

金融トラブルの被害防止を図るため、 コンソーシアムを設立

協会と大手消費者金融会社が協働し、
金融リテラシーの向上を目指す

日本貸金業協会

会長 倉中 伸

日本貸金業協会は6月14日、大手消費者金融会社4社（SMBCCコンシューマーファイナンス、アコム、新生フィナンシャル、アイフル）と共に「金融リテラシー向上コンソーシアム」を設立した。副業・アルバイト詐欺、投資詐欺など金融トラブルの被害防止を図るため、協会と大手4社が協働することで、金融リテラシー向上に向けた取組を強化するのが狙いだ。コンソーシアム設立の背景や今後の活動内容、課題、そして貸金業の現況について日本貸金業協会の倉中伸会長に聞いた。

投資・副業詐欺の急増を踏まえ コンソーシアムを設立

——コンソーシアムを立ち上げた背景と活動内容は。

若年層を狙った投資詐欺や副業・アルバイト詐欺が増加している。投資・副業詐欺はもうか

る投資口や副業・アルバイトがあると勧誘し、手引書などの情報商材の購入やサポートプランの利用を持ち掛ける手口だ。情報商材等は100万円、200万円と高額なので、被害者が払えないと断ると、消費者金融会社などから借入れすれば払える

と云って、借入れを強要するケースが見られる。その際、借入方法を指南するといって、「遠隔操作アプリ」をインストールさせ、犯罪者が被害者のスマホの画面を確認しながら借入手続を指図することや、このアプリで被害者の銀行口座からお金を

窃取する例もあり、手口は巧妙化している。

こうした被害実態を踏まえ、貸金業界が結束して対応する必要があると考え、コンソーシアムを設立した。コンソーシアムの目的は資金需要者等の金融リテラシーの向上により金融トラブルの被害防止を図ることにある。そのために、教育啓発セミナーの開催、教育啓発教材の制作及び配布、啓発コンテンツの配信などの事業に取り組んでいく。行政、警察及び消費生活セ

ンターなど関係機関との連携を一層強化していきたい。

借入れより前の川上に 防御壁を築くことが重要

——貸金業からの借入れを防ぐ
という点では、貸金業者が詐欺

と疑われる案件に対し、貸付けを行わないことが基本になるのではないか。

貸金業者も投資・副業詐欺の拡大は深刻な問題と認識しており、これまでもさまざまな取組を行ってきた。各社が実施する

金融教育などでも、注意喚起に努めてきた。

また、申込受付のプロセスでも注意喚起を行っている。大手消費者金融会社は、スマホから新規に申し込む際、手続の途中で、本当に自分の意思で申し込んでいるのか、誰かに強要されていないかと警告するメッセージを繰り返し表示するようにしている。

ある会社では、借入申込者の回答ぶりに応じて質問項目を追加することで、短期間に申込手続が終えられないような工夫をしている。

詐欺被害が増加しているのは、スマホで簡単に申込手続できてしまうことに問題があるという指摘をいただくこともあるが、繰り返し警告を発しているし、場合によっては申込手続に1時間近くを要するので、実はそう簡単ではない。

さらに、審査の段階で何かおかしいと気付けば、申込者に電

話をしたり、Eメールをしたりして、だまされていないかどうかを確認するようにしている。

しかしながら、被害者が虚偽の内容を申告して申込みすると、とを指示されたりすると、貸金業者としても真贋を正確に判定することは難しい。

被害者の方は免許証を提示させられることなどを通じて氏名や住所、学校・勤務先などの個人情報を知られてしまっている。容易に逃げられない状況に置かれており、申込手続を途中でやめることができない。

被害が拡大する背景には、貧困の問題があるとの指摘もある。生活費に窮している不安な状況では、もうけ話を安易に信じてしまいやすい。

こういう被害実態と、水際で防ぐことには一定の限界があることを考えると、怪しいもうけ話などを持ち掛けられた時点で思いとどまっていたかどうかより重要ではないかという問題



