

多重債務問題のいま

特集
1

消費者向け金融業界の 現状と課題

杉浦 宣彦 Sugiura Nobuhiko 中央大学大学院戦略経営研究科教授
香港上海銀行、金融庁研究官、JPモルガン証券シニアリーガルアドバイザー
を経て、現職。金融法、IT法、コンプライアンス論が専門



改正貸金業法施行以降の 貸金業界の変化

多重債務問題の解決などをねらった改正貸金業法成立時(2006年12月)以降、貸金業者からの無担保無保証借入れの利用者1人当たりの借入残高は急速に減少し、2007年3月に約117万円だったものが、2010年の改正法完全施行後の2011年3月には約67万円、その後、ここ数年では53万円前後で横ばい状態であり、3件以上の借り入れがある多重債務者に関しても、2007年の段階では443万人もいたにもかかわらず、直近の過去5年では約120万人程度で横ばい状態にあります*1。今後、新型コロナ禍の長期化に伴い、政府の感染症緊急経済対策によるさまざまな施策が効きにくくなると、借入残高が再び上昇する可能性があるかもしれないものの、これまでを振り返ると、法改正の目的としてねらっていた効果は十分にあったと評価すべきでしょう。また、多重債務者の減少と問題が落ち着いた状態にあることは、多重債務に関する消費生活相談が徐々に減少し、2010年の7万2000件程度からここ数年は2万5000件程

度にまで減少していることからもうかがえます。

さらに、貸金業法改正以降から貸金業者が実施している、借り手に対するカウンセリングを通じての借入金返済の負担軽減につながる返済条件の変更に関する提案が幅広く行われていることも、状況の改善につながっています。

一方、法改正による登録要件の厳格化や総量規制、上限金利の引き下げ等により経営環境が厳しくなったことを反映して、登録貸金業者の数は2006年と2019年を比較すると約9割減少しています。貸金業者の貸付残高をみても同時期の比較で、消費者向け貸付残高、ならびに事業者向け貸付残高ともに、それぞれ7割程度、2割弱減少しており、貸金市場が大きく縮小していることもうかがえます。CMなどを見ても分かりますが、現在も存続している貸金業者の多くは、独立系からメガバンクなどの銀行系子会社になっています。また、貸金業者の収益構造も変化してきており、今や、7割程度が貸金事業以外(販売信用業、保険代理業、不動産業など)を兼業し、平均だと、貸金業の占める収益の割合は、全体の25%程度にとどまっているという調査結果もあります*2。

*1 多重債務者対策本部「多重債務問題及び消費者向け金融等に関する懇談会(第16回)」(2020年12月23日)資料1-1「多重債務者対策をめぐる現状及び施策の動向」1ページ <https://www.kantei.go.jp/jp/singi/saimu/kondankai/dai16/siryou1-1.pdf>

*2 日本貸金業協会「貸金業界の現状と事業者における資金調達等の実情について」(2019年4月11日) <https://www8.cao.go.jp/kisei-kaikaku/suishin/meeting/wg/toushi/20190411/190411toushi05.pdf>

しかし、長引く経済の低迷などを背景に、借り手(特に消費者)の資金使途の幅広さと利便性の高いローンに対するニーズが高いことは、2018年頃に、総量規制の対象外でもあった銀行のカードローンが社会問題化した例でも明らかですし、貸金業者の事業環境が変化しても、中小企業などの一時的な運転資金などの短期借り入れ需要は依然存在しています。著しい事業者数の減少により、結果として、借り手は選択範囲が狭まり、かえって不利益が生じる可能性があることや、また、正規の登録業者からは借り入れができないために、暴利と知りながらヤミ金に手を出す消費者や中小企業も増えているのではないかという懸念も出てきています。さらに後述するような、新たなタイプのグレーな貸金業ビジネスも登場してきています。

フィンテックがもたらす 消費者向け金融業界の変化

フィンテックという言葉が2000年代前半に登場してから既に相当年数が経ちますが、消費者向け金融サービスで一番大きなインパクトがあったのは、「キャッシュレス決済」の普及の部分でしょう。2018年に経済産業省が「キャッシュレス・ビジョン」を発表し、2025年の大阪万博に向けて掲げたキャッシュレス決済比率目標40%達成を前倒しし、将来的に80%程度までもっていくというゴールが政策として提示されています(2019年段階では、約27%程度)。

