

第2節

戦後から高度経済成長期まで

—戦後から昭和40年代まで—

● 廃虚と窮乏の中から（戦後直後の世相）

昭和20年8月、太平洋戦争は終結しましたが、戦後、深刻な食料危機と悪性のインフレが到来しました。食料の配給も遅れがちで、遠方の農村へ買出しに出掛けたり、穀類主体の雑炊をすすったりして飢えをしのぐ日々が続き、人々は、混乱と窮乏の中で生活しなければなりませんでした。



当時の買い出し風景

ミシンと前払式割賦販売

終戦直後の服装は、男性は国民服か兵隊服、女性はモンペという姿でした。しかし、まもなく女性たちは残り布やはぎれなどの材料を利用して、思い思いに洋服をつくり始めます。こうした状況から「ミシン」が注目されるようになりました。いわゆる「焼けミシン」でも飛ぶように取引されたのです。このような中、「ミシン産業」は、他の産業に先駆けて「平和産業」として再開します。

リッカーミシンは、昭和24年4月から本格的に、「月掛予約・月賦」方式の販売を開始、昭和27年5月からブラザーミシン販売をはじめ他のミシン販売会社も相次いで「月掛予約販売」に乗り出しました。



「スタイルブック」第1号

月賦百貨店の再興—「月賦」から「クレジット」へ—

昭和20年代の前半、戦中には鳴りを潜めていた月賦百貨店が再興します。大阪の「マルフジ商店」、「丸越」、東京の、「丸井」、「岡本商店」（その後「緑屋」に商号を変更）、「大丸百貨店」が、まず現金販売店として設立されます。

このうち緑屋は、昭和24年10月から一部の高額商品の月賦販売を開始。「丸井」も昭和25年12月から月賦販売を再開します。その際「現金価格プラス5%」を月賦価格として明示し、月賦期間も「3カ月」「5カ月」の短期分割払いにするなど、新しい商法を打ち出しました。

昭和35年1月、丸井は「便利でお買い得な丸井のクレ



丸井の3カ月・5カ月月賦の広告

ジット」という新しいキャッチフレーズを打ち出しました。当時使われていた「月賦」という呼び名（「ラムネ」という隠語もあったそうです）を廃止し、「クレジット」という名称を初めて使用したわけです。

以後、「クレジット」は、「商品の先取り、代金後払い」を表わす一般的な名称になっていきます。

家電メーカー系月販会社の設立

昭和26年10月、松下電器産業は、各地にナショナル・ラジオ月賦販売会社を設立し、ラジオの月賦販売を開始しました。これが、家電メーカーの月賦販売の始まりといわれています。



当時の家電品店の様子

昭和27年にいわゆる「電化元年」の幕が開けると、東京芝浦電気（東芝）、早川電気（現シャープ）、日立製作所（現日立キャピタル）などの大手家電メーカー系の月賦販売会社が設立されました。

小売商団体と「チケット販売」

小売店組織の専門店会は、昭和24年9月の岡山専門店会を皮切りに次々と復活します。これらの専門店会は、「チケット販売」（チケットによる分割払い）と呼ばれる販売を行いました。昭和25年に京都専門店会が初めて導入し、以降、各地の専門店会に広がります。

「チケット販売」は、当初「職域制」でしたが、その後、家庭の主婦をターゲットに「数世帯を1グループとするホームグループ制」を導入するなど、一般世帯へのクレジットの浸透に貢献します。

また、各地専門店会の復興に合わせて、戦前の全日本専門店会連盟（以下日専連）再建の動きも活発とな

り、昭和27年に「協同組合日本専門店会連盟」が設立されました。一方、日専連圏外の商店や割賦販売の組合・団体などからも全国組織結成を要望する声上がり、昭和28年11月に「日本商店連盟」が設立されました。



日商連第1回全国大会

信販会社の起こりー日本信用販売とクーポン販売ー

昭和26年6月、初めての間接割賦販売会社「日本信用販売（現日本信販）」が設立されました。

同社設立当初の割賦販売は、「クーポン制」と呼ばれるもので、職域制、会員制をとり、会員に1冊3千円の商品購入クーポン券を配り、3カ月の月賦を可能とし、利用代金を後で回収するという、いわゆる「3千円、3カ月月賦」システムでした。当時のほとんどの百貨店は現金売りでしたが、「デパートで月賦で買物ができる」という画期的な方法で、クーポンは人々の生活の中に浸透していくことになります。

