

最近の消費者ローン市場動向

産業調査部 研究員 増 田 政 紀

《要 旨》

1. 消費者ローン市場が成長している。80年代初めに6～7兆円であったローン残高は、86年以降のバブル形成期に急増し、90年末には34兆円と国民総生産の8%を占めるまでになっている。
2. 70年代後半以降、消費者ローン市場には銀行や消費者金融会社のみならず信販、流通系ノンバンクなども参入して規模が拡大していったが、中でも都市銀行のシェア拡大が著しい。
都市銀行が消費者ローンを拡大した銀行側の背景には以下のことが挙げられる。
 - ①大企業の銀行離れによる個人マーケットの見直し
 - ②手軽に利用できるカードローンなど小口商品の開発
 - ③バブル期の資産価格上昇にあわせた有担保フリーローンなど大型商品の開発
 - ④コンピューターの高度化による消費者ローン事務負担の軽減
 - ⑤CD、ATMの普及による消費者の利便性向上
3. だが、バブル期に急成長した消費者ローン市場もバブル崩壊とともに個人破産者の急増という問題に直面している。最近の特徴としては株、不動産取引に失敗した個人投資家のほか、クレジットを利用した物品購入に伴う債務額が膨れ上がった若者層を中心とした破産増加がある。個人破産は現行法制下では実質的なペナルティはあまりないこともあって92年は4万人近くに達するものと思われる。
4. こうした個人破産の増加はローンの供給側では不良債権となって収益圧迫要因となる。個人破産者数と平均債務額から試算すると、92年度は約1,400億円程度の貸倒れが発生することになり、今後の破産の増加によって更に膨らむ可能性もある。
5. 今後の消費者ローン市場について展望すると、以下のようなことが考えられる。
 - ①供給者側からは個人破産者の増加からここ2～3年は消費者ローン市場の見直しが続く
 - ②消費者側でも株価、地価の低迷が続いていることからかつてのような大型フリーローンや不動産、有価証券購入ローン等も利用しにくくなってきている
 - ③破産に至らないまでも債務額が膨らんでいる利用者は、当面はローン返済に追われるため新規借入需要は弱い
 - ④わが国の国民一人当たりの可処分所得に対する消費者信用残高は90年に米国を上回り、消費者信用全体が米国並みに成長してきている以上のことから消費者ローン市場はここ2～3年くらいは残高ベースで年率3%前後の低い伸びで推移し、95年末で43兆円程度の規模となろう。

はじめに

わが国の消費者ローンは80年代後半より急増したが、その中でも特に都市銀行の急伸が特徴的である。

しかし、91年以降はバブルの崩壊から個人破産者が急増しており、ローン残高の伸び率も鈍化している。

ここでは消費者ローン市場を取り巻く環境の変化と今後の動向について見てみる。

I. 消費者ローン市場の現状

1. 個人ローン市場における消費者ローンの位置付け

(1) 消費者ローンの定義

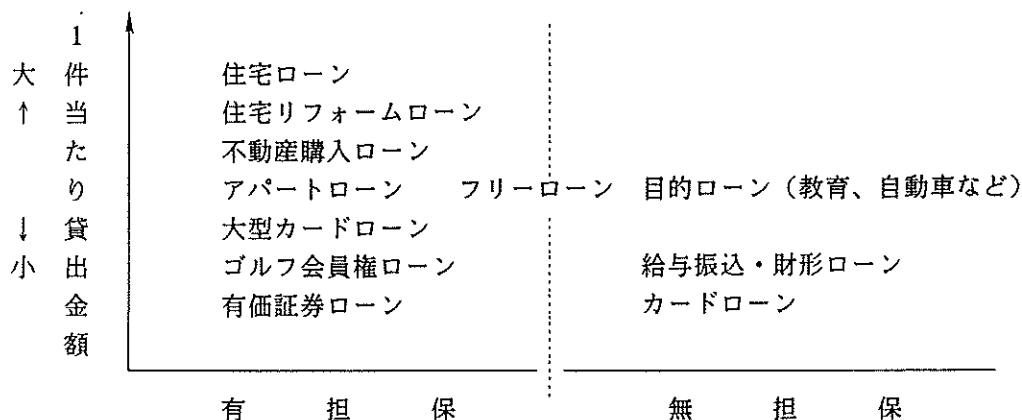
個人ローンは住宅ローンと消費者ローン^(注1)に大きく分けられる。消費者ローンにはカードローンを含む無担保のフリーローンや不動産・有価証券などを担保にする有担保ローンがある。

一般的に消費者ローンとは金融機関の消費者に対する金銭の貸付で、定期預金担保貸付を除いたものを言う。消費者ローンには比較的小額の無担保融資と不動産、上場株式・国債等の有価証券またはゴルフ会員権を担保とする有担保融資がある。最近では財テクブーム期に投資用アパートやマンションを購入するために利用する住宅ローンのような利用や所有土地を担保にしてアパート等を建設するために大型のフリーローンを借り入れるケース等も増えており、住宅ローンと消費者ローンの明確な区別はつきにくくなってきている。当レポートでは有担保を含む消費者ローンの現状と展望について考察する。

(2) 消費者ローンの位置付け

消費者ローン市場の担い手は図-2のように金融機関から百貨店まで様々な業態があり、市場での競争は激しい。

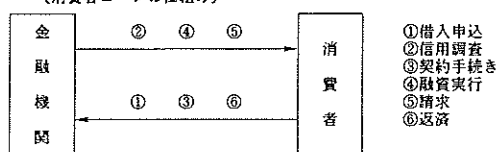
図-1 個人ローンの分類



(資料) ニッセイ基礎研究所作成

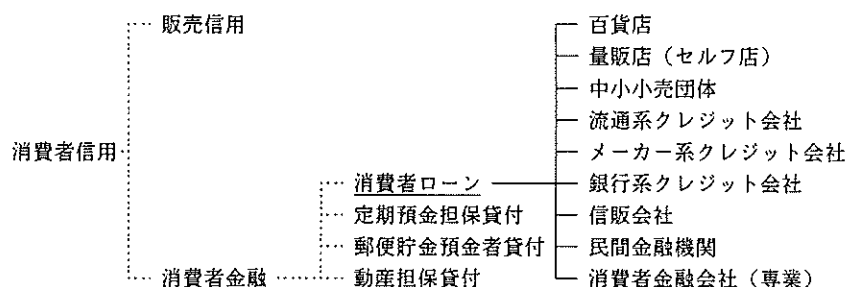
(注1)

(消費者ローンの仕組み)



(資料) 「日本信販」有価証券報告書より

図－２ 消費者信用市場^(注2)における消費者ローンの位置付け



(注) 住宅ローンは除く。

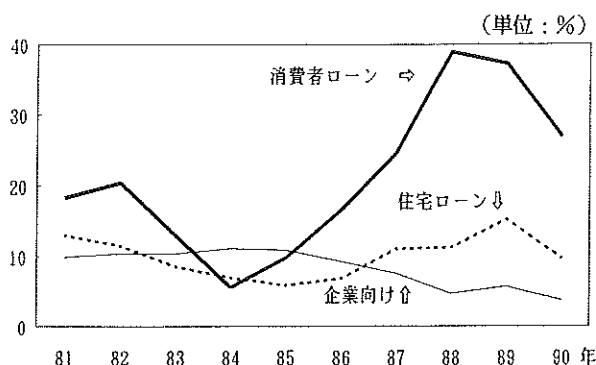
(資料) 日本クレジット産業協会「日本の消費者信用統計 '92」

2. 消費者ローン残高の推移

80年代初めにおけるわが国の消費者ローン残高は6～7兆円で、販売信用を含む消費者信用全体に占めるシェアも35%に達していた。その後消費者ローンの伸びは86年頃まで消費者信用全体とほぼ同じ伸び率で推移したためシェアも横ばいで推移した。それがいわゆる「バブル期」に入る87年頃から年率20～30%と急増したため90年末の残高は34兆円に迫り全体シェアも5割を超えるまでに増大した。つまり、80年初めの消費者信用市場では割賦購入等の販売信用が大半で消費者ローンは3割強に過ぎなかったが、バブル

