



公取協ニュース

No.49
24.3.30

編集・発行

社団法人 自動車公正取引協議会

〒102-0093 東京都千代田区平河町1丁目9番地3号(京商ビル内)

TEL 03-3265-7975(代表) FAX 03-3265-7978

ホームページ <http://www.aftc.or.jp/>

目次

エコカー補助金・減税に関する表示を行う際の留意点について…	1	消費者関連団体との懇談会を開催…	6
広告における具体的な表示例…	2	消費者モニターとの情報交換活動を実施…	6
燃費の表示等に関する懇談会を開催…	2	二輪車関係ニュース…	7
公取協相談窓口からのお知らせ…	3	非会員事業者5社に対し、消費者庁が措置命令…	8
消費生活センターとの懇談会を開催…	3	広告表示等に関する問い合わせ…	8
規約遵守状況調査を実施…	4	お知らせ…	8

エコカー補助金・減税に関する表示を行う際の留意点について

環境性能に優れた新車の購入を促進することで、環境対策への貢献と、国内市場の活性化を図ることを目的に、エコカー補助金・減税が実施されています。当協議会では、制度の内容について正確な情報を提供することにより、消費者の誤解やトラブルを未然防止するという観点から、表示の留意点をまとめましたので、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。

必要と考えられる表示内容

エコカー補助金

- 1) 平成25年1月31日までに新車新規登録(届出)された自動車の対象となる旨及び期間内であっても予算がなくなった場合には終了となる旨
- 2) 補助金を受けるには、平成24年5月31日(木)までに登録(届出)された自動車は6月29日(金)までに、6月以降に登録(届出)された自動車は翌月末までに、審査機関に申請が受理される必要がある旨及び交付決定後申請者に直接交付される旨
- 3) 新車新規登録(届出)日より1年以上の間、原則として同一の者による使用が求められる旨
- 4) 詳細については、販売店(スタッフ)に尋ねられたい旨

エコカー減税

- 1) エコカー減税は、自動車取得税については平成27年3月31日、自動車重量税については平成27年4月30日までに新規登録(届出)された自動車を対象となる旨
- 2) 自動車税の減税について表示する場合は、平成26年3月31日までに新規登録された自動車を対象となる旨、及び翌年度の支払い分が減税される旨
- 3) 車種、グレード、オプション選択等により減税額は異なる(対象外となる場合もある)旨
- 4) 詳細については、販売店(スタッフ)に尋ねられたい旨

◆エコカー減税について表示する場合には、4月以降の減税も踏まえ、消費者の誤解やトラブルが発生することのないよう、十分に配慮した広告宣伝活動を行って下さい。

◆商談の際には、詳細について十分な説明を行って下さい。

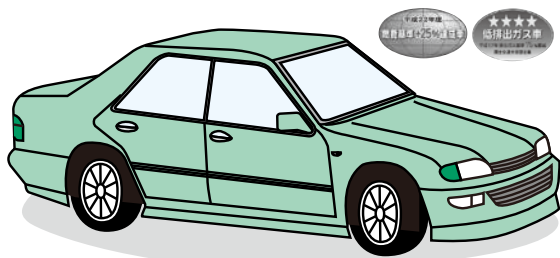
< 広告における具体的な表示例 >

スカーレット 2.0X(2000cc・4AT・2WD) メーカー希望小売価格 251.4万円(※1)

取得税・重量税 75%減税(※2)

+

エコカー補助金 10万円(※4)



減税と補助金で
245,100円優遇

自動車取得税減税	80,600円(※2)
自動車重量税減税	45,000円(※2)
自動車税減税(翌年度分)	19,500円(※3)
エコカー補助金	100,000円(※4)

※1 価格はメーカー希望小売価格で参考価格です。実際の販売価格は各販売店が独自に定めています。保険料、税金(消費税を除く)、自動車リサイクル料金、その他登録等に伴う費用等は含まれておりません。

