

アメリカ合衆國における販賣金融會社

深 見 義 一

一 序 詞

現今アメリカ合衆國に見る、かの販賣金融會社 (Finance company) は、金融論と配給論の兩者の立場から、ともに興味を以て研究されてよい、一つの存在であることが信ぜられる。すなわち、かような關連をよすがとして、ここに、金融論專攻の山口茂先生に捧げらるべきこの記念號に、配給論專攻のわたくしが、この問題について若干の報告をさせて頂く次第である。それについても、このたび停年制を以て御退官遊ばされた山口先生には、現在ますます御健勝にて、その學問社會に貢獻しようとの御熱意には、いよいよ燃ゆるものが見える。先生がますます自愛せられ、長壽を保たれ、專思寂想せられ

アメリカ合衆國における販賣金融會社

れる日の、なお多からむことを祈るや、まことに切なるものがあるのである。

分割拂販賣ないし月賦販賣の發達については、後述するところであるが、その發達は標題の販賣金融會社の出現を必然的にうながし、販賣金融會社の出現はまた分割拂販賣の發達を推進して行つたのである。

分割拂販賣は、代金の一部の支拂を將來の分割拂にかけるので、そこでは當然に、信用の許與ということが行われねばならないことになる。すなわち、クレディット・ベイスンで配給が行われる。貨物配給の任を擔當するミッドルマンは、ここで、信用許與の任まで擔當しなければならぬことになるが、それはこうした販賣制がいよいよ發達するにつれては、とうていひとりでは處理

し得られないことになる。そこで、もうひとりのミッドルマンに助けが求められることになる。その名が標題の販賣金融會社である。しかもこのミッドルマンは、正しくはフィナンシャル・ミッドルマンであり、銀行その他公開市場にてオリヂナル・レンダーを求め、その資金を傳えて、これをアルティメイト・ボロワーたる、上記配給ミッドルマンたるディーラー、ないしバイヤー・ボロワー (buyer-borrower) に致すのである。

販賣金融會社の取扱う金融料 (finance charge) は、ともかく實際的には、年率八—八〇%、ないし七一—一二% (後段参照) ともなっている。金融界がこれに眼をつけずにおくはずがない。商業銀行、産業金融會社がこの分野に進出して來、またディーラー自身までが、出来るだけ多くその仕事を自らの手にて擔當しようと力めるようになって來る。しかも通説は、金融料を一般利子とは別個なるものとして取扱ひ (The finance charge is not interest but is part of the selling price of the commodity)⁽¹⁾、これを利子規正のわくの外においている。販賣金融會社は恵まれた地位にいて、有利な經營をエンジ

ョイする。それは過去において、銀行の破綻により損をかけられたことはあつても、銀行に對して損をかけたことはない。そのモータリティは極微である。

しかし、そうかといつて、これら販賣金融會社の立っているのは、やはり、銀行などをもちろん含めたところの、高度に發達した金融機構の基盤の上である。このことは、前記フィナンシャル・ミッドルマンの呼稱からも明らかである。また販賣金融會社のバランス・シートが、雄辯にこれを證明してゐるのである。

(1) Plummer, W. C., and Young R. A., Sales Finance Companies and Their Credit Practices (N. Y.: National Bureau of Economic Research, 1940), p. 49.

二 分割拂信用

代金の分割拂 (インストールメント・ペイメント) を許容した上に行われる販賣が、いわゆる分割拂販賣ないし月賦販賣 (instalment selling) である。廣くは、信用販賣ないし掛賣り (セイルズ・オン・クレディット) の範疇に入るものである。

こうした場合、そこにクレディット (credit) (信用) の許與ということが前提とされることは、いうまでもない。クレディットに関する解釋は、種々に與えられるであるが、大體これは、將來、要求拂または特定日拂として、返済するという、相手方の約束を條件として、この相手方に、貨幣・商品その他を得せしめるに至るべき、當方において相手方に認めるところの信 (ビリーフ、コンフィデンス、フェイス、リライアンス) である。ラテン語のクレードー (アイ・ビリーヴ) に發する語であり、このラテン語はさらに、サンスクリットのクラド (トラスト) と、ラテン語のドー (ブレイス) との結合になるものである。

クレディットの本質は、見る者により、或いは力 (パワー) と解され (ジョイン)、或いは權利 (ライト) と解される (エックレオド)。前者は借主の立場に立ち、可能性 (ポジビリティ) としての、信頼され得る力という面をとらえたものであり、後者は貸主の立場に立ち、現實性 (アクチュアリティ) としての、約束を得た上の支拂獲得の權利という面をとらえたものである。⁽²⁾

アメリカ合衆國における販賣金融會社

クレディットは、支拂の約束を申出る者と、これを信頼して受諾する者との間に、その合意によって設定されるものであるが、通常この設定は、授與 (ギヴィング) または許與 (グランディング) という語で表現される。また差し延べ (エクステンディング) という語で現わされることもある。いうまでもなく、これは、後者すなわち支拂約束の申出を受け、信頼してこれを受諾する側の立場より見た表現である。

消費者はいわゆる消費者貨物 (コンシューマーズ・グッツ) を購入するに方って、その支拂を現金でする場合と、掛け (オン・クレディット) にして、これを先に延期する場合 (デファード・ペイメント) とがある。すなわち、この後者の場合には、そこに小賣ディーラーからする消費者への、クレディットの許與がある。この場合のクレディットが、いわゆる消費者信用 (コンシューマー・クレディット) である。——もつとも、小賣の關連にある限りにおいて、それは小賣信用 (リテイル・クレディット) の一種でもある。一種というのは、購買者が消費者でない場合、たとえば産業消費者の場合の、小賣

