

A Study on Finance Company of Japan in  
Consumer Credit Market

メタデータ	言語: jpn 出版者: 公開日: 2017-08-21 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: 相馬, 敦 メールアドレス: 所属:
URL	<a href="https://saigaku.repo.nii.ac.jp/records/944">https://saigaku.repo.nii.ac.jp/records/944</a>

This work is licensed under a Creative Commons  
Attribution-NonCommercial-ShareAlike 3.0  
International License.



# 消費者信用市場における信販会社の位置づけについての一考察

## A Study on Finance Company of Japan in Consumer Credit Market

相 馬 敦

SOUMA, Atsushi

### 目 次

- |                      |                        |
|----------------------|------------------------|
| 1、はじめに               | (1) 供与額からみた昭和60年代までの状況 |
| 2、消費者信用市場の動向と信販会社の沿革 | (2) 供与額からみた平成時代の状況     |
| 3、信販会社の状況            | 4、まとめ                  |

## 1、はじめに

わが国の消費者信用市場は、戦後から現在に至るまで急速な成長を続けてきたことは周知の事実である。しかし、バブル崩壊後におけるこの市場の成長は、足踏み状態となってきたようである。<sup>1)</sup>

このような状況の中であって、信販会社の信用供与額の状況にも変化がみられるようになってきている。

そこで本稿では、日本クレジット産業協会編の「消費者信用統計 '89年版」と「日本の消費者信用統計平成15年版」にもとづいて、わが国の消費者信用市場の動向と、とりわけ信販会社の状況について検討していくこととする。

## 2、消費者信用市場の動向と信販会社の沿革

わが国における消費者信用の起源は、足利

時代の頼母子講にさかのぼる。<sup>2)</sup>その後、さまざまな経緯を経て<sup>3)</sup>2001年(平成13年)には、消費者信用供与額は実に、74兆963億円にまで膨れ上がってきている。これは国内総生産(GDP)の約14.6%に相当する。1997年(平成9年)から1998年(平成10年)と1999年(平成11年)にかけて2度だけ信用供与額が減少しているが、それ以外、1977年(昭和52年)から2001年(平成13年)までの約25年間に渡って、順調にそして急速に成長し続けてきているといつてよいであろう。一例として、昭和52年における消費者信用供与額は、13兆2,837億円であった。つまりこの約25年で信用供与額は約5.5倍にまで成長していることになる。このことは図表1-1、1-2<sup>4)</sup>から読み取ることができよう。

一方消費者信用における消費者金融の信用供与額においても上述と同様に急成長をみせている。1977年(昭和52年)の6兆140億円から2001年(平成13年)には38兆5,948億円にま

キーワード：消費者信用、信販会社、消費者金融、販売信用

Key words : Consumer credit, Finance company, Consumer finance, Sales credit

で増加しており、これは約25年間のうちに約6.4倍にまで膨れ上がっていることになる。

以上のように、消費者信用市場においては、経済成長とともに信用供与額が増加し、この産業自体も経済発展とともに成長していることが理解できよう。

さて、このような状況の中にあって、現在、消費者信用産業には、百貨店系、自動車メーカー系、電機メーカー系、流通系、銀行系など、多数のクレジット会社が存在するが、消費者信用業界にあって、重要なポジションにあるのが信販会社であるといつてよいであろう。

信販会社が最初に設立されたのは、1951年（昭和26年）の日本信用販売（現日本信販）であった。それから約50年正会員会社数は44社となっている。<sup>5</sup> 信販会社は、本来クレジットカードによって、小売商とカードユーザーとの間に入って、割賦による売買をあっせんする業務を営むものとして現れたもので、割賦販売法では、割賦購入あっせん業者として登録することが義務付けられている。<sup>6</sup>

信販会社の主な業態は、販売信用（割賦方式と非割賦方式）と消費者金融（消費者ローン）に大別される。しかしながら現在の信販会社の業務内容は多様化してきている。また信販会社の業務内容のウエイトにも変化がみられるようになってきている。

### 3、信販会社の状況

#### （1）供与額から見た昭和60年代までの状況

そこで、はじめに1977年（昭和52年）から1987年（昭和62年）までの信販会社の状況をみてから、バブル崩壊後の平成時代に入っからの状況をみてみよう。

図表1-1に示されているように、信販会社の業務のなかで、販売信用には個品割賦購

入あっせん、総合割賦購入あっせん（カードおよび個品）、提携ローン、非割賦購入あっせん（カード）があり、消費者金融においては消費者ローンがある。以上のような業務における信用供与額から信販会社全体の状況をみてみよう。

図表1-1および図表1-2より、信販会社の特徴をあげてみよう。消費者信用産業が昭和52年から昭和62年までの間に、新規信用供与額で約3.3倍に成長していることがわかる。また、信販会社の各業務もすべて伸びているが、そのなかでも特に注目すべき点は消費者ローンである。消費者ローンは昭和52年の901億円から昭和62年の2兆7,539億円へと、実に約30倍にまで急伸していることがわかる。また、個品割賦購入あっせんは昭和60年の3兆5,929億円をピークに昭和62年まで多少減少してはいるものの、昭和52年から昭和62年までの間に約4.6倍に、提携ローンは約12倍、総合割賦購入あっせんは約7.2倍、非割賦購入あっせん（個品）は約6.6倍、非割賦購入あっせん（カード）は約7.8倍と、著しい伸びを示してきた。伸び率からすると、個品割賦購入あっせんが一番低いが、新規信用供与額からすると、消費者ローンを除く他のどの業務よりもはるかに高くなっている。

ところで、個品割賦購入あっせんがこのように伸びた理由には、以下のような理由をあげることができよう。

- (a) カード業務のように顧客を会員として組織化する必要がないため、不特定多数の消費者を対象にすることができる。
- (b) カード業務では信用限度額が設定されているが、個品割賦購入あっせんの場合、限度額が設定されていないため、高額の

図表1-1 消費者信用にしめる信販会社の新規供与額の推移

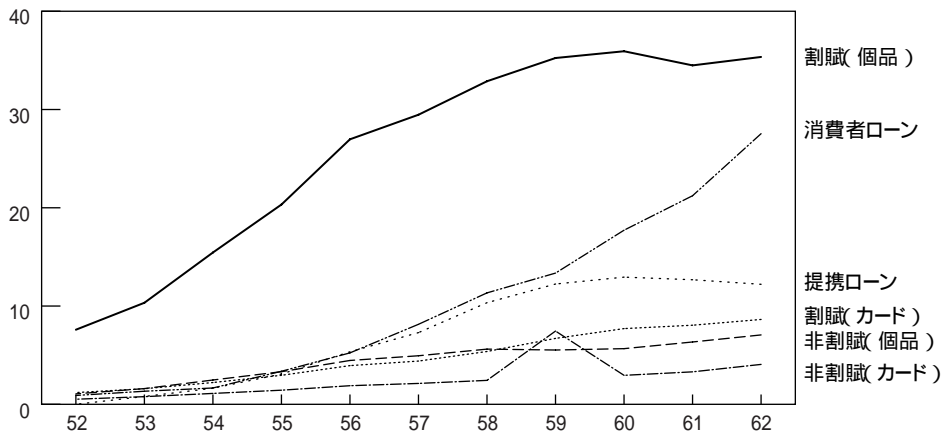
(単位:億円)

