

Title	アメリカにおける小売業の銀行業参入と銀商分離政策
Author	高山, 浩二
Citation	経営研究. 59(1); 59-83
Issue Date	2008-05
ISSN	0451-5986
Textversion	Publisher
Publisher	大阪市立大学経営学会
Description	

Osaka City University

In April 2022, Osaka City University and Osaka Prefecture University merge to Osaka Metropolitan University

アメリカにおける小売業の銀行業参入と銀商分離政策

高 山 浩 二

- 1 はじめに
- 2 銀行によるインストア・ブランチの展開とクレジット・カード業務
- 3 インターチェンジ手数料と小売業の銀行業参入
- 4 議会と監督当局による小売業の銀行業参入への対応
- 5 おわりに

1 はじめに

アメリカでは、1933年のいわゆるグラス・スティーガル法以来、銀行業と証券業・保険業との結合が金融業際問題の中心論点であった。しかし、1999年のグラム・リーチ・ブライリー法（以下GLB法）の制定により、金融持株会社を用いた金融コングロマリットの成立が可能となったことで、銀行業と証券業・保険業の結合という問題は一応の決着をみることとなった。一方で現在、インダストリアル・ローン・カンパニー（以下ILC）を用いた一般事業会社による銀行業への参入が大きな問題となるなど、銀行業と一般事業会社の結合という問題が金融業際問題の中心論点となってきた¹⁾。

日本やイギリスでは、制度的に一般事業会社の銀行業への参入が可能であり、実際に小売業を中心として一般事業会社による銀行業参入が進展している²⁾。他方、アメリカでは伝統的に銀行業と一般事業との結合を禁止する銀商分離政策が採用されてきたと一般的に理解されている。確かに、アメリカにおける大恐慌以降の金融制度改革は、銀行業の証券業務などへの業務範囲の拡大を容認する一方で、銀行業と一般事業との分離を強化するものであったと特徴付けることができる。たとえば、持株会社形態を用いて1933年銀行法を回避することを不可能とするために、1956年銀行持株会社法および1970年改正銀行持株会社法が制定された。さらに、要求払預金の受入れか商業貸付か的一方しか行わないノンバンク・バンクを通じた銀商結合を阻止するため、1987年には銀行競争力平等化法が制定された。そして、GLB法においても、新たな単一貯蓄機関持株会社の設立と、金融持株会社以外の組織が既存の単一貯蓄機関持株会社を取得することを禁止することで銀商分離を強化した³⁾。

ただし、こうした事実は、実際には銀商分離が必ずしも貫徹していないことを意味している

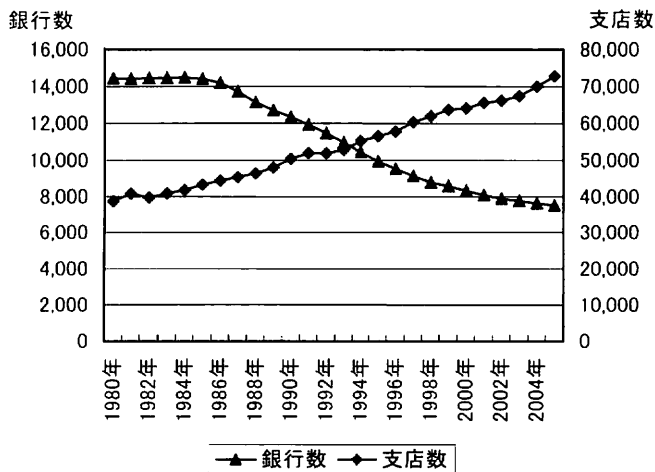
ことに留意する必要がある。つまりアメリカでは、上記のような分離規制強化のなかでも、銀行業と一般事業との結合という動きは厳然として存在しているのである。これまで、一般事業会社による銀行業参入は、自動車メーカーなどが中心であったが、小売最大手のウォルマートが銀行業に参入する意向を表明して以来、小売業の銀行業参入が銀商結合問題の中心となっている。アメリカにおいて、小売業の銀行業参入が特に問題となるのは、歴史的に単店銀行制度（unit banking）が採用されてきたため、依然として小規模銀行が散在しているためである。全国的な店舗網を保有する大手小売業の銀行業参入は、多数の小規模銀行にとって大きな脅威となるのである。つまり、アメリカでは、銀行業と一般事業との業際問題が、銀行の規模や地理的な問題と密接に関連するところにこの問題の特質がある。

本稿では、小売業による銀行業参入の動きを考察することで、現在のアメリカにおける銀商分離政策の特質を明らかにする。以下ではまず小売業の銀行業参入の背景を分析するが、その際とくに、銀行業と小売業を架橋するものとしてインスタ・ブランチとクレジット・カードの存在に着目して分析を進めていく。

2 銀行によるインスタ・ブランチの展開とクレジット・カード業務

アメリカでは、1920年代以降、大企業の自己金融化の進展などを契機として、銀行が消費者信用の分野に積極的に進出していった。現在では、リテール業務は銀行にとって大きな収益の柱となっている。銀行にとって消費者信用が重要な位置を占めるようになると、収益機会を求めて大衆との接点をより多く確保する必要に迫られる。図1はアメリカにおける銀行数と支店数の推移を示したものである。

図1 アメリカにおける銀行数と支店数の推移

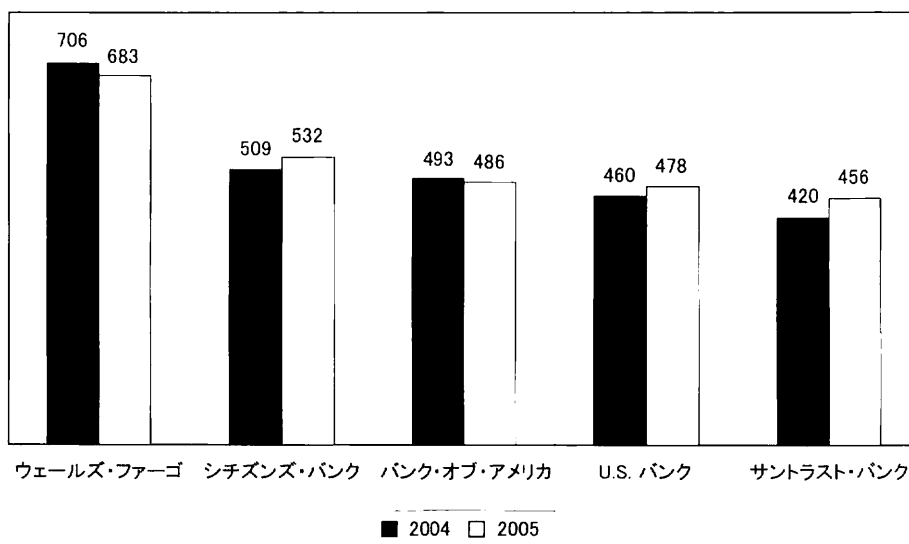


出所) FDIC, *Historical Statistics on Banking* より作成。

アメリカでは、1980年代以降、銀行数が減少し続けたのに対して、支店数は一貫して増加した。銀行数は、1984年の1万4496行をピークとして減少に転じ、2005年にはおよそ半分の7527行となった。一方で、支店数は右肩上がり増加し、1980年には3万8738支店であったものが2005年には7万2775支店となった⁴⁾。

この支店数増加の過程のなかで重要な役割を果たしたのが、スーパーマーケットやディスカウント・ストアに支店を設置するインストア・ブランチであった。2001年から2004年までの3年間で、1500以上のインストア・ブランチが開設された⁵⁾。図2は、インストア・ブランチ数の上位5行を示したものである。最も多いのは、ウェールズ・ファーゴで、2004年時点で706のインストア・ブランチを保有していた。小売最大手のウォルマートでは、300以上の銀行が1200以上の店舗において銀行サービスを提供している⁶⁾。

図2 インストア・ブランチ数上位5行



出所) "In-Store Branching Slows," *American Banker*, March 3, 2006, p. 2.

