

「法定金利を撤廃することの経済学的意義について」

—日本における消費者金融サービスのあるべき姿について経済理論分析に基づく提言—

abstract 本論文は、日本における消費者金融サービスのあるべき姿として、法定金利の廃止と完全自由市場化によるサービスの向上を提言するものである。従来まで、法定金利はどれほど消費者を保護してきたかのみが強調されてきた。確かに、法定金利のような上限金利政策は「市場が未発達である」という条件のもとでは消費者保護の効果を持つ。しかし、経済成長や IT 技術革命などの要因によって、日本の消費者金融サービス市場は完全競争市場の条件を満たすまでに発展した。このような完全競争市場において上限金利が存在している場合、その市場には借入制限を意味する「信用割当」が出現してしまう。またこの「信用割当」が存在するために、近年における消費者金融サービス企業間競争の激化も貸出金利の切り下げ圧力として作用することはない。このように日本の消費者金融サービス市場における法定金利は、1 信用割当を生み出し、2 企業間競争の成果が得られないという 2 つの形で消費者の利益を害するものなのである。これからの日本の消費者金融サービスのあるべき姿とは、制約のない自由で健全な競争市場の恩恵を顧客と企業の双方が享受できる状態であるという結論を導き出す。

平瀬 友樹

(京都大学大学院 経済学研究科 経済システム分析専攻博士後期課程 2 年)

1 問題意識

金融ビッグバン改革の結果、今日の日本の消費者金融サービスには多種多様なものが存在するようになった。しかし、やはり最も重要なものは「用途を制限しない消費者向けの無担保信用供与業務」である。そこで、本論文では消費者金融サービスを消費者向け与信サービスの意味で用いる。また 6 節で明らかにされるが、この消費者金融サービスを行う企業は非銀行部門である消費者金融サービス専門会社に限定されている。

では、その消費者金融サービスのあるべき姿とはどのようなものだろうか。この問いに対する正解の中で最も多いものは、以下のようなものであろう。「適切な代価（貸出金利）を支払うことで顧客がその価格にふさわしいサービスを得られる状態である。」

もちろん、この答えが当てはまるのは消費者金融サービスだけではない。他のサービス業においても、顧客が適切な代価にふさわしいサービスを得られる状態こそがサービス業のあるべき姿であると言えよう。

では、この「適切な価格」とはどのようなものだろうか？この問いに対する正解として、いわゆる市場価格を上げることができよう。市場の限られた需要に対して供給側である企業が競争を行い努力をすることで決まる市場価格こそが公正でかつ経済学的にも効率的な価格であるのだから、市場価格こそが適切な価格であるのは明らかである。このことは、市場価格を競争的なメカニズムではなく政府の統制によって決定することで社会から競争を排除しようとした旧共産圏経済が、実際には市場価格計算に失敗したために次々と崩壊したことから理解されるはずである。

それでは、日本の消費者金融サービスにおいては「適切な価格」である市場貸出金利に基づいたサービスが行われているのだろうか？この問題は「日本の消費者金融サービスのあるべき姿」を考える際には特に注意して論じなければならない問題である。なぜなら、日本においては消費者金融サービスに関する金利について法定利率¹という形で貸出金利の上限が存在するからである。

これは、消費者を「守る」ことを目的として消費者金融サービスにおける金利の上限を定めたものである。そのため、現在の日本における消費者金融サービスでは需要の増大など市場でいかなる変動があろうともこの法定利率以上に貸出金利が設定されることがない。

この法定利率の具体的な算定の根拠は具体的に示されておらず、少なくとも市場の動向とは全く関連を持っていない。実際、消費者団体や法曹関係者からは法定利率のさらなる引き下げが公然と主張されているが、これらの批判は市場の状態を考慮せずに消費者金融サービスにおける貸出金利と、新規参入した銀行の個人向け与信貸出金利や他の産業における利潤率とを単純に比較して行われることが多い。また、外資系企業の参入や低金利政策などめまぐるしい情勢の変化があつたにもかかわらず、予想されていたような貸出

¹ 日本の場合には出資法によって現在の貸出金利の上限は 29.2%に押さえられている。

金利の低下がほとんど起きていないということも論拠として主張される。

しかし、本論文で明らかにされるように、こうした批判は感情論の域を出ないものであり、全く合理性を欠いたものである。むしろ、これらの批判の存在は、日本の消費者金融サービスが適切な価格において行われていない可能性を示すものに他ならない。

本論文では、このような日本の消費者金融サービスの現状を踏まえた上で、消費者金融サービスのあるべき姿について論じる。以下では、消費者金融サービス市場について経済学的な分析を行った上で「消費者金融サービスのあるべき姿とは何か」という問題に対して、「法定金利ではなく市場によって決定される公正な市場貸出金利のもとで、その金利にふさわしいサービスの取り引きが行われる状態である」という明確な答えを導き出す。

本論文においては経済学による消費者金融サービス市場分析を行うが、経済学の専門外の人々にも読まれることを想定したので、用いた理論的ツールは極力明快なものとした。ただし、それでも「信用割当」や「完全競争市場」など一般には馴染みの薄い概念に触れなければならなかったため、本論文を理解するために必要最低限の知識を補論として巻末に添付した。参考にして欲しい。また、本論文の議論は不特定多数の企業が参加する日本の消費者金融サービス市場が潜在的に完全競争市場であると仮定しているが、その根拠についても詳しくは補論2を参照してほしい。

