

早稲田大学  
消費者金融サービス研究所

Institute for Research on Consumer Financial Services  
Waseda University

公開シンポジウム



報告書

平成16年3月23日(火)  
経団連会館「国際会議場」

CONTENTS

はじめに・・・・・・・・・・・・・・・・・・P.1	アンケート集計結果・・・・・・・・・・P.10
基調講演・・・・・・・・・・・・・・・・・・P.3	
パネルディスカッション・・・・・・・・・・P.5	

## はじめに

### ごあいさつ

早稲田大学のプロジェクト研究所である「消費者金融サービス研究所」の公開シンポジウムは、今回で4回目を迎えました。

近年、社会問題化したヤミ金融への対策として、改正貸金業規制法が平成16年1月から施行されており、消費者金融サービスを取り巻く環境も大きく変わろうとしています。

その様な中、今回のシンポジウムでは、「消費者金融サービスと消費者保護」をテーマとして、消費者保護を中心に現状の問題点の提起と、その解決策を掲示しながら、消費者金融サービスが公正で透明かつ健全に発展していくための課題を、理論的かつ実践的に議論・検討いたしました。当日は様々な分野から多数ご出席をいただき、盛会のうちに終了いたしました。

この度、その講演およびパネルディスカッションの内容が報告書としてまとまりましたので、当日ご来場されなかった方々を含め、この報告書を通じてシンポジウムの様子がお伝えできればと存じます。

当研究所の研究が、今後のより健全な市場形成の一助となれば幸いです。

早稲田大学消費者金融サービス研究所  
所長 江夏 健一

### 早稲田大学消費者金融サービス研究所とは

これまでコーポレート・ファイナンスについては多くの研究がなされてきていますが、個人（消費者）を対象とするパーソナル・ファイナンスに関してはほとんど学術的な研究がなされていません。金融ビッグバン以降の消費者金融サービスの在り方については、他業種からの新規参入、新商品・サービスの開発、新たな資金調達方法、新規チャネル展開、貸し渋り問題、規制金利問題、倫理の制度化、個人信用情報の保護、多重債務や

自己破産の急増など解決すべき問題が山積みされています。

当研究所では、これらの諸問題について経済、産業、経営、消費者、諸外国の事情といった側面から学際的・国際的に調査・研究を行うとともに、大学・大学院における消費者金融サービス関連講座の開設支援および教材作成、ワーキングペーパー、モノグラフの発行、シンポジウム、講演会などを行っています。

# 早稲田大学消費者金融サービス研究所 第4回 公開シンポジウム



平成16年3月23日(火) 経団連会館「国際会議場」



<b>テーマ</b>	「消費者金融サービスと消費者保護」	
<b>主催</b>	早稲田大学消費者金融サービス研究所	
<b>協賛</b>	社団法人金融財政事情研究会	
<b>内容</b>	開場	----- 12:30
	開会挨拶 所長 江夏 健一	----- 13:00
	基調講演 I 鳥取環境大学 環境情報学部環境政策学科助教授 田中幸弘	---- 13:10 ~13:55 (現 新潟大学大学院 実務法学研究科教授)
	基調講演 II CFJ株式会社 副社長/ジェネラル カウンセル クレイグ・P・レイナー	----- 14:10 ~14:50
	パネルディスカッション	----- 15:00~16:50
	閉会挨拶 副所長 坂野友昭	----- 16:50



## 「消費者保護と 消費者金融会社のコンプライアンス」

鳥取環境大学 環境情報学部 環境政策学科助教授 田中 幸弘

●略歴 千葉大学大学院社会科学研究科修士課程修了後、日本信販(株)入社。同社法務部にて企業法務に従事後、現職。他に早稲田大学大学院・明治学院大学等非常勤講師。鳥取県議会情報公開審査会会長、同県消費生活審議会会長代理。専門は民法・企業法、金融法、証券化関係法、消費者取引法。(2004年4月より新潟大学大学院実務法学研究科教授)

