

# 公取協

AUTOMOBILE FAIR TRADE COUNCIL NEWS

## ニュース

vol.83

2024.5

信頼されるクルマ販売を促進する

### CONTENTS

第143回理事会を開催	1
「ステマ告示」施行に伴う規約・規則改正(案)が 理事会で承認	4
「支払総額で購入できない」という苦情が 寄せられています	4
SNSを活用した広告宣伝を行う際の留意点について	6
メルセデスベンツ日本に対し、消費者庁が 課徴金納付命令	6
「車両用クレベリン」の除菌効果等の有効期間に 関する不当表示で、ディーラー8社に対し消費者庁が 措置命令	7
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

<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143回理事会を開催

### —2024年度事業計画(案)及び予算(案)、規約改正(案)等を承認—

2024年3月27日(水)に第143回理事会を開催(来場・オンラインのハイブリッド開催)し、第1号議案=2023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=自動車業における表示に関する公正競争規約及び同施行規則改正(案)の件、第3号議案=二輪自動車業における表示に関する公正競争規約及び同施行規則改正(案)の件、第4号議案=2024年度事業計画書(案)及び会費額(案)並びに予算書(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。

### 2024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

- 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

#### 3. 中古車の「支払総額」の表示を定着させるための普及活動

- 1) 「支払総額」の表示を定着させるための普及活動等の実施
- ◇各地区公取協事務取扱所と連携した普及活動の実施

◇「支払総額」の解説動画やプライスカード作成システムを活用した普及促進

◇「支払総額」の表示についての消費者に対するPR活動の実施

◇「支払総額」の表示の定着状況に関する実態把握の実施

#### 2) 不当な価格表示に対する監視・指導の強化と厳正な対処

◇苦情相談のモニタリングと事業者へのヒアリング、表示と販売実態調査の実施

◇苦情相談の多い事業者の表示と販売実態調査の実施

◇不当な価格表示に対する厳正な対処

#### 3) 店頭展示車の表示(プライスボード)に関する規定見直しの検討

#### 4. 修復歴等の不当表示の未然防止と厳正な対処

1) 修復歴及び冠水車、走行距離等の不当表示の未然防止の実施

2) 修復歴等の不当表示に関する監視調査の継続実施と厳正な対処

**5. 「ステルスマーケティング告示」の施行に伴う規約・規則改正（案）の認定・承認申請及び周知活動**

- 1) 規約・規則改正（案）の認定・承認申請
- 2) 「口コミ」投稿等における不当表示未然防止のための周知活動の実施

**6. カタログ等の装備品の表示の問題点及び適正表示に関する周知活動**

- 1) ウェブカタログの装備品表示の問題点等に関する周知活動の実施
- 2) 消費者にわかりやすい適正な表示の周知活動の実施

**7. 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**

- 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

**8. 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**

- 1) SNS等を活用した広告宣伝における留意点の周知活動の実施
- 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

**9. 中古車の車両状態評価に関する監修・監査及びPR活動**

- 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) 消費者団体等との情報交換活動の実施

**11. 広報PR活動**

- 1) 「支払総額」の表示で安心の公取協会員店の消費者に対する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) 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. 会員専用ページを活用した規約の普及活動**

- 1) 店頭表示のセルフチェック活動を通じた適正表示の促進
- 2) 会員専用ページ利用促進による規約の普及活動の定着化

**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
- 2) 品質評価者講習の実施
- 3) 「品質評価実施店」の積極的なPR活動の実施

**3. 走行距離等の不当表示の未然防止と厳正な対処**

- 1) 走行距離及び冠水車等の不当表示の未然防止の実施
- 2) 走行距離表示に関する実態調査の実施
- 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. 「ステルスマーケティング告示」の施行に伴う規約・規則改正（案）の認定・承認申請及び周知活動**

- 1) 規約・規則改正（案）の認定・承認申請
- 2) 「口コミ」投稿等における不当表示未然防止のための周知活動の実施

**5. カタログ等の装備品の表示の問題点及び適正表示に関する周知活動**

- 1) ウェブカタログの装備品表示の問題点等に関する周知活動の実施
- 2) 消費者にわかりやすい適正な表示の周知活動の実施

**6. 規約の一層の定着化を図るための普及活動の実施及び今後の規約指導体制等に関する検討**

- 1) 今後の規約普及活動や指導体制等に関する検討、実施

**7. 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**

- 1) SNS等を活用した広告宣伝における留意点の周知活動の実施
- 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

