

クレジット会社の共同責任に関する意見書

2007年6月14日

日本弁護士連合会

当連合会は、悪質商法を助長するクレジット契約の被害防止・救済に向けて、これまでに2005年10月18日付「割賦販売法の改正を求める緊急意見書」、2006年7月20日付「割賦販売法の抜本的改正を求める意見書」を公表し、提携先販売業者の販売契約（役務提供契約を含む。以下同じ。）が無効・取消・解除となるときは、クレジット会社は消費者に対し既払金返還を含む民事責任を負うべきことを提言している。

本意見書は、クレジット被害の実態及び法的根拠付けに鑑み、差し当たり契約書型（個品式）のクレジット契約に絞ることを前提に、クレジット会社の既払金返還責任の導入が必要不可欠であることを提言するものである。

なお、クレジット過剰与信被害に対する法規制のあり方については、すでに2007年3月16日付「クレジット過剰与信を禁止する法改正を求める意見書」を公表したところである。

第1 意見の趣旨

1 既払金返還の共同責任規定の必要性と法的・政策的妥当性

販売業者と販売代金の支払先とが異なるクレジット取引の特性を踏まえてクレジット利用者の取引の安全を確保するためには、現行の抗弁對抗規定（割賦販売法30条の4）では不十分であり、販売契約が無効・取消・解除等により遡及的に消滅したときは、クレジット会社は販売業者と連帯して既払金の返還を含む無過失共同責任を負うものとする必要がある。

また、悪質商法を助長するクレジット契約の被害を実効的に防止・救済し、クレジット利用者の安心・安全を増進するためには、クレジット取引において販売業者と共同の利益を享受するクレジット会社が上記の共同責任を負うものとするのが政策的にも妥当である。

この点、クレジット会社が不適正与信防止義務に違反した場合に損害賠償責任（過失責任）を負うものとする考え方があるが、被害防止・救済の実効性の観点及び理論的整合性の観点からみて、極めて不十分である。

2 契約書型（個品式）における共同責任の必要不可欠性

特に悪質販売行為に利用される頻度が高まっている契約書型（個品式）

のクレジット契約に関しては、クレジット被害防止・救済に向けた対応策として、既払金返還を含む共同責任規定を早急に置くことが必要不可欠である。

3 脱法行為の防止

販売業者が商品等を販売する際、消費者にクレジットカード申込書を作成させ、これによりカード発行と販売代金の与信とを同時に行う事例がすでに発生していることに鑑み、こうしたクレジット契約も契約書型（個品式）として評価することを明確にすべきである。

4 カード型（総合式）における見直し条項の必要性

カード型（総合式）クレジット契約についても、クレジット会社の不適正与信防止義務の法制化やチャージバック制度の運用による被害防止・被害救済の動向を注視しつつ、契約書型（個品式）クレジット契約と同様の規制を及ぼすことをも視野に入れて適宜見直すべきである。

第2 意見の理由

1 既払金返還の共同責任規定をめぐる議論状況

2008年通常国会に予定されている割賦販売法の改正に向けて、詐欺商法被害や次々販売被害などを引き起こす悪質販売業者と提携するクレジット会社の責任のあり方が焦点となっている。

この点に関し、産業構造審議会割賦販売分科会基本問題小委員会では、契約書型（個品式）を扱うクレジット会社についても登録制を導入して開業規制を及ぼすこと、一般条項としてクレジット会社の不適正与信防止義務を法定し、行政処分権限の対象とすることなどについては、概ねコンセンサスが形成されている。これに対し、販売業者によって悪質販売行為や債務不履行がなされたことにより販売契約が無効・取消・解除等となった場合におけるクレジット会社の民事責任については、現行法が定めている抗弁対抗規定（割賦販売法30条の4）を超える何らかの規定が定められるべきか否かで議論が別れている。そして、この点に関しては、現行の抗弁対抗規定を超える新たな民事責任規定は不要であるとするクレジット業界の意見のほか、クレジット会社が不適正与信防止義務に違反した場合には既払金返還に至る損害賠償責任を負うことがあるとする方向性、いわば過失責任型の規定を志向する意見もある。

2 既払金返還を含む無過失共同責任規定の必要性

不適正与信被害の防止と救済の実効性を確保するためには、クレジット会社が自らのリスクを管理するために提携先販売業者（加盟店）を通じた与信を適正に行う動機付け（インセンティブ）となるような民事責

任規定を設けることが必要不可欠であるところ、現行の抗弁対抗規定（割賦販売法30条の4）では、この動機付けが極めて不十分であることがすでに明らかとなっている。同規定では、販売契約につき抗弁事由があるときはクレジット契約の未払金債務についての支払拒絶が認められるのみであるが、これでは、クレジット会社が加盟店の悪質販売行為を察知しても、加盟店契約を直ちに打ち切って倒産に追い込むより、加盟店を存続させて顧客からクレジット契約の未払金をできる限り回収したほうが経済的に有利である、という判断に結びつくこととなるからである。

例えば、モニター商法とマルチ商法を組み合わせ高額の布団を販売する営業活動を展開していたダンシング事件においては、先行するクレジット会社が早い時期に加盟店を調査した結果、販売方法の問題点を把握したにもかかわらず、取引高を徐々に減少させつつも最後まで取引を継続していた（別紙1）。また、詐欺的なセールストークにより効果がない節電器の訪問販売を繰り返していたアイディック事件においても、当初はシェアを独占していたクレジット会社が早い時期にセールストークの問題点を察知しながら、取引高を減少させつつも最後まで加盟店契約を打ち切ることなく継続していた（別紙2）。さらに、5年後の買い戻しを謳って宝石を販売し大量クレジット被害を発生させたココ山岡事件においても、関与した各クレジット会社は同様の対応をとっていた（別紙3）。