★ 減税について

※2 エコカー減税について ○自動車取得税の減税は平成27年3月31日まで、自動車重量税の減税は平成27年4月30日までに新規登録した場合、○グレードや装着されるオプションにより減税額が変わる場合や、対象外となる場合があります。

※3 自動車税の減税は平成26年3月31日までに新規登録した場合、翌年度分の支払い分が減税されます。購入時には、減税前の税額を月割りでお支払いいただきます。

★ 補助金について

※4 エコカー補助金について ○補助金対象車を平成25年1月31日までに登録した場合、ただし、期間内であっても予算がなくなった場合には終了となります。○補助金を受けるには、5月31日(木)までに登録(届出)された自動車は6月29日(金)までに、6月以降に登録(届出)された自動車は翌月末までに、審査機関に申請が受理される必要があります。交付決定後、申請者に直接交付されます。○新規登録(届出)より1年以上、原則として同一の者による使用が求められます。

★ くわしくは各販売店スタッフまでお問合せ下さい。

燃費の表示等に関するディーラーとの懇談会を開催

ディーラーにおける燃費や環境等に係る表示の実態把握を行うとともに、電気自動車等の次世代環境対応車の普及を踏まえた、燃費表示のあり方について検討を行うため、自販連富山県、岡山県支部それぞれの会員ディーラーとの懇談会を開催しました。懇談会には、会員ディーラーの担当者他、公取協関係部会(WG)の委員、自販連支部事務局の方々にもご出席いただきました。

懇談会で出された主な意見

< 燃費表示等の実態や要望等について >

- ・商談の際、ユーザーに「実際にはどれ位の燃費になるのか」を聞かれた場合、できるだけ数値では回答しないようにしている
- ・現在、2つのモードが併記されているが、その違いを説明するのに苦労している。国やメーカー(業界)等がJC08モードの測定方法も含め、もっと積極的にPRすべき
- ・富山県は雪も多く、スタッドレスタイヤ等の影響もあり、首都圏に比べると実際の燃費が低い傾向にある。そのため、公式テスト値が「走行条件によって異なる」旨をもっとはっきり表示する必要があるのではないか
- ・テレビCMでの燃費訴求が行き過ぎている
- ・最近は試乗車を多く用意し、実際の燃費を体感してもらおうようにしている(審査値どおりには走らない、という声も多く聞かれる)

< ユーザーサイドの燃費に関する意識の変化について >

- ・多くの方が「実際には審査値どおりには走らない」という認識を持っているが、中には「審査値どおり走る」ものと思っている人もいる(女性ユーザーに多い)

< 表示する燃費の数値について >

- ・基準(ものさし)としては、公式テスト値は必要。ただし、「どういう計測方法なのか」、「実際の燃費は悪くなる」ということをきちんと伝えるべき
- ・電気自動車は、どういう走り方をすればどれくらい走るのか分からないので、メーカーでテストした際の数値等を表示できた方が現場は助かると思う。ただし、あくまでも「参考」という位置付けで表示されることが必要

公取協消費者相談窓口からのお知らせ

買取りや次回車検時の法定費用の返還に関する トラブルが増えています

公取協ホームページの「公取協相談窓口からのお知らせ」の中で、消費者向けに、相談の多い事例とトラブル未然防止のための注意点を紹介しています。

併せて、会員事業者向けには「コンシューマーレポート」の中で、トラブル未然防止のための販売店の注意点を掲載しています。今回は、「買取り」と「次回車検時の税金等の返還」に関する事例を紹介します。

「買取り」に関する相談

消費者からの相談内容①

自宅で車を見てもらい、査定額50万円と言われたので契約した。ところが、後日、買取り店から「オークションで修復歴があることが発覚したので、20万円減額する」と言われた。

【トラブル未然防止のための販売店の注意点】

買取り店はプロであることから、修復歴の有無など通常の注意を払えば発見できたと判断される場合は事業者側に「重大な過失」があったこととなります。このようなケースでは一方的な減額は認められないものと考えられます。クルマのプロとして、査定時の十分な車両のチェックを行って下さい。

