

信用販売関係の法的分析

——ココ山岡事件（一九九七年～二〇〇一年）の回顧を兼ねて——

目次

- はじめに
- 一 消費者問題の三層構造と信用販売
- 二 立法・司法・行政の対応
- (1) 立法
- (2) 裁判
- (3) 中央政府の消費者行政
- 三 東京都消費者被害救済委員会の取り組み
- 四 ココ山岡事件の経緯
- (1) 事件の概要
- (2) 訴訟と和解の経緯
- (3) 東京都のあっせん手続
- 五 結論

清水
誠

はじめに

一九九七年から二〇〇一年にかけて日本社会でかなりの耳目を集めた事件に、ココ山岡事件があった。株式会社ココ山岡宝飾店（一九六七年設立、本社横浜市中区元町。以下、ココ山岡と略す）は、強引な商法によって、多数の人にダイヤモンドなどの宝石を売り付けた後に倒産した。この倒産が事件顕在化の発端である。その商法のなかに、売った宝石を一定の年月の経過後に同額で買い戻すという約束が含まれていた。それを信じて宝石を購入した買主は、宝石の買い戻しを要求する権利を失うこととなった、というのがこの事件の核心である。ところが、買主の多くは、代金を支払って購入したのではなく、いわゆる信用販売会社（以下、信販会社と略す）からの信用供与（いわゆる「クレジット」）。以下には、販売信用の供与、または単に信用販売という）を受けての購入であった。買った宝石の価値はすでに低落している。ところが、期待していたココ山岡に買い戻しを求める可能性は絶たれ、にもかかわらず、信販会社からは、信用供与金の返済請求、督促がなされた。これが、ココ山岡倒産から派生した事態であった。以上の発端・核心・派生事態の総体をココ山岡事件という。

この事件そのものは、それなりに決着がみられて、過去の事件となりつつある。その後もつぎつぎと生起する消費者問題の繁忙のなかで、この事件も過ぎた事として忘れ去られていくのかという感じも否めない。しかし、この事件は、間違いなく、今日の日本社会における消費者問題のなかで基本的、中心的な位置と重要性をもっている。この事件についての踏み込んだ説明しておくことは、私たちにとって避けることのできない課題であると考ええる。

本誌本号がその退職を記念する正田彬教授（以下、正田さんと呼ばせていただく）は、後に記すように、この問題と浅からぬ関わりをもっておられる。ここに、この問題についての総括を試み、未熟な私見を提示するのは、長年の間に正田さんから受けた学恩に報いたいという気持からの行動である。論考としては舌足らずの点、不十分な点が多々あることは承知し

ているが、微意を汲んでいただいて、正田さんはじめ他の関係者のご理解とご海容を乞いたいと思う。

一 消費者問題の三層構造と信用販売

(1)まず、この問題を法的に分析するためには、基本的な視点を設定する必要があると考えるので、それに関する私見を述べることにする。

私は、現代の消費者問題を正しく解明するためには、これを、時期的には順を追って発現するが、現時点において相互に密接に関連しあい、重なりあつて存在する三層の問題群として、いわば三層構造において重層的に把握する必要があると考⁽¹⁾える。

A層 第一は、今日の社会の基本構造をなしている資本主義の生産関係が必然的に前提としている大量商品生産とそれが内包している矛盾という問題である。すなわち、ここでは、(じつは近代市民社会によつてはじめて可能になったところの)資本と賃労働の結合により、市民のための消費用物資・サービスが、個々の市民の需要を第一義とすることなく、かといつて社会的計画性をもつてではなく、もっぱら利潤の創出を目的とした商品として、工場制生産を代表例とする大量生産によつて生産され、供給される。そのようにして大量生産された商品が売れなければ、その企業は淘汰されるという自由かつ苛酷な生存競争が展開される。したがつて、大量生産は大量販売を必要とする。作った物はなにがなんでも売らねばならない。それはまた、大量需要、したがつて、大量消費を必要とする。たとえ浪費であつても、(戦争までも含めた)大量消費行為が無理やり創出される。

そこでは、消費者の意思をねじ曲げる売り込みが横行してくる。他の市民を騙さない、脅さないという近代市民社会のモラル、最低限の市民法の規律が無視される。大量生産のなかで生じる不良製品が購入者に被害を与えても、全体としての生

産から生まれる利潤でカバーできればそれでよいということで、他の市民を害さないという近代市民社会の基本的な約束がふみにじられる。そして、法も法律家も、往々にしてこの種の行為に対して寛容であり、問題事象を看過し、許容する。購入行動をかきたてるために、さらに、さまざまな媒体を用いての需要喚起が行なわれる。よく考えると買わないでよい物を買わされ、買わされた物で被害を受ける。

以上のことは、資本主義の誕生とともに登場し、その後ますます拡大、多様化、巧妙化してきた現象である。

B層 これは、消費者信用といわれるものであり、資本主義の成熟期になってから（日本では、第二次大戦後に顕著になる）生じてくる現象である。

消費者にいくら商品を買わせようとしても、消費者が可処分所得、すなわち購買力を有しないと、話にならない。買ったいけれどお金がない、といわれる。それなら、お金を貸しましょうというのが、消費者信用である。

資本主義の初期においては、消費者は信用授与の対象とされることはなかった。せいぜいがいわゆる高利貸しないしは庶民金融の相手にされるだけで、いわゆる金融機関にまともに相手にはされなかつたものである。しかし、ある時期から、A層による需要拡大が限界にぶつかると、金を貸して商品を買わせようという動きにつながっていくのである。このA層とB層の間の密接な関連に注目しなければならない。

企業が利用する信用を企業信用と呼ぶとすると、企業信用は資本主義の営みのためには必要不可欠なものである。それに、二種の形態がある。一つは、商業信用ないし売買信用といわれるもので、a企業がb企業にある商品を買るときにその代金を支払いを一定期間猶予するもの（すなわち、掛け売り）である。その期間、代金額がaからbに貸されたのと同じことになる。通常、手形が交付され、これを商業手形という。二つは、銀行信用ないし貸付信用といわれるもので、資金を必要とするb企業はc銀行から必要資金の融資を受けて、たとえばa企業から必要な物を購入する。この場合のc銀行との関係は、

文字通り金銭の貸し借りである。aがbから受け取った商業手形を銀行に割引いてもらうのは（手形割引）、商業信用が銀行信用に転化するという現象で、この両種の信用が基本的に同一のもので、相互転換性を有することを示している。このよきな企業信用は、資本主義経済にとって必要不可欠な空気のような存在で、これがなくては資本主義経済は生存できない（ところが、最近、これについての破綻現象が顕著になっていることは、気掛かりなところである）。

この信用が、消費者をもターゲットにして用いられはじめたというのが、消費者信用の問題なのである。消費者は、買いたくても（じつは、買わなくてよい場合が多いのだが）買えない物を、金を貸してくれるというので、買ってしまふことになる。この消費者信用にも、企業信用になぞらえて、二種の形態がある。一つは、掛け売りであり、代金は将来払えばよいというものである。割賦販売がまさにこれに該当する。そして、つぎのものと区別して、これを呼ぶ「自社割賦」という言葉が定着している。すなわち、貸付の資金は、売り主であるa企業が提供する（a企業に資金の余裕がなければ、a企業が銀行から借りるということもありうる）。一つは、消費者による購入資金の借入れである。消費者がc銀行から資金を借り入れて、それを用いて商品を購入する。これを、消費者金融とも呼ぶ。cは、銀行などの正規の金融機関だけでなく、サラリーマン金融会社などと呼ばれる貸金業者などであることも多い。この両種の消費者信用を融合したものが、(2)で述べる信用販売であり、そのさいにおける信用授与の機能を営むのが信販会社である。

