

消費ローン市場の役割と問題点

〔要 旨〕

- 1 消費ローン業界の新規供与額は約25兆円規模であり、不足資金の融通を通じ、家計等の消費活動を支えている。消費者金融会社のシェアが4割を超えているが、大手銀行と消費者金融会社の提携子会社の参入の動き等がみられる。
- 2 雇用・所得環境の悪化のもとで、低所得・低貯蓄層を中心にローン等消費者信用の利用が増大。家計の所得減少を補っている。年齢階層別に消費ローン利用をみると、40歳代から50歳代の利用が多く、生活資金等を目的にした利用が増えている。
- 3 しかし、消費ローン業界の経営環境は、個人破産と上限金利引下げの動きから、不透明感を増している。市場拡大にも限界があり、営業費用の高さの是正も必要となっている。
- 4 わが国の個人信用情報システムは米国に比べ、立ち遅れている。個人信用情報機関が業界ごとに設けられ与信判断情報が分断されているとともに、消費者が自らの信用情報を知る手段・範囲も少ない。これにより、貸し手と消費者の間に情報の非対称性が生じ、リスクに対して適正金利でのローン貸出が阻害されているとともに、過剰与信が行われる要因にもなっている。
- 5 上限金利の引下げにとどまらず、消費ローン市場の健全な育成をはかっていく方策の一つとして、業態横断的で消費者が自己情報を随時、容易に引き出せるような個人信用情報システムの整備が政策的にも求められよう。

目次

1 はじめに

2 消費ローンの現状

(1) 消費ローン貸出は年間25兆円

(2) 消費ローンの業態構成の変化

(3) 都市銀行系子会社の参入

3 最近の消費行動と消費ローン

(1) 近年の消費行動と家計収支

(2) 年収別、貯蓄残高別、年齢階層別にみた消費ローン利用実態

4 消費ローンの問題点と今後の課題

(1) 個人破産と貸倒費用の増大

(2) 上限金利引下げと規制強化

(3) 個人信用情報システム整備が重要

5 おわりに

1 はじめに

1990年代後半以降、デフレの深刻化と金融不安の継続のなかで、わが国の就業・所得環境は悪化をたどった。特にIT不況と称される00年末からの倒産増加やリストラ強化に伴う悪化は厳しいものであった。

失業率は、90年代半ばの3%前後の水準から、02年後半から03年はじめにかけ、一時5.5%まで上昇。現在も5%を超える水準に高止まりしたままである。また、就業者は90年代後半のピークだった97年平均に比べ、200万人以上減少している。

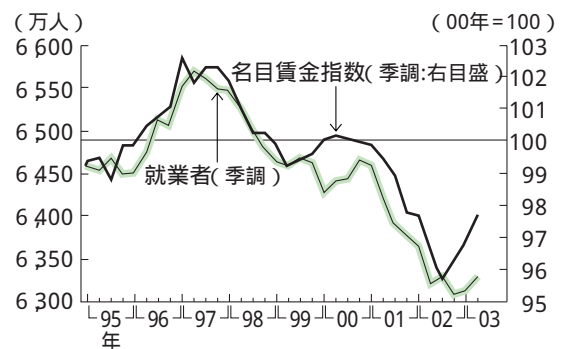
所得面では、雇用者・現金給与総額（「毎月勤労統計」の従業者5人以上事業所が対象）が01年4～6月期以降、約2年にわたり減少が続き、90年代後半のピークであった97年平均に比べ02年末には6%以上の減収になった（第1図）。

このように厳しい雇用・所得環境にもかかわらず、家計等個人消費（民間最終消費

支出）は意外な根強さをみせたが、家計の収支構造にどのような動きがあったのだろうか。本稿では、消費維持の背景にあった家計収支の動きを「消費（者）ローン」（以下「消費ローン」、「消費者ローン」と呼び方に内容的に差異はないが、本稿では統一的に「消費ローン」という）に焦点をあて分析する。

そして、その消費ローンを巡る業界環境や問題点と今後の経営戦略、さらに消費ローン市場の健全な発展において個人信用情報システムの整備が果たす重要性を考えるとしたい。

第1図 90年代後半の就業・所得環境



資料 総務省「労働力調査」、厚生労働省「毎月勤労統計」から農中総研作成

2 消費ローンの現状

(1) 消費ローン貸出は年間25兆円

日本クレジット産業協会の「消費者信用統計」(経済産業省・取引信用室監修)のデータにしたがって、消費者が受ける信用供与 = 「消費者信用」を定義・分類すると第2図のようになる。

「消費者信用」とは、消費者が自らの信用をもとに借りるローンやクレジットの総計をいう。ちなみに住宅貸付(「資金循環勘定」によれば、02年末現在住宅貸付残高は官民合わせ182.8兆円)は除外されている。

この消費者信用は、直接金銭を借りる「消費者金融」と、物品・サービス購入のため利用する「販売信用」に二分される。消費者金融はローンやキャッシングなどと呼ばれ、販売信用はクレジットや割賦販売などと呼ばれることが多い。

