

# 中古自動車買取業界の自主規制の歴史

井上 貴之

現代法学部紀要『現代法学』48号の村千鶴子教授の退職記念号に寄稿の機会を頂き、誠に光栄に存じます。村教授とは2012年に知り合い、その後、永きに渡りご指導を賜りました。村教授は消費者保護活動において日本を代表する方であり、その卓越した見識と情熱に多くの人が感銘を受けてまいりました。今回の退任に際し、これまでの功績に心から敬意を表し、長年のご尽力に深い感謝の意を表します。これからの新たな人生も益々ご健勝であられることをお祈り申し上げます。

本寄稿は全四章で構成しており、第一章では、中古自動車買取業界の発展に伴い顕在化した課題について、またそれに対する我々の対応について振り返りました。

第二章では、新たに訪問購入に対する規制が盛り込まれた「改正特商法」の成立に対して、より幅広くかつ実効性のある消費者保護にフォーカスした自主規制団体「一般社団法人 日本自動車購入協会（以下JPUC）」を設立するに至った経緯について触れています。

第三章では、自主規制団体設立にあたり、行政機関や消費者団体、有識者、中古自動車に関わる事業者など、様々な立場の方が集い「消費者を起点に」という考え方のもと組織作りやルール・ガイドライン作成に着手した当時を振り返っています。ちなみに、この時が村教授との出会いでした。

最後の第四章では、JPUCを設立してから10年間、中古車買取業界の健全化に取り組んできた具体的な活動内容、そして理事として創立時から参画いただいた村教授への深い感謝と御礼、また今後も村教授の協力をいただきながら歩みを進めていくことを表明し、締め括っています。

## 第一章 中古自動車買取業界について

我々中古自動車買取業は、オートオークションでの流通量の増大を背景に1990年代から各社の参入が始まりました。急激なスピードでの業態認知・各社の積極的な店舗展開・一括見積もりサイトをはじめとした関連サービス誕生など、業界全体が加速度的に成長致しました。その結果、年間数十万台の取り扱い規模となり、中古車販売店や新車ディーラーでの“下取”ではなく、買取専門店での“買取”という、自動車業界においての新しいビジネスとして市場を確立し、消費者から多くの支持を得て市場を拡大してまいりました。

その一方で、急速な拡大の中、買取及び関連する事業者においてサービス基準がルール化されていない等の課題が顕在化し、業界の健全な発展のために早急な業界団体の設立が望まれていたこともまた事実です。2012年3月15日に国民生活センターより報道発表された資料（増加する自動車の売却トラブル—震災後の自動車不足を背景に、強引な買い取りや解約トラブルが—）によると、中古自動車の売却を巡る相談件数は2009年度までは600件強で推移していたものの、環境対応車への補助金や減税で新車に買い替える消費者が増えた2010年度には、1,000件の大台を超え、東日本大震災で需給が逼迫した2011年度は1,061件まで相談件数が増えました。当時の3大被害相談としては、「キャンセルに伴うトラブル（解約を申し出たところ高額な違約金を請求された）」、「契約締結後の減額交渉（車を引き渡した後に修復歴があると言われ一方的に減額）」、「査定サイトを利用した際のしつこい買取勧誘（査定の申し込みをするとしつこいメールと電話勧誘をされた）」が挙げられており、消費者に対して注意喚起が行われていました。

それに対して当時の我々は、一般社団法人日本自動車流通研究所（以下JADRI）という団体の中にコンプライアンス部会を設けて、経済産業省の消費経済企画室（経済産業省の中で消費者保護の視点を持っている部署）に相談しながら自主規制の活動を行なっていました。当時、キャンセルペナルティを請求することは消費者契約法に抵触するため、JADRIの会員に関してはなくしていく方向で、紆余曲折がありながらも合意し、推進しておりました。

