

# 公取協

AUTOMOBILE FAIR TRADE COUNCIL NEWS

# ニュース

vol.67

2018.5

信頼されるクルマ販売を促進する

## CONTENTS

第118回理事会を開催	1
平成30年度事業計画	1~2
平成30年度予算	3
会員店を対象とした店頭表示状況調査を実施	4
全国の新車・中古車の新聞、チラシ広告に関する表示状況調査を実施	5
運転支援・自動運転機能の表示等に関する消費者・ディーラー向けの調査を実施	6
二輪車関係ニュース	8

編集・発行／一般社団法人自動車公正取引協議会

<http://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118回理事会を開催

### 平成30年度事業計画書(案)及び予算書(案)等を承認

3月15日(木)に日本自動車会館内「くるまプラザ会議室」において、第118回理事会を開催しました。第1号議案=平成29年度事業の進捗状況(業務執行報告)及び決算見込み報告の件、第2号議案=平成30年度事業計画書(案)及び普通会員会費額(案)並びに予算書(案)審議の件、第3号議案=委員会委員長変更選任(案)審議の件について、出席理事全員一致により承認されました。

## 平成30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) 店頭表示及び広告表示に関する規約遵守状況調査の実施
- 2) 規約普及のための研修会の開催
- 3) 広告表示適正化のための普及活動の実施
- 4) 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) 表示管理体制整備のための研修会の実施
- 2) 広告関係事業者を対象とした規約等の研修会の開催
- 3) 表示管理体制に関するセルフチェックの実施
- 4) 表示管理体制整備のための表示管理者(責任者)等の設置の検討

表示管理に関する権限及び責任の所在等を明確にするため、事業者毎に表示管理者(責任者を)設置、研修会受講者への受講証の交付等について検討

- 5) 都道府県景表法担当部門との連携強化

#### 3. 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の不当表示未然防止活動の実施
- 2) 広告における不当表示やおとり広告等の未然防止活動の実施
- 3) 中古車の保証と整備の表示に関する実態把握と改善指導の実施

「保証なし」、「整備なし」と表示しながら、実際には「保証付」、「整備付」でなければ販売しない等の実態がないかを把握、問題が見られた場合には改善指導等を実施

- 4) 会員及び非会員の不当表示に対する厳正な対処

#### 4. 運転支援機能や自動運転機能に関する適正な表示の周知と今後の表示のあり方の検討

- 1) 運転支援機能等に関する規約運用の考え方の周知及び遵守状況の把握と改善指導の実施
- 2) 運転支援機能等の表示に関するアンケート

結果等を踏まえた、今後の表示のあり方の検討

ディーラー及び消費者へのアンケート結果等を踏まえ、①規約運用の考え方に関する見直し、②テレビCM等の広告における映像表現等のあり方、③販売時の表示（説明）等、情報提供のあり方、④ユーザー啓発のあり方について検討を実施

- 3) 中古車の運転支援機能や自動運転機能の表示等のあり方の検討

表示状況の実態把握を実施、その結果を踏まえ、中古車販売時の一般消費者に対する表示や情報提供のあり方等について検討

## 5. 新燃費測定モードに基づく燃費表示方法の普及活動の実施

- 1) 新燃費測定（WLTC）モードに基づく燃費表示方法の普及活動の実施
- 2) 次世代自動車の普及等を踏まえた、燃費等の情報提供のあり方の検討

## 6. 消費税率引き上げに伴う価格等の適正な表示方法の検討及び周知活動の実施

- 1) 消費者に分かりやすい、価格等の適正な表示方法の検討
- 2) 広告等における価格等の適正な表示方法についての周知活動の実施

問題となる表示及び適正な表示等を例示した冊子を作成・配布

## 7. 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

苦情相談件数の多い、悪質性が高い事業者（会員・非会員）に対し、文書による事実確認や問題が認められる場合の改善要請等を実施

- 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

## 8. 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

会員店で購入するメリットをPRするため、YouTube動画を用いたPRを実施  
カタログ、広告等において、「適正表示の公取協会員」であることを訴求するための「会員店PRロゴ」を作成、会員と一体となったPR活動を実施

