

信販業における課税上の問題点について

永田 学

(国税庁調査課
調査課監視係長)

はじめに

第一章 問題の所在

第一節 信販業務の概要と本稿における考察

の範囲

第二節 税務上の問題点

一 顧客手数料の収益計上基準

二 加盟店手数料の収益計上時期

三 信用保証取引にかかる「保証料」の

収益計上時期

第二章 信販業の業務内容

第一節 信販会社等の沿革

一 信販会社等の種類

二 信販会社等の歴史的発展

第二節 信販業務の内容

一 信販会社等の業務機能

二 販売信用業務の種類

第三章 信販業務の法的性格

第一節 営業取引形態の種類別契約形式

一 割賦販売取引

二 割賦債権買取取引

三 立替払取引

四 貸付取引

五 提携ローン販売取引

六 ローン保証取引

七 消費者リース取引

第二節 立替払契約の法的性質

一 我が国における学説

二 アメリカのクレジットカードの法理

第四章 信販業務の会計処理

第一節 取引形態別の営業収益の会計処理

一 割賦販売取引における会計処理

二 割賦債権買取取引における会計処理

三 立替払取引における会計処理

四 貸付取引における会計処理

五 提携ローン販売取引とローン保証取引における会計処理

四 公正妥当な会計処理基準との関係
おわりに

第二節 営業収益と営業原価の期間対応

- 一 クレジット契約当初に発生する費用
- 二 クレジット取引開始後の割賦金回収に関連するコスト
- 三 クレジット取引を実施するために必要となる資金コスト

第五章 信販業における税務上の問題点についての検討

第一節 収益認識基準

- 一 一般的な収益認識基準
- 二 割賦基準

第二節 税務上の問題点の検討

- 一 顧客手数料の収益計上基準
- 二 加盟店手数料の収益計上時期
- 三 「保証料」の収益計上時期

はじめに

信販業界は、近年の社会環境と経済情勢を反映して、急速に成長してきた。その業務内容も、消費者に受け入れられ易いように新しいシステムが開発され、特に、個品割賦購入斡旋契約の取扱い高の急速な増加、あるいは集金代行や保証業務等の介在する複合的な契約形態の発生など、現在では、非常に複雑、多様化している。

新しい産業においては、会計処理基準の統一整備は遅れがちになるのが普通であるが、この信販業界においても、業務内容が多様化していることもあいまって例外ではなく、企業会計上、あるいは税務上の収益の計上基準等について各社における経理処理が不統一であるなどの問題がある。

そこで、本稿では、信販業務の内容を分析し、それぞれの業務における取引の経済的、法律的性格を考察した上で、また、それから導かれる収益の性格等を充分理解した上で、経理上、税務上の諸問題について検討を加えようとするものである。

第一章 問題の所在

第一節 信販業における業務の概要と本稿で考察する範囲

信販業における業務は、「販売信用」⁽¹⁾と「消費者金融」とに大別される。

「販売信用」は、商品の販売、サービスの提供などに際して、その代金の支払を、賦払いないしは一定期間経過後

に支払うなどのように繰り延べるために与えられる信用である。⁽²⁾

「消費者金融」は、供与される信用のうち、貨幣を対象とする貸付をいう。⁽³⁾

「販売信用」と「消費者金融」は、さらに、信販会社自らが購入資金を融資する直接方式と、生命保険会社、損害保険会社等の金融機関からの資金を信販会社の保証により融資する提携方式とに分けられる。提携方式による取引は、総括して信用保証取引とも呼ばれる。

このような業務を行う信販会社の収益は、信販会社が提携する販売業者（加盟店）から受け入れる手数料収益（加盟店手数料）と、クレジットを利用する顧客から受け入れる手数料収益（顧客手数料）から構成されている。

信販業における業務を「販売信用」と「消費者信用」に分け、それらを更に直接方式と提携方式に分けた場合の手数料の状況は第1図のとおりである。

なお、本稿では、分類された業務のうち、「消費者金融」については、業務の内容が明らかであり、各社における経理処理がおおむね統一されているところであるので、「販売信用」のみ対象に考察することとしたい。

第二節 税務上の問題点

一 顧客手数料の収益計上基準

第1図

業 務 の 種 類		発生する手数料収益
販 売 信 用	直接方式	加盟店手数料及び顧客手数料
	提携方式	顧客手数料（保証料）
消費者信用	直接方式	顧客手数料
	提携方式	顧客手数料（保証料）

（注） 上記手数料は標準手数料であり、加盟店との契約内容等により異なることがある。

信販会社等は、顧客に対して販売代金（元本）を提供し、顧客から元本の返済を受けるとともに、その提供にかか
る対価、すなわち顧客手数料を収受している。この場合、その多くはアドオン方式により計算され、取引代金の総額
の中に含められ、賦払期に応じて元利均等に分割払いされる。

この顧客手数料の収益計上について、いわゆる残債方式により計上しているものと、均分法により計上しているもの
とがあり、企業会計上、あるいは税務上の処理が不統一であるなどの問題がある。この収益計上基準の不統一の問題は、
会計的、税務的観点から次のように要約される。

① クレジット取引⁽⁶⁾を商品の販売に準じた取引と解して、収益計上に割賦基準の適用ができるのかどうかという判
断の問題、又は、手数料収入は、資金の利用に伴う「利息」と認識して、継続的役務の給付取引と解することの
是非である。

② さらに、「利息」と認識した場合でも、元本に利息を加算した金額が賦払期に応じて分割払いされていると
ころから、役務の提供の対価に対する割賦基準適用の可否の問題である。

また、クレジット取引は、最近、多様化しており、中には、本質的には通常の貸付と変わらないような取引⁽⁷⁾もあ
り、割賦販売取引と金融取引との中間形態としてのクレジット取引にも、いろいろな性質のものがあって一様ではな
いと思われる。

二 加盟店手数料の収益計上時期

信販会社等が、加盟店から受け入れる加盟店手数料については、抽象的には、クレジット機能を提供する対価とい
うこともできようが、その提供している役務の内容がどのようなものであるか明らかでないところがある。

このようなことから、加盟店手数料の収益計上時期について、次のように見解が分かれており、検討の必要がある。

① 加盟店手数料、顧客手数料のいずれの手数料であっても、信販会社等から見ると、クレジット取引という一取引に伴う手数料であるので、加盟店手数料も顧客手数料と同様、分割して収益計上する。

② クレジット取引を、信販会社等と顧客との間における金融取引と、信販会社等と加盟店との間における取引とに区分して認識する。したがって、後者の取引から生じる加盟店手数料については、契約時に取引関係が終了していることもあり、分割して収益計上することは認められない。⁽⁸⁾

三 信用保証取引にかかる「保証料」の収益計上時期

また、顧客が商品を購入する場合、割賦販売価格によらず、信販会社等の保証によって金融機関等から購入資金を借入れ、この借入資金によって商品代を支払う取引が行われる。この場合、販売業者は代金を一括で受領するが、購入者は金融機関等に借入金、支払利息を分割返済し、信販会社等に保証料を分割又は一括して支払う。

このような取引を「ローン提携販売取引」、「ローン保証取引」（以下この節において信用保証取引という）という。

この信用保証取引における、信販会社等が受領する融資額等の「保証料」の収益計上基準について、①「保証料」を一括して収益に計上する、②「保証料」は期間の経過により収益に計上する、と解釈が分かれている。この解釈の背景は次のとおりである。

① 「保証料」を一括計上するという根拠は、役務の継続的提供という事実が金銭の使用というように明確にみら

れないということにある。

② 一方、「保証料」を期間の経過とともに計上するという考え方は、顧客に支払遅延が生じた場合には、その都度信販会社等がその債務を金融機関に対して代位弁済しなければならないのであり、本質的には信販会社が金融機関から借り入れて、顧客に貸し付けたのと全く同じである。

(1) 「販売信用」の内容については、第二章第二節の二を参照。

(2) 深瀬安正稿「信販・クレジット業における会計処理基準の標準化をめざして」経理情報三六六号三一頁。

(3) 深瀬安正 前掲稿三一頁。

(4) この方式は、アメリカで月賦販売金利の算出方法として一般的に用いられ、もっとも普及してきたもので、金利分を消費者の所要資金の上に (on) 単純につけ加える (add) とことから、アドオン (add-on) 方式という名前がついている。計算方法については、第五章第二節の一を参照。

(5) 残債方式とは、融資残高に対する金利の算出方法であり、この方式には級数法と利回法とがある。級数法は、俗に七・八分法とも呼ばれる。

(6) 消費者信用のことを英語で Consumer Credit と言い、この呼び方の場合、単語が長くなるため、単にクレジットで済ますことが多い。本稿においては、対象が消費者信用のうち消費者金融を除く販売信用のみであるため、クレジット取引とは、販売信用の各取引のことを指す。

(7) この取引は、リボルビング取引と呼ばれる。内容については、第三章第一節の四を参照。

(8) 加盟店手数料は、加盟店に対して商品等の代金支払の際、相殺という方法により一時に支払を受け、返戻することがないものである。

第二章 信販業の業務内容

第一節 信販会社等の沿革

一 信販会社等の種類

信販業を営むいわゆる信販会社等には、どのような会社があるのか。

信販業の主要な業務である「販売信用」⁽¹⁾を行う業種には、信販会社、中小小売商団体、メーカー系クレジット会社、銀行系クレジットカード会社などの専業者に限らず、販売促進のために「販売信用」を行っている小売業者、百貨店などまでも含まれるが、いわゆる信販会社等といわれる会社には、「販売信用」の専業者のうち、非割賦方式の銀行系クレジットカード会社を除いたもの、すなわち信販会社、メーカー系クレジット会社、中小小売商団体⁽³⁾が含まれる。

二 信販会社等の歴史的発展Ⅱ信販会社を中心としてⅡ

割賦販売を専門に金融面から取り組んだ割賦販売幹旋業は、戦後の昭和二十六年の日本信販⁽⁴⁾が誕生したときからである。日本信販⁽⁴⁾の誕生後、昭和二十八年に⁽⁵⁾創オリエントファイナンス、⁽⁶⁾創ジャックスと大手信販会社が創業している。草創期における信販業とは、今日のクレジットカードの前身であるチケット⁽⁶⁾（又はクーポン）事業であった。チケット事業は、当初営業規模も小さく、各地域の商店街が、共通の利益確保をめざして組織した協同組合の形をとるものが多かった。

ところが、チケット団体が百貨店を中心に業容を拡大し、協同組合組織から株式会社組織に脱皮してくるにつれ、

地元小売店などと百貨店の間に争いが生じてきた。地元小売店などが百貨店の伸長に対し、脅威を感じ、反発するようになってきたのである。⁽⁷⁾

政治的調整の結果、昭和三十四年十月通産大臣から「百貨店、業者の割賦販売の自粛について」という一連の通達⁽⁸⁾が出された。

百貨店に対しては、信販会社が発行するチケットを利用する場合、①一定金額以下については割賦の禁止、②サービス、飲食料品等はその対象としない、信販会社に対しては、異なる都道府県に所在する百貨店に共通して使用できるチケットの発行の禁止、などの規制がされることになった。

割賦販売法が制定されたのは、前記大臣通達が出されてから二年後の昭和三十六年である。この法律で信販会社は「割賦購入斡旋業者」と定義された。⁽⁹⁾この法律で一定の資格要件を満たすものは登録して営業を認めることとなり、一方中小企業者の集りである組合、連合会、中央会等が行う割賦購入斡旋事業は適用除外として登録の必要もないこととなった。

これらの通産省通達と割賦販売法により、チケット専門団体は限定された地域での営業を余儀なくされ、日本信販は大阪、名古屋に支店を開設していたが、支店を閉じ、地方資本の参加も得て、セントラルファイナンス、大信販を設立した。⁽¹⁰⁾そのため、信販会社は、チケットに代わる新規事業の開発に取り組むこととなった。

このような経緯を経て開発されたのが割賦債権買取りと呼ばれている事業である。この事業は、割賦販売法の制約、通産大臣の通達の規制を受けることなく企業活動が出来た。

昭和四十年代に入ると、戦線を縮小していた各地の信販会社が営業エリアの拡大に走り始めた。昭和四十七年ジャ

ックス大信販、昭和五十年オリエントファイナンス、昭和五十三年ライフ、昭和五十四年国内信販と相ついで、首都圏に進出してきた。⁽¹²⁾

営業網の拡充と併せて、取扱対象品目の拡充も急速に進んだ。当初は家電品等の耐久消費財が中心であったが、衣料品等の消耗品、車検等のサービスの購入など生活のあらゆる分野に浸透していった。

この間日本信販は、昭和三十六年に同社のメインバンクである三和銀行と共同出資で日本クレジットビューロー（現在のジェーシービー）を設立、次いで四十一年～四十三年にかけて従来のチケットをクレジットカード（信販カード）に切り替えた。⁽¹³⁾

信販業界には、五十年代初めまで三十四年の通産大臣通達が尾を引いていた。だが五十三年にオリエントファイナンスが全国で使え、しかも割賦可能な「ファイナンスカード」を発行したのを機に、⁽¹⁴⁾それ以降他の信販会社も五十五年～五十七年にかけて一斉に信販カードの全国展開に踏みきっている。

このような積極的営業施策及び消費者の意識の変化があったことに支えられて、信販会社は驚異的な成長を続けた。

こうして各信販会社は、割賦債権買取事業を中心に急速に業容を拡大し、その過程を通じて蓄積した信用調査、事務処理、回収、金融のノウハウを活かし、消費者ローン、信用保証、リース等の業務へも進出し、総合的な消費者信用事業の展開を続けている。⁽¹⁵⁾

最近、信販業界の取りまとめ機関である社団法人全国信販協会に加盟している信販会社は五十三社、通産登録信販業者は約一三〇社、日本専門店会系や日本商店連盟系の組合組織により運営している団体を含めると一、二〇〇～

