

これに対して今やほとんどの人が使っているクレジットカードは、最初に会員申し込みをしたところからそれ以後も使うたびにすべてが契約行為です。その契約とは使った分を後日支払うという内容です。たいていのクレジットカードは、ショッピング（販売信用）とキャッシング（消費者金融）の機能がありますが、目的物がモノかお金かの違いだけで契約内容にそれほど大きな違いはありません。

これらの契約は**与信（信用供与）契約**とといいます。正確にいうと、ショッピングの場合は**立替払い契約**あるいは**債権譲渡契約**であって、キャッシングの場合は**金銭消費貸借契約**です。

さらに最近では、貸金業法の改正や割賦販売法の改正によって、与信の枠を法律で狭めた結果、**官製の不況**が起こっているという指摘があります。

割賦販売法が制定された一九六一年は、「もはや戦後ではない」と経済自書が官言した五年後のことで、日本経済の復興が著しいころでした。

~~~~~

「もはや戦後ではない」. 1956年、経済企画庁は経済白書「日本経済の成長と近代化」の結びで「もはや戦後ではない」と記述、この言葉は流行語になりました。

~~~~~

こういったことがあったので、一九七二年の改正ではクーリングオフが他業界に先駆けて初めて導入されました。クーリングオフは民法の規定からすると完全に逸脱しています。民法の原則に従うと契約自由の原則の下、形式にもとられることなく契約書すらなくても契約が成立するのが当然です。ところがそれを無条件で解除することができるというのですから、**すごい規定**なのです。導入されたこの改正時にはクーリングオフの期間は四日でしたが、その後、何度かの改正のたびに延長されて現在は八日になっています。

さて、訪問販売会社と信販会社の提携によって、クレジットの取扱高は急激に伸びましたが、このショッピングクレジット（以下「**個品割賦**」といいます）といわれる取引は法律の枠には入っていませんでした。当時の割賦販売法の定義では、三者間契約はクレジットカードの場合のみが規制の対象になっていて、法律制定後に出てきた**個品割賦は対象になっていなかった**のです。

そのことによっていろいろ問題が起きました。消費者が買い物をする相手は販売店で、ここでは売買契約が結ばれます。支払いをするのはその代金を立て替えた信販会社です。すると買い物をした**商品に問題があった場合に、支払いをストップする**という**対抗手段が取れない**のです。民法では同時履行の抗弁権を認めていますが、それはあくまでも二者間契約のことであって、信販会社が介在した場合のことを想定していないので、いくら商品に瑕疵があ

ろうと支払いを続けざるを得なかったのです。

割賦販売法は特別法といわれているものです。上位の法律は民法ですが、そこで決めている民事ルールを特別法は別扱いします。例えばクーリングオフは、民法の原則からいえばあり得ないことですし、期限の利益喪失条項も同じです。それがなぜ可能になるかという、消費者保護という大きな目的があるからです。

・・・

直近の大きな改正は二〇〇八年に行われました。この改正の契機になったのは、二〇〇五年に発覚した埼玉県富士見市在住の当時八十歳と七十八歳の姉妹に対する、信販会社からの競売申立です。この事件そのものは、クレジットの問題と言い切ることはできませんが、悪い面が徹底的に表面化した事件といえます。

事件の概要は、次のとおりです。高齢の姉妹は認知症を患っていて、判断能力はほぼない状態でした。自宅は自己所有です。この姉妹に三年間にわたって一六社にも及ぶリフォーム業者が訪れ、必要もないリフォーム契約を五〇〇〇万円以上も結んでいました。例えば、普通は三つもあれば十分な床下換気扇が二〇個以上も取り付けられたり、わずか二日間に五回で六七三万円分の白アリ駆除などを売りつけた業者もありました。この姉妹はかなりの資産家だったらしく、これらの支払いは現金で行われていました。

手持ちの現金が底をつく、リフォーム業者はクレジット契約を使うようになりました。クレジットの審査は契約者の3C（収入、資産、性格、担保）が基準になります。認知症の姉妹に収入があって、判断が正常にできたのであれば問題はなかったのですが、この姉妹にあるのは資産だけでした。

