

早稲田大学
消費者金融サービス研究所
Institute for Research on Consumer Financial Services
Waseda University

公開シンポジウム



報告書

平成 14年 2月 21日 (木)
全電通ホール

CONTENTS

| | |
|--------------|---------------------|
| はじめに…………… P1 | パネルディスカッション…………… P3 |
| 実施概要…………… P2 | アンケート集計結果…………… P8 |
| 基調講演…………… P2 | |

早稲田大学消費者金融サービス研究所「公開シンポジウム」は、お陰様で来場者数が190人にのぼり盛況のうちに幕を閉じました。

本シンポジウムは、「消費者行動と消費者金融サービス市場を考える」をテーマに開催いたしました。当研究所研究員・商学部教授の晝間文彦による基調講演と、お招きした各分野の専門の諸先生方によるパネルディスカッションをメインにプログラムを構成、消費者金融サービス市場における消費者行動を踏まえつつ、健全な市場形成をはかるための取り組むべき課題をさまざまな角度から議論・検討いたしました。

これらの経験をもとに、次回はさらに発展させていきたいと考えております。

2002年 5月

早稲田大学消費者金融サービス研究所
所 長 江 夏 健 一

早稲田大学消費者金融サービス研究所とは

企業金融をあつかうコーポレート・ファイナンスについてはこれまでに多くの研究がなされてきていますが、個人(消費者)を対象とするパーソナル・ファイナンスに関してはこれまでほとんど学術的な研究がなされていません。金融ビッグバン以降の消費者金融サービスのあり方については、他業種からの新規参入、新商品・サービスの開発、新たな資金調達方法、新規チャネル展開、貸し渋り問題、上限金利の引き下げ、倫理の制度化、個人信用情報の保護、多重債務や自己破産の急増など解決すべき問題が山積みされています。早稲田大学では、2000年より社会的な要請の高い分野に関し、自主的研究や学際的共同研究を行うことを目的としたプロジェクトを発足しました。プロジェクト研究所として活動を行うことで、多様な共同研究組織の研究活動を広く社会にアピールし、社会との連携を強めながら今後の研究活動の進展を図るものです。消費者金融サービス研究所もそのひとつとして2000年12月に設立され、消費者金融サービスをめぐるさまざまな問題を理論的かつ実践的に解決するため、学際的、国際的な調査・研究を進めています。

実施概要

- [会 場] 全電通労働会館 全電通ホール
- [開 催 日] 平成 14年 2月 21日 (木)
- [開催時間] 13:00~ 16:00
- [主 催] 早稲田大学消費者金融サービス研究所
- [協 賛] 財団法人 金融財政事情研究会
- [内 容] テーマ 消費者行動と消費者金融サービス市場を考える

| | |
|---------------|--------|
| 開場 | 12: 30 |
| 開会挨拶 所長 江夏健一 | 13: 00 |
| 基調講演 研究員 晝間文彦 | 13: 05 |
| 休憩 | 13: 45 |
| パネルディスカッション | 14: 00 |
| 閉会挨拶 副所長 坂野友昭 | 16: 00 |

基調講演

消費者金融サービス産業の健全な発展のために



晝間 文彦(早稲田大学商学部教授)

消費者信用には、モノやサービスの対価として信用を与える「販売信用」と、資金そのものを貸す「消費者金融」がある。日本での市場規模は、消費者信用全体が信用供与額 73兆円、そのうちの消費者金融は約 40兆円。消費者金融は、預貯金や動産を担保にした貸付と無担保の消費者ローンに分かれ、消費者ローンは消費者金融の半分強の約 23兆円を占めている。

消費者信用や消費者金融が、経済活動の基準である GDP に与える影響をマクロ的に見ると、消費者金融があれば、手元に資金がなくても借入れをして商品を購入できるため、個人消費を刺激する。

あるいは所得前倒しの効果によって、総需要を高め、GDPを高める働きを持っている。ミクロ的に見ても、自分の所得の時間的パターンを越えて、自分の望ましい消費の時間的パターンを実現できる意義を持つ。所得自体が増えなくても、将来所得が入ることが分っていれば、現在の消費を増やすことも選択範囲に入ることになる。これを経済学では「消費のライフサイクル理論」という。

