

JPUC Magazine

創刊号

VOL. 01

[ジェイパックマガジン]

[発行] 一般社団法人日本自動車購入協会 (JPUC) 〒141-0031 東京都品川区西五反田8-4-15 グリンデル広小路ビル2階

[編集] k株式会社ジェイシーレゾナンス 〒108-0072 東京都港区白金1丁目12-2, Jc Residence, 2F

自動車買取業界の 健全化を目指して

[イベントレポート]

オートアフターマーケットサミット 2024

[業界動向ニュース]

自動車メーカーによる サブスクサービスが堅調

[車買取のトラブル相談事例集]

契約後のキャンセルを申し出たら、 違約金 (キャンセル料) を請求された

一般社団法人
日本自動車購入協会

自動車買取業界の健全化を目指して

こんにちは、一般社団法人 日本自動車購入協会 (JPUC) 代表理事の井上です。

このたびJPUCでは、当協会の日頃の活動内容や、活動を通じて得ることができた業界動向情報などを、会員の皆様にご覧いただくために、また当協会に未入会の買取事業者に対する広報の意味合いも込めて、新たに「JPUC MAGAZINE」を創刊 (年二回発行) いたしました。

自動車買取業界は、業界ルールも無い中で消費者とのトラブルが顕在化し、その被害相談が2012年の国民生活センターから報道発表されるなど、コンプライアンスの強化が喫緊の課題となっていました。そうした中で、業界の適正化、健全な発展をめざし、2014年3月28日にJPUCを設立しました。買取事業者だけでなく媒体事業者など多くのステークホルダーと共に立ち上げた当時を振り返ると、利益相反するメンバーによる標準約款の策定などでは想像以上に紛糾し苦労しましたが、その甲斐あって実効性の高い骨太なものになり、一般消費者からの評価にも繋がっているものと感じています。

JPUCでは、これまで活動を通じて主に消費者保護 (標準約款策定、車売却消費者相談室開設、媒体ガイドライン監修など) に注力し、会員企業に対する被害相談減少など一定の成果を得てきました。しかし、悪徳な買取事業社がいまだ存在し、消費者を悩ませていることもまた事実です。そこで近年取り組んでいるのが「適正買取店認定制度」の推進です。真面目な事業者が得をする環境を作り上げることで、マーケットから悪徳事業者を排除することを目指します。

私は、JPUCの最終目標は“団体が不要になること”だと考えています。やるべきことは少なくありませんが、着実に歩みを進めていきたいと考えておりますので、引き続きご協力をお願い申し上げます。



一般社団法人 日本自動車購入協会
代表理事

井上 貴之

[イベントレポート]

オートアフターマーケットサミット2024

業界を代表する5名が垣根を超えた議論を展開

3月に開催された自動車アフターマーケットの展示会「国際オートアフターマーケットEXPO 2024 (IAAE 2024)」にて実施されたセミナー「オートアフターマーケットサミット2024」に、中古車流通業界を代表して当協会の井上貴之代表理事が登場。「求められる規範が変わる中でのコンプライアンス」というテーマのもと、業界の垣根を超える議論を展開した。

井上代表理事は、昨年世間を賑わせたビッグモーターに端を発した大手中古車チェーンのコンプライアンス問題に対して「大手企業が襟を正すべきであることは間違いないが、一方で中小企業がコンプライアンスに対応しているかというところではない。中小企業も含めて足元を見つめ直すべきであり、そのために有効なDX推進を行う必要性を感じています」と、業界として業務効率の改善とコンプライアンス対応を併せて推進していく方針に言及された。

また、昨年10月より義務化された支払総額表示や2024年3月末をもって経過措置期間を終える特定整備認証制度、さらには今年10月1日よりスタートするOBD検査が業界に与える影響について「中古車流通業界が車をどう評価しているか」と、実は骨格とボディしか見ておらず、その他の自動車の状態を評価する制度を持っていないのです。だから車検が切れている車に車検を付けて販売をしようとした時に、幾ら位の車検費用がかかるのかを見積るノウハウがありません。整備に関しては外注しているところが多いので、これからは結構障害が出る大変な作業だと思います」と、整備のルールによる影響について話された。

最後に「2013年の改正特商法において、お客様のご自宅に訪問して購入するとい

う業態が規制の対象になったのですが、我々の自主規制団体の働きかけのより、自動車(四輪車)を対象から外してしまったことが、今回の自動車買取トラブルの一因になってしまったことを謝罪申し上げます」と反省の弁を述べつつ、自社のフィロソフィーブックを例に挙げ「我が社では紙幣には色が付いているという教育をしており、営業マンもお客様も満足した上で得る1万円札と、納得しないまま強引に得る1万円札の色は違い、我が社は綺麗な色の1万円札しか取りに行かないというフィロソフィーを浸透させている。色々なルールも大事だが、根本的にはそういった文化を各企業で作っていくことが重要になるのだと思います」と業界全体の意識を引き上げていく必要性を述べ締められた。