### 顧客を安心させるコンプライアンスの確立。社会的責任投資を 果たすノンバンクへの可能性を探り、新たな展望を切り開け!

消費者金融をめぐる最近の動きを踏まえ、いくつかの問題を提起したいと思います。

昨年、いわゆるヤミ金融による被害が社会問題としてクローズアップされ、その対策として消費者保護を目的にした関連法の改正がなされました。

悪質業者による消費者被害は、業界にとってもマイナスであり、法改正に対応した新たな取り組みが求められるところです。法の遵守、すなわちコンプライアンスの重要性はより高まったといっています。

ネット取引の拡大や他業態との多様な提携など、市場は大きな変化を迎えており、対消費者、業務委託先など多くの提携先を念頭に置かなければなりません。したがって、広い視野からコンプライアンスへの対応を構築できるかどうかが問われています。

消費者保護の枠組みも、また複雑化しています。これまでは個々の顧客対応に力点が置かれていましたが、ここ数年考慮すべき要素は増えており、その点からも広く社会的責任(CSR)をより認識する必要があります。

さらに、全国展開している消費者金融各社は、地銀や信金が担ってきた地域振興的

な機能といった社会的責任投資への取り組みも検討していく必要があります。

このような観点から、私は次の3点を問題提起したいと思います。

1つはコンプライアンス体制を進めるにあたり、具体的な各種制度づくりとコンプライアンスに携わる人材の位置付けの明確化。2つ目は、変化する社会のニーズに対応した顧

客に利益をもたらすことのできるような新たな自社の強み(コアコンピタンス)を確立すること。3つ目は、社会的責任投資と新たなノンバンクへの可能性の探求。

これらを通じて、真の消費者保護、さらには社会的責任を伴った新たな業界の展望が開けるのではないのでしょうか。





## 「米国の消費者金融サービス市場からの教訓 —日本への示唆—」

CFJ株式会社 副社長/ジェネラル カウンセル クレイグ・P・レイナー

●略歴 ペンシルバニア大学ウォートンビジネススクール、同ロースクール卒業後、投資銀行家および弁護士としての経験を積み、シティグループ入社。ニューヨーク本社M&A部門の弁護士を経て現職。米国弁護士。CFJ(株)はシティグループの日本における消費者金融会社で、現在アイク、ユニマツトレディス、ディックを運営。

### 米国では自由な企業間競争が展開されフェアな市場が誕生した。 公平で透明なルールに基づく市場は、必ず消費者利益につながる。

私は、米国の消費者金融市場が形づくられた簡単な経緯と、そこから日本市場にも適用されるべき教訓を紹介します。

米国の消費者金融市場における商品の7割超は不動産担保ローンであり、個人ローンが主力の日本とは特徴が異なります。米国では、消費者金融に関する法規制は、緩和されてきており、その結果、消費者にとっても利益となる自由な企業間競争が展開される市場が形成されてきました。

米国が得た教訓は、次のように整理できます。

- (1) 効率的で自由な消費者金融市場の形成は、消費者の生活水準を向上させ、さらに米国経済全体の成長の原動力ともなる。
- (2) 自由な企業間競争により、非合法業者や、消費者の利益を損なう金利が効率的に排除される。
- (3) 規制緩和と企業間競争は、新商品・サービス、積極的な情報開示など、他社との差別化やイノベーションを促し、市場全体の質が向上する。

一方、規制が強化された分野もあります。代表的なのが不動産担保ローンの「略奪的貸付慣行 (Predatory Lending Practice) ]

への規制です。消費者に不利なローンへの切替や過剰な手数料等の不公正な販売慣行に対し、連邦法や州法により一定の規制がなされました。規制当局は消費者保護のために、市場の公平性、透明性を保つという明確な姿勢を打ち出しました。これに呼応して市場のリーダー企業は社会的責任の観点から、消費者保護に積極的なイニシアチブ

を發揮してきたのです。

日本への提言としては、

- (1) 市場のリーダーは行動規範を示すこと。
- (2) 消費者に利益をもたらす市場の創出・育成の必要性を広く一般に認知させること。
- (3) 透明・公正・明確な業界の基準づくりを推進すること。

