

2021年度事業報告書

《四輪車関係》

1. 規約に基づく適正表示の一層の促進

1) 規約遵守状況調査の実施

① 各地区及び公取協事務局による店頭表示に関する規約遵守状況調査の実施

- ◇ 各地区公取協事務取扱所(4団体支部・支所等)及び公取協事務局による新車及び中古車の店頭表示に関する規約遵守状況調査を実施
- ◇ 調査結果報告書を作成、公取協事務取扱所を通じた全般的指導を実施

② 公取協事務局による広告表示に関する規約遵守状況調査の実施

- ◇ 新車及び中古車の新聞・チラシ広告(新車768枚、中古車1,002枚)を対象に、公取協事務局による規約遵守状況調査を実施
- ◇ 不当表示に該当するおそれのあるもの(新車7件、中古車2件)及び過大な景品提供に該当するもの(新車2件)については、公取協事務取扱所を通じて指導を実施(厳重注意)、その他表示もれ等についても、改善を要請

2) 広告表示の適正化のための普及活動の実施

① 広告表示等に関する事前相談への積極的な対応及び情報提供の実施

- ◇ 広告表示等に関する事前相談に積極的に対応(2021年4月から2022年3月までの受付件数は1,136件)
- ◇ 主な相談事例や問題点等について、ホームページや「AFTC INFORMATION」等により、会員に対するリアルタイムな情報提供を実施

② 広告関係団体や広告関係事業者等との連携による適正化の促進

- ◇ JAROや新聞協会、広告関係事業者との情報共有等を通じ、連携を強化
- ◇ 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10月に開催、中古車の支払総額の表示義務付けや冠水車の表示等、表示適正化のための課題について意見交換や適正化のための協力要請を実施

3)関係団体との連携による規約普及活動の推進

◇地区主催の研修会への講師派遣やオンライン形式での開催等、地区における規約普及活動に積極的に協力

※例年実施の公取協事務取扱所の規約担当者(事務局職員)を対象とした研修会は中止

2. 会員事業者の表示管理体制整備・充実のための支援活動の実施

1)会員事業者(「表示管理者」)等を対象とした研修会の開催

①オンラインを活用した規約等に関する研修会の開催

◇会員事業者(メーカー、インポーター、ディーラー)の「表示管理者」及び広告関係事業者を対象とした、規約や広告宣伝に関する研修会(「基礎研修」及び「レベルアップ研修」)を、オンライン形式で2021年4月に10日間(約450人が受講)、2022年2月に9日間開催(約1,400人が受講)

②ブロックや地区単位、事業者単位の規約等に関する研修会の開催

◇地区(自販連3地区、振興会2地区、中販連4地区)や会員事業者(2社)の要望に基づき、担当部門やスキル等に応じた研修会を、集合形式又はオンライン形式で開催

2)広告関係事業者(「広告表示管理者」)を対象とした研修会の開催

①オンラインを活用した規約等に関する研修会の開催

②地区単位、事業者単位の規約等に関する研修会の開催

◇会員事業者対象の研修会に広告関係事業者の参加を呼び掛けるとともに、広告関係事業者(「広告表示管理者」)を対象とした研修会(「基礎研修」及び「レベルアップ研修」)を開催(1社)、受講者には、会員事業者が安心して広告作成を依頼できる目安として、「広告表示管理者研修 受講証」を発行

3)「表示管理者」を通じた規約普及活動の推進と表示管理体制充実の促進

◇「表示管理者」による表示等のチェックや規約に基づく適正な表示の周知等、各社における規約の普及活動を推進するなど、表示管理体制の充実を促進

4)表示管理体制に関するセルフチェックの実施

◇表示管理者の選任の有無をはじめとした、会員事業者の表示等管理体制を点検するためのセルフチェックをディーラー1,055社、簡易なセルフチェックを専門店2,289社において実施