- 2) 会員に対する情報提供の充実

## 9. 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

## 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) 今後の普及活動のあり方の検討

「品質評価実施店」の拡充の状況により、チェック・アドバイス活動を終了することも含め、今後の普及活動のあり方について検討

- 3) 関係団体との連携による普及活動の促進
- 4) 各地区適正表示推進委員会等との連携による普及活動の促進

### 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

適正表示を実施している会員店を「品質評価実施店」として新たに選定、本年度は4,400店に引き上げを目標に活動を展開

- 2) 「品質評価実施店」の積極的なPRの実施
- 3) 品質評価者講習会の開催
- 4) 平成31年度のeラーニングによる講習の実施に向けた検討

品質評価者講習会を新規及び更新ともにeラーニングによる講習とすることを踏まえ、講習内容や受講率向上のための方策等について検討

### 3. 中古二輪車の規約に基づく走行距離表示の周知徹底

- 1) 二輪中古車の走行距離表示に関する調査及び指導の実施

5月と11月に二輪車情報誌及び同WEBサイトに掲載された走行距離表示と同車両の過去のオークション出品履歴の照合による調査及び指導を実施

- 2) 適正な走行距離表示に関するPRの実施

### 4. 会員店のPR活動の実施

- 1) YouTube動画による「公取協会員店」のPRの実施

### 5. 消費者トラブル未然防止等の観点からの規約の点検

- 1) 表示項目見直しの検討
- 2) 新たな規定の新設等の検討

不当表示やおとり広告の未然防止、電動バイクや新しい販売方法への対応等、規定を新設する必要があるか検討

### 6. 会員事業者の表示管理体制整備のための支援活動の実施

- 1) 会員事業者の表示管理体制整備のための支援活動の実施
- 2) 都道府県景表法担当部門との連携強化

### 7. 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

## 平成30年度予算

平成30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	253,261,000	252,273,000
2. 入 会 金 収 入	1,570,000	1,600,000
3. 事 業 収 入	12,800,000	11,800,000
4. 雑 収 入	350,000	350,000
5. 違約金預金取崩収入	1,000,000	2,000,000
6. 総会開催費用引当預金取崩収入	6,000,000	0
当期収入合計	274,981,000	268,023,000

#### <支出の部>

(単位：円)

勘定科目	予算額	前年度予算額
1. 事 業 費	231,993,000	224,285,000
2. 管 理 費	31,171,000	30,264,000
3. 引当預金支出	10,223,000	11,734,000
4. その他の支出	1,584,000	1,740,000
当期支出合計	274,981,000	268,023,000

#### <平成30年度会費額（年額）>

平成30年度の会費額は、以下の通り(団体会費、個別会費ともに前年同額)

##### 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
日本二輪車普及安全協会	432,000
全国オートバイ協同組合連合会	432,000
合 計	42,921,000

##### 個別会費

(単位：円)

ラング	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兼業者 二輪小売業者 (ただし、30人未満の場合)		6,000		6,000
メーカー(各社合計)		33,946,000		
二輪車メーカー(各社合計)		12,000,000		

※中古車専業者及び整備兼業者、二輪小売業者で従業員数が30人以上の場合は、ラング別の会費額を適用する。

#### <賛助会員会費>

(単位：円)

		会費額(合計)
①自動車関係団体	6団体	1,200,000
②中古車情報誌及びWebサイト	8社	420,000
③広告関係事業者	3社	360,000
④中古車車両状態評価機関	3社	360,000

# 会員店を対象とした店頭表示状況調査を実施

全国の会員販売店における、新車・中古車の店頭展示に関する規約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、整備振興会)の協力を得て、規約遵守状況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。