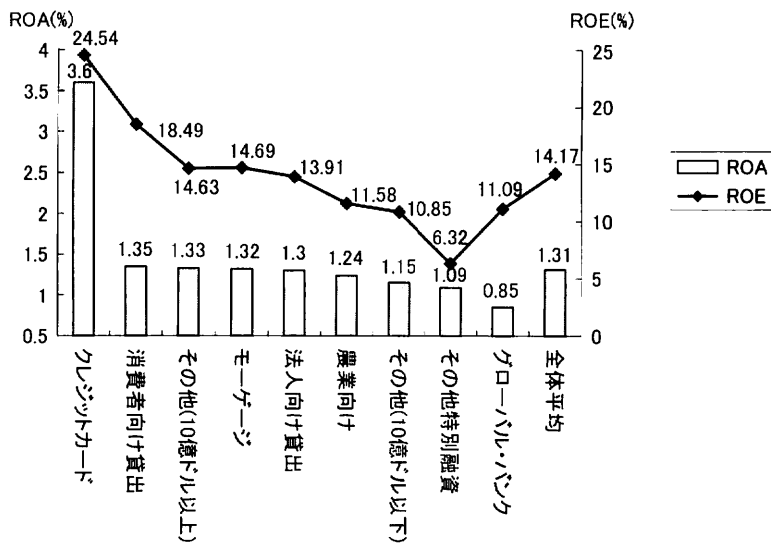
新たな開設や維持にかかるコストの低さは、インストア・ブランチの展開を容易にした。金融取引の市場化のなかで、銀行はミューチュアル・ファンドなどのコスト競争を余儀なくされた。コスト競争の面で見ると、銀行はマネー・マーケット・ミューチュアル・ファンド(MMMF)などに比べて圧倒的に不利な立場にあり、支店の開設や維持にかかる費用が重荷となつてのしかかってきた⁷⁾。そこで銀行は、従来の方法に比べて低いコストで支店を開設・維持できるインストア・ブランチを積極的に利用したのである。従来のように、新規に独立した支店を開設しようとするれば、100万ドル以上のコストが必要であるが、インストア・ブランチであればその15~30%のコストですむ⁸⁾。また、伝統的な支店であれば年間に70万ドル以

上の経常費用が必要であるが、インスタ・ブランチであれば、たとえ従来の支店に比べて営業時間が長いとしても、35万ドル程度の経常費用ですむ⁹⁾。そのため、従来の支店に比べて相対的に預金量が少なくとも、同程度の収益性を確保することができたのである。

このように、インスタ・ブランチの成長は、消費者信用の位置付けが高まるなかで、低いコストで大衆との接点を確保しようとした銀行行動の結果であった¹⁰⁾。そして、インスタ・ブランチというかたちを通じて、銀行業と小売業が地理的に接近することとなったのである。

図3は、2002年におけるアメリカの金融機関を資産タイプ別に分類して、ROAとROEを比較したものである。ROAが全体の平均を上回っているのは、クレジット・カード、消費者向け貸出やモーゲージなどのリテール業務であり、とりわけクレジット・カード業務が金融機関にとって極めて重要な業務となっていることがわかる。もともと、クレジット・カードは、決済機能の効率性向上を目的として小売業などによって導入されたが、1958年にリボルビング機能が付加されたことで、決済機能とともに消費者信用の供与手段という側面を併せもつこととなり、銀行の重要な収益源となったのである¹¹⁾。

図3 資産タイプ別米国金融機関のROA, ROE比較 (2002年)



出所) 前田 (2004)、13 ページ。

現在、アメリカでは、VISA や MasterCard といったカード・アソシエーション¹²⁾といわれる組織に加盟する銀行が、発行銀行 (イシューアー) としてクレジット・カードの発行を行っている。クレジット・カードの発行市場の集中度は高く、2004年時点において、上位10社で90%のシェアを占めていた (表1参照)。2005年にはバンク・オブ・アメリカがMBNAを買

表1 クレジット・カード・イシューア上位10社（2004年12月31日時点）

カード・イシューア名	利用残高（ドル）	市場シェア（%）
シティグループ	139,600,000,000	20.2
チェース・カード・サービス	135,370,000,000	19.5
MBNA アメリカ	101,900,000,000	14.7
バンク・オブ・アメリカ	58,629,000,000	8.5
キャピタル・ワン・フィナンシャル・コーポレーション	48,609,571,000	7.0
ディスカバー・フィナンシャル・サービス	48,261,000,000	7.0
アメリカン・エクスプレス・センチュリオン・バンク	39,600,000,000	5.7
HSBC・クレジット・カード・サービス	19,670,000,000	2.8
プロビディアン・フィナンシャル・コーポレーション	18,100,000,000	2.6
ウェールズ・ファーゴ	13,479,889,059	1.9
合計	623,219,460,159	90.0

出所) GAO (2006), p. 11.

収し、プロビディアン・フィナンシャル・コーポレーションがワシントン・ミューチュアルに買収されたため、発行市場の集中度はさらに高まっている。発行市場における集中度の高まりは、カード・アソシエーション内部における発行銀行の立場を強化することとなった。

表2は、アメリカのイシューアのクレジット・カード資産100ドルあたりの収入を表したものである。イシューアの収入の大部分は金利収入である。2005年時点におけるクレジット・カード・イシューアの獲得する利鞘は8.7%で、モーゲージ貸付など他の消費者信用の2~3倍となっている¹³⁾。1990年から2004年の間に金利収入は24%の減少となったが、それを上回る割合で資金コストが低下したために純金利収入は増加した。金利収入はイシューアにとって重要な収入源であるが、今後更に金利収入を拡大させることは難しい状況にある。クレジット・カード・ローンの平均金利が低下してきていることに加え、次節で指摘するようにクレジット・カードの発行が一巡していること、さらにはデビット・カードへの利用のシフトが起こっていることから、カードの発行残高の伸びは期待できなくなっているのである。

こうしたなかで、イシューアは金利収入に次ぐ収入源であるインターチェンジ手数料やペナルティ手数料からの収入を拡大させようとしている¹⁴⁾。1990年から2004年の間に、インターチェンジ手数料収入は33%、ペナルティ手数料収入は103%の増加となっている。このインターチェンジ手数料の引上げが、カードを受け入れる加盟店のコスト負担の増大につながり、結果としてウォルマートなど小売業の銀行業参入の大きな要因となっているのである。次節では、このインターチェンジ手数料が加盟店のコスト負担となり、小売業の銀行業参入を促していることを明らかにする。

表2 クレジット・カード資産100ドルあたりのイシューアの収入と利益

(単位：ドル)

収入と利益	1990年	2004年	変化率(%)
金利収入	16.42	12.45	-24
資金コスト	8.98	2.00	-78
純金利収入	7.44	10.45	40
インターチェンジ手数料収入	2.15	2.87	33
ペナルティ手数料収入	0.69	1.40	103
年会費収入	1.25	0.42	-66
その他収入	0.18	0.87	383
総収入	11.71	16.01	37
その他費用	8.17	10.41	27
税金	1.23	1.99	62
純収入	2.30	3.61	57

出所) GAO (2006), p. 104。

3 インターチェンジ手数料と小売業の銀行業参入

本節では、クレジット・カード決済におけるインターチェンジ手数料の高止まりというアメリカの現状と、それが小売業の銀行業参入を促している点を明らかにする。アメリカでは、消費者がクレジット・カードやデビット・カードを利用して支払を行った際に、加盟店がインターチェンジ手数料というコストを負担しなければならないが、これが加盟店にとって大きな負担となってきているのである。以下では、まずアメリカにおける近年のカード決済の位置付けからみていくこととする。

表3は、アメリカにおける2000年と2003年の各非現金決済手段の件数と金額を表したものである。このデータは、販売時点での支払い、購買取引における最終支払いや給与の支払いを合計したものである¹⁵⁾。アメリカでは、歴史的に小切手による決済が大きな割合を占めてきたが、決済件数で見ると2003年までにクレジット・カードやデビット・カードなどの電子決済の占める割合が小切手決済の割合を超えている。とくに、この期間に著しい成長をみせたのがデビット・カードである¹⁶⁾。デビット・カードは、クレジット・カードと同様にVISAやMasterCardのネットワークを通じて決済が行われる。デビット・カードによる決済件数は、2000年には83億件であったが2003年には156億件へと増加し、全体に占める割合も11.4%から19.3%へと大きく成長した。特に、PINデビットと比べてサインをする形式のSignatureデビットの成長が著しかった¹⁷⁾。

表3 アメリカにおける非現金決済の件数と金額

決済の種類	2000年				2003年			
	件数 (10億件)	割合 (%)	金額 (兆ドル)	割合 (%)	件数 (10億件)	割合 (%)	金額 (兆ドル)	割合 (%)
小切手	41.9	57.8	39.8	66.7	36.6	45.3	39.0	59.1
電子決済	30.5	42.2	19.9	33.3	44.3	54.7	27.0	40.9
デビット・カード	8.3	11.4	0.3	0.6	15.6	19.3	0.6	1.0
Signature	5.3	7.3	0.2	0.4	10.3	12.7	0.4	0.6
PIN	3.0	4.2	0.1	0.2	5.3	6.6	0.2	0.3
クレジット・カード	15.6	21.6	1.3	2.1	19.0	23.4	1.7	2.6
ACH	6.1	8.4	18.2	30.6	8.9	11.0	24.6	37.3
総計	72.4	100.0	59.7	100.0	80.9	100.0	66.0	100.0

