

分析レポート

国内経済金融

地域銀行におけるクレジットカードビジネスの変遷

岡山 正雄

はじめに

銀行業界全体として本業である貸出が低迷し、かつ預貸金利鞘の縮小が続くなか、地域銀行(地方銀行、第二地方銀行)でも貸出に伴う収益を補うような収益源模索が続いている。その有力な代替策である手数料ビジネスのうち投資信託や保険の窓口販売は、2000年代に入ってから銀行に認められたが、それ以前から認められていた手数料ビジネスにクレジットカード(以下、「カード」という。)業務がある。

本稿ではカード業務の基本を押さえたうえで、地域銀行におけるカード業務の変遷と近年の動向について述べる。

カード業務の概要

①カードの3機能

カードは、月一度の締切日を設けて、その間の利用分を所定の支払日に決済する機能を持つ。その機能を細かく見ると、①ショッピング、②ローン、③キャッシングの3つに分けられる。

ショッピングとは、売買契約時から2ヶ月以内の予め決められた日に支払う機能であり、一括払いが該当する。ショッピングは一般的には、利用者が支払う手数料が無料であり、またローンとは異なって割賦販売法の適用外である。

ローンとは、売買契約時から2ヶ月を超える予め決められた日に支払う機能のことである。具体的にはボーナス一括払い^(注1)や、分割払い、リボルビング払い^(注2)が該当する。一般的には2回払いとボーナス一括払いを除けば、利用額に応じた手数料が発生する。なお、いずれの支払方法も割賦販売の適

用を受けるため、ローン機能を持つカードを発行する会社は包括購入あっせん業者としての登録が必要となる。

キャッシングは、現金を貸し出す機能である。消費者金融のローンカードの機能をカードが担うものであり、利用者の借入額に応じて利息が発生する。なお、キャッシング機能搭載に当たっては、貸金業者としての登録が必要である。

以上のようにカードには異なる法律の適用を受ける3つの機能が、1枚のカードに搭載されている。

②カード会社の業務と収益源

カード会社の業務は①カード発行業務、②加盟店業務、③ブランド提供業務の3つに大別され、それぞれの業務を行うカード会社をイシューアー、アクワイヤラー、ブランドホルダーという。

カード発行業務とは、カード保有希望者に対して審査を行ったうえで、カードを発行する業務である。この業務ではカードの年会費に加えて、ローンやキャッシング利用に応じた手数料や利息が収益源になる。

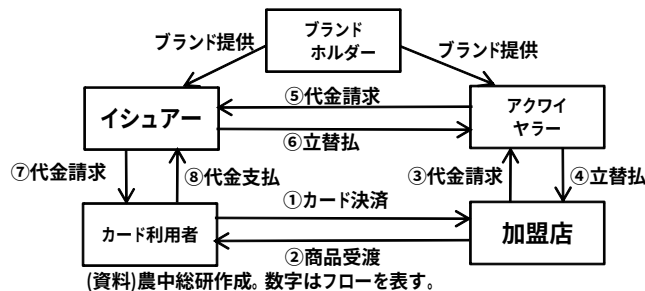
加盟店業務は、自身が発行するカードで決済ができる加盟店を獲得、管理する業務である。この業務では、カード保有者に後日請求する料金を加盟店に立替払いする際、加盟店から受け取る手数料が、収益源となる。

ブランド提供業務は、他のカード会社に対して統一ブランドを提供する業務であり、ブランドを提供されたカード会社から受け取るブランド使用料が収益源となる。

③決済の仕組み

以上を踏まえて、カード決済の仕組みをイシューアとアクワイヤラーのカード会社が異なる場合で見ると、図表1のようになる。

図表1: カード決済の仕組み

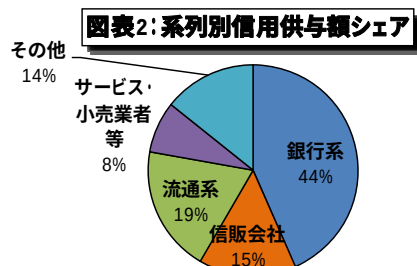


カード利用者がカードで決済すると、アクワイヤラーは加盟店に、手数料を割引いて決済金額を立替払いする一方で、立替分をイシューアに請求する。イシューアはアクワイヤラーに立替分を支払う一方、後日、カード保有者に利用代金を請求する。

