

アメリカにおけるキャッシュレス社会の進展

— クレジットカードの利用拡大と金融市場の発達 —

前田真一郎

名城大学経営学部教授

要旨

アメリカは、キャッシュレス社会が進展しており、主要先進国のなかでもクレジットカードの利用比率が高い。アメリカにおけるクレジットカードの利用拡大は、消費者信用の拡大を通じて個人消費支出を押し上げ、経済成長を支えてきた。

クレジットカードの利用を通じて消費者信用が拡大することは、キャッシュレス化を促進する要因となる。それは、消費者信用が、流動性制約下にある家計や個人をその一時的な制約から解放し、消費の異時点間の最適な配分を可能にする役割を果たしているからである。その背景には、アメリカにおいてクレジットカードを中心とした消費者信用の利用が容易にできるような金融市場が発達したことがある。そのような金融市場の発達を推し進めたのは、アメリカの商業銀行であった。クレジットカード事業を始めた商業銀行は、クレジットカード支払いで繰り延べた債権に金利を付けて回収することで貸付収入を得るようになった。この結果、アメリカの消費者信用においてリボルビング・クレジットが増加していった。このリボルビング・クレジットの拡大は、歴史的に預金という安定的な資金調達源を持つ商業銀行がクレジットカード事業に参入したことによって達成された。アメリカにおけるキャッシュレス社会は、個人の消費活動を促進するクレジットカード利用の拡大と、そこから収益を生み出そうとする金融機関の活動があわさって進展してきたのである。

【目次】

- I. はじめに — アメリカの視角 —
- II. アメリカにおけるキャッシュレス化
- III. キャッシュレス化を促進することの意義
- IV. キャッシュレス化を促進した背景
- V. おわりに

I. はじめに — アメリカの視角 —

アメリカは、カード社会が進行していると言われる。実際、世界最初のクレジットカード会社であるダイナース・クラブは、1950年にアメリカで誕生した¹。クレジットカードは、「われわれの経済活動を大幅に変化させる金融革新の一例である」²。今やクレジットカードは、

世界各国で幅広く使われている。世界各国におけるカード利用動向を比較してみると、アメリカのクレジットカード発行枚数は9億万枚を超え、世界最多である【図表-1】。またアメリカの民間最終消費支出に対するクレジットカード利用比率は22%、デビットカード利用比率は18%に達し、いずれも日本を上回っている【図表-1】。またアメリカの民間最終消費支出に対するクレジットカード利用比率は、イギリスと比較しても高い。消費大国と言われるアメリカは、主要先進国の中でもクレジットカードの利用比率が高いのが特徴である。本稿では、アメリカにおけるキャッシュレス化の現状を捉え、キャッシュレス化を促進した背景およびその意義について明らかにしたい。その際、クレジットカードの利用拡大に着目し、アメリカを中心にキャッシュレス社会が進展した意義について考察したいと考えている。

【図表-1】 世界各国におけるカード利用動向（2014年度）

国	発行枚数（千枚）			民間最終消費支出（額）	単位	取扱高（左記の各国単位）			決済比率（%）			合計
	クレジットカード	デビットカード	E-マネー（プリペイドカード）			クレジットカード	デビットカード	E-マネー（プリペイドカード）	クレジットカード	デビットカード	E-マネー（プリペイドカード）	
韓国	92,321	154,084	26,288	742,539	10億ウォン	516,692	113,835	988	69.6	15.3	0.1	85.0
中国	455,095	4,480,623	-	24,350	10億元	-	-	-	-	-	-	-
日本	258,900	419,000	263,960	295,392	10億円	46,266	460	4,200	15.7	0.2	1.4	17.2
オーストラリア	23,435	41,264	-	914	10億オーストラリアドル	277	208	-	30.3	22.8	-	-
アメリカ合衆国	917,400	296,000	-	11,797	10億米ドル	2,631	2,130	-	22.3	18.1	-	-
カナダ	76,581	25,000	-	1,106	10億カナダドル	403	211	-	36.4	19.1	-	-
フランス	6,943	49,126	14,201	1,173	10億ユーロ	5	292	0	0.4	24.9	0.0	25.3
ドイツ	4,899	129,053	93,866	1,604	10億ユーロ	6	250	0	0.4	15.6	0.0	16.0
スウェーデン	10,078	12,022	-	1,802	10億スウェーデンクローナ	225	754	-	12.5	41.8	-	-
イギリス	56,927	97,813	-	1,180	10億英ポンド	134	471	-	11.4	39.9	-	-

- 注：1. 発行枚数及び取扱高は、BIS統計（<http://www.bis.org/cpmi/publ/d135.pdf>）より引用。
 2. 民間最終消費支出は、総務省「世界の統計 3-5 支出項目別国内総生産（名目GDP、構成比）」（<http://www.stat.go.jp/data/sekai/0116.htm>）より引用。
 3. 発行枚数及び取扱高（BIS統計）は年度（4月～3月）で集計、民間最終消費支出（世界の統計）は暦年（1月～12月）で集計。
 4. 決済比率は、「BIS統計」「世界の統計」を基にJCA（日本クレジット協会）にて作成。
 5. 取扱高及び決済比率については、必ずしも個人消費のみでなく法人による消費分（利用分）についても含んでいる可能性がある。
 6. デビットカードの取扱高については、delayed debitを含んでいる。
 7. アメリカ合衆国の発行枚数及び取扱高は、2013年度の数値であり、民間最終消費支出は2014年の数値。
 8. 日本のクレジットカード発行枚数及びクレジットカードの取扱高は、JCA統計より引用。JCA統計の数値は、年度（4月～3月）で集計。
- 出所：日本クレジット協会「日本のクレジット統計2015（平成27年）版」、2016年、44頁より作成。

II. アメリカにおけるキャッシュレス化

まず、アメリカにおけるキャッシュレス化の現状について見てみる。本研究では、キャッシュレス化とは、「現実の取引において貨幣の受け渡しが発生しない事態」と定義し、「ク

レジットカードやプリペイドカード等の登場によって現金が表面にあらわれなくなる事態」と捉えている³。ニルソン・レポートは、アメリカにおける消費者の支払手段をPaper、Cards、Electronicの3つに分けて数値を発表している【図表-2】。このうち現金（Cash）の取引金額構成比は、2009年の19.1%から2014年には16.7%へ、取引件数構成比は、2009年の32.6%から2014年には26.5%へ、それぞれ低下している。アメリカにおいては、現金の利用比率が低下しており、キャッシュレス化が進展しているのは明らかである。

