

平成 17 年 7 月 20 日

中古車の売却の際のキャンセル料のトラブルについて

(国民生活センター消費者苦情処理専門委員会小委員会助言)

独立行政法人国民生活センター消費者苦情処理専門委員会は、平成 17 年 3 月 14 日付で、国民生活センター理事長から、「中古車の売却の際のキャンセル料のトラブルについて」の苦情処理事案の検討を諮問された。

本小委員会は、消費者苦情処理専門委員会委員長の指名によって、平成 17 年 3 月 31 日以降 4 回に渡って審議を重ね、上記事案についての苦情処理にあたっての考え方として、以下のように助言を取りまとめたので報告する。

独立行政法人国民生活センター
消費者苦情処理専門委員会小委員会

委員長 田島 純藏

委員 田中 博文

委員 平野 裕之

1. 諮問内容

自動車買い取り会社の「売買代金 100 万円以下の場合には一律 10 万円のキャンセル料」といった契約約款の条項は、消費者契約法第 9 条 1 号が無効と規定する不当条項に当たるか。また、苦情処理にあたっての考え方。

2. 事案の概要

(1) 苦情の内容

中古車を 25 万円で買い取り会社に売却する契約をしたが、家族で話し合って売却しないことにした。契約から 3 日後、解約を申し出たところ、キャンセル料として 10 万円を請求された。約款にキャンセル料が明記されており、売り主が解約を申し出た場合、売買代金 100 万円以下の場合には一律 10 万円のキャンセル料とのことだが、契約時にそのような説明は受けていなかった。10 万円のキャンセル料は高額なので、支払いたくない。

(50 歳代 男性 給与生活者)

PIO-NET^(注1)には、苦情事例のように、中古車を買取り専門の業者に売却する契約を締結後、事情により、売り手である消費者の側から解約を申し出ることによってトラブルとなるケースが相当数寄せられており、新しいカテゴリーの相談として注目してきた^(注2)。なお、

解約申し出の理由は、以下の2パターンに大別できる。①資金面の問題や家族の反対などの理由で、車の売却を取り止める必要が発生した。②契約先を上回る買い取り金額を他社や知人などから提示され、そちらに売却したため。

また、最近では、買い取り専門業者間の競争が激しいせいか、「自分の車がどのくらいの値段で売却できるか知りたくて、無料査定のみを受けるつもりで店舗を訪れたが、営業員の執拗なセールストークで、予定外に売買契約を結ぶことになり、納得できない」といった契約の締結過程に関する相談も目立ち始めている。

(注1) 全国消費生活情報ネットワーク・システムの略称。国民生活センターと全国の消費生活センターをオンラインネットワークで結び、消費生活相談に関する情報を蓄積・活用しているデータベースである。

(注2) 2004年8月4日公表資料「中古車取引にかかわるトラブル—その対処法と未然防止のために—」の中で、【車両の売却に関するトラブル】として一項目を立てて、消費者に注意喚起を行った。

(2) 中古車買い取り専門業者の業務について

1) 「在庫リスク」を軽減し、「展示コスト」を削減した、薄利多売の新しいビジネスモデル

これまで、自動車を買う場合は、自動車メーカー系列の新車ディーラーで下取りをしてもらうのが一般的だったが、比較的新しいビジネスモデルとして中古車の買い取りを専門で行う事業者が登場した。