なお異なるカード会社間でカード利用ができるためには、加盟店の相互開放を要する。それを助けているのがブランドホルダーであり、VISA や JCB といった統一ブランドを各カード会社に提供することで、加盟店の相互開放を可能にし、個社で加盟店開拓を行うよりも、遥かに利用可能店舗が多く、広い地域でカードが使えるようにしている。

④カード発行主体と収益源

図表2にはカード会社の系列別に信用供与額のシェアを示した。相互参入や提携が増えてきたために、明確な線引きは難しくなってきたが、カード発行主体は銀行系、信販会社、流通系、サービス・小売業者等な



(資料) 日本クレジット協会「日本の消費者信用統計平成22年版」

どに分けられる。その中でも最もシェアが高いのが銀行系である(図表2)。特に都市銀行が設立したカード関連会社は、イシューアやアクワイヤラーとしての側面だけでなく、ブランドホルダーとしての役割も果たしており、カード業界に与える影響は大きい。一方で、地域銀行のカード関連会社が占める割合は低く、総取扱高に占める割合は銀行系カード関連会社のうちの8.2%(注3)である。

また、図表3には業務別の収益を示した。日本では、カードの年会費が無料に加えて、ショッピング機能の利用が多い。そのため、加盟店手数料とキャッシング利息に収益の多くを依存している。

図表3: 営業収入の内訳

(単位: 百万円)

ショッピング/ローン手数料	80,876
カード年会費	30,744
加盟店手数料	208,035
キャッシング利息	489,375

(資料) 日本クレジット協会「日本の消費者信用統計平成22年版」
回答した250社の合計値

地域銀行のカード動向

①バンクカード参入までの国内カード市場

日本初のカード会社は1960年設立の株式会社日本ダイナースクラブ(現シティカードジャパン株式会社)である。その後60年代には、都市銀行が相次いでカード関連会社を設立した。なお当初は加盟店相互開放を行っていなかったが、70年代になると、銀行系と電機メーカー系といった異業種2社間で加盟店相互開放が行われるようになった。

また、より多くの店舗で利用できるようにする取り組みとして、世界共通カードの発行がある。これは世界で広く使われているブランドと提携し、国内外で広く使えるカードを目指すものである。例えば株式会社住友クレジットサービス(現三井住友カード株式会社)

はビザジャパン株式会社をVISAカード発行統括機関として設立し、VISAブランドを他のカード会社に提供することで、加盟店の相互開放を進めていった。また株式会社ジェーシービーは積極的に自ら海外の加盟店を増やして国際ブランド化を図る一方、JCBブランドを他のカード会社に提供していった。このように、80年代初頭には、ほぼ都銀系のカード関連会社が主導する形で国内カード市場が成熟しつつあった。

②バンクカードの誕生

このような流れの中、82年に銀行法が改正され、従来は関連会社を通じてしかできなかったカード発行が、銀行本体でもできるようになった。これを受けて83年、全国地方銀行協会が主導して、全地方銀行が参加して出来た日本初の本体発行カードが、バンクカードである。

バンクカードはカードの機能に加えて、銀行キャッシュカードの機能を持った初の一体型カードである。また、従来のように都銀系のカード関連会社からブランド提供を受けるのではなく、バンクカードブランドの下、地方銀行間で加盟店を相互開放しあう仕組みを取った。

なお海外利用に関しては、Visa Inc.と独自に提携し、海外旅行時にのみ使える国際カードを別発行する形で利用者の便を図った。

このように地銀が中心となって作られたバンクカードだったが、ローン機能の搭載が認められなかった。また地方銀行の中には、すでに独自にカード関連会社を設立し、都銀系カード関連会社からブランド提供を受けてカード推進を行っている銀行もあり、バンクカード推進の足並みはそろわなかった。そのため都銀系カード関連会社に対抗する勢力にはならなかった。なお現在、バンクカ

ードは横浜銀行の関連会社となった株式会社バンクカードサービスが事務を行い、カード業務を推進する地域銀行を絞って、一体型カード本体発行の一翼を担っている。

一方、地方銀行の動きを受けて、相互銀行(現第二地方銀行)も83年に相銀ワイドカードを発行している。こちらは本体発行ではないものの、キャッシュカード機能を各銀行から、カード機能を既存の都銀系カード関連会社からブランド提供を受けた自社のカード関連会社から提供することで、一体型カードとした。しかし、こちらもバンクカード同様、勢力を占めるには至らなかった。

