

第1節

クレジットの草創と広がり

—古代～戦前まで—

古代社会のクレジット

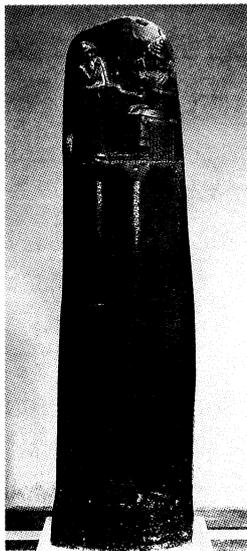
フランスのルーブル美術館にある「ハムラビ法典」には、世界最古の金銭の貸借に関する記述があります。

「ハムラビ法典」のつくられた約3800年前、チグリス・ユーフラテス川の流域に栄えたメソポタミヤ文明では、灌漑農業を背景にした経済が発展し、商取引が盛んでした。ここで貸し借りされていたのは大麦と銀貨です。「法典」によると、当時の貸付最高利率は穀物の場合には年30%、銀貨では年20%でした。

はるかに遠い古代の社会にもクレジット（金融取引といったほうが正確ですが）が、人々の生活の中に確かに息吹いていたことがわかります。

[ハムラビ法典]

紀元前1700年頃つくられた世界最古の法典。「目には目を。歯には歯を」等の言葉が有名だが、当時の金銭貸借についての記述がある。固定利息を超えた債権者には罰が与えられ、債権が取り上げられることや洪水・干ばつ時等の債務の免除、土地等の財産が担保にできるが、本人の妻子や奴隷など「人」も担保にできることなどが書かれている。



稲の貸借から始まったわが国の金銭貸借

わが国の金銭貸借の起源は奈良時代の「出挙（すいこ）」に遡ることができます。

もともとは時の政府が広く農民に対して、春先に種

籾を貸し付けて、収穫時に米で返済するものでした。農民にすれば、春先の種籾が支給されるわけですから、貯蔵している米はすべて食べてしまってもよく、一種の福祉政策であり、税のようなものでした。

それが和同開珎という貨幣の登場によって、金銭消費貸借へと形を変えていきました。和同開珎は、当時としてはものすごい勢いで社会に浸透したようです。

[出挙]

時代を経るに従い、政府が行う「公出挙（くすいこ）」に加え、荘園領主や寺院が行う「私出挙（しすいこ）」も登場した。高利をむさぼる大寺院もあったそうである。

写真は当時の貨幣である「和同開珎」。



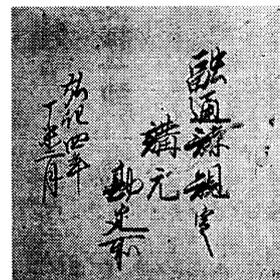
さまざまな金融業が活躍する中世

武士が台頭する鎌倉・室町という中世の時代になると、地方にまで貨幣経済が発展し、「借上（かしあげ）」「土倉（どそう）」「酒屋（さかや）」という貸金業者が

[頼母子講]

室町時代に登場した庶民の相互扶助機関。「親」と称する発起人と「子」である講の構成員からなる。「子」は一口いくらの金銭を何口か「親」に投資し、「親」はその資金を基に、講の名のもとに融資する仕組み。

写真は三田（兵庫県）頼母子講の勘定書。



出現します。これらは地域の富裕層が貸主となって、永楽銭（永楽通宝）などの金銭の貸借をしたものです。また一方で「頼母子講（たのもしこう）」という庶民の相互扶助金融が各地域に登場しました。

「頼母子講」は、民間の人々が寄り合って金子を出し合って「講」という組織をつくり、講の中の困窮者に融資をして救済したのが始まりです。庶民のためのいわゆる相互扶助機関ですが、後に投資家などへの融資機能も併せ持つようになりました。江戸時代後期まで、ある意味での地方金融機関として活躍します。

「お椀」が語る「販売信用」の起源

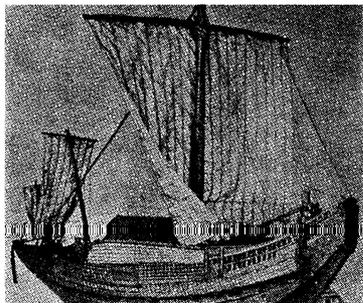
「モノ」が介在し、「モノ」の代金を信用によって立て替える取引の原型は、伊予（現在の愛媛県）にあるといわれています。

文化・文政年間（1804～1830年）、伊予の国桜井は農地の少ない天領で、日々の生活を営むためには、どうしても何かの副業をする必要に迫られていました。幸いなことに、桜井の地は前面に瀬戸内海を望み、人々は操船の技術にたけていました。そこで、他の地域に船を使って行商に出ることが考えられたのです。

