

JPUC Magazine

VOL.05

[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と 決済の安全性確保を軸に 業界の健全化を加速

[イベントレポート] IAAE2026 オートアフターマーケットサミット

市場縮小期における中古車流通の変容

[JPUC会員企業紹介]

株式会社MOTA

[業界動向ニュース]

改正行政書士法への実務対応、 透明性の確保と適正な業務区分の再構築

[車買取のトラブル相談事例集]

3つの一括査定サービスに申し込んだところ、仕事中に大量の着信が入った。
手に負えないがどうしたらいいのか。

一般社団法人日本自動車購入協会
代表理事
株式会社カーセブン デジフィールド
代表取締役兼社長執行役員

リクルートホールディングス 全国協会
会長
有限会社黒ライオン
代表取締役

公正競争規約の制定と決済の安全性確保を軸に 業界の健全化を加速

2026年1月、一般社団法人日本自動車購入協会（JPUC）は新春賀詞交歓会を開催した。当日は、経済産業省をはじめ、業界団体、加盟事業者など多くの関係者が出席し、中古車流通業界の健全化と信頼回復に向けた決意を新たにした。

監督省庁および業界団体からのご挨拶

冒頭、井上代表理事による開会の挨拶に続き、来賓の方々からご挨拶を賜った。経済産業省製造産業局自動車課の堀江大地課長補佐からは、業界が一体となって健全な発展を遂げ、ユーザーから高い信頼を得られるよう、引き続き強力なリーダーシップを発揮してほしいとの激励を頂いた。また、一般社団法人日本中古自動車販売協会連合会の塚田長志会長からは、井上代表を中心に今後も業界や組織をさらに盛り上げてほしいとの期待が寄せられ、一般社団法人日本リユース業協会の小林泰士会長からも、拡大するリユース・中古車市場における情報交換を通じた相互発展への意欲が語られた。

また、令和7年4月付で理事に就任した株式会社リクルートカーセンサーの伊藤慧氏、7月付の一般社団法人日本自動車流通研究所の江頭大介氏、10月付の株式会社エイチームホールディングスの林高生氏の紹介も行われた。

適正買取店認定の普及を目指し

続いて井上代表理事より、業界の未来を左右する2026年の重要方針が発表された。まず現在の会員数が買取法人76、媒体事業者11の計87法人と増加傾向にあることを報告し、特に「適正買取店認定」制度が新規独立事業者の間で「信頼のマーク」として機能し始めている点を評価した。一方で、大手事業者の取得が限定的であることに触れ、「業界全体の底上げのために積極的に申請してほしい」と呼びかけた。

公正競争規約の制定による実効性を目指して

本年度の最大の取り組みとして掲げられたのが景品表示法における自動車買取の「公正競争規約」制定に向けた着手である。井上

代表理事は、「業界に蔓延する根拠のない過大広告や虚偽広告に対して一掃する」という強い決意を表明した。規約が制定されれば、自主規制の枠を超え、遵守すべき公的なルールとしての実効性を持つことになる。媒体各社と連携し、広告取引の条件として規約遵守を求めることで、非会員に対しても実質的な制限をかけ、消費者被害の未然防止を目指す。



支払い保証の仕組み構築が急務

また、新たな取り組みとして「消費者保全決済部会」の設立が承認されたことを報告。近年発生した「車を買取りながら代金を支払わない」という詐欺的な事案を重く見たもので、エスクロー決済や、支払い保証のための保険の仕組みを構築することを目的としており、悪意ある事業者が入り込めない業界構造を作ることが、急務であると述べた。

「第2の創業」のステージへ

井上代表理事は、JPUCが「第2の創業」とも言える新たなステージに入ったと述べ、改めて協会の存在意義を説いた。「我々の最終目標は、事業者に自浄作用が働き、自主規制団体が不要になるほど消費者が安心して取引できる業界になること」と、設立以来の想いを強調した。足元では運営体制の安定化という課題も抱える中、会員各社に対し、「業界の新しい歴史の1ページを共に作っていきましょう」と支援を呼びかけ締めくくった。

「イベントレポート」 IAAE2026 オートアフターマーケットサミット

市場縮小期における中古車流通の変容

2026年2月、自動車アフターマーケット展示会「国際オートアフターマーケット EXPO 2026」が開催。メインプログラムの「オートアフターマーケットサミット」に、中古車業界を代表して井上代表理事が登壇。「市場縮小期に向けた日本の自動車アフターマーケットの変容」というテーマのもと、業界の垣根を越えた議論を展開した。