「悪質商法を助長するクレジット」という批判は、こうしたクレジット会社の無責任な取引慣行を指摘するものである。このような実態を改善し、適正なクレジット慣行を生み出すためには、現行の抗弁対抗規定では不十分であり、販売契約が無効・取消・解除等となって代金の支払義務が遡及的に消滅した場合に、顧客からクレジット会社に対し既払金の返還を請求できるものとする必要がある。

3 既払金返還を含む無過失共同責任規定の法的な妥当性

(1) 現行の抗弁対抗規定が制定された経緯

そもそも、割賦販売法30条の4の抗弁対抗規定（1984年新設）は、クレジット契約において、消費者は商品等の購入先とその代金の支払先とでそれぞれ相手方が異なる別個の契約関係に置かれるため、販売契約に関して発生した販売業者に対する抗弁や請求権をクレジット会社には対抗することができないのではないかと、ということに起因してトラブルが多発したために設置されたものである。

(2) 抗弁対抗規定の立法趣旨との関係

そもそも割賦販売法30条の4の立法趣旨（クレジット会社と販売業

者との密接な取引関係の存在，販売業者への抗弁はクレジット会社にも対抗できるとの消費者の期待の存在，クレジット会社は販売業者を継続的な取引関係を通じて監督でき，損失の分散・転嫁能力を有しているのに対し，消費者は購入に際して一時的に販売業者と接するに過ぎず，契約に習熟しておらず，損失負担能力が低い等クレジット会社に比して不利な立場に置かれていること)に照らすと，クレジット会社との関係において未払金の支払拒絶は可能であるが既払金については返還を求めえないとする現行の民事ルールには，十分な合理性がない。

また，同条の立法趣旨の一つに，クレジット契約は販売契約上の代金支払手段であるため，消費者が，販売業者に対して代金の支払を拒める事情があるときにはクレジット会社に対しても支払を拒めると期待している点が挙げられているところ，これと同様に，消費者がクレジット会社に支払った既払金についても，販売契約が無効・取消・解除等となって代金債務が遡及的に消滅した場合にはクレジット会社から返還してもらえらるものとの期待が存在しており，その期待は保護されて然るべきである。

(3) クレジット会社の共同責任の性質

そして，割賦販売法30条の4は，未払金の抗弁対抗の範囲で，クレジット会社の販売業者との共同責任を定めたものであるところ，この共同責任の性質は，民法の伝統的な報償責任，危険責任の性質を備えている。このほか，クレジット取引には不適正な販売行為を助長する危険性があり，それを未然に防止する必要があるところ，これを防止できるのはシステムの開設者たるクレジット会社であるというシステム開設者責任の観点や，クレジット市場の担い手たるクレジット会社には，自身はその市場でなす営業の自由を含む私権の内容や行使の方法について，公益的かつ市場法制的な見地より特別な制限に服させることが許されるという市場の担い手責任の観点から，クレジット会社の責任を捉えることもできる。これらはいずれも無過失民事責任の性質を帯びるものであり，クレジット会社の既払金返還義務はその延長線上に位置付けるべきものである。

以上のとおり，現行の抗弁対抗規定の新設から20数年を経て，悪質商法を助長するクレジットの問題が再び大きな社会問題となっている今日，販売業者と販売代金の支払先とが異なるクレジット取引の特性を踏まえてクレジット利用者の取引の安全を確保するためには，現行の抗弁対抗規定の趣旨・性質を踏まえ，その延長線上に位置する民事

ルールとして、販売契約が無効・取消・解除等となったときは、クレジット会社は販売業者と連帯して既払金の返還を含む無過失共同責任を負うものと規定することが妥当と考えられる。

4 既払金返還を含む無過失共同責任規定の政策的な妥当性

ところで、クレジット会社の既払金返還義務を定めるとの意見に対しては、自社割賦契約の場合には、販売業者が倒産すると既払金が返還されないのに、3者型のクレジット契約の場合には既払金が返還されるというのは均衡を欠くのではないかという意見がある。しかし、自社割賦を行う販売業者は、先に商品等の引渡を行いつつ販売代金の後払いの便益を顧客に与える業者である。この場合、商品等の引渡未了に伴うトラブルは考えにくいし、自社割賦の場合には販売業者自身が代金の後払いリスクを負うのであるから、「どんな販売方法であっても、売上さえ取ればよい」とか「売上さえ取ってしまえば、きちんと履行しなくても構わない」といったことも生じにくい。これに対し、3者型クレジットの場合には、まさにクレジットが悪質販売行為を助長する危険があり、悪質販売を行う販売業者の信用状態には危険が伴うことも多い。それゆえ、悪質な販売業者と提携したクレジット会社は、消費者との関係で販売業者倒産によるリスクを負うのが妥当であり、この場面で自社割賦との比較を持ち出すのは筋違いである。また、公正な競争という観点からしても、評判の怪しい販売業者と提携しようとするクレジット会社と評判のよい販売業者とだけ提携しようとするクレジット会社が公正に競争することができるようにするためには、販売業者との共同責任を定めるべきである。