しかし、一方で、百貨店で割賦販売が盛んに行われると、中小の小売商の利益に影響を及ぼすものとして、百貨店の割賦販売規制を推し進める動きも起こりました。

当時の通商産業省（現：経済産業省）から、百貨店に対し「割賦販売をまだ行っていない百貨店業者の自分の間の自粛」、「既に行っている百貨店は極力自粛」の2点を内容とする企業局長名の通達が発出されました。いわゆる昭和34年通達のことです。「大都市では一口千円以下、その他の都市では500円以下の商品は割賦販売しない」、「異なった都道府県に共通して使用できるチケットは発行しない」、などの内容です。



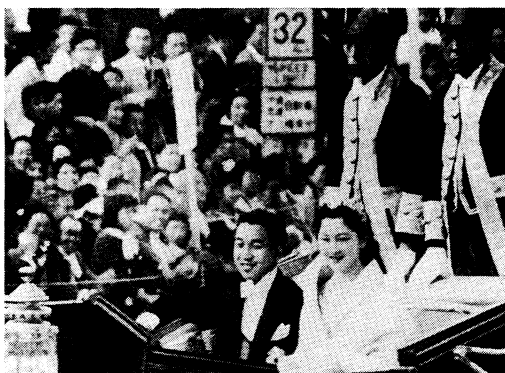
初期のクーポン

昭和30年代～40年代の世相

昭和30年から翌年の好景気は「神武景気」と呼ばれ、日本経済は実質9%の高い成長を遂げ、国際収支も5億3,500万ドル余りの黒字を計上しました。

このような好景気のなか、昭和30年4月に日本電信電話公社（現NTT）が通話料金の銀行口座振替を実施。これを皮切りに昭和40年代に入るとこの制度は公共料金はもちろん税金、学費、保険料等広い範囲で実施されるようになりました。クレジット分野では、日本ダイナースクラブ（現シティコープダイナースクラブジャパン）が業界の先鞭として昭和37年1月から利用代金の口座自動振替を実施、消費者にとっても毎月の集金の煩わしさから解放されることや支払いに必要な現金を保管しておく必要のないことなどの利点により広がりました。

また、当初クレジット会社の事務処理は支払いの管理、信用調査、代金の回収などすべて手作業で行われていましたが、コンピューター技術の進展に伴い、それぞれの業務で合理化、省力化が図られました。このような口座振替の普及や事務の合理化は、その後のクレジット業界発展要因の一つといえます。



皇太子御成婚のバレード

割賦販売法の制定

昭和30年代の経済成長とともに、「割賦販売」は順調に成長しました。

このような中で、「広い意味における割賦販売に関する流通秩序の確立」と「割賦販売の健全な発展を図るための環境整備の問題」については、緊急に取り組むべき課題とされ、割賦販売における取引の公正化を図る意味で、「取引秩序法」としての法律の制定が検討されるようになり、「割賦販売法」が、昭和36年7月1日に公布、同年12月1日に施行されました。

「カップ」と「ワップ」

「割賦販売法」の「割賦」の読み方は内閣法制局の意見によって「カップ」と読むことに統一された。『「ワップ」と読む読み方は「割り符」という語源からの音便で「ワップ」となったものであるが、「符」（通行札等）は割ることができるので、この意味で用いられる場合はよいが、「割賦」の「賦」は割り当ての意味であるので、「賦」を割ることはできないし、「分割賦払」の意味であるから、「カップ」と読むのが正しいわけである。』

（制定時の「割賦販売法の解説」より）

ショッピングクレジットの誕生

昭和30年代に入ると信販業者の数は急激に増加し、昭和38年末には、株式会社83、協同組合1,500（推定）に達しました。

しかし、一方では、前述の割賦規制通達の影響などから、信販会社の業績は伸び悩み、経営改革の必要に迫られるようになっていました。このような中、日本信販は、従来のクーポンを発行することなく、会員以外の不特定多数の消費者に信用供与できる「債権買取り業務（個品割賦購入あっせん＝ショッピングクレジット）」を開発しました。

