令和2年5月1日発行（毎1日発行）第38巻第5号＜通巻446号＞昭和58年6月10日第三種郵便物認可　ISSN　0288-8122

月刊消費者信用

The Consumer Credit Monthly

2020 5

特集

データで読み解く消費者信用市場のいま

キャッシュレス・ローン市場の変化の兆しとリスクファクター

- 新型コロナウイルスの影響はどう出るか？
- 消費者のキャッシュレス意識は変わったのか？
- 不正利用はどう増えているのか？
- クレジットコストは増えるのか？

短期集中連載

AI活用で実現する！
消費者信用ビジネスの革新
第1回　不正検知ソリューション
日本IBM　松井　由起

金融サービス仲介業を創設する法案のポイント

おかげさまで 70th ANNIVERSARY SINCE 1950

キャッシュレス進化論

世界が教えてくれた キャッシュレス社会への道しるべ

安留　義孝［著］

A5判・216頁・定価（本体1,800円+税）

これでいいのか!? 日本のキャッシュレス

✓世界中のキャッシュレスを知り尽くす著者が、日本に足りない視点を提示

✓決済事業者、金融機関、加盟店等、キャッシュレスに関わるすべての人に問う

◆世界20カ国のキャッシュレスを実際に見聞きした著者が、偽りも誇張もない、各国のありのままの姿を伝える。

◆キャッシュレス先進国は、なぜ成功したのか――人々の価値観や生活様態の変化、社会インフラの変化、そして新しい小売りの形（ニューリテール）に歩調を合わせて進んできた諸外国のキャッシュレス化の実態を解説。

◆日本に求められているのはFinTechではなく、生活を便利に、豊かにするために技術を生かす「LiveTech」の発想。

●主要目次●

第1章　決済は進化を続ける

第2章　日本の決済のいま

第3章　日本の決済はどこに向かっているのか

第4章　日本のキャッシュレス化にはLive Techが求められる

第5章　欧州（オランダ、イギリス、ベルギー、スウェーデン、デンマーク、フィンランド、ドイツ、スペイン）

第6章　北米（アメリカ、カナダ）

第7章　中東（アラブ首長国連邦）

第8章　東アジア（中国、台湾）

第9章　東南アジア・南アジア（シンガポール、マレーシア、タイ、インドネシア、カンボジア、ミャンマー、ネパール）

第10章　世界が教えてくれたキャッシュレス社会へ向けた道しるべ

一般社団法人金融財政事情研究会　お申込先➡㈱きんざい　〒160-8520 東京都新宿区南元町19 電話(03)3358-2891（直通）FAX(03)3358-0037

オンライン図書販売　https://store.kinzai.jp/public/top/book/

月刊 消費者信用 2020.5

CONTENTS

特　集

データで読み解く消費者信用市場のいま

＜新型コロナウイルスの影響＞
過去も金融危機や災害に敏感に反応してきた消費者信用市場 ……6

＜消費者意識＞
キャッシュレス・ポイント還元事業で、消費者の意識・行動はどう変わったか ……10

＜不正利用＞
2019年の被害額は273億円と、5年間で約2・4倍に ……16

＜クレジットコスト＞
銀行カードローン問題で一時増加するも、増加基調には転じず ……20

制度改正 金融サービス仲介業を創設する法案のポイント ……24

人工知能 短期集中連載　AI活用で実現する!消費者信用ビジネスの革新
第1回　クレジットカードの信頼を強化する不正検知ソリューション
日本アイ・ビー・エム　松井由起……26

温故知新 「信用情報機関の半世紀」―情報機関三国志―
第18回　第６章　（1991～95年）バブル崩壊と機関の選択（第４回）
信用情報の交流拡大ならず
由井　敬……32

連　　載

●Credit Compass　日本有数の観光地でのキャッシュレス動向　麻里未亜……15
●新・当世お客様気質㉗⑨　過去の不正利用から考えるQRコード決済のリスク……68

本誌の無断転載・複写を禁じます。

シリーズ

判例で学ぶ　よっちゃんのクレジット法務講話
第45回　弁護士からの破産手続の明記がない
「債務整理の通知」が黙示の支払停止の表示とされた事例 …… 38

新プロダクトX⑯⑤　三井住友カード
「かぞくのおさいふ」
家族をつなぐ新しいプラットフォームで、家計の共有と家族の見守りを可能に …… 43

リテール金融戦線　異変あり
その５　公立学校臨時休業要請がもたらす影響　信金中央金庫　佐々木城夛 …… 48

叢談　カードの世紀　第177回
寅さんと、キヤッシュレスと松竹大船撮影所　櫻井澄夫 …… 52

アジア　金融・決済　見聞録
第35回　2020年度の日本の少額決済を考える②　富士通　安留義孝 …… 58

決済革命の夜明け前
第71回　DXのすゝめ　加藤　総 …… 60

協会インフォメーション …… 62
News Board …… 77
編集部25時 …… 78
情報機関NEWS …… 66
Data Book …… 65

写真：知覧の茶畑と開聞岳／鹿児島県
©イメージアイ／ PPS通信社

特集

データで読み解く消費者信用市場のいま

新型コロナウイルスの影響

過去も金融危機や災害に敏感に反応してきた消費者信用市場

所得減、消費減退の影響が懸念されるが、耐性の強い事業構造

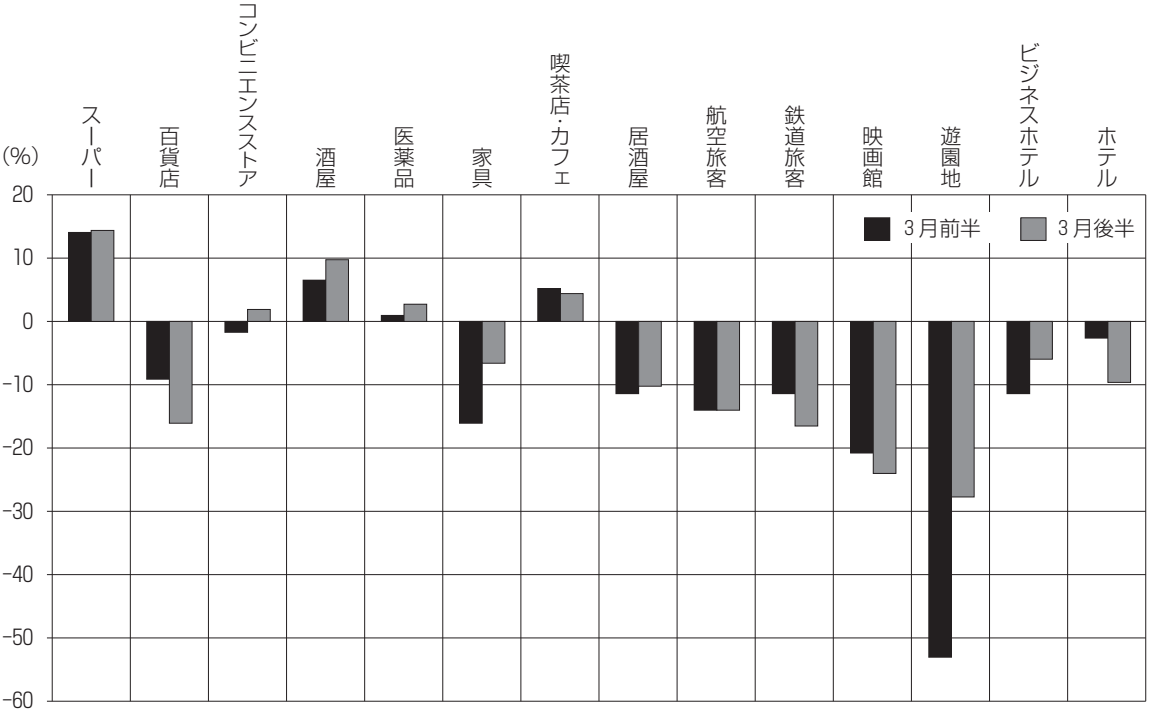
いまや、すべての産業にとって最大の関心事は、新型コロナウイルスの感染拡大とその防止を目的とした緊急事態宣言等の影響が事業運営や業績にどのような影響を及ぼすかだろう。消費者信用業界においても、テレワークや時差通勤を実施したり、交替制で勤務したりと、外出を控える動きが広がっており、各社はコールセンター等の営業時間を短縮する一方で、顧客に応対に時間がかかる場合があり得るなどの告知を行っている。消費が急激に落ち込んでおり、クレジットカードの取扱高の伸びが鈍化する、あるいは減少する事態も予想されるが、かえってキャッシュレス化が加速することも考えられる。消費者金融業界にとっては、順調だった新規顧客の獲得にどのような変化が現れるかが注目される。

ライフライン業種以外は臨時休業に入る

政府は4月7日、改正新型インフルエンザ等対策特別措置法に基づき、緊急事態宣言を発出した。対象となった7都府県は緊急事態措置を発動。住民に対しては徹底した外出自粛を、事業者に対しては施設の使用停止及び催物の開催の停止を要請している。

これを受け、たとえば、三越伊勢丹ホールディングスでは4月8日から、百貨店6店舗と小型店全店を緊急事態宣言が解除されるまで臨時休業としたほか、オンラインショップも閉鎖した。イオングループでも、イオンモール、イオンショッピンター等は、緊急事態宣言の対象となった7都府県で展開する合計57施設の専門店について、4月8日から臨時休業に入った（各モールの総合スーパー及び食品スーパーは営業を継続）。営業を継続しているのはスーパーマーケットやドラッグストアなど生活必需品を扱っている店や、医療施設、交通機関、金融機関、宿泊施設などライフラインを提供する業種に限られてい

［図表１］　カードデータをもとにした業種別消費指数



（注）　３月前半は１～15日、後半は16～31日。カードの売上データをもとに、各業種の前年同期の売上の増減を％で示したもの。
（出典）　ナウキャスト、JCBが提供する「JCB 消費 NOW」から、両社が４月15日に公表した「３月下旬の国内業種別消費動向データ」

る（緊急事態宣言は４月16日に全国に拡大された）。

カード売上データから見た３月の消費の落込み

経済産業省の商業動態統計によると、２０２０年２月の小売業の販売額は11兆２１７０億円と、前年同月比１・６％増加している。このうち百貨店の売上は４０６０億円と、10・５％の減少（既存店ベース）を見た。逆にスーパーマーケットは１兆３２８億円で、５・３％増と堅調だった。日本政府観光局によると、２月の訪日外客数は、前年同月比58・３％減の１０８万５０００人に落ち込んだ。インバウンド需要への依存度の高い百貨店の売上が大きく減り、買い占め騒ぎのあったスーパーの売上は堅調だったのだろう。

しかし、問題は３月、そして緊急事態宣言が発出された４月以降の消費の動きだろう。

３月の統計がまだ明らかでないなかで注目されるのは、ビッグデータの解析・分析を行うナウキャストとＪＣＢが提供しているデータサービス「ＪＣＢ消費ＮＯＷ」の国内業種別消費動向データだろう。両社が４月15日に公表したところによると、３月前半（１～15日）の総合的な売上は前年同期比で７・７％減少した。後半（16～31日）はさらに落込みが激しくなり、９・３％減となった。

後半の動きを業種別に見ると、とくにマイナスが大きかったのは外食（17・９％減）で、これに自動車小売業（17・５％減）が続いた。逆に、ＥＣ（６・１％増）、電気・ガス・熱供給・水道業（２・４％増）はプラスだった。参考までに、より細分化した業種別の動向を図表１に表した。

３月のカード売上はマイナスになった会社も

こうした消費の落込みは、消

費者信用の業績に影響を与えずにはおかないだろう。まず、クレジットカードの取扱高はどうか。経済産業省の特定サービス産業動態統計を見ると、2月のカードショッピング取扱高（販売信用）は前年同月比13・3％増と好調を維持している。ただ、前述したように、問題はこの後の動向だ。おもだったカード会社に聞くと、3月の取扱高が前年同月比でマイナスになった会社もある。

19年10月の消費増税前の駆込み需要の反動減で、19年10月に伸びが鈍化した後、次第に成長力を回復。2月はうるう年効果もあって、比較的強い増勢を維持できた。キャッシュレス・ポイント還元事業の効果を実感していたところだが、「政府が推進するキャッシュレス施策の効果もすべて吹き飛んだ」という声さえ聞こえる。

「コンビニやスーパーの消費は堅調だが、いかんせん購入単価が低い。旅行やレジャー関係や百貨店などの高単価の消費の落込みをカバーできるはずもない」のが現実のようだ。ガソリンスタンドの売上などは、「原油価格の低下と需要減退のダブルパンチ」だという。

イオンフィナンシャルサービスの月次データを見ると、3月は1・7％減になった。2月の13・1％増から急降下した。

ショックへの耐性は強いが今回は長期的な低迷もあり得る

図表2はカードショッピング取扱高の月次の前年同月比増減率の推移をまとめたものだが、金融危機、自然災害、あるいは政府の景気刺激策などの経済イベントに敏感に反応し、伸長率が乱高下した時もあったことがわかる。

新型コロナウイルスの感染拡大が経済にもたらすインパクトは、08年9月のリーマン・ブラザーズの経営破綻が発端となった金融危機と比較されることが多いが、リーマン・ショック後にも、カード売上は一時マイナス成長に陥っている。ただ、日本にとっては当初は対岸の火事だったこともあり、08年9月以降もカード売上は09年1月まではプラスを維持。2月なってから11月まで、4月を除いてマイナスを続けた。とはいえ、減少率は最大でも2・6％減（7月）で、09年度を通しても0・4％増とわずかながら増勢を保った。図表3を見ればわかるが、さほどの落込みではない。

東日本大震災の時は、即座に影響が現れたが、マイナスになったのは、11年3～4月の2カ月だった。こうした過去の足跡を見ると、クレジットカードビジネスの耐性の強さがうかがえる。キャッシュレス化の地合の強さに加え、あらゆる業種にカード決済が広がっているので、業種ごとに浮き沈みがあっても、全体とすれば影響をカバーできるからだろう。

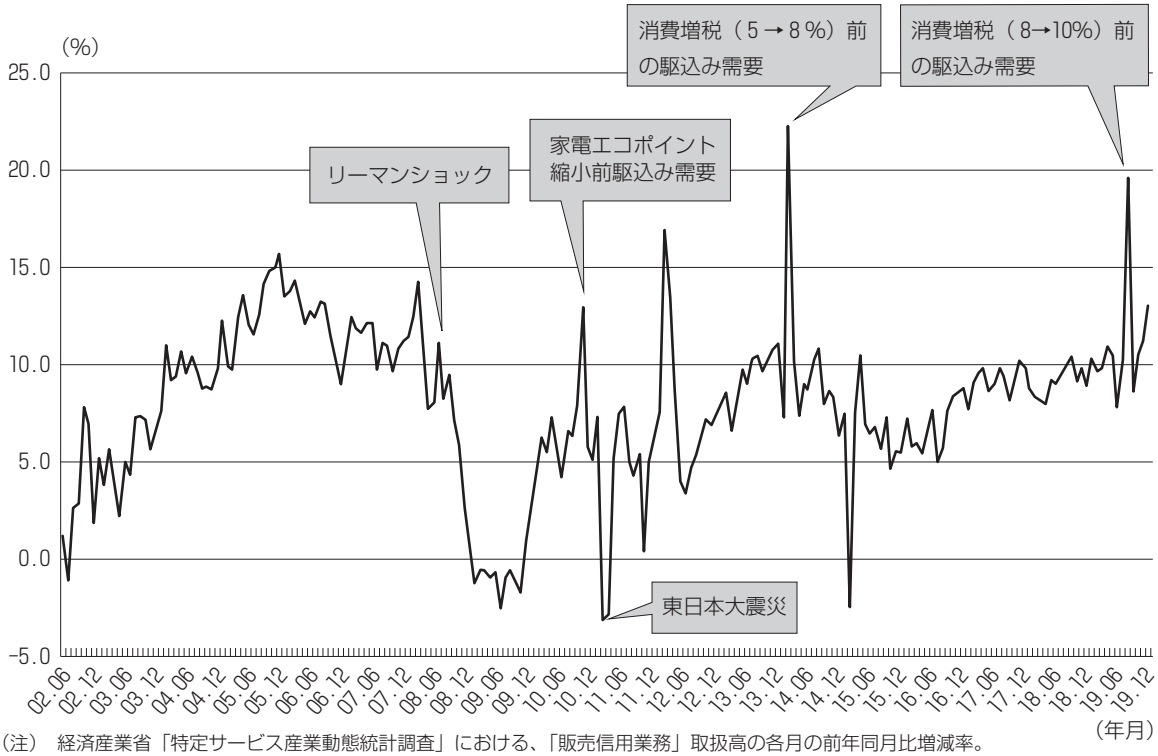
ただし、今回は事業者の収入減はすでに始まっている。今後は大企業のリストラも始まるだろう。外出自粛要請が解かれても、所得の減少は長期的な消費減退をもたらすおそれがある。

消費者金融会社はどうか。リーマン・ショックの時は、規制強化の影響のほうが強く表れていたので、金融危機の影響は読み取れない。

一般論でいえば、所得が減れば資金需要は増加する。だが、所得が減れば、借り控えが起きる可能性もあり、どちらに進むかはなかなか見通せない。新規が増えても、短期的に所得水準が回復しなければ、不良債権を増やす結果になる。

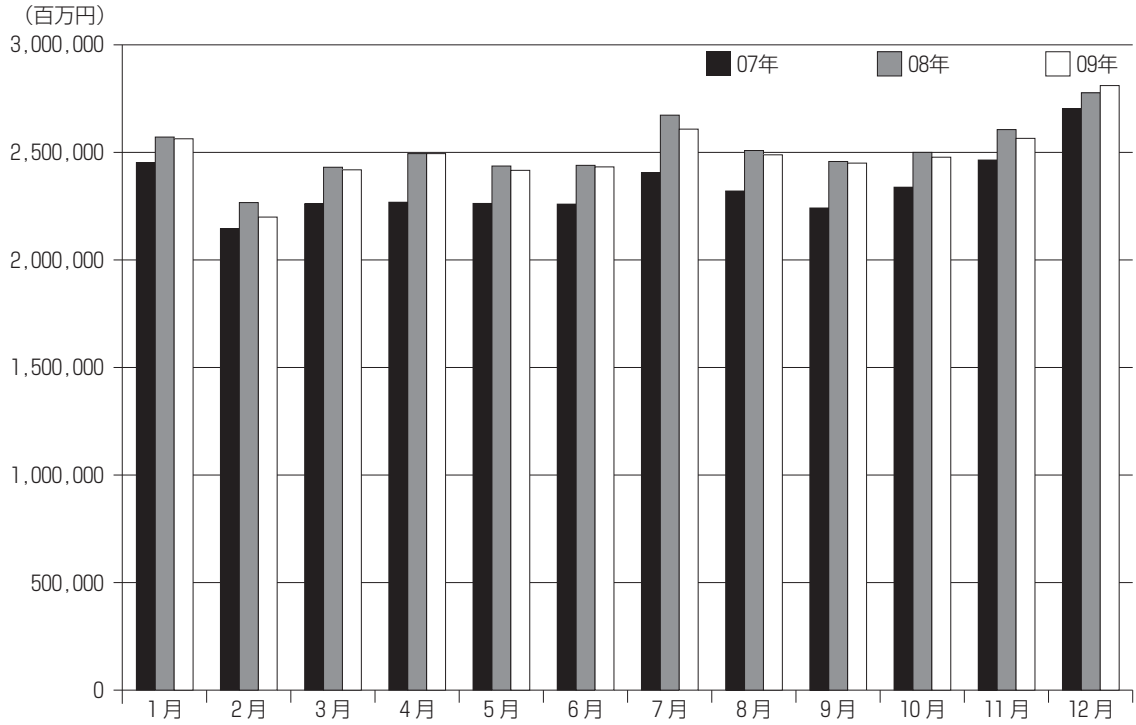
ある消費者金融会社は、3月の新規獲得に影響はなかったが、4月の足元は前年比マイナスだという。増額や支払いに関する相談も増えているようだ。◈

［図表２］　経済イベントとカードショッピング取扱高の伸長率の変化



（注）　経済産業省「特定サービス産業動態統計調査」における、「販売信用業務」取扱高の各月の前年同月比増減率。

［図表３］　リーマンショック前後の３年間の月間取扱高の変化



（注）　経済産業省「特定サービス産業動態統計」におけるクレジットカード業の販売信用業務取扱高。

特集

データで読み解く消費者信用市場のいま

消費者意識

キャッシュレス・ポイント還元事業で、消費者の意識・行動はどう変わったか

QRコード決済が普及するも、最大シェア握るクレジットカード

2019年10月、消費増税と同時に「キャッシュレス・消費者還元事業」（以下ポイント還元事業）がスタート。早くも7カ月が経過し、残るところ2カ月となった。19年度予算で2798億円、19年度補正予算で1497億円、20年度予算で2703億円を手当てし、総事業費6998億円の一大国家プロジェクトになったが、この事業はキャッシュレス市場にどのような影響を与えたのだろうか。ポイント還元事業を契機に、消費者のキャッシュレス意識や利用実態を把握するためのさまざまな調査が行われた。ここではそれらの結果から、キャッシュレス決済に関する消費者の意識や行動がどう変化したかを読みとってみよう。

ポイント還元の決済金額の64％がクレジットカード

経済産業省は3月6日、衆議院経済産業委員会で、キャッシュレス・ポイント還元事業（以下、ポイント還元事業）による還元額が、「1月初めまでで約1600億円だった。9カ月の事業期間を通して見ると、単純に3倍して、多少上振れれば5000億円程度になる」との認識を明らかにした。

これだけのインセンティブが提供されるとなると、キャッシュレス化が相当進んだと思われるが、実際はどうだろう。

ポイント還元事業の事務局業務を担っているキャッシュレス推進協議会の4月11日の発表によると、19年10月1日から20年2月3日までの対象決済金額は約5・2兆円で、還元額は約2144億円にのぼった。決済金額の決済手段別の内訳を見ると、クレジットカードが約3・3兆円で全体の約64％を占めた。これに次ぐのが電子マネー等で約1・5兆円、構成比約29％。QRコード決済は約0・4兆円で、約7％のシェアだった。

この内訳は2週間に1度発表されているが、12月2日までの時点では、クレジットカード61%、電子マネー32%だった。つまり、電子マネーがシェアを落とした分が、クレジットカードに移った形だ。QRコードは約7%のまま推移している。

そこで、クレジットカード取扱高の推移を見ると、経済産業省の特定サービス産業動態統計によると、10月から2月までの前年同月比増減率は、8・6%増、10・4%増、11・3%増、13・0%増、13・3%増と次第に勢いを増している。

消費者の約6割がキャッシュレス決済増やす

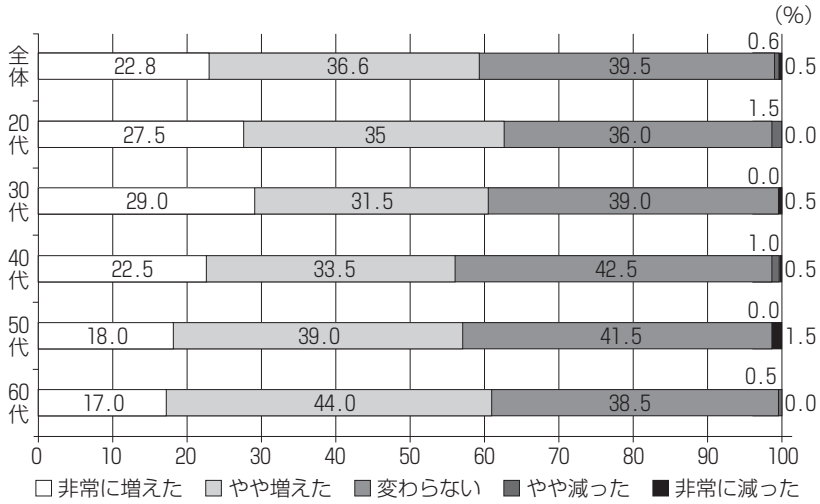
キャッシュレス市場の拡大は、さまざまな消費者調査からも読みとれる。

なかでも、JCBが3月26日に公表した「【2020年3月版】キャッシュレス・ポイント還元事業に関する調査」は、事業前後の比較ができることもあり興味深い内容になっている。

まず、ポイント還元事業の対象店舗でキャッシュレス決済を利用したかどうかを聞いた質問に対しては、76・4%の人が利用したと回答。今後利用したいは16・5%を占め、「今後も利用しない」(7・1%)を大きく上回った。消費者の9割以上がポイント還元事業に参加する可能性があるわけだ。

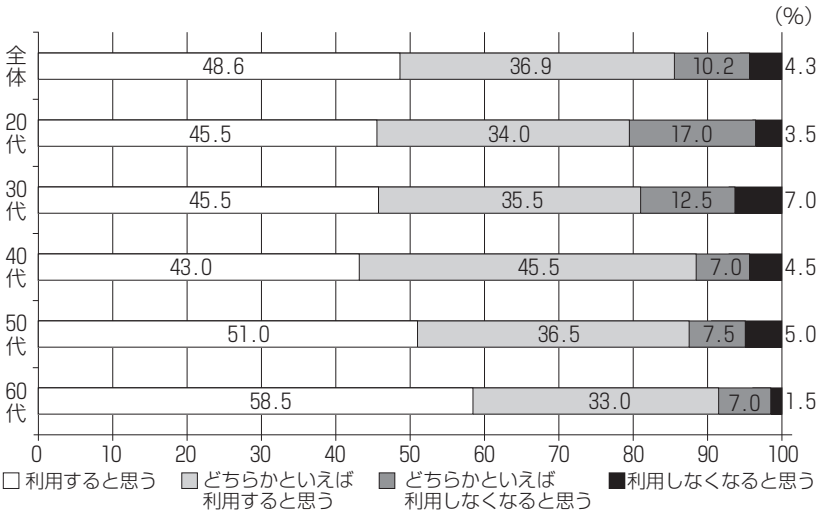
図表1はポイント還元事業開始後に、キャッシュレス決済の利用頻度がどう変化したかを聞いた結果。全体(すべての世代)では22・8%の人が「非常に増えた」、36・6%が「やや増えた」と回答しており、「変わらない」の39・5%を上回った。減った(「やや減った」と

[図表1] キャッシュレス決済の利用頻度の変化



(注) 回答者数は各世代とも200人。全体で1,000人。
(出典) JCB「【2020年3月版】キャッシュレス・ポイント還元事業に関する調査」

[図表2] ポイント還元事業終了後のキャッシュレス利用意向



(注) 回答者数は各世代とも200人。全体で1,000人。
(出典) JCB「【2020年3月版】キャッシュレス・ポイント還元事業に関する調査」

「非常に減った」の合計）は1・1％にすぎなかった。

年代別に見ると、20代、30代で「非常に増えた」の比率の高さが目につく。逆に、50代、60代は「非常に増えた」との回答が10％台後半と低いのだが、この世代はむしろ以前からクレジットカードをよく使っている世代といえる。

ＪＣＢが2月26日に発表した「クレジットカードに関する総合調査」（19年度）によると、クレジットカードの保有率は男性50代が85・7％、男性60代が90・5％、女性50代が90・0％、女性60代が89・2％と大方90％に達している。半面、男性20代は72・8％、女性20代は77・3％と若年層のクレジットカード保有率は低い。

すでにクレジットカードの保有率が高い世代の、利用頻度が急に高くならないのは当然のことだろう。ここは、クレジットカードをあまり保有していなかった世代でも、ポイント還元事業によってキャッシュレス決済体験を増やしている点に注目すべきで、利用する決済手段が何であれ、キャッシュレス利用者のすそ野が拡大していると捉えたほうがよさそうだ。

少額決済分野にキャッシュレスが浸透

ポイント還元事業に関する調査では、ポイント還元事業終了後もキャッシュレス決済を利用するかどうかを聞いている。全体では「利用すると思う」が48・6％、「どちらかといえば利用すると思う」が36・9％と、合わせて85・5％の人が継続的に利用する意向をもっている（図表2）。

その理由は、「ポイントがよくたまる」（49・6％）、「会計がスピーディー」（37・2％）、「少額でも気にせず使える」（37・0％）が上位を占めている。ポイントがたまることがクレジットカードを利用する最大のインセンティブとなっていることは、前出の総合調査でも、「ポイントやマイルがためやすいから」が、毎年利用理由のトップになっていることからも明らかだが、3位に少額でも利用できることをメリットと認識している消費者が多かったことは興味深い。

この調査は加盟店のレジ担当者の意識の変化も調査しているのだが、レジ担当者（300人）に勤務している場所にキャッシュレス決済があったほうがいいと思うかを聞いた結果は、50・3％が「とてもそう思う」、38・3％が「やや思う」と回答した。その理由は、「お釣りのミスがなくなる」（60・5％）、「会計の手間が減る」（53・0％）、「会計が早くなる」（49・2％）が上位を占めており、現金支払いとキャッシュレス決済のどちらが楽かを聞いた結果は、「キャッシュレス決済」が36・3％、「どちらかというとキャッシュレス決済」が38・7％と、キャッシュレス支持派が75％にのぼった。しかも、レジ担当者の8割は金額に関係なくキャッシュレス決済を利用してほしいと回答しているという結果も得られている。このキャッシュレス支持派の比率は昨年7月の調査よりも5％ポイント、金額に関係なく派は7・3％増加しているという。

消費者には以前から、少額の代金をキャッシュレス決済することに抵抗があったと思われるが、ポイント還元を受けるという名目ができたことで、少額決済にキャッシュレスを利用することをためらう気持が薄らいだのではないだろうか。かつてショッピングポイントが後払い（クレジットカード）に対する抵抗感を解消したように、固定観念を打ち破る作用がポイント還元事業にはあったのかもしれない。店のレジ担当者も少額で

もキャッシュレスを当たり前のことと受け止めるようになり、キャッシュレスの本来のメリットを認識するようになるという流れができているのではないだろうか。

クレジットカードは他のキャッシュレス決済手段に比べて単価が高いが、そのクレジットカード取引においても少額決済が増加していることを裏づけるデータがある。日本クレジット協会のクレジットカード動態調査で毎月の信用供与額（取扱高）の前年同月比の増加率を見ると、11月10・9％増、12月12・2％増、1月13・6％増と順調に増加しているのだが、契約件数（トランザクション件数）は同じ期間に、19・2％増、18・1％増、22・5％増と倍近い勢いで増えているのだ。カード会社からは、「クレジットカードも本格的な少額決済の時代に入った」という声が聞こえてくる。

［図表３］　店舗での支払い決済手段内訳

（%）

	金額構成比	件数構成比
キャッシュレス	42.9	34.0
クレジットカード	30.4	14.9
デビットカード	0.1	0.1
電子マネー	6.3	12.3
QUICPay、iD	0.5	1.2
QRコード決済	0.7	1.8
商品券、プリペイドカード	1.3	1.4
口座振替	1.2	0.5
銀行振込	2.2	1.7
現金	57.1	66.0
合計	100.0	100.0