なお、クレジット会社の既払金返還義務を定めると、クレジット会社に過度の危険を負担させることになり、その結果、クレジット市場の発展が阻害されると危惧する意見もある。しかし、イギリスにおいては、すでに1974年の段階からクレジット会社について既払金の返還を含む販売業者との無過失共同責任が法定されている（イギリス消費者信用法75条）ところ、同国のクレジット産業はEU諸国の中でも特に発展を遂げている。このことから、無過失共同責任の規定がクレジット市場の発展を妨げる結果とならないことは実証的に明らかである。むしろ、イギリスの行政担当者が「クレジットは『保険』のようなものである。物やサービスを購入するときにはクレジットを利用するとよい」と消費者にアドバイスしているという現実に鑑みると（日弁連「クレジット規制に関する訪英調査報告書」2007年4月）、同国では、無過失共同責任規定が存在する結果、消費者にとってクレジット契約の安心・安全が

確保され、クレジット契約システムに対する信頼が高まっているものと見ることができる。そうだとすれば、無過失共同責任の導入は、むしろクレジット市場の健全性を高め、消費者による利用を促進する結果になると考えるのが合理的である。

5 債務不履行解除も既払金返還責任の対象とすべきこと

また、販売業者（加盟店）がクレジット契約の締結を媒介していることを重視してクレジット会社の既払金返還義務を根拠付けるならば、契約締結後に生じた債務不履行解除についてはその対象外とすべきではないかという疑問が提起されている。

しかし、過去の加盟店管理通達は、「商品の供給又は役務の提供を適正かつ円滑に行うことのできない販売業者及び倒産のおそれのある販売業者を加盟店にしないこと」（昭和58年3月11日通達）など、加盟店の契約履行過程に関する調査・管理を繰り返し要請してきた。これは、クレジット契約の構造的危険性が、クレジット会社が契約締結場面に関与していないことだけでなく、立替金を受領した後は販売業者にとって契約を誠実に履行する動機付けが消えることに由来するものであり、過去のクレジット被害事例を見ても販売契約の不履行に関するものが多発してきた実態がある。また、消費者が債務不履行と不実の告知（消費者契約法4条1項1号など）のいずれを主張しうるかは、販売業者の債務履行態勢に関する実態究明の程度によって左右されることが多く、実質的な違いは少ない。さらに、理論的にも、債務不履行と合意の瑕疵とは、必ずしも明確に峻別されるものではないといわれている。

したがって、販売契約の無効・取消等の場合とともに、債務不履行解除の場合についても、同様にクレジット会社の既払金返還義務を定めることが必要かつ相当である。

6 契約書型のクレジットには既払金返還を含む無過失共同責任規定を直ちに導入すべきこと

(1) 被害の集中

今日のクレジット被害の実態をみると、取引高（消費者販売信用供与額）においては全体の約2割前後にとどまる契約書型（個品式）のクレジットが（(財)クレジット産業協会「日本の消費者信用統計」）、苦情相談件数においては約8割を占めている（国民生活センター「消費生活年報」）という実情にある。悪質商法を助長するクレジット被害の大半は契約書型のクレジットに集中している、ということである。

これは、契約書型のクレジット契約には、販売業者が商品等の販売に伴いクレジット申込書を持ち出して消費者に作成させることができる

点で、カード型に比べ、消費者を食い物にするような攻撃的販売方法を採用する販売業者にとって一般に利用しやすい、という特徴があるためであると考えられる。悪質販売業者の過量販売、次々販売に伴って発生するクレジット過剰与信被害も契約書型に集中しているのが実情である。

現時点において社会問題化している契約書型クレジットの被害を解決する緊急の対応策として、少なくとも契約書型のクレジット契約については、既払金返還を含む無過失共同責任規定を今般の改正で直ちに導入することが必要不可欠である。

(2) 法的根拠

前述のとおり、割賦販売法30条の4の立法趣旨の一つには、クレジット会社と販売業者は密接な取引関係にあり、クレジット会社は販売業者を継続的な取引関係を通じて監督することができる、ということが挙げられる。この点、契約書型クレジットにおいては、クレジット会社が提携先販売業者と直接の加盟店契約を行っており、カード型の場合と比較して提携関係に密接性が濃く、販売業者の監督可能性も大きいいため、より重い共同責任を定める基礎がある。

加えて、2001年に施行された消費者契約法5条1項は、事業者から消費者契約の締結の媒介を委託された第三者（受託者）が消費者に対して同法4条に定める不当勧誘を行ったときは、消費者は委託元事業者に対し消費者契約の取消を主張できる旨を規定している。契約書型クレジット契約の締結手続は、あらかじめクレジット申込書を販売業者（加盟店）に預託し、顧客の紹介、契約条件の交渉、申込書の作成・提出のすべてを加盟店に委ね（契約締結手続の媒介委託）、消費者によるクレジット契約の申込みの意思表示が完結するところまで加盟店が担当していることから、加盟店は契約書型クレジット契約の「受託者」と解することができる。しかも、消費者契約法4条4項の「重要事項」の意義については、契約内容・取引条件を拡張的に解する学説・裁判例が有力であるところ、クレジット契約は、特定の販売業者による商品等の販売を「条件として」、代金相当額を立替払いする契約であるから、販売契約の内容・効力に関する事項はクレジット契約の取引条件に当たるものと解することができる。そうであれば、加盟店（受託者）が販売契約の内容・取引条件について不当勧誘行為を行ったときは、クレジット会社（委託元事業者）に対しクレジット契約の取消を主張することができるものと解することが可能である（リフォーム工事契約に関する不利益事実の不告知を理由に、クレジット契約

