

ISSUE BRIEF

クレジット取引の適正化

—割賦販売法の改正—

国立国会図書館 ISSUE BRIEF NUMBER 611 (2008. 3. 25.)

はじめに

I 被害の現状

- 1 悪質商法
- 2 情報漏洩

II 法規制の現状と問題点

- 1 悪質商法
- 2 情報漏洩

III 法改正の概要

- 1 悪質商法
- 2 情報漏洩

IV 今後の課題

おわりに

近年、わが国では、悪質訪問販売リフォームや呉服の過量販売等、クレジット取引が関わる悪質商法等の被害が大きな問題となっている。被害の背景には、悪質な販売業者の存在に加え、消費者に不適正な与信を行う提携クレジット会社の存在があるといわれている。

このような問題への対応として、クレジット取引を規制する割賦販売法の見直しが検討されており、第169回国会（常会）に改正法案が提出される。

今般の見直しでは、販売業者の悪質な行為について、加盟店契約を結ぶクレジット会社も責任を負うという考え方を基本に、特に問題の多い、訪問販売等における個品割賦購入あっせん（契約書型クレジット）の規制が強化される。改正内容は、これまで強く要請されていた不適正・過剰与信防止の義務付けや既払金の返還請求の容認を含む抜本的なものであり、悪質商法抑制の効果が期待される。

経済産業課

よこうち りつこ
(横内 律子)

調査と情報

第611号

はじめに

わが国では、近年、クレジット取引に関わる悪質商法等の消費者被害が大きな問題となっている。

ここ数年においても、悪質訪問販売リフォームや呉服の過量販売等の問題が、大きく報道されている。こうした被害は、高齢者等の社会的弱者が犠牲となることが多い点や、被害が高額に上り、支払いのために多重債務に陥るケースもあることが問題視されている。被害の背景には、悪質な販売業者の存在に加え、消費者に対し不適正に信用を供与する提携クレジット会社の存在があるといわれている。

さらに、漏洩したクレジットカード情報による、インターネット取引等におけるクレジットの不正利用問題も顕在化している。

これらの問題への対応として、クレジット取引を規制する「割賦販売法」(昭和36年法律第159号)の見直しが検討され、平成20年の第169回国会(常会)に改正法案が提出される。悪質商法は訪問販売で行われる場合が多いため、支払い方法の規制である割賦販売法と併せて、訪問販売等の特殊な販売形態を規制する「特定商取引に関する法律」(昭和51年法律第57号。以下「特定商取引法」という。)も改正される¹。本稿では、クレジット取引の適正化の動きについて、被害の実態、規制の問題点、割賦販売法改正の概要を軸にまとめる。

被害の現状

1 悪質商法

近年問題となっている悪質商法は、独居の高齢者に対し、訪問販売の形態で「次々販売」が行われ、「過量販売」に至るのが典型的なケースである。「次々販売」とは、一度契約した消費者に次々と新たな商品を購入させること、「過量販売」は、必要以上の量の商品売りつけることをいう。こうした場合には、十分な資金がなくても高額な商品代金の支払いが可能となる、クレジット契約が利用されることが多い²。平成18年度に(社)日本訪問販売協会が受付けた訪問販売に関する消費者等からの相談のうち、支払い方法がクレジットによるものは、支払い方法が判明した契約済み事例の63.7%を占める³。また、クレジットを用いた取引の平均契約金額は約84万円と、現金払いの場合の倍以上となっている⁴。

さらに特徴的なのは、トラブルに関わるのが、クレジットの中でも「個品割賦購入あっせん」(後述)という取引形態である場合が圧倒的に多い点である。国民生活センターが集計したクレジット取引関連の相談件数の約8割に、この取引が関わっている⁵。

¹ 主な改正点は、過量販売の契約を契約後1年間は解除可能とすること、規制対象を原則すべての商品・サービスの取引へと拡大すること、契約を結ばない意思を示した消費者への再度の勧誘の禁止等である。

² 国民生活センター『次々販売のトラブル クレジットを利用した相談を中心に』2007.12.7,pp.1-4,7. <http://www.kokusen.go.jp/pdf/n-20071207_1.pdf>

³ (社)日本訪問販売協会『平成18(2006)年度訪問販売110番受付概要』p.18.