（注）１万4,000件の家計明細データを収集し分析した。キャッシュレス決済は現金（紙幣、硬貨）以外の決済手段全般を指し、クレジットカードや電子マネーのほか、コード決済や口座振替銀行振込も含んでいる。件数構成比は明細表をウエイトバック集計した結果の決済件数をもとに算出。
（出典）日本クレジットカード協会の「キャッシュレス社会実現に向けた消費実態の客観的把握調査報告書」

店舗でのキャッシュレス決済の７割がクレジットカード

ＪＣＢの調査からは、キャッシュレス決済が拡大していることが読みとれたが、それでは数あるキャッシュレス手段のなか

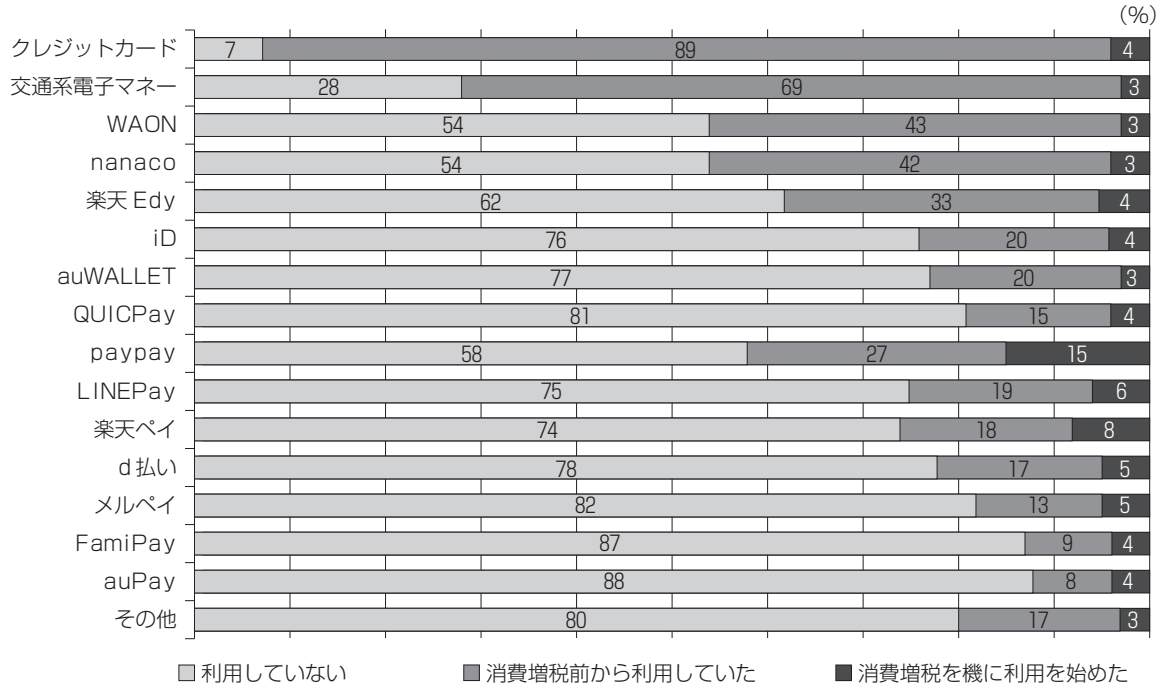
［図表４］　利用しているキャッシュレス決済方法

（%）

	20代	30代	40代	50代	60代
クレジットカード	75.0	80.5	85.3	88.0	96.2
ICカード（Suica等）	51.5	49.8	42.2	50.0	42.3
iD	17.2	14.0	8.1	11.1	6.7
QUICPay	10.3	9.1	5.7	6.0	5.8
PayPay	39.7	46.6	38.4	37.0	25.0
LINE Pay	23.0	16.7	12.8	13.4	4.3
楽天ペイ	19.1	24.4	21.3	22.2	13.5
メルペイ	16.2	11.3	9.5	7.9	3.4
その他	6.9	7.2	11.4	7.4	9.1

（注）　調査人数は1,060人。複数選択可。
（出典）　ゼネラルリサーチ「キャッシュレス決済に関する調査」

［図表５］　おもなキャッシュレス決済の利用状況



（注）　キャッシュレス決済を普段利用している人を対象に調査。回答数は3,596。
（出典）　ICT 総研「2019年11月　消費増税後のキャッシュレス決済利用状況調査」。

で、何が支持を集めているのだろうか。決済ブランドごとの利用率等をたずねた調査もあるので、いくつか見てみよう。

最初に紹介するのは、日本クレジットカード協会が野村総合研究所の協力を得て実施した「キャッシュレス社会実現に向けた消費実態調査」。調査対象世帯より家計消費支出明細データを収集し、分析した結果で、主眼は口座振替や銀行振込を含めたキャッシュレス比率を算出し、今後現金払いからキャッシュレスにシフトする可能性のある市場規模、すなわちキャッシュレス決済の成長余地を正確に把握することにあり、キャッシュレス決済比率は現在62・2%、現金決済規模（キャッシュレス決済の成長余地）は73兆円と推計している。

図表3は調査のなかから、店舗における支払いの決済手段別の構成比（金額と件数）を抜粋したものだ。店舗の支払いなのでキャッシュレス決済比率42・9%（金額ベース）と低いが、そのうちクレジットカードが30・4%と約7割を占めている。これに次ぐのが電子マネーだが、6・3%にすぎない。話題のQRコードは0・8%にとどまる（件数ベースでは1・8%に高まる）。調査を実施したのが19年7月とポイント還元事業開始前になるが、各QRコード決済が還元合戦を演じ、注目が集まっていた時期ではある。それでも店舗におけるキャッシュレス決済となると、クレジットカードに分があるようだ。

若年層に浸透するQRコード決済

だが、新しいキャッシュレス決済サービスの台頭を感じさせる調査結果もある。図表4はゼネラルリサーチが1月29日に発表した「『キャッシュレス決済』に関する意識調査」（1月16日から18日に1060人を対象に行われたネット調査）のうち、どのキャッシュレス決済方法を利用しているかを調べたもの。同社は「クレジットカードの決済は年齢があがるほど利用率は高まり、反対に20代の利用率は60代に比べて20%ポイントほど下がっている」点と、QRコード決済については「年代が若くなるにつれて利用率が上がっている」ことに注目する。「QRコード決済はスマホなどのアプリを通して決済することや、若い世代は情報の伝達が速い傾向にあるため、スマホの操作に抵抗のない世代ほどこのようなサービスを利用しているのではないか」と分析する。スマホに慣れ親しんだデジタルネイティブ世代には、QRコード決済が抵抗なく受け入れられているということだろうか。

図表5はICT総研が11月28日に公表した「2019年11月消費増税後のキャッシュレス決済利用状況調査」のうち、各決済サービスについて消費増税前後の利用状況を聞いた結果をまとめたもの。注目したいのは、数値が小さいので目立たないが、一番右にある「消費増税を機に利用を始めた」という回答の割合だろう。目を引くのはPayPay（ペイペイ）が15%と最も多く、次いで楽天ペイが8%、LINE Payが6%と上位を占めた点。多くの決済手段が3～4%なのに対し、ペイペイの高さが目立つ。同社はペイペイや楽天ペイの新規利用が多かったのは、ポイント還元事業に合わせて独自のポイント還元キャンペーンを行ったことが奏功したと分析する。

9月からは、2457億円を投じる総務省のマイナポイント事業が始まる。ただ、電子マネーやQRコード決済は参加するが、クレジットカードは参加しない。このことは、キャッシュレス決済の勢力図にどのような変化を与えるのだろうか。◈

Credit Compass

麻里未亜

日本有数の観光地でのキャッシュレス動向

新型コロナウイルス感染症の影響が落ち着きません。でも、半年以上前から企画していたこともあり、インバウンドが多く訪れる観光地のキャッシュレス動向を調べるために、京都を訪ねました。

行く前に驚いたのは、ホテルの宿泊料金がとくにビジネスホテルで暴落していたことです。ただ、私が宿泊するホテルの宿泊料金は変わっていません。当日、支配人に聞いたところ、もともと日本人と外国人の割合は6対4で、インバウンド落込みの影響が少なかったようです。オリンピック開催をあてにして、この3月にオープンしたホテルもあったようで、ホテルで見たテレビ番組でも紹介されていましたが、外国人の予約がすべてキャンセルとなり、だれも泊まる人がいないままオープンしたようです。

京都市内を散策してみましたら、有名な東寺、西本願寺、清水寺、八坂神社、二条城などは、外国人観光団は皆無の状況でした。観光バスで埋まっているはずの駐車場には、空きのところが目立ちます。嵐山の渡月橋は、平日とはいえ、広告用パンフレットが撮影できるくらい閑散とした状況でした。二年坂、三年坂などの観光スポットも若い女性、カップルしかおらず、平時の3割くらいの人通りだそうです。店構えとか棚を見ても、その店がレコメンドしているのは若者向けの商品が中心で、将来、中高年を呼び戻そうとしても、老舗の名店以外は、客足を回復するのはかなり力わざを使わないとだめなようです。お店の方に聞くと、爆買いがなくなって売上は大幅減になっているそう。インバウンドをあてにした商売のやり方を考え直す時期だとお話されていました。

当方はすべての決済方法を試す予定で京都入りしたのですが、市内を走るタクシーなどタッチ決済が使える端末は付いているものの、まだ運用前で、残念ながらICクレジットカードもしくは電子マネーとなりました。ただ、助手席のヘッドレストのところにICクレジットカードが差し込めるようになっていたのは前進です。市内のお店で共通しているのは、これも想像に難くないことですが、Ali Pay、WeChat Payはほとんどの店で利用できるようになっていましたが、2月下旬からパタッと利用がなくなってしまったようです。少ないとはいえ、欧米の外国人もそれなりに来ており、おもな決済手段はクレジットカードで、タッチ決済の端末がまだ少ない状況なので、京都全体で見てもICクレジットカード（チップ&ピン）決済がほとんどのようです。最近は、デビットカードにもタッチ決済対応のものが出てきているので、いまこそタッチ決済を普及させるチャンスのように感じました。買い物客、店員双方にメリットが高いですから。ちなみに、交通系電子マネーを利用する人は、ほとんど若年層に限られ、中高年はというと、やはり現金中心だそうです。

ヨーロッパではすでに医療崩壊が起きていますが、日本ではまだ自粛が中心です。だからといって、いつまでも自粛を続けるのには無理があります。いまの対策は明らかに経済活動を犠牲にしていますが、補償がないため、事業者の悲鳴は限界点を超え、崩壊寸前です。

いろいろな文献を読む限り、このウイルスとは長いおつき合いをしなければいけないようです。世界中の人の6割くらいの人が抗体をもつようになって、初めて戦時から平常時戻れるのですが、それには2、3年はかかるといわれています。

簡単にできる抗体検査をなぜ実施しないのか不思議です。抗体のある人は、ガンガン働くことができますから。新型コロナウイルスは、経済的には未曾有のダメージをもたらすでしょう。すでに元に戻ることは無理だと思われますから、働き方改革など、ビジネスモデルを根底から変える必要がありそうです。◈

特集 データで読み解く消費者信用市場のいま

不正利用

2019年の被害額は273億円と、5年間で約2・4倍に

加盟店からのカード情報漏洩が主因だが、別の漏洩ルートも拡大

日本クレジット協会は、四半期ごとにクレジットカード会社44社の不正利用被害額を集計しているが、3月31日に2019年第4四半期（10～12月分）の集計値を公表したことで、19年（暦年）の年間被害額が明らかになった。19年の被害額は前年比16・3％増加し、273億8000万円に達した。このうち約223億円が番号盗用による被害だが、その構成比は初めて80％を超えた。

非対面取引の不正利用が急拡大

日本クレジット協会は14年に集計方法を見直し、「偽造カード」以外の不正利用を「その他」としていたものを、「番号盗用」と「その他」に分けて集計するようになった。番号盗用は、不正に取得したカード番号等を用いてカード会員本人になりすまして決済した取引を意味し、非対面取引の不正利用に該当するものだ。新しい区分の「その他」は偽造カードと番号盗用以外の不正利用ということになるが、たとえば紛失したカード、盗難されたカードの不正利用がこれにあたる。

この集計方法の見直しは、不正利用の手口の変化を踏まえたものだったが、その後もその傾向はますます強まっており、しかも不正利用被害額がクレジットカード取引額をはるかに上回るスピードで増大する元凶になっている。すなわち非対面加盟店から流出したカード情報を不正に利用したネット上でのなりすましの急増が、クレジットカード取引の安全・安心を脅かしているのである。

だからこそ、クレジット取引セキュリティ対策協議会が発足し、16年から毎年セキュリティ対策の実行計画を策定してきた。加えて割賦販売法が改正され、加盟店にもカード情報の適切管理義務などが課せられたわけだが、日本クレジット協会の集計データを見ると、残念なが

［図表１］　クレジットカードの不正利用被害額の推移

（単位：億円、％）

西暦（暦年）	不正利用被害額	内訳					
		偽造カード被害額		番号盗用被害額		その他不正利用被害額	
		被害額	構成比	被害額	構成比	被害額	構成比
2014	114.5	19.5（　－）	17.0	67.3（　－）	58.8	27.7（　－）	24.2
15	120.9	23.1（　18.5）	19.1	72.2（　7.3）	59.7	25.6（△7.6）	21.2
16	142.0	30.6（　32.5）	21.6	88.9（　23.1）	62.6	22.5（△12.1）	15.8
17	236.4	31.7（　3.6）	13.4	176.7（　98.8）	74.8	28.0（　24.4）	11.8
18	235.4	16.0（△49.5）	6.8	187.6（　6.2）	79.7	31.8（　13.6）	13.5
19	273.8	17.8（　11.3）	6.5	222.9（　18.8）	81.4	33.1（　4.1）	12.1

（注）　①カッコ内は前年比増減率。国際ブランドを発行しているクレジットカード会社（銀行系カード会社、信販会社、流通系カード会社、中小小売商団体等44社（14～17年は45社）の集計値。②銀行系カード会社のFC・BCは国内ブランド会社単位、日専連・日商連の単会は連盟単位。③14年に番号盗用被害額の調査を開始したほか、調査対象会社数を４社追加したことから13年以前の調査結果は省略した。
（出典）　日本クレジット協会の「クレジットカード不正利用被害実態調査」のデータをもとに編集部作成

［図表２］　カード情報漏洩事案の件数の推移

（単位：件）

西暦（暦年）	2016	17	18	19（９月現在）
漏洩事案件数	13	11	13	22
うち偽の決済画面による漏洩事案の件数	0	0	8	13
漏洩カード番号数	626,871	813,492	294,012	243,423

（注）　クレジット取引セキュリティ対策協議会事務局調べ。
（出典）　「クレジットカード取引等におけるセキュリティ対策の現状と2020年以降の取組について～実行計画後の取組（ポスト 2020）」

ら不正利用が抑えきれていない現実が浮かび上がってくる。

番号盗用事案の比率は19年に80％を超える

図表１はクレジットカードの不正利用額の推移をまとめたものだが、19年の不正利用被害は２７３億８０００万円に達した。

５年前の14年（１１４億５０００万円）に比べると、２・４倍の水準である。

この被害額は44社ないし45社の不正利用被害の集計値なのですべての不正利用を合算したものではない。だから、ＣＩＣのデータに基づいて市場全体を網羅している日本のクレジット統計の数値（15年から現在の集計方法に変更）と比べるのは必ずしも適切ではなく、正確な不正利用率とはいえないが、15年のカードショッピング取扱高（49兆８３４１億円）に占める不正利用額の比率は０・０２４％だったが、19年は０・０３７％に上昇している（19年のカード取扱高は73兆４３１１億円）。

不正利用がカード売上の増加を上回るスピードで拡大しているわけだが、その主要因は番号盗用の急拡大にある。14年には67億３０００万円だった番号盗用被害額は、19年には３・３倍の２２２億９０００万円に達した。不正利用全体に占める比率は58・８％から81・４％に上昇。初めて80％台に乗った。

偽造カードについては、19年は17・８億円と、14年に比べ８・７％減少したにすぎないが、16年、17年は30億円台にあったことを考えると、着実に抑止できているように見える。

偽造カードによる不正利用に対しては、ＩＣカード対応という、確固たる対策がある。日本クレジット協会が２月28日に発表したところによると、調査対象会社の総発行枚数に占めるＩＣカードの比率は20年３月末時点では99・５％に達すると推計されており、カードのＩＣカード化はほぼ完了しているといってよい。

一方、加盟店サイドはどうかというと、本誌20年４月号で対面加盟店の非保持化が進展している状況を紹介したが、非保持化と同時にＩＣ対応端末の導入が進んでいることを考えると、加盟店側の対応も着実に進展している。

19年上期の漏洩件数は18年年間実績を上回る

これに対して、まだまだ課題が多いのが、番号盗用による不正利用である。セキュリティ対策の実行計画が初めて策定されたのは16年3月だが、番号盗用不正利用被害額は16年に88億9000万円だったものが、17年には176億7000万円に拡大。前年比98・8％増と、一気に倍増してしまったのだ。その後も、18年には6・2％増と急に失速し、鎮圧できたかに見えたが、19年には18・8％増と再び増勢に転じてしまった。

その背景には、図表2にあるように、カード情報の漏洩事案が引き続き発生している現実があるようだ。

クレジット取引セキュリティ対策協議会が3月24日に公表した「クレジットカード取引等におけるセキュリティ対策の現状と2020年度以降の取組について～実行計画後の取組（ポスト2020）」は、「カード情報の漏えいは、そのほとんどがEC加盟店からの漏えいである」と指摘し、EC加盟店から対外公表された漏洩事案について調査結果を掲載している（図表2）。

これを見ると明らかなように、毎年十数件の漏洩事案がコンスタントに発生している。とくに19年は9月までの半年間の実績にもかかわらず、前年を超える漏洩事案が生じている。漏洩件数が上振れしているのは不気味である。

実行計画とその後継プランである「クレジットカード・セキュリティガイドライン【1・0版】」は、EC加盟店からのカード情報漏洩対策として、カード番号等の非保持化を求めてきた。加盟店がカード情報を保有しなければ、漏洩も起こり得ないというロジックで対策を講じてきたわけだが、漏洩事案の増加は、従来の対策だけでは不十分であることを意味するからだ。

偽の決済画面に誘導しカード番号を入力させる

実は、ポスト2020も、漏洩事案に新しい手口が目立っていると警鐘を鳴らしている。

「ウェブサイトのURLの特定が容易であったり、簡易なログインパスワードを設定したりしていることにより管理画面へのアクセス制御が適切に行われていないなど、ウェブサイトの開発・運用段階での設定の不備や委託先の事業者が提供する決済ソリューション（ショッピングカート機能等）の脆弱性等を狙ってカード会員を偽の決済画面に誘導し、当該偽画面に入力されたカード情報等を窃取するという手口」（8ページ）が増えてきているというのだ。

図表2には「偽の決済画面による漏洩事案」の内訳が掲載されているが、これがこの手口である。EC加盟店のサーバーからカード情報を窃取できなくなったので、消費者を偽の決済画面に誘導し、カード番号等を入力させる手口だ。カード番号等を入力するとエラー表示が現れ、消費者を真正の決済画面に戻し、そこで正規の手続をさせるので、不正が発覚にしにくいという。

消費者一人ひとりに入力させるので、カード情報を窃取する手口としては効率が悪く、それが漏洩カード番号数の減少につながっているのだろうが、加盟店への啓発を地道に行っていく必要があるだろう。

ポスト2020も「関係事業者に加え、セキュリティの専門機関からシステムの脆弱性や漏えい手口及び対応策に関する情報収集を行い、関係事業者が取組むべき対策を検証し、対策が必要な関係事業者に対して迅速かつ的確な情報提供を行い、対応を促していく」必要性を強調している。◈

カード決済業務のすべて

ペイメントサービスの仕組みとルール

山本正行［編著］

A5判・172頁
定価（本体2,000円＋税）

カード決済の実務が初めてわかった!!

これまで案外知られていなかった、クレジットカードやデビットカードなどの決済の仕組みを初めて解明した入門書。

〈本書の三大特色〉

その1 クレジットカードの発行業務、加盟店業務の基本から、審査、オーソリゼーション、売上データ処理、請求、加盟店への入金、カード会社間の清算までの実務を徹底的に解説。

その2 国際ブランドの定めるチャージバックなどの取引ルール、不正防止対策など、これまで知られてこなかった国際ブランドの役割・ネットワークを明らかに。

その3 クレジットカードだけでなく、デビットカード、プリペイドカード、電子マネーなどの新しいカード決済スキームも網羅。さらに、NFCによるモバイル決済もフォローした最新の内容。

●主要目次●

第1章 決済カード業務の概要と実務

1-1 カードビジネスの仕組み
- 1-1-1 カード取引を構成するプレイヤー
- 1-1-2 カード取引のフロー
- 1-1-3 カードの種類

1-2 イシュイング業務
- 1-2-1 入会・カード発行業務
- 1-2-2 途上与信（モニタリング）
- 1-2-3 不正使用対策

1-3 アクワイアリング（加盟店）業務
- 1-3-1 加盟店開拓
- 1-3-2 加盟店審査
- 1-3-3 加盟店管理
- 1-3-4 加盟店債権の管理

第2章 カード決済ネットワークの概要と実務

2-1 国際ブランドの仕組みと運営
- 2-1-1 国際ブランドとは
- 2-1-2 国際ブランドの運営
- 2-1-3 国際ブランドの組織
- 2-1-4 ビザ、マスターカードのブランド運営
- 2-1-5 JCB
- 2-1-6 アメックス
- 2-1-7 ダイナースクラブ
- 2-1-8 中国銀聯

2-2 国際ブランドルール
- 2-2-1 例外なきブランドルール
- 2-2-2 カードフェイス
- 2-2-3 偽造防止用券面細工
- 2-2-4 不正防止のためのルール

2-3 国際ブランドプロダクツ
- 2-3-1 ブランドロゴ付きペイメントカード
- 2-3-2 その他サービス

2-4 国際間の決済ネットワーク
- 2-4-1 国際ブランドを介したカード取引の仕組み
- 2-4-2 国際ブランドを介したカード処理のフロー

2-5 国際ブランドを支える決済ネットワーク
- 2-5-1 国際ブランドの取引の実際
- 2-5-2 グローバルATMサービス（PLUS、Cirrus）
- 2-5-3 国際デビットカード
- 2-5-4 国際プリペイドカード
- 2-5-5 国際ブランド取引にかかる手数料
- 2-5-6 チャージバック

2-6 国内の決済ネットワーク
- 2-6-1 国内カード会社のシステム概要
- 2-6-2 情報処理センター
- 2-6-3 決済端末

2-7 決済実務の概要
- 2-7-1 オーソリゼーション実務
- 2-7-2 クリアリング実務
- 2-7-3 セツルメント実務
- 2-7-4 為替レート
- 2-7-5 サードパーティ・プロセッサー

第3章 金融決済用ICカード

3-1 ICカードの概要
- 3-1-1 ICカードの種類・規格

3-2 EMVとセキュリティ
- 3-2-1 EMV
- 3-2-2 EMV仕様
- 3-2-3 EMVのセキュリティ機能
- 3-2-4 SDAとDDA
- 3-2-5 EMV化の課題
- 3-2-6 EMV化を支える施策

3-3 少額決済スキーム
- 3-3-1 日本独自のローカルサービス
- 3-3-2 おサイフケータイ
- 3-3-3 国際標準サービス
- 3-3-4 GSMAによる標準化活動

一般社団法人 金融財政事情研究会 お申込先➡㈱ きんざい 〒160-8520 東京都新宿区南元町19 電話(03)3358-2891（直通）FAX(03)3358-0037

オンライン図書販売 http://store.kinzai.jp/book/

特集

データで読み解く消費者信用市場のいま

クレジットコスト

銀行カードローン問題で一時増加するも、増加基調には転じず

自己破産・民事再生件数の伸びは鈍化傾向を見せる

2010年、6月に貸金業法が完全施行され、12月には割賦販売法に支払可能見込額調査義務が導入され、消費者信用業界に対する与信規制は厳格化された。それ以来、利息返還請求による元本毀損分の償却負担は増大したものの、債権の良質化が進んだことで、返済不能による貸倒れ自体は大きく減少し、クレジットコスト負担は大きく低減した。だが、大手信販のクレジットコストは17年度、18年度と増加。上振れリスクが高まっているようにも見えなくはない。だが、大手信販のクレジットコストは与信残高が増えれば当然のようにクレジットコストが上がっていったものだが、与信規制もあって、信用リスクを適切にコントロールできているようにも見える。クレジットコストはこの先、どのように推移するのだろうか。

大手信販のクレジットコストが2年連続で大幅に増加したが…

大手上場信販会社3社のクレジットコスト（オリコ、アプラスFは連結、ジャックスは単体）は17年度、697億円と、前年度比25・1％増加した。続く18年度は、836億円と、19・9％増に。2年連続して大幅な増加を見せた。

もっとも、3社のクレジットコストの計上方法は異なっており、オリコとアプラスFは貸倒引当金繰入額を、ジャックスは貸倒償却額と同引当金の増減額の合算額を計上している。また、大手信販の事業ポートフォリオは各社各様になっているので、3社の合計値で全体の傾向を正しく把握できないのかもしれない。それでも、クレジットコストが急に跳ね上がったのは間違いないだろう。

ただ、19年度第3四半期は、3社合計のクレジットコストは636億円と、増加率は4・3％にとどまり、落着きを取り戻しつつある。

では、大手消費者金融会社はどうかというと、大手3社の18年度のクレジットコスト（単

体）は1438億4900万円と、前年度比1・5％増と安定している。だが、16年度は14・2％増、17年度は7・4％増と上振れしていた。

クレジットコストの変動要因はさまざま

クレジットコストが増加する要因を、各社は業容の拡大に伴うものであると説明することが多い。確かに、消費者信用業界はここ数年、取扱高や貸付残高を伸ばし続けている。貸倒率が一定でも、アセットのボリュームが増えればクレジットコストが増えるのは当然である。

だが、大手信販3社の取扱高（ジャックスのみ単体。他2社は連結）の伸びは、17年度は7・8％増、18年度は9・5％増。確かに業容は順調に拡大しているが、クレジットコストはそれを上回る勢いで拡大していたといえる。

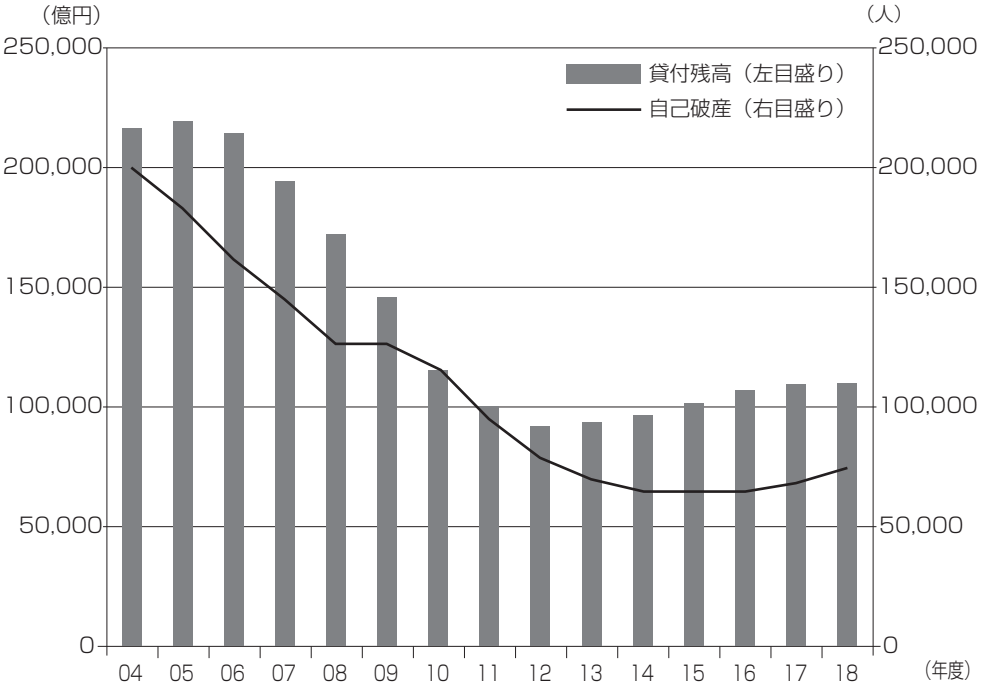
もちろん、業容とクレジットコストが常に同じ動きをするわけではない。与信から貸倒れが発生し、貸倒償却に至るまでにはタイムラグがある。債務者によって短期の償却に至るものもあれば、返済計画を立ててから長期間にわたって返済した後に、最終的に返済不能に至る場合もある。取扱高の増減期とクレジットコストのそれにはずれが生じ、パラレルに動かないほうが一般的である。

しかも、クレジットコストの増減を左右する要素は業容だけではない。その時々の回収方針や財務状況も変数となり得る。いまは一定のルールに基づいて会計監査が厳格に行われるので、収支を見ながら恣意的に償却額を増やしたり減らしたりする余地は少なくなっているはずだが、皆無とは言い切れない。

こうした変数の多さが、クレジットコストの動向を占うのを難しくしている。企業経営にとっては、マイナス要素だけに、十分な開示が行われない、ブラックボックス化したままの領域でもある。

本稿の注釈が多くなっているのは、消費者信用業界の開示ルールが確立しておらず、開示項目の変更が突然行われたりするためだが、同一基準で時系列にデータを追えないことも、クレ

［図表1］ 銀行・信金、貸金業の貸付残高と自己破産の推移



（注） 自己破産は各年度の自然人の新受件数（最高裁発表の各月の速報値の集計）。銀行・信金は日銀統計のカードローン等残高の各年度末残高。貸金業は金融庁の貸金業関係資料集における、消費者向け無担保貸付けの各年度末の数値。

［図表２］　自己破産と個人再生の推移

暦年	自己破産		個人再生	
12	82,667 (	△17.8)	10,021 (	△29.7)
13	72,048 (	△12.8)	8,372 (	△16.5)
14	65,189 (	△9.5)	7,667 (	△8.4)
15	63,844 (	△2.1)	8,476 (	10.6)
16	64,637 (	1.2)	9,602 (	13.3)
17	68,791 (	6.4)	11,284 (	17.5)
18	73,084 (	6.2)	13,210 (	17.1)
19	73,095 (	0.0)	13,594 (	2.9)

（出典）　最高裁判所司法統計。自己破産は自己破産事件（地方裁判所）の新受件数（自然人）、個人再生は個人再生事件（地方裁判所）の新受件数（小規模個人再生事件・給与所得者等再生事件の合算）の月次速報値。