信用も、この他にあり得るからである。

消費者はこうした信用買をした場合でも、その支拂に方ってこれを將來、一回にまとめて（ラムプ・サム）行ふ場合と、何回かに分けて少しずつ（ピースミール）行ふ場合とがある。かのチャーチ・アカウント、オーブン・ブック・アカウントなどは前者の例であり、本項冒頭掲出の分割拂（インストールメント・ペイメント）は後者の例である。すなわち、上記の消費者信用のうち、ここの後者に屬するものが、いわゆる消費者分割拂信用（コンシューマー・インストールメント・クレディット）であるのである。

なおこの點、ひとしく小賣ディーラーが許與する分割拂信用であつても、それが産業貨物（インダストリアル・グッズ）に關するものであり、相手方が産業消費者ないし産業使用者である場合は、そのクレディットは、ここにいわゆるコンシューマー・インストールメント・クレディットとはならないのである。しかし、ひとしく小賣ディーラーの取扱うものである限りは、それはもちろん小賣分割拂信用（リテイル・インストールメント・ク

レディット）の範疇には入るべきである。本稿の取扱は、その比重に見て、一應コンシューマー・インストールメント・クレディットを中心としておるのであるが、資料の關係や必要上の關係で、リテイル・インストールメント・クレディットにふれることもある。消費者貨物配給におけるクレディットと、産業貨物配給におけるクレディットとの、兩者の差別を頭においての、讀者の理解が願わしいのである。

一九二〇年に設立されて以來、幾多の貴重な業績を發表している、かのニューヨーク在、ナショナル・ブエロー・オヴ・エコノミック・リサーチは、一九三八年からは、準備市銀行協會とロックフェラー財團の基金により、また大規模な金融調査を始めたのであるが、その第一着手として、ここにいう、コンシューマー・インストールメント・クレディットの調査を始めたのである。その調査報告第七卷によると、これに對する定義が明らかにされている。すなわちこれによれば、コンシューマー・インストールメント・クレディットとは、消費者に差し延べられるクレディットであつて、それは消費者に對して

は、正式法的證券を用い、豫定せる規則的支拂回數を以て、その元利を返済すべきことを、要求するものである。

この場合こうしたクレディットを差し延べるものには、二者があげられる。一つは小賣配給に従事するディーラーであり、一つは現金貸付機關である。前者によるのは、すなわち、ディーラーによる分割拂販賣（インストールメント・セリング）におけるクレディットであり、消費者はこの場合、金融のことはディーラーに頼ってしまい、ディーラーは、或いはこれを自家で金融したり、或いは（裏書して）これを販賣金融會社などに向けたりするのである。後者によるのは、すなわち、現金による分割拂貸付（キャッシュ・インストールメント・ローン）におけるクレディットであり、消費者は自ら、適宜金融機關と交渉し、分割拂返済の條件による、現金貸付を受けるのである。

右ブローの調査に見る計數は、こうしたクレディットに關する、一番総合的な一番新しいそれと思われるが、これによれば、一九三七年における、小賣ディーラ

アメリカ合衆國における販賣金融會社

ーによるクレディット許與は、産業貨物をこめて四二・七九億ドル、消費者貨物のみならば三六・六七億ドルであり、現金貸付によるクレディット許與は一六・一六億ドルであった。コンシューマー・インストールメント・クレディットは、したがって、後二者の合計によって得られる五二・八三億ドルであったのである。

なお、右の四二・七九億ドルのクレディットの約半分二一・七八億ドル（五一％）は、販賣金融會社にまわされたものといわれる。また特にこのうち、自動車に關する限りのクレディットについては、その七五％が販賣金融會社にまわされ、その額は一八・一二億ドルに上ったといわれる。

さらに、クレディットの許與（グランディング）と、返済（リバイメント）と、平均殘（アヴァリデ・アウトスタンディング）を、コンシューマー・インストールメント・クレディットについて見れば、一九三七年の許與は三六億ドル、返済は三三億ドル、平均殘は二六億ドルであつたといわれる。

これをなお歴史的に見れば、一九二九—三二年期（甲）

一橋論叢 第三十四卷 第二號

と、三三—三七年期(乙)に分けて、許與は、甲において六八%の減、乙において一六九%の増、返済は、甲において六四%の減、乙において一三六%の増、平均残は、甲において五七%の減、乙において一五一%の増、であったといわれる。

またこれを特に自動車のコンスーマー・インストールメント・クレディットについて見れば、一九三七年において、許與は二一・四三億ドル、返済は一九・四四億ドル、平均残は一五・二四億ドル。歴史的には、許與は、甲において七六%の減、乙において二七一%の増、返済は、甲において七一%の減、乙において二一八%の増、平均残は、甲において七〇%の減、乙において三〇三%の増、であったといわれる。

- (2) Chapin, A. F., *Credit and Collection, Principles and Practice* (N. Y.: McGraw-Hill, 1929), pp. 3—4.
 (3) Holtzhausen, D. M., Merriam, M. L., and Nugent, R., *The Volume of Consumer Installment Credit, 1929—38* (N. Y.: National Bureau of Economic Research, 1940), p. 3.
 (4) Holtzhausen, op. cit., pp. 10—11, 18, 48.

Plummer, op. cit., pp. 40—43.