2 法定金利という上限金利の影響について

先に指摘したように、現在の日本の消費者金融サービスにおいては貸出金利に上限が設けられている。つまり、この上限金利以下であれば経済主体は自由に金利を設定できるが、どのような経済的な変動が起きても上限金利以上に金利を設定することは禁止されている。しかし、このような法定利子率や上限金利の設定に際して、その理論的な根拠は必ずしも明確ではない。そして、このような市場を考慮しないような外生的に与えられた金利は、市場に不均衡を生じさせる。本格的な考察を始める前に、この点を明らかにしなければならない。

そこで本節において、このような法定利子率や上限金利が設定されることの影響について経済学的な見地から考察を行う必要がある。以下では、需要と供給とを均衡させるような均衡価格を市場価格と呼び、上限価格が設けられることで市場価格とは異なる水準の価格によって取引が行われている場合には、この上限価格を実現価格と呼ぶことで明確に区別することにしよう。つまり、市場価格か上限価格かどちらか実際に市場に出現しているものが実現価格である。

もちろん、本論文で扱うのは日本の消費者金融サービス市場であるので「価格」は「貸出金利」となり「財の数量」は「与信量」となるが、通常の財市場と市場の性質自体は変わらないのでこれらの呼び方以外に変更点はない。(補論1の図1参照)

これらの定義については、本論文を理解するために必要とされる初歩的な経済学的知識

と合わせて、詳しくは補論 1 を参照してほしい²。

では、考察をはじめよう。ある市場における価格（貸出金利）に上限が設けられた場合には、2つの状況が考えられる。市場によって決定される市場価格（市場金利）が上限以下である場合と上限以上である場合である。通常、政策当局によって設けられる金利の上限は常に変動する市場価格を全く考慮しないで設定される場合が多いので³、市場価格と上限価格（上限金利あるいは法定金利）とが等しい場合というのは存在しない。

このうち、市場によって決定される適切な市場価格が上限価格以下である場合には何の問題も生じない。なぜなら、この場合には上限価格ではなく適切な市場価格のもとでサービスが行われることは明らかだからである。

しかし、逆の場合はどうであろうか？この場合には、市場によって決定される適切な市場価格が上限価格以上であるので、取り引きは市場のメカニズムとは全く関係のない上限価格のもとで行われなければならない。（補論 1 の図 2 参照）

このような状況は実現価格が本来の市場価格よりも低いので、需要者を保護しているように見えるかもしれない。

しかし、補論の図 2 から明らかのように、このような状態は市場にいわゆる「割当」が行われている状態でもある。市場に「割当」が存在している場合には、同じ条件にも関わらずサービスを受けられる需要者と受けられない需要者が存在することになる。つまり、価格が安いという恩恵を受ける需要者がいる一方で、希望しても取り引きを行うことができない需要者が存在することになる。市場に「割当」が存在する場合とは、社会的な不公正が生じている状態に他ならない。

消費者金融サービスに沿って考えよう。貸出金利が安いという恩恵を受ける消費者がいる一方で、希望しても取り引きを行うことができない消費者が存在することになる⁴。もしも市場金利が法定利率以上である場合には、法定利率の存在は法律の趣旨に反してサービスを受けることができる消費者と受けることができない消費者が併存するという不公平な状態を生み出してしまうのである。

また、このように消費者金融サービス市場に「信用割当」が生じている場合には、例えば企業間競争が激化したとしても消費者はその競争による貸出金利の低下を期待することができない。補論の図 3 から明らかのように、供給曲線がシフトしても上限金利には影響が

² 本論文では、消費者金融サービス市場を完全競争市場として考える。これは不特定多数の消費者金融サービス会社が存在しており互いの提供するサービスについて代替性が高いという事実を考慮すれば明らかなことである。また、その際に生産関数についても収穫逓減を仮定する。この根拠は、金融経済学において金融サービスが人件費した場合には収穫逓減である仮定することに依拠した。

³ 例として、本論文のテーマである消費者金融サービス市場における上限金利をあげることができよう。この上限金利は、「消費者保護」という観点からのみ設定されている。しかし、本論文において明らかにされるように、上限金利は実は消費者を保護するものではなく、むしろ消費者の便益を害するものである。

⁴ 本論文では、いわゆる情報の非対称性に付随するエージェンシー・コスト等が消費者信用サービス市場には存在しないと仮定する。この仮定は単に論文を理解しやすいものにするだけでなく、消費者信用サービス専門会社が「テラネット」などに代表される独自のネットワークを持ち事故情報などをかなり正確に管理していることを考慮すれば、現実的な仮定であるといえる。

ない。

以上の考察から、消費者金融サービス市場のような完全競争市場において価格（金利）に上限を設けることが非常に危険であることが明らかとなった。短期的には需要者を保護しているようにも見えるが、実はそのために社会的な不公平を生み出しているのである。一部の需要者の利益は、他の多くの需要者の犠牲のもとで初めて成り立つ。このような上限価格が「適切な価格」と呼べないことは、もはや明らかであろう。

