

5. クレジット会社の与信問題

— 個品割賦購入あっせん契約における過剰与信等について —

全国の消費生活センターや国民生活センターに寄せられる消費者信用に係わる消費生活相談のうち、販売信用（以下、「クレジット」）に関連する相談は全相談の約12%を占めており、その大半が個品割賦購入あっせん契約に係わるトラブルである*（2003年度）。国民生活センターは2002年3月に「個品割賦購入あっせん契約におけるクレジット会社の加盟店管理問題」をまとめ、加盟店管理に対する消費者取引適正化のための提言を行ったが、トラブル多発のもう一つの背景として、クレジット会社による過剰与信等の問題がある。クレジットトラブルを防止するためには、加盟店管理問題と与信問題とが、解決すべき重要な課題といえる。

* 個品割賦購入あっせん契約とは、商品等の契約に際しクレジットカードを利用せずに、そのつど契約書を交わし消費者の信用調査を行い、代金の支払いを繰り延べて分割払いする形態のクレジット契約。

1 与信問題と行政の対応等

1. クレジット関連トラブルの概況

2003年度に全国の消費生活センター等に寄せられたクレジット関連の消費生活相談は172,429件で、うち約8割が個品割賦購入あっせん契約に関するものである（PIO-NETによる集計）。

相談の大半は、販売業者から訪問販売や電話勧誘販売などによる勧誘を受け、商品等の契約の際に高額なクレジット契約を結んでいる。その際、収入の少ない高齢者や若者等が支払能力を超えた過剰な与信を受けて支払困

難になったり、契約内容や支払額等を十分に理解しないまま契約している例が目立つ。

2. クレジット与信問題に関する行政の対応

クレジット契約に関する与信については、「割賦販売法」第38条において、購入者の支払能力を超える販売を行わないよう努めなければならない旨が定められている。また同第39条において、信用情報を支払能力の調査以外の目的に使用してはならないこと、および信用情報機関は正確な信用情報の提供に努めなければならない旨が定められている。

経済産業省では、クレジット与信に関連して、支払能力を超える購入の防止や信用情報の適正な使用等について通達を数回出している。しかし、業界における具体的な自主ルールやガイドライン等は特に設けていない。

3. 裁判例

クレジット会社の与信問題に関する裁判例としては、釧路簡判平成6年3月16日（判例タイムズ842号89頁）がある。クレジット会社が主婦と結んだ4件の契約について、立替金及び貸金の請求をしたのに対し、過剰与信にあたるとして、信義則の適用により債務額を約4分の3に減額して請求を認めた例である。

2 クレジット与信問題に係わる消費生活相談の実態と問題点

1. PIO-NETにみる「個品割賦」相談の傾向

PIO-NETに入力された消費生活相談のうち、2003年度の「個品割賦」の相談件数は

136,330件で、前年度（2002年度）の141,416件に比べ若干減少しているものの、依然として圧倒的に多い。特徴として、「70歳以上」の高齢者の増加が顕著なこと、「無職」が年々増加していること、契約金額の平均額が約84万円に増加していること等がみられる。販売購入形態別にみると、「店舗外販売」が86%で、内訳は「訪問販売」が64%と最も多く、次いで「電話勧誘販売」が25%であった。

「訪問販売」には、家庭訪販、アポイントメントセールス、キャッチセールス、SF商法などがあるが、「アクセサリ」「ふとん類」「浄水器」に関する相談が多かった。「店舗購入」では、「エステティックサービス」「自動車」「和服」に関する相談が半数近くあった。「電話勧誘販売」では、「資格取得用教材」「資格講座」「教養娯楽教材」に関する相談が多かった。「その他無店舗販売」では、展示会で和服などを販売する「展示販売」に関する相談が多くみられた。

表。「クレジット」の相談とその内訳

年度	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
支払方法							
合 計	115,140 (100.0)	136,941 (100.0)	149,408 (100.0)	153,155 (100.0)	177,360 (100.0)	172,429 (100.0)	77,853 (100.0)
自社割賦	3,315 (2.9)	3,629 (2.7)	3,927 (2.6)	4,497 (2.9)	4,920 (2.8)	4,280 (2.5)	2,091 (2.7)
総合割賦	3,934 (3.4)	4,014 (2.9)	4,797 (3.2)	4,820 (3.1)	6,299 (3.6)	7,571 (4.4)	4,541 (5.8)
個品割賦	94,257 (81.9)	113,394 (82.8)	121,389 (81.2)	124,174 (81.1)	141,416 (79.7)	136,330 (79.1)	59,493 (76.4)
ローン提携販売	3,318 (2.9)	3,279 (2.4)	3,443 (2.3)	3,865 (2.5)	4,752 (2.7)	4,924 (2.9)	2,726 (3.5)
翌月一括・ボーナス一括	3,669 (3.2)	4,400 (3.2)	7,471 (5.0)	6,746 (4.4)	7,802 (4.4)	7,786 (4.5)	3,942 (5.1)
他の販売信用	1,240 (1.1)	1,507 (1.1)	1,833 (1.2)	1,964 (1.3)	2,408 (1.4)	2,465 (1.4)	1,309 (1.7)
不明	5,407 (4.7)	6,718 (4.9)	6,548 (4.4)	7,089 (4.6)	9,763 (5.5)	9,073 (5.3)	3,751 (4.8)

