

## カードの貨幣・信用論的分析と若干の実証 - 英独仏を中心に -

熊本学園大学 岡本 恵也

大阪市立大学 高濱 和博

### < 報告要旨 >

世界の金融最成熟国である米国においては「小切手社会からカード社会へ」という標語を連邦準備制度理事会の公式レポートにすでに見出すことができる。家計部門においては小切手がほとんどほとんど流通していない日本においても「現金社会からカード社会へ」という標語が人口に膾炙するようになるのも決して遠い将来のことではないだろう。しかしながら、この歴史的転換についての問題意識は学術研究の分野では確実に遅れており、未だ本格的な理論的研究の対象になってはいない。われわれは本報告で、比較的なじみの少ない欧州主要国（英独仏）での事例を基に、この極めてエキサイティングで、未知なテーマにチャレンジしたい。

カードの普及は日米英独仏といった先進成熟資本主義国に共通する現象である。大銀行を始めとしてカード業務はリテールバンキングの主戦場となっている。銀行の伝統的業務はホールセールバンキングであったが、この業務の相対的な衰退とともに、銀行は新たな収益基盤としてリテールバンキングへ経営戦略を転換せざるをえなくなった。

リテールバンキングは富裕層に限らない家計・個人との小額かつ雑多な金融取引を中心とするが、この業務は IT 技術の発達により装置産業化し、規模の経済効果が働いて初めて収益が見込めるようになるとされる。だが、IT 技術がリテールバンキングをもたらしただけという「機械論」ではなく、銀行のホールセールバンキングからリテールバンキングへの経営戦略の転換が IT 技術の導入、活用によって銀行ビジネスとして現実化したという理解が肝要である。

銀行経営戦略の主軸がホールセールバンキングからリテールバンキングへと転換することは、生産金融から消費金融への転換を意味するものである。一般消費者が日々繰り返す消費行動は、例えば食料品、医療サービス、公共交通サービスおよび耐久消費財のように、多種多様な財・サービスを対象として行われることが最大の特徴である。

こうして、かつて銀行中心であったカードビジネスはその電子情報システムと不可分であり、また一般消費者の消費行動と不可分であるという性格から近年はインターネット業者が参入し、かつ「ウォールマート」、「トヨタ」に代表される各国の大手の消費者向け企業が「産業銀行」として、カード事業に積極的に参入し、「カード大競争時代」に突入したといわれている。

しかし、にもかかわらず、先の先進資本主義国間にもカードの普及の程度、カードの形

態、機能、クレジットカードを主柱とする消費者信用の水準には、決して無視できない重要な差がある。「比較制度論」が強調する法律、制度、慣行、文化、宗教といった歴史的背景、経緯の相違がカード事業の展開、カードの多様性に色濃く反映している。この点に留意しながら、以下、主要先進国の消費者信用およびカードにかんする現況をまず統計的に把握可能な限りで確認したい。

次いで、その作業から明らかになる英米アングロサクソン、日本、欧州大陸国独仏の差違、カードビジネスの熾烈な競争を踏まえて、従来の銀行ビジネスにおけるクレジットカードの位置づけあるいは市場におけるカード専業会社や産業銀行など新規参入者の影響力を検討する。

さらに、貨幣・信用論的問題としてカード社会がもたらす「キャッシュレス社会」をどう見るかという根本的問題を提起しておきたい。

以上のような問題意識でカードビジネスを分析し、今後の動向を考えるに際して以下の3点に留意したい。

消費者信用における与信形態について： クレジットカードのシステムは米国で創出されたのであるが、今後グローバル化が進むにつれて欧州諸国でも米国方式のリボ型クレジットカードがスタンダードとなりうるのか否か？現在の多様性が強く残存し続けるとすれば、比較制度論的アプローチからすれば、いかなる要因が規定的と考えられるのか？法律、ビジネス慣行、生活習慣、文化、宗教等々。

消費者信用、就中カードビジネスにおける金融機関の優位性について： リテールバンキング、中でもカードビジネスを経営戦略の主柱としつつある、大手銀行のカードビジネスの寡占化は進行するのか、あるいは産業銀行、インターネット銀行およびカード専業会社といった新規参入組が対抗し、シェアを拡大するのか？

「キャッシュレス社会」の可能性について： 近年、日米は言うに及ばずヨーロッパでも急速、かつ本格的に普及してきた電子マネーがもたらす「キャッシュレス社会」では法貨は廃貨されるのか？金融政策への影響はどうなるのか？

< 討論者からのコメント >

名城大学 前田 真一郎

今回は、「カードの貨幣・信用論的分析と若干の検証」というタイトルの報告にて、欧州を中心に、カード社会の浸透が信用理論の中でどのように位置付けられるのか、非常に興味深い内容だと思い、コメントを引き受けさせてもらいました。私自身は、日本および米国のクレジットカード市場についての研究に比較的長く携わってきており、英・独・仏と

いった欧州のカード市場についてはそれほど詳しくはないのですが、英国や米国にて生活した経験なども踏まえ、以下の3点についてコメントいたします。

第一は、クレジットカードビジネスの意義と限界についてです。まずクレジットカードビジネスの意義としては、グローバル化する高度消費社会の媒体、金融機関から見たリテール金融業の拡大契機、家計および消費者に対する信用創造機能の提供、消費活動の活発化、消費者における将来キャッシュフローの平準化などが挙げられます。一方、限界としては、完全な安全性の確保、各消費者における適正な利用状況見極め、使いすぎに伴う個人破産の増加などが考えられます。これらの限界点は、社会的な問題を引き起こすこともあります。

