

JPUC Magazine

VOL. 03

[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]

公正競争規約の 制定に向けて

自動車買取業界の健全化を目指して



[イベントレポート]

5年振りに新春賀詞交歓会を開催

[JPUC会員企業紹介]

株式会社エイチームライフデザイン(ナビクル)

[業界動向ニュース]

オートアフターマーケット連絡協議会で
消費者庁による景品表示法についての講演を実施

自動車買取業界を代表し 時代に合わせた改正の検討を求める

[車買取のトラブル相談事例集]

修理を行ったことを申告し売却したが、修復歴による減額を要求されている。
納得できず返車を求めたところ、違約金を請求された。



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】

公正競争規約の制定に向けて

一般社団法人日本自動車購入協会（JPUC）は、2025年1月17日に令和7年賀詞交歓会を開催した。

5年振りの開催となった本会には、会員企業に加え多くの来賓など、総勢22社・78名に参加頂いた。

本会にて井上代表理事より、令和6年度の報告と令和7年度の方針説明がなされたので、その一部を抜粋して紹介したい。

中古車業界は、昨年、一昨年と大きく世間を騒がせてしまいました。そう言った意味では、一生懸命やってきたつもりではありますが、我々の取り組みにまだまだ課題があったのだらうと真摯に受け止めて改善に望み、第三者の方々からも評価いただける仕組みにしていかなければいけないと思っております。

日頃から申し上げていますが、私はJPUCという団体はなくなってしまえばいいと思っております。我々が黙っていても消費者の皆様には満足を提供できる業界であれば自主規制団体は不要になるので、最終目標は解散することを目標に据えて活動をしていきたいと思っております。

今年の非常に大きい取り組みとしては、景品表示法の運用改正により小売だけでなく買取の領域の広告まで対象となったことを受け、これに対する公正競争規約をJPUCで作っていききたいと考えています。JPUCメンバーは“流通を前

提とした買取”を行う事業者がほとんどですが、一方で“リサイクルや解体を行うための買取”を行う事業者に対する被害相談も我々の団体にきています。そういった意味では、広告もそうですが取引の内容にまでメスを入れられるような規約を目指していきたいと思っております。そうなればJPUC非会員に対しても実効力のある消費者保護を促すことが可能になります。

今年の入電件数は昨年比で107.7%となっています。JPUCでは、理事会の配布資料として各社の入電件数と全体における去年と今年のシェアを出しています。この資料を見る限り、非会員の事業者のシェアが増加傾向にあることが明白です。公正競争規約の策定で非会員の事業者にも制限をかけていくことは消費者保護の観点から非常に有効な手段であると考え、本日の理事会に委員会の設立を諮り、承認を得ることができました。是非、関係各社の皆様にはバックアップをお願い申し上げます。



【イベントレポート】

5年振りに新春賀詞交歓会を開催

2025年1月17日、都内のロイヤルパークホテルにて一般社団法人日本自動車購入協会（JPUC）の理事会および新春賀詞交歓会が開催された。賀詞交歓会では冒頭の井上代表理事による挨拶に次いで来賓の方々にご挨拶を賜った。

行動基準違反の会員に対し第三者の視点から審査を行い適切な対応を行うことを目的に設置された第三者委員会メンバーのひとり名古屋経済大学 田口義明名誉教授からは「第三者委員会は2017年設置以降、審査の対象となった事案はございません。この事実は大変喜ばしいことであり、皆様の努力の結果であると考えております。一方で、相談窓口へ寄せられる件数が増加していることは課題として捉えています。相談件数全体の3分の2は非加盟事業者に関わるものであり、JPUCとしては非加盟事業者への対応は限界があることは確かですが、この傾向が続くと車買取事業に対する消費者の信頼を損なう恐れがあります。経済学の分野では“悪貨は良貨を駆逐する”という法則がありますが、車買取分野においてはこれが逆になっていくと素晴らしいことではないでしょうか。今後取り組まれる公正競争規約に期待したいと思います」と期待のお言葉を頂いた。



続いて、アドバイザーボードのひとりでもある経済産業省 製造産業局 自動車課 是安俊宏課長補佐からは「一昨年以降、大手事業者にかかる不適切な事案が発生したことで中古車販売業界の信頼を揺るがす事態となりました。そして残念ながら現在において

