

決済について消費者から見た有用性と問題点

2008年10月23日

(社) 全国消費生活相談員協会 丹野美絵子

### 1 前払式支払手段

- プリペイドカードは消費者にとって利便性が高く、使用スキームについての認知度も高い。法の内容は知られていない。
- IC型についても利便性が高く、使用スキームの認知度も高くなってきた。ただし、電子マネーは多機能を包含するため、前払式支払手段であるのか、クレジットカード（後払い）であるのかなど判別が難しい。消費者の理解・認識を上回るスピードで実態が先行した。  
トラブルが起きたときに、だれに何を言えるのかがよく分からない。
- 前払式証票全体については法施行以降、苦情は一定程度ある。  
苦情は、①倒産、換金に関するもの 購入時と消費時の価値の相違 など。
- なお消費者はサーバ型とそれ以外を区別しておらず、区別があること自体を認識していない。消費者にとってはまったく同じ経済効果を生むもの。
- サーバ型とそれ以外は、消費者の使用実態、認識などを見れば、同一ルールが適用されるべきと思う。

### 2 ポイントサービス

- 当初のスタートでは、エンクロージャーの一環としての性格、販売促進上のおまけ以外のものではなかった。
- ただ現実には、家電業界、クレジット業界、携帯電話業界、航空機業界などでは、値引きの対価からスタートして、ポイントでの支払い、さらに他社とのポイント交換までが可能になるなど、ポイント自体を大きく成長させてきた。  
事業者の信用性を背景に、疑似通貨として広く使用できるようにしてきた。
- 消費者も有用性を認め、ポイントを一種の疑似通貨として認識し、ポイント獲得＝金銭獲得という理解になってきている。
- 実態としてこれだけ大規模に普及すれば、消費者に与える影響は大きく、制度整備が行われるべきである。現状では、倒産時に消費者トラブルが増大すると予想される。制度整備が行われれば、少なくともプリペイドカードと同程度の安定感を消費者に与えることができる。

### 3 収納代行サービス

- 消費者から見て利便性が非常に高く、トラブルも少ない。銀行口座振替に代わるものとして定着している。
- 消費者は銀行とコンビニの差（セイフティネットの有無、分別管理の問題）を意識し

ない。消費者にとって代金決済は単なる手段・ツールにすぎない。口座振替よりも便利だから選択している。

#### 4 代金引換サービス

- 収納代行と同様に利便性が高い。消費者トラブルは、消費者と販売業者との間に因るものがほとんどと思われる。

- 収納代行サービスも代金引換サービスも、消費者は隔地者間取引の決済方法として、自分の都合に適した方法を選択している。

- ただし事業者が倒産した場合、領収書があるから守られるのか。分別管理は行われているのか。

これだけ、消費者の生活に定着しているものであれば、少なくとも一定の制度整備がされるべきではないか。脆弱な事業者の場合を考えれば、消費者が安心して暮らすための制度は不可欠と思われる。

#### 5 エスクローサービス

- ネットオークション等の消費者トラブルは非常に多く、(B to C、C to Cどちらも)、エスクローサービスはネット上の決済手段として、消費者センターでも紹介しており、消費者の信頼を受けている。

- ただし事業者の信頼性について法的根拠はなく、分別管理についても不明。これも一定の制度整備が不可欠と思われる。

- 決済は目的達成の手段であり、投資等とは異なり消費者がリスクを引き受けるものではない。

消費者は、出したお金は確実に相手方に収納されるか、それが叶わなければ、時間経過があっても戻ってくるものと認識している。その期待はまっとうなものであり裏切られるべきではない。

- 消費者にとって、収納代行、代金引換、エスクローなどの資金移動サービスは、安心して暮らすための日常的決済手段になっている。しかし、仕組みや消費者を守る機能について、消費者は知らされていない。

- 今後はさらに決済手段の多様化が予測される中で、すでに行われている各種サービスが利便性の高さで消費者の日常に浸透している今、一定の制度整備を行うことで、消費者にとってより分かりやすい、安心して利用できる合理的な制度となることを期待している。

以上