

**産業構造審議会 割賦販売分科会 基本問題小委員会**  
**中間整理**

**．はじめに**

昨今、クレジット取引について、特定商取引に関する法律（以下「特定商取引法」）違反となるような悪質な販売業者に利用されるケースや高齢者等の社会的弱者に対する不適正な与信ないし過剰与信が行われるケースが多々生じており、社会問題化している。また、クレジット取引に係る個人情報やクレジットカード情報（クレジットカード番号等）の漏えい事件も発生しており、特に、インターネット上での取引についての消費者の不安感の原因となっているとの指摘もある。

こうした現状を踏まえ、本委員会では、平成17年11月から平成18年6月まで、クレジット取引を巡る消費者トラブルの実態や法制度の現状等について審議し、報告書「クレジット取引に係る課題と論点整理について」（平成18年6月7日）等を取りまとめた。さらに、同報告書で指摘された論点について、特定商取引法の規制対象取引の問題と表裏一体の関係にあるので特定商取引法の改正に向けた検討と併行して行うことが不可欠との認識から、消費経済部会に新設された特定商取引小委員会と相互に連携しつつ、割賦販売法改正を念頭に具体的な対応策を取りまとめるべく、本年2月より検討を再開した。

これまでに開催した計6回の審議において、消費者トラブルの実態や海外の諸制度等を整理するとともに、クレジット取引に係る課題の対応策として考えられる事項について具体的検討を行ってきた。以下は、本委員会におけるこれまでの検討状況を中間的に整理したものである。

**．消費者トラブルの実態、業界の自主的取組状況、海外の諸制度**

**（１）消費者トラブルの実態**

**クレジット取引に関する消費者相談の傾向**

- ・国民生活センターのP I O - N E Tに登録された消費者相談件数を取引形態別に集計すると、クレジット取引に関する相談件数の約8割が個品割賦購入あっせん取引にかかわるものであった。また、販売方法別に集計すると、クレジット取引に関する相談件数の約8割が、訪問販売をはじめとして、電話勧誘販売、連鎖販売取引、業務誘引提供販売取引、特定継続的役務といった特定商取引法の規制対象取引にかかわるものであった。すなわち、クレジット取引を巡る消費者トラブルは、個品割賦購入あっせんに集中しており、特に特定商取引法の規制対象取引にかかわるものが多いことがデータで明らかになった。
- ・クレジット取引に関する相談件数は近年若干の減少傾向にあるが、相談者を年代別に

見ると、70歳以上の占める割合が1998年度の約6%から2005年度は約18%に上昇するなど高齢者の被害が目立つようになっている。

### **不適正与信、過剰与信に関するトラブルの実態**

- ・複数の委員等から、悪質商法を助長するような不適正な与信によって過剰な債務を抱えるに至った事例が具体的に紹介された。これらの事例についても、個品割賦購入あっせん、特に、高齢者を中心とした特定商取引法の規制対象取引に係るものが多いことが確認された。また、金銭消費貸借契約型の割賦購入あっせんに係る相談事例も紹介された。
- ・その他の多重債務については、貸金によるものが8～9割と圧倒的に多く、クレジットに関するものについては、(財)クレジットカウンセリング協会における相談件数や相談事例によれば、クレジット債務のみで相談に訪れた者は全体の8%程度と少なく、入口の段階でクレジットカードショッピングや個品割賦購入あっせんによる債務が発生し、次の段階でカードキャッシングを含む貸金(消費者金融)での借入に移行し、返済のための借入等によって結果として多重債務に陥るケースが多いことが明らかになった。

### **クレジットカード情報及び個人情報情報の漏えい**

- ・偽造カードによる被害は、2001年の刑法改正で偽造カード不正作出罪等が規定されたことや業界のICカード化の取組等により近年大幅に減少している。一方、クレジットカード番号と有効期限の情報のみで決済可能であることが多いインターネット取引においては、不正利用による被害が増加傾向にある。
- ・経済産業省に平成17年度及び18年度に報告のあったクレジット取引に係る個人情報情報の漏えい・紛失事案によれば、漏えい・紛失の大半は従業員の過失によるものであるが、クレジットカード情報や個人情報情報を故意に第三者へ提供したような個別事案も存在しており、このような場合、500人分を超えるような大型漏えい事件になる傾向が高い。また、漏えい・紛失はクレジットカード会社自社からによるものと業務委託先や加盟店等からによるものが概ね半々となっている。

