

# 消費者金融業者利用の販売信用における 支払停止の抗弁をめぐるトラブル

1997年11月

国民生活センター

## は し が き

最近の消費者トラブルには、購入商品や役務品質の瑕疵あるいは不当な販売方法等を理由とした解約を巡るトラブルが多発している。それらの売買契約の多くが割賦販売で割賦購入あっせん業者の信用供与を得て実施されているため、販売業者との売買契約本体の解約交渉と同時に割賦購入あっせん業者に対する返済の中断が不可欠である。

ところが、商品の購入代金や役務の購入費用の支払いに当たり、販売業者が消費者に消費者金融業者を紹介するケースがしばしばあり、この消費者金融業者を利用した販売信用については、消費者が消費者金融業者に対して販売業者の問題性を指摘して、販売業者と解約交渉をする間の融資の返済の中断を申し出ても消費者金融業者は支払停止に応じず、返済請求を持続する等の問題があり、トラブルが多発している。

今回、この消費者金融業者を利用した販売信用における支払停止の抗弁を巡るトラブルについて調査を実施し、消費者金融業者に対する抗弁関連トラブルが生じる背景、制度上の問題点、必要な改善策等について検討した。

この調査結果や改善策が関係方面で活用され、消費者金融業者を利用した販売信用における抗弁トラブルの未然防止や取引の適正化に役立てられることを願ってやまない。

末筆ながら、今回の調査に当たり、ご協力頂いた各地消費生活センター及び調査結果の検討等についてご検討、ご助言頂いた松本恒雄（一橋大学法学部教授）、池本誠司（弁護士）、楠本くに代（消費生活専門相談員）、古河恵子（東京都消費者センター相談係長）、小池民夫（神奈川県横浜消費生活センター主幹）の方々に厚くお礼を申し上げます次第である。

1997年11月

国民生活センター相談部  
部長 加藤 敬

## 目 次

- ・「消費者金融業者利用の販売信用における支払停止の抗弁をめぐるトラブル」の調査結果の概要
  
- ・消費者金融業者との支払停止の抗弁をめぐるトラブルと抗弁接続の方策
  - 1．消費者金融業者との支払停止の抗弁をめぐるトラブルと消費者の不利益
  - 2．消費者金融業者に対する支払停止の抗弁のトラブルが生じる背景
    - 販売業者と消費者とのトラブル
    - (1) 販売業者と消費者金融業者が提携しているケース
    - (2) 販売業者と消費者金融業者に提携関係がないケース
  - 3．販売業者と消費者金融業者との提携関係の実情
    - (1) 三者間契約型
    - (2) 四者間契約型
    - (3) 擬似三者間契約型
    - (4) 付け馬型
  - 4．消費者金融業者に対する支払停止の抗弁接続の法的関係
    - (1) 法的、公的に認められている抗弁権
    - (2) 提携パターン別に見た抗弁接続について
      - 1) 三者間契約型
      - 2) 四者間契約型
      - 3) 擬似三者間契約型
      - 4) 付け馬型
  - 5．消費者金融業者に対する支払停止の抗弁接続をめぐる問題点について
  - 6．消費者金融業者に対する支払停止の抗弁接続をめぐる問題改善の方策について
  
- ・わが国の消費者信用をめぐる問題点及び米国における抗弁の法的枠組み
  - 1．日本における販売信用の抗弁接続をめぐる問題点
  - 2．日本における消費者信用をめぐるその他の問題とEUの消費者信用指令における抗弁の保障
  - 3．米国における「信販まがい金銭消費貸借」の抗弁の法的枠組み  
N C A（全米消費者法）における抗弁及びF T Cルールについて
  
- 資料．
  - 1．消費者金融業者に対する支払停止の抗弁をめぐる苦情事例
  - 2．販売業者と消費者金融業者の提携パターン別の販売業者に対する苦情事例
  - 3．加盟店管理の強化について（通達）
  - 4．クレジットを利用した継続的役務取引に関する消費者トラブルの防止について（通達）

- ・「消費者金融業者利用の販売信用における支払停止の抗弁をめぐるトラブル」の調査結果の概要

## 調査の目的

最近の消費者トラブルには、購入商品や役務品質の瑕疵や不当な販売方法等を理由として中途解約等の解約を巡るトラブルが多発している。その売買契約の多くが割賦販売で割賦購入あっせん業者の信用供与を得て実施されているため、販売業者との売買契約本体の解約交渉と同時に割賦購入あっせん業者に対する返済の中断が不可欠である。ところが、商品や役務の売買代金の支払いに当たり、販売業者が消費者金融業者を紹介するケースがしばしばあるが、この消費者金融業者を利用した販売信用については、消費者が消費者金融業者に対して販売業者の問題性を指摘して販売業者との解約交渉の間の融資返済の中断を申し出ても、消費者金融業者は支払停止に応じず、返済請求を持続するというトラブルが続発している。

今回、消費者金融業者を利用した販売信用における支払停止の抗弁権を巡るトラブルについて調査を実施し、この抗弁権関連トラブルが生じる背景、制度上の問題点、必要な改善策等を検討する。

### 1. 消費者金融業者に対する支払停止の抗弁のトラブルについて

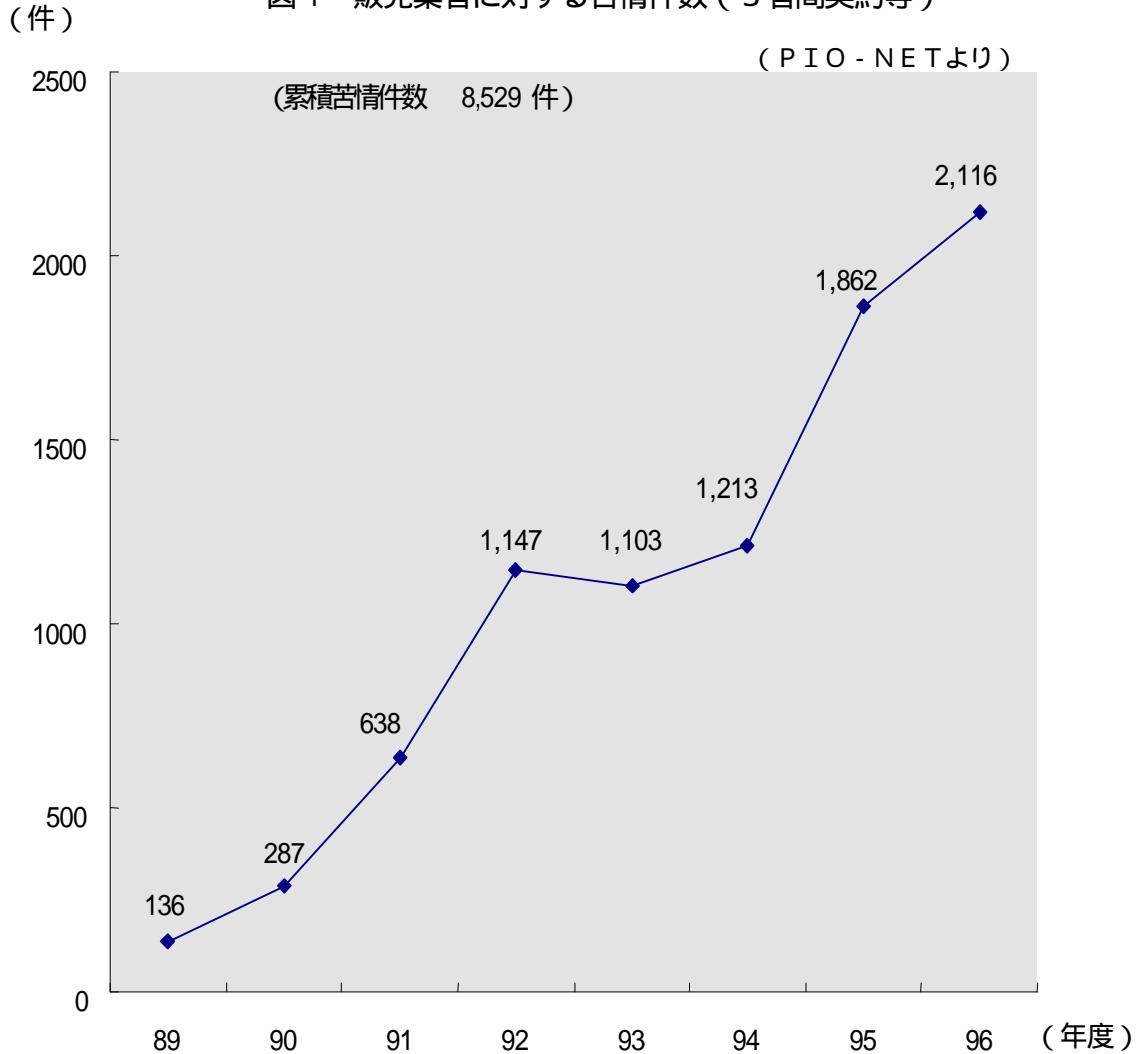
「販売業者と販売上のトラブルがあったため、売買契約の解約交渉をしようとして融資を行った消費者金融業者に対し、支払（返済）の停止を申し出たが消費者金融業者は応じなかった。」「役務提供業者が倒産し、役務の提供を受けられなくなったため、融資を行った消費者金融業者からの支払い請求を拒んだが、消費者金融業者は応じなかった。」等消費者金融業者が消費者の支払停止を受えないことによるトラブルが続発している。消費者金融業者が消費者の支払停止の抗弁（注1）を受け入れないために消費者は多額な経済的損失等の不利益を被っている。（巻末の資料1の苦情事例参照）

### 2. 「販売業者」に対する苦情の増加とその原因について

消費者金融業者に対する支払停止の抗弁をめぐるトラブルの続発の原因として、販売業者が商品の購入や役務の勧誘の際に、消費者に対しその代金の支払いのために消費者金融業者を紹介するケースが増えていること、並びに、消費者に消費者金融業者を紹介している販売業者（以下、「販売業者」）に対する消費者苦情が増えていることがあげられる。このような「販売業者」に対する累積苦情は約1万件に達し、特にこの1、2年は増加している（図1、表1、図2）。

「販売業者」に対する苦情の増加の一因には、1992年5月に継続的に役務を提供する加盟店の管理強化に関する通達（巻末の資料3）が通産省からクレジット業界宛に出されてから、信販会社が役務関係の個品割賦購入あっせん契約を差し控えるようになり、役務提供業者は信販会社の加盟店をやめる傾向が強まったこと、役務提供業者の中でも、特にエステティックサロンは消費者金融業者と提携する傾向が強まっていることがあげられる。また、商品の販売でもトラブルを多発させるなどにより、信販会社から縁を切ら

図1 販売業者に対する苦情件数（3者間契約等）



(注) 1. PIO-NET (全国消費生活情報ネットワーク・システム) に入力されている苦情件数である。  
以下の図表の苦情件数も同様である。  
2. 8,529件のなかには、97年度当初に受付けた27件を含む。

表1 商品・役務別苦情件数

商品・役務	苦情件数	商品・役務	苦情件数
エステティックサービス	3,048	小型コンピュータ	44
資格講座	2,845	ふとん類	43
代理店・特約店内職	559	他の内職・副業	37
化粧品セット	263	他の健康食品	36
化粧品	169	指輪	28
教養娯楽教材	167	電話機類	27
リゾート会員権	144	家庭教師	24
複合サービス会員	111	ビジネス教室	23
婦人下着	104	健康器具	22
スポーツ・健康教室	81	ワンプ口	19
健康食品	79	スポーツ施設会員権	19
他の理美容用具	74	理美容	16
電話サービス	60	パソコン・ワプロ教室	15
スポーツ施設利用	52	商品一般	13
基礎化粧品	44	音響・映像機器	13

表2 内容キーワード別苦情件数

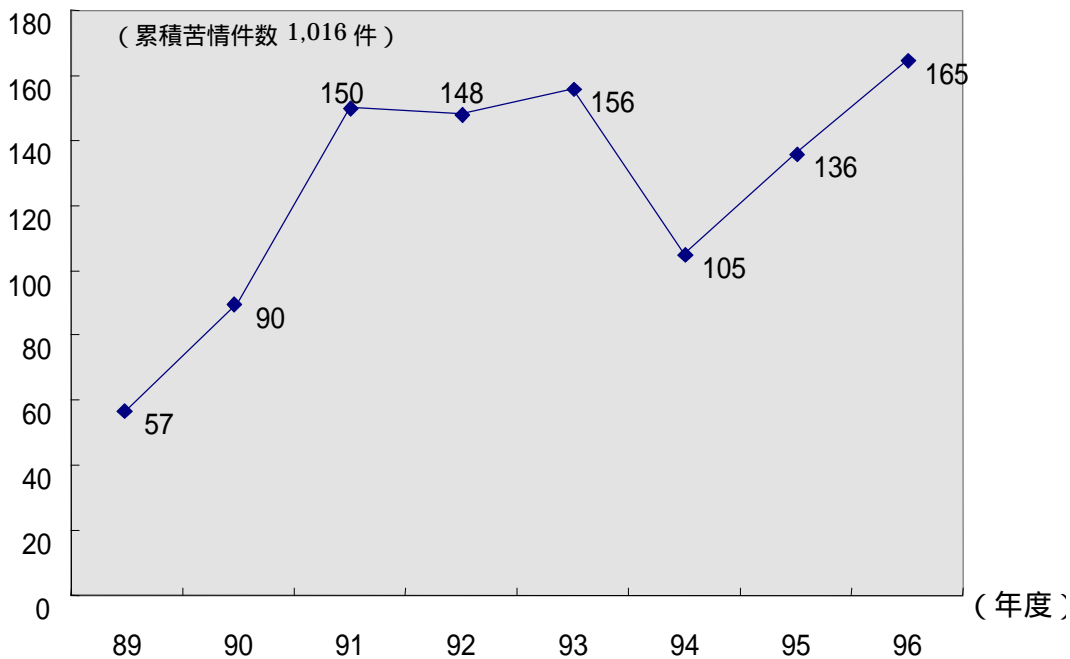
内容キーワード	苦情件数	内容キーワード	苦情件数
解約	4,387	約束不履行	328
強引	1,664	信用性	316
高価格・料金	1,528	融資	315
虚偽説明	1,492	特典強調	305
クーリング・オフ	1,269	販売目的隠匿	294
未成年者契約	980	次々販売	291
二次被害	586	解約拒否	289
問題勧誘	472	倒産	289
士商法	447	クーリング・オフ回避	286
瘦身	433	長時間勧誘	285
無料商法	370	契約	281
説明不足	356	商品・役務セット販売	275

(注) 8,529件を対象としたマルチカウントである。

表3 苦情処理に要した日数別の苦情件数

処理日数	苦情件数	処理日数	苦情件数
即答	4,201	～2月以下	669
7日以下	1,133	～3月以下	270
8～15日	678	3月超～	488
16日～1月以下	757	最長日数	869

(件) 図2 販売業者に対する苦情件数(付け馬等)



(注) 1,016件の中には、97年度当初に受付けた9件を含む。

表4 特殊販売別苦情件

特殊販売	苦情件数
訪問販売	161
アポイントメントセール	82
キャッチセールス	7
電話勧誘	63
通信販売	8
ソルチ・ソルチまがい取引	537
その他無店舗	4
無回答	243

れた販売業者が消費者金融業者と提携する傾向がある。さらに、多重債務などで信販会社の与信が得られなかった消費者に対して、提携している消費者金融業者を紹介するという販売業者がいることも見逃せない。

### 3. 「販売業者」の勧誘行為の悪質性と消費者金融業者に対する抗弁権の必要性について

「販売業者」に対する苦情には、販売方法についての苦情が目立つ。なかでも、「虚偽説明」「二次被害」（ある業者による取引き被害者が別の業者の標的にされて重ねて被害に会うこと）「次々販売」（同一業者が同じ消費者に対して次々と取引きを重ね、多額の被害を与えること）などの悪質性の高い、被害額も高額な不当な勧誘行為が多発している。解約についても「不当な解約拒否」「クーリング・オフ回避」が多い（表2）。（巻末の資料2の苦情事例参照）

また、苦情の解決は、相談を受けた即日で終了せず翌日以降に持ち越すケースが約半数を占め、そのうち解決に「1か月以上」要した苦情が約4割と、苦情相談の全体的な傾向より長期化する傾向がある（表3）。

苦情内容が主に「販売業者」の悪質な勧誘行為に起因すること、苦情処理が長期化することを勘案すると、消費者が消費者金融業者の支払請求に対抗できるかどうかは消費者保護の観点から非常に重要である。「販売業者」の悪質行為については信用供与者であり、「販売業者」と提携している消費者金融業者にも責任があり、消費者から支払停止の申し出があれば、当然応ずるべきである。

### 4. 「販売業者」と消費者金融業者の提携関係と抗弁権について

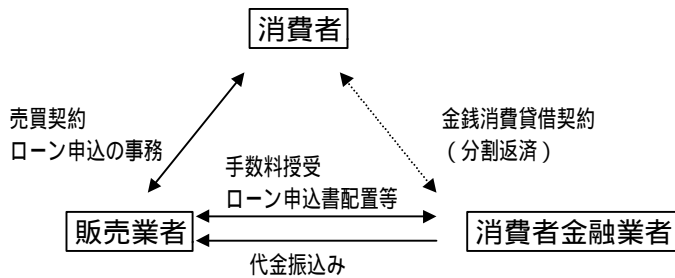
「販売業者」と消費者金融業者の提携関係には、「三者間契約」や「四者間契約」、「擬似三者間契約」（注2）「付け馬型」（注3）の四つのパターン（図3）がある。

これら四つのパターンのうち、「三者間契約」や「四者間契約」は割賦購入あっせん契約とみなせるので消費者金融業者に対抗できるが、苦情の半数を占める役務・権利は割賦販売法の対象となっていないために、信販会社が係わる割賦購入あっせんの場合と同様に、抗弁権の接続がされないという問題が依然残る（表5）。通産省は、1992年10月に、継続的に提供される役務が業者の倒産等によって提供されなくなった場合は抗弁を接続するようクレジット業界宛てに通達（巻末の資料4）を出しているが、消費者金融業者は通達の対象外であること、抗弁事由が通達で触れている以外の場合には、抗弁に応じる、応じないが信用供与者である割賦購入あっせん業者に委ねられるという問題が残っている。

「擬似三者間契約」の場合は、「販売業者」と消費者金融業者に提携関係はあるが「商品代金を販売業者に交付する」という割賦販売法の割賦購入あっせんの要件（注4）を欠くために、消費者は消費者金融業者に対抗できない。「三者間契約」や「四者間契約」から消費者に抗弁権がない「擬似三者間契約」へ移行したり、今後移行しようとする消費者金