ただし、この理論が成立するには、消費者が自由に貸し借りができる金融市場の整備が前提となる。ここ 20年で、個人レベルでも借り入れや貯蓄資産の運用が容易にできるようになった。個人の将来所得の見通しが利くようになり、自分の消費パターンをコントロールしたい消費者側に、消費者信用や消費者金融に対する潜在的需要があったことに加え、供給側も CD機や ATMの提携、自動契約機等の導入、借り手の与信・審査のスピード化など供給能力の向上でニーズに応えたことが、業界の成長に結びついたといえるだろう。そうした消費者ニーズに合致した要因が、消費者金融成長の“光”の面とすれば、多重債務者や自己破産などの過剰債務問題に代表される“影”の面があるのも事実だ。が、その影の面に関する研究が日本ではほとんどなされておらず、いまや重要な経済的機能を持つ消費者金融サービス産業が健全に発展していく方向性を指し示す上でも、早急な研究着手が待たれている。

消費者信用や消費者金融でも先進国の米国では、信用残高が増えるにつれて自己破産も増加してきている。日本の自己破産件数は米国の 10分の 程度だが、近年の件数の伸び率は米国をはるかに凌いでいる。そうした傾向をくい止めるために、消費者金融の安易な利用に対し消費者教育や自己啓発のための活動、あるいは問題化予防のためのカウンセリング機関の創出、家計管理技術の提供、さらに法的整備や規制緩和の問題なども含めて、広い範囲にわたる社会的なセーフティネットづくりが、われわれの研究課題と考えている。



消費者行動と 消費者金融サービス 市場を考える



コーディネーター
江夏 健一

商学博士(早稲田大学) 早稲田大学商学部教授。消費者金融サービス研究学会会長・早稲田大学消費者金融サービス研究所所長。専門は国際ビジネス論、ニュービジネス論専攻。



パネリスト
坂野 友昭

早稲田大学商学部教授。消費者金融サービス研究会常任理事。専門は経営戦略。著書として「現代経営管理論(有斐閣) 訳書として「個人情報管理と倫理(敬文堂) 他多数。



パネリスト
櫻井 純子

女子栄養大学教授。元文部科学省初等中等教育局主任視学官。著書として「学校と家庭・地域社会との相互連携を深める教育活動の展開(日本教材文化研究財団) 他多数。



パネリスト
関 清祥

金融庁金融会社室課長補佐。1989年大蔵省入省。2000年より現職。



パネリスト
波頭 亮

経済評論家。東京大学経済学部卒業。マッキンゼー・めんパニー入社。1989年(株)田を設立。経営コンサルタントとして活躍中。「幸福の経済学(FP研究所)ほか著書多数。



パネリスト
書間 文彦

早稲田大学商学部教授。割賦販売審議会委員。専門は経済学、金融論 消費者信用。著書として「金融(有斐閣) 訳書として「マクロ金融経済分析(成文堂) 他多数。



パネリスト
マーク D.サンダース

シティファイナンシャル・ジャパン株式会社代表取締役社長。米アイオワ大学大学院でMBA経営学修士を取得。金融サービス業界で18年を超える実績を誇り現在に至る。

司会進行
中川 勇仁(「月刊 消費者信用」編集長)

江夏 当シンポジウム開催にあたり、参加者の方からいただいた事前アンケートの結果として、多くの方から関心が高かった項目は、金利規制の在り方や、欧米の消費者金融サービス市場、多重債務と自己破産の問題、個人情報情報の保護といった点でした。こうした皆様方の関心を踏まえて、これからパネルディスカッションを進めたいと思います。

坂野 理想的な消費者金融サービス市場は、クレジットの Availability (利用可能性)が高いほどよく、各々が適切な価格(金利)で借りられること。また、金利は全ての人の信用リスクや担保の有無などの条件が一定であれば、基本的に低いほどよく、さらに、自己破産や違法業者といった副作用が少ないほどいい。この3つの条件が満たされれば市場は健全に機能しているといえ、日米両国の市場は概ねこれを満たしているのではないかと思います。

