

公取協

AUTOMOBILE FAIR TRADE COUNCIL NEWS

ニュース

vol.75

2021.3

信頼されるクルマ販売を促進する

CONTENTS

第130回理事会（オンライン）を開催	1
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策定	4
「冠水車」についての虚偽の表示や不表示は「不当表示」です	5
中古車の支払総額表示に関する消費者・会員事業者対象のアンケート調査を実施	5
自動車公正競争規約等に関するオンライン研修会を開催	7
消費者相談対応マニュアル・お客様相談対応ハンドブックを作成しました	7
二輪車関係ページ	8

編集・発行／一般社団法人 自動車公正取引協議会

<https://www.aftc.or.jp/>

〒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

第130回理事会（オンライン）を開催

—2021年度事業計画（案）及び予算（案）等を承認—

第130回理事会を開催（新型コロナウイルス感染症の拡大防止対応のためオンラインで開催）し、第1号議案＝2020年度事業の進捗状況（業務執行報告）及び決算見込みの件、第2号議案＝2021年度事業計画書（案）及び普通会员会費額（案）並びに予算書（案）の件、第3号議案＝委員会委員長選任（案）の件についてそれぞれ審議し、原案どおり承認されました。

2021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) 規約遵守状況調査の実施
- 2) 広告表示の適正化のための普及活動の実施
- 3) 関係団体との連携による規約普及活動の推進

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
- 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
- 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
- 4) 表示管理体制に関するセルフチェックの実施

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）を理事会（5月開催予定）に上程、承認を得た後、規約改正（案）は総会（6月開催予定）に上程、その後消費者庁及び公取委に認定・承認を申請

割賦販売価格や個人リース料金、サブスクリプション等の料金の明瞭な表示に関する規約運用の考え方を策定、研修会等を通じた普及活動を実施

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
- 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
- 3) 会員及び非会員の不当表示に対する厳正な対処

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
- 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
- 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
- 4) 表示の実態把握及び改善指導の実施

6. 中古車の「支払総額」の表示義務付けの検討

不当表示および消費者トラブル未然防止の観点から、中古車の販売価格として支払総額表示を義務付けることについて検討、年度内に検討結果をとりまとめる

7. 新たな販売方法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
- 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
- 3) 中古車関係における客観的根拠に基づく最上級表示のあり方の検討

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
- 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

冠水車は消費者に販売するには適さないこと、冠水車に関する虚偽の表示や不表示等は不当表示に該当すること等、不当表示未然防止のための普及活動を実施するとともに、規約を改正し冠水車に関する不当表示の規定を新設、併せて規約違反措置基準（厳罰規定）の新設を検討

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
- 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

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
- 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

11. 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PR活動の実施
- 2) 会員に対する情報提供の充実

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
- 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
- 3) 独禁法、下請法に関する普及活動の実施

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
- 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. 規約に基づく適正表示の一層の促進

- 1) 店頭表示のチェック・アドバイス活動を通じた適正表示の促進
- 2) セルフチェックの実施を促進するための方策の検討

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

チェック・アドバイス活動の実施徹底や新規入会講習の実施により、適正表示を実施している会員店を「品質評価実施店」選定の対象とし、同実施店を拡充

- 2) 「品質評価実施店」の積極的なPRの実施
- 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入会時の新規講習受講必須化、新規講習の通年実施を行い、品質評価者在籍店率の向上につなげる

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
- 2) 走行距離の適正な表示に関する周知徹底とPRの実施
- 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

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・規則改正を踏まえた検討の実施
- 2) 規約及び規則改正案の策定

2022年度の改正に向けて、規約・規則改正（案）を策定

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) 今後の普及活動や指導體制等に関する検討
- 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

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
- 2) 会員店とのコミュニケーションの充実

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
- 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

8. 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

2021年度予算

2021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	前年度予算額
1. 会 費 収 入	255,749,000	204,599,200
2. 入 会 金 収 入	1,600,000	1,900,000
3. 事 業 収 入	16,070,000	18,100,000
4. 雑 収 入	350,000	350,000
5. 違約金預金取崩収入	0	3,000,000
6. 調査研究事業引当預金取崩収入	0	3,000,000
7. 指導普及事業引当預金取崩収入	0	3,000,000
8. 広報PR事業引当預金取崩収入	0	1,000,000
9. 情報システム事業引当預金取崩収入	0	2,000,000
当期収入合計	273,769,000	236,949,200