**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・相談の受付と対応

## 2024年度予算

◇2024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	254,309,000	254,669,000
2. 入金収入	1,900,000	1,550,000
3. 事業収入	21,070,000	22,870,000
4. 雑収入	350,000	350,000
5. 違約金預金取崩収入	3,000,000	3,000,000
6. 総会開催費用引当預金取崩収入	6,500,000	0
7. 退職給与引当預金取崩収入	12,221,000	16,125,000
当期収入合計	299,350,000	298,564,000

### <支出の部>

(単位：円)

勘定科目	予算額	前年度予算額
1. 事業費	243,960,000	235,779,000
2. 管理費	32,893,000	32,953,000
3. 引当預金支出	9,364,000	12,255,000
4. その他の支出	13,133,000	17,577,000
当期支出合計	299,350,000	298,564,000

### <2024年度会費額(年額)>

◇2024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)

(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)

(単位：円)

		会費額(合計)
①自動車関係団体7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	1社	120,000
④中古車車両状態評価機関	3社	360,000

## 「ステマ告示」施行に伴う規約・規則改正(案)が理事会で承認

「ステルスマーケティング」を景品表示法上の不当表示として指定する告示が施行(2023年10月施行)されたことに伴い、不当表示の禁止規定を新設するための、自動車及び二輪自動車の規約・同施行規則改正(案)が理事会で承認されました。

### <規約・規則改正案のポイント>

- ◆不当表示の禁止規定に、「事業者の表示であるにもかかわらず、事業者の表示であることが判別困難な表示」を追加
  - ➡景表法と同様、優良・有利誤認に該当しない場合も不当表示として規制の対象

### <規約・規則改正と併せて実施する対応>

- ◆中古車情報ウェブサイトの口コミ投稿に関する実態調査を実施、問題となるおそれのある「口コミ」投稿が認められた事業者及び同「口コミ」が掲載された中古車情報媒体社に対するヒアリング等を実施

### <規約・規則改正に向けた今後のスケジュール(予定)>

#### 1)改正(案)の承認、消費者庁・公取委への認定・承認申請

- ◆総会(6月開催予定)に上程、承認を得た後、消費者庁及び公取委に認定・承認を申請

#### 2)改正規約・同施行規則の施行時期

- ◆規約・規則改正案について認定・承認を得た後、速やかに施行

## 「支払総額で購入できない」という苦情が寄せられています

2023年10月1日に中古車の「支払総額」の表示がスタートしてから半年以上が経過しましたが、未だ当協議会の消費者相談室には、「支払総額」以外に「保証の購入を強制された」、「納車準備費用を請求された」等、表示された「支払総額で購入できない」という苦情相談が寄せられています。

- ➡2023年10月1日から2024年3月31日までの半年間で受け付けた相談は99件(会員55件、非会員28件、不明16件)
- ➡苦情相談事例の問題点及び適正な表示・販売のポイントは、以下をご参照ください  
[https://www.aftc.or.jp/content/files/pdf/aftc\\_info/aftcinfo\\_202405.pdf](https://www.aftc.or.jp/content/files/pdf/aftc_info/aftcinfo_202405.pdf)

苦情相談の内容	会員	非会員	不明	合計
1)「保証」や「整備」を購入しないと販売しない	10	6	2	18
2)「オプション」を購入しないと販売しない	22	1	1	24
3)「支払総額」に、購入の際に最低限必要な「諸費用」が含まれていない	8	3	4	15
4)「車検なし」で車検を取得するための整備費用が含まれていない	5	0	3	8
5)「車両価格」に含まれるべき「納車準備費用」等を「諸費用」として請求	14	2	1	17
6)請求できない「下取車諸手続代行費用」を「諸費用」として請求	1	0	0	1
7)車両価格に含まれるべき「利益」を「諸費用」に上乗せして請求	2	1	1	4
8)広告に表示した支払総額と店頭で表示している支払総額が異なる	2	1	0	3
9)その他(表示していない、問い合わせ等)	6	18	4	28
合計	70	32	16	118