## **(2) 業界の自主的取組状況**

- ・(社)全国信販協会から、平成18年6月の論点整理以降における業界の自主的取組の状況について紹介があった。同協会では、従来の加盟店総点検や住宅リフォーム及び呉服加盟店に関する不適正与信防止対策の実施に加えて、同年12月からはそれ以外のトラブル多発業種についても売買契約の翌日以降の契約意思確認、展示会販売における派遣面談の廃止、悪質な加盟店との取引停止の推進に着手したところであり、さらに平成19年3月には、特定商取引法に規定する販売業種に関わるきめ細かな商品別の与信判断ガイドラインを制定するとともに、高齢者については特に慎重な与信判断を行うことにした、などの説明があった。

### (3) 欧米におけるクレジット取引に関する法制度

- ・フランス、イギリス、ドイツ及びアメリカの4カ国におけるクレジット取引の実態及び法制度について経済産業省が行った調査の結果が報告された。
- ・クレジット取引の実態については、我が国では立替払い型の契約が一般的であるのに対しこれら4カ国では金銭消費貸借契約の形態をとるのが一般的である。他方、消費者信用供与額のGDPに占める割合からみたクレジットの普及度、取引形態、銀行中心であるかノンバンクが発達しているかといった事業者の業態などは、4カ国の中でそれぞれ相違がある。
- ・クレジット関連法制については、我が国においては割賦販売法によって業規制、行為規制、及び民事ルールが包括的に定められているのに対し、フランスやドイツでは、業法と民事ルールを定めた法律が分かれて規定されている。アメリカでは、情報開示ルール以外には個別の民事ルールは存在しない。イギリスでは、消費者信用法によって業規制、行為規制、及び民事ルールが包括的に定められている。
- ・クレジット事業者と販売店の責任関係については、フランスやドイツでは、それぞれ、売買契約と与信契約の一体性や結合契約について法律で規定されている。イギリスでは、更に一歩進んで、借入人、クレジット事業者及び販売店の三者間の契約を一体とみなして、販売店に契約違反があった場合クレジット事業者も連帯責任を負うことが法律で規定されている。他方、アメリカには、こうした規定は存在せず、判例によりケース・バイ・ケースで与信契約と売買契約の関係を判断している。
- ・過剰与信については、イギリスでの免許取得者の適格性判断の一項目としての「無責任な貸付」やアメリカにおける「略奪的貸付」といった概念はあるが、概ね各国とも借手の自己責任を強調している。
- ・総じて言えば、自己責任原則が強く、かつ、判例中心のアメリカに対して、きめ細かに消費者保護ルールを定めている欧州という図式があり、また、欧州の中でも比較的共通点の多いフランス、ドイツに対して、独自の発展をしているのがイギリスというように、一口に欧米といっても規制の仕方、内容は異なっていることが明らかにされた。

#### **・クレジット取引を巡る諸問題への対応**

##### **1. 悪質商法を助長する不適正与信の排除**

###### **(1) 制度的対応の必要性について**

- ・クレジット取引分野、特に訪問販売等の特定商取引法の規制対象の個品割賦購入あっせんによるクレジット取引については、悪質な販売業者による高齢者等を狙った強引な、又は詐欺的な勧誘が行われ、それに対してクレジット事業者が安易に与信を行う

結果、消費者が過剰な債務を抱え、その救済が十分になされないというケースが、従来から加盟店管理を求める行政指導や業界の自主的取組が行われているにもかかわらず相変わらず発生している。このような悪質商法を助長する不適正な与信は、クレジットシステムに対する社会的信用を低下させ、消費者とクレジット業界双方に不利益をもたらす。このことから、特定商取引法による訪問販売等の規制強化とともに、不適正与信を排除するための割賦販売法による新たな措置が必要であるとの認識で概ね一致した。

- ・その際、クレジット取引全体を検討の対象としつつも、個品割賦購入あっせん、特に特定商取引法で規定されている取引に係るものに焦点を当てて措置の内容を検討していくとの認識で概ね一致した。