## 第二章 自主規制団体の必要性

そんな折に、特定商取引に関する法律に新たに訪問購入に対する規制を盛り込んだ改正特商法が成立しました。結果的に、JPUC 設立のきっかけとなったこの法改正は、2010 年度から 2011 年度にかけて、貴金属等の購入業者による消費者宅への強引な訪問購入に関するトラブルが急増したことをきっかけとしたものでした。総務省は、全国の消費生活センターに寄せられる消費者からの苦情・相談情報が急増したことを受け「早急に消費者被害を未然に防止する必要がある」とし、2011 年 3 月 7 日の行政刷新会議による規制仕分けによる議論を経て、2011 年 4 月 8 日「規制・制度改革に係る方針」において、「貴金属等の買取業者による自宅への強引な訪問買取りに係る消費者保護のための法的措置について、被害実態の正確な把握に努めつつ、2011 年度中に検討・結論を得ること」と閣議決定をしました。

当該閣議決定を受け、消費者庁は「貴金属等の訪問買取りに関する研究会」を開催して検討を行い（2011 年 7 月 1 日～12 月 9 日）、その検討結果（規制の事前評価書 貴金属等の訪問購入に関する規制の強化 所管課室名：取引対策課 評価年月日：平成 24 年 2 月）を受け、特定商取引に関する法律に新たに訪問購入に対する規制を盛り込んだ「特定商取引に関する法律の一部を改正する法律案」が国会へ提出され、8 月 10 日に成立。同月 22 日に公布（規制の事前評価書 訪問購入に係る規制内容の整備 所管部局課室名：消費者庁取引対策課 評価年月日：平成 24 年 12 月）されたのですが、ここで大きな問題が発生しました。それは、閣議決定の段階では貴金属等の買取が対象となるものでしたが、その後の国会で「四輪の自動車などの買取においても相談の件数が多い」という消費者団体などの声を受け、貴金属以外のすべての物品も規制対象になることが決まったことです。

我々が“すべての物品に対象が広がるのが国会で成立した”と報告を受けたのは、2012 年 8 月の時点で、JADRI でコンプライアンスに関する相談をしていた経済産業省の方からでした。まさに寝耳に水でしたが、慌てて改正特商法の条文など様々な情報を確認すると、元々の法律が貴金属の買取をベースにしたもの

のため、我々自動車流通事業にはそぐわない内容が散見されました。例えば“引き出しにしまっておく”や“金庫にしまう”など、物品を動かさない状態にして売却した消費者を保護するという観点ではありますが、一方で、買い取った車を7日間動かさないというのは、自動車の買取においては、流通が止まるという大きな問題であり、オートオークションマーケットにも多大な影響を及ぼすこととなります。そもそも買取という意味において、新車ディーラーが行っている「下取」も同様の行為であり、そうしたことも含めると自動車業界全体の問題に広がってしまうことから「買取」のみの視点という捉え方での改正特商法の適用は現実的ではありません。

また、中古自動車買取事業に関しては、中古自動車の一括査定を運営し、査定情報を提供する媒体事業者も事業として深くかかわっています。中古自動車の買取事業において、当時、社会問題となっていた「キャンセルに伴うトラブル」「契約締結後の減額」「査定サイト利用者に対するサイト登録買取事業者による執拗な電話・メール行為」の3大被害相談事案について、買取事業者だけを対象にして「特商法」を改正しただけでは根本的な解決は不可能であると考えました。そこで我々は、中古自動車買取業界の真の意味で適正化・健全化を図り、業界を守るためには、業界に身を置き、業界に携わる我々自身が自主的に「自主規制団体」をつくり、より幅広くかつ実効性のある消費者保護にフォーカスした自主規制を行うこと以外には方法がないとの考えのもと、政省令で適用除外（政令第16条の2 法第58条の4の政令で定める物品は、次に掲げる物品とする 一自動車（二輪のものを除く。）～以下省略～）認定を受け、法律の対象外になるという道を模索しました（特定商取引に関する法律の一部を改正する法律の概要について～訪問購入規制の導入～平成25年2月（第4版）消費者庁取引対策課）