期の急増でこの構図が逆転し、消費者ローンが販売信用を上回った。個人ローンのもう一つの柱である住宅ローンも87年以降伸びが高まったが、消費者ローンの伸びが大きかったため残高の格差は81年当時の8：1から90年末には3：1にまで縮小してきている。90年末の消費者ローン残高34兆円という規模は同年の国家予算の約半分、国民総生産（約429兆円）の約7.9%を占めるまでになっている。また、民間最終消費支出（約244兆円）に占める割合も13.9%に達しており、消費者ローンの個人消費面での比重も高まってきている。

図－３ 消費者ローン残高の伸び率推移

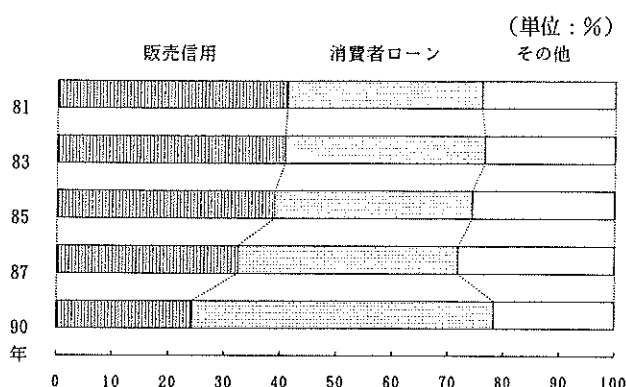


(注) 伸び率は前年比増減率、企業向けは都市銀行を対象。

(資料) 日銀「経済統計月報」、

日本クレジット産業協会「日本の消費者信用統計 '92」

図－４ 消費者信用残高の構成比



(注) その他には定期預金担保貸付等を含む。

(資料) 日本クレジット産業協会「日本の消費者信用統計 '92」

(注2) 消費者に一定の信用を供与することによる手数料収入を本業とする産業を「消費者信用産業」と呼んでいる。この消費者信用は大きく販売信用と消費者金融に分けられる。販売信用とは、消費者が商品・サービスを購入した店（加盟店）に、信販会社などが消費者に代わって代金の立替え払いをした後に消費者から代金を回収するシステムである。消費者金融とは、消費者に直接金銭を貸付け、一定期間内に元利金を回収するシステムである。従って、消費者信用産業は商品、サービス、金銭の提供を受けようとする一般消費者に対して信用調査、信用供与、債権回収等の業務を一括して行っている産業と言える。

Ⅱ. 近年における消費者ローンの成長

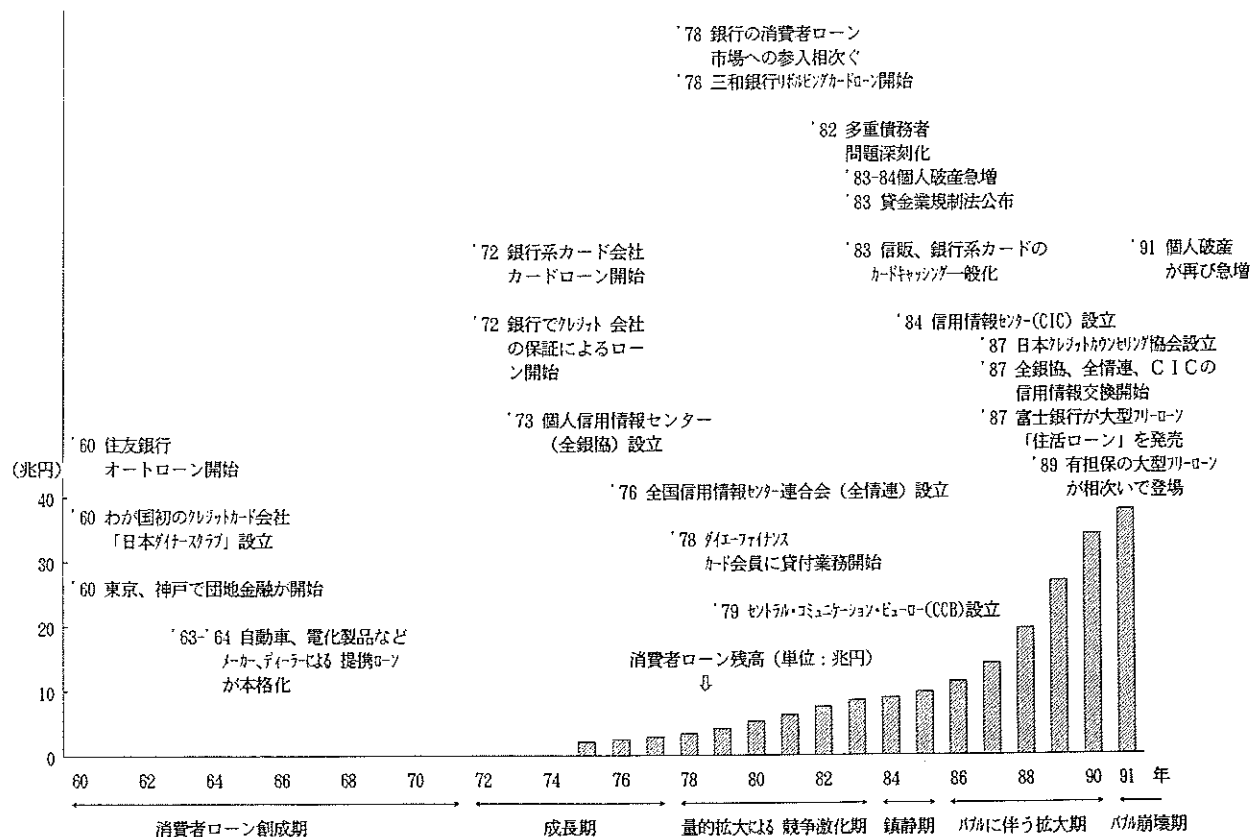
1. わが国の消費者ローンの歴史

わが国に消費者ローンが登場したのは、1960年の都市銀行によるオートローンが始まりとされている。その後78年にその他の都銀や一部の地銀、相互銀行などの本格的な参入が相次ぎ、教育ローン、カードローン、フリーローンなど様々な商品を増やし、79年にかけて融資残高は急激に増加した。

83年には信販会社や銀行系カード会社によるカードキャッシングが広く行われるようになった。このため消費者ローン市場が成長し、80年代半

ばには多重債務者問題が発生し、大きな社会問題となった。その後、貸金業規制法や出資法改正など法整備が進んだため多重債務者問題は鎮静化し、84、85年と消費者ローン残高の伸びも鈍化した。80年代後半からの景気拡大で個人所得が伸び消費が活発化したこともあり、再び消費者信用（消費者ローンと販売信用）の利用が増えた。また、この時期には地価や株価が上昇したため有担保の大型フリーローンや有価証券購入ローンなど新タイプのローンが登場したり、消費者側でも高級品指向、高額品指向が高まるなど、ローンの利用額が高額化した。91年以降はバブルの崩壊からローンの支払いに窮する個人破産者がかつての83、84年の急増時期に迫る勢いで増加している。

図－5 わが国消費者ローン市場を巡る近年の動向



(注) ・消費者ローン残高は日本クレジット産業協会調べ。

・各種資料をもとにニッセイ基礎研究所作成

2. 消費者ローンの拡大メカニズム

80年代以降の消費者ローン拡大は80年代初め(81年～83年)と86年以降の2期に分けられる。

80年代初めは公定歩合(年平均)が80年の8.15%から82年に5.5%、84年に5.0%と低下局面にあった。物価の安定と実質所得の増加により消費性向も高水準で財貨、サービス消費とも需要が拡大した時期である。中でも耐久消費財支出が増加し、既に普及率が高まっていた自動車、カラーテレビはこの時期が更新需要期に当たり、普及段階にあったVTRやエアコンも新規需要で伸びた。一方、ローンの供給者側では家計の信用度の高まりもあってローンを積極的に推進した。特にこの時期には消費者金融業者による顧客獲得競争が激化し、無担保かつ簡単な手続きを強みに残高を伸ばした。このため、中小業者を中心に過剰融資が広く行われ、多重債務者が増加した。83年には一部の消費者金融業者による悪質な取り立てや高金利などが相次いで社会問題化し、法規制が強化されたことから消費者ローン残高の伸びは84年以降鈍化していった。この時期に上限金利が法制化される一方、不良債権の増加から中小業者を中心に消費者金融会社の淘汰が進んだ。