3. サブスク料金等の表示に関する規約・規則の改正と普及活動の実施

- 1) 割賦販売価格や個人リース料金の表示に関する規約・規則の改正
- 2) サブスクリプション等の料金の表示に関する規約・規則の改正
- 3) プラグイン・ハイブリッド車の燃費表示に関する規則の改正
- 4) 上記改正内容の認定・承認申請及び会員に対する普及活動の実施

◇規約・規則改正(案)については、2021年5月開催の理事会、同年6月開催の総会で承認を得た後、消費者庁及び公取委に認定・承認を申請、5月30日付で認定、同27日付で承認された

◇研修会や公取協ニュースを通じ、改正内容について普及活動を実施

4. 修復歴車や不当な価格表示等の不当表示の未然防止及び厳正な対処

- 1) 走行距離及び修復歴等の不当表示の未然防止及び厳正な対処の実施

◇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について調査を実施、昨年度の調査結果に基づき、修復歴に関する不当表示を行った会員2社に対し「厳重警告」及び「違約金」の措置、今年度の調査結果に基づき、会員4社に対し「厳重警告」、うち3社に併せて「違約金」の措置

◇規約遵守状況調査や研修会を通じ、走行距離や修復歴、販売方法に応じた保証や整備等の表示について周知活動を実施、問題のある表示については改善を指導

- 2) 広告における不当な価格表示及び不適切な販売行為に対する改善指導の実施

◇当協議会の消費者相談窓口、「不当な価格表示や不適切な販売行為」に関する苦情相談が多く寄せられる、大手等(多店舗展開)の中古車専門店11社を対象に「中古車の広告や店頭における価格表示と販売の実態に関する調査」を実施、調査の結果、問題の見られた事業者7社に対し注意喚起を実施

◇注意喚起を行った事業者については、改善状況を今後確認するとともに、苦情相談が多く寄せられる事業者の販売実態等に関する調査を来年度以降も継続して実施、同調査において同様の問題が見られた場合や苦情相談が減少しない場合は、規約違反被疑事案として調査及び改善指導(規約違反としての措置及び不適切な販売行為の是正)を実施予定

- 3) 会員及び非会員の不当表示に対する厳正な対処

◇会員が行った不当表示に対しては、当協議会より指導、非会員が行った不当表示(4社)については、とりまとめ次第、消費者庁や都道府県に措置を要請する等、効果的な指導を実施

※今年度、非会員3社が行った走行距離及び修復歴の不当表示に対し、消費者庁が措置命令

4) カタログ等における装備品等の表示及び表示管理体制に関する再確認の実施

- ◇ 会員事業者が行った、カタログ等における装備品等に関する不当表示に対し、消費者庁が景品表示法違反(有利誤認)として措置命令を行ったことを踏まえ、メーカー及びインポーターに対し、カタログ等の表示及び表示を適正に管理するための体制について、再度確認することを要請
- ◇ 今後、再確認の結果に関するアンケート調査や装備品等及び打消し表示の実態把握を実施、打消し表示や表示管理体制のあり方について考え方をとりまとめる

5. 自動運転化技術に関する適正な表示の検討及び普及活動の実施

1) 運転支援機能(レベル1、2)及び自動運転機能(レベル3)に関する表示の考え方の周知活動の実施

- ◇ 研修会等を通じ、「運転支援車(レベル1、2)並びに自動運転車(レベル3)及びその機能の表示に関する規約運用の考え方」の周知活動を実施
- ◇ 消費者を対象とした、運転支援機能や自動運転機能に関する理解度や販売時の表示(説明)等の実態把握を目的としたアンケート調査を実施

2) 自動運転機能(レベル4以降)に関する表示のあり方の検討

- ◇ 自動運転化技術レベル4以降の自動運転車及びその機能の表示については、市販車導入時期等を踏まえ、広告等における映像表現や表示のあり方及び注意喚起表示の内容等について、消費者の誤解や過信を招かないようにするという観点から、引き続き検討

3) 中古車の運転支援機能等の今後の表示のあり方の検討及び情報提供の実施

- ◇ 会員販売店における中古車販売時の表示・説明等の対応や、販売店が必要としている情報及びその入手の可否等について、Webアンケートを実施(回答数703件)