一、三〇〇の団体があると推定されている。

信販協加盟五三社のうち全国展開をしているのが大手七社と言われる日本信販、オリエントファイナンス、セントラルファイナンス、ジャックス、大信販、ライフ、国内信販であり、昭和五十五年度取扱高は五兆四千九百三十七億円という大市場を形成している。登録業者全体では、六兆円を超える模様になっている。⁽¹⁶⁾

なおメーカー系クレジット会社から展開した日立クレジット、東芝クレジットも総合信販業に変容、着実に業績を伸ばしている。⁽¹⁷⁾

第二節 信販業務の内容

一 信販会社等の業務機能

信販会社等とは、簡単にいうと、「消費者信用」業務を行う会社であり、消費者が商品を買ったり、サービスの提供を受け、その代金の支払を繰り延べることを希望したときに、①その消費者個人が代金の支払能力があるかどうかを調査し、②信用調査に合格した消費者に対して、支払の繰り延べを承認又は融資を行い、③そのようにして繰り延べられた分割払代金の請求と回収を行う、という一連の業務を、消費者に対して、連続して大量に行っている会社である。⁽¹⁸⁾

すなわち、信販会社等が果たしている信販会社等固有の基本業務は、次のとおりとなる。⁽¹⁹⁾

- ① 信用調査業務……信用調査、信用蓄積
- ② 信用供与業務……与信、契約の締結

③ 債権管理業務……債権管理、代金回収、計算事務処理

①の信用調査機能は、顧客の信用状態を、支払意思があるかどうか、また支払を行えるだけの経済的基礎を持っているかどうかという面から調べる機能である。⁽²⁰⁾

また、信用蓄積機能は、信用調査機能を補佐する機能であり、クレジット取引と行った顧客に係る過去の利用状況、代金支払状況などを信用調査資料として蓄積し、信用調査をするに当たって、必要のつどそれらの資料の利用が迅速に、効果的にできるよう整備しておく機能である。⁽²¹⁾

②の与信機能は、信用調査の結果を受けて、信販会社等が顧客に対して支払代金の繰延べを認めたり、金銭の貸付けを行ったりすること、また、顧客の信用を金融機関などに保証することも含む機能である。⁽²²⁾⁽²³⁾

③の債権管理機能は、売掛金残高の確認を顧客に行ったり、支払の停滞している売掛金債権の内容を分析し、支払の停滞している客ごとの支払督促、直接集金などの必要措置を行い、もし貸倒れとなったときは、その処理も行うことを機能とするものである。⁽²⁴⁾

代金回収機能は、信販会社等が顧客に対して計上した売掛債権に係わるもので、顧客からの代金回収は、通常の場合であれば、顧客の銀行預金口座からの自動振替えにより行う。⁽²⁵⁾ 口座振替えができないときには、振込みなどによる回収が行われることもある。

また、クレジットシステムを整備する上において必要不可欠な機能が、計算、事務処理機能である。信販会社等で取り扱う計算及び事務は、個々の消費者が対象となり、そこで行われる取引には少額なものが多いけれども、その取引量は膨大なものであるとともにその取引内容は、例えば、すべての取引対象となる売掛債権が同じように処理され

るといように、取引処理を規格化できることが特徴である。⁽²⁶⁾

このような計算及び事務手続は、コンピューターの利用により、経済的に、効果的に行われている。⁽²⁷⁾

二 販売信用業務の種類

信販会社等の行う業務には、販売信用業務と消費者金融業務とがあるが、本稿において取り扱うのは第一章第一節において述べたとおり、販売信用業務である。⁽²⁸⁾

販売信用業務には、次の取引形態がある。

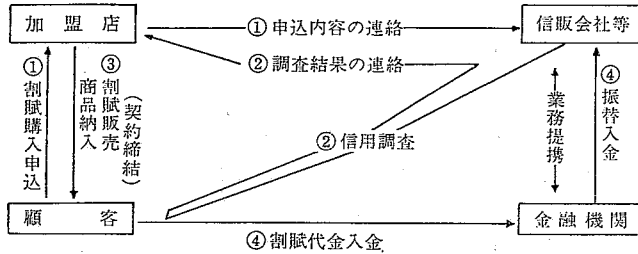
- ① 割賦販売取引
- ② 割賦債権買取取引
- ③ 個品割賦購入幹旋取引
- ④ 総合割賦購入幹旋取引
- ⑤ 提携ローン販売取引
- ⑥ ローン保証取引
- ⑦ リース取引

なお、それぞれの取引経路は、次のとおりである。

(1) 割賦販売取引(第2図)

割賦購入を希望する顧客から、信販会社等の加盟店に契約の申込みがあったときは、信販会社等は信用調査を行い、加盟店は信販会社等を代行して顧客との間で割賦販売契約を締結した上、頭金を受領して商品を引き渡す。信販

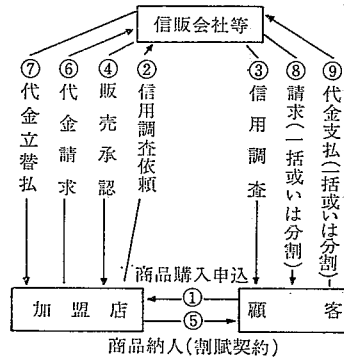
(第2図)



(4) 総合割賦購入斡旋取引(第4図)

信販会社等と提携した加盟店が、信販会社等の発行したクレジットカード(信販カード)を保有する会員に対し

(第3図)



信販会社と提携した加盟店が、一般の不特定多数の顧客に対して、分割払または一括払で、商品等を販売し、信販会社が信用調査、立替払、集金等の機能を分担する制度である。⁽³¹⁾

信販会社の中心となる取引で、債権買取り、販売金融、あるいはショッピングクレジットなどの名称がつけられている。⁽³²⁾

(3) 個品割賦購入斡旋取引(第3図)

会社等は割賦代金のみを受領する。⁽²⁹⁾

この取引は、いわゆる間接割賦販売取引といわれるもので、現在では、この形式をとる取引はわずかとなっている。

(2) 割賦債権買取取引

割賦債権買取は、加盟店と顧客との間に締結された割賦販売契約に基づきその債権を信販会社等が買い取るシステムで、その取扱要領は割賦販売と同様である。⁽³⁰⁾

て、分割払または一括払で商品等を販売し、信販会社等が立替払い、集金等の機能を分担する制度である。⁽³⁶⁾

クレジットカードは、大手企業と業務提携して専用カードも発行している。⁽³⁷⁾

この取引は、チケット事業から発展したもので、クレジットカードと呼ばれている。

(5) 提携ローン販売取引(第5図)

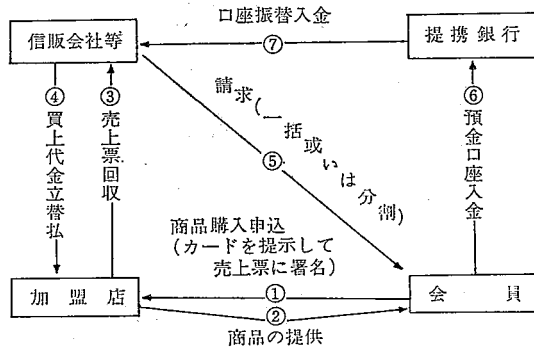
提携ローン販売を希望する顧客の、加盟店への契約の申込みにより、信販会社等は顧客の信用調査を行い、その結果を受けて加盟店は信販会社等を代行して顧客との間で提携ローン販売契約を締結し、頭金を受領して商品を引き渡す。

顧客は金融機関との間で金銭消費貸借契約を締結し、信販会社等が連帯保証する。⁽³⁸⁾

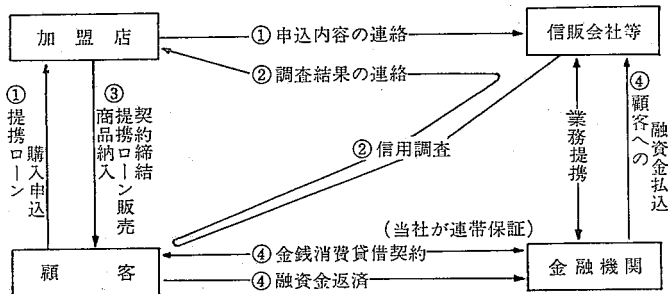
(6) ローン保証取引(第6図)

自動車の購入を希望する顧客あるいは住宅の増改築、改装を希望する顧客等に信販会社等の加盟店を通して融資す

(第4図)



(第5図)



る制度で、生命保険会社、損害保険会社等の金融機関と提携して行われる。⁽³⁹⁾

代表的なものにオートローン、住まいのローンなどがある。

(7) リース取引

通信機器、事務用機器、自動車等のリースを希望する顧客に対して、当該商品リースする制度である。⁽⁴⁰⁾

(1) 「販売信用」を形態別に分類し、代表業種例を示せば、第7図のとおりである。

(2) 奥鶴雄稿「信販業の収益計上基準」月刊クレジット三二七号二〇頁。

『銀行系カード会社のクレジットカード会社のように「中小企業分野調整法」の付帯決議によって割賦購入のあっせんが行政的に制約され、非割賦のものが一部にみられている。』

(3) 以下、本稿において、信販会社等とは、メーカー系クレジット会社、信販会社、中小小売団体のことをいう。

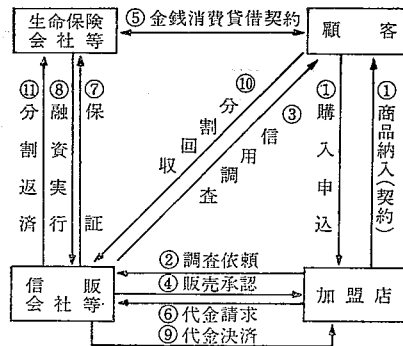
(4) 日本経済新聞社編「現代のクレジット産業」一二頁。

(5) 日本経済新聞社編 前掲書一四頁。

(6) チケット制度とは、「百円券、五百円券などを小冊子（クーポンまたはチケット）にして、会員に配付し、会員は百貨店などに行つてこのチケットで物品を購入するという制度」である。チケットには、会員番号が印刷されており、百貨店などから売上伝票とともに信販会社に回つてくると、信販会社は三回、六回、十回などの分割払で、購入金額に金利を加えた金額を客から徴収するという仕組みである。

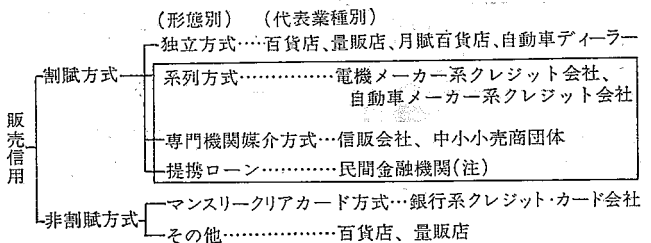
日本経済新聞社編 前掲書一三〜一四頁、三和銀行調査部編「消費者信用の知識」一二六頁参照。

(第6図) (生命保険会社等との提携による保証)



- (7) 日本経済新聞社編 前掲書一四頁。
- (8) 昭和三十四年一〇月、通産大臣名で「百貨店業者の割賦販売の自粛について」という一連の通達が出された。
- 日本経済新聞社編 前掲書一五頁参照。
- (9) 割賦販売法二条三項、三〇条一項。
- (10) 日本経済新聞社編 前掲書一六頁。
- (11) この割賦債権買取事業は、割賦販売法第一条で定める個品割賦購入斡旋取引のことを指している。
- 個品割賦購入斡旋取引については、第二章第二節の(3)を参照のこと。
- (12) 日本経済新聞社編 前掲書二四頁。
- (13) 日本経済新聞社編 前掲書二三頁。
- (14) 日本経済新聞社編 前掲書五八頁。
- (15) 岩崎和雄著「クレジットとは何か」八頁。
- (16) 日本経済新聞社編 前掲一三頁。
- (17) 日本経済新聞社編 前掲書六三頁。
- (18) 深瀬安正稿「信販・クレジット業における会計処理基準の標準化をめざして」
- (5) 経理情報三六六号三四頁。
- (19) 深瀬安正 前掲稿三四頁。
- (20) 深瀬安正 前掲稿三四頁。
- (21) 深瀬安正 前掲稿三四頁。
- (22) 与信方式には、販売業者からクレジット契約の申込を受けたつど、その契約に対する販売承認を個別的に行う方式と、あらかじめ顧客の信用状態を調査して与信限度額を決めておき、個々の契約申込を受け付けたときには、その与信

(第7図)



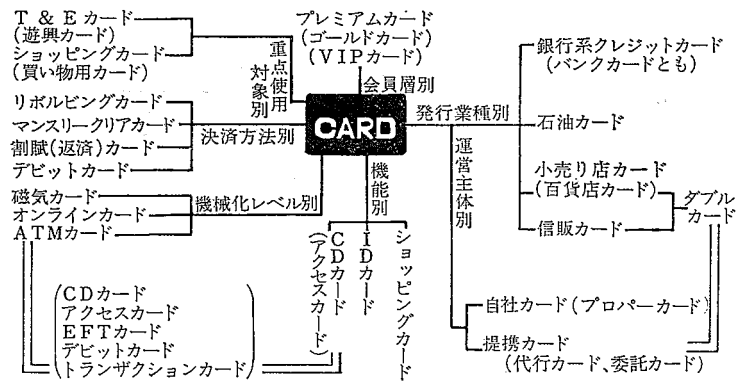
(注) 融資は主として民間金融機関が行い、保証は主としてメーカー系クレジット会社、信販会社が行う。

