

ネットキャッシング、ローンの動向

大和田 智美 ● 株式会社ストック・リサーチ シニアアナリスト

証券、銀行に次いで個人ローン取引にネット企業が参入 クレジット顧客層取り込みなど成功にはネット戦略が必要

■ ライブドア、楽天、ソフトバンクが参入

2004年8月、ライブドアがロイヤル信販を買収し、同9月には楽天があおぞらカードを買収、そして11月にはソフトバンクファイナンスがネット専業消費者金融会社を設立するなどネット企業の消費者金融事業への参入が相次いでいる。

証券取引においては個人のネット取引8割を超え、銀行業においてもネット専業銀行が決済分野で収益を伸ばすなどインターネットが取引チャネルとして確実に定着してきた。個人ローンの分野においてもすでに多くの消費者金融会社がインターネット経由の申し込みを可能にしており、ネットローン、ウェブローンという言葉も一般的になってきた。ネット企業がこの分野に着目するのは当然と言えるだろう。

■ 消費者金融事業の分類

消費者金融事業といっても商品代金の立て替えや資金の融資などさまざまな業態があるため、ここで簡単に分類しておく。まず個人向けローンやクレジットサービスは2つに分けることができ、商品・サービスの購入時に代金を立て替えるのが「販売信用」、直接資金を融資するのが「消費者金融」である。そしてこの消費者金融から金融機関や郵便局で預貯金などを担保に行う融資を除いたものが「消費者ローン」となり、一般的に消費者金融と言われているのはこの消費者ローンのことを指している。

消費者ローン分野の大手は「個人向けの無担保ローン」を専門に扱ういわゆる消費者金融会社であるが、銀行や信販会社、クレジット会社など参入業者はさまざま（消費者ローンの市場規模、業態別シェアは資料5-5-4参照）。

ネット企業が参入したのはまさにこの消費者ローンの分野であるが、今度は金利設定からさらにその中でどの業態とぶつかるのかを見ても、会社によりまちまちのようである。既存の消費者金融会社の金利設定（資料5-5-5）からすると、ライブドアクレジットは消費者金融会社、楽天クレジットは銀行ローンや銀行と消費者金融の提携会社と競合する。ソフトバンククレジットは最も顧客層の幅が広く、この両社の顧客層をカバーする形だ。

■ ネット戦略における課題

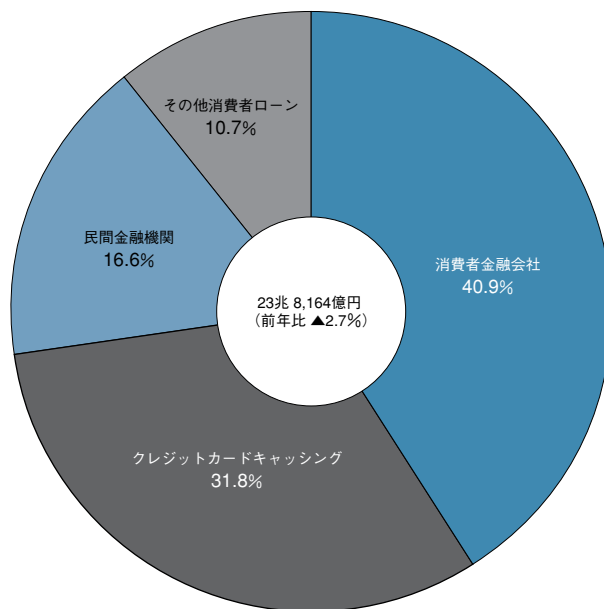
先に述べたようにネット企業の消費者金融事業への参入は当然といえば当然といえるが、現状では契約手続きに書面でのやりとりが必要であり、現金の出し入れの際には必ずATMや店舗などに足を運ぶ必要があるなどインターネットが活かしきれない面があるといつてよい。

そしてもう1つ着目すべき点は、年取とパソコン、インターネット利用の関係である。現在消費者金融会社の顧客の年取は400万円未満が65%を占める（消費者金融連絡会の調査による。2004年3月期のデータ）。一方、内閣府の「若年層の意識実態調査」（2003年）によると、若年層のフリーター（ここでは主婦と学生を除く若年のうち、パートやアルバイト、派遣社員、および働く意志のある無職の人）のうち「パソコンでeメール、インターネットで検索をして目的の情報を得る」ことができる人の割合が56%、まったくほとんどパソコンが使えない人が37%となっている。これは働く意志のある人の数字であり、意志のない人であればインターネット検索ができる割合は56%を下回ると推察される。したがって、どちらかと言うと、消費者金融会社の顧客層はインターネットよりも店舗や無人契約機のほうが馴染みやすく、インターネットでビジネス展開をする場合は、消費者金融会社ではなく、クレジットカード会社などの顧客層を取り込めるかが鍵となるように思われる。