金融機関は、前述のように、かつては消費者を信用授与の対象としてはほとんど相手にはしなかった。ところが、このB層が顕在化する時期には、全経済的に、さらにいえば、全世界的に蓄積された資金の量が増大し、余裕資金も膨大化してくる。巨大な資金保有が形成され、有利な運用先を求めて世界中を駆け巡る。金銭というものも在庫化すると負担になり、活用之道を探さなければならぬのである。こうして、消費者もまた、まさにその資金運用の、つまり信用授与のターゲットとして登場してくるのである。そして、この場合も、さまざまな騙しと脅しの手段が横行し、多重多額債務者が続出し、消

費者信用被害が大きな社会問題となる。

C層 これは、いわゆる悪徳商法という言葉に代表されるもので、資本主義のいわば爛熟期に発現する現象である。

日本においては、第二次大戦後のある時期から、悪徳商法と呼ばれる事件が続発するようになる。高齢者や若者、その他の社会的弱者の多数を相手として、騙しと脅しの限りを尽くして、商品売りつけ、カネを巻き上げる。大規模な生産・販売会社、金融機関その他の代表的な企業までが、さまざまな悪徳すれの手段を使って利潤を追求し、その種の業務に手を染め、その責任をとらない。あるいは、群小の冒険（ベンチユアと称される）企業が、その種の手段でさんざん儲けた挙げて句、倒産して、姿をくらますという事件が枚挙にいとまない。

悪徳と形容されるこのような企業行為は、上述のようにA層、B層においてもすでに認められるのではあるが、それが、日本社会の全体を覆うような規模と想像を絶する質の悪さで頻発するようになったのは、近々三〇年来の現象であって、どう考えても異常というほかはない。A層、B層の問題は、資本主義の営みに必然的に伴うもので、いわば資本主義経済の生理現象といってよい。そこでも異常な問題は生じるが、それは個別的な病理現象として、適切に対処していく必要がある。また適切に対処していけばすむ。しかし、このC層の問題は、それ自体が病理現象というほかないものである。日本経済を担う代表的な企業までが、これにすれすれのような行動を行なうようになっては、C層の問題は資本主義の命運を決する重大な問題になっているといっても過言でないと私は考える。

私は、このC層の問題は、A層とB層の問題に対するとりわけ法的な対処において近代市民社会におけるルール、とりわけ市民法の規律の適用において厳格さが欠けたために助長された現象であると考ええる。そのルーズさが、資本主義の爛熟期という時期にさらに拡大され、増殖して出現した現象ということができる。なお、ここでいう規律は、規制緩和なるもので除去されればよい無用な規制などは、わけの違うものであり、近代市民社会の存立を保障し、その前提条件である基本的

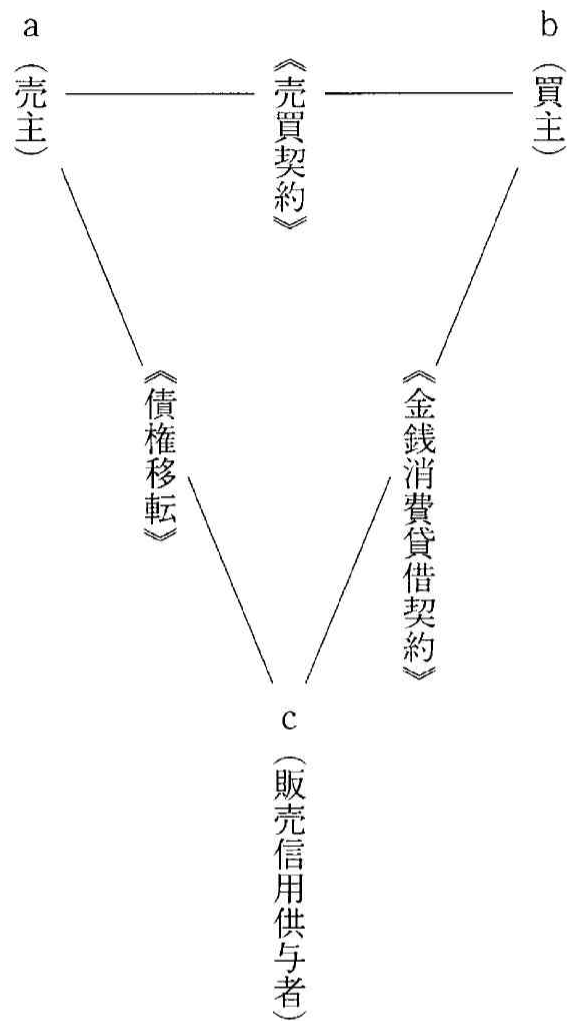
規律にほかならない。ところが、「規制緩和」の名のもとにこの大事な基本的規律を除去し、骨抜きにするという本末転倒の動きがみられることも重大な現象である。

以上のような意味において、このA・B・Cの各層は相互に密接な関連を有し、これに対処するには、この三層を重ねて、その基底から是正する取り組みが必要であると考えるのである。これにしくじることがあれば、日本資本主義はその退廃期・衰滅期・崩壊期に突入することになる。

(2)さて、このように考察してみると、消費者に対する信用販売の問題が、消費者問題の構造のなかで極めて重要な位置を占めていることが明らかになるであろう。以下には、信用販売をめぐる法律関係の基本的な仕組みと問題点の概要を提示しておくこととする。⁽²⁾

この関係においては、基本的には、三者が当事者として登場する。この三者を、まず、いわば民法的な基礎的關係として捉えると、つぎの図のようになる。

第一図

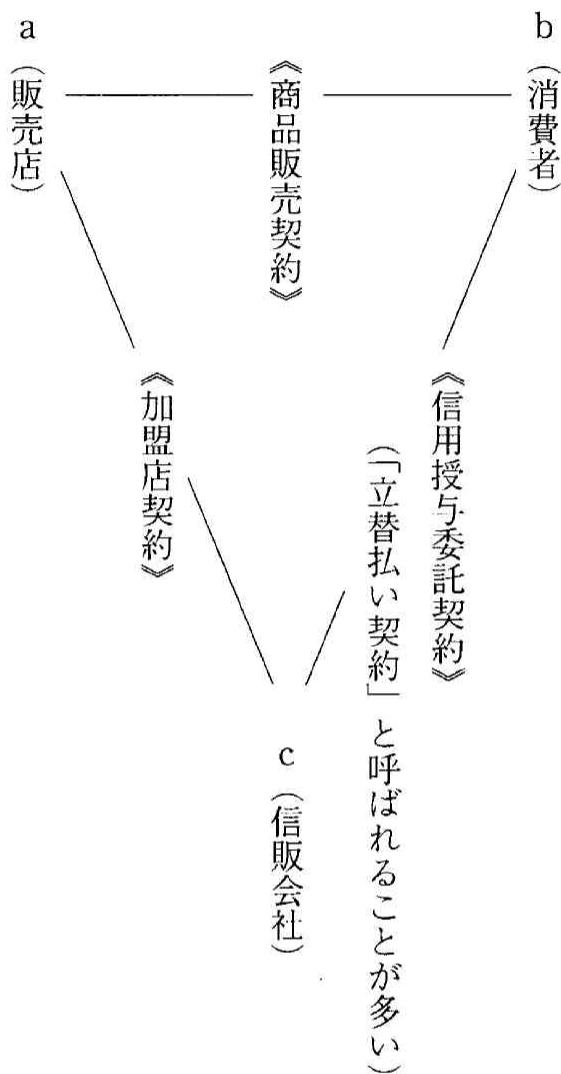


bはaからある商品を購入し、そのさい代金を即金では支払わず、cから信用供与を受けることにしたとする。cから必要額を借りてaに支払えば、もともと単純な関係として完結する。ところが、cがbに渡すべき金額を直接aに渡すということが行なわれる。(そのさい、aがbに対して有した(代金)債権はcに移転される。その法律関係については、債権譲渡とか、代位弁済などと論じられる)。cはbから、貸した金額プラス利息の弁済を受ける。