出典…消費者信用産業調査研究会中間報告書(案)「消費者信用産業の現状とビジョン」昭和56年12月11日

限度内であれば無審査でクレジット契約を行う方式とがある。事前与信を行う方式の代表例が、クレジットカードによるクレジット取引である。

- (23) 深瀬安正 前掲稿三四頁。
- (24) 深瀬安正 前掲稿三四頁。
- (25) この方式は、我が国が世界に誇り得る回収方式であり、クレジット業界の発展の支柱となっている。原則として、すべての契約形式に利用されている。
- (26) 深瀬安正 前掲稿三五頁。
- (27) 深瀬安正 前掲稿三五頁。
- (28) 信販会社等上場七社の有価証券報告書による。
- (29) 日立クレジット㈱有価証券報告書
- (30) 日立クレジット㈱有価証券報告書
- (31) 日本信販㈱有価証券報告書
- (32) 債権買取の名称を使っているのは、セントラルファイナンス、日本信販などである。
- (33) 販売金融の名称を使っているのは、オリエントファイナンス、ライフなどである。
- (34) ショッピングクレジットの名称を使っているのは、大信販、日本信販などである。
- (35) ジャックスは、個品割賦購入斡旋という名称を使っている。
- (36) 日本信販㈱有価証券報告書。

(第8図) カードをめぐる用語分類



- (37) このカードのことを、提携カードあるいは代行カードという。なお、カードをめぐる用語は第8図のように分類される。
- (38) 日立クレジット有限証券報告書。
- (39) ㈱セントラルクレジット有限証券報告書。
- (40) 日本信販有限証券報告書。

第三章 信販業務の法的性格

第一節 営業取引形態の種類別契約形式

信販会社等は、個々の顧客に対して、与信し、契約し、回収するという基本業務に応じた手続きを踏んだ取引を行っている。信販会社等がクレジットを行うために、顧客又は販売業者ととりかわすクレジット契約の法律上の形式は、どのようなものであるかを、この節で第9図の取引別に検討することとする。

一 割賦販売取引

信販会社等できとりあげられる割賦販売取引は、顧客に対して商品の納品は販売業者が行うが、販売取引は信販会社等が販売業者より商品を仕入れ、顧客に対して割賦販売する取引である(第10図)。この取引の法律上の契約形式は、販売業者が自ら直接割賦販売を行う場合と同様、割賦販売

(第9図)

クレジット取引の名称	
割賦販売取引	
割賦債権買取取引	
{ 個品割賦購入斡旋取引 総合割賦購入斡旋取引	
(以下併せて、立替払取引という。)	
総合割賦購入斡旋取引のうちリボルビング取引	
(以下、貸付取引という。)	
提携ローン販売取引	
ローン保証取引	
リース取引	
(以下、消費者リース取引という。)	

契約であると考えられる。この取引の特徴は、信販会社等が商品の現物を直接取扱わないので、商品の在庫を持たないこと、また、販売代金のうち頭金相当額が顧客より販売業者に直接手渡されるので、信販会社等は頭金を除く商品の仕入代金について販売業者に決済を行っていることである。⁽¹⁾

二 割賦債権買取取引

信販会社等が販売業者の顧客に対する割賦債権を割引買取する取引形態である(第11図)。

販売業者と顧客との取引関係は、通常の直接方式による割賦販売取引であり、販売業者から割賦債権を買取った信販会社等と顧客との取引関係は、債権者と債務者の関係となる。

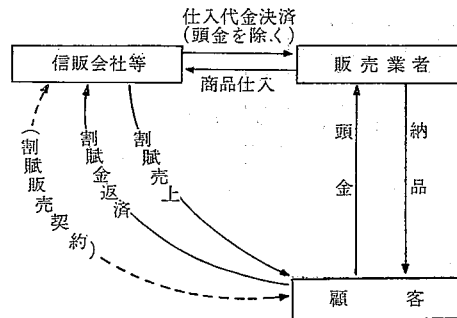
したがって、この取引は信販会社等が、販売業者との間で行う債権買取契約ということができる。

この取引形態は、信販会社等が割賦販売の売買当事者となれないとき(たとえば、工事付の割賦販売契約では、信販会社等が工事業者としての登録を行っていないときは売買当事者となること⁽²⁾が法律上できないときがある)、あるいは売買当事者にならないときにとられることがある。

三 立替払取引

顧客が販売業者から商品を購入した場合に、信販会社等が顧客に代わって販売業者に商品代金を一括して支払い、

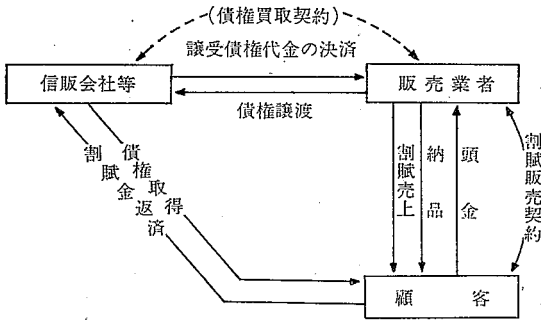
(第10図)



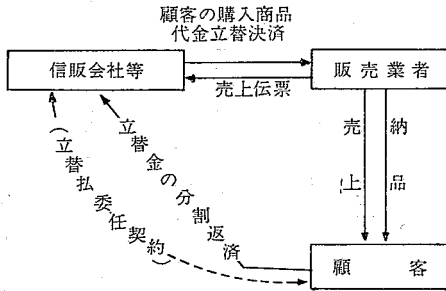
その後顧客から商品代金に手数料を加算した額を分割して受領するという取引形態である（第12図）。

この契約は商品代金を分割払いする点で通常の割賦販売に似ているが、分割払いの相手方が販売業者ではなく信販会社等である点で異なる。法律上の契約形式は買主と販売店との間の売買契約、信販会社等との間の立替払委任契約（3）といふことになる。

（第11図）



（第12図）



この取引は、カード等は発行せずに個々の商品について割賦購入斡旋を行う個品割賦購入斡旋が典型例であるが、割賦購入斡旋カードを利用する総合割賦購入斡旋も実務的にかなり普及している。

割賦購入斡旋カード取引は、信販会社と顧客との立替委任契約に基づき、信販会社等が発行するクレジットカードにより顧客が提携先である販売業者から商品購入する場合にその商品代金を一定の信用限度内で信販会社等が立替払いする取引形態である。（4）

四 貸付取引

この取引の法律上の契約形式は、信販会社等と顧客とで結ばれる金銭消費貸借契約

である。その契約に基づく取引の基礎に商品等の売買取引がある場合（第13図）とがある。

この取引形態の代表的なものは、リボルビングカードによる取引である。⁽⁵⁾これは、信販会社等と顧客であるクレジットカード会員との間で結ばれる「クレジットカード取引に関する金銭消費貸借契約の極度額貸付契約」という契約に基づいて、顧客が商品等の購入を行うたびに継続的に発生する購入資金の個別金銭消費貸借契約である。具体的には売上伝票を介して行われる。

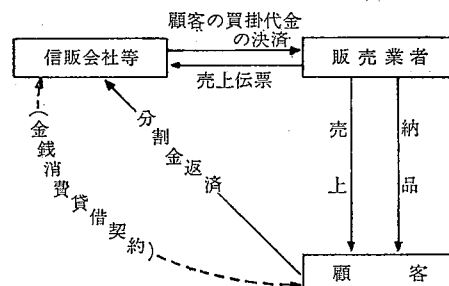
リボルビングカードによる取引の特徴は、利用限度額の範囲内での追加購入であれば、顧客はあらかじめ定めた一定額、あるいは利用残高に対する一定率の金額の支払いを行うだけですむことである（他の取引形態では、顧客が追加購入した場合には、契約の増加に伴って毎月支払う分割返済金が増加することになる⁽⁶⁾）。

このような返済方式による結果、通常は割賦による取引対象となり得ない低額取引もその対象とすることができ⁽⁶⁾る。百貨店、スーパーマーケット、化粧品店等での買物によく使われる。

五 提携ローン販売取引

この取引では、信販会社等は販売業者より商品を購入し、顧客に対してその商品の販売を行う。そして、顧客は金融機関より借り入れた資金をもって商品代金を信販会社等に決済し、信販会社等は顧客が商品代金決済のため金融機関

（第13図）



この取引の法律上の契約形式は、**売買契約及び保証委託契約**であると考えられる。

商品の納入は、販売業者から顧客に直接行われ、金融機関の融資実行は金融機関から信販会社等に直接行われる。

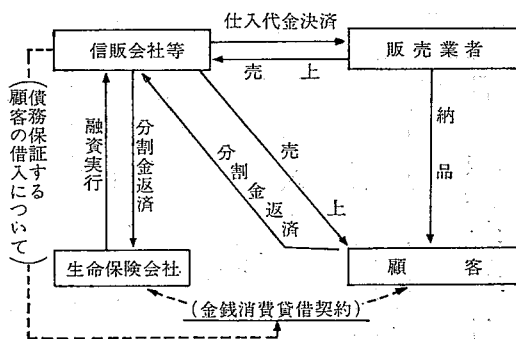
流れが異ってくる。(7)

六 ローン保証取引

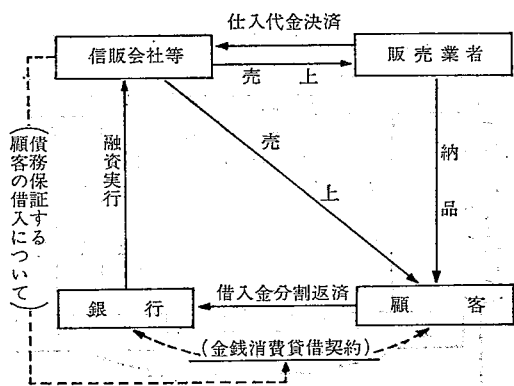
売買取引などは販売業者と顧客との間で行い、信販会社等は顧客が取引代金決済のための金融機関から借り入れたことに伴う債務に対して保証を行うことによって所定の手数料を受け入れるという取引形態である（第16図、第17図）。

したがって、この取引の法律上の契約形式は、保証委託契約

(第14図) 提携金融機関が生命保険会社の場合



(第15図) 提携金融機関が銀行の場合



であると考えられる。

この取引形態は、提携ローン販売取引に対して割賦販売取引に対する割賦債権買取取引の関係と同様の関係を持っている。すなわち、信販会社等が提携ローン販売の場合のように売買当事者にならないか、あるいは売買当事者にならないときに利用される取引である。⁽⁸⁾

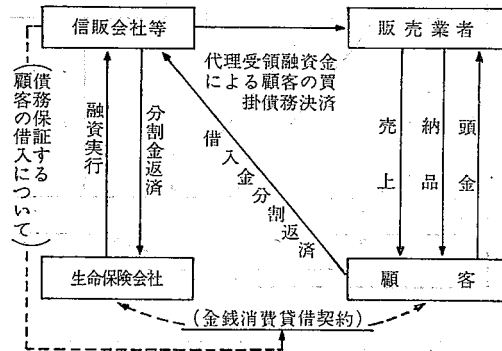
またこの取引に介入する金融機関が銀行の場合と生命保険会社の場合とがあり、両者では顧客の借入金の返済取引の流れが異なってくることは、提携ローン販売と同様である。

七 消費者リース取引

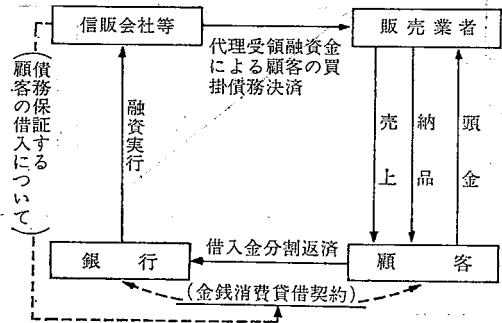
信販会社等が所有する有形固定資産を、特定の顧客に一定期間賃貸し、その対価として所定のリース料を受け入れる取引形態である⁽⁹⁾。(第18図)。

この取引の法律上の契約形式は、信販会社等と顧客とのリース契約、すなわち賃貸借契約であると考えられる。

(第16図) 提携金融機関が生命保険会社の場合



(第17図) 提携金融機関が銀行の場合



第二節 立替払契約の法的性質

一 我が国における学説

学説は、これまでに、いわゆる割賦購入回転取引における立替払契約の法的性質について論ずるが、その要件や効果についての結論の一致をみているわけではない。

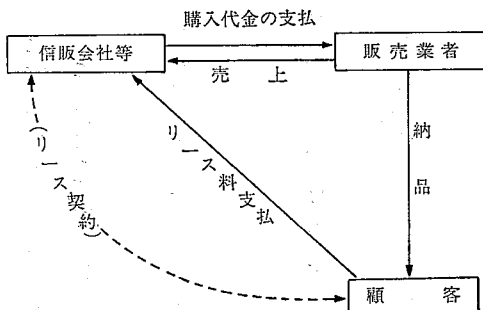
学説は、割賦購入回転取引を二当事者間契約の延長線上に捉えるものと、三当事者間契約の特質として捉えるものに大別される。⁽¹⁰⁾

前者には、債権譲渡説、代位弁済説、契約上の地位の引受説があり、後者には、金銭消費貸借説、準委任説がある。⁽¹¹⁾

(1) 債権譲渡説

顧客と信販会社等との関係は、売買代金債権の債務者とその譲受人となる。この場合、譲渡人から譲受人への債権の譲渡がスムーズに行われるためには、債務者と譲渡人の間で異議をとどめない承諾が結ばれていなければならない。立替金払契約における債権譲渡においては、債務者は、契約の相対性のもとで生ずる代金支払義務とは法律上まったく別個の立替金支払債務を負うのであり、かかる場合に、異議をとどめない承諾の効果として、債権の譲渡の場合と同一の法効果を認め得るかは疑問とされている。⁽¹²⁾

(第18図)