登壇者:左から、BSサミット事業協同組合 藤野利浩副理事長、アフターマーケットサプライヤー活性化委員会 中村秀隆代表理事、自動車用品小売業協会 小林喜夫巴会長、日本自動車購入協会 井上貴之代表理事、リビルド工業会全国連合会 深澤広司会長

適正買取店認定制度を推進

一般社団法人 日本自動車購入協会（JPUC）には、「一般消費者への安全・安心なサービスの提供」という理念のもと、買取事業者69社、媒体事業者9社（2024年4月時点）が会員企業として集っている。当協会は、顧客への不当な勧誘を防止し、一般消費者による自主的かつ合理的な選択、および一般消費者が安心かつ安全に契約できる環境を提供することで、自動車の取引の公正化を図ることを目的とし、その活動の一環として「消費者相談窓口の設置、車買取業者に関わる情報収集及び業界への共有、車買取業者及びWEB広告表現に対するガイドライン制定」などを行ってきた。

これまでの活動は自主規制団体として、主に悪徳な事業者への対応という内向きな施策が中心であったが、ここまでの積極的な活動によりトラブル防止に対しての一定の成果が見られたこともあり、今後は一般消費者に植えつけてしまった悪い印象を払拭すべく外向きの活動を増やしていく、新たなレイヤーに突入したと考えている。

当協会ではその具体的な施策として、2019年より一般消費者に対して安心・信頼のお店選びの指標を示す「適正買取店認定制度」を制定し推進している。本制度は、法令遵守はもとよりJPUCが定めた約款監修やウェブ監修といった10の認定要件を満たした買取店舗を認定するものであり、現在は20社が認定を受けている。本制度の普及・浸透を進めることで、消費者からの信用を失いかけている自動車アフターマーケットを活

性化できるよう目指していきたい。本制度の趣旨に賛同いただける会員企業の皆様には、ぜひとも制度への申請をお願いしたい。

なお、適正買取店認定制度への申請については以下（QRコード）から確認してほしい。また、適正買取店の認定を継続するには2年ごとに認定継続審査を受ける必要があり、さらに有効期間中でも適正買取店の要

件から不適合になると取り消しになるなど、厳しい運用体制を敷いている。

▶申請要件

<https://www.jpuc.or.jp/case/>



【適正買取店一覧】

株式会社JCM
株式会社second age
カレント自動車株式会社 [旧車王/外車王]
株式会社POEM [車本舗くるまよん・牛沢買取センター]
株式会社ビーフラップ [車買取セカンドプラス]
株式会社ナック
株式会社カーセブン デジフィールド
株式会社オートプラザ高橋 [車買取・販売カウル!]
有限会社トラストレーディング [直販買取店 ケンモータース]
道央自動車株式会社

株式会社コンチネンタルオートス
株式会社オートベル
株式会社インディオ富山
OGATAトラストレーディング株式会社 [BELLY CARS]
株式会社スタイルウォーク
株式会社EMU
有限会社北日本アクティブ [車買取専門店ウルナビ]
株式会社LEALE
株式会社ユニース
株式会社STG

〈認定に向けたイメージ図〉



適正買取店

認定バッジ・ロゴ使用可能



約款監修適合事業者

監修マーク（オレンジ）使用可能



Webサイト監修適合事業者

監修マーク（黒）使用可能



業界動向ニュース

自動車メーカーによるサブスクサービスが堅調

「自動車業界100年に一度の大変革期」において自動車アフターマーケット事業者が注視しなければいけないのが、その上流過程にある自動車メーカーの動向だろう。自動車整備・修理事業者にとってはクルマの進化により事故率の減少、さらには修理の高度化など、様々な影響が近年顕著に見え始めているわけだが、自動車買取事業者にとっても自動車メーカーが展開するサブスクリプションサービスの影響は今後大きくなっていくだろう。

2024年1月11日、株式会社KINTOは設立5周年でクルマのサブスク「KINTO ONE」の累計申込数が10万件を突破したことを発表した。さらに1月12日には、スバルがKINTOと業務提携し2024年初夏から新車のサブスクサービスを開始すると発表した。これらKINTOの動きを筆頭に各自動車メーカーが独自のサブスクサービスを活発化させている。

国内の自動車保有台数が横ばいで推移する中、所有者と運転者が異なる車両が増え続ける状態は、買取業者にとって望ましい状態ではない。自動車メーカーによる中古車製造という囲い込み戦略に対して、自動車アフターマーケット事業者がどのように対峙していくかが、今後のテーマになるだろう。

KINTO



News Topics

理 | 事 | 会 | 報 | 告 |

令和6年1月12日（金）第85回理事会、同年3月8日（金）第86回理事会を開催しました。

「行動基準違反措置基準の改定」および「入電集計項目の変更」については、実態に即した内容と集計数値の正確な可視化を目的とし、昨年9月より「倫理審査委員会」を6回開催し、12月は「お客様相談サービス部会」と合同で協議してきました。