クレジット契約は結んだものの当然のごとく払えなくなり、クレジット会社が自宅の競売申立を行ったことでこの案件が表面化し、悪徳リフォーム業者と信販会社の存在が問題化したのでした。

・・・

国会に提出さ

れる法律には**閣法**といって、内閣つまり政府が提出する法律と議員立法の二つがありますが、割賦販売法は**閣法**なので**準備は経済産業省が行います**。消費者信用の金融の部分を所管する貸金業法はそもそもが議員立法ですから、割賦販売法とは生成の過程が違います。

残高のみとはいえ、テラネットのアイデアは斬新なものでした。ところが二〇一〇年に貸金業法が施行になると、状況は大きく変わります。法律が**個人信用情報機関を指定**して、貸金業者にその利用を義務づけるという規制です。

法律によって貸金業登録を受けていれば、貸金業法が指定する個人信用情報機関に入らなければならなくなったのですから事態は一変です。このときに指定個人信用情報機関に認定されたのは、貸金業系の株式会社**日本信用情報機構**と物販系の株式会社**シー・アイ・シー**の二社です。

貸金業法の規定では貸金に関する情報は、指定個人信用情報機関において交換することになっていきますから、どちらかに入っていれば**確実にすべての情報を把握**することが可能になりました。

~~~~~

日本信用情報機構

<https://www.jicc.co.jp/index.html>

シー・アイ・シー

<http://www.cic.co.jp/index.html>

~~~~~

「貸金業の専門業者がクレジットに係る信用情報というベースを見られると
いうのは非常に嫌な気がします。この辺は交流できるハードルを高くしていただくか、本来
はブラック情報止まりにさせていただきたい。貸金業専門業者全部が悪いということではないの
ですが、中には貸金業の登録だけして、こういう個人情報だけを短期に集めて、本来の貸金
業を営まない事業者なども出てきたりするのが不安だという点で、そのように感じました」
といった発言までありました。

その結果、事務局提出案どおり**貸金業者の情報と物販系のクレジットに係る情報は分断す**
ることになりました。これによってどのようなことになるかという点、次の二点です。

- ① クレジット業及び貸金業の**兼**業者は、これまでと同様に、クレジットに係る信用
情報及び貸金に係る信用情報の双方を、兼業の範囲で、消費者からの同意を得て、信用
情報機関から入手できる。
- ② クレジット業の**専**業者はクレジットに係る信用情報、貸金業の**専**業者は貸金
に係る信用情報の入手に限定される。

割賦販売法第2条は定義になります。大きな概念変更があり、「カード」という言葉が同
法で初めて使用されました。また、従来の分割払いの定義である「二月以上の期間にわたる
三回以上の支払い」が変更になって、**利用日から返済日まで二カ月を超えるカード決済は、
法の対象**となりました。

これによってボーナス一括払いや、一部のクレジットカードにおける一回払いでの利用も
法の対象となりました。**法の対象となる**ということは、**割賦販売法の消費者保護規定が適用
になる**ということです。

ちなみにクレジットカードは従来、総合割賦購入あっせんといわれていましたが、今回の
改正で「**包括信用購入あっせん**」が法律上の正確な名称になりました。

~~~~~

包括信用購入あっせん

包括信用購入あっせん：カード会社や信販会社が発行しているクレジットカードを利用した割賦購入を顧客  
に勧めること。

包括信用購入あっせんとは信販会社などが信用を供与した会員の買い物を、代金を立て替えて支払う「販売  
信用」という形態の一つ。

~~~~~

支払可能見込額 = 年収 - 生活維持費 - クレジット債務

図表 3-2 生活維持費として法律が定める額

居住形態	4人世帯以上	3人世帯	2人世帯	1人世帯
持家かつ住宅ローン無 又は持家無かつ借貸負担無	200万円	169万円	136万円	90万円
持家かつ住宅ローン有 又は持家無かつ借貸負担有	240万円	209万円	177万円	116万円