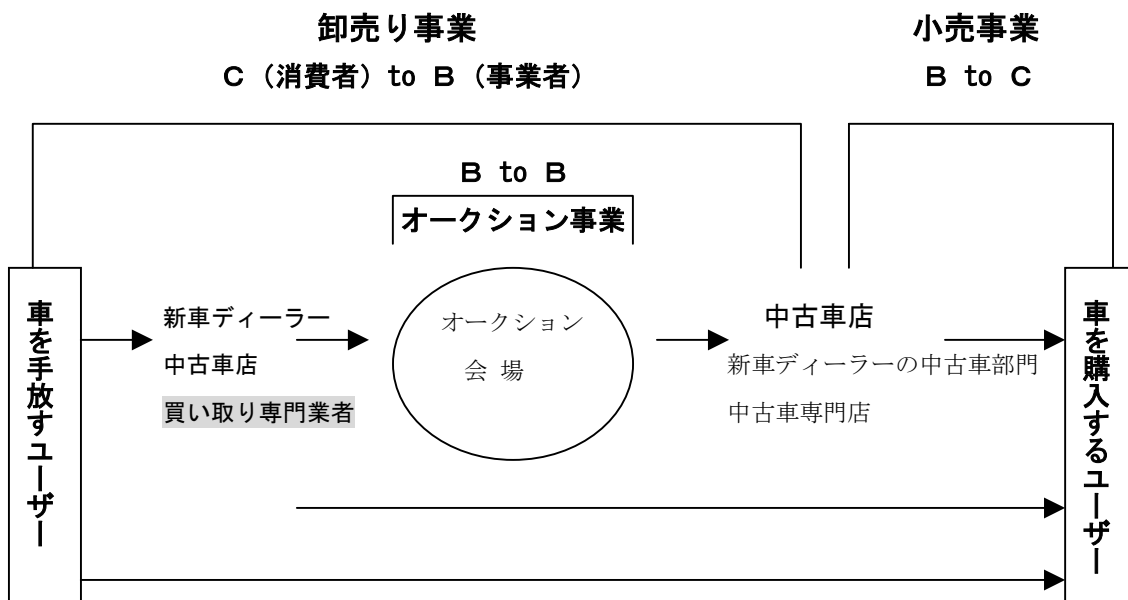
中古車の買い取り自体は、既存の中古車販売店などによって以前から行われてきたが、従来の中古車販売店のビジネスモデルは、車両の「在庫リスク」（長引く在庫期間は商品価値の劣化を招く）、「展示コスト」（集客力を高める展示販売の運営には、一定規模の土地・展示車数が必要で、初期投資や人件費等の運営コストがかかる）が発生することにより、結果として商品である中古車を極力安く仕入れ、高く販売する形態が一般的であった。

これに対して買い取り専門業者のビジネスモデルは、買い取った車を全国のオークション会場に出品して販売することを基本としており（オークションに出品せず、消費者や業者に直接販売するケースもある）、買い取りから販売までの期間を大幅に短縮することで、「在庫リスク」を軽減し、「展示コスト」を削減した。粗利は低くとも数多く取り扱うことで利益を上げていく仕組みであることから、より高い値段で中古車を買取ることができるため、少しでも高く自分の車を売却したい人には魅力となり、急成長を遂げた。

上記のように、買い取った車をオークションに出品して販売することを基本とする事業者以外に、買い取り用の店舗とは別に、販売用の大型店舗などを自社で運営し、そこで販売することを基本とする（一部をオークションに出品することもある）買い取り業者の形態もある。この場合、流通過程における中間業者が存在しないため、中間マージンが発生せず、買い取り金額を高めることが可能である。

中古車業界における車の流通経路を図に示した。

図 中古車業界における車の流通経路



消費者から買い取り専門業者に買い取られた車は、オークションに出品され、中古車店（新車ディーラーの中古車部門や中古車専門店）が落札して、展示販売などで再び消費者に販売される。買い取り専門業者がオークションを通さず、直接中古車店や消費者に販売するケースもある。

2) 車両の引き渡し日は、即日か翌日が原則

買い取り金額が高く値づけされる傾向がある他に、買い取り専門業者とディーラーなどへの下取りの場合での最大の違いは、車両の引き渡し時期である。買い取り専門業者への車両の引き渡し日は、契約当日や翌日、長くても1週間程度である。一方ディーラーへの下取りの場合は、原則として、次の車が納車されるまでの間、引き渡しは猶予される。