消費者からの相談内容②

買取り業者に20万円で購入するとの契約書にサインした。事情があり、3時間後にキャンセルを申し出たところ、「約款にあるとおり、キャンセル料として10万円支払ってもらう」と言われた。

【トラブル未然防止のための販売店の注意点】

キャンセル料として請求できるのは、あくまで合理性のあるもの(実損金)に限られます。たとえ約款で「一律10万円」と定めた条項があったとしても、平均的な損害額を超える部分については、消費者契約法により、無効となると考えられます。約款の見直し、改訂が必要です。

消費者からの相談内容③

1週間後に車を引き渡すということで、買取り契約を交わしたが、その際、車検証を持って行かれてしまった。車を使いたいため車検証の返還を求めたが断られた。

【トラブル未然防止のための販売店の注意点】

車検証不携帯での走行は道路運送車両法に違反する行為であり、消費者が運転することを知りながら車検証を預かることは同法違反の共犯行為となります。車検証や自賠責保険証書等は代金の支払いと同時に受け取る必要があります。

「次回車検時の自動車重量税や自賠責保険の返還」に関する相談

消費者からの相談内容①

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。

消費者からの相談内容②

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。併せて、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)についても前払いを求められ、支払った。ところが、車検の前に全損事故に遭い、廃車することとなったため、法定費用の返還を求めたが、返してもらえない。

【トラブル未然防止のための販売店の注意点】

- メンテナンスパックの内容(メンテナンス内容、対象期間等)、また途中解約した場合のメンテナンス費用の払戻し(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、適当ではないと思われます。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。

国民生活センターから、震災後の中古車不足を背景に、強引な買い取りや解約トラブルが増加しているとの発表が行われました。詳細は下記をご覧ください。

http://www.kokusen.go.jp/news/data/n-20120315_3.html

消費生活センターと自動車関連団体との懇談会を 宮城、福岡、熊本の3地区で開催

消費生活センターと連携して消費者からの苦情・相談への円滑な対応を図るため、「消費生活センターと自動車業界団体との懇談会」を宮城(仙台市で12月に開催)、福岡(福岡市で11月に開催)、熊本(熊本市で3月開催)の3地区で開催しました。懇談会では、自動車業界団体から、各団体の概要や相談対応への取り組み状況等について説明、消費生活センターからは自動車に関する相談受付状況、相談対応で苦慮している点について説明が行われた後、トラブルの早期解決、拡大防止を図るための意見交換を行いました。

店頭表示や広告表示に関する規約遵守状況調査を実施

△ 員店の新車及び中古車の店頭（プライスボード等）表示や広告（新聞、チラシ）表示に関する規約遵守状況の実態把握を目的に、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、表示状況の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。

なお、調査結果については報告書としてとりまとめ、関係団体を通じて会員販売店に再度周知するとともに、問題点について改善指導を要請しています。

店頭表示 実施期間：平成23年6月から平成24年2月にかけて実施

調査結果の主なポイント

<新車関係>

	価格表	店頭展示車	注文書
調査対象社数	1,309社	1,251社	1,302社
規約どおり	93.5%	85.5%	94.9%
表示漏れ	6.5%	14.5%	5.1%

◆主な表示もれ

- ・ 価格表、店頭展示車、注文書のいずれも車両本体価格に付属品、特別仕様等の価格を加えた合計金額を表示した場合の、「付属品単品名」「付属品単品価格」「合計金額」の表示漏れ
- ・ 価格表、店頭展示車における「リサイクル料金の額」の表示漏れ