についても取消を認めた裁判例として、小林簡裁平成18年3月22日判決・公刊物未登載がある)。

(3) 立法事実の存在

消費者契約法5条に関する前述のような見解は学説・裁判例として形成途上にあり、契約書型のクレジット被害が深刻である実態に鑑みれば、クレジット被害の防止・救済のための立法政策として割賦販売法にクレジット会社の既払金返還義務の明文規定を設けるべき必要性は高いといえる。

実質的に見ても、契約書型のクレジットは、販売業者が提携先のクレジット申込書を提示し、消費者がこれを利用するだけであるから、消費者が適正なクレジット会社を選択することでコントロールすることが期待できない分野である。このため契約書型クレジットの市場は、適正な競争原理による自浄作用が働きにくい環境にあり、自主規制のみに委ねていたのでは業態の健全化が実現できない。

そして、過去に加盟店管理の強化を求める通達が繰り返し発せられてきたのも、主として被害が多発している契約書型のクレジット事業が対象となっている。このように、行政指導の実効性が不十分である実態に照らしても、契約書型クレジットについては既払金返還を含む無過失共同責任規定を直ちに導入すべき立法事実があるといえる。

以上に基づき、契約書型(個品式)クレジットについてクレジット会社の既払金返還義務を法文化する場合の規定は、概ね次のようなものとなる。

「契約書型(個品式)のクレジット契約において、消費者から販売業者に対し販売契約の無効・取消・解除等その遡及的消滅を主張しうる事由があるときは、消費者は、クレジット事業者に対し、同一の事由によってクレジット契約の遡及的消滅を主張できるものとし、クレジット事業者は受領済みの既払金を消費者に返還すべき義務を負う。」

7 不適正与信防止義務違反に損害賠償責任を定める方策の当否

クレジット会社の民事責任を定める方法としては、クレジット会社が提携先販売業者(加盟店)の違法・不当な取引を防止するよう調査・管理すべき「不適正与信防止義務」を定めた上で、この義務に違反した場合には既払金相当額の「損害賠償責任」を負うとする規制方法も考えられる。これはクレジット会社に過失責任を負わせる規定であり、事業活

動の予見可能性や民法の過失責任原則に配慮したものと見ることができ
る。

しかし、かかる方策によることには、以下に指摘するように重大な疑
問がある。

(1) 事業者間取引の内部関係の証明困難性

クレジット会社と加盟店との間の提携関係に伴う、クレジット会社の
調査・管理に注意義務違反があるか否かという事業者間取引の内部関
係を、外部の消費者が解明することはほとんど不可能である。過去に
加盟店管理責任が徹底して問題とされた事例は被害者数が数千人か1
万人を超える大規模クレジット被害訴訟事件であり、解決までの平均
期間約5年、平均裁判期日回数約50回を要している(クレジット過
剰与信対策全国会議「数字で見る大規模クレジット事件解決の現状」)。
したがって、消費者側にクレジット会社の義務違反の証明を求めるよ
うな規定では、大多数を占める個別的クレジット被害事件の救済は極
めて困難である。

(2) 泣き寝入りが増加するおそれ

また、過失責任型の規定では、クレジット会社の不適正与信防止義務
違反を証明して既払金返還を請求するためには、消費者が訴訟を提起
し、クレジット会社の内部資料を提出させた上で、事実関係を分析し
なければならぬと考えられる。しかし、消費生活センターに寄せら
れるクレジット被害に関する苦情相談事例の平均契約金額は約84万
円であり(2003年度。国民生活センター「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 - (要
約)」2005年3月4日)、訴訟を提起しなければ救済されないとい
う制度では、そもそも多くの消費者は泣き寝入りせざるを得ない。

(3) 消費生活センターの紛争解決機能低下のおそれ

近年のクレジット被害は、消費生活センターに寄せられる苦情相談件
数だけでも約13万9千件に上り(国民生活センター「消費生活年報
2005年度版」)、その大多数は相談員の助言やあっせんにより解決
している。これに対し、訴訟を提起してクレジット会社の義務違反の
事実を証明しなければ救済できないとなれば、クレジット被害に関す
る消費生活センターの紛争解決機能を低下させることとなる。

(4) 現行規定との理論的整合性が欠ける

現行の割賦販売法30条の4は、未払金の支払拒絶に関する限り、販
売業者に主張しうる抗弁事由があれば当然にクレジット会社に対抗で
きるものとし、抗弁事由の存在についてクレジット会社の認識可能性

を問わない無過失責任として規定されている。これに対し、既払金返還に関して過失責任の規定を定めると、同条の抗弁対抗制度と理論的に整合性のない規定が付加されることとなり、今後の解釈運用に混乱をもたらすおそれもある。

以上のような問題点を勘案するならば、クレジット会社が負うべき無過失責任の範囲を未払金の支払拒絶から既払金の返還義務にまで拡大することの方が、むしろ現行規定との理論的な整合性が保たれるものと考えられる。

8 不適正与信防止義務の法制化

すでに述べたとおり、クレジット会社が提携先販売業者（加盟店）の不適正な販売行為に関してクレジット契約を行うことのないよう、加盟店及び販売契約に関する調査・管理を尽くすべきことは、クレジット取引システムの提供事業者として負うべき基本的義務である。

こうした観点から見ると、3者型クレジット契約全体に適用すべき規定として、不適正与信防止義務を法文上に明記し、違反したクレジット会社に対する行政処分権限を規定することが必要である。