キャッシュレス決済は、決して新しいものではなく、かなり以前から多くの人々が利用しています。例えば、クレジットカードやSuica、PASMOなどの電車・バスの乗車時に使うICカード(電子マネー)はキャッシュレス決済の代表格です。一口にキャッシュレスといってもさまざまな種類があり、「自分の口座からいつお金が出ていくか」というタイミングから、大きく次の3種

類に分けられます。

- 1.前払い：事前にチャージしたり、カードを買っておいたりするプリペイド形式(Suicaなどの電子マネー等)
- 2.即時払い：購入と同時に口座引き落としになり支払い完了(デビットカード等)
- 3.後払い：定められた指定日に口座引き落としで支払い(クレジットカード等)

2018年頃からは、前記の決済方法以外にもスマートフォンの専用アプリを使うコード(QRコード)読み取り型の決済方法(スマホ決済)が急速に普及しましたが、この方法も、各サービスによって前払い・即時払い・後払いに分かれています。

キャッシュレス決済のメリットとしては、単に現金を持ち歩かなくてよいだけでなく、①現金を流通させるために使うコストが削減される ②現金を管理するための時間が短縮されるため、店や会社の業務効率が上がる ③キャッシュレスであれば手持ちのお金を気にしなくてすむので観光客などの消費が増える ④「どこで何に使ったか」がすべて記録されることから、お金の流れが透明になるので不正なお金の流通が減り治安の向上につながる、などが挙げられています。

その反面、①デジタル機器に不慣れな人が少なくなく、キャッシュレス決済が急速に進むと、対応できない人は決済手段に困り、消費の落ち込みにつながるおそれがあるとか、②手持ちのお金を気にしないために無駄遣いが増えるのではないかと、さらに、③例えば、本来のQRコードの上に偽のQRコードを貼りつけて売上金をだまし取る詐欺や、SNSアカウントを使って送金や集金をさせる詐欺などの新たなタイプの詐欺が発生していることが、デメリットとして挙げられています。

また、普及に伴い、次のような点も問題になっ

てきています。第一に、前記のように支払時期によって3つもタイプがあるためにうまく使いこなしたり、管理したりできないと、いつ口座から資金が引き出されるのか、また請求されるのかが分かりにくくなります。第二に、事業者が購買履歴のデータを分析することでマーケティングを高度化し、一人一人のニーズに合わせた“One to One マーケティング”を実現できることは、消費者にも一定のメリットがあるものの、そのデータの利用のされ方によってはプライバシーなどの問題にも抵触する危険があります。欧州でも、キャッシュレス決済は進んでいるものの、利用者側の懸念もあり、個人の購買履歴データなどの事業者間連携などへの対応には慎重です。わが国においても、企業側が“One to One マーケティング”でどこまでのメリットを消費者に与えることができるか、具体的な効果(お徳感)が打ち出せないと、欧州同様、消費者側の懸念を払拭できず、お金の流通部分だけのキャッシュレス化にとどまってしまう可能性があるかもしれません。

また、最近では、キャッシュレス詐欺といわれる新たな犯罪も発生しており、①キャッシュレス決済を導入している店舗で、店がレジ横に設置したコード決済用QRコードの上に、犯人が自分のQRコード(ウォレット)を印刷したシールを貼り付け、客が支払った代金を犯人自身の口座で受け取れるようにするケース(決済用のQRコードステッカーは、サイズさえ合わせれば誰でも比較的容易に作成できます)や、②レジなどで並んでいる前の人(アプリを起動してQRコードを表示している状態)のQRコードを盗撮し、その写真をQRコードリーダーで読み取って、コード番号を特定し、QRコード生成アプリを使って、コード番号からQRコードを作成することで、他人の決済用QRコードを簡単に複製するパターンなどが報告されています。

さらに、2020年9月以降には、ドコモ口座、PayPay、Kyash、LINE Pay、メルペイ、PayPalなど複数の電子決済サービスを通じて、銀行口座の残高が不正に引き出された事件も発生しました。被害者の銀行口座の口座番号や暗証番号などの情報を不正に入手したうえで、その銀行口座情報を犯人の利用している前述の電子決済サービスに勝手に関連づけて、銀行口座の残高を送金する手口で、まさに金融機関と決済事業者のセキュリティの隙間をついた犯罪でした。ドコモ口座の事件では、約2900万円もの被害が報告されており、金融機関と決済事業者によるさらなるセキュリティ対策が望まれます。

