

# 冠婚葬祭互助会存在の意義検証 ～前金ビジネスの取扱を中心として～

1150489 山村未紗

高知工科大学マネジメント学部

## 要旨

葬儀業界への就職活動を機にこの業界が主催する冠婚葬祭互助会(以下互助会と記す)において解約争議が多発していることを知った。本稿では互助会の存在意義をその歴史的成立経緯及び法整備、更には取引処理方法としての割賦販売適用の是非分析を通して検証する。互助会とは割賦販売法が適用される前払式特定取引業であり、互助会は相互扶助の精神を源に誕生、その後前金ビジネスとして発展し、消費者保護を目的に割賦販売法が適用された。しかし互助会の取引は割賦販売というより積立の性質が強い。互助会の取引に割賦販売の概念を拡大適用したことが互助会を巡る問題の所在と言える。しかし本来積立業務は多くの規制の下、金融機関が行う業務である。それを安易に互助会が行うことに無理がある。法整備、取引の処理の適正性からもはや現代社会において互助会存在の意義はないと結論づけた。

## 目次

### 1. 冠婚葬祭互助会

#### 1.1 冠婚葬祭互助会概要

#### 1.2 冠婚葬祭互助会の歴史

#### 1.3 冠婚葬祭互助会の法的規制

### 2. 割賦販売法と割賦販売

#### 2.1 割賦販売法とは

#### 2.2 割賦販売とは

#### 2.3 前金ビジネスへの割賦販売法における規制

#### 2.4 割賦販売法における互助会の特殊性

### 3. 割賦販売収益の認識と会計原則

#### 3.1 割賦販売における収益の認識

#### 3.2 割賦販売(後払い)へ発生主義と実現主義の適用

#### 3.3 冠婚葬祭互助会への適用

### 4. 冠婚葬祭互助会存在の意義

#### 4.1 冠婚葬祭互助会と割賦販売法

#### 4.2 冠婚葬祭互助会と金融業の規制比較

#### 4.3 冠婚葬祭互助会存在の意義

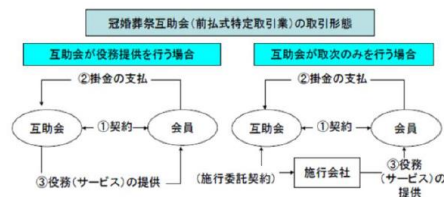
《引用・参考文献》

## 1. 冠婚葬祭互助会

### 1.1 冠婚葬祭互助会概要

冠婚葬祭互助会という事業(以下互助会と記す)についてその法定義は存在しない。したがって経済産業省が示した資料『冠婚葬祭互助会の解約手数料について』よりこれを引用する。それによれば「前払いの分割方式で会員から掛け金を預かり、通常よりも安い価額で葬儀や結婚式の役務の施行又はその取次を行う事業であり割賦販売法上前払式特定取引業に該当する、経済産業大臣の許可事業である。」またその取引形態には、①互助会が役務提供を行う場合と②互助会が取次のみを行う場合の2つがある。前者①は互助会が契約と役務(サービス)提供の両方を行うもので、後者②は契約を互助会が行い、役務(サービス)の提供は委託契約をしている施工会社が行うものである。施工会社は互助会の子会社であることが多い。

図表1：冠婚葬祭互助会の取引形態



経済産業省『冠婚葬祭互助会の解約手数料について』p3

上述2つの事業形態に関わらず互助会の特徴は、①入会(代金回収終了)と役務提供との時間的隔たり、②葬儀における施工タイミングの不確実性、③加入者(故人)と役務提供を受ける者(喪主)が異なるなどである。

互助会は最近、解約しづら、高額な解約手数料、強引な勧誘が問題視されている。判決事例では、平成25年1月25日に冠婚葬祭費分割積立契約の中途解約に対する解約条項を「無効」とする判決がでた。これを不服とする大手互助会事業者セマは上告していたが、平成27年1月20日付でこの上告不受理決定が下り、上述平成25年1月25日の大阪高裁判決が最終判決となりセマに元契約者へ約2万～約6万円/1人の手数料返還を命じた。(日本経済新聞朝刊2015, 1, 23) この事例はごく最近のことだが争議はここ数年、頻発している。その要因は消費者側の理解不足と互助会側の会計情報を含めた説明不足にある。加えて私は互助会事業が「前金ビジネス」であることも要因だ。

