

令和5年3月22日
独立行政法人国民生活センター

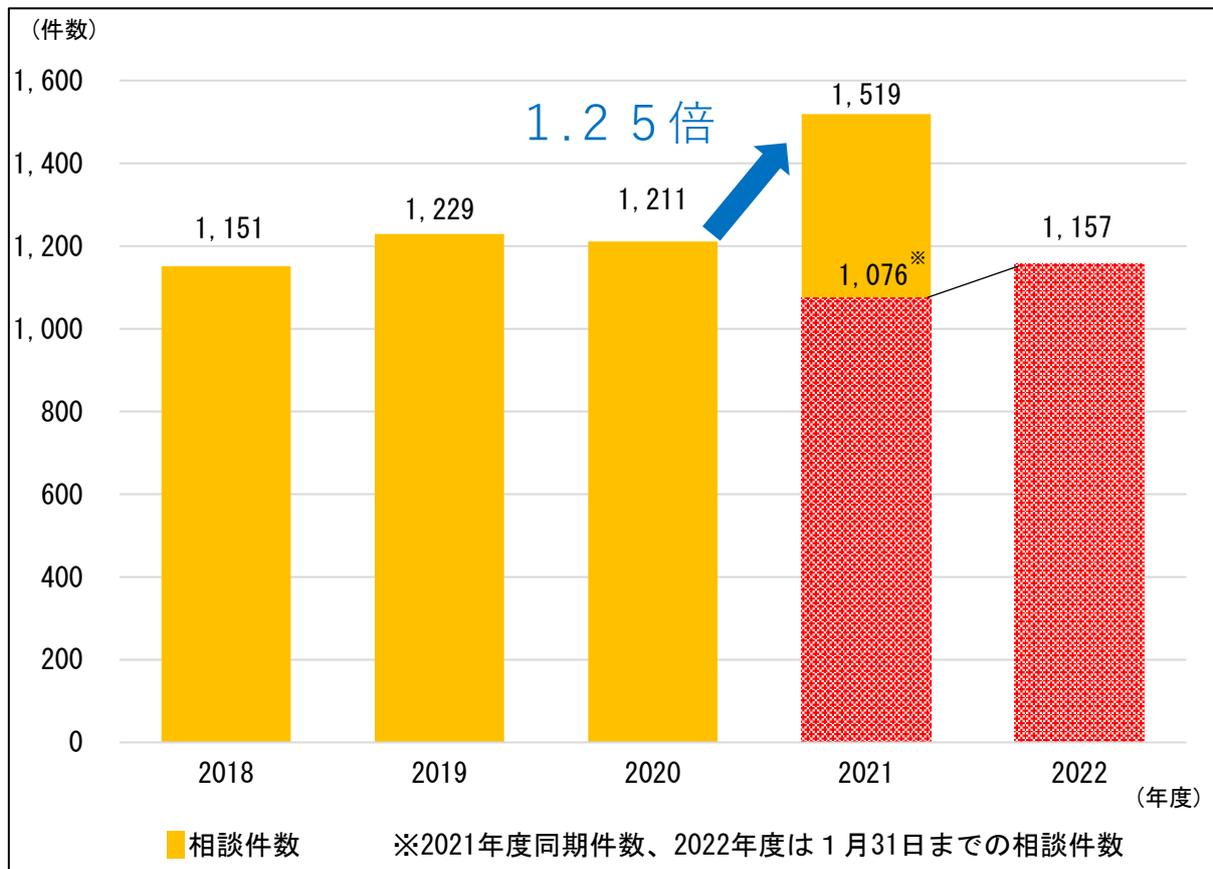
増加する中古自動車の売却トラブル —強引な勧誘やキャンセル妨害も—

全国の消費生活センター等に寄せられる中古自動車（以下、「中古車」という）の売却に関する2021年度の相談件数は前年度の1.25倍となっており、2022年度も増加傾向にあります（図1）。

PIO-NET¹をみると、「査定時に強引に契約させられ、車を持っていかれた」「契約後すぐにキャンセルを申し出たら、高額なキャンセル料を提示された」など、強引な勧誘やキャンセル時のトラブル等に関する相談が寄せられています。

そこで、中古車の売却について多く寄せられる相談事例を紹介し、トラブルの未然防止のため消費者への注意喚起等を行います。

図1 PIO-NETにみる中古車の売却に関する相談件数の推移



¹ PIO-NET（パイオネット：全国消費生活情報ネットワークシステム）とは、国民生活センターと全国の消費生活センター等をオンラインネットワークで結び、消費生活に関する相談情報を蓄積しているデータベースのこと。相談件数は2023年1月31日までの登録分。消費生活センター等からの経由相談は含まれない。