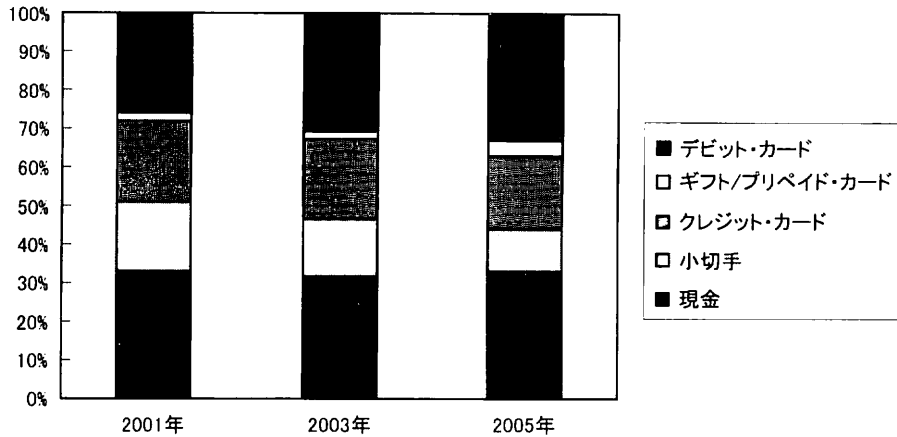
出所) FRB (2005), p. 181 を修正して作成。

図4は、物やサービスの販売時点における各決済手段の利用の占める割合を示したものである。2005年の販売時点における支払いでは、現金と小切手の利用が占める割合は44%にしか過ぎない。一方で、デビット・カードの利用が占める割合は、2001年には26%であったが2005年には33%になった。このように近年、アメリカではデビット・カードが特に消費者の支払手段として非常に重要な存在となっていることがわかる。

デビット・カードとともに電子決済のなかで重要な位置を占めているのがクレジット・カードである。しかし、クレジット・カードによる決済件数の割合は、2000年の21.6%から2003年の23.4%へとわずか1.7%の成長にとどまった。また、販売時点のクレジット・カードによる支払いの占める割合は、2001年の21%から2005年には19%へと低下した。VISAとMasterCardによるクレジット・カードの取扱残高は、1993年から2001年の間には年平均17.4%の成長をみせたが、2001年から2004年の間には年平均で6.4%の成長にとどまった¹⁸⁾。クレジット・カードは、これまでの成長によって重要な決済手段となったが、ここにきてその成長は明らかに鈍化している。

クレジット・カード市場の成長が鈍化しているのは、市場が成熟化したためである。2005年時点で、アメリカの消費者は、6億9100万枚以上のクレジット・カードを保有している¹⁹⁾。2001年の推計では、年収が3万ドルを超える家計の92%がすでに何らかのクレジット・カードを保有しており、これは平均すると1つの家計が6.3枚のクレジット・カードを保有していることになる²⁰⁾。そのため、これ以上カード発行残高を増やしていくことは困難となっている。また、クレジット・カードからデビット・カードへの利用のシフトが起っており、先述したデビット・カードの成長の一因ともなっている。これは、クレジット・カードを利用することによって発生する使い過ぎの懸念や、高い金利負担を回避したいという利用者の行動の表れである。

図4 アメリカの販売時点における各決済手段の占める割合



出所) American Bankers Association/Dove Consulting (2005), p. 2 を修正して作成。

表4 家計の負債に占めるクレジット・カード残高の占める割合

(単位: %)

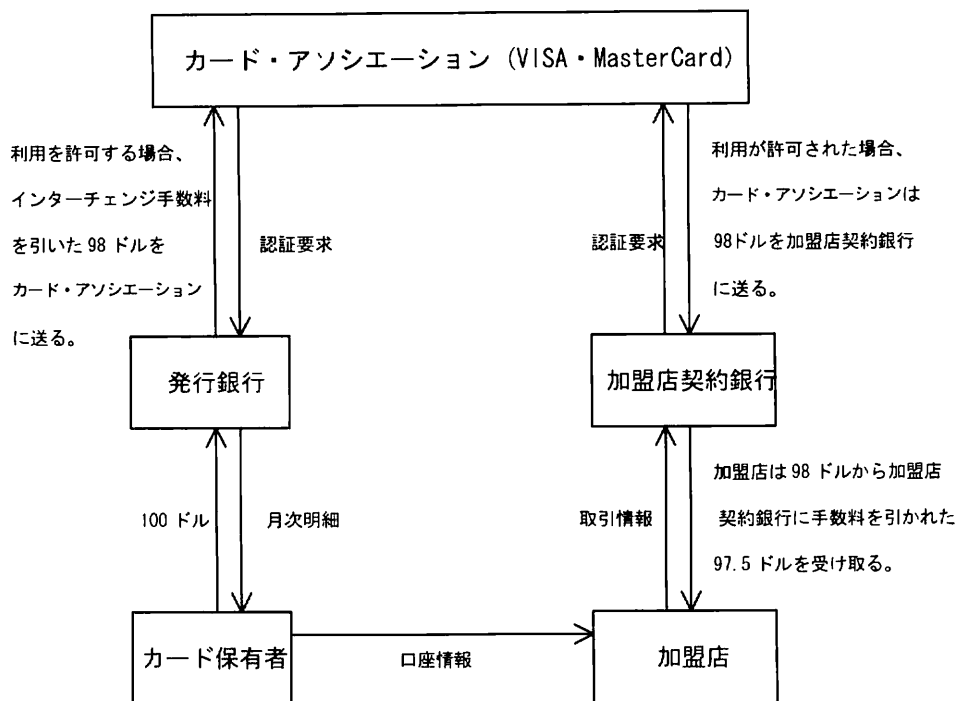
負債の種類	1995年	1998年	2001年	2004年
住宅担保貸付	80.7	78.9	81.4	83.7
住宅に保全されていないクレジット・ライン	0.6	0.3	0.5	0.7
割賦貸付	12.0	13.1	12.3	11.0
クレジット・カード残高	3.9	3.9	3.4	3.0
その他	2.9	2.9	2.3	1.6
合計	100	100	100	100

出所) GAO (2006), p. 93.

クレジット・カードは消費者信用の供与手段としても重要な役割を果たしているが、消費者信用に占めるクレジット・カードの地位も相対的に低下してきた。家計の負債に占めるクレジット・カード残高の占める割合は、1998年には3.9%であったが2004年には3.0%に低下した(表4参照)。この背景には、住宅価格の上昇を背景としたホーム・エクイティ・ローンの台頭がある²¹⁾。ホーム・エクイティ・ローンは、住宅資産価値からローン残高を差し引いた部分を担保として貸付を行うため、クレジット・カード・ローンに比べて低い金利が設定される。さらに、ホーム・エクイティ・ローンには税制上の優遇措置や用途が限定されないなどの魅力があり、クレジット・カード・ローンの相対的な魅力は低下してきた。

以上のように、アメリカにおいては電子決済の占める割合が高まってきているが、そのなかでクレジット・カードの占める相対的な地位は後退してきている。こうした状況のなかでクレ

図5 アメリカにおけるクレジット・カードのネットワークモデル
 (クレジット・カードで100ドルの物あるいはサービスを購入したとき)



出所) Akers et al. (2005), p. 27.

ジット・カード・イシューアが注目したのがインターチェンジ手数料であった。そもそも、インターチェンジとは、「カード取引によって生じた売上傳票が銀行から銀行へ送付される過程」(川合、2002、176 ページ) のことである。その仕組みは以下のようなものである。図5は、4パーティシステムにおいてカード保有者がクレジット・カードを利用して100ドルの物あるいはサービスを購入したときの流れを表したものである²²⁾。なお、ここでは、あくまでインターチェンジ手数料に注目するため、カード・アソシエーションが受け取る手数料などについては捨象するものとする²³⁾。

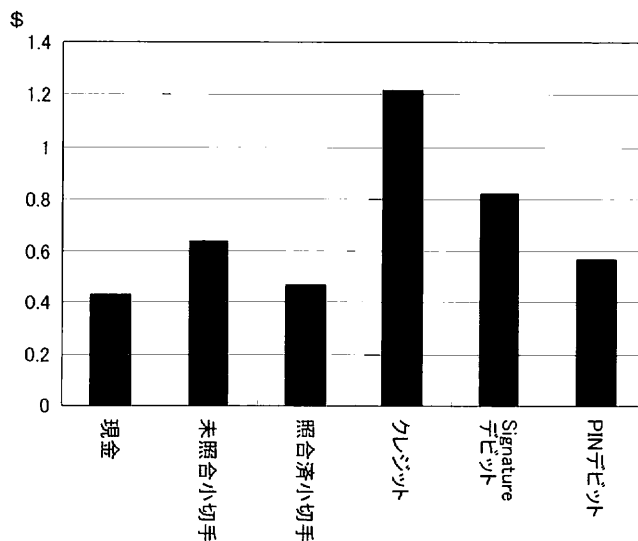
まず、カード保有者はカードを利用して100ドルの物やサービスを購入し、加盟店はカード利用者の口座情報を取得する。そして、加盟店は契約する銀行（アクワイアラー）に対して取引情報を送付し、加盟店契約銀行はカード・アソシエーションを通じてカードを発行した発行銀行に対して認証要求を行う²⁴⁾。発行銀行は、このカードの利用を許諾する場合、カード保有者の利用額である100ドルから手数料を引いた98ドルをカード・アソシエーションを通じて加盟店契約銀行に送付する。インターチェンジ手数料とは、この時に引かれた2ドルの手数料のことを指す。したがって、加盟店契約銀行は、カード保有者がカードを利用するたびに発行