<必要としている情報について(主な回答)>

- ▶ 機能搭載の有無の確認時の、全メーカーの情報がわかる Web サイト、メーカー別の比較表など
 - ▶ 動作確認時の、スキャンツール、メーカー・車種ごとの機能に関する情報、説明書など
 - ▶ 商談・納車時の、メーカー・車種毎の運転支援機能一覧、機能に関する説明書、リーフレット、動画など
- ◇ 消費者対象に実施した運転支援機能や自動運転機能に関する理解度や販売時の表示(説明)等に関するアンケート調査の結果と併せて、今後、必要と考えられる対応等について検討、情報提供を実施

4)表示の実態把握及び改善指導の実施

◇上記1)について、テレビCM等の広告や店頭における表示の状況について、実態把握を適宜実施、問題等がみられた場合は改善指導を実施

6. 中古車の「支払総額」の表示義務付けの検討

1)規約改正等試案の策定

◇不当な価格表示の常態化や不適切な販売方法の横行、不適切な諸費用の請求など、中古車販売の現状における問題点への対応として、昨年実施した会員事業者及び消費者を対象に実施したアンケート調査結果を踏まえ、規約改正等試案を策定

<規約改正等試案のポイント>

- ▶ 中古車の販売価格として「支払総額」の表示を義務付ける<施行規則改正>
(「車両価格」及び「諸費用の額」を内訳として表示)
- ▶ 「支払総額」に整備費用が含まれるか否かを明確にするため、「定期点検整備の有無」の表示について、「整備あり(費用別途)」の表示は廃止し、「整備付き(価格に込み)」又は「整備なし」の表示に改める<施行規則改正>
(「保証の有無」及び「定期点検整備実施の有無」を明瞭に表示)
- ▶ 「不当な価格表示」に対する規約違反措置基準の見直し(走行距離・修復歴の不当表示と同等に厳格化)を行い、表示された価格で実際に販売できない場合は厳正に対処<規約違反措置基準の変更>
- ▶ 諸費用の適正化(「納車準備費用」等、本来、車両価格に含まれるべき費用は、「諸費用」として不適切であることの明確化、高額な代行手数料等の適正化)

2)関係団体及び会員事業者等の意見聴取

◇規約改正試案に基づく、関係団体(地方)及び会員事業者の意見聴取を実施

<主な意見>

- ▶ 真面目にルールを守る事業者だけに負担がかかることにならないよう、全ての事業者に対してルールを徹底してほしい
- ▶ プライスボード等の変更には時間がかかるため、改正ルールの施行には、準備期間を設けてほしい
- ▶ 支払総額表示が義務付けられた場合でも、「プライスボードはこれまで通り(現金販売価格を大きく)表示、別紙で諸費用と支払総額を表示すれば問題ない」との声もあるので、具体的にどのような対応が必要なのか、示してほしい
- ▶ 支払総額表示をすると、価格が高く見えることになるため、「支払総額表示が安心である」等の消費者向けPRを積極的に行ってほしい

3)中古車情報誌賛助会員の意見聴取及び協力要請

- ◇中古車情報誌賛助会員からは「支払総額」表示を義務付けることについては賛成だが、大掛かりなシステム改修が必要となることから今後のスケジュールを早めに共有してほしい」との意見が出た
- ◇また、規約改正に併せて掲載基準を変更すること、並びに「諸費用の考え方(適切な諸費用、諸費用として不適切なもの)」を、掲載店及び消費者に対する周知すること等について協力を要請、賛同を得た