⁴ (社)日本訪問販売協会に平成17年度に寄せられた相談を支払い方法別に分析したデータ(産業構造審議会消費経済部会特定商取引小委員会 資料『訪問販売等を中心とした高齢者被害対策』2007.4,p.5.)

⁵ 経済産業省産業構造審議会割賦販売分科会基本問題小委員会(以下「基本問題小委員会」)『報告書』2007.12.10,p.21. <http://www.meti.go.jp/press/20071210004/002_last_report_set.pdf>

2 情報漏洩

クレジットカード本体やクレジットカード情報（カード番号・有効期限等）を本人以外の者が不正に取得して商品の購入等を行う不正利用の被害総額は、平成19年で約92億円である⁶。カードの偽造による被害は、業界の取り組み等により近年減少しているが、クレジットカード情報が漏洩・不正取得されて生じる、インターネット取引での不正利用の被害は増加傾向にある⁷。

法規制の現状と問題点

1 悪質商法

悪質商法を助長する、クレジット取引の問題点としては、「個品割賦購入あっせん」という取引形態が孕む構造的な問題と、割賦販売法の規制の不備が挙げられる。

(1) クレジット取引の仕組み

十分な資金を持たない消費者が商品やサービスを購入する場合に、代金を後払いしたり、直接現金を借り入れたりできる仕組みを「消費者信用」という。このうち商品代金の支払いを後日に繰り延べる、物・サービスを介した取引を、一般に「クレジット（販売信用）」⁸取引と呼ぶ（直接的な現金の借り入れは「消費者金融」である）。このクレジット取引のうち、代金を分割で支払う「割賦方式」のみが割賦販売法で規制される（表1）。同法は割賦方式を、2か月以上の期間に渡り3回以上に分割して支払うことと定義しており（「割賦要件」）1回払いや2回払いは「非割賦方式」とされ、規制を受けない。

割賦販売法の対象となる割賦方式の取引は、関係する主体の数等により、法律上、a 自社割賦（割賦販売）、b ローン提携販売、c 割賦購入あっせんに分類される（表1、図）。a 自社割賦は、消費者と販売業者の二者間の契約であり、販売業者自身が消費者に代金の分割払いを認めるものである。これに対しb ローン提携販売とc 割賦購入あっせんは、販売業者と消費者に加え、金融機関又はクレジット会社⁹が関係する。b ローン提携販売は、販売業者を保証人として消費者が金融機関から代金を借入れ、後日金融機関に分割返済する。c 割賦購入あっせんは、クレジット会社が消費者に代わって販売業者に代金を一括で支払い、消費者が後日クレジット会社に分割払いで返済する仕組みである（図）。消費者にとって利便性が高く、事業者にとっても販売とクレジットの事務を分業できるなどのメリットがあるため、割賦方式の中では、c 割賦購入あっせんが最も多く行われている¹⁰。

クレジット取引は、与信¹¹や返済の方法からも、3つに分類される。返済能力等に関する信用調査を経て予め消費者に付与されたクレジットカード等を利用する 総合方式及び

⁶ (社)日本クレジット産業協会「クレジットカード不正使用被害の発生状況」

<http://www.jccia.or.jp/toukei_fusei.html> なお、カードの不正利用の被害は通常保険でまかなわれる。ただし、被害の発生により、安全性への不安からカードの活用が抑制される等の悪影響が生じる可能性もある（基本問題小委員会『クレジットカード情報漏えい・不正利用対策について』2006.3.23,pp.6-7.）

⁷ 基本問題小委員会 前掲注5, p.24.

⁸ 一般に、消費者が自らの信用（返済能力等）を担保に、商品等を後払いで購入することを指す。

⁹ 本稿では、クレジットを取り扱う事業者（信販会社、クレジットカード会社等）を総体的に指すこととする。

¹⁰ 角田美穂子「拡大するクレジット取引と消費者問題」『月刊日本行政』413号,2007.4,p.34.