図3 販売業者と消費者金融業者の提携関係及び抗弁権の有無等

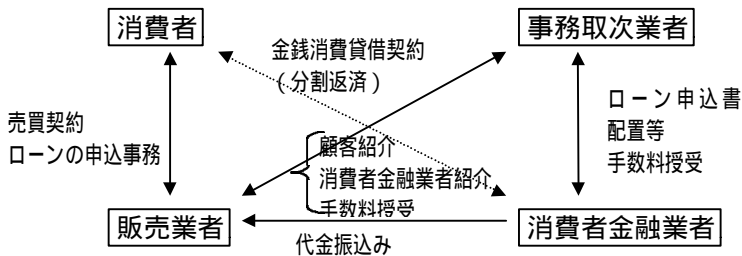
1. 三者間契約型



割賦購入あっせん契約との対比及び、販売上のトラブルが起きた場合、消費者に消費者金融業者に対する抗弁権があるか。

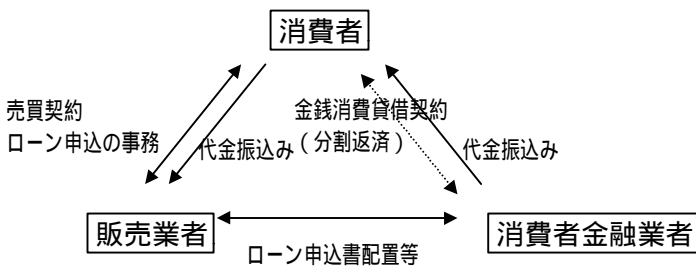
割賦販売法の指定商品の売買契約を前提とすれば割賦購入あっせん契約の要件を満たしており、抗弁権がある。

2. 四者間契約型



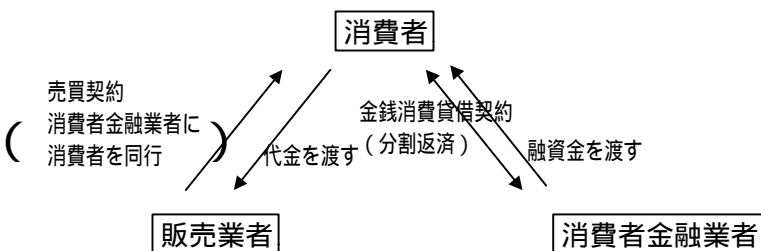
上記三者間契約と同じ

3. 擬似三者間契約型



販売業者と消費者金融業者に事前提携はあるが、割賦販売法の指定商品の売買契約であっても、割賦あっせんの要件のうち、「代金に相当する金額を販売業者に交付する」が欠ける。抗弁の接続はできないが、三者間契約の脱法行為といえる。

4. 付け馬型（二者間契約）



販売業者と消費者金融業者に事前提携はなく、また、割賦購入あっせんの要件のうち、「代金に相当する金額を販売業者に交付する」が欠ける。

二者間契約であり、抗弁権はない。

(注) 1. 波線は、双方に直接的なやりとりがないことを示している。

2. 売買契約の中には役務提供契約も含む。

表5 割賦販売法における抗弁権

項 目	割賦購入あっせん業者	消費者金融業者 (三者間契約)(注1)
割賦販売法の指定商品 (注2)	抗弁接続	抗弁接続
役務・権利	抗弁切断	抗弁切断
販売代金は販売業者に 直接交付	抗弁接続	抗弁接続
分割払い3回以上	抗弁接続	抗弁接続
一括払い、2回払い	抗弁切断	抗弁切断

(注1) 消費者金融業者が行う三者間契約も割賦販売法における個品割賦購入あっせんに該当するが、消費者金融業者は割賦販売法の法定書面を使わずに金銭消費貸借契約書面を使い、金銭消費貸借契約であるから抗弁に応じる必要はないとし、脱法行為を行っているという問題がある。

(注2) 割賦販売法の適用要件は、「指定商品の購入」「販売代金が販売業者に直接交付される」「分割払い3回以上」等である。

融業者が見られることを考えると、「擬似三者間契約」は割賦購入あっせん契約の脱法行為にほかならない。

なお、「付け馬型」は、マルチ・マルチまがい業者に特に多く見られる。商品の購入代金を払えない消費者に借金させてまでビジネスに誘う勧誘者等の販売業者の責任がより重い。（マルチ・マルチまがい業者が消費者金融業者に顧客紹介を行っていて、そのことを消費者金融業者が承知していれば事前提携ありと考えられる。）（図2、表4、巻末の資料2の苦情事例参照）

## 5．消費者金融業者に対する抗弁トラブル問題の改善策について

消費者金融業者が係わっている販売信用には、現行の割賦販売法の枠組みの中では解決できないこと等の他、以下のような問題点が明らかになった。

役務・権利の契約は、割賦販売法の対象外のため抗弁権の接続ができない。

「擬似三者間契約」は個品割賦購入あっせんの要件の一つである「代金を当該販売業者に交付する」を欠いているために消費者金融業者に対して対抗できない。

「三者間契約」や「四者間契約」は割賦購入あっせん契約であるにも拘わらず、消費者金融業者は割賦販売法に基づく書面を交付せず、抗弁権の接続を免れようとする脱法行為を行っている。

このような問題点を早急に解決するために、以下のような方策を提唱する。

### 1．消費者信用関連の法規（割賦販売法若しくは消費者信用関係の新法）に、上記の及びの問題を解決しうる消費者の抗弁権を保障する条項を入れること。

については、割賦販売法の指定制に役務・権利を加えるか若しくは指定制を廃し、対象除外とするものを明らかにすること。

については、販売業者と信用供与者の間に事前提携（注5）がある場合には、抗弁権接続の対象とするよう抗弁権接続の要件を見なおすこと。

### 2．については、「三者間契約」若しくは「四者間契約」を行っている消費者金融業者は、割賦販売法に基づく書面を交付すること。

関係行政機関（通産省、大蔵省）に対して上記1について要望する。同時に、法改正が実現するまでは、及びの問題の改善を図るべく、当該の消費者金融業者並びに貸金業界に対して改善を要望する。

上記2について、「三者間契約」と「四者間契約」を行っている消費者金融業者に対して、割賦販売法に基づく書面の交付及びその約款に抗弁条項を明記するよう、当該の消費者金融業者に対して要望し、並びに、関係行政機関（大蔵省、通産省）に対して業者指導を要望する。

また、「付け馬」については、このような悪質な勧誘行為を行っている販売業者に対し

て改善を要望する。併せて、消費者に対して注意を喚起するために情報提供を行う。

- 注1．販売信用における支払停止の抗弁権とは、商品等に瑕疵等の不都合があった場合に、消費者が割賦購入あっせん業者等の信用供与者からの代金の支払請求を拒むことができる権利のことである。
- 注2．販売業者と消費者金融業者の間に顧客紹介やローン申込書の配置等の提携関係が見られるが、消費者金融業者からの融資代金は販売業者が代理受領しない、すなわち、割賦購入あっせん契約の要件の一部を欠いているので、「擬似三者間契約」と呼んだ。
- 注3．販売業者によるいわゆる「付け馬」や販売業者が消費者に単に消費者金融業者を紹介しているが両者に提携関係は全くないケース。
- 注4．販売業者に対して生じている事由で信用供与者である消費者金融業者に対抗できるかどうかは、割賦販売法の要件を満たすかどうかにかかっている。信用供与者に対する消費者の抗弁は、割賦販売法の第30条4で規定されていて、消費者は「指定商品の販売」「商品代金を販売業者に交付する」「3回以上の分割で返済を受ける」等を要件として割賦購入あっせん業者に対抗できる。
- 注5．販売業者と貸し手（信用供与者）の事前提携は以下のようなものがあげられる。
- ・販売業者がローン契約書面を備えている。
  - ・貸し手がローン契約書面を販売業者に供与している。
  - ・販売業者が貸し手を消費者に紹介し、そのことを貸し手が承知している。
  - ・販売業者と貸し手に報酬の支払関係がある。
  - ・商品等の代金は、貸し手から販売業者に直接支払われる。
  - ・販売業者と貸し手に人的、組織的なつながりがある。

**・消費者金融業者との支払停止の抗弁  
をめぐるトラブルと抗弁接続の方策**

## 1. 消費者金融業者との支払停止の抗弁をめぐるトラブルと消費者の不利益

「レジャーや教養講座等の各種会員権付きの50万円のファックスを購入したが、契約にあった教養講座の催しが無いので、売買契約を解約しようと思って販売業者から紹介されて借りた消費者金融業者に支払いをストップしたいと申し出たところ、金銭消費貸借だから支払停止はできない、支払わないとブラックリストに載ると言われた。販売業者から、クレジットのようなものと言われていたので納得できない。」(20代、男性、給与生活者)

販売業者から買った商品や役務等に欠陥などの不都合があると、消費者は販売業者に返品し、返金を求めたり、場合によっては代替品の提供を、役務については遣り直しをごく当たり前のこととして求めている。代金を支払っていないならば支払を拒否するであろう。また、販売業者から割賦で買った場合には、販売業者から割賦代金の支払を求められても、消費者は残債の支払を拒否して既払い金の返金を求める。このような消費者の行為は社会的に当然のこととして認められている。このように、商品や役務等に欠陥などの不都合が合った場合に、販売会社からの支払い請求を拒むことができる権利が抗弁権と言われるものである。

クレジットで買った場合にも、販売業者から商品の引き渡しが無いとか、商品に瑕疵があった等販売業者に何らかの問題があり、かつ、法律上の要件(割賦販売法の30条の4)を満たしていれば、消費者は割賦購入あっせん業者である信販会社等の請求に対して支払を拒むことができる(注6)。これが割賦購入あっせん業者(信販会社等)に対する支払停止の抗弁あるいは対抗(注7)と言われるものである。

注6： 割賦販売法第30条の4は、「割賦購入あっせん」によって指定商品を購入した場合に、商品の瑕疵等の販売業者に対抗できる事由でもって割賦購入あっせん業者にも対抗できることを定めている。「割賦購入あっせん」とは、「その代金の全部または一部に相当する金額を当該販売業者に交付し、当該購入者から2月以上の期間にわたり、かつ3回以上に分割して当該金額を受領すること」(割賦販売法第2条2項)と規定されている。すなわち、抗弁接続の要件は、「指定商品の販売」であって、「代金の全部または一部に相当する金額を当該販売業者に交付」し、「3回以上に分割して当該金額を返済する」である。ただし、支払い総額4万円未満や商行為となる指定商品の購入契約は適用除外である。

注7： 支払停止の抗弁に関連して頻繁に使われる用語に「抗弁の対抗」「抗弁の接続」「抗弁の切断」がある。「抗弁の対抗」とは、販売業者に対して抗弁を主張しうる「事由」で信用供与者に対して抗弁できることを言う。「抗弁の接続」は、販売業

者に対して主張できる抗弁がそのまま信用供与者に対しても主張できることを言い、「抗弁の切断」とは販売業者に対して主張できる抗弁であっても信用供与者に対しては主張できないことを言う。

本調査で対象とした支払停止の抗弁（以下、単に抗弁という場合は支払停止の抗弁のことである。）をめぐるトラブルは、販売業者から商品等の購入の勧誘を受けた消費者が、その代金の支払いのために販売業者から紹介された消費者金融業者と金銭消費貸借契約を結んで融資を受けている場合に、消費者金融業者（信用供与者）が商品等に欠陥等の不都合があっても、消費者に対して残債の支払停止を認めないということに対して生じている。

金銭消費貸借契約を結んだ消費者金融業者に対して、販売業者から購入した商品や役務の品質、販売業者の販売方法や契約上の問題、役務提供業者の店舗閉鎖や倒産による債務不履行等を理由として、消費者金融業者との間で以下のようなトラブルが続発している。

- ・ 抗弁に応じるが延滞料は請求する。
- ・ 抗弁には一切応じない。延滞利息を支払うのであればその間の引き落としは待っても良い（販売業者との解約交渉はあっせん不調となった。）
- ・ 抗弁には応じない。（抗弁書を郵送後も支払請求が続いた）
- ・ 抗弁には応じない。販売業者が倒産した場合でも支払は続けてもらう。
- ・ ローンの申込書を販売業者の店舗に置かせてもらっているだけの金銭消費貸借だから抗弁には応じない。（販売業者との解約交渉はあっせん不調となった。）
- ・ 販売会社の社員が勝手に当社のローンの申込書を使ったもの。金銭消費貸借だから抗弁にも減額にも応じない。
- ・ 支払わなければブラックリストに載せる。

消費者金融業者との抗弁を巡るトラブルは、検索のためのキーワードがないためにその件数を P I O - N E T（全国の消費者苦情を蓄積した国民生活センターのコンピューターシステム）で把握することはできないが、消費者が消費者金融業者に抗弁を主張すれば、現状では恐らくほとんどの場合に支払停止を巡ってトラブルになるものと思われる。

消費者金融業者が支払停止に応じない場合には、消費者は販売業者が解約に応じるまで引続き返済を続行しなければならなくなったり、一方的に支払いを停止すると消費者金融業者から延滞料を請求され、さらに、信用情報機関に延滞の事故情報として登録されたりする。業者が倒産して役務が提供されなくなった場合でも支払いだけは続く。また、消費者金融業者が抗弁に応じないことを根拠に、販売業者が解約に応じないといったことも起きている。このように、消費者金融業者に対して抗弁ができないことによって、消費者は場合によっては数十万円とか百万円を超える多大な経済的損失や不利益を被ることになる。

## 2. 消費者金融業者に対する支払停止の抗弁のトラブルが生じる背景 販売業者と消費者とのトラブル

消費者金融業者に対する抗弁を巡るトラブルは、商品や役務品質の瑕疵あるいは消費者と販売業者との間の販売上や契約締結上の様々なトラブルが背景にある。消費者と販売業者との間にトラブルがあるから消費者金融業者との抗弁を巡るトラブルが発生するという関係にあるので、消費者金融業者に対する消費者の抗弁権の必要性を検討する際には、販売業者に対して生じている苦情の詳細な分析と評価が欠かせない。

以下では、苦情全体を販売業者と消費者金融業者との間に何らかの提携関係がある場合と全くない場合に分けて、それぞれ苦情件数、苦情内容等について見ていく。

### (1) 販売業者と消費者金融業者が提携しているケース

図1等は消費者金融業者と提携している販売業者に対する苦情件数や苦情内容等である。販売業者が消費者金融業者のローンの申込書を配置している等、販売業者との間で何らかの提携をしている消費者金融業者については、現在のところ13社(注8)ほど把握している。

注8：各地消費生活センターに対するアンケートによって、販売業者から紹介されて消費者が利用している消費者金融業者33社を把握し、消費者金融業者33社に対して電話による聞き取り等によって、販売業者との提携の有無を調べた。販売業者と提携している消費者金融業者は13社であった。

なお、33社のうち、販売業者と提携している消費者金融業者13社以外の20社は、提携関係「無し」が5社、その他(リース会社、代金回収業者、消費者金融業者が行っている割賦購入あっせん業者、自社割賦業者等)15社であった。15社については、今後の分析対象からは除いた。

消費者金融業者13社と個々に提携関係がある販売業者について、

苦情件数(図4)

苦情の内訳として商品・役務別件数(表6)

苦情内容別の件数(表7)

契約金額(表8)

契約者の年齢(表9)

販売方法(表10)

相談受け付けから苦情解決までに要した日数(表11)

苦情事例

をP I O N E Tによって把握した。

苦情件数等には以下のような特徴が見られる。

### 図3．苦情件数

消費者金融業者と提携している販売業者に対する苦情の累積件数は8,529件にもなり、特にこの2年間は増加が著しい。これは、新たに、実質的には販売信用となる分野に参入する消費者金融業者が増えていることに加え、この1,2年、消費者金融業者が融資提携の販売店を急速に増やしていること、それらの提携店の中には苦情を多発させるような悪質な販売店が多数含まれていることによると考えられる。

### 表6．商品・役務別苦情件数

消費者が契約している商品や役務はエステティックサービスや資格講座が特に多い。商品と役務の別では、表1の苦情の累積件数8,529件の内、商品3,990件(46.8%)、役務4,189件(49.1%)で、若干ではあるが役務の方が商品を上回っている(資格講座はそのほとんどが教材の契約なので、商品に分類した)。

消費者金融業者と提携している販売事業者に、役務提供業者が多いのは、1992年5月に出された継続的役務に係わる加盟店管理の強化を内容とした通産省の通達(資料3)が出されてから、信販会社が役務の個品割賦購入あっせん契約を差し控えるようになり、役務提供業者は信販会社の加盟店をやめる傾向が強まったこと、役務提供業者の中でも、エステティックサロンは消費者金融業者と提携する傾向が強まっていることがあげられる。

### 表7．苦情内容

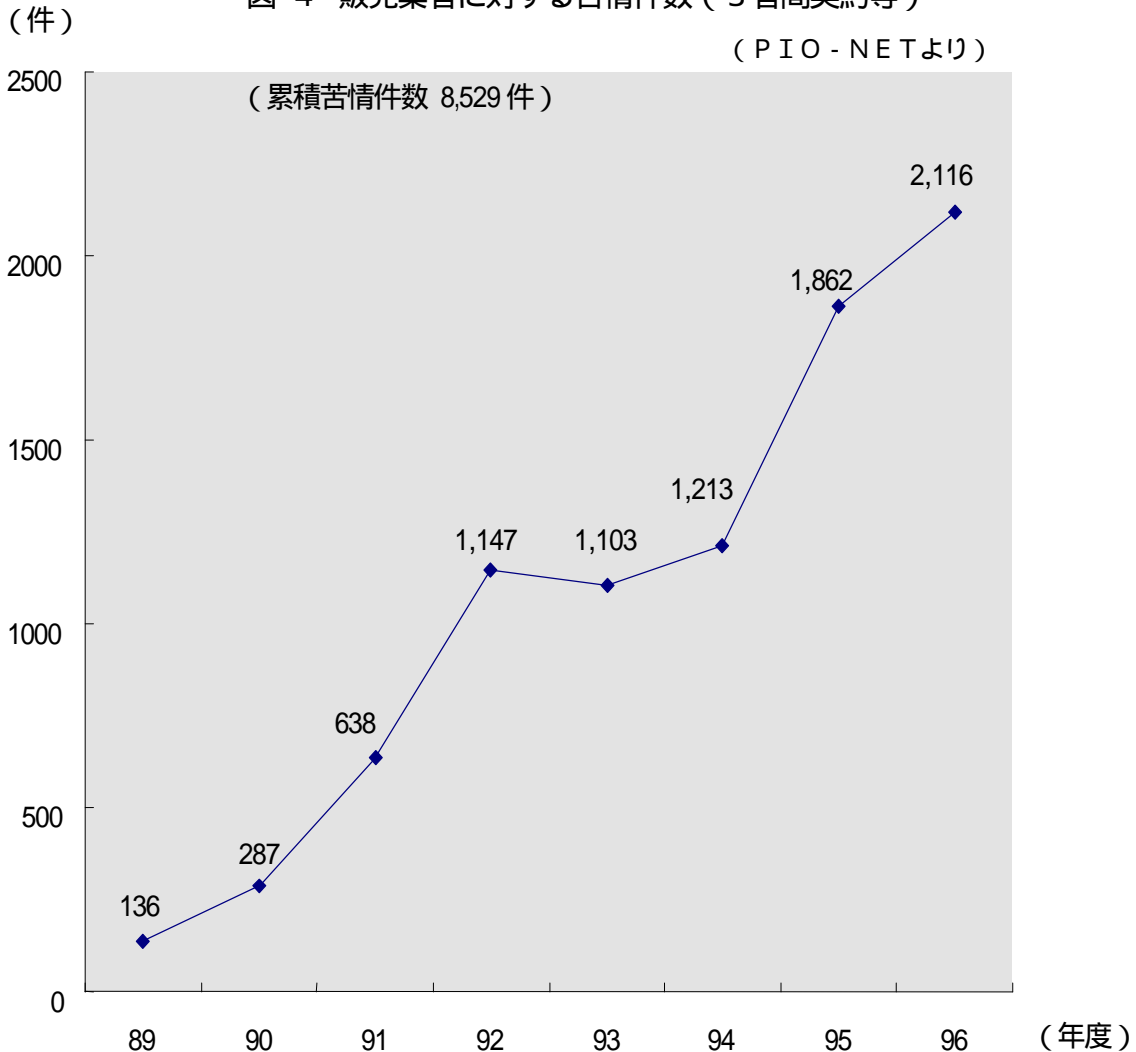
販売業者に対する苦情には、「解約」に関するものが最も多い。これは、消費者苦情の全体の傾向と変わらない。販売方法についての苦情には、「強引」の他、「虚偽説明」(1,492件)や「二次被害」(586件)、「次々販売」(291件)、「長時間勧誘」(285件)等、悪質性の高いものが多数発生している。うその説明で勧誘する「虚偽説明」は不適正な取引の代表格とも言える不当な取引であり、「二次被害」は、ある業者による取引の被害者が別の業者の標的にされて重ねて被害に会うものである。「次々販売」は同一の業者が同じ消費者に対して次々と取引を重ね、多額の被害を与えるものである。「虚偽説明」「二次被害」「次々販売」は、極めて悪質性の高い不当な勧誘行為と言える。