4)規約・規則改正(案)の策定及び中央団体への意見聴取

- ◇上記意見聴取等を踏まえ、中古車部会及び委員会において規約・規則改正(案)を策定、中央団体への意見聴取を行い、賛同を得た後、理事会で承認を得た

7. 新たな販売方法・サービス等に対応した表示のあり方の検討

1)SNS等を活用した広告宣伝に関する表示のあり方等の検討及び周知活動の実施

- ◇SNS等を活用した広告宣伝に関する実態調査を今後実施し、調査結果を踏まえ、媒体の特性等に応じた表示のあり方について検討

2)新たな販売方法・サービス等に対応した表示のあり方の検討

- ◇電気自動車及びプラグイン・ハイブリッド自動車が省エネ法の対象となり、WLTCモードによる測定(届出)及び燃費表示が義務付けられたことを踏まえ、表示方法等についてとりまとめ、研修会等を通じて周知活動を実施
- ◇規約及び同施行規則改正案が認定・承認、施行されるまでの間の当面の対応として、「サブスク等の自動車の賃貸料金を表示する際の考え方」を策定、研修会等を通じて周知活動を実施

3)中古車の客観的根拠に基づく「No.1」等の最上級表示のあり方の検討

- ◇中古車の客観的根拠に基づく「No.1」等の最上級表示について、中古車部会・委員会において検討、客観的根拠は新車規約同様、国の登録及び届出情報とすることを確認
- ◇登録情報については、情報の取得は可能、との回答を得たが、届出情報については、会員事業者の同意が得られることを前提に、会員に限定した情報のみ取得は可能、との回答を得たことから、引き続き今後の対応等について検討

8. 冠水車の不当表示未然防止活動の実施及び表示のあり方の検討

1) 冠水車に関する不当表示未然防止活動の実施

- ◇水害等の増加により「冠水車」の販売が社会問題化しつつあることを踏まえ、「冠水車」は中古車として消費者に販売するには適さないものであること、及び、「冠水車」ではない等の虚偽の表示・説明をして販売した場合はもちろん、「冠水車」であることを表示・説明しなかった場合も不当表示に該当することなど、不当表示未然防止のための普及活動を実施
- ◇オートオークションで「冠水車」を仕入れているにもにかかわらず、その旨を広告等で表示しなかった会員事業者に対し「警告」の措置

2) 冠水車に関する不当表示規定及び規約違反措置基準(厳罰規定)新設の検討

- ◇規約には、「冠水車」の不当表示に関する規定がないため、中古車規約を改正し、「冠水車」に関する不当表示の規定を新設

<規約改正案のポイント>

- ▶ 「冠水車」は中古車として消費者に販売するには適さないため、「冠水車」であるか否かの表示は、必要表示事項としては定めない
- ▶ 不当表示の禁止規定に「冠水車であるにもかかわらず、虚偽の表示及びその旨を表示しないことにより、冠水車ではないかのように誤認されるおそれのある表示」を追加

※オークションや日査協において「冠水車」と判断された車両、冠水を原因とする不具合が発生した車両等を「冠水車」として取り扱う <規約の運用>

- ◇「冠水車」に関する不当表示について、走行距離や修復歴に関する不当表示と同様、初回から「嚴重警告」や「違約金」を課すことができることを定めた規約違反措置基準(厳罰規定)を新設

9. 中古車の車両状態評価に関する監修・監査及びPRの実施

1) 車両状態評価に関する監修基準に基づく監修及び監査の実施

- ◇車両状態評価の評価機関からの申請に基づき、車両状態評価制度(システム)が監修基準を満たしているか審査を行い、監修基準を満たしている場合は監修を実施
- ◇監修を受けた車両状態評価機関(7機関)における評価制度(システム)の運用状況について、監査を実施

2) 車両状態評価に関する監修制度等についてのPR活動の実施

- ◇公取協の車両状態評価の「監修制度」及び監修を受けた「評価付き中古車」の信頼性について、ホームページ等を通じて一般消費者に対するPR活動を実施

10. 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の実施

① 苦情・相談の受付と、トラブル対応・未然防止のための情報提供の実施

- ◇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(2021年4月から2022年3月までの相談受付件数は5,103件、うち四輪車関係4,738件)
- ◇受付けた苦情相談を基にトラブルの発生原因や規約(表示上の問題)との関連、販売対応の問題点等を分析、消費者相談事例研究会においてトラブルへの対応や未然防止策について検討
- ◇購入の際の留意点やトラブル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を実施