——この3点です。



## パネルディスカッション

参加者の皆様に関心ある課題について事前アンケートをお願いし、その結果に基づいて開催されたパネルディスカッション。まずはこれについての所見を、今回モデレーターを務めた坂野友昭副所長が解説し、続いて討論の内容を紹介いたします。



### 「公正、透明かつ競争的な市場」の 確立こそ、消費者保護の最善策である。

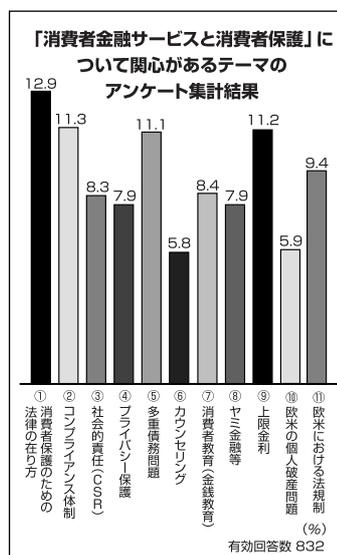
モデレーター 坂野 友昭

早稲田大学商学部教授  
同大消費者金融サービス研究所副所長。  
早稲田大学大学院商学研究科博士後期課程修了後、  
プリティッシュコロロンビア大学留学を経て現職。  
専門は、経営戦略。

今回のシンポジウムに当たり、「消費者金融サービスと消費者保護」について、関心のあるテーマは、というアンケートをお願いした。その結果(右図参照)、多重債務、ヤミ金融、プライバシー保護などの問題に比較的関心が集まっていた。解決方法については、消費者保護のための法律の在り方やコンプライアンス体制に関するものが多かった。

くしくも、昨年の12月に英国の貿易産業省が白書を出し、そこに21世紀の消費者信用市場と言うべき「公正、透明かつ競争的な市場」の姿が描かれている。英国でも多重債務、違法業者が問題になって

おり、74年の消費者信用法の改正討議の集大成となっている。白書では、市場機能を最大限に生かすことをテーマに、消費者が契約を結ぶ際に歪みのない情報を得られるような、透明性の高い制度を確立し、無責任で不公正な慣行は一掃する一方で、活発な競争やイノベーション、消費者の選択を促進する制度の構築を目指し、広告、契約の書式と内容、オンライン契約、免許制度、不当クレジットの取締り、ADR制度、上限金利などのあり方について提言している。また、過重債務を最小化するための方策として、消費者教育や手軽に利用できるアドバイス、政府による低所得者支



援などを提言している。

同白書は、日本における消費者保護にあたって参考になることも多く、「公正、透明かつ競争的な市場」の確立こそ、結果的に消費者を最善に保護するものと考えている。

## パネリスト



金融オンブズネット  
コーディネーター  
原 早苗



神戸大学大学院  
経営学研究科助教授  
上羅 豪



鳥取環境大学  
環境情報学部環境政策学科助教授  
田中 幸弘



CFJ株式会社 副社長  
ジェネラル カウンセル  
クレイグ・P・レイナー

**「いまが消費者金融の転換期。  
消費者保護に関する法的な  
整理を」と原氏**

原 消費者の視点から問題提起させていただきます。

1つは、貸金業法は手直しされたとはいえ、上限金利の問題などは積み残されており、多重債務やヤミ金融など多発した消費者トラブルに対し、業界全体としてどう取り組んでいくのか。

2つ目は、安易な貸し方への懸念です。若い人たちに聞くと、簡単に借りているようだったので、ちょっと気になり、実際に、私もつい先日、無人契約機の前に座ってみました。アナウンスなどに従って約20分のやりとりを行い、結果的には、融資してもらえませんでした。容易ではないと思いましたが、よくよく考えてみると、私が示したものは健康保険証と銀行のカードだけで、あとはこちらからの正直な申告だけです。やりようによっては簡単に借りられるのではないか、という雰囲気を感じました。

3点目は、特定企業の個人情報漏えい事件に端を発した信用情報管理体制への不安です。情報セキュリティはどのようにガードされるのか。

4点目は、良質なローンが少ないという社会的不備です。自己破産された方々を分析すると、それほど多額のお金を借りているわけではない。生活費のために借りる方も半数くらいいる。ことは消費者金融にとどまらない問題ですけれども、生活のために借りて、自己破産をするような社会であってはならないと思うのです。