【図表-2】 アメリカにおける消費者の支払手段

年 項目	2009					2014					2019予想				
	取引金額		取引件数		平均取引金額	取引金額		取引件数		平均取引金額	取引金額		取引件数		平均取引金額
	(10億ドル) (構成比, %)	(10億ドル) (構成比, %)	(10億ドル) (構成比, %)	(10億ドル) (構成比, %)	(ドル)	(10億ドル) (構成比, %)	(10億ドル) (構成比, %)	(10億ドル) (構成比, %)	(10億ドル) (構成比, %)	(ドル)	(10億ドル) (構成比, %)	(10億ドル) (構成比, %)	(10億ドル) (構成比, %)	(10億ドル) (構成比, %)	(ドル)
Paper	3,074.3	40.7	66.66	45.9	46	2,589.4	28.1	57.27	33.9	46	1,898.5	16.5	44.96	22.6	42
Cash	1,444.9	19.1	47.31	32.6	31	1,542.7	16.7	44.75	26.5	35	1,180.8	10.3	37.26	18.7	32
Checks	1,522.0	20.1	18.49	12.7	82	963.9	10.4	11.87	7.0	81	663.4	5.8	7.28	3.7	91
Money Orders	80.0	1.1	0.67	0.5	119	61.0	0.7	0.51	0.3	120	40.0	0.3	0.32	0.2	125
Official Checks	22.7	0.3	0.13	0.1	173	18.2	0.2	0.11	0.1	166	11.5	0.1	0.07	0.0	166
Travelers Cheques	4.7	0.1	0.06	-	82	3.6	-	0.04	-	91	2.8	-	0.03	-	87
Cards	3,491.1	46.2	69.78	48.1	50	5,290.2	57.3	98.95	58.6	53	7,696.6	67.0	134.74	67.7	57
Credit Cards	1,842.8	24.4	24.30	16.7	76	2,731.1	29.6	30.92	18.3	88	4,106.1	35.8	43.96	22.1	93
Debit Cards	1,431.2	18.9	38.57	26.6	37	2,262.0	24.5	59.23	35.1	38	3,249.8	28.3	80.76	40.6	40
EBT Cards	54.5	0.7	1.85	1.3	29	69.6	0.8	2.50	1.5	28	66.7	0.6	2.54	1.3	26
Prepaid Cards	162.6	2.2	5.06	3.5	32	227.6	2.5	6.30	3.7	36	274.0	2.4	7.48	3.8	37
Electronic	989.0	13.1	8.78	6.0	113	1,346.4	14.6	12.70	7.5	104	1,887.5	16.4	19.25	9.7	98
Preauthorized Payments	511.6	6.8	4.21	2.9	122	737.4	8.0	6.32	3.7	117	1,027.4	8.9	9.55	4.8	108
Remote Payments	477.5	6.3	4.57	3.1	104	609.0	6.6	6.38	3.8	95	860.0	7.5	9.70	4.9	88
Total	7,554.3	100.0	145.22	100.0	52	9,226.1	100.0	168.92	100.0	55	11,482.5	100.0	198.95	100.0	58

注：2019年予想はNilson Report。

出所：The Nilson Report, December 2015, Issue 1077, p.10 より作成。

それでは、アメリカ消費者の支払手段のうち、現金に代わり比率を上げているのは何だろうか。それはカードである。カードの取引金額構成比は、2009年の46.2%から2014年には57.3%へ、取引件数構成比は、2009年の48.1%から2014年には58.6%へ上昇しており、支払手段の過半を占めている。その主なものは、クレジットカードとデビットカードである。クレジットカードの取引金額構成比は、2009年の24.4%から2014年には29.6%へ上昇しており、取引金額としては最大の支払手段となっている【図表-2】。またデビットカードの取引件数構成

比は、2009年の26.6%から2014年には35.1%へ上昇しており、取引件数としては最大の支払手段となっている【図表-2】。したがって、アメリカにおけるキャッシュレス化を促進している主要因は、カード支払いの増加と捉えられる。

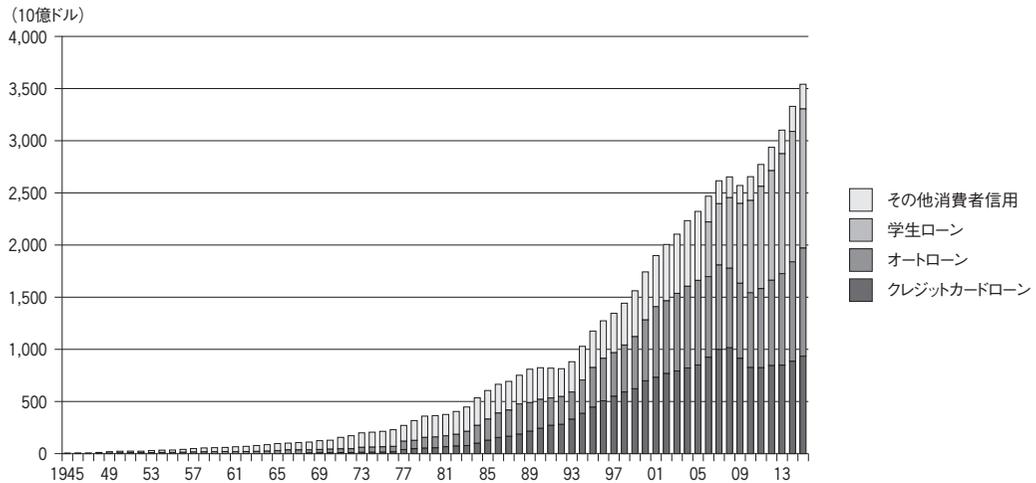
ここで、カード支払いのうち取引金額ではクレジットカードが、取引件数ではデビットカードが最大の支払手段となっている。これは、デビットカードはクレジットカードに比べ小口での利用が多く、日々の少額支払いに利用されているためと考えられる。ニルソン・レポートによると、2014年における1件当たりの取引金額は、クレジットカードの88ドルに対してデビットカードは38ドルであった【図表-2】。アメリカでは、個人が銀行口座を開設しATMカード（キャッシュカード）を発行してもらった後、しばらくするとデビットカード機能付きATMカードが送られてくる。そのため銀行口座保有者は、同時にデビットカードを保有することになり、広く利用している。一方、クレジットカードは取引金額も多く、アメリカの個人消費支出に与える影響も大きい。前述のようにアメリカは、主要先進国の中でもクレジットカードの利用比率が高い国としての特徴があることから、以下では、クレジットカードの利用を中心にキャッシュレス社会が進展した意義について考察する。