ジットコストの動向を見えにくくしている。

銀行カードローンの拡大で自己破産が増加

ただ、中長期的に見れば、営業資産残高が増えれば、クレジットコストが増大する傾向があるのは否定できないだろう。

とくに今回のクレジットコストの上昇は、銀行カードローン残高の増加とそれに伴って増えたといわれる個人破産の動きと平仄が合っていた。

銀行カードローン残高（全国銀行ベース）は、貸金業法が完全施行されてからも減少あるいは横ばいを続けていた。だが、13年度末には16・0％増、14年度末は12・4％増、15年度末は11・1％増と2桁の伸長率を見せた。

銀行がカードローンの推進に舵を切った13年度は、日銀が2年程度で2％インフレを達成すると目標を掲げ、異次元緩和に乗り出したタイミングだ。個人向け融資で収益を上げるしかない状況に銀行は追い込まれ、カードローン推進のアクセルをさらに踏み込んだ。

それからしばらくして、自己破産件数が反転する。13年度の前年度比増減率は11・6％減、14年度は7・3％減と減少が続いていたが、15年度は1・3％減、16年度は1・5％増と横ばい状態になり、17年度には6・2％増、18年度には7・4％増へと一気に増加に転じた。

自己破産は03年度の23万9451件をピークに、15年度の6万4165件まで減少を続けた。それは大手消費者金融会社の残高が減少に転じたタイミングと重なるのだが、自己破産が7割強減ったのは、06年1月の最高裁判決によって、実質的に過払金返還が無条件で認められたことで、多重債務者の救済手段が自己破産から過払金請求にシフトしたためでもある。16年度に増加に転じたのは、銀行に対する債務では、過払金は発生せず、自己破産という救済措置に頼らざるを得なかったという事情もあったように思える。

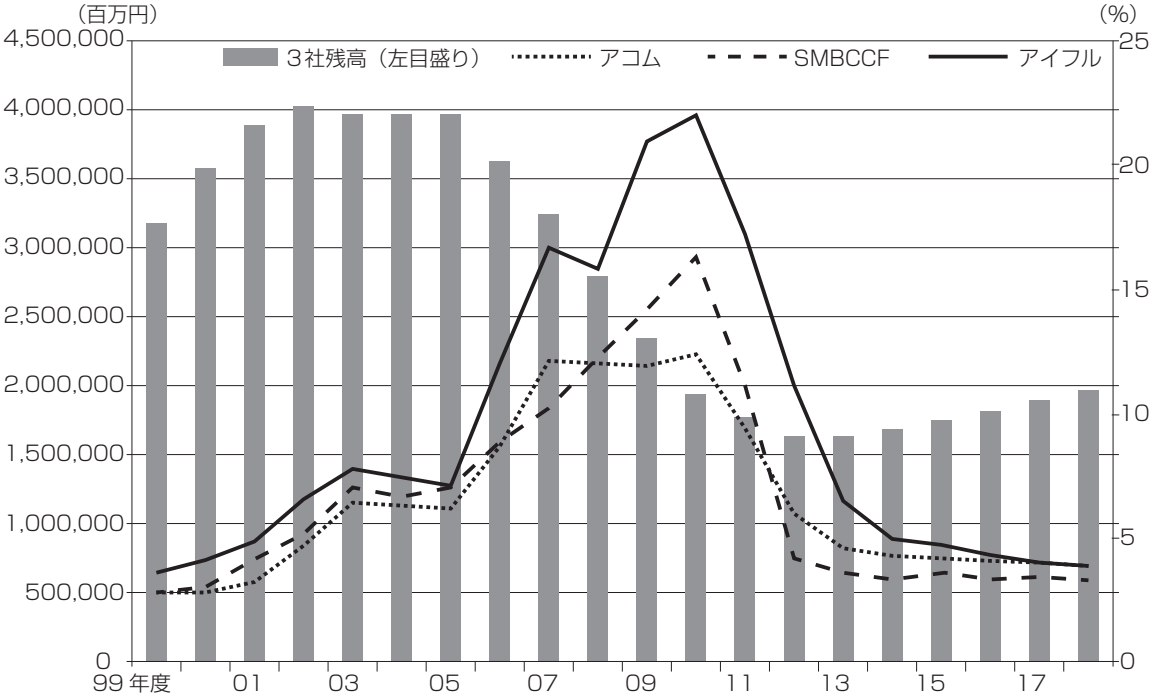
自己破産と個人再生はピークアウトしたか

では、消費者信用業界のクレジットコストに影響する自己破産は今後どのように推移していくのだろうか。図表1は銀行と信金のカードローン債権残高と貸金業の消費者向け無担保残高を合算した残高と自己破産件数の推移をたどったものだ。こうして見ると、小口・無担保の消費者ローン市場の規模と自己破産はパラレルに変動してきたように見える。18年度は銀行・信金の残高は1・8％減少したが、貸金業は2・9％増加しており、全体では0・1％増加している。自己破産は7・4％増加している。

19年度の数値はまだ公表されていないので不明だが、自己破産は19年4月～20年2月の11カ月で6万6374件と、前年同期比1・7％減少している。銀行・信金のカードローン残高は19年12月時点で6兆431億円と、前年同期比4・3％減少しているので、自己破産もピークアウトした可能性が高い。

ただ、日弁連はこの数年間、自己破産件数だけでなく、個人再生事件の動向にも目を向けるべきだと主張してきた。そこで、図表2の個人破産と個人再生の推移（3月の速報値が集計中のため暦年ベースで集計）を見ると、個人再生は15年から18

［図表３］　大手消費者金融会社の残高と貸倒償却率の推移



（注）　残高、貸倒償却率は無担保貸付の数値（各社のIR資料に基づく。本誌７月号及び９月号掲載のもの）。アコム、アイフルは利息返還に伴う元本相殺分を含む。各社の償却率の算出基準は異なるため、償却率の厳密な比較はできない。

年まで４年連続で10％台の伸長率で増加し続けてきたことがわかる。自己破産に至るほど重度ではないものの、返済に窮する多重債務者が増加していたことが読み取れる。

だが、19年には個人破産はほぼ横ばい、個人再生は２・９％増と伸びが鈍化している。全銀協が17年に申し合わせを行い、銀行カードローン批判に迅速に対応したことで、多重債務問題は次第に沈静化しているのではないだろうか。

消費者金融会社の償却率は低位安定

ただ、大手消費者金融会社は新規獲得が順調で、貸付残高は増加させている。そうであれば消費者金融を主因とする多重債務問題が再燃するおそれはあるのだろうか。

そこで、図表３に消費者金融会社大手３社の無担保貸付けの合計残高と各社の貸倒償却率の推移をまとめてみた。利息返還に伴う元本相殺分の会計処理が異なり、各社の率の算出方法も異なるので、各社の率を比べるのには適していないが、貸倒償却率は残高の動きよりも数年遅行する形で同じような山や谷を形成しているように見える。

10年前後の大きな山は、貸金業規制の強化や最高裁判決がもたらした異常値ともいえるが、足元では落着きを取り戻し、低位安定している。この水準が３～４年後もある程度維持できていれば、業容を拡大しつつも、債権内容をコントロールしていると評価できるだろう。

ただ、新型コロナウイルス感染拡大防止のための外出自粛などの対策が、経済をシュリンクさせている現状を踏まえると、所得減によって返済不能に陥る債務者は相当数出てくるはずだ。クレジットコストの先行きは、きわめて見通しにくくなっている。◈

金融サービス仲介業を創設する法案のポイント

登録業者に預金等、保険、有価証券等、貸金業貸付けの媒介を認める

金融庁が3月6日に通常国会に提出した「金融サービスの利用者の利便の向上及び保護を図るための金融商品の販売等に関する法律等の一部を改正する法律案」は、本誌4月号で紹介したように、資金決済法を改正する法案でもあるが、それだけでなく、金融サービス仲介業という新たな業を創設するという点でも注目すべき法案である。金融サービス仲介業は、一つの登録を受けることで、銀行・証券・保険、そして貸金業の金融サービスの仲介を行うことができる。プラットフォーマーといわれる大手IT企業がいままで以上に、総合金融サービスをワンストップで提供しやすくなるほか、貸金業においても、貸金業者とFinTech（フィンテック）企業の連携を促進する可能性がある法案の概要を紹介する。

貸金業の貸付契約の媒介も可能に

金融サービス仲介業の制度創設は、おもに金融商品の販売等に関する法律（金融商品販売法）の改正によって行われる。ただし、金融商品販売法に仲介業に関する規定を盛り込むと、「販売法」という名称がそぐわなくなることから、今回の改正により金融商品販売法を「金融サービスの提供に関する法律」（金融サービス提供法）と名称変更する。

金融サービス提供法案の3章に金融サービス仲介業の参入規制や行為規制が定められているが、その11条は金融サービス仲介業の定義規定で、その1項で、金融サービス仲介業は、「預金等媒介業務、保険媒介業務、有価証券等仲介業務又は貸金業貸付媒介業務のいずれかを業として行うことをいう」と規定している。

このうち預金等の媒介については、銀行代理業者（その他政令で定めるものを含む）以外の者が行う業務とし（11条2項）、その業務は同項1号で銀行や信用金庫、労働金庫、信用協同組合などの金融機関のために行う「預金等の受入れを内容とする契約の締結の媒介」であるとするが、媒介する契約については、カッコ書きで「顧客に対し高度に専門的な説明を必要とするものとして政令で定めるものを除く」と規定する。

高度に専門的な説明が必要な商品を媒介できないようにした理由の一つは、金融サービス仲介業に

ついては「所属性」を採用しない、つまり、商品・サービスを提供する銀行等の金融機関が指導・監督の義務や賠償責任を負わないことにしたためだが、預金等の媒介で取り扱える商品は政令によって決められる。

金融審議会の決済法制及び金融サービス仲介法制に関するワーキング・グループの報告書（2019年12月20日）では、銀行法上の特定預金等契約を除く案が示されているが、そうであればデリバティブ預金、外貨預金及び通貨オプション組入型預金などが対象外となるが、一方で主要通貨の外貨預金は媒介を認めてもよいとする考えにも言及しているので、政令で何が対象外とされるかが注目されるところだ。

消費者信用業界にとっては、「貸金業貸付媒介業務」の範囲に関心が集まると思われるが、金融サービス提供法案は11条5項で、「貸金業者以外の者が貸金業者と顧客との間における資金の貸付け又は手形の割引を内容とする契約（略）の締結の媒介」と規定している。

ただし、貸金業の媒介についても、「顧客に対し高度に専門的な説明を必要とするものとして政令で定めるものを除く」としており、媒介できる商品の範囲は政令で明らかになる。

電子金融サービス仲介業者は条件付きで電子決済代行業も可能

金融サービス仲介業は登録を受けなければ行えない（金融サービス提供法案12条）。登録申請にあたっては、媒介する金融サービスが何か、つまり業務の種別（預金等、保険、有価証券等、貸金業貸付の媒介のいずれか）を登録申請書に記載する必要がある（同法案13条1項4号）。

貸金業貸付媒介業務を行う場合は、「広告又は勧誘をする際に表示又は説明をする営業所又は事務所の電話番号その他の連絡先等であって内閣府令で定めるもの」を記載する必要があるが、これは貸金業の登録申請で求められている事項と平仄を合わせたものと思われる。

登録申請手続で注目されるのは、13条1項6号で、「電子金融サービス仲介業務」を行う場合は、その旨を記載することが求められている点。電子金融サービス仲介業務とは、同号で、「電子情報処理組織を使用する方法その他の情報通信の技術を利用する方法であって内閣府令で定めるものにより行う金融サービス仲介業務」と定義されており、具体的に何が該当するかは府令で明らかになるが、家計簿アプリのように、店舗ではなく、もっぱらスマートフォン用のアプリを通じて媒介を行う事業者などがこれに該当することになろう。

電子金融サービス仲介業務を営む場合は、当該業務を「適正かつ確実に遂行する体制の整備」が求められ、できていない場合は登録が拒否される（15条1項1号レ）。

18条には、電子金融サービス仲介業務に関する特例が定められており、内閣府令で定める財産的基礎要件などの条件を満たす場合には、銀行法上の登録を受けることなく、電子決済等代行業を行うことができる。

賠償能力を確保するために保証金供託義務

金融サービス仲介業に対する行為規制に関しては、まず、標識の掲示等が義務づけられる（20条）。ただし、電子金融サービス仲介業者はインターネットなどを用いて法定事項を公表することが求められる。

保証金を供託する義務も課せられる（22条1項）。これは所属性を採用しなかったことから、金融サービス仲介業者がみずから損害賠償責任を負うことになるため、顧客保護の観点から導入された義務。保証金の額については、金融サービス仲介業務の状況や顧客等の保護を考慮して、政令で定める（同条2項）。

顧客から金銭その他の財産の預託を受けることは原則として禁止される（27条）。ただし顧客の保護に欠けるおそれが少ないと場合として内閣府令で定める場合は認められる。

このほか、帳簿書類の作成・保存義務（33条）、事業報告書の提出義務（34条）も課せられる。

自主規制団体として、認定金融サービス仲介業協会を設ける（40～50条）。

金融サービス提供法は公布後1年6カ月後までに施行される。◈

短期集中連載

AI活用で実現する！消費者信用ビジネスの革新

第1回

クレジットカードの信頼を強化する不正検知ソリューション

金融犯罪対策として注目を浴びる機械学習プラットフォーム

日本アイ・ビー・エム
グローバル・ビジネス・サービス
ペイメント・コンピテンシー
パートナー　松井　由起

この数年、キャッシュレス決済の増加に伴い、クレジットカードの不正利用も急激に増加している。消費者の安全を脅かし、クレジットカード決済そのものの信頼性を揺るがす金融犯罪。そんななか、多くの金融機関が〝機械学習プラットフォーム〟に注目している。IBMでも機械学習を利用した金融犯罪対策ソリューションに力を入れてきた。今回は、クレジットカードの決済トランザクションのモニタリングを例に、どのような効果が見込めるかをご説明しよう。実際に、機械学習プラットフォームの利用により、フランスのある企業は、2018年度に115億ドルの不正防止に成功、オーストラリアの企業でも、誤検知を20％削減し、ルール生成に要する時間を従来比10％に短縮できた、という報告があがっている。

1　クレジットカード不正取引の実態と課題

多様化・高度化するクレジットカード不正の実態

現在のクレジットカード不正利用の被害額がどのくらいかご存じだろうか。2000年代にとられたさまざまな対策により被害額は減少傾向だったが、13年以降、不正利用額は再び増加に転じた。13年には78・6億円だった被害額が、16年には142億円、18年には235・4億円と急増している（注1）。

EC取引を利用したなりすまし、サイバー攻撃、サイト改ざんと不正内容も多様化するなか、取引が不正か真正かの最終決定を担うカード発行会社の果たす役割は大きい。オーソリモニタリングによる不正検知精度の向上は継続して取り組むべき重要事項だ。

オーソリモニタリングによる不正検知における課題

従来の不正の検知には、一般的に以下のような課題があげられることが多い。

○不正検知における悪循環

新しい手口は日々進化する。不正を阻止する側にとって、対応はスピードとの勝負だ。ゆっくり準備をして備える余裕がないのが常である。顧客を守るためには、やむを得ず暫定対応をしなければいけないこともある。不正を働く側も、ある手口が阻止されるとすぐに別の手口で攻撃をしかけてくるため、不正阻止のルールは、本番に適用するや否や使い物にならなくなることもある。

そのような状況では、次に発生した新たな手口には、また、やむを得ない暫定処理で対応しなければいけなくなる。この繰返しで、十分にシステム精査する時間もとれず、蓄積された古いルールが、逆に誤検知の原因になってしまう悪循環を引き起こす。

システムを常に最適な状態にして備えられればよいのだが、想定外の事態には急いで対応せざるを得ず、それゆえに蓄積されたデータの整理は素人には難しく、一度この悪循環に陥ると抜け出すことは難しい。結局、長く不正検知に携わった経験と知識を備えた優秀なスタッフがシステム内の整理に精を出すことになる。スペシャリストのノウハウをこのような形で使わざるを得ないのは、企業にとってはもったいないことである。

○安心感と誤検知の裏腹

不正検知システムを利用したからといって、100％不正を阻止できるものではない。不正検知システムには、検知数を増やそうと厳しいルールを設定すると、誤検知が増えてしまうというジレンマがつきものだ。

カード利用者にとって、自分が保有するカード発行会社が不正取引対応に力を入れているのは大きな安心感となる。しかしながら、普段少額ショッピングしかしないユーザーが、家電店で大型冷蔵庫を購入しようとした際や、海外旅行をしない利用者が、一念発起で家族を連れて行った海外旅行でのレストラン支払いの際に、不正利用を疑われ、カード利用が拒否されるといった例は、最近、身の回りでよく聞く話である。カード会社のモニター力に安堵感を抱く一方、このようなことが増えると、カードユーザーは不便を感じてしまう。結果として、カード利用離れにつながることも想定される。

24時間365日を通し、即時対応を求められるモニターを続けるスタッフにとっても同様だ。誤検知の多さは不要なやりとりを増大させ、作業効率を悪化させる。対応するモニタースタッフを疲労困憊させ、カードユーザーのみならず、カード会社にとっても負の要素となってしまう。不正検知においては、検知数と誤検知のバランスも注視すべき重要項目だ。

2　不正検知の悪循環から抜け出すための取組み

機械学習を使った分析ツールの概要

不正検知のエリアで、機械学習を使った分析ツールが注目を集めている。IBMでも決済トランザクションのモニタリング分野で、機械学習を利用したソリューションを提供している（注2）。00年以降、ヨーロッパを拠点としたアナリストチームが、各国の不正実態やユーザーの声を反映しながら改良を続けてきており、ヨーロッパ、アメリカ、オーストラリア、アジアを中心とする世界各国の銀行、クレジットカード会社、プロセシングカンパニーですでに幅広

く利用されている。

このＩＢＭのソリューションは機械学習機能を用いて、人の目ではこれまで気づかなかった不正ルールパターンの提案や、何百もの無数に日々更新されていくルールの最適化を迅速にサポートし、効率的、かつスピーディーな不正検知サイクルを実現するソリューションである（図表1）。

新たなパターンの認識が可能に

○機械学習による自動ルール生成

機械学習がもたらす最大の利点は、ルールの自動生成である。人の目ではこれまで気づかなかった不正トランザクションの判断基準（ルール）を、ワンクリックの動作で機械が提案してくれるのだ。大量のトランザクションデータのデータ属性（例、ユーザーの行動、過去カード利用履歴、デバイス情報など）を利用し、不正トランザクションデータに含まれる特性の法則を短時間で導き出し、ルールに変換して提案してくれる。ルール設定者にとって、作業効率の大幅なアップにつながるはずだ。

ルール自動生成では、さまざまなアルゴリズムを利用してデータ分析を行い、ヒット確率の高いルールを導出する。分析機能の専門的な仕組みは、データアナリスト集団により継続的に強化されており、ユーザーは詳細を意識せずに製品機能として利用できるため、データ分析の専門知識がなくても操作が可能だ。より精度の高いルールを早いサイクルで本番環境に適用できれば、やむを得ない暫定対応も大幅に削減でき、悪循環の解決につながるはずである。

○不正検知のバランス調整ベンチマーク

前述のように、不正検知では、より多くの不正を検知しようとすると誤検知アラームが増え、誤検知アラームを減らそうとすると不正検出量が減ってしまう、といったジレンマを抱えている。

どのルールを適用するか、システム全体で最善のバランスを保ち判断する必要がある。このバランスの調整を人手で実施するのは困難で、熟練したスペシャリストの勘や経験に頼らざるを得ないことも多い。

ＩＢＭのプラットフォームでは、ルール自動生成の際、既存ルールや同時に生成されたルールの効果も加味したうえで、個別ルールごとのパフォーマンス評価情報を提示することができる。パフォーマンス情報には、当該ルールが検知する不正金額、真正金額のほかに、当該ルールのヒット率、誤検出、誤検出された場合の金額インパクト等の統計情報が合わせて表示される。

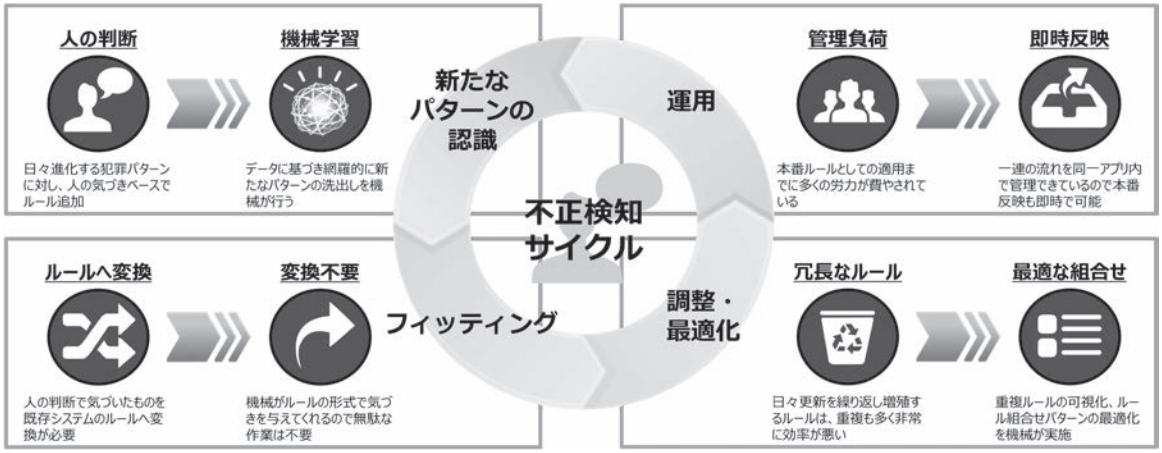
あらかじめ統計数値がおさまるべき範囲を指定しておけば、その指定条件に見合った範囲のルールを生成することができる。これを利用して、不正検知率を上げるのか、誤検知を少なくするのか、といったシステム設定全体のバランス調整ができる。全体的に誤検出率を下げたい場合は、検知率を重要視する設定にしておけばよい、という具合だ。季節やイベントの状況によって設定を変更したり、オペレーション効率に合わせて調整したりするなど、業務全体の効率改善が期待できる。

可視化されたモデルによるわかりやすさの提供

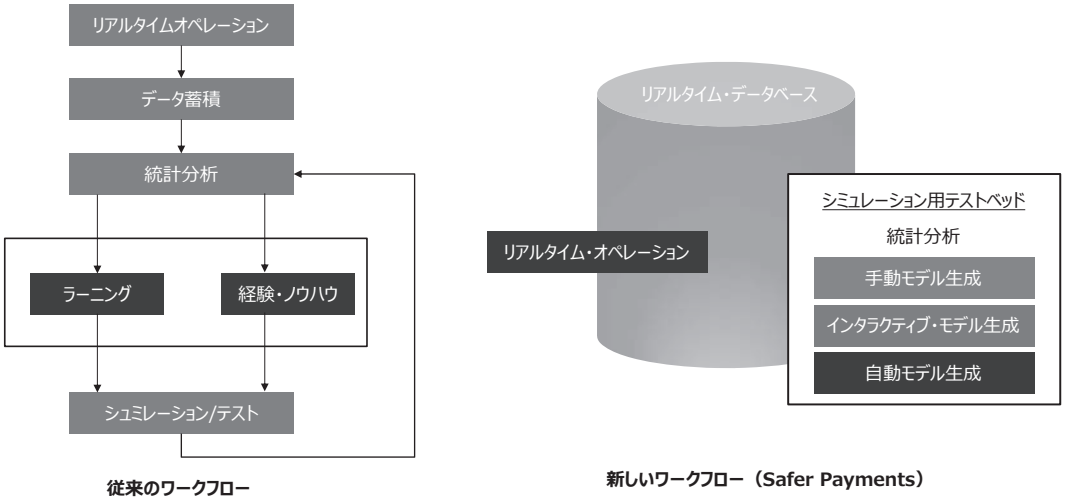
よくあるケースだが、ＡＩが導き出す答えのなかに、一見何の関連性もないようなワードが唐突に表示されているのを見たことがないだろうか。それと同様に、初期の機械学習を使った

［図表１］　IBMのソリューション全体の概要

機械学習機能を用いて、人の目ではこれまで気づかなかった不正ルールパターンの提案や、何百もの無数に日々更新されていくルールの最適化を迅速にサポートし、効率的、かつスピーディーな不正検知サイクルを実現するソリューション。



［図表２］　典型的な従来モデリングワークフローと新しいワークフローの違い



（注）Safer PaymantsについてはIBM Analytics White Paper：Preventing payment fraud:　A major leap in modeling efficiencyを参照

モデルでは、不正検知の理由がユーザーにわからないことが多かった。ブラックボックスモデルといわれ、分析の結果だけが伝えられる状態である。

1分1秒を争う金融犯罪との闘いの世界においては、「人間では気づかない因果関係だが、機械分析が導き出したのだから、何かおもしろい関係があるに違いない」、と興味津々で考えている時間はなく、ユーザーにとっては、使いづらいと指摘されてきた。

最近の機械学習では、因果関係がユーザーに見えるホワイトボックスAIモデルが採用されているのも特徴だ。機械学習で導出されたパターンは、そのまま利用可能な数式のようなルール形式で表示される。

モニター側にも、トランザクションが不正と見なされた理由が可視化され、その後にとるべき対応の判断が容易になり、オペレーションの質の向上につな

がる。

ルール作成者にとっても、従来のように、データ相関の分析結果をもとに、一定のルールへと変換する作業は不要となり、ルール設定に費やす時間を大幅に短縮することとなる。より細やかに後続のオペレーション内容を設定するなど、より重要な判断を必要とする業務へと時間を振り分けることが可能となる。

アナリティクスとオペレーションの融合

IBMのソリューションでは、リアルタイムで連携されるトランザクションデータを、そのままモニタリングにもルール生成にも共通して利用できるシステム構成を採用している。従来は、機械学習によるルール生成のためのデータをクリーンアップして作成し、ルール生成エンジンに連携させる、といった仕組みのものが多かった（図表2）。

一方で、リアルタイムデータをそのまま利用できるシステム構成では、データ分析面で大きなアドバンテージがある。具体的に、どのように不正サイクルの改善に寄与するのかを見てみよう。

3　不正検知作業の効率化や高度化に伴うプロセス改善

ルール本番適用までの作業の効率化

一般的に、不正検知では、大量の調査や分析の結果からルールを導出、勘や経験を働かせて何度もシミュレーションを繰り返したうえで最適なルールを選定する、というサイクルが主流で、日次ベースでルールを更新するのは困難だと考えている方も多いのではないだろうか。

しかし、上記のアーキテクチャーを採用すれば、調査・分析からルールの本番適用までのサイクルを大幅に短縮することが可能だ。

○迅速なシミュレーションによる最適な組合せの提案

シミュレーションを実行すれば、その時点のリアルタイムデータに対して、既存ルールも含めた各ルールの成績をあっという間に統計情報として表示することができる。パフォーマンスの悪いルールや重複ルールが可視化されるため、効果が低いルールについては、個別に詳細なパフォーマンス情報やスコアを確認し、削除することも、変更調整することも可能だ。

シミュレーションはいたって高速で、日々のオペレーションに影響しないシステム構成となっており、どのようなタイミングでも実行可能である。ルール内容を変更した場合は、再度シミュレーションを実施し、効果の変化を即時に確認することもできるため、1日に複数回のルール更新も可能である。タイムリーに、その時々で最適なルールの組合せを決定し、モデルを更新すれば、時代遅れになったルールや重複ルールによる悪影響は抑えられ、不要な誤検知発生を防止することができるはずだ。

○即座に本番環境へ適用

本番同等データを使ったシミュレーションで効果を測定し、有効だと判断すれば、有効なルールをチャレンジャーモデルからチャンピオンモデルへと昇格させることにより、即時に本番環境に適用できる。本番環境適用までの時間は短期化され、ルール管理における運用負荷は大幅に削減できる。新たに発生する不正への対応サイクルが大幅に改善できるのだ。

データ分析による被害の未然防止

ルール自動生成やシミュレーションだけでなく、多角的な観点から不正防止サイクルを改善するための分析も容易に実施可能となる。例をあげると、共通利用先（CPP）特定だ。

それぞれのオペレーションから蓄積された過去の不正履歴を一定の法則で遡り、リアルタイムで不正カードの共通利用先と考えられる加盟店や端末を瞬時にリストアップする。リストアップされた加盟店や端末に関わるオーソリに対し、モニタリング側に同時にアラームを発生させアクションをとることも可能だ。加盟店にも、この情報をタイムリーに連携できれば、不正の早期発見と抑止に大きな効果を発揮するだろう。データを利用することにより、さらなる被害の発生を未然に防ぐことができる。

このように、機械学習をうまく利用すれば、不正検知で陥りがちな悪循環を断ち切り、先手を打つための対応にいっそう力を入れることができるようになるだろう。

今後はAIを使った金融犯罪対策が主流に

いまや、不正取引を含む金融犯罪は組織化した一種のビジネスと化しており、急激なスピードで進化している。金融犯罪から大切な顧客を守るために、事業者側の負荷も大きくなる一方である。そのような状況のなか、機械学習分析ツールの利用は、世界で注目されており、すでに大きな効果を出している事業者も存在する。

今後は、日本でもこのような分析ツールを利用した対策が主流となっていくであろう。

（注1）日本クレジット協会「クレジットカード不正使用被害の集計結果について」

（注2）IBM Safer Paymentsとして製品ソリューションが提供されている

キャッシュレス・イノベーション

決済手段の進化と海外事情

財務省財務総合政策研究所［編］　四六判・324頁・定価（本体2,500円＋税）

キャッシュレスは日本経済をどう変えるのか

●主要目次●

総　論　キャッシュレスの動きと今後のイノベーション……柳川範之

Ⅰ　支払手段の多様化

第１章　デジタル経済の進展と支払手段の多様化……酒巻哲朗
第２章　キャッシュレス化と決済サービスの変化……淵田康之
第３章　キャッシュレス化が進んだ場合の金融政策の論点……藤木　裕
第４章　キャッシュレス化の政策的インプリケーション……渡辺智之
第５章　キャッシュレスの普及に関する考察……木村遥介

Ⅱ　支払手段の多様化と各国の動き

第６章　スウェーデン及びドイツにおけるキャッシュレス化の現状と課題…小部春美
第７章　スウェーデンの動向……上田大介・小見山拓也・井上　俊
第８章　ドイツの動向……奥　愛・佐野春樹
第９章　韓国の動き……中尾　睦・奥　愛・井上　俊

Ⅲ　デジタル化が進む中でのイノベーションの動き

第10章　シンガポールにおけるデジタル化の進展……笠原基和

一般社団法人 金融財政事情研究会　お申込先➡株式会社 きんざい　〒160-8520 東京都新宿区南元町19
電話(03)3358-2891(直) FAX(03)3358-0037

