



# 公取協ニュース

No.52  
25.5.13

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

燃費や ASV 技術に関する明瞭な表示について … 1	消費者関連団体との懇談会を開催…………… 6
不当表示（走行距離、おとり広告、修復歴） に対して消費者庁が措置命令を行いました… 2	二輪車関係ニュース…………… 7
おとり広告とならないための表示のポイント… 3	石川県消費生活センターと 自動車業界団体との懇談会を開催…………… 8
全国の会員店を対象とした店頭表示状況調査を実施 … 4	一般社団法人に移行いたしました…………… 8
新車・中古車の新聞、チラシ広告に関する調査を実施 5	ホームページをリニューアルしました…………… 8
新車・中古車の広告宣伝マニュアルに基づく説明会を開催 6	

## 燃費やASV技術に関する明瞭な表示について

メーカー各社では、燃費や衝突被害軽減ブレーキ等の ASV 技術の向上を図り、テレビや新聞、チラシ等の広告宣伝において、その性能が大きく訴求されています。

こうした中、広告において燃費値のみを強調した表示が行われ、その数値が「公式テスト値（JC08モード）である旨」及び「定められた試験条件下での数値であり、実際の燃費は使用環境や運転方法等により異なる旨」が表示されていないものや、衝突被害軽減ブレーキ等の ASV 技術についても、その機能や効果を端的に表わすための用語や映像表現等を用いた強調表示が行われる中、当該機能の内容やその作動条件等が明瞭に表示されていないものが見受けられます。

こうしたことから、燃費や ASV 技術について一般消費者に、誤解を招くような表示が行われることのないよう、燃費及び ASV 技術について表示する場合の明瞭な表示について、これまでよりも考え方を明確にすべく検討を行っています。

### 燃費や衝突被害軽減ブレーキ等のASV技術に関する明瞭な表示についての基本的な考え方（案）

1. 表示事項	① 燃費に関する表示を行う場合 「公式テスト値（JC08モード燃料消費率、国土交通省審査値）又は公的第三者によるテスト値である旨」及び「定められた試験条件下での数値であり、実際の燃費は使用環境や運転方法等により異なる旨」の表示
	② ASV技術に関する表示を行う場合 当該機能の内容や作動条件等の説明表示及び作動しない条件等の打消し表示
2. 表示箇所	燃費やASV技術に関する表示に近接した箇所に一体として視認、認識できるよう表示する
3. 文字の大きさ	スペースにかかわらず、文字の大きさは8ポイント以上で表示する

<表示例>

**JC08モード** 燃料消費率 **22.6km/L**<sup>\*</sup>  
（国土交通省審査値）

※燃料消費率は定められた試験条件での値です。お客様の使用環境（気象、渋滞等）や運転方法（急発進、エアコン使用等）に応じて燃料消費率は異なります。

↑ 8ポイント以上で表示

← 一体として表示

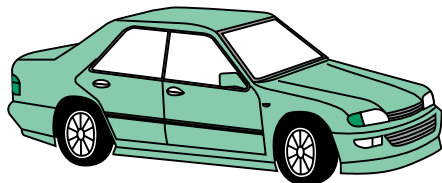
4. 文字数、  
表示時間  
(テレビの場合)

- 燃費を表示する場合で「定められた試験条件下での数値であり、実際の燃費は使用環境や運転方法により異なる旨」の表示を同一画面で表示できない場合は、画面1行あたりの文字数について、最大で50文字とし、最低1, 5秒以上(20秒以上のCMの場合は2秒以上)表示する
- ASV技術について表示する場合で作動条件及び作動しない条件を同一画面で表示できない場合は、画面1行あたりの文字数について、最大で30文字とし、最低2秒以上表示する

<テレビCMにおける表示例> (ASVの機能や効果を端的に表す用語を使用する例)

## 画面1

自動で停止する●●ブレーキ※搭載!