以上のことが個別的に行なわれるかぎりには、個々の法律関係を分析していけば、紛争が生じても解決することは難しくない。ところが、このようなことが業務として大量的に営まれるようになると、そういつてすまますことはできなくなり、三者

の関係は、つぎのようなものとして変質してくる。

第二図



まず、c 信販会社と a 販売店の間で通常加盟店契約と称される契約が結ばれる。これは、a が顧客との間で一定の商品（役務をも含む）の販売契約を締結し、a を通じてその顧客である消費者 b からの申込みがあれば、c はこれに販売信用を提供すること、すなわち、① b が支払うべき商品代金を代って a に支払い（立替払い）、②その後一定の条件のもとに b からその代金額プラス利息（手数料と称される）の返済を受けることを約するものである。①は、もちろん a・c 間で拘束力

を有する加盟店契約によって行なわれるが、②は、bがaとの契約を結んだ後のcへの申込みによって、b・c間で効力を生じる。しかし、bはあらかじめa・c間で設定されている合意内容による拘束を受けるのであって、b・c間の信用授与委託契約は、完全にいわゆる附合契約の性格を有することに留意することが必要である。

また、つぎの事情を考慮に入れる必要がある。商品の売買をめぐる交渉は、もちろん、a・b間で行なわれる。そのさい、代金の支払いについてbには、①代金を一時払いする可能性、②aから掛け売りしてもらう可能性（前述の自社割賦）と、③cからの信用供与を受ける可能性とがあるが、aは通常③をbに告げて、購入を勧誘する。即金で受領できる①ではなく、③を勧めるのは、aとしてはcとの取引量を拡大して種々の便宜を得ようとする動機があるからと考えられる。bとしては、分割払いでよいという誘惑に惹かれて、①が可能である場合でも、利息の分だけ損をするにもかかわらず、③を選択することが多い。①が不可能な場合には、購入を断念するのが賢明であるにもかかわらず、将来の弁済可能性に賭けて、③を選択する。以上の交渉は、もっぱら、aとbとの間で行なわれ、cが交渉の場に登場することはまずない（具体的にいえば、bはc会社のメンバーの顔を見たこともない）。bのcへの申込みもaを介しての書面でのみ行なわれる。

右と異なり、a・bの売買契約締結後に、bがaとは無関係に自分で選択した信販会社に対して信用供与契約を申込みとすることも、理論的にはありうるが、実際的には皆無に近いと考えられる。

以上の分析から、この信用供与関係におけるbは、まさに前述のA層とB層が重なりあう問題状況に巻き込まれていることが明らかであるといえよう。そこにさらに、とくにaによる悪徳商法的行為が絡めば、問題はまさにC層にまで及ぶのであって、この事例は、現代消費者問題の三層構造を貫く代表的な問題であるといえることができる。

ココ山岡事件は、まさにこの問題に関しており、三層構造的問題状況をそのまま全社会的規模で体现した事例であった。そして、そこでの信販会社の主張は、a・b間の問題は、b・c間の信用授与契約とは無関係であり、影響しないというも

のであったが、そのような主張を認めることは、現代消費者問題の本質を理解しないものであるといわざるをえないのである。⁽³⁾

二 立法・司法・行政の対応

前項で述べた問題について、わが国の立法、裁判所、消費者行政がどのような対応を示してきたかを、つぎに概観しておこう。

(1) 立法

(a) 戦後における消費者関係法の二つの柱は、訪問販売等に関する法律（一九七六年。二〇〇〇年に「特定商取引に関する法律」という内容不明の名称に変更された。以下には、訪問販売法と呼んで記述する）と割賦販売法（一九六一年）である。前者が主にA層に関する問題に対応し、後者が主にB層に関する問題に対応したということがができる。このどちらの法律にも現実に発生する事態に対する後追いの対応が目立ち、したがってまた、度重なる改正が行なわれた。

(b) 本稿の問題は、まず、ココ山岡による強引な商法（「ココ山岡商法」という言葉が定着した）に関係するので、訪問販売法に関わることになる。

訪問販売法は、当初は、「訪問販売」、「通信販売」、「連鎖販売取引」の三類型を対象としたが、その後、「電話勧誘販売」、「特定継続的役務提供」が加えられた。このうち、訪問販売については、改正により、狭義の訪問販売だけでなく、広く店舗外販売、営業所へ連込んでの販売を含むものとされ、ココ山岡商法には、これに類する行為がしばしば見られたところである。

(c) 本稿の直接の問題である信用販売についての規制は、割賦販売法によって行なわれた。

割賦販売法は、当初は、いわゆる自社割賦を主とする「割賦販売」を念頭においたものであった。そのほかにも、「割賦購入あっせん」や改正により追加された「ローン提携販売」（購入者が借り入れる購買資金について販売業者が保証するものであるが、実際には普及しなかった）を対象にしたものである。

このうち、「割賦購入あっせん」のなかで、証券その他の物を利用する形態ではなく、これを利用しないで、個別の商品（これを個品と呼んだ）の購入ごとに信用授与が行なわれるもの（割賦販売法二条三項二号）が、今日では信用販売（クレジット）といわれるもので、この形態による信用授与がその後顕著な発展をみるに至るのである。

なお、割賦販売法全体について、指定商品・指定権利・指定役務の販売・提供に限るという指定主義が採られている。これは、指定されていない商品などの割賦販売には適用されないということで、その合理性は乏しく、前述した後追いの欠点を示すものともいえる。

右のいわゆる「個品割賦購入あっせん」について、第二図でいうと、a・b間の商品販売契約において、商品欠陥その他のトラブルが生じたときに、b・c間の信用授与委託契約はこれとは無関係であるから、cからの分割返済請求に対してbは抗弁できないのか、という問題を生じた。学説の多くや三で述べる自治体の対応においては、この抗弁を認めるとい見解が有力であったが、⁽⁴⁾一九八〇年になって、やっと、割賦販売法に第三〇条の四が新設されて、立法による対応が示されたのである。同条の第一項につき掲げる。

「購入者又は役務の提供を受ける者は、第二条第三項第一号又は第二号に規定する割賦購入あっせんに係る購入又は受領の方法により購入した指定商品若しくは指定権利又は受領する指定役務に係る第三十条の二第一項第二号又は第五項第二号の支払分の支払の請求を受けたときは、当該指定商品若しくは当該指定権利の販売につきそれを販売した割賦購入あっせん関係販売業者又は当該役務の提供につきそれを提供する割賦購入あっせん関係役務提供事業者に対して生じている事由をも

って、当該支払の請求をする割賦購入あつせん業者に対抗することができる。」

この規定は強行規定であり（第二項）、購入者が問題の「事由の内容を記載した書面」を信販会社に提出する努力義務を負うことがあること（第三項）、支払が政令で定める金額に満たない支払総額に係る場合などに適用されないこと（第四項）が規定されている。総体として、購入者による抗弁主張を認める姿勢が極めて消極的であると評することができる。このような規定で、信用販売が生み出している問題に対する抜本的な対処がなされうるとは考えがたいといわざるをえない。

第一に、販売信用の問題は、商品販売契約と販売信用供与契約とが密接に関連しあっていて、両者はほぼ一体的な関係にあり、前者の事情は後者の効力にはほぼ直接的に反映すると考えなければ、妥当な解決はえられない。学説においても、また一部の下級審判例においても、その認識はほぼ有力になりつつあったといえる⁽⁴⁾ことができると思う⁽⁵⁾。その点についての理解を欠いて、このような立法がなされ、それが解釈運用されると、いちじるしく不当な結果を生じうるのである。すなわち、購入者が主張しうるのは、同条が定める抗弁権のみであり、それ以外の主張はいつさいすることができないという誤解が通用することになるのである。それに対して、そうではなくて、同条は、右のような法律関係のひとつの表れを規定したにすぎないという解釈をする必要がある。