年度 項目	52年	53年	54年	55年	56年	57年	58年	59年	60年	61年	62年
個品割賦 購入あつせん	7,591	10,333	15,447	20,328	26,968	29,468	32,876	35,241	35,928	34,490	35,348
総合割賦 購入あつせん	1,193	1,586	2,217	2,951	3,938	4,401	5,376	6,708	7,705	8,049	8,636
提携ローン	0	800	1,636	3,081	5,345	7,296	10,341	12,241	12,942	12,676	12,213
非割賦購入 あつせん(個品)	1,063	1,600	2,473	3,320	4,462	4,941	5,616	5,525	5,664	6,343	7,061
非割賦購入 あつせん(カード)	517	779	1,108	1,437	1,893	2,125	2,436	7,454	2,949	3,304	4,061
消費者ローン	901	1,331	1,661	3,362	5,234	8,142	11,339	13,353	17,718	21,226	27,539
割賦方式 計	44,879	51,043	60,241	68,649	78,111	82,937	89,436	95,672	97,437	98,484	100,073
非割賦方式 計	27,818	31,260	36,297	38,836	42,702	50,548	58,068	61,858	70,961	81,098	88,428
消費者金融 計	60,140	71,044	83,712	107,874	109,777	136,031	147,595	156,988	178,662	204,157	253,213
消費者信用 計	132,837	153,347	180,250	210,359	230,590	269,516	295,099	314,518	347,000	383,739	441,714

(注) 日本クレジット産業協会編『消費者信用統計 '89年版』より作成

図表1-2 信販会社における業務別推移

(単位:千億円)



(注) 図表1-1より作成

商品、たとえば自動車やリビングセットなどの購入にも適応される。

- (c) クレジットカード業務では銀行系クレジットカード会社との競合もあり、それを大きく伸ばすことができない。

以上のように、昭和52年から昭和62年までの信販会社の特徴をまとめることができる。<sup>7)</sup>

## (2) 供与額からみた平成時代の状況

上述の昭和52年から昭和62年までにおける信販会社は、業績を着実に伸ばし、消費者信用市場全体の5分の1のシェアを占めるまで成長を遂げたのであるが、他方、平成の時代に入ってから状況についてみてみることにしよう。

先にも触れたように、販売信用と消費者金融の合計である消費者信用全体の金額は、平成の時代に入っても順調に伸びているといわれてよいであろう。そのことは図表1-3消費者信用供与額と前年比の推移をみればわかる。全体的な特徴として販売信用は平成4年から平成13年までほぼ順調に供与額を伸ばしてきたといえる。しかし一方、消費者金融は昭和の時代と比較すると金額では確かに大きく伸びてはいる。たとえば昭和52年の6兆140億円から平成9年の43兆4789億円のように約7倍にまで成長している。しかしながら、バブル崩壊後の長引く景気停滞の中で、その伸びは鈍化し、平成10年から平成13年までは連続4年減少を続けている。この時期は、まさに経済がデフレ状況下にあったため定期預金担保貸付等をはじめとする消費者金融の伸びが低下したものと見えよう。

さらに昭和の時代と平成の時代の特徴としてあげられる点を図表1-4消費者信用供与

取引形態別構成比の推移と比較することによってまとめてみよう。

- (a) 昭和の時代から引き続き、非割賦購入あっせん(カード)の伸びが大きく、平成4年の15.9%から平成13年には28.1%へと約12%も伸ばしている。
- (b) 昭和の時代に比較して個品割賦購入あっせんは、平成4年の15.5%から平成13年の11.5%へと、そのシェアを小さくしている。
- (c) 割賦購入あっせん(カード)、非割賦購入あっせん(個品)および消費者ローンのシェアはほとんど変わらない状況にある。

まず(a)についてであるが、このような伸びが現れている理由として、消費者のクレジットカードを利用する際の対象商品の金額が、あまり高額でないことがあげられよう。その際には消費者は、金利のかかる分割払いではなく金利手数料のかからない一回払いを利用するからであるといえよう。

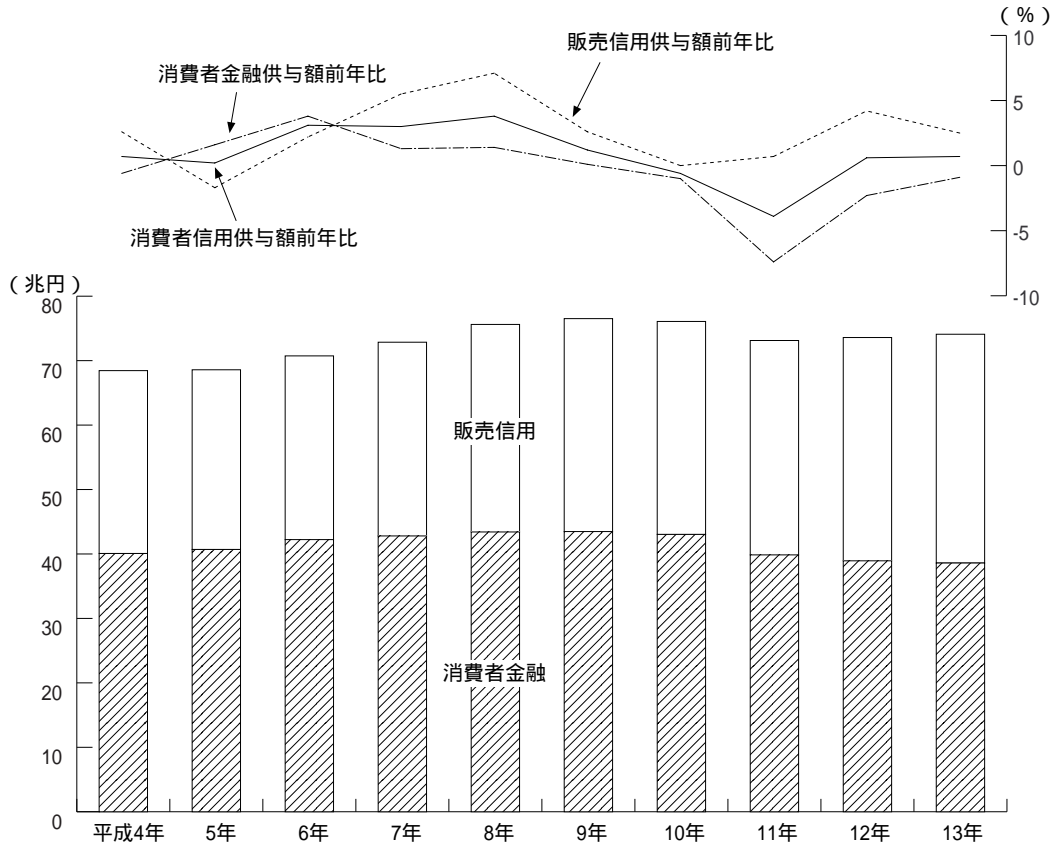
つぎに(b)だが、現在のような低成長期時代に入り、家電製品をはじめとする耐久消費財が各家庭に十分に行き届いている状況の中で、景気低迷とともに高額商品を購入する消費者が減ってきていることが一因としてあげられよう。