3 法定金利と市場金利の比較方法について

先の第 2 節において、完全競争市場に上限金利（法定金利）が存在することの経済学的な意味を明らかにした。先の考察によれば、市場に上限金利が存在する場合には問題を発生させない場合と発生させる場合とが存在する。つまり、市場によって決定される市場金利が上限金利以下である場合と上限以上である場合である。このうち、前者の場合には、市場価格を達成することができるために問題が生じなかったが、後者の場合には市場価格を妨げるために社会的な不公平を生み出してしまふ。

既に述べたように、現在の日本における消費者金融サービスに関して上限を定めた法定利子率が存在する。そのため、市場金利が法定利子率よりも低い場合には問題はないが、市場金利が法定利子率よりも高い場合には社会厚生的な問題を生み出すことになるはずである。本節においては、日本の消費者金融サービス市場における法定金利が市場金利よりも低いかどうかについて考察を行おう。

現在の日本の消費者金融サービスにおける法定利子率と市場金利の関係はどのようになっているのだろうか？もちろん、もし本来達成されるべき市場金利が現実の法定利子率よりも高ければこの市場金利を正確に知るなどできない。なぜならば、我々が知るができるのは実現金利だけであり、この場合の実現金利は上限金利だからである。そのため、市場金利と法定金利とを単純に比較して結論を導き出すことは不可能である。

しかし、もし実現金利が上限である法定利子率⁵に等しい状態が永続しているのであれば、これは望ましい市場金利が法定利子率よりも高いということを意味しているに他ならない。なぜならば、もしも消費者金融サービス市場における金利が需要と供給によって決定された市場利子率であるのであれば、需要や供給の変動によって利子率が変動するからである。他の条件を所与として、需要が増大すれば市場金利は上昇しなければならないし、供給が増大すれば市場金利は下落しなければならない。特に、近年の日本においては、金融ビッグバンや 0%金利政策などの影響で供給が増大していると考えられる。したがって、もし日

⁵ 本論文の法定利子率は、必ずしも出資法などで明文化された最高利子率を意味するものではない。実際に、出資法高利子率が 40.004%から 29.2%へ引き下げられたのは 1999 年 12 月からであるが、それ以前から消費者金融サービス市場の金利は 29.2%前後であった。しかし、社会的な批判に対するコストを考慮すれば、出資法改正以前の 29.2%は事実上の上限金利であったと考えられよう。出資法改正以降も 29.2%であるのは、企業努力によってこの社会的コストが引き下げられたと考えれば理解できよう。このように、本論文でいう「法定利子率」とは、実現可能な最高金利を意味している。

本の消費者金融サービス市場の金利が市場によって決定された需要と供給を均衡させるような市場金利であれば大きく下落しなければならないことになる。

このように、法定金利と市場金利との比較が無理であっても、実現した金利の時系列データを調べることで市場における「割当」の有無を知ることができる。

4 日本の消費者金融サービス市場について

先の判定方法を用いて、本節において日本の消費者金融サービス市場について考察してみよう。

消費者金融サービス金利の過去から現在までの時系列データについて見ればあきらかであるが、消費者金融サービスにおける金利の変動というものはほとんど観察されない⁶。このことは、近年に「低金利政策下において消費者金融サービスの金利のみが高止まりしているのは不当だ」という批判が国会で論議されたことから明らかである。また、本格的に外資系の企業が消費者金融サービス市場に参入したにも関わらず、予想されたような貸出金利の下落は生じていない。

つまり、日本の消費者金融サービス市場における法定利率は、本来望ましいはずの市場金利よりも低いために市場に「信用割当」を生みだしていると考えられよう。このように、市場についての簡単な経済学的な考察から、一般に考えられていることとは逆の結論を導くことができた。

現在の消費者金融サービス専門会社の貸出金利は、長期間にわたって法定利率の上限に張り付いたまま変動しないので、消費者金融サービス専門会社の貸出金利が非常に高いという印象を与えている。しかし、低金利政策下においても消費者金融サービス市場の金利が上限である法定金利に張り付き「高止まり」しているのは、消費者金融サービス市場の上限金利が望ましい市場金利と比べて「低すぎる」ことを意味している。前節で述べたように、市場金利が法定利率よりも低い場合には問題はないが、市場金利が法定利率よりも高い場合には社会厚生的な問題を生み出す。

経済学的に見れば、ある市場における価格が上限価格に張り付いた状態というのは、上限価格が市場価格よりも「低い」場合に現れる。もし、上限金利が市場利率よりも高ければ、需要と供給が一致する市場金利まで金利は下落できる。また、需給が満たされる市場金利の水準に利率があるのならば、需要や供給の変動によって実現金利は変動しなければならないことは明らかである。

このように、1 貸出金利に上限が課せられていること、2 目まぐるしい需給環境の変動があったにも関わらず長期間にわたって金利が上限金利に張り付いたまま不変であったこと、の 2 点について経済学的な分析を行うと、以下の結論が得られる。つまり、現在の消費者金融サービス市場の金利は批判されているように不当に高いものではなく、適切な市

⁶ データについての説明は補論 2 を参照。

場金利を考慮すると逆に不当に低いものであると。

このような外部の制約によって市場金利（市場価格）が達成されない市場の存在は、社会的に望ましい状態とは言えない。一見すると、この場合に損をしているのは金融サービス専門会社だけのように見えるが、長期的に見てこのような不健全な市場には発展が起こりにくいという点で、社会全体の損失であると考えることができる。