## (2) クレジットシステム提供者の責務について

- ・クレジット販売における消費者トラブル、特に訪問販売等の勧誘方法による次々販売や過量販売等のトラブルに関しては、個品割賦購入あっせん契約の締結の勧誘や書面交付を実際に行うのは販売業者であるが、クレジット事業者は、クレジットシステムの提供者という立場で、それによって利益を得ているのであり、そのような消費者トラブルと無関係ではないとの指摘があった。
- ・また、クレジットシステムには、  
販売業者にとって、自ら代金回収業務を行うことも、代金不払いリスクも負うこともなく、本来であれば長期間にわたって分割受領するはずの多額の金銭を契約締結後速やかに一括受領するための手段としての側面があり、購入者からの代金回収が円満に行われることも考慮に入れた慎重な勧誘販売を行うインセンティブ（動機づけ）に欠けること、  
クレジット事業者は、勧誘や契約申込み場面に立ち会うことはなく、購入・契約締結意思の形成過程や契約申込み時の状況を把握しないため、自ら締結する個品割賦購入あっせん契約が悪質な勧誘販売によるものでないことの審査が不十分なものとなりがちであること、  
といった構造的な危険性があり、そのことが、クレジット取引における消費者トラブルの根本的な原因であるとの指摘があった。
- ・さらに、昨今、製品安全の分野において、誤用された場合に事故が発生する可能性がある製品について、安全対策を講じていなかったメーカーが世論の強い批判を受けたのと同じように、クレジット事業者には、悪用された場合にトラブルが発生する危険性を構造的に含んでいるシステムの提供者の責務として、安全装置のついたシステムにしていくことが求められるとの指摘があった。

## (3) 「加盟店管理」のあり方について

- ・これまでに行政当局は、クレジット事業者に対して、累次の通達によって「加盟店管理」の強化を求めて来たが、これらは行政指導に過ぎず、直ちに法的義務が発生するわけではないため、悪質な販売業者を排除する効果は不十分であるとの指摘が多数あった。
- ・そして、訪問販売等の特定商取引法の規制対象取引における消費者被害を防止するためには、当該取引分野にクレジットシステムを提供するクレジット事業者が積極的に不適正与信の排除に取り組む必要があり、クレジット事業者に対し加盟店の調査を含めて適正な与信を行う法的義務を課すべきであるとの意見が多数出された。
- ・また、これまで議論されてきた「加盟店管理」を法的義務とする場合、「管理」という概念ではなく、適合性原則から導かれるクレジット事業者の適正与信義務の一つとして加盟店調査を位置づけるべきとの意見があった。
- ・その一方で、加盟店管理については、クレジット業界の自主的取組、自主規制を中心にすべきとの意見もあった。その際、業界の自主規制が及ばないアウトサイダーの存在を踏まえ、自主規制の実効性を確保するために法的枠組みの中に自主規制団体を位置づけるべきとの見解も表明された。

#### **(4) 個品割賦購入あっせん業の規制強化等（行為規制、行政監督の強化）について** **個品割賦購入あっせん業者による書面交付義務について**

- ・個品割賦購入あっせんについては契約書面の交付義務は販売業者に課されているが、特に訪問販売等の特定商取引においては、販売業者が消費者に交付した書面の内容をクレジット事業者が十分に把握することなく契約を締結することも多く、そのことが不適正与信を助長し消費者トラブルの一因となっているという問題が指摘された。
- ・このため、個品割賦購入あっせん業者に与信事項に係る契約書面の交付に関する法的責任を負わせるべきとの意見が多数から出された。ただし、このことは物理的に個品割賦購入あっせん業者が自ら書面を交付することとは別であり、書面の交付時期を含めた書面交付義務の具体的内容については今後の検討事項とされた。
- ・これに対し、販売勧誘行為に直接携わっていない個品割賦購入あっせん業者に書面交付を義務づけるのは実務上やや無理があるとし、まずは販売業者の書面交付義務をさらに強化し、記載不備の書面については与信をしないという業界の自主的取組で対応すべきとの意見も一部にあった。

#### **個品割賦購入あっせん業者に対する行政規制の導入等について**

- ・現行法では個品割賦購入あっせんに対する参入規制はないが、業界団体に加入していないアウトサイダーの存在等を考慮し、登録制を導入すべきとの意見で概ね一致した。
- ・これと併せて、報告徴収、立入検査といった調査権や改善命令、業務停止命令、登録取消といった行政処分規定の導入の必要性についても概ね意見が一致した。
- ・さらに、総合割賦購入あっせんについても、現行法では登録制の対象であり報告徴収

