

米国におけるキャッシュレス化の進展と金融業

前田, 真一郎
九州大学

<https://hdl.handle.net/2324/7173553>

出版情報：信用理論研究. 39, pp. 55-73, 2022-05. 信用理論研究学会
バージョン：
権利関係：



米国におけるキャッシュレス化の 進展と金融業

前田真一郎
(九州大学)

はじめに

世界的にキャッシュレス化の動きが広がっている。一言でキャッシュレスといっても、その中身は国によって違いがある。そのような違いは、その国の文化や、支払いに対する消費者、加盟店、政府、地方自治体等の対応の違いから生まれてきたと考えられる。これまで企業や政府のホールセール取引においては、銀行預金の振替などを通してキャッシュレス支払いが行われてきた。現代では、消費者が支払いを行う際のリテール取引においてもキャッシュレス化が進行している。本稿では、近年キャッシュレス取引の進展が見られる消費者の支払いに焦点を当てる。

米国におけるキャッシュレス化は、消費者の支払手段の中心が、小切手や現金などからカードへ移行する過程で捉えることが出来る。米国において歴史的にキャッシュレス化の動きを牽引したのは、クレジットカードの利用であった。クレジットカードは、消費者信用の一取引として認識される。クレジットカード事業を始めた米国商業銀行は、クレジットカード支払いで繰り延べた債権に金利を付けて回収することで貸付収入を得るようになった。この結果、米国の消費者信用においてリボルビング・クレジットが増加していった。このリボルビング・クレジットの拡大は、歴史的に

預金という安定的な資金調達源を持つ商業銀行がクレジットカード事業に参入したことによって達成された。米国におけるキャッシュレス化は、消費者の消費活動を促進するクレジットカード利用の拡大と、そこから収益を生み出そうとする金融機関の活動があわさって進展してきたのである。

近年の米国では、デビットカードの利用も拡大している。その背景には、預金獲得のためのサービス拡充、現金や小切手の管理コストの低減、クレジットカード事業の収益性低下、信用リスクの変動、モバイル・ペイメントなど新たな支払方法の広がり等の要因がある。これは、金融機関が多様化する消費者のニーズに対応していった結果である。

なお、キャッシュレスを考察する際には、銀行口座を持たないアンバンクの人々の存在を忘れてはならない。米国では、歴史的に多種多様な支払い手段が存在してきた。米国における消費者の支払手段の変化と、それに対応してきた金融機関の動向を追跡することにより、現代におけるキャッシュレス化の本質に迫ることが出来れば幸いである。

1. キャッシュレスについて

キャッシュレスについて、その捉え方は国によって違いがある。日本の経済産業省は、2018年4月に刊行した「キャッシュレス・ビジョン」のなかで、『『キャッシュレス』については、広汎に共通的に認識されている定義は存在しない』としたうえで、キャッシュレスとは、「物理的な現金（紙幣・硬貨）を使用しなくても活動できる状態」を指すとしている¹。本稿においてキャッシュレスとは、消費者の支払いを念頭に「現実の取引において貨幣の受け渡しが発生しない事態」と定義し、「クレジットカードやプリペイドカード等の登場によって現金が表面にあらわれなくなる事態」

1 経済産業省商務・サービスグループ消費・流通政策課〔2018〕、4頁。

と捉えている²。

米国では、FRB（連邦準備制度理事会）が3年に1度“The Federal Reserve Payments Study”という報告書を発行しており、そのなかでキャッシュレスについて Noncash Payments という表現を使って統計をとりまとめている³。この Noncash Payments の中身は、Cards、Automated Clearing House (ACH)、Checks の3つに分類される。このうち Automated Clearing House (ACH) は、米国の小口決済システムであり、給与振込、年金や公共料金の支払い、企業間の支払いなどに用いられる。

ここで、クリアリングという用語も含め、確認しておく。私たちが支払いを行う際に、例えばクレジットカードを利用した場合には、カード会社によってクリアリング業務が行われる。支払手段にもよるが、決済システムにおけるプロセスを見ると、詳細には以下の3つに分けることが出来る⁴。

①ペイメント (Payment)

ペイメントとは、支払銀行が受取人への資金振替を依頼する支払指図を受取銀行に送付し、受取銀行が受け取るプロセスである。

②クリアリング (Clearing)

クリアリングとは、決済のために取り交わされた支払指図を集計して、最終的に受け取る、あるいは支払うべき差額（決済尻）を算出することである。クリアリングでは、すべての支払指図を集計して、参加者ごとに、受けと払いの差額である「ネットポジション」が算出される。