第二は、銀行におけるクレジットカードビジネスの将来的位置付けについてです。具体的には、以下のような役割が考えられます。

- ・ 預金保有者の囲い込みツール(その際、デビットカードとの兼ね合いを検討する必要)
- ・ 決済およびクレジットサービスの両方ともに提供可能(消費者に対する信用創造可能)
- ・ 預金量の安定的確保。
- ・ サービス提供地域の地理的な拡大。
- ・ リテール金融ビジネス拡大の中核に(大手米銀のクレジットカード事業の利益比率は10~20%)
- ・ 相対的に高い金利、手数料収入の獲得 収益構造の転換に。
- ・ 信用を供与する際の債権管理能力が問われる(体系的な管理体制を作る必要性)
- ・ 債権管理・回収業務を自前で行うか専門会社に任せるかの経営判断(莫大な情報投資)
- ・ 相対的に高い金利にて信用を供与する際の社会的責任。

特に金融機関経営においては、リテール金融ビジネス拡大の中核であり、多くの銀行が積極的に取り組んでいます。同時に金融機関の格差をもたらすビジネスとなっています。

第三は、消費者信用市場における金融機関の比較優位についてです。米国において、消費者信用市場の中でクレジットカード業務は、必ずしも全ての銀行が行うものではなく、一部の大手銀行が圧倒的なシェアを握っています。その一方で、デビットカード業務は、預金保有者に対するサービスとして、銀行にとっては当たり前の業務となっています。決済に関わるビジネスあるいはそこから派生するビジネスについては、どこの国においても銀行の優位性が高いと思われそうですが、クレジットビジネスの段階に入ると必ずしも銀行が比較優位を持つ訳ではありません。今回、コメントの機会を得たので、私自身が理解不足な点について1つ追加のご説明を頂ければ幸いです。決済手段や信用取引が多様化する中で、今回の報告にあった英米にて銀行による消費者信用供与シェアが低下している点の示唆は大きいと思うのですが、それをもたらした要因として、何が大きいと考えられますか。

## < 報告者リプライ >

本報告では、独仏と比較して英米とくに米国で銀行による消費者信用供与シェアが低下していることを示す図表を提示しました。米国では、例えば日本での個品割賦のような販売方法の大半までもがクレジットカード払いに包摂されていることを考えれば、消費者信用の大部分はクレジットカードによって供与されることとなります。この米国の特徴を念頭においた上で、この図表を基に銀行のシェア低下を考察する際には次のような若干の留意が必要と思われます。

第1に、この図表における銀行はどのような主体を指すのか、という統計上の定義の問題があります。遺憾ながら、本報告時点では原資料 (ECRI:European Credit Research Institute, *Statistical Package 2004*) を入手できていないため詳細は分からないのですが、恐らくここでの銀行は従来の典型的な市中銀行を指すものと推測されます。

法的な事実確認が不十分なのですが、米国ではクレジットカード業務を行うためには銀行免許の取得が不可欠であり、例えば日本の信販系や流通系のクレジットカード専門業者の存在は有り得ない、ともいわれています。その通りであれば、非銀行カード事業者の台頭はそもそも有り得ないこととなります。しかし、本報告図表では銀行のシェア低下が示されていることから、スーパーマーケットの「ウォルマート」や自動車メーカーの「トヨタ」などが設立した「産業銀行」は図表の銀行には含まれていない可能性があります。

また、米国ではいわゆるメガバンクからコミュニティーバンクまで非常に膨大な数の銀行が存在し、また新規参入および撤退もしばしば繰り返されているようです。このような実態を考慮すると、例えば日本と比較しても銀行業への参入障壁はそれほど高くないのではないかと考えられます。

第2に、従来の銀行の預貸業務とは異なる、クレジットカード業務の特殊性を考えなければならぬと思います。参考までに、よくデビットカードとクレジットカードが対比されますが、両者の間には大きな違いがあります。前者は銀行の決済性預金口座 (Checking account) ひいては貯蓄性預金口座 (Saving account) に結びついているのに対して、後者は銀行の預金口座とは結びつかずに与信枠として供与されるクレジット口座 (Credit account) によって管理されているという点です。このようなクレジットカードの提供が可能なのは、個別の銀行から分離された個人信用情報機関 (クレジットビューロー) の発達により、クレジット業務に不可欠な信用情報が業界横断的に提供可能となっているからだといえます。極論すれば、クレジットカード取引では過去の利用履歴さえ問題がなければ必ずしも預金金額などとは関係なく与信枠が提供されるのです。このことが従来の銀行

のシェア低下とどのように関係しているのか。クレジットカード業務は銀行取引の付随サービスであるという従来の捉え方から、カードを中心とした銀行取引の拡大もしくはクレジットカードと典型的な銀行取引の分離、といった逆転的発想も可能であるということがあげられます。とくに近年では、カード事業の成否を握るカギとしては、各種の会員向優待サービスや付随サービスの充実度によって利用者に選別されるか否かが相当程度重要となっています。提携カードおよびアフィニティカードの著しい普及は、まさにこの点を示唆するものといえるでしょう。今やクレジットカードは従来の市中銀行が必ずしも優位に立てるとは限らず、利用者の多様なニーズに柔軟かつ緻密に対応できさえすれば、新規参入者が飛躍できる余地はあるといえます。

ちなみに、独仏のような多くの欧州大陸国では、英米型クレジットカードの普及およびクレジットビューローの発達は遅れており、デビットカードに一種の当座貸越が付加された支払猶予デビットカードがクレジットカードと「みなされて」使用される場合が多い、という点を述べておきます。

以上から、英米とくに米国で、いわゆる従来の銀行による消費者信用供与シェアの低下をもたらした要因としては、預貸業務とは異質のクレジットカード業務を中核に据えた新たな金融業者の市場参入がますます盛んになっていること、を指摘できると思われま

< 以上 >