## 画面2



※●●●●ブレーキは、○○km/h以下の状況で前方の車両や障害物と衝突する可能性があるとして判断した場合に作動し、自動的に停止又は減速することにより衝突回避や衝突被害の軽減を図ります。歩行者や小型の障害物には反応しません。路面状態や気象等の条件によってはシステムが作動しない場合があります。システムだけに頼った運転はせず、安全運転を心がけて下さい。詳細は、ホームページをご覧ください!



1行あたり最大30文字、最低2秒以上表示

## 5. 強調表示とのバランス

強調して表示した文字と同一の大きさ、または著しく異ならない程度の文字の大きさにする

## 6. 文字間・行間の余白、背景の色との対称性

文字間及び行間の余白を空けるとともに、背景の色とは対照的な色の組み合わせにする

※表示箇所、文字の大きさ等、強調表示とのバランスについては、活字や電波の各媒体毎に、また、ASV技術の表示については、その機能や効果を端的に表すための用語や映像表現等を用いて強調表示する場合の留意点等についても検討中です。

## 不当表示(走行距離、おとり広告、修復歴)に対して消費者庁が措置命令を行いました

消費者庁は、平成25年3月4日付で、走行距離に関する不当表示及びおとり広告を行った、株式会社ハヤシ(公取協会会員店)に対し、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)違反及び同項第3号(おとり広告)違反)に基づき措置命令を行いました。また、平成25年4月5日付で、修復歴に関する不当表示を行った株式会社スーパーレッズ及び有限会社レッズ宇都宮(いずれも公取協非会員店)に対し、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をご覧ください。

### ■ 株式会社ハヤシに対する措置命令

[http://www.caa.go.jp/representation/pdf/130304premiums\\_1.pdf](http://www.caa.go.jp/representation/pdf/130304premiums_1.pdf)

事業者名	株式会社ハヤシ(岡山県:代表取締役 林 伸雄)
違反事実	新聞折り込みチラシに広告掲載した中古自動車のうち、 ① 2台の中古自動車について、走行距離を実際のものよりも過少に表示した。 ② 9台の中古自動車について、広告に掲載した販売期間よりも前に売買契約が成立しており、取引に応じることができない車両を表示した。

### ■ 株式会社スーパーレッズ及び有限会社レッズ宇都宮に対する措置命令

[http://www.caa.go.jp/representation/pdf/130405premiums\\_1.pdf](http://www.caa.go.jp/representation/pdf/130405premiums_1.pdf)

事業者名	株式会社スーパーレッズ及び有限会社レッズ宇都宮(栃木県:代表取締役 中村 拓也)
違反事実	中古車情報誌「Goo北関東版」に広告掲載した15台(スーパーレッズ3台及びレッズ宇都宮12台)の中古車について、修復歴がある車両であるにもかかわらず、「修復歴なし」と表示

## おとり広告とならないための表示のポイント

- 「フェア期間に販売することを申し出ている中古車」（以下、フェア対象車）は、「売約済みとなる場合がある旨」を付記した場合であっても、フェア開始日に販売できない場合はおとり広告となります。
- また、販売事業者が「通常の在庫車」という位置付けで、広告中に「売約済みとなる可能性がある旨」を表示して掲載した中古車についても、フェア対象車との区分が不明確で、フェア対象車であると消費者に認識される場合等は、おとり広告となるおそれがあります。

### 表示のポイント

フェア等の広告において、「通常の在庫車」を掲載する場合は、おとり広告にならないよう、以下の①、②のような方法により、フェア対象車と通常の在庫車を明確に区別すること

- ①「フェア対象車とは異なる広告面に掲載する」、「枠を設けて区切って掲載する」等の方法により、フェア対象車とは異なることが一目で見分けが付くよう区分けにする  
⇒ 表裏で分ける場合は、フェア対象車であるかのような誤解を招かないよう、通常の在庫車の掲載面にフェアの名称やキャッチコピー、期間等を表示しないこと
- ②上記①の方法によって区分けした上で、通常の在庫車には「○月○日時点の在庫車である旨」を強調して表示するとともに、その直近に「売約済みとなる場合があるので、詳しくは店舗に尋ねられたい旨」を明瞭に表示する