市場を均衡させる市場金利と比較して低すぎる法定金利の存在は、消費者金融サービス市場に「信用割当」を生じさせることになる。これによって、希望しても取り引きを行うことができない需要者が存在することになる。つまり、サービスを受けることができる消費者と受けることができない消費者が併存するという不公平な状態を生み出してしまふのである。

また、補論の図3から明らかなように、企業間の競争が激化しても上限金利に影響がないために、企業が努力をしても消費者がその競争の恩恵を受けることができないのである。

このように、法定金利のような上限金利政策は、企業ではなく、むしろ消費者の利益を害することで社会厚生的な問題を引き起こすのである。

5 消費者金融サービスにおける金利水準に対する批判について

ここまで行った考察から得ることができた要点をまとめておこう。消費者金融サービス専門会社は、低金利政策や金融ビッグバンなど金融市場がめまぐるしく変化する中でも一貫して上限である法定金利においてサービス提供を行っている。この事実から消費者金融サービス専門会社が不当な利益を得ているという批判がなされている。しかし、需要や供給が変化しても金利が変化しないということは、逆に上限金利が金利を均衡水準である市場金利以下に抑えていることを意味している。このような状況は市場に「割当」を生じさせるので、確かに一部の消費者に短期的な利益をもたらすが、その一方で不当にサービスを受けられない消費者をも生み出す。また、市場に「割当」が存在する場合には企業間の競争が激化しても消費者がこの競争による貸出金利の低下という成果を受けることが難しくなる。このように、政策本来の意図とは異なり、上限金利がもたらすのは多くの消費者の損失である。

これらの考察を踏まえた上で、消費者金融サービスに対してなされる批判について検討してみよう。最初に触れたように、これらの批判というのは他の産業の収益率や銀行の個人向け与信サービスにおける金利と比較して、消費者金融サービス専門会社の金利水準が不当に高いと主張するものである。

まず、製造業など他の産業の収益率と消費者金融サービス専門会社の金利水準とを比較するという点について考えてみよう。例として以下のような批判が挙げられよう。

「製造業を始めとして日本の産業全体が低収益率に苦しんでいるのに、消費者金融サービス専門会社だけは年率 30%近い高収益を挙げているのは不公平である。」

この批判を検討する上で重要なのは、誰が金利水準を決定しているのかということであ

る。この批判は、消費者金融サービス専門会社が自らの意思で高金利を設定できると想定していると思われる。

しかし、実際には貸出金利水準を決定しているのは個々の消費者金融サービス専門会社ではない。仮に、ある消費者金融サービス専門会社が利益を増やそうと考えて他社よりも高い貸出金利を設定したとする。この場合、この消費者金融サービス専門会社は利益を得るところか失うはめになる。なぜならば、顧客は金利の安い他の消費者金融専門会社へと流出してしまうからである。このように、個々の消費者金融サービス専門会社が金利水準を決定しているのではない。

逆に、一社が価格を引き下げれば他社もこの値下げに追随せざるを得ない。こうして価格は、企業が物理的制約のもとで実現できる最低の均衡水準の価格まで引き下げられるはずである。

経済学が明らかにしているように、このような個々の経済主体が価格決定権を持ってない状況とは、市場に無数の同質的な企業が存在しているという完全競争市場の条件が成り立つことを意味している。言い換えれば、顧客が供給者を自由に選べるという条件である。つまり、それまで取引を行っていた企業が値上げを行った場合に、顧客が取引相手を他社に変更することができるのであれば、企業に価格設定権は存在しないのである⁷。

日本の消費者金融サービス市場が、この完全競争市場の仮定にあてはまることは補論2の表から明らかであろう。市場には無数の消費者金融サービス専門会社が存在するし、消費者金融サービスにおいて提供されるサービスは極めて同質的で差別化しにくいものであると考えることができるからである。

このように考えれば、消費者金融サービス市場の金利を決定しているのは消費者金融サービス専門会社ではないことは明らかである。消費者金融サービス専門会社は、市場において決定された金利水準に従っているに過ぎないのである。経済学的に言えば、消費者金融サービス市場は明らかに不特定多数の市場参加者がプライス・テイカーであるような市場であると考えられる。どの経済主体も価格を勝手に決定しているのではなく、あくまで市場によって決定される金利水準を受け入れているに過ぎない。注意しなければならないのは、日本の消費者金融サービス市場は「完全競争市場的」ではあるが、上限金利が存在するという理由によって本当の意味での「完全競争市場」ではないということである。

批判されるように、消費者金融サービス市場の金利がそれほど他の産業に比べて高いのであれば他の産業からこの市場への参入者が増加するはずである。しかし、実際にはこのような参入がほとんど起きていない。この事実は、消費者金融サービス市場の金利がコストを考慮した場合には決して高いものではないことを示しているに他ならない。

次に、こちらの方が重要であるが、銀行による個人向け与信サービス金利と消費者金融

⁷ 顧客が自由に供給者を選べないのであれば、供給者が値上げしてもそれを受け入れざるを得なくなる。この場合には、供給者である企業に価格設定権があると考えることができる。