③セトルメント (Settlement)

セトルメントとは、上記の決済尻の金額を実際に受払いし、ファイナリティ（決済完了性）を持って支払を行うこと。すなわち、支払銀行から受取銀行に、実際に資金が移動することである。

2 川波洋一〔2017〕、5-6頁。

3 Federal Reserve System〔2019〕, pp. 13-14.

4 詳しくは、中島真史・宿輪純一〔2013〕、10-11頁を参照。

具体的なキャッシュレスの支払手段としては、クレジットカード、デビットカード、電子マネーなどが挙げられる⁵。国際決済銀行（BIS）傘下の決済・市場インフラ委員会（Committee on Payments and Market Infrastructures、CPMI）は、加盟国・地域の中央銀行が作成する決済関連データを取りまとめ、「CPMI メンバー国の決済システム統計書」（“Statistics on payment, clearing and settlement systems in the CPMI countries”）を公表している。2017 年におけるクレジットカード、デビットカード、電子マネー決済合計額の民間最終消費支出に対する比率は、米国が 46%、日本が 21%、英国が 56%、フランスが 43%であった⁶。世界各国におけるキャッシュレス取引動向を比較してみると、米国のクレジットカード発行枚数は 10 億万枚を超え、世界最多である。2017 年における米国の民間最終消費支出に対するクレジットカード利用比率は 25%、デビットカード利用比率は 19%に達する。米国の民間最終消費支出に対するクレジットカード利用比率は、英国やフランスと比較しても高い。消費大国といわれる米国は、先進国のなかでもクレジットカードの利用比率が高いのが特徴である。

なお、キャッシュレス化という言葉は、現金が減少していくという印象を与えるかも知れないが、キャッシュレス化とは、必ずしも現金が減少していくなかで達成されるものではない。米国の現金流通残高は、1988 年末の 2,476 億ドルから 2019 年末には 1 兆 8,077 億ドルに増加した。特に米国の現金流通残高は、2008 年前後の金融危機以降、増加が加速しており、現金流通残高対 GDP 比は 2008 年末の 6.0%から 2019 年末には 8.3%

5 経済産業省商務・サービスグループ消費・流通政策課 [2018]、4 頁を参照。

6 「CPMI メンバー国の決済システム統計書」にカウントされている電子マネーには、ポストペイ方式の電子マネーは含まれていない。各国において、民間最終消費支出や E-マネー（プリペイドカード）の算出方法に違いがある。ここでは、データ取得が可能な範囲で比較している。

に上昇している。

2. クレジットカードの出現と消費者信用

米国において歴史的にキャッシュレス化の動きを牽引したのは、クレジットカードの利用であった。実際、世界最初のクレジットカード会社であるダイナース・クラブは、1950年に米国で誕生した。クレジットカードは、消費者信用の一取引として認識される。

消費者信用は、その返済方法により、割賦信用と非割賦信用に分類される。当初のクレジットカードは、一定期間後に全額の支払いがなされる非割賦信用としての役割を担っており、FRBの統計においても掛勘定の中の一取引として認識されていた。クレジットカードが、FRBの統計に出てきたのは、1947年以降である。

クレジットカード業務は、最終的な支払いに際し、必ず銀行口座を使うことから銀行システムの上に成り立っているものである。またクレジットカードは、「小切手の代わりではなく、現金の代わりに用いられる傾向があった」⁷。歴史的に米国では、小切手が広く利用されてきた。クレジットカードは、小切手や現金での支払いを代替していくはずであるが、最終的な支払いはカード発行銀行からの請求金額にもとづいて行われたため小切手と併存してきた。そのため、米国における支払手段の変化は、小切手からクレジットカードへの代替という単純なものではなかった。銀行にとってクレジットカード業務は、自らの決済業務を置き換えるものではなく、銀行業と共存しながら拡大することが出来る消費者信用業の一つだったのである⁸。その後、クレジットカード業務は、銀行における消費者信用業