### 第三章 JPUC 設立の経緯

具体的には、経済産業省内会議室にて「中古自動車の買取等の適正化に関する研究会」を3回（第1回研究会：2012年12月6日、議題：研究会の概要・運営方法、中古自動車の買取を巡る問題状況への対応について）、（第2回研究

会：2013年1月9日、議題：買取契約約款案について、中古自動車の買取等の適正化に向けた方策の在り方について）、（第3回研究会：2013年1月25日、議題：本研修会の提言案について、その他）開催し、検討を重ねた結果、2013年2月12日に経済産業省製造産業局自動車課より中古自動車の買取等の適正化に関する研究会提言「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）」が公表されました。この際に研究会の座長を務められたのが、東京経済大学現代法学部で教鞭をとられていた村千鶴子教授であり、JADRIの理事として委員会に参加していたのが私だと記憶しております。

これまでJADRIのコンプライアンス部会として活動を行ってきた我々でしたが、本研究会提言により、「中古自動車の買取を行う事業者の団体としてJADRIがあるものの、査定サイトサービスを行う事業には事業者の団体は存在していない。また、中古自動車の販売を行う事業者等がユーザーへのサービスの一環として中古自動車の買取を行っている例も存在する。（中略）消費者からの信頼向上のための措置が効果的に実施されるためには、上記の関係者が緊密な情報交換を行うとともに、これらの措置に係る検討を行うことが重要である」との発表を受け、これまでの体制では不十分だと考え、独立した一般社団法人として自主規制団体を設立することを目的として、2013年より「団体設立に向けた準備委員会」を発足。買取事業者と媒体事業者の有志、村教授をはじめ、消費者関連における著名な弁護士先生、中古自動車における主要団体である一般社団法人日本中古自動車販売協会連合会（JU中販連）、団体として独立する前の出身母体であったJADRI、会計士等を理事候補として、また自動車公正取引協議会、国民生活センター、そして主管官庁である経済産業省、消費者庁もアドバイザーボードとして参画いただき、様々な討論を経て、団体設立にこぎつけることができました。

そして2014年3月28日に設立したのが一般社団法人日本自動車購入協会（JPUC）です。JPUCの構成は、準備委員会のメンバーがそのまま理事に、そしてアドバイザーボードとして参画いただき、中古自動車買取業界におけるステークホルダーと言われる方々が一堂に会する組織となりました。例えば、経済産

業省は、国として健全な経済発展のために事業者の成長を促し、指導・教育を行う立場であり、消費者庁、国民生活センターは、弱者側となる消費者保護を主眼とし、コンプライアンス遵守、消費者視点で事業活動を行うことを事業者に指導する立場です。営利を目的とする我々民間事業者と意見が対立することがあるのは、当然予測されたことであり、自主規制団体がその性質上、参画した個社ベースにとっては、利益を生むわけではなく、場合によっては、事業者自身の首を絞めることになりかねません。しかし、我々はあえて「己の損得」よりも、自動車買取業界全体を良くしていきながら、健全に発展していくことが結果として「個々の事業者にとって利になる」という長期的視点のもと有志が集いました。我々が作る様々なガイドラインやルールは、国の行政機関や消費者団体、消費者の有識者、中古自動車に関わる自動車団体も一緒になって作り上げ、合意形成がなされたものであります。

「一般消費者への安全・安心なサービスの提供」を行い「消費者を起点に」という考え方のもとで、消費者から信頼を得ること、そのことが、中古自動車買取業界の真の健全な成長と発展につながると判断し、JPUCの組織作りやルール・ガイドライン作成に着手しました。

## 第四章 JPUCの活動について

JPUCは、これまで述べてきたように、「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、自動車取引の公正化を図ることを目的に設立されました。