Ⅲ. キャッシュレス化を促進することの意義

キャッシュレス化を促進することの意義は何であろうか。それは、アメリカにおいてカード支払い、なかでもクレジットカードの支払いが増えることで、何が起こったかを考えれば解明できると思われる。以下、順を追って説明していこう。

まずクレジットカードは、消費者信用の一つとして捉えられる。戦後アメリカにおいて、消費者信用残高は急速に拡大してきた。消費者信用の拡大を牽引したのは、クレジットカードである【図表-3】。クレジットカード利用の拡大は、消費者信用の拡大をもたらしたのである。

【図表-3】 アメリカにおける消費者信用残高の推移（1945-2015年）



注：クレジットカードローンは当座貸越し等も含むリボルビング・クレジット。2005年以前の学生ローンはその他消費者信用に含まれる。

出所：Board of Governors of the Federal Reserve System, *Financial Accounts of the United States, Flow of Funds, Balance Sheets, and Integrated Macroeconomic Accounts* (Statistical Release for December 08, 2016) より作成。

個人が消費を行う際、安定的に十分な所得があり貯蓄が積み上がるような状態であれば問題は生じない。しかし消費を行うに際し所得では不足し借入に依存する場合、実際に借入を行うことは容易ではない。これは、個人に対して貸付を行うにはリスクが伴うことが最大の原因である。金融機関は、個人から十分な物的担保を取ることは実質的に難しく、返済を将来所得に依存せざるを得ない。しかし、将来所得を完全に予想することは不可能である。このため、個人による借入は必ずしも容易ではなく制約を受けることになる。これを流動性制約という。個人は、流動性制約がある場合は、流動性制約がない場合に比べて低い効用で満足しなければならない。個人にとって借入ができる、すなわち消費者信用の利用ができるような金融市場の発達、個人の異時点間の消費選択を可能にし、個人の効用の最大化に貢献しているのである。

クレジットカードの利用を通じて消費者信用が拡大することは、キャッシュレス化を促進する要因となる。それは、消費者信用が、流動性制約下にある家計や個人をその一時的な制約から解放し、消費の異時点間の最適な配分を可能にする役割を果たしているからである。家計や個人は、生涯を通じて自らの効用を最大化するよう行動するのであるが、それは流動性制約に縛られないような金融市場が発達して初めて可能となる。個人がいつでも借入

ができる、すなわち消費者信用が利用できる環境が整うと、現金を保有する必要性が低下するのである。

次に、消費者信用が増加したことにより何が起こったか。それは、個人消費支出の増加である。消費者信用の増減が、個人消費支出の増減につながるの容易に想像できるが、実際に統計数値にて確認してみよう。例えば、2005年以降のアメリカにおける個人消費支出と消費者信用の動向を見ると、消費者信用残高が増加している年は、個人消費支出も増加している【図表-4】。逆に、消費者信用残高が減少した2009年は、個人消費支出も減少している。消費者信用の増減が、個人消費支出の増減につながっているのが分かる⁴。

さらに、個人消費支出が増加したことにより何が起こったか。それは、アメリカ経済の成長である。アメリカにおけるGDPの70%弱は、個人消費支出が占めており、アメリカ経済の成長は、個人消費に依存する傾向にある【図表-4】。2005年以降のアメリカにおける個人消費支出とGDPの動向を見ると、個人消費支出が増加している年は、GDPも増加している【図表-4】。逆に2009年には、個人消費支出が前年比1.7%減となり、アメリカGDPは前年比2.0%減少した。2009年は世界的な金融危機発生直後であり、特殊な状況にあったが、2009年にはクレジットカード残高も自動車ローン残高も前年比減少した。同時に2009年には、耐久消費財および非耐久消費財支出ともに前年比減少している。クレジットカードや自動車ローンを中心とした消費者信用の動向は、個人消費支出に影響を与え、最終的にGDPに影響を与えるのである⁵。

【図表-4】 アメリカにおける個人消費支出と消費者信用残高の動向（2005-2015年）

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
GDP	13,094	13,856	14,478	14,719	14,419	14,964	15,518	16,155	16,692	17,393	18,037
前年比 (%)	6.7	5.8	4.5	1.7	-2.0	3.8	3.7	4.1	3.3	4.2	3.7
個人消費支出	8,794	9,304	9,751	10,014	9,847	10,202	10,689	11,051	11,361	11,863	12,284
前年比 (%)	6.5	5.8	4.8	2.7	-1.7	3.6	4.8	3.4	2.8	4.4	3.5
対GDP比 (%)	67.2	67.1	67.3	68.0	68.3	68.2	68.9	68.4	68.1	68.2	68.1
耐久消費財	1,127	1,156	1,185	1,102	1,023	1,071	1,125	1,192	1,242	1,295	1,355
前年比 (%)	4.4	2.6	2.5	-7.0	-7.2	4.6	5.1	5.9	4.2	4.3	4.7
非耐久消費財	1,953	2,080	2,177	2,273	2,175	2,292	2,471	2,547	2,593	2,676	2,657
前年比 (%)	7.3	6.5	4.7	4.4	-4.3	5.4	7.8	3.1	1.8	3.2	-0.7
サービス	5,714	6,068	6,389	6,638	6,649	6,839	7,093	7,312	7,527	7,893	8,272
前年比 (%)	6.6	6.2	5.3	3.9	0.2	2.9	3.7	3.1	2.9	4.9	4.8
消費者信用残高	2,321	2,457	2,610	2,644	2,555	2,647	2,758	2,920	3,096	3,318	3,536
前年比 (%)	4.5	5.9	6.2	1.3	-3.4	3.6	4.2	5.9	6.0	7.2	6.6

出所：Board of Governors of the Federal Reserve System, *Financial Accounts of the United States* (data for December 8, 2016) より作成。