こうした過剰融資に対する反省や法規制によって、消費者ローン残高の伸びは85年頃まで比較的落ち着いた伸びを示していた。それが86年以

降のバブル経済突入によって再び残高が増大することになる。

86年からの低金利政策に端を発する地価や株価の高騰を背景としたバブル期以降の特徴は都市銀行を始めとする銀行が消費者ローンの拡大に積極的に取り組んだ点である。その背景とメカニズムについて外部環境、供給サイド、消費者サイドの3点から簡単に整理してみよう。

(外部環境要因)

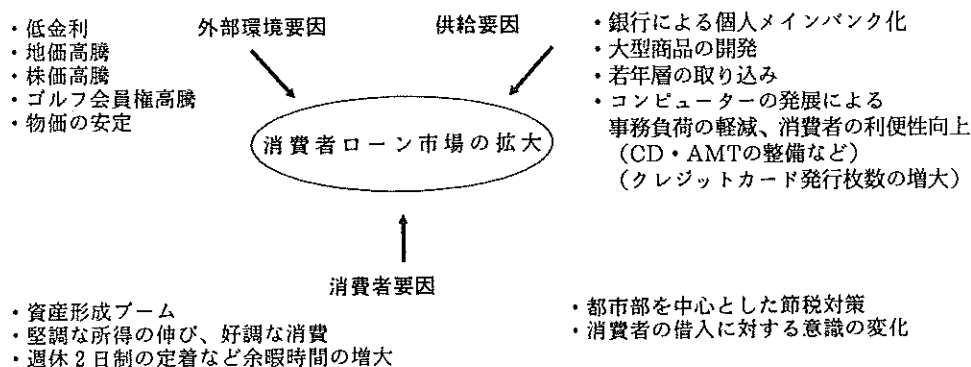
(1) 金利の低下

わが国の公定歩合は86年末の3.0%から87年2月に2.5%に引き下げられ、以後2年以上の間この低金利が続いた。こうした金利の低下はかつて金利の高さから敬遠されていたローン借入の抵抗感を払拭し、消費者ローンを伸ばす大きな下支えになったと思われる。

(2) 株価高騰や都市部を中心とした地価高騰による担保価値増大

バブル形成期には低金利による景気拡大を背景に株式や土地、会員権相場が高騰した。これによって不動産や株式の資産価値が増大し、値上がり期待から購入対象物を担保とした株式購入ローン、ゴルフ会員権購入ローンなどが急増した。一方で既に資産を所有する者は価値の増大した資産を担保にして大型のローンを借りて消費に走るという

図-6 80年代後半に拡大した市場のメカニズム図



(資料) ニッセイ基礎研究所作成

(2) クレジットカードの急成長

80年代前半まではショッピングなどの販売信用の残高が消費者ローン残高を上回っていたが、87年には両者は逆転している。クレジットカードはもともと割賦販売機能を中心に普及してきたが、最近では多くのカードに「キャッシング機能」が付加されてきており、こうした消費者にとっての利便性の向上も消費者ローン拡大の一つの要因であったものと思われる。ちなみに大手信販8社の92年3月末のカード取扱高合計2.7兆円のうち約1兆円(36%)がカードによるキャッシングとなっている。

日本クレジット産業協会の調べによると、クレジットカード総発行枚数は91年3月末で1億8,696万枚と5年前の約2倍となっている。

金融緩和期に特に銀行が消費者ローンを増加させたが、業態別のカード発行枚数でも、90年に銀行系クレジット会社が信販会社を上回った。銀行系クレジットカード会社はグループ内で決済機能を持つといった強みや加盟店の多さ、銀行営業店舗の多さなど他業態に比べて優位性が高いと言われており、カード発行枚数を伸ばした。最近ではCDを利用した銀行系カードによる小口のカードキャッシングが増大しているものと思われる。

(3) コンピューターの普及による事務負担の軽減

消費者ローンを拡大させた要因の一つとして、個人ローン貸出に係わる事務負担の軽減が挙げられる。銀行などでも80年代半ば頃までは小口で手間がかかっていた消費者ローン事務について、

表-1 消費者信用残高の推移

(単位:兆円)

年	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90
販 売 信 用	7.3	8.3	9.6	10.1	10.7	11.4	11.6	13.2	13.9	15.3
消費者ローン	6.2	7.4	8.4	8.8	9.7	11.3	14.1	19.5	26.8	34.0
消費者金融	10.4	12.0	13.9	15.0	16.7	19.6	24.1	29.8	39.1	47.8

(注) 消費者金融は消費者ローンと定期預金担保貸付の合計
(資料) 日本クレジット産業協会「日本の消費者信用統計'92」

表-2 業態別クレジットカード発行枚数

(単位:万枚、%)

業 態 別	89年3月末	90年3月末	91年3月末	91/90(%)
流 通 系	3,268	4,001	4,465	11.6
メーカー系	550	603	706	17.1
信 販 系	5,089	5,515	5,822	5.6
中小小売商	474	491	526	7.1
銀 行 系	4,746	5,718	6,840	19.6
石 油 系	235	190	276	45.3
そ の 他	85	94	61	▲35.1
合 計	14,447	16,612	18,696	12.5

(注) ・メーカー系は電機、自動車メーカー系自社カードの合計
・信販系は自社カード及び提携カードの合計
・銀行系は銀行系クレジットカード会社各グループと地銀バンクカード、協同カードの合計
・その他はホテル、旅行業者、航空会社等の自社カード
(資料) 日本クレジット産業協会資料による

表-3 借入金に関する調査(91年・全国平均)

(単位: %、万円)

	0 ～ 100万	101万 ～ 300万	301万 ～ 500万	501万 ～ 700万	701万 ～ 1000万	1001万 ～	借入金 残高	フリーローン
20 歳代	48.0	25.0	0.0	3.8	5.8	5.7	303	40
30 歳代	20.0	18.7	9.5	5.1	8.9	26.0	707	37
40 歳代	16.0	16.3	9.9	8.3	11.7	27.1	831	47
50 歳代	15.3	18.8	11.6	14.8	5.2	24.5	783	67
60 歳代	14.7	27.1	14.1	7.9	5.1	14.2	745	75
70 歳以上	28.1	37.5	3.1	15.6	0.0	9.4	505	25

(注) 無回答があるため、数値の合計は必ずしも100にはならない。

(資料) 貯蓄広報中央委員会「貯蓄に関する世論調査」

過去の経験から消費者ローンについて管理ノウハウが蓄積されたことやコンピューターの発達により事務負担が削減された。また、クレジットカード発行枚数の増大とあいまってCD、ATMの整備、普及が進み消費者は手軽にローンの利用、返済が行えるようになり、同時に供給側でも貸出・返済に係わる事務コスト削減を図ることができた。

(消費者要因)

(1) 借入に対する消費者の意識変化

最近では生活資金の一時的な不足や教育関係資金などを消費者ローンで賄うことへの抵抗が以前と比べて少なくなったと言われている。特に、若者層を中心として借金に対する抵抗感は薄れており、金額の多少にかかわらずローンを積極的に利用している。今すぐサービスを享受して支払いは後からという「プレイナウ・ペイアフター」とい

う考え方が浸透してきているためと思われる。

(2) 資産形成ブームと相続税対策

消費者ローンは87年度以降の景気拡大期に、地価や株式、会員権の値上がり期待から資産取得・資産形成目的のための大型ローンが急速に伸びた。この時期には消費者ローンを利用して株式やゴルフ会員権などを購入しても資産価格の急上昇が続いたため、売却益が支払い利息を上回るという構図が続いたことが背景にある。

さらに、都市部に不動産を所有する個人は相続税評価額が上昇したため相続税対策を事前に行う必要が出てきた。そのため、所有不動産を担保として大型のフリーローンを借り入れてアパート、マンションを建設する住宅ローンのような利用も増えた。