消費者金融のなかで定期預金や郵便貯金などの預貯金等担保貸付を除き、無担保で個人にお金を貸し付けるのが消費ローンである(第2図)。

01年の消費者信用の額は74兆円であるが、このうち約3分の1、24.7兆円が消費ローンであり、家計消費を補う役目を果たしている。

業態別で消費ローン貸出額が最も大きいのは消費者金融会社。次いで信販会社、民間金融機関、銀行系クレジット会社の順で続き、この4業種で消費ローン供与額の

約90%を占める。

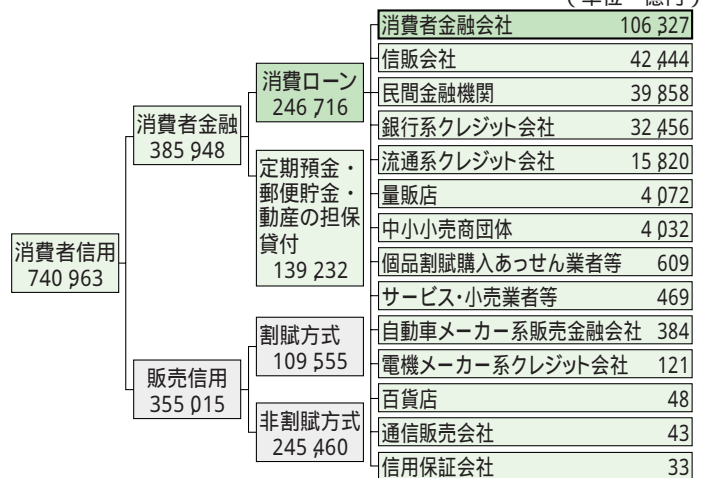
また、消費ローンの貸出額は、80年代に急増。90年に24.3兆円まで増加したが、バブル崩壊や上限金利引下げに伴う事業環境の悪化から93年には19.5兆円まで減少した。しかし90年代半ばから再び増加し、01年には90年を上回る過去最高の24.7兆円に達した。02年は個人破産増加などを背景に貸出抑制姿勢が強まり低迷したが、25兆円台の舞台に乗った可能性が強いと思われる(第3図)。

(2) 消費ローンの業態構成の変化

消費ローン貸出の業態別構成は90年以降、変化が生じた。

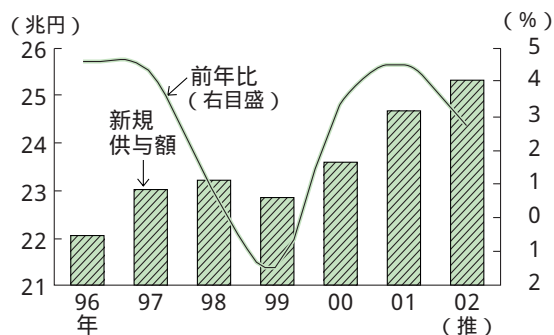
90年代初めまで消費ローン貸出の中心は銀行などの民間金融機関であった。90年の消費ローン貸出のうち46.7%は民間金融機関が占めていた。信販会社が22.8%でこれに次ぎ、消費者金融会社は15.8%に過ぎなかった。

第2図 消費ローンの位置付けと信用供与額の内訳(2001年)
(単位 億円)



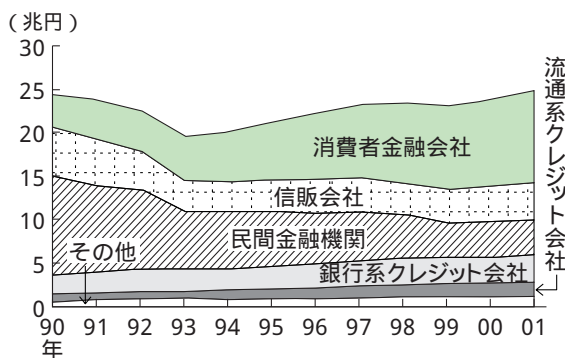
資料 (社)日本クレジット協会「日本の消費者信用統計平成15年版」から農中総研作成

第3図 消費ローン新規貸出額



資料 (社)日本クレジット協会「日本の消費者信用統計」から農中総研作成
(注) 02年は諸統計からの農中総研推計値。

第4図 消費ローンの業態別貸出額の推移



資料 第3図に同じ

消費者金融会社は90年代を通じシェアを拡大。95年には業態別シェアのトップとなり、01年には43.1%を占めるに至っている(注1)(第4図)。

(注1) 消費者金融会社が貸出を伸ばすことができた背景には、貸出金利の高さなどから相対的に高収益性が確保でき積極出店が可能性であったこと、不足生活費等を主な融資対象とする小口ローン中心でバブル崩壊・資産価格下落による貸出債権内容の悪化が比較的軽かったこと、および「自動契約機の導入」による審査・融資を短時間化、心理的負担の軽減による顧客層拡大や、提携ATM拡大などによる利便性向上、さらに大手消費者金融会社の株式上場やTVコマーシャル等によるイメージの向上も寄与したと考えられる。

(3) 都市銀行系子会社の参入

銀行等民間金融機関などが直接貸し付ける消費ローン残高の減少が続いているが、最近の特徴として、都市銀行が消費者金融会社と提携、子会社を通じて個人向けローン市場に参入をはかっていることがあげられる。

00年7月にさくら銀行(現三井住友銀行)が三洋信販などと提携してアットローン(株)を設立して市場参入したのを皮切りに、三和銀行(現UFJ銀行)がプロミスなどと(株)モビットを設立し、さらに東京三菱とアコムが(株)東京三菱キャッシュワンを設立して市場に参入した。

