



『観光の世界史』のノートから（３）

国際観光の支払い手段

～トラベラーズチェックとクレジットカードの始まり～

帝京大学観光経営学科
教授 石井 昭夫

今日われわれは、海外旅行に出かける際、お金が足りないことを心配することはあっても、支払い手段に頭を悩ますということはない。クレジットカードが使えるし、途上国などカードの流通が心配な国なら、トラベラーズチェックを持っていけばよい。もちろん、国際的に通用する外貨（円とかドル）をキャッシュ（紙幣）で持って行って、現地通貨に交換することも容易である。

しかし、鉄道や客船定期航路が誕生して、一般の人でも国際旅行ができるようになった19世紀の後半、旅行者が最も頭を悩ませたことのひとつがお金、つまり外国での支払いをどうするかということだった。そして、この問題は、一般市民を国際観光旅行に連れ出すことを始めた最初の旅行業者トマス・クックが真っ先に頭を痛めた問題でもであった。

1. 金貨か信用状か：初期の国際旅行の支払い手段

近代以前、旅は時間がかかり、時間がかかればそれだけ多くお金が必要だった。商取引なら、銀行間の為替取引等によって現金の輸送を回避することが出来たが、旅行者の場合は、生身の人間が所持していることが必要である。ただでさえ荷物を減らすのに四苦八苦していた時代、金貨を大量に持参することは重くて持ち運びが面倒だし、盗難の危険が付きまとった。紙幣はまだないし、あったとしても外国では通用しなかった。

ピアーズ・ブレンドン著『トマス・クック物語』（石井昭夫訳）には、「金貨をどれくらい持って行けばよいですか」というのが、客の最も多い質問のひとつだったし、所持金を泥棒に取られる話もちょうちよく登場する。ちなみに、日本の幕末の幕府使節団が欧米を訪れた際、千両箱をいくつも持参しているが、文久2年（1862）の初の訪欧使節団だったか、2度目の元治元年（1864）の訪欧使節団だったか、ヨーロッパ到着早々に千両箱の盗難にあったという話を読んだ記憶があり、何で読んだか確認しようとあれこれ文献を調べたが、時間切れで見つからなかった。ご存知の方があればご教示いただけるとありがたい。

現金を持って行かずに済ませる方法がまったくなかったわけではなく、商業信用状を旅行者が利用できるようにした旅行者信用状というものがあった。旅行者信用状 **Traveler's letter of credit** というのは、自分の取引銀行に預けてあるお金を元に、その銀行の外国の支店または取引銀行で現金を引き出せる限度額を記載した書面で、署名を予め送っておくと、目の前でサインをしたものと照合して本人と確認し、現地の交換レートで換算した現地通貨を受け取ることができるというもの。受け取った分はそのつど信用状に記入されていく。この方法は、18世紀の後半からかなり使われるようになっていた。盗まれても現金化され

る心配がないし、紛失しても再発行が可能で安心であったが、欠点は、よほどの金持ちでないとこのサービスは使えないこと、また、理屈は簡単だが、実際に受け取るための手続きは、相手側が慣れないこともあって相当面倒であり、時間がかかった。

2. ホテルクーポンの発明

トマス・クックは、1841年、ミッドランド地方に鉄道が敷かれたのを機に、ラフバラでの禁酒大会への参加ツアーを企画実施したことによって、旅行業の創始者とされている。実際、彼は現代の旅行業とほとんど変わらぬコンセプトで募集型のパッケージツアーを開始しているのだが、初期のクックのツアーは、ホテルに関しては人数分の宿泊予約をするだけだった。添乗員が付いていても、ホテルに到着すると、客とホテルが直接交渉して部屋と料金を決め、支払いも客が直接行なっていた。19世紀のホテルは、スタットラー以降のアメリカ式近代ホテルのように、同じ大きさの同質の部屋が沢山並ぶものではなく、部屋は客層によって使い分けできるよう様々なタイプやランクがあった。誰が誰よりよい部屋に入るか、身分などがからんで揉め事が多いから、添乗員は局外中立を守り、全員が部屋に収まるまでに随分時間がかかったという。『トマス・クック物語』によれば、旅行業者がツアー客のホテルの支払いを代行するようになったのは、次のような《事件》がきっかけだったという。

