

相談情報の分析から見た自動車の現状

Analysis of PIO-NET Data Concerning Vehicles

磯村 浩子

Hiroko ISOMURA

要 約

消費生活相談情報（PIO-NET）に示された「四輪自動車」に関する相談は、2012 年度上位商品・役務等別相談件数の 11 位で、商品では健康食品に次ぎ 2 位である。そして「四輪自動車」の相談に占める中古自動車の割合は、「中古車購入」「中古車売却」を合わせ、6 割を超える。この問題解決の手がかりとして「自動車業における表示に関する公正競争規約」がある。この規約は、景品表示法の規定により、消費者庁長官及び公正取引委員会の認定を受け、事業者団体が自主的に設定する業界のルールで、相談情報分析によれば、中古自動車の取引時に、有効に機能しているとは言い難い。

米国においては、連邦取引委員会の「取引規則:中古車販売」があり、中古自動車の表示や保証について定め、州法の「中古車レモン法」もあって、中古自動車販売における消費者保護に寄与している。「公正競争規約」は「取引規則:中古車販売」と類似しているが、適用範囲が限定され、強制力も強くない。消費者が置かれた自動車の流通環境や使用習慣の変化を考慮すると、業界の自主的ルールから、消費者対象の「品質表示基準」のような、中古自動車に関する販売ルールも検討する必要がある。

キーワード：中古自動車、表示に関する公正競争規約、取引規則：中古車販売、

1. はじめに

昨年、『消費生活研究』第 15 巻 1 号で「製品保証システムの日米比較—中古自動車販売を中心に—」により日米の自動車に関する製品保証システムを比較し、特に中古自動車に関連する両国のルールを比較し紹介した。その中で、日本における「自動車業における表示に関する公正競争規約」と米国の連邦行政命令における、連邦取引委員会の第 455 条「中古自動車の販売」および州法の「中古自動車レモン法」につき詳しく述べた。

当論文では、わが国において独立行政法人国民生活センター（以下、国民生活センター）が管理する「全国消費生活情報ネットワーク・システム（PIO-NET、パイオネット¹）」における消費生活相談情報を資料に相談情報を分析し、最近の自動車の現状を見ていくこととした。先の論文で指摘した、消費生活相談情報における中古車の現状、また最近増加しているといわれる輸入車の状況についても、個別の事例を参照してその実態を明らかにし、表示に関する中古車のルールとの関連についても、検討する。

¹ Practical Living Information Online Network System の略

2. 消費生活相談に見る自動車の現況

2-1 国民生活センター公表による自動車相談の現況

国民生活センターが発表した、消費生活相談における「2012年度の上位商品・役務等別にみた相談の特徴」によれば、「四輪自動車」は11位、14,702件であった²。これは総件数852,649件の1.7%にあたる。「2009年度から商品・役務分類、集計範囲を変更したことなどにより時系列の比較はできない」とのことであるが、相談件数は下降傾向である。相談者の男女別では、男性が43.4%で20歳代から40歳代、女性は43.6%で給与生活者が多い。平均契約金額は1,444,412円、平均支払金額は713,255円、主な販売購入形態は店舗購入が79.1%、通信販売が9.3%となっている。主な相談内容等は複数回答項目であるが、①解約、②クレーム処理、③説明不足、④契約書・書面、⑤解約料、⑥新車、⑦返金、⑧約束不履行、⑨早期故障、⑩修理代の順であり、相談の特徴等には「新車だけでなく中古車の相談も多い。解約に伴うトラブルが目立つ」とある。この中古車相談の増加傾向は目立っており、次に述べるように、最近は中古車の相談が半数近くを占めている。

このように注目される中古車については、国民生活センターのウェブサイトには「各種相談の件数や傾向」という項目があり、中古自動車を取り上げられている³。まず「PIO-NETに寄せられた相談件数の推移」として2008年度から2013年度までの、中古車の相談件数が示されている。これは2014年2月28日現在の相談件数とされており、消費生活年報の件数と比較するのは、厳密とは言えないが、公表された各年度の自動車(2009年度以降は四輪自動車)の相談件数との比率を計算すると、図表1のようになる。自動車の相談件数に占める中古自動車の割合が、漸増しているとみられる。

図表1 中古車相談件数の推移と自動車相談件数に占める割合

年度	2008	2009	2010	2011	2012	2013
中古車件数	6,115	6,827	7,319	7,770	7,744	6,409
自動車件数	13,217	15,765	15,459	14,632	14,702	—
割合(%)	46.3	43.3	47.3	53.1	52.7	—