③2000年代の本体発行再参入の進展

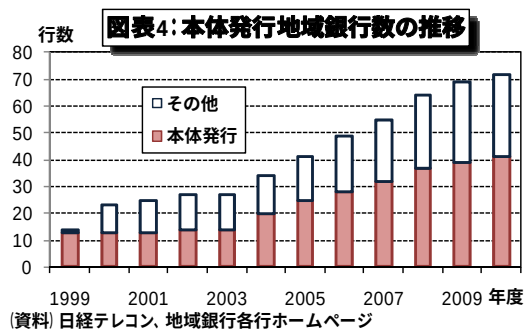
このように、80年代初頭に地域銀行の一体型本体発行が行われた後、90年代は目立った動きは見られなかったが、2000年代に入ってから、貸出低迷にともなう収益低下もあって、再び、一体型を志向する動きが見られるようになった。この他、以下にあげる外的要因も一体型の本体発行を後押しした。

1つ目がICキャッシュカードの登場である。スキミングや盗難被害時の対策として、2000年代初頭に磁気ストライプ式カードに代わって、ICキャッシュカードが導入された。このICキャッシュカードへの切り替え推進に併せて一体型カード推進を行う地域銀行が見られた。

2つ目が04年の割賦販売法改正である。これによって、本体発行カードへのローン機能付加が認められ、カード関連会社を活用するメリットが少なくなった。

3つ目が05年の個人情報保護法施行である。これにより個人情報の管理が厳しくなり、カード関連会社の持つ情報を銀行本体で活用することが難しくなった。

図表4には一体型カードのうち、本体発行



と、それ以外の発行形態を取る地域銀行数の推移を示した。これを見ると、04 年以降、本体発行をする地域銀行が急速に伸びてきていることが分かる。

④本体発行のメリットと課題

このように本体発行を推進する背景には蓄積したカード情報の、他の商品推進への活用が期待されることがある。例えばカード情報を利用して分析することにより、顧客の傾向をつかみ、推進する商品を変えるようなことが可能になる。

また、カード関連会社が行っていた業務を銀行本体に移すことで、業績管理を行いやすくなり、渉外担当者の推進意欲向上につながる。

その反面、課題も多い。本体発行には銀行のシステム更新や、カード事務といったコストが発生する。これについては、事務部門をカード関連会社に委託したり、ブランド提供を受けているカード会社に事務やシステムを委託して、コスト軽減を図る地域銀行もある。

また 10 年 12 月には改正割賦販売法が完全施行される。これによってカード発行会社に対して、過剰与信防止義務が課せられる。従来はカード申込者が自己申告した年収を基に発行会社が信用供与枠を設定していたが、今後は所得証明書を受領し、個人信用情報機関に過去の支払履歴等を照会したうえで支払可能見込額が算定され、信用

供与枠が決まるようになる。このように審査の厳格化が義務付けられる結果、カード推進が難しくなるうえ、審査事務が煩雑になる。ただし例外があり、専業主婦のように自らの所得が低い者に対しては、世帯収入を年収とみなしてよいことや、信用供与枠が 30 万円以下のカード発行や、ショッピング機能については除外とされる。そのため実際は軽微な影響に留まるという指摘もされている。

おわりに

以上のように、近年、一体型カードの本体発行を行う地域銀行が増えてきている。しかし、10 年 3 月期決算で見ると、経常利益に占めるカード関連利益の割合は 1.2%^(注 4)に留まっている。また、有価証券報告書のセグメント情報にカード業務を別記載している地域銀行がないことから、カード業務の規模が依然小さいことが分かる。今後、どのように収益源の 1 つにしていくのか、各地域銀行の戦略が注視される。

(注 1) 09 年 12 月の改正割賦販売法施行以前は、ローンの定義が「契約時から 2 ヶ月を超えかつ 3 回以上に分割して支払うこと」だったため、2 回払いとボーナス一括払いはかつてショッピングだった。

(注 2) 予め月の支払限度額を設定しておき、超過分は翌月以降に繰り越される支払方法。

(注 3) 金融財政事業研究会「2009 年版クレジット産業白書」

(注 4) 全国銀行協会「全国銀行財務諸表分析」、金融財政事業研究会「2009 年版クレジット産業白書」

<参考文献>

経済産業省(2010)「割賦販売法について(後払い)」
 日本クレジット産業協会(1992)「わが国クレジットの半世紀」日本クレジット産業協会
 水上宏明(2007)「クレジットカードの知識第 3 版」日本経済新聞出版社