

買取事業者紹介サービスに係る消費者トラブル防止措置
に関するガイドライン

平成 26 年 11 月制定

令和 6 年 11 月 8 日改定

一般社団法人日本自動車購入協会

第1章 総則

第1条 ガイドラインの目的

本ガイドラインは主として消費者トラブル防止の観点から買取事業者紹介サービスの内容の表示と申し込みプロセスの適正化を図るべく、媒体事業者がサイト運営上遵守すべき具体的基準を定めることを目的とする。本ガイドラインの内容は、その作成時点でその背景となった消費者の苦情を元に主要な買取・媒体両事業者間において実施可能なものとして策定した最低限度の基準を定めたにすぎず、各媒体事業者においては本ガイドラインを単に遵守するだけでなく、その後の消費者の苦情の状況やメディアに関する技術の進歩に留意しつつ適正な広告表示やサイト構築に取り組まなければならない。

(解説)

平成25年2月12日付で経済産業省製造産業局自動車課が公表した「中古自動車の買取等の適正化に向けた方策の在り方（中古自動車の買取等の適正化に関する研究会提言）（以下「本提言」という）2の(3)、「査定サイトサービス（以下「事業者紹介サービス」という）に係る消費者トラブル防止措置」において、いわゆる事業者紹介サービスを行う事業者においては、消費者トラブル防止の観点から、①虚偽・誇大広告の禁止とともに、②サービス内容を十分に理解したうえで申し込みが出来る措置を取ることが求められている。本ガイドラインの目的は本提言の要請を受け、媒体事業者がサイト運営上遵守すべき具体的基準を定めるものである。

第2条 定義

本ガイドラインにおいて次の各号に掲げる用語の意義は、当該各号に定めるところによる。

- (1)「事業者紹介サービス」とは、複数の買取事業者を紹介するサービスをいう。
- (2)「消費者」とは、買取事業者及び媒体事業者が提供するサービスを利用するユーザーをいう。
- (3)「見積額表示サービス」とは、中古車の概算買取額を表示するサービスをいう。
- (4)「買取事業者」とは、中古車を買取り取る事業者をいう。
- (5)「媒体事業者」とは、インターネットにて複数の買取事業者を消費者に紹介する事業者をいう。
- (6)「アフィリエイト」とは、自ら運営するWebサイトやメールマガジン、

インターネットサイト上にアフィリエイト広告を掲載し、広告主から成果報酬を受け取る個人及び事業者をいう。

(7)「入力画面」とは、申し込みをする車の情報、及び消費者の個人情報を入力する画面をいう。

(8)「確認画面」とは、消費者が入力した内容、及び紹介する買取事業者が確認出来る画面をいう。

(9)「申し込みボタン」とは、サービス申し込みが送信される最終ボタンをいう。

(10)「御礼メール」とは、サービス申し込み完了後に、申し込み者宛てに送られる申し込みをした際の情報の一部もしくは全部及びお礼内容を記載した電子メールをいう。

(11)「申し込みのキャンセル」とは、サービス申し込みの取り消しをいう。

第2章 買取事業者紹介サービス運営について

第1条 誇大・虚偽広告の禁止

(解説)

事業者紹介サービスにおいては、査定の申し込みをすると、複数の買取事業者から買取契約の勧誘を受けるとの消費者からの苦情がよせられているが、これは媒体事業者のサービスが実態において事業者紹介サービスを提供することが主たる目的であるにもかかわらず、あたかも見積額表示サービスであるとの誤解を与えている点に主な原因があると思われる。他方で、媒体事業者の中には、事業者紹介サービスにとどまらず、見積額表示サービスを行っている事業者も存在しており、このような実情を踏まえて消費者が、自ら申し込むサービスが事業者紹介サービスであることを十分認識できる広告表示を行うことが求められる。

第1項（誤認の無いサービス内容の明示）

事業者紹介サービスを運営するにあたっては、以下の点に留意することとする。

(1)消費者が申し込もうとするサービスが事業者紹介サービスであることを明確に認識させるための説明文に加えて説明図を設置する。

(2)サイト内で見積額表示サービスを提供している場合、見積額表示サービスのみを希望する消費者が誤って事業者紹介サービスを申し込むことがないように十分な措置を取る。

(詳細)

媒体事業者の提供するサービス内容や手続きの流れをわかりやすくするため、消費者がより認識しやすいようサービスの流れを説明文に加えて図解にして説明する。また、説明図及び説明文には消費者が複数の事業者から訪問査定のアポイント及び買取契約の勧誘を目的とする電話連絡がくる可能性がある旨を表示する。更に、見積額表示サービスを提供する場合は、訪問査定のアポイント及び買取契約の勧誘を希望しない消費者が誤って事業者紹介サービスの申し込みに至らないようにすることが必要である。