第18回

「信用情報機関の半世紀」―情報機関三国志―

第6章（1991～95年）

バブル崩壊と機関の選択（第4回）

信用情報の交流拡大ならず

由井　敬
（元日本クレジット協会）

第6章で取り上げる1990年代前半、銀行、貸金、クレジット三業界の信用情報機関（以下「機関」）は、情報やシステムの体制が整い、本格的な発展期に入った。今回は各機関の基本となるルールがどのように統一されたか、とくに多重債務防止のための交流拡大についてどのような議論があり、なぜ、できなかったかについて述べる。

7　CRINの拡大と三者協による交流拡大等の検討

(1)CRINの順調な発展

1987年にスタートした情報交流（CRIN）は順調に照会件数が伸びていく（図表）。87年から91年までの5年間は、全銀協つまり銀行業界から他業界への照会が6割近くを占めていたが、バブル崩壊等により銀行のローンが収縮に向かったため、銀行業界のCRIN利用は91年をピークに減少に転じる。

CIC、クレジット業界からのCRIN照会は、利用会員の増加、大手会員のCPU照会への切替え、信販、流通等の貸金事業の強化等により、順調に増加した。

JIC、貸金業界からのCRIN利用は、当初は参加地区センターも少なく、また業界として営業店舗の大幅減少の時期にあたったためごく少数にとどまったが、91年以降は、バブル後の貸金業界への顧客回帰や、全情連のJACINシステムによる大手企業の照会のオンライン化などにより毎年増加し、95年の他業界への照会件数はCRIN開始直後の88年に比べ約10倍に達した。

(2)三者協が機関のルールを決める

三者協では、CRINの実施に関する調整等が一段落すると、次のような具体的な課題に積極的に取り組み、実質的に情報機関の業界団体として機能していく。①照会情報のあり方と

情報の保有期間に関する問題、②多重債務問題への対応のための情報交流拡大の問題、③情報機関の法的位置づけ、海外の機関の活動状況等の調査、④消費者への機関の役割周知、広報活動、⑤大蔵省、通産省の行政施策への機関の対応、⑥機関の会員に対する勉強会等の開催及び機関職員の研修の実施等、と広範囲にわたった。

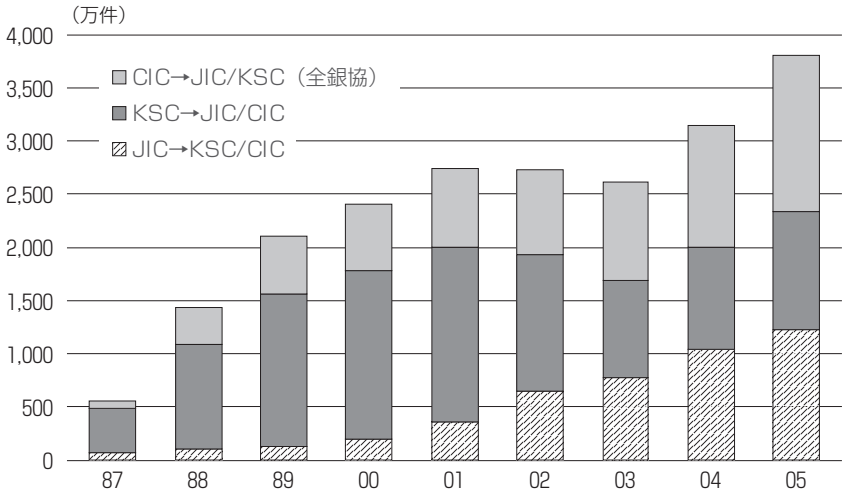
照会情報については、各機関は従来保有し利用していたが、照会情報の性格（信用情報か、単なる記録か）や、開示の義務があるか、同意取得はどうするか、情報交流の対象にするか、管理照会の取扱いをどうするか、などについては明確ではなかった。

また、情報の保有期間については、CIC7年、全情連6年、全銀協5年と各機関でバラバラだった。三者協では適正な保有期間についての検討を、学識者、ジャーナリストなどからなる検討会議「個人信用情報の登録期間に関する意見交換会」に付託する。同会は、91年10月から92年1月まで3回開かれる。メンバーは、一橋大・堀部教授、早大・江夏教授、日経新聞・栗原氏、読売新聞・横山氏、全銀協・大山部長、全情連・平野理事、CIC・植田専務、だった。

意見交換会では、情報の登録期間に関する法的な問題、とくに時効との関係について検討した。また、公的機関の情報保有期間、諸外国の状況等についても調査した。その結果、各機関の情報保有期間は5年になる。

その他の検討課題として、三者協は①同意文言、②名寄せのキー項目、③与信拒否の通知方法、④開示の方法と料金、⑤会員と機関との契約内容、⑥誤情

［図表1］ CRIN照会件数推移



（出典）『全情連20年と10年の歩み』（1996年）より

特集 『多重債』報告の真意

報告書のポイントと今後の課題

与信審査上有益と考えられる

情報交流からスタート

大蔵省主税局税制第二課企画官（前・銀行局中小金融課金融会社室長） 松元 崇

ノンバンク問題懇談会が92年6月とりまとめた中間報告を受けるかたちでスタートした多重債務問題等懇談会。約半年の議論を経て得られた結論はいかなるものだろうか。事務局となった大蔵省銀行局中小金融課金融会社室の松元室長がポイントを整理する（本稿は6月27日に開かれた、消費者信用研究会での講演を要約したものです）。

残高情報登録は進展しつつある

今年1月スタートした多重債務問題等懇談会は、6回にわたる議論（表1）を経た後、6月10日にその結果をとりまとめ、同22日にノンバンク問題懇談会に報告を行なった。

多重債務問題については、92年6月にまとまったノンバンク問題懇談会中間報告のなかで、問題提起がなされている。中間報告では、その対応策として、①信用情報機関の間における情報交流の一層の充実、②残高情報についての情報交流の実現の2点を提言している。

わが国の場合、業態別に三つの情報機関（）のほか、業態を横断するかたちでセントラル・コミュニケーション・ビューローが存在）が形成されているが、中間報告がまとめられた当時、残高情報の登録・提供を実施していたのは、消費者向け貸金業者を構成員とする全国信用情報センター連合会傘下の33センターのみにとどまっていた。銀行系の全国銀行個人信用情報センターと、信販会社・クレジットカード会社を主な構成員とする株シー・アイ・シーでは、まだ残高情報登録は実現していなかったのである。

その後、株シー・アイ・シーは92年6月以降、残高情報の登録・開示を開始し、順次、金融商品・キャッシング、ショッピングとその範囲を拡大させ、充実に努めている。また全国銀行個人信用情報センターも、今年9月から残高情報の登録・提供を開始する見込みとなっており、信用情報機関における残高情報交流実現へ向けての条件が、ようやく整備されることとなってきた。

他方で、ノンバンク問題懇談会中間報告公表以降、個人破産が急増し、大きな社会問題となってき

▶多重債務懇談会の報告書を報じる「月刊 消費者信用」94年2月号の記事。（画像）

報の信用回復措置、⑦本人申告情報や貸付禁止依頼の取扱い等の情報に係る重要項目について検討した。

また、機関の活動内容や開示制度などについて、三者協として一般消費者向けのパンフレット等を作成するとともに、全国各地の消費者センターに対する説明会を毎年各地で開催し、消費者の相談に直接応じる相談員の方々に、信用情報及び機関に対する理解を深めてもらった。

⑶三者協で交流拡大を検討

交流拡大問題の検討は、自己破産者の増加が社会問題になってきた91年11月、大蔵省、通産省の呼びかけで、全銀協、全情連、ＣＩＣの3機関が集められ、多重債務問題の対応について意見を求められたことがきっかけになる。92年2月、大蔵、通産の招集による、全銀協、全金連、クレ産協、信販協、カード協のいわゆる5者協が開かれ、多重債務問題、カウンセリング問題、消費者対策等の検討を促される。この会合は現在も多重債務防止のため、5者（現4者）でポスター等の共同広報を毎年行っている。

また、92年6月に総務庁は、「消費者保護に関する行政監察結果報告書」で、多重債務問題の対応の必要性を関係官庁に要請する。さらに、92年7月の公明党の提言「カード破産防止・消費者信用の健全化に関する提言」でホワイト情報の整備と活用が訴えられる。

これらを受け、通産省は割賦販売審議会クレジット産業部会を開き、93年5月に「利用残高情報の業態を超えた交流が必要」、大蔵省では多重債務問題懇談会で、94年6月に「適正与信の確保には残高情報交流が必要だが、当面は部分交流から始める」という報告を出す（画像）。同時に両省は、指導監督している団体と機関に交流問題の検討を促す。

三者協での具体的検討は、全銀協からＣＲＩＮ開始時の5原則にある「情報の全面交流の原則」について検討すべし、という要請があり始まる。三者協では、94年に「信用情報交流の検討会」を設けることにしたが、拙速をおそれる意見が会員から強くあったため、まず設置のための準備会を95年1月に開く。

準備会では、各機関の会員の意見を聞く会合が必要ということになる。第1回の「信用情報交流に関する意見交換会」（95年5月）では、全銀協から住友銀行、富士銀行、全金連からコーエークレジット、アーク、プロミス、クレ産協からオリエント、スバルクレジット、モデルクレジット、三菱電機クレジットが出席し意見を述べた。

第2回の「意見交換会」では、全銀協から千葉銀行、さくら銀行、富士銀行、全金連から大新クレジット、キャスコ、クレ産協からエムワンカード、ＤＣカード、東武百貨店が出席した。

⑷交流につき食い違う各業界の意見

銀行業界の意見は、「環境が大きく変わり、適切な与信をするためには債務者の状況を知る必要がある。そのため残高の交流が必要。ＣＲＩＮの原則には全面交流がうたわれている。全面交流が到達点であるが、部分交流から始めてもよい。情報の質やプライバシー問題は乗り越えられる」というものだった。

貸金業界の意見は、「残高交流を行うには情報の質が違いすぎる。正確で均質化された情報でなければ交流できない。消費者のプライバシー保護の問題もある。業界ごとの規制の違いもある、われわれは50万円までしか貸せないが、銀行は２００万円まで貸せる。交流拡大をするなら、まずブラックの交流拡大やグレー情報の交流からを考えるべき」と否定的だった。

しかし、貸金業界の本音は、「銀行やクレジット業界の信用情報は、貸金業界のように整備されていない。全件登録ではなく残高情報もない。同じ土俵に乗っていない」というものだった。また、「クレジットは三者契約なので、加盟店から貸金の利用者であることが漏れる可能性がある。貸金の利用者は良い顧客でも他業界から与信拒否されるのではないか。貸金の優良顧客が貸金業界から逃げてしまう」という懸念もあった。「金利と価格面では他業界が有利であり情報が均質化すれば、『まとめ』をされる。残高交流より全情連の情報の一元化が先ではないか」という思いもあった。

クレジット業界の意見は、「基本的には多重債務防止のためには残高情報の交流が必要だが、まず各業界でどのような情報が出せるか議論するべき。情報の質と均質化が条件。照会情報の交流も考える」と消極的だった。

⑸「信用情報交流研究会」の結論

意見交換会を重ねた末、三者協では95年11月に「信用情報交流研究会」を設置する。メンバーは、与信業者を入れずに業界団体と機関だけで議論するため、全銀協、全金連、全情連、JIC、クレ産協、CICの6者とした。

研究会は、96年5月に報告書を出す。内容は、多重債務問題等懇談会の提起した、情報の部分交流については、「直近一定期間における一定数」「新規設定の有無」と「照会時点での一定件数以上の取引の有無」の有用性を検証したうえで、これは多重債務防止には役立たない、とはっきり否定する。

加えて、部分交流は、機関・会員ともに過重な開発費がかかることが予想され、費用対効果を考えると採用できないとした。

また、交流を実施する前提で消費者の理解を得るためには、①同意文言の改正と消費者への説明、②与信拒否の対応など統一された消費者対応の実施が必要である。そして、交流するための前提条件として会員間の公平性確保の措置も必要とした。交流拡大の必要性については、引き続き検討するという玉虫色の結論になる。

つまり、団体と機関の代表からなる「信用情報交流研究会」

温故㉕悩ましい「照会情報」の取扱い

91年頃から各機関で照会情報についての検討が始まる。

CICでは手作業の頃から照会情報は買い回り防止の重要な情報であり、その情報がそのまま成約情報と見なされた。しかし、もともと全件登録の貸金業界では、照会情報（記録）は単なる再問合せのための記録だった。

この情報はいったい何なのか――プライバシー保護に対する社会的要請の高まりにより、機関側も放置できなくなった。

照会情報が信用情報であれば開示の義務があるが、単なる記録なら開示は必要ない。照会情報の登録の同意取得はどうするか、照会情報を交流対象にするか、CRIN利用の照会情報の保持方法は、管理照会の取扱いをどうするか、照会情報の保有期間は、などわからないことばかりだった。

各機関の照会情報の登録と開示等実施時期は次のようになった。

・CIC　85年4月の業務開始より登録・回答（開示は96年から）
・全銀協　92年8月より登録・回答（求めがあれば開示）
・全情連　94年4月より登録・開示（それ以前は単なる記録）

開示の費用は、当初は各機関とも有料でスタートしたがその後無料になり、現在はまた有料（500～1000円）になっている。◈

は、情報の部分交流はハッキリ否定したうえで、交流そのものについては、消費者保護と業界間の公平性確保について述べるだけで、具体的な提案、進展はまったくなかった。この原因は銀行業界以外では、交流促進を求める声が大きくなかったことによる。

8 個人信用情報保護の動き

80年代から90年代にコンピュータが国内のあらゆる産業に普及し、大量の個人情報がネットワークを経由して伝達される時代になった。しかし、個人情報の保護法制はまだなく、信用情報、個人情報を巡る不祥事が次々に発生する。おもなものを記述する。

▒89年12月：香川県警の犯歴データがセントラルファイナンスに流出していることが判明。

▒90年6月：三和銀行と太陽神戸三井銀行の預金者リストが流出。

▒91年12月：朝日生命、東邦生命の保険契約者約1万3000件が流出。売られていた。

▒92年3月：三銀クレジットから提携先の三越の顧客リスト3000～4000人分が流出。

▒93年1月：武富士の顧客情報約2万件が同社員から外部業者に1件100円で売られる。

▒93年1月：横浜銀行から顧客名簿流出。取得者から3億円の要求。

このような状況で社会の批判が高まると、行政は対応に乗り出す。まず、89年6月に通産省情報化対策委員会個人情報保護部会が「民間部門における電子計算機処理に係る個人情報の保護について（指針）」をまとめる。これを受けて89年7月に通産省は通達「民間部門における電子計算機処理に係る個人情報保護について」と通産大臣告示「電子計算機処理に係る個人情報の保護のための措置等についての登録簿に関する規則」を公表する。

機関に関しては、大蔵省は92年6月の「ノンバンク問題懇談会」中間報告で、通産省は93年5月の「割賦販売審議会・クレジット産業部会」中間報告で個人信用情報の保護の必要性が強調され、両省は機関に対し指導を行う。

クレ産協では90年12月に「販売信用取引における電子計算機処理に係る個人情報保護のためのガイドライン」を策定し、通産省の登録簿に登録する。さらに91年9月に「開示業務マニュアル作成の指針」、91年11月に「安全対策基準作成の指針」、92年3月に「法令等の規程による情報提供の際の留意事項」、93年5月に「個人情報保護ガイドラインに基づく社内規定モデル」、94年度に「個人情報取扱主任者制度」の実施などの対策を実行する。

銀行業界は、金融情報システムセンター（FISC）の個人情報保護ガイドラインに沿って社内規則を整備する。

貸金業界は、全金連のガイドラインと全情連の倫理綱領により各社が社内規則を整備した。

各機関は、それぞれの業界の考え方に沿った運営ルールを策定していたが、機関として平仄を合わせる必要のある、保有期間、消費者開示、同意文言などについては、三者協での検討結果を参考に規則を改訂した。

個人情報保護については、質、量ともに急速に拡大しつつある信用情報及び機関の法的規制を先行すべきという意見が強かったが、国や自治体の個人情報、そして企業、団体の個人情報の流出なども大きな社会問題になったことと、OECD勧告やプライバシー保護研究会報告への対応等もあり、より包括的な個人情報保護を優先し、信用情報についての個別法規制は見合わせることになる。

約10年後の２００３年に個人情報保護法ができるまでは、業界の自主規制と機関の運営規則等により個人信用情報保護の対応をすることになる。

9　量から質へ、初期与信から途上与信へ

90年代前半は、バブル崩壊後の極端な不景気と消費の後退により、クレジットやローンは縮小期に入る。しかし、貸金業界だけは、80年代後半の冬の季節を乗り切り、銀行や信販等が窓口を狭くしたこともあり、一人勝ちの様相になる。

社会的には、「カード破産」と呼ばれる若者等の破産者増加により、クレジット業界等に厳しい批判が浴びせられる。

通産省は、総合割賦規制で銀行系カード業界を割販法の世界に取り込んだこともあり、多重債務問題に積極的に対応する。具体的な自主規制の検討は業界団体のクレ産協に指示し、残高情報など信用情報についてはＣＩＣに実施させる。95年には「通達」を出して、クレ産協とＣＩＣとの協定締結などの明示的な関係をつくらせ、クレ産協を通じて機関を指導していく体制をつくる。

ＣＩＣは、独自に開発した画期的な信用情報システム「クレジットファイル」普及に全力を傾注するが、業界のコンセンサスを得られず、情報整備に後れを取る。クレジット業界は業界内の競争のため、途上与信に必要なＣＩＣの情報システムを先送りにさせたため、業界として量から質への情報整備が遅れる。

銀行業界は、リテール進出に失敗し、さらにバブルの後始末でローン等の業績が下がり続けるが、起死回生策としてＣＲＩＮによるホワイト情報の交流を実現しようとする。全銀協センターの情報の質と量を拡充し、交流に備えるため照会情報や残高情報の登録を行い、他の業界の機関と同等の情報を揃えようと努力する。しかし、貸金業界やクレジット業界は銀行業界の思惑を感知し、交流は進まない。

貸金業界は、情報に関する有利な周辺状況を変更することなく事業を伸ばしていく。そのため業界にとってメリットの薄い情報交流拡大よりも、他業界に比べて遅れている全情連の信用情報システムの統一化に邁進する。

全情連のシステムと連動し、信用情報を活用して初期、途上与信の効率化精緻化を行った大手貸金業界は、順調に残高と利益を拡大する（第６章終わり）。◈

リテール金融のイノベーション

貸金業における自律的市場の創設に向けて

杉浦宣彦・大槻奈那・伊藤亜紀・浅見　淳［著］

四六判・184頁
定価（本体2,000円＋税）

改正貸金業法完全施行から約3年
いまあらためて貸金市場のあるべき姿を問う

◆改正貸金業法による上限金利の引下げ、総量規制の導入の影響を検証し、自律的な市場創設の必要性を、学者、アナリスト、弁護士等がそれぞれの視点で検証。
◆規制によらず、情報の非対称性の解消、競争促進等を図り、市場メカニズムによって、金利の高止まりや過剰与信を防止できる「自律的な市場」の創設を提言。
◆「自律的な市場創設」のための条件として、個人信用情報の整備・拡充とその高度活用の必要性を指摘。
◆銀行が個人向け貸出業務を行ううえでの限界を解明。
◆個人信用情報の高度利用の可能性を法的側面から分析。

一般社団法人
金融財政事情研究会
お申込先➡株式会社きんざい
〒160-8520 東京都新宿区南元町19
電話(03)3358-2891㈹
FAX(03)3358-0037

判例で学ぶ

よっちゃんのクレジット法務講話

第45回

弁護士からの破産手続の明記がない「債務整理の通知」が黙示の支払停止の表示とされた事例

支払いを延滞している債務者が弁護士に委任して、債務整理の通知をしてくることはよくある。文字通り、その後、弁護士を交え、任意整理手続に入ることもあれば、しばらくして、破産手続開始の申立てがなされることもある。貸金業法では、弁護士介入通知後の債務者への交渉は禁じられており、クレジット契約においても、以降の督促行為を停止している。個人債務者の場合、債務整理には、破産手続を予定するものがほとんどであるが、なかには一部債権者の債務のみの整理を企図するものがある。まれにではあるが、諸事情により、何らかの形で通知後に弁済を受けることがある。しかし、その後、破産手続開始の申立てに至った場合、その間の弁済が破産管財人により、否認され、弁済として受領した額の返還請求を受けることがある。

弁護士介入後も支払いを継続

新釜　先日、代理人弁護士から債務整理の受任通知を受けたので、該当のクレジットカード債権につき、通知・催告、連絡等を行わないよう手続しました。ところがその後、本人からカード利用代金が現金封筒で送金されてきたのです。

津森　どうしてなんだい。

新釜　消費者金融等に負債があり、弁護士に債務整理を依頼したところだが、当社のカードは仕事上、出張や仕入れなどで使いたいので、きちんと支払っていき、会員資格を失わせたくないのでよろしくお願いしますとのメモが入っていました。

津森　債務整理の受任通知があると、通常は支払停止として扱うし、そうなれば、期限の利益の当然喪失事由に該当し、退会扱いとなって、カードは使用できなくなる。この後、破産手続に入ると過払金の可能性があるときなど破産管財人が選任されるケースが一割前後ある。そう

なると、破産管財人から、債務整理通知の受領後のカード代金の支払いを否認され、返還請求される可能性が高い。

新釜　本人が自発的に支払っても、否認されるのですか。でも、破産手続を利用せず、任意整理したり、個人民事再生を利用したりすることもありますよね。そうなれば否認権行使の問題は生じないのではないですか。

由丸　そうだね。債務整理通知後に、全員が破産手続に入ることは、経験上ないからね。定型的な債務整理の通知では、事後的にどのような整理手法をとるのか、債務整理の方針や全債務総額など債務の具体的内容の記載がないことが多いので、そのような申し出があると、判断に悩むことになるね。今回の事案は、共済組合からの給与天引きという形の支払いであり、貸金業法の適用がない取引事案であるが、裁判所の否認権行使の前提となる「債務整理通知」と「支払の停止」の解釈に関する判断が参考になる。

破産管財人から弁済否認の訴訟

Aは、平成5年7月から都職員として勤務する者であり、Yは、都職員などを組合員とする共済組合であり、組合員貸付けを行っていた。Aは、平成19年1月23日Yから150万円を借り受け、以後、Aの毎月の給料及び賞与から、給与控除の方法により弁済していた。Aは、平成20年頃、負債が増加して弁済に窮し、平成21年1月18日、弁護士法人E事務所に対し、債務整理を委任した。

E事務所は、同年1月18日頃、Yを含むAの債権者らに対し、債務整理開始通知を送付し、Aの債務整理の任にあたる旨通知した。債務整理開始通知には、「債務者や家族、保証人への連絡や取立て行為は中止願います」と記載されていたが、債務の具体的内容や債務整理の方針については記載されていなかった。その後、Aは、同年2月初旬、Yに対し、債務整理を弁護士に委任した旨連絡し、給与控除の方法による弁済の停止を求めたが、Yは、同年2月から同年7月までの間、Aから、給与控除の方法により合計17万円の弁済を受けた。Aは、東京地方裁判所に自己破産の申立てをし、同年8月5日破産手続を開始する旨の決定を受け、Yは同月7日破産手続開始通知書を受領した。

破産管財人に就任したXは、Yに対し、上記弁済が破産法162条1項1号イに該当するとして否認権を行使し、17万円及びこれに対する受領した後の平成21年7月16日から支払い済みまで民法所定の年5分の割合による利息の支払いを求めた。

通知が「支払の停止」にあたるかが争点

破産法15条2項は、「債務者が支払を停止したときは、支払不能にあるものと推定する」と定めており、「支払不能」は、破産原因（同15条1項）となっている。破産者が支払不能になった後にした行為は否認の対象となる（同162条1項1号イ）と定められているので、「債務整理開始の通知」が「支払の停止」の表示に該当すれば、Yが通知受領後に給与天引きにより受領した17万円は破産管財人に返還しなければならない。

判例では、「支払の停止」とは、「債務者が資力欠乏のため弁済期の到来した債務について、一般的かつ継続的に弁済をすることができないと考えてその旨を明示的又は黙示的に外部に表示する行為をいう」（最高裁昭和60年2月14日判決・判例時報1149号159頁）とされており、裁判では、E事務所がAの債権者に発送した「債務整理開始の通知」が「支払の停

止」の通知に該当するかが争点になった。

一審と二審で判断が分かれる

第一審では、①Aは、債務の弁済に窮して、自己破産の申立てを弁護士事務所に委任したこと、②E事務所が、Yを含むAの債権者らに対し、Aから債務整理を受任した旨を記載した債務整理開始通知を送付したこと、③Aは、Yに対し、給与控除の方法による弁済の停止を求めたことが認められ、④通常、債務者が債務整理を弁護士事務所に委任する場合には、債務の弁済に窮している状況にあること、⑤債務整理開始通知にはAの債権者に対して取立て行為の中止を求める旨記載されていることを理由に、債務整理開始通知をもって「黙示的の支払の停止」と判断し、破産管財人Xの否認権を認めた。

この判決に対し控訴したYは、上記④の通常、債務者が債務整理を弁護士事務所に委任する場合には、債務の弁済に窮している状況にあることを、黙示の支払の停止の一つの根拠としていることに対し、㋐通知内容に破産手続を採るような内容が記載されていないことに加え、㋑債務整理の通知であっても、任意整理や民事再生手続が採られる場合も多く、必ずしも弁済能力が欠如した支払不能状態であるとは限らないこと、㋒債務整理開始通知発送後に、貸金業者に対して過払金返還請求権が発生することがあり、その有無及び請求し得る金額如何で債務状況が変わってくるので、弁護士が受任通知を出す段階では、支払不能か否かの判断を下すことができない場合も多いなどと反論した。

また、Yは、㋓「弁護士が債務整理を受任した場合には、貸金業者に対しては、貸金業法21条1項9号の取立禁止の遵守を促すために取立て行為の中止を求めるのが通常であり、上記記載は正にその趣旨の記載であり、必ずしも貸金業者でない他の債権者に対する要請ではない」とも主張した。

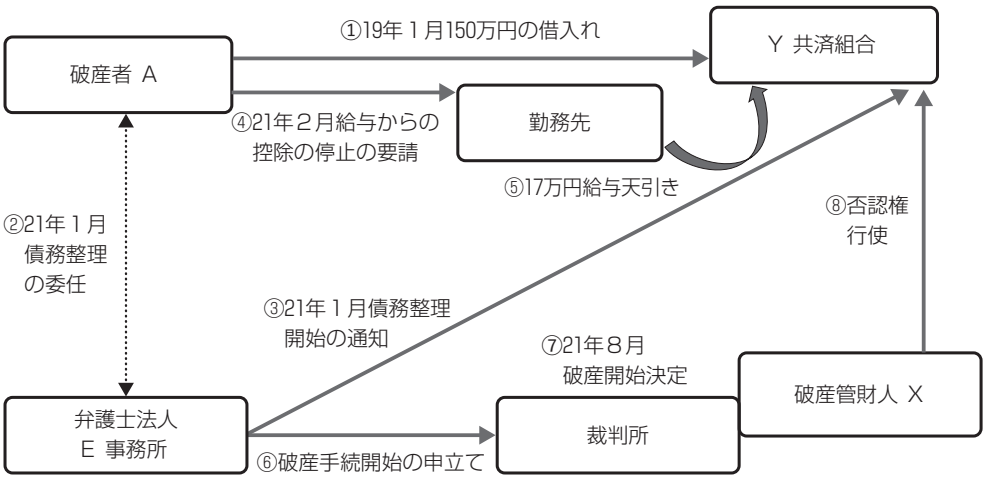
これに対し、二審裁判所（原審）は、ⓐAはE事務所に対し、勤務先には自己破産の申立てを知られないようにしたいと伝えていたが、弁護士のアドバイスを受けてYに電話をかけ、担当者に給与からの天引き停止の了承を求めた旨の記載があるが、電話を受けたYの担当者の報告書には、近日中に民事再生の予定であり、給与控除は停止してもらえるかというものであったとされていることから、Aの主張が矛盾ともいえる内容になっていること、ⓑYに送付された債務整理開始通知には破産申立てをする旨の記載はないこと、Ⓒ同通知がされてから破産者の破産手続開始通知書が送付されるまでには6カ月以上の間隔があること等の事実が認められることに照らすと、Yの担当者に自己破産の手続を弁護士に依頼したと伝えて天引き停止の了承を求めた旨の主張は採用できない。またⓓ債務整理開始通知には、「債務者や家族、保証人への連絡や取立て行為は中止願います」と記載されているが、債務の具体的内容や債務整理の方針については記載されていないことから、本件債務整理開始通知は、その記載内容に照らすと、弁護士が破産申立てを受任した旨の記載はなく、債務の具体的内容や債務整理の方針の記載もないもので、弁護士が債務整理を受任したことを示すにとどまるから、これをもって債務者が資力欠乏のため弁済期の到来した債務について、一般的かつ継続的に弁済をすることができないと考えてその旨を明示的又は黙示的に外部に表示する行為ということはできないとして、Yの控訴請求を認めた。

これに対し、Xが上告した。

最高裁は個人の場合に支払停止を認める

最高裁は、今月の判示事項のとおりの判断を示し、弁護士らが債権者一般に対して本件通知を送付した行為は、破産法162条1項1号イ及び3項にいう「支払の停止」にあたると判断し、Yの控訴判決を破棄し、Xの否認権の行使を認めた。

［図表］　事案の概要（最高裁平成24年10月19日判決）



今月の裁判要旨

個人である債務者が、自らの債務の支払の猶予又は減免等についての事務である債務整理を、法律事務の専門家である弁護士らに委任した旨の記載がされており、当該弁護士らが、債権者一般に宛てて債務者等への連絡及び取立て行為の中止を求めるなどその債務につき統一的かつ公平な弁済を図ろうとしている旨をうかがわせる記載がされていた場合において、債務者が単なる給与所得者であり広く事業を営む者ではないという本件の事情を考慮すると、上記各記載のある本件通知には、自己破産を予定している旨が示されていなくても、債務者が支払能力を欠くために一般的かつ継続的に債務の支払をすることができないことが、少なくとも黙示的に外部に表示されているとみるのが相当である。

（最高裁平成24年10月19日判決　金法1962号60頁）

破産手続における否認権とは

破産手続開始決定がなされる直前の時期に、特定の債権者が債権の回収を行ったり、債務者が手元に資金を残すために自己の財産を廉価で処分したりするなどすると、破産手続開始決定段階で破産財団が形成できないおそれが生じる。これを許すと、破産法の目的である関係者の利害調整や債務者の財産の公平な清算を図る（破産法1条）ことができなくなる。そこで、一定の要件の下で、破産手続開始前に行われた行為の効力を否定して流出した財産を回復させ、債権者間の平等を実現するために「否認権」の制度が設けられている。