さらに、クレジット会社がこの調査・管理義務を尽くしているかどうかを事後的に検証するためには、クレジット会社に加盟店契約書並びに加盟店及び販売契約に関する調査・管理記録の作成・保存・開示を義務づけることなども必要である。

以上の内容を法文化する場合の規定は、概ね次のようなものとなる。

「クレジット事業者は、クレジット契約の締結及び代金相当額の交付に当たり、提携先販売業者が行う販売契約の締結方法、契約内容及び契約履行見込みについて必要な調査を行うこと（規則で具体的に指定する）により、不適正なクレジット契約による消費者の不利益を防止しなければならない。」

「クレジット事業者がこの規定に違反したときは、行政処分の対象とする。」

「クレジット事業者は、提携先販売業者との加盟店契約書並びに提携先販売業者及び販売契約に関する調査・管理の記録を作成・保存するとともに、これらを開示しなければならない。」

9 カード型クレジットの取扱い

カード型（総合式）クレジットについては、現行の抗弁対抗規定（割賦販売法30条の4）による未払金の支払拒絶のほか、不適正与信防

止義務の法制化と行政処分権限，クレジットカード業界で自主的に運用されているチャージバック制度の適正な運用などによって，被害防止を図ることとなる。とりわけ，チャージバック制度は，クレジットカードを利用した販売契約に問題がある場合について，カード会社間（カード発行会社と加盟店獲得会社間）で調査と返金のルールを定めているものであり，これを約款に明記することにより適正な運用を図ることが重要である。

とはいえ，例えばインターネット取引においては，出会い系サイトなどの詐欺的業者がカード型クレジット決済を利用することによる被害事例がすでに発生している。したがって，カード型クレジットについても，前記のような対応策によって被害防止・救済の実効性が認められないときは，契約書型クレジットと同様の規制を及ぼすことも視野に入れて適宜見直すべきである。

以上

別紙 1 ダンシングモニター商法の概要と信販会社の関与

1 事案の概要

<布団購入契約（クレジット利用）+ モニター会員契約>

- ・布団販売業者ダンシングは、「布団を購入してモニターになり、毎月アンケートを提出すれば、毎月のクレジット支払額を上回るモニター料を支払う。モニター会員は限定募集です。」と勧誘し、クレジットを利用して布団を購入させる営業活動を展開した。クレジット会社3社がダンシングと加盟店契約を締結し、クレジットを提供した。
- ・ダンシングは、クレジットを利用するからこそ、「毎月の負担なく布団が購入できる」というセールストークによりモニター商法を展開することができたし、クレジット会社から立替金を取得することを狙って、モニター商法を展開したものである。
- ・しかし、実際には、ダンシングはすべての顧客にモニター会員契約（布団代金を上回るモニター料の支払いを約束）を付帯させて布団を販売していたため、当然に行き詰まり、平成11年に倒産した。
- ・ダンシングは、全国で約1万4000名のモニター会員を集め、被害総額は42億円に上った。
- ・倒産後、全国15地区で、被害者約2500名がクレジット会社3社に対し、クレジット残債務の支払拒絶の訴訟を提起した。元役員は、詐欺罪で有罪判決を受けた。

2 訴訟における争点と判断

<クレジット会社の主張>

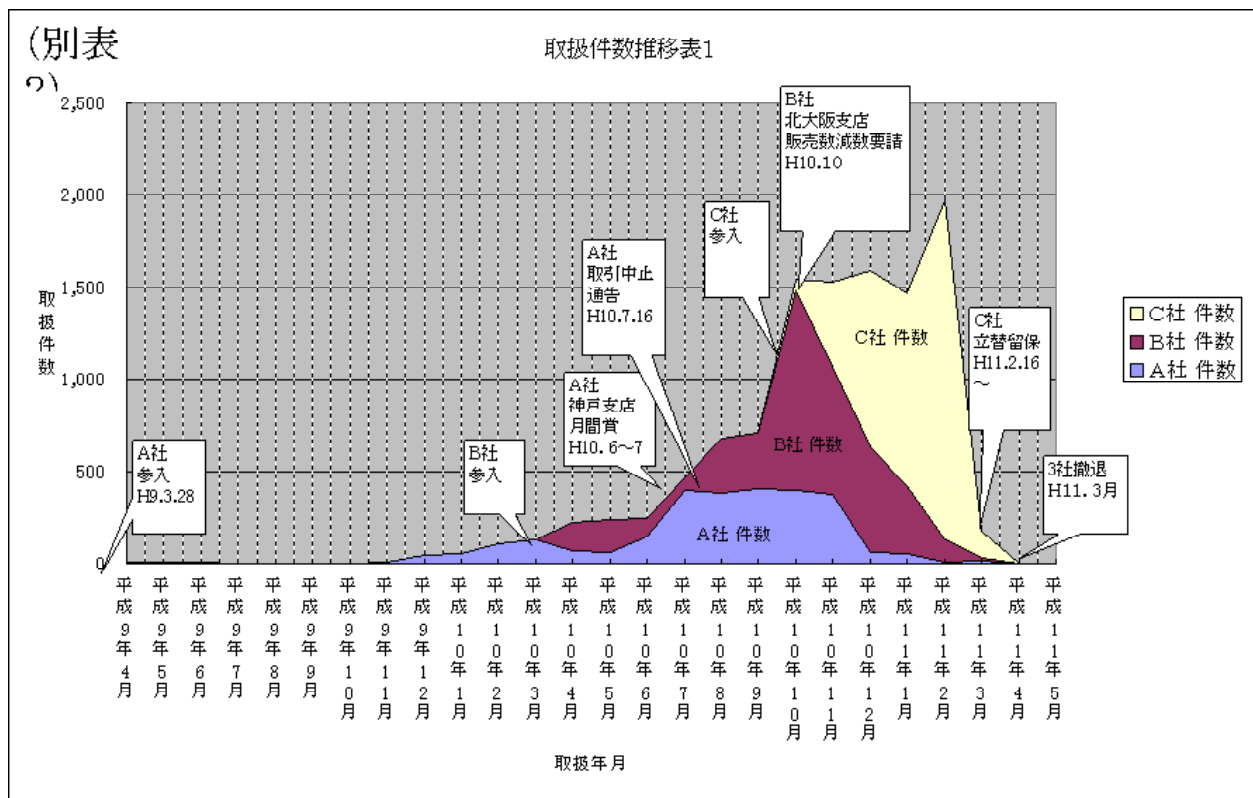
消費者はモニター料の取得を目指して布団を購入しながら、モニター料が支払われなくなるとモニター特約を持ち出してクレジットの支払いを拒絶することは、信義則に反し許されない。