意識に至った。

貸付審査時に判別するのが難しい以上、より川上に防護壁を築く必要があるという発想だ。川上であればあるほど、冷静な判断が可能であり、被害を回避しやすいと思う。

遅くとも「もうけ話、遠隔操作アプリ、借入れ強要」の3点セットがそろった時点で、これは詐欺だと判断でき、まだ個人情報を知られていなければ、逃げ出すことができる。

そのためには、詐欺グループの窓口を知り、自己防衛する手段を学ぶ必要があるだろう。投資・副業詐欺がどういうものかを知るだけでも、防止効果が期待できる。そうした問題意識が、コンソーシアムを発足させる原点となった。

大手4社にも 共通の問題意識

——大手4社とはどのように準備を進めてきたか。

コンソーシアムのアイデアを4社にお話しした際には、各社のトップの方々から即座といてよいほど、すぐに賛同をいただいた。6月14日に発表するまでの準備期間はわずか半年くらいで、とんとん拍子で話が進んだといつてよい。

おそらく、各社とも、投資・副業詐欺の被害の拡大に危機感を抱く中で、何かしなければいけないという問題意識をお持ちだったのではないかと思う。

——サステナビリティやSDGs、あるいはCSRを実践する目的で、金融教育に取り組んでいる金融機関が増えている。そうした中で、コンソーシアムが金融リテラシーの向上に取り組む意義はどこにあるのか。

確かに銀行や証券会社など、多くの金融機関が金融教育に対する取組を強化している。ただ、資産運用など投資に関するものが多いように思う。それはとても大事なことであるとして

も、特に若者に関しては、資産運用について学ぶ前に、まずは投資・副業詐欺などの被害に遭わないようにする金融リテラシーの醸成が必要ではないかと思う。若年層は、まず詐欺でつまづかないことが大切だ。

ところが、金融界の中で、金融トラブルの被害防止に重点を置いた金融教育を実践しているのは貸金業界のほかにはほとんどない。今回のコンソーシアムがまずその問題にフォーカスして活動を行う意義は大きいと考えている。

SNS等も含め 多様なメディアを活用する

——協会と大手4社が力を合わせることで、どのような効果が生まれるのか。

協会ではこれまでも講師派遣や出前講座を実施してきた。22年度は金融リテラシー向上、消費者被害の未然防止をテーマにした出前講座を大学・高等学校

の学生・生徒などを中心に70回実施し、約5000名の参加を得た。

だが、協会がこうした活動に充てられる人的資源は1・5人程度で、実質的には一人の女性職員が全国を飛び回っているのが実態だ。コンソーシアムを立ち上げたことで、各社と共に人的資源を出しあえば、実施できる出前講座の数は相当数増えるだろう。金融リテラシーの向上に向け、いままで以上に多くの人的資源を割けることが最大の効果だと考えている。

また、協会と4社のノウハウを融合させることで、教育プログラムを高められることも期待している。

——活動は出前講座が中心になるのか。

出前講座に加えて、教育プログラムを映像化し、SNS等によってオンデマンドで視聴できるようにすることも考えている。

出前講座は個々の学校で実施するので、どうしても点での展開にならざるを得ない。高等学校だけでも全国に約5000校あるという。しかも、生徒は3年間で入れ替わってしまう。例えば3年間をかけて5000校全てに対して実施するには年間約1700校で実施する必要がある、月間で約140回の出前講座をこなさなければならぬ。中学や大学、専門学校も含めて考えれば、コンソーシアムのリソースをいくら注いでも、追いつかない現実がある。

従って学校の先生方に対する機会の提供も大切だと考えているが、出前講座を通じて直接リーチできる生徒・学生に限られるのが自明である以上、SNSなどのオンラインメディアを活用し、コンソーシアムの教育コンテンツに、誰でも、どこからでもアクセスできるようにしたい。若い人たちが集中して視聴できるように、15分程度の短い

映像を作成していきたい。

出前講座のご要請があれば、できるだけ対応させていたただくが、投資・副業詐欺のターゲットとなつている若年層にコンソーシアムの教育プログラムを着実に、かつ広く提供するには、若年層にとって身近なYouTubeやTwitterなどのSNS等を駆使していく面的な展開が必要であると思う。いろいろなメディアを活用し、若年層の目に触れるようにすることが重要だ。