<支出の部>

(単位：円)

勘定科目	予算額	前年度予算額
1. 事 業 費	230,668,000	211,454,800
2. 管 理 費	31,708,000	31,867,000
3. 引当預金支出	9,785,000	9,096,000
4. その他の支出	1,608,000	1,740,000
当期支出合計	273,769,000	254,157,800

<2021年度会費額（年額）>

2021年度会費額（年額）は、以下のとおり

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			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

(単位：円)

		会費額（合計）
①自動車関係団体	7団体	1,320,000
②中古車情報誌及びWebサイト	7社	408,000
③広告関係事業者	2社	240,000
④中古車車両状態評価機関	3社	360,000

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策定

当協議会は、自動運転機能(自動運転化技術レベル3)の一般消費者への理解促進を図るとともに、過信や誤認を招くような表示が行われることのないよう、同機能について表示する場合の機能の内容や作動条件の表示等、必要な表示事項や表示方法について定めた「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」を策定しました。また、併せて運転支援機能(レベル2まで)について表示する場合は、自動運転機能(レベル3)との違いを明確にするために「運転支援機能(車)である」旨を表示することを定めるなど、従来の運転支援機能(レベル2まで)の表示に関する規約運用の考え方を見直した上で一本化し、「運転支援車(自動運転化技術レベル1、2)並びに自動運転車(同レベル3)及びその機能の表示に関する規約運用の考え方」を策定しました。(2021年4月1日施行)

1. 条件付自動運転機能(レベル3)の表示に関する規約運用の考え方のポイント

表示内容

- 自動運転化技術レベル3の車両及びその機能について表示する場合は、以下①—⑤の内容を表示(表示内容は媒体毎に策定)
 - ① 自動運転化技術レベル3の車両は「**条件付自動運転車(限定領域)**」の呼称、同機能は「**条件付自動運転機能(限定領域)**」の呼称
 - ② 条件付自動運転機能の作動範囲(「高速道路渋滞時」等)
 - ③ 機能の内容に関する説明
 - ④ 機能の作動条件(ODD:運行設計領域)や作動しない条件
 - ⑤ システムによる運転の継続が困難になった場合は、ドライバーが運転操作を引き継ぐ必要がある旨など

【規約に基づく表示例：チラシ広告の場合】
 <前提> 作動範囲が「高速道路渋滞時」



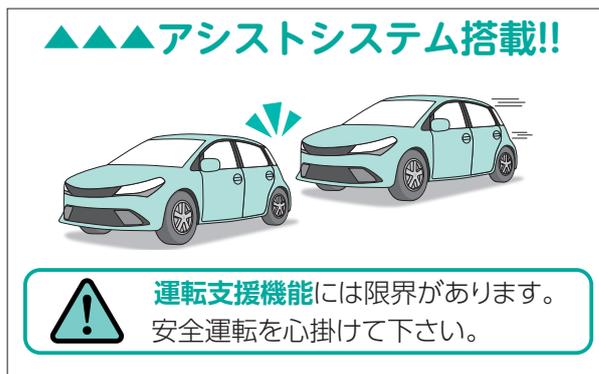
<ポイント> 統一呼称・作動範囲、強調表示
 ■機能の表示の近接した箇所に、3分の1以上(かつ最低8ポイント以上)の大きさで表示

2. 運転支援機能(レベル2)の表示に関する規約運用の考え方の見直しのポイント

表示内容

- ① 「**運転支援機能**」である旨の表示について
 - ・「運転支援車」(レベル2まで)と「条件付自動運転車(限定領域)」(レベル3)の機能の違いを明確にする必要があることから、「運転支援車」の機能について表示する際は、「**運転支援機能である**」旨を表示
- ② 「**自動ブレーキ**」の用語使用について
 - ・新聞やチラシ広告においても「自動」との用語は使用せず、「被害軽減ブレーキ」、「衝突被害軽減ブレーキ」、「衝突軽減ブレーキ」の用語を使用