(2) 代位弁済説

信販会社等は、代位弁済特約（民法四七四条）により顧客に代わり売主（販売業者）に売買代金を支払い、売主が買主（顧客）に対して有する売買代金債権を代位取得する（民法四九九条、五〇〇条）。これによって得られた債権を顧客に求償する、というものである。⁽¹³⁾

実際には、信販会社は、代位弁済の内容を顧客との準委任契約により合意されるのが通常であり、この説は三当事者間契約における準委任説へと移行する。⁽¹⁴⁾

(3) 契約上の地位の引受説

信販会社等は、加盟店から、加盟店が顧客との売買契約に基づき取得するすべての債権の譲渡を受けるとともに、購入者に対して負担するいっさいの債務をも並存的に引き受けるというものである。⁽¹⁵⁾

これは、債務引受けの一形態であるが現実の取引実態とは、かなりかけ離れた法律構成となる。⁽¹⁶⁾

(4) 金銭消費貸借説

信販会社等と顧客との関係は、一定の商品の購入を目的とした金銭消費貸借と、借主たる顧客の指図に従って、目的物を加盟店に交付することの委託とが結合したものとなり、それぞれ金銭消費貸借上の貸主と借主の地位につく、⁽¹⁷⁾というものである。

(5) 準委任説

顧客と信販会社等との間で、顧客の加盟店に対する売買代金の支払を信販会社等に委託する旨の契約が結ばれ（民法五六条、六四三条）、両者の関係は、売買代金支払についての委任者と受任者の関係に立つ。したがって、信販

会社等の顧客に対する請求権は、受託事務処理費用の償還請求権に伴う利息（民法六五〇条一項）と報酬（民法六四八条一項）を兼ねたものとして捉えられる。⁽¹⁸⁾

理論的には、三当事者間の契約の本質を最も率直に捉えているとされている。⁽¹⁹⁾

二 アメリカのクレジットカードの法理⁽²⁰⁾

アメリカでは、クレジットカード取引の法理を説明するために、初期の頃は、クレジットカード取引に類似した取引の法理をあてはめたり、それから類推することが行われた。その中で、未知の疑わしい信用状態の買主の信用に代えて、承認された確実な信用を利用するという機能的類似性と、当事者の権利義務関係の法的類似性のある商業信用状説が最も賛同者が多かった。ほかに、受取勘定買取説（factoring of accounts receivable）、債権譲渡説（assignment theory）があった。

しかし、その後、既存の法理を借用せず、クレジットカード取引を独自の取引として考察するようになり、クレジットカード契約自体によってクレジットカード保有者がクレジットカード発行者に直接に債務を負うとする直接債務説（direct obligation theory）が唱えられた。

一九六八年の統一消費者信用法典（Uniform Consumer Credit Code）は、いわゆる三当事者クレジットカードを貸主クレジットカード（lender credit card）と定義し⁽²¹⁾、クレジットカードによる商品の購入をクレジットカード会社のクレジットカード保有者に対する金銭貸付と規定しているので、直接貸付説を採用したことになる。⁽²²⁾

この直接貸付説が、最終段階の考え方と思われる。⁽²³⁾

(1) 深瀬安正稿「信販・クレジット業における会計処理基準の標準化をめざして(5)」経理情報 三六号三七頁。

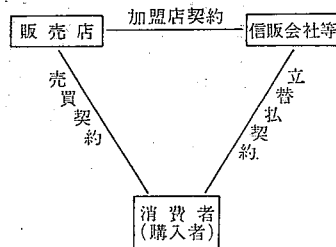
(2) 深瀬安正 前掲稿三八頁。

(3) 三者間の契約関係は、第19図のとおりである。

(4) 深瀬安正 前掲稿三七頁。

(5) リボルビング方式というのは、クレジットカードを利用して購入した商品個々の代金の未払残高全体に対して、一定額(定額リボルビング方式)や一定の割合の額(定率リボルビング方式)を、あらかじめ定められた時期ごとに支払うというものである。従来の割賦販売は、品物を割賦で買っていく場合でも、一つずつの商品代金について賦払額を決定していくものであり、この点が異なる。

(第19図)



(6) 深瀬安正 前掲稿三八頁。

(7) 深瀬安正 前掲稿三九頁。

(8) 深瀬安正 前掲稿三九頁。

(9) 深瀬安正 前掲稿四〇頁。

(10) 植木哲稿「消費者信用取引をめぐる抗弁権対抗の理論」金融法務事情一〇四一号二三頁。

(11) 植木哲 前掲稿一三頁。

(12) 植木哲 前掲稿一三頁。

(13) ①来栖三郎著「契約法」一七五頁。

②大阪市市場局「京都比較法センター」消費者相談基準集「六六頁。

③北川善太郎編「消費者のための契約ガイド」一七二頁。

(14) 植木哲 前掲稿一三頁。

(15) 島川勝「金子武嗣稿」立替払契約と抗弁権の切断(下) NBL二七四号四一頁。

- (16) 植木哲 前掲稿一三頁。
- (17) 浜上則雄稿「いわゆるクレジット販売と消費者保護(1)」NB L二三八号九頁。
- (18) 太田幸夫稿「立替払契約をめぐる若干の問題」判例タイムズ四五七号二六頁。
- (19) 植木哲 前掲稿一四頁。
- (20) 沢野直紀稿「クレジット・カードとアメリカ法の展開(上)」金融法務事情一〇二四号四四〇四五頁。
- (21) 統一消費者信用法典 (Uniform Consumer Credit Code) 一一二〇一条⁽⁹⁾。
- (22) 同上 一一三〇一条。
- (23) 沢野直紀 前掲稿四五頁。

第四章 信販業務の会計処理

信販会社等の営業収益は「どのようなものがいつ発生し」、その発生した営業収益は「いつ実現するか」。そして、そのようにして計上する営業収益は「いくらなのか」、またそれが「営業原価と期間対応するのか」。これが信販会社等の営業収益を会計認識するときの主な課題である。

そこで、この章においては第一節で取引形態別の営業収益の会計処理、第二節で営業収益と営業原価の期間対応について考察してみることとする。

第一節 取引形態別の営業収益の会計処理

一 割賦販売取引における会計処理

現代の企業会計における営業収益の計上は、「販売基準」によるとされている。割賦販売取引の場合には、この基準の例外として「割賦基準」により収益計上することが認められている。

ただ、割賦販売取引はすべて「割賦基準」によって収益計上するという意味ではなく、割賦販売取引であっても、原則は「販売基準」である。

このように、原則として「販売基準」が適用されるようになったのは、経済社会の発展と無縁ではない。例えば米国のように信用経済の発展した経済社会では、割賦販売取引によって取得した売掛債権を、ファクタリング会社などの専門業者に割引売却することが簡単にできるので、通常の販売取引と同様に「販売基準」が採用されている。わが国においても、消費者信用の急速な発展等により、割賦販売取引における「販売基準」の採用を意義あるものにして⁽¹⁾いる。

ただし、このような考え方は、割賦販売取引を行う販売業者等についていえることであって、そのような業者から割賦販売取引を引き継ぐ信販会社の場合には、その事実関係が根本から異なる。

すなわち、信販会社等の行う割賦販売取引の特徴は、①法形式は、信販会社等と顧客との間における割賦販売契約である。②しかし、顧客からの割賦購入申込み、割賦販売契約締結（この場合、加盟店が信販会社等を代行して、顧客と契約を締結する）、さらに商品の納入までのすべてが、加盟店と顧客との間で行われる、③信販会社等が販売した商品は、販売と同時に該当商品個々を加盟店から、一定価格で仕入れる方式を採っている、商品を取扱うとしても、それは契約上のことであって、信販会社等は実体としての商品在庫を持つことはない、④取扱商品のクレジット販売価格は、現金販売価格マイナス頭金、すなわち元金部分に、分割払手数料（利息部分）を加えたものである、

というところにある。

結局のところ、信販会社等の行う割賦販売取引といっても、信販会社等は商品等の取引対象物を直接取り扱うことではないのであって、顧客に商品代金（元金部分）を融資し、その融資にかかる利息相当額を徴求する取引といふことができる。

このようなところから、信販会社等の行う割賦販売取引における営業収益（顧客手数料収益）を販売基準により計上することは、未実現利益を計上することになるとも考えられ、信販会社等においては顧客に対する売掛債権の計上額は販売業者が自ら割賦販売する場合と同一額となり、売掛債権の回収に伴う危険負担も同じであるところからほとんどが割賦基準を適用しているようである。

二 割賦債権買取取引における会計処理

割賦債権買取取引における営業収益の会計処理の仕方には、総額主義によるものと、純額主義によるものがある。

割賦債権買取取引においては、一般には、大部分が純額主義を採用しているようである。

総額主義による会計処理は、取引利益の算定結果だけでなく、その算定の過程も仕訳の上で明らかにしようとする考え方である。

これに対して、総額主義による会計処理は、取引利益の算定結果である受入手数料のみを仕訳するもので、割賦債権買取取引を金融取引に類似するものと見る考えによるものである。

すなわち、割賦債権買取取引は、割賦債権を割引買取するという点において、金融取引たる手形割引と似ていると

いうところに依拠するものである。⁽³⁾

金融取引と言われるものには、金融機関が行う個人向け住宅融資取引があるが、この取引の特徴は、貸付元本に対してその回収を保証するのに十分な担保を、金融機関が借入者から取っていることである。したがって、貸付金元本そのものの回収に伴う危険負担は回避されている。

このような取引の営業損益を会計処理するときは、その貸付金元本ではなく、その取引から得られる果実である金利収益のみに注目して、それを営業収益とすることができる。

割賦債権買取取引の場合には、信販会社等が与信した取引額は、そのクレジット取引に係る顧客個人の信用を担保として行われたものであり、必ず回収できるという物的保証がない。このように、回収に伴う危険負担を負うことが、信販会社等の業務の特徴とも言える。⁽⁴⁾

また、信販会社等の営業形態は割賦販売取引が基本形態であり、これを基盤として信販会社等は誕生し、発展してきたものともいえ、その意味でこの取引における顧客手数料も、割賦販売取引の場合の顧客手数料と同じく割賦基準を適用しているものがほとんどのものである。

三 立替払取引における会計処理

この取引の特徴は、営業収益がクレジットを利用する顧客から受け入れる顧客手数料のほかに、信販会社等が提携する販売業者から受け入れる加盟店手数料とから構成されていることにある。

後者の信販会社等が販売業者から得る加盟店手数料というのは、会計的に見て非常に複雑な意義を持っている。

信販会社等は、割賦販売取引を現金販売取引と割賦回収取引とに二分すると、後の回収取引を業として生計を立て

ているということは前にも述べたとおりであるが、ところが、同じ回収取引を業とする信販会社等でも、販売業者から得る手数料に対する考え方が違ってくる場合がある。⁽⁵⁾

たとえば、耐久消費財等のメーカーが自社製品の販売促進を図るため設立したメーカー系クレジット会社の場合には、クレジット会社の属する企業グループに、製造販売又は販売を専業とする会社が必ず存在する。クレジット会社は、そのような企業グループが行う割賦販売取引の回収面に従事する会社とし機能する。その会社設立に当たっての趣旨は、割賦販売取引に占めるクレジット業務的側面をとり出し、それを分化してより効率的な運営を図るという目的にあり、設立されたクレジット会社はその企業グループの中に存在する。したがって、このような意味でのクレジット会社では、企業グループに属する販売会社から手数料を受け入れることは原則としてない。⁽⁶⁾

しかし、メーカー系クレジット会社が、自分の属する企業グループ以外の製品又は商品の取引に従事するようになったときはどうかを見ると、この場合には、クレジット会社が販売業者から手数料を受け入れるときと、手数料を受け入れないときとに分かれるけれども、クレジット会社が割賦販売取引を自分で行いたくてもできないような販売業者と取引するときには、おおむね手数料を受け入れているようである。⁽⁷⁾

このことは、現金販売取引だけでなく割賦販売取引を行うということが、販売業者にとって販売促進的意味を持っている。すなわち自ら割賦販売を行うことができない販売業者が信販会社等と提携して、割賦販売を行うことができるということ自体が販売業務にとって売上を伸ばすという経済的効果をもたらすのである。そこに販売業者が信販会社等に手数料を支払う基盤が生ずると見ることができる。⁽⁸⁾

そのような手数料を受け取る信販会社等では、その手数料について、次のような二通りの考え方があり、手数料の

計上方法が不統一となっている。

一つは、信販会社等のクレジットシステムを利用することによって販売業者が割賦販売取引を行うことができる点に着目し、販売業者からクレジットシステム利用代金として手数料を受け入れているという考え方である。この考え方によると、加盟店手数料も顧客手数料と同様に、割賦期間に繰り延べられることになる。⁽⁹⁾

もう一つの考え方は、販売会社等を通して割賦販売取引を行い経済的効果、つまり販売促進がはかれるという点に着目し、販売業者から信販会社等に支払われる手数料は、販売促進に見合う販売業者の販売利益の一部ないしは販売促進費相当を信販会社等に引き渡したものと考えるものである。この考え方では割賦金の回収とは関係のない、商品の販売取引に伴う販売利益の一部ないし販売促進費相当の受入れと考えるのであるから、それがそのまま計上時において手数料収益となり、割賦期間にわたって繰延処理されること⁽¹⁰⁾はない。

また顧客から受け入れる顧客手数料については、割賦債権買取取引における営業収益の会計処理の考えが、この立替払取引における営業収益の会計処理の仕方にも取られている。

四 貸付取引における会計処理

貸付取引には、顧客に直接融資するものと、商品などの売買取引と関係させて間接的に融資するものがある。ここで検討するのは後者の会計処理についてである。

この取引の典型例は、クレジットカードを使用するリボルビングクレジットシステムによる貸付取引であるが、このシステムにおいては、営業収益の繰延計算を残債法の一つたる利回法を実務的に採用している。