現在の米国のローン商品を分析すると、顧客の信用リスクや担保の有無に応じて金利が決まるなど、サービスや商品の包括性が目立つ。これは、クレジットカードの金利規制が各州で決まっていたものが、1978年に本社所在地の上限金利が他州でも適用できるようになったことに起因する。つまり、クレジットの民主化と呼ばれる、実質的なクレジットカードの上限金利撤廃です。市場

に競争のメカニズムが働き、銀行カードの金利が低下し、アベイラビリティが高まった。日本でも、米国ほどではないにしてもローン商品の平均金利は下がる傾向にあり、目的ローンや不動産担保ローンなど多様な商品が出てきて徐々にアベイラビリティは高まっています。とはいっても、消費者金融サービス市場をより効率化するためには、まだまだ問題点も多い。上限金利規制の問題については、日米の成熟市場では規制はマイナスにこそなれ、プラスには作用しないというのは経済学的コンセンサスとなっているが、この問題をどうするのか。

出資法でのみなし弁済(43条問題)についても、経済学的にみれば一種の逆選択というか、優良顧客がモラルハザードを起こした人の費用を負担することになりかねない要素を含んでいると思います。また、IT書面の交付に関して貸金業が除外されたことも、摩擦のないマーケットという視点からは問題があるのではないかと思います。



江夏 健一

江夏 多重債務や自己破産の増加といった副作用を防ぐ経済学的なアプローチを、晝間さんから。

晝間 経済学が想定するほど人間

は合理的に行動するわけではない。が、人間は「今が大事なんだ」と考えて生き延びてきたわけで、その意味では合理的です。つまり、合理的な判断を下すための技術や学習が足りないのではないか。自分が非合理的な行動をとる可能性があることを踏まえて、情報をいかに活用すべきかを考えるのは、自己責任の話にもつながる。

個人信用情報の保護と活用について米国で行われている研究には興味深いものがあります。日本でも、実際に個人信用情報をどう扱えば保護と活用を両立できるのか、真剣に議論すべきだと思う。

市場は規制緩和と情報開示の流れに

江夏 現在、消費者金融サービスを取りまく法律の目的、主旨、効果についてお願いします。

関 消費者金融サービスに関係する法律には、貸金業規制法、出資法、利息制限法があります。貸金業規制法は業者に行為の規制をする内容で、資金需要者の保護を図り、国民経済の適切な運営に資することが目的となっています。しかも、この法律の施行により、業者の業務が適正に運営されることを通して、社会的地位の向上、業界の健全な発展も期待されています。

出資法は昭和29年、戦後の経済的混乱を收拾するためにできた法律で、高利回りをうたって不当にお金を集めることの禁止等を目的としています。また、この法律の中に高金利の処罰に関する規定も入っています。「貸金業者であれば292%を超える金利を契約、受領してはいけない」とし、罰則は

3年以下の懲役、300万円以下の罰金となっています。



坂野 友昭

利息制限法は明治10年に制定され、昭和29年に全面改訂されたものが現在の原形となっています。ここでは、元本が10万円未満など3段階の金額に対して、それぞれ20、18、15%を超える利息は無効という規定。立法の主旨は、改正当時の説明によると、貸金の利息は経済法則によって定まるものであり、これを法律をもって制限しても実効性は期待し難いので、契約自由の原則により、当事者の自治に任せることとし、債務者に不当な高利を定めた場合にのみ、具体的事案ごとに裁判所の判断をもって減額させることで足りるといった考え方がありますが、それでは債務者保護の目的達成に多くは期待できないとの考えから生まれた法律です。ただし、貸金業規制法では、利息制限法を超える金利についても任意に支払った場合、17・18条書面の交付を確実にしている場合は有効とみなすという規定があります。出資法より低いけれど、利息制限法より高い金利が存在するというのは、この規定があるからです。このように3つの法律により、資金需要者の保護が図られているのです。