7 Mandell, Lewis (1990), p. 58, 邦訳, 116 頁.

8 詳しくは、川合研〔2002〕、176 頁を参照。

の主要な収益源として位置付けられるようになっていくのである。

3. 米国消費者の支払手段

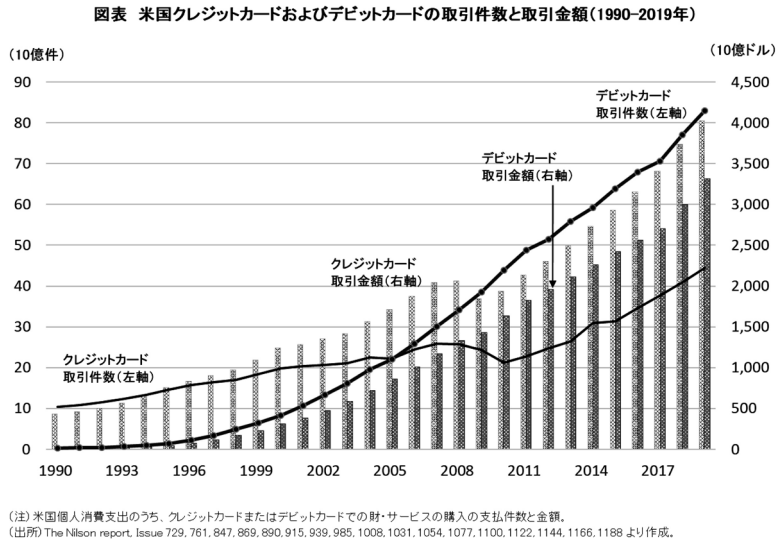
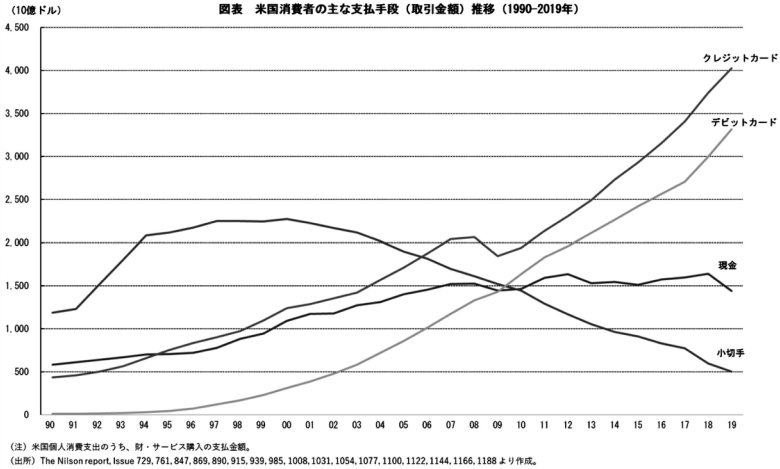
それでは、米国において消費者の支払手段は、どのように変化してきたのであろうか。ニルソン・レポートは、米国における消費者の支払手段を Paper、Cards、Electronic の三つに分けて数値を発表している。

紙ベースでの支払いとは、現金 (Cash)、小切手 (Checks)、マネー・オーダー (Money Orders)、トラベラーズ・チェック (Travelers Cheques) などによる支払いである。かつて米国の支払手段のうち最大のものは、小切手であった。1990 年における小切手の取引金額は 1 兆 1,881 億ドルで、支払手段全体の 51.1% と過半を占めていた。米国において小切手の利用は、1990 年代半ばから後半がピークで、その後は減少している⁹。一方、現金の取引金額は、1990 年の 5,824 億ドルから 2012 年には 1 兆 7,416 億ドルへ増加し、その後は増減を繰り返している。現金の取引金額構成比は、1990 年の 25.0% から 2019 年には 12.8% へ低下した。

次にカードによる取引状況を見てみる。クレジットカードの取引金額構成比は 1990 年の 18.6% から 2019 年には 35.8% へ上昇した。クレジットカードは、取引金額としては最大の支払手段となっている。またデビットカードの取引件数構成比は 1990 年の 0.3% から 2019 年には 40.9% へ上昇した。デビットカードは、取引件数としては最大の支払手段となっている。カード利用が米国のキャッシュレス化を牽引してきたのは明らかである(図表)。

米国のカード市場において、近年拡大しているのがデビットカードであ

9 Federal Reserve System [2016], p. 4. 米国における小切手の利用について詳しくは、Geoffrey R. Gerdes and Jack K. Walton II [2002] を参照。



る。米国でデビットカードが使われ始めたのは1980年代である¹⁰。2006年にデビットカード取引件数は、クレジットカード取引件数を上回っている（図表）。

クレジットカードの利用には、消費者のクレジットスコアが影響を与える。2000年代には、米国家計における債務増加が顕著に見られ金融危機も発生したことから、クレジットカードによる債務増加を抑える消費者が増えたことが考えられる。デビットカード利用は、支払手段としての利用だけでなく、消費者の債務残高やクレジット・ヒストリーの状況などにも影響を受けて拡大していったのである。

