

消費者金融における金融機関の動き

要約

- ・金融機関が10%台と高金利の個人向け無担保カードローンに注力している。その多くは顧客データを利用した迅速な審査や、リモートチャネルの利用が特徴である。
- ・審査や保証を外部へ委託する例も多く、99年には信販等との提携による金利10%台前半、2000年には消費者金融会社等との提携・合併による10%台後半の商品が多く出てきた。
- ・金融機関の扱うローンの金利範囲が広がり、プライシング機能が高まっているといえよう。
- ・さらにこうした動きは小口事業者ローンへも広がってきている。
- ・新会社テラネットにより消費者金融会社の顧客データ提供が始まったが反発も出ている。
- ・高金利無担保カードローン市場では競争激化や制度改正により他業態の再編が進みつつある。将来的には業態間のすみわけが一層崩れて同質的な競争へと進む可能性が高い。

はじめに

一昨年来、銀行や信金が高金利の個人向け無担保カードローンに注力している。用途は事業向けを除き自由というものが多い。金利10%台の新しい分野だが、従来は大手消費者金融会社や信販会社が活動してきたのに近い領域でもある。実際、金融機関はこれら他業態との提携・合併や消費者金融業界の顧客データ利用により品揃え強化を図っている。

本稿ではこうした流れを追いながら、消費者金融市場における金融機関と他業態の競争、分業の現状を整理し、さらに金利水準を手がかりにして将来の競争の方向を考えたい。

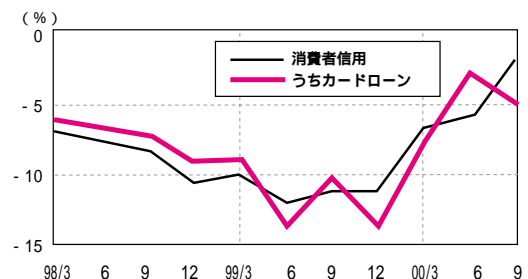
1 金融機関が注力する背景

金融機関が無担保カードローンに積極的に取り組む背景としては、まず直接金融化と不況による企業貸出の量的伸び悩みと収益性低下により、収益源として利ざやの大きなリテール（小口）市場が注目されてきたことがある。各種報道によれば、都銀や地域金融機関の経営者は一様にリテール部門での収益強化を目指しているようである。

しかしながら、個人貸出金の伸びは低迷し

ている。90年代半ばから堅調に伸びてきた住宅資金が、頭打ちとなっているためである。個人向けローンのうちもう一方の消費者信用については、伸び率のマイナス幅こそ縮小しているものの、消費低迷を背景に依然として残高減少が続いている（国内銀行合計、第1図）。消費者信用のうちカードローンについても同様の状況にある。

第1図 国内銀行消費者信用残高の前年比伸び率



資料 日銀「金融経済統計月報」

それに対して、大手消費者金融会社はハイリスク市場において都銀に匹敵する利益をあげている。無人店舗を中心とする営業戦略により、数年来残高とシェアの拡大、最高益更新が続いてきた。消費者金融会社の強みは顧客データと審査、回収ノウハウの蓄積であり、

データマイニングを利用した機械審査も先行している。

こうした中で金融機関は個人ローンを強化するため、これまで扱ってこなかった高金利カードローンへ進出しているとみることができよう。しかし、自前でハイリスクの無担保ローンに本格的に注力するには顧客データと審査ノウハウ、回収業務が不足する場合が多かったとみられる。

2 保証を利用したローン (金利10%台前半)

まず一昨年以来、多くの地域金融機関が無担保かつ審査が迅速(早いものでは新規でも即日融資)、使途自由(ただし事業向け以外)であることをうたった個人向け小口カードローン商品を投入している。審査・保証を信販や金融機関関係保証会社に委託する場合も多く、金利はおおむね10%台前半から15%程度と高いが、消費者金融会社(20%台後半)より10ポイント以上低い。

こうした商品の投入理由は他金融機関との競合だけではない。金利格差を背景に消費者金融会社との競争をはっきり打ち出している金融機関もある(第1表)。

第1表 消費者金融会社と競合する地域金融機関

消費者金融会社の無人店舗増加に対抗(大月信金)
手続き簡素化により消費者金融会社へ流れた顧客を取り返す(西日本銀行)
消費者金融会社や信販からの借入金一本化借換用資金(山陰合同銀行、福岡シティ銀行)
8%の低金利で銀行系カード会社、信販、消費者金融会社の顧客切り崩し(北日本銀行)

資料 新聞報道による

3 消費者金融との合併・提携 (金利10%台後半)