表-4 百貨店売上高(東京)、乗用車販売の推移

(単位: %)

年	80	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91
百貨店	8.7	5.8	2.3	0.8	4.1	4.8	4.6	6.5	8.3	7.9	7.9	2.4
乗用車	16.5	0.8	5.8	2.8	11.2	1.4	2.2	4.7	13.2	12.6	7.4	16.5

(注) 百貨店伸び率は店舗調整後の前年比増減率、東京地区を対象、乗用車は普通車・小型車の合計。

(資料) 日本百貨店協会、日本自動車販売協会連合会調べ

(3) 好調な消費

消費者ローンの急増にはまた、消費が好調であったことが大きな要因として挙げられる。代表的な指標である百貨店売上は88年から90年にかけて大きく増加した。これは景気拡大を背景とした名目所得の順調な伸びや物価水準の安定による実質所得の増加と主に大都市部での資産効果による高額消費が加速されたことが背景にある。耐久消費財である乗用車販売も86年までが前年比2%程度の伸びに対し、88・89年には10%を上回る高い増加率が続いた。車種別では特に普通車（排気量2000CC超）の販売が伸びており、86年には乗用車（軽を除く普通車、小型車）全体の2.7%に過ぎなかったが、91年には16.5%と「高級車シフト」がなされた。そのため乗用車ローン残高（都銀）の伸び率は88年61.0%増、89年46.2%増と増えており、販売台数の伸びに比べてローン残高の伸びが高いのはグレードの高い車へのシフトによる高額化が背景にあると思われる。だが、

自動車の販売は91年央以降低迷が続いており91年末の自動車ローン残高の伸びは▲0.8%とマイナスに転じている。

消費者ローンの成長に関連の深いと思われる指標の動きを見ると、金利や景気全般、消費など様々な要因が絡みあって構成されていることがうかがわれる。金利が低下して地価や株価が上昇し、合わせて消費が好調な時期に消費者ローンは消費者サイド、供給者サイドの相乗効果により拡大してきた。つまり86年から89年頃までは様々な要因がうまく重なりあったため、わが国の消費者ローンが拡大したと言える。現在の足元の経済指標を見ると公定歩合は92年7月より年3.25%と89年10月水準まで低下してきたが、資産効果に影響を与える地価や株価は依然低迷を続け、景気の減速傾向から個人の所得の伸びもさほど期待できず、ここしばらくは消費者ローンを取り巻く環境は厳しい状態が続くそうである。

表－5 消費者ローンと各関連指標の推移

(単位：%)

年	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91
消費者ローン伸び率	8.1	16.4	24.1	26.0	37.4	59.7	74.7	51.4	34.7	11.3
公定歩合（年平均）	5.5	5.4	5.0	5.0	3.6	2.5	2.5	3.2	5.3	5.6
住宅ローン金利・固定	8.3	8.2	7.9	7.6	7.1	6.4	6.5	6.6	7.7	7.7
地価公示（東京）	—	100	102	104	107	130	219	220	235	250
平均株価・年平均伸率	▲1.5	19.0	20.0	18.8	30.5	41.4	16.5	26.0	▲13	▲18
実質国民総支出	3.4	2.8	4.3	5.1	2.7	4.3	6.3	4.8	5.3	4.4
実質家計最終消費支出	4.5	3.4	2.7	3.3	3.4	4.3	5.2	4.3	4.3	1.0
消費者物価指数（東京）	3.1	2.1	2.5	2.4	0.9	0.4	1.0	2.7	3.0	3.3
耐久消費財消費 GNPベース	10.4	9.2	7.8	6.7	13.3	11.8	16.5	8.3	7.3	—
サービス消費 GNPベース	4.5	3.6	3.7	3.5	4.0	4.2	4.5	4.0	3.6	—

(注) 消費者ローン残高の伸び率は銀行（都銀、地銀、第2地銀、信金）を対象、地価公示は住宅地で83年を100とした。
国民総支出、家計最終消費支出は季節調整済、耐久消費財消費、サービス消費は実質、消費者物価指数は
東京都区部・総合の前年比。

(資料) 経済企画庁「国民経済計算年報」、日銀「経済統計月報」他

Ⅲ. 急増した銀行の消費者ローン

ていったことがうかがえる。

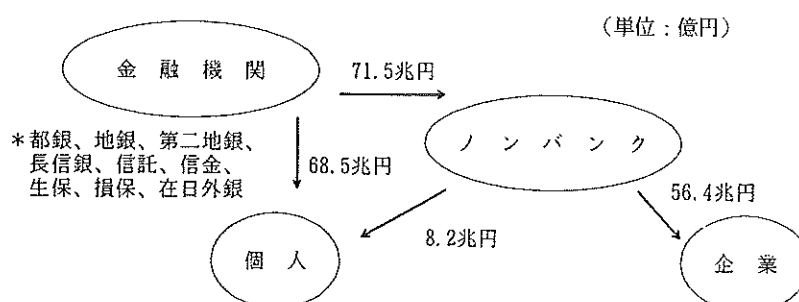
1. 各業態の動向

金融機関による個人市場への資金の流れをマクロ的に見ると、個人への直接貸付が大半だが、それと共にノンバンク経由で消費者ローン市場が拡大した面も否定できない。金融機関がノンバンク経由で不動産業界関連の融資を増大させたことは記憶に新しいが、個人マーケットにも主に不動産や有価証券関連ローンを通じて同様に資金が流れ

最近の消費者ローンの状況を供給業態別に見ると銀行が圧倒的な勢いでローン残高を伸ばしたことが最大の特徴である（表－6）。

銀行は80年代後半に残高を大きく伸ばし90年には全体の61.8%に達している。このため、ピーク時の82年には消費者ローン全体の37.5%を占めていた消費者金融専業会社や85年までシェアを拡大していた信販会社はその後シェアが大きく低下してきている。

図－9 消費者ローン市場への資金フロー（残高ベース）



（注）91年9月末時点、但し金融機関からノンバンクへの流れは91年12月末時点
（資料）大蔵省「ノンバンク上位300社の貸付金の実態調査」、「不動産業等向け融資の実行状況」

表－6 業態別消費者ローン占率（残高ベース）の推移

（単位：％）

	銀 行	消費者 金融会社	信 販	銀行系 クレジット	流通系 クレジット	消費者ローン 合計（億円）
1982年	19.9	37.5	6.0	3.1	0.0	74,030 (20.4)
83	20.5	33.4	8.8	2.9	0.5	83,600 (12.9)
84	24.1	24.8	11.2	3.1	1.1	88,234 (5.5)
85	27.7	19.9	13.1	3.3	1.1	96,785 (9.7)
86	32.7	17.3	12.4	3.3	1.1	112,857 (16.6)
87	41.9	14.5	11.0	2.9	0.9	140,660 (24.6)
88	52.6	10.7	10.6	1.8	0.7	195,353 (38.9)
89	58.2	9.3	9.8	1.8	0.7	268,025 (37.2)
90	61.8	8.7	8.0	1.6	0.8	339,888 (26.8)

（注）銀行は都市、地方、第二地銀・相銀、信用金庫の合計、合計はメーカー系クレジット等の業態を含む消費者ローン全体、カッコ内は伸び率。

（資料）日銀「経済統計月報」、日本クレジット産業協会「日本の消費者信用統計'92」

このように銀行以外の業態はシェアが低下したものの、残高ベースでは各業態とも銀行と同様に80年代後半に高い伸びを示している。

表－7 業態別消費者ローンの伸び率（残高）

（単位：％）

	消費者 金融会社	信 販	銀行系 クレジット	流通系 クレジット
1982年	24.7	104.8	22.2	0.0
83	1.9	64.1	7.5	—
84	▲22.7	34.7	12.4	118.0
85	▲12.1	27.6	15.3	8.5
86	1.2	11.2	16.3	10.0
87	4.5	9.7	11.9	4.9
88	2.8	34.8	▲16.2	6.8
89	18.9	26.6	36.3	42.2
90	18.3	3.9	18.9	51.6