とはいえ、消費者金融会社の顧客層でもパソコンではなく携帯電話であれば利用しやすいはずだ。契約書の電子交付が認められ、電子マネーが普及して現金のやりとりが不要になれば、携帯電話を主力チャネルとすることでこの層を取り込めるチャンスもあると考えられる。

新たな顧客層を開拓したい消費者ローン市場

資料5-5-4 消費者ローンの規模とシェア（2003年）

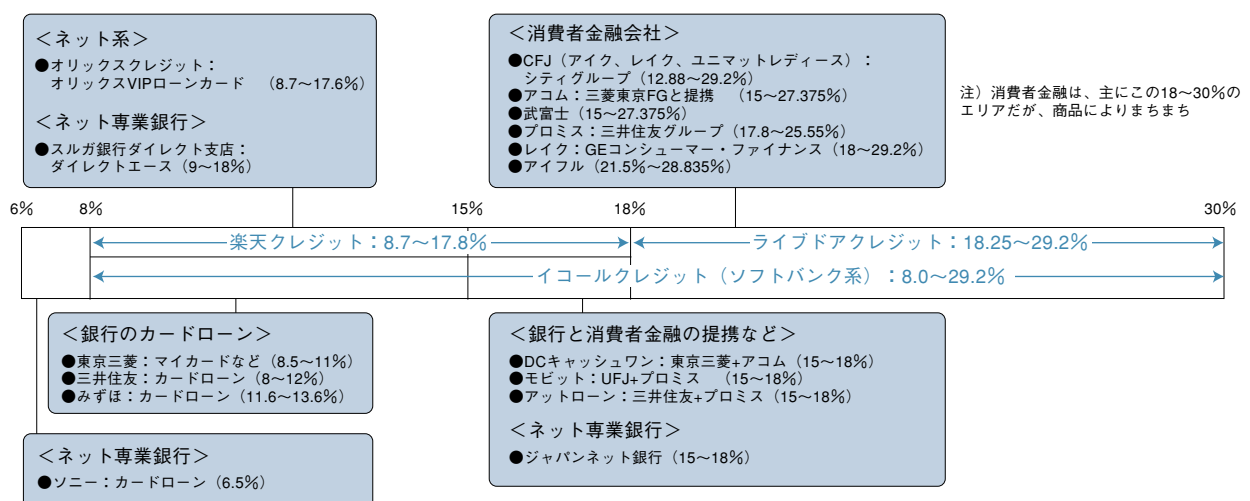


出所 日本クレジット産業協会「日本の消費者信用統計平成17年版」

消費者ローンの市場規模は、信用供与額（申込者に対して認められた融資金額）で表される。円グラフ中央の23兆8,164億円が2003年の市場規模。2000年は23兆6,050億円、2001年24兆6,716億円、2002年24兆4,656億円とここ2年は頭打ちといえるが、インターネットの活用による新たな顧客層開拓が期待される。業態別シェアは消費者金融会社が4割、信販会社やクレジットカード会社などのクレジットカードキャッシングが3割、銀行本体などで行っているカードローンなど民間金融機関のローンが2割弱となっている。

金利設定が異なるネット企業のローンビジネス

資料5-5-5 業態ごとの金利設定の例



現在、業態を金利設定で完全に分類するのは難しいが、おおよそ図のように分けることができる。消費者金融会社については会社ごとに金利が異なるが、おおよそ18~30%が目安。銀行と消費者金融の提携会社が15~18%、銀行ローンは8~12%となる。イコールクレジットは顧客層を限定せず、審査によって金利が決まる仕組み。

出所 各社ホームページより筆者作成



[インターネット白書 ARCHIVES] ご利用上の注意

このファイルは、株式会社インプレスR&Dが1996年～2012年までに発行したインターネットの年鑑『インターネット白書』の誌面をPDF化し、「インターネット白書 ARCHIVES」として以下のウェブサイトで公開しているものです。

<http://IWParchives.jp/>

このファイルをご利用いただくにあたり、下記の注意事項を必ずお読みください。

- 記載されている内容(技術解説、データ、URL、名称など)は発行当時のものです。
- 収録されている内容は著作権法上の保護を受けています。著作権はそれぞれの記事の著作者(執筆者、写真・図の作成者、編集部など)が保持しています。
- 著作者から許諾が得られなかった著作物は掲載されていない場合があります。
- このファイルの内容を改変したり、商用目的として再利用したりすることはできません。あくまで個人や企業の非商用利用での閲覧、複製、送信に限られます。
- 収録されている内容を何らかの媒体に引用としてご利用される際は、出典として媒体名および年号、該当ページ番号、発行元(株式会社インプレスR&D)などの情報をご明記ください。
- オリジナルの発行時点では、株式会社インプレスR&D(初期は株式会社インプレス)と著作権者は内容が正確なものであるように最大限に努めました。すべての情報が完全に正確であることは保証できません。このファイルの内容に起因する直接および間接的な損害に対して、一切の責任を負いません。お客様個人の責任においてご利用ください。

お問い合わせ先

株式会社インプレス R&D

✉ iwp-info@impress.co.jp