こうした動きに加えて昨年以來、金融機関が消費者金融会社との合併・提携により新たなカードローン商品を投入する例がでてきた。金利は10%台後半(15~18%)(注1)とこれまでのカードローンよりさらに高いが、消費者金融会社よりは低く新たな顧客層を開拓しようとするもの。審査の迅速性だけでなく、リモートチャネルの利用による申込手続きの容易化を売り物とする場合が多い。また、一部では小口事業者ローンでの提携も出てきている。

(注1) 利息制限法の上限金利以下。上限金利は10万円未満で20%、元本10万円以上100万円未満で18%、100万円以上で15%。これ以下の金利については法律上の支払義務がある。

(1) 都銀の合併事業

一昨年、さくら銀行と三和銀行はそれぞれ消費者金融会社との合併事業構想を打ち出し、昨年夏以降に営業を開始した。これらの銀行系個人ローン会社は従来型の営業店舗を持たない新しい経営スタイルを持つ。

7月に開業した「さくらローンパートナー」は、さくら銀行(6割)、エーエム・ピーエム・ジャパン(コンビニ)、三洋信販(消費者金融)、日本生命保険、住友銀行(各1割)が出資している。当面は上限50万円の小口カードローンに特化、金利は15%強である。合併によって三洋信販の審査ノウハウを導入し、チャネルにコンビニエンスストア(10頁からのレポート参照)とリモートチャネルを利用する。出金については通常のさくら銀行のATMも利用可能。

9月に開業した「モビット」の出資構成は、三和銀行5割、プロミス(消費者金融大手)4割、

アプラス（信販）1割である。プロミスの審査ノウハウ導入により上限300万円の大口カードローンを実現し、金利は15～18%、申込みはリモートチャネル（インターネット、FAX、郵送、電話）に特化、出金や返済には三和銀行、プロミス、および提携先のATM/CDや振込を利用している（注2）。ターゲットは年収500～800万円の層であり、年収200～500万円であるプロミス顧客層とは（一部重複するもの）異なるとしている。

なおこうした動きとは対照的に、東京三菱銀行は消費者金融会社とは組まず子会社のDCカードを通じて無担保融資（キャッシング）事業に参入している。

（注2）その他にチケットやソフトの販売を兼ねた多機能端末を開発して鉄道駅構内や量販店に設置する予定。

（2）地域金融機関の提携

また、昨年2月以来、地域金融機関が消費者金融会社等に無担保個人ローンの審査、保証を委託する例が出てきた。上記の信販との提携商品よりさらに広い顧客層への対応をめざすものと考えられる。商品特性はほぼ共通しており、金利17～18%とほぼ利息制限法の上限、50万円以下の小口資金。インターネットや電話、FAXで仮申し込みが可能。保証会社による審査の所用時間は短いもので15分～30分と短い。正式申込は店頭で行うものが多いが、郵送で可能な商品もある。

先行した消費者金融会社は中堅のクレディアである。2000年2月から中部銀行、11月からは岐阜銀行と提携している。クレディアは提携により高年収の新たな顧客層開拓をめざしている。

続いて2000年秋以降、上記の銀行系個人ローン会社（およびその出資会社）との提携例がでてきた。山口銀行と泉州銀行はモビットに審査と保証を委託、金利の半分程度を手数料として支払う。モビットとしては保証業務を収益源として積極的に伸ばす意向を持っている。また、西日本銀行、福岡銀行、大垣共立銀行、中京銀行、鳥取銀行は三洋信販（さくらローンパートナーに出資）と提携した。うち福岡銀行は金利17%のうち8.5%を手数料として支払う。

（3）地域金融機関の小規模事業者向け無担保事業ローン

東京都民銀行が開発し98年11月から取扱いを始めた小規模事業者向けローンは無担保・翌日回答で短期つなぎ資金を融資するもの。新規客でも利用でき上限500万円、金利10%程度、融資期間最長6ヶ月、窓口での審査は所用時間40～50分。従来の銀行融資と商工ローンの中間で新たな市場を開拓している。99年秋から2000年にかけて各地の地銀・第二地銀が同様の商品を投入した（注3）。

この分野でも消費者金融会社との提携が始まった。東京都民銀行は融資期間を1年に延長して分割返済も可能とした新商品を開発し、クレディアに保証と延滞債権管理を委託した（審査は東京都民銀行が行う）。貸出金利は7%、別途保証料7%（期日一括返済の場合）。さらに、中部銀行は保証だけでなく審査まで含めてシンキ（消費者金融中堅）に委託、貸出金利9.8%、別途保証料5%の事業者ローンを投入した。

（注3）無担保消費者ローンと同様、データ分析による審査が重要である。今後は信用リスクに関するデータベースの整備によりこうしたローン商品の開発がこれまでより容易になると考えられる。

