を掲載しながら、当該車両の価格は表示せず、販売価格として低グレード車の価格のみや価格帯のみを表示したもの
- ② 広告掲載車の価格は表示しているものの、それよりも低グレード車の価格を大きく目立つように表示したもの
- ③ オプション付の写真を掲載しながら、オプション代金を含まない価格を表示したもの（「装着されているオプションの内容と価格及びその価格が販売価格に含まれていない旨」の表示もれ）

### ポイント

写真掲載した車両の販売価格を明瞭に表示すること。  
その上で、価格帯や別グレード車の販売価格を参考として表示することは可能

### <中古車関係>

	ディーラー関係		専門店関係		合計	
	平成26年度	平成25年度	平成26年度	平成25年度	平成26年度	平成25年度
調査対象	778	49.6%	792	50.4%	1,570	100.0%
規約どおり	119	15.3%	5	0.6%	124	7.9%
問題有り	659	84.7%	787	99.4%	1,446	92.1%

### <主な問題点と表示のポイント>

- ① 「整備を実施する旨」の表示はあるが、実施する整備が「定期点検整備（法定点検）」であることの表示がないもの
- ② 「保証内容」の表示はあるが、広告掲載車の「保証の有無」の表示がないもの
- ③ 修復歴がある車両については「修復歴がある旨」の表示はあるが、修復歴が無い車両については「修復歴が無い旨」の表示がないもの

### 一括表示について

広告スペース等の関係から、「全車保証付」や「全車修復歴なし」等、全車に共通する内容を一括表示することも可能です

### <正しい表示例（一括表示の場合）>

- ◆ポイント①  
実施する整備の内容が定期点検整備であることがわかる用語を使用すること
- ◆ポイント②  
保証の有無（保証つき・なし）を表示すること
- ◆ポイント③  
全ての車両について修復歴の有無を表示すること

当協議会では、新聞・チラシ広告の表示状況調査において、実際に見られた規約違反事例や、会員・広告代理店の方々からの問い合わせの多い事例を基に、表示上の問題点と正しい表示方法をまとめた、新車と中古車の「広告宣伝マニュアル（平成27年版）」を頒布しています。必要な方は所属団体又は当協議会までお問い合わせください。頒布価格は各300円（会員価格・送料別途）です。



## 《二輪車関係ニュース》

## 店頭表示に関するチェック・アドバイス活動を実施

表示改善のアドバイスやフォローを徹底した結果、表示率が大幅に改善

会員販売店に対する規約普及、表示状況の実態把握を行うため、例年どおり「店頭表示に関するチェック・アドバイス活動」を11月から2月にかけて全国で実施しました。

平成26年度の活動では、表示もれがみられた販売店に対するアドバイスと表示改善のフォローを徹底して行った結果、全ての項目において大幅な表示率の向上が見られました。

今後も本活動の主旨をご理解いただき、お客様のために継続して適正表示を実施していただきますようお願いいたします。

調査結果の概要は以下のとおりです。

## 自動車公正取引協議会の会員である旨等の表示状況

	表示率	
	平成26年度	平成25年度
1. 会員店ステッカー	96.7%	92.6%
2. 品質評価者在籍店ステッカー	97.0%	89.6%

・「会員店ステッカー」、「品質評価者在籍店ステッカー」とともにほとんどの会員店が表示していました。

## 新車の表示状況

	表示率	
	平成26年度	平成25年度
1. 車名・主な仕様区分	98.5%	92.6%
2. 販売価格・価格付記	98.7%	93.0%
3. 製造国名(国産除く)	97.1%	84.7%
4. 保証の有無	96.8%	82.9%

・全ての項目について、ほとんどの会員店が表示していました。なかでも「製造国名」、「保証の有無」については対前年+12~13ポイントと大幅な改善が見られました。

## 中古車の表示状況

	表示率	
	平成26年度	平成25年度
1. 車名・主な仕様区分	92.6%	85.8%
2. 販売価格・価格付記	98.0%	88.7%
3. 製造国名(国産除く)	95.1%	70.1%
4. 保証の有無	95.0%	71.2%
5. 年式(原付除く)	94.5%	81.1%
6. 走行距離数	95.1%	83.4%
7. 車検証の有効期限	93.8%	79.3%
8. 定期点検整備実施状況	93.0%	69.9%
9. メインフレームの修正・交換歴の有無	92.9%	70.5%
10. 品質評価書の表示	92.0%	63.8%