* 年収400万円で住宅ローンのある4人世帯の場合は、400万円-240万円-クレジット債務(0とします)=144万円となります。

法文の読み取り

第3章 二〇〇八年改正割賦販売法に見る新しい規制の考え方

- はなはだ読みづらいのでおさらいします。
- ① 割賦販売法で総量規制が適用されるのは、新たにクレジットカードを発行するとき、限度額を引き上げるとき。
 - ② 年収、預貯金、クレジットカードの債務の状況、借入れの状況(省令事項)を調査し、「包括支払可能見込額」を算定する。
 - ③ そして「包括支払可能見込額」とは、利用者側から見て、住宅を担保に供しなくてはならないような額ではなく、一年分の生活維持費(省令事項)に食い込むような額ではなく、それに大臣が定めた一定の割合(五〇%)を乗じた額で返済に充てられる額とする。
 - ④ この限度額を超えるクレジットカードの発行等を行うことはできない。
- この場合の限度額というのは、割賦販売法が決められているのですからリボや分割の限度額のことです、すっきりと一回払い専用のカードを出すのであればこの条文の影響は受けません。余談になるかもしれませんが、以下はある官僚OBの方から聞いた話です。第30条の2第1項に「……その他の……」とありますが、この「④」は前を単なる例示としているもので

第30条の2(包括支払可能見込額の調査)
 包括信用購入あっせん業者は、包括信用購入あっせんをするためカード等を利用者(個人である利用者)に限る。以下この条、次条及び第3節において同じ。)に交付し若しくは付与しようとする場合又は利用者に交付し若しくは付与したカード等についてそれに係る極度額(包括信用購入あっせんに係る購入又は受領の方法により商品若しくは権利を購入し、又は役務を受領することができる額)の上限であつて、あらかじめ定められたものをいう。以下同じ。)を増額しようとする場合には、その交付若しくは付与又はその増額に先立って、経済産業省令で定めるところにより、年収、預貯金、信用購入あっせん(包括信用購入あっせん及び個人信用購入あっせんをいう。以下同じ。)に係る債務の支払の状況、借入れの状況その他の当該利用者の包括支払可能見込額を算定するために必要な事項として経済産業省令で定めるものを調査しなければならない。ただし、当該利用者の保護に支障を生ずることがない場合として経済産業省令で定める場合は、この限りでない。

2 この節において「包括支払可能見込額」とは、主として自己の居住の用に供する住宅その他の経済産業省令で定める資産を譲渡し、又は担保に供することなく、かつ、生活維持費(最低限の生活を維持するために必要な1年分の費用として経済産業省令で定める額をいう。第35条の3の3において同じ。)に充てるべき金銭を使用することなく、利用者が包括信用購入あっせんに係る購入又は受領の方法により購入しようとする商品若しくは指定権利の代金又は受領しようとする役務の対価に相当する額の支払に充てることできると見込まれる1年間当たりの額をいう。

あつて確定したものではありません。この「④」の前には、「年収、預貯金、信用購入あつせん（包括信用購入あつせん及び個品信用購入あつせんをいう。以下同じ。）に係る債務の支払の状況、借入れの状況」とあります。これらは例示なので、必ずしも調査しなくてもいいのです。端的には「預貯金」が該当します。

ちなみにこの「の」を「……その他□……」とした場合は、例示ではなく法の対象として調査しなければならない事項ということになります。またこの条文には但し書きがあつて「当該利用者の保護に支障を生ずることがない場合として経済産業省令で定める場合は、この限りでない」と書いてあります。この部分が第2章で書いた担当課長の「悪いようにはしない」という発言に該当します。

ついでに書いておくと、改正法が国会で成立した際の衆議院での付帯決議に「支払可能見込額の調査に当たっては、利用者等の預貯金額等のプライバシーに過度に立ち入ることのないよう指導すること」とあります。つまり、それは見なくていいというのと同じです。

もし本気で法律の遵守を求めるとしたら、クレジットカードを発行するときは、銀行通帳のコピーを提出させなければできないことになります。どう考えても現実的ではありませんが、国会の付帯決議で否定するくらいなら最初から条文に入れなければいいと思うのは筆者