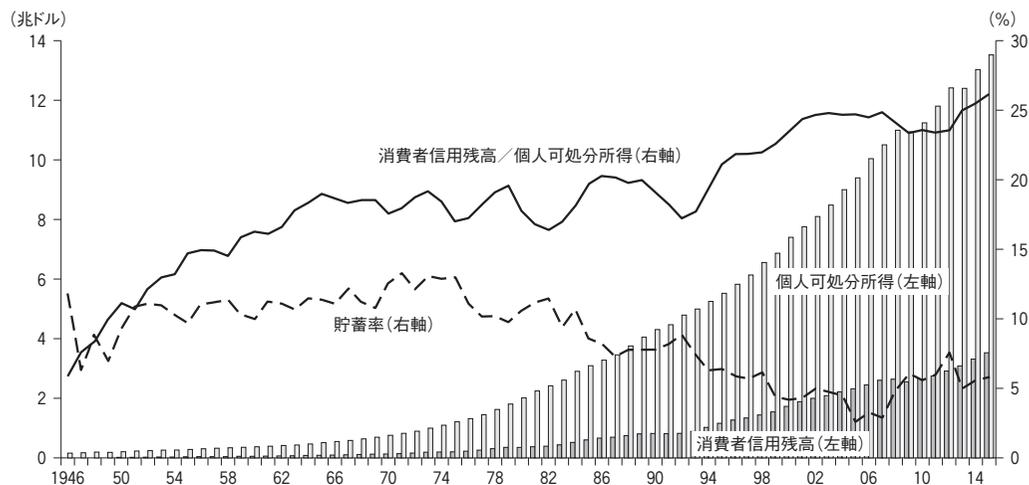
理論的には、クレジットカードの利用促進が、個人消費支出の拡大につながる経路を明らかにする必要がある。クレジットカードは、そもそも個人の本人認証のための道具として生み出されたものである。その後クレジットカードは、小売店の販売促進のみならず、消費者信用情報の共有というところまでその役割を広げていった。一方、消費者信用は、個人が消費支出を行うに際し、将来の所得をベースに信用供与を受けるものである。耐久消費財を中心とした割賦販売の場合、支払不履行の際には最終的に販売した商品を差し押さえることによって回収することができた。しかし、クレジットカードの場合は、カードが利用可能な店舗であれば購入商品・サービスの対象を無限に拡大することができる一方、販売した商品の差し押さえは不可能である。したがって、クレジットカードは最終的なリスク回避のよりどころがなく、個人が支払いをしてくれるかどうかが決定的に重要となる。したがって生産を背後から支える役割であった消費者信用は、クレジットカードの利用を通じて消費を促進する役割へと変化したのである。

Ⅳ. キャッシュレス化を促進した背景

それではアメリカにおいてキャッシュレス化を促進した背景は何であろうか。まず、需要側、すなわち個人の動向について考えてみる。個人にとってキャッシュレス化を促進した背景は、キャッシュ（現金）をあまり保有しなくても問題ないような環境が生まれることにある。これは、個人からすると、先述の流動性制約が少ない、すなわち借入が容易になる環境になるということである。

消費者信用は、個人が将来の所得をベースに信用供与を受けるものである。消費者信用は、個人の所得にその支払いを依存するのであれば、当然のことながら、個人所得の動向に影響を受けることになる。アメリカにおいて消費者信用残高は、個人所得の増加に支えられて拡大してきた【図表-5】。消費者信用残高の個人可処分所得に対する比率は、1986年には20%を超え、2000年代に入ると20%台半ばに達している【図表-5】。アメリカの消費者信用残高の可処分所得に対する比率は、主要先進国のなかでもイギリスと並んで高く、消費者信用が広く浸透してきたことが分かる⁶。一方、アメリカにおける家計の貯蓄率は、1980年代以降、低下している【図表-5】。家計貯蓄率は、消費者信用残高の可処分所得に対する比率と逆の動きを示している。これは、アメリカにおいて個人は消費者信用の利用が進んだこともあり、所得のうち貯蓄に回す部分を減らし、消費を進めてきた動きと考えられる。

【図表-5】 アメリカにおける消費者信用残高と個人可処分所得（1946-2015年）



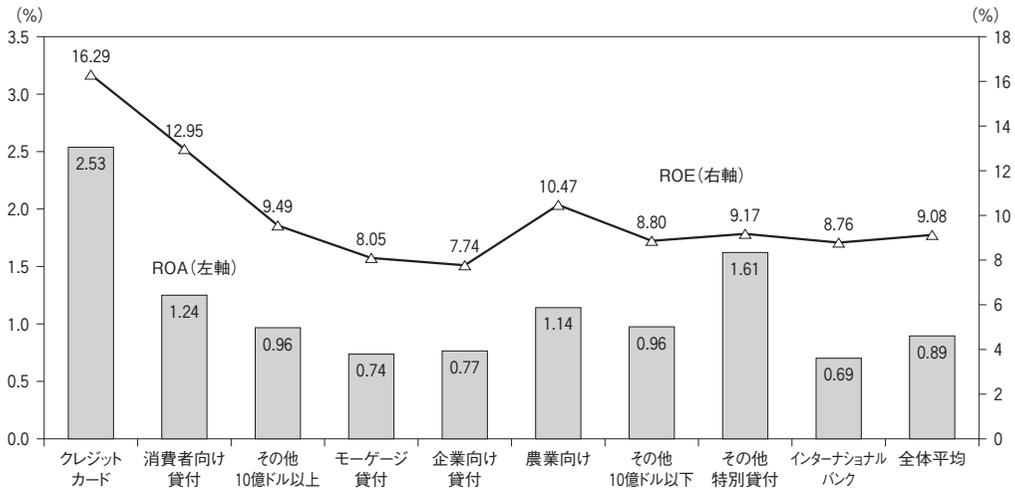
出所：U.S. Department of Commerce, Bureau of Economic Analysis, National Economic Accounts (<http://www.bea.gov/national/index.htm>) およびFRB, Data Download Program (<http://www.federalreserve.gov/datadownload>) より作成。

そうすると、キャッシュレス化を促進した背景としては、消費者信用の利用が容易にできるような金融市場が発達したことが考えられる。そのような金融市場の発達に注力したのが、供給側、すなわちアメリカの金融機関である。

それでは、アメリカの金融機関はなぜ、どのようにして消費者信用の利用が容易にできるような金融市場を作り上げたのであろうか。結論を先取りすると、そこには金融機関による収益追求の動きがあった。以下、順を追って説明していこう。