サービス金利とを比較するということについて考察してみよう。この場合には、以下のような批判を例として挙げることができよう。

「昨今の金融ビッグバン改革によって、現在では銀行も個人向けに使用用途を問わない与信供給を行っているが、これらのサービスにおける金利は消費者金融サービス専門会社よりも明らかに低い。この事実は、消費者金融サービス市場における金利の長期安定性という本論文の仮定と矛盾するものである。」

この批判に答えるには、銀行による個人向け与信サービスについての考察を行わなければならない。この批判の妥当性を論じるために、次節において消費者金融サービス専門会社のサービスを銀行による個人向け与信サービスと関連づけて論じてみよう。

6 銀行による個人向け与信サービスと消費者金融サービスの比較について

既存の消費者金融サービス専門会社の金利よりも低い金利を武器として、銀行部門が消費者金融市場に参入して久しい。一方、非銀行部門の消費者金融サービス専門会社は、依然として銀行部門の貸出金利よりも高い水準の金利で消費者金融サービスの提供を続けている。

このように、現在の日本の消費者金融サービス市場は一見すると経済学のいう「一物一価の法則」が当てはまらないような、1つの市場に2つの価格が存在しているように思える。このことが、非銀行部門の消費者金融サービス専門会社の金利が高すぎるために市場原理から外れた不当な過剰利益を挙げているのではないかとの批判に論拠を提供することとなった。確かに数字を単純に比較すると、確かに消費者金融サービスにおける金利は銀行の個人向け与信金利と比較すると高いことは事実である。

しかし、そもそも異なった対象に対する貸出金利を単純比較することに意味があるのだろうか？例えば、銀行の個人ローンの顧客は定職を持つ者に限定されている点で、そのような条件を課していない消費者金融サービス専門会社と単純に比較することに意味はないはずである。一般的に、定職を持つ者と持たない者とは「社会的信用」に差⁸があると考えられる。この「社会的信用」が考慮されるのは、何も消費者信用サービスの場合に限られるわけではない。特に、日本では結婚などの場合に、男性が定職についているか否かを重視されるということは周知の事実であろう。このような社会的信用の差異を勘案すれば、消費者金融サービス専門会社の貸出金利を、銀行の個人向け与信の金利と単純に比較して高いか低いかを論じることは意味がないということが明らかであろう。

つまり、消費者金融サービス市場において2つの金利が存在するという主張は、実は異なる2つの市場における金利を単純比較しているに過ぎないということである。言い換え

⁸ この「社会的信用」はいわゆる情報の非対称性やこれに付随するエージェンシー・コストとは異なるものである。なぜならば、情報の非対称性は外部の人間からは判断のできない性質のものであるのに対して、この「社会的信用」は定職の有無という外部の人間でも容易に知ることができる性質のものだからである。

れば、非銀行部門と銀行部門がそれぞれ「すみわけ」⁹を行っているということである。銀行部門の顧客は定職者に限定されているのに対して、非銀行部門の消費者金融サービス会社はそのような条件は課していない。このように、1つの消費者金融サービス市場に2つの金利が存在しているのではなく、銀行部門の参入によって1つの市場が顧客の「社会的信用」によって2種類に分けられたと考えるべきであろう。

以上の考察から、前節のような批判が誤りであることが明らかである。銀行による個人向け与信サービス金利が消費者金融サービス専門会社の金利よりも低いことは、消費者金融サービスにおける金利の長期安定性を否定していることにはならない。

7 法定利率の撤廃は消費者にどのような影響を与えるのか

では、上限を定めた法定金利が撤廃された消費者金融サービス市場においてはどのようなことが起きるのだろうか？補論1の図2から明らかのように、消費者金融サービス市場は需要超過の状態にあるので実現金利が上昇を始める。この実現金利の上昇が、最終的に実現金利と市場金利とが等しくなるまで続く。つまり、現在は横並び状態にある消費者金融サービス金利は、横並びのまま一斉に上昇を始めると予想される。

このような上限金利撤廃とより高い市場金利の出現は、一見すると顧客である消費者に負担を強いるものであるように見える。確かに、社会全体でみればサービスを受けることができる消費者が増加する反面で個々の消費者の支払う額は増大することになる。

消費者金融サービス会社にとっても、産業全体の利益が増大するかどうかは市場の需要曲線と供給曲線の形状に依存するが、市場拡大にあわせて個々の取引における利上げが可能になることで一企業としての収益は増大することが予想される。

このように、上限金利の撤廃と市場金利の実現が短期的に意味するものは消費者の負担増加と企業の収益増加である。このような状態が、社会的に見て望ましいかどうかはケースバイケースであるので簡単には判断できない。

しかし、長期的には上限金利の撤廃は消費者の利益に適うものなのである。なぜならば、このような高い水準の市場価格が永続しないということは容易に判断できるからである。なぜなら、経済は常に変動しているからである。これによって、需要曲線と供給曲線が常に変動をすることで市場価格も変動する。

完全競争市場の達成の後に考えられるのは、拡大した市場における消費者金融サービス専門会社による本格的な競争の開始である。消費者金融サービス専門会社が収益を拡大しようとするために、企業努力が行われその結果として市場価格（金利）は下落を始める。つまり、補論の図3のように供給曲線が右側にシフトすることで均衡水準の市場金利が下