5点目は、田中先生が基調講演で指摘されましたが、消費者金融が大きな転換期を迎えるなか、業界各社は消費者保護の観点から、今後どんな対応を想定しているのか。



パネリスト 原 早苗

金融オンプズネットコーディネーター  
山口大学文理学部卒業後、(財)消費科学センター、消費科学連合会に勤務。2000年同会退職後、現職。埼玉大学非常勤講師、金融審議会委員も務める。

消費者保護基本法の改正、公益通報者保護法の制定、また消費者契約法、特定商取引法の改正、さらには個人情報保護法の検討など消費者保護に関する法的な

整備がひかえています。そうした法的枠組みをどうとらえ、どのように対処していけばよいかという問題です。

**「明確な法律の透明性の確保  
が消費者の利益につながる」  
とレイナー氏**

レイナー 米国と比べると日本の市場は透明性が欠けていると思います。

例えば米国では、クレジット、割賦販売にあたり消費者への情報開示が義務付けられた「貸付真実法(Truth-in-Lending Legislation)」などの法律があります。この法による規定により、企業は顧客に対して、何を借りて、月額どれだけ払い、総計はいくらで、どのくらいの期間が必要なのかなど契約内容をはっきりした形で示すことが義務づけられており、顧客にとっても明確で分かり



## パネルディスカッション

やすいものになっています。

また米国では、情報開示は企業活動の大前提になっています。しかし、日本における法的枠組みは、このような競争ルールを明確化するものが少なく、あったとしてもあいまいさが残るものになっています。そのため、法に準拠した明確な企業活動の基準がほやけてしまうという面が否めません。

実際、債権回収にあたっては、回収を正当化できる理由を示す詳細で明快なルール(法律)が、必ずしも明確にはなっていないのではないのでしょうか。実務面での拠り所となるべきルールが不明瞭なため、結果として公平で透明な市場が形成されづらいと言えます。

本来、透明性があれば、市場は効率化し、消費者金融の風通しはよくなると考えます。逆に市場が不透明だと、本来利用できる消費者に対する貸し付けにも企業が及び腰になり、消費者の不利益を招く事態にもなってしまふ。

もちろん、透明な市場を形成するには、各社が協力してその体制づくりに取り組んでいくことも必要なことなのですが、そうした企業努力だけでは対処できない領域もあるのです。

### 「信頼できる貸金業務態勢は法令の遵守から」と上羅氏は力説する

**上羅** 私は昨年7月まで、金融庁で貸金業関係事務に携わり、与野党全会一致の議員立法によるヤミ金融対策法の策定に協力させていただきました。

ヤミ金法は、無登録や高金利などの違法業者の排除が大きな目的となっていますが、立法過程ではヤミ金融の被害者の多くは多重債務者であり、その被害の遠因として、既存の業者から安易に借入れているのでは

ないか、また、業者の審査も甘く、テレビCM等で借入を助長しているのではないかなど議論もなされ、貸金業規制について大きな見直しも行われました。

貸金業は、昭和58年に届出制から登録制となり、業界の健全化を図ってきましたが、ヤミ金融のみならず既存業者の法令違反行為に対する行政への苦情も増加傾向にあります。

今回の法改正により、具体的な取立行為禁止事例の法律事項への格上げや貸金業務取扱主任者制度が導入され、消費者が安心して借りられるよう、各業者は信頼できる貸金業務体制を構築することが必要です。

このため、営業店の貸金業務取扱主任者の役割が重要になるとともに、経営陣も法令遵守体制の整備について再点検していただく必要があるのではないのでしょうか。

**田中** 皆様からいろいろな提案がありましたが、私からの提起も交え、4つのポイントにまとめさせていただけたと思います。

1つは、上限金利問題です。自動車保険のように、借り手の信用リスクに応じて金利を細分化することができるのなら、企業間の競争が促進されるのではないかとこの考え方もあります。原さんのほうからは、良質なローンが足りないという指摘がなされています。