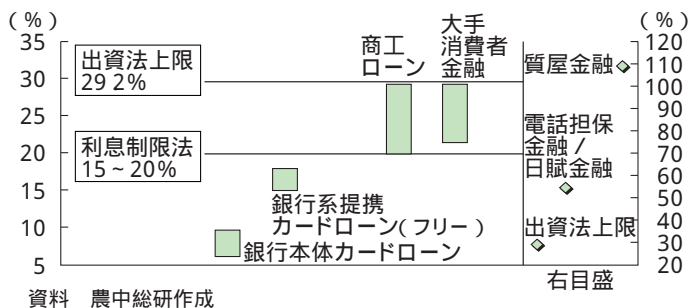
消費者金融業は銀行業と異なり、消費者への知名度・認知度を高める必要があるが、テレビ・コマーシャルへの注力等によって認知度が急速に上昇したこともあり、大手銀行系3社の融資残高合計は03年3月末に約2,100億円と、前年の約2.6倍に増加した。

貸出金利面では、銀行本体のカードローンと大手消費者金融の中間程度、利息制限法(注2)の上限に設定している。

これらの結果、モビットは設立から3期目で早くも計画どおり黒字化した(第5図、第1表)。3社の経営内容に差異はあるが、新たなビジネスチャンスの開拓は確かな一歩を踏み出したことは事実だろう。

また、これらの消費ローン会社は現状、自前の店舗網を持っていない。インターネット、携帯電話・電話・FAX、などの各端末および郵送による借入申込と、提携A

第5図 消費(フリー)ローン金利の現状(2003年4月現在)



5%台前半~7%台前半に上昇しており、信用リスク管理は緊急課題となっている。

従来の銀行本体の貸出金利に比べれば、消費ローンの貸出金利は高く、信用リスクに見合った利ざやが稼ぐことが可能な採算性の高い事業となる可能性はあるが、最

TMを利用した入出金の方法がとられているが、利用可能な提携ATMは全国的に拡大、利便性の向上は著しい。

一方、消費ローンの貸倒費用など信用コストは近年大幅に上昇しており、住宅ローンに比べれば延滞率は格段に高い。

前述の3社に関する貸倒費用データは開示されていないが、上場消費者金融会社における02年度の貸倒費用(貸倒引当金繰入等)は平均で貸付残高の6.3%。大手5社で

近の大幅な貸倒増加によって、貸付資産拡大によって収益をあげる量的拡大戦略は曲がり角に差し掛かっていることも確かだろう。

(注2) 上記3社の貸出限度額は200~300万円。ビジネス・ローンとしての利用も一部想定されており、一般的な消費者金融会社の限度に比べ大きい。ただし、1口座当たり貸付額は、モビットについてはビジネス・ローンとしての利用も多いと考えられることから77万円強と大きいものの、東京三菱キャッシュワンは約40万円であり、大手消費者金融(03年3月期:53.6万円)に比べ、小さい。

第1表 大手銀行系個人ローン会社の現状

	(株)モビット	(株)東京三菱キャッシュワン	アットローン(株)
出資構成	UFJ銀行 50% プロミス 45% アプラス 5%	東京三菱銀行 35.0% アコム 35.0% 三菱信託銀行 17.5% ディーシーカード 11.0% ジャックス 1.5%	三井住友銀行 52% 三洋信販 34% 日本生命 10% エーエム・ピーエム・ジャパン 4%
設立	2000年5月17日	2001年8月9日	2000年6月8日
営業開始	2000年9月18日	2002年3月4日	2000年7月
融資残高 (03年3月末)(別に銀行カード等保証残高244億円)	1,236億円	200億円(概数)	700億円(概数)
口座数	約16万口座	約5万口座	非公表
損益	03年3月期 黒字化	06年までに黒字化目標	非公表
利率	実質年率15~18%	実質年率15~18%	実質年率15~18%
貸付限度	限度額は300万円	限度額300万円	限度額200万円
提携ATM	03年7月末 約25,800台	03年7月末 約37,100台	03年6月末 約15,900台
中心顧客	30~40歳代勤労者	20~30歳代勤労者	20~30歳代勤労者
資本金	200億円	200億円	175億円
従業員	130名	約40名	143名

資料 各社ホームページ,ヒアリング等から農中総研作成

3 最近の消費行動と消費ローン

(1) 近年の消費行動と家計収支

次に、90年代後半、就業・所得環境が悪化するなか、家計収支の変化に伴い、消費者信用の利用はどう変わっただろうか。そのなかで、消費ローンを中心とする消費者信用利用は、収入や年齢別にどのような特徴があるのか、をみてみよう。

IT関連需要の盛り上がりにより00年度に一時増加に転じたのを除き、デフレ進行と構造調整による需要低迷から、名目GDPは97年度の521.1兆円から02年度には499.1兆円に約5%減少した。同時期に雇用・所得環境の悪化によって、雇用者報酬も5%減少した。これに対し、同時期の家計消費は0.6%の減少にとどまり底固く推移した。特にITバブル崩壊後の01~02年度に雇用者報酬は3.1%減少したが、家計消費は0.3%の微減にとどまっている。

このような所得・収入の落ち込みにもかかわらず、消費水準が高止まりする行動パターンを、「ラチェット効果」と言うが、これによって家計の消費性向（消費支出÷可処分所得）の上昇が生じた。

家計収支に、どのような変化がおこっただろうか。

総務省「家計調査」によれば、勤労者世帯の平均月間経常収入（給与や内職、利子などの定期的な収入）は、ピークだった97年から02年までに11%、月間平均6万3

千円余り減少した。このうち約6万1千円が勤め先収入の減少であり、月給やボーナスなどの減少が家計に大きな影響を与えたことが分かる。

このため、可処分所得（実収入 - 非消費支出）も97年から02年までに9%、月間平均約4万5千円減少した。^(注3)

