



社団法人 自動車公正取引協議会

AFTC 二輪車販売は安心と信頼の輪から

モーターサイクル インフォメーション

2005.8.1創刊号 お店づくりに役立つニュースを隔月配信

「安心して買える店」が 二輪車市場の明日を創ります

平成17年6月10日に開かれた平成17年度地方事務取扱所代表責任者・所長会議では、平成17年度の事業展開について議論し、自動車公正取引協議会にまだ入会していない販売店への入会促進をどのように進めるかという議題と、広報PR活動をどのように展開するかという議題を検討しました。

目標は9月までに 3,000店の新規入会

今後の加入促進策

9月末までに3,000店加入目標
会議では今年9月末までに3,000店の入会を目標に促進活動を行うことを決定いたしました。そのために今後、次のような活動を行います。

- 1)自動車公正取引協議会としてNMCA日本二輪車協会・全国オートバイ協同組合連合会と未加入店に対しDMを発送するなど加入を働きかける。
- 2)地域ディストリビュータを対象に準規約指導員研修会を開催し、未加入店に対し加入促進をお願いする。
- 3)全国各地に規約普及の受け皿並びに会員との意見交換の場となる「二輪車適正表示推進委員会」を順次設置してゆく。
- 4)10月に推進活動の成果を総括し、必要があればその時点で見直す。

「二輪車公正競争規約」とは

現在、二輪車販売は下のような環境に置かれています。

ユーザーからのクレームが増加
二輪車販売のイメージが低下
メーカーや販売店への社会的責任要求の高まり
不当表示・法令遵守などへの追及

これに対応しようと、二輪車メーカー・販売店・
輸入車関係・オークションとで意見を交換しました。

新車より中古車でユーザートラブルが多い
新車への規約適用(昭和46年からある)だけでは効果がない
四輪車では当然の商慣行が二輪車ではなされていない

四輪車業界に比べ二輪車業界への社会的信頼度は低く、
大きな社会問題になる前に手を打つ必要があります。
そこで「二輪車公正競争規約」を策定し、
公正取引委員会の認定を受けました。

共通のプライスカードや品質評価書(中古車)による
販売をする
不当表示で法的に問題になるケースは公正取引協議会が
指導(非会員店は行政機関から法執行)
業界全体で公正取引協議会会員店での購入が
安心というPRをする
販売方法や苦情相談情報を提供する

自動車公正取引協議会会員証をお店に掲げれば、
お客さまに「二輪車を安心して購入できる店」という
イメージを持っていただけます。

お客さまとの対話のスタート台

——「公正競争規約」と販売店

社団法人自動車公正取引協議会 宗国旨英顧問

皆さん、こんにちは。いつもたいへんお世話になっています。

2003年の10月に、二輪車の「公正競争規約」が、皆さま方のご努力ご理解により、公正取引委員会の認定を受けました。その後、どの程度浸透しているかを調査された結果をいただきました。プライスカード、査定、契約書、注文書、保証書、定期点検整備などの項目別データが整理されております。これを拝見すると、ここまでレベルが上がってきたのかという思いと、まだこの程度の実態かというのと両方の感想があります。

なぜ二輪車は売れなくなったか

ひとつめの問題は二輪車の販売方法です。ご存じのように、二輪車の販売台数は、日本市場では毎年ずっと減少してきました。なぜこんなにマーケットが減少したかと考えますと、ひとつには、お客さまの求めていることと、二輪車業界のお客さまへの対応に齟齬があるのではと思っています。情報社会はスピードをもってますます進み、業界活動や企業活動においては、ガバナンスやコンプライアンスがもっとも重要なひとつとなり、社会のさらに厳しい目が向けられています。最近の日本の多くの企業の経営の行き詰まりには、資金繰りだけでなく、社会のルールへの対応が不十分で、難しい局面に追い込まれている例が多く見られます。ルールをちょっとでも破ったらお客さまから「NO」を突き付けられるというような市場社会が、少なくとも先進国では構築されているわけです。