3) 事業者団体や標準契約約款は存在せず

今のところ、買い取り専門業者の事業者団体や、業界統一の標準契約約款などは存在しておらず、各社が独自の判断で業務を行っている。

また、業界大手の中には、フランチャイズ店の展開に力点を置く経営から、直営店の展開に重点を移す事業者がある一方、フランチャイズ店の展開に重点を置いている事業者もある。

(3) 中古車買い取り専門業者の契約約款

本小委員会の事務局は、買い取り専門業者の中で、広告媒体によく登場する大手事業者数社（諮問事案の事業者も含む）の協力を得て、売買契約書および契約約款を収集した。

1) 契約解除に関する規定

収集した約款の契約解除に関する規定について調べたところ、買い手（事業者）の解約権のみを定めている事業者と、買い手の解約権に加えて、売り手（消費者）の解約権についても定めている事業者があった。

2) 売り手から解約する場合のキャンセル料に関する規定

さらに、売り手の解約権を定めている事業者の約款におけるキャンセル料に関する規定について調べたところ、売買契約の金額によって適用されるキャンセル料が定率（例：売買契約の金額が100万円超の場合は、売買契約の金額の10%相当額）ないし定額（例：売買契約の金額が100万円以下の場合は、一律10万円）となっている事業者がある一方、売買契約の金額にかかわらず、キャンセル料が定率（例：売買契約金額の5%相当額）となっている事業者もあった。

(4) 売り手の解約権やキャンセル料についての約款規定を置いていない買い取り専門業者の顧客（消費者）対応について

本小委員会の事務局は、売り手の解約権やキャンセル料についての約款規定を置いていない事業者の担当者から、顧客（消費者）と解約に関するトラブルが発生した際の対応の実際について、事情を聴いた。

以下はあくまで、事業者の原則論であり、実際に行政の消費者相談窓口で把握している相談事例のすべてが、原則どおりに対応されているとは限らない。

1) 本部に顧客（消費者）対応部署を設置

本部に顧客（消費者）対応の専管部署を設け、無料通話できる専用電話回線を用意している。ここでは主に、直営店の顧客に関する対応を行っている。フランチャイズ店の顧客に関する対応も行うが、契約関係が顧客とフランチャイズ店（別法人）となるため、本部の関与は限定的とならざるを得ない。

2) 売り手（消費者）からの解約

売買契約締結後、事情により売り手（消費者）が解約を望む場合がある。約款上に規定はないが、本部に上がった案件については、悪質なケースを除き合意解約に応じているのが現状である。この場合、キャンセル料を請求することになるが、発生した損害の範囲での請求であり、法外なものではない。また、その請求根拠は求めがあれば、明示している。

3. 小委員会の結論

諮問事項である自動車買い取り会社の「売買代金 100 万円以下の場合は、一律 10 万円のキャンセル料」といった契約約款の条項が、消費者契約法第 9 条 1 号が無効と規定する不当条項に当たるかについて検討した結論は次のとおりである。

平均的損害については、消費者が解約を申し出た時期により、自動車買い取り会社が単に買い取り契約の書面を交わした段階、オークションに出品を予約した段階、オークション会場に車両の陸送が済んだ段階、落札者が現れた段階など、買い取り契約締結後の当該事業者の事務処理状況の各段階によって、平均的損害額は異なるものといえ、単に買い取り契約の書面を交わしただけの処理段階では、平均的損害は発生していないものと考えられる。

したがって、消費者が解約を申し入れた場合には、事業者は上記の各段階の当該事業者としての平均的な損害を立証した場合に、その立証できた平均的損害の賠償を受けることができ、これを超える賠償金は解約料、キャンセル料といった名目であっても、消費者からは受領することはできないものというべきである。

同法第 9 条 1 号の不当条項に当たるか否かは、当該事業者により立証された平均的損害によらずに、「100万円以下の場合は、一律10万円」のように一律にキャンセル料を定め、平均的損害を考慮せずにこの条項を適用するというのであれば、このような契約約款の条項は不当条項に当たるといえるべきである。