中古車流通市場の現状

井上代表は、現在の市場を「円安や新車供給の不安定化が重なり、オークション相場が高止まりする異例の状況」と分析。仕入れ価格が小売価格を上回る逆転現象が散見され、一般ユーザーへの小売よりも、業販やオークションへの流出が加速している状況を受け、販売店が本来の役割である「小売業者」から「転売業者」へと変質しつつある現状に警鐘を鳴らした。

また、過去の業界不祥事についても言及し、「一社一社、一人ひとりが自らの責務を果たす粘り強い努力が必要」と強調。信頼回復に向けた大手各社による合同ロールプレイング大会などの具体的な取り組みを紹介した。さらに、JPUCが策定した「車両受領から3営業日以内の支払い」という統一基準に触れつつも、「見知らぬ業者に車両と書類を渡し、振込を待つ消費者の不安」を指摘。業界基準に甘んじることなく、エスクロー決済や信用取引保険の導入検討を通じて、消費者の不安

を払拭すべきだと訴えた。井上代表は、「我々の常識は、必ずしも消費者の常識ではない」と、商売のあり方を常に見直すべきだと提言した。

車両の高度化への対応

また、車両の高度化への対応について、井上代表が社長を務める株式会社カーセブンデジフィールドでのOBDチェックの統計データを公表。中古車在庫の約1割に、自社では消去できず、そのままでは車検に通らない安全・環境に関わるエラーコードが残存している実態を明らかにし、今後はスキャンツールを用いた適切な診断と整備の実施こそが、中古車流通における不可欠な「付加価値」になると指摘した。

最後に、今後の展望として、採用やAI、DXといった巨額のシステム投資を個別企業で進めることの限界を指摘し、業界の「大手への集約」が加速すると予測。その上で、「非競争領域においては、業界内で手を組み、産業全体を守る」という姿勢が、市場縮小期を生き抜く最適解であると締めくくった。



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 中村秀隆代表幹事、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

中古車流通に「フェア・トレード」を。 MOTAが挑む、売り手と買い手の新しい信頼関係



Company profile

株式会社MOTA

〒107-0061 東京都港区北青山3丁目2-4 日新青山ビル 6F

<https://mota.inc>

日本自動車購入協会(JPUC)の会員企業を紹介する本連載。今回は、独自のビジネスモデルで急成長を遂げている株式会社MOTAを取り上げたい。1999年の創業以来、自動車流通のDXを推進してきた同社は、2018年に佐藤大輔氏が代表に就任して以降、「世界中に、もっとフェア・トレードを。」というミッションを掲げ、中古車売買における不透明さや不平等の解消に注力している。

電話ラッシュを解消した「上位3社限定」の衝撃

MOTAが提供する「MOTA車買取」の最大の特徴は、買取店が事前に「入札」を行う仕組みにある。従来の一括査定では、申し込んだ直後から数十社もの買取店による電話連絡が殺到し、ユーザーにとって大きな心理的負担となっていた。これに対しMOTAは、車両情報をもとに最大20社が事前に入札を行い、「査定額の上位3社」のみがユーザーへの交渉権を得るというモデルを構築した。これにより、ユーザーは営業電話のストレスから解放される一方で、買取店側も時間に追われることなく売却意欲の高い顧客と効率的に商談できるようになった。まさに、売り手と買い手双方が納得感を持って取引に臨める「フェアな場」を提供している。

実体験から生まれた「エスクロー決済サービス」という安心

同社が現在、業界の健全化に向けた象徴的な取り組みとして推進しているのが、2025年に導入された「エスクロー決済サービス(あんしん決済)」である。中古車売買において、ユーザーが最も不安に感じるのは「車両を引き渡した後、本当にお金が振り込まれるのか」という点だ。実際に昨年の中古車買取市場では、車両引き渡し後の代金未払いや買取業者の倒産といった消費者トラブルが業界を揺るがした。

こうした実害やユーザーの不安を重く受け止め、同社は当初の計画を大幅に前倒しして、MOTAが決済を仲介する仕組みを実装した。これは単なる利便性の向上ではなく、取引の透明性を担保することで、市場全体の信頼を守るための決断であったという。