そして(c)については、これらは一定の消費者がリピーターとして利用しているためではないであろうか。

次に、図表1-5販売信用供与額業種別構成比の推移から各業種のシェアをみてみよう。

図表よりみてとれるように、平成4年から平成13年にかけて大きな変化がおきていることがわかる。

図表1-3 消費者信用供与額と前年比の推移



(単位:億円 %)

形態別	年別	平成4年	5年	6年	7年	8年	9年	10年	11年	12年	13年
消費者信用供与額合計		684,511	685,812	707,370	728,595	756,177	765,205	760,811	731,252	735,868	740,963
	(前年比)	(0.7)	(0.2)	(3.1)	(3.0)	(3.8)	(1.2)	(0.6)	(3.9)	(0.6)	(0.7)
販売信用		283,742	278,810	285,062	300,608	322,020	330,416	330,469	332,667	346,490	355,015
	(前年比)	(2.6)	(1.7)	(2.2)	(5.5)	(7.1)	(2.6)	(0.0)	(0.7)	(4.2)	(2.5)
消費者金融		400,769	407,002	422,308	427,987	434,157	434,789	430,342	398,585	389,378	385,948
	(前年比)	(0.6)	(1.6)	(3.8)	(1.3)	(1.4)	(0.1)	(1.0)	(7.4)	(2.3)	(0.9)

消費者信用供与額は前年に比べ0.7%の増加であった。

その内訳をみると販売信用は2.5%の増加、消費者金融は0.9%の減少であった。

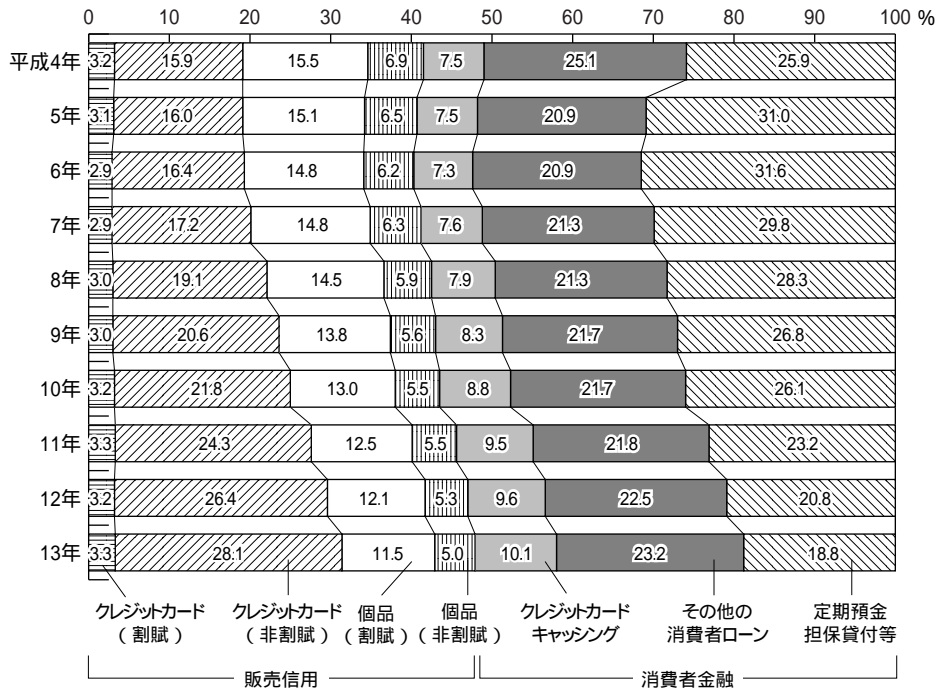
なお、構成比をみると販売信用は47.9%と前年の47.1%を0.8ポイント上回った。

(出所)日本の消費者信用統計 平成15年版

それは、銀行系クレジットカード会社がこの10年間の間に大きくそのシェアを伸ばしていることである。平成4年には22.9% (6兆5026億円)であったものが、平成13年には

31.7% (11兆2490億円)まで、約10%伸ばしている。また流通系クレジット会社も同様に大幅にそのシェアを伸ばしている。平成4年には3.7% (1兆450億円)であったものが、

図表1-4 消費者信用供与額取引形態別構成比の推移



(単位:%)