4. 米国金融機関のカード戦略

米国におけるカード市場の拡大を、金融機関の視点から見てみよう。世界のペイメントカード発行会社を比較すると、個人消費支出の規模が大きい米国や中国の会社が上位にある。歴史的に米国の金融機関は、クレジットカード発行を積極的に進めてきたため、クレジットカードの取扱高が相対的に多く、かつクレジットカード残高を多く抱えているという特徴がある¹¹。

まず、米国金融機関におけるクレジットカード事業について見てみる。米国のクレジットカード残高は、JP モルガン・チェース、バンク・オブ・アメリカ、アメリカン・エクスプレス、キャピタルワン、シティバンクの上位5社で全体の60%を超えている。米国の大手金融機関は、クレジットカード残高が多く、金利収入も収益源となっている。カード部門関連利

10 World Economic Forum [2015], p. 29. なおビザは、1975年にデビットカードの発行を始めている。ビザの歴史については、ビザ HP 資料 (https://www.visa.co.jp/about-visa/our_business/history-of-visa.html) を参照。

11 The Nilson Report, November 2017, Issue 1120, p. 8, Issue 1121, p. 10.

益を見ると、JP モルガン・チェース、バンク・オブ・アメリカ、シティグループなどの大手米銀は、会社全体の税引前利益のうち 1〜2 割程度をクレジットカード部門から上げている。

次に、米国金融機関におけるデビットカード事業について見てみる。銀行は、デビットカード事業を、預金口座に基づいた消費者向け銀行業の延長上に位置づけて展開してきた。米国銀行協会（American Bankers Association）等の調査によると、コンシューマー・ペイメントにおける主要な目的は、顧客の囲い込み、顧客獲得、コスト削減や支払処理の効率化などである¹²。

米国のデビットカード取扱高を見ると、バンク・オブ・アメリカ、ウェルズ・ファーゴ、JP モルガン・チェースの 3 社が圧倒的に大きい。上位 3 社のデビットカード取扱高は、1 社当たり 2,000 億ドルを超えている。それでは米国金融機関は、デビットカード事業をどのような経営戦略にもとづいて展開していったのであろうか。デビットカード戦略の背景について、以下の点に分けて考察してみる。

第一は、営業面についてである。米国の家計が保有する金融資産残高を見ると、現金・預金の構成比は 2020 年末で 13.5%と、日本やユーロ圏に比べて低くなっている。米国では、無利息預金の比率が高いため、預金業務自体が収益に貢献している¹³。米国では、ビザ、マスターカードを使った支払いのネットワークは既に形成されていたため、米国の商業銀行は、これらのネットワークを使う形で、デビットカードの利用を進めたのである。デビットカードは、商業銀行にとって預金者向けサービスの一つであったと考えられる。

第二は、コスト面についてである。銀行が現金を保有する際には、現金

12 Capital Performance Group and American Bankers Association [2017], p. 18.

13 前田真一郎〔2004〕、77 頁を参照。

の維持・管理コストが発生する。米国でのヒアリングによると、小切手支払いに関わるコストは1取引当たり30～35セントかかるのに対し、電子決済支払いに関するコストは1取引当たり2セント程度に留まるとのことである¹⁴。金融機関がデビットカード利用を促進したのは、現金の維持・管理コストや小切手処理に関わるコストを削減するためといった要因があった。

第三は、手数料についてである。金融機関にとって、デビットカード事業は信用リスクを負っていない分、クレジットカード事業に比べ収益性は低い。しかし、米国の大手銀行は、デビットカード事業の拡大にともない規模の利益を追求し、デビットカード事業でも収益を上げている。2015年データで計算すると、バンク・オブ・アメリカは年間17億ドル超、ウェルズ・ファーゴは年間18億ドル超のデビットカード手数料を得ている。

第四は、信用リスクについてである。米国におけるクレジットカード事業の拡大は、リボルビング残高の拡大をもたらした。米国の商業銀行は、リボルビング残高の拡大にともない、その貸倒れリスクを負うようになっていった。クレジットカードの貸倒償却率は、変動も大きく、金融危機が発生した後の2009年には10%を超えるまでに上昇した¹⁵。住宅ローンも含めた米国家計における債務の拡大は、金融機関がクレジットカードではなくデビットカード事業を拡大する背景にあったと考えられる。

