

JPUC Magazine

VOL.02

[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] 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

[巻頭特集]

適正買取店 認定制度について

適正買取店研修



[イベントレポート]

第11回 定時社員総会を開催
新任理事に塚越 剛氏、甘城 裕之氏を選任

[業界動向ニュース]

自動車買取事業者が注意すべき
景品表示法に関するルール改正

[車買取のトラブル相談事例集]

冠水歴があることを理由として
契約解除と返金を求められている



JPUC「適正買取店認定」
ロゴマーク

消費者の皆様にご安心いただく様々な行動基準を遵守して、違反なしを継続している優良な買取事業者として認定するマークです。一般消費者の方が、安心・信頼のお店選びができる目印となるものです。

〔巻頭特集〕

適正買取店認定について

— 適正買取店研修 —

一般社団法人日本自動車購入協会（JPUC）は、自動車買取業界の健全化を進め“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を目的に「適正買取店認定制度」を推進している。現在は21社が認定を受けており、車買取一括査定サイトで認定マークが付与されるなど、一般ユーザーにとって“安心・信頼のお店選びの目印”となることの認知が広まってきた為か、最近では認定を取得するためにJPUCに加盟を希望する事業者もある。

但し認定取得には、「すべての自動車買取を行う買取店が申請要件を満たし、事業者（会社）単位で誓約すること」や「申請日から過去3年以内に、当協会からの警告以上の措置、または買取行為に関して消費者庁等からそれに準ずる措置を受けていないこと」など10項目の申請要件があり、全てを満たしている必要がある。

認定の要件には、様々な自主規制ルールを現場の一人ひとりに浸透させ、自動車買取業界の適正化と持続的な発展に繋げることを目的とした「すべての買取店に当協会が実施する適正買取店研修の修了者が1名以上在籍していること」との申請要件がある。適正買取店研修は、コロナ禍以降オンラインにて開催しており、事前に送付したテキストを使用した約

3時間の講義と30分程度の理解度テストによって構成されている。全150ページ以上に渡るテキストは、JPUC憲章から始まり、以下4章「Ⅰ.古物営業法」「Ⅱ.盗難車・不正品の見分け方」「Ⅲ.中古自動車買取」「Ⅳ.資料編」に分類されている。前半の古物営業法や盗難車・不正品の見分け方においては、主に自社が不利益を被らないために必要な情報について記載があり、後半の中古自動車買取においては、主にお客様保護の観点で特定商取引法やJPUC設立の経緯について、またモデル約款や行動基準などJPUCが定めるルールについて記載されている。

本研修を受けることで、自動車買取に関わるルールや模範的な取り組み、さらには実務的な情報を体系的に学ぶことができる。JPUC会員企業にはぜひとも受けて頂きたい研修であり、非会員の企業にはこのような自社の為になるオリジナル研修が用意された団体であることを知って頂き、加入の検討をして頂きたい。



（写真左）オンライン研修を行うJPUC事務局 結城氏、（写真右）：150頁以上に渡る適正買取店研修のテキスト

〔イベントレポート〕

第11回 定時社員総会を開催 新任理事に塚越 剛氏、甘城 裕之氏を選任

一般社団法人日本自動車購入協会は、2024年7月30日（金）損害保険ジャパン株式会社 日本橋会議室にて第11回定時社員総会を開催した。

井上代表理事は、令和5年度の活動報告において、会員数が4社増加（入会：買取事業者5社・媒体事業者1社、退会：買取事業者2社）したこと、2019年より推進する「適正買取店認定制度」の認定店が新たに3社増え合計20社になったこと、今期の「適正買取店研修」受講者数が523名（述べ1123名）となったことを報告。また、令和5年3月末に改修を行なった当会ホームページについて、具体策として取り組んだコンテンツ拡充等のSEO対策により、アクセス数が大幅に増加したこと、それに伴い「車売却消費者相談室」への相談件数も増加したことを報告した。

続いて令和6年度事業計画において、自動車流通業界全体で連携して引き続き業

界の健全化を目指し、「適正買取店認定制度」の更なる推進、ホームページでの継続的な情報提供、各メディアや他業種との連携による広報・普及活動の強化等を具体的方針として、「JPUCの認知度向上」「会員数拡大」に向けて取り組むと今年度の活動方針を説明。また、2024年に一部改定された景品表示法における自動車買取の「自動車公正競争規約」の作成・認定に向けて、関係官庁並びに関連団体の支援も得ながら取り組む方針について説明を行なった。また、決議事項において、第1号議案 第11期計算書類承認の件について、第2号議案 理事2名選任の件として、塚越剛氏（株式会社JCM）と甘城裕之氏（株式会社MOTA）が選任された。



