

割賦販売審議会クレジット産業部会
報告書

平成12年9月22日

電子商取引への対応

1. 背景

(1) 消費者が家庭からインターネットを通じて申込をして商品を購入する等の取引(消費者向け電子商取引=インターネット通信販売(ネット通販))は、急速に拡大している(注1)。ネット通販は、消費者に様々なメリットや可能性をもたらすものである一方、取引をめぐる種々のトラブルや不安も存在する(注2)。ネット社会を健全な商取引の場として発展させていくためには、このようなトラブルや不安を減らして、リアルの世界と同程度に信頼でき、安心して取引に臨める状態に近づける努力が必要である。

(注1) ネット通販の拡大

ネット通販の売上は我が国でも急速に拡大しており、98年から99年にかけて1年間で650億円から2500億円へと4倍近くに拡大したと推計されている(電子商取引実証推進協議会。アンダーセンコンサルティング)。米国での市場規模は、我が国の20~30倍と言われており、我が国でも今後一層拡大する可能性があると予測されている。ネット上の店舗数も、95年以来の約5年間で約240店から約27000店へと100倍以上に増加したと推計されている(出典：NRIサイバービジネス・ケースバンク、サイバー社会基盤研究推進センター)。

(注2) ネット取引に関するトラブル・不安

ネット通販に関する消費者トラブル件数は、ネット通販の市場規模や店舗数の拡大に伴い、急激に増加している(国民生活センターPIO-NETにおけるネット通販関連の消費者苦情相談件数：1996年度59件 99年度710件)。また、ホームページ上の広告で、個人ビ

ジネスの勧誘のような外観をとって、商品購入等により高額な金銭負担を負わせるような商法(インターネット上のマルチ商法、内職・モニター商法(後述 p.7 を参照))によるトラブルも急増している。

(参考：平成12年7月31日産業構造審議会消費経済部会 インターネット通販小委員会中間報告書)

(2) これまでのところ、ネット通販において割賦販売や割賦購入あつせん(いわゆる「クレジット取引」)が行われている例は極めて少ないが、ネット通販が今後急速に拡大するのに伴い、クレジット取引も急速に普及する可能性が高いと考えられる。また、現在、主要なクレジット会社においては、従来想定されていなかった新しい方法によるクレジット取引の展開を準備しているが、こうした取引において、現行の法制が、現在一般の取引で実現しているのと同水準の消費者保護を確保できるのか、また、このような取引の円滑な発展を不当に阻害することにならないかという点について検討すべきであるとの指摘がなされてきた。

2. 問題点と具体的対応

(1) カードレス取引の規制対象化

いわゆるクレジットカードを利用して行う取引形態においては、通常、クレジットカード会社があらかじめ消費者にクレジットカード(割賦販売法上の「証票等」の有体物)を交付し、消費者は、交付されたクレジットカードを店頭で販売員に提示して自らが与信資格を有する者であることを証明し、商品を購入することとなる。現行の割賦販売法は、このような典型的な取引形態を前提として、規制対象となる取引形態を定めている。

しかしながら、電子商取引等の隔地者間取引においては、消費者と販売業者は非対面の関係にあるため、消費者はあらかじめ交付さ

れたカードの物理的な提示を行うことができない。したがって、その代替手段として、電話、郵便、インターネット等の通信等を利用して、カード番号等の通知を行っている。(注1)

(注1) このようなクレジットカードの利用は、現在、割賦販売法上、交付された「証票等」(クレジットカード)を「提示」したものと解され、したがって、このような取引も割賦販売法上の「割賦購入あっせん」に該当し、同法上の各種規制が適用されるという解釈の下に同法は運用されているところである。しかしながら、一般的に、わかりにくいという指摘がある。

また、当初から物理的なカード自体を交付せず、与信資格を証明する番号等のみを付与しておき、取引の際にこれを通知すること等により本人の与信資格の確認を行う形態のクレジット取引(カードレス包括取引)も実用化されつつある(注2)。このような取引形態は、割賦販売法上の『「証票等」(クレジットカード等)を交付』しない形態であることから、同法上の「割賦購入あっせん」に該当せず、割賦販売法上の諸規制を受けないこととなる。