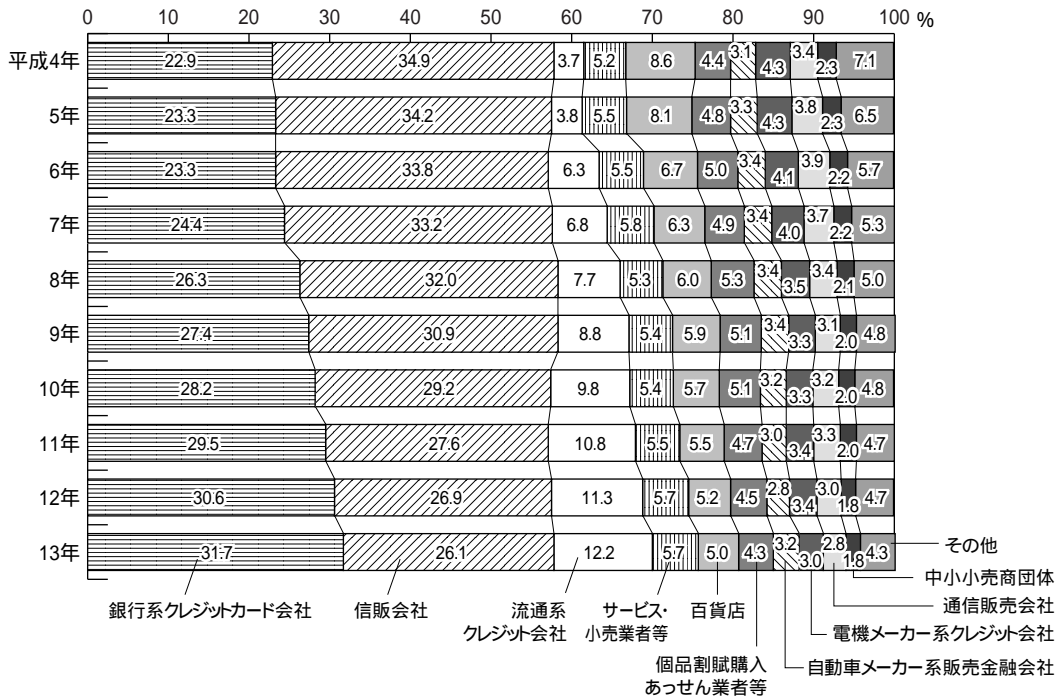
形態別		年別	平成4年	5年	6年	7年	8年	9年	10年	11年	12年	13年	
販売信用	クレジット カード ショッピング	割賦	3.2	3.1	2.9	2.9	3.0	3.0	3.2	3.3	3.2	3.3	
		非割賦	15.9	16.0	16.4	17.2	19.1	20.6	21.8	24.3	26.4	28.1	
		計	19.1	19.1	19.3	20.2	22.1	23.7	25.0	27.6	29.6	31.4	
	個品 (ショッピング クレジット)	割賦	15.5	15.1	14.8	14.8	14.5	13.8	13.0	12.5	12.1	11.5	
		非割賦	6.9	6.5	6.2	6.3	5.9	5.6	5.5	5.5	5.3	5.0	
		計	22.3	21.6	21.0	21.1	20.4	19.5	18.4	17.9	17.5	16.5	
販売信用計			41.5	40.7	40.3	41.3	42.6	43.2	43.4	45.5	47.1	47.9	
消費者金融	クレジットカードキャッシング			7.5	7.5	7.3	7.6	7.9	8.3	8.8	9.5	9.6	10.1
	その他の消費者ローン			25.1	20.9	20.9	21.3	21.3	21.7	21.7	21.8	22.5	23.2
	消費者ローン計			32.6	28.4	28.1	28.9	29.2	30.0	30.5	31.3	32.1	33.3
	定期預金担保貸付等			25.9	31.0	31.6	29.8	28.3	26.8	26.1	23.2	20.8	18.8
	消費者金融計			58.5	59.3	59.7	58.7	57.4	56.8	56.6	54.5	52.9	52.1
消費者信用合計			100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	

(注) 単位未満を四捨五入しているため、内訳と合計が必ずしも一致しない。

(出所) 日本の消費者信用統計 平成15年版

消費者信用市場における信販会社の位置づけについての一考察

図表1-5 販売信用供与額業種別構成比の推移



(単位:億円%)

業種別	平成4年	5年	6年	7年	8年	9年	10年	11年	12年	13年
銀行系クレジットカード会社 (構成比)	65,026 (22.9)	65,049 (23.3)	66,378 (23.3)	73,324 (24.4)	84,532 (26.3)	90,416 (27.4)	93,240 (28.2)	98,041 (29.5)	105,904 (30.6)	112,490 (31.7)
信販会社 (構成比)	99,040 (34.9)	95,424 (34.2)	96,435 (33.8)	99,887 (33.2)	102,895 (32.0)	101,988 (30.9)	96,601 (29.2)	91,925 (27.6)	93,322 (26.9)	92,545 (26.1)
流通系クレジット会社 (構成比)	10,451 (3.7)	10,523 (3.8)	18,053 (6.3)	20,308 (6.8)	24,708 (7.7)	29,029 (8.8)	32,542 (9.8)	35,864 (10.8)	39,297 (11.3)	43,250 (12.2)
サービス・小売業者等 (構成比)	14,887 (5.2)	15,420 (5.5)	15,820 (5.5)	17,548 (5.8)	17,200 (5.3)	17,826 (5.4)	17,878 (5.4)	18,371 (5.5)	19,692 (5.7)	20,246 (5.7)
百貨店 (構成比)	24,524 (8.6)	22,640 (8.1)	19,049 (6.7)	18,889 (6.3)	19,412 (6.0)	19,400 (5.9)	18,955 (5.7)	18,156 (5.5)	17,864 (5.2)	17,695 (5.0)
個品割賦購入あっせん業者等 (構成比)	12,371 (4.4)	13,395 (4.8)	14,295 (5.0)	14,756 (4.9)	17,125 (5.3)	16,785 (5.1)	16,849 (5.1)	15,778 (4.7)	15,738 (4.5)	15,184 (4.3)
自動車メーカー系販売金融会社 (構成比)	8,901 (3.1)	9,130 (3.3)	9,736 (3.4)	10,214 (3.4)	11,045 (3.4)	11,274 (3.4)	10,501 (3.2)	9,867 (3.0)	9,784 (2.8)	11,437 (3.2)
電機メーカー系クレジット会社 (構成比)	12,175 (4.3)	11,907 (4.3)	11,787 (4.1)	12,079 (4.0)	11,347 (3.5)	10,743 (3.3)	10,974 (3.3)	11,381 (3.4)	11,673 (3.4)	10,611 (3.0)
通信販売会社 (構成比)	9,740 (3.4)	10,691 (3.8)	11,052 (3.9)	11,099 (3.7)	11,031 (3.4)	10,397 (3.1)	10,609 (3.2)	10,960 (3.3)	10,513 (3.0)	9,830 (2.8)
中小小売商団体 (構成比)	6,390 (2.3)	6,524 (2.3)	6,262 (2.2)	6,491 (2.2)	6,689 (2.1)	6,555 (2.0)	6,516 (2.0)	6,580 (2.0)	6,544 (1.8)	6,428 (1.8)
その他 (構成比)	20,237 (7.1)	18,107 (6.5)	16,195 (5.7)	16,013 (5.3)	16,036 (5.0)	16,003 (4.8)	15,804 (4.8)	15,744 (4.7)	16,159 (4.7)	15,299 (4.3)
販売信用供与額合計	283,742	278,810	285,062	300,608	322,020	330,416	330,469	332,667	346,490	355,015

(注) 構成比は単位未満を四捨五入しているため、内訳と合計が必ずしも一致しない。

(出所) 日本の消費者信用統計 平成15年版



平成13年には12.2%（4兆3250億円）まで、実に3倍以上伸ばしている。

これら2業種が大きくそのシェアを伸ばした一方で、信販会社のみがそのシェアを大幅に小さくしてしまっている。平成4年には銀行系クレジットカード会社を上回る34.9%（9兆9040億円）であったものが平成13年には26.1%（9兆2545億円）へと約9%の減少である。

以上のように、信販会社は最近、消費者信用市場における販売信用においてはシェアを狭められてしまっている状況にあるといえる。ただし、供与金額の水準でいうと、この10年間ほぼ変わらない状況にある。したがって、販売信用については、銀行系クレジットカード会社について第2位のシェアであるとともに、約4分の1のシェアを確保している状況にあるといえる。