また、「不当な解約拒否」(289件)や「クーリング・オフ回避」(286件)といった解約に関する悪質行為が発生していることも見逃せない。

### 表8．契約金額

「10万～50万円」「51万～100万円」「101万～500万円」と契約額が

図 4 販売業者に対する苦情件数（3者間契約等）



(注) 1. PIO-NET (全国消費生活情報ネットワーク・システム) に入力されている苦情件数である。  
以下の図表の苦情件数も同様である。

2. 8, 529 件のなかには、97年度当初に受付けた27件を含む。

表 6 商品・役務別苦情件数

商品・役務	苦情件数	商品・役務	苦情件数
エステティックサービス	3,048	小型コンピュータ	44
資格講座	2,845	ふとん類	43
代理店・特約店内職	559	他の内職・副業	37
化粧品セット	263	他の健康食品	36
化粧品	169	指輪	28
教養娯楽教材	167	電話機類	27
リゾート会員権	144	家庭教師	24
複合サービス会員	111	ビジネス教室	23
婦人下着	104	健康器具	22
スポ・ツ・健康教室	81	ワ - プ	19
健康食品	79	スポーツ施設会員権	19
他の理美容用具	74	理美容	16
電話サービス	60	パソコン・ワ - プロ教室	15
スポ・ツ施設利用	52	商品一般	13
基礎化粧品	44	音響・映像機器	13

高額である。

#### 表9．契約者の年齢別件数

契約当事者には20代の若者が3分の2（67.5%）を占め、他の年代を圧倒する多さである。

#### 表10．販売方法

電話勧誘（3,774件）が群を抜いて多く、次いで、訪問販売（2,072件）である。訪問販売のなかでは、キャッチセールスやアポイントメントセールスが1,768件と85%を占める。

消費者金融業者と提携している販売業者には、電話勧誘やキャッチセールス、アポイントメントセールス等悪質な販売方法を行っている事業者が特に多いと見られる。

#### 表11．相談受け付けから苦情解決までに要した日数

相談受付日から処理終了の日までに要する日数は、相談を受けたその場の助言（即答）で処理が終了せずに、翌日以降に持ち越した苦情事例が3,995件とほぼ半数である。そのうち、解決に1か月以上要した苦情事例が1,427件と4割近くを占める（苦情処理全体では2割弱）。最長日数は869日である。

このように、消費者金融業者と提携している販売業者に対する苦情は、苦情解決までの日数が長引くケースが多数発生している。苦情解決が長引けばそれだけ消費者金融業者に対する返済金は嵩むことになるので、支払い停止の抗弁の対抗ができないことによる消費者の経済的な被害は看過できない。

### 苦情事例

#### 苦情事例1（三者間契約型）

##### <相談概要>

勤務先に「国家資格の学習を続ける意思がなければ、うちが手続きを行うことによって、今後は勧誘の電話はなくなる」という勧誘の電話があった。以前にも同じ手続きをしたと答えると、「あなたのように複数の業者と契約している人は、今回の手続きをもって全て終了とする」「今後他の業者から勧誘の電話があった時は、業者の名前を伝えてくれれば、当方で全て処理する、その代償として教材を契約してもらうが、後日送る教材は廃棄処分していい」と言われた。この時すでに10社と約500万円の契約をして、支払困難に陥っていたので、手続きを依頼した。販売業者から送られてきたローンの申込用紙に記入して販売業者に返送した。融資金50万円は消費者金融業者から直接販売業者の口座に振り込まれた。

しかし、手続き後も資格取得を勧める勧誘の電話はなくなる。約束が違うので売

表7 内容キーワード別苦情件数

内容キーワード	苦情件数	内容キーワード	苦情件数
解 約	4,387	約 束 不 履 行	328
強 引	1,664	信 用 性	316
高 価 格 ・ 料 金	1,528	融 資	315
虚 偽 説 明	1,492	特 典 強 調	305
ク ー リ ン グ ・ オ フ	1,269	販 売 目 的 隠 匿	294
未 成 年 者 契 約	980	次 々 販 売	291
二 次 被 害	586	解 約 拒 否	289
問 題 勧 誘	472	倒 産	289
士 商 法	447	ク ー リ ン グ ・ オ フ 回 避	286
瘦 身	433	長 時 間 勧 誘	285
無 料 商 法	370	契 約	281
説 明 不 足	356	商 品 役 務 セ ッ ト 販 売	275

(注) 8,529件を対象としたマルチカウントである。

表8 契約金額別苦情件数

契 約 金 額	苦情件数	契 約 金 額	苦情件数
1000円未満	0	~100万円未満	1,692
~1万円未満	5	~500万円未満	455
~5万円未満	13	~1億円未満	10
~10万円未満	43	1億円以上	0
~50万円未満	5,883	N A (無回答)	428

表9 契約当事者年齢別苦情件数

契 約 当 事 者 年 齢	苦情件数	契 約 当 事 者 年 齢	苦情件数
10歳未満	1	60歳代	22
10歳代	956	70歳代	3
20歳代	5,757	80歳代	2
30歳代	1,358	90歳代	0
40歳代	289	N A (無回答)	72
50歳代	69		

表10 特殊販売別苦情件数

特 殊 販 売	苦情件数
訪 問 販 売	2,072
キツセルス	932
ポイントセルス	836
電 話 勧 誘	3,251
通 信 販 売	274
マルチ・マルチまがい取引	270
そ の 他 無 店 舗	29

表11 苦情処理に要した日数別の苦情件数

処 理 日 数	苦情件数	処 理 日 数	苦情件数
即 答	4,201	~2月以下	669
7日以下	1,133	~3月以下	270
8~15日	678	3月超~	488
16日~1月以下	757	最 長 日 数	869

買契約を解約しようと思って、消費者金融業者に返済を停止したいと言ったが、金銭消費貸借契約であるから、融資したお金の返済は引き続き請求すると言って、抗弁に応じない。(30代、男性、給与生活者)

<問題点>

この事例の苦情のポイントは、「勧誘の電話がなくなるように手配する」という付帯役務付きの資格講座の教材を契約したにも拘わらず、契約後も勧誘の電話はなくならなかったという点である。勧誘方法の問題点としては、まず、「虚偽説明」「約束不履行」などがあげられるが、最初から「勧誘の電話をなくす」などということとはできないことが分かっている。このような勧誘を行ってれば詐欺ということも考えられるほど悪質である。しかし、融資をした消費者金融業者は抗弁には応じていない。(ちなみに、このような勧誘を行っていたある販売業者は詐欺罪の疑いで摘発された。)

### 苦情事例2(四者間契約型)

<苦情概要>

エステの無料のお試しをしないかと自宅に電話があり、出向いて契約した。直ぐにやめたいと電話をしたが認めて貰えなかった。3か月後、やはり止めたくて解約手続きに行ったところ、解約料2万円の他、消費者金融業者に対するローンの延滞料として約15,000円請求された。支払わねばならないか。(20才、学生、女性)

<問題点>

解約をめぐるトラブルである。エステ業界は自主ルールでクーリング・オフを制定しているのに、クーリング・オフに応じないこと事体、不当な対応である。業者が仮にアウトサイダーであったとしても解約の話し合いには応ずる必要がある。消費者金融業者からのローンの延滞料の請求も不当である。

### 苦情事例3(擬似三者間契約型)

<相談概要>

エステティック、エアロビクスその他のサービスを6か月10万円でできるという会に入会した。費用はローンで支払うことを勧められエステサロン内でローンの申込書に記入し、販売員に渡した。自分の口座に振り込まれたお金を業者に支払った。ところが入会2か月後、突然休業の通知を受けた。電話をしても誰も出ないし、店舗も閉まっている。お金は今後とも支払わねばならないか。消費者金融業者から借りているとは知らなかった。消費者金融業者は、金銭消費貸借契約だから抗弁には応じられないと言う。(20代、女性、学生)

<問題点>

この苦情事例では、役務提供業者が突然店舗を閉鎖したために役務提供が受けられなくなったにも拘わらず、融資した消費者金融業者は金銭消費貸借だからという理由で抗弁に

応じない。

## (2) 販売業者と消費者金融業者に提携関係がないケース

### 販売業者に対する苦情

商品や役務の勧誘を受けその代金の支払に際して、販売業者から提携関係は全くない消費者金融業者を販売業者から紹介されたり、消費者金融業者の窓口に連れて行かれたりして融資を受けた消費者が、その販売業者に苦情を寄せている件数は約一千件（多重債務等の金融に分類される苦情は除いた）ほどである（図5）。販売業者から紹介されたり、連れて行かれたりして消費者が利用した消費者金融業者は現在のところ、大手の5社を把握している。

消費者が契約した商品・役務には、「指輪」「健康食品」といった一般的に高額商品のイメージが強い商品の購入が多い（表12）。これらの中には、マルチ商法やアポイントメントセールスなどの悪質商法に利用されている例が多数見られ（表16）、被害者には20代の若者が多いという特色が見られる（表15）。

このうち、いわゆる「付け馬」（払わない遊興費などを受け取るために客についていく事。付き馬とも言う。）や販売業者が消費者に消費者金融業者を紹介したり、借りることをすすめていたことが明らかなものについて見ると、いわゆる「付け馬」は159件、この他に紹介等が242件で、合わせて401件確認された。実に約4割が、販売業者の「付け馬」や紹介等によるものである。

これらの「付け馬」や紹介等の件数は、消費者の最初の苦情申立時点の申立て内容から判断したもので、相談者からの詳細な聞き取りや追跡調査の過程で判明したものについては含まれていない。実際に行われている「付け馬」や紹介は、これよりはるかに多いと考えられる。

### 苦情事例

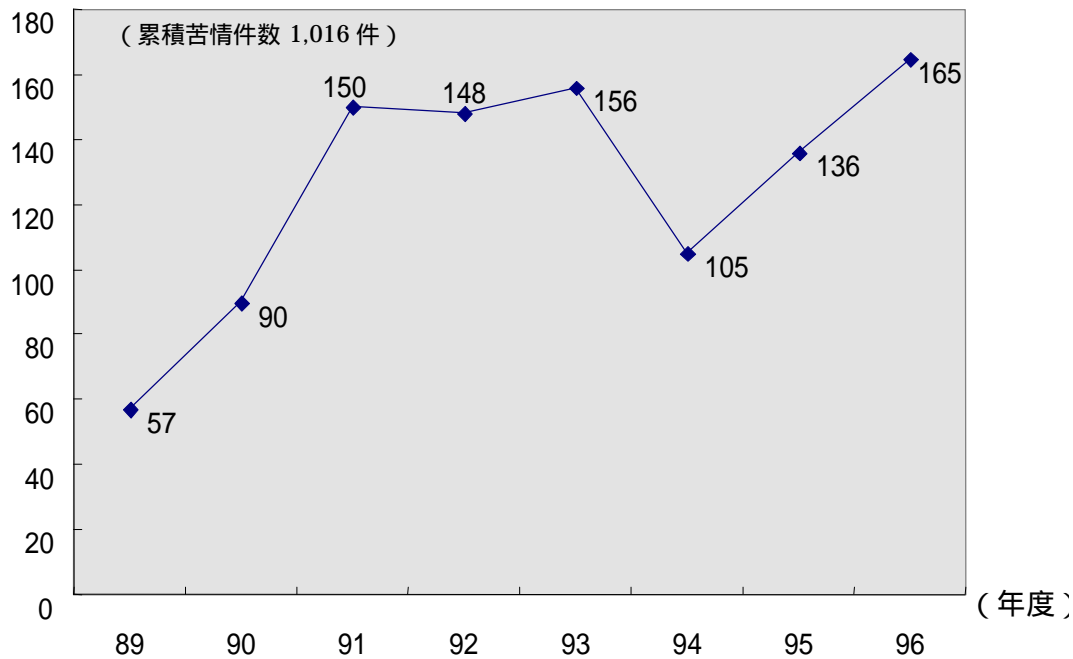
#### <相談概要>

元同僚から呼ばれて指定された喫茶店に行ったところ、元同僚と元同僚の上司が待っていた。その上司は「今、やる気のある若い人を探している。社員として一緒にやろう。自分の月収は月300万円、ベンツに乗っている」と言う。好きな映画関連の仕事もあると言う話にひかれて契約することにした。入会の条件として健康食品の購入を求められた。お金はないと言ったところ、消費者金融業者に連れて行かれ、そこで50万円借りて支払った。自分の信用度をみたいからと親にも健康食品をすすめるように言われて、親も高額な健康食品を買うことになった。冷静になって考えるとおかしいと思うので解約したい。（20代、男性、給与生活者）

#### <問題点>

この苦情事例では、マルチ商法に誘われた消費者が、お金がないと言っているにも拘わ

(件) 図5 販売業者に対する苦情件数(付け馬等)



(注) 97年度受付分は9件。

表12 商品・役務別苦情件数

商品・役務	苦情件数	商品・役務	苦情件数
指輪	151	銀行	16
健康食品	118	ココア相場	16
商品一般	37	羽毛ぶとん	15
化粧品	24	コ－ヒー相場	14
風呂水浄化装置	23	資格講座	13
ファックス機器	23	経営関連資格取得講座	13
他の健康食品	21	白蟻駆除サービス	13
他の電気治療器	21	ネットケース	12
浄水器	20	金融・保険一般	12
アクセサリ	20	腕時計	10
他の資格取得講座	20	他の内職・副業	9
空気清浄機	19	プル－ン	8
化粧品セット	17	電気マッサージ器	8
小型コンピュータ	17	イオン整水器	8
ガスオイル相場	17	砂糖相場	8

表13 内容キーワード別苦情件数

内容キーワード	苦情件数	内容キーワード	苦情件数
解約	453	契約	58
クーリングオフ	221	利殖商法	56
強引	168	家庭訪販	51
問題勧誘	167	約束不履行	51
高価格・料金	153	クーリングオフ回避	48
融資	130	規制海外先物取引	47
紹介販売	118	特典強調	40
虚偽説明	103	販売目的隠匿	36
電話勧誘	95	商品未着	35
書面不交付	79	長時間勧誘	35
多重債務	75	返金	32
未成年者契約	75	詐欺	28

(注) 1, 016件を対象としたマルチカウントである。

表14 契約金額別苦情件数

契約金額	苦情件数	契約金額	苦情件数
1000円未満	0	~100万円未満	260
~1万円未満	0	~500万円未満	112
~5万円未満	15	~1億円未満	25
~10万円未満	12	1億円以上	0
~50万円未満	529	NA(無回答)	63

平均金額 約80万円

表15 当事者年齢別苦情件数

年齢	苦情件数	年齢	苦情件数
10歳未満	1	60歳代	30
10歳代	73	70歳代	7
20歳代	735	80歳代	0
30歳代	78	90歳以上	0
40歳代	55	NA(無回答)	7
50歳代	30		

平均年齢 約26歳

表16 特殊販売別苦情件数

特殊販売	苦情件数
訪問販売	161
ポイントセール	82
マッチセール	7
電話勧誘	63
通信販売	8
マルチ・マルチまがい取引	537
その他無店舗	4
無回答	243

らず、販売業者は消費者を消費者金融業者に連れて行って借金させ、会員にさせている点である。

(この他の苦情事例については、巻末の資料3を参照のこと)

### 3. 販売業者と消費者金融業者との提携関係の実情

前項で見たように、販売業者に対する苦情内容や販売業者の数々の悪質な勧誘行為は、そのような販売業者と提携して融資している消費者金融業者に対する消費者の抗弁権の必要性を示すものとして、十分な根拠を持つ内容と言える。

次に、消費者金融業者に対する抗弁の接続を考える際に欠かせない販売業者と消費者金融業者との提携関係の実情について見ることとする。

販売業者と消費者金融業者との提携関係を明らかにするために、販売業者と提携関係があることが分かっている消費者金融業者13社について、「ローンの申込用紙の流れ」「消費者が記入したローンの申込用紙の流れ」「消費者金融業者の融資金の流れ」「販売業者と消費者金融業者の経済的関係の有無」について調べた。その結果、提携関係には以下のようなパターンがあることが明らかになった。

#### (1) 三者間契約型

前項3の苦情事例1が三者間契約型である。この事例についてローンの申込用紙や融資金等の流れを整理すると、下記ようになる。

販売業者が消費者金融業者のローンの申込用紙を持っていて、販売業者がそれを消費者に郵送。

消費者はローンの申込用紙に記入したものを販売業者に郵送する。販売業者は、消費者から受け取ったローンの申込用紙を消費者金融業者に渡す。

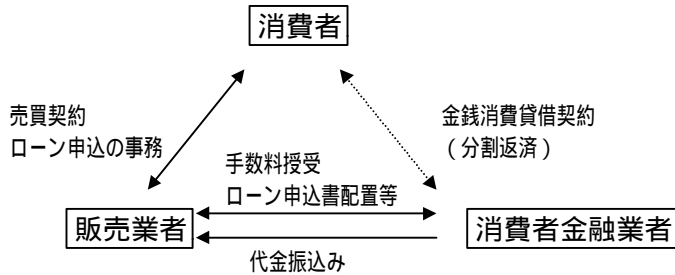
消費者金融業者は融資金50万円を販売業者の口座に直接振り込む。

この苦情事例の取引は、「消費者」「販売業者」「消費者金融業者」の三当事者が係わっていることから、三者間契約と言われる。融資金50万円が消費者金融業者から直接販売業者の口座に振り込まれていること(代理受領)が三者間契約となる決め手である。消費者と販売業者の二者に消費者金融業者が加わったために、「ローン申込用紙」「消費者が記入したローン申込用紙」「融資金」の流れが複雑になっているが、これらの流れには、販売業者と消費者金融業者との間に提携関係があることが明らかである。三者の中で、販売業者は消費者金融業者の窓口的な役割を果たしていると見られる。消費者は、融資金に利息を加えた金額を消費者金融業者に直接割賦で返済する。(図6の1)