(注2) カードレス包括取引の具体例(A社の例)

- ・消費者はA社が運営するネット通販のシステムに加盟している販売店のサイトで商品等を購入し、代金を支払う際に、A社からあらかじめ付与された同システム専用のID番号と暗証番号(同システムの加盟店以外の店舗では利用できない)を送信する。
- ・このシステムにおいては、マンスリークリア(1回払い)の他に、リボルビング方式の支払いを利用することができる。
- ・A社は、自主的に、このような取引についても通常の割賦購入あっせん

ん同様、割賦販売法上の各種規制に適合するように取引を行っている。

しかしながら、このような取引は、割賦販売法上の「総合方式」や「リボルビング方式」の「割賦購入あっせん」(注3)と実質的に同様の経済的効果をもたらす取引であることから、割賦販売法において同様に規制の対象として取り扱うべきである。

(注3) 割賦販売法上の「総合方式」及び「リボルビング方式」の「割賦購入あっせん」の定義

総合方式

個々の商品の販売等に先立って購入者等の支払能力を調査して包括的に与信が行われ(与信資格を証明する証票等を交付) 購入者等は、一定の限度額の範囲内(限度額を定めない場合もあり得る)において、交付された証票等と引換えに、又はそれを提示することにより商品購入等を行う形態。購入者等の支払は、個々の商品等の代金毎に2ヶ月以上、3回以上に分割して行われる。

リボルビング方式

あらかじめ包括的な与信を行い(証票等を交付) 一定の限度額内で証票等を利用して商品等を購入する点では総合方式と同じであるが、代金を支払う際、ア．購入した商品等の代金の合計額を基礎として(残債務額を基に)あらかじめ定められた方法により算定して得た額を、イ．あらかじめ定められた時期ごとに支払う方法であるもの。「あらかじめ定められた方法」としては、定額方式、定率方式等がある。

ちなみに、「割賦購入あっせん」には、総合方式及びリボルビング方式」以外に「個品方式」がある。「個品方式」は、あらかじめ包括的な与信を行わない（証券等を交付しない）点が「総合方式」や「リボルビング方式」と異なる。

個品方式

個々の商品の販売等の時点で、割賦購入あっせん業者が購入者等の支払能力を調査して与信判断を行い、その後割賦購入あっせん契約を締結して商品の販売等を行う形態。購入者等の支払は、個々の商品等の代金毎に2ヶ月以上、3回以上に分割して行われる。

(2) 書面交付の電子化の容認

割賦販売法では、割賦販売等を行う際の割賦販売業者等の書面交付義務として、

- ア．取引条件に関する書面の交付、
- イ．契約内容に関する書面の交付、
- ウ．代金請求に関する書面の交付及び
- エ．契約の解除等の書面における催告

に関する規定を設けている。

これらについては、消費者が、電子商取引の迅速性のメリットを活かすために、電子的な手段での通知を希望する場合もあり、消費者の利便性の向上の観点から、従来どおりの「書面」のほかに「電子的な書面」の使用も代替手段として認めることを検討すべきである。

ただし、その場合には、「物理的な書面」が果たしている現実的な役割を踏まえて、電子的書面を認める際の適切な要件（例えば、

消費者の希望、同意等)の設定等により、十分な消費者保護を図る必要がある。(注4)

(注4) 書面交付の電子化の容認については、我が国では「日本型IT社会」の実現が急務であり、ITを活用した産業・社会構造の変革に向け、スピードある対応を心がけなくてはならないとの観点から、現在、民間同士の書面交付を義務付けている法律を一括して改正すべく内閣において作業を実施中。