もこれらの払拭というまでは至っていないという事情でございます。協会においては、お客様相談窓口の設置、適正買取店認定制度の運用などユーザーに対する安全、安心なサービスを行うことによって中古車流通業界の発展に尽くして頂いていると承知しておりますが、より一層の努力をお願いしたいと考えています」と、激励の言葉を賜った。

続いてJPUC理事、株式会社ウェブクルーの藤島義琢代表取締役社長による乾杯の発声では「JPUCでは毎年、ミステリーショッパー（モニタリング）を行っております。設立当初は“なかなかキャンセルさせてもらえない”等、ネガティブな報告が目立ちましたが、今年は“すごく良い対応して頂きミステリーショッパーとして断るのが申し訳ない”、“本当に売却する際には是非お声がけさせて頂きたい”等、お褒めの言葉を多数頂いております。JPUCの活動の成果が見えてきたことに、本当に嬉しい限りです」と嬉しい報告が行われた。

しばらくの歓談を経た後、JPUC理事、一般社団法人日本自動車流通研究所（JADRI）代表理事を務めるインディオホールディングス株式会社 岩崎孝代表取締役社長より「井上代表理事は、JPUC創設されて11年目、さらにJADRIの前身を作られたのも井上代表理事なのですがそれが20年前でした。今日お集まりの関係各社の皆様と手を取り合いながら、今後も日本の自動車流通業界を盛り上げていって頂きたいと思っております」と中締め挨拶が行われ盛会のうちに閉幕した。



名古屋経済大学 田口義明名誉教授



経済産業省 製造産業局 自動車課 是安俊宏課長補佐



株式会社ウェブクルー 藤島義琢代表取締役社長による乾杯の発声



中締めの挨拶を行うJADRI代表理事 岩崎孝氏



クルマに関わるすべての人へ、最幸の”出会えてよかった”を
ミッションに、媒体事業者として一緒にネガティブゼロを目指したい

Company profile

株式会社エイチームライフデザイン (ナビクル)

〒450-6432 愛知県名古屋市中村区名駅三丁目28番12号 大名古屋ビルディング32F

<https://life-design.a-tm.co.jp> / ナビクル: <https://www.navikuru.jp/>

JPUC会員企業紹介の第二弾は、車査定・車買取サイト「ナビクル」で馴染み深い株式会社エイチームライフデザインである。同社は、創造性と技術力で多様なITサービスを展開する株式会社エイチームホールディングスの比較・情報サイトを運営する事業が分社化された企業であり、「ナビクル」の他にも、引越し比較・予約サイト「引越し侍」や結婚式場情報サイト「ハナユメ」など、暮らしを良くする情報提供を広く行う媒体事業者である。「ナビクル」は「クルマに関わるすべての人へ、最幸の“出会えてよかった”を」というミッションのもと、2007年9月に車査定サイト「かんたん車査定ガイド」としてサービスを開始、累計540万件以上の実績を誇る業界最大手として知られている。同社では、一括査定サイトでの集客だけでなく、ユーザーへのアポイントまで行う営業支援サービスの提供も開始しており、比較・情報サイトによる集客支援のほか、法人の売上向上を支援する事業支援サービスとして、事業の幅を広げている。

車査定・車買取サイトには、自動車オーナーが自動車を手放す際の手間や不満を解消するためのマッチングサービスという役割がある。しかし他方では、中古車事業者と取引したユーザーが消費者センターに苦情を訴えるというミスマッチが起こるケースも少なからずあることから、不正ができない仕組みを作ることで自動車買取業界の健全化を目指すという役割も併せ持っている。

同社のような媒体事業者にJPUCの活動を推進して頂いていることは、特にJPUC非加盟事業者への影響力が大きい。なぜなら、深刻なクレームとして多い「契約後の減額、キャンセル拒否、代金の未払い」は、非加盟事業者を対象としたケースが多いことが理由として挙げられる。自主規制団体で

あるJPUCが非加盟事業者に対してペナルティ等を課することは難しいのだが、それに対して「ナビクル」は、サービス利用規約の改定に伴い、ユーザーからのクレームが多い事項について、JPUCと同様の内容を盛り込み、規約違反をした事業者に対して取引条件に応じた制限を行うことで、実効性を上げている。