調査結果につきましては報告書としてとりまとめ、関係団体を通じて再度周知・指導を要請しました。今後も引き続き、周知活動を実施します。

▶調査結果のポイントはこちら <http://www.aftc.or.jp/contents/am/download/chosa/index.html>

## 調査結果

### 新車関係

	店頭展示車		価格表		注文書	
	平成29年度	平成28年度	平成29年度	平成28年度	平成29年度	平成28年度
調査対象社数	1,164社	1,094社	1,185社	1,125社	1,182社	1,134社
規約どおり	83.2%	81.0%	92.1%	93.2%	95.3%	96.3%
表示もれ	16.8%	19.0%	7.9%	6.8%	4.7%	3.7%

### 主な表示もれ

- ・価格表、店頭展示車いずれの調査でも、合計金額を表示した場合の付属品の「単品価格」や「合計価格」、「リサイクル料金の額」及び「別途必要である旨」の表示もれ
- ・店頭展示車に「割賦販売価格」、「燃費値」を表示した場合の「必要表示事項」の表示もれ
- ・注文書における「下取車明細欄の査定価格」の表示もれ

### 中古車関係

#### ①店頭展示車の表示状況 ※すべて規約どおりの数値

調査項目	ディーラー関係		専門店関係	
	平成29年度	平成28年度	平成29年度	平成28年度
保証の有無	99.7%	99.7%	88.9%	89.4%
定期点検整備の実施状況(整備の有・無の表示)	99.2%	99.1%	79.6%	81.2%
「有」とした場合の「済」、「納車時」の表示	99.0%	98.5%	87.7%	84.9%
「納車時」とした場合の、価格に整備費用を含むか否かの表示	99.5%	99.0%	88.0%	83.2%
価格に整備費用を含まない場合の整備費用の額の表示	98.7%	95.7%	78.4%	76.9%
定期点検整備「無」で要整備箇所がある場合、その旨の表示	98.0%	97.8%	68.0%	61.9%
リサイクル料金の表示	98.8%	99.2%	74.2%	77.0%

#### ②注文書の表示状況

調査項目	ディーラー関係		専門店関係	
	平成29年度	平成28年度	平成29年度	平成28年度
走行距離数の表示	98.9%	98.6%	97.6%	97.0%
保証の有無	97.8%	96.4%	87.1%	87.5%
定期点検整備実施の有無	96.1%	93.6%	77.9%	73.4%

#### ③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	ディーラー関係		専門店関係	
	平成29年度	平成28年度	平成29年度	平成28年度
走行距離計交換歴車シールの貼付	66.7%	87.5%	56.5%	61.7%
走行距離計改ざん歴車シールの貼付	100.0%		46.7%	52.9%

(□ は対象車両なし)

#### ④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	ディーラー関係		専門店関係	
	平成29年度	平成28年度	平成29年度	平成28年度
走行距離計が交換されている場合の「走行距離計が交換されている旨及び交換前・後のキロ数」の表示	94.7%	90.9%	94.9%	72.1%
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」の表示	100.0%	00.0%	76.0%	76.2%
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」の表示	100.0%		81.3%	53.6%
修復歴がある場合の「修復歴がある旨とその部位」の表示	91.1%	94.4%	74.3%	68.9%
要整備箇所がある場合の「要整備箇所がある旨のその箇所」の表示	100.0%	100.0%	56.7%	64.3%

(□ は対象車両なし)

### 主な表示もれ

- ・店頭展示車における「定期点検整備実施状況」に関する必要表示事項、「割賦販売価格を併記した場合の必要表示事項(割賦支払総額、残価設定方式ローンの場合の最終回の条件等)」、「支払総額を表示した場合の必要表示事項(支払総額の名称、一定の条件下での価格である旨の表示等)」の表示もれ
- ・店頭展示車のコンディションノート等による「特定の車両状態の表示」の表示もれ
- ・注文書における「保証の有無」、「定期点検整備実施の有無」の表示及び、整備実施「有」と表示した場合の「済」、「納車時」の記入もれ