¹¹ クレジット取引では、クレジット会社が消費者の信用（返済能力等）を担保に代金を立替払いすること。

リボルビング方式¹²と、クレジットカード等はいわず、商品購入の度に信用調査を経てクレジット契約を結ぶ 個品方式である（表 1、図）。

今般のクレジット関連トラブルで多く利用されている「個品割賦購入あっせん」は、個品方式の c 割賦購入あっせんである。つまり、個別の商品を購入する度に、クレジット会社が消費者の信用調査を経て販売業者に一括で代金を立替払いし、消費者から分割で返済を受ける仕組みであり（図）、「契約書型クレジット」とも呼ばれる。クレジットカードを使う総合方式等と違い、予め利用限度額が設定されていないため、通常、自動車・呉服・貴金属等、高額商品の購入に利用される。

（ 2 ） 個品割賦購入あっせん取引のリスク

個品割賦購入あっせんは、構造的にトラブルを引き起こしやすい性質の取引形態である。

（ ） 契約の手続きに関する問題

個品割賦購入あっせんでは、消費者と販売業者間の「売買契約」、販売業者とクレジット会社間の「加盟店契約¹³」、クレジット会社と消費者間の「クレジット（立替払）契約」の、3つの契約が存在する（図）。

しかし通常、クレジット会社と消費者間のクレジット契約手続きは、商品を販売する際に販売業者が代行して行い、クレジット会社と消費者の直接の接触はない。クレジット会社は現場に同席しないため、売買及びクレジット契約が販売業者の悪質な勧誘の結果なされた不適正なものか否か等の把握が甘くなる。また、クレジット会社による消費者の信用調査等も、厳密さを欠く傾向がある¹⁴。さらに、個品方式では、クレジットカードの利用限度額に類する量的な利用の枠が予め設けられておらず、消費者の返済能力を超える過剰な与信を引き起こしやすい¹⁵。

（ ） 事業者の適正取引へのインセンティブ不足

割賦購入あっせん取引では、販売業者は、消費者が契約を締結さえすれば、直ちにクレジット会社からの支払いにより商品代金を回収できるため（図）消費者の支払い能力等を考慮せず、強引な勧誘販売に走りやすいとされている¹⁶。一方のクレジット会社も、販売業者が契約を取れば取るほど手数料収入¹⁷が見込め、また、売買契約が後に解除された場合等も、消費者から既に支払われた代金（既払金）については、返還を求められない¹⁸ため、不適正なクレジットの申し込みを受け入れた¹⁹、悪質な加盟販売業者とも加盟店契約を継続しがちである²⁰と指摘されている。

（ 3 ） 割賦販売法による規制の問題点

このような個品割賦購入あっせん取引自体の問題に加え、これを規制する割賦販売法についても、課題が指摘されてきた。

¹² 代金を分割で返済するのが の総合方式、予め決めた一定額を毎月支払うのが のリボルビング方式である。

¹³ クレジット会社と、クレジットを取り扱う販売業者が結ぶ提携契約。

¹⁴ 国民生活センター『クレジット会社の与信問題（要約）』2005.3.4.pp.7-11.

¹⁵ 角田 前掲注 10,p.36.

¹⁶ 基本問題小委員会 前掲注 5,p.6.

¹⁷ 契約が成立すると、クレジット会社は、消費者からの手数料に加え、販売業者からも手数料を得られる。

¹⁸ クレジット契約と売買契約は別個の契約であり、原則として、消費者は売買契約における販売業者への請求権等をクレジット会社に主張できない。

¹⁹ クレジット会社は、販売業者を通じて得られる利益を、立替払いをして消費者から返済されないリスクよりも重視する傾向があるといわれている（日本弁護士連合会『クレジット問題 Q&A』

<http://www.nichibenren.or.jp/ja/publication/booklet/data/credit_qa.pdf>）

²⁰ 既払金の返還義務がないことが、悪質な販売業者との加盟店契約を直ちに打ち切り倒産に追い込むよりも、ある程度存続させ、その間に消費者から代金を回収する方がメリットがあるというクレジット会社の判断につながるといわれている（日本弁護士連合会『クレジット会社の共同責任に関する意見書』2007.6.14.pp.2-3.）

表1 消費者信用の分類

| | | | | | | |
|-------|-----------------|----------------------------------|--------------|--------------|-------------------|--|
| 消費者信用 | 消費者金融 | | | | | |
| | クレジット (販売信用) | 非割賦方式(約35兆円*) | | | | |
| | | 割賦方式 (約10兆円*) 割賦販売法の 対象 | a 自社割賦(割賦販売) | | | |
| | | | b ローン提携販売 | | | |
| | | c 割賦購入あつせん | | | ③c 個品割賦 購入あつせん | |
| | | | 総合方式 | リボルビング 方式 | 個品方式 | |