お客さまの要求は「透明性」

今、スーパーに行ってもコンビニに行っても、どんな小さい金額でも、価格がきちっと表示されていますし、お客さまもそれが当然だと思っています。野

菜、魚など、詳細に産地まで表示されています。ブレンド商品では外観では判らない内訳がきちっと表示されています。二輪車をご購入されるお客さまもこういう中で生活をされています。

今般の調査で見ると、そういう社会に慣れて育っている二輪車の若いお客さまから、「価格の表示がしっかりしてない」と言われているわけです。査定や保証書などの表示がない業界とはつきあえないと。つまり、われわれの業界、流通自体に「NO」を突き付けられている。二輪車のマーケティング、販売手法なりサービス手法自体に、「NO」を突き付けられた結果、どんな商品を出しても商売が向上していかない、こういうふうになっているのではないかと思うわけです。

従って、二輪車を扱っていただく販売店さんには、この「公正競争規約」を守っていただくことがご商売のスタートであり、二輪車業界の基準であり、守っていただくことが取引の基本であると考えます。

「安全」は業界の生命線

ふたつめが、安全の問題です。今取り組まなければならないのは、「二輪車は経済的で、便利で楽しい乗り物だ。乗るのは正しい安全な使い方を学んでから」という教育です。小泉首相が、「10年間で交通事故死半減」とおっしゃっています。つまり2013年に5,000人です。その中には当然、二輪車の交通事故死が入っています。われわれもいろいろ努力をしましたが、世の中は、まだ「3ない運動」という言葉に代表されているように、「二輪車は危険な乗り物だ」と言っています。

われわれがマーケットを開拓する先は、まさに免許の取れる16歳の高校生の方々です。そこが「NO」になりますと、

これは致命的なことです。でも、ここをみんなでもう一度考えて、ある地区とか、ひとつの町、学校でも、われわれが安全な指導を行って、事故のない乗り物として、生徒さんたちに喜んでもらい、PTAの皆さんからもご理解いただく必要があります。われわれが、教育にかかわる皆さん方と、安全というテーマに取り組んで、全国で少しずつでも展開していかなければなりません。

もし二輪車が今のままで10年たったら、またその間われわれが努力を怠ったら5,000人の大部分を二輪車が占め、「3ない運動」どころじゃなく、もっと世の中からバッシングを受ける乗り物になるわけです。放っておくと、社会から「NO」と言われて撤退しなくてはならない業界になる危険性を持っているのです。もう一度原点から、二輪車の安全に取り組んでいく必要があります。

環境にはプラス評価の可能性も

3つ目は環境問題です。ご存じのように、今年からロシアも参加して、京都議定書が世界中でスタートしました。京都で決まったので日本は率先してやっていくわけです。2008年から12年の間に、対1990年比でマイナス6%を達成しなくてはならないのですが、日



本中の排出量のうち、われわれ運輸部門が21%で、その90%はクルマです。四輪、二輪含めたクルマです。

ハードルは高いのですが、実は二輪車にとってはプラスです。二輪車は非常に省資源の燃費もいい乗り物だからです。排気量が圧倒的に少ないわけですから、2010年代に入って、われわれが正しく訴えていけば、モーターサイクルのプラスファクターとして認められると思っています。もちろんフロン回収、今年スタートしたリサイクル、等々を業界として完全に履行して社会に認められたうえでです。

鍵を握る販売店さま

ただしその条件は、さきほど言いましたように、まず第一に、お客さまからご理解いただける透明性の高い流通網です。ふたつ目は、決して危ない乗り物ではないというアピールです。ちゃんとした教育とルールを尊重する人たちの乗り物で、安心して乗れる商品なんだということを、この10年で浸透させていかなければなりません。