第二に、同条の対象とされる商品販売契約について、割賦販売法の適用される指定商品に限ったり、第四項のような制限を設けることはきわめて疑問である。事柄は、商品の種類によって、あるいは金額の多少によって扱いを異にするような問題ではないはずである。第三項の書面提出努力義務なるものも理解に苦しむ。さらに、「生じている事由」について限定的な解釈をするようなことがあれば、同条はむしろ弊害を生むことが憂慮される。

第三に、同条が適用される場合の効果の問題がある。同条は支払拒絶の抗弁のみを認めるものと解釈されている。しかし、商品販売契約に無効、債務不履行、法定解除権の行使などの欠陥が明らかになったときは、その効果を信用供与者にも及ぼ

させ、既払金返還や損害賠償の請求を認めて然るべきである。同条がそれらを否定する意味をもたされたら、この改正は、問題の解決のためにむしろマイナスの効果を生じるものといわなければならない。

要するに、同条は、かりに支払拒絶のみを認めたものと解釈するとしても、支払い拒絶の抗弁を簡便に主張できるように明文化を図ったものにすぎず、その他もろもろの、購入者による権利保全の主張を否定し、封じ込めたものとは解すべきではない。

(2) 裁判

この割賦販売法三〇条の四の追加前において、bによる抗弁の問題が訴訟において争われる事例が続出した。それは、信用を提供した信販会社から購入者に支払を請求する訴訟、購入者から商品販売契約において生じた欠陥についての信販会社の責任を問う訴訟などの形においてであるが、下級審の判断は、購入者の抗弁権は信販会社に主張できないとする判断〔「抗弁権の切断」と呼ばれた〕と信販会社に対しても主張できるとする判断〔「抗弁権の接続」と呼ばれた〕とに分かれた。⁽⁵⁾ その間において、一九八〇年には、信販会社の側で、消費者側からの批判を受けて、その欠陥が重大である場合に限って接続を認めるという約款の修正（いわゆる標準約款の改訂）が行なわれるということもみられた。

このような状況のなかで、割賦販売法の改正は行なわれたのであるが、この新规定について、最高裁第三小法廷（坂上寿夫、安岡満彦、貞家克己、園部逸夫裁判官）が一九九〇年二月二〇日に下した判決（判例時報一三五四号七七頁）は、新規定の消極性にさらに輪をかけたような消極的な態度でこの問題についての判断をくだすものであった。

事案は、a・b間の呉服売買契約において、cが信用供与（立替払い）をしたが、aとbが合意解約をしたものである。cがbに立替金の支払い請求をしたのに対して、bが拒否した。事案は、前記の割賦販売法に第三〇条の四が加えられる前のものである。原審は、この合意解約が売主aの商品引渡し不履行を原因とすることを認定したうえで、bの抗弁を認めた。

最高裁は、つぎのように述べて、原審判決を破棄し、差戻したのである。

「購入者が割賦購入あつせん業者（以下「あつせん業者」という）。の加盟店である販売業者から証券等を利用することなく商品を購入する際に、あつせん業者が購入者との契約および販売業者との加盟店契約に従い販売業者に対して商品代金相当額を一括立替払いし、購入者があつせん業者に対して立替金及び手数料の分割払を約する仕組みの個品割賦購入あつせんは、法的には、別個の契約である購入者、あつせん業者間の立替払契約と購入者・販売業者間の売買契約を前提とするものであるから、両契約が経済的、実質的に密接な関係にあることは否定し得ないとしても、購入者が売買契約上生じている事由をもつて当然にあつせん業者に対抗することはできないというべきであり、昭和五九年法律四九号（以下「改正法」という。）による改正後の割賦販売法三〇条の四第一項の規定は、法が、購入者保護の観点から、購入者において売買契約上生じている事由をあつせん業者に対抗し得ることを新に認めたものにはかならない。したがって、右改正前においては、購入者と販売業者との間の売買契約が販売業者の商品引渡債務の不履行を原因として合意解約された場合であっても、購入者とあつせん業者との間の立替払契約において、かかる場合には購入者が右業者の履行請求を拒みうる旨の特別の合意があるとき、又はあつせん業者において販売業者の右不履行に至るべき事情を知り若しくは知り得べきでありながら立替払を履行したなどの右不履行の結果をあつせん業者に帰せしむるのを信義則上相当とする特段の事情があるときでない限り、購入者が右合意解除をもつてあつせん業者の履行請求を拒むことはできないとするのが相当である。」

私は、この最高裁判決のような考え方では、現在における信用販売の法律関係の本質をまったく捉えておらず、実際にきている諸問題の解決には役立たないと考える。第一に、購入者が主張しうる事由について、その範囲についての明確な判断が示されていない（じつは、本件のような合意解約は原則的には含まれないと考えられるが、判決はその点は安易に肯定している）。第二に、割賦販売法三〇条の四の時間的適用範囲について、限定的解釈をしているのは、同条の追加改正が当

然の事理を明確化したものであるという観点からすれば、きわめて疑問である。第三に、問題は、同条の予定した範囲を大きく超えて展開することが十分予想されるところ、同条の規定以外については、いわゆる接続の問題を極めて限定的に解するという姿勢にも強い疑問が感じられる。この判決の調子からみて、後述するココ山岡事件が起り、消費者側からの訴訟が提起されたときにも、裁判でその主張が容れられる可能性は低いという見通しを語る論者も少なくなかった。

(3) 中央政府の消費者行政

当時の通産省の消費者行政における姿勢も消極的なものであったといえることができる。個品割賦購入あっせん契約について頻発した紛争事案について、通産省は、つぎのような数度の通達を⁽⁶⁾発した。

一九八二年四月一三日「個品割賦購入あっせん契約をめぐる消費者トラブルの防止について」(日本割賦協会会長あて)

一九八三年三月一日「個品割賦購入あっせん契約に関する消費者トラブルの防止について」(同前)

一九九二年五月二六日「加盟店管理の強化について」(同前)

同日「加盟店情報交換制度の創設・運営について」(同前)

一九九五年一〇月二三日「加盟店指導の改善等について」(日本クレジット産業協会会長あて)

それぞれの内容は、紙幅の関係で省略せざるをえないが、全体の基調は(第二回参照)、cによる加盟店の管理・指導を強化することにおかれていた。しかし、a・b関係とb・c関係は無関係だということを基本理解とすると、すでにこの基調自体がじつはこの基本理解に矛盾する行政指導ということになるのである。そして、もしこの二つの関係が一体的なものだとすると、このような指導では生温いということにならざるをえない。けだし、bは、aとの間の契約の欠陥を根拠として、cに対して契約の拘束力を否定できるというものが、当然の結論でなければならぬからである。通産省の中途半端な行政指導が、この問題の根本的解決を阻んできたと評しても過言でない。

さらに、一九九一年頃になると、a・b間の契約が英会話教室における授業などのような継続的な役務提供契約であるような事例において、a会社（会話教室など）による履行提供が不完全であったり、倒産などで履行が不可能になったような場合が問題化した。この種の契約において、あらかじめ長期にわたる将来の授業料を支払うということ自体が不自然なのであるが（長期契約だと、割引によって得であるという勧誘がなされた）、信販会社が介入することによってそれが頻繁に行なわれ、a会社が潰れたあとも、c信販会社からの請求は遠慮なく来るといっておかしな事態が一時頻発したのである。当初、このような役務は指定の対象になつていなかったで、bはなんの保護も与えられなかったが、その後、指定役務が新設された。しかし、長期役務供給契約における信用供与契約の問題は一向に解決されなかった。通産省は、この種の事案について、一九九一年一〇月八日付けの指導文書を発した。⁽⁷⁾これについても、その内容は、紙幅の関係で省略せざるをえないが、全体の基調は、①cによる加盟店管理強化の観念の延長上で、②支払請求は停止するべきであるが、③できるだけ、bの同意をえて、aの行なうべき給付をcによって代替給付させる、というものであった。上述したように、a・b関係とb・c関係は無関係だとすると、③の根拠は不明であるし、一体だとすると、bはcの請求を拒否できるのは、当然の結論でなければならぬのである。