1. 主な相談事例（カッコ内は受付年月、契約当事者の属性）

（1）強引な勧誘・契約

【事例1】査定時に強引に契約させられ、車を持っていかれた

インターネットで一括査定サイトを利用し査定を依頼したところ、5社から連絡があり、その中の1社が自宅へ査定に来た。「ドアに修理歴がある。事故車なので15万円だが、今日すぐに引き渡せば25万円で買い取る」と言い、強引に契約させられ、車を持って行ってしまった。契約書は携帯電話にメールで送付され、紙の書面は受け取っていない。30分後に担当者へ「他社の査定額と比較したいので車を戻してほしい」と伝えたが、「今から車を返すのは面倒だ。他社にはこちらから連絡する」と言い、返してもらえない。25万円も受け取っていない。解約して車を取り戻したい。

(2022年2月受付、70歳代、女性)

【事例2】事業者が居座り帰らない様子だったので、やむなく契約してしまった

査定のため、午前1社、午後2社、自宅訪問を依頼した。午前中に来た事業者からは、査定後、買取額として約320万円が提示された。「午後に来る2社の査定額も聞いてから決めたい」と伝えたところ、非常に強引な態度で居座られ、契約するまで帰らない様子だったので、やむなくタブレットに署名して契約した。午後の2社の査定額は午前の事業者よりも高かったため、午前の事業者に断る電話をしたところ、「解約はできない。どうしても解約するのであれば店に来て、免許証を出してもらおうことになる」と言われ、その後も20回近く電話がかかってきた。強引に勧誘され、やむなくサインしたのに店に行かなければ解約できないのか。

(2022年9月受付、20歳代、男性)

【事例3】勝手に契約したことにされていて、断ったらキャンセル料を請求された

高齢の父が約20年前の車を手放すことにしたので、インターネットで探した事業者へ電話をかけた。事業者は「値が付くかわからないが、車検が残っているので3万円程度にはなるかもしれない」と言い、契約になるとは思わずに見積もりのつもりで車検証と自賠責保険証の写真をメールで送った。その後、別の事業者が無料で処分してくれることになり、事業者へその旨の電話をしたところ、「最初に当社へ電話をかけた時点で本契約となるため、キャンセル料3万円が発生する」と言われた。契約書類は届いたが送り返していない。そもそも契約した認識がないし、まだ売却額や車の引取り日も決まっておらず、またキャンセル料の説明も受けていない。キャンセル料を支払わなければならないのか。

(2022年10月受付、50歳代、男性)

（2）高額なキャンセル料の請求

【事例4】契約後すぐにキャンセルを申し出たら、高額なキャンセル料を提示された

一括査定サイトに登録後、事業者が来訪して査定し「15万円で買い取る」と言われた。「少し考えたい」と伝えると、「特別に50万円で買い取る」と言うので契約した。その後、別の事業者から「70万円で買い取る」と言われ、最初の事業者へキャンセルを伝えたところ、「キャンセル料が10万円かかる。75万円で買い取るのでキャンセルしないでほしい」と言われた。キャンセル料は一律で決まっており、契約書の約款に書いてあるという。車を引き渡しておらず、売却代金も未受領、名義変更の手続きもしていないのに、キャンセル料が高額すぎる。納得がいかない。

(2022年9月受付、20歳代、男性)

【事例5】高額なキャンセル料の算出明細が示されない

一括査定サイトに登録後、電話がかかってきた事業者の店舗で車を査定してもらった。約 230 万円が提示されたので契約し、その日のうちにキャンセルを申し出たら、事業者から約 40 万円のキャンセル料を請求された。売却価格の 20%で、請求根拠は契約書に記載してあるという。あまりにも高額なので、事業者へキャンセル料の根拠となる損害の明細を提示するよう求めたところ、「契約当日にキャンセルを申し出ても契約書に記載通りのキャンセル料がかかる。キャンセル料は販売する時の利益の損失を根拠に計算している」と主張し、明細を示さない。支払いたくない。

(2022 年 12 月受付、20 歳代、男性)