銀行に対してインターチェンジ手数料を支払うことになる。加盟店契約銀行は、発行銀行がインターチェンジ手数料を引いた98ドルから、さらに手数料を引いた97.5ドルを加盟店に支払う。結果、加盟店はカード保有者に100ドルの物やサービスを販売したにもかかわらず、最終的には97.5ドルしか得られないことになる。このように、発行銀行に対してインターチェンジ手数料を支払うのは加盟店契約銀行であるが、最終的には加盟店がこれを負担することになるのである。

インターチェンジ手数料の料率は、VISA や MasterCard が設定しており、デビット・カードによる決済においてもクレジット・カードと同様に課される。ただし、その料率は異なっており、クレジット・カードに課せられるインターチェンジ手数料が最も高く、次いでSignatureデビット、最も低いのがPINデビットである²⁵⁾。先述したように、アメリカにおいてPINデビットよりもSignatureデビットの方が相対的に成長したのは、インターチェンジ手数料の拡大を目指す発行銀行が、より料率の高いSignatureデビットの普及に積極的であったためである。

このように、4パーティシステムにおいては、加盟店が契約銀行に対して支払う手数料の大部分はインターチェンジ手数料である。したがって、加盟店が負担する手数料の多寡は、インターチェンジ手数料の料率によって規定される。図6はアメリカの各決済手段について、加盟店が負担するコストを比較したものである。加盟店が負担するコストは、インターチェンジ手数料が最も高いクレジット・カードが最も大きくなっている。この図からも明らかのように、

図6 アメリカにおける各決済手段にかかる加盟店のコスト
(食料品店において54.24ドルの取引を行った場合)



出所) Garcia Swartz et al. (2005) を修正して作成。

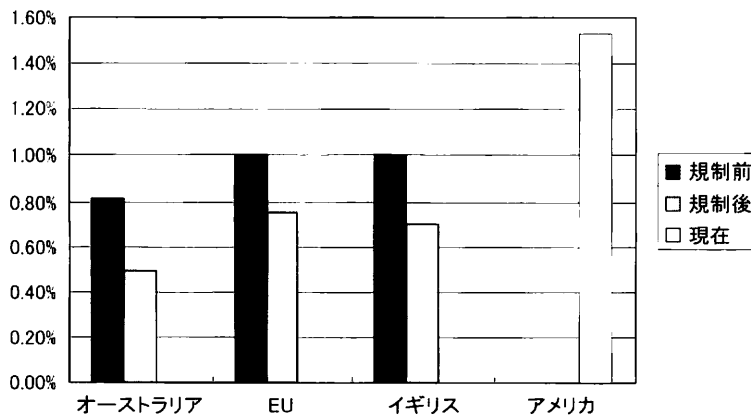
現金や小切手による決済からカード決済への移行は、結局はカードを受け入れる加盟店のコストの増大となって現れてくるのである。

このカード決済にかかるインターチェンジ手数料が極めて高いのがアメリカの特徴である。図7は、クレジット・カード決済に課せられているインターチェンジ手数料の各地域の比較である。世界的にみると、インターチェンジ手数料は低下する傾向にある。近年、各地でインターチェンジ手数料が低下している原因は規制の存在にある。クレジット・カードのインターチェンジ手数料に対して規制を課している国・地域としては、オーストラリア、EU、イギリス、メキシコなどが挙げられる²⁶⁾。アメリカのインターチェンジ手数料は、こうした規制を課している国々の2倍近くに達している。アメリカでは、発行銀行がインターチェンジ手数料の引き上げを狙ったこと、さらにカード・アソシエーション内における発行銀行の立場が強化されたことなどがインターチェンジ手数料の高止まりの一因と考えられる。また、決済手段としてのクレジット・カードの定着によって、加盟店がクレジット・カードを受け入れないという選択肢が存在しないこともインターチェンジ手数料の高止まりにつながっていると考えられる。

このようにアメリカでは、インターチェンジ手数料を必要とするカード決済が普及するとともにインターチェンジ手数料が高止まりしていることが、カードを受け入れる加盟店にとって大きな負担となっているのである。たとえば、ウォルマートは、年間に7億ドル以上の決済関連の手数を銀行に支払っているといわれている²⁷⁾。インターチェンジ手数料の高止まりに対して、加盟店側は様々な対策を講じている。その1つがカード・アソシエーションなどを相手とした訴訟である²⁸⁾。これまでに、50を超える小売業者やグループが訴訟を起こしている。

一連の訴訟の大きな論点は、インターチェンジ手数料が、いかにして決定されるべきかという点にある。現状、クレジット・カードのネットワークは、VISAとMasterCardによってほ

図7 世界のクレジット・カード決済のインターチェンジ手数料



出所) Hayashi (2004), p. 3.

ば独占的に提供されている。そのため、高いインターチェンジ手数料を課すことによって、イシューアが独占価格を享受していると加盟店は主張している。そうであるならば、市場の失敗を是正するために、オーストラリアのように中央銀行などがインターチェンジ手数料の料率設定に介入することが正当化される。これは、インターチェンジ手数料を、単なるカードネットワークを提供するというサービスの価格と解するものである。しかし、以下で説明するように、インターチェンジ手数料は、単なる手数料ではなく消費者のカードに対する需要と加盟店によるカードの受入れとをバランスさせることによって、カード取引を最大化させるという重要な役割を果たしているのである。

インターチェンジ手数料が、カードネットワークのなかで重要な役割を果たすのは、カードネットワークが両面性市場という性格を有しているためである。両面性市場の特徴は、「顧客の違いに合わせて異なる価格構造をとる」(江副、2006、41 ページ) ことにある²⁹⁾。カードネットワークにおける顧客は、カード保有者と加盟店であり、この両者に課せられる価格は異なるということになる。インターチェンジ手数料は加盟店に課される価格であり、カード保有者には入会金や年会費という価格が課せられる。

カードネットワークは、十分な規模のカード保有者と加盟店が存在してはじめて有効に機能する。カード保有者にとっては、保有するカードが広範な加盟店に受け入れられることが利益であり、加盟店にとっては多くの顧客がカードを利用することが利益である。そのため、カード・アソシエーションは、カードネットワークに参加するカード保有者と加盟店の数を最大化するように、カード保有者と加盟店に対する価格を決定する。仮に、カードを受け入れる加盟店を増やしたい場合には、インターチェンジ手数料を低く設定し、一方でカード保有者に対する入会金や年会費を高く設定する。逆に、カード保有者を増やしたい場合には、入会金や年会費を低く設定し、一方でインターチェンジ手数料を高く設定する。表2を見ると、1990年から2004年の間に、インターチェンジ手数料が33%増加したのに対して年会費は66%減少している。また、2005年時点で、75%のクレジット・カードが年会費を課していない³⁰⁾。こうしたことから、アメリカでは、カードネットワークの維持および拡大に必要なコストは、その大部分を加盟店が負担しているといえる。他方で、政策的にインターチェンジ手数料を引き下げたオーストラリアやスペインでは、カード保有者に対する年会費が上昇した³¹⁾。

このように、インターチェンジ手数料は、カードネットワークという両面性市場をバランスさせるという重要な役割を果たしている。そのため、インターチェンジ手数料を引き下げることが、社会的厚生を高めるとは必ずしもいえない。インターチェンジ手数料の決定には、カードネットワークにおけるイシューアとアクワイアラーの力関係や、他のカードネットワークとの競争関係など、さまざまな要因が関係すると考えられている。したがって、社会的厚生を最大化させるインターチェンジ手数料の水準を知ることは極めて難しい。両面性市場やカードネットワークに関する経済学的研究は始まったばかりであり、今後の更なる研究の蓄積が必要であ

ろう³²⁾。

少なくとも、アメリカの小売業は、カードネットワークの維持や拡大に必要なコストを一方的に負担している現状に大きな不満を持っている。FMI (2007) は、現在のインターチェンジ手数料の問題点を以下のように指摘している。まず、すでに指摘したように、アメリカではすでにクレジット・カードの発行は飽和状態である。したがって、インターチェンジ手数料を高く設定して、カード保有者を増やす必要はないということである。さらに、インターチェンジ手数料によって発生するコストが、製品価格の上昇を通じて消費者に転嫁されていると指摘している。アメリカでは、カード・アソシエーションと加盟店との契約によって、加盟店がコストをカード利用者に転嫁することが禁止されている³³⁾。そのため加盟店は、カード決済にかかるコストを商品価格に上乗せすることで、カードを利用しない消費者に対してまでも、そのコストを負担させているということである³⁴⁾。比較的、富裕層がカードを利用し、低所得者層が現金や小切手を利用する傾向があることを鑑みれば、こうした事態は低所得者層の富裕層に対する補助を意味していると考えられることができる。

このように加盟店はインターチェンジ手数料の引下げを訴える一方で、ウォルマートをはじめとした一部の加盟店は、自らが銀行業務に参入することで、このカード決済に関連するコストを削減しようとしている。ウォルマートが銀行業参入を表明した際、店舗に支店を設置することはしないと表明したことは、銀行業参入に対するコミュニティ・バンカーの批判をかわしつつも、カード決済に関連するコストを削減しようとする戦略の表れであった。後述するように、ウォルマートは銀行業参入を現時点では断念した。しかし、ウォルマートは、2007年こそ好調な業績を維持したものの、サブプライム問題に端を発した個人消費の減速などから、2008年1月期の利益予想を引き下げざるをえなかった³⁵⁾。こうした状況にあっては、インターチェンジ手数料などのコストが重みを増し、再びコスト削減の衝動となって現れてくる可能性は否定できないであろう。そこで、次節では、こうしたウォルマートをはじめとした小売業の銀行業参入に対して、議会や監督当局がどのように対応しようとしているのか考察を行う。