* (社)日本クレジット産業協会の推計による2006年度の信用供与額。

(出典) 山口康夫『クレジット販売関係法の解説(四訂版)』一橋出版,2005,p.3等を基に筆者作成。

図 割賦販売法の対象取引の概要

| | a 自社割賦(割賦販売) | b ローン提携販売 |
|---|-------------------|--|
| | | |
| * a, bについては、契約関係の記入は省略。 | | |
| 事前の利用枠 | なし | なし |
| 代金回収のリスク | 販売業者 | 販売業者・金融機関 |
| クレジット会社の開業規制 | なし | |
| 契約書面交付義務 | 販売業者 | 販売業者 |
| 与信に関する消費者の行為 | 代金分割の申し込み | 融資の申し込み |
| | ①c 総合割賦購入あつせん* | ③c 個品割賦購入あつせん |
| | | |
| * c リボルビング方式の割賦購入あつせんの場合、「代金の分割払い」が「リボルビング払い」になる。 | | |
| 事前の利用枠 | あり | なし |
| 代金回収のリスク | クレジット会社 | クレジット会社 |
| クレジット会社の開業規制 | 登録制 | なし |
| 契約書面交付義務 | クレジット会社 | 販売業者 |
| 与信に関する消費者の行為 | クレジットカード(発行)の申し込み | クレジット契約の申し込み(契約手続きはクレジット会社に代わり販売業者が行う) |

(出典) 経済産業省 前掲注 4,p.3; 日本クレジット産業協会『クレジットの基礎知識 クレジットってどんなもの?』
 <http://www.jccia.or.jp/kiso_01.html> 等を基に筆者作成。

() 個品割賦購入あっせん取引規制の問題点

割賦販売法は、割賦（分割払い）方式のクレジット取引の適正化を目的とした法律で、クレジット会社の開業規制等の行政規制や、事業者に契約時の書面交付等を義務付ける行為規制、事業者・消費者間の取引ルールを定める民事ルール等が盛り込まれている。個品割賦購入あっせん取引の規制に固有の問題点としては、下記が挙げられる。

【参入規制がない（行政規制）】

総合方式及びりぼるピング方式の割賦購入あっせんを取り扱うクレジット会社は、経済産業省に登録する必要があるが、個品割賦購入あっせんの場合には登録義務はなく、参入が規制されない。行政には、問題のある業者に対し報告徴収や立入検査をする権限もない。

【契約書面交付義務がない（行為規制）】

契約時の消費者へのクレジット契約書面の交付は、販売業者に義務付けられており、クレジット会社には義務付けられていないため（図）消費者がクレジット契約についてよく理解せずに契約してしまうことがある。また、前述の通り、クレジット会社による販売業者の適正な勧誘販売の確認も甘くなる傾向がある。

() 割賦購入あっせん取引規制の課題

割賦購入あっせん取引一般の規制に共通した状況として、下記がある。

【不適正・過剰与信の防止義務がない】

販売業者の悪質な勧誘行為を排除する「不適正与信の防止」が、クレジット会社に義務付けられていない。また、消費者の信用調査を的確に行い、支払い能力を超えた与信を行わないようにする「過剰与信の防止」も、努力目標である訓示規定にとどまっている。

【既払金の返還請求ができない（民事ルール）】

割賦購入あっせんにおいては、売買契約が解除された場合や、販売業者が消費者に商品を引き渡さない場合等でも、クレジット契約は存続する（図）。消費者は、クレジット会社に対して、まだ返済していない代金（未払金）の支払いを拒むことができる²¹が、クレジット会社に既に支払った既払金については、前述の通り、返還を求めるのは困難である²²。

【保護対象の範囲が狭い】

割賦販売法は指定制をとっており、政令で定められた、健康食品・貴金属等の商品や、エステ・語学の教授等のサービス・権利の取引が規制対象となる。その他の商品・サービス・権利、及び前述の割賦要件を満たさない1・2回払いの取引は、法の対象とならず、消費者は、原則としてクレジット会社に対する未払金の支払いの拒絶等が行えない。

2 情報漏洩

カード情報漏洩問題に対応する現行法としては、「刑法」（明治40年法律第45号）及び「個人情報保護に関する法律」（平成15年法律第57号。以下「個人情報保護法」という。）等がある。しかし、カード番号と有効期限さえ分かれば、インターネット上において