<大阪高裁平成16年4月16日判決>（最高裁の上告不受理決定で確定）

クレジット契約を利用して商品を購入した場合、商品購入契約に付帯する特約があるときは、その特約に関する抗弁事由も信販会社に対抗することができる（割賦販売法30条の4）。

販売業者に騙された消費者に何らかの落ち度や過失があるからといって抗弁主張が制限されるものではなく、抗弁主張の制限は、「クレジット契約の不正利用によってクレジット会社に損害を及ぼすことを認識しながら積極的に加担したような背信的な事情がある場合」に限られる。

本件モニター商法は、破綻必至の詐欺的商法であり公序良俗に反する。契約者らは、ダンシングの巧妙な勧誘により、信販会社を害することになるとは思いもよらずに契約した被害者であり保護されるべき立場である。逆に、クレジット会社は、ダンシングの販売方法を調査管理すべき責任があるのに、これを怠っていた。



< 加盟店取引の問題点 > (証人尋問から)

- (1) 当初からダンシングとの加盟店取引を行っていたA社は、平成10年6月から7月に取引高が急増し、神戸支店が月間賞を受賞したが、他方でもあまりにも急激な取引増大に不審を抱き調査した結果、同年7月16日に本社から神戸支店に対し、「取引中止通告」が発せられた。しかし、神戸支店は取引を中止せず、徐々に取引件数を減少させる対応で倒産まで推移した。
- (2) 平成10年3月に加盟店取引を開始したB社は、A社の取引減少後取引件数を急増させ、平成10年9月から10月には取引件数が爆発的に増大した。その直後の同年10月、B社は、本社から北大阪支店に対し「販売数減数要請」を行った。支店はこれに応じて徐々に取引量を減少させつつ倒産時期まで推移した。
- (3) 平成10年9月に参入したC社は、B社の取引減少により、取引高を急増させたが、その後問題点を把握し、平成11年2月「立替留保」を行った。幸いに第4の信販会社が参入しなかったため、ダンシングは平成11年3月倒産に至った。

別紙2 アイディック節電器商法の概要と信販会社の関与

1 アイディックの概要

アイディックは、平成4年1月頃から、前身となる別会社名で小型変圧器を販売していたが、電力会社の電気供給規定（約款）に違反するとのことでトラブルが多発したことから、平成7年12月、アイディックを設立し、「省電王」と称する節電器の販売を開始した。

その後、平成15年1月30日、一方的に任意整理を宣言して、全国の営業所を封鎖し、実質的に破綻をするまで、事業者を主たる対象として、節電器等の訪問販売を展開した。

2 節電器の問題点

「省電王」と称する節電器は、約100ボルトで供給されている電圧を2～6ボルト程度（約95ボルト程度）までに下げる「変圧器」である。白熱灯を使用するときこの節電器を利用するのであれば、電圧が下がった分、電流も下がり、消費電力は少なくなる（もっとも、消費電力量が少なくなる分、白熱灯の明るさは暗くなる。）。これに対し、冷蔵庫、エアコン等の大半の家電製品では、一定の効果を発揮するためには一定の電力量を確保する必要があるため、節電器の利用で電圧が下がった場合、電流が大きくなる（長時間の運転等を要することとなり、節電効果は得られない。むしろ、変圧によるロスにより電気代が増加することすらある。つまり、節電器を配電盤につけても、大半の家電製品については電圧低減による節電効果は得られないのである。

にもかかわらず、アイディックは、全く合理性のない計算方法により算定された削減率に基づき、顧客に対し、「コスト削減プランご提案書」、「E S C O省エネプラン保証書」などを交付し、20～40%程度の節電効果が確実であるかのように信じ込ませ、販売勧誘を行っていた。こうした説明資料は、営業の手段として、全国各支店、営業所において使用されていたものであり、勧誘員個人の行き過ぎた説明ではなく、会社ぐるみの詐欺商法と言うべきものである。

3 信販会社の関わり

アイディックは、省電王を含む節電設備一式を約50～100万円にてクレジットを利用して販売しており、勧誘時には、「毎月のクレジットを支払っても、電気代の低減により、なお経費節減が可能である」かのごとく説明を繰り返してきた。例えば、「毎月電気代が1万円は安くなるので、信販会社に月々7000円のクレジット代金を支払っても、月々3000円の経費削減効果がある。」という説明が、本件節電器のセールスポイントとなっていた。つまり、アイディックの勧誘・販売において、クレジット制度は不可欠な要素となっていた。