どれもたいへん高いターゲットですけど、どこが一番重要かと言うと、販売店さんがお客さまとの接点だということです。販売店さんが、積極的な気持ちを持ってお客さまに対応していただくということに、すべてかかっているのです。

各メーカー系列の販売組織が、今一極集中になっていますから、販売店さんとの接点が非常に薄くなっています。そのマイナス要因をどうやって乗り切るか。これには、皆さんのベクトルを合わせていくことに尽きると思います。メーカー系列も輸入車業界も、新車も

中古車もなく、二輪車を取り巻く関係業界のすべてがベクトルを合わせて、良い方向に向かっていかないと、10年たっても、大きな果実を得られないのではないかと思っています。

われわれが背負っている課題

世の中には、どんどん新しい販売チャンネルができています。代表的なのがスーパーマーケットです。どの店に入っても同じサービスを得られるという、この安心感がすべてなのです。しかし、わが業界のマーケティングはばらばらです。きちんとやってくださるお店もあれば、「昔から、おれはこうやってきたんだ」とばかりに、天下の公道である歩道とか車道に、中古車や修理車を並べて、ひどい時は、歩道に油を流したりするお店もある。「二輪車は安全だ」といくら主張しても、こういうお店を見ると、「何が安全だ!」ということになってしまいます。世の中のルールに対して、われわれは非常にハンデを背負っているのです。でも、それをすぐに直していくことはできないとしても、「10年かけて改善するんだ」と目標を掲げて、ベクトルをひとつにして取り組む必要があります。小泉さんの交通事故死者

半減が2013年、京都議定書が2012年ですから、ともに10年。この10年の中で、ご理解をいただける販売店さんを全部が一度には無理ですから1地区1店でもいいのです。ひとつひとつ増やしていくという解決方法しかないのではないかと考えています。商売の競争をしながら、同時にこういう、みんなが力を合わせて動いていく業界でありたいと思っています。

業界再構築の第1歩に

そのまず第1歩が、この「公正競争規約」というスタート台なのです。これは本当にお客さまとの対話のスタートです。二輪車という商品を扱っているということでは、国産メーカーも輸入車も、中古車も新車も、違いはありません。安全への取り組みも、環境への取り組みも、このスタート台の上ではじめてベクトルが合う。そうして、ただ単なる「公正競争規約」じゃなくて、二輪車業界自体をまさに再構築する第1歩という位置付けで、これにお取り組みをいただければと、こんな思いであります。ありがとうございました。

(平成17年6月10日、「平成17年度地方事務取扱所代表責任者・所長会議」での講演)



自動車公正取引協議会とは

社団法人自動車公正取引協議会(自動車公取協: Automobile Fair Trade Council)は、公正取引委員会から認定されたルールである「自動車公正競争規約」を運用する機関として、昭和46年(1971年)12月に設立された公益法人です。

自動車メーカーや国産・輸入車の新車・中古車・二輪車販売店が会員となっています。

日本は世界有数の自動車保有国であり、自動車は私たちの毎日の生活に欠かせないパートナーとなっています。自動車公正取引協議会は、その大切なパートナーであるクルマとバイク選びの際に必要な価格や品質等の適正な情報の提供と、不当な表示等を禁止することを通じ、消費者に信頼されるクルマ販売を推進しています。

社団法人自動車公正取引協議会
二輪車業務グループ
〒102-0093 東京都千代田区平河町1-9-3
Tel. 03-3556-2733(二輪車関連グループ)
Fax 03-3265-7978
<http://www.aftc.or.jp>

構成8団体

社団法人日本自動車工業会(自工会)
社団法人日本自動車販売協会連合会(自販連)
社団法人全国軽自動車協会連合会(全軽自協)
日本自動車輸入組合(輸入組合)
社団法人日本自動車整備振興会連合会(日整連)
社団法人日本中古自動車販売協会連合会(中販連)
日本二輪車協会(NMCA)
全国オートバイ協同組合連合会(AJ)