だけでしょか。

携帯電話はちょうど法改正のころ、売り方が変わつて電話機の割賦による売り切りが主流になりました。改正法では個別信用購入あつせんに業とするには当局への登録が必要で、さらに個人信用情報機関の利用が必須になっています。したがって**携帯電話会社はどれも個別信用購入あつせんの登録業者**になっています。

こここのころのスマートフォンの急速な普及で、携帯電話の需要は爆発的に増えています。この売り切りという仕組みは、電話料金と電話機のクレジット代金も表に払うものです。電話料金の支払いが滞るということはクレジットの返済も滞るということになるので、たかが電話代だと思っていると大変面倒な憲に陥ります。払わないでいると、クレジットの不払い記録が個人信用情報機関に登録されてしまうのです。

企業が銀行に融資を申し込むと、当然のことながら決算書の提出を求められたり、事業計画書の提出を求められたりします。銀行によって基準は異なるものと思いますが、融資を受ける側は求められれば、当然それらを準備して提出します。**個品割賦**の場合も同じだと思います。

ます。わざわざ条文化したというのは、これまではそういった慣行がなかったことの裏返しのように思えます。努力規定とはいっても、ないよりはましです。

法改正のきっかけになった住宅リフォームの販売は、いわゆる**次々販売**といわれているものです。一度買ってくれた客のところへ、同一あるいは名目上は別の業者が次々に訪れて販売するというものです

これ以外の商品でもいろいろ起きました。エステティックを一〇年分、カツラを一〇枚、英会話教室を一〇年分、絵画を部屋いっぱいになるほど、など挙げればきりがありません。なぜこのようなことが起きるのかというと、**絶対的に悪いのは契約者側**ですが、こういった契約をしてしまう人は、住宅リフォームで被害に遭った認知症の姉妹のように、判断力に欠けていることが多いものです。

販売業者はそれにつけこんで、一度販売に成功すると、次から次へと商品や役務を勧めて契約していくのです。こういった契約にも**個品割賦はよく利用**されていました。消費者トラブルになって発覚したときには、とうてい返済不能であろう非常識な金額になっていることも珍しくありませんでした。

本来、消費者の信用を担保に契約するのがクレジットですから、返済不能な金額の与信はあり得ないはずですが。正常に与信審査が機能していれば、加盟店を調査する必要すらないかもしれません。

ところが個品割賦の場合は、第2章でも書きましたが、**加盟店与信**が堂々とまかり通る取引となっていたものですから、**次々販売を行うような取引先を加盟店**にしていたわけでした。

次々販売は、法律用語では「過量販売」といいます。

ショッピング枠現金化商法が適法かどうかということ、これは見事なまでにグレーです。お金を貸しているというのであれば、間違いなく出資法違反ですから刑法犯です。しかし彼らはお金を貸すわけではありません。割賦販売法に違反するところも思いつきません。

出資法違反で業者が逮捕されたケースもありますが、後が続いていないところを見ると、おそらく不起訴になったものと思います。質の悪い業者の場合は、ショッピングだけさせてお金を振り込まないといったこともあるようですが、ここまでくれば詐欺です。利用した消費者側から見れば消費者被害ということになります。

しかし、こういった悪い業者でなぜクレジットカードが使えるのか、といった素朴な疑問が湧きます。国内でも海外でも構いません。自分でどこかの店に行ってブランド品か何かを買って、それを質店に持ち込むのも現金化ですが、これはカード会員の責任で行われている行為であって、それを仲介する者はいません。

この場合、その代金をカード会社に払うつもりがなければ詐欺罪が成立しそうですが、その代金を払った場合は、せいぜい会員規約にある所有権の留保の権利を侵しただけです。カード会社も実害はありませんから、何も言わないと思います。

特定継続的業務提供もよくトラブルを起こしました。その代表格であるエステのトラブル

は三つに分けられます。一つは勧誘時のものです。**キャッチセールス**といわれている手法が多くとられました。街角で「お試し」をうたって勧誘し、エステの施術台に乗れば契約するまで帰さないという手法です。当然、セールスマンに歩合を払う必要がありますから、エステティシャンも契約を取るのに必死です。