# ■ 全国の新車・中古車の新聞、チラシ広告に関する表示状況調査を実施

新車・中古車の広告における表示に関する規約遵守状況の実態把握を行うことを目的として、平成29年8月25日～9月29日に全国で収集した新車・中古車の新聞、チラシ広告を対象とした調査を実施しました。広告表示については、店頭表示に比べ、規約の遵守率が低い状況となっています。会員各社におかれましては、自社の広告が規約どおりの表示となっているか、セルフチェックシートを用いるなどして、チェックを行って下さい。セルフチェックシートは下のURLからダウンロードできます。

また、調査結果の主な内容は以下のとおりです。詳細については報告書としてとりまとめ、関係団体を通じて再度周知・指導を要請しております。今後も引き続き、周知活動を実施します。

▶調査結果のポイントはこちら <http://www.aftc.or.jp/contents/am/download/chosa/index.html>

▶セルフチェックシート 新車 [http://www.aftc.or.jp/pdf/shinsya\\_cl.pdf](http://www.aftc.or.jp/pdf/shinsya_cl.pdf)

中古車 [http://www.aftc.or.jp/pdf/cyuko\\_cl.pdf](http://www.aftc.or.jp/pdf/cyuko_cl.pdf)

## 調査結果

### 新車関係

	平成29年度		平成28年度	
	件数	割合	件数	割合
調査対象	1,449	100.0%	1,763	100.0%
規約どおり	1,134	78.3%	1,294	73.4%
問題有り	315	21.7%	469	26.6%

### 主な問題点と表示のポイント

#### ① 広告に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

##### ポイント

- ・ 広告掲載車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こと  
やむを得ず、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及びその価格が「販売価格に含まれていない」旨**を明瞭に表示すること

#### ② 広告掲載車の価格よりも低グレード車の価格を大きく目立つように表示

##### ポイント

- ・ 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こと  
※ 広告掲載車両の価格を明瞭に表示した上で、広告掲載車両よりも低グレードの価格を参考として表示することは可能

### 中古車関係

	ディーラー関係		専門店関係		合計	
	平成29年度	平成28年度	平成29年度	平成28年度	平成29年度	平成28年度
調査対象	555	100.0%	792	100.0%	1,347	100.0%
規約どおり	235	42.3%	28	3.5%	263	19.5%
問題有り	320	57.7%	764	96.5%	1,084	80.5%

### 主な問題点と表示のポイント

#### ① 「超特価」や「超激安」等の価格が著しく安いという印象を与える用語の表示

##### ポイント

- ・ 「超特価」、「超激安」、「びっくり価格」、「ショックプライス」、「ウルトラプライス」、「爆安」、「卸し値価格」、「仕入れ値」等、安いとの印象を与える用語を用い、実際の物よりも有利であるかのように誤認されるおそれのある表示は行わないこと
- ・ 「値引きされている旨」の表示も同様に行わないこと

#### ② 保証付の車には「保証付」と表示されているが、保証なしの車に「保証なし」の表示がない

##### ポイント

- ・ 保証付の場合は「保証付」、保証なしの場合は「保証なし」と表示すること（「保証付」と表示した場合には、保証に要する費用を価格に含めて表示すること）

# 運転支援・自動運転機能の表示等に関する消費者・ディーラー向けの調査を実施

当協議会では、運転支援・自動運転機能に関する消費者の理解度や、ディーラーにおける表示(説明)の実態を把握するため、アンケート調査等を実施いたしました。ここでは、その結果の一部をご紹介します。なお、詳細につきましては、下記URLでご確認ください。

▶ URL <http://www.aftc.or.jp/content/files/pdf/news/ank.pdf>

## 消費者向けアンケート

### 対象者

10代～70代までの①直近2年以内に、運転支援機能または自動運転機能付の自動車を購入した方300名、②同機能付の自動車の購入経験はないが、今後購入意向のある方300名、計600名の男女が対象