公正競争規約と公取協会会員店をPR

基本方針

広報活動は夏場に重点を置く

入会依頼の文書発送はすでに始まっています。また、7月と8月はさまざまなバイク・イベントが催されるので、そこに合わせて広報活動を重点的に行うことになりました。

お客さまは公正さを要求している

近年、お客さまからは二輪車の「公正な販売」への要求が高まっています。お客さまに対する適正な商品情報の提供と、販売店どうしの公正な競争を実現するために二輪車業界が自主的に決めたルールが「公正競争規約」です。まず、このルールを、お客さまや販売店にもっとPRする必要があります。

適正表示は業界の信頼を高める

全国の販売店が、「公正競争規約」にしたがってバイクを販売すれば、お客さまは新車・中古車を問わず、「適正な表示」により必要な情報をどのお店でも共通の形で受け取ることができます。こうして、購入時の不安感がなくなり、市場の活性化につながります。

会員店なら安心して買える

この「公正競争規約」が広がると、お客さまは「適正な表示」を行っている安心な店と、そうでない店を選別できるようになります。お客さまが安心して買えるお店はどのお店なのかを、もっとPRする必要があります。そのための活動を次のように展開します。

展開方法

1 バイク専門誌において 会員店のPRを実施します

お客さまが購入する際の販売店のチラシやプライスカードの見方やチェックポイントをアピールし、あわせて安心して購入できるお店として会員店リストを掲載します。



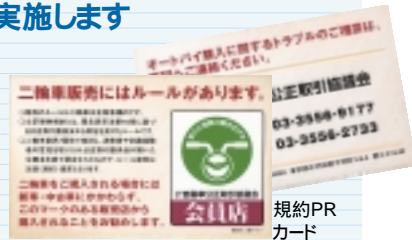
昨年の雑誌広告

2 バイクイベントにおいてPRを実施します

モーターサイクルショー、鈴鹿8時間耐久レースなどで、お客さまが購入する際のチェックポイントや公取協会会員店マークのパネルを掲出し、お客さまに名刺サイズのPRカードを配布します。

二輪車関連イベント

イベント名	開催場所	開催期間
鈴鹿8時間耐久レース	鈴鹿サーキット(三重県)	7月30日~31日
バイクっていいよねin大阪	大阪	8月7日
バイクの日中央イベント	横浜	8月19日~20日
バイクのふるさと浜松	静岡	8月20日~21日
MotoGP	ツインリンクもてぎ(栃木県)	9月17日~18日
大阪モーターサイクルショー	インテックス大阪	平成18年3月(予定)



規約PRカード

3 会員店認知度アップ ポスターを配布します

まだお客さまに公正取引協議会会員マークへのなじみが無いのも事実です。まず、マークが安心購入できるお店の目印であることを認知

会員店向けポスター

してもらい必要があります。そこでバイク専門誌への広告掲載やバイクイベントへの出展にあわせて、「公正競争規約を守り適正表示で販売している安心のお店」であることをお客さまに認知してもらえらる啓発ポスターを会員店に7月中に発送します。

4 インターネット上でもPRを実施します

メーカー・関連団体のホームページから公正取引協議会ホームページへリンクを貼ってもらうよう依頼します。また自動車関連サイトのバナー広告より、公正競争規約および会員店をPRします。

5 メーカーなどに協力してもらいます

二輪車の広告やカタログに公正取引協議会会員のマークを掲載し、マークのあるお店で購入するようお客さまにアピールしてもらいます。会員店の皆さまも広告には積極的にマークを表示してください。

会員ステッカー



会員証

6 販売促進に役立つツールを 配布します

会員販売店に「広告表示のチェックリスト」「消費者トラブル未然防止のためのポイント」を7月中に配布します。

7 定期的に情報を提供します

今ご覧の「AFTCモーターサイクルインフォメーション」をPDFファイルで会員販売店に配布し、公正競争規約の運用状況や公正取引協議会の活動をお知らせいたします。