<中古車関係>

対象社数 4,592社

①店頭展示車の表示状況（70%以上の実施率の割合）

調査項目	遵守率	
保証の有・無	95.0%	
定期点検整備の実施状況（整備の有・無の表示）	89.8%	
「有」の場合、「済」「納車時」	93.2%	
「納車時」の場合、価格に整備費用を含むか否か	93.1%	
価格に整備費用を含まない場合の整備費用の額	77.8%	
「無」の場合で要整備箇所がある場合、その旨	68.9%	
自動車リサイクル料金（「リ料」）の表示		
未預託の車両	未預託である旨及び廃棄時にリ料の支払いが必要である旨	79.9%
預託済みの車両	リ料を価格に含めない場合 ⇒リ料相当額と別途必要である旨の表示	89.5%
	リ料を価格に含める場合 ⇒含まれている旨	76.2%

対象社数 4,386社

②注文書の表示状況（70%以上の実施率の割合）

調査項目	遵守率
走行距離数の表示	97.9%
保証の有・無	93.0%
定期点検整備の有・無	86.2%

対象社数 415社

③特定の車両状態の表示（該当車両がある事業者が対象）

調査項目	遵守率
走行距離計が取替えられている場合の「走行距離計が取替えられている旨及び取替え前・後のキロ数」	93.4%
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推定キロ数、根拠がない場合の「不明」	76.8%
走行距離計の改ざんが判明した場合の「走行距離が改ざんされている旨」	80.2%
修復歴がある場合の「修復歴がある旨及びその部位」	89.8%
要整備箇所がある場合の「要整備箇所がある旨及びその箇所」	68.6%

対象社数 205社

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）

調査項目	遵守率
走行距離計交換歴車シールの貼付	63.4%
走行距離計改ざん歴車シールの貼付	38.5%

広告表示 調査対象：平成23年9月の新聞、チラシ広告が対象

調査結果の主なポイント

<新車関係>

	調査対象	規約どおり		表示漏れ等	
		平成23年度	平成22年度	平成23年度	平成22年度
平成23年度	1,792枚	1,265枚	70.6%	527枚	29.4%
平成22年度	1,820枚	1,263枚	69.4%	557枚	30.6%

◆主な表示漏れ等

①車両本体とディーラーオプションをセットにして販売する場合に「車両本体価格又は合計金額」を表示していないもの

- ◆車両本体とディーラーオプションをセットにして販売する場合は、その合計金額を表示するとともに、内訳として車両本体価格とオプションの名称及びオプションの合計金額を表示する必要があります。

②広告にはオプションを装着した写真を掲載しながら、「オプション代金を含まない価格」のみを表示したもの

- ◆広告掲載車にオプションが装着されている場合は、原則としてオプションを含んだ価格を表示する必要があります。
- ◆止むを得ず、オプションを含まない価格を表示する場合は、装着されているオプションの内容と価格、並びに当該オプションの価格は販売価格には含まれていない旨を明瞭に表示する必要があります。

③写真掲載車の価格を表示せず、当該車種の価格帯のみを表示したもの

- ◆写真やイラストと販売価格を併用して表示する場合は、その写真・イラストに使用する車の価格を明瞭に表示する必要があります。
- ◆広告掲載車の価格を明瞭に表示した上で、価格帯を参考として表示することは問題ありません。

※「参考として表示とは」… 広告掲載車の販売価格の表示と比べて文字の大きさを同等以下にし、配色や広告掲載車と価格との関連に注意するなど、広告掲載車の販売価格より目立たないように表示すること

<中古車関係>

	ディーラー関係		専門店関係		合計				
	平成23年度	平成22年度	平成23年度	平成22年度	平成23年度	平成22年度			
調査対象	595枚	53.3%	48.4%	521枚	46.7%	51.6%	1,116枚	100.0%	100.0%
規約どおり	56枚	9.4%	11.6%	1枚	0.2%	0.5%	57枚	5.1%	5.9%
表示漏れ等	539枚	90.6%	88.4%	520枚	99.8%	99.5%	1,059枚	94.9%	94.1%
保証の有・無	283枚	47.6%	52.2%	196枚	37.6%	36.0%	479枚	42.9%	43.8%
定期点検整備実施状況	140枚	23.5%	29.3%	42枚	8.1%	6.4%	182枚	16.3%	17.5%
修復歴の有・無	420枚	70.6%	77.1%	312枚	59.9%	75.8%	732枚	65.6%	76.4%