14 筆者が行った2018年3月の米国でのインタビューによる。

15 2009年にクレジットカードの貸倒償却率が急上昇した背景には、米国の家計がクレジットカードのみならず住宅ローンやホーム・エクイティ・ローンなど負債を拡大していった要因がある。したがって、近年においては家計の金融行動を詳細に見ていく必要が生じている。この内容については、Maeda, Shinichiro〔2017〕を参照。

第五は、ビザの戦略である。グローバルブランドを持つ会社のクレジットカードおよびデビットカード（プリペイドカード含む）を見ると、ビザ・デビットのカード枚数は20億枚を超え、ビザ・クレジットのカード枚数の2倍に達している。ビザの戦略は、自社の決済ネットワークが世界中で広く利用されるように努めることである¹⁶。ビザとしては、クレジットカードの方がアセスメント（スイッチング）手数料が高いとしても、消費者がデビットカードをビザのネットワークで利用してくれるのであれば、量的な拡大が見込める。ビザは、消費者のニーズに対応する形で、主に米国の銀行を通じ、デビットカードの利用を進めてきたのである。このようなビザの戦略は、間接的にデビットカードの普及を後押ししたと考えられる。

5. モバイル・ペイメントの増加

現代においては、スマートフォンの普及に伴い、消費者によるモバイルを使った支払いが増加している。FRBは、消費者のモバイルを利用した金融サービスについて、“Consumers and Mobile Financial Services 2016”という報告書をまとめている。この報告書では、モバイル・バンキングとモバイル・ペイメントに分けて調査結果を開示している¹⁷。

米国におけるモバイル・ペイメントの利用調査によると、モバイル・ペイメントの支払手段（複数回答）として使われるのは、デビットカード56.4%、クレジットカード47.8%、銀行口座36.1%、PayPalなどの非金融機関口座15.8%、プリペイド・デビットカード9.5%、携帯電話請求書

16 ビザは、自社の役割を示す歴史のなかで2010年以降を“Visa is Everywhere You Want to Be”と表現している。詳しくは、VISA〔2017〕を参照。

17 Board of Governors of the Federal Reserve System〔2016〕, p. 6.

への支払いチャージ3.3%であった。米国では、クレジットカードやデビットカードが広く普及しているため、これらに紐付けてモバイルで支払いを行うようになってきている¹⁸。

モバイル・ペイメントの普及には、それを手掛ける金融機関や企業の動向が影響している。例えば、JP モルガン・チェースは、2015 年秋にモバイル決済サービス Chase Pay の導入を発表した。Chase Pay では、JP モルガン・チェースが発行したデビットカードをスマートフォンに登録して利用することが出来る。また小売店は、Chase Pay を導入することにより、インターチェンジ手数料を軽減することが出来る¹⁹。

現代においては、Payment Service Provider (PSP) と呼ばれる、金融機関以外の決済代行業者が業容を拡大している。資金決済サービスなどを手掛ける PayPal は、1998 年に創業した FinTech の先駆者的な企業である。消費者は手数料無料で、クレジットカードやデビットカード、銀行口座等を通じて支払いを行うことが出来る。今では世界 2600 万店以上の加盟店で利用可能である。PayPal の傘下には、SNS (Social Networking Service) を利用した個人間送金サービス等を手掛ける Venmo (ベンモ) という企業がある。Venmo での送金は、Venmo が設定している Venmo 口座から行われる²⁰。現在では、決済代行サービスや個人間送金を手掛け

18 このような支払方法は、これまでクレジットカード等のカードを提示して支払いを行っていたものが、モバイルに変わっただけのことである。

19 なお JP モルガン・チェースは、Chase Net を通じてビザのネットワークを借りてカード決済等を行っており、ビザに対してネットワーク利用料を支払っている。

20 Venmo は、この Venmo 口座の資金を分別管理している。Venmo 口座は、受領資金が一時的に置かれる場という位置づけであり、30 日以内に引き出されなければ、Venmo は口座より資金を引き出すよう通知を行い、登録された銀行口座への振込を行う。Venmo について詳しくは、淵田康之〔2017〕、60-62 頁を参照。