(3) 契約後の査定額の減額

【事例6】修復歴を告げ、2回も査定して決まった売却額が、突然減額された

車を売却しようと店舗へ出向き査定を受けた。その後、再び同じ店舗で、駐車中にフロント左側をぶつけられ修理した等の修復歴を全て告げたいうで再度査定してもらい、提示額に納得して契約した。ところが一昨日事業者から、「車をオークションに出したら、事故車扱いとなった。契約金額から約 30 万円減額してもらえないか」と連絡があった。2回も査定したうで契約したのに納得いかない。契約通りの金額を支払って欲しい。

(2022 年 3 月受付、40 歳代、男性)

【事例7】引き渡した10日後に、事業者から一方的に契約を解除すると言われた

事業者を呼んで車を査定してもらい契約した。10 日後に入金される予定だったが、突然、事業者から「この契約はなかったことにしてほしい」と連絡があった。理由を聞くと「担当者が現地を確認したうで金額を決めたが、車の引き取り後、もう一度技術者が細かく点検したところ、事故車扱いになるようなゆがみが見つかったため」と説明された。この車は新車で購入したが、事故を起こしたことがあり、査定時に「板金塗装もしている」と修復箇所を示したうで査定額が決まった。一方的に解約すると事業者に言われても納得できない。

(2022 年 3 月受付、50 歳代、男性)

2. 中古車の売却トラブル増加の背景等

(1) 新車販売台数の減少と中古車買い取りの強化

ここ数年の半導体不足の影響による新車販売台数の減少から、新車に買い替える消費者が減り、中古車の登録台数も減少しています。そのため、事業者は中古車の買い取りにより一層力を入れており、それがトラブル増加の一因になっていると考えられます。

一般社団法人日本自動車販売協会連合会²⁾によると、2022 年の新車販売台数は前年よりも約 23 万台減少（約 256 万台）しており、また、中古車登録台数も約 23 万台減少（約 350 万台）しています。

²⁾ 国内外自動車メーカー各系列のメインディーラー中心に構成された団体。

(2) 契約当事者の高齢化

中古車の売却トラブルについて、契約当事者の年代を年度別にみる³と、2012年度は40歳代以下が68.8%であるのに対し60歳代以上は18.1%でしたが、2021年度は40歳代以下が47.7%に減少した一方で60歳代以上は32.1%に増加しています。特に50歳代及び70歳代以上の増加が顕著になっており、契約当事者の平均年齢も上昇しています(図2-1、2-2)。

70歳代以上の中古車の売却トラブルが増えた背景の1つには、運転免許の返納件数の増加も影響していると考えられます。警察庁の調査によると、65歳以上の運転免許の自主返納件数は、2012年は約11万件でしたが、2021年には約49万件に達しました(表1)。また50歳代が増加している理由の一つとしては、運転免許を返納する年齢層の子供が売り主として契約当事者となる場面があるものと考えられます。