※「通常の在庫車のみ」を掲載した広告を作成する場合は、販売期日を表示せず、上記②の表示を行って下さい

### 正しい表示の一例

⇒ フェア対象車とは別の枠を設けて区切って通常の在庫車を掲載し、通常の在庫車に「●月●日現在の在庫車である旨」を強調して表示した上で、その直近に「売約済みとなる可能性があるため詳細は尋ねられたい旨」を表示している



通常の在庫車については「●月●日現在の在庫車である旨」を強調して表示した上で、「売約済みとなる可能性があるため尋ねられたい旨」を直近に表示

別の枠を設けて区切って掲載

広告に関する適正な表示方法については、当協議会ホームページをご参照下さい。  
<http://www.aftc.or.jp/am/kiyaku/faq.html>

# 全国の会員店を対象とした店頭表示状況調査を実施

**新**車規約及び中古車規約の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、各地区整備振興会）の協力を得て、全国で店頭における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。



## 調査結果

### <新車関係>

	価格表	店頭展示車	注文書
調査対象社数	1,223 社	1,203 社	1,228 社
規約どおり	93.1%	84.2%	94.1%
表示もれ	6.9%	15.8%	5.9%

### ◆主な表示もれ

- ・価格表、店頭展示車、注文書いずれの調査でも付属品の「単品価格」や「リサイクル料金の額」の表示もれ
- ・価格表、展示車における「リサイクル料金が別途である旨」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及び「燃費値」を表示した場合の付記説明の表示もれ
- ・注文書における「下取車明細欄の査定価格」、「支払条件欄の下取価格」の表示もれ

### <中古車関係>

#### ①店頭展示車の表示状況

調査項目	遵守率
保証の有無	92.9%
定期点検整備の実施状況（整備の有・無の表示）	86.3%
「有」の場合の「済」、「納車時」の表示	89.9%
「納車時」の場合、価格に整備費用を含むか否かの表示	92.3%
価格に整備費用を含まない場合の整備費用の額の表示	78.8%
定期点検整備「無」で要整備箇所がある場合、その旨の表示	72.1%
リサイクル料金の表示	81.4%

#### 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」	96.3%
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」	92.5%
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」	92.5%
修復歴がある場合の「修復歴がある旨とその部位」	80.8%
要整備箇所がある場合の「要整備箇所がある旨とその箇所」	69.0%

#### 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	73.2%
走行距離計改ざん歴車シールの貼付	64.8%

#### ②注文書の表示状況

調査項目	遵守率
走行距離数の記入	96.7%
保証の有無	90.4%
定期点検整備実施の有無	82.3%

### ◆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に関する必要表示事項の表示もれ
- ・店頭展示車におけるリサイクル料金の表示もれ
- ・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

## 新車・中古車の新聞、チラシ広告に関する調査を実施

**新**車・中古車の広告表示状況について実態把握を行うことを目的として、平成24年7月に全国で配布された新車・中古車の新聞、チラシ広告を対象に調査を実施しました。調査結果と主な問題点等については以下のとおりです。

### 調査結果

#### <新車関係>

	平成24年度		平成23年度	
	調査対象	1,864	100.0%	1,792
規約どおり	1,332	71.5%	1,265	70.6%
問題有り	532	28.5%	527	29.4%

### 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の価格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場合、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

◆ 広告に写真やイラスト等を掲載した車両の販売価格を明瞭に表示する必要があります。

- ① 「広告掲載車両と表示している販売価格は異なる」旨を表示している場合であっても、広告掲載車とは異なる低グレード車の価格のみを表示することはできません。
- ② 広告掲載車両よりも低グレード車の価格を大きく目立つように表示することはできません。
- ③ 広告掲載車両にメーカーオプションが装着されている場合は、オプションを含んだ価格を販売価格として表示する必要があります。