4 消費者金融会社の顧客データ利用

さらに、データ蓄積の不足を補う手段も提供されている。消費者金融会社の顧客情報が2000年12月11日から利用可能となった。これまでは延滞などの事故情報（ブラック情報）のみが業態間で交換されていたが、新たに設立されたテラネット（注4）を通じて、通常の利用客の個人情報（ホワイト情報）が利用可能となった（注5）。データを利用するにはテラネットに加盟して自社の既存蓄積データをすべて提供する必要がある。

当初からの提供先として想定されたのは銀行系個人ローン会社、信販・カード会社である。モビットとさくらローンパートナーは設立以前からテラネットの利用を想定しており、既にデータ提供を受けている。

提供されるデータは消費者金融会社からの借入有無を含んでいる。貸し手にとっては顧客の信用力を見極める材料となるほか、社会的には多重債務防止の意義があるとされている。

ただし、ホワイト情報の交換に対してはプライバシー保護と業態間競争激化に関する問題が指摘されている。プライバシー保護については、①消費者金融会社や信販会社が異業種へのデータ提供について顧客（特に既往客）に十分な同意を求めている、②異業種に提供された情報の目的外利用に対する具体的な防止策を講じていない、といった指摘がある。データ流出により銀行からの借入が困難になるのではないかと指摘もある（注6）。

消費者金融会社からの反発もある。大手・中堅は金融機関との提携や合併事業を行っているところが多くテラネットに対して肯定的である。しかし中小業者を中心に、顧客データベ-

スは長年かかって築いた財産であるとして銀行子会社等へのデータ提供に対する反発も強い。データ流出懸念から顧客離れにつながるの見方もある。「情報センター福岡」（福岡県、佐賀県）はデータ提供を見合わせているほか、業界最大手の武富士（銀行との合併事業なし）を含む関東地方の消費者金融会社21社は東京地方裁判所に情報センターによる情報提供差し止めの仮処分を申請している。

（注4）テラネットは、消費者金融会社の利用者データを保有している全国33の情報センターが99年に設立した株式会社。

（注5）ホワイト情報の業種間交流は長年の懸案であったが、1997年から98年にかけて大蔵省と通産省が共同で「個人信用情報保護・利用の在り方に関する懇談会」を開催、交流を検討するとの方向が示された。それを受け99年には「個人信用情報保護・利用の在り方に関する作業部会」が設置された。

（注6）日本では個人情報保護の法整備が遅れており、現状では企業が集めた信用情報の漏えい等を直接罰する法律はない。来年には個人情報保護基本法制の法案が通常国会に提出される予定であり、さらに信用情報に特化した個人情報保護法の策定についても2000年12月までを目処に必要性が検討されている段階。

5 金融機能の面から見た展開

提携・合併の増加によってリテール融資市場は単純な業態間競争とは異なる様相を呈している。金融機能の面からは、提携という分業によって様々な形で金融機能の分解と結合が進み、銀行リテール融資やリテール市場全体の機能が向上しているとみることができる。（注7）

消費者金融会社と提携した地域金融機関は、本業である融資のうちノウハウの不足している高金利消費者ローンについては、システム投資

を避ける意味もあって審査・保証という情報生産機能を外注化しているとみることができる。その場合金融機関はブランド力を活かして小売機能を担っている。逆に消費者金融会社は、新たな市場の開拓を意識しつつ、情報生産機能に特化して生き残りを図っているとみることができよう（注8）。さらにこうした動きは小規模事業者ローンへと拡大しつつある。

その結果、金融機関の扱う無担保ローン商品の金利範囲は拡大している。金利10%未満、10%台前半、10%台後半の3種類の商品を揃える例も見られる。こうした多様化によって、金融機関はあまりリスク負担を増やさずにより広範な顧客層にローンを提供することが可能となっている。審査の外注化によってプライシング機能が向上しているとみることができよう（注9）。

また、これまであまり発達していなかった10%台の個人ローンや、商工ローンと銀行融資の間に位置づけられる無担保事業者ローンの発達によって、リテール市場全体としてこれまでより多様な金融ニーズに応えることが可能となっている。

（注7）金融機能に関する議論は刈屋武昭『金融工学とは何か』を参照した。また、こうした分業は消費者金融会社の無人店舗から始まったりモート化、機械審査といった情報技術によって実現されている点も重要である。

（注8）さらに、金融機関のノウハウが不足している今一つの機能、債権回収についても信販等の参入が続いている。ただし、各種の合併・提携は金融機関のノウハウ蓄積にもつながるものであり、ここで紹介しているような分業が将来も続くかどうかは不透明である。金融機関が保証委託先から審査ノウハウを導入するという例がみられるほか、広島総銀は富士通と自動審査システムを共同開発して保証会社への審査委託を置き換えている。