これはおそらく同じ土俵の問題として考えることができるのではないのでしょうか。すなわち、消費者の細分化に応じた良質なローンというものは、顧客の信用に応じた金利設定の問題でもあるからです。これからの消費者金融の議論においては、こうした細分化されたサービスの提供を前提にしたありようを考えることが必要であり、上限金利の問題も同様だと思います。

上羅さんの高金利の違法業者排除に対する指摘とも関連してくると思いますが、実際、上限金利の規制に関しては、とかく論議の焦点が法的上限の引下げの是非にとどまり



パネリスト 上羅 豪

神戸大学大学院経営学研究科助教授  
東京大学法学部卒業後、大蔵省入省。東京国税局総務課長、外務省在シカゴ日本国総領事館領事、大蔵省大臣官房秘書課課長補佐、金融庁総務企画局広報室長、金融庁監督局銀行第二課金融会社室長を経て現職。

がちだったのではないのでしょうか。しかし、今後はそれに加え資金需要者の多様性を加味した議論へと、深めていく必要があると思います。

2点目として、レイナーさんから「日本では法的な枠組みが不明瞭ではないか」という指摘がありました。

最近、最高裁においても、利息の過払い金返還に関して業者側に厳格な判断がなされました。その裁判は事業者向けのノンバンクによる貸付姿勢が問われたものでした。では、一般消費者向けの場合はどうなのかなど、疑問も残ります。取引形態に応じた、より明確な法的枠組みが必要だと思います。

3点目としては、原さんから個人情報の取り扱いへの懸念が指摘されました。

コンプライアンスの観点からも、社会的責任という観点からも、ぜひ金融各社の方々に、検討していただきたい大きな問題だと思います。

目下、とみに個人情報保護法の取り扱いが注目されていますが、現実問題として各種情報の取り扱いをどうするのか、なかなか

見えてこないという印象があります。資本提携先や資金調達先への対応等、盲点となっている領域があるのではないのでしょうか。各論に対する議論が急がれます。

最後の4点目としては、レイナーさんが指摘されている「明確で透明性のある市場ルール」の確立です。先ほどの2点目で触れた、法的枠組みの明確性とも関連するでしょう。司法・行政から法規定・ガイドラインなどの枠組みは提示される。しかし具体的に顧客を前に日常業務を行っていくには、示された枠組みを消費者に分かりやすく説明したり、それに合致したよりよい顧客対応が求められます。つまり、実務面で有効に機能する一定の模範基準を、業界自身の手によっても構築し続ける努力が必要だと思うのです。それには、レイナーさんの言う「市場のリーダー」企業の努力にも期待がかかるでしょう。

### 「貸金業規制法改正が業界の健全化につながるはず」と上羅氏

浅見 『月刊消費者信用』の取材を通して業界を見てきたこととお話しさせていただきます。かつては高金利や過剰貸付に対する批判がありましたが、大手5社の場合は、現在、平均金利が出資法上限金利を大幅に下回る24.16%まで下がってきています。金利の面では、健全化が進み、競争原理が働いて優良な顧客にはできるだけ低金利を提供し、サービスの質は向上してきていると言えます。ただ、業界全体の健全化が進んでいるかという、それを正確に捉える「数字」がない。国会議員を取材していても、ヤミ金融と既存の業者が未だ十把ひとからげで論議されることは多いものです。また、消費者金融がこれだけ発展したのは、その利便有用

性が支持されたからで、消費者金融サービスは、貯蓄と同じように、家計のマネジement・ツールだと思うのです。そういうツールをうまく使うという方向で論議を進めていくべきだと思うのです。

上羅 今回の貸金業規制法改正により、業界のさらなる健全化を期待したいと考えています。具体的には、参入要件の厳格化、不正行為の禁止、広告勧誘規制の強化、取立行為禁止事例の法律への格上げなどが手当てされました。

一般的に違法行為に対する取り締まりが、一罰百戒的で不十分と指摘されることがありましたが、予算措置により財務局や東京都などでは体制整備を図っています。また、不正行為等の禁止規定は、他の業法にもあり、今回貸金業法にも導入されましたが、法令の運用にあたっては事務ガイドラインで、該当事例を細かく定めています。