注) 上記資料と各年の『消費生活年報』より試算

また解説には、「中古自動車は、商品自体が千差万別で、価格も品質も、1台ごとに異なり、新車とはまるで違う商品特性を持っています。それだけに消費者にとって商品選択が難しく、購入後のトラブルに結びつきやすいものです。また、中古車買取業者に売却する際のトラブルもみられます。」とある。使用歴が不明であるという品質上の問題もあるが、販売時のルールについて、「自動車業における表示に関する公正競争規約」に中古車篇があるものの、一般社団法人自動車公正取引協議会の会員社が多くないなどのことから、販売上の問題もあるのではないかとと思われる。

² 独立行政法人国民生活センター編『消費生活年報 2013』、独立行政法人国民生活センター、2013年10月、pp. 42～43

³ http://www.kokusen.go.jp/soudan_topics/data/chukojidosha.html (2014.04.01 参照)

そこで筆者は、情報開示制度を利用し、国民生活センターの管理する「全国消費生活情報ネットワーク・システム（PIO-NET）」から、消費生活相談情報の提供を受けたが、そこでも四輪自動車の相談に占める中古車の割合が増加している傾向がみられ、その内容についても中古車に特定してみることができた。その検討結果から、現況を次に掲げる。

2-2 消費生活相談情報の分析による自動車の現況

四輪自動車に関する消費生活相談情報において、中古自動車に関する相談の増加傾向が認められたが、さらにその情報を、「中古自動車の購入、売却」という視点で整理し直すと、四輪自動車の相談の中で、中古自動車の問題が大きな位置を占めていることが認識される。情報公開請求の内容は、次のとおりである。

(1) 国民生活センター情報公開請求 開示年月日 平成 24 年 11 月 27 日

「四輪自動車」に関する PIO-NET における全国の消費生活相談情報

期間：2012 年 4 月～2012 年 9 月

項目：受付年月、件名、内容別分類、商品・役務の属性、内容等キーワード

(2) 国民生活センター情報公開請求 開示年月日 平成 26 年 2 月 6 日

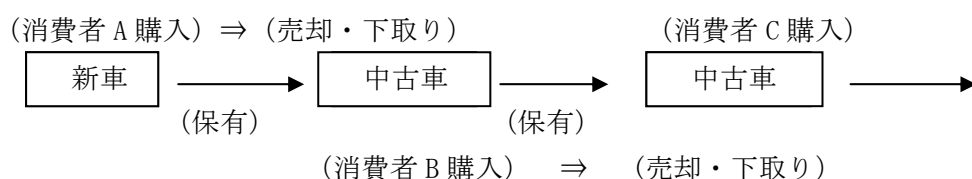
「四輪自動車」に関する PIO-NET における全国の消費生活相談情報

期間：2013 年 4 月～2013 年 9 月

項目：受付年月、件名、内容別分類、商品・役務の属性、内容等キーワード

今回は 2012 年と 2013 年の 4 月から 9 月までの消費生活相談情報の中から、9 月分を抽出し、それぞれ、中古車、輸入車、売却という内容別分類の件数からその傾向を検討するとともに、それぞれの半数の内容について、個別内容を詳細にみて現況を把握することとした。公開請求分には、内容等キーワードに「輸入」「中古」「売却」があるが、公開項目の全体を通じ、例えば「件名」に、「中古自動車を購入しー」とあるなど、明らかに中古自動車を示すものもあるため、本稿で問題とする「中古自動車」への関心に添って情報を再検討し、中古車関連の主目的より「中古車購入」と「中古車売却」に分類することとした。「中古車売却」については、わが国で商習慣となっている、自動車購入の際の「下取り」も含まれ、消費者が自動車を販売する場合は、「中古車」の販売となるため、これも「中古車売却」に分類することとする。この分類の流れを図示すると次のようになる。消費者の売却・下取りに関しては、中古車事業者による買い取り・下取りが関係している。また新車購入については、初度登録があり、中古車購入の際は名義変更がなされる。これらの相談も関連している。

図表—2 新車、中古車、売却・下取りの流れ



分析対象の事例を、上記の分類に従って示したのが、図表—3 である。

図表一 3 四輪自動車相談総件数に占める中古車関連相談

	2012年9月(件数、割合)	2013年9月(件数、割合)
四輪自動車相談 総件数	1,038 (100.0)	1,238 (100.0)
中古自動車 相談	666 (64.2)	786 (63.5)
うち中古車購入	592 (57.0)	655 (52.9)
うち中古車売却	74 (7.1)	131 (10.6)