その決定内容を1月12日（金）開催の第85回理事会にて、6月末まで「テスト運用」を行い7月から本格実施することを加えて決議しました。

また、同理事会において昨年9月～10月に実施した第12回モニタリング調査を報告し、その内容について共有しました。

3月8日（金）開催の第86回理事会においては、不当景品類及び不当表示防止法施策規則における「景品類等の指定の告示の運用基準について」の消費者庁のパブリックコメントにJPUCとして意見を提出したことを報告しました。

車買取の

トラブル相談事例集

JPUC車売却消費者相談室ではこれまで車買取に関する様々なトラブルを多く扱ってきました。ここでは今までにJPUC車売却消費者相談室に寄せられた、車買取トラブルに関する相談事例をご紹介します。



CASE STUDY #01

契約後のキャンセルを申し出たら、 違約金(キャンセル料)を請求された

今回の
相談内容

買取事業者と中古車を売却する契約を締結し、一週間後に車と書類を引き渡すことになりました。翌日思い直し、解約を申し出たところ、「違約金(キャンセル料)」の支払いを求められました。違約金(キャンセル料)を支払わなければならないのでしょうか？

回 答

契約 は、契約当事者の申込みと承諾が合致することで成立します。契約が「成立」することによって、契約当事者にはそれぞれ法的な拘束力を持った約束の内容となる債権(権利)および債務(義務)が生じ、一度契約が成立すれば、契約の「無効」「取消」「解除」の原因がない限り、当事者は、契約に拘束されることになります。いったん契約をすると、特別な場合を除いて一方的な解約をすることはできません。それを売主から一方的に契約を解除する場合、相手方が被った損害を賠償する責任が生じます。

しかし、消費者契約法第9条第1号では、「当該消費者契約の解除に伴う損害賠償予定額または違約金の定めについて、これらの合算額が当該条項において設定された解除の事由、時期等の区分に応じ、当該消費者契約と同種の消費者契約の解除に伴い当該事業者が生ずべき平均的な損害の額を超えるもの 当該超える部分」は無効とすると規定しています。

今回のケースでは、売主が車と移転登録書類も渡していない翌日に契約

の解除を申し出ていることもあり、実際に損害が発生しているとは考えにくいので、このような請求に対しては、違約金の内訳など根拠となる書面を求め、それが妥当なものなのか確認する必要があります。

「JPUC車売却消費者相談室」に寄せられる相談には、消費者が中古自動車売却の際に、十分に検討しないまま、売買契約書に署名・捺印した後、家族に反対されたから、親戚や知人に欲しいと言われたから、他社の方が買い取り金額が高いから等、自己都合により契約解除を申し出てトラブルに発展するケースが多く見受けられます。

このようなトラブルを避けるためにも売買契約を締結する前に、売買契約書に記載されている「契約の成立時期」「契約の解除」条項等の契約内容を確認することが重要です。

上記で問題が解決しない場合、更に詳しい相談がしたい場合は、「JPUC車売却消費者相談室」にご相談ください。

JPUC車売却消費者相談室 入電件数推移

JPUC車売却消費者相談室への入電件数について、集計データをご覧ください。下図「月別入電件数(2021年度~2023年度)」を見ると、各月ほぼ右肩上がりとなっていることから、当相談室の認知度が上がってきていることが見てとれます。また、右図「入電件数に対する加盟・非加盟の構成」を見ると、全体の問い合わせに対して非加盟店の割合が増えており、ユーザー保護のために適正買取店認定制度の浸透が必要であることが窺い知れます。

■ 月別入電件数(2021年度~2023年度)



■ 入電件数に対する加盟・非加盟の構成

	加盟	構成	非加盟	構成	合計
2023年度(6月~3月)	1,105	37.2%	1,865	62.8%	2,970
2022年度	1,608	53.5%	1,400	46.5%	3,008
2021年度	1,536	59.5%	1,044	40.5%	2,580
2020年度	1,426	63.3%	828	36.7%	2,254

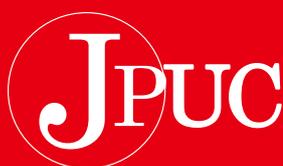
入会のご案内

「一般消費者への安全・安心なサービスの提供」を目的とし、新規会員事業者を募集しております。

一般社団法人日本自動車購入協会(JPUC)は、「消費者の皆様が安心して自動車を売却できる環境づくり」を目指し、2014年3月、自動車買取業界の自主規制団体として設立いたしました。以来、自動車買取事業者と自動車買取に関わる媒体事業者が協働して、設立の主旨を実現すべく取り組んでおります。

ご入会を検討される方は

右記「関連データダウンロード」の「会員入会規定」をご覧ください▶



一般社団法人
日本自動車購入協会

一般社団法人日本自動車購入協会(英語名: Japan Purchase Used Car Association、略称: JPUC/ジェイバック)は、車買取業界の健全な発展のため業界団体の設立が望まれて2014年に設立されました。「一般消費者への安全・安心なサービスの提供」という理念のもとに、顧客への不当な勧誘を防止し、一般消費者による自主的かつ合理的な選択、および一般消費者が安心かつ安全に契約できる環境を提供することで、自動車の取引の公正化を図っております。