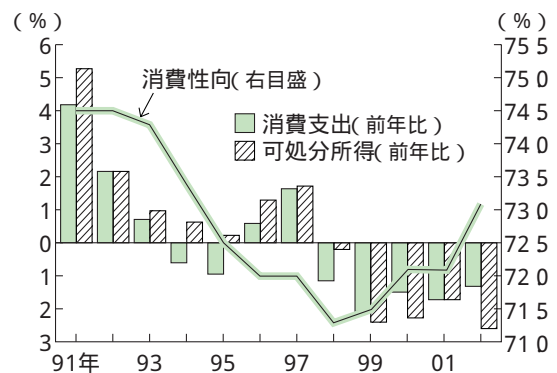
このような家計収入の落ち込みに対し、消費支出は前述と同じ5年間で7%、月間平均約2万6千円の減少にとどまった。

家計は前述のような収支の変化に伴う、可処分所得の減少と消費支出削減との差額（不足）分を、貯蓄を約1万9千円減らすことによって、対応した。

このように可処分所得の落ち込みほどに消費支出が落ち込まなかった結果、消費性向は97年の71.3%から上昇を続け、02年は73.1%まで2%近く上昇した（第6図）。

（注3）このような消費行動は「ラチェット効果」と呼ばれる。消費者の生活行動には慣性があるために、所得減少に合わせて生活水準を簡単には低下させることはできず、支出調整には時間がかかるという考え方。

第6図 勤労者世帯の所得と消費支出の変化と消費性向



資料 総務省「家計調査」から農中総研作成

(2) 年収別，貯蓄残高別，年齢階層別にみた消費ローン利用実態

前節では90年代後半以降，所得・収入の落ち込みに比べ家計等個人消費が高止まりした結果，どのような家計収支の変化と対応の動きが生じたかをみたが，それ以外に消費者信用の利用による資金調達の拡大も消費の下支え役を果たしたことがうかがえる。

「家計調査」の，年齢別，所得別，貯蓄額別の消費者信用の利用実態データによれば，低所得層を中心として家計が近年，資金不足をおぎなう手段の一つとして，消費者信用の利用を増やしている傾向が観察される。

たとえば，年収300万円未満世帯の消費者信用^(注4)は，96年から02年までの間に5,983円から10,945円へ83%増え，可処分所得に対し5%程度になっている(第7図)。

年収300万円未満の世帯の可処分所得は96年から02年までの間に5,450円減少している。この減収分のほとんどを消費者信

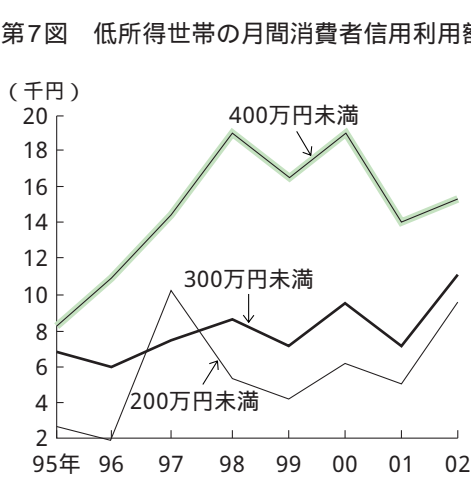
用の借入で相殺していることが分かる。

また，「家計調査」(貯蓄・負債編)の01年1世帯当たり消費ローン残高を年間収入別^(注5)にみると，200～250万円の階層の消費ローン残高が26万円と最も多い。また02年の1世帯当たりの消費ローン残高は平均8万円であったが，年収階層別では250～300万円の階層が19万円と最も多くなっている(第8図)。

以上のことから，年収が200～300万円台の比較的低所得階層が消費ローン借入の中心層となっていると考えられる。

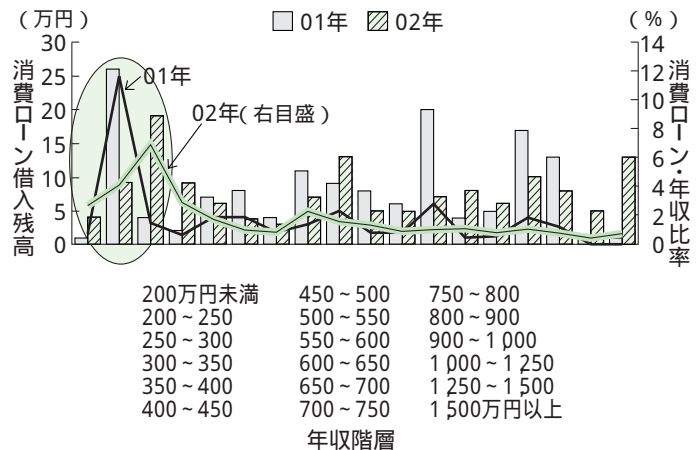
なお，年収が200万円未満層は，年収階層のなかで最も平均年齢が高く，かつ就業している平均有職人員も最も少ない。このことから年金受給の高齢者世帯が多いと考えられ，年齢的にも消費ローンに対する需要が小さい事情がローン残高の少なさにつながっていると思われる。また年収が200万円未満層は，消費ローンを借りること自体が条件的に困難だったり，年収に対する