こうしてみると、2012年9月の場合、四輪自動車1,038件に占める中古車関連の相談は、中古車購入(592件、57.0%)、中古車売却(74件、7.1%)であり、合わせて中古車の相談は、666件、64.2%となる。また、2013年9月の場合、四輪自動車1,238件に占める中古車関連の相談は、中古車購入(655件、52.9%)、中古車売却(131件、10.6%)、合わせて786件、63.5%となった。限られた期間ではあるが、四輪自動車の消費生活相談にあって、中古車関連の占める割合が大きくなっていることは、注目される。さらに範囲や期間を広げて検討する必要があるだろう。

次に輸入車についても、同様の分類による図表を掲げる。

図表一 4 四輪自動車輸入車に占める中古車関連相談

	2012年9月(件数、割合)	2013年9月(件数、割合)
輸入車相談	74 (100.0)	88(100.0)
輸入車中古車相談	46 (62.2)	56(63.6)
うち中古車購入	44 (59.4)	54(61.4)
うち中古車売却	2 (2.7)	2(2.3)

なお輸入車については消費生活相談情報の中で、次の5種の輸入方法に分類されている。

①並行輸入—総代理店輸入、外国製品を他の輸入業者が他の国の総代理店を経由するなどの方法で輸入すること

②逆輸入—自国から輸出したものをまた輸入すること

③個人輸入—個人が、自分が使用する目的で国内の流通業者を通さずに直接外国から商品を輸入する

④個人輸入代行—個人が外国から商品を輸入するときに、手続きを代わりにやってくれること

⑤海外輸入—海外に出向いて自分で商品を輸入してくる

輸入車については上記とは別に、平成26年1月28日付で、平成25年4月から平成26年1月までの輸入車に関する消費生活相談情報の提供を受けたところ、①並行輸入7件(うち中古車4件)、②逆輸入4件(うち中古車3件)、③個人輸入0件、④個人輸入代行2件(うち中古車1件)、⑤海外輸入1件(うち中古車0件)、というような結果であり、輸入車については、件数も多くなく、このような内容別には把握されていない状況であった。

さらに消費生活相談の内容について、どのような問題が多く取り上げられているかを示す頻出キーワードの順位を、2013年9月分について上位30位までを掲げる。(総件数の半数の分析結果を示す)

図表－5 頻出キーワード（2013年） N=619 （619件に占める件数と割合）

No	キーワード	件数	割合(%)	No	キーワード	件数	割合(%)
1	解約	207	33.5	17	エンジン不良	42	6.8
2	契約書・書面	97	15.7	18	異常音	33	5.3
3	解約料	92	14.9	19	強引	32	5.2
4	返金	79	12.8	20	交換	31	5.0
5	説明不足	76	12.3	21	故障頻発	27	4.4
6	クレーム処理	75	12.1		信用性	27	4.4
7	新車	72	11.7		下取り	27	4.4
8	契約	72	11.7		書面不交付	27	4.4
9	約束不履行	63	10.2	25	傷	25	4.0
10	保証	56	9.1		機能故障	25	4.0
11	電子広告	55	8.9	27	インターネット通販	24	3.9
12	修理代	54	8.7		他の価格・料金	24	3.9
13	高価格・料金	53	8.6		連絡不能	24	3.9
14	他の接客対応	50	8.1	30	価格・料金	23	3.7
15	早期故障	48	7.8		見積り	23	3.7
16	虚偽説明	47	7.6		アフターサービス	23	3.7

注：各キーワードは、同じ相談のなかでも重複して引用されている

掲出はしないが、2012年における頻出順位と比べると、多少順位の差はあれ、上位に見られるキーワードに大きな変化はない。

内容を検討すると、「解約」「解約料」「返金」「交換」という解約をめぐる内容が上位に
 ならび、「説明不足」「クレーム処理」「約束不履行」「他の接客対応」「虚偽説明」「強引」
 「信用性」「連絡不能」という対応の問題が続き、次に自動車の性能とかかわる「早期故障」
 「エンジン不良」「異常音」「故障頻発」「傷」「機能故障」という不具合が問題となる。また
 契約やシステムにかかわる「契約書・書面」「契約」「保証」「下取り」「書面不交付」「見積り」
 「アフターサービス」もあり、新たな動きの「電子広告」「インターネット通販」も見られる。
 金銭にかかわる内容も「解約料」「返金」「修理代」「高価格・料金」「他の価格・料金」
 「価格・料金」と随所にみられた。消費生活相談において、四輪自動車の問題となっている
 内容の傾向はこのようであった。そこで次に自動車に特有の既存のルールについて、
 これらの問題がどのように関連するかを検討する。