（注）伸び率は前年比増減率。

（資料）日本クレジット産業協会「日本の消費者信用統計'92」

(1) 消費者金融専業会社

消費者金融専業会社は84年より多重債務者問題などでローン残高は減少していたが、その後86年頃より再び伸びて90年には2.9兆円となった。しかし、消費者金融専業会社の残高の伸長率以上に銀行が業容を拡大したために、全体に占めるシェアは低下傾向にある。

(2) 信販会社

信用販売を中心としてきた信販会社はクレジットから各種のローンまで業容を広げ、対象とする顧客も法人から個人までと商品メニューを広げていった。特に証券、不動産、ゴルフ会員権担保ローンなどに注力したのに加え、カード会員数の増大を背景にキャッシングの残高も増えてローン残高は82年の4,500億円から90年には2.7兆円と拡大した。

(3) 銀行系クレジット

親会社の銀行の店舗網を活かして積極的に顧客拡大を図った。国際提携カードの発行で利便性を高めたことや海外旅行での利用が多く、またその機会を捉えて会員獲得を図った。ローン残高自体は82年の2,300億円から90年にはほぼ倍の5,600億円と伸びたものの、シェアは低下した。

(4) 流通系クレジット

流通系クレジットでは81年頃からカードにキャッシング機能を付与したが、顧客情報収集のためのカード会員拡充に向けたサービスの向上といった意味合いが強い。ローン残高は83年の456億円から90年には2,865億円と、伸び率は他業態と

表－8 銀行業態別消費者ローン残高の推移

（単位：億円、％）

	都市銀行		地方銀行		第2地銀相銀		信用金庫		合 計		
	金 額	シェア	金 額	シェア	金 額	シェア	金 額	シェア	件 数	金 額	シェア
82年末	3,491 (▲1.1)	4.7	3,892 (0.7)	5.3	3,147 (30.2)	4.2	4,217 (9.9)	5.7	2,817 (▲6.2)	14,747 (8.1)	19.9
83年末	3,028 (12.5)	4.7	4,036 (3.7)	4.8	4,334 (37.7)	5.2	4,868 (15.4)	5.8	2,416 (▲14.2)	17,166 (16.4)	20.5
84年末	4,839 (23.2)	5.5	4,841 (19.9)	5.5	5,720 (32.0)	6.4	5,008 (21.4)	6.7	2,282 (▲5.5)	21,308 (24.1)	24.1
85年末	5,581 (15.3)	5.7	5,792 (19.6)	6.0	8,216 (43.6)	8.5	7,262 (22.9)	7.5	2,464 (8.0)	26,851 (26.0)	27.7
86年末	7,196 (28.9)	6.4	7,707 (33.1)	6.8	12,559 (52.9)	11.1	9,418 (29.7)	8.4	3,156 (28.1)	36,880 (37.4)	32.7
87年末	15,909 (11.1)	11.3	11,691 (51.7)	8.3	18,892 (50.4)	13.5	12,421 (31.9)	8.8	4,042 (28.1)	58,913 (59.7)	41.9
88年末	34,456 (116.6)	17.6	21,397 (82.3)	10.9	28,091 (48.2)	14.3	19,172 (54.4)	9.8	5,910 (46.2)	102,936 (74.7)	52.6
89年末	57,028 (65.5)	21.3	33,723 (58.3)	12.6	37,491 (33.9)	14.0	27,579 (43.9)	10.3	7,401 (25.2)	155,821 (51.4)	58.2
90年末	81,315 (42.6)	23.9	46,741 (38.6)	13.8	47,465 (26.6)	14.0	34,344 (24.5)	10.1	8,550 (15.5)	209,865 (34.7)	61.8
91年末	88,530 (8.9)	—	53,458 (14.4)	—	53,052 (11.8)	—	38,578 (12.3)	—	8,953 (4.7)	233,618 (11.3)	—

（注）・事業目的を除く個人に対する消費財・サービス購入資金の貸出

・カッコ内は前年同期比、％、

・都市・地方銀行、第2地銀、信用金庫、合計金額のシェアは消費者ローン全体に対する割合

・件数にはカードローンを含んでいない。

（資料）日銀「経済統計月報」

比べて高いものの残高そのものは小規模となっている。

2. 都市銀行が急伸

銀行の中でも、都市銀行はかつて消費者ローン残高では82年末時点で4.7%と地方銀行や信用金庫に比べてシェアは低かった。その後、各業態とも消費者ローン残高を伸ばしたが、都市銀行は80年代後半の伸びが著しく87年、88年ともに倍以上のペースで膨らんでいった。つまり、銀行全体のシェア向上は都市銀行の急激な残高拡大によるところが大きい(表-8)。

都市銀行が消費者ローン市場に本格的に参入し

表-9 消費者信用残高(構成比)の推移

(単位: %, 万円)

年	区分	86	87	88	89	90	91
消費財	都銀	16.3	15.6	11.6	8.8	7.5	6.4
	全体	25.0	23.0	15.8	14.2	11.8	10.6
サービス財	都銀	5.9	6.8	5.1	5.3	4.4	3.6
	全体	9.3	10.2	10.3	11.9	10.5	9.3
消費者ローン等 その他	都銀	77.8	77.6	83.3	85.9	88.1	90.0
	全体	65.7	66.8	73.9	73.9	77.7	80.1

(注) 事業目的を除く個人に対する消費財・サービス購入資金の貸出。

割賦返済(2カ月以上にわたり、かつ3回以上に分割して返済)を対象。

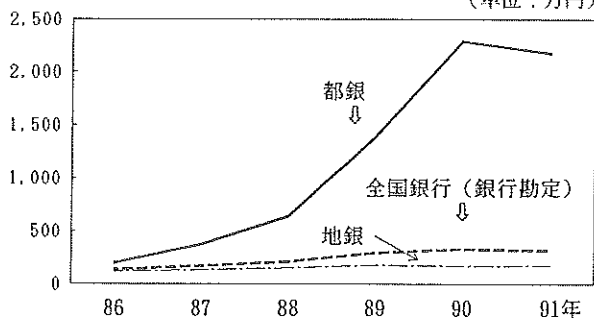
サービスは教育・旅行・医療用などに向けられた資金で、消費者ローンにはその他を含む。

上段は都市銀行、下段は全国銀行・銀行勘定。

(資料) 日銀「経済統計月報」

図-10 1件当たり消費者ローン貸出額(新規供与額)の推移

(単位: 万円)



(注) 表-10と同じ

(資料) 日銀「経済統計月報」

たのは70年代後半以降だが、80年代半ばになると個人マーケットへの注力度を高め、カードローンを中心に積極的にローン販売を行った。そのためカードローン比率で見ると都市銀行が他の業態に比べて高いのが特徴である(表-10)。このカードローンには無担保で小口のものの他に有担保で大口のものがこの時期に伸びた。また80年代後半になると都市銀行は不動産、有価証券を担保にした使途自由の大型フリーローン商品を相次いで開発して、1件当たり貸出額を大きく伸ばした。このため、80年代後半になるとカードローン比率はやや低下してきている。消費者ローンの新規貸出1件当たりの金額を見ると、都銀は86年の

表-10 銀行業態別カードローン比率(全国銀行銀行勘定)

(単位: %)

	都銀	地銀	第2銀	信金	合計
1986年	51.9	17.8	7.1	18.5	22.2
87	42.4	19.8	8.9	20.5	23.5
88	37.6	18.0	10.7	19.5	21.2
89	37.5	23.6	16.6	19.3	28.5
90	41.0	30.8	24.4	21.9	34.6
91	43.8	35.2	30.1	25.2	38.4