三 制度の生成

販賣金融會社の現情に入るに先立ち、セリグマン教授により、ここ(5)で一應、分割拂販賣制そのもの、併せてはこれにならぶ販賣金融會社の生成のあとを見ておくことは、無駄ではないように思われる。

將來の支拂を、正式法的證券を用いて分割拂いすることが、廣い意味の掛賣りないし信用販賣のうちで、特に分割拂を、他のチャージ・アカウントやオープン・ブック・アカウントから、區別せしめる所以であることは、すでに述べたところである。セリグマン教授によれば、こうした分割拂の形態には、同時的(シンクロナス)なもの、逐次的(サクセッシヴ)なものとの二つがある。資本金を株式に分割して、同時に多數出資者から資金を獲得するものや、ローマや中世都市で見られたように、そして今でも見られるように、土地、建物の代金を分割して、みんなで拂込みをし、そうすることによって、そのグループとして、その不動産を獲得(し、メンバー

が順次これを獲得)するもの、などは前者の例であり、購入代金を延べ拂いとし、これを分割して逐次拂って行くものは、後者の例である。後者の場合、すなわち逐次的分割拂の場合には、そこに時の要素が入ってくる。そうするとそこにクレディットの問題が生まれる。この後者の場合が、本項にいわゆる分割拂販賣制の場合となるのである。

セリグマン教授によれば、逐次的分割拂の事例は、歴史と共に古いもので、この制は最初は、公共財政の場合に用いられたという。なお詳しくは、個人の側から政府に拂う場合に、先ずこれが始められ、次いで後には、政府の側から個人に拂う場合にも、これが及ぼされて行つたという。特別課徴(スペシャル・アッセスメント)が一〇—一五回に分割して納入されたり、その他、拂下げの分割拂が認められたりするのは前者の例であり、政府が公債の償還を分割拂とするのなどは後者の例である。

次いで、この制は私法上の取引に導入されて來た。土地家屋の賣買代金が分割拂いされること、保険料の支拂が分割拂いされることなどは、その最初の例である。ウ

アメリカ合衆國における販賣金融會社

エスターマンのエヂプト時代の研究の編集、ブルータークのローマ時代の述作は、それぞれの、不動産賣買代金の分割拂の事例を明らかにしている。ちなみに、ブルータークによれば、第一次三頭政治の一員だったクラスス將軍は、ローマの大火により絶望した人々から、その不動産を、この方法により買集め、その量はローマの半分にも及んだとある。降つては、中世における家賃の分割拂、現代における住宅資金の分割拂など、不動産賣買におけるこの制の例は餘りにも豊富である。ただし、昔も今も、不動産における分割拂制は、こうした關連における、一番重要な、且つ一番複雑なものの一つに屬するようである。

不動産關係に次いで見られたのは、商品における分割拂制である。ここに引用せる、一九二七年出版のセリグマン教授の著書には、これにつき、家具におけるそれは、當時に見て、すでに一世紀以上の歴史をもち、ミシンにおけるそれは四分の三世紀以上の歴史をもち、ピアノ・書籍におけるそれは二分の一世紀以上の歴史をもち、その他一般商品におけるそれもすでに四分の一世紀以上の

一橋論叢 第三十四卷 第二號

歴史をもったとある。また、その後において王座を占むるに至った自動車におけるそれも、當時すでに一〇年以上の歴史をもったとある。

早くから、パリのデュファイエルによって採用されて来た、家具の分割拂販賣制は、アメリカにおいては、一八〇七年に初めて、カウパースウエイト・エンド・サンズにより採用された。當時たまたまパリに遊び、デュファイエルの經營に注意を引かれた一アメリカ婦人が、歸來これが導入を示唆したのだと伝えられる。ついで、ルドウィック・バウマンや、ジョルダン・モリアルティも、これを行うことになった。取扱品種の方も、家庭用品一切という風なところへ、ひろげられて行つた。一件の金額は、五ドルから數千ドルにわたつたが、平均は七五—一〇〇ドルの線であつた。大體、條件は、動産質制(チャattel・モーギデ)、ないし、貸借制(リース)とし、支拂不能の節は、商品の取り戻し(リポゼッション)をし、既拂分は失權(フォーフイツチュア)とするとしたのであるが、實際問題としては、信用調査が嚴重であつたので、事故も少なく、萬一事故が発生した場合も、

その取扱いは寛大にされ、取り戻しは最後のこととされ、既拂分にも考慮が與えられたという。

ミシンの分割拂販賣制は、一九世紀のなかば頃に、シンガー・ソーイング・マシン・カムパニイによって始められ、つづいて競争社も出て來たのであるが、この商品の場合は、家具の場合と異り、消費者の家計水準は概して低く、そのため事故の發生も少なくなつたといわれる。曾てのニューヨーク州法が、賣主の救済のために、不當抑留財産回復訴訟(レプレヴィン)に併せて、體刑(ボッディリ・イクセキューション)のことまで、定めたなどということも、この間の事情を物語るものであるかのである。なお、一件の金額は、二五—三五ドルという線で、頭金一ドル、週賦五〇センツ、などという取引條件が、そこに見えた。

ピアノの分割拂販賣制は、一八七〇年代に始められたが、この場合は、客層の關係からも、事故の發生は少なかったようである。千ドル位の高級品になると、頭金三分の一で、月賦も高額で、二—三年完了が條件であつたという。その後、百貨店などで、一五〇ドルの價格で、

頭金五ドル、週賦一ドル、などという條件を打ち出したものも見えた。形式としては、大體、賃貸借制（リース）が採用された。なお、書籍の方も、印刷術の進歩により、その大量生産が生まれ、一九世紀の後半から、これにこの制の導入が見られたのである。

自動車産業の革命は、セリグマン教授によれば、第一次世界大戦前において、すでに一應成就されたという。そこへもって来て、消費者側は、住宅組合により家を得、分割拂制により家具を得、今度は、同じ制により自動車を得ようとする態勢にすすみ、メイカー側は、自動車の季節的需要の變動を調整し、平均生産を實行しようとする態勢にすすみ、ここに、その分割拂販賣制の機運は、十分に熟して來たのである。