コンソーシアムの輪を拡大していきたい

——消費者向けの貸付けを行っているのはコンソーシアムに参加した4社に限らない。また、投資・副業詐欺では情報商材をカード決済で買わせる例もあるという。そう考えると、消費者金融会社の大手4社以外の会員が参加してもおかしくないのではないか。

4社の貸付残高を合わせる

と、貸金業全体の消費者向け無担保貸付残高約4・3兆円の過半を占めている。旗揚げ時のカバレッジとしては一定レベルを確保したといえるのではないだろうか。

まずは4社でスタートするが、今後もクレジットカード会社や信販会社の賛同も得て、コンソーシアムの輪を大きく広げていきたい。

そのためには、まず4社と協会がしっかりと協働して、コンソーシアムの実績を地道に重ねていくことが大切だと考えている。コンソーシアムの取組や世の中の反応を見ていただき、評価いただけるようであれば、参加をご検討いただきたいと思う。

コンソーシアムの活動対象先の拡大も課題だと考えている。できるだけ多くの方にコンソーシアムの講座を受講していただくとともに、教材やコンテンツを活用いただきたいと考えてい

る。

中立公正なコンソーシアムに

——参加者・利用者を広げているための課題は何か。

個社の利益のために行っている活動ではないことを、セミナーを受けたり、教材等を活用したりする方々に十分に理解していただく必要があると考えている。

コンソーシアムの存在を周知するために、各方面にコンソーシアム設立の趣旨説明などを行っているのだが、個社の社員を講師として受け入れることに抵抗を感じている方もいらっしゃる。実際、これからも協会の職員である講師を派遣してほしいという要望が出るのだが、貸金業者の社員が講師を務めることに対し、おそらく個社のイメージアップのためではないかとか、個社の利益が目的なのではないかといった懸念を抱く方々

が多いからだろう。

また、投資・副業詐欺が拡大し、貸金業者の貸出し姿勢に対する批判が強まっていることもあり、コンソーシアムの活動はこの批判をかむすためのものではないかという見方をされる方もいらつしやるのが現実だ。

従って、コンソーシアムでは「個社色」を消して活動することとし、例えば出前講座の際に持参する名刺もコンソーシアムのものを使うようにする。

利用者への懸念を払拭していくためには、コンソーシアムの活動をこつこつと地道に行い、決して個社の宣伝や利益、批判回避のためではないことを理解していただける方々を増やしていくしかないと考えている。大手貸金業の社員が共同でセミナーを行っているという枠組みではなく、金融トラブルの被害防止という公共の利益のために協力し合う器としてコンソーシアムがあるのだということを、一人

でも多くの方に理解いただくことを契機として、そうした理解が口コミなどを通じて各方面に伝播していくことを期待したい。また、高等学校や大学だけでなく、職域というチャネルを通じて教育・啓発活動も行っていきたい。

コンソーシアムは中立・公正の協働体であることに對する理解を広めるには、実績を示していくしかないと思う。だから、私はCSRではなく「ISR」としての取組だと言っている。私の造語だが、IはインダストリーのIで、われわれの業界の社会的責任を果たす活動と捉えていただきたいということだ。

クレジット業界など貸金業専業以外の事業者がコンソーシアムに参加すれば、中立・公共性がより高まるという期待もある。その意味で、参加企業の輪を広げることと、活動対象先を拡大することは車の両輪であり、同時並行的に取り組んでい

くべき課題だと認識している。

生き残った貸金業者は 適切に業務を運営

——貸金業界の現況について聞きたい。登録貸金業者、協会の数は減少傾向が続いているようだ。

協会が設立されたのは07年だが、07年3月末の登録業者数は1万1832業者だった。それが23年4月末時点で1535業者になった。協会会員数も協会設立時の4063会員から、23年5月末時点の1017会員まで減少している。ただし、登録業者数の減少幅のほうが大いなので、協会加入率は66%まで上がってきている。

