

「消費者金融業と企業倫理についての考察」

山口謙吉（会社員）

はじめに

近年、企業不祥事が相次ぎ企業の社会的価値やその評価などについて、企業の社会的責任という面から各方面で論じられ、今までになく日本における企業のあり方とその活動の社会に与える影響の大きさが取り上げられて来るようになってきた。しかし残念なのは、企業の不祥事を「企業倫理」という言葉でマスコミなどが取り上げて報道することが少なく、企業倫理という面からの企業不祥事の本当の意味が、一般社会、消費者になかなか理解がされていかないことである。

しかし、変化は出てきている。長年にわたり企業中心主義を暗黙の内に許していた一般社会、消費者が、日本社会の成熟とともに豊かになってきたことから、企業の規模の拡大による雇用の促進や売上高の向上などによる社会への貢献だけでなく、企業活動の社会性、人間性という「企業の社会的な役割の自覚とその責任の遂行」による社会に対する貢献についても求め始めてきている。このことは消費者金融の世界も例外ではなく、どの業界より真摯に取り組んでいかなければならないことである。

金貸しの歴史は古く、700年代の律令制の時代にまで遡ることができ、社会、経済の発展とともに長い年月をかけ庶民の生活に溶けこんで来たといえる。しかし、この1千年以上の歴史ある「商い」が、行政や庶民から他の業種とは違うように思われ、扱われるようになってきたのはなぜなのだろうか。消費者金融業は、経済制度のひとつとして関係法令が整備され、その実体が認められたにもかかわらず社会的イメージは大きく好転して来ているとはいえない。

今回、「金貸し」としての消費者金融業の姿と最近言われている企業倫理との関係について、消費者金融業に携わった経験のある者の目から考察してみることにした。

1. 「企業倫理の導入、実践」はなぜ必要とされるのか

(1) 企業の社会的信用の回復

戦後の日本経済の発展は、企業中心主義が社会から容認されてきたことによるステークホルダー軽視の経済政策、経営戦略によってのものだといえる。その結果、世界でも驚異的といえる経済成長を実現し経済大国と呼ばれ、現在の成熟化社会を迎えるに至っている。

国民は、確かに豊かな暮らしと高賃金など多くの物質的なものは得ることができが、一方で、日本の伝統的な価値観や文化などで失ったものも少なくないはずで、そのことが現在の社会に与えた影響は大きいものがあるのではないか。バブル経済の崩壊は、戦後最大といわれる不景気を招き、崩壊の後遺症として官庁や企業の不祥事を発覚させ、社会問題にまで発展している。このような状況下で国民も企業も等しく新たな生き方、戦略への転換が強く求められることになったのは周知のとおりである。消費者金融業においては1980年代に企業の信用を失墜するような、いわゆる「サラ金問題」として社会問題化した経験をもっている。社会的信用の回復にどれだけの時間と努力が必要であるかは語るまでもない。

消費者の生命、生活を直接脅かす大きな企業不祥事が一昨年東海村原子力臨界事故に続き昨年2件発生している。この事件も会社中心主義の行き過ぎであり、消費者に企業組織というものは、会社安定のためなら、業務内容が法律に違反しようが個人の倫理観に反しようが、何でもやってしまいかねない。また、企業倫理の導入は形だけでいつまで経っても不祥事を未然に防止することができないのではないかとさせるような事件であった。

(2) 成熟化社会への対応

現在の日本は、成熟化社会を迎えて国民の関心が物質的なものから文化・精神的なものの時代へと移って来ており、消費者金融業界もその間の経済発展の中で十分な恩恵にあずかって来た。このような時代の変化は第三次産業などが経済の主流を占めるようになってきてからはさらに顕著で、他の先進諸国と同じようにハード社会からソフト社会へと産業革命のような勢いで変革が起こりつつあり、社会経済、企業経営のあらゆる場面で従来では考えられないことが現実のものとなってきている。このようなことから、政治も企業も経済成長第一、経済効率・利益第一という考え方が終わりつつあることを自覚し始めていることは確かである。しかし、大半の企業は、自らの企業活動が社会に与えている影響の大きさや企業も社会の一員であるとの意識がまだ乏しく、社会との共生関係「社会の中で生き、活かされている存在」にあるということをも十分認識できていないように思われる。

企業が今後も存続発展していくためには、一方で経営の効率性と市場での競争力を重視し「節度ある利益を上げ、儲けていく」ことに変わりはないが、企業も社会の一員であるとの自覚をもち「社会性」と「人間性」ということについても同じように重視し、社会との共生を図っていく経営に転換していかなければならない。