る企業が多く誕生している。米国では、2017 年より銀行が連携して、送金サービス Zelle（ゼル）を開始しており、利用者が大幅に増加している。

6. 米国におけるアンバンクト・アンダーバンクト

米国には、アンバンクト、アンダーバンクトの人々も多く存在している。FDIC（連邦預金保険公社）の調査によると、2015 年時点において、米国全世帯のうち 900 万世帯（全世帯の 7.0%）、1560 万人の成人が、銀行口座を持たないアンバンクトの人々である。また米国全世帯のうち 2450 万世帯（全世帯の 19.9%）、5110 万人の成人が、銀行口座は持つが銀行以外からの金融商品やサービスに依存するアンダーバンクトの人々である²¹。銀行口座を持っていない最大の理由は、「銀行口座を維持するだけの十分な資金を持っていない」ことである²²。米国全世帯のうちクレジット供与を受けられない家計の割合は 28.0%ある。これは、アンバンクトとアンダーバンクトの合計割合とほぼ同じである。

アンバンクトの人々は、銀行口座を持っていないためデビットカードやクレジットカードの利用ができないが、その代替としてプリペイドカードを利用している。2015 年調査におけるプリペイドカードの利用率は、銀行口座を活用しているフウリーバンクトが 6.9%であったのに対して、アンバンクトは 27.1%、アンダーバンクトは 15.4%となっている²³。一部アンバンクトやアンダーバンクトの層でも、プリペイドカードではあるがカード利用がされている。またアンバンクトの家計は、マネー・オーダーなど

21 Federal Deposit Insurance Corporation (2016), pp. 1-2.

22 Federal Deposit Insurance Corporation (2016), p. 3.

23 Federal Deposit Insurance Corporation (2016), pp. 28-30.

Alternative Financial Services を利用している²⁴。

2015 年調査におけるモバイル・バンキングの利用率は、銀行口座を活用しているフウリーバンクが 8.7%であったのに対して、アンダーバンクは 12.6%であった²⁵。モバイル・バンキングの利用率は、アンダーバンクの人々の方が高い。近年では、特に発展途上国において、銀行口座を保有しているものの銀行を活用できない消費者が、モバイル・バンキングを利用している。米国でも同様の傾向が見られており、アンダーバンクの人々の支払手段は、今後変化していくことが考えられる。

* 本研究は公益財団法人野村マネジメント・スクールの助成を受けたものである。

主な参考文献

- Board of Governors of the Federal Reserve System [2016] *Consumers and Mobile Financial Services 2016*, March.
- Bradley, Christine, Susan Burhouse, Heather Gratton, and Rae-Ann Miller [2009] “Alternative Financial Services: A Primer,” *FDIC Quarterly*, Volume 3, No. 1, Federal Deposit Insurance Corporation.
- Capital Performance Group and American Bankers Association [2017] *2017 Payment Strategy Survey*.
- Federal Deposit Insurance Corporation [2016] *2015 FDIC National Survey of Unbanked and Underbanked Households*, Federal Deposit Insurance Corpo-

24 Federal Deposit Insurance Corporation [2016], p. 34. マネー・オーダーは、決済用の銀行口座を持たない人々が公共料金や家賃、通信販売などの支払いに際してある種の領収書を得ようとする場合に用いられることが多い。また収入を受け取る場合にも用いられる。Alternative Financial Services について詳しくは、Bradley, Christine, Susan Burhouse, Heather Gratton, and Rae-Ann Miller [2009] を参照。

25 Federal Deposit Insurance Corporation [2016], p. 27.

- ration, October.
- Federal Reserve System [2016] *The Federal Reserve Payments Study 2016*, A Federal Reserve System publication, December.
- Federal Reserve System [2019] *The 2019 Federal Reserve Payments Study*, A Federal Reserve System publication, December.
- Geoffrey R. Gerdes and Jack K. Walton II [2002] “The Use of Checks and Other Noncash Payment Instruments in the United States,” *Federal Reserve Bulletin*, Board of Governors of the Federal Reserve System, Volume 88, Number 8, 360–74, August.
- Maeda, Shinichiro [2017] “The Financial Activities of Households, and US Financial Institutions”, *Personal Finance Research*, Japan Academy of Personal Finance, No. 3.
- Mandell, Lewis [1990] *The Credit Card Industry: A History*, Twayne Publishers, Boston. (根本忠明・荒川隆訳 [2000] 『アメリカクレジット産業の歴史』日本経済評論社)
- VISA [2017] *2017 Investor Day*, June 22.
- World Economic Forum [2015] “The Future of Financial Services, Final Report,” June.
- 川合研 [2002] 『アメリカ決済システムの展開』東洋経済新報社。
- 川波洋一 [2017] 「キャッシュレス化の進展と現代の信用制度－『キャッシュレス社会研究会』設置の目的と問題意識－」『Consumer Credit Review』No. 6、日本クレジット協会、3月。
- 経済産業省商務・サービスグループ消費・流通政策課 [2018] 「キャッシュレス・ビジョン」、4月。
- 中島真史・宿輪純一 [2013] 『決済システムのすべて（第3版）』東洋経済新報社。
- 淵田康之 [2017] 『キャッシュフリー経済』日本経済新聞出版社。
- 前田真一郎 [2004] 『米国金融機関のリテール戦略－「コストをかけないカスタマイズ化」をどう実現するか－』東洋経済新報社。
- 前田真一郎 [2014] 『米国リテール金融の研究－消費者信用の歴史的発展過程』日本評論社。
- 前田真一郎 [2017] 「アメリカにおけるキャッシュレス社会の進展」『Consumer Credit Review』No. 6、日本クレジット協会、3月。
- 前田真一郎 [2018] 「アメリカにおけるカード利用の進化」『Consumer Credit Review』No. 7、日本クレジット協会、8月。