図表 2：冠婚葬祭互助会に関する苦情・相談件数

苦情・相談件数									
年度(平成)	16	17	18	19	20	21	22	23	24
「互助会」に関する苦情・相談件数	2,702	2,740	3,030	3,160	3,295	3,449	3,440	3,768	3,477
(内解約相談件数)	(1,891)	(1,865)	(1,989)	(2,046)	(2,019)	(2,107)	(1,953)	(2,054)	(1,958)

消費者庁『冠婚葬祭互助会に関する全国の消費生活相談について』より著者作成

### 1.2 冠婚葬祭互助会における前金ビジネスの背景

前金ビジネスとは先に支払いを受け、その後に商品またはサービスの提供をするものである。キャッシュ・アウト・フローに先立ちキャッシュ・イン・フローが獲得でき資金繰りが楽であり、また貸倒れリスクがないことが事業者メリットである。一方留意点は中途解約リスクと預り金たる前受金の保全である。前金ビジネスでは英会話教室やエステ事業等で近年多くの倒産問題が生じている。前金ビジネスの事業破綻に共通するのは解約での資金流出や前受金収入の安易な事業拡大流出による財務体力喪失である。

このように前金ビジネスは多くの問題を起こしてはいるが、収入が支出に先だって得られる点はやはり事業上の大きな魅力である。互助会もこれに基づき事業展開しているが、鶴蒔氏は互助会についてはその根本は日本の相互扶助精神にあり、大切な儀式や行事の際、村全体で相互に無償奉仕し合う習慣を持っていた。鎌倉時代中期には貨幣経済が活発化し相互金融組合である頼母子講(無尽)が登場した。その後発展を続け明治時代には大規模で営業を目的とした頼母子講(無尽)が登場し地域密着型の相互銀行へと発達したとしている。(鶴蒔 pp58-60)

では近代的な「事業」としての互助会システムはいつ登場したのであろうか。消費者庁は、「互助会もそうした相互扶助理念のもとに戦後の所得水準が低くかつ物資も乏しい時代に、冠婚、葬祭という不時の出費に備えて加入者が月掛金を拠出し、衣裳や祭壇等を共同で購入し、利用することを目的として始まったものである。その後、営利企業として会社組織をもって互助会事業を行うものが各地に誕生」(消費者庁 HP『第 8 次国民生活審議会消費者政策部会報告』)と説明している。

上述の通り現在展開している互助会は、相互扶助の社会組織として社会の必要性から登場したと言えよう。つまり事業者・加入者ともに互助会の本来の目的は相互扶助であった。しかし現実には多くの事業者が営利を目的とし、加入者は積立てを目的としており、互助会を取り巻く環境は単なる相互扶助からは変化しているのである。次節ではそのような環境の変化を法律整備の観点から整理してみる。

### 1.3 冠婚葬祭互助会の法的規制

最初の互助会は昭和 23 年 8 月に横須賀に誕生したと言われている。

昭和 30 年代には全国に約 40 社、昭和 40 年代に約 350 社に増加。しかし昭和 48 年までは消費者が法律で守られておらず引越し等でその地域を離れる際、掛金は返ってこなかった。解約問題や勧誘の不手際が起こるに至り政府(経済産業省)は法的整備を進めていかざるを得なくなった。

まず消費者保護目的で昭和 47 年割賦販売法が改正され互助会の前払式特定取引業に割賦販売法が適用された(施行は昭和 48 年)。次いで昭和 48 年に互助会業界の業界団体である一般社団法人全日本冠婚葬祭互助協会が、通産省(当時)の指導により設立された。この協会は、その後継続的に通産省(現経済産業省)の指導の下業務約款整備に取り組んだ。その中で解約に関する約款も規定された。更に昭和 56 年、59 年、平成 13 年、21 年に割賦販売法の他に特定商取引法等が整備され、解約条項も改正された。また法制定ではないが先に述べた平成 25 年大阪高裁での解約手数料条項無効判決を機に、経済産業省は解約問題に対応せざるを得なくなり、研究会を設置し指針を公表している。