人間の集団が社会でありその中で人間により形成され活動しているのが企業であることを考えれば、企業が社会的な役割を自覚しその責任を遂行することで社会の発展と消費者の生活向上に貢献していくことは、あたり前のことである。この積み重ねが結果として、企業自身の永続的な発展にも繋がってくるわけである。

(3) 社会、経済のグローバル化への対応

日本企業が、企業倫理を重視した経営を実践している欧米企業との経済競争に互していくためには、日本中心の考え方から脱却する必要がある。日本企業は経営の効率性と市場での競争力重視の戦略においては欧米企業に劣ることはなく、進んでいるほうが多いとも言える。しかし、企業倫理を重視した企業活動ということになるとどうであろうか。グローバル化の中で国際ルールに則り企業倫理を重視した活動を展開している企業は、日本だけでなく広く他の国々の社会、消費者などからの支持を受け、世界から認められた企業へと成長していくことになる。企業倫理を重視した経営の重要性はここにもある。

1980年代から毎年、日米欧の企業経営関係者と学者がスイスのコー市に集まり、企業活動のグローバル化に伴う社会的問題や企業の役割などについて議論をして来ている（「コー円卓会議」）。1994年には「共生」と「人間の尊厳」を基本とした企業行動の是非を判断する世界的な基準として、一般原則7原則とステークホルダー（企業を取り巻く利害関係者）に対して具体的にその適用について明示した6項目からなる「コー円卓会議による『企業行動指針』」を採択、発表している。参考に以下に掲載する。

<参考1（コー円卓会議『企業行動指針』）>

◆一般7原則

原則1：企業の責任（株主だけでなくステークホルダー全体に対する責任を遂行する）

原則2：企業の経済的、社会的影響（地球コミュニティ全体の発展に貢献する）

- 原則 3：企業の行動（法律の文言以上に信頼の精神を重視する）
- 原則 4：ルールへの尊重（国内ルール並びに国際ルールの両方を尊重する）
- 原則 5：多角的貿易の支持（国際協定に基づく多角的貿易体制を支える）
- 原則 6：環境への配慮（環境を保護、改善し、天然資源の浪費を防止する）
- 原則 7：違法行為等の防止（違法行為の実施や看過はしない）

※ 内容省略

◆ステークホルダーに関する(責任)原則

- | | |
|-------------------|---------------|
| 1. 顧客に対する責任 | 2. 従業員に対する責任 |
| 3. オーナー・投資家に対する責任 | 4. 仕入先に対する責任 |
| 5. 競争相手に対する責任 | 6. 地域社会に対する責任 |

※ 内容省略

規制の緩和、廃止が進んだ市場経済下における社会では、企業が大きければ大きいほどその影響力は拡大してくることから企業の責任ある姿勢とセルフコントロールされた活動がますます重要になってくる。したがって企業には、自主的な企業倫理に基づくステークホルダーに配慮した活動や経営のディスクロージャー、自浄作用の仕組みの構築などが必要とされ、企業責任として「企業倫理の実践」が期待されてくる。

今後、企業は地球の環境保護という観点からの企業活動も忘れてはならないことのひとつである。地球環境への直接的な影響は消費者（家庭）が大半を占めているといわれているが、企業活動は全地球のあらゆる生活、活動に関係していることから、企業自身による直接的影響を排除してだけでなく家庭を通じた間接的影響という点にも配慮して、環境問題に対応していかなければならない。

(4) 企業リスクへの対応

企業倫理に反した企業活動を起こしたときに受ける社会的制裁は大きなもので、金融業界では一昨年の商工ローン問題を見るとおり、企業の存続問題にも発展しかねないわけである。当業界だけでなく社会問題となるような企業不祥事が発生した時には、古くは大手銀行ニューヨーク支店の不祥事や昨年では食品会社、自動車会社の不祥事の例をみても明らかなおり、多大な賠償請求を受けるだけでなく、企業が長い年月をかけて築きあげてきた社会的信用という大きな財産も一瞬にして失うことになる。さらに、企業経営者が逮捕され、企業そのものの存続が危うくなるという事態につながることもある。

<参考 2 (事例) >

12. 2. 10	日 栄	松田一男社長が引責辞任を公表
2. 15	住友金属鉱山	青柳守城社長が引責辞任を公表（JOCの親会社）
2. 25	JOC	木谷宏治社長が引責辞任を公表
7. 6	雪印乳業	石川哲郎社長が9月末の引責辞任を公表