（注9）本論の主題からは外れるが、中小企業向け貸出については、貸し渋りや商工ローンが社会問題化した際にも指摘された通り、金融機関のプライシング機能不足がいわれており、先行きの展開が注目される。

6 高金利ローン市場での競合

10%以上のカードローン市場では業態を越えた競争が進み、金融機関が優良顧客を獲得していく可能性がある。

金融機関が本格的に踏み込みつつある消費者金融市場には消費者金融会社、信販会社、流通・銀行系カード会社といった様々な業態が集まっている。金融機関は一昨年以来金利10%台前半の市場へ、続いて昨年からは10%台後半の市場へ進出する例が増えた。その結果、金利10%以上の市場で業態を越えた競争が激しくなっていると考えられる（第2表）。

第2表 カードローンの金利水準と主な貸し手

金利水準	貸し手	
10%以下	金融機関	
10%台前半	銀行系カード会社 (ローン、ゴールド会員)	金融機関が参入
10%台後半 (18%以下*)	銀行系カード会社 (ローン、一般会員)	
18%～ 20%台後半	銀行系カード会社(キャッシング)、 流通系カード会社、 信販会社、 消費者金融会社、	

資料 金融機関以外については『消費者信用』2000年9月号に掲載された同誌調査結果（各社上限金利）等を参照した。

（注）1. カードキャッシングを含む。
2. 18%（表中*）は利息制限法の上限金利（10万円以上100万円未満の場合）

10%台の市場はこれまで十分に開拓されていないとされるが、どれだけの潜在需要やリスクがあるのかは未知数である。むしろ金融機関は新規市場開拓だけでなく、金利面での優位から

20%台の市場まで含めた他業態のシェアを侵食するとみられる。実際、前記の通り信販や消費者金融等からのシェア獲得を掲げる地域金融機関も多い。そうした場合、金融機関は10%台の金利に見合った他業態の優良顧客を取込んでいく可能性がある。

7 業界再編の動き

(1) 消費者金融会社の再編

外資、国内大手による中小業者の買収が進む中、大手は次第に低リスク客層への拡大を図っている。

消費者金融業界では数年来、外資による買収が進んでいる。それに加えて2000年からは国内大手による買収も増加した。きっかけは2000年6月の出資法改正による貸金業の上限金利引下げ（40.004%から29.2%へ）である。大手業者はノンバンク社債発行により調達コストが低下しており、上限金利引下げを見越して段階的に金利を引下げ中小業者との差別化を図った。それに対して、大手以外は従来30%台のところが多く調達コストも高かったことから、規制強化により収支圧迫が予想された。その結果、経営環境が悪化した中小業者を大手が買収する例が増えた。

出資法の上限金利（29.2%）は2003年に見直されることとなっており、中長期的にはさらに引下げが見込まれる。また、大手業者はクレジットカード事業の開始や、優良顧客に18%～20%台前半の優遇金利で貸出す等、優良な顧客の開拓に努めており、金融機関と隣接した市場へと拡大を図っている。

(2) カード業界の再編

金融機関と消費者金融会社の間に挟まれたク

レジットカード業界でも、ICカード化や銀行系カード会社への総合割賦解禁を控え、再編が予想されている。

そうした中で、ジャックス（信販）は既にキャッシングの金利を利息制限法の上限を下回る15.6%まで引下げており、さらに2002年3月には13%台まで引下げ、将来は10%前後の銀行ローン並みにする方向である（日経産業新聞2000年3月16日付）。

8 同一金利水準での競争へ

以上にみてきたように金利10%以上の無担保カードローン市場では競争が激しくなっている。先行きを考えるとさらに重複した顧客層をめぐる競争に向う可能性がある。

低金利側から銀行が参入したことと、高金利側における法定の上限利息引下げによって金利の範囲が狭まったことにより、業態間・企業間での金利格差は以前よりつきにくく、客層の重なりが大きくなっていると考えられる。

将来的には、市場金利の上昇、上限金利のさらなる引下げにより、貸出金利の範囲はより狭くなるとみられる。相互進出もあいまって、消費者金融市場における業態間の競合関係は、金利水準によるすみわけが一層崩れて次第に同一金利水準での業態を越えた競争へと移行していく可能性が高いであろう。銀行が進出を果たした金利10%台後半、10%台前半の市場に加えて、従来銀行が押さえてきた10%未満の市場も含めて業態を越えた競争が激しくなっていく可能性がある。

（平澤 明彦）

（2000年12月前半までの各種報道、各社ホームページ等をもとに執筆した）