図2-1 年度別にみた契約当事者の年代別件数・割合

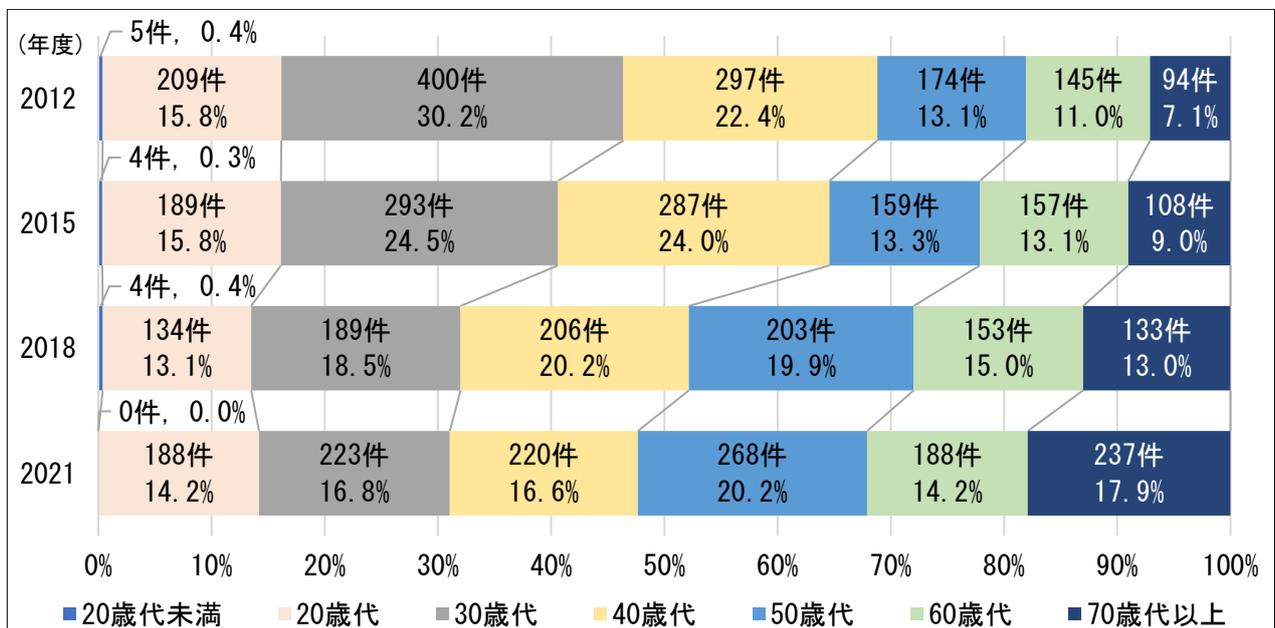
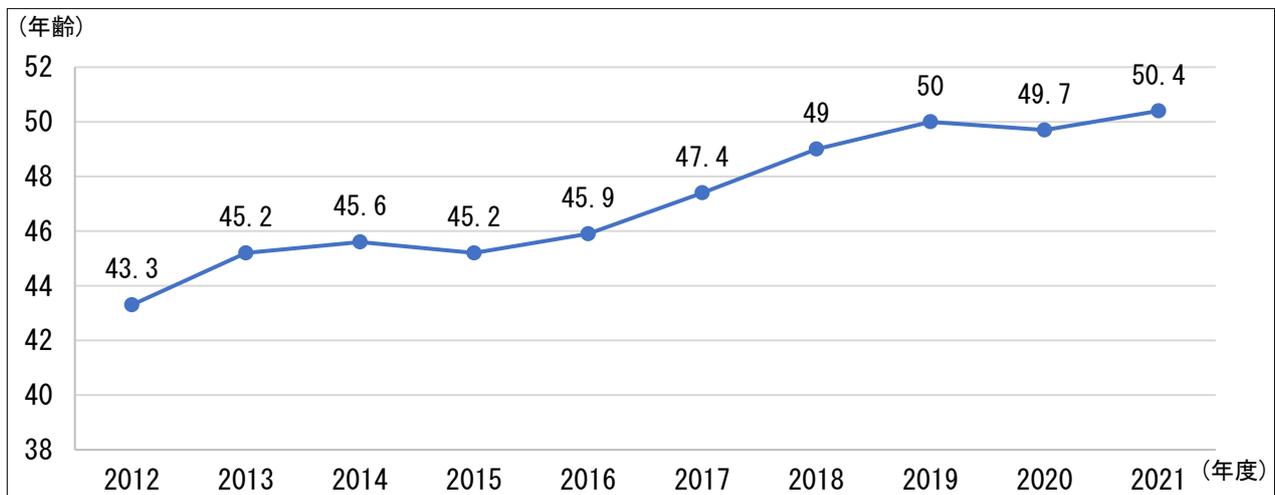


図2-2 年度別にみた契約当事者の平均年齢



³ PIO-NETに寄せられた相談のうち、2012年度～2021年度(2023年1月31日までの登録分)を分析。不明・無回答等は除く。割合は小数点以下第2位を四捨五入しているため、合計しても必ずしも100とはならない。

(参考) 表 1 申請による運転免許の取消件数(暦年)⁴ (警察庁)

	2012 年	2021 年
申請による取消件数	117, 613	517, 040
うち 65 歳以上(構成比)	111, 852 (95. 1%)	493, 461 (95. 4%)

3. 相談内容からみる問題点

中古車の売却トラブルに関する相談では、「契約・解約」に関するものが全体の 87.3%を占めています。事業者が強引に勧誘し消費者に考える時間を十分に与えずに契約を迫ったり、契約後も高額なキャンセル料の設定等により解約しにくくしたりするなどの事例が多く寄せられています。

(1) 十分な情報を持たない消費者に対して、その場で強引に契約を迫る

一般の消費者にとって、車を自ら売却することは一生のうちで何回もあることではなく、売却額や手続等の情報や契約の経験もほとんど持っていません。一方で、事業者は買い取りを業としているため、車に関する知識や契約の流れ等を熟知しています。このように、車の売却に関しては、消費者と事業者の情報量と交渉力には大きな差があり、消費者は売却手続きや車の適正な売却相場の情報が乏しいまま、事業者と交渉することになります。