【規約に基づく表示例：テレビCM(動画)の場合】
 <前提> 被害軽減ブレーキが作動し停止する等の映像を使用



詳細については以下URLをご参照ください。

▶ URL: https://www.aftc.or.jp/content/files/pdf/aftc_info/aftcinfo_20210324_main.pdf

■ 「冠水車」についての虚偽の表示や不表示は「不当表示」です

水害被害の増加により、当協議会消費者相談室に寄せられる「冠水車(水没車)」に関するトラブル相談の件数は増加傾向にあり、また、「冠水車」であることを隠して中古車を販売した販売店(公取協非会員店)と消費者とのトラブルがメディアで取り上げられるなど、「冠水車」の販売は社会問題化しつつあります。

中古車販売時に実際は「冠水車」であるにもかかわらず、「冠水車ではない」等の虚偽の表示・説明を行った場合(虚偽表示)、また、「冠水車」であることを表示・説明しなかった場合(不表示)は、当該中古車の品質や性能等について著しく優良であると誤認されるおそれがある不当表示(優良誤認)に該当します。

また、「冠水車」は、将来的に重大な問題が発生する可能性が非常に高く、公道を安全に走行するという、消費者が中古車を購入する目的を果たすことのできないものであると考えられることから、「中古車として消費者に販売するには適さない」と言えます。会員各社におかれましては、不当表示及び消費者トラブル未然防止の観点から適切な対応を行っていただきますようお願いいたします。

詳細は以下AFTCINFORMATIONをご参照ください。

【AFTCINFORMATION「冠水車」について虚偽の表示や不表示は「不当表示」です】

▶ URL:https://www.aftc.or.jp/content/files/pdf/aftc_info/aftcinfo_20201204.pdf

当協議会は、「冠水車」であるにもかかわらず、その旨を表示しない場合は不当表示となることをより明確にするため、規約を改正し、冠水車の表示に関する規定の新設、併せて規約違反措置基準(厳罰規定)の新設を検討しています。

■ 中古車の支払総額表示に関する消費者・会員事業者対象のアンケート調査を実施

当協議会は、安価な車両価格を表示しながら、高額な「保証」や「整備」等の購入を強制、又は、言葉巧みに購入させる不当な価格表示・不適切な販売行為が見受けられるため、中古車の販売価格として「車両価格と併せて支払総額を表示する」方法に統一することについて、検討を行っています。この度、「支払総額」の表示等の実態を把握し、今後の検討の参考とするため、一般消費者、並びに会員事業者を対象としたアンケート調査を実施いたしました。ここでは調査結果の一部をご紹介します。

一般消費者対象:アンケート調査概要

◆調査期間：2021年3月2日～3月5日

◆10代～70代までの①直近1-2年以内に中古車を購入した方(589名)、②中古車の購入経験はないが、今後購入意向のある方(585名)、計1,174名の男女が対象

▶中古車の販売価格の表示として、「支払総額」は必ず表示した方がよいと思うかについては、「必ず表示して欲しいと思う」が約63%、「できれば表示して欲しいと思う」が約26%と、全体の約90%が、『支払総額を表示したほうが良い』と回答

▶中古車情報誌ウェブサイトで検索した際、購入時に「車両価格のみ」を表示している販売店と、「車両価格と併せて支払総額」を表示している販売店のどちらから購入したいと思うかについては、全体の約81%が、『車両価格と併せて「支払総額」を表示している販売店から購入したい』と回答

- ▶ 支払総額の表示方法については、全体の約75%が『「支払総額」と「車両価格」及び「諸費用」を表示している表示例』が最もわかりやすいと回答

主な理由

- 「支払総額」に加え、内訳としての「車両価格」及び「諸費用」が表示されているため、最も分かりやすいから
- 「諸費用」は、契約内容や登録月(保険料、税金は月割りのものがあるため)等により若干変わるとしても、「諸費用」を明確にすることにより、購入時に必要なおおよその費用が分かるから
- 「諸費用」が明確になり、「車両価格」とともに、他の販売店の中古車と比較検討する際の判断材料になるから