協会の使命の一つは自主規制団体としての役割を果たすことで、監査等を通じて法令等の遵守状況をチェックしている。22年度は103会員に対して一般監査・特別監査を実施したが、指摘事項ありの会員数は22会員

で、そのうち法令等に違反する事項を指摘したのは5会員にとどまった。

06年12月の貸金業法改正以来、貸金業者数は大きく減少したが、現存しているのは厳しい環境を乗り越えて生き残ってこられた貸金業者である。貸金業を継続していくために、コンプライアンスの観点から社内態勢の整備に真摯に取り込んできた業者だといってよい。適切な業務運営ができており、ご心配いただくようなことはほとんどなくなっている。

多重債務者は大きく減少 現時点では落ち着いた状況に

——貸金業市場の健全化が進んでいるということだと思いが、22年度は大手消費者金融会社の新規契約数が大きく伸びたため、多重債務問題の再燃を懸念する指摘もある。

多重債務問題についても、日本信用情報機構の登録情報を基

に、無担保無保証借入れにつき残高のある借入件数を見ると5件以上ある人の数は07年3月末の171万件から、23年3月には12万件まで減っている。ここ2年余り、8・8万件を底にして逡増しているため、今後の推移を注意深く見守る必要があるが、低位安定しているといえるだろう。

これも日本信用情報機構のデータだが、1人当たりの無担保無保証の借入残高も15年3月末の52・4万円をボトムに徐々に増加しており、23年3月末には55・2万円になっている。だが、総量規制が課されている以上、1人当たりの借入残高が急激に増えることはあり得ない。50万円前後に抑制されていると見てよいと思う。

こうしたデータを見ると、多重債務化が進行しそれが過剰債務に至るといふケースの発生が相当抑えられているといえるだろう。そもそも法改正当時と比

べて絶対数が桁違いに少ない状況だ。

22年度の大手貸金業の実績を見ると新規契約件数が増加したことを受け、多重債務化に警鐘を鳴らす報道も見られるが、協会に聞くと、新規顧客には少額を借りて短期で返済する傾向が見られるという。コロナ禍によるさまざまな制約が撤廃される中、これまで自粛していた分を取り戻そうと、旅行やレジャーを楽しむ動きも活発だ。そうした中で、特に若年層において短期返済を前提とした資金需要が高まっているのではないだろうか。

成年年齢の引下げに関しても、当協会が22年9～10月に、740業者に対し貸付実態及び今後の方針等について調査した結果では、22年10月以降に18～19歳を貸付けの対象とする方針の業者は全体の13%に過ぎず、78%が対象としないと回答していた。その後、貸付けを行わな

い方向へ方針を変える業者もあり、新成年への貸付けについては非常に慎重な姿勢を見せている。

その証拠に、先ほどの投資・副業詐欺で貸付けを強要された被害者の年齢を見ると、18～19歳はほとんどいない。貸付けの対象になっていないこともあるし、貸し付ける場合もごく少額なので、犯罪者としてはうまみがないのが実情なのだろう。

協会の構造変化に 対応できる協会運営を

——22年度の入退会の状況を見ると、廃業等が61業者あった一方で、新規加入が60業者あった。新規入会が活発な理由は、

19年度からの4年間の累計で見ると、197業者が新規加入した。新規加入が増えている理由は二つある。一つは従来とは違った顔ぶれの企業が貸金業に参入していること。二つ目は協会が会員拡大に向け、入会促進

のための活動を強化していることだ。

197業者の内訳を見ると、消費者向けの無担保貸金業者は44業者で、約2割にとどまっている。多いのは事業者向け貸金業者で、114業者と約6割を占めている。

ビジネスモデルで分けてみると、従来型の消費者向け貸付けは36業者にとどまり、それ以外は不動産・住宅に関する貸付け、フィンテックを活用した貸付け、事業の関係先への貸付け、SPC・投資事業に関する貸付けなどとなっている。

会員構成は徐々に変わってきているわけで、伝統的な貸金業者ばかりではなくなっている。そうした変化を踏まえ、協会ができるか改めて考え直すタイミングにきているように思う。協会にとって中長期的な重要課題の一つだと認識している。