これらにより、新しい制度の下でも、違法行為に対して公平かつ透明性のある法の



司会進行 浅見 淳

1983年(社)金融財政事情研究会入社。その後、『週刊金融財政事情』記者、『月刊消費者信用』編集長、『週刊金融財政事情』編集長などを経て、2003年、現職に復帰。

適用が可能となるのではないのでしょうか。

さきほどレイナーさんから日本の法律は曖昧模糊として運用上困るとの発言がありましたが、私は、禁止事例について法律に明確



## パネルディスカッション



パネリスト クレイグ・P・レイナー

に例示され、また、ガイドラインでも細かく明示するような取組みがなされていると思います。

原 大きく分けて3点あります。1つ目は、公正で明確で透明なルールをつくること。2つ目は、企業レベル、業界レベルにおいて、量・質ともに消費者に対する情報提供を増やすこと。質的には返済計画や自己破産の危険性など、消費者が自分で正確に判断できるレベルのものが必要。また、苦情・紛争を解決するための努力やその仕組みづくりも不可欠だと思います。3つ目は、コンプライアンス体制の整備、社会的責任の実践になります。安易に企業外部から人材を招くのでは駄目です。社会的責任という意味では、消費者の各種相談機関に対する資金協力なども一考していただきたいと思います。

最後に感想になりますが、さきほど私は質のよいローン商品が少ないと問題提起しました。皆さんのお話をうかがい、他業態との提携など既存の消費者金融の会社は、非常に大きな転換期を迎えていると認識しました。適正な市場のもとで競争が生まれ、新たな質のよい商品が生まれるよう希望します。

レイナー 繰り返しになりますが、日本の消費者金融市場の質の向上のためには、米国が得た教訓が参考になるはずですが、すなわち消費者の利益のため、妥当な範囲内で、

規制緩和をして自由競争を促す市場を作り上げる必要があります。

また、技術革新に対応したサービスを提供していくことも消費者に利益をもたらします。例えば米国では、インターネットを利用した電子書面の体制が法的にも整備されましたが、日本でも近い将来、類似の法律が制定され消費者の利益につながるでしょう。

また、金利設定の細分化は、より幅広い層にサービスを提供できることにつながり、非常に重要なポイントだと思いますが、レートの算出は非常に難しいのではないかと思います。

### 激変の市場を先取りした 新しいビジネスモデルの 創出を」と田中氏は締めた

田中 今、レイナーさんが指摘された電子技術への対応は、日本においても進んでいくところでしょう。また、皆さんのお話を聞いて、消費者教育における自治体の役割が非常に高まるのではないかと思います。例えば、契約に対する知識ひとつ取っても消費者それぞれで格差が存在します。これを踏まえ、



パネリスト 田中 幸弘

行政サイドでの救済制度や消費者教育なども、それらに応じ細分化した対応が求められるのではないのでしょうか。

例えば、高齢者に対する消費者教育や教育ツールの開発は、学生向けのそれとは異なるはずですが。

行政、関係する業界、それから消費者サイドの方々も含め、この消費者教育のありようを今一度考えるべきだと思います。

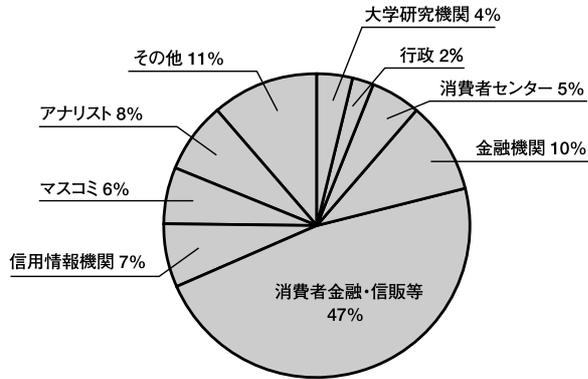
市場が激変している点は、多くの指摘がなされました。これまでのビジネスモデルが通じなくなることも意味するものと思われます。その意味では、業界として先取りした、新しいビジネスモデルの創出が期待されます。