4 議会と監督当局における小売業の銀行業参入への対応

前節で明らかにしたように、カード決済にかかるコスト削減圧力は、インターチェンジ手数料引き下げの訴訟とともに、小売業自身による銀行業参入という事態を生み出している。しかし、アメリカには銀商分離政策が存在するため、一般事業会社である小売業者が銀行業に参入することは、現行制度では原則的には不可能である。ただし、銀行持株会社法においては銀行とは定義されないが、実質的には銀行として機能する ILC の免許を取得することで、事実上の銀行業参入が可能であった。

ウォルマートや全米小売第2位のホーム・デポは、この ILC の免許を取得するために相次いで監督機関である FDIC とユタ州に対して免許申請を行った。当初から、一般事業会社によ

表5 ウォルマートとターゲットの2007年1月期決算

ウォルマート・ストアーズ		ターゲット	
連結売上高	3,449 (11.7)	連結売上高	578 (12.9)
うちその他事業	36 (16.9)	うちクレジット・カード事業	16 (19.5)
連結営業利益	204 (9.5)	連結営業利益 (利払い・税引き・償却前)	51 (17.3)
		うちクレジット・カード事業	9 (57.9)

注) 単位は億ドル、カッコ内は前年比増減率%、ウォルマートはその他事業に金融サービスを含む。
出所) 『日経流通新聞』2007年3月30日、15ページ。

る銀行業参入への批判は存在したものの、ILC免許の取得についてウォルマートなどは優位な立場にあると思われていた³⁶⁾。なぜなら、すでに同じ小売業であるターゲットが2004年にILC免許を取得しており、その他にも自動車メーカーをはじめとした一般事業会社がILCを保有していたからである。表5は、ウォルマートとターゲットの2007年1月期決算を比較したものである。ターゲットは、クレジット・カード事業を内生化することによって銀行に支払う手数料を節約するとともに、クレジット・カード事業から9億ドルの利益を獲得している。ターゲットは先行してILCを取得したことで、すでに銀行業参入の利益を実現していた。

実際には、ウォルマートやホーム・デポのILC免許の取得表明は、非常に大きな議論を巻き起こすこととなった。FDICは、2006年7月から2007年1月まで、新たなILCの設立や経営権の変更を凍結するモラトリアムを設定した。このモラトリアムの目的は、それまであまり知られていなかったILCの実態について詳細に分析することと、この間に議会においてILC問題に関する何らかの立法措置がとられることを期待するものであった。これを受けて議会では、下院の金融サービス委員会においてILC問題についての議論が展開されたが、結局はFDICの設定したモラトリアムの期限である2007年1月までに法案を成立させることは出来なかった。金融サービス委員会の議論の要点は、次の2点に集約できる。1つは、一般事業会社によるILC取得を容認するか否かであり、もう1つはFRBやOTSといった連邦レベルの監督機関による統一的監督³⁷⁾に服さない金融機関のILC取得を容認するか否かということであった。

このモラトリアム期間内の法案不成立を受けて、議会とFDICは新たな対応をとった。まず、議会では、下院においてBarney FrankとPaul Gillmorが共同で、新たな法案(H.R. 698)を提出した³⁸⁾。この法案の主な内容は、FDICに対してILCの統一的監督機関としての地位を

与え、少なくとも収入の15%を一般事業から得ているあらゆる会社のILC取得を認めないというものであった。つまり、収入の15%以上を一般事業から得ている会社を一般事業会社と定義したということであるが、これはGLB法において一般事業会社が金融持株会社に転換するに際して、一般事業からの収入が15%未満であれば2009年までの10年間の既得権が認められたことと整合させるものと考えられる。しかし、GLB法では、金融持株会社が子会社を通じて従事できる業務は、金融の性格を有する業務とこれに付随する業務、および金融業務を補完する業務と定められており、H.R. 698とは根本的には矛盾することになる³⁹⁾。

監督機関であるFDICは、2007年1月からモラトリアムをさらに1年間延長することとした。ただし、このモラトリアムは前年のモラトリアムとは性格を異にするものである。FDICは先の議会における2つの論点について、このモラトリアムで異なる対応をとった。まず、一般事業会社によるILCの取得に関しては、引き続きモラトリアムを適用する。一方で、親会社をもたない独立したILCや、統合的監督に服していないとしても親会社が金融機関であるILCに対してはモラトリアムを適用しないこととした。統合的監督に服さない金融機関による預金保険の適用申請については、ケースごとに対応することとした⁴⁰⁾。これは原則的に銀商分離政策は引き続き維持するものの、金融持株会社という枠組み以外に非銀行金融機関が実質的に銀行業務に参入する枠組みが用意されたことを意味している。

こうした動きのなか、2007年3月にはウォルマートがILC免許の申請を取り下げた。申請を取り下げた理由は、法案審議に時間がかかるためであり、金融サービスの提供を拡大させるという方針を変更したわけではない⁴¹⁾。Akers et al. (2005)によれば、公にはされていないが、ウォルマートなどの巨大な加盟店は、インターチェンジ手数料の料率についてカード・アソシエーションと個別に交渉することができる。そのため、ウォルマートのILC免許の取得は実現しなかったが、ILC免許の取得という銀行への脅威は、ウォルマートに要求する手数料を引き下げさせるという効果があった⁴²⁾。ウォルマートの申請取り下げによって、議会が最も懸念した事態は当面は避けられたが、今後、再びウォルマートが申請してくる可能性を否定できないため、議会では引き続き法案成立に向けた動きが続くこととなった。

一般事業会社によるILC取得を制限する法案に最も反対しているのは自動車業界であり、彼らは法案の成立阻止に向けて活発なロビー活動を行っている。すでに、トヨタ、BMW、フォルクスワーゲンといった国外の自動車メーカーはILCを取得しており、仮にH.R. 698が成立したとしても、2007年1月28日時点で彼らが従事している業務については既得権が認められる。それに対して、フォードやクライスラーといったアメリカ国内の自動車メーカーはILCを取得しておらず、今後、ILCを取得するためには法案の成立を阻止する必要がある。

こうしたことを受けて、議会における議論は早々に妥協の過程に入った。一般事業会社のILC取得を制限しながらも、そこから自動車メーカーを除外しようとする動きが出てきたのである。こうした動きは、現在のアメリカ自動車メーカーの苦境を反映したものと考えられるが、

結果的にこれが自動車メーカーに対する補助金になるとの批判がなされた⁴³⁾。自動車メーカーと他の一般事業とを区別し、自動車メーカーのみを除外する根拠を見出すことは容易ではなく、結果的には自動車メーカーを除外する規定は盛り込まれることなく、H.R. 698 は5月に下院を通過した⁴⁴⁾。

法案が下院を通過したことで、ILCをめぐる議論は上院の銀行委員会へと移ったが、そこでは議論が遅々として進まない状況にある。その原因としては、ウォルマートが免許の申請を取り下げたことで、問題の切迫感が薄れたことにくわえ、大部分の ILC が所在するユタ州選出の Bob Bennett が ILC を制限する法案に強行に反対していることがある⁴⁵⁾。Bennett は、これまでの ILC のかたちを維持しながら、最も批判の強いウォルマートなどの小売業の ILC 取得を制限することで妥協する可能性を示唆している⁴⁶⁾。このようにアメリカでは、小売業の銀行業参入をいかにして阻止するのかということが大きな問題となっている。

それでは、なぜ自動車メーカーなどに対しては極めて緩慢な措置がとられようとするのに、小売業の銀行業参入には厳しい姿勢がとられるのであろうか。それは、全米に店舗ネットワークを保有する小売業の銀行業参入が、アメリカの金融システムに非常に大きな影響を与える可能性があるためである。既に指摘したように、アメリカでは1980年代以降、銀行の支店数は増加したが、現在でも他国に比べると1つの銀行が保有する支店数は少ない。表6は各国の預金取扱機関の数と支店・オフィス数を表にしたものである。他国に比べて、アメリカでは預金取扱機関の数が1万8366と突出して多く、それに対して1機関における支店数は5.8と極めて少ない。現在でも、小規模な預金取扱機関が全米に散在していることがわかる。

つぎに、表7は、1990年以降のウォルマートとホーム・デポの店舗数の推移を表にしたものである。ホーム・デポなどは、1990年代以降、ドミナント戦略やカニバリゼーション戦略

表6 各国における預金取扱機関の数と支店・オフィス数（2004年時点）

	機関数	支店・オフィス数	1機関における支店数
ベルギー	106	6156	58.1
カナダ	1295	14175	10.9
フランス	899	40003	44.5
ドイツ	2149	47648	22.2
イタリア	800	44870	56.1
日本	1937	58618	30.3
オランダ	492	4139	8.4
スウェーデン	128	2675	20.9
スイス	340	5292	15.6
イギリス	407	29977	73.7
アメリカ	18366	106445	5.8