大體、自動車の取引においては、一九一〇年頃までは、現金賣買制が原則とされたが、中古車が出廻るに及び、これに分割拂制が採用され、それがまた新車の場合にも、うつって來たのである。もちろん、主として買主側の要求に發したことはある。新式道路工事が完成した上、もともとその氣候もよろしく、車の保存には最も好條件

アメリカ合衆國における販賣金融會社

に恵まれた太平洋岸で、この新車分割拂販賣制が、一九一〇年頃から採用され出したのである。そして、二三年のうちに、これが全國にひろまったのである。

しかも、ディーラーは、かくの如く、カストマー側に信用を許與することになるのに、メイカー側は依然これに對して、現金拂を要求するとすれば、ディーラーの資力は到底その負擔に耐えることが出來ず、ディーラーは、カストマーから受け入れる大量の手形の割引の必要に、強く迫られるのである。割引を乞われる一般の金融機關としては、ディーラーの資力、ないし保證力（手形裏書人としての）を問題とし、また、その手形の長期をきらい、その取立ての困難を訴える。しかも、金融機關は、金融料を満足なだけとれば、高利制限法にひっかかり、他面においては、一人宛貸出限度法にひっかかるとうとする。すなわち、金融會社（フィナンス・カムパニー）ないし信用會社（クレディット・カムパニー）、なお、より正確には、販賣金融會社（セイルズ・フィナンス・カムパニー）が、この解決のために、導入されねばならぬことになったのである。

一橋論叢 第三十四卷 第二號

自動車の分割拂販賣制に關連して、金融を與えた金融會社の初めは、モリス銀行であり、その活動は一九一〇年にさかのぼるといわれる。しかし、その活動は短期間におわつたので、自然この分野における、その重要性を主張することは、出来ないといわれる。すなわち、この分野に本格的に乗り出し、本格的に活動したものとしては、エル・エフ・ウィーヴァー (L. F. Weaver.) 商會があげられねばならぬとされる。同商會の自動車金融の初めは、一九一三年十二月のことであつた。

つづいては、一九一五年七月に、ギャランティ・セキユリティズ・コーポレーションが生まれ、これには、前記ウィーヴァーと斯界の先陣争をする、エドワード・エス・マドック (Edward S. Maddock) が、發起人三名のうちの一人として、加わつていたのである。セリグマン教授によれば、しかし、少なくとも先陣争の關する限りは、前記ウィーヴァーに軍配があげられるとのことである。

そして、一九一九年の初めには、ゼネラル・モーターズ・コーポレーションの重役陣の一人の、ジョン・ジェ

ー・ラスコフ (John J. Rasco) の構想により、かのゼネラル・モーターズ・アクセプタンス・コーポレーションが、設立された。つづいて、金融會社はさらに相次いで設立され、そこに、一九二一五年の、いわゆる自動車金融のブーム時代が現出したのである。……

なお、参考のため、一九一五年以前に設立され、今なお存続している、各業種にわたる (自動車販賣のみに限定しない)、販賣金融會社を示すならば左の如くである。⁽⁷⁾

バンカーズ・カマーシャル・コーポレーション (フィ
デリティ・コントラクト・コーポレーションとして一
九〇四年設立)

カマーシャル・インヴェストメント・トラスト・コー
ポレーション (一九〇八年設立)

ナショナル・ボンド・エンド・インヴェストメント・
カムパニー (一九〇八年設立)

パシフィック・フィナンス・コーポレーション・オ
ヴ・カリフォルニア (一九一〇年設立)

カマーシャル・クレディット・カムパニー (一九二
二年設立)

ノーザン・フィナンス・カムパニー(一九二二年設立)。

(5) Seligman, E. R. A., *The Economics of Instalment Selling, A Studies in Consumers' Credit* (N. Y.: Harper & Brothers, 1927), Vol. I, pp. 5—51.

(6) 参照、拙著『商業學』二五九—六二頁。

(7) Plummer, op. cit., pp. 33—4, 58.

四 販賣金融會社

前記プエローの刊行書⁽⁸⁾は、販賣金融會社(sales finance company)とは、一應、特殊金融機關の一形態であつて、小賣ディーラーを通じて、消費者に信用を差し延べ、ディーラーと消費者とに、分割拂賣買制(instalment plan)を可能ならしめるものであると、また換言して、分割拂購買客(instalment-buying customer)より、小賣ディーラーに與えられたる信用證券(credit instrument)を、割引買取り(purchase at discount)するところの機關であるとしてゐる。

もとより、一應(provisionally)とことわつておくくらいであるから、そこに定義の決定版が意圖されてお

アメリカ合衆國における販賣金融會社

ないことは、明らかである。しかし、その概念を構成するに不可欠と思われる要素、すなわち、a. 小賣ディーラーと、消費者ないし分割拂購買客とを、當事者とす
る分割拂賣買制、b. 信用證券およびその割引買取り、
を擧げておるのであれば、表現の如何は別として、本質
において缺けるところはないようである。ただ欲をいへ
ば、本稿冒頭記述のフィナンシャル・ミッドルマンの線
を、もう少し強く出してもらいたいのであるが、それは
それとして、小賣金融、消費者信用、手形市場ないし貨
幣市場、等の要素はすべて收められてゐるわけである。
もっとも、現實には取り上げられてゐるところの、卸賣
金融、一部の生産者信用などのことが、うたつてないの
であるが、もとより、こうしたことによつて、販賣金融
會社の本質が、誤つて解釋されるとは思えないのである。
いな、見方によつては、これらがうたつてないことが、
かえつて理解をスッキリさせる所以であるかもしれない
のである。