アイディックの被害は全国に存在し、被害者数は数万人から10万人、被害総額は数十億円を超えとも言われている。アイディック破綻後、全国36地域に弁護士が設立され、2000名以上の被害者から依頼を受け、信販会社との間で、クレジット残債務の支払拒絶と既払金返還を求めて係争中である。一部の信販会社とは既に和解が成立しており、中には、信販会社が残債権全額を放棄し、さらに解決金の形で実質的に被害者の既払金の一部を返還する内容で和解したものもある。

4 問題商法の実態把握

アイディックの節電器商法が欺瞞的であることは、早くから消費生活センターの苦情相談やマスコミ報道を通じて、信販会社は把握できていた。例えば、北海道新聞では、平成9年11月22日、節電器押しつけ今年13件という記事や、平成10年5月23日、節電器苦

情急増とし、「アイディック」の実名を入れて北海道5都市の消費生活センターで113件の相談が寄せられたとする記事を報道している。また、平成10年11月10日付国民生活センターの報告書では、節電器等として、平成9年608件、平成10年386件の相談が寄せられたとし、消費者被害速報を流している（但し、小型変圧器と節電器を含む）。

5 加盟店契約の継続と被害拡大

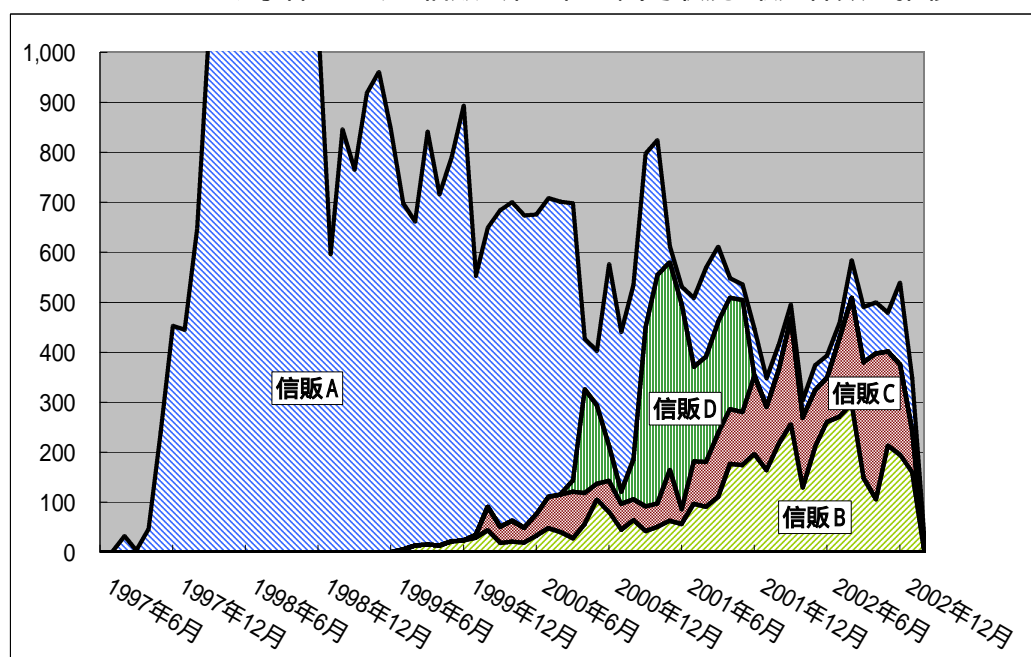
ところが、アイディックと加盟店契約を締結して提携する信販会社は次々と登場しており、クレームの多発に伴って撤退する信販会社もある反面、入れ替わりに次々と取引を開始・継続する信販会社もあったため、アイディックの節電器商法は約6年間にわたって継続することができた。

	加盟店契約締結締結	与信停止等
平成8年以前	信販会社	
平成8年	信販会社	
平成9年	信販会社A	
平成10年		信販会社
平成11年	信販会社B	信販会社
平成12年	信販会社C、D	
平成13年		信販会社D

このように、信販会社Dなど数社は1～2年で撤退しているが、その情報は他社の加盟店管理に何ら活かされておらず、他方で信販会社A、信販会社B、信販会社Cの3社については、アイディックが実質的に破綻する平成15年1月30日まで、加盟店契約を維持し、取引（与信）を継続してきた。とりわけ、信販会社Aは、5年以上の取引期間があり、途中から不審を感じて取引枠を減少させながらも、なお最後まで取引を継続していたのである。こうして信販会社が次々と参入し、取引を拡大・縮小していく様子は、下記のグラフからも明らかである。

アイディックの節電器商法は、クレジット制度を利用して勧誘・販売を継続したものであり、信販会社が加盟店の販売方法をチェックしないままに与信取引を継続したことによって、被害を拡大させていったのである。

アイディック事件における信販会社4社の関与状況・取組件数の推移



別紙3 ココ山岡事件の概要と信販会社の関与

1 事件の概要と解決結果

株式会社ココ山岡宝飾店（本社横浜）は、5年後に購入価格で買い戻すという特約をつけてダイヤモンド宝飾品を販売する「買戻商法」を全国的に展開した末、1997（平成9）年1月10日突然破産宣告を受けて倒産した。