誠実な事業者が報われる市場を目指して

同社がJPUCに入会したのは2024年5月とつい最近のことである。MOTAの事業規模が拡大し、申し込み数などが急成長したのが2022年頃であったため、それ以前は「協会に入る実績が十分でないと感じていた」と振り返っている。佐藤社長は、JPUCが掲げる「適正買取店を広める」という活動は、MOTAのミッションである「フェア・トレード」と一致していると明言し、真面目に取り組む事業者が正當に報われるよう、将来的には、JPUCが認める適正な買取店を客観的に識別できる仕組みを導入し、業界全体の透明性向上に寄与したいと語った。

「ユーザーが安心して愛車を手放し、事業者が誇りを持って商売ができる環境を作りたい」。MOTAの掲げるフェア・トレードの理念は、テクノロジーと誠実な姿勢を掛け合わせることで、中古車流通の新たなスタンダードを切り拓こうとしている。



株式会社MOTA 佐藤大輔代表取締役

業界動向ニュース

改正行政書士法への実務対応、 透明性の確保と適正な業務区分の再構築

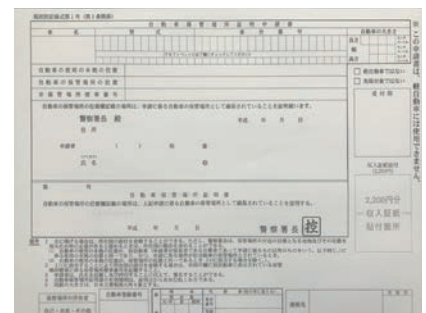
自動車買取・販売の実務において、長年「サービスの一環」として行われてきた書類作成代行が、今、重大なコンプライアンス上の転換点を迎えている。行政書士法の運用の厳格化に伴い、無資格者による独占業務への介入が厳しく制限される中、業界全体で「適法な実務指針」を再定義し、顧客に対して透明性の高いサービスを提供することが求められている。

法改正への対応として最も重要なのは、提供するサービスの内容と、それに対する費用の名目を厳格に一致させることである。具体的には、従来の「登録手続き代行費用」という包括的な名目を、実態に合わせて「登録手続き『提出』代行費用」な

どへ見直すことが推奨される。これは、行政書士の独占業務である「書類の作成」への対価ではなく、あくまで作成済みの書類を窓口へ届けるという「提出事務に伴う実費相当額」として費用を定義し直すものである。このように業務範囲を明確に区分することで、法的リスクを回避しつつ、健全なビジネス継続を図ることが可能となる。

実務上の最大の留意点は、「書類の作成」そのものが行政書士の独占業務であるという原則だ。例えば、窓口で書類の不備が発覚した際、現場スタッフがその場で追記や修正を行う「代書行為」は厳禁である。現場での修正が許されない以上、契約時における書類の精査と、不備を未然に防ぐ

事前チェック体制の強化が、これまで以上に業務の成否を分けることになる。



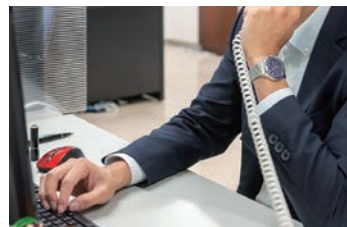
2026年1月1日に施行された改正行政書士法は、無資格者による違法な書類作成業務の禁止を「いかなる名目であっても報酬を得て行う場合」と明確化した

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 #05 | ▶ 売買契約前の疑問

3つの一括査定サービスに申し込んだところ、 仕事中に大量の着信が入った。手に負えないがどうしたらいいのか。

今回の
相談内容

車を手放すにあたって、一括査定サービスを利用することにした。仕事の昼休み中に検索し、どの一括査定サービスを選んでいいかわからなかったため、3つの一括査定を申し込み、査定依頼をする買取業者の選択をしなかった。その後、仕事中に大量の着信が入っていることに気が付いた。手に負えないがどうしたらいいですか？

回答

▶ 電話が多かった原因

複数の一括査定の運営会社と提携している買取業者も多いため、一概には言えませんが、今回のご相談者の話によると、「3つの一括査定に申し込み」、「買取業者の選択をしなかった」とのことですから、多くの買取業者に相談者および車の情報が提供された結果、連絡が殺到したと考えられます。