【予定討論者の質問と回答】

中野瑞彦氏（桃山学院大学）

1. アメックス、ダイナース、VISA のような大手クレカは米国全土の顧客の囲い込みに成功しながら、何故独自の「プラットフォーム通貨」（例えば、ポイントによる決済）を構築しなかったのか。「通貨」としての制約条件は何だったのか。ドルが全米で使用可能なのに対し、「プラットフォーム通貨」は、決済の土台を州際規制を受ける銀行とする二重構造だったためか。
2. デビットカードはキャッシュレス化を促進したが、信用供与を伴わないので、決済性を飛躍的に高めたという役割に過ぎなかった。つまり、貨幣そのもののあり方に影響を及ぼさなかったと考えて良いか。
3. 結局、現代におけるキャッシュレス化の本質とは、どのようなものと考えているのか。
4. 【追加質問】現金がなくなること、失われることはあるか。

<回答>

1. 米国の商業銀行が自ら作り上げた（クレジットカードの）インターチェンジ・システムは、銀行による決済システムのうえに成り立っています。ビザ、マスターカードは、カード取引で発生した銀行間の債権・債務の計算を行い、登録された決済管理口座を通じて最終的なカード取引の決済を行うクリアリング機能を担っているためです。
2. その通りだと思います。デビットカードは、カード利用代金が即座に銀行口座から引き落とされるサービスです。
3. キャッシュレス化の本質とは、キャッシュレス化を促進する意義を考えることになると思います。米国においては、クレジットカードを中心に消費者信用が拡大し、それが消費拡大につながりました。米国 GDP の 67.6%（2020 年）が個人消費支出であり、消費者信用の拡大は経済成長につながりました。それは、米国における消費者信用と個人消費支出および GDP の数値を見ても明らかです。
4. 現金が使われなくなることの弊害としては、新しい情報技術を利用できない老人等が排除されること、災害時やシステム・トラブルによるネットワーク障害などが挙げられます。

王東明氏（大阪市立大学）

1. リーマンショック後の変化について、クレジットカードとデビットカードの取引金額が増えた理由は何か。それは、E コマースの普及で説明できるのか。
2. アンババンク人口とモバイル・ペイメントとの関係について。中国の場合は、

アンバンク人口が減り、モバイル・ペイメントが増加した。アメリカは、中国と同じような状況になるか。

3. 小切手1取引当たりのコスト30-50セントに対し、デビットカード電子決済1取引当たりのコストは2セントとなっている。デビットカードの電子システムの投資、維持費用は含まれているか？
4. 【3名の先生方への質問】現金とキャッシュレス化の関係について。キャッシュレス化が進み、現金も増えている。この現象を、どう説明するか。