- 7.13 三共（製薬） 川島喜典会長が辞任し平取締役への降格を発表
- 9.8 三菱自動車工業 河添克彦社長が引責辞任を発表
- 10.11 ダイエー（ダイエーオーエムシーの親会社）
中内会長が取締役最高顧問へ、鳥羽社長が取締役への降格を発表

このようなことから企業が永続発展を図るためには、従業員から経営者まで全員が企業倫理を理解し、実践していく必要がでてくる。高い倫理観を備えた企業になるためには、経営者、幹部社員が自分の経営スタイルを変えていくとともに、企業活動の場面で企業倫理に反するか否かの判断をしている従業員ひとり一人に、自ら自社の企業倫理を浸透させていくという心構えが重要である。

2. 消費者金融業の社会的イメージ

（1）社会的イメージの形成

「消費者金融業」という名称はここ二十数年のものである。「業」としての形成は明確でないが、日本における金貸しの歴史は古く飛鳥時代にまで遡る。記録的としては773年の「月借錢解」という借金証文が残っており、「貸金業」は1千年以上の歴史ある商いだといえる。貸金業が貨幣経済の発展と共に広まり、定着してくるのは室町時代以降である。江戸時代になると慣習化し、百姓、町人から下級武士までが利用するようになり、明治時代を経て現在の発展につながって来ている。

この長い歴史からみると後代になればなるほど貸金業は、庶民の生活と切り離せない密接な関係になっていったと考えられる。良きにつけ悪きにつけその時代、社会から様々に批評され、行政の指導や規制を受けてきている歴史がそのことを証明している。いつの時代でも低所得者層への生活資金が大半の貸し付けと思われることから不良債権化することも多く、業者が、そのことを悪用したり、人道に外れるような行為が後を絶たないことも現実にあったようだ。また、あまりにも庶民の生活にとけ込んで来ていたため、経済的にも学問的にも「貸金業の社会的な役割とその責任の遂行」ということなどについて語られることが「消費者金融サービス研究学会」の設立まで正式にはなかったのではないか。

このようなことから日本人の恥の文化とも相俟って、違法行為などにより庶民を苦しめるかのようなイメージが強く出来上がって来たとは考えられないだろうか。そのため、一般社会、消費者は、「貸金業」が「消費者金融業」という名称で呼ばれるようになっても他の業種とは違う感情をもち続けていると思える。

（2）貸金業関係法令の制定、改廃

貸金業に関する法令は、1939年（昭14）に警視庁令として施行された「金融業取締法」がはじめて、開業について警察当局の許可制を導入し貸金業者の取締りを可能にしたものである。戦後この取締法は廃止され、変わって1949年（昭24）に大蔵省から「貸金業等の取締りに関する法律」（貸金業取締法）が施行され、警察による取締りから行政による指導監督を受けるという体裁になった。しかし実態は、警視庁による不正金融の防止を目的としたもので、その背景には高金利のヤミ金融の横行とそれによる犠牲者の増加があった。

貸金業者はこの貸金業取締法により大蔵省の行政指導下に入ったが、業者数が多すぎ、また業態もまちまちであるため当局では、取締りが必ずしも十分できなかったこともあり、1954年（昭29）にこの貸金業取締法は廃止され、変わって「出資の受入れ、預入り金及び金利等の取締りに関する法律」（出資法）が同年制定された。制定については、貸金業は本来自由業とすべきであり、出資法により上限金利規制を強化すれば問題はないとの大蔵省の考え方があったと思われる。規制措置としては、開業は大蔵省への簡易な届出制とし、貸金業者からの報告徴収や営業店等への立入検査はその権限を都道府県知事へ委任して実施するなどの最小限の内容にとどまった。この結果、貸金業者による自主規制に任せるという形が1983年（昭58）まで続き、この間業界は高度経済成長とも相俟って拡大をしていくこととなる。

1972年（昭47）貸金業界の要望により、「貸金業者の自主規制の助長に関する法律」が議員立法により新たに制定され、各都道府県ごとに「庶民金融業協会」が設けられ、その上部機関として「全国貸金業協会連合会」が設置された。制定趣旨は、貸金業者の社会的信用の向上を図り、貸金業者として自主的にその業務の適正な運営を確保させ不正金融の防止に資することを目的とするとなっていた。