アメリカにおいて資産タイプ別商業銀行・貯蓄金融機関のROA（総資産税引利益率）、ROE（株主資本税引利益率）を比較してみると、全金融機関の2002年から2012年までの平均ROAは0.89%、平均ROEは9.08%であった【図表-6】。この中でクレジットカード事業を中心とした金融機関の平均ROAは2.53%、平均ROEは16.29%と圧倒的に高くなっている。つまり、アメリカの金融業において、クレジットカード事業は最も収益性の高い事業の一つである。

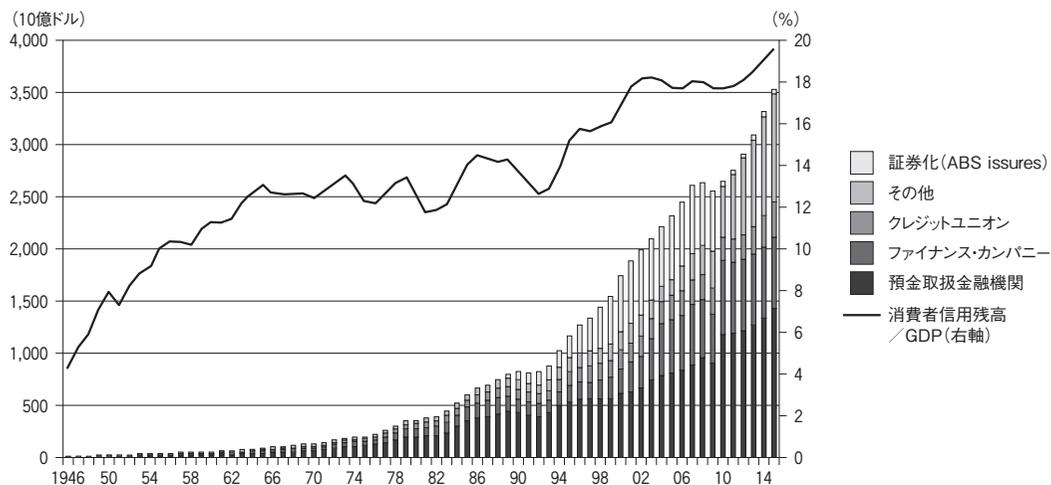
【図表-6】 資産タイプ別に見たアメリカ金融機関の収益性比較



注：2002年から2012年の平均値。資産タイプ別の統計は、FDIC加盟商業銀行および貯蓄金融機関を対象に、資産の25-50%超を保有している部門をもとに分類している。詳細はFDIC「Quarterly Banking Profile」参照。出所：FDIC, *Quarterly Banking Profile* (<http://www2.fdic.gov/qbp/index.asp>) より作成。

それでは、クレジットカード事業を積極的に展開したのは、どのような金融機関であろうか。先述のように、ダイナース・クラブは1950年にクレジットカード会社として誕生した。1958年には、トラベラーズ・チェックを開発したアメリカン・エキスプレス、ヒルトンホテルのクレジットカード事業部門であるカルテ・ブランシェなどがクレジットカード事業を開始している⁷。商業銀行によるクレジットカード業務は、1952年にフランクリン・ナショナル・バンク・オブ・ニューヨークによって開始されたとされる⁸。また1958年には、当時全米最大の銀行であったバンク・オブ・アメリカや全米第2位の銀行であったチェース・マンハッタンもクレジットカード業務を開始した⁹。その後、商業銀行が発行するクレジットカードは、急速に普及していった。アメリカにおける消費者信用残高の保有者別推移を見ても、商業銀行を中心とした預金取扱金融機関が拡大している【図表-7】。商業銀行のなかでもクレジットカード事業の展開に積極的だったのが、シティバンクである。シティバンクは、ニューヨークの大手銀行として最初に消費者信用に進出し、消費者信用の拡大を進めてきた。シティバンクは、バンククレジットカード、リテールカード、シティカード、チョイスカード、T&Eカードの5種類のカードを色分けして発行し、とくに1977年には2600万枚のクレジットカードをダイレクト・メールで顧客に送付するなど、クレジットカードの大量発行を行ったことがあった¹⁰。

【図表-7】 アメリカ消費者信用残高の保有者別推移と対名目GDP比（1946-2015年）



注：その他とは、政府系機関、非営利・教育機関、非金融事業の残高の合計。預金取扱金融機関は、商業銀行と貯蓄金融機関の残高の合計。

出所：Board of Governors of the Federal Reserve System, *Financial Accounts of the United States*, Statistical Release for December 8, 2016 より作成。

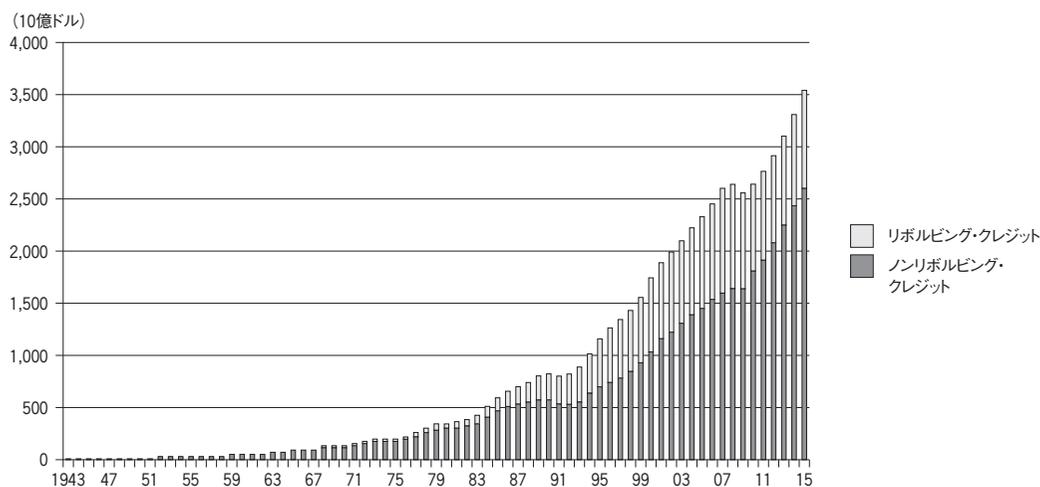
アメリカにおいて金融機関が、クレジットカード事業で高収益をあげられたのは、貸付収入をあげることができたためである。