1866年の聖週間（復活祭の前の1週間）に、トマス・クックは50人のツアー客を連れてローマへ出かけたが、到着してみると、聖週間の多客期で予約してあるはずの部屋がなかった。この当時、予約といっても、先によい条件で借りる客が目の前に現れれば受けてしまうのは当然の行為だった。やむを得ずヘンリー8世の時代に英国大使館として使用されていたトルロニア宮殿というのを500ポンドで借り上げ、客に部屋を割り振って急場を切り抜けたが、この経験はクックにとってよい教訓になった。1枚の勘定書きで全員分の支払いをすることは、客にとっても、ホテルにとっても、またトマス・クック社にとっても、いたって好都合であるという発見である。ホテルの客室をまとめて予約し、事前に部屋割りをすれば、効率よくホテルのチェックインができる。というわけで、このあとトマス・クック社は、ツアーグループの宿泊を全部まとめて仕切るという、パッケージツアーの中核部分のやり方をマスターしたのであった。これによって、以後クックのツアーでは、少なくとも宿泊費分の現金を持参する必要がなくなった。

さらに1868年には個人旅行に対応するホテルクーポンが発行される。すなわち、事前にクック社にポンドで支払ってホテルクーポンを購入すれば、契約ホテルがこれを代金として受け入れるというシステムで、その分現金を持ち歩かずにすむ。今日のバウチャーである。このホテルクーポンにいろいろなサービスを追加したものも登場した。たとえば、8シリングで2食付き、灯火代付き、サービス料込みの宿泊を保証するといった具合である。ホテル側も、クックの送客を得るために、次第にこれを受け入れるようになっていった。

3. ホテルクーポンからサーキュラーノートへ

その後、ホテル代以外にお茶代とか興代とかのバウチャーも発行され、ついには、ほとんどトラベラーズチェックと同じといってよい汎用性の《サーキュラーノート》というも

のが発行される。これは、1872 年、アメリカからヨーロッパへ向う観光客が多くなったことから、トマス・クックのアメリカ支店を任された E.M.ジェンキンスが考案したもので、信用状のコンセプトから大きく発展して、クック社と契約するホテルやチケット代理店や銀行なら、どこでも現金に交換できる点で、トラベラーズチェックと同様の便利さをもっていた。それゆえ、このサーキュラーノートの発行をもってトラベラーズチェックの始まりとする人もいる。便利なので、すぐに英国の本店でも発行し、国際旅行に幅広く使用されるようになり、これによって金貨を持っていく必要度が大きく減少した。欠点は、クーポンと同じで、紛失するとそれっきりだし、「交換レート」の問題が解決されていないことであった。当時、為替レートは素人にはまったくわからず、外貨交換は銀行側の言いなりで、客が不利な扱いを受けることが多かったのである。

4. アメリカン・エクスプレスの登場

今日われわれが知る形のトラベラーズチェックを最初に発行したのはアメリカン・エクスプレスである（1891 年）。ここで横道にそれるが、アメリカン・エクスプレス社について少し見ておこう。アメリカン・エクスプレスは、もとは急行便会社として 1850 年に発足した運送会社だった。19 世紀の中頃以降、アメリカの人口が急増し、大陸の中西部にどんどん町ができ、鉄道が延び、物を早く遠くまで輸送する必要性が生じていた。大型の貨物は鉄道会社が直接扱い、郵便は郵便局が鉄道を利用して運び、それ以外の現金や新聞雑誌、小包などは、急行便会社が扱うというように住み分けができていた。郵便がやたらに遅くて信用できない時期でもあって、割高ではあるが便利な急行便サービスが、全米にネットワークを張る発展を見せていたのである。

急行便というのは、今で言えば宅急便のようなもので、客から預かった封印した小荷物等をメッセンジャーが鉄道に乗って目的地に行き、その先は馬車で相手まで届けるというサービスである。この急行便のもっとも重要な《小荷物》が現金であった。アメリカでも最初の鉄道は 1830 年に出来ているが、早くも 1834 年、アール兄弟なる人物が誕生したばかりの鉄道を使ってボストン～プロヴィデンス間に小荷物や現金を運ぶ会社を作っている。しかし、彼らには商人や銀行のビジネス需要までまかなうという発想がなかった。この事業を広範な輸送ネットワーク事業にしようと考えたのは、ウィリアム・ハーndenという人であった。彼は、ボストン～プロビデンス間の鉄道切符と、プロビデンス～ニューヨーク間の汽船の切符を買い、大きな旅行鞆を買って輸送配達の手サービスを開始し、これを急行便 **express** と名づけた。急行便会社は鉄道会社に対し、一般貨物より高い運賃を払う代わりに、その路線での独占的扱いを求めた。鉄道会社は利益を確保できるし、急行便会社も仕事すなわち利益を確保できる。ハーndenの会社は急速に成長し、東部の大西洋岸の諸都市間にネットワークを広げることが出来たが、ハドソン川を遡って内陸方面に事業を展開しようとしたとき、汽船会社との契約に失敗した。それを助けたのがのちにアメリカン・エクスプレス社設立の中心人物となる H.ウェルズと W.G.ファーゴであった。