法的立場を概観すると消費者保護の必要性からまず規制が設けられ、その後互助会取引処理に当時存在していた割賦販売の概念を拡大し適用したと言える。

## 2. 割賦販売法と割賦販売

### 2.1 割賦販売法とは

割賦販売法(昭和 36 年法律第 159 号)では、この法の目的を「割賦販売等に係る取引の健全な発達を図るとともに、購入者等の利益を保護し、あわせて商品等の流通及び役務の提供を円滑にし、もつて国民経済の発展に寄与すること」としておりその運用にあたっては「割賦販売等を行なう中小事業者の事業の安定及び振興に留意しなければならない。」としている。消費者信用取引の量的拡大と取引形態の多様化を背景に昭和 47 年割賦販売法改正で、消費者保護立法としての性格を持つようになった(千葉 1982 p11)とされ、5 種類の取引に適用されている。

図表 3：適用される取引

取引	対象	支払条件
①割賦販売	指定商品・指定権利・指定役務に限定	2ヶ月以上にわたり、かつ3回以上に分割して支払う
②ローン提供販売	指定商品・指定権利・指定役務に限定	2ヶ月以上にわたり、かつ3回以上に分割して支払う
③包括信用購入あっせん	商品と役務の全てと指定権利	2ヶ月以上にわたるものであれば1回・2回支払いも対象
④個別信用購入あっせん	商品と役務の全てと指定権利	2ヶ月以上にわたるものであれば1回・2回支払いも対象
⑤前払式特定取引業	商品と政令で定める役務	2ヶ月以上にわたり、かつ3回以上に分割して支払う

藤田裕[2013]『図解で早わかり最新消費者契約法・特定商取引法・割賦販売法のしくみ』株式会社三修社 p199

互助会の行う積立金徴収取引は上図表 3 の⑤に該当する。

前払式特定取引業とは経済産業大臣の許可を受けた特定の事業者に対し、会費などの名目で代金を支払うことで特定の商品やサービ

の提供を受ける取引である。(藤田 pp198-227)また取引対象は商品と冠婚葬祭儀式のための施設提供・衣装その他の便益の提供及びこれに付随する物品の給付(藤田 p201)である。

これは割賦販売の概念拡大の結果だ。そもそも消費者信用取引の古典形態は割賦販売であったはずだ。以下その割賦販売の原形を確認していく。

## 2.2 割賦販売とは

割賦販売法の定める割賦販売とは「一購入者から商品若しくは権利の代金を、又は役務の提供を受ける者から役務の対価を二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」(割賦販売法)である。割賦販売には互助会の様に前払式のものもあるが、昭和43年割賦販売法改正法案可決の際に「前払式割賦販売については、当面、法改正の趣旨に従い極力消費者保護に努めるとともに、近い将来、通常の割賦販売形態に移行するよう検討すること」(横田p149)と付帯議決が行われていることから原則後払いのことだと理解できる。

前払式割賦販売と前払式特定取引業は一見同じに思えるが前払式特定取引業は前受金ではなく積立金の性質が強い。またこの昭和43年の法改正は消費者保護のため前払式割賦販売への規制を強化したものである。前払式割賦販売は貧しい庶民と豊かな事業者という力関係のイバランスを前提(横田p149)に事業者が先に商品を渡すことで生じる貸倒れリスクを回避するための仕組みであり、割賦販売法も消費者保護というよりは事業者保護の色合いが強い。さて本来の割賦販売は後払いであるが、割賦販売法が適用されている取引の中には前払いのものが2つある。それが前払式割賦販売と前払式特定取引業である。

## 2.3 前金ビジネスへの割賦販売法における規制

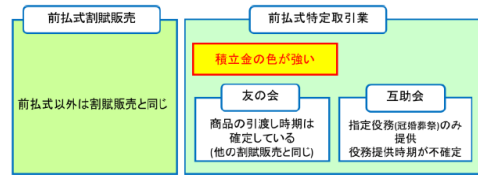
前払式割賦販売法と前払い式特定取引業は割賦販売法の適応を受けている前金ビジネスである。割賦販売法内でも同じ規制が適用されており、①経済産業大臣の許可制②営業保証金供託の義務③前受金保全措置の義務などがある。

まず①の経済産業大臣の許可判断基準は法人化の義務付け、経常収支率が100%以上、流動比率が80%以上、資産一負債>資本金などがある。次に②では割賦販売業の供託は担保(保障)供託の営業保証供託に分類され、「営業者がその営業活動により生ずる債務ないし損害を担保するためにする供託」(法務省 HP 供託 Q&A)である。さらに③前受金保全措置義務とは年2回の基準日(毎年3月31日と9月30日)に前述の供託金を除く契約で受け取った前受金の一部又は全額の1/2を供託又は前受金業務保証金供託契約の義務である。このように前払式割賦販売と前払式特定取引業には単なる販売とは思えない規制が設けられている。次節では前払式割賦販売と前払式特定取引業に分類される互助会の特殊性をみていく。