⁹この「すみわけ」は、今西錦司によって提唱された「すみわけ」の意味である。今西理論についてのより詳細な説明は、吉本隆明と共著「今西進化論講義」朝日出版社 1978 を参照。

落するのである。

長期的には、この企業間の競争によって撤廃したはずの上限金利を市場金利が下回ることも十分考えられる。そして、この企業の自由な競争によってもたらされた低い貸出金利においては、かつてのような信用割当も存在しない。このように、貸出金利を人為的に制限するのではなく、消費者金融サービス会社による市場競争の結果として低水準の市場貸出金利が実現するような状態こそが望ましい状態だということは先の考察から明らかであろう。そして、このような完全競争市場によって決定される公平な市場金利のもとで、サービスが取引される状態こそが消費者金融サービスのあるべき姿なのではないだろうか？

市場における政策的制限が撤廃されることで長期的には市場価格が低下した例として、宅配サービス業を考えることができよう。宅配サービス市場において自由競争が行われた結果、現在の宅配サービス市場における市場価格は非常に低水準にある¹⁰。

8 まとめ

本論文では、日本の消費者金融サービス市場の詳細な分析を行った上で、上限金利である法定金利の存在がその設定意図とは全く逆の影響をもたらしていることを明らかにした。つまり、消費者保護を目的として設定された上限である法定金利の存在が、実際には信用割当という形でサービスの供与を受けることができない消費者を生み出しているのである。本論文では、この事実を踏まえて、「消費者金融サービスのあるべき姿とは？」という問いに対して以下のような解答をしたい。

つまり、「供給者である消費者金融サービス専門会社と需要者である消費者の双方が、外部制約の存在しない自由な競争市場の恩恵に浴する状態こそが消費者金融サービスのあるべき姿である」と。

先に検討したように、現在の日本の消費者金融サービスに対して様々な批判がなされている。そのほとんどが消費者金融サービスにおける金利水準に関するものであった。

しかし、先に明らかにしたように、消費者金融サービスの金利水準が法定金利上限に達していることは消費者金融サービス会社に問題があると考えべきなのではなく、これらの上限水準こそが経済学的に望ましい均衡水準よりも不当に低いと考えるべきなのである。

他の市場金利が変動するにも関わらず消費者金融サービス市場の貸出金利は変動しないことから、上限の法定金利水準が均衡水準である市場金利よりも低い位置にあることは明白だからである。このような消費者金融サービス市場においては信用割当が行われることになり、需要者である消費者が損害を被ることになる。

こうして経済学的な分析から、現在の日本の消費者金融サービス金利（法定金利）は不当に高いのではなく、むしろ不当に低いという結論を導くことができた。経済学的な根拠

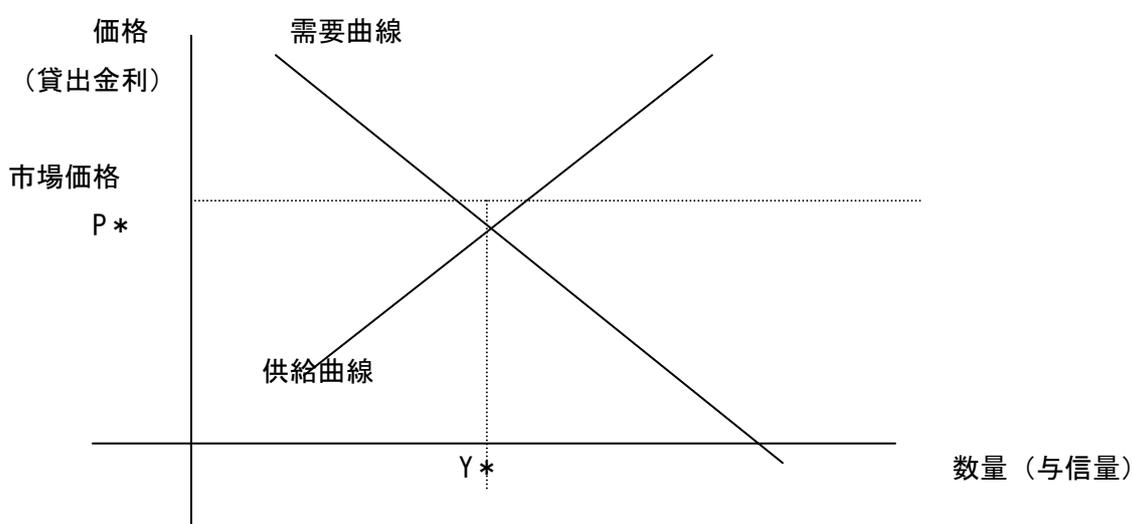
¹⁰ 宅配サービス市場の市場価格が低い水準にあるということは、まだ十分に市場競争が行われていない金融機関の送金業務について考えてみればよい。宅配サービスと送金業務についてそれぞれの内容と価格（手数料）とを比較すれば、宅配サービスの価格がいかに低水準かは明らかであろう。