（写真左）：総会の議長を務める井上代表理事、（写真右）：新理事就任の挨拶を行う塚越剛氏（株式会社JCM）

お客様からJPUC加盟の有無について聞かれた ビジネスチャンスに繋がると考え加盟を即決！



Company profile

YUMOTO株式会社

群馬県前橋市総社町高井219-5

<https://www.yumotoinc.jp>

JPUC会員企業紹介の第1弾は群馬県前橋市にあるYUMOTO株式会社（群馬県前橋市・代表取締役 古澤一樹）だ。古澤氏は24年前から中古車の買取・販売に従事し、3年前に同社を設立した。同社はGT-R専門店を掲げた異色な買取・販売店であり、国内で仕入れたGT-R（その他一部スポーツカー）を国内およびアメリカのフロリダに構える販売拠点で販売している。ここまで聞くと、昨今のネオクラシックカーの中古車価格高騰に目を付けた投資目的ではないかと思われるかもしれないが、古澤氏の考えは全く異なっており、現在の評価の高さは異常であり、普通の車好きが手を出せる価格では無くなってしまっていると危惧している。寧ろ古澤氏は、中古車の流通に携わる中、自分の大好きなGT-Rがオークションなどを通じて海外へ流出していることを知り、どうせ流出してしまうなら自らが媒介し、直接GT-Rを欲しがっているユーザーに届けたいとの想いで事業を行っていると話してくれた。

そんな同社が、希少性の高いスポーツカーの専門店として同社が心掛けていることは、“お客様と対話をして、クルマをしっかりと見る”ことだと言う。その中でそのクルマの未来が見えた時には、オークション情報だけでは見えてこない価値を見出すことができ、相場とは異なる専門店ならではの買取が可能になると話してくれた。会社設立からはまだ3年と若い会社ではあるが、宣伝や口コミで徐々に認知度は高まってきている。それでもまだ、自分が把握できていないクルマがオートオークションでは数多く流通していることから、まずはもっと知ってもらいお問合せを頂くための努力が必要だ



と、今後の方針について明かしてくれた。

最後に、JPUCに加入したきっかけについて店長の阿部氏に何うと「私が県外に商



取材対応していただいた阿部店長

談に伺った際、お客様からJPUCには加盟していないの

と聞かれまして、恥ずかしながらそれまでJPUCについて知らず、調べてみたところお客様の安心に繋がると思い加入の申し込みをしました」と買取を希望するお客様側からの質問がきっかけだったことを明かしてくれた。阿部氏は「我々は日頃から買取を行っており、JPUCの求める行動基準などについてはこれまでも当たり前に行ってきたことでしたので、これまでと変わることはありません。しかし、お客様にとって車の売却は希少な体験ですのでやはり心配だと思います。その心配な気持ちを少しでも和らげることができればと期待しています」と話す。ちなみに、最

近も別のお客様から「JPUCに加入していないのか」と聞かれたそうだが、今度は自慢げに「はい!」と答えた笑顔で話してくれた。

今回の取材を通じて、JPUCの認知度が高まっており、一般ユーザーに浸透してきていることが窺い知れた。JPUCに加入していることで“お客様の安心”に繋がるといふ最高の事例である。そんなお客様の想いに応えるためにも、しっかりと会員企業の質を担保し続けなければいけないと、改めて身が引き締まる思いを抱く取材となった。

業界動向ニュース

自動車買取事業者が注意すべき 景品表示法に関するルール改正

令和6年4月18日に、消費者庁が景品類等の指定の告示の運用基準を定めたことで、従来は景品表示法の対象外であった自動車買取に関する広告が、対象となることになりました。さらに、令和6年10月1日から施行される改正景品表示法においては、「不当表示」と判断された場合に課せられるペナルティが、従来よりも重くなることが示されています。

そもそも、景品表示法の目的は“一般消費者の利益の保護”であり、広告表示は消費者が商品・サービスを選ぶ基準になるため、正しく分かりやすいことが大前提です。実際の品質や価格よりも著しく優良または有利であるような表示は、一般消費者に誤認を招く「不当表示」にあたる可能性が高くなります。

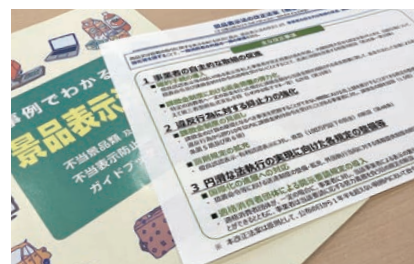
例えば、「どこよりも高く買う」「地域でNO1の買取

実績」「地域一番の高価買取」といった表現は、本当に地域で一番高く買い取っているのであれば問題ありませんが、“立証が難しい”ためリスクがある表示だと考えられます。つまり、比較広告を行う場合には客観的な調査に基づいた表示が求められます。