クレジットカード事業における収入源は、カード取扱加盟店が加盟店銀行に支払う加盟店手数料である。それは、アメリカにおいても日本においても違いはない。しかし、クレジットカードの収入源が加盟店手数料である限り、加盟店の販売状況に依存する構造を脱し得ない。クレジットカード事業を行うには、24時間いつでもカード利用の可否確認を行うシステムを作り上げるためのシステム投資や、手数料の計算、毎月の請求書の送付、債務不履行になった場合の回収などに莫大な手間とコストがかかる。したがって、アメリカにおいても、単なる手数料収入だけでは、ある一定の取引規模に達しない限り、収益が生まれない銀行が多く存在していた。

クレジットカード事業が、金融業として展開するためには、金融取引における収益化が必要であった。そこで、アメリカのカード発行銀行は、カード保有者に対し支払い方法を多様化し新たな収入を得るような仕組みを導入した。カード保有者は、カード利用にともなう毎月の請求額を25日以内に手数料なしで全額支払うか、請求額合計の5%を支払い、残りの額を月1.5%の手数料を払って繰り延べることができるようにした¹¹。後者の場合、カード発行銀行は、カード保有者に対し実質的に貸付を行っていることになり、その対価として貸付収

入を得ることができる。これは、カード発行銀行によるイノベーションであった。カード発行銀行によるカード利用金額の未払い残高への利子賦課は、1958 - 1959年頃から開始されていたが、カード利用回数の増加にともない、未払い残高繰り延べに対する需要は徐々に高まるようになった。アメリカ消費者信用残高は、従来からのノンリボルビング・クレジットに加え、1970年代以降リボルビング・クレジットの増加が加わる形で増加していった【図表-8】。アメリカにおいてリボルビング・クレジットの利用は、クレジットカードの利用拡大とともにもたらされたものである。これは、アメリカにおける消費者信用の中身が、当初の割賦信用から貸付へと広がっていったことを示している。債権者である金融機関からすると、クレジットカード支払いで繰り延べられた債権は金利を付けて回収することになるので、金利収入が発生する。したがって、消費者信用が拡大するなかでもリボルビング・クレジットの利用拡大は、貸付収入の拡大という形でアメリカ金融機関の収益拡大に貢献したのである。

【図表-8】 アメリカ消費者信用残高のリボルビング・ノンリボルビング内訳推移（1943-2015年）



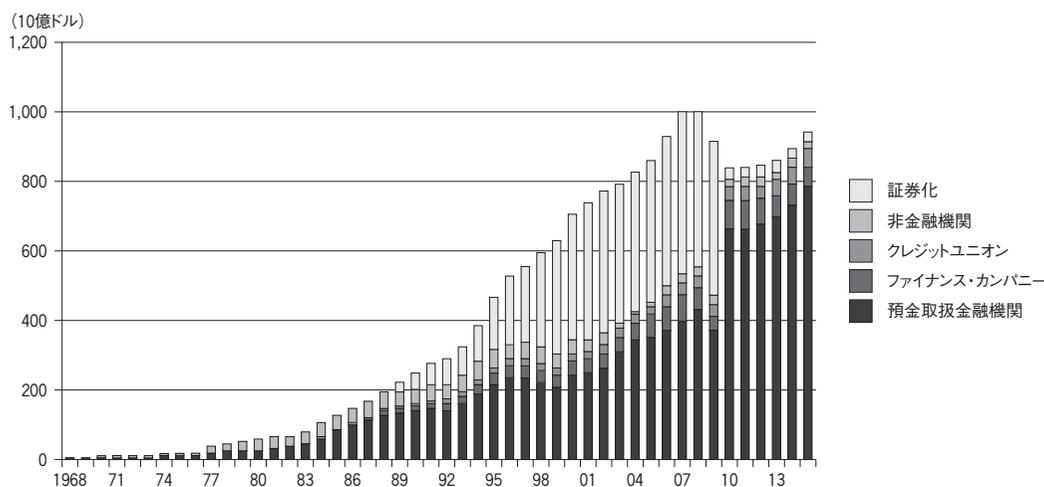
出所：Board of Governors of the Federal Reserve System, Data Download Program, Consumer Credit for January 9, 2017 (<http://www.federalreserve.gov/datadownload/>) より作成。

それでは、消費者信用のリボルビング・クレジットを提供したのは、どの金融機関であろうか。それは主に、預金取扱金融機関である。アメリカにおける消費者信用のリボルビング残高の保有者別推移を見ると、預金取扱金融機関と証券化が大部分を占めている【図表-9】。消費者信用における証券化の利用は、1990年代以降、急速に拡大したが、金融危機発生を機に縮小に転じた【図表-9】。リボルビング残高の証券化が縮小に転じた際、預金取扱金融機関がその保有残高を急増させている【図表-9】。このことから、消費者信用のリボルビング残高

の保有者は、主に預金取扱金融機関であったことが分かる。

預金取扱金融機関、主に商業銀行がリボルビング残高を多く保有していたのは、当然のことながら商業銀行が、積極的にクレジットカードの発行を進めてきたためである。ここでより重要な点は、消費者信用におけるリボルビング・クレジットは、歴史的に商業銀行がクレジットカード事業に参入したことによって、これほどまでに拡大したという事実である。リボルビング・クレジットは、クレジットカードを通じて個人に対してあらかじめ信用枠が供与される。この信用枠は、クレジットカードの有効期限内であれば、いつでも利用可能である。クレジットカードの発行銀行は、多数の個人に対してクレジットカードを発行している。したがって、いつ誰がどの程度信用枠を使うか分からず、それに備えてある程度資金を確保しておく必要がある¹²。そのためには、安定的な資金調達が必要となる。安定的な資金調達源としては、預金を取り扱っている商業銀行の方が、ファイナンス・カンパニーよりも優位にあった。その結果、アメリカ消費者信用のリボルビング残高保有者は、ファイナンス・カンパニーなど他の金融機関はわずかであり、商業銀行が多くなっている【図表-9】。これは、クレジットカードの歴史的発展過程が異なる日本との相違点である¹³。

【図表-9】 アメリカ消費者信用リボルビング残高の保有者別推移（1968-2015年）



出所：Board of Governors of the Federal Reserve System, Data Download Program, G.19 Consumer Credit for January 9, 2017 (<https://www.federalreserve.gov/datadownload/>) より作成。