・全ての表示項目の表示率が90%を超え、昨年と比較しても大幅な改善が見られました。

・「車名」、「販売価格」については対前年+6~9%、それ以外の項目においては対前年+20~35ポイントと大幅な改善が見られました。

## 店頭プライスカードにおける表示内容の改善を要請

チェック・アドバイス活動では、準規約指導員がプライスカードの表示状況を確認し、表示もれ等がある場合には、その場で改善方法等についてアドバイスするなどしていますが、昨年度に引き続き、平成24~26年度の3回のチェック・アドバイス活動において同じ項目の表示もれがある会員店に対して文書を送付して表示の改善を要請し、改善の状況を書面で報告していただくこととしました。

なお、本年度も継続して準規約指導員等によるチェック・アドバイス活動を行い、表示状況や改善状況を確認しますので、引き続き、適正表示にご協力をお願いいたします。

## 第42回東京モーターサイクルショーにおいて、会員店PRを実施

3月27日(金)~29日(日)に開催された、第42回東京モーターサイクルショーにおいて、「公取協会会員店なら安心です」「会員店はお客様に分かりやすい消費税込価格を表示しています」をキーワードとして、ブースにおいてPRポスターを掲示するとともに、来場者にPRパンフレットを配布し、来場者に対して会員店PRを行いました。



&lt;PRパンフレット&gt;



&lt;公取協ブース&gt;

## 規則改正及び運用基準策定に関する表示連絡会を開催

平成27年3月26日に表示連絡会を開催しました。本連絡会は、支払総額表示等規定の新設に関する規則改正案や、燃費や衝突被害軽減ブレーキ等 ASV 技術に関する運用基準案に対して、消費者サイドからの意見を聞くために開催されたものです。本連絡会には下記団体からご出席をいただき、意見交換を行いました。また、消費者庁、公正取引委員会の担当官及び関係団体（自工会、自販連、輸入組合、中販連、JAF）の方々にもご出席いただきました。

### 出席した消費者関連団体

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

### 主な意見

- ・消費者トラブル未然防止の観点からも、規則において支払総額を表示する際の規定を定めることは良いと思う。
- ・衝突被害軽減ブレーキ等のASV技術の表示は、人の命に係わる重要な機能であることから、誤解を招くような映像や表現は避けるべきである。
- ・衝突被害軽減ブレーキのCMについて「自動ブレーキ」と表示とともに、「止まる、止まる」を音声で繰り返し、障害物等の前で車両が自動で停止する映像を流すことで、ブレーキを踏まなくても自動で停止するとの誤認を招いている。「停止しない場合がある」との打消し表示をしているから問題ない、というレベルではない。
- ・現在の衝突被害軽減ブレーキは、あくまでも「被害軽減」、「運転支援」を目的としたものであるため、その範囲を逸脱しない表現にとどめておくべきではないか。

## 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

— 長崎県、大阪府において開催 —

消費者からの苦情・相談について、各地区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、長崎県、大阪府において「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説明した後、消費生活センターから、自動車に関する相談受付状況、相談対応で苦慮する点、問題点等について報告が行われ、その後、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。

詳細についてはホームページをご参照下さい [http://www.aftc.or.jp/am/aftc\\_report/index.html](http://www.aftc.or.jp/am/aftc_report/index.html)

### 懇談会の概要

#### 1. 開催日時

平成26年11月27日（木）／於：ホテルセントヒル長崎  
平成27年 2月18日（火）／於：大阪自動車販売店健康保険組合会館

#### 2. 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               |
| (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 |

#### 消費生活センター等から寄せられた主な意見

- ・新車の不具合について、異音がある等、事象が確認できないようなケースでは、販売店の説明に消費者が納得しないことが多い。メーカーは販売店任せではなく、積極的に対応してほしい。
- ・新車、中古車ともに、キャンセルに関する相談が多い。中には契約成立前であるにもかかわらず、キャンセルに応じないケースもある。自販連・中販連の標準約款の契約成立時期について周知徹底してほしい。

#### 自動車業界団体からの説明

- ・新車の不具合について、売買契約の相手先として、お客様への対応窓口は販売店が行うこととなっているが、メーカーとしても技術的な支援等、協力を行っている。
- ・契約については、自販連や中販連でモデル注文書の標準約款を推奨しており、成立時期について「現金の場合、①登録 ②注文による登録・架装・修理 ③納車、のいずれか早い日」としている。この約款の使用と内容の周知について、今後も引き続き取り組んでいきたい。
- ・今後も、消費生活センターとの連携を積極的に図っていきたい。

#### 自動車業界として必要な対応

1. 車両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、対応方法やその結果等について、お客様に十分に説明すること。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  
契約の成立時期について、再度周知徹底を図るとともに、標準約款の普及・促進について、一層の努力をする。