そのような状況で、事業者に「今日すぐに引き渡せば 25 万円で買い取る」など言葉巧みに勧誘される(事例 1)、強引な態度で居座られ契約を迫られる(事例 2)などの強引な勧誘を受けることにより、消費者が十分に考える時間を与えられないまま契約してしまっているケースがあります。また、電話で話を聞いただけで勝手に契約したことにされるケースもあります(事例 3)。

(2) 高額なキャンセル料の設定やキャンセル妨害

消費者が契約後すぐに解約を申し出た場合でも、高額なキャンセル料を請求されたというケースが見られます(事例 4、5)。中には、相談者がキャンセル料の算出明細を求めても示されないケースもあります(事例 5)。消費者契約法第 9 条第 1 号では、事業者が生ずべき平均的な損害額を超える部分について無効としており、契約額に関係なく一律に額を定めるのは問題があると考えられます。

この他に、キャンセルを申し出た後に事業者から 20 回近くも電話がかかってきた(事例 2)、契約書に記載されたキャンセル可能期間であるにもかかわらず、解約ができないと言われたなど、キャンセル妨害のケースも寄せられています。

(3) 契約後に査定額を減額する

寄せられた相談の中には、契約し車を引き渡した後に事業者から、査定額を減額する、また

⁴ 警察庁「運転免許統計(令和 3 年版)」より抜粋。運転免許の一部取消しは除く。

は契約を解除すると言われたというケースがみられます（事例6、7）。消費者の自宅で査定を行う訪問買取は、事業者の店舗で行う査定と比べて設備面が充実していないことから、正確な査定ができないリスクがあります。しかし、事業者はこのリスクを承知のうえでプロとして車の査定額を出しています。消費者から修復歴や事故歴を聞いたうえで査定額を決定したにもかかわらず、車の引渡後になって、その修復歴や事故歴を理由に減額することは問題があります。

（4）事業者が訪問した場合でも、車の売却は特定商取引法の規制対象外である

特定商取引法では、事業者が消費者の家に訪問して商品等を購入する場合（訪問購入の場合）について書面の交付、クーリング・オフの適用等の規制を定めていますが、車の売却は対象から除外されているため、クーリング・オフは適用されません。

4. 消費者へのアドバイス

（1）査定の際は契約せず、一度冷静に考えましょう

車の売却は、特定商取引法におけるクーリング・オフの対象外です。

査定場で「今日なら高く買い取る」や「今すぐ車を引き渡せば金額を上乗せする」など、事業者から契約を急がされても、一呼吸おいて、まずは冷静によく考えましょう。

複数の事業者からの査定額が出そろった時点でしっかり比較検討することが大切です。強引に売却を迫る事業者に対しては「今回は査定をお願いしただけで、今は売らない」「他の店の査定額と比べる」などと伝え、その場で契約せず、きっぱりと断りましょう。

（2）キャンセル条項など、事前に契約書をしっかり確認しましょう

いったん契約をすると、原則として契約書の内容に拘束されますので、契約を締結する前にしっかり内容を確認しましょう。特にキャンセル料に関しては、金額とともに、どの時点から発生するのか等についても理解したうえで契約することが重要です。これらの情報をしっかりと確認しておくことで、契約書に記載されたキャンセル料が発生する時点よりも前に請求された場合や、契約書にないキャンセル料を請求された場合、あるいは契約書に定められた金額を上回るキャンセル料を請求された場合に、契約内容に従った対応を要求することができます⁵。

また、契約書に記載されているキャンセル料であっても、契約からキャンセルまでの時間が短い場合や著しく高く設定されている場合など、事業者に生ずべき平均的な損害額を超える部分については、消費者契約法第9条第1号によって無効となる可能性があります。

（3）査定サイトに書き込んだ情報で、複数社から勧誘されることがあります

インターネットの査定サイトは、車の車種・年式・走行距離・人気度等からおおよその売却額を算定するものであり、上手に利用すれば、時間をかけず一度に複数事業者の査定が受けられるなどの利点もあります。一方で、査定サイトに参加している事業者は、車を売りたいと思っている消費者の連絡先等の個人情報を得られることから、その後に複数の事業者から勧誘が

⁵ 車買取の事業者の団体である一般社団法人日本自動車購入協会では、「売却する車を事業者へ引き渡した翌日まではキャンセル料を払うことなく解約できる」等の内容を含む契約書のガイドライン（モデル約款）を作成しており、また、同協会において、事業者の契約書が当該ガイドラインに適合しているかを監修し公表しています。（別添参照）
モデル約款（自動車買取契約書約款）<https://www.jpuc.or.jp/wordpress/wp-content/uploads/2014/11/【2020.2.14改定版】モデル約款.docx.pdf>

