

# 21世紀のコンシューマー・ファイナンス

消費者のための新たな金融サービスの  
あり方について

2005年6月29日

GE コンシューマー・ファイナンス株式会社

代表取締役社長 山川丈人



GE imagination at work

想像をカタチにするチカラ

# 本日の議題

1. GE グループについて
2. GE コンシューマー・ファイナンスについて
3. 消費者のためのコンシューマー・ファイナンス:  
日本の金融セクターの新たな成長エンジン
- 4.1 個人の信用力に応じた貸付の実施がヤミ金問題解決の鍵
- 4.2 上限金利規制がヤミ金問題・個人破産の悪循環をもたらす
5. 出資法で定められたみなし利息の弊害
- 6.1 米国での事例: 上限金利の抑制は、個人の信用力に応じた、適正な貸付の実現を  
阻害する
- 6.2 米国での上限金利規制の動向についての誤解を解く
7. コンシューマー・ファイナンスは個人破産の原因ではない
8. 信用情報システムの確立が多重債務問題解消の鍵
9. 電子的通知 (e-notification) : 個人情報保護に欠かせない、消費者のための選択  
肢
- 10.1 グレーゾーン: 消費者のための貸金業者による適切な情報公開
- 10.2 貸金業法第43条改正: 本来の消費者保護を実現するために・・・



GE imagination at work

想像をカタチにするチカラ

# 1. GE グループについて

- 創業: 1892年、発明家トーマス・エジソンが創立者の一人
- 本社所在地: 米国コネチカット州
- 事業内容: 11の事業部門(航空機エンジン、発電用設備、医療用画像診断装置の製造、消費者向けファイナンス等)
- 売上高: 16.5兆円
- 従業員数: 全世界で30万人以上

## 日本におけるGE

- 1886年よりビジネス展開
- 従業員数: 8,000名以上
- 日立、東芝、横河電機などと数々の合併事業を展開
- GEにとって日本は米国に次ぐ規模のマーケット



GE imagination at work

想像をカタチにするチカラ

## 2. GE コンシューマー・ファイナンスについて

- GEの個人向け金融サービス部門
- 全世界で47カ国、1.1億人が利用  
営業資産は1,512億USDドル(2004年末)
- 日本でも、消費者ニーズに応じた多様な個人向け金融サービス事業を展開
  - ー GE Money(住宅ローン、パーソナルローン、クレジットカードなど)
  - ー レイク(パーソナルローン、不動産担保ローン)
  - ー ニッセンGEクレジット(クレジットカード)
  - ー ネットプライスカード(クレジットカード)
- GEとして様々な社会貢献活動に取り組む中、GE コンシューマー・ファイナンス独自でも、文化活動、スポーツイベントを積極的に推進