つまり、信販会社等の行う貸付取引も金融機関などの行う貸付取引と同様に考え貸付期間の経過とともに収益計上

させる考え方である。一般的に言えば、貸付取引とは、貸付先である顧客に資金を貸し付けることであるが、しかしこの場合資金を顧客に直接貸し付ける代わりに、販売業者にその資金を支払うことによって顧客の商品代金を決済するわけで、その際、資金の支払が行われなくても、クレジット契約の成立と同時に顧客の商品代金決済のための債務計上処理を行うことにこの貸付取引としての特徴がある。⁽¹⁾

信販会社等の行う貸付取引を、金融業における営業形態としてみるのなら、残存元本に対する金利計算を基準とするような考え方である残債方式が妥当である。

五 提携ローン販売取引とローン保証取引における会計処理

提携ローン販売取引及びローン保証取引という金融機関が介在する営業取引形態は、これまで述べてきた金融機関が介在しない割賦販売取引などの営業取引形態と比べて明らかな違いがある。

すなわち、割賦販売などの金融機関が介在しない営業取引形態では、信販会社等に売掛債権残高が存在するが、提携ローン販売取引などの保証取引では、信販会社等の売掛債権が金融機関から顧客への融資金をもって回収決済されてしまうので、売掛債権残高が存在しないということである。売掛債権の回収を業としている信販会社等において、その肝心な売掛債権が回収済みであるということがこの保証取引の特徴である。

まず提携ローン販売取引の会計処理であるが、商品などの売却代金は、顧客の金融機関からの借入金によって全額決済されるので、この取引は信販会社等にとって分割払取引ではなく、普通の販売取引となる。保証債務が残るが、偶発債務となる。なお、この保証債務は、顧客が金融機関へ借入金を返済するのに応じ減少していく。

次に、ローン保証取引であるが、提携ローン販売取引と比べた場合の違いは、信販会社等が商品などの売買行為に

おける取引当事者にならないことである。この場合にも、提携ローン販売取引と同様に、偶発債務として顧客の銀行借入に対する保証債務が存在する。

このローン保証取引は、ちょうど割賦販売に対する割賦債権買取と同じ関係において、提携ローン販売取引と対比されるものである。

提携ローン販売取引及びローン保証取引における営業収益（保証料収益）の計上には、取引における法形式を尊重して、契約時に全額収益計上するという考え方が⁽¹²⁾ある。すなわち、提携ローン販売について言えば、契約に基づく顧客との商品売買行為を基礎とし、信販会社等は販売業者から商品を仕入れて顧客に売却し、その売却代金を銀行からの入金によって回収するという簡明な取引としてとらえ、顧客への売上高と販売業者からの仕入高の差額に相当する利益は商品の販売利益であるとする考え方である。

しかし、提携ローン販売の法的側面でなくその物的側面を重視すると、商品販売行為の直接の当事者は販売業者と顧客であるといえ、販売業者は顧客に商品を売るための手段として信販会社等の提携ローン販売取引という営業取引形態を利用し、顧客もまた、自己の経済力に合わせた購買手段としてその営業取引形態を利用しているともいえる。⁽¹³⁾

販売業者が信販会社等を介して商品の販売を行うのは、信販会社等がその商品の販売力を持つことによるのではなく、クレジット取引に係る業務、つまり契約前及び契約後における信用調査、契約期間における債権管理などの業務を有効かつ円滑に進めることができる信販会社等の業務の本質に着目するところからである。

すなわち、提携ローン販売取引は、契約の締結と融資の締結の実行によって取引が完結し、収益が確定するもので

はなく、金機融関を含めたすべての取引領域において、当該取引が完結するまで、つまり顧客が借入金をすべて返済したときまで取引が継続しているという考え方もある。⁽¹⁴⁾

第二節 営業収益と営業原価の期間対応

営業原価の構成内容を、受注・調査・契約・回収というクレジット業務の流れからとらえ直してみると、営業原価の発生の経緯は一樣でないことがわかる。

営業原価は、信販会社等が契約を獲得するための受注営業費用と、与信及び回収に関係したクレジットシステムを運営するための費用等で成り立っている。

一 クレジット契約当初に発生する営業費用⁽¹⁵⁾

① クレジット契約を受注するための営業費用。例えば、新規取引を行う販売店の開拓、既存の取引販売店への営業推進のための要する費用。

② 受注するクレジット契約に係わる与信業務費用。例えば、外部の調査機関に支払い、あるいは会社内部で発生する信用調査及び信用供与に係る費用などのほか保険料、支払手数料、印紙税などの諸費用が含まれる。

③ 貸倒償却の見積費用。(貸倒償却の発生をあらかじめ見越した上で計上する貸倒引当金の繰入額である。)

二 クレジット取引開始後の割賦金回収に関連するコスト⁽¹⁶⁾

① 割賦金回収に際して直接発生する費用。例えば、預金口座自動振替手数料、集金費などが含まれる。

② 売掛債権の管理に係わる一般的な諸費用。例えば、通常の取引の中で偶発的に生ずる停滞または不良売掛債権

の回収促進などの管理費用が含まれる。

三 クレジット取引を実施するために必要となる資金コスト ⁽¹⁷⁾

営業原価のうち、インシャルコストは割賦金の回収と関係なく契約当初に発生し、また資金コストは、割賦金の回収が進むにつれて通減していく。

そのために、従来の割賦金回収額をベースにした営業損益計算でなく、営業原価サイドからクレジット取引の営業損益計算をとりあげる考え方が出てくる。

これは、原価ベースでの収益計上基準としての配分基準が考えられるということなのである。

クレジット取引における営業収益は、信販会社等で発生する原価を補填するものである。個々のクレジット契約ごとの収益総額は発生原価を意識して決められる。

- (1) 深瀬安正稿「信販・クレジット業における会計処理基準の標準化をめざして(9)」経理情報三七〇号二六～二七頁。
- (2) 日立クレジット(株)有価証券報告書参照。
- (3) 深瀬安正 前掲稿(4) 経理情報三七一号三三頁。
- (4) 深瀬安正 前掲稿三三頁。
- (5) 深瀬安正 前掲稿(8) 経理情報三六九号三七頁。
- (6) 深瀬安正 前掲稿三八頁。
- (7) 深瀬安正 前掲稿三八頁。
- (8) 深瀬安正 前掲稿三八頁。
- (9) 深瀬安正 前掲稿三八～三九頁。

- (10) 深瀬安正 前掲稿三九頁。
- (11) 深瀬安正 前掲稿(10) 経理情報三七一号三四頁。
- (12) 深瀬安正 前掲稿(12) 経理情報三七二号四二頁。
- (13) 深瀬安正 前掲稿四二頁。
- (14) 深瀬安正 前掲稿四二、四三頁。
- (15) 深瀬安正 前掲稿(15) 経理情報三七七号三六頁参照。
- (16) 深瀬安正 前掲稿三七頁参照。
- (17) 深瀬安正 前掲稿三八頁参照。

第五章 信販業における税務上の問題点についての検討

この章では、第一節において、収益認識基準について予備的に考察した上で、第二節で課税上の問題点についての検討を行うこととする。

なお、第一節の収益認識基準は、まず一般的な収益認識基準について述べ、ついで法人税法でも特例として規定している割賦基準について、同基準が認められている趣旨及び同基準の内容等を考察していくこととする。

第一節 収益認識基準

法人税における課税標準の基本的なものは、継続企業を前提とした「各事業年度の所得の金額」であり、それは、当該事業年度の「益金の額」から同年度の「損金の額」を控除して算出される（法第二二条一項）。そして、この「益

金の額」とは、資産の販売等に基づいて生じる「収益額」である（法第二二条二項）。

このような課税所得の計算構造からいって、収益（益金）をいつの事業年度に帰属させるかは、課税所得計算の出発点ともなる重要な事柄である。しかし、その重等性にもかかわらず、法人税は収益認識基準について、特例についてのみ規定している（法第六二条ないし法第六四条）だけであって、原則的規定を設けず「一般に公正妥当と認められる会計処理の基準」に従うべき旨を定めているにすぎない（法第二二条四項）。これは、法人税法が収益の認識につき、その相当部分を企業の健全な会計慣行に依存しているということである。

一 一般的な収益認識基準

企業会計上の収益認識の基準としては、大別して、実現主義、現金主義及び発生主義がある。現代企業会計においては、収益は原則として発生主義を限定したところの実現主義によって認識計算され、費用は原則として発生主義によって認識計上される。

① 実現主義

これは、財貨または役務を販売したときに収益を認識する基準である。収益は販売のときに急に発生するのではなく、販売にいたるまでに徐々に稼得されるのであるが、販売する前の段階では収益が客観的に検認可能な金額として把握できないのが普通であるので、販売されるまでは、収益を認識しないというものである。計算の確実性を重視する企業会計では、この実現主義が収益認識の一般的な基準となっている⁽¹⁾。

「税法と企業会計原則との調整に関する意見書」（昭和二十七年六月）は、「『実現』に関する会計上の証拠は、原則として、企業の生産する財貨または役務が外部に販売されたという事実⁽²⁾に求められる」と述べており、企業会計原

則はこれを受け入れて、「商品等の販売又は役務の給付によって実現」するとしている。この販売について、上記意見書は「通常の会計手続の見地からは、発送のときをもって販売を記録することが望ましい実務である。」というペイトン著『アドヴァンスド・アカウンティング』を引用している。⁽³⁾ここでいわれている発送とは、売手側からの引渡しにほかならない。このことから実現主義Ⅱ販売基準Ⅱ引渡基準と理解することができる。

② 現金主義

これは、収益費用の帰属に関する最も単純な基準で、実際に現金の収入があったときに収益に計上する方法である。現金主義は、適用が簡単であり客観性、確実性に富んでいるが、信用取引を行い多数の債権債務が併存し、相当量の棚卸資産及び固定資産を保有する現代企業においては、収益費用の認識基準としては適当ではない。⁽⁴⁾したがって、現金主義は企業会計上原則的基準とは成り得ず、法人税上も原則的基準とは成り得ない。

しかし、例外的にこの現金基準が認められる場合がある。それは割賦販売の場合である。割賦販売の場合も商品等の引渡したときに収益を認識するのが原則であるが、割賦金の回収期限の到来の月又は割賦金の入金の日をもって販売収益を部分的に計上することが認められている。

③ 発生主義

これは、現金の受払い並びに財貨又は役務の受渡しに伴い権利義務の発生とは関係なく、⁽⁵⁾収益費用を発生したときに計上し、期間損益を把握しようとする方法である。⁽⁶⁾

収益は、販売の時点において一時に稼得されるのではなく、生産活動、販売活動という収益獲得活動の進行とともに、徐々に発生し形成されているものである。⁽⁷⁾しかし、企業活動に伴って徐々に発生している収益というものは抽象

的なものであって、多くの場合、発生した収益を客観的に検証可能な金額として把握することは困難である。⁽⁸⁾したがって、発生主義によって計上される収益は不確実、不安定なものといふことができる。そこで現代企業会計においては、発生主義も原則として適用されない。

収益の認識基準として発生主義が適用されるのは、①実現主義では、収益が正しく表現されない場合、②もともと実現主義がなじまないものの場合である。⁽⁹⁾前者の例は、長期の請負工事に係る工事進行基準、農産物等についての収穫基準（生産基準）である。後者は、受取利息、地代、使用料などのような継続して役務の提供を行う場合、時の経過に伴って発生する収益である。「時の経過」が測定尺度となり、時間基準とも呼ばれる。

このように企業会計では、収益の認識に係る原則的基準を実現主義としながらも、他の方法により収益を計上することも認めていると考えられる。

なお問題となるのは、実現主義と異なる他の収益認識基準が法人税法において、どのような場合に認められるかである。すなわちどのような場合に「一般に公正妥当と認められる会計処理の基準」として認められるかである。

この点については、期間損益計算を適正ならしめる担保となる費用収益の対応、実務上の要請、その他各種事情を総合勘案して、合理性があるかどうか判定することになると思われる。

そこで、法人税法上の収益認識基準としての妥当性の重要な判断要素である「費用収益の対応（原則）」について考察する。

費用収益対応の原則とは、期間損益が相互に対応する費用と収益とによって計算されるべきことを要請する原則であり、財務会計においては、期間損益を計算する場合の基本的な原則とされている。⁽¹⁰⁾

税務においても、課税所得が合理的な期間損益を基礎とするものである以上は、費用収益の対応が考察されなければならない。

ただ、通常の場合、費用収益対応の原則で、対応に際して基準になるのは収益であつて費用ではない。すなわち、まず期間収益を確定し、次に認識された費用の中から、収益を獲得するのに要したものを選び出して、それを収益に対応する費用として収益から差し引いて期間損益を計算する方法がとられる。

しかし、費用収益の対応を貫き、もつて課税所得の正確な期間損益計算を行うという観点から、これらの方法に拘泥することなく、費用の確定を契機としてそれに対応する収益を計上することも認められよう。⁽¹¹⁾

二 割賦基準

(1) 割賦販売の定義

具体的な定義が見られるのは割賦販売法と税法であり、「企業会計原則」はこれを一般的な実務慣行に委ねている。

割賦販売法においては、第二条第一項でこの法律において「割賦販売」とは、「購入者から代金を二カ月以上の期間にわたり、かつ三回以上に分割して受領すること（購入者をして販売者の指定する者に対し、二カ月以上の期間にわたり三回以上預金させた後、その預金のうちから代金を受領することを含む。）を条件として指定商品を販売すること」と規定し、割賦販売法においては、割賦販売の本質を商品の販売代金を分割して受領するものと解し、分割して受領するならば商品の引渡し以前に代金の全部又は大部分を受領するものでも割賦販売であるとしている。⁽¹²⁾ また、同条第四項では、「定型条件で販売するのに適する商品」と規定して、耐久消費財を中心に一部の生産財を適用対象