最初のうちは、行商の地域は近隣に限られ、取り扱う商品も農具が中心でした。しかし、その後しだいに活動範囲が広がり、瀬戸内海の沿岸はもちろん紀州（和歌山県）や九州へも足を伸ばし、扱う商品も陶器

「椀舟（わんぶね）」

伊予の商人が行商に使った舟。「おわんぶね」とも呼ばれる。潮流と風を利用することにより、春の上り船で九州の唐津（佐賀県）で仕入れた陶器を中国・近畿の諸国に行商しながら紀州に至り、秋の下り船で紀州から仕入れた漆器を中国・九州地方に売り歩いた。名称は、主に取り扱った商品である陶器・漆器に由来する。最盛期には約300艘もの「椀舟」が、瀬戸内海を運行していたという。



や漆器に変わりました。この行商に使われた舟は、陶器・漆器つまり「おわん」を扱うことから「椀舟」（わんぶね）と呼ばれます。

当時、陶器や漆器は大変高価な品物で、よほど豊かな家庭でなければ、代金を一度に支払うのは難しいことでした。そこで、とられたのが盆暮2回の「節季払い（せつきばらい）」という支払方式です。

商品の先取り、代金の後払いというクレジットの原型がここに誕生しました。

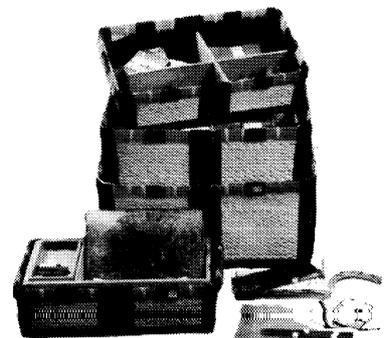
現在も続く越中富山の「配置売薬」

一方、有名な「富山の薬売り」をクレジットの発祥とする人もいます。これは、富山藩の二代藩主前田正甫（まえだまさとし）が考案した「配置売薬」のシステムです。

正甫公は薬に造詣が深く、自ら調合したほどですが、岡山藩医の万代常閑（まんだいじょうかん）を招いて、「反魂丹（はんごんたん）」という薬をつくらせました。これが名薬であったことから、富山藩以外の地域の人々にもこの薬を利用してもらい、多くの人を助けようと「他領商売勝手」という政策をとりました。自分の国に限らず、どこにでも行って薬を売ってもよいという政策です。

「富山の薬売り」

「置き薬」という独特の方法で、江戸時代から現在も続いている。行商人は薬の最初の訪問時に薬を置いておき、次の訪問時に利用した代金を受け取る。これは、「先用後利（せんようこうり）」という一種の信用取引だが、この信用は「行商人の信用」「薬の信用」「利用者の信用」それぞれを意味するという。また、「後利」は行商に使う薬を入れた「行李」にかけてられている。中心商品は、前田正甫考案の「反魂丹」。明治になって「六神丸」がこれに代わる。



ここでとられたのが、「配置売薬」（はいちばいやく）、つまりいくつかの薬を置いておき、行商人が次回の訪問時に利用した薬の代金を受け取る方法です。

これは「先用後利（せんようこうり）＝先に用をなし、後に支払う」という一種のクレジットのシステムで、現在も続いています。

「展示会販売」の始まり

時代は明治に入り、世の中は大きく変わります。

このような時期、「月賦販売の租」といわれる田坂善四郎氏が登場します。愛媛県桜井村の出身である彼は、椀舟で行商を行っていた父の六男として生まれました。父親に進言して、一時に一人しか相手にできなかった販売を改め、「講売」と呼ばれる10人単位の講の構成員全員に品物を先に渡し、毎月掛け金を集金するという「月掛け売り」を広めます。「月賦販売」の始まりです。

一方、交通機関、輸送手段も大きく発達しました。舟を中心に行われていた椀舟商法も転換期を迎え、「椀舟」商人たちは、海岸地域だけでなく、近隣の地方都市でも商売を始めます。彼等が始めたのは、「出張陳列販売」という、現在の「展示会販売」の一種です。

「出張陳列販売」は、田坂善四郎氏の「丸善」をは

【出張陳列販売】

販売する商品を1カ所に陳列し、一定の期間で販売する方法。商品の陳列は、寺社の境内や地元の有力者の敷地内で行われた。「椀舟」の流れを受けていることからこれらの商人は「椀屋さん」と呼ばれ、商品の販売には「月掛け売り」が行われた。写真は当時の「陳列販売」の様子。



じめとして、西日本を中心に活発に活動するようになります。ここでは先の「月掛け売り」が利用されました。世の中に「月賦販売」が徐々に浸透し始めます。

また、「展示会」を行うにあたり、近隣を調査し、「支払いができそうだと」見込みがつく家にチラシを配ったほか、商品の引渡しは、必ず販売員がその家に出向いて行いました。現在の「信用調査」の原型ともいえることも行われていたわけです。