会員事業者対象:アンケート調査概要

◆調査期間：2020年11月18日～2021年1月4日

◆公取協会員のディーラーの中古車販売部門、中古車専門店の中古車販売部門の責任者、担当者、計1,423人が回答

- ▶ 中古車の販売価格の表示として、全体の約75%が「店頭や広告で支払総額を表示している」と回答

主な理由

- 購入の際に必要な金額がわかりやすいから(お客様が求めているものだから)
- 適切な価格表示(不透明な費用や高額な費用が含まれていない等)であることを明確にできるから
- 問い合わせ等、商談時間が短縮できるから

- ▶ 今後、中古車の販売価格として「支払総額」を表示することにした方が良いかについては、全体の約53%が「「支払総額」を表示することにした方が良い」と回答

- ▶ 一方で、全体の約41%が「現状のままの方が良い(車両価格・支払総額のいずれかを表示)」と回答

主な理由 「支払総額」を表示することにした方がよい

- お客様にとってわかりやすいから
- 業者間の不公平さがなくなり、消費者も安心して購入できるから
- (支払総額を表示した方が)ユーザーが検討しやすいと考えるから

主な理由 現状のままの方が良い(車両価格・支払総額のいずれかを表示)

- 現状問題となっていないから
- 毎月(プライスボード等)変更(書き換え)する必要があるから手間

- ▶ 販売価格として「支払総額」を表示することにした場合、必要と考えられることについては、「事業者への周知徹底」、「諸費用の明確化(諸費用として適切な費用・額等)」、「消費者に対するPR(「支払総額」を表示する会員店は安心して購入できること)」等の意見が多く寄せられた

詳細は以下URLをご参照ください。

- ▶ 会員事業者を対象とした中古車の「支払総額」の表示に関するアンケート調査結果報告書
https://www.aftc.or.jp/content/files/pdf/shiharaisougaku_anq_2020.pdf

本調査結果を踏まえ、関係団体や会員事業者の意見を広く聴取するとともに、中古車情報誌賛助会員等とも連携しながら、消費者が表示価格では購入できない不当な価格表示や不適切な販売行為を未然に防止するため、中古車の販売価格の表示を、「支払総額」(内訳として「車両価格」及び「諸費用」を表示)に統一することについて検討を行い、2021年度中に考え方をとりまとめる予定です。

自動車公正競争規約等に関する オンライン研修会を開催

当協議会は、会員事業者の広告や店頭等における適正な表示の推進及び表示管理体制の整備・強化を図るため、「景品表示法や自動車公正競争規約等に関する研修会」を、3月と4月にオンライン形式で開催いたしました。本研修会には、新車・中古車の広告作成に携わる会員事業者、広告関係事業者の皆様、約1,000名以上の方に受講いただきました。

開催日程

3月開催 …… 3月9日(火)、10日(水)、11日(木)、12日(金)、15日(月)、17日(水)、19日(金)、22日(月)

4月開催 …… 4月8日(木)、9日(金)、13日(火)、15日(木)、16日(金)、19日(月)、21日(水) 22日(木)、23日(金)、27日(火)

開催方法

- Web会議システムを使用したオンライン形式

研修内容

<第1部(基礎研修)新車・中古車の規約マニュアル・広告宣伝マニュアルの解説>

- 景表法と公正競争規約のポイント・店頭表示(価格表、展示車)のポイント
- 広告宣伝を行う際のポイント(違反事例に基づく解説)等

<第2部(レベルアップ研修)最近の景表法、規約の運用状況や広告表示等 Q&Aの解説>

- 消費者庁や都道府県から措置が採られた主な違反事例
- 自動運転機能及び運転支援機能について表示する際の留意点等

※第1部の研修を受講された広告関係事業者の方には、「2021年 広告表示管理者研修受講証」を発行、既に第1部の「受講証」をお持ちの方で、第2部の研修を受講された方には、「2021年広告表示管理者レベルアップ研修受講証」を発行

当協議会は事業者単位の研修会も実施しております。オンライン形式・集合形式等ニーズに合わせて対応いたしますので、ご希望の方は所属団体又は四輪車業務部までご連絡ください。