急行便会社は資本がほとんどいない商売であったから参入が容易で、たちまちのうちに過当競争が始まり、激しい吸収合併の流れの一時期を経て、中西部では 2 つのグループに収斂した。これ以上争っても、共倒れになるというぎりぎりのところで、1850 年、名前

だけのアメリカン・エクスプレスという会社を作った。これはあくまで値下げを防ぐための便宜的休戦に過ぎず、10年後には事情の如何を問わず解散することを決めて発足した名目的な会社だった。だから会社としての実体はなく、別の1社を加えた3社が対立しながら同じ名前でそれぞれ別個に経営されていた。それでも鉄道はどんどん延びるし、南北戦争で急行便の需要はうなぎ上りで、P. Z.グロスマン著『アメリカン・エクスプレス』（上田惇生訳）によると、途方もない利益を上げ続けながら、合名会社だったため、株式会社のようには経営内容を公表する必要がなく、新聞には「よいニュースでさえ報道されないように注意して」経営実態を隠し通したという。10年後の解散予定日には、有名になったアメリカン・エクスプレスの名前を生かすために、手品のような方法（いったん解散して資産を売り払い、改めて買い戻す）で名前を残すことに成功した。これ以後、名前だけで実態はバラバラだったアメリカン・エクスプレス社は一転してファーゴ一家のワンマン経営となり、第一次世界大戦中、鉄道国有化で急行便がビジネスとしての旨みを失うまで、50年以上にわたって事実上アメリカの急行便事業を支配し続けることになる。

5. マネーオーダーへの進出

郵便局は、早くから急行便が独占する新聞雑誌や小荷物、現金の輸送を自ら実施しようと、急行便の廃止を議会に働きかけたり、急行便会社と競争できる業務認可を申請していた。しかし、アメリカでは政府の事業が民間のビジネスを侵蝕することがないように最小限に制限されていたためなかなか果たせなかった。産業界も一般市民も様々な理由で現金の輸送を必要としたが、南北戦争終了時期まで現金輸送は実質的に急行便の独占事業だった。1864年、郵便局は小額の現金の郵送を認められ、次いでマネーオーダー（郵便為替）による送金を開始したが、このマネーオーダーが急行便にとって脅威となった。とはいえ、郵便局は、急行便の現金輸送事業に対抗するためにマネーオーダーを始めたのではなく、端的に言えば、郵便の中に入れた現金を郵便配達人が抜き取ってしまうのを防ぐ手段として考案されたものであった。

マネーオーダーとは、郵便局で払い込んだ金額を遠隔地の別の局で受け取る仕組みで、アメリカが移民で溢れ、国中に人が散らばり始めたこの時期、大いに活用されることになった。アメリカン・エクスプレスは民衆圧迫だと争ったが成功せず、ついに自ら郵便局より使いやすいマネーオーダーを作成して対抗することにした。郵便局のマネーオーダーは英語が書けないと利用できず、移民は代わって書いてくれる人を探して局内をうろうろしていたというし、額面金額の改ざんを防ぐため、マネーオーダーの発行を別便で受け取り局に連絡するという二重の手間をかけていた。つまり、受け取れる局に限られるし、紛失した場合の再発行はお役所仕事で何週間もかかるなど、手続きが大変面倒であった。

アメリカン・エクスプレスの新案マネーオーダーを作ったのは M.F.ベリーという独創性に富んだスタッフで、アメリカン・エクスプレスの発展に偉大なる貢献をなした人物である。彼はもともとボスにマネーオーダーの発行を早くから進言したが聞き入れられなかった経緯があり、ただちに郵便局よりはるかに使い勝手のいいマネーオーダーを作成した。すなわち、マネーオーダーの左側に5セントきざみに1ドルから10ドルまでの金額をクーポン状に印刷し、字の書けない客には係員が受取人の名前を書き入れ、金額ははさみでク

ーボン上部を切り取ることで、高額に改ざんできないようにした。1882年4月にアメリカン・エクスプレスのマネーオーダーが急行便のネットワークで売り出されると、最初の1ヶ月だけで11,959本計5万ドル以上を売り、その後倍々ゲームで伸びていった。

アメリカン・エクスプレスとしては、本業の急行便が絶好調であり、現金輸送の減少につながる恐れからマネーオーダーでも郵便局に対抗しようとしただけで、これで儲けようとは考えていなかった。手数料も10ドルに対し5セントと、対抗上郵便局の半分にしていた。ところが、客はマネーオーダーを現金で買ってくれるから、利子のつかない金が受取人が現金化するまで手元に残る。額が巨大になれば手数料収入も馬鹿にならず、常時大量の現金が滞留（フローと呼んだ）して、これを投資に回すことが可能であることに気がついた。1891年にはこのフロート分が常時数十万ドルにもなっており、そのままどこまでも増えていく勢いだった。