第2項 (誇大・虚偽広告の禁止)

媒体事業者はそのサービスの内容について、事実と相違する表示、誇大表示若しくは消費者に誤認される恐れのある表示をしてはならない。

(詳細)

媒体事業者はサービスの内容を適切に消費者が理解し、自主的且つ合理的な判断ができるようなサイト運営を行う。不当表示・最上級表示・誇大表示等で消費者に対し誤認を発生させないことが重要である。

第3項 (アフィリエイトに対する措置)

媒体事業者がアフィリエイト広告を活用する場合、アフィリエイト (アフィリエイトサービスプロバイダーを含む。以下同じ) との取引においては当該アフィリエイトが本ガイドラインを遵守することを条件とし、取引開始後も、アフィリエイトに対して必要な場合には指導を行う。

(詳細)

媒体事業者はアフィリエイトが作成するモジュールにおいてユーザーが誤認しない状態であることに責任を持ってアフィリエイト広告を活用する。

第2条 サービス内容の明示

(解説)

消費者の申し込むサービスが事業者紹介サービスであることを明確に示したとしても、それだけでは、消費者が希望しない複数の事業者から電話勧誘を受ける等の問題が解決しないことから、連絡先等の入力及びその送信を含む申し込みの内容を十分に理解させたいうえで、申し込みをさせる措置が必要である。

第1項 (対応買取事業者からの連絡手段の表示)

事業者紹介サービスを営む場合は、連絡先の入力画面において、連絡先等を入力すると、買取事業者から「電話」等による連絡がくる旨を表示する。

(詳細)

入口画面に訪問査定の予約及び買取契約の勧誘を内容とする電話連絡があることの説明がなされていても、実際の連絡先等の入力画面において別途買取事業者から電話及びメールで連絡が来ることを認知させる表記を行う。

第2項 (対応買取事業者の特定と明示)

消費者が申し込むサイトが事業者紹介サービスのサイトである場合、申し込む前の段階で当該消費者に連絡が来る買取事業者を特定して明示する。

(詳細)

消費者が自主的に該当する買取事業者紹介サービスを活用するかの判断に従い申し込みをしたと言えるためには、電話連絡の可能性のある買取事業者を特定し、その最大社数を認知させておくことが必要である。

第3項 (申し込み操作前の最終確認画面設置)

申し込みにあたっては、完了前に消費者が自らの入力内容を確認できるよう、入力内容の確認画面を設置することとする。但し、入力内容の確認画面が無い場合であっても、入力内容の訂正が容易にでき、且つ申し込み内容を十分に確認させたいうえ、最終的な申し込みにあたるボタンに申し込みとなることが明示されている場合は、その限りではない。

(詳細)

申し込み完了前に消費者が自らの入力内容を確認できるよう、入力内容の確認画面を設置することとする。ただし、確認画面を設置しない場合には、それに代わる措置として、最終的な申し込みの操作となることを明示する措置を取ることが必要である。

第4項 (申し込み完了ボタンの明示)

申し込みボタンについては、そのボタンを押下する前に十分に申し込み内容を確認させたいうえで、申し込みが完了できる措置を取る。

(詳細)

申し込みボタンの表記は、消費者にサービスの誤認を与えない内容とする。また、申し込み内容の確認も十分にできる措置を取る必要がある。

第3条 苦情窓口・チェック体制

(解説)

前条の第1条及び第2条を遵守したうえで、さらに事後的にこれを補完する措置として、キャンセル・苦情窓口の案内や、本ガイドラインを含む社内ルールの遵守状況を社内チェック出来る体制を整備する必要がある。

第1項 (キャンセル・苦情窓口の明示)

事業者紹介サービスの申し込みページの見やすい位置、あるいは、御礼メールにおいて、媒体事業者は、申し込みのキャンセルができる旨の説明並びにその他の苦情を受け付けるための連絡先を表示する。

(詳細)

申し込み完了後のキャンセルや苦情に速やかに対応できる苦情受付窓口を予め消費者に告知する。また、個人情報保護法に基づき、個人情報の取り扱いをおこなう内容を、サイト内のわかりやすい場所に表示する。

第2項 (チェック体制の整備)

媒体事業者は、実際の表示と本ガイドライン及び自社の定める基準が合致するよう、適正なチェック体制を整える。

(詳細)

媒体事業者のサービスが会社組織として提供されていることを踏まえ、適正なチェック体制を整える。

第3章 本ガイドラインの改廃について

本ガイドラインの内容は、必要に応じて適宜改廃されるものとする。

平成26年11月制定

令和6年11月8日改定

以 上