のない感情論的な批判にとらわれることなく、健全な消費者金融サービス市場を育成していかなければならない。

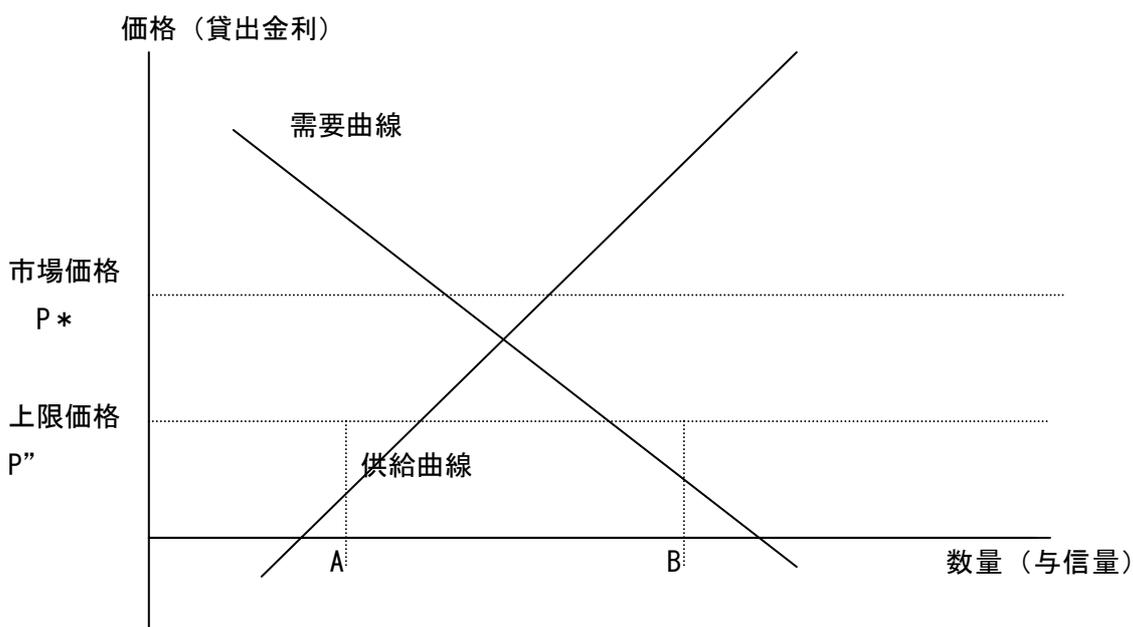
これからの日本における消費者金融サービスのあるべき姿とは、公平な市場競争による恩恵を企業と消費者のどちらもが受けることができる状態だと本論文は提言したい。

補論1 市場価格（利率）と上限価格（利率）について

(図1) 完全競争市場における均衡状態



(図2) 完全競争市場における上限価格の存在



(図3) 上限価格の存在する完全競争市場における供給量の増加

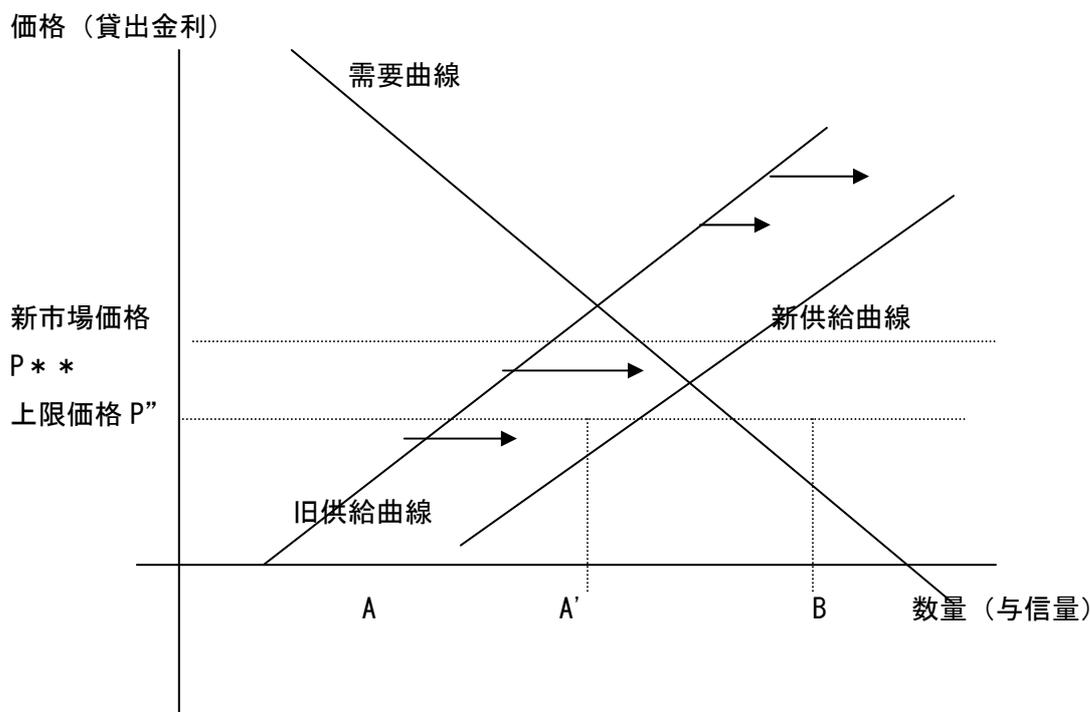


図1から明らかなように、完全競争市場においては需要曲線と供給曲線とが交わる価格(利子率) P^* においてのみ需要と供給の双方の望む取引量 Y^* が実現される。この状態は、供給者と需要者の双方が(本論文の場合には消費者金融サービス専門会社と消費者)それぞれの自由意思によって行動したにも関わらず互いの利益が一致した状態に他ならない。従って、供給者と需要者のどちらも現状に満足することになるので、 P^* は市場に均衡をもたらす均衡価格であるといえる。本論文の定義に従うと、この P^* が市場価格である。