否認権には「詐害行為否認」と「偏頗行為否認」がある。前者は、債務者が債権者全体に対して責任財産を減少させる行為（詐害行為）を否認することをいう。後者は、債権者間の平等を害するような行為（偏頗行為）を否認することをいう。今回の事案は、特定の債権者に対して弁済が行われたことで、他の破産債権者との間で不平等が生じており、偏頗行為として破産管財人が否認権を行使したものである。

偏頗行為として否認できるのは、①破産者が支払不能又は破産手続開始申立の後に、②既存債務について担保の供与又は債務の弁済を行った場合、③破産債権者が支払不能又は破産手続申立を知っていたとき（破産法162条1項1号）になる。

今回の事案では、③の要件の

該当性が問題になったが、債務整理通知には、自己破産を予定している旨が示されていなくても、債務者が単なる給与所得者である個人であり、「統一的かつ公平な弁済を図ろうとしている旨をうかがわせる記載がされていた場合」、すなわち、破産手続によることが予想される場合には、「債務者が支払能力を欠くために一般的かつ継続的に債務の支払をすることができないこと」（支払不能）が、「少なくとも黙示的に」外部に表示されていると裁判所は判断したのである。

記載内容が異なる場合や法人の場合に留意を

新釜　本件は、貸金業法の適用がない共済組合が債権者で、給与天引きでの弁済という大変特殊な事案ですね。

津森　共済組合が主張しているように、債務整理する旨と本人等への催告など取立ての中止要請だけで、債務の内容や整理の時期などが明確でなく、いつ、どのような整理手法をとるのかが不明な通知が散見されますね。

新釜　過払金が存在しており、法的整理には至らず、一部弁済を受けることさえ、ありますからね。

由丸　本事案は、消費者金融業者等に対して多額の債務を負担している個人や零細事業者については、債務整理通知に、破産手続を行うことが明記されていなくても、支払停止として扱い、通知後の弁済を否認して、本人に返還すべしということだ。

新釜　そうすると、債務整理の通知があると、すべて支払停止の表明であるとして扱わないといけませんね。

由丸　いやそうではない。最高裁は、「その債務につき統一的かつ公平な弁済を図ろうとしている旨をうかがわせる記載がされていた場合」において「単なる給与所得者」であるときに、支払停止の通知文書と見るべきであるとしているだけだ。したがって、通知文の内容を確認し、自己破産等の申立予定との記載があるか、記載内容から自己破産が予想されるか判断し、よくわからないときや通知から時間が経過しても方針の明示がなければ、通知人の弁護士に債務整理方針を確認する必要があるね。

津森　債務者等には連絡することは禁止されますが、弁護士にはとくに制限がありませんからね。

由丸　そうだ。とくに、法人が債務者の場合は、信用失墜、取引停止を回避するため、弁済計画がなされることが一般的だ。最高裁判決での須藤最高裁判事の補足意見にあるように、法人の場合は、通知を直ちに「支払の停止」と扱うと、かえって再建の芽を摘んでしまいかねないことに注意が必要だね。

新釜　ところで、債務整理通知を受ける前から、債務名義に基づいて債権に対する強制執行をしていて、通知受領後に取立権に基づき引渡しを受けるような場合でも、否認の対象になりますか。

由丸　執行行為により弁済がなされた場合でも他の破産債権者が弁済を受けられなくなるというデメリットが生じるので、破産法１６５条は執行行為の否認を規定している。ただし、同１６６条の規定により、破産手続開始の申立ての日から1年以上前にした執行行為には、適用されないので否認されない。債務整理の通知前後の強制執行の場合は、事後的に破産手続になると否認権を行使される可能性は高いと考えられる。なお、担保権の実行は、別除権として保護されているので、否認権の対象にはならない。◈

三井住友カード
「かぞくのおさいふ」

家族をつなぐ新しいプラットフォームで、家計の共有と家族の見守りを可能に

ブランドプリペイドカードは、使いすぎが心配でクレジットカードの利用に不安を抱く人、あるいはクレジットカードに入会できる年齢に達していない若年層などでもキャッシュレスが体験できる決済サービスとして、幅広い人々に支持されている。だが、従来のプリペイドカードは一人ひとりが異なるアカウントをもち、入金（チャージ）や利用明細の管理も、個々のカードホルダーがそれぞれ行うものだった。その常識を覆し、斬新なキャシュレス決済エクスペリエンスを提供しようと、新たなコンセプトのブランドプリペイドカードが登場した。三井住友カードが3月16日にリリースした「かぞくのおさいふ」がそれだ。「家族をつなぐ新しいプラットフォームになってほしい」という思いを込めた新商品の開発過程を追った。

新たなキャッシュレス決済エクスペリエンスの第3弾

三井住友カードは2020年3月16日、家庭内でのお金のやりとりもキャッシュレス化できる、まったく新しいコンセプトの決済サービス「かぞくのおさいふ」をリリースした。

マーケティング本部商品企画開発部プリペイド開発グループ部長代理の渡邊真司氏はいう。

「SMBCグループは、18年5月に『キャッシュレス決済戦略』を発表し、事業者と利用者双方の顧客の目線でサービスのレベルアップを図るとともに、日本のキャッシュレス決済進展の阻害要因の解決を目指しています。加盟店向けには次世代決済プラットフォームの「stera」やデータ分析支援サービスの「Custella」などを推進。そして、利用者向けには、実際にキャッシュレスをご利用されるお客様に、いままでとは違う『安心・安全』『便利』『お得』を実感していただくために、新たなキャッシュレス決済エクスペリエンスを提供してまいりました。新デザインカードの採用、Vpassアプリのリニューアルに続く『かぞくのおさいふ』は、その第3弾と位置づけられる新商品です。クレジットカードとプリペイドカードの長所を組み合わせ、家計を管理しやすくし、さらに家庭内のさまざまなお金のやりとりのなかで、キャッシュレス化できる領域を拡大するのが狙いです」。

共通のおさいふと個別のおさいふが連携

この「かぞくのおさいふ」は、「共通のおさいふ」と「個別のおさいふ」の二つに分かれている。

共通のおさいふは家計管理者用で本会員と家族会員それぞれ1枚ずつ、合計2枚のプリペイドカードで残高を共有するも

の。カードを利用すると、両者に利用通知メールが届く。

たとえば、共通のおさいふを夫婦共有のプリペイドカード口座として活用すれば、妻がプリペイドカードを使えば夫にも、夫が使えば妻にも通知が届き、利用明細や残高を共有しながら、夫婦が一緒になって家計管理をすることができる。

もう一つの個別のおさいふは、家計管理者以外の家族用だ。入金された残高の範囲内で利用できる家族会員のプリペイドカードが紐付いている。

たとえば、子供のお小遣い用や仕送り用のプリペイドカード口座といった割当てができるように、個別のおさいふは、最大九つまで。6歳以上の小学生から申し込むことができる。

個別のおさいふの利用者は子供だけでなく、老親も想定できる。老親への仕送りをプリペイドカードへのチャージで行うことが可能だ。

家族の間の資金の流れもキャッシュレス化

共通のおさいふの残高は、個別のおさいふへのつけ替えができるし、個別のおさいふから共通のおさいふへと残高を移動することも可能で、双方向でお金を移せる（図表）。本会員は共有のおさいふと個別のおさいふにチャージができる。共通のおさいふを使っている家族会員も、共通のおさいふにチャージが可能。そのほかの家族会員はそれぞれ、自分のもっている個別のおさいふにチャージできる。

クレジットカードを持っている本会員と家族会員はクレジットカードでチャージができるし、本会員は共通のおさいふと個別のおさいふにクレジットカードによるオートチャージを設定できる。チャージはこのほか、インターネットバンキング、クレジットカード、セブン銀行ＡＴＭ、ローソン店頭でも可能である。

個別のおさいふ用のプリペイドカードを利用すると、共通のおさいふを使っている本会員に利用通知メールが届く。利用明細は「かぞくのおさいふ」専用のウェブサービス「マイページ」で確認できるが、三井住友カードが発行するクレジットカードを保有していれば、クレジットカード会員向けのＶｐａｓｓアプリでも見ることができる。このほか、家計簿アプリのマネーツリーの利用者であれば、三井住友カードや「かぞくのおさいふ」の利用履歴データを連携できるので、そちらで確認することも可能だ。

このように文字で表現しようとするとやや複雑な商品設計に感じるかもしれないが、チャージや残高の移動、利用明細の確認はウェブやアプリで操作できるので、ユーザーインターフェースはシンプルだ。シンプルながら、それぞれの家族のニーズに合わせて、あらゆる用途に対応できる柔軟性を有している。

「かぞくのおさいふ」を使えば、家族間のお金のやりとりのキャッシュレス化と家計の見える化が図れるというわけだ。

家族の家計管理の課題を1万人アンケートで調査

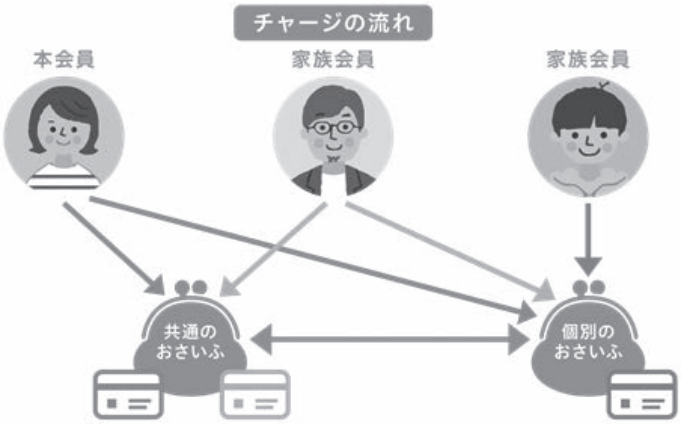
「クレジットカードの申込みは18歳以上から。クレジットカードでキャッシュレスを普及しようと思うと、クレジットカードの保有年齢という大きな壁にぶつかってしまいます。個人ではなく家族という単位で見ることで、新たなヒントが見出せるのではないかと考え、18年夏に20歳から69歳までの1万人を対象としたアンケートを実施。世帯の家計管理や子供や親への問題意識を調査しました。そして、このアンケート結果が『かぞくのおさいふ』の開発のきっかけとなりました」（渡邊氏）。

世帯の問題意識で上位を占めたのは、「貯蓄ができていない」「支出の適正額」「預貯金との分別管理手順」といった貯蓄に関するニーズ。

子供に対しては、「正しいお金の使い方」や「何に使ったのかをチェック、把握したい」といった金融教育や状況把握に関するニーズ。老親に対しては「だまされていないか」「使いすぎの防止」といった心配解消のためのニーズが上位を占めたという。

「クレジットカードで家族カード利用分もまとめて支払えるように、プリペイドカードを本会員と家族会員をセットにした家族単位で残高を共有できるようにすれば、アンケートで浮かび上がった課題が解決できるのではないかと考えました。プリペイドカードであれば、チャージした残高の範囲内でのご利用になるので、使いすぎの心配がありません。クレジットカードを持てない年齢の子供でも、プリペイドカードであれば家族会員として持っていただくことができます」（渡邊氏）。

［図表］　共通のおさいふと個別のおさいふとの間の残高移動のイメージ



複数のアカウントを紐付けるシステムを開発

三井住友カードは、「かぞくのおさいふ」に先立って、19年9月、審査不要で6歳以上（小学生以上）から持てる発行手数料無料のＶｉｓａのタッチ決済機能付きプリペイドカード「Ｖｉｓａプリペ」をリリースした。

「かぞくのおさいふ」のシステムは、このＶｉｓａプリペのシステムをベースにしている。

だが、複数のプリペイドカードで残高を共有するのはたやすい作業ではない。

システム統括部部長代理の河村和宏氏は、こういう。

「そもそもプリペイドカードは利用者一人につき一つのアカウントを設定し、個々のアカウントで残高を管理するシステムになっています。アカウント間で残高をつけ替えることはまったく想定していません。ですから、家族のみんなが使っているプリペイドカードのアカウントを紐付け、一体で管理するようにするには、システムの大改修が必要でした。しかも、たとえば、親が共通のおさいふから子供の個別のおさいふに残高を移動する場合、すぐに子供がキャッシュレス決済できないと困る場合もありますから、リアルタイムで移動額を残高に反映しなければなりません。家族に安心・安全を提供するための商品です。システム部門としては、確実に処理ができるように、念には念を入れてしっかりと作り込まなければいけませんでした」。

渡邊氏も、「システム部門にはとにかく無理を聞いてもらった」と、システム部門への感謝することしきりである。

実は、商品企画の初めから、共通のおさいふと個別のおさいふというアイディアが固まっていたわけではない。

「『かぞくのおさいふ』の商品設計をする段階で、共通のおさいふだけ、あるいは個別のおさいふだけのシンプルな設計でよいのではという意見も出ました。しかし、お申込みされたご家族それぞれのニーズに応じた使い方を想定し、それを実現できるようにするには、二つの性格の違うおさいふをセットにして、利用状況の共有の仕方やチャージの仕方にバリエーションを増やしたほうがよいという結論に至ったのです」（渡邊氏）。

このほか、個別のおさいふにもオートチャージ機能を付けることができることは前述したが、たとえば高校生の子供が持つ家族カードにはオートチャージ機能を付けるが、小学生の子供の家族カードにはつけないという選択も可能。

この柔軟性が「かぞくのおさいふ」の持ち味なのだが、商品設計が進むにつれて、システム要件がどんどん増えていったことは想像に難くない。

Vpassアプリはクレジットカード会員専用に

また、「かぞくのおさいふ」とクレジットカード会員向けアプリ「Vpassアプリ」との関係をどう整理するかも大きな議論を呼んだという。

選択肢は二つ。

Vpassアプリをクレジットカード会員に限定するか。それとも、「かぞくのおさいふ」だけを利用するプリペイドカード専用会員にも開放するかである。

「Vpassアプリを『かぞくのおさいふ』専用の会員も使えるようにするには、既存のVpassアプリにプリペイドカード用の機能を加え、プリペイドのシステムとの連携を確保しなければなりません。建物にたとえると、クレジットカード専用の1階建てのままにするか、クレジットカードとプリペイドカードの2階建てにするかの選択です。結局、クレジットカード会員専用Vpassの世界観を大切にすべきであるとか、機能を増やして複雑にしてしまうとアプリのUIがわかりにくくなるということで、1階建てにする形でリリースしました」（渡邊氏）。

そこで、「かぞくのおさいふ」専用のウェブサイトとして「マイページ」を構築。共有のおさいふの家計管理者が、家族会員にチャージしたり、残高照会、利用明細照会などの家族管理が行える機能をもたせることとしたわけだ。

14種類の券面デザインを用意

最後にカードデザインについてご紹介しよう。

「かぞくのおさいふ」というネーミングにちなみ、おさいふをモチーフにデザインした。

券面は2種類。

がまぐち財布のらっきょう玉（留め金）をモチーフにした「スマイルデザイン」と、お財布のチャックをポップに描いた「チャックデザイン」だ（画像）。クレジットカードの新デザイン同様、クレジットカード番号等は裏面に印字されている。

特筆すべきはカラーバリエーションである。

共通のおさいふで2枚、個別のおさいふには最大で9枚と、かぞくのおさいふには最大で合計11枚のプリペイドカードが紐付く格好になる。

そこで、スマイルデザインとチャックデザインのそれぞれに、レッド、ブラック、グリーン、イエロー、ネイビー、パープル、ピンクの七つのカラーバリエーションを用意した。カラーバリエーションを加えると、券面デザインの選択肢は、14種類に広がるので、家族内でプリペイドカードのデザインが被ら

ないように選ぶことができるのだ。

家族みんなで好きなデザインと色を選べるから、だれがどれにするとか、家族の会話も弾むだろう。

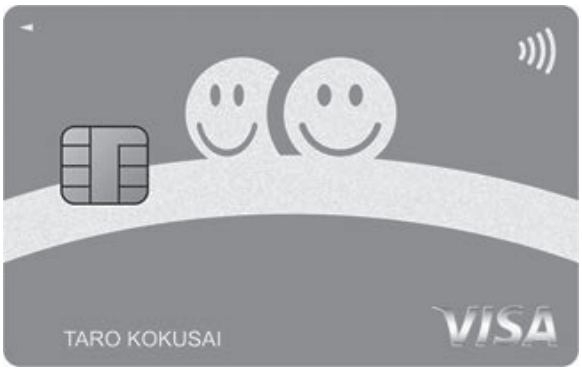
「券面のデザインの選定にあたっては、モニターの方に実際のカードを見て選んでいただく会場調査を行いました。モニターは当社のクレジットカードを持っているか、持っていないかにかかわらず、子供がいる方約200名。高校生のお子様同伴でご参加いただいた方もいらっしゃいます。デザイン案のラインアップは7種類。それぞれのデザインのコンセプトがあっているかなど、さまざまな角度からアンケートを実施しました。先入観を与えてはいけないということで、社名は伏せて行いました」（渡邊氏）。

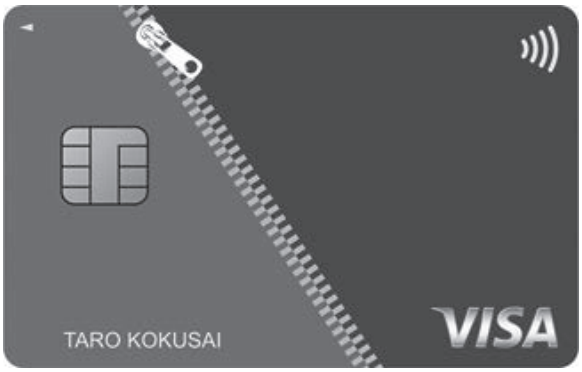
「かぞくのおさいふ」のキャッチコピーは、「家族みんなが持てるVisaプリペイドカードで家計の共有と家族の見守りを」。

家族のおさいふは家族内のキャッシュレス化だけでなく、家計簿やお小遣い帳のペーパーレス化も後押しすることになるだろう。

家族の家計管理が大きく様変わりするかもしれない。

（ジャーナリスト　稲毛ゆか）





▶二つのデザインとカードの裏面。（画像）

practical 金融法務 債権法改正 第2版
［著］三井住友銀行　総務部法務室
［編著］長島・大野・常松法律事務所 弁護士 井上　聡
長島・大野・常松法律事務所 弁護士 松尾博憲
A5判・536頁・定価（本体5,300円＋税）
令和2年4月施行 金融実務の新たなデファクトスタンダード 待望の第2版刊行!
●初版刊行から2年。施行に対応した最新実務を盛り込みアップデート。
●保証債務、債権譲渡、定型約款、消費貸借の章を中心に大幅改訂・増頁。
●施行に対応した契約書・チェックシートをさらに充実。詳細な索引も初掲載。
●金融機関で実際に利用されている契約書の条項をどう変えるべきか、実務と理論の両面から徹底解説。
●債権法改正の理解を助ける編著者コメント・ケーススタディ・コラムを掲載。
●金融実務と立法経緯を知り尽くした弁護士＋メガバンク法務担当者が執筆。
●債権法改正に対応する金融機関担当者、弁護士にとって有益な待望の1冊!
一般社団法人 金融財政事情研究会　お申込先➡株式会社 きんざい　〒160-8520 東京都新宿区南元町19 電話(03)3358-2891(直) FAX(03)3358-0037

リテール金融戦線 異変あり

その5

公立学校臨時休業要請がもたらす影響

信金中央金庫
信用金庫部
上席審議役 佐々木 城夕

2月27日の第15回新型コロナウイルス感染症対策本部の議論を踏まえた3月2日から春休みまでの公立学校への臨時休業要請は、社会に大きな驚きをもって受け止められました。安倍総理からの要請時には、入学式・卒業式などを実施する際の万全の対策、行政機関・民間企業での休暇の取りやすい環境整備、子供をもつ保護者への配慮にも言及されています。今回は、これらがリテール金融機関市場にもたらす影響について、ごく簡単に考察させていただきます。

直接の影響を受けた労働者数は？

5年に一度の公表のため、現時点でも最新のデータとなる2017年版の就業構造基本調査では、「夫婦のいる世帯のうち共働きの割合」が、全都道府県で前回調査を上回りました。最上位の福井県から最下位の奈良県までの全国平均は48・8％となり（図表1）、5年前に比べ、3・4％ポイント上昇しています。こうした上昇傾向は、現在まで継続していることが見込まれますので、20年4月現在では、過半に達していることでしょう。

今回、政府側が要請対象としたのは、小・中・高等学校と特別支援学校です。18年の国民生活基礎調査では、「18歳未満の児童のいる核家族世帯」は、一人親の約76万1000世帯を含む938万5000世帯に及んでいます。

休業に伴う在宅負担が相対的に重いと思われる小学生を念頭に置き、0歳から17歳までの18年のうちの6年間としてこの世帯数を3等分すると、約312万8000世帯となります。その約半数が共働きしていると仮定すれば、パート・アルバイトなどの短時間労働を含め、子供を世話しながら、小学校への通学中などに就労している労働者は、約156万4000人となります。今般の休業要請は、小学生の親だけでも、少なくともこのくらいの人数に何らかの影響を与えたことが見込まれます。

3月25日には、小池都知事より、感染爆発懸念の高まりを背景に、都民への平日の可能な限りの自宅仕事・夜間の外出の抑制・週末の不要不急の外出抑制が要請されました。さらに、都立大学の新学期を5月の連休明けからとすることに言及するとともに、他の大学にも効果のある対策を要請しました。

翌26日には、大野埼玉県知事より県民に対して週末の東京都への不要不急の外出の抑制が要請され、千葉県もこれに続く動きを示すなど、影響の長期化が懸念されます。

休業に伴う負担とニーズ

こうした共働き核家族世帯にとっては、突然の学校休業に伴って、家庭での子供の世話に追われることになります。近隣に住む父母や義父母などに世話を依頼するなかで、引き受けた側には、〝孫疲れ〟の事象も見られているようです。また、遠隔地に住む親族に子供を預ける形の〝疎開〟を実施する向きも認められます。

前者の場合には、自宅までの交通費や子供に与える軽食などに充当するために、父母や義父母に小遣いを渡すことが一般的なようです。後者の場合には、遠隔地への交通費に加え、食費分も渡すことが平均的なようです。いずれも、相応の負担となります。

これらの手段が選択できる世帯ばかりではなく、毎日は依頼できない世帯も相当数に及びます。そうした世帯では、養育と仕事の両立のために世話の一部を他者に委ねたり、休業に伴う学業の遅れを教育産業の活用によって補ったりするニーズが生じます。こうした外部委託手段も多岐にわたり、費用にも相応の幅が認められます（図表2）。

別の視点では、自宅にこもることに伴う新たなニーズも生まれます（図表3）。感染症対策だけでなく、花粉症の発症時期とも重なっていることから、空気清浄機関係の販売が伸びているようです。

また、3月9日には、文部科学省より自治体向けQ&Aが公表されました。内容には、「子供の健康維持のため屋外で適度な運動や散歩をしたりすることを妨げるものではない／感染リスクを極力減らしながら適切な行動を取ることが重要」等があげられています。それを受けて、各自治体から休業中の散歩などに関する指針が公表されました。

そんななかにあっても、感染防止のため、子供を極力自宅に留め置く家庭も見られます。親

［図表1］　都道府県ごとの共働き世帯の割合（抜粋）

順位	都道府県	割合（%）
1	福井県	60.0
33	東京都	49.1
47	奈良県	42.0
全国平均		48.8

出典：総務省

［図表2］　子供の世話の外部委託先（例示／順不同）

分類	内訳	1時間当たり料金単価
保育	親族など	（移動時の交通費等）
	シッター	1,500～3,400円程度
学習	家庭教師	2,500～8,000円程度
	オンライン通信教育	1,600～8,000円程度
	学習塾	2,500～8,000円

［図表3］　子供にまつわる巣ごもりニーズ（例示／順不同）

内訳	価格
空気清浄機／空気清浄機付きエアコン	3～30万円
自宅用トレーニング器具	1～20万円
テレワーク・オンライン通信教育用パソコン・タブレット	5～30万円

側の運動不足とも相まって、自宅用の運動器具もよく売れているようです。

テレワークが選択可能な勤務先や業種の場合には、子供の世話との両立を図るべく、それを希望する動きが当然に見られます。その際の条件に、一定の仕様・性能をもつパソコンなどの調達や、指定のセキュリティソフトをインストールすることをあげている企業なども珍しくありません。このため、教育産業からのオンラインサービス利用と合わせて、情報・通信機器を購入する動きも見られています。

音楽教室などの事業者も自主的に休講などの対応

今般の学校休業については、音楽・スポーツ教室など、いわゆる習い事を展開する事業者側に、感染防止のための自粛の動きが見られています。

たとえば大手音楽教室であるヤマハも、3月中のレッスンの休止と発表会の中止を決定・通知しています。また、総じてユース組織が充実しているサッカースクールも、日本サッカー協会から2月27日から3月15日までのイベント等に関する自粛のアナウンスがなされたため、ほとんどがスクールを休講させています。

こうした際には、月謝などは返金せず、再開後の月謝に充当する扱いが平均的なようです。新年度を迎えるなかで、新規募集を最も熱心に行う時期に重なったため、最悪の場合、そのまま閉鎖する事業者も出てくることでしょう。

そんな一方で、教育産業側の対応はまちまちです。大手学習塾の間でも、一定の休講期間を設定し、講義の代わりにオンライン配信を行う、検温・マスク着用・アルコール除菌を徹底させて予定通りのカリキュラムを進める、などの違いが見られます。また、中小を含む個別学習塾には、休業を商機とにらんで積極的に子供を預かろうとする動きも見られます（画像）。

家計の収支バランスはどう変化するか

18年の国立・私立中学への進学実績（人数）は、全体の約8・2％に達しています。この数値には、1999年の改正学校教育法の施行によって生まれた公立中高一貫校が含まれていないため、それを加えれば、1割を超えることでしょう。こうした中学受験ブームは加熱化する一方で、19年の1都3県の受験率は、約16％に達するというデータも見られます。

休業は、そんな概況下で実施されましたので、親側に「学業に遅れが生じかねない」「自主性に委ねられた分だけ学力差がついて志望校がさらに難化しかねない」等の不安や心配がもたらされます。当初はシッターだけの依頼であったところ、こうした不安等に引きずられる形で、家庭教師に変更する動きも少なくないようです。

子供を小学校に送り出してから子供が帰宅する頃までにあたる「午前10時くらいから午後2時くらいまで」の時間帯にパートやアルバイト勤務する主婦は珍しくありません。たとえば時給1000円で1日4時間・週5日の条件で4週間勤務すれば収入は8万円となり、1年を通じて52週勤務すれば、収入は104万円となります。所得税法上の配偶者控除の上限金額が年収103万円ですので、このくらいの条件で働いている方は少なくないでしょう。

上記の条件で、休業に伴って午前中または午後だけ子供を預かってもらったり、1日おきに預かってもらったりすれば、収入は半減しますが、政府が実施する所得補償は1日単位です。言い換えれば、たとえ1時間で

も出勤すれば補償の対象外となってしまうため、前者の早帰りではなく、後者の出勤日自体を選択する希望者が増えることでしょう。

その一方で、パートやアルバイト勤務者比率の高い飲食店や小売業などでは、今般の新型コロナウイルス感染症拡大によって、時短営業や従業員の絞り込みなどを行っているところも珍しくありません。自治体や勤務先などから不要不急の外出を控えるよう要請・指示がなされるなかで、売上不振に陥っている飲食店なども少なくありません。このため、たとえ所得補償が受給できても、感染拡大前と同様の金額が収入として受け取れる職場ばかりとはならないことが見込まれます。

3月2日から第3週の3連休前の19日までの平日は、14日ありました。仮に「税込み1時間4400円の個別塾に2時間」の形で、1日おきに通わせた場合の費用は、6万1600円になります。所得税法上の配偶者控除の上限金額である年収103万円を12等分すると約8万6000円となり、3週目までとして4分の3を乗じれば、約6万4000円となります。結果として上記の通塾費用とほぼ同額となることからも、大きな金銭的負担となります。

▶子供の有無を問わずマンション全戸にまかれたチラシ。（画像）

金融機関はどう対応すべきか

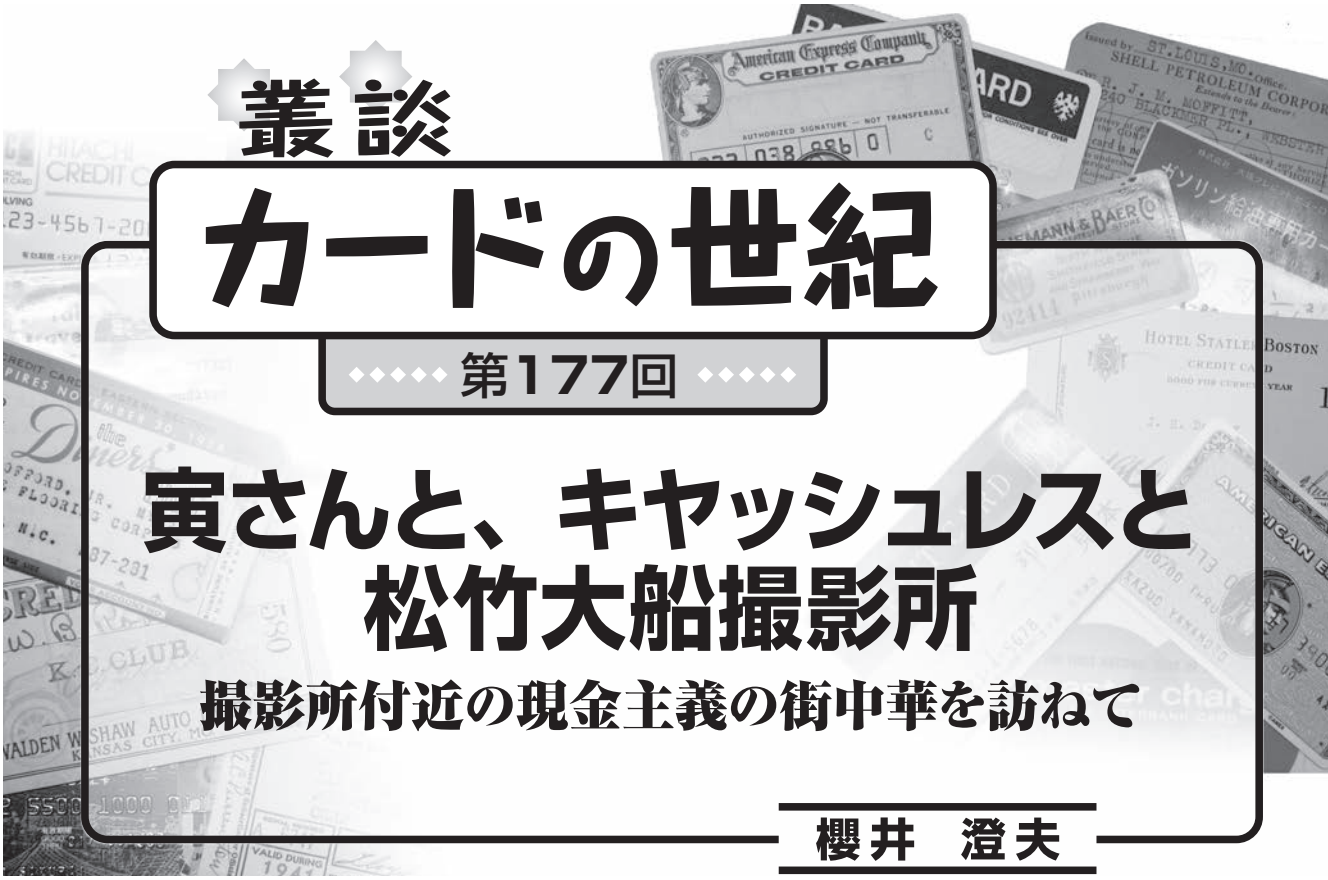
一般的なパートやアルバイトの給与は、月末締め翌月該当日払いとなるため、勤務を減らした場合の減収が本格化するのは、4月以降となります。翌月以降の収入や所得補償の受給金額に不透明な部分が残るなかでも、教育産業は先払いであるため、預金を払い戻してこうした支払いに充てられる動きがもたらされることでしょう。