6. 海外向けマネーオーダーの創設

これに加え、マネーオーダーを始めて3年、予期せぬ事業チャンスがやってきた。M.F.ベリーは移民たちがよき顧客になるとは予想していたが、想定外だったのは、彼らが稼いだ金をマネーオーダーで母国に送金し始めたことである。当時ヨーロッパにアメリカン・エクスプレスの営業所はなかったから、そのまま送っても現金化する道はない。そこで、アメリカン・エクスプレスは急いでヨーロッパの銀行にマネーオーダー現金化の了承をとりつけ、1886年に10カ国39ヶ所で現金化が可能になり、以後その数は瞬く間に数百行にまで広がった。

次いで、アメリカン・エクスプレスは、1891年に海外送金専用のマネーオーダー（Kタイプ）を売り出した。Kタイプのマネーオーダーの特徴は、ヨーロッパ6カ国の通貨とドルの交換レートを定め、額面金額に対応する外国通貨の額を書き込んだことである。これによって、客は母国の親類縁者がいくら受け取れるかを事前に知ることができるようになった。海外送金用のマネーオーダーは、間もなく週当たり数百万ドルという規模に達し、この急成長を支援するために、アメリカン・エクスプレスはヨーロッパの銀行に多額の現金や有価証券を預けるようになり、期せずしてヨーロッパ中に取引銀行のネットワークが出来上がった。かくして国際金融機関に転進する道が開けたのであった。

7. トラベラーズチェックの誕生

Kタイプのマネーオーダーの作成とほぼ時を同じくして、トラベラーズチェックの発行も準備されつつあった。既出の『アメリカン・エクスプレス』によれば、そのきっかけは、ワンマン社長J.C.ファーゴのヨーロッパ旅行にあった。同社長が1890年のいつ頃か信用状を持ってヨーロッパに旅行した。この時、アメリカ有数の大企業のボスを自認するJ.C.ファーゴが並の人間以上に扱われず、散々待たされ、よってたかって署名を見くらべられるなど、現金化するのに大変に難儀した。しかも、信用状は現金化できる場所が少なく、多目に現金化すると、いちいちまた別の通貨に交換しなければならなかった。アメリカの銀行が発行する信用状はドル表示で、為替レートについては何の保証もなく、交換のたびに現地の銀行が勝手に決めるレートでしか現地通貨が手に入らなかった。

ともかく、J.C.ファーゴがヨーロッパで怒り心頭に発する経験をして、帰国するや M.F.ベリーに命じて「信用状のように安全で、現金のように便利なものを考えろ」ということになったらしい。命令を受けたベリーは、1890 年の年末近くには案をまとめ、これをトラベラーズチェックと命名した。抜群のアイデアだった。第一に、信用状と同じ安全性を確保するために、2 回署名させることにした。1 回目は購入したときに上に署名し、2 回目は現金化するときに下に署名し、この 2 つが合致しなければ無効とした。第二に、1 枚 1 枚が 10 ドル、20 ドル、50 ドル、100 ドルというように、小額の小切手のつづりとした。M.F.ベリーは旅行者が少しずつお金を使うことに着目し、行く先々の様々な通貨に対して少しずつ使用できるよう工夫したのであった。

第三は、トラベラーズチェックの中央に、ヨーロッパの主要通貨の過去 2 年間の平均レートを採用し、主要通貨による金額を列記した。つまり、アメリカン・エクスプレスが記載された現地通貨額の受け取りを保証したのである。為替レートの保証という冒険にあえて挑戦できたのは、この時期金本位制下で為替が安定していたからであった。

8. トラベラーズチェックの販売作戦

トラベラーズチェックはできた。次はその販売である。上述の通り、海外送金用のマネーオーダーも同じ年に売り出しているが、トラベラーズチェックは、限定された流通で充分のマネーオーダーと違って、旅行者の訪れるすべての町の銀行やホテルや主要商店で使えるものにしたい。そこで、まずは銀行とホテルに狙いをつけた。アメリカン・エクスプレスが提示した条件は次の通りだが、実に思い切った販売方針を貫いている。

- 1) チェックの現金化とチェックの販売に対して手数料を支払う。
- 2) 紛失した場合は再発行に応じる。
- 3) 為替レートの変動で損が出たら、アメリカン・エクスプレスが補填する。
- 4) アメリカン・エクスプレスは持ち込まれるトラベラーズチェックは無条件で支払う。
- 5) 期限は無期限とする。