販売業者との提携関係を調べた13社の消費者金融業者のうち、11社にこのような三者間契約が見られた。

図6 販売業者と消費者金融業者の提携関係及び抗弁権の有無等

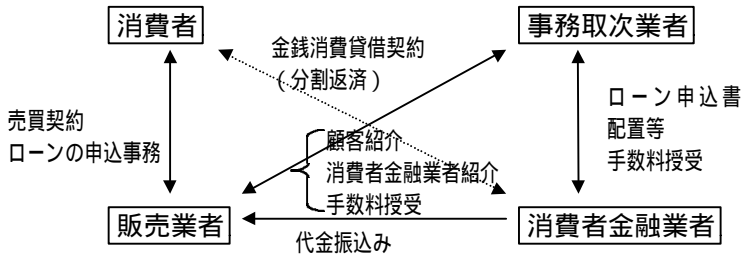
1. 三者間契約型



割賦購入あっせん契約との対比及び、販売上のトラブルが起きた場合、消費者に消費者金融業者に対する抗弁権があるか。

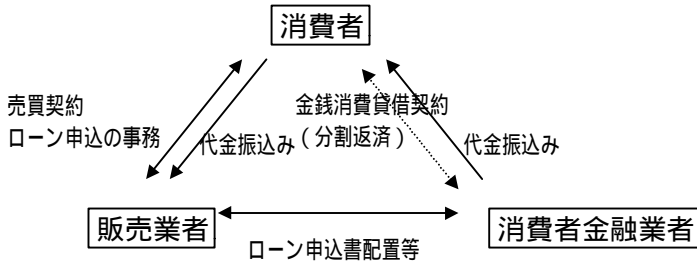
割賦販売法の指定商品の売買契約を前提とすれば割賦購入あっせん契約の要件を満たしており、抗弁権がある。

2. 四者間契約型



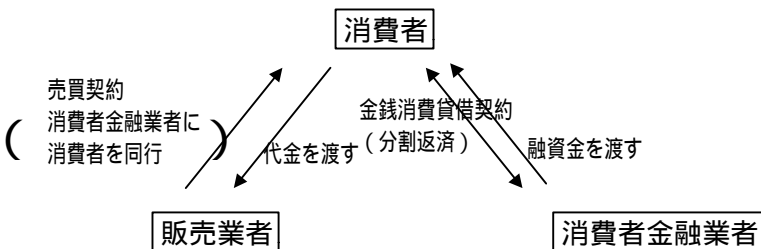
上記三者間契約と同じ

3. 擬似三者間契約型



販売業者と消費者金融業者に事前提携はあるが、割賦販売法の指定商品の売買契約であっても、割賦あっせんの要件のうち、「代金に相当する金額を販売業者に交付する」が欠ける。抗弁の接続はできないが、三者間契約の脱法行為といえる。

4. 付け馬型（二者間契約）



販売業者と消費者金融業者に事前提携はなく、また、割賦購入あっせんの要件のうち、「代金に相当する金額を販売業者に交付する」が欠ける。

二者間契約であり、抗弁権はない。

(注) 1. 波線は、双方に直接的なやりとりがないことを示している。

2. 売買契約の中には役務提供契約も含む。

販売業者と消費者金融業者との提携関係を示す決定的な指標に、販売業者と消費者金融業者との経済的関係がある。販売業者と消費者金融業者とには、以下のような経済的関係が見られた。

- ・販売業者が消費者金融業者に保証金を払い、更に、成約1件ごとに消費者金融業者に手数料を支払う。
- ・成約1件ごとに販売業者が消費者金融業者に対して手数料を支払う。

金銭消費貸借契約が成立した場合には、販売業者から手数料をとっている消費者金融業者が11社のうち4社に確認できた。割賦購入あっせん契約に一般化している、販売業者が割賦購入あっせん業者に対して手数料を支払うという同様な経済関係がこのパターンにも普及している。

## (2) 四者間契約型

一つの取引に、「販売業者」「消費者金融業者」「事務取次業者」「消費者」の四当事者が係わっていることから四者間契約という。前項3の苦情事例2が四者間契約型であるが、苦情概要の中には、四者間契約型であることは鮮明に出ない。事務取次業者が加わっている点が三者間契約型とは異なっている。事務取次業者は、提携している販売業者からローンの申込用紙が送られてくると、提携している消費者金融業者のなかから1社を販売業者に紹介するという役割を担っており、消費者が記入したローンの申込書は販売業者から一旦事務取次業者に渡し、事務取次業者を経由して消費者金融業者に渡される。融資金は三者間契約と同じく販売業者が代理受領している(図6の2)。

このような四者間契約を行っている消費者金融業者が2社について確認できた。このうちの1社は、三者間契約は行わずに四者間契約のみを行っているが、他の1社は四者間契約を行い、さらに三者間契約も行っている。最近、この四者間契約を行っている消費者金融業者2社と提携している販売業者に対する苦情が急速に増加している。四者間契約型を行っている販売業者は、20才前後の若年層を販売ターゲットにしている。

この2社の消費者金融業者について、販売業者との経済的関係(手数料のやり取り)について調べたところ以下のような経済的関係が見られた。

- 「成約1件毎に消費者金融業者が販売業者に対して手数料を支払う」
- 「成約1件毎に消費者金融業者(1~2%)、販売業者(5%)の双方が事務取次業者に対して手数料を支払う」

この他に、未成年者との金銭消費貸借契約については、販売業者と消費者金融業者の契約により、販売業者が消費者金融業者に対し債務保証をするというケースも見られた。

## (3) 擬似三者間契約型

前項3の苦情事例3が擬似三者間契約である。一つの契約に、「販売業者」「消費者金融業者」「消費者」の三当事者が係わっているが、このパターンでは、融資金の流れが三

者間契約型や四者間契約型とは異なり、消費者金融業者が消費者の口座に振込み、消費者が販売業者の口座に振り込むという流れになっている。すなわち、販売業者は融資金を代理受領していない。このパターンは、販売業者が消費者金融業者の融資金を代理受領するという三者間契約型の提携関係の一部を崩していることから、擬似三者間契約型と呼ぶこととした(図6の3)。このようなローンを二者間契約型の目的ローンの一種と捉えている消費者金融業者も見られる。

#### <ローンの申込書の流れ>

販売業者と消費者金融業者の事前提携の有無を把握するために、ローンの申込書の流れ、消費者が記入したローン申込書の流れについて検討する。

##### ローンの申込書の流れ

ローンの申込書の流れには、以下のようなケースが見られた。

「販売業者が消費者に渡すケース」

「消費者金融業者のローンの申込書が販売業者の店頭で置かれ、セールスマンが店頭で置いてある申込書を商品等の購入代金を支払わせる目的で消費者に渡すケース」

「消費者金融業者が販売業者から連絡を受け、消費者にローン申込書を送付するケース」

等である。ローン申込書が消費者に渡される経緯に多少の違いはあるものの、ローン申込書の取り扱いに関して、販売業者と消費者金融業者に事前提携があることは明らかである。

##### 消費者が記入したローン申込書の流れ

消費者が記入したローン申込書の流れには、

「消費者が販売業者に渡し、販売業者が消費者金融業者に渡すケース」

「消費者が消費者金融業者に送付するケース」

の二通りのパターンが見られる。

前者の「販売業者が消費者金融業者に渡すケース」では、消費者金融業者と販売業者との間にこの事に関して提携があることは明らかである。後者の場合は、外見上は販売業者と消費者金融業者との間に提携がないかのように見え、消費者が申込書を送らなければ借金の契約をせずとも済むように形造っているが、販売業者は、消費者がローンの申込書を送ったかどうかをチェックし、送っていないと消費者に対して消費者金融業者へ早く送るよう強く消費者に迫る等の行為を行っているという事例もある。消費者がローンの申込書に記入して消費者金融業者に送付したかどうかについて、販売業者と消費者金融業者との間で連絡をとり合っていることも十分考えられる。

#### <販売業者と消費者金融業者との事前提携について>

もっぱら擬似三者間契約型のみを行っている消費者金融業者はこのような事前提携を行

っていることを認めてはいない。しかし、消費者に擬似三者間契約を行っている消費者金融業者を紹介しているある販売業者に問い質したところ、「その消費者金融業者のローンの申込書を消費者に渡したり、消費者が記入したローンの申込書を消費者金融業者に渡したりすることは消費者金融業者と事前に打ち合わせをした上でやっている。消費者金融業者との事前に打ち合わせ勝手にやれることではない」と述べた。

このように、擬似三者間契約型では、販売業者は融資金の代理受領を行っていないが、消費者金融業者と販売業者の間には、販売業者による消費者金融業者への顧客紹介、ローンの申込書の店頭配置や消費者への直接渡し、消費者が記入したローンの申込書は販売業者から消費者金融業者に渡されるといったことが行われており（図6の3）、これらは事前提携に他ならない。このような事前提携があるということは、単なる金銭消費貸借の二者間契約と同一視できないと考えられる。

販売業者と以上のような事前提携を行っている消費者金融業者は4社に見られた。ただ、4社が擬似三者間契約しか行っていないかと言うとそうではなく、擬似三者間契約のみは1社だけで、残り3社は、擬似三者間契約の対象をエステティックサービスに限定するとか、時たま擬似三者間契約を使うという風に使い分けをしている。エステティックサービスについてのみ擬似三者間契約で行うのは、エステティックサロンの倒産や消費者トラブルによって生じる消費者金融業者に対する支払停止の抗弁のリスクを回避若しくは軽減するための対策と思われる。いずれにしろ、消費者金融業者にとって擬似三者間契約は抗弁の接続回避の絶好の逃げ場になっている。ちなみに、三者間契約を将来的には擬似三者間契約に移行して行きたいと言う意向を述べている消費者金融業者もある。

#### （4）付け馬型

このタイプでは、お金を借りるのに必要な手続きと融資金を消費者に渡すまでのすべてが消費者金融業者の店頭で行われる。販売業者は消費者金融業者の店の外で待っていて、消費者から融資金を受け取るという、販売業者の特殊な行為が見られる。販売業者と消費者金融業者の間には提携関係は全くない（図6の4）。

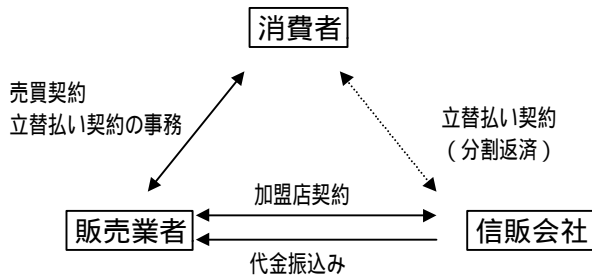
### 4．消費者金融業者に対する支払停止の抗弁接続の法的関係

#### （1）法的、公的に認められている抗弁権

信用供与者に対する消費者の抗弁については、割賦販売法の抗弁の對抗の要件である「代金を当該販売業者に交付する割賦購入あっせん契約」「指定商品の購入」「分割払いの回数は3回以上」を満たせば、販売業者に対して生じている事由で抗弁権が接続する（割賦販売法第30条の4）（図7）。

いわゆる「提携ローン」（信販会社が借手の保証人になって生保等が消費者に融資をする四者間契約。保証委託型契約とも言われる。）は、法律上の明文の規定はないが、「割

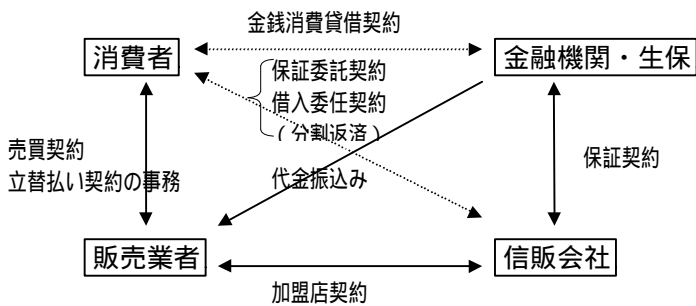
図7 信販会社との立替払い契約（割賦購入あっせん契約）



割賦購入あっせん契約との対比  
販売上のトラブルが起きた場合、消費者に消費者金融業者に対する抗弁権があるか。

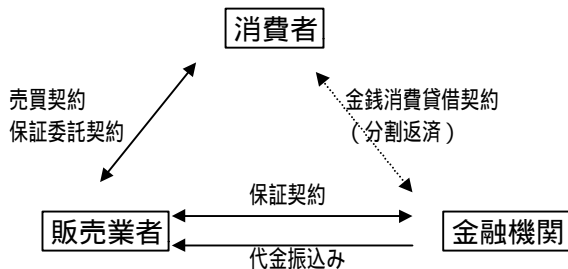
割賦購入あっせん契約である。  
抗弁権ある。

図8 提携ローン（保証委託型契約）



割賦購入あっせん契約と同じと考えられる。  
信販会社が金融機関等に代位弁済すれば、三者間契約となるので、消費者は信販会社に対する抗弁権ある。

図9 ローン提携販売



割賦購入あっせん契約ではない。

販売業者が金融機関に代位弁済すれば、消費者と販売業者の二者間契約となるので、消費者の販売業者に対する抗弁権ある。

(注) 1. 波線は、双方に直接的なやりとりがないことを示している。

2. 売買契約の中には役務提供契約も含む。

賦販売法第2条第3項に規定する割賦購入あっせんに該当する」(第104通常国会における政府答弁、昭和61年8月の通産省通達)とされている。「提携ローン」では、販売業者との間でトラブルが生じて消費者が金融機関に対する返済を停止すれば、債務保証をしている信販会社は金融機関に対して代位弁済をして消費者に返済金を請求することになる。これは、割賦購入あっせんと同じ契約関係になる、すなわち、信販会社に対する抗弁権が接続される。(図8)

ローン提携販売は、販売業者が金融機関に対して債務保証を行う形態(図9)であり、消費者が金融機関に対する返済をストップすれば販売業者が金融機関に対して代位弁済を行う。そうなれば、販売業者は消費者に返済金を請求することになる、すなわち、販売業者と消費者との二者間契約になる。抗弁について明文の規定はないが、消費者は実質的な抗弁が保証されていると考えられている。

継続的役務取引の4業種(エステティックサロン、外国語会話教室、学習塾、家庭教師派遣)等継続的に提供される役務については、1992年10月の「倒産等の加盟店側の事由により、役務提供ができなくなった場合には直ちに消費者に対する支払請求を停止すること。」(資料4)という通産省のクレジット産業協会長宛の通達によって、役務提供ができなくなった場合に限って抗弁の接続が図られている。

法的、公的に認められている抗弁権は以上である。この他に、信用供与者が特約で役務について抗弁権を設定している場合が極少数の割賦購入あっせん業者に見られる。これも勿論有効である。

## (2) 提携パターン別に見た抗弁接続について

前項で見た、販売業者と消費者金融業者との間の四つの提携関係パターンについて、商品等の瑕疵等販売業者に対する事由によって、消費者金融業者に対して支払い停止の抗弁を主張できるかどうかについて、割賦販売法との関係を見てみる。

### 1) 三者間契約型

前述したように「三者間契約型」のローン申込書は販売業者から消費者に渡されていること、融資金は消費者を素通りして販売業者が代理受領していることを考えると、ローン申込書や金の流れは、「個品割賦購入あっせん」の一般的な契約形態である立替払契約(図4)と全く変わらないと言える。

消費者金融業者が行うこのような「三者間契約型」について、消費者金融業者に対する消費者の対抗を認めた判例がある(小倉簡裁、昭和60年7月8日)。また、最高裁判所事務総局編の消費者信用関係事件に関する執務資料では、「貸金型クレジットにおける信用供与の実態や金の流れは、個品割賦購入あっせんの典型である立替払契約と何ら変わる

ところはなく、信販会社と購入者との間の契約の法形式が立替払契約から消費貸借契約になったにすぎない。したがって、取引の実態面からも割賦販売法の2条3項2号の定義規定の面からも個品割賦購入あっせんに該当し、割賦販売法の適用を受けるものと解される。」とし、消費者金融業者が関っている「三者間契約型」の法的位置づけを明確に個品割賦購入あっせんの範疇としている。

さらに、通商産業省産業政策局消費経済課編・昭和59年改正による最新割賦販売法の解説に於いても、「割賦購入あっせんは、代金相当額を購入者から分割受領し、販売業者に交付するという行為の形式事態によって定義されており、その契約形態には触れられていない。」とし、割賦購入あっせんの定義は契約形態に着目したものではないとしている。すなわち、割賦購入あっせんは信販会社が行う立替払い契約に限定されないことを指摘している。

以上から、消費者金融業者が関っている「三者間契約型」は「個品割賦購入あっせん」そのものであり、割賦販売法で規定している要件を満たせば、消費者は販売業者に生じている事由で消費者金融業者に対して対抗できる。

## 2) 四者間契約型

「四者間契約型」は、販売業者と消費者金融業者の双方を提携店として組織している事務取次業者が媒介している。融資金は、消費者金融業者が直接販売業者の口座に振り込む代理受領という形態をとっているため、「その代金の全部または一部に相当する金額を販売業者に交付」する「個品割賦購入あっせん」の基本型と変わらない。先の「三者間契約型」とは、消費者が記入したローンの申込書が販売業者から事務取次業者を介して消費者金融業者に渡る点が違うが、その部分だけを事務取次業者が代行していると考えれば、「個品割賦購入あっせん」の仕組みと何ら変わらない。

なお、融資を実行する消費者金融業者は事務取次業者が決めているが、これも立替払契約に於いて、販売業者が与信の過程で利用するクレジット業者を別のクレジット業者に変えるという実態と変わらない。

「四者間契約型」も「三者間契約型」と同様に、個品割賦購入あっせんそのものであり、割賦販売法で規定している要件を満たせば、消費者は販売業者に生じている事由で消費者金融業者に対して対抗できる。

## 3) 擬似三者間契約型

「擬似三者間契約型」は、消費者金融業者が融資金を販売業者の口座に直接振り込む代理受領という形態をとらずに、消費者の口座に一旦振り込み、消費者が販売業者の口座に振込むという形をとっているために「その代金の全部または一部に相当する金額を販売業者に交付」するという「個品割賦購入あっせん」の要件を欠いている。したがって、割賦販売法の対象外となり、抗弁の接続はできない。

このような契約形態を積極的に展開しているある消費者金融業者の場合について見ると、以前その消費者金融業者が行っていた「三者間契約型」が、抗弁に応じる、応じないの消費者とのトラブルが訴訟に持ち込まれ、「個品割賦購入あっせん」と同じであるという判決により敗訴した。その後、この消費者金融業者は「三者間契約型」をやめ、このような「擬似三者間契約型」に代えている。明らかに抗弁の接続の回避を意図した脱法行為である。

「擬似三者間契約型」は「個品割賦購入あっせん」ではないが、販売業者が消費者に消費者金融業者を紹介したり、あるいはローンの申込書を渡したり、消費者金融業者の店頭でローンの申込書を置くなどといった販売業者と消費者金融業者に事前の提携関係があるので、販売業者と消費者金融業者に全く提携がない二者間契約と同一視はできない。消費者金融業者と販売業者の間に事前の提携がある、金銭消費貸借契約で行っているこのような販売信用において、消費者金融業者に対する消費者の抗弁権について検討する必要に迫られている。