第7図 低所得世帯の月間消費者信用利用額



資料 第6図に同じ

第8図 年収階層別消費ローン借入残高

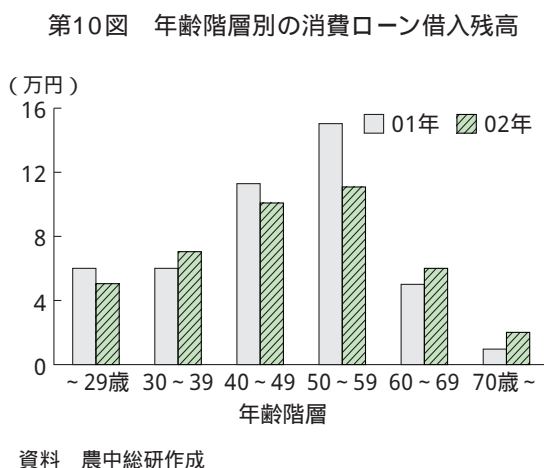
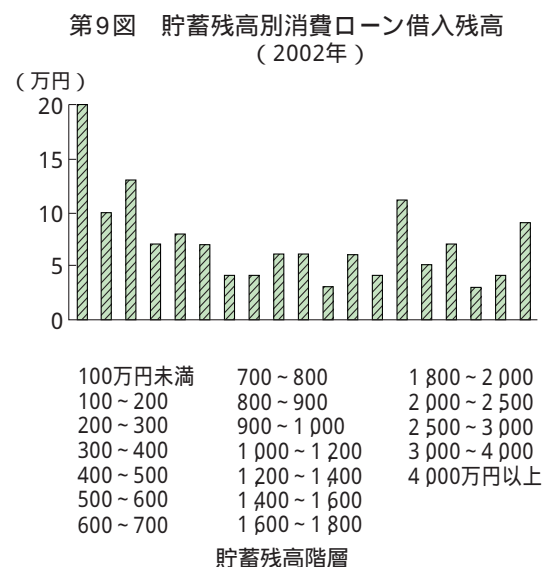


資料 第6図に同じ

返済負担が大きくなるために借入を抑制していることもローン残高の少なさの一因となっているだろう。

次に貯蓄残高別に消費ローンの利用実態をみよう。

消費ローン借入残高は、貯蓄残高100万円未満の階層が20万円と最も多く、次いで200～300万円の階層となっている。比較的貯蓄残高が低い階層の借入残高が多い傾向が読み取れる（第9図）。



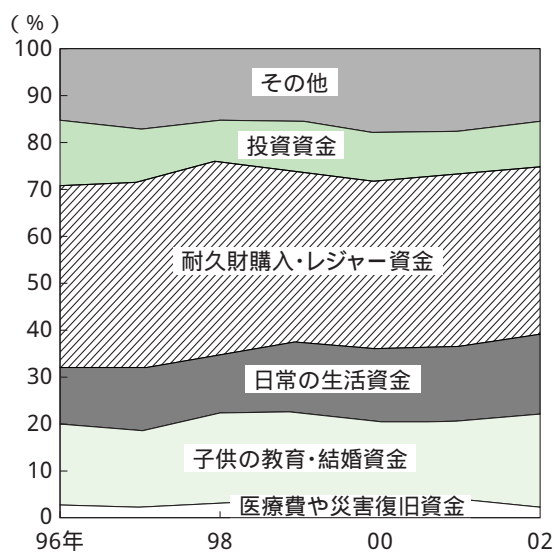
貯蓄残高100万円未満の階層の消費性向は77%と他のほとんどの階層よりも高い上、消費支出に占める日常的な支出である経常消費支出の割合も83%と最も高い。貯蓄残高が低い層は、生活に必要な支出が収入を上回った場合には貯蓄を取り崩して一時的に賄うことが困難であるため、消費者ローン借入残高が多いとみられる。

次に、年齢階層別に消費ローン残高をみると、最も多いのは50歳代で、次いで40歳代となっている。「家計調査」のサンプル上の問題もあると思われるが、50歳代を頂点として、年齢が下がるほどに、または上がるほどに残高は減少していく傾向がある（第10図）。これは、40～50歳代の年齢層は子弟の教育費や住宅ローン返済などの支出が多いとともに、交際・冠婚葬祭などの出費も重なり、一時的に生活費の不足も生じやすい事情があると思われる。

消費ローンの利用目的としては、耐久財購入・レジャー資金のウェイトが引き続き高いものの、収入低迷を反映し日常生活費や子弟の教育・結婚資金のウェイトが近年、徐々に上昇している（第11図）。

また、「消費者金融白書2002年版」（日本消費者金融協会）によれば、男性の年齢階層別の消費ローン利用目的で20歳代、30歳代は「生活費の補填、つなぎ」という理由が最も多いのに対して、40歳代になると「交際費・つきあい」がトップとなり、「生活費の補填、つなぎ」がそれに準じる。さらに50歳代以上では「交際費・つきあい」に続いて「旅行・レジャー」「遊興費・娯

第11図 消費ローンの借入目的推移



資料 貯蓄広報委員会「家計の金融資産に関するアンケート」から農中総研が作成

(注) 借入目的から住宅等を除いて、構成比を算出。

楽費」が続いて「生活費の補填，つなぎ」はその下となる。

以上のことを合わせて考えると、20歳代、30歳代は収入自体がそれほど多くないために、消費ローンで「生活費の補填，つなぎ」を行うことが多いと思われる。

これに対し、40歳代、50歳代は、年収・所得は多いものの、経常的な支出も多くなるため比較的自由に使えるお金が少なくなり、年間収入のなかで余裕資金の割合の高いボーナス等までのつなぎとして、一時的な支出の交際費、旅行、遊興費などで消費ローンを利用することが多くなると考えられる。