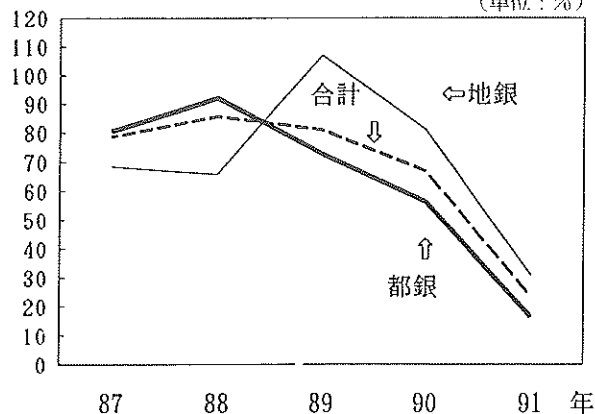
(注) 事業目的を除く個人に対する消費財・サービス購入資金の貸出。

割賦返済(2カ月以上にわたり、かつ3回以上に分割して返済)を対象。

(資料) 日銀「経済統計月報」

図-11 業態別カードローン伸び率(残高)

(単位: %)



(注) 表-10と同じ、合計は全国銀行・銀行勘定

(資料) 日銀「経済統計月報」

194万円から91年には2,171万円と年平均約62%増とかなり急激な勢いで高額化が進んでいることがわかる。

IV. バブル崩壊後の消費者ローン市場

1. マイナスに転じた銀行消費者ローンの伸び率

「平成景気」とも言われるバブル景気も89年5月からの金融引き締めによって徐々に後退色を強めることになるが、地価高騰への対策として講じられた90年春からの不動産向け融資総量規制や相次ぐ金融引き締めによってそれまで急騰していた地価や株価も下落に転じるなど、短期間のうちに一転してバブル景気が崩壊していった。

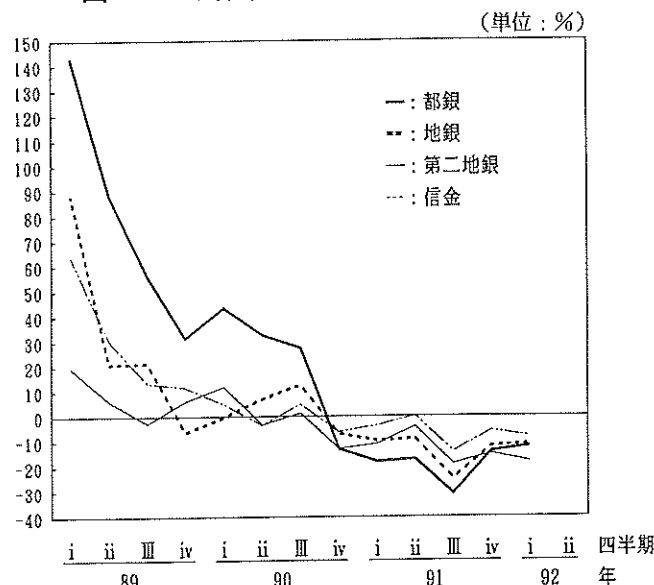
個人消費は景気鈍化に入った90年も堅調に推移したが、91年に入ると百貨店売上や乗用車販売、住宅着工などが前年比マイナスに転じるなどバブル景気時に好調だった消費関連指標にも陰りが出てきた。

このため、バブル全盛期に高い伸びを示していた銀行の消費者ローンの伸びも新規貸出ベースで90年下期頃から一転してマイナスとなっている。

主要業態では都銀、地銀、第2地銀とも90年10-12月期以降四半期ベースで7期連続の前年同期比マイナスが続いている。90~91年にかけての急激な環境変化が銀行消費者ローンに大きく影響していると言えるが、具体的な要因として以下のような点が挙げられよう。

- ①金融引き締めによるローン金利の上昇
⇒既借入分の金利負担上昇
- ②不動産価格（特に地価）の鎮静化及び下落
⇒有担保大型ローンの減退、既借入分の担保価値減少、投資用マンション等の需要減退
- ③株価の下落
⇒株式購入ローンの減退、資産効果の剥落
- ④消費の鈍化
⇒特に高級品、高額品消費の減退
⇒乗用車、家電品をはじめとする耐久財消費の鈍化
⇒住宅着工のマイナスによる住宅関連商品への影響
- ⑤個人ローン市場での不良債権増加に伴う銀行の与信基準の強化
- ⑥バブル期に増大したローン残高の反動減

図-12 銀行業態別消費者ローン伸び率



(注) 新規貸出額ベース、前年同期比伸び率
(資料) 日銀「経済統計月報」

2. 個人破産者の急増

また、最近になってローン借入等を理由とする個人破産者が急増している。最高裁判所調べによる自己破産者^(注3)は90年頃から急増し、その件数は91年には2万3千件を超え、かつて多重債務者問題で急増した84年に迫る勢いである。ここで都道府県別の自己破産新受件数を見ると90年には前年比39.4%増の東京（地方裁判所ベース、以下同じ）を始め、浦和（同35.6%増）、千葉（35.3%増）、横浜（29.6%増）と大都市圏で増加率が高い。

また、貸金業者からの借入を主な原因とする自己破産の構成比を見ると85年の77.1%から87年まで低下していたが、88年より再び高まってきた（表-11）。直近の91年は不明だが、最近の相談件数から推測すると85年の比率を上回る可能性が高い。つまり、最近では借入を原因とする自己破産が破産全体の7～8割に達している。

バブル期には個人レベルでも借入金をもとにした株式や不動産投資が急増したと言われるが、バブル崩壊とともに個人破産が急増した理由として、まず①投資用マンションや株式投資などの個人による財テク投資の急増、②資産価値の上昇した所

有不動産を担保とする大型の有担保フリーローンの急増、③供給サイドからの有価証券購入ローン、ゴルフ会員権購入ローンの増加、といった「ローンの大型化」要因に加え、消費者側でも④高級車、美術品、ブランド品など高額品消費が拡大した。この結果、一人当たりの消費者ローン残高が急増し、バブル崩壊によって「急増」を支えていた⑤低金利、地価上昇、株価上昇といった要因が全て逆転したため、短期間のうちに個人破産者が急増したものと思われる。

表-11 自己破産新受件数の推移（自然人）

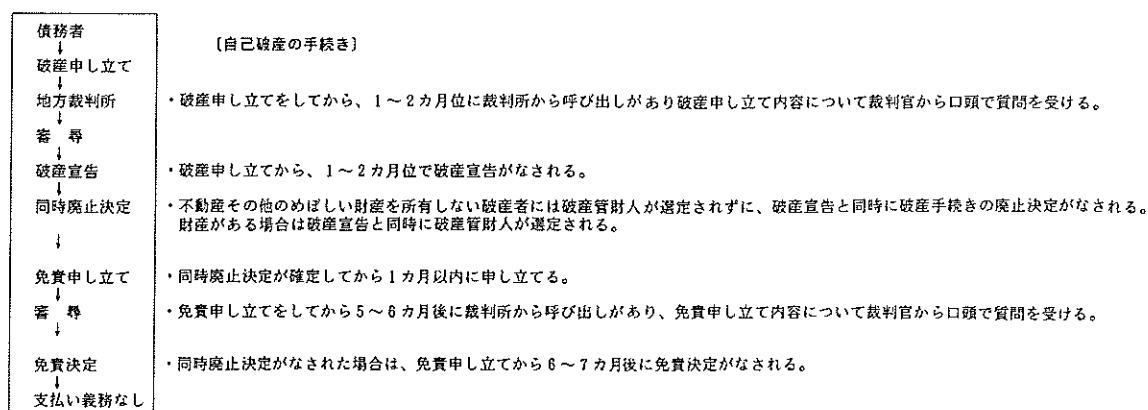
	件数	伸び率	貸金業比率
82年	5,031	56.2	—
83	17,878	255.4	—
84	26,384	47.6	—
85	14,625	—	77.1
86	11,432	▲21.8	68.6
87	9,774	▲14.5	64.5
88	9,415	▲3.7	65.7
89	9,190	▲2.4	68.9
90	11,273	22.7	74.4
91	23,491	108.4	—

（注）伸び率は前年比増減率。

82～84年は法人を含む総数。

（資料）最高裁判所「司法統計年報」

（注3）自己破産の手続きは裁判所にある破産申立て書に住民票、戸籍謄本、財産目録、陳述書などの書類を添付して提出する。破産申立て書には支払いが不能である事を立証するために、経歴や家族関係、収入と生活状態などについて記載する。通常個人破産を行う者は資産を持たないことが多いので、申立て費用も3万円程度で済むと言われている。また、裁判所に虚偽の申告をしない限り弁護士や公認会計士になれないという資格制限もなくなり、身分上の制約を受けることはない。ただし、破産宣告されると信用情報機関のデータに破産者として掲載されるためその後のローン利用に制限が出てくるが、これも5～7年経てばリストから除外され、また更に10年経てば再び自己破産を申告することが可能で、現在の法制下ではある意味で簡単に自己破産できるような仕組みになっている。