来る可能性があることを認識しておきましょう。

(4) 修復歴や事故歴を事前に適切に告げていた場合、契約後の修復歴等を理由とした契約の解除や減額には応じる必要はありません

車両に「隠れた^{かし}瑕疵」があつて、契約時に消費者が故意または過失により、事業者にこれを告げなかった場合、事業者は消費者に対し、契約不適合責任に基づいて減額請求や契約解除を求めることができる場合があります。売却する車に修復歴や事故歴があると知っていた場合は、必ず査定時に事業者へ告げましょう。

一方、修復歴や事故歴を告げたにもかかわらず、これらを理由として事業者から契約後に減額や解約を求められた場合は応じる必要はありません。事業者は査定のプロとしての注意を払って査定額を算出しており、一度合意した契約内容について一方的に変更することはできません。

(5) トラブルになったときは、消費生活センター等や業界団体の相談窓口にご相談しましょう

・消費生活相談窓口

不安に思った場合やトラブルになった場合には、一人で悩まず最寄りの消費生活センター等に相談しましょう。

*消費者ホットライン「188 (いやや!)」番

最寄りの市区町村や都道府県の消費生活センター等をご案内する全国共通の3桁の電話番号です。

・JPUC 車売却消費者相談室

車買取の事業者団体である一般社団法人日本自動車購入協会 (JPUC) には、車の売却に関する専門の消費者相談窓口が設置されており、不安に思った場合やトラブルになった場合に相談することができます (無料)。

*電話番号：0120-93-4595

*受付時間：平日9:00-17:00

5. 行政等への要望

- ・中古車の売却に関する相談件数が増加しており、なかでも契約・解約や販売方法に関する苦情が多いことから、消費者被害を未然に防止し、中古車の買い取り等が適正に行われるための更なる取組の推進を、業界団体及び事業者に要望します。
- ・事業者の中古車の買い取り等が適正に行われるよう、業界の適正化に向けた取組を行政に要望します。

(要望先)

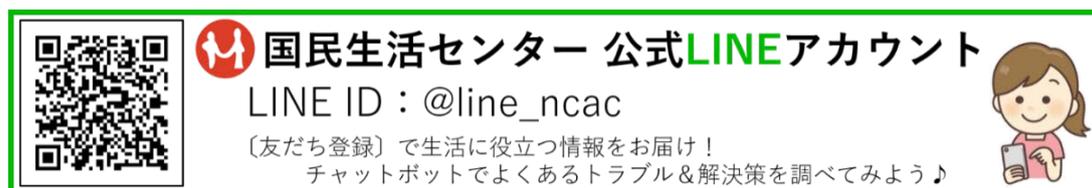
- ・一般社団法人日本自動車購入協会 (法人番号 1010005022186)
- ・一般社団法人日本中古自動車販売協会連合会 (法人番号 5011005001878)
- ・一般社団法人自動車公正取引協議会 (法人番号 5010005003042)
- ・経済産業省 (法人番号 4000012090001)

6. 情報提供先

本報道発表資料を、以下の行政機関に情報提供しました。

- ・消費者庁（法人番号 5000012010024）
- ・内閣府消費者委員会（法人番号 2000012010019）
- ・国土交通省（法人番号 2000012100001）