そのうえで、相応のローン利用も見込まれます。日本政策金融公庫の教育一般貸付けの対象は、義務教育期間を終えた中学校卒業以上としており、義務教育年齢までの児童については、一律に対象外としています。その一方で、プロパー教育ローンでは、①資金使途に通塾費用を含めた商品を取り扱っている金融機関と、②取り扱っていない金融機関が見られます。

したがって、渉外やテラーにこれらの概況を必要十分に理解させたうえで、子連れでの来店者や渉外活動での個人宅訪問時などに先んじて声をかけさせることが有効です。前者①の金融機関では、通塾にも対応していることのアピールを行えます。後者②の金融機関では、図表3で示した巣ごもりのニーズなどにも言及しながら、フリーローンを紹介することが一案となるでしょう。

なお、通信販売の決済手段は、大多数をクレジットカードが占めています。したがって、これらに合わせてカードの推奨を図ることも有効です。

※本稿は3月26日時点の事実に沿って記述しています。



叢談 カードの世紀

第177回

寅さんと、キャッシュレスと松竹大船撮影所

撮影所付近の現金主義の街中華を訪ねて

櫻井　澄夫

大船近くに引っ越す

20代の中頃から、海外勤務数回の十数年を除けば、東急東横線の妙蓮寺駅のそば（神奈川区）に住み、横浜市民として暮らしてきた。もともとは東京出身（豊島区）だから、横浜市との縁は、大学の下級生の時に東急沿線にあった校舎に通った程度だった。

だが、社会人になってからは、ずっと横浜市民だった。子供時代は祖父、父、私と三代にわたる「江戸っ子」といって威張っていた私だったが、横浜では「三代」などといわないから、息子は「浜っ子」としてこの世に姿を現した。

その私が、昨年、事情があって横浜市の北の方から、市の一番南の栄区に引っ越すことになった。どうも好きな横浜から離れられないようだ。

新居のすぐ南隣は鎌倉市の大船だ。丘の上で眺めがいいので、家の窓越しの南の方角の下の方に、大船の街が見える。その向こうの山も鎌倉市に属し、それを越えれば鎌倉の中心の旧市街や由比ガ浜の海岸だ。

このあたりに住んだことはないとはいっても、鎌倉や江の島はよちよち歩きの頃から来ているし、学生時代のデートで、あるいは独身時代、東京から親友と週末に車を走らせて、鎌倉の海浜でよっぴて話し込んだりしたものだが、その親友は10年近く前に急病でこの世を去った。母は鎌倉の隣の逗子に長く住んだので、やはりその家に行くことも多かった。

加盟店開拓に精を出した横浜支店時代の思い出

さて、そんな私の新居の周辺事情だが、やはり家の近くの様子は気になる。暇があると、地元関連の本を読んだり、街歩きをしたり、結構真面目に探索と

学習を始めた。

私は横浜市の依頼で、『横浜の町名』（初版1982年。横浜市市民局刊）という横浜の町名すべての解説本を一人で書いたことがあるし、いまは横浜地名研究会という会の会長をしているから、普通の人より市内の様子はかなり知っているつもりだが、横浜といっても広く、市内をくまなく歩いているとはいえなかった。だが、行くのと住むのでは大違いだ。住めば発見もある。

私は日本での勤務はほとんど東京の本社（千代田区、港区）であったが、数少ない国内の地方勤務を経験したのは、1年少々の横浜支店での加盟店契約業務であった。74年から75年のことである。神奈川県全域、静岡県の東半分、そして東京の町田市が担当地区だった。

その頃どんな店がカードの加盟店であったかというと、たとえば横浜の中華街では、結婚式をやるような大きな中華料理店の2～3店がクレジットカードを受けていたが、聘珍楼（へいちんろう）のような、いまでは東京や香港にまで進出している大規模な有名店でもカードが使えず、私はこの店との加盟店契約を当時の社長と店の2階で行った記憶がある。

いまでは隔世の感があり、多くの店でカードが使用できる。横浜市内では、カードの受け入れが進んだのは、百貨店を別にすれば、元町の商店街だった。伊勢佐木町などは、あまりカードという雰囲気はなく、みなとみらいなどは存在もしていなかった。元町には元町SS会という商店組織があり、横浜銀行元町支店などが積極的にカード加盟店契約を推進していた。

私は横浜市内だけではなく、県内や静岡県の百貨店や大型店、商店街、専門店などを対象に毎日加盟店契約に歩いた。地方都市の商店街やショッピングセンターでの加盟店説明会にもずいぶん出席した。箱根の旅館も電車や車で訪問した。

その後、アメリカ大陸や、中国の各地で同じような営業活動をしたが、その際に若い時の経験が役に立った。だんだんと面の皮が厚くなり、多数を前にしてもあがるということがなくなった。

ダイエーの閉店で振り返るクレジットカードの歴史

昨年の2月、横浜駅西口のスーパーのダイエーが46年余りの歴史を閉じ、閉店の少し前に店頭に閉店の通知が掲示された（写真1）。私はここで長く顧客として買い物もしたが、カード業界関係者として、この掲示を前にして立ち、しばし特別の感慨に浸った。

▶閉店したダイエー横浜西口店（写真1）

なぜなら、私が知る限り、横浜駅近くのスーパーマーケットで、初めて食料品の購入にカードを使えるようにしたのは、この店だったはずだ。それまでも一般の商品の購入にはカードが使えても、生鮮食品売場などではカードが使えなかった。

つまり、ダイエーの発展や閉店は、一つの時代を牽引し、流通業界を代表した店の栄枯盛衰の話でもあろうが、これをペイメントカードや消費者信用の歴史や業務の変せんとして紐解き、評価し、記録しておくべきであると考える。こうした件にも、「消費者信用」業務にとっては、それなりの独自の見方があるということを、あえて申し

上げておきたい。

この業務は、ダイエーに限らないが、カードの導入の決断、準備や作業、手動のインプリンターと紙の無効番号通知、簡易端末機、ＰＯＳとの接続などなど、多年にわたる多くの人々の努力によって、さまざまな検討が図られ、現在に至ったのだ。

いまやわが国における「支払い」では、サインなし、つまりサインレスが当たり前になっているが、もともと世界的にはペイメントカードには署名が不可欠だったから、１９９０年にＪＣＢカードと西友（セゾンカードと西武カスタマーズカード）が、サインなしの支払いを導入した際には、国際的な基準にならないと、他の銀行系カード会社が反対したものである。だが、結果的には、他店や他の業種へもサインレスが広まり、いまでは全国的に当たり前のものになった。

こういった日本ならではの「サインレス」の決済方法の導入が、電子マネーやモバイル決済における「サインなし方式」受容へと、連綿と続いているのはもちろんである。どういう過程を経て、わが国において「キャッシュレス」が進展していったかは、現状の理解のためにも、将来を考えるためにも、関連業務関係者は最低限の事項として正確に知っておくべきだろう。

このように、私は横浜や神奈川県を仕事場としてのみではなく、住民・消費者としてもこの地域のカード事情を40年以上眺めてきたといえるだろう。眺めてきたというより、観察あるいは凝視してきたというべきか。同じような現象や発展は、全国各地で行われてきたはずだ。

キャッシュオンリーの老舗の街中華（まちちゅうか）

このように引越し先に対する関心が増加していったある日、何気なくテレビを見ていたら、大船付近の街の様子が紹介されていた。そのなかに、ここにかつてあった松竹の映画撮影所に関するものがあった。37（昭和12）年に開設された松竹の撮影所は、日本のハリウッドを目指していたとかで、３万坪の広大な敷地の周辺には６万坪の住宅用地が開発され、有名な俳優にもここに移り住む人がいた。

そのテレビ番組では、フーテンの寅さんの渥美清がいきつけだった「でぶそば」という中華料理屋を紹介していたが、私がとくに気になったのは、テレビ画面に映った「当店はキャッシュレスの取扱いはいたしません。現金のみの取扱い。Cash Only」という店のガラス戸の張り紙だった（写真２）。

まあ珍しい掲示とまではいわないが、このところ「キャッシュレス」は話題だし、私はこれまでもこの連載でもカードが使えない場所について書いてきたので、ここまではっきり現金だけと書いてあるのは商売柄、気になる。私はしばしその場面で目を止めた。そこで早速、近所だからのぞきに行くことにした。店内には渥美清の色紙が飾られており、私は行きがかり上、渥美さんがよく注文したという「寅さんセット」というものを注文した。

この店に関しては、森田郷平・大嶺俊順編の『思い出55話・松竹大船撮影所』（集英社新書）にかなり詳しく書かれている。写真を見てもわかるように、この店は庶民的な、いわゆる街中華（まちちゅうか）の素朴な店だ。当時の店で撮影所近辺でいまでも残っているのは、この店とそば屋の浅野屋だ。浅野屋の店のなかには、かつての撮影所の全景の絵がかかっていて、この店と撮影所との因縁を感じさせる。

大船撮影所と周辺の飲食店

この撮影所は2000年に閉鎖されるまで、64年間、関東地方における松竹の最大の撮影所であり、関東大震災以後、東京の蒲田から移転した。

松竹といえば小津安二郎、木下恵介、渋谷実、成瀬巳喜男、山田洋次などの監督、俳優では、田中絹代、原節子、高峰秀子、岸恵子、高峰三枝子、佐野周二、佐分利信、上原謙、佐田啓二、笠智衆など多数が所属して映画の制作にあたった。佐野は関口宏の父、上原は加山雄三の父だ。

小津監督、原節子主演の、「晩春」「麦秋」「東京物語」などのいわゆる「紀子」3部作や、山田洋次監督、渥美清主演の「男はつらいよ」48本などはおもにここのセットで撮影された。

こういった映画を実際に見ると、撮影所内だけでなく、多くの映画がこの付近で撮影されたことがわかる。見慣れた景色が画面に登場する。

私とこの撮影所との縁もないことはない。私はJCBの82年のカードデザイン変更の際のテレビコマーシャルの撮影の担当だったのだが、その撮影を大船の撮影所で行ったので、ついでに柴又帝釈天の寅さんの店のセットを見学させてもらった。このセットは現在、柴又にある寅さん記念館に移築されている。先日、柴又に行く機会があったので、数十年ぶりにこのセットを見ることができた。

松竹時代には、各監督やスタッフ、俳優などが撮影所付近のだいたい決まった店をひいきにしており、小津安二郎は「月ヶ瀬」、木下恵介は「松尾食堂」、渋谷実は松尾から「ミカサ」という風にして、勢力範囲があり、なかには店のなかに下宿しているような人もいたという。この三軒はいずれも現存しない。ただし、「ミカサ」の建物は現存する

よく知られている話は、木下恵介も愛用していた「月ヶ瀬」の娘が、佐田啓二と結婚したことだろう。ご存じの方もあろうが、その二人の間に生まれた子が、俳優の中井貴一さんと中井貴恵さんだ。中井貴一さんは、長くDCカードのテレビCMに出ておられる。

大船撮影場周辺地のいま

しかし、「でぶそば」も「浅野屋」もクレジットカードを受けていない。こういった店では「キャッシュレス化」に期待するものは、いまのところないのだろう。

「でぶそば」は、ご主人の話

▶現金決済のみを伝える張り紙。（写真2）

▶往時の大船撮影場と飲食店の様子がうかがえる本。（写真3）

◀砂押川の川岸の桜並木。（写真4）

3）。

今年の4月初めの桜の季節に、大船の撮影所のあった場所の周辺を実際に歩いてみた。撮影所が開設された頃に植えられた桜並木の老木が、とくに砂押川の川岸にまだかなり残っており、きれいな花弁を開いていた。撮影所の周囲に100本の桜が植えられたという（写真4）。しかし、時節柄、花見に来た人の姿はほとんど見かけなかった。

3万坪の松竹の撮影所の跡地は、スーパー、ショッピングセンター、女子大などになり、わずかにバスの停留所や交差点の名前、通りの名前に「松竹」の名をとどめている。

大船撮影所近辺に眠る名監督たち

話は変わるが、私は最近JCBの退職者の会の発行する新聞に「JCB掃苔録」という、歴代の社長や役員などの物故者のお墓を訪れる「掃苔録」を書いているが、JCBの第三代目の社長である朝長正軌さんのお墓は近くの鎌倉霊園にあり、私の家からも遠くない。鎌倉霊園にはノーベル賞をもらった川端康成さんや、私が就職する時に推薦状を書いてくれたI教授のお墓、小説家の山本周五郎さんのお墓などもここにある。

小津安二郎さんや木下恵介さんのお墓は、大船の隣の北鎌倉の円覚寺にある。ご存じの方もあろうが、突然大衆の前から半世紀ほど姿を隠し、95歳で鬼籍に入られたといわれる原節子さんは鎌倉での居所はわかっていたが、墓地は明らかでないという。

撮影所は跡形もないが、撮影所を舞台に活躍した人たちや、その残したものは、消え去るどころか国の内外で評価を高めている。

変わりつつある大船のキャッシュレス事情

最後に大船駅前の肉屋さんの店頭で見かけた表示の写真を掲載して、キャッシュレスの店もあれば、この4月からカードを受け付ける店もあることをご紹介しておこう（写真5）。

また、大船地区では、PayPayなどの勢いも店によっては見られる（写真6）。

こういった動きが「キャッシュレス化」の大きな成果であるのかどうかは私は知らない。

横浜では知られた野毛の飲食店街や、昔からの食品市場である横浜橋市場、洪福寺市場、大船の大きな市場や魚屋さんには、カード類を受けず、キャッシュレスなどどこ吹く風と思わせるような店がまだまだ多数あることを知っている身には、何ともいえないからだ。

私はいつも野菜を近くの農園

で買う。ここでも支払いは現金のみだ。大衆を相手にした政策や施策は、大手スーパーやデパ地下、コンビニなどばかりに目を向けて行うのは間違いであり、そういった網にはかからない販売形態や生活者が横浜のような大都市にも多数あったり、いたりすることを認識しないといけないだろう。キャッシュレス化の政策は中小企業の振興にも配慮したものだそうだが、消費者から見るとポイント還元の対象にならないような「中小企業」はそこら中に存在している。東京に次ぐ人口第二の街、横浜での状況もこのようなものなのだ。

▶4月からキャッシュレスを始めた店も。（写真5）

昔の名作映画でも観てみませんか

松竹の撮影所、松竹映画、小津安二郎さん、原節子さんなどに関する書籍はそれこそおびただしい数に達するが、貴田庄さんの小津監督の食に関する書籍の一部の名をあげてご参考に供したい。映画に興味がある人には、小津さんの映画での「食」の取扱いや、小津さんの食への関心やこだわりを知ることができるだろう。東京の食に関するテレビや雑誌の特集では、○○の一つ覚えのように、池波正太郎が食通として頻繁に紹介されるが、小津安二郎がもっと使われてもいいだろうと思う。

▶キャッシュレスはQRコード決済のみの店。（写真6）

松竹の監督では物知りの山本嘉次郎なども食に関する著作があるし、高峰秀子にもある。

昔の松竹の映画なども、ネット経由でかなり見ることができる。この時期、家庭で古い映画を観て、関連の本を読む、などという時間があってもいいのではないか。小津さんの監督した映画もいいが、「二十四の瞳」「喜びも悲しみも幾年月」など、木下恵介監督の映画もなかなかいい。「二十四の瞳」には、主人公の女の先生（高峰秀子）が月賦で自転車を買う話が出てくる。戦前の話だが、瀬戸内海の島の小学校の先生が、通勤用の自転車を月賦で買えたのかなど、新たな関心がわいてくるなど、「クレジット」にまつわる「発見」もある。

私はこの原稿を書くため、という目的もあったが、1カ月で30本ほどの映画を見て、40冊ほどの映画関係の本を読んでしまった。それもこれも、テレビでたまたま見かけた、一枚の「キャッシュレス」お断りの張り紙の影響なのだ。

貴田庄さんの小津安二郎さんの食に関する本

『小津安二郎　東京グルメ案内』（朝日文庫）

『小津安二郎の食卓』（ちくま文庫）

『小津安二郎　美食三昧　関東編』（朝日文庫）

『小津安二郎　美食案内　関西編』（朝日文庫）◈

アジア金融・決済見聞録

第35回

2020年度の日本の少額決済を考える②

富士通　流通ビジネス本部
流通フィナンシャルビジネス統括部
シニアマネージャー　**安留　義孝**

欧米主要国や豪ではコンタクトレスが主役

前月号のQRコード決済に続き、今回はコンタクトレス決済（タッチ決済）を中心に2020年度の少額決済を考えてみたい。

正直にいうと、Visa、マスターカードなどの国際カードブランドが発行するコンタクトレス決済（NFCタイプA／B）（以下、NFCコンタクトレス決済）だが、延期が決まったものの、東京オリンピック・パラリンピックを前にして、ようやく少額決済の本命が本気を出してきたという印象である。私感ではあるが、「Visaのタッチ決済」のCMの露出は日々増加している。

最近では新型コロナウイルス感染症（CDVID－19）の影響もあり、自宅でテレビを見る機会が増えたこともあるが、1日に数回「Visaのタッチ決済」のCMを目にする。また、加盟店も増加している。すでに大手コンビニ、大手GMS、大手ファストフードでも導入されていることから、周辺エリアでのNFCコンタクトレス決済の利用可能な店舗の拡大も期待できる。また、最近では新規にクレジットカード、デビットカードを作成する際には、右上に電波のようなマークが付いたカードが送られてくる。これがNFCコンタクトレス決済を利用できるカードである。日本ではすでにSuica（スイカ）、PASMO（パスモ）などの電子マネーが普及し、コンタクトレスカードでの決済の操作性、そして利便性は経験済みである。そのため、銀行口座、クレジットカード保有率が高い日本では、ほとんどの方がNFCコンタクトレス決済カードを保有でき、利用できる店舗の増加とともに、一気に普及する可能性は高い。

欧米豪の主要国の多くは、すでに少額決済はNFCコンタクトレス決済が主役である。イギリスでは12年のロンドンオリンピック・パラリンピックを契機として、オリンピック会場、会場付近の小売店から徐々にロンドン市内、イギリス全域へと普及したといわれており、日本も21年はNFCコンタクトレス決済元年となると予想する。

また、オーストラリアでは、CM等で「Tap & Go（タップアンドゴー）」と簡単にカードもしくはスマホをかざすだけで決済ができる利便性を訴求し、普及を後押しした。100豪ドル（約8000円）まではPIN入力なしで買い物ができるため、日常生活を送るうえでは十分である。また利用店舗も、2大スーパーであるWoolsorths（ウールワース）、Cooles（コールス）が率先して導入したことで、近隣の店舗でも利用できる店舗が増加した。この点は日本でもすでに大手GMS、大手コンビニでNFCコンタクトレス決済を導入しているため、同様の波及効果が期待できる。

NFCコンタクトレス決済の強みは、日本だけではなく、海外の加盟店でも利用できることである。先般、ロンドンに出張した際には、NFCコンタクトレスカード1枚あれば生活ができ、両替の必要はなかった。ロンドンがキャッシュレス決済の進展する都市であり、レストラン、雑貨屋でもカード決済が可能なこともあるが、市内の主要移動手段であるメトロ、ロンドン観光名物である2階建てバスでも、NFCコンタクトレス決済カードで乗車が可能であ

る。

ロンドンではOystercard（オイスターカード）という日本のスイカ、パスモに相当するＩＣ乗車券があるが、それさえも購入する必要はない。これはOpenLoop（オープンループ）という仕組みであり、オイスターカードなどの専用カードだけではなく、一般的なクレジットカードなどの非接触決済サービスも乗車券として利用可能となっている。私が利用したものだけでも、バンクーバーのTransLinks（トランスリンクス、写真）、シンガポールのＬＴＡ（エルティーエー）、クアラルンプールのＫＬＩＡ（ケー・エル・アイ・エー：クアラルンプール空港直通鉄道）と世界各地で採用されている。その他、ミラノ、モスクワ、ニューヨーク、高雄でも採用されているらしい。この利便性を体験した者としておすすめするが、ぜひ海外旅行・出張の際には、ＮＦＣコンタクトレス決済カードを入手のうえ出かけていただきたい。

▶バンクーバーのTransLinksの改札。（写真）

東南アジアは決済手段の特性に合わせ適材適所

東南アジアに目を向けると、オープンループが採用されているシンガポール、マレーシアではＮＦＣコンタクトレス決済が利用できる店舗は多い。とくにシンガポールの少額決済は、ＮＦＣコンタクトレス決済とＱＲコード決済の役割分担ができているように感じる。シンガポールは日本よりもはるかにキャッシュレス決済が進展するが、その流れに取り残された初期投資の負担、そして決済手数料の支払いが厳しいホーカー（屋台街）などの小規模店舗において、ＱＲコード決済が普及し始めている。すでに３大銀行であるＤＢＳ、ＯＣＢＣ、ＵＯＢがそれぞれPayLah!（ペイラ）、Pay Anyone（ペイエニワン）、UOB Mighty（ユーオービーマイティ）、そしてライドシェアのGrab（グラブ）もGrab Pay（グラブペイ）というＱＲコード決済を展開している。

やみくもに加盟店を開拓し、ＮＦＣコンタクトレス決済とＱＲコード決済のカニバリゼーションを起こすのではなく、特性に応じた適材適所の展開をしている。小規模店舗であれば、比較的に来店客も少なく、ＱＲコード決済の多少時間のかかる操作性であっても、レジ待ちの行列をつくる可能性は低い。そして、ホーカーでは現金に比べ、はるかに衛生面でメリットがある。

日本の少額決済のキャッシュレス化に目を向けると、交通系電子マネーのスイカ、パスモ、及び大手小売が発行する電子マネーが中心であったが、19年に大規模キャンペーンとともに、ＱＲコード決済が参入した。日本の電子マネーはＩＣチップにFelica（フェリカ）を採用しており、ＮＦＣコンタクトレス決済カードとはＩＣチップの仕様が異なるため、ロンドンなどで採用されているオープンループの仕組みは技術的には難しいかもしれない。

ただし、世界に目を向けると、ＮＦＣコンタクトレス決済が少額決済の主流であることは間違いない。東京オリンピック・パラリンピック、さらには25年の大阪万博などのイベントを含めたインバウンド対応に注力するのであれば、ＮＦＣコンタクトレス決済の対応は不可欠である。欧州主要国、カナダ、オーストラリア、ニュージーランドからの訪日客はＱＲコード決済の体験はないだろう。

最後に、キャッシュレス決済とは多少話がそれるが、日本では海外主要都市と比べ、東京、大阪の主要都市でさえも、外貨両替所が少ない。少額決済領域でのインバウンド対応としては、キャッシュレス決済対応の加盟店を増やすことも重要だが、まずは外貨両替所不足を解消すべきと欧州、東南アジアの街を歩くたびに感じる。◈

決済革命の夜明け前

第71回

DXのすゝめ

加藤　総

ご意見をお寄せください
kato@encourage.jp

「非接触」が促進するデジタルサービスの導入

「初の試みで緊張します」。

出演者の自宅からオンエアされたラジオ放送だ。周りに反応してくれる人がいないため、話の調子をつかみづらいという。ただ、リスナーの顔を思い浮かべながら話すというだけあって、違和感はない。これまでも、リスナーが何をしながら聴いていて、話題や発した言葉をどう感じるか、想像力を働かせながら、楽しませる工夫を重ねてきたのだろう。

このところ、DX推進室といった部署名をよく見かける。DXはDigital Transformationの略だ。スペルにXは出てこないが、英語圏では接頭辞であるexやtransをXと表記することが多いそうだ。

経産省によるDXの定義は「企業がビジネス環境の激しい変化に対応し、データとデジタル技術を活用して、顧客や社会のニーズをもとに、製品やサービス、ビジネスモデルを変革するとともに、業務そのものや、組織、プロセス、企業文化・風土を変革し、競争上の優位性を確立すること」である。消費者基点で企業が自己変革するのは当然だが、企業文化や風土にまで言及している点に、現状への強い危機感が読み取れる。

人同士の物理的な接触を避けるため、ウェブ会議が急増した。時間効率が良いうえ、会議室の確保が不要で、調整の手間が減った。一方、あらためて不要な会議の多さに気づいた人もいよう。ウェブ会議でかみ合わないとき、会議の目的の定義や共有されていないことが多いと感じる。無駄な会議をする会社は、提供商品にも供給プロセスにもきっと無駄がある。

SaaS（サース）でテイクアウトサービスを提供する会社の社長と、外食チェーン役員と話す機会があった。物理的な接触機会の低減に加え、新たな商流も期待できるサービスだと提案する。

役員は重要性を理解しながらも、以前に導入したデリバリーサービスの事例から課題をあげる。ひとたび注文を受けると、品切れはご法度だ。ある食材が在庫切れを起こしそうになると、この食材を用いた複数の商品を注文できなくする必要がある。商品点数が多いと、この対応業務が重い。

社長の主張は続く。今後はEC感覚での注文が増える。ECやデリバリーサービスでは、消費者が注文した商品を事業者が届ける。テイクアウトサービスでは、消費者が注文した商品を消費者が取りに行く。EC感覚と表現したが、商流はECそのものであり、消費者目線では受領方法の違いだけだ。モノもサービスもスマホで検索・注文する消費行動はもう始まっているし、新型コロナの影響でこれが当たり前となる。今後は、デジタル商流に合わせて店舗運営を再構築してはどうか。

役員は理解しながらも、思い切った方向転換には経営陣の世代交代が必要かもしれないと話す。他社に先駆けてDXの取組みを重ねており、デジタルが苦手だという主張ではない。むしろ、競争優位性を確立するためには、現経営陣もあえて聖域とせず、断固社内変革すべきだという、経営者としての矜持を述べられたと感じた。

結局、複数のサース型サービスに関して活用方法を検討してもらうこととなった。これらが導入されるとなれば、UXの観点で電子決済も導入したほうが便利との判

断になろう。今後はこのように、主役としてではなく、脇役としてのキャッシュレス化事例が増えるのではないだろうか。

DX推進で求められる洞察力・想像力・思いやり

第2次産業革命により大量生産が始まると、肉体労働の需要が低減した。明治初期に書かれた「学問のすゝめ」では、これを予期するかのように、冒頭で次のような啓蒙がなされている。人は生まれながら平等だが、実際には収入や地位に差がある。その差は、学ぶかどうかで決まる。学ばないと、低収入の肉体労働しかできない。学ぶことで難しい仕事に就くこともできるようになり、結果、収入や地位を得ることにつながる。

難しい仕事の具体例には医者、学者、経営者などがあげられる。高度な専門知識も求められるが、原文で「心を用い、心配する仕事」とあるように、知識以外の能力・資質も求められるはずだ。

医者を例にすると、目に見える症状から身体のなかで起こっていることを見抜く洞察力は必須だ。また、患者の年齢や体質、性格の違いから、発言内容は同じでも、その真意がどこにあるか想像する力も求められよう。加えて、何よりも、患者への思いやりなくしてはなし得ない仕事だ。

令和期は第4次産業革命と重なる。AIが実用化されると、AIで代用できる労働の需要は低減する。DX推進者も、AIにはない何かが求められる。創造性も必要とされるが、全員はもたなくてもよい。欠かせないのは、明治期のときと同様、洞察力、想像力、思いやりではないかと思う。

商品企画において、想定顧客に対する洞察力や想像力が必要な点に異論はないだろう。また、デジタル商流基点で商品を提供するには、供給プロセスの見直しも必要となる。このとき、異なる専門領域をもつ企業や人と協業する機会が増える。専門領域が異なると、言葉の定義や物事の考え方が違い、一見会話が成立していても相互の解釈が違うことが多々ある。洞察、想像しながら各領域と接しないと、後からのトラブルや取引先の離脱につながりかねない。

思いやりが不可欠と聞くと、違和感を覚えるかもしれない。思いやりとは相手の気持に心を配ることだ。相手の気持をくんだうえでのポジティブな働きかけともいえる。人は命令しても動かないことがある。できない場合も、やろうとしない場合もある。人に動いてほしいときは、命令ではなく、動きたくなるようにポジティブな働きかけをするほうがよい。

ポジティブな働きかけを、職務的に、自分の感情をコントロールして行うことを感情労働という。看護師、ウエイター、苦情相談員の業務はこれにあたる。職場においても、以前から感情労働は求められてきた。コントロールとは、感情の誘発・抑制のルール化だ。面談時のルールやパワハラ規定もこれにあたる。

こんな話がある。リモートワークが始まり、上司に些細なことが聞けなくなったという。過去に簡単な質問をして不機嫌な態度をされたそうだ。上司に自覚はないため、勘違いかもしれないが、見えない壁は存在する。些細なことも誤りであれば、いつか問題に発展することになる。ましてや顔が見えない間、冒頭のラジオ出演者のように担当者の顔を思い浮かべ、努めて快活でオープンな姿勢を見せなければならない。こういった感情労働は、今後より広範なシーンで求められるだろう。そして、これはAIにはできないことだ。

DX推進者は、ポジティブな働きかけをだれに行うべきか。顧客、従業者、取引先などステークホルダーのすべてにだろう。先述のとおり、異なる領域間の結合の際はいろいろと何かが起こる。職人同士が感情的にぶつかることもある。このとき、DX推進者がみずからの求心力で両者を動かすことができるかで、事業の成否を分かつことになるかもしれない。

こう書くと、思いやりとは人を動かす手段のように捉えられるかもしれない。事業を成功に導くという観点ではあながち間違いとは言い切れないが、だれも、裏表がある人と長くつき合いたいと思わないのではないかと思う。

「学問のすゝめ」最終編の人望論で、才智を使い、正直であることで、人望は少しずつ積み上がるとある。明治初期と比べて科学技術は飛躍的に進歩したが、これを用いる人間のほうはあまり変わっていないのではないだろうか。◈

JCAニュース

一般社団法人 日本クレジット協会 tel 03・5643・0011(代)