#### 4) 付け馬型

この「付け馬型」では、販売業者と消費者金融業者には提携関係は全く見られない。消費者金融業者に対して抗弁を認めた判例もない。

「付け馬型」のような、販売業者が商品等の代金支払いに関して、顧客である消費者に対して特定の消費者金融業者の利用を勧めたり、紹介したり、あるいは消費者金融業者の店頭で連れて行って金を借りさせるようなケースには、マルチ・マルチまがい商法が最も多いことは先に見たとおりである。しかし、このような問題での販売業者における責任は消費者金融業者より重く、消費者金融業者に対する責任とは切り離して考えざるを得ない。悪質販売業者がこのようなことを意図的に行っていればそのことを問題にすべきであること、併せて、マルチ・マルチまがい商法のような悪質商法に引っかかって金銭消費貸借契約を結ぶことがないように、消費者啓発をすすめることが課題と考えられる。ただし、マルチ・マルチまがい商法等で勧誘者が消費者金融業者を紹介し、消費者金融業者がそのことを承知していれば、事前提携となり、擬似三者間契約の範疇となろう。

### 5. 消費者金融業者に対する支払停止の抗弁接続をめぐる問題点について

<三者間契約、四者間契約について>

1. 販売業者との間で、契約上や品質上のトラブルが生じても消費者金融業者が抗弁に応じないというトラブルが続発しているが、このようなトラブルは、消費者金融業者が、法的には割賦販売法の個品割賦購入あっせん契約でありながら、消費者との間で金銭消費貸借契約を結び、それをもとに金銭消費貸借契約は二者間契約だから抗弁には応じないという脱法行為を行っていることから生じている。このような消費者金融

業者を少なくとも11社確認している。これらの消費者金融業者は勿論、金銭消費貸借の約款に抗弁条項の記載もなく、また、ほとんどの消費者金融業者が運用面での抗弁の接続も行っていない。

消費者金融業者の脱法行為によって、消費者は抗弁をめぐるトラブルに巻き込まれる危険性を抱えるだけでない。金銭消費貸借契約では貸金業法が適用されるので、消費者金融業者はローンの申込書に利子を含めた返済総額を明示しないため、消費者は売買契約締結やローン申込の段階で割賦代金の支払総額が分からぬままに売買契約を結ばされるという不合理も生じている。個品割賦購入あっせんでは、クレジット申込書に利子・手数料を含む支払総額明記されるので、消費者は支払総額を知ることができる。金銭消費貸借契約書と個品割賦購入あっせん契約書との大きな違いである。

1992年5月に出された役務提供業者に関する加盟店管理強化に関するクレジット産業協会長宛ての通産省の通達（資料3）以降、信販会社が役務提供業者、特にエステティックサロンとの個品割賦購入あっせん契約を差し控えるようになったため、役務提供業者は信販会社の加盟店をやめて、消費者金融業者と提携する傾向が顕著に表れた。販売信用に進出する消費者金融業者及び消費者金融業者と提携する販売業者が増えていることに注視する必要がある。

#### < 役務や権利の抗弁接続について >

2. 消費者と販売業者、消費者金融業者の三者の関係が割賦購入あっせん契約であったとしても、役務や権利の購入契約については、そもそも役務や権利が割賦販売法の適用対象外のため、抗弁の接続ができないという問題が依然残る（表17）。通産省は、1992年10月に、継続的に提供される役務が業者の倒産等によって提供されなくなった場合は抗弁を接続するようクレジット業界宛てに通達（資料4）を出しているが、消費者金融業者は通達の対象外であること、抗弁事由が通達で触れている以外の場合には、抗弁に応じる、応じないが割賦購入あっせん業者に委ねられるという問題が残っている。提携ローンやローン提携販売についても役務や権利の購入契約については同様なことが言える。

表18は、国民生活センターが行った主要個品割賦購入あっせん業者13社に対する、役務・権利契約の抗弁接続についての聞き取り調査の結果である。主要クレジット会社のうちの半数以上が、役務・権利についても、消費者から抗弁書の提出があれば、理由如何に拘わらず支払停止には応ずると回答している。役務・権利の抗弁接続が法律上できない理由として、役務・権利の瑕疵についての認定が困難であることが国会等でしばしば指摘されてきたが、役務・権利の抗弁について、クレジット会社が運用上ではあるが消費者の抗弁申し出に応じているということは、役務・権利を消費者の抗弁権の対象にするという社会的な合意がすすんでいることを示唆するものと言えよう。

表 1 7 割賦販売法における抗弁権

項 目	割賦購入あっせん業者	消費者金融業者 (三者間契約)(注1)
割賦販売法の指定商品 (注2)	抗弁接続	抗弁接続
役務・権利	抗弁切断	抗弁切断
販売代金は販売業者に 直接交付	抗弁接続	抗弁接続
分割払い3回以上	抗弁接続	抗弁接続
一括払い、2回払い	抗弁切断	抗弁切断

(注1) 消費者金融業者が行う三者間契約も割賦販売法における個品割賦購入あっせんに該当するが、消費者金融業者は割賦販売法の法定書面を使わずに金銭消費貸借契約書面を使い、金銭消費貸借契約であるから抗弁に応じる必要はないとし、脱法行為を行っているという問題がある。

(注2) 割賦販売法の適用要件は、「指定商品の購入」「販売代金が販売業者に直接交付される」「分割払い3回以上」等である。

表18 主要な個品割賦購入あっせん業者における役務契約に対する抗弁の接続について

信 販 会 社	役務提供事業者との加盟店契約の有無 (注1)	役務について 抗弁可能か (注2)	役務について 販売方法等に 問題がある場合 抗弁可能か	消費者から役 務についての 抗弁書が届い たら(注3)	備 考
GEキャピタルファイナンス					純粋役務の加盟店は1社のみ。
カワイアシスト					
オリコ					
アプラス					
アコムクレジット					
東京総合信用					
セントラルファイナンス					
ファインクレジット					
ジーシー					
学研クレジット					
日本総合信用					純粋役務の加盟店には、自動車 教習所がある。
ジャックス					
マイカルカード					

(注1) 加盟店に純粋役務(消費者との契約の対象が役務が中心)を提供している事業者がいる。

役務関係の加盟店は商品に付帯する役務を提供している事業者に限定している。

(注2) 役務について抗弁接続可能。

(注3) 支払停止に応じてから調査する。  
抗弁事由が妥当であれば抗弁に応じる。

(注4) 日本信販は加盟店に役務を提供している事業者は全くないので、この表には掲載しなかった。

< 擬似三者間契約について >

3. 擬似三者間契約は、割賦販売法の適用対象から外れるために、悪質販売業者と提携している消費者金融業者が法の規制対象とならずに免罪される結果になっている。また、このような擬似三者間契約を単なる二者間契約と位置づけて、抗弁権の適用を免れるために三者間契約型から擬似三者間契約型に移行しようとする消費者金融業者も見られる。このような消費者金融業者の脱法行為の動きは看過できない。

なお、銀行等の金融機関が行っているいわゆる目的ローン（教育ローン、海外旅行、オートローン等用途目的を限定しているローン）等にも販売業者と消費者金融業者に事前提携はないが、融資金が金融機関から直接販売業者の口座に振り込まれるケースや融資金は金融機関から販売業者に直接渡されるわけではないが、販売業者と金融機関が事前提携を行っているケースがある（銀行と販売業者に事前提携があるケースの苦情は、巻末の資料2の 頁の苦情事例参照）。これらを割賦購入あっせんの範疇と位置づけるかどうかは今後の検討に待たれるところである。

4. エステティックサロンに対する融資に限って個品割賦購入あっせんの契約形態を外して擬似三者間契約にしたり、三者間契約から擬似三者間契約に簡単に移行する消費者金融業者がいるように、割賦販売法には、個品割賦購入あっせんの形態を容易にくぐり抜けて、抗弁の接続ができない形態に逃れることができる抜け穴がある。

消費者金融業者は擬似三者間契約によって割賦販売法の抗弁条項等の適用を免れることができるということは、割賦購入あっせん契約を行って割賦販売法の適用を受け、消費者の抗弁権の接続を行っている信販会社との公平性を欠くことになる。

< 「付け馬」について >

5. 「付け馬」は、マルチ商法等の悪質商法に頻繁に利用されている、消費者と消費者金融業者の二者間契約である。「付け馬」を繰り返し行っている悪質販売業者に問題が有るとともにやすやすと悪質販売業者に付いて消費者金融業者に行く消費者側の軽率さにも問題があろう。

**6. 消費者金融業者に対する支払停止の抗弁接続をめぐる問題改善の方策について**

消費者の消費者金融業者に対する抗弁の対抗に関するさまざまな問題を指摘したが、主要な問題は以下の三点に集約される。この三点の問題点のうち、割賦販売法の適用によって解決できる抗弁の接続問題は、「三者間契約」や「四者間契約」の場合であって、かつ、指定商品を購入した場合等、割賦販売法の抗弁接続の要件を満たす場合に限られる。

役務・権利の契約は、割賦販売法の対象外のため抗弁権の接続ができない。

「擬似三者間契約」は個品割賦購入あっせんの要件の一つである「代金を当該販売業

者に交付する」を欠いているために消費者金融業者に対して対抗できない。

「三者間契約」や「四者間契約」は割賦購入あっせん契約であるにも拘わらず、消費者金融業者は割賦販売法に基づく書面を交付せず、抗弁権の接続を免れようとする脱法行為を行っている。

このような問題点を早急に解決するために、以下のような方策を提唱する。

**1．消費者信用関連の法規(割賦販売法若しくは消費者信用関係の新法)に、上記の及びの問題を解決しうる消費者の抗弁権を保障する条項を入れること。**

については、割賦販売法の指定制に役務・権利を加えるか若しくは指定制を廃し、対象除外とするものを明らかにすること。

については、販売業者と信用供与者の間に事前提携(注9)がある場合には、抗弁権接続の対象とするよう抗弁権接続の要件を見なおすこと。

**2．については、「三者間契約」若しくは「四者間契約」を行っている消費者金融業者は、割賦販売法に基づく書面を交付すること。**

関係行政機関(通産省、大蔵省)に対して上記1について要望する。同時に、法改正が実現するまでは、及びの問題の改善を図るべく、当該の消費者金融業者並びに貸金業界に対して改善を要望する。

上記2について、「三者間契約」と「四者間契約」を行っている消費者金融業者に対して、割賦販売法に基づく書面の交付及びその約款に抗弁条項を明記するよう、当該の消費者金融業者に対して要望し、並びに、関係行政機関(大蔵省、通産省)に対して業者指導を要望する。

また、「付け馬」については、このような悪質な勧誘行為を行っている販売業者に対して改善を要望する。併せて、消費者に対して注意を喚起するために情報提供を行う。

注9．販売業者と貸し手(信用供与者)の事前提携は以下のようなものがあげられる。

- ・販売業者がローン契約書面を備えている。
- ・貸し手がローン契約書面を販売業者に供与している。
- ・販売業者が貸し手を消費者に紹介し、そのことを貸し手が承知している。
- ・販売業者と貸し手に報酬の支払関係がある。
- ・商品等の代金は、貸し手から販売業者に直接支払われる。
- ・販売業者と貸し手に人的、組織的なつながりがある。

## ・日本における消費者信用をめぐる問題点 及び米国における抗弁の法的枠組み

この項の執筆者は、下記の方々である。

### 1．日本における販売信用の抗弁接続をめぐる問題点

池本 誠司（弁護士）

### 2．日本における消費者信用をめぐるその他の問題とEUの消費者信用指令における 抗弁の保障

松本 恒雄（一橋大学法学部教授）

### 3．米国における「信販まがい金銭消費貸借」の抗弁の法的枠組み

NCA（全米消費者法）における抗弁及びFTCルールについて

楠本 くに代（消費生活専門相談員）

## 1. 日本における販売信用の抗弁接続をめぐる問題点

### 1. はじめに

(1) 割賦販売法は、「割賦購入あっせん」を利用した商品購入契約について、販売業者に対して生じている抗弁事由をもって割賦購入あっせん業者の支払い請求に対抗できるものと定める(同法30条の4)。

「個品割賦購入あっせん」(同法2条3項2号)の要件をみると、特定の販売業者が行う指定商品の販売を条件として、その代金の全部または一部に相当する金額を当該販売業者に交付し、購入者から2か月以上、3回以上に分割して返済を受けることとされている。「総合割賦購入あっせん」(法2条3項1号)も、カードを利用することと指定商品に限定されないことを除くほかは、ほぼ同一である。

(2) もっとも、消費者取引の現場で提供されている販売信用の形態は極めて多様化しており、現行法では不十分であるという指摘が強い。

その主な問題点としては、割賦販売法の指定商品に「役務・権利」が含まれていないこと、「割賦」方式に限定されているため一括払クレジットについては抗弁の接続が認められないこと、抗弁の接続が既払金の返還については及ばないこと、などが従来から指摘されて来た。

そして、今回の調査によって、貸金業者が金銭消費貸借によって信販まがいの販売信用を行っており、とりわけ割賦購入あっせんに対する法規制や通達・自主規制を回避する形で広がっているなど、この分野での消費者保護が不徹底となっていることが明らかにされた。

そこで、と の問題場面を中心に、貸金業者による販売信用への関与形態を分析し、その法的問題点とこれに対する方策のあり方を検討する。

### 2. 商品販売に対する貸金業者の信用供与形態

貸金業者が商品等の販売取引について信用供与する場合の関与形態は、融資申込手続き、融資金実行の流れ、提携関係などの観点から、いくつかの類型に分類できる。

(1) 融資申込手続きによる分類

(ア) 販売業者が特定の貸金業者の借入申込書を予め備え置き、商品等の販売に伴ってこれを消費者に作成させ、貸金業者に提出する形態。

この形態は、販売業者が特定の貸金業者の借入申込書を予め備え置いている点で、販売業者と貸金業者との提携関係の存在が認められる。中には借入申込書に販売店名等が予め印刷されている例も見受けられる。

また、借入申込書を作成・提出する過程で、販売業者が当該借入申込書の記載事項の記入を代わって行うなど、貸金業者が行うべき書面交付義務を販売業者が代行する提携関係も存在する。

なお、借入申込書の提出は、販売業者から貸金業者に直接提出する方法のほか、消費者から郵送の方法で貸金業者に送付させる方法や、販売業者から取次業者を介して貸金業者に提出する方法もある。

(イ) 商品等の販売取引に際して、販売業者が特定の貸金業者を消費者に紹介し、借入申込書の作成・提出は消費者と貸金業者との間で行う形態。

この形態は、借入申込書の備え置き、作成、提出などの手続きに関して固定的な提携関係は現れないが、反復継続して顧客を紹介する関係や紹介料を授受するものなど、多様な提携関係が結ばれている場合が多い。

(2) 融資金実行の流れによる分類

(ア) 融資金を貸金業者から販売業者に直接交付する形態。

この形態は、融資金が消費者の手を経ないで特定の商品購入代金の支払いに充てられるもので、融資目的の限定が融資実行手続きに反映されているといえる。いわば資金使途が手続き的に拘束されている信用供与形態である。

直接送金の根拠としては、融資金の代理受領権限を販売業者に与える例、融資金の入金先を販売業者の預金口座に指定する例などがある。

なお、融資金が貸金業者から取次業者を経て販売業者に交付される形態もあるが、消費者の手を経ない点で資金使途の拘束性は同じである。

(イ) 融資金がいったん消費者に交付されまたは消費者の預金口座に入金され、消費者から販売業者に支払われる形態。

この形態は、融資金の使途が信用供与の契約の中では限定されているが、融資実行の手續上は必ずしも拘束されていないものである。融資目的や資金使途の設定は、借入申込書に使途を記載させる例が多い。

なお、形式的には消費者名義の預金口座に入金されるが、その口座からの払戻書類や通帳等を予め販売業者に提出させておく例が見受けられるが、これは前述の直接送金の脱法行為として行われるものと考えられる

(3) その他の提携関係による分類

(ア) 販売業者と貸金業者が人的、組織的、資本関係などにおいて密接な関係がある場合。

販売業者が、自社割賦の変形として子会社を設けて消費者に対し販売代金の融資を行う形態がその典型である。

(イ) 販売業者が特定の貸金業者に消費者を紹介することについて、予め紹介手数料や審査手続きを取り決めるなどの関係がある場合。

契約書面の備えおきや書類作成の代行は、このような提携関係の現れの1つであって、ほかにも様々な手續上の取り決めによって提携関係の成立が認められる場合がある。

(ウ) 貸金業者が、特定の販売業者の商品販売代金の支払いに充てられることを認識しながら、消費者に対し反復継続して信用供与する場合。

融資金の直接交付に限らず、事実上特定の資金使途であることを認識しながら複数の消費者に反復継続して信用供与する場合の中にも、提携関係があると認められる場合がある。

## 2. 信販まがいの金銭消費貸借の法的問題点

### (1) 割賦販売法による抗弁の接続が認められる信用供与形態

(ア)「割賦購入あっせん」は、特定の販売業者が行う指定商品の販売を条件として、その代金の全部または一部に相当する金額を当該販売業者に交付し、購入者から割賦返済を受けること、を要件とする。

つまり、信用供与の目的が特定の商品購入代金に充てられることを条件とすることと、その融資金が信用供与者から販売業者に直接交付されることを、取引形態の要件とする趣旨である。

(イ)「割賦購入あっせん」は、「代金相当額」を購入者から「分割受領」し、販売業者に「交付」という行為の形式自体によって定義されており、その契約形態には触れられていない。このような定義の方法が採用されたのは、現実にこの定義に該当するとすべき取引が種々の法律構成(契約形態)をとって存在し、そのいずれかに偏して定義づけを行うと、容易に脱法が可能となることから、実質的に同様の経済的效果をもたらす取引の行為自体に着目したものである、とされる(通産省消費経済課「最新割賦販売法の解説」37頁)。

そして、金銭消費貸借契約の場合でも、販売契約との間に密接な牽連関係が存在すると認められるときは、割賦購入あっせんに該当する場合が少なくない、とされる(同書41頁)。

金融機関の金銭消費貸借契約と保証会社(多くは信販会社)の保証委託契約とを組み合わせた四社型の提携ローンについて、通産省は、「いわゆる提携ローンの取り扱いについて」と題する通達(昭和61年8月1日付け産業政策局消費経済課長)により、割賦購入あっせんに該当することを明確に示している。信販会社も、四社型提携ローンと三者型立替払契約とを1通の申込書面により使い分けるという取り扱いを行っているなど、割賦購入あっせんに該当することを前提に運用している。

また、裁判例としても、四社型提携ローンについては、金融機関が割賦購入あっせん業者に該当するとして、支払い拒絶の抗弁が認められるとしている(東京高判昭63・3・30判時1280・78)。

(ウ)以上のとおり、「割賦購入あっせん」の要件は、信用供与の主体を限定しておらず、金銭交付の法形式も限定していないことから、貸金業者による金銭消費貸借契約についても、「商品の販売を条件として」「代金相当額を販売業者に交付し」「購入者から分割して受領する」という取引実態であれば、「割賦購入あっせん」に該当することは異論がない。

したがって、前述の信用供与形態の分類のうち、特定の商品購入代金の支払いに充てるため「融資金を貸金業者から販売業者に直接交付する形態」は、「割賦購入あっせん」に該当する。

(2) 貸金業者による販売信用に対して法規制が徹底していない理由

貸金業者による販売信用の供与形態に対して、割賦販売法による規制が徹底されていない主な原因は、消費者信用の法体系が割賦販売法（通産省）と貸金業規制法（大蔵省）とに分断されている問題に帰着する。