これに対して、政策当局によって市場に P'' という上限価格が設けられているとする。この場合には、図2のように望ましい市場価格 P^* を実現することができず実際に出現する価格は P'' にとどまる。この場合には、実際の取引量はショート・サイドである供給量 A によって規定され、同じ条件にも関わらず取引に参加できる需要者 A と参加できない需要者 $(B-A)$ が併存するという「量的(信用)割当」が市場に存在する状況を生み出すことになる。

市場に均衡がもたらされる場合(図1)の実現価格は市場価格 P^* であり、上限価格が設けられている場合(図2)の実現価格は上限価格 P'' となる。なお、消費者金融サービス市場の場合には、縦軸は価格ではなく貸出金利であり数量は与信量であるが、以上の議論の内容はそのまま適用できる。¹¹

昨今のめまぐるしい金融情勢の変化は、特に供給曲線の右側へのシフトを意味している。(図3) これは市場価格の下落を意味しているので本来ならば実現金利も下落するが、本

¹¹ このような完全競争市場における安定性や需要曲線と供給曲線の導出などの問題は、近代経済学の主要な研究テーマである。この補論においては、わかりやすさを優先したために単に「完全競争市場が成立する」として理論的な成立のための前提条件などには全く触れていない。これらの点については本論文巻末の参考文献を参照してほしい。

文でも指摘したように消費者金融サービスにおける実際の貸出金利は高止まりしたままである。図3から、このように供給曲線のシフトにも関わらず実現金利が変化しない場合とは、上限金利が設けられている場合に他ならないことが明らかである。

しかし、この考察が当てはまるのは市場に同質な不特定多数の参加者が存在するような完全競争市場においてのみである。例えば、供給者である消費者金融サービス専門会社が一社しかなかったならば、需要者である消費者は選択する余地がないのでサービスを受けるためにはいかなる高金利をも支払わなければならない。このような不完全競争市場的状况においては上限金利を設けることは妥当である。しかし、現在の日本のように消費者金融サービスに関して完全競争市場が成立している場合には、上限金利の存在は「割当」を生じさせることでかえって消費者の利益を害するのである。

補論2において、消費者金融サービス市場において完全競争市場が成立していることを示す。

補論2 現在の消費者金融サービス専門会社の目的別貸出金利について

社名	フリーローン	不動産担保ローン	女性向けローン	目的ローン
A社	25.5%	13.5%~16.5%	16.50%	13.5%~19.5%
B社	13.14%~27.375%	9.00%~18.00%		13.14%~18.25%
C社	23.98%~29.20%	9.50%~22.88%	29.2%	
D社	18.00%~29.2%	15.00%	29.2%	13.50%~13.80%
E社	21.00%~28.50%	11.00%~18.00%	21.00%~28.50%	
F社	21.50%~28.835%	9.20%~18.25%		
G社	25.55%~29.20%		25.55%~29.20%	
H社	25.55%~29.20%	25.55%~29.20%		15.00%~23.725%
I社	18.25%~29.2%	18.25%~21.90%		18.25%
J社	28.95%	15.7~28.95%	28.95%	

上記の表は、無数に存在する正規の消費者金融サービス専門会社からランダムに選び出して作成した。具体的には、過去5年分の各種新聞に掲載されていた広告を基に作成した。また、近年のめまぐるしい金融市場における変化にもかかわらず貸出金利の変動はほとんど見られないので、クロスセクションなデータのみを掲載した。表から明らかのように、どの企業の貸出金利も上限金利に限りなく近い。

この表から本論文における仮定が正しいことが明らかとなる。つまり、消費者金融サービス市場が完全競争市場であるという仮定である。表は、ほぼ同質のサービスをほぼ同じ価格で提供する企業が不特定多数存在することを示している。それは消費者金融サービス市場が健全な市場競争が起きるための条件を満たしていることに他ならない。つまり、消費者金融サービス市場は、完全競争市場において価格に上限がある場合を描いた図2で示されている状態であると考えられる。

また、このような完全競争市場で需給状況が変動しているにも関わらず価格が変化しない状況とは、その市場に上限価格が存在する場合だということは補論1の図3から明らかであろう。

「参考文献」

伊藤隆敏「不均衡の経済分析」東洋経済新報社 1985.

伊東光晴「サービス産業論」放送大学教育振興会 1996.

宇沢弘文「経済動学の理論」東京大学出版会 1986.

今西錦司・吉本隆明「今西進化論講義」朝日出版社 1978.

Hahn, F. H. and T. Negishi, "A theorem on Non-Tatonnement Stability ", *Econometrica* , 30(July 1962), 463-469.

Negishi, T., "The stability of a Competitive Economy A Survey Article", *Econometrica*, 30(October 1962), 635-669.

————— *General Equilibrium Theory and International Trade*, Amsterdam, North Holland, 1972.

Nikaido, H. and H. Uzawa, "Stability and Non Negativity in a Walrasian Tatonnement Process ", *International Economic Review*, 1 (January 1960), 50-59.