3. 自動車公正競争規約と消費生活相談情報

ここで既存のルールというのは、「自動車公正競争規約」正式には「自動車業における表示に関する公正競争規約」とその施行規則である⁴。この公正競争規約は、景品表示法第11条の規定により、内閣府の、消費者庁長官及び公正取引委員会の認定を受け、事業者団体が表示または景品類に関する事項を自主的に設定する、業界のルールである。業界の基準として一般に認められており、公正に競争するためのルールではあるが、その効果は消費者に及ぶと考えられ、消費者の商品選択の目安ともなるものである。しかし事業者が公正取引協議会に入会するのは任意であり、強制力のない点が問題となっている。

この「自動車業における表示に関する公正競争規約」（以下規約という）において、ここで関心を持つ中古自動車については、第3章に取りあげられている。

まず第11条に「必要な表示事項」として、「販売業者は、一般消費者に直接販売する目的で展示する中古自動車には、次に掲げる事項を施行規則で定めるところにより、邦文で見やすい場所に明りょうに表示しなければならない」として、①車名及び主な仕様区分、②初度登録年月、③販売価格、④走行距離数、⑤自家用、営業用、レンタカー、その他の別、⑥自動車検査証の有効期限、⑦前使用者の点検整備記録簿の有無、⑧保証の有無、⑨定期点検整備実施状況、⑩修復歴（車体の骨格に当たる部位の修正及び交換歴）の有無をあげ、さらにインターネット及び新聞、雑誌等の広告には、「塗色」「車台番号」の表示を義務付け、通信販売の場合の必要事項も定めている。第12条では「特定の車両状態についての表示及び書面の交付」として、「走行距離数に疑義がある車両」「修復歴のある車両」などが挙げられ、書面の表示と書面の交付を義務付けている。保証に関しては、「保証の有無」を「保証つき」「保証なし」として表示し、「保証つき」は、「保証の内容」と「保証期間又は保証走行距離数」などを表示しなければならない。

これらの表示事項と相談情報との関係について、中古車において問題にされている事例を中心に、いくつかの例を挙げる。

1) 書面不交付について

2013年の分析対象619件に「書面不交付」が27件あったが、そのうち20件が中古車であった。規約第11条に掲げる中古自動車の「必要な表示事項」は、展示する中古自動車の外部から見やすい場所に表示することであり、第12条に掲げる特定の車両状態のときのみ、書面による表示を義務付けている。展示する中古自動車に表示した販売価格などは、施行規則で、購入者に公布する書面に表示する場合の書き方を指示しているにとどまる。特定の車両とは、①走行距離計が取り換えられている車両、②走行距離数に疑義のある車両、③走行距離計が改ざんされている車両、④定期点検整備実施状況が「定期点検整備なし」で要整備箇所がある車両、⑤修復歴がある車両である。このうち修復歴に関連する「事故車」をみると、対象分に18件あり、すべてが中古車であった。また「メーター巻き戻し」も中古車6件であった。

次の事例が示すように、その事実は知らされていなかった。

⁴ http://www.aftc.or.jp/pdf/kiyaku_4.pdf (2014.4.11参照)

- ・ 2 年半前に買った中古車を査定に出したところ、修復歴のある車だといわれた。買った時は修復歴が無いということで買った。
- ・ 3 か月前に店で購入した中古車、無事故車といわれたのに、最近修復歴が見つかった。納得できない。
- ・ 中古の外車を契約。1 週間前に納車されたが調子が悪いので、調べたところ、走行距離が改ざんされ事故車と判明。解約可能か。

2) 通信販売について

中古自動車の規約には、第 11 条第 3 項に中古自動車の通信販売を行う場合は、販売価格のほか、「通信販売の必要表示事項」を表示しなければならない。分析対象の相談情報には、関連する項目がある。これらのうち「電子広告」は 55 件中 53 件、「雑誌」は 4 件中 4 件、「インターネット通販」が 24 件中 21 件、「インターネット・オークション」の 22 件中 20 件が中古車であった。「必要表示事項」の中には、「請求により、詳しい販売条件を記載した書面を遅滞なく交付する旨」の項がある。

- ・ ネット検索し 30 万円で中古車を購入した。現物が見られないので販社に電話で車の状況を確認した。説明と違う不具合があった。
- ・ インターネットで中古車を購入した。納車後欠陥が目立つ。最近、オイル漏れで修理を要求したが、保証期間外を理由に断られた。