．内職・モニター商法への対応

1．現状と問題点

- (1) 在宅就業や個人ビジネスに対するニーズの拡大の傾向に便乗して、不適正な勧誘取引形態によるトラブルが急激に増大している。すなわち、悪質な事業者が、十分な事業上の裏付けもなく、さらには欺罔的な意図をもって、ビジネスに不慣れな個人を「仕事を得られて収入があがるから」といって誘引し、そのビジネスに必要であるとして物品購入等により高額の金銭負担を負わせるようなトラブルである。

トラブルの増加が顕著なものに、いわゆる内職・モニター商法がある。(例えば、「パソコンを購入すれば、パソコンを使った内職を紹介する」というように、内職、モニター等の業務を提供するので、それにより収入を得ることができると説明し、その業務に必要であるとして物品購入等により金銭負担を求めるといった勧誘取引)

このような勧誘取引形態を採るものであっても、勧誘時の説明通りに仕事や収入が得られるといったように、個人が得られる「利益」及び負うべき「負担」に関する仕組みと、それに関する情報提供が適正なものであれば、トラブルにつながるものではない。

しかしながら、トラブルの実態としては、勧誘の際に仕事の内容や収入等につき個人に過大な期待を抱かせるような誇大な説明がなされるが、実際には、十分な収入があがるような仕組みとなっておらず、個人の側に負担のみが残るといったようなケースが多数生じている。

(参考：平成12年9月11日 産業構造審議会消費経済部会 個人ビジネス勧誘取引小委員会報告書)

- (2) いわゆる内職・モニター商法については、特に、クレジットを用いた取引についてのトラブル事例が少なくない。(クレジットを用いた内職・モニター商法について国民生活センターが受けた苦情・相談件数は急増。平成7年においては470件、平成12年においては7

490件。) 販売事業者に当初から業務のあっせんを行う意図がないことあるいは販売事業者が所在不明となったり倒産したこと等により消費者が期待した内職やモニター料の提供がなされないにもかかわらず、割賦購入あっせん業者(クレジット会社等)から代金の請求がなされるような例も見られる。

(参考)被害例

- ・ A社は、同社の健康寝具の購入者との間で、健康寝具のモニターに関する業務委託契約を締結。「モニター契約」の内容は、健康寝具を使用した感想・意見について毎月1回のレポートを提出すれば、月々のモニター料が支払われるというもの。

同社は、現金では高額な健康寝具の代金を支払うことが困難な者に対しては、「クレジット契約を利用すれば、月々のクレジットの支払額をモニター料から支払うことができる」と説明してクレジットを利用させていた。

同社がモニター料の支払不能に陥った時点でモニター料を健康寝具のクレジット代金の支払にあてていたモニター会員から消費者センターへの苦情が急増。

- ・ B社は、新聞等に「着物のモニター(外交員)」の募集広告を掲載し、応募してきた者との間で業務契約を締結。外交員の条件として、同社の販売商品(着物、宝飾品)の購入を義務づけ、当該外交員に呉服や貴金属などの高額商品を販売していた。

同社は、現金では高額な着物や宝飾品の代金を支払うことが困難な者に対しては、「クレジット契約を利用すれば、月々のクレジットの支払額に応じてモニター料を支払う」と説明してクレジットを利用させていた。

同社は、外交員に対する報酬の支払いを一方向的に停止。これにより、外交員報酬を着物等のクレジット代金の支払いにあてていた外交員から消費者センターへの苦情が急増。

- (3) 産業構造審議会消費経済部会個人ビジネス勧誘取引小委員会においては、このような内職モニター商法について、トラブル防止のための規制を設けることが適当であるとされている。(平成12年9月11日 同小委員会報告書)