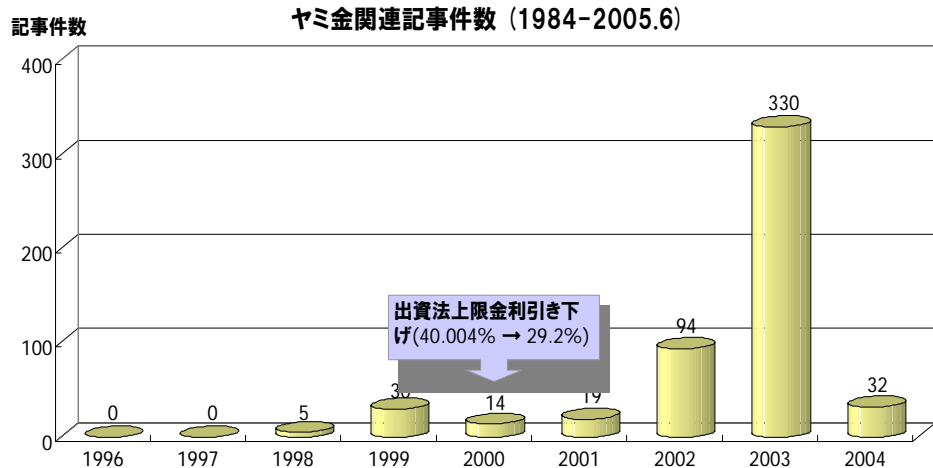
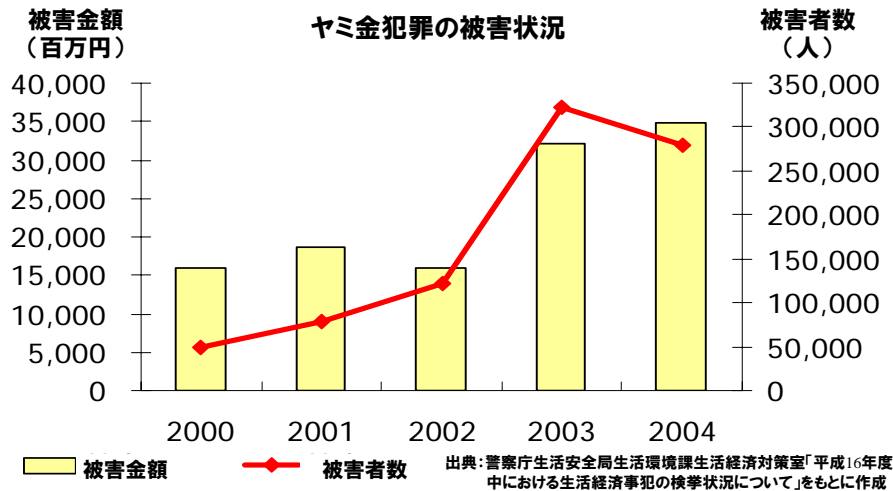


### 3. 消費者のためのコンシューマー・ファイナンス： 日本の金融セクターの新たな成長エンジン

- 多様な商品展開により消費者の選択肢を広げ、消費者のニーズとライフスタイルをサポート
- 国内消費の喚起と経済成長の促進に不可欠な、金融システムの重要な担い手
- 行政当局、貸金業界、消費者団体間の建設的なパートナーシップを通じた、責任ある企業活動の奨励、消費者保護、新たなコンシューマー・ファイナンス市場の構築
  - 市場のイノベーションを可能にする、透明性のある規制の実施
  - 個人の信用力に応じた適切な貸付の実現、消費者への多様な選択肢の提供を可能にする、新たな信用情報システムの確立
  - 貸金業者のオペレーションと情報開示に関する法的要件の明確化
  - 消費者のファイナンス・リテラシーの向上



# 4-1 個人の信用力に応じた貸付の実施がヤミ金問題解決の鍵



- 2000年の出資法改正による上限金利規制がヤミ金問題を助長している
- 信用収縮がヤミ金問題を深刻化させている
- 諸外国においても同様の傾向が見られる
- 2003年のヤミ金対策法施行による規制強化は、情報開示の促進と免許登録の厳格化というアプローチであり、一律的な上限金利規制よりも適切な規制であった