や立入検査、登録取消等の規定があるものの、改善命令や業務停止命令の規定が欠けており、この際これらの規定を導入すべきとの点について、特段の異論はなかった。

## (5) 民事ルールについて

- ・民事ルールについては、現行法ではクレジット事業者が適正な与信を行うインセンティブ（動機づけ）がないこと、行政規制、行政処分のみでは十分な実効性が期待できないことから、不適正な与信を行ったクレジット事業者に対して経済的不利益をもたらすような何らかの民事ルールが必要であるとの意見が多数出された。
- ・この一つとして、上記の書面交付義務と関連し、訪問販売等特定商取引法で売買契約等のクーリングオフが定められている取引であって個品割賦購入あっせんにより代金支払が行われるものについて、売買契約等と与信契約がともにクーリングオフされる仕組みが提案され、これに対し多数の賛成意見があった。ただし、例えば訪問販売について書面不備はあるが与信契約について書面不備がない場合やその逆の場合にクーリングオフの効果をどう定めるか等の点について、特定商取引法の規定との調整を図りつつ、書面交付義務の内容とともに一体的に、具体的に議論すべきとの指摘がなされた。
- ・また、現行法第30条の4の抗弁権接続規定では未払金の支払拒絶までしか認められていないことに関し、クレジット事業者の適正与信を促すインセンティブとして十分に機能していない、むしろ悪質な加盟店と知りつつも直ちに加盟店取引を打ち切ることを阻害している、悪質商法の被害に遭った消費者の救済として十分ではない等の指摘があり、売買契約の締結の都度に与信契約締結の審査を行う個品割賦購入あっせんについて、既払金の返還を認めるべきとの意見が出された。
- ・この既払金返還については、特定商取引に対する適正な与信を公法上の義務として規定することを前提として、信義則を拠り所とする等により「損害賠償責任」という民事効果を発生させる法律構成とする方法があるとの意見が出された。
- ・これに対し、売買契約が無効・取消・解除になった場合においては与信契約についても無効・取消・解除される等の法律構成により既払金返還を認めるという「共同責任」の提案があった。
- ・これに関連し、消費者の側からクレジット事業者の過失を立証することは非常に困難であり、多くのケースで被害救済ができなくなるため、クレジット事業者の共同責任を明確に定めることが望ましいとの指摘もあった。
- ・なお、売買契約不成立の効果を与信契約の効力にまで及ぼすと与信契約そのものが不安定になるので、その範囲、関係諸法令との整合性等を考慮し、慎重に検討すべきとの意見もあった。

## 2. 過剰与信の防止について

### (1) 過剰与信対策のあり方について

- ・過剰与信対策について、現行法第38条において、クレジット事業者は支払能力を超える購入の防止に努めることとされているが、次々販売等による過剰与信を防止する責務があるとの認識で概ね一致した。
- ・過剰与信防止対策を検討する範囲については、クレジット事業者全般にそのような責務はあるとしつつも、次々販売等の被害実態を踏まえ、特定商取引法の規制対象の個品割賦購入あっせんについてより一段と強い措置を講じるべきとの意見があった。
- ・このほか、次々販売等以外の多重債務の事例を見てみると、消費者の自覚のなさが惹起しているものがあることから、事業者に対する規制を厳格化すると同時に、消費者の自主性・自立性・自覚を促すことが重要との指摘もあった。

### (2) 信用情報機関を利用した支払能力等の調査の義務づけについて

- ・現在でも、(株)シー・アイ・シー等の信用情報機関による与信審査は行われているが、現行法第38条は、信用情報機関を利用した支払能力の調査を努力義務として定めたものであり、業界での自主的な取組として行われているに過ぎないので、与信審査の際に信用情報機関の保有する個人情報情報の利用による支払能力の調査及びその結果の信用情報機関への登録を義務づけるべきであることについて、概ね意見が一致した。
- ・ただし、総合割賦購入あっせん、個品割賦購入あっせんそれぞれにおいて、個人情報情報を利用すべき時点等具体的義務の内容については、今後の検討課題とされた。特に個品割賦購入あっせんについては、全件照会の徹底が不十分である可能性があるとの指摘があり、また、次々販売等の消費者被害の実態を踏まれば、支払能力に関する個人情報のみならず、その消費者の個品割賦購入あっせんによる商品の購入履歴も利用・登録義務の対象とすべきとの意見があった。