ところで、銀行系クレジットカード会社が、以上のようにこの10年間で急速にそのシェアと供与金額を伸ばした理由は、スケールメリットをあげることができよう。銀行のネームバリューが、消費者に行きわたっていることが、大きな要因と考えられる。

他方、流通系クレジット会社がこれほど伸びているのは、百貨店等のクレジットカードの提供促進が積極的に推し進められ、カード利用による割引サービス等の特典が消費者に普及してきたためではないであろうか。

次に、消費者金融について業種別にその状況をみとめることにしよう。

まず、図表1-6系列別クレジットカード発行枚数構成比の推移から以下のような特徴をあげることができる。

2001年(平成13年)時点で、クレジットカード発行総数は、2億4459万枚に達しているが、

その内訳が図表1-6に示されている。

平成14年3月末時点では、銀行系クレジットカードの発行シェアが一番多く、第2位に流通系クレジットカード、第3位が信販系クレジットカードとなっている。

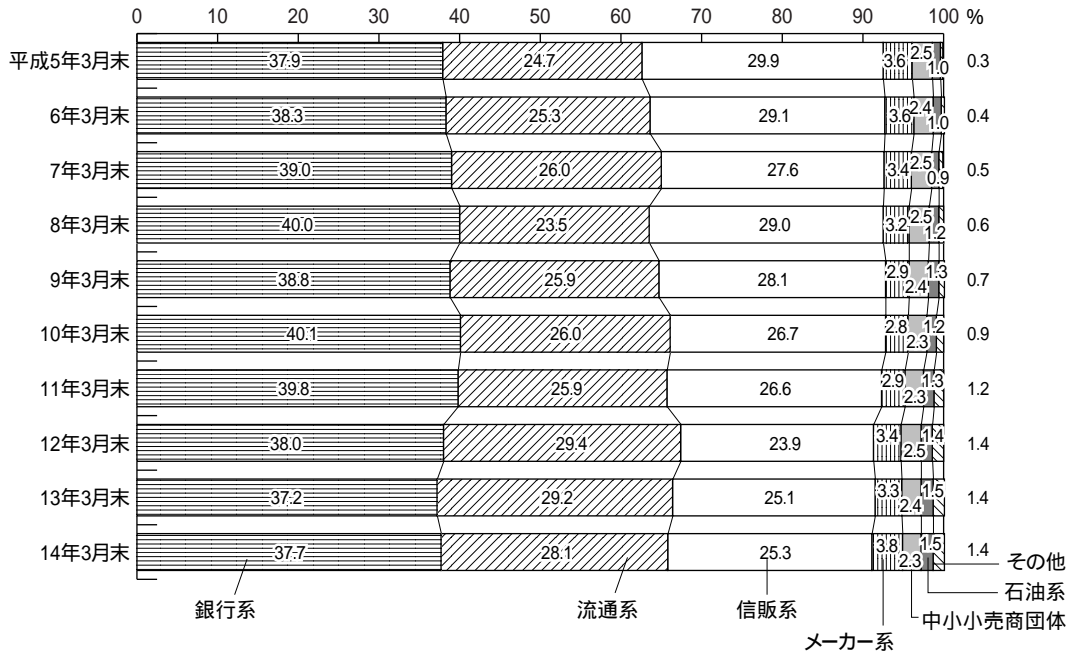
この状況を平成5年から平成14年までの10年間でみるとその変化をみることができる。平成5年3月末時点では、銀行系クレジットカードのシェアが37.9%、流通系クレジットカードが24.7%、信販系クレジットカードが29.9%となっており、シェアの順位は、この時点では、第1位が銀行系クレジットカード、第2位が信販系クレジットカード、第3位が流通系クレジットカードである。この状況が平成11年3月末時点まで続いていたが、平成12年3月末時点で、流通系クレジットカードのシェアが29.4%、信販系クレジットカードのシェアが23.9%となり、流通系クレジットカードが信販系クレジットカードを上回るという逆転現象が発生して現在に至っている。

銀行系クレジットカードの発行枚数が第1位であるのは、販売信用の分析で説明したのと同じように、やはり銀行のネームバリュー、および銀行数の多さによるものと考えられよう。

また、流通系クレジットカード発行枚数が、信販系クレジットカード発行枚数を上回ってきている背景には、やはり先に述べたように、百貨店をはじめとする各社の販売促進のためのカード利用による割引という特典が、このように発行枚数を伸ばしているものといえよう。

信販系クレジットカードは、流通系クレジットカードにそのシェアを逆転されたとはいえ、信販系クレジットカードの発行枚数それ自体の変化は、平成5年3月末時点と平成14年3月末時点と比較するとさほど変化は

図表1-6 系列別クレジットカード発行枚数構成比の推移



形態別	平成5年 3月末	6年 3月末	7年 3月末	8年 3月末	9年 3月末	10年 3月末	11年 3月末	12年 3月末	13年 3月末	14年 3月末
銀行系	8,135	8,458	8,882	8,928	9,075	9,821	9,779	8,484	8,616	9,228
(構成比)	(37.9)	(38.3)	(39.0)	(40.0)	(38.8)	(40.1)	(39.8)	(38.0)	(37.2)	(37.7)
流通系	5,302	5,585	5,916	5,234	6,054	6,371	6,373	6,566	6,774	6,871
(構成比)	(24.7)	(25.3)	(26.0)	(23.5)	(25.9)	(26.0)	(25.9)	(29.4)	(29.2)	(28.1)
信販系	6,415	6,416	6,288	6,471	6,556	6,539	6,535	5,339	5,807	6,179
(構成比)	(29.9)	(29.1)	(27.6)	(29.0)	(28.1)	(26.7)	(26.6)	(23.9)	(25.1)	(25.3)
メーカー系	766	785	776	703	672	685	708	755	755	923
(構成比)	(3.6)	(3.6)	(3.4)	(3.2)	(2.9)	(2.8)	(2.9)	(3.4)	(3.3)	(3.8)
中小小売商団体	539	524	564	549	552	564	573	548	551	551
(構成比)	(2.5)	(2.4)	(2.5)	(2.5)	(2.4)	(2.3)	(2.3)	(2.5)	(2.4)	(2.3)
石油系	222	217	216	278	293	297	324	318	337	366
(構成比)	(1.0)	(1.0)	(0.9)	(1.2)	(1.3)	(1.2)	(1.3)	(1.4)	(1.5)	(1.5)
その他	73	89	109	133	165	214	305	315	328	341
(構成比)	(0.3)	(0.4)	(0.5)	(0.6)	(0.7)	(0.9)	(1.2)	(1.4)	(1.4)	(1.4)
合計	21,452	22,074	22,751	22,296	23,367	24,491	24,597	22,325	23,168	24,459