江夏 米国市場の状況をサンダーズさんから、お願いします。

サンダース 米国の消費者信用市場は、不動産を担保とする商品が全体の8割を占める。1990年代は好景気で、住宅ローン残高とクレジットカード残高は年平均で7%と11%伸びた。そうした市場で個人破産件数は例年、全世帯数の14%に上り、0.35%の日本の約4倍の水準となっている。が、その一方で、毎年新たに自己破産をする世帯の伸び率に比べ、与信残高とか残高の伸び率が上回っているのも最近の傾向です。

個人信用情報へのアクセスは、日米間で明らかに違う。米国では、大方の消費者の情報がデータベース化され、個人の属性情報は200項目以上に及んでおり、信用情報に限らず、出生率、死亡率、納税者に関する公共データ、運転免許証などの情報も公的な情報源から取り出せる状況です。

法的規制としては、広告宣伝の姿勢、取りたて行為に対する規制が強化され、情報開示も強く求められている。おかげで消費者は、商品ごとの金利設定や手数料体系など詳細を比較検討して選択できるようになった。さらに、債



関 清祥

務者がカウンセリングを受けられる相談所が全米各地に出来ています。

江夏 消費者教育について、学校はどう考えているのでしょうか。



櫻井 純子

櫻井 学校教育の中での消費者教育とは、生活上の知恵を教えたり、商品を選択する際の適正な方法を教えるだけでなく、各自がもつ価値体系の中で批判的に考える方法とか、自分の生き方に照らした意志決定を行う能力を身に付けさせることであろうと考えます。

ただ現状は、教科として独立してはならず、家庭科と社会科の中に織り込んだ形です。平成10年の学習指導要領改訂で、全体的には生活を総合的に捉える方向が強化されるものになっていくと思う。

江夏 具体的に重視する点は？

櫻井 お金の使い方の訓練を消費者教育の大きな柱にするべきではないかと思います。お金を使うのに収入と支出のバランスを考えると、高校生くらいならリスクを考えさせるのも必要でしょう。

また、お金と労働をリンクさせる教育も、これから考えていく必要があると思う。新学習指導要領で組み入れられた「総合的な学習の時間」で、どんな教育が行われていかも注視していきたい。

中川 消費者への啓発教育活動については、業界自体も横断的な取り組みを始めています。例えば、大手6社で構成する消費者金融連絡会で、違法業者や悪質業者への注意を喚起するテレビCMを制作して放送したり、教材ビデオの制作や学校を訪問しての教員・生徒との交流なども展開している。また、カウンセリングに関しても、任意団体であるJCF Aが「金銭管理カウンセリング事業団」を設立、東京と大阪に無料相談窓口を設けて、多額多重の債務を負うに至った家計問題や心理面まで聞き出しながらサポートしています。

自己責任の意識が自分や社会を守る

波頭 ここまでのお話は、全てサブライサイドからの視点。消費者教育のお話があったが、教育まで含めて消費者は全て施してもらおう立場とするのは不自然。

金融は非常に複雑で高度だから、情報の非対称性によって不利益を被る危険もある。が、そろそろ日本人が自己責任に基づいて、自分自身で勉強して判断するようになるべきではないのか。自分の信用力や経済力に見合った金利と借り方なのかと疑ってみる意識が、長い目で見れば自分を守り、社会を守る。自己責任の意識が世の中に欲しいと思いました。

それがあって初めて、様々な法律やサービスの多様化が意味を持ち、教育の内容にも身が入るのではないか。その自己責任意識を喚起するために、業界として、あるいは公的機関としてメッセージを送っていく。その結果、自己責

任意識をベースにしたサービスのやり取り、クレジットのやり取りが生じて、業者から利用者に対して信用供与する



書問 文彦

だけでなく、逆に利用者側もクレジット性を得るといふ、お互いに自立する方向へ市場が向いてくれるといい。

江夏 次に、今後の消費者金融サービスの在り方についてです。

坂野 消費者が自己責任に基づいて金融商品を選ぶのが原則である

ただ、その場合、消費者の選択の可能性をつくり出すのが業者の責任だと思ふ。実は日本でも米国でも、金融商品に関してはユーザーイノベーションが起きていない。過去を振り返ってもサプライヤーイノベーションばかり。そうなってくると、サプライヤー側のイノベーションをできるだけ起こし易い環境をつくってやる。それは基本的に市場が機能していくようにすることに尽きると思ふ。