### (3) 総量規制導入について

- ・過剰与信防止の実効性を確保するためには、何らかの具体的な基準を定めることが重要であるとの意見があった。
- ・これに関し、消費者被害の多い特定商取引法で規制されている取引に対する個品割賦購入あっせんについて、総債務残高が手取り収入の3分の1を超えることとなる与信契約の締結を原則として禁止(ただし、販売信用の性質を考慮し、クレジット事業者が立証責任を負うことを前提として一定の例外事由を認める)し、違反したクレジット事業者を行政処分の対象にするとともに、当該与信契約についての民事効を規定すべきである等の提案が紹介された。
- ・この提案に関し、同案は、与信額が基準額を超える場合において、購入の必要性や支払能力等について個別調査をするといった手続要件を定めて義務化するものであり、必ずしも基準を超える与信が禁止されるものではないとの補足説明があった。

- ・これに対し、クレジットによる商品購入は、特定の商品の購入を目的としたものであり、十分な預貯金等を有する消費者がこれを計画的に運用するためにクレジットを利用することも多く、用途制限も担保も無いような貸金とはその性質が大きく異なっているとの指摘があった。
- ・また、実際の与信審査においては、過去1年間の年収だけではなく、利用者の年齢、家族構成、住居、勤務先、過去の返済履歴等、様々な要素を総合的に考慮した、利用者の将来の返済余力推計に基づいて与信判断を行っており、年収という単一指標だけで判断しておらず、例えば、年収が低い者であっても親の実家に居住し自由に使える所得が多い場合は、住宅ローンや子供の教育費等を負担している年収のより高い者と比較してむしろ前者の方が実質的な返済余力が高い場合もある等、一律の数値基準を原則とすることには疑問がある、との反論があった。
- ・一定額以上与信する場合の支払能力の厳格な調査が義務づけられれば、原則である総量規制は不要であるとの指摘も出された。
- ・さらに、過剰与信対策を講じるにあたっては、法律の規定を置くだけで直ちに問題が解決するものではなく、内部統制とスコアリングの情報モデルの充実が重要であり、画一的な規律は、より良い消費者信用市場の発展を阻害する可能性もあることに留意すべきとの意見もあった。
- ・このほか、制度設計における一般論として、借り手である消費者の厚生の向上という原則が達成されることが重要であり、規則遵守が自己目的化して原則がおろそかになるのは本末転倒である、裁量的にならないよう規則を明確化する努力は必要であるが、形式上規則に違反するようなケースであっても原則が達成されることについての説明義務を果たせば問題としない構図をとるべき、逆に形式上規則を遵守しても実質を実現できないケースを防止するためにバスケット（包括）条項を設けるような制度設計が望ましい、過剰与信について一定の基準を定め、これを超える与信についてクレジット事業者の説明責任を課すことによって過剰与信防止の実現を図るべき、との意見があった。

### **3. 個人情報情報の保護措置の在り方**

#### **(1) 個人情報保護法の限界及び新たな法的措置の必要性**

- ・信用情報機関が保有する個人情報情報は、過剰与信防止のためにクレジット事業者の与信審査において積極的に利用されることが重要であるが、その前提として、プライバシー保護の要請が特に高い個人情報については、特段の保護措置が講じられることが必要であり、一般法である個人情報保護法による保護措置では不十分であるとの指摘があった。この点について、昨年の貸金業法の改正において、保護対象を「個人情報」に限定することによって個人情報の漏洩に係る罰則等が定められたことを踏まえると、割賦販売法においてもクレジット分野の個人情報について同



様の罰則等を定めることができるとの指摘がある等、新たな法的措置が必要との認識で概ね一致した。

## (2) 信用情報機関相互の情報交流の是非

- ・信用情報機関相互の情報交流については、今後信用情報機関が貸金業法に基づく指定を受け、他の指定信用情報機関との間で貸金に係る個人信用情報の交流が行われることを踏まえて、これをクレジットの側からどのように捉えるべきなのか、慎重に検討すべきとの指摘があった。その際、業態を超えた信用情報機関間での個人信用情報の交流については、これまで延滞等のネガティブ情報の交流に限ることとしてきた経緯があり、また、販売信用に係るホワイト情報を含む全ての個人信用情報の交流については、消費者側からすると全ての情報を事業者に把握されるのがいいのかという難しい問題があることから、慎重な議論が必要との意見があった。