新たな問題ある取引とその対応

最後に、ネットワーク社会の発展や最近の人々の働き方の変化などの隙間に入り込んだ問題ある消費者向け金融の取引形態について取り上げたいと思います。

(1) SNS上での個人間融資

前述のように貸金業者の著しい減少も一因といえますが、ネット上のさまざまなコミュニケーションツールの増加を反映して、貸金業の免許等を持っていない個人(場合によっては法人)がTwitterなどのSNS上で個人間融資の勧誘を行うケースが2018年前後から多くみられ(実際、ネット検索すると驚くほど多くの「個人間融資」情報が出てきます)、法外な金利を請求されたり、保証金をだまし取られたりするようなケースが多発しています。切羽詰まった人の、どうしても金を借りたいという心理に付け込む「個人間融資詐欺」ともいえるものです。

その手口も、資金の移動に用いられるのは、かつてはネットバンクでしたが、現在ではギフトカードを使ったやり方が主流となりつつあ

り、ネット決済などで利用でき、コンビニなどで子どもでも購入できる電子ギフトカードが使われています。通常、ギフトカードを贈りたい相手には購入したリアルなカードを渡すのが一般的ですが、しくみとしては、そのカードに印字されたコードさえ伝われば送金したのと同じことになる点を利用したものです。

そもそも、個人であっても反復継続する意思をもって金銭の貸し付けを行うことは、貸金業法上の「貸金業」に該当します。また、不特定多数が閲覧可能なSNS等で「お金貸します」「融資します」などと書き込んで、契約の締結を勧めることは、貸金業法で規制されている「貸金業を営む目的をもって、貸し付けの契約の締結について勧誘をすること」に該当するおそれもあります。当然のことながら、これらの貸金業の無登録営業、無登録業者の勧誘は、罰則の対象となっています。

(2) 給与ファクタリング

給与ファクタリングとは、「会社から給料を受け取る権利」をファクタリング業者が買い取り、早期現金化する金融サービスで、イメージとしては「給料の前借り」に近いものですが、5%～20%前後の手数料を取る業者が多くみられ、なかには45%以上の手数料を取る業者も存在していました。2020年10月に検挙された事件では、業者は融資を申し込んできた顧客約2,900人に対し、法定利息の約31倍～約81倍で金銭を貸し付けていました。2020年3月、金融庁は「金融庁における法的解釈に係る照会」への回答で「給与ファクタリング業者と労働者の資金の返還・回収の流れは貸金業にあたる」と発表しています。

また、最近の2つの給与ファクタリングに関する判例(両事件とも東京地裁2020年3月24日判決)でも、給与ファクタリングは金銭消費貸借契約と同様の機能を有する取引であって貸

金業法や出資法にいう「金銭の貸付け」に当たり、同取引により譲渡された債権の譲渡価格と額面額との差額が「利息」に相当するところ、本件における給与ファクタリング取引はその年利率が貸金業法42条1項(貸金業を営む者が業として行う金銭を目的とする消費貸借の契約において、年109.5%を超える割合による利息の契約をしたときは、当該消費貸借の契約は、無効とする)で定める上限を大幅に超えるものであるから、無効であると、判示しています。

なお、本来のファクタリングとは事業者向けのもので、そこでの譲渡の対象になるのは「売掛債権(売掛金)」で、その債権譲渡は「基本的に自由」とされています(民法466条)。近年の民法改正によってさらに流動性が高められ、とりわけ中小企業金融で重要な役割を果たしており、問題となっている給与ファクタリングとは別物です。

(1)や(2)のような新たなタイプの取引に対して、警察庁も出資法違反(高金利の契約)や貸金業法違反(無登録営業)として検挙を進めており、金融庁もウェブサイトやポスター等の作成などを通じて消費者や事業者に対する注意喚起・啓発活動を行っています。

また、両者ともに新手のヤミ金といえるもので、当面の間、消費者への啓発活動が継続的に行われるべきでしょう。さらに、このような新たな問題取引が登場すること自体、現在の消費者向け金融業界が利用者のニーズに応じた融資サービスが十分に行えていない現状を反映しているようにも見受けられます。新型コロナ禍の終わりがなかなかみえないなか、消費者のニーズの実態を見据えながら、業界側の柔軟な対応と、新たな審査方法の開発の検討が進んでいくことに期待したいと思います。