## I. 運転支援・自動運転機能等の用語の認知度及び認知経路

		自動ブレーキ	ペダル踏み間違い防止装置	自動運転
用語を知っている		94.8%	76.5%	97.2%
認知経路	テレビCM	52.8%	41.7%	49.5%
	ニュースや記事	25.0%	25.2%	37.7%
	販売店スタッフの説明	7.2%	3.3%	2.5%

## II. 自動ブレーキについての機能の理解

	全体	購入者	非購入者
自動でブレーキが作動し、自動で停止するもの	47.0%	43.7%	50.3%
自動でブレーキが作動、減速するが、必ず停止するものではない	47.5%	51.3%	43.7%
よくわからない、その他	5.5%	5.0%	6.0%

## III. 自動運転についての機能の理解

	全体	購入者	非購入者
あらゆる状況において、運転者が操作をしなくても、クルマが自動で発進・停止、車線をキープ、前走車を追従等するもの	18.2%	22.3%	14.0%
あらゆる状況において、クルマが自動で発進・停止、車線をキープ、前走車を追従等するが、必要に応じて運転者自らが操作をする必要があるもの	33.5%	34.3%	32.7%
状況に応じてクルマが自動で発進・停止、車線をキープ、前走車を追従等するが、基本的には運転者自らが常に操作をしなければならないもの	47.5%	42.7%	52.3%
その他	0.8%	0.7%	1.0%

## IV. 商談時・納車時における装備についての説明の有無

	商談時		納車時	
	説明はなかった	自分から断った	説明はなかった	自分から断った
衝突被害軽減ブレーキ	33.3%	8.3%	45.6%	6.4%
同一車線自動運転機能	66.0%	7.7%	60.2%	8.4%

## ディーラー向けアンケート

### 回答者

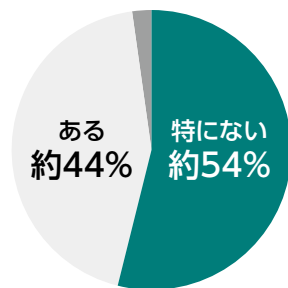
公取協会員のディーラー（メーカーと直接取引のある新車販売店）の、主に新車販売部門の責任者、担当者、計585人が回答

## I. 商談時・納車時の機能の説明

○商談時・納車時に運転支援や自動運転機能について説明していますか？	商談時	納車時
①必ず説明している	93.3%	93.3%
②お客様に聞かれた時に説明している	5.1%	4.6%
③説明していない	0.7%	0.9%
○説明等で苦慮していることは？	商談時	納車時
メーカーのテレビCMの影響でお客様が機能を過大評価している	59.9%	40.8%
車種・モデル等により機能が異なるため、スタッフが知識を得るのに苦労している	54.6%	38.7%
説明しても正しく理解してもらえない	42.2%	35.5%
お客様の都合で説明の時間が取れない	24.4%	33.6%

## II. 納車後の問い合わせ等の状況について

○運転支援や自動運転機能の質問・苦情等を減らすために必要と考えられることは？

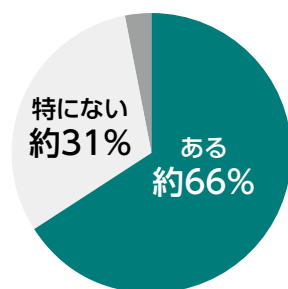


### 主な内容

「誇大広告をやめる」、「用語・名称の統一」、「CMで良いことばかり言うのではなく、作動しないケースも周知してほしい」、「体験会の継続実施」、「スタッフのスキルアップ」、「確実な確認書の取り交わし」、「納車後のフォロー」

## III. 今後の対応等について

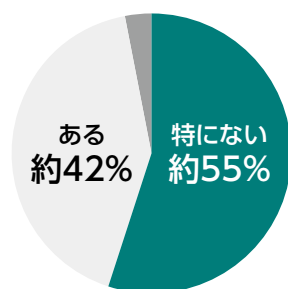
1. 現状のテレビCMに対して意見等あるか？



### 主な内容

自動で停止する映像など過大な表現・誇大な広告はやめてほしい  
自動運転・自動ブレーキの用語は使用しない・禁止すべき  
注意喚起をもっと見やすく・大きくしてほしい  
自動運転の表示をやめる、または誇張しないようにしてほしい