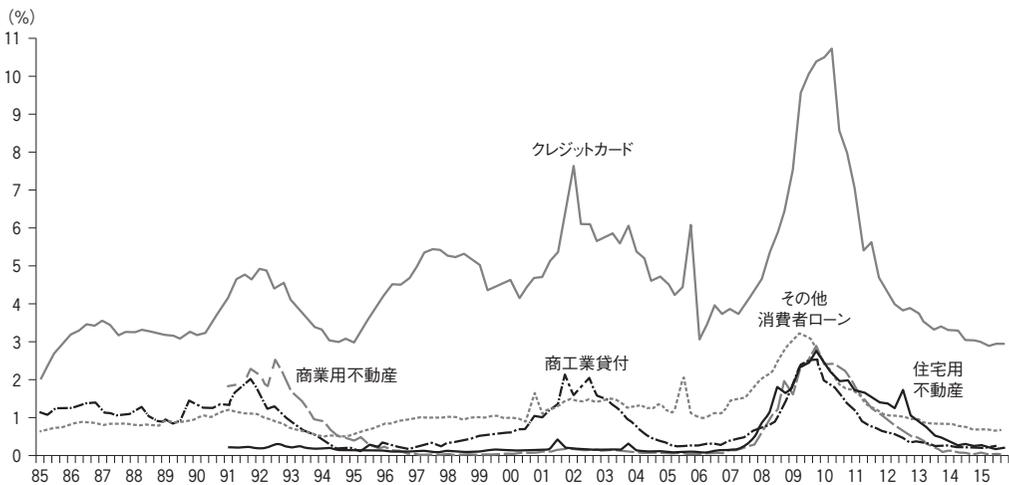
この結果、アメリカの商業銀行は、クレジットカード事業で利益をあげている。例えばJPモルガン・チェースは、2014年度の税引利益218億ドルのうち41億ドルをカード・マーチャントサービス&オートというクレジットカードおよび自動車・教育ローン事業で計上してい

る。アメリカにおいて商業銀行を中心とした金融機関は、収益をあげるという自らの目標を達成するため、クレジットカード事業を拡大させてきたのである。アメリカの金融機関が、クレジットカード事業を拡大し、結果としてキャッシュレス化を促進させる要因は、この点からも説明できよう。

一方で、金融機関がキャッシュレス化を進めた負の影響も見られている。前述のように、アメリカの商業銀行を中心としたクレジットカード事業の拡大は、リボルビング残高の拡大をもたらした。商業銀行が貸付収入を得るということは、その貸倒れリスクを負うということになる。アメリカの商業銀行において、貸倒償却率が最も高い貸付商品は、クレジットカードである。クレジットカードの貸倒償却率は、変動も大きく、金融危機が発生した後の2009年には10%を超えることもあった¹⁴【図表-10】。

クレジットカードの利用増加により、支払い不能に陥った個人は、個人破産することもある。消費大国アメリカにおいては、クレジットカードを中心とした消費者信用の拡大が、個人破産の増加にもつながるといった負の側面も見ておく必要がある【図表-11】。

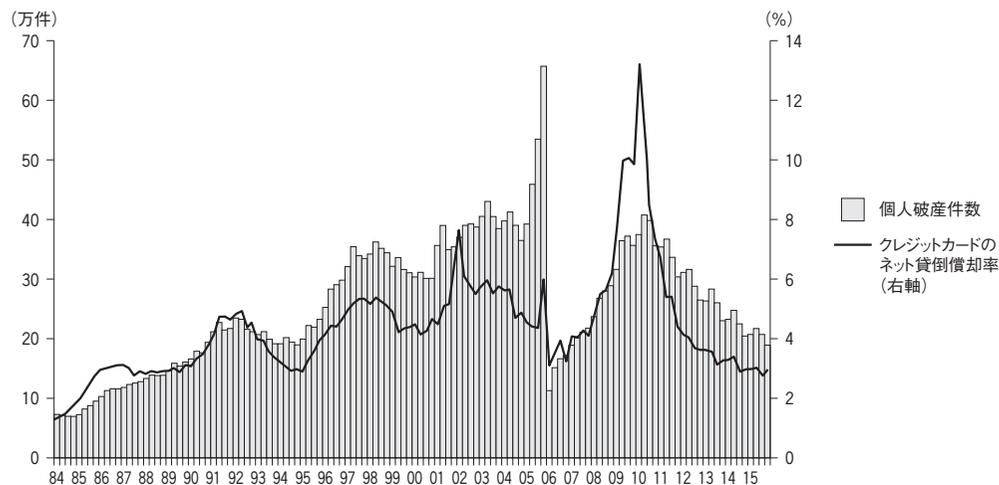
【図表-10】 アメリカにおける商業銀行のネット貸倒償却率（四半期ベース、1985-2015年）



注：商業用不動産と住宅用不動産の数値は、1991年第1四半期より前は開示データなし。

出所：Board of Governors of the Federal Reserve System, Economic Research & Data (<http://www.federalreserve.gov/releases/chargeoff/chgallsa.htm>) より作成。

【図表-11】 アメリカにおける個人破産件数とクレジットカード貸倒償却率（四半期ベース、1984-2015年）



注：貸倒償却率はFDIC加盟商業銀行と貯蓄金融機関の数値。
 出所：FDIC, *Quarterly Banking Profile* (<http://www2.fdic.gov/qbp/index.asp>) December 31, 2008, September 30, 2016より作成。

V. おわりに

アメリカにおけるキャッシュレス化は、カード利用の増加によってもたらされた。なかでもクレジットカードの利用は、消費者信用の増加を通じて、消費の拡大をもたらした。アメリカの経済成長を牽引してきたのは、個人消費である。そのように考えると、アメリカにおいては、キャッシュレス化が経済成長の支えとなってきたと言えよう。

ニルソン・レポートは、2019年にかけてアメリカでキャッシュレス化がさらに進展すると予想している【図表-2】。そこでさらに拡大が見込まれるのが、デビットカードの利用である。消費者からすると、クレジットカードとデビットカードは、支払いのタイミングを除くとそれ程違いは感じられない。しかし、金融機関からすると、クレジットカードとデビットカードでは、信用供与と信用リスクという点で根本的に異なった事業である。この点については、クレジットカードよりもデビットカードの利用が多いイギリスなど欧州諸国との比較分析に意味があると考えられる。本稿では、アメリカにおけるキャッシュレス化の動向を、クレジットカードに焦点を当てて分析したが、このキャッシュレス化の動向をデビットカードの利用拡大も踏まえて見ていく必要がある。