また、「〇秒で無料査定」といった表現についてですが、事実と反するものがすべて「不当表示」にあたるかという必ずしもそうではなく、ある程度の誇張や誇大は“広告”として許容されており実際は数分かったとしても直ちに法律違反とはならない可能性が高いです。但し、一般的な消費者の認識から“著しく”かけ離れている場合は「不当表示」になる恐れもありますので注意が必要です。

コンプライアンス遵守が求められる時代ですので、

法令違反ではない広告表示を行うことは大前提として、消費者目線のサービス提供と広告表示を行う「消費者志向経営」を実践することが事業者として大切なのではないのでしょうか。



News Topics

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。

CACE STUDY #02 | ▶減額トラブル

買取業者の査定を受けて売却した車が、冠水歴があることを理由として契約解除と返金を求められている

今回の相談内容

数年前に購入した中古車を代替することになり、購入店とは別の買取業者から「修復歴・不具合・災害歴なし」と査定を受け売買契約を交わしました。数日後に買取業者から「冠水歴が判明した。契約解除で車を返すので支払った代金を全額返金してほしい」と連絡がありました。購入した中古車販売店に確認したところ「販売当時、冠水車ではなかった」と主張していますが、数年前のことで定かではありません。現在、車に不具合はなく自分が使用している期間に冠水した心当たりはありません。今後どう対応したら良いのでしょうか？

回答

台風やゲリラ豪雨の影響を受け、日本各地で水害が頻繁に起こるようになりました。車の浸水被害も増加傾向にあり、当協会の車売却消費者相談室にも冠水車についてのトラブル相談がよせられています。

一般財団法人日本自動車査定協会の中古自動車査定基準における「冠水車」とは「集中豪雨や洪水などにより、室内フロア以上に浸水したもの、または、その痕跡により商品価値の下落が見込まれるもの」と定義されています。冠水車として表れやすい特徴として、主に以下のことが挙げられます。

○通常の使用では発生しない箇所にサビ・腐食がある

○通常の使用では付着しない汚れ・シミがある

○ドロ又はカビの臭い

このようなケースでは、まず「冠水車と判断されたのがいつなのか」を確認してください。

①今回の売却で初めて冠水車と判断された場合、買取業者は、上記の基準に則り、プロとして査定を行う必要があります。オークションで判明するような冠水歴だったのであれば、買取業者の過失とみなされるでしょう。

②相談者の購入時期より前に、冠水車と判断されていた場合、既に冠水歴がオ

クションなどで判明していた場合は、①同様、買取業者の過失を主張することが可能でしょう。

当協会の車売却消費者相談室は、消費者の方が買取業者に車を売却する際のご相談を受け付けています。②は、売却時に発生したトラブルではありますが、購入車両についての相談にもあたるため、以下の赤字部分の回答は参考としてお読みいただければ幸いです。

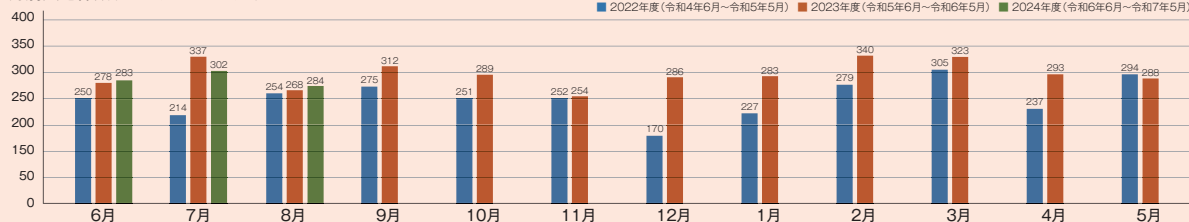
本来、冠水車を販売する場合、販売店では「冠水車である」旨の表示や説明が必要です。なぜなら冠水車はエンジンや電気系統に支障をきたす恐れがあり、商品価値も通常の車両より低くなります。また、今は不具合がなかったとしても、将来的に重大な不具合が発生する可能性も高いため、販売店が「冠水車ではない」という虚偽の表示や説明をしているのであれば詐欺に当たりまし、**「冠水車である」という表示や説明をしなかった場合でも、不当表示とみなされることになります。いずれかに該当するようであれば販売店に対して、契約の取り消しを求めることが可能と思われます。**

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(2022年度~2024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(2022年度~2024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
2024年度(6月~8月)	286	32.9%	583	67.1%	869
2023年度	1,305	36.8%	2,246	63.2%	3,551
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

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/ジェイパック)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。