2. 運転支援や自動運転機能の理解促進のため、業界全体で取り組みを行うべきだと思うことはあるか？



### 主な内容

名称をわかりやすくして統一してほしい  
CMやイベントで運転支援機能であることを理解・認知してもらう取り組みが必要  
体験試乗会の継続実施による普及が必要  
CM等で機能には限界があること・ドライバー責任であることの徹底・周知が必要  
メーカー毎の機能の違いが分かるようにしてほしい  
サポカーの認知を上げる取り組みが必要

## ■ 全国約3,000件の販売店が「品質評価実施店」に選定されました!!

同実施店はYouTube広告動画や当協議会ホームページなどで消費者にPRされます

当協議会では「プライスカード等に表示もれがない」、「品質評価者が在籍している」等の選定条件を満たした会員販売店を「品質評価実施店」に選定し、消費者に対し積極的にPRしています。

現在この品質評価実施店は、一昨年度に選定された販売店(約2,200件)に、昨年度選定条件を満たした販売店(約800件)を追加し、全国で約3,000件の販売店が同実施店に選定されています。

同実施店のPRについては、バイク興味層(グーバイクで車両検索をした消費者)に対して、YouTube上で広告動画を配信するほか、ホームページなどにも全国の同実施店を検索できるシステムを設置。また、消費者への認知度をより高めるため、店頭で使用するステッカーやポスターなどのツールもご用意しています。

まだ、同実施店に選定されていない販売店につきましては、本年度のチェックアドバイス活動結果(例年7月~9月頃)において、プライスカードの表示もれがないことを確認させていただく等の選定条件を満たすことにより、同実施店の選定対象となります。そのため、今年度のチェック実施前に、自店のプライスカードの表示状況について再度ご確認くださいませようお願いします。

## ■ 中古バイクの走行距離表示適正化キャンペーンの実施について

プライスカードや情報誌などの走行距離数が正しく表示されているか再確認をお願いします

当協議会は、平成29年10月に走行距離表示適正化の一環として、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表示について、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の調査を実施しました。その結果、全国で124店(台数213台)において、中古バイクの走行距離表示について、消費者を誤認させるおそれのある表示となっていることが判明、改善のための注意喚起を平成30年2月に実施しました(※1参照)。

上記の結果を踏まえ、3月末より中古バイクの走行距離適正表示キャンペーンを展開し、PRポスター(※2)の配布、同ポスターデータのメール送信等を実施し、会員販売店及び消費者への正しい走行距離表示に関するPRを実施しています。つきましては、貴社におかれましても、同ポスターをご活用いただき、消費者にPRを実施いただくとともに、再度プライスカードや情報誌等における走行距離表示の再確認をお願いします。

なお、当協議会は、5月以降に再度、走行距離表示に関する調査を行うこととしていますので、適正な走行距離表示の実施に努めてください。

### ※1 問題となる走行距離表示の件数

No.	オークションにおける走行距離表示
1	メーター交換歴車(\$)
2	
3	減算車(*)
4	
5	疑義車(?)
6	実走行車



二輪車情報誌・同Webサイトにおける走行距離表示	対象台数
実走行車	2台
実走行車	66台
メーター交換歴車	7台
疑義車(走行距離不明)	39台
実走行車	62台
実走行車(オークション仕入れ時よりも1,000km以上過少に表示)	37台

計213台

### 問題となる走行距離表示を行っていた販売店数

	対象社数	社数 (該当車両 1台)	社数 (該当車両 2台~4台)	社数 (該当車両 5台~)
合計	124社	90社	29社	5社

### ※2 走行距離表示適正化ポスター

ポスターは公取協HP内の会員店専用ページよりダウンロードしてお使いいただくことも可能です。



←お手持ちのスマートフォンでQRコードを読んでいただくと「正しい走行距離表示」に関するページをご覧ください。