[注]

- ¹ 前田真一郎『米国リテール金融の研究—消費者信用の歴史的発展過程』日本評論社、2014年、第3章を参照。
- ² Bodie, Zvi and Robert C. Merton, *Finance*, Prentice-Hall, Inc, 2000, p.35, 邦訳、49頁。
- ³ 川波洋一「キャッシュレス化の進展と現代の信用制度—「キャッシュレス社会研究会」設置の目的と問題意識—」『Consumer Credit Review』No.6、日本クレジット協会、2017年3月。
- ⁴ ただし近年は、消費者信用の中身自体に変化が見られており、消費者信用と個人消費支出の関係は、クレジットカードや自動車ローン、学生ローン、ホーム・エクイティ・ローンなど個別商品ごとの動きとその関連性についても考察しなければ説明が難しくなっている。この点については、Maeda, Shinichiro, “The Financial Activities of Households, and US Financial Institutions”, *Personal Finance Research*, Japan Academy of Personal Finance, No.3, 2016.を参照。
- ⁵ 消費者信用は、個人が消費支出を行うに際し、将来の所得をベースに信用供与を受けるものである。その際、売却可能な資産を保有している個人は、保有資産を売却した資金で消費を行うことも可能である。しかし何らかの理由で借入が必要になったとしても、保有した資産を担保に借入ができるのであれば、資産保有を継続しながら、かつ有効な資産運用を行うことができる。ホーム・エクイティ・ローンは住宅を、また証券担保ローンは有価証券をそれぞれ担保としているため、いずれも統計上は消費者信用とは区別されている。しかしその利用目的は消費であり、利用方法もよく似ている。消費者信用が、家計・個人の異時点間の消費選択を可能にし、家計・個人の効用の最大化に貢献しているという点に注目すると、ホーム・エクイティ・ローンや証券担保ローンは現代における広い意味での消費者信用の一つであると捉えられる。現代において消費者信用は、その形式を変化させながら拡大してきたのである。
- ⁶ 前田真一郎『米国リテール金融の研究—消費者信用の歴史的発展過程』日本評論社、2014年、34頁を参照。
- ⁷ 前田真一郎「アメリカン・エクスプレス—ブランドを競争力の源泉とする金融・旅行サービス会社—」野村証券金融研究所『野村証券金融研究所レポートグローバル投資』No. 01-14、2001年3月、10頁を参照。
- ⁸ Cf., Richardson, Dennis W., *Electric Money: Evolution of an Electronic Funds-Transfer System*, The M.I.T. Press, Massachusetts, 1970, p.76, 邦訳、110頁。
- ⁹ 前田真一郎「アメリカン・エクスプレス—ブランドを競争力の源泉とする金融・旅行サービス会社—」野村証券金融研究所『野村証券金融研究所レポートグローバル投資』No. 01-14、2001年3月、10頁を参照。
- ¹⁰ 詳しくは、徳田博美編『壮大なる社会実験—アメリカの金融自由化—』金融財政事情研究会、1984年、69-70頁、青沼丈二『金融はリテールで復活する—シティバンクの戦略—』日経BP社、2000年、28頁を参照。
- ¹¹ Cf., Richardson, Dennis W., *Electric Money: Evolution of an Electronic Funds-Transfer System*, The M.I.T. Press, Massachusetts, 1970, p.81, 邦訳、116頁。
- ¹² 前田真一郎『米国金融機関のリテール戦略』東洋経済新報社、2004年、182-183頁。
- ¹³ 日本におけるクレジットカードの歴史的展開については、川波洋一・前田真一郎編『消費金融論研究』クレス、2011年、第4章を参照。
- ¹⁴ 2009年にクレジットカードの貸倒償却率が急上昇した背景には、アメリカの家計がクレジットカードのみならず住宅ローンやホーム・エクイティ・ローンなど負債を拡大していった要因がある。したがって、近年においては家計の金融行動を詳細に見ていく必要が生じている。この内容については、Maeda, Shinichiro, “The Financial Activities of Households, and US Financial Institutions”, *Personal Finance Research*, Japan Academy of Personal Finance, No.3, 2016.を参照。

[参考文献]

- Bodie, Zvi and Robert C. Merton, *Finance*, Prentice-Hall, Inc, 2000. (大前恵一朗訳『現代ファイナンス論改訂版－意思決定のための理論と実践－』ピアソン・エデュケーション、2004年)
- Maeda, Shinichiro, “The Financial Activities of Households, and US Financial Institutions”, *Personal Finance Research*, Japan Academy of Personal Finance, No.3, 2016.
- Richardson, Dennis W., *Electric Money: Evolution of an Electronic Funds-Transfer System*, The M.I.T. Press, Massachusetts, 1970. (堀家文吉郎・大山綱明訳『第三の通貨』金融財政事情研究会、1972年)
- 青沼丈二『金融はリテールで復活する－シティバンクの戦略－』日経BP社、2000年。
- 川波洋一・前田真一郎編『消費金融論研究』クレス、2011年。
- 渋谷博史編『シリーズ アメリカ・モデル経済社会第10巻 アメリカ・モデルの企業と金融』昭和堂、2011年。
- 高木仁『アメリカの金融制度 改訂版－比較社会文化による問題接近をめざして－』東洋経済新報社、2006年。
- 徳田博美編『壮大なる社会実験－アメリカの金融自由化－』金融財政事情研究会、1984年。
- 日本金融学会編『金融経済研究 特別号 なぜ金融危機は起こるのか－金融経済研究のフロンティア－』日本金融学会、2013年。
- 日本クレジット協会「日本のクレジット統計2015（平成27年）版」、2016年。
- 日本証券経済研究所編『図説 アメリカの証券市場 2013年版』日本証券経済研究所、2013年。
- 前田真一郎「アメリカン・エクスプレス－ブランドを競争力の源泉とする金融・旅行サービス会社－」野村証券金融研究所『野村証券金融研究所レポートグローバル投資』No. 01-14、2001年3月。
- 前田真一郎『米国金融機関のリテール戦略』東洋経済新報社、2004年。
- 前田真一郎『米国リテール金融の研究－消費者信用の歴史的発展過程』日本評論社、2014年。
- みずほ総合研究所編『サブプライム金融危機』日本経済新聞出版社、2007年。