

. 法律の趣旨と対象

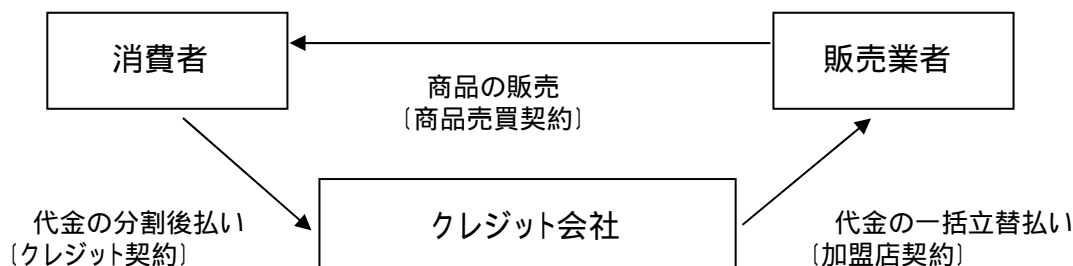
1. 割賦販売(分割・後払いの販売)は、
 - ・初回の支払が少額で済むので勧誘に対する消費者の抵抗が少ない(強い誘引性)
 - ・分割払いのために支払総額などが消費者に見えにくい(取引条件の複雑性)
 - ・消費者は、販売店、クレジット会社とそれぞれ別の契約を結ぶ(契約の特殊性)といった特性があるため、消費者トラブルが起りやすい。このため、消費者保護の観点から一定の行政規制と特別の民事ルールを定めている。
2. 分割払いを3回以上、かつ2ヶ月以上にわたって行うものが法律の対象。
消費者トラブルの少ない1回翌月払い(マンスリー・クリア)などは対象外
3. 対象となる取引については、いわゆる「指定商品制」。

. クレジット取引の種類

1. 総合割賦(クレジットカード)
限度額の範囲内で包括的にクレジット契約を結ぶもの。
2. 個品割賦
ある商品の売買時に、その支払のためにクレジット契約を結ぶもの。自動車ローンなど。

クレジット取引の構図

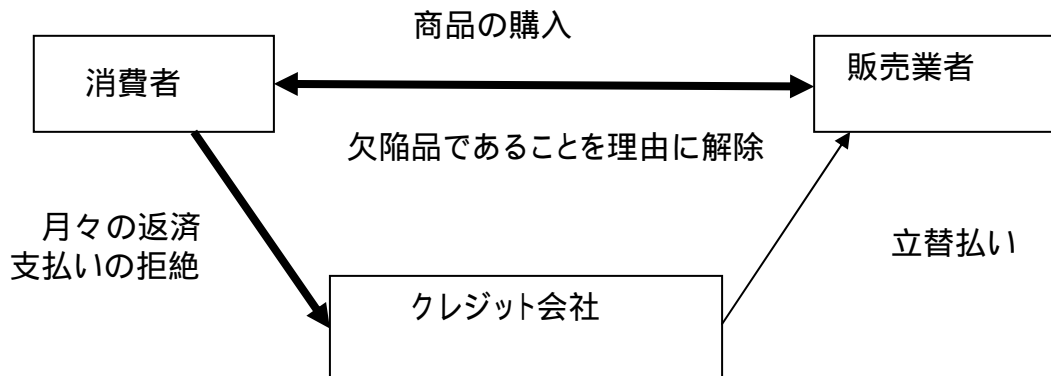
3つの別々の契約から構成される取引



. 主な規制、ルールの内容

1. 経済産業省への登録義務(総合割賦の場合)
総合割賦を行う業者(クレジットカード会社)は、経済産業省に登録しなければならない。 * 個品割賦の場合は登録義務はなく、参入は自由。
2. 書面交付義務(総合割賦の場合)
総合割賦を行う業者及び販売業者は、割賦販売の手数料率等の取引条件を記載した書面をカード交付時に消費者に渡さなければならない。
* 個品割賦の場合はクレジット会社に書面交付義務はない。
3. 抗弁権(特別の民事ルール)(総合割賦、個品割賦両方)
販売業者の責任で消費者トラブルが生じた場合(例: 買った商品が壊れていた、販売業者が虚偽の商品説明をした)、クレジット会社の責任がなくても、消費者にクレジット会社からの代金支払請求を拒む権利(抗弁権)を与える。
4. 支払能力を超える与信の防止(努力義務)(総合割賦、個品割賦両方)
クレジット会社は、個人信用情報機関の信用情報を利用する等により、消費者の支払能力を超える与信を行わないよう努めなければならない。

抗弁権の接続の例



・クレジットを利用した商品の購入
消費者が販売業者から商品を購入。
支払は、クレジット会社の個品割賦を利用。クレジット会社が訪問販売業者に対して一括して立替払いを行う。
消費者はクレジット会社に対して毎月、一定額ずつ返済する。

・商品に欠陥
・購入した商品に欠陥があり修理不能であることから、消費者は売買契約を解除。

・抗弁権の接続による支払の拒絶
・クレジット会社が、引き続き消費者に対して月々の支払を請求した場合、売買契約とクレジット契約は別々の契約なので、民法では、消費者は売買契約を解除したことを理由に支払を拒絶することはできない。割賦販売法は、このような場合に、クレジット会社の請求に対して、消費者がこれを拒む権利を認めている。
・売買契約において生じた理由をもって別契約であるクレジット契約においても抗弁を行うことを認めるものであることから、「抗弁権の接続」と呼ぶ。

指定商品制について

割賦販売法は、消費者トラブルのある商品・サービスを政令で指定し、当該指定商品・サービスに関する取引を規制対象とし、トラブル実態に応じ指定商品・サービスを追加してきているが、トラブル実態の後追いになるとの批判がある。

割賦販売法の指定商品制については、現在、産業構造審議会割賦販売分科会基本問題小委員会においてその是非について議論が行われているところ。また、消費者基本計画における重点的取組みの中にも検討項目として盛り込まれている。