相談処理に当たっては、一律のキャンセル料を容認することなく、上記の各段階ごとに当該事業者が発生する平均的損害を考慮し、支払う必要があるキャンセル料の額について、相談者に助言を行うことになる。

なお、消費者が解約を申し入れた段階で当該事業者が発生した損害について、その平均的損害が 10 万円を超えたことを、当該事業者が立証できた場合でも、「100 万円以下の場合は、一律 10 万円」といった契約約款の条項を使用する以上、消費者が負担するキャンセル料は 10 万円が上限と考えるべきである。

4. 理由（法的考察）

（1）消費者契約法第 9 条 1 号の「解除」に当たるか

1) 問題の提起

諮問の事例のような、中古車の売買契約において、買い取り会社にその所有自動車を売却する消費者に解除権が留保され、その留保された解除権が行使された場合に「キャンセル料」ないし「解約料」名目で、買い取り専門業者が一定額の支払を売り主である消費者に請求できるという条項が、消費者契約法第 9 条 1 号の「当該消費者契約の解除に伴う損害賠償の額を予定し、又は違約金を定める条項」といえるのかが問題となる^(注3)。

消費者契約法第 9 条 1 号は、「当該消費者契約の解除に伴う損害賠償の額を予定し、又

は違約金を定める条項であって、これらを合算した額が、当該条項において設定された解除の事由、時期等の区分に応じ、当該消費者契約と同種の消費者契約の解除に伴い当該事業者が生ずべき平均的な損害の額を超えるもの「当該超える部分」を無効としており、この要件を満たしているとするならば、買い取り専門業者による約定のキャンセル料の請求は、消費者契約法第9条1号により制限される可能性がある。

2) 消費者契約法第9条1号の「解除」の検討

事業者側から消費者の債務不履行を理由とした契約解除の場合の、損害賠償額の予定（民法第420条）をしている条項がこの条文の適用を受けることは疑いない。また、民法第651条1項により民法上解除権が認められている場合の、同条2項の損害賠償額についての予定のように、債務不履行解除以外の法律の規定による解除についても、消費者契約法第9条1号の適用があるといつてよい。そして、民法第641条の解除に際する損害賠償についての予定のように、無駄になった費用の損害の賠償についての予定も含まれるであろう。

では、諮問の事例のように、法律規定では解除が認められない場合に、契約により消費者側に解除権が留保され、その解除権が行使される場合には、消費者契約法第9条1号の適用があるのであろうか。これまで公刊されている消費者契約法の解説を見る限り、約定解除権の行使の場合にも消費者契約法第9条1号が適用されることは当然視されているといつてよい^(注4)。本委員会もこの結論を正当なものとして、是認したい。その理由は以下のとおりである。

既述のように民法第641条の解除に際する損害賠償についての予定は、無駄になった費用の損害の賠償についての予定であるが、諮問の事例のキャンセル料は、それと実質的に等しい損害賠償額の予定と考えられ、法定解除か約定解除かは形式的な差異により、消費者契約法の適用に差を設けるのは適切ではないからである。そして、事業者側が一方的に作成した約款に従って契約がなされ、消費者が売り主の立場に立たされるとはいえ、事業者により一方的に有利な内容になる恐れがあることも変わらないからである^(注5)。

(注3) なお、消費者が購入した自動車を、中古車として事業者に販売する場合に、これを消費者契約法の適用のある消費者契約と言えるかについては、疑問がなくはない。しかし、販売する場面においても、買い取り専門業者が一方的に作成した約款ないし契約書により契約がされること、それ故、買い取り専門業者側に一方的に有利な内容になりがちであることに変わりはない。また、消費者契約法では、消費者は事業者ではない「個人」であればよいのであり(第2条1項)、消費者契約法の適用が肯定されてよい。

(注4) 内閣府国民生活局消費者企画課編『逐条解説消費者契約法』164頁は、約定解除権を行使するケース、法定解除権を行使するケースを指すという。また、日本弁護士連合会消費者問題対策委員会編『コンメンタル消費者契約法』153頁は、合意解除も含めている。いずれにせよ、合意解