※複数選択のため合計の件数は異なります

## 苦情相談の主な内容及び適正な表示・販売のポイント

- 中古車情報媒体等では「支払総額」を表示しているが、実際には「『オプション』や『保証』、『整備』を購しないと販売しない」、「『車両価格』に含まれるべき『納車準備費用』等を諸費用として別途請求する」等、「支払総額で購入できない」という苦情相談が、大手中古車専門店等を中心に多く寄せられています。
- 表示された「支払総額で購入できない」場合、不当な価格表示として重大な規約違反（「厳重警告」、悪質な場合「違約金」及び「社名公表」の措置）となります。今後、規約違反の認められる事業者に対してヒアリングを実施する等、厳正な対応を行います。

●会員事業者の皆様におかれましては、以下を参考に、規約を遵守した中古車の「支払総額の表示」及び適正な販売を行われますよう、お願いいたします。

- ①「車両価格」に「諸費用」を加えた価格（購入時に最低限必要となる全ての費用を含めた価格）を、「支払総額」の名称を用いて表示すること。
- ②中古車の価格・品質に重要な影響を及ぼす「定期点検整備」及び「保証」を付帯して販売する場合、その費用は「車両価格」に含めて表示すること。
- ③「諸費用」には、保険料、税金（法定費用含む）、登録等に伴う費用（新規又は移転登録を行う場合の検査登録手続代行費用及び車庫証明手続代行費用）を含めて表示すること。
- ④「納車準備費用」や「納車整備費用」等、中古車を販売するに当たり、当然行うべき作業（商品化のための作業）の費用は、「車両価格」に含めて表示し、別途請求しないこと。

### 注意！ 車庫証明手続代行費用は、必ず「支払総額」に含めて表示してください！

1. 「車庫証明手続代行費用」は、登録車・届出車（軽自動車）にかかわらず、必ず「支払総額」の内訳である「諸費用」に含めて表示すること

■規約において、「車庫証明手続代行費用」は必ず「諸費用」に含めて表示することが定められています。これは、

- ①販売店が車庫証明（届出）の必要のない市町村に所在し、その周辺地域もそれが不要であったとしても、必要となる地域の消費者に販売する場合があること
- ②また、「車庫証明手続代行費用」を「支払総額」に含む販売店と、含まない販売店があった場合、含まない販売店の価格の方が安く見えることとなり、販売店間の公正な競争を確保することができないため、各販売店が同一の水準の価格を表示する必要があること  
（「支払総額」を安く見せるため、車庫証明（届出）の必用の有無にかかわらず、「車庫証明手続代行費用」を含まない「支払総額」を表示するといった不正行為も懸念されます）

が主な理由です。

なお、車庫証明（届出）が不要な地域の消費者と商談する際は、「車庫証明手続代行費用」は不要である旨を説明し、当該費用を差引いた額を商談で提示してください。

2. 「手続代行費用」は、手続きが必要となる地域を管轄する運輸支局等で登録等することを前提とした費用とすること

■「検査登録手続」及び「車庫証明手続」の代行費用については、販売店がこれらの手続きが必要となる地域の消費者に販売することを前提に、その地域を管轄する運輸支局（軽自動車検査協会）で登録（届出）、また、警察署で手続きを行う場合の費用（実費）を算出してください。

→「諸費用の考え方」等、「支払総額」に関するFAQは、以下をご参照ください

<https://www.aftc.or.jp/contents/am/shiharai/faq.html>

## SNSを活用した広告宣伝を行う際の留意点について

当協議会は、SNSを活用した広告宣伝に関する実態調査を実施した結果、一部において必要表示事項の表示もれや不当な価格表示となるおそれのある表示が見られたため、この度、「SNSを活用した広告宣伝を行う際の留意点」をとりまとめました。

会員各社におかれましては、SNSを活用した広告宣伝を行う際は、本留意点を参考にいただき、規約に基づく適正な表示を行われますよう、お願いいたします。

### <SNSを活用した広告宣伝に関する実態調査結果のポイント>

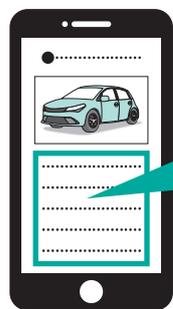
◆SNSは主に、車両紹介(特徴・機能)やキャンペーン・イベント告知、在庫車・在庫車の紹介等として活用されているが、一部において、割賦販売価格やリース料金等を表示した場合の必要表示事項の表示もれや不当な価格表示となるおそれのある表示等が見られた。