※早稲田大学消費者金融サービス研究所  
「週刊文春」2004年4月29日・5月6日合併号 掲載より

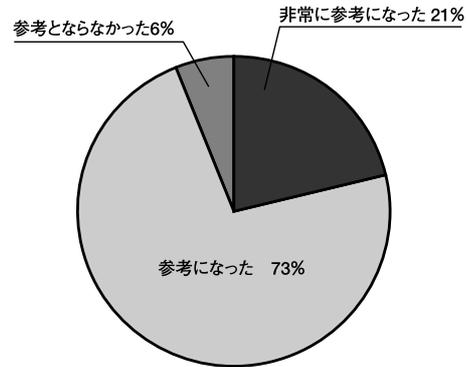
# アンケート集計結果

これからの調査・研究または、公開シンポジウムを検討するにあたっての参考意見とするため、以下の通りアンケート調査を行いました。

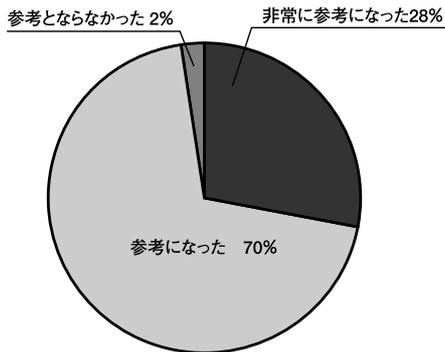
## ◆アンケート回答者



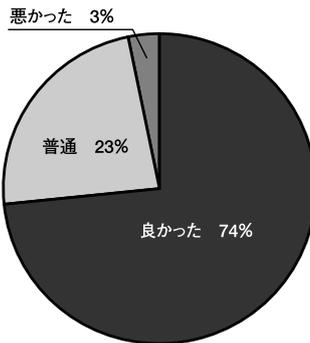
## ◆基調講演の感想



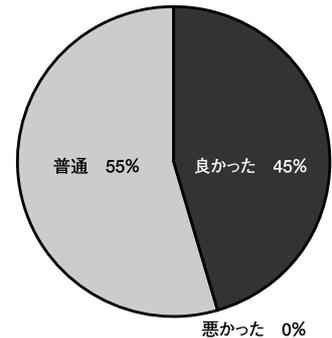
## ◆シンポジウムの感想



## ◆パネラーの人選の感想

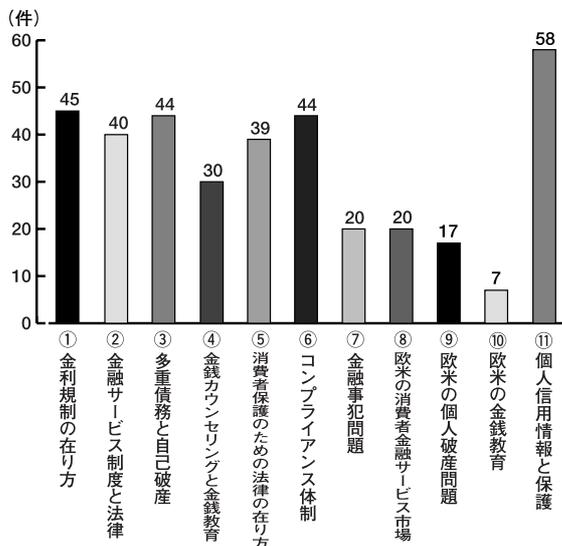


## ◆進行についての感想



※合計を100%で表示。

## ◆今後扱ってほしいテーマ



### 〈その他の意見抜粋〉

- 銀行の個人向けローンの取組みについて
- 主要国の個人信用情報機関、信用情報交流システムの比較について
- 消費者金融会社のコーポレートガバナンスについて

《問い合わせ先》

早稲田大学消費者金融サービス研究所 リエゾン・オフィス

〒162-0041 東京都新宿区早稲田鶴巻町518番地 司ビル5F

TEL.03(5292)5126 FAX.03(5292)5136

**URL:**<http://www.waseda.jp/prj-ircfs/>  
**e-mail:**[ircfs@kurenai.waseda.jp](mailto:ircfs@kurenai.waseda.jp)