ほとんどの顧客がクレジット契約でダイヤを購入しており、割賦販売法30条の4に基づく未払債務の支払拒絶を主張したが、信販会社がこれを争ったため全国的被害事件となった。

被害者は全国で10万人、ほとんどが20歳代の若者であった。全国38地域で弁護団が結成され、約9000人の被害者が信販会社を被告として各地の裁判所に分割未払金の債務不存在確認（約92億円）と既払金の返還（約59億円）を求めて提訴し、2000（平成12）年11月、全信販会社が全原告に対する未払金の請求を放棄し、原告側が一部信販会社から25億円（既払金総額の約42%）の和解金の支払いを受けるという和解によって解決した。

ココ山岡の元役員らは詐欺罪等で有罪判決を受けている。

複数の信販会社が破綻必至の詐欺商法に入れ替わり立ち替わり与信し、全国的に極めて多数の被害を出した、巨大クレジット被害事件の典型事例である。

2 クレジットシステムが果たした役割

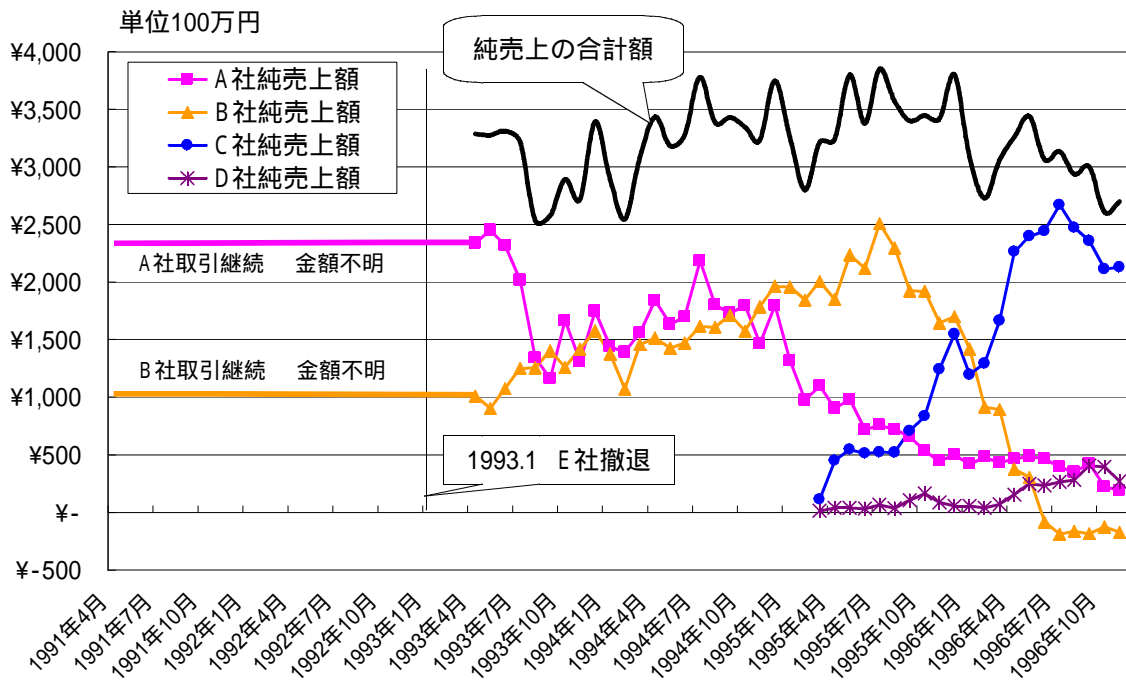
クレジットの存在が「買戻商法」を可能にした・・・こんな高いダイヤはいらない、買えないと断る若者に対し、「クレジットがあるから大丈夫。5年後には買い戻すのだから貯金と同じ」というセールストークや長時間執拗な勧誘によって100～200万円の高額なダイヤを購入させている

複数の信販会社が与信を続けてココ山岡商法を支えた・・・後記「関係信販4社の与信額の推移」の図参照

* 先行信販（A社、B社）は、悪質加盟店と分かっても取引を直ちに中止せず、少額取引を継続している（加盟店の倒産等を引き延ばしてできるかぎり既存契約者からの回収をはかり、既存契約のキャンセル等による返金分を新たな売り上げにより相殺回収することが目的）

* 撤退したり（E社）、取引を急激に減らす（A社）信販会社が出る一方で、新規参入して多額の取引を行う信販（C社、D社）がある。

《関係信販4社の与信額の推移》



* 上図は、ココ山岡に与信していた信販会社のうち主要4社の純売上額の推移である。純売上額とは、契約申込額からキャンセル額を引いた額であり、信販各社の取引額等のデータ（1993年4月以降分）はココ山岡の破産事件における管財人の報告に基づく。

* 1992年頃までの主要取引先はA社、B社、E社の3社。1993年1月、E社が買戻特約付販売を理由に与信停止（取引撤退）。

* A社は、ココ山岡の信用不安情報が流れたことを契機に1994年11月頃（倒産の2年前）から与信額を減らし始め、50%程度だった与信率を20%台に減少させたが取引を継続。

与信率：全信販会社の純売上額合計のうち当該信販会社が占める割合

* B社は、一時与信率を増やしたが、1996年頃（倒産の1年前）から急激に与信額を減らし、同年5月頃以降は、契約額からキャンセル額を差し引いた実取引高マイナスとしながら取引継続。

* 1995年3月にC社、D社が取引に参入し、急激に与信額を増やす。