第66回理事会を書面開催

日本クレジット協会（JCA）は、第66回理事会を書面開催し、３月31日に決議された。審議事項は以下の５点でいずれも承認された。

1.新規入会会員について
2.新中期業務運営方針について
3.令和２年度事業計画案及び収支予算案について
4.事務局運営規則等の一部改正について
5.第12回定時総会の開催について
6.各委員会の委員の変更について

承認された審議事項２の新中期業務運営方針（2020～22年度）の重点推進事項としては「環境変化を踏まえた、安全・安心なクレジットカード利用環境の整備」を掲げ、具体的には「①改正割賦販売法・政省令等への適切な対応（割賦販売法・政省令に係る業界意見のとりまとめなど）」「②セキュリティ対策の推進（カード情報保護対策の推進など）」「③広報啓発・教育の推進（キャッシュレスを踏まえたクレジット教育の推進など）」に取り組むこととしている。

「2019年 市場規模（年次統計）」を公表

３月31日、クレジット関連統計「2019年市場規模（年次統計）」を取りまとめ、公表した。

19年のクレジットカードショッピング信用供与額は73兆4,311億円で、前年比10.1％増、信用供与残高（12月末時点）は13兆5,801億円で、同9.4％増となった。

一方、ショッピングクレジット信用供与額は９兆7,365億円で、前年比0.4％増、信用供与残高（12月末時点）は18兆3,187億円で、同7.2%増となった。

都道府県別や性別・年代別のクレジットカード契約数などその他の統計数値は、ホームページをご覧いただきたい。

JFSAニュース

日本貸金業協会 tel 03・5739・3011(代)

貸金業者の現状と動向に迫る ～全貸金業者を対象に調査を実施～

日本貸金業協会では３月31日、貸金業者に対するアンケート調査結果を公表した。本調査は、貸金業者の現状と動向を明らかにするため全貸金業者を対象に協会が毎年行っているもの。今回は昨年12月２日から本年１月14日にかけて実施し、全貸金業者の57.8％にあたる959社から有効回答を得た。調査結果報告は全３編で構成され、第２編で経年比較分析を行っているのが特徴。消費者向け貸付け、事業者向け貸付けそれぞれの現状と動向を示し、抱えている問題点と課題を明らかにする。とくに消費者向けについては、事業規模別に課題を分析し、小規模の消費者向け無担保貸金業者にあっては「市場縮小に加え、従業員の高齢化・事業承継や収益性の問題点といった固有課題も抱える」と指摘する。調査結果の全編（136ページ）は、協会ウェブサイトで公表されている。

2019年度は約1,000名の学生が受講 ～協会、教育機関における出前講座に注力～

協会では、大学などの教育機関における出前講座に注力している。２年後に迫った成年年齢引下げに先駆け、若年層の金融リテラシー向上を図っていく。19年度は９先の教育機関で、金融トラブル被害防止などをテーマにした出前講座を行い、前年度の４倍にあたる延べ996名が受講した。

出前講座は、高等学校や専門学校、大学などの教育機関や消費生活センターなどから要請を受け、金融知識の普及・啓発や金融被害防止を内容とする講座に講師を派遣するもの。協会では07年の設立以来継続して行っており、受講者数の総計は18年度に１万人を超えた。19年からは東京都の貸金業対策課から連携要請を受け、大学や専門学校などの教育機関で都が学生向けに開講する金融トラブル防止のための講座にも講師を派遣している。

JCCAニュース

日本クレジットカード協会　tel 03・6738・6621（代）

クレジットカードのEC加盟店向けに情報漏洩対策に関する簡易診断ツールを作成

日本クレジットカード協会は、クレジットカードのEC加盟店向けに、クレジットカード情報並びに個人情報の漏洩の未然防止に向けた簡易診断ツールを「クイズ方式」にて作成した。

クイズを進めていくことでECサイトにおける漏洩対策で不足しているポイント等を簡易に確認できる内容となっており、クレジットカードのEC加盟店がシステムや法令に関する詳しい知識がない場合でもECサイトでとるべき対策を理解することが可能となっている。

本診断ツールは協会HPに掲載しているので、EC加盟店に対する啓発時等、広くご活用いただきたい。

【診断ツール提供URL】

http://www.jcca-office.gr.jp/dealer/leak.html

▒クイズ一例

Q&A わかりやすい
銀行代理業・電子決済等代行業

弁護士 赤上博人・渡邉雅之＝著　A5判・372頁・定価（本体3,400円＋税）

銀行代理業制度開始に合わせて刊行した好評の解説書に、2018年6月に導入された電子決済等代行業制度（オープンAPI）の解説を加えて、13年ぶりに大リニューアル！

Part1では、42のQ&Aで銀行代理業の対象業務、要件、制限事項、監督規定等をわかりやすく解説。平成30（2018）年5月に公表された金融庁「銀行法等に関する留意事項について（銀行法等ガイドライン）」等を新たに反映。
Part2では、平成30（2018）年6月1日に施行された改正銀行法による電子決済等代行業制度について、19のQ&Aで解説。金融機関が取組みを進めるオープンAPIの概要と留意点、監督規定等を整理。
巻末には「オープンAPIのあり方に関する検討会」（事務局：一般社団法人全国銀行協会）による「オープンAPIのあり方に関する検討会報告書」、「銀行法に基づくAPI利用契約の条文例」等の参考資料を収録。

●主要目次●

PART 1　銀行代理業
PART 2　電子決済等代行業

巻末資料
① 銀行代理業委託契約書
② 銀行代理業に関する社内規程
③ オープンAPIのあり方に関する検討会報告書
—オープン・イノベーションの活性化に向けて—
④ 銀行法に基づくAPI利用契約の条文例

一般社団法人金融財政事情研究会 お申込先➡株式会社きんざい 〒160-8520 東京都新宿区南元町19 電話(03)3358-2891(直) FAX(03)3358-0037

訪販協ニュース

公益社団法人　日本訪問販売協会　tel 03・3357・6531（代）

会員向け弁護士電話相談会を実施

日本訪問販売協会では、2020年２月６日、会員向け弁護士電話相談会を実施した。この相談会では、日頃の業務で疑問に思っている法律的な問題や、現在抱えている案件などについて特定商取引法や消費者問題に詳しい弁護士に直接相談することができる。電話による相談なので遠方の会員でも気軽に活用できる点が好評。相談内容は、特定商取引法をはじめ、個人情報保護法や景品表示法の規制について等多岐にわたる。

協会創立40周年記念座談会を開催

協会では、本年創立40周年を迎えるにあたり、20年３月18日に記念座談会を開催した。出席者は、横手喜一会長（ポーラ・オルビスホールディングス）、藤岡利義理事（ダスキン）、大森俊一専務理事の３名で、「業界の展望」をテーマに語り合った。座談会の内容は季刊誌や40周年史に掲載を予定している。

消費者啓発講座等への講師派遣

協会では、全国の自治体、消費生活センター等が主催する消費者向けの啓発講座や消費者行政担当者及び相談員等の勉強会へ協会職員を講師として派遣している。19年度は４カ所の自治体から依頼を受け、講師を派遣した。

決済協ニュース

一般社団法人　日本資金決済業協会　tel 03・6272・9255（代）

提案理事会を開催

３月に予定していた第146回理事会は、新型コロナウイルス感染症対策本部によるイベント開催の必要性の検討等を内容とする基本方針などを踏まえ、一般社団法人及び一般財団法人に関する法律96条及び本協会定款の規定に基づく提案理事会（書面による決議）とした。

これにより、総務、政策及び審査の各委員会の委員選任等が決議されたほか、新たに４社の新規入会が承認された。

書面による総務委員会及び政策委員会を開催

第41回総務委員会及び第33回政策委員会についても、本協会定款等に基づく書面による委員会を開催した。

総務委員会においては、「令和元年度（２月29日まで）事業進捗状況」及び「令和２年度事業計画書（タタキ台）」等の報告事項に関し委員の意見を求めた。

政策委員会においては、「送金サービスに関する調査（第５回）の実施について」書面による決議が行われた。

「資金決済法改正法案の概要」を会員に配信

３月５日に「金融審議会報告を踏まえた資金決済法改正の方向性」をテーマとする会員向けのセミナーを予定していたが中止となった。折しも、３月６日に資金決済法の改正を含む「金融サービスの利用者の利便の向上及び保護を図るための金融商品の販売等に関する法律等の一部を改正する法律案」が国会に提出された。協会から会員に対し適時に情報提供するため、片岡総合法律事務所に依頼し、上記報告書及び法律案を踏まえたわかりやすい説明資料として「資金決済法改正法案の概要」を取りまとめてもらい会員に配信した。

	クレジットカード業の業務種類別・会社系統別取扱高											
	総取扱高 百万円	増減 %	業務種類別内訳				会社系統別内訳					
			うち 販売信用 百万円	増減 %	うち 消費者金融 百万円	増減 %	うち銀行系 百万円	増減 %	うち信販系 百万円	増減 %	うち商業系 百万円	増減 %
16年度	50,679,427	6.9	48,917,967	7.2	1,761,460	△2.7	20,170,798	5.2	9,644,270	18.0	16,585,426	4.0
17年度	55,157,601	8.9	53,416,103	9.3	1,741,492	△0.8	21,844,346	8.3	11,387,802	18.1	17,340,376	4.8
18年度	60,151,365	9.1	58,404,165	9.3	1,747,199	0.3	23,750,267	8.7	13,512,724	18.7	17,998,360	3.8
18.12	5,648,409	9.7	5,522,169	9.9	126,240	0.8	2,199,103	8.3	1,307,595	20.6	1,700,724	4.7
19. 1	5,238,045	8.5	5,104,561	8.8	133,485	△0.6	2,062,374	8.1	1,208,156	19.4	1,528,355	2.3
2	4,712,387	9.9	4,579,339	10.3	133,048	△1.4	1,850,744	9.2	1,102,120	20.4	1,358,056	4.7
3	5,311,842	9.4	5,151,215	9.7	160,627	△0.5	2,074,126	8.9	1,271,117	20.2	1,576,357	3.4
4	5,259,276	9.5	5,123,389	9.9	135,887	△2.9	2,072,441	8.3	1,246,013	21.1	1,512,877	4.2
5	5,380,402	10.7	5,205,758	10.9	174,644	4.0	2,104,419	8.8	1,306,180	22.9	1,552,351	5.8
6	5,217,422	10.2	5,080,526	10.5	136,896	△1.4	2,045,970	9.3	1,261,112	22.3	1,500,628	4.2
7	5,359,458	7.6	5,224,555	7.8	134,903	0.8	2,100,100	6.4	1,301,445	20.7	1,541,757	1.2
8	5,377,510	10.0	5,232,002	10.2	145,508	1.8	2,100,578	7.3	1,314,227	22.4	1,541,217	6.5
9	5,731,372	19.0	5,573,780	19.6	157,592	1.4	2,180,251	14.1	1,415,371	31.9	1,713,622	18.9
10	5,405,969	8.2	5,258,534	8.6	147,435	△4.3	2,123,097	7.2	1,381,463	24.0	1,476,579	△1.5
11	5,663,281	9.7	5,521,585	10.4	141,696	△11.9	2,190,581	8.6	1,416,954	21.9	1,628,608	4.0
12	6,269,778	11.0	6,147,754	11.3	122,025	△3.3	2,409,690	9.6	1,628,179	24.5	1,774,245	4.3
20. 1	5,902,946	12.7	5,768,513	13.0	134,432	0.7	2,280,474	10.6	1,526,051	26.3	1,622,884	6.2
2	5,324,168	13.0	5,190,555	13.3	133,613	0.4	2,047,285	10.6	1,392,079	26.3	1,469,892	8.2
出所	経済産業省											

（注） 増減は前年同月比。数値は、算定方法・基準の見直し等で不連続が生じている。増減率は調整済み。

	可処分所得 %	消費支出 %	小売業		うち大型小売店				新設住宅着工		個人破産	
			販売額 10億円	増減 %	販売額 10億円	増減（既存店）%	うち百貨店 億円	増減（既存店）%	戸数 戸	増減 %	申立件数 件	増減 %
16年度	—	—	140,275	△0.2	19,526	△1.1	65,607	△3.4	974,137	5.8	65,106	1.5
17年度	—	—	143,005	1.9	19,625	0.5	65,354	△0.4	946,396	△2.8	69,121	6.2
18年度	—	—	145,226	1.6	19,548	△0.4	63,964	△2.1	952,936	0.7	74,229	7.4
18.12	2.4	△2.2	14,129	1.3	2,082	△1.0	7,404	△1.3	78,364	2.1	7,190	3.8
19. 1	4.1	1.9	11,831	0.6	1,632	△3.3	5,380	△3.3	67,087	1.1	4,456	9.3
2	△0.6	3.6	11,037	0.6	1,434	△1.8	4,599	△0.1	71,966	4.2	5,754	9.7
3	1.3	4.2	12,798	1.0	1,654	0.5	5,618	△0.2	76,558	10.0	6,681	4.0
4	2.5	0.7	12,035	0.4	1,535	△1.8	4,893	△1.5	79,389	△5.7	6,930	11.2
5	0.1	2.3	11,988	1.3	1,563	△0.5	4,848	△1.1	72,581	△8.7	5,229	△13.5
6	3.8	5.6	11,827	0.5	1,597	△0.5	5,215	△1.2	81,541	0.3	6,289	△4.6
7	1.5	3.6	12,163	△2.0	1,624	△4.8	5,411	△3.3	79,232	△4.1	6,519	3.8
8	△2.2	1.7	12,029	1.8	1,588	0.3	4,574	1.8	76,034	△7.1	5,926	△3.6
9	△1.1	8.0	12,603	9.2	1,671	10.0	5,615	22.8	77,915	△4.9	5,824	3.4
10	0.4	△4.9	11,108	△7.0	1,457	△8.2	4,265	△16.4	77,123	△7.4	6,149	△5.9
11	3.3	△0.8	11,865	△2.1	1,610	△1.8	5,448	△4.8	73,523	△12.7	6,222	△6.9
12	△0.8	△3.2	13,763	△2.6	2,022	△2.8	7,048	△3.7	72,174	△7.9	7,116	△1.0
20. 1	3.1	△4.1	11,783	△0.4	1,606	△1.5	5,210	△1.9	60,341	△10.1	4,632	3.9
2	3.2	0.1	11,217	1.6	1,438	0.2	4,060	△10.5	63,105	△12.3	5,538	△3.8
出所	総務省		経済産業省						国土交通省		最高裁	

（注） 可処分所得、消費支出は２人以上の世帯のうち勤労者世帯の対前年名目増減率、年度数値は公表なし。申立件数は速報値。

全銀協

TEL 03-6262-6700（代）
https://www.zenginkyo.or.jp/

2020年３月中のセンター運用状況

＜照会状況＞

会員の当センター宛の照会は1,052千件（前年同月比1.3％増）であった。

照会の手段別割合は、オンラインリアルタイム照会が96.2％、ファイル転送が3.8％であった。

＜保有情報量＞

保有情報量は97,504千件（官報・不渡関係情報を含む）であった。

＜本人への情報開示等の状況＞

情報の開示請求者数は3,949人であった。

また、本人申告の受付件数は460件であった。

＜会員数＞

20年３月末現在の加盟会員数は1,117会員であった。

19年度中のセンター概況

＜照会状況＞

19年度中の会員の当センター宛の照会は10,775千件（前年度比0.1％減）であった。

照会の手段別割合は、オンラインリアルタイム照会が95.2％、ファイル転送が4.8％であった。

＜本人への情報開示等の状況＞

年度中の情報開示請求者数は39,322人（前年度比2.9％減）、本人申告の受付件数は5,023件（同0.2％増）、異議申立件数は17件（同15.0％減）となった。

＜会員数＞

合併等により30会員が減少、新規加盟により１会員が増加し、計29会員の減少となった。

CIC

TEL 03-3348-0601（代）
https://www.cic.co.jp/

新型コロナウィルス感染症における開示対応

CICは、新型コロナウィルス感染症拡大に伴う影響を鑑み、以下の対策を講じた。

＜来社開示窓口の一時閉鎖＞

お客様の安全面を考慮し、2020年３月２日より来社開示対応窓口を一時休止している。

なお、信用情報開示及び本人申告コメント登録の申込みについては、インターネットでの受付対応を行っている。

今後の対応状況等については、ホームページ（［URL］https://www.cic.jp/）にて案内する。

インターネットによる本人申告削除システムの利用開始

CICは、消費者本人の申請により登録された本人申告情報を削除する際の手続にインターネット経由での手段を20年３月31日に追加した。

本人申告情報とは、本人確認書類の紛失や盗難に遭い第三者による不正利用が懸念される場合等に、本人からの申告に基づき自身の信用情報に「本人申告制度」を利用してコメントとして登録する情報であり、会員会社に与信判断の参考資料（注）として利用される。

いままでの郵送及び来社窓口での手続に加え、インターネットで申告情報の削除システムを開始し、消費者サービスの利便性向上を図った。

（注）　登録されたコメントは加盟会員に注意喚起を促す参考情報として提供しており、与信判断は各社独自の与信基準に基づき行われる。

2020年３月度実績　（件、社）

登録件数合計	79,541万
・クレジット情報	75,137万
・申込情報	4,400万
・参考情報	3万
照会件数合計	1,974万
・信用オンライン	994万
・信用バッチ	981万
開示件数	21,716
会員数	903

JICC

TEL 03-3842-7000（代）
https://www.jicc.co.jp/

新型コロナウイルス感染症の影響を踏まえた信用情報の登録・更新について

日本信用情報機構（JICC）は、国内外の状況や影響等を踏まえた行政当局からの要請に基づき、各会員に対して信用情報の登録・更新に関して柔軟な対応を求めた。

具体的には、感染症を理由とする返済猶予等を行った際に顧客不利益とならないよう配慮することなどが含まれる。

2019年度の統計データを集計

今般、19年度通期（19年４月～20年３月）における実績を取りまとめた。

	19年３月末	20年３月末	増減
総加盟会員数（社）	1,369	1,337	△32
（うち）加入貸金業者数（社）	884	851	△33

	18年度通期	19年度通期	前年比
総照会件数（万件）	12,485	12,898	103.3%
（うち）加入貸金業者からの照会件数（万件）	9,478	9,673	102.1%

	19年３月末	20年３月末	増減
総登録件数（万件）	41,001	42,545	1,544
総登録残高（億円）	2,364,163	2,493,016	128,853

	19年３月末	20年３月末	増減
貸金債権登録情報			
登録人数（万人）	1,802.8	1,799.7	△3.1
登録件数（万件）	3,051.3	3,037.1	△14.2
貸金債権残高あり情報			
登録人数（万人）	1,083.0	1,091.7	8.7
登録件数（万件）	1,621.3	1,643.0	21.7
登録残高の合計額（億円）	80,595	85,707	5,112
一人当たりの残高あり件数（件）	1.5	1.5	0
一契約当たりの残高（万円）	49.7	52.2	2.5
貸金債権異動情報			
登録人数（万人）	360.7	356.5	△4.2
登録件数（万件）	581.0	566.0	△15.0

	18年度通期	19年度通期	前年比
開示件数（件）	114,787	116,077	101.1%

統計数値の詳細は、下記URLより参照
URL：https://www.jicc.co.jp/

Q&A 改正債権法と保証実務

東京高等裁判所判事（元法務省大臣官房審議官） 筒井健夫
法務省民事局民事第二課長（元法務省民事局参事官） 村松秀樹
法務省民事局付 脇村真治
弁護士（元法務省民事局付） 松尾博憲
［著］

A5判・240頁
定価（本体2,800円＋税）

改正債権法により変わる保証実務を
立案担当者がQ&Aにより解説!

●主要目次●

第１部　保証に関する改正の概要
第１　民法（債権関係）改正の経緯等
第２　改正の概要
第２部　Question & Answer
第１　情報提供義務
第２　根 保 証
第３　事業のために負担した貸金等債務を保証する保証契約等の特則
第４　経過措置等
第３部　資　　料
資料１　民法新旧対照条文（抜粋）
資料２　民法の一部を改正する法律の施行に伴う公証事務の取扱いについて（通達）
事項索引

一般社団法人 金融財政事情研究会　お申込先➡株式会社 きんざい　〒160-8520 東京都新宿区南元町19
電話(03)3358-2891(直) FAX(03)3358-0037

新・当世お客様気質 279

過去の不正利用から考える QRコード決済のリスク

●本稿の執筆者はクレジット会社の管理担当者です。

昨今、「QRコード決済」が普及しつつあるが、QRコード決済だけでは何もできず、裏にクレジットカードや銀行口座、現金等による資金供給（チャージ）システムが伴って成り立っている。そのため、「カードでのQRコード決済へのチャージが第2のキャッシングサービスとして悪用されないか」という邪念が浮かんだので、いろいろ考えてみた。

カードを使用した資金調達（金策）の歴史を振り返ってみると、まず、キャッシング、定額メールローン、フリーローン（カードローン）、リボルビング等の金融商品転がしが、1社にとどまらず複数社間で行われていた。カード各社の決済日にあたる5日、10日、27日等の前日・当日には、金融機関の窓口やCDに行列ができるといわれたほどだった。

また、コンピュータ化の進んでいない時代には、紙製のキャッシングノート（利用限度を管理する記録帳）にろうを塗って後で記録を拭き取って再度使用したり、未使用の他人のノートを繋ぎ剥ぎして不正利用したりする者もいた。

いまではスーパー等の食料品店でのカード利用は日常的だが、当時は、現金収入が借金の返済に充てられてしまうので、生活必需品をカードで買わなければならないと、金融商品依存会員のスーパー等でのカード利用を注視していた。

そのうち、悪質金融業者がカードを預かり、時計やカメラ、指輪、装飾品等の換金性商品やギフトカード等をカードで購入し、その一部をカード会員に手渡す手口が出てきた（リボルビングで時間稼ぎもしていた）。さらに、経営破綻した店から借金のカタに加盟契約をオンライン端末や銀行口座ごと譲り受け、架空売上を立てて現金化する輩や、加盟店契約を有するアンダーグラウンドの架空売上買取り屋まで現れた。

こんな不正利用を思い出すと、QRコード決済を取り扱う加盟店が悪質金融業者等に乗っ取られたら、債務者のQRコードを使用して架空売上を立て、簡単に現金化できてしまうと心配になる。何よりもQRコード決済の加盟店になるのは、一般加盟店より簡便と聞くので、悪用される可能性は高いだろう。

もう一つの心配は、債務者のカードを使用して、債権者など他人のスマホにQRコード決済資金をチャージされることだ。カード会社は会員、加盟店の両サイドから高額の決済が連続したり、金融商品依存傾向の会員が高額な決済をしたり、頻繁にチャージしていないかについても監視が必要で、不正利用を早期発見するための知恵と対応が求められよう。

このような点を懸念してか、QRコード決済を運営する側でも、会社によって差はあるが、チャージ金額について状況に応じていろいろな制限を設けている。たとえば、本人認証（3Dセキュア）済みと未認証でチャージ金額の上限を変えたりしている。

しかし、この本人認証による制限措置は名義を冒用した不正行為を防止するための措置で、カードホルダーが同意し、協力しさえすれば（強要される場合もある）、何でもできてしまう。かつての悪質金融業者に指示されて、カード会員が換金性商品を購入したり、架空売上に協力したりするのと同じで、防ぎようがない。

QRコード決済へのチャージを利用した換金を防止するには、カード会社は「まさか」と驚くのではなく、「まさか」を監視の出発点とする柔軟性が必要とされよう。◈

ジェーシービー JCB

QUICPay15周年記念キャンペーンを実施

ジェーシービー（JCB）は、QUICPayが４月４日にサービス開始から15周年を迎えることを記念して、記念ロゴを制作した。また、以下のとおりキャンペーンを実施する。①＃QUICPayを探せ～毎月15組30名様に東京ディズニーリゾート・パークチケット（ペア）が当たる～キャンペーン：３月１日から８月31日までの期間、店舗やレストラン等でQUICPayのマークを見つけてTwitterに「＃QUICPayを探せ」と「＃キャッシュレスはQUICPay」を付けて投稿すると、抽選で毎月15組30名に東京ディズニーリゾート・パークチケット（ペア）が当たる。②空港×Apple Pay5,000円キャッシュバックキャンペーン：３月１日から31日までの期間、対象の空港内店舗でのApple Payに設定したQUICPayの利用3,000円（税込み）を１口として抽選を実施し、1,000名に5,000円をキャッシュバックする。

「モッズ・ヘア」にPOICHI・Smart Codeを提供

JCBは３月下旬、エム・エイチ・グループ（MHG：東京都渋谷区）が運営するヘアサロン「モッズ・ヘア」の３店舗（新宿サウス店、銀座店、横浜西口店）に、「ポイントおまとめサービスPOICHI」及びコード決済スキーム「Smart Code（スマートコード）」の提供を開始した。これにより、利用者は店舗で「Pontaポイント」や「楽天ポイント」等の共通ポイント、「メルペイ」や「LINE Pay」等のコード決済が利用できる。今後は順次他店舗、MHGの子会社で決済代行を行うライトスタッフの加盟ヘアサロンへもサービスを拡大する。

新型コロナ被害に対し中国に寄付を実施

JCBは３月16日、中国における新型コロナウイルスの被害に対し、湖北省慈善総会へ25万人民元（約380万円）、浙江省慈善聯合総会へ25万人民元（約380万円）の寄付を実施した。

２月下旬の国内業種別消費動向データを公開

JCB、ナウキャストは３月16日、両社が提供する「JCB消費NOW」の２月下旬（２月16～29日）の国内消費動向速報データの一部を公開した。これによると、総合消費指数は「小売（財）」「サービス」ともに２月前半から改善し、「総合」では前年比－1.2％までマイナス幅が縮小している。また、業種別消費指数は「スーパー（＋19.2％）」「コンビニエンスストア（＋8.5％）」「酒屋（＋15.5％）」「医薬品（＋20.9％）」「ディスカウントショップ（＋12.8％）」が軒並み上昇した。「外食（＋1.8％）」は２月前半から伸びが鈍化し、なかでも「居酒屋（－4.6％）」は２月前半から大幅に悪化した。「娯楽（－2.7％）」においては「遊園地（－11.1％）」が、「交通（－2.7％）」では「航空旅客（－12.7％）」が２月前半から悪化している。

Apple Pay・Google Payの決済実験を開始

JCBは３月24日、NFCタグと連動したApple Pay及びGoogle Payの決済実験を開始した。対面店舗に設置されたNFCタグから加盟店情報等を読み取り、利用者が持つスマートフォンのApple PayまたはGoogle Payで決済するもので、NFCタグ決済のUI/UXと技術的課題を検証するとしている。

ヤマダ電機とSmart Codeの取扱開始で合意

JCBは３月25日、ヤマダ電機と、同社グループ全店でのQR・バーコード決済スキームSmart Code取扱開始について合意した。2020年第１四半期に、ヤマダ電機グループ全店約950店舗でSmart Codeの利用開始を予定している。これにより、同店利用者は既存の決済手段に加えて、コード決済サービス「pring」「atone」「K PLUS」等で支払うことができる。

「銀行Pay」がSmart Codeを導入

JCBは３月30日、「銀行Pay」（スマートフォンアプリから即時に銀行口座の引落し等による支払いができるサービス）がSmart Codeを導入した、と発表した。

ローソン全店にSmart Codeを導入

JCBは３月26日、ローソン店舗１万4,444店舗（２月末時点）にSmart Codeを導入し、７月16日（予定）に取扱いを開始する、と発表した。

キャッシュレス・ポイント還元事業に関する調査を実施

JCBは３月26日、キャッシュ

レス・ポイント還元事業に関する調査を実施し、結果を発表した。

調査は全国の20～60代の男女1,000名、20～60代の特定職業従事者（コンビニ／居酒屋のレジ業務担当、タクシー運転手以下：レジ担当者）300名、会計を伴う業態でキャッシュレス決済を導入している経営者・自営業142名を対象にインターネットで行われた。発表によると、全体の約8割が週に1回以上キャッシュレス決済を利用しており、6割が「キャッシュレス決済が使えないと、来店意欲が減少する」、約9割が「キャッシュレス・ポイント還元事業終了後もキャッシュレス決済を利用する」と回答した。また、レジ担当者の9割が「金額に関係なくキャッシュレス決済を歓迎」している。経営者・自営業者が「キャッシュレス決済を利用してよかった点」としてあげたのは、多い順に「会計トラブルが減った」「利用金額が増した」「サービス向上につながった」で、9割以上の経営者・自営業者が「キャッシュレス・ポイント還元事業の終了後もキャッシュレス決済を継続したい」と回答した。

横浜市税のクレジットカード納付を開始

JCB、三井住友カード、横浜市は4月1日、エフレジが提供する「F-REGI公金支払い」を導入し、インターネット経由での市税のクレジットカード収納業務を開始した。 納税者は、パソコンやスマートフォン等を利用して、横浜市のホームページから横浜市税専用納付サイトにアクセスし、納付書に記載された必要事項を入力のうえ、クレジットカードまたはApple Payにより納付することができる。

JR旅客6社でDiscoverカード決済を開始

JCBは4月1日、JR旅 客6社（北海道旅客鉄道、東日本旅客鉄道、東海旅客鉄道、西日本旅客鉄道、四国旅客鉄道、九州旅客鉄道）の駅窓口及び自動券売機での切符の購入に、Discoverブランドのカードの取扱いを開始した。

MyJCBアプリで銀行口座残高表示サービスを開始

JCBは3月31日、千葉銀行と提携し、同行を振替口座に設定している会員向けに「口座残高表示サービス」を開始した。MyJCBアプリから千葉銀行の「ちばぎんID」とパスワードを認証させると、アプリ上で口座残高が表示されるようになるほか、予定されているカード振替金額より口座残高が少ない場合はアラートが表示される。

三井住友カード

VISA 三井住友VISAカード

キャッシュレス決済利用推進キャンペーンを実施

三井住友カードは3月2日から4月30日までの期間､「VISAのタッチ決済体験キャンペーン」を実施する。期間中に、国内加盟店でクレジットカード搭載の「VISAのタッチ決済」を利用すると、もれなく最大で1,000円が無料となる。

「VISAプリペ」をリニューアル

三井住友カードは3月2日、VISAのタッチ決済機能付きプリペイドカード「VISAプリペ」をリニューアルした。券面をカード情報（カード番号、有効期限、セキュリティコード）を裏面に集約するデザインに変更し、Google Payへの対応を開始したほか、「三井住友カードVpassアプリ」でVISAプリペのチャージ残高や利用明細を直接確認できる機能を追加した。

最短5分でカード番号等を発行するサービスを開始

三井住友カードは3月2日、インターネットの専用ページからクレジットカード（三井住友カード・三井住友カード（学生）・三井住友カード デビュープラス）を申し込むと、最短5分でカード番号等を発行するサービスを開始した。発行されたカード番号等ですぐにインターネットでの利用ができる。また、Apple PayやGoogle Pay等のモバイル決済サービスに登録すると、カード到着を待たずに全国のiD加盟店でスマートフォンをタッチして支払いができる。