としており、税法や企業会計原則のような「役務の提供」は対象としていない。

これに対し税法では、法人税法第六二条第二項及び所得税法第六五条第二項で、「割賦販売等とは、月賦、年賦その他の賦払の方法により対価の支払を受けることを定型的に定めた約款に基づき行われる販売又は提供をいう。」と規定し、要するに、割賦販売とは、商品等の引渡しの後、その代金が分割して定期的に回収される販売形態のことをいうとしている。⁽¹³⁾ なお、「割賦販売等」の「等」は、昭和四十八年の税法改正で、割賦販売の対象に「役務の提供」が追加されたことによったものである。

このように、割賦販売法における割賦販売の定義は割賦形態を重視するのに対し、税法上の割賦販売の定義は割賦販売の経済的本質を尊重しているのである。⁽¹⁴⁾

(2) 企業会計原則における割賦基準

従前の企業会計原則では、「割賦販売等に関する未実現収益は原則として、当期の収益に算入してはならない。」とされていたが、昭和四十九年の改正においては、割賦販売の収益実現について販売基準を原則とし、例外として「入金の日」又は「割賦金の回収期限の到来の日」をもって、売上収益実現の日とすることを選択的に認めるように改められた。

すなわち、企業会計原則では、「割賦販売については、商品等を引渡した日をもって売上収益の実現の日とする。しかし、割賦販売は通常の販売と異なり、その代金回収の期間が長期にわたり、かつ分割払であることから代金回収の危険率が高いので、貸倒引当金及び代金回収費、アフター・サービス費の引当金の計上について特別の配慮を要するが、その算定に当たっては、不確実性の煩雑さを伴う場合が多い。したがって、収益の認識を慎重に行うため、販

売基準に代えて、割賦金の回収期限の到来の日又は入金の日をもって売上収益実現の日とすることも認められる。」
(企業会計原則注解六)とされている。

このように、企業会計原則が割賦基準から販売基準に変わってきたのは、割賦販売についての割賦基準を認める理由は、その代金回収の期間が長期で、かつ、分割払であることから、①長期の受取勘定であり、さらに、割賦未収金は、購入者(消費者)の将来の資金を担保とする現在の商品の供給であって、消費者信用の性質を持つものである点において、普通企業に生ずる受取勘定、受取手形とは、根本的に異なる債権であり、流動資産性に乏しいこと、②割賦未収金の回収不安は、支払期間が長くなるにつれて増大すること、③回収費用を主とする事後費用が、短期の売掛債権よりもかかること、さらに、⑤収益のうち利子の要素が相当部分を占めていることの四点であるが、そのうち、重要な点である①②の主張に対しては、金融制度の確立している場合は割賦販売契約債権に高度の流動資産性、換金性が認められること、貸倒れの多いということには、高率の貸倒れの見積り、すなわち貸倒引当金を設定すれば解決できることなど、これまで割賦基準について理論的根拠としてあげられているものは、みな絶対的な決め手とはならず、一般の販売と同じく、販売基準をもって収益の認識基準としようとする立場が次第に多くなりつつあるからである。⁽¹⁶⁾

(3) 税法において割賦基準を認める趣旨

法人税法においては、割賦販売法の収益の発生時期について旧通達二五〇(月賦販売による損益)で、同二四九(売買損益の帰属の時期)の例外を定め、「売買契約によって売却代金の受入を月賦又は年賦とするものについて、当該事業年度において、収入すべき月賦又は年賦金に対応する売却益を見積り当該事業年度の益金に算入するこ

とができる。」と規定していた。現行税制の基本的考え方は、原則として販売基準により収益計上すべきこととしており、例外的に割賦基準を認めている。これは企業における会計慣行、納税資金という点を考慮したものと考えられる。⁽¹⁷⁾すなわち、企業の収益の計上方法として企業会計の慣行に基づいて処理されていることを条件としているわけであるが、これは、納税資金という面に重点が置かれていると解すべきである。

税法上の所得の計策は、一定の基準によって納税者の担税力を確認し、これに税負担を課するのであるから、税務計算においては、たとえば短期間取引先の支払いの猶予を与えたような個別の事情に基づいて客観的な各事業年度の所得に相違が生ずることを認めることは適當ではなく、所得としては相手方に期限の猶予を与えようと与えまいと客観的には課税所得は同一と認定しなければならない。

法人税の計算においては、対外的な取引については、法人の決算処理のいかんにかかわらず客観的な取引の事実に基づいて税務計算を行うものである。

このことは、客観的な事実に基づいて計算される所得が、これに対応する租税支払能力を保証しているということとを暗黙の前提としているものと思われる。

たとえば、企業に計算上利益が生じていても、それが固定資産の投資に充てられていたとか、相手方に任意の支払猶予を与えているような場合には、実際の資金の流動化は存在しないかもしれないが、それは、本来流動した資産を企業自ら固定化したにはかならないのであって、理論的には資産は利益の発生に応じて流動化し、税の支払能力は存在していたと判断される。⁽¹⁸⁾

ところが、契約の内容が一般的に定型化され、それによると実現した収益が相当の長期にわたって收受されないこ

とが確定している場合には、上述のような理論的な流動化の想定が立ちがたいおそれがある。

このような場合には、客観的な取引の事実にもとづく所得の計算が、必ずしも背景にそれに見合う租税支払能力の保証を有しているとはいえないであろう。割賦販売は、まさにこのような性格を有するものである。⁽¹⁹⁾

(4) 割賦基準の方法

イ、法人税法上の割賦基準の方法

法人税法上の割賦基準の方法は、次の算式より計算したその事業年度の割賦損益に対応する売上高と、売上原価及び販売手数料を、その事業年度の収益の額及び費用の額とする方法である。⁽²⁰⁾

(注1)

$$\frac{\text{割賦販売等に係る利益の額又は損失の額}}{\text{分母の額のうちその事業年度に支払期日が到来する賦払金の額の合計額}} \times \text{割 賦 販 売 等 の 対 価 の 額} = \text{その事業年度に係る割賦損益}$$

(注2)

(注1) 「割賦販売等に係る利益の額又は損失の額」は、割賦販売等の対価の額からその売上原価及び販売手数料を控除して計算する。

(注2) 「その事業年度に支払期日が到来する賦払金の額の合計額」は、その賦払金につき既にその事業年度開始の日前に支払いを受けている金額を控除し、翌事業年度以後において支払期日が到来する賦払金のうちその事業年度中に支払いを受けた金額を加算して計算する。

ロ、企業会計における割賦基準の方法

割賦販売について会計の本質を考察すると、割賦販売が、現金販売、掛売販売などの通常の販売と異なるのは、売買当事者が割賦販売契約書を作成して、①売主が買主に対して、何週間、何カ月、または何カ年にもわたる商品

の販売代金の繰延分割払という信用を与え、②販売した商品の代金の全額を受領する以前に、売主は買主にその商品を提供し、その使用を認める販売、という二点にあり、そこで、割賦販売は、商品の販売代金の繰延分割払という金融（信用）取引と、このような信用取引を媒介する販売取引という二重的性格をもつ取引であると称することができる。

以上のような割賦販売の特殊性から、割賦販売業者は、割賦販売を通じて、(イ)金融取引からは割賦金融収益を、(ロ)販売取引からは割賦販売収益を、それぞれ獲得することになる。

前者の割賦金融収益における割賦基準の方法には、実務的に採用されている代表的なものとして、均分法（均等額利益計上方法）、級数法（等差級数法あるいは七・八分法）、利回法（年金法あるいは残償法）がある。⁽²¹⁾

(イ) 均分法

割賦金の回収のつど計上される営業収益は、毎月の割賦金と同額であれば、すべての回収期間を通じて同一金額となる方法である。この方法には、毎月の割賦金が違う場合であっても、その違う割賦金と対応して営業収益を計上する方法も含まれる。

(ロ) 級数法

割賦手数料収益を、割賦金回収回数級の級数総和を基にして毎回収期の営業収益を計算する方法である。

俗にいう七・八分法というのは、この級数法の別名であり、一年が十二ヶ月であることを基礎として、十二回の回収回数を前提として級数総和が七八になるところから名付けられたものである。

(ハ) 利回り法

割賦手数料を割賦金回収のつど、売掛金残高（残存元本）に対する一定の歩合をもって計算するものである。算式で示すと次の通りである。

$$\text{利子} = \text{売掛金残高（残存元本）} \times \text{利率} \times \text{期間}$$

計算の方法の違いを三つ説明したが、理論上、利回り法が最も正確な方法といえる。⁽²²⁾しかし、この方法は計算が複雑であるという欠点を持つ。級数法は比較的計算は簡単であるが、利子とは無関係である。また均分法は毎回均等な利息収入とするので、理論的には正確な方法とはいえないが、計算が最も簡単である。⁽²³⁾

(5) 諸外国の会計処理

国際会計基準委員から一九八二年十二月一日付で、国際会計基準第一八号「収益の認識」が公表された。

本基準書は、収益の認識という会計の基礎的概念を扱ったものである。収益を企業の通常の営業活動から生ずる対価の総流入額であると定義し、商品等の販売、役務の給付、企業資源の第三者による利用から生ずる収益について、それぞれの収益の認識の基準を定めている。

本基準書では、企業の損益計算書にいつ収益を認識するかの問題を扱っており、その中で、基準の一部を構成するものではないけれども、「付録」A八割賦販売では、いわゆるインビュテーションにより割賦金に含まれる利息を商品等の販売価格と分離して収益に計上することを要求している。これは収益ないし収益取引から得た対価を現在価値で測定するものであって、アメリカのAPBオピニオン第二一号と同様である。しかし、このような会計慣行はわが国には未だない。⁽²⁴⁾

また、収益の認識については、商品等の販売買引から生ずる収益を認識するためには、①売手が買手に対して、販売した資産の所有に伴う実質的な危険と便益を移転したこと、②販売時において収益が測定可能であること、及び③販売時において代金の完全な回収を期待することが不合理でないことが要求されている。⁽²⁵⁾

上記の代金の回収性及び収益の測定可能性に関して、基準書本文では、収益認識の基準としては、①代金の完全な回収を期待することが不合理でないこと、②完全な回収についての合理的な期待は、それ自体、そのような回収を保証するものではなく、⁽²⁶⁾③完全な回収についての不確実性が存在しない状況のもとでは、たとえ支払が割賦で行われる場合であっても、収益は販売時点で認識される、⁽²⁷⁾と説明されている。これは、代金の回収についても多かれ少なかれ不確実性は存在し、そのような不確実性は貸倒引当金の問題であることを意味している。⁽²⁸⁾

本基準書では、役務の給付取引から生ずる収益とは別に、企業資源を第三者に利用させることから生ずる収益として、利息、ロイヤルティ及び配当について、収益の認識の基準を定めている。⁽²⁹⁾

これによると、利息は残存元本及びその利率を考慮に入れた経過基準により収益を認識する。この場合も、商品等の販売取引から生ずる収益のときと同じく、収益の測定可能性又は回収可能性について、重大な不確実性が存在しないことが、収益の認識の条件とされる。

第二節 税務上の問題

一 顧客手数料の収益計上基準

顧客手数料の計上について、いわゆる残債法により計上しているものと、均分法により計上しているものとがあ

り、後者においては割賦基準を適用したものであるという主張がされているが、この場合、信販会社等が受領する顧客手数料収益に割賦基準が適用できるかという問題がある。

この問題について、この項では第一章第二節において整理した二つの命題について検討を進めることとする。

(1) クレジット取引を商品等の販売に準じた取引と解して、収益計上の割賦基準を適用することの可否

割賦販売取引は、純然たる売買取引であるが、ただ代金支払方法について特別な定めがある。この割賦販売取引の性格をみると、前にも述べたように商品の販売代金の繰延分割払という金融（信用）取引と、このような信用取引を媒介とする販売取引との二重的性格をもつ取引ということができるとなる。

このような割賦販売取引の特殊性から、金融取引からは割賦金融収益、販売取引からは割賦販売収益が発生することになる。

信販会社等が割賦購入斡旋をする割賦販売においては、販売収益は既に販売業者の方で販売時に実現しており、割賦金融収益のみが信販会社等に残ることになる。

割賦販売においても、割賦金融収益は通常の金融利得利息と異なるものではないのであり、金融利得のみの収益が発生するクレジット取引は金融取引といふことができる。

これに対して、顧客手数料が利息とみられないとする主張があるが、それは次の三つに集約することができる。

- ① 信販会社等が、顧客に代金相当額の金銭を貸付けるといふ法的構成をとってないこと。⁽³⁰⁾
- ② 仮に、経済的視点をそのまま解釈論とし、割賦販売における現金販売価格と割賦販売価格との差額を「利息」と解する立場によつたとしても、信販会社等の顧客手数料及び代行手数料の性質をすべてこれに吸収させること

はできない。すなわち、信販会社等は単なる信用供与機能に限られず、加盟店を募集し（また総合割賦購入斡旋のときには、会員を募集し）、顧客と販売業者間の信用売買の成立を斡旋し、支払を担保し、支払を媒介する機能の担い手となっている。したがって、顧客手数料の代行手数料は、代金支払いの法構成のいかんを問わず、これらの委託事務に対する報酬としての要素をも大きくもっていると解すべきである。⁽³²⁾

③ 信販会社等の手数料収益は、金融機関における金利収益と同じものではない。つまり、実物担保が要求され、元本回収の危険が少ない担保金融を主たる業務とするのが銀行などの金融であり、そこで計上される金利手数料は、従って、危険負担料としての意味が薄いものである。⁽³³⁾