というものである。1) と 2) は当然として、3)、4)、5) はトラベラーズチェックを国際通貨にするうえでの大胆な提案であった。3) の為替レートによる損失保証は、マネーオーダーと同じでリスクは大きい、新しい事業としてこれを吸収する利益を上げ得るとの確信がなければ出来ないことである。4) は、しかるべき注意を払って現金化した場合、無効のチェックであれ、偽造されたものであれ、全ての危険負担はアメリカン・エクスプレスが負うことを意味し、世界中の高技術の偽造や不正使用に対して無防備であると宣言するようなものであった。豊富な資金量を誇るアメリカン・エクスプレスといえども限界はある。一夜にして破産するのではないかと、幹部社員たちは長らく安眠できなかったという。5) の使用期限を無期限にする点については、年次決算ができず、貸借対照表をきれいに作れないとする立場から難色を示す者がいたが、これは少数派で、むしろ、無期限とすることによって、トラベラーズチェックは真の国際通貨になることができた。

ホテルについては、それまでアメリカン・エクスプレスは全く関係を持っていなかった。取引関係がないホテルとしては、見たことも聞いたこともないチェックを現金同様に受け

取ることに拒否反応があったし、そもそも有価証券の現金化などという業務の経験はなかったから、これは難関と思われた。アメリカン・エクスプレスはトラベラーズチェックの見本をつけ、「今後訪欧するアメリカ人は、信用状に代えてこのような小切手を持って行くようになります」と書き、トラベラーズチェックの仕組みと、アメリカン・エクスプレスの規模と信用について説明し、あらゆるトラベラーズチェックを遅滞なく、割引なしで支払う旨約束し、「一流ホテルの貴社をトラベラーズチェックの受け入れ先リストに載せさせてほしい」と丁重に求めたのであった。J.C.ファーゴ社長の陣頭指揮による会社を上げての販売作戦によって、受け入れるホテルが次第に増え、翌 1892 年には、銀行、ホテル、それに、トマス・クック社（のち自らトラベラーズチェックを発行する）を初めとする旅行代理店でもトラベラーズチェックを扱ってもらうことに成功した。2 年目の 1892 年の売上は 21,000 件、金額にして 48 万 3,490 ドルで、4 年後の 1896 年にはその 4 倍になった。強引とも見える売込みだったが、トラベラーズチェックを売り出したのが、折しも上流階級だけだった海外旅行に、アメリカの中産階級が大挙して参加し始めた時期に当たったため需要が多く、また、マネーオーダーで築いたアメリカン・エクスプレスの名前に対する信用が高く、一気に成功を収めることができたのであった。

しかも、トラベラーズチェックは、予期せぬ結果をもたらした。数日で現金化されるマネーオーダーと違って、少なくともヨーロッパへ向かう客船内にかなりの日数とどまり、その後数週間から数ヶ月間も一定量が未使用のまま購入者の手元に置かれるから、アメリカン・エクスプレスは、無利子の潤沢な資金（フロート）を活用することができた。そしてこのことは、アメリカン・エクスプレスを国際金融企業に変身させることになり、企業イメージから会社の基本的な性格まで、根本的に変化させることになるのである。

9. アメリカン・エクスプレスの旅行業への進出

アメリカン・エクスプレスという会社の歴史は、新大陸アメリカの自由奔放な政治や社会のあり方を反映して、まことに興味深い。西部劇でおなじみの現金を急行便馬車で届けるような事業で荒稼ぎしていた会社が、郵便局との対抗上、急行便のネットワークでマネーオーダーを扱うようになり、その延長上とはいえ、突然のワンマン社長の指令で本業とは無関係の国際通貨トラベラーズチェックを創造して国際金融の巨人への一步を踏み出し、さらに、トラベラーズチェックに手を染めたばかりに、旅行業にまで進出することになったのである。

アメリカン・エクスプレスは、1890 年代半ばまで、巨大化したとはいえ荒くれ者達が働く国内運送業者に過ぎなかった。アメリカ経済の発展や南北戦争後の景気で、ヨーロッパからの到着貨物の国内輸送が増えてはいたが、社長自身国際業務はマイナーな事業としか考えていなかった。これを変えるきっかけになったのが、1893 年から 1894 年初頭にかけてのシカゴ万国博覧会の開催だった。博覧会の貨物をアメリカ最大の運送業者で中西部に拠点を持つアメリカン・エクスプレスが扱うことになるのは当然であった。この時、ヨーロッパとの取引を担当したのが、粗野でがさつな男ばかりのアメリカン・エクスプレスの中で、唯一ヨーロッパ風の教養を身につけていた W.S.ダリバなる人物で、彼が会社を代表してヨーロッパ人と対等に付き合い、万国博の業務を成功に導いた。万国博終了後、国際