- (注) 1. 流通系は、百貨店、量販店、流通系クレジット会社の合計。  
 2. メーカー系は電機メーカー系、自動車メーカー系の合計。  
 3. 銀行系は銀行系クレジットカード会社各グループ及び地銀バンクカード、協同カードの合計。  
 4. その他はホテル、旅行者、航空会社等の自社カード分の合計。  
 5. 構成比は単位未満を四捨五入しているため、内訳と合計が必ずしも一致しない。

(出所) 日本の消費者信用統計 平成15年版

ない。しかし、クレジットカード発行枚数の点でいうと、信販会社は、銀行系クレジットカードと流通系クレジットカードにおされていることは事実である。

ところで、クレジットカードを利用したクレジットカードショッピングとクレジットカードキャッシングについてはどのような状況になっているのであろうか。これらについて試してみることにしよう。

まず、図表1 - 7の系列別クレジットカードショッピング信用供与額構成比の推移から試してみよう。

やはりここでもシェアの第1位は、銀行系クレジットカードであり、第2位が流通系クレジットカード、第3位が信販系クレジットカードである。

銀行系クレジットカードのシェアは、全体の約半分を占めている。平成4年には49.6%、平成13年においては48.3%と、この10年間にわたり安定して推移している。

他方、流通系クレジットカードは、平成4年の23.1%から平成13年の25.3%へと、この10年間で約2%そのシェアを拡大してきている。ちょうどその分だけシェアを奪われているのが信販系クレジットカードであるといえる。信販系クレジットカードは、平成4年には18.2%であったが、平成13年には16.7%とこの10年間に徐々にシェアを減らす結果となっている。とはいえ、信用供与額では順調にその額を伸ばしていることはいうまでもない。

流通系クレジットカード会社と信販系クレジットカード会社の逆転現象もまた先述のように、流通系クレジットカードの消費者への利用の際の割引特典が功を奏してきているためではないだろうか。

次に、図表1 - 8の系列別クレジットカード

ドキャッシング信用供与額構成比の推移からその特徴をみてみよう。

クレジットカードキャッシングとはクレジットカードを利用して信用供与と限度額の範囲内で現金を融資するものである。

平成4年時点から平成13年にいたる10年間で、クレジットカードキャッシングの利用状況の順位は、第1位が銀行系クレジットカード、第2位が信販系クレジットカード、第3位が流通系クレジットカードと変化はない。

しかしながら、その構成比においては大きな変化がみうけられる。銀行系クレジットカードのシェアは、平成4年時点では47.2%と全体のほぼ半分を占めていたのに対して、平成13年いいたるまでにそのシェアは徐々に減少して行き39.1%にまで落ち込んでいる。

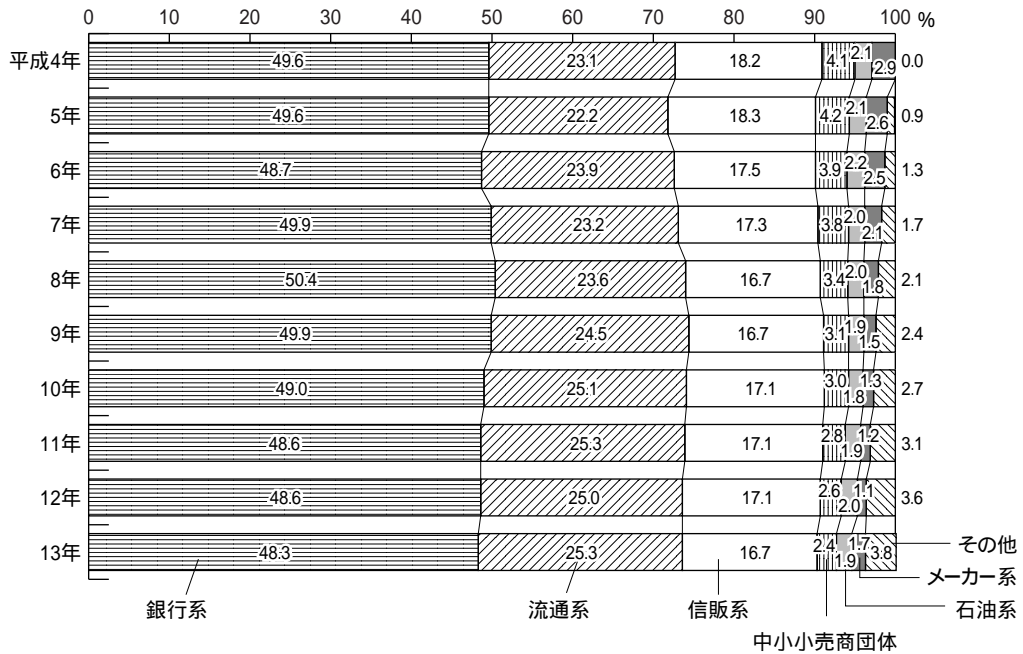
他方、シェアを伸ばしてきているのは、信販系クレジットカードと流通系クレジットカードである。信販系クレジットカードは、平成4年時点で29.4%であったが、平成13年までの10年間で徐々にシェアを拡大して31%まで約2%伸ばしている。また流通系クレジットカード会社も同様に、平成4年時点では17%であったものが、平成13年時点では23.2%と約6%も伸ばしてきている。

全体として信用供与額の点では、すべての系列において、この10年間でその額を伸ばしてきてはいるものの、構成比においてこのような変化がみられる理由は、次のように説明できるであろう。

まず、信販系クレジットカードについては、その発行枚数についてさほど変化はないものの、TVコマーシャルなどによる消費者への信販系クレジットカードの浸透があげられよう。