## 4. クレジットカード情報保護・不正利用対策のあり方

### (1) クレジットカード情報保護対策のあり方について

- ・カード番号等のクレジットカード情報の保護については、個人情報保護法は民間部門の一般法であり、包括的な分野を対象とした必要最小限の規制内容にとどまっていること、クレジットカード情報が個人情報保護法の個人情報に該当しない場合もありうること、個人情報保護法成立時の衆参の附帯決議において、金融・信用分野における個人情報保護については格別の措置が必要とされたこと、現に発生している情報漏えい事件を踏まえると、インターネット取引における不正利用の可能性があるにも関わらず、漏えい行為を処罰する規定がない等個人情報保護法のみでの措置には限界があると考えられること等を踏まえ、前記の個人信用情報と同様に、クレジットカード情報保護のための規定を割賦販売法に置くべきとの認識で概ね一致した。
- ・なお、クレジットカード情報保護の規定を検討するにあたっては、クレジットカード発行会社以外の、業務委託先、アクワイアラー、加盟店、モール運営事業者、決済代行事業者等の多岐にわたる事業者がクレジットカード情報を保有しており、最近の漏えい事件ではクレジットカード会社以外からの漏えいが半分程度を占めていることを踏まえ、規制の程度との関係に留意しつつ、クレジットカード発行会社以外の関係事業者を対象とすることの是非につきさらに議論が必要との指摘があった。

### (2) 不正利用被害の救済のあり方について

- ・クレジットカードの不正使用被害については、保険でのカバーや国際ブランドによるチャージバックルールの適用により原則としてカード会員の被害は補填されることと

なっているが、どのような場合に会員負担となるか等を明確にすることが重要であり、その手段として、各クレジット事業者がカード会員契約の約款の中で明らかにすべき等の意見があった。

- ・不正利用被害の補填を最終的に負担すべき者を誰にするかについては、クレジットカード発行会社自体が自己負担したり、保険会社との保険契約に基づき保険金を請求したり、あるいはブランドのルールや加盟店契約等に基づいて事業者間の役割分担が定められており、そうした民間ルールが十分機能している状況であるので、特に法律で新たな規定を置く必要はないとの意見が多数であった。また、事業者間の責任分担がどうなるにせよ、消費者との関係ではクレジットカード発行会社が一義的な責任を負うべきとの意見があった。
- ・また、インターネット上での個人情報漏えいトラブルに関して、法律で責任分担を固定すると今後のイノベーションを阻害するので適当ではないが、インターネットモール運営事業者が出店業者による消費者トラブルには責任を負わないことを取り決めた場合には、消費者に対してその旨を明示すべきとの意見があった。さらに、百貨店においては、そのテナントの顧客に係る個人情報であっても百貨店が一義的に消費者トラブルに対応している例を踏まえると、インターネットモールにおいても、運営するモールの出店業者の顧客に係る個人情報の漏えいに関するトラブルは、モール運営事業者が一義的に対応すべきとの指摘もあった。

## **5. 法律の適用範囲の拡大について**

### **(1) 規制対象となる「割賦」の定義の拡大について**

- ・規制対象となる割賦の定義の拡大については、自社割賦と割賦購入あっせんで分けて考えるべきであり、消費者トラブルが多発しているとは言えない自社割賦については慎重に対応すべき、との認識で概ね一致した。
- ・割賦購入あっせんについては、現在起こっている消費者被害は、割賦取引の有する誘引性や複雑性に起因することに加えて、悪質販売業者が立替金を直ちに確保できるために販売勧誘を慎重に行うインセンティブが働かない構造にあることも大きな原因であること、割賦購入あっせん業者にとっては、自身が三者型のクレジットを行っていることが明白であることから、規制範囲を拡大し、ボーナス一括払いやマンスリークリアも対象に含めるべきとの意見があった。
- ・これに対し、いわゆるマンスリークリア等の一定期間以内の短期間の与信については、最近では商品の購入のみならず、交通費の決済、あるいは公金の決済というように、利用分野が急速に拡大してきており、現金と同様の使い方をされている実態を踏まえると、規制範囲の拡大については慎重に検討すべきであり、基本的には、規制対象に含めるべきではないとの意見が出された。