一般の消費者が、手軽に利用できるクレジットとして、信販会社の40年代の飛躍に大きく貢献することになります。



当時のステッカーなど

割賦制度協議会設立

割賦販売法成立後の昭和38年1月「割賦販売の健全な発達を図り、関係省庁等に意見を具申し、もって割賦諸制度を改善するため、業界団体を創設し、業界の健全、公正な利益を図るとともに、消費者の利益を守り、国民経済の安定成長に寄与する。」という目的のもとに「割賦制度協議会」が設立されました。

当時の協議会の活動内容として

- ① 信用情報交換所の設立
- ② 割賦金融公庫の創設
- ③ 債権回収機関の設立

の3点が掲げられています。

割賦制度協議会は、昭和42年に公益法人となり、社団法人日本割賦協会となります。これが、現在の社団法人日本クレジット産業協会の前身です。

信用情報交換所設立

昭和30年代当時の信用調査は、各業者がそれぞれ別個に独自の方法で行っていました。もちろん、現在のような「個人信用情報機関」は存在しません。

こうした状況を踏まえ、割賦制度協議会は、昭和38年度事業計画に「信用調査に関する情報の交換及び信用調査機関設立の促進、協力」を掲げ、昭和40年に任意団体の「信用情報交換所」を設立しました。しかし、肝心の情報がなかなか集まらないなど、設立当初のあゆみは決して順調ではなかったようです。

昭和40年の9月に17の業界団体を集めて華々しくスタートした信用情報交換所も、同年の暮れ頃には全く

行き詰まり、割賦制度協議会の丸抱えのような状況となったと、当時の記録には記されています。



当時の信用情報交換所の様子

初めてのクレジットカード

昭和35年、日本ダイナースクラブが設立されました。わが国初めてのチャージアカウント（1回払い）のクレジット会社です。旅行や接待に利用されることが多いため、T & E（travel&entertainment）カードと呼ばれました。



世界初のプラスチックカード

同社は世界で初めてのプラスチックカードを発行しました。また、昭和42年9月からはクレジットカードでのキャッシングを導入するなど、時代に先駆けた取り組みを行っています。

日本ダイナースクラブが発足してから、1月半後の昭和36年1月には、三和銀行と日本信販の同額出資により「日本クレジットビューロー（現ジェーシービー）」が設立されました。その後、銀行は「ローン」と並ぶ商品としてクレジットカードに着目し、カード発行のための別会社の設立に乗り出します。昭和40年代から都市銀行を中心に多くの銀行系クレジットカード会社が設立されました。

割賦手形(マル専手形)ー自動車のクレジットー

割賦手形(マル専手形)とは、自動車販売の際によくみられた、手形を利用した割賦販売を指します。

自動車ディーラーは、自動車の割賦販売を希望する購入者に、あらかじめ提携している銀行に「マル専口座」の開設を取り次ぎ、購入者は支払回数分のマル専手形の交付を受けて、代金の支払に充てます。

この制度が導入されるにあたり、(社)日本自動車販売協会連合会は、当時全国銀行協会に対して「自動車

販売の70%～80%は割賦によるものだけに、銀行と取引のないユーザーに対しても簡単に割賦手形専用当座勘定を開設するなどディーラー、ユーザーの便宜に資するよう」申し入れています。当時から自動車の購入には、多くの人がクレジットを利用していたことがわかります。

個品割賦購入あっせんの成長

個品割賦購入あっせん(ショッピングクレジット)は、昭和40年代に入ると著しい伸びを示しました。(社)日本割賦協会の統計資料によると、昭和44年に110億円、昭和47年に660億円、昭和50年に4,240億円と毎年前年比170～200%の増加を示しています。

成長の主要因としては、信販会社と全国規模のメーカー・販社(音響、ミシン、書籍販売、電機、自動車など)との提携が進んだこと、これらのメーカーが取り扱う商品が比較的高価格であること、昭和40年代に「無店舗小売業」(訪問販売、通信販売など)が著しく成長したことが挙げられています。



当時の人気車ダットサンブルーバード310型