除の場合にも損害賠償額が予め定められていた金額によることになっていることが必要である。
(注5) なお、一部の中古車買い取り業者が行っているように、解約を約款上は認めておらず、合意解約に応じた上で、実費を損害賠償として請求するという実務については、解除ではあるが、事前に金額を確定しているのではなく実損害を賠償請求するものであり、消費者契約法第9条は問題にはならない。

(2) 消費者契約法の「平均的損害」の意義

1) 消費者契約法第9条1号の趣旨

事業者と消費者との間の契約では、消費者に債務不履行があつて事業者が契約を解除する場合や、消費者が解約を申し出て事業者がこれに応ずる場合（合意解除）に、事業者が消費者に高額な損害賠償や違約金を請求できることを予め定めている例がある。このようなケースにおいて、民法第420条1項では、契約当事者が約定した予定賠償額を裁判所は増減をすることができないと規定している。しかし、現在の判例・学説は、約定額が損害に比して著しく過大な場合には、公序良俗違反を理由に予定賠償額を一部無効とすることによって、事実上、減額をある程度認めている。

これに対して、約定額が損害に比して、著しく過大とはいえないが、過大である場合には、民法によれば対処できないので、事業者の中にはこの規定を根拠に過大な負担を強いたり、最初から高額なキャンセル料を見込んで取引するようなことも生じている。

この点、消費者契約法第9条1号は、たとえ消費者に債務不履行があつた場合といえども、本来の損害を超えて事業者に利得を得させることは不当と考え、解約に伴う損害賠償や違約金の定めを制限したものと考えられる。上限となる金額は、解約の事由、時期等の区別に応じ、その消費者契約と同種の契約の解除に伴って、その事業者に発生する「平均的な損害額」である。これを超える部分の損害賠償や違約金の約束は無効であるから、事業者はその部分を請求することができない。

2) 平均的損害の意味

平均的損害について、消費者契約法立案当局の手に成る解説書^(注6)では、具体的には、解除の事由、時期等により同一の区分に分類される複数の同種の契約の解除に伴い、当該事業者に生じる損害の額の平均値を意味し、当該業種における業界の水準を指すものではないとされている。

したがって、「当該事業者」の平均的損害が、同業事業者における一般的・客観的平均損害と異なっても、本号では、あくまでも「当該事業者」のそれが基準となる^(注7)。

3) 平均的損害算定の際の考慮事情

平均的損害の額の算定の際の考慮事情としては、消費者契約法第9条1号の「当該条項において設定された解除の事由、時期等の区分」が挙げられる。

まず、消費者からの解除事由により事業者が生ずべき平均的損害の額が左右されるかという点については、前掲の立案当局の解説書では、消費者側の解除の事由という要素により事業者が生ずべき損害の額が異なることは、一般的には考え難いとされている。しかし、消費者がやむを得ない事由に基づいて解除する場合に、消費者契約法第10条を適用して、平均的損害すら請求できないとすることもできよう。

次に、解除の時期により事業者が生ずべき平均的損害の額が左右されるかについては、解除の時期に応じて平均的損害は異なるものといえよう。

諮問事項である自動車買い取り会社の「売買代金100万円以下の場合、一律10万円のキャンセル料」といった契約約款の条項は、消費者に一定の期日までであれば、無理由の解除権を認めたものであるから、事業者としては、消費者が解除権を行使せずに、契約が進行する場合に備えて準備をしておくことが考えられる。具体的には、消費者が解約を申し出た時期により、事業者が単に買い取り契約の書面を交わした段階、オークションに出品を予約した段階、オークション会場で車両の陸送が済んだ段階、落札者が現れた段階など、買い取り契約締結後の当該事業者の事務処理状況の各段階ごとに発生した損害によって、平均的損害額は異なるといえる。

なお、消費者契約法第9条1号の「当該条項において設定された」という条文については、事業者が定めた契約約款の条項において、解除の理由や時期等に応じて解約金の額が区分され規定されていたとしても、平均的損害を考えるうえで、そのような段階分けが適切なものでなければならぬのであるから、必ずしも事業者が定めた契約約款に拘束されるわけではないといえる^(注8)。