国民生活センター公式LINEアカウントでも、さまざまな消費者トラブルの情報を発信しています。

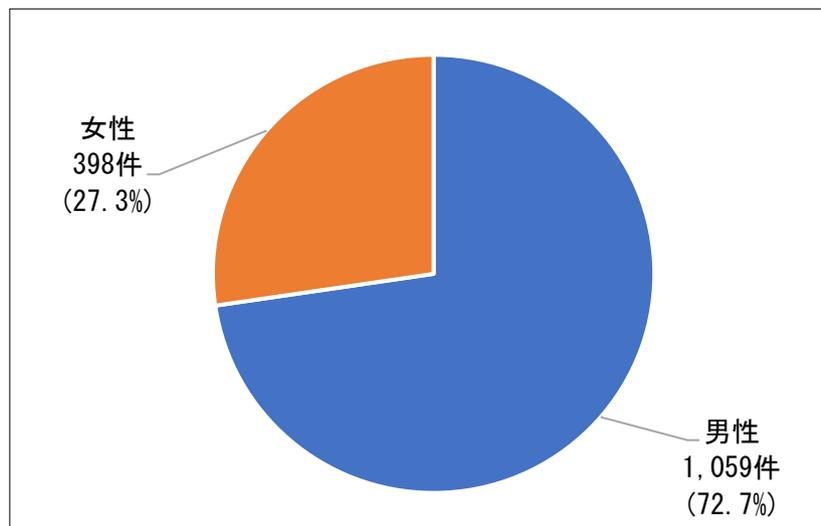


参考資料 PI0-NETにみる相談の傾向⁶

1. 契約当事者の性別

2021年度の契約当事者は、男性が1,059件（72.7%）、女性が398件（27.3%）で、男性が7割を占めています（図3）。

図3 2021年度の契約当事者の男女別件数・割合（n=1,457）

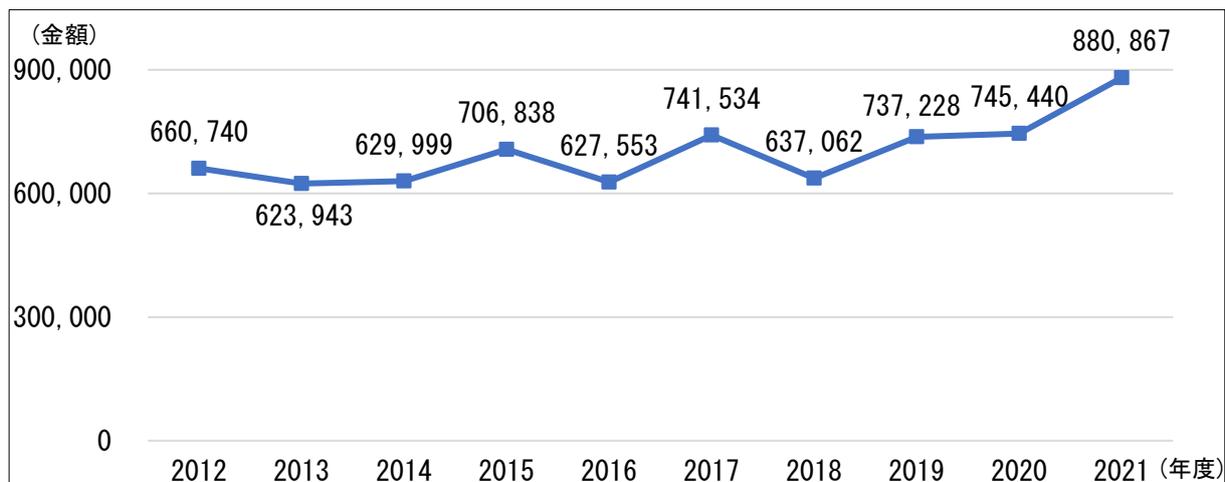


2. 契約購入金額

契約購入金額（売却額のこと。以下「売却額」という）の平均金額は、2012年度は約66万円でしたが、2021年度は約88万円と1.3倍以上となり、高額化の傾向にあります（図4-1）。

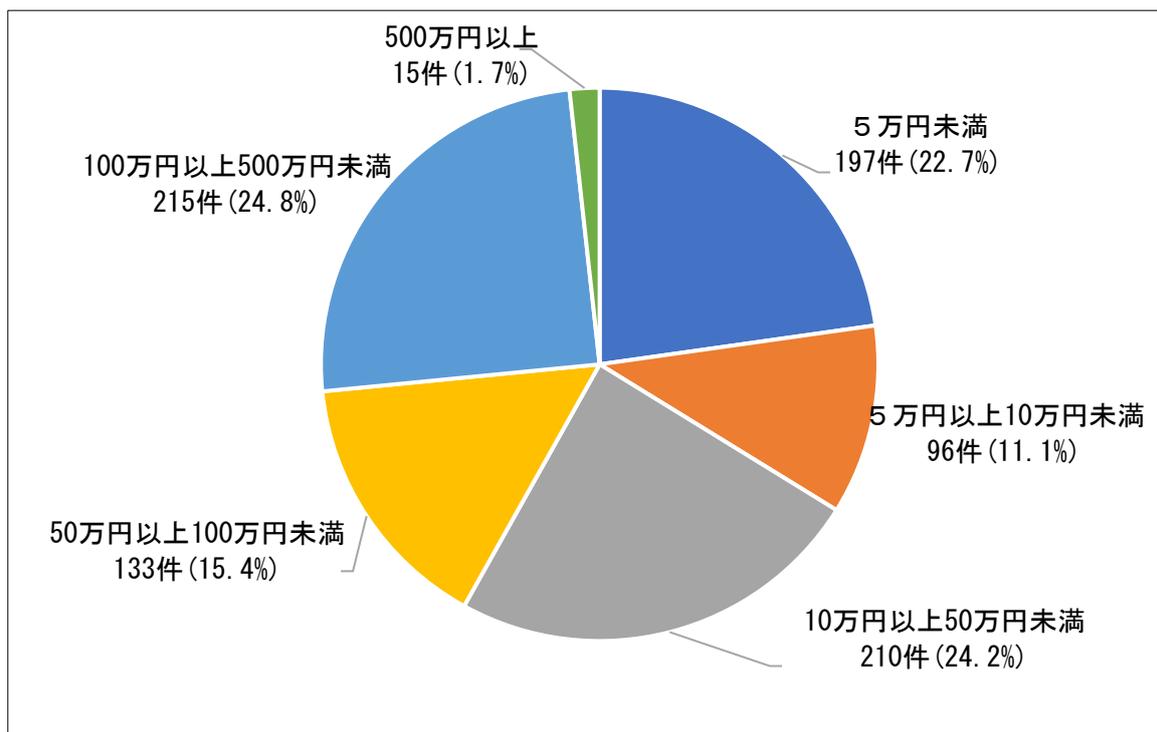
2021年度の売却額別では、100万円以上500万円未満が最も多く（24.8%）、次いで10万円以上～50万円未満（24.2%）、5万円未満（22.7%）の順となっています（図4-2）。