(ア) 今回の調査に当たって、国民生活センターから通産省及び大蔵省に対し、貸金業者が販売信用を行っている場合いずれが所轄するのかについて照会したところ、次のような応答であった。

《通産省》

個品割賦購入あっせんについては登録制を取っていないから、信販会社に限らず誰でも取引を行うことができる。割賦購入あっせんを行う者は割賦販売法上の書面を交付することとされており、その書面を使用する者は割賦購入あっせん業者として通産省が担当することとなる。

《大蔵省》

取引の実情を必ずしも把握していないが、消費者金融業者が販売信用取引を兼業することもありうる。その場合は、割賦購入あっせんに該当する部分は通産省が指導すべき問題であろう。

(イ) また、販売信用取引を広く手掛けるある消費者金融業者に対し、国民生活センターから割賦販売法の適用に関する見解を照会したところ、次のような回答であった。

《消費者金融業者》

割賦販売法上の指定商品については抗弁の接続を認める取り扱いをしているが、役務・権利については抗弁を認めていない。

(ウ) 通産省の見解は、割賦販売法を順守している業者が法の適用対象であるというに等しく、論理が転倒している。むしろ、取引実態が割賦購入あっせんであると認められるならば、書面交付義務や抗弁の接続に従うよう積極的に指導しなければならないはずである。

また、大蔵省の見解も、貸金業者が販売信用の分野に進出して関係法規を順守していない実情を無視するものであり、縦割り行政の問題点が指摘されなければならない。

(エ) 通産省は、以前、エステティックサロンや外国語会話教室などの継続的役務取引に関して消費者トラブルが多発した際、割賦販売法の指定商品の中に役務・権利が指定されていない問題を通達によって対応した。

すなわち、平成4年10月8日付け取引信用室通達は、日本クレジット産業協会及び全国信販協会に対し、「継続的に役務の提供を行う加盟店が倒産等の加盟店側の事由により役務提供を行うことができなくなった場合には、直ちに消費者に対する支払

い請求を停止すること」と指導した。

その結果、当該業界団体加盟の信販会社については、倒産等の限定的場面ながらも支払い停止の抗弁に近い運用がなされている。

これに対し、貸金業者はこの通達の対象となっていないことから、ほとんど対応していないのが実情である。前述の消費者金融業者の回答もこうした見解である。

### (3) 割賦購入あっせん以外の販売信用形態への法規制の必要性

前述の信用供与形態の分類において検討したとおり、販売信用の取引形態は、代金相当額を販売業者に直接交付するという契約形態に限らず、借入申込書の作成・提出手続きを販売業者に代行させるなど手続面で密接な提携関係を結んでいる例、紹介手数料の支払いなど経済的に密接な提携関係を結んでいる例、人的・組織的に密接な関係がある例など、多様な提携関係が認められる。

これらの販売信用形態については、消費者にとって特定の商品購入代金のために信用供与を受けたものであれば、基本的に抗弁の接続その他の保護を認める必要があるし、貸金業者においてもそうした資金使途であることを認識しかつ販売業者と一定の経済的・社会的提携関係を結んで販売信用を提供しているときは、抗弁の対抗を受け入れるべきであろう。

## 3. 当面の方策と抜本的方策のあり方

### (1) 通産省と大蔵省の共同通達による対応

貸金業者が販売信用取引に進出し実質的に割賦購入あっせんに該当する取引を行っている場合、割賦販売法が適用されることを貸金業者に周知徹底させることが必要であり、現行法下で直ちに実施できることである。

現在は、通産省と大蔵省のいずれがこれを指導監督するのかについてお互いに消極姿勢であるが、共同通達により統一的な対応を図るべきである。

### (2) 割賦販売法の指定商品に役務・権利を加える法改正

そもそも役務・権利の取引について割賦販売法が適用されないことは、訪問販売法との適用範囲の食い違いとしてしばしば問題とされることであり、これを通達によって対応することには無理がある。法の適用範囲を超えた行政指導では、業界団体加盟業者以外の業者に対してはこれを徹底することは困難だからである。

したがって、割賦販売法を改正し役務・権利を適用対象に加えることは、速やかに実現すべき課題である。

### (3) 統一的販売信用法の制定

そもそも割賦販売法が販売信用取引のうち「割賦販売」に限定して規制対象とした背景には、当時割賦販売の分野で消費者トラブルが多発していたという実情もあるものの、マンスリークリア方式の銀行系クレジットを適用対象から除外したという事情が大きい。今日の販売信用の中で一括払方式を除外することの合理性は乏しいと思

われる。また、これに伴って、既払金の取り扱いも解決が必要となる。

さらに、代金相当額を販売業者に交付するという要件は、販売業者と信用供与者との提携関係を捕らえる一つの要素ではあるが、販売信用における提携関係は多様である。この点は、アメリカにおける販売信用規制法を参考として、統一的販売信用法の制定を検討すべきである。

## 2. 日本における消費者信用をめぐるその他の問題と EUの消費者信用指令における抗弁の保障

### (1) パッチワークの現行消費者信用関係法規制

消費者は、事業者から提供される種々の商品やサービスを購入して、日々の消費生活を送っている。購入のための手元資金が十分ない場合には、だれかから資金を借りるか、あるいは、代金の支払を後払いにしてもらうかになる。前者（消費者金融）と後者（売主与信型販売信用）は、他人から信用を供与されているという点では同じであるが、法律の契約類型的には、前者は金銭消費貸借契約であり、後者は売買契約における代金の支払時期についての特約（一括払と分割払）ということになる。

現代では、これらの古典的信用供与に加えて、特定の商品・サービスの購入のための第三者からの与信でありながら、金銭は直接与信者から売主に支払われるという中間的な信用供与形態（第三者与信型販売信用）が増えている。販売業者としては自ら与信した代金の回収が遅れることは資金繰りを窮屈にするし、他方、与信のための資金をもっている者にしても、用途無限定で金銭を貸し与えるよりは、特定の商品の購入というように用途が定まっている方が、回収面で安心であるうえに、販売業者と手を組むことによって、より多くの貸付を行い、資金の運用収益を上げることができるからである。

この第三者与信型販売信用にも、個品割賦購入あっせん（立替払契約構成や債権譲渡構成など種々の亜種がある）、総合割賦購入あっせん、ローン提携販売、リース、保証委託型クレジット（提携ローン）など、いろいろなタイプがある。これらのいずれの場合でも、消費者としては、「クレジットで買う」という漠然とした意識しかないことが多い。ところが、いざ商品販売業者や役務提供者との間でトラブルが生じると、契約書にどのような文言が使われていたか、売主と与信者との間の契約がどのようなものであったかによって、法的な扱いが異なってくる。

これは、わが国では、消費者信用を総合的に規制する法規が存在せず、監督官庁別、契約の法律構成別の部分的規制に基づく、つぎはぎだらけのパッチワークともいえる状態にあるからである。すなわち、一般的には、販売信用は通産省の管轄であり、割賦販売法の適用を受けるが、割賦販売法に列挙されないタイプの第三者与信型販売信用については法の適用は不明確である。消費者金融は大蔵省の管轄であり、貸金業者は貸金業規制法、銀行は銀行法の適用を受けるが、銀行系カード会社が行っているマンスリークリア方式のクレジットカードはなんら法的規制を受けておらず、割賦販売法の適用も受けない。また、関係する法規があっても内容的に十分ではないことが多い。

販売信用と消費者金融とがはっきりと棲み分けられていたころは、このような個別規制でもよかったのかもしれないが、金融の自由化、複合化が進んでいる今日では適合的でない。というのも、消費者の方から見て、契約類型の違いに関心が向かないだけでなく、与信業者のサイドでも融合が進んでいるからである。たとえば、信販会社は今や総合ファ

イナンス会社化しており、同一の会社が、立替払契約も、保証委託型クレジットも、消費者リースも、また、貸金業者としての資格で金銭消費貸借も行っている。逆に、貸金業者も個品割賦購入あっせんやその類似行為に進出している。

## (2) EUの消費者信用指令

ところで、EUでは、様々な法分野において、市場統一のための法整備が行われているが、それが消費者取引にかかわる場合には、単なる市場統一のみでなく、消費者保護水準の引上げも目指されている。1987年に採択された「消費者信用に関する加盟国の法、規則、行政規定の調整のためのEC閣僚理事会指令」(1990年に一部修正)は、このような観点から、加盟国の消費者信用法の整備を促すものである。

その概要は、次のようなものである。

### 包括性

指令の対象となる消費者信用は、「後払い、ローンその他類似の資金面での便益」を提供するすべての「信用契約」である(1条1項c号)。ただし、不動産取得や修繕目的の信用契約、無利息・無手数料の信用供与、クレジットカード口座の場合を除く当座貸越契約などは、適用対象外である。

### 契約条件の開示

与信者が、利息や費用を宣伝するときは、代表的事例を示すなどの方法で年率を示さねばならない(3条)。また、信用契約は書面でしなければならず、一定の事項の記載された契約書のコピーを消費者に交付しなければならない(4条)。

### 所有権留保の場合の買主保護

与信者が目的物を取り戻した場合は、債務額へ充当する規定の整備など(7条)。

### 期限前の繰上弁済の権利の保障

この場合の金利等の減額の保障(8条)。

### 抗弁の対抗の保障

与信者の権利が第三者へ譲渡された場合(9条)、消費者手形の場合(10条)、売主・役務提供者と信用供与者との間に事前の提携関係がある場合(11条2項)における抗弁の対抗の保障による消費者保護。

### その他

与信者への公的規制と苦情処理機関の整備(12条)。

たとえば、ドイツでは、この指令を受けて、従来の割賦取引法(1894年制定)が全面的に改正され、1991年1月1日から消費者信用法として施行されている。ちなみに、ドイツの消費者信用法は、わが国のような「業法」の形をとっておらず、純粹の私法法規である。

EU指令でとりあげられている諸点をわが国の現状に照らして見ると、については、まったく逆である。前述のように、個別規制からもれている消費者信用契約が多数ある上

に、消費者保護の水準もまちまちである。

その結果として、 は、法令上は割賦購入あっせんの場合にしか認められていない。また、 についても、割賦販売についてのみ規定があるにすぎない（割販法六条）。

については、割賦販売法や貸金業法の適用を受ける場合には、ほぼ実現されているといえよう。

については、法制度上の保障はなく、住宅ローンなどで、約款により、または任意に認められることがあるにとどまる。

のうち、公的規制はある程度実現しているが、苦情処理機関は十分とはいえない。

### （３）包括的消費者信用法の整備の必要性

わが国においても、包括的な消費者信用立法の必要性は従来から指摘されてきた。たとえば、１９７３年の国民生活審議会の答申「サービスに関する消費者保護について」では、「消費者信用保護のための統一的な立法措置の検討を進める」とされ、また、１９７８年の国民生活審議会消費者政策部会の中間報告「消費者信用取引の適正化について」においても、「今後における各種の消費者信用の動向、消費者の対応の推移を十分見きわめつつ、関係方面の認識を深めた上で」、「方向としては包括的な消費者信用保護法の制定について検討する必要がある」との提言がなされている。これらの報告から２０ないし２５年がすでに経過した。この間、消費者信用をとりまく状況はかなりの変化を見せている。

１９９４年に製造物責任法が制定され、また、１９９６年末の国民生活審議会消費者政策部会の報告「消費者取引の適正化に向けて」では、消費者取引における契約締結と契約条項の双方に関する包括的な民事ルール立法化が提言されている。安全性、契約とならぶ消費者問題の重要な柱である消費者信用についても、「検討」から「実現」へと一歩進めるべき時期であるように思われる。

ただし、単一の法規ですべての消費者信用契約が規制されることは望ましいとはいえ、必ずしも必要ではない。まずは、経済的に見て実質的に同じ取引については、法的にも実質的に同じ水準で消費者の利益の保護がはかられることが重要である。

そのような意味での包括的消費者信用法に盛り込まれるべき内容としては、前述のＥＵ指令の内容が参考になる。そのうち、抗弁の対抗を第三者与信型販売信用に広く認めるべきことは前節で述べられている。さらに、わが国の経験からいって、次のような点も考慮されるべきであると思われる。

第１に、金利規制である。わが国での消費者信用についての金利は、利息制限法による規制を受ける一般の金銭消費貸借（最高２０％）、貸金業法３４条と出資法５条２項による規制を受ける貸金業者による金銭消費貸借（最高約４０％）、規制のないその他の与信契約（ただし、割賦販売法施行規則は実質年率の表示を義務づけている）とで、規制に違いがある。とりわけ、現在のような極端な低金利の時代において、貸金業法の４０％という線に合理性があるのか、再検討する必要がある。

第2に、取立規制である。貸金業法は、債権取立にあたり、「人を威迫し又はその私生活若しくは業務の平穩を害するような言動により、その者を困惑させてはならない」とし（21条）、大蔵省通達では、具体的に、暴力的な態度、大声、多人数での押し掛け、早朝・深夜の電話や訪問、反復継続した電話や訪問、はり紙、落書きなどが禁止されている。また、他の貸金業者からの借入れやクレジットカードの使用により弁済するように要求することも禁止されている。他の業態や与信契約については、特別の規制がなされていない。

第3に、過剰与信の規制である。1996年度は、個人破産の件数が史上最高を記録した。販売信用にせよ、消費者金融にせよ、特別の担保をとらない無担保の信用供与は、借主の収入（フロー）の中から返済されることを前提としている。与信業者は、顧客である消費者の収入を把握し、この額を超える返済を強いることになるような信用供与は拒むようにしなければならない。たしかに、このことは、貸金業法（30条）にも、割賦販売法（42条の3）にも努力目標として掲げられているが、十分に守られていないことは個人破産の件数から見ても明らかである。この規制をもう少し制度的なものに強化する必要がある。

第4に、個人信用情報機関の整備である。これは、前述の過剰与信の問題と密接に関連している。現在、個人信用情報の交換システムとしては、業態別の4センターで情報の相互利用がなされており、事故情報については相互交流も行われている。しかし、多くの多重債務者は、延滞を生じさせないために、別の与信業者から信用供与を受けるという自転車操業を繰り返して破綻していく。したがって、当該消費者の残存債務額についてもリアルタイムに情報が把握できるよう情報交換体制を整備することが必要である。

第5に、個人信用情報の保護である。昨年から今年にかけて、偽装貸金業者が貸金業系の個人信用情報機関である全情連から不正に個人信用情報を得ていた事件、信販系の個人信用情報機関であるシーアイシーの職員が会員外の業者にアクセス権限を与えて個人信用情報を不正に流出させていた事件が、次々と明らかになった。EUの個人情報保護指令は、EU指令と同じ水準の個人情報保護をしていない国への個人情報の提供を禁止している。カナダはEU加盟国ではないが、EU指令に対応するために、民間部門の有する個人情報にもプライバシー法を適用するための法改正を行なうことを決定している。わが国では、個人情報の保護は、ガイドラインがいくつかあるにとどまっている。違反に対する法的制裁を欠いたガイドラインで実効性があるのか、そのようなものでEU指令の水準をクリアできるのか、検討しなければならない。

### 3. 米国における「信販まがい金銭消費貸借」の抗弁の法的枠組み - NCA (全米消費者法) における抗弁及びFTCルールについて -

#### 1. はじめに

信販まがい金銭消費貸借の抗弁についてはおよそ30年前、米国でも現在の日本と同じような問題が生じ、抗弁の「ぬけ穴」をふさぐ様々な試みがなされた。本章では、米国ではどのような方法で法のぬけ穴をふさごうとしたか、そしてどのような法的枠組をつくりあげたかを眺め、わが国の問題解決の方向を探る一助とする。

#### 2. 問題多発の背景

米国では1960年代消費者信用の急激な発展にともない消費者信用取引分野で様々な問題が表面化した。中でも、消費者・販売業者・貸手の三者が関与する取引における抗弁の問題は最も厄介な問題となっていた。クレジットを利用して購入した商品・役務等に瑕疵があった場合に消費者から出される請求(claim)や抗弁(defense)から逃れるため、貸手は手形の正当所持人の法理(holder in due course doctrine)ないしは抗弁放棄の条項(cut-off clauses)を利用した。

ちなみに、正当所持人の法理とは、流通証券の所持人(holder)であって、有償で、誠実(good faith)で、だれかに証券に対する抗弁や権利のあることを知らないで、証券を取得した者は何びとの有する権利の対抗も受けずに証券を取得し、また正当所持人から証券を譲り受けた者は、その正当所持人の権利を有するというもので、UCC(Uniform Commercial Code)に条文がおかれている。【注1】

正当所持人の法理や抗弁放棄条項が利用された結果、欠陥商品、役務等を買った場合でも貸手には欠陥に関する責任は全くなく、消費者は乗れない車や見れないテレビの代金を返済し続けなければならないという事態が生じていた。こうした状況は著しく消費者の通常の期待に反するものであり、立法による対応が強く求められていた。

これに対処すべく、40以上の州で正当所持人の法理や抗弁放棄条項を何らかの形で規制する動きが活発化した。規制の方法は、消費者取引に流通手形や抗弁放棄条項を使用することを禁ずる州、5日から90日程度の日数を限度に譲受人に抗弁を提起できることを定めた州、すべての消費者信用に適用する州、金額による限定を加える州、訪問販売のみに適用を限定する州、車を適用除外にする州等多様であった。【注2】

米国各州の消費者取引を統一し現代化するため作成された統一州法案であるU3C(Uniform Consumer Credit Code)【注3】- 統一消費者信用法典)も条文をもうけ、売手が抗弁を切断した消費者手形を受取することを禁止していた。

このように典型的な三者間契約における抗弁を保護する規制が強まると、貸手は直接

ローン (direct loan) を供与するという形を作出して法の潜脱をはかるようになった。

### 3. 法のぬけ穴をふさぐ種々の試み

直接ローンの形を作出して抗弁を切断する試みは、正当所持人の法理や抗弁放棄条項の使用の禁止により得られた消費者の抗弁する権利を水泡に帰すに等しい行為であった。他方売買契約とは全く関係のないローンも確かに存在していた。この二つの線引きをどこで行うかが立法関係者の大きな関心事となり、法制化への模索がなされた。

#### (1) U3C【注4】

U3Cは州法の先導役となり、§3.405【注5】でこの問題への対応を試みた。本条文では、抗弁の接続されるケースを次のように規定している：(a) 販売業者等が消費者に貸手を紹介し、紹介手数料等を得ているケース、(b) 販売業者等と貸手の間には血縁関係があったり、又会社の所有等に関して密接な関係がある場合、(c) 販売業者等がローンの保証等をしているケース、(d) 貸手が販売業者等に貸手のローン契約書面を直接備え置かせているケース、(e) 特定の販売業者等から購入する為のローンであるとの条件がついているケース、(f) 貸手が販売業者等の悪質性を知っているケース。

逆に、次のようなケースは抗弁が接続されないと一般に考えられている。例えば、貸手が自動車ローンを供与し自動車を担保にとっているケース(但、特定のディーラーから自動車を買うことが条件となっている場合は接続される)等がそれである。【注6】