➡詳細は、以下「SNSを活用した広告宣伝に関する実態調査結果」をご参照ください  
[https://www.aftc.or.jp/content/files/pdf/aftc\\_info/sns\\_chosa\\_kekka.pdf](https://www.aftc.or.jp/content/files/pdf/aftc_info/sns_chosa_kekka.pdf)

### <SNSを活用した広告宣伝を行う際の留意点のポイント>

- ◆SNSにおいて広告宣伝を行う際も、規約で定める必要表示事項をすべて表示すること
- ◆ただし、文字数の制限等により、スペース内に全て表示することが困難な場合は、詳細な情報をリンク先等で表示した上で、別途定める「最低限必要な表示事項」を明瞭に表示し、そこからリンク先を必ず確認するよう誘導する等の対応を行う方法も可とする

#### <スペース内に全て表示することが困難な場合の対応例>



- 「最低限必要な表示事項」を表示
- 「詳細情報の入手先」に誘導
  - ①リンク
  - ②テキスト
  - ③画像

#### 詳細情報の入手先

規約に基づく  
必要表示事項を  
すべて表示

➡詳細は以下「SNSを活用した広告宣伝を行う際の留意点」をご参照ください  
[https://www.aftc.or.jp/content/files/pdf/aftc\\_info/aftcinfo\\_20240411.pdf](https://www.aftc.or.jp/content/files/pdf/aftc_info/aftcinfo_20240411.pdf)

## メルセデスベンツ日本に対し、消費者庁が課徴金納付命令

消費者庁は、公取協会員インポーターのカタログ等におけるパッケージオプションに係る表示について、景品表示法第8条第1項の規定に基づき、課徴金納付命令(課徴金額12億3097万円、景品表示法違反の課徴金額としては過去最高額)を発出しました(2024年3月12日付)。

➡詳細は以下「AFTC INFORMATION」をご参照ください  
[https://www.aftc.or.jp/content/files/pdf/aftc\\_info/aftcinfo\\_20240313.pdf](https://www.aftc.or.jp/content/files/pdf/aftc_info/aftcinfo_20240313.pdf)

当協議会は、同様の違反行為が発生することのないよう、今後、「カタログの装備品等の表示の問題点及び適正な表示方法」に関する周知活動を実施してまいります。会員各社におかれましては、適正な表示を行うための表示管理体制等を整備するとともに、同表示方法に基づく適正な表示を行われますよう、お願いいたします。

# 「車両用クレベリン」の除菌効果等の有効期間に関する不当表示で、ディーラー8社に対し消費者庁が措置命令

消費者庁は、公取協会員ディーラー8社を含む10社に対し、景品表示法に違反する行為（同法第5条第1号（優良誤認））が認められたため、景品表示法第7条第1項の規定に基づき、措置命令を行いました（2024年3月19日付）。会員各社におかれましては、車両に関連して提供する部用品、サービス等について表示する際にも、その内容が適正なものであるか確認するなど、表示管理体制等を整備し、適正な表示を行われますよう、お願いいたします。

## <違反事実の概要> ※太枠内(No.③~⑩)会員事業者

No.	事業者名	所在地	代表者	表示(開始)時期
①	株式会社デンソー	愛知県	代表取締役 林 新之助	2022年8月18日～
②	株式会社デンソーソリューション	愛知県	代表取締役 新竹 敦	2022年8月12日～
③	トヨタカローラ札幌株式会社	北海道	代表取締役 田中 浩至	2022年10月31日～
④	埼玉トヨタ自動車株式会社	埼玉県	代表取締役 嶋田 光剛	2022年11月9日～
⑤	トヨタモビリティ中京株式会社	愛知県	代表取締役 山本 正夫	2023年4月18日～
⑥	ネットトヨタ高松株式会社	香川県	代表取締役 朝倉 一	2022年10月31日～
⑦	東海マツダ販売株式会社	愛知県	代表取締役 大貫 秀樹	2022年12月20日～
⑧	株式会社神戸マツダ	兵庫県	代表取締役 橋本 覚	2022年12月20日～
⑨	株式会社広島マツダ	広島県	代表取締役 山根 一郎	2022年10月31日～
⑩	株式会社西四国マツダ	愛媛県	代表取締役 江藤 忠義	2022年12月20日～