さらにその歩合分がありますから、**安い契約では済みません**。結構な金額のエステが、主に**個品割賦**を使って契約されていたのです。こういった場合、まさに契約させられたといっても過言ではありません。気分よく契約したわけではありませんから、一年分とか二年分の契約であっても行く気にならないのも仕方ありません。

その結果、**解約したくなるのですが、それには応じません**。それで消費者トラブルになったのです。泣き寝入りして払った人も多いと思いますが、各地の消費者センターにはこういったトラブルがたくさん持ち込まれる結果になりました。このような経緯があったので、エステが特商法の規制に入って、キャッチセールスが訪問販売の一形態として規制されるようになったのです。

二つ目は、**効能・効果**やあるいは**医療行為**にかかる**施術**に関することです。「絶対に痩せます」と言われて契約したが話と違う、というのが典型的なトラブルです。

・・・

三つ目は、**エステサロンの倒産**です。エステの契約は、**チケットのまとめ売り**が一般的に利用されていました。一回の施術が一万円だとして、それを一五回分受けるチケットが、一五万円ではなく一〇万円といった販売方法です。

買う方にすれば割安で契約することができますし、売る方にすればまとまった金額が入って、さらにその顧客は継続的に通ってくれる可能性もあるので、魅力的な販売方法です。もっとも、来店してもしなくても前払いでもらってしまうのですから、後はどうでもいいということになりがちです。

こういった販売方法をとると、エステサロンには前受金が貯まります。前受金は、これから提供する施術に充当されるものですが、一度財布に入ったお金はどんなお金であろうと自分のものになるのと同じで、本来の趣旨から外れたことに使われてしまうことが多いのです。

不動産や株の投資に使われたり、そもそも経営自体が乱脈だったりします。こうなるとエステサロンは倒産に至り、こういった事態に陥ると、未消化のチケットを持った顧客はそれ以上のサービスの提供を受けることができなくなります。

クレジット契約をしていた場合は、当然のことながら払う気など起こりません。逆に「金返せ」となります。法整備がなかった時代は、こういった言い分は通りませんでした。今は完全に通ります。

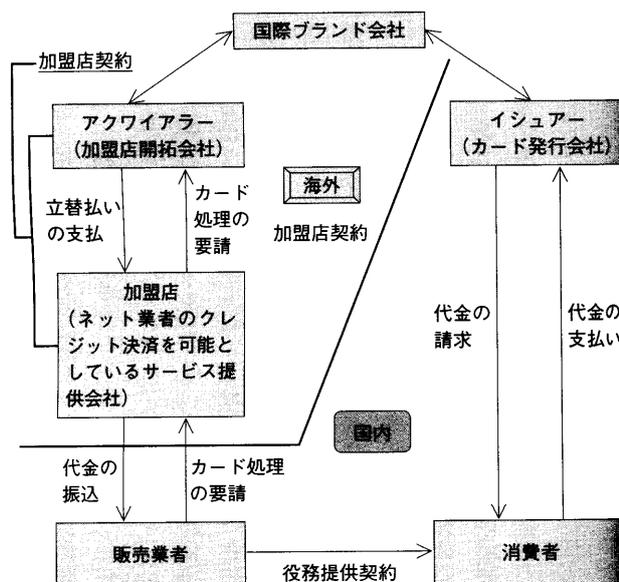
そこでクレジット会社の対応としては、当該顧客が受けられるはずだったエステの施術を別のエステに振り替えたり、それに合意が得られない場合は返金する、などの対応をせざるを得ませんでした。顧客からすれば当然といえば当然のことなのですが、このルールが決まるまではすっきりした対応はなかなかできませんでした。

このリスクは、そのままクレジット会社のリスクでもありました。エステのような継続して提供される役務を提供する加盟店が倒産すると、事後処理の負担があまりに大きく、リスクが高かったのです。

エステサロンが発行するチケットは、前払いの金券のようなものです。商品券のような本物の金券の場合は、**資金決済法**によって**前受金の半分を供託**することになっているのですが、エステは対象になっていません。