<回答>

1. クレジットカードの取引金額は、2009年に一時的に減少しましたが、それ以降は増加を続けています。金融危機前には、アメリカ家計における債務増加が続いていたことから、クレジットカードによる債務増加を一時的に抑制する動きが見られたと考えられます。クレジットカード、デビットカードともに利用増加の背景には、Eコマースの拡大など購買方法の変化があります。加えてデビットカード取引金額の増加は、家計債務残高の増加に伴うクレジット・ヒストリーの重視、歴史的に続いてきた小切手支払の代替などの要因があると思います。
2. 米国でもアンバンクの人口は減少しています。米国の調査によると、米国におけるアンバンクの世帯数は、2015年の900万世帯（全世帯の7.0%）から2019年6月の710万世帯（同5.4%）へ減少しました。また米国の調査では、モバイル・バンキング、モバイル・ペイメント共に、アンダーバンクの人の利用率が高い結果となっています。アンバンクの人々が、アンダーバンクに移行するなかで、モバイル・ペイメントの利用は増加すると考えられます。
3. これは現地でのインタビュー調査であり、（その時に確認した訳ではありませんが）デビットカードのシステム投資（に伴う減価償却費）やメンテナンス費用等は含まれていないと思います。
4. キャッシュレス化とは、必ずしも現金が減少していくなかで達成されるものではないと考えられます。アメリカの現金流通残高は、2008年前後の金融危機以降、増加が加速しており、現金流通残高対GDP比は2008年末の6.0%から2019年末には8.3%に上昇しています。アメリカ消費者の支払手段内訳で見ると、近年では、現金の利用はほぼ横ばいで推移し、カードの利用が増加しています。

【一般討論での質問と回答】

前田淳氏（北九州市立大学）

【質問の概要】キャッシュレスの進展は、信用を拡張する効果を持っているのかどうかについて、報告者の皆さまにご見解をご教示いただけたら幸いです。【個別質問】クレカは、消費者の支出とそれに対する消費者信用の拡張効果を持っていると

理解しています。昨今のキャッシュレス化は、似たような効果を持っているのでしょうか。

<回答>

キャッシュレス化の進展は、(その支払手段すべてではありませんが) 信用を拡張する効果を持っていると思います。特に、米国においてクレジットカードの利用は、リボルビング払いの増加を通じて消費者信用の拡大につながりました。それは、米国におけるクレジットカード残高と消費者信用の数値を見ても明らかです。昨今のアメリカでは、デビットカードの利用が増えていますが、引き続きクレジットカードの利用も増加しており、消費者信用の拡張は見られています。

新形敦氏 (立命館大学)

1. クレジットカード、デビットカード、スマホなどモバイル、あるいは日本の交通系カードなど、いわゆる「キャッシュレス」決済手段の間で、プラスチックや携帯端末といった「物理的な違い」以外に、決済や貨幣という観点からの差異はあるのでしょうか？
2. ブロックチェーン (分散型金融 (DeFi)) の普及に伴う影響は、金融機関より、グローバル決済インフラを担う、VISA/Master、SWIFT などの決済機関の方が、よほど大きいのではないのでしょうか？

<回答>

1. 現存の決済手段において、「物理的な違い」以外の差異はないと考えています。決済手段は、時代とともに、より便利なものへと変化してきました。重要なのは、現金、預金、将来の所得といった支払手段の源泉であると思っています。
2. ご指摘の通りだと思います。たとえば、ビザはブロックチェーン (分散型台帳) など新しい技術の普及に対して、強い危機感を持っています。ビザがこれまで作ってきた決済ネットワークが、使われなくなる可能性があるためです。これに対しビザは、2021 年 3 月 29 日に、ブロックチェーン技術を使って発行されるステーブルコイン (USD コイン) での支払いを開始すると発表しました。このような動きは、ビザが持つ危機感の表れだと思います。

小西宏美氏 (駒澤大学)

1. 【3名の先生方への質問】アントのようなキャッシュレス事業者が貸出を増加させることは、一種のシャドーバンキングのような意味を持つと思います。それにより、中央銀行の金融政策の効果は減退するのでしょうか。
2. 【前田先生、西村先生への質問】日本では銀行とキャッシュレス事業者が、口座振替手数料などをめぐって対立していることが報道されています。また両者間で

システムの安全性に関する責任転嫁が、資金の不正流出につながったといった指摘もあります。アメリカや中国などでは銀行とキャッシュレス事業者間でこうした問題は起きていないのでしょうか。

<回答>

1. アメリカの場合、キャッシュレス支払いの中心はクレジットカード、デビットカードとなっています。アメリカでは、主に銀行がクレジットカード事業を手掛けており、クレジットカードを通じた貸出は、銀行貸出となっています。
2. 手数料については、その水準自体を引き下げる動きが強まっています。アメリカでは、2011年10月にデビットカードのインターチェンジ手数料が引き下げられました。安全性は、支払い完了までの間に、複数の業者が入ると低下していくと考えられます。個人間送金の分野になりますが、アメリカではPayPal傘下のVenmo（ベンモ）が広く利用されていました。それに対抗し、米銀は連携して送金ネットワーク Zelle（ゼル）を作りました。この Zelle は、銀行口座から直接、資金の送金や受取りが行えることから安全性が高く、現在では急速に普及しています。