◆主な表示漏れ等

①「保証内容」の表示はあるが、広告掲載車の「保証の有・無」が表示されていないもの

- ◆広告に掲載した車両について、「保証」が付くのか、付かないのか（「保証つき」、「保証なし」のいずれか）を表示する必要があります。（一台ごとに表示する方法の他、「全車保証つき」等の一括表示も可能）
- ◆また、「保証つき」と表示する場合は、保証に要する費用（保証を付けるための保証料や整備費用）は販売価格に含めて表示しなければなりません。

②「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）」であることがわからないもの

- ◆実施する整備の内容が「定期点検整備」であることが分かる用語を使用する必要があります。（例：定期点検整備、法定点検）
- ◆整備の内容が納車整備等の軽整備の場合、「定期点検整備あり」と表示することはできません。

③販売する中古車の写真ではなく、同車種の新車の写真を掲載していたものなど、掲載した写真と販売価格が一致しないもの

- ◆中古車の写真を掲載する場合は、実際に販売する中古車の写真を使用する必要があります。

消費者関連団体との懇談会を開催

3月6日に消費者関連団体との懇談会を開催しました。本懇談会では当協議会の消費者関連事業への取り組み等についてご意見をいただき、今後の事業の進め方に反映させることを目的に毎年開催しているものです。本年度は下記団体から出席いただき、意見交換を行いました。また、当日は、消費者庁の担当官と自工会、自販連、中販連、輸入組合、NMCA日本二輪車協会、全国オートバイ協同組合連合会、JAFなどの関係団体からも出席いただきました。

消費者関連団体からの出席者

国民生活センター／主婦連合会／全国地域婦人団体連絡協議会／消費科学連合会／全国消費生活相談員協会

懇談会で出された主な意見等

- 販売店には業界団体に加盟していない事業者も多いことから、加入を促進すべきである
- 「車検」に関する相談が多い。業界として何らかの対応が必要ではないか
- 国民生活センターに寄せられる相談や苦情のランキングを見ると、「賃貸住宅」と「自動車」が過去30年間連続して上位10位以内に入っている。最近では、買取りのトラブルも多く、一旦高い査定額を提示した後で、買取り車両に難癖をつけ、査定額を落とすなど、悪質な事例も見受けられる
- 電気自動車の販売に関連して、売る側もその特性がまだ分からないためか、航続可能距離について誤解を招くような説明をしてトラブルになるケースも見受けられる

消費者モニターとの情報交換活動を実施

自動車に関する広告等の表示について、一般消費者がどのような疑問や関心を持っているか、規約で規定している内容についてどのような見方をしているかなど、生の声を聞き、規約運用に反映することを目的として、首都圏在住の方（27名）に消費者モニターとしての活動をお願いしています。今年度、消費者モニターの皆さんからいただいた主な意見をご紹介します。

中古車情報誌に関する意見

- ・掲載車両に評価点がついているが、評価点の基準がわからない
- ・「全車安心無料保証付き」と大きく書いてあるが、注意書きで一部保証が付いていない車両もあると表示しており、保証が付いていない車両があるのであれば、全車という表示はおかしい
- ・支払総額を表示する際に「整備別」、「保証無」となっているが、中古車を販売するときに、点検整備をせずに販売してもよいものなのか

新聞・チラシ広告の表示に関する意見

<新車に関する意見>

- ・残価設定ローンの表示を行う際、月々の支払額のみを極端に強調して、割賦販売の支払例は小さくなっている（裏面に表示しているケースもある）

- ・ナビ取り付けが前提の販売なのに、「工賃は別途必要となります」では、実際にいくらかかるのかわからない
- ・「低燃費」と書かれているが、何を基準に低燃費と表示しているのか不明である