経済学的にみれば、上限金利規制を強化することで一部の業者が退出せざるを得なくなり、クレジットのオペラビリティ低下を招く。それも平均的に減るのでなく、高リスクな顧客ほど減っていく。商品も、短期で無担保で小ローンほど市場から排除されていく。すると、合法的範囲内で他の手段に頼らざ

るを得なくなるので、悪質業者が増えるといった副作用が理論的に予測されるわけです。

どんな規制も、基本的に消費者・資金需要者・弱者の保護の観点で作られているのは間違いない。先程の3つの法律も同様で、ただ、作られた当時は意味があったかも知れないが、経済学的に分析すると、日本の市場の成熟につれて消費者保護にむしろマイナスになる事態も起きてくる。ですから、サプライヤーイノベーションを促すために市場を機能させるには、できるだけ規制緩和の方向でいくべきで、そうすることが最初に申し上げた3つの条件を満たすことにもつながると思うのです。

サンダース 米国での考え方は、信用情報・顧客情報・法律・市場・競合性といった個々の要件をうまく組み合わせ、消費者に提供しうる価値を最大限引き出そうとします。そうすることが消費者にも貸金業者にも、また投資家にも変革をもたらすことになる。

例をあげると、まずスピード感が非常に重要で、与信判断の短時間化や24時間対応のコールセンター、インターネットからの申し込み等は全てプラス作



波頭 亮

用がある。一方、商品は多岐多様化しており、支払方法もより柔軟に選択でき、顧客のリスクや債務履歴に応じた金利設定が行われて、結果的に優良顧客にとって有利な条件を提供できるようになっています。これらのことから導かれる教訓は、従来にない新しいジャンルが急成長し、それが市場拡大を促したということ。資金調達面でも、従来と違うやり方をする参加者が次々に現れて周囲を刺激し、健全な競争を促していることだ。坂野さんが指摘された通り、米国市場に競争原理が働いたことでローン商品が消費者にとって有利な価格(金利)で提供されるようになっていきます。

世の中を豊かにする意識的な競争を

江夏 規制緩和が消費者を利し、経済原則にもかなうというご指摘ですが、別のご意見は?

関 経済原則に委ねるという意味での検討は2つの面があるかと思ふ。ひとつめの金利ですが、なかには1日で1~5割もの暴利をとるような悪質業者がいるということです。これらは当然、出資法で警察が取り締まるわけで、この法律が必要だということ。また、その金利水準については社会情勢や一般の金利水準、貸金業者を取りまく環境などをみながら、徐々に金利を下げている経緯があります。今回は平成15年6月をめぐりに、再び見直しについて国会で議論されることになっています。

もうひとつ、業務の規制緩和のほうは、貸金業規制法は書面の交付など業務遂行上のごく基本的なルールが



マーク D.サンダース

定められたものであって、貸金業者の創意工夫を削ぐような内容にはなっていないと思います。ことにIT化については、顧客と業者間、貸金業者と役所間という2局面があり、後者における書類提出手続きなどの簡素化に対応できるよう、もっか手続きを進めているところです。

また、多重債務問題への対応では、貸し手に過剰貸付を行わないよう法律で求めると共に、借り手に対する啓発運動も行っています。不幸にして多重債務に陥った方へのカウンセリングも必要で、平成10年から望ましいカウンセリング機関の設立について検討してきました。多重債務に陥るほとんどのケースは銀行、クレジット、貸金業にまたがって借りているので、そうした業態を横断するカウンセリング機関の設立に向けて調整を重ねており、できればこの4月にも発足させたいと考えています。

晝間 自己責任を強調された波頭さんには全く同感。自由主義を説いたアダム・スミスは『国富論』の中で、上限金利を課すべきだと述べています。それは、いくら金利が高くても借りる人は浪費家であり、そういう人に高い金利をつけるべきではないからだ。また、