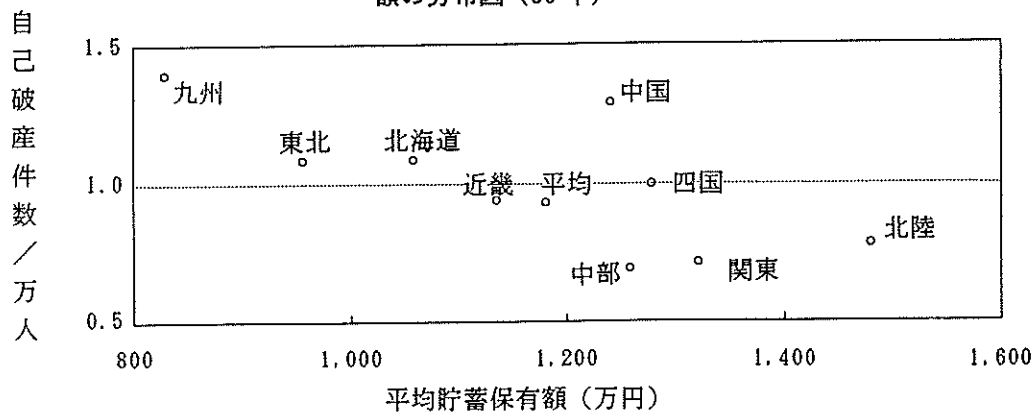
（資料）自由国民社「カード破産と借金整理法」

さらに、自己破産について地域別の単位人口当たり件数と平均貯蓄額（世帯）の関係で見ると以下のようなことがわかる（図-13）。

- ①人口当たり破産件数は大都市部よりも九州、中国、東北など地方が多い、
 - ②貯蓄額の少ない地域（九州、東北、北海道）で人口当たり発生率が高い、
- といった傾向が見られる。

かつて83、84年に多重債務者問題が起こったが、その後法整備が進み、また供給者及び消費者の両面で学習効果が進み個人破産者は次第に減少していた。個人破産の特徴を前回と今回で比較すると、今回は①破産者層の若年化や女性の増加、②クレジットによる過剰購入に端を発する破産の増加、③財テクがらみの破産の増加などが今回の特徴と思われる（表-12）。

図-13 単位人口当たり自己破産件数と平均貯蓄額の分布図（90年）



（資料）最高裁判所「司法統計年報」、
貯蓄広報中央委員会「貯蓄に関する世論調査」

表-12 個人破産急増期の比較

時 期	83～84年頃	90～最近まで
借り手の属性	・中高年のサラリーマン 男性が圧倒的	・20歳代の若年層、OL、 主婦など女性が増加
借入先	・消費者金融専業 8割 ・カード会社、他 2割	・消費者金融専業 5割 ・カード会社、他 5割
利用方法	・ローンが大半	・クレジット+ローン
平均パターン	・ローンの過度利用と高金利によって債務が増大 ・また、取り立てにより自殺や蒸発などが増加	・クレジットを利用した物品購入に伴う債務額増大 ・株や不動産取引に失敗した個人投資家が増加

（資料）各種資料をもとにニッセイ基礎研究所作成。

多重債務者、自己破産者の増加にともなって債務者の更生・救済を目的とする日本クレジットカウンセリング協会^(注4)への相談件数も最近増加している。協会への相談件数を見ても、20歳代の割合が年々増加し91年度には52.9%と30歳代の25.2%と合わせて全体の約8割を占めている(表-13、14)。

表-13 カウンセリング受付件数

	問合せ 総件数 A	受付 件数 B	他機関へ の紹介C	電話での 問合せD
87年度	2,047	608	935	504
88年度	1,964	577	793	594
89年度	1,978	509	856	613
90年度	2,929	669	1,350	910
91年度	5,243	993	3,045	1,205

(注) Aは全国から日本クレジットカウンセリング協会へのカウンセリング申込み・相談及び問い合わせの総数。
Bは協会でのカウンセリング可能な受付件数(東京近郊で来所可能な者)。
Cは遠隔地のため地元機関紹介(地元の弁護士会、消費者相談室など)したもの。
Dは単なる電話での問い合わせ相談件数。
(資料) 日本クレジットカウンセリング協会調べ

また、一人当たりの債務額では87年度以降500万円内外で推移している。最近では女性の比率が上昇しており、同協会によれば女性の方が男性に比べて比較的早めに相談にくるケースが多く、このことが債務額をあまり大きくさせないことにつながっていると言う。

表-14 相談者の年齢と性別

(単位: %)

	19歳～ 以下	20歳～ 29歳	30歳～ 39歳	40歳～ 49歳	50歳～ 59歳	60歳 以上	構成比 男・女		一人当 り債務額
87年度	0.0	31.5	25.1	23.1	14.9	5.4	59.6	40.4	538万円
88年度	0.0	39.3	24.2	19.8	14.6	2.1	64.9	35.1	475万円
89年度	0.5	48.0	24.4	14.1	10.1	2.9	70.8	29.2	499万円
90年度	0.7	48.7	29.6	13.6	5.9	1.5	68.2	31.8	523万円
91年度	0.3	52.9	25.2	12.2	6.3	3.1	57.2	42.8	458万円

(資料) 日本クレジットカウンセリング協会調べ

3. 92年以降も個人破産は高水準

自己破産者の増加に対して各業態、官庁ともその対策について検討中であるが、その内容について簡単に整理すると以下ようになる。

(1) 信用情報の整備

現在、クレジット各社は独自のシステムによって業務を行っており、クレジットを利用した際の支払い記録である「信用情報」は各業態毎の「信用情報機関」に登録される。こうした「信用情報機関」は4団体あり、87年3月より3情報機関(個人信用情報センター、信用情報センター、全国信用情報センター連合会)で事故情報(一般的には3カ月以上支払いが遅れた場合などのいわゆるブラック情報)の交換が始まった。

しかし、多重債務者はカードを複数枚利用して支払い自体は滞らないようにして債務額を膨らましているため、対策としてはブラック情報よりも現在どれだけ借入残高があるかというホワイト情報の整備が求められている。しかし、会社側から見れば各社が保有している個人情報はそのままビジネス情報となるため、決済機能を持って情報整備が比較的進んでいる銀行・銀行系クレジット会社からの情報提示への抵抗は強いものがあり調整は難航しそうである。こうした情報整備の遅れは破産者増加に対してマイナスとなる。

(注4) 財団法人日本クレジットカウンセリング協会は消費者保護の観点から多重債務者を社会的、経済的に早期に立ち直らせるための公正・中立な相談機関として通産省の許可により87年3月に設立された。

(2) 消費者教育の充実

89年3月に文部省から発表された「新学習指導要領」で、92年度より小学校、93年度より中学・高校で順次消費者教育が取り上げられるようになった。米国などでは早くから「消費者教育」が行われていたが、ようやくわが国においてもキャッシュレス社会における家計管理、消費生活の在り方を教育することが始まったと言えるがその効果が出てくるのにはまだ時間がかかりそうである。

こうした個人破産の増加は供給者側にとって貸倒償却となり収益圧迫要因となる。個人破産の詳細な内容は不明だが、カードを介した物販で支払えなくなった者のほとんどが消費者ローンを借りていると言われている。