② 「消費者相談対応マニュアル」、「同ハンドブック」に基づく研修会の開催

- ◇各地区公取協事務取扱所や会員事業者からの要望に基づき、「消費者相談対応マニュアル」及び「同ハンドブック」に基づく研修会を開催(自販連関係1地区、中販連関係3地区、会員事業者3社)で開催

③ 苦情相談件数の多い事業者等への対応

- ◇不当な価格表示及び不適切な販売行為・対応に関する苦情相談が寄せられている会員事業者2社に対し、原因を把握するための広告表示や販売行為等に関する調査を実施中、規約違反が認められた場合は措置をとるとともに、販売対応についても改善指導を実施

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
- ◇地区消費生活センター等からの要請に基づき、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会を8地区で実施

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

- ◇消費者が求める表示や現状の表示に対する認識、評価等について把握するため、調査会社に委託し、消費者モニター調査を実施

11. 広報PR活動の実施

1) 規約及び公取協会会員店で購入するメリットのPR活動の実施

- ◇「適正表示で安心の公取協会会員店」で購入するメリットを消費者に広くPRするため、トラブル未然防止のポイントや「会員店は適正表示で安心である」旨のPR動画を作成しYouTubeに公開、動画に誘導するバナー広告を掲載する等のPR活動を実施
※動画再生回数は約141万回(2022年3月末現在)

2) 会員に対する情報提供の充実

- ◇「AFTC INFORMATION」のメール配信やホームページへの掲載、公取協ニュース等を通じ、自動運転車の表示に関する規約運用の考え方や、中古車の諸費用の考え方、広告表示に関する注意点等の情報を会員に配信

12. 大型車関係事業の推進

1) 規約に基づく適正表示の推進

- ◇大型車関係の会員事業者や広告関係事業者を対象に、規約や広告宣伝に関するマニュアル等に基づく研修会を開催

2) 大型車における燃費や運転支援機能等に関する情報提供のあり方の検討

- ◇大型車ディーラーとの懇談会を開催(自販連京都大型バス・トラック委員会)、独禁法遵守に関する取り組みと併せて、商談・納車時等の運転支援機能や燃費に関する表示(説明)の状況、機能に関するユーザーの理解度等について意見交換を実施

3) 独禁法、下請法に関する普及活動の実施

- ◇関係団体及び会員からの要請に基づき独禁法や下請法違反を未然に防止するための研修会を開催するなど、独禁法、下請法に関する普及活動を実施
- ◇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
- ◇「事業者団体活動と独占禁止法」に関するマニュアルを作成、関係団体等に配布し、今後、研修会を開催

13. 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

- ◇関係団体及び各地区との連携強化を図るため、公取協事務取扱所(全国の自販連支部、軽自動車協会、整備振興会、中販連支所)の所長(専務理事)会議をオンラインで開催

2) 公正取引に関する法令(独禁法、下請法等)の普及指導

- ◇会員における独占禁止法や下請法違反行為の未然防止を図るため、独禁法及び下請法マニュアルの活用を促進、関係団体や会員からの相談に適切に対応

【参考】

1. 規約違反に対する措置件数

○2022年3月末まで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	7 ^{※1}	3 ^{※3}	2 ^{※7}	0	12
警告	1 ^{※2}	2 ^{※4}	0	0	3
嚴重警告	0	3 ^{※5}	0	0	3
違約金	0	2 ^{※6}	0	0	2
計	8	10	2	0	20

※1 写真と価格の不一致(チラシ広告調査)

※2 カタログの装備品に関する不当表示

※3 不当な二重価格表示(チラシ広告調査)、最上級表示に関する根拠の不表示

※4 販売価格に関する不当表示

※5 修復歴に関する不当表示

※6 修復歴に関する不当表示のうち、特に悪質なもの

(「違約金」の2件は「嚴重警告」の措置と併せて課したもの)