3) 保証について

中古自動車の規約第 11 条 1 項の(8)には、展示する中古自動車に表示しなければならない事項として「保証の有無」があげられている。表示は「保証つき」または「保証なし」とし、それぞれに表示方法、保証書の取り扱いなどを定めている。分析対象事例のうち「保証」について問題にするのは 56 件、うち中古車は 43 件だった。「保証期間」が 20 件、「保証書」も 1 件ある。

- ・ 半年前、1 か月保証付きの中古車を購入、直後からエンジントラブルを示すランプが点灯。修理依頼するも、未だに対応してくれない。

以上は、多くの中の少数の事例に過ぎないが、規約の中古自動車の定めに照らして問題があることが推測される。インターネット情報による中古自動車購入、またネットで依頼をし、自宅で査定をして売却するケースもある。売却の場合は、新車購入の際の下取りとしての売却、中古車購入の際の保有中古車の売却などがある。購入時の表示とその後判明した修復歴や不具合を理由に解約を申し出るケースが多く、その際の考え方、条件を問うものもある。背景には、自動車の平均使用年数が 2013 年には乗用車で 12.58 年と増え⁵、中古自動車取引の増加があるが、自動車の買い取り専門店の増加、インターネット通販、インターネット・オークションの発達など、流通事情の変化もあろう。

中古車に関連する相談事例の割合が 6 割を超えて増加し続けていることを考慮すると、規約の周知・普及に努めるとともに、情勢に応じた対応を検討する必要もあろう。

⁵ http://www.airia.or.jp/number/pdf/03_32.pdf (2014.4.12 参照)

4. まとめ

PIO-NET による四輪自動車に関する消費生活相談情報において、中古自動車に関する相談のさらなる増加傾向が認められたが、その情報を、「中古自動車の購入、売却」という視点で整理し直すと、四輪自動車の相談の中で、中古自動車の問題が大きな位置を占めていることが認識される。当論文では、前号で「中古自動車の販売のルール」について、日米を比較し検討してきた事を念頭に、わが国の自動車販売に関するルール、「自動車業における表示に関する公正競争規約」と消費生活相談情報のかかわりについて分析を試みた。

わが国と米国における相違は、基本的には、自動車使用をめぐる消費者環境、使用実態に差があり、「中古自動車の販売のルール」も異なるところはあるが、近來の自動車使用をめぐる消費者環境は、変化の兆しが顕著で、中古自動車の流通が組織化され、広域化しているにもかかわらず、業界基準としての規約の普及、事業者、消費者を含めた周知徹底など、対応が未整備の感があり、その結果が相談内容に影響を及ぼしている。これらの傾向を考慮すると、「自動車業における表示に関する公正競争規約」について、その役割を再検討する時期となっているのではないだろうか。元來、自動車は、購入価格が大きく、安全性についても関心の高いことから、相談情報として大きな位置を占める商品であるが、中古自動車の相談の割合の増加は、相対的に新車の場合の相談の減少を示している。業界におけるその努力を、状勢の変化に伴って、中古自動車に及ぼすことは難しいのだろうか。中古自動車の流通、使用年数の増加は、それ自体、否定すべきものではない。その流通・販売における健全性が望まれるのである。一つの方法として、食料品における「品質表示基準」のように、元來は任意の表示を、一定の強制力のあるものにすることも考えられる。

前号で検討した、米国における連邦法「統一商事法典」「マグナスン・モス保証法」を前提とする「連邦行政命令集、第 455 条中古自動車の販売」から州法の「レモン法」「中古車レモン法」に至る法律体系は、一定の強制力を持ち有効に機能している⁶。わが国における「景品表示法」「自動車業における表示に関する公正競争規約」という法律体系についても、業界における公正競争規約の反映としての消費者保護という発想を転換し、本来の消費者のためのルールという視点で再検討されることが望まれる。

【参考文献】

独立行政法人国民生活センター編『消費生活年報 2013』国民生活センター、2013 年 10 月

一般社団法人自動車公正取引協議会「自動車業における表示に関する公正競争規約」

http://www.aftc.or.jp/pdf/kiyaku_4.pdf (2013. 03. 16 参照)

磯村浩子「中古自動車の苦情と保証制度—消費者相談の分析と意識調査を中心に—」『消費生活研究』第 6 卷 1 号 社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会 消費生活研究所、2004 年 5 月

磯村浩子「製品保証システムの日米比較—中古自動車販売を中心に—」『消費生活研究』第 15 卷 1 号 公益社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会 消費生活研究所、2013 年 5 月

⁶ 磯村浩子「製品保証システムの日米比較—中古自動車販売を中心に—」『消費生活研究』第 15 卷 1 号 公益社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会 消費生活研究所、2013 年 5 月