運送業務の開拓のために、パリにヨーロッパ初の営業所を開設することになり、1895 年、ダリバが初代所長として赴任した。ダリバに与えられた任務は、あくまで国際運送業務のためで、マネーオーダーやトラベラーズチェックの管理や販売促進はするが、自社の営業所で直接販売することは社長命令で禁じられていた。

しかし、ダリバは、ヨーロッパで仕事を始めてみて、アメリカン・エクスプレスの事業の成否のカギは、ヨーロッパの運送業者によってではなく、むしろ、アメリカ人の旅行者や滞在者、そして彼らが使うトラベラーズチェックにかかっていると考えようになった。実際、1890 年代の終わり頃に彼が調べたところ、アメリカ人旅行者はヨーロッパで年間 2 億 5,000 万ドルを使い、長期滞在しているアメリカ人もほぼ同じくらいを使っていた。アメリカ人の間にトラベラーズチェックの販売を拡大するためには、それを使う人たちに良いサービスを提供することこそ必要と考えた彼は、アメリカン・エクスプレスの営業所をアメリカ人旅行客に解放し、無料で旅のアドバイスを与え、無料でホテルを予約し、事務所に読み書きのコーナーを設け、旅行者のために無料の私書箱を提供した。

1905 年の夏には、オペラ座横のアメリカン・エクスプレスの営業所は、旅行者のための手紙を 1 日 5,000 通もさばき、事務所内が混雑して通行できないほどであったという。おかげで、アメリカン・エクスプレスのトラベラーズチェックの売上げは、1900 年に 640 万ドル、1905 年に 1,320 万ドル、1909 年には 2,300 万ドルへと急上昇していった。ダリバは 20 世紀に入ると、社長の指示を無視して旅行の有料サービスにも手をつけることとし、まず目立たないようにアメリカ行きの客船の切符の販売を始め、やがてヨーロッパ中の鉄道切符やホテル予約の業務を始め、ついにアメリカン・エクスプレスの名の下にツアーを組むこと以外は何でもやるようになっていた。海外旅行に不慣れな当時のアメリカ人にとって、アメリカン・エクスプレスの営業所は旅行中のよろず相談所となり、1905 年には急行便の業界誌までが「海外旅行は、アメリカン・エクスプレスによってほぼ支配されるに至った」と書くまでになっていた。

そして、1914 年夏の第一次世界大戦勃発は、アメリカン・エクスプレスのトラベラーズチェックが真の国際通貨であることを証明し、いっきにアメリカン・エクスプレスの名を高めることになった。戦争が始まるとヨーロッパの銀行は取り付けを恐れていっせいに店を閉じ、長年安定していた為替レートも不安定になり、戦火を免れている地域までが旅行不能に陥ってしまった。当時長期滞在や旅行者としてヨーロッパにいた約 15 万人のアメリカ人は手持ち現金がなくて立ち往生し、大挙してアメリカン・エクスプレスに押しかけた。窓口で 4 列も 6 列も行列ができ、事務所の外にまで長い行列が出来た。ダリバは、戦争にはなるまいとの大方の予想にもかかわらず、戦争勃発に備え、パリ営業所に 300 万フランの金貨を準備させており、その他の営業所にも同様の指示を出していたため、銀行が自ら発行した有価証券をさえ 1 銭も現金化しなかったのに対し、アメリカン・エクスプレスは押し寄せるトラベラーズチェック持参のアメリカ人に、無制限にフラン、ポンド、マルク、リラを提供したのであった。言い換えれば、本物の通貨以上に信用ある通貨として扱われたわけで、ダリバは「ホテルなどでは、フランよりトラベラーズチェックの方を保管して置く者の方が多かった」と報告している。この効果は抜群で、アメリカン・エクスプレスはマスコミで「アメリカ実業界の誉れ、旅行

業の模範」と称えられ、「他のいかなる機関より尊敬され愛される組織」になっていた。だが、本当のところは、旅行業自体ではほとんど利益はなく、実態は増大するトラベラーズチェックとマネーオーダー(とそのフローの投資)で稼ぐ金融会社だったのである。

第二次世界大戦が終わった 1945 年には、早くもトラベラーズチェックの売上げが急伸して年間 5 億 2,200 万ドルにのぼり、1947 年 8 億ドル、1951 年には 11 億ドルに達した。トラベラーズチェックは世界で通用する国際旅行者の《通貨》となっただけでなく、時には本物の通貨以上の扱いを受けるまでになっていった。これはトマス・クックのトラベラーズチェックの事例だが、アメリカ嫌いのイスラム諸国では、ホメイニ師が政権に復帰した 1979 年、多くのイラン人がマットレス預金(日本ならタンス預金)を外貨に交換可能なトラベラーズチェックに代えて保存したし、リビアなどへの出稼ぎ労働者への給与がトラベラーズチェックで支払われるという使われ方をしたため、トマス・クック社のトラベラーズチェック販売量がいきなり急増したりしている。(『トマス・クック物語』)。