その呼稱、Sales Finance Company は、その全國團
體、ナショナル・アソシエーション・オブ・セイル

ズ・フィナンス・カムパニイズの用例によつたものである。すなわち、同團體は、一九三五年にその舊名稱ナショナル・アツソシエーション・オヴ・フィナンス・カムパニイズを、現名稱に切り替え、そうすることによつて、この呼稱を確認したのである。前記プーローもこれを採用しているのであるが、實際にはなお、次のような呼稱も見受けられる。

フィナンス・カムパニイ。クレディット・カムパニイ。カマーシャル・クレディット・カムパニイ。デイスカウント・カムパニイ。トラスト・カムパニイ。コントラクト・パーチェシング・カムパニイ。アクセプタンス・カムパニイ。カマーシャル・アクセプタンス・カムパニイ。インストールメント・フィナンス・カムパニイ（一九三五年の産業調査に用いられた呼稱）。

もちろん、これらのうちのカムパニイの代わりに、コーポレーション、トラスト、などが用いられることも、またあり得るのである。

邦譯「販賣金融會社」は、わたくしの一つの試譯にす

ぎないのであるが、もう一つ用意している試譯「販賣金融銀行」にも、わたくしはひそかに捨てがたい氣持をいだいているのである。もし、かの Trust Company の邦譯には、「信託會社」よりも「信託銀行」の方がよいというような意見が、より強くなってくるようであれば、同様に、「販賣金融銀行」への支持も強くなるだろうと思われる。もちろん、これは、わが國の銀行法の規定云々の問題ではなく、アメリカの制度をどう邦譯したら理解し易いかの問題としての、わたくしの小さな立言にすぎないのである。

前項記述の如く、販賣金融會社にして、一九一五年以前に起源を發するものは、數えるしかなかったのであるが、それからの約十五年間には、分割拂販賣制の大發展があり、これに伴い販賣金融會社が増加し、その増加がまた分割拂販賣制を推進していったのである。ただし、その間の販賣金融會社の數にいたっては、プーローの調査を以てしても、正確なところはつかみ得ないところである。そこにはいろいろの事情があるのであるが、何よりも、活動領域の不明からくる調査の困難さがある。

その領域が小口金融、産業金融などに及んでいると、そのつかみ方が非常にむずかしいことになるのである。しかしただ一應は、その数は一〇〇〇社内外とおさえられていたようである。

それでもなお、多少とも資料をあつめて見るなれば、前記ナショナル・アソシエーションの見積りは、一九二八年の一二九七社、三四年の一〇九九社、という數字を發表している。三五年の産業調査は、總店數を二三三一とし、このうちの一社一店のものを一三八六とし、残りの九四五を店舗二箇以上をもつ會社としている。この點、もしこの九四五のうちの、本店のみの數が判れば、これを一三八六に加えて、總社數が出るのであるが、出ている數字だけでは、その方法が不可能であるといわれる。

なお、右の二三三一店の雇傭は、一八、六三九名であり、うち二三〇名が幹部級であった。一般従業員の年間給與總額は、三〇九三萬ドルであつたという。

販賣金融會社の企業形態としては、コーポレイションが壓倒的である。個人形態やパートナーシップは僅少で

アメリカ合衆國における販賣金融會社

ある。コーポレイションは、普通は各州の一般會社法に従うのであるが、ニューヨーク州においては、これに關する特別法に従う。

販賣金融會社の大規模なのは、持株會社制をとり、傘下に澤山の事業會社をもっている。たとえば、前にも掲出した、一九〇八年設立のカマーシャル・インヴェストメント・トラスト・コーポレイションでは、親會社一、子會社十五、孫會社三十二、ひまご會社二、の構成となっており、合計五十のチャーターをとってやっているのである。その範圍はアメリカ合衆國、カナダ一圓の廣域にわたり、その業務は、自動車金融、オーブン・アカウント金融、産業設備住宅設備金融、纖維金融仲介、保險仲介、保證業務、等々にわたっている。

一般に大規模な會社の場合、こうした多數會社への分歧のあるのは、一つは業務の種別のためである。小口貸付、中古車金融のため別名、別住所が用いられることが少なくない。また、州によっては業種毎に別會社の設立を要求している向もあるのである。また一つは合同のためである。合同してもなお舊社の名稱をそのまま使用する

ることに、便宜のあることが少なくないからである。

販賣金融會社の形式には種々のものが見える。先ず、取扱品による分類によれば、自動車金融を専門にするもの、自動車以外の商品金融を専門にするもの、兩者を併せてするもの、が数えられる。次に、メーカーとの關係による分類によれば、メーカーの特別の支持によつてゐるもの（ファクトリー・リレイテツト）、支持の無い獨立のもの、が数えられる。

地域による形式もまた重要である。これによると販賣金融會社は次の如く分類される。

1. 全國型（ナショナル）のもの。この形式のものには、ゼネラル・モーターズ・アクセプタンス・コーポレーション、カマーシヤル・インヴェストメント・トラスト・コーポレーション、カマーシヤル・クレディット・カムパニー、の三社がある。この三社の資本金・積立金合計は、全販賣金融會社のその半分の占める。なお、たとえば一九三七年における自動車金融の場合、四二四社による信用許與額（全販賣金融會社による信用許與額の九五％）のうち、この三社が、小賣において六八％、

卸賣において七九％を擔當した。

2. 多數州域型（リージョンナル）のもの。この形式のものには、アッソシエーツ・インヴェストメント・カムパニー、バンカーズ・カマーシヤル・コーポレーション、パシフィック・フィナンス・コーポレーション・オヴ・カリフォルニア、など五社がある。

3. 地方型（ローカル）のもの。

販賣金融會社のクレディット許與量が、一九三七年において、全商品全小賣金融の五一％を占め、自動車金融においてはその七五％を占めること、これに見合う實數のこと、などは、すでに第二項において示した通りであるが、なお、左の如き數字は、⁽¹⁰⁾販賣金融會社の擔當を知るに好適なもののように思われる。

一九四一年末現在、カマーシヤル・インストルメント・クレディットに占める、各金融機關の擔當率
 販賣金融會社 三三％、 商業銀行 二六％、
 小賣ディーラー 一九％、 個人金融會社 一〇％、
 産業金融會社 六％、 クレディット・ユニオン 四％、 その他 二％。

このうち、商業銀行のこの分野への進出は、注目に値する。けれども、實際問題として、これを銀行の側から見るなれば、この方面に進出する銀行は限られた少数であり、多くの銀行にとっては、こうした擔當の率は、僅少であることである。

(8) Plummer, op. cit., p. 33.