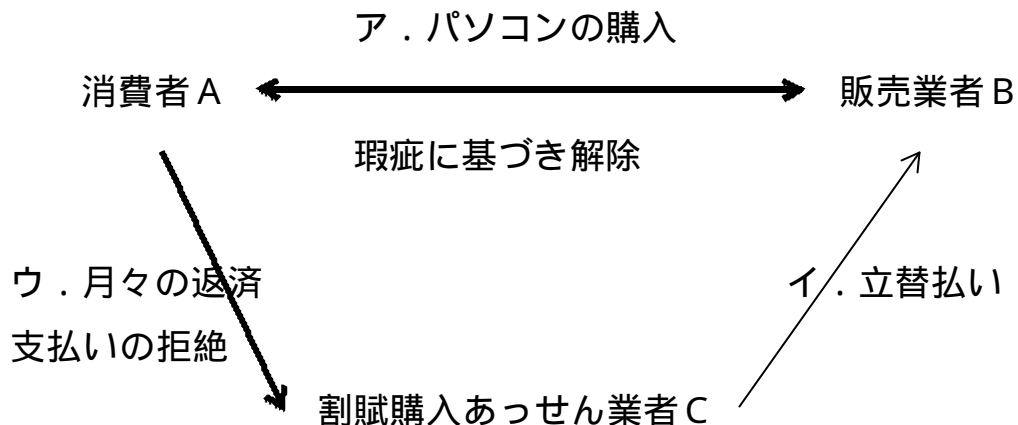
(参考) 規制内容の具体例

- ・事業者からの適切な情報提供の義務づけ
(広告に係る規制、書面交付の義務づけ)
- ・不適切な勧誘行為等の防止
- ・クーリングオフ制度の導入

2. 具体的対応

- (1) 現行割賦販売法においては、指定商品を購入する者等(購入者等)は、販売業者等に対して「売買契約等に要素の錯誤がある」、「商品等に瑕疵がある」、「商品等の引き渡しがなされない」等の主張を行える場合には、割賦購入あつせん業者(クレジット会社等)から商品等の代金の請求を受けてもそれを拒むことができることとなっている(「抗弁の接続」)。(抗弁の接続は、指定商品以外に、指定権利及び指定役務についても同様に適用がある。)

(参考) 抗弁の接続の具体例



クレジットを利用した指定商品の購入

ア. 消費者Aが販売業者Bからパソコンを購入。

イ. 支払いは割賦購入あっせん業者Cのクレジットを利用してCが替わって行う。

ウ. 消費者Aは割賦購入あっせん業者の請求に応じて毎月、一定額を支払う。

パソコンの瑕疵

- ・購入したパソコンが壊れており修理不能であることから、消費者Aは、売買契約を解除。

抗弁の接続による支払いの拒絶

- ・割賦購入あっせん業者Cが消費者Aに対して月々の支払いを請求しても、AはCに対して、売買契約を解除したこと（抗弁の接続規定がなければBに対してしか主張できない）を理由に代金の支払いを拒絶できる。

- (2) しかしながら、内職・モニター商法における商品の購入等には、形式的には購入者等が自ら事業を行い利益を得るために行われるという点において商行為であるとみられるケースが存在する。
- (3) このような場合でも、実態的には、「事業に不慣れな個人」が内職・モニターなどのビジネスの実体の乏しい取引に誘引されるものであることから、消費者としての取引と同一視すべきものと考えられる。したがって、内職・モニター商法について割賦販売法上の抗弁の接続等の消費者保護に資する規定（注）の適用について検討すべきであるとの指摘がなされている。
- (4) 抗弁の接続規定が適用されれば、購入者等との間でトラブルを生じさせるような悪質業者と加盟店契約を締結した割賦購入あっせん業者は、購入者等から代金の支払いを拒む主張を行われることとなることから、加盟店管理をより強化することになると期待される。
- (5) 前記の個人ビジネス勧誘取引小委員会報告書においては、訪問販売法において、悪質な内職・モニター商法によるトラブルの防止のため、業務提供誘引型の取引類型について適切な定義規定を置き、これに対して必要な規制を設けるべきとしている。これを踏まえた上で、これまで生じている悪質な内職・モニター商法においてクレジット取引が利用されている例が多いという現実を鑑み、この取引類型に対して、割賦販売法上の抗弁の接続等の消費者保護に資する規定（注）を適用することが適当である。