また、一時的な支出を補うため、年収・所得の比較的高い40歳代、50歳代が消費ローンを利用するようになってきていることが、全体でも高い年収階層の消費ローン残高が多くなっている理由の一つと考えられ

よう。

(注4) 家計調査における「分割払・一括払購入借入金」と「他の借入金」の合計。他の借入金には奨学金や親族からの借入も含むが、市場規模から考えて大半が消費者信用に該当する借入と思われる。

(注5) 土地・住宅以外の負債で銀行等金融機関以外からの借入。

4 消費ローンの問題点と今後の課題

(1) 個人破産と貸倒費用の増大

個人消費を支えてきた消費ローンであるが、ここへきて、業界をめぐる不透明感は高まっている。

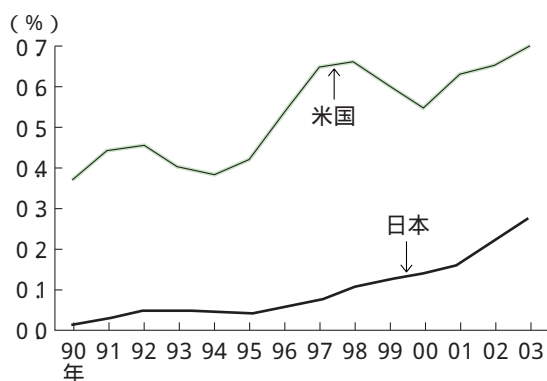
わが国の個人破産件数は02年度に20万件を突破(21.6万件)し、15歳以上人口に対する個人破産申請件数の比率(以下「破産者・人口比率」)も0.22%となった。03年度も破産申請件数は前年度比25%程度のペースで増加しており、破産者・人口比率は0.25%を超す可能性が大きい。^(注6)

一方、米国の02年の個人破産件数は151万件で破産者・人口比率は0.64%。今年は約0.7%、165万件を超すことも予想される。

しかし、90年代初め米国の破産者・人口比率は0.3%強であった。15年でその比率は約2倍に上昇したことになる(第12図)。

90年代の米国は、長期にわたる経済成長を享受。所得格差の拡大はあったものの、所得環境が基本的に良好に推移したにもかかわらず、個人破産が増加をたどった背景に個人破産に伴う社会的汚名(Stigma)感の低下があったことが、米国の研究(ク

第12図 日米・個人破産件数の15歳以上人口比率



資料 最高裁・司法統計年報, American Bankruptcy Institute資料から農中総研作成
 (注) 比率(%)=年間個人破産申請件数÷15歳以上人口。
 03年は直近まで増加率での年間試算。

ロスセクション分析)で指摘されている。

たとえば、破産に対する社会的汚名の感覚が低下し、破産への親族・親戚の受け止め方が忌避という姿勢から、破産勧奨の傾向に変わってきたといわれる。また、一例にすぎないが、調査会社のケスラー社(Kessler International)が01年に行った破産裁判官や管財人、弁護士を対象とした匿名調査によると、破産者中31%はきわめて悪質な破産法の悪用があり、やや悪用とみられるケースが63%。破産申請が破産法を順守して正直に行われているには6%に過ぎないという回答であった。米国のこのような破産法の安易ともいえる利用の実態は、現状、わが国に直接は当てはまらないとしても、決して他人事ではなからう。

このように破産を安易に考える傾向が日本にも広がることは否定できない。破産手続きに必要な予納金の大幅引下げや自己破産決定の「即日面接」制度の導入など、破産法改正によって自己破産は容易になって

いる。

今後、中期的に経済再生に成功し所得環境は改善をたどるかもしれない。しかし、米国に10年遅れるといわれるわが国で、90年代の米国と同じように社会的汚名意識の低下から、個人破産申請件数が増加をたどる可能性は小さくないと思われる。

(注6) このほかに個人債務者・民事再生手続申請者が02年度、約15,300件ある。

(2) 上限金利引下げと規制強化

金利面では、91年に消費ローン(出資法)の上限金利が54.75%から40.004%に引き下げられた後、90年代末に商工ローン(中小企業向けの貸金業者)による高利取立て等が社会問題化。00年に消費ローンの上限金利は29.2%へ引き下げられた。

しかし、悪質な一部登録業者を含めて、年率数千%におよぶ違法な金利で貸し付ける「闇金融」の社会問題化をきっかけに、出資法・上限金利の引下げと違法業者の取り締まり強化の論議が高まった。

貸金業規制法および出資法の改正が03年7月25日に国会で成立。出資法が定める、現行29.22%の法定上限金利の改正は今回見送られたが、3年後の見直し規定がつけられた。貸金業者等の反対は予想されるが、3年後の上限金利引下げへの圧力は大きい。

過去、個人向けの高金利貸付や暴力的取立てが社会問題化し痛ましい犠牲者を生んできたことは確かであり、金利の適正化は重要な問題である。

その一方で前述のような金利をめぐる制度変更により、消費ローンの収益環境は、

中期的にみて一段と悪化するとみるべきだろう。

上場消費者金融会社は、合併による規模拡大によって増益を果たしたアイフルを除き、02年度は営業減益となった。また、大手消費者金融5社の利益水準そのものは高いが、貸倒処理費用の増加、営業経費率の上昇によって、収益構造は悪化している（第13図）。