(9) Ibid.

Seigman, op. cit., p. 35.

(10) Dauer, E. A., Comparative Operating Experience of Consumer Installment Financing Agencies and Commercial Banks, 1929—41 (N. Y.: National Bureau of Economic Research, 1944), p. 2.

五 庶務と經理

貨物を購入しその分割拂を希望する消費者は、或いは相手方たる小賣ディーラーに求めて、これが處理を乞ひ、或いは他の現金貸付機關に求めて、購入資金の貸與を受け、この資金を以てディーラーからは現金買いをし、債務の返済は、これを分割拂とするのである。すでに説明した如く、前者がリテイル・インストールメント・クレ

アメリカ合衆國における販賣金融會社

ディットであり、後者がキャッシュ・インストールメント・ローンである。そして、これら兩者にまたがり、その貨物が消費者貨物に關する限り、これがいわゆるコンシューマー・インストールメント・クレディットとなるのである。

いうまでもなく、その性質からいっても、量からいっても、このうちの、分割拂のことを、小賣ディーラーに求めて、その處理を乞うものが、主流を成すのであり、したがって、これが分割拂販賣の主題を成し、また販賣金融會社の庶務と經理の主題を成すのである。

分割拂販賣の申込みをうけた小賣ディーラーは、その諾否を決するために、申込者の信用調査を行う。アメリカの實際問題としては、これに要する時間は一二時間で足りることである。問題をはらむ場合でも、一日あれば結論が出ることである。信用調査の基準は、ディーラーが自ら作成しており、また、ディーラーの頼る金融機關、特に販賣金融會社がこれをディーラーのために作成しておる。基準の内容としては、購買者の年齢・性格・收入・職業・職歴・在來の信用取引記録、等

がとり入れられている。

もちろん、あらかじめ商品自體の販賣價格・耐久性・再販賣可能價格や、頭金・分割拂の數と長さ、についてもスケイルが出来ており、これが購買者の右の基準とにらみ合わされるのである。自動車の場合には、車や頭金・分割拂條件の方のスケイルが相當重視され、これが購買者の收入などにとらみ合わされるのである。自動車以外の場合は、信用調査の方に専ら重點がおかれる。

ディーラーは申込を受諾したときは、正式な契約書をと리카わし、頭金と殘額に對する信用證券を受取り、商品を渡すのである。契約書の形式は、多く州法で定められるが、條件賣買契約書（コンディショナル・セールズ・コントラクト）ないし動産擔保設定證書（チャattel・モーギヂ）の形式が用いられるのが普通である。⁽¹⁾

頭金（ダウン・ペイメント）と分割拂期間（コントラクト・レンジス）は、品種によつてその慣行を異にする。自動車の場合は、一九二四年の慣行では、頭金は新車では販賣價格の三〇％、舊車では四〇％、期間は新舊車とも一二ヶ月であつたが、三四年頃から少し緩和されたも

のが見え初め、三五—六年頃からの慣行は、頭金は新舊車とも三三％三分の一、期間は一八ヶ月、但し二年以上舊式化した舊車は一二月月となつた。その後、前記販賣金融會社の全國的團體、ナショナル・アツソシエイション・オヴ・セイルズ・フィナンス・カムパニイズなども、これを公認している次第である。自動車以外は、品種によりまちまちであるが、大體、頭金は三八年の慣行では平均一〇％となつてゐる。期間は品種により、一二—三六—四八—六〇ヶ月と、廣い幅を見せてゐる。

信用證券（クレディット・インスツルメント）としては、通例約束手形が用いられるが、その金額の主部は、販賣價格より頭金を差引いたものから成るのである。というのは、詳しくは、⁽²⁾ 總額—頭金—利息—手数料—（⁽³⁾ 利息—手数料）なる計算により、その金額が決定されるのである。

ディーラーは、約束手形をそのまま保持することもあり、また、商業銀行、産業金融會社、貸付會社等の金融機關に持込むこともある。しかし多くの場合は、販賣金融會社にこれを致し、割引買取りを求める。少なくとも

自動車手形の場合は、これを販賣金融會社に持込む。いうまでもなく、ディーラーは、販賣金融會社を利用する意圖を有つのであれば、分割拂販賣について購買者に與える條件については、初めから、この販賣金融會社の示しておる條件を、参照しておくべきである。たとえば、金融料にしても、販賣金融會社であらかじめこれに關する料率表(レイト・チャート)を作成しているものであるから、この表によってこれを計算しておくべきである。

販賣金融會社はディーラーの依頼に應じ、その持込手形を割引くことになれば、額面より金融料、保険料を差引いて、これを小切手にしてディーラーに手渡す。自動車金融の場合には、販賣金融會社の方で付保手續をするので、その料金を徴収するのである。いうまでもなく、この場合、商品購買者と販賣金融會社との、兩者の權益が付保されるのである。しかし、自動車以外の場合には、通例保険料の徴収は行われない。若し付保の必要があるとしても、それは商品購買者の方で手續をするのである。もっとも、一つの傾向としては、販賣金融會社の方で、擔保物の火災盜難のリスクを負擔する慣行が、見