しかし、①の指摘のとおり、金銭を貸し付けるという法的構成はとっていないけれども、信販会社等が顧客に信用を与えるのはあくまでも特定の商品の割賦購入のためであるから、顧客が金銭を受け取ったとしても、それは販売業者に支払われるはずのものである。したがって、顧客が代金相当額の金銭を借りて、その金で物品を買うのも、割賦で同じ物を購入するのも本質的には同じである。

次に②の指摘についてであるが、これは貸付けを行うための付随業務であると考えられ、これと同様のことは金融業においても行われており、顧客手数料の金利たる性質を変えるものではないと考えられる。

それから、③での指摘は、担保金融を主たる業務とする銀行などの金融業については妥当とするが、同じ金融業でも消費者金融について考えれば、担保にしても、危険負担にしても、割賦販売信用取引と同じことが言える。つまり、「消費者信用」における金利というものは、実物担保を要求する「担保金融」よりも危険負担が多い分だけ、若干割高に設定されている。すなわち、若干割高の金利を大勢の人が負担することによって、善意の借り手に生じた不

可抗力な「返済能力の喪失」をカバーするのがこのシステムの特徴である。⁽³⁴⁾

このように顧客手数料を利息とみないという考え方にも、それを肯定させるだけの理由はなく、結局、顧客手数料収入は、資金の利用に伴う「利息」と認識し、継続的役務の給付取引と解すべきであり、その考え方に沿った会計処理をすべきである。

さらに信販会社等の業務は、どの業種にあたるかということを見ると、信販会社等の業務が総括されて、ファイナンスといわれ、金融業という解釈がなされている。これは実質的にそうだという考え方と、行政管理庁の日本標準産業分類では、クレジットカード業及び貸金業がともに、大分類の「金融・保険業」、中分類の「その他の庶民金融機関」に分類されていることによるものと思われる。⁽³⁵⁾

「日本標準産業分類による分類」⁽³⁶⁾

- 五二二二 貸金業……………サラリーマン金融
- 五二二三 クレジットカード業……………信販会社、チケット団体 銀行系クレジットカード会社
- 五二二四 割賦金融会社……………メーカークレジット会社

なお、法人税基本通達一―二―一〇では、貸倒引当金勘定の繰入額の適用事業の区分では、おおむね、日本標準産業分類を基準として判定するとの取扱いにもかかわらず、この基準とは別に、施行令九七条によって「割賦購入回転業」として特定しているが、これは割賦購入回転をする会社が、実質的に割賦販売代金を回収するものであり、その危険負担は割賦販売業者と変わるものではないことに着目した規定であり、貸倒引当金勘定の繰入額の適用事業区分についてのみの規定であると考えられる。

以上の検討により、クレジット取引における顧客手数料収益は、実質的には商品等を担保にした割賦返済金融取引であると結論づけることができる。その場合割賦返済金融取引すなわち金銭貸付による元本からの利息は、本来的に利率と期間を乗じた経過日数の時間基準により発生するものであり、金利及び手数料は、分割払い期限到来日の各月次に、それに相応する金額を収益するものである。したがって、割賦基準という会計思考は認められない性格のものである。

(2) 顧客手数料を「利息」と認識した場合、役務の提供の対価である「利息」に割賦基準を適用することの可否
前項の検討の結果、クレジット取引における顧客手数料収益は、割賦返済金融取引における利息であると認識することができ、その場合にも大半の顧客手数料がアドオン方式により計算され、元本と顧客手数料の合計額が賦払期に應じて、均等に分割払いされるところから、顧客手数料に割賦基準が適用できるのではないかとの主張もある。つまり、性質が利息である顧客手数料収益は、残存元本及びその利率に基づいて経過期間基準（時間基準）により発生するものであるが、そのようにして発生する顧客手数料が毎回の返済額の中に均等に含まれ、受領されているとして、その結果、繰り延べられた顧客手数料に割賦基準が適用できるとする主張である。

図示すれば、次のとおりである（第20図）。

このような意見について検討するとき、まず、元本と顧客手数料の合計額は賦払期に應じて均等に分割払いされるが、そのことをもって顧客手数料が毎回の返済額の中に均等に含まれていると言うことができるかについて検討を行い、ついで、仮に顧客手数料が毎回の返済額の中に均等に含まれているとして、その場合に割賦基準の適用ができるかについて検討することにする。

イ、アドオン方式の場合、顧客手数料が賦払の方法で入金していると考えられるか。

アドオン (addon) 方式は、アメリカにおいて月賦販売の利息計算の方法として最も普及してきたもので、我が国においては、消費者ローンの開発とともにこの計算方法が導入された。従来の利息計算手法にはなかった目新しいこの方法は、利息算出の簡便さが買われたこともあって、ローンといえばアドオンといわれるほどに一般化した。

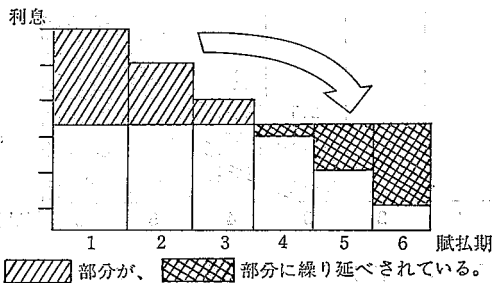
このアドオン方式では、毎回の返済のたびに減少する元本を最終回まで不変と仮定する一方で、利率を実質金利ではなくアドオン金利を用いることにより、利息総額は残債方式の場合と同額になるようにしている。

この方式を使うと、利息と毎回の返済金は次式により簡単に求めることができる。

$$\begin{aligned} \text{利息総額} &= \text{所収資金} \times \frac{\text{アドオン金利}}{12} \times \text{返済回数} \\ \text{毎回の返済額} &= \frac{\text{所収資金} + \text{利息総額}}{\text{返済回数}} \end{aligned}$$

しかし、ここで注意しなければならないことは、アドオン方式を使って算出できるのは、利息の総額と毎回の返済額だけであり、毎回の返済の内訳は、元金分・所要資金÷返済回数、利息分・利息総額÷返済回数ではないということである。つまり、毎回の返済の均等支払額のうち、利息は残債方式（年金利回り法）により計算された金額が入金されているという事実関係にあると考えられること

(第20図)



である。⁽³⁸⁾

さらに、アドオン方式ではあらかじめ貸出条件として決めた全期間を基準として利息の総額を算出し、元利金を均等に回収することを原則としているが、顧客が賦払期間の途中で債務残高の一部ないし全額を繰り上げて返済した場合には、利息の取りすぎとなり精算の必要が生じてくる。その場合に戻し利息（未経過利息）の計算方法としては、アドオン方式による利息計算を年金利回り法で計算し直す方法がとられる。ただ、一般には計算が複雑なため、戻し利息の計算の一方法として七・八分法が用いられている。⁽³⁹⁾

七・八分法による未経過利息の計算は、次の式によって算出される。

$$\frac{R(R+1)}{2} \times \frac{n(n+1)}{2}$$

n .. 割賦回数

R .. 残り回数

また、割賦販売法において、アドオン方式の表示金利は、実質金利との乖離が大きく、一般消費者の誤解を招くおそれもある。そこで、割賦販売手数料、ローン提携販売手数料の実質年率による表示義務が課されていること⁽⁴⁾もあり、実際には、アドオン金利のみで表示されることはなく、年金利回り法による実質金利も併せて契約書に表示されている。

(第21図)

手数料

					1
				1.5	0.5
			2.0	0.5	0.5
		2.5	0.5	0.5	0.5
	3.0	0.5	0.5	0.5	0.5
3.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5

1

2

3

4

5

6

賦払期

□ 頭金部分

▨ 分割払部分

ロ、顧客手数料が賦払いの方法で入金されていると仮定した場合、割賦基準により収益計上することができるか。仮に、顧客手数料が賦払いの方法で入金されていると考えられたとした場合には、発生した収益は第21図のように、頭金部分と分割払部分とに分かれると考えられることになる。

しかし、この場合、毎回発生する顧客手数料を賦払の方法により支払を受けることを定型的約款に定めているものではないと考えられること、さらには、割賦基準の方法による経理における割賦損益は、役務提供の対価の額からそれに対応する役務提供の原価及び役務提供の手数を控除して計算すべきであるが、信販会社等の経理は第四章において見てきたとおり、役務提供の原価である支払利息等について、発生主義により損金の額に算入しており、役務提供の対価の額に対応する役務提供の原価等を控除した割賦損益となっていないと考えられることにより、信販会社等の経理方法は、現行法上割賦基準を適用しているものとは考えられない。

二 加盟店手数料の収益計上時期

信販会社等が加盟店から受け入れる加盟店手数料収益については、①立替払契約等の契約時に一括計上する、②顧客手数料と同様、分割計上する、と解釈が分かれ、経理処理が不統一となっているが、それぞれの主張の論拠は次のようなものとなっている。

(加盟店手数料収益を契約時に一括計上する)

①取引の形式に従えば、加盟店から收受する加盟店手数料は、加盟店契約に基づく信販会社等と加盟店との間における取引であり、顧客から収益する顧客手数料は、信販会社等と顧客との間における金融取引とは別個なものである。

② 加盟店手数料は、加盟店に対して代金支払の際、徴収することになっており、相殺という方法により一時に弁済を受け、返戻することはない。

③ あらかじめ自社の広告宣伝活動することにより、間接的に加盟店の販売信進が行われ、また取引のための顧客の信用調査も行っており、加盟店手数料はそれらの対価としての性格もある。

(加盟店手数料収益を分割計上する)

① 信販会社等が收受する手数料の徴求形態には、(イ)顧客からのみ徴求するもの、(ロ)顧客、加盟店の両方から徴求するもの、があり、両者は信販会社等と加盟店との力関係によって決まることが多い。また、加盟店手数料は、顧客手数料との合算額をもって代金の賦払及び回収に要する費用、貸倒損失等に対応する収益として認識される。

このように経済的效果が全く同一であるにもかかわらず徴求の形態すなわち契約上の違いにより異なる経理をすることは不合理である。⁽⁴⁹⁾

② 立替払取引等は、実質的には債権譲渡であり、加盟店手数料の性格は、加盟店から信販会社等に対する債権譲渡に当たっての値引きに過ぎない。

以上の主張を整理すれば、加盟店から加盟店手数料を受け入れる取引と、顧客から顧客手数料を受け入れる取引は同一取引と考えられるか、また、同一取引と考えられるとした場合に、その取引は割賦債権の譲渡取引と考えられるのか、というところに問題がしばられてくる。以下、その二点について検討を行う。

(1) 取引一体説と取引分離説

信販会社等が加盟店から受け入れる加盟店手数料について、その収益に対応する役務の提供が何であるのか明らか

でないところがある。そのようなところから、加盟店手数料、顧客手数料の収益を得る取引をどう考えるかについて、二つの見解が生じ得る。

① 加盟店手数料、顧客手数料のいずれの手数料であっても、信販会社から見るとクレジット取引という一取引に伴う手数料であるので性質は同じ（いわば取引一体説）。

② クレジット取引を、信販会社等と顧客との間における金融取引（立替払契約）と、信販会社等と加盟店との間における取引（加盟店契約）とに区分して認識する（いわば取引分離説）。

加盟店手数料を受けるための具体的な役務提供の原価とされる顧客の信用調査費用、債権管理費用及び債権貸倒れの危険負担料は、通常の金融取引においても生じる費用であり、顧客へ融資したことにより受け入れる利息（顧客手数料）の原価であるとも考えられる。結局、加盟店手数料の具体的な役務提供の原価は、固有には存在しないということになる。

また、加盟店手数料は、顧客からの返済回数⁽⁴³⁾の長短により利率が変動すること、さらに、同じ取引においても、信販会社等と加盟店との関係で、加盟店手数料を徴求しない場合があるが、その場合には加盟店手数料に相当する額が、顧客手数料に上乗せされ、その分だけ顧客手数料が高率になっていることなど、⁽⁴⁴⁾加盟店手数料と顧客手数料とは、相互に代替性、交換性がみられるような状況が生じている。⁽⁴⁵⁾

以上のように、加盟店手数料を得るための具体的な役務の提供が存在しないこと、及び加盟店手数料は顧客手数料と互換関係、代替関係にあることという現状の認識によれば、取引一体説と考えるべきであろう。

加盟店手数料を得るための具体的な役務の提供が存在するなどにより取引分離説と考えられる場合には、加盟店手

数料は役務提供の原価の発生に従い一括して収益に計上することになるが、取引一体説の場合、加盟店手数料を一括して収益に計上するか、分割して収益に計上するかは、なお見解が分かれる。

(2) 債権買取り取引と商品代金の融資取引

加盟店手数料、顧客手数料を得る立替払取引等の法的性質について、学説は、債権譲渡説、代位弁済説、契約上の地位の引受説、準委任説、金銭消費貸借説などに分かれるが、経済的実質から見ると、割賦債権の買取りと見るか、商品購入代金の融資と見るかの二つの見解に分かれる。

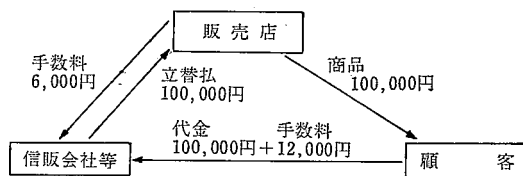
例えば、信販会社等は顧客に商品代金一〇〇、〇〇〇円を融資し、加盟店手数料六、〇〇〇円と顧客手数料一二、〇〇〇円の手数料合計一八、〇〇〇円を受け入れる取引は第22図のようになる。

この例で、割賦債権の買取りと見る場合には一二、〇〇〇円の割賦債権を九四、〇〇〇円で加盟店から買い取ったことになる。図で示せば第23図のようになる。

この考え方では、加盟店手数料を商品の取引価額を構成する要素であると考え、手数料はすべて顧客が商品代金（割賦購入価格）に含めて負担していることになる。

そのように見ると、債権買取りは債権者との間における一種の金融取引であり、その債権額と取得価額との差額に相当する額は、経済的には弁済期間にに応じて算定される金利としての性格を有することから、割賦債権の買取りの場