## 2.4 割賦販売法における互助会の特殊性

前払式割賦販売法と前払式特定取引業の違いは前払式特定取引業の積立性である。(図表4)

図表4：前払式割賦販売と前払式特定取引業の違い



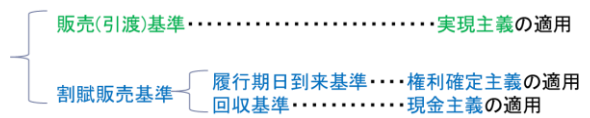
また友の会と互助会は同じ前払式特定取引業に分類されているが、友の会の代金支払い終了後すぐ商品を提供するという点は前払式割賦販売と同じである。一方互助会は消費者が代金支払いを終えても役務提供の時期が不確定である。よって互助会は割賦販売法適用取引の中でも特殊なものだといえる。では会計処理は割賦販売法に適用されているものと同じでよいのだろうか。次節ではまず割賦販売収益の認識について整理していく。

## 3. 割賦販売収益の認識と会計原則

### 3.1 割賦販売における収益の認識

割賦販売の収益認識基準には販売基準と割賦販売基準がある。

図表5：割賦販売収益の認識基準



武田隆二[2004]『簿記Ⅱ〈決算整理と特殊販売〉[第4版]』p198より著者作成

商品売買は原則販売基準(金銭の受け渡しではなく、商品が販売された時点で収益を計上)が適用される。しかし割賦販売は代金の回収が長期に亘るため履行期日到来基準と回収基準と言われる2種類の割賦販売基準が適用することができる。割賦販売に関わらず、収益は実現主義、費用は発生主義の適応を受けるが、次節では発生主義、実現主義を整理した上でこれらの割賦販売への適用について見ていくことにする。

### 3.2 割賦販売(後払い)へ発生主義と実現主義の適用

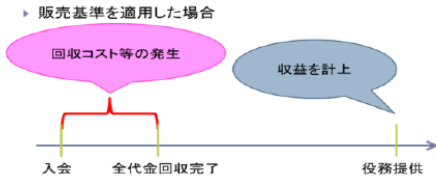
一般に費用は発生主義に、収益は実現主義に基づき認識する。発生した費用のうち、その会計期間の収益獲得に貢献した部分だけをその期間の発生費用として認識・計上する。またこれを費用収益対応の原則という。以下では割賦販売(後払い)に対する発生主義、実現主義、費用収益対応の原則の適用を見ていく。

まず販売基準を適用した場合、商品販売時に収益を認識しその後費用が発生している。これは費用収益対応の原則に沿うことができ問題はない。一方割賦販売基準を適用した場合、すでに商品を提供しており、加えて収益と費用が同時に認識できる。よって割賦販売に割賦販売基準の適用に納得がいく。では互助会はどうであろうか。

### 3.3 冠婚葬祭互助会への適用

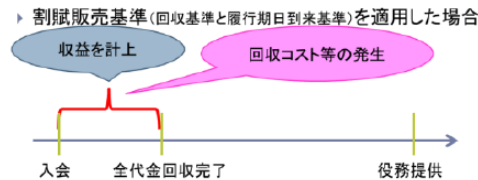
前節で割賦販売(後払い)への割賦販売基準適用が適切であることがわかった。では互助会に適用した場合どうなるのか。

図表6：互助会へ販売基準を適用した場合



互助会は役務(サービス)提供が商品の販売にあたり、これを収益として計上する。一方費用発生は入会から代金回収完了までの期間である。この収益と費用を費用収益対応の原則から考えると回収コスト等費用の計上時期が実際の費用発生時期とかけ離れたものになってしまう。

図表7：互助会に割賦販売基準を適用した場合



互助会へ割賦販売基準を適用した場合は、商品である役務提供が行われておらず収益を認識することはできない。販売基準、割賦販売基準どちらを適用しても互助会には適していない。互助会は特殊なものであるといえる。