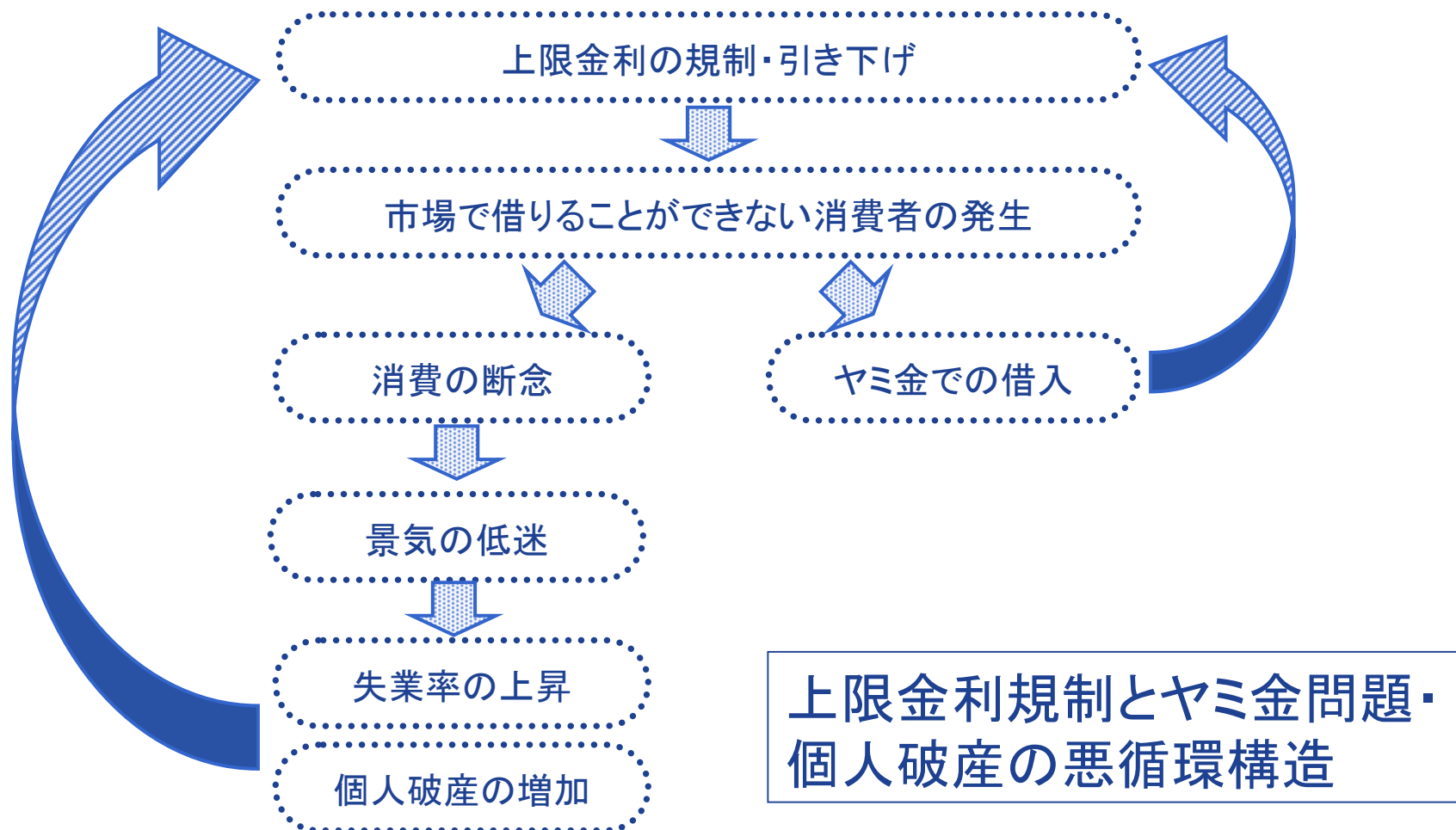
上限金利の規制がヤミ金問題を助長している



GE imagination at work

想像をカタチにするチカラ

## 4-2 上限金利規制がヤミ金問題・個人破産の悪循環をもたらす



## 5. 出資法で定められたみなし利息の弊害

- 出資法においては、受け取る元本以外の金銭（経費等）をすべて利息とみなすと規定されている
- 諸外国における同様の法律においては、ほとんどの場合経費は利息に含まれていない
- この出資法上の規定のため、日本の金利水準は諸外国に比べ高く見える
- みなし利息の存在は、支払保障保険などの付加価値商品の提供を阻害し、消費者の選択肢を狭めることにつながっている





## 6-1 米国での事例：上限金利の抑制は、個人の信用力に応じた、適正な貸付の実現を阻害する

- 上限金利の抑制が貸し渋りとヤミ金への消費者シフトを招き、個人の信用力に応じた適切な貸付が行われないという、研究結果が出ている
  - いくつかの研究結果に基づき、連邦および各州行政当局は、過去20余年、金利自由化への動きを加速化させている（「Consumer Credit in The United States」参照）
  - 上限金利規制から、情報開示の徹底、消費者教育の推進、悪質な回収への規制、登録要件の厳格化などといった規制内容にシフトしている
- 他の諸外国をみても、上限金利規制は、ヤミ金問題の増加などのネガティブな影響をもたらすことが分かっている