²¹ 前掲注18の原則に沿うと、消費者は、商品が引き渡されない場合等でもクレジット会社の代金請求を拒絶できない。このような不利益から消費者を保護するため、割賦販売法には、販売業者の責任でトラブルが生じた場合等に、消費者が未払金の支払い請求を拒絶できるとする規定がある（第30条の4「抗弁権の接続」規定）。

²² なお、訪問販売による売買契約等には、契約後の一定期間内は消費者が契約を無条件解除できるクーリング・オフの仕組みがある。個品割賦購入あっせん等において、販売業者の契約書面不備等により、通常の期限より後に売買契約がクーリング・オフされた場合、クレジット会社への既払金が生じている可能性がある。このような場合も、クレジット契約にはクーリング・オフ規定がないため、消費者は、既払金の返還を請求できない。

クレジット取引が可能であるにもかかわらず、刑法や個人情報保護法による規制では、カード番号・有効期限のみの情報は、通常保護の対象とならない。また、個人情報保護法には、個人情報データベース等を事業に用いる個人情報取扱事業者に対する勧告等について規定されているが、個人情報取扱事業者や従業員個人の漏洩行為等を直接的に罰する規定は存在しない²³。

法改正の概要

1 悪質商法

(1) 行政及び関連業界の取り組みと課題

このような現状に対し、政府や関連業界はこれまでも策を講じてきた。クレジット業界を所管する経済産業省は、過去 20 年以上に渡って、クレジット関連の問題が浮上する度に通達を出し、加盟店契約を結ぶ販売業者の実態把握や消費者の契約意思の確認、消費者の苦情への適切な対応等を徹底するようクレジット会社を指導している²⁴。

また、(社)全国信販協会は、平成 17 年の悪質訪問販売リフォーム問題を契機に、個品割賦購入あっせん取引の適正化に向けた対策を強化している²⁵。具体的には、個品割賦購入あっせんにおける適正な与信に関する指針を策定し、加盟店契約を結ぶ販売業者の総点検を実施した。さらに、特定商取引法の対象である訪問販売等における個品割賦購入あっせんについては、クレジットの契約書面が不備な場合は与信を行わないことや、年金以外の収入や資産のない高齢者とは原則として契約をしないことを定め、業種・商品別に適正な与信のためのガイドラインを策定した²⁶。

(社)全国信販協会の総点検により、販売業者 1,071 社が取引停止・改善要請等の是正対象となるなど²⁷、対策による改善点もみられるものの、通達や自主規制は、これに違反しても罰則の対象とならないことなどから、根本的な問題解決の手段とはいえない。また、業界団体の自主規制は、会員企業のみが対象となり、それ以外には効果が及ばない。(社)全国信販協会の会員企業が現在約 40 社である一方、個品割賦購入あっせんを取り扱う事業者は 300 社程度存在するといわれている²⁸。これらの事業者は、クレジットカードを用いる総合割賦購入あっせん等は行わない場合が多いため、経済産業省への登録義務もない。こうした現状、悪質商法の被害が後を絶たない状況を背景に、法曹界や消費者団体等からは、割賦販売法の課題を指摘し、改善を求める意見書が多数出された²⁹。

²³ 基本問題小委員会 前掲注 5,p.13.; 同『参考資料集(クレジットカード情報保護、割賦要件、指定商品制その他について)』2007.5.15,pp.8-9.

²⁴ 基本問題小委員会 資料『行政指導と業界の自主的取り組み』2007.3,p.2.

²⁵ (社)全国信販協会『信販業界における訪問販売住宅リフォーム問題対策について』2005.9.

²⁶ (社)全国信販協会『安心・安全なクレジット取引のために、<<http://www.shinpanyo.or.jp/kohin/kohin.html>>』

²⁷ (社)全国信販協会『個品割賦における取引の健全化に向けた対応について』2007.9.

²⁸ 「悪質商法 陰に信販」『朝日新聞』2007.4.26.