JPUCの発足にあたっては、前述の研究会提言で示された「中古自動車の買取等の適正化のため中古自動車の買取を行う事業者や査定サイトサービスを行う事業者が実施すべき方策の在り方」を参考に、有識者・学識経験者をはじめとする方々、また業界関連団体、消費者関連団体から構成するアドバイザリーボードの協力を得て、5つの作業部会を設けました。標準約款や倫理綱領、行動基準といった規定による、消費者との契約および解約に関する基準整備をはじめ、自動車買取における「サービス品質の向上」「利用者満足度の向上」「WEB広告での

表現のあり方」などについて議論を進めて参りました。そして、その議論を受け、①自動車買取に関わる情報収集、及び参加企業への共有、②お客様相談窓口の設置、③買取事業者に対してのガイドラインの策定、④WEB 広告表現に関わるガイドラインの策定、の4点に重点をおいて活動を開始しました。

そうした中で、なかなかまとまらずに紛糾したのが「標準約款（モデル約款）」の策定でした。例えば、何件発生するかという極めてレアなケースにおいて、事業者としてはリスクを考慮して保護したいと考えますが、消費者保護の観点では“大した確度で発生するものではないのだから、事業者が事業リスクを負うべきである”という考え方になります。また、お金を支払うタイミングについても、行政サイドからは“不動産と同じように売買契約を締結し、必要書類を取り交わす時に現金で渡すべきだ”と言われましたが、事業者側の意見としては“もし私が強盗だったら、車の買取店の前に張り込んで出てくる人を襲います。それは消費者保護にならないから無理です”との意見が出たりと、細かな調整においてかなり紛糾したことを思い出します。また、消費者保護の視点で作成していくと表現も含め、厳しい規制となります。当時の中古自動車買取業界の実態は、もともと買取の法律が存在せず「古物商」の資格を持っていれば、誰でも、中古自動車買取事業に参入できた業界です。買取事業者の数や実態を日本という国で誰も把握できていないのが実情でした。そのような実態だから、一部の大手事業者には所属する社員の行動規範など、コンプライアンス遵守に関するルールがありましたが、実態は有名無実化しており、多くの零細・中小事業者では存在すらしていない状況でした。また、零細・中小事業者では買取約款を作っておらず、中には契約書すら作成していない事業者もいました。そのような実態があったからこそJPUCでは、きちんとリーガルチェックを受けた“契約書であるモデル約款”として標準約款を作成し、まずはJPUCの会員事業者に配布することから始めました。そこで問題となったのが標準約款の内容そのものに対して業界団体が厳しい規制を会員に強制するという行為が、独占禁止法に抵触してしまうということです。標準約款で消費者の立場に寄り添うことは当然ですが、その内容が事業者の立場から自由競争を阻害する内容であったり、また標準約款の採用を事業者に対して団体として強要することは、「自由競争を団体が阻害する行為」とみなされるということです。そうしたことから、JPUCの理事会の決裁だけでは標準約

款の策定は完結せず、「公正取引委員会の了承」を取り付ける必要が生じ、私自身、何度も足しげく公正取引委員会に了承を取るべく通ったことが思い出されます。独占禁止法に触れるからといってその内容を緩くすれば、消費者団体から「業界の実態から厳しくすべき」という意見もあり、両方の間に立って標準約款へのストレートな表現は避けて標準約款の意味合いを説明したガイドを作り「解説集」として配布することで、公正取引委員会の了承も取り付け、現在の「モデル約款」のベースが出来上がりました。最終的には100点満点とは言えませんが、大いなる一歩として「標準約款」を2015年1月に制定し、翌2月からは監修制度制定及び運用を開始することができました。

また、媒体ガイドライン監修部会では、2014年9月に「買取事業者による査定サービスにおける消費者トラブル防止措置に関するガイドライン」を作成し、買取事業者がサイト運営上遵守すべき具体的基準を定めました。本ガイドラインでは、提言における(2)「中古自動車の買取に係る解約に関する消費者トラブルの防止措置」において、いわゆる査定サービスを行う買取事業者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「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」が求められていることに対して、買取事業者がサイト運営上遵守すべき具体的基準を定め、2015年2月より上記ガイドラインの監修制度を制定致しました。