こうした通産省の行政指導が、この問題の根本的解決につながらなかったことは明らかであった。ココ山岡事件は、このような背景において出現したのである。

三 東京都消費者被害救済委員会の取り組み

これに対して、東京都における当時の消費者行政の対応は積極的であつたといふことができよう。とりわけ、一九七五年一〇月二二日の東京都生活物資（その後、「等」が入る）の危害の防止、表示等の事業行為の適正化及び消費者被害救済に

関する条例の第二六条および東京都消費者被害救済委員会条例（一九九四年以後は、一本化された東京都消費生活条例の第二九条⁽⁸⁾）によって設置された東京都消費者被害救済委員会（発足時は高柳信一会長、正田会長代理。一九九六年一月から正田さんが会長にいられた。二〇〇一年四月まで）は、早期から、そのあっせん事案において、この問題についての筋を通して正当な解決を実現するために努力した。後述するココ山岡の案件以前のもので信用販売に関係した事案を、つぎに列記しよう。⁽⁹⁾（日付の付託とは、知事から委員会に付託された日、報告とは、委員会から知事に報告され、発表された日付である。）

- ① 「個品割賦購入あっせん契約における紛争（小学生用学習教材）」
一九八一年三月二七日付託、同年一〇月一五日報告
- ② 「個品割賦購入あっせん契約における紛争（小学生用学習教材及び学習教室）」
一九八一年三月二七日付託、一九八二年三月一九日報告
- ③ 「個品割賦購入あっせん契約等における紛争（家具販売会社の倒産）」
一九八四年五月九日付託、同年九月一七日報告
- ④ 「英会話教室の倒産による関連信販会社との紛争」
一九九四年四月六日付託、一九九五年七月二六日報告
- ⑤ 「進学指導教室の倒産による関連信販会社との紛争」
一九九四年四月六日付託、一九九六年一月二一日報告
- ⑥ 「不適正販売業者と加盟店契約をしていた信販会社との紛争」
一九九六年一月二一日付託、同年一〇月二四日報告

⑦「外国語会話スクールの中途解約に係る紛争」

一九九六年一〇月二四日付託、一九九七年六月一二日報告

⑧「呉服販売店『株式会社銀座お、ぎ屋』グループの倒産に係る信販会社との紛争案件」

一九九九年三月一日付託、同年七月一二日報告

このうち、①と②は、前記の割賦販売法改正前の事案であることに注意してほしい。事案は、いずれも、小学生用の学習教材をそれに付随する個別指導に期待して購入したが、その指導が行われないので、債務不履行を主張したが、信販会社からは支払いを請求されているというものである。委員会によるあつせんは、あつせん部会による理を尽くしての説得（事業者委員も熱心にその説得に加わった）により、信販会社も納得して、既払金の約八割を販売会社と信販会社が連帯して購入者に返済するということで成立した。報告書では、この信用販売契約関係は、「本来、訪問販売会社が独自の資本力をもつことなく活用しうる販売拡張の手段として利用され、クレジット会社においても顧客の獲得として歓迎されているものである」として、（商品販売契約と信用授与委託契約の）「両契約は一体不可分の関係にある」という見解が述べられていた（①。②では、さらに詳細に論旨が敷衍されている）。

③は、家具を信用販売契約で売却した家具会社が、家具を引き渡す前に倒産したという事案である。あつせんは、信販会社が既払金を返還するという内容で成立した。報告書においては、不可分一体論をベースに据えながら、本件のような売買においては、現実の引渡しが重要であり、消費者は同時履行の利益を奪われてはならず、販売会社と信販会社の関係の実態からみて、生じた損失は信販会社が負担するのが相当であると論じている。この事案は、割賦販売法の改正前の事案であり、かつ、同改正条文が認めていない既払金の返還まで認めていることに注目してほしい。

④以下⑦までは、前述した長期の役務提供契約と結合した信用供与が問題となった事例である。委員会は、基本的に、不

可分一体論を基礎とした判断を双方に示して、説得に努め、④と⑥の一部を除いて、大部分の紛争についてあっせんによる解決をみた。委員会の見解は、さらに論旨を拡大して、報告書に述べられている。とくに、前述の一九九一年の指導文書に対する批評も試みている。

⑧は、和服の販売を専門とする業者が倒産し、履行を受けていなかった消費者に対して、信販会社が販売業者に代って目的商品である和服を提供することを申し出たという特異な事例である。納期までに商品が届かず、倒産を知って信販会社へ売買契約の解除を申し出たうえで、商品受領を拒み、立替金の支払いに応じない消費者に対して、信用販売会社が支払請求訴訟を起こした。消費者は、契約の解除および解除による支払い義務がないことの確認、既払金の返還を求めてあっせん手続を申し立てた。あっせん部会は、既払金の返還を内容とするあっせん案により説得に努めたが、信販会社は応じなかった。一部の申立人については、合意による解決が行われたが、二名（既払金はないケース）については、あっせん不調に終わり、信用販売会社は訴訟を継続した。⁽¹⁰⁾その後、これに対する応訴について東京都の訴訟援助制度が適用されて訴訟が行われ、村千鶴子弁護士⁽¹¹⁾の奮闘により、二〇〇〇年一月三〇日東京地裁において消費者勝訴の判決があり、確定した。

以上のように、東京都における消費者行政は、立法にも中央行政にも一歩先んじて販売信用の問題に取り組み、先進的な見解を示してきたということができる。ココ山岡事件が起きたときに、全体としては、上述のように、裁判所に訴えて訴訟による解決が指向されたのであるが、それでもなお、東京都におけるあっせんを希望する消費者がいたときに、それを受けとめ、その事案を消費者被害救済委員会に付託するという決断が行われたのについては、以上のような経緯があったことが一因であったといえるのではなからうか。

四 ココ山岡事件の経緯

(1) 事件の概要⁽¹²⁾

ココ山岡は、一九五一年に個人企業として創業され、一九六七年に株式会社となった。本店を横浜市においたが、その後、全国に九八店舗を擁するまでにその業務を拡張した。その業務については、①客を店舗に呼び込み、長時間強引に宝石の購入を勧誘するということ、②売価よりも価値の低い宝石を売り付けることが多かったこと、③売った宝石を数年後（五年後というのが多かった）に買い戻す（「返品」という言葉が用いられたこともある）ことを約するという売込み方法などが問題になった。とくに、一九八一年一月から始めた③の商法は、とりわけ若い顧客に高額な宝石を購入させる効果があり、事業も全国に展開され、一九九二年三月の決算期には六三〇億円の売り上げを記録したとされている。その販売の大部分は、信用販売の利用によって行なわれている。

以上のことから、購入者が積極的に即時払いによる高額な宝石の購入を決めたのではなく、信販会社への分割払いと五年後の買い戻しという条件に惹かれて購入を決断したということが窺われる。まさに、前述した販売信用が内蔵する問題的状态（A・B・C層の重層構造）が集約的に現れた事例ということができるのである。

しかし、この商法が、買い戻し要求の増加につれて破綻することはだれの目にも明らかであった。一九九七年一月九日にココ山岡は横浜地裁に自己破産を申立て、翌一月一〇日に破産宣告がなされた。同年二月四日には、本店など四五か所で詐欺罪を容疑とする捜索が行なわれた⁽¹³⁾。多くの購入者が、買い戻しを請求する権利を失って、価値の低い宝石をかかえこむほかないという状態におかれた。