アメリカ合衆國における販賣金融會社

えておるのである。

販賣金融會社が約束手形を割引買取りすれば、會社と商品購買者との間には、債權債務の關係が生じる。手形の取立ても、従つてこれを、會社の方で處理することになる。ディーラーの契約を買取るのであるから、いわばディーラーの身替りの形をとるわけである。かようなわけであるから、冒頭記述の如く、その課する金融料も、商品代金の一部を形成する、との通説が生れてきている次第である。

商品購買者が、例えば毎月初日に正確に分割拂を履行する限りは、もちろん問題は起らないのであるが、そこに不履行(デフォルト)などが出てくると、販賣金融會社はこれを放置せず、或いは通告、或いは警告を發し、また、代表者を派遣し、その處理につとめる。書換え、分割拂期間の延長なども、代表者がその解決のためにしばしば試みるところである。もちろん、この場合そのための、利子、料金、新金融料などは徴收される。最悪の事態には、取り戻し(リポゼッション)の手段が講ぜられる。大體、自動車の新車の場合のみについていえば、

頭金が大きく、期間が短かくなっているほど、取り戻しは少なくなっているとのことである。

不履行と共に、ディーラーの責任が問題となってくるが、ディーラーが手形の裏書に非過求（ノンリコース）を明示している場合は、販賣金融會社による手形の買取りと共に、彼の責任は了っているはずである。しかし、そうでない場合は、完全過求（フル・リコース）となっているので、商品購買者の債務残高については、ディーラーが全責任を負わなくてはならないのである。ネゴシエーション（手形の買取り）にあたり、その裏書がリコースとされるか、ノンリコースとされるかは、慣習、その他種々の事情によるところである。たとえば、冷蔵庫手形の場合には、初めの四―六回の分割拂までのところに、リコースが限定される。その他一般に、弱體契約（サブスタンダード・コントラクト）の場合には、いやでもディーラーは、リコースを承知しなくてはならない。また、販賣金融會社間の競争がはげしくなれば、會社はノンリコースをサーヴィスとして、ディーラーに認めることになる。

なお、リコース付きの手形買取りの場合には、販賣金融會社は、その保證の意味で、ディーラーから積立金（ディーラーズ・リザーヴ）を要求する。通例額面の一―三%の額である。しかし、これは分割拂の履行につれて、定期的にディーラーに還付されて行くのである。

さて、ひるがえって、販賣金融會社が非常に儲かる事業であるということについては、一般に異論はないようである。とくにふしだらな經營とか、ひどい悪質な手形とかに、ひっかからない限り、この事業は安全であり有利である。

いま、これらの點を少しく掘り下げて見るに、先ずその収入源としてあげられるものには、分割拂小賣手形の割引、卸賣手形の割引、保險の代理、小口貸付、纖維手形の割引、同業者手形の割引、等がある。このうち、小賣手形の割引は、販賣金融會社の主要業務であり、その受取手形残の六六―七五%が、小賣手形残で占められているといわれる。卸賣金融の方は、その収入も總收入の五―一〇%を占めるのみであり、仕事もまた薄利となっているのであるが、一面には、ディーラーから小賣手形

を獲得するための、サービスの意味で、これが取扱われている。卸賣手形残は總手形残の一〇—二〇%である。

保険代理による収入は、無視し得ないものであり、保険料の三〇—五〇%が代理手数料として、會社に收められるという。すなわち、特定保險會社と特約を結ぶは當り前として、さらに、自家系列保險會社を設立し、これに保險をまわし、保險運營者（インシュランス・キャリアー）としての利益を享受する者も少なくないわけである。一つの調査によれば、一九三六—七年における、商品購買者による保險料支拂は、新車の場合には、全金融料の四〇—五〇%、舊車の場合には、その二五—三五%にも上ったとある。なお、三七年のある抜取り調査によれば、⁽¹³⁾車金融の販賣金融會社の純利益中、保險代理によるものは、その二—八九%、平均二三%を占めたという。また他の調査で、平均五四%の數字を示したのもあった。

約束手形額面を構成する、原初買掛金残額、金融料、（自動車の場合）は）保險料、この三者のうち、金融料は、

アメリカ合衆國における販賣金融會社

原初買掛金残額プラス保險料の何パーセントとして、算出される。しかし、販賣金融會社では通例、頭金と單位分割拂額と期間を發表するのみで、その料率はこれを發表しないことにしている。もっとも、自動車新車の場合には、これが、月宛五厘、年利六歩となっていることは事實であるが、これとても、表にも廣告にも發表されておらない始末である。しかも、ディーラーの側における、誤算、不當な計算、過徴等の可能性も少なくないで、商品購買者が實際に拂っている金融料は、意外に高いものになっているはずである。F T Cの調査はこれにつき、自動車一二ヶ月もので、新車八—八〇%、舊車七—一二%という、大きな巾のある數字を發表している。⁽¹⁴⁾

總金融料の中味を構成するものは、會社の營業費、保險代理料、ディーラーへの報償金、その他である。保險代理料のことは前述した通りであるが、報償金というのは、リコースの場合の損失負擔料として、またノンリコースの場合にはボーナスとして、ディーラーのために、たとえば自動車の場合でいえば一〇%、加算されること