²⁹ 日本弁護士連合会『割賦販売法の抜本的改正を求める意見書』2006.7.20.; 同『クレジット過剰と信を禁止する法改正を求める意見書』2007.3.16.; 日本司法書士会連合会『割賦販売法の改正を求める意見書』2006.12.14.; 主婦連合会『割賦販売法の改正を求める要望書』2006.5.12.; (社)日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会『クレジット取引に係る要望・意見書』2007.1.5. 等。

(2) 改正の概要

() 検討の経緯

このような状況を受け、平成 18 年、経済産業省産業構造審議会割賦販売分科会基本問題小委員会（以下「基本問題小委員会」という。）において、割賦販売法の改正を視野に入れたクレジット取引の課題の検討が開始された。基本問題小委員会は同年 6 月に『クレジット取引に係る課題と論点整理について』³⁰を公表し、関連諸制度の早急な再検討が必要であるとした。平成 19 年 2 月以降は、法改正を念頭にさらに具体的な検討がなされ、中間整理を経て、最終報告書がまとめられた³¹。

改正の内容は、販売業者の悪質な行為に関して、加盟店契約を結ぶクレジット会社も責任を負うという考え方を基本に、トラブルの多い訪問販売等における個品割賦購入あっせん取引の規制等を大幅に強化する、抜本的なものである。

() 割賦販売法改正の骨子

改正の主な内容（ ~ ）と、対象となる取引（ア、イ、ウ、エ）は以下の通りである。

表 2 改正の主な内容と対象取引

| 対象となる取引 | 改正の主な内容 |
|---|--|
| ア 割賦購入あっせん一般 | 過剰与信防止の義務付け 対象取引の拡大 |
| イ 個品割賦購入あっせん | 参入規制の導入 行政監督規定の強化 |
| ウ 訪問販売など特定商取引法の対象の 5 類型（通信販売を除く）*でイが利用される場合 | 契約書面交付の義務付け 不適正与信防止の義務付け クーリング・オフ制度の導入 |
| エ ウにおいて不適正な販売行為があった場合 | 既払金の返還請求を認める |

*訪問販売、電話勧誘販売、連鎖販売取引（マルチ商法等）、特定継続的役務提供（エステ・語学教室等）、業務提供誘引販売取引（モニター商法等）、消費者に熟考の余地がある等の理由から、通信販売は対象とならない。

（出典）基本問題小委員会 前掲注 5, pp.6-17. 等を基に筆者作成。

【行政規制の強化】

① 参入規制の導入（イ 個品割賦購入あっせん）

悪質な事業者を排除するため、個品割賦購入あっせんを取り扱うクレジット会社についても、経済産業省への登録を義務付ける。クレジット会社が違法な行為をした場合等は登録が取り消され、無登録営業等を行った場合は、罰則が適用される。

② 行政監督規定の強化（主にイ 個品割賦購入あっせん）

経済産業大臣は、により登録された個品割賦購入あっせん業者に対する報告徴収・立入検査を行い、業務改善命令・業務停止命令を発令することができる³²。

【行為規制の強化】

③ 契約書面交付の義務付け（ウ 訪問販売等における個品割賦購入あっせん）

訪問販売等における個品割賦購入あっせんについて、クレジット契約時に、一定事項を

³⁰ 基本問題小委員会 『クレジット取引に係る課題と論点整理について』 2006.6.7.

< <http://www.meti.go.jp/report/downloadfiles/g60628b01j.pdf> >

³¹ 基本問題小委員会 『中間整理』 2007.6.19.

< <http://www.meti.go.jp/committee/materials/downloadfiles/g70827a08j.pdf> >; 同 『報告書』 前掲注 5.

³² 総合及びリボルビング方式の割賦購入あっせん業者に対しては、現行法にも行政に報告徴収・立入検査・業務停止（新規カード発行禁止）命令の権限がある。今般の改正では、これに業務改善命令が追加される。

記載した契約書面を消費者に交付することを、クレジット会社に³³義務付ける。

【不適正・過剰与信防止義務の導入】

④ 不適正与信防止の義務付け（ウ 訪問販売等における個品割賦購入あっせん）

訪問販売等における個品割賦購入あっせんに関して、クレジット会社に、不当な販売勧誘がなされていないか等を確認することを義務付ける。その結果、不適正な販売であると判断される場合は、クレジット契約を結んではならないこととする。