#### <中古車関係>

	ディーラー関係		専門店関係		合計				
	平成24年度	平成23年度	平成24年度	平成23年度	平成24年度	平成23年度			
調査対象	540	53.1%	53.3%	476	46.9%	46.7%	1,016	100.0%	100.0%
規約どおり	43	8.0%	9.4%	0	0.0%	0.2%	43	4.2%	5.1%
表示漏れ等	497	92.0%	90.6%	476	100.0%	99.8%	973	96.8%	94.9%
保証の有・無	269	49.8%	47.6%	158	33.2%	37.6%	427	42.0%	42.9%
定期点検整備実施状況	146	27.0%	23.5%	26	5.5%	8.1%	172	16.9%	16.3%
修復歴の有・無	322	59.6%	70.6%	281	59.0%	59.9%	603	59.4%	65.6%

### ◆主な問題点と表示のポイント

#### ① 「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

◆ 「保証の内容」だけでなく、広告に掲載した全ての車両について保証の有無（保証つき・なし）を表示する必要があります。

#### ② 「整備を実施する旨」の表示はあるが、整備費用が価格に含まれるかの表示がないもの

◆ 「定期点検整備あり」と表示した場合、以下の項目について表示が必要となります。

- ・ 点検整備の実施時期（「済」または「納車時」）
- ・ 整備費用が販売価格に含まれているかいないか
- ・ 整備費用が販売価格に含まれていない場合、別途必要な整備費用の額

◆ また、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してください。

#### ③ 修復歴が有る車両については「修復歴が有る旨」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

◆ 広告掲載した全ての車両について修復歴の有無を必ず表示する必要があります。（「全車修復歴なし」等の一括表示も可能）

なお、広告表示の適正化を図るため、広告表示や景品提供に関して日頃から問い合わせの多い内容等を踏まえたFAQを作成しておりますので、ご参照ください。

URL：<http://www.aftc.or.jp/am/kiyaku/faq.html>

## 新車・中古車の広告宣伝マニュアルに基づく説明会を開催

メーカー、ディーラー、広告代理店約 1900 名以上が参加

定期的に実施している新聞、チラシ広告の調査において、実際に見られた規約違反の事例や会員、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等をまとめた、「新車・中古車の広告宣伝マニュアル（平成24年度版）」を作成し、同マニュアルに基づく説明会を3月に全国10ブロック（北海道、東北、関東甲信越、東海、近畿、山陰、山陽、中国、九州）で開催しました。説明会には会員（メーカー、ディーラー）や関係団体、広告代理店等約1900名以上が参加しました。

「新車・中古車の広告宣伝マニュアル」の購入を希望される方は所属団体又は当協議会までお問い合わせください。頒布価格はそれぞれ1部150円（税込）です。



## 消費者関連団体との懇談会を開催

当協議会は3月19日（火）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組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ご出席をいただき、意見交換を行いました。また、当日は、消費者庁の担当官及び関係団体（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）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／全国地域婦人団体連絡協議会／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

### 主な意見等

#### ASV技術

- ASV技術のCM表現については、機能をいかにして映像で表現するかも大切ではあるが、命に係わるものなので慎重に対応すべきである。

#### インターネット販売について

- 消費生活センター等に寄せられるものでは、買取とネット販売の相談件数が増えてきている。

#### 燃費表示等について

- ガソリン代が安くない現状では、消費者は燃費の良い車を選ぶので、消費者に対して表示されている燃費値はあくまでも一定の試験条件下での数値であり、実際の走行条件等により異なる旨を明瞭に伝える必要がある。

#### 新車購入のトラブルについて

- 新車の初期故障、リコール等に対し、消費者は車両交換を要求するケースが増えている。なぜ修理対応になるのか、業界もきちんと説明するようにして欲しい。

## 「品質評価者講習会」を全国39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24年9月から12月にかけて、全国39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、規約の目的や消費者とのトラブル事例と表示との関連の説明等を通じ、適正表示の必要性や適正表示をする必要性やそ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・品質査定の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、738名（新規受講者547名、更新受講者191名）が受講し、平成25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3,764店舗、「品質評価者」の有資格者数は5,855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」を配布しております。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。