海外決済代行業者が介在する場合は、この原則は崩れます。カード会社としてはアクワイアラーまでつながるのですが、アクワイアラーから加盟店までが繋がらないのです。カードホルダーから見た場合も、イシューアラーから請求が来るのでカード会社とつながっていると思うかもしれませんが、つながっているのは海外決済代行業者までであって、請求は来るものの日本の割賦販売法の規定にある支払い停止の抗弁の事由が発生したときなどは、加盟店管理責任を負う会社がないのです。

図表 4-2 海外アクワイアラーが加盟店契約した決済代行業者の取扱の仕組み



- ・顧客苦情の多い「出会い系サイト」は海外アクワイアラーが加盟店契約した決済代行業者の取り扱いと言われている。
- ・国際ブランドルールでは海外アクワイアラーにより加盟店の審査（違法性等の確認等）が行われているが、決済代行業者が加盟店の立場で契約することにより、アクワイアラーが店子の存在を認知していないケースもあり、管理が及ばない。

どのくらいの学生が奨学金を受けているかというと四七〇万人で、第一種は一六九万九〇〇〇人、第二種は二七三万人です。これが大学生のどのくらいの割合にあたるかというと、**ほぼ三人に一人**になります。不況の影響で奨学金を利用する学生が増えているといえます。

それで問題になっている不払い・延滞額ですが、延滞の定義は三カ月以上の不払いということになっているようで、金額にして二六四七億円あります。金額での延滞率で見ると、**五・五%**になります。ここ一〇年では**三倍近く**になっています。

大学を出ても就職せずにフリーターになったり、就職してもすぐ辞めてしまったりする若者が問題になっていますが、異常な増え方です。これが銀行やノンバンクの貸付だった場合は、経営不振で破綻の危機に陥っています。

そこで、同機構は増え続ける延滞に対応することにしました。一つは民間の債権回収専門会社に業務委託することです。債権回収専門会社はサービサーといわれている会社で、弁護士法の特例として制定された「債権管理回収業に関する特別措置法」に基づいて、法務大臣が許可した業者だけが営める会社です。

奨学金の督促は、基本的には電話です。その督促業務は同機構の職員はもちろんですが、「業務を委託した債権回収会社から行うこともあります」と同機構のホームページにはあります。その督促の時間帯は、午前九時～午後九時までです。これは貸金業法の督促行為の規制に準じた内容です。さらにホームページには「本人の勤務先に電話する場合があります」とあります。

ある時、アメリカ人の中産階級とおぼしき人に、クレジットカードとデビットカードのどちらを利用しているか、と聞いたことがあります。答えは「デビットカード」でした。理由を聞くと「破産したくないから」と言いました。半分冗談かもしれませんが、正直な答えのようです。クレジットカードとデビットカードの違いは、クレジットカードは月に一度の締め日までの利用分を決められた支払日に決済します。デビットカードは各利用分がその都度決済されます。どちらが小切手に近いかというと**デビットカードで、小切手そのもの**です。

「J デビット」

クレジットカードに比べると加盟店手数料はかなり安くなっています。

わが国のクレジットカードをこの現象に当てはめると、間違いなく負けます。とにかく**加盟店手数料が高い**のです。これには決済のネットワークの問題もあるし、コストがかかる規制も関係しています。海外決済代行会社の話をしましたが、彼らが出てくる余地があるのは、わが国に比べて圧倒的に加盟店手数料が安いからです。

お隣の韓国では、平均的な加盟店手数料は一・八五%だといいます。このレートは加盟店手数料が高いことに不満をもった中小加盟店が不買運動を行った結果です。不買運動は消費者の権利を主張する最後の手段ですが、韓国では加盟店がそれを行ったのです。加盟店手数料に影響のある大手カード会社のカードを取り扱わないことを、加盟店が徹底したのです。

わが国もなんとかしないと、本当におかしなことになるかもしれません。いや、本当に消費者のことを考えるのならば、国際ブランドの越境ルールを変更して、どこの国で加盟店を獲得してもよしとした方がいいのかもしれませんが。ただし、その時は消費者保護規定も国際水準に揃っていなければなりません。