⑤ 過剰与信防止の義務付け（ア 割賦購入あっせん）

割賦購入あっせんを取り扱うクレジット会社は、過剰与信防止のため、消費者の支払い能力等について調査する義務を負い、支払い能力を超える場合は、クレジットカードの交付や個品割賦購入あっせんのクレジット契約の締結等を行ってはならないこととする。なお、この調査は、個人情報情報機関³⁴に照会することにより、厳格に行われなければならない。この措置に伴い、個人情報情報の保護の重要性がより高まるため、個人情報情報機関に対する国の指定・監督措置も導入される。

【民事ルールの整備】

⑥ クーリング・オフ制度の導入（ウ 訪問販売等における個品割賦購入あっせん）

訪問販売等において個品割賦購入あっせんが利用された場合、契約後一定期間内は、売買契約と共にクレジット契約もクーリング・オフできるようにする。

⑦ 既払金の返還請求を認める（エ ウで、不適正な勧誘販売が行われた場合等）

個品割賦購入あっせんを利用した訪問販売等において、販売業者が不適正な勧誘³⁵を行っていた場合、クレジット契約の取り消しを可能とする³⁶。契約が取り消されると、消費者は、既に支払った代金の返還をクレジット会社に請求することができる。また、今般の特定商取引法改正で過量販売契約の解除権が新設されるのにあわせ、個品割賦購入あっせんを利用した訪問販売等において過量販売が行われた場合も、同様に、既払金の返還請求を可能とする。

【法の対象範囲の拡大】

⑧ 対象取引の拡大（ア 割賦購入あっせん）

割賦要件が見直され、2 か月以上後の1 回払いや、2 回払いの購入あっせん取引も、法の規制対象となる³⁷。また、指定制は廃止され、割賦購入あっせんについては、原則全ての商品とサービスの取引が規制対象となる。

なお、この他、クレジット業界の自主規制機能及び政府の執行体制も強化される。関連

³³ p.3.で述べた通り、個品割賦購入あっせんの勧誘は、通常、販売業者が代行しているため、法律上の書面交付義務を負うのはクレジット会社であるが、物理的に「手渡す」のは販売業者でも可能とする見込みである。

³⁴ 会員である金融会社やクレジット会社から報告された個人情報（ローンやクレジットの契約内容や返済状況等）を管理し、会員からの与信判断のための照会に応じ提供する民間の機関。

³⁵ クレジット契約等に関する虚偽の説明をした場合の他、クレジット契約について重要な事実を知らせなかった場合も含められる見込みである。

³⁶ クレジット会社に、販売業者の不適正な販売勧誘行為についても責任を負わせる根拠は、販売業者を個品割賦購入あっせんの勧誘を代行するクレジット契約の「媒介者」とみて、媒介者の不適正な行為についてもクレジット契約の取り消し事由と捉える考え方（消費者契約法第5条の「媒介者の法理」）等により説明できる。

³⁷ 翌月払いの取引は、現金取引に類するもので、重大な被害を起す可能性も低いいため、対象外とされている。

業界の自主規制団体が法定化され、販売業者に関する情報の交換制度等、法の遵守に資する機能の充実が図られる。自主規制団体には、指導・勧告機能を付与し、経済産業省が監督・指導を行う。また、経済産業省は、都道府県との法執行事務における連携や、特定商取引法の執行・運用との連携も推進する。

2 情報漏洩

前述の通り、クレジット分野のみを対象とした個人情報保護規制はなく、個人情報保護法成立時の衆参両院の附帯決議は、金融・信用分野の個人情報保護について格別の措置が必要であるとしていた³⁸。経済産業省は平成16年、クレジット分野について「経済産業分野のうち信用分野における個人情報保護ガイドライン」³⁹を策定、クレジット業界においても自主ルール⁴⁰が定められている。しかし、インターネット取引の進展に伴い、情報漏洩対策はさらに重要度を増しており、より実効性のある対策を講じることが必要となっている。このため、悪質商法対策と併せて基本問題小委員会で検討が進められ、今般の割賦販売法の改正において、クレジットカード情報に関する新たな保護規定が導入されることとなった。

規制対象となる情報内容は、カード番号等であり、これを漏洩したクレジット会社、従業員、退職者、業務委託先、さらに外部の情報不正取得者の側にも罰則（懲役又は罰金）が適用される見込みである。また、新たに定められるカード情報漏洩防止のための安全管理基準を遵守しない事業者に、業務改善命令等を出すことを可能とする規定が設けられる。