注) アメリカは商業銀行、スリフト、クレジット・ユニオンを含む。
出所) “Statistics on Payment and Settlement Systems in Selected Countries,” Bank for International Settlements, November 2006 より作成。

と称して、猛烈な勢いで店舗数を増やしてきている⁴⁷⁾。2005年時点で、ウォルマートの店舗数は国内だけで3617店舗、ホーム・デポの店舗数は2004年時点で1890店舗にのぼる。2006年時点において、預金取扱機関でウォルマートの店舗数よりも多数の支店網を保有するのは、バンク・オブ・アメリカだけである⁴⁸⁾。

アメリカでは預金取扱機関の支店数と小売業の店舗数には大きな格差があるため、小売業の銀行業参入は既存の銀行業、とりわけ地域の小規模銀行にとっては非常に大きな脅威となる。コミュニティ・バンカーたちは、巨大な店舗網を保有する小売業がカード決済に関連する費用削減を口実として、将来的に本格的なランチ・バンキングに参入することを恐れている。上院の銀行委員会におけるILCの支店設置を禁止することで妥協を図ろうとする動きは、こうしたコミュニティ・バンカーたちの懸念の表れである⁴⁹⁾。ただし、第2節で指摘したように、すでにアメリカではスーパーマーケットやディスカウント・ストアにインスタ・ランチとかたちで銀行の支店が数多く設置されている。そのため、小売業のランチ・バンキングへの参入が、利用者の銀行サービスへのアクセスに及ぼす影響を与えるのかは定かではない。

このように、アメリカでは、小売業の銀行業参入が多数の銀行の生存を直接的に脅かす問題として現れてくる。特に、地域金融・経済システムに与える影響は計り知れないだろう⁵⁰⁾。ウォルマートのILC免許申請以来、連邦議会において一般事業会社によるILC取得を制限する法

表7 ウォルマートとホーム・デポの店舗数（1990-2005年）

年	ウォルマート					ホーム・デポ 店舗数
	店舗数	内 訳				
		DS	SC	Sam's	国外	
1990	1,528	1,399	6	123		145
1991	1,725	1,568	9	148		174
1992	1,932	1,714	10	208		214
1993	2,148	1,848	34	256	10	264
1994	2,463	1,950	72	417	24	340
1995	2,784	1,985	147	426	226	423
1996	2,943	1,995	239	433	276	512
1997	3,054	1,960	344	436	214	624
1998	3,406	1,921	441	443	601	761
1999	3,599	1,869	564	451	715	930
2000	3,989	1,801	721	463	1,004	1134
2001	4,172	1,736	888	475	1,073	1333
2002	4,398	1,647	1,066	500	1,185	1532
2003	4,672	1,568	1,258	525	1,321	1707
2004	4,906	1,478	1,471	538	1,419	1890
2005	5,289	1,353	1,713	551	1,672	

注) DSはディスカウント・ストア、SCはスーパーセンター、Sam'sはサムズ・クラブの略。
出所) マーケティング史研究会(編)(2006)、9ページ、34ページより作成。

案審議が難航していることを受けて、州議会は独自に一般事業会社に取得された ILC の州内での活動を制限する法案を成立させている⁵¹⁾。こうした一連の州議会の動きが、さらに連邦議会における法案成立に向けた動きを後押しするというかたちで、小売業による銀行業参入阻止のための州議会と連邦議会の共同作業が続いているとみることができる。

以上のように、アメリカでは歴史的に銀商分離政策が維持されてきたといわれているが、これまでもノンバンク・バンクや単一貯蓄機関などを通じた一般事業会社の銀行業参入が可能であったし、現在でも ILC を用いた銀商結合が存在する。現在アメリカで行われている議論は、銀商結合を阻止するというよりもむしろ、ある程度の銀商結合を追認しながらも小売業の銀行業参入だけは阻止しようとするものである。FDIC が新たに設定したモラトリアム期限である 2008 年 1 月 31 日までに、議会において ILC に関する法案を成立させるのは困難な状況にある。ウォルマートはモラトリアムの終了を待って再び銀行業参入を試みるとの指摘もあり⁵²⁾、小売業をはじめとした一般事業会社の銀行業参入に対して、いかなる原則が打ち立てられるのか注目される⁵³⁾。

5 おわりに

20 世紀の後半以降、世界的に銀行の業務範囲は拡大してきた。一方、現在では一般事業会社の銀行業参入という動きも世界的なものとなっており、原則的に銀商分離政策を採用してきたアメリカとてその例外ではない。特に、ウォルマートやホーム・デポといった小売業の銀行業参入の動きは大きな議論を呼んでいる。

小売業が銀行業に参入しようとする大きな目的としては、カード決済に関連して銀行に支払う手数料を削減することがある。アメリカの銀行は、リテール業務による収益力強化を図ってきたが、とりわけクレジット・カード業務は銀行にとって極めて重要な業務となった。クレジット・カード市場が成熟化するなかで、銀行はカードを受け入れる加盟店が支払うインターチェンジ手数料に注目した。このインターチェンジ手数料の高止まりによるコスト負担を回避するために、ウォルマートなどの一部の小売業が自ら銀行業に参入しようとしている。また、クレジット・カード業務を内生化することで、コストを削減するだけでなく、クレジット・カード業務からの収益も期待できる。

現在のアメリカ金融制度の枠組みでは、一般事業会社が銀行業に参入するためには、ILC 免許を獲得するほかない。一般事業会社による ILC 免許の申請をうけて、議会では銀商分離の観点から議論が続いている。そのなかで、現在のアメリカにおける銀商分離政策は、一般事業会社の銀行業参入を阻止するというよりもむしろ、小売業の銀行業参入を阻止しようとするものであることが明らかとなった。小売業による銀行業参入が阻止されるのは、歴史的に支店の設置が制限されてきた銀行と、急激に店舗の数を増やしてきた小売業との間には、競争条件に大きな格差があるためである。全国的な店舗網を保有する小売業が、クレジット・カード業務

への参入などを端緒として本格的に銀行業に参入することになれば、アメリカ金融システムに多大な影響を与える可能性がある。

また、本稿では小売業によるコスト削減のための銀行業参入という点について注目して考察を行ったが、ウォルマートなどは新たな収益源を獲得するために、免許を取得する必要のない金融サービス業務へも積極的に進出しようとしている。こうした動きが、銀行を含めた金融サービス業のあり方にかなる影響を与えるのか、今後も注目していく必要があるであろう。

注

- 1) ILCの歴史的展開および実態についての分析は、高山（2007）を参照されたい。
- 2) ここでいう銀行業への参入とは、必ずしもフルバンキングを営むことを意味するものではない。一般事業会社が、これまで銀行が行ってきた特定の業務を行うことを含めて、銀行業への参入と定義している。
- 3) GLB法における単一貯蓄機関持株会社の取り扱いについて、詳しくは高月（2000）を参照。
- 4) アメリカにおける銀行数の減少、支店数増加の地理的分布についての詳しい分析は、数阪（2001）を参照。
- 5) "In-Store Sites Maxing Out?" *American Banker*, March 3, 2007, p. 1.
- 6) Connelly (2007), p. 3.
- 7) 典型的な銀行における経常費用と非金利支出は預金の2.8%であり、これをカバーするには金利支出と金利収入との間に280ベースポイントのマージンを維持しなければならないのに対して、典型的な MMMF の管理費率 (Expense Ratio) は50ベースポイントであった (Radecki et al. (1996), p. 2)。
- 8) Woosley (1997).
- 9) Radecki et al. (1996), p. 2.
- 10) ミッドランドの銀行であるウェスト・テキサス・ナショナル・バンクは、ヒスパニック系の人々を取り込むために、タウン・アンド・カントリー・フード・ストアーズというコンビニの店舗にフルサービスを提供する支店を設置する計画を表明した ("In-Store Variation: West Tex. Branch Touts Convenience," *American Banker*, June 29, 2007, p. 4)。現在、アメリカの銀行は、これまで銀行とはあまり関わりをもたなかった層の人々を取り込もうとしており、それにとまって店舗戦略もより多様なものになっていく可能性がある。
- 11) 野村総合研究所（2002）、139-140ページ、掛下（2002）、123ページ。2004年時点において、アメリカの家計は、平均して2200ドルのクレジット・カード負債を抱えている（GAO（2006）、p. 1）。
- 12) これまで、カード・アソシエーションは、加盟する銀行によって運営される非営利組織であった。しかし、MasterCardは、2006年にニューヨーク証券取引所に株式を上場し、またVISAも株式公開を行うことを発表した。このように、現在、これまでに形成されてきたカードネットワークは、大きな変革の時期を迎えている。近年のアメリカにおけるカード事業の変化についての詳しい分析は、岩崎（2007）を参照。
- 13) GAO（2006）、p. 98.
- 14) GAO（2006）は、ペナルティ手数料が増大していることについて、カード利用者がクレジット・カードを利用する際のコストを正確に理解していないとして、イシューアのペナルティ手数料収入拡大の問