貸倒費用の純受取利息（受取利息 - 支払利息）に対する比率は、この4年間に16%から29%へ上昇した。また、販管費等営業費用の純受取利息に対する比率は、規模拡大の経済効果が働かず、39%から41.5%へ逆に上昇した。

予想される上限金利引下げや破産者増加など消費ローン・ビジネスの環境は中期的にさらなる変化を迎えよう。

米国ではFRB等による貸出に関する規制はあるが、国レベルでの上限金利規制は無い。もちろん「ペイデー・ローン」など借り手の高金利負担の問題は日本と同様に指

摘されるが、多様な信用リスク段階にある者に対し、様々な金利設定等のローン商品提供を行う消費ローン・ビジネスが展開されている。これに対し、わが国では法律上の一律的の上限金利設定（引下げ）によって、そのようなビジネス展開は不可能である。

また、個人破産増加等による消費ローンの貸倒費用増加は、景気回復によって緩和されるとしても、中期的に増加傾向が止まるとは考えにくい。

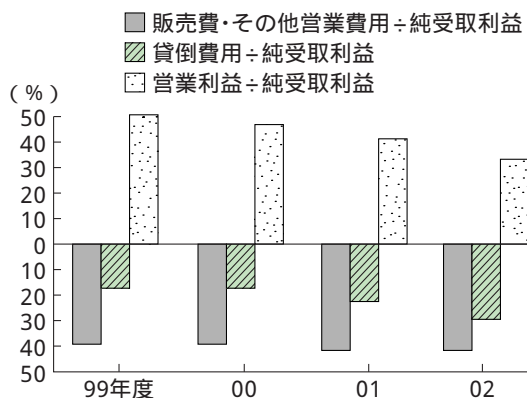
（3）個人信用情報システム整備が重要

消費ローン業界では、比較的风险の低い顧客層に相対的に低い金利で貸し出して確実に利益を上げる大手企業と、比較的风险の高い顧客層に比較的高い金利で貸し出して利益を上げる中小、零細企業という棲み分けがあったといわれる。

上限金利がここ10年余りで2回にわたって引き下げられたことにより、高リスク借入者に対し高金利での貸付を行っていた中小・零細消費者金融業者は経営困難に陥ったという指摘がある。実際、貸金業登録業者数（財務局登録、知事登録の合計）は、91年度の37千件から02年度には26.3千件に減少した。

業界団体が主張するように、上限金利の引下げによって、高リスク・高金利貸出を行う貸金業者の対応を狭め、個人破産の増加やヤミ金融業者の増加を引き起こしているかどうかということは実証されにくい。わが国で3年後、さらなる一律的の上限金利引下げが行われれば、消費ローン会社

第13図 大手消費者金融の収益・費用構造



資料 各社財務諸表から農中総研作成

の多くは、信用リスク対応を厳格化し、顧客を絞り込む方向をとることが予想される。

また、信用リスクの比較的低い優良顧客に対しては獲得競争から、結果的に信用リスクに見合わない金利引下げ競争が激化し、業者の融資体力を弱めることが懸念される。

よって、今後、一定の消費ローン上限金利引下げ政策の継続が社会的に求められるとしても、消費ローンのビジネス展開を認めるならば、おのずと限界・下限がある。

消費者信用政策の課題として、今後は個人信用情報システムの整備と秘密保護が重視されるべきだろう。すなわち、個人信用情報を整備し、消費者が自分の信用リスク評価に見合った適正な金利で借りられるようにするという消費ローン市場の育成が重要であり、ローン乱用・過剰与信による事故・事件を減らすことにもつながる。

日本の個人信用情報機関はほぼ業態別に主に4機関に分かれており、情報の共有化

が不完全であるために、個人信用情報の整備が不完全な状態にあるといわれる（第2表）。つまりほかの業界からお金を借りている消費者の情報は把握しにくく、それが多重債務者の発生を増やし、業者と消費者双方に損失を生じさせている可能性がある。

全国銀行個人信用情報センターは全国銀行協会が設置した機関であり、会員は銀行、信用金庫、信用組合などである。

シー・アイ・シーとシーシービーは株式会社組織である。シー・アイ・シーはクレジット産業が設置。シーシービーは外資系および国内消費者金融会社、信販会社、流通系カード会社などが設置している。

全国信用情報センター連合会は、消費者金融系の独立した33の信用情報センターの連合会となっている。

このように日本の主要個人信用情報機関は、業態別に分かれ、その収集・活用している情報も様々である。消費者金融会社は、

第2表 個人信用情報機関4センターの概要

	全国銀行個人信用情報センター	(株)シー・アイ・シー	全国信用情報センター連合会	(株)シーシービー
組織形態	全国銀行協会が設置し、社団法人東京銀行協会が運営	株主はオリエントコーポレーション、クレディセゾン、日立キャピタル、丸井など44社	独立した33信用情報センターの連合会	株主は信販会社、銀行系カード会社、流通系クレジット会社、信用保証会社、消費者金融会社など
主な会員資格	全国銀行協会の正会員	(社)日本クレジット産業協会に入会していること	貸金業者として登録していること	貸金業法、割賦販売法、銀行法等による業者
会員数	1 612社	835社	4 379社	408社
保有データ量	7 360万件	2億245万件	1 643万人	1億300万件
月間照会件数	174万件	1 399万件	1 410万件	400万件
回答率(ヒット率)	67.3%	95.7%	-	93.3%