その後、貸金業者による消費者向け無担保ローン（サラリーマン金融）が急速に拡大するとともに業者数も急増した。これに伴い、1970年代後半から一部の悪質な貸金業者による「過剰貸付」や「暴力的取立」などが横行し、1980年代に入ると大きな社会問題に発展した。これをマスコミや国会などが取り上げ、激しく業界を糾弾する事態にまでなった。その結果、貸金業者による自主規制という形は終わり告げ、1983年（昭58）議員立法による現在の「貸金業の規制等に関する法律」が制定され、いく度かの改正等を重ね現在に至っている。

1972年（昭47）に議員立法により制定され「貸金業者の自主規制の助長に関する法律」を除けば、貸金業に関する法律の制定や改正には、一部の貸金業者による活動が社会問題化という背景が共通のこととしてある。

3. 消費者金融業と企業倫理の実践

（1）コンプライアンス（貸金業関係法令等法令の遵守）と企業倫理

貸金業関係法令等法律の遵守について、社会からも行政からも今まで何処にも無いほどにその徹底遵守を求められた業界は消費者金融業だけであろう。そのような背景を受け、1983年（昭58）に「貸金業の規制等に関する法律」等関係法令が制定された後、消費者金融業各社は、これら法令の遵守徹底と内部管理体制の強化を積極的に進め、関係法令の徹底教育、社内諸規程の整備、社員教育の改善、マニュアル類の作成・整備などを行ってきた。

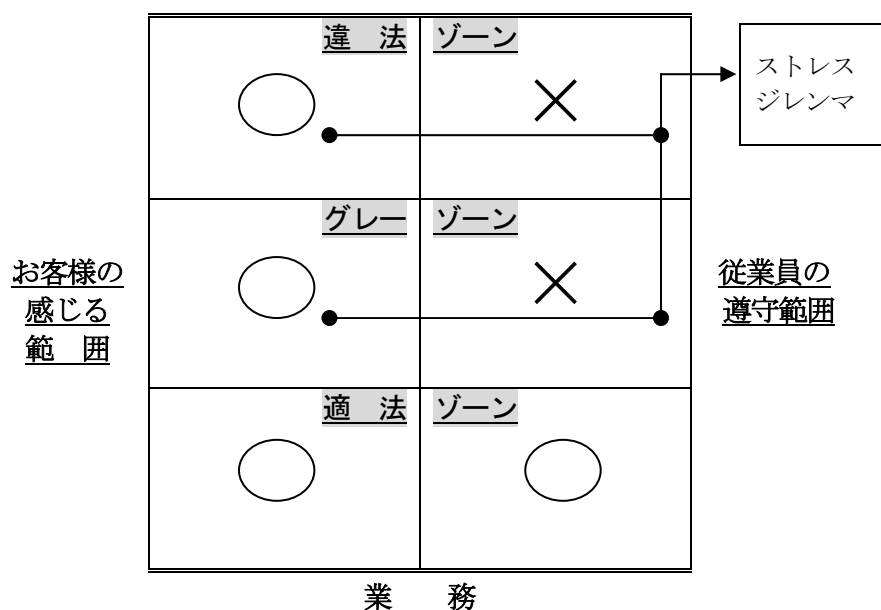
しかし、社内で「企業倫理の実践」をしていても製造業と違って、目に見える状態で社内外にそれを示すことは難しい。また、一般社会、消費者が抱いている消費者金融業界への固定的なマイナスイメージは、現場で働く従業員ひとり一人にも影響を与えている。これは、法令を遵守徹底させ内部管理体制をいくら強化したとしても、法令等だけでは解釈、実践できない局面が実際には多々あるということである。ここが他の業種と違う消費者金融業の特徴といえる。

例えば、督促をしているときなどで、こちらがいくら企業倫理に沿った対応をしても、お客様の状態が悪く怒りっぽい時などに当たると、逆に相手方から叱責を受けたりして肝心の入金の話ができないときがある。そのような時お客様によっては、連絡を入れた担当従業員について後日、苦情を申し立てたりするこ

ともある。このようなことは関係法令を遵守しているだけではその発生を防ぐことはできないものである。

つまり、消費者金融業は、企業倫理の実践に従業員を対象とするだけでは、また、法令の遵守だけを求めても完全ではないということである。この業務の遂行には従業員だけでなくお客様も関係していて、そのお客様とは目に見えない状況で話をしなければならないこともあり、企業倫理的な誠意ある態度が通じない場合もある。誠意をもってしていてもことによってはお客様から見れば悪くとりかねないような事態も考えられるということである。このことは、一従業員における企業倫理実践の努力範囲を超えているといえる。従業員は、他の業種に無いストレス、ジレンマを感じながら業務遂行していると思われる。このような点を図で書くと次のようになる。