## 4. 冠婚葬祭互助会存在の意義

### 4.1 冠婚葬祭互助会と割賦販売法

これまで互助会は割賦販売法の中でもまた会計処理の立場からも特殊なものであると指摘した。互助会への割賦販売法適用、改正内容は正しいのだろうか。先に見てきたとおり互助会に対しては、事業者保護とも取れる法改正や既存の割賦販売の概念を拡大し無理に互助会に適用させ結局金融業のような規制を敷いている。解約条項は経済産業省指導の下設けたものであり、解約問題は経済産業省が誤った指導の結果であるとも言える。そもそも頼母子講の形から発展した互助会事業は割賦販売ではなく金融業に近い。解約問題は経済産業省が割賦販売の概念を拡大し互助会に割賦販売法を適用した結果であった。

上述のとおり互助会事業は金融業に近い。次節では金融業の規制と互助会の規制を比較する。

### 4.2 冠婚葬祭互助会と金融業の規制比較

ここでは金融業である銀行の許認可制を例に、互助会の許可制と比較する。銀行には資本金10億円以上(図表11)などに厳しい規制がある。しかし互助会にはそうした事業規模に関する規制がない。

つまり互助会には金融業ほどの財務的体力がない。それほど厳しい規制が設けられていない。

図表8：銀行と互助会の規制比較

銀行業の許認可制(銀行法)	互助会の許可制(割賦販売法)
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 内閣総理大臣の免許が必要</li> <li>● 株式会社であり次の機関を置く <ul style="list-style-type: none"> <li>取締役会</li> <li>監査役会または委員会</li> <li>会計監査人</li> </ul> </li> <li>● 取締役にも銀行を経営する適格性があるかの審査あり</li> <li>● 資本金10億円以上</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 経済産業大臣の許可が必要</li> <li>● 法人化の義務付け</li> <li>● 経常収支率が100%以上</li> <li>● 流動比率が80%以上</li> <li>● 資産-負債&gt;資本金</li> <li>● 資本金は <ul style="list-style-type: none"> <li>● 営業所が50以上:1億円</li> <li>● 営業所が10以上50未満:5千万円</li> <li>● その他:2千万円</li> </ul> </li> </ul>
など	など

### 4.3 冠婚葬祭互助会存在の意義

互助会は相互扶助を目的に誕生・展開してきたが、現在互助会は営利を目的とし、消費者は積立を目的としている。消費者の目的が積立である以上互助会には金融業相当の社会的責任が求められる。しかし互助会には金融業程財務的体力がない。また割賦販売法で消費者を保護しているように見えるが、互助会事業は割賦販売の概念を広げ、無理に割賦販売法を適用したものであった。この弊害として社会問題が起きていると考える。このため私は現在において互助会存在の意義はないと考える。

#### 《引用・参考文献》

週刊東洋経済[2013]『相続税から葬儀まで今知りたい終活』東洋経済新聞社  
 経済産業省[2013]『冠婚葬祭互助会の解約手数料のあり方等に係る研究報告書』  
 経済産業省商務流通保安グループ 商取引監督課[2013]『冠婚葬祭互助会の解約手数料について』  
 経済産業省流通グループ 取引信用課[2011]『割賦販売法について(後払い)』  
 川井十郎[1998]『冠婚葬祭はこれで安心』株式会社ぱる出版  
 鶴崎靖夫[2012]『21世紀型互助会のすゝめ—百年企業をめざす、くらしの友の挑戦—』株式会社IN通信社  
 千葉恵美子[1982]『消費者信用取引と割賦販売法第五条・六条(1)』北大法学論集  
 消費者庁[2013]『京都消費者契約ネットワークと株式会社レバ及び株式会社らくらくクラブの控訴審判決について』  
 消費者庁[2013]『冠婚葬祭互助会に関する全国の消費生活相談について』  
 横田貫一[1990]『割賦販売形態の実態と法規制の行方』山口経済学雑誌  
 日本経済新聞朝刊[2015.1.23]『解約手数料の「無効」確定、冠婚葬祭積み立て、業者に返金義務』  
 藤田裕[2014]『図解で早わかり消費者契約法・特定商取引法・割賦販売法のしくみ』  
 斎藤静樹[1993]『財務会計』株式会社有斐閣  
 上野清隆[2010]『財務会計の基礎』株式会社中央経済社  
 武田隆二[2004]『簿記Ⅱ<決算整理と特殊販売>(第4版)』税務経理協会