資料 金融財政事情研究会「月刊消費者信用2002年9月号」から農中総研作成

新規にお金を借りにきた顧客がほかからも借入をしていないかどうか、という点に重きがおかれるのに対し、クレジット会社では顧客の購買傾向、銀行では勤続年数などを重視する傾向がある。

これに対し、米国では、「消費ローン市場の成長促進要因の一つは、個人信用情報（クレジット・ビューロー）の整備にある」といわれている。

米国には数百社の個人信用情報機関があるが、そのうち全土をカバーし、業態横断的な情報を持つEquifax、Experian、Trans Unionの大手3社が市場の90%以上を占めている。

信用情報は、支払履歴等によって9ランクに分けられ、FICO®等の信用判断スコアリングと併せて、消費ローンの与信判断に使われる。

これらのクレジット・ビューロー会社は、収集した個人情報を提供するほか、一定の与信基準を満たした顧客リストの作成、販売なども行う営利企業であり、インターネットなどを通じて、毎日200万件の与信情報が提供される。

一方、プライバシー保護などの面でも、最大限の注意が払われ、消費者もインターネットなどを通じて、自らの信用情報が正確に提供されているかどうかをチェックすることができる。それが正確でなければ、修正・訂正を行うことが可能であるとともに、信用リスクに関する付加的な情報を提供すれば、評価の引上げも可能となる（このクレジット・ランクの修正・引上げのアド

バイス等を行うコンサルタントも多く存在）。また個人信用情報提供の目的、内容、正確性、利用者義務、提供者義務などが細かく定められ、情報の開示とプライバシー保護のバランスが最大限とられている。

これによって、米国では延滞発生率の抑制や与信拒絶率をコントロールすることに成功している。

情報を共有することが情報の非対称性をなくし、逆選択を減少させ、顧客、供与側双方にとってメリットとなる。

日本では業界間の情報交換の機関として、87年からCRIN（Credit Information Network）が稼働している。CRINは、全国信用情報センター連合会、全国銀行協会、（社）日本クレジット産業協会の三者が、旧大蔵省および旧通商産業省の指導を受けて構築した個人信用情報の交流システムである。しかしCRINで得られる情報は、各信用情報機関が保有している信用情報のうち延滞等の事故情報に限定されており、借入などの情報は対象となっていない。93年の旧大蔵省「多重債務問題懇談会」で幅広い情報の交換が検討されたが、業態間で保有する情報量に差があり不公平である、などの理由で見送られた。

また00年には、消費者金融業界とクレジット・信販業界で個人信用情報を交流する「テラネット」が始まったが、対象となっている情報は、クレジットや消費者ローンの利用に係る信用情報の一部にとどまる上、銀行などの民間金融機関は加入していない。

また、これらの個人信用情報機関に加盟していない業者も多い。01年の貸金業者数は約24,000社あるが、全国銀行個人信用情報センターを除く3機関の会員数を単純合計しても約5,600社にしかない。

今後は、業態間の情報共有化を進めていくことが、業態間にまたがる多重債務問題の解決に近づく方法の一つであり、増大する個人破産や、個人ローン市場における不良債権の増大コストを低下させることができる一つの方法であろう。

しかし、米国のように多くの消費者が自ら信用情報を提供かつチェックできる横断的データ・システムが、わが国でも構築される可能性は、当面、小さい。

新規顧客募集面から言えば、若年人口の減少などから、限界的な貸出対象の信用リスク悪化と顧客募集コストの上昇という相反する問題が一段と厳しさを増すだろう。前述のように、銀行系個人ローン子会社では当初計画どおり黒字化するところもあるが、顧客（信用）情報の少なさや顧客募集コスト面で厳しい展開が見込まれる。大手消費者金融会社の優位は動かないだろう（とはいえ、大手消費者金融の営業費用比率は上昇をたどっており、米国の同業他社に比べ高い。上限金利引下げに対応した圧縮努力が必要となる）。

米国では、顧客の消費行動に関する情報を内部に持っている通販・流通系業者による消費ローンのビジネス展開が目立つといわれる。わが国でも、提携等によって、従来の業界地図を変えるような動きが出てく

るのか、注目される。

5 おわりに

低所得者層を中心とした消費ローンの利用拡大は、所得減少のなかで個人消費を下支えする要因となっていると考えられる。その反面、個人破産は増加の一途をたどっている。

手取り収入の伸び悩みの一方、消費水準の維持をはかる手段として、今後も消費者信用、消費ローンやクレジットの利用は中期的に増加すると思われる。

しかし、消費ローン等利用に伴う社会問題の抑制は、上限金利の引下げや違法業者の取り締まり強化だけでは解決できないだろう。

政策的に消費者自らも参加・情報提供できるような横断的個人信用情報システムの整備を後押しし、できるだけ正確な信用情報をもとに貸出が行われる体制づくりが望まれる。

米国の旺盛な個人消費を支えているのは最も進んだ個人信用情報であることは既に見てきたが、韓国でも97年の経済危機以降、消費ローンの利用が飛躍的に増えて急速な景気回復を果たす一翼を担ったといわれている。

消費拡大による経済再生のためにも、個人信用情報システム構築の政策的支援は重要な政策テーマであると思われる。

調査第二部

(渡部喜智・名倉賢一・木村俊文・田口さつき)