になる、そうした性質のものである。こうして大體、販賣金融會社側の手取りとなるのは、總金融料の五〇%内外であるといわれる。

次に、販賣金融會社の資金源は、これを、拔取り四八販賣金融會社の、一九三七年における、對全資産比に見れば、第一表の示す如くである。⁽¹⁵⁾

第一表 四八販賣金融會社資金源比率 一九三七年

	全國型(甲) 多數州域型(乙)		地方型(丙)	
	千ドル	100,000	千ドル	100,000
借入資金	六・九	六三・六	六四・八	六四・八
銀行擔保借	—	一・四	三・九	三・九
銀行信用借	三・一	四四・三	九・三	九・三
公開市場借入	一七・九	九・九	一五・〇	一五・〇
その他の短期借入	二・四	一・二	四・二	四・二
長期借入	一七・五	六・九	一・四	一・四
自己資金	一七・九	二六・八	二六・〇	二六・〇
計	八六・八	九〇・四	九三・八	九三・八
受取手形	八六・九	八五・九	八四・四	八四・四
全資産	1,840,000	110,1100	1,640,000	1,640,000

その商業銀行と公開市場とに負うところの大なることは、一目瞭然である。しかも、全國型と地方型とによつ

ては、自らその依存度に相異が見られる。おのおの、その地位による最善の金融方法の求められたことが、うかがわれる。自己資金は、他の業種、たとえば工礦、交通、商業等に比すれば、低率であるけれども、他の金融機關に比すれば、決定的に高率である。しかし、販賣金融會社は不動産をもつ必要がないので、自己資金の殆んど全部は、手形金融に利用し得る。したがって、結果としては、自己資金の全資産に對する比率は大であつても、その収益の自己資金に對する比率は、高くなつてくるのである。ちなみに、一九二四—三九年の、借入資金對自己資金比(デット・レイシオ)には、〇・七—三・九(倍)などという數字が見えている。

最後に、拔取り四七販賣金融會社について、その一九三七年における、収入、營業費、純益の、對全資産比および對總收入比を見れば第二表の如くなる。⁽¹⁶⁾

これによれば、對全資産比の總經費は、目算により、全國型(甲)六・二%、多數州域型(乙)八・一%、地方型(丙)九・二%となる。したがって、對全資産比の純益は、甲が最大で次いで乙・丙の順となる。そこに、

第二表 四七販賣金融會社の收入・營業費・純益比率

	全國型(甲)		多數州域型(乙)		地方型(丙)	
	對全資 産比	對總收 入比	對全資 産比	對總收 入比	對全資 産比	對總收 入比
總收入	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
營業費	3.6	3.4	5.8	4.4	6.4	4.9
借入費	1.6	1.0	1.1	0.9	1.9	1.5
租稅	1.0	1.5	1.3	1.0	0.9	0.7
純益	4.2	3.9	3.9	3.7	3.7	2.8
全資産(年末)	1,400,444		101,155		144,255	
總收入	153,590		24,377		22,137	

規模と利益との關係がうかがわれる次第である。決定的の要素は、營業費の節約のところに横たわる。乙と丙は總經費の三分の二以上を營業費としている。乙が借入費を節約し、丙が租稅費を節約しても、なおかつ甲にゆずることになっている次第である。なお、甲が借入費において、乙・丙にゆずっているのは、デット・レイシオに關係するところが多い。このことはむしろ、収益性の方でカバーされる可能性の多いことを物語るようでもある。

アメリカ合衆國における販賣金融會社

- (11) 参照、拙著『商業學』二五九—六二頁。
 (12) Plummer, op. cit., p. 20.
 (13) Do, pp. 253—4.
 (14) Do, p. 21.
 (15) Do, p. 68.
 (16) Do, p. 249.

六 結 詞

現今、分割拂販賣制そのものについては、なお賛否に區々なるものが見える。一方には、購買力を伴わざる消費は、やがて經濟の均衡を破るにいたるであろう、と説く者があり、他方には、消費における無駄使いを導いて、生産性に寄與する貨物の購買消費に向ける、また、消費者の活動を刺激して、自發的な勞働強化、生産性昂揚の方向に差向ける、と説く者がある。(ザン)しかし、ともかく、好むと好まざるとにかかわらず、この制の將來には、大きな發展の可能性が見られるようである。

分割拂販賣制の發達と共に、その組織・技術に關する、消費者の自覺が見えてくる。今まで金融料の内譯に無關心であつた消費者も、やがてこの點をつくことになる。

う。ディーラーならびに販賣金融會社としては、在來この點の非公開に、むしろ魅力を感じていたかも知れないのであるが、彼等がいつまでも、そうしたことが續くと思ひ込むのは、重大なる誤りである。

販賣金融會社の有利性は、必然的に、業者間に競争の激化をもたらす。販賣金融會社は、ノンリコースの手形をすら、受けいれざるを得ないことになる。そうなれば、リコースを前提とする、ディーラーへの報償金も無くなるであろう。したがってまた、ディーラーへのボーナス制も無くなるであろう。すなわち、かような面からも、金融料の合理化は推進されるように見える。

在來の分割拂販賣制に對する法律規正は、専ら配給技術の立場、賣手の立場からしており、小賣ディーラーないし販賣金融會社の保護の方に、偏していたきらいが見える。金融の立場、買手の立場から、もっと、不明瞭な

金融料の内譯などをつくべきではないか。すでに、金融料を商品代金の一部と考える、配給論的な通説に、疑問があるのである。前記の如く競争は、實際面からすでにこの點を以てしているものであるが、立法の面から、つき得る餘地があるものと思われる。アメリカには、現在、インディアナ、メイン、ミシガン、ウィスコンシン、の四州に、立法的措置が見える。ひとことながら、アメリカ各州の立法家たちも、もっともっと、こうした線に沿った立法のために、力むべきではないか。(一九五五・五・二〇)

(17) Plummer, op. cit., p. 9.

Converse, P. D., Development of Marketing Theory: Fifty Years of Progress, in Changing Perspectives in Marketing ed. by Wales, H. G. (Ill.: University of Illinois Press, 1951), p. 11.