< 参考3 >



(2) 企業倫理実践の基本的システム構築

企業倫理を実践していくための仕組みとして「倫理プログラム」と「自浄システム」の構築が必要である。「倫理プログラム」とは企業倫理を実践していくための枠組みや根本となるもので、一般的に次の四つから構成される。

- 1) 「企業倫理綱領」あるいは「企業行動指針」等を策定し全従業員へ配布する。
- 2) 「倫理委員会」「倫理室」等の推進組織とフォロー用のヘルプラインを設置する。
- 3) 教育・研修等により、企業倫理の社内浸透を継続的に実施する。
- 4) 監査室等の専門部署により、企業倫理の実践状況を定期的にチェックする。

「自浄システム」とは、全従業員が自信と誇りをもって働ける職場づくりのためにあるといっても過言ではない。具体的に実施することは、従業員が新たに業務をするということではなく、次の手順を「自浄システム」の中で、必要に応じ繰り返し行えばよいのである。

- 1) 「企業倫理綱領」または「企業行動指針」などを意識しながら業務を進める。
- 2) 業務を遂行していく上で良心に照らして疑問に感じるが発生したときには、まずに次のような項目について、自ら自問自答しチェックする。
 - ① あなたのその言動は、法律に触れるようなことはないだろうか

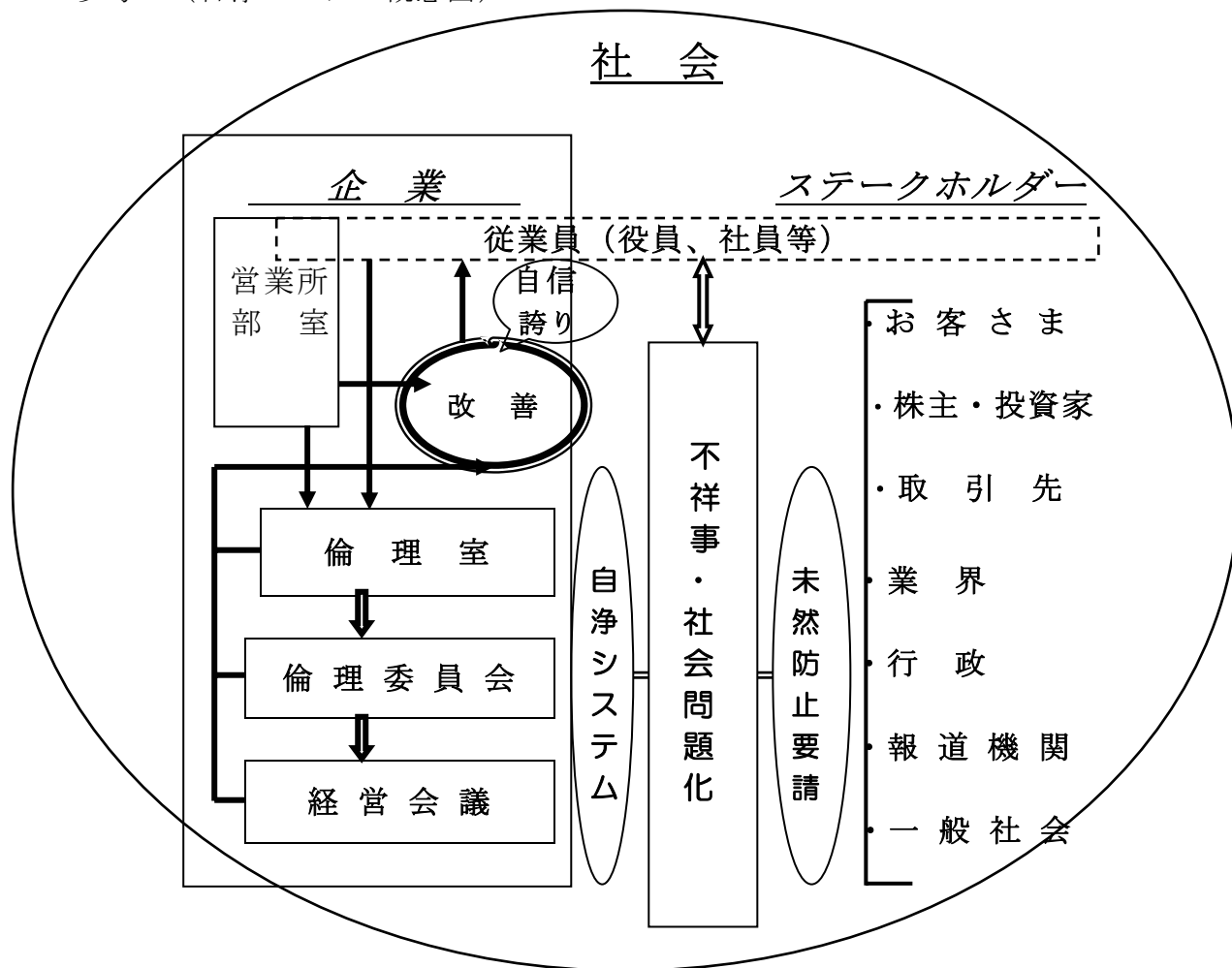
- ② あなたのその言動は、創業の精神や企業理念、方針に合っているだろうか
- ③ あなたのその言動は、第三者が知ったらどう思うだろうか
- ④ あなたのその言動は、社会からどう見られるだろうか
- ⑤ あなたのその言動を良くないとわかっていて実行しようとしてないだろうか
(「アコムビジネス倫理自己チェックカード」より)