- 題点を指摘している。あるイシューアは、もしカード利用者の支払が遅延したり、利用限度額を超えて利用した場合、自動的にカード利用者に対する金利や手数料が増大すると述べている (GAO (2006), p. 24)。なお、年会費収入が減少していることについては後述。
- 15) 調査方法などについての詳しい分析は、FRB (2004), Dove Consulting (2004)を参照。アメリカにおいては、クレジット・カードは最終的に小切手による支払いを必要とするため、必ずしも自立した決済方法とはいえない。この点について詳しくは、川合 (2002)、第6章を参照。
 - 16) デビット・カードは、物やサービスの購入代金を預金口座から引き落とすものであるが、クレジット・カードが預金残高を超えても与信枠内であれば利用できるのに対して、デビット・カードは基本的に預金残高を超えて利用することはできない。また、デビット・カードには、サインをする形式の Signature デビットと暗証番号を入力する形式の PIN デビットの2種類がある。
 - 17) PIN デビットによる決済の11%がキャッシュ・バックという現金のリターンをとるものであった。PIN デビットによる決済金額の93%が商品やサービスの購入に向けられたもので、残りの7%は現金としてカード利用者に戻された (FRB (2005), p. 184)。
 - 18) 岩崎 (2005)、72 ページ。
 - 19) GAO (2006), p. 9.
 - 20) Akers et al. (2005), p. 24.
 - 21) ホーム・エクイティ・ローンの詳しい分析については、掛下 (2002)、118-121 ページ、および「米国家計のバランスシート悪化をどうみるか」『東京三菱レビュー』、2002年2月20日、NO. 4を参照。
 - 22) 4パーティシステムは、VISAの前身であるバンク・オブ・アメリカが1970年代に確立したシステムである (Lyon (2006))。4パーティシステムは、発行銀行、加盟店契約銀行、カード保有者、加盟店の4者によって構成される。VISAとMasterCardがこの4パーティシステムを採用している。現在、この2つのカード・アソシエーションがシェアをほぼ独占していることから、4パーティシステムがカードネットワークの支配的形態である。一方の3パーティシステムを採用しているのは、American ExpressやDiscoverである。3パーティシステムは、カード・アソシエーション、カード保有者、加盟店の3者によって構成される。3パーティシステムでは、カード・アソシエーションがカード保有者と加盟店との間を直接的に仲介できるため、4パーティシステムにおいて重要な役割を果たすインターチェンジ手数料などは必要ない。
 - 23) 実際には、カード・アソシエーションは、各取引から0.05ドルという少ない手数料を受け取っているとされる (Akers et al. (2005), p. 28)。
 - 24) アクワイアラーと呼ばれる加盟店契約銀行は、新規の加盟店の獲得や加盟店との取引を行う。この加盟店契約銀行の業務の多くはアウトソースされており、ファースト・データ・コーポレーションが、VISAとMasterCardの取引の50%以上を取り扱っている (Akers et al. (2005), p. 28)。
 - 25) Pacheco and Sullivan (2006), p. 93. また、加盟店の形態や規模、カードの種類や取引の形態によってもインターチェンジ手数料は異なる。たとえば、コンビニやスーパーマーケットに課される手数料は低く、ホテル業や自動車レンタル業に課される手数料は高い (Akers et al. (2005), p. 28)。
 - 26) ただし、インターチェンジ手数料に対する規制の在り方は各国によって異なる。オーストラリアでは、中央銀行がインターチェンジ手数料の水準を直接的に規制している。メキシコでは中央銀行ではなく、メキシコ銀行協会がインターチェンジ手数料を低下させている。また、ヨーロッパ委員会は、2001年にカード・アソシエーションとの間で、2007年12月までにクロス・ボーダー取引のインターチェンジ手数料について除々に低下させることで合意した (Weiner and Wright (2005), pp. 15-16)。
 - 27) 「米ウォルマート銀行業参入を断念」『日経流通新聞』2007年3月30日。

- 28) 訴訟の他にも、コストの低いACHへの誘導などを行っている。詳しくは岩崎（2007）を参照。
- 29) 両面性市場の代表的な例としては、雑誌における読者と広告主、ナイトクラブにおける男性と女性、Acrobat Readerにおける書き手と読み手などがある（Weiner and Wright (2005), p. 7, Rochet and Tirole (2003), p. 73）。
- 30) GAO (2006), p. 23.
- 31) Lyon (2006). ただし、イギリスでは、インターチェンジ手数料が引き下げられたにもかかわらず、年会費や入会金も依然として低いままである。
- 32) 両面性市場という視点からカードネットワークを分析したこれまでの研究については、江副（2006）、Rochet and Tirole (2003) や Hayashi and Weiner (2006) などを参照。
- 33) これは、no-surcharge ルールといわれるもので、カナダ、メキシコ、アメリカやスウェーデンなどで課されている。一方、オーストラリア、オランダやイギリスでは、カード利用者に対してコストを転嫁することが認められている（Weiner and Wright (2005), p. 16）。
- 34) FMI (2007) は、アメリカでは2005年に平均して280ドルのインターチェンジ手数料を消費者が支払っていると推計している。
- 35) 「米ウォルマート純利益49%増」『日本経済新聞』（朝刊）2007年8月15日。
- 36) “Gauging FDIC Options on Wal-Mart ILC,” *American Banker*, January 27, 2007, p. 1.
- 37) 統合的監督とは、トップ・ダウン・アプローチとも呼ばれるもので、親会社を含めて組織を統合的に監督するものである。たとえば、FRBによる金融持株会社に対する監督や、OTSによる貯蓄機関持株会社に対する監督が典型的な例である。それに対して、ILCに対する監督は、バンク・アップ・アプローチと呼ばれるもので、監督当局であるFDICや州当局の監督権限は、ILCを保有する親会社にまでは及ばない。
- 38) この時に提出された法案は、<http://financialservices.house.gov/pdf/HR698Text.pdf> から取得できる。下院議員であるPaul Gillmorは、2007年9月4日に心臓発作のために死去した。彼は、一貫してILCに関する議論の中心人物であった。彼の死去が、今後の議会におけるこの問題の議論にいかなる影響を与えるかは不透明である（“Sponsor of ILC Curbs in Congress Is Dead at 68,” *American Banker*, September 6, 2007, p. 2）。
- 39) GLB法の規定については、高木（2001）、258ページを参照。この15%という数字には各方面から批判がなされている。Lackritz（2007）は、証券会社や投資銀行は、不動産開発やマーチャント・バンキングといった、純粋に金融の性格を有しているとはいえない業務から大きな収入を得ており、15%という上限では証券会社や投資銀行がILCを放棄しなければならないと指摘している。一方で、銀商分離政策の維持を主張するFRBは、15%という数字はかなり大きいものであって、一般事業会社がILCを取得することを容認するものであると指摘している。また、H.R. 698では、一般事業と金融業務との区別が明確ではないため、ILCの親会社が従事できる業務であっても、GLB法下では一般事業とされる可能性もあり、その整合性の問題が指摘されている（Kohn (2007), p. 8）。
- 40) Bair (2007), p. 11.
- 41) “Wal-Mart: ILC Withdrawal Doesn't Change Strategy,” *American Banker*, March 19, 2007, p. 3.
- 42) “Post ILC, Wal-Mart Discusses Strategy,” *American Banker*, March 19, 2007, p. 1.
- 43) “Proposed ILC Waiver Raises Issue: Where to Draw Line?” *American Banker*, May 17, 2007, p. 4.
- 44) 下院を通過した法案は、<http://financialservices.house.gov/HR698FinalHouse.pdf> から取得可

能である。

- 45) 議論の難航をうけて、最終的に法案を成立させるためには自動車メーカーを含むいくつかの一般事業を除外する規定を盛り込むことは避けられないとみられている (“Panel Passes ILC Bill; Some Seek Automaker Carveout,” *American Banker*, May 3, 2007, p. 3)。
- 46) “Compromise In Sight on Commercial ILC Powers,” *American Banker*, January 25, 2007, p. 1.
- 47) 詳しくはマーケティング史研究会 (編) (2006)、34-35 ページを参照。
- 48) 内田 (2007)、25 ページ。
- 49) “As Sense of Urgency Fades, Will ILC Bill Fall to Wayside?” *American Banker*, December 31, 2007, p. 3.
- 50) 最近のアメリカの地域金融システムについての分析は、内田 (2007) を参照。
- 51) 2006 年に、オクラホマ、メリーランド、ヴァージニア、アイオワそしてミズーリの各州は、一般事業会社によって保有されている ILC が、州内に支店を設置することを禁止する法案を成立させた。さらに 2007 年に入ると、カンザス、メイン、ネブラスカ、テキサスそしてコロラドの各州が同様の議論を開始した (“Make It a Dozen: 7 More States Debate ILC Bills,” *American Banker*, March 7, 2007, p. 4)。
- 52) “In Dodd's ILC Bill, Tighter Limits than House Version,” *American Banker*, November 30, 2007, p. 4.
- 53) 2007 年の 9 月に FDIC は、インディアナポリスの保険会社であるウェルポイントによる ILC 免許の申請に対して預金保険を適用することを承認した。このさい、FDIC はウェルポイントが行っている疫病管理とメール・オーダーによる調剤が、一般事業にあたるかどうかの判断を FRB に対して求めた。これは、2007 年のモラトリアム期間中は、FDIC による ILC 免許の審査が、H.R. 698 よりも厳しい金融持株会社の規定に基づいて行われることによる。金融持株会社の従事する業務が金融の性格を有するか、これに付随あるいは補完する業務であるかどうかの判断は FRB が行う。そのため、FDIC はウェルポイントの従事する業務についての判断を FRB に対して求めたのであった。FRB の回答は、それらの業務は金融の性格を有するものではないが、ウェルポイントの金融業務を補完する業務であるというものであった。この決定は、ILC 取得を望む一般事業会社の将来的な免許取得の希望を抱かせるものであった (“ILC Gets OK After Unusual Consultation,” *American Banker*, September 13, 2007, p. 1.)。