（注）内職・モニター商法に適用すべき抗弁の接続以外の消費者保護に資する規定

取引条件の表示（第3条）

契約締結時の書面交付（第4条）

契約の解除等に伴う損害賠償等の制限（第6条）など

(6) この場合、上に述べたとおりの考え方から、商行為であるかどうかにかかわらず適用することとすべきであるが、購入者等が会社組織の形態を採っていたり、実体を備えた事業所で事業を行っている場合など、形式のみならず実体においても事業者間取引とみるべきようなものについては、消費者取引と同一視して規制する必要はないと考えられることから、適用の対象外とすることが適当である。

(7) また、現実には様々な形態の取引が存在し、消費者トラブルにも多様なものがあるが、具体的な事案について、どのような場合に業務提供誘引型の取引類型の定義に該当するのか、どのような場合に抗弁の接続が適用されるのか、また、その場合、接続される抗弁の内容は何か等について事業者や消費者の判断に資するよう、行政においても、考え方をできるだけ具体的に明らかにするよう努めるべきである。

．指定商品等の見直し

(1) 割賦販売をめぐる消費者トラブルに関する実態調査・分析の結果を踏まえ、割賦販売法上の消費者保護規定による消費者保護を図るべく、割賦販売法の適用対象となる商品、権利及び役務（指定商品等）を機動的に追加していくことが必要である。（平成11年8月31日割賦販売審議会答申）このような考え方にに基づき、以下の商品等を新たに指定することが適当である。

追加すべき指定商品

- 一 浄水器
- 二 電話機及びファクシミリ
- 三 絵画及び書画
- 四 磁気記録媒体並びに蓄音機用レコード及び磁気的方法又は光

- 学的方法により音、映像又はプログラムを記録したもの
- 五 家庭用の電気治療器、磁気治療器及び医療用物質生成器
 - 六 かつら

追加すべき指定権利

- 一 保養のための施設又はスポーツ施設を利用する権利

追加すべき指定役務

- 一 保養のための施設又はスポーツ施設を利用させること
- 二 家屋の修繕又は改良
- 三 家屋における有害動物又は有害植物の防除
- 四 技芸又は知識の教授

(2) これらの追加によって現在問題となっている消費者トラブル事例には対応できると考えられるが、引き続き、消費者トラブルの最新の実態を把握し、必要な場合にはすみやかに追加指定を行うべきである。

(3) なお、今回の指定商品等の選定作業においては、昨年設置された割賦販売法指定商品等見直しに関する連絡会（注）における調査・審議が極めて重要な役割を果たした。今後の最新の情報把握及び指定についての検討に当たっても、同連絡会の機能を引き続き積極的に活用していくことが適切であるが、その機能をさらに高めていくためにも、引き続き、国民生活センターや自治体の消費者センターなどの関係機関から積極的な情報提供が行われることが期待される。

（注）割賦販売法指定商品等見直しに関する連絡会

今年1月に開催。国民生活センター、東京都、主婦連合会、日本

弁護士連合会、日本消費者協会、日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会、日本訪問販売協会、日本通信販売協会、日本クレジット産業協会、全国信販協会及び通商産業省により構成。割賦販売法の指定商品等の見直しについて情報交換を行うとともに、品目等の選定に関する議論が行われた。

．トラックバス標準条件の廃止

1．考え方

割賦販売法では、割賦販売の健全な発展を図る必要があるときは、主務大臣が割賦販売の支払期間及び頭金比率について標準条件を定め、これを告示することとなっており、現在、自動車（トラック及びバス）について標準条件が設定されている。

標準条件については、当該商品の割賦販売取引の実態、当該業界の流通秩序の実態等を検討した上でその設定及び改廃を行う必要がある。

2．具体的対応

今般、現在設定されているトラック及びバスの標準条件について検討したところ、割賦販売比率が低く、その廃止が過当競争を惹起するなど流通秩序に影響を及ぼすおそれも少ないことから、廃止することとする。

< 了 >