### ■「車両用クレベリン」の車室内における除菌効果等の有効期間に関する不当表示

「車両用クレベリン」を利用することで、車室内において約3か月有効な除菌効果等が得られるかのように表示をしていたが、消費者庁が規定に基づき、それぞれ、期間を定めて、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、10社から資料が提出されたものの、いずれも、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものであるとは認められないものであった。

➡詳細は以下「AFTC INFORMATION」をご参照ください

[https://www.aftc.or.jp/content/files/pdf/aftc\\_info/aftcinfo\\_20240325.pdf](https://www.aftc.or.jp/content/files/pdf/aftc_info/aftcinfo_20240325.pdf)

### <車室内の除菌・抗菌効果等を表示する際の留意点>

- ◇ウイルスに対する予防や除菌効果に関する表示について、民間施設や研究機関の試験管内で得られた実験結果に基づき表示をした場合であったとしても、表示された使用環境下でも実験結果と同様の効果が得られることが実証されていない場合、表示された効果と根拠が適切に対応していない（表示の裏付けとなる合理的な根拠とは認められない）として、措置命令が採られている事例が他にも複数あります。
- ◇車室内の除菌・抗菌のスプレーや、抗菌効果が得られる車内のコーティング等、除菌・抗菌効果について表示する場合は、表示の裏付けとなる根拠を確認し、合理的な根拠が得られない場合は、当該効果が得られるかのような表示は行わない等の対応が必要です。

## 2023年度「店頭表示のセルフチェック」・「品質評価者講習」が終了

### 《「店頭表示のセルフチェック」実施結果》

会員店の店頭における適正な表示を促進するため、会員店自らが店頭のプライスカード等の表示状況についてチェックをする「店頭表示のセルフチェック」(以下、「セルフチェック」という。)を、昨年11月から3月末日まで実施しました。

2023年度は、対象店舗数6,758店中5,683店(84.1%)において、セルフチェックが実施されました。また、プライスカードの表示状況(規約遵守状況)については、93.0%の会員店が「良好」でした。

「規約に基づく適正表示の販売店」であることを掲げる「公取協会会員店」として、最低でも年に一回は、自店の表示状況についてチェックをしていただく必要があります。

また、「セルフチェック」の実施は「品質評価実施店」の選定・継続の条件となりますので、2024年度も実施いただきますようお願いいたします。

### 《「品質評価者講習」の実施結果》

2023年度の「品質評価者講習」が3月末日で終了しました。その結果、受講者数は2,083名(新規597名、更新1,486名)、更新対象者の受講率(更新率)は88.8%となりました。

なお、2024年度の品質評価者講習は、5月下旬に開講予定です。会員店の皆様には、当協議会ホームページ及びご案内メール等によりお知らせいたしますので、今しばらくお待ちください。

## 大阪・東京・名古屋の各モーターサイクルショーにおいて、「品質評価実施店」をPR!

当協議会は、大阪(開催期間3/15~17)、東京(同3/22~24)、名古屋(同4/5~7)で開催されたモーターサイクルショーにおいて、二輪車関係団体としてブースを出展しました。

3会場において来場者に対し、「公取協『品質評価実施店』は、品質評価者が在籍する適正表示で安心なお店」、また、「バイク選びは『適正表示で安心』の公取協『品質評価実施店で』」をキーワードとしたツールを積極的に配布する等、PR活動を実施しました。



公取協 出展ブースの様子



品質評価実施店マーク

当協議会は、「店頭表示のセルフチェック」の実施や「品質評価者講習」の受講により、適正な表示を実施している会員店を『品質評価実施店』に選定しており、2023年度は、公取協会会員店6,758店中、4,442店(65.7%)を同実施店に選定しています。

なお、2024年度の『品質評価実施店』の選定は7月頃を予定しております。

会員店の皆様におかれましては、引き続き、各店舗における適正表示の維持・推進、品質評価者の在籍へのご協力をお願いいたします。