消費者相談対応マニュアル・ お客様相談対応ハンドブックを作成しました

当協議会は、消費者からの新車・中古車の購入等に関する苦情相談の中から、相談の多い事例や最近の特徴的な相談事例について、改正民法に基づく、販売店が行うべき対応(適切な対応方法とその基本的な考え方)やその法的根拠、トラブル未然防止のポイント等をわかりやすく解説した、2021年版の「消費者相談対応マニュアル」(A4サイズ80ページ、販売店の販売責任者、拠点長、お客様担当部門担当者向け)と、「お客様相談対応ハンドブック」(A5変形サイズ44ページ、販売スタッフ(担当者)向け)を作成しました。

消費者トラブルへの適切な対応、トラブルの早期解決や未然防止にご活用ください。



※表紙のデザインは変更となる場合がございます

第3回「中古バイクの走行距離表示に関する実態調査」を実施 全国で41社・64台の不当表示 内4社が再違反、2社が再々違反

当協議会は、二輪車情報誌・同Webサイトに掲載された中古バイクの走行距離について、過去のオークション出品履歴と照合し、適正に表示されているかを確認する、標記実態調査を実施しました。(第1回は2017年、第2回は2018年に実施)

【調査結果概要】

	対象店数	台数	対応等
会員	39社 (内、再々違反2社 再違反4社)	合計52台	全店に改善指導を実施。 →再違反4社は『嚴重警告』の措置 →再々違反2社は『嚴重警告及び違約金』の措置
非会員	2社	合計12台	消費者庁に景品表示法違反として措置を要請

調査の結果、41社(計64台)に不当表示が認められたことから、当該販売店への改善指導を実施するとともに、前回に引き続き規約違反が認められた再違反(2回目)の会員店4社、過去2回に渡り規約違反が認められた再々違反(3回目)の会員店2社については、規約に基づく厳正な措置を採りました。また、非会員店2社については、消費者庁に対し、景品表示法違反として措置を要請しました。

走行距離は、ユーザーが中古バイクを購入する際に重要視する情報の一つです。各販売店におかれましては、絶対に同様の問題が発生することのないよう、当協議会ホームページ等をご覧いただき、表示ルールの再確認をお願いいたします。

走行距離の表示ルールについてはこちらをご覧ください。

▶ <https://www.aftc.or.jp/contents/mc/meter/index.html>

走行距離数に関する不当表示を行った 2社に対し、「嚴重警告及び違約金」の措置

上記でお伝えしました、「第3回 中古バイクの走行距離表示に関する実態調査」において、規約違反が認められた、(株)オートプラザウチ(福岡県)、(株)ワースワイル(東京都)に対し、2021年3月30日付で「嚴重警告及び違約金」の措置を採りました。

今回の措置は、過去2回の実態調査(2017年、2018年)においても規約違反が認められ、度重なる改善指導を行ったにもかかわらず、それに従わず、再度規約違反を行ったため、違約金を課したものです。(規約違反措置基準において、違約金を課した場合には、措置の内容を公表することとなっています。)

<措置の内容>

一般消費者に販売する目的で中古バイク情報ウェブサイトに掲載した中古バイクの表示が、二輪車公正競争規約第17条第3号の「走行距離数について、実際のものよりも少ないと一般消費者に誤認されるおそれのある表示」に該当するため、2社に『嚴重警告』の措置を採るとともに『違約金』を課した。

<嚴重警告及び違約金の措置(2社)>

規約違反の概要① 2台の中古バイクについて、走行距離に関する不当表示を行った

会社名	株式会社オートプラザウチ	中古バイク情報ウェブサイト「Webike」並びに「グーバイク」に広告掲載した2台の中古バイクの走行距離数について次のように表示した。 ①実際のものよりも少ない距離数を表示 1台 ②「走行距離減算車」であるにもかかわらず、「走行メーター交換歴車」として表示 1台
住所	福岡県北九州市戸畑区福柳木 2-1-7	
代表者	池内 修一	

規約違反の概要② 3台の中古バイクについて、走行距離に関する不当表示を行った

会社名	株式会社ワースワイル	中古バイク情報ウェブサイト「Webike」並びに「グーバイク」に広告掲載した3台の中古バイクの走行距離数について、「走行距離減算車」であるにもかかわらず、「実走行車両」もしくは「走行メーター交換歴車」として表示した。
住所	東京都江戸川区東葛西4-2-10	
代表者	岡本 章弘	