1. データは2004年12月末日までの入力分。

2. () は、構成比 (%)。

2. 相談事例の追跡調査

【事例1】友人に誘われて展示会場へ出向いた。店長らが親切で話もおもしろく、しばらく毎日のように通っていたが、そのうち商品を勧められ、むりやり高額な健康食品を契約させられた。その後4ヶ月のうちに訪問着、喪服、羽毛ふとん、じゅうたんを次々とクレジットで契約（約320万円）させられた。年金

生活のうえ、他にも借金があり支払えない。

(60歳代 女性 無職)

〔クレジット与信における問題点〕

相談者は資産もなく公営住宅に居住して年金のみで暮らしていた。しかも他にカードローン100万円ほどがあった。それにもかかわらずなぜ300万円もの与信を次々通したのかについて、クレジット会社は与信審査の不備を全面的に認めはしたが、詳しい説明はなかった。契約は、展示会場にクレジット会社の派遣社員がいて面談での契約であった。面談で契約の意思確認がされているとして、後日の電話確認がなかったが、展示会場で販売員の熱心な勧誘の中で行う契約では冷静な判断ができなかったという例も多く、契約の意思確認が十分とは言えない。

【事例2】業者に自宅に来てもらい、布団のセットをクレジットで購入することにした（約100万円）。夫に話したところ高すぎると反対されたため、クレジット会社から確認の電話があった時にキャンセルを伝えた。業者にも解約を伝えたが、代金を請求された。

(50歳代 女性 家事従事者)

〔クレジット与信における問題点〕

相談者に交付されたクレジット契約書には、契約の成立時期について、立替払契約が不成立の場合には売買契約等も溯って成立しなかったものとする旨が書かれていた。クレジット会社は電話確認の際、相談者が契約しない旨を伝えたため承諾し、与信を行わず、センターの求めに応じ業者に代金の請求をしないよう働きかけたが、業者は請求を行った。クレジット会社には、このような場合も加盟店管理の一環として指導することを望みたい。

3. 消費生活相談からみた問題点

消費生活相談の実態から、以下のような問題点が挙げられる。

①高齢者の相談の割合が増加しており、次々

販売や展示会場での強引な販売方法が目立つ。また、年金生活者や判断能力が衰えた高齢者に与信しているケースもある。

- ②クレジット会社は与信審査にあたって、当該契約以外の契約状況を見落とすこともある。
- ③クレジット会社は成約情報の個人信用情報機関への登録を約1か月ごとにまとめて行うことが多いため、次々販売がわからないことがある。
- ④クレジット契約書の記入が本人でなくても与信されることがある。
- ⑤確認の電話の目的や内容について消費者に十分説明されていないことがある。
- ⑥クレジット会社は展示会場等で契約した場合、確認の電話を行わない場合がある。販売や契約の現場では、消費者は断りにくかったり、冷静な判断ができない場合がある。
- ⑦確認の電話で、契約者が購入しない旨を伝え、クレジット会社が与信しない場合でも、販売業者（加盟店）が消費者に代金を請求することがある。

3 クレジット会社と 個人信用情報機関の実情

1. クレジット会社へのアンケート調査結果
クレジット会社の与信の実態を調べるため、社団法人全国信販協会会員会社43社へアンケート調査を実施した。集計対象は36社。
回答の集計結果は以下のとおりである。

〔クレジット審査〕

- ①ほとんどの会社ではクレジット審査を独立した部署で行っている
- ②クレジット審査に要する時間は非常に短い
- ③約半数がスコアリングシステムのような与信審査システムを利用している

〔審査の際の情報〕

- ①申込書の記載内容で自署かどうかを重視している会社は多かった
- ②個人信用情報機関への照会を必ずしもしない

い場合がある

〔確認電話〕

- ①確認電話を、必ずしもすべてにしていないところが約半数ある
- ②確認電話は原則自宅か勤務先にかけてところがほとんどであるが、実際は携帯電話の場合もある
- ③確認電話で販売店の勧誘方法や販売方法に問題がなかったかまで尋ねたところはほとんどない