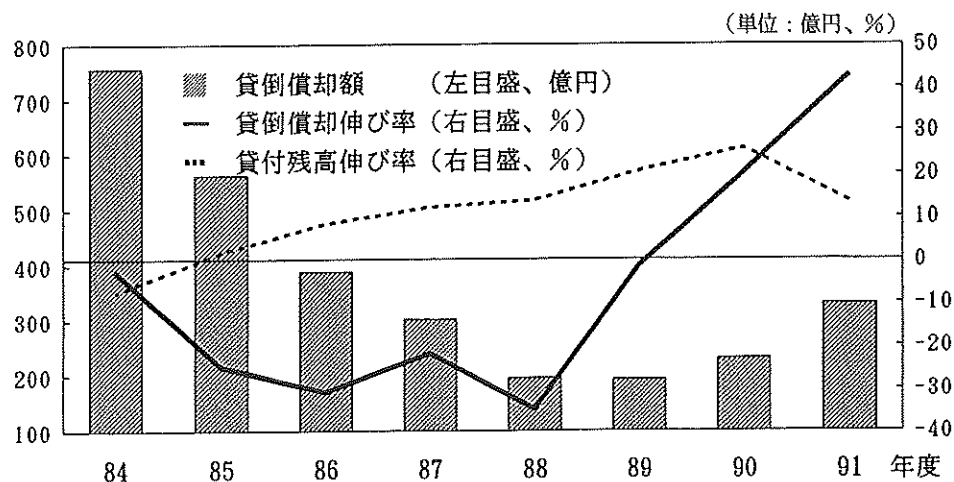
前述のカウンセリング協会への相談者一人当たり債務額をもとに平均債務額を500万円として、91年に表面化した個人破産件数が約2万3千件であるから、破産債務額は合計1,150億円となる。個人破産の債務額のうち7割が消費者ローンと言われていることから、消費者ローン関連で年間約800億円の貸倒が生じていることになる。実際に自己破産する者は氷山の一角と思われ、破産予備軍は10万以上とも言われており、最近の相談件数の増加から考えると92年は4万人近くに達す

るものと思われる。同様に試算すると92年度は約1,400億円の貸倒れとなり、今後各供給機関に少なからず影響を与えることになる。

消費者ローン関連の貸倒状況を大手消費者金融会社4社の貸倒償却額の推移で見ると、多重債務者問題発生以降減少していたが、90年度になると再び増加に転じており、91年度には前年度比43%増と貸付残高の伸び率13%を大きく上回っている。業界では個人破産者の借入先の約半分が消費者金融と言われていることから、今後破産の増加によって償却額がさらに膨らむ可能性もある。

以上のように80年代後半から再び急増した消費者ローンだが、バブル崩壊にともなう個人破産の増加で不良債権化が進み、各業態とも償却額が増えてきており、収益面に大きな影響を与えるようになってきている。

図-14 大手消費者金融4社の貸倒償却額の推移



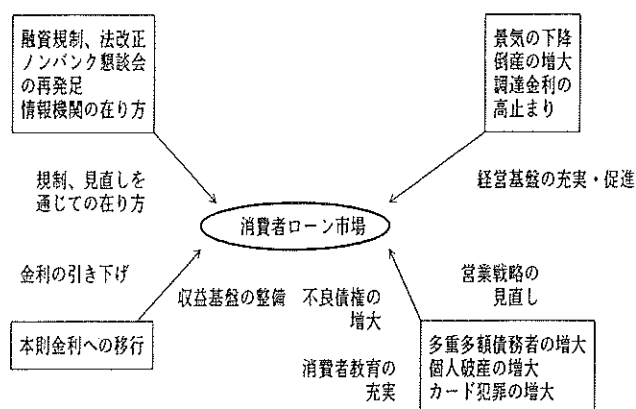
(資料) 金融財政事情研究会「月刊消費者信用」

V. 今後の見通し

最近の消費者ローン業界を取り巻く環境変化という観点からは、出資法の改正、銀行系クレジット会社へのリボルビング方式解禁などの問題も消費者ローン関連企業へ様々な影響が出ることが予想される。前述のバブル崩壊に伴う消費者ローン関連の不良債権増の問題とともに、上限金利の強化や規制緩和による各業態間の競争激化という事態が予想され、仮にローンへの安定的な要素が見込めたとしても、ローンの供給者にとっては消費者ローン市場を取り巻く環境は今後一段と厳しいものとなってこよう。

従って80年代半ばの中小消費者金融業者の淘汰に続いて今後全業態を含めた業界の再編が再び起こる可能性も否定できない。

図-15 消費者ローン市場を取り巻く環境と動向



(資料) 全国貸金業協会連合会「平成3年版貸金業白書」

消費者信用における先進国である米国とわが国を比較すると、国民一人当たりの可処分所得に対する消費者信用残高は87年以降わが国で急激に上昇したため90年にわが国が米国を上回る結果となっている。

ただ、今後のわが国の消費者ローン市場について展望すると、

- ①供給者側から見ると個人破産増加による不良債権増から消費者ローン市場の見直しがここ2～3年は続くと思われる。
- ②消費者もバブル崩壊以降、これまでのように高額消費のための大型ローン利用や、有価証券、ゴルフ会員権購入ローンなどの利用も少なくなり、また地価低迷から不動産担保の大型フリーローンも借りにくくなってきている。従って、消費者にとってもローン借入に対する見直し時期に入っていると言えよう。

加えて前段で述べたように銀行を中心に消費者ローンの新規貸出額の伸びがバブル崩壊以降マイナスに転じている。この結果、消費者ローン残高の伸びも都銀では92年1～3月期の伸び率は前年同期比3.9%と91年1年間の8.9%に比べて大きく鈍化してきている。

消費者ローンは80年代に入って様々な業態が参入し、一時期を除いて一貫して高い伸びを達成してきたが、消費者信用全体が米国並みに成長してきている点に加え、80年代後半から

表-15 可処分所得に対する消費者信用残高

年		85	86	87	88	89	90
日	家計可処分所得(a)	220,656	230,330	236,729	247,712	263,881	280,611
	消費者信用残高(b)	27,406	30,968	35,704	43,010	52,934	63,099
	(b)/(a)×100 (%)	12.4	13.4	15.1	17.4	20.1	22.5
米	家計可処分所得(c)	28,387	30,133	31,947	34,792	37,255	39,458
	消費者信用残高(d)	5,921	6,491	6,819	7,315	7,780	7,945
	(d)/(c)×100 (%)	20.9	21.5	21.3	21.0	20.9	20.1

(注) 単位：日本は10億円、米国は億ドル

(資料) 日本クレジット産業協会「日本の消費者信用統計'92」

末にかけてのバブル期の急拡大もあり、今しばらくは調整局面に入りこれまでより低い伸びで推移しよう。

消費者ローンの伸びはかつての所得要因に加えて最近特に金利、地価、株価の動向に左右される傾向が高まっていると思われ、今後の動向を予測することは難しいが、新規貸出の伸び悩みやマイナスから今後2～3年間の残高は年率3%前後の低い伸びで推移し、95年末の残高は43兆円程度の規模となろう。

とはいえ、財・サービスを購入するための支出は中長期的には伸びていくと思われ、ローンへの潜在的ニーズは依然として高い。今後は供給者側も資産効果や財テクといった要素の強い使途自由のフリーローン等を見直し、教育ローン、自動車ローンなど目的ローンを中心とした商品の充実を図っていく必要がある。

同時に一人当たり与信額の見直しや審査の厳格化が求められる。

〔参考文献〕

日本クレジット産業協会

「日本の消費者信用統計'92」

日本クレジット産業協会「消費者信用白書」

昭和58、59、61・62、90・91年版

ぎょうせい「消費者信用のすべて」

東洋経済新報社「個人ローンの実態と展望」

金融財政事情研究会「消費者ローンの推進策」

金融財政事情研究会「消費者ローンの実務」

自由国民社「カード破産と借金整理法」

全国貸金業協会連合会「平成3年版貸金業白書」

日本銀行「経済統計月報」

表-16 今後の消費者ローン市場予測

(単位：兆円、%)

	92年	95年	平均伸び率	
			80→90年	92→95年
消費者ローン全体伸び率	4.2%	2.9%	20.7%	2.8%
銀行	3.6%	2.8%	31.5%	2.4%
その他	5.6%	3.1%	13.0%	3.4%
残高(兆円)	39.3	42.7	——	——

(注)・銀行は都銀、地銀、第2地銀、信金を対象

・残高ベース伸び率。

(資料) ニッセイ基礎研究所作成