(第22図)



合は、実質的には利息相当額とみることができるとは。したがって、加盟店手数料も顧客手数料の収益計上時期と同様、いわゆる残債方式により収益計上することになる。

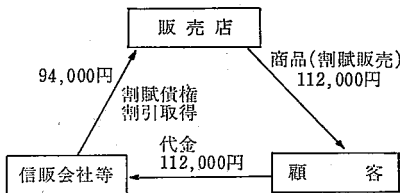
これに対して、商品購入代金の融資と見る場合には、顧客に代わり商品購入代金一〇〇、〇〇〇円を加盟店に立替払いし、その利息相当額一八、〇〇〇円のうち、六、〇〇〇円を加盟店から一括して受け入れ、一二、〇〇〇円を顧客から分割して受け入れるということになる。図で示せば、第24図のとおりである。

顧客から融資を受けるのに加盟店がその利息の一部を負担するのは、加盟店が自らは保有しないクレジット機能を信販会社等から提供を受けることにより、販売促進が図れるという効果があるからである。また利息の一部を加盟店に負担させることにより、信販会社等は、その分だけ顧客に低利で融資することができると、競争力が増し、取引の促進に貢献を受けるというメリットが生じる。

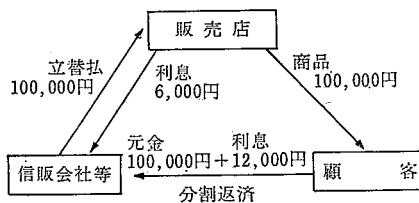
このように見ると、加盟店手数料は金融取引における加盟店による利子補給であると考えられ、それは加盟店に対して代金支払の際、相殺という方法により一時に支払を受け、返戻することがないのである。したがって、加盟店手数料の回収期に一括して収益に計上することになる。

以上のように、債権の買取りと見るか、商品代金の融資と見るかによって、一括して収益に計上する、分割して収益に計上すると結

(第23図)



(第24図)



論が異なってくる。

私見ながら、法的形式が立替払契約等であり、これを覆すだけの積極的理由もないので、契約形式に従った商品代金の融資を見て、加盟店手数料の回収期に一括して収益計上するのが妥当と思われる。

三 「保証料」の収益計上時期

信用保証取引における、分割返済に係る融資額等の「保証料」の収益計上基準についても解釈が分かれている。いわゆる「保証料」といわれるこの取扱手数料はアドオン方式により計算し、一括して前受けする場合と分割して支払を受ける場合がある。

信販会社等は金融機関等との保証契約によって保証債務を負うものであるが、提携する金融機関等が生命保険会社である場合には、集金業務まで行われるのが普通である。

収益計上基準の一つは、いずれの場合にも、この保証料は、役務の継続的提供という事実が、金銭消費貸借取引における金銭の使用のように明確でないので、保証契約によって収益が実現するという観点から、保証契約時に一括して全額を収益に計上するという処理である。

もう一つは、取引の形態要素が「金銭」を媒介とする信用取引に属するところから、保証料を金銭を媒介とする信用供与の対価として解することができ、利息と同じような収益の性格ということができ、この観点から、金利計算と同じように、契約によって定まった総額のうち、会計期間中の経過日数を基準として発生収益を計上し、未経過の金額を受け入れている場合には前受収益とする処理である。

しかし、保証契約時に一括して収益を計上することは、集金手数料等の固定的経費との期間的対応性を著しく欠く

こと、さらには、顧客に支払遅延が生じたときは、その都度信販会社等がその債務を代位弁済をし、顧客から回収しなければならぬなど、本質的には信販会社が金融機関から借り入れて、顧客に貸し付けたのと同じようなものであると考えられることにより、ここに保証という継続的役務の提供という事実を認めることができる。

この保証料収益は、結局のところ銀行業における信用貸与の保証料と同様、与信業務収益の性格から、その保証金額の残高（金融機関における貸付残額）に対応して保証という役務を提供しているものであり、保証金額の残高につき期間の経過に従って収益計上すべきものと考えられる。⁽⁴⁶⁾

四 公正妥当な会計処理基準との関係

信販会社等の経理実務においては、割賦信用の供与による賦払代金の賦払返済の立場から、収益認識基準に割賦基準の適用が長年の慣行となつているところもある。しかしながら最近実務においても、信販会社等の取引が巨大化してきたことに伴い、割賦販売に準じた取引という考え方に疑義が生じてきている。

このように近年の実務界における取引慣行の急速な拡大に反して、会計処理基準の統一整備の遅れが主要課題となつている。

このことは、昭和五十八年七月に発表された消費者信用産業懇談会の報告にも「例えば、各種与信システムの経理上の取扱いや不良債権や償却基準に相違がみられ、この結果、消費者、加盟店はもとより金融機関等も経理の内容を充分理解できない状況にある。したがって、金融機関や一般投資家等が経営内容を正確に把握しうるよう、経理基準の統一が必要である。」と指摘されている。さらに、資料集によれば「九・経理基準の不統一」として次の事項が具体的に指摘されている。

- ① 取引高については、契約額を示す場合と、契約額に手数料を加算する場合とがある。
- ② 手数料の計上時期について、加盟店手数料（代行手数料のこと）入金時に一括計上する場合、顧客に対する請求期限到来時点で計上する場合、及び各々の手数料の入金時に計上する場合等がある。
- ③ 売掛金についても、契約額を計上する場合、契約額に手数料を加算する場合、さらに、契約額と手数料に提携ローン等の債務保証額を加算している場合等様々な処理がみられる。
- ④ 貸倒引当金の対象債権についても、売掛金同様、契約額、契約額の手数料、契約額と手数料と債務保証額等の各場合がみられる。

新しい商品開発、取引慣行が、実際の実務面でどんどん進展しており、異業種からの新規参入の増大、信用供与形態の複雑化、業務の多様化、会計処理方式の多様化などの変動の激しい業界の実態を考えれば、会計処理基準の整備統一化は一日も早く望まれる。そのため、事業協会、及び日本公認会計士協会等において検討が進められている。特に、日本公認会計士協会では「信販・クレジット業部会」が発足し、信販業の会計処理の標準化に精力的に取り組まれている。

こうした動きの中で、関係行政官庁である税務当局としては、日本公認会計士協会等の検討過程に注目し対応していく必要がある。

- (1) 中村忠著「現代会社学」四五頁。
- (2) 昭二十七年調整意見書 総論・第一・二。
- (3) 昭二十七年調整意見書 総論・第一・二・付記(1)。

- (4) 渡辺進著「税務会計論」三八頁参照。
- (5) 昭二十七年調整意見書 総論・月二・一参照。
- (6) 渡辺進 前掲書三九頁参照。
- (7) 中村忠 前掲書四四頁。
- (8) 中村忠 前掲書三八頁。
- (9) 中村忠 前掲書五二頁参照。
- (10) 飯野利夫著「財務会計論」三三二頁参照。
- (11) この点について、佐藤亨稿「費用収益対応の原則の税務適用」五二頁は、「収益と費用を対させるについては必ずしも収益を主とすべき理由も認められない。一般にはどちらかと言えば費用が売上上に先立って発生し定まっていることが多いのであるが、双方対等な位置において考えなければならない場合もあるものと思われる。……勿論かかる場合において、……かかる処理が妥当であるとして一般に受け入れられるものでなければならない。」と述べている。
- (12) 三森茂郎Ⅱ我妻悟著「割賦販売の理論と実務」一三〇頁。
- (13) 右山昌一郎Ⅱ岡崎和雄稿「割賦販売等に関する会計、税務の諸問題」月刊クレジット三二一号五七頁。
- (14) 三森茂郎Ⅱ我妻悟前掲著一三一頁。
- (15) 品田誠平稿「月賦販売の会計」品田誠平編「月賦販売の法律、会計、税務」一九七頁。
(By WoA. Potonand A. C. Littleton An Intradaction to Corporate Accounting Standorido 1940 よりの引文用)。
- (16) 徳永忠昭稿「収益の認識について」経理情報三三八号二四〇二九頁。
- (17) 深見義一編「マーケティング講座(6)販売金融」二七六頁。
- (18) 深見義一編 前掲稿二七一〇二七二頁。
- (19) 深見義一編 前掲稿二七二頁。
- (20) 法人税法第六二条、同施行令一一九条。
- (21) 中村清稿「月賦販売の記帳と税務」品川誠平前掲編三六〇三三九頁。

- (22) 中村清 前掲稿二三九頁。
- (23) 三森茂郎『我妻悟 前掲著一七八頁。
- (24) 徳永忠昭 前掲稿二七頁。
- (25) 国際会計基準書 第二二項、第二三項。
- (26) 国際会計基準書 第一六項。
- (27) 国際会計基準書 第一七項。
- (28) 徳永忠昭 前掲稿二八頁。
- (29) 徳永忠昭 前掲稿二七頁。
- (30) 東京地判、昭四十六・十二・十六(判例時報六七三号五五頁)では「分割払手数料に金利としての性質があることは否めないが、その他、信用調査費、貸倒引当金、その他の事務費用が含まれているものと考えられる。」として、利息制限法の適用を否定した事例がある。
- (31) 契約の法律上の形式は、立替払契約である。
- (32) 奥鶴雄稿「信販業の経理基準統一問題」月刊クレジット三二〇号七頁。
- (33) 深瀬安正稿「信販・クレジット業における会計処理基準の標準化をめざして(8)」経理情報三六九号三五頁参照。
- (34) 深瀬安正 前掲稿三五頁参照。
- (35) 奥鶴雄 前掲稿七頁。
- (36) 行政管理庁「日本標準産業分類」三六八頁。
- (37) 徳永忠昭 前掲稿二七頁。
- (38) 金融財政事情研究会編「消費者ローンの実務」三〇頁。
- (39) 金融財政事情研究会編 前掲書三〇頁。
- (40) 金融財政事情研究会編 前掲書三一頁。
- (41) 割賦販売法第三条。

(42) 深瀬安正 前掲稿(2) 経理情報三七三号二五頁。

(43) 立替払の場合の加盟店の手数料

(日本信販)

顧客の支払回数	手数料率 (取扱金額に対して)	加盟店への支払方法
三回払	五%	翌月五日 現金
六回払	六%	支払日より二ヶ月後の五日を支払期日とする信販会社振出しの約束手形
一〇回払	六%	支払日より三ヶ月後の五日
一五回払	六%	支払日より四ヶ月後の五日
二十回払	七%	支払日より五ヶ月後の五日

出典…日本経済新聞社編「現代のクレジット産業」二三頁。

(44) 手数料の状況

種	類	料	
		アドオンによる表示	実質年率による表示
ショッピングクレジット	利用者手数料	月〇・六五% 一・九五% (三三回払)	一年 一・七五% 一四・二五%
	加盟店手数料	取扱高の四・五%	
ソニークレジット	利用者手数料	五・〇〇% (三三回払)	一年 一八・〇〇% 二九・七五%
	加盟店手数料	なし	

オートローン

利用者手数料	五・八四％～四五・四三％ (六回払) (四八回払)
加盟店手数料	なし
	年 一九・一〇％～二七・七〇％

出典…株式会社有価証券報告書(第二三期)

割賦債権買取	割引料	アドオン 年一三・五％	実質年率 年二四・〇％
--------	-----	----------------	----------------

出典…日立クレジット㈱有価証券報告書(第二七期)

(45) 奥鶴雄 前掲稿一〇頁。

(46) 奥鶴雄稿「信販業の収益計上基準(下)」月刊クレジット二七六号八頁。

おわりに

信販会社等の手数料の収益計上をいつ行うのかというのは、本稿で検討してきたとおり、手数料に係る取引をどのような性質に解するかによるのであるが、しかし割賦購入斡旋等のクレジット取引が、直接商品を販売するものではないが、それに準じた取引として、法人税法の割賦販売の規定に準じて取り扱われ、慣行化している面もあることは否定できない。その根拠となっていたのは、「専門店会に対する法人税の取扱いについて」(昭和三十一・七・五直法一―一二六)及び「家庭用電気器具割賦債権買取制度に対する法人税の取扱いについて」(昭和四十四・十一・五官審〔法〕四)という古い個別通達によっての会計慣行であらう。

しかし、一方においては、これらの個別通達の発遣された時代の信販会社等のクレジット取引と、取引が巨大化し

てきて、複雑、多様化してきた現在のクレジット取引とでは、取引内容に大きな差異があり、クレジット取引を割賦販売に準じた取引であるとする考え方にも疑義が生じ、問題化してきたところである。

信販業の会計処理基準の統一については、消費者信用産業懇談会（通産省産業政策局長の私的諮問機関、座長・矢島保男早稲田大学教授）で、当産業に属する各企業の経理基準統一の提言がなされていたが、それを受けた形で昭和六十年三月二十日に割賦販売審議会金融部会経理基準問題分科会（通商産業大臣の諮問機関、主査新井清光早稲田大学教授）及びクレジット産業経理基準問題委員会（通産省産業政策局長の私的諮問機関、委員長勝島敏明日本公認会計士協会常務理事）による共同報告として「クレジット産業に係る会計基準の標準化について」が公表された。この報告の中では、信販会社等の受け入れる手数料の収益計上について、現行実務通り、複数の方法を選択適用することができるとされている（報告第三の二）。

しかし、ここでの検討は会計処理よりむしろディスクロージャーの面で各社の比較が可能なような手当てに重点が置かれたものであり、体系的、総合的な会計処理基準の検討が行われたものではない。

今後とも、税務上の取扱いを含め、体系的、総合的な会計処理基準の確立に向けて検討が継続されるべきものと考ええる。