## (2) 指定商品制の見直しについて

- ・指定商品制の見直しについても、一律ではなく規律内容ごとに検討すべきとの観点から、自社割賦と割賦購入あっせんとは分けて考えるべきであり、割賦の定義と同様の理由により、自社割賦についての指定商品制の見直しは慎重に対応すべき、との認識で概ね一致した。
- ・割賦購入あっせん業者に適用される指定商品制については、政令で対象を限定列挙している現行方式から適用対象外のものを除くネガティブリスト方式へと転換すべきとの意見が出された。
- ・これに対し、商品についてのネガティブリスト化はあり得るが、権利や役務に関しては、現時点において既に、医療費、授業料、公共料金等の代金支払までクレジット取引の対象が拡大してきており、今後もさまざまな権利・役務がクレジット取引の対象として生じてくることが予想されることから、ネガティブリスト化による権利・役務の指定制の廃止は困難であるとの意見があった。

## 6. その他

### (1) 自主規制の強化について

- ・クレジットに関する消費者被害を防止するためには、クレジット事業者が法律を遵守することに加えて、業界が自主的な取組を強化していくことが有効であるとの観点から、自主ルールを制定しこれを加入会員に遵守させる自主規制機関を法定化し、行政が必要な指導監督を行うこととすべきとの意見が多数出された。これに対しては、自主規制機関による自主ルールを中心に据えるのか、法律の規制、民事ルールとのベストミックスの中で当該自主ルールを位置づけるのか、あるいは民事ルールの整備等の法的措置を前提としてこれを補完するものと位置づけるのかについて見解は分かれたが、自主規制機関の法定化そのものについては、概ね意見が一致した。
- ・また、消費生活センター等が悪質な加盟店に関する情報を自主規制機関に提供する仕組みを構築することにより、悪質な加盟店を早期に把握し排除できるようになるとの意見があった。
- ・これに対して、現在でも悪質な加盟店に関する情報は抗弁申立て等によりクレジット事業者は入手しているにもかかわらず、既存業界団体の加盟店に関する情報交換制度が有効に機能していないことが問題であり、その充実強化をまず図るべきとの意見も表明された。
- ・このほか、自主規制には現場主義に基づいて非常にきめ細かい機動的かつ柔軟な、さらに専門知識を活かしたルールの策定ができるという法律にはないメリットがあり、そうした面にも着目して、ルールの内容自体の精度を高めていく観点も必要との意見があった。

## (2) 個品割賦購入あっせんにより訪問販売を行う事業者の参入規制について

- ・クレジット分野での必要な規制強化や体制整備と併せて、消費者トラブルが特に多い個品割賦購入により訪問販売を行う業者について、何らかの参入規制を導入するとともに、訪問販売の健全化を業務とする自主規制機関を活用するなどの対応が望まれるとの意見があり、引き続き特定商取引小委員会で検討していくこととされた。
- ・これについては、そのような参入規制の導入等を必ずしも否定するものではないものの、加盟店調査を法的義務とすることが前提であり、かつ参入規制等によってクレジット事業者の加盟店調査義務が免責されると解釈されるようなものであってはならないとの指摘があった。

### **. 終わりに**

これまでの審議を通じ、報告書「クレジット取引に係る課題と論点整理について」(平成18年6月7日)で指摘された各論点について具体的な対応策を検討してきた。対応策の方向性については、多くの事項について委員の間で概ね意見の一致が見られたが、引き続き検討を要するものも残されている。

したがって、クレジット取引適正化に向けた政策の方向性について、引き続き議論を続ける必要がある。特に民事ルールについては、民法をはじめとする既存の民事ルール体系との整合性を更に検討する必要がある。また、円滑な法執行の可否等、実務的な観点からの検証や特定商取引法との整合性等の法技術的な検討も必要である。

なお、本委員会で検討しているクレジット取引に係る諸課題は、国民一般の経済活動・消費活動に著しい影響を与える可能性があるものであり、本中間整理については、広く国民一般からの意見を募集し、今後の議論に反映することとしたい。