3) 自問自答しても判断に迷ったり確信がもてないときは、上司やビジネス倫理室に相談し、確信をもってから行う。

自浄システムは、従業員は会社の一員であり、社外ではステークホルダーの一人であるということがポイントである。自浄システムが運用されていけば、従業員ひとり一人がリスク管理を実施することになり、従業員にとっては自分の身を守り、会社にとっては不祥事の未然防止が徹底されることとなる。不祥事が発生した場合、従業員は、社外では再発防止の要請を出すことになり、社内では再発防止、未然防止のために自浄システムを運用する立場になる。

実際の運用については、従業員自身がおかしいと感じることが発生したら、前述の実施手順で自問自答してみる。それでも疑問が解けないときは、先ず部署の上長に質問し納得してからその業務を行う。それでもだめなときには、倫理室へ相談し納得してからその業務を行う。しかし、倫理室でも判断がつかないものについては倫理委員会、経営会議で審議し、必要に応じて制度などを改定して従業員にフィードバックし、業務を遂行することになる。このようにおかしいと感じること一つ一つについて改善していくことになり、結果として、従業員が働きやすい職場を作り上げることになる一方で、会社としては不祥事の未然防止が徹底されることになるわけである。

<参考4（自浄システム概念図）>



おわりに

ビジネス倫理の実践を日本企業へ浸透させるにはいくつかの課題がある。それは、一般社会や行政に企業倫理を実践している企業を支援する仕組みが無いことである。

企業倫理の導入が進んでいるアメリカでは連邦量刑ガイドラインという法があり、企業が不祥事を起こした場合、同法に定める「コンプライアンスプログラム」を導入実践していれば、罰金額が減額されるなどの優遇処置がとられる仕組みが出来上がっている。また、消費者団体の中には企業倫理を実践していない企業をボイコットする運動を展開したりする所もあり、一般社会の中でも企業倫理を実践する企業を支援する動きがある。アメリカの企業にとって企業倫理を導入するメリットが十分にあるはずである。

消費者金融業の場合についてみると前述のことは同じであるが、長い歴史によってできあがった社会的イメージを払拭していくということも必要である。これは各企業個々では到底できないことで、業界が一致団結していく必要がある。昭和40年代後半から50年代半ば頃まで、JCF Aなどの業界任意団体が積極的に活動していた時期もあった。また、各企業とも企業倫理実践の情報を外部に対してもっと積極的に公開していく

必要がある。

<参考文献>

水谷雅一 「経営倫理学の実践と課題」 白桃書房 1995年

江夏健一 「現代クレジット社会を考える」I B I国際ビジネスセンター 1996年

F・J・ラブリュイエール、R・M・ヘルピ共著、アコムプロジェクトチーム訳
「消費者クレジットの世界史」 (財)金融財政事情研究会 1997年

森 孝之 「『想い』を売る会社」 日本経済新聞社 1998年

東京国際大学国際交流研究所 『企業倫理への模索』
T I U企業倫理研究会報告第2集 2000年