## 「お客様相談対応Q&A」を作成、各地区で研修会を開催

—— 輪車関係の新車・中古車に関する消費者相談事例を基に  
—— 適切な対応方法とトラブル未然防止策等について解説した「お客様相談対応Q&A」を作成し、関係団体等の協力のもと、同Q&Aに基づく研修会を6地区において開催しました。同研修会では、関係法令を踏まえた適切な対応及びトラブルを未然に防止するための規約に基づく適正表示の重要性等について研修を実施しました。



## 「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、本年3月から10月にかけて、二輪車情報誌webサイト（Gooバイク、バイクブロス）において実施しました。今後は、上記PRに併せて、会員店に対してホームページにおけるバナーの貼付や店頭におけるステッカーの貼付を要請し、会員店と連携した同PRを積極的に実施していきます。

## 第1回適正表示推進委員会正副委員長会議及び第8回適正表示推進委員会（全国8ブロック）を開催

**平**成25年1月から2月にかけて、全国8ブロックにおいて第8回適正表示推進委員会を開催しました。本年度は、適正表示推進委員会の開催に先駆け、平成24年12月に8ブロックの正副委員長による第1回適正表示正副委員長会議を開催、各ブロックにおける規約普及の取組みや課題等について情報の共有を行いました。その後、開催した適正表示推進委員会では、各地区の抱える課題や規約の普及活動を効果的に展開する為の今後の対応等について、これまで以上に活発な意見交換が行われました。

## 石川県消費生活センターと自動車業界団体との懇談会を開催

当協議会は、消費者からの苦情・相談について、各地の消費生活センター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、平成25年2月18日、石川県において、「消費生活センターと自動車業界団体との懇談会」を開催しました。

懇談会において消費生活センターから寄せられた主な意見及びこれに対する自動車業界団体からの説明は次のとおりです。

### 消費生活センターから寄せられた主な意見

- ・新車のトラブルについて、不具合に対してなぜ車両交換してくれないのか、という相談が多い。何故修理対応になるのか、説明しても消費者の理解が得られないことが多い。販売店としても、車両交換ができない理由をきちんと説明してほしい。
- ・契約成立前の中古車について、キャンセル料が高額だ、という相談が多い。金額が妥当なものなのかからず、苦慮している。業界団体としては、キャンセル料について、どのように考えているのか。
- ・アウトサイダーに関するトラブルは、どこに相談を持ちかけてよいかわからず、苦慮している。業界として、アウトサイダーへの対応についてどのように考えているのか。
- ・今後も本懇談会を定期的に開催し、引き続き消費生活センターと業界の連携をとっていきたい。

### 自動車業界団体からの説明

- ・新車の不具合については、修理による対応により、他の新車と比べて遜色のない状態に回復させることができること、及び、車両交換をする場合、登録に伴う費用（保険料、税金、登録諸費用等）の負担をどうするか等の問題が発生するため、修理により対応するのが原則である。これらのことを、販売店が説明するよう、引き続き普及活動を行っていく旨を説明。
- ・キャンセル料については、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、この中で「損害金（通常生じる額）に限る」としている。合理性を欠く損害金の請求は、権利の濫用に当たると考えており、この約款を今後も引き続き普及活動を行っていく旨を説明。
- ・業界団体としては、会員店で購入するメリットをより明確にするための活動（中販連「販売士」等）を行っている、また、今後も、アウトサイダーに対して入会促進を強化していく旨を説明。

開催日時	平成25年2月18日（月）	13時30分～16時00分 於：ホテル金沢
出席者	(1) 消費生活センター	石川県、金沢市、かほく市、小松市、野々市市、白山市
	(2) 石川県内自動車業界団体	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、整備振興会、中販連、自工会、輸入組合、PLセンター、公取協

## 一般社団法人に移行いたしました

公益法人制度改革に伴い、当協議会はこの度、内閣総理大臣の認可を受け、平成25年4月1日をもちまして、「一般社団法人」に移行いたしました。

## ホームページをリニューアルしました

当協議会では、平成25年4月1日よりホームページのリニューアルを行いました。

また、今回のリニューアルではデザイン変更とともに、スマートフォン用のページを新たに作成しました。

当協議会ホームページ(URL)

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

スマートフォン用ホームページ