※7 過大な景品提供(チラシ広告調査)

2. 規約参加事業者数の現況

○2022年3月末現在の規約参加事業者数

13,917 社 (期首 13,887社)

○2021年4月から2022年3月までの入退会事業者数

入会等事業者数 309 社

退会等事業者数 279 社

(+30 社)

《二輪車関係》

1. 規約に基づく適正表示の一層の促進

1) 店頭表示のセルフチェック活動を通じた適正表示の促進

昨年度に引き続き、販売店が自らチェックを行う、店頭表示のセルフチェック (Google フォームを活用) を実施

①国内4銘柄担当の会員店

◇対象店舗数4,548店中、4,281店(94.1%)においてセルフチェックを実施、規約の遵守率は約95.2%

②オートバイ組合及び輸入組合担当の会員店

◇オートバイ組合関係は、対象店舗数622店中、305店(49.0%)においてセルフチェックを実施、規約の遵守率は約97.6%

輸入組合関係は、対象店舗数223店中142店(63.7%)においてセルフチェックを実施、規約の遵守率は約98.2%

③所属団体はあるが担当販社のない会員店及び所属団体のない会員店

◇対象店舗数1,565店中996店(63.6%)においてセルフチェックを実施、規約の遵守率は約93.5%

上記の結果、対象店舗数6,958店中5,724店(82.3%)においてセルフチェックを実施、規約の遵守率は約95.0%

2) セルフチェックの実施を促進するための方策の検討と実施

◇セルフチェック未実施店に対しては、公取協から電話によるフォロー活動の他、国内4銘柄やインポーター、各地区オートバイ組合によるフォロー活動を実施

◇「表示もれ」等が見受けられた会員店に対しては、改善した旨をFAXで報告するよう要請

上記の結果、対象店舗数940店中712店(75.7%)において改善を実施

2. 中古二輪車の品質評価(「品質評価実施店」)の定着化

1) 「品質評価実施店」の拡充

◇店頭表示のセルフチェックの実施徹底や新規入会講習の実施、品質評価者更新講習受講促進の実施により、適正表示を実施している会員店を「品質評価実施店」に選定(「品質評価実施店」は、対象店6,958店中3,656店(52.5%))

- ◇セルフチェックや講習受講の促進により、「品質評価実施店」における適正表示の継続実施及び未選定会員店の選定を促進することで「品質評価実施店」の拡充を図った(本年度のセルフチェック結果及び品質評価者在籍情報に基づく新規選定候補店は1,442店)

2)「品質評価実施店」の積極的な PR の実施

- ◇SNSを活用した「あなたの街の『品質評価実施店』お店紹介動画の投稿企画」を実施、「品質評価実施店」自らが公取協のSNS上に同実施店の紹介動画を投稿して「安心のポイント」等をPR、併せて、公取協ホームページの「あなたの街の『品質評価実施店』」サイトにおいても紹介するなどPRを展開、現在、投稿数は11件
- ◇「品質評価実施店」に関するPR動画を作成し、YouTubeやSNSへの動画の配信等によりPRを実施(YouTubeでの動画視聴回数は約169万回 ※2021年4月から11月)

3)eラーニングによる品質評価者講習の実施

- ◇eラーニングによる品質評価者講習を継続して実施、受講者数1,242名(新規317名、更新925名)、更新率は87.6%(前年度末85.5%)で、在籍店率は77.1%(前年度末80.2%)
- ◇2021年4月から、入会時の新規講習受講を義務付けるとともに、新規講習を通年実施し、品質評価者在籍店率を向上(本年度の新規入会28社は100%受講)