【月掛け売り】

従来の「節季払い」が進化した支払方法。10人単位に1組の講を組織し、1回の掛け金で10人の構成員全員に品物を先渡しする「講買」と呼ばれる方法を取り、代金は集金人が月々回収した。徐々に形態を変え、「20回掛け」のものが登場する。これは、商品の代金を20等分し、半端と2回分を頭金として現金で貰い、後を18枚の手形で受け取る方法で後の月賦百貨店の時代まで主流となる。写真は、大正7～8年当時の集金人。



「ミシン」に始まるメーカー月販

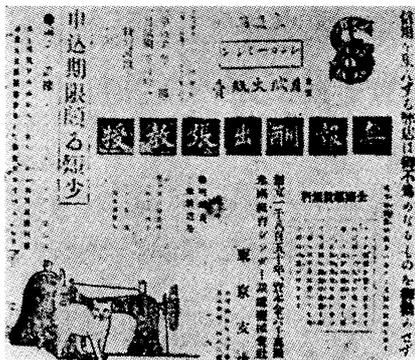
一方、以上のような「椀舟商法」の流れをくむ月賦販売とは別に、明治の後期から外資系のメーカーを中心に製造会社が直接行う月賦販売が始まります。

外資系のメーカーで最も早く月賦販売を行ったのはシンガーミシンで、明治34年のことです。同社は「着物の値段で洋服がつかれる」という価格政策を月賦販売の基本に据えて、時代の波にも乗り販売を拡大していくこととなります。

大正期には、日本楽器がピアノ・オルガンの月賦販売を始め、昭和の初期になると、フォード、ゼネラルモーターズといったアメリカの自動車の月賦販売がスタートします。

[メーカー月販]

製造業者が直接月賦販売をすること。明治の終わりから昭和初期にかけてさまざまなメーカーが月賦販売を開始したが、シンガーミシンが明治40年に月賦販売を開始したことが発祥となる。当時のシンガーミシンの値段は足踏み式のものが60円で、月賦を用いると75円であった。先行して家庭に普及していったドイツミシンを頭金として積極的に下取りしたこともあって、大正期にはミシンの代名詞ともいわれるようになった。しかし、このように隆盛をきわめたシンガーミシンも戦争の色が濃くなった昭和13年に日本市場を撤退する。写真は、明治40年の同社広告。



常設店舗への移行と「月賦百貨店」へのあゆみ

明治も後期になると、出張陳列販売を行う「腕屋さん」の行商もしだいに組織的になりました。親方（荷主）—大番頭—売子といった役割の分担ができ、これらの組がいろいろな場所で移動販売をするようになります。

取り扱う商品も従来の漆器から洋服、衣類、家具、楽器などに広がり、活動範囲も西日本から関東へ、大正時代の中頃以降は、ほぼ日本全国をその商圏とするようになります。「掛売り」には「10回掛け」のものも登場します。

このように順調な成長を続けていた初期の月賦販売を突然襲ったのは、大正12年9月に起こった関東大震災でした。関東に進出していた業者は、陳列する商品をはじめ、得意先も手形も一時に失ってしまうことになったのです。

この震災の打撃を機に、出張陳列販売を行っていた業者たちは、古い移動販売の方式を捨てて、震災前には一部でしかみられなかった常設の店舗を持つように

なり、その店を中心にした商圏を確立するようになります。これが「月賦百貨店」の発祥です。この「月賦百貨店」は、以後、わが国のクレジットの発展に重要な役割を果たすこととなります。

「黄金時代」から「暗黒時代」へ

昭和の初期は金融恐慌から始まる不況の時代です。この不況・不景気の打開策として、月賦販売の活用が積極的に取り上げられるようになり、「月賦黄金時代」といわれる時代を迎えることとなります。月賦で取り扱われる商品はより広範囲となり、この時期、自動車、自転車、電気器具、医療器具などの月賦販売の金融会社が設立されています。

しかし、この黄金期も、昭和12年の日華事変、16年の太平洋戦争勃発により、縮小の方向に向かうことになります。戦時の経済統制により、物資、物価、賃金等がすべて規制され、月賦の母体である小売業が壊滅的な打撃を被ることになったからです。戦争の激化とともに月賦を取り扱う店は減少し、月賦を提供していた外資のメーカーも日本から相次いで撤退していきました。

昭和期のクレジットは「黄金期」から一転して、「暗黒期」を迎えてしまったわけです。

[月賦黄金時代]

昭和の初期、経済不況の打開策として、月賦の利用による個人消費の喚起が取り上げられるようになり、月賦の利用が増大した。昭和9年に東京市が行った実態調査では、調査対象999社の小売業者うち、昭和に入ってから月賦販売を始めた業者が56.6%に上っている。月賦販売額の商品別の割合の高いものとして、ミシン、自動車、ピアノ・オルガン、ラジオ、自転車、などが挙げられている。写真は、『都新聞』の記事。