取材に対応してくれた担当者は「取り組みを開始してからまだ半年程度ですが、手応えを感じています。本来は、ユーザーと事業者間との契約であるため、当事者同士の問題です。しかし、媒体事業者として取引・契約まで踏み込まないとトラブルは軽減しません。こうした取り組みを継続することで、業界全体の健全化を目指したいです」とその意義について触れた。さらにJPUCについても「明確な方向性を示してくれたことで、我々も取り組みを推進しやすい。今後も一緒にネガティブゼロを目指したい。ぜひ、先頭を切ってもらいたいです」と期待の言葉を述べた。

今回は初めての媒体事業者への取材だったが、買取事業者と媒体事業者がそれぞれの視点で強みを活かしながら業界の未来を創生していくことに期待が持てる話を伺えた。



取材にご対応いただいた、株式会社エイチームライフデザイン自動車事業部 部長 後京佑(左)、自動車企画営業グループマネージャー小出泰之(右)

業界動向ニュース

オートアフターマーケット連絡協議会で消費者庁による景品表示法についての講演を実施

自動車買取業界を代表し 時代に合わせた改正の検討を求める

2024年10月23日(水)、海事センタービル(東京都千代田区)にて「オートアフターマーケット連絡協議会」の定例会が開催された。JPUCも加盟している同協議会は、自動車アフターマーケットに関わる幅広い事業者の情報交流の場を創出し、それぞれのビジネスの拡大や発展に向けた議論を行い、自動車ユーザーの便益拡大に寄与する活動を通じて社会に貢献することを目的に2012年に発足。自動車アフターマーケットの各業界団体・企業など19社が会員として名を連ねている。

10月の定例会には、直前にルール改正が行われたことを受け、消費者庁表示対策課長補佐(指導担当)栗田盛太郎氏を招き、「自動車アフターマーケット事業者が注意すべき「広告表示」とは?」というテーマで講演を頂いた。栗田氏は景品表示法の概要について「過大な景品提供や不当な表示によって消費者を呼び寄せ、自主的な商品選択を妨げることが不当な顧客誘引といい、景品表示法で禁止している」と説明。さらに不当な表示には、優良誤認表示、有利誤認表示、



商品・サービスの取引に関する事項について一般消費者に誤認されるおそれがあると認められ内閣総理大臣が指定する表示、の3つがあり、優良誤認表示は「商品・サービスの品質を、実際よりも優れていると偽って宣伝したり、競争業者が販売する商品・サービスよりも特に優れているわけではないのに、あたかも優れているかのように偽って宣伝する行為が該当」、有利誤認表示には「商品・サービスの取引条件について、実際よりも有利であると偽って宣伝したり、競争業者が販売する商品・サービスよりも特に安いわけでもないのに、あたかも著しく安いのかのように偽って宣伝する行為が該当」、またいずれも故意に偽って表示する場合だけでなく、誤って表示してしまった場合であっても、景品表示法により規制されることになるため注意が必要であ

ると説明が行われた。

質疑応答で井上代表理事は「買取も規制の対象となったが、例えば買取ビジネスで来場プレゼントのような総付景品の金額の考え方の基準はあるのか」と質問をぶつけ、栗田氏より「取引金額1,000円未満の場合の最高額は200円と決められている」との回答を引き出した。それに対し聞髪入らず「昭和50年代に制定されたルールそのままというのは、令和の時代の金額感覚とズレているのではないかと感じる。ぜひ時代に合わせた検討をお願いしたい」と問題提起を行なった。



講演を行う消費者庁表示対策課長補佐(指導担当)栗田盛太郎氏



質疑応答を行う井上代表理事

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。



CASE STUDY #03 | ▶減額トラブル

修理を行ったことを申告し売却したが、修復歴による減額を要求されている。納得できず返車を求めたところ、違約金を請求された。

今回の相談内容

一括査定を申し込み、最初に来た買取業者と新車で購入して5年乗った車の売買契約を取り交わした。他の買取業者の査定は断り、車と名義変更書類を引き渡した。支払いは2週間後の予定だったが、入金前に担当者から「オークションに出品したところ、修復歴車と判定され、契約金額とおり支払えないので減額になる」と連絡があった。自損事故を起こし修理を行ったことについては、出張査定を受けた際に申告しており、担当者が「この箇所は修復歴には当たりません」と言っていたことを主張したが、「思ったより事故跡が酷かった」と言われた。減額には納得できないため、車を返してほしいと伝えたら「すでにオークションへの出品料や陸送費がかかっています。返車には応じますが、契約解除に伴う違約金を支払ってください。」と言われた。違約金を支払わなくてはならないのですか？