上限金利の抑制は、消費者と消費者経済に悪影響を与え、  
コンシューマー・ファイナンス市場にゆがみをもたらしてきた



## 6-2 米国での上限金利規制の動向についての誤解を解く

- 平成17年6月15日の「貸金業制度等に関する懇談会」にて、「世界の暴利規制一覧表」として米国の上限金利は非常に低いという内容の資料が提出された
  - 少なくとも米国では、各州法・連邦法ともに金利自由化の方向にある
  - 州を越えて事業を展開する連邦法適用金融機関には、本店所在州の上限金利のみが適用される
  - 多くの州では、登録業者に適用される上限金利について様々な例外規定が設けられており、ほとんどの場合「契約当事者間で合意された」上限金利が適用されるため、実質的に上限金利が存在しない
- 利息制限を受けないクレジットカード等を経由した貸付が、ほとんどを占めている

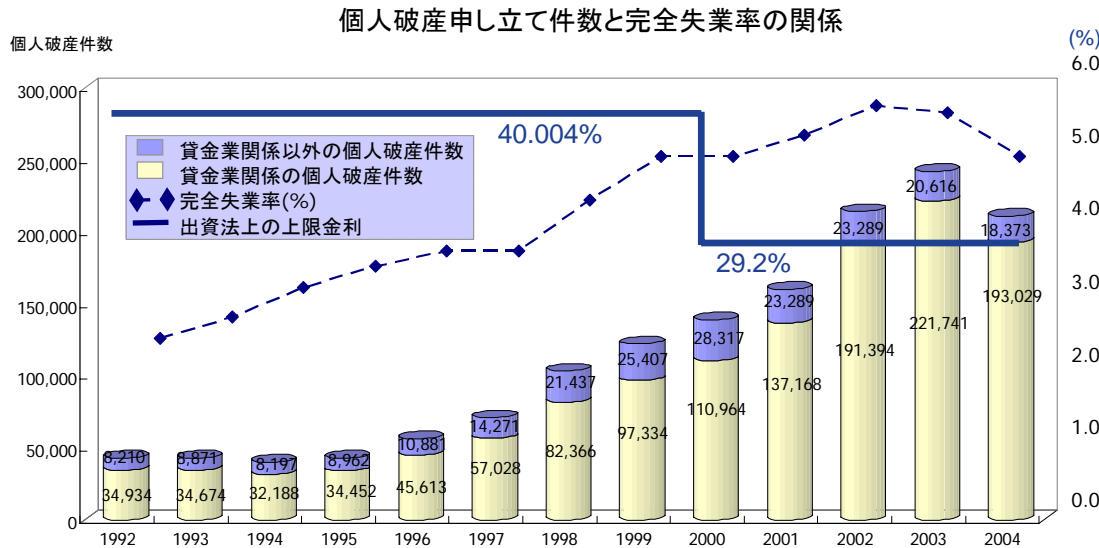
米国における過去20年の金利自由化の流れは、  
消費者に多様な選択肢を提供し、経済成長に寄与してきた



GE imagination at work

想像をカタチにするチカラ

# 7. コンシューマー・ファイナンスは個人破産の原因ではない



- 2000年の上限金利引き下げ後、個人破産申し立て件数が急増

消費者のファイナンス・リテラシーの向上こそ、個人破産根絶の第一歩

- 個人破産申し立て件数の増加は、上限金利ではなく失業率や景気動向と関連している
- 個人の信用力に応じたコンシューマー・ファイナンスが、消費を促進し、景気を刺激することにより、結果として個人破産の減少につながる
- 消費者教育の推進と適切な情報の開示に基づく貸付は、消費者のファイナンス・リテラシーの向上につながり、結果として多重債務が抑制される



## 8. 信用情報システムの確立が多重債務問題解消の鍵

- 当社では、多重債務防止の観点から、高度なスコアリング・システムに基づく顧客の信用管理を適宜行っている
- 信用情報センターのデータ活用方法には、さらなる改善の余地がある
  - あらゆる信用管理データベースへのアクセス確保
  - 定期的な情報更新と情報精度の向上
- 米国では、消費者の視点に立った信用情報センターへの規制となるFCRA(Fair Credit Reporting Act, 1970: 公正信用報告法)が制定された
  - 個人情報保護と信用情報の交換・共有の両立の実現
  - 個人の信用力に基づく貸付の促進
  - 信用情報センター間での情報管理基準の標準化  
(焦げ付き・延滞などの用語の定義、データベースの更新頻度)