このような事態において、購入者に対して、ココ山岡との商品販売契約とセットとして利用させられていた信用授与委託

契約の相手の信販会社から、商品代金と利息（名目的には、立替金と手数料と称された）の支払請求が遠慮なく寄せられつづけた。ここに未曾有の規模といってもよい信用販売をめぐるトラブルが発生したのである。東京都のデータでみれば、東京都および都内の区市町村のセンターがココ山岡関係で受けた相談は、一九九二年度から一九九六年度末までで、三、四二六件、一九九七年一月一〇日以降における破産がらみの相談の数は、翌年一月三日までで三、六三四件にのぼった。

(2) 訴訟と和解の経緯

全国にわたる多数の被害者は、販売信用を提供した信販会社を被告として訴訟を提起した（信販会社は全体としては九社だが、地方により、関係会社はその一部ということもある。東京訴訟では、元幹部をも被告としている。元幹部については、以下の考察では省略する）。

訴えの提起は、一九九七年五月三〇日千葉地裁（原告二八二名）に始まり、六月一七日仙台地裁（原告四一〇名）とつづき、一〇月一六日には全国三三三地裁に一斉提訴がなされ、この時の原告総数五四四一名、被告九社、請求総額八四億円余に及んだ。地方により提訴が第一次、第二次になったところもあるが、最終的には、札幌、青森、盛岡、仙台、秋田、山形、福島、水戸、宇都宮、前橋、浦和、千葉、東京、横浜、新潟、富山、金沢、福井、岐阜、静岡、名古屋（弁護士は名古屋・岡崎）、京都、大阪、神戸、岡山、広島、山口、徳島、福岡、同久留米支部、佐賀、長崎、熊本、大分、宮崎、鹿児島、沖縄における全国三八弁護士団、三六地裁、三七の裁判所における実原告数の総計八九〇八名に及ぶ¹⁴、いわば空前の全国的難訴訟となったのである。これをつぎに述べるように解決にまでまとめあげた弁護士団、裁判所の関係者諸氏の労は畏敬に値するものであると私は考える。

原告による請求の内容は、ほぼ、①まだ支払っていない分割金（分割支払金）についての支払義務不存在確認、②すでに支払った分割金（分割既払金）の返還を求めるものであった。その法的根拠としては、割賦販売法三〇条の四による抗弁¹⁵

(予備的主張とされることが多かった)、クレジット契約そのものの公序良俗違反による無効、信販会社の債務不履行または不法行為による損害賠償などが主張された。

この訴訟が提起されたときには、前述の最高裁の一九九九年の判決もあることから、消費者サイドの法律家のなかにも、勝訴の見込みはないという意見がきかれた。それを乗り越えて、裁判所を説得しようとする原告側弁護士団の意気込みは大いに壮とされたところである。

粒々辛苦の察せられる途中経過は省略して、二〇〇〇年一月一九日に東京地裁民事第三〇部(福田剛久・徳岡由美子・一場康宏裁判官)によって提示された和解提案書が事件の解決に決定的な作用を果たしたものである。長文の苦心の作と思われ、その内容は刮目すべきものである。⁽¹⁶⁾私の理解によれば、この提案の基底には、契約の全当事者の合意による解約を前提とし、破産管財人(破産財団からは、かなりの配当が見込まれる状況があった)を含めての、全体的に妥当な解決策を目指すという思考がみられるように推測する。私は、これを非常に重要なことと考えるが、そのことについては、五において述べる。提案書には、きわめて懇切な提案理由が述べられていることがとくに注目され、また評価される。

ココ山岡訴訟は、全国の原告・原告弁護士団が、右の東京訴訟における和解提案について真剣に討議し、被告もこれを受け入れ、二〇〇〇年七月六日に基本的にこれに添った解決にむけての「基本合意書」が調印され、同年一月二〇日には金額などの細目を定める「確認書」が締結され、その後、ほぼ年内にそれに基づく各地裁での和解が成立するという形で解決した。

被告側から、原告側に支払われた和解金は全国で二五億円に達する。争われた未払金および返還を求めていた既払金に対するいわゆる解決率は、約七七パーセントとされている。これについて、弁護士は、全国一律の公平な配分方法を定めて、全国的な解決にまでこぎつけた。これを各地の訴訟ごとに処理していたならば、個別の解決金にも凹凸が生じて、かならず

やささまざまな矛盾を生じたに違いないので、そこまでの全国的な協力を維持し、努力を払ったという点においても、この事件の収束は見事であったということができると思う。

なお、基本的に裁判所の和解提案に添った和解解決の内容は、簡単な要約は困難であるが、筆者の責任により骨子を整理すると、つぎの通りである。⁽¹⁷⁾

- ① 原告の全員について、未払金の支払いを免れる。
- ② 信販会社九社を、受領している既払金の率の高低によつて、三つのグループに分け、それぞれについての解決条件を定める（裁判所の和解提案書では、既払率八三パーセント、六四パーセントの二社を高既払率二社、五一パーセント、四九パーセントの四社を中間既払率四社、二二パーセント、二二パーセント、一六パーセントの三社を低既払率三社と呼んでいる）。
- ③ ココ山岡の破産に対して、主として原告側がココ山岡に対して有する債権を破産債権として届出ていたが、これをすべて信販会社に譲渡し、信販会社は以下の基準により「破産債権にかかる和解金」を原告に支払う。その基準は、(一)第一、第二グループ（前示の高既払率、中間既払率の信販会社）については、原告が払った頭金とクレジット総額の合算額から購入代金の一五パーセントを控除した額（これが原則的な「破産債権認容額」と呼ばれる）の二二パーセント、(二)第三グループ（前示の低既払率の信販会社）については、支払われた頭金の二二パーセントである（いずれについても、細かい基準による例外あり）。
- ④ 対象商品（主としてダイヤモンド）については、第一グループについては、原告への帰属を認める。第二、第三グループについては、原告はこれを信販会社に引渡し、これに対して、信販会社は、一定の基準による「ダイヤモンドに関

する和解金」を支払う。その基準は、(一)既払率が一五パーセント以上の場合には、購入代金の七・二パーセント、(二)既払率が七・八パーセント〜一五パーセントの場合には、購入代金の七・二パーセント相当額から、原告の支払った額と購入代金の一五パーセントとの差額を控除した金額、(三)既払率が七・八パーセント以下の場合には、和解金は不要、というのである(第二グループの一部の会社については、異なる基準が定められている)。

⑤ 原告は、損害賠償請求権等を有しないことに確定する。

⑥ 破産手続による配当金が二二パーセントより高率または低率になっても、互いに清算義務を負わない。

などである。この内容はかなり難解であるが、裁判所の前述の和解提案書を踏まえたものであるので、これを読むことによって理解を補うことができる。

私なりの理解を示しておこう。①の未払金の支払いを不要としたことは、画期的なことである。③についてであるが、もし、クレジット関係を販売関係と切り離して考えると、購入者は、蒙った既払金などの損害について破産手続において請求してほば予想される二二パーセントの配当を受けるとどまる。和解は、この破産債権をすべて信販会社に帰属させて、二二パーセントを信販会社の責任において購入者に支払うものとした。信販会社による信用授与は販売会社に対してなされたものであり、その回収は信販会社が行うべきものであるという考えが表現されている。④対象商品については、購入者は保持を希望していない。これについて、高既払率においては、購入者に帰属させたが、それ以外については、返還を認め、商品の一定の評価(裁判所の和解提案書で、購入価格の一五パーセントとされていた)を前提としての一定の金額(和解協議で、大量引渡手続のコストを差引いて七・二パーセントとされた)の信販会社からの支払いを認めた。これも、基本的に購入者の希望を容れたものということが出来る。①と③と④の合計が購入者が得たものである。そして、全体としての