新テレビCMの放映を開始

三井住友カードは3月3日、「Vpassアプリ」のプロモーションとして、俳優の清原翔とお笑いトリオの「四千頭身」を起用した新テレビCM「清原 翔人（かーど）～あだ名は［アプリ］」篇の放映を開始した。

「Vpassアプリ」の機能を拡充

三井住友カードは3月2日、会員向け「三井住友カード Vpassアプリ」について、ホーム画面のデザインを一新し、機能を拡充した。

他社発行を含むさまざまなカード、銀行口座、電子マネーやポイントカード等の情報が一目で確認できるクリップ、マネーツリー提供の個人資産管理サービス「Moneytree」との連携サービス機能のほか、新機能（①ご利用通知サービス：クレジットカードを使うたびアプリ

にプッシュ通知される。②あんしん利用制限サービス：「海外」「インターネットショッピング」「すべてのカード利用」の区分で利用停止設定が可能。利用しない際は制限し、利用する際に解除できる。③使いすぎ防止サービス：顧客が任意に設定した金額を超えるとアプリにプッシュ通知する。④口座残高不足アラート：設定したカードの引落し額と引落し対象の銀行口座の残高を比較して、残高が不足していると、アラートを表示する）等を追加した。

「タッチハッピープロジェクト」を開始

三井住友カード、メンバーズ（東京都中央区）は3月9日、プロジェクト期間ごとに社会課題を設定し、その解決を目指すNPO・NGO法人に、VISAのタッチ決済や三井住友カード公式アカウントを活用して寄付を行う「タッチハッピープロジェクト」を開始した。プロジェクト第1弾として、2月3日から5月31日までの期間、「食」を課題に設定し、フードバンク団体であるセカンドハーベスト・ジャパン（東京都台東区）をパートナーに迎えて寄付活動を行う。

三井住友カード発行カードでのVISAのタッチ決済1回、三井住友カード公式Twitter 1リツイートまたは1いいね、三井住友カード公式Facebook 1フォローまたは1いいねにつき、それぞれ1円を寄付するとしている。

新決済サービスの取扱いを開始

三井住友カードは3月16日、家庭内のお金の流れをキャッシュレスにすることで、家計管理や子供のお小遣いが管理できる新決済サービス「かぞくのおさいふ」の取扱いを開始した。

家計の共有ができる「共通のおさいふ」と、家族の見守りができる「個別のおさいふ」で構成され、家庭で必要に応じた単位で設定できる。「共通のおさいふ」は、家庭内の共同の家計管理者用に最大2枚のプリペイドカードで残高を共有でき、カードを利用（VISA、VISAのタッチ決済、iD決済）すると両者に利用通知が届くため、利用明細や残高が一目で分かる。「個別のおさいふ」は、家計管理者以外の家族に割り当てられ（最大9枚発行可能）、お小遣いや仕送りとして入金された残高の範囲内で家族用のプリペイドカードで買い物ができる。本人と本会員に利用通知が届き残高も確認できる（6歳以上の小学生から申込み可能）。

また、家族間で残高の移動が可能となっている。券面デザインは2種類（スマイル・チャック）、それぞれ7色から選択できる。発行手数料・年会費無料、有効期限5年、残高上限30万円。

組織の改定を実施

三井住友カード、セディナは4月1日付で組織の改定を実施した。三井住友カードは、営業推進力強化に向け本部体制の再構築、セディナとのカード事業一本化戦略の実行体制の整備等を行い、セディナは「拠点統括本部」の新設、信販営業拠点をフルプロダクトの営業拠点へ転換、三井住友カードとのカード事業一本化に向け、両社のカード事業に関する本部構成を同一として組織の再編等を行った。

「Vpass」のデザイン等を刷新

三井住友カードは3月25日、会員向けウェブサービス「Vpass」について、デザインを刷新したほか、ページ上での紛失・盗難時のカード停止手続と、支払口座変更の受付ができる金融機関を増加して取扱いを開始した。

「VISA LINE Pay クレジットカード」を発行

三井住友カード、ビザ・ワールドワイド・ジャパン（VISA）、LINE Payは3月26日、「VISA LINE Pay クレジットカード」の募集を4月下旬に順次開始する、と発表した。

LINE Payに連携してスマートフォン決済も利用できる（5月1日開始予定）ほか、VISAのタッチ決済機能が利用できる。

また、支払いと同時にLINEアカウントから決済通知を受け取ることができる（今夏開始予定）。サービス初年度（21年4月30日まで）はカードでの支払いのつどLINEポイントが3.0％還元される。券面デザインはスタンダード（WHITE/GREEN/YELLOW/BLACK）、東京2020オリンピックエンブレムデザイン（RED/BLUE）の2種類、年会費初年度無料、年間1回以上のカードショッピング利用で次年度年会費1,250円（税抜き）が無料となる。

横浜市税のクレジットカード納付を開始

三井住友カード、JCB、横浜市は4月1日、エフレジが提供する「F-REGI公金支払い」を導入し、インターネット経由での市税のクレジットカード収納業務を開始した。 納税者は、パソコンやスマートフォン等を利用して、横浜市のホームページから横浜市税専用納付サイトにアクセスし、納付書に記載された必要事項を入力のうえ、クレジットカードまたはApple Payにより納付することができる。

ユーシーカード

みずほ銀行・ドコモと業務連携で合意書を締結

ユーシーカード（UCカード）、みずほ銀行、NTTドコモ（ドコモ）は3月27日、業務連携に関する合意書を締結した。UCカードとみずほ銀行は「dカード」のサービス拡大、事業運営体制の構築に向け連携を強化するほか、3社でiDの発展に向け連携を強化する。また、UCカードは3月31日、ドコモが保有するUCカードの全株式の買取りを実施し、みずほ銀行が発行済株式を100％保有する。

三菱UFJニコス

システム一本化計画を策定

三菱UFJニコスは3月26日、「システム統合計画の抜本的見直し」について、既存システムを活用して一本化を進めていくこと、及び20年度中に新たなシステム統合（システム一本化）計画を策定することを決定した。

山梨中央銀行と提携

三菱UFJニコスは3月12日、山梨中央銀行が6月1日に募集を開始する予定の「My Debit（山梨中銀VISAデビット）」の発行業務を受託することで合意した。

発行者である山梨中央銀行が会員募集や口座情報管理、会員からの照会応対等を担い、三菱UFJニコスがカード発券や売上請求、VISAとの精算業務、ウェブサービス等を受託する。

スヌーピーデザインのカード2種を募集開始

三菱UFJニコスは3月18日、「スヌーピー」を券面デザインにしたクレジットカードのラインアップとして、1年半ぶりに募集を再開する「スヌーピーカード」のデザイン追加（イエロー）と、新たに「VIASOカード（スヌーピーデザイン）」の募集を開始した。

また、同社ホームページ内に両カードを案内する特設サイトを開設したほか、同サイトとYouTubeの同社公式チャンネル等で専用プロモーション動画の配信を開始した。

新テレビCMの放映を開始

三菱UFJニコスは3月26日、俳優の中井貴一と広瀬すずを起用したDCカードの新テレビCM「安心からはじめるキャッシュレス。 街角篇」「同　カフェ篇」の放映を開始した。

オリエントコーポレーション

但馬信用金庫と保証業務提携

オリエントコーポレーション（オリコ）は但馬信用金庫と提携し、同金庫と職域サポート契約を締結する企業の従業員を対象に「職域フリーローン」の審査・保証の取扱いを3月2日に開始した。

南都銀行と保証業務提携

オリコは南都銀行と提携し、「教育カードローン」の審査・保証の取扱いを3月16日に開始した。

沖縄海邦銀行と保証業務提携

オリコは沖縄海邦銀行と提携し、「WEB完結型フリーローンエクセレント・モア」の審査・保証の取扱いを3月18日に開始した。

実践女子学園と学費クレジットで提携

オリコは3月18日、実践女子学園と提携し、20年度の学費納入時より「学費サポートプラン」の取扱いを開始した。

東京都「心のバリアフリー」サポート企業に登録

オリコは3月27日、東京都「心のバリアフリー」サポート企業に登録された、と発表した。

東京都は企業等と連携し、心のバリアフリー（すべての人が平等に参加できる社会や環境について考え、必要な行動を続けること）に対する社会的機運の醸成を図るため、意識啓発等に取り組む企業等を「心のバリアフリー」サポート企業として登録している。

ぎふ農業協同組合と保証業務提携

オリコはぎふ農業協同組合と提携し、「フリーローンDASH」の審査・保証の取扱いを3月27日に開始した。

宮城第一信用金庫と保証業務提携

オリコは宮城第一信用金庫と提携し、「職域フリーローンプレミアムほっと」の審査・保証の取扱いを4月1日に開始した。

ジャックス

「健康経営優良法人～ホワイト500～」に認定

ジャックスは3月2日、優良な健康経営を実践している法人として、3年連続で経済産業省より「健康経営優良法人～ホワイト500～」の認定を受けた、と発表した。「健康経営優良法人～ホワイト500～」は、経済産業省と日本健康会議が従業員の健康管理を経営的な視点で考え、戦略的に取り組んでいる法人について認定する制度。

新テレビCMの放映を開始

ジャックスは3月24日、スポンサー契約をしているテニスの錦織圭選手を起用した新CM「さあ、未来へ」篇の放映を開始した。

クレジット機能付きTカードを発行

ジャックス、Tポイント・ジャパン（東京都渋谷区）は3月30日、クレジット機能付きTカード「Tカード Prime」の募集を開始した。共通ポイント「Tポイント」がたまるTカードと、クレジット機能が一体となったクレジット機能付きTカードで、Tポイント提携店舗でのショッピングでTポイントが付与されるほか、マスターカード加盟店でのカードショッピング100円につき1ポイント、日曜日に利用すると200円につき3ポイント、リボ払いにすると100円につき2ポイントのTポイントが付与される。3月30日から8月31日までの期間中に同カードに申し込むと、新規入会特典としてもれなく1,000ポイントが付与されるほか、発行から3カ月後の末日までにショッピング利用すると、利用金額に応じて最大5,000ポイントが付与される。年会費初年度無料、年間1回以上の利用で次年度年会費1,375円（税込み）が無料となる。

アプラスフィナンシャル

「BANKIT」のパートナー企業向けシステムを提供開始

新生銀行、アプラスは3月26日、ネオバンク・プラットフォーム「BANKIT（バンキット）」について、金融・決済事業へ参入する事業会社（パートナー企業）に対し、スマートフォンアプリやAPI連携を通じたシステム提供を開始した。アプラスが事業主体となり、新生銀行グループが有する決済、為替及び与信機能等の金融サービスを、カフェテリア形式でパートナー企業に提供するもので、企業は手間や費用をかけず自社の顧客に対して金融サービスを提供できる。後払いサービス等、一部のサービスは6月以降、順次提供を開始する。

「APLUS CARD neo」の発行を開始

アプラスは4月1日、クレジットカード「APLUS CARD neo」の発行を開始した。ショッピングクレジットの契約時に同カードに入会すると、利用額から支払方法に応じて最大1.5％が値引きされる（ショッピングクレジットを完済した後はカードショッピング利用額の0.5％分のとっておきポイントが付与される）。

また、入会月含む3カ月後までにカード会員向けウェブサービス「NETstation*APLUS」に登録すると、1,000円相当分のAmazonギフト券がプレゼントされる。付帯する国際ブランドはJCBまたはマスターカード、年会費無料。

「あとから分割」サービスを開始

アプラスは3月31日、1回払いでのカードショッピング利用分を、後から回数指定分割払い（3・6・10・12・15・18・20・24回）へ変更できるサービス「あとから分割」の取扱いを開始した。サービス開始を記念して、3月31日から7月31日までの期間中に「あとから分割」を利用すると、分割払い手数料をアプラスが全額負担するキャンペーンを実施する。

セディナ

健康経営優良法人2020「ホワイト500」に認定

セディナは3月5日、経済産業省と日本健康会議が主催する「健康経営優良法人認定制度」における上位500法人である「ホワイト500」に認定され

た、と発表した。

組織の改定を実施

セディナ、三井住友カードは４月１日付で組織の改定を実施した。

三井住友カードは、営業推進力強化に向け本部体制の再構築、セディナとのカード事業一本化戦略の実行体制の整備等を行い、セディナは「拠点統括本部」の新設、信販営業拠点をフルプロダクトの営業拠点へ転換、三井住友カードとのカード事業一本化に向け両社のカード事業に関する本部構成を同一として組織の再編等を行った。

SMBCファイナンスサービスと合併

セディナ、SMBCファイナンスサービスは３月25日、法人向け総合決済ソリューション事業推進の強化に向け、７月１日付で合併することを決定した。合併新会社名は「SMBCファイナンスサービス」となる。

中澤ホールディングスと提携カードを発行

セディナ、ファッションビル「BAL」運営の中澤ホールディングス（京都市）は３月27日、クレジットカード「BAL CARD」の募集を開始した。BAL各店でカードショッピングを利用すると、いつでも利用代金（税込み）が請求時に５％割引されるほか、新作フェア等へ招待される特典がある。

また、国内外のVISA加盟店での利用でもわくわくポイントが200円（税込み）ごとに１ポイント付与される。年会費初年度無料、年間１回以上の利用で次年度年会費1,100円（税込み）が無料となる。５月１日から６日までの期間、会員限定のスペシャルデーとして10％割引を実施する。

ライフカード

「Ｖプリカギフト」のデザインを一新

ライフカードは３月２日、コンビニエンスストア等で販売しているネット専用VISAプリペイドカード「Ｖプリカギフト」のデザインをリニューアルした。これに合わせ、３月３日から30日までの期間、最大で10万円分のＶプリカが当たるキャンペーンを実施した。

クレディセゾン

「YMセゾンカード」第７回地域貢献寄付を実施

クレディセゾン、山口フィナンシャルグループ、ワイエムセゾンは３月16日、地域貢献活動としてカード利用額の一部を寄付する「第７回地域貢献寄付」を実施した。広島エリアは平成30年広島県豪雨災害義援金として日本赤十字社広島支部に68万3,981円、山口エリアは山口県障害者スポーツ協会に188万7,087円、北九州エリアはギラヴァンツ北九州スポーツ哲学研究所に15万2,078円と、合計272万3,146円を寄付した。

金融教育プログラムの提供を開始

クレディセゾンは３月27日、全国の中高校生を対象とした金融教育プログラム「出張授業～SAISON TEACHER ～」の提供を開始した。同社の社員が講師となり、全国の中学校・高校を訪問する出張型授業で、実社会に即した金融の仕組みをスライドを使った講義や個人ワーク、グループワークを通して思考力を養う教育を目指す。

イオンフィナンシャルサービス

健康経営優良法人2020「ホワイト500」に認定

イオンフィナンシャルサービス（イオンフィナンシャル）は３月４日、経済産業省と日本健康会議が主催する「健康経営優良法人認定制度（ホワイト500）」に２年連続で認定された、と発表した。

投信自動積立購入時の手数料を無料化

イオン銀行は３月19日、投信自動積立における購入時手数料を４月積立分より無料にする、と発表した。300銘柄を超える全取扱ファンドの積立購入時手数料が店舗・ネットともに無料となる。

楽天カード

仙台コンタクトセンターを開設

楽天カードは３月12日、仙台市青葉区に「楽天カード　仙台コンタクトセンター」を開設し、営業を開始した。同センターでは、今年度100名の雇用を計画している。

TOKYO FMの番組提供を開始

楽天カードは４月５日、TOKYO FM/JFN全国38局で毎週日曜日に放送される「山下達郎の楽天カード サンデー・ソングブック」の番組提供を開始した。

地上波テレビ番組の１社提供を開始

楽天カードは４月１日、フジテレビ系列・全国27局ネットで放映する「国分太一のお気楽さ

ん ぽ ～ Happy Go Lucky ～」の１社提供を開始した。

トヨタファイナンス

健康経営優良法人2020「ホワイト500」に認定

トヨタファイナンスは３月２日、経済産業省と日本健康会議が主催する「健康経営優良法人認定制度（ホワイト500）」に２年連続で認定された、と発表した。

UCS

JCRによる格付けの見直しを発表

UCSは３月３日、日本格付研究所（JCR）により格付けの見直しが実施され、同社の長期発行体格付は「A」の「安定的」となった、と発表した。

ビザ・ワールドワイド

「Visa LINE Payクレジットカード」を発行

ビザ・ワールドワイド、三井住友カード、LINE Payは３月26日、「Visa LINE Payクレジットカード」の募集を４月下旬に順次開始する、と発表した。LINE Payに連携してスマートフォン決済も利用できる（５月１日開始予定）ほか、VISAのタッチ決済機能が利用できる。また、支払いと同時にLINEアカウントから決済通知を受け取ることができる（今夏開始予定）。サービス初年度（21年４月30日まで）はカードでの支払いのつどLINEポイントが3.0％還元される。券面デザインはスタンダード（WHITE/GREEN/YELLOW/BLACK）、東京2020オリンピックエンブレムデザイン（RED/BLUE）の２種類、年会費初年度無料、年間１回以上のカードショッピング利用で次年度年会費1,250円（税抜き）が無料となる。

PR連載企画を開始

ビザ・ワールドワイドは３月31日、PR連載企画「世界を変えるキャッシュレス」を開始し、特設サイトで「第一章　戦国時代編」を公開した。もしキャッシュレス決済がない時代にキャッシュレス決済があったら、どんな便利な社会が実現するのか、人々はどんな恩恵を受けることができるのか、という創作ストーリーとなる。

マスターカード

COVID-19対策に資金を提供

マスターカード、ビル＆メリンダ・ゲイツ財団（ゲイツ財団）、Wellcome（ウェルカム）は３月10日、新型コロナウイルス（COVID-19）対策として最大１億2,500万ドルの資金を提供する、と発表した。ゲイツ財団とWellcomeはそれぞれ最大5,000万ドル、Mastercard Impact Fundは最大2,500万ドルの資金提供を行うとしている。

大坂なおみ選手を起用したキャンペーンを開始

マスターカードは３月23日、同社アンバサダーであるテニスプレーヤー大坂なおみ選手を起用した「Pricelessキャンペーン」を開始した。東京都心を中心に屋外広告、全国紙、デジタルメディアに掲示する。また、キャンペーンで着用するファッションアイテムは、大坂選手とNY発のジャパニーズファッションブランドADEAM（アディアム）とのコラボレーションで、４月１日から５月31日までの期間、ZOZOが運営するファッション通販サイト「ZOZOTOWN」で限定販売される。

中国銀聯

JPQRに銀聯QRコード決済を追加

銀聯国際は３月５日、日本の統一QRコード（JPQR）普及事業において、銀聯QRコード決済サービスを提供する、と発表した。６月にオンラインでJPQRの申込受付を開始し、店舗はJPQRコード一つで11種類のQRコードでの決済が可能になる。

SMBCコンシューマーファイナンス

金銭感覚について意識調査を実施

SMBCコンシューマーファイナンス（SMBCCF）は３月12日、「20代・30代・40代の金銭感覚についての意識調査2020」を発表した。調査は19年12月20

日から23日までの４日間、20歳から49歳の男女を対象にインターネットで行われ、2,000名の有効回答を得た。発表によると、月々の小遣いの平均額は全年代で前年と比べ減少しており、20代 が２万8,760円、30代が２万6,684円、40代 が２万7,085円となった。すべての年代で50％以上が「消費税増税後に、キャッシュレス決済をする機会が増えた」と回答し、「目標年収の平均」は20代751万円、30代874万円、40代711万円となった。また、働き方改革の影響で残業時間が減り、「仕事後の消費」も減ったという人が多数見られた。

高校生にローン利用意向調査を実施

SMBCCFは３月19日、19年７月８日から12月31日までの期間に開催した「PROMISE金融経済教育セミナー」の受講者（高校生）に「成年年齢引下げ時のローン等への利用意向等アンケート」を実施し、結果を発表した。発表によると、全体の６割超はローン等の利用意向があり、女子より男子のほうが利用意向が高かった。約７割がローン等の利用に不安を感じており、全体の約半数がそれでも利用意向があると回答し、全体の約６割が「金融への知識・経験不足」を不安に感じていた。

アコム

「ベストモチベーションカンパニーアワード」を受賞

アコムは３月24日、リンクアンドモチベーションが主催する「ベストモチベーションカンパニーアワード 2020 大手企業部門」において２位を受賞した、と発表した。19年にリンクアンドモチベーションが従業員エンゲージメント調査を実施した全1,568社の企業のなかから、最も「エンゲージメントスコア」（企業と個人の相互理解・相思相愛度合いを偏差値化したもの）の高い10社を選出・表彰するものとなる。

銀行等

J-Coin Payの加盟店を拡大

みずほフィナンシャルグループ、みずほ銀行は３月４日、QRコードを活用したスマートフォン決済サービス「J-Coin Pay（ジェイ コイン ペイ）」の加盟店に、サンドラッグ、ゲオグループ、東京ドームシティが加わった、と発表した。

J-Coin PayがAirペイと接続を開始

みずほ銀行は３月26日、リクルートライフスタイルと「ペイメントビジネスにおける協業に関する協定書」を締結し、Airペイ（複数の決済をiPadまたはiPhoneとカードリーダー１台で決済できるサービス）において、J-Coin Payが決済手段として導入されることについて合意した。まずは、全国のAirペイ加盟店で、J-Coin Payの利用推進を図る。

みずほ銀行・UCカード・ドコモが業務連携

みずほ銀行、UCカード、NTTドコモは３月27日、業務連携に関する合意書を締結した。UCカードとみずほ銀行は「dカード」のサービス拡大、事業運営体制の構築に向け連携を強化するほか、３社でiDの発展に向け連携を強化する。また、UCカードは３月31日、ドコモが保有するUCカードの全株式の買い取りを実施し、みずほ銀行が発行済株式を100％保有する。

J-Coin Payの加盟店開拓に２金庫が参画

みずほ銀行は３月30日、北海道信用金庫及び旭川信用金庫がJ-Coin Payの加盟店開拓における取次業務を行うことで両金庫と合意した。これにより今後、両金庫でJ-Coin Payの加盟店申込手続が可能となる。

三井住友銀行アプリの内容を拡充

三井住友銀行は３月３日、同行アプリについて、「ご利用通知サービス」（クレジットカード利用ごとにプッシュ通知）、「あんしん利用制限サービス」（海外、インターネットショッピング、すべてのカード利用の区分で利用停止設定ができる）、「使いすぎ防止サービス」（顧客が任意に設定した利用金額を超えるとプッシュ通知）を追加したほか、最短５分でクレジットカード番号を発行するサービス（３月18日）、SMBC日興證券口座連携機能を追加（４月）等、サービス内容を拡充して取扱いを開始した。

セブン銀行が「アクアコイン」とATM提携

セブン銀行は４月６日、君津信用組合が運営する電子地域通貨「アクアコイン」と提携し、同行ATMでスマートフォンによる「アクアコイン」への現金入金の取扱いを開始した。

ソニー銀行がセゾンとの口座振替でウェブ受付を開始

ソニー銀行は３月17日、クレディセゾンとの口座振替について、既存の預金口座振替依頼書での申込みに加えて、ウェブでの申込受付を開始した。

「楽天銀行コンビニ支払サービス」で公共料金の取扱いを開始

楽天銀行は3月2日、「楽天銀行コンビニ支払サービス（アプリで払込票支払）」で関西電力（関電）と大阪ガスのコンビニ払込票の取扱いを開始した。コンビニ払込票に記載のバーコードを楽天銀行アプリで読み込むだけで、その場で楽天銀行口座から決済できる。

住信SBIネット銀行・みちのく銀行が提携

住信SBIネット銀行は3月23日、みちのく銀行を住信SBIネット銀行を所属銀行とする銀行代理業者として、みちのく銀行の顧客に住信SBIネット銀行のサービス提供に向けた基本合意書を締結した。今後は契約等の締結を経て、まずは7月を目途に外貨関連サービスの提供開始を予定している。

「ほくほく Pay」でコード決済の取扱いを開始

北海道銀行、北陸銀行は3月30日、スマートフォン決済サービス「ほくほく Pay」においてJCBと提携し、QRコード・バーコード決済スキームSmart Codeと連携した取扱いを開始した。

これにより、Smart Code加盟店で「ほくほく Pay」利用が順次可能となる。

「とうほうスマホ通帳プラス」の契約累計件数が3万件を突破

東邦銀行は3月6日、無通帳口座「とうほうスマホ通帳プラス」の契約累計件数が3万件を突破した、と発表した。

Smart Code加盟店で「はまPay」の取扱いを開始

横浜銀行は3月30日、スマートフォン決済サービス「はまPay」において、JCBが運営するSmart Codeの取扱いを開始した。

「山梨中銀VISAデビット」の発行を開始

山梨中央銀行は3月12日、三菱UFJニコスと「ブランドデビットカード」の発行について合意し、「My Debit（山梨中銀VISAデビット）」の発行を6月1日に開始する、と発表した。

福邦銀行店頭窓口で「JURACA」の申込受付を開始

福井銀行、福邦銀行3月13日、福井銀行が発行する電子マネー＋地域サービス一体カード「JURACA」（ジュラカ）について、福邦銀行の店頭窓口での受付を5月11日に開始する、と発表した。

大垣共立銀行の手のひら認証登録者が60万人を突破

大垣共立銀行は3月12日、同行の手のひら認証サービス「手のひらソリューション」を利用する際に必要となる生体情報（手のひら静脈情報）の登録者数が、2月17日に60万人を突破した、と発表した。

3行が「YOKA!Pay」でSmart Codeの取扱いを開始

福岡銀行、親和銀行、熊本銀行は3月30日、スマートフォン決済サービス「YOKA!Pay」において、JCBが運営するSmart Codeの取扱いを開始した。

福島銀行が「pring」と連携を開始

福島銀行は3月9日、pring（東京都港区）と連携し、同社が提供する送金アプリ「pring（プリン）」を通じて無料で送金や支払いができるサービスを開始した。

沖縄銀行が「OKI　Pay」でSmart Codeの取扱いを開始

沖縄銀行は3月30日、スマートフォン決済サービス「OKI Pay」において、JCBが運営するSmart Codeの取扱いを開始した。

FinTech等

メルペイが6金庫と連携を開始

メルペイは3月2日、スマートフォン決済サービス「メルペイ」において、おかやま信用金庫、東榮信用金庫、花巻信用金庫、備前日生信用金庫、ひまわり信用金庫、富士信用金庫、水戸信用金庫と口座連携を開始した。「メルペイ」に口座を登録することにより、リアルタイムに口座から「メルペイ」へ入金することが可能となる。

ヤマダ電機が「ヤマダPay」の取扱いを開始

ヤマダ電機は2月28日、ヤマダLABIカード会員向けバーコード決済サービス「ケータイdeクレジット」の登録者を対象に、顔認証を活用したスマートフォン決済サービス「ヤマダPay」をYAMADA web.com 5店舗に導入し、取扱いを開始した。これにより、アプリ上にバーコードを表示した決済方法のほか、顔認証による決済も可能となる。顔認証技術は、トリプルアイズ（東京都千代田区）が開発したAI（人工知能）と顔画像情報をもとに来店者を分析するシステム「AIZE（アイズ）」を活用している。

「AT-2300」が12種類のQRコード決済に対応

セイコーソリューションズは2月7日、モバイル決済端末「AT-2300」において、12種類のQRコード決済サービス（au PAY、d払い、LINE Pay、PayPay、メルペイ、楽天ペイ、Alipay、AlipayHK、JKOPAY、Kakaopay、UnionPay QR、WeChat Pay）の提供を開始した。◈

編集部25時

◎今月号の特集は、これまであまり取り上げてこなかった統計データをもとに、消費者信用市場の動きをいままでと少し違う視点から分析しようという試みです。9月号の「クレジット産業白書」で、さまざまなデータを掲載していますし、毎号消費者信用ビジネスに関連する諸統計を掲載する欄を設けていますが、それでも、紹介してなかった数字がありますし、数字を載せるだけでスルーしていたデータもあります。それに、前々からこの数字とあの数字を合わせて見たら新しい発見があるのではと考えていたのに、手をつけられないでいたアイディアがあったので、各種データに正面から向き合ってみた次第です。有り体にいえば、新型コロナウイルス禍で外出もままならぬなか、デスクワークでこなせる特集を思い立ったわけですが…。

◎ところが、当編集部は4月6日から在宅勤務に入りました。当編集部はきわめて少人数でやっております。一つの業務を担当するのは一人しかいませんから代替がききません。だれかが感染したら、それだけで業務が止まります。それで早々と一斉に在宅勤務にしたのですが、普段の環境とは違いますから、仕事がやりにくい。ノートパソコンとマウスを置けばいっぱいの折りたたみのデスクに向かっての作業ですし、コピー機なども家庭用のものしかない。統計資料を印刷するのにもたいそう時間がかかります。会社ならバックナンバーが並んでいますが、家にはない。過去に載せた数字を拾いたくても手に入らない。こんな特集やるんじゃなかったと、ぼやいてばっかりでした。

◎他の編集部員も相当大変な思いをしました。紙ベースの作業もデジタルで処理しなければなりません。入稿は印刷会社のサーバーにアップロードしていたのですが、ログインできたり、できなかったりと、不具合の連続。電話越しに制作担当の悲鳴が聞こえました。

◎愚痴ばかりですみません。読者の皆様も大変な思いをされているでしょう。皆さんの苦労話も記事にしなければいけないと考えています。（A）

編集部からのお知らせ

◎ウェブからも定期購読の申込みができます。きんざいSTOREのホームページ（https：//store.kinzai/public/top）で、いつでも申込みできます。また、本誌の最新号、バックナンバーのコンテンツも紹介しています。

◎バックナンバーの販売もしています。本誌のバックナンバーをご希望の方は株式会社きんざいにお申込みください（電話：03-3358-0019）。1部でも購入できます。ただし、在庫切れの場合はご容赦ください。

月刊消費者信用

編集人　浅見　淳
発行所　一般社団法人金融財政事情研究会©　住　所　〒160-8519　東京都新宿区南元町19
一般社団法人金融財政事情研究会ホームページ　http://www.kinzai.or.jp/
企画・制作　株式会社きんざい　住　所　〒160-8520　東京都新宿区南元町19
編集部　電話（03）3355-1870　FAX（03）3357-7416　E-mail：shohisha@kinzai.co.jp

販　売　株式会社きんざい　購読のお申込みは、カスタマー・サービス・センターまで。　電話（03）3358-0019
大阪支社　〒541-0041　大阪市中央区北浜4-8-4　住友ビル第4号館　電話（06）6222-5291～3
名古屋支社　〒460-0003　名古屋市中区錦1-17-13　名興ビル　電話（052）211-1661
福岡支社　〒810-0001　福岡市中央区天神2-14-2　福岡証券ビル　電話（092）761-1511

印刷所　文唱堂印刷株式会社　PRINTED IN JAPAN