反対にジェレミー・ベンサムは、そのようなことをする必要はない、高い金利であろうと低い金利であろうと成熟した大人であれば合理的に行動するはずである、と言っている。しかし、アダム・スミスが心配したことも一方ではあり得ると考えられ、その意味でも先ほど話に出た、業態横断的カウンセリング機関は重要だと思えます。

波頭 より便利で豊かな消費者金融サービス、よりよい消費者金融市場にするために話し合ってきた中で、もう一点、欠けているとすれば、市場競争がまだゆるいことだと思う。例えば各社が提供する商品の間で、どれだけ差別化が効いているのか。商品バリエーションの広さと価格が、そろそろ次の段階にいい。経営の合理性からいう

と、業界内で敢えて競争をしかけてお互いに血を流すのは、ミクロ的には合理的ではないかもしれないが、社会的レベルでの消費者金融サービスのバリューを高めていく上では不可欠です。次のステージを目指すための意識的な競争が起こってくればいい。

消費者金融サービスは、他の日本の金融サービスが手の届かないところに対して、どんどんいいサービスを提供し、確実に消費者に選択の自由を与えて世の中を豊かにしてきた。これからも、もっと業者間の競争や利用者側の自己責任意識のブラッシュアップも含めて、さらに進歩して行って欲しいと思います。