4) 平均的損害に逸失利益は含まれるか

本来、事業者は、民法第416条によれば、損害が発生したこと、及び、それが賠償範囲に入ることを具体的に証明しなければならない。民法第420条は、このような証明負担を回避するために、事業者があらかじめ、損害賠償を予定しておくことを認めた規定である。しかし、その予定額はあくまでも、本来認められる損害額に近いものであることが要請されるとして、消費者契約法が選んだ定型的な基準が、「平均的な損害の額」である。これはあくまでも民法第416条を前提としつつ、それを定型化した基準を消費者契約に関し強行法規化したものとして位置づけることができる。そうだとすれば、逸失利益は平均的損害には含まれないという解釈は困難であろう。

しかし、諮問事項である自動車買い取り会社の「売買代金100万円以下の場合、一律10万円のキャンセル料」といった契約約款の条項については、消費者に一定の期日までであれば、無理由の解除権を認めたものである。したがって、履行利益として逸失利益の損害賠償が問題となる事業者による消費者の債務不履行を理由とする解除の事例とは異なって、逸失利益の賠償までは想定していないものといえる。事業者としては、消費者が解除権を行使せずに、契約が進行する場合に備えて準備をしておくことが考えられ、そ

のような準備が無駄になった費用を平均的損害の範囲内で請求できれば十分と考えられる。

(注6) 内閣府国民生活局消費者企画課編『逐条解説消費者契約法』(2002年3月)163頁以下

(注7) 落合誠一『消費者契約法』(有斐閣2001年)135頁以下では、消費者契約法第9条1号は、当該消費者取引分野における通常の事業者の平均的損害を基準とするわけではないから、その意味で一般的・客観的基準を徹底しているわけではないとされている。そして、「当該事業者」が同種の通常の事業者と比較して経営努力が不十分であるためにその平均的損害が、同種の通常の事業者よりも大きくなる場合は、本号は、結果として平均以下の事業者を有利に扱うことになる(これを避けるためには、「当該事業者」ではなく、「通常の事業者」とする必要があった)。こうした弊害を解釈上、極力回避するためには、「当該事業者」の平均的損害の算定にあたっての運用上の工夫が求められるとの指摘がなされている。

(注8) 山本豊『消費者契約法9条1号にいう「平均的損害の額」』(判例タイムズ1114号75頁)によれば、このような法文になったのは、解除の理由や時期に応じて解約金の額が区分されて規定される外国語会話受講契約や旅行契約などの事例に引きずられて立案した結果であると推測されるのであり、「当該条項において設定された」という文言を重視しない解釈をすべきと指摘されているが、これは本文において述べたと同旨と思われる。

(3) 消費者契約法の「平均的損害」の証明責任

通常の証明責任の分配のルールからすると、その権利を主張する側に証明責任があるものとし、「平均的な損害を超える部分は無効である」とするのは、消費者の権利としての主張となるとして、平均的な損害額の証明は消費者にあるとみるのか、逆に「当該事業者に生ずべき平均的損害」の証拠は、消費者側にはなく、事業者側にあるのが一般的であり、事業者側にその証明責任があるとみるのか、証明責任をどちらが負担するのかが問題となる。

消費者契約法の立法の制定審議の際には、この証明責任の分配をどのように定めるのかも議論の対象となり、消費者サイドからは、事業者に証明責任を負担させることを明確化すべきであるとの主張もされていたが、最終的には、同法の中には証明責任は書き込まないということになり、立法過程での説明では、証明責任については裁判所の判断に委ねることになった。

この点についての考え方は、(ア) 消費者契約法が消費者を保護することを目的とする法律であること、当該事業者の平均的損害は消費者においては立証不可能なこと、損害が生じていないという消極的事実の立証はその性質上立証が困難であることから、当該事業者の平均的損害額およびその超える部分の証明責任は、消費者にではなく、事業者にあるとするものがあり、(イ) これに対して、当該事業者の平均的損害およびその超える部分の証明責任は、消費者にあるとする考えもあるが、この消費者にあるとする考えも、証明