金銭のやりとりとしては、前述のように、解決率七七パーセントという解決が実現したのである。

もし、この事件について、個別の請求について審理し、裁判所によって抗弁権の接続を認めるもの認めないもの、既払金の返還を認めるもの認めないものというように分かれていたら、空前の混乱状態に陥っていたであろうと思われる。右のような和解によってしか解決できないということは、まさに、信用販売問題の本質を表現した事件であったということを示していると思はる。

(3) 東京都のあっせん手続

東京都消費者被害救済委員会が、一九九九年九月二七日に知事から付託され、二〇〇一年四月に報告を提出して終了したあっせん手続⁽¹⁸⁾については、正田さん自身が総括を書いておられる⁽¹⁹⁾。以下には、ごく概略と若干の感想を記すにとどめる。

(a) 知事から付託された案件は、八名の東京都民である購入者を申立人とし、三社の信販会社を相手方とするものであった。委員会は、正田さんを部会長とするあっせん部会（部会委員は、学識経験者委員として、淡路剛久、飯島紀昭、清水誠、升田純、松本恒雄、消費者委員として、寺田かつ子、事業者委員として、塚田大、渡野辺雄一の各氏であった）を設置し、コ山岡による問題商法、とくに都によるこれまでの同社に対する指導の詳細および、これまでの消費者センターの相談における対応状況を調査し、申立人の全員からの事情調査を行った。

センターの相談においては、基本的には、当時すでに進行していた訴訟への動きがあることとそれとのコンタクトの方法を紹介し、それへの参加を勧めることが行なわれたのであるが、訴訟を選択せず、都の救済手続を希望する消費者が一定数あり、結局において八名から強い付託の要望があったのである。

この場合、訴訟の道が大勢となっている以上、自治体による救済制度の扉を閉ざすという判断もありえたかもしれないが、東京都は、訴訟とは違うこれまで都独自の成果を産んできた救済制度の道を開いておくということも必要であるという判断

を選択したのである。これは、近時、しきりに論じられる訴訟外解決手段（ADR: Alternative Dispute Resolution）の問題と密接に関連する問題を含んでいる。それが、訴訟ではない簡便な方法で紛争を片付けるという思考で考えられるようなことがあるれば、それは誤りである。そうではなくて、紛争解決手段については多様な可能性が模索されてよく、種々の手段が互いにプラスに作用しあって、効果を発揮するというのが望ましいと考えられる。都の取り組みは、期せずして、そのような問題を考えさせる意味をもっていた。

あっせん部会は、つづいて、相手方である信販会社からの事情および意見聴取を行なった。その過程で、信販会社も然るべき責任と損失を負担することについての説得を試みた。しかし、信販会社の姿勢は強硬なものがあつた。それは、一方で問題の規模の大きさ、そして、他方で大量訴訟が進行中という事情からやむをえないことであろうか、とも思われた。

(b)あっせん部会は、一九九九年九月二七日にあっせん案（第一次）を決定し、申立人と相手方の双方に提示した。あっせん案の骨子は、まず、基本的に宝石の販売価格の三〇パーセントを基準として設定し、①申立人の既払金が三〇パーセントを超えている場合には、相手方の信販会社は超過支払分を申立人に提供し、宝石は申立人の所有とし、②三〇パーセント以下である場合には、申立人が、三〇パーセントまでの金額を相手方に提供して宝石の所有権を取得するか、既払金を放棄して宝石を相手方に返還するか、のいずれかを選択する、③申立人がココ山岡の破産管財人に届けていた破産債権については、取下げるか、あるいは相手方信販会社に承継させ、相手方が破産手続で主張することを認める、というものであつた。

あっせん案には、法律論はいっさい述べられていない。この内容は、正田さんが述べておられるところによれば、「それぞれの申立人の事情による不公平を防止することを考慮しながら、当事者相互間の関係、破産管財人による宝石の評価と売却価格、破産財団による相当程度の配当の見込み、信販会社における損金計上による税金減額の可能性などを含めた各種の事情を総合的に勘案して、社会的に公正かつ妥当性のある最善の解決案として考えられた」とされる（注（12）所掲書一

四九頁)。二〇パーセントというのは、いかなれば、腰だめの数字である。しかし、あっせん部会としては、すべての要素を考慮して考えると、このような内容で妥結するのが、だれの目にも妥当と思われる解決案だという自信をもって説得に当たった。ココ山岡による買取り約束の不履行について信販会社は責任を負うべきだという法律論を相手方の信販会社はどうしても受容しなかったが、その法律論は別として、解決の仕方としては、この内容が公正、妥当ではないかと説得した。じつは、これを認めることは、販売契約と信販契約の一体性を事実上認めることになるのであって、相手方としては、訴訟が進行中である以上、これを受け入れることはできないという態度を変えることはなかった。なお、この手続のなかで、ココ山岡の破産手続における配当の見込みが、この種の事案では珍しく、二〇パーセントぐらいにはなるとい見通しが、破産管財人からの聴取により感得されたということも重要な判断要素になっている。

(c) あっせん手続が右のように推移しているうちに、前述したように、全国的に展開されていた訴訟は、一九九九年九月一日の東京地方裁判所第三〇部による東京訴訟の当事者に対する「争点整理」の提示、九月七日の和解勧告、翌二〇〇〇年一月一九日の和解提案書の提示という歩みをとって、裁判所のイニシアティブにより急速に解決へと進んだ（東京訴訟でいえば、その後、同年一月二四日に訴訟上の和解の成立に至った）。この進行に対応して、あっせん部会では、二〇〇〇年四月に、申立人は東京訴訟に加わり、同訴訟における訴訟上の和解による解決を図り、相手方はそれに異議を申立てないという内容の第二次あっせん案を提示した。申立人六名については、これにより解決がなされ、二名については、相手方一社の意向で解決が遅れたが、第一次あっせん案をベースとした二名に係る第二次あっせん案により、二〇〇一年三月にあっせんが成立した。

結局、東京都の救済制度を選択した消費者についても、訴訟を提起した消費者とほぼ同一内容の解決が実現した。すなわち、その内容は、あっせん部会が提起した第一次あっせん案と大差のないものであったということができる。

五 結論

ココ山岡事件の経過は一で述べた私見の正しさを裏付けてくれたというのが——我田引水かもしれないが——、本稿の結論である。いくつかの論点を述べておぼすびとしたい。

(1) 第一は、裁判所における和解の評価である。

東京地方裁判所の和解提案は、裁判所は、割賦販売法三〇条の四の抗弁権を本件の購買者には認めないだろうというかなり一般的であった悲観論を覆したものであった。前述したように、この和解提案のベースには、全当事者による合意解約を基盤とした解決という趣きが感じられる。そこには、このように解決しなければ、本件における正当な解決はどうてい図れないという思考が働いているように思われる。すなわち、販売契約と信販契約については、その一体性を無視しては妥当な解決はできないということである。信用供与契約の独立性を前提としているかぎりには、解決はどうてい無理であることが、この和解の成立によって立証されたといってもよいのではなからうか。本件では、たまたま、ココ山岡の立場を承継する破産管財人が加わって、一定の配当可能性があったという事情も幸いして、三面総合的な解決が可能になったのである。もはや、一九九〇年二月二〇日の最高裁判決におけるような法律関係の理解は破綻したといっても、過言ではないと考える。

東京都の救済委員会の長年の苦心がついに実を結んだというのが、私の覚えた感慨である。

(2) 第二は、東京都において行われた消費者被害救済委員会のあっせん手続の評価である。

裁判所の手続と都のあっせん手続は、上述したように、ほぼ平行して進行した。正田さんは、裁判所の和解提案書の「基本的な考え方はあっせん案に対応するものといえることができる」という感想を述べて、その類似点を指摘しておられる（注(12) 所掲書一五二頁）。正田さんによる慎重な部会運営によって、都のあっせん部会の審議が、裁判の進行にも、なにがし