参考文献

- 岩崎薫里 (2005) 「アメリカにおける決済・借入れ手段の多様化とクレジット・カード業界の対応」『*Eusiness & Economic*』12月号、70-88 ページ。
- (2007) 「転換期を迎えるアメリカのカード・ビジネス」『*Business & Economic*』6月号、24-43 ページ。
- 内田聡 (2007) 「米国地域金融システムの組み替え (規制緩和、金融再編、および地域密着の継続)」『*信用金庫*』5月号、20-26 ページ。
- 江副憲昭 (2006) 「クレジットカード・ネットワークにおけるインターチェンジ料金について」『*西南学院大学経済学論集*』第41巻第2号、35-62 ページ。
- 掛下達郎 (2002) 『*管理通貨制度の機構分析—アメリカ編—*』松山大学総合研究所報、第39号。

- 数阪孝志 (2001) 「アメリカにおける銀行数減少・店舗数増加の地理的分布」『甲南経済学論集』、第 42 巻 第 1 号、33-55 ページ。
- 川合研 (2002) 『アメリカ決済システムの展開』東洋経済新報社。
- 高木仁 (2001) 『アメリカ金融制度改革の長期的展望』原書房。
- (2006) 『アメリカの金融制度 改訂版』東洋経済新報社。
- 高月昭年 (2000) 「米国の銀商結合の実態と制度」『国際金融』第 1055 号、61-69 ページ。
- 高山浩二 (2007) 「アメリカにおける異業種の銀行業参入とインダストリアル・ローン・カンパニー」『経営研究』第 58 巻第 1 号、119-141 ページ。
- 野村総合研究所 (2002) 『変貌する米銀—オープン・アーキテクチャ化のインパクト』野村総合研究所。
- 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。
- マーケティング史研究会 (編) (2006) 『アメリカのビッグストア』同文館出版。
- Akers, Douglas, Golter Jay, Lamm Brian, and Solt Martha (2005) "Overview of Recent Developments in the Credit Card Industry," *FDIC Banking Review*, Vol. 17 (3), pp. 23-35.
- American Bankers Association/Dove Consulting (2005) "Gift Card online bill Pay Sore as Consumers Embrace Electronic Payments," News Release, October 25, 2005.
<http://www.aba.com/Press+Room/102505DOVESTUDY.htm> (Nov. 15, 2007)
- Bair, Sheila C. (2007) "H.R. 698, The industrial Bank Holding Company Act of 2007," Statement of Federal Deposit Insurance Corporation before the Committee on Financial Services U.S. House of Representatives, April 25, 2007, pp. 1-18.
http://www.house.gov/apps/list/hearing/financialsvcs_dem/htbair042507.pdf (Sep. 9, 2007)
- Board of Governors of the Federal Reserve System (FRB) (2004) "The 2004 Federal Reserve Payment Study," December 15, 2004, pp. 1-12.
<http://www.frbervices.org/Retail/pdf/2004PaymentResearchReport.pdf> (Nov. 15, 2007)
- (2005) "Trends in the Use of Payment Instruments in the United States," *Federal Reserve Bulletin*, Spring 2005, pp. 180-201.
- Connelly, Arthur R. (2007) "H.R. 698, the Industrial Bank Holding Company Act of 2007," Testimony of American's Community Bankers Before the Committee on Financial Services, April 25, 2007, pp. 1-4.
http://www.house.gov/apps/list/hearing/financialsvcs_dem/htconnelly042507.pdf (Sep. 9, 2007)
- Dove Consulting (2004) "2004 Electronic Payments Study for Retail Payments Office at the Federal Reserve Bank of Atlanta," Study Method and Result Summary Report, December 14, 2004, pp. 1-28.
<http://www.frbervices.org/Retail/pdf/2004EPStudy.pdf> (Nov. 15, 2007)
- Food Marketing Institution (FMI) (2007) "Hidden Credit Card Fees," FMI Backgrounder, January 2007, pp. 1-5.
http://www.fmi.org/media/bg/Interchange_Fee_Backgrounder.pdf (Sep. 9, 2007)
- Garcia Swartz, Daniel D., Robert W. Hahn and Anne Layne-Farrar (2006) "The Move Toward a Cashless Society: A Closer Look at Payment Instrument Economics, *Review of Network*

- Economics*, Vol. 5 (2), pp. 175-198.
<http://www.aei-brookings.org/admin/authorpdfs/page.php?id=1060> (Sep. 9, 2007)
- Hayashi, Fumiko (2004) "A Puzzle of Card Payment Pricing: Why Are Merchants Still Accepting Card Payments?" Payment System Research, Federal Reserve Bank of Kansas City Working Paper WP04-02, December 28, pp. 1-46.
<http://www.kansascityfed.org/publicat/psr/rwp/WP04MerchCardAcceptance12-28-04.pdf> (Oct. 9, 2007)
- , Stuart E. Weiner (2006) "Interchange Fee in Australia the UK, and the United States: Matching Theory and Practice," *Economic Review*, Third Quarter 2006, pp. 75-112.
- Kohn, Donald L. (2007) "Statement of Board of Governors of Federal Reserve System," Testimony of Before the Committee on Financial Services House Representatives, April 25, 2007, pp. 1-16.
http://www.house.gov/apps/list/hearing/financialsvcs_dem/htkohn042507.pdf (Sep. 9, 2007)
- Lackritz, Marc E. (2007) "Hearing on H.R. 698 The Industrial Bank Holding Company Act of 2007," Testimony of Before the House Committee on Financial Services United States House of Representatives, April 25, 2007, pp. 1-11.
http://www.house.gov/apps/list/hearing/financialsvcs_dem/htlackritz042507.pdf (Sep. 9, 2007)
- Lyon, James M. (2006) "The Interchange Fee Debate," Federal Reserve Bank of Minneapolis The Region, June 2006.
<http://www.minneapolisfed.org/pubs/region/06-06/interchange.cfm> (Sep. 9, 2007)
- Pacheco, Barbara and Richard Sullivan (2006) "Interchange Fees in Credit and Debit Card Markets: What Role for Public Authorities? A Conference Summary," *Economic Review*, First Quarter 2006, pp. 87-113.
- Radecki, Lawrence J., John Wenninger, and Daniel K. Orlow (1996) "Bank Branches in Supermarkets," Federal Reserve Bank of New York *Current Issues in Economics and Finance*, December, pp. 1-6.
http://www.ny.frb.org/research/current_issues/ci2-13.pdf (Oct. 9, 2007)
- Rochet, Jean-Charles and Jean Tirole (2003) "An Economic Analysis of the Determination of Interchange Fees in Payment Card Systems," *Review of Network Economics*, Vol. 2 (2), June 2003, pp. 69-79.
- United States Government Accountability Office (GAO) (2006) "Credit Card: Increased Complexity in Rates and Fees Heightens Need for More Effective Disclosures to Consumers," GAO-06-929, September 2006, pp. 1-108.
<http://www.gao.gov/new.items/d06929.pdf> (Oct. 9, 2007)
- Weiner, Stuart E. and Julian Wright (2005) "Interchange fees in Various Countries: Developments and Determinants," Payment System Research Working Paper, Federal Reserve Bank of Kansas City, pp. 5-49.
<http://www.kansascityfed.org/publicat/psr/rwp/WeinerWrightWorkingPaper113005.pdf> (Sep. 9, 2007)

Woosley, Lynn (1997) "Store Branching: A Part in Banking's Future?," Federal Reserve Bank of Atlanta Financial Update, Vol. 10 (1).

<http://www.frbatlanta.org/invoke.cfm?objectid=5AC8E477-B0FE-11D5-898400508BB89A83&method=display> (Sep. 9, 2007)

The Participation of Large Retail Companies in the Banking Business and the Separation of Banking and Commerce in the United States

Koji Takayama

Summary

The interchange fees of credit cards in the United States is more than double other countries such as Australia, EU and the United Kingdom. Therefore, large retail companies such as Wal-Mart try to participate in the banking business to reduce the interchange fees. However, competitive conditions differ between banking and retail companies; thus, these companies in the banking business exert a considerable influence on the financial system. This might be one of the factors that change the separation of banking and commerce in the United States.