〔事故情報と与信〕

- ①個人信用情報機関に事故情報があっても与信をすることがある
 - ②事故情報がなくても与信しない場合がある
- 〔若年層と高齢者への与信〕
- ①若年層への与信は全社が条件を設けている
 - ②高齢者への与信は利用実績があつて短期なら比較的受け入れられる

〔消費者トラブルへの対応〕

- ①クレジット会社の多数は、消費者の申込みを積極的に吟味するべきで、それが事故や多重債務を防ぐことにつながる、と考えている
- ②消費者や国民生活センター、消費生活センターからお客相談室に入ったクレーム等は、全社が審査部署はもちろん社内の各部署にも反映している、と回答している

2. 個人信用情報機関の実情

個人信用情報機関は、加盟会員である与信業者から提供される個人信用情報を収集し、加盟会員の照会に応じて個人信用情報を提供する機関である。現在日本には、以下の4つの代表的な個人信用情報機関がある。

- ・株式会社シー・アイ・シー（CIC）…クレジット系の個人信用情報機関
- ・全国銀行個人信用情報センター（KSC）…全国銀行協会が設置している銀行系の個人信用情報機関
- ・全国信用情報センター連合会（全情連）…

全国33の消費者金融系個人情報情報機関の
連合会

・株式会社シーシービー（CCB）…業態横断
型の個人情報情報機関

シー・アイ・シー、全国銀行個人情報
センター、全国信用情報センター連合会の3
機関は、CRIN（上記3機関により運営されて
いる、オンラインによる個人情報情報の相互
交流システム。1987年3月より実施）によっ
て、延滞などの事故情報及び一部の本人申告
情報等の交流を行っている。

4 個品割賦購入あっせん契約に 係わる与信適正化のための提言

消費生活相談の実態およびクレジット会社
へのアンケート調査結果等をもとに、個品割
賦購入あっせん契約に係わる与信の適正化お
よび消費者被害の未然・拡大防止のため、ク
レジット会社、関係業界に対する要望をまと
めた。

(1) 過剰与信等の不適正な与信を行わない こと

消費生活相談の実態をみると、支払能力を
超えた過剰な与信、年金暮らしの高齢者や判
断不十分者等への不適正な与信等が行われた
例が多数見受けられる。

クレジット会社は、消費者の支払能力の確
認・調査を徹底するなどしてクレジット審査
を強化し、過剰与信等の不適正な与信を行わ
ないようにするべきである。また、加盟店管
理の一環として、次々販売等による過剰与信
を禁止する、販売業者による契約書の代書を
原則禁止する等、不適正な与信を防止するた
めの加盟店指導を強化するべきである。

(2) 電話による確認を徹底・充実すること

アンケート調査結果では、電話による確認
を「必ずしもすべてにしていない」という会
社が約半数で、電話確認の際に、「販売店の勧
誘方法や販売方法に問題がなかったか」「ク

リング・オフの説明を受けたか」まで聞いて
いる会社はほとんどなかった。また、消費生
活相談の実態をみると、展示会販売の場合、
電話確認が省略され、契約意思がないことを
伝える機会を逸してしまったというケースが
目立っている。

電話確認はクレジット会社が消費者と直接
接する重要な機会である。クレジット会社は
加盟店管理の面からも電話等による確認を徹
底・充実し、消費者トラブルの未然防止に努
めるべきである。特に展示会販売や訪問販売
のように、消費者が販売員に取り囲まれ契約
意思がないことを伝えられなかったり、長時
間の勧誘により冷静な判断ができなかったり
する可能性がある場合には、必ず別途電話確
認をするべきである。

電話確認に関する業界の自主ルールを作成
するなどして、業界全体で対応していくこと
が望まれる。

(3) 消費者が契約しない意思表示をした場 合、すみやかに対応すること

消費生活相談の事例をみると、電話確認の
際に「契約しない」旨の意思表示をしたにも
かかわらず、販売業者から代金請求を受けた
というケースが見受けられる。クレジット会
社は、消費者が電話確認の際に「契約しない」
旨の意思表示をした場合には、すみやかに販
売業者に連絡し、加盟店管理・指導の一環と
して対応されたい。

(4) 個人情報情報機関への照会を徹底し、登 録までの期間を短縮すること

クレジット会社は、個人情報情報機関への
照会をさらに徹底するなどして厳格な与信審
査を行うべきである。また、短期間に次々と
販売が行われるケースでは、与信審査の際に
複数のクレジット契約をしていることが分か
らない場合があるため、申込情報（クレジッ
ト申込みについて照会した事実を示す情報）
の十分な活用とともに、成約情報の登録まで
の期間の短縮化が望まれる。（相談調査部）