責任が消費者にあるとしつつも、これらの事実は当該事業者の内部事情に属する事実であるので、消費者の立証については、消費者が得られた情報の範囲内で立証すれば事実上の推定の活用等により、その軽減を図るとするものである。

この点に関する判例も、事業者にあるとするものと消費者にあるとするものに分かれるが、消費者にあるとする判例も、事実上の推定を活用して、実質的には事業者に平均的な損害の立証をさせている。

したがって、平均的損害については、いずれの立場からも、実質的には平均的損害についての証拠を持っている事業者がその立証をする必要があるものと考えられる。

5. 消費者トラブル防止のための方策

最近、中古車買い取り業者の無料査定のみを受けるつもりで店舗を訪れた消費者が、営業員の高く売れるとの執拗なセールストークにより押し切られる形で契約してしまい、後で解約を申し出たところ、「事業者からキャンセルはできないと言われた」「高額なキャンセル料を請求された」「キャンセルに関する事前の説明がなかった」等、解約をめぐる相談が目立ってきている。

事業者としては、消費者が解約を申し出た時期により、事業者が単に買い取り契約の書面を交わした段階、オークションに出品を予約した段階、オークション会場に車両の陸送が済んだ段階、落札者が現れた段階など、これらの各段階に分けて、当該事業者に生じる平均的な損害額をもって、キャンセル料を予め契約約款の条項に定めるべきであり、単に買い取り契約の書面を交わしただけの段階でのキャンセル料は無料と予め契約約款の条項に定めるべきである。

また、これらのトラブルを避けるため、もちろん強引な勧誘は避けられるべきであり、事業者はキャンセル料のかかることを含め消費者に十分な説明をして、納得を得たうえで契約をなすべきである。

【参照条文】

消費者契約法第9条（消費者が支払う損害賠償の額を予定する条項等の無効）

次の各号に掲げる消費者契約の条項は、当該各号に定める部分について、無効とする。

- 1 当該消費者契約の解除に伴う損害賠償の額を予定し、又は違約金を定める条項であって、これらを合算した額が、当該条項において設定された解除の事由、時期等の区分に応じ、当該消費者契約と同種の消費者契約の解除に伴い当該事業者が生ずべき平均的な損害の額を超えるもの 当該超える部分

消費者契約法第10条（消費者の利益を一方的に害する条項の無効）

民法、商法その他の法律の公の秩序に関しない規定の適用による場合に比し、消費者の権利を制限し、又は消費者の義務を加重する消費者契約の条項であって、民法第一条第二項に規定する基本原則に反して消費者の利益を一方的に害するものは、無効とする。

民法第416条（損害賠償の範囲）

債務の不履行に対する損害賠償の請求は、これによって通常生ずべき損害の賠償をさせることをその目的とする。

- ② 特別の事情によって生じた損害であっても、当事者がその事情を予見し、又は予見することができたときは、債権者は、その賠償を請求することができる。

民法第420条（賠償額の予定）

当事者は、債務の不履行について損害賠償の額を予定することができる。この場合において、裁判所は、その額を増減することができない。

- ② 賠償額の予定は、履行の請求又は解除権の行使を妨げない。
- ③ 違約金は、賠償額の予定と推定する。

民法第641条（注文者による契約の解除）

請負人が仕事を完成しない間は、注文者は、いつでも損害を賠償して契約の解除をすることができる。

民法第651条（委任の解除）

委任は、各当事者がいつでもその解除をすることができる。

- ② 当事者の一方が相手方に不利な時期に委任の解除をしたときは、その当事者の一方は、相手方の損害を賠償しなければならない。ただし、やむを得ない事由があったときは、この限りでない。

<title>中古車の売却の際のキャンセル料のトラブルについて</title>