さらに倫理審査委員会では、2015年9月にJPUC憲章の制定を行い、翌10月にはJPUC行動基準を制定。その後2017年には「行動基準の遵守徹底を図り、行動基準違反の会員に対し厳正に対処すること」を目的に第三者委員会を設置しました。委員は中立・公正を期するために学識者から構成されており、会員及び会員の系列にある者が行った不当な取引方法に関し、その重大性・多発性・広域性・対応姿勢、あるいは社会に与える影響等を勘案し、会員に対する措置等について審査を行う役割を担っています。

上記の部会・委員会の活動に加え、JPUCとして設立当時から力を入れたのが、「JPUCとして消費者と直接接点を持つことが何よりも大事」という考えからJPUC事務局内に「電話相談サービス」機能を持つ部署を持つことでした。大手の会員事業者には「お客様相談室」が設置されており、国民生活センターや一部の大手会員事業者頼みの実態把握ではなくJPUCとして被害相談の内容と件数

を事業者の枠を超えて把握することが業界団体として活動する上で大前提であるのに、団体にその機能が無いことは、その役割を果たせないことになります。当時は、事務局に「消費生活アドバイザー」の資格を持った「相談員」も存在せず、「JPUCとしての消費者相談室」を持つことを目的として、JPUCの会員事業者で電話でのビジネスを展開している事業者と提携して、事業者内に「JPUC専用の消費者相談室」を設置し、スタートしました。

当初は、消費者の相談を受け、アドバイス業務も行い、相談件数の集計を会員ごとに実施し、理事会において確認を行うという流れでした。代表理事として取り組みを一步前に進めるためには、当時、事務局長1名の体制でしたので、事務局の人員増員と体制強化、特に「消費者相談室」のJPUCとしての内製化が喫緊の課題として、その対応に取り組みました。

その後、様々なご縁もあり、専任のアドバイザーも採用。人員体制が強化され、業界団体であるJPUCとしての取り組みを進めることができました。その取り組みは、会員事業者対象となりますが、「消費者相談室」において集計した結果に基づき、繰り返しトラブルを発生させた会員事業者に対して課するペナルティ制度（措置）でした。

集計により、理事会にて会員事業者名を開示することで、会員事業者にプレッシャーを与えることでも十分効果はありましたが、加えて、一定基準を超えた会員事業者に対してJPUC倫理審査委員会で論議、検証し、ペナルティを課するという仕組みを作りました。業界団体として一步踏み込んだ取り組みは消費者団体を中心に評価をいただきました。そして、前述の通り、本取り組みをさらに進めるためにJPUCと利害関係がなく、法令・コンプライアンス・ガバナンスの観点に照らし合わせ、事案に対して客観的な判断を行う「第三者委員会」を設置しました。

そして、その対極に位置するものとして2019年7月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、推進しています。これは、村先生から「日本の消費者保護の歴史の中で、自主規制団体で消費者保護が上手く機能した事例がない。JPUCも二の舞にならないように」との厳しいお言葉を熟考した結果、“規制を守ることのメリットを追求する必要性”を強く感じたことがきっかけです。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、いわゆるアメとムチの観点です。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の活性化を目指しています。

2023年度の一部事業者による不正事案等様々な不祥事は、中古自動車業界のみならず我が国の自動車産業全体への不信を消費者にもたらしました。我々JPUCも、2024年で設立10年を迎えるにあたり、我々の取り組みがどうだったのか、消費者の信頼をどれだけ得ていたのか等、あらためて問題・課題を投げかけられました。2023年以降、信用が失墜した自動車業界において中古自動車買取事業の信頼を回復するために、さらなるJPUCの一般消費者からの認知度向上に向けて取り組むとともに、これまでの取り組みを検証し、不十分であった点について見直しを行いました。その代表的なものとして、事務局で対応していた「消費者相談室」の相談集計、および「措置基準」の見直しに着手しました。