また流通系クレジットカードについては、先述のとおり理由とカードそのものの発行

図表1-7 系列別クレジットカードショッピング信用供与額構成比の推移



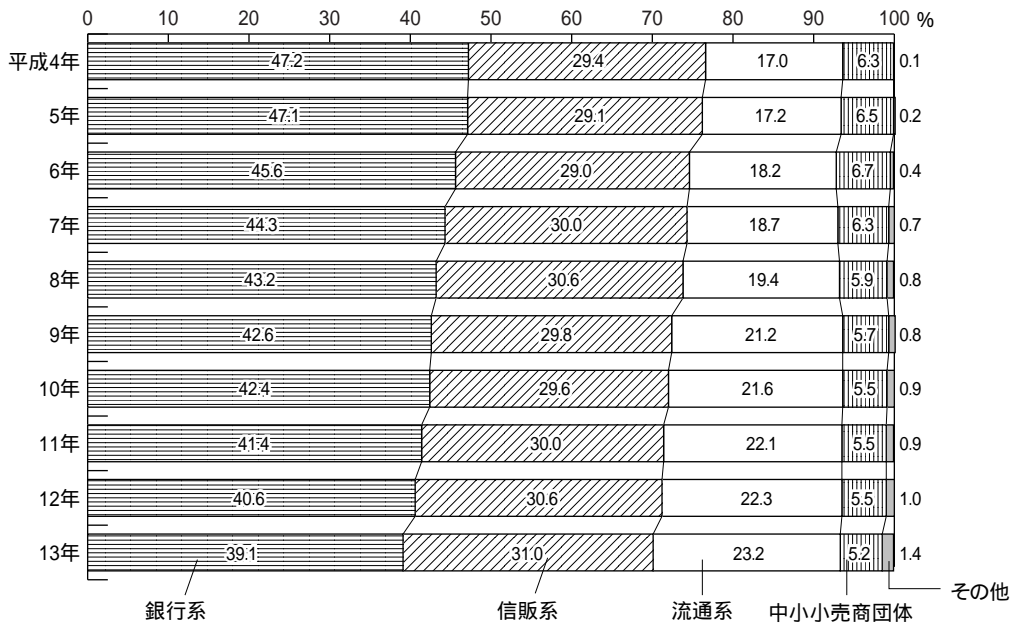
(単位: 億円 %)

系列別	平成4年	5年	6年	7年	8年	9年	10年	11年	12年	13年
銀行系	64,946	64,987	66,331	73,289	84,504	90,395	93,212	98,012	105,873	112,490
(構成比)	(49.6)	(49.6)	(48.7)	(49.9)	(50.4)	(49.9)	(49.0)	(48.6)	(48.6)	(48.3)
流通系	30,319	29,102	32,618	34,034	39,565	44,349	47,809	51,019	54,503	58,775
(構成比)	(23.1)	(22.2)	(23.9)	(23.2)	(23.6)	(24.5)	(25.1)	(25.3)	(25.0)	(25.3)
信販系	23,802	23,982	23,909	25,418	28,022	30,350	32,517	34,406	37,259	38,773
(構成比)	(18.2)	(18.3)	(17.5)	(17.3)	(16.7)	(16.7)	(17.1)	(17.1)	(17.1)	(16.7)
中小小売商団体	5,333	5,492	5,325	5,538	5,680	5,622	5,615	5,674	5,689	5,642
(構成比)	(4.1)	(4.2)	(3.9)	(3.8)	(3.4)	(3.1)	(3.0)	(2.8)	(2.6)	(2.4)
石油系	2,690	2,809	2,957	2,992	3,308	3,426	3,399	3,888	4,373	4,432
(構成比)	(2.1)	(2.1)	(2.2)	(2.0)	(2.0)	(1.9)	(1.8)	(1.9)	(2.0)	(1.9)
メーカー系	3,853	3,456	3,375	3,132	3,010	2,712	2,487	2,333	2,290	3,881
(構成比)	(2.9)	(2.6)	(2.5)	(2.1)	(1.8)	(1.5)	(1.3)	(1.2)	(1.1)	(1.7)
その他	60	1,166	1,806	2,522	3,442	4,384	5,092	6,179	7,933	8,746
(構成比)	(0.0)	(0.9)	(1.3)	(1.7)	(2.1)	(2.4)	(2.7)	(3.1)	(3.6)	(3.8)
合計	131,003	130,994	136,321	146,925	167,531	181,238	190,131	201,511	217,920	232,739

- (注) 1. 流通系は、百貨店、量販店、流通系クレジット会社の合計。  
 2. メーカー系は電機メーカー系、自動車メーカー系の合計。  
 3. その他は通信販売会社、サービス小売業者等の合計。  
 4. 構成比は単位未満を四捨五入しているため、内訳と合計が必ずしも一致しない。

(出所) 日本の消費者信用統計 平成15年版

図表1-8 系列別クレジットカードキャッシング信用供与額構成比の推移



(単位:億円%)

系列別	年別	平成4年	5年	6年	7年	8年	9年	10年	11年	12年	13年
銀行系		24,230	24,222	23,462	24,605	25,774	27,117	28,391	28,703	28,532	29,284
	(構成比)	(47.2)	(47.1)	(45.6)	(44.3)	(43.2)	(42.6)	(42.4)	(41.4)	(40.6)	(39.1)
信販系		15,105	14,957	14,934	16,671	18,255	19,003	19,817	20,828	21,515	23,156
	(構成比)	(29.4)	(29.1)	(29.0)	(30.0)	(30.6)	(29.8)	(29.6)	(30.0)	(30.6)	(31.0)
流通系		8,754	8,855	9,349	10,384	11,581	13,482	14,482	15,361	15,698	17,373
	(構成比)	(17.0)	(17.2)	(18.2)	(18.7)	(19.4)	(21.2)	(21.6)	(22.1)	(22.3)	(23.2)
中小小売商団体		3,262	3,362	3,464	3,493	3,531	3,601	3,695	3,818	3,891	3,914
	(構成比)	(6.3)	(6.5)	(6.7)	(6.3)	(5.9)	(5.7)	(5.5)	(5.5)	(5.5)	(5.2)
その他		30	79	221	408	481	521	620	644	676	1,078
	(構成比)	(0.1)	(0.2)	(0.4)	(0.7)	(0.8)	(0.8)	(0.9)	(0.9)	(1.0)	(1.4)
合計		51,381	51,475	51,430	55,561	59,622	63,724	67,005	69,354	70,312	74,805