▶ 大量の着信への対処法

① かかってきた買取業者の電話に出て意思表示をする

- ・売却する意思がないと伝える場合の返答例：
「相場が判った結果、売却は見送ります。せっかくご連絡いただいたのですが、今後の連絡は不要です。」
「家族に売却を反対され、査定をお断りすることになりました。申し訳ありませんが今後の連絡は不要です。」
- ・売却先を決めたと伝える場合の返答例：
「既に売却先を決め、契約を取り交わしました。今後の連絡は不要です。」
「また後で」や「検討します」などの曖昧な返答は避けましょう。まだ売却する可能性があると思われるので、電話が繰り返しかかってくる原因になります。はっ

きり意思表示することを心がけてください。また、取り繕ったりせず、正直な事情や理由を伝える方がよいでしょう。

② 一括査定サイトの運営会社に申し込みを取り下げの申請を行う

電話対応が難しい場合、申し込みをした一括査定の運営会社3社に対し、一括査定の依頼自体を取り下げの旨連絡をしてください。運営会社のホームページでキャンセルフォームや問い合わせ窓口を検索し、「一括査定のキャンセル」「すべての買取業者への査定依頼の取り下げ（情報提供の停止）」などを申請します。運営会社での対応が完了すれば、新たに買取業者への情報の提供はされません。しかし、既に情報提供されている買取業者からの連絡がしばらく続く可能性があります。

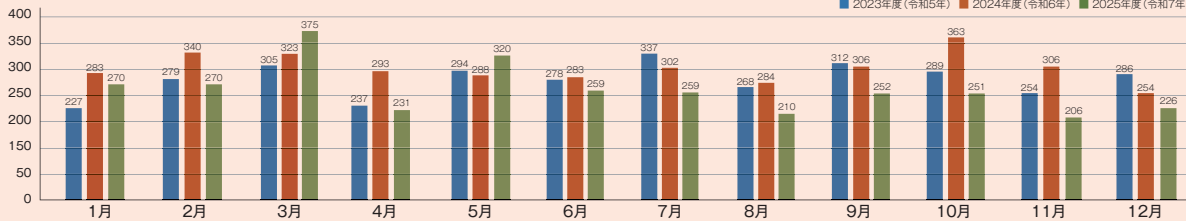
▶ 上手に活用を！

各社の利用規約や一括査定サービスの特色をよく確認して、1つのサービスに申し込んだ方がよいでしょう。その際、複数の買取業者対応が難しいのであれば、あらかじめ査定依頼する業者を絞り込んだり、運営会社側で絞ったうえで情報提供してくれるサービスを選ぶのも手です。また、申し込み後にすぐ複数の買取業者から連絡がある可能性を認識し、仕事の合間などではなく、対応できる時間を見計らって申し込みをすることをお勧めします。

JPUC車売却消費者相談室 月別入電件数および加盟・非加盟の構成

JPUC車売却消費者相談室への月別入電件数と業者種別入電割合のデータをご覧ください。「月別入電件数」については、2025年6月を境に12月まで対前年・対前々年を下回り減少傾向にあります。また、業者種別入電割合については、加盟企業に関する入電が2022年は60%超でしたが、2023年に非加盟企業の割合とほぼ並び、2024年に割合が逆転、2025年に関しては27%と年々減少しており、加盟企業の消費者対応が改善したことが伺えます。また、このことはJPUCが加盟企業に対して定期的に行っているモニタリング調査の結果にも表れています。JPUCは今後も認知度の向上、入会の促進に努め、消費者保護と業界の健全化の取り組みを精力的に進めていく所存です。

■ 月別入電件数(暦年)



■ 業者種別 入電割合

※案件の中に複数の事業者が含まれる

業者種別※	2022年	割合	2023年	割合	2024年	割合	2025年	割合
加盟企業	1,682	54.52%	1,369	38.84%	1,137	30.23%	788	24.68%
媒体	184	5.96%	160	4.54%	98	2.61%	82	2.47%
小計	1,866	60.49%	1,529	43.38%	1,235	32.84%	870	26.94%
非加盟企業	913	29.59%	1,489	42.24%	1,640	43.61%	1,572	48.06%
不明	190	6.16%	331	9.39%	579	15.39%	503	15.79%
対象外	116	3.76%	176	4.99%	307	8.16%	284	8.80%
合計	3,085		3,525		3,761		3,229	
相談件数	2,822		3,366		3,625		3,129	

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。