図4-1 年度別にみた契約購入金額（売却額）の平均金額



⁶ 不明・無回答等は除く。特記なき場合は2012年度～2021年度（2023年1月31日までの登録分）を分析。割合は小数点以下第2位を四捨五入しているため、合計しても必ずしも100とはならない。

図4-2 2021年度の契約購入金額（売却額）別件数・割合（n=866）



3. 内容別分類

相談内容別にみると、「契約・解約」に関する相談が相談全体の87.3%を占め、次いで「販売方法」や「価格・料金」の順となっています（表2）。

表2 2021年度の内容別分類⁷（n=1,519）

	相談内容	件数	割合
1	契約・解約	1,326	87.3%
2	販売方法	475	31.3%
3	価格・料金	277	18.2%
4	接客対応	226	14.9%
5	表示・広告	87	5.7%

⁷ 複数選択可能な項目のため、マルチカウントである。

自動車買取りの適正化に向けた取組

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（以下「JPUC」）では、消費者からの信頼向上と業界の健全化に向けて、自動車買取事業者の団体として自動車の買取りに関する取引条件の明確化や消費者の権利の保護に配慮した取組を推進しています。

適切な取組に参加している事業者については、ホームページでの情報掲載や、モデル約款監修・適正買取店認定のマークを付与しています。こうしたマークを有する事業者を選んでいただくことで、トラブルを回避しやすくなります。また、トラブルが起きた際は、事業者に対して必要な指導等を行い、適正化を図っています。

・トラブル防止に関する消費者向け情報のホームページ掲載

JPUC ホームページ (<https://www.jpuc.or.jp/>) では、JPUC の適切な取組に参加している事業者を掲載するとともに、「JPUC 車売却消費者相談窓口」を紹介し、トラブル相談受付や契約についての情報提供等を行っています。

・モデル約款の策定・監修

買取契約で消費者に明示すべき項目（引渡期限、引渡場所、引渡金額、支払代金、支払期限など）や、解約時のキャンセルポリシー（事業者へ引き渡した翌日までは負担なくキャンセル可能）など、買取契約における取引条件を規定した「モデル約款」を策定しています。契約書の監修を受けた事業者には、監修番号及び監修マークを付与しています。

<モデル約款監修マーク>



日本自動車購入協会

・Web 広告表現ガイドラインの策定・監修

消費者が中古車買取査定をインターネット上で申し込む際に、誤認されるような表記・表現が行われないよう、広告表現に関するガイドラインを策定しています。ウェブサイトの監修を受けた事業者には、監修番号及びWeb 監修マークを付与しています。

<Web サイトガイドライン監修マーク>



日本自動車購入協会

認定バッジ



認定ロゴ



・適正買取店認定制度

適正買取店研修の修了者が全ての買取店に1名以上在籍していること、自動車売買契約書がJPUCモデル約款に適合していることなど、消費者保護の取組を行っている事業者を「適正買取店」として認定しています。認定を受けた事業者には、認定バッジ及び認定ロゴを付与しています。