インターネット広告の表示に関する意見

<インターネットオークションについて>

- ・車両情報に「わからない」、「不明」等の記載が多く、しかも業者が出品しているケースもある
- ・表示価格以外に付帯費用が発生するのか不明である

<中古車情報サイトについて>

- ・「保証の詳細についてはお問い合わせください」の表記が多く、保証内容を表示してほしい
- ・車両価格と支払総額の差額に何が含まれているのか表示されていない

「品質評価者講習会」を全国50会場で開催

規約に基づく二輪中古車の品質評価・品質査定の実施促進を図るため、平成23年9月から12月にかけて、全国50会場において「品質評価者講習会」を開催しました。本講習会では、規約や消費者とのトラブル事例を通じて、適正表示の必要性や適正表示をすることのメリット等について理解を深めていただくとともに、二輪中古車の品質評価・品質査定的重要性や具体的な評価方法等について講習を実施しました。

本年度は、品質評価者未在籍店をなくすことを目

標に掲げて開催、その結果、1,501店舗、1,694名（新規受講者982名、更新受講者712名）が受講しました。平成24年3月31日現在、品質評価者が在籍している「品質評価者在籍店」は4,312店舗、「品質評価者」の有資格者数は5,480名になりました。

なお、本講習会を受講した会員店には「品質評価者在籍店ステッカー」を配布しています。店頭へ貼付し、品質評価者在籍店であることを積極的にPRしてください。

「店頭表示に関するチェックとアドバイス活動」を実施

会員店に対し規約の理解をより一層深めていただくため、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とアドバイス活動」を平成23年7月から平成24年3月にかけて全国で実施しました。本活動では、3,118店（新車2,950店、中古車2,437店）を訪問し、店頭展示車等の表示内容が規約に則した内容

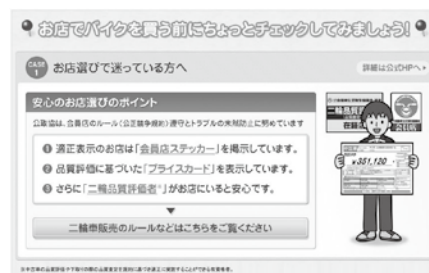
になっているか等についてアドバイスをを行いました。

新車、中古車の店頭表示の実態把握と適正表示の促進を目的に、公取協事務局による調査を平成23年9月から12月にかけて全国14地区で実施しました。本活動では162店（非会員店8店を含む）を訪問し、店頭展示車の表示や、中古車の品質評価の実施状況等について調査・指導を実施しました。

チェック結果及び調査結果については、ホームページ http://www.aftc.or.jp/index_mc.html をご参照ください。

「公取協会員店」及び「品質評価者在籍店」のPRを実施

適正表示で安心の「公取協会員店」で購入するメリット及び「品質評価者在籍店」を一般消費者に周知するためのPRを、平成24年2月から7月にかけて、二輪車情報誌webサイト（ゲーバイク、バイクプロス、M J バイクマガジン）において実施しています。また、併せて当協議会ホームページにおいても会員店PRページを設け、同PRを積極的に実施しています。



第7回適正表示推進委員会を全国8ブロック、適正表示推進部会を5地区で開催

5地区で適正表示推進部会を開催

各地区における会員店への規約普及、情報交換等、会員店との連携を図ることを目的に、第7回適正表示推進委員会を平成24年2月に全国8ブロックで開催しました。本委員会では、店頭表示状況調査の結果等を基に、各ブロック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した。

また、平成23年11月から平成24年2月にかけて、埼玉県、愛知県、大阪府、広島県、東京都において適正表示推進部会（都道府県単位）を開催しました。同部会では、地区ごとの課題や会員店に対する規約普及活動等、今後の同部会の取り組みについて、会員店の方々との意見交換を実施しました。