しかし、手数料をとっていなかったり、ローン書面を貸手自身が準備して書かせていたり、ローンに条件がついていなかったり等で一見U3Cでカバーできないようにみえるケースでも、当然、裁判所が条文を拡大解釈し、実態をあばき、抗弁を接続させることは十分可能であると考えられている。【注7】

#### (2) NCA(National Consumer Act - 全米消費者法)

NCAは1970年、U3Cを批判する形で新たに草案・公布されたモデル法である。U3Cより革新的であり、U3Cのたび重なる改正、州法、連邦法に大きな影響力を与えている。NCAのアプローチはU3Cよりずっと徹底したものであり、売手が少しでも関わっているすべてのローン (loan) を三者の関与する売買 (sale) と同義と見なし、貸手に対する消費者の抗弁を認めている。【注8】

NCA §2.407(1)【注9】は、貸手が消費者の売買契約やリース契約に参加していたり関係している場合には、貸手は消費者のすべての抗弁に服すべきことを定めている。

そして、NCA §2.407(2)【注9】は、貸手が参加したり関係したりしている

かどうかを決定する *pierce the veil* (ヴェールをはいで実態を明らかにする) のための次のような7つのスケールを定めている: 貸手は販売業者と特別の関係があるか、販売業者はローン契約書面を備えているか、貸手はローンの書面を販売業者に供与しているか、貸手は年間20以上のローンの供与を消費者取引を行う一販売業者に供与しているか、販売業者は消費者を貸手に紹介しているか、貸手は、直接的であれ間接的であれ、販売業者に報酬を支払っているか、販売代金は銀行のクレジットカードで支払われているか。

もし、この7つのスケールのうちの一つでも該当する事実があれば、貸手は消費者の抗弁に服さなければならないとされている。【注10】

### (3) 州法

多くの州でぬけ穴をふさぐための法の制定に取り組んだ。その基本的なスタンスは、貸手が販売行為と関係したローンであることを知っていて参加したり、消費者の商品・役務等の購入契約と直接的に結びついているローンの場合には抗弁の接続を認めるというものである。

中でもマサチューセッツ州の法律は最も革新的なものであり、NCAのスケールのとを除くすべての項目が取り入れられ、ほぼNCAをそのままの形で州法に取り込んでいた。【注11】

アリゾナ州、コロンビア地区、メリーランド州、ニューヨーク州、ウィスコンシン州等もマサチューセッツ方式を採用し、みせかけの現金販売 (*specious cash sales*) 【注12】を規制する条項をもうけた。これらの州はいずれも「経営のコントロール」や「血縁による緊密な関係」、「契約書を売手に供与」、「恒常的に売手が貸手を紹介」、「金融機関からの融資金が直接販売業者に小切手で支払われる」等の事実があれば抗弁が接続されるとしており、【注13】主として、U3Cがモデルになっている。

このうちのひとつウィスコンシン州の規制のしかたを少し詳しく眺めてみよう。【注14】ウィスコンシン州では、法案をめぐって消費者側と金融機関側の間で何度も討論が行われた。一番初めの法案では、目的ローンは次のように定義されていた: 消費者の売買取引に貸手が参加していたり関係している (*participated in or was connected with*) 場合、当該貸手が供与するローンを目的ローンという。 *participated or connected* とは、「すべてのクレジットカード取引」、「販売業者が消費者を貸手に紹介する場合」、「同一の販売業者に年間20以上のローン供与を行う場合」をいうが必ずしもそれらに限ったものではない。【注15】

この定義に対し、金融機関側は、こうした定義のしかたは非常にあいまいであり、売買契約とは関係のない直接融資の利用の枠組を狭めてしまうと激しく反論した。金融機関側の代表は、目的ローンの定義を事実在即してもっと細かく行うべきであるとの提案をした。その結果WCA (*Wisconsin Consumer Act* - ウィスコンシン

州消費者法)の条文は最終的に次のようなものになった。【注16】

まず、ローンの一部ないし全部が商品・役務等の購入に使われることを貸手が知っているないしは当然しりうべきことが目的ローンの前提要件となとしている。そしてこの要件を満たしている場合、次の6つの事実のいずれかに該当する事実があれば、当該ローンは目的ローンであり、抗弁に服するとされている。6つの事実とは次のようなものである。

- (a) 貸手と販売業者等の間には密接な関係がある。
- (b) 貸手がローンの契約書を販売業者等に供与している。
- (c) 貸手が販売業者等に紹介手数料を支払っている。
- (d) 貸手は販売業者等に対して償還請求権をもっているかまたは販売業者等がローンの保証をするよう取り決めをしている。

以上4つの項目については合意が成立した。しかし、次の2つの項目については、なかなか合意が得られず議論が重ねられた。【注17】

- (e) 悪徳業者から消費者が商品・役務を購入し、それにローンが使われた場合。
- (f) クレジットカードにより決済した場合

(f)のクレジットカードを使って決済した場合については、最終的には100ドル以上との限定が付されて合意に至った。

(e)の悪徳業者条項は前記5つの項目とは質を異にするものであった。すなわち、5つの項目はいずれも貸手と販売業者等の関係由に貸手は販売業者等の行為の責任を負うべきことから逃れられないというスタンスに立っている。しかし、(e)の悪徳業者条項は、貸手に販売業者等を監視・監督させる義務を課すことを目的としている。この義務を負わせれば、貸手は悪徳業者との関わりを避ける方向に動くというのがねらいである。

むろん金融機関側はこれらは彼らの役割ではないと主張した。消費者側は、悪徳業者から購入した商品・役務の代金支払いにローンが使われただけでただちに目的ローンと認定され貸手を消費者の抗弁に服させるべきことを主張した。金融機関側は、目的ローンを認定するに当たっては、少なくとも貸手側が販売業者等の悪質性を認識していることを要件とすべきであると主張した。

そこで問題は、どのような悪質性の認識が必要であるかの議論になり、最終的に次のような枠組で合意に達した。すなわち「貸手が当該顧客以外の他の顧客からも販売業者等の悪質性についての情報を得ている場合」、「貸手の記録の中に販売業者等の悪質性を示唆する記述がある場合」、「他の顧客が当該販売業者等についての苦情をよせておりそれらが記録に残っている場合」、「販売業者等が約束どうり契約が履行できなかった場合」、「相当の期間内に顧客から寄せられた契約の履行に関わる苦情を解決できなかった場合」 - 以上のような実態があると販売業者等は目的ローン上の悪徳業者と認定され、貸手は消費者の抗弁を受けるというものである。ちなみに、デマ、新聞記事、ベター ビジネス ビューローの報告書のようなものも悪質性の立証に勘案されうると消

費者側は解釈していた。【注18】

なお(a)の項目の密接な関係(*related*)【注19】に関してはWCA §§ 421・301(32)・(33)に定義規定がおかれているので参考までに記しておこう。(32)の関係者は自然人に関するものである:

- a) 自然人の配偶者
- b) 兄弟姉妹ならびに義理の兄弟姉妹
- c) 直系尊属ならびに直系卑属
- d) その他同居している親族で自然人とその配偶者と血縁・婚姻関係にある者

(33)の関係者は組織に関するものである:

- a) 直接的・間接的に組織をコントロールしている者、組織にコントロールされている者、当該組織と一体化しており組織と同じコントロール下にある者
- b) 部長や取締役、または組織や組織の関係者に対し部長や取締役と同等の役割を果たしている者
- c) 組織の関係者である自然人の配偶者
- d) 組織の関係者の血縁・婚姻親族で当該関係者と同居している者

#### (4) 判例

U3C、NCA、州法等で議論されていることは、いずれも、直接ローンの体裁をとってはいるが実質は商品・役務購入の為の目的ローンに他ならず、そうした目的ローンを真の直接ローンと見分けて抗弁を接続させるための基準・要件をどう定めるかということであった。

U3C、NCA、州法等に先んじ、この問題に正面から対峙した判例がある。銀行の住宅ローンという直接ローンに抗弁を接続するという当時の社会常識では考えられないような判決であり、立法措置や後の判例により先例となることを阻止されてしまった判例ではあるが、売手の瑕疵ある行為の責任が直接ローンを供与する貸手にふりかかるのを防ぐ防火壁を徹底的に破壊した判決とまで評されており、レンダー・ライアビリティの最初のケースとも考えられている判例である。【注20】

コナー判決、*Connor V. Great Western Savings and Loan Ass'n*, Supreme Court of California, 1968, 73 Cal. Rptr. 369は、カリフォルニア州最高裁判所により出された判決である。原告コナー等はディベロッパーから戸建住宅を購入した。それらの家は土壌の膨張と収縮に耐えられないような設計上の欠陥からひびが入り、多大な損害を被った。原告はディベロッパーと共に原告に直接ローンを提供した貸手をも訴えた。その理由は、貸手の地域開発への参加はジョイントベンチャーであり、貸手はディベロッパーの責任を代わって負う立場にある、原告に対する貸手自身の義務違反であるの2つであった。

裁判所は原告の主張を判断するためには貸手がどのような役割を果たしているかを知る

必要があるとして詳細に事実関係を分析している。そして のジョイントベンチャーであるとの原告の主張は否定したが、 に関しては原告の主張を認め、直接ローンを供与した貸手は、ディベロッパーの販売した建売住宅の瑕疵により生じた原告の損害に対し責任を負うべきであるとの結論を導いている。

裁判所が責任の根拠としてあげた事実関係には次のようなものがある：

- ・貸手は自分からすすんで地域開発事業や建売住宅流通市場の開拓等、ディベロッパーとのビジネス関係に入った。
- ・顧客は融資を求めて貸手の下にくるよう誘導されていた。
- ・単なる貸手ではなくディベロッパー企業への積極的な参加者となっていた。
- ・ディベロッパーへの融資はディベロッパーの企業活動を可能にし、通常の貸手の範囲をこえて広範な支配力をもっていた。
- ・地域開発や建設のためのローンの金利のみならず土地を一時取得しそれをディベロッパーに売却し、キャピタルゲインを得ていた。
- ・顧客が他の金融機関から融資を受ける場合は、ディベロッパーが代わってその分のローン手数料や金利を貸手が当然得るべきものとして貸手に支払っていた。
- ・顧客への融資総額の1%の手数料をディベロッパーから徴求していた。
- ・ディベロッパーが大規模地域開発の経験がないこと、脆弱な資本で営業していること等のリスクを知る立場にあった。
- ・ディベロッパーが買いとった地域開発プランの問題性を知る立場にあった。

通常顧客は自由に銀行等を選択し、そこから融資を得、自らの用に供する。その資金を使って自ら選択して得た商品・役務に例え問題があったとしてもそれ自体銀行等の知るところではなく、キャッシュで買った商品・役務の場合と同じく買手の責任に他ならない。しかし、そうした直接ローンであっても、「貸手が売手のビジネスに自らすすんで関与している場合」、「売手が当該貸手に顧客を導いている場合」、「売手をコントロールしている場合」、「両者の間に紹介手数料その他の利益供与関係がある場合」、「貸手が売手の企業体質やプロジェクトの実態を把握しうる立場にある場合」等はもはや貸手は買手の抗弁を遮断できないとする1968年のこの判決には、U3C、NCA、州法、そして後述のFTCルール規制の原型がみえがくれしているように思われる。

#### (5) FTCルール(Federal Trade Commission Trade Regulation Rule - 連邦取引委員会取引規制ルール)

州法、U3C、NCA等のばらつきを統一し、未解決の問題に一応の解決を与える形でFTCルールが連邦政府により制定されたのは1975年であった。まず、FTCルールの全体像を眺め、ついでぬけ穴のふさぎ方を眺めよう。

## 1) FTCルールの全体像

FTCルールは消費者の抗弁を切断する貸手の試みを封ずることに成功したと言われている。【注21】FTCルールはそれまでの州やU3C、の規制をより一層前進させた内容になっており、さらに州の規制がFTCルールと相反する場合にはFTCルールが優先して通用されることまでを定めている。【注22】

FTCルールは経済的効率性を達成するという政策目的・基本的な考え方にそって制定されたと考えられている。すなわち、消費者と貸手の間では、貸手が圧倒的に優位な地位にあり、貸手は売手の誤が原因で生じたコストを売手に還元することができ、売手の行為に影響を及ぼすことができ、また売手が所在不明でコストを売手に還元することができなくともクレジットの費用として広く消費者に分散して負担させることができる立場にあり、従って、コストを消費者にではなく貸手に負担させる方が、より効率性を達成しうるのがFTCの考え方である。このようにコストを貸手に負担させることにより、貸手は悪質と思われる売手のからんだ融資に慎重にならざるを得なくなるし、償還システムの確立をディーラーに強く求めるようになるとFTCは期待している。【注23】

FTCの規制の方法は契約書面上に次のような「通知」(notice)を入れるのみというものである。(16C.F.R. § 443)【注24】

## 通 知

**『この消費者信用契約の所持人はみな、商品や役務の売手に対して買手が主張しうるすべての請求権や抗弁の対抗を受ける。ただし、取戻請求権は、買手が支払った額を限度とする。』**

この通知が入っていない消費者契約を売手が受理すること事体、欺瞞的取引であり、FTC法(Federal Trade Commission Act - 連邦取引委員会法)第5条違反に当たるとしている。

このルールの目的は、買手の支払い義務を売手が約束どおりの商品・役務を提供する義務から切り離すことを排除することにある。すなわち、「消費者手形や抗弁切断条項付きの契約の権利を第三者である貸手に譲渡することにより、売手が約束不履行、保証義務違反、不実表示、詐欺等の責任を免れることを防ぐのが、このルールの目指すところである。【注25】

FTCルールはいわゆる夫婦でやっているような小さな店 - 消費者とみわけがつかないような存在ではあるが - が行う目的ローンによる商品・役務の購入には適用されない。農業関係の取引にも適用されない。不動産取引への適用もない。但、アルミニウムサイディング工事には適用される。銀行クレジットカードの抗弁は別に定めがあるので(15USCS § 1666)FTCルールの適用はない。50ドルを下限とするとか、抗弁の前に売手と交渉する等の条件はついていない。【注26】常に消費生活目的で商品・役務を購入する自然人にのみ適用され、その額は25000ドルを超えないとされている。【注27】

FTCルールが従来の州法と比較して著しく消費者の保護に厚いと思われる点は二点ある。第一点 は、取戻請求額は消費者が支払った額を超えないとなっている点である。【注28】これは二つのことを意味する。一つ は貸手が支払の請求をして訴訟を提起してきた場合、売手に対する抗弁をもって貸手に対抗しようということである。もう一つ は、頭金や既払金の取戻しを求めて訴訟を提起しようということである。頭金や既払金の取戻しを求めて訴訟を提起しようということを定めた法はこれまで存在せず、新しい消費者の権利を創造したに等しいと評価されている。【注29】

第二点 は、直接融資の形を作出し抗弁を逃れようとする貸手の法を潜脱する試みをふさいでいる点である。この第二点は本章のテーマに関わる部分であり、次に詳しく眺める。

## 2) FTCルールにおけるぬけ穴のふさぎ方

FTCルールは契約や手形の第三者への譲渡といった典型的な三者間取引(discou n t s i t u a t i o n)ばかりでなく、売手が何らかの形で関与しているローン(v e n d e r - r e l a t e d l o a n s i t u a t i o n)例えば、「売手が自分と関係のある貸手に消費者を紹介し」、消費者が金を借り、それを商品・役務の対価として支払うといったようなケースにも適用される。それまで貸手は直接消費者に融資をし、消費者はキャッシュで買物をするという外観を作出することで抗弁を免れており、それが法のぬけ穴になっていた。FTCルールは次のような法技術を使ってぬけ穴をふさぐ試みをしている。

FTCルールは、この売手の関与しているローンを商品・役務購入目的ローン(p u r c h a s e m o n e y l o a n - 目的ローン)と名づけている。そして、典型的な三者間契約と同様、目的ローンの契約書面にも次のような通知をいれ、抗弁を対抗しうることを積極的に告知するよう義務づけている。(16 C . F . R . § 4 3 3 . 2 . ( b ) )【注30】

## 通 知

**『この消費者契約の所持人はみな、商品や役務の売手に対して買手が主張しうるすべての請求権や抗弁の対抗をうける。ただし、取戻請求の額は買手が支払った額を限度とする。』**

目的ローンはFTCルールにより次のように定義されている。(12 C . F . R . § 4 3 3 . 1 . ( d ) )【注31】:

貸付真実法(Truth-in-Lending Act)や、レギュレーションZ (R e g u l a t i o n Z)で言われている意味での金融料を支払い消費者が借受けるキャッシュをいう。その実質的な部分、または、全部が消費者の行う商品・役務の購入の対価に当てられる。その場合の売手と貸手の関係は、売手は消費者を貸手に紹介(r e f e r)するかまたは、売手は貸手の一般的なコントロールを受けている、契約関係(c o n t r a c t)にある、ビジネスの協定(b u s i n e s s a r r a n g m e n t)を結んで

いる等貸手の傘下にある ( i s a f f i l i a t e d w i t h ) かのどちらかである。

この定義のしかたは、U3C、NCA、州法等と比べると包括的で網羅的である。具体的にルール違反がどう認定されるかについてFTCは次のように説明している。町のたった一つの銀行を直接ローンの供与者として紹介したディーラーは、契約書の中に通知が含まれているかどうかを確認しなければならない。もし確認せずに契約書を受け取った場合はルール違反になる、【注32】

1976年5月4日、FTCはスタッフ・ガイドライン ( S t a f f G u i d e l i n e ) を出した。【注33】このガイドラインで目的ローンについてあいまいにされていた点が一層明確にされた。ガイドラインはまず、目的ローンとは端的に言って何なのかという問いに対して、「ルールの適用対象となる消費者ローンとは特定の売手から個別の商品・役務を購入した場合、それに対して供与されるローン、しかもまずその貸手から選択の余地なく供与されるといったたぐいのローンを意味する」と答えている。従って、目的を定めぬ消費者ローンや小切手当座貸越、オープン型の限度貸付等にはFTCルールは適用されないとの解釈を明らかにしている。

次に、売手と貸手の関係が問題になるが、FTCルールで定義されている 紹介とは具体的にどういう関係を言うのか、契約関係にあり、ビジネス協定を結んでいるとは具体的にどういうことを指すのかを例をあげて説明している。

まず、「紹介」についてガイドラインで明らかにされた例は、次の通りである。「売手が通常のビジネスプロセスで自分の買手を単数ないし複数の特定のローン業者に送っており、それらのローンが売手主導で使われているような場合には紹介になる。」つまり、買手がある決まったグループの貸手ないしは特定の貸手へ導いたりローンの窓口になっている場合にはFTCルールが適用される。具体的には、売手がいつも特定のローン業者名を言ったり、名指ししていたら紹介になる。買手のためにローン業者と連絡をとったり「ローンドキュメントの準備に手を貸したりした場合も同様である。逆に売手はその地域のローン業者のリストを買手に提供しただけなら紹介にはならない。例え、客の求めに応じて紹介したとしてもそれは紹介である。

契約関係とビジネス協定についても次のような具体例を示している。「売手の事業所でローンの申込の取り扱いをする。」「ローンの書面を作成するプロセスに共同参加している。」「貸手が売手を紹介している。」「貸手が売手に手数料を支払っている。」「広告を共同で出している。」