信用情報システムの改善が多重債務を抑制



GE imagination at work

想像をカタチにするチカラ

## 9. 電子的通知(e-notification): 個人情報保護に欠かせない、消費者のための選択肢

- 個人情報保護と自己情報管理が、貸金業法に関連する政策的課題となっている
- 貸金業法において電子的通知が認められ、消費者が郵送か電子的通知かの選択権を持つことは、個人情報保護法の基本理念と一致する
- 電子的通知は、個人情報保護のために最も有効なセキュリティー・ツールのひとつである
- 同様のアプローチが米国・英国等でもみられる  
例)米国の貸付真実法(TILA: Truth in Lending Act)下でのレギュレーションZ
- 日本経済団体連合会および米国政府は、電子的通知の実施を要望している

電子的通知(e-notification)が個人情報保護  
のための最も効果的な方法



# 10-1 グレーゾーン: 消費者のためのコンシューマー・ファイナンス市場への阻害要因

- コンシューマー・ファイナンス市場の進歩に即した情報開示規定を定めるべき。そのためには、以下について、貸金業法第17・18条を改正が必要
  - 米国貸付真実法のレギュレーションZのような明確な信用情報開示規定
  - ATMネットワークシステム取引における情報開示の簡略化
  - 主契約の変更・更新ごとの情報開示要件の撤廃
- 契約に関する不明瞭な点を解消するために、法第43条の見直しが必要
- 本来、出資法上で認められた範囲内で、消費者に同意された利率を課すことは、適法とされるべき

グレーゾーンは消費者のための新たな  
コンシューマー・ファイナンスへの大きな障害



## 10-2 貸金業法第43条改正：本来の消費者保護を実現するために・・・

- 法第43条は本来、返済不可能に陥った消費者を救済するための条項であった
- 現状では、不当な過払い請求訴訟を求めるモラルハザードを招く恐れがある
- コストのかかる訴訟制度ではなく、消費者の側に立ったクレジットカウンセリングの充実やファイナンス・リテラシーの向上が必要
- 深刻な財政困難にある消費者に対しては、救済措置が必要
- 法第43条を本来のあるべき姿に戻し、例えば、米国方式の「資力テスト (Means Test)」などのツールを利用して、消費者保護と個人破産抑制を図る



# ご参考資料一覧

## ＜資料ページ＞

1. GE グループについて
2. GE コンシューマー・ファイナンスについて
3. 消費者のためのコンシューマー・ファイナンス:  
日本の金融セクターの新たな成長エンジン
- 4-1 個人の信用力に応じた貸付の実施がヤミ金問題解決の鍵
- 4-2 上限金利規制がヤミ金問題・個人破産の悪循環をもたらす
5. 出資法で定められたみなし利息の弊害
- 6-1 米国での事例: 上限金利の抑制は、個人の信用力に応じた、適正な貸付の実現を阻害する
- 6-2 米国での上限金利規制の動向についての誤解を解く
7. コンシューマー・ファイナンスは個人破産の原因ではない
8. 信用情報システムの確立が多重債務問題解消の鍵
9. 電子的通知(e-notification): 個人情報保護に欠かせない、消費者のための選択肢
- 10-1 グレーゾーン: 消費者のための貸金業者による適切な情報公開
- 10-2 貸金業法第43条改正: 本来の消費者保護を実現するために...

## ＜ご参考資料＞

- 「GEの概要」
- 「This is GE Money」
- なし
- なし
- a) 「Consumer Credit In The United States」(米国における消費者向け貸付)
- b) 「米国の金利自由化」
- c) 「ニューヨーク州の小口融資法における金利の上限設定」
- なし
- 「米国における貸金業者の登録・免許について」
- なし
- FCRA FACTA プレゼンテーション
- a) 「2005年度日本経団連規制改革要望」
- b) 「在日米国商工会議所意見書 貸金業法の改正を」
- c) 「日米規制改革および競争政策イニシアティブに基づく日本国政府への米国政府要望書」
- なし
- 「資力テスト 要点」



GE imagination at work

想像をカタチにするチカラ