かの影響を与え、その注目すべき成果の実現にいくらかなりとも貢献したのではないかと私は推測する。そして、そのことは、前述したように、ADRの問題を将来考えていくうえにも有益な示唆を与えるのではないかと愚考する。

(3) 第三は、この事件の結果を踏まえ、そこから教訓として引き出すべき信販業界の在り方についてである。

私は、一において分析したように、信用販売という業務が、加盟店である販売業者の業務に依存しながら、販売契約において生じた問題については関知しないとして、信用供与金の返還を請求するということの非合理性を改めないことには、その業界の将来性はないと考える。問題を加盟店の管理強化という筋道で考えている限りは、問題解決の本筋から離れるばかりである。疑問のある消費者取引はあとを絶たないであろう。その危険を内蔵した信用授与が破綻しないわけではない。その危険を高金利（手数料と称する）でカバーするというのでは、とても合理的な営業とはいえないものとならざるをえないであろう。そのことを露呈したのが、ココ山岡事件であり、そして、その理をはっきりと法律問題として明確化したのが、この事件に関与した法律家たちであった。私は、このような役割こそ、今日の社会において真の法律家の果たすべき役割であると考える。

(4) 最後は、この事件における正田さんの功績についてである。

二〇〇一年四月六日の総会において、東京都消費者被害救済委員会会長としての正田さんは、ココ山岡事件と、もう一つその後に付託された案件についてのあっせん終了の報告をして、退任された。ココ山岡事件は、委員会に二五年間在任された正田さんの最後の大事な仕事であったということが出来る。

正田さんの学問的業績は、もちろん、独占禁止法に主軸をおき、経済法全般に及ぶという、スケールの大きいものであつて、私が所見を述べうるかぎりではない。ただ、その理論的なスキームのなかで、消費者問題に関する「消費者の権利」を軸とする所論があり、それに関連して、東京都の消費者行政においてご一緒する機会に恵まれた私は、正田さんの理論が単

に机上の議論ではなく、現実の諸問題と切り結び、そのなかから紡ぎ出されたものであるということの一端を知ることができた。そのことへの深い感銘と感謝の気持ちをもってこの拙い小論を正田さんに捧げたいと思う。

なお、本稿の執筆に当り福岡伸子さんにいろいろご教示をいただいた。記して謝意を表したい。

- (1) 拙著『時代に挑む法律学』、日本評論社、一九九二年、第四章消費者、とくに三七八頁以下、渡辺洋三・甲斐道太郎・広渡清吾・小森田秋夫編『日本社会と法』(岩波新書)四六頁以下を参照。
- (2) この点についての私見は、拙稿「市民法の目」第三回「クレジット契約関係と販売会社の倒産」、法律時報一九九五年六月号、拙稿「続・市民法の目」第一回「クレジット契約の再検討を!」、同誌一九九九年四月号、同第六回「クレジット契約の根本的反省を望む」同誌一九九九年九月号、参照。
- (3) 学説と下級審判例の総覧は本稿では省略させていただいた。注(4)、(5)参照。
- (4) 千葉恵美子「割賦販売法上の抗弁権接続規定と民法」民商法雑誌五〇周年記念論文集所収、一九八六年、をはじめとする数多くの論考が発表された。
- (5) 本文に述べる最高裁判決までの下級審判例については、同判決の解説(判例時報一三五四号七六頁)に列挙されている。公刊されているものとしては、抗弁権の接続を肯定するものが多いが、未公刊を含めると、否定するものの方が多いと述べられている。
- (6) これらの通産省通達は、諸種の資料類に収められている。最近のものとしては、「個品割賦購入あつせん契約におけるクレジット会社の加盟店管理問題に関する調査報告書」(国民生活センター、二〇〇二年三月)七〇頁以下。
- (7) 注(2)所掲の拙稿「クレジット契約関係と販売会社の倒産」に引用したので、参照。
- (8) この制度については、拙稿「消費者救済制度についての試論—東京都消費者被害救済委員会の経験から」、清水・金子晃・島田和夫共編『消費者行政と法』、三省堂、一九九三年、二〇二頁以下参照。
この委員会によるあつせん、調停が不調に終わった場合については、都による訴訟援助の制度が用意されている。当時は、本文に掲げた本条例の第二八条および東京都消費者訴訟資金貸付条例により、現在は、東京都消費生活条例第二二条、第三八条による。
- (9) ①から③までは、注(8)所掲書二〇八頁以下に所収。また、「東京都消費者被害救済委員会報告書集」(東京都消費生活総合センター、

一九九九年)は、一九九八年までの一五件の報告書を全部収めたものであり、①から⑦までのすべての報告書をみることができる。

(10) 「呉服販売店『株式会社銀座お、ぎ屋』グループの倒産に係る信販会社との紛争案件報告書」(東京都消費者被害救済委員会)、東京都生活文化局、一九九九年七月

(11) 消費著法ニュース四八号、二〇〇一年七月、所掲の判例速報之四四八、「今月の消費者相談」(東京都消費生活総合センター発行)二〇〇一年四月号、参照。

(12) ココ山岡被害者救済全国弁護士連絡会議編『ココ山岡事件記録・クレジット代金を返せ!』(花伝社、二〇〇二年六月)が有益である。その他、特集「買戻特約付商法の違法性を衝くココ山岡事件をめぐって」(山本安志・鈴木裕美・犀川千代子・藪野恒明)、消費著法ニュース三三三号、一九九七年一〇月、河野聡「ココ山岡支店長の事情聴取」、同誌四六号、二〇〇一年一月、井上泰「ココ山岡被害救済訴訟・原告の主張にほぼ沿う形で全面解決」、青年法律家二〇〇一年二月二五号など。

(13) ココ山岡の元役員ら三名に対する刑事裁判(詐欺罪と商法の特別背任罪)は、一九九九年一月に求刑、一二月に弁護側弁論、二〇〇〇年三月に全員有罪、実刑判決となった。

この刑事裁判の経過および結果は、民事裁判にも大きな影響をあたえたことは確かであると思われる。しかし、民事上の詐欺概念は、刑法上の詐欺とは理論的には明らかに異なることは忘れてはならない。刑事上の立件や有罪判決があるまでは、民事問題についての取組みを控え、それにより解決を遅らせたり、判断が消極的になることは誤りであることを強調しておきたい。

(14) 注(12)所掲書三三五頁所収の表により計算した。なお、和解成立時における和解対象原告は、八九二四名であった。同書九八頁

(15) この論点に関する論説として、適用肯定説に、千葉肇「販売の条件」である「五年後買取り」の不履行は信販会社への抗弁事由となりうる」、消費者信用一九九七年七月号、長尾治助「倒産加盟店の顧客の権利と信販会社の責任」、判例タイムズ九四二号、一九九七年九月一日、池本誠司「信販会社に対し既払割賦代金の返還を請求する法的根拠」、消費者信用一九九七年一二月号、適用否定説に、雨宮真也「ココ山岡破産に伴う信販会社の責任をめぐる法律上の問題点」、同一九九八年三月号などがみられた。私見では、本文で述べたように、販売信用の本質からすれば、販売信用授与者が販売契約の問題点について全面的な責任を負うのは当然であるということになる。

(16) 注(12)所掲書三三五頁、二五七頁に全文が掲載されている。

(17) 最終解決については、全国弁護士連絡会議中央交渉団の事務局長であった千葉肇氏による「ココ山岡事件解決の意義と課題」、消費者法ニュース四八号、二〇〇一年七月、「ココ山岡訴訟全国一斉和解」、二〇〇一年クレサラ白書、二〇〇一年一〇月、所収、がある。

(18) 「(株)ココ山岡宝飾店倒産に係る大手信販会社との紛争案件報告書」(東京都消費者被害救済委員会)、東京都生活文化局、二〇〇一年四月

(19) 正田「ココ山岡事件と東京都消費者被害救済委員会」、注(12)所掲書一四七頁～一五四頁