内容につきましては、モーターサイクルインフォメーション <http://www.aftc.or.jp/mci/index.html> をご参照ください

走行距離及び修復歴の有無について不当表示を行った 非会員事業者5社に対し、消費者庁が措置命令

消費者庁は、平成24年2月28日付で、「走行距離」及び「修復歴の有無」に関する不当表示を行った5事業者「岩切自動車こと岩切明春」（宮崎県都城市）、「株式会社オートプレんティ」（埼玉県富士見市）、「ガレージZEROこと奥津明夫」（静岡県浜松市）、「株式会社キガサワ」（長野県駒ヶ根市）、「Benetsaこと小林隆幸」（福岡県福岡市）（いずれも公取協非会員）に対して、景品表示法第6条の規定（同法第4条第1項第1号（優良誤認）違反）に基づき、措置命令を行いました。

詳細については、消費者庁ホームページ
http://www.caa.go.jp/representation/pdf/120228premiums_1.pdf をご覧ください。

会員各社におかれましては、このような表示を行わないよう、また、規約に基づく適正な表示を行って下さい。

走行距離の適正な表示方法については、当協議会ホームページ
http://www.aftc.or.jp/pdf/mileage_reasonable_panf.pdf をご参照下さい。

「広告表示等に関する問い合わせの多い事例」等を紹介しています 広告作成の際の参考にして下さい

当協議会には、新聞・チラシ広告、テレビCM等の広告の作成やブライズボード、価格表等の作成に関する相談が、会員事業者の他、広告代理店や新聞社、情報誌社などの広告関係事業者からも数多く寄せられ、その内容も様々です。そこで、その内容を分析し、受付状況（件数や相談者内訳、相談内容内訳）やその月に多く見られた事例などを月別にまとめ、ホームページで紹介しています。

また、問い合わせの多い事例については、「広告表示に関するFAQ」にも掲載し、広告等を作成する際の参考としていただけるよう、今後も内容の充実を図ってまいります。詳細はホームページをご覧ください。http://www.aftc.or.jp/am_kiyaku/faq.html

広告表示に関するFAQイメージ

クルマの業界のルール 自動車公正取引協議会とは

広告表示に関するFAQ - 会員・広告関係事業者の方々へ -

広告表示に関するよくあるお問い合わせについてご紹介します

自動車公正取引協議会には、広告作成に関する様々な問い合わせが寄せられます。「広告表示に関するFAQ」では、その中でも特に件数の多い事例について、その内容を紹介するとともに、その考え方や等について解説しております。広告作成の際の参考にしてください。
※広告表示に関するFAQのデータは全てPDF形式となっております。

新車関係

- 広告への価格の表示（表示義務の有無）
- 販売価格の取捨の切り上げ表示
- 写真と併せて価格帯のみを表示
- 価格帯を車両本体価格より強調して表示
- 写真のグレードを特定せず、複数グレードの価格を表示
- 写真と異なる新車グレードの価格のみを表示
- オプション付きの写真にオプションを含まない販売価格を表示
- 「支払い総額」の表示方法
- 「税別税込ローン」の表示方法
- 「低総費である旨」の表示

中古車関係

- 中古車の広告に新車の写真を活用
- 中古車の価格と新車の価格の併記
- 中古車の値引き表示

Question. (広告への価格の表示（表示義務の有無）)

- ◆ 新車販売に先駆けて、外観の写真を掲載したイメージ広告を作成する予定ですが、価格を表示しなければいけませんか？
- ◆ 広告スペースが狭い場合も、クルマの写真を掲載したら、必ず価格を表示しなければいけませんか？
- ◆ 広告で当社の取扱い金額（ラインナップ）の写真を並べて紹介したいのですが、この場合も価格を表示する必要がありますか？

Answer: 写真を掲載した場合であっても、必ずしも価格を表示しなければならないわけではありません。

お知らせ

会員事業者の社内研修等に講師を派遣します。ご活用ください！

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）の担当になった人向けに、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。