3. 中古二輪車の適正な走行距離表示の周知徹底

1)二輪情報誌における走行距離表示に関する実態調査の実施

- ◇オークションにおいて「減算歴車」として落札された車両について、販売時(情報誌やWeb サイト)の表示実態に関する第4回目の調査を2021年11月から2022年2月にかけて実施
- ◇調査対象媒体は全国の情報誌及び WEB サイトの4社、調査対象台数は13,386台(情報誌グーバイクについては日本二輪車オークション協会の走行距離確認サービスを利用しているため調査対象外とした)
- ◇調査の結果、会員3社、非会員3社、合計31台において「減算歴車」を実走行距離として表示する等の不当表示が認められたため、会員3社に対し「厳重警告」の措置を実施、非会員が行った不当表示(3社)については、とりまとめ次第、消費者庁や都道府県に措置を要請
なお、今回の調査では、前回の調査から連続して不当表示が認められた事業者はなかった
- ◇調査結果を踏まえ、不当表示未然防止(再違反防止)のため、担当販社(国内4銘柄・インポーター)及び関係団体と連携した指導を実施

2)走行距離の適正な表示に関する周知徹底とPRの実施

- ◇二輪情報誌における走行距離表示に関する実態調査結果を踏まえ、AFTCモーターサイクルインフォメーションにより、会員店に対して適正な走行距離の表示に関する周知活動を実施予定
- ◇消費者に対しては、「中古バイクの走行距離の適正な表示及び会員店は適正表示を実施している」旨のYouTube 動画の配信等により、PR を実施

3)二輪情報誌との連携による適正な走行距離表示の促進

- ◇二輪情報誌と走行距離表示の適正化のための諸課題等に関する意見交換を実施予定

4.「年式」等の表示に関する規約・規則改正(案)の策定

1)「年式」等の表示に関する規約・規則改正(案)について検討を実施

<改正(案)の項目>

- ① 「年式」の表示は、「初度登録(届出)年」に変更
- ② 「使用歴」として、「自家用」、「レンタルバイク」等を表示
- ③ 電動バイクの「燃費」として、「一充電走行距離」を表示

2)規約及び規則改正案の策定

- ◇広報・普及指導部会及び二輪車委員会において規約・規則改正(案)を策定、理事会で承認を得た

5.一層の規約定着化を図るための普及活動や指導體制に関する検討

1)今後の規約普及活動や指導體制等に関する検討

①店頭表示に関するチェックの方法、実施促進のための指導體制等について検討

- ◇セルフチェック未実施店と「表示もれ」があった会員店に対して、公取協及び国内4銘柄や関係団体等によるフォロー活動を実施、セルフチェック実施と表示の改善を徹底

②規約に基づく適正表示の促進、不当表示未然防止のための効果的な規約普及活動のあり方について検討

- ◇国内4銘柄や関係団体と前回の走行距離表示に関する実態調査結果を情報共有し、不当表示未然防止のための普及指導を実施

③関係団体、国内4銘柄等と連携した、より効果的な普及活動の検討

- ◇新会員専用ページを活用した規約普及活動の実施に向けた検討・準備を実施

2)会員店における環境の変化等を踏まえた規約普及指導の検討

◇会員店を取り巻く環境の変化等を踏まえ、担当販社の見直しや今後の効果的で効率的な規約普及指導の方法等について、国内4銘柄や適正表示推進委員会正副委員長及び事務取扱所長会議(オンラインで開催)において、意見聴取する等して検討

6. 会員専用ページの改修による会員店とのコミュニケーションの充実

1)会員専用ページの改修

◇会員専用ページについて、情報の一元化や内容の充実を図るとともに、会員店の利便性を向上させるための改修作業を実施中

<会員専用ページ新機能等>

- ①店舗毎の「品質評価者の在籍情報」や「品質評価実施店の選定状況」、「セルフチェックの実施状況・結果」等の情報をリアルタイムで確認できる
- ②「会員登録情報の確認」、「住所等の変更申請」、「品質評価者の店舗移籍申請」等がオンラインにより手続きできる
- ③「品質評価者講習の申込・受講」、「店頭表示等のセルフチェック」、「店頭展示車プライスカード作成システム」の入口を一元化、簡単な操作で利用できる
- ④「ルールに基づく表示」や「消費者トラブルへの対応」等、会員販売店に役立つ情報を確認できる
- ⑤「各種ツール、マニュアル」がオンラインで注文できる(決済は別途必要)
- ⑥「問い合わせフォーム」から各種質問や問合せができる
- ⑦ 新着情報お知らせ機能(新着情報が追加された際メールで連絡)により、最新の情報を受取ることができる