トラベラーズチェックは、1950 年にクレジットカードが登場し、1980 年代以降広範に国際旅行に使用されるようになるまで、世界共通の旅行者の支払いの手段として使われ、世界のほとんどの通貨以上に信用され、通用したのであった。

10. クレジットカード誕生の物語

今日われわれは、トラベラーズチェック以上にクレジットカードを国際旅行でも多用するようになっている。トラベラーズチェックが最初から国際旅行の支払い手段として発案されたのとは違って、クレジットカードは第二次世界大戦後の日常の消費拡大に対応して考案され、それが国際間のネットワークの成立によって、国際的な支払い手段へと拡大していった。

今日の汎用性クレジットカードの第 1 号は 1950 年に誕生したダイナースクラブのものである。第一次世界大戦の直前に、すでに少数ながらホテルや石油会社(ガソリンスタンド)やデパートなどが、上顧客のために身元確認用の会員証カードを発行してかけ売りを始め、第一次世界大戦後にこの種のハウスカード(特定の企業や企業群でのみ使用可能なもの)が大きく発展したが、大恐慌後の不況時代に全部姿を消してしまった。第二次世界大戦後、ただちにハウスカードは復活したが、いずれもカード発行で利益を生み出そうとするのではなく、販売促進と常顧客の引止めを目指すものであった。それゆえ、趣旨から言ってハウスカードが不特定多数の企業商品に対象を拡大するはずはなく、汎用性のカードはこの中からは生まれなかった。

そういう中で誕生したのがダイナースクラブである。ダイナースのカードが革新的であったのは、それ以前のカードがすべて販売者が直接消費者に信用を供与するものであったのに対し、販売者と消費者の間に無関係の第 3 者が介入して信用を供与し、その第 3 者がそれによって営利企業を成立させようという発想であった。ダイナースクラブ誕生のいきさは、1949 年、創業者のフランク・マクナマラが、ニューヨークのレストランで食事をしたあと、財布を忘れて恥ずかしい思いをしたことから、現金を持たずに食事ができる方法としてクレジットカードを考案したという話が有名だが、1990 年に出版された Lewis

Mandell 著 “Credit Card Industry: A History” (邦訳『アメリカクレジット産業の歴史』2000 年刊)によると、これは広報担当が作った宣伝用の話だという。実際は、有名デパート《ブルーミングデール》の創始者の孫で、当時ハリウッドで映画のプロデューサーをしていたアルフレッド・ブルーミングデールと、旧友でハミルトンクレジット社長であったフランク・マクナマラと、その弁護士のラルフ・シュナイダーの 3 人が、エンパイヤ・ステート・ビルに隣接するビル内の著名レストランで食事をし、マクナマラの売掛金の未収問題について相談をしたが、その話の中でクレジットの提供に第 3 者を介在させるという新しいアイデアに思いついたというのが真相だという。これは著者が直接ブルーミングデールに取材して聞いた話として紹介している。

ともあれ、ブルーミングデールは 5000 ドルを投資してロサンゼルスに戻り、マクナマラとシュナイダーは合計 3 万ドルを元手に、100 件のレストランと契約し、1950 年 3 月にダイナース・カードを発行した。加盟店から得る手数料は 5~10%、ダイナースクラブがレストランに支払いを保証し、後で客から回収するという方式であった。客は信用のおける裕福なニューヨークのビジネスマンばかりだし、システムは単純で問題が起こると思わなかった。それに、始めてみれば、消費者にもレストランにも好評であった。

11. 初期の展開

しかし、客も加盟店も増えたが、初年度に 30 万ドルの赤字を出し、創業者のマクナマラはそこで手を引き、ブルーミングデールとシュナイダーが引き次いで経営することになった。翌 1951 年度は 120 万ドルを売り上げたのに 6 万ドルの赤字となった。問題は請求事務にあった。コンピューターのない時代で、件数が増えれば事務量がやたらに増え、支払いが遅れることで評判を落とすことにもなった。にもかかわらず、カードの利用者は急増を続け、レストラン側も客が来なくなることが心配で脱退もできなかった。折からの社用の急増でビジネスマンにとってカードは必需品となり、レストランだけでなくモーターや花屋、レンタカーなどへと対象が広がっていった。ダイナースクラブは、創立 4 年目にカード会員から 5 ドルの手数料を徴収することによって初めて黒字を記録し、8 年後には取扱いが 100 倍にも膨れ上がったのである。