回答

①減額についての責任の所在の考え方

査定は、一般財団法人日本自動車査定協会が定める「中古自動車査定基準」などに基づき行われます。買取業者もオークション会場の検査員同様、この基準を用いてプロとして査定をする責務があります。査定の際、相談者は修理したことについて申告していたことですから、買取業者はなおさら注意深く申告を受けた箇所を確認して、査定価格を算出して提示しなくてはなりません。つまり、オークション会場の検査員が実車を確認して修復歴車と見した車両に対して「事故跡が思ったより酷かった」という理由で、買取業者が相談者に減額を求めることはできないと考えられます。

※全国展開をしているオートオークション会場の規約でも、出品店(買取業者)は、中古自動車取扱事業者としての良識に基づき、出品する車両について「正確かつ誠実に」仕様、品質、車歴(修復歴、冠水歴、メーター交換(改ざん)歴など)を申告する義務が課されています。

②発生した実費および違約金についての考え方

買取業者がオークションに出品している場合は、実際に出品料やオークション会場への陸送費などが既にかかっており、車を返すことになった場合は、買取業者への陸送費などがさらにかかることになるでしょう。しかしながら①で述べた通

り、今回のトラブル事例における責任の所在は買取業者にあると思われます。買取業者が正しい基準で査定を行い、修復歴車という判断をしていれば、オークション会場の検査員との判断に差が出ることはなかったからです。相談者が修理したことを誠実に申告しているにもかかわらず、買取業者が注意を怠った責任を相談者に転嫁し、オークション出品料や陸送費用などの実費や違約金を請求することは不当と考えられます。

今後の対応について

▶①を主張し、契約の履行(契約金額通りの支払い)を求める

▶②を主張し、違約金の支払いを拒み、契約解除(返車)を求める

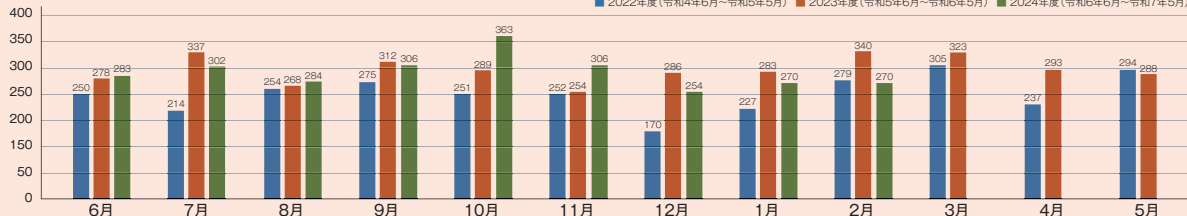
どちらかを軸に買取業者と交渉することになります。

一度違約金を支払ってしまうと、後から返金を求めるのは困難と思われます。また、交渉が長引くと、買取業者の元に戻ってきた車の保管料などを請求される場合もあるようですので、なるべく早く話し合いの場を作り、早急に解決することも必要でしょう。こういうトラブルを防ぐ意味でも査定は数社受け、金額だけではなく、車の評価や契約内容(契約条項)、契約の条件などを比較してから契約することも検討したほうがよいでしょう。

JPUC車売却消費者相談室 入電件数および年間買取台数の推移

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「年間買取台数の推移」を見ると、令和6年は年間買取台数が増加傾向にあり、モデル約款採用率も高い割合で推移していることが窺い知れます。

■月別入電件数(2022年度~2024年度)



■年間買取台数の推移

	年間買取台数(1月~12月)				モデル約款採用率	前年差
	モデル約款採用	未採用	計	伸長率		
令和2年	833,274	27,552	860,826	-4.7%	96.8%	-42,472
令和3年	902,373	26,156	928,529	7.9%	97.2%	67,703
令和4年	946,973	17,009	963,982	3.8%	98.2%	35,453
令和5年	924,797	16,790	941,587	-2.3%	98.2%	-22,395
令和6年	967,928	21,873	989,801	5.1%	97.8%	48,214

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。