江夏 パネリストの皆さん、どうもありがとうございました。

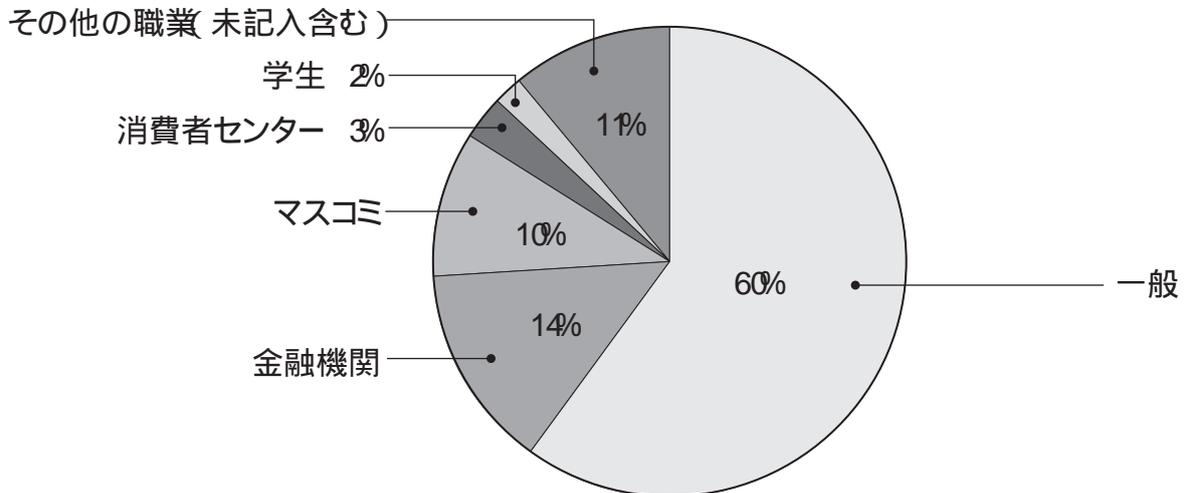


アンケート集計結果

これからの調査・研究または、公開シンポジウムを検討するにあたっての参考意見とするため、以下の通りアンケート調査を行いました。

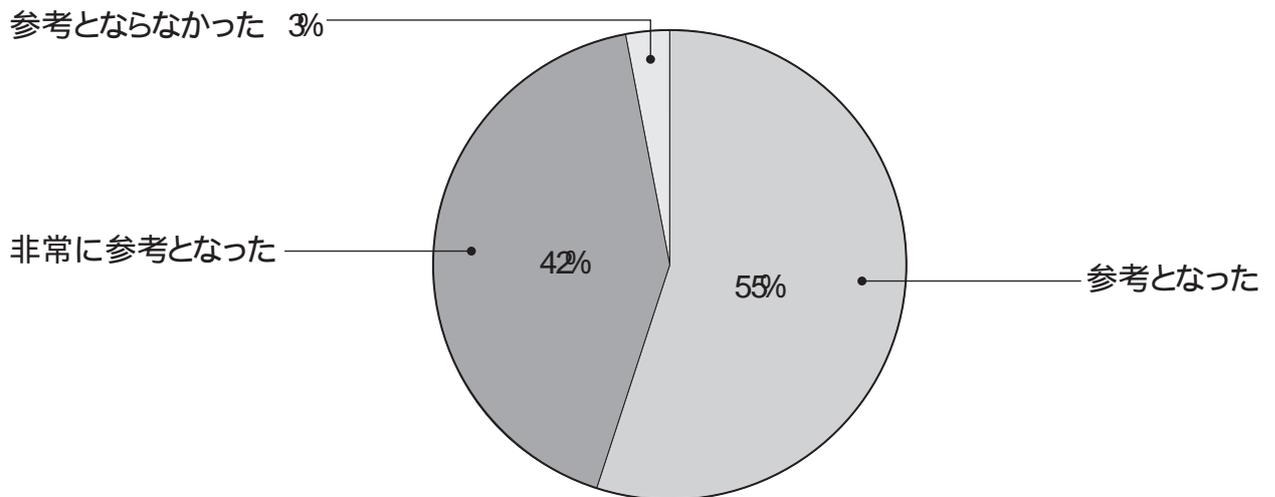
職業

回答数: 104



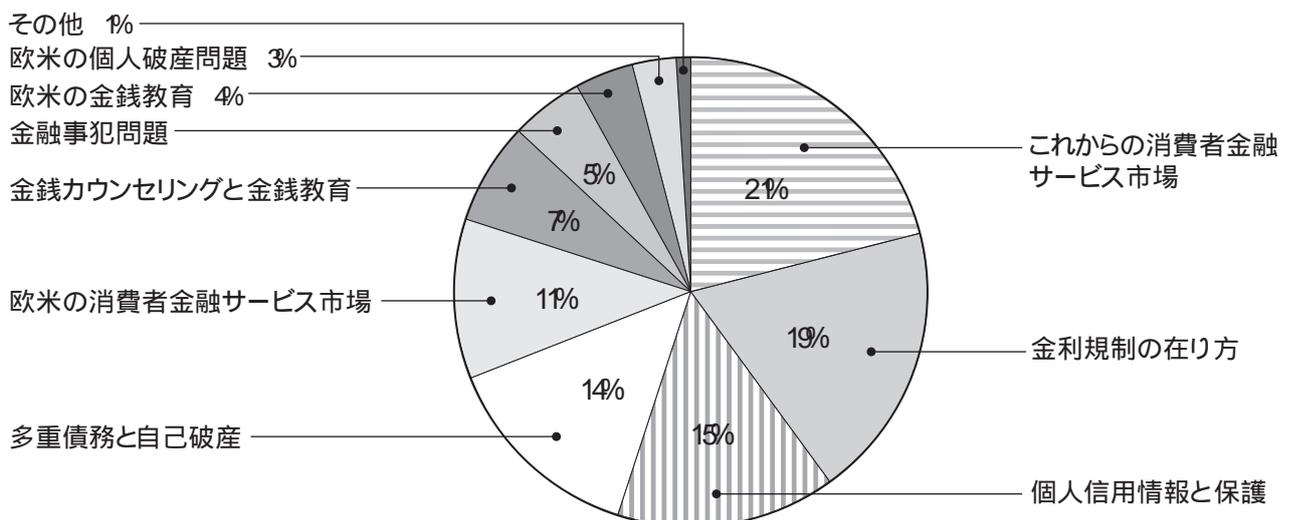
基調講演の感想

回答数: 101



今後、希望するテーマ

回答数: 105 複数回答あり



問い合わせ先

早稲田大学消費者金融サービス研究所 リエゾン・オフィス
〒162-0041 東京都新宿区早稲田鶴巻町 518番地 司ビル 5F
TEL: 03-5292-5126 FAX: 03-5292-5136

URL: <http://www.waseda.ac.jp/projects/ircfs/>
e-mail: izawat@mn.waseda.ac.jp