2)会員店とのコミュニケーションの充実

◇会員専用ページの改修により、メール等を活用した情報提供を充実させる他、公取協が実施している活動等について、随時、会員専用ページから情報を発信して会員店と情報共有するとともに、会員店へのアンケートや意見募集を実施するなど、コミュニケーションの充実を図る予定

7. 冠水車の不当表示未然防止活動の実施及び表示のあり方の検討

1)冠水車に関する不当表示未然防止活動の実施

◇水害等の増加により「冠水車」の販売が社会問題化しつつあることを踏まえ、「冠水車」は中古車として消費者に販売するには適さないものであること、及び、「冠水車」ではない等の虚偽の表示・説明をして販売した場合はもちろん、「冠水車」であることを表示・説明しなかった場合も不当表示に該当することなど、不当表示未然防止のための普及活動を実施

2)冠水車に関する不当表示規定及び規約違反措置基準(厳罰規定)新設の検討

◇規約には、「冠水車」の不当表示に関する規定がないため、二輪中古車規約を改正して「冠水車」に関する不当表示の規定を新設

<規約改正案のポイント>

- ▶ 「冠水車」は中古車として消費者に販売するには適さないため、「冠水車」であるか否かの表示、必要表示事項としては定めない
- ▶ 不当表示の禁止規定に「冠水車であるにもかかわらず、虚偽の表示及びその旨を表示しないことにより、冠水車ではないかのように誤認されるおそれのある表示」を追加

※冠水したことが明らかな車両で、不具合が発生した、または、その可能性のある車両を「冠水車」として取扱う<規約の運用>

◇「冠水車」に関する不当表示について、走行距離の不当表示と同様、初回から「嚴重警告」や「違約金」を課すことができることを定めた規約違反措置基準(厳罰規定)を新設

8. カタログ等における装備品等の表示及び表示管理体制に関する再確認の実施

◇会員事業者が行った、カタログ等における装備品等に関する不当表示に対し、消費者庁が景品表示法違反(有利誤認)として措置命令を行ったことを踏まえ、メーカー及びインポーターに対し、カタログ等の表示及び表示を適正に管理するための体制について、再度確認することを要請

◇今後、再確認の結果に関するアンケート調査や打消し表示の実態把握を実施、打消し表示や表示管理体制のあり方について考え方をとりまとめる

9. 消費者トラブルへの対応及び未然防止活動の実施

1)消費者からの苦情・相談の受付と対応

◇消費者からの苦情・相談を受け、トラブル解決のための適切なアドバイスを行うなど、迅速かつ適切に対応(2021年4月から2022年3月までの相談受付件数は5,103件、うち二輪車関係307件)

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

◇消費者相談事例研究会を開催し、相談事例を基にトラブルの発生原因や問題点を分析、トラブルへの適切な対応及び未然防止策等について検討

【参 考】

1. 規約違反に対する措置件数

○2022年3月末まで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	0	0	0	0	0
警 告	0	0	0	0	0
嚴重警告	0	3 ^{※1}	0	0	3
違 約 金	0	0	0	0	0
計	0	3	0	0	3

※1 走行距離に関する不当表示(過少表示)

2. 規約参加事業者数の現況

○2022年3月末現在の規約参加事業者数

5,577 社 (期首 5,672 社)

○2021年4月から2022年3月までの入退会事業者数

入会等事業者数 28 社

退会等事業者数 123 社

(-95 社)

《四輪・二輪合計》

○2022年3月末現在の規約参加事業者数

19,494 社 (期首 19,559社)

○2021年4月から2022年3月までの入退会事業者数

入会等事業者数 337 社

退会等事業者数 402 社

(-65 社)