以上のようにFTCは、U3CやNCAや州法で長年に渡って議論されてきた目的ローンについて、連邦政府の制定する規則という形で明文化し、スタッフ・ガイドラインで細目を示し、直接ローンの形態を作出して脱法をはかる売手と貸手の行為を封じ、法のぬけ穴をふさぐことに成功している。

### 3) FTCルールに限界・問題点

最後にもう一度FTCルールの全体像に戻り、FTCルールへの批判、問題点、限界を眺めておこう。第一に、FTCルールがすべての消費者信用契約に手形や抗弁放棄条項の使用を法により禁止する方法ではなく、規則により通知を契約書面上に挿入させるという方法をとっている点への批判がある。こうした方法では売手や貸手が個々のケースごとに通知をいれるかどうかの判断をすることになり、入れられていない場合には消費者は自分の権利を知らず保護を受けられないという事態が生ずる。【注34】

第二に、コストの最適配分がなされていないとの批判がある。最適配分とは、すべてのコストがクレジット価格に反映されることを意味する。目的ローンに紹介・傘下基準を作ったことで逆にルールの適用を受けない取引分野が生じていること、取戻請求額が消費者の支払った額に限定されているため、高額の弁護士費用をまかなうことができず消費者は通知の権利をあきらめてしまうこと等によりコストの効果的な内部化が達成されないとの批判である。【注35】

規制のあるべき姿は、ルールではなく国の法として制定されること、その法ではすべての消費者信用契約で手形や抗弁放棄条項を禁止すること、そしてその法は売手の信用性を調査するコスト、買手の不払いのリスクのコスト、弁護士費用等すべてのコストが適正に配分される方向で立法されることが必要であるというのが批判の骨子である。【注36】

## 4. おわりに

以上米国諸法における抗弁のぬけ穴をうめる規制の方法と議論のあとをたどってみた。米国での議論は約30年も前のものだが、今の日本の問題状況とおどろく程酷似しており、米国での規制のプロセスをそのままわが国の法システムの中に持ち込んでも何ら違和感がない程である。

ただ注意すべきは、米国では、 役務も商品と同様当初から抗弁の対象として持ち込まれていたし、 既払金の返金も連邦のFTCルールで権利として認められていたし、 クレジットカードの分野では、抗弁の申し立てがされたら結論が出るまでは請求もブラックリストへの登載も禁止されていた等、【注37】今の日本の状況と比べるとはるかに消費者の保護に厚い環境が作られていたという点である。

ぬけ穴をふさぐ試みの中で残された役務、既払金、抗弁中の消費者の保護の問題等、割販法抗弁規定全体の枠組みもかえてゆかなければならないというのが遅れた日本の現実である。

## 資料 1 . 消費者金融業者に対する支払停止の抗弁をめぐる苦情事例

### ( 1 ) 三者間契約型

**事例 1 : 資格取得を勧める勧誘の電話がなくなると言うので契約したが、契約後も勧誘の電話はなくなる。**

勤務先に「国家資格の学習を続ける意思がなければ、うちが手続きを行うことによって、今後は勧誘の電話はなくなる」という勧誘の電話があった。以前にも同じ手続きをしたと答えると、「あなたのように複数の業者と契約している人は、今回の手続きをもって全て終了とする。今後他の業者から勧誘の電話があった時には、当社に勧誘してきた業者の名前を伝えてくれれば、当方で全て処理する。その代償として教材を契約してもらおうが、後日送る教材は廃棄処分していい」と言われたので、手続きを依頼した。販売業者から送られてきたローンの申込み用紙に記入して、販売業者に返送した。融資金 50 万円は消費者金融業者から直接販売業者の口座に振り込まれた。

しかし、手続き後も資格取得を勧める勧誘の電話はなくなる。消費者金融業者は、金銭消費貸借契約であるから、融資したお金の返済は引き続き請求すると言って、抗弁に応じない。 ( 男性 30 歳 給与生活者、契約金額 : 500,000 円 )

### **事例 2 : 当初に聞いた金額の 60 倍の手術代を請求する病院**

包茎の手術を受けようと思い雑誌広告を出していた病院に問い合わせたところ、5 万円で作れると言われたので、手術を依頼した。ところが手術の最中に 300 万円位になると言われてびっくりしたが、手術台の上にとため拒否することもできずに応じてしまった。手術後、ローンの申込用紙にサインを求められたので、しぶしぶサインした。担当者からは融資金はローン会社から直接当院に送金されるという説明を受けた。しかし、どう考えても納得できないためローン会社に電話したところ、担当者からは強い口調で「何を今頃！」と言われた。

( 男性 23 歳 給与生活者、契約金額 : 約 3,000,000 円 )

### ( 2 ) 四者間契約型

**事例 1 : クーリングオフを拒否するエステ業者。**

エステの無料お試しをしないかと自宅に電話があり、出向いて契約した。その後すぐにやめたいと電話したが認めてもらえなかった。3 か月後、やはりやめたいと思い解約手続きをしに店舗に出向いたところ、解約料 2 万円のほか、ローンの延滞料として 15,000 円必要と言われた。支払わなくてはならないか。

( 女性 20 歳代 学生、契約金額 : 不明 )

**事例 2 : キャッチセールスで契約したエステサービス。**

キャッチセールスでエステサービスの契約をした。一括では支払えないと言うと、ローンの利用を勧められた。融資金はローン会社からサロンに直接支払われるという。

その後、支払いが大変なので解約したいと思うようになった。

(女性 20歳代 給与生活者、契約金額：480,000 円)

### (3) 疑似三者間契約型

#### 事例1：契約してから2か月後、突然休業を通知したエステ業者。

エステティック、エアロビクスその他のサービスを6か月10万円のできるという会に入会した。費用はローンで支払うことを勧められエステサロン内でローンの申込書に記入し、販売員に渡した。ローン会社から自分の口座に振り込まれた融資金を業者に支払った。ところが入会2か月後、突然休業の通知を受けた。電話をしてもだれも出ないし、店舗も閉まっている。お金は今後とも支払わなくてはならないか。消費者金融業者から借りているとは知らなかった。消費者金融業者は、金銭消費貸借契約だから抗弁には応じられないと言う。

(女性 20歳代 学生、契約金額：不明)

#### 事例2：契約内容を履行しない会員権販売業者。

レジャーや教養講座等の各種会員権付きのファックスを購入したが、期待していた教養講座の催しがないので、販売業者から紹介されて借りた消費者金融業者に支払いをストップしたいと申し出たところ、金銭消費貸借契約だから支払停止はできない、支払わないとブラックリストに載ると言われた。販売業者からクレジットのようなものと言われていたので、納得できない。

(男性 20歳代 給与生活者、契約金額：不明)

## 資料2．販売業者と消費者金融業者の提携パターン別に見た販売業者に対する苦情事例

### (1) 三者間契約型

**事例1：次々販売の被害者に、勧誘の電話を止めると言って勧誘。電話は止まらない。**

勤務先に「国家資格の学習を続ける意思がなければ、うちが手続きを行うことによって、今後は勧誘の電話はなくなる」という電話が入った。以前にも同じ手続きをしたと答えると、「あなたのように複数の業者と契約している人は、今回の手続きをもって全て終了する」と言われた。この時点で約10社と総計500万円近い契約を結んでいたこと、1日に5～6本来る勧誘電話に悩まされていたために、手続きを依頼した。その時、「今後、他の業者から勧誘の電話があった時には、業者名を伝えてくれれば、当方で全て処理する。後日送る教材は、廃棄処分していい」と言われた。しかし、お金を払って手続きした後も、資格取得を勧める勧誘の電話はなくなる。

(男性 30歳 給与生活者、契約金額:633,600円)

**事例2：無職の女性に執拗に勧誘。解約にも応じない。**

路上で声をかけられて、化粧品や美顔器の契約を勧められた。当時、無職だったので支払いが出来ないと断ったが、カウンセラーと名乗る女性3人がかりで、ローンの申し込み用紙に記入するように迫られた。何度か解約したい旨申し出たが、応じてもらえなかった。

(女性 27歳 自営、契約金額:300,000円)

**事例3：断っても断っても勧誘を続ける。契約書には嘘を書くよう強要。**

電話で専門学校生対象のキャンペーン中なので、是非来所するようにと勧められた。断ったが、再三電話があったので根負けして出向くことにした。指定された場所に着くと、様々なサービスを利用できるという会員組織のパンフレットを見せられて、入会を勧められた。学生であり仕送りのみの生活で他に収入がないと断ったが、損はないと言われ3時間以上にわたって説得され、耐えられずに契約書にサインした。この時、契約書の職業欄には、やっていないにもかかわらず「家庭教師」と書くように言われ、さらに会員の契約だが、商品(ビデオテープ)の購入ということでローンを組むと言われた。解約したいが、可能か。(男性 20歳 学生、契約金額:不明)

### (2) 四者間契約型

**事例1：3年後には顔にシミが出来ると契約を半ば強要。**

会社の同僚から食事も無料の上、化粧方法の講習も受けられるというパーティーへの参加を勧められたので、会場に出向いた。そこで4日後に肌のチェックをするので来てほしいと言われたので行った。お店では箱のなかに顔を入れて検査した。箱の中の鏡にシミの顔が映り、「この化粧品を使わないと3年後にはこうなる」と言われて化粧品と美顔エステを勧められた。ローン用紙に記入して契約後、数回美顔エステを

受け化粧品を使ったが、高額のため2か月後に解約を申し入れたところ、高額の違約金の請求を受けた。(女性 18歳 給与生活者、契約金額：350,000円)

#### **事例2：アンケート商法、無料体験商法に続いて執拗に契約を勧める。**

街を歩いていると、アンケートに答えると抽選でグアム旅行が当たると声を掛けられたので、応募することにした。後日、無料体験美顔エステが当たったとの電話に呼び出されて、店に出向いた。無料体験後、しつこく美顔エステの契約を勧められ、断りきれずに契約した。しかし、学生で支払いが難しいので、解約したい。

(女性 18歳 学生、契約金額：515,000円)

#### **事例3：未成年者に消費者金融業者を紹介。**

脱毛エステに行ったところ、お金が足らなくなった。すると、未成年でもお金を貸してくれるという消費者金融業者を紹介され、融資を受けた。しかし、脱毛効果がなかったので、解約をやめたい。(女性 19歳 給与生活者、契約金額：420,000円)

### **(3) 疑似三者間契約型**

#### **事例1：契約すれば勧誘の電話はなくなると勧めるも、電話はなくなる。**

管理センターと名乗るところから、「国家資格取得の学習が続けられない人は、手続きをすれば、今後は勧誘の電話はなくなる。もし手続きをしないと、新たな勧誘が入る」という電話があった。以前から様々な勧誘の電話に困っていたので、手続きを依頼した。後日、消費者金融業者から借入れ申込書が届いた。それと前後して、管理センターから、消費者金融業者から融資されたお金を指定した口座に振り込むようにという連絡が来た。そこで、借入れ申込書を消費者金融業者に返送し、融資金を管理センターの指定口座に振り込んだ。しかし、勧誘の電話はなくなるばかりか、行政書士受験用の教材が届いた。話が違う。解約したい。

(男性 30歳 給与生活者、契約金額：540,000円)

#### **事例2：月2～3万円の収入が得られるとの触れ込みの内職。収入には全くつながらないのに、さらにチラシの購入を勧める。**

電話でチラシを配る仕事を勧められた。担当者からは、「あなたの住む地域では購入者は多いので月に2～3万円の収入になる。成功報酬であるが心配はいらない。小さな子供がいてもポストにチラシを入れるだけの仕事なので簡単だ」と言われた。また今回は当社を信用してもらうために、金融業者と提携している。金融業者は信用のない会社と契約はしないとも言われたので、勧誘に応じて当該事業者と代理店契約を結び、金融業者からの融資金(約41万円)全額を、代理店登録料として事業者を支払った。しかし、自己負担して仕入れたチラシを600部配ったが、全く収入はない。そこで、事業者にお問い合わせしたところ、更にチラシを購入するように言われた。勧誘時に聞いた話が違う。解約希望。(女性 30歳 主婦、契約金額：410,000円)

### 事例3：脅し文句で美顔エステや化粧品を次々と勧める。

電話でエステの無料体験に誘われサービスを受けたところ、「にきびの根が出来ている。顔全体に広がる」と言われて恐ろしくなり、100万円的美顔エステを契約した。その2か月後に美容液を、さらに外側だけではなく体の中の毒素を出さなくてはと言われて、痩身用具と健康食品を勧められ、契約した。高額のため、解約したい。

(女性 21歳 給与生活者、契約金額：2,194,877円)

### 事例4：商品販売組織への加入の条件として、消費者金融業者からの融資で超音波美顔器を買わされた。

会社に勤めていた時の同僚に誘われて、業者の事務所に出向いた。そこで「老後を楽しく暮らすためにはお金が必要。商品の話をするだけで収入が得られる。頑張れば来月からでも20~30万円になる。上になれば月に200~300万円も可能。やるなら早い方がいい」と言われたので、超音波美顔器を購入して組織に加入することに同意した。しかしお金がなかったのでその事を話すと、「お金はすぐに返せるから、近くで借りれば」と言われ、A消費者金融業者に行ったが20万円しか借りることが出来なかった。事務所に戻ってそのことを話すと、B消費者金融業者の担当者を紹介された。そこでB消費者金融業者の担当者を直接訪ねたところ、40万円を貸してくれた。

その後販売組織の活動に7~8回参加したが、販売方法に疑問を持ったため、現在は活動を行っていない。これ以上この販売組織にはいたくないので脱会したい。

(女性 22歳 無職、契約金額：約600,000円)

### 事例5：事業者の販売員が銀行の会議室まで同行。

電話で呼び出されて、旅行等に安く行けるという会員権の契約を勧められた。お腹も減ったし、早く帰りたいという一心で、その場では契約に応じたが、翌日断りに行ったところ、担当者の上司が出てきて、「信用問題にかかわるので、クーリングオフはしないでくれ。あれだけ話を聞いたではないか。信用してください。お願いします」と説得したため、断りきれずに契約を続行することにした。お金は事業者の提携先の銀行からの融資で支払うことになり、事業者の販売員が銀行の会議室まで同行し、そこで銀行員から説明を聞いた上で契約した。しかし、これまで1度も利用していないし、事業者の別の支店から勧誘を受けることもあって憤りを感じている。解約したいが、可能か。

(男性 26歳 給与生活者、契約金額：1,170,000円)

#### **(4)「付け馬型」**

##### **事例1：高収入を餌に、マルチ商法に誘う。**

知人から「友人と2人で月に70万円稼いでいる。一緒に働こう」と言われ、説明会への参加を勧められた。ダイヤの指輪を購入して参加すれば、1人契約させると契約金額の12%、2人だと18%のマージンが入ると言われた。お金はないといったところ、知人の上司から「支払えない時には、僕が代わって払ってあげる。銀行は金利は低い、審査に時間がかかるので消費者金融で借りて支払えばいい」と言われて、消費者金融業者に一緒に行った。後から考えると高額であり、不審なので解約したい。

(女性 23歳 給与生活者、契約金額:525,300円)

##### **事例2：求人広告を見て出向いたら、代理店の契約を勧められた。**

求人雑誌のアルバイト募集広告を見て、面接に出向いた。会社では事務のアルバイトをしながら、代理店として販売活動もするように求められ、その申込書も書いた。代理店の申込金が払えないと言ったところ、社員が消費者金融業者の前まで連れてゆき、「当社に1年間勤務している」と言うように指示された。言われたとおりにして、お金を借りた。しかし、この会社に勤めるのが心配になった。やめたい。

(女性 22歳 給与生活者、契約金額：308,000円)

##### **事例3：未成年者に高額な健康食品を勧める。**

職場の友人から食事に誘われ、ファミリーレストランに行った。そこには健康食品の販売員が来ており、肩凝りと血圧に効くと商品を勧められ、両親のために購入する事にした。しかし、お金がないといったところ、販売員は消費者金融業者2社に連れて行き、「旅行の費用にするといい借りなさい」と指示したので、言われた通りにして借金し全額支払った。しかし、後から考えると不要なものだと思う。解約したいが可能か。

(女性 19歳 給与生活者、契約金額：293,500円)

## 加盟店管理の強化について

(平成4年5月26日)

(通商産業省産業政策局取引信用室長発)

(社団法人 日本クレジット産業協会会長宛)

加盟店管理については、昭和58年3月11日付通達(以下「58年通達」という。)により、貴協会傘下の各会員に対する指導をお願いしております。

しかしながら、平成3年度に当省が貴協会に委託して実施した「クレジット産業消費者保護に関する調査報告」にも指摘されているように、集団名義貸し事件、役務提供をめぐるトラブル等加盟店が行う不正販売行為は必ずしも減少傾向を示しているとはいえ、個品割賦購入あっせんにとどまらずクレジットカード等も含め、クレジット会社の加盟店管理の一層の強化が求められています。

つきましては、貴協会傘下の各会員に対し下記の事項を速やかに周知徹底し、加盟店管理の一層の強化を図られるよう指導方お願いいたします。

### 記

#### 1. 加盟店の審査・管理の厳格化

加盟店の審査・管理については、58年通達に定めた措置を励行することに加え、貴協会が主体となって創設・運営する加盟店情報交換制度に参加する等により、加盟店の審査・管理の精度を高め、その一層の厳格化を図ること。

#### 2. 継続的に役務を提供する加盟店、顧客の特殊な誘因方法等により商品を販売する加盟店の審査・管理

継続的に役務を提供する加盟店、顧客の特殊な誘因方法等により商品を販売する加盟店については、その特殊性からみて、通常の物販加盟店に比べて消費者トラブルの防止に特に配慮する必要がある。

このため、特にこうした加盟店については、審査を強化するとともに継続的に徹底した管理を行うこと。

## クレジットを利用した継続的役務取引に 関する消費者トラブルの防止について

(平成4年10月8日 4取信第7号)

(通商産業省産業政策局取引信用室長発)

(社団法人 日本クレジット産業協会会長宛)

近年、ゆとりと豊かさのある生活を希求する国民のニーズの増大等を背景に、エステティックサロン、学習塾、英会話学校等いわゆる継続的役務取引提供事業が伸びてきている。

しかしながら、クレジットを利用したこれらの役務の取引に関しては、倒産等により役務提供が不可能となった場合や中途解約等に伴う消費者トラブルが増加している。

クレジットを利用した役務の取引については、これまで累次の通達により役務に係る加盟店管理の強化を推進するとともに、個別の案件ごとに、消費者トラブルの実態に応じ適切な消費者保護措置を実施するよう指導してきているが、今後とも消費者トラブルの防止に万全を期すよう下記の事項につき、貴協会傘下の会員に対し速やかに周知徹底および協力依頼方願いたい。

### 記

1. 当面、いわゆるエステティックサロン、外国語会話教室、学習塾、家庭教師派遣業等の継続的に役務提供を行う加盟店が倒産等の加盟店側の事由により役務提供を行うことができなくなった場合には、直ちに消費者に対する支払請求を停止すること。

なお、消費者の同意が得られた場合には、消費者と加盟店との契約に定められた内容と同等の役務の提供が行われるよう所要の措置を講じられることをもって以上の措置に代えることができるものとする。

2. 上記1の事態が発生した場合には、事態の内容およびそれに対し講じた措置等について速やかに取引信用室又は通商産業局担当課に対し報告すること。

<title>消費者金融業者利用の販売信用における支払停止の抗弁をめぐるトラブル</title>