結局、クレジットカードというビジネスは、トラベラーズチェックほど容易ではなかった。ダイナースクラブが始めたカードは、不特定多数の会員によって、相互に無関係な数百数千の店で使われ、チェックはできず、悪用されれば倒産の危険があった。にもかかわらず、収入源は加盟店からの手数料と、会員の入会金と年会費、会員誌の購読料くらいで、利益は薄く、企業として発展させるためには大量の会員と加盟店を確保するしかなかった。それに、トラベラーズチェックとは正反対に、カード会社が先に支払ってのちに客から徴収するということは、逆フロートになって、金利の負担がカード会社にかかってしまう。ダイナースクラブも、迷いながら 1958 年にクレジットカード事業に進出したアメリカン・エクスプレスも、先駆者として様々な問題と格闘しながら事業を伸ばして行ったのである。

12. 国際展開

ダイナースクラブもアメリカン・エクスプレスも、当初からそれなりに国際展開を始め

ているが、本格的に世界的にネットワークを広げていったのは 1980 年代以降で、銀行の発行する多数のカードが 2 大勢力に収斂して出来上がった VISA とマスターカードであった。

クレジットとは、簡単に言えば消費者ローン的一种である。ゆえに、まずは会員となる個人の信用調査が大切であり、ついでカードによるローンの回収が最大の問題であった。カード会社の苦闘の歴史は、まさに会員獲得競争とローン回収事務をめぐる格闘の連続であった。

クレジットカード業界は、コンピューターやエレクトロニクス分野の技術革新に次ぐ技術革新によって発展を遂げたが、そのためのハードに巨大な投資を必要とし、さらに様々なソフトウェア面の創意工夫の積み重ねの上に成立したリスクの多い事業である。結局、ダイナースクラブやアメリカン・エクスプレスという独立系の Travel & Entertainment (T&E) カードは、ステイタス・シンボルとして裕福な会員に限定され、後発の銀行系カードの巨大資本による大量会員獲得競争についていけなかったのは当然であった。

80 年代以降 VISA とマスターカードの 2 大グループの競争が全世界を対象に展開され、クレジットカードは、現金とトラベラーズに代わる第 3 の通貨として、最も手軽な国際旅行の支払い手段になっていったのである。

12. 日本の場合 (むすび)

クレジットカードの日本への登場は、アメリカからちょうど 10 年遅れの 1960 年に、ダイナースクラブのフランチャイズによる国際展開の一環として、米国ダイナースクラブ、日本交通公社、富士銀行の 3 社の提携によって実現した。パーソナルチェック (個人小切手) の利用が一般化しているアメリカと違って、当時の日本は現金払い優位の社会で、クレジットカードの必要性は全くなかった。きっかけは、1964 年の東京オリンピック大会時に来訪する外国人旅行者に使ってもらいたいというダイナースクラブの狙いだったという (野口恒『カードビジネス戦争』)。当時日本では、会員制のクレジットカードで食事や買い物をするなど思いもよらないことだった。

ダイナースクラブ側は、会員への与信の条件として、第 1 に収入、第 2 に生活の安定、第 3 にその人の将来性を審査基準としてあげたが、日本側は、もともと消費者からのニーズではなく、アメリカの要請で始めることになるクレジットカードであり、会員の信用調査のような面倒なことに投資する余裕はなかった。そこで発案されたのが「銀行口座からの自動引き落とし」という欧米ではあり得ない便法がとられた。銀行預金口座と連動させれば、悪質な不正使用は別として、回収の苦労はほとんどない。欧米のカード業界の難題を初めから解決してしまう画期的な《創意工夫》であった。

2 番手は、日本信販と三和銀行の提携による JCB カードである。日本ではしばらくこれらの 2 社体制が続くが、1983 年に VISA とマスターカードが日本に上陸し、これ以降クレジットカードがいきなり日本人の間に広まっていったことは、多くの方々が経験されているところである。

クレジットカードは、24 時間オンラインのネットワークができ上がった今日、世界中のほとんどどこでも使えるようになり、トラベラーズチェックと合わせて、もはや国際観光

旅行の支払い手段の問題は解決済みと言えそうである。

主要参考文献

1. 『トマス・クック物語』 ピアーズ・ブレンドン著・石井昭夫訳（1995） 中央公論社
2. 『アメリカン・エクスプレス』 P.Z.グロスマン著・上田惇生訳（1987）ダイヤモンド社
3. 『アメリカクレジット産業の歴史』 L.マンデル著・根本忠明・荒川隆訳（2000）日本経済評論
4. 『カード・ビジネス戦争』 野口恒者（1985）日本経済新聞社
5. 『カード業界』 藤森正敏著（1991）教育新書