(注)1. 流通系は、百貨店、量販店、流通系クレジット会社の合計。

2. その他は通信販売会社、サービス小売業者等の合計。

3. 構成比は単位未満を四捨五入しているため、内訳と合計が必ずしも一致しない。

(出所)日本の消費者信用統計 平成15年版

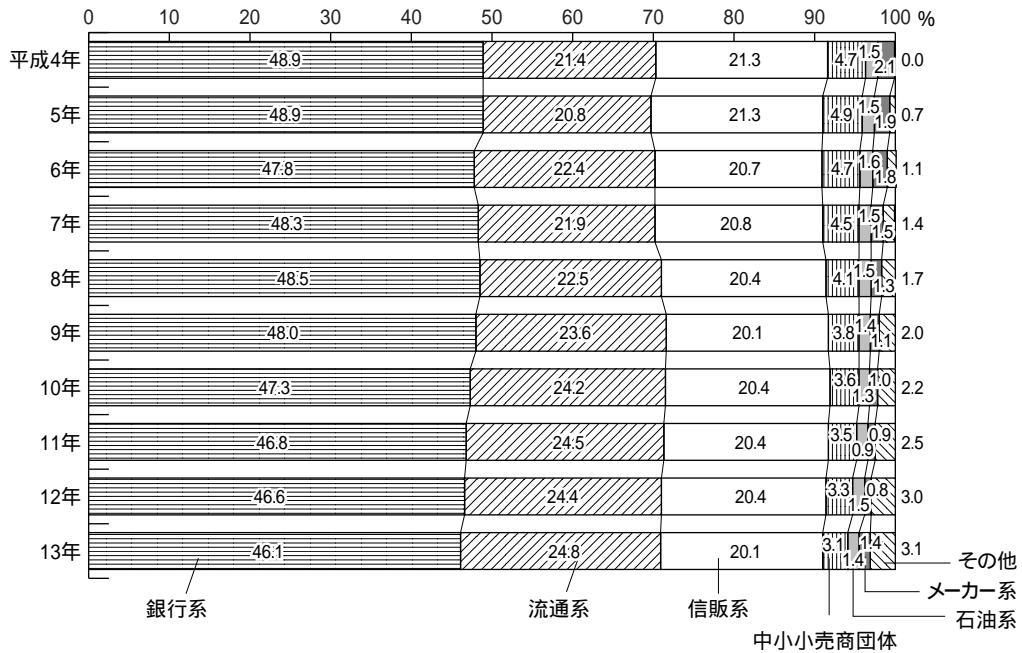
枚数の増加および消費者への浸透度の大きさをあげることができよう。

最近では、クレジットカードキャッシングの利用できるATMが、百貨店をはじめコンビニエンスストアや専用ATMコーナーなど

各方面でみうけられるようになってきたことも、このような現象がおきてきている一因といえるのではないだろうか。

最後に、図表1-9系列別クレジットカード信用供与額 ショッピング+キャッシング 構成

図表1-9 系列別クレジットカード信用供与額(ショッピング+キャッシング)構成比の推移



(単位:億円%)

系列別	年別	平成4年	5年	6年	7年	8年	9年	10年	11年	12年	13年
銀行系		89,176	89,209	89,793	97,894	110,278	117,512	121,603	126,715	134,405	141,774
	(構成比)	(48.9)	(48.9)	(47.8)	(48.3)	(48.5)	(48.0)	(47.3)	(46.8)	(46.6)	(46.1)
流通系		39,073	37,957	41,967	44,418	51,146	57,831	62,291	66,380	70,201	76,148
	(構成比)	(21.4)	(20.8)	(22.4)	(21.9)	(22.5)	(23.6)	(24.2)	(24.5)	(24.4)	(24.8)
信販系		38,907	38,939	38,843	42,089	46,277	49,353	52,334	55,234	58,774	61,929
	(構成比)	(21.3)	(21.3)	(20.7)	(20.8)	(20.4)	(20.1)	(20.4)	(20.4)	(20.4)	(20.1)
中小小売商団体		8,595	8,854	8,789	9,031	9,211	9,223	9,310	9,492	9,580	9,556
	(構成比)	(4.7)	(4.9)	(4.7)	(4.5)	(4.1)	(3.8)	(3.6)	(3.5)	(3.3)	(3.1)
石油系		2,690	2,809	2,957	2,992	3,308	3,426	3,399	3,888	4,373	4,432
	(構成比)	(1.5)	(1.5)	(1.6)	(1.5)	(1.5)	(1.4)	(1.3)	(1.4)	(1.5)	(1.4)
メーカー系		3,853	3,456	3,375	3,132	3,010	2,712	2,501	2,345	2,308	4,265
	(構成比)	(2.1)	(1.9)	(1.8)	(1.5)	(1.3)	(1.1)	(1.0)	(0.9)	(0.8)	(1.4)
その他		90	1,245	2,027	2,930	3,923	4,905	5,698	6,811	8,591	9,440
	(構成比)	(0.0)	(0.7)	(1.1)	(1.4)	(1.7)	(2.0)	(2.2)	(2.5)	(3.0)	(3.1)
合計		182,384	182,469	187,751	202,486	227,153	244,962	257,136	270,865	288,232	307,544

- (注) 1. 流通系は、百貨店、量販店、流通系クレジット会社の合計。  
 2. メーカー系は電機メーカー系、自動車メーカー系の合計。  
 3. その他は通信販売会社、サービス小売業者等の合計。  
 4. 構成比は単位未満を四捨五入しているため、内訳と合計が必ずしも一致しない。

(出所) 日本の消費者信用統計 平成15年版

比の推移にもとづいて、その特徴をみてみよう。

図表1-9は系列別クレジットカードによる消費者金融とってよいものである。平成4年から平成13年までの10年間で全体では信用供与額は18兆2.384億円から30兆7.544億円へと約1.7倍の成長をみせている。銀行系クレジットカード、信販系クレジットカードおよび流通系クレジットカードどれもみな約2倍の成長となっている。

構成比でみた場合、銀行系クレジットカードは、平成4年の48.9%から平成13年には46.1%へと徐々に減少している。また信販系クレジットカードについても平成4年の21.3%から平成13年には20.1%へと僅かながら減少している。その一方で、流通系クレジットカードが平成4年の21.4%から平成13年には24.8%へと約3%増加してきている。

以上のようなシェアの変化の要因は、先にも述べたとおり流通系クレジットカードの消費者への普及が広まったことによるものといえよう。いずれにしても、信販系クレジットカードのシェアはここでは第3位である。

#### 4、まとめ

以上、消費者信用市場の特に銀行系、信販系、流通系の3社について、販売信用と消費者金融に分け、さらに、昭和50年代から60年代にかけての状況と平成時代に入ってから状況とをみてきたわけであるが、信販会社の消費者信用市場におけるポジションは、以下のようにまとめることができよう。

- (a) 消費者信用市場全体の信用供与額では、信販会社は現在でも約5分の1のシェアを維持している。
- (b) 販売信用では、そのシェアは第2位の

ポジションにあり、昭和の時代から平成の時代に入っても堅調な伸びを示している。

- (c) 消費者金融では、そのシェアは第3位となっているが、平成の時代に入ってから10年間においてはほぼ安定的に5分の1のシェアを確保してきている。
- (d) 最近、信販会社の動向をみてみると、銀行との合併や提携などが進みつつあり、2001年の金融ビッグバン終了に伴う金融再編の荒波の中で、今後、信販業界においてのさらなる合併や統合などがみられる可能性がある。

#### 注

- 1) 相馬敦「消費者信用の発展と普及に関する一考察」埼玉学園大学紀要 経営学部編 第4号 平成16年12月
- 2) 相馬敦「信販業界の現状と将来 - 新規信用供与額を中心として - 」日本クレジット産業協会クレジット研究 No.2、1989年
- 3) 相馬敦「消費者信用の発展と普及に関する一考察」を参照されたい。
- 4) 相馬敦「信販業界の現状と将来 - 新規信用供与額を中心として - 」p.81
- 5) 平成元年末時点では129社存在していた。
- 6) 矢島保男「消費者信用」ダイヤモンド社、昭和58年、p.90
- 7) 相馬敦「信販業界の現状と将来 - 新規信用供与額を中心として - 」p.82