今後の課題

今般の改正では、これまで特に強く要請されていたクレジット会社への不適正・過剰与信防止の義務付けや既払金の返還請求の容認が実現する見込みであるが、見直しの内容や今後の運用に関して、次のような課題も指摘されている⁴¹。

【過剰与信防止の判断基準】

新たに義務付けられる過剰与信の防止については、過剰与信に当たるか否かの判断基準がガイドラインで定められる見込みである。これについて、基準をより明確にするため、与信可能な額を年収の一定割合以下とするなどの「総量規制」を導入すべきという意見と、一律の数値基準の設置はクレジット取引を萎縮させるとする意見が対立している⁴²。

【既払金の返還請求の対象範囲】

消費者が、クレジット会社との契約を取り消し、既払金の返還を請求できるのは、特定商取引法の対象である訪問販売等で個品割賦購入あっせんが利用された際に、販売業者が契約に関する虚偽の説明等の不適正な勧誘を行った場合に限定されている。これについて、特定商取引法の対象でない、店舗における販売等も対象とすべきという声がある。しかし、経済産業省は、店舗販売のような一般的な取引を規制すると消費に悪影響を及ぼす可能性

³⁸ 衆議院個人情報の保護に関する特別委員会議録第11号 平成15年4月25日 p.17.; 参議院個人情報の保護に関する特別委員会議録第9号 平成15年5月21日 p.22.

³⁹ 経済産業省「経済産業分野のうち信用分野における個人情報保護ガイドライン」2004.12.17.

⁴⁰ クレジット個人情報保護推進協議会「クレジット産業における個人情報保護・利用に関する自主ルール」2001.3.

⁴¹ 池本誠司「割賦販売・特定商取引法改正の動向」『消費者法ニュース』2008.1, pp.165-167.; 東京弁護士会『産業構造審議会割賦販売分科会基本問題小委員会報告書に対する意見書』2008.1.15.

⁴² 「信販会社規制が焦点」『東京新聞』2008.1.10.

があるとして慎重な姿勢であるといわれている⁴³。また、販売業者が倒産した場合は、基本的に、返還請求の対象とならない点も問題とされている⁴⁴。

おわりに

今般の割賦販売法の見直しは、これまで指摘されてきた法の問題点をほぼ網羅する抜本的なものであり、悪質商法抑制の効果が期待される。クレジット業界では、既に、改正に先駆けて悪質な販売業者との加盟店契約を解除する動きもみられる⁴⁵。一方で、業界には、過剰与信防止が義務化されることによって、クレジットが使いにくくなり、消費者の利便性を損なうという意見や、ビジネスモデルの見直しを迫られることへの不安の声もある。

しかし、消費者信用法により、販売業者の行為についてクレジット会社にも責任を課した⁴⁶結果として、クレジットに対する消費者の信頼感が高まり、クレジット産業も発展をみせている英国のケースもある⁴⁷。わが国における消費者政策の大枠をみても、福田康夫首相が2007年9月の就任直後から「国民の安全・安心を重視する政治への転換」を一貫して主張しており⁴⁸、経済産業省も近年、産業育成中心の姿勢から消費者保護を重視する方針へと転換しているといわれている⁴⁹。これらの動きの根幹には、消費者と企業を相反するものと捉えて一方の保護に注力するよりも、両者の関係を改善し、双方が利益を得る状態を構築すべきという考え方があると思われる。今般の割賦販売法の改正についても、制度の詳細設計や運用、経過の検証が適正に行われ、消費者・事業者双方に資するものとなることが望まれる。

⁴³ 「クレジット契約 規制厳しく」『日本経済新聞』2007.12.30.

⁴⁴ 「信販の法的責任強化」『毎日新聞』2007.11.30.

⁴⁵ 「信販大手 打ち切り加速 割賦販売法改正にらむ」『日本経済新聞』2007.11.29.

⁴⁶ 1974年消費者信用法（the Consumer Credit Act 1974）第75条に規定がある。

⁴⁷ 日本弁護士連合会『クレジット規制に関する訪英調査報告（要約）』2007.4.pp.1-2.（基本問題小委員会 資料）

⁴⁸ 衆議院会議録第3号 福田内閣総理大臣の所信についての演説 平成19年10月1日 p.2.

⁴⁹ 「消費者保護へ行政動く」『日本経済新聞』2007.7.17.