会員事業者については、集計結果からトラブル相談件数が減少しており、そのことは、2014年から継続して実施し、本年3月にも実施した「モニタリング調査」の結果から見て取れ、この10年の取り組みは無駄ではなかったと理事会メンバー全員が肌で感じています。

一方で、この1年間で、非会員事業者のトラブル相談件数が増加しています。この増加は、JPUCの認知度向上の取り組みによるものであるとも言えますが、今後、非会員事業者対策として、会員増強の取り組みを行っていきます。

JPUC理事である村教授から「これまで様々な業界の自主規制団体を見てきましたが、JPUCのようにしっかり活動して10年も続いている団体は無い」とのお言葉を頂戴しました。有り余る光栄なことで、これ以上のお褒めの言葉はありません。ここまでJPUCが歩んでこれたのも、有志で理事として参画いただいた買取・媒体事業者の皆様の協力、アドバイザーボードとして常に貴重な意見をいただいた監督官庁、国民生活センター、自動車関連団体の皆様、そして、理事としてJPUC創立時から参画いただき、常に法律の視点から弁護士として、正しい視点で理事会を引っ張っていただきました村教授、冷静な助言をいただいた高芝先生のご指導、ご協力があったからであると考えます。そして最後に、JPUC創立時から理事として参画いただき、理事会の事業者メンバーをリードし、

理事会運営に多大な貢献いただき、本年3月に他界された木谷忠様のご冥福をお祈り申し上げますと共に、改めて感謝申し上げます。

私は、JPUCの最終目標は“団体がこの中古自動車買取業界において不要にすること”だと常日頃から考えています。健全で一般消費者から信頼され、安心して利用される業界に発展していくことが自動車流通業界の一端を担う我々の使命だと思っています。まだまだ、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

参考資料：

独立行政法人国民生活センター 報道発表資料（平成24年3月15日）「増加する自動車の売却トラブルー震災後の自動車不足を背景に、強引な買い取りや解約トラブルがー」

総務省取引対策課（平成24年2月）「規制の事前評価書／貴金属等の訪問購入に関する規制の強化」（[https://www.soumu.go.jp/main\\_content/000160822.pdf](https://www.soumu.go.jp/main_content/000160822.pdf)）（最終閲覧日：令和6年10月24日）

消費者庁取引対策課（平成24年12月）「規制の事前評価書（訪問購入に係る規制内容の整備）」（[https://www.soumu.go.jp/main\\_content/000215660.pdf](https://www.soumu.go.jp/main_content/000215660.pdf)）（最終閲覧日：令和6年10月24日）

消費者庁取引対策課（平成25年2月：第4版）「特定商取引に関する法律の一部を改正する法律の概要について～訪問購入規制の導入～」（[https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer\\_transaction/amendment/2012/pdf/130213legal\\_1.pdf](https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_transaction/amendment/2012/pdf/130213legal_1.pdf)）（最終閲覧日：令和6年10月24日）

経済産業省製造産業局自動車課（平成25年2月12日）「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）」（[https://www.mag-x.com/images\\_new/201302/12/2\\_2.pdf](https://www.mag-x.com/images_new/201302/12/2_2.pdf)）（最終閲覧日：令和6年10月24日）

一般社団法人日本自動車購入協会（平成26年9月）「買取事業者による査定サー

ビスにおける消費者トラブル防止措置に関するガイドライン」([https://www.jpuc.or.jp/cockpit/storage/uploads/2023/03/20/\\_uid\\_64180ff4c245.pdf](https://www.jpuc.or.jp/cockpit/storage/uploads